



京都きもの友禅

2024年3月期
決算補足説明資料

2024年5月13日

株式会社YU-WA Creation Holdings
東証スタンダード：7615

イメージモデル 当真あみ

01 2024年3月期 業績概要

02 2025年3月期 業績予想

03 今後の見通し

01

2024年3月期 業績概要

Financial Results

業績概要 - ① 損益抜粋

Financial Results

損益抜粋(連結)

(単位:百万円、%)

	2023/3実績		2024/3実績		前年比	2024/3修正計画		修正 計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	8,490		6,908		81.4	7,407		93.3
売上高(出荷高)	8,329	100.0	7,022	100.0	84.3	7,599	100.0	92.4
売上総利益	5,170	62.1	3,723	53.0	72.0	4,531	59.6	82.2
販管費	5,457	65.5	4,763	67.8	87.3	4,921	64.8	96.8
内)広告・販促	1,009	12.1	838	11.9	83.0	880	11.6	95.2
人件費	2,645	31.8	2,285	32.6	86.4	2,415	31.8	95.5
営業利益	△286	△3.4	△1,039	△14.8	-	△389	△5.1	-
営業外損益	21	0.3	△15	△0.2	-	△14	△0.2	-
経常利益	△265	△3.2	△1,055	△15.0	-	△403	△5.3	-
特別損益	△202	△2.4	△224	△3.2	-	-	-	-
当期純利益	△468	△5.6	△1,342	△19.1	-	△419	△5.5	-
1株利益(EPS)	△41.46円		△119.47円		-	△37.31円		-

- 一般呉服・宝飾販売が想定以上に苦戦。振袖来店者数も伸び悩み、和装事業の受注高が大きく減少。
- 写真スタジオ事業については、和装事業からの送客数が増加したものの利益獲得には至らず、EC事業についても上期から引き続き苦戦し、売上高は前年比微減。

業績概要 - ② 損益抜粋

Financial Results

受注高

振袖

来店客数が微減となったことに加え、ママ振袖・姉振袖志向の強まりにより、振袖に付随する帯や小物の購入が増加し、受注高は前年比 $\Delta 3.4\%$

二尺袖・袴

新柄投入などマーケティング施策が奏功し、前年比 $+ 15.1\%$

一般呉服 宝飾等

前期開催した大規模店内催事の反動減が大きく影響し、前年比 $\Delta 23.7\%$

連結ベース

前年比 $\Delta 18.6\%$

粗利益率

和装商品の仕入単価が上昇したことに加え、商品の評価に係る見積りを見直したことに伴う棚卸資産評価損489百万の計上により原価率が大きく上昇し、和装店舗運営事業としては、前期比 $\Delta 9.6\text{pt}$

広告・販促費

振袖については、広告施策の最大効果を見込み当初予算内で費用投下。一般呉服・宝飾の催事経費については、売上規模の縮小および経費全体の見直しにより前年比で減少し、広告・販促費総額では前年比 $\Delta 171$ 百万円($\Delta 17.0\%$)

人件費

従業員1人当たりの生産性向上を目指したこと、新規事業の縮小等により、期中平均人員数が前年比 $\Delta 49$ 人となったことから、人件費総額は前年比 $\Delta 359$ 百万円。

その他事業

写真事業

和装店舗から写真スタジオへ送客が進んだこと、および顧客単価が前年比で飛躍的に上昇したことにより売上高は前年比 $+ 36.8\%$ 。また、原価率も大幅に改善したものの、最終営業損失。

EC事業

自社公式サイトの利用者数を伸ばすことができず、EC事業の売上高は前年比 $\Delta 6.0\%$

その他事業 全体

その他事業全体の売上高は前年比 $+ 11.1\%$ となったものの、営業利益は $\Delta 40$ 百万円(前年比 $+ 40$ 百万)。これまでの業績を鑑み事業構造の見直しを行い、ネイル事業については事業規模を縮小、オンライン着付教室事業は2023年10月をもって終了。

特別損失

和装店舗運営事業及びその他事業における、店舗等の収益性低下に伴う減損損失159百万円を計上。

業績概要 - ③業績の推移

Financial Results

業績の推移(連結)



