

# 京都きもの友禅株式会社

2017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32%、一般呉服50%、宝飾13%、レンタル5%（16/3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

- 2016年成人対象女性：約59万人（内、当社商圈人口：約48万人）

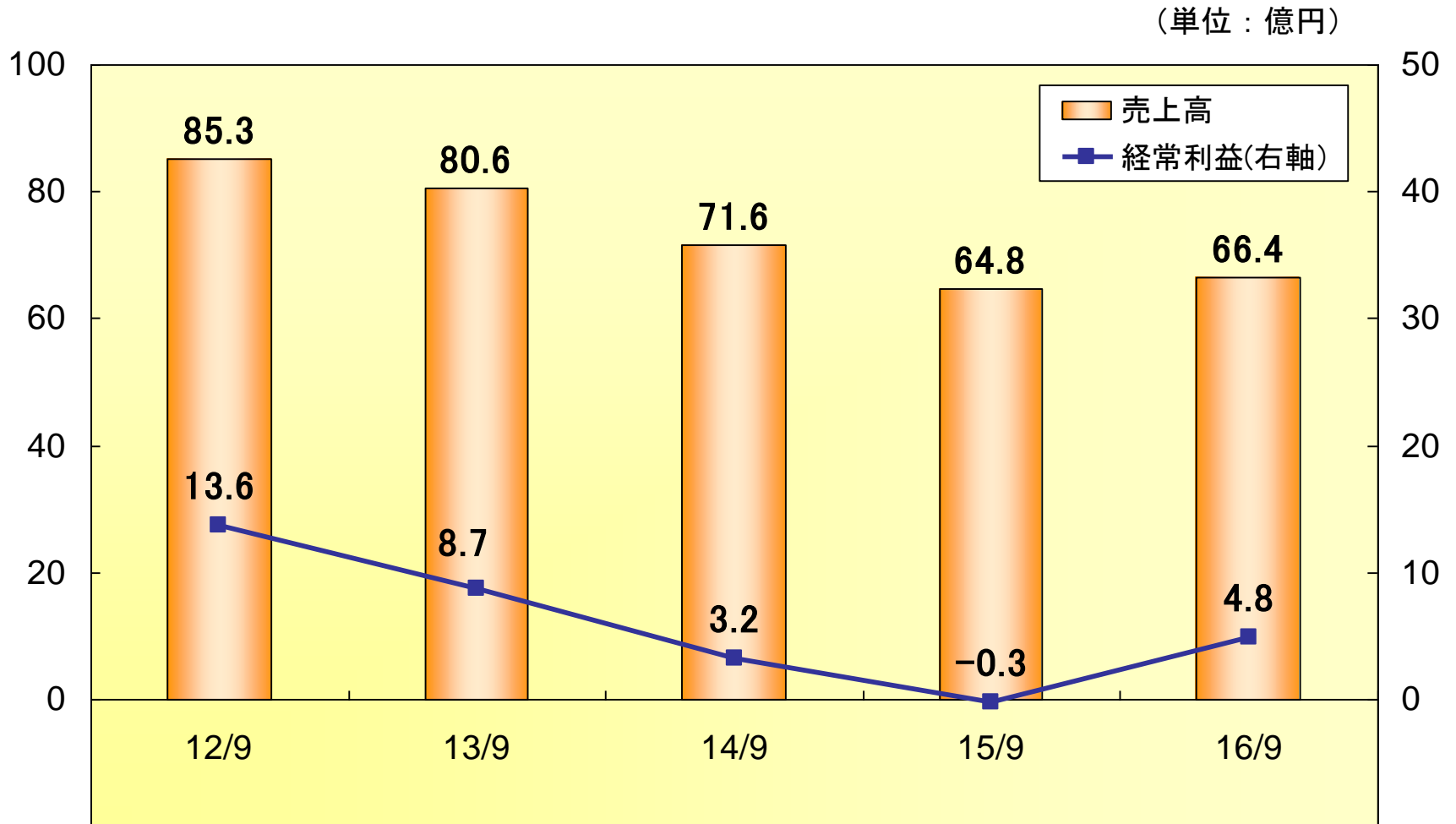
### ◆ オフィスビルを中心とした出店で出店費用を圧縮

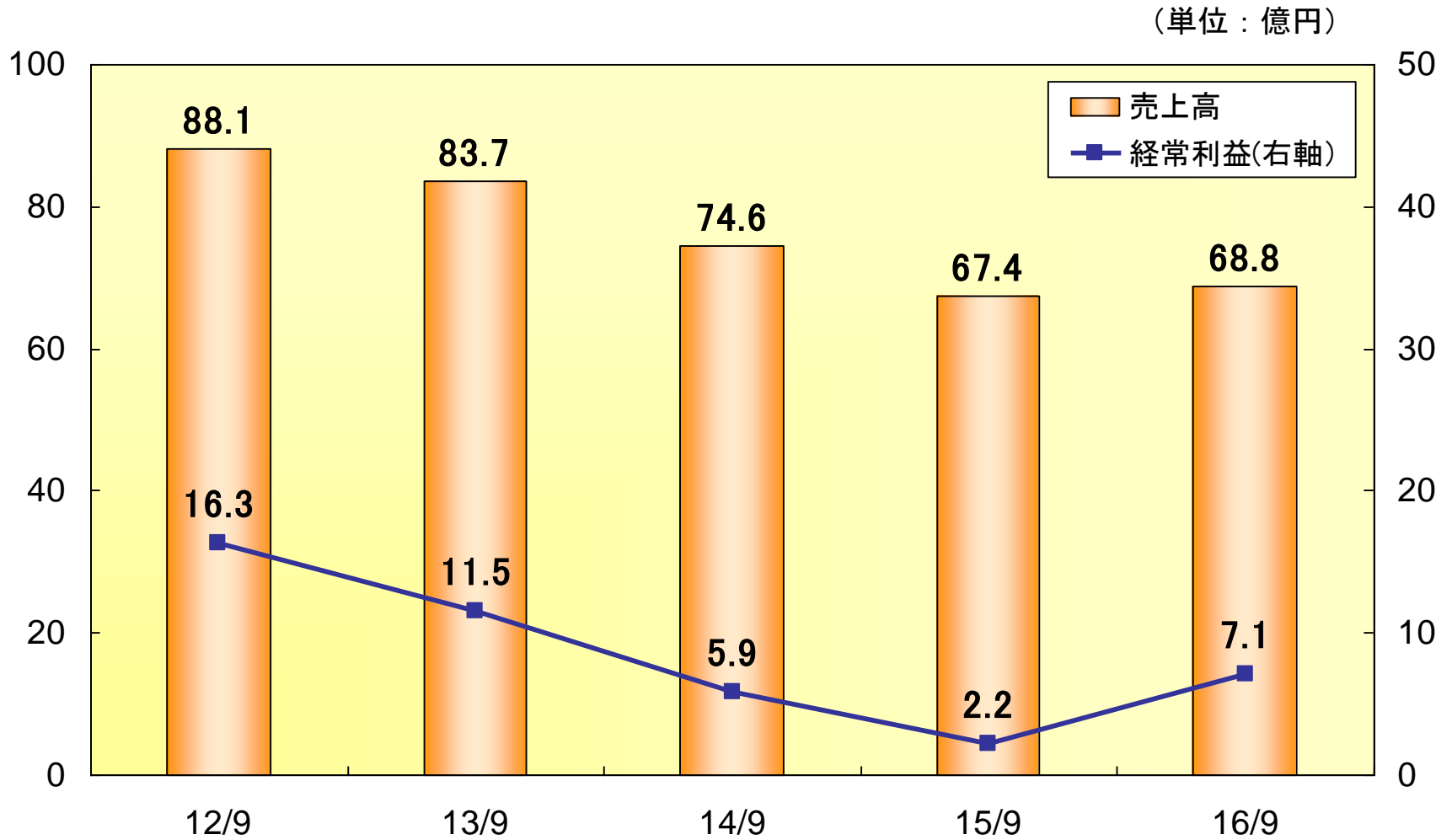
- 1店舗当たりの出店コストは駅ビル等の1/2～1/3程度

## ■ 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48%が友の会へ入会

# 2017年3月期 上半期概要





# 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、％）

	2015/9実績		2016/9実績		前年比	2016/9当初計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	6,428		6,504		101.2	7,190		90.5
売上高(出荷高)	6,478	100.0	<b>6,643</b>	<b>100.0</b>	102.5	6,840	100.0	97.1
