



大切な想いの、すぐそばに。

決算説明会資料

2024年12月期 第2四半期(中間期)



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
- 重要財務指標の実績

2.当期レビュー

- 事業概況
- 重点施策の進捗状況

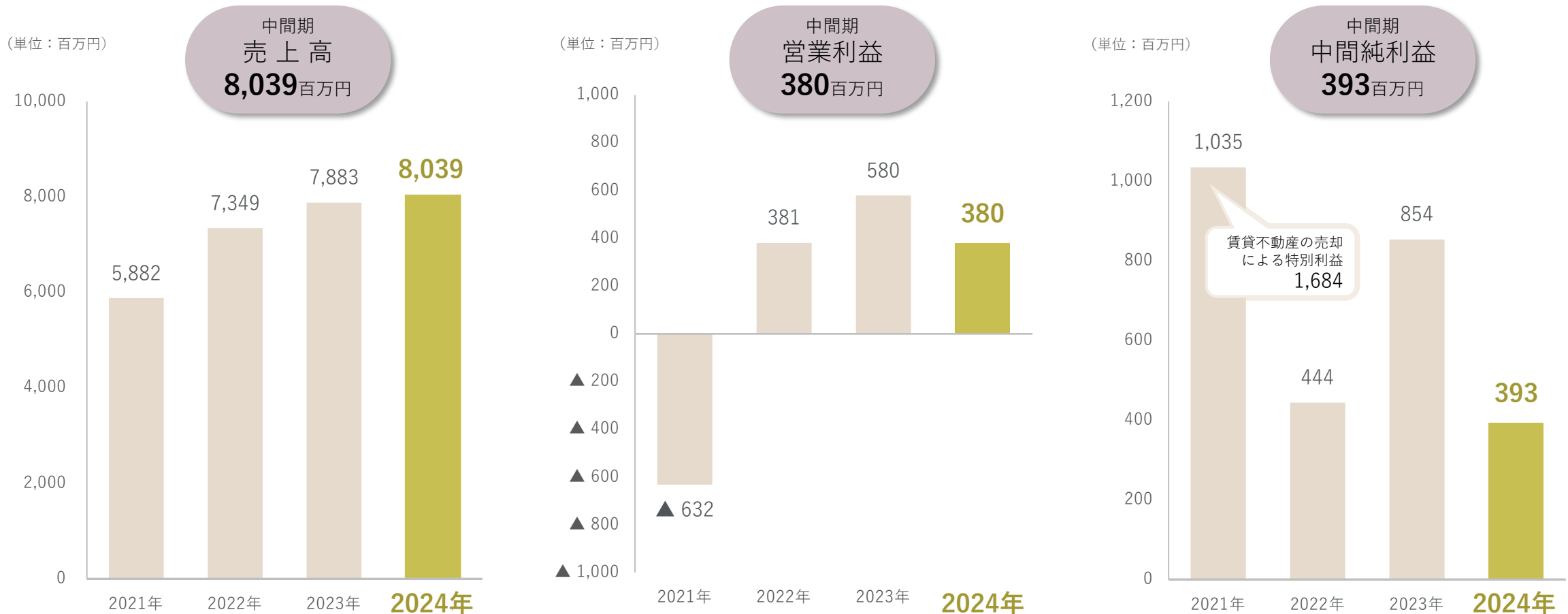
3.その他データ

- 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

1.決算概況

1.決算概況 業績ハイライト

売上高は春商戦が堅調に推移し増収となったものの、利益面では原価の高騰や販管費の増加で営業利益、親会社株主に帰属する中間純利益ともに減益となりました。



当中間連結会計期間において、株式会社チャンネルジーンの全株式を取得し子会社したことに伴い、同社を連結の範囲に含めております。なお、当中間連結会計期間においては、貸借対照表のみを連結しており、損益計算書につきましては子会社株式の取得関連費用をセグメント利益の調整額として計上しております。