業績概要 - ④受注構成比の推移

Financial Results

受注構成比の推移



業績概要 - ⑤振袖受注状況

Financial Results

振袖受注状況

< 来店者数と受注件数 >

	2023/3	2024/3	増減
来店者数	9,903 人	9,650人	△ 2.6%
受注件数 (成約率)	5,848 人 (59.1%)	5,565人 (57.7%)	△ 4.8% (△ 1.4 pt)
内)販売分	3,547 人 (35.8%)	2,835人 (29.4%)	△ 20.1% (△ 6.4 pt)
内)レンタル分	2,301 人 (23.2%)	2,730人 (28.3%)	+ 18.6% (+ 5.1 pt)

(注)受注件数は振袖表地を伴う件数。帯・小物等のみの購入は受注件数に含まない。

内)販売・レンタル含む受注状況

	2023/3	2024/3	増減
受注件数	5,848 人	5,565人	△ 4.8%
平均単価	248 千円	243 千円	△ 2.2%
受注高	1,657 百万円	1,601 百万円	△ 3.4%

- レンタル志向の高まりにより、レンタル受注件数比率が前年比+18.6%と増加。
- 加えて、ママ振袖・姉振袖利用が増加しており、帯や付随する小物商品の充実化を図ってきたものの、来店者数の減少と販売単価の低下に伴い、振袖関連商品全体としての受注高は前年比△3.4%。

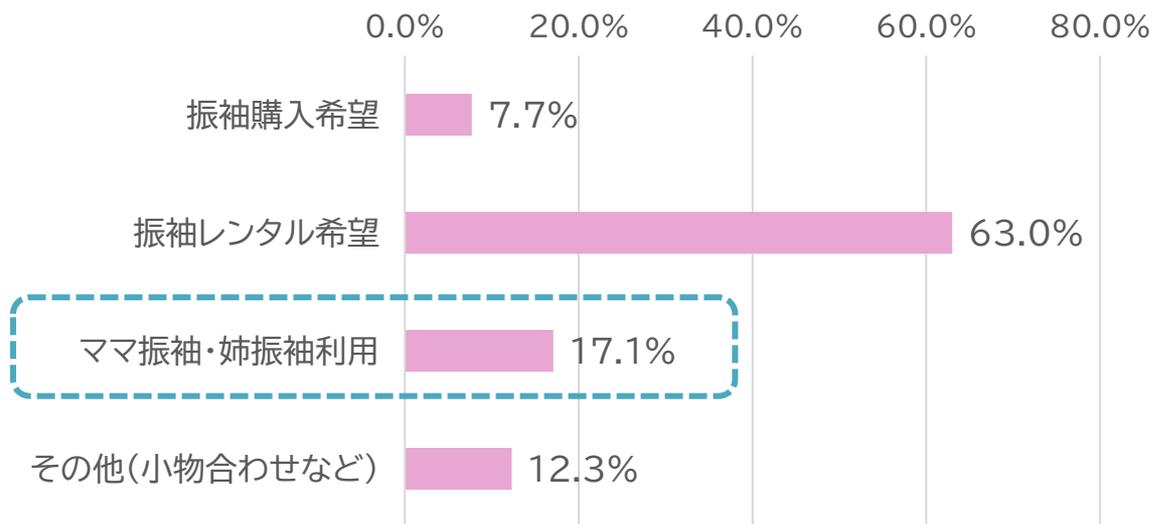
業績概要 - ⑤振袖受注状況

Financial Results

振袖 - 分析・方向性

消費者のSDGs志向の高まりに加え、物価高による節約志向も相まって、顧客の振袖ニーズがレンタル・ママ振に大きく変化

2023年度通期の来店者アンケートの比較
ご新規来店者様への来店意向アンケート結果(当社調べ)



顧客ニーズに応え、小物商品の取扱数を充実化。
ママ振袖着用プランを新設するなど、今後もママ振・姉振に注力していく。

業績概要 - ⑥一般呉服・宝飾受注状況

Financial Results

一般呉服 - 分析

前期実施した大型店内催事の反動や新規顧客の獲得にも苦戦し、
来場者数、単価ともに大幅減

一般呉服・宝飾 受注状況比較

	23年3月期	24年3月期	増減
来場者数	75,887 人	62,471 人	△ 17.7%
成約率	31.7 %	32.9 %	+ 1.3 pt
平均単価	253 千円	223 千円	△ 11.6%
受注高	6,067 百万円	4,590 百万円	△ 24.3%

業績概要 - ⑦友の会の状況

Financial Results

友の会の状況

	2023/3	2024/3	増減	
会員数	64,416 人	61,875 人	△ 2,541 人	
利用状況	会員による受注高	1,197 百万円	891 百万円	△ 306 百万円
	一般呉服等の受注全体に占める比率	19.1%	18.3%	△ 0.8 pt
	平均購入倍率	2.6 倍	2.2倍	△ 0.4 pt
積立残高総額	積立残高総額	2,909 百万円	2,719 百万円	△ 189 百万円
	内)積立完了未使用	2,418 百万円	2,274 百万円	△ 143 百万円
	未使用の比率	83.1%	83.6%	+ 0.5 pt

