



2018年12月1日(土)
東京IPO IRセミナー

What's ワッツ？

株式会社ワッツ (2735 東証第一部)

代表取締役社長 平岡 史生

本日お話ししたいこと



ワッツ

株式会社ワッツと
その経営戦略について

P2 – P18

株式・優待

ワッツの株式や
配当・株主優待について

P20 – P23

(ご参考)
決算・計画

直近期（2018年8月期）
連結決算について

P25 – P38

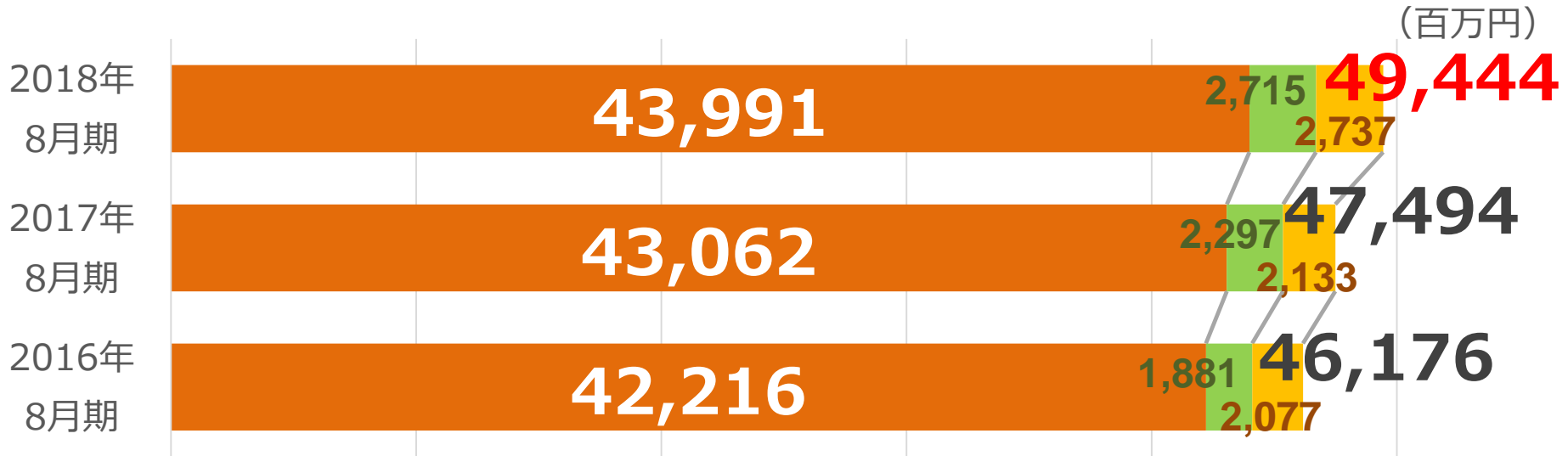
ワッツ



主に100円シヨップの会社です でも、ほかにもいろいろやっています



■ 国内100円シヨップ事業 ■ 海外事業 ■ 国内その他事業



- ✓ 直近期のグループ売上高は**494億44百万円**
- ✓ うち、**89.0%**が国内100円シヨップ事業によるもの
- ✓ 設立から24期の間で、売上高が前期比減少したのは、決算期変更期(8ヶ月)を除いて1回だけ。9期連続増収中で、当期も増収計画
- ✓ 近年海外事業に力を入れており、全体に占めるシェアは2.4%→4.1%→4.8%→5.5%と着実に成長。東南アジア、中国、中南米を中心に販路を拡げている

ワッツ

社名の由来は “おもしろいことを「ワッツ」とやろう” 大阪に本社を置く、25期目の会社です



設立 1995年2月22日 (現在は、**第25期**)

社名の由来 **おもしろいことを「ワッツ」とやろう！**

上場市場 東京証券取引所 市場第一部
(証券コード：**2735**)

資本金 4億40百万円 (18/8/31現在)

本社所在地 **大阪市**中央区城見一丁目4番70号
住友生命OBPプラザビル 5階

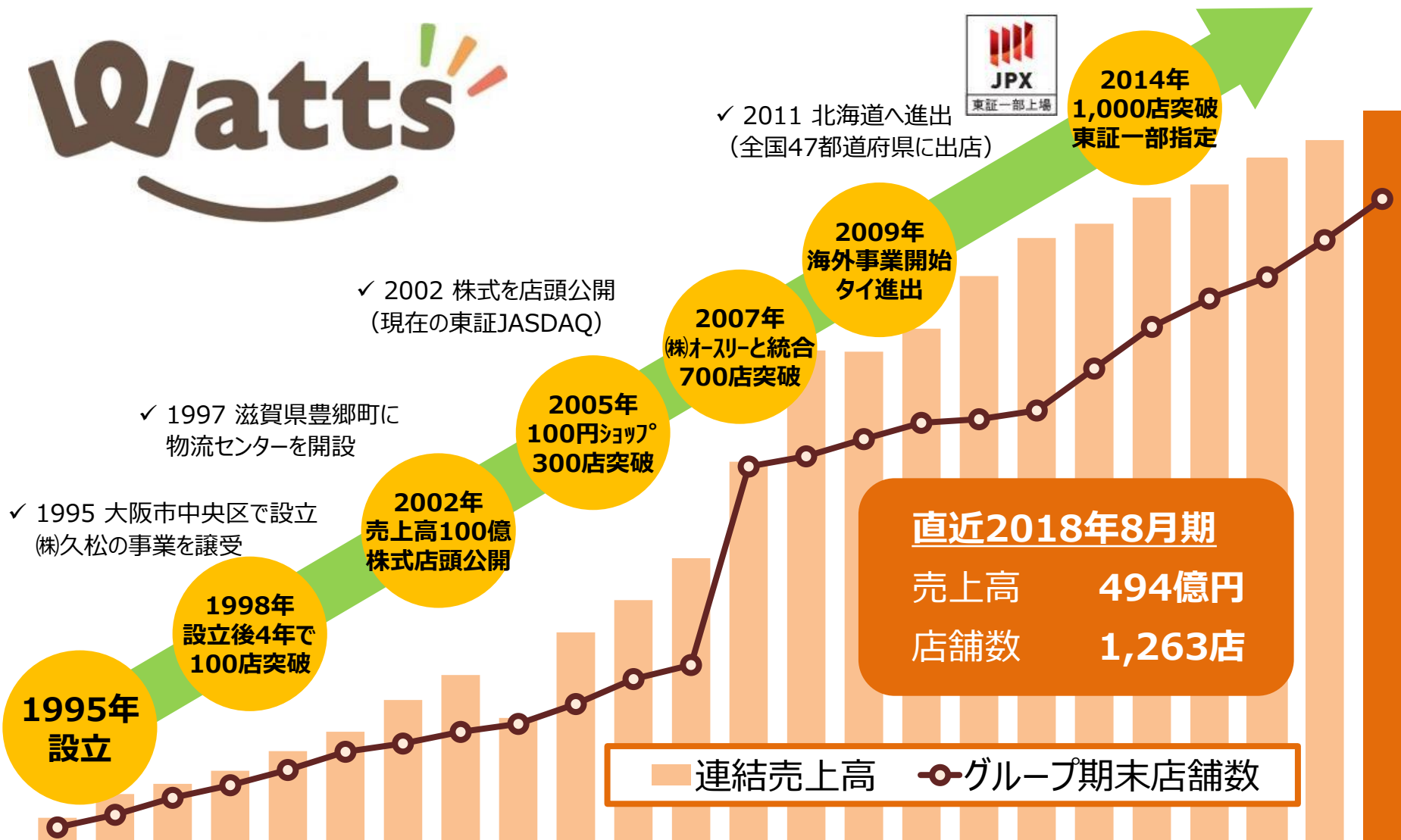
主な業務 日用品・雑貨の卸小売業
(主に**100円ショップの運営**)

