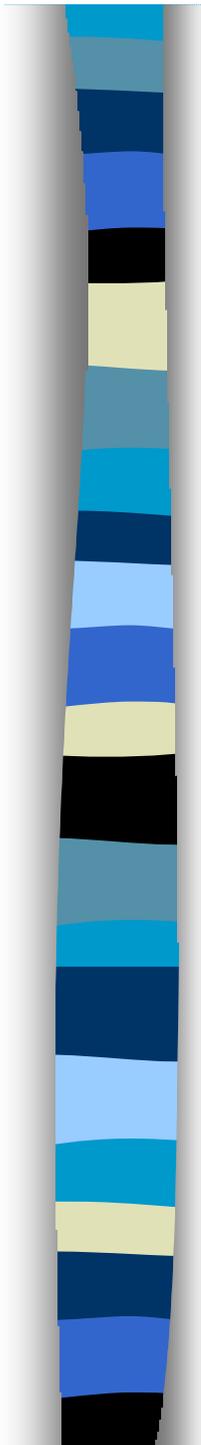


ダイユーエイト 会社説明会

DAIYU

8



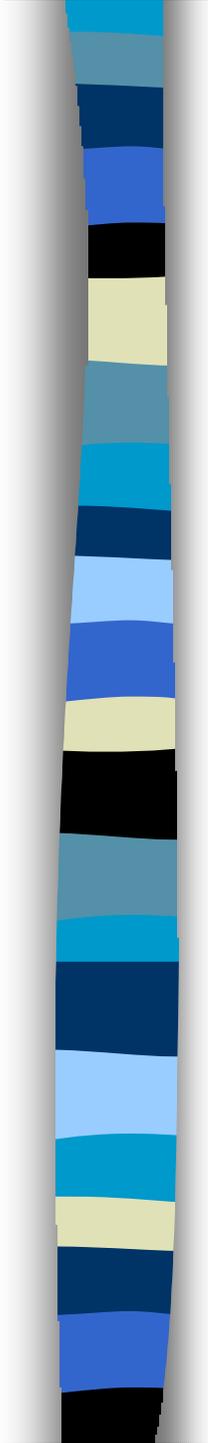
会社概要

会社名：**株式会社 ダイユーエイト**

本店所在地：福島県福島市太平寺字堰ノ上58

設立：昭和51年4月

資本金：4億4,855万円



社名の由来

ダイユーエイト

社員とお客様が大きな輪を広げて
友好を深める

大友

末広がりの「八」に、無限大(∞)の発展

8

株式会社 ダイユーエイト ・グループ

< 小売事業 >



■ホームセンター ダイユーエイト

暮らしと住まいとDIY。
地域に密着した豊富な品揃えとお買得価格で、お客様の快適な暮らしを応援しています。



■ドラッグストア ドラッグエイト

「ヘルス&ビューティケア」をテーマに、医薬品から健康食品、日用品雑貨まで、地域のお客様の美と健康生活を応援しています。



■オフィスサプライ オフィスエイト

「オフィスの経費節約」をテーマに、一般文具から事務用品、オフィス家具まで、オフィス需要のすべてに、お応えしています。



■生鮮三昧 スーパーマーケット 鮮一

新鮮な肉、魚、野菜の生鮮三品を中心に、お買得価格で、毎日の食卓を応援しています。



< グループ企業 >

株式会社エイトフーズ

事業内容 :スーパー・マーケット

有限会社エイト薬品

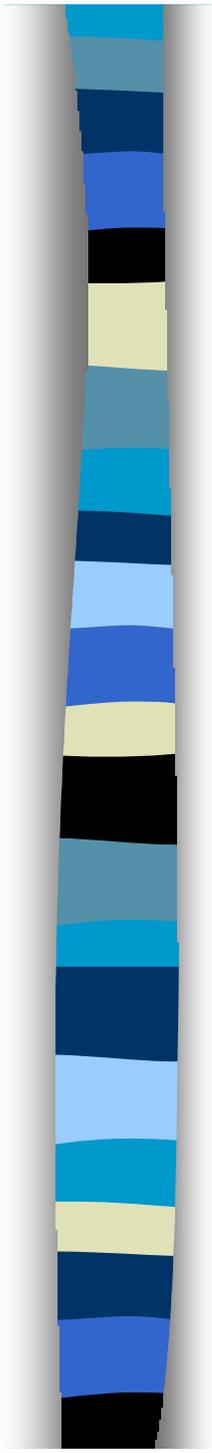
事業内容 :医薬品販売

< 提携会社 >

ホームツク株式会社

業態別店舗数

	ホーム・センター	37店舗
	エクステリア・センター	4店舗
	ドラッグ・ストア (イン・ショップ)	8店舗
	オフィス・サプライ	2店舗
	食品スーパー	4店舗
	物流センター	2拠点



2004年度 (第29期) 事業報告





1. 村山店 (山形県村山市)

- 5月26日オープン
- 800坪 (屋内675坪、屋外125坪)
- NSC (村山ショッピングプラザ)
 - ヤマザワ(SM)、しまむら(衣料品)



2 . 河北店 (山形県河北町)

- 7月22日オープン
- 1,230坪 (屋内848坪、屋外382坪)
- NSC(ヨークタウン河北)
 - ヨークベニマル(SM)、ツルハドラッグ(薬品)



3 .原町店 (福島県原町市)

- 8月6日オープン
- 1,460坪 (屋内1,050坪、屋外410坪)



4 .新潟中条店 (新潟県中条町)

- 新潟県第1号店
- 9月17日オープン
- 1,300坪 (屋内1,000坪、屋外300坪)
- ホーマック社からの営業譲渡を受けて出店



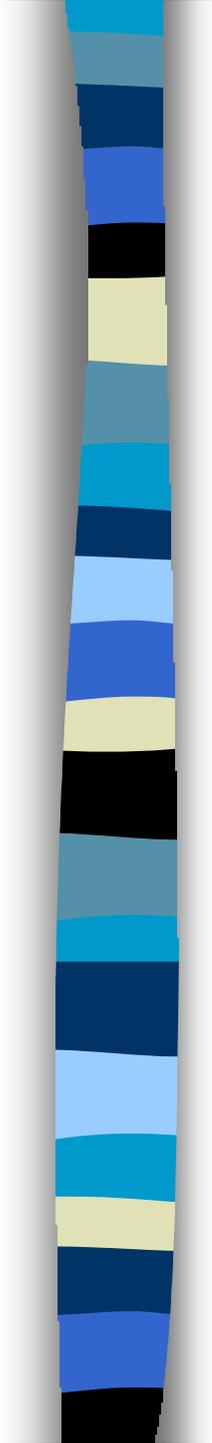
1. 桑折店

- 580坪 **800坪**
- 7月8日オープン



2. 福島黒岩店

- 1,400坪 **1,700坪**
- 10月3日オープン

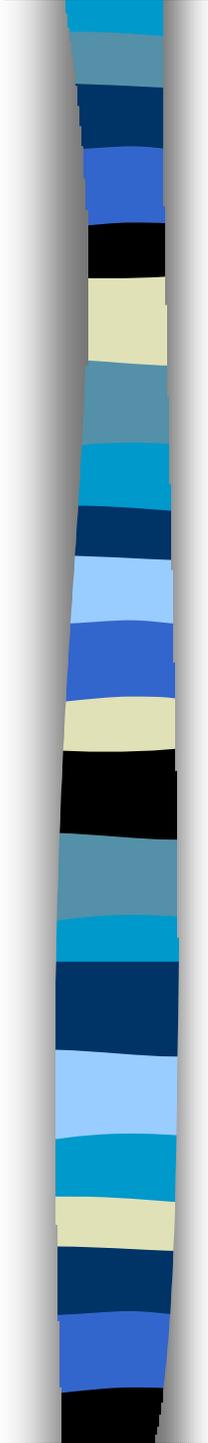


リニューアル 3店舗

1. 小野店

2. 三春街道店

3. 須賀川西店



2004年度経営スローガン

- 販売力・収益力・財務力 -
徹底とスピード

1.主力商品の品揃えの強化

< 計画 >

バランスの取れた商品構成



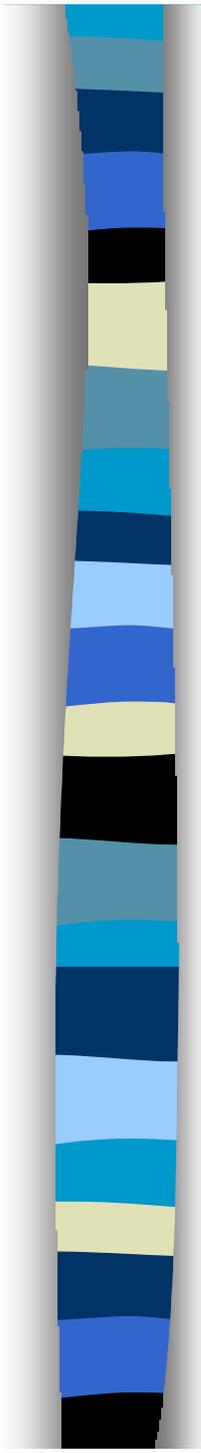
2. 『快適上手』の導入と商品開発

< 計画 >

『快適上手』上期中 1,000SKU全店導入
開発商品、今期末までに 2,000SKUへ



目標荒利益率**27.5%**



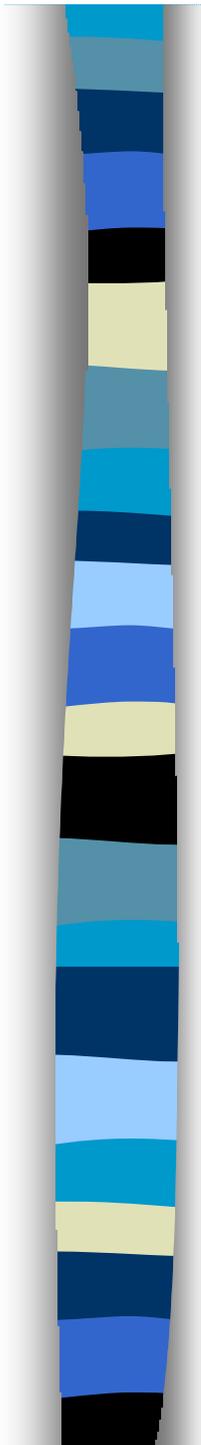
3. 自動発注の全部門化

< 計画 >

作業と業務の抜本的システム改善
人時生産性5,000円 (店段階)

