

zwei

株式会社 ツヴァイ

2010年2月期

第2四半期決算説明会資料



第2四半期会計期間

業績の概要

() は売上比

	2009年 第2四半期累計	2010年 第2四半期累計	
	実績	実績	前期比
売上高	2,179百万円	2,132百万円	97.9%
営業利益	191百万円 (8.8)	211百万円 (9.9)	110.4%
経常利益	213百万円 (9.8)	230百万円 (10.8)	107.8%
当期純利益	124百万円 (5.7)	129百万円 (6.0)	103.8%

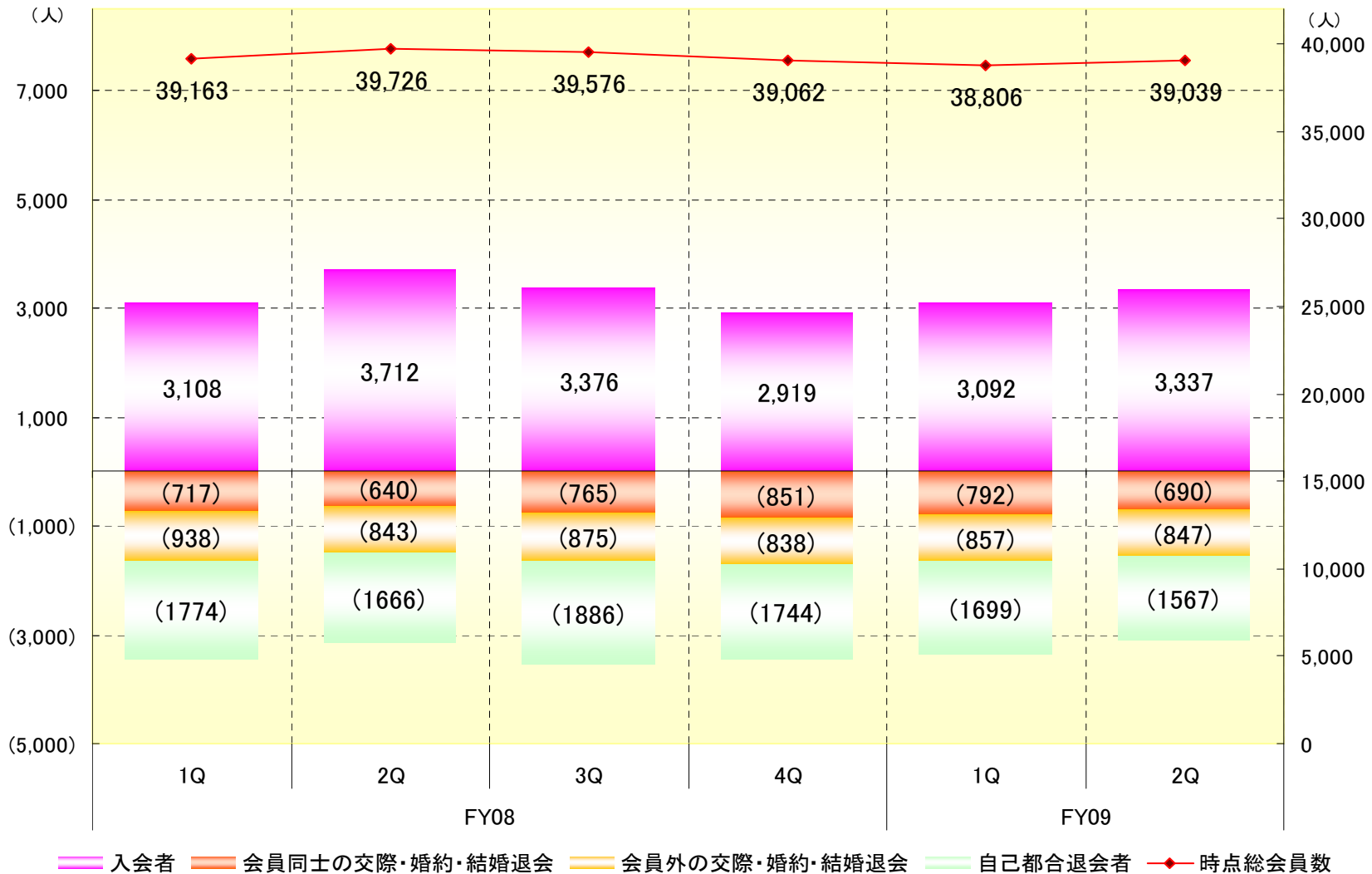