グループ従業員数 3,245名 (18/8/31現在) ※パート・アルバイトを含む

グループ店舗数 1,263店 (18/8/31現在) ※その他店舗を含む

ワッツ

24期の歴史の中で売上高を落としたのは、 決算期変更期(8ヶ月)を除いて一度だけ



100円ショップの歴史は意外に古く、 1960年代に移動催事販売からスタート



1960年代～

スーパーマーケットや百貨店の集客対策として、一週間程度の店頭催事販売の形で、生活雑貨品の100円ショップが登場
But...質流れ品や処分品が中心の品揃えで、定番商品が少ない



1980年代～



1985年 愛知県春日井市に日本初の100円ショップが常設店舗として開設
商品の品質向上により定番商品の品揃えが可能になり、常設化が可能に
ダイソー、セリア、ワッツ(1995年)、キャンドゥが続々創業

1990年代半ば～

バブル崩壊後、業界が急成長
デフレによる低価格志向、中国
の生産力の急速な向上と、円高
による輸入への追い風を受け、
『不況時代の成長産業』となる
※ 写真は当時の「安價堂」



2000年代～



『100均』は、小売の1チャンネルとして完全に定着。「置けば売れる」時代は終わり、各社特色を出した店舗づくりを行う。マルチプライスの店舗が現れたり、POSレジを導入したりといった動きも出てきた

ワッツ

消費者ニーズは多様化し、各プレイヤーがそれぞれにブランドを打ち出す群雄割拠の時代

2010年代～



『100円ショップ』は生活必需品や消耗品を調達するだけの場ではなく、付加価値、差別化の時代へ

ワッツはどう戦うべきなのか…？

※ 写真は左上からダイソー、セリア、キャンドウの店舗イメージ



100円ショップ・海外事業・国内その他事業 三位一体となってグループの成長を牽引する



いい商品を安く 売る仕組みづくり の追求を継続

- ✓ ローコスト出退店
- ✓ ローコスト・オペレーション
- ✓ お買い得な実生活雑貨
- ✓ 接客力向上に向けた継続的な取り組み

100円ショップ事業

Wattsブランド のブラッシュアップ

- ✓ おしゃれな生活を提案する売場・品揃え
- ✓ 「Watts」「Watts with」の出店モデルの確立
- ✓ POSシステムの活用と発注支援システムの高度化

進出国ごとの ビジネスモデル確立

- ✓ 独資現地法人での直営店・FC店展開
- ✓ 現地パートナーとの合弁会社設立
- ✓ 現地小売店への卸売による販路の拡大

海外事業



その他業態

業容の拡大と 収益源の多角化 を図る

- ✓ 既存事業の成長と収益性の確保
- ✓ M&Aを含めた、新たな可能性の捕捉

ワッツ

100円ショップの基本は変わらず、 「いい商品を安く売る仕組み」を磨き上げる



お買い得な
実生活雑貨

- ✓ ローコスト出退店、ローコスト・オペレーションで生み出した利益は、お買い得な商品の開発へ
- ✓ プライベートブランド『ワッツセレクト』は圧倒的にお買い得な生活雑貨

- 中小型店舗を多店舗展開
- ✓ 平均230㎡の店舗展開
- ✓ 他社と競合しにくい物件のため、好条件で出店可能
- 不採算店舗の積極退店
- ✓ 資産を極力持たず、退店条件も緩いため、迅速に判断可能
- ⇒ 他社が出店できないような立地でも採算が取れる

ローコスト
出退店

いい商品を
安く売る仕組み

- ムリ・ムダ・ムラの徹底排除
- 「単純化」「標準化」
⇒ マニュアル化
- ✓ パート・アルバイト中心の運営
- ✓ スーパーバイザーが複数店担当
- ✓ 作業より接客重視の店舗運営

ローコスト・
オペレーション

(ご参考) PB商品「ワッツセレクト」



- ✓ 出退店やオペレーションでコストを抑える分、お買い得な商品にしっかりと投資
- ✓ 品質（安心してお使いいただける商品）にこだわった、ワッツが自信をもってオススメするお買得商品「ワッツセレクト」は、おかげさまで多くのお客さまにご支持いただいております



※ 写真はイメージであり、現在は取扱のない商品も含まれております

100円ショップへの顧客ニーズは多様化 ビジネスモデルの再構築に取り組んだ

Wattsブランド店舗



- ✓ 「Watts」「Watts with」化へのリニューアルを計画的に進めていく。Wattsブランド店舗を新規出店と合わせて年間100店ペースで増やしていく
- ✓ 従来の「meets.」「silk」で培った「ローコスト出退店」、「ローコスト・オペレーション」のノウハウは活かしつつ、立地や客層に合わせた店舗モデルを確立し、顧客満足と売上・利益最大化の両立を図る
- ✓ 店舗向け商品レポートの配信やPOSによる販売分析により地域や客層などを考慮した売場作りを行う

POSデータの活用



- ✓ 売れ筋・死に筋の正確な把握。滞留商品を削減、売れ筋商品や新規商品に入れ替えることで売場の商品鮮度を高める
- ✓ 発注支援システムを取り入れ、品切れによる販売機会ロスを防止
- ✓ ワッツブランドで蓄積した販売データを、「meets.」「silk」店舗にも共有することで季節や地域性にマッチしたタイムリーな売場作りを実施

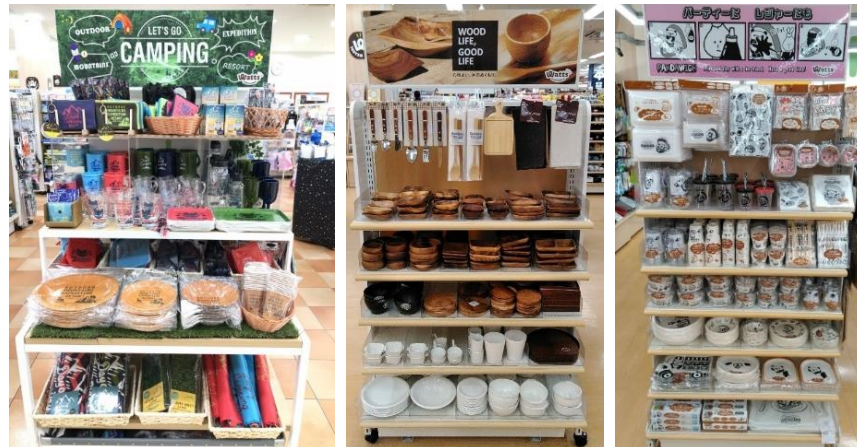
100円ショップ事業では様々な販促企画や 売場作りを提案し店舗の活性化を図る

「WATT'S new」の展開



- ✓ 3ヶ月周期でテーマを決めディスプレイを大きく変化。ライフシーンがイメージできるようなコーナー展開を行い、若い女性層へのアピールを行う
- ✓ 2018年8月末現在、ワッツなんばマルイ店、ワッツ西武本川越ペペ店など4店舗で展開中

