



株式会社さが美
(東証1部:8201)

2018年2月期第2四半期
決算説明資料





I.	会社概要ときもの事業について	p.2
II.	決算概要	p.12
III.	中期経営計画	p.17
IV.	業績予想	p.20
V.	株主メモ	p.22



I . 会社概要ときもの事業について



会社概要



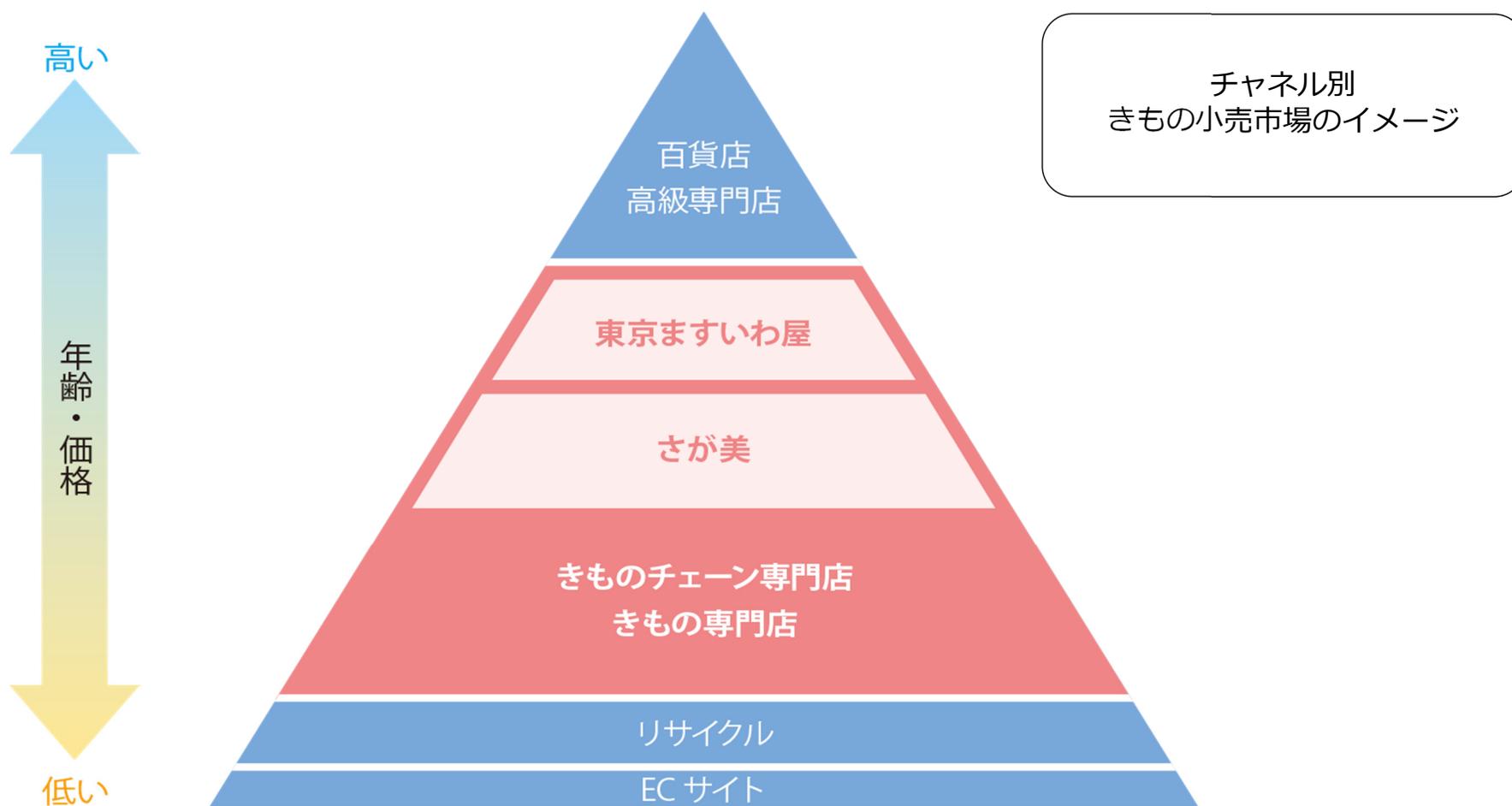
商号	株式会社さが美
証券コード	8201
上場市場	東証1部（1985年10月東証2部上場、1991年8月東証1部上場）
決算	2月末日
設立	1974年4月15日
事業内容	きもの・宝飾品の販売、振袖・袴の販売、レンタル、リサイクルきものの販売 着付け教室の運営等
資本金	52億58百万円
本社所在地	〒254-0013 神奈川県平塚市田村8丁目21番9号 TEL 0463-52-0850
代表者名	西脇 秀雄
事業所	店舗 163店（さが美：120店舗、東京ますいわ屋：43店舗）
社員数	879名（さが美：615名、東京ますいわ屋：264名、パートタイマー等を含む）
連結子会社	株式会社東京ますいわ屋（きものを主要業務とした専門店チェーン）
支配株主	アスパラントグループ株式会社（持ち株比率 55.5% 自己株除く）

