

京都きもの友禅株式会社

2013年3月期 決算説明会

■ 振袖を入口とした呉服販売

- 成人式対象者を新規客として毎年獲得
- 振袖44%、一般呉服42%、宝飾10%、レンタル4%(13/3期実績)

◆ 現金買取方式による安価な仕入

- 一流メーカーと直接交渉の上、高品質な商品を大量発注

◆ DMを中心とした効果的な集客

- 2013年成人対象女性:約59万人(内、当社商圈人口:約50万人)

◆ オフィスビルを中心とした出店で出店費用を圧縮

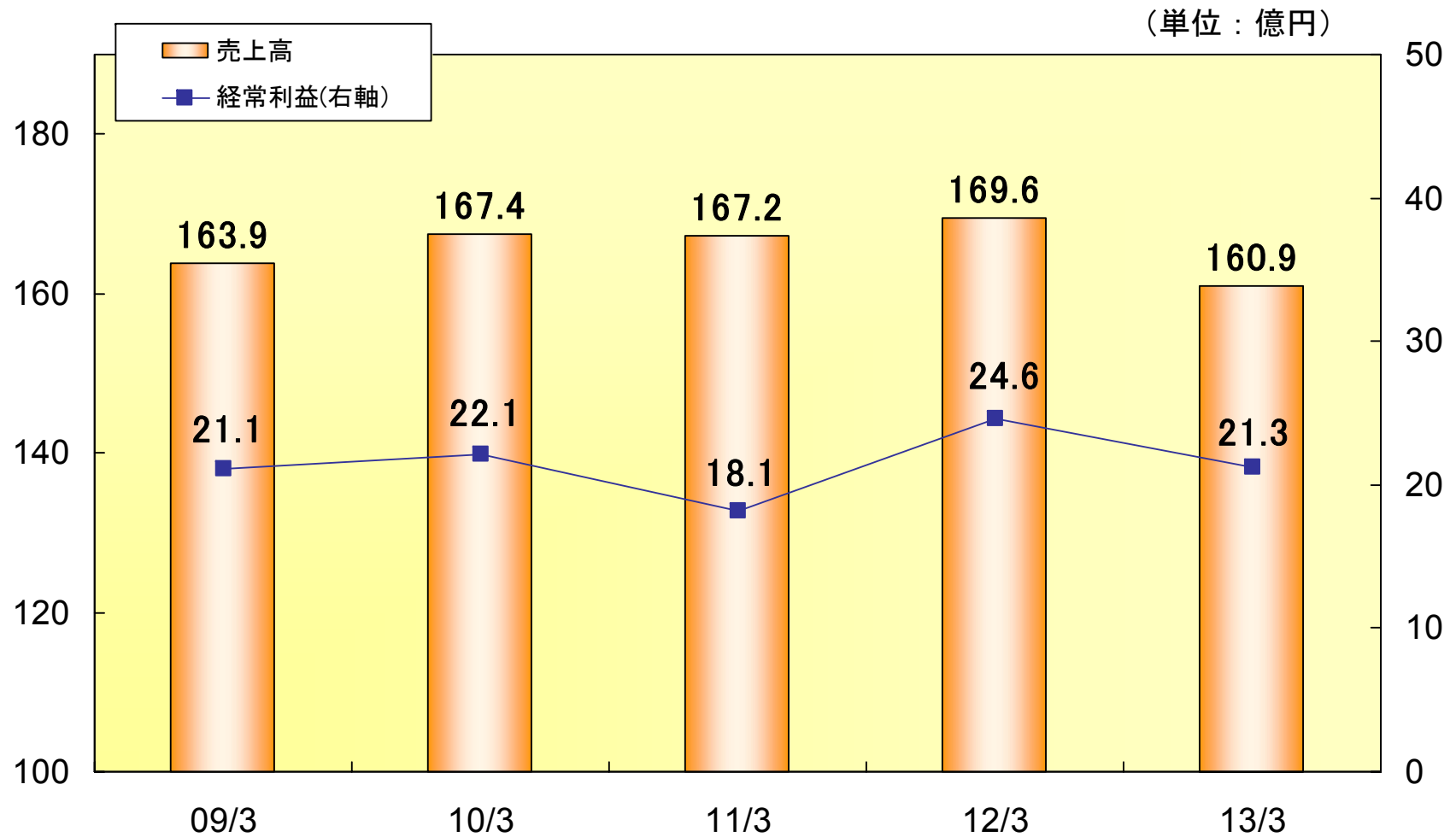
- 1店舗当たりの出店コストは駅ビル等の1/2~1/3程度

■ 友の会制度を中心とした優良顧客の確保

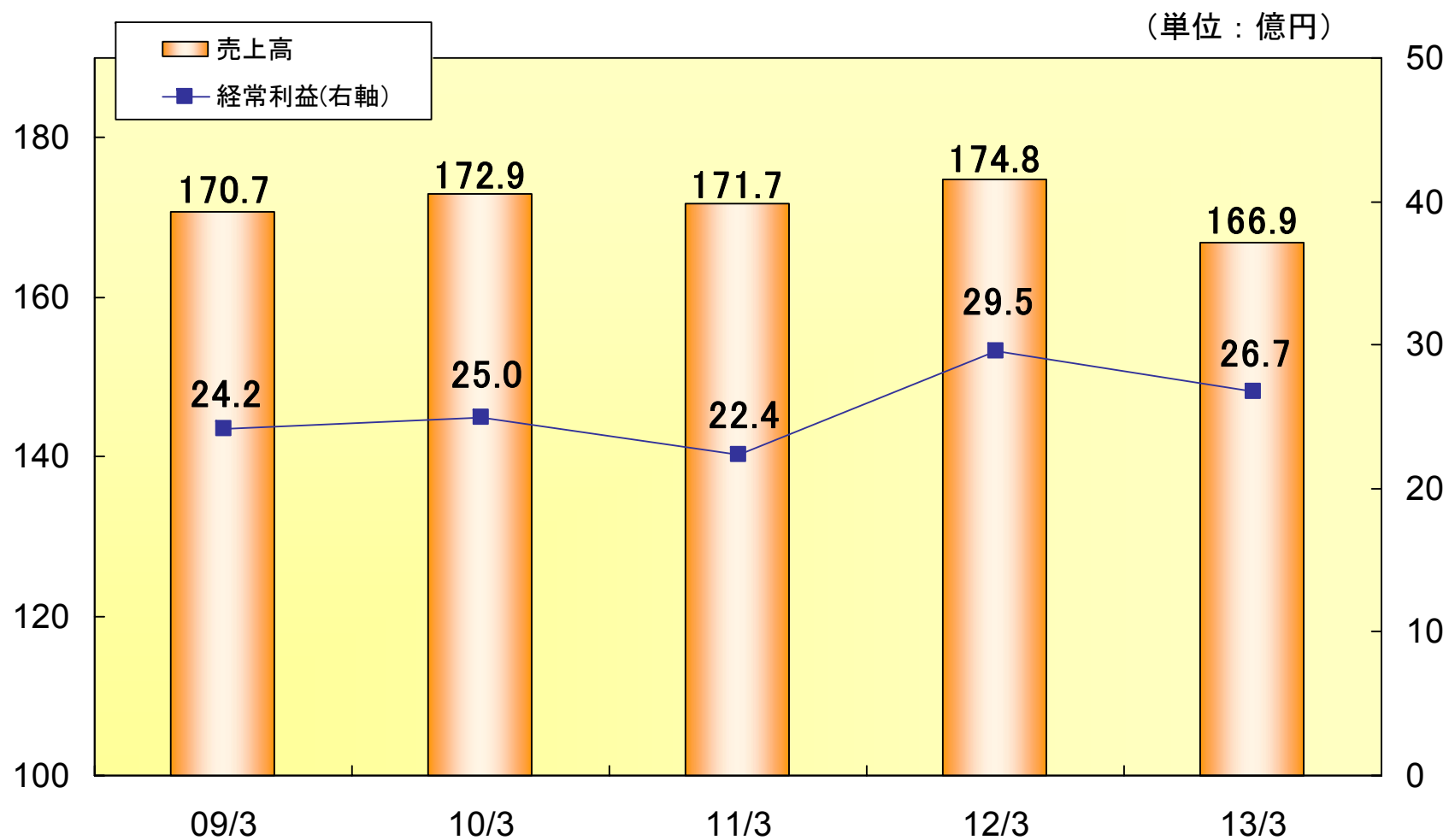
- 振袖購入者の母親を中心に約45%が友の会へ入会

2013年3月期 業績概要

13/3期業績－ ①業績の推移（単体）（金融サービス事業除く）



13/3期業績－ ②業績の推移（連結）



13/3期業績一 ③損益抜粋（単体） （金融サービス事業除く）



（単位：百万円、％）

	2012/3実績		2013/3実績		前年比	計画比	2013/3当初計画	
		売上比		売上比				売上比
受注高	17,014		16,082		94.5	89.3	18,000	
売上高(出荷高)	16,957	100.0	16,087	100.0	94.9	89.4	18,000	100.0
