



2024年2月期 第2四半期
決算説明資料

株式会社 三陽商会
2023年10月6日



1. 2024年2月期第2四半期 業績結果

2. 2024年2月期第2四半期 振り返り

3. 2024年2月期 通期計画

4. 配当計画

註：2022/2月期以前の数値は新収益認識基準に簡易的に置き換えた参考値



連結PL：第2四半期連結累計期間

売上高は281.5億円、営業利益は7.1億円、純利益は7.4億円

| (単位:億円) | 19年実績 ¹ | 前年実績 | 本年計画 ² | 本年実績 | 19年差 | 前年差 | 計画差 |
|---------|--------------------|-------|-------------------|-------|-------|-------|------|
| 売上高 | 351.3 | 254.6 | 280.0 | 281.5 | -69.8 | +26.9 | +1.5 |
| 売上総利益 | 210.4 | 156.3 | 172.8 | 174.6 | -35.8 | +18.3 | +1.8 |
| 販管費 | 231.4 | 159.5 | 170.8 | 167.5 | -63.9 | +8.0 | -3.3 |
| 営業利益 | -21.0 | -3.1 | 2.0 | 7.1 | +28.1 | +10.2 | +5.1 |
| 経常利益 | -20.6 | -1.4 | 2.5 | 7.8 | +28.4 | +9.2 | +5.3 |
| 純利益 | -18.5 | -2.4 | 2.0 | 7.4 | +25.9 | +9.8 | +5.4 |

1. 2019年は変則14か月決算の為、2019/3-2020/2参考値 2. 2023/6/30公表の修正計画

連結PL : KPI

売上総利益率は前年差0.6ptの改善、計画も0.3pt上回る
営業利益率は計画差で1.9ptの上振れ

| | 19年実績 ¹ | 前年実績 | 本年計画 ² | 本年実績 | 19年差 | 前年差 | 計画差 |
|--------|--------------------|-------|-------------------|-------|--------|--------|--------|
| 売上総利益率 | 60.0% | 61.4% | 61.7% | 62.0% | +2.0pt | +0.6pt | +0.3pt |
| 販管費率 | 65.9% | 62.6% | 61.0% | 59.5% | -6.4pt | -3.1pt | -1.5pt |
| 営業利益率 | -6.0% | -1.2% | 0.7% | 2.6% | +8.6pt | +3.8pt | +1.9pt |
| 経常利益率 | -5.9% | -0.6% | 0.8% | 2.8% | +8.7pt | +3.4pt | +2.0pt |
| 純利益率 | -5.3% | -1.0% | 0.7% | 2.6% | +7.9pt | +3.6pt | +1.9pt |

上半期計画の達成状況

売上高・営業利益・経常利益・純利益の何れも計画を上回って着地

| (単位:億円) | 4/14計画 ¹ | 6/30計画 ² | 実績 | 4/14差 | 6/30差 | 概要 |
|---------|---------------------|---------------------|-------|-------|-------|---|
| 売上高 | 265.0 | 280.0 | 281.5 | +16.5 | +1.5 | <p>コロナ5類移行後の人流回復/インバウンド需要拡大による実店舗³の集客回復、オケージョン需要/設立80周年記念商品の押上げ効果によるプロパー販売好調の結果、売上高は計画を上回って推移</p> <p>再生プランで実施してきた事業構造改革の成果継続</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ インベントリーコントロール強化、プロパー販売比率向上による粗利率改善 ・ 固定性販管費の抑制継続 |
| 売上総利益 | 164.0 | 172.8 | 174.6 | +10.6 | +1.8 | |
| 販管費 | 165.0 | 170.8 | 167.5 | +2.5 | -3.3 | |
| 営業利益 | -1.0 | 2.0 | 7.1 | +8.1 | +5.1 | |
| 経常利益 | -0.5 | 2.5 | 7.8 | +8.3 | +5.3 | |
| 純利益 | -1.0 | 2.0 | 7.4 | +8.4 | +5.4 | |

