

2022年12月期
第2四半期累計
決算補足説明資料

TOKYO SOIR



1. 決算概況

業績ハイライト
損益計算書の詳細
貸借対照表の詳細
重要財務指標の進捗

2. 当期レビュー

事業概況
重点施策の進捗状況

3. 通期予測

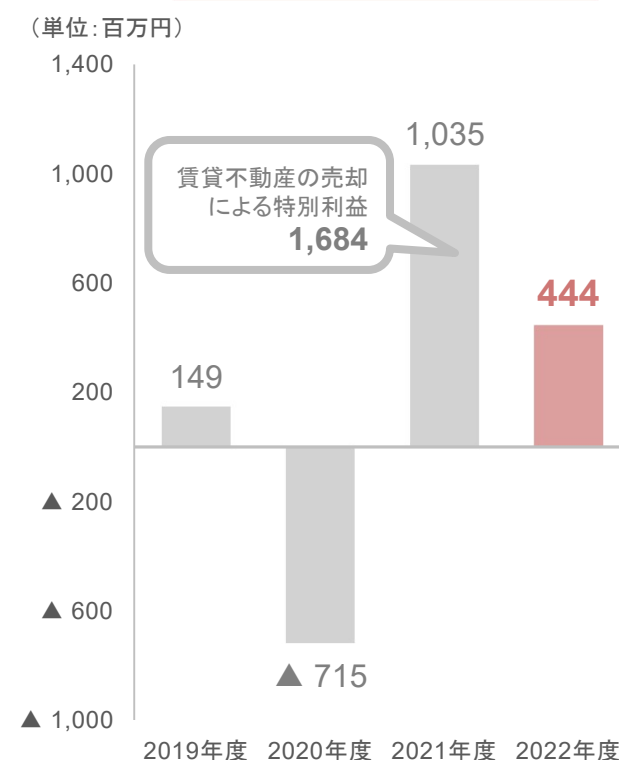
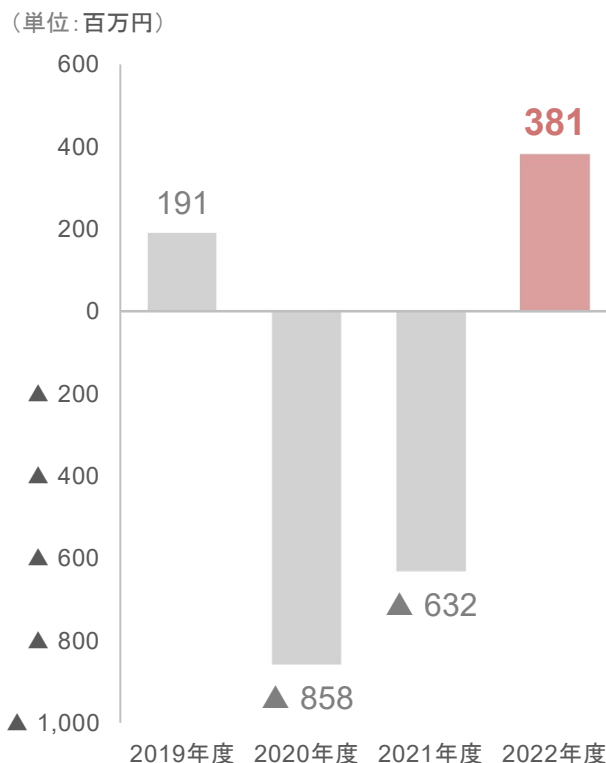
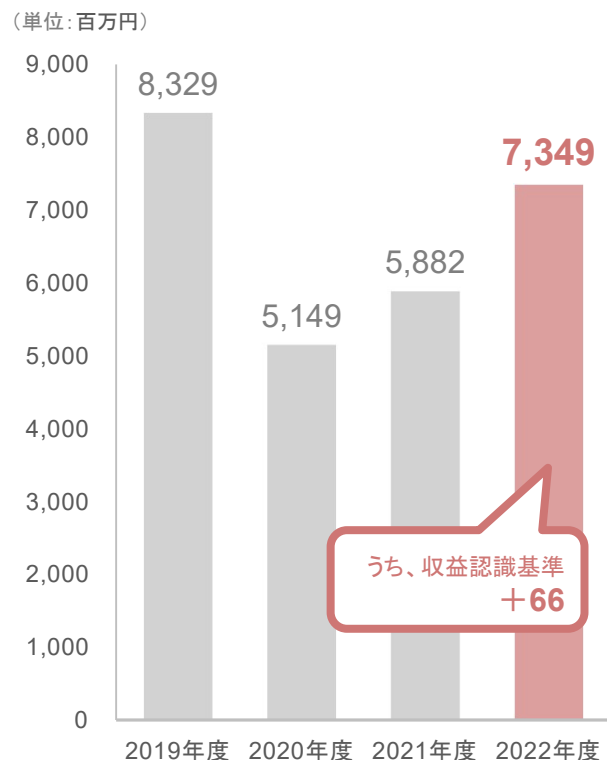
各段階利益の予測

