

2017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

2018年2月14日



2018年、三陽商会は設立75周年。
メーカーとして積み重ねてきた
ものづくりをさらに深化させながら
新しい三陽商会がスタートします。

I. 2017年度 業績報告 (P4~9)

- (1) 月別前売前年比推移(単体・店頭販売ベース)
- (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. 2018年度 事業計画 (P10~13)

- (1) 損益計算書 (連結)
- (2) 販路別売上高計画 (連結)
- (3) 販路別売場数計画 (単体)

III. 三陽商会のCSR活動 (P14~17)

- (1) 三陽商会の社会的責任/トップからのメッセージ
- (2) それぞれの活動内容
- (3) 最近のトピックス

I . 2017年度 業績報告

I. 2017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)

TIMELESS WORK.
SANYO

月別前年比

2016年

単位: %

	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
注(1) 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	130	133	124	142	129	130	122	153	148	138	191	141	143	156	148	139
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

2017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
注(1) 全社計	100	87	86	92	91	88	98	92	92	85	92	93	89	91	94	92	92	91	91
注(1) 既存対比	110	93	93	100	99	95	105	99	100	91	97	100	95	98	100	99	99	97	99
紳士服	95	86	81	88	87	83	89	86	87	84	86	91	87	88	90	86	88	87	87
婦人服	105	88	88	95	93	92	106	96	95	85	95	94	90	93	97	99	96	93	94
EC通販	132	118	134	129	128	134	115	125	127	119	121	119	119	115	92	115	107	112	120
注(2) 全国百貨店衣料品計	97	95	95	95	98	96	99	97	96	94	99	101	97	96	101	99	99	98	97

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: ウールコートなどの防寒衣料や気温上昇に伴い春物衣料が稼動し、既存事業では前年比100%となりました。しかしながら2月をもって展開を終了した複数ブランドの売上減が影響し、全社計では前年比92%となりました。
- 第3/第4四半期: マークダウン時期の前倒しの影響を受け、前半戦は苦戦したものの、気温の低下傾向から防寒アイテムが早期から稼動し、既存事業では前年比97%となりました。上期同様、展開を終了したブランドの売上減が影響し、全社計では前年比91%となりました。

EC通販においてはiStoreを中心に引き続き好調に推移し、年間計で前年比120%となりました。

I. 2017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)				
	16年 実績	17年 計画	17年 実績	増減額/率		16年 実績	17年 修正計画 (7月)	17年 実績	増減額/率		16年 実績	17年 修正計画 (7月)	17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	34,140	32,000	31,891	▲ 2,248	▲ 108	33,471	30,609	30,657	▲ 2,813	48	67,611	62,500	62,549	▲ 5,062	49
売上総利益	13,586	14,400	14,244	657	▲ 155	14,643	14,456	14,905	262	449	28,230	28,700	29,149	919	449
利益率	39.8%	45.0%	44.7%	4.9%	-0.3%	43.7%	47.2%	48.6%	4.9%	1.4%	41.8%	45.9%	46.6%	4.8%	0.7%
販管費	19,399	16,900	15,870	▲ 3,528	▲ 1,029	17,261	15,330	15,186	▲ 2,074	▲ 144	36,660	31,200	31,057	▲ 5,603	▲ 143
販管费率	56.8%	52.8%	49.8%	-7.1%	-3.0%	51.6%	50.1%	49.5%	-2.0%	-0.6%	54.2%	49.9%	49.7%	-4.6%	-0.2%
営業利益	▲ 5,812	▲ 2,500	▲ 1,626	4,185	873	▲ 2,618	▲ 874	▲ 281	2,336	593	▲ 8,430	▲ 2,500	▲ 1,907	6,522	593
利益率	-17.0%	-7.8%	-5.1%	11.9%	2.7%	-7.8%	-2.9%	-0.9%	6.9%	2.0%	-12.5%	-4.0%	-3.1%	9.4%	0.9%
経常利益	▲ 5,763	▲ 2,400	▲ 1,709	4,053	690	▲ 2,433	▲ 791	▲ 231	2,201	560	▲ 8,196	▲ 2,500	▲ 1,941	6,255	559
利益率	-16.9%	-7.5%	-5.4%	11.5%	2.1%	-7.3%	-2.6%	-0.8%	6.5%	1.8%	-12.1%	-4.0%	-3.1%	9.0%	0.9%
純利益	▲ 5,488	▲ 600	▲ 211	5,277	388	▲ 5,877	▲ 1,089	▲ 814	5,063	275	▲ 11,366	▲ 1,300	▲ 1,025	10,340	275
利益率	-16.1%	-1.9%	-0.7%	15.4%	1.2%	-17.6%	-3.6%	-2.7%	14.9%	0.9%	-16.8%	-2.1%	-1.6%	15.2%	0.5%

