

日本和装 ビジネス・レポート

2014年12月期・第2四半期決算説明会資料

モード・バイ・ジャパン

きものは日本が生んだ世界的ファッションです。

MODE
BY

きものをもっとカップルで!
男きもの専門店「SAMURAI」好調



「世界」という視野で きもの市場を 盛り上げる。

MODE
BY
JAPAN

「きものは単なる民俗衣裳ではなく、世界に発信し、評価を受けるファッション」
2020年の東京オリンピックを控え、期待されているのは、新しい「日本らしさ」
だと思います。「顧客と生産者」の距離が近い仕組みの中で、日本和装が
紹介するきもの、帯は多くの需要の中で、洗練され、
新しい「きものファッション」になっています。

パリ遊々会等で、世界の人々から寄せられた評価は、きもの新しい可能性を示しています。

TOPICS

**和服を
無形文化遺産
(世界遺産)に
するために
署名活動を開始。**

和服を
無形文化遺産
にするための署名に
ご協力をお願いします。

きものを世界へ
和服を

NEXT Challenge

衣服としてだけではなく、
評価の多様性を求めている
ことで、素材としての価値
を、世界に発信するため
に、2014年9月5日~9日
にパリで開催されるヨー
ロッパ最大級のインテリア
・デザイン展示会「メゾ
ン・エ・オブジェ (Maison
& Objet)」に出席。

**「和装」…
「和」の「装い」を
インテリアの世界へ**





お客様モデルと初代キモノマン「パンツェッタ・ジローラモ氏」。きものをかっこよく着こなす男子を「キモノマン」とネーミングし、女性の着姿とマッチング。「きものをもっとカップルで!」というコピーでセールスプロモーションを展開しています。

ホールディングス単体、 クレジット事業好調で増収。 海外展開、男きものなど 「次」への投資で減益。

連結では、増収減益になりました。

着付け教室卒業生向けの販売イベントでは、取扱高を大きく伸ばしましたが、

海外事業、男きもの、それに伴う広告宣伝など、

次への戦略的投資を積極的に実施したため、減益になりました。

(単位：百万円)

項目	2013年 第2四半期	2014年 第2四半期		
	①実績	②実績	前年実績差異 (②-①)	前年同期比
売上高	2,897	3,253	356	112.3%
売上総利益 (売上総利益率)	2,535 (87.5%)	2,843 (87.4%)	308 (-)	112.1% (-)
販売費及び 一般管理費	2,296	2,669	373	116.2%
営業利益 (営業利益率)	239 (8.2%)	174 (5.3%)	△65 (-)	72.8% (-)
経常利益 (経常利益率)	212 (7.3%)	124 (3.8%)	△88 (-)	58.5% (-)
当期純利益	122	57	△65	46.7%

着付け教室卒業生(会員)向け
販売イベント好調。
取扱高※が
前年同期比107%に。



パリ遊々会

はじめて海外での販売会を「パリ遊々会」としてフランスで開催。40名余りのお客様を招待し、パリ郊外の古城で実施した遊々会では3千万円をこえる実績を記録しました。

※取扱高とは、きものや帯の販売金額をあらわします。この取扱高をもとに算出される販売仲介手数料等が当社の収益源であり売上高にあたります。

(単位：百万円)

	2013年第2四半期 実績(①)		2014年第2四半期 実績(②)		前年実績差異 (②-①)
	金額	構成比	金額	構成比	
きもの着付け教室(新規受講生)	1,884	42%	1,653	34%	△231
卒業生(会員)向け教室	1,002	22%	842	18%	△160
卒業生(会員)向けイベント	1,611	36%	2,334	48%	723

きもの着付け教室(新規受講生)が入口となり、積み上がった卒業生(会員)は全国に21万人を超えました。当社の大きな財産です。

きもの着付け教室は「教えて、伝えて、流通を促す」当社ビジネスモデルの原点であり、確立したフローです。次は、卒業生(会員)に向けて、より楽しんでいただける企画を発信することで、何度もきものを着たくなるシーンを生み出しています。

「企画会社」として、当社の財産を最大限に生かすコンテンツの発信が充実しています。

当社は2012年度より「顧客参加型企業」を中長期的な成長戦略としています。お客様が楽しみ・参加し・宣伝し・働き・株主になるというストーリーのもと、お客様とともに当社が成長する戦略です。