売上総利益	4,123	63.6	4,305	64.8	104.4	4,373	63.9	98.4
販管費	4,228	65.3	3,896	58.7	92.1	4,282	62.6	91.0
内) 広告・販促	1,471	22.7	1,176	17.7	79.9	1,389	20.3	84.6
人件費	1,808	27.9	1,786	26.9	98.7	1,789	26.1	99.8
営業利益	△105	△1.6	<b>409</b>	<b>6.2</b>	—	91	1.3	449.1
営業外損益	73	1.1	74	1.1	101.2	43	0.6	172.6
経常利益	△32	△0.5	<b>483</b>	<b>7.3</b>	—	134	2.0	360.3
特別損益	86	1.3	△1	△0.0	—	△3	△0.0	—
四半期純利益	31	0.5	<b>322</b>	<b>4.8</b>	—	79	1.2	407.4

- 受注高……………「一般呉服」販売は減少したものの、「振袖」の受注高が増加したことにより、前年比+1.2%。
- 広告費……………前期はTVCMを実施したことにより、前年比△219百万。
- 販促費……………主に一般呉服催事において経費の削減・効率化を図ったことに伴い、上期累計では前年比△77百万円。
- 人件費……………期中平均人員数(前年同期比△33人、計画比△9人)

# 上半期概要－ ④損益抜粋（連結）

（単位：百万円、％）

	2015/9実績		2016/9実績		前年比	2016/9当初計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	6,694		6,738		100.7	7,426		90.7
売上高(出荷高)	6,744	100.0	<b>6,878</b>	<b>100.0</b>	102.0	7,076	100.0	97.2
売上総利益	4,299	63.7	4,456	64.8	103.7	4,524	63.9	98.5
販管費	4,143	61.4	3,812	55.4	92.0	4,188	59.2	91.0
内) 広告・販促	1,474	21.9	1,176	17.1	79.8	1,389	19.6	84.7
人件費	1,814	26.9	1,792	26.1	98.8	1,794	25.4	99.9
営業利益	156	2.3	<b>644</b>	<b>9.4</b>	413.6	336	4.8	191.6
営業外損益	64	0.9	64	0.9	99.5	31	0.4	207.1
経常利益	220	3.3	<b>708</b>	<b>10.3</b>	322.0	367	5.2	192.9
特別損益	86	1.3	△1	△0.0	—	△3	△0.0	—
四半期純利益	184	2.7	<b>471</b>	<b>6.9</b>	255.9	219	3.1	215.3

1株利益(EPS)	15.43円	<b>39.48円</b>	255.9	18.34円	215.3
-----------	--------	---------------	-------	--------	-------

