

ビックカメラ

2006年8月期 決算説明会資料

2006年10月
株式会社ビックカメラ

1. 2006年8月期 決算概要
2. 2007年8月期 見通し
3. 成長戦略
4. 当社概要(ご参考)

1. 2006年8月期決算概要

売上高

- ソフマップの子会社化などにより 前期比大幅増収
- 当社新規店舗 藤沢店開店、既存店舗は堅調な推移

営業利益・経常利益

- 広告宣伝費、販売促進費、ポイント販促費の増加により減益

当期純利益

- 特別損失の減少で前期比大幅増益

2006年8月期決算ハイライト(連結)



売上高はソフマップが寄与、新規店舗 藤沢店開店、
 既存店舗も堅調に推移 ⇒ **2桁増の4,800億円超**
 経費増加により、営業利益・経常利益減益ながらも、
 特別損失大幅減少で当期純利益は **96.2%増**

(単位 百万円)

	2005年8月期		2006年8月期		
	金額	売上比	金額	売上比	前期比
売上高	433,186	—	480,453	—	+10.9%
営業利益	15,724	3.6%	12,084	2.5%	△23.1%
経常利益	14,717	3.4%	12,729	2.6%	△13.5%
当期純利益	3,062	0.7%	6,007	1.3%	+96.2%

2006年8月期決算ハイライト(単体)



売上高は既存店舗が堅調に推移 ⇒ **2.3%増**
 広告宣伝費、販売促進費、ポイント関連費用の
 一時的増加により、経常利益は **12.1%減**
 特別損失大幅減少で当期純利益は**倍増**

(単位 百万円)

	2005年8月期		2006年8月期		
	金額	売上比	金額	売上比	前期比
売上高	418,323	—	428,135	—	+2.3%
営業利益	14,952	3.6%	10,998	2.6%	△26.4%
経常利益	14,309	3.4%	12,574	2.9%	△12.1%
当期純利益	3,104	0.7%	6,587	1.5%	+112.2%

2006年8月期 <売上高> 増減・計画差異要因

ビックカメラ

(単位 百万円)

	2005年8月期	2006年8月期			
	金額	金額	前期比	計画差異	計画増減比
連結	433,186	480,453	+10.9%	+453	+0.1%
単体	418,323	428,135	+2.3%	△1,865	△0.4%

《連結》

■ ソフマップの半期寄与による大幅増収

⇒ 前期比10.9%増、計画達成

《単体》

■ 新規出店、2005年8月期出店店舗の年間寄与

■ 天候不順によるエアコン不振

⇒ 前期比2.3%増、計画比0.4%減

2006年8月期 <経常利益> 増減・計画差異要因



(単位 百万円)

	2005年8月期	2006年8月期			
	金額	金額	前期比	計画差異	計画増減比
連結	14,717	12,729	△13.5%	△1,234	△8.8%
単体	14,309	12,574	△12.1%	△1,816	△12.6%

<<連結>>

- 提携効果により、ソフマップ業績改善するも、
経費増加により、減収

⇒前期比13.5%減、計画比8.8%減

<<単体>>

- 売上計画未達
- 広告宣伝費、販売促進費、ポイント関連費用の一時的増加

⇒前期比12.1%減、計画比12.6%減

2006年8月期 <当期純利益> 増減・計画差異要因



(単位 百万円)

	2005年8月期	2006年8月期			
	金額	金額	前期比	計画差異	計画増減比
連結	3,062	6,007	+96.2%	△243	△3.9%
単体	3,104	6,587	+112.2%	△533	△7.5%

■ 減損会計導入による損失を計上

◆ 前年度は、関係会社整理に伴う「固定資産評価損」、
不動産流動化に伴う「出資金評価損」等を計上

《連結》

⇒ 前期比96.2%増 計画比3.9%減

《単体》

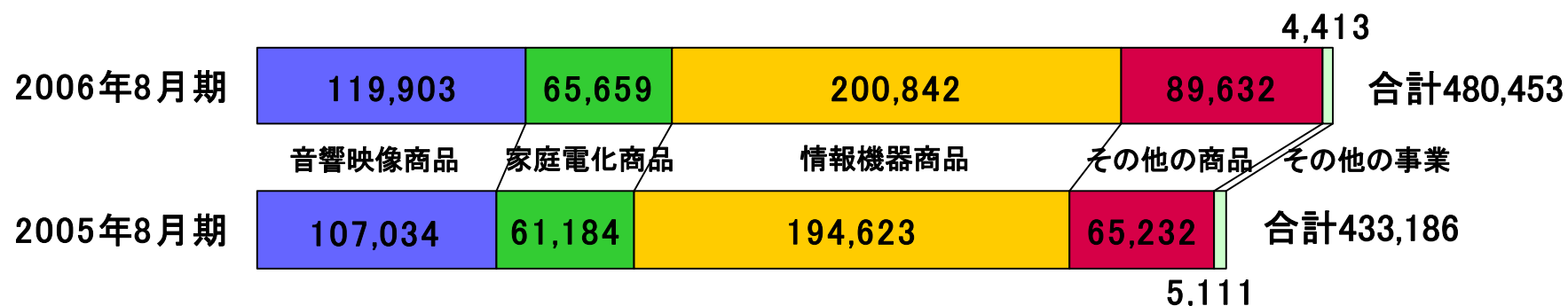
⇒ 前期比112.2%増 計画比7.5%減

品目別売上高の状況



(単位 百万円)

	2005年8月期		2006年8月期			前期比	
	金額	構成比	金額	内ソフマップ ^o	構成比	増減金額	増減比
音響映像商品	107,034	24.7%	119,903	3,687	25.0%	+12,869	+12.0%
家庭電化商品	61,184	14.1%	65,659	—	13.7%	+4,475	+7.3%
情報機器商品	194,623	44.9%	200,842	20,370	41.8%	+6,219	+3.2%
その他の商品	65,232	15.1%	89,632	18,009	18.6%	+24,400	+32.3%
その他の事業	5,111	1.2%	4,413	—	0.9%	△697	△13.6%
合計	433,186	100.0%	480,453	42,066	100.0%	+47,267	+10.9%



藤 沢 店

- 順調なスタート(8月4日開店)
- ◆ 藤沢駅前(神奈川県)に約10,300㎡の大型店舗



ラゾーナ川崎店

- 2006年9月28日オープン
- ◆ 川崎駅直結のラゾーナ川崎プラザ内核テナントとして出店(テナント数287店)
- ◆ 約12,100㎡の同地区最大級店舗



ソフマップの子会社化

- 不採算店舗の閉鎖
- 新品商品の仕入協業
- ビックカメラ店舗内での中古PC買取業務を開始
- 固定資産減損処理の完了

(単位 百万円)

	2006年2月(通期)	2006年8月(中間期)
	金額	金額
売上高	94,577	42,582
営業利益	△135	407
経常利益	△399	216

その他のグループ会社の業績も順調に推移

B/Sの状況(連結)



(単位 百万円)

	2005年8月期		2006年8月期		前期比	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減比
流動資産	74,413	50.8%	93,262	48.9%	+18,848	+25.3%
固定資産	71,964	49.2%	97,376	51.1%	+25,412	+35.3%
有形固定資産	35,179	24.1%	40,556	21.3%	+5,377	+15.3%
無形固定資産	3,091	2.1%	4,876	2.6%	+1,785	+57.8%
投資その他資産	33,693	23.0%	51,943	27.2%	+18,250	+54.2%
資産合計	146,377	100.0%	190,639	100.0%	+44,262	+30.2%
流動負債	90,829	62.0%	105,932	55.6%	+15,103	+16.6%
固定負債	42,723	29.2%	41,443	21.7%	△1,279	△3.0%
負債合計	133,553	91.2%	147,376	77.3%	+13,823	+10.4%
純資産合計	12,824	8.8%	43,262	22.7%	+30,438	+237.3%
負債及び純資産合計	146,377	100.0%	190,639	100.0%	+44,261	+30.2%

(注)2005年8月期の純資産の部には少数株主持分958百万円を含む

■ 増加要因

◆ 主としてソフマップの子会社化

キャッシュ・フローの状況(連結)



(単位 百万円)

