

京都きもの友禅株式会社

2015年3月期 第2四半期決算説明会

■ 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42%、一般呉服42%、宝飾10%、レンタル6%（14/3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

- 2014年成人対象女性：約59万人（内、当社商圈人口：約48万人）

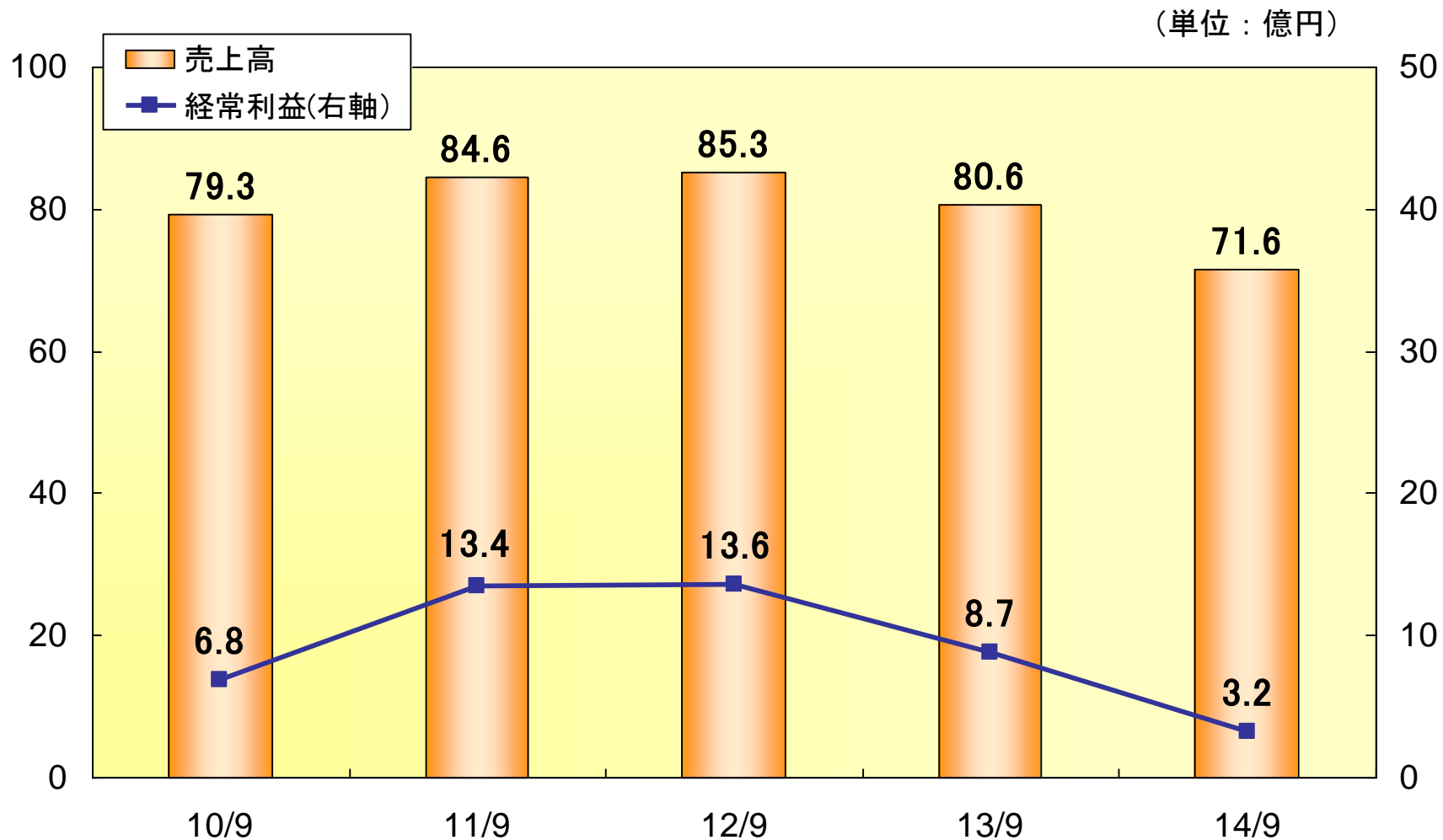
◆ オフィスビルを中心とした出店で出店費用を圧縮

- 1店舗当たりの出店コストは駅ビル等の1/2～1/3程度

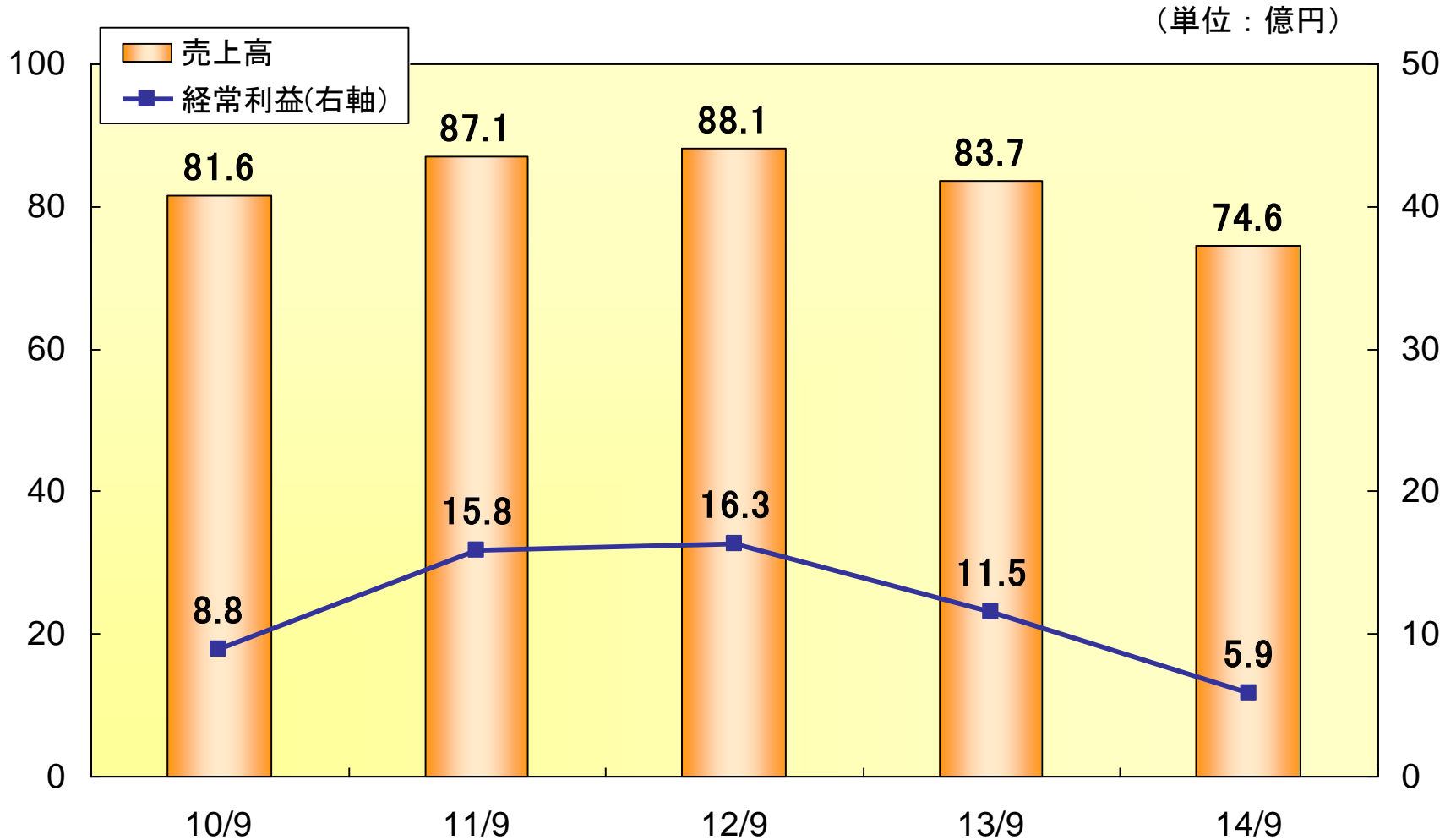
■ 友の会制度を中心とした優良顧客の確保

- 振袖購入者の母親を中心に約50%が友の会へ入会

2015年3月期 上半期概要



上半期概要－ ②業績の推移（連結）



上半期概要一 ③損益抜粋（単体）（金融サービス事業除く）

（単位：百万円、％）

	2013/9実績		2014/9実績		前年比	2014/9当初計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	8,087		7,046		87.1	8,250		85.4
売上高(出荷高)	8,063	100.0	7,159	100.0	88.8	7,620	100.0	93.9
