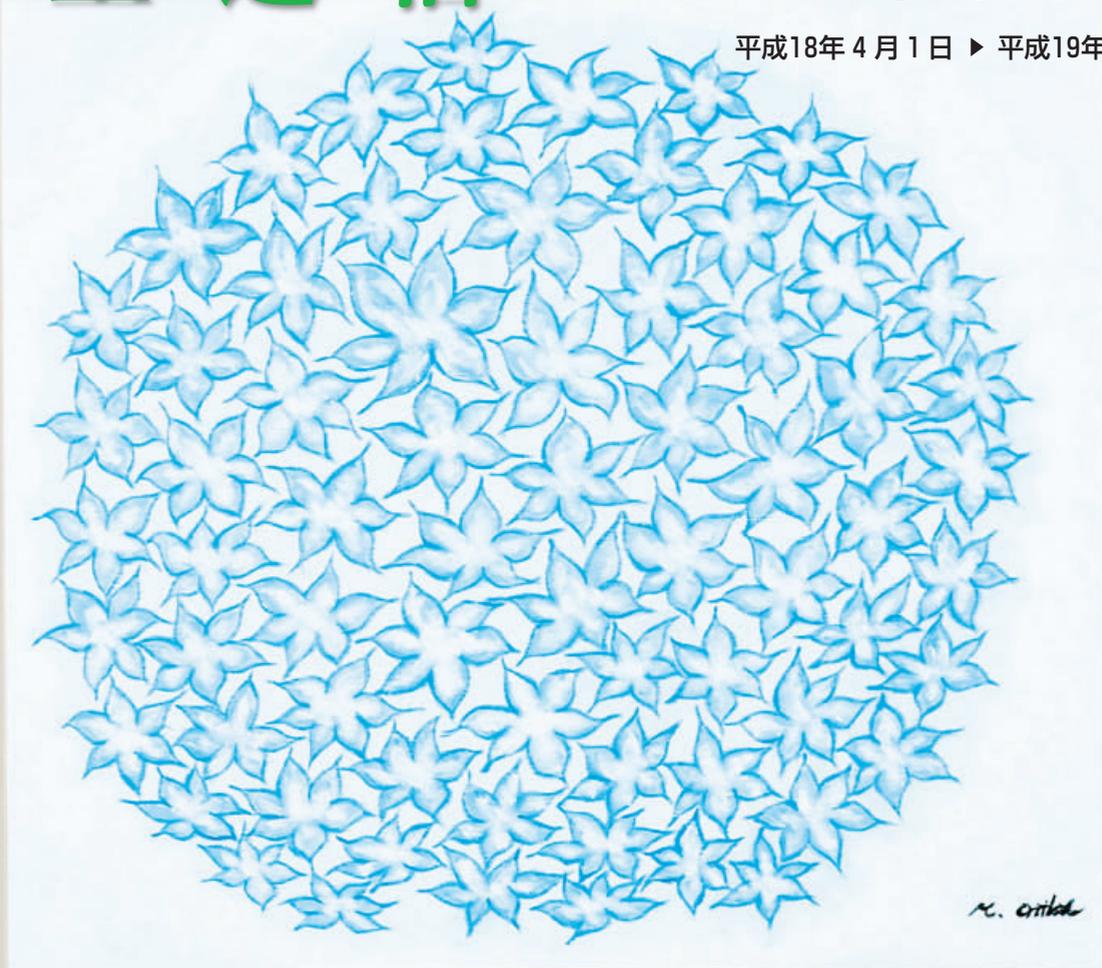


株主通信

第27期 事業報告書

平成18年4月1日 ▶ 平成19年3月31日



STEILAR C.K.M 株式会社

■目次

| | |
|-----------------|-------|
| 株主の皆様へ | 2 |
| 当社の経営方針 | 3 |
| 中期経営計画 | 4 |
| 当社の現況 | 5～6 |
| トピックス | 7～8 |
| 営業の概況 | 9～10 |
| 財務諸表 | 11～12 |
| 財務ハイライト | 13 |
| 会社概要／株主メモ | 14 |

■株主の皆様へ

株主の皆様には益々ご健勝のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、ここに当社の第27期事業報告書をお届けするにあたり一言ご挨拶申し上げます。当社の推進する「付加価値訴求型通販」は中高年富裕層を中心とする男性のお客様のおかげで発展してまいりました。しかしながら、この男性型通販の分母の拡大はスピードの悪化とマーケティングの不足により思うような成果をあげることができませんでした。

その中で、新しい時代に向かうため、女性客の囲い込みが必要不可欠と考え、幅広く新分野にテストマーケティングも兼ねて進出を致しました。その結果、女性客の動向については手ごたえを感じ取ることができました。