目的

1. 発注作業を軽減化し、店舗が販売に集中できる体制づくりをする
2. 発注モレによるチャンスロス無くす
= 欠品を無くす
3. 科学的根拠に裏付けされた基準在庫の設定により、在庫の適正化を図る



プロジェクト& タスクフォース報告

1. 小商圈業態開発 & 販売力強化
プロジェクト
2. お客様親切係導入タスクフォース

1. 小商圈業態開発 & 販売力強化 プロジェクト

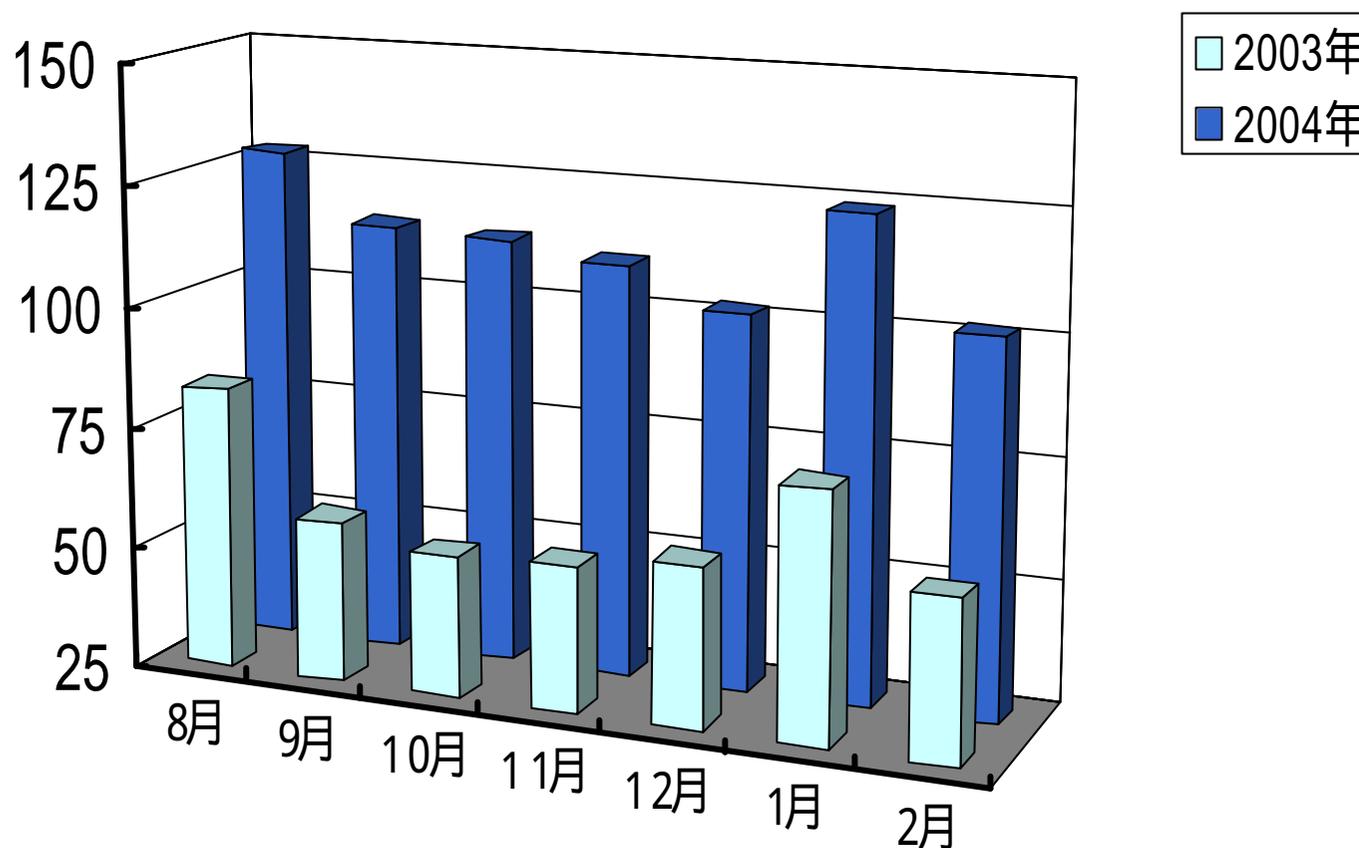
小商圈で成立する新フォーマットづくりへの挑戦



実験店舗 : 小高店

成果 (改装前・改装後の売上高の変化)

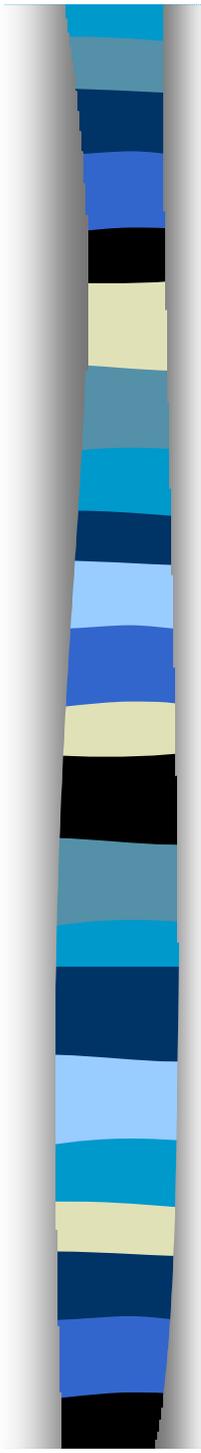
小高店 (HC + SM) 2003・2004年度売上高比較 (単位:百万円)



8～2月度累計売上高前年比 **179.4%**

2. お客様親切係導入タスクフォース 競合店差別化戦略プログラム





全てはお客様の 喜びと満足のために！

目的

1. 当社第一の経営理念である「お客様第一主義」の実践
2. サービスの強化による、競合他社との差別化の実現

2004年度 (第29期) 決算サマリー (連結)

(単位 :百万円)

	2003年度	2004年度	前期比
売上高	22,202	24,002	108.1 %
売上総利益	5,724	6,209	108.5 %
営業費用	5,243	5,783	110.3 %
営業利益	480	426	88.8 %
経常利益	301	226	75.1 %
当期利益	244	122	50.0 %
1株当り当期純利益	52.73 円	25.77 円	48.9 %
1株当り株主資本	330.18 円	350.20 円	106.1 %

2004年度 (第29期) 決算サマリー (単体)

(単位 :百万円)

	2003年度	2004年度	前期比
売上高	20,255	21,545	106.4 %
売上総利益	5,275	5,679	107.7 %
営業費用	4,829	5,301	109.8 %
営業利益	445	377	84.7 %
経常利益	335	245	73.1 %
当期利益	262	86	32.8 %
1株当り当期純利益	56.84 円	18.19 円	32.0 %
1株当り株主資本	343.07 円	355.27 円	103.6 %
1株当り配当金	12.00 円	12.00 円	-

