

株式会社ツカモトコーポレーション

**2024年3月期**

**決算説明資料**

2024年5月15日



- 1.** 連結業績ハイライト
2. 連結計算書類
3. セグメント実績
4. 業績予想
5. 今後の見通し

# 連結業績ハイライト：2024年3月期通期ハイライト

(百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	前年差
売上高	15,658	12,879	<b>9,798</b>	△ 3,081
営業利益又は営業損失 (△)	229	14	△ <b>222</b>	△ 237
経常利益	300	136	<b>57</b>	△ 79
親会社株主に帰属する当期純利益 又は親会社株主に帰属する当期純損失 (△)	△ 329	65	<b>174</b>	109

### ▶ 売上高は前年から23.9%減の大幅な減収となった。

- ✓ ホームファニッシング事業は前連結会計年度に発生した春夏物の一括納品がなくなったことで大幅な減収。
- ✓ 健康・生活事業におけるテレビ等通信販売の不振。
- ✓ アパレル事業は円安傾向が続き、主要取引先によるメーカーや工場への直接発注が進んだことが影響して減収。

### ▶ 営業利益は赤字だが、経常利益、当期純利益は黒字。

- ✓ 円安傾向の残る中、調達コスト、販売価格の見直しを行い売上総利益率の改善や、販売費及び一般管理費における経費削減に努め、業績の回復を図ったが、結果として営業利益は赤字となった。
- ✓ 投資有価証券の売却を実施し、営業外収益及び特別利益を計上した。

### ▶ 新規事業に係る子会社を設立した。

- ✓ サウナ関連事業を行うツカモトウェルネス株式会社を2024年2月に設立した。



1. 連結業績ハイライト
- 2. 連結計算書類**
3. セグメント実績
4. 業績予想
5. 今後の見通し

# 連結計算書類：連結損益計算書

(百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	前年差	前々年差
売上高	15,658	12,879	<b>9,798</b>	△ 3,081	△ 5,860
売上総利益	5,276	3,351	<b>2,978</b>	△ 372	△ 2,298
(売上総利益率)	33.7%	26.0%	<b>30.4%</b>	4.4pt	△ 3.3pt
販売費及び一般管理費	5,047	3,336	<b>3,200</b>	△ 135	△ 1,846
営業利益又は営業損失 (△)	229	14	<b>△ 222</b>	△ 237	△ 451
(営業利益率)	1.5%	0.1%	-	-	-
営業外収益	189	253	<b>382</b>	129	193
営業外費用	117	131	<b>102</b>	△ 28	△ 15
経常利益	300	136	<b>57</b>	△ 79	△ 243
(経常利益率)	1.9%	1.1%	<b>0.6%</b>	△ 0.5pt	△ 1.3pt
特別利益	37	-	<b>209</b>	209	171
特別損失	623	51	<b>38</b>	△ 12	△ 585
税金等調整前当期純利益 又は税金等調整前当期純損失 (△)	△ 286	85	<b>228</b>	142	514
親会社株主に帰属する当期純利益 又は親会社株主に帰属する当期純損失 (△)	△ 329	65	<b>174</b>	109	504

# 連結計算書類：連結貸借対照表

(百万円)

	前連結会計年度末 (23/3/31)	当連結会計年度末 (24/3/31)		前連結会計年度末 (23/3/31)	当連結会計年度末 (24/3/31)
資産の部	25,808	<b>28,175</b>	負債の部	13,907	<b>14,449</b>
流動資産	6,740	<b>6,848</b>	流動負債	9,142	<b>8,253</b>
固定資産	19,067	<b>21,326</b>	固定負債	4,764	<b>6,195</b>
有形固定資産	12,757	<b>12,653</b>	純資産の部	11,900	<b>13,726</b>
無形固定資産	64	<b>61</b>	資本金	2,829	<b>2,829</b>
投資その他資産	6,245	<b>8,611</b>	資本剰余金	710	<b>713</b>
			利益剰余金	6,809	<b>6,864</b>
			自己株式	△ 60	<b>△ 40</b>
			その他包括利益累計額	1,611	<b>3,360</b>
資産の部合計	25,808	<b>28,175</b>	負債純資産合計	25,808	<b>28,175</b>