売場の活性化

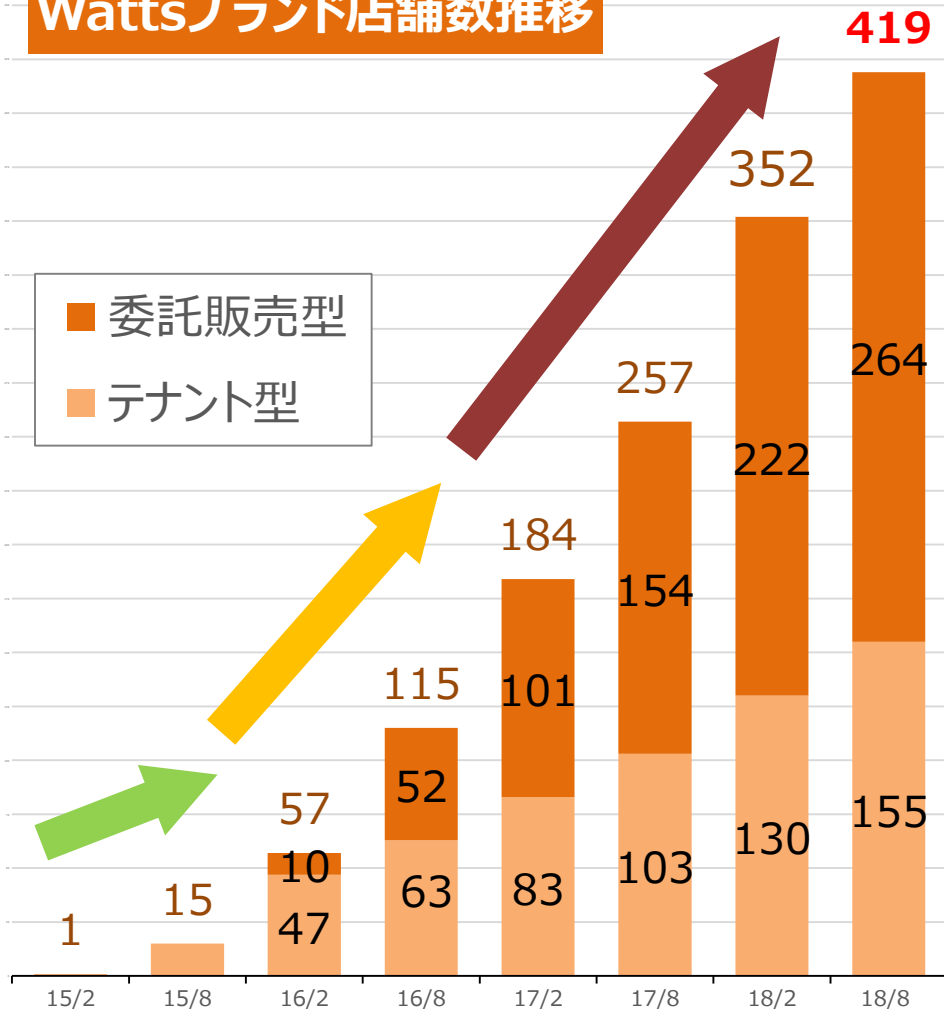


- ✓ 本部主導による月替りの販促企画を実施
※上の写真は月替販促企画の展開例
- ✓ 定番の消耗雑貨中心の品揃えから、嗜好品やおしゃれなアイテムの取扱いを増やす。新商品や季節商品も積極的に導入
- ✓ 高額商品の取扱いアイテム数を増やし、客単価アップを狙う
- ✓ 店舗形態ごとの担当専任化により、それぞれの運営スタイルに合った売場フォロー体制を確立する

ワッツ

Watts店は2018年8月末現在419店舗 年間100店ペースで増加できる準備が整った

Wattsブランド店舗数推移



ブランドイメージ模索

- ✓ 2015年2月、Watts一号店出店
- ✓ まずはしっかりとブランドの世界観を確立

委託販売型への拡大

- ✓ ワッツが得意とする委託販売型店舗でもブランドを表現する「Watts with」開始

出店モデルが確立

- ✓ テナント型店舗にも「Watts with」の考え方を取り入れ、新型店舗でありながら高い採算性を実現

積極的な出店・改装のためのフォーマットが確立

(ご参考) SNSの活用



twitter

https://twitter.com/watts_100/



・ワッツ公式twitter
おすすめ商品の写真や、月替りの販促企画のお知らせなどを発信。100円ショップの情報が掲載されたブログや記事などのリツイートも行う

- ✓ 当社100円ショップ事業において公式SNSアカウントをスタート！
- ✓ 新規顧客の獲得・既存顧客の来店頻度アップにつなげる



Instagram

https://www.instagram.com/watts_100/



・ワッツ公式Instagram
twitter同様に当社100円ショップのおすすめ商品情報などをお知らせ。より多くの方にフォローいただけるように魅力的な情報発信を行う



友だちだからお得な情報届けます。

LINE@
友だち募集中。

友だちになると情報などが受け取れるLINE@もいくつかの店舗で開始

ワッツ

業容の拡大、収益源の多角化を図るため、 これからも様々な事業に積極的にトライ



Buona Vita
ブオーナ・ビータ

心地よい生活を提案する
雑貨店「ブオーナ・ビータ」
2018年8月末現在、
21店舗。写真は、
2018年11月オープンの
マチノマ大森店



北欧ライフスタイル雑貨の
合併事業「ソストレーネ・
グレーネ」2018年8月末
現在、4店舗



100円ショップと食品
スーパーのコラボ店舗



地域密着の小型ディス
カウントショップ。2018
年8月末現在、4店舗



ヨーロッパアンテイスト
の雑貨を展開する
輸入卸事業

(ご参考) ソストレーネ・グレーネ



デンマーク発のライフスタイル雑貨の展開

- ✓ インテリアをはじめ、ステーションナリー、ギフトラッピング、クラフト用品、キッチン用品からおもちゃに至るまで幅広いラインナップを展開



● 取扱商品例



- ✓ 上の写真は2017年11月にオープンした東海地方初進出となる「プライムツリー赤池店（愛知県）」ほかに、表参道、ダイバーシティ東京プラザ、丸井吉祥寺店内にも出店中

ワッツ

海外事業では、進出国ごとに最適な ビジネスモデルを確立し、収益拡大を図る



✓ KOMONOYA(こものや)



✓ 小物家园(こものかえん)



✓ 卸売での商品供給

現在出荷実績のある国と地域は、
中国、韓国、台湾、ミャンマー、シンガポール、
モンゴル、ニュージーランド、オーストラリア、
メキシコ、ブルネイ、フィリピン etc.
卸売も含めると当社商品のみを扱う小売店は
“**110店舗**”以上

✓ 店舗数 (2018年8月末)

タイ (J/V 直営)	37店舗
マレーシア (FC)	9店舗
ベトナム (J/V FC)	11店舗
中国 (独資 直営/FC)	2店舗
ペルー (独資 直営)	13店舗
計	72店舗

(ご参考) KOMONOYA 最近の新店



2017年8月 イオンキャナリー店 (ベトナム)



2017年12月 チョリージョ店 (ペルー)



2018年4月 サタヒップ店 (タイ)



2018年7月 サケオ店 (タイ)

本日お話ししたいこと



ワッツ

株式会社ワッツと
その経営戦略について

P2 – P18

株式・優待

ワッツの株式や
配当・株主優待について

P20 – P23

(ご参考)
決算・計画

直近期（2018年8月期）
連結決算について

P25 – P38

株式

2018年8月末現在の株価は950円
当期業績予想ベースのPERは19.80倍

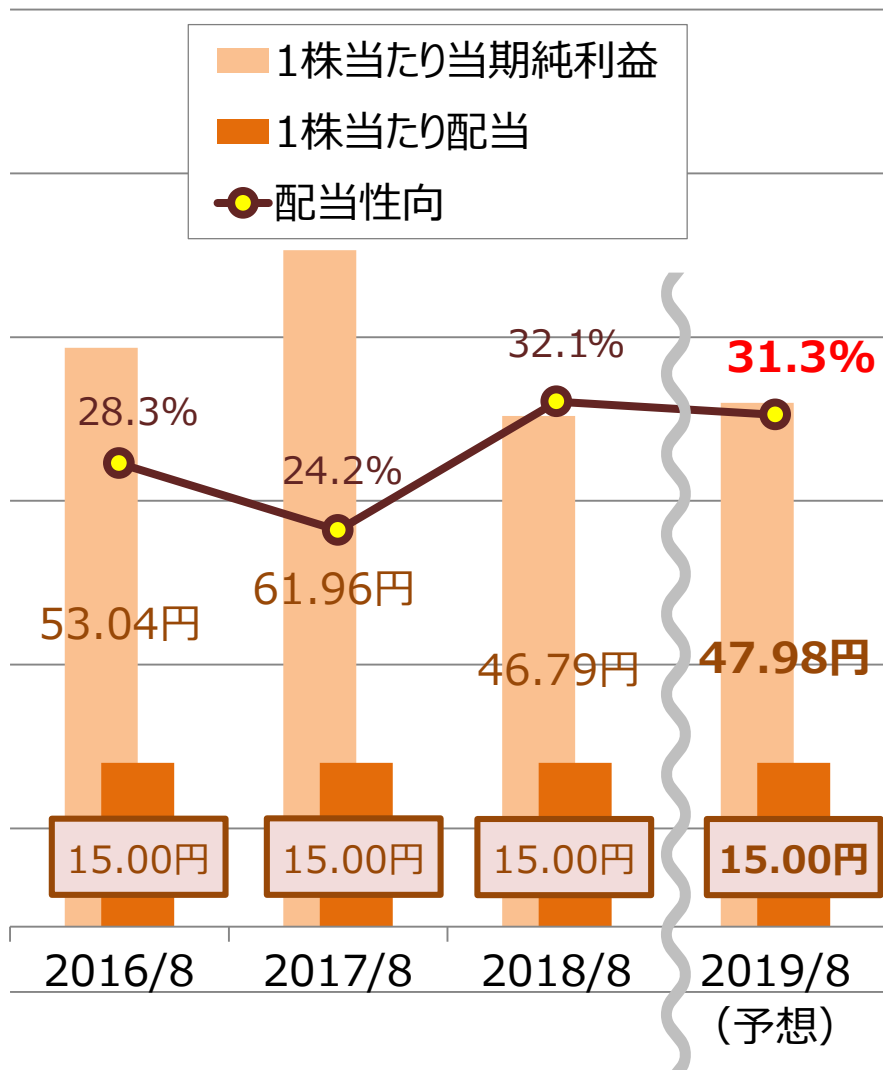


株価 (円)