1. 2023/4/14公表の期首計画 2. 2023/6/30公表の修正計画 3. 百貨店、直営店、アウトレット

連結BS：第2四半期連結会計期間

前年同月比で総資産は38億円増加。一方、自己資本も40億円増加したことにより自己資本比率は69.9%（前年同月差+2.8pt）

| (単位:百万円) | 2022/8/31 | 2023/8/31 | 増減 |
|------------------------|---------------|---------------|--------------|
| 現金・預金 | 17,499 | 19,897 | 2,398 |
| 売掛金 | 2,468 | 2,622 | 154 |
| 商品・製品 | 7,739 | 7,970 | 231 |
| 有形固定資産 | 8,619 | 8,544 | -75 |
| 無形固定資産 | 3,794 | 3,256 | -538 |
| その他の資産 ¹ | 10,547 | 12,241 | 1,694 |
| 資産合計 | 50,666 | 54,530 | 3,864 |
| 買掛債務 | 4,350 | 4,357 | 7 |
| 借入金 | 6,800 | 6,800 | 0 |
| その他の負債 | 5,350 | 5,243 | -107 |
| 負債合計 | 16,500 | 16,400 | -100 |
| 資本金 | 15,002 | 15,002 | - |
| 株主資本合計 | 30,216 | 32,081 | 1,865 |
| その他の包括利益等 ² | 3,949 | 6,048 | 2,099 |
| 純資産合計 | 34,165 | 38,129 | 3,964 |
| 負債純資産合計 | 50,666 | 54,530 | 3,864 |
| 参考) 自己資本 | 34,018 | 38,115 | 4,097 |

現金・預金+23.9億円

- 前年下半期以降の営業黒字基調定着による営業キャッシュフロー増加等

商品・製品+2.3億円

- 翌期品入荷先行により増加。他方、繰越品は大幅に減少し、在庫内容は大幅に改善

無形固定資産-5.3億円

- 商標権の償却等

その他の資産+16.9億円

- 投資有価証券の時価評価等により増加

純資産+39.6億円

- 利益剰余金増加等により+18.7億円
- その他の包括利益等は、有価証券評価差額金その他の増加により+20.9億円

1. 現金・預金、売掛金、商品・製品を除く流動資産と投資その他の資産の合計 2. その他包括利益累計額と非支配株主持分の合計

1. 2024年2月期第2四半期 業績結果
2. 2024年2月期第2四半期 振り返り
3. 2024年2月期 通期計画
4. 配当計画

註：2022/2月期以前の数値は新収益認識基準に簡易的に置き換えた参考値



重点施策の進捗状況

重点施策実施については計画通り乃至計画以上に進展

重点施策

進捗状況

売上高の確保



コロナ5類移行後の人流回復/インバウンド需要拡大による実店舗の集客回復等により上半期計画を1.5億円上回って着地

- ・ コロナ第6-7波影響下の前年に対する反動に加え、人流回復、インバウンド需要拡大、オケージョン需要/設立80周年記念商品の押上げ効果等による

粗利率の改善



粗利率は62.0%と計画を0.3pt上回る結果（前年差+0.6pt）

- ・ インベントリーコントロール強化によるプロパー販売強化、値引販売の抑制等により計画通りの進捗
 - プロパー販売強化により、プロパー比率は68%に改善（前年同期差+2pt）
 - 平均売価は12%上昇。結果として円安/資源価格上昇による原価上昇を吸収し、原価率は前年並みを維持

重点施策の進捗状況

重点施策

進捗状況

| 事業構造改革 | 販管費のコントロール | ○ | <p>計画通りにコントロール</p> <ul style="list-style-type: none"> 前年差8.0億円増加も、売上連動による販売手数料5.8億円増を除くと実質前年差2.2億円の増加、計画¹を3.3億円下回った |
|--------|------------|---|--|
| | 在庫削減 | ○ | <p>総在庫は前年同月比2億円増加も、内容は大幅改善</p> <ul style="list-style-type: none"> 8月末製品在庫は前年同月差2.3億円増加の79.7億円。但し在庫内容は大幅に改善 <ul style="list-style-type: none"> 7-8月春夏クリアランスと併行した秋物プロパー商品先行投入の結果、翌期品が前年同月差11億円増加した一方、繰越品は継続して徹底消化に努め、前年同月差-6億円 翌期/当期品比率76%（前年同月差+8pt） |
| | 財務改革 | ○ | <p>自己資本比率69.9%（前年同月差+2.8pt） 負債資本倍率（DER）0.18倍</p> <ul style="list-style-type: none"> 純資産：前年同月末341億円から381億円 総資産：前年同月末506億円から545億円 有利子負債：前年同月末68億円から横ばい キャッシュポジション：前年同月末174億円から198億円に増加 |

