



2015年度決算説明会

平成27年12月期（平成27年1月1日～平成27年12月31日）

2016年2月12日

ラオックス株式会社

東証2部 証券コード（8202）

1. 2015年度決算

- ①連結損益計算書
- ②連結貸借対照表
- ③連結キャッシュフロー計算書

2. 2015年度の振り返りと今後の取組み

- ①国内店舗事業
- ②中国出店事業
- ③貿易仲介事業
- ④全体の取組み

3. 中期経営計画の考え方について

1. 2015年度決算

連結損益計算書



過去最高益を達成。中期計画2年目に迫る数値となった。

(単位：百万円)	前年度実績	2015年度実績	前年度比	備考
売上高	50,196	92,693	84%	国内店舗事業の伸びが牽引。
売上総利益	13,474	32,325	139%	国内店舗事業の売上シェアが高く前年を大きく上回る。 26.8%→34.8%
販管費及び一般管理費	11,738	23,739	102%	売上拡大と中期計画達成に向け先行投資増。23%→25%
営業利益	1,736	8,586	394%	国内店舗事業のシェアが高く目標の6.5%を上回り9.2%に。
経常利益	1,778	8,637	385%	
当期純利益	1,242	8,079	550%	過去最高益を達成。

連結貸借対照表



売上増加に伴う資産の増加。事業拡大に向けた新たな取組み。

(単位：百万円)	前年度実績	2015年度実績	備考
資産合計	18,959	58,108	
流動資産合計	13,559	29,882	公募増資による資金調達及び新規出店に伴う商品在庫確保による流動資産の増加。 新規出店及びシステム投資による固定資産増加。
固定資産合計	5,400	28,110	
負債合計	8,679	10,201	
流動負債合計	7,438	8,553	婦人靴製造販売子会社の連結化による負債増。
固定負債合計	1,241	1,647	
純資産合計	10,279	47,907	当期純利益の計上による利益剰余金の増加。
負債純資産合計	18,959	58,108	

連結キャッシュフロー計算書

黒字化の安定による営業キャッシュフローの創出。

(単位：百万円)	前年度実績	2015年度実績	備考
営業活動によるキャッシュフロー	624	△1,741	国内店舗事業の進展による棚卸資産の増加
投資活動によるキャッシュフロー	212	△25,160	新規出店による固定資産の増加 定期預金の預入れによる減少
(フリーキャッシュフロー)	412	23,419	
財務活動によるキャッシュフロー	▲24	29,305	公募増資の実施
現金及び現金同等物の期末残高	3,220	5,617	

2. 2015年度の振り返りと今後の取組み

中期計画目標50店舗体制に対し、1年目にして66%の進捗。

出店

16店舗新規出店、33店舗体制へ。面積は前年約1.6倍増加。

2014年末__17店 : 10,406.81㎡

エリア	店舗名	面積
北海道	新千歳空港	145㎡
	札幌	388.89㎡
	千歳アウトレットモール・レラ	155.37㎡
東日本	秋葉原本店	2,072.73㎡
	AsoBitCity	677.69㎡
	Watch.	466.12㎡
	ヴィーナスフォート	776.86㎡
	銀座本店	667.77㎡
近畿	大阪日本橋	297.85㎡
	関西国際空港	76㎡
	大阪道頓堀	298㎡
	岡山空港	52.73㎡
	りんくうシークル	161.98㎡
九州	キャナルシティ博多	3,553.72㎡
	沖縄あしびなー	341.82㎡
	沖縄国際通り	236.69㎡
	長崎グラバー通り	37.59㎡



2015年末__33店 : 17,497.98 ㎡

エリア	店舗名	面積
北海道	札幌	388.89㎡
	千歳アウトレットモール・レラ	155.37㎡
	函館赤レンガ	169.06㎡
	小樽運河	247.93㎡
東日本	旭川駅前通り	505.62㎡
	秋葉原本店	2,072.73㎡
	秋葉原アソビットシティ	902.48㎡
	Watch.	466.12㎡
	ヴィーナスフォート	776.86㎡
	銀座本店	667.77㎡
	イオンモール成田	148.76㎡
	新宿本店	1,024.79㎡
	日光東照宮	145.45㎡
	銀座EXITMELSA	968.99㎡
	羽田国際空港	77.29㎡

※2015年度末での店名及び売場面積で記載
※改装等で期中に変更になる場合があります。

エリア	店舗名	面積
近畿	大阪日本橋	671.40㎡
	関西国際空港	76㎡
	大阪道頓堀	578㎡
	岡山空港	52.73㎡
	りんくうシークル	161.98㎡
	大丸心斎橋	1086.9㎡
	大丸神戸	89.92㎡
	心斎橋筋	385.29㎡
	大丸京都	84㎡
	京都祇園	296.40㎡
九州	キャナルシティ博多	3,553.72㎡
	沖縄あしびなー	341.82㎡
	沖縄国際通り	236.69㎡
	長崎グラバー通り	37.59㎡
	長崎松ヶ枝ターミナル	29.75㎡
	タワーシティ長崎	485.95㎡
	マリノアシティ福岡	419.83㎡
	大丸福岡天神	191.90㎡



