

GEO HOLDINGS CORPORATION

2014年3月期
ゲオグループ決算説明会

株式会社ゲオホールディングス
2014年5月

GEO HOLDINGS CORPORATION

セグメントと説明方法の整理について

2014年度（第26期）より、有価証券報告書、決算短信等におけるアミューズメント・セグメントの開示を省略することとなりました。

これは、アミューズメント事業に属していた株式会社ゲオディノスが2014年1月16日をもって、当社グループではなくなり、全体資産における小売事業の占める割合が9割を超えたことによるものです。

また、当社グループは、今期を含め中長期的な事業変革の時期に位置するとの認識から、将来にわたる当社グループ変革の全容を皆様にご理解いただくことを念頭に、決算説明資料につきまして、見直しを図っております。

エクゼクティブ・サマリー

2014年　実 績

決算概要

- 売上高過去最高を記録
- 利益は見通し未達
- リユースの拡大

取り組んだ課題とまとめ

- 出店計画概ね達成
- 新業態立ち上げとメディア店進化
- オムニチャネル元年　020形成

2015年以降

2015年業績見通し

- 売上高 2700億円　営業利益 65億円

中期的変革と取り組むべき課題

- 中期的変革の視座
  - 新しいコンセプトの店舗展開
  - 組織制度改革と人材への投資
  - 適地への積極出店とスクラップ加速
  - ネットワーク戦略推進

2014年3月期　決算概要

2014年3月期　連結PL

過去最高売上ながら利益は見通し未達成

（百万円）

	2013/3		2014/3							
	実績	売上比	実績	売上比	前期差	前期比	見通し差	見通し比	見通し	売上比
売上高	259,288		262,324		3,036	101.2%	−675	99.7%	263,000	
売上総利益	110,690	42.7%	110,022	41.9%	−668	99.4%	−1,378	98.8%	111,400	42.4%
販管費	94,725	36.5%	100,823	38.4%	6,097	106.4%	122	100.1%	100,700	38.3%
営業利益	15,965	6.2%	9,198	3.5%	−6,766	57.6%	−1,501	86.0%	10,700	4.1%
経常利益	15,643	6.0%	9,344	3.6%	−6,299	59.7%	−1,655	85.0%	11,000	4.2%
税引前純利益	14,665	5.7%	7,726	2.9%	−6,938	52.7%	−1,979	79.6%	9,705	3.7%
純利益	8,380	3.2%	3,808	1.5%	−4,571	45.5%	−1,691	69.3%	5,500	2.1%

※　見通しは、期初発表値

・出店数の増加もあって売上高は過去最高を記録

・営業利益見通し未達成の要因
　1）メディア商材の伸び悩み　2）第4四半期の不調とコスト集中　3)一部商材の評価減（後述）

・純利益に影響を与えた主要項目
　1）子会社株式の売却損▲5億　　2）復興特別法人税の廃止による税効果会計▲2億

第4四半期の不調

販売管理費等（連結）の四半期推移

	1Q	2Q	3Q	4Q	前期4Q実績差
売上	57,919	64,336	72,170	67,897	1,761
原価	30,934	36,531	43,605	41,230	3,116
粗利	26,985	27,805	28,564	26,666	-1,354
運送費	248	267	276	309	74
広告宣伝費	703	939	901	887	66
販売促進費	252	298	321	299	120
加工委託費	219	235	245	294	208
販売費計	2,090	2,500	2,540	2,516	543
人件費計	10,776	11,051	11,436	11,485	832
業務委託費	623	606	601	611	-155
旅費交通費	144	141	150	171	43
地代家賃	4,818	4,918	4,952	4,955	191
備品消耗品費	769	762	888	1,124	379
その他諸経費	10,853	11,572	11,235	11,658	722
販管費	24,019	25,429	25,474	25,900	2,034
営業利益	2,966	2,376	3,090	765	-3,389