1. 2023/6/30公表の修正計画

参考) チャネル別売上実績

全販路において前年超え。特に実店舗¹は人流回復に伴い前年比112%と堅調に推移
ECは前年比101%とやや軟調も、プロパー販売比率は改善

売上実績(単位:百万円)

| | 3月 | 4月 | 5月 | 3-5月 | 構成比 | 6月 | 7月 | 8月 | 6-8月 | 構成比 | 3-8月 | 構成比 |
|--------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|------|--------|------|
| 百貨店 | 3,954 | 3,325 | 3,237 | 10,517 | 66% | 2,949 | 3,221 | 1,684 | 7,855 | 64% | 18,371 | 65% |
| 直営店 | 333 | 310 | 273 | 916 | 6% | 290 | 288 | 201 | 779 | 6% | 1,696 | 6% |
| EC・通販 | 724 | 618 | 585 | 1,927 | 12% | 499 | 695 | 572 | 1,766 | 14% | 3,693 | 13% |
| アウトレット | 551 | 586 | 579 | 1,717 | 11% | 456 | 479 | 549 | 1,484 | 12% | 3,202 | 11% |
| その他 | 269 | 474 | 149 | 892 | 6% | 195 | 29 | 79 | 303 | 2% | 1,194 | 4% |
| 総計 | 5,832 | 5,313 | 4,824 | 15,969 | 100% | 4,389 | 4,713 | 3,085 | 12,187 | 100% | 28,155 | 100% |

前年比

| | 3月 | 4月 | 5月 | 3-5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 6-8月 | 3-8月 |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 百貨店 | 117% | 110% | 106% | 111% | 109% | 108% | 108% | 108% | 110% |
| 直営店 | 120% | 132% | 123% | 125% | 126% | 121% | 139% | 127% | 126% |
| EC・通販 | 106% | 104% | 96% | 102% | 97% | 99% | 102% | 99% | 101% |
| アウトレット | 125% | 120% | 102% | 115% | 122% | 110% | 117% | 116% | 116% |
| その他 | 138% | 104% | 129% | 116% | 305% | 91% | 75% | 151% | 123% |
| 総計 | 117% | 111% | 105% | 111% | 113% | 107% | 109% | 110% | 111% |

19年比

| | 3月 | 4月 | 5月 | 3-5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 6-8月 | 3-8月 |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 百貨店 | 78% | 78% | 81% | 79% | 69% | 77% | 62% | 71% | 75% |
| 直営店 | 55% | 58% | 58% | 57% | 62% | 63% | 65% | 63% | 59% |
| EC・通販 | 112% | 104% | 114% | 110% | 100% | 113% | 127% | 113% | 111% |
| アウトレット | 167% | 180% | 179% | 175% | 202% | 195% | 196% | 198% | 185% |
| その他 | 40% | 51% | 36% | 44% | 129% | 14% | 22% | 42% | 44% |
| 総計 | 79% | 80% | 84% | 81% | 78% | 83% | 75% | 79% | 80% |

1. 百貨店、直営店、アウトレットの合計

参考) 販管費実績の内訳

前期差で8.0億円増加。売上連動の販売手数料が前期差+5.8億円
 宣伝販促/システム/人材への投資による増加を除き、固定性経費の抑制基調を継続

販管費

単位:百万円

| | 2022年 | 2023年 | 前期差 |
|-------------------|---------------|---------------|------------|
| 販売費 | 10,806 | 11,492 | 687 |
| 宣伝販促費 | 696 | 761 | 65 |
| 社員人件費 | 2,133 | 2,205 | 72 |
| 設備費 | 505 | 483 | -23 |
| 物流費 | 780 | 750 | -30 |
| 管理費 | 1,031 | 1,060 | 29 |
| 販管費計 | 15,950 | 16,750 | 800 |
| 販売手数料 | 5,807 | 6,384 | 578 |
| 販売手数料除く販管費 | 10,143 | 10,366 | 222 |

