

中期経営計画2015

株式会社アイデアインターナショナル

2015年6月期振り返り

(単位:千円)

	2013年6月期 ※連結	2014年6月期 ※連結	2015年6月期	前年(2014年6月期)比
売上高	4,994,439 100.0%	5,031,757 100.0%	5,970,136 100.0%	938,379 118.6%
売上原価	2,893,342 57.9%	2,629,904 52.3%	3,357,644 56.2%	727,740 127.7%
売上総利益	2,101,097 42.1%	2,401,853 47.7%	2,612,491 43.8%	210,638 108.8%
販売管理費	2,628,088 52.6%	2,354,900 46.8%	2,363,169 39.6%	8,269 100.4%
営業利益	▲526,991 ▲10.6%	46,952 0.9%	249,322 4.2%	202,370 -
営業外収益	21,377 0.4%	2,805 0.1%	934 0.0%	▲1,871 33.3%
営業外費用	65,833 1.3%	66,675 1.3%	85,989 1.4%	19,314 129.0%
経常利益	▲571,447 ▲11.4%	▲16,917 ▲0.3%	164,267 2.8%	181,184 -
特別利益	991 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	+0 -
特別損失	59,036 1.2%	59,066 1.2%	42,080 0.7%	▲16,986 71.2%
税金等調整前当期純利益	▲629,492 ▲12.6%	▲75,984 ▲1.5%	122,186 2.0%	198,170 -

～大幅な増収増益、 V字回復を果たす～

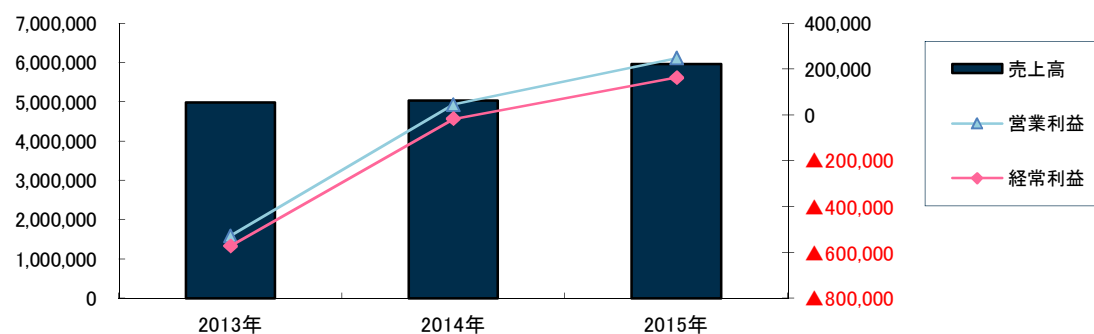
売り上げを大きく拡大させたにもかかわらず、販売管理の伸びを抑えたため、円安の影響があったものの、利益を大きく拡大することができました。

■製造卸売事業

ホットプレート等キッチン家電を中心としたインテリア商品ブランド「ブルーノ」やトラベル商品ブランド「ミレスト」が好調に推移、またリレント化粧品関連販売の売り上げも加わり売上高は3,710百万円となりました

■小売事業

「トラベルショップ ミレスト」全5店舗がいずれも好調に推移し売上高は2,257百万円となりました



2015年6月期総括と対処すべき課題

2015年6月期総括

第3四半期まで

キッチン家電のホットプレートの売上が計画を大きく上回り、また7月に出店した「トラベルショップ ミレスト成田国際空港店」をはじめトラベルショップ全5店舗の売上げが好調に推移した。
財務面では、シンジケートローン契約を締結し、財務基盤を強化した。

第4四半期

円安対策の効果が表れ、粗利率が第3四半期まで42%が第4四半期は46%に改善。

通期

ホットプレート等のキッチン家電を中心としたインテリア雑貨ブランド「ブルーノ」、トラベル商品ブランド「ミレスト」が好調に推移し、売上げは計画よりも大き上回ったが、この1年間で20円近い円安となったことから利益は計画を下回った。

