

# 2024年2月期 決算説明資料



2024年4月9日

Can★Do

(証券コード:2698)

<https://www.cando-web.co.jp>

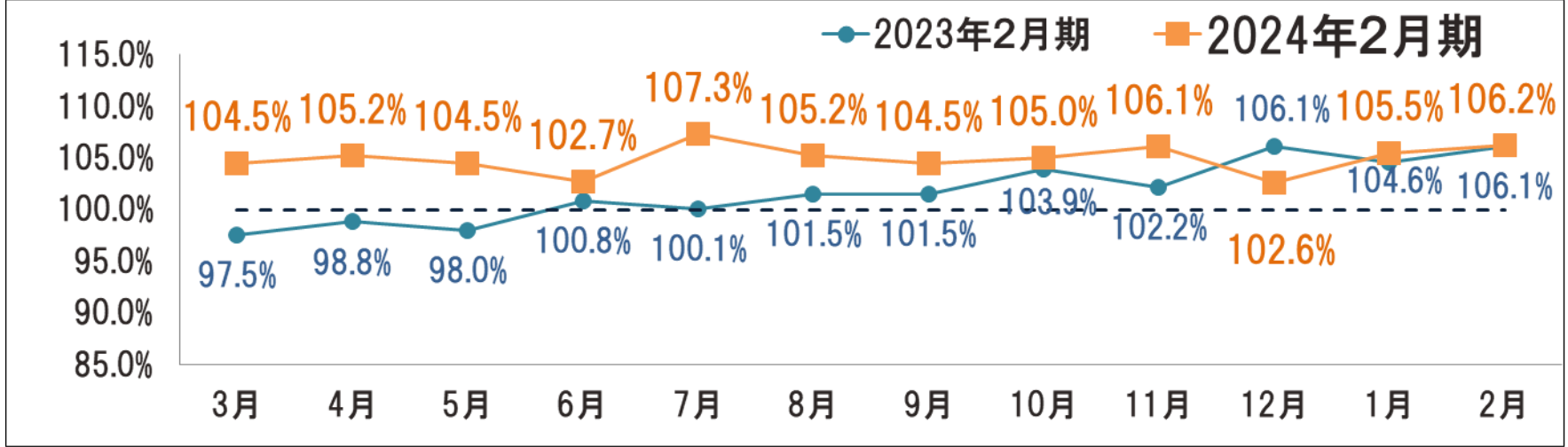
プラス与件	マイナス与件
<p data-bbox="285 805 432 865">当 社</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・節約志向による当社既存店売上高の増加</li><li>・他価格帯商品のニーズ上昇</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・人員不足の顕在化</li><li>・インフレによる原材料等の高騰</li><li>・為替相場が円安基調で推移</li></ul>

(単位:百万円、%)

	2021年11月期 (2020/12-2021/11)		2023年2月期 (2021/12-2023/2)		2024年2月期 (2023/3-2024/2)	
	金額	率	金額	率	金額	率
売上高	73,130	100.0	93,150	100.0	80,357	100.0
売上総利益	27,987	38.3	35,020	37.6	29,621	36.9
営業利益	964	1.3	538	0.6	242	0.3
経常利益	1,034	1.4	633	0.7	296	0.4
親会社株主に帰属 する当期純利益	194	0.3	▲ 343	▲ 0.4	▲ 459	▲ 0.6
一株当たり 当期純利益	12.21 円		▲ 21.53 円		▲ 28.74 円	
会計期末 店舗数	1,180 店舗		1,245 店舗		1,258 店舗	

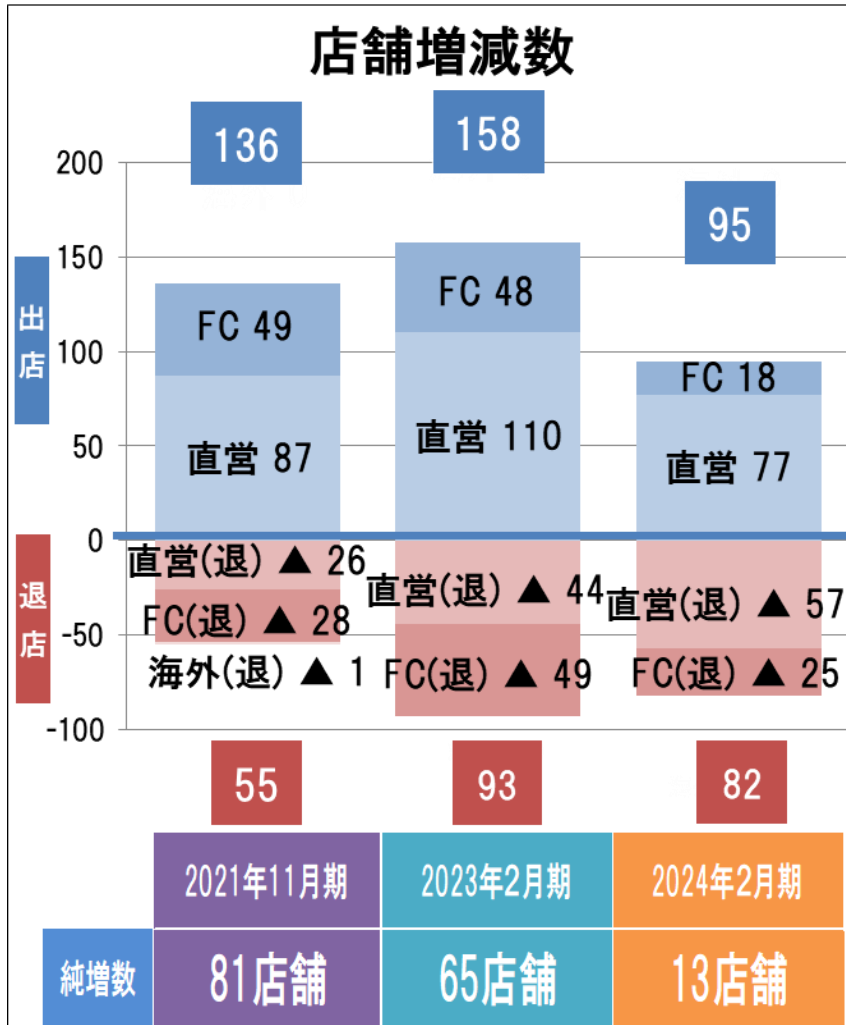
(※) 決算期変更に伴い、2023年2月期は15ヶ月間となります。

# 既存直営店売上高 前年比推移(月次)



<p style="text-align: center; font-weight: bold;">2024年 2月期</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・通期 104.9%</li> <li>・4Q三ヶ月間 104.6%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インフレ進行に伴う生活防衛意識の高まりとお客さまニーズに沿った趣味趣向品による集客増</li> <li>・外出・イベント・旅行の活性化</li> </ul>
--	--

## 出退店数の状況



### 出店・リニューアル

- 新規出店: 95店舗 (計画: 195/通期)  
直営77店舗(委託店含む)、  
FC18店舗  
※出店計画未達の理由は委託店及び  
キャンドゥセレクト店において出店が停滞
- リニューアル: 37店舗

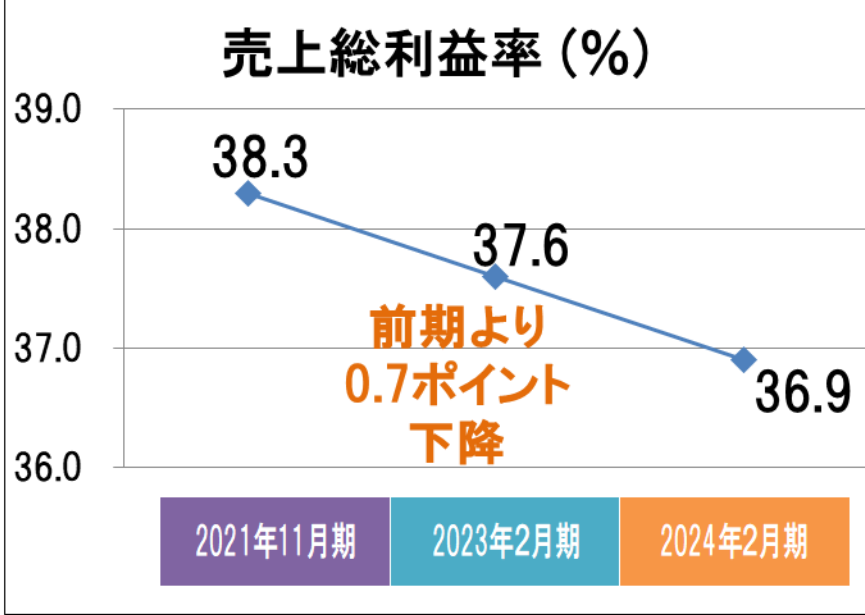
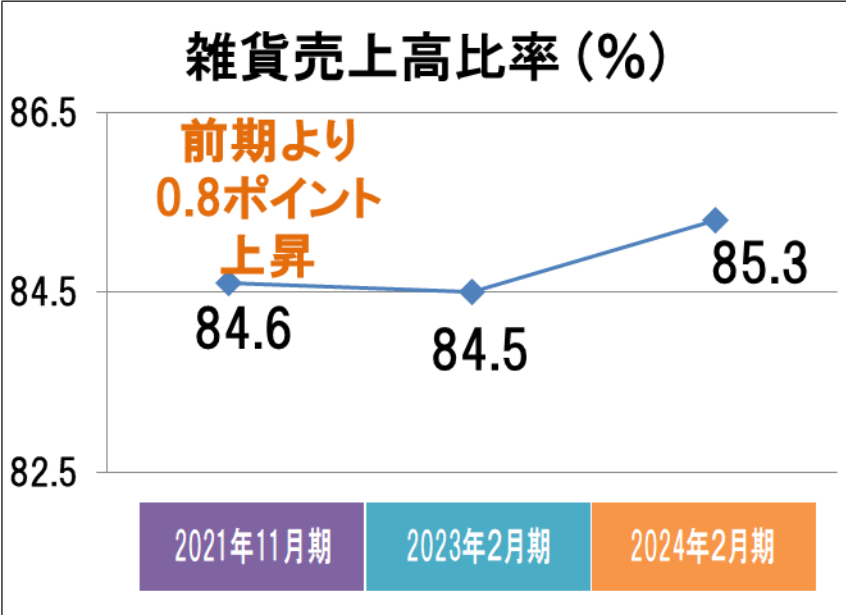
### 退店