# 連結計算書類：連結キャッシュ・フロー計算書

	2023年 3月期	2024年 3月期	(百万円)
営業活動によるキャッシュ・フロー	417	<b>274</b>	
投資活動によるキャッシュ・フロー	561	<b>435</b>	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 637	△ <b>194</b>	
現金及び現金同等物の期首残高	1,817	<b>2,159</b>	
現金及び現金同等物の期末残高	2,159	<b>2,675</b>	





1. 連結業績ハイライト
2. 連結計算書類
- 3. セグメント実績**
4. 業績予想
5. 今後の見通し

# セグメント実績：セグメント別売上高及びセグメント利益

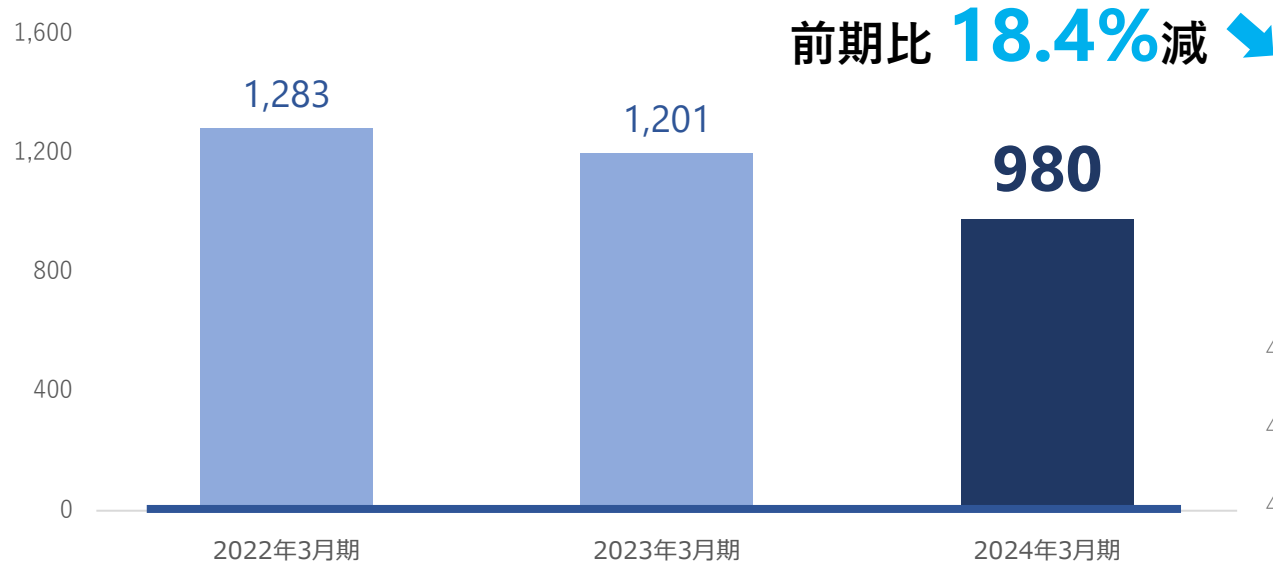
	セグメント売上			セグメント利益 (百万円)		
	2023年3月期	2024年3月期	差	2023年3月期	2024年3月期	差
和装事業	1,201	<b>980</b>	△221	△112	<b>△100</b>	+11
洋装事業	5,169	<b>4,434</b>	△735	△172	<b>△125</b>	+46
ホーム ファニッシング事業	2,281	<b>798</b>	△1,483	303	<b>23</b>	△280
健康・生活 事業	3,219	<b>2,401</b>	△817	△254	<b>△339</b>	△85
建物の 賃貸業	1,044	<b>1,052</b>	+8	557	<b>586</b>	+29

