

平成20年度(平成20年12月期)

第2四半期決算説明資料

(平成20年5月1日~平成20年10月31日)



平成20年(2008)11月28日

日本和装ホールディングス株式会社

目次

●はじめに	2
●平成20年12月期第2四半期決算	
要点・概要	3~4
顕著な成果	5
赤字の理由	6
広告宣伝費の伸びについて	7
徹底事項	8
業界環境	9
投資状況	10
●平成20年12月期業績予想	11
●新しいプロモーション手法への挑戦	
修了生出演CM	12
きものブリリアンツ	13
プロモーションの両輪	14
進む修了生の特性分析	15
「プロシューマー」養成	16
登録商標「日本和装の仲介」	17
●おわりに	18
●注意事項	19

コンプライアンス重視※は、正しかった

※ コンプライアンスとは「法令遵守」のこと。

当社においては、事業活動において法律や規則を守ることのみならず、消費者第一主義にのっとった、より高い次元での企業倫理を持つことを意味しています。



●平成20年12月期(第23期)第2四半期決算

平成20年12月期(第23期)第2四半期決算【要点】(連結)

(平成20年5月1日～平成20年10月31日)

きもの小売市場の縮小が続く中、従来の同市場とは一線を画した「きもの販売仲介市場」を形成してきた当社。この第2四半期も、きもの業界全体のためにも、社員教育を徹底し、また、高視聴率の報道番組への提供をはじめ、積極的に広告宣伝活動を行いました。しかしながら巨視的には、予想を超える金融危機と景気停滞の影響も大きく、平成18年9月の株式上場以来、初めての赤字決算となりました。

●売上高:平成20年8月29日公表予想から 149百万円 減少

●経常利益:平成20年8月29日公表予想から 149百万円 減少

●第2四半期純利益:平成20年8月29日公表予想から 128百万円 減少

※この第2四半期において、非効率拠点と見なされた7局の減損損失を特別損失に計上しております。

●通期配当:1株当たり1,200円を予定

※通期とは平成20年5月1日～12月31日の期間。事業年度の末日変更により、8ヵ月決算となります。

●平成20年12月期(第23期)第2四半期決算

平成20年12月期(第23期)第2四半期決算【概要】(連結)^{※2}

(平成20年5月1日～平成20年10月31日)^{※1}

(単位:百万円、百万円未満切り捨て)

	平成20年 12月期第2四半期実績	平成20年 12月期第2四半期予想	増減		平成20年 12月期通期予想
売上高	2,749	2,898	△149	△5.4%	3,700
営業利益	△98	51	△149	—	240
経常利益	△93	49	△142	—	240
上期純利益	△99	29	△128	—	125

※1 平成20年11月21日の臨時株主総会にて、事業年度の末日変更(毎年4月30日→毎年12月31日)を行っております。

※2 前期の第2四半期については、連結決算を行っておりません。



●平成20年12月期(第23期)第2四半期成果

平成20年12月期(第23期)第2四半期 顕著な成果

(平成20年5月1日～平成20年10月31日)

●平成20年6月に東京・日本橋人形町に開設した当社業務研修施設

「アスアル研修センター」。模擬教室、模擬「販売機会」会場を併設したこの研修センターで、社員研修を強化して実施した結果、サービスの質の向上には明らかに成果があったと考えます。

●この第2四半期には、全国規模で開催された

「4ヵ月間無料きもの着付教室」修了生対象の2大イベントが成功のうちに終了しました。

- ・奄美大島紬「田中一村の世界」(平成20年8月～10月)→取扱高:約1億7,000万円、取扱点数:442点
- ・きもの一日大学「和の色に恋」(平成20年8月～10月)→取扱高:約7,000万円、取扱点数:520点

●学習意欲、高級志向が平均傾向よりも高いと思われる

日本和装修了生対象の以下の新企画教室が実施され、好評のうちに進行中。

- ・きもの最上級教室(週1回・全15回)
- ・きものプラチナ教室(週1回・全12回)

平成20年12月期(第23期)第2四半期 赤字の理由

(平成20年5月1日～平成20年10月31日)