- 82店舗 (計画: 108/通期)  
直営57店舗、  
FC25店舗

**【増減】直営 +20店舗、  
FC ▲7店舗、  
海外FC ±0店舗**

**1,258店舗**

# 売上総利益の内訳



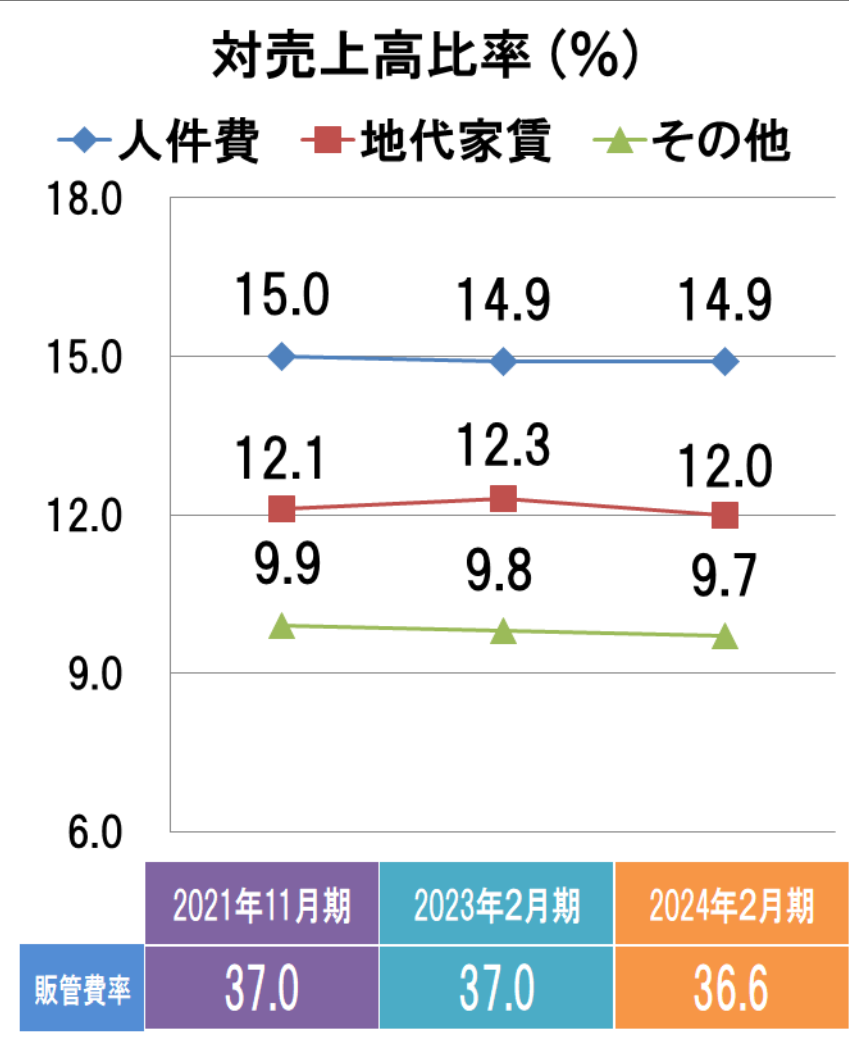
### 雑貨売上高比率の変動

- 他価格帯商品の売上比率増加

### 売上総利益率の変動

- 円安進行
- エネルギー価格や原材料の上昇

# 販管費の内訳



## 人件費

- ・労働時間数の増加を伴わない売上高増加による人件費率維持

## 地代家賃

- ・売上高の伸長に伴い地代家賃比率が低下

## その他販管費

- ・クレジット等手数料、母店販促費増
- ・支払手数料、旅費交通費の増加

販管費率▲0.4ポイント

# 連結貸借対照表の状況

(単位:百万円)	2023年 2月期	2024年 2月期	前年 増減額		2023年 2月期	2024年 2月期	前年 増減額
流動資産合計	14,243	15,477	1,233	流動負債合計	11,387	13,900	2,513
現金及び預金	3,050	2,831	▲ 218	仕入債務	9,035	8,011	③ ▲ 1,023
売上債権・未収入金	3,139	3,666	① 527	その他流動負債	2,352	5,888	④ 3,536
商品	7,383	8,338	② 954	固定負債合計	4,727	4,563	▲ 163
その他流動資産	670	640	▲ 30	退職給付に係る負債	2,321	2,322	0
有形固定資産合計	6,258	6,383	125	資産除去債務	1,885	1,806	▲ 78
建物及び構築物	5,180	5,240	59	負ののれん	161	123	▲ 38
その他有形固定資産	1,077	1,142	65	その他固定負債	358	310	▲ 47
無形固定資産合計	314	283	▲ 31	負債合計	16,114	18,463	2,349
投資その他の資産合計	7,396	7,707	311	資本金	3,028	3,028	0
敷金及び保証金	5,557	5,673	115	資本剰余金	3,089	3,103	14
その他投資その他の資産	1,838	2,033	195	利益剰余金	6,991	6,272	▲ 718
固定資産合計	13,968	14,373	405	自己株式	▲ 1,138	▲ 1,117	20
資産合計	28,212	29,851	1,638	その他の包括利益累計額	127	100	▲ 27
				新株予約権	0	0	0
				純資産合計	12,097	11,387	▲ 710
				負債純資産合計	28,212	29,851	1,638

※対前年増減額が大きな項目について、その主なものを以下に記載

- ① 未収入金の増加 454百万円
- ② 商品の増加 954百万円
- ③ 電子記録債務の減少 1,301百万円、買掛金の増加 278百万円
- ④ 短期借入金の増加 3,000百万円



# 設備投資の状況

「ライフスタイル提案型ショップ(New Can★Do)」フォーマットによる新規出店・リニューアルを推進しました。また、生産性向上を図るべく、情報システム関連投資の検討を進めております。

(単位:百万円)

	2023年2月期	2024年2月期
設備投資額	1,225	2,254
減価償却費	1,405	1,022

## ◆主な設備投資内訳

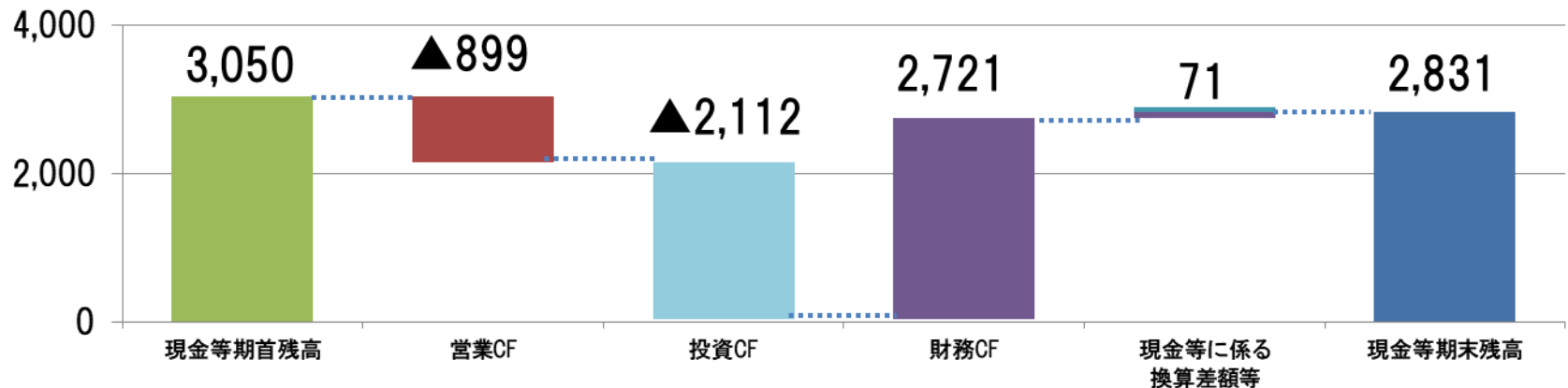
(単位:百万円)