売上総利益	10,890	64.2	10,330	64.2	94.9	90.5	11,412	63.4
販管費	8,497	50.1	8,288	51.5	97.5	93.6	8,852	49.2
内) 広告・販促	2,904	17.1	2,730	17.0	94.0	88.5	3,084	17.1
人件費	3,529	20.8	3,528	21.9	100.0	99.7	3,541	19.7
営業利益	2,393	14.1	2,042	12.7	85.3	79.8	2,560	14.2
営業外損益	68	0.4	84	0.5	123.8	135.7	62	0.3
経常利益	2,461	14.5	2,126	13.2	86.4	81.1	2,622	14.6
特別損益	△ 8	△ 0.0	△ 1,061	△ 6.6	—	—	△ 19	△ 0.1
当期純利益	1,391	8.2	235	1.5	16.9	15.0	1,561	8.7

- 受注高……振袖【前年比△8.7%】、一般呉服等【前年比△4.0%】、レンタル【前年比+15.0%】。
- 広告費……DMIについては増強【前年比+118百万】を図ったものの、冬期のTVCMをカット【前年比△255百万】したことを主要因として、広告費総額としては前年比△119百万。
- 販促費……受注高減少に伴い、前年比△55百万。
- 人件費……期中平均人員数(前年同期比+2人、計画比△7人)
- 特別損益……減損損失として1,048百万円を計上。(東京本館の土地・建物)