業績予想	2018年8月期	2019年8月期 (予想)
親会社株主に帰属する当期純利益	633百万円	650百万円
1株あたり当期純利益	46.79円	47.98円

配当性向20～30%を目安として、 安定した配当を継続して行ってまいります



直近3期配当実績	2016年 8月期	2017年 8月期	2018年 8月期
1株当たり当期純利益	53.04円	61.96円	46.79円
1株当たり配当金	15.00円	15.00円	15.00円
配当性向	28.3%	24.2%	32.1%
配当利回り	1.6%	1.1%	1.6%
ROE (株主資本利益率)	7.9%	8.7%	6.2%
DOE (株主資本配当率)	2.2%	2.1%	2.0%

※各事業年度の配当利回りは決算基準日の株価で算出

- ✓ 2019年8月期配当予想は**15.00円**
- ✓ 当期業績予想の1株当たり当期純利益は47.98円。その場合の配当性向は**31.3%**
- ✓ 2018年8月末日現在の株価950円での配当利回りは**1.6%**

当社が自信を持っておすすめする、 オリジナル商品を詰め合わせてお届けします



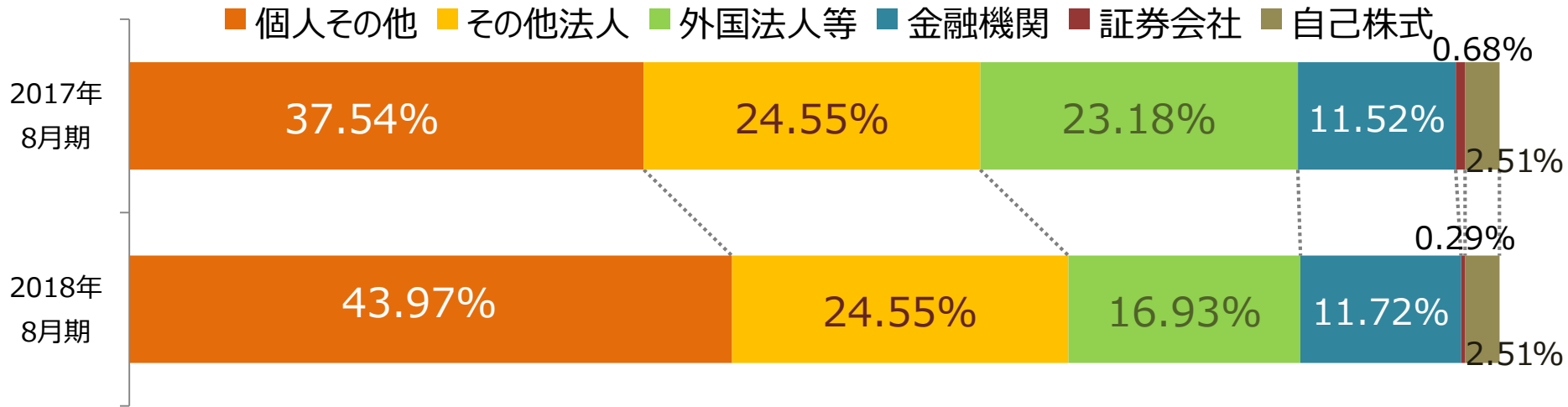
保有株式数または保有期間	株主優待内容
100株以上1,000株未満	Ⓐ
1,000株以上 または3年以上継続保有	Ⓐ + Ⓑ



- ✓ 写真は、2018年8月期の優待内容です
- ✓ みなさまのお声をもとに、より魅力ある優待を企画してまいります

株式

たくさんの個人株主のみなさまに 支えていただいております



	2017年8月期	2018年8月期	前期比
発行済株式総数	13,958,800株	13,958,800株	-
株主数	8,316名	15,225名	+6,909名
所有比率			
個人その他	37.54%	43.97%	+6.43 <small>ポ</small>
その他法人	24.55%	24.55%	±0 <small>ポ</small>
外国法人等	23.18%	16.93%	△6.25 <small>ポ</small>
金融機関	11.52%	11.72%	+0.20 <small>ポ</small>
証券会社	0.68%	0.29%	△0.39 <small>ポ</small>
自己株式	2.51%	2.51%	±0 <small>ポ</small>

- ✓ 株主数は、前期末から6,909名増加
- ✓ 個人株主所有比率は前期比6.43ポイント増加、外国法人等所有比率が6.25ポイント減少
- ✓ まずはしっかりと業績を上げていくことで株主様への還元原資を確保していく

(注) 小数点第3位以下を切り捨てており、各項目の比率を加算しても100%にならない場合があります。

(ご参考資料)



ワッツ

株式会社ワッツと
その経営戦略について

P2 – P18

株式・優待

ワッツの株式や
配当・株主優待について

P20 – P23

(ご参考)
決算・計画

**直近期（2018年8月期）
連結決算について**

P25 – P38



(単位：百万円)

業績ハイライト	2017年8月期		2018年8月期（当期）			
		構成比		構成比	前期比	計画比
売上高	47,494	—	49,444	—	104.1%	99.7%
売上総利益	17,994	37.9%	18,779	38.0%	104.4%	—
販売費及び一般管理費	16,785	35.3%	17,803	36.0%	106.1%	—
EBITDA	1,566	3.3%	1,363	2.8%	87.0%	—
営業利益	1,209	2.5%	975	2.0%	80.7%	67.3%
経常利益	1,272	2.7%	1,037	2.1%	81.5%	68.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	839	1.8%	633	1.3%	75.5%	68.5%
1株当たり当期純利益（円）	61.96		46.79		—	—

- ✓ **売上高**は、100円ショップの順調な出店に加え、当期4月にディスカウントショップを運営する「(有)リアル」を子会社化したこともあり、前期比**4.1%増**。概ね計画通りの着地
- ✓ **売上総利益**は、売上総利益率が0.1%改善したことで、**4.4%増**となった
- ✓ **営業利益**は、100円ショップ既存店が天候不順を主因として軟調に推移したこと、店舗数増に伴う家賃・人件費の増加や、店舗設営時の人材派遣利用の増加などにより、販管費が高んだ結果、**19.3%減**。利益面では大きく計画未達