当社にとってウォンツ商品あこがれ戦略は必要不可欠なものであり、継続は当然でございますが、今後は男性型通販中心からさらに発展的に女性客も含めた富裕層「家族全体の囲い込み」を新しいテーマに掲げています。また、出版、広告事業などの新たなビジネスドメインの構築を視野に入れた「第二メディア部門」を設け、単品通販の強化

を図ります。川の流れのように男性型を源流とし、家族で楽しめるあこがれ商品通販として、ブランド化の推進をする所存です。

さらに、当社最大の財産である通信販売ノウハウを活用し推進してまいりましたプラットフォームビジネスは、昨年度より本格的に稼動し商品の流通を変革するという大きな目標の下、活動を続けてまいります。

今後も長期的、継続的な企業価値の拡大を図ってまいりますので、株主の皆様には相変らずのご指導、ご鞭撻を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

平成19年6月



代表取締役 橋本 勝司

■ 当社の経営方針

当社は設立以来、中高年男性をターゲットにした「付加価値訴求型通販」を展開することにより、「お客様に夢と喜びを提供する」活動を続けてまいりました。カタログを眺めながら、「欲しいものを見つける喜び」をお客様が感じていただけるよう日々研鑽を続けることが当社の使命と確信しております。

「付加価値訴求型通販」の品揃えは「新しさ」「夢」「面白さ」「楽しさ」「珍しさ」等を基本コンセプトとしており、当社はこれらを「ウォンツ商品」と呼び、日本一のウォンツ創造企業を目指しております。顧客層については、過去20数年間の「お客様の夢探しのお手伝い」の活動期間において、中高年の男性から中高年の女性、ウォンツ商品に敏感に反応する若年層へと自然派生的に顧客層も拡大してまいりました。今後は、掲載媒体

を積極的に増加させ顧客層の拡大及び女性顧客の拡大を図る方針であります。また、「ウォンツ商品」をさらに増やし、「ウォンツ商品なら STEILAR C. K. Mへ」をスローガンに「ウォンツのブランド化」を推し進めていくことで支持層を広げ、独自性を確立していく考えであります。これら、「顧客層の拡大」と「ウォンツのブランド化」により企業規模の拡大と「STEILAR C. K. Mのブランド化」を図り、長期的・継続的な企業価値の最大化による株主価値の向上を目指します。

また、「企業の社会的責務」を十分に自覚するとともに、株主及び投資家を意識した透明度の高い経営を目指し、投資判断に必要な会社情報を積極的に開示する仕組みを確立していきたいと考えております。