# セグメント実績：和装事業

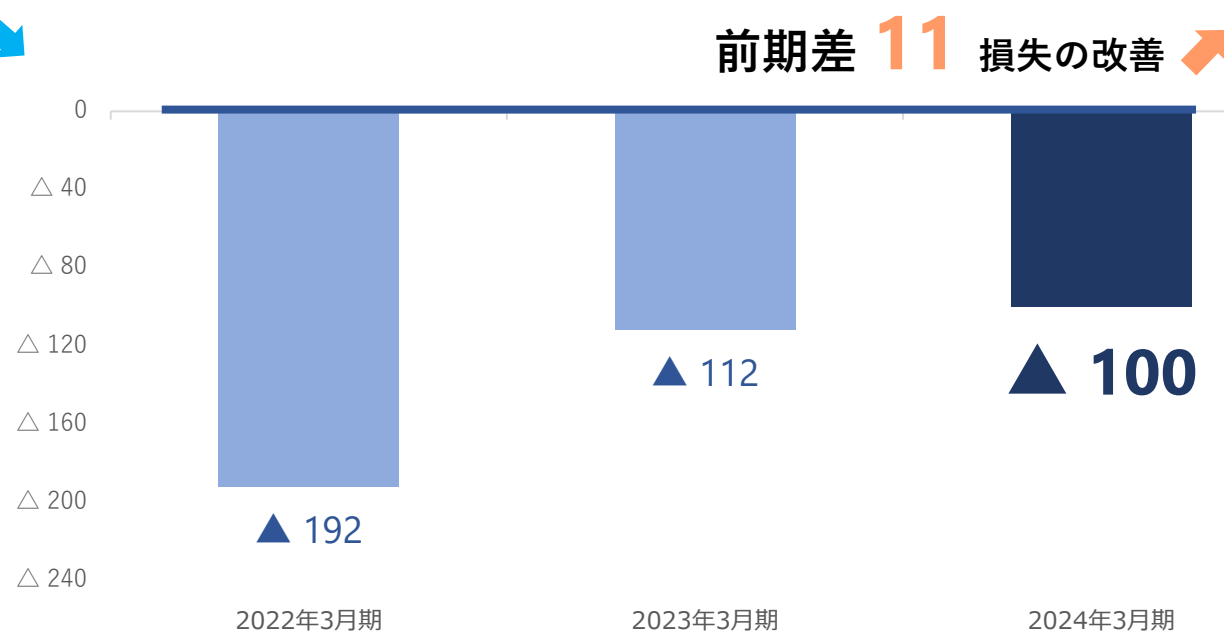
- ▶社会・経済活動の正常化が進み、特に百貨店を中心に活気が戻りつつあるが、和装市場自体は横ばい程度に推移しており、依然として厳しい状況が続く。催事運営ビジネスでは不採算催事からの撤退を進めた結果、催事開催数が減少し、減収となった。
- ▶利益面では、きものナンバーワンほか当社主催催事が好調に推移したことで損益は改善した。
- ▶小売業は顧客数は増加したものの、当初計画したほどの成果は出せなかった。

(百万円)

【売上高】



【セグメント損失 (△)】



# セグメント実績：洋装事業

## アパレル事業

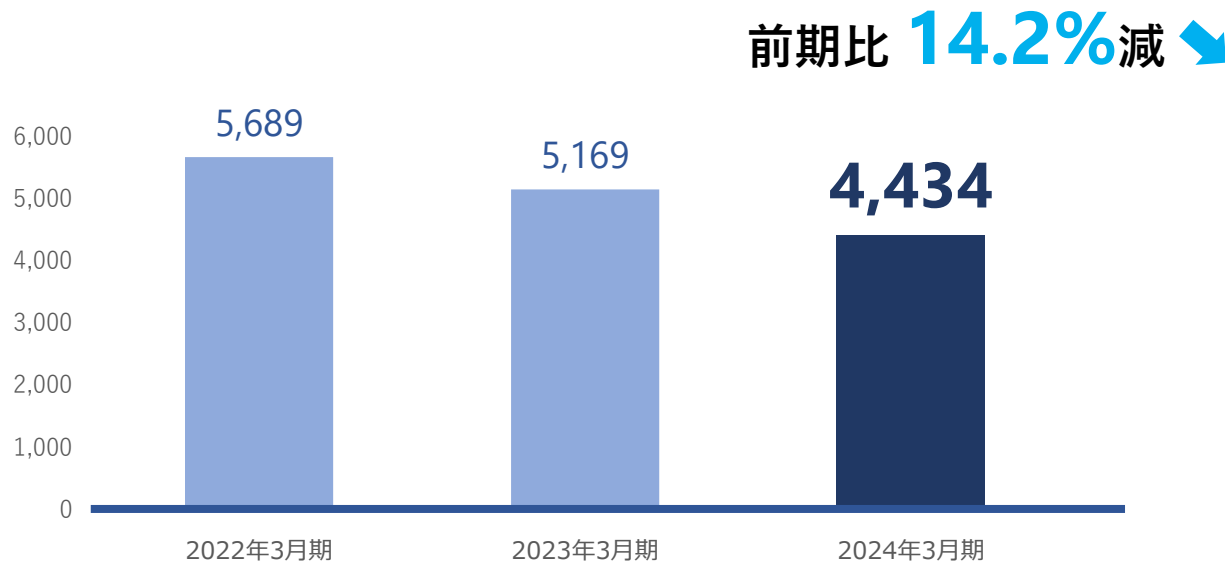
- ▶メンズ事業では百貨店における自主運営売場の出店を進めた。
- ▶メンズ事業、OEM事業とも円安傾向が続いたことで、主要取引先の工場への直接発注が進み、受注が減少した。