新規入会者未達で減収となるも、コスト構造改革の推進で、営業利益で2桁増益を確保

() は売上比

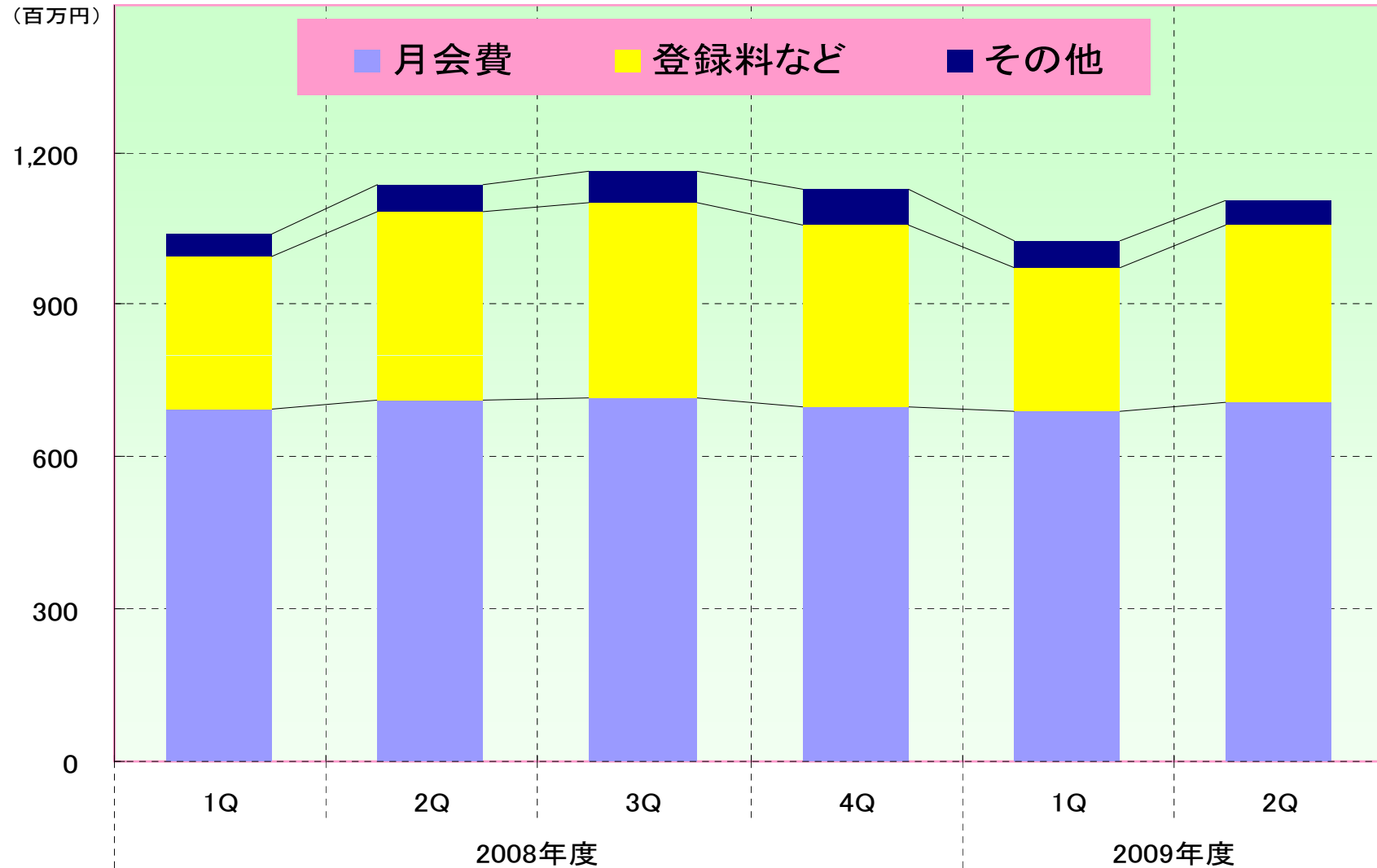
	第1四半期		第2四半期	
	実績	前期比	実績	前期比
売上高	1,025百万円	98.5%	1,107百万円	97.3%
営業利益	21百万円 (2.1)	131.5%	190百万円 (17.1)	108.4%
経常利益	38百万円 (3.7)	115.8%	192百万円 (17.3)	106.4%
当期純利益	21百万円 (2.0)	106.8%	108百万円 (9.8)	103.2%