1.決算概況 損益計算書の詳細

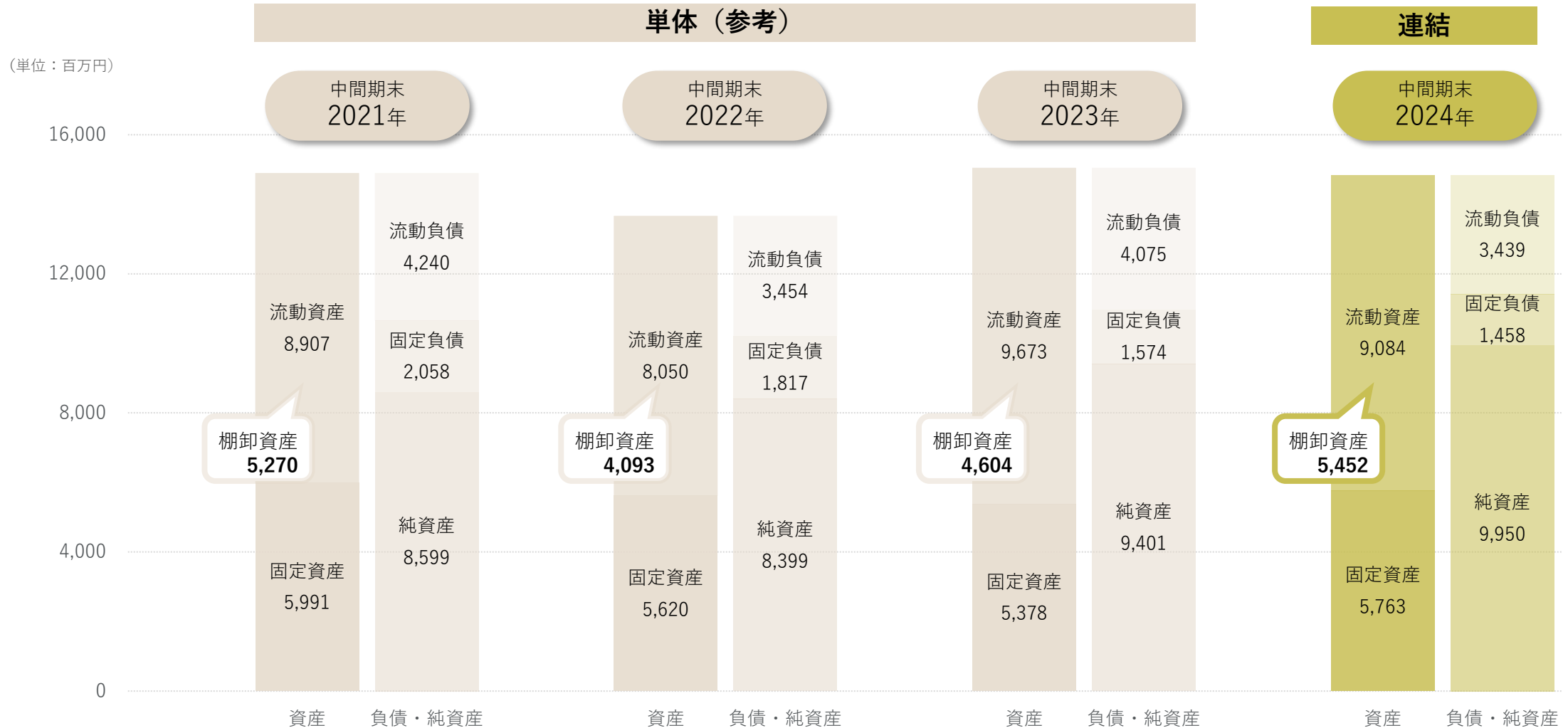
今後の成長のための投資などで販管費が増加し、利益率が低下していますが、中期経営計画に対しては計画通りに進捗しています。

(単位:百万円/%)	単体 (参考)			連結	前年中間期 増減比	前年同中間期 増減率
	中間期 2021年	中間期 2022年	中間期 2023年	中間期 2024年		
売上高	5,882	7,349	7,883	8,039	—	—
売上総利益	2,800	3,753	4,165	4,158	—	—
(率)	47.6	51.1	52.8	51.7	—	—
販管費	3,432	3,371	3,585	3,777	—	—
(率)	58.4	45.9	45.5	47.0	—	—
営業利益	▲632	381	580	380	—	—
親会社株式に帰属する 中間純利益	▲632 賃貸不動産の売却 による特別利益 1,684 1,035	444	854	393	—	—