新イベント
「きものだよ!全員集合」を実施。
取扱高・購入単価とも、
さらにアップ。



きものだよ! 全員集合
年代的に訴求力のあるタイトルで、産地、加盟店、お客様が「全員集合」するイベントとして新しく企画。新イベントにもかかわらず4億円をこえる実績をあげました。



ブリリアンツ地区大会
(総取扱高は前年の1.7倍)
(2014年1月～2月)全国15会場

総取扱高 3億100万円(購入単価 48.8万円)
ご来場数 2,023人
ご購入数 618人(購入率 31%)



きものだよ! 全員集合(新企画)
(2014年3月～4月)全国10会場

総取扱高 4億3,900万円(購入単価 37.6万円)
ご来場数 1,930人
ご購入数 1,169人(購入率 60.6%)



遊々会
(総取扱高は前年の1.6倍)
(2014年5月～6月)全国9会場

総取扱高 7億2,100万円(購入単価 37.8万円)
ご来場数 3,192人
ご購入数 1,909人(購入率 59.8%)

春の着付け教室は、
ほぼ1万人前後で安定。
費用対効果では
年々効率化。



きもの de ダンス

顧客参加型CMを継続しました。2014年春は、オリジナルのダンスをババイヤ鈴木氏に振付けを依頼。きもの歌は岩崎宏美さんに歌っていただきました。

2014年春は、新しい着付け方法を訴求した「超・着付け」教室を卒業生だけでなく、他の着付け教室卒業生にも新規募集。一定の効果をあげました。

	2013年 春		2014年 春	
	きもの着付け教室	きもの着付け教室	超・着付け(※)	
①受講応募者数	新規 10,761 人	新規 9,468 人	一般新規 605 人 会員など 3,931 人	
② 募集のための 広告宣伝費	430 百万円	400 百万円	50 百万円	
1人あたりの広告 宣伝費 (②÷①)	40,000 円	42,000 円	11,000 円	

※「超・着付け」とは

2013年まで、日本和装の「きもの着付け教室」卒業後に受講する上級教室という位置づけで、卒業生(会員)を対象としていました。2014年春より卒業生(会員)以外にも開放。手早く、美しく着るための、日本和装独自の着付け教室として、受講生を一般募集しました。他社の着付け教室の経験者であるがゆえに、当社と関わりのなかった層の取り込みを目的とした、新たな試みです。

**売上原価率は
海外縫製本格化で減少。
イベント関連費用等で
販管費が増加。**



小糸ちゃん
縫製部門「糸の匠センター」の
キャラクター「小糸ちゃん」です。
これまでは紙の上だけの存在で
したが、着ぐるみを制作。縫製部
門のイメージ訴求に活躍します。

【単体】売上原価率の減少 ※売上原価とは、きものや帯の縫製に係る費用です。

	2013年第2四半期	2014年第2四半期
仕立売上高	555 百万円	586 百万円
売上原価	282 百万円	268 百万円
原価率	50.8 %	45.7 %

〈海外縫製の流れ〉

お客様が生地を購入→京都・糸の匠センター→当社海外子会社(現地縫製会社をコントロール。縫製技術や品質管理を行う)
→糸の匠センター(日本国内基準で検品)→お客様へ納品

【連結】販売費及び一般管理費 前年同期比+373百万円

戦略的投資 72 百万円		
はかた匠工芸	TOKYO PRO Market上場コスト	15 百万円
	SAMURAIオープン(広告・家賃など)	10 百万円
海外子会社運転資金	ニューヨーク、タイ、ベトナム、フランスの現地法人(縫製事業や海外向け家具の企画開発)	37 百万円
企業PR費	男きものを中心にグループ戦略としてのPR	10 百万円
コスト増加 +301 百万円		
イベント関連費	会員向けイベントの会場費増加、新規イベントの開催	+105 百万円
広告宣伝費	DM、会報誌、WEBなど会員向け広告	+100 百万円
人件費	給与手当、着付講師の報酬、役員報酬など	+74 百万円
支払手数料、備品費	博多織訴訟(勝訴)費用、市場調査費用、WindowsPC入換など	+22 百万円

