

# 京都きもの友禅株式会社

2016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）

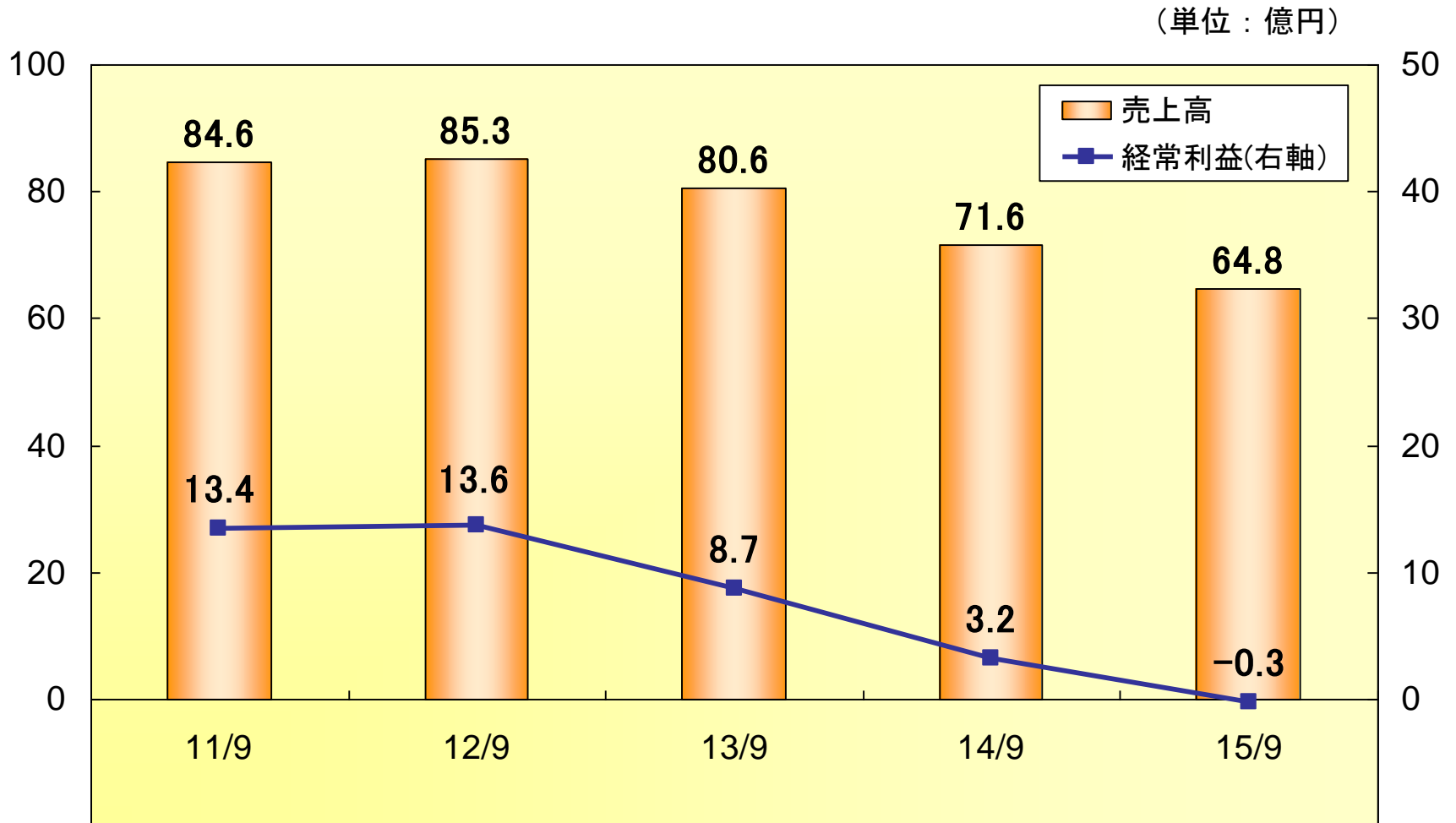
### ◆ オフィスビルを中心とした出店で出店費用を圧縮

- 1店舗当たりの出店コストは駅ビル等の1/2～1/3程度

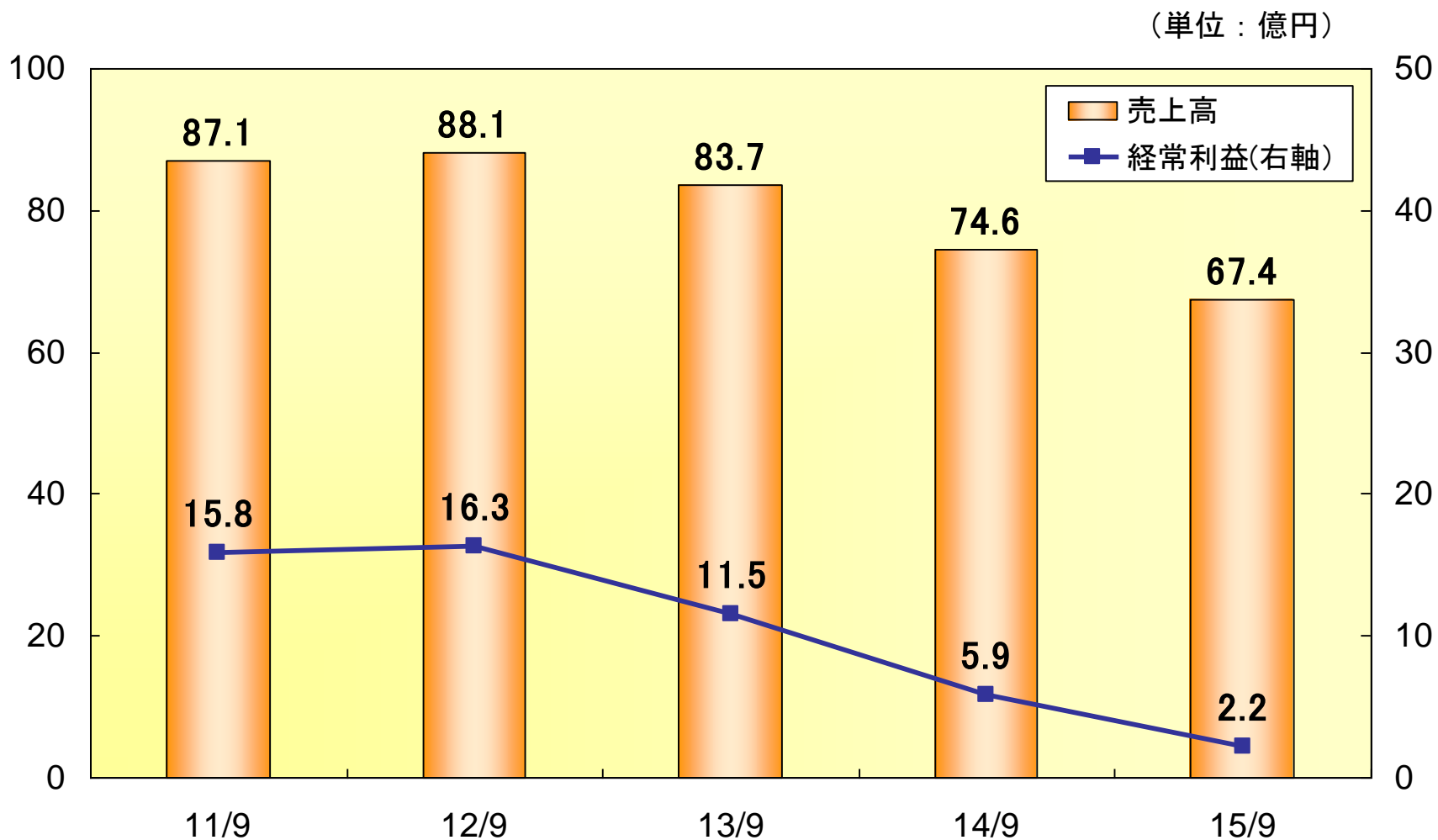
## ■ 友の会制度を中心とした優良顧客の確保

- 振袖購入者の母親を中心に約48%が友の会へ入会

# 2016年3月期 上半期概要



# 上半期概要一 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、％）

	2014/9実績		2015/9実績		前年比	2015/9当初計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	7,046		6,428		91.2	7,990		80.5
売上高(出荷高)	7,159	100.0	<b>6,478</b>	<b>100.0</b>	90.5	7,390	100.0	87.7
売上総利益	4,508	63.0	4,123	63.6	91.5	4,729	64.0	87.2
販管費	4,237	59.2	4,228	65.3	99.8	4,664	63.1	90.7