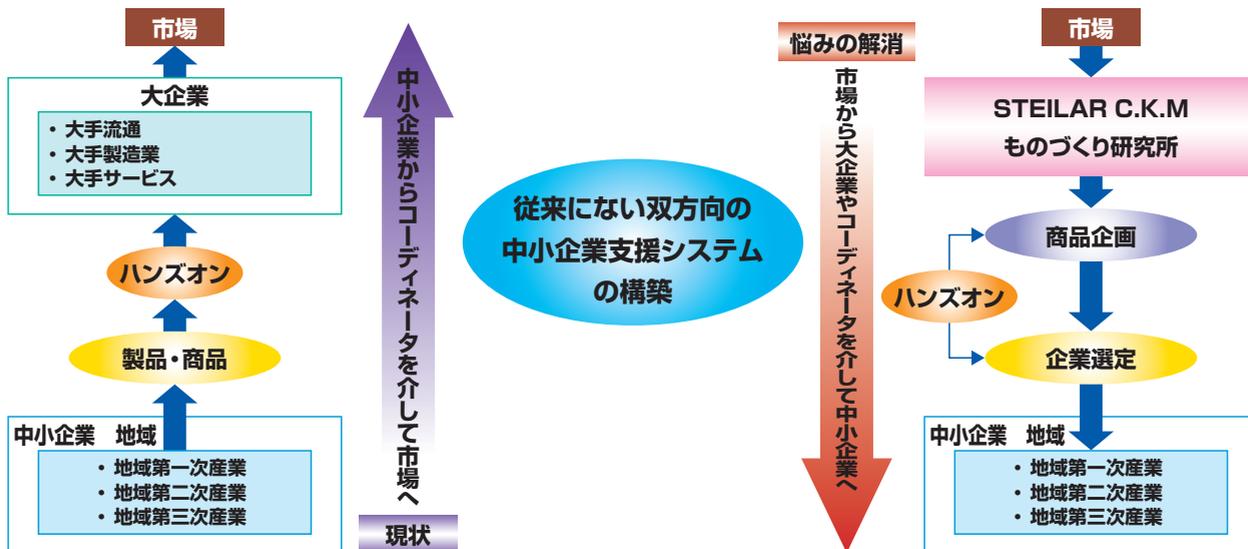
■ 中期経営計画

当社の中期的な経営戦略の柱となるものは「プラットフォーム構想」であります。創業以来業態転換や模索を通して構築してきた顧客、商品開発、企画編集、マーケティングシステムや顧客データベース、さらには受注から物流、代金回収に至るまでの業務的なバックヤードといわれる様々なインフラが経営資源として存在しております。今後はこれらを会社の基盤と考え、その基盤を有効利用してまいります。インターネット事業をはじめとした、新しくダイレクトマーケティングビジネスに参入する企業や通信販売事業に進出したい企業へ当社のプラットフォームを利用していただく支援ビジネスの展開も考えております。

また、当社保有顧客への情報発信の中で展開できる様々な企業間との提携ビジネスなど、プラットフォームを利用した新しい派生要因ビジネスを推進してまいります。

商品戦略におきましては、従来推し進めてきた付加価値性や話題性、ニュース性に富んだウォンツ商品の開発をより強化するとともに、「ウォンツのブランド化」を展開し、付加価値商品情報を求める顧客層に評価され、ファン化を促進できるように独自性の高い商品開発と企画展開のスピード化をより推進してまいります。また、顧客戦略におきましては、中高年男性層の拡大をより推進しながら、ウォンツ商品に敏感に反応する女性市場も視野に入れ、新しい顧客の拡大に注力してまいります。「ウォンツと情報の速さ、面白さのSTEILAR C. K. M」と呼ばれるように独自性の高い情報発信に注力するほか、趣味やライフスタイルに合わせたいくつかのジャンルにも特化しながら新しい顧客獲得メディアの開拓にも力をいれ、ウォンツ顧客市場の拡大につなげてまいります。

従来にない双方向の中小企業支援システムの構築



■ 当社の現況

(1) 通販小売事業

通販小売事業の特長

当事業は中高年男性を中心ターゲットとし、ウオント商品（必欲品）情報を網羅して「付加価値訴求型通販」を展開しております。発行するカタログは一般の通販会社の多くが季刊、月刊の発行サイクルであるのに対し、レギュラーDMは毎月4本、総合通販誌「夢見つけ隊」は季刊で発行する体制をとっており、商品情報の速さも特長であります。また、カタログを中心としたペーパーメディア以上に、より迅速に商品情報を発信できるインターネットやFAXといった通信メディアを利用した「リアルタイム通販」、趣味のものやコレクション商品を毎月定期的にお届けする「頒布会」など、独自性の高い企画を数多く手懸けております。

当社が行う通販小売事業は以下の4つの部門に分けられます。

イ. カタログ部門

商品情報を一般通販会社よりも速く発信するために、自社保有顧客に対して「道具の学校」「せ

いかつ百貨事典」「LEA」「人こと発見」という毎月4種類のレギュラーDMを発行し、さらに「夢見つけ隊」を季刊で発行しております。会員の中から、DMの商品内容や編集企画に合わせて属性を分析し、当社独自のセグメントプログラムを使って顧客を選び出しております。

ロ. 事業部門（頒布部門）

顧客との継続的な関係を強化することを視野にいれ展開している部門で、主に7つのビジネスに分けられます。「趣味商品を集めるコースや健康食品や消耗品のリピート品を継続的に販売する雑貨頒布」「ビデオやCD、DVDなどのシリーズものを扱うAV頒布」「注文商品配送時カタログを封入する商品同送」「年会費3,000円で数々の特典やサービスが受けられるメンバーズ倶楽部の会員組織の運営」「継続使用を推奨する基礎化粧品「Cim化粧品」の販売」「海外から化粧品やサプリメントを輸入できる個人輸入代行」「健康ジャンルに特化した健康事業」など定期的・継続的な商品やサービスの提供を行い顧客のファン化を推進しております。

ハ. 通信メディア部門

インターネットやFAX等の情報通信手段を使って商品情報を発信する通信販売であります。外部のインターネットのショッピングモールへの出店によるものと、自社のサイト「夢隊WEB」での通販、さらに自社保有顧客の中からFAX会員を募り、FAXを使った通信販売を展開している部門であります。カタログ部門よりも情報発信が速いため新商品情報の発信は即日対応できるのが特長であります。

二. メディア部門

会員組織を持つ企業並びにTV・ラジオ媒体等を所有する企業の通信販売部門と提携して当社の「付加価値訴求型通販」を提供する企業支援型の通販ビジネスであります。提携企業の媒体での通販展開をはじめ、先方の会員へのDMを企画制作して収益をあげている部門であります。