(注) 年間の17年修正は上期実績と下期修正の合算値

トピックス

- 上期は、売上高、売上総利益ともにほぼ計画通りとなりました。事業構造改革により販管費を大幅に削減し、営業損失は▲16億2千6百万円となりました。
- 下期は、売上高はほぼ計画通りに推移し、繰越在庫の削減等により売上総利益は計画を上回りました。販管費についてはEコマースや売場への追加投資等をおこないながらも、ほぼ計画通りに推移した結果、営業損失は▲2億8千1百万円となりました。
- 年間(通期)では、売上高はほぼ計画通りに推移し、売上総利益は計画を上回りました。販管費を削減(前年に対して56億3百万円の減少)したことにより、営業損失は計画より5億9千3百万円改善し、▲19億7百万円となりました。

I. 2017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)		
	16年実績	17年実績	対前年増減額
売上高(連結)	67,611	62,549	▲ 5,062
販管費計	36,660	31,057	▲ 5,603
給料手当	19,221	15,913	▲ 3,307
広告宣伝費	3,107	2,121	▲ 985
減価償却費	807	591	▲ 216
不動産賃借料	2,942	3,028	85
その他	10,582	9,403	▲ 1,179

トピックス

- 給料手当は、昨年12月に実施した希望退職による従業員の減少と、中止ブランド及び不採算売場の撤退による店頭販売スタッフの減少等により前年から33億7百万円の減少となりました。
- 広告宣伝費はブランドごとに見直しを行い、9億8千5百万円削減しました。
- その他販管費全般は事業構造改革を徹底することにより、11億7千9百万円削減しました。

I. 2017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

単位: 百万円

	16年12月末	17年12月末	対前年増減額
(資産の部)			
流動資産合計	43,558	39,019	▲ 4,539
現金及び預金	18,415	19,194	779
受取手形及び売掛金	7,565	6,828	▲ 736
商品及び製品	16,045	11,717	▲ 4,327
その他流動資産	1,532	1,278	▲ 253
固定資産合計	37,206	36,530	▲ 676
有形固定資産	15,572	15,968	396
無形固定資産	1,866	1,544	▲ 322
投資その他の資産	19,767	19,016	▲ 750
			0
			0
資産合計	80,764	75,549	▲ 5,215

	16年12月末	17年12月末	対前年増減額
(負債の部)			
流動負債合計	16,940	18,454	1,514
支払手形及び買掛金	9,258	7,355	▲ 1,903
短期借入金	1,400	6,800	5,400
その他流動負債	6,282	4,299	▲ 1,982
固定負債合計	14,272	8,258	▲ 6,013
長期借入金	7,800	2,000	▲ 5,800
その他固定負債	6,472	6,258	▲ 213
負債合計	31,213	26,713	▲ 4,499
			0
(純資産の部)			0
純資産合計	49,551	48,835	▲ 716
負債純資産合計	80,764	75,549	▲ 5,215
* 長短借入金合計	9,200	8,800	▲ 400
* 自己資本比率	61.4%	64.6%	3.3%

