



アナリスト説明会

2009年12月16日

2010年3月期概況

□ 2010年3月期の見込み(個別)

■ 減収減益(2009年3月期比)

売上12億円、経常利益6億円減少

■ 業績下方修正

売上 74億円 → 64億円

営業利益 9億円 → 4億円

経常利益 10億円 → 5億円

純利益 5億円 → 3億円

■ 黒字維持

純利益は3億円を確保

□ 2010年3月期の取組み

■ 『卑弥呼の改革』

□ 機能別組織 ブランド別事業部制から機能別組織へ

□ 商品力UP＋販売力UP

2010年3月期予想

2010年3月期業績予想(個別・通期)

単位:百万円

	09年3月期 実績	10年3月期 当初予想 <small>2009年5月7日発表</small>	10年3月期 今回予想	前期差	当初予想 増減
売上高	7,704	7,420	6,460	△ 1,244	△ 960
営業利益	998	900	390	△ 608	△ 510
経常利益	1,136	960	497	△ 639	△ 463
純利益	554	490	290	△ 264	△ 200

2011年3月期に向けて

□ 外部環境

- 経済環境 続くデフレ傾向、個人消費の低迷
- 市場動向 アパレル業界からの参入、
同質化、低価格競争の激化

□ 成長戦略

- ブランド価値維持
- 新たな顧客層へのアプローチ
 - 商品力のUP
 - 販売力のUP
 - カスタマー・リレーションシップ・マネジメント(CRM)の推進

新たな顧客へのアプローチ

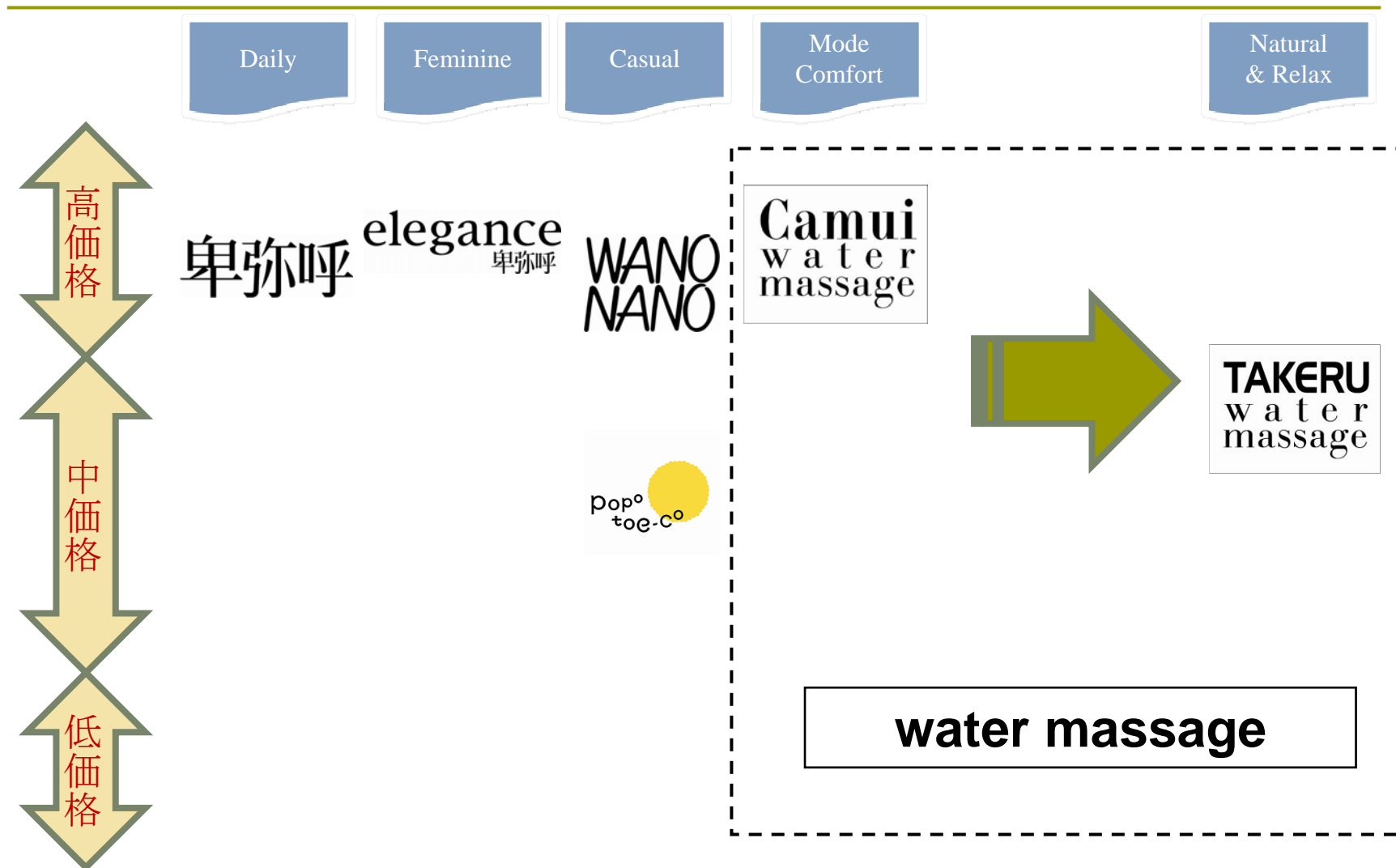
□ 商品アプローチ

- ○バリエーション 新ブランドTAKERU(2010年3月導入予定)
popo toe-co(ポポトコ)定着化
- × 価格 安売り競争回避

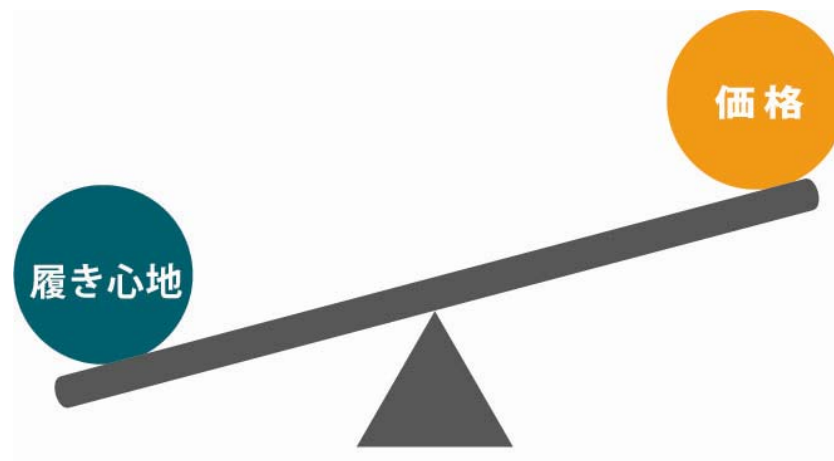
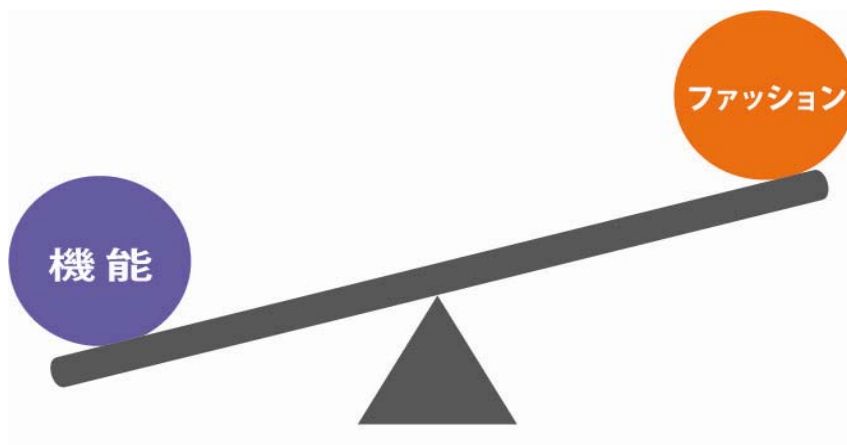
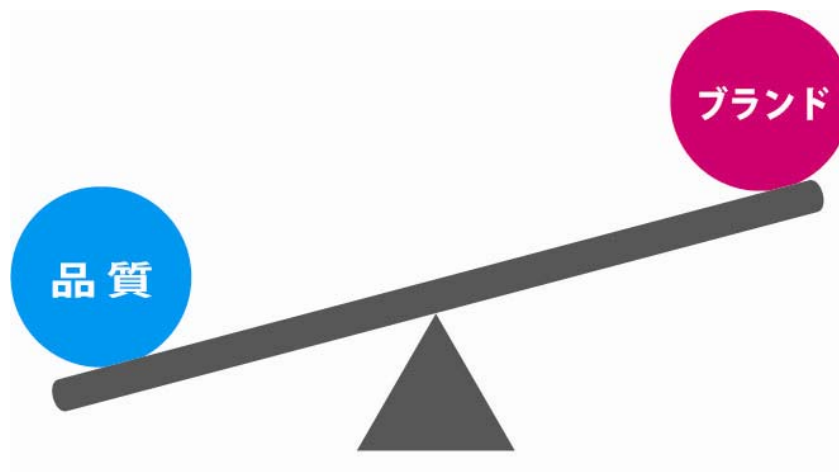
□ 差別化戦略強化

