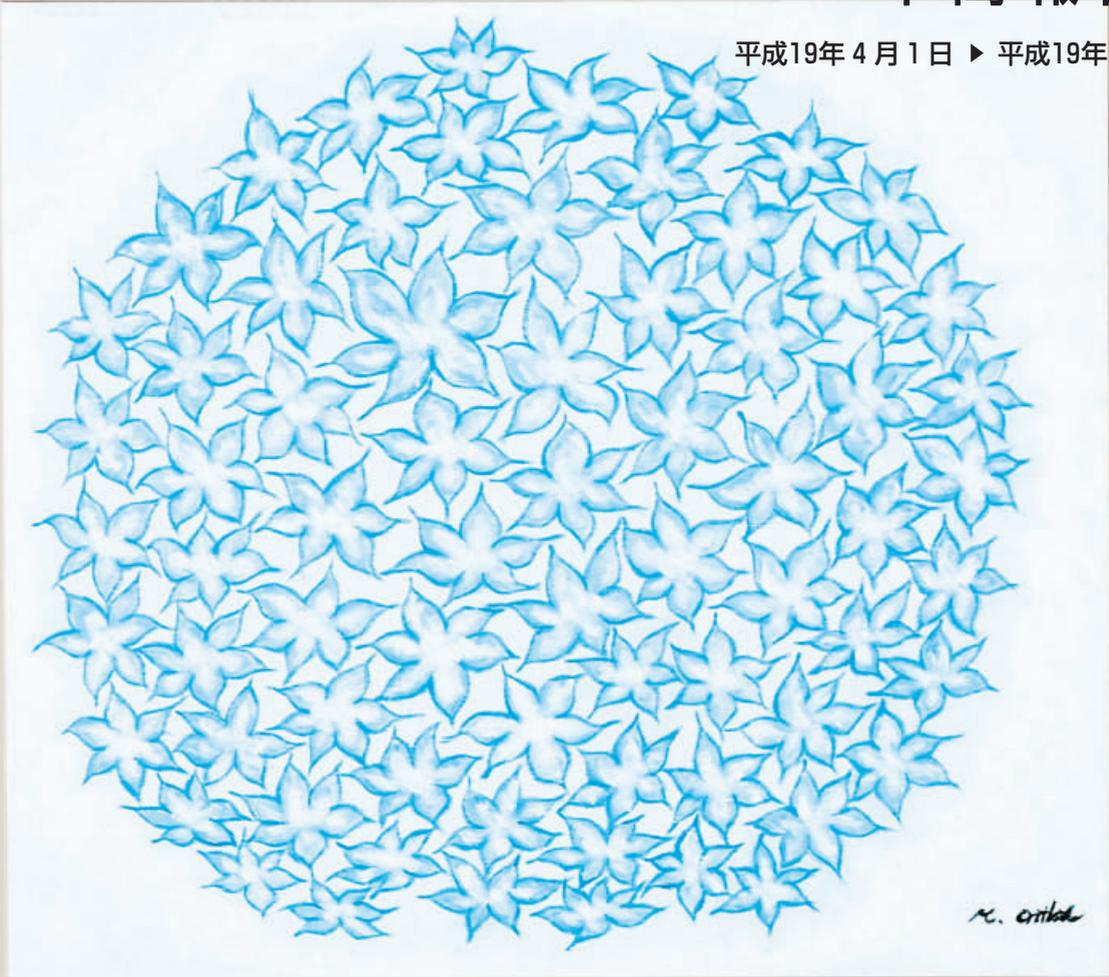


第28期
中間報告書

平成19年4月1日 ▶ 平成19年9月30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
トピックス	6
カタログ案内	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28期中間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。

当上半期におきましては、当社を取りまく環境の変化による影響は大きく、経営環境は非常に厳しいと言わざるを得ません。経営のバランスの見直しを余儀なくされております。

ITの拡大に伴う市場の変化のスピードは加速度を増し、当社は通信販売の未来設計を大きく変化させざるを得ませんでした。前期大幅な赤字の原因であったショップの閉店を断行し、そして今期当社の子会社であった株式会社クリスタルアースの不動産事業の統合を図り、資源の一元化を進めて参りました。