(2) 店販小売事業

東京都港区北青山で宝飾・服飾を中心としたオリジナルブランド商品の店舗販売及び美容岩盤浴の店舗運営を行っておりましたが、同店舗につきましては、平成19年3月をもって閉鎖いたしま

した。

トピックス

こだわりの一級品と出逢う

欧米のマイスターやクラフトマンが作り出す一級品を中心に、欧米スタイルの雑貨などを幅広く提案するのが「LEA（レア）」です。世界でも極わずかししか生産されず、国内ではほとんど入手困難な限定品や、欧米ならではの機能を搭載した便利品、ライフスタイルを豊かに彩るデザイン性溢れる生活雑貨など、見逃せない情報を満載しています。また世界基準となった欧米発祥の一級品が、現在に至るまで迎ってきたさまざまなヒストリーも数多く掲載。多くのファンを魅了するブランドが世界を代表する一級品である証をピンポイントで解説し、今まで無関心だった方の好奇心を駆り立てます。

製品に深く精通した人物にスポットをあてた「人・Jin」、もて余し気味の休日を豊かにしてくれる乗り物を紹介する「Owners」、世界の名品が毎月届く頒布会「Collection LEA」、選り抜かれた逸品時計を詳しく紹介する「Watch」などの連載企画も充実。新しい発見と出逢える一冊です。



LEA

好奇心いっぱいの少年に戻る

「道具の学校」は通巻100号を超える、当社でも歴史あるカタログです。好奇心の旺盛だった少年時代、理科室にある人体模型やさまざまな道具にワクワクし、真剣な表情で実験していた頃、誰もが小さな科学者でした。夢中になって昆虫を追いかけ、捕まえた虫たちに標本キットの注射器で不思議な液体を注入した時は誰もがファール。学校はそこにいてすべての人たちの知的好奇心や冒険心を刺激してくれる空間です。世界も瞳もキラキラ輝いていたあの頃のように、カタログを通して自分のための時間を取り戻し、好奇心や冒険心を忘れないでいて欲しい…。そんな思いで「道具の学校」は誕生しました。また、常にお客さまに新しい発見や驚き、心から楽しみ喜んでいただくために、「最先端」特集や、技術立国日本の誇りに満ちた「国産銘品」特集など、知識としても役立つ商品解説を掲載しています。ページを開くたびに新しい出会いや発見があるカタログを新鮮な感覚でお楽しみください。

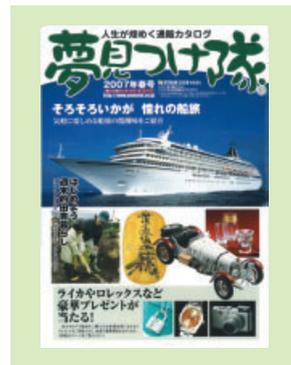


道具の学校

いつまでも夢追う人のために

STEILAR C.K.Mの雑誌型通販カタログ、それが「夢見つけ隊」です。お客さまにはゆったり優雅な人生を楽しんで（遊んで）いただきたい。忘れかけていた「あこがれ」や「夢」をご提案しながら、輝かしい人生を送ってほしいと願う、通信販売カタログと情報マガジンを融合した新しい形の雑誌「マガログ」となっております。

カタログには全国から集めた選りすぐりのアイテムを多岐に渡って掲載しており、開けばそこはまさに“宝探し”の世界。「あっ、これ欲しかったんだ！」という新たな自分探しや「こんなのがあるんだ！」といった驚き、懐かしさなどグッと心に響く商品を満載。また、ものづくり研究所“にっぽんを残そう”プロジェクトでは世界に誇れる日本の「人（技術者・職人・匠）」「もの（製品・芸術・伝統工芸品）」「こと（流儀・文化・歴史・自然）」を全国の津々浦々から発掘し、お客さまへご紹介しています。



夢見つけ隊
(年4回発行)

●元気と健康な毎日のために●

「大切な健康を心から願う商品提案する」のが「健康人の薦め」「元気・通信」です。「健康」というお客さまが最も身近に感じている問題を真摯に受け止め、お客さまに末永く健康であり続けていただくためのお手伝いをしています。

肩や腰に感じる日々の疲れ、生活習慣による体形の変化、重苦しいストレスなど、千差万別な悩みに対して、「より効果的な解決方法は何か？」を常に考えながら商品を厳選。最新の健康事情や医学博士への取材記事なども併わせて紹介しています。

また開発者のコメントや、アスリートなどの愛用者・商品を体験された方の声など、店頭販売では表に出ない部分にもスポットを当て、商品をありのまま伝えたくてご購入いただくように心掛けています。健康に関する商品は信頼性が第一。末永く人生を謳歌していただくための商品を楽しみながら選べる一冊です。



