



KYOTO KIMONO YUZEN
HOLDINGS

決算補足説明資料

2025年3月期

株式会社京都きもの友禅ホールディングス

2025年5月13日

目次

- 2025年3月期 業績概要
- 2026年3月期 業績予想
- 今後の戦略と見通し

2025年3月期 業績概要

①決算サマリー

- **売上高、営業利益ともに減収減益**

広告戦略、販売プロセス等の見直しに取り組んだものの、上期までの落ち込みをカバーできず売上高は減少。

全社的なコスト構造の最適化を図ったが、売上高の減少を受け減益。

- **来期の黒字化を見据え、新たな社内改革プロジェクトを始動**

振袖、一般呉服、コスト管理のセクションに分け、下半期より各プロジェクト運用を開始。

各アクションプランの実行及び効果発現により、26/3期以降の黒字化を計画。

- **財務基盤の強化と収益力改善のため、資金調達を実施**

期初に策定した重点施策を実行するため、新株予約権発行による資金調達を実施。

財務基盤の強化と、和装事業の改革による収益力改善に取り組む。



②決算の概況

売上高
5,161百万円

前年同期実績(増減率)

7,022百万円(△26.5%)

営業利益
△734百万円

前年同期実績(増減額)

△1,039百万円(+305百万円)

振袖

広告戦略の抜本的見直しを進めているものの、期中の
効果発現は限定的であったことから、来店者数は前年対
比で減少し受注高は前年比△12.1%

二尺袖・袴

既存商品価格の見直しと、新規顧客の増加により、受注
高は前年比+19.6%

一般呉服・ 宝飾等

催事の収益性向上のため、開催形態の見直し、収益性管理、
集客管理体制の構築を進めているものの、現時点では受注
高の増加に結びついておらず、受注高は前年比△22.0%

写真スタジオ

商品の単価アップや和装店舗からの送客数の増加によ
り好調に推移し、売上高は前年比+11.4%

オンライン ストア

サイト別の広告投資効率の見直しや、市場の需要動向や
シーズンに応じた商品ラインナップの充実化により、売上
高は前年比+16.1%

粗利益率

仕入プロセスの見直しにより和装商品の粗利益率は前
年比で0.7pt改善。また、前期末に商品評価損の見直し
を実施したことに伴い、前期末は多額の棚卸資産評価損
を計上。これらにより、当期末における連結ベースの粗利
益率は前年比で5.6pt改善。

広告・販促費

振袖の広告戦略の抜本的見直しにより、紙媒体のダイ
レクトメールの定期的な発行を終了、WEB・SNSのデジ
タルマーケティングへの投資を拡大。一般呉服・宝飾等
については、催事運用の見直しにより催事開催コストが前
年比で大きく減少。

広告・販促費総額では前年比△404百万円。

人件費

一部事業の縮小と店舗戦略の見直し(3店舗の閉店)、
及び新規採用の抑制により、期中平均人員数が減少し、
人件費総額は前年比△413百万円。



③損益計算書(連結)

(単位:百万円、%)	2024年3月期		2025年3月期		対前年同期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	7,022	100.0	5,161	100.0	△1,861	△26.5
売上総利益	3,723	53.0	3,027	58.7	△695	△18.7
販管費	4,763	67.8	3,762	72.9	△1,000	△21.0
営業利益	△1,039	△14.8	△734	△14.2	305	—
経常利益	△1,055	△15.0	△747	△14.5	308	—
当期純利益	△1,342	△19.1	△923	△17.9	419	—