	2023年2月期	2024年2月期
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	1,174	(※) 2,148
情報システム関連投資	51	106
合計	1,225	2,254

(※)1案件あたりの設備投資金額抑制施策効果も含む

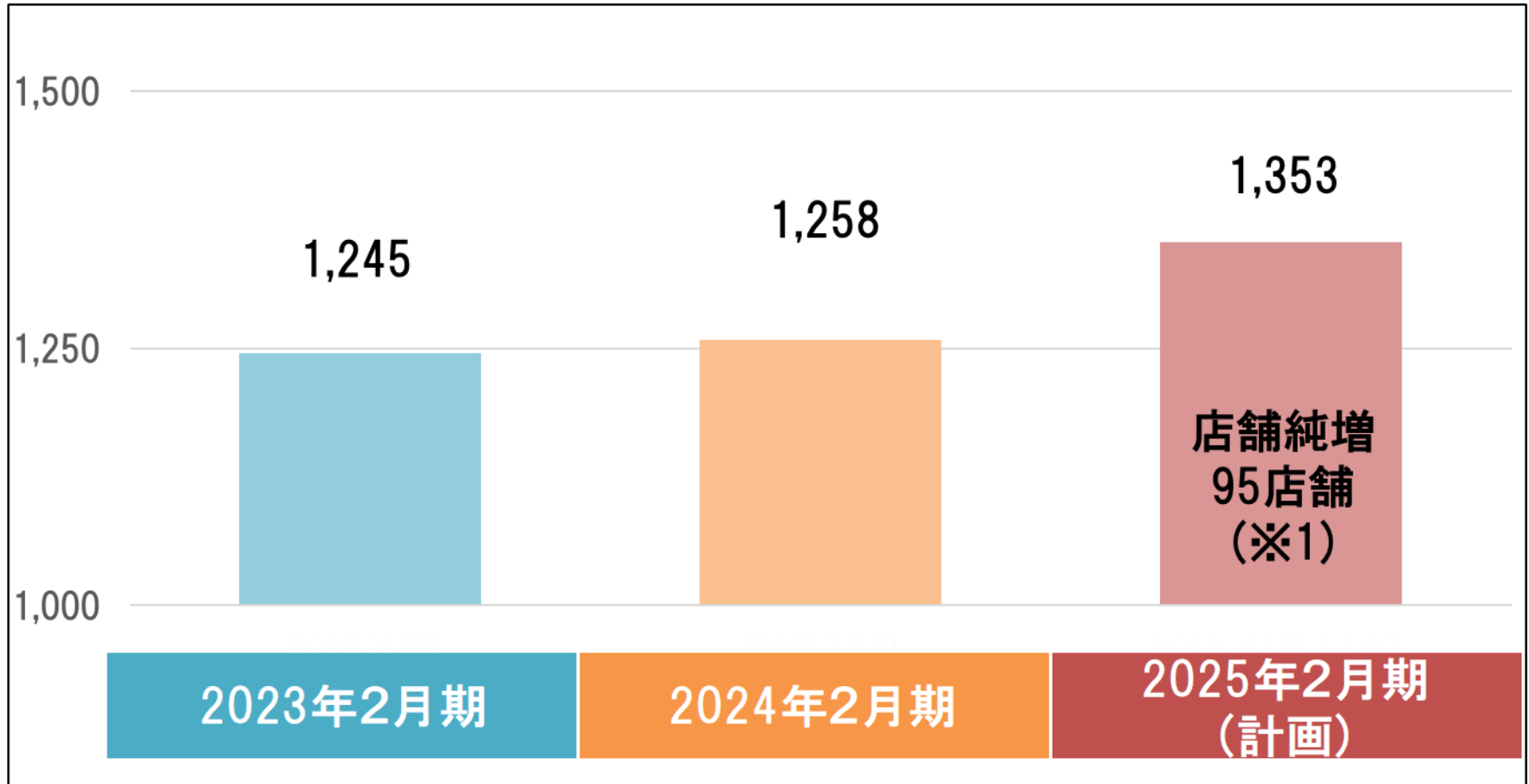
# 連結キャッシュ・フローの状況

(単位:百万円)	2023年2月期	2024年2月期	増減
営業キャッシュ・フロー	906	▲ 899	▲ 1,806
投資キャッシュ・フロー	▲ 1,536	▲ 2,112	▲ 575
財務キャッシュ・フロー	519	2,721	2,201
現金・現金同等物換算差額等	0	71	70
現金・現金同等物期首残高	3,159	3,050	▲ 109
現金・現金同等物期末残高	3,050	2,831	▲ 218



## ●営業キャッシュ・フローの内訳●

税金等調整前当期純利益▲337百万円に対して、  
 加算項目は減価償却費1,022百万円、未払金の増加150百万円  
 減算項目は仕入債務の減少1,005百万円、未収入金の増加412百万円等



(※1) 出店：170店舗、退店：75店舗

(※2) 2024年4月8日に適時開示した「2024年3月度 月次売上高前年比速報」の注記にある  
キャンドウセレクト40店舗は上記には含まれておりません

(単位:百万円、%)

	2024年2月期 (2023/3-2024/2)		2025年2月期 (2024/3-2025/2) 業績予想		前年 同期比
	金額	率	金額	率	
売上高	80,357	100.0	85,000	100.0	105.8
営業利益	242	0.3	450	0.5	185.2
経常利益	296	0.4	500	0.6	168.8
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲ 459	▲0.6	40	0.0	—