単位 百万、%

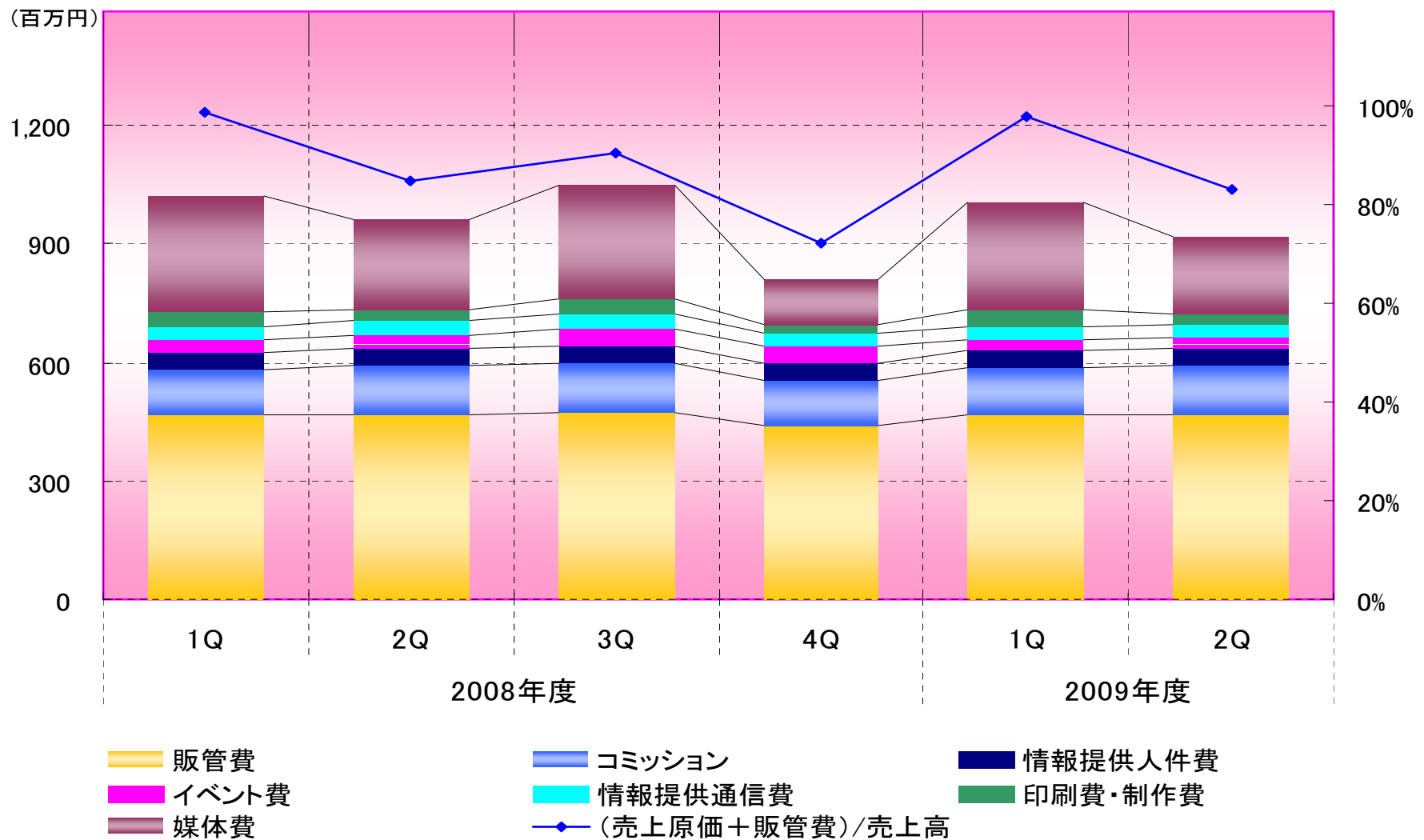
種別	2008年度第2四半期		2009年度第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前同比
入会金売上	674	30.9	633	29.7	93.9
月会費 (情報提供料)	1,405	64.5	1,397	65.5	99.4
パーティ収入	87	4.0	87	4.1	100.2
その他	13	0.6	15	0.7	120.3
売上高計	2,179	100.0	2,132	100.0	97.9