	2005年8月期	2006年8月期	
	金額	金額	前期比増減額
営業活動によるCF	10,140	7,336	△2,804
投資活動によるCF	△91	△12,177	△12,085
財務活動によるCF	△3,402	10,182	+13,584
現金及び現金同等物に係る換算差額	6	23	+17
現金及び現金同等物の増減額	6,651	5,364	△1,286
現金及び現金同等物の期首残高	20,893	27,545	+6,651
現金及び現金同等物の期末残高	27,545	33,108	+5,563

- 投資活動によるCF減少の主な要因
 - ◆ 投資有価証券と有形固定資産の取得

- 財務活動によるCF増加の主な要因
 - ◆ 株式上場による株式の発行

2. 2007年8月期 見通し

2007年8月期見通し(連結)



前期比売上高14.1%増、経常利益21.1%増を見込む

(単位 百万円)

	2006年8月期		2007年8月期(予想)		
	金額	売上比	金額	売上比	前期比
売上高	480,453	100.0%	548,000	100.0%	+14.1%
営業利益	12,084	2.5%	14,540	2.7%	+20.3%
経常利益	12,729	2.6%	15,410	2.8%	+21.1%
当期純利益	6,007	1.3%	7,600	1.4%	+26.5%

- 新店舗の売上貢献
 - ◆ 藤沢店:2006年8月開店
 - ◆ ラゾーナ川崎店:2006年9月開店
- ソフマップの通期寄与(前期は下期のみ収益貢献)
- ビックカメラ既存店舗リニューアルによる強化
 - ◆ 既存店舗のリニューアルを計画的に実施、集客力拡大
- パソコン新OS(Windows Vista)の登場
- 利益率の改善
 - ◆ 高機能高付加価値白物家電のシェア増加
 - ◆ 経費の効率的運用による経費削減

有利子負債の見通し



今期は70億円削減予定

(単位 百万円)

	2005年8月期	2006年8月期	2007年8月期 (予定)	前期比
短期借入金	14,503	13,265	24,300	+11,035
一年以内返済の長期借入金	23,723	24,338	17,500	△6,838
一年内償還予定社債	0	1,140	600	△540
短期有利子負債合計	38,226	38,743	42,400	+3,657
社債	0	2,425	1,200	△1,225
長期借入金	40,183	34,132	24,700	△9,432
長期有利子負債合計	40,183	36,557	25,900	△10,657
有利子負債合計	78,409	75,301	68,300	△7,001
有利子負債比率	53.6%	39.5%	34.1%	△5.4%

(注)有利子負債比率は、「有利子負債/総資産」にて算出

新店舗出店、物流センター新設、
既存店舗のリニューアルを積極的に実施

(単位 百万円)

	2005年8月期	2006年8月期	2007年8月期計画
設 備 通 期	3,684	5,020	6,500
減 価 償 却 費	1,321	1,250	1,700

2007年8月期主要設備投資項目

新規出店費：ラゾーナ川崎店22億円、京都店16億円

店舗改装費：5億円

物流センター整備費：18億円

2006年8月期は1株当たり1,000円の配当を予定

■ 配当方針

財務体質の強化と内部留保の充実を考慮し、将来の事業拡大等を総合的に勘案したうえで、長期にわたり安定した利益配当を継続する

■ 配当金予想

	25期 (2005年8月期)	26期 (2006年8月期)	27期 (2007年8月期)
1株当たりの配当金	250円	1,000円(予定)	1,000円(見込)
配当性向(連結)	5.2%	10.7%(予定)	10.0%(見込)

「個人株主」＝「お客様」の増大

「株主お買物優待券」を謹呈



■「個人株主」＝「お客様」

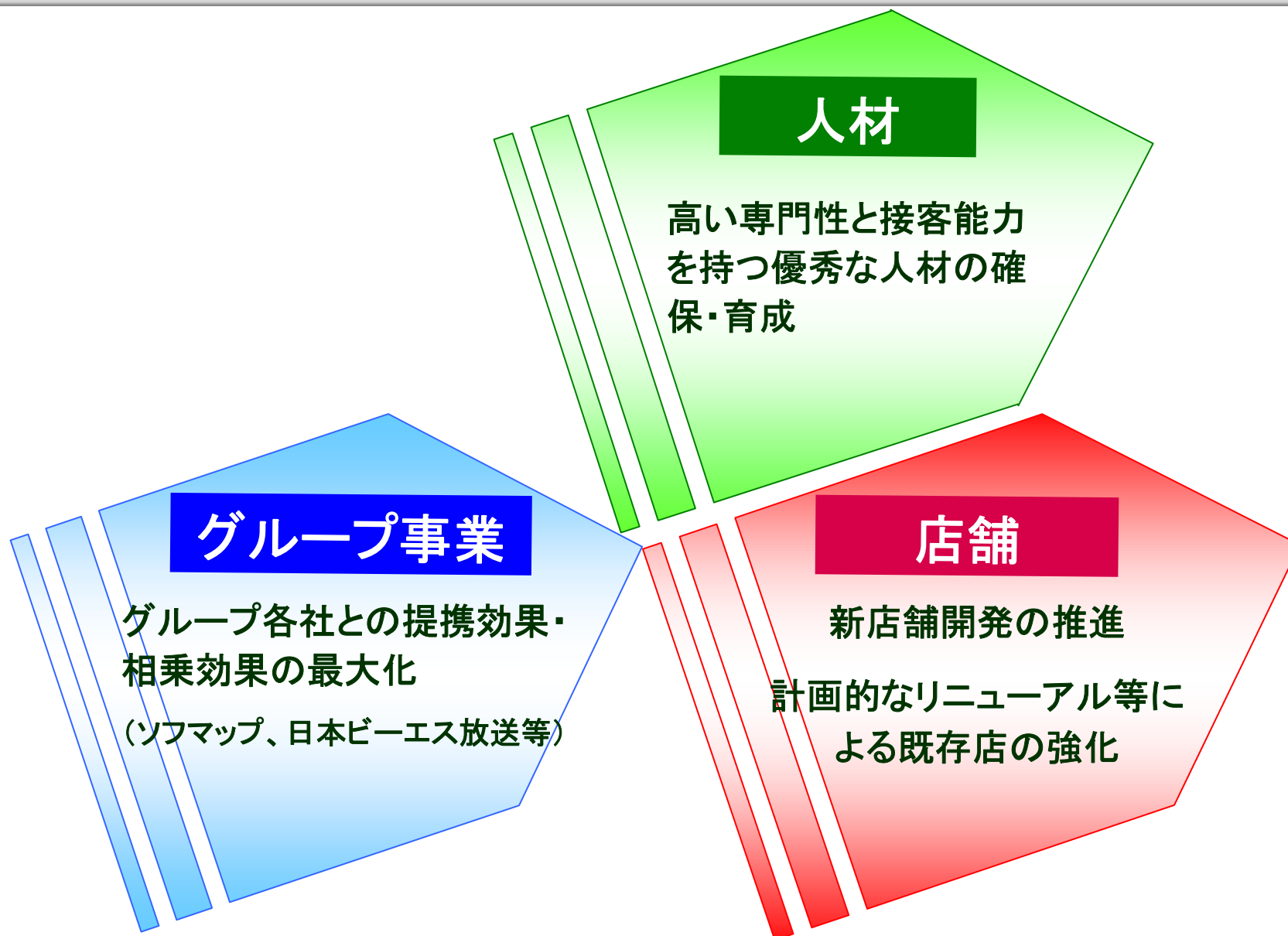
株主の方に当社の店舗をご利用していただく

■「投資魅力の向上」

中長期的に当社株式に投資していただく

優待内容	◆ 1株～ 5株未満	:	3,000円
	◆ 5株～ 10株未満	:	5,000円
	◆ 10株～100株未満	:	10,000円
	◆ 100株以上	:	50,000円