# 2025年2月期の取り組み

方針：イオングループとの協業によるお客さま満足最大化

「販路の拡大」

- ・ [出店]利益が出る出店でお客さまの利便性の向上
- ・ [既存店]既存店の改装で利益体質を強化してお客さまの利便性を更に向上

「商品・ブランドの差別化」

- ・ [商品]お客さまから支持される商品の追求
- ・ [ブランド]品揃えと発信を確立した新たなライフスタイル提案型ショップへの進化

「企業価値の向上」

- ・ [成長]イオングループとのシナジーによる成長性の確立
- ・ [利益]デジタルシフトによる生産性の飛躍的な改善

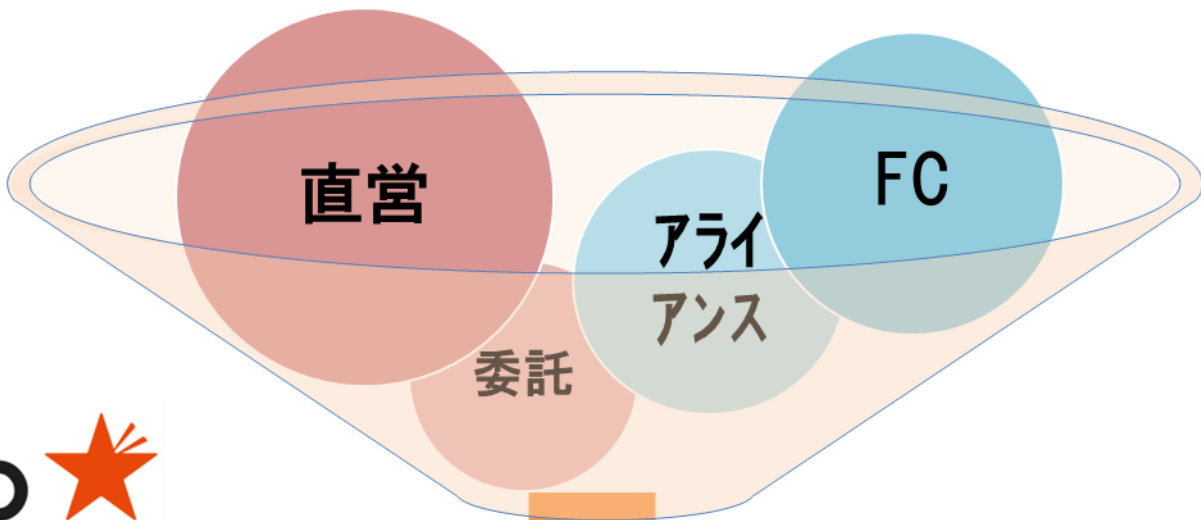
イオングループとのシナジーを最大化＝成長と利益確保の両立

2024年2月期全社方針：「成長と生産性向上による利益確保」

# 2025年2月期の具体的取り組み：I

## 『販路の拡大』

お客さまからの期待を超える店舗づくりの追求と  
マルチフォーマットの活用によるグループ内外のシェア拡大



CanDo★

お客さまの期待を超える店舗づくり



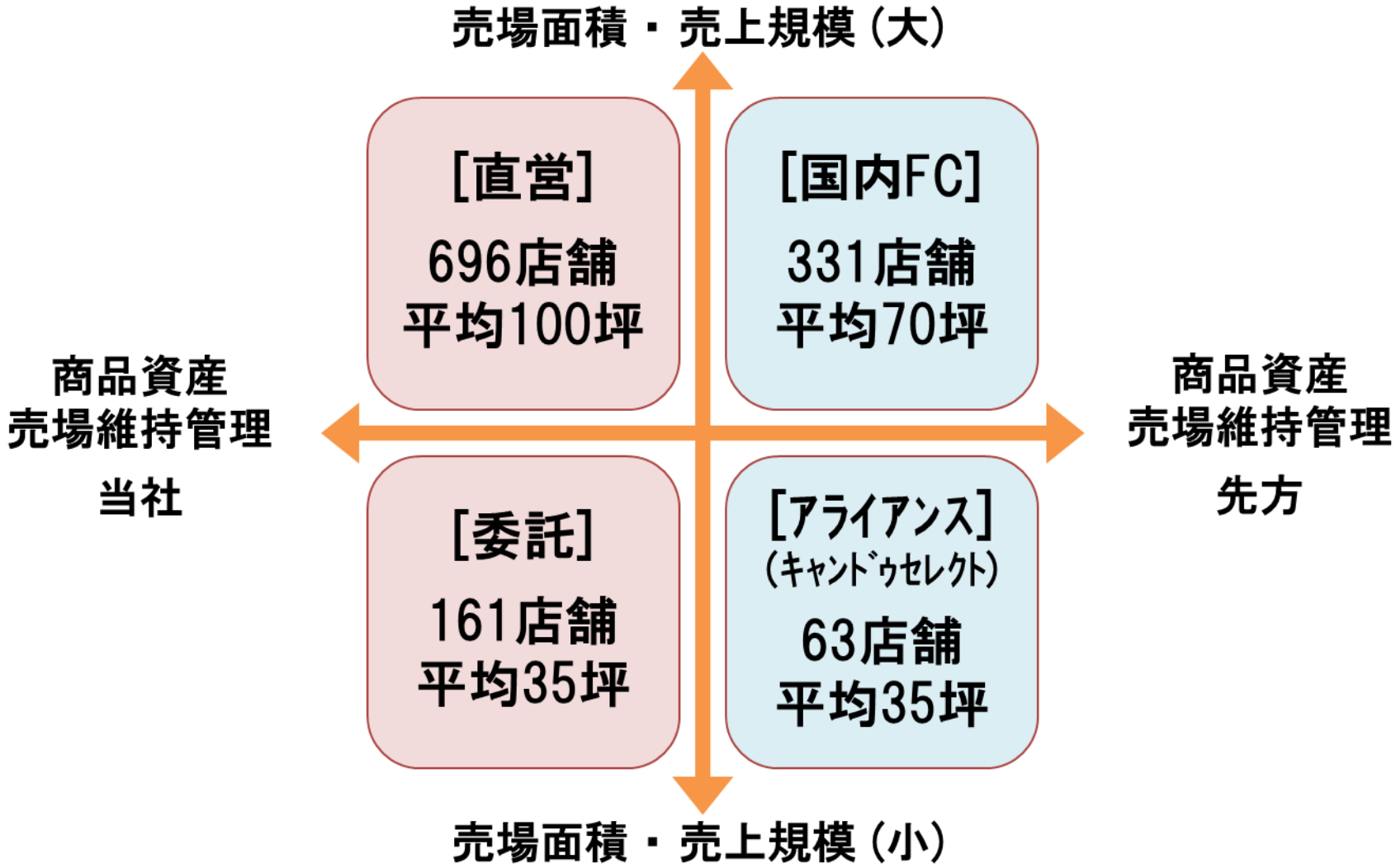
マルチフォーマットの活用

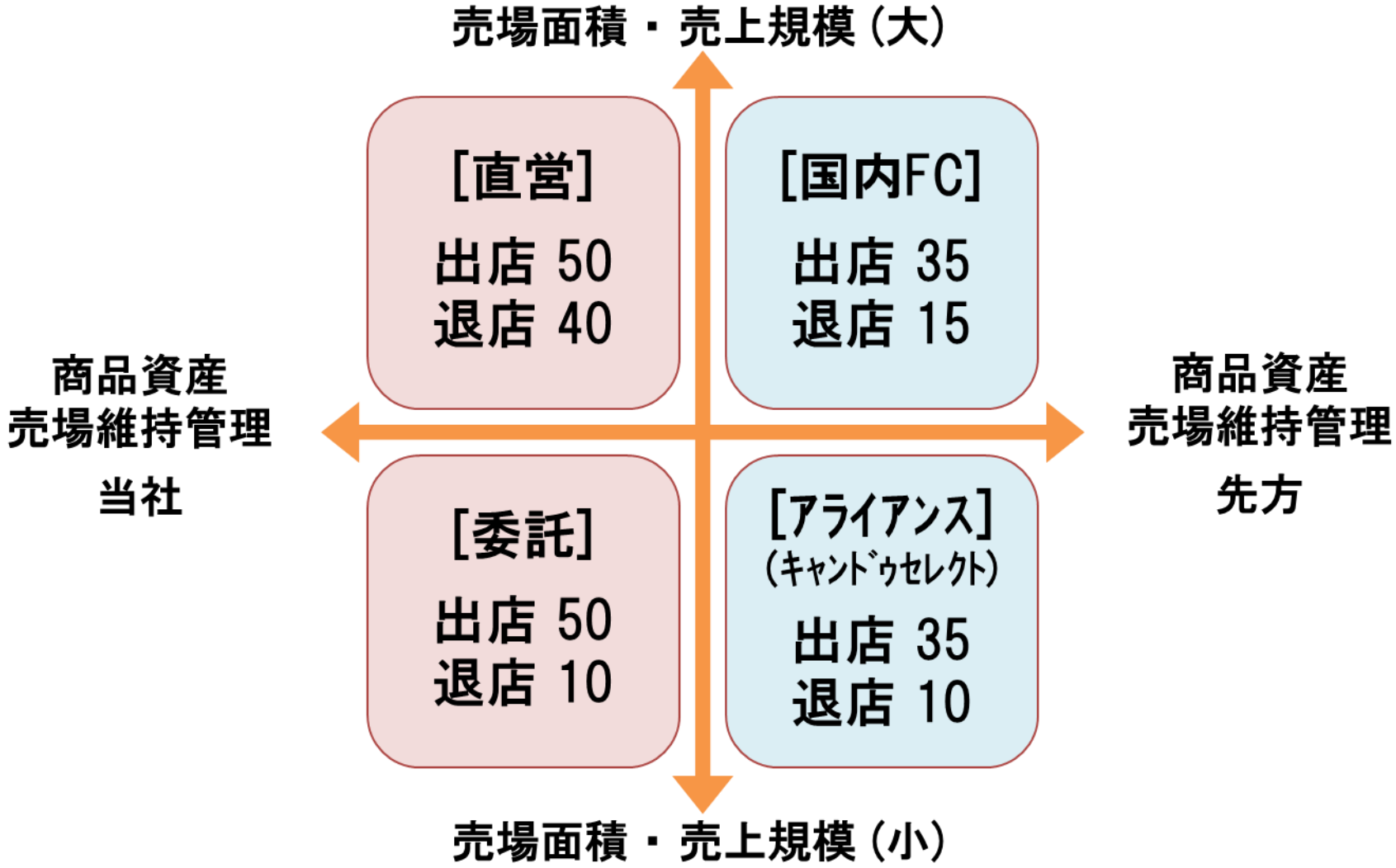


シェア拡大









**CeeU Yokohama店**  
(神奈川県・2023年12月15日オープン・120坪)



## 西武新宿ぺぺ店

(東京都・2024年2月2日リニューアルオープン・150坪)



# 2025年2月期の具体的取り組み：Ⅱ

## 『商品・ブランドの差別化』

3つの商品開発方針を掲げ、差別化戦略を推進してまいります。

- ① 強化ターゲットに向けた商品開発
- ② 大型店に対応する品揃え
- ③ 生活防衛のための100円消耗品

## ① 強化ターゲットに向けた商品開発

### (1) Z世代に向けた商品開発

キャラクター



推し



メイク



SNS映え





## (2) 子育て世代に向けた商品開発

玩具



知育



レンジ調理グッズ



イベント商品



## (3) 団塊世代に向けた商品開発

便利グッズ



老眼鏡



介護用品



キッチン収納



## ② 大型店に対応する品揃え

園芸用品



ペット用品



工具・DIY



自転車・自動車用品



## ③ 生活防衛のための100円消耗品

キッチンタオル



アルミホイル



クラフトテープ



ゴムバンド





・フォロワー数は、2024年2月現在、81万人超

・国内企業ランキングは、81位(対象10,000社超)

・お洒落な画像による商品活用シーン提案

Thanks! 800k



オリジナルディズニー  
プリンセス



JR鉄道シリーズ



いちごアクセサリー



フェイスマスコット♡



- ・イメージ訴求のInstagramに対し、情報量を優先するX(旧Twitter)ですみ分け
- ・メディアで取り上げられた商品もリツイート
- ・推し活アイテムなどX(旧Twitter)ユーザーに親和性の高い商品を紹介