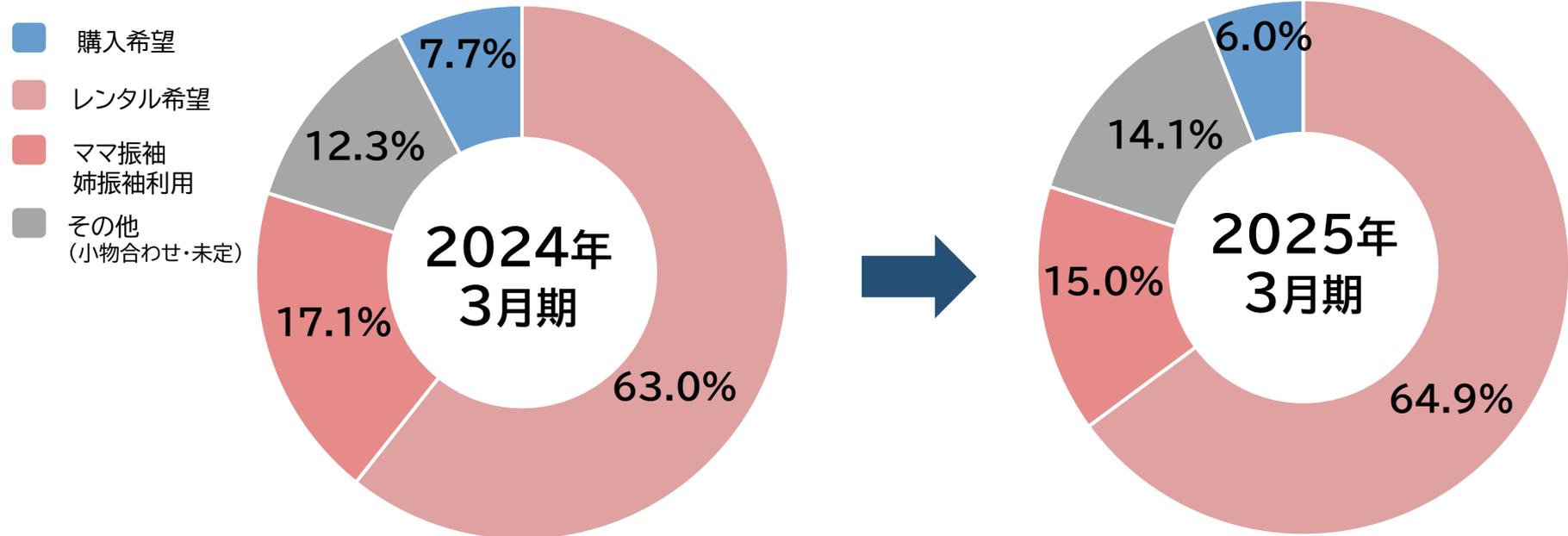
④振袖-受注状況

- 従来の振袖広告を抜本的に見直し、紙媒体のダイレクトメールの定期的な発行を終了。WEB・SNSのデジタルマーケティングを中心とした広告戦略に費用投下。戦略に対する意思決定、実行の迅速化を図るため、組織体制の見直しも実施。しかし、これらの広告効果の発現には一定の時間を要しており、当期中の来店者数は前年比△14.1%。
- 一方、ママ振袖ニーズへの対応が奏功し、主に販売において平均単価が上昇し、当初計画対比では想定通り推移。

		2024年3月期	2025年3月期	対前年同期 増減率
来店者数		9,658人	8,294人	△14.1%
受注件数		8,894件	7,317件	△17.7%
受注高		1,600百万円	1,407百万円	△12.1%
販売	受注件数	2,835件	1,954件	△31.1%
	平均単価	314千円	342千円	9.0%
レンタル	受注件数	2,730件	2,833件	3.8%
	平均単価	168千円	174千円	3.8%
関連小物	受注件数	3,329件	2,530件	△24.0%
	平均単価	53千円	65千円	23.1%

⑤振袖-トレンド

- ・ 振袖は引続きレンタル・ママ振袖のニーズが大きいため、帯、小物などの充実化、レンタル商品・プラン・価格帯の見直しを実施。
- ・ レンタル後、商品にご満足いただけた場合には、購入できる体制も整備。
- ・ オンラインストアにおいてもレンタル商品を取り揃え、商圈エリア外でもレンタルのニーズに対応。





⑥一般呉服・宝飾-受注状況

- ・ 収益性改善と、コスト構造見直しのため、従来の大規模店外催事を縮小し、店舗内催事中心の運用にシフト。
- ・ 各催事の収益管理、集客管理における体制を新たに構築し、各店舗、各催事の課題が明確化されたものの、期中に受注高の増加につなげることができず、受注高は前年比△22.0%。