売上連動の販売手数料+5.8億円を除く
 前期差は実質+2.2億円

販売費のうちのFA経費+0.8億円

- ・ FAに対するベア実施、インセンティブ増額

社員人件費+0.7億円

- ・ ベア実施、賞与引当金の積み増し

宣伝販促費+0.7億円

- ・ 80周年プロモーション
- ・ 総合カタログ発行

管理費+0.3億円

- ・ ECプラットフォーム刷新等の開発費
- ・ 租税公課の増加

1. 2024年2月期第2四半期 業績結果
2. 2024年2月期第2四半期 振り返り
3. 2024年2月期 通期計画
4. 配当計画

註：2022/2月期以前の数値は新収益認識基準に簡易的に置き換えた参考値



2024年2月期の基本方針

基本方針

前期に引き続き中期経営計画に則った事業戦略を推進

前期実績を踏まえ、中期経営計画2年度の今期の売上・利益計画の必達を期す

それにより最終年度目標達成に向けた基礎固めを行う

通期計画：連結PL

2024年2月期通期計画を、売上高615億円、営業利益31億円（営業利益率5.0%）
当期純利益28億円（当期純利益率4.6%）に上方修正

| | 2023/2月期 | 2024/2月期 | | | | |
|-----------------|----------|-------------------|---------------------|-------|-------|--------|
| | 実績 | 中計計画 ¹ | 6/30計画 ² | 計画 | 前年比 | |
| （単位：億円） 財務数値 | 売上高 | 582.7 | 590.0 | 610.0 | 615.0 | 106% |
| | 売上総利益 | 361.1 | 368.8 | 380.8 | 385.0 | 107% |
| | 販管費 | 338.7 | 345.8 | 353.8 | 354.0 | 105% |
| | 営業利益 | 22.3 | 23.0 | 27.0 | 31.0 | 139% |
| | 経常利益 | 24.3 | 22.0 | 28.0 | 32.0 | 132% |
| | 当期純利益 | 21.5 | 19.0 | 25.0 | 28.0 | 130% |
| 主要財務指標 | 売上総利益率 | 62.0% | 62.5% | 62.4% | 62.6% | +0.6pt |
| | 販管費比率 | 58.1% | 58.6% | 58.0% | 57.6% | -0.5pt |
| | 営業利益率 | 3.8% | 3.9% | 4.4% | 5.0% | +1.2pt |
| | 経常利益率 | 4.2% | 3.7% | 4.6% | 5.2% | +1.0pt |
| | 当期純利益率 | 3.7% | 3.2% | 4.1% | 4.6% | +0.9pt |

1. 2022/4/14中期経営計画公表時の計画 2. 2023/6/30公表の修正計画

Copyright ©SANYO SHOKAI LTD. All Rights Reserved.

三カ年計画

中期経営計画2年度である今期の計画を確実に達成し、最終年度目標必達を目指す

| | | 2023/2月期 | | 2024/2月期 | | 2025/2月期 | |
|-----------------|--------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|---------|
| | | 中計計画 ¹ | 実績 | 中計計画 ¹ | 計画 | 中計計画 ¹ | 対23/2実績 |
| 財務数値 (単位:億円) | 売上高 | 560.0 | 582.7 | 590.0 | 615.0 | 625.0 | 107% |
| | 売上総利益 | 347.2 | 361.1 | 368.8 | 385.0 | 393.8 | 109% |
| | 販管費 | 335.2 | 338.7 | 345.8 | 354.0 | 350.0 | 103% |
| | 営業利益 | 12.0 | 22.3 | 23.0 | 31.0 | 43.8 | 196% |
| | 経常利益 | 11.4 | 24.3 | 22.0 | 32.0 | 42.0 | 173% |
| | 当期純利益 | 9.0 | 21.5 | 19.0 | 28.0 | 35.0 | 163% |
| 主要財務指標 | 売上総利益率 | 62.0% | 62.0% | 62.5% | 62.6% | 63.0% | +1.0pt |
| | 販管費比率 | 59.9% | 58.1% | 58.6% | 57.6% | 56.0% | -2.1pt |
| | 営業利益率 | 2.1% | 3.8% | 3.9% | 5.0% | 7.0% | +3.2pt |
| | 経常利益率 | 2.0% | 4.2% | 3.7% | 5.2% | 6.7% | +2.5pt |
| | 当期純利益率 | 1.6% | 3.7% | 3.2% | 4.6% | 5.6% | +1.9pt |
| | ROE | | 6.1% | | 8.2% | 8.5% | +2.4pt |

1. 2022/4/14中期経営計画公表時の計画

Copyright ©SANYO SHOKAI LTD. All Rights Reserved.

