

京都きもの友禅株式会社

2019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

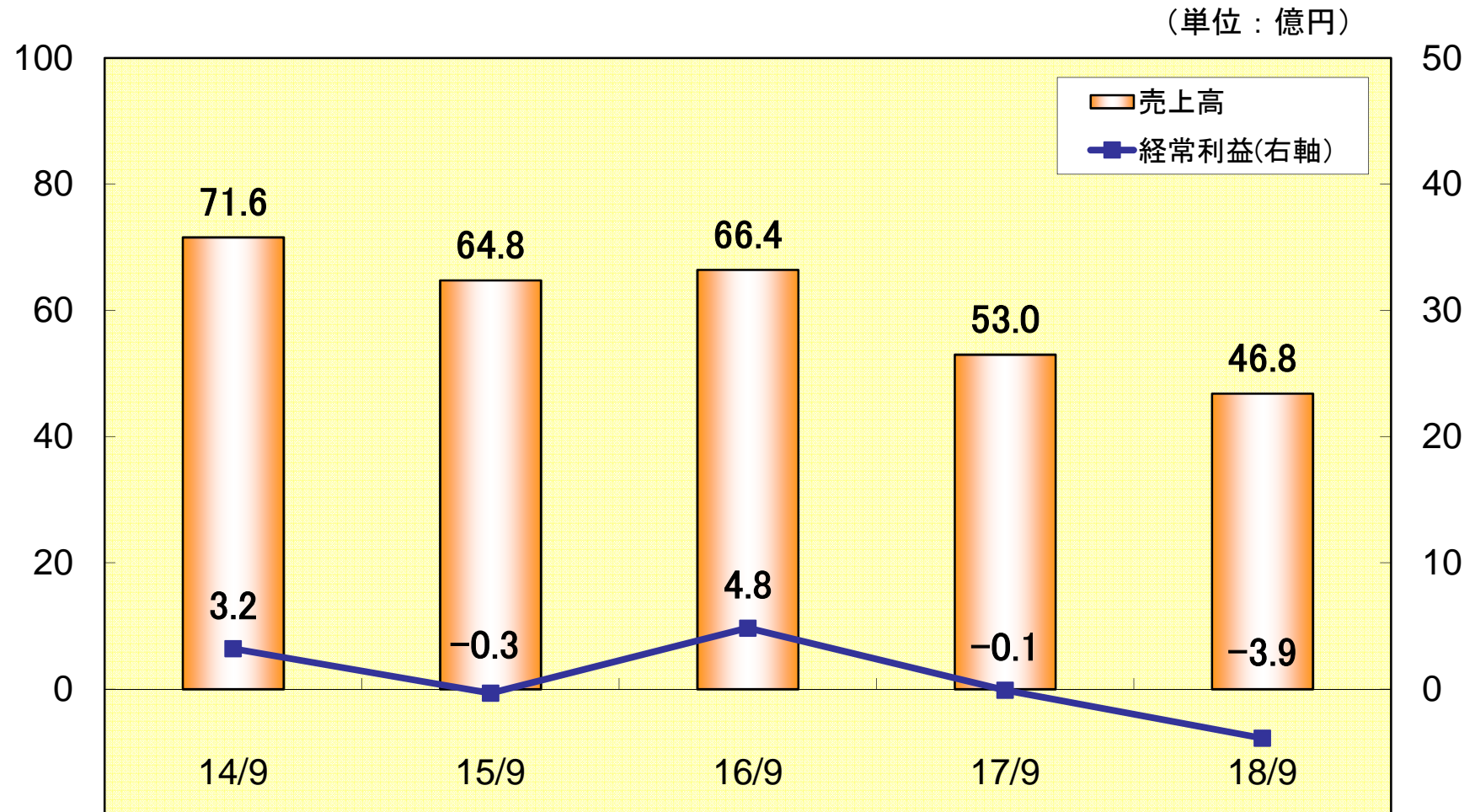
- 1店舗当たりの出店コストは駅ビル等の1/2～1/3程度

■ 友の会制度を中心とした優良顧客の確保

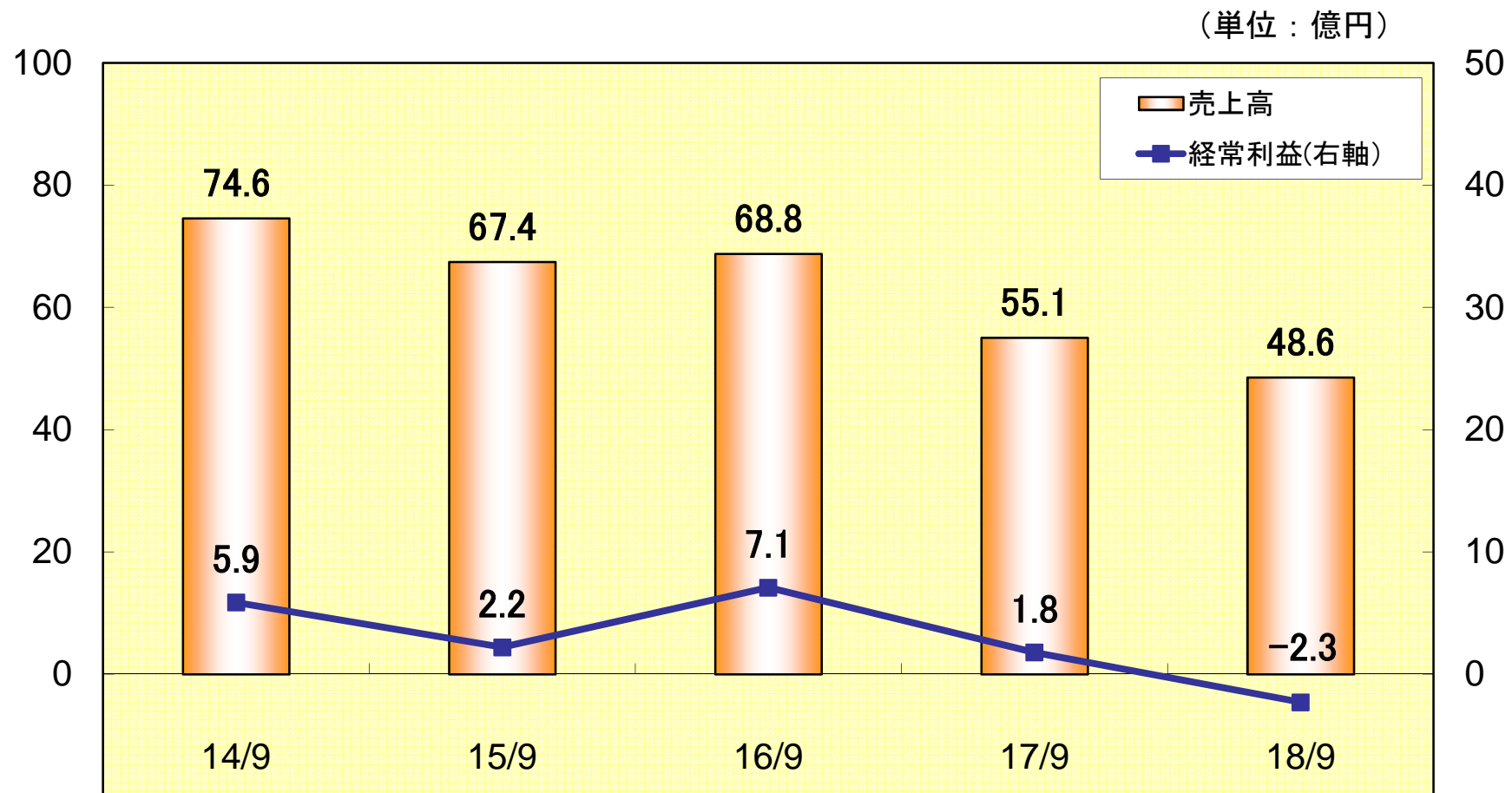
- 振袖成約者の母親を中心に約30%が友の会へ入会

2019年3月期 上半期概要

上半期概要一 ①業績の推移（単体） （金融サービス事業除く）



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、％）

	2017/9実績		2018/9実績		前年比	2018/9当初計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	5,015		4,768		95.1	5,500		86.7
売上高(出荷高)	5,301	100.0	4,684	100.0	88.4	5,330	100.0	87.9
売上総利益	3,375	63.7	2,945	62.9	87.3	3,405	63.9	86.5
