



2016年2月期 第1四半期 決算説明会

2015.7.17

I 2016年2月期 第1四半期 決算概況

□ 本資料に記載の金額は、百万円未満を切り捨てて表示しています。

売上高 43,977百万円(前期比95.1%)、営業利益1,596百万円(同65.0%)

(金額単位:百万円)

	2015.2期 第1四半期		2016.2期 第1四半期			
	実績	構成比	実績	構成比	前期差	前期比
売上高	46,261	100.0%	43,977	100.0%	▲2,284	95.1%
売上総利益	25,913	56.0%	25,323	57.6%	▲589	97.7%
販管費	23,457	50.7%	23,727	54.0%	+270	101.2%
のれん償却費	228	0.5%	359	0.8%	+131	157.5%
減価償却費	1,097	2.4%	1,250	2.8%	+152	113.9%
販管費(のれん償却費・減価償却費 除)	22,131	47.8%	22,118	50.3%	▲13	99.9%
営業利益	2,456	5.3%	1,596	3.6%	▲860	65.0%
経常利益	2,776	6.0%	2,142	4.9%	▲634	77.2%
税前三半期純利益	2,762	6.0%	1,260	2.9%	▲1,502	45.6%
四半期純利益	1,589	3.4%	851	1.9%	▲738	53.5%
EBITDA	3,781	8.2%	3,205	7.3%	▲575	84.8%

※EBITDA=営業利益+のれん償却費+減価償却費

※第1四半期において段階利益の区分を超える表示方法の変更を行なっているため、前第1四半期についても、組替後の経常利益2,776百万円を記載しております(組替前の経常利益2,733百万円)

(金額単位:百万円)

	2015.2期 第1四半期		—	2015.2期 第1四半期 (廃止ブランド)		=	2015.2期 第1四半期 (継続事業)		2016.2期			
	実績	売上高 構成比		実績	売上高 構成比		実績	売上高 構成比	第1四半期		継続事業 前期比	
									実績	売上高 構成比	差	率
販管費	23,457	50.7%		1,077	64.8%		22,380	50.2%	23,727	54.0%	+1,348	106.0%
人件費見合	10,108	21.9%		463	27.9%		9,645	21.6%	10,094	23.0%	+449	104.7%
戦略費	1,865	4.0%		86	5.2%		1,779	4.0%	1,906	4.3%	+127	107.1%
その他経費	10,157	22.0%		493	29.7%		9,663	21.7%	10,117	23.0%	+453	104.7%
小計	22,131	47.8%		1,043	62.8%		21,088	47.3%	22,118	50.3%	+1,029	104.9%
のれん償却費	228	0.5%		0	—		228	0.5%	359	0.8%	+131	157.5%
減価償却費	1,097	2.4%		34	2.1%		1,063	2.4%	1,250	2.8%	+187	117.6%

※人件費見合＝人件費＋業務委託料＋販売手数料

※戦略費＝広告宣伝費＋販売促進費

6ブランドの売上総利益率が改善

(金額単位:百万円)

ブランド名	2015.2期 第1四半期		2016.2期 第1四半期			前期比		
	売上 構成比	売上 総利益率	売上 構成比	売上 総利益率	売上	売上 総利益率		
1 nano・universe	5,940	12.8%	58.8%	5,859	13.3%	59.5%	98.6%	+0.7pt
2 NATURAL BEAUTY BASIC	4,952	10.7%	60.9%	4,430	10.1%	63.6%	89.5%	+2.7pt
3 MARGARET HOWELL	3,118	6.7%	58.4%	3,237	7.4%	59.5%	103.8%	+1.0pt
4 ROSE BUD	2,834	6.1%	50.5%	2,858	6.5%	50.2%	100.8%	▲0.3pt
5 PEARLY GATES	1,979	4.3%	54.0%	2,265	5.2%	41.6%	114.4%	▲12.3pt
6 m.tsubomi	1,261	2.7%	65.2%	1,442	3.3%	80.6%	114.4%	+15.5pt
7 PROPORTION BODY DRESSING	1,517	3.3%	57.9%	1,346	3.1%	53.9%	88.8%	▲4.0pt
8 STUSSY	1,127	2.4%	62.9%	1,340	3.0%	66.7%	118.9%	+3.9pt
9 & by P&D	1,433	3.1%	60.4%	1,295	2.9%	59.9%	90.4%	▲0.4pt
10 Free's Mart	1,074	2.3%	56.6%	1,293	2.9%	63.8%	120.4%	+7.3pt
TOP10合計	25,239	54.6%	58.3%	25,369	57.7%	59.1%	100.5%	+0.8pt
その他	21,021	45.4%	53.4%	18,607	42.3%	55.6%	88.5%	+2.2pt
合計	46,261	100.0%	56.0%	43,977	100.0%	57.6%	95.1%	+1.6pt

