

株式会社 卑弥呼

会社説明会資料

(2010年06月)

2010/6/17

## 目 次

1. 会社説明	1
2. 営業政策	2
3. 業績の状況	3
4. 業績	4
5. 利益	4
6. 売上原価及び原価率	4
7. 販管費及び販管費比率	4
8. 販売形態別の商品売上推移	5
9. ブランド別商品売上	6
10. 平均単価・従業員数・店舗数	7
11. 店頭売上実績昨年対比伸び率	8
12. 配当金	9
13. 一株当たりデータ	9
14. 発行済株式総数	9
15. 個人株主割合	9
16. 主要な経営指標等の推移	10
17. 卑弥呼発注システム	11
18. ショップマスター・ショップパートナー・ショップオーナー制度	12

# 1. 会社説明

## (1) 会社の概要

- ・当社は靴やバッグ等の服飾雑貨を主力とした生活文化関連商品の自社ブランドを、企画・開発並びに卸および小売販売を主な事業としており靴業界における製造小売業態の先駆的存在であります。
- ・世界的な環境変化の流れの中で、民族の歴史的・文化的背景を生かすことにより、日本文化に根ざした卑弥呼独自の商品開発とサービスで変化を積極的に創り出し、変化にすばやく対応することを経営政策の基本とし、「それでお客様は満足か」「無形資産の増加」の二大テーマを経営方針としております。

## (2) 営業政策

- ・96年4月よりワンブランドショップ展開をしてきましたが、今後は各ブランドの売場フェースを拡大するとともに、立地条件によってはミックスブランド店への再編成を行い、最適立地に新規出店を行ってまいります。
- また、Queen's 卑弥呼（大きなサイズの拡充）の展開も積極的に進めてまいります。

## (3) 商品政策

- ・ライフスタイルの提案・・・肉体と精神の解放
- ブランドビジネスの確立を目的とし、ジーンズ文化を見据えた「卑弥呼」「elegance 卑弥呼」をスニーカー文化を先取りしたブランドとして「WANO NANO」を健康志向を担うブランドとして「Camui water massage」をそれぞれ誕生させました。

ブランド	ブランドコンセプト	ターゲットイメージ	
		消費者像	中心年齢
卑弥呼	“フレッシュ&カジュアル” 22歳のフレッシュな感覚を持つ女性に、 最良の製品とサービスを提供する	22歳のフレッシュな感覚を持つ いきいきとした女性 フレッシュ＝新しいものに興味を持つ 新しいものに敏感である	22歳
elegance 卑弥呼	「知的女性美」「大人の遊び精神」 <sup>こころ</sup> 「日常の上質感」	27歳の感覚をベースにした大人の女性 大人のセンスの良さを持ち、 自分らしく、はつらつと働く女性。	27歳
WANO NANO	かわいらしさ・楽しさ・ぬくもり	19歳の感覚を持ち続け、 いつまでもかわいいもの・楽しいものが大好きな 元気いっぱい少女のような女性たち	19歳
Camui water massage	「はだしのつぎにきもちいい」 ウォーター マッサージ インソールを使用し 健康を切り口にしたライフスタイルの提案	靴を一日中履き続けて行動する 20～30代の社会人	29歳

08年3月以降、「popo toe-co」「PIRIKA」「Queen's 卑弥呼」「TATERU water massage」ブランドを新規展開

popo toe-co	「上を向いて歩きたくなるクツ」	自分自身の為に楽しんで商品を選び、 休日にショッピングや散歩を気軽に楽しむ女性	—
PIRIKA	旬のフェミニン～カジュアルスタイルを提案	・サイズは27cmまでご用意 ・大きいサイズに合わせた安定感のあるヒール設計 ・中敷クッションが効いたソフトな足当り	—
Queen's 卑弥呼	上質でシンプルなスタイルを提案	・サイズは27cmまでご用意 ・大きいサイズに合わせた安定感のあるヒール設計 ・型崩れしにくい革を使用	—
TAKERU water massage	ノンエージ・ユニセックス・シーズンレス	年代や性別に関係なく、リラックススタイルが好きな方	—

(4) 組織

2008年10月より業務改革を行ってきましたが、その一環として、2009年2月よりブランド別事業部制から製販分離をした機能別組織にすることで役割・権限・責任を明確にし、各自が責任を持つ組織に変更致しました。

(5) 社員の構成 (2010年3月31日現在)

総 数	296名 (本社 70名、店舗 226名) 他にアルバイト 47名 (月平均人員)				
男 女 別	女 性	90.50%	男 性	9.50%	
学歴別比率	四 大 卒	75.70%	短大・専卒	14.20%	高 卒 10.10%

(6) 主力販売先 (2010年3月31日現在) (株)丸井 28店舗中 16店舗 35ショップ展開

## 2. 営業政策

当社の営業政策は、「若々しく」「健康的で」「知性的な」「シンプルで」「かわいらしい」「高品質で」「履き心地の良い」「カジュアルな」靴とバック等の服飾雑貨を主力とした生活文化関連商品を、ワンランク上のあこがれのブランドとして提供しブランドビジネスを確立することです。

(1) 問題

- ① 市場の同質化、くいつぶし、価格競争
- ② 海外輸入商品、海外ブランド、他業界よりの参入による競争の激化
- ③ 消費者の選択眼の高まり、嗜好の多様化、低価格志向

(2) 対策

① 「商品開発」の基本方針の明確化

「お客様の層を広げ、 prestage を引き上げ、付加価値を高め、高品質で、履き心地が良く鮮度が高い、オリジナル商品を提案し続け、人類の進化発展に貢献する。」

② 「ブランド力」「商品力」「販売力」の強化

各ブランドターゲットのお客様のライフスタイルに常時対応できるよう、日本の気候風土と文化に根付いた陰暦での気候の変わり目に基づく二十四節気MDの確立に注力し、品質の更なる向上に努めるとともに品揃えやサイズ揃えを充実させ、商品力の強化に努め、「旬」な商品を「旬」な時に提供するとともに「旬」な売場づくりをいたします。またブランドの信頼性向上とコンサルティング販売の強化にも努めます。

