



BUSINESS REPORT

第58期事業のご報告

平成20年3月21日～平成21年3月20日



株式会社 **プロルート丸光**

証券コード 8256

衣料から寝具・インテリア、 日用雑貨まで 暮らしをトータルにカバーする 「総合前売卸」として 小売店様への貢献を めざしています。

「前売卸」とは？

前売卸は、適時、適品、適量の商品調達が可能な売場のある卸売形態で、小売店様にとっては商談などを介さず簡便に仕入れが可能な点も大きなメリットです。商品はすべて正札による「定価」で取引が行われており、公平性、透明性が高いことも特徴です。

「前売卸」のターゲットは？

商店街などに立地する個人経営の洋品店から、地方で複数店舗を展開する総合衣料品店、ショッピングセンターやファッションビルにテナントとして入居する専門店、そして量販店まで、規模を問わず衣服・雑貨を扱う小売店様が「前売卸」のおお客様です。

「前売卸」業界内での 当社の位置づけは？

業界の大手6社の中で、当社は売上高で現在第2位。婦人服、とくにヤング・ミセス向けに強いのが特長です。付加価値の高いプライベートブランド（PB）の商品比率が約30%と高く、鮮度の高い商品をすばやく回転させることで、同業他社に比べ高い利益率を誇っています。

前売卸の特徴



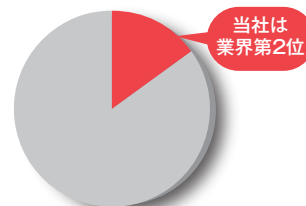
経営理念

MANAGEMENT CONCEPT

[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。

前売卸の業界規模 約2,000億円



(データは当社推定)

平成21年度のスローガンは「繋がります」。
「前売卸」としての強みを生かし、
逆境の時代を切り拓いていきます。



QUESTION. 1

当期の市場環境と業績について
お聞かせください。

ANSWER. 1

当期の小売業界は、天候要因に加え世界的な景気後退の影響を受け、厳しい環境にさらされました。とくに米国大手証券会社が破綻した昨年秋以降、消費は一段と冷え込み、下期はさらなる苦戦を強いられました。当社の主要顧客である小売店様は、在庫品の調整や、低価格品へのシフトなど慎重な姿勢を強めています。

当社においては、総じて売上は伸び悩んだものの、取り扱いブランドを増やしたアパレル事業が好調だったほか、新規開拓に注力した寝具・インテリア部門が順調に推移するなど、将来を見据えた戦略分野が成長を遂げつつあります。また、厳しい事業環境の中で、プライベートブランド（PB）をはじめとする高付加価値分野の事業を強化するとともに、在庫削減による商品回転率の向上など、できる限り経費を抑えることで利益の確保に努めました。

この結果、当連結会計年度の売上高は317億27百万円（前期比10.4%減）、経常利益は7億25百万円（同38.7%減）、当期純利益は3億53百万円（同46.0%減）となりました。



代表取締役社長

前田佳央

QUESTION.2

「前売卸」業態の強みは
今、どう生かされていますか。

ANSWER.2

「前売卸」とは、小売店様に売場に来ていただき、仕入れたい商品を、必要な時に、必要な数だけ買うことのできる卸業態です。消費の低迷が続く中、小売店様は不良在庫を懸念し、早期発注や大量発注を極力控える動きを強めています。そのためリスクヘッジとして「前売卸」の機能が今こそ強く求められています。とくに当社は「前売卸」を展開する同業他社の中でも“鮮度の高い商品を高回転で提供できる”という強みを持っているため、仕入れが難しい売れ筋の商品を扱いたいと考える小売店様にとってのニーズはますます大きくなっています。



QUESTION.3

「前売卸」業態の展望について
お聞かせください。

ANSWER.3

当社では「前売卸」ならではの情報力と独自のノウハウを生かしたプライベートブランド（PB）の企画商品を増やすなど、新たな「前売卸」のあり方を模索しています。また、看板のPBブランドについては、顧客ニーズに基づき低価格かつ短期間で商品を送り出すアパレル事業を強化しています。当社のアパレル機能に着目した小売店様からは、当社の商品づくりのノウハウを活用されたいとの話を多くいただいております。OEM展開の可能性も大きく拓けています。一人ひとりの嗜好に応じた商品が求められるようになった中で、川上と川下をつなぐ「前売卸」の持つ機能は、今後ますます必要性が高まっていくと考えています。