中期計画の確実達成に向け来期50店舗体制を目指す

MD開発



2015年11月11日当社主催「グローバルセミナー」240社参加

* メーカー連携強化によるOEM商品等PB商品拡大。

事例① パナソニック 金色ラムダッシュ（ラオックス限定）

事例② シャープ プラズマクラスター（当社導入後他法人へも販売拡大）

両商品ともに、生産段階から両社協業にて開発を行う。

【SKU】PB関連700～800点 / 全体7万～8万点
【売上げ】1% → 10%を目指す



* ラオックス（店舗・EC）をメーカーマーケティングプラットフォーム的位置づけへ。

左図：取引先メーカー240社を対象としたセミナーを実施。

* オンワードとのJVや婦人靴製造販売企業買収によるアパレル強化。

（アパレル売上構成比2014年 2.6% → 2015年 4.6%）



* 下記粗利率は会計処理前の粗利率

粗利UP

2014年
34%



2015年
37%

* カテゴリーのバランス化と上記高粗利商品の投入
* 仕入ボリュームアップによる条件改善

	カテゴリー	合計	時計 ジュエリー	家電	A V & I T	化粧品	スーベニア	ホビー	アパレル& スポーツ	その他
構成比	2014年	—	34.5%	27.1%	10.4%	12.4%	8.2%	4.5%	2.6%	0.2%
	2015年	—	29.7%	29.6%	7.4%	19.6%	7.1%	2.1%	4.6%	0.1%

国内店舗事業



営業施策

* 団体客誘致のための旅行会社への直接営業に加えて
F I T 誘致のため下記施策を実施 → 今後増加する F I T 獲得へ。

イベント露出及び船上販売

- * Touch the Japan 台湾旅行博 4月
- * BITE2015 北京旅行博 6月
- * クルーズクアンタム号船上イベント 6月



配布用クーポン

中国サーバーWEB

* 中国国内ユーザー向けのコンテンツとアクセス環境

【ドコモとの取組み】
1業種1社共通クーポン

CP & 媒体露出

納涼CP



オリジナルカタログ
選麗眼（日中6万部）



【協賛メーカー】

パナソニック、資生堂、シチズン、グンゼ、東芝、
ブラウン、ファンケル、カシオ、TOTO、ソニー等

【配布先】

国内ラオックス店舗、中国旅行代理店、
日中映画祭、国内店舗近隣ホテル、すかいらーく、
ジャパンホリデー主催トークショー等

実績

(単位：百万円)	前年度実績	2015年度実績	前年度比	備考
売上高	34,581	83,782	142%	出店効果と上半期の平均単価上昇により拡大
粗利率	11,774	31,173	(34.05%→37.21%)	目標の35.4%をクリア
営業利益	4,007	11,081	(11.58%→13.23%)	新店やFIT誘致にかかる販促費の増加があったものの目標の13%をクリア

セグメント別実績

中国出店 事業実績

（単位：百万円）	前年度実績	2015年度実績	前年度比	備考
売上高	11,212	6,897	△38%	実店舗数減による売上減
粗利	1,424	842	(12.7%→12.21%)	
営業利益	△1,053	△407	+61%	リストラ効果

中国実店舗市場の縮小により既存店3店舗合計では赤字継続。昨年のリストラ関連費用も吸収できず。

貿易仲介 事業実績

（単位：百万円）	前年度実績	2015年度実績	前年度比	備考
売上高	3,836	1,500	△61%	輸出売上減。内、越境EC売上は、約11億。
粗利	290	316	7.56%→21.07%	ECが寄与し、目標の20%を達成
営業利益	△230	△237	3%	EC関連コスト先行

※中国EC事業は会計処理上貿易仲介事業に含まれます。

越境ECの環境整備に投資を集中したため、輸出関連売上が減少。

越境EC

8月より天猫国際に旗艦店出店。中国越境EC事業の本格始動という位置づけ。
11月の天猫国際シングルデーイベントに初参加売上は約3.1億円。海外総合10位。日本館ランキング2位。

【当社の強み】

- ①蘇寧（親会社）とアリババの提携関係による中国NO.1サイト天猫での優位性。→サイト内露出、中国物流
 - ②蘇寧（親会社）を通じた中国での販促活動と人気商品に対するマーケティング力。
- その他越境EC関連の取組事例 1) 中国大手TV局との連携によるTV通販との融合可能性。
2) 中国最大のクルーズ出港地（上海宝山港）でのショールームとECの融合可能性。