1. ミックスブランドショップの更なる展開  
新ブランド「popo toe-co (ポポトコ)」「TAKERU water massage」の新規展開
2. Queen's卑弥呼の更なる展開 (大きなサイズの拡充)  
「Queen's卑弥呼」ブランド、「PIRIKA」ブランドの新規投入
3. ショップの大型化によるコンサルティング販売が可能な接客スペースの拡大

### 3. 業績の状況

当事業年度におけるわが国経済は、世界的な金融危機を背景とした混迷が続く中、円高の進行や株式市場の低迷、更にはデフレの影響などもあり、企業業績は未だ回復基調とは言えず、景気は総じて横ばいの状況下にありました。こうした環境下、個人消費につきましても消費者のマインドの急速な冷え込み、雇用や所得への不安、不動産、株価下落による資産価値の低下、将来生活への不安などが重なり、未だ低迷が続いております。

わが靴業界におきましては、消費者の選択眼の高まりと嗜好の多様化がますます顕著となる中、アパレル企業などの他業界からの参入やアジア諸国からの輸入による低価格品の増加、同時に海外有力ブランドの進出、郊外型商業施設の新規展開など、商品を購入する場・価格帯の広がりと同時に、消費者の低価格志向に拍車がかかり、市場環境は大変厳しい状況が続いております。

このような環境下、当社グループでは多様化する顧客ニーズを機敏に捉えた商品開発を行うべく、商品発注権限の見直し等の「業務改革」を行うとともに、商品開発スタッフが商品開発に専念できるよう、組織をブランド別事業部制から機能別組織へ変更する「組織改革」を実施いたしました。その結果、売上高は63億84百万円（前事業年度比17.1%減）となり、利益面では、営業利益で6億8百万円、経常利益で7億1百万円、純利益で4億19百万円と減収減益となりました。

10年3月期 決算（累計）概況

単位：百万円

	2009年3月	2010年3月	増減
売上高	7,704	6,384	△ 1,320
営業利益	998	608	△ 389
経常利益	1,136	701	△ 434
当期純利益	554	419	△ 135

11年3月期 業績予想

単位：百万円

	11年3月（通期） （2010年5月12日発表）	増減
売上高	6,150	△ 234
営業利益	630	22
経常利益	700	△ 1
当期純利益	420	1

■売上高

- ・消費者の消費マインドの低下、それに伴う小売業界全体の低迷と商品力及び販売力の低下などによる

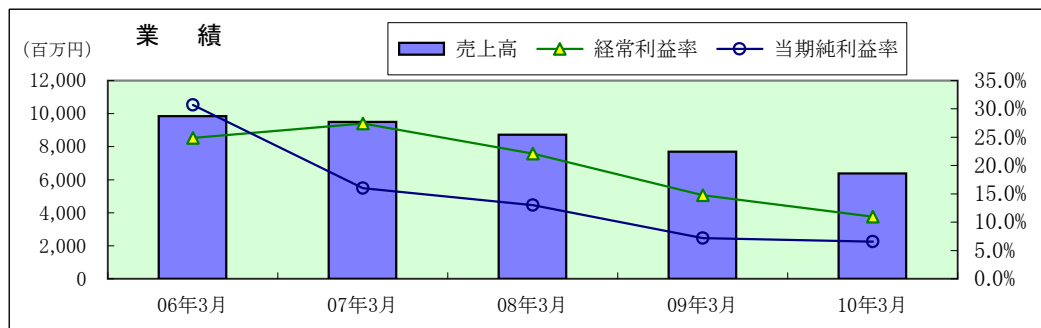
■営業利益、経常利益、当期純利益

- ・売上減少に伴う粗利額減少及びそれに伴う人件費比率の増加、販売費及び一般管理費の増加などによる

#### 4. 業績

(単位:百万円)

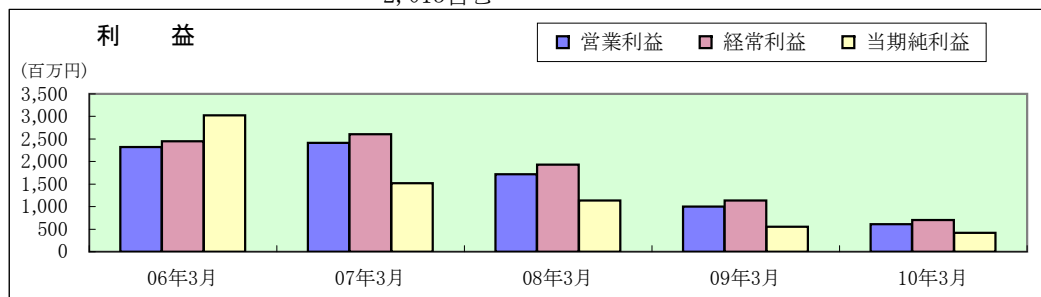
	06年3月	07年3月	08年3月	09年3月	10年3月
売上高	9,851	9,502	8,732	7,704	6,384
前年増減率	-3.9%	-3.5%	-8.1%	-11.8%	-17.1%
営業利益率	23.6%	25.4%	19.7%	13.0%	9.5%
経常利益率	24.9%	27.4%	22.1%	14.7%	11.0%
当期純利益率	30.7%	16.0%	13.0%	7.2%	6.6%



#### 5. 利益

	06年3月	07年3月	08年3月	09年3月	10年3月
営業利益	2,322	2,416	1,720	998	608
前年増減率	-7.7%	4.1%	-28.8%	-42.0%	-39.0%
経常利益	2,450	2,606	1,930	1,136	701
前年増減率	-5.1%	6.3%	-25.9%	-41.1%	-38.3%
当期純利益	3,027	1,521*	1,137	554	419
前年増減率	96.2%	-49.7%	-25.2%	-51.2%	-24.4%

