

京都きもの友禅株式会社

2015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36%、一般呉服46%、宝飾12%、レンタル6%(15/3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

- 2015年成人対象女性:約60万人(内、当社商圈人口:約49万人)

◆ オフィスビルを中心とした出店で出店費用を圧縮

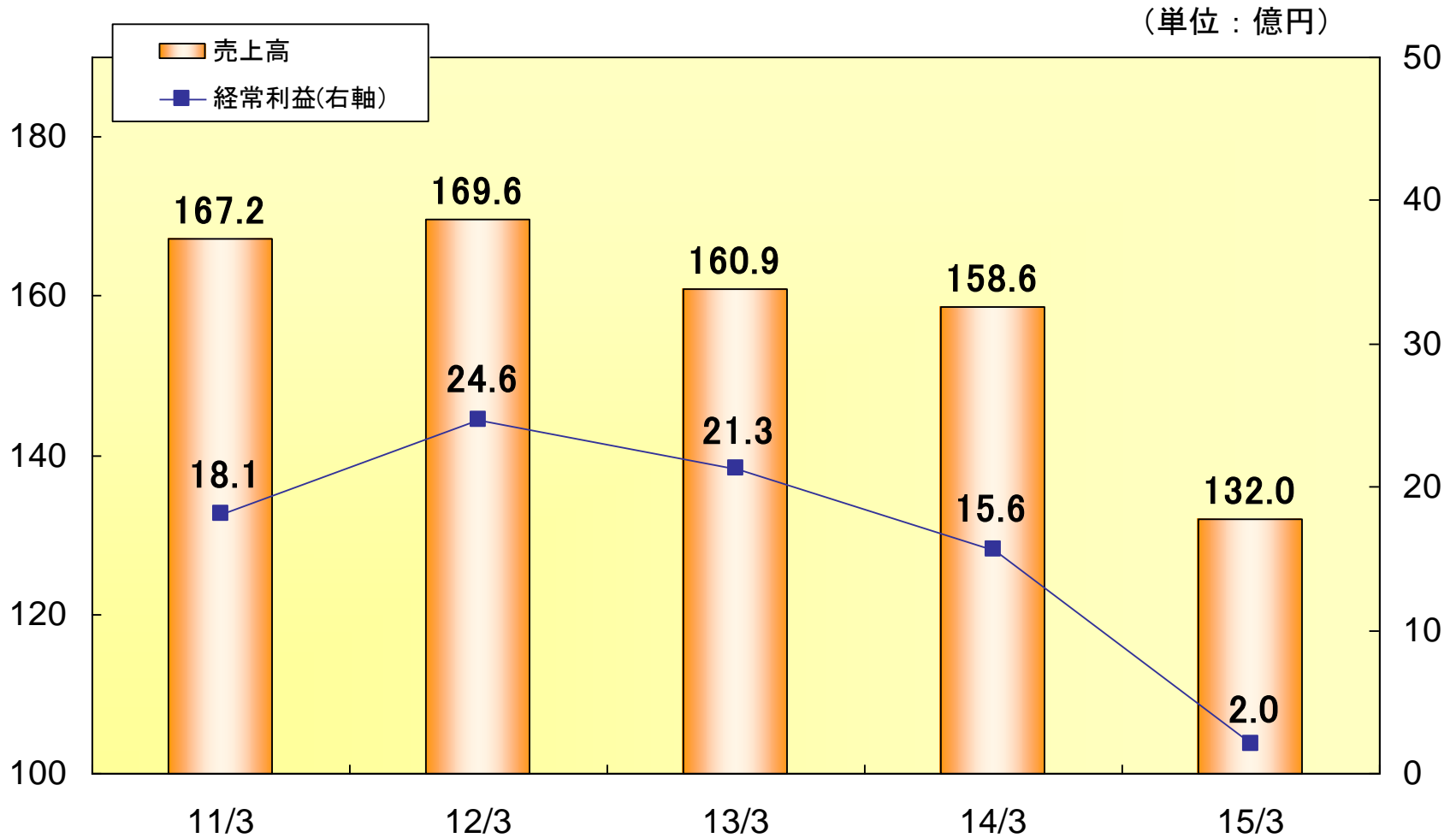
- 1店舗当たりの出店コストは駅ビル等の1/2~1/3程度

■ 友の会制度を中心とした優良顧客の確保

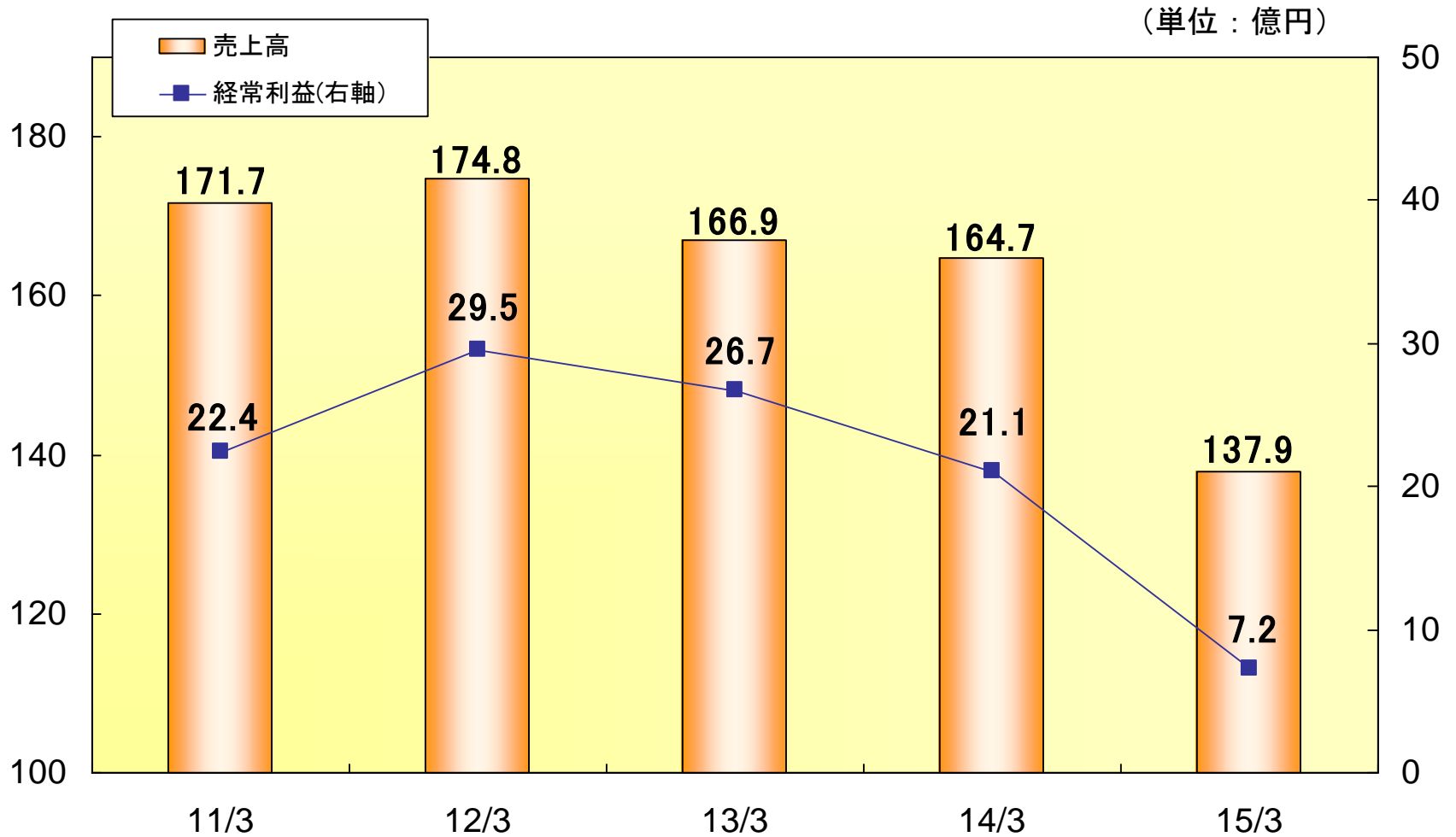
- 振袖購入者の母親を中心に約48%が友の会へ入会

2015年3月期 業績概要

15/3期業績－ ①業績の推移（単体）（金融サービス事業除く）



15/3期業績－ ②業績の推移（連結）



15/3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、％）

	2014/3実績		2015/3実績		前年比	計画比	2015/3当初計画	
		売上比		売上比				売上比
受注高	15,804		13,046		82.5	79.8	16,340	
売上高(出荷高)	15,864	100.0	13,197	100.0	83.2	80.8	16,340	100.0