ブランドポートフォリオ

事業領域

対象ブランド

戦略サマリー

7つの基幹ブランド

BLACK LABEL
CRESTBRIDGE

BLUE LABEL
CRESTBRIDGE

MACKINTOSH
LONDON

MACKINTOSH
PHILOSOPHY

Paul Stuart THE SCOTCH HOUSE
Established 1839

EPOCA EPOCA
UOMO

婦人服

AMACA by KIRIZIA TO BE CHIC
TRANS WORK

SANYOCOAT
1946 JAPAN

S. ESSEN
TIALS



ECOALF CAST: LOVELESS

2023/2月期において全ブランドが営業黒字を達成。収益力を備えた安定したブランドポートフォリオを構築

2024/2月期上半期も上記基調を維持し、全ブランド営業黒字化

各ブランドの売上高100億円体制を早期に構築することにより、確固たる事業・収益基盤の確立を目指す

- ブランディング強化によるブランド価値の更なる向上
- 更なる事業拡大に向けた積極投資

- “CB CRESTBRIDGE”を通じた都市型FB・SCへの販路拡大
- インバウンド売上の拡大

- 旗艦店出店によるブランディングの強化

- “GREY LABEL”による都市型FBへの販路拡大

- 商品カテゴリーの拡大、ライセンス収益最大化

- 旗艦店を含む直営店の拡充・強化

- 主力店の環境改善・効率化、複合形態による出店
- 百貨店利益創出モデルの確立

今中計中の収支均衡確保、次期中計における成長エンジンとすべく育成方針

- MD適正化、店舗採算改善

- 高品質商品開発による三陽サミットシリーズの確立

- ローコスト運営の継続、MD刷新による収益事業化