売上総利益	5,158	64.0	4,508	63.0	87.4	4,878	64.0	92.4
販管費	4,334	53.8	4,237	59.2	97.8	4,476	58.7	94.7
内) 広告・販促	1,517	18.8	1,399	19.5	92.2	1,474	19.3	94.9
人件費	1,813	22.5	1,866	26.1	102.9	1,918	25.2	97.3
営業利益	824	10.2	271	3.8	32.9	402	5.3	67.4
営業外損益	50	0.6	49	0.7	98.7	40	0.5	123.4
経常利益	874	10.8	320	4.5	36.7	442	5.8	72.5
特別損益	△ 4	△ 0.1	△ 5	△ 0.1	119.2	△ 11	△ 0.1	44.5
四半期純利益	539	6.7	208	2.9	38.7	262	3.4	79.5

- 受注高……………「振袖」及び「一般呉服」受注が減少したことにより、前年比△12.9%。
- 広告費……………振袖DMの発送回数を削減したことを主要因として、上期累計では前年比△111百万。
- 販促費……………主に振袖受注高が減少したことに伴い、上期累計では前年比△7百万円。
- 人件費……………期中平均人員数(前年同期比+8人、計画比+3人)

上半期概要一 ④損益抜粋（連結）

（単位：百万円、％）

	2013/9実績		2014/9実績		前年比	2014/9当初計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	8,393		7,347		87.5	8,541		86.0
売上高(出荷高)	8,369	100.0	7,459	100.0	89.1	7,911	100.0	94.3
売上総利益	5,367	64.1	4,712	63.2	87.8	5,074	64.1	92.9
販管費	4,255	50.8	4,165	55.8	97.9	4,389	55.5	94.9
内) 広告・販促	1,521	18.2	1,403	18.8	92.2	1,478	18.7	94.9
人件費	1,820	21.8	1,874	25.1	103.0	1,925	24.3	97.4
営業利益	1,112	13.3	547	7.3	49.2	685	8.7	79.8
営業外損益	39	0.5	38	0.5	99.6	28	0.4	138.3
経常利益	1,151	13.7	586	7.9	50.9	713	9.0	82.1
特別損益	△ 4	△ 0.0	△ 5	△ 0.1	119.2	△ 11	△ 0.1	44.5
四半期純利益	699	8.4	380	5.1	54.3	424	5.4	89.6

1株利益(EPS)	47.75円	30.40円	63.7	28.95円	105.0
------------------	--------	---------------	------	--------	-------