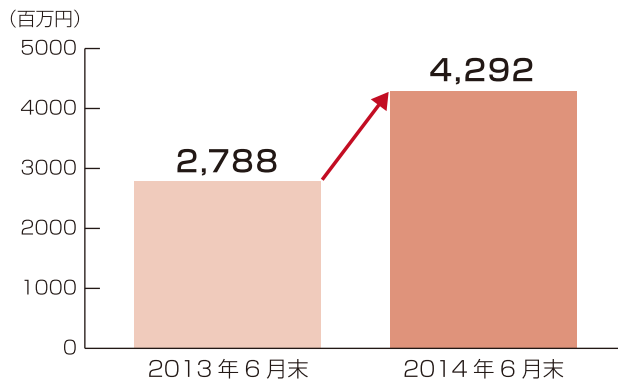
極めて低い未回収率、 契約高の大幅増で 増収増益基調変わらず。

クレジット事業
気持ちが通う安心クレジットとして、お客様からの評価も高く、それは極めて低い未回収率に表れています。

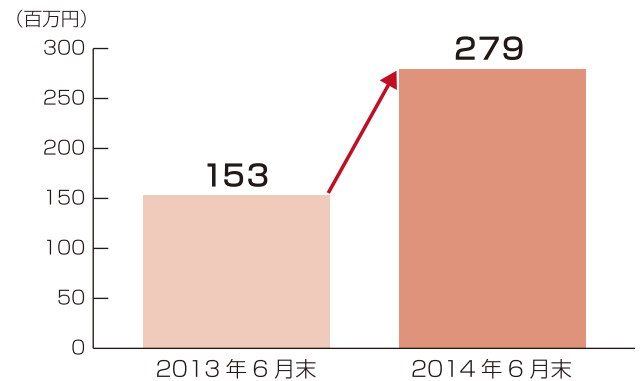


日本和装クレジット株式会社(日本和装のお客様向けショッピングクレジット事業)

割賦売掛金残高の前年上半期比



手数料(金利)収入の見込額



◎シンジケート型コミットメントライン契約などにより、総額60億円超の借入れ枠を確保

◎外部信販会社への支払手数料の削減に

	2013年6月末(①)	2014年6月末(②)	差異(②-①)
割賦売掛金残高	2,788 百万円	4,292 百万円	+1,504 百万円
契約数	10,105 契約	13,309 契約	+3,204 契約
契約単価	270 千円	309 千円	+39 千円
顧客人数	5,625 人	6,682 人	+1,057 人
顧客単価	485 千円	617 千円	+132 千円
平均支払回数	26.7 回	28.3 回	+1.6 回

はかた匠工芸、 東京証券取引所 TOKYO PRO Marketに 上場。



はかた60's／はかたシックスティーズ
全員が60代。史上もともと「平均年齢の高いメンバー」の上場として「伝統の復活」をイメージしたプロモーションです。男きもの生地の開発にも活躍しているメンバーです。

伝統の復活、そして男きもの分野への果敢なチャレンジで上場を成し遂げました。

「はかた匠工芸」は、日本和装ホールディングスの子会社であると同時に加盟店のひとつです。

【男きもの専門店SAMURAI】 売上推移(2店舗合計)

オープンから3ヵ月余で売上累計は3,000万円超。着実に売上を伸ばしています。

(単位：千円)

4月	5月	6月	7月
4,016	8,892	10,061	8,019

※銀座本店(東京/銀座) 4月17日オープン、京都店(京都/祇園) 4月30日オープン

【はかた匠工芸の業績 実績と計画】

2014年12月期は上場コストを計上するも黒字化を計画しています。

(単位：千円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2013年12月期(実績)	206,324	△9,079	△10,461	△6,987
2014年12月期(計画)	639,111	5,070	4,062	2,437



男きもの専門店
SAMURAI 銀座本店



男きもの専門店
SAMURAI 京都店

商標権等についての訴訟も訴状内容について完全勝訴し、さらに裁判では、博多織工業組合への加入は認めるべきであると突っ込んだ判断を示しました。同組合ではそれに沿って、組合加入を認め、実現しました。

**新事業投資落ち着き、
利益を確保。
通期利益計画達成へ。**



「メゾン・エ・オブジェ」

9月、フランス・パリで開催されるヨーロッパ最大級の展示会「メゾン・エ・オブジェ」に専用ブースを確保し、出展する予定です。代表の吉田も陣頭指揮をとっています。

男きもの事業への果敢な進出、海外事業の展開。
また、顧客参加型企业としてCMのお客様起用などが、
着実に企業のイメージアップにつながっていると実感した上半期。
それを利益につなげていくのが下半期です。

(単位：百万円)

