

京都きもの友禅株式会社

2018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35%、一般呉服47%、宝飾11%、レンタル7%(18/3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

- 2018年成人対象女性:約58万人(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

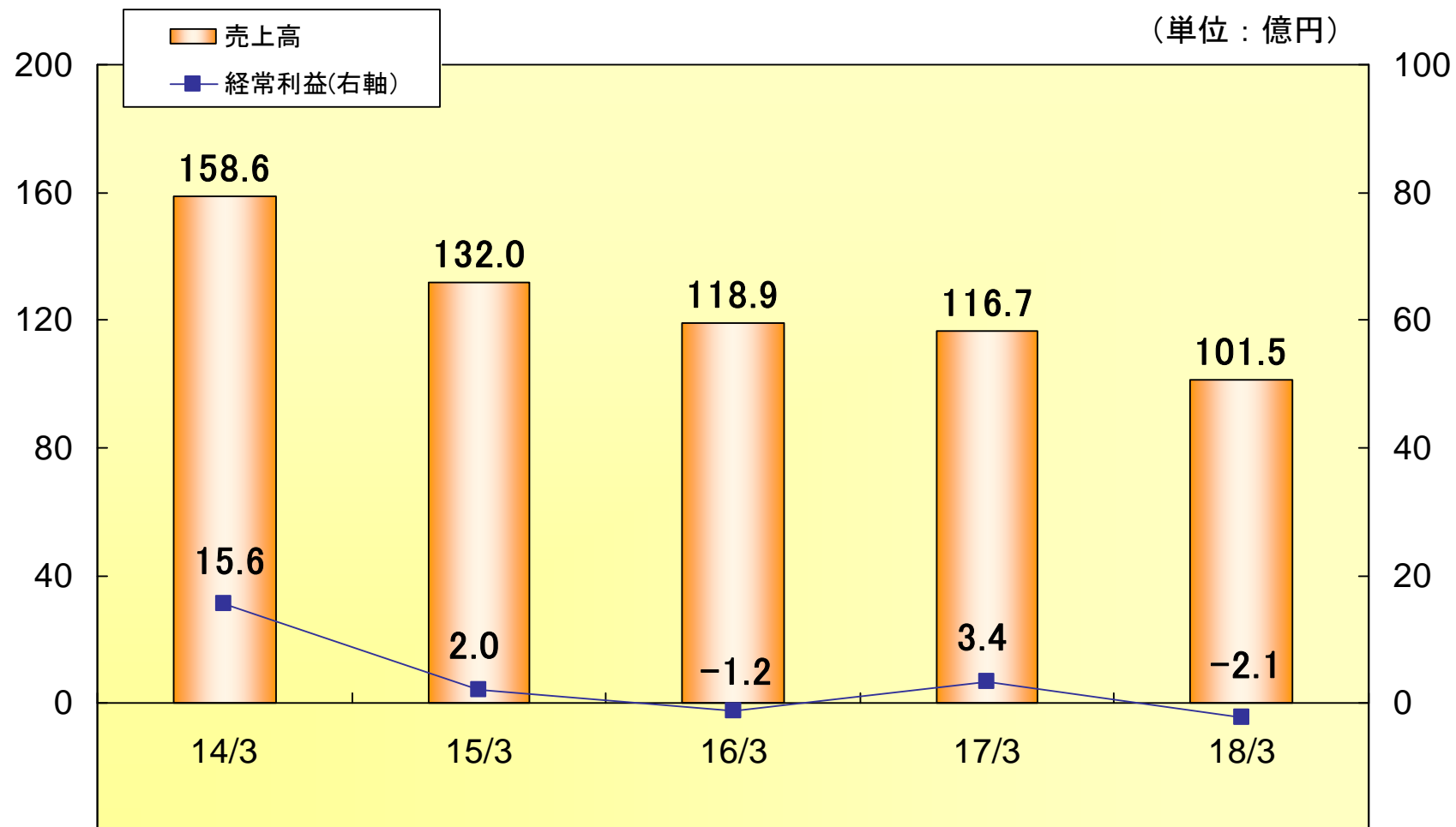
- 1店舗当たりの出店コストは駅ビル等の1/2~1/3程度

■ 友の会制度を中心とした優良顧客の確保

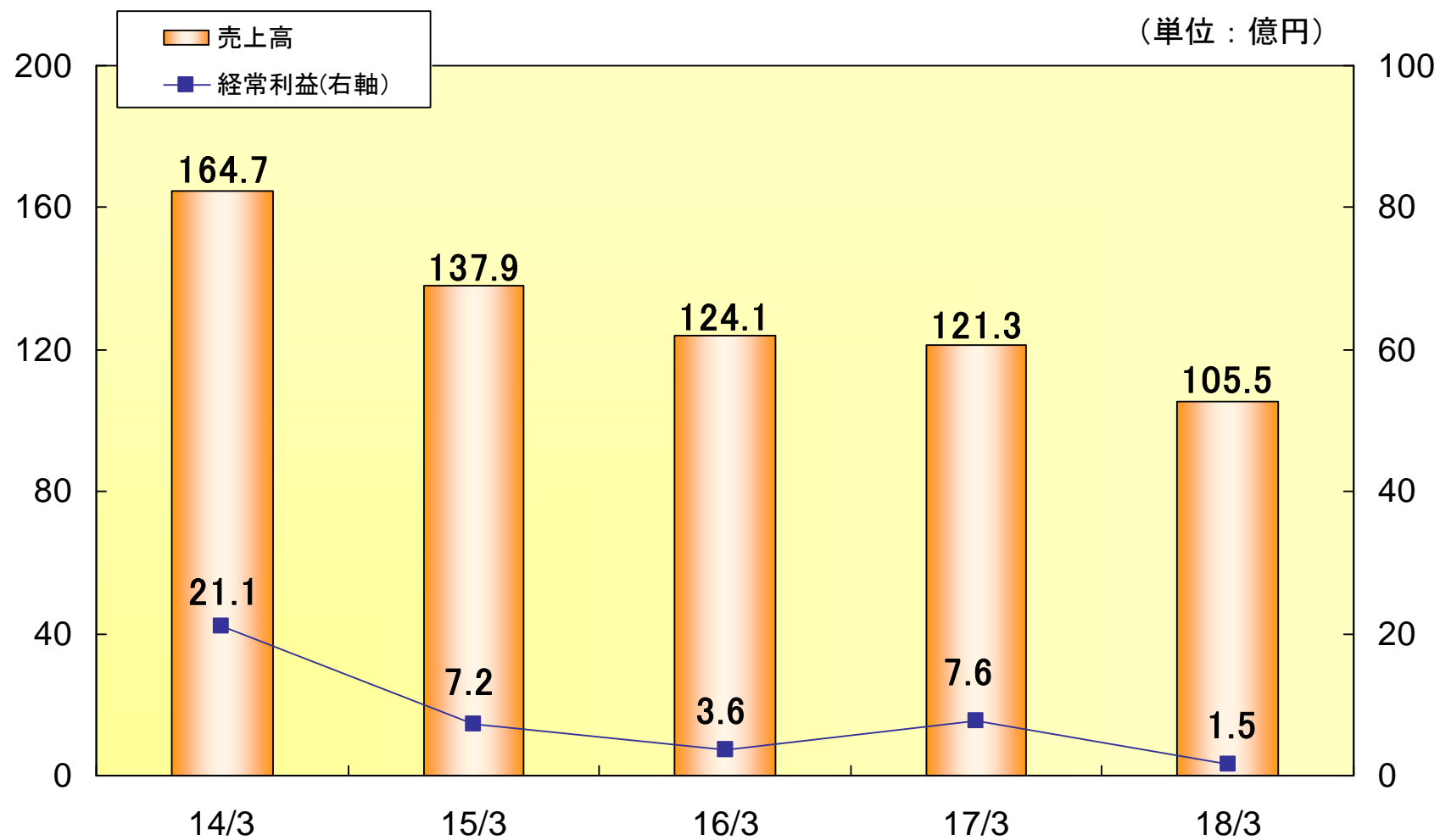
- 振袖成約者の母親を中心に約30%が友の会へ入会

2018年3月期 業績概要

18/3期業績－ ①業績の推移（単体）（金融サービス事業除く）



18/3期業績－ ②業績の推移（連結）



18/3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、%）

	2017/3実績		2018/3実績		前年比	2018/3修正計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	11,763		9,835		83.6	10,798		91.1
