

第52回 定時株主総会

2015年6月25日

株式会社 キムラタン

2014年度（第52期） 事業の経過及び成果

国内経済・個人消費の動向

- ・大手企業収益は堅調
- ・雇用情勢の改善
- ・生活必需品値上げ



緩やかな景気回復期待



増税後個人消費は低迷

アパレル市場の動向

- ・衣料品消費の低迷
- ・円安によるコスト上昇圧力の高まり
- ・年度を通じての天候不順の影響



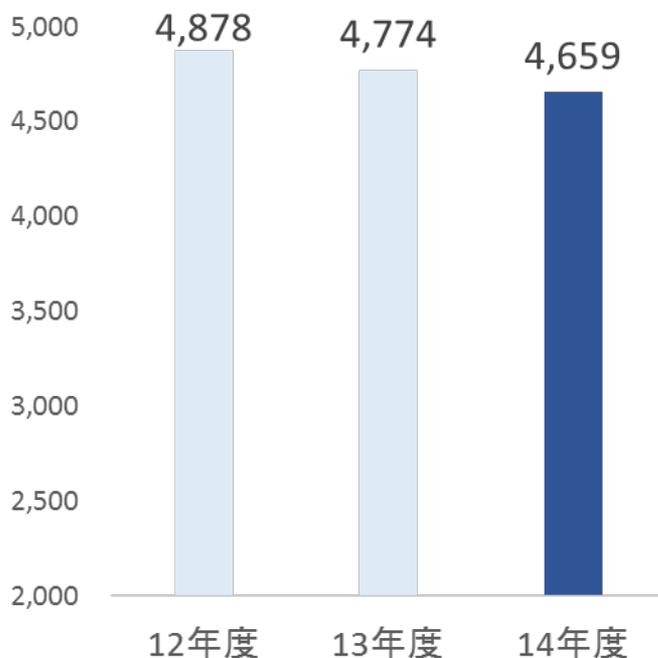
厳しさは一層激化

売上高

46億59百万円(-2.4%)

売上高の推移

(単位:百万円)



減収要因 (-624百万円)

- ・総合スーパー卸取引休止
- ・一般専門店の受注低迷
- ・海外事業の不調

増収要因 (+509百万円)

- ・積極展開による店舗数増
- ・ネット通販が好調に推移
- ・専門量販店取組み拡大

売上総利益

22億95百万円(+3.6%)

売上総利益率 49.3%(+2.9%アップ)

- ・円安の影響あるが、製品コスト抑制に奏功
- ・利益率の高いリテール事業の売上構成比拡大

販売費・管理費

22億68百万円(+3.8%)

販管費率 48.7%(+2.9%アップ)

- ・新規出店に伴う店舗経費の増加
- ・販売促進費等の増加

(単位:百万円)

| | 2013年度 実績 | 2014年度 実績 | 前期比 |
|-------|--------------|--------------|--------|
| 売上高 | 4,774 | 4,659 | -2.4% |
| 営業利益 | 29 | 27 | -7.9% |
| 経常利益 | 15 | 16 | +5.4% |
| 当期純利益 | 5 | 4 | -28.0% |

売上総利益は80百万円増加するが、
販売費・一般管理費が83百万円増加となり、
営業利益は、前期比-7.9%の27百万円となる。

売上拡大による収益性の回復

- **新規売上の創出**
- **新規顧客の獲得**
- **新規取り組みの強化**

新規売上の創出

「BOBSON」ブランドショップの積極出店

**男児服・トドラーサイズ(3～7歳児)強化による
新たな売上の創出**

昨年9月より出店開始。期末までに44店舗開設

出店数は計画以下。単店売上向上が課題

品揃え、価格、オペレーション等の改善に取り組む

新規顧客の獲得

妊婦さんからの顧客化と囲い込み

積極アプローチによりネット通販の一層の伸長を図る

会員数は +29.8% 購買客数は +18.7%

ネット通販売上高 +13.0%

新規取り組みの強化

専門量販店との取り組み強化

得意先限定ブランドの開発と提案間口増強

2014年秋物から取扱い店舗数・間口増加

専門量販店売上高

+88.0%

売上高

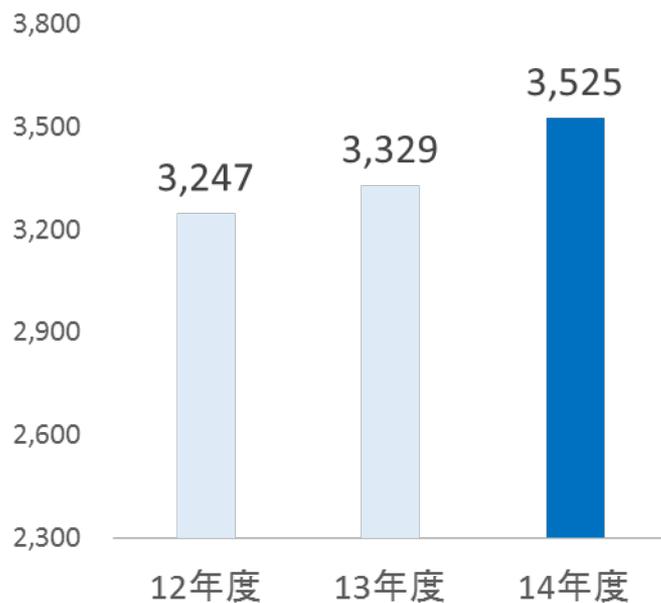
35億25百万円(+5.9%)