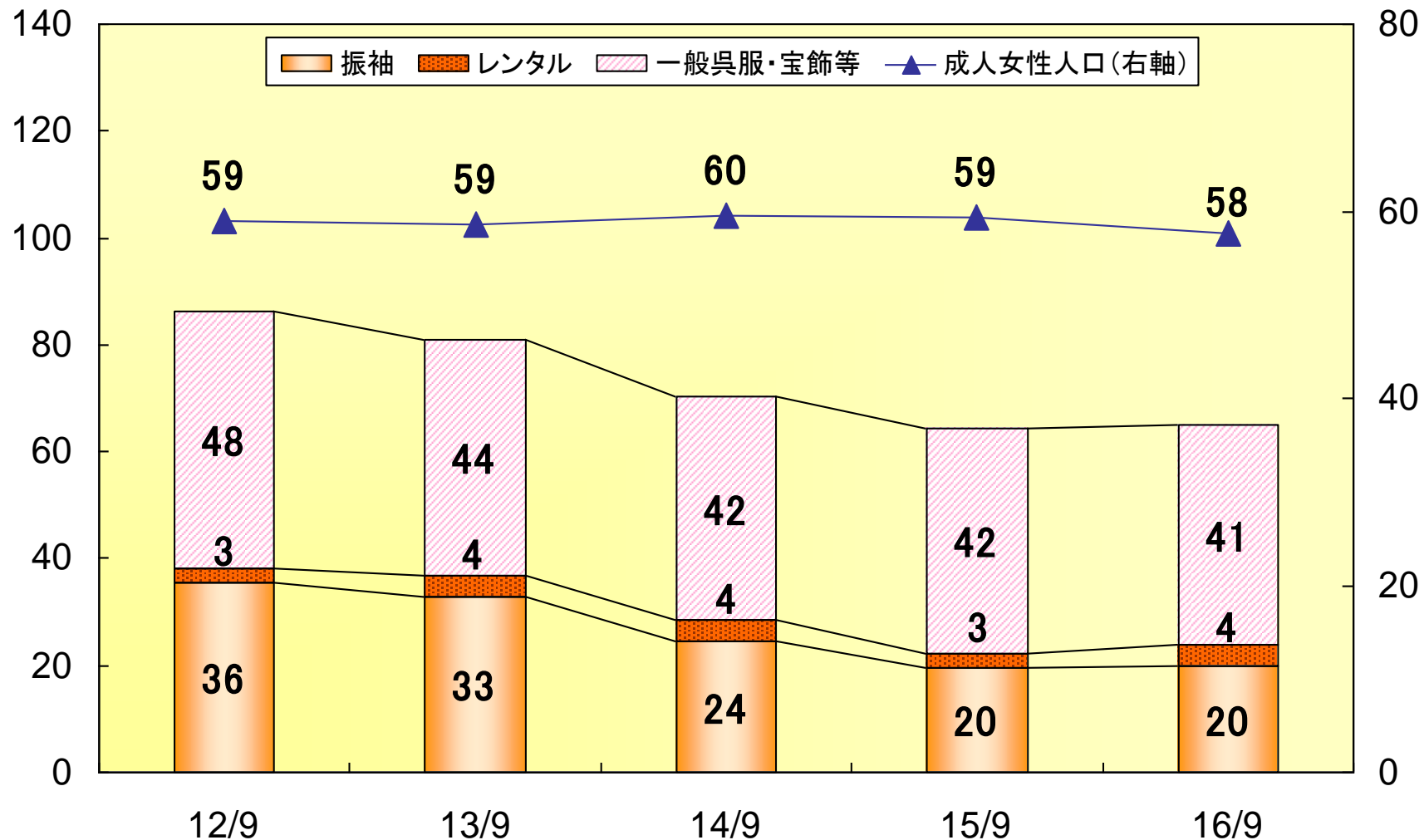
※ 金融サービス事業および連結子会社の連結損益への影響額

- 金融サービス事業： 売上高 【+272百万】、営業利益 【+194百万】
- 友の会： 売上高 【△ 37百万】、営業利益 【+ 41百万】

# 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)

		2015/9	2016/9	増減
会 員 数		76,499	77,188	+ 689
利用 状況	会員による受注高	1,235	<b>1,171</b>	△ 64
	一般呉服等の受注全体に 占める比率	29.4 %	28.4 %	△ 1.0 pt
	平均購入倍率	3.4 倍	3.2 倍	△ 0.3 pt
積立残高総額		3,763	<b>3,707</b>	△ 56
内)積立完了未使用		2,926	2,925	△ 1
未使用の比率		77.8 %	78.9 %	+ 1.1 pt