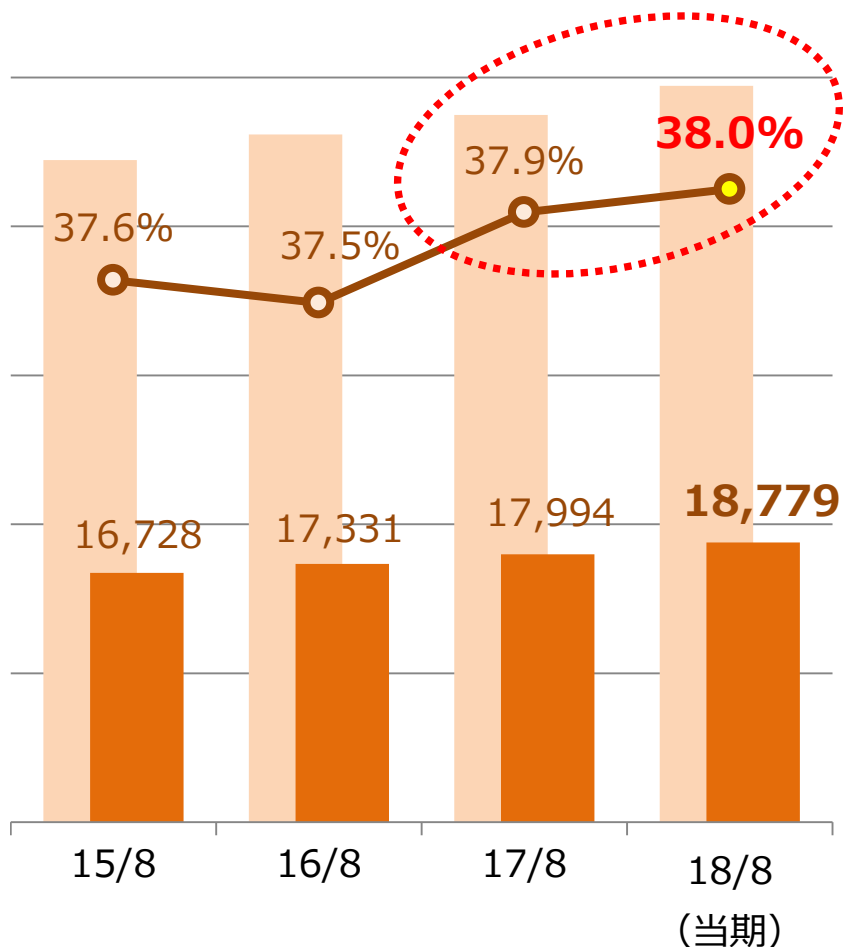
(単位：百万円)

事業部門別売上高		2017年8月期		2018年8月期（当期）		
			構成比		構成比	前期比
100円ショップ	直営	39,824	83.9%	41,243	83.4%	103.6%
	卸その他	3,238	6.8%	2,748	5.6%	84.9%
	小計	43,062	90.7%	43,991	89.0%	102.2%
海外事業	直営	925	1.9%	1,098	2.2%	118.7%
	卸	1,371	2.9%	1,616	3.3%	117.9%
	小計	2,297	4.8%	2,715	5.5%	118.2%
ファッション雑貨	ブオーナ・ビータ	1,792	3.8%	1,814	3.7%	101.2%
	ソストレーネ・グレーネ					
	あまの					
その他		341	0.7%	923	1.9%	270.4%
合計		47,494	100.0%	49,444	100.0%	104.1%

- ✓ 国内100円ショップ事業の売上高は前期比2.2%増加したものの、FC等の卸売の減少や、海外事業売上高の増加などにより、連結売上高に占めるシェアは1.7ポイント低下
- ✓ 連結売上高に占める海外事業のシェアは4.8%→5.5%となった



■ 売上総利益 ● 売上総利益率



100円ショップ事業では、

- ✓ Wattsブランド店舗を中心に、少しずつ付加価値の高い商品へ入替え
- ✓ 原価率の高い食品の取扱いを縮小し、雑貨販売比率を継続的に引上げ
- ✓ FC、卸を積極的に拡大していないため直営店の構成比が引き続き上昇

国内その他事業では、

- ✓ 比較的高い売上総利益率が見込めるBuona VitaやSøstrene Greneの売上シェア拡大を目指す

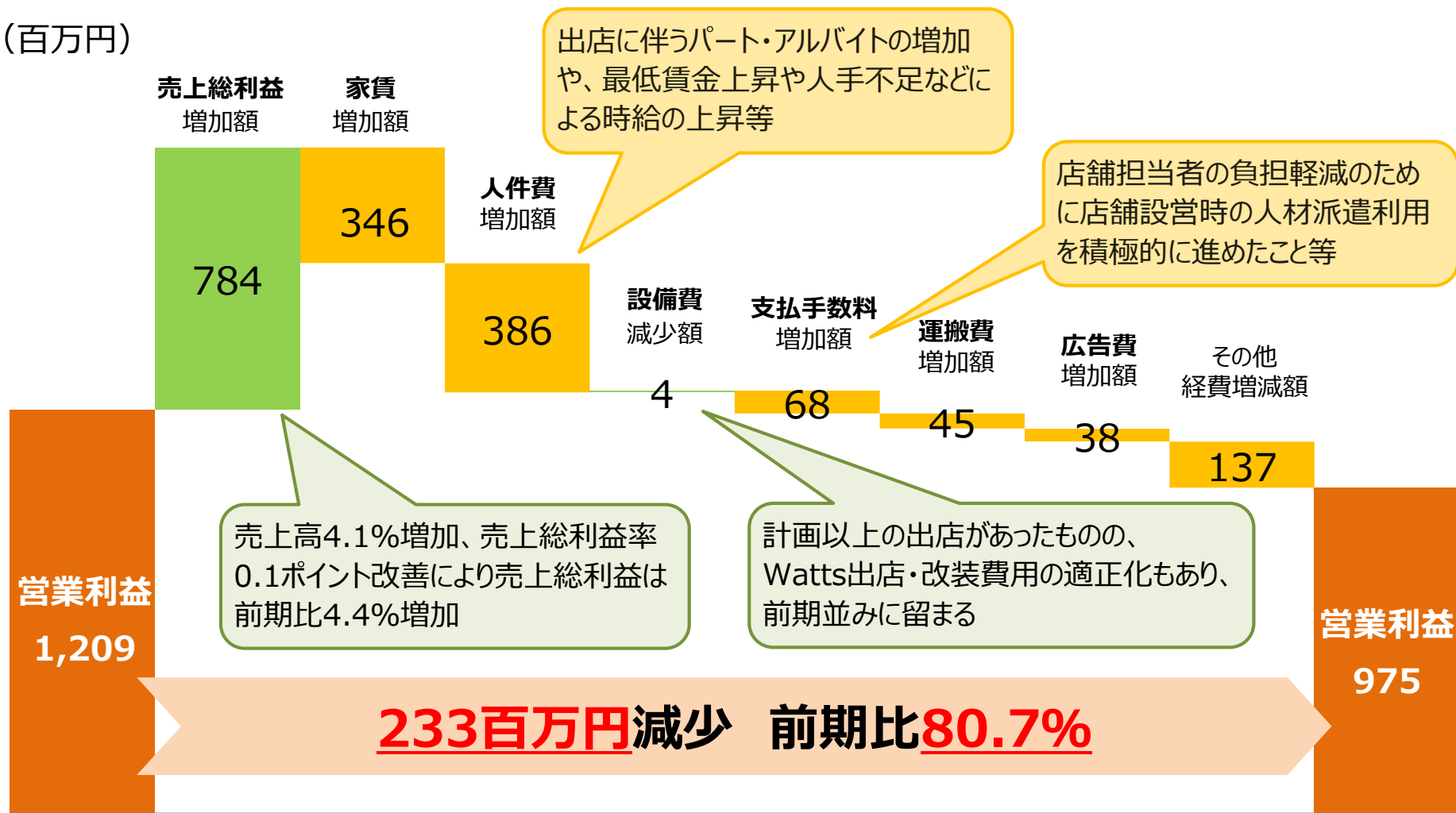
海外事業では、

- ✓ 近年、直営店に比べて値入率が低い卸売が拡大しているため、販管費率の動向も注視しながら、あるべき売上総利益率を慎重に見極めていく

営業利益の増減要因



(百万円)



前期

当期

(単位：百万円)

連結 貸借対照表	2017年8月期		2018年8月期 (当期)	
		増減率		増減率
現金及び預金	5,727	13.8%増	5,147	10.1%減
商品及び製品	6,506	6.5%増	6,811	4.7%増
その他の流動資産	3,043	10.0%増	2,914	4.2%減
有形固定資産	1,538	8.2%増	1,759	14.4%増
その他の固定資産	3,269	3.6%増	3,312	1.3%増
総資産	20,084	8.6%増	19,945	0.7%減
負債	10,210	10.7%増	9,711	4.9%減
純資産	9,873	6.6%増	10,234	3.7%増

