

2023年3月期 決算説明資料

2023年5月15日

1. ハイライト

2. 決算概要

3. 成長戦略

- 前年度における一部事業撤退ならびに上海市ロックダウンの影響による売上減も、ファッション事業ならびにマテリアル国内事業が好調に推移し、連結売上高は前年同期比で104.4%と伸長。構造改革の進捗により固定費が圧縮された一方、D2C事業等成長に向けた投資を実施し、経費総額は増加。黒字化未達も営業損失は縮小。

● 連結売上高	3,867百万円	(前年同期比	+166百万円	104.4%)
● 経費総額	1,310百万円	(前年同期比	+16百万円	101.2%)
● 営業損失	116百万円	(前年同期比	+57百万円	-%)

- 財務状況は新型コロナウイルス影響も健全な状態を維持

● 現金及び現金同等物	977百万円	(23年3月期末ベース)
● 流動比率	575.3%	
● 自己資本比率	81.9%	



1. ハイライト

2. 決算概要

3. 成長戦略

(単位：百万円)

	2023年3月期	2022年3月期	前年比増減
売上高	3,867	3,701	104.4%
売上総利益	1,194	1,120	106.6%
販管費計	1,310	1,294	101.2%
営業利益	▲116	▲173	+57
経常利益	▲69	▲147	+78
当期純利益	▲78	▲207	+129

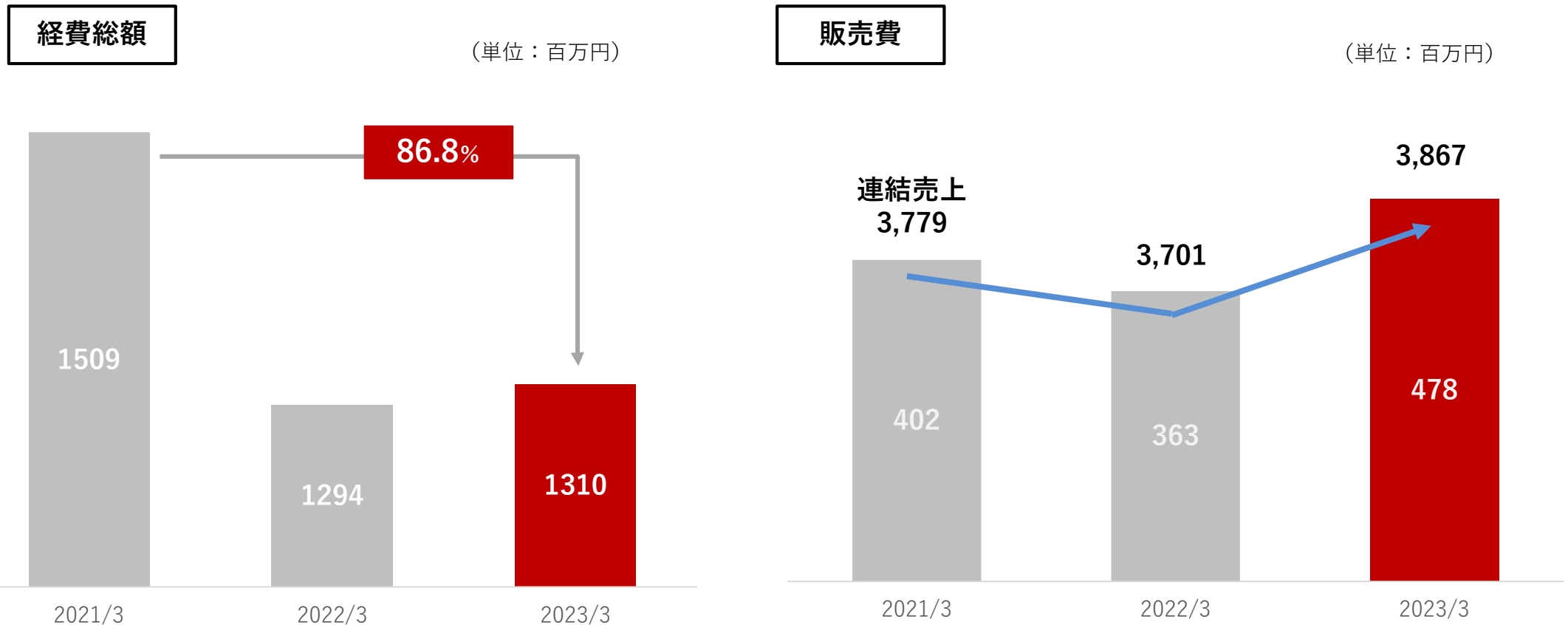
- 前年度の一部事業撤退、上海市ロックダウンの影響もあり売上高は微増にとどまる
- 構造改革による固定費の圧縮などにより利益面は改善傾向
- 資金の有効活用による金利収入の増加 +44百万円
- 過年度法人税の戻入5百万を計上