※当中間連結会計期間より、中間連結財務諸表を作成しているため、対前年中間期増減比及び増減率は記載していません。

1.決算概況 貸借対照表の詳細

当中間連結会計期間末における総資産は148億48百万円、棚卸資産は54億52百万円となっています。



1.決算概況 重要財務指標の実績

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、以下の3項目を重要財務指標と位置付けています。

	単体（参考）		連結	
	中間期 2022年	中間期 2023年	中間期 2024年	
棚卸資産回転率 の改善	1.69回転	1.84回転	1.53回転	売上高が増加したものの、棚卸資産も増加(P.6参照)したことで、棚卸資産回転率は1.53回転となりました。
売上総利益率 の向上	51.1%	52.8%	51.7%	販売価格の見直しや粗利益率の高いプレタブランドの販売強化等の対策を行ったものの、原材料価格等の上昇による原価への影響を受け、売上総利益率は51.7%となりました。
販管費比率 の改善	45.9%	45.5%	47.0%	売上高の増加に伴う販売促進費等の変動費の増加や、今後の成長のための投資で販管費は増加し、販管費比率は47.0%となりました。

2.当期レビュー

2.当期レビュー 事業概況 – 事業別売上構成比 –

リアル店舗回帰が一巡し来店客数の伸びは鈍化したものの、小売・卸売の各事業は前年を上回り堅調に推移しました。結果、売上の構成比はほぼ前年同様となりました。

(単位：%)	単体 (参考)		連結	中間期 増減比	
	中間期 2022年	中間期 2023年	中間期 2024年		
小売事業 SC・EC	15.2	15.4	16.4	+1.0	SCはセレモニー需要が堅調で前年同期比6.6%増、ECはマーケティングツールの活用や広告運用の効果で売上を伸ばし同11.3%増となっています。
卸売事業 百貨店・量販店	67.9	69.1	68.1	▲1.0	リアル店舗回帰が一巡し来店客数の伸びは鈍化傾向にあり、売上高は百貨店で同2.1%減、量販店で同1.9%増となっています。
新規事業 レンタル・kuros'	0.4	0.7	0.7	+0.0	売上高はレンタル事業で同7.6%増、kuros'事業で同2.9%減となっています。
その他 専門店・通販	16.5	14.8	14.8	+0.0	供給体制の安定化や販売価格の見直し等の取り組みで、売上高は同2.1%増となっています。

※損益計算書においては、株式会社キャナルジーンは連結対象となっていない(P.4参照)ため、上記の売上高には同社分は含んでおりません。

2.当期レビュー 事業概況 –商品別売上高–

ブラックフォーマルは前年に引き続き、春の卒入学シーンへのキャンペーン実施等、販売促進を強化したこともあり、好調に推移しました。

	単体（参考）		連結	中間期 増減率
	中間期 2022年	中間期 2023年	中間期 2024年	
ブラック フォーマル	4,769百万円	5,167百万円	5,294百万円	+ 2.4%
カラー フォーマル	1,409百万円	1,451百万円	1,489百万円	+ 2.6%
アクセサリー	1,170百万円	1,263百万円	1,255百万円	▲0.6%



※損益計算書においては、株式会社キャナルジーンは連結対象となっていない(P.4参照)ため、上記の売上高には同社分は含んでおりません。

卸売事業の進化

魅力的な売場作り・サービスの提供



tokyo soir ショップの事業モデル確立

- ・百貨店14店舗、量販店15店舗で展開
(前年期末比+5店舗)
- ・様々な着回しが可能なフォーマルやギフト等の
既存のフォーマル売場にはないアイテムの展開
- ・SNS等での情報発信強化

販路・店舗特性に合わせた商品企画・提案の強化

- ・大きいサイズに特化したパターンのブラックフォーマル企画
の展開(同企画の売上高 計画比152.0%)
- ・お受験、正礼装オーダー企画の継続提案

小売事業の売上拡大 (form forma)