（百万円）

メディア既存店主要商材平均売上高　昨対比

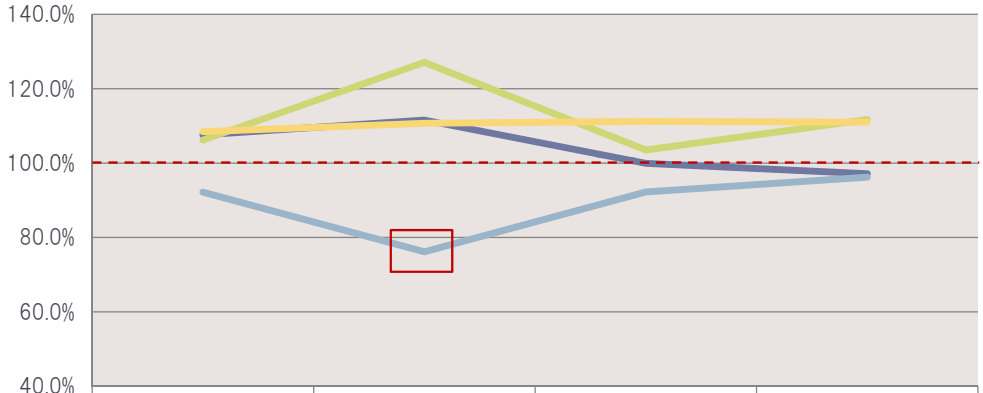
レンタル	94.9%	100.0%	95.0%	92.2%
中　古	90.3%	89.8%	90.0%	95.7%
新　品	87.8%	118.3%	97.7%	109.1%
合　　計	92.0%	102.8%	95.1%	99.1%

・メディア商材について、上期の復調傾向が下期に入り息切れ
・二度の週末大雪と冬季五輪後の戻りの鈍さが追い打ち
・旧ファミリーブック店舗のリニューアルを主因とした販売管理費増大

営業利益‘06年3月期の低水準

在庫評価方針保守化による評価減

主要商材別　粗利額　昨対比

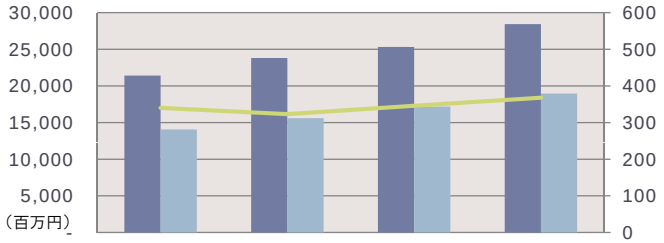


	1Q	2Q	3Q	4Q
レンタル	107.6%	111.6%	99.9%	97.1%
中古	92.2%	76.2%	92.2%	96.2%
新品	106.2%	127.1%	103.5%	111.7%
リユース	108.5%	110.7%	111.2%	111.0%

家庭用ゲーム機本体の新製品発売を控え、第2四半期において現行（当時）ゲーム機本体及びソフトウェアを中心に、会計上、中古仕入れ額（当時）の半額～全額を評価減。

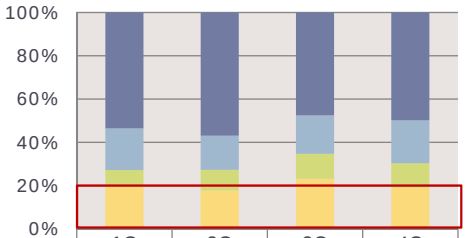
リユースの拡大

リユース業績推移



	2011/3	2012/3	2013/3	2014/3
売上	21,415	23,812	25,314	28,434
粗利	14,061	15,600	17,178	18,963
店舗数	340	323	346	368

主要商材　粗利額&貢献度



	1Q	2Q	3Q	4Q
レンタル	12,278	13,412	11,760	11,972
中古	4,408	3,708	4,392	4,764
新品	1,744	2,242	2,837	2,735
リユース	4,483	4,179	5,746	4,554

