

衣料小売専門店のナビゲーター

株式会社プロルート丸光

2010年3月

いわゆる「前売卸」とは

業界規模:卸価格で2千億円程度

(企業努力と認知度向上で規模拡大を図っている)

業態

- 「総合衣料問屋」 ……ただし、
- 「売場」 ……に来ていただく
- 「セルフサービス」 ……で仕入れていただく
- 「現金(あるいはカード)」 ……で仕入れていただく
- 「売切り」 ……で返品は受けない

顧客

- 全国の衣料品店
- 専門店
- チェーンストア など

- 一般消費者は入店不可

顧客のメリット…利便性

仕入れたいときに、季節に合った豊富な品揃えがある
必要な枚数だけ1枚から仕入れができる

会社概要

- ◆ 商号 株式会社プロルート丸光
MARUMITSU CO., LTD.
- ◆ 創業 1900年
- ◆ 設立 1951年3月
- ◆ JASDAQ 1988年11月上場
- ◆ 証券コード 8256
- ◆ 代表者 代表取締役会長 前田 辰夫
代表取締役社長 前田 佳央
- ◆ 本社所在地 大阪市中央区久太郎町2 - 1 - 5
- ◆ 資本金 18億6,194万円
- ◆ 発行済株式数 1,839万9千株
- ◆ 1単元の株式数 500株
- ◆ 従業員数 344名(うち子会社39名)

沿革



マークの意味

成長の願いをこめた上昇ライン
丸光のイニシャル、M
プロルート = <道>のシンボル化



プロルートとは

プロフェッショナル(小売店様)の
お仕入れルート
プロフィット(利益)への確かな道

- 1900年 創業
- 1951年 丸光株式会社を設立
- 1959年 セルフサービス方式による総合衣料品前
売現金問屋へ業態転換
- 1971年 コンピューターによる単品管理体制を開始
- 1983年 現大阪本店1号館を開店、呼称を
プロルート丸光へ
- 1984年 「プロルートカード」システム開発、導入
- 1988年 株式公開
- 1991年 東京店開店
- 1994年 天理流通センター 業務開始
- 2002年 福岡店 業務開始
- 2004年 婦人服小売専門店の展開を開始
- 2005年 株式会社サンマールの子会社化
- 2010年 連結子会社 株式会社グローバルルートを
設立

株式会社プロルート丸光 企業ポリシー

経営理念

(すべてを方向づける価値基準)

「プロルート丸光は
成長をめざす小売店の方々に
生きた市場を反映した半歩先の商品を提供するため
創造的メーカーとともに
たえず挑戦する問屋である。」

社是

(原点となる精神)

「これでいいのか」=「シンクベター・スピリット」

1. 小売店の、よりいっそうの発展に奉仕する。
2. パートナーとの、より創造的な関係をつくる。
3. 社員の、より充実した生活を可能にする。

行動目標

(経営理念を達成するための社員の行動の指針)

1. 品質を守り、安さを創造することが、我々の使命である。
2. お客様の不満と悩みを取り除くことで、我々の利益と成長が生まれる。
3. 変化に対する感覚と柔軟な対応が、我々の命である。
4. 売場は生きた市場の反映でなければならない。
5. 情報で売ること。情報は最高のセールスである。
6. お客様のお客さまを知ることが、成功の鍵である。
7. 自らの生き生きとした生活の中から、もうけのヒントが生まれてくる。
8. ひとりひとりの情報やアイデア、成功と失敗をみんなの財産としよう。