健康人の薦め
元気・通信

●若々しく快適な毎日のために●

いつまでも若々しく、美しく、そして快適な暮らしを願ってお届けする「せいかつ百貨事典」。女性や家庭にスポットを当て、季節を一步先取りした商品や流行や最新トレンドをいち早くキャッチした情報をご紹介。女性のためのアイテム、ジャンルの幅の広さをモットーにしています。

バッグ、時計、靴、アパレルなど、女性が日常的に身に着けるアイテムでは、憧れるようなデザインはもちろん機能性も重視。便利な生活雑貨品は、暮らしの最先端アイテムをはじめ、ひと工夫あるオモシロ商品、お手頃価格の便利アイテム、プロ愛用の品などを掲載しています。

めざしているのは、ご家族どなたでも楽しんでいただけるカタログ作りです。特集としても人気商品のランキング紹介をはじめ、今月の一品を紹介する「今月の器」「和小物の世界」「趣味の部屋」も不定期で掲載。ページをめくるたびに驚きや発見を感じていただきたいと、毎月変化をつけてお届けいたします。



せいかつ百貨事典

●悩みを解決する手助けに●

「人こと発見」は、人間の尽きることのない「悩み」を解決することをテーマに、幅広いジャンルの商品を紹介。さまざまな角度からお客さまがより豊かになれるお手伝いをしております。

特に「日本は高齢化が進むのに使いづらい物で溢れかえっている」ということに着目。誰もが快適に使えて長く愛用でき、デザイン的にも優れたユニバーサルデザイン（UD）の企画に取り組み、UDの4原則（誰もが使いやすい、デザイン性が高い、永永い愛用性、人・環境に配慮している）を掲げ、基準を満たした商品を掲載しています。

また、芸能人や著名人、さまざまな職種のプロ達在实际に使用している商品を、使用者の感想を盛り込んで紹介することで、実際の使用感などもお伝えしています。同時に開発者の熱意やこだわりなどもご紹介。「ゴールドエイジ」「いざというとき事典」などの企画も充実。男女を問わず、お客さまの「生活の質」の向上を支援してまいります。



人こと発見

■ 営業の概況

経営成績に関する分析

当事業年度のわが国経済は、海外経済の成長と企業業績の回復持続など、引き続き堅調に推移いたしました。他方、少子高齢化の進展に伴い、団塊世代の大量退職を控え、先行きに対する不安感から個人消費の伸びはわずかなものに抑えられました。

通信販売業界につきましては、市場そのものは引き続き成長基調にあり、特にネット通販企業、携帯通販企業は顕著な伸張を見せております。総合カタログ通販企業においては競争環境の変化から、厳しい経営環境が続いております。

このような状況の下、当社は以下のように活動いたしました。

通販小売事業 カタログ部門

商品開発面では、カタログの独自性を強化するために「にっぽんを残そうプロジェクト」と称し、国内の優れた伝統技や世界に誇るもの作り技術の製品化をし、商品として流通させる「ものづくり研究所」が、独自性ある商品企画に取り組んでいます。しかし当事業年度中においては、商品化が計画通りに進まず、プラス要素とすることができませんでした。このため、期中に体制の補強を行いました。また、顧客満足度の向上のために取扱商品の品質管理強化を行うことで返品率の改善を図ることができました。

編集制作面では、共に男性顧客をターゲットとしていた「好気心の提案」と「道具の学校」のカタログの個性化に着手しました。「好気心の提案」を「LEA」という欧米商品中心のカタログに再編成し、「道具の学校」は従来以上に歴史に裏付けられた匠の技や、日本の伝統が生かされた商品の

提案に注力いたしました。

さらに、団塊世代を中心とした中高年の市場拡大をさらに強化する目的のカタログ「ひとこと発見」においては、使う人に優しいユニバーサルデザイン商品を足がかりにしながら、アクティブシニア層の要望に応えられるカタログコンテンツをより充実してまいりました。

カタログ編集において新しいコンテンツに着手し、また、「ものづくり研究所」をはじめとした商品開発セクションで独自性を追及すべくメーカーとの共同で商品企画を強化しましたが、システム構築などの基盤固めにとどまり、前事業年度を下回る売上高となっております。

以上の結果、当事業年度のカタログ部門の売上高は3,347百万円（前事業年度比2.7%減）となりました。

事業部門（頒布部門）

健康事業と化粧品事業ではリピート消耗品を中心として、既存のオリジナルアイテムの中で人気の高い商品について、より独自性の高い商品にするためリニューアル開発することを推進いたしました。しかしながら、定期購入顧客に対し、継続購入率の改善について、計画通りに推移できず、売上及び利益の面で減少する要因となっております。一方、趣味・コレクター商品の頒布事業では、コースの充実と「収集を趣味とする顧客」を計画通りに増やすことができませんでした。更に「ビデオ頒布事業」は長期的な発展性が見込めないため、事業の継続を中止いたしました。