”form forma”ブランドの認知度向上



formformaユニモール

卒入学アイテムの売上拡大

- ・ お買い上げ客数 前年同期比114.6%
- ・ 藤本美貴さんとの商品の共同開発
- ・ YouTubeや館内デジタルサイネージ、SNS等での情報発信

ドミナント※を意識した出店継続

- ・ 東海エリアへの出店
(ユニモール(6月))

※地域を絞って集中的に出店する戦略

小売事業の売上拡大（EC）

新規顧客の創出と既存顧客の育成



新規プロダクトの展開

- ・新規ドレスブランド「träumerei」の展開による若年層へのアプローチを強化。ブランド単体でのEC展開も予定。

会員ランク	ベーシック	ゴールド	プラチナ	プレミアム
累計購入金額	～¥100,000	¥100,001～ ¥500,000	¥500,001～ ¥1,000,000	¥1,000,001～
パースデークーポン割引率	15%	15%	18%	20%
会員限定ご優待	○	○	●	●
シーズンクーポン	-	○	●	●
シークレットセール	-	○	●	●
ご試着チケット無料	-	-	●	●
新規商品優先販売	-	-	●	●

顧客行動分析の徹底と提案の細分化

- ・リピート率は前年同期比+4.7%となる23.5%
- ・CRM(顧客関係管理)ツール導入による、購買動向別および会員ランク別MA(マーケティングオートメーション※)施策を強化

※顧客情報を一元管理し、デジタルを通じマーケティング活動を自動化する仕組み

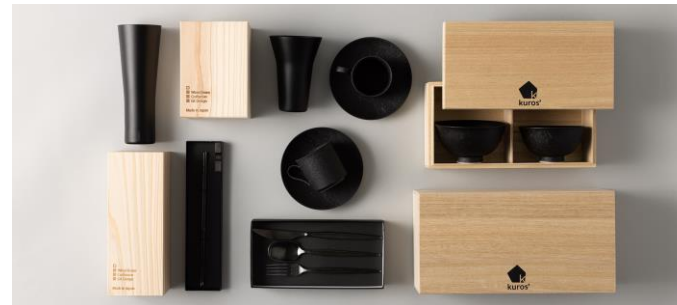
事業領域の拡大

レンタル事業・ライフスタイル事業の拡大



レンタル事業の拡大

- ・ 物流領域の業務委託により、レンタル事業の成長基盤を構築
- ・ レンタル事業の成長により、持続可能なサーキュラーエコノミー(資源循環型経済)の実現を目指す



kuros'公式オンラインサイトでの大口受注への対応

- ・ 飲食店等の法人様向けを含む大口受注ページを開設・広告運用を強化
- ・ 大口受注が寄与し、全体の客単価は前年同期比20%増



(株)キャナルジーンの子会社化

- ・ 発行済み株式を取得し、子会社化
- ・ レディースファッションを中心にECと実店舗を運営
- ・ 自社サイトやファッションモールでの販売に強みを持ち、高いEC化率を実現