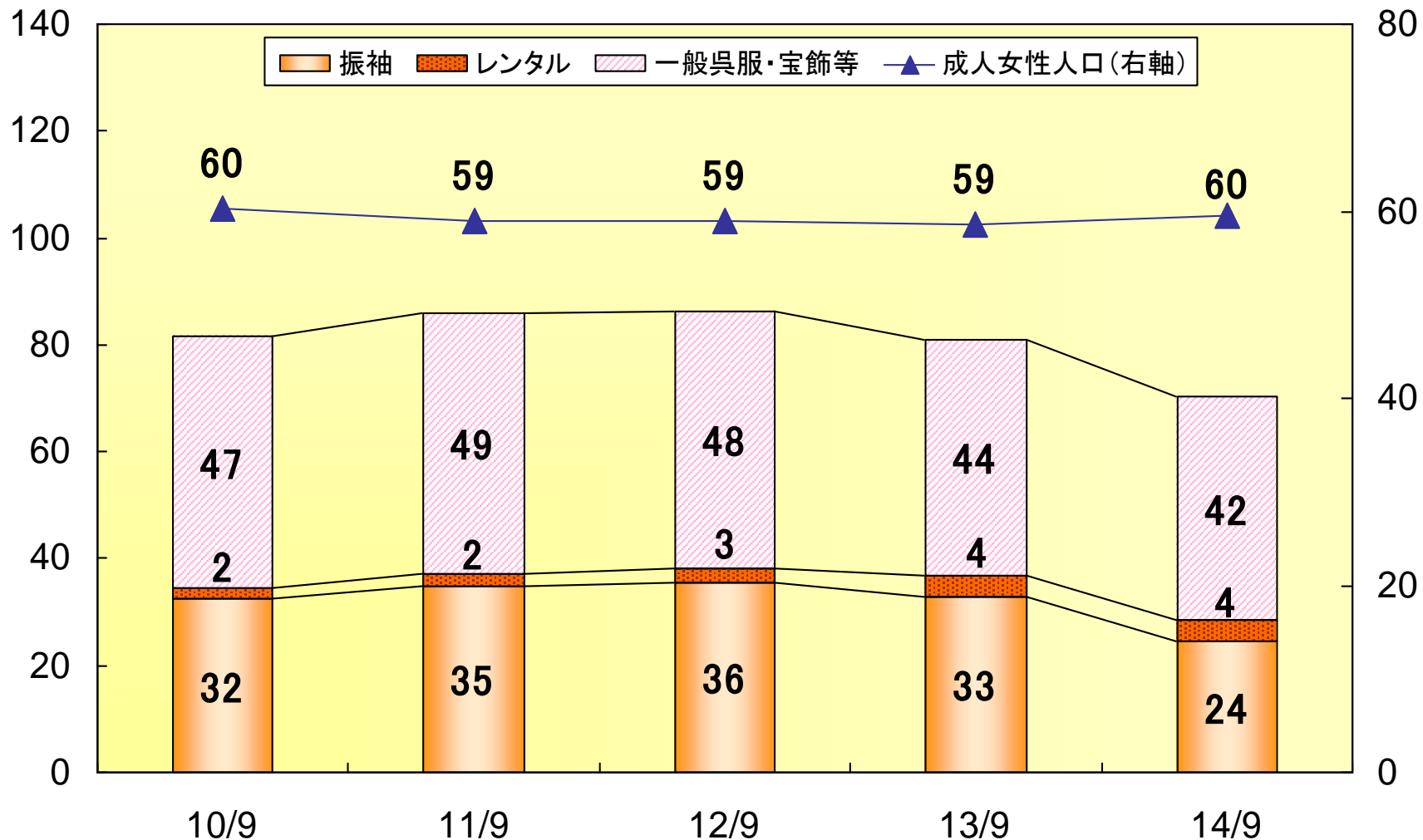
※ 金融サービス事業および連結子会社の連結損益への影響額

- 金融サービス事業： 売上高 【+332百万】、営業利益 【+243百万】
- 友の会： 売上高 【△ 32百万】、営業利益 【+ 33百万】

上半期概要－ ⑤受注構成の推移

受注高 (億円)

人口 (万人)



(単位：人、百万円)

