



第57回 定時株主総会

2020年6月25日

株式会社 キムラタン

2019年度 事業の経過及び成果

2019年度事業戦略

「短期戦略」と「中期戦略」を同時に実行 早期黒字化と将来成長を実現

短期戦略 (～2019年4月)

- 店舗運営体制改革
- 組織構造改革
- 経費削減

2019短期戦略 (～2019年8月)

- ブランドリニューアル
- 粗利率向上
- 会員数の増加

中期戦略 (～2019年12月)

- M&A戦略
- ウェアラブルIoT
- 海外戦略

2019年度業績概要

単位：百万円	2018年度	2019年度
売上高	4,042	4,916
売上総利益	1,970	2,376
売上総利益率	48.7%	48.3%
販管費	2,592	2,833
営業利益	△622	△457

全社	前期比	+21.6%
既存アパレル	前期比	△4.3%

増減要因

- 中西子会社化により大幅増
- 既存アパレル事業は、
2Q以降増収基調も通期で減収
- 天候不順とコロナウイルスの影響

2019年度業績概要

単位：百万円	2018年度	2019年度
売上高	4,042	4,916
売上総利益	1,970	2,376
売上総利益率	48.7%	48.3%
販管費	2,592	2,833
営業利益	△622	△457

売上総利益率
対前期

△0.4ポイント

変動要因

- ・ 中西子会社化により卸の割合増加
- ・ 既存アパレル 粗利率 + 2.2ポイント
- ・ 製造原価率低減と持越し在庫削減に成果が見られる

2019年度業績概要

単位：百万円	2018年度	2019年度
売上高	4,042	4,916
売上総利益	1,970	2,376
売上 総利益率	48.7%	48.3%
販管費	2,592	2,833
営業利益	△622	△457

全社 +9.3%
既存アパレル △5.7%

変動要因

<アパレル>

- ・店舗運営経費、その他固定費の削減
変動費の引き下げ
- ・中西の販管費が純増

<その他事業>

- ・ウェアラブルIoT事業関連の経費増

2019年度業績概要

単位：百万円	2018年度	2019年度
営業損失	△622	△457
営業外損益	△17	△22
経常損失	△639	△479
特別損益	△9	△93
当期純損失	△654	△580

営業損失 **1億64百万円改善**
当期純損失 **73百万円改善**

営業外損益

- ・ 支払利息、借入手数料、株式交付費が増加

特別損益

- ・ 固定資産の減損損失89百万円を計上

2019年度業態別の売上高と概況 ①

単位：百万円	2018 年度	2019 年度	前期比	概況
Baby Plaza	2,063	1,960	△5.0	既存店売上前期比 △ 2.7% 通期減収ながらブランドリニューアルに成果
Bobson	646	579	△10.4	既存店売上前期比 △ 9.8% 実売期堅調ながら暖冬・コロナ影響大
テナント	297	314	+5.6	既存店売上前期比 △ 8.8% アウトレット店の販売不調

2019年度業態別の売上高と概況 ②

単位：百万円	2018 年度	2019 年度	前期比	概況
ネット通販	825	860	+3.7	春物販売堅調。アウトレット重点販売 自社サイトが堅調に推移
専門店卸・ 海外	163	109	△33.0	市況の厳しさから受注低迷
中西	-	1,026	-	2020年春夏物よりシナジー本格化
その他事業	46	66	+42.1	4園運営受託により保育園事業が増収 2020年2月～“cocolin”サービス開始

2019年度業績概要

計画は未達ながら、成果・改善も見られ赤字幅は縮小

単位：百万円	2018年度 実績	2019年度 計画	2019年度 実績	前期対比	計画対比
売上高	4,042	5,700	4,916	+874	△783
営業利益	△622	30	△457	+164	△487
経常利益	△639	10	△479	+159	△489
当期純利益	△654	5	△580	+73	△585