社会環境変化への対応

地球環境への配慮と地域社会への貢献



廃棄衣料の有効活用

- ・ 廃棄衣料を再利用したノベルティ(PANECO®)を利用したキャンペーンの実施
- ・ 回収キャンペーン(BRING)の継続



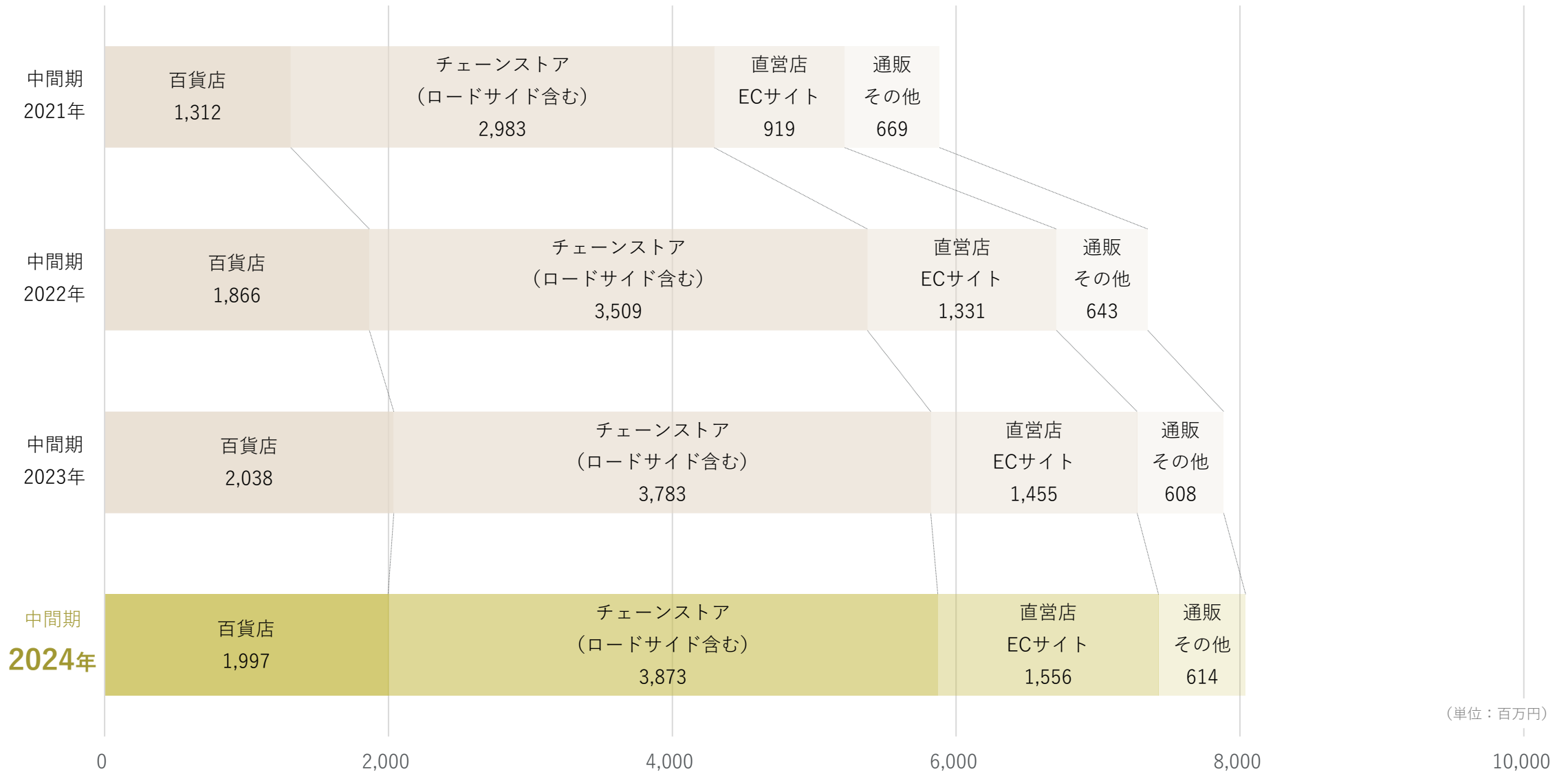
社会貢献活動への取り組み

- ・ 服育プログラム「僕の私のフォーマルウェア」が、メセナ活動認定制度This is MECENAT2024認定
- ・ シニア支援活動の継続



3.その他データ

3.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、9ページの当社の事業別のセグメントとは異なります。
 ※損益計算書においては、株式会社キャナルジーンは連結対象となっていない(P.4参照)ため、上記の売上高には同社分は含んでおりません。