さらに、中核事業であるカタログ事業の再構築と強化は業績の回復と事業基盤の安定と捕らえて取り組んで参りました。

当社のショッピングサイトも昨年のリニューアル以降今年下期はさらに大幅な入れ替えを致します。女性の支持を得やすいサイト作りに力を入れて参ります。男性だけでなく女性にも焦点を合わせた家族の囲い込みを進めて参った結果、女性顧客の新たな取り込みと活性化の道筋が見えて参りました。新方針はお客様視点を中心にMDを強化し、当社だけのオリジナル品の比率を高めて参ります。高コスト商品等の販売比率を下げ、魅力ある商品、品質の優位性や独自性の確保のために自社商品の割合を高めて参ります。カタログ作り、販売企画、お客様の視点の商品企画、当社はあらゆる面に於いてクリエイティブに力を入れて参ります。

その為の問題点も様々でございます。当社に於いて中国製品の扱い高は増える一方になっています。日本のものづくりは中国、アジアの台頭により下降線を示しています。この危機的な状況の中、日本のものづくりを応援しようと、ものづくり研究所を設置し活動を行って参りました。約3年のマーケティング及び日本の伝統文化の推進はメーカー、地方の行政、商工会との連携を生み、一定の成果をつくり出しつつあります。

当社の商品販売との関連も徐々に増え、産・官・学

や日本古来の技術、伝統工芸にも新しい風を送り、`伝統とは古いものを模倣していくことではなく、常に新しいものを創り続けていくこと、を提案し、この結果、新製品や新ブランドの確立にも目処が立って参りました。プラットホームビジネスとしての足がかりをも掴んでいます。

以上の結果、当上半期の売上高は3,521百万円、営業利益は228百万円となりました。

もう一つ新しい試みとして地球環境を考えた`青い地球を取り戻そう、を進めていくことを考えています。ゴミは分別をきちっとすれば環境を汚すことなく大切な資源に生まれ変わるはず。資源→役に立つもの→不必要なゴミ→分別→資源の循環は`青い地球を取り戻す、為の大切な要素です。ごみの再利用を視野に入れた運動は、社会に対する当社の姿勢と信じて取り組んでいく所存です。

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わらずのご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

平成19年12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、過去二十数年間の「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。