3. 成長戦略



A.市場シェアの拡大

B.顧客ロイヤルティの向上

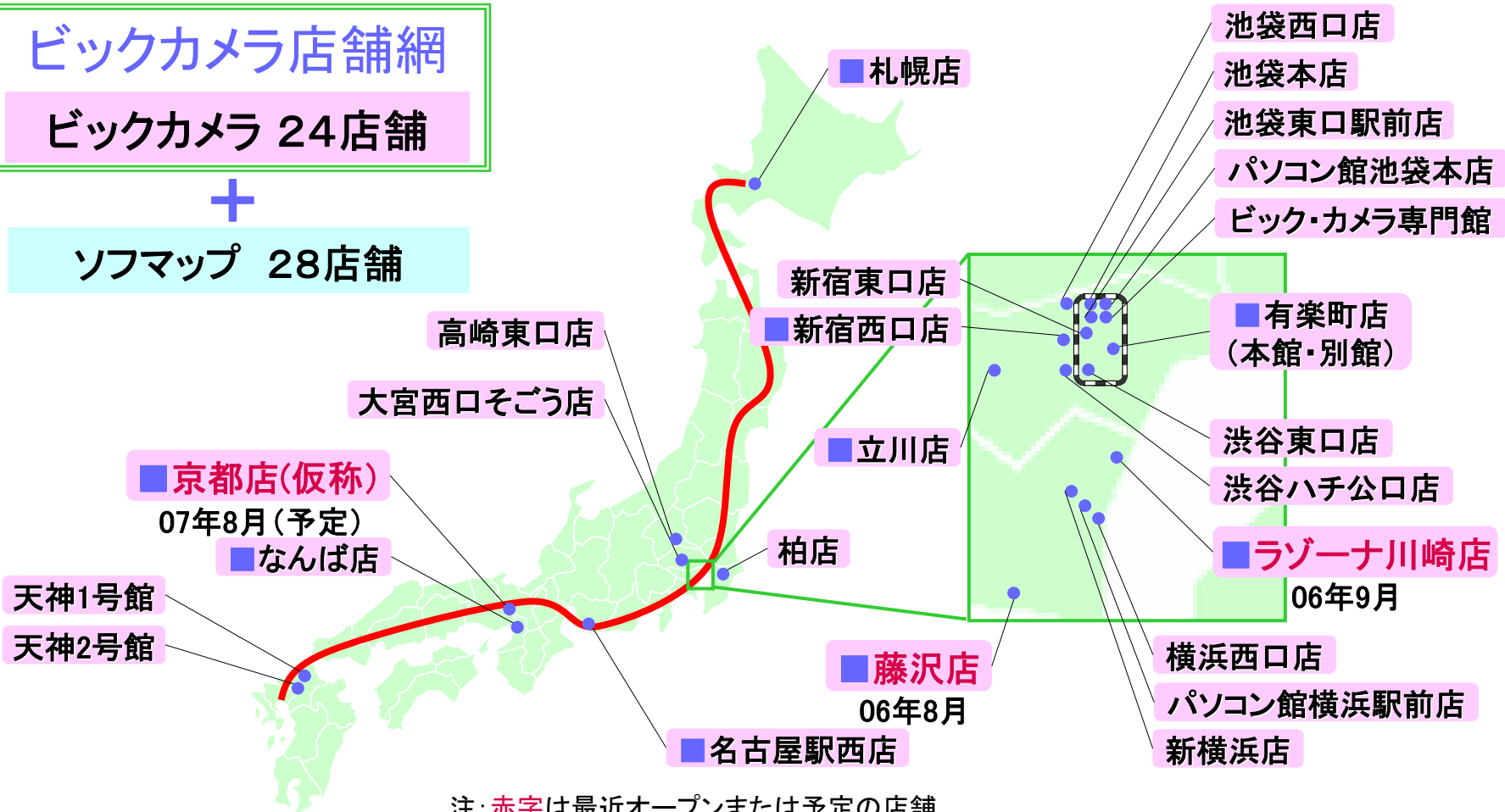
C.コスト削減、在庫管理の徹底

A.市場シェアの拡大(1-1)

「都市型」×「駅前」×「大型」の店舗展開
 既存店の計画的なリニューアル

ビックカメラ店舗網
 ビックカメラ 24店舗

+
 ソフマップ 28店舗



注:赤字は最近オープンまたは予定の店舗
 ■は、売場面積10,000㎡以上の店舗

新店舗開発の推進

2007年8月期

- 藤沢店、ラゾーナ川崎店がフルに寄与
 - ◆ 売上高目標
 - 藤沢店 約150億円
 - ラゾーナ川崎店 約250億円
- 2007年8月に京都店開店(約10,000m²)
 - ◆ 売上高目標約200億円
 - ◆ 2007年8月期への影響は限定的



京都店

来期以降

- 10,000m²以上の大型店を年間2店舗のペースで出店予定
- 2007年9月ソフマップ秋葉原に新店舗開店(約6,000m²)
- 2008年3月新横浜店が新駅ビルに移転(約2,000m²⇒約7,000m²)

A.市場シェアの拡大(2)



ネットショッピングへの取組み強化

ネット会員
ビックカメラ.com

カメラ・デジカメ パソコン PC周辺 PCサブライ PCソフト テレビ・レコーダー オーディオ ゲーム DVDソフト
家電 写真機・FAX 美容・健康 旅行・ブランド ホビー・玩具 コルフ・スポーツ 家具・インテリア 生活用品