（2017年8月31日現在）



さが美グループの事業領域

高品質な正絹きもので単価10万円から30万円の価格帯を中心に販売
本物の手仕事や国内産地の商品を中心に販売





当社事業の強み

業界におけるポジション

- ◆ きもの市場規模2,785億円（矢野経済研究所調べ2016年）に対し、さが美グループは126億円（きもの・和装小物の小売。宝飾品等は含まず）の売上高があり、4.5%の市場シェア。
- ◆ きもの業界No.1の店舗数（163店舗）と年間約50万人の利用があり、国内産地ブランドを意識した高品質で価格訴求力の高いきもの開発と販売、質の高いサービスを提供。

商品戦略

- ◆ きもの全般、和装小物等のフルラインの商品構成であり、若年層から年配層まで幅広いお客様層がターゲット。
- ◆ 業界大手としての、きもの産地との協力体制による付加価値の高い商品仕入れ。
- ◆ メーカーとの共同開発で、付加価値の高いオリジナル商品をご提供。
- ◆ レンタルは振袖、卒業袴を一部店舗で取り扱い、今後取扱い店舗を拡大予定。
- ◆ リサイクル商品はさが美に併設する「蔵三味」のほかに、店外展示販売会や不定期の店舗企画により販売。

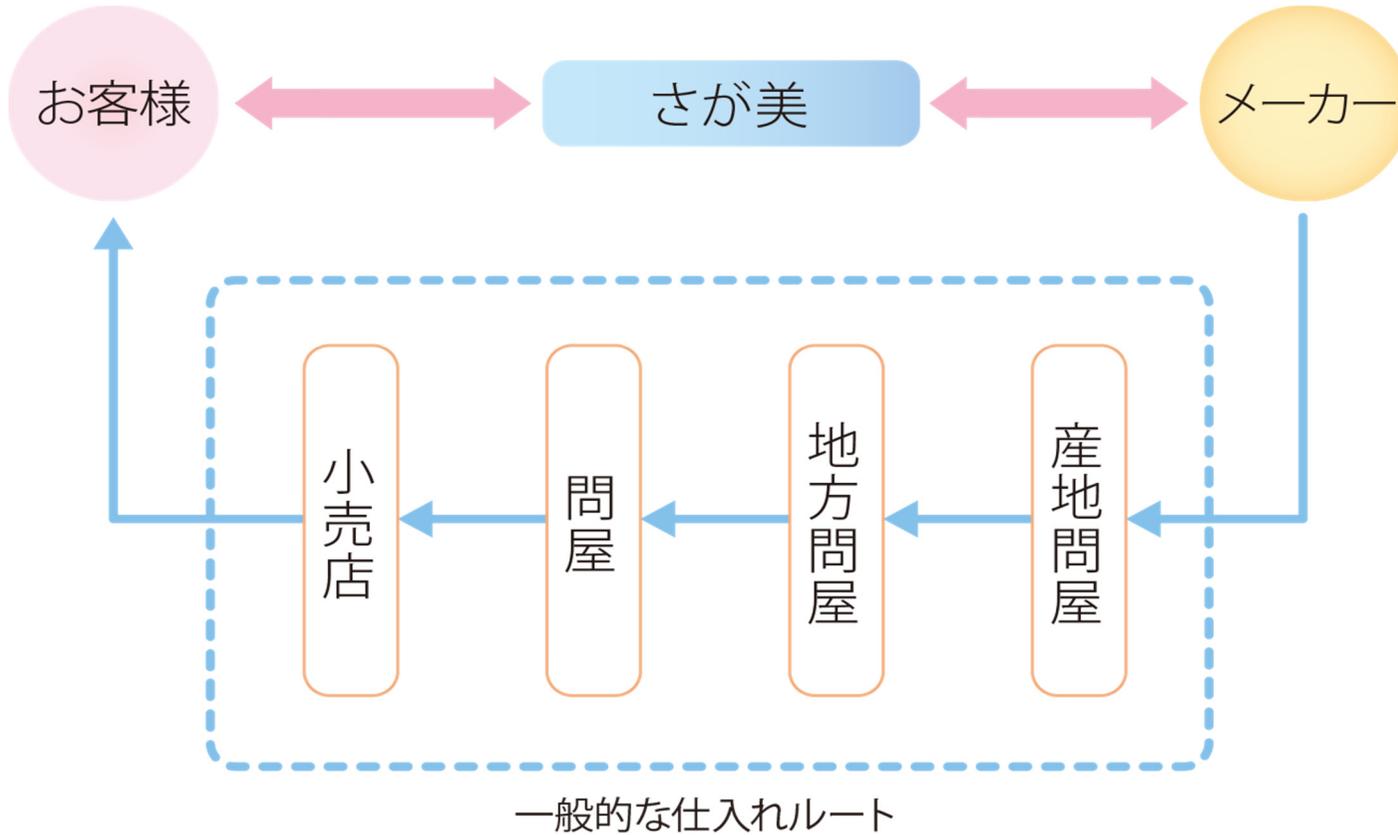
サービス戦略

- ◆ きものお手入れを推進。「京洗い」を含むお手入れ全体で年間約18万点を受注。きものを着る機会の増加やタンス在庫の活性化につながり、新たな需要を創造。
- ◆ きものを着る機会の提供。店舗単位で「お出かけ会」などの企画を実施。
- ◆ きもの文化事業の着付け、和裁教室の展開。



オリジナル商品の開発