経費総額および販売費

売上拡大へ催事費用増加とD2C事業ならびにDXへの投資を実施

- 経費総計 2021/3比 86.8% 前年同期比 101.2%
- 販売費 2021/3比 118.9% 前年同期比 131.6%

※販売費計上科目
販売手数料、催事関連費、販売促進費など

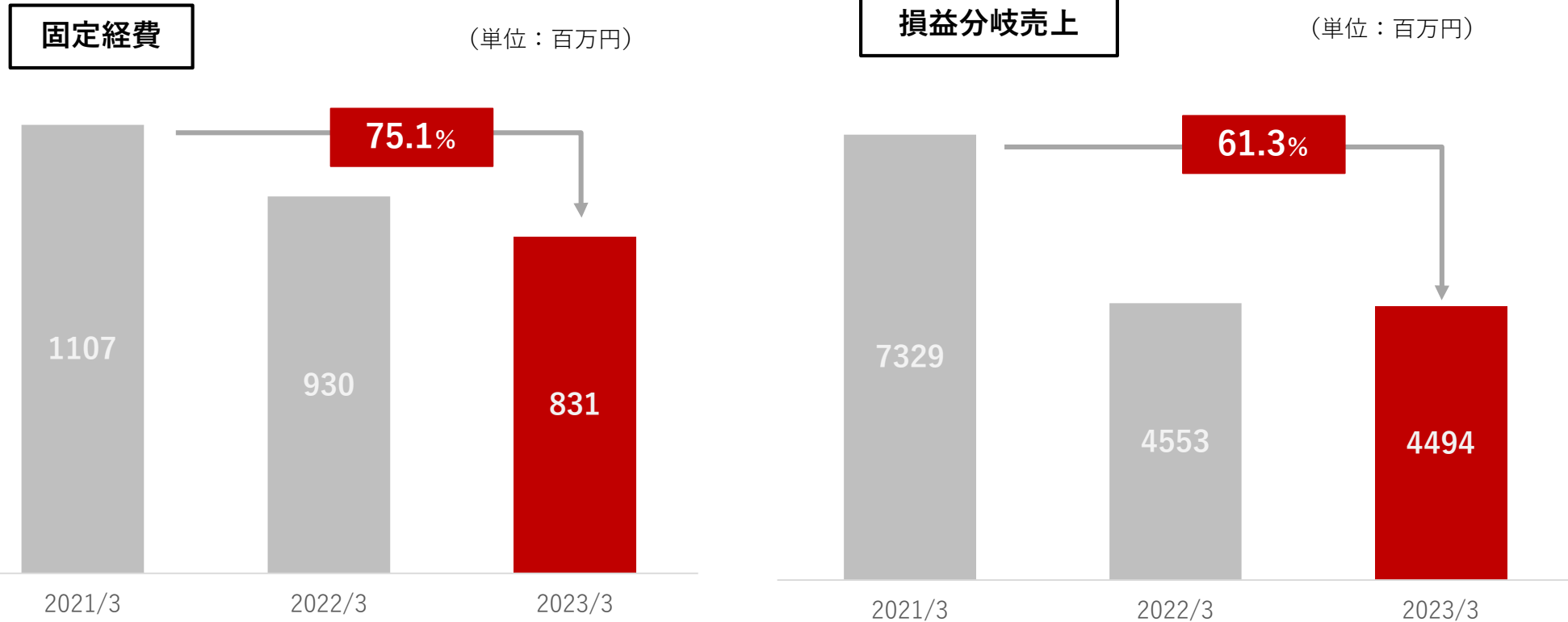


損益分岐売上

事業ポートフォリオ再編ならびに固定費の圧縮等の構造改革により収益構造が改善

- 固定経費 2021/3比 75.1% 前年同期比 89.4%
- 損益分岐売上 2021/3比 61.3% 前年同期比 98.7%

※損益分岐売上高：固定費 / 1 - (売上原価+変動費) / 売上収益



セグメント業績



(単位：百万円)

	売上高				営業利益		
	2023年3月期	2022年3月期	増減額	前年同期比%	2023年3月期	2022年3月期	増減額
連結	3,867	3,701	+166	104.4	▲116	▲173	+57
きもの (和装)	724	672	+52	107.6	▲61	▲33	▲28
ライフスタイル (寝装)	378	433	▲55	87.2	28	12	+16
ファッション (洋装)	1,523	1,427	+95	106.7	26	1	+25
マテリアル (意匠燃糸)	1,241	1,168	+73	106.3	56	38	+18
本社・調整	0	0	-	-	▲165	▲192	+27