部門利益

2億97百万円(-5.9%)

売上高の推移

(単位:百万円)



減収要因 (-343百万円)

前期の閉店・当期既存店 -4.8%

増収要因 (+539百万円)

店舗数60店増・ネット通販拡大

部門利益減

製品コスト増・新規出店費用増

売上高

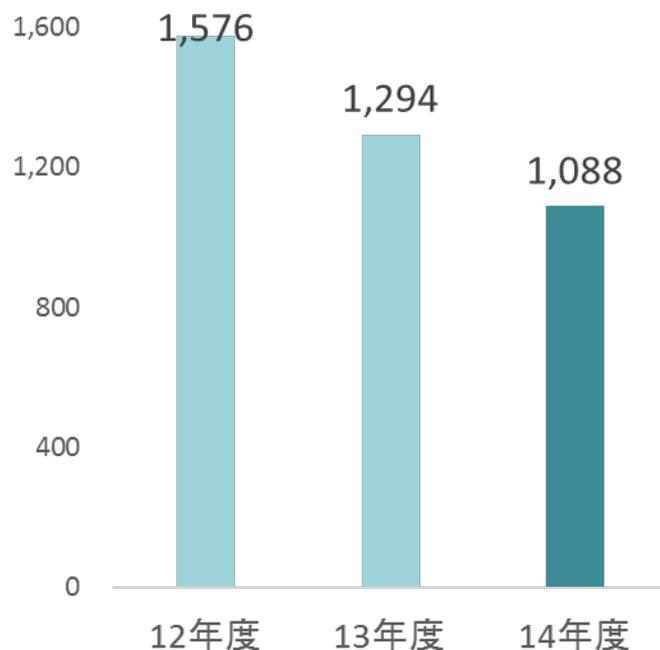
10億88百万円(-15.9%)

部門利益

75百万円(+95.1%)

売上高の推移

(単位:百万円)



減収要因 (-441百万円)

総合スーパー取引休止

一般専門店受注低迷

増収要因 (+235百万円)

専門量販店との取り組み拡大

部門利益増

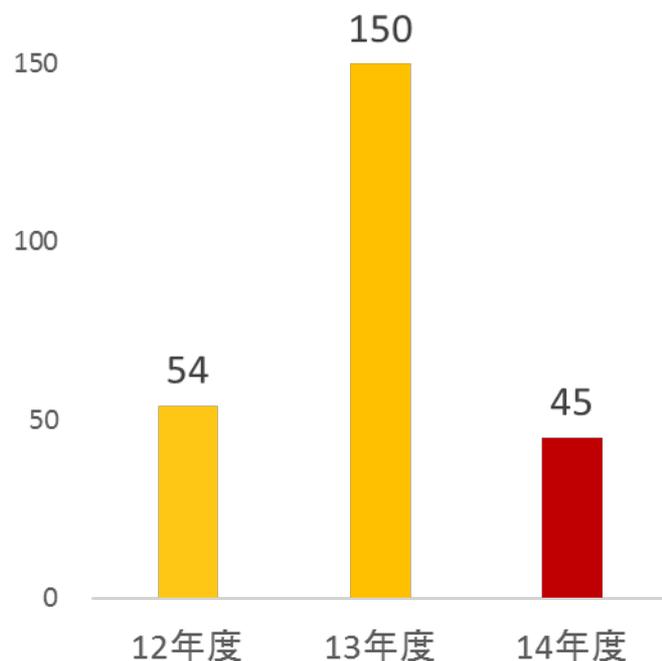
粗利益率改善・経費抑制

売上高 **45百万円** (-69.5%)

部門利益 **-17百万円** (前期は+1百万円)

売上高の推移

(単位:百万円)



減収要因

中国主力得意先との取引中断

新規得意先開拓

全体引き上げには至らず

部門損益

固定費カバーできずマイナス

(単位:百万円)

| | 2014年3月末 | 2015年3月末 | 増減 |
|------------|--------------|--------------|------------|
| 資産 | 2,250 | 2,565 | 314 |
| 現金・預金 | 598 | 491 | -106 |
| 受取手形・売掛金 | 659 | 683 | 24 |
| 棚卸資産 | 774 | 1,104 | 330 |
| 負債 | 1,125 | 1,422 | 296 |
| 支払手形・買掛金 | 229 | 178 | -50 |
| 借入金 | 636 | 1,007 | 370 |
| 純資産 | 1,124 | 1,142 | 17 |