売上高(出荷高)	11,665	100.0	10,148	100.0	87.0	10,771	100.0	94.2
売上総利益	7,515	64.4	6,438	63.4	85.7	6,885	63.9	93.5
販管費	7,335	62.9	6,766	66.7	92.2	7,250	67.3	93.3
内)広告・販促	2,137	18.3	1,844	18.2	86.3	2,013	18.7	91.6
人件費	3,385	29.0	3,178	31.3	93.9	3,325	30.9	95.6
営業利益	180	1.5	△328	△3.2	—	△364	△3.4	—
営業外損益	156	1.3	121	1.2	77.8	107	1.0	113.0
経常利益	336	2.9	△207	△2.0	—	△257	△2.4	—
特別損益	△51	△0.4	△33	△0.3	—	△14	△0.1	—
当期純利益	171	1.5	△195	△1.9	—	△181	△1.7	—

- 受注高……振袖【前年比△13.8%】、一般呉服等【前年比△17.9%】、レンタル【前年比△16.2%】。
- 広告費……DM発送回数および平均発送通数の減少に伴い、前年比△154百万。
- 販促費……振袖・呉服各々の受注件数減少に伴い、変動経費が減少し、前年比△137百万。
- 人件費……期中平均人員数(前年同期比△32人、計画比△19人)
- 特別損益……店舗の減損損失を33百万計上(前期は46百万)

18/3期業績一 ④損益抜粋（連結）



（単位：百万円、％）

	2017/3実績		2018/3実績		前年比	2018/3修正計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	12,228		10,232		83.7	11,211		91.3
売上高(出荷高)	12,130	100.0	10,546	100.0	86.9	11,183	100.0	94.3
売上総利益	7,820	64.5	6,701	63.5	85.7	7,163	64.1	93.5
販管費	7,194	59.3	6,652	63.1	92.5	7,123	63.7	93.4
内)広告・販促	2,138	17.6	1,844	17.5	86.3	2,013	18.0	91.6
人件費	3,396	28.0	3,193	30.3	94.0	3,340	29.9	95.6
営業利益	626	5.2	49	0.5	7.8	40	0.4	121.8
営業外損益	137	1.1	103	1.0	75.3	89	0.8	114.8
経常利益	762	6.3	151	1.4	19.9	129	1.2	116.9
特別損益	△51	△0.4	△33	△0.3	—	△14	△0.1	—
当期純利益	450	3.7	38	0.4	8.4	70	0.6	53.5
1株利益(EPS)	37.69円		3.16円		8.4	5.90円		53.5