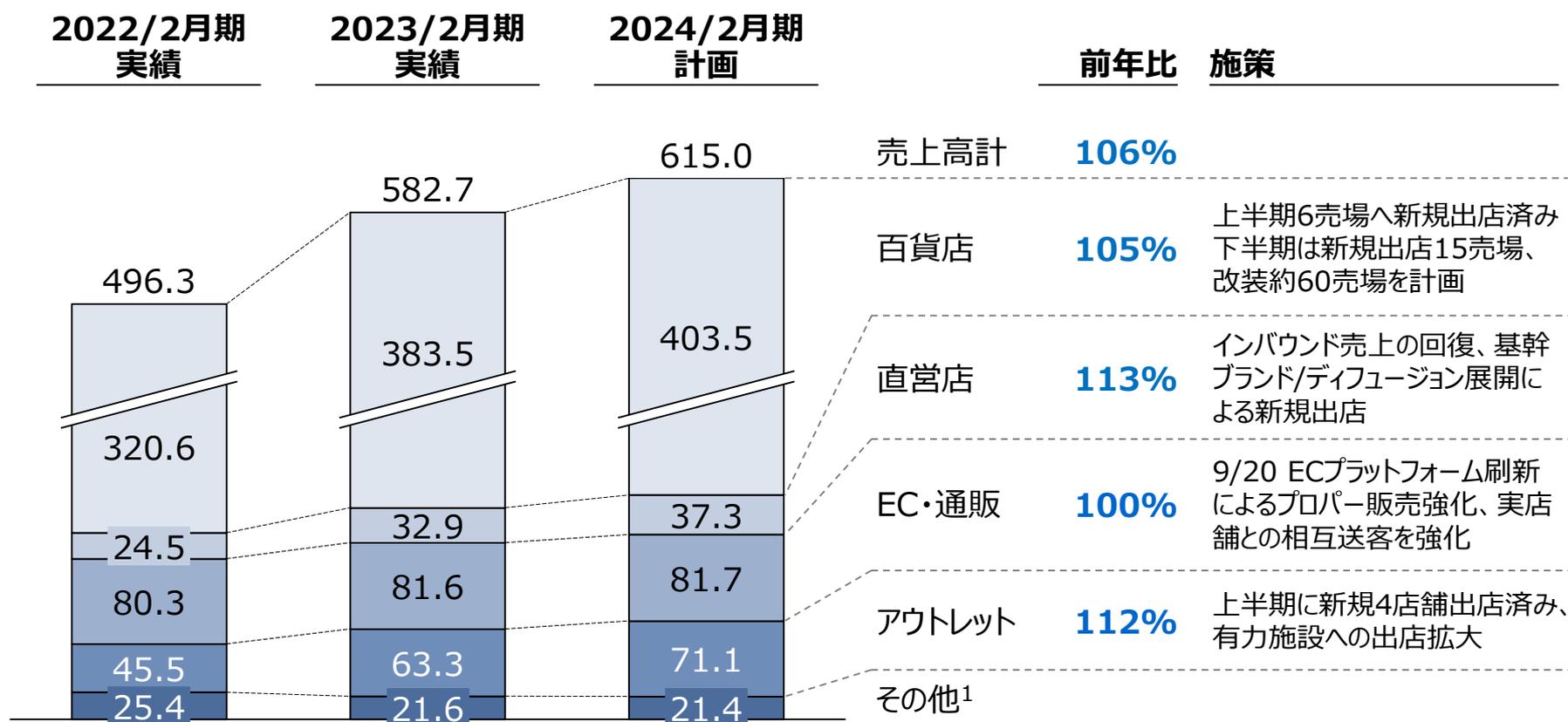
チャレンジ領域

売上高の確保

コロナ沈静化による市場回復に合わせた売上拡大、入国規制緩和に伴うインバウンド売上拡大、ディフュージョン展開強化等により、対前年+32億円・106%の増収を計画

売上高の計画

(単位:億円)



1. 社員セール、卸売等

粗利率改善の為の施策

調達原価率抑制、インベントリーコントロール強化、プロパー販売比率改善等の施策を継続推進。2024年2月期は粗利率62.6%を目指す

2024/2月期

2025/2月期

定量目標：粗利率62.6%（前年差+0.6pt）

粗利率63.0%

定性方針

具体的施策

調達原価率の抑制

- 主要仕入先との取り組み強化によるSCM最適化
- 直貿・直輸入の拡充
- 素材ソーシングの多様化
- 商品力強化による売価上昇

インベントリーコントロールの強化

- 仕入20%プール運用による過剰仕入の抑制、売れ筋商材のQR対応
 - 2024/2月期の仕入は177億円を計画するも、状況に応じて柔軟に対応
- 製品在庫は2023/2月期末80億円に対して、2024/2月期末75億円を計画
 - MDサイクル短縮化、QR体制構築による在庫回転率向上

プロパー販売比率の改善

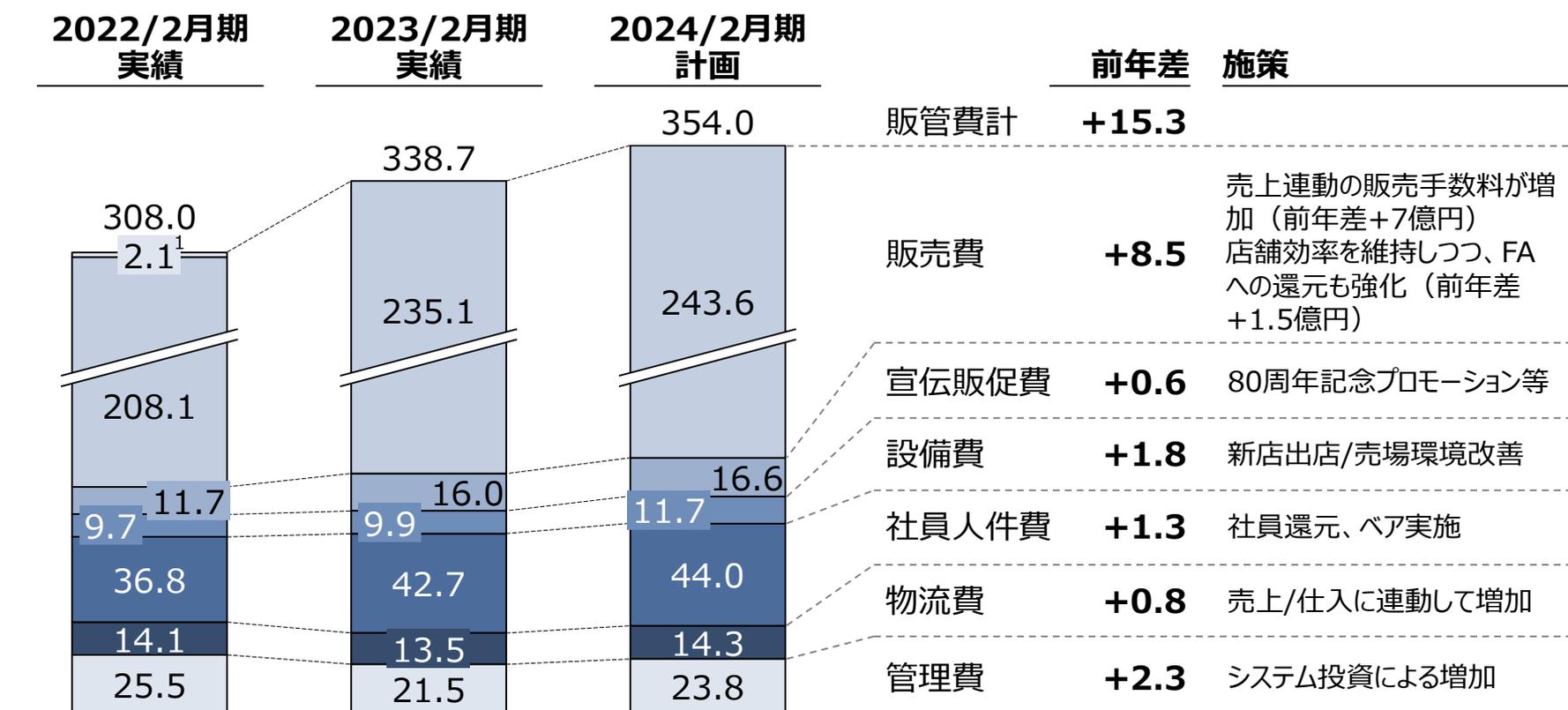
- プロパー販売比率：2023/2月期実績65%に対して、2024/2月期は68%超を計画
 - インベントリーコントロール強化及びMDサイクル短縮化による実需対応力の強化
 - 更なる品番削減/MD集約と期中対応力の強化
- 総消化率：2023/2月期実績72%に対して、2024/2月期は80%を目指す
 - 各シーズン商品の期中消化を徹底し、繰越在庫の更なる削減を促進

