



株式会社オンリー
2016年8月期 決算説明資料

2016年10月13日



目次

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 2016年 連結業績
4. 2016年 業績レビュー
5. 2016年 期末処理について
6. 既存店売上推移
7. アイテム別売上高
8. 出退店・店舗数推移
9. 店舗分布図
10. 2017年8月期 連結業績予想
11. 2017年8月期 主な取組

会社概要



| | |
|-------------|-------------------------|
| 商 号 | 株式会社オンリー |
| 本 店 所 在 地 | 京都市下京区松原通烏丸西入ル玉津島町303番地 |
| 証 券 コ ー ド | 3376 (東京証券取引所第1部) |
| 設 立 | 1976年6月22日 |
| 事 業 内 容 | 自社プライベートブランド商品の企画、製造、販売 |
| 資 本 金 | 10億7,985万円 |
| 連 結 売 上 高 | 68億2,422万円 (2016年8月期) |
| 連 結 従 業 員 数 | 329名 (2016年8月末) |
| 連 結 店 舗 数 | 61店舗 (2016年8月末) |



ONLY

事業内容 (店舗業態)

ONLY PREMIO

ONLY

The @ SUPER SUITS STØRE



「高品質・高感度・適正価格のビジネスウェアを提供する」というコンセプトのもと主要品目の主な販売価格をスーツ38,000円・28,000円・19,000円、シャツ4,800円・3,800円・2,900円、ネクタイ5,500円・3,800円・2,800円といった3種類の価格に設定するとともに、身長別の商品陳列を導入するなど効率的な運営を目指しています。
「ザ・スーパースーツストア」は1999年に第1号店を出店し、2013年2月に「オンリー」第1号店を出店しました。現在は、ブランド認知度を向上させるためと、より上質で感度の高い店舗空間を追求するため、「ザ・スーパースーツストア」を順次「オンリー」に改装しております。

ONLY WOMEN



働く女性を応援するというコンセプトで、それまで無かった女性向けビジネススーツの専門店という販売チャネルとして、平成21年10月にスタートした販売業態です。
ホームウォッシュスーツ（家で水洗い可能なスーツ）を軸に、豊富なサイズバリエーションの商品構成などの商品構成を特徴としています。

※「シーラブズスーツ」は「オンリーウィメン」へ進化いたします。
(She loves SUITS池袋マルイ店は、2016年11月にONLY WOMENに名称を変更いたします。)

SUITS & SUITS



オンリーやザ・スーパースーツストア等の店舗で2年間定価販売した後の商品は、スーツアンドスーツにてアウトレット販売いたします。アウトレット商品に加え、独自商品の販売も強化しており、従来のアウトレット業態から低価格・高品質を強調した量販型スーツショップへの移行を図っています。



ONLY

2016年8月期の主な取組み

| | |
|-----|---|
| 店舗 | ONLY PREMIO業態の新店出店 → 3店舗 |
| | The @ SUPER SUITS STORE業態からONLY業態への改装 → 3店舗 |
| 商品 | <p>顧客層を拡大するため、ONLY PREMIOブランドとして、従来の当社商品より高価格帯の商品の展開を行いました。このうち、インポートやセミドレス商品については当社顧客のニーズに合致せずに苦戦いたしました。ビジネステイストの商品については売上の反応がよく、顧客層拡大について一定の成果を得ることが出来ました。</p> <p>また、防しわ効果のある「トラベラー」ラインや、オーダースーツの販売の強化に取り組みました。</p> |
| その他 | 前期に新築した京都市下京区の自社ビルについては、前期末から賃貸の用に供しており、当期は通期で業績に寄与いたしました。 |

2016年8月期 連結業績

| ◇連結損益 | (単位：百万円) | | | | ◇参考 「期末処理※」除く | (単位：百万円) | | | |
|------------|----------------|--------------|--------|-------|---------------|----------|---------------------|-------|-----|
| | 修正計画 (4月発表) | 2016年 8月期 | 計画比 | 前期比 | | 期末処理 | 2016年8月期 (期末処理前) | 計画比 | 前期比 |
| 売上高 | 6,800 | 6,824 | 100.4% | 95.7% | △35 | 6,859 | 100.9% | 96.2% | |
| 売上総利益 | - | 4,164 | - | 91.8% | △125 | 4,289 | - | 94.6% | |
| (売上総利益率) | - | 61.0% | - | △2.6% | 356.5% | 62.5% | - | △1.1% | |
| 販売費及び一般管理費 | - | 3,728 | - | 99.3% | 0 | 3,728 | - | 99.3% | |
| 営業利益 | 580 | 435 | 75.1% | 55.8% | △125 | 560 | 96.7% | 71.9% | |
| (営業利益率) | 8.5% | 6.4% | △2.1% | △4.6% | 356.5% | 8.2% | △0.4% | △2.8% | |
| 経常利益 | 750 | 622 | 83.1% | 72.5% | △155 | 778 | 103.8% | 90.6% | |
| (経常利益率) | 11.0% | 9.1% | △1.9% | △2.9% | 442.7% | 11.3% | +0.3% | △0.7% | |
| 当期純利益 | 465 | 277 | 59.7% | 59.7% | △162 | 440 | 94.7% | 94.7% | |