## ユニフォーム事業

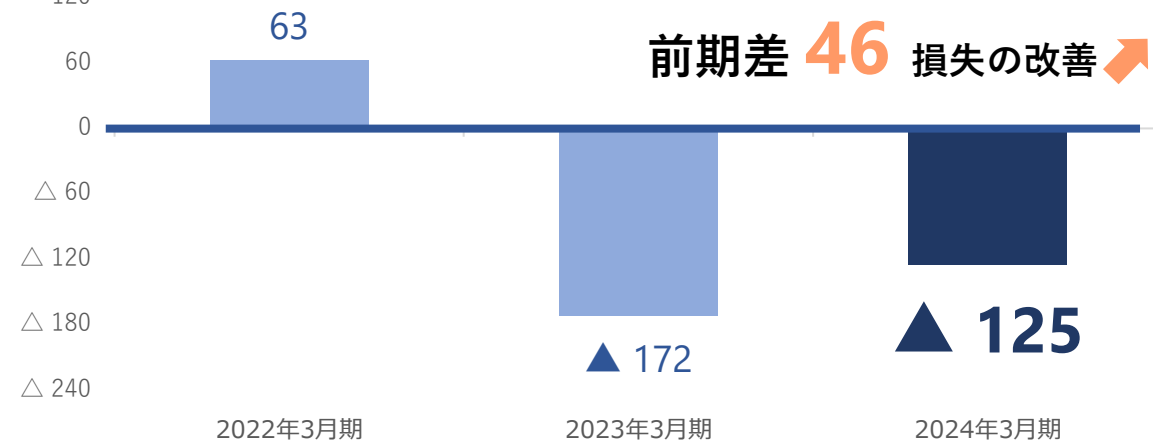
- ▶売上のメインであったオフィス制服需要の減少や大型案件の不足により減収となった。
- ▶ワーキング・サービスウェアの受注獲得に注力し、調達コスト、販売価格の見直しで損益は改善したが、大型案件不足の穴を埋めるまでには至らず、2期連続の赤字となった。

(百万円)

