

2016年12月期
決算説明会資料

TIMELESS WORK.

ほんとうにいいものをつくろう。

SANYO

株式会社 三陽商会

2017年2月14日



TIMELESS WORK.

ほんとうにいいものをつくろう。

あたらしい服をつくるために

あたらしい道具からつくる。

すべてはディテールからできているから。

袖を通したときのあのよろこびをつくるために。

街にでたときのあのうれしさをつくるために。

それはSANYOの70年が大切にしてきたもの。

それはSANYOのこれからが忘れてはいけないもの。

たしかなものは、優しい。

優しいものは、愛おしい。

愛おしいものは、うれしい。

たとえ遠回りでも、

私たちはそれを。

SANYO

I. 2016年度 業績報告 (P4～9)

- (1) 月別前売前年比推移(単体)
- (2) 損益計算書(連結)
- (3) 販管費実績(連結)
- (4) 貸借対照表(連結)
- (5) キャッシュフロー計算書(連結)

II. 2017年度 事業計画 (P10～14)

- (1) 損益計算書(連結)
- (2) 販路別前売計画(単体)
- (3) 基幹ブランド前売計画
- (4) 販路別売場数計画(単体)

III. 2017年上期 CSR活動 (P15～17)

- (1) 環境活動
- (2) 社会貢献活動

I . 2016年度 業績報告

I. 2016年度 業績報告

(1) 月別前売前年比推移(単体・店頭販売ベース)

月別前年比

単位: %

2015年		1月	2月	3月	第1Q	4月	5月	6月	第2Q	上期計	7月	8月	9月	第3Q	10月	11月	12月	第4Q	下期計	年間計
	全社計	103	123	87	101	119	109	96	108	104	96	77	68	80	70	61	62	64	70	87
注(1)	既存対比										107	97	94	99	100	90	95	95	97	
	紳士服	100	120	87	100	119	112	102	111	105	97	81	68	82	75	65	64	67	72	88
	婦人服	105	125	88	102	120	107	92	107	104	98	76	69	81	69	61	62	64	71	87
	その他	89	107	77	89	104	100	89	98	93	35	30	20	28	17	12	12	14	19	55
	EC通販	99	109	84	96	99	106	93	99	97	118	101	97	106	100	125	125	116	112	104
注(2)	全国百貨店 衣料品計	94	102	81	90	110	103	92	101	95	102	99	97	100	101	91	95	96	97	96

2016年		1月	2月	3月	第1Q	4月	5月	6月	第2Q	上期計	7月	8月	9月	第3Q	10月	11月	12月	第4Q	下期計	年間計
	全社計	68	55	59	61	60	60	59	60	61	82	72	77	78	88	85	86	86	83	70
注(1)	既存対比	95	96	95	95	99	95	95	96	96	105	92	90	96	100	98	98	99	98	97
	紳士服	71	56	61	63	61	59	56	59	61	78	69	72	73	86	82	84	84	80	69
	婦人服	67	56	60	62	61	63	64	62	62	86	76	80	82	90	89	89	89	86	72
	その他	5	1	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	EC通販	123	146	125	132	133	113	142	130	131	122	153	148	141	191	141	143	158	150	140
注(2)	全国百貨店 衣料品計	93	95	93	93	94	92	94	93	93	98	89	91	93	93	97	96	95	94	94

注(1) 展開終了ブランド、新規ブランドを除く前年対比が可能な事業

注(2) 日本百貨店協会 発表数字より(店舗数調整前前年比を記載)

トピックス

- 第1/第2四半期: 主力事業が移行期であることや暖冬の影響によるクリアランス商戦の苦戦や内需の伸び悩み、インバウンド消費の低迷などから、全社の店頭販売実績は前年比61%、既存事業対比(展開終了ブランド、新規ブランドを除く)では前年比96%となりました。EC通販は前年比131%と好調に推移しました。
- 第3/第4四半期: 消費マインドの停滞やインバウンド需要の減退、天候不順や価格を意識した実需型の消費行動等の影響が顕著になるなか、気温変化に対応可能なカジュアルアウターなどは好調に推移したものの、下期は全社前年比83%、既存事業対比で98%となりました。EC通販は前年比150%と引き続き好調に推移しました。