きもの業界No.1の店舗数を持つさが美ならではの企画力、提携によるメーカーとの共同開発で、付加価値の高いオリジナル商品を、リーズナブルな価格にてお客様へご提供



メーカーとの共同開発

- 染色
- デザイン
- 素材（生地）
- 織り物
- 加工（刺繍、絞り等）
- 仕立て



当年度のオリジナル商品

さが美は長年、オリジナル商品の開発を商品政策の中心にすえております。

中でも付下げ+袋帯のコーディネート販売には継続して注力しており、約30年で20万点の販売実績ができました。

それを記念して、この度、有名作家に素晴らしい作品を『さが美』オリジナルで製作頂きました。



オリジナル新作 付下げ+袋帯セット

螺鈿作家 藤本 隆士 作

仕立上り価格

158,000円 (税別)

「ステンドグラス 花」





◆ きものは、着ることを高く意識する伝統文化

現代生活は、便利、速い、入手しやすいが基本にあります。

「きもの」はその反対で、手間と時間がかかり、それなりに費用のかかる伝統文化です。

（他の例：茶道、華道、書道、陶芸等の習い事）

◆ 伝統文化とは、わかりにくさもある世界

きものは、習い事に似て、色、柄の合わせ方など、決まりごとやTPOがあり、現代生活にはなじみの薄いこともあります。

（そのため、インターネット購入は初心者にはむずかしい。）



さが美グループの人材の強み

文化的で高度な説明ができ、わかりにくい世界をわかりやすくご案内、ご提案できる社員を育成しています。

⇒ 社内教育制度による『きものアドバイザー』の育成
（きものアドバイザー：きもの知識、着付け等の資格）



きもの事業の特徴と人材 (2)