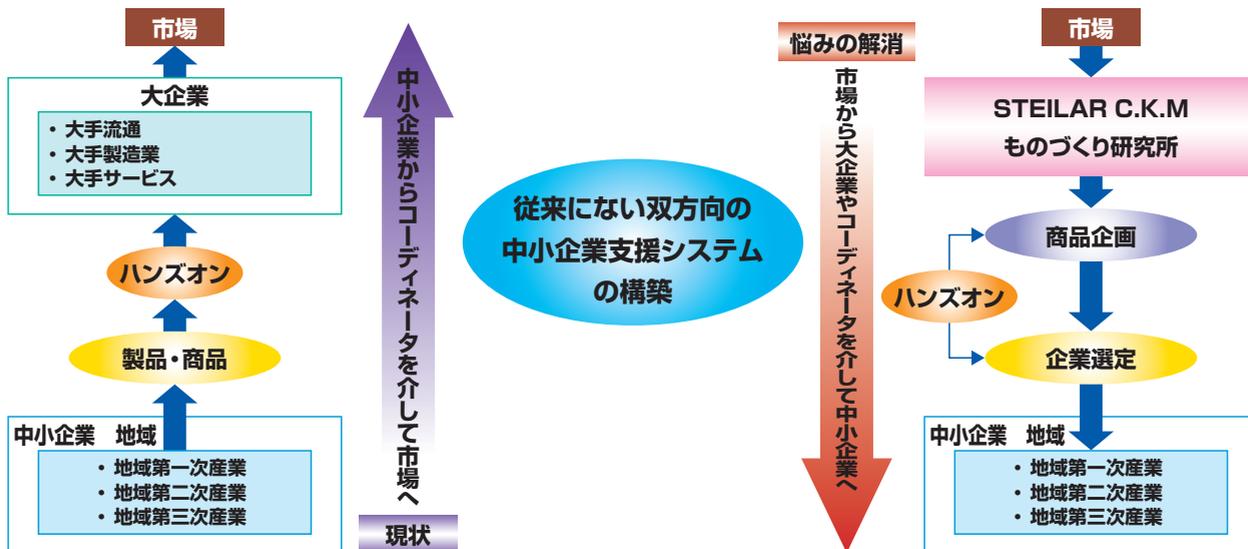
■ 中期経営計画

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

① 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、ウォンツ商品（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6本、総合通販誌「夢見つけ隊」及び「元氣・通信」の2誌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自社サイト「夢隊WEB」を中心にインターネットや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がけております。

② 当社が担当する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早く発信するために、自社保有顧客に対して「道具の學校」「せいかつ百貨事典」「LEA」「人こと発見」「健康人の薦め」「心・美・体」という毎月6種類のレギュラーDMを発行し、さらに「夢見つけ隊」「元氣・通信」の2誌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カタログを送付する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6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等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」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早いと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。

ニ. 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) 不動産事業

当社は、平成19年9月1日をもって株式会社クリスタルアースを吸収合併し、同社の全ての事業を引き継ぎました。当事業においては、不動産の売買、賃貸及び仲介を行っております。

(3) その他事業

当社において、グリストラップ浄化装置等のレンタル事業を行っております。

トピックス



平成19年11月1日付でWEBサイト「夢隊WEB」(<http://www.yumetai.co.jp>)をリニューアルオープン致しました。

この度のリニューアルのコンセプトは、現状のWEBサイトに求められる機能を高めていくことを目的としております。

顧客のターゲットを明確にし「メンズ」「レディース」「アクティブシニア」「ファミリー」の4つのカテゴリー分類を設け、それぞれに「感性検索エンジン」より入手した顧客の商品検索動向を反映いたしました。データベースの拡充により不必要な商品を省くことで、それぞれのターゲットに対して最も適切な商品の提示が可能となっております。

今後の当社の経営戦略において重要な課題である「女性顧客の拡大」「家族の囲い込み」の観点から、商品検索の更なる発展、特に、ターゲットとなる対象者に対して直に「選び抜かれた商品」をお届けするため、現状のWEBサイトをさらに充実させるものであります。

カタログ 案内

■夢みつけ隊(季刊誌)



年4回発行の総合カタログ。当社が独自に取り組んでいる「ものづくり研究所」発の当社限定商品も多数掲載。

■元氣・通信(季刊誌)



年4回発行の健康版総合カタログ。

■道具の學校



「道具」の魅力を追求める男性向けの雑貨カタログ。

■せいかつ百貨事典



生活雑貨を中心としたカタログ。女性アパレルも掲載。

■LEA (レア)



厳選した欧米商品のみを取り揃えたカタログ。

健康人の薦め



話題の健康アイテムなど人気の健康用品を掲載。

夢宝島



メンバーズ倶楽部の会員限定の特別情報誌。

夢チャンネル



映画や音楽などのソフト中心の娯楽カタログ。

人こと発見



消費者・開発者などの声や体験談とともに商品を紹介。

感謝の伝言板



商品をご購入いただいた方限定のカタログ。

My Secretary(マイセクレタリー)



ラッピングをして商品をお届けするギフトカタログ。

■営業の概況

①通販小売事業

イ. カタログ部門

商品開発では、独自性強化や他社との差別化を目的とした商品企画を進めております。優れた機能を持つ伝統的な和の素材と現在の市場のニーズを組み合わせたオリジナルブランド「こてめん堂」をはじめ、当社独自のブランディングシリーズを新たな戦略に加えました。さらに、日本未発表品や限定品など海外からの仕入れルートを開拓し、独自の輸入商品開発の強化を図っております。