13/3期業績一 ④損益抜粋（連結）

（単位：百万円、％）

	2012/3実績		2013/3実績		前年比	計画比	2013/3当初計画	
		売上比		売上比				売上比
受注高	17,534		16,685		95.2	89.7	18,594	
売上高(出荷高)	17,477	100.0	16,689	100.0	95.5	89.8	18,594	100.0
売上総利益	11,242	64.3	10,746	64.4	95.6	90.9	11,822	63.6
販管費	8,338	47.7	8,137	48.8	97.6	93.6	8,697	46.8
内)広告・販促	2,909	16.6	2,738	16.4	94.1	88.6	3,091	16.6
人件費	3,543	20.3	3,542	21.2	100.0	99.7	3,554	19.1
営業利益	2,904	16.6	2,609	15.6	89.8	83.5	3,125	16.8
営業外損益	49	0.3	64	0.4	131.4	161.1	40	0.2
経常利益	2,953	16.9	2,672	16.0	90.5	84.4	3,165	17.0
特別損益	△ 8	△ 0.0	△ 1,061	△ 6.4	—	—	△ 19	△ 0.1
当期純利益	1,675	9.6	561	3.4	33.5	29.8	1,887	10.1
1株利益(EPS)	114.37円		38.34円		33.5	29.8	128.85円	

