

株式会社銀座山形屋第 66 期決算説明資料

当社の第 66 期における営業の概況につきましてご説明いたします。

はじめに、事業の経過および成果についてご説明いたします。

当連結会計年度におけるわが国経済は、世界的な金融危機が引き起こした景気低迷が続くなか、一部には業績の持ち直しの兆しが見られたものの、企業収益や雇用・所得環境は厳しい状況が続いており、個人消費につきましても低調に推移いたしました。

このような環境のもと当社グループは「安定した利益とキャッシュ・フロー」を出せる経営基盤の確立を念頭に販売・製造体制のグループ再編成を行い、銀座山形屋の服づくりのこだわりである「メイド・イン・ジャパン」「着心地と品質」を第一の柱に製販一体となり総合的にお客様満足度の向上に努め、銀座山形屋オーダーメイドの販売に注力し、つぎの施策を実行いたしました。

「銀座山形屋は自分たちで作った服を自分たちで売る」という創業からの原点に戻り、「オーダーメイドでのファッション提案強化」を重点としてまいりました。

紳士服部門におきましては「大人のおしゃれを演出するスーツであるイタリアンクラシックモデルのバリエーションの拡大」、「ヤングのためのトレンドスーツであるダッパモデルによるファッション提案の強化」、そして「英国調スーツを復活させるニューブリティッシュモデルの開発導入」を行ない、顧客には大変ご好評をいただくと同時に新規のお客さま獲得にも貢献いたしました。また、婦人服部門におきましては「フォーマル需要に視点をおいたベーシックなワンピースの開発導入」、「パンツスタイルが主流の現状を踏まえて今日的シルエットのパンツの開発導入」を実施し、収益力と競争力のある差別化商品として販売展開してまいりました。

新業態店舗「サルトリア・プロメッサ」は、ファッション誌への掲載やホームページの活性化により店舗の認知度を上げて新規来店客の増加を図り、また、製造事業会社において展開しておりますインターネット販売にリアルショップを融合するなど、これらを時代に適合した事業と捉え投資を拡大強化してまいりました。

このほか、製造部門におきましては T S S 手法の活用、縫製グレードアップ、品質向上のための体制作りにより、魅力ある商品の提供を続けてまいりました。

以上の結果、当連結会計年度の売上高は、前期比 11.5%減の 47 億 9 千 4 百万円となりました。オーダーメイドスーツにつきましては、売上高の減少幅が前期の 10.1%から当期は 8.3%に減り、下げ止まりの兆しが見えてまいりましたものの、既製服および洋品は前期の 20.9%減から当期 26.6%減へと売上高減少幅が予想以上に拡大し、販売費および一般管理費の削減に努めてまいりましたが、経常損失は 1 億 8 千 3 百万円となりました。なお、前期は 2 億 8 千 7 百万円の経常損失でありました。

また、売上高の減少による店舗等の減損損失2千6百万円の計上、店舗退店等の固定資産処分損3千万円等により、当期純損失は2億1千8百万円となりました。なお、前期は5億6千3百万円の当期純損失でありました。

店舗の状況につきましては、5店舗の撤退、1店舗の出店、1店舗の業態変更を実施した結果、当連結会計年度末における店舗網は、株式会社ウイングロード29店舗、日本ソーイング株式会社6店舗であり、グループ合計で35店舗となっております。

つぎに、対処すべき課題についてご説明いたします。

当社グループは、安定した利益とキャッシュ・フローを出せる経営基盤の確立の方針のもと、銀座山形屋の服づくりのこだわり「メイド・イン・ジャパン」「着心地と品質」を第一としたオーダーメイドを柱に、経営資源の集約化を図るとともに、マーケティング力を強化してブランド毎のお客様像をよりはっきりさせながら、グループ企業一体となり「お客様から見た商品やサービスの価値を最大化する努力をすることにより、ファッションを通じ、いきいきとした生活、楽しい生活、充実した生活を提案し続ける」という企業理念に基づき収益力向上を図ってまいります。

銀座山形屋は「自分たちでつくった服を自分たちで売る」という当社の創業からの原点に戻り、品質・品揃え・価格・販売体制すべての分野において新しい価値観を共有し、訴え続ける集団をつくりあげてまいります。

ブランドにつきましては、従来の50歳から60歳を中心とした「銀座山形屋」、本物志向でファッション性の高い40歳前後を中心とした「サルトリア・プロメッサ」、ベーシックデザインを基本とした婦人服「ミスターナ」を3基幹ブランドとし、オーダーメイドを柱としてお客様の満足度を高め、独自性のある展開を推し進めてまいります。

3基幹ブランドのほかに、製造事業会社によるインターネット・オーダースーツ販売ブランド「スーツファクトリー d p i」、20歳から30歳に向けての高感度でリーズナブルな価格のオーダーブランド「ブレフ」についても、継続的に将来に向かって育成してまいります。

製造事業会社に「商品企画部門・商品仕入れ部門・販売促進部門」を結集し、「オリジナル商品の企画開発・製造」を強化してまいります。紳士服部門におきましては、「シャツタイプの軽く涼しい盛夏用のライトジャケット」、「スマートシルエットで、はきやすく足長に見えるニュースリムパンツ」、「伝統的なシルエットを基本としたニュートラッドモデルのスーツ」を開発導入してまいります。また、婦人服部門におきましては、「羽織る感覚の一重(ひとえ)ジャケットの拡大」、「今日的シルエットのジャケット・スカートのサイズ拡大」など、豊富なスタイルバリエーションを展開してまいります。

今後とも、皆様の一層のご指導ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

以上