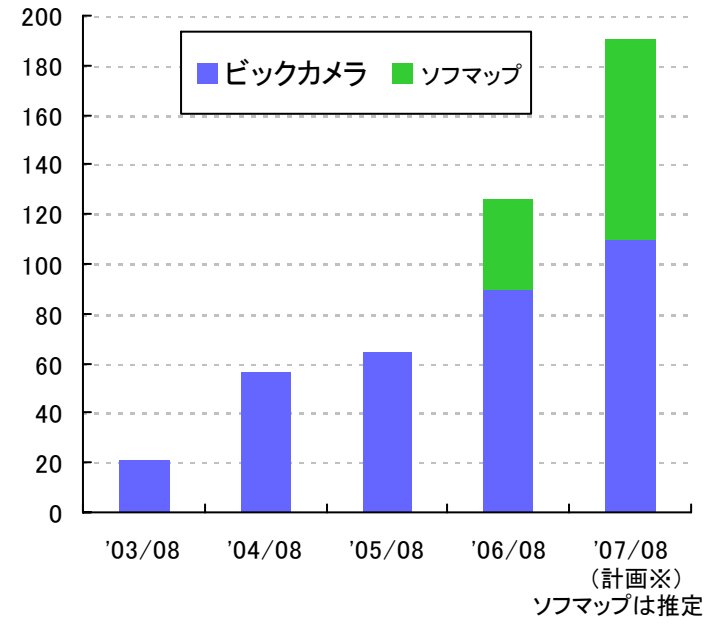
集客の仕組みづくり

品揃えのアイテム拡大

ポイント共通利用戦略

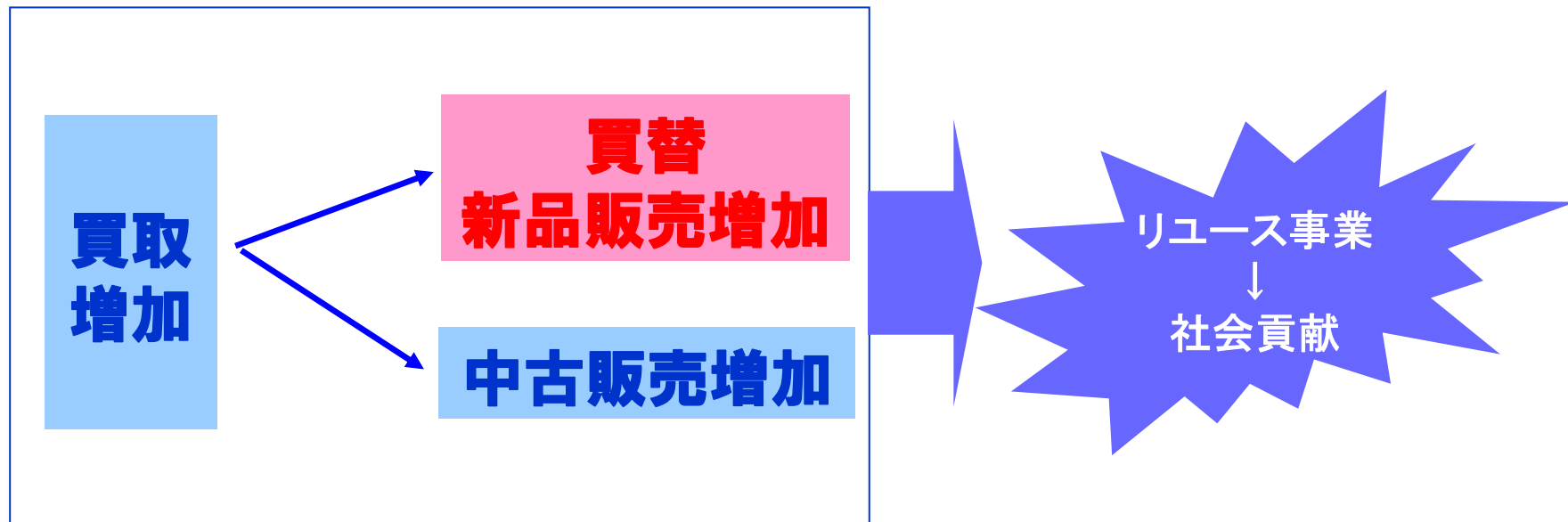
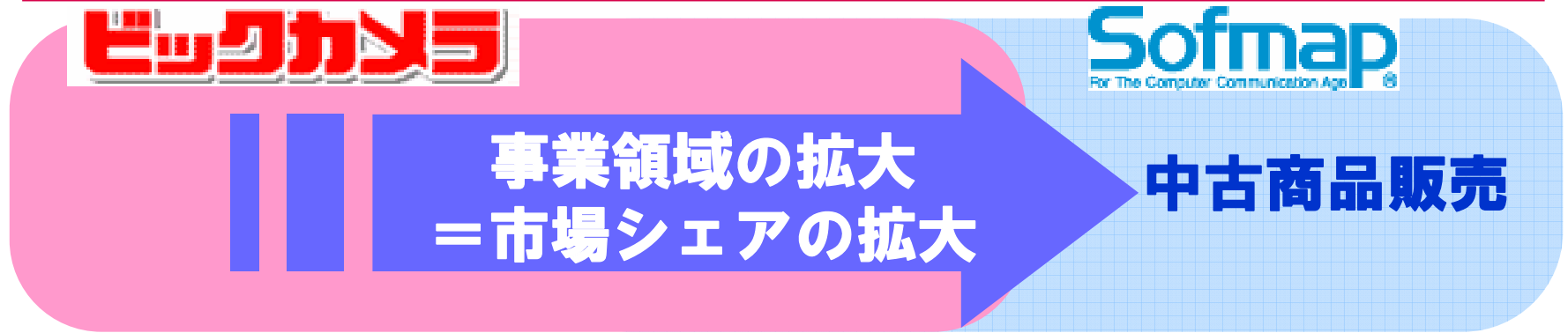
ネット会員
・
モバイル会員の増加

売上推移・計画 (単位: 億円)



A.市場シェアの拡大(3)

新規事業の育成、取扱商品・事業分野の拡大
—ソフマップとのシナジー効果の追求—



B. 顧客ロイヤルティの向上(1)

ビックカメラ

商品知識・接客技術の向上

- 全店舗に700名の専門相談員(当社独自制度)を配置
- 全店舗に(財)家電製品協会認定の家電製品アドバイザー資格取得者を配置
- 各種資格取得者多数を配置
- 充実した教育体制

新入社員: 店舗内実務研修、商品研修

先輩パートナーによるマンツーマン指導

一般社員: 専門職勉強会、部門担当者会議、メーカー主催勉強会、メーカー工場見学、新製品勉強会など



高い接客能力

最先端・高額商品の販売力

B. 顧客ロイヤルティの向上(2)

「ビックカメラSuicaカード」の拡大

ビックカメラSuicaカード

「ビックポイントカード」とJR東日本のビュー・Suicaカードが一体化(2006年3月発行開始)

ビック
ポイントカード



1992年開始
1,800万人

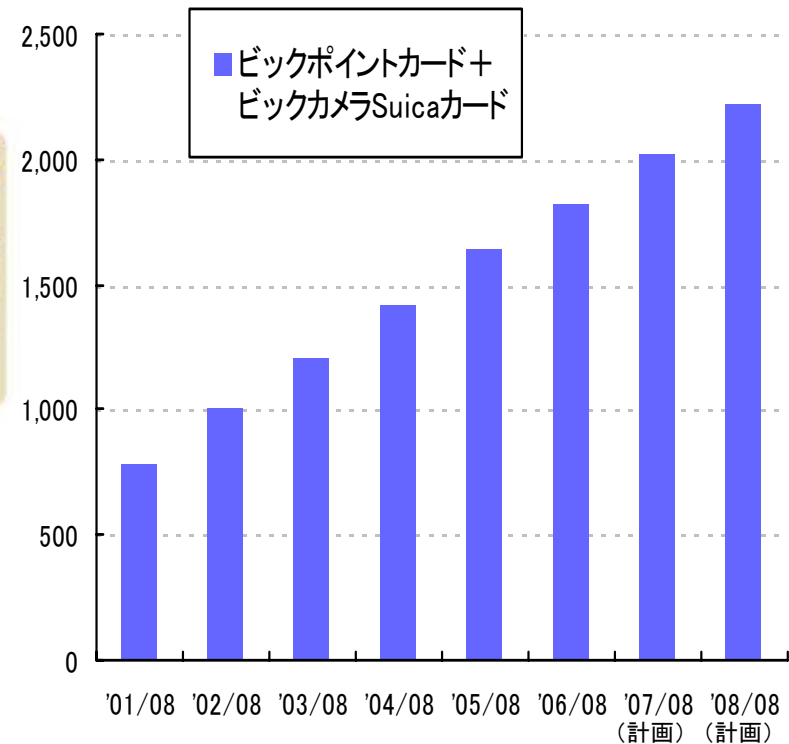
切替

ビックカメラ
Suicaカード



新規顧客

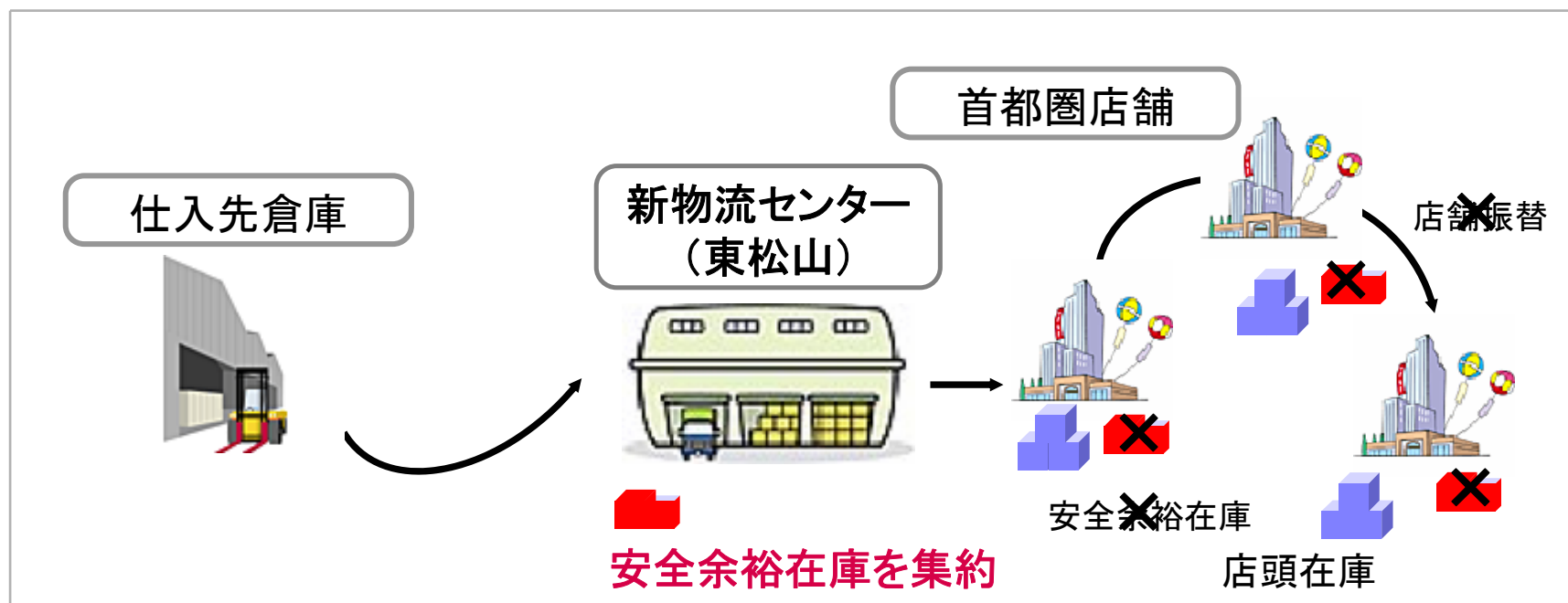
会員数の推移・計画 (単位: 万件)