さが美グループが注力している文化的説明と慣習を踏まえた提案を必要とするフルラインの商品群、サービス



高度な説明、提案をあまり必要としない商品群





きものファンから顧客化への取り組み

きものファンを増やす取り組み

きものファンから顧客化へ

『きもの文化学苑』
の取り組み

きもので
お出かけ会

お客様視点からの
フィードバックの徹底

きものファンを増やす
魅力的な店頭作り

新しいお客様

お客様満足への取り組み

感動体験

本物に触れる機会や、きものを着る楽しみ

お客様

展示販売会
お出かけ会等

伝統的なきもの文化に
触れる体験

社員

お客様と一緒に
感動体験

お客様との一体感
働きがい、社会貢献

来店頻度の向上

常連のお客様



きもの文化事業の推進

さが美は、きもの文化学苑の運営を通じてきものファンの裾野を広げる活動をしています。

着付け、和裁の学習（きもの文化学苑）



さが美
きものアドバイザー
制度への協力
店舗へ派遣教育

着付け学習

さが美グループ
のお客様等から
着付け依頼

* N P O 活動

中学校等に
ゆかたの着付け
指導

日本の文化（きもの文化）を守るお手伝い
日本人としてのアイデンティティの認識深化

* 和装教育国民推進会議で活動している N P O 活動（中学校で年間3万名のゆかた着付け指導）



Ⅱ. 決算概要



2018年2月期第2四半期 決算概要

◆第2四半期の売上高は、前年実績に対し82.4%（16億64百万円減）
 主な原因は、ホームファッション事業からの撤退、きもの不採算店舗の閉鎖、
 きもの売上高の既存店前年割れによるものです。

（単位：百万円）

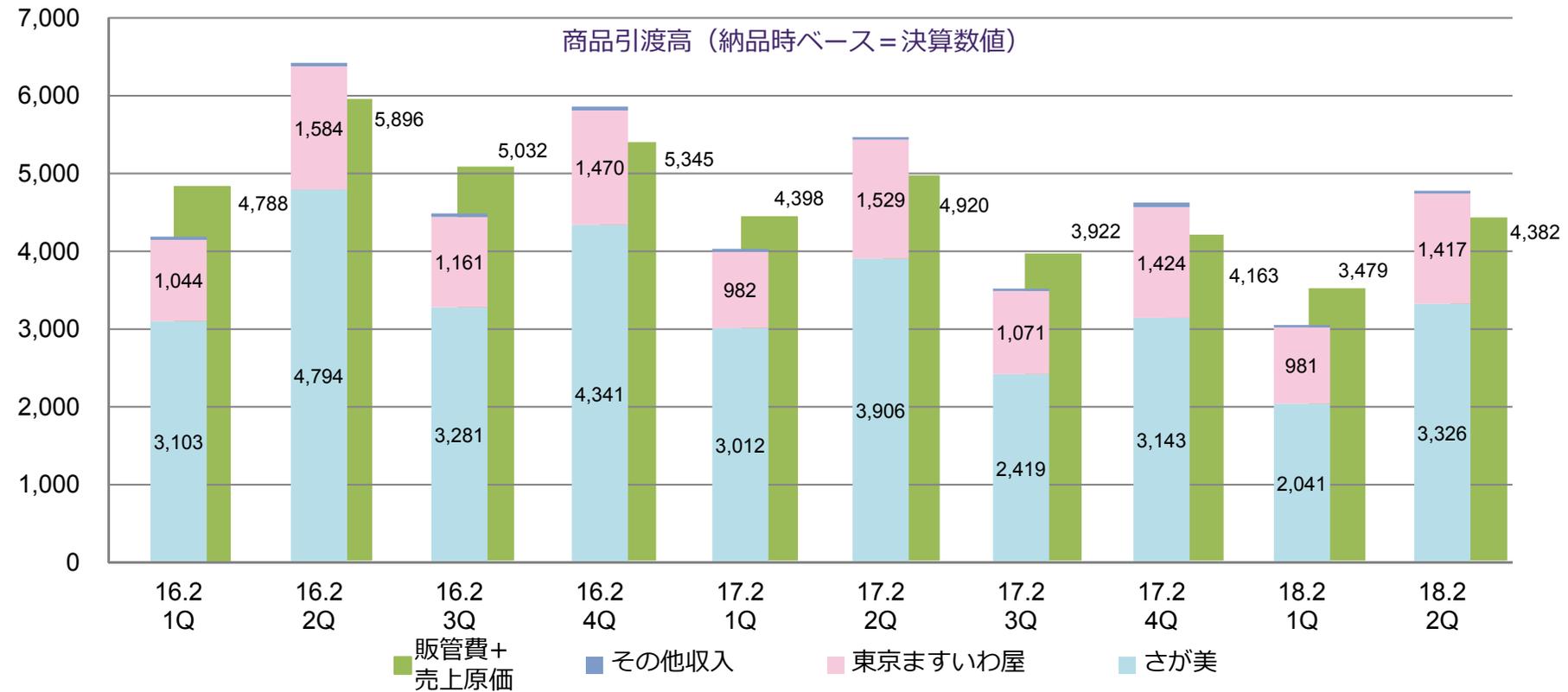
	2017年2月期 2Q	2018年2月期 2Q	増減率 (%)	2018年2月期 連結予想	2Q進捗率
営業収益 [売上高+営業収入]	9,499	7,826	-17.6%	16,102	48.6%
営業総利益 [売上総利益+営業収入] (営業総利益率)	5,473 (57.6%)	4,522 (57.8%)	-17.4%	9,406 (58.4%)	48.1%
販売費及び一般管理費 (売上販管費率)	5,292 (55.7%)	4,558 (58.3%)	-13.9%	9,091 (56.5%)	50.2%
営業利益 (営業利益率)	181 (1.9%)	▲36 (-0.5%)	-	315 (1.9%)	-
経常利益 (経常利益率)	207 (2.2%)	▲35 (-0.5%)	-	289 (1.8%)	-
当期純利益 (当期純利益率)	288 (3.0%)	▲33 (-0.4%)	-	115 (0.7%)	-
EPS (1株当たり当期純損益)	7.29円	▲0.85円	-	-	-
ROE (自己資本利益率)	6.1%	-0.6%	-	-	-