売上総利益	10,097	63.6	8,299	62.9	82.2	79.8	10,395	63.6
販管費	8,634	54.4	8,198	62.1	94.9	92.3	8,885	54.4
内) 広告・販促	2,933	18.5	2,628	19.9	89.6	89.4	2,942	18.0
人件費	3,679	23.2	3,654	27.7	99.3	95.9	3,809	23.3
営業利益	1,463	9.2	101	0.8	6.9	6.7	1,510	9.2
営業外損益	95	0.6	103	0.8	108.3	129.8	79	0.5
経常利益	1,557	9.8	204	1.5	13.1	12.8	1,589	9.7
特別損益	△10	△0.1	△70	△0.5	—	—	△17	△0.1
当期純利益	921	5.8	86	0.7	9.4	9.1	943	5.8

- 受注高……振袖【前年比△29.6%】、一般呉服等【前年比△7.9%】、レンタル【前年比△14.1%】。
- 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、広告費総額としては前年比△261百万。
- 販促費……主に振袖受注高が減少したことに伴い、販促費総額としては前年比△43百万。
- 人件費……期中平均人員数(前年同期比△2人、計画比△4人)
- 特別損益……店舗の減損損失として65百万円を計上。

15/3期業績一 ④損益抜粋（連結）

（単位：百万円、％）

	2014/3実績		2015/3実績		前年比	計画比	2015/3当初計画	
		売上比		売上比				売上比
受注高	16,412		13,642		83.1	80.6	16,930	
売上高(出荷高)	16,471	100.0	13,793	100.0	83.7	81.5	16,930	100.0
売上総利益	10,511	63.8	8,705	63.1	82.8	80.6	10,796	63.8
販管費	8,478	51.5	8,067	58.5	95.2	92.5	8,717	51.5
内)広告・販促	2,940	17.8	2,635	19.1	89.6	89.4	2,949	17.4
人件費	3,694	22.4	3,670	26.6	99.4	96.0	3,823	22.6
営業利益	2,034	12.3	637	4.6	31.3	30.6	2,079	12.3
営業外損益	73	0.4	82	0.6	113.6	149.3	55	0.3
経常利益	2,106	12.8	720	5.2	34.2	33.7	2,134	12.6
特別損益	△ 10	△ 0.1	△ 70	△ 0.5	—	—	△ 17	△ 0.1
当期純利益	1,240	7.5	414	3.0	33.4	32.6	1,270	7.5

1株利益(EPS)	84.67円	33.90円	40.0	39.1	86.72円
------------------	--------	---------------	------	------	--------