プロルート丸光の特長

人材力

強い「個」の力

商品力

高い鮮度
ファッション情報

販売力

小ロット
高回転

幅広い品揃え

広い売場

「バイヤー」の力

約60名のバイヤー

一人ひとりが「経営者」の役割

モノを作り、あるいは仕入れ、
販売する全てを担当

責任も、権限も幅広い

「個」の力を引き出す人事制度・成果主義

採用

モチベーションの高い人を

人材育成

「個」として成功できる人を育てる

権限委譲

「やってみなはれ」・・・権限も、責任も

成果主義

役割成果主義

35歳以上では給与格差は2倍以上

商品力

品質

トレンド

鮮度

オリジナル

幅広いプライスゾーン

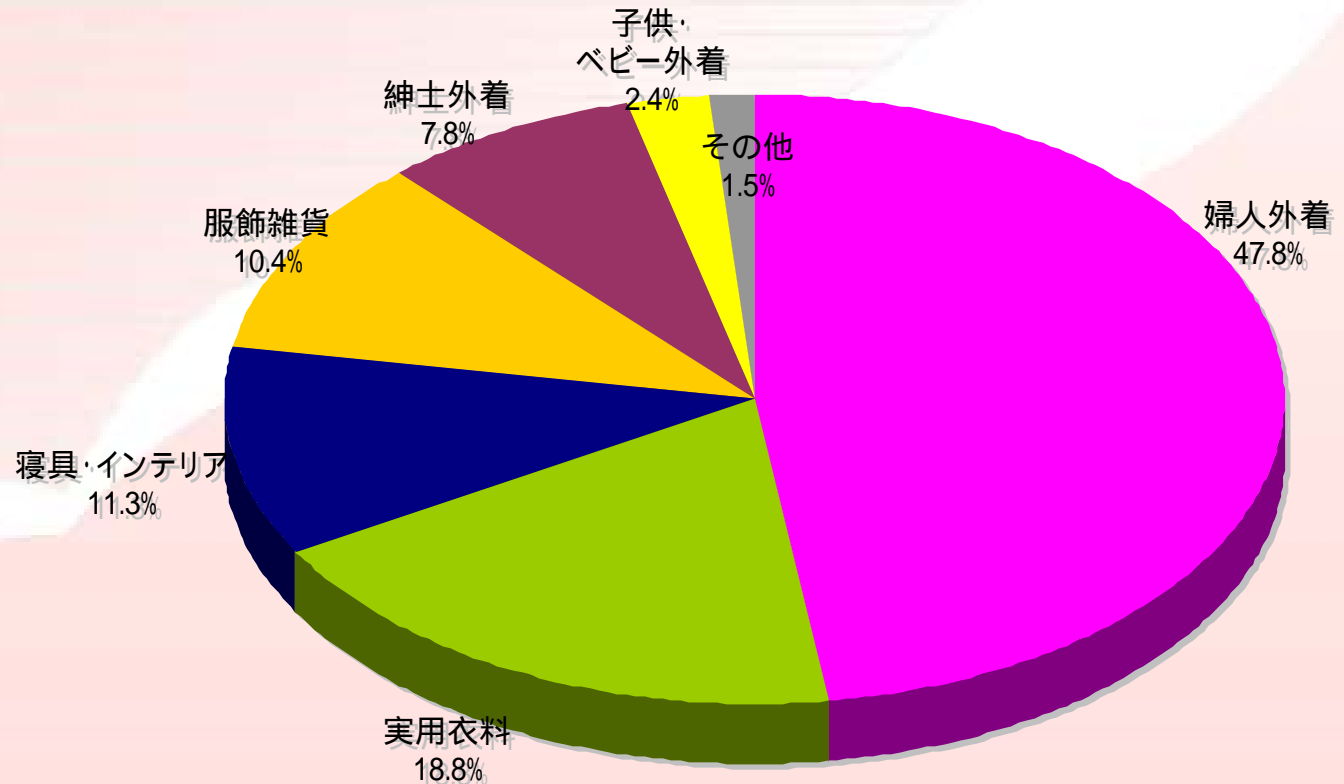
個性・感性

売上構成

婦人服、特にヤングに強い

レディスアパレル売上21位¹

(全アパレルでは売上高32位)²



1: 織研新聞社08年度全国アパレル業績アンケート調査より

2: 全国アパレル売上高ランキング、営業利益額ランキング

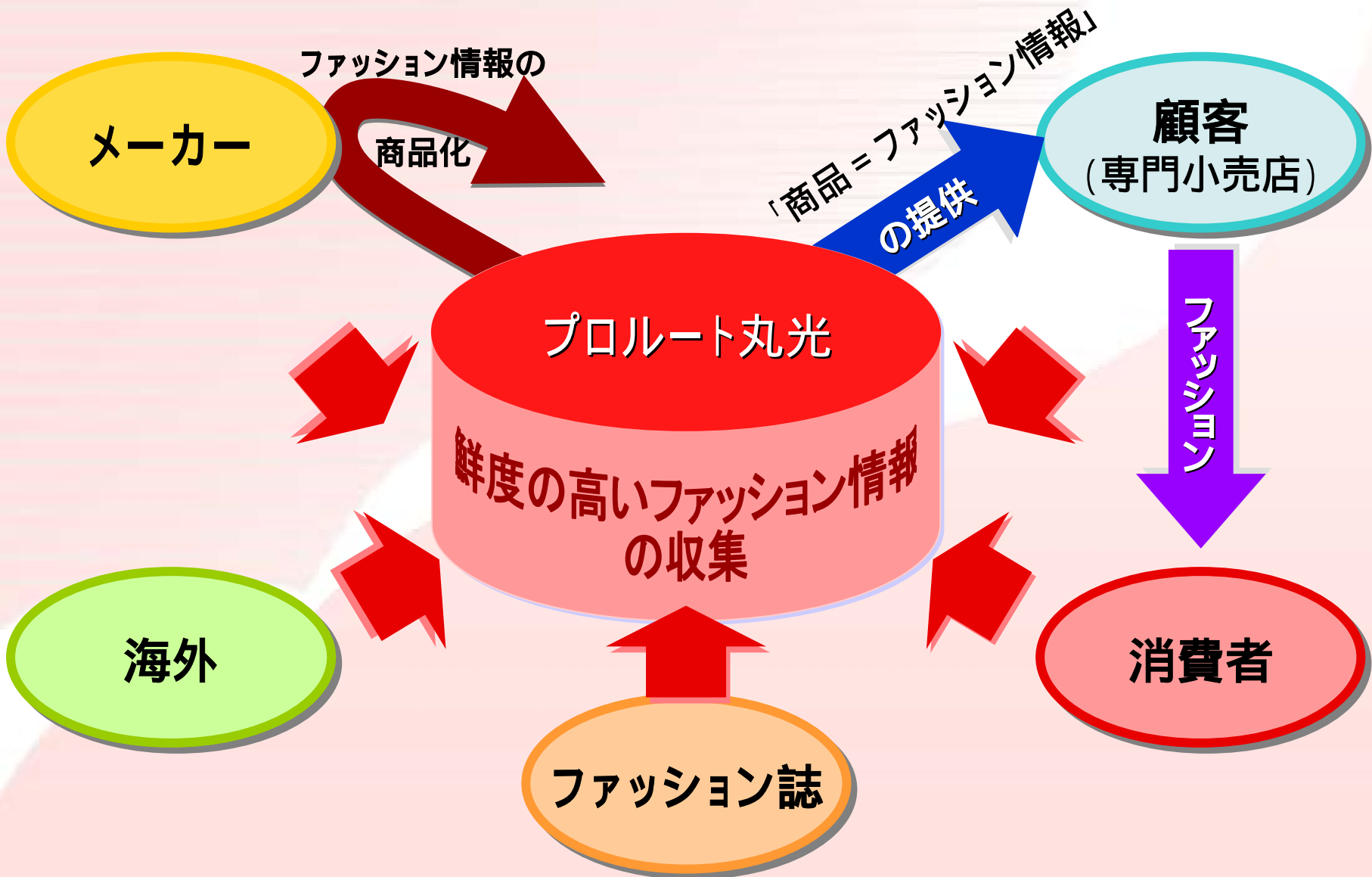
2010年3月期実績

商品別売上高(単体)

単位:百万円

	09/3期		10/3期		
	実績	構成比	実績	構成比	増減率
寝具・インテリア	3,254	10.7%	2,892	11.3%	11.1%
実用衣料	5,560	18.3%	4,796	18.8%	13.7%
紳士外着	2,671	8.8%	2,004	7.8%	25.0%
子供・ハビ-外着	859	2.8%	604	2.4%	29.7%