		2013/9	2014/9	増減
会 員 数		72,815	75,267	+ 2,452
利用 状況	会員による受注高	1,122	1,125	+ 3
	一般呉服等の受注全体に 占める比率	25.4 %	26.7 %	+ 1.3 pt
	平均購入倍率	3.3 倍	3.5 倍	+ 0.2 pt
積立残高総額		3,640	3,710	+ 70
内)積立完了未使用		2,779	2,838	+ 59
未使用の比率		76.3 %	76.5 %	+ 0.1 pt

- 振袖受注件数の減少もあり、入会件数は前年比△5.8%。
入会率については、前期に引き続き、高い水準を維持。(入会率：49.9% 前年比△ 0.8pt)
- 会員受注高についてはほぼ前年並み。

2015年3月期 通期見通し

（単位：百万円、％）

	2014/3 実績		2015/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	15,804		16,340		103.4
売上高(出荷高)	15,864	100.0	16,340	100.0	103.0
売上総利益	10,097	63.6	10,395	63.6	103.0
販管費	8,634	54.4	8,885	54.4	102.9
内) 広告・販促	2,933	18.5	2,942	18.0	100.3
人件費	3,679	23.2	3,809	23.3	103.5
営業利益	1,463	9.2	1,510	9.2	103.2
営業外損益	95	0.6	79	0.5	83.4
経常利益	1,557	9.8	1,589	9.7	102.0
特別損益	△10	△ 0.1	△17	△0.1	—
当期純利益	921	5.8	943	5.8	102.4

- 振袖・呉服ともに、来店者数・集客数の増加に向けて、広告・販促施策の改善・効率化に取り組むとともに、販売内容(成約率・単価)の改善についても取り組み、受注高の確保を図る。

→ 現時点における通期見通しについては当初の計画どおり。

通期見通しー ②通期計画 (連結)

(単位：百万円、%)

	2014/3 実績		2015/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	16,412		16,930		103.2
売上高(出荷高)	16,471	100.0	16,930	100.0	102.8
売上総利益	10,511	63.8	10,796	63.8	102.7
販管費	8,478	51.5	8,717	51.5	102.8
内) 広告・販促	2,940	17.8	2,949	17.4	100.3
人件費	3,694	22.4	3,823	22.6	103.5
営業利益	2,034	12.3	2,079	12.3	102.2
営業外損益	73	0.4	55	0.3	76.1
経常利益	2,106	12.8	2,134	12.6	101.3
特別損益	△ 10	△ 0.1	△ 17	△ 0.1	—
当期純利益	1,240	7.5	1,270	7.5	102.4