3.その他データ 実店舗数の推移

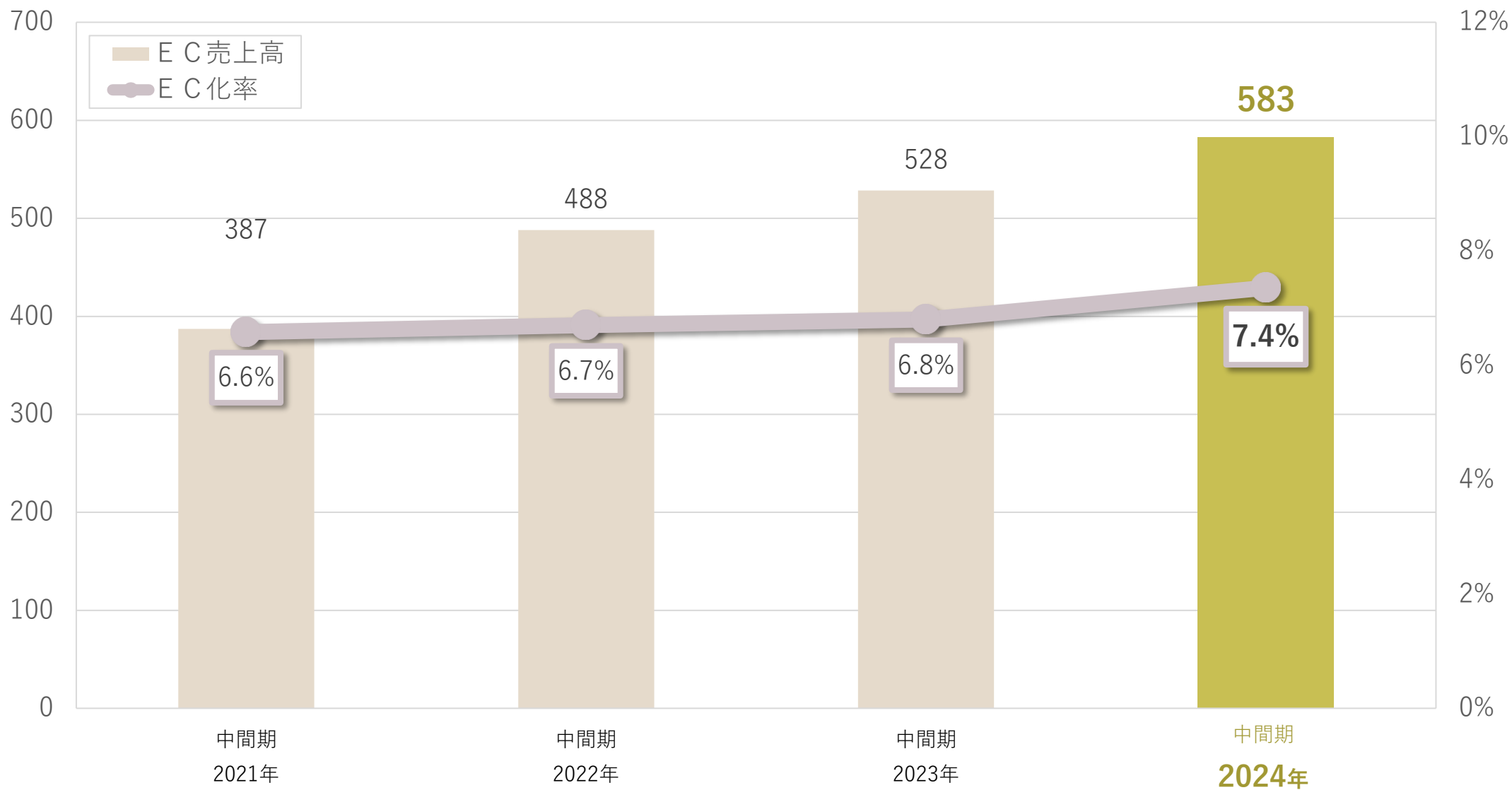
		中間期末 2021年	中間期末 2022年	中間期末 2023年	中間期末 2024年	中間期末 増減比
実店舗数	百貨店	137	121	111	111	-
	(うち、モノポリー)	63	54	49	52	+3
	量販店	606	563	546	531	▲15
	(うち、モノポリー)	277	265	248	241	▲7
	フォームフォルマ	26	25	26	28	+2
	アウトレット	7	8	8	7	▲1
	計	776	717	691	677	▲14

※店舗数は各年度の中間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'、チャンネルジーンは除外しています。

※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。

3.その他データ EC売上高及びEC化率の推移



※損益計算書においては、株式会社キャナルジーンは連結対象となっていない(P.4参照)ため、上記の売上高には同社分は含んでおりません。

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。