QUESTION.4

平成21年度のスローガンである
「繋がります～FIRST CALL
COMPANY」に込められた思いは。

ANSWER.4

情報があふれる中で、多くの小売店様が、何を売り、作ればよいのか迷い、よりどころを失って孤立化しています。そのような状況下で、当社は

あらためて小売店様としっかりと「繋がる」ことの大切さを再確認したいと考えました。昨年から全社員に対して実施している合宿形式の研修では、単に専門的な知識だけでなく、人間力を養う内容を盛り込みました。現場で対応する一人ひとりの社員の魅力を上げることで、小売店様からま



研修の様子

ず真っ先に声をかけていただく存在になることをめざしています。



コストの低減につながり、小売店様の価格志向にも応えていけるものと考えています。

来期の連結売上高は、315億円（前期比0.7%減）、経常利益は7億円（同3.5%減）、当期純利益は4億円（同13.1%増）を見込んでいます。



セット展示場
(大阪2号館)



ショールーム
(東京店)

QUESTION.5

来期の事業戦略と業績予想について聞かせてください。

ANSWER.5

アパレル事業については、鞆やベルト、アクセサリなどの服飾雑貨ブランドを新たに展開し、売場においては寝具・インテリア商品のショールームを新設しました。また多様な小売店様のニーズに応えるべく、これまで2カ月に1回、展示会スタイルで販売していたシーズン物のセット商品を、常時販売する方式に変えました。直近の円高傾向に加え、原材料価格が落ち着いたことは生産

QUESTION.6

配当政策についてはどのようにお考えでしょうか。

ANSWER.6

当社は従来から配当政策には力を入れており、株主の皆様へ報いるため、現在の配当水準を今後も維持すべく全力を尽くしていきます。また、商品だけでなくあらゆる業務について品質管理を徹底し、すべてのステークホルダーからの信頼に応えていく所存です。つきましては、今後とも株主の皆様のご指導ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

お客様に喜ばれる商品を常に提供するための「6つの力」

プロルート丸光の大きな強みの一つが「商品力」。
 多様で移り変わりの速い消費者の嗜好に応え、市場に受け入れられるために必要とされる力を常に磨き上げる努力を怠りません。
 すべては高付加価値商品をお客様に提供するために、それを可能にするのが「6つの力」です。



01 品質



百貨店や一流アパレルで扱われているような商品には、こだわりの素材やデザインによって醸し出される「上質感」があります。プロルート丸光は、そうした「質感」をとりいれながら、コストを最大限抑え、多くの消費者に支持される値ごろ感のある商品を提供しています。

02 トレンド



当社のバイヤーは日々、内外のマーケットリサーチや小売店様からの現場レベルの店頭情報をもとに売れ筋の商品を予測し、自らの判断でメーカー様に発注します。権限を一人のバイヤーに委ねているからこそ可能になるスピーディーなものづくりによって、最新のトレンドを市場に送り出しています。

04 鮮度



商品の在庫数データ。これは、当社のバイヤーが常に意識している数字です。商品は単品ごとに毎日在庫数がはじき出され、滞留の兆しがあれば売るための施策を次々に打っていくことが求められます。この厳しい“鮮度管理”はそのまま利益に直結しています。

05 オリジナリティ



プロルート丸光には、それぞれ独自の商品コンセプトを持った84のプライベートブランド (PB) があります。その中でもとくに売れ筋のブランドについてはアパレル化し、お客様からいただく細部に至るまでのニーズを汲み上げ、短サイクルで商品化しています。

03 幅広いプライスゾーン



小売店様の多様なニーズに合わせ、同じ商品アイテムの中でも価格訴求型の商品からハイグレードの商品までを取り揃えています。また、当社の商品はオープン価格のため、小売店様がお売りにになりたい値段をつけることができ、柔軟な販売を可能にします。