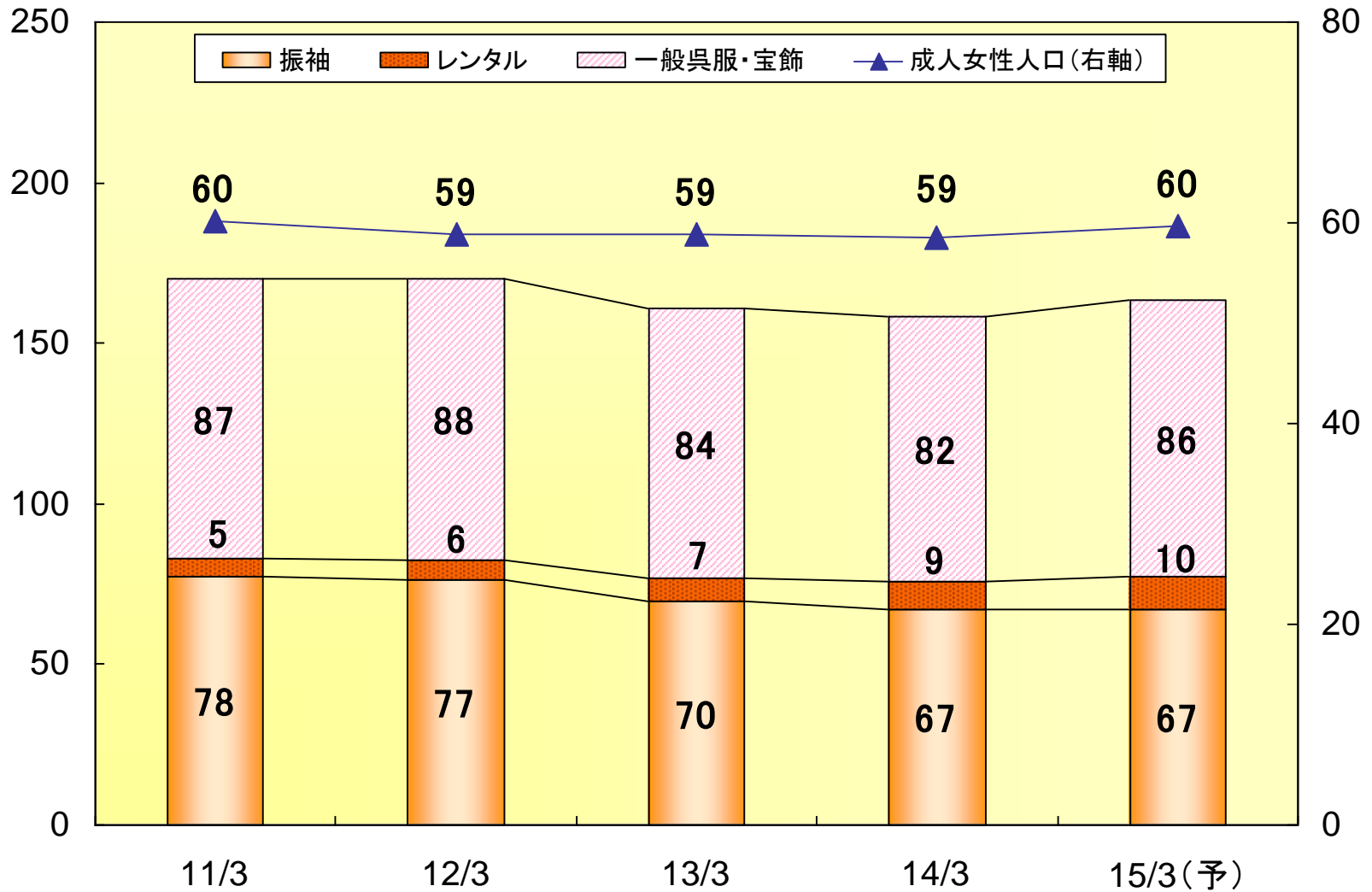
1株利益(EPS)	84.67円		86.72円		102.4
ROE	10.9%		10.5%		
1株当たり年間配当金	42.00円		42.00円		

※ 金融サービス事業 寄与額 売上高：+664百万円、営業利益：+500百万円

通期見通しー ③受注構成の推移

受注高（億円）

人口（万人）



《振袖について》

- ◆ 各時期・各エリアの集客状況を検証した上で、DMを中心とした広告費の効率化を図る。
- ◆ DMを中心とした広告媒体の内容、および販売・レンタル含めた商品ラインアップのあり方についても継続的に改善を図る。
- ◆ 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。
- ◆ 友の会への入会率については近年、高い水準まで向上してきている為、今後は会員受注高の増加により一層注力していく。
- ◆ 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。

《人材育成について》

- ◆ 教育および研修面を更に強化し、振袖・呉服ともに、成約率・平均単価等の改善を図っていく。

- ◆ 配当については、今後も引き続き、安定的かつ継続的に実施していく予定。
- ◆ 自己株式の取得および消却について

平成26年5月において、自己株式の買付けおよび消却を実施。

- ・取得株式総数 270万株(消却前の発行済株式総数の約15%)
- ・消却株式総数 100万株(// 約6%)

(参考)

- ・消却後の発行済株式総数 16,498,200株
- ・消却後の自己株式数 4,555,124株

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あります。