	2024年3月期	2025年3月期	対前年同期 増減率
来店者数	62,467人	60,345人	△3.4%
成約率	25.2%	21.6%	△3.6pt
平均単価	291千円	274千円	△5.8%
受注高	4,590百万円	3,578百万円	△22.0%



⑦友の会の状況

- ・ 振袖受注件数の減少、および和装店舗2店舗の閉店により、会員数は前年比で減少。
- ・ 残高の利用促進に取り組んだものの、積立後、残高未使用である顧客が多く残存していることから、利用の促進は今後も重点課題として取り組む。

	2024年3月期	2025年3月期	対前年同期 増減数
会員数	61,875人	58,335人	△3,540人
会員による受注高	891百万円	804百万円	△87百万円
一般呉服等の受注全体 に占める割合	18.3%	21.0%	+2.7pt
積立残高総額(注)	2,719百万円	2,509百万円	△209百万円

(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。

⑧貸借対照表(連結)

(単位:百万円)

2024年3月末

2025年3月末

対前年 増減額

	2024年3月末	2025年3月末	対前年 増減額
流動資産 (うち現金及び預金)	6,778 (2,477)	5,305 (1,668)	△1,473 (△809)
有形固定資産	0	0	0
無形固定資産	0	0	0
投資のその他の資産	2,136	1,971	△164
固定資産	2,136	1,971	△164
資産合計	8,914	7,276	△1,638
負債	6,204	5,297	△906
株主資本	2,710	1,979	△731
純資産	2,710	1,979	△731
負債純資産合計	8,914	7,276	△1,638