I. 2016年度 業績報告

(2) 損益計算書(連結)

TIMELESS WORK.
SANYO

売上高及び利益額

単位: 百万円

	上期					下期					年間(通期)				
	15年実績	16年計画	16年実績	増減額/率		15年実績	16年計画修正(7月)	16年実績	増減額/率		15年実績	16年計画修正(7月)	16年実績	増減額/率	
				対前年	対計画				対前年	対計画				対前年	対計画
売上高	55,333	37,000	34,140	▲ 21,192	▲ 2,859	42,082	35,860	33,471	▲ 8,611	▲ 2,388	97,415	70,000	67,611	▲ 29,803	▲ 2,388
売上総利益	28,077	17,500	13,586	▲ 14,490	▲ 3,913	19,929	16,514	14,643	▲ 5,286	▲ 1,871	48,007	30,100	28,230	▲ 19,777	▲ 1,869
利益率	50.7%	47.3%	39.8%	-10.9%	-7.5%	47.4%	46.1%	43.7%	-3.6%	-2.3%	49.3%	43.0%	41.8%	-7.5%	-1.2%
販管費	20,323	19,700	19,399	▲ 923	▲ 300	21,107	17,501	17,261	▲ 3,845	▲ 239	41,430	36,900	36,660	▲ 4,769	▲ 239
販管费率	36.7%	53.2%	56.8%	20.1%	3.6%	50.2%	48.8%	51.6%	1.4%	2.8%	42.5%	52.7%	54.2%	11.7%	1.5%
営業利益	7,754	▲ 2,200	▲ 5,812	▲ 13,566	▲ 3,612	▲ 1,177	▲ 988	▲ 2,618	▲ 1,441	▲ 1,630	6,577	▲ 6,800	▲ 8,430	▲ 15,007	▲ 1,630
利益率	14.0%	-5.9%	-17.0%	-31.0%	-11.1%	-2.8%	-2.8%	-7.8%	-5.0%	-5.1%	6.8%	-9.7%	-12.5%	-19.2%	-2.8%
経常利益	7,983	▲ 2,100	▲ 5,763	▲ 13,747	▲ 3,663	▲ 947	▲ 837	▲ 2,433	▲ 1,486	▲ 1,596	7,036	▲ 6,600	▲ 8,196	▲ 15,233	▲ 1,596
利益率	14.4%	-5.7%	-16.9%	-31.3%	-11.2%	-2.3%	-2.3%	-7.3%	-5.0%	-4.9%	7.2%	-9.4%	-12.1%	-19.3%	-2.7%
純利益	5,077	0	▲ 5,488	▲ 10,566	▲ 5,488	▲ 2,482	▲ 4,012	▲ 5,877	▲ 3,395	▲ 1,865	2,595	▲ 9,500	▲ 11,366	▲ 13,961	▲ 1,866
利益率	9.2%	0.0%	-16.1%	-25.3%	-16.1%	-5.9%	-11.2%	-17.6%	-11.7%	-6.4%	2.7%	-13.6%	-16.8%	-19.5%	-3.2%

トピックス

- 売上高について、上期は百貨店販路を主体とした衣料品マーケットにおける販売不振の影響が大きく、下期は消費マインドの停滞やインバウンド需要の減退、天候不順や価格を意識した実需型の消費行動等の影響などから、いずれも計画を下回りました。年間売上高は7月に発表した修正計画に対して96.6%となりました。
- 売上総利益は値引販売が増えたこと、また上期以降、一部の商品在庫処分損、新ブランド及び中止ブランドの在庫評価損(合計約28億円)を計上したこと等により、利益率が前年比で7.5%悪化しました(上記要因を除くと年間の売上総利益率は45.9%との試算です)。
- 販管費は効率化に努めましたが売上高の減少をカバーするには至りませんでした(前年に対しては47億6千9百万円の減少)。
- 営業損失については修正計画(▲68億円)から16億3千万円悪化しましたが、売上高23億8千8百万円の未達が主な要因です。