*各項目の率は営業収益で除しています。



商品引渡高（売上）の四半期毎推移

(単位：百万円)



◆1Qはゴールデンウィークで店頭来店者数が減ることや大型展示販売会がないため、商品受注高の水準が低く、2Qは大型展示販売会と浴衣販売で客数が増加するため、受注の水準が高くなる傾向があります。

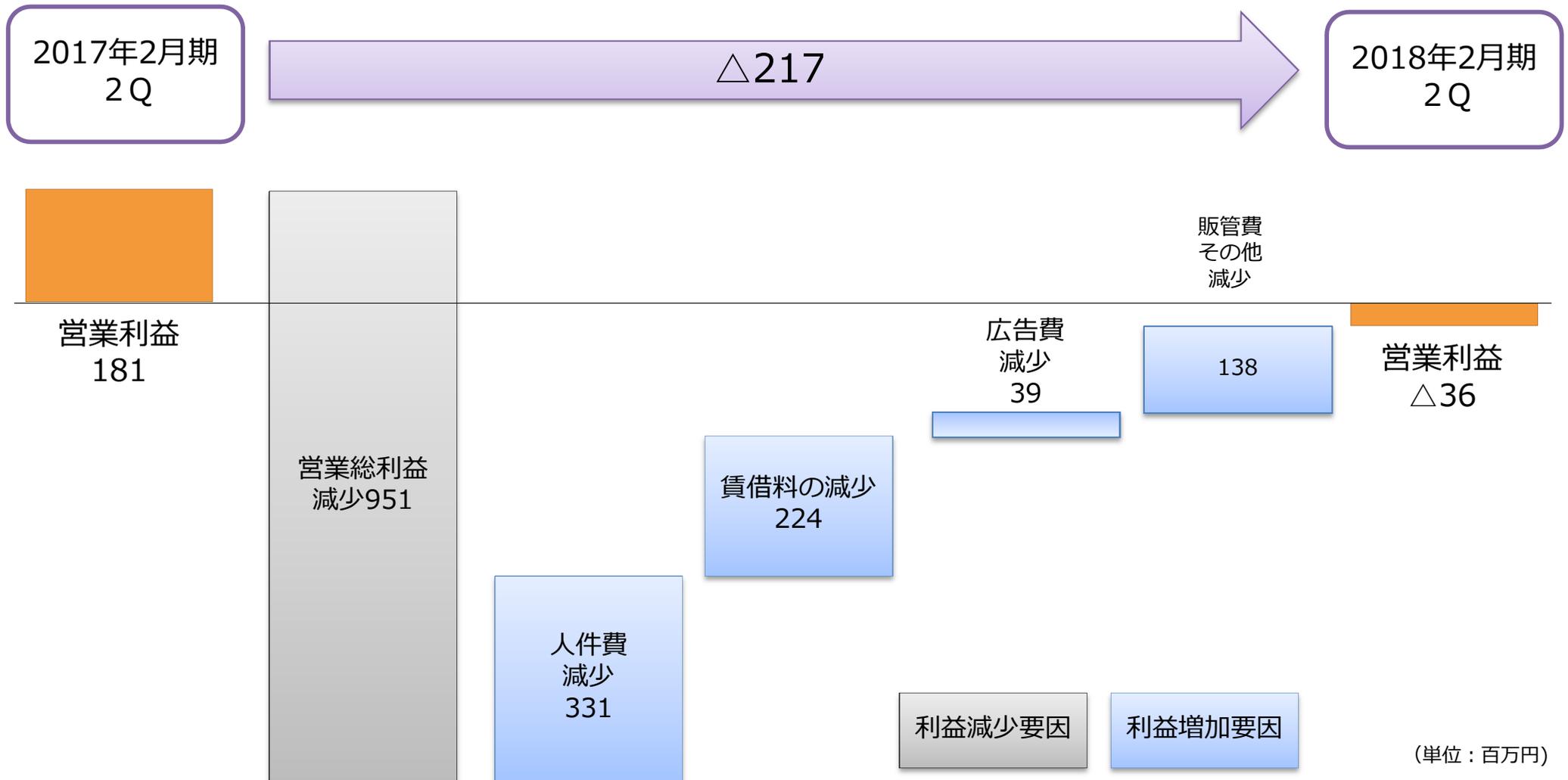
◆商品引渡高は、2月と8月の決算月にあわせて、お客様への納品促進に努めていますので、2Qと4Qの数値が増加しています。