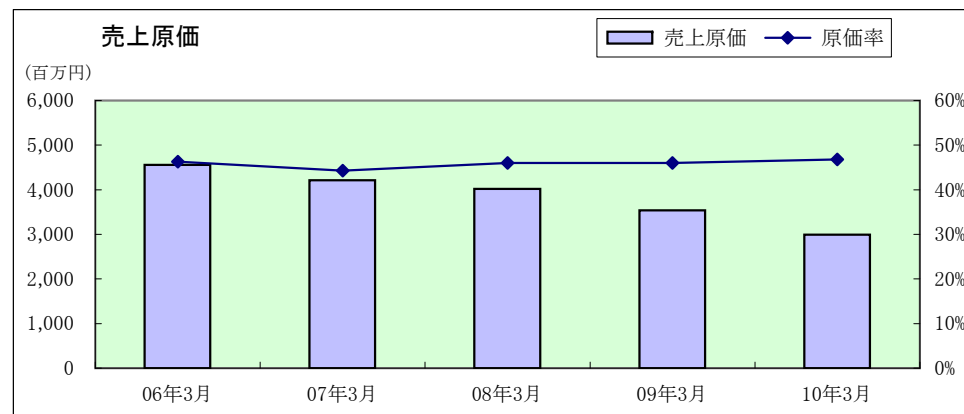
\*不動産売却益  
2,013含む



#### 6. 売上原価及び原価率

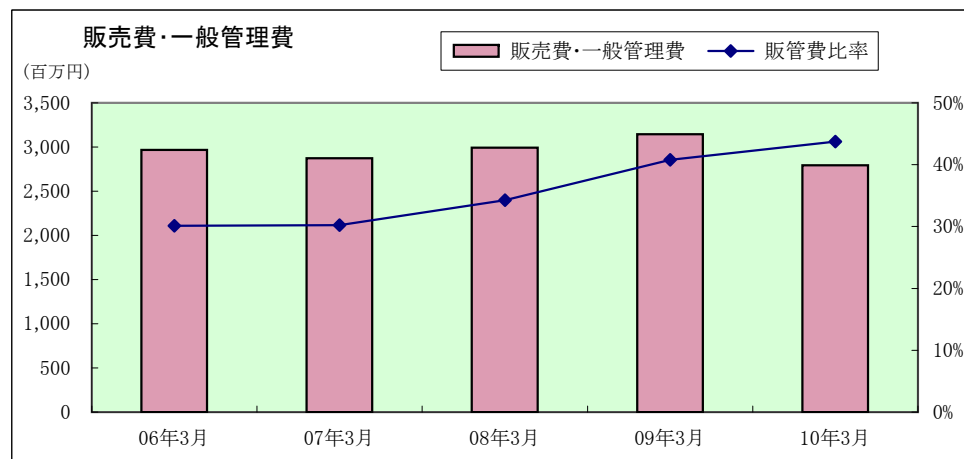
(単位:百万円)

	06年3月	07年3月	08年3月	09年3月	10年3月
売上原価	4,560	4,213	4,019	3,541	2,990
原価率	46.3%	44.3%	46.0%	46.0%	46.8%



#### 7. 販管費及び販管費比率

	06年3月	07年3月	08年3月	09年3月	10年3月
販売費・一般管理費	2,968	2,872	2,994	3,146	2,792
販管費比率	30.1%	30.2%	34.3%	40.8%	43.7%

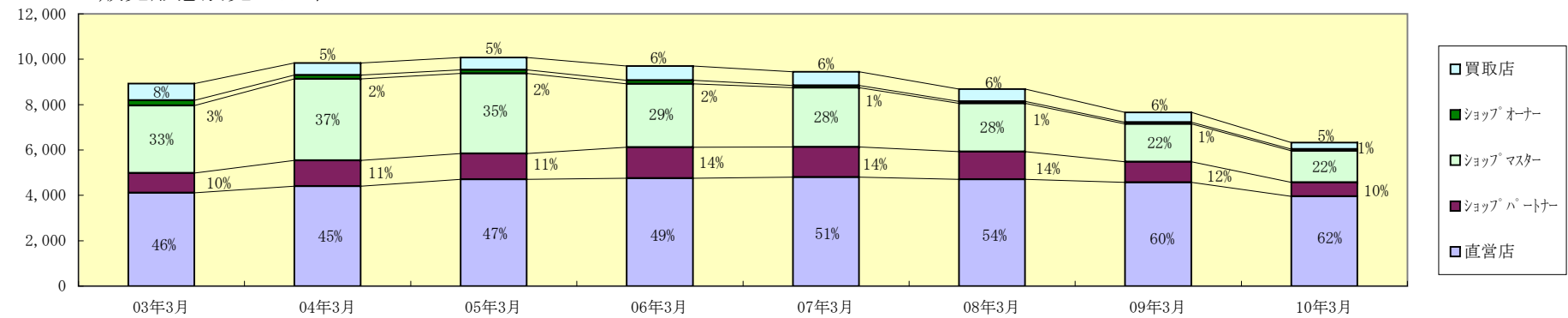


8. 販売形態別の商品売上推移

(単位：百万円)

	03年3月	04年3月	05年3月	06年3月	07年3月	08年3月	09年3月	10年3月	09年3月対比
直営店	4,111	4,407	4,700	4,750	4,800	4,700	4,570	3,955	86.5%
ショップパートナー	867	1,128	1,148	1,368	1,331	1,228	915	616	67.3%
ショップマスター	2,979	3,595	3,524	2,796	2,613	2,127	1,660	1,398	84.2%
ショップオーナー	230	170	164	163	103	86	79	66	83.5%
買取店	741	539	542	623	602	542	434	295	68.0%
合計	8,928	9,839	10,078	9,700	9,449	8,683	7,658	6,330	82.7%