4. その他データ

販売チャネル別売上高
実店舗数の推移
EC売上高及びEC化率の推移

※当第1四半期連結会計期間の期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。
このため、前第2四半期累計期間と収益認識に関する会計処理が異なることから、経営成績に関する説明において増減額及び前年同期比較(%)は記載せずに説明しております。

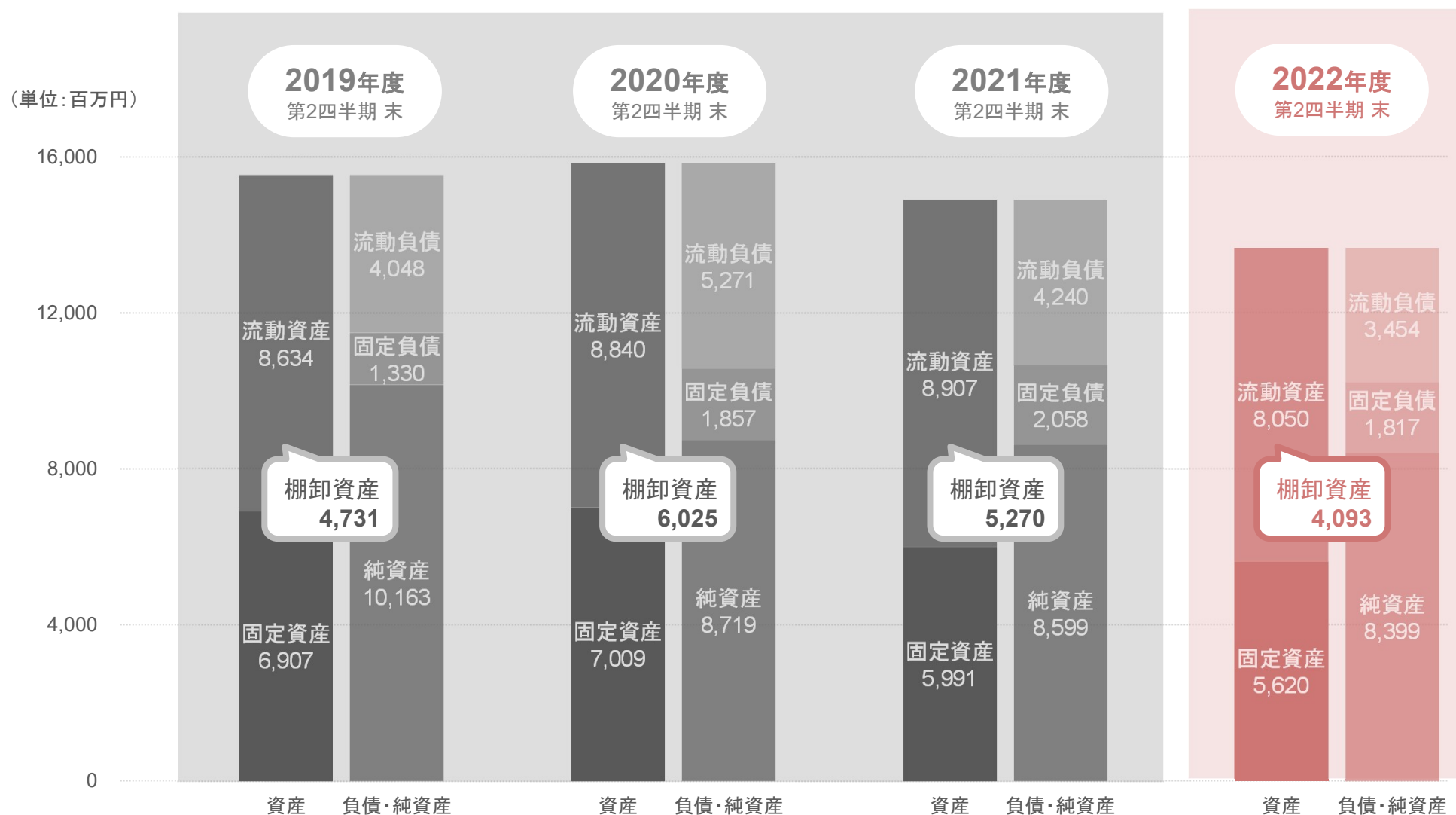
売上は各種オケーションが再開され、フォーマルに対する需要が回復基調にあったことから、堅調に推移し増収となっています。利益面ではブラックフォーマルの売上増による粗利益率の改善、人件費をはじめとした販管費の削減もあり、営業利益では381百万円、純利益では444百万円と前年の賃貸不動産売却の影響を除くと大幅な増益となっています。