(注)友の会会員積立残高のうち、連絡不能等の長期未使用預り金については収益に振り替えておりますが、上記表では積立残高に含んでおります。

- 振袖受注件数の減少および和装店舗3店舗の閉店により、会員数は前年比で減少。
- 会員数は減少しているものの、積立未使用比率が高止まりしているため、積立残高の利用促進が課題。

業績概要 - ⑧セグメント別損益

Financial Results

2024/3 実績

(単位:百万円)

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	6,654	368	7,022	—	7,022
営業費用	7,172	409	7,582	480	8,062
セグメント利益	△518	△40	△559	△480	△1,039

2023/3 実績

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	7,997	332	8,329	—	8,329
営業費用	7,671	412	8,083	532	8,616
セグメント利益	326	△80	246	△532	△286

- 「その他事業(写真・EC・ネイル・オンラインスクール)」において、売上高は前年比+11.1%となったものの、事業単独での利益獲得には至らず、選択と集中という観点から事業自体の在り方を見直していく。

業績概要 - ⑨ バランスシート

Financial Results

バランスシート(連結)

(単位:百万円)

	2023年 3月末	2024年 3月末	増減
流動資産 (うち現金及び預金)	8,360 (3,233)	6,778 (2,477)	△1,582 (△756)
有形固定資産	110	0	△110
無形固定資産	56	0	△57
投資その他の資産	2,370	2,136	△235
固定資産	2,537	2,136	△402
資産合計	10,898	8,914	△1,983
負債	6,786	6,204	△583
株主資本	4,111	2,710	△1,401
純資産	4,111	2,710	△1,401
負債純資産合計	10,898	8,914	△1,983

【資産】

・現預金	△ 756M
・棚卸資産	△ 579M
・売掛金	△ 258M
・建物	△ 71M
・ソフトウェア	△ 53M
・差入保証金	△ 150M

【負債】

・前受金	△ 101M
・買掛金	△ 107M
・預り金	△ 196M
・短期借入金	△ 100M
・賞与引当金	△ 68M

【純資産】

・利益剰余金	△1,435M
・自己株式	+ 34M

※自己資本比率 30.4 %
(2023年3月末 37.7 %)

- 店舗等の収益性低下に伴う減損損失により、固定資産が減少。
- 当期純損失の計上により、株主資本が大きく減少。

業績概要 - ⑩ キャッシュ・フローの状況

Financial Results

キャッシュ・フロー(連結)

(単位:百万円)

	2023/3 実績	2024/3 実績	増減
営業キャッシュ・フロー	△444	△641	△197
投資キャッシュ・フロー	△59	77	+136
財務キャッシュ・フロー	△233	△193	+40
現金及び現金同等物の増減額	△736	△756	△20
現金及び現金同等物の期首残高	3,962	3,226	△736
現金及び現金同等物の期末残高	3,226	2,469	△757

【営業CF】

・税金等調整前当期純損失	△1,280M
・売上債権の増減	+ 178M
・預り金の増減	△ 195M
・棚卸資産の増減	+ 578M
・減損損失	+ 159M

【投資CF】

・有形固定資産取得	△ 60M
・差入保証金の回収	+150M
・敷金の回収	+ 32M

【財務CF】

・短期借入金の返済	△100M
・配当金の支払	△ 69M

振袖 - イメージモデル変更

7代目イメージモデルに女優・当真あみさん就任



新ブランドムービー ▶ <https://www.kyotokimonoyuzen.co.jp/cm/>

2023年7月19日(水)より、女優・当真(とうま)あみ(17)さんを7代目イメージモデルとして起用。これまでブランドのイメージモデルとして、戸田恵梨香さんや小松菜奈さん、浜辺美波さんを起用しており、人気女優の登竜門とも言われている中、注目度急上昇中の当真あみさんに新たにバトンを引き継いだ。

「はじめての振袖」をテーマにした新ブランドムービーと、華やかな最新振袖コレクションを公開。

その他

● コスト削減

直近の販売状況を鑑み、不採算店舗については閉店・縮小し、固定費を削減。
(2024年3月末までに4店舗を閉店、1店舗の売り場面積を縮小。)