編集制作面では、既存男性会員の「家族の囲い込み」と女性会員への新たなアプローチを行うことでターゲットの領域拡大を目指しました。また、特定ジャンルを強化するためDVD専門カタログを創刊しました。一方、各カタログで商品セグメントを明確にし、カタログコンテンツ毎にターゲットの絞り込みを行いました。顧客属性とのマッチング精度が上がらず、売上高減少の要因となっていました。

ロ. 事業部門（頒布部門）

健康事業・化粧品事業においては、顧客と

の継続性強化を目的とし、購入後のフォローアップシステムの構築を図るために専門セクションを設立しました。商品特性に合わせた顧客へのアプローチメニューを用意し、リピート率向上とドロップ率低下に努めました。また、健康事業では女性専門の健康カタログ「心・美・体」を創刊しました。

また、当事業年度の重点項目のひとつである単品事業に関しましては、「外部の新規顧客に対する販売の拡大」及び新規顧客獲得数の増加を図るため、平成19年6月に単品通販メディア開拓事業セクションを新たに設立しました。戦略的に拡販でき得る商品を中心として新聞媒体を中心とした新規メディアへの出稿を継続しております。

一方、メンバーズやアニバーサリー事業では、ロイヤルカスタマーの増加及び囲い込みに努めました。

ハ. 通信メディア部門

自社サイトである「夢隊WEB」では、広告表現の見直しを行うとともに、前事業年度のリニューアル以降行ってきた広告の量と手法の検証を進め、顧客誘導重視からコンバー

ジョン重視へと広告展開の見直しを図り、リスティング広告、アフィリエイト広告中心に切り替えました。また、サイトの検証を進め、コンテンツやユーザビリティ等の弱点やコンバージョンアップ等のための必要事項を洗い出し、新たなデータベースの必要性からサイトリニューアルに向けて動き出しました。同時に、顧客サービスとしてプレゼント企画や、送料無料企画を積極的に行いました。

二. メディア部門

他社が保有する特定会員への共同DM及びその会社が発行する広報誌への広告出稿を積極的に進めることにより、業績の拡大及び新規顧客の獲得に努めました。また、利益の拡大を狙い販促費比率の改善を図り、発行物の部数及びサイズを縮小することにより利益率はアップしましたが、ヒット商品不足等により売上高は前中間会計期間を下回る結果となりました。

前事業年度から取り組んでいる当社のソリューション提供ビジネスにつきましても、前記活動とともに併せて推進して参りました。

その一方で新規取引の開拓にも積極的に取

り組み、特定会員を保有するWEB媒体への卸し及び広告出稿、ラジオ媒体への卸し等を実施し、下半期以降につながる足がかりとしました。

②不動産事業

当社は、平成19年9月1日をもって、不動産事業を担当していた株式会社クリスタルアースを吸収合併いたしました。本件合併により引き継いだ販売用不動産のうち、1棟を当中間会計期間において売却いたしております。また、所有するテナントビルにつきましては、引き続き入居率の改善を図っております。

③その他事業

グリストラップ浄化装置等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。

■財務諸表

●中間貸借対照表（平成19年9月30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】	2,259,846	【流動負債】	1,899,955
現金及び預金	985,256	支払手形	199,958
売掛金	583,454	買掛金	451,702
たな卸資産	645,839	一年内償還社債	285,000
その他	86,011	短期借入金	576,520
貸倒引当金	△40,715	未払金	204,699
		返品調整引当金	7,396
		ポイント割引引当金	37,656
		その他	137,023
【固定資産】	1,552,035	【固定負債】	916,202
有形固定資産	435,722	社債	300,000
建物	23,714	長期借入金	613,543
機械装置	295,407	その他	2,659
土地	102,248	負債合計	2,816,157
その他	14,352	（純資産の部）	
無形固定資産	71,291	【株主資本】	1,020,004
投資その他の資産	1,045,021	資本金	368,850
投資有価証券	228,152	資本剰余金	362,086
関係会社株式	95,339	資本準備金	362,086
関係会社有価証券	245,850	利益剰余金	510,300
長期性預金	250,000	利益準備金	15,653
その他	387,387	その他利益剰余金	494,646
貸倒引当金	△161,709	特別償却準備金	30
資産合計	3,811,882	別途積立金	70,000
		繰越利益剰余金	424,615
		自己株式	△221,232
		【評価・換算差額等】	△24,280
		その他有価証券評価差額金	△24,473
		繰延ヘッジ損益	193
		純資産合計	995,724
		負債純資産合計	3,811,882