I. 2016年度 業績報告

(3) 販管費実績(連結)

TIMELESS WORK.
SANYO

販管費

単位: 百万円

	年間 (通期)		
	15年実績	16年実績	対前年増減額
売上高(連結)	97,415	67,611	▲ 29,803
販管費計	41,430	36,660	▲ 4,769
給料手当	21,075	19,221	▲ 1,853
広告宣伝費	4,680	3,107	▲ 1,573
減価償却費	908	807	▲ 100
不動産賃借料	3,358	2,942	▲ 415
その他	11,408	10,582	▲ 825

トピックス

- 給料手当は、不採算店舗の撤退による店頭販売スタッフの人員減、従業員の定年退職による自然減等により、前年から18億5千3百万円減少しました。
- 広告宣伝費は全社的に大幅な見直しをおこない、前年から15億7千3百万円減少しました。
- 不動産賃借料はアウトレット店舗撤退に伴う店舗家賃が減少したこと等により、前年から4億1千5百万円減少しました。

I. 2016年度 業績報告

(4) 貸借対照表(連結)

TIMELESS WORK.
SANYO

貸借対照表サマリー

	15年12月末	16年12月末	対前年増減額		15年12月末	16年12月末	対前年増減額
(資産の部)				(負債の部)			
流動資産合計	56,351	43,558	▲ 12,793	流動負債合計	21,457	16,940	▲ 4,516
現金及び預金	26,580	18,415	▲ 8,164	支払手形及び買掛金	14,378	9,258	▲ 5,120
受取手形及び売掛金	8,888	7,565	▲ 1,323	短期借入金	2,400	1,400	▲ 1,000
商品及び製品	18,098	16,045	▲ 2,052	その他流動負債	4,678	6,282	1,603
その他流動資産	2,784	1,532	▲ 1,252	固定負債合計	13,092	14,272	1,180
固定資産合計	43,345	37,206	▲ 6,139	長期借入金	7,200	7,800	600
有形固定資産	15,353	15,572	218	その他固定負債	5,892	6,472	580
無形固定資産	2,240	1,866	▲ 373	負債合計	34,549	31,213	▲ 3,336
投資その他の資産	25,751	19,767	▲ 5,984				
				(純資産の部)			
				純資産合計	65,147	49,551	▲ 15,596
資産合計	99,697	80,764	▲ 18,932	負債純資産合計	99,697	80,764	▲ 18,932
				* 長短借入金合計	9,600	9,200	▲ 400
				* 自己資本比率	65.3%	61.4%	-3.9%

トピックス

- 現金及び預金は、売上高の減少に伴う収入の減少により、81億6千4百万円減少しました。
- 商品及び製品は、一部の商品在庫処分損、在庫評価損等により、20億5千2百万円減少しました。
- 投資その他の資産については、投資有価証券の売却及び株価の下落に伴い、減少しました。
- 支払手形及び買掛金については、仕入の削減に伴い、減少しました。
- 純資産は当期純損失(▲113億6千6百万円)等による利益剰余金の減少、その他有価証券評価差額金の減少により、昨年より減少しました。

I. 2016年度 業績報告

(5) キャッシュフロー計算書(連結)

TIMELESS WORK.
SANYO

キャッシュフロー計算書サマリー

単位: 百万円

	年間 (通期)		
	15年実績	16年実績	対前年増減額
営業活動 C/F	3,237	▲ 9,730	▲ 12,967
投資活動 C/F	▲ 306	3,031	3,337
財務活動 C/F	▲ 3,787	▲ 1,505	2,281