また、オリジナル商品開発の遅れや外部の新規顧客に対する販売の拡大が、計画通りに推移しなかったため、前事業年度を下回る売上高となっております。

以上の結果、当事業年度の事業部門の売上高は1,144百万円（前事業年度比16.1%減）となりました。

メディア部門

特定会員を保有している他社への広告出稿及び共同DMの発行を積極的に進めることにより、業績の拡大に努めました。上期において無駄を省き利益重視の戦略を図りDMの発行回数を減少させ一人のお客様に対しての発行期間の見直しをいたしました。そのことによりコスト改善は図ることができましたが、売上及び利益については計画通りに進行いたしませんでした。

また、通期で行っております新規媒体への取り組みも数社立ち上がり、他社会員誌への同時封入やWEB媒体への商品供給により、売上増加ならびに新規顧客増加を図りましたが、中心と成り得る新規媒体の立ち上げと、計画していたプラットフォームビジネスの推進が遅れ人材の投入と体制の補強にとどまりました。また、外部顧客に対してロール販売できるヒット商品や独自商品の開発力不足により、前事業年度を下回る売上高となっております。

以上の結果、当事業年度のメディア部門の売上高は1,198百万円（前事業年度比9.5%減）となりました。

通信メディア部門

外部ショッピングモールサイトでは、これまで行ってきた広告の検証を進め、より積極的な広告活動を行ってまいりました。また、それに伴い広告用の新商品や販促企画も増加することにより新規顧客の獲得や顧客サービスを図りました。

自社サイトである「夢隊WEB」では、平成18

年8月にサイトのリニューアルを行い、ストレスの少ない「使い易く」しかも「楽しめる」感性検索エンジン及び「お客様の声」を表示できる商品レビュー機能を新たに搭載するなど、ユーザビリティの向上を図りました。また、リニューアル後は、アクセス数の増加と新規顧客の獲得を図り、外部サイトへの広告活動を積極的に行いました。その結果、売上高において前事業年度を上回り、来期以降のIT化へのシフトの基盤固めに成功いたしました。

以上の結果、当事業年度の通信メディア部門の売上高は491百万円（前事業年度比50.7%増）となりました。

その他部門

グリストラップ浄化装置等の機械装置のレンタル事業においては、新規の設備の取得及びレンタルを行っております。

以上の結果、当事業年度のその他部門の売上高は160百万円（前事業年度比47.0%増）となりました。

オリジナルブランド事業

宝飾・服飾の自社ブランド事業及び美容岩盤浴事業では東京北青山に店舗を開き、新規顧客の集客力の強化を図ってまいりました。しかしながら集客が計画通りに推移せず、同店につきましては平成19年3月をもって閉鎖いたしました。

以上の結果、当事業年度の業績は、売上高63億67百万円（前事業年度比3.2%減）、経常損失1億72百万円（前事業年度は経常利益1億44百万円）、当期純損失3億66百万円（前事業年度は当期純利益95百万円）となりました。

財務諸表

●貸借対照表 (平成19年3月31日現在)

(単位：千円)