製造コストおよび販管費の削減の取り組みによって、各段階において利益率は改善しました。売上高はコロナ禍前の2019年水準までは戻っていないものの、利益面では営業利益・純利益ともに2019年の実績を上回る結果となっています。

	第2四半期累計				
	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	前年同四半期対比
(単位:百万円/%)					
売上高	8,329	5,149	5,882	7,349	—
売上総利益	4,024	2,650	2,800	3,753	—
(率)	48.3	51.5	47.6	51.1	3.5
販管費	3,833	3,509	3,432	3,371	▲61
(率)	46.0	68.1	58.4	45.9	▲12.5
営業利益	191	▲858	▲632	381	—
四半期純利益	149	▲715	1,035	444	—

コロナ禍で増加した棚卸資産は、売上減に対応した在庫コントロールを徹底し、前年同四半期比▲1,177百万円、20年同四半期比▲1,932百万円と大幅に圧縮しており、コロナ禍前の19年同期よりも低い水準となっています。



収益構造を見直し、効率的な財務体質の構築を実現するための指標として、当社は以下の3項目を重要財務指標と位置付けています。

	実績 2021年度 第2四半期	実績 2022年 第2四半期	
棚卸資産回転率	1.08回転	1.69回転	棚卸資産の減少(前年同期比▲1,177百万円)に加え、売上高の増加(同+1,466百万円)もあり、0.62回転の改善となっています。
売上総利益率	47.6%	51.1%	プレステージブランドを中心としたブラックフォーマルの売上増加に加え、生産仕入の抑制をはじめとした製造コストの維持・削減に努めたこともあり、3.5ポイントの改善となっています。
販管費比率	58.4%	45.9%	店舗の営業状況が通常に戻ったことによる販促費や店舗賃借料の増加はありましたが、不採算店舗の見直し等による人件費の減少もあり、全体では同61百万円の減。販管費比率は12.5ポイントの改善となっています。

各事業において売上高は前年を上回り、特に主力事業である卸売事業、今後の成長事業と位置付けている小売事業が堅調に推移しました。

売上構成比	実績 2021年度 第2四半期	実績 2022年度 第2四半期	(※SC=ショッピングセンター)
小売事業 の売上拡大 SC・EC	13.1%	14.9%	<ul style="list-style-type: none"> SCは、結婚式ゲスト需要の回復が全体をけん引し、前年同四半期対比53.9%増 ECは自社ECサイトの利便性向上等に取り組み、同27.0%増
卸売事業 の進化 百貨店・量販店	66.5%	68.1%	<ul style="list-style-type: none"> 百貨店は、前年の営業時間の短縮などの影響も無くなり、ECとの連携を中心としたサービスの拡充やシェアの確保に努め、同40.4%増 量販店は同20.0%増
事業領域 の拡大 レンタル・新事業	0.2%	0.4%	<ul style="list-style-type: none"> レンタルは展開MDの拡大(紳士・お受験等)やECサイトへの集客強化等の取り組みで、同70.1%増
その他 専門店・通販	20.2%	16.6%	<ul style="list-style-type: none"> 専門店・通販は海外生産地のロックダウン等の影響により商品の安定供給体制の維持に苦戦し、同2.0%増に留まりました