※ROSE BUDの売上高は、(株)ローズバッドと(株)エレファントの連結売上高

マーケットの概況

- 去年は出店先の百貨店やファッションビル等の増税前のイベントやフェアの開催等により集客数が増加したが、本年はその反動もあり客数が減少
- カジュアルなパンツスタイルが主流となり、エレガンス系のブランド(PROPORTION BODY DRESSING等)は苦戦
- EC売上は前年比で倍増した直営サイトが増えたことに加え、他社のオンラインサイトとの取り組みを強化したブランドが増加したこと等により堅調に推移

主要子会社の概況

会社/主要ブランド

定性情報

(株)ナノ・ユニバース


nano-universe

前期のハードルが高く減収となったが、前々期(2013年2月期)との比較では126.9%
EC売上高は引き続き好調(前年比103.5%)
値引き販売の抑制等により粗利率が0.7pt改善し、売上総利益はほぼ前年並みとなる。
下期はイタリアンカジュアルをベースとしてセレクトショップ「ナノ・ユニバース フラメントクオレ」をオープン予定。
また、新宿エリアに、300坪規模の大型路面店を出店し、オムニチャンネル戦略の拠点として位置づける。

(株)サンエー・ビーディー


PROPORTION
BODY DRESSING



カジュアルなスタイリングに対応した提案が不足し、客数が減少。
アセアンでの計画生産を増やしたことや、期中の割引率を抑制したことにより、粗利率は+3.5ptと大幅に改善。
主力のNATURAL BEAUTY BASICは、以下の4つを重点課題として今後取り組む。
(1)顧客ロイヤルティを測定する指標の導入
顧客ロイヤルティの向上に対して高い意識を持ちやすい仕組みを導入し、併せてPDCA業績管理をきめ細かく実施。
(2)商品のブラッシュアップ
(3)若手の登用
(4)カテゴリーの充実