（百万円）

リユース成長率（昨対比）

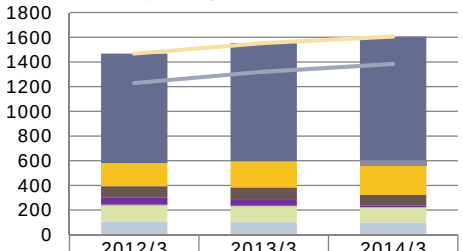
売　上	111.2%	106.3%	112.3%
粗　利	110.9%	110.1%	110.4%
店 舗 数	95.0%	107.1%	106.4%

売上高及び粗利額ともにおおよそ10%を超える成長性を維持し、1年を通じて主要商材における粗利貢献度が2割となる。

2014年3月期
取り組んだ課題とまとめ

出店計画概ね達成

店舗数推移



	2012/3	2013/3	2014/3
メディア	887	958	1001
FB			43
リユース	187	211	239
併設	94	95	88
ウェアハウス	55	53	11
その他	6	4	2
FC店	133	130	123
代理店	106	102	99
直営計	1229	1321	1384
合計	1468	1553	1606

※ FB： ファミリーブック
15.3期にメディア・リユースに転換予定(14.3期24店転換済)
※ 併設： 同一敷地にメディアリユースの店舗が独立して存在
※ 直営計： 合計からFC店及び代理店を除いた数