KAIJUシリーズ



デコレーション  
ビジュ



コジコジシリーズ



細密ウッドクラフト



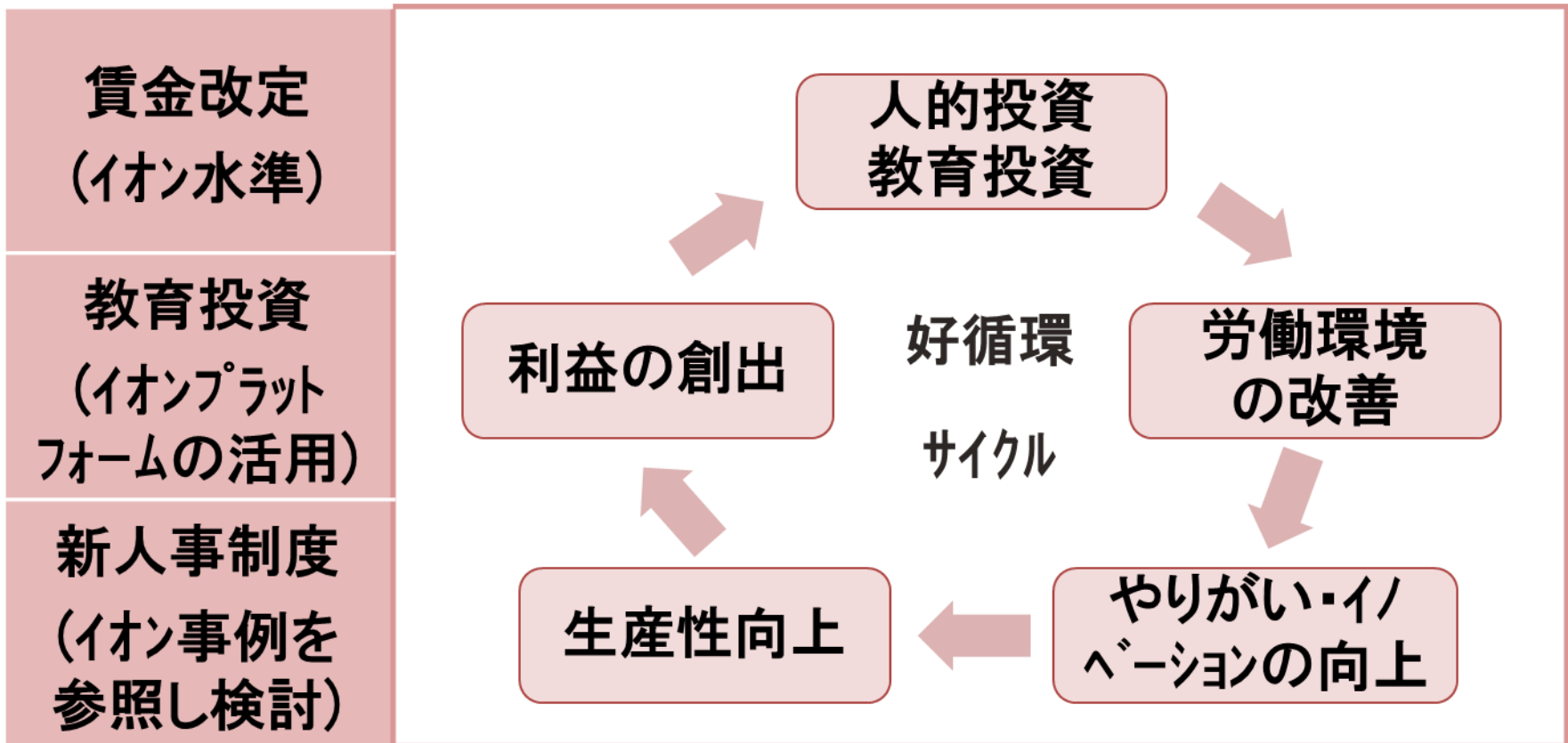
## 店舗運営統一による生産性の向上

品揃え	本部主導による 確実性の高い品揃えの更なる推進
販促	「発見」・「発信」のコンセプトを可視化し お客さまへご提供
オペレーション	商品を安定してお客さまにお届けする 日々のオペレーション改善

# 2025年2月期の具体的取り組み：Ⅲ

## 『企業価値の向上』

## 生産性を高めるための人的資本への先行投資



# Appendix

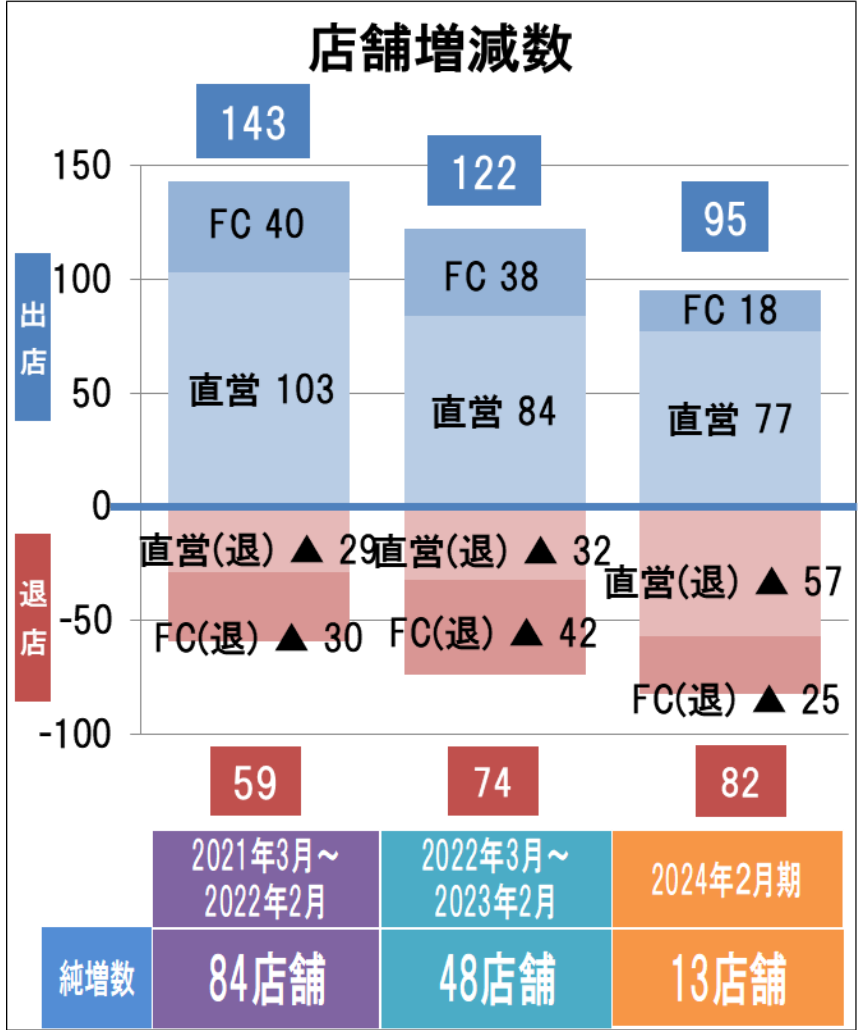
## 各期同月累計(3-2月)推移について

# 連結損益計算書(各期3～2月累計推移)



(単位:百万円、%)

	2021年3月～ 2022年2月		2022年3月～ 2023年2月		2024年2月期		前年 同月 (3～2月) 比
	金額	率	金額	率	金額	率	
売上高	72,435	100.0	75,005	100.0	80,357	100.0	107.1
売上総利益	27,739	38.3	28,055	37.4	29,621	36.9	105.6
営業利益	569	0.8	305	0.4	242	0.3	79.5
経常利益	635	0.9	380	0.5	296	0.4	77.9
親会社株主に帰属 する純利益	▲ 12	▲ 0.0	▲ 452	▲ 0.6	▲ 459	▲ 0.6	—
一株当たり 純利益	▲ 0.76 円		▲ 28.23 円		▲ 28.74 円		—
会計期末 店舗数	1,197 店舗		1,245 店舗		1,258 店舗		13店舗



### 出店・リニューアル

- 新規出店: 95店舗 (計画: 195/通期)  
 直営77店舗(委託店含む)、  
 FC18店舗  
 ※出店計画未達の理由は委託店及び  
 キャンドゥセレクト店において出店が停滞
- リニューアル: 37店舗