06 個性・感性



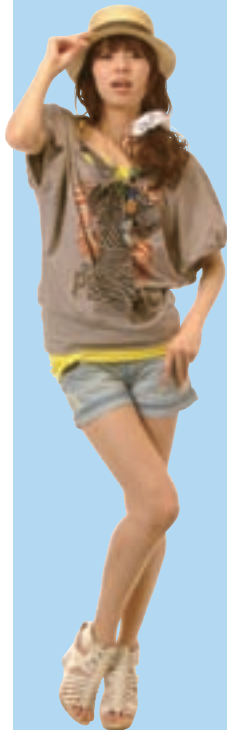
当社が抱えるバイヤーは約60名。トレンドを敏感に察知することに長けたバイヤーもいれば、開発した商品を確実にスピーディーに売り切る商品管理を得意とするバイヤーもいます。個性派ばかりのバイヤー集団のトータルな力が全体最適につながっています。

プロルート丸光の PRIVATE BRAND プライベートブランド

プロルート丸光では、一流アパレルにはできないブランドのあり方を常に考え、感性と価格の両面からオリジナル商品を企画、販売しています。もっと気軽に、もっと低コストで。エンドユーザーの欲望を満たし、小売店様の利益を創造するブランド。オープン価格で自由に売れて、次々新しい商品が生まれるブランド。一人ひとりのバイヤー、MDがこの課題に取り組み、主軸となるブランドはアパレル事業部で展開しています。

LAZY DAISY

レージーデージー



プライブジョーク



連結貸借対照表

(単位：千円)

	当期末 (平成21年3月20日現在)	前期末 (平成20年3月20日現在)
(資産の部)		
流動資産	4,252,720	4,965,703
固定資産	15,378,345	16,015,162
有形固定資産	13,854,719	14,344,174
無形固定資産	47,637	54,253
投資その他の資産	1,475,988	1,616,734
資産合計	19,631,066	20,980,866
(負債の部)		
流動負債	9,730,805	10,647,309
固定負債	2,859,387	3,262,890
負債合計	12,590,193	13,910,200
(純資産の部)		
株主資本	6,901,693	6,847,699
資本金	1,861,940	1,861,940
資本剰余金	1,456,450	1,456,450
利益剰余金	3,704,117	3,623,436
自己株式	△120,814	△94,126
評価・換算差額等	139,179	222,966
その他有価証券評価差額金	139,179	222,966
純資産合計	7,040,872	7,070,666
負債純資産合計	19,631,066	20,980,866

連結損益計算書

(単位：千円)

	当期 (平成20年3月21日から 平成21年3月20日まで)	前期 (平成19年3月21日から 平成20年3月20日まで)
売上高	31,727,842	35,428,700
売上原価	24,594,596	27,681,745
売上総利益	7,133,245	7,746,954
販売費及び一般管理費	6,303,588	6,458,579
営業利益	829,657	1,288,375
営業外収益	53,942	68,685
営業外費用	158,546	174,111
経常利益	725,052	1,182,948
特別利益	14,139	499
特別損失	41,811	27,730
税金等調整前当期純利益	697,380	1,155,717
法人税、住民税及び事業税	315,258	510,135
法人税等調整額	28,603	△9,316
当期純利益	353,519	654,898

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：千円)

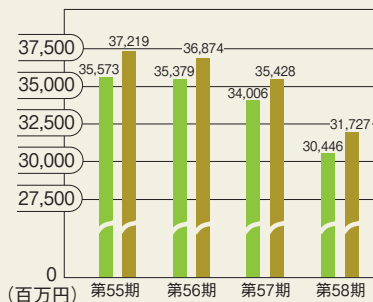
	当期 (平成20年3月21日から 平成21年3月20日まで)	前期 (平成19年3月21日から 平成20年3月20日まで)
営業活動による キャッシュ・フロー	627,194	1,616,420
投資活動による キャッシュ・フロー	196,100	△81,576
財務活動による キャッシュ・フロー	△993,125	△1,387,145
現金及び現金同等物の 増加額又は減少額(△)	△169,830	147,698
現金及び現金同等物の 期首残高	980,303	832,604
現金及び現金同等物の 期末残高	810,473	980,303