【今後の強化ポイント】

国内物流網構築、中国コールセンター、日中でのECサイト運営専門チームの再構築、日中間総合フローのシステム化。

グローバル展開

【台湾での営業拡大】

- ①台湾政府公認免税店（Everrich）への商品供給開始。
- ②現地法人を設立し、訪日来店誘致強化。

【国内店舗との連携強化】

- ①国内店舗店頭で注文を受け、中国へ発送 → 例）おむつ、りんご、海鮮。



例）青森りんご

例）北海道海産物



〈2015年実績〉

公募増資

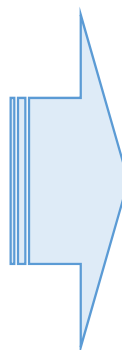
中期計画の根幹となる
出店に係る資金調達。

M&A
事業提携

MD 増強のための
取組み強化。

組織

エリア制度導入。



〈2016年目標〉

3 プレミア
ム強化

3プレミアム（①店舗のプレミアム
②MDのプレミアム③人材のプレミアム）
の更なる創出と強化の中で、す
べてにおいて、進化し成長を遂げ、
そしてより強い企業になる。

中期計画2年目のテーマ

進化 と 成長

国内事業を磐石な体制にし、安定成長
にむけた基盤づくりを実施。

インバウンド市場＝日本のグローバル化は今後も継続して成長。
市場のパイオニアとして当社は進化と成長をはかっていく。

進化 と 成長

インバウンド事業の進化

I) 総合免税店から**ジャパングオリティストア**へと進化を遂げ、日本の良品に徹底的にこだわり、メイドインジャパン商品のグローバル化を牽引していく。

II) 来日のお客様に対する**トータルサービス**の提供により、お客様満足度の更なる向上をはかる。
例) 飲食、娯楽、旅行etc.

コア事業の中身を進化させ、より満足度の高いサービスの提供をはかる。

企業としての事業成長

I) 海外展開による、メイドインジャパン商品のグローバル化を牽引していく。
例) 越境EC、台湾進出etc.

II) 大型複合施設取得により、出店形態の多様化と運営ノウハウを蓄積。
例) 千葉ポートスクエア

&

第3次中期計画を視野に企業としての成長をはかる。

3. 中期経営計画の考え方について

中期経営計画の取り組み方針に大きな変更はありません。

2015年2月公表の中期経営計画連結数値目標

(単位：百万円)	2015/12	2015/実績	2016/12	2017/12
売上高	70,000	92,693	100,000	150,000
粗利	22,960	32,325	33,200	49,650
粗利率	33%	34.8%	33%	33%
営業利益	4,550	8,586	7,000	12,000
営業利益率	6.5%	9.2%	7.0%	8.0%

2015年2月公表の主要セグメント別数値目標

(単位：百万円)		2015/12	2015/実績	2016/12	2017/12
国内店舗事業	売上高	60,000	83,782	80,000	110,000
	粗利 (率)	21,210 (35.4%)	31,173 (37.21%)	29,200 (36.5%)	40,650 (37%)
	営利 (率)	7,800 (13%)	11,081 (13.23%)	10,400 (13%)	14,300 (13%)
中国出店事業	売上高	5,000	6,897	10,000	20,000
	粗利 (率)	750 (15%)	842 (12.21%)	2,000 (20%)	5,000 (25%)
	営利 (率)	30 (0.6%)	△407	500 (5%)	1,000 (5%)
貿易仲介事業	売上高	5,000	1,500	10,000	20,000
	粗利 (率)	1,000 (20%)	316 (21.07%)	2,000 (20%)	4,000 (20%)
	営利 (率)	250 (5%)	△237	500 (5%)	1,000 (5%)

【2015年実績が計画を上回った理由】

国内店舗事業において(インバウンド市場において)為替や中国株式市場の影響により急激な平均単価の上昇が上半期に発生。

【中期計画の修正を行わない理由】

・お客様の嗜好の変化が早く、求める商品の裾野もひろがっていることや、為替や株式市場も流動的な状況にあるため新たな見通しを現時点では行うことは難しい。

・適正な利益水準を維持することを前提としつつも、第3次中期計画を見据えた、進化と成長に必要な投資を継続する。

*セグメント間の調整可能性有

【株主還元に関して】

中期経営計画に即し、将来に向け安定的な成長が継続すると考えております。よって、2016年12月31日を基準日に復配を目指します。

IRに関するお問い合わせ

ラオックス株式会社 社長室経営企画部

E-mail : ir@laox.co.jp

(ご注意事項)

1. 本資料のうち、業績予想等に記載されている各数値は、現在入手可能な情報による判断および仮定に基づき算出しており、判断や仮定に内在する不確定性および今後の事業運営や内外の状況変化により、実際の業績等が予想数値と大きく異なる可能性があります。
2. 当資料は「平成27年12月期決算短信」に準拠し作成しています。
3. 差額、比率については一部を除き百万円単位で計算し、切捨てで表示しています。