婦人外着	14,693	48.3%	12,220	47.8%	16.8%
服飾雑貨	3,059	10.0%	2,651	10.4%	13.3%
その他	347	1.1%	390	1.5%	12.4%
合計	30,446	100.0%	25,559	100.0%	16.1%

鮮度の高いファッション情報の収集・発信



大型店舗を保有

売場：40,000m² 大阪ドーム以上の面積
 広い売場に20万アイテムを展示販売

F	SERVICE & 販促資材・店舗用品
F	ナイティ・エプロン & ワーキング & 呉服
F	肌着・ランファン & くつ下
	子供・ベビーウェア・キャラクター 雑貨・ファンシー雑貨
	メンズトータル
	服飾雑貨・アクセサリ & シューズ・履物 & バッグ
	ミセス外装・ボトム
	ミセスブラウス・セーター
	ミセスカットソー・韓国製品 & 大寸 トータル
	レディスヤングトータル
	ファッションリパブリック
	SERVICE & 婦人服
	SERVICE



大阪1号館

9F	催事会場
8F	催事会場
7F	催事会場
6F	催事会場
5F	通信受注、催事展示場
4F	スリッパ・タオル
3F	軽寝具・中寝具
2F	インテリア・重寝具
1F	SERVICE
B1	SERVICE



大阪2号館

ヤングカジュアルコーナー (3F)



ヤングカジュアルコーナー (3F)



メンズコーナー (8F)



アクセサリーコーナー(7F)



顧客の立場にたった売場作り

服種別の売場

ブラウス

ボトム

外装

⋮



テイスト別のショップ

A
ハイヤ

B
ハイヤ

C
ハイヤ

D
ハイヤ

...