- きもの事業は催事集客の回復もあり売上伸長も大型催事費の増加により営業赤字
- ライフスタイル事業は構造改革により営業黒字拡大
- ファッション事業は売上回復ならびにベビー卸売事業撤退等の構造改革が利益貢献し営業黒字へ転換
- マテリアル事業は上海ロックダウンの影響を受け売上高前年同期比94.6%も営業黒字増加

決算概要：貸借対照表



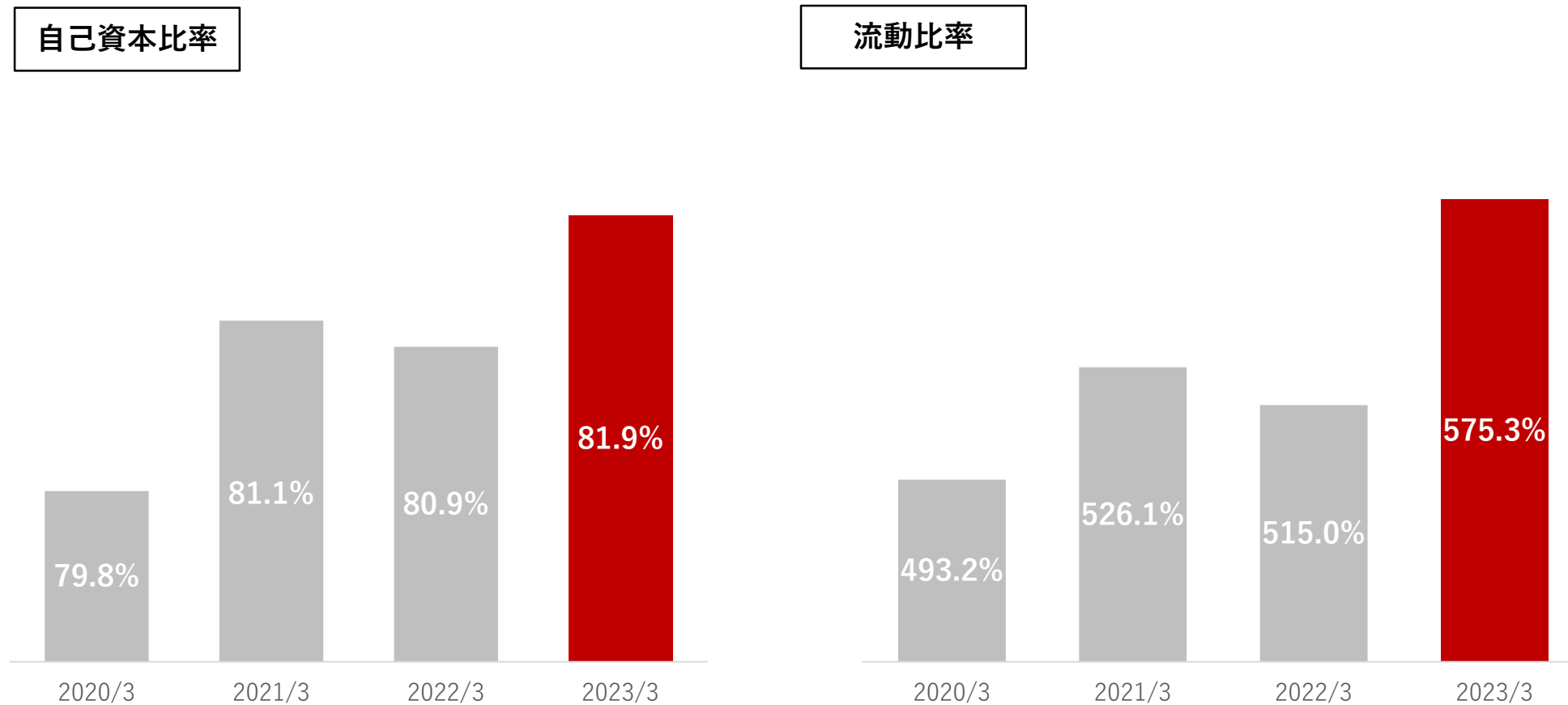
	2023年3月期	2022年3月期	前期比増減額
流動資産	3,499	3,639	▲139
固定資産	195	182	+12
資産合計	3,694	3,821	▲126
流動負債	642	706	▲63
固定負債	25	24	+1
純資産	3,026	3,090	▲63
負債純資産合計	3,694	3,821	▲126