### 退店

- 82店舗 (計画: 108/通期)  
 直営57店舗、  
 FC25店舗

【増減】直営 +20店舗、  
 FC ▲7店舗、  
 海外FC ±0店舗

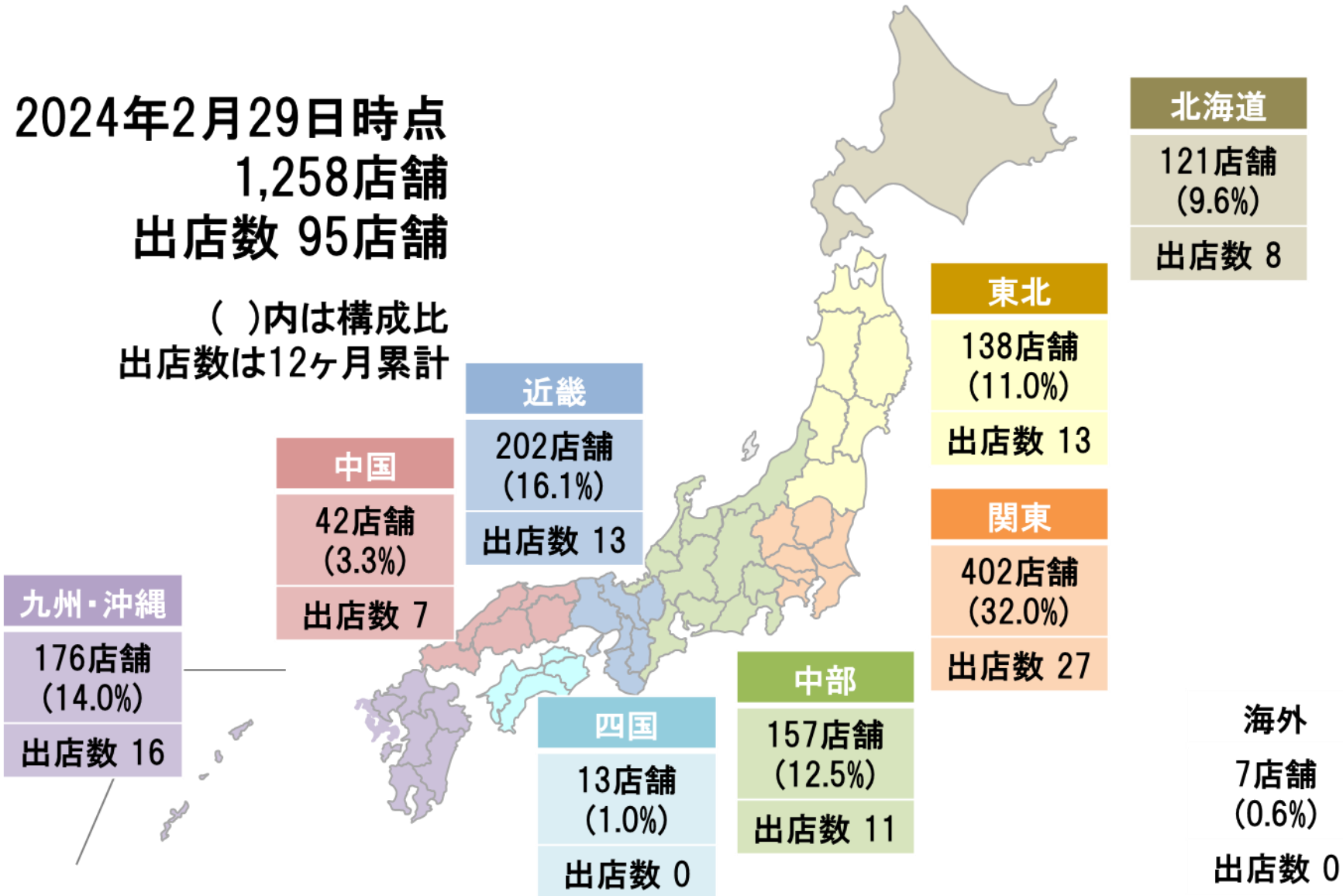
## 1,258店舗

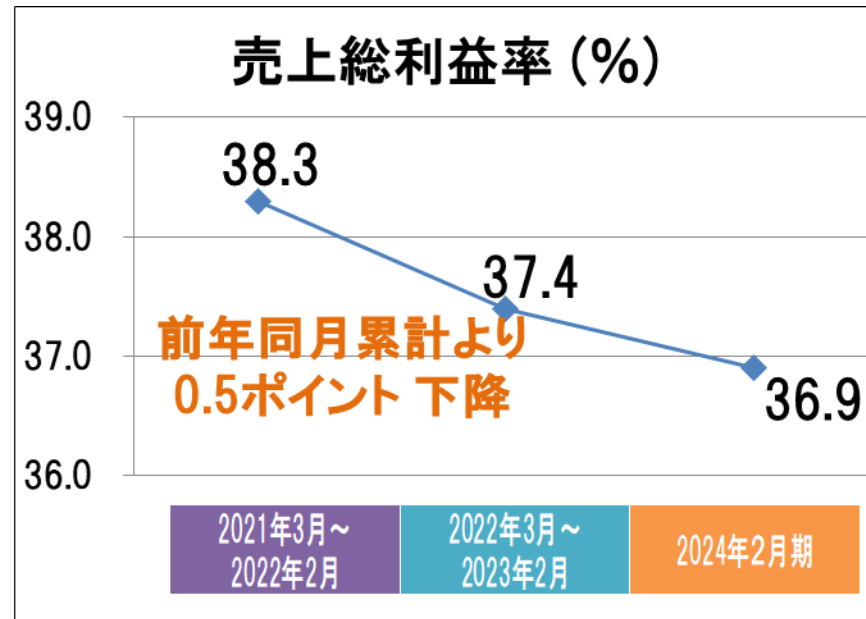
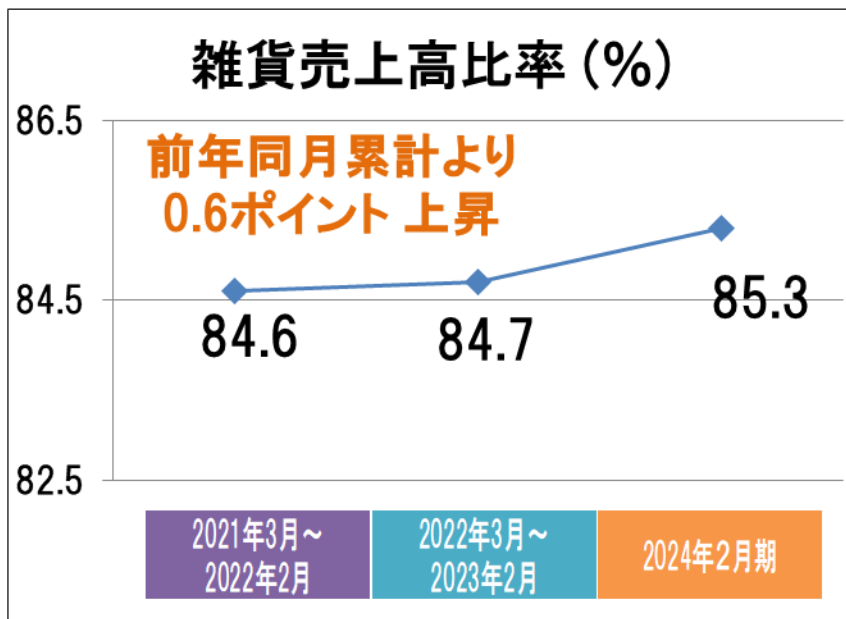