首都圏の3箇所の物流センターを新設の東松山物流センターに集約

期待される効果

- 運営費削減、在庫削減
- 売場面積の増加、リードタイム短縮、CO₂の削減



4.当社の概要(ご参考)

会社概要



代表者	代表取締役社長 宮嶋 宏幸
設立	1980年11月
資本金	125億4,827万円
社員数	4,462名(2006年8月末・連結)
売上高	4,804億円(2006年8月期・連結)
事業内容	カメラ、パソコン、OA機器、ビジュアル商品、オーディオ、通信機器、家電商品、時計・宝飾、メガネ・コンタクト、うもうふとん、酒、ギフト用品、玩具、スポーツ用品、スポーツサイクル等の販売
本社所在地	東京都豊島区高田
事業所	24店(2006年9月末現在) 池袋本店、ビック・カメラ専門館、池袋東口駅前店、池袋西口店、パソコン館池袋本店、有楽町店(本館・別館)、新宿西口店、新宿東口店、渋谷ハチ公口店、渋谷東口店、立川店、大宮西口そごう店、横浜西口店、パソコン館横浜駅前店、新横浜店、柏店、高崎東口店、名古屋駅西店、なんば店、天神1号館、天神2号館、札幌店、藤沢店、ラゾーナ川崎店
グループ会社	(株)ソフマップ、(株)生毛工房、(株)ビック酒販、(株)ビック・トイズ、(株)ビック・スポーツ、(株)東京サービスステーション、日本ビーエス放送(株)、他

会社沿革



1980年	(株)ビックカメラ設立
1982年	池袋東口店(現ビック・カメラ専門館)開店
1989年	渋谷店(現渋谷ハチ公口店)開店
1991年	横浜西口店開店
1992年	池袋東口駅前店、池袋本店開店 (株)東京羽毛工房(現株)生毛工房)設立、ポイントサービス開始
1993年	渋谷東口店開店
1999年	天神店(現天神1号館)、新横浜店開店
2000年	新宿東口店開店
2001年	立川店、なんば店、有楽町店、札幌店開店 (株)ビック・トイズ、(株)ビック・スポーツ、(株)ビック酒販設立
2002年	新宿西口店、池袋西口店開店
2003年	天神新館(現天神2号館)、大宮西口そごう店、名古屋駅西店開店
2005年	柏店開店
2006年	(株)ソフマップを子会社化、ジャスダック証券取引所に上場、 藤沢店、ラゾーナ川崎店開店

商品・サービスごとに展開するグループ会社 **ビックカメラ**

株式会社 ソフマップ パソコン関連商品の販売
パソコンを中心とした、新品・中古のデジタル機器の販売展開



株式会社 生毛工房 うもうふとん・寝具の製造、販売
ポーランドに子会社を設立し、現地の高品質グースダウンだけを使用するこだわりのうもうふとんを提供



株式会社 ビック酒販 酒類の販売
「とびっきりのお酒」をテーマに、お客様のニーズに合わせた専門店



株式会社 ビック・トイズ 玩具の販売
知育・教育玩具からホビーまでバラエティー豊かな個性あふれる専門店



株式会社 ビック・スポーツ スポーツ用品の販売
ゴルフ・テニスを中心としたスポーツ用品や自転車の専門店



株式会社 東京サービスステーション 家電品の修理・工事
ご購入後の「困った」を解決する アフターサービスのプロ集団



日本ビーエス放送 株式会社 放送事業
BSデジタルハイビジョンch11 (2007年12月開始予定)