| 科 目 | 金 額 | 科 目 | 金 額 |
|-----------------|------------------|-------------------|------------------|
| (資産の部) | | (負債の部) | |
| 【流動資産】 | 1,972,384 | 【流動負債】 | 1,956,938 |
| 現金及び預金 | 1,064,271 | 支払手形 | 197,391 |
| 売掛金 | 687,798 | 買掛金 | 521,817 |
| 未収入金 | 13,317 | 一年内償還社債 | 285,000 |
| 商貯品 | 170,298 | 1年内返済予定の長期借入金 | 556,308 |
| 前蔵品 | 28,442 | 未払金 | 300,541 |
| 前渡金 | 8,235 | 未払費用 | 23,894 |
| 前払費用 | 14,735 | 前受金 | 35 |
| 前払金 | 1,575 | 預り金 | 13,668 |
| 関係会社短期貸付金 | 2,400 | 未払消費税等 | 4,605 |
| その他の流動資産 | 7,214 | 前受収益 | 13,192 |
| 貸倒引当金 | △ 25,905 | ポイント割引引当金 | 38,004 |
| 【固定資産】 | 2,099,036 | 繰延税金負債 | 315 |
| 有形固定資産 | 384,458 | その他の流動負債 | 2,165 |
| 建物 | 19,244 | 【固定負債】 | 1,318,239 |
| 車両 | 1,588 | 社債 | 442,500 |
| 器具備品 | 13,141 | 長期借入金 | 875,697 |
| 機械装置 | 268,281 | 繰延税金負債 | 42 |
| 土地 | 82,201 | 負債合計 | 3,275,178 |
| 無形固定資産 | 71,118 | (純資産の部) | |
| 電話加入権 | 1,580 | 【株主資本】 | 803,121 |
| ソフトウェア | 15,550 | 資本金 | 368,850 |
| 温泉権 | 53,987 | 資本剰余金 | 362,086 |
| 投資その他の資産 | 1,643,460 | 資本準備金 | 362,086 |
| 投資有価証券 | 333,198 | 利益剰余金 | 294,797 |
| 関係会社株式 | 109,739 | 利益準備金 | 15,653 |
| 出資金 | 20 | その他利益剰余金 | 279,143 |
| 長期貸付金 | 108,093 | 特別償却準備金 | 61 |
| 関係会社長期貸付金 | 797,141 | 別途積立金 | 70,000 |
| 長期前払費用 | 23,668 | 繰越利益剰余金 | 209,082 |
| 保証金 | 128,185 | 自己株式 | △ 222,612 |
| 長期性預金 | 250,000 | 【評価・換算差額等】 | △ 6,878 |
| 破産更生債権等 | 10,129 | その他有価証券評価差額金 | △ 7,338 |
| その他の投資 | 1,492 | 繰延ヘッジ損益 | 459 |
| 貸倒引当金 | △ 118,209 | 純資産合計 | 796,242 |
| 資産合計 | 4,071,420 | 負債純資産合計 | 4,071,420 |

● 損益計算書 (平成18年4月1日から平成19年3月31日まで)

(単位：千円)

| 科 目 | 金 額 |
|--------------|-----------|
| 売 上 高 | 6,367,618 |
| 売 上 原 価 | 3,050,379 |
| 売 上 総 利 益 | 3,317,239 |
| 販売費及び一般管理費 | 3,544,075 |
| 営 業 損 失 | △ 226,836 |
| 営 業 外 収 益 | 97,443 |
| 営 業 外 費 用 | 43,310 |
| 経 常 損 失 | △ 172,703 |
| 特 別 利 益 | 50,688 |
| 投資有価証券売却益 | 50,584 |
| そ の 他 | 104 |
| 特 別 損 失 | 185,399 |
| 減 損 損 失 | 34,227 |
| 関係会社株式評価損 | 9,999 |
| 貸倒引当金繰入 | 108,079 |
| たな卸資産評価損 | 30,848 |
| そ の 他 | 2,242 |
| 税引前当期純損失 | △ 307,413 |
| 法人税、住民税及び事業税 | 694 |
| 法人税等調整額 | 58,235 |
| 当 期 純 損 失 | △ 366,342 |

● 株主資本等変動計算書 (平成18年4月1日から平成19年3月31日まで)

(単位：千円)

| | 株 主 資 本 | | | | | | | | 自己株式 | 株主資本 合 計 |
|-------------------------|---------|---------|--------------|--------|-----------------|--------------|---------------|--------------|----------|-------------|
| | 資本金 | 資本剰余金 | | 利益剰余金 | そ の 他 利 益 剰 余 金 | | | 利益剰余金 合 計 | | |
| | | 資本準備金 | 資本剰余金 合 計 | | 特別償却 準備金 | 別 途 積 立 金 | 繰越利益 剰 余 金 | | | |
| 平成18年3月31日 残高 | 368,850 | 362,086 | 362,086 | 15,653 | 264 | 70,000 | 635,377 | 721,295 | △194,985 | 1,257,245 |
| 事業年度中の変動額 | | | | | | | | | | |
| 特別償却準備金の取崩(注)1 | | | | | △ 202 | | 202 | - | | - |
| 剰余金の配当(注)2 | | | | | | | △ 29,670 | △ 29,670 | | △ 29,670 |
| 剰 余 金 の 配 当 | | | | | | | △ 29,670 | △ 29,670 | | △ 29,670 |
| 当 期 純 損 失 | | | | | | | △366,342 | △366,342 | | △366,342 |
| 自己株式の取得 | | | | | | | | | △ 29,718 | △ 29,718 |
| 自己株式の処分 | | | | | | | △ 813 | △ 813 | 2,091 | 1,278 |
| 株主資本以外の項目の事業年度中の変動額(純額) | | | | | | | | | | |
| 事業年度中の変動額合計 | - | - | - | - | △ 202 | - | △426,294 | △426,497 | △ 27,626 | △454,123 |
| 平成19年3月31日 残高 | 368,850 | 362,086 | 362,086 | 15,653 | 61 | 70,000 | 209,082 | 294,797 | △222,612 | 803,121 |