ONLY

2016年8月期 業績レビュー

| | |
|-------------|---|
| 外的環境 | <p>2015年秋冬シーズンは暖冬の影響でスーツやコート等の重衣料販売に苦戦し、2016年春夏シーズンについては、台風等の天候不順の影響を受けたほか、7月以降は記録的な猛暑となったため、衣料品の小売りについては全般的に低調に推移いたしました。 (総務省の8月の家計調査では「被服及び履物」の消費支出は前年比12.9%減。)</p> |
| 内的要因 | <p>1. 価格戦略 仕入コスト（生産コスト）が上昇している状況において、商品の品質レベルを維持していくため、主要アイテムであるスーツ等について中心販売価格の引き上げを行いました。しかし、この価格戦略の変更は結果として買上客数の減少を招くこととなり、スーツ売上の減少という結果になりました。</p> <p>2. インポート商品 2015年10月に当社最大規模のショップを自社ビルにオープンしたことにあわせて、顧客層を拡大するため、従来の当社商品の価格帯よりも高価格な、インポートを中心とするセミドレス商品を新規展開いたしました。しかしながら、急激に円高に移行し、デフレ回帰の動きが出てくる中において、これら新規取扱商品の販売は苦戦いたしました。</p> <p>3. ウィメンズの低迷 ウィメンズについては、売れ筋商品の投入時期が遅れたこと等により、売上高が前期比85.2%と低迷いたしました。</p> |
| 株主還元 | <p>当社の配当政策は、従来より連結当期純利益の20%を配当性向としております。2016年8月期の当期純利益は277百万円となり、当初の業績見通しを下回ることとなりました。このため、期末の普通配当については12円00銭（配当性向20.8%）といたします。</p> <p>また、当社は2016年6月をもって設立40周年を迎えました。加えて2016年8月には東京証券取引所市場第一部指定となりました。よって、株主の皆様への感謝の意を表するため、1株当たり5円の記念配当を実施させていただきます。</p> <p>これにより2016年8月期の期末配当については、1株当たり17円00銭（内、記念配当5円）となり、配当性向は29.5%といたします。</p> |