Ⅱ 2016年2月期～2018年2月期 中期経営計画 補足

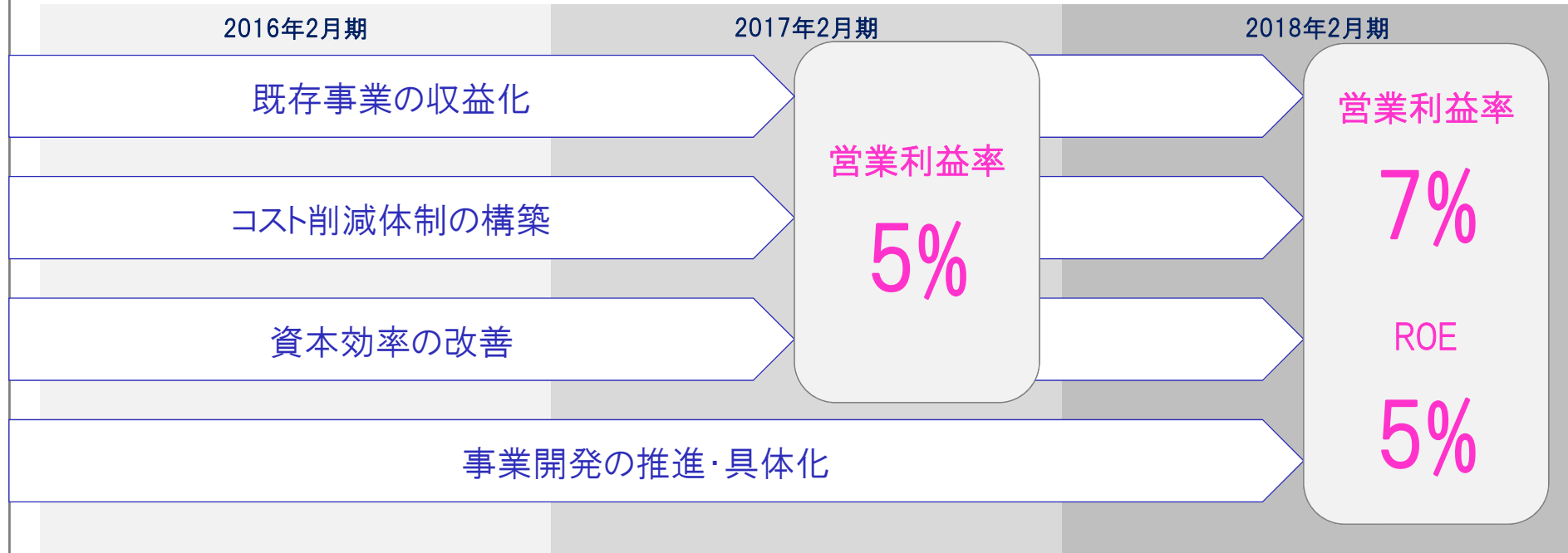
基本方針

選択と集中による
強化ブランドへの投資

各グループ会社が持つ
リソースを最大限に活用する
「最強の事業ポートフォリオ経営」
の実践

収益力拡大に向けた
次世代ファッションビジネス
の構築

基本戦略



1. 既存事業の収益化を最優先事項とし、コスト削減体制の構築と資本効率の改善に努めることにより、2017年2月期に**営業利益率 5%** を達成する

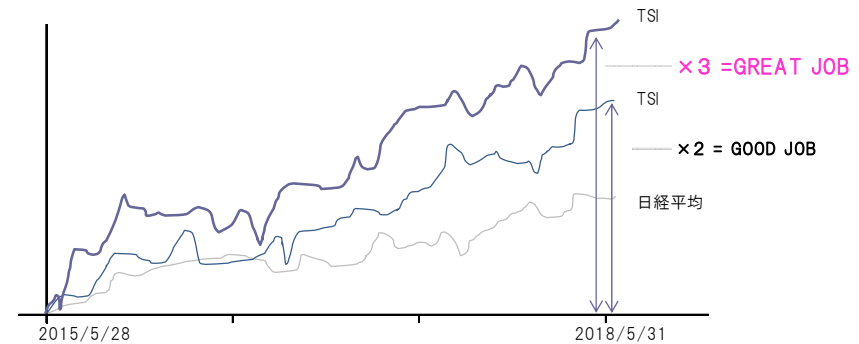
2. 上記に加え事業開発を推進することにより、2018年2月期に**営業利益率 7%、ROE 5%** の達成を目指す