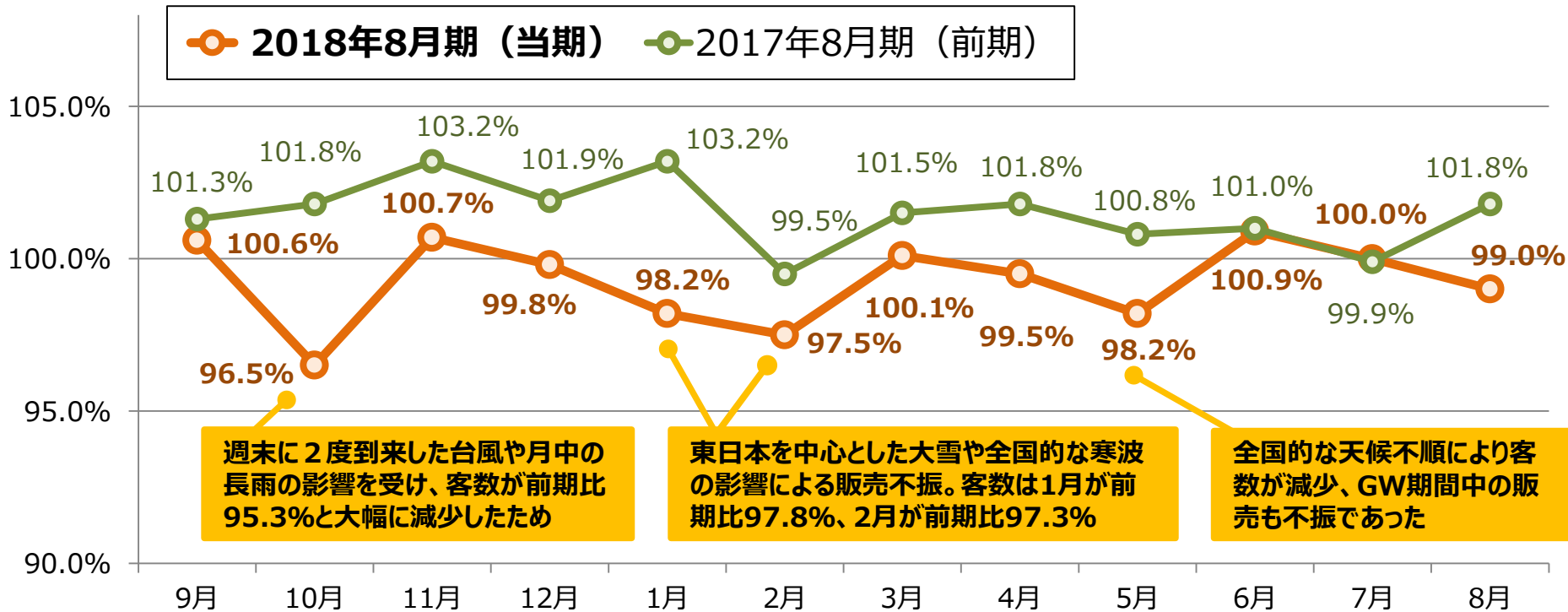
(単位：百万円)

連結 キャッシュ・フロー	2017年8月期		2018年8月期 (当期)	
		増減額		増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,157	428	687	△469
投資活動によるキャッシュ・フロー	△525	176	△615	△89
財務活動によるキャッシュ・フロー	55	149	△658	△714
現金及び現金同等物に係る換算差額	9	60	5	△3
現金及び現金同等物の期末残高	5,727	696	5,147	△580
フリーキャッシュ・フロー	631	605	72	△559

- ✓ 自己資本比率は52.2%。前期末から2.5%上昇
- ✓ 100円ショップの積極的な出店・改装により商品及び製品は305百万円増加。さらに有形固定資産では工具、器具及び備品が113百万円増加
- ✓ 長期借入金239百万円返済などにより負債は4.9%減
- ✓ 利益剰余金は前期末から429百万円増加

- ✓ 営業活動によるキャッシュ・フローでは税金等調整前当期純利益が297百万円、未払消費税等が222百万円、それぞれ減少
- ✓ 財務活動CFでは長期借入による収入が671百万円減少

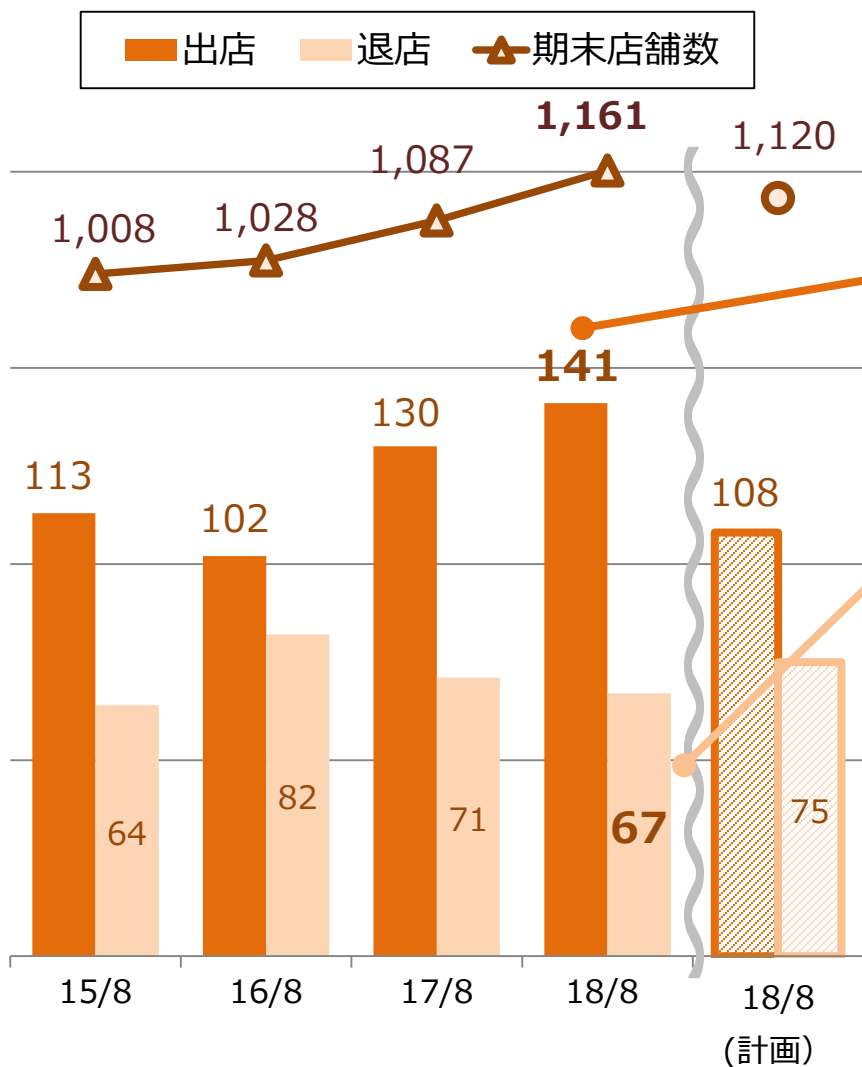
100円ショップ事業の状況① ～既存店売上高対前年同月比の推移～



通期累計	売上高	客数	客単価
前年同期	101.5%	100.5%	100.8%
当期	99.3%	98.6%	100.5%

※ 2018年9月の売上高は101.4%、10月は102.7%

- ✓ 客単価はすべての月で前期を上回ったものの、度重なる天候不順などの影響で客数が軟調に推移したこともあり、通期計画の101.0%には及ばなかった
- ✓ Wattsブランド店舗売上高は対前期比100%超えを達成