営業キャッシュ・フローは-389百万円。店舗数増加に伴う在庫の増加が主要因

2015年度（第53期）計画

アパレル業界の見通し

- ・消費者の節約志向は依然根強い



衣料品消費は引き続き低調

- ・さらなる円安が進行



前期比15%超のコスト上昇圧力

経営環境への対応と明日へ向けて

- **コスト抑制に向けた一層の取り組み**
- **BOBSONショップの強化**
- **ネット通販のさらなる拡大**
- **「愛情設計」拡大 日本から海外へ**

コスト抑制に向けた一層の取り組み

為替変動の影響を半減

海外有力メーカーとの直接貿易比率拡大

中国における、よりローコストな生産背景を開拓

将来を見据え、アジア諸国での生産も検討

BOBSONショップの強化

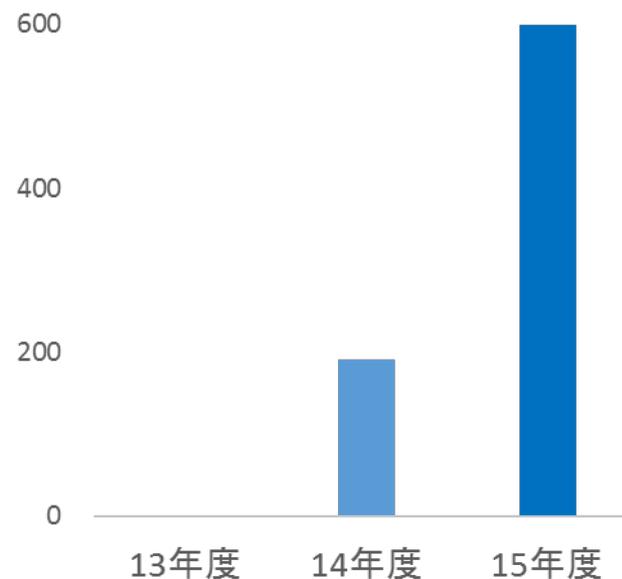
新規出店は抑制。既存店の売上増強に注力

商品力強化

競争力ある価格設定

オペレーションの改善

既存店売上1.5倍へ



ネット通販のさらなる拡大

既存売上の拡大と新規売上の創出

既存拡大

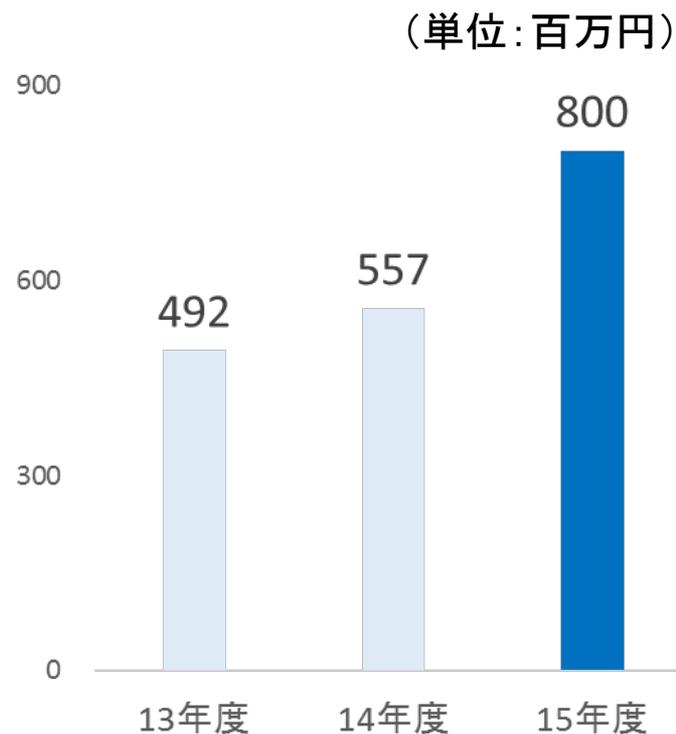
自社:顧客リピート率アップ

楽天:宣伝強化・新顧客獲得

新規売上

アマゾンに出店

ネット限定商品の開発



「愛情設計」拡大 日本から海外へ

当社の「原点」をもって明日をつくる

創業来培った他社にはない新生児衣料の特性・競争力

日本アトピー協会の推奨商品に認定申請中

日本国内だけでなく、中国はじめ海外市場の獲得目指す

純国産品を国内・輸出販売・為替変動に対応できる体制

(単位:百万円)

| | 2014年度 実績 | 2015年度 予想 | 前期比 |
|-------|--------------|--------------|-------|
| 売上高 | 4,659 | 4,800 | 3.0% |
| 営業利益 | 27 | 25 | -8.6% |
| 経常利益 | 16 | 15 | -6.9% |
| 当期純利益 | 4 | 5 | 17.9% |

厳しい状況下であるが、「確かな明日づくり」
にしっかりと確実に取り組む