→ 今般、日本政策投資銀行と契約締結した資本・業務提携を活用し、中期経営計画を強力に推進する

社長としての最重要KPI = 時価総額の最大化

日経平均2倍の株価上昇 ⇒GOOD JOB

日経平均3倍の株価上昇 ⇒GREAT JOB



2018.2期までの3カ年目標

ブランドポートフォリオの最適化を推進し、経営資源の選択と集中に取り組むことにより、以下の目標達成を目指す

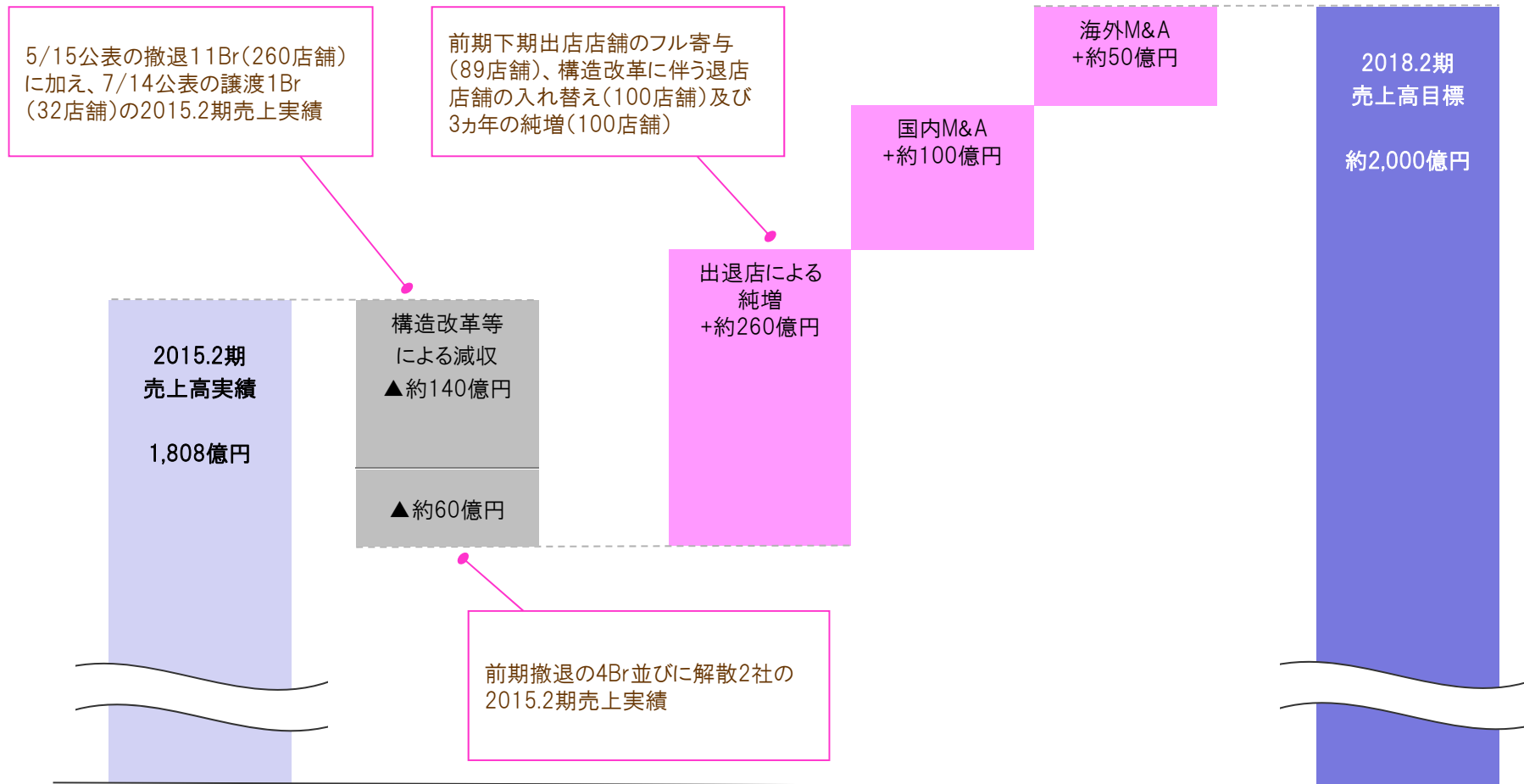
- PBR 1.1倍
- 営業利益率 7%
- ROE 5%



売上高 : 2,000億円
営業利益 : 140億円

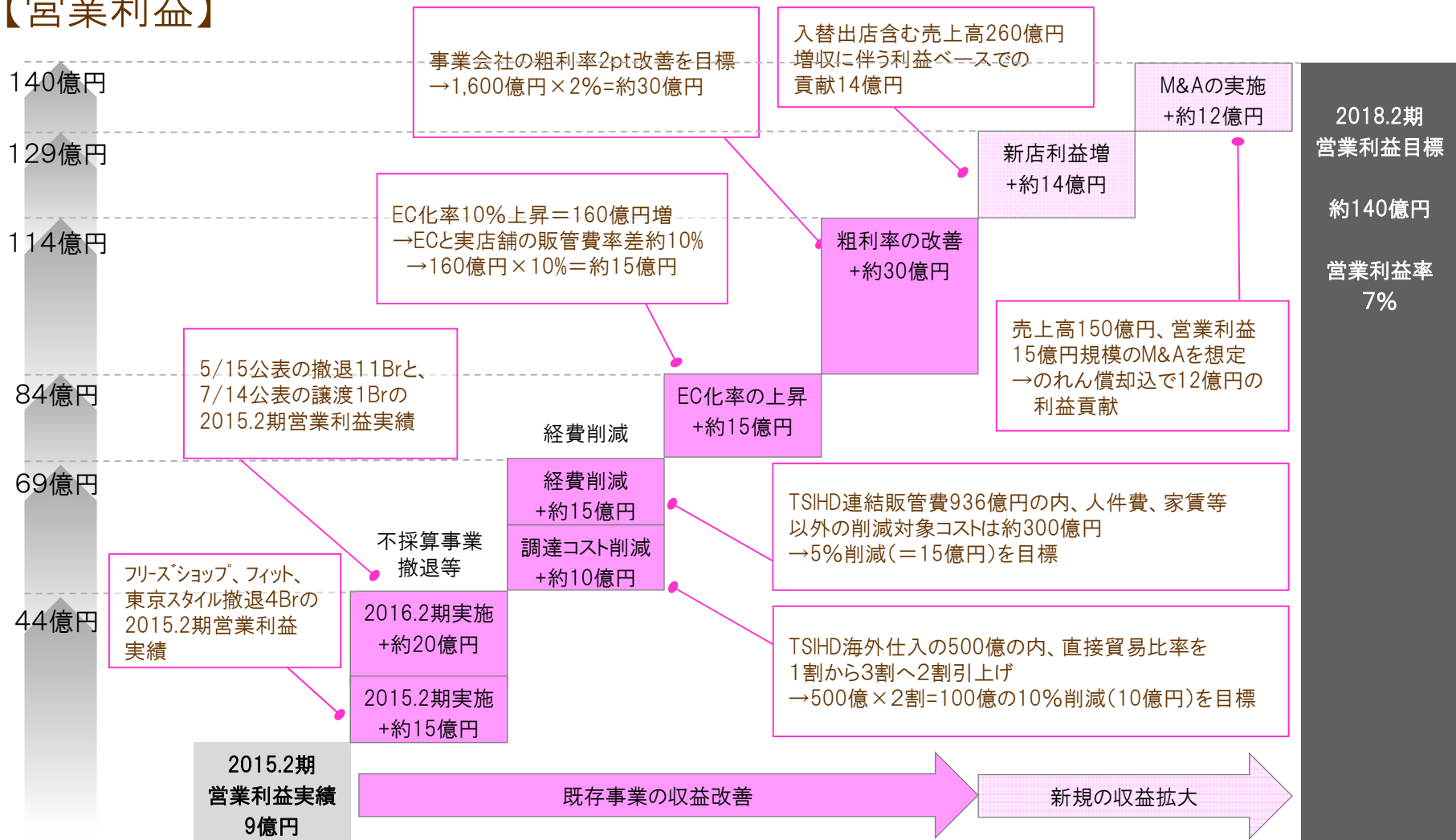
売上高の増収イメージ