様々な顧客のニーズを満たす売場
顧客の売場作りを想像した売場
顧客に売り方を提案する売場
顧客に情報を発信する売場

成長を目指す戦略

成長への3つの施策

売上の拡大(既存事業)

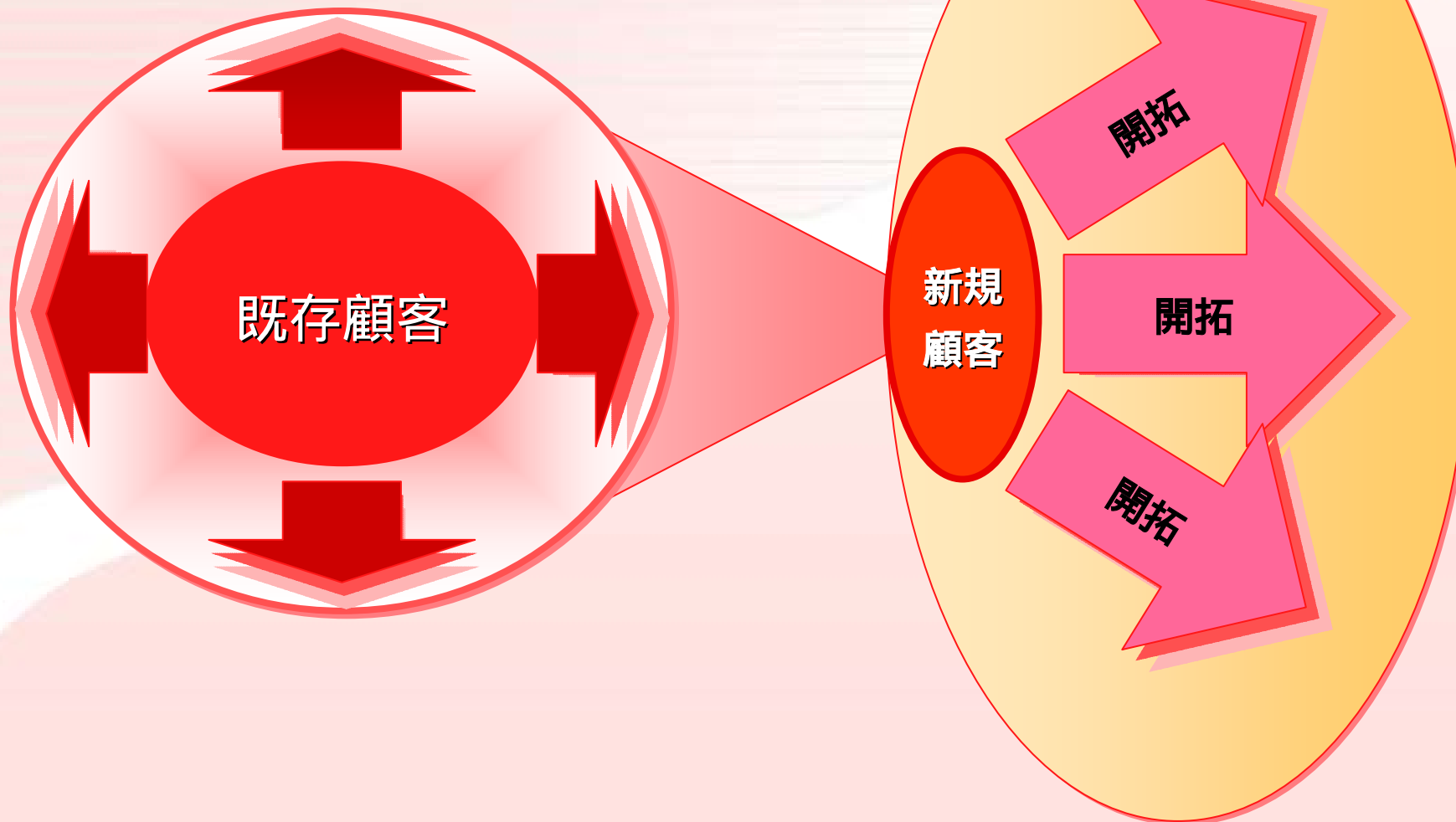
利益率の向上(既存事業)