事業報告、連結計算書類等

事業報告

設備投資の状況～会計監査人の状況

5～11ページ

連結計算書類

12～13ページ

計算書類

14～15ページ

2020年度 事業計画の概要

2020年度事業計画の概要

利益体質への変革と新規事業の確立

損益分岐点
の引き下げ

キャッシュ・フロー
の改善

店舗とECの融合

厳しい経営環境下でも利益が出せるよう体質強化を図る

新規事業の確立

損益分岐点の引き下げ

売上横ばいで利益が出せるよう体質強化

不採算店舗閉鎖

- 全体の16%相当の40店閉鎖
- 2020年9月末を目途に実施

経費削減

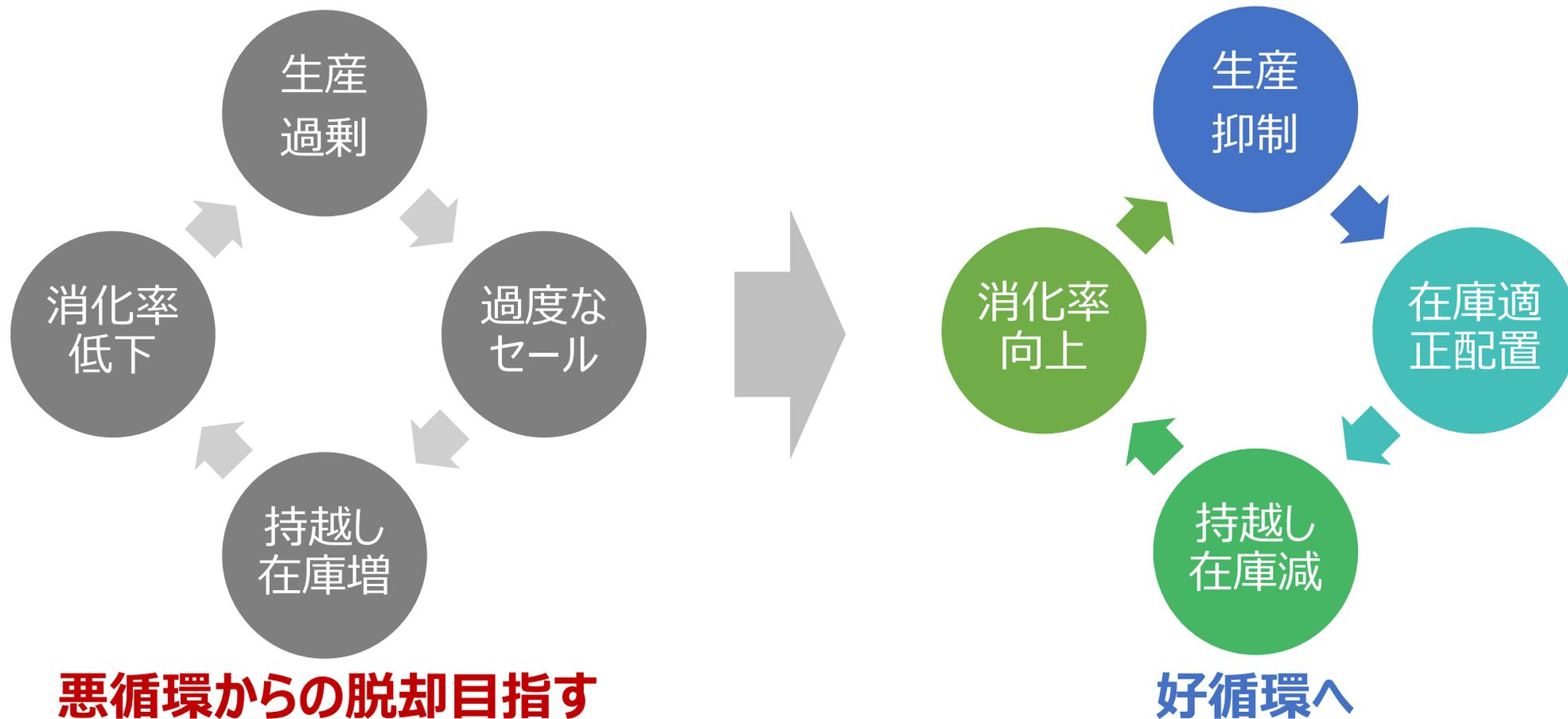
- 物流費を始め変動費の引き下げ
- さらなる固定費削減

粗利率の改善

- 不採算ブランド廃止。型数減とロット増
- 生産拠点シフト加速。原価率4ポイント低減

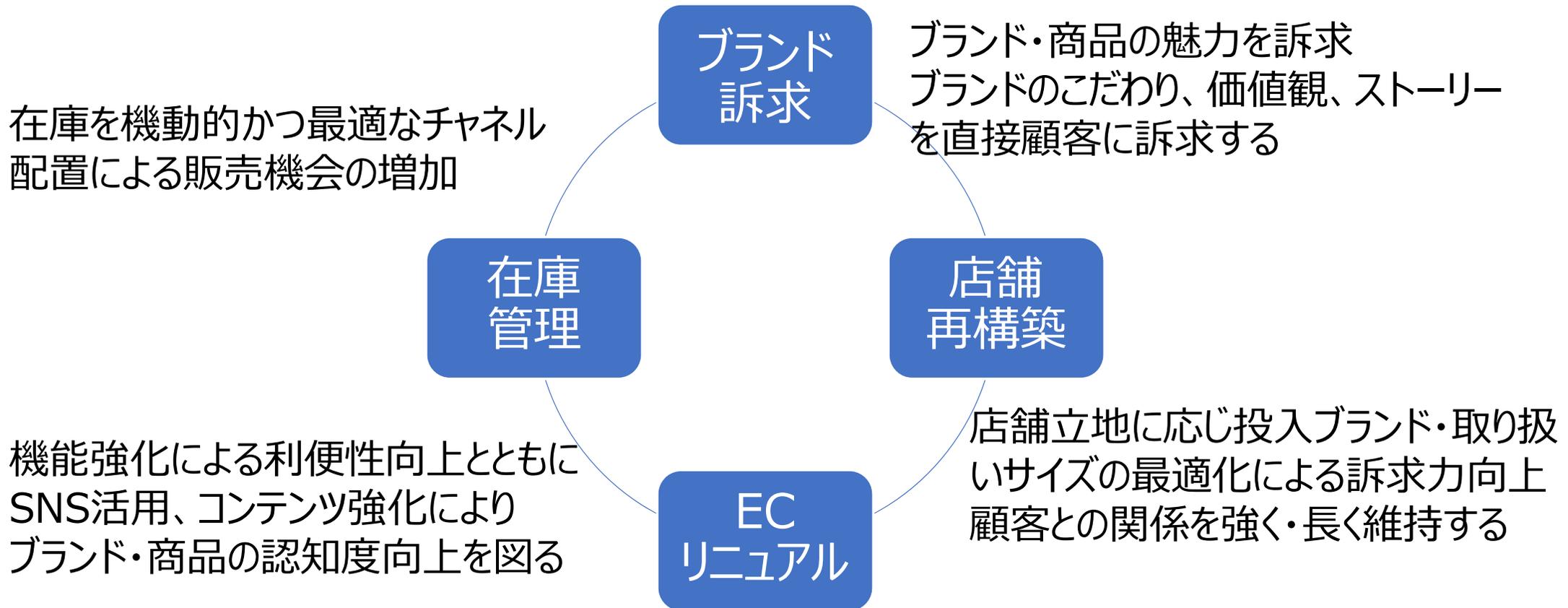