内) 広告・販促	1,399	19.5	1,471	22.7	105.1	1,753	23.7	83.9
人件費	1,866	26.1	1,808	27.9	96.9	1,846	25.0	98.0
営業利益	271	3.8	<b>△105</b>	<b>△1.6</b>	—	65	0.9	—
営業外損益	49	0.7	73	1.1	148.6	42	0.6	174.6
経常利益	320	4.5	<b>△32</b>	<b>△0.5</b>	—	107	1.4	—
特別損益	△ 5	△ 0.1	86	1.3	—	△7	△0.1	—
四半期純利益	208	2.9	<b>31</b>	<b>0.5</b>	14.8	66	0.9	46.8

- 受注高……………「一般呉服」販売はほぼ前年並で推移したものの、「振袖」の受注高減少により、前年比△8.8%。
- 広告費……………振袖DMの発送回数・通数の削減を図るとともに、TVCMを実施したことにより、前年比+99百万。
- 販促費……………主に振袖受注が減少したことに伴い、上期累計では前年比△27百万円。
- 人件費……………期中平均人員数(前年同期比△10人、計画比+5人)

# 上半期概要一 ④損益抜粋（連結）

（単位：百万円、％）

	2014/9実績		2015/9実績		前年比	2015/9当初計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	7,347		6,694		91.1	8,268		81.0
売上高(出荷高)	7,459	100.0	<b>6,744</b>	<b>100.0</b>	90.4	7,668	100.0	88.0
売上総利益	4,712	63.2	4,299	63.7	91.2	4,913	64.1	87.5
販管費	4,165	55.8	4,143	61.4	99.5	4,580	59.7	90.5
内) 広告・販促	1,403	18.8	1,474	21.9	105.1	1,758	22.9	83.8
人件費	1,874	25.1	1,814	26.9	96.8	1,853	24.2	97.9
営業利益	547	7.3	<b>156</b>	<b>2.3</b>	28.5	333	4.3	46.8
営業外損益	38	0.5	64	0.9	166.6	27	0.4	233.8
経常利益	586	7.9	<b>220</b>	<b>3.3</b>	37.5	360	4.7	61.0
特別損益	△ 5	△ 0.1	86	1.3	—	△ 7	△ 0.1	—
四半期純利益	380	5.1	<b>184</b>	<b>2.7</b>	48.5	231	3.0	79.8

1株利益(EPS)	30.40円	<b>15.43円</b>	50.8	19.34円	80.0
-----------	--------	---------------	------	--------	------