販管費	3,442	64.9	3,414	72.9	99.2	3,816	71.6	89.5
内) 広告・販促	943	17.8	1,068	22.8	113.2	1,221	22.9	87.5
人件費	1,637	30.9	1,499	32.0	91.6	1,562	29.3	96.0
営業利益	△67	△1.3	△469	△10.0	—	△411	△7.7	—
営業外損益	58	1.1	80	1.7	137.6	40	0.8	200.2
経常利益	△9	△0.2	△389	△8.3	—	△371	△7.0	—
特別損益	△0	△0.0	△0	△0.0	—	△1	△0.0	—
四半期純利益	△16	△0.3	△363	△7.8	—	△317	△5.9	—

- 受注高……………主に「振袖」販売において来店者数が伸び悩み、前年比△4.9%。
- 広告費……………DMの発送回数増加と、一部エリアでTVCMを放映したことにより、前年比+104百万。
- 販促費……………催事回数を増やしたことに伴い、上期累計では前年比+21百万円。
- 人件費……………期中平均人員数(前年同期比△48人、計画比△21人)

上半期概要一 ④損益抜粋（連結）

（単位：百万円、％）

	2017/9実績		2018/9実績		前年比	2018/9当初計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	5,220		4,940		94.6	5,678		87.0
売上高(出荷高)	5,506	100.0	4,856	100.0	88.2	5,508	100.0	88.2
売上総利益	3,510	63.7	3,057	63.0	87.1	3,520	63.9	86.8
販管費	3,382	61.4	3,359	69.2	99.3	3,748	68.0	89.6
内) 広告・販促	943	17.1	1,069	22.0	113.3	1,221	22.2	87.5
人件費	1,646	29.9	1,507	31.0	91.6	1,569	28.5	96.1
営業利益	127	2.3	△302	△6.2	—	△228	△4.1	—
営業外損益	50	0.9	72	1.5	143.1	30	0.5	242.7
経常利益	178	3.2	△230	△4.7	—	△198	△3.6	—
特別損益	△0	△0.0	△0	△0.0	—	△1	△0.0	—
四半期純利益	105	1.9	△260	△5.4	—	△206	△3.7	—
1株利益(EPS)	8.81円		△21.80円		—	△17.25円		—