● その他事業の見直し

新規事業として立ち上げたものの、収益性が確保できなかったネイルサロン事業、オンライン着付教室事業については終了。(オンライン着付教室事業は2024年10月で終了。ネイル事業も2024年4月までに廃止。)

● 配当政策について

これまで安定的・継続的な株主還元を図ってきたものの、二期連続の損失計上と、今後の新規投資の原資等確保の観点から、2024年3月期末の配当は無配とする。

また、2025年3月期についても、事業立て直しの年度となることから財務基盤強化を最優先し、中間・期末ともに無配とする。

02

2025年3月期 業績予想

Full Year Outlook

25/3期計画 - ①通期計画(連結)

Full Year Outlook

通期計画(連結)

(単位:百万円、%)

	2024/3 実績		2025/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	6,908		5,683		82.3
売上高(出荷高)	7,022	100.0	5,655	100.0	80.5
売上総利益	3,723	53.0	3,556	62.9	95.5
販管費	4,763	67.8	3,849	68.1	80.8
内)広告・販促	838	11.9	630	11.1	75.2
人件費	2,285	32.6	1,854	32.8	81.0
営業利益	△1,039	△14.8	△292	△5.2	—
営業外損益	△15	△0.2	△16	△0.3	—
経常利益	△1,055	△15.0	△308	△5.5	—
特別損益	△224	△3.2	△55	△1.0	—
当期純利益	△1,342	△19.1	△380	△6.5	—
1株利益(EPS)	△119.47円		△33.74円		—
ROE	△39.4%		△14.0%		
1株当たり年間配当金	3.00円 (中間3円 期末0円)		0.00円 (中間0円 期末0円)		

- 収益性の改善を最優先。売上規模ではなく1店舗ごとの利益を重視。
- 既存店の立て直し及びコスト管理などの先行投資費用が発生することから、2025/3期も引き続き赤字計画。

25/3期計画 - ②通期計画(受注高)

Full Year Outlook

通期計画(受注高)

(単位:百万円、%)

		2024/3 実績		2025/3 計画		前年比
			構成比		構成比	
振袖・袴	振袖 (販売)	1,141	17.0	699	13.1	61.3
	振袖・袴 (レンタル)	543	8.1	499	9.4	91.9
一般呉服・宝飾	一般呉服	3,411	51.0	3,056	57.3	89.6
	宝飾・その他	1,228	18.4	1,067	20.0	86.9
その他事業		369	5.5	195	3.7	53.1
合計		6,693	100.0	5,336	100.0	79.7

- 振袖(販売・レンタル)・・・引き続きレンタル志向の高まりやママ振袖・姉振袖の着用希望増加が見込まれるため、商品構成を見直し顧客ニーズに合った商品施策に取り組む。
- 一般呉服・宝飾・・・利益率重視の販売形態に移行。具体的には、経費率の高い店外催事については店舗内での開催に移行、取扱い商材・価格設定の見直しを行い、1催事当たりの収益性向上に取り組む。

25/3期計画 - ③通期計画(セグメント別損益)

Full Year Outlook

2025/3期 計画

(単位:百万円、%)

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	5,459	195	5,655	-	5,655
営業費用	5,360	182	5,543	404	5,947
セグメント利益	99	13	112	△404	△292

2024/3期 実績

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	6,654	368	7,022	-	7,022
営業費用	7,172	409	7,582	480	8,062
セグメント利益	△518	△40	△559	△480	△1,039

- その他事業については、21/3期より各種事業を新規展開してきたものの、単独の事業として利益確保ができていないことから、事業の継続事自体を見直し、全社として利益獲得のできる構造を構築する。

03

今後の見通し

Future strategy

概要

財務健全性確保および足元の止血策を最優先。

2025年3月期を改革期位置付け、コスト、戦略、営業戦略等を抜本的に改革、
2026年3月期以降の黒字化を目指す。

2025年3月期 連結損益

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	当期純利益
2025/3 計画	5,655	△292	△380
2024/3 実績	7,022	△1,039	△1,342
増減率(%)	△19.5	—	—

コスト削減

コスト構造の見直し

- 利益、人員、店舗商圈、コスト構造など各店のコンディションを分析
→ 固定費の削減、広告費の効率化による1店舗当たりの収益性改善を図る。
- 賃料、催事コスト、移動経費、送料、間接部門経費などを見直し
→ 継続的な利益体質への変換を図る。