販管費のコントロール

固定性経費抑制方針は堅持しつつ、将来の売上・利益拡大に資する店舗/システム/人材への投資を推進。売上拡大に伴い変動費は期初計画に対しては増加

過去の実績 vs 2024/2月期計画

(単位:億円)



1. 特損計上分

販売費：FA経費、販売手数料、不動産賃借料等 設備費：売場設営費、減価償却費、リース料、修繕費等 社員人件費：社員給与、法定福利厚生費等
物流費：荷造運送費、物流委託費 管理費：業務委託費、水道光熱費、旅費交通費、通信費、雑費等

MACKINTOSH
PHILOSOPHY

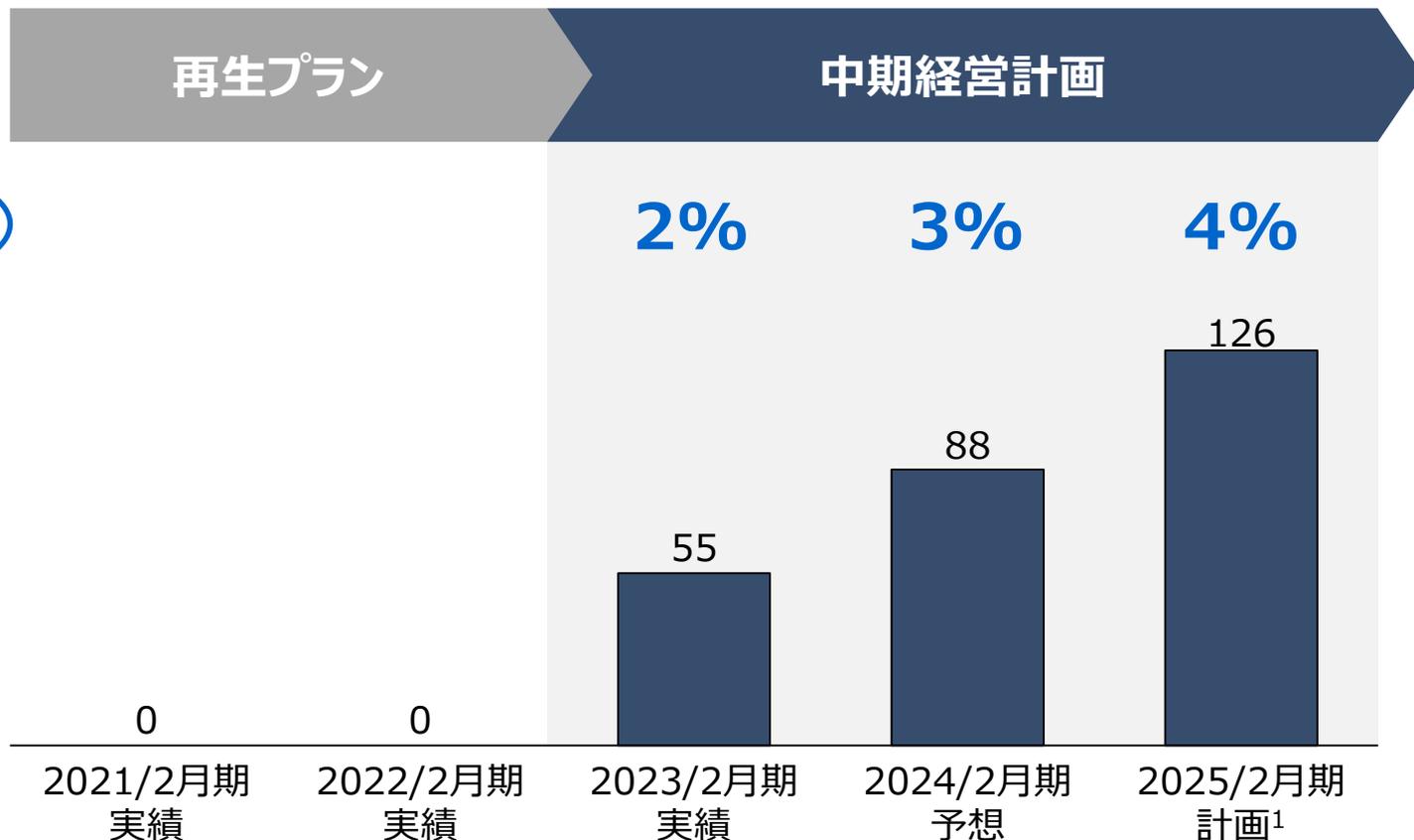
1. 2024年2月期第2四半期 業績結果
2. 2024年2月期第2四半期 振り返り
3. 2024年2月期 通期計画
4. 配当計画