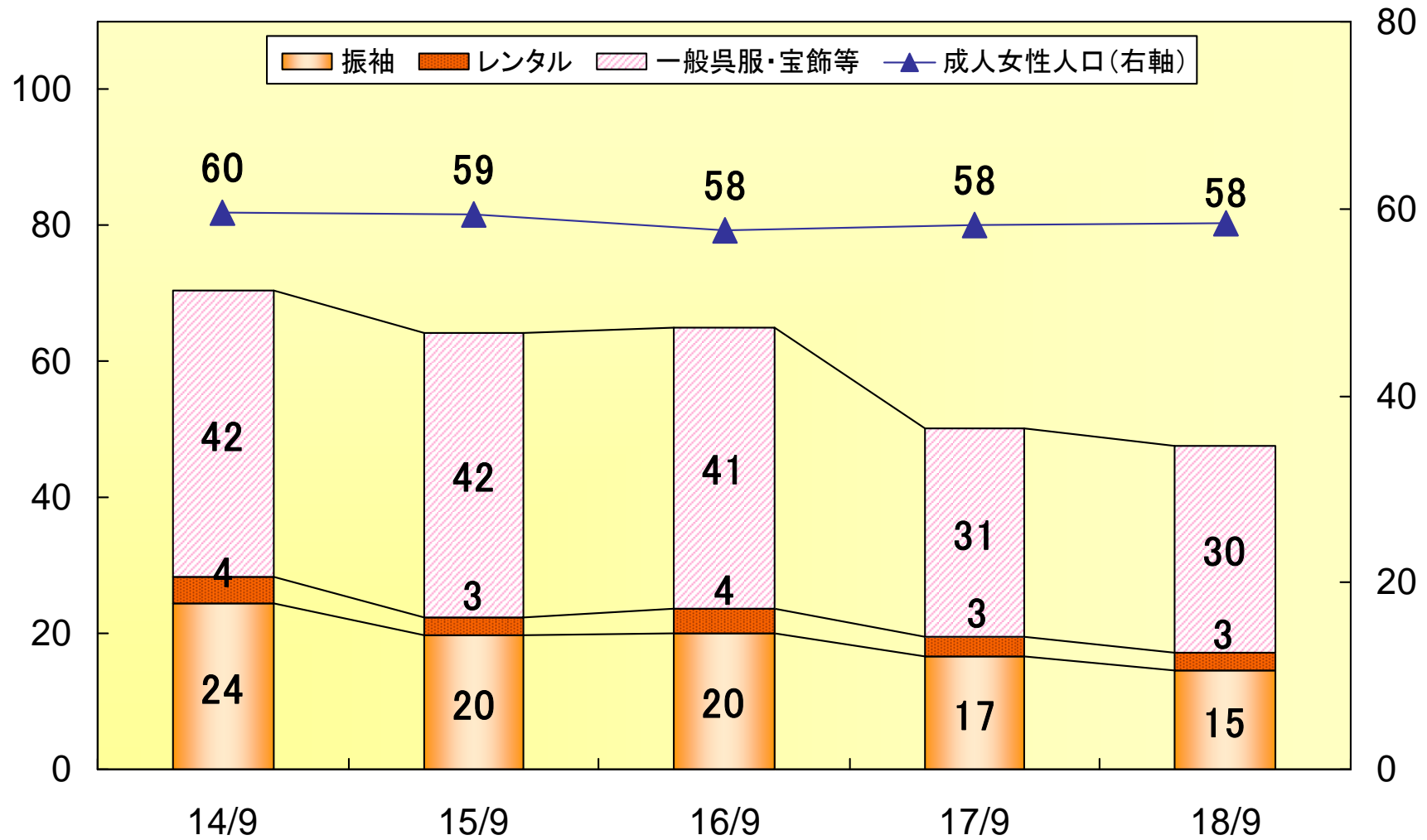
※ 金融サービス事業および連結子会社の連結損益への影響額

- 金融サービス事業： 売上高 【+200百万】、営業利益 【+143百万】
- 友の会： 売上高 【△ 28百万】、営業利益 【+ 24百万】

上半期概要一 ⑤受注構成の推移

受注高 (億円)

人口 (万人)



上半期概要一 ⑥友の会の状況

(単位：人、百万円)

		2017/9	2018/9	増減
会 員 数		77,434	75,574	△1,860
利用 状況	会員による受注高	938	868	△ 69
	一般呉服等の受注全体に 占める比率	30.5 %	28.5 %	△ 2.0 pt
	平均購入倍率	3.0 倍	3.1 倍	+ 0.1 pt
積立残高総額		3,734	3,596	△138
内)積立完了未使用		2,957	2,884	△ 73
未使用の比率		79.2 %	80.2 %	+ 1.0 pt

- 振袖成約後の友の会入会率については、前年比△1.4ptの30.1%。
- 前年は会員向けの催事企画を実施していたこともあり、会員受注高については前年比△7.4%。

2019年3月期 通期見通し

通期見通しー ①通期計画（単体）（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	—

- 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・充実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。

