

2018年12月期
第2四半期 累計期間
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7月27日



SANYO
75th ANNIVERSARY
SINCE 1943

I. 2018年12月期 第2四半期 累計期間 業績報告 (P4~8)

- (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)

II. 2018年下期 事業計画 (P9~11)

- (1) 販路別売上高計画 (連結)
- (2) 販路別売場数計画 (単体)

III. 三陽商会のCSR活動 (P12~16)

- (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 . 2018年12月期 第2四半期累計期間 業績報告

I. 2018年12月期 第2四半期累計期間 業績報告

TIMELESS WORK.

SANYO

(1) 月別前売前年比推移(単体・店頭販売ベース)

月別前年比

2017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	100	87	86	92	91	88	98	92	92	85	92	93	89	91	94	92	92	91	91
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
既存対比	110	93	93	100	99	95	105	99	100	91	97	100	95	98	100	99	99	97	99
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

2018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	83	88	94	88	89	90	99	92	90										
紳士服	83	86	97	88	91	91	99	93	90										
婦人服	82	89	93	87	88	89	100	81	89										
既存対比	89	91	97	92	92	92	103	95	93										
EC通販	103	98	87	97	97	114	98	103	99										
注(2) 全国百貨店 衣料品計	96	96	100	97	99	94	104	99	98										

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1四半期: 1、2月においては中止ブランドの影響に加え、マークダウン商材の不足等により、紳士、婦人ともに前年を大きく下回る結果となりました。
- 第2四半期: 既存ブランドにおける不採算店舗中止や天候不順の影響もあり4、5月は苦戦しましたが、クリアランスセールが各店6月末から一斉にスタートしたことにより、6月単月では既存ブランドで前年を上回る結果となりました。
- EC通販: 上期を通じて、プロパーは前年比102%と健闘したものの、中止ブランドの影響並びに既存ブランドにおけるセール商材不足により、ほぼ前年並みの結果となりました。

(2) 損益計算書(連結)

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	18年 実績	増減額/率		17年 実績	18年 計画	18年 修正	増減額/率		17年 実績	18年 計画	18年 修正	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	31,891	30,500	29,266	▲ 2,625	▲ 1,233	30,657	32,500	31,234	576	▲ 1,266	62,549	63,000	60,500	▲ 2,049	▲ 2,500
売上総利益	14,244	14,600	14,304	60	▲ 295	14,905	15,900	15,196	290	▲ 704	29,149	30,500	29,500	350	▲ 1,000
利益率	44.7%	47.9%	48.9%	4.2%	1.0%	48.6%	48.9%	48.7%	0.0%	-0.3%	46.6%	48.4%	48.8%	2.2%	0.3%
販管費	15,870	15,400	15,111	▲ 758	▲ 288	15,186	15,050	15,989	802	939	31,057	30,450	31,100	42	650
販管费率	49.8%	50.5%	51.6%	1.9%	1.1%	49.5%	46.3%	51.2%	1.7%	4.9%	49.7%	48.3%	51.4%	1.8%	3.1%
営業利益	▲ 1,626	▲ 800	▲ 807	819	▲ 7	▲ 281	850	▲ 793	▲ 511	▲ 1,643	▲ 1,907	50	▲ 1,600	307	▲ 1,650
利益率	-5.1%	-2.6%	-2.8%	2.3%	-0.1%	-0.9%	2.6%	-2.5%	-1.6%	-5.2%	-3.1%	0.1%	-2.6%	0.4%	-2.7%
経常利益	▲ 1,709	▲ 800	▲ 738	971	61	▲ 231	900	▲ 762	▲ 530	▲ 1,662	▲ 1,941	100	▲ 1,500	441	▲ 1,600
利益率	-5.4%	-2.6%	-2.5%	2.8%	0.1%	-0.8%	2.8%	-2.4%	-1.7%	-5.2%	-3.1%	0.2%	-2.5%	0.6%	-2.6%
純利益	▲ 211	2,000	3,006	3,217	1,006	▲ 814	500	▲ 906	▲ 91	▲ 1,406	▲ 1,025	2,500	2,100	3,125	▲ 400
利益率	-0.7%	6.6%	10.3%	10.9%	3.7%	-2.7%	1.5%	-2.9%	-0.2%	-4.4%	-1.6%	4.0%	3.5%	5.1%	-0.5%