西日本を中心にプロパーの出店を着実にこなした上で、ファミリーブック買収により、出店強化エリアである関東（特に北関東）にメディア・リユース双方の勢力を伸ばす

※㈱ゲオディノス運営アミューズメント施設40箇所（2014/1/16時点）がグループ外へ

新業態立ち上げとメディア店進化

現行セカンドストリートの店舗コンセプトを引き継ぎつつ、10万点を超す圧倒的な品揃え

メディア店舗取扱のゲーム商材を導入

売場面積600坪超



千葉県　スーパーセカンドストリート柏沼南店

ローコストと思わせない清潔感に加え、夜間帯にこそ映える内外観を演出

商材陳列を一から見直し、商材間の関連付け（ストーリ性）高める



売場面積300坪弱

三重県　ゲオ松阪大塚店



大型融合店スーパーセカンドストリート（SSS）を千葉県に2出店

地域属性・商圏範囲に合わせたきめ細やかなメディア店舗のスクラップ&ビルド

オムニチャネル元年　020形成

ゲオアプリ020循環模式図





クーポン

アプリ内貨幣

ミニゲーム

レビュー

コレクション
ボード

来店スタンプ

店舗在庫検索

アプリから
店舗への誘導

店舗から
アプリへの誘導

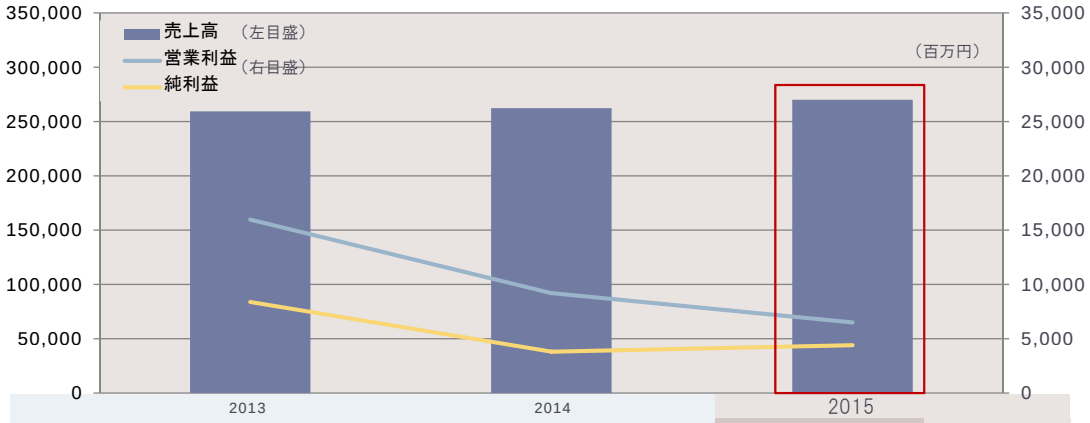
アプリ機能

オムニチャネル戦略（後述）に向けた足がかりとして、2013年11月、スマートフォン向けアプリ「ゲオアプリ」をリリース。

期末までの4カ月に、100万人を超えるユーザを獲得し、020の導線を着実に固める。

2015年3月期
業績見通し

業績見通し



	2013 実績	売上比	2014 実績	売上比	2015 見通し	（上半期）
売上高	259,288		262,324		270,000	125,200
営業利益	15,965	6.2%	9,198	3.5%	6,500	2,200
経常利益	15,643	6.0%	9,344	3.6%	7,000	2,450
純利益	8,380	3.2%	3,808	1.5%	4,400	2,300

・既存店舗の成長性を維持しつつ、出店継続により増収確保

・一方で業態ポートフォリオ変更を加速するため統廃合に向けた投資も先行させる。

・新規出店見通し　メディア系30　リユース・融合系50　（統廃合含む）

中期的変革と
取り組むべき課題

中期的変革の視座

2018年3月期　営業利益率6.5%・ROE15%

Media

サプライチェーンの見直し

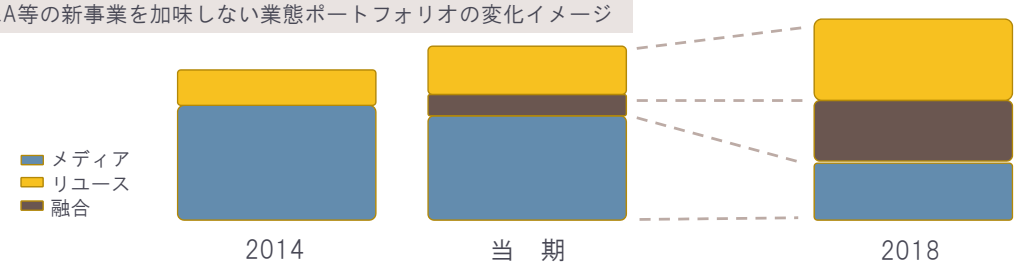
グループ経営資源・系の再構築

各店舗パッケージの枠に捉われない
新たな顧客提案へと改善・変革する

Reuse　　Amusement

- *組織・人材投資*
  変革を生み出す組織環境の整備
  店舗パッケージを横断、変革できる人材の確保
- *物件開発*
  適地への積極出店とスクラップ加速
- *ネットワーク戦略*
  オムニチャネル・リテイリングのためのネット深耕
- *新商材・新事業の獲得*
  直営を活かした新商材の複数実験と水平展開
  M&A手法活用によるスピード追及

M&A等の新事業を加味しない業態ポートフォリオの変化イメージ



新しいコンセプトの店舗展開

Mega Store
あなたの“ほしい”きっとみつかる





旗艦店の一態様
各店舗パッケージの枠に捉われない
新たな顧客提案



埼玉県　売場面積750坪
スーパーセカンドストリート
大宮日進店



組織制度改革と人材への投資

「固定観念からの脱却が改善・変革を生み出す」
組織環境と人材への投資

- 業績貢献への動機づけを強く意識した処遇報酬
- 事業子会社ゲオにおける抜擢人事
- 事業子会社ゲオにおける指揮系統のフラット化
- 店舗パッケージを横断、変革できる人材の確保

2018年3月期末を目処に、両事業経験者200人追加養成
→顧客提案型店舗展開の加速

適地への積極出店とスクラップ加速

メディア系

- 商圏内のメイン通りに大型化で挑む
- メイン・大型化のもと、自店競合解消含め、店舗統廃合加速



県道270

県道9

栃木県　ゲオ佐野高萩店

千葉県　スーパーセカンドストリート　柏沼南店



国道16

リユース・融合系

- 空白地の穴埋め
- 超大型（500坪以上）への継続的挑戦

オムニチャネル・リテイリングのためのネット深耕

- 新生ゲオネットワークスによる統合的なネット系顧客サービス提供
- 100万単位のユーザ数を基盤とするゲオアプリ自身の媒体価値を効果的に高める施策（作品レビュー機能等促進）により、情報発信力を強化
- ゲオアプリで培ったノウハウをもって、リユース系アプリをリリース