【売上高】



【セグメント利益又は損失 (△)】

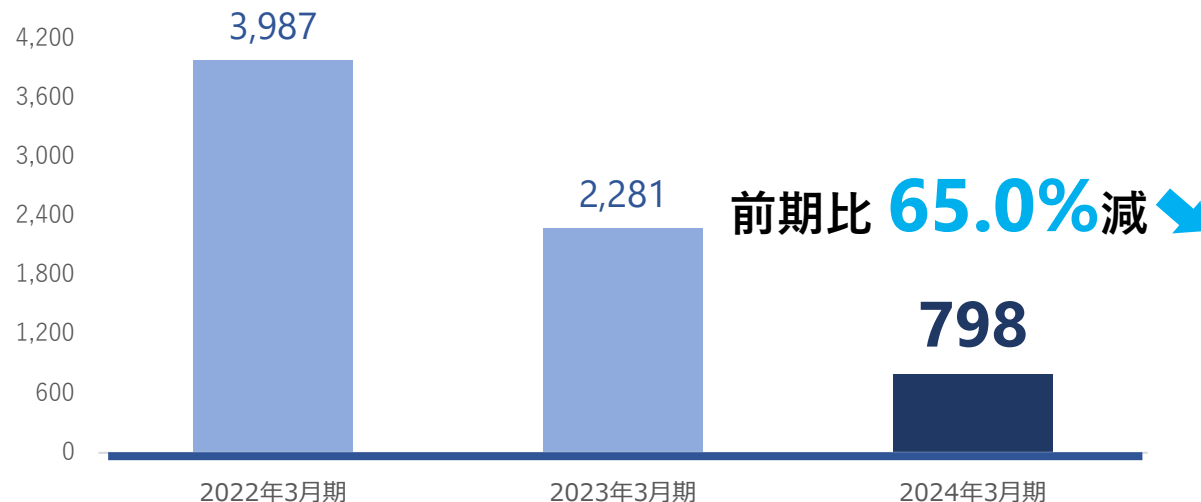


# セグメント実績：ホームファニッシング事業

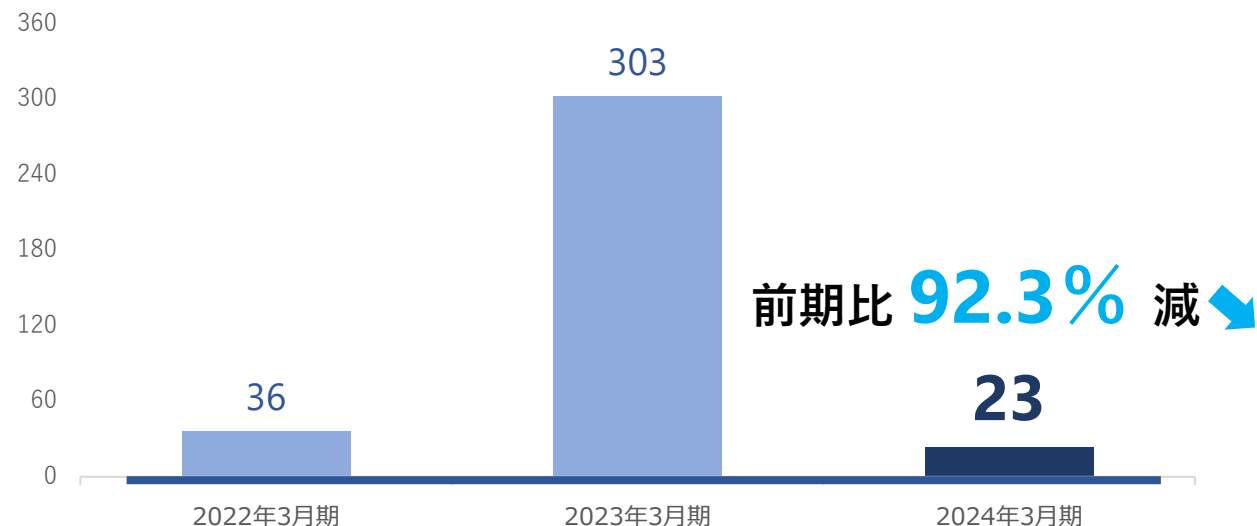
- ▶前期の特需であった春夏物の一括納品がなくなったことで大幅な減収となったが黒字基調は維持している。
- ▶Hanesライセンス事業は下期以降新規口座開拓を進めたが、売上高は当初の想定を下回った。
- ▶オリジナルブランド「BIYOMA」は期間限定店と自社ECサイト、モール型ECでの運営をスタートした。

(百万円)