※売上高の前年対比は比較可能な「収益認識に関する会計基準」適用前の実績を参照しています。

前年は春商戦において卒入学式などのイベントが再開されたことで、カラーフォーマルの販売が大幅に回復しましたが(前年のカラーフォーマルは前々年の同四半期対比で36.3ポイントの増)、今期はブラックフォーマルの販売も堅調に推移しました。

	実績 2021年度 第2四半期	実績 2022年度 第2四半期	前年同四半期対比
ブラック フォーマル	3,924百万円	4,718百万円	20.2%
カラー フォーマル	1,071百万円	1,397百万円	30.5%
アクセサリー	886百万円	1,165百万円	31.5%

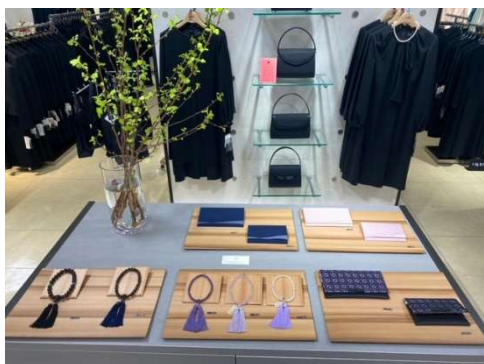


※売上高の前年対比は比較可能な「収益認識に関する会計基準」適用前の実績を参照しています。

新業態「フォーマルセレクトショップ」の展開

- 時代の変化に合わせたオリジナルショップの提案
- 新ブランドやギフトアイテムの取り扱いによる潜在層の獲得と接点拡大

2022年6月現在の展開店舗数 8店舗



多様化するフォーマルシーンに対応する
マルチオケージョンブランドの展開



SOIR PERLE



hitoiro
SOIR

ギフトアイテムの取り扱いによる
来店機会の増加



ドライフラワーギフト

オリジナルショップ「form forma」の構築

- ・ フォーマル専門業態ならではの総合力と form forma でしか買えない独自性の追求

オリジナル商品の開発

フォーマルの専門性とファッション性を兼ね備えたデザインブラックフォーマルの提案強化



ニーズの変化をとらえた商品企画(デザインブラック)

ショップの提案力向上



販売スタッフの育成による商品セット率・客単価の増加

ブラックフォーマルとカラーフォーマルのクロスコーディネート提案

オンラインマーケティング



SNS投稿・ライブ配信による顧客とのコミュニケーション構築

→ ネット経由による来店増加

ライフスタイル提案型業態「kuros' (クロス)」の開発

- 東京ソワールの原点である「ブラック」を起点に、ライフスタイルにこだわりのある消費者に向け、上質なアイテムを提供
- 購買頻度の高いアイテムにより、顧客生涯価値および顧客ロイヤルティを高める



AKOMEYA TOKYO in la kagū 神楽坂店
(2021年10月1日 ~ 2022年5月8日)



コレド室町3店
(2022年5月27日 ~ 7月31日)