【売上高】



営業利益の増益イメージ

【営業利益】



PL構造の改革イメージ

(金額単位：億円)

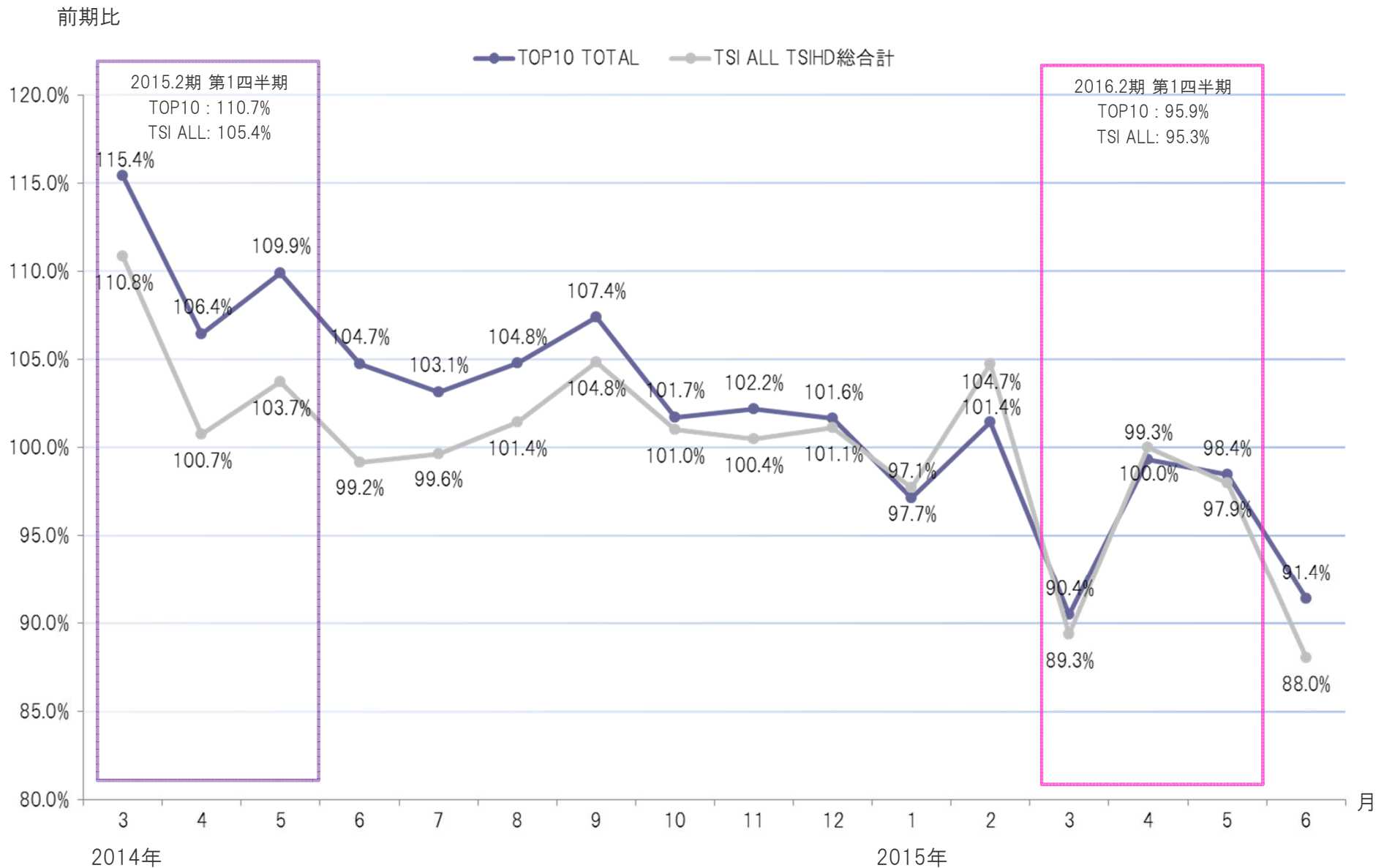
1. 不採算事業の撤退	2015.2期 連結実績	-	2015.2期 撤退事業	-	2016.2期 構造改革	=	事業撤退後 連結損益
売上高	1,808		62		140		1,605
売上総利益	946		22		64		858
売上総利益率	52.3%		36.6%		46.2%		53.5%
販管費	936		37		85		814
販管费率	51.8%		60.1%		60.7%		50.7%
営業利益	9		-15		-20		44
営業利益率	0.5%		-23.5%		-14.6%		2.8%