四半期ベースの売上推移



四半期ベースのコスト(売上原価・販管費)推移



単位 百万、%

	2008年 8月20日	2009年 2月20日	2009年 8月20日	前同比
流動資産	2,395	2,021	2617	109.3
固定資産	1,425	1,694	1,254	88.0
資産合計	3,820	3,715	3,871	101.3
流動負債	691	658	651	94.2
固定負債	234	106	156	66.6
負債合計	925	764	807	87.2
純資産	2,895	2,951	3,064	105.8
自己資本比率	75.7	79.3	78.9	—

単位 百万

	2008年 2月21日～8月20日	2009年 2月21日～8月20日	2008年度 2月21日～2月20日
営業キャッシュフロー	▲7	261	207
投資キャッシュフロー	▲117	1,026	▲159
財務キャッシュフロー	▲117	▲97	▲117
キャッシュフロー計	▲241	1,190	▲69

営業活動のキャッシュフローには昨年度前受金の保全措置に伴う、金銭信託225百万の支出あり

人とITの両輪によるお客さま中心の経営を推進

お客さま接点の拡大

お客さま層の拡大

お客さま満足の最大化

お客さま変化への対応
(お客さまメリットのあるコスト構造変革)

お客さま接点の拡大

新たな立地への進出

駅ビルへの出店



2/21 JR松本駅ビル「MIDORI松本」

4/24 JR水戸駅ビル「水戸エクセル」

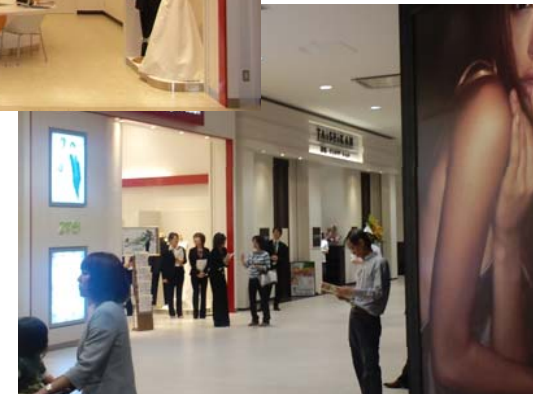
イオンのショッピングセンターへの出店 「ZWEI Begin's salon」



広告宣伝をせず

お客さまの日常の中での
サービス提供

コンスタントに入会者を増や
している。



4/21 名古屋「モゾ ワンダーシティ」

お客さま層の拡大

新しいブランド・サービスの事業化

- ・プレミアムサービス「クラブセンチュリアン」
専任コンシェルジュサービス



クチコミのみの集客

好調に入会者を増やし、成婚者も出始める

- ・エコノミーサービス「クラブチャティオ」

パーティ・セミナー・イベントサービス

5月度から本格稼働



法人企業や会員組織等のネットワークを通じて会員拡大

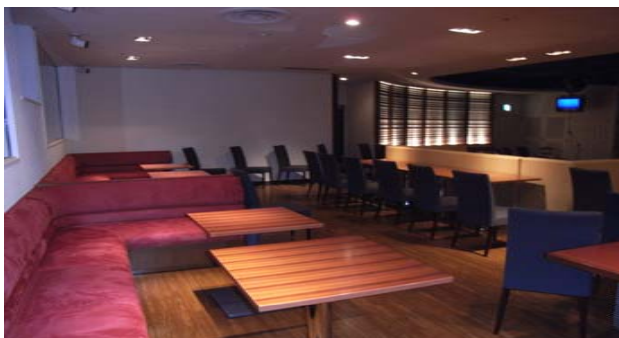
お客さま満足の最大化

① コーディネイト機能強化による成婚者の増加

会員同士成婚者の増加(昨年109.2%の伸び率)