※ 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

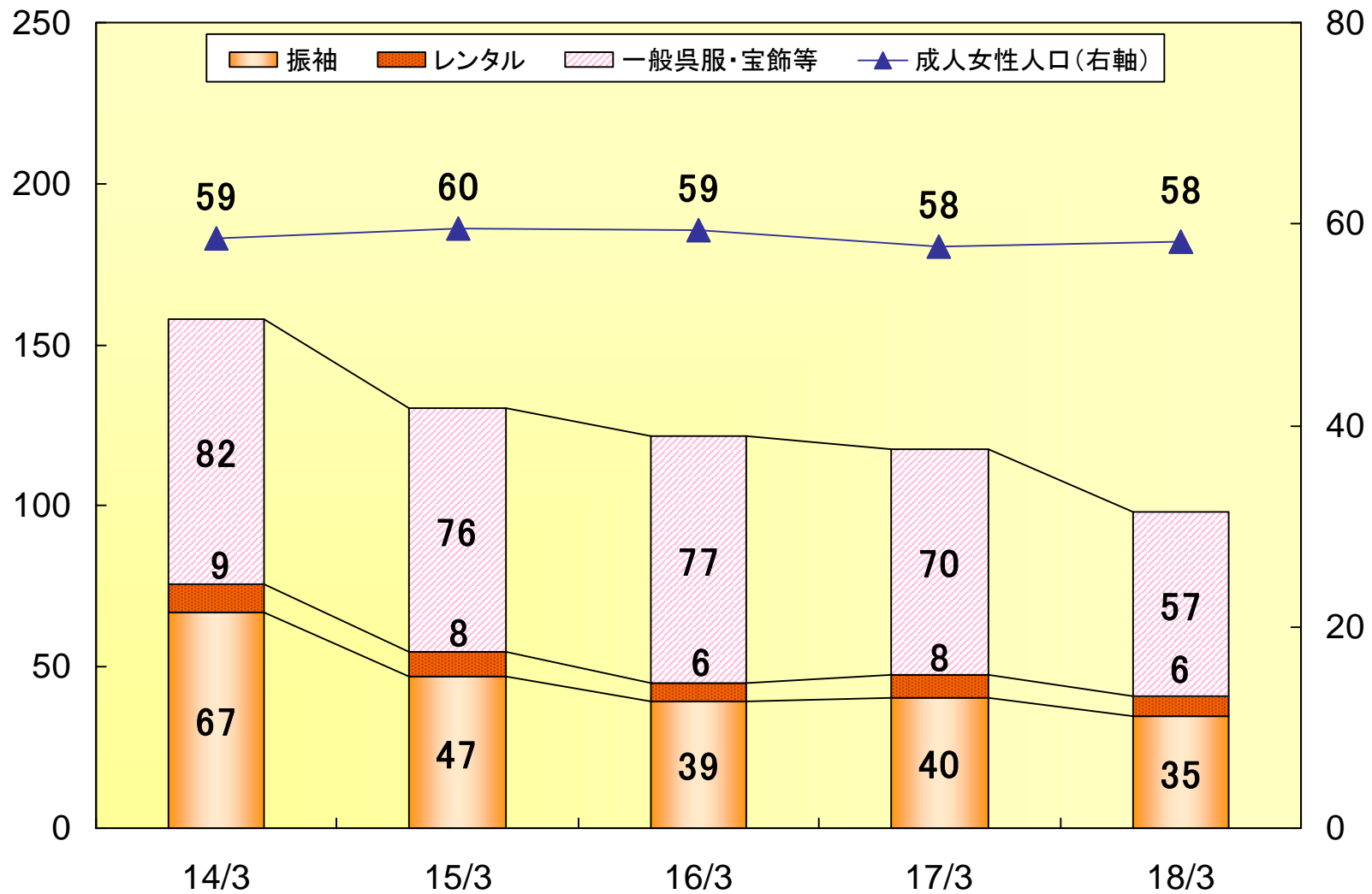
●金融サービス事業：売上高【+457百万】、営業利益【+330百万】

●友の会：売上高【△60百万】、営業利益【+47百万】

18/3期業績－ ⑤受注構成の推移

受注高（億円）

人口（万人）



18/3期業績－ ⑥友の会の状況

(単位：人、百万円)