連結株主資本等変動計算書

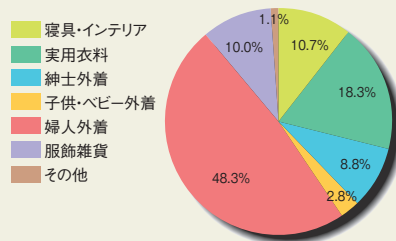
(単位：千円)

当期 (平成20年3月21日から 平成21年3月20日まで)	株 主 資 本					評価・換算差額等		純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	評価・換算 差額等合計	
平成20年3月20日残高	1,861,940	1,456,450	3,623,436	△94,126	6,847,699	222,966	222,966	7,070,666
連結会計年度中の変動額								
剰余金の配当			△272,838		△272,838			△272,838
当期純利益			353,519		353,519			353,519
自己株式の取得				△26,687	△26,687			△26,687
株主資本以外の項目の 連結会計年度中の変動額(純額)						△83,787	△83,787	△83,787
連結会計年度中の変動額合計			80,681	△26,687	53,993	△83,787	△83,787	△29,793
平成21年3月20日残高	1,861,940	1,456,450	3,704,117	△120,814	6,901,693	139,179	139,179	7,040,872

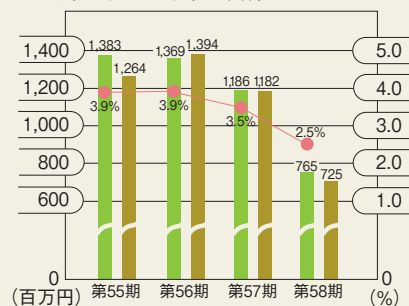
売上高 (■ 単体 ■ 連結)



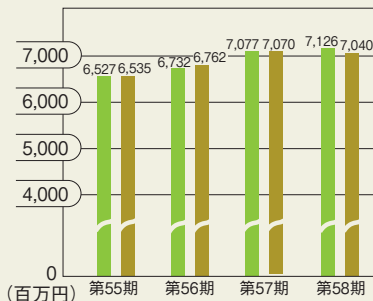
品目別売上高構成比(第58期・単体)



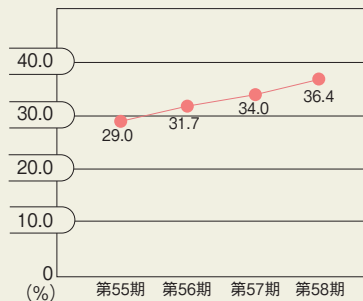
経常利益 (■ 単体 ■ 連結)
売上高経常利益率 (● 単体)



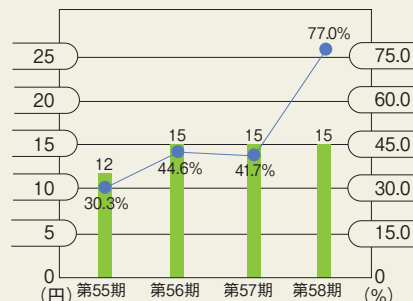
純資産 (■ 単体 ■ 連結)



自己資本比率 (● 単体)



配当金 (■ 単体)
配当性向 (● 連結)



決算ハイライト

会社概要

会社名	株式会社プロルート丸光
創業	明治33年
会社設立	昭和26年3月27日
資本金	1,861,940,000円
従業員数	299名 (注) 上記の他に238名の臨時社員が在籍しております。
連結子会社	株式会社サンマール (紳士服、婦人服、服飾雑貨等の小売業)

役員 (平成21年6月17日現在)

代表取締役会長	前田辰夫
代表取締役社長	前田佳央
常務取締役 (管理本部長)	原田一美
常務取締役 (営業本部長)	西山敏晴
取締役 (販売部門・ストア運営部門統轄マネージャー)	中川常広
常勤監査役	塩川秀明
監査役	皆見量政
監査役	山本良作



本社・大阪1号館
(装いの館)
〒541-0056大阪府中央区
久太郎町二丁目1番5号
TEL.06-6262-0303 (代表)
土地面積 3,368㎡
延床面積 31,370㎡