註：2022/2月期以前の数値は新収益認識基準に簡易的に置き換えた参考値

配当計画

PBR改善計画の一環として株主還元を強化し、2024年2月期はDOE 3%、2025年2月期はDOE 4%とする方針。これにより2024年2月期は1株当たり88円配当を予想



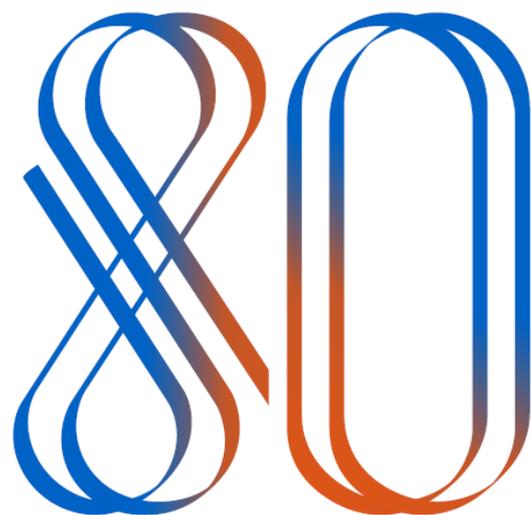
株主還元方針
DOE

(単位:円/株)

■ 1株当たり配当額

業績進捗に応じて更なる株主還元強化も検討（例：機動的な自社株買い）

1. 1株当たり配当額は現時点の想定値



80TH ANNIVERSARY SANYO

免責事項

本資料は、株式会社三陽商会及び関係会社の財務情報・経営情報等の提供を目的としており、如何なる表明・保証を行うものでも無く、投資勧誘を目的としたものではありません。実際に投資を行う場合は、本資料の掲載内容に依拠した判断はお控え頂き、ご自身の判断により行って戴けますようお願い致します。

本資料掲載の情報は過去の事実以外に当社の将来の見通しを含み、諸処の社会的事情や経済的事情により変動する可能性があります。本資料の情報を使用されたことにより生じる如何なる損害についても当社が責任を負うものではありません。

本資料に掲載された将来の見通しについて、新たな情報や将来の事象に起因し修正し公表する義務を負いません。

本資料においては、当社が証券取引所などに開示している情報を全ては含んでおらず、開示内容と異なる表現を採用している場合もあります。掲載内容を予告無しに削除又は変更する場合があります。

本資料の掲載内容には細心の注意を払っておりますが、掲載内容に誤りが生じた場合や第三者によるデータの改竄、データダウンロードなどによって生じる障害などについて、当社は理由を問わず一切の責任を負いません。