		2017/3	2018/3	増減
会員数		77,799	76,392	△1,407
利用状況	会員による受注高	1,993	1,768	△ 226
	一般呉服等の受注全体に占める比率	28.5 %	30.8%	+ 2.3 pt
	平均購入倍率	3.1 倍	2.9 倍	△ 0.2 pt
積立残高総額		3,779	3,662	△ 117
内)積立完了未使用		2,968	2,916	△ 52
未使用の比率		78.5 %	79.6%	+ 1.1pt

- 振袖成約後の友の会入会率については、前年比△3.2ptの29.8%。
- 呉服・宝飾受注高が減少したことに伴い、会員受注高についても前年比△11.3%。

2019年3月期 利益計画

19/3期計画－ ①単体ベース (金融サービス事業除く)



(単位：百万円、%)

	2018/3 実績		2019/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	9,835		10,980		111.6
売上高(出荷高)	10,148	100.0	10,930	100.0	107.7
売上総利益	6,438	63.4	6,925	63.4	107.6
販管費	6,766	66.7	7,299	66.8	107.9
内) 広告・販促	1,844	18.2	2,284	20.9	123.8
人件費	3,178	31.3	3,086	28.2	97.1
営業利益	△328	△3.2	△374	△3.4	—
営業外損益	121	1.2	83	0.8	68.5
経常利益	△207	△2.0	△291	△2.7	—
特別損益	△33	△0.3	△ 2	△0.0	—
当期純利益	△195	△1.9	△189	△1.7	—

- 広告費……………振袖集客数の増加に向けて、広告プロモーションの増強を図り、総額で1,354百万円(前年比+298百万円)を計画。
- 販促費……………販促施策の充実化、および受注件数増加に伴う変動経費の増加を見込み、総額で930百万円(前年比+142百万)を計画。
- 人件費……………人件費総額としては、前期比微減を計画。

19/3期計画－ ②連結ベース

(単位：百万円、%)

	2018/3 実績		2019/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	10,232		11,355		111.0
売上高(出荷高)	10,546	100.0	11,305	100.0	107.2
売上総利益	6,701	63.5	7,171	63.4	107.0
販管費	6,652	63.1	7,171	63.4	107.8
内) 広告・販促	1,844	17.5	2,284	20.2	123.8
人件費	3,193	30.3	3,101	27.4	97.1
営業利益	49	0.5	0	0.0	—
営業外損益	103	1.0	64	0.6	61.9
経常利益	151	1.4	64	0.6	42.0
特別損益	△33	△0.3	△2	△0.0	—
当期純利益	38	0.4	41	0.4	107.4
1株利益(EPS)	3.16円		3.39円		107.4
ROE	0.5%		0.6%		

※ 金融サービス事業 寄与額

売上高：+438百万円、営業利益：+321百万円、経常利益：+321百万円

《振袖について》

- ◆ 近年、広告投下量の削減に比例して低下し続けてきた、当社認知度・来店客数を回復させるべく、DMを中心としたアプローチ回数・頻度の増強を行う。
- ◆ 各エリアの集客状況の分析結果をもとに、各店舗に適したアプローチ回数・時期を再検討。
- ◆ WEB等の他媒体についても増強を行い、より効果的なメディアミックスの確立を図る。
- ◆ 販売・レンタル含めた商品ラインアップ、サービス特典内容等についても、来店促進に向けて、改善・強化を図る。

《一般呉服について》

- ◆ 魅力ある商品・催事の拡充を積極的に行い、既存顧客全体の更なる活性化を図る。
- ◆ 新商材・新サービスの投入についても、収益性を考慮した上で、段階的にテスト導入し、将来的な受注増加に繋げていく。

- ◆ 今後も株主還元として、安定的かつ継続的な配当を行うことを重視。
- ◆ 株主還元を強化できるよう、早期の業績回復に向けて取り組む。

<直近3期間の推移(連結ベース)>

	17/3	18/3	19/3(予)
1株当たり年間配当金	42 円	24 円	24 円
配当性向	111.4 %	760.2%	707.7%
純資産配当率	6.7 %	3.9%	4.2%

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。