(百万円) 販売形態別売上比率



形態別営業状況分析

フェイス数：店頭陳列足数・前期まで全ブランド5足/m、今期より全ブランド4足/m

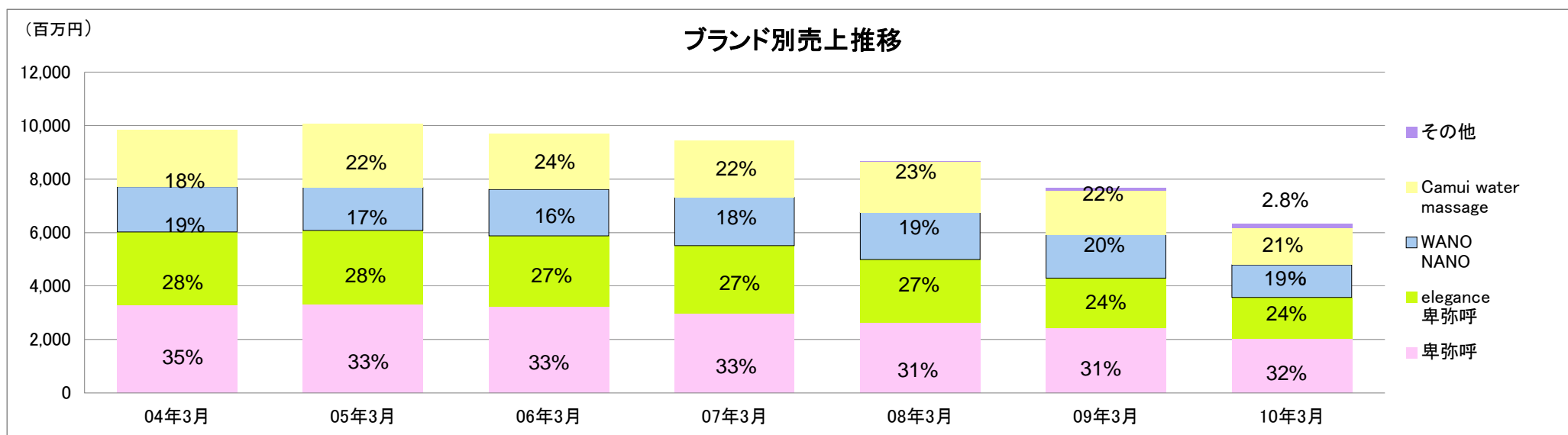
(売上高単位：百万円)

		2008年3月末 (34期末)						2009年3月末 (35期末)						2010年3月末 (36期末)						前期比増減			
		店舗数	%	フェイス数	%	売上高	%	店舗数	%	フェイス数	%	売上高	%	店舗数	%	フェイス数	%	売上高	%	店舗数	フェイス伸率	売上比	
小売	路面店	直営(社員)	19	10.7	7,581	11.9	1,224	14.1	16	9.4	8,425	14.7	1,105	14.4	18	10.2	6,584	16.1	1,261	19.9	2	78.1	114.1
		S P店舗	7	3.9	3,715	5.8	851	9.8	6	4.1	2,724	4.7	627	8.2	3	1.7	928	2.3	511	8.1	-3	34.1	81.5
		計	26	14.6	11,296	17.7	2,075	23.9	22	13.5	11,149	19.4	1,732	22.6	21	11.9	7,512	18.3	1,772	28.0	-1	67.4	102.3
卸売	委託	直営(社員)	60	33.7	22,585	35.3	3,466	39.9	60	32.2	19,576	34.1	3,098	40.5	67	37.9	15,427	37.7	2,509	39.6	7	78.8	81.0
		S M店舗	32	18.0	17,727	27.7	2,072	23.9	31	18.7	13,533	23.6	1,660	21.7	28	15.8	6,391	15.6	1,398	22.1	-3	47.2	84.2
		計	92	51.7	40,312	63.1	5,538	63.8	91	50.9	33,109	57.7	4,758	62.1	95	53.7	21,818	53.3	3,907	61.7	4	65.9	82.1
	買取	S O店舗	1	0.6	360	0.6	86	1.0	1	0.6	360	0.6	79	1.0	1	0.6	288	0.7	66	1.0	0	80.0	83.5
		F C他	50	28.1	7,928	12.4	541	6.2	49	27.5	7,782	13.6	434	5.7	44	24.9	5,617	13.7	295	4.7	-5	72.2	68.0
		計	51	28.7	8,288	13.0	627	7.2	50	28.1	8,142	14.2	513	6.7	45	25.4	5,905	14.4	361	5.7	-5	72.5	70.4
	消化	直営(社員)	3	1.7	1,645	2.6	66	0.8	10	5.3	3,418	6.0	367	4.8	12	6.8	4,459	10.9	185	2.9	2	130.5	50.4
		S P店舗	6	3.4	2,389	3.7	377	4.3	4	2.3	1,565	2.7	288	3.8	4	2.3	1,252	3.1	105	1.7	0	80.0	36.5
		計	9	5.1	4,034	6.3	443	5.1	14	7.6	4,983	8.7	655	8.6	16	9.0	5,711	13.9	290	4.6	2	114.6	44.3
	小計		152	85.4	52,634	82.3	6,608	76.1	155	86.5	46,234	80.6	5,926	77.4	156	88.1	33,434	81.7	4,558	72.0	1	72.3	76.9
合計		178	100.0	63,930	100.0	8,683	100.0	177	100.0	57,383	100.0	7,658	100.0	177	100.0	40,946	100.0	6,330	100.0	0	71.4	82.7	

## 9. ブランド別商品売上

(単位: 百万円)

売上高		04年3月	前年比	05年3月	前年比	06年3月	前年比	07年3月	前年比	08年3月	前年比	09年3月	前年比	10年3月	前年比
ブランド内訳	卑弥呼	3,301	105.0%	3,315	100.4%	3,217	97.0%	2,968	92.3%	2,632	89.6%	2,426	92.2%	2,031	83.7%
	elegance 卑弥呼	2,716	108.9%	2,752	101.3%	2,648	96.2%	2,533	95.6%	2,352	92.8%	1,864	79.3%	1,531	82.1%
	WANO NANO	1,697	98.7%	1,632	96.2%	1,751	107.2%	1,820	104.0%	1,768	97.2%	1,632	92.3%	1,226	75.1%
	Camui water massage	2,125	135.4%	2,379	112.0%	2,084	87.6%	2,128	102.1%	1,903	89.4%	1,640	86.2%	1,383	84.3%
	その他	-	-	-	-	-	-	-	-	28	-	96	342.9%	159	165.6%
計		9,839	110.2%	10,078	102.4%	9,700	96.2%	9,449	97.4%	8,683	91.9%	7,658	88.2%	6,330	82.7%
返品率・特化率		返品率	特価率	返品率	特価率	返品率	特価率	返品率	特価率	返品率	特価率	返品率	特価率	返品率	特価率
ブランド内訳	卑弥呼	1.7%	3.5%	0.9%	3.4%	2.4%	3.5%	2.6%	4.9%	2.4%	9.1%	3.8%	7.4%	7.6%	5.5%
	elegance 卑弥呼	1.5%	4.6%	2.8%	4.8%	2.2%	4.3%	2.7%	5.6%	4.8%	11.0%	6.6%	9.3%	7.9%	5.1%
	WANO NANO	2.8%	5.2%	2.5%	4.8%	3.6%	3.2%	3.8%	5.0%	3.5%	7.9%	5.4%	5.2%	9.8%	6.4%
	Camui water massage	2.4%	0.7%	1.8%	0.4%	2.5%	0.6%	2.5%	0.5%	5.0%	2.2%	7.0%	4.6%	11.5%	4.6%
	その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.0%	25.5%
計		2.0%	3.2%	1.9%	3.0%	2.6%	3.0%	2.8%	4.1%	3.8%	7.9%	5.5%	6.7%	9.3%	7.2%