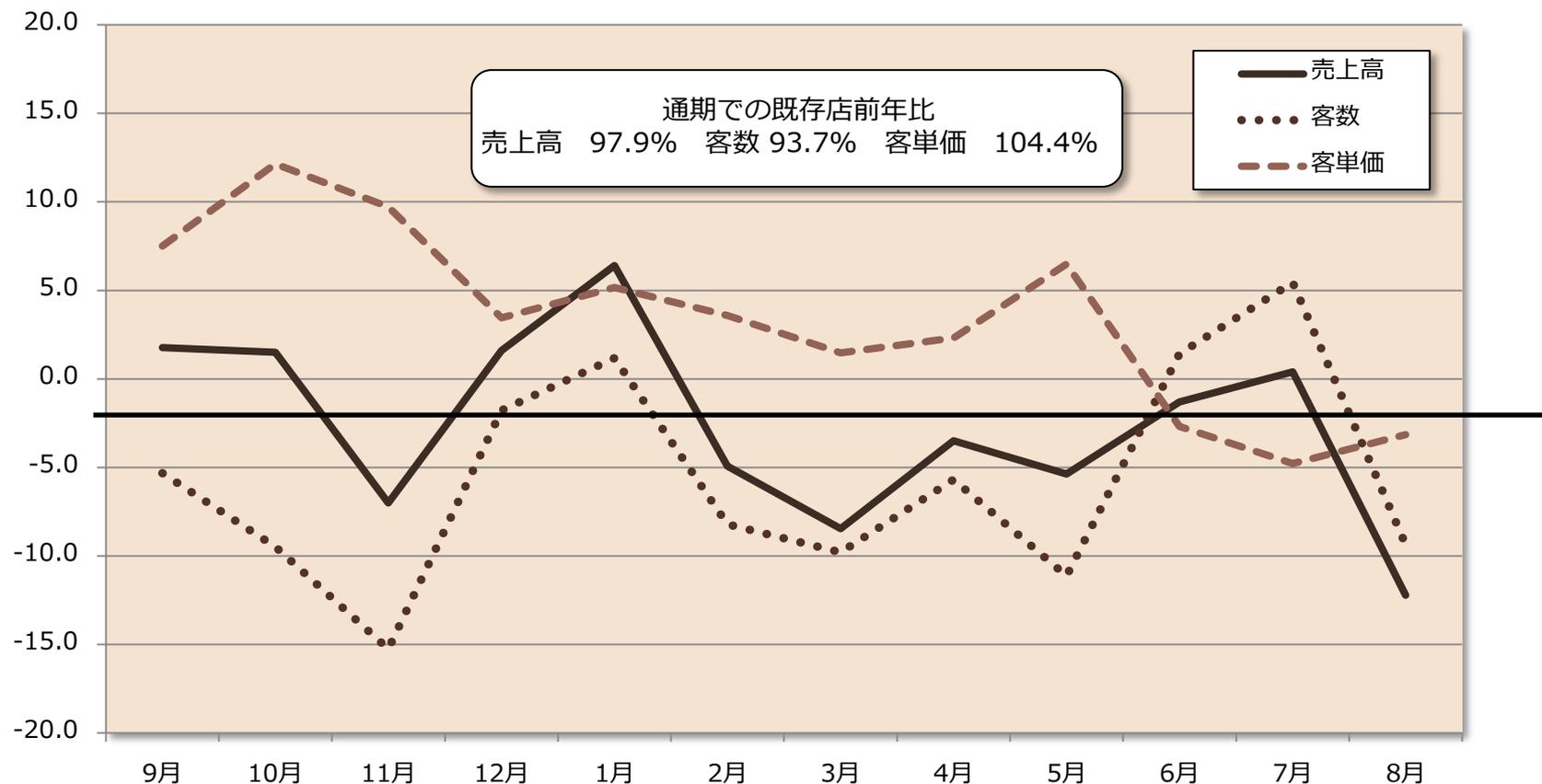
2016年8月期 期末処理について

| | |
|---|---|
| 優待券 引当処理 | <p>エポスカードとの提携により、エポスポイントの交換商品として優待券を発行しております。この交換レートについて、従来500ポイントで1,000円の優待券発行としていましたが、2016年9月からは1,000ポイントで1,000円の優待券発行に変更いたしました。このことにより、2016年8月の優待券発行枚数が急増いたしました。</p> <p>この優待券については使用時の値引となることから、これに備えるために引当金65百万円（売上値引35百万円、営業外収益の取消30百万円）を計上いたしました。</p> |
| インポート 商品評価損 | <p>政府及び日銀の各種政策により景気が上向きになっていたということもあり、当社でも、顧客層を拡大するため、インポート商品やセミドレス商品などの高価格商品の取扱を開始いたしました。急激に円高に移行し、デフレ回帰の動きが出てくるなか、これら高価格商品の販売は低調に推移することとなりました。このため、2017年8月期以降は商品テイストを「ビジネス」に集中することとし、このようなインポート商品やセミドレス商品については発注を中止することとなりました。</p> <p>このことから、既に在庫に計上している商品については臨時で評価損89百万円を売上原価に計上いたしました。</p> |
| ONLY PREMIO KYOTO 減損損失 | <p>2015年10月に自社ビルにオープンしたONLY PREMIO KYOTOは、従来の顧客層を拡大するためにインポート商品等を展開したり、2Fにオーダーサロンを設置する等、当社の旗艦店として位置づけた店舗でしたが、インポート商品等については当社の顧客層の需要にマッチせず、また新規顧客層も十分に獲得することができず、営業成績は低迷しておりました。</p> <p>このことから、自社の店舗として営業を継続するよりも、収益物件として賃貸の用に供する方が業績への寄与が大きいと判断し、当該店舗を2016年8月に閉店し、減損損失87百万円を計上することといたしました。</p> |



ONLY

既存店売上推移



仕入コスト（生産コスト）が上昇していたことから、当期より主力商品であるスーツやシャツの中心販売価格を引き上げましたが、その結果客数減を招くこととなってしまいました。このため、2016年秋冬シーズンの商品企画については、各アイテムのエントリー商品を設け、販売価格の設定も以前と同じ水準まで引き下げる等、客数増に取り組んでまいります。