- 商品力 Water Massage(CAMUI + TAKERU)
- 販売力 銀座カムイ店⇒銀座Water Massage店

当社のブランドポートフォリオ

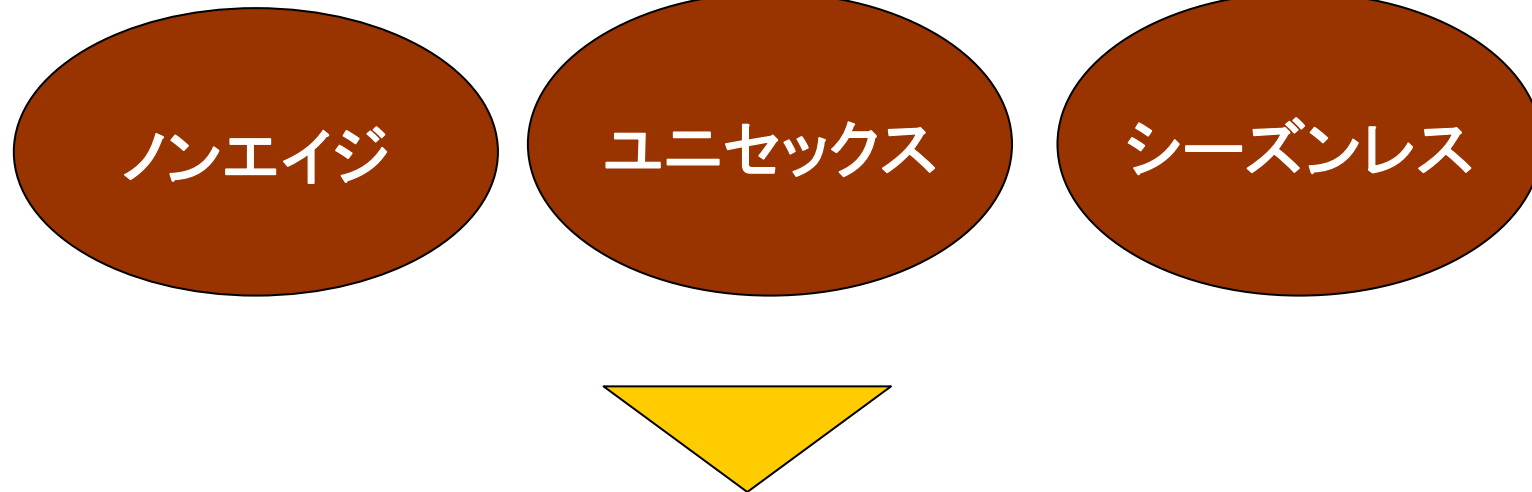


当社のこだわり



TAKERU Water Massage

□ コンセプト



- **靴に足を合わせるのではなく、足に靴を合わせる**
 - 足なりの木型、足になじむ素材
 - 指が広げられ、動かせるデザイン



新たな顧客へのアプローチ

□ カスタマー・リレーションシップ・マネジメント(CRM)の推進

- ・顧客情報に基づいた情報発信により顧客の「不」をとる
- ・顧客とのコミュニケーション
⇒モバイルーズの活用

□ OneブランドショップからMIX店舗への転換