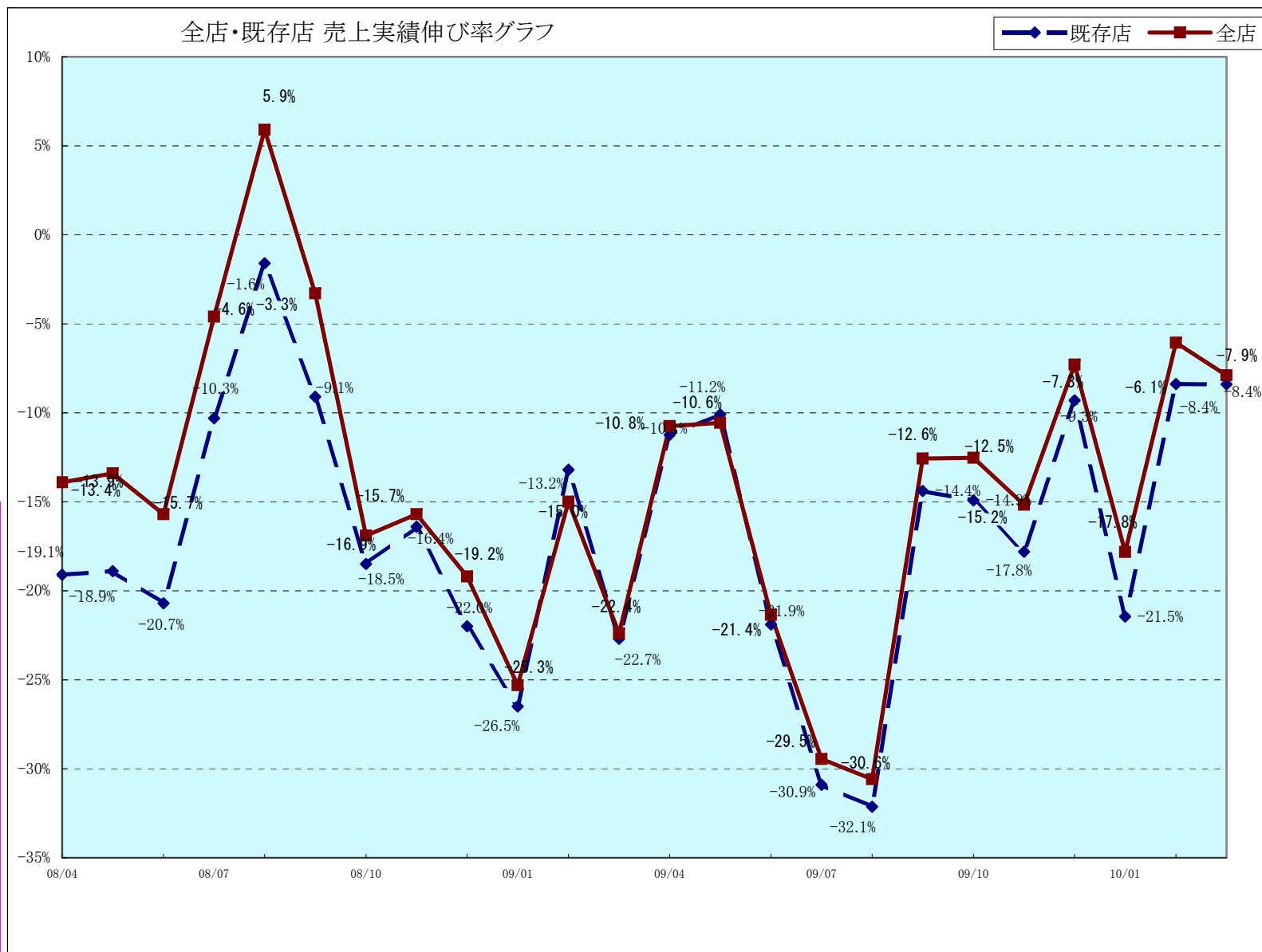
10. 平均単価・従業員数・店舗数

ブランド別平均単価 (店頭)	卑弥呼	elegance卑弥呼	WANO NANO	Camui	計
03/04-04/03	15,266	17,034	13,656	19,580	16,125
04/04-04/09	13,986	15,241	12,297	18,504	14,857
04/04-05/03	15,173	16,671	13,990	19,662	16,194
05/04-05/09	14,639	16,129	13,300	18,671	15,570
05/04-06/03	15,578	17,442	14,261	19,784	16,589
06/04-06/09	15,012	16,814	13,216	19,783	15,996
06/04-07/03	16,246	18,175	14,758	21,161	17,349
07/04-07/09	14,830	17,230	14,479	20,360	16,474
07/04-08/03	16,176	18,100	15,736	21,558	17,617
08/04-08/09	14,062	16,077	14,518	19,422	15,626
08/04-09/03	15,251	16,853	15,471	19,692	16,550
09/04-09/09	14,597	16,215	14,273	18,211	15,445
09/04-10/03	15,293	17,162	15,011	18,038	16,242