アイテム別売上高

(単位：百万円)

| | 2015年8月期 | 2016年8月期 | 増減額 | 前期比 |
|---------|----------|----------|------|--------|
| メンズ | 6,372 | 6,178 | △194 | 97.0% |
| スーツ | 3,515 | 3,431 | △84 | 97.6% |
| プレタスーツ | 2,683 | 2,513 | △170 | 93.7% |
| オーダースーツ | 832 | 918 | +86 | 110.3% |
| シャツ | 971 | 898 | △73 | 92.5% |
| ネクタイ | 431 | 429 | △1 | 99.7% |
| その他 | 1,454 | 1,419 | △35 | 97.6% |
| ウィメンズ | 759 | 647 | △113 | 85.2% |
| スーツ | 438 | 390 | △48 | 89.1% |
| プレタスーツ | 317 | 270 | △47 | 85.3% |
| オーダースーツ | 121 | 120 | △1 | 99.0% |
| その他 | 321 | 257 | △65 | 79.8% |
| 合計 | 7,131 | 6,824 | △307 | 95.7% |

出退店 店舗数推移

| 店舗業態 | (単位：店) | | | | | |
|---|--------|-------|-------|-------|-------|------|
| | 12/8期 | 13/8期 | 14/8期 | 15/8期 | 16/8期 | 前期比 |
| ONLY・ONLY PREMIO | 0 | 2 | 9 | 19 | 24 | +5 |
| ONLY WOMEN (※) | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | +0 |
| The @ SUPER SUITS STORE | 44 | 42 | 33 | 24 | 17 | △7 |
| She loves SUITS (※) | 6 | 5 | 3 | 1 | 1 | +0 |
| INHALE + EXHALE | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | +0 |
| SUITS & SUITS | 13 | 17 | 22 | 22 | 18 | △4 |
| 合計 | 65 | 67 | 67 | 67 | 61 | △6 |
| 期末店舗面積 連結合計 (坪) | 4,466 | 4,753 | 4,824 | 4,790 | 4,249 | △541 |
| ※「ONLY WOMEN」「She loves SUITS」はウィメンズ専門ショップです。 | | | | | | |

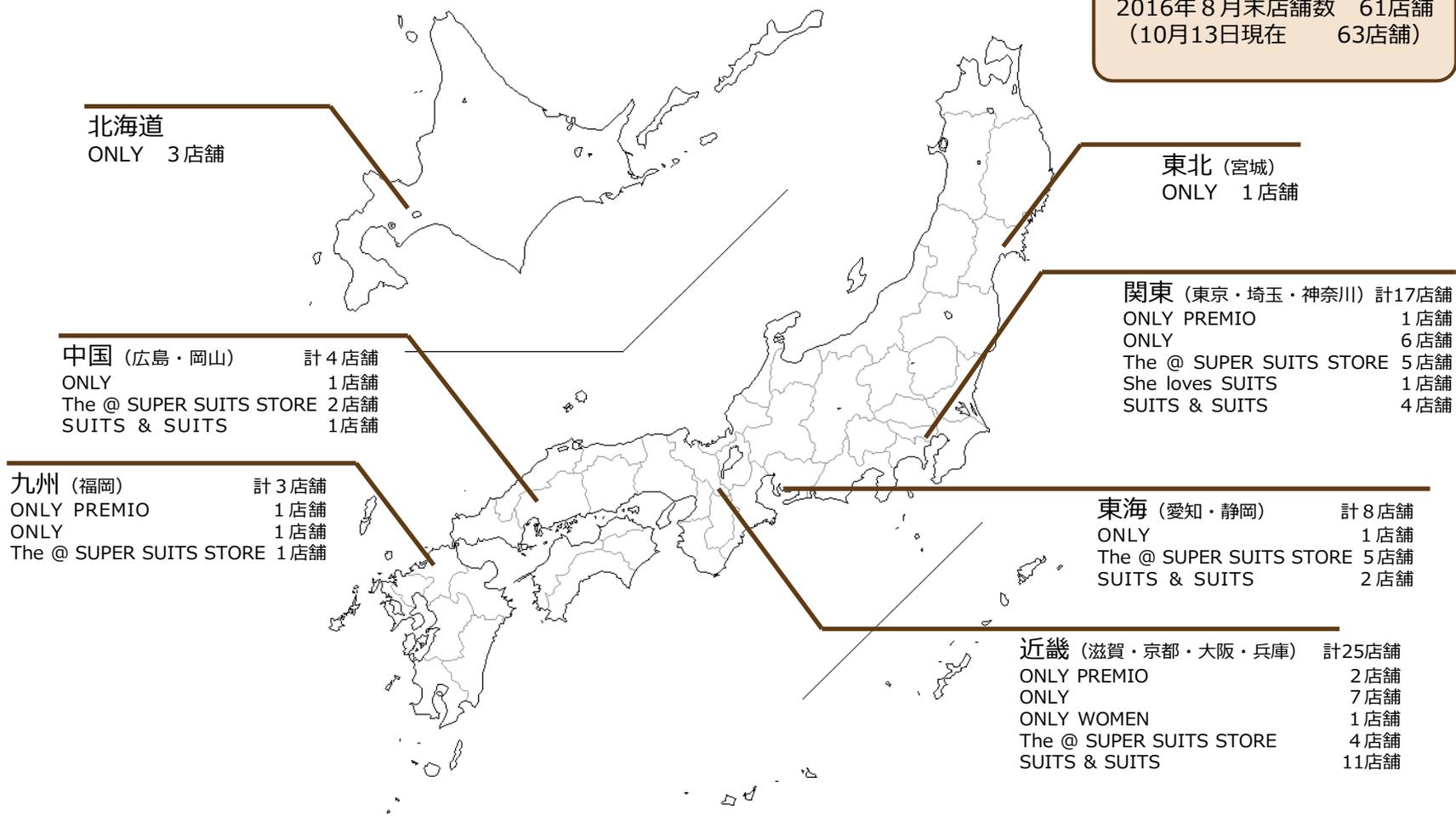
| | |
|-------------------------|----------------------------------|
| ONLY・ONLY PREMIO | 新規出店 3店舗、SSS業態からの改装出店 3店舗、閉店 1店舗 |
| The @ SUPER SUITS STORE | 閉店 3店舗、ONLY業態への改装閉店 4店舗 |
| SUITS & SUITS | 閉店 4店舗 |