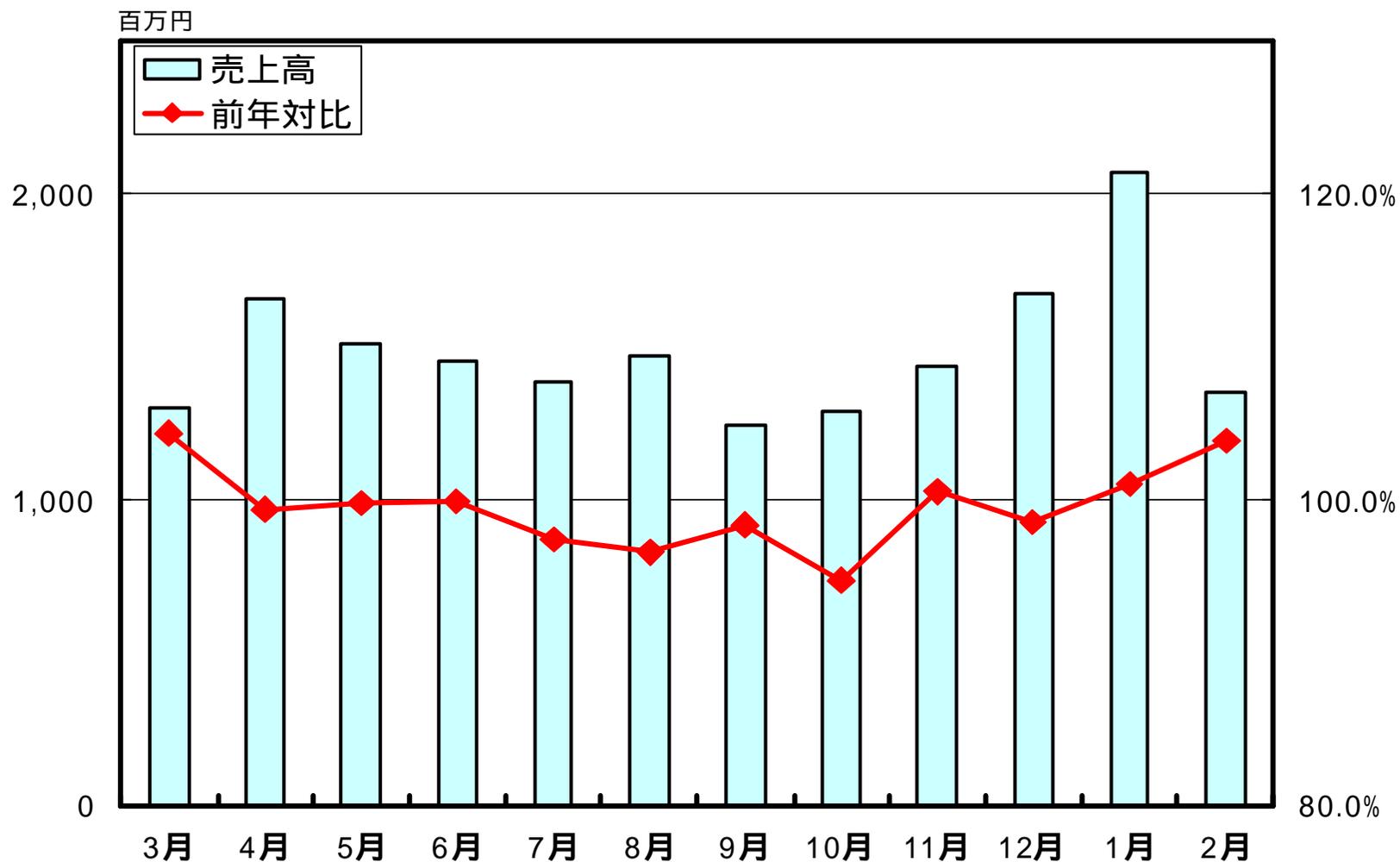
2004年度(第29期)キャッシュ・フロー計算書(連結)

(単位:百万円)

	2003年度	2004年度	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	353	953	600
投資活動による キャッシュ・フロー	160	2,973	2,813
財務活動による キャッシュ・フロー	543	1,660	1,117
現金及び現金同等物の 増加高	736	359	1,095
現金及び現金同等物の 期末残高	1,185	825	360

