



平成 28 年 11 月 1 日

各 位

会 社 名 株式会社プロルート丸光
 代表者名 代表取締役社長 安田 康一
 (JASDAQ・コード：8256)
 問合せ先 執行役員管理本部長 森本 裕文
 (TEL 06-6262-0303)

平成 29 年 3 月期第 2 四半期累計期間業績予想と実績値との差異に関するお知らせ

当社は、平成 28 年 5 月 2 日に公表いたしました平成 29 年 3 月期第 2 四半期累計期間の連結業績予想及び個別業績予想と、本日公表の実績値に差異が生じたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 業績予想の修正

(1) 平成 29 年 3 月期 第 2 四半期連結累計期間 連結業績予想と実績値との差異

(平成 28 年 3 月 21 日～平成 28 年 9 月 20 日)

	売 上 高	営 業 利 益	経 常 利 益	親会社株主に帰属 する四半期純利益	1 株当たり 四半期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想(A)	6,230	80	15	12	0.59
実績値(B)	5,624	△9	△78	△84	△4.11
増減額(B-A)	△606	△89	△93	△96	
増減率(%)	△9.7	—	—	—	
(ご参考)前期第 2 四半期実績 (平成 28 年 3 月期第 2 四半期)	6,069	△141	△209	△212	△10.55

(2) 平成 29 年 3 月期 第 2 四半期累計期間 個別業績予想と実績値との差異

(平成 28 年 3 月 21 日～平成 28 年 9 月 20 日)

	売 上 高	経 常 利 益	四半期純利益	1 株当たり 四半期純利益
	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想(A)	6,160	18	15	0.73
実績値(B)	5,563	△65	△70	△3.46
増減額(B-A)	△597	△83	△85	
増減率(%)	△9.7	—	—	
(ご参考)前年第 2 四半期実績 (平成 28 年 3 月期第 2 四半期)	—	—	—	—

2. 差異が生じた理由

(1) <連結業績>

当社グループは、主力の卸売事業の抜本改革と新規事業の本格展開に向けて取り組んでおり、当第 2 四半期連結累計期間におきましては、粗利益率の改善やコスト削減等により、卸売・小売・免税の各事業セグメントの収益面において一定の成果が現れ、各段階利益において前年同期と比べ大幅な改善となりました。しかしながら、衣服・身の回り品の小売市場における店頭売上高が前年を大きく下回る状況下で、当社グ

ループの売上高も当初予想に比べ9.7%減となり、収益面におきましても売上高減少の影響により、当初の予想を下回りました。

なお、下記「3. 業績改善に対する取組状況と今後の見通し」に記載の改善諸施策の進捗を含め下半期の動向が不透明なため、通期業績予想は据え置いております。今後、業績予想修正の必要が生じた場合は速やかにお知らせいたします。

(2) <個別業績>

連結業績予想数値と同様の修正理由であります。

3. 業績改善に対する取組状況と今後の見通し

当社グループでは、早期に経常黒字化を果たすべく、下記の諸施策に取り組んでおります。

① 売場再編・VMD強化による利益率の向上ならびに売場売上拡大

売場再編により利益率の安定しているミセス商品群や季節性にとらわれない日用雑貨類を拡充するとともに、VMD強化により、シーズンごとに全社共通テーマを打ち出し、情報発信型の売場を構築しております。

② 新規顧客開拓

顧客開拓専任人員を配置し、既存業種にとどまらず異業種に対する新規顧客開拓に注力するとともに、好調に推移しております台湾・香港を中心とする海外顧客へのサポートを充実し、売上拡大を図っております。

③ EC事業の本格稼働

B to B市場規模は着実に拡大をみせており、他社仕入サイトへの出展等により、新規顧客を開拓しております。また、自社WEBサイトの再構築を実現したことにより、独自開発したアプリとの連携を図り、情報発信を強化し、既存顧客に対する仕入サポートの充実並びに休眠顧客の掘り起こしにも注力し、拡販を図っております。

④ 対中国貿易への本格的進出

卸貿易専門部署を新設し、これまで蓄積された集品力、ノウハウを最大限活かしながら、中国各地域の卸売企業やEC企業に対する販売攻勢を強め、新しい市場を創出しております。また、中国国内の購買ニーズに応えた商品カテゴリーを提供できるよう新規取引先の開拓に注力するとともに、OEM製品の企画・提案・製造にも着手してまいります。

⑤ 新規ブランドの開発

連結子会社であります株式会社サンマールとの協業により、ファミリー層をターゲットとした新ブランド「Kent House For Family」を開発し、服飾雑貨からアウターまで季節感に富んだトータル提案型のアイテムを国内顧客だけでなく、中国貿易事業でも展開し、グループ全体の収益力向上を目指しております。

⑥ 免税事業の収益力強化

団体バスでの集客力の増強や店頭販売力の強化につきまして、国内外の旅行社やバス運営会社との協議を進めるとともに、中国だけでなく台湾、東南アジアからの訪日旅行客の集客拡大のため、新規提携先を開拓し改善を図っております。また、増加傾向にあります訪日個人旅行客の集客拡大に向けて、宿泊施設・空港施設・観光施設での広報活動強化及びSNSでのプロモーション活動に注力するとともに、訪日旅行客から求められる商品提供や売場演出を展開しております。さらに、免税事業で得られる情報を中国貿易事業と共有することにより、相乗効果を発揮し、互いの収益力向上に繋げてまいります。

⑦ コスト変革

物流、ITシステム等の基本的システムから人員体制、販売管理まで徹底的にコストを見直し、継続的な利益確保ができるコスト構造へ変革してまいります。また、不採算の事業、商品分野についても統廃合を進めてまいります。

上記の諸施策による業績改善に向けた取組のスピードアップを図るとともに、今後の当社グループの中期経営計画も策定予定であります。具体的な計画・施策につきましては、公表できる段階になり次第速やかにお知らせいたします。

以 上