## 地域別出店状況

2024年2月29日時点  
1,258店舗  
出店数 95店舗

( )内は構成比  
出店数は12ヶ月累計



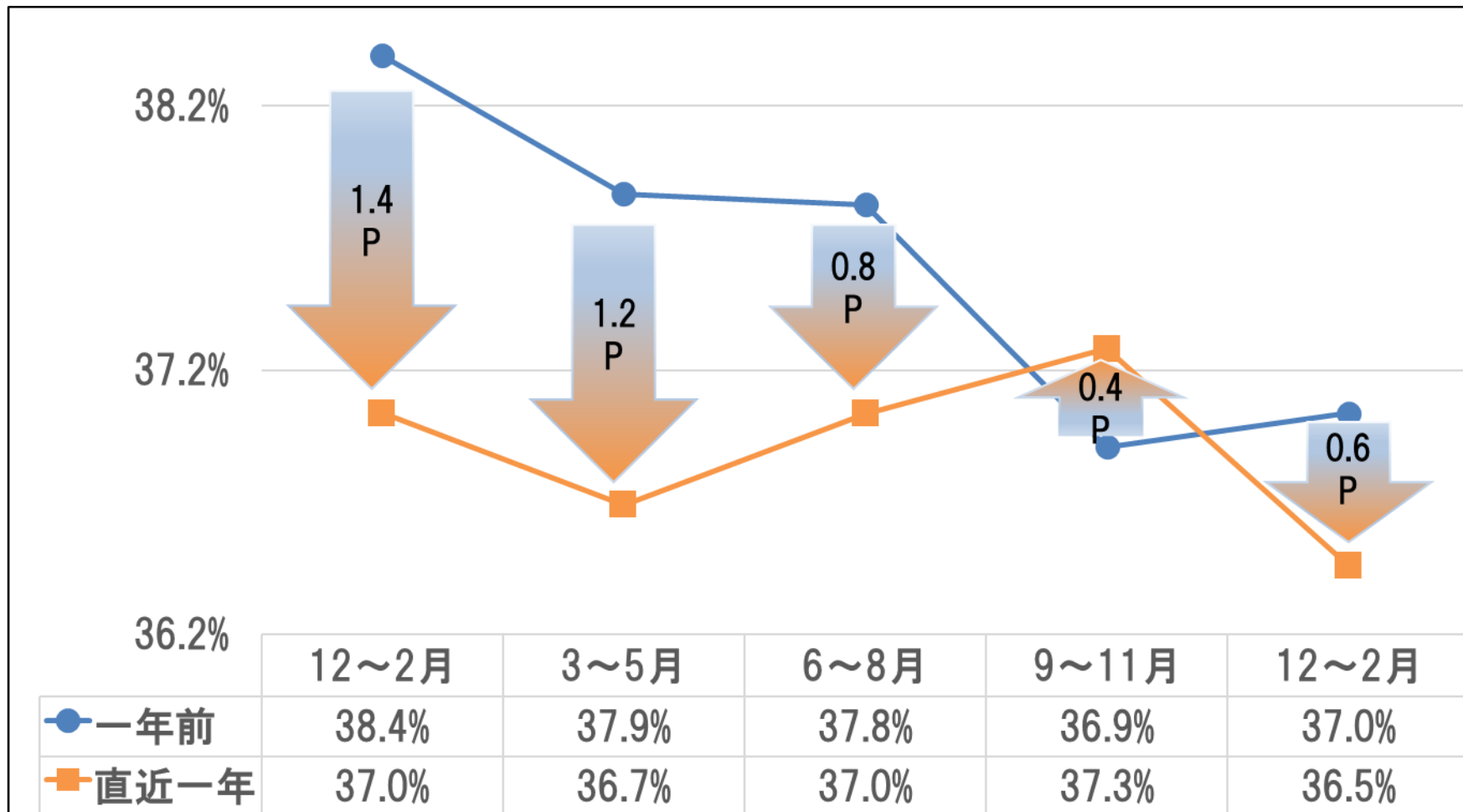


## 雑貨売上高比率の変動

- 他価格帯商品の売上比率増加
- 食品のニーズが復活

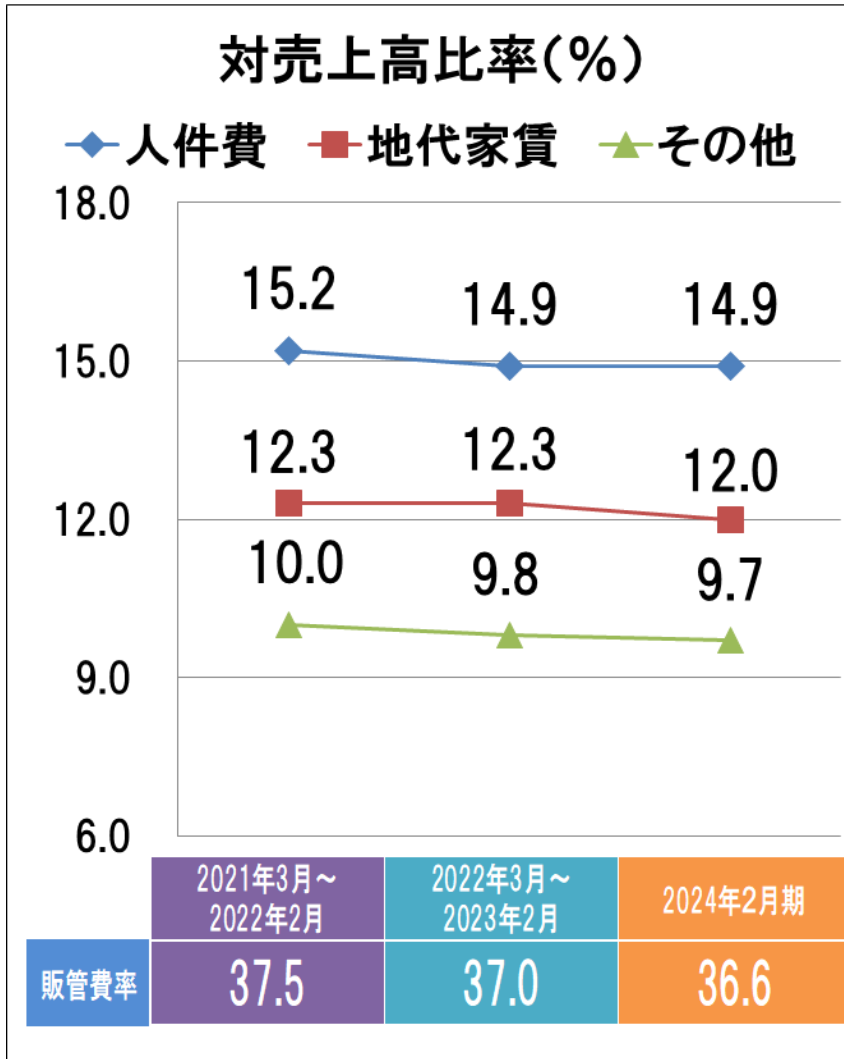
## 売上総利益率の変動

- 急激な円安進行
- エネルギー価格や原材料の上昇



2024年2月期4Qで、積極的な商品入替を前提にした商品廃棄を実施

## 販管費の内訳(各期3～2月累計推移)



### 人件費

- ・賃金政策による金額増も  
売上高増加により人件費率維持

### 地代家賃

- ・売上高の伸長に伴い  
地代家賃比率が減少

### その他販管費

- ・クレジット等手数料、母店販促費増
- ・旅費交通費、修繕費の増加

**販管費率▲0.4ポイント**

「ライフスタイル提案型ショップ(New Can★Do)」フォーマットによる新規出店・リニューアルを推進しました。また、生産性向上を図るべく、情報システム関連投資の検討を進めております。

(単位:百万円)

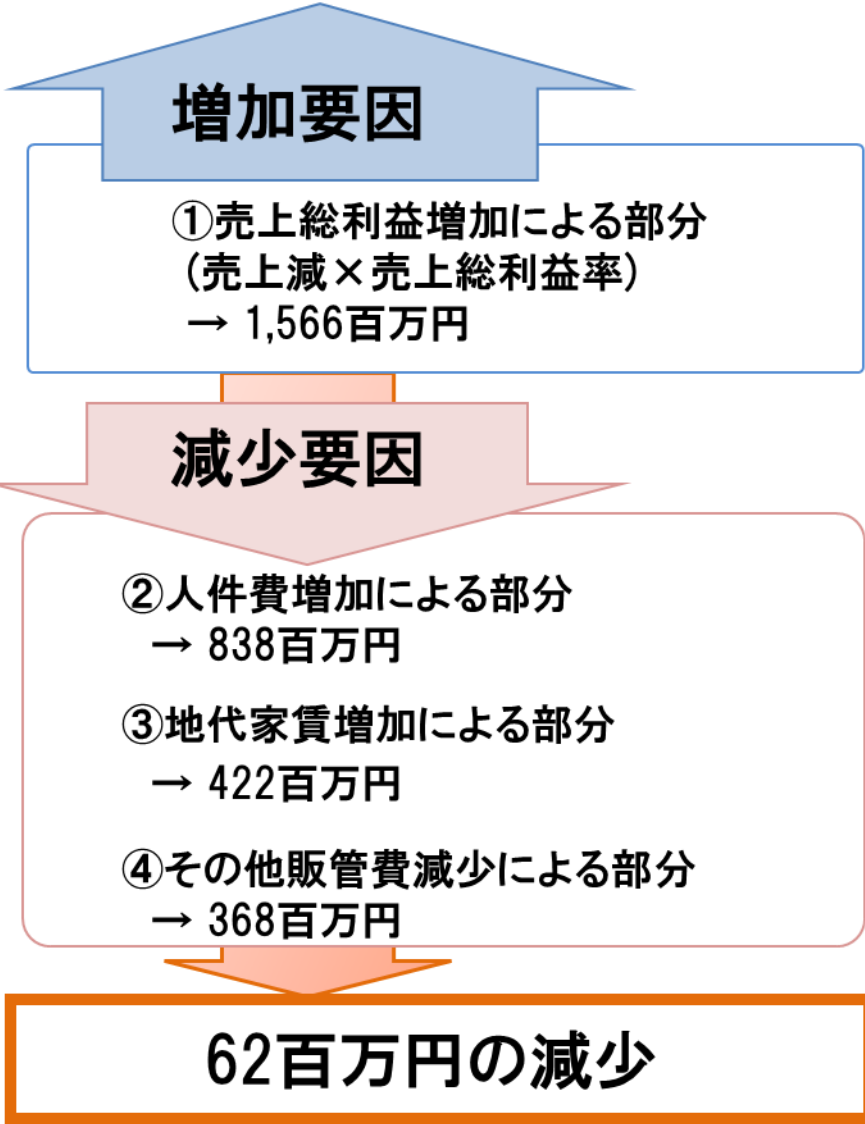
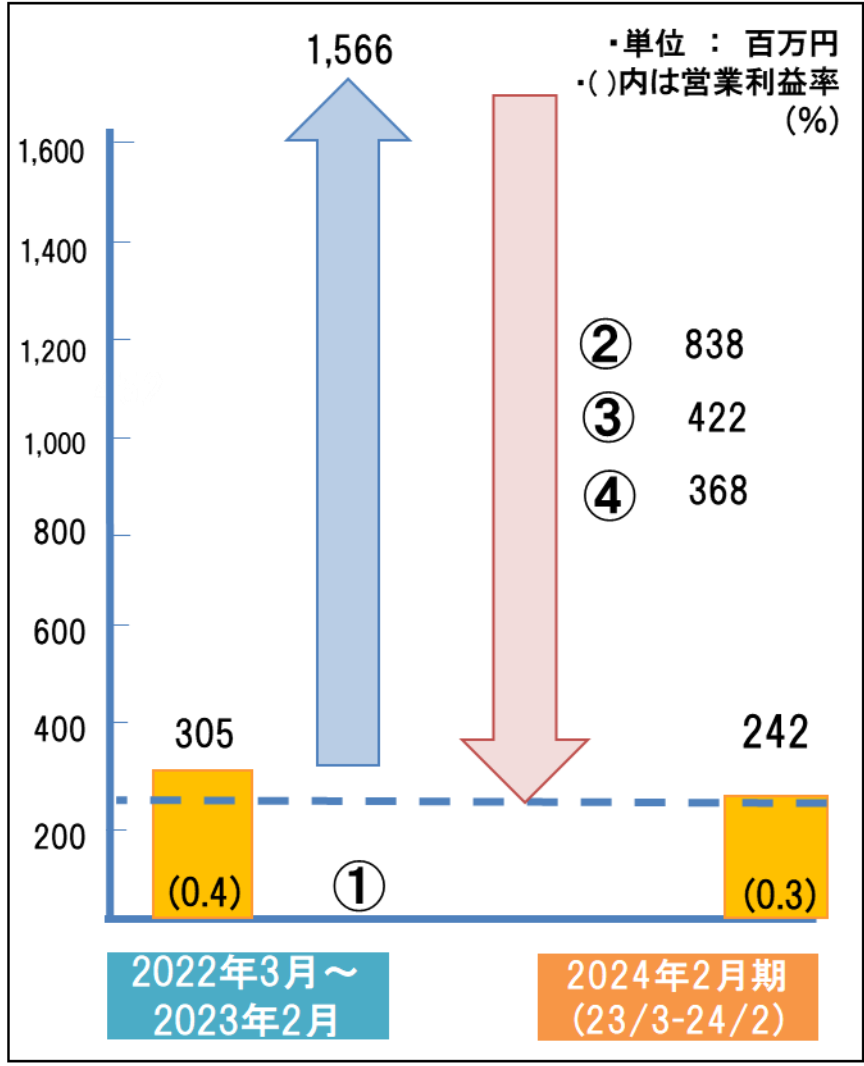
	2022年3月～2023年2月	2024年2月期	増減
設備投資額	1,143	2,254	1,111
減価償却費	1,129	1,022	▲ 106