- 巨視的には、予想を超える金融危機と景気停滞による、消費マインドの低下が無視できない理由となりました。
- 微視的には、平成20年秋期「4カ月間無料きもの着付教室」受講者募集において初めて「先着順・受講決定」方式を採用したことにより、順調に1万6千名近い応募を集めたものの、受講期間前半における、教室ならびに日本和装仲介の販売機会の運営において、当社側にやや“とまどい”が見られたことも、理由のうちに含まれると考えます。
- 不振のきもの業界全体のイメージアップのためにも、高視聴率の報道テレビ番組枠で当社企業PRのCMを、受講者募集の時期以外にも出すなど、前年の同時期にも増して、積極的に広告宣伝活動を行った(詳しくは次ページ)ことも理由のうちに考えられます。
- 非効率拠点と見なされた7局の減損損失の計上も理由のうちに考えられます。
(この第2四半期における取扱高全体に占める、7局の合計の取扱高の割合は6.1%。
長期的な視野に立ち、東京・名古屋・大阪を中心とした大都市圏に経営資本を集中するため、この平成20年秋期をもって7局を閉鎖いたします)

【参考】前年同時期比 広告宣伝費の伸びについて

(単位:百万円、百万円未満切り捨て)

「4ヵ月間無料きもの着付教室」	①平成20年5～10月(単体)	②平成19年5～10月(単体)	増減	
広告宣伝費合計	742	721	21	2.9%
「4ヵ月間無料きもの着付教室」 受講者募集広告費	542	616	△74	△12.0%
テレビ朝日 「報道ステーション」提供料	160	0	160	—
会報誌(KOSODE)関連費用	20	65	△45	△69.2%
ダイレクトメール関連費	19	39	△20	△51.3%

「4ヵ月間無料きもの着付教室」受講者募集時期に先立ち(平成20年5～9月)、放映された「報道ステーション」番組枠内での企業PRのCMに加えて、初めて「先着順・受講決定」を採用することによって、平成20年秋期の受講者受け入れ人数は、15,783名(平成20年11月25日現在)。平成19年秋期の受講者受け入れ人数(11,113名)と比較すると42%増の受け入れ人数となりました。

平成20年12月期(第23期)第2四半期 徹底事項

(平成20年5月1日～平成20年10月31日)

コンプライアンスの徹底

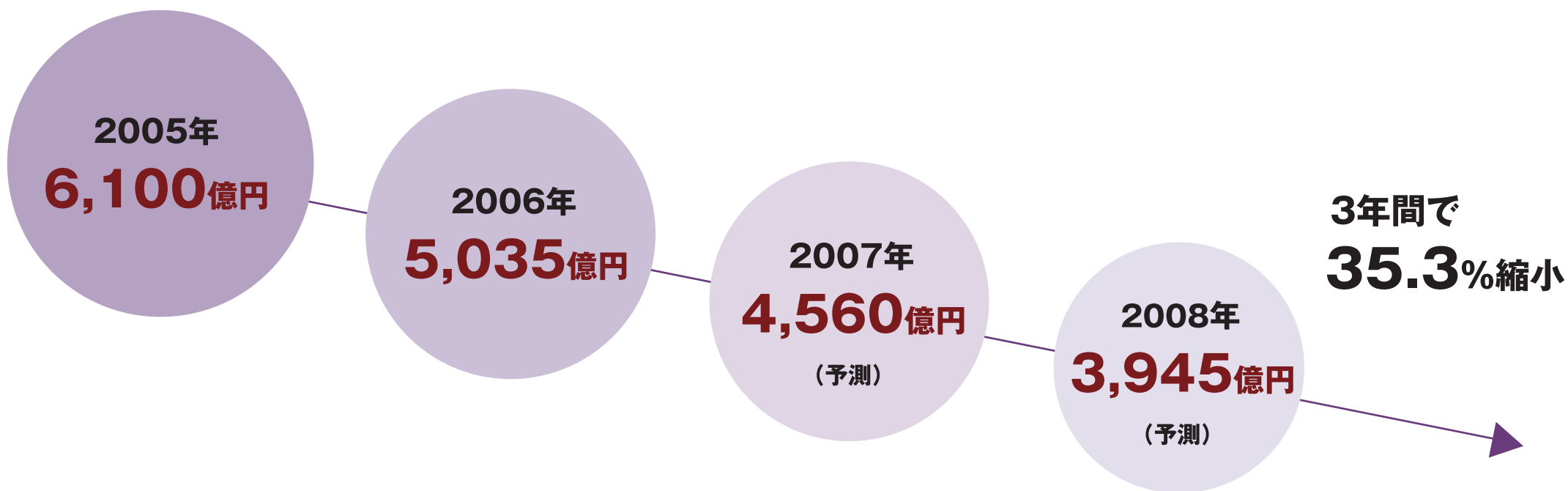
当社における「コンプライアンス(法令遵守)」とは、事業活動において法律や規則を守ることのみならず、消費者第一主義にのっとり、より高い次元での企業倫理を持つことを意味しています。この第2四半期は、以下の4項目に特に重点を置いてコンプライアンスの徹底を行い、かつ当然、今後も徹底して継続することをここに改めてお約束いたします。