トピックス

- 現金及び預金は、たな卸資産の削減及び投資有価証券の売却等により、16年12月末より7億7千9百万円増加しました。
- 商品及び製品については計画通りに削減し、43億2千7百万円の減少となりました(前年比73%)。
- 投資その他の資産は、投資有価証券を9銘柄売却したこと等により、7億5千万円減少しました。
- 支払手形及び買掛金は仕入の調整により、19億3百万円減少しました。
- 自己資本比率は64.6%となりました。

I. 2017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)		
	16年実績	17年実績	対前年増減額
営業活動 C/F	▲ 9,730	22	9,752
投資活動 C/F	3,031	1,911	▲ 1,120
財務活動 C/F	▲ 1,505	▲ 1,159	345

トピックス

- 営業活動によるキャッシュフローは、仕入債務が19億3千7百万円減少したことや、事業構造改善費用の支払額29億8百万円等の支出がありましたが、たな卸資産の減少により42億9千2百万円増加したこと等により、2千2百万円の収入となりました。
- 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11億2千3百万円ありましたが、投資有価証券の売却による収入が29億7千1百万円あったこと等により、19億1千1百万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、長期借入れによる収入8億2千7百万円ありましたが、短期借入金の純減による支出10億円や、配当金の支払額5億2百万円があったこと等により、11億5千9百万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年度末に比べ7億7千9百万円増加し、191億9千4百万円となりました。

Ⅱ. 2018年度 事業計画

Ⅱ. 2018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)		
	17年 実績	18年 計画	対前年 増減額/率	17年 実績	18年 計画	対前年 増減額/率	17年 実績	18年 計画	対前年 増減額/率
売上高	31,891	30,500	▲ 1,391	30,657	32,500	1,843	62,549	63,000	451
売上総利益	14,244	14,600	356	14,905	15,900	995	29,149	30,500	1,351
利益率	44.7%	47.9%	3.2%	48.6%	48.9%	0.3%	46.6%	48.4%	1.8%
販管費	15,870	15,400	▲ 470	15,186	15,050	▲ 136	31,057	30,450	▲ 607
販管费率	49.8%	50.5%	0.7%	49.5%	46.3%	-3.2%	49.7%	48.3%	-1.4%
営業利益	▲ 1,626	▲ 800	826	▲ 281	850	1,131	▲ 1,907	50	1,957
利益率	-5.1%	-2.6%	2.5%	-0.9%	2.6%	3.5%	-3.1%	0.1%	3.2%
経常利益	▲ 1,709	▲ 800	909	▲ 231	900	1,131	▲ 1,941	100	2,041
利益率	-5.4%	-2.6%	2.7%	-0.8%	2.8%	3.6%	-3.1%	0.2%	3.3%
純利益	▲ 211	2,000	2,211	▲ 814	500	1,314	▲ 1,025	2,500	3,525
利益率	-0.7%	6.6%	7.2%	-2.7%	1.5%	4.2%	-1.6%	4.0%	5.6%

トピックス

- 既存売場における売上高成長およびECを始めとする成長販路への積極的な商品供給等により、年間で売上高は630億円(対前年+4億5千1百万円、前年比101%)となります。
- 売上総利益率については原価低減の推進と繰越在庫の販売比率減等により、年間では48.4%(対前年+1.8ポイント)を計画しています。
- 販管費は事業成長への投資をおこなうとともに経費全般を引き続き削減することにより、前年より6億7百万円削減し、304億5千万円を計画しています。
- 上記の各施策の推進により、年間で営業利益は5千万円(営業利益率0.1%)を見込んでいます。

Ⅱ. 2018年度 事業計画 (2) 販路別売上高計画(連結)

