

## 2010年1月期1月度 月次業績動向 (2009年12月21日～2010年1月20日)

### 会社名 ピープル株式会社

コード: 7865 JASDAQ TEL: 03-3862-2768

(http://www.people-kk.co.jp/)

代表者名 取締役兼代表執行役 桐渕千鶴子

問い合わせ先 IR担当 飛田留美子

(単位: 千円)

科目	《月次の対比》			《第4四半期の対比》			《通期の対比》		
	2009年1月期 1月度	2010年1月期 1月度	前年 同月比	08/10/21～ 09/1/20	09/10/21～ 10/1/20	前年 同期間比	08/1/21～ 09/1/20	09/1/21～ 10/1/20	前年 同期比
売上高	141,732	139,816	98.6%	822,790	929,502	113.0%	2,650,327	2,935,760	110.8%
営業利益	△15,013	△46,948	N/A	115,713	166,591	144.0%	185,187	335,348	181.1%
経常利益	△47,475	△45,098	N/A	75,688	221,118	292.1%	119,654	374,331	312.8%
税引前利益	△67,001	△45,104	N/A	56,139	221,112	393.9%	△39,554	374,312	N/A
流動資産	1,679,767	2,172,073	129.3%	<b>【金融商品時価評価】</b> 2010/1/20時点 ●投資有価証券評価損益 10,035千円			<b>【次四半期予想】</b> (2010/3/4発表) ●2011年1月期第1四半期予想 ・売上602百万円(前年同期間比1.7%減) ・営業利益10百万円(同比75.0%減)		
固定資産	309,668	199,961	64.6%						
流動負債	187,001	430,665	230.3%						
固定負債	50,000	50,000	100.0%						
純資産	1,752,434	1,891,369	107.9%						
総資産	1,989,435	2,372,034	119.2%						

商品カテゴリ一名	2009年1月期 1月度	2010年1月期 1月度	当月 構成比	08/10/21～ 09/1/20	09/10/21～ 10/1/20	当期間 構成比	08/1/21～ 09/1/20	09/1/21～ 10/1/20	当期間 構成比
乳児・知育玩具	65,906	46,443	33.2%	342,078	357,059	38.4%	1,081,742	1,107,615	37.7%
女兒玩具	38,870	61,949	44.3%	287,446	310,490	33.4%	752,913	790,262	26.9%
遊具・乗り物	15,770	23,252	16.6%	144,911	173,565	18.7%	568,343	726,505	24.7%
新規・その他	21,187	8,171	5.9%	48,355	88,387	9.5%	247,329	311,378	10.7%
合計	141,732	139,816	100.0%	822,790	929,502	100.0%	2,650,327	2,935,760	100.0%

前期よりカテゴリ一別数値を一部組み替えて表示しております。

#### 1月度新発売商品

商品カテゴリ一名	商品名	発売日	標準小売価格(税込)
女兒玩具	「ちいぼちゃん 子育てごっこエプロン付き」	2009年12月21日	¥4,389
その他	「バスモン」3種(ザリガー・タツツン・キングカブト)	2009年12月22日	各¥1,029

当33期の最終1月度の売上高は1億40百万円、輸出版売に起因して前年比1ポイント下回りましたが、玩具も自転車も年明けの国内販売の純売上では前年同月を1割近く上回り、年明けは良好な補充が開始されました。

玩具においては、女兒玩具カテゴリにおけるぼぼちゃんシリーズの目覚しい復調が当月のリポート状況に現れました。既存品の補充注文復活ばかりでなく、「ちいぼちゃん子育てごっこエプロン付き」(税込4,389円)をリニューアル発売しコマースを刷新したところ、クリスマスを超えた年始商戦でも良く動き、リニューアル前の回転率を2倍強に跳ね上げました。単価が高額なぼぼちゃんの状況は、昨年末から年明けにかけ流通評価も一転し、商材として改めて見直されるようになりました。

当月では低単価バスターイ、その名も「バスモン」各1,029円(税込)3種を同時発売開始しました。当社のこれまでの低月齢ターゲットの商品と異なり、4-5歳の男児をターゲットに絞った新たな挑戦でコマース訴求し、広告効果が当月下旬頃から一気に現れ、端境期の賑わいとして注目されそうです。

尚、知育カテゴリでは、当社商品よりPB商品も含めた各社の過剰供給による年末在庫処理の影響を受け、補充リポートが一時的に鈍化する事態が当月に現れましたが、問屋段階で当社アイテムの一部在庫が残っているものは当月引取救済を行っておりますので、程なく解消される見込みです。

(平成22年1月期の通期業績につきましては、本日発表の「平成22年1月期決算短信(非連結)」をご参照下さい。)