- サービス向上は、コンプライアンスの徹底と一体になっていなければなりません。その視点からの社員教育を強化、徹底することに努めました。
- 特定商取引法、消費者保護法の改正を考慮して「クレジットガイドライン」を見直しました。
- 日本和装の仲介による「販売機会」実施後の参加者に対するアンケート調査の徹底
- 年2回、各地の消費センターへの定期訪問を徹底

平成20年12月期(第23期)第2四半期 業界環境

(平成20年5月1日～平成20年10月31日)

縮小が続く「きもの小売市場規模」



※矢野経済研究所『きもの産業白書2008年版』



●平成20年12月期(第23期)第2四半期決算

平成20年12月期(第23期)第2四半期 投資状況

(平成20年5月1日～平成20年10月31日)

●平成20年6月、東京・日本橋人形町当社業務研修施設

「アスアル研修センター」を設置。

模擬教室、模擬「販売機会」会場を併設した業務研修施設として活用されています。

【投資金額】約500万円

●不振のきもの業界全体のイメージアップのためにも、

高視聴率の報道テレビ番組枠で当社企業PRのCMを

受講者募集の時期以外にも出しました。

【投資金額】1億6,000万円

●自己資本比率は79.3%を維持しています。

●平成20年12月期(第23期)業績予想

平成20年12月期(第23期)業績予想【概要】(連結)

(平成20年5月1日～平成20年12月31日)

- 売上高:第2四半期で受け入れた受講者に対する当社仲介の「販売機会」回数がピークとなります。
- 利益:受講者募集広告費は、すべて第2四半期で計上、よって黒字決算となると予想します。

	平成20年4月期(連結)実績	平成20年12月期(連結)※	
		通期予想	第2四半期実績
売上高	6,411	3,700	2,749
営業利益	612	240	△98
経常利益	621	240	△93
当期純利益	318	125	△99

※平成20年11月21日開催の臨時株主総会にて、事業年度の末日変更(毎年4月30日→毎年12月31日)を行い、8ヵ月決算となります。

日本和装修了生が出演するテレビCM

平成20年秋期「4か月間無料きもの着付教室」受講者募集テレビCMには、

イメージキャラクターの女優・麻生祐未さんとともに、

「4か月間無料きもの着付教室」修了生が多数、出演。

修了生が感じている「きものを着る楽しさ」

「日本和装に対する信頼感」が

リアルに表現された上、

日本和装修了生全体の連帯感のアップにも

つながったと考えます。



「きものブリリアンツ」キャンペーン開始

日本和装「きものブリリアンツ」キャンペーンの趣旨は
「みんなで“きもの美人”になりましょう」というものです。

具体的には「きものを着る機会と、美しくなるチャンスをもっと!」と
呼びかけるキャンペーンです。

「4カ月間無料きもの着付教室」修了生に対し、
今年11月1日発行の日本和装会報誌「KOSODE」で、
このキャンペーン参加のための最初のアクションである
「ブリリアンツ・メイツ登録者募集」の告知をしたところ、
告知後、実質的に20日に満たないうちに
3,000名の修了生が登録し、
まさに“待たれていた”キャンペーンであることを
強く感じさせました。



●新しいプロモーション手法への挑戦

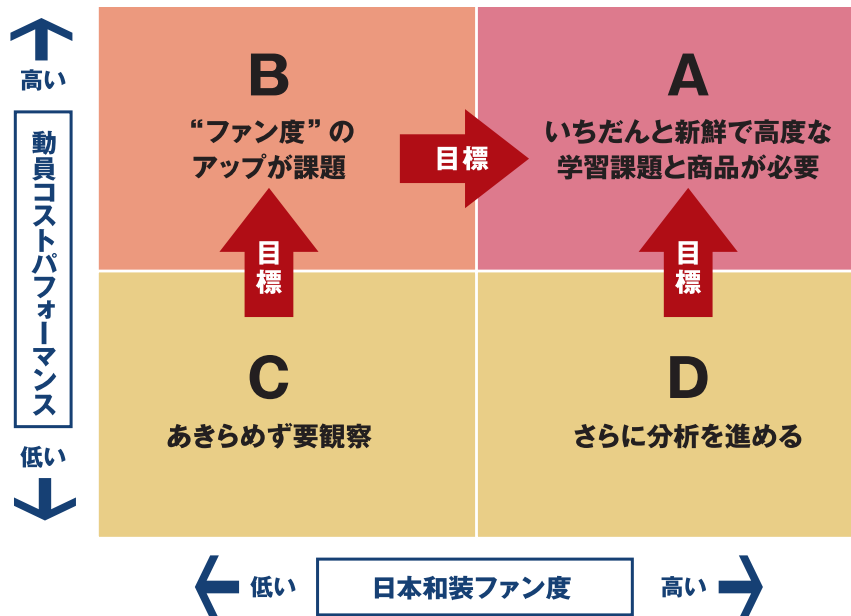
先発の日本和装「きものマスター検定」と「きものブリリアンツ」キャンペーンは修了生対象プロモーションの両輪です