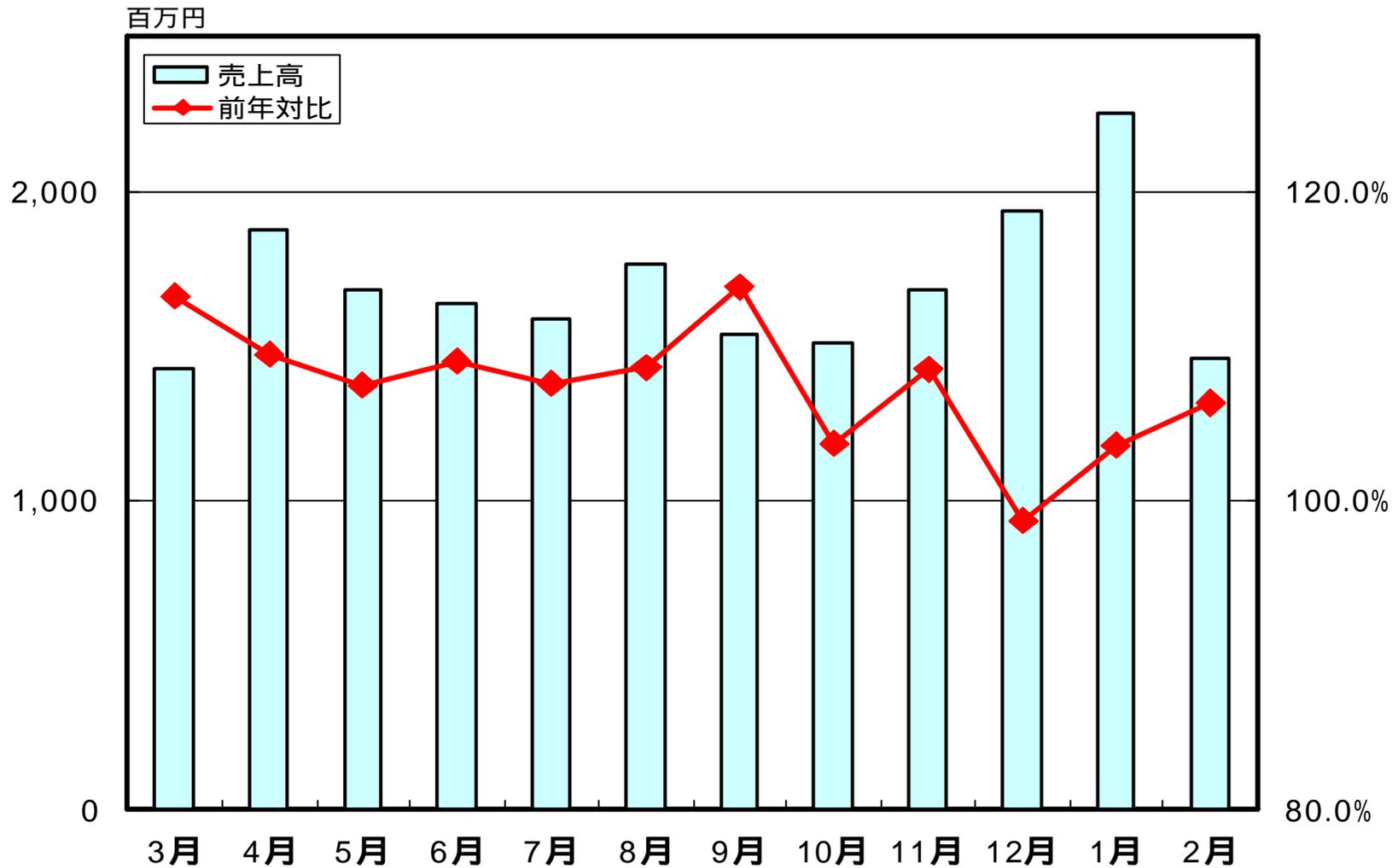
2004年度 HC既存店売上高推移 前年対比

累計前年比 99.4%



2004年度 HC全店売上高推移 前年対比

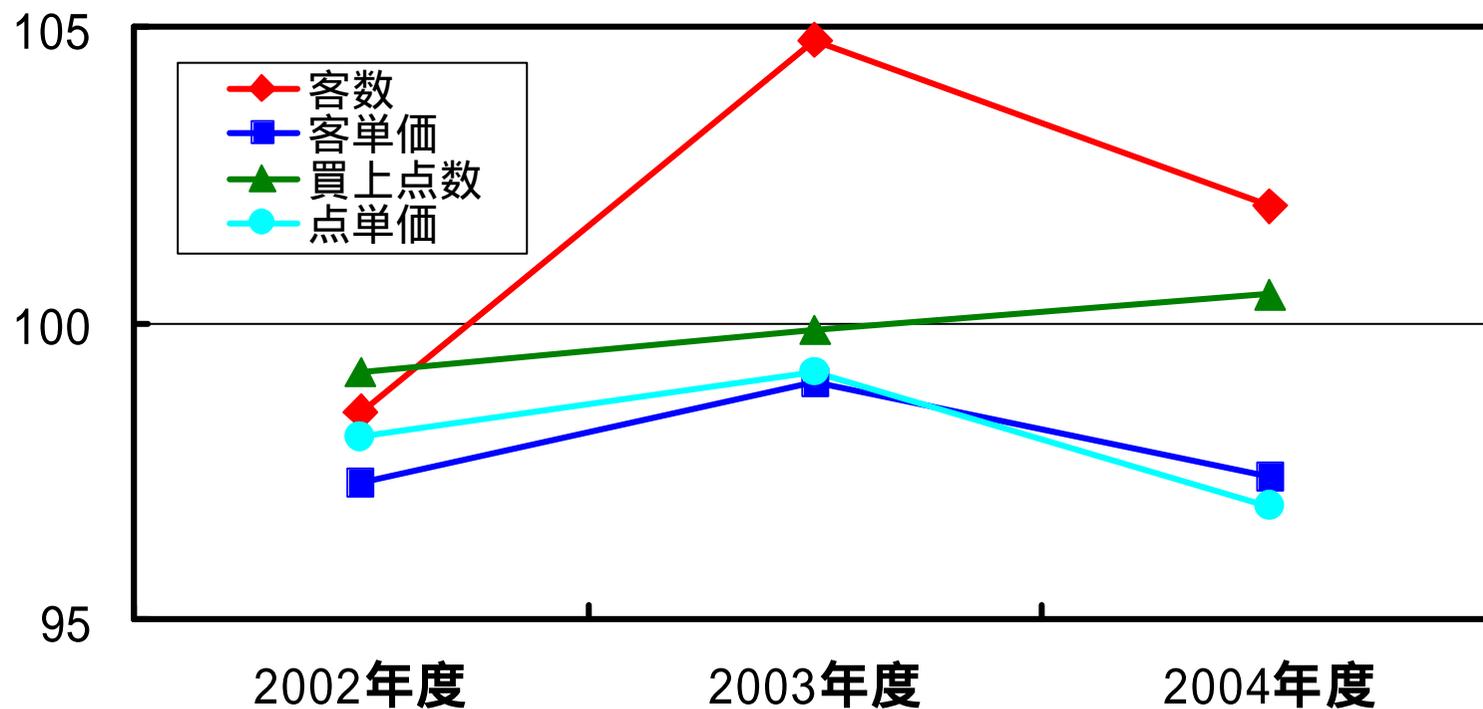
累計前年比 107.1%



客数・客単価・買上点数・商品単価の増減率推移 (単体)

(%)

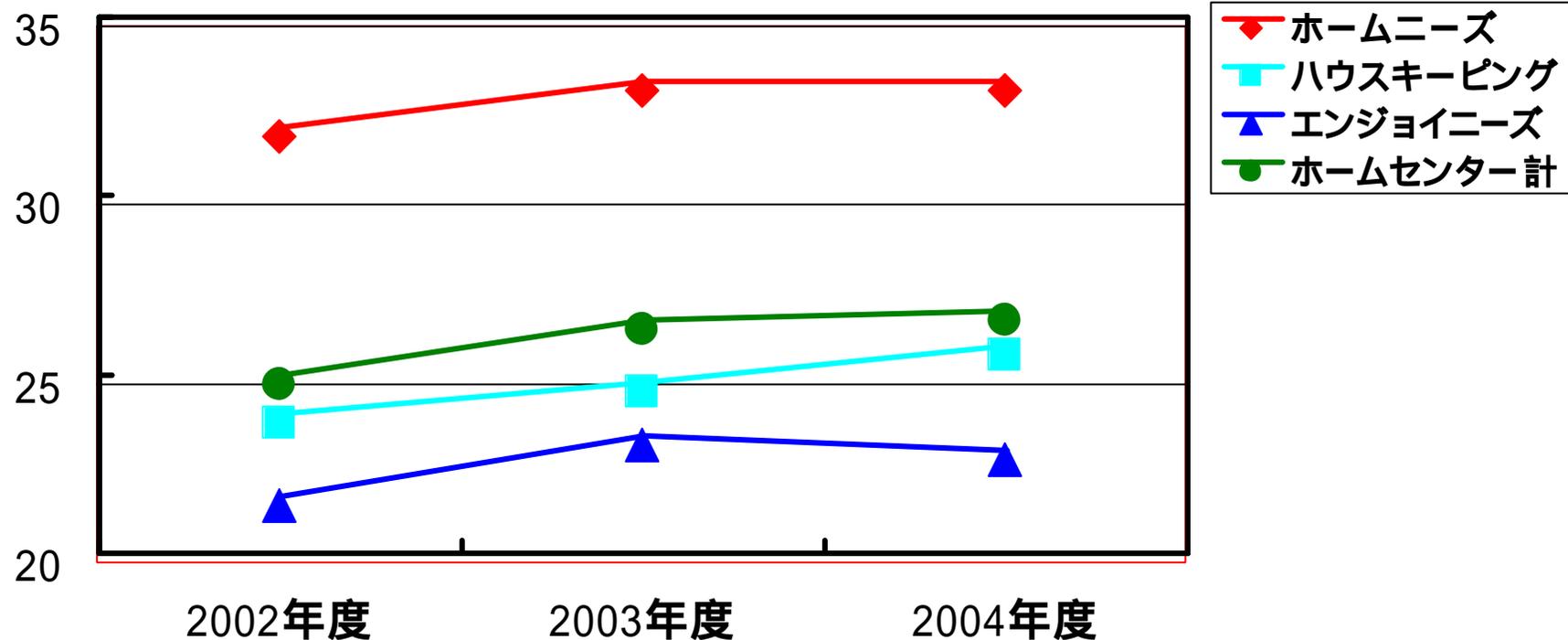
	2002年度	2003年度	2004年度 (当期)
客数	98.5	104.8	102.0
客単価	97.3	99.0	97.4
買上点数	99.2	99.9	100.5
点単価	98.1	99.2	96.9



ホームセンター商品荒利益率推移 (単体)

(%)

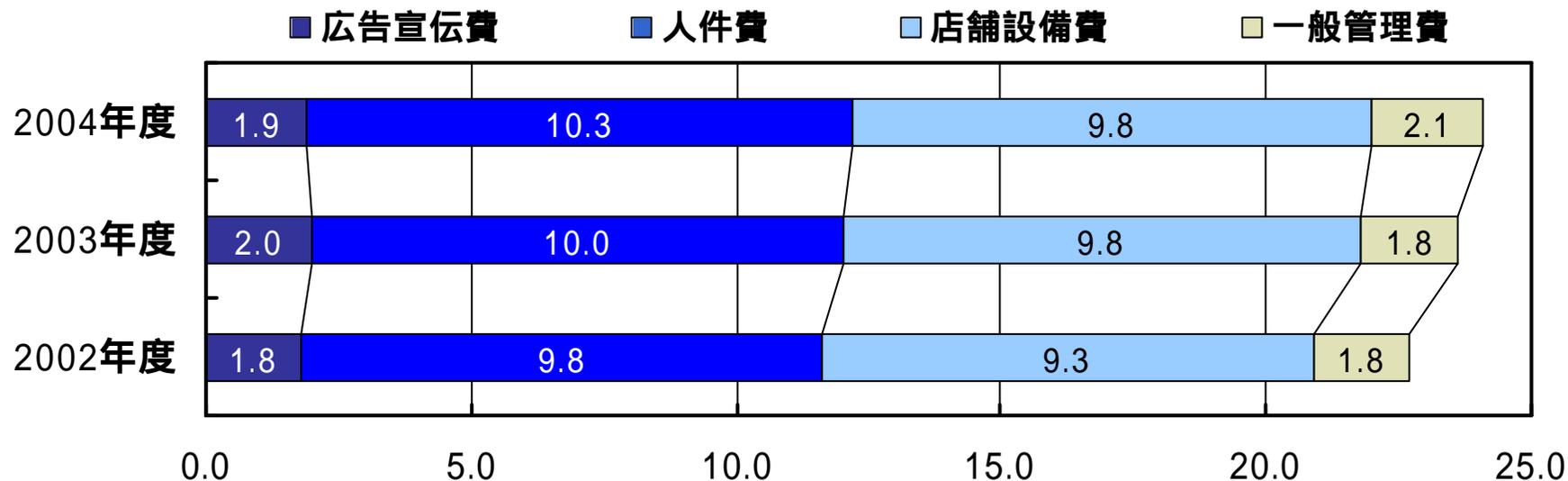
	2002年度	2003年度	2004年度 (当期)
ホームニーズ	31.9	33.2	33.2
ハウスキーピング	23.9	24.8	25.8
エンジョイニーズ	21.6	23.3	22.9
ホームセンター計	25.0	26.5	26.8



販売費及び一般管理費の内訳 (連結)

(百万円,%)

	2001年度	2002年度		2003年度		2004年度 (当期)	
				前期比		前期比	
広告宣伝費	344	394	114.5	436	110.7	467	107.1
人件費	1,925	2,127	110.5	2,229	104.8	2,469	110.8
店舗設備費	1,899	2,008	105.7	2,175	108.3	2,346	107.9
一般管理費	327	385	117.7	402	104.4	499	124.1
連結調整勘定償却額	2	-	-	0	-	-	-
合計	4,498	4,915	109.3	5,243	106.7	5,783	110.3
売上高販管費比率(%)	23.6	22.7		23.6		24.1	



県別店舗数と売上高 (連結)

(店,百万円,%)

		2002年度		2003年度			2004年度 (当期)		
			構成比		構成比	前年比		構成比	前年比
福島県	店舗数	40	88.9	36	87.8		35	81.4	
	売上高	19,385	90.5	19,838	90.8	102.3	20,957	89.3	105.6
宮城県	店舗数	3	6.7	3	7.3		3	7.0	
	売上高	1,306	6.1	1,275	5.8	97.6	1,150	4.9	90.2
山形県	店舗数	2	4.4	2	4.9		4	9.3	
	売上高	719	3.4	744	3.4	103.5	1,155	4.9	155.2
新潟県	店舗数	-	-	-	-		1	2.3	
	売上高	-	-	-	-	-	212	0.9	-
合計	店舗数	45	100.0	41	100.0		43	100.0	
	売上高	21,411	100.0	21,858	100.0	102.1	23,474	100.0	107.4