「より豊かな生活を提案する、
進化し続けるこだわりの専門店の集合体」

専門性に裏付け られた販売力

- ◆商品知識向上の仕組み

魅力的な店作りの ノウハウ

- ◆ワンストップショッピングを演出
- ◆約70万アイテムの品揃え

効率性・収益性を 追求した店舗展開

- ◆「都市型」×「駅前」×「大型」
による集客力・経営効率

アグレッシブな 企業イメージ

- ◆「活気がある企業」5年連続No.1
- ◆評価の高い販売力

効率性・収益性を追求した店舗展開

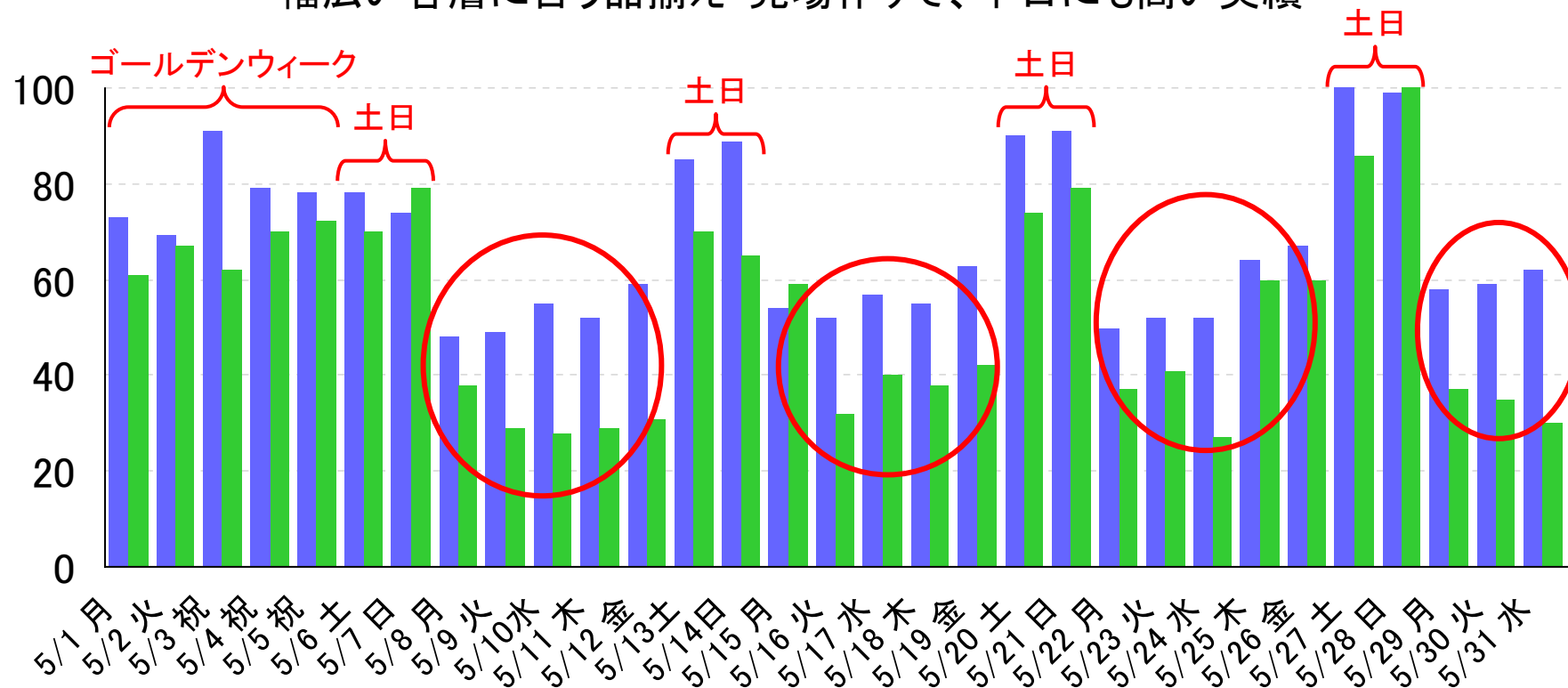
「都市型」×「駅前」×「大型」による集客力



曜日別売上：ピーク日を100とした指数

有楽町店(青)と高崎東口店(緑)の比較

郊外型店舗との違いは、土日だけでなく平日も高い集客力を確保
幅広い客層に合う品揃え・売場作りで、平日にも高い実績



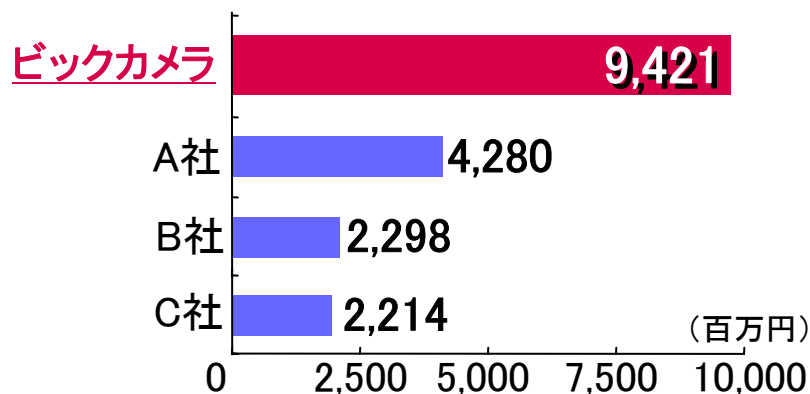
(注)最も「郊外型」に近い高崎店と、「都市型」の代表店舗である有楽町店を比較

効率性・収益性を追求した店舗展開

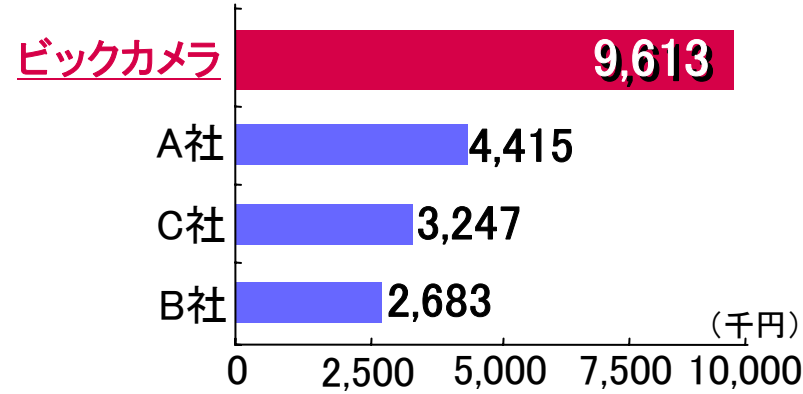
「都市型」×「駅前」×「大型」による高い経営効率



直営店一店舗当り売上高



3.3m²当り売上高



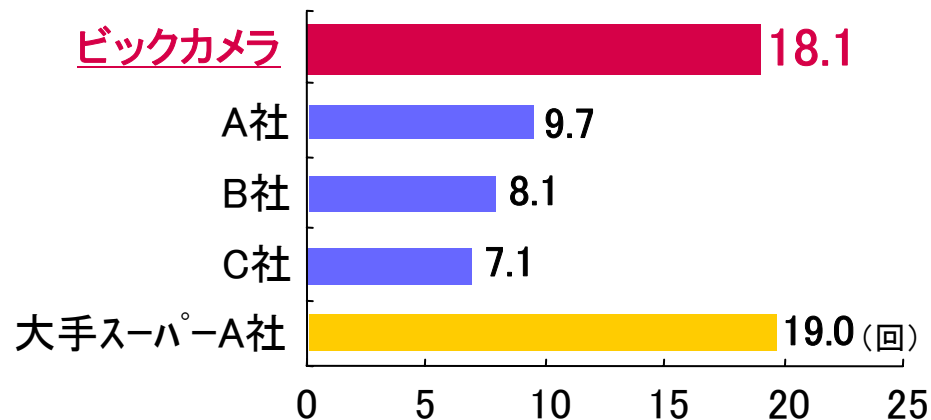
※当社売上高にはソフマップ(店舗数28店舗)の売上高を半期分(2006年3月~8月)のみ含む

出所:各社開示資料より当社算出 注:当社は06/8連結、その他は06/3連結

「商品の鮮度」= 棚卸資産回転率

<売上 ÷ (期首棚卸資産 + 期末棚卸資産) × 1/2>

⇒「同業他社をはるかにしのぐ回転率」



出所:各社開示資料より当社算出
注:当社は06/8連結、A社、B社、C社は06/3連結、
大手スーパーA社は06/2単体

アグレッシブな企業イメージ・活気がある企業日本一

(日経「企業イメージ調査」2005年ランキング)



若さ(平均年齢27.5歳)