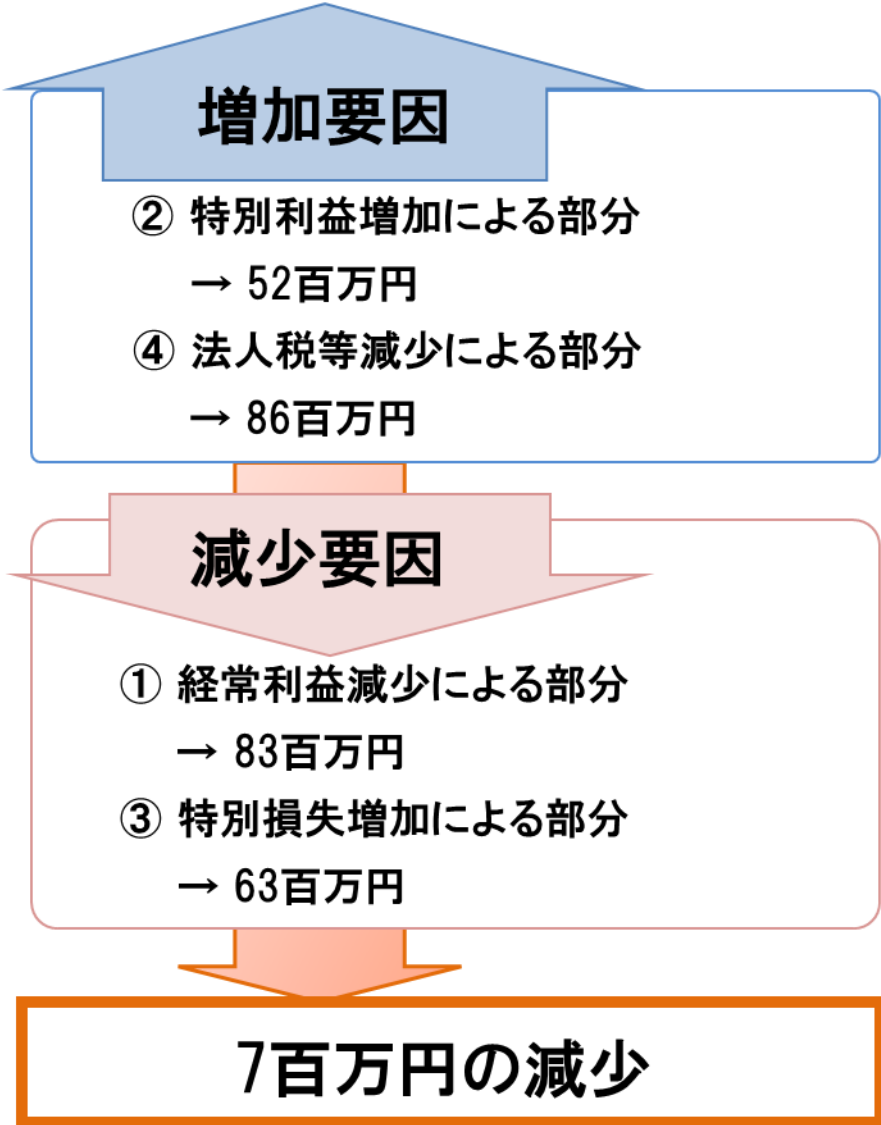
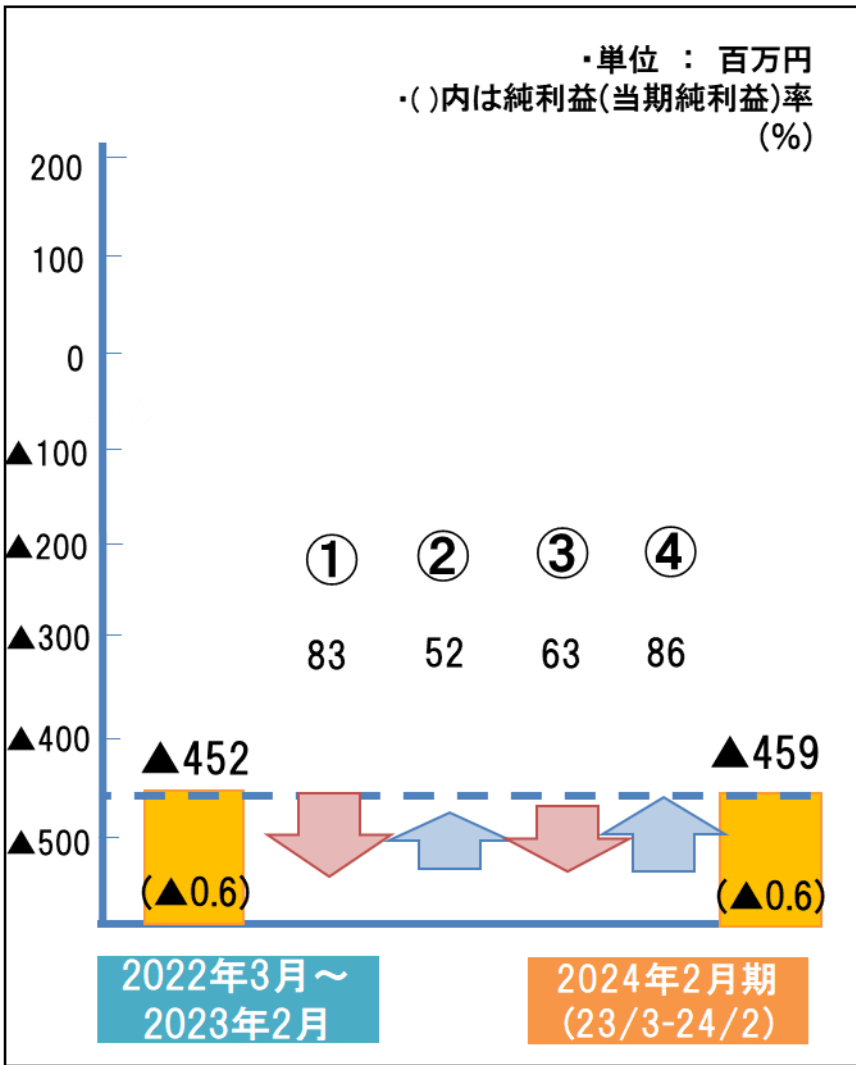
## ◆主な設備投資内訳

(単位:百万円)

	2022年3月～2023年2月	2024年2月期	増減
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	1,098	(※) 2,148	1,050
情報システム関連投資	45	106	61
合計	1,143	2,254	1,111

(※) 1案件あたりの設備投資金額抑制施策効果も含む





## 【 ご注意 】

本資料に掲載されている株式会社キャンドウの現在の計画、見通し、戦略、認識、評価、想定等のうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、リスクや不確実な要因を含んでおります。これらの情報は、現在入手可能な情報から株式会社キャンドウの経営者の判断に基づいて作成されております。

実際の業績は、様々な重要な要素により、業績見通しとは大きく異なる結果となりうるため、業績見通しのみにより全面的に依拠することはお控えいただくようお願いいたします。

また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。

投資に関する決定は、利用者ご自身の判断において行われるようお願い申し上げます。