※ 金融サービス事業および連結子会社の連結損益への影響額

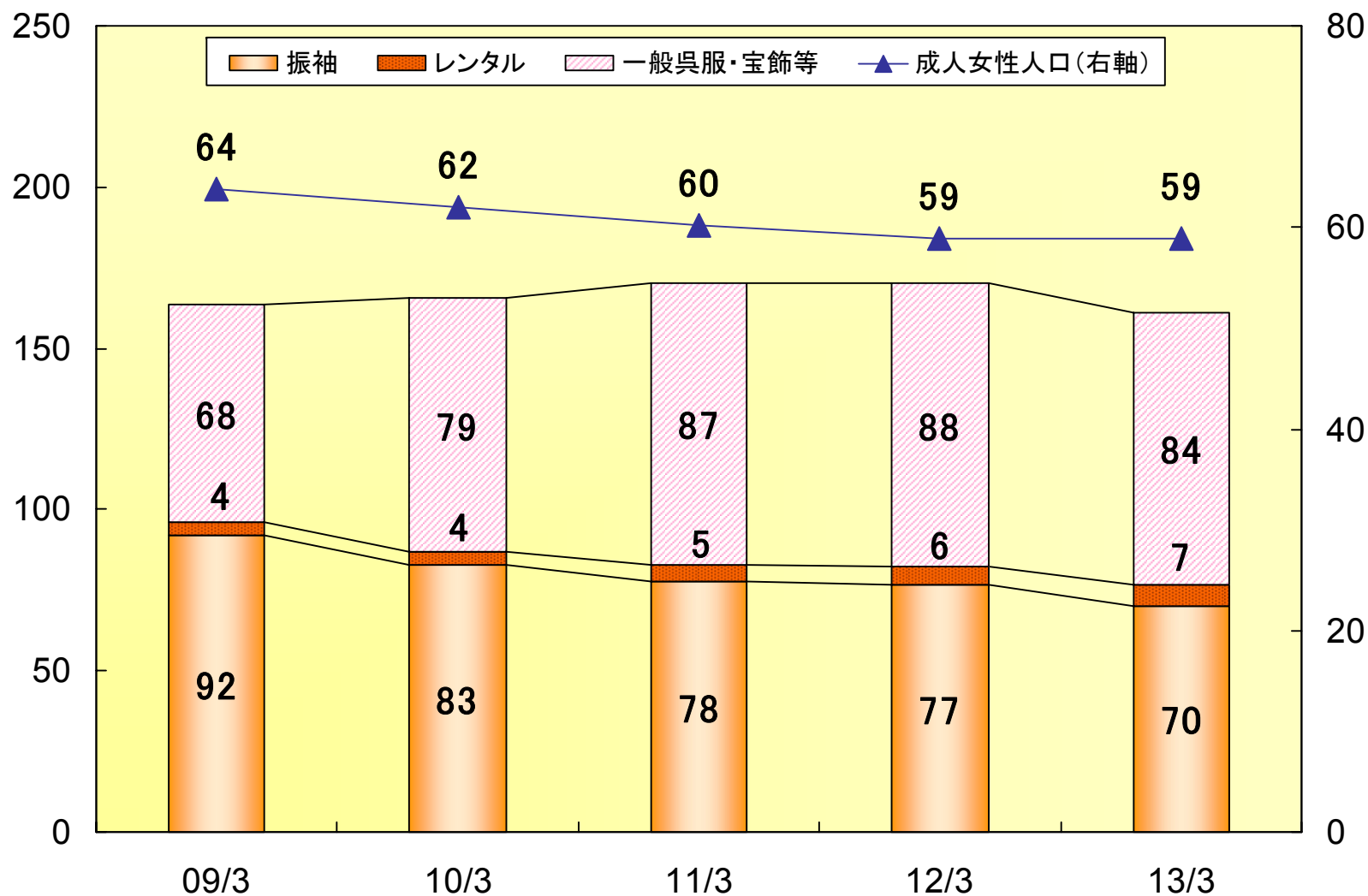
●金融サービス事業：売上高【+665百万】、営業利益【+504百万】

●友の会：売上高【△ 63百万】、営業利益【+ 65百万】

13/3期業績一 ⑤受注構成の推移

受注高（億円）

人口（万人）



13/3期業績一 ⑥友の会の状況

(単位：人、百万円)

		2012/3	2013/3	増減
会 員 数		66,720	70,743	+ 4,023
利用 状況	会員による受注高	2,106	2,115	+ 9
	一般呉服等の受注全体に 占める比率	24.0 %	25.1 %	+ 1.1 pt
	平均購入倍率	3.4 倍	3.4 倍	± 0.0 pt
積立残高総額		3,444	3,595	+ 151
内)積立完了未使用		2,634	2,748	+ 114
未使用の比率		76.5 %	76.4 %	△ 0.1 pt

- 入会率の向上に伴い、入会件数は前年比+1.0%。(入会率:45.3% 前年比+3.9pt)
- 呉服・宝飾受注高は前年比△4.0%となったものの、会員受注高については前年比+0.4%。