2. 事業構造の改革	事業撤退後 連結損益	+	直接貿易比率 上昇	経費 削減	EC化率 上昇	売上総利益率 2pt改善	=	構造改革後 連結損益
売上高	1,605		-	-	-	-		1,605
売上総利益	858		+10	-	-	+30		898
売上総利益率	53.5%		-	-	-	-		56.0%
販管費	814		-	▲15	▲15	-		784
販管费率	50.7%		-	-	-	-		48.8%
営業利益	44		+10	+15	+15	+30		114
営業利益率	2.8%		-	-	-	-		7.1%

3. 新規事業投資	構造改革後 連結損益	+	新規出店	M&A	のれん償却	計	=	中計目標 連結損益
売上高	1,605		260	150	-	410		2,015
売上総利益	898		145	83	-	229		1,127
売上総利益率	56.0%		56.0%	56.0%	-	56.0%		56.0%
販管費	784		131	68	3	202		987
販管费率	48.8%		50.4%	46.0%	-	49.5%		49.0%
営業利益	114		14	15	▲3	26		140
営業利益率	7.1%		5.6%	10.0%	-	6.5%		7.0%

Ⅲ 補足資料

国内既存店売上高の推移



※TOP10ブランドは、中国で展開するm.tsubomiを除く9ブランドで算出

(金額単位:百万円)

	2015.2期 第1四半期		2016.2期 第1四半期			
	実績	構成比	実績	前期比	構成比	構成比 前期差
百貨店	12,506	27.0%	10,834	86.6%	24.6%	▲2.4pt
非百貨店※1	22,591	48.8%	21,732	96.2%	49.4%	+0.6pt
EC(E-Commerce)	4,216	9.1%	4,238	100.5%	9.6%	+0.5pt
海外	2,991	6.5%	3,026	101.2%	6.9%	+0.4pt
その他※2	3,955	8.5%	4,146	104.8%	9.4%	+0.9pt
合計	46,261	100.0%	43,977	95.1%	100.0%	-

※1:非百貨店:ファッションビル、駅ビル、路面店、アウトレット等

※2:その他:卸や社販等のその他アパレル事業、グループ会社の非アパレル事業等

		2014.2期末	2015.2期 第1四半期末	2015.2期末	2016.2期 第1四半期末
国内	店舗数	1,795	1,833	1,570	1,623
	前期末差	▲ 329	+ 38	▲ 225	+ 53
海外	店舗数	253	245	223	230
	前期末差	▲ 10	▲ 8	▲ 30	+ 7
合計	店舗数	2,048	2,078	1,793	1,853
	前期末差	▲ 339	+ 30	▲ 255	+ 60

※両第1四半期の前期末差は、直近の通期末との比較

□本資料に記載されている当社の業績見通しは、本資料の日付時点において入手可能な情報による判断及び仮定を前提にしており、実際の業績は様々な要因によって異なる場合があります。