【資産】

・商品及び製品	△100M
・売掛金	△484M
・敷金及び保証金	△61M
・前払費用	△85M

【負債】

・前受金	+399M
・短期借入金	△719M
・前受収益	△97M
・預り金	△232M

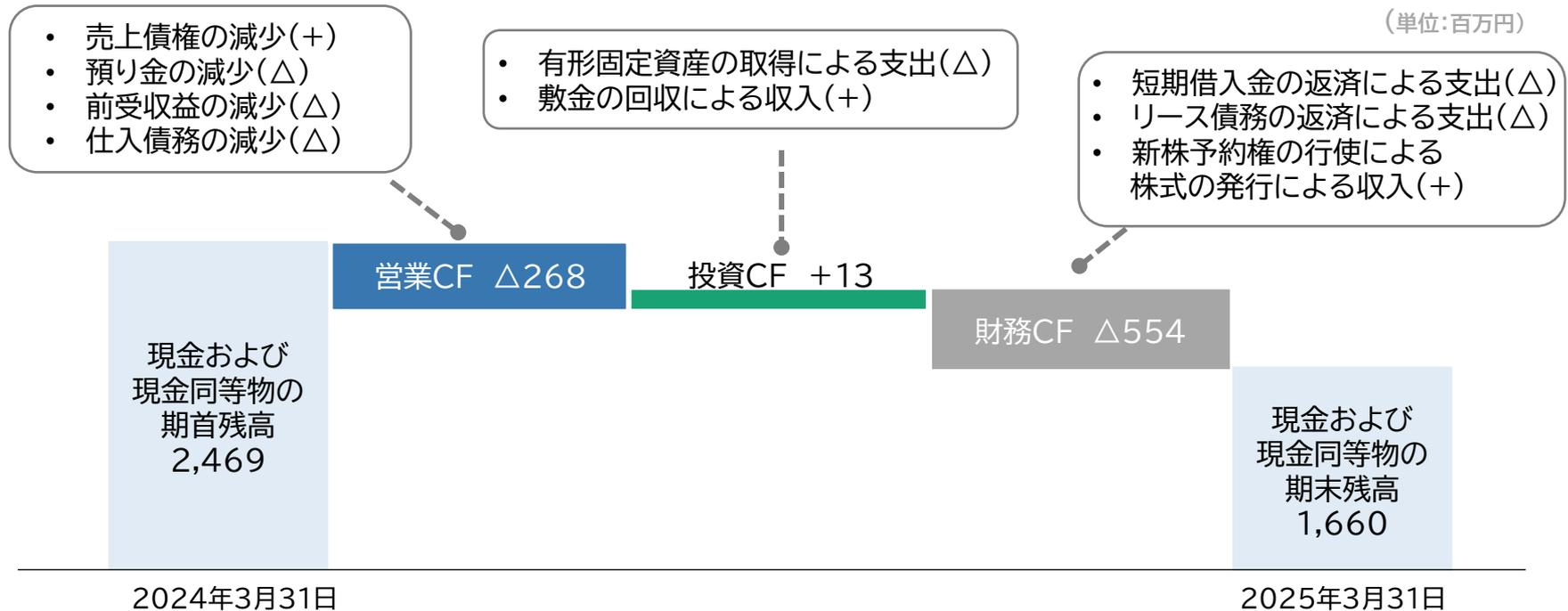
【純資産】

・資本金、資本準備金	+192M
・利益剰余金	△923M

※自己資本比率 27.2%
(2024年3月末30.4%)

⑨連結CF計算書

- ・ 仕入計画や配当施策の見直しにより一時的にキャッシュアウトを抑制。黒字化へ向けた重要施策へ資金投入。
- ・ 新株予約権の発行により資本を増強し、財務健全性を確保。



- ・ 売上債権の減少(+)
- ・ 預り金の減少(△)
- ・ 前受収益の減少(△)
- ・ 仕入債務の減少(△)

- ・ 有形固定資産の取得による支出(△)
- ・ 敷金の回収による収入(+)

- ・ 短期借入金の返済による支出(△)
- ・ リース債務の返済による支出(△)
- ・ 新株予約権の行使による株式の発行による収入(+)

⑩その他トピックス

商号変更（2024年8月1日～）

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。

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.）

新ロゴ



ロゴのコンセプト

- 「京都きもの友禅」という社名から感じ取られる柔らかさ・安心感を表現。
- 初代ロゴカラーをベースに伝統を感じることができる「鴨跖草色(つゆくさいろ)」、「薄紅」を使用。
- 1つ目の「O(オー)」は着物の衿元を表現し、呉服店らしさを表現。

⑪ その他トピックス

第三者割当による新株予約権の発行(行使価額修正条項付)

2024年8月13日開催の取締役会において、第三者割当の方法による第4回新株予約権の発行を決議。
2024年12月までに全ての新株予約権が行使され、本件における資金調達は全て完了。

目的

- ・ 2025年3月期の重点施策を着実に実施していくため、速やかに自己資本を拡充し財務基盤を強化。
- ・ 当社グループの事業の根幹を成す和装事業の改革・推進のために必要な資金を確実に確保し、企業価値の向上を図る。

行使結果

権利行使された新株予約権の数及び発行総数に対する行使比率	28,000個(発行総数の100%)
交付株式数	2,800,000株
行使期間	2024年8月30日～2024年12月16日
資金調達額	191百万円

2026年3月期 業績予想



①通期計画-損益計算書(連結)

(単位:百万円、%)	2025年3月期 通期 実績		2026年3月期 通期 計画		対前年同期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	5,161	100.0	5,909	100.0	748	14.5
売上総利益	3,027	58.7	3,623	61.3	596	19.7
販管費	3,762	72.9	3,557	60.2	△205	△5.4
営業利益	△734	△14.2	66	1.1	800	—
当期純利益	△923	△17.9	34	0.6	957	—



②通期計画-受注

(単位:百万円、%)	2025年3月期 通期 実績		2026年3月期 通期 計画		対前年同期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
振袖	1,407	25.4	1,429	25.7	22	1.6
二尺袖・袴	100	1.8	100	1.8	—	—
一般呉服・宝飾	3,667	66.2	3,710	66.6	43	1.2
写真スタジオ ・オンラインストア	367	6.6	331	5.9	△36	△9.8
合計	5,541	100.0	5,570	100.0	29	0.5