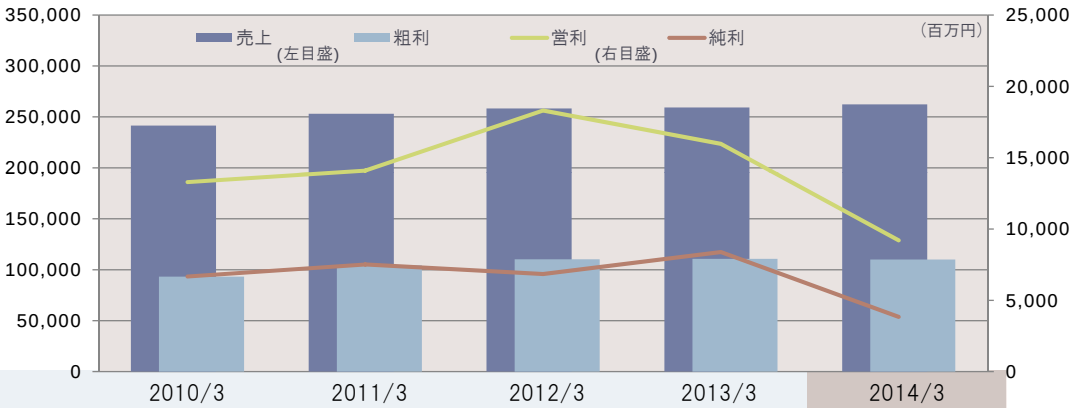


資　　料

販売管理費の内訳（連結）

	2013/3		2014/3			
	実　績	売上比	実　績	売上比	前期差	前期比
販売費計	8,263	3.2%	9,649	3.7%	1,385	116.8%
広告宣伝費	3,615	1.4%	3,432	1.3%	−183	94.9%
販売促進費	845	0.3%	1,171	0.4%	326	138.6%
人件費計	42,114	16.2%	44,750	17.1%	2,636	106.3%
その他諸経費計	43,125	16.6%	45,320	17.3%	2,195	105.1%
水道光熱費	5,858	2.3%	6,544	2.5%	686	111.7%
地代家賃	18,660	7.2%	19,645	7.5%	984	105.3%
減価償却費	4,039	1.6%	4,054	1.5%	15	100.4%
備品消耗品費	3,090	1.2%	3,543	1.4%	453	114.7%
修繕費	820	0.3%	1,320	0.5%	499	160.9%
のれん償却	1,222	0.5%	1,103	0.4%	−119	90.3%
販管費計	94,725	36.5%	100,823	38.4%	6,097	106.4%

損益の推移　直近5年（連結）



	2010/3	2011/3	2012/3	2013/3	2014/3
売　上	241,491	253,082	258,244	259,288	262,324
原　価	(148,257)	(148,720)	(148,011)	(148,597)	(152,301)
粗利益	93,233	104,362	110,232	110,690	110,022
営業利益	13,287	14,094	18,306	15,965	9,198
経常利益	13,845	14,447	16,464	15,643	9,344
純利益	6,665	7,512	6,842	8,380	3,808

BSの推移　直近5年（連結）

(百万円)