その他事業の閉鎖縮小

- 2021年より順次開始してきた「その他事業」(写真スタジオ事業、EC事業、ネイルサロン事業、オンライン着付教室事業)は、一部事業において改善傾向はあるものの事業全体として損失を計上
→ 事業の選択と集中という観点から、事業終了・縮小を進める。
(オンライン着付教室事業、ネイルサロン事業は2024年4月末までに既に終了。)

粗利回復

- 売上規模の縮小や物価高等による仕入れコストの上昇
→ 仕入プロセスの見直し、綿密な仕入計画の策定等により粗利率の回復を図る。

振袖戦略の見直し／人材確保

振袖マーケティング施策の改善

- 個人情報保護法の規制による、個人情報(住所、氏名等)の入手件数減少
- 印刷、郵送に係るコストの増加
 - 当社が従来重点的に実施してきたダイレクトメール中心のマーケティング施策から、WEB、SNS中心へのデジタルマーケティング戦略へ移行を進めている。
 - 現時点では集客に大きな効果が表れていないため、担当部門を役員直轄の部署とすることで意思決定の迅速化を図る。

従来の広告施策からの脱却と費用の在り方を改善し、集客数の強化を目指す。

働き方改革

- 社員が長く、フレキシブルに働ける環境を醸成するため、育児短時間勤務期間延長制度や介護等による勤務形態を選択できる制度を導入
- 家族等の事情による休暇に対する休日付与制度を創設
 - 社員の多様性を受容し、定着率向上を目指す。

営業体制の見直し

総合催事の収益性改善（「コスト構造の見直し」と連動）

- 一般呉服・宝飾販売における催事のコスト構造の改善
 - 大型催事中心の催事運用から、店舗内での催事運用にシフト。
 - 催事経費の削減、取扱商品の価格設定の見直しなど、店舗の生産性を向上させ収益性改善を目指す。

お客様との継続した関係性の構築及び販売コンプライアンス体制の強化

- お客様に対する接客対応、納品後のアフターケアなどのルールを改めて見直し
 - 昨今の消費者保護法令強化に対する世の中の動向を踏まえ、社内における販売ガイドラインの整備や販売員教育等を実施。
 - コンプライアンス体制のより一層の強化を図り、社員・お客様ともに安心できる店舗作りを目指す。

商号変更

商号変更

グループの一体感の醸成及び原点に立ち返る意味を込め、ホールディングスの商号を変更いたします。

新商号

株式会社 京都きもの友禅ホールディングス

(英文:KYOTO KIMONO YUZEN HOLDINGS Co.,Ltd.)

商号変更予定日

2024年8月1日

※なお、この商号変更は2024年6月26日開催予定の第53回定時株主総会にて「定款一部変更の件」が承認されることを条件として実施いたします。

代表取締役の変更

代表取締役の変更

2期連続の赤字となったこと、および2025年3月期の予算状況を踏まえ、現在、当社グループが抱える経営課題に対する機動的かつ迅速な推進を行うため、代表取締役を交代いたします。

代表取締役候補者

浅香 竜也（あさか たつや）

（現 常務取締役 管理本部長）

異動予定日

2024年6月26日

※なお、この人事異動は2024年6月26日開催予定の第53回定時株主総会及びその後に開催される取締役会で正式に決定される予定です。

会社概要

Company Profile

日本の女性の美と夢と 心のやすらぎを創造する

日本の伝統文化である“きもの”を通して、
未永く喜びと感動を。



会社概要	代表名	代表取締役 服部 雅親	
	本社所在地	〒103-0011 東京都中央区日本橋大伝馬町14-1住友生命日本橋大伝馬町ビル	
	設立年月日	1971年8月5日	
	事業内容	振袖を中心とした高級呉服・宝飾等の販売	
	資本金	1億円（2024年3月末現在）	
	従業員数	470名（2024年3月末現在※嘱託・パートを含む）	
	店舗数	友禅43店舗 写真スタジオ4店舗 ネイルサロン2店舗（2024年3月末現在）	
	関連会社	（連結子会社）京都きもの友禅株式会社、株式会社京都きもの友禅友の会	
	役員	代表取締役社長	服部 雅親
		常務取締役	浅香 竜也
常務取締役		橋本 和之	
取締役		日笠 祐二	
社外取締役		橋本 泰	
社外取締役（常勤監査等委員）		有川 勉	
社外取締役（監査等委員）		辻 友崇	
社外取締役（監査等委員）	細川 大輔		

経営管理部

URL : <https://www.yuwa-holdings.co.jp/>

E-mail : kky_ir@kkyuzen.jp

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ございます。