*当社においては、通常、商品受注から売上計上（商品引渡）まで、仕立加工を施す必要があることから30日～50日の差が生じます



営業利益（連結）の増減要因について

大型展示販売会の不振の影響と、夏場の天候不順による浴衣販売の減少によって営業総利益が減少いたしました。営業費の削減をいたしました。営業総利益の減少分をカバーできず、営業利益が赤字となりました。





2018年2月期第2四半期 貸借対照表



(単位：百万円)

	2017年2月期	2018年2月期 2Q	前期比増減額	主な増減要因
流動資産合計	5,883	4,951	-932	短期借入金の返済による現預金の減少
有形固定資産	3,446	3,465	+19	
無形固定資産	18	22	+3	
投資その他資産	2,076	1,884	-191	
固定資産合計	5,541	5,373	-168	
資産合計	11,425	10,324	-1,101	
流動負債	4,425	3,227	-1,198	短期借入金の返済
固定負債	890	1,010	+120	
負債合計	5,315	4,237	-1,077	
純資産合計	6,109	6,086	-23	親会社株主に帰属する純損失の計上
負債純資産合計	11,425	10,324	-1,101	
自己資本比率	53.5%	59.0%		



Ⅲ. 中期経営計画



中期経営計画における指標

2017年2月期立案 → 3年後、2019年2月期に営業利益率3%を目指す

中期経営計画のための戦略

- 1、事業構造改革
- 2、きもの事業収益構造改革
- 3、経費削減改革
- 4、組織・人事制度改革

以上を推進し、経営資源をきもの事業に集中し、黒字体質への変換を成し遂げます



中期経営計画 進捗状況

1、事業構造改革	ホームファッション事業からの撤退	完了
	きもの事業の不採算店舗閉鎖	完了
	本社移転	完了
2、事業収益構造改革	顧客分析システムのデータを商品開発等へ活用	2018年2月期3Q 過去データの取り込み、活用による休眠客へのアプローチ
	売上総利益率の向上に向けて、重点対策店舗の設定	2017年2月期より継続 商品付加価値の向上により、販売値引き率を改善
	1店舗年商1億円のチェーンを目指して大型店強化	2018年2月期より継続 大型店向けに通常の3倍の売上高を目標とした企画を実施中
	不動産収入の拡大	2018年2月期3Q 本社移転跡地利用
3、経費削減改革	グループ経営体制の強化による業務効率の改善	2018年2月期1Q 現状調査及び企画設計を開始、2018年4Qより展開目標
	店舗別採算に基づく利益体制の構築	2018年2月期 計画中
4、組織・人事制度改革	業績連動型給与の導入等による人事制度改革	2018年2月期3Q 契約社員を正社員に登用する制度の拡大導入 2019年2月期より業績連動型給与の導入予定
	人材育成と教育体制の充実	2018年2月度3Qより開始



IV. 業績予想



2018年2月期業績予想

(単位：百万円)

	2017年2月期	2018年2月期	前期比増減額	増減率 (%)
営業収益 [売上高+営業収入]	17,626	16,102	-1,524	-8.7%
営業総利益 [売上総利益+営業収入] (営業総利益率)	10,240 (58.1%)	9,406 (58.4%)	-834	-8.2%
販売費及び一般管理費 (売上販管費率)	10,016 (56.8%)	9,091 (56.5%)	-925	-9.2%
営業利益 (営業利益率)	224 (1.3%)	315 (1.9%)	+91	+40.4%
経常利益 (経常利益率)	201 (1.1%)	289 (1.8%)	+88	+43.1%
当期純利益 (当期純利益率)	1,479 (8.3%)	115 (0.7%)	-1,364	-92.2%