	01年3月	02年3月	03年3月	04年3月	05年3月	06年3月	07年3月	08年3月	09年3月	10年3月
従業員数(人)	193	195	181	186	210	243	228	257	293	296
本社	50	54	52	51	56	58	66	74	72	70
販売	143	141	129	135	154	185	162	183	221	226
ブランド数	4	4	4	4	4	4	4	4	7	7
取引店舗数	169	179	170	171	193	182	172	178	177	177
直営店	69	72	61	63	75	69	65	82	86	97
ショップパートナー	8	10	14	16	15	18	14	13	10	7
ショップマスター	43	55	59	66	62	49	45	32	31	28
ショップオーナー	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1
買取店	46	39	33	24	38	43	47	50	49	44
(内FC)	(37)	(30)	(23)	(18)	(17)	(11)	(11)	(11)	(11)	(13)

# 1 1. 店頭売上実績昨年対比伸び率

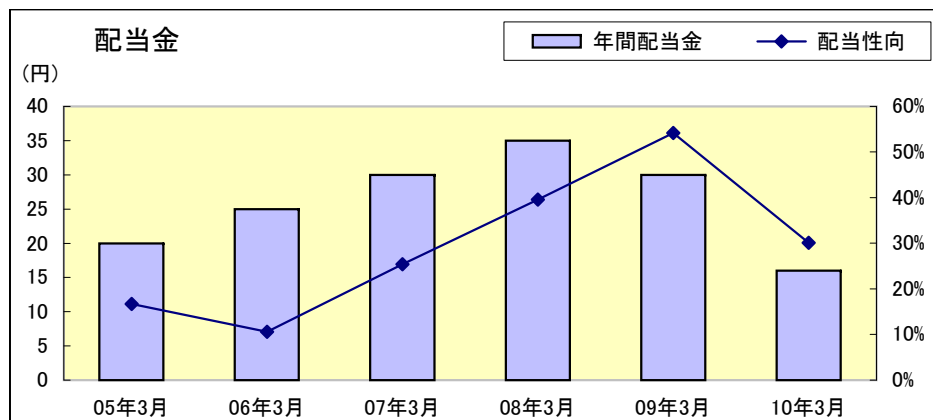
	既存店	全店
2008/ 4月	-19.1%	-13.9%
2008/ 5月	-18.9%	-13.4%
2008/ 6月	-20.7%	-15.7%
2008/ 7月	-10.3%	-4.6%
2008/ 8月	-1.6%	5.9%
2008/ 9月	-9.1%	-3.3%
2008/ 10月	-18.5%	-16.9%
2008/ 11月	-16.4%	-15.7%
2008/ 12月	-22.0%	-19.2%
2009/ 1月	-26.5%	-25.3%
2009/ 2月	-13.2%	-15.0%
2009/ 3月	-22.7%	-22.4%
<b>2009年度</b>	<b>-17.2%</b>	<b>-13.9%</b>
2009/ 4月	-11.2%	-10.8%
2009/ 5月	-10.1%	-10.6%
2009/ 6月	-21.9%	-21.4%
2009/ 7月	-30.9%	-29.5%
2009/ 8月	-32.1%	-30.6%
2009/ 9月	-14.4%	-12.6%
2009/ 10月	-14.9%	-12.5%
2009/ 11月	-17.8%	-15.2%
2009/ 12月	-9.3%	-7.3%
2010/ 1月	-21.5%	-17.8%
2010/ 2月	-8.4%	-6.1%
2010/ 3月	-8.4%	-7.9%
<b>2010年度</b>	<b>-17.4%</b>	<b>-15.7%</b>



## 1 2. 配当金

(単位:円)

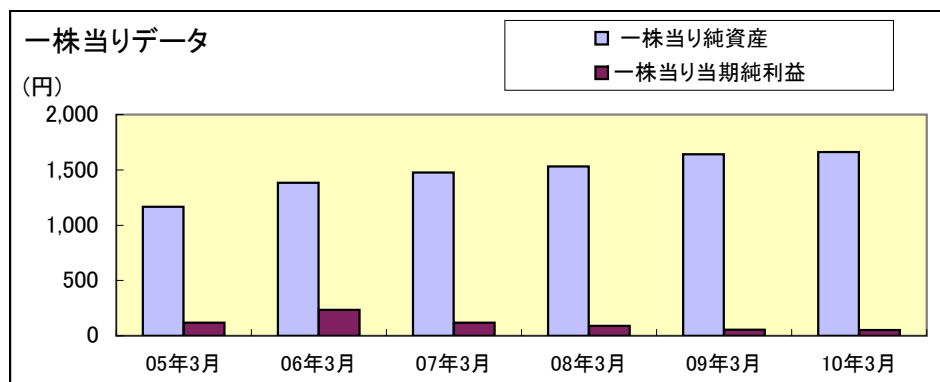
	05年3月	06年3月	07年3月	08年3月	09年3月	10年3月
年間配当金	20.00	25.00	30.00	35.00	30.00	16.00
配当性向	16.7%	10.6%	25.4%	39.6%	54.2%	30.1%



## 1 3. 一株当たりデータ

(単位:円)

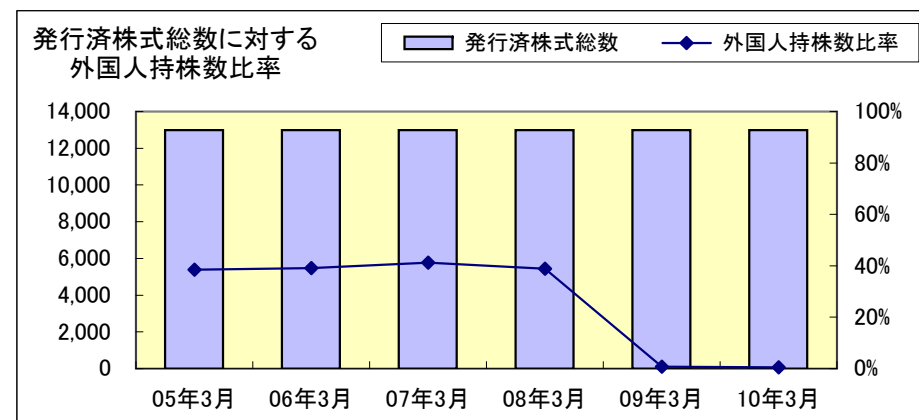
	05年3月	06年3月	07年3月	08年3月	09年3月	10年3月
一株当たり純資産	1,166.04	1,383.20	1,475.73	1,532.20	1,641.97	1,662.22
一株当たり当期純利益	119.89	235.30	118.27	88.45	55.31	53.13