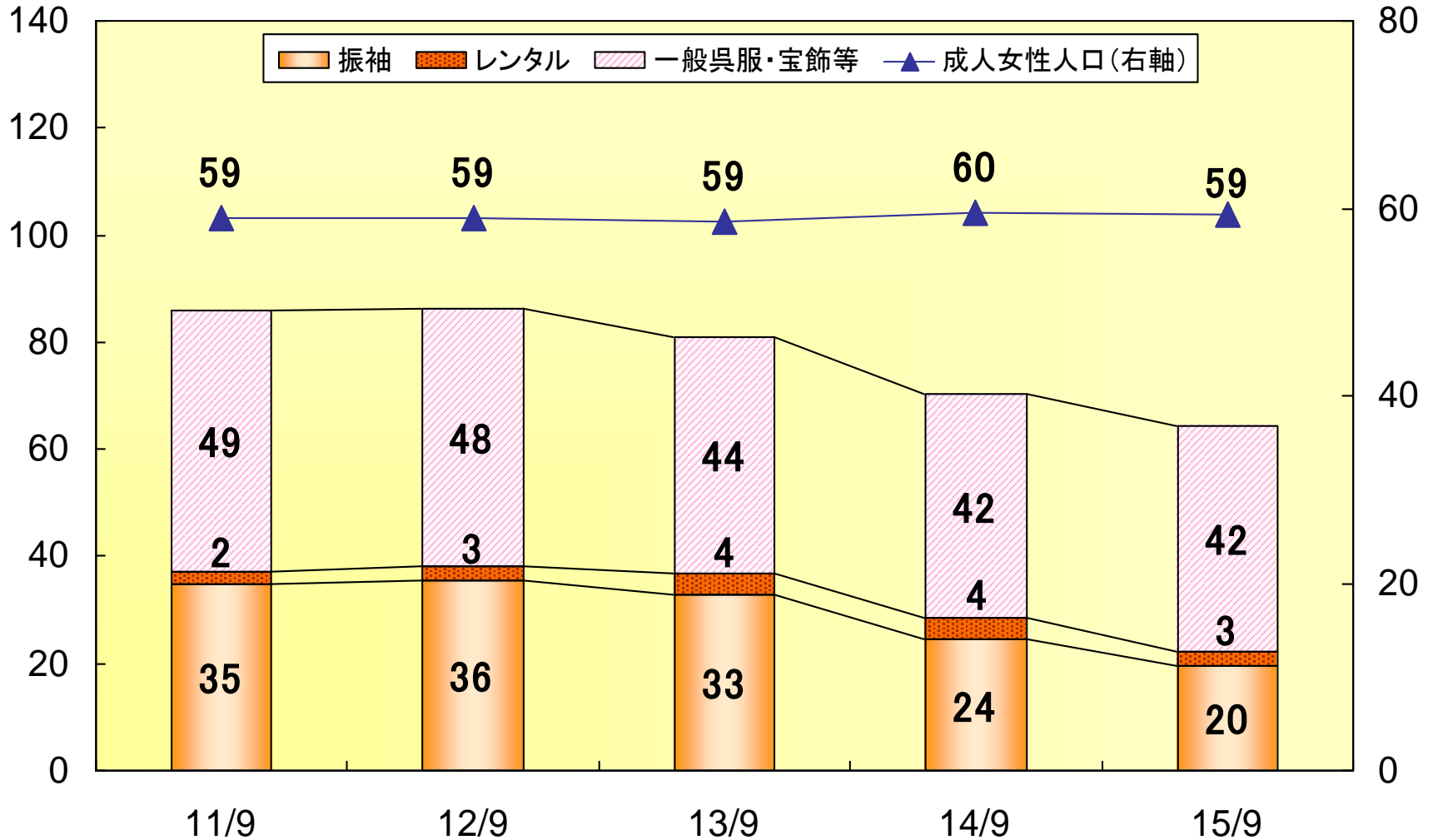
※ 金融サービス事業および連結子会社の連結損益への影響額

- 金融サービス事業： 売上高 【+302百万】、営業利益 【+218百万】
- 友の会： 売上高 【△ 36百万】、営業利益 【+ 44百万】

# 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)

		2014/9	2015/9	増減
会 員 数		75,267	76,499	+ 1,232
利用 状況	会員による受注高	1,125	<b>1,235</b>	+ 110
	一般呉服等の受注全体に 占める比率	26.7 %	29.4 %	+ 2.6 pt
	平均購入倍率	3.5 倍	3.4 倍	△ 0.1 pt
積立残高総額		3,710	<b>3,763</b>	+ 53
内)積立完了未使用		2,838	2,926	+ 88
未使用の比率		76.5 %	77.8 %	+ 1.3 pt