* 各項目の率は営業収益で除しています。

* 2017年9月25日現在 当期純利益は、法人税等調整額の戻し入れにより上方修正といたしました。

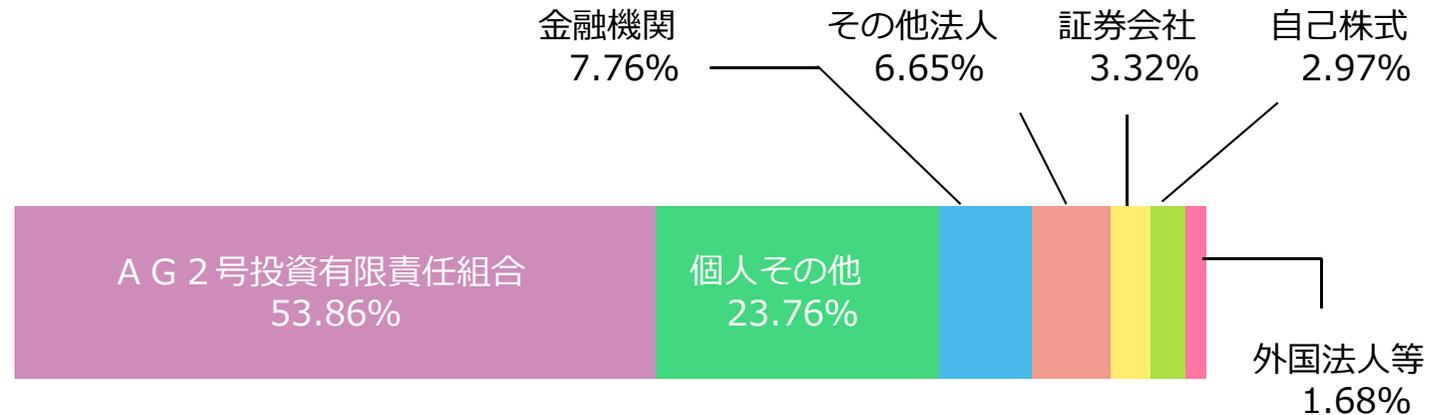
- ◆ 売上高が減少予想となっているのは、2017年2月期に実施したホームファッション事業からの撤退、きもの事業の不採算店舗閉鎖による影響です。2017年2月期の売上高には、撤退したホームファッション事業657百万円、きもの事業不採算店舗分1,187百万円が含まれています。



V. 株主メモ



◆株式分布状況および主要株主（2017年8月31日現在）



◆配当政策

当社は、株主の皆様への利益還元を経営上の重要施策のひとつと位置づけており、会社の競争力を維持するための投資をおこない、財務体質の強化を図りつつ、業績に見合った利益配分をおこなうことを基本方針としております。

2017年2月期におきましては、2012年2月期から5期続いた営業利益・経常利益の赤字から脱却し、黒字となりましたが、現在、安定して利益のせる企業となるべく事業基盤整備に努めており、当該事業年度の配当を見送りました。

2018年2月期におきましては、引き続き営業利益・経常利益の黒字化を達成し、財務的にも安定化を図り、今後の利益配分に備えてまいります。



当社は、2017年5月16日開催の第43期定時株主総会終結の時をもって、監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へと移行いたしました。

また、2017年8月、経営体制を強化するために、平松達夫は取締役会長としてグループ戦略の面から経営をサポートすることとし、きもの事業の経験豊富な西脇秀雄を代表取締役社長といたしました。

◆取締役9名のうち2名が社外取締役・独立役員

- ・代表取締役社長 西脇 秀雄
(株式会社東京ますいわ屋 代表取締役社長 兼任)
- ・取締役会長 平松 達夫
- ・常務取締役 須山 耕一
- ・取締役 宿野 大介
- ・取締役 中村 彰利
(アスパラントグループ株式会社 代表取締役社長)
- ・取締役 浜田 康彦
(アスパラントグループ株式会社 パートナー)

- ・取締役 (監査等委員/常勤) 井倉 育夫
- ・取締役 (監査等委員/独立社外) 藤田 尚子
- ・取締役 (監査等委員/独立社外) 松本 好弘