キャッシュ・フローの改善

悪循環から脱却し好循環へ



店舗とECの融合

業態の枠を超えたより良い顧客体験を創出し顧客数を増やしていく



新規事業の確立

将来成長に向けた新規事業の確立

新業態

オフプライスショップを2020年9月にOPEN
店舗とECを新設し新業態をスタートさせる

新規事業

ウェアラブルIoT

業務支援システムとの業務提携推進。地方自治体へのアプローチ

保育園事業

5園体制にて子育て応援企業として質の高い保育と
ウェアラブルIoT事業との連携による安心安全な保育の実現

M&A

今後もシナジーの見込まれる、新規事業になりうるM&Aに注力

2020年度事業計画 目標

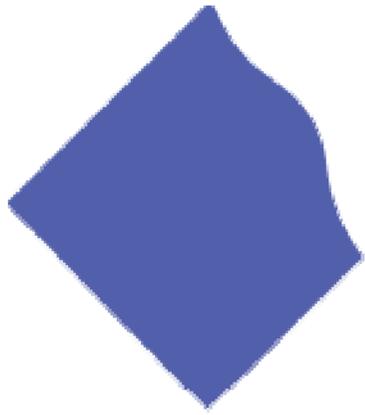
損益分岐点
の引き下げ

キャッシュ・フロー
の改善

店舗とECの融合

2020年度は大幅な赤字縮小を目標としつつ、
体質強化と新規事業確立を図り、2021年度黒字化を目指す

新規事業の確立



KIMURATAN