黒に特化したオリジナルアイテムの開発



地下130mの井戸水で洗い
唯一無二の風合いを実現した
福島県産ニット



職人による縫製技術が光る
兵庫県豊岡産バッグ



木型を使用し、職人の手で
一点一点縫製される
本革ルームシューズ

黒を切り口にしたコラボレーションイベントの実施



黒のお弁当販売



黒のアイス販売

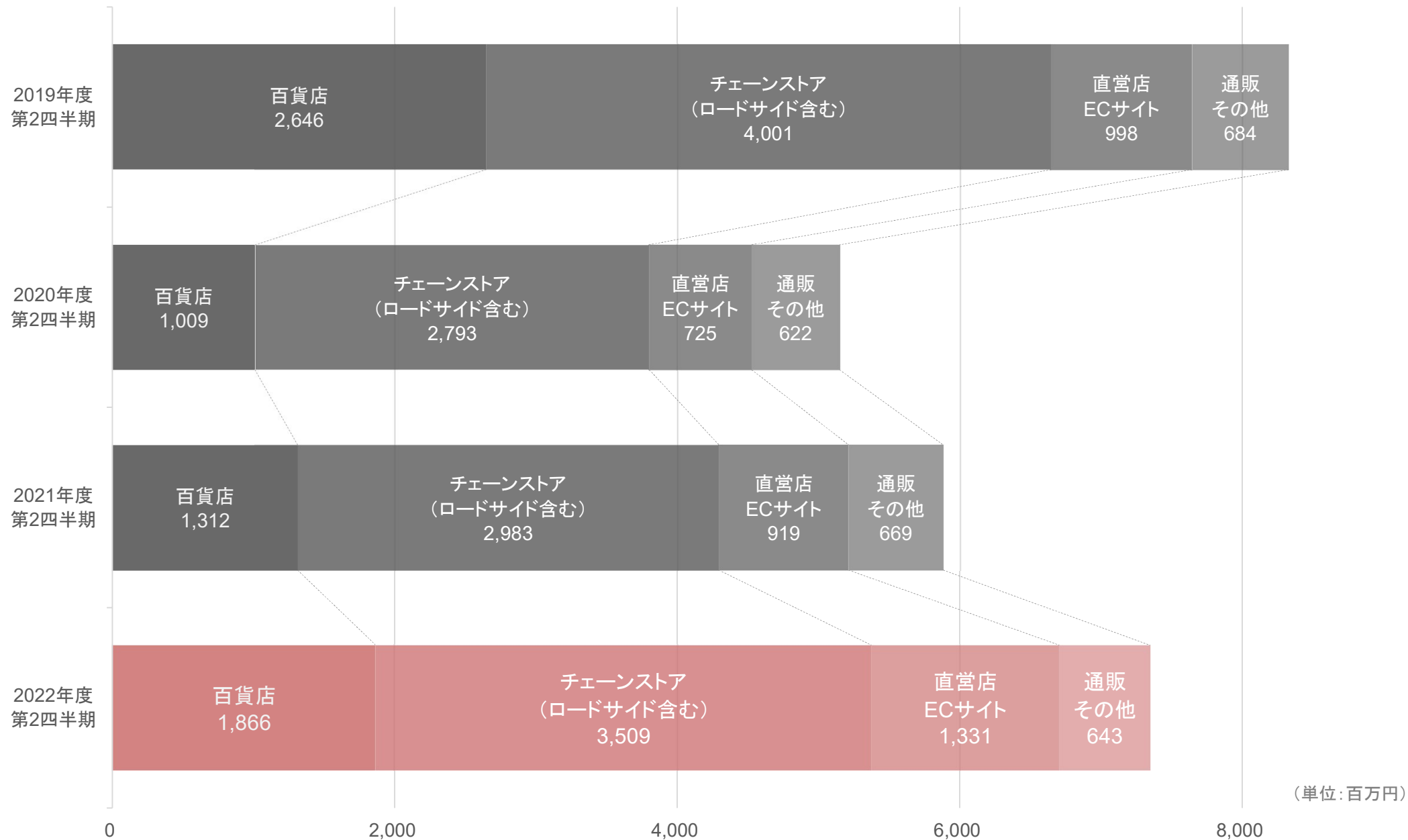


黒のテーブルコーディネートワークショップ

2022年12月期通期業績予想につきましては、新型コロナウイルスの感染再拡大、資源価格の高騰、急激な円安の進行、物価上昇による影響など、先行き不透明な状況が続いていることから、現時点において変更の予定はありません。今後、修正が必要となった場合には、速やかに開示いたします。

(単位:百万円/%)	通期実績	通期業績予想	対2021年度	
	2021年度	2022年度	増加額	成長率
売上高	11,822	14,000	+2,178	+18.4
営業利益	▲1,185	50	+1,235	—
営業利益率	—	0.35	—	—

4.その他データ 販売チャネル別売上高



※本データは販売チャネル別の売上高を四捨五入で表示しており、合計が決算短信における全社の売上高と一致しない場合がございます。
また、本データにおける販売チャネルは、6ページの当社の事業別のセグメントとは異なります。

4.その他データ 実店舗数の推移

		2019年度 第2四半期末	2020年度 第2四半期末	2021年度 第2四半期末	2022年度 第2四半期末	前年同四半期比
実店舗数	百貨店	162	152	137	121	▲16
	(うち、モノポリー)	67	68	63	54	▲9
	量販店	560	534	606	563	▲43
	(うち、モノポリー)	216	211	277	265	▲12
	フォームフォルマ	24	25	26	25	▲1
	アウトレット	6	6	7	8	+1
	計	752	717	776	717	▲59