## 1 4. 発行済株式総数

(単位:千株)

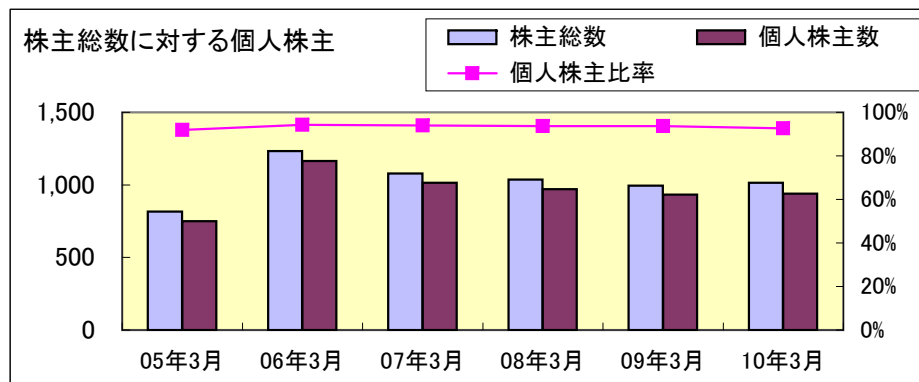
	05年3月	06年3月	07年3月	08年3月	09年3月	10年3月
発行済株式総数	12,984	12,984	12,984	12,984	12,984	12,984
外国人持株数	5,001	5,081	5,345	5,041	90	66
外国人持株数比率	38.5%	39.1%	41.2%	38.8%	0.7%	0.5%



## 1 5. 個人株主割合

(単位:人)

	05年3月	06年3月	07年3月	08年3月	09年3月	10年3月
株主総数	816	1,234	1,079	1,036	995	1,014
個人株主数	750	1,164	1,014	971	932	940
個人株主比率	91.9%	94.3%	94.0%	93.7%	93.7%	92.7%



## 1 6. 主要な経営指標等の推移

	28期	29期	30期	31期	32期	33期	34期	35期	36期
決算年月	02/03	03/03	04/03	05/03	06/03	07/03	08/03	09/03	10/03
売上高 (百万円)	10,311	9,079	10,000	10,251	9,851	9,502	8,732	7,704	6,384
営業利益 (百万円)	2,581	2,054	2,507	2,516	2,322	2,416	1,720	998	608
経常利益 (百万円)	2,605	2,093	2,557	2,583	2,450	2,606	1,930	1,136	701
当期純利益 (百万円)	1,605	1,262	1,471	1,543	3,027	1,521	1,137	554	419
資本金 (百万円)	2,589	2,589	2,589	2,589	2,589	2,589	2,589	2,589	2,589
発行済株式総数 (千株)	12,984	12,984	12,984	12,984	12,984	12,984	12,984	12,984	12,984
純資産額 (百万円)	11,495	12,542	13,795	15,003	17,796	18,985	19,711	12,964	13,123
総資産額 (百万円)	13,951	14,400	15,841	16,769	19,973	20,570	21,186	14,174	14,026
在庫高 (百万円)	337	380	409	375	299	340	557	424	350
在庫月数 (月)	0.39	0.50	0.49	0.44	0.36	0.43	0.77	0.66	0.66
自己資本比率 (%)	82.4	87.1	87.1	89.5	89.1	92.3	93.0	91.5	93.6
使用総資本営業利益率 (%)	18.0	14.5	16.6	15.4	12.6	11.9	8.2	5.6	4.3
株主資本利益率 (%)	13.6	10.5	11.2	10.7	18.5	8.3	5.9	4.2	3.2
1株当り純資産額 (円)	887.44	969.87	1,069.69	1,166.04	1,383.20	1,475.73	1,532.20	1,641.97	1,662.22
1株当り配当額 (円)	15.0	15.0	20.0	20.0	25.0	30.0	35.0	30.0	16.0
1株当り当期純利益 (円)	123.9	97.6	113.9	119.9	235.3	118.3	88.5	55.3	53.1
期末株主総数	919	943	728	816	1,234	1,079	1,036	995	1,014
外国人持株数 (千株) (比率%)	2,455 (18.9)	3,595 (27.7)	4,882 (37.6)	5,001 (38.5)	5,081 (39.1)	5,345 (41.2)	5,041 (38.8)	90 (0.7)	66 (0.5)
従業員数 (人)	195	181	186	210	243	228	257	293	296