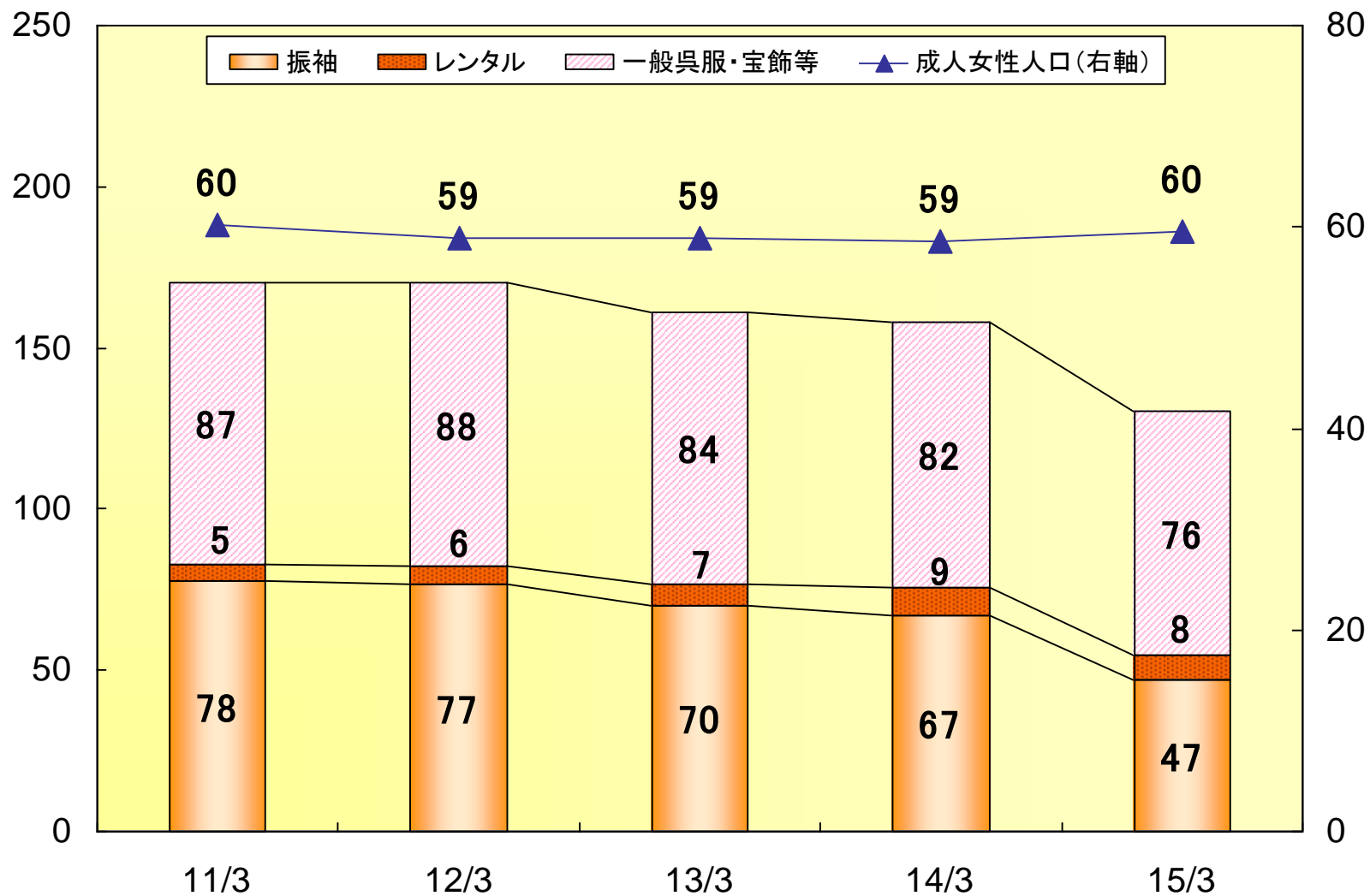
※ 金融サービス事業および連結子会社の連結損益への影響額

- 金融サービス事業：売上高【+656百万】、営業利益【+478百万】
- 友の会：売上高【△ 60百万】、営業利益【+ 58百万】

15/3期業績－ ⑤受注構成の推移

受注高（億円）

人口（万人）



(単位：人、百万円)

		2014/3	2015/3	増減
会 員 数		73,916	76,248	+ 2,332
利 用 状 況	会員による受注高	2,242	2,059	△ 183
	一般呉服等の受注全体に 占める比率	27.2 %	27.2 %	± 0.0 pt
	平均購入倍率	3.1 倍	3.4 倍	+ 0.3 pt
積立残高総額		3,651	3,785	+ 134
内)積立完了未使用		2,770	2,905	+ 134
未使用の比率		75.9 %	76.7 %	+ 0.9 pt