- 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：48.7% 前年比+1.4pt)
- 催事スケジュールの変更により、上期における会員向けの催事回数が減少したこと、および平均購入倍率が低下したこと等により、会員受注高は前年比△5.2%。

# 2017年3月期 通期見通し

（単位：百万円、％）

	2016/3 実績		2017/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	12,173		13,900		114.2
売上高(出荷高)	<b>11,893</b>	<b>100.0</b>	<b>13,630</b>	<b>100.0</b>	114.6
売上総利益	7,574	63.7	8,702	63.8	114.9
販管費	7,832	65.9	8,390	61.6	107.1
内) 広告・販促	2,425	20.4	2,667	19.6	110.0
人件費	3,546	29.8	3,571	26.2	100.7
営業利益	<b>△259</b>	<b>△2.2</b>	<b>312</b>	<b>2.3</b>	—
営業外損益	138	1.2	86	0.6	62.5
経常利益	<b>△121</b>	<b>△1.0</b>	<b>398</b>	<b>2.9</b>	—
特別損益	△961	△8.1	△5	△0.0	—
当期純利益	<b>△1,074</b>	<b>△9.0</b>	<b>237</b>	<b>1.7</b>	—

- 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・強化に取り組むとともに、継続して諸経費全般の削減・効率化に取り組み、売上高および収益性の向上を図る。

→ 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 — ②通期計画 (連結)

(単位：百万円、%)

	2016/3 実績		2017/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	12,693		14,390		113.4
<b>売上高(出荷高)</b>	<b>12,413</b>	<b>100.0</b>	<b>14,120</b>	<b>100.0</b>	113.7
売上総利益	7,918	63.8	9,020	63.9	113.9
販管費	7,678	61.8	8,212	58.2	107.0
内) 広告・販促	2,430	19.6	2,667	18.9	109.7
人件費	3,557	28.7	3,583	25.4	100.7
<b>営業利益</b>	<b>240</b>	<b>1.9</b>	<b>808</b>	<b>5.7</b>	335.9
営業外損益	119	1.0	63	0.4	53.1
<b>経常利益</b>	<b>360</b>	<b>2.9</b>	<b>871</b>	<b>6.2</b>	242.2
特別損益	△961	△7.7	△5	△0.0	—
<b>当期純利益</b>	<b>△783</b>	<b>△6.3</b>	<b>520</b>	<b>3.7</b>	—