TIMELESS WORK.
SANYO

販路別売上高

単位: 百万円

	上期				下期				年間			
	17年実績	18年計画	前年比	対前年増減額	17年実績	18年計画	前年比	対前年増減額	17年実績	18年計画	前年比	対前年増減額
百貨店	20,913	19,200	92%	▲ 1,713	19,877	20,400	103%	523	40,791	39,600	97%	▲ 1,191
FB・路面店	3,773	3,900	103%	127	3,817	4,200	110%	383	7,590	8,100	107%	510
EC・通販	2,590	3,200	124%	610	2,402	3,300	137%	898	4,993	6,500	130%	1,507
アウトレット	1,469	1,600	109%	131	1,952	2,300	118%	348	3,421	3,900	114%	479
卸売・その他	2,369	1,800	76%	▲ 569	2,153	1,800	84%	▲ 353	4,523	3,600	80%	▲ 923
単体合計	31,116	29,700	95%	▲ 1,416	30,204	32,000	106%	1,796	61,320	61,700	101%	380
連結子会社合計	775	800	103%	25	453	500	110%	47	1,229	1,300	106%	71
連結合計	31,891	30,500	96%	▲ 1,391	30,657	32,500	106%	1,843	62,549	63,000	101%	451

トピックス

- 百貨店販路: 上期においては不採算売場の撤退及び百貨店の閉店に伴う売場数減少の影響がありますが、下期においてはQR生産の拡大や宣伝販促活動の強化等により3%の成長を計画しています。
- FB・路面店: 複数の事業において新規出店を計画しており、年間では前年比107%を計画しています。
- EC・通販: 2018年も引き続き成長販路として捉え、自社・他社ECサイトともにEC専用商材を開発するなど積極的に投資をおこない、事業を拡大していきます。年間では前年比130%を計画しています。

Ⅱ. 2018年下期 事業計画 (3)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

	2016年	2017年				2018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2016年 12月末 増減数
百貨店	1,282	1,132	1,015	79%	▲ 267	970	970	96%	▲ 45	▲ 312
百貨店以外	73	71	67	92%	▲ 6	70	70	104%	3	▲ 3
合計	1,355	1,203	1,082	80%	▲ 273	1,040	1,040	96%	▲ 42	▲ 315

(注) 季節性の強い「コート平場」を除く

トピックス

- 2017年は、2016年12月末から中止ブランド及び不採算売場▲289売場、新規出店16売場となり、12月末時点では1,082売場となりました。
 - 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・プリンツィパアリー)を撤退しました。
 - 2017年8月末をもって、2ブランド(コトゥー、イルファーロ)を撤退しました。
- 2018年は新規出店に加え、更なる利益構造の強化・推進の為、既存事業における不採算売場の削減等を行い、6月末時点では1,040売場となる見込みです。

Ⅲ. 三陽商会のCSR活動

Ⅲ. 三陽商会のCSR活動

(1) 三陽商会の社会的責任 / トップからのメッセージ

TIMELESS WORK.
SANYO



「生活者」と「社会」から必要とされる企業になるために

当社は、創業以来受け継がれてきた「真・善・美」の精神を企業活動の全ての規範とし、「経営理念」に掲げる「美しく豊かな生活文化を創造し、社会の発展に貢献する」ことの実現を通じ、生活者と社会から必要とされる企業であり続けることを目指してきました。

2013年に策定した「TIMELESS WORK. ほんとうにいいものをつくろう」のタグラインは、当社の社是である「真・善・美」と当社が目指す「いつの時代も変わらぬ価値のあるものづくり」を表した言葉であり、改めて自らの立ち位置を確認し、生活者から共感・共鳴され、愛される企業になるため、その指針となるメッセージとして掲げるものです。

2015年に国連で採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」において、企業は今まで以上にその事業活動を通じた社会への貢献が期待されています。エコやサステナブル、エシカルといった価値観が広く認知される中で、「いいものづくりをする」ということにとどまらず、環境や社会や人権などに対する配慮が事業運営に求められるようになってきていきます。当社においても、当社事業活動に関連する「SDGs」目標の実現に取り組み、社会的課題の解決と未来創造の視点を携えた「持続可能な社会の実現」に繋がる事業運営へと歩みを進めていきたいと考えます。