出退店計画と実績

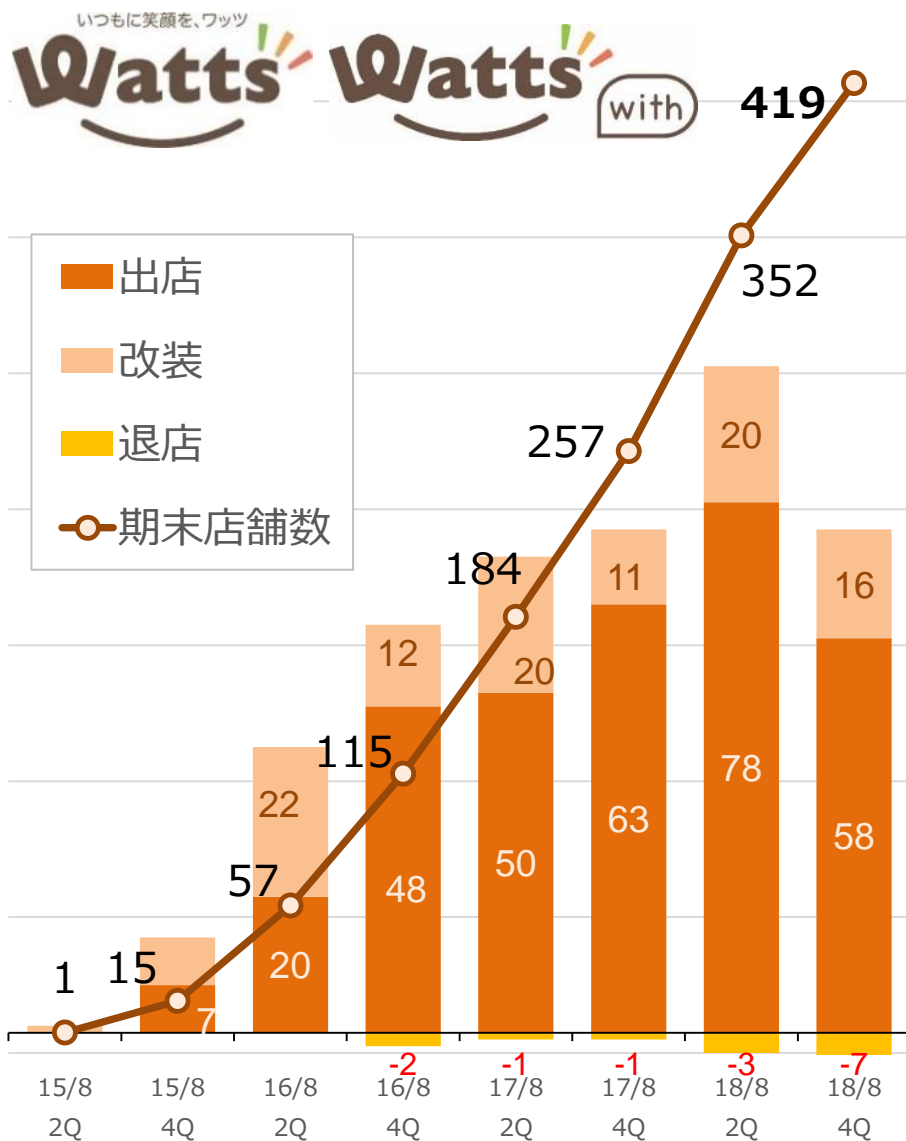
出店計画 108店 → **141店**出店

退店計画 75店 → **67店舗**退店
(内FC10店舗)

- ✓ 比較的売上規模の小さい委託販売型店舗が多い傾向が続くものの、出店は通期計画を大きく上回った（計画比33店超）
- ✓ 委託販売型店舗の出店余地はまだまだあり、出店141店のうちの113店を占める
- ✓ 期末店舗数は計画を上回る1,161店舗

100円ショップ事業の状況③

～「Watts」ブランド店舗の出店・改装実績～



2018年9月 ワッツ小田原ダイナシティウエスト店 (神奈川県)

- ✓ 全1,161店に占める割合は**36.1%**
- ✓ 売上に応じた複数の出店モデルを確立したことで前期末から162店増加
- ✓ 出店は原則Wattsブランドで行い、改装も投資回収見込みを精査して順次進める

海外事業の状況①

～売上高（直営・卸売）の推移～

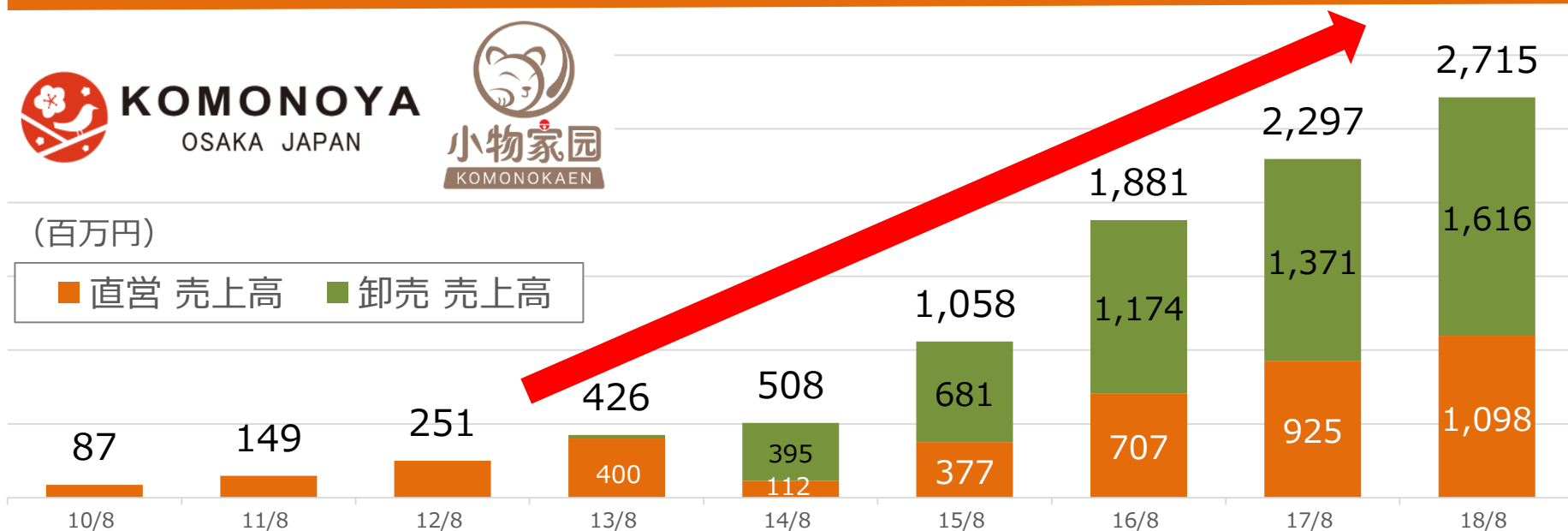


KOMONOYA
OSAKA JAPAN



(百万円)

■ 直営 売上高 ■ 卸売 売上高



2018年5月 ウンタニー店 (タイ)

- ✓ 直営店舗で足場をしっかりと固めつつ、その周辺国への卸売（現地パートナーとの協業）に注力
- ✓ ほぼ当社商品で売場を構成する現地資本の均一ショップはミャンマーの17店、モンゴルの12店を筆頭に、その他の国々を含め約40店