- 流動資産：現金及び預金62百万円が減少
- 短期貸付金200百万円、売掛金42百万円減少、商品及び製品107百万円増加
- 固定資産：工具器具備品11百万円増加
- 負債：買掛金9百万円、電子記録債務18百万円減少
- 自己資本比率 81.9%

自己資本比率・流動比率



自己資本比率は81.9%、流動比率は575.3%と健全な水準を維持



1. ハイライト

2. 決算概要

3. 成長戦略

事業ポートフォリオを常に最適化

- 中長期視点での価値創造を前提とした事業の選択と集中・投資を継続的に推進
- 事業を仕分けし、投資と構造改革を両輪で推進
 - ✓ 収益向上重点事業 : マテリアル事業・ファッション卸事業
 - ✓ 成長投資事業 : D2C事業
 - ✓ 事業モデル改革事業 : きもの事業



事業ポートフォリオ最適化

事業を仕分けし、投資と構造改革を推進

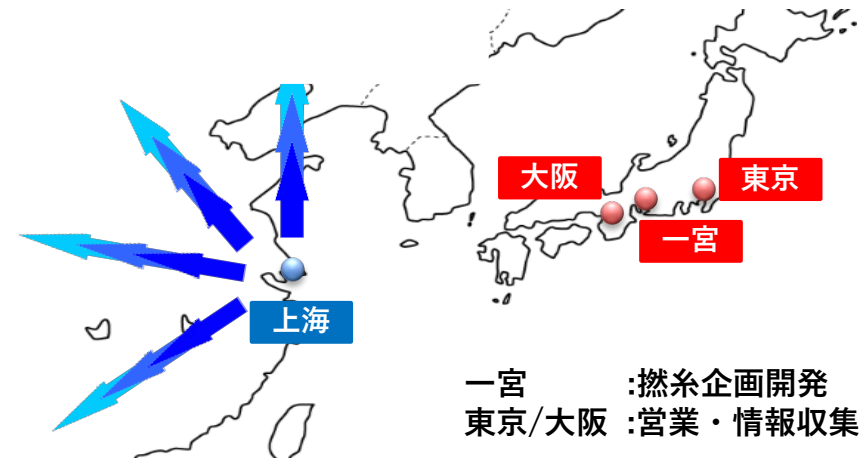


- マテリアル・ファッション卸（ミセス・ジュニア・ホームウェア）事業は着実に収益を向上させる
- D2C事業は成長のための投資を継続実施
- 各事業は価値連鎖させていく
- きものは構造改革を推進し、価値を再創造していく

収益向上重点：マテリアル・ファッション卸事業

マテリアル事業：海外売上拡大と収益力向上

- 燃糸企画開発強化・粗利率向上
- 国内・中国での情報収集と共有
- 中国での展示会出展強化
- 中国内での営業体制を強化
- 欧米向け営業体制構築



ファッション卸事業(ミセス・ジュニア・ホームウェア)：粗利率向上ならびに取引先拡大

- PB・OEM／ODMの企画開発を推進
- PB売上構成比向上による粗利率向上
- 差別化商材により取引先拡大
- ミセス部門は百貨店出店を拡大・コト消費を促進

成長投資：D2C事業

販売チャネルの最適化とマーケティング施策強化によりスケールさせていく



- **ブランドごとにマルチチャネルでPOP-UP STORE実施**
 ※百貨店(YOUTOWA・ReCHARELL・PAPER CoCo)・SC (KanaUa・PAPER CoCo)・専門店(UN-USELESS・ReCHARELL・YOUTOWA)
- **自社ECモール化し、ブランド間で相互送客** ※YOUTOWA・ReCHARELL
- **既存事業取引先との協業（卸販売）** ※YOUTOWA・UN-USELESS
- **ECモールへの出店** ※kanaUa
- **ヘルスケアプロダクトは、マーケットインでの商品開発を進め、販売チャネルを最適化**
- **各ブランド、アンバサダーマーケティング、SNSマーケティングを強化**

事業モデル改革：きもの事業

構造改革を推進し、価値の再創造を推進

- 顧客起点での商品調達・チャネルごとの販売施策をスピーディーに実行できる体制へ組織再編
- 単なる展示販売会ではなく体験型の催事企画を実行
- ハレの日需要の新規顧客獲得施策を実行
- きもの日常化に対する取り組みを実行
- 和小物の商品企画開発を推進





堀田丸正株式会社

Marusho hotta co.,Ltd.

免 責 事 項

本資料は、当社の企業説明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。
本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証または約束するものではなく、今後、予告なしに変更されることがありますので予めご了承ください。