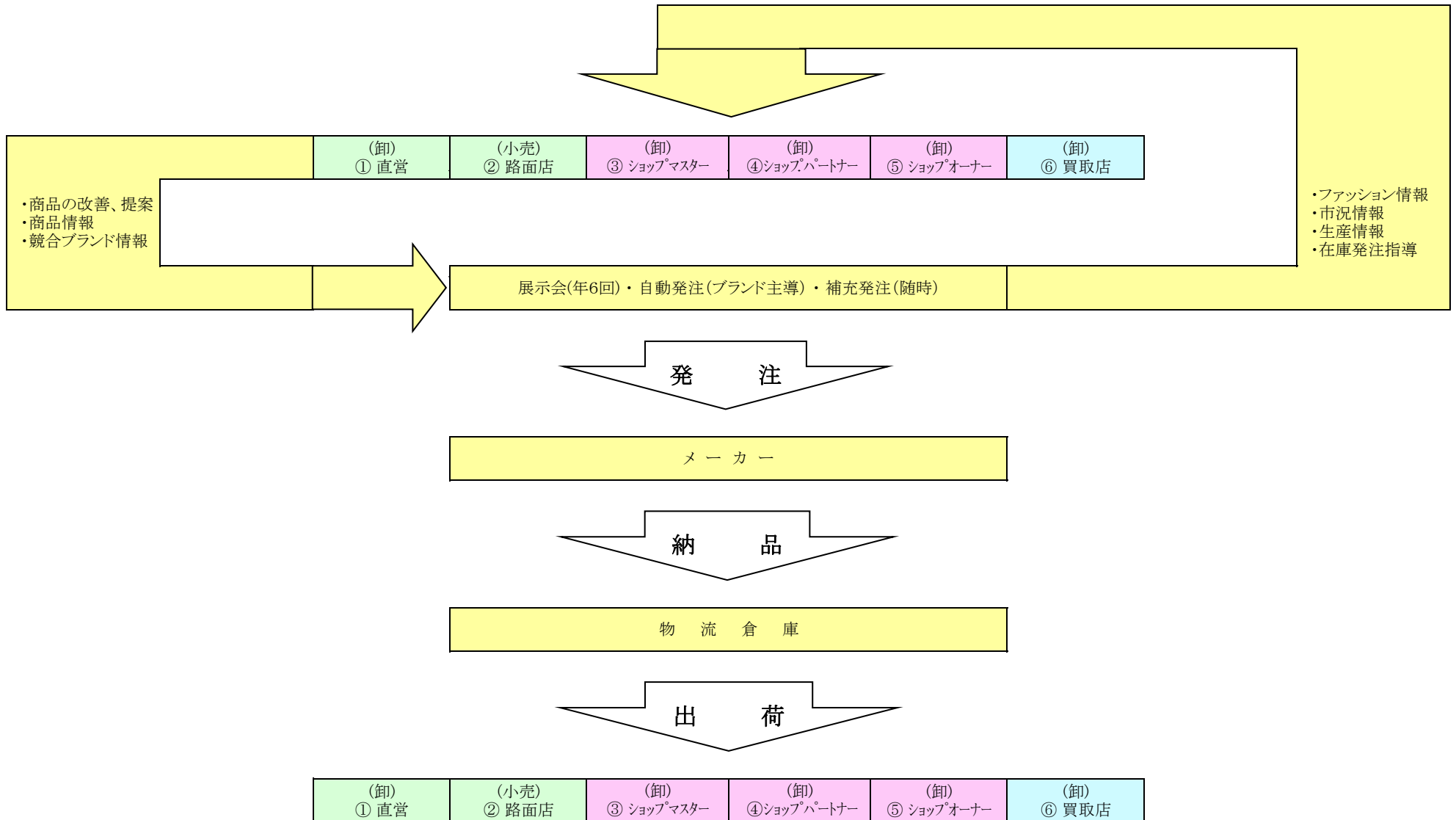
### 株式分割 (無償交付) 一覧表

公募 90年11月	92年5月、2割分割	95年5月、2割分割	97年5月、2割分割	01年5月、2割5分分割
@ ¥ 2, 1 8 2	1,000株→1,200株	1,200株→1,440株	1,440株→1,728株	1,728株→2,160株
	3,000株→3,600株	3,600株→4,320株	4,320株→5,184株	5,184株→6,480株

### 権利落ち価格

@ ¥ 2, 1 8 2	¥1,818	¥1,515	¥1,263	¥1,010
--------------	--------	--------	--------	--------

# 17. 卑 弥 呼 発 注 シ ス テ ム



## 18. ショップマスター・ショップパートナー・ショップオーナー制度

### ☆ショップマスター制度とは

会社が準備した店舗(百貨店)の運営をお任せする販売委託制度です。  
担当ブランドと相談しながら店舗を運営、販売高に応じて手数料が入ります。

### ☆ショップパートナー制度とは

会社が準備した店舗(ファッションビル・駅ビル)の運営をお任せする販売委託制度です。  
担当ブランドと相談しながら店舗を運営、販売高に応じて手数料が入ります。

### ☆ショップオーナー制度とは

会社が店舗と設備を貸与し、商品はショップオーナーの買取りにより店頭運営を一任する制度です。

### ☆ショップマスター制度・ショップパートナー制度・ショップオーナー制度の比較

	ショップマスター制度	ショップパートナー制度	ショップオーナー制度
資格	社員又は会社が認めた者 販売・営業経験5年以上 所有当社株式:1000株	社員・会社が認めた者 販売・営業経験5年以上 所有当社株式:1000株	社員・会社が認めた者 SM・SPの経験3年以上 所有当社株式:1000株
収入	販売高に応じた手数料(定率)	販売高に応じた手数料(定率)	販売収益
場所	百貨店	ファッションビル・駅ビル・地下街等	ファッションビル・駅ビル・地下街等
店舗施設	卑弥呼が出店、設備は百貨店負担	卑弥呼が出店、設備は卑弥呼負担	卑弥呼が出店、設備を貸与
負担	伝票等備品 電話料等通信費 ソフトの賃貸料	伝票等備品 電話料等通信費 ソフトの賃貸料 レジ相違 在庫ロス	賃借料・設備使用料 その他営業費用 伝票等備品 電話料等通信費 ソフトの賃貸料 レジ相違
商品	卑弥呼の商品を販売店管理 リスクなし(返品制度あり)	卑弥呼の商品を販売店管理 リスクなし(返品制度あり)	卑弥呼の商品を買取り リスクあり
在庫基準	1.5ヶ月	1.5ヶ月	1.5ヶ月
貸付金	なし	なし	原則なし
販売員の雇用	自己の責任・負担において雇用	自己の責任・負担において雇用	自己の責任・負担において雇用
契約期間	原則1年・自動延長 (3年後には新規SOへの移行期待) 期待水準に達しない場合は解除	原則1年・自動延長 (3年後には新規SOへの移行期待) 期待水準に達しない場合は解除	原則1年・自動延長 期待水準に達しない場合は解除
勤務店舗	異動の可能性あり	異動の可能性あり	異動の可能性あり

全制度とも「のれん分け方式」の独立支援制度ですが、ショップオーナーの方がより独立色を強めた制度といえ、また店舗運営能力を要求され商品リスクを負わなければならない反面、メリットもより大きくなっています。