先進性

成長性

スポーツ感覚

エネルギッシュ

一般個人調査

ビジネスマン調査

1 ビックカメラ

2 トヨタ自動車

3 日本マクドナルド

4 フジテレビジョン

5 ナイキジャパン

6 A社

7 日本コカ・コーラ

8 ワタミ

9 ジャパネットたかた

10 B社

「活気がある企業」

5年連続第1位

2005年調査対象企業1,178社



ビックカメラ 1

フジテレビジョン 2

A社 3

ワタミ 4

B社 5

トヨタ自動車 6

C社 7

オリエンタルランド 8

エイベックス 9

ナイキジャパン 10

5 ビックカメラ

6 JTB

7 資生堂

8 A社

9 サントリー

20 B社

23 C社

「営業・販売力が強い」

調査対象企業1,178社

ビックカメラ 2

日本コカ・コーラ 3

アサヒビール 4

JTB 5

B社 6

A社 7

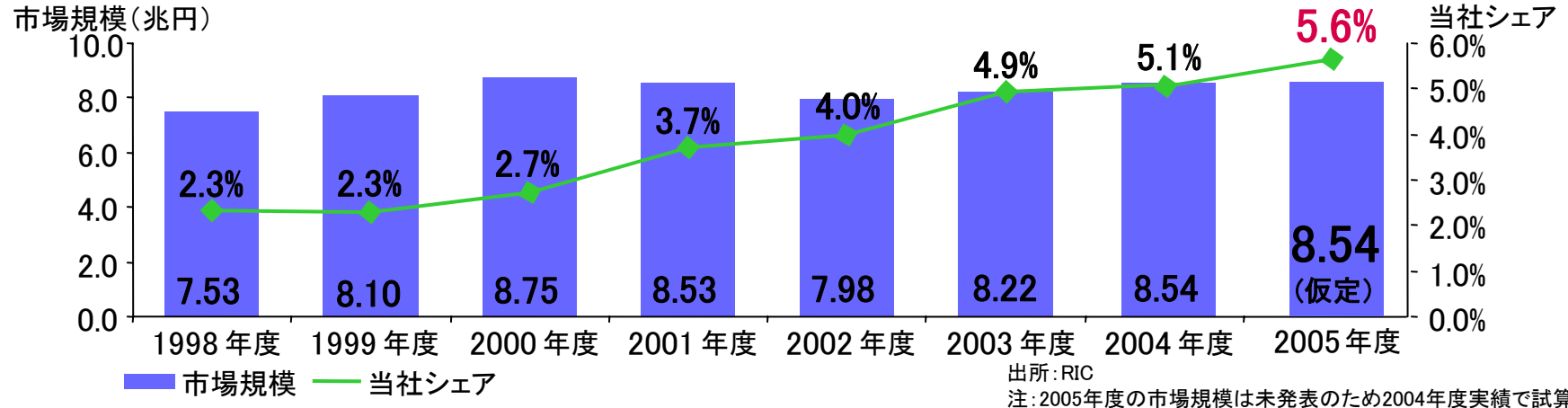
C社 11

注: 黄色網掛けは当社以外の家電量販店

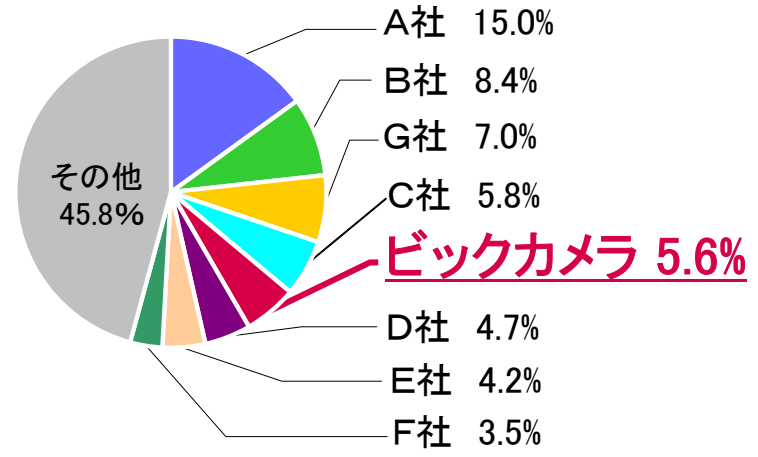
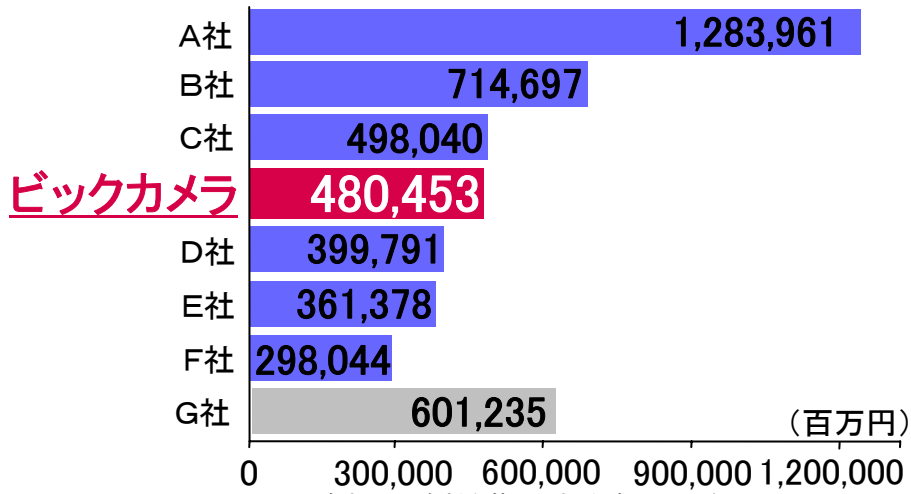
ビックカメラのポジショニング①



家電小売市場



当社のポジショニング(売上高)



出所: 各社開示資料を基に当社作成(Gは日経MJ)
注: 当社は06/8連結、Eは06/2連結、Gは06/03単体、その他は06/3連結。シェアは04年度の業界市場規模8.54兆円を元に算出

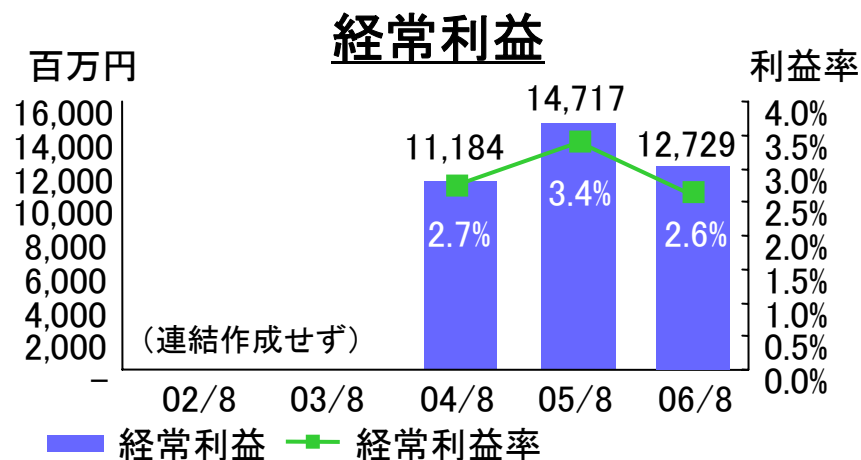
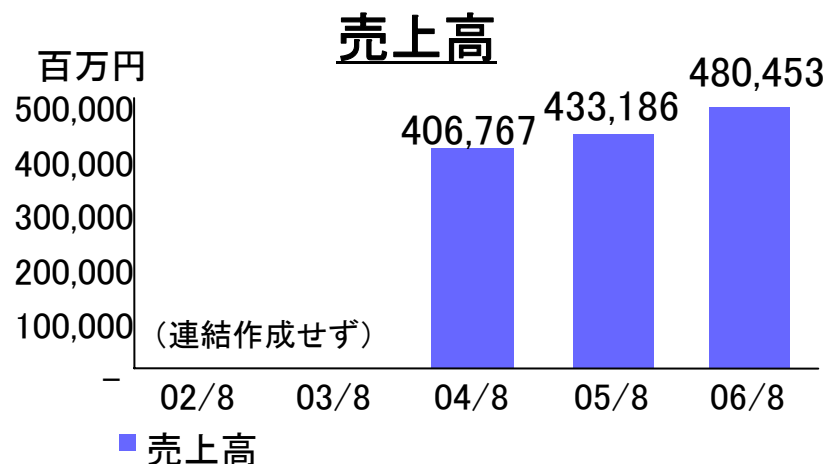
ビックカメラのポジショニング②



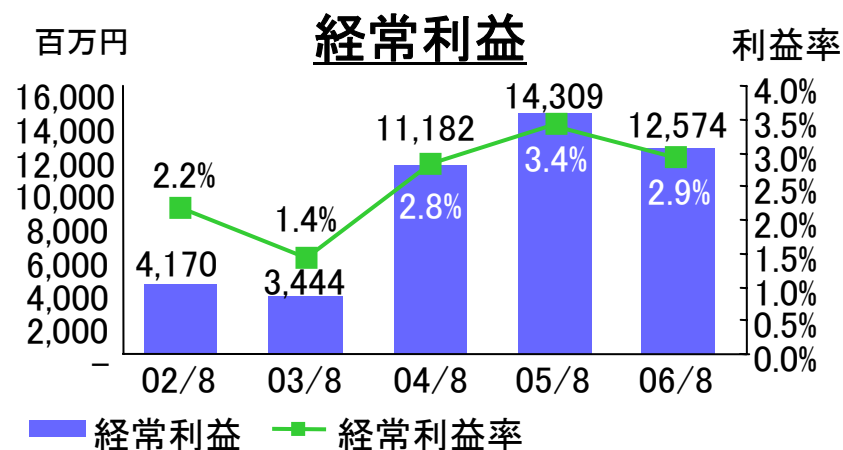
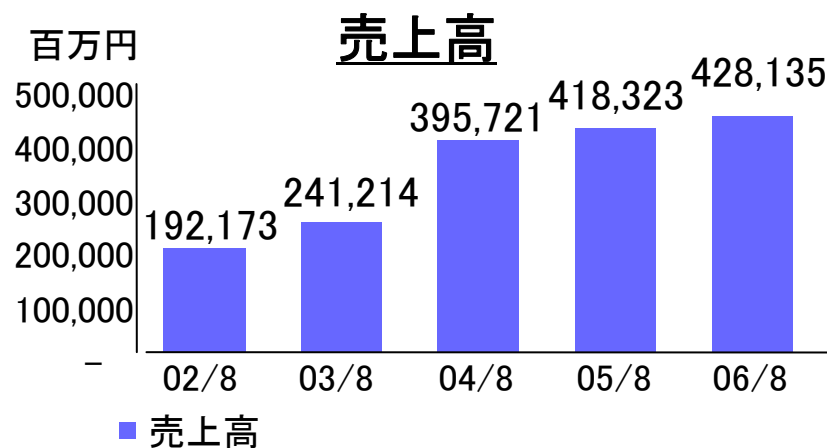
売上高と経常利益