新規ビジネスの立上げ

売上拡大・2つのターゲット

売上の
拡大

インスタシェアの
拡大



既存顧客

新規
顧客

開拓

開拓

開拓

利益率向上施策

利益率
向上

オリジナル商品比率の拡大

高付加価値商品へのシフト

早期値下げ 高回転 利益率向上

決算説明

P / L ハイライト

単位: 百万円

	09/3期		10/3期			10/3期(連結)	
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	実績	構成比
売上高	30,446	100.0%	25,559	100.0%	16.1%	26,644	100.0%
売上総利益	6,593	21.6%	5,487	21.5%	16.8%	5,928	22.3%
販管費	5,725	18.8%	5,209	20.4%	9.0%	5,669	21.3%
営業利益	867	2.8%	278	1.1%	67.9%	259	1.0%
経常利益	765	2.5%	118	0.5%	84.5%	96	0.4%
当期純利益	432	1.4%	206	0.8%	52.2%	164	0.6%

主な業績の変動要因

売上高及び営業利益、経常利益の減少

円高の進行や物価下落によるデフレ経済が続いているため、雇用情勢や所得環境の好転が見られず、個人消費の低迷が続く厳しい経営環境で推移。

衣料品業界も企業間の価格競争が一層激しくなり、販売単価の下落と稼動顧客数の減少を引き起こしたこと等による。

B / Sハイライト

単位:百万円

科 目	09/3期		10/3期			10/3期 (連結)	
	実 績	構成比	実 績	構成比	増減率	実 績	構成比
流動資産	3,994	20.4%	4,143	21.0%	3.7%	4,978	25.3%
固定資産	15,581	79.6%	15,562	79.0%	0.1%	14,699	74.7%
資産合計	19,576	100.0%	19,706	100.0%	0.7%	19,677	100.0%
流動負債	9,598	49.0%	5,747	29.1%	40.1%	5,831	29.6%
固定負債	2,850	14.6%	6,931	35.2%	143.2%	6,936	35.3%
負債計	12,449	63.6%	12,678	64.3%	1.8%	12,768	64.9%
純資産計	7,126	36.4%	7,027	35.7%	1.4%	6,908	35.1%
負債純資産計	19,576	100.0%	19,706	100.0%	0.7%	19,677	100.0%

流動負債:短期借入金のうち35億円を長期借入金へ借換による減少

固定負債:長期借入金40億円調達、社債10億円発行による増加

C / F ハイライト(連結)

単位:百万円

	09/3期	10/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー	627	134
投資活動によるキャッシュ・フロー	196	146
財務活動によるキャッシュ・フロー	993	359
現金及び現金同等物の増加額	169	346
現金及び現金同等物の期首残高	980	810
現金及び現金同等物の期末残高	810	1,156

**投資活動によるキャッシュ・フローの減少は主に事業譲受による
財務活動によるキャッシュ・フローの増加は主に長期借入による収入**

2010年3月期計画(連結)

単位:百万円

	10/3期		11/3期 計画		
	実績	構成比	計画	構成比	増減率
売上高	26,644	100.0%	27,780	100.0%	4.3%
売上総利益	5,928	22.3%	6,001	21.6%	1.2%
販管費	5,669	21.3%	5,655	20.4%	0.2%
営業利益	259	1.0%	346	1.2%	33.2%
経常利益	96	0.4%	204	0.7%	111.0%
当期純利益	164	0.6%	183	0.6%	11.2%
設備投資額	79	-	200	-	153.2%
減価償却費	302	-	360	-	19.2%

主な前提条件

売上高

アパレル事業の推進・拡大

新規顧客開拓等、前期重点政策を引き続き継続

商品力強化のための創造力ある新規メーカーの開拓

販売費及び一般管理費

額で前年比0.2%減の計画

配当金 1株当たり10円を継続

この資料について

この資料には、当社の現在の計画や業績の見通しなどが含まれております。それらの計画や見通しなどは、現在当社が入手可能な情報を元に計画、予測したものです。実際の業績などは、様々な条件の変化により異なった結果となることがあり、この資料は、それら計画や見通しなどの実現を保証したものではありません。

お問合せ先

株式会社プロルート丸光 経理部 西本

電話：06-6262-0303

E-mail：s.nishimoto@proroute.co.jp