新たな企業価値の創造を目指して

「TIMELESS WORK.」を体現する製品として当社が製造販売する「100年コート」は、縫製がきれい、素材やデザインが良い、機能性が高いという商品的価値にとどまらず、「世代を超えて永く着用し愛用していただくこと」を開発のコンセプトに、お客様に永く着用していただくためのお手伝いをするというサービス(新たな価値)もご提供しています。大量生産・大量消費ではなく、1着の服を大切に永く着用していただくことが、私たちの事業活動における地球環境への負荷を減らすことに繋がると考えるからです。

当社は、今後も事業活動を通じ社会的な課題の解決を図り、生活者・社会をはじめとするステークホルダーの皆さまの期待に応え、共に歩んでいくことで、「企業価値の持続的向上」と「持続可能な社会の実現」に努めてまいります。

今後ともなお一層のご理解ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長 岩田 功
(CSR推進委員会委員長)

Ⅲ. 三陽商会のCSR活動 (2)それぞれの活動内容

TIMELESS WORK.
SANYO

1. 商品・サービスの品質向上への活動

QC(Quality Control)・CS(Customer Support)の活動
商品の品質管理を徹底し、安心・安全を提供することや、お客様の声に耳を傾け、より良い商品とサービスの提供に取り組んでいます。

3. 社会貢献活動

服育授業

都内小学校の家庭科の授業に当社デザイナーやパタンナーを派遣し、自分たちの仕事やファッション業界の仕事について紹介。服が作られるプロセスの説明とともに、残布を使ったバッグやエプロンの製作を通じてモノをつくる楽しさやモノを大事にすることを伝えています。

復興支援

「プロジェクトFUKUSHIMA！」への支援の一環として、「アンサンブルズ東京」へワークショップを出展。残布を活用した吹き流しの制作を行い、イベントに協力することで「復興支援」を行ってきました。

和綿栽培

2013年から栃木県の「渡良瀬エコビレッジ」にて、社員有志の参加による和綿栽培を実施。服をつくることは一粒の種を蒔くことから始まる服づくりのプロセスを理解し、限られた地球の資源を大切にすることが企業として必要な環境への理解を深めています。

EARTH TO WEAR

服を大切に長く着るために、生活者とともにサステナブルでエシカルな社会を考え、学んでいくことを目的としたプロジェクト。

2. 環境活動

改正省エネ法への対応

LED照明への切り替えや節電意識を共有することで、2017年は年間使用エネルギー量を建物の延床面積で除算した原単位で前年比90.4%を達成。環境負荷の低減につなげています。

Green Down Project

プロジェクトへ参加し、リサイクル利用されたグリーンダウンを用いた商品の販売と羽毛製品の回収を実施、羽毛製品のリサイクルを促進しています。

WWF(世界環境保護基金)への寄付

EVEX by KRIZIAの対象商品の売上の一部を寄付することでWWFの自然保護活動を支援しています。

4. コンプライアンス活動

コンプライアンス委員会

2017年に発足したコンプライアンス委員会を四半期毎に開催し、認識された社内の各種リスクに関する懸念事項を共有するとともに、必要に応じて外部有識者を招いての講習会を開催するなど、適宜問題の解決に取り組んでいます。

Ⅲ. 三陽商会のCSR活動 (3)最近のトピックス

TIMELESS WORK.
SANYO

社会貢献活動

EARTH TO WEAR

2017年10月に、服を大切に長く着るために、生活者とともにサステナブルでエシカルな社会を考え、学んでいくことを目的としたプロジェクト「EARTH TO WEAR」を開始しました。

当社の社員有志が専用の屋台で日本各地のイベントに参加し、残布を使ったエコバッグやシャツのパターンキットの販売や三陽商会ならではのこだわりの裁縫道具の販売、残布を使ったワークショップを開催しています。

2017年は10～12月に月1回の頻度で、東京と熊本で開催されたイベントにそれぞれ出店・参加しました。



EARTH
EARTH
WEAR

<本資料に関する問い合わせ先>
経営統轄本部 経営企画部長
伊藤 譲
TEL 03-6380-5421