- 振袖受注件数の減少もあり、入会件数は前年比△6.0%。  
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：47.3% 前年比△ 2.6pt)
- 会員向けの催事企画を実施したことにより、会員受注高は前年比+9.8%。

# 2016年3月期 通期見通し

（単位：百万円、％）

	2015/3 実績		2016/3 修正計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	13,046		12,430		95.3
売上高(出荷高)	<b>13,197</b>	<b>100.0</b>	<b>12,476</b>	<b>100.0</b>	94.5
売上総利益	8,299	62.9	7,928	63.6	95.5
販管費	8,198	62.1	8,410	67.4	102.6
内) 広告・販促	2,628	19.9	2,763	22.1	105.1
人件費	3,654	27.7	3,608	28.9	98.7
営業利益	<b>101</b>	<b>0.8</b>	<b>△482</b>	<b>△3.9</b>	—
営業外損益	103	0.8	114	0.9	111.5
経常利益	<b>204</b>	<b>1.5</b>	<b>△368</b>	<b>△2.9</b>	—
特別損益	△70	△ 0.5	72	0.6	—
当期純利益	<b>86</b>	<b>0.7</b>	<b>△169</b>	<b>△1.4</b>	—

<修正計画の前提>

- 振袖の来店者数回復に向けて広告プロモーションの改善に取り組むが、下期の受注高としては前期並を想定。
- 販管費については、下期計画をほぼ当初計画のまま保守的に見積もっており、下期の販管費としては前年比+5%を想定。

# 通期見通しー ②通期計画 (連結)

(単位：百万円、%)

	2015/3 実績		2016/3 修正計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	13,642		12,955		95.0
<b>売上高(出荷高)</b>	<b>13,793</b>	<b>100.0</b>	<b>13,000</b>	<b>100.0</b>	94.3
売上総利益	8,705	63.1	8,283	63.7	95.2
販管費	8,067	58.5	8,250	63.5	102.3
内) 広告・販促	2,635	19.1	2,769	21.3	105.1
人件費	3,670	26.6	3,621	27.8	98.6
<b>営業利益</b>	<b>637</b>	<b>4.6</b>	<b>33</b>	<b>0.3</b>	5.1
営業外損益	82	0.6	93	0.7	112.5
<b>経常利益</b>	<b>720</b>	<b>5.2</b>	<b>125</b>	<b>1.0</b>	17.4
特別損益	△ 70	△ 0.5	72	0.6	—
<b>当期純利益</b>	<b>414</b>	<b>3.0</b>	<b>105</b>	<b>0.8</b>	25.3