開店・閉店店舗数と平均売場面積（連結）

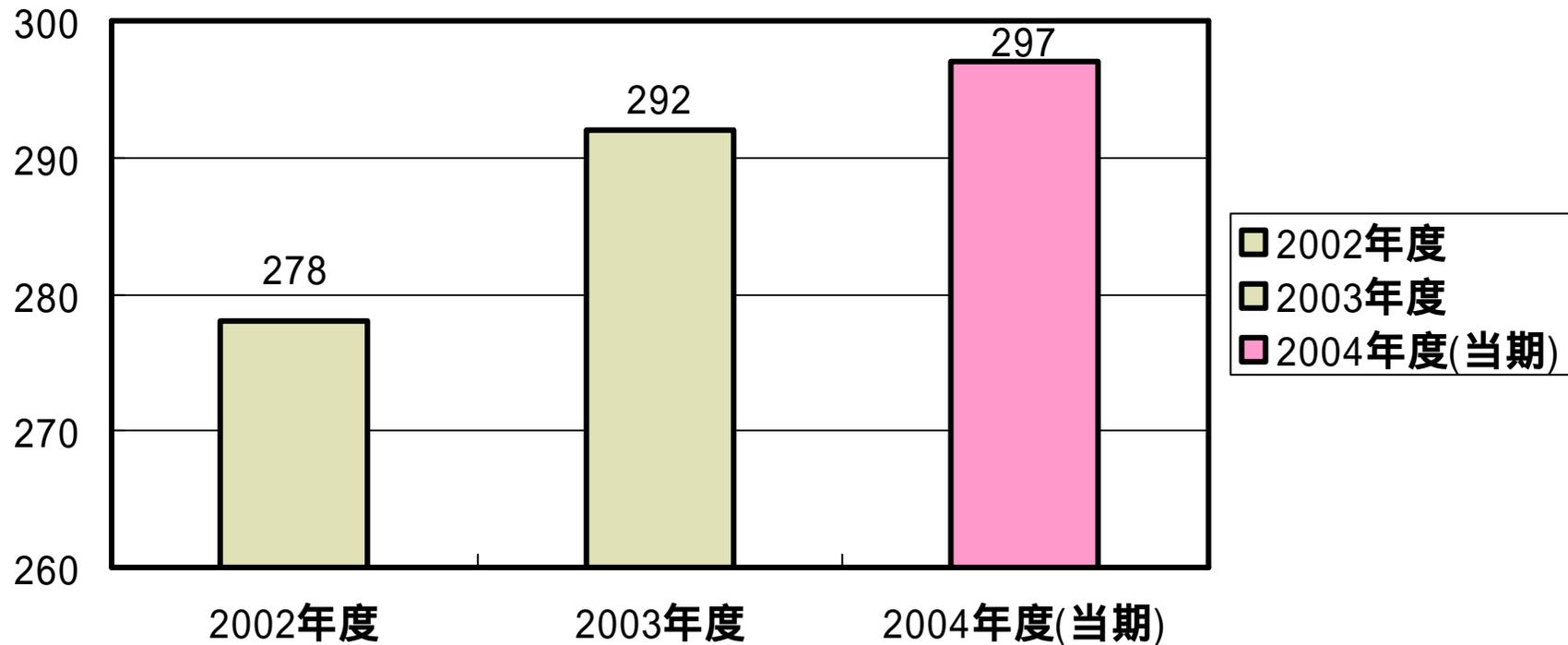
(店,坪)

		2001年度	2002年度	2003年度	2004年度(当期)
開店	店舗数		4	4	4
	売場面積		2,880	3,443	3,576
	平均売場面積		720	861	894
閉店	店舗数	1		9	2
	売場面積	300		1,574	1,818
	平均売場面積	300		175	909
全店	店舗数	38	42	37	39
	売場面積	21,071	23,951	25,997	27,828
	売場面積伸び率	98.6	113.7	108.5	107.0
	平均売場面積(1店当たり)	555	570	703	714

従業員の状態 (連結)

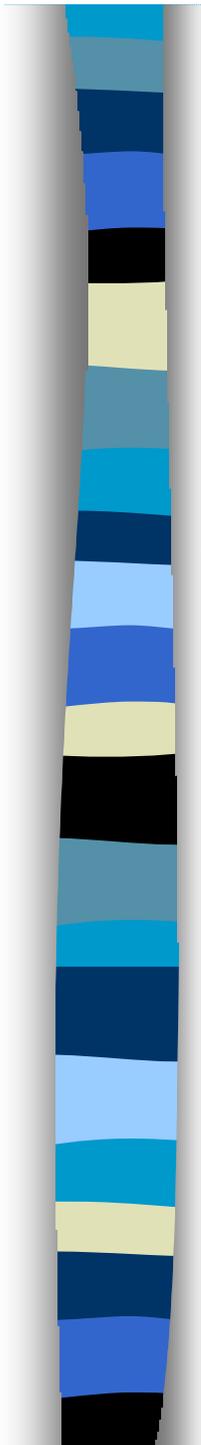
(人)

	2002年度		2003年度		2004年度(当期)	
		増減		増減		増減
正社員	278	55	292	14	297	5
新卒者	35	12	29	6	25	4



2005年度 (第30期) 事業計画

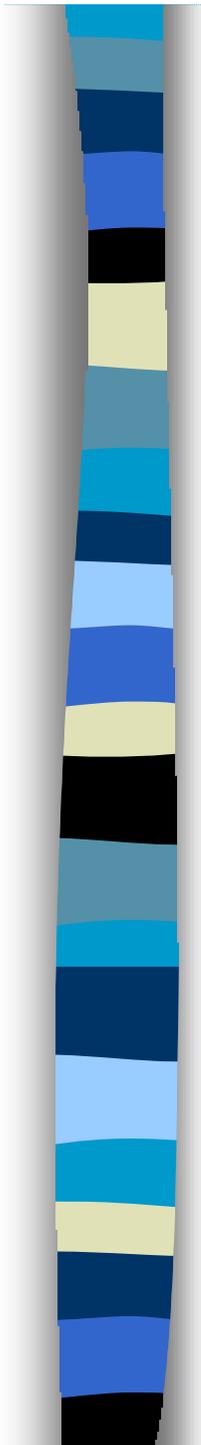




2005年度 (第30期) 経営スローガン

- お客様満足度120%へ -

創業30年 新たな挑戦



2005年度 (第30期) 経営方針

**営業利益第一主義、
そして拡大**

2005年度 (第30期) 重点取組課題

1. 商品政策の再構築

園芸・植物部門の強化

各部門毎カテゴリーの品揃えの強化

D IY部門の品揃えの見直し



2005年度 (第30期) 重点取組課題

2. 売り方の研究を進めて徹底した売場作り

品目別重点販売の
強化

カテゴリー・プレゼン
テーションの実践



2005年度 (第30期) 重点取組課題

3. お客様親切係の推進・徹底

「お客様親切係」を再検証し、更なる
レベルアップを図る

各種資格制度による専門アドバイザー
の配置

シルバー人材活用による植物担当者の
配置

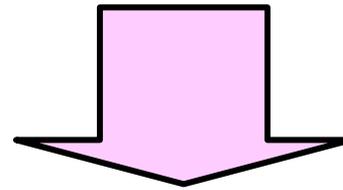


2005年度 (第30期) 重点取組課題

4. 営業キャッシュ・フローの改善

単品別基準在庫のチェックと過剰在庫
アイテムの削減対策

季節商品持越し在庫の削減



在庫回転数3.6回転 (現状) **4.0回転**
(2007年度5.0回転)

2005年度 (第30期) 重点取組課題

5. 組織管理と計数との管理システムの改革

数値改善ができる管理者の育成
評価尺度の統一と現場で使いやすい
数表の改善



6. 作業システムの転換

完全作業と作業種類の
削減

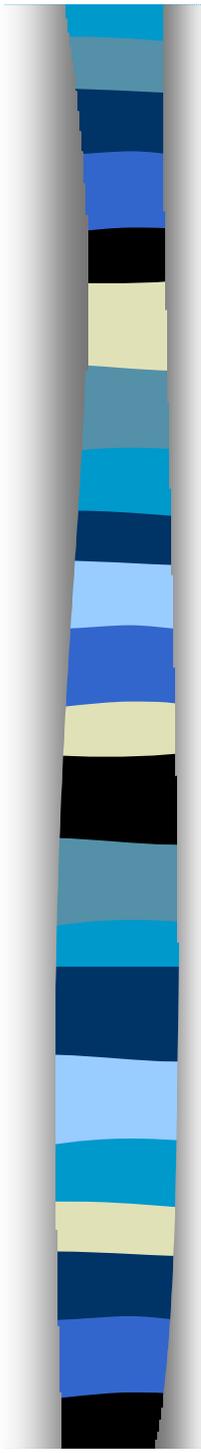
人時数の適正化

➤ 労働分配率

店段階 28.8% (現状)