早くも3,000名を超えた「ブリリアンツ・メイツ」の他に、日本和装修了生の中には現在、1万9,700名の「きもの基礎マスター」と呼ばれる人たちがいます。「きもの基礎マスター」は、平成19年1月発行の会報誌「KOSODE」で、初めて登録者募集の告知が行われましたが、4ランクがある「日本和装きものマスター検定」を受験するための最初のアクションが「きもの基礎マスター」登録です。いわば、「きもの文化人をめざす」のが「きもの基礎マスター」修了生であり、「きもの美人をめざす」のが「ブリリアンツ・メイツ」修了生です。大きく2つの志向に分けたグループを軸として、修了生対象の2大プロモーションを並行して推進していく所存です。



修了生対象プロモーションを裏付ける 分析はさらに進んでいます

【前期決算説明資料に「補足」で既出】着付教室修了生の特性分類（概案）



新しい手法での修了生対象プロモーションの順調な進展を支えるものの一つは、左の図のような、日本和装修了生13万9,000名に対する分析です。

前出の「きもの最上級教室」、イベント「田中一村の世界」は
いうなれば「A分類」修了生のニーズを中心にイメージした企画、
また「きものプラチナ教室」、イベント「和の色に恋」は
いうなれば「B分類」修了生のニーズを中心にイメージした
企画ともとらえられます。

さらに、教室運営上の対応に遅れが見られたとはいえ、
「先着順」受講決定で受け入れた、1万5,783名（11月25日現在）の
平成20年秋期「4ヵ月間無料きもの着付教室」応募者も、
左の図のような修了生候補であり、今後十分に期待が持てると考えられます。

きものを“楽しむ人”から“盛り上げる人”へ 日本和装「プロシューマー」養成

単に当社事業のみならず、今後のきもの文化と消費の継続・発展を
考えるとき、きものファンが“受身になりがちな消費者”ばかりというのでは、
心もとないものがあります。

当社は、今後のきもの文化と消費においては、
「消費者 (consumer=コンシューマー)」であるばかりでなく
「増進者 (promoter=プロモーター、盛り上げる人)」である人、
いふなれば

■「プロシューマー」(“promoter+consumer”からの造語)
が重要なキーマンとなると考えます。

そこで当社は「きものプロシューマー」養成のため、現在、

- 「きもの講師 養成講座」第1期生(東京・名古屋・大阪。平成20年12月より開講)
- 「アイデア ママ」(斬新なアイデアが求められるイベント等の企画運営担当、大阪局よりスタート)
を、対象を日本和装修了生に限定して募集中です。
早くも確かな手ごたえがあり、当社も応募者の皆さんも、期待感が高まっています。



「日本和装の仲介」が登録商標に

かねてより当社が商標登録出願をしていた

「日本和装の仲介」(商願2007-097143)が平成20年11月、
特許庁より商標登録の査定を受け、
商標権の設定の登録をいたしました。

今後は、登録商標「日本和装の仲介」を土台として、
新しいプロモーション手法への挑戦を率先して行い、
ますます確固たる事業基盤を築いていきたいと考えております。

小売業よりも、販売仲介業の時代です

きもの業界の不振を乗り越えるためのみならず、
さらに続くことが予想される景気停滞の時代こそ、
生産者と消費者の距離をもっと縮めること、
そして、生産者も消費者も一人ひとりが
「人生の主人公になれる」よう、事業を行うことが大切だと考えます。

今こそ、小売業よりも、販売仲介業の時代です。

注意事項

本資料は平成20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、本資料は平成20年10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 <http://www.nihonwasou.co.jp>

IR担当

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