(注) 年間の18年修正は上期実績と下期修正の合算値

トピックス

- 上期の売上高は、過剰だった繰越在庫の削減に注力した反面、1、2月のマークダウン時期における販売機会の逸失などにより減少しました。また、売上高確保につながる宣伝販促費を含めた販管費を必要以上に抑制したことにより上期は売上高未達となりました。
- 売上総利益率は、繰越在庫の削減及びプロパー販売比率の改善により、対前年で4.2ポイント改善しました。
- 年間(通期)については、主販路の百貨店チャネルが引き続き厳しい推移の予想であること、夏物マークダウンの開始が6月後半に前倒しになったことによる下期売上高へのマイナス要素が見込まれ、売上高の縮小傾向は今後も続くことと見られます。こうした環境下、売上高を確保し再び成長軌道に戻すための積極施策として、成長販路であるEコマースへの追加投資及びこれまで手控えていた既存事業への宣伝販促費等マーケティング投資の増額を実行します。年間(通期)の業績は売上高605億円、営業損失16億円に修正します。

販管費

単位: 百万円

	上期		
	17年実績	18年実績	対前年増減額
売上高(連結)	31,891	29,266	▲ 2,625
販管費計	15,870	15,111	▲ 758
給与手当	8,134	7,477	▲ 656
広告宣伝費	429	400	▲ 28
販売促進費	511	480	▲ 31
減価償却費	296	274	▲ 22
不動産賃借料	1,499	1,486	▲ 12
その他	4,999	4,991	▲ 8

トピックス

- ・ 給与手当は、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6億5千6百万円の減少となりました。
- ・ 全社的な販管費の抑制の中で、広告宣伝費および販売促進費についても前年から合計で5千9百万円の減少となりました。

(4) 貸借対照表(連結)

貸借対照表サマリー

	17年12月末	18年6月末	対17年12月末 増減額
(資産の部)			
流動資産合計	39,019	43,864	4,844
現金及び預金	19,194	25,953	6,759
受取手形及び売掛金	6,828	5,016	▲ 1,811
商品及び製品	11,717	11,388	▲ 328
その他流動資産	1,278	1,504	226
固定資産合計	36,530	34,158	▲ 2,372
有形固定資産	15,968	12,654	▲ 3,314
無形固定資産	1,544	3,211	1,667
投資その他の資産	19,016	18,292	▲ 724
			0
			0
資産合計	75,549	78,022	2,472

単位: 百万円

	17年12月末	18年6月末	対17年12月末 増減額
(負債の部)			
流動負債合計	18,454	17,946	▲ 508
支払手形及び買掛金	7,355	6,955	▲ 399
短期借入金	6,800	6,030	▲ 769
その他流動負債	4,299	4,959	659
固定負債合計	8,258	9,127	868
長期借入金	2,000	3,057	1,057
その他固定負債	6,258	6,070	▲ 188
負債合計	26,713	27,073	359
			0
(純資産の部)			0
純資産合計	48,835	50,948	2,113
負債純資産合計	75,549	78,022	2,472
* 長短借入金合計	8,800	9,087	287
* 自己資本比率	64.6%	65.2%	0.5%

トピックス

- 現金及び預金は三陽商会青山ビルの売却等により、17年12月末より67億5千9百万円増加しました。
- 有形固定資産は三陽商会青山ビルの売却等により、33億1千4百万円減少しました。
- 自己資本比率は65.2%となりました。

Ⅱ. 2018年下期 事業計画

Ⅱ. 2018年下期 事業計画

(1) 販路別売上高計画 (連結)

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	18年実績	前年比	対前年増減額	計画比	対計画増減額	17年実績	18年計画	18年修正	前年比	対前年増減額	計画比	対計画増減額	17年実績	18年計画	18年修正	前年比	対前年増減額	計画比	対計画増減額
百貨店	20,913	19,200	19,063	91%	▲ 1,850	99%	▲ 137	19,877	20,400	19,437	98%	▲ 440	95%	▲ 963	40,791	39,600	38,500	94%	▲ 2,291	97%	▲ 1,100
FB・路面店	3,773	3,900	3,372	89%	▲ 401	86%	▲ 528	3,817	4,200	3,928	103%	111	94%	▲ 272	7,590	8,100	7,300	96%	▲ 290	90%	▲ 800
EC・通販	2,590	3,200	2,594	100%	4	81%	▲ 606	2,402	3,300	2,806	117%	404	85%	▲ 494	4,993	6,500	5,400	108%	407	83%	▲ 1,100
アウトレット	1,469	1,600	1,606	109%	137	100%	6	1,952	2,300	1,994	102%	42	87%	▲ 306	3,421	3,900	3,600	105%	179	92%	▲ 300
卸売・その他	2,369	1,800	1,943	82%	▲ 426	108%	143	2,153	1,800	2,057	96%	▲ 96	114%	257	4,523	3,600	4,000	88%	▲ 523	111%	400
単体合計	31,116	29,700	28,577	92%	▲ 2,539	96%	▲ 1,123	30,204	32,000	30,223	100%	19	94%	▲ 1,777	61,320	61,700	58,800	96%	▲ 2,520	95%	▲ 2,900
連結合計	31,891	30,500	29,266	92%	▲ 2,625	96%	▲ 1,234	30,657	32,500	31,234	102%	577	96%	▲ 1,266	62,549	63,000	60,500	97%	▲ 2,049	96%	▲ 2,500