2014年3月期 利益計画

14/3期計画－ ①単体ベース (金融サービス事業除く)



(単位：百万円、%)

	2013/3 実績		2014/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	16,082		17,700		110.1
売上高(出荷高)	16,087	100.0	17,700	100.0	110.0
売上総利益	10,330	64.2	11,242	63.5	108.8
販管費	8,288	51.5	9,010	50.9	108.7
内) 広告・販促	2,730	17.0	2,986	16.9	109.4
人件費	3,528	21.9	3,763	21.3	106.7
営業利益	2,042	12.7	2,232	12.6	109.3
営業外損益	84	0.5	66	0.4	78.4
経常利益	2,126	13.2	2,298	13.0	108.1
特別損益	△ 1,061	△ 6.6	△ 23	△ 0.1	—
当期純利益	235	1.5	1,319	7.5	462.2

- 広告費……………振袖販売における来店者数の増加に向けて、広告プロモーションの増強・改善を図る。
広告費総額で、1,773百万円(前年比+175百万円)を計画。
- 販促費……………振袖の増加計画に伴う変動費の増加を中心として、販促費総額で1,213百万円(前年比+81百万)を計画。
- 人件費……………期中平均人員数+45名を計画。

14/3期計画－ ②連結ベース

(単位：百万円、%)

	2013/3 実績		2014/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	16,685		18,331		109.9
売上高(出荷高)	16,689	100.0	18,331	100.0	109.8
売上総利益	10,746	64.4	11,681	63.7	108.7
販管費	8,137	48.8	8,847	48.3	108.7
内) 広告・販促	2,738	16.4	2,995	16.3	109.4
人件費	3,542	21.2	3,777	20.6	106.6
営業利益	2,609	15.6	2,834	15.5	108.6
営業外損益	64	0.4	42	0.2	66.3
経常利益	2,672	16.0	2,876	15.7	107.6
特別損益	△ 1,061	△ 6.4	△ 23	△ 0.1	—
当期純利益	561	3.4	1,654	9.0	294.6
1株利益(EPS)	38.34円		112.94円		294.6
ROE	5.0%		14.2%		

※ 金融サービス事業 寄与額

売上高：+696百万円、営業利益：+533百万円、経常利益：+533百万円

《振袖について》

- ◆ 各エリアの集客状況をきめ細かく検証し、広告内容(媒体形態、アプローチ時期、回数等)を継続的に改善。

※近年、振袖受注の繁忙・閑散時期が変化してきていることをふまえ、より集客が見込める時期におけるプロモーションを強化。

- ◆ 成人対象者データベースの構築を強化(データ保有企業との提携を含む)。
- ◆ 既存顧客および取引美容室・写真館等からのご紹介による受注を促進。

《一般呉服について》

- ◆ 継続的に、魅力ある新たな催事の拡充を行い、既存顧客全体の更なる活性化を図る。
- ◆ 友の会への入会促進を通じて、将来的な当社のファンの更なる増加を図る。
- ◆ 各催事の費用対効果を細かく検証し、経費の見直し・削減を通じた収益性の向上を図る。

《営業部門を中心とした組織体制の更なる強化》

- ◆ 各店舗の規模(保有顧客数、年間振袖来店者数等)を考慮した上で、会社全体として、最大限のパフォーマンスを出せるよう、全店的な人員配置を見直し。(13年4月異動実施)
- ◆ 販売員の増強・育成についてもより強化し、振袖・呉服ともに、成約率・平均単価の改善を図っていく。

- ◆ 13／3期は厳しい業績結果とはなったものの、当社では株主還元として安定的かつ継続的な配当を行うことを重視しており、配当金については、当初計画どおりの配当を実施。
- ◆ 今後も引き続き、安定的かつ継続的な配当を実施予定。

<直近3期間の推移(連結ベース)>

	11/3	12/3	13/3
配当性向	59.5 %	36.7 %	109.5 %
純資産配当率	6.1 %	5.8 %	5.5 %

注意事項

本資料に記載されている将来の見通しに関する数値につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものであります。

これらの見通しは様々なリスク及び不確定要因を含んでおり、実際の業績は異なる結果となる可能性がございます。