- 振袖受注件数の減少により、入会件数は前年比△9.7%。
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：47.9% 前年比+ 0.8pt)
- 一般呉服等の受注高が減少したことに加え、前期は会員向けの催事企画を実施したことにより、
会員受注高については前年比△8.2%。

2016年3月期 利益計画

16/3期計画ー ①単体ベース (金融サービス事業除く)

(単位：百万円、%)

	2015/3 実績		2016/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	13,046		15,500		118.8
売上高(出荷高)	13,197	100.0	15,500	100.0	117.5
売上総利益	8,299	62.9	9,864	63.6	118.9
販管費	8,198	62.1	8,845	57.1	107.9
内) 広告・販促	2,628	19.9	3,055	19.7	116.2
人件費	3,654	27.7	3,645	23.5	99.8
営業利益	101	0.8	1,019	6.6	—
営業外損益	103	0.8	83	0.5	80.9
経常利益	204	1.5	1,102	7.1	—
特別損益	△70	△ 0.5	△13	△0.1	—
当期純利益	86	0.7	707	4.6	—

- 広告費……………集客プロモーションの強化を図り、広告費総額で、1,783百万円(前年比+305百万円)を計画。
- 販促費……………集客数の確保に向けた販促強化を行い、販促費総額で1,271百万円(前年比+122百万)を計画。
- 人件費……………期中平均人員数としては△11名を計画。

(単位：百万円、%)

	2015/3 実績		2016/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	13,642		16,062		117.7
売上高(出荷高)	13,793	100.0	16,062	100.0	116.5
売上総利益	8,705	63.1	10,238	63.7	117.6
販管費	8,067	58.5	8,684	54.1	107.6
内) 広告・販促	2,635	19.1	3,064	19.1	116.3
人件費	3,670	26.6	3,660	22.8	99.7
営業利益	637	4.6	1,554	9.7	243.9
営業外損益	82	0.6	56	0.3	68.0
経常利益	720	5.2	1,610	10.0	223.8
特別損益	△ 70	△ 0.5	△ 13	△ 0.1	—
当期純利益	414	3.0	1,037	6.5	250.4
1株利益(EPS)	33.90円		86.83円		256.1
ROE	4.0%		11.3%		

※ 金融サービス事業 寄与額

売上高：+629百万円、営業利益：+463百万円、経常利益：+463百万円

《振袖について》

- ◆ 各エリアの集客状況を詳細に分析し、各店舗に適したDMの発送回数、発送時期を再検討し、広告宣伝費の費用対効果を高める。
- ◆ DMの効率化を通じて削減した経費を、他の広告媒体に置き換え、より効果的なメディアミックスの確立を図り、当社の認知度および企業イメージの向上、集客数の回復を目指す。
- ◆ 商品ラインアップ、サービス特典のあり方についても更なる改善を図り、成約率や平均単価の向上を目指す。
- ◆ 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、魅力ある商品・催事の拡充を行い、既存顧客全体の更なる活性化を図る。
- ◆ 友の会制度の充実化により入会率の更なる向上を目指し、一般呉服の受注増加へ繋げる。
- ◆ 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。

《人材確保・育成について》

- ◆ 営業部門の組織を見直し、販売体制の強化を図る。
- ◆ 教育および研修の内容を充実化し、振袖・呉服ともに、成約率・平均単価等の改善を図る。

- ◆ 15/3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。

<直近3期間の推移(連結ベース)>

	13/3	14/3	15/3
配当性向	109.5 %	49.6 %	123.9 %
純資産配当率	5.5 %	5.4 %	5.4 %

- ◆ 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、自己株式の取得および消却、平成27年3月において、自己株式の消却を実施。

- ・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 200万株(消却前の発行済株式総数の約 11%)

(参考)

- ・消却後の発行済株式総数 15,498,200株
- ・消却後の自己株式数 3,555,274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ございます。