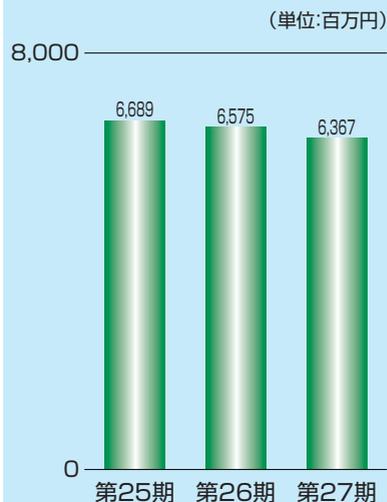
| | 評 価 ・ 換 算 差 額 等 | | | 純 資 産 合 計 |
|-------------------------|-----------------|---------|------------|-----------|
| | その他有価証券評価差額金 | 繰延ヘッジ損益 | 評価・換算差額等合計 | |
| 平成18年3月31日 残高 | 28,349 | - | 28,349 | 1,265,594 |
| 事業年度中の変動額 | | | | |
| 特別償却準備金の取崩(注)1 | | | | - |
| 剰余金の配当(注)2 | | | | △ 29,670 |
| 剰 余 金 の 配 当 | | | | △ 29,670 |
| 当 期 純 損 失 | | | | △ 366,342 |
| 自己株式の取得 | | | | △ 29,718 |
| 自己株式の処分 | | | | 1,278 |
| 株主資本以外の項目の事業年度中の変動額(純額) | △ 35,687 | 459 | △ 35,228 | △ 35,228 |
| 事業年度中の変動額合計 | △ 35,687 | 459 | △ 35,228 | △ 489,351 |
| 平成19年3月31日 残高 | △ 7,338 | 459 | △ 6,878 | 796,242 |

(注) 1. 特別償却準備金の取崩のうち、平成18年6月の定時株主総会における利益処分による取崩は、101千円であり、

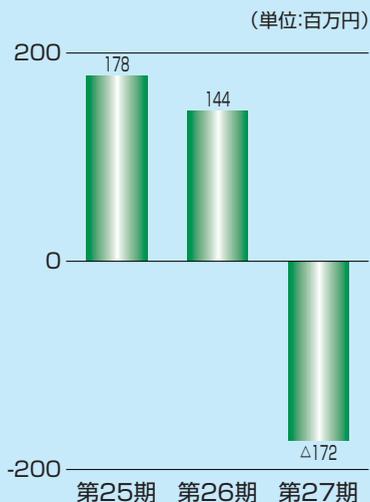
2. 平成18年6月の定時株主総会における利益処分項目であります。

■財務ハイライト

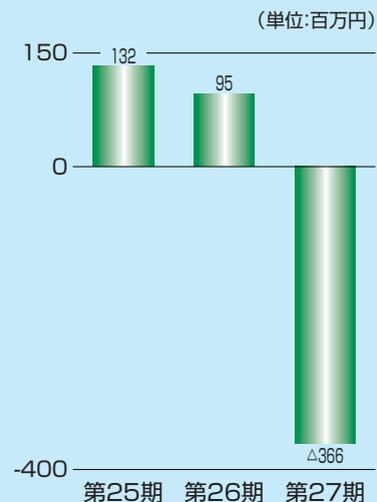
売上高



経常利益



当期純利益



総資産／純資産



1株当たり純資産額



1株当たり当期純利益



■ 会社概要 / ■ 株主メモ

■ 概要 (平成19年3月31日現在)

会社名 STEILAR C.K.M株式会社
本店所在地 東京都新宿区西新宿一丁目26番2号
設立 昭和55年10月16日
資本金 368,850,000円
従業員数 128名

■ 役員 (平成19年3月31日現在)

| | |
|-------|------|
| 代表取締役 | 橋本勝司 |
| 専務取締役 | 北條規 |
| 取締役 | 野口正己 |
| 取締役 | 加藤和弘 |
| 取締役 | 石神和志 |
| 取締役 | 濱壽道 |
| 常勤監査役 | 丸山勝 |
| 監査役 | 岡田敏博 |

株主メモ

事業年度 4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会 毎年6月に開催
基準日 定時株主総会 3月31日

期末配当金 3月31日
中間配当金 9月30日

株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱場所 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
〒137-8081

(お問合せ先)
(郵送物送付先) 東京都江東区東砂七丁目10番11号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
TEL 0120-232-711 (通話料無料)

同取次所 三菱UFJ信託銀行株式会社 全国各支店
単元株式数 100株
公告の方法 電子公告の方法により行います。

ただし、事故その他やむを得ない事由が生じた場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

公告掲載URL <http://www.yumetai.co.jp>



STEILAR C.K.M 株式会社