トピックス

- 営業活動によるキャッシュフローは、たな卸資産の減少による増加額が19億4千9百万円ありましたが、税金等調整前当期純損失を82億3千2百万円計上し、仕入債務の減少による減少額が47億9千万円あったこと等により、97億3千万円の支出となりました。
- 投資活動によるキャッシュフローは、有形固定資産の取得による支出が13億3千1百万円ありましたが、投資有価証券の売却による収入が45億8千9百万円あったこと等により、30億3千1百万円の収入となりました。
- 財務活動によるキャッシュフローは、短期借入金の純増額による収入10億円や長期借入れによる収入10億円がありましたが、長期借入金の返済による支出24億円や、配当金の支払額10億5百万円があったこと等により、15億5百万円の支出となりました。
- この結果、現金及び現金同等物は前連結会計年度末に比べ81億6千4百万円減少し、184億1千5百万円となりました。

Ⅱ. 2017年度 事業計画

Ⅱ. 2017年度 事業計画 (1) 損益計算書(連結)

TIMELESS WORK.
SANYO

売上高及び利益額

単位: 百万円

	上期			下期			年間(通期)		
	16年実績	17年計画	対前年増減額/率	16年実績	17年計画	対前年増減額/率	16年実績	17年計画	対前年増減額/率
売上高	34,140	32,000	▲ 2,140	33,471	31,000	▲ 2,471	67,611	63,000	▲ 4,611
売上総利益	13,586	14,400	814	14,644	14,600	▲ 44	28,230	29,000	770
利益率	39.8%	45.0%	5.2%	43.8%	47.1%	3.3%	41.8%	46.0%	4.3%
販管費	19,399	16,900	▲ 2,499	17,261	15,100	▲ 2,161	36,660	32,000	▲ 4,660
販管费率	56.8%	52.8%	-4.0%	51.6%	48.7%	-2.9%	54.2%	50.8%	-3.4%
営業利益	▲ 5,812	▲ 2,500	3,312	▲ 2,618	▲ 500	2,118	▲ 8,430	▲ 3,000	5,430
利益率	-17.0%	-7.8%	9.2%	-7.8%	-1.6%	6.2%	-12.5%	-4.8%	7.7%
経常利益	▲ 5,763	▲ 2,400	3,363	▲ 2,433	▲ 400	2,033	▲ 8,196	▲ 2,800	5,396
利益率	-16.9%	-7.5%	9.4%	-7.3%	-1.3%	6.0%	-12.1%	-4.4%	7.7%
純利益	▲ 5,488	▲ 600	4,888	▲ 5,878	▲ 800	5,078	▲ 11,366	▲ 1,400	9,966
利益率	-16.1%	-1.9%	14.2%	-17.6%	-2.6%	15.0%	-16.8%	-2.2%	14.6%

トピックス

- 不採算ブランドの撤退及び不採算売場の削減等により、年間で売上高は630億円(対前年▲46億1千1百万円、前年比93.1%)となります。
- 売上総利益率については、在庫の評価損等を除く前年年間45.9%とほぼ同様の計画としています。
- 販管費は事業構造改革を進めることにより、46億6千万円の削減を計画しています。代表的な内訳としては、給料手当▲20億円、広告宣伝費▲12億5千万円、不動産賃料▲8億5千万円等です。
- 上記の事業構造改革の推進により、年間で営業損失は▲30億円(利益率▲4.8%)を見込んでいます。

Ⅱ. 2017年度 事業計画 (2) 販路別前売計画(単体)