項目	2013年 12月期	2014年 12月期		
	通期実績	通期計画※	第2四半期実績	進捗率(%)
売上高	6,056	6,100	3,253	53.3%
売上総利益 (売上総利益率)	5,315 (87.8%)	— (—)	2,843 (87.4%)	— (—)
販売費及び 一般管理費	4,807	—	2,669	—
営業利益 (営業利益率)	508 (8.4%)	500 (8.2%)	174 (5.3%)	34.8% (—)
経常利益 (経常利益率)	434 (7.2%)	450 (7.4%)	124 (3.8%)	27.6% (—)
当期純利益	236	240	57	23.8%

※2014年12月期の通期計画は、2014年2月13日発表数値によるものです。
今後の業績推移に応じて、修正の必要が生じた場合は速やかに公表いたします。

**きものを着る喜び、
楽しみを提供しながら、
需要を作り、流通を促す。**



キャッスルホテル&スパ ニューヨーク
9月に開催するニューヨーク遊々会の会場。きものシンデレラにふさわしい素敵なお城で開催します。プリリアンツ全国大会グランプリをはじめ、100名のお客様を招待します。

きものを着る喜び、楽しさを提供することは、さらなる需要をよびます。
販売イベントと着る機会をドッキングさせ、
お客様に、良いきものを購入する楽しみ、
そして着ることの喜びを感じてもらう手法は、当社独自の企画です。



8月7・8日、帝国ホテル東京で開催された「第7回きものプリリアンツ全国大会」はのべ2千名が参加しました。昨年は、もっとも多くのきものモデルが参加したファッションショーとしてギネス世界記録を達成しましたが、今年はそれを上回る規模となり、併催された販売イベント「きものインターナショナルフェア」での取扱いは、これも昨年を大きく上回る2億4,000万円に。まさに記録を塗り替えるイベントとなりました。



「きものだよ!全員集合 秋の特番」のクライマックスは沖縄開催。ほとんどの産地組合の協力、メディア、公的機関からの後援を得て、沖縄の産業振興に寄与しながら、お客様に新しい商材を提供していきます。

顧客参加型企业CMを継続。 アニメ化と 29分インフォーマーシャルで 話題と効果を。



日本和装の「せとつち」
全国で8人のご当地ゆるキャラが活躍。お客様から募集したデザインをもとに作られました。中でも「せとつち」は特に人気で、2014年ゆるキャラグランプリにエントリーしています。

女優との競演、お客様のみの構成、そしてダンスと「顧客参加型企业CM」路線は進化していますが、この秋からはお客様のアニメ化に挑戦しています。
お客様はアニメになりテレビに登場します(予定)。
アニメにすることで、実写ではできない表現が可能になります。



今年春の「きもの de ダンスCM」。きもんで踊っても着くずれないという、新しいプロモーションコンテンツになりました。



一方、この秋からインフォーマーシャルと呼ばれる、長尺CM(29分)を制作・放送します。お客様の取材や、教室風景、また体験教室など「リアルな世界」を番組のように構成し、放送するものです。



- 【 商 号 】 日本和装ホールディングス株式会社
- 【 本 社 】 東京都千代田区丸の内1-2-1 東京海上日動ビルディング新館6F
- 【 設 立 】 昭和61年(1986年)
- 【 資 本 金 】 459百万円
- 【 従 業 員 数 】 正社員161名 講師(業務委託)358名
- 【 営 業 拠 点 数 】 全国28拠点
- 【 事 業 内 容 】 和装品全般の販売仲介ならびに加工サービス業
- 【 U R L 】 <http://www.wasou.com>

■ご注意

本資料は2014年12月期第2四半期業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

また、本資料は2014年7月末日のデータに基づいて作成されております。本資料に掲載された意見、予測等は資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

【本資料に関するお問い合わせ先】

日本和装ホールディングス株式会社 IR担当：大森 由貴子

東京都千代田区丸の内1-2-1 東京海上日動ビルディング新館6F

TEL 03-3216-0070 FAX 03-3216-0057 IRブログ <http://ir.wasou.com/>

一般呉服取扱い No.1を目指します。

着る機会が限られ、需要が加速度的に冷え込んでいる「振袖」は扱わず、一般呉服取扱いで業界ナンバーワンを目指します。2020年のオリンピック開催を控え、「和」の文化は世界的に注目されています。この追い風にのるには、やはり普段に着るきもの（一般呉服）需要を拡大することだと信じています。

〈呉服業界の現状〉

ある調査によると、呉服関連売上高では現在、当社は第5位となっています。ただし、その調査には、振袖はもちろん、宝飾やレンタルの売上げも含まれており、一般呉服というカテゴリーでは、当社の順位はもっと上がると分析しています。