27.5%



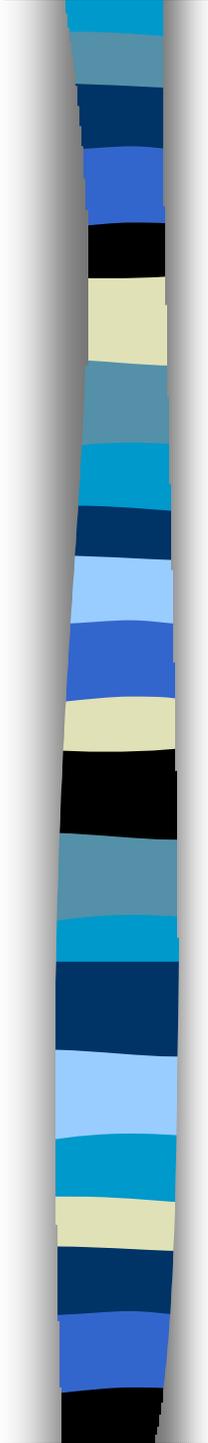


2005年度 (第30期) 重点取組課題

7. 営業利益第一主義につながる 教育制度と人事制度

マネジメント(数値分析と対策、部下育成)
ができる店長の育成と教育支援制度の
整備

職制ごとの役割強化



新プロジェクト・チーム発足

1. 在庫マネジメント・プロジェクト
2. 作業システム転換プロジェクト

1.在庫マネジメント・プロジェクト

< 目的 >

適正在庫を維持するための新たな
システムの構築
営業キャッシュ・フローの改善



2.作業システム転換プロジェクト

< 目的 >

完全作業と作業種類の削減
人時数の適正化

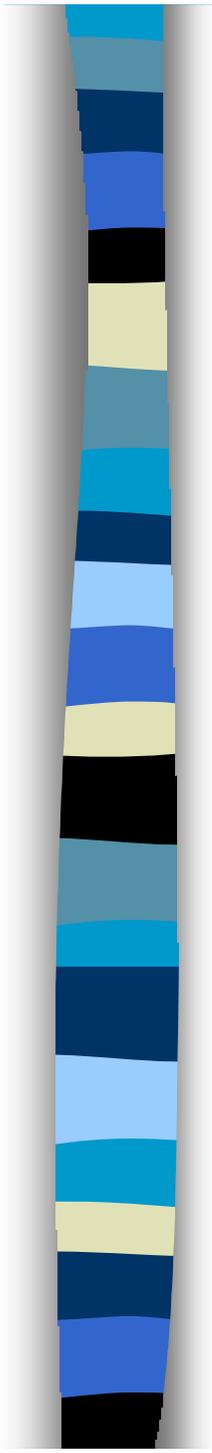


新規出店

店名	開店月	売場面積
酒田店	4月	680坪
山形花楸店	5月	950坪
川俣店 (エイトタウン川俣)	6月	1,050坪
石川店 (メガステージ石川)	11月	1,000坪

リニューアル

店舗名	実施月	コンセプト
大河原店	4月	競合店対策と在庫適正化
原町店	7月	鮮一 (食品スーパー) 導入
本宮店	9月	D I Y 部門の強化
郡山安積店	9月	競合店対策と在庫適正化



創業 30周年記念事業

< 販促企画 >

1. 創業 30年お買上キャンペーン
2. 月間お買得品ベスト30の展開

2005年度 (第30期) 利益計画

〔連結〕

(単位 : 百万円、%)

	金額	百分比	増減額	前期比
売上高	25,000	100.0	998	104.2
営業利益	500	2.0	74	117.4
経常利益	360	1.4	134	159.3
当期純利益	180	0.7	58	147.5

2005年度 (第30期) 利益計画

〔単体〕

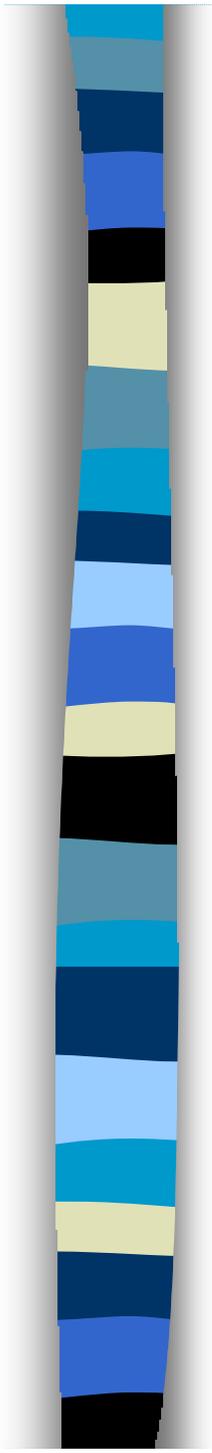
(単位 :百万円、%)

	金額	百分比	増減額	前期比
売上高	22,400	100.0	855	104.3
営業利益	500	2.2	123	132.6
経常利益	350	1.6	105	142.9
当期純利益	180	0.8	94	209.3

中期 3カ年計画

中期戦略の課題と方向性





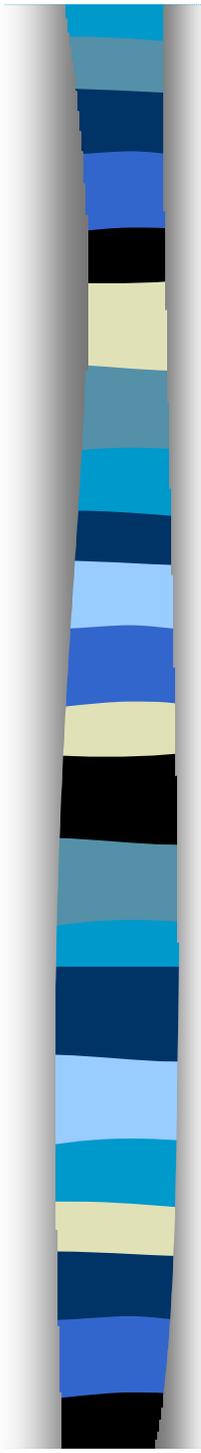
I. 営業利益の拡大

1. 営業利益率5.0%の実現

➤ 営業利益率の向上

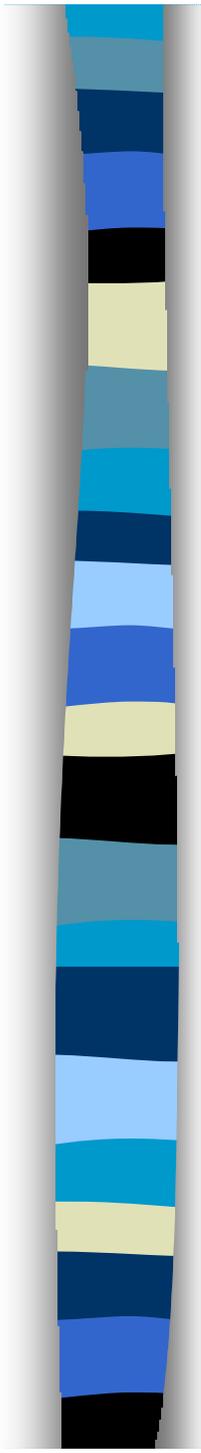
2. ローコスト経営の推進

➤ 作業と業務の抜本的なシステム改善



II. 営業キャッシュ・フロー の最大化

1. 商品在庫の削減（適正化）
2. 新店投資におけるROI基準の見直し

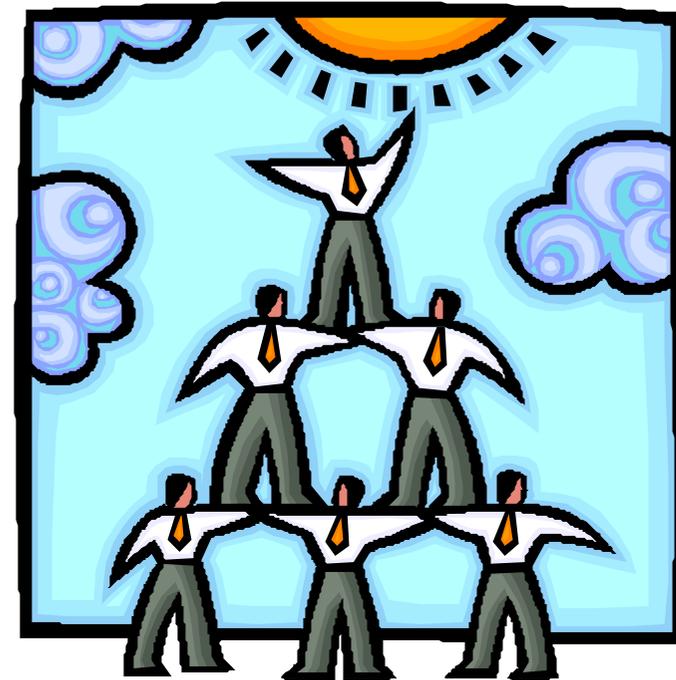


III. リージョナル・チェーン への加速

1. 福島県下でのドミナントエリアの深耕と
山形県・新潟県・栃木県へ商勢圏の拡大
2. NSC (近隣型ショッピング・センター)
出店を主力にした用地開発
3. ニュー・フォーマットの開発