海外事業	17/8	18/8	前年同期比
売上高	2,297百万円	2,715百万円	118.2%

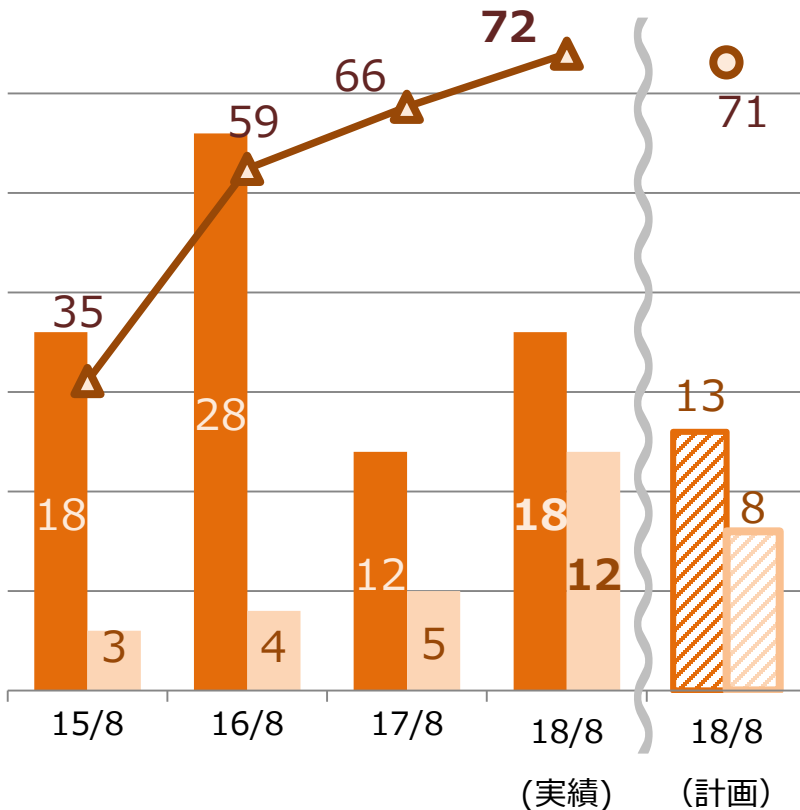


KOMONOYA
OSAKA JAPAN



小物家園
KOMONOKAEN

■ 出店 ■ 退店 ▲ 期末店舗数

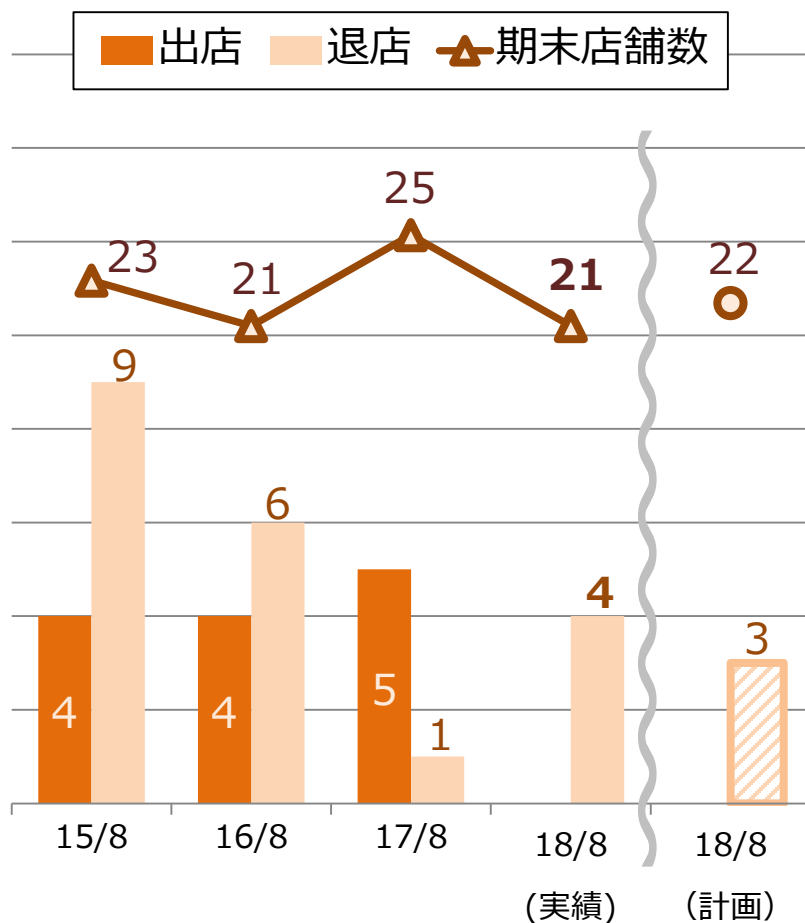


	出店	退店	期末店舗数 (18/8)
タイ	7	1	37
中国	-	7	2
マレーシア	5	1	9
ベトナム	-	3	11
ペルー	6	-	13
合計	18	12	72

- ✓ タイは、既存店が好調を取り戻しており、引き続き商品に注力しながら出店も積極的に進める
- ✓ マレーシアは、当期4月に販売子会社を現地パートナーへ譲渡。マレーシア経由でのシンガポールへの卸売は順調に拡大しており、引き続き重要市場として卸売に注力
- ✓ 中国は直営を縮小し、催事に注力
- ✓ ペルーの直営店は変わらず好調。前期からメキシコへの卸売を開始



～出退店計画数と店舗数実績～



2017年7月 神戸ハーバーランドumie店

- ✓ 4店退店し、**21店**となった
- ✓ 既存店売上高の対前期比は98.3%であったが、店舗ごとに応じた商品構成への入替えを順次進めており、売上拡大の勢いを取り戻してきている
- ✓ 新規出店は抑制し、既存店の収益性の向上に取り組む



2017年11月 ソストレネ・グレーネ プライムツリー赤池店

- ✓ 合併会社「(株)ヒルマージャパン」が運営。ヨーロッパ中心に200店舗以上の北欧雑貨スペシャリティストアを展開するブランド本社が40%出資
- ✓ 2016年10月28日、1号店となる表参道店のオープンを皮切りに、2018年8月末現在、4店舗展開。2018年11月、国分寺店（東京都国分寺市）をオープンした
- ✓ 北欧雑貨をお手ごろな価格で販売、毎週約100アイテムの新商品を導入
- ✓ 国内市場にマッチした商品の投入やSNSを活用したブランディング強化で認知力を向上させ、合わせて多店舗展開を進めることで早期の収益化を目指す



2018年4月2日付で、「リアル」という屋号で小型のディスカウントショップを運営する「有限会社リアル」の全株式を取得し、連結子会社化しました



✓ 大阪府および広島県内で4店舗展開

住道店（大阪府大東市）

府中店（広島県安芸郡）

舟入店（広島県広島市中区）

呉店（広島県呉市）



- ✓ 地域密着型であり、日用品全般を豊富に品揃え
- ✓ 同社の強みである商品調達力を当社100円ショップ事業に活用していく
- ✓ 本部機能の統合等による経費削減策などを実行し、収益性を向上することで、利益貢献度を高めていく



(単位：百万円)

業績予想	2018年8月期 第2四半期		2019年8月期 第2四半期 (予想)			2018年8月期		2019年8月期 (予想)		
		構成比		構成比	前期比		構成比		構成比	前期比
売上高	23,886	—	25,400	—	106.3%	49,444	—	52,000	—	105.2%
売上総利益	9,207	38.5%	—	—	—	18,779	38.0%	—	—	—
販売費及び一般管理費	8,613	36.1%	—	—	—	17,803	36.0%	—	—	—
営業利益	593	2.5%	430	1.7%	72.5%	975	2.0%	1,080	2.1%	110.7%
経常利益	602	2.5%	430	1.7%	71.4%	1,037	2.1%	1,110	2.1%	107.0%
親会社株主に帰属する 当期 (四半期) 純利益	379	1.6%	255	1.0%	67.2%	633	1.3%	650	1.3%	102.5%
1株当たり当期 (四半期) 純利益 (円)	28.00		18.82			46.79		47.98		
ROE	3.8%		2.4%			6.2%		6.1%		

- ✓ 100円ショップの出退店計画
【出店】上期63店、下期52店、計115店
【退店】上期52店、下期32店、計84店
➡ **純増31店**

- ✓ 上期を中心に不採算・低採算店舗の閉鎖及び積極的な改装を行うため、上期は減益となる見込み。一方で、下期から上期の新規出店や改装効果が利益寄与してくることで、通期では前期並みの営業利益率を確保できる見込み



本資料にて開示されているデータや将来予測は、本資料の発表日現在に入手可能な情報に基づくもので、種々の要因により変化することがあり、これらの目標や予想の達成および将来の業績を保証するものではありません。また、これらの情報が今後予告なしに変更されることがあります。従いまして、本情報及び資料の利用は、他の方法により入手された情報とも照合確認し、利用者の判断によって行ってくださいますようお願いいたします。本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負うものではないことをご認識いただきますようお願い申し上げます。

説明内容に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

お問い合わせ先：

株式会社ワッツ 常務取締役経営企画室長 森 秀人

e-mail：ir@watts-jp.com

TEL： [06-4792-3280](tel:06-4792-3280)