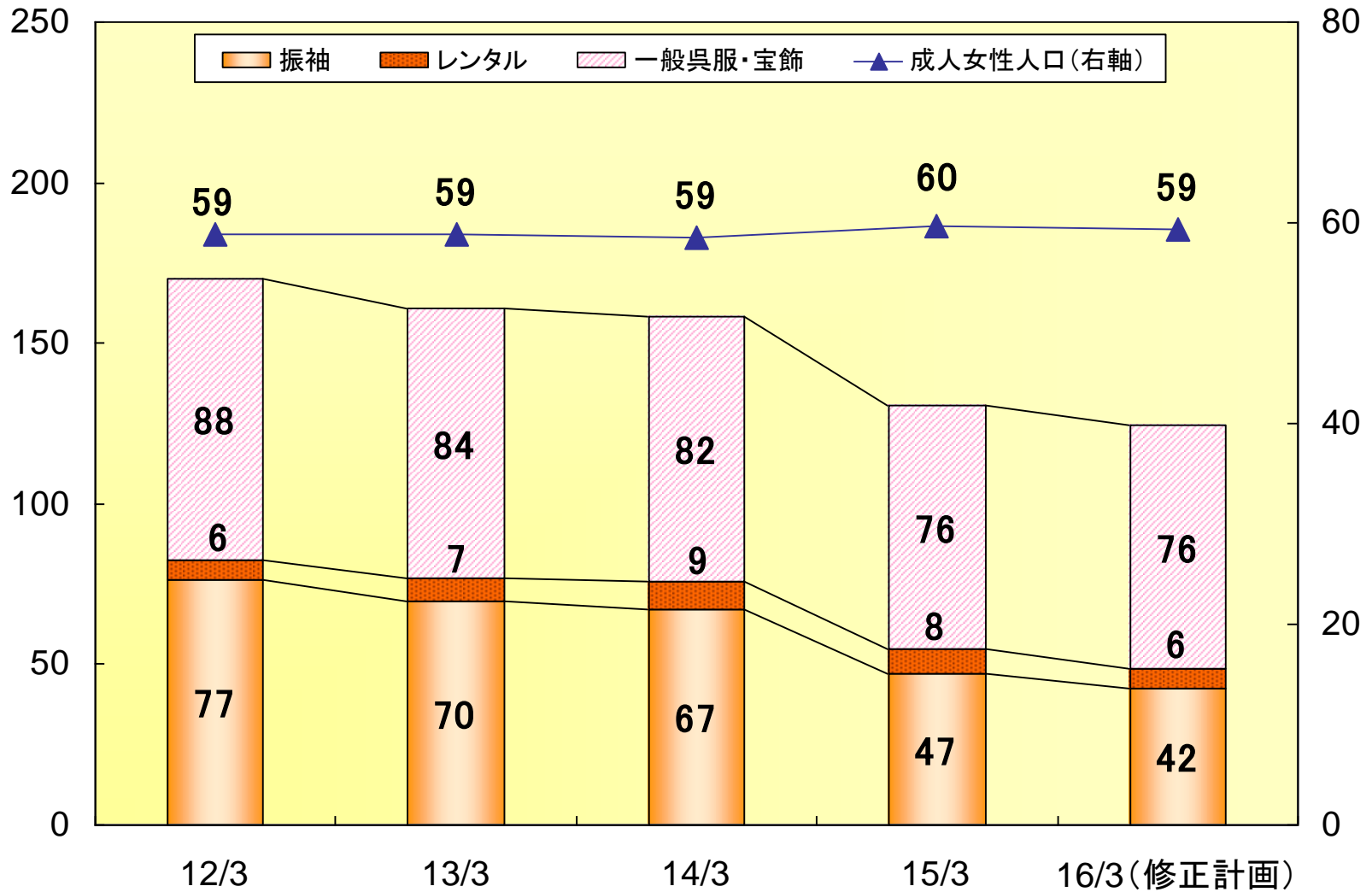
<b>1株利益(EPS)</b>	33.90円		<b>8.77円</b>		25.9
ROE	4.0%		<b>1.2%</b>		
<b>1株当たり年間配当金</b>	42.00円		<b>42.00円</b>		

※ 金融サービス事業 寄与額      売上高：+594百万円、 営業利益：+437百万円

# 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》

- ◆ DMの効率化を通じて削減した経費を、TVCM、WEB等の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。
- ◆ 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。
- ◆ 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》

- ◆ 各催事の費用対効果を細かく検証した上で、不採算な催事を中心に経費の見直し、催事スケジュールの見直しを行い、収益性の向上を図る。
- ◆ 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。

## 《人材確保・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る。

- ◆ 16/3期は厳しい業績予想となるものの、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予定。

## <直近3期間の推移(連結ベース)>

	14/3	15/3	16/3(予)
配当性向	49.6 %	123.9 %	479.0 %
純資産配当率	5.4 %	5.4 %	5.8 %

## 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。