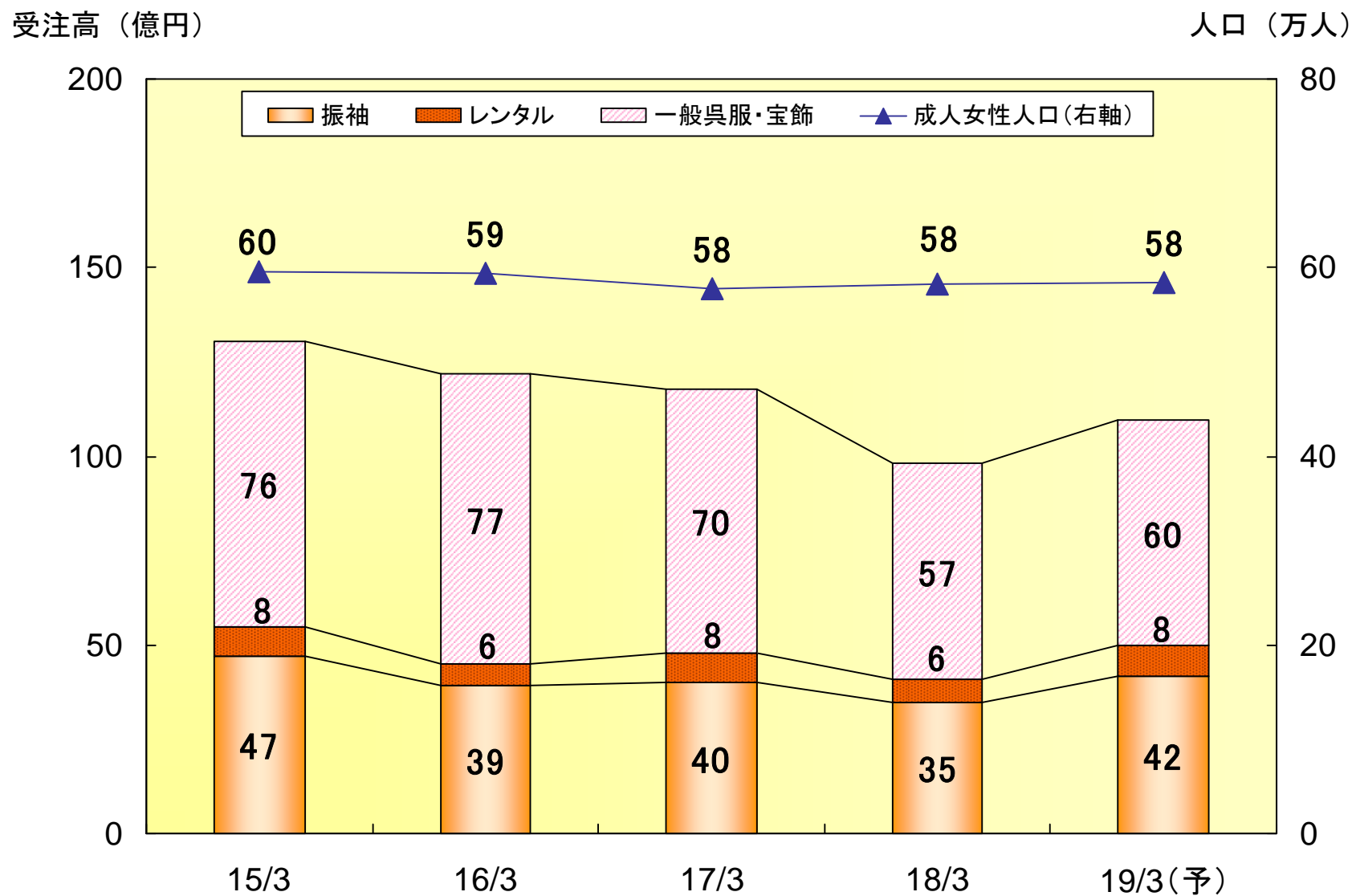
通期見通しー ②通期計画 (連結)

(単位：百万円、%)

	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%		
1株当たり年間配当金	24.00円		24.00円		

※ 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

通期見通しー ③受注構成の推移



《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頻度およびアプローチ対象者数の増強を行う。
- ◆ アプローチ対象者数の確保・増強に向けて、自社保有データだけでなく、他社提携データをより有効に活用していく。
- ◆ 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、来店促進および成約促進に向けて、改善・強化を図る。

《一般呉服等について》

- ◆ 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あります。