大阪2号館
(生活の館)
〒541-0058大阪府中央区
南久宝寺町二丁目1番1号
TEL.06-6262-0303 (代表)
土地面積 1,914㎡
延床面積 13,776㎡



東京店
〒103-0003東京都中央区
日本橋横山町6番地16号
TEL.03-3668-0103 (代表)
土地面積 384㎡
延床面積 2,339㎡



福岡店
〒813-0034福岡県福岡市
東区多の津四丁目4番1号
TEL.092-629-0031 (代表)
土地面積 880㎡
延床面積 2,817㎡



天理流通センター
〒632-0081奈良県天理市
二階堂之上庄町字芦田32
TEL.0743-64-2507 (代表)
土地面積 7,703㎡
延床面積 13,241㎡

沿革

明治33年	大阪市西区靱町に「前田利右衛門商店」として創業
昭和26年3月	資本金350万円、大阪市東区南久宝寺町1丁目において、丸光株式会社を設立。呼称は「センイ丸光」
昭和34年9月	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
昭和58年8月	新館(現大阪1号館)開店。売場拡大とともに、靴、鞆、アクセサリー等の服飾分野に進出
昭和63年6月	商号を「株式会社プロルート丸光」に変更
昭和63年11月	株式を公開。日本証券業協会に店頭銘柄として登録
平成3年8月	東京店開店
平成6年5月	天理流通センター業務開始
平成14年4月	福岡店開店
平成16年3月	大阪1号館を取得し、自己所有とする
平成17年1月	株式会社サンマールを子会社化



セントハウス八重洲店

株式の状況

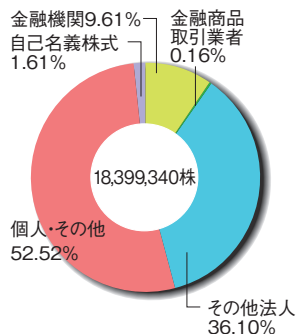
■ 発行可能株式総数	32,600,000株
■ 発行済株式総数	18,399,340株
■ 株主数	1,011名

大株主の状況

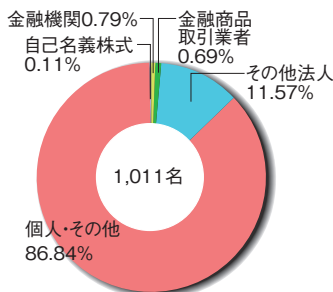
株主名	株主の当社への出資状況	
	所有株式数	議決権比率
(株) ワゴン	3,363,000株	18.60%
前田辰夫	1,704,001株	9.42%
当社取引先持株会	1,172,500株	6.48%
前田忠子	825,155株	4.56%
松下安郎	765,500株	4.23%
(株)近畿大阪銀行	563,500株	3.11%
(株)サンエー	525,000株	2.90%
(株)みずほ銀行	428,800株	2.37%
前田佳央	426,825株	2.35%
自社従業員持株会	383,871株	2.12%

所有者別分布状況

■ 株式数別



■ 株主数別



株主メモ

事業年度	3月21日～翌年3月20日
期末配当金受領株主確定日	3月20日
中間配当金受領株主確定日	9月20日※中間配当を行う場合
定時株主総会	事業年度末の翌日より3ヵ月以内
株主名簿管理人特別口座口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 〒530-0004 大阪市北区堂島浜一丁目1番5号 ☎0120-094-777 (通話料無料)
上場証券取引所	ジャスダック証券取引所
公告方法	日本経済新聞

株券電子化によるご注意

- 株券電子化に伴い、株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店でもお取次ぎいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でのお支払いいたします。

当社ホームページもご覧ください。
<http://www.proroute.co.jp>



成長をめざす小売店さまのお仕入れルート



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

株式会社 **プロルート丸光**

〒541-0056 大阪市中央区久太郎町二丁目1番5号

TEL 06-6262-0303 (代表)

<http://www.proroute.co.jp>



(証券コード番号 8256)



この報告書は、環境に配慮し、大豆油インキを使用しています。