TIMELESS WORK.
SANYO

販路別前売

単位: 百万円

	上期				下期				年間 (通期)			
	16年実績	17年計画	前年比	対前年増減額	16年実績	17年計画	前年比	対前年増減額	16年実績	17年計画	前年比	対前年増減額
百貨店 紳士服	15,330	14,100	92%	▲ 1,230	15,310	13,700	89%	▲ 1,610	30,640	27,800	91%	▲ 2,840
百貨店 婦人服	19,760	18,300	93%	▲ 1,460	18,780	16,900	90%	▲ 1,880	38,540	35,200	91%	▲ 3,340
百貨店計	35,090	32,400	92%	▲ 2,690	34,090	30,600	90%	▲ 3,490	69,180	63,000	91%	▲ 6,180
FB・路面店	4,510	4,200	93%	▲ 310	4,150	4,500	108%	350	8,660	8,700	100%	40
EC・通販	2,230	2,700	121%	470	2,320	2,900	125%	580	4,550	5,600	123%	1,050
アウトレット	2,130	1,200	56%	▲ 930	1,920	1,500	78%	▲ 420	4,050	2,700	67%	▲ 1,350
百貨店以外計	8,870	8,100	91%	▲ 770	8,390	8,900	106%	510	17,260	17,000	98%	▲ 260
合計	43,960	40,500	92%	▲ 3,460	42,480	39,500	93%	▲ 2,980	86,440	80,000	93%	▲ 6,440

トピックス

- 百貨店販路: 不採算ブランドの撤退及び不採算売場の削減により、当社の主力販路である百貨店の前売額は前年比マイナスとなります。
- FB・路面店: FBを中心に直営店対応商品の開発と共に、ポップアップショップによるトライアルを開始します。
- EC・通販: 2016年は年間の計画を達成しました。2017年も引き続き潜在成長力のある販路として捉え、自社・他社ECサイト共にEC専用商材を開発するなどし、積極的に事業を拡大していきます。
- アウトレット: 中止ブランドの撤退等により、前年よりマイナスとなります。

Ⅱ. 2017年度 事業計画

(3) 基幹ブランド前売計画(単体)

TIMELESS WORK.
SANYO

基幹ブランド前売

単位: 百万円

	上期				下期				年間 (通期)			
	16年実績	17年計画	前年比	対前年増減額	16年実績	17年計画	前年比	対前年増減額	16年実績	17年計画	前年比	対前年増減額
マッキントッシュ事業	9,480	10,200	108%	720	10,090	10,300	102%	210	19,570	20,500	105%	930
マッキントッシュ ロンドン	5,450	6,080	112%	630	6,200	6,320	102%	120	11,650	12,400	106%	750
マッキントッシュ フィロソフィー	4,030	4,120	102%	90	3,890	3,980	102%	90	7,920	8,100	102%	180
ポール・スチュアート事業	4,600	3,700	80%	▲ 900	4,180	3,300	79%	▲ 880	8,780	7,000	80%	▲ 1,780
エポカ事業	4,050	3,950	98%	▲ 100	3,650	3,750	103%	100	7,700	7,700	100%	
アマカ事業	1,740	1,650	95%	▲ 90	1,530	1,350	88%	▲ 180	3,270	3,000	92%	▲ 270
エヴェックス事業	2,580	2,400	93%	▲ 180	2,300	2,300	100%		4,880	4,700	96%	▲ 180
トゥービーシック事業	2,080	1,950	94%	▲ 130	1,870	1,850	99%	▲ 20	3,950	3,800	96%	▲ 150
ラブレス事業	1,470	1,650	112%	180	1,530	1,650	108%	120	3,000	3,300	110%	300
7事業合計	26,000	25,500	98%	▲ 500	25,150	24,500	97%	▲ 650	51,150	50,000	98%	▲ 1,150

トピックス

- ポール・スチュアート事業は、ポール・スチュアート スポーツの撤退により、事業全体では縮小します。年間の既存事業対比では前年比93%です。
- エポカ事業は、休止したビアンカ・エポカを除く年間の既存事業対比では前年比105%を計画しています。
- アマカ、エヴェックス、トゥービーシックの各事業は、百貨店婦人服販路の商況を鑑み、手堅く見込んでいます。

Ⅱ. 2017年度 事業計画

(4) 販路別売場数計画(単体)

TIMELESS WORK.
SANYO

販路別売場数(ドア数)推移 (国内での前売計上売場のみ)