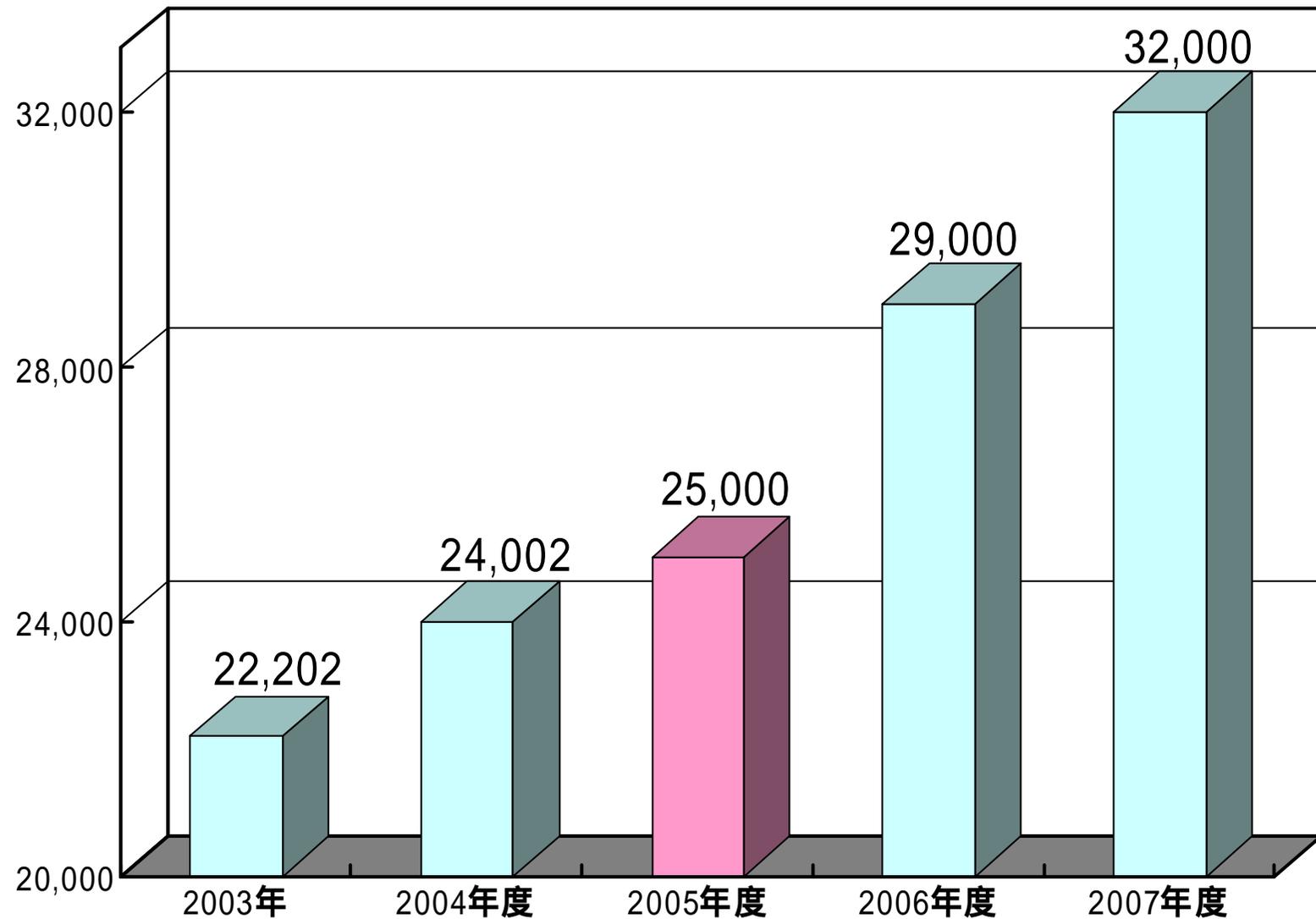
IV. マネジメント力の強化

1. スペシャリスト集団の育成
2. パート社員・高齢者の戦力化



中期3カ年の売上高の推移

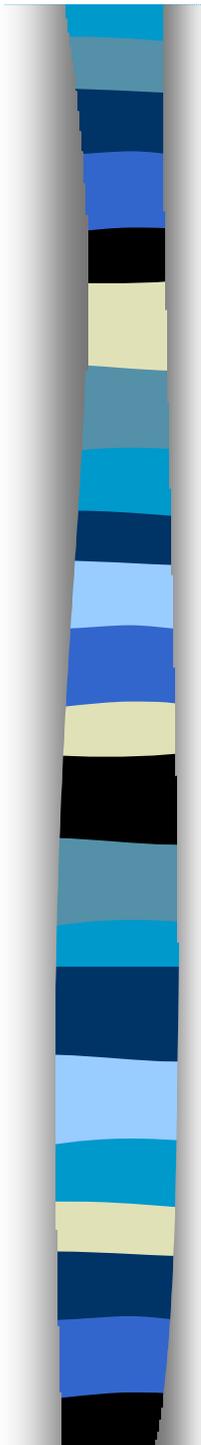
(単位:百万円)



株式会社 **ダイユーエイト** **ホームック**株式会社

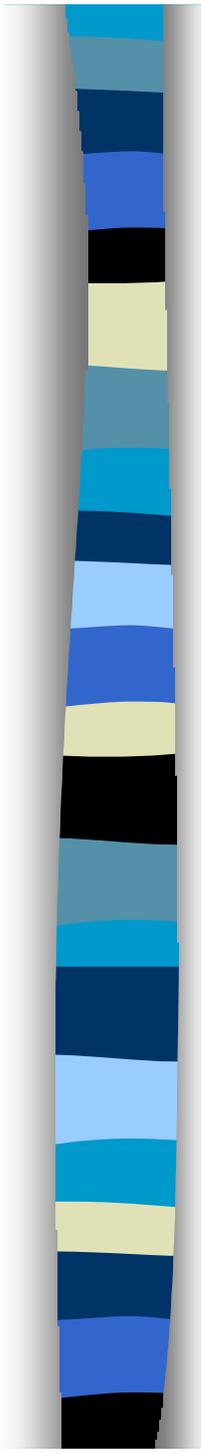
業務提携推進計画





< 共通目標 >

- I. 両社の連携でドミナントエリアと商勢圏の拡大を図る
- II. 商品の共通化と連携でマスメリットの追求を行い、利益構造の変革を図る
- III. 経営到達目標
2010年度 店舗数 70店
売上高 600億円

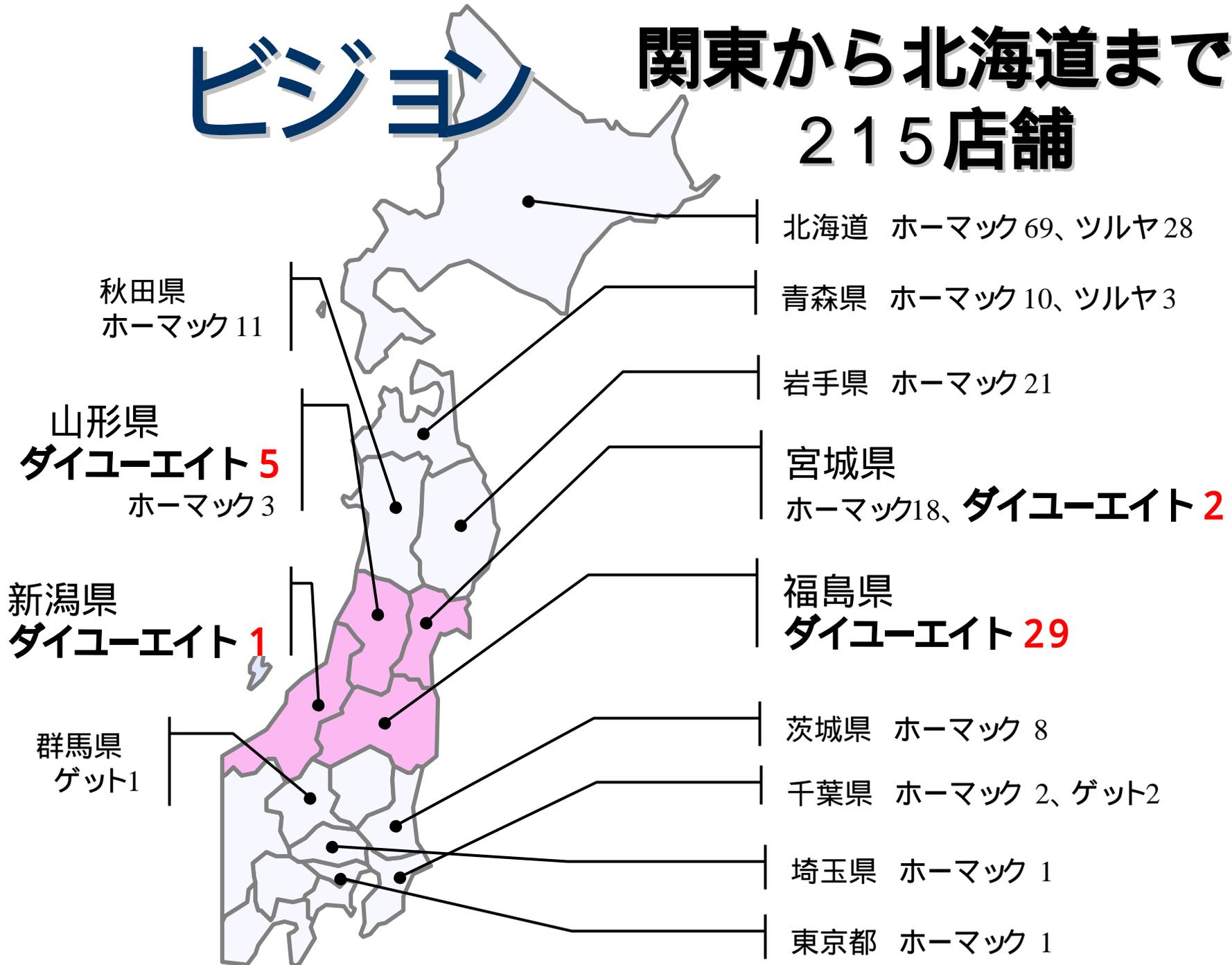


< 取組方針 (提携戦略) >

- I. 両社の連携で「主力フォーマット(750～1,000坪)」の確立と、福島県・山形県・栃木県のシェアの拡大を図る
- II. 商品・取引先の共通化で商品原価の低減を図る
- III. 「物流・情報システム」の共通化でマスマリットを最大化する