● **中間損益計算書** (平成19年4月1日から平成19年9月30日まで)

(単位：千円)

科 目	金 額
売 上 高	3,521,025
売 上 原 価	1,680,996
売 上 総 利 益	1,840,028
販売費及び一般管理費	1,612,026
営 業 利 益	228,002
営 業 外 収 益	26,021
営 業 外 費 用	20,461
経 常 利 益	233,562
特 別 利 益	92,340
投資有価証券売却益	13,589
抱合せ株式消滅益	78,751
特 別 損 失	81,394
貸倒引当金繰入	60,905
投資有価証券評価損	4,413
金利スワップ解約損	10,218
店舗閉鎖費用	5,857
税引前中間純利益	244,508
法人税、住民税及び事業税	28,498
法人税等調整額	△21
中 間 純 利 益	216,030

● **中間株主資本等変動計算書** (平成19年4月1日から平成19年9月30日まで)

(単位：千円)

	株 主 資 本								自 己 株	株 主 本 計
	資本金	資 本 剰 余 金		利 益 剰 余 金	利 益 剰 余 金			利 益 剰 余 金 合 計		
		資 本 準 備 金	資 本 剰 余 金 合 計		そ の 他 利 益 剰 余 金	特 別 償 却 準 備 金	別 途 積 立 金			
平成19年3月31日 残高	368,850	362,086	362,086	15,853	61	70,000	209,082	294,797	△222,612	803,121
中間会計期間中の変動額										
特別償却準備金の取崩					△30		30			-
中 間 純 利 益							216,030	216,030		216,030
自己株式の処分							△527	△527	1,379	852
株主資本以外の項目の中間会計期間中の変動額(純額)										
中間会計期間中の変動額合計	-	-	-	-	△30	-	215,533	215,502	1,379	216,882
平成19年9月30日 残高	368,850	362,086	362,086	15,853	30	70,000	424,615	510,300	△221,232	1,020,004

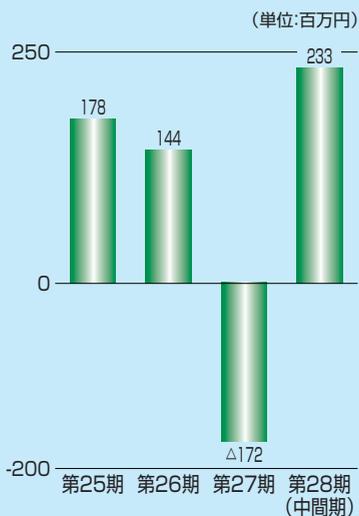
	評 価 ・ 換 算 差 額 等			純 資 産 合 計
	そ の 他 有 価 証 券 評 価 差 額 金	繰 延 ヘ ッ ジ 損 益	評 価 ・ 換 算 差 額 等 合 計	
平成19年3月31日 残高	△7,338	459	△6,878	796,242
中間会計期間中の変動額				
特別償却準備金の取崩				-
中 間 純 利 益				216,030
自己株式の処分				852
株主資本以外の項目の中間会計期間中の変動額(純額)	△17,135	△266	△17,401	△17,401
中間会計期間中の変動額合計	△17,135	△266	△17,401	199,481
平成19年9月30日 残高	△24,473	193	△24,280	995,724

■財務ハイライト

売上高



経常利益



中間(当期)純利益



総資産／純資産



1株当たり純資産額



1株当たり中間(当期)純利益



■ 会社概要 / ■ 株主メモ

■ 概要 (平成19年9月30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 129名

■ 役員 (平成19年9月30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
常勤監査役	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