トピックス

- 百貨店販路: 上期は1、2月のマークダウン時期における販売機会の逸失などがありましたが、ほぼ計画通りとなりました。下期は中止ブランドの影響が一巡したことと新規出店に加え、効果的な宣伝販促活動を展開することにより、前年比98%を見込んでいます。
- FB・路面店: 上期は出店計画に対して実際の出店数が下回りましたが、下期は出店拡大を計画しています。
- EC・通販: 上期は前年を上回りましたが、マークダウン時期における販売機会の逸失などにより計画を下回りました。下期はシステム投資の拡大、EC専用商材の拡充等により、積極的に事業を拡大します。
- アウトレット: 上期は計画を達成(前年比109%)し、年間(通期)では前年比105%を見込んでいます。

Ⅱ. 2018年下期 事業計画 (2) 販路別売場数計画 (単体)

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

	2017年		2018年					
	6月末	12月末	6月末 (実績)	前年 12月末比	対前年 12月末 増減数	12月末 (予想)	前年 12月末比	対前年 12月末 増減数
百貨店	1,132	1,015	966	95%	▲ 49	968	95%	▲ 47
百貨店以外	71	67	68	101%	1	72	107%	5
合計	1,203	1,082	1,034	96%	▲ 48	1,040	96%	▲ 42

(注) 季節性の強い「コート平場」を除く

トピックス

- 2018年上期は、2017年12月末の1,082売場から百貨店の閉店等の影響により56売場を中止し、8売場を新規出店したことにより、6月末時点で1,034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、バンペール、バンペール(Lサイズ)、アレグリ、フランコ・プリンツィパアリー)を撤退しています。
 - 2017年8月末をもって、2ブランド(コトゥー、イルファーロ)を撤退しています。
- 2018年下期は、百貨店、FB・路面店への新規出店等により、12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

(1) 三陽商会の社会的責任 / トップからのメッセージ



「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、共に歩いていくことで、「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)

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作る気づきや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4月～2018年3月の1年間は、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91.8%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нда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。

「BRING」衣類回収キャンペーンの実施

繊維製品を地球の資源へとリサイクルするために様々な企業同士が連携し、生活者と一緒に取り組むプロジェクトに、SANYO GINZA TOWERでのキャンペーンを通じて参加しています。

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

環境活動

SANYO GINZA TOWER 「BRING」衣類回収キャンペーンの実施

「BRING」は、繊維製品を地球の資源へとリサイクルするために様々な企業同士が連携し、生活者と一緒になって取り組むプロジェクトで、日本環境設計株式会社が運営しています。

当社SANYO GINZA TOWERにおいて、「BRING」衣類回収キャンペーンを6月1日～7月31日まで実施。持ち込まれた衣料品1点につき1,080円分のクーポン券1枚を進呈、10,800円(税込)以上のお買い上げごとにクーポン券1枚が利用可能です。今回の回収対象商品は当社衣料品のみとし、クーポン券利用期間は6月1日～8月31日、クーポン券利用対象品はプロパーのみです。

本キャンペーンの実施を通して顧客とのコミュニケーションを図ることに加え、古着を服の原料や代替燃料にすることで石油の使用削減に貢献できます。資源が循環するリサイクルインフラを目指す企業の取り組みに参加することで資源循環の実現を担う一歩となります。



社会貢献活動

EARTH TO WEAR イベントでワークショップ等を開催

昨年スタートしたプロジェクト「EARTH TO WEAR」が、3、4月に当社四谷本社にて自主イベントを開催、5月には東京の聖心女子大学で開催された「エシカルフェスタ2018」に参加し、6月には期間限定でジェイアール名古屋タカシマヤに出店しました。

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本プロジェクトでは、当社の社員有志が専用の屋台で日本各地を訪れ、残布を使ったエコバッグやシャツのパターンキット、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等を開催しています。



<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

氣田 宣行

TEL 03-6380-5421