	2010/3/31 残高	構成比	2011/3/31 残高	構成比	2012/3/31 残高	構成比	2013/3/31 残高	構成比	2014/3/31 残高	構成比
流動資産	54,353	46.0%	55,397	44.2%	56,240	43.9%	55,166	45.5%	54,729	47.4%
固定資産	63,824	54.0%	70,045	55.8%	71,834	56.1%	66,186	54.5%	60,851	52.6%
資　産	118,177		125,442		128,075		121,353		115,581	
流動負債	45,909	38.8%	36,458	29.1%	43,889	34.3%	39,405	32.5%	34,713	30.0%
固定負債	32,918	27.9%	40,945	32.6%	30,759	24.0%	23,970	19.8%	21,688	18.7%
負　債	78,828	66.7%	77,404	61.7%	74,649	58.3%	63,375	52.2%	56,381	48.8%
株主資本	38,047	32.2%	44,964	35.8%	50,229	39.2%	56,648	46.7%	58,729	50.8%
純資産	39,349	33.3%	48,037	38.3%	53,425	41.7%	57,978	47.8%	59,199	51.2%
負債純資産計	118,177		125,442		128,075		121,353		115,581	

有利子負債	47,553	44,129	33,381	28,101	23,317
ネット有利子負債	28,165	20,830	5,309	3,999	3,447
BPS　一株当り純資産（円）	71,212.07	82,856.62	92,690.69	105,331.25	1093.16
ROA　総資産利益率	5.6%	6.2%	5.4%	6.7%	3.2%
ROE　自己資本利益率	18.8%	18.1%	14.3%	15.6%	6.6%
配当総額	1,444	1,510	1,631	1,675	（予定）1,727

キャッシュフローの推移　直近5年（連結）

（百万円）

※項目は主要なものに限ります。	2010/3	2011/3	2012/3	2013/3	2014/3
減価償却費	3,495	5,136	5,399	5,467	5,156
レンタル用固定資産減価償却費	14,244	13,070	15,052	14,244	13,150
減損損失	1,317	1,052	1,089	1,529	1,218
有形固定資産除却損	211	516	124	453	97
閉店損失引当金の増加額	-50	-182	77	-155	24
レンタル用資産取得による支出	-12,780	-13,936	-16,244	-13,247	-13,422
仕入債務の増減額	-1,772	-930	1,019	382	-708
その他資産の増減	275	737	1,262	-143	295
その他負債の増減	0	0	0	-64	514
営業CF	22,226	17,662	25,241	11,457	8,255
有形固定資産の取得による支出	-2,235	-7,683	-4,379	-4,454	-4,937
新規連結子会社取得による収入	0	0	30	0	0
新規連結子会社取得による支出	0	-2,148	0	0	-3,391
連結子会社追加取得による支出	-3,481	-217	0	-824	-266
無形固定資産の取得による支出	-367	-425	-352	-362	-385
営業譲受による支出	-432	-821	-196	-207	-7
投資CF	-9,879	-8,854	-4,364	-5,296	-9,401
短期借入金の増加による収入	196	-2,288	3,700	9,050	13,550
短期借入金の返済による支出	0	0	-4,113	-9,020	-13,630
長期借入金の増加による収入	13,431	18,790	2,150	6,860	11,200
長期借入金の返済による支出	-15,301	-15,987	-12,191	-11,480	-10,972
ファイナンスリース等の返済による支出	-2,437	-2,694	-2,664	-2,350	-1,958
自己株式取得による支出	0	-125	0	-334	0
財務CF	-10,927	-4,111	-15,034	-9,615	-3,790
FCF	12,347	8,808	20,876	6,160	-1,145

将来の見通しに関する記述についての注意

本資料に記載されている、当社グループに関する業績見通し、方針、経営戦略、目標、予定、事実の認識・評価ならびに業績や配当の見通し等といった将来に関する記述を含む歴史的事実以外のすべての事実は、当社グループが現在入手している情報に基づく、現時点における期待、想定、計画、認識、評価等を基礎として記載されているに過ぎません。これらの記述ないし事実または前提（仮定）については、その性質上客観的には不正確であったり、一般的な状況、天候、景気および消費動向の変化、消費者の嗜好変化などによる潜在的リスクを含んでおり、将来その通りに実現するという保証はいたしかねます。

お問い合わせ先

愛知県名古屋市中区富士見町8番8号　OMCビル5F

株式会社ゲオホールディングス　情報管理部

Tel.052-350-5711　Fax.052-350-5701

e-mail　info@geonet.co.jp