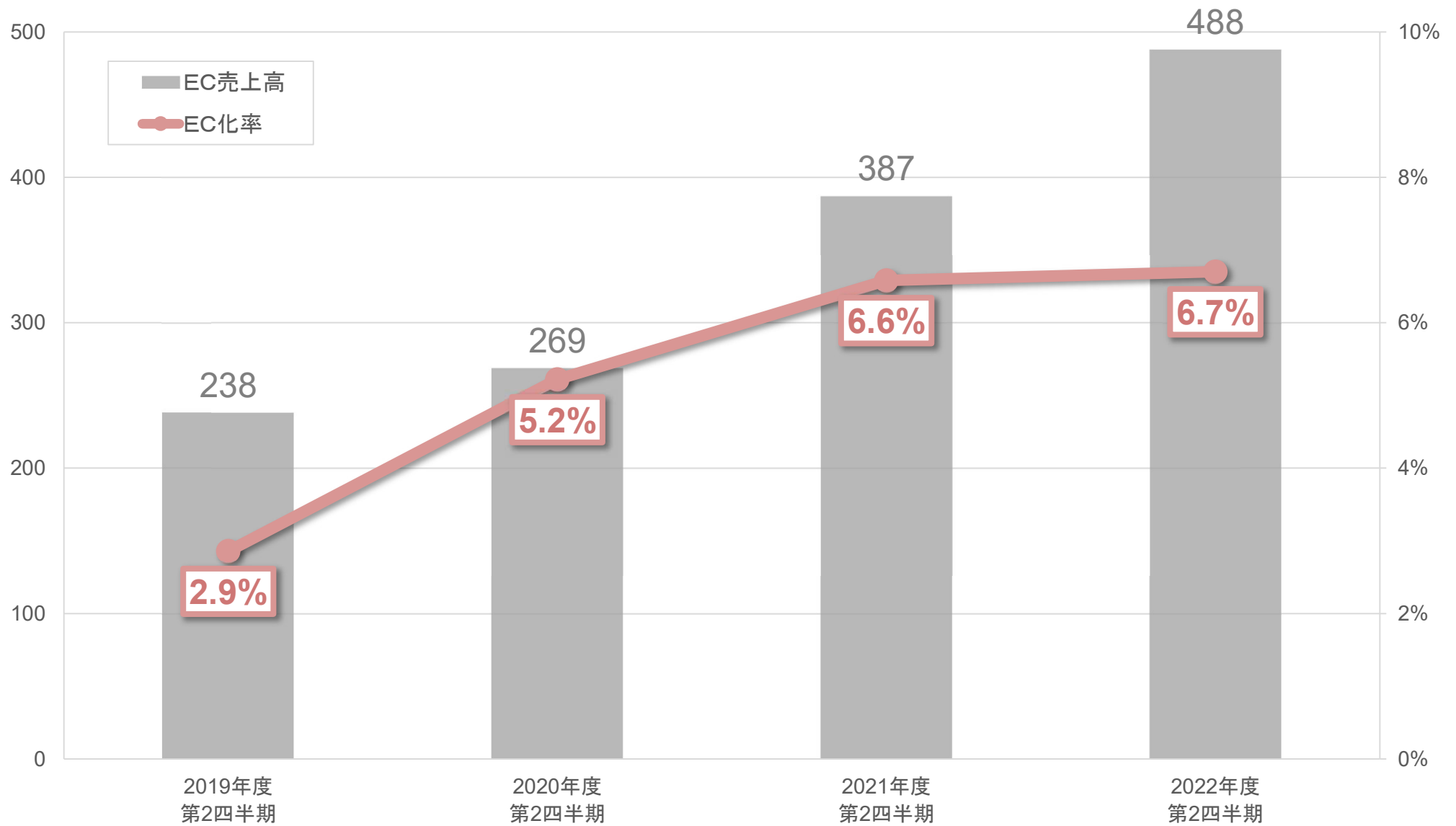
※店舗数は各年度の第2四半期末時点で店頭展開している売場数を参照しております(同一店舗に2か所売場がある場合は2店舗と換算)。

※期間限定展開等の催事及びロードサイド、レンタル、kuros'は除外しています。

※モノポリー店舗とは、当社1社体制の売場を指しています。

4.その他データ EC売上高及びEC化率の推移

(単位:百万円)



本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。