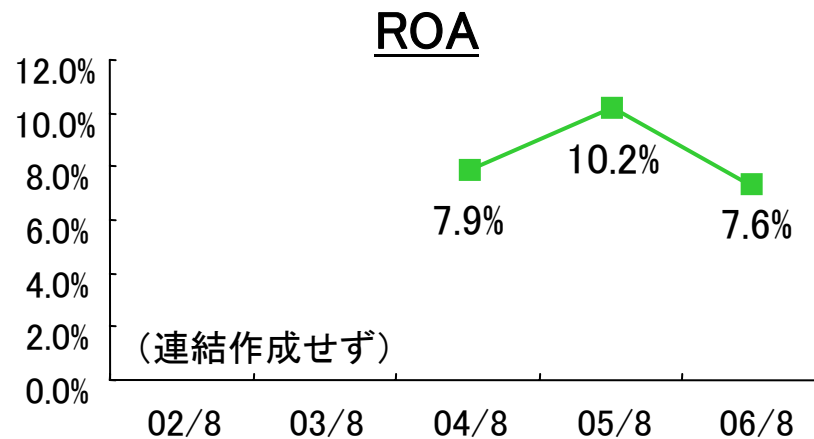
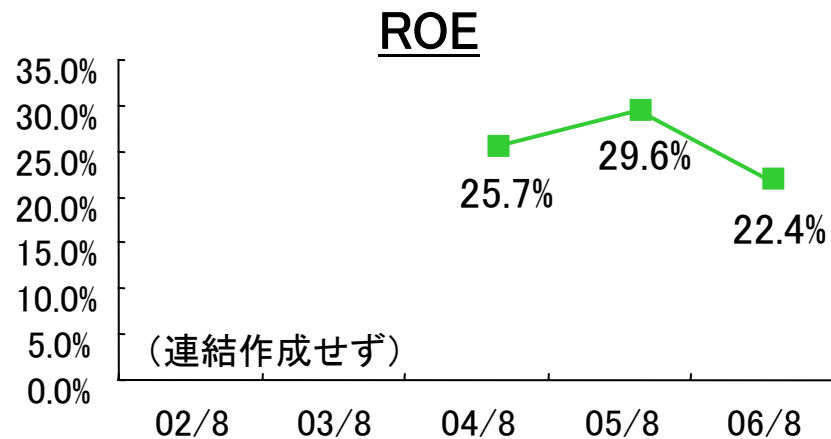
連 結



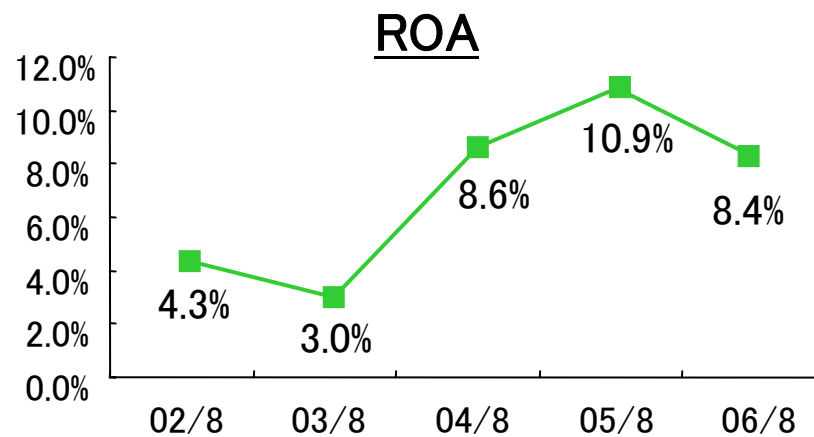
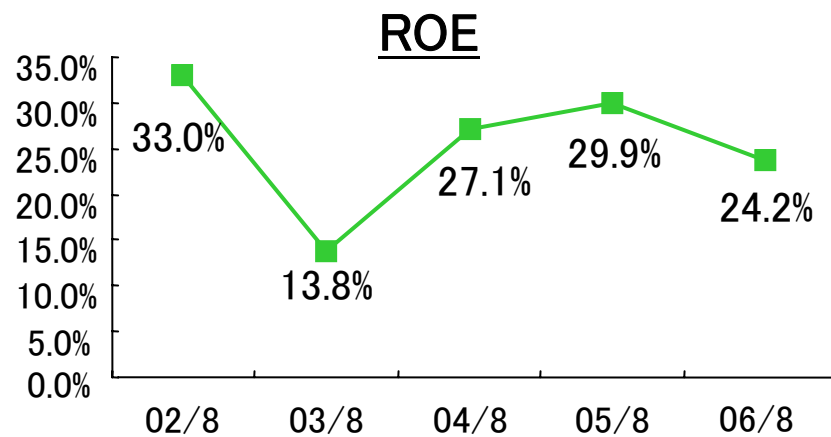
単 体



連 結



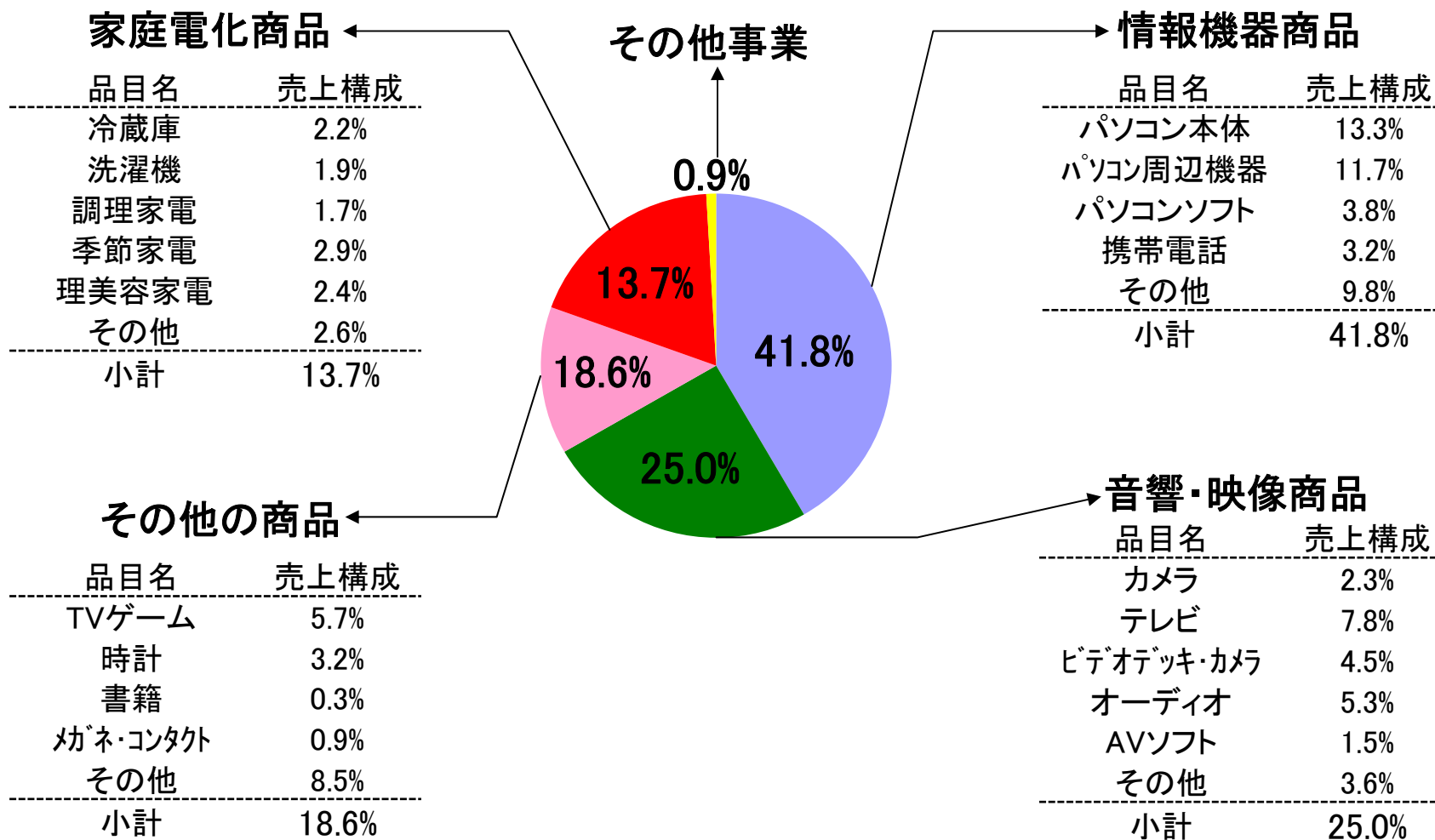
単 体



注: ROE = 当期利益 / 期中平均純資産
 ROA = 経常利益 / 期中平均総資産

品目別売上高の状況

2006年8月期連結売上高 480,453百万円



本資料は、当社の事業及び業界動向について当社による現在の予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来の展望についても言及しています。

これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確かさが伴っています。既に知られた、もしくははまだ知られていないリスク、不確かさその他の要因が、将来の展望に対する表明に含まれる事柄と異なる結果を引き起こさないとも限りません。当社は、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。

本資料における将来の展望に関する表明は、2006年10月25日現在において利用可能な情報に基づいて、当社により2006年10月25日現在においてなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して将来の展望に関するいかなる表明の記載をも更新し、変更するものではありません。

2006年10月

株式会社ビックカメラ

2006年8月期 決算説明資料