単位: 売場

	2015年	2016年				2017年				
	12月末	6月末	12月末	前年比	対前年増減数	6月末(予想)	12月末(予想)	前年比	対前年増減数	対2015年12月末増減数
百貨店	1,388	1,364	1,282	92%	▲ 106	1,150	995	78%	▲ 287	▲ 393
百貨店以外	90	82	73	81%	▲ 17	70	65	89%	▲ 8	▲ 25
合計	1,478	1,446	1,355	92%	▲ 123	1,220	1,060	78%	▲ 295	▲ 418

(注) 季節性の強い「コート平場」を除く

トピックス

- 2017年2月末をもって、4ブランド5ライン(ポール・スチュアート スポーツ、バンベール、バンベール(Lサイズ)、アレグリ、フランコ・プリンツィバリー)を撤退します。
- 2017年8月末をもって、2ブランド(コトゥー、イルファーロ)を撤退します。
- 加えて、既存事業における不採算売場(約170売場)の削減を推進し、利益構造の強化・推進を図ります。

Ⅲ. 2017年上期 CSR活動

Ⅲ. 2017年上期 CSR活動 (1)環境活動

TIMELESS WORK.
SANYO

think. SANYO

「think. sanyo」とは、<真・善・美>の社是の下、当社がCSR基本方針として掲げる「CSRの理念」を表す言葉として生み出されました。

社員による和綿栽培と製品化

当社では2013年から、栃木県の「渡良瀬エコビレッジ」にて和綿の栽培を実施しています。「渡良瀬エコビレッジ」の活動は、衣・食・住を通して環境に負担を与えない持続可能な循環型社会の「やまずめぐる暮らし」を目指してスタートしました。日本古来からある循環型の生活の知恵を、和綿栽培を通して体験します。この活動に社員が参加することにより、企業として環境への理解を深める試みとなっています。

3年目となる2016年には収穫した和綿を使った製品やサービスの提供を開始しました。2016年に製品化した「わたつむぎ」ストールは、一般社団法人ソーシャルプロダクツ普及推進協会が主催するソーシャルプロダクツ・アワード2017において「ソーシャルプロダクツ賞」を受賞し、APSP公認ソーシャルプロダクツとして認定されました。



グリーンダウン(再生羽毛)

当社は、2015年4月に設立されたダウン(羽毛)のリサイクルを促進する一般社団法人Green Down Projectが運営する「Green Down Project(グリーンダウンプロジェクト)」に参加し、「グリーンダウン(再生羽毛)」を用いた製品を販売しています。

三陽銀座タワー6階フロアでは、一般のお客様から不要になった羽毛製品の回収を行っており、社内においては支店を含む全社に「ダウン回収ボックス」を設け、社員からも回収をしています。また2016年からは新宿リサイクル活動センターとエコギャラリー新宿でも回収を進めています。



Ⅲ. 2017年上期 CSR活動 (2)社会貢献活動

TIMELESS WORK.
SANYO

服育

服育授業と工場見学

服を大切に長く着る心を育てる「服育」の一環として、2014年から東京都内の学校で「服育授業」をスタートし、2014年は2校、2015年は5校、2016年は3校で授業を実施しました。

これは当社のデザイナーやパタンナーが家庭科の授業に参画し、デザイナーやパタンナーの職業(キャリア学習)や、服が出来上がるまでのプロセスを説明しながら、子どもたちと一緒にバッグやエプロンを製作するものです。

2017年もこの授業は継続し、年間5校で実施する予定です。

また、当社が保有する新潟、福島、青森にある自社工場での工場見学の受け入れも積極的におこなっています。



服育授業の様子



工場見学の様子

復興支援活動

LOOM NIPPONによる桜の植樹

ポール・スチュアートは、一般社団法人LOOM NIPPONの復興支援活動である「桜プロジェクト」に共鳴し、2014年より売上の一部を寄付し、南三陸の桜の植樹を支援しています。

2017年は八重桜のピンクをメインカラーに使ったSAKURAスーツを2月下旬より販売し、支援を継続していきます。



2016年の桜植樹の様子



2016年のSAKURA
スーツ