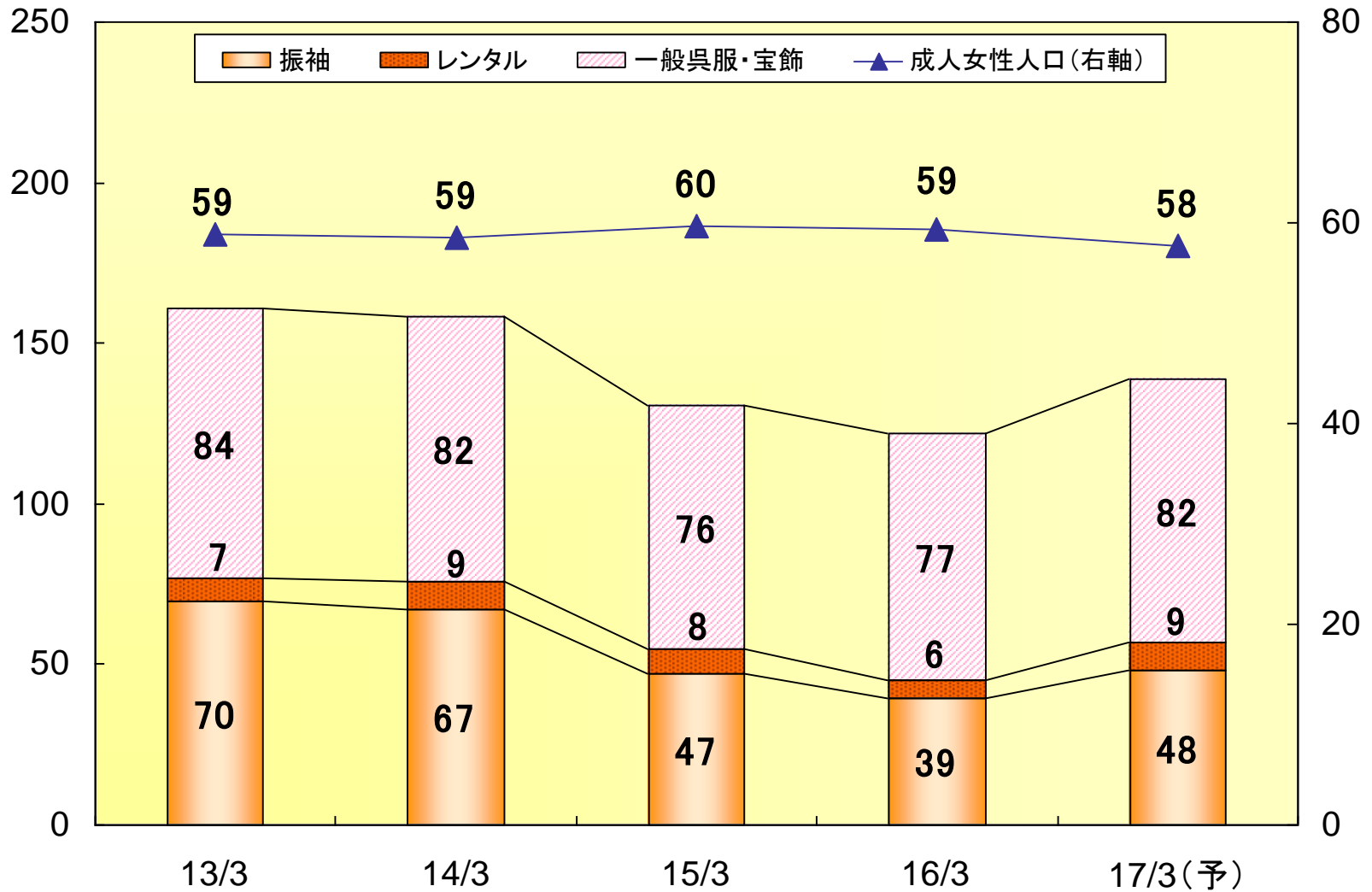
<b>1株利益(EPS)</b>	△65.57円		<b>43.54円</b>		—
<b>ROE</b>	△9.5%		<b>6.8%</b>		
<b>1株当たり年間配当金</b>	42.00円		<b>42.00円</b>		

※ 金融サービス事業 寄与額      売上高：+564百万円、営業利益：+409百万円

# 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》

- ◆ 業界全体としてレンタル志向が高まってきていることをふまえ、購入、レンタル、どちらを希望するお客様にも来店していただけるよう、広告内容・販促施策の改善を図る。
- ◆ DMアプローチ回数の増強を図るとともに、媒体内容（紙面構成、デザイン、形態、紙質等）についても改善を図る。
- ◆ WEB、SNS等の活用についても、従来以上に強化を図り、より効果的なメディアミックスの確立を目指す。
- ◆ 販売・レンタル含めた商品ラインアップ、サービス特典のあり方についても常時見直しを行い、成約率、平均単価の向上を目指す。

## 《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効率化を図るとともに、催事スケジュール、商品構成等の見直しを行い、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。

- ◆ 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。

## <直近3期間の推移(連結ベース)>

	15/3	16/3	17/3(予)
1株当たり年間配当金	42 円	42 円	42 円
配当性向	123.9 %	—	96.5 %
純資産配当率	5.4 %	6.1 %	6.6 %

※16/3期の配当性向は、当期純利益がマイナスのため表示しておりません。

## 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。