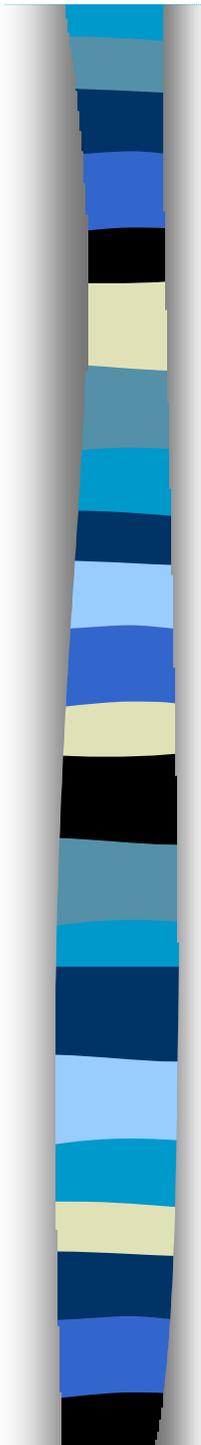
ビジョン

関東から北海道まで 215店舗



コーポレート・ガバナンス体制





1. タイムリーディスクロージャーへの取り組み

四半期開示をスタート

(平成16年度第1四半期より)

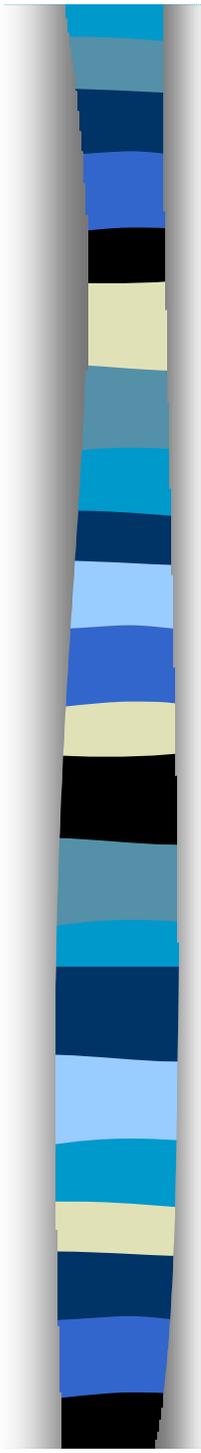
2. 社外取締役の招聘

社外取締役 1名就任

3.コンプライアンス委員会

平成16年 9月よりコンプライアンス委員会を設置し、企業理念や法令順守の徹底を図るため行動規範を制定してコンプライアンス経営の取り組みを強化





4. 個人情報保護法への対応 (平成17年4月1日施行)

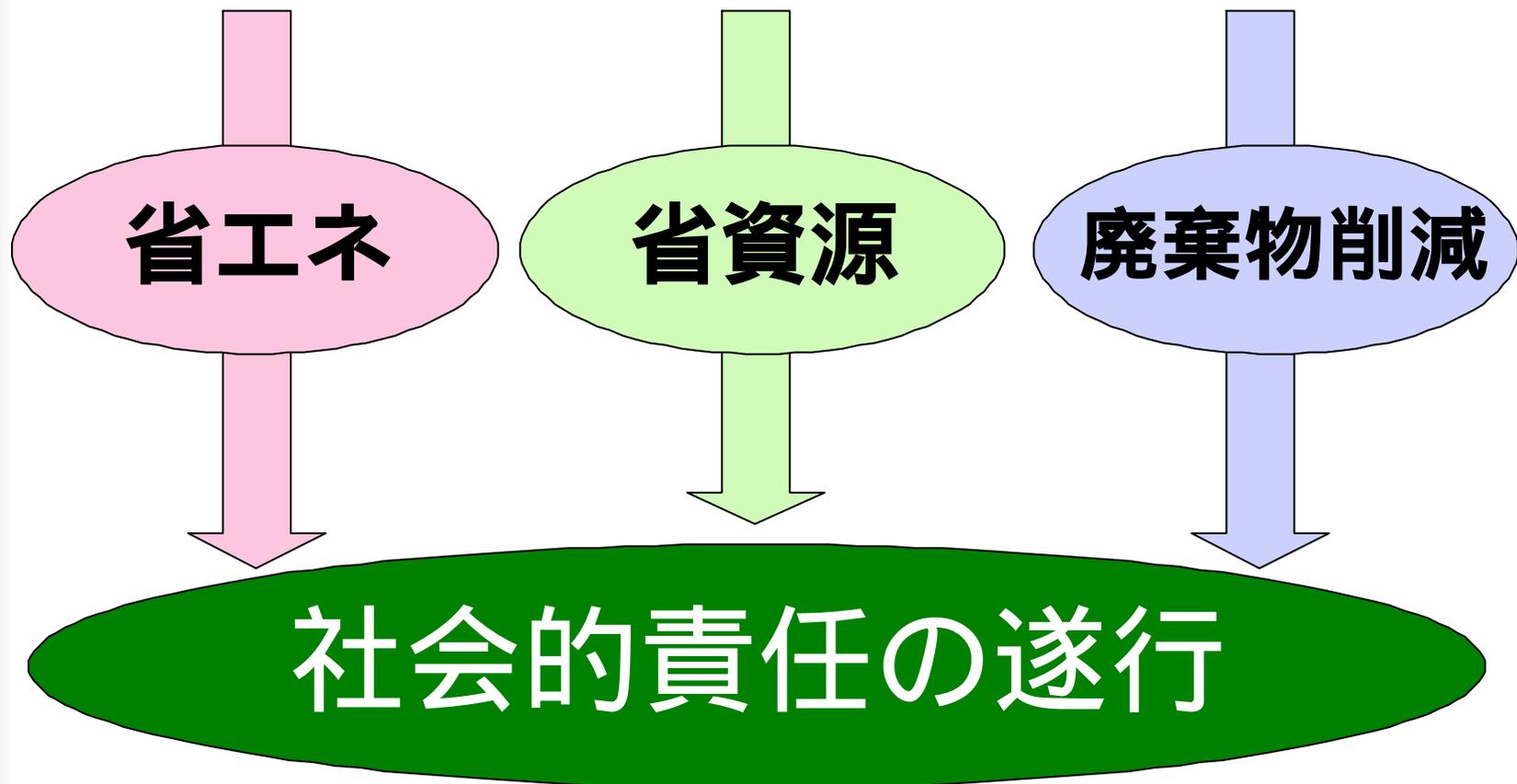
情報管理規程及びプライバシーポリシー
の制定

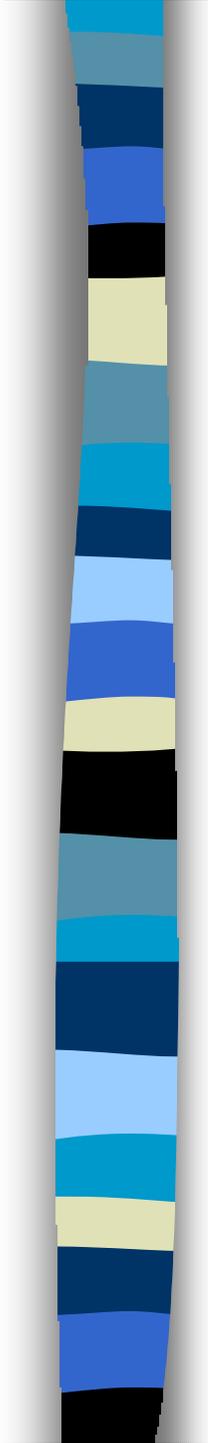
社内研修の徹底

情報安全管理委員会の設置

5. 環境マネジメント

社員全員の環境に対する意識の向上





利益配分に関する基本方針

将来の事業展開と経営基盤の一層の充実を図り、配当性向を勘案したうえで、株式分割・増配に積極的に取り組んでいく方針であります。

株主の皆さまにおかれましては、
今後ともご支援賜わりますよう
心よりお願い申し上げます。