対処すべき課題

円安対策

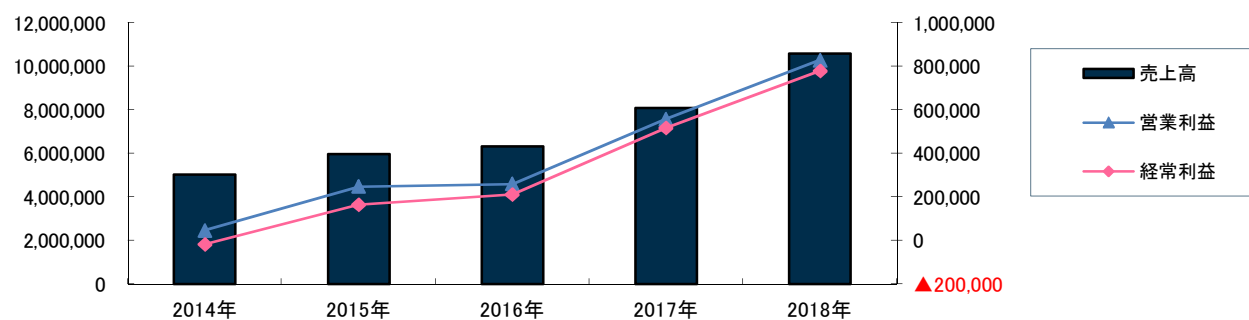
- ① 円安を考慮した新商品の価格設定
- ② 粗利率の高い商品の売上比率の向上
- ③ 直営店、Eコマースの売上比率の向上

業績計画

粗利率の高い商品売上比率の向上とEコマースを含む小売事業の売上比率を向上させ、粗利率の改善を図る

(単位:千円)

	2014年6月期 実績 ※連結	2015年6月期 実績	2016年6月期 計画	2017年6月期 計画	2018年6月期 計画
売上高	5,031,757 100.0%	5,970,136 100.0%	6,332,475 100.0%	8,100,175 100.0%	10,600,175 100.0%
売上原価	2,629,904 52.3%	3,357,644 56.2%	3,484,886 55.0%	4,079,872 50.4%	4,989,666 47.1%
売上総利益	2,401,853 47.7%	2,612,491 43.8%	2,847,589 45.0%	4,020,304 49.6%	5,610,510 52.9%
販売管理費	2,354,900 46.8%	2,363,169 39.6%	2,586,713 40.8%	3,461,531 42.7%	4,780,260 45.1%
営業利益	46,952 0.9%	249,322 4.2%	260,876 4.1%	558,773 6.9%	830,250 7.8%
営業外収益	2,805 0.1%	934 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
営業外費用	66,675 1.3%	85,989 1.4%	49,160 0.8%	40,511 0.5%	50,711 0.5%
経常利益	▲16,917 ▲0.3%	164,267 2.8%	211,716 3.3%	518,262 6.4%	779,538 7.4%
特別利益	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
特別損失	59,066 1.2%	42,080 0.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
税金等調整前当期純利益	▲75,984 ▲1.5%	122,186 2.0%	211,716 3.3%	518,262 6.4%	779,538 7.4%



今後3年間の事業戦略

人材戦略

さらなる業績拡大のために組織力の強化が必須であり、次のような施策を含む組織改革を実施する

組織改革

組織体制再構築、部内運営見直し、マネジメント層の強化

商品戦略

さらなる業績拡大のために商品力の強化が必須であるが、次のような施策を含む商品企画開発を実施する

商品企画開発

開発アイテムを絞り込み、開発効率、販売効率、在庫効率を向上
オリジナルブランドが多数存在するため、ブランドの絞り込みを行い、経営資源を集中させる

商品企画の強化
生産管理体制を内製化から外注化を移行し、人材を商品企画に集中させる

販売戦略

さらなる業績拡大のために販売力の強化が必須であるが、次のような施策を含む販売戦略を実施する

卸売事業

新規販路開拓による売上拡大
インテリア雑貨・化粧品において、新規販路開拓により販売の拡大を図る

ギフトプレミアムの売上拡大
組織体制を見直し、OEM・ギフトプレミアム案件を積極的に取り組む

国内・海外の仕入商品を強化し、売上拡大を図る
オリジナル商品が手薄なジャンルを補完するため、仕入れ商品を強化する

小売事業

好調なトラベルショップ「ミレスト」の出店を加速
好調なトラベルショップ「ミレスト」の売り上げを拡大すべく、新規出店10店舗を目指す

店舗運営の効率化
最適な人員配置を行い、店舗の利益率を向上させる

Eコマース

ECサイトを強化し、売り上げ拡大を図る
トラベル商品ブランド「ミレスト」のECサイト立ち上げ、オーガニック商品ブランド「テラクオーレ」のECサイト機能を強化

積極的な人材登用
売り上げを拡大すべく、優秀な人材を積極的に採用・登用する

プロモーション戦略

さらなる業績拡大のために商品認知度の向上が必須であるが、次のような施策を含むプロモーション戦略を実施する

プロモーション

積極的な広告展開による主力商品の認知度向上
効果のある広告を積極的に展開し、
トラベル商品ブランド「ミレスト」、オーガニック化粧品ブランド「テラクオーレ」の認知度を引き上げ、顧客拡大を図る