今後の戦略と見通し

① 今後の見通し

- 2025年3月期は利益体質への転換に向けた再生フェーズと位置づけ、組織改革を断行。
- 改善に向けた一時的な先行投資が発生した結果、営業赤字となったが、翌期については25/3期に発足した各プロジェクトの効果発現を見込んでおり、2022年3月期以来の営業黒字を計画。

(単位:百万円、%)	2025年3月期 実績		2026年3月期 計画		2027年3月期 計画	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
売上高	5,161	74%	5,909	114%	5,909	100%
営業利益	△734	—	66	—	94	141%

- 2027年3月期の計画値は、2026年3月期と同程度の売上規模を維持することが前提。
- プロジェクト推進による収益性改善の進捗しだいで、順次トップラインの引き上げについても検討。

②プロジェクトの進捗状況(振袖)

- 緻密かつ多角的なマーケティング戦略と広告効果の最大化によりお客様来場数を伸長

店舗マーケティング戦略

新規顧客獲得を目的とした、各店舗ごとの地域に根ざしたオフラインマーケティング施策を実施。

- 施策の運用が各店舗へ定着しつつあり、今後はさらに目標水準を引き上げ、新規顧客獲得を目指す。

本部マーケティング戦略

DM中心の広告施策からWEB・SNS中心のデジタルマーケティング施策に方向転換。

- 組織体制を再構築し意思決定・実行を迅速化。また、広告効率の分析強化により、広告の手法・代理店・コスト効率の最適化を実施。26/3期初から徐々にその効果が顕在化。

③プロジェクトの進捗状況(一般呉服・宝飾)

- 各催事の収益性を重視し、利益率を向上
- お客様との継続した関係性構築のため、各種コンプライアンス体制を整備

収益性管理

収益性に影響する項目を抜本的に見直し。各店、各催事の収益性向上を図る。

- 管理体制の構築が完了、継続的なモニタリングにより収益性が低い催事、店舗の是正を迅速化していく。

お客様管理体制

顧客アプローチ方法の体系化を実施し、組織的に販売力の強化を目指す。

- お客様との継続的な関係性構築や、属性に応じた最適な催事への集客のため、新しい管理体系を構築。

新規顧客育成

着物の着用機会を提供し、新規顧客の獲得、既存顧客への新規ご提案の機会創出を図る。

- 一部エリアにおけるテスト展開が順調に推移しており、今後は順次エリアを拡大。

販売管理体制

社内における販売ガイドラインを作成。ステークホルダーの皆様が継続的に安心できる販売環境を整備。

- 従業員への定期的な社内研修を通じて、ガイドライン遵守状況の確認と徹底を実施。

④プロジェクトの進捗状況(生産性向上・コスト管理)

- ・ 適正なコストコントロール、コスト削減を実施し利益確保
- ・ 社員1人1人の生産性向上を実現

コスト削減及び 社内コスト意識の醸成

社内決裁運用等を見直し。コスト削減と社内コスト意識醸成に取り組む。

- ・ 社内に設置した委員会により、社内経費を詳細に見直したことで、金額問わず削減、効率化への意識醸成が進んでいる。今後も継続し、適切なコスト管理を実施。

店舗開発・運営管理

固定費圧縮のため、店舗の閉店・減床、賃料の見直しを実施。

- ・ 25/3期において3店舗を閉店、3店舗の減床を実施。26/3期において固定費削減効果が顕現。

人員配置の最適化

近年、人件費率が上昇傾向にあることから各店、本社における生産性の高い人員配置・働き方の見直しを実施し、人件費を圧縮。

- ・ 25/3期中に人員配置の最適化は完了。販売員の働きやすい環境整備のため、多様な働き方を今後も検討。

問い合わせ先

経営管理部

URL:<https://www.kyotokimonoyuzenholdings.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。

会社概要

代表者	浅香 竜也
設立	1971年8月5日
所在地	(本社)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
事業内容	振袖を中心とした呉服・宝飾等の販売
資本金	196百万円(2025年3月末現在)
従業員数	389名(2025年3月末現在※嘱託・パートを含む)
店舗数	友禅42店舗 (2025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