ONLY

店舗分布図

2016年8月末店舗数 61店舗
(10月13日現在 63店舗)



2017年8月期 連結損益予想

| ◇連結損益 | | | | |
|------------|------------------|------------------|----------|--------|
| (単位：百万円) | | | | |
| 科目 | 2016年8月期 (実績) | 2017年8月期 (予想) | 増減 | 対比 |
| 売上高 | 6,824 | 7,000 | +175 | 102.6% |
| 売上総利益 | 4,164 | 4,420 | +255 | 106.1% |
| (売上総利益率) | 61.0% | 63.1% | +2.1ポイント | 103.5% |
| 販売費及び一般管理費 | 3,728 | 3,800 | +71 | 101.9% |
| 営業利益 | 435 | 620 | +184 | 142.4% |
| (営業利益率) | 6.4% | 8.9% | +2.5ポイント | 138.8% |
| 経常利益 | 622 | 760 | +137 | 122.0% |
| (経常利益率) | 9.1% | 10.9% | +1.7ポイント | 118.9% |
| 当期純利益 | 277 | 465 | +187 | 167.5% |



ONLY

2017年8月期 主な取組み

原点回帰

商品戦略の見直し

ビジネスパーソンにご支持いただけるよう「ビジネス」テイストに集中した商品づくりを行います。また、昨今のデフレ回帰の状況に対応するため、品質にもこだわりながら主要アイテムの中心価格の引き下げを行い、販売価格をスリープライスに統一いたします。

店舗環境の整備

お客様にとって、よりご来店いただきやすい売場づくりを実現するため、店舗における価格表記やPOP等の見直しや統一を行います。

会員制度の刷新

現時点において約100万人もの会員数となっている会員制度について、会員様によりメリットを実感していただけるような制度を導入するとともに、会員様へのプロモーションについても、新たな方法の導入を検討いたします。

挑 戦

ウィメンズ事業の再強化

市場トレンドに反して減少傾向にあるウィメンズ事業について、新MD投入や接客スキル向上のための研修等を実施し、売上拡大を図ります。

E C事業の強化

自社のE Cサイトの強化に加え、2016年10月のZOZOTOWN出店等、他社プラットフォームの活用も含め、E C部門の売上拡大を図ります。



免責事項

- ▶ 本資料に記載しているIR情報は、株式会社オンリー（以下、当社）の財務情報、経営指標等の提供を目的としておりますが、内容についていかなる表明・保証を行うものではありません。また、本資料への情報の掲載は、投資勧誘を目的にしたものではありません。
- ▶ 本資料に記載している情報に関して当社は細心の注意を払っておりますが、内容の正確性や完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた損害については、事由の如何を問わずに当社は一切責任を負いません。
- ▶ 本資料に記載している情報の一部には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は環境の変化などにより、実際の結果と異なる可能性があることにご留意ください。

◇ I R お問い合わせ先 ◇

株式会社オンリー
執行役員 経営管理グループ本部長 栢木
TEL : 075-354-4129
e-mail : kayanoki@only.co.jp