② パーティ・セミナーの強化

会員専用ラウンジの開設による回数増加と利益率の向上



AZCラウンジ大阪 帝国ホテル大阪 地下1階



AZCラウンジ日比谷 帝国ホテル 11階

お客さま変化の対応 コスト構造の変革

①ブランディング認知とターゲットを明確にした広告訴求

- ・インターネット媒体へのシフトによる媒体効率化推進
 - インターネット経由のアクセスが増加
 - リスティング、SEOの強化
- ・媒体ミックスによる認知度の向上



交通広告



新聞広告



バナー広告

上半期の主な取り組み ⑤

お客さま変化の対応 コスト構造の変革

②会員マイページ利用による活動スピードアップ促進

・ユーザビリティの向上と機能の充実を図る。

マイページ会員の増加

③営業拠点の地代家賃改定交渉

・26拠点で値下げ改定の実現

(8百万/年の削減)

zwei

2010年2月期

業績見通し

単位 百万 () は前期比

	2009年2月期		2010年2月期	
	第2四半期 累計	年間	第2四半期 累計	年間予想
売上高	2,179	4,469	2,132 (-2%)	4,530 (1%)
営業利益	191	621	211 (10%)	630 (1%)
経常利益	213	659	230 (8%)	662 (1%)
当期利益	124	321	129 (4%)	350 (9%)

業績予想は修正をいたしません。

zwei

下半期の主な取り組み

下半期の主な取り組み ①

お客さま接点の拡大

① サービスの可視化の取り組み

IT導入による入会時コンサルティングの革新

PCにて紹介会員のイメージの可視化

(第4四半期導入予定)

お客さま層の拡大

② 新しいブランドの更なる拡大・成長

会員数を拡大、収益事業として育成していく。



CLUB CENTULIEN



Club Chatio

③ 自治体支援事業の推進

本年も愛知県をはじめ、各自治体のニーズにあわせて実施



お客さま満足の最大化**④成婚者増加に向けて全社を挙げて会員様をサポート**

人によるサービスとITによる活動支援の両輪を充実させる

コンサルティング・アドバイザー・コーディネーターの三位一体での会員サポート体制

ラウンジを最大限活用したパーティ・セミナーの拡大

お客さま変化の対応 コスト構造の変革**⑤新しい顧客コミュニケーションの実施と更なる媒体効率化**

インターネット、特にモバイルの活用を図る。 広告媒体の単価交渉実施

⑥営業拠点へのIT支援による生産性向上とコスト削減

お客さま情報のダイレクトインプットの仕組み導入 ペーパーレス化の推進

同時に営業組織の見直しによるコンサルティングとのコミュニケーション強化

① ショッピングセンターへの出店・移転を推進

お客さまの変化に合わせた立地選定



② 入会チャネル、会員様へのサービス強化としての連携

イオンクレジットサービス、イオン銀行との連携強化

イオンの各事業会社の持つソリューションを会員様へ案内・提供していく。

(セミナーの開催、会報誌でのご案内等)



③ イオンマーケティング(株)との取り組み

ライフサポート事業の検討

モバイルの活用推進



本資料における記載情報は、四捨五入により表示しております。

本資料は情報の提供を目的としており、本資料により何らかの行動を勧誘するものではありません。本資料は信頼できると考えられる情報に基づいて作成されていますが、弊社はその正確性および完全性に関する責任を負いません。なお、本資料における意見および予想は、本資料作成日現在の弊社の意見および予想です。弊社は、本資料中の情報を合理的な範囲で更新するようにしていますが、法令上の理由などにより、これをできない場合があります。ご利用に際しては、ご自身の判断にてお願いします。

お問い合わせ先

TEL. 03-3519-7401 FAX. 03-3519-7418

経営企画室 後藤/才村

ir@zwei.ne.jp <http://www.zwei.com/>