### 【売上高】



### 【セグメント利益】

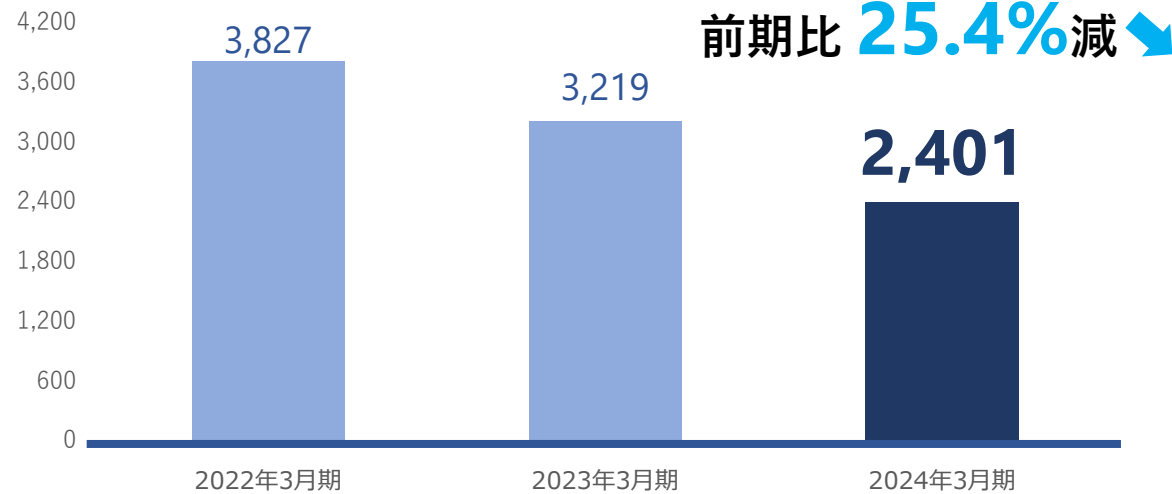


# セグメント実績：健康・生活事業

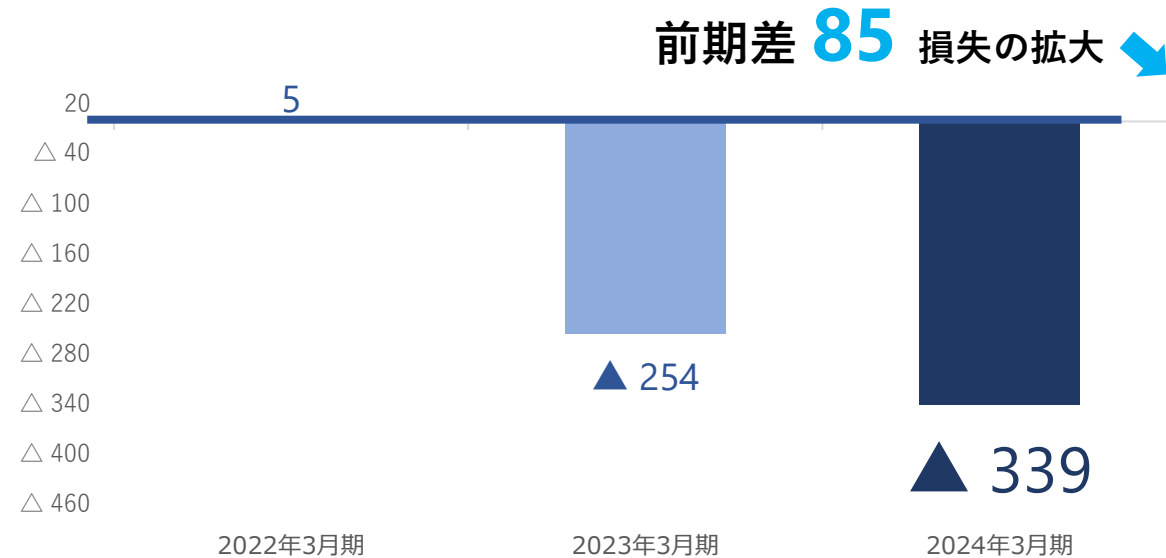
- ▶新型コロナウイルス感染症の影響から脱し、社会・経済活動が正常化したことに伴う巣ごもり需要の減少から、主力のTV等通販販売は不振に終わった。
- ▶EC販路における販売促進費が増加し、損失が拡大した。
- ▶GMSや家電量販店への店頭販路は引き続き好調に推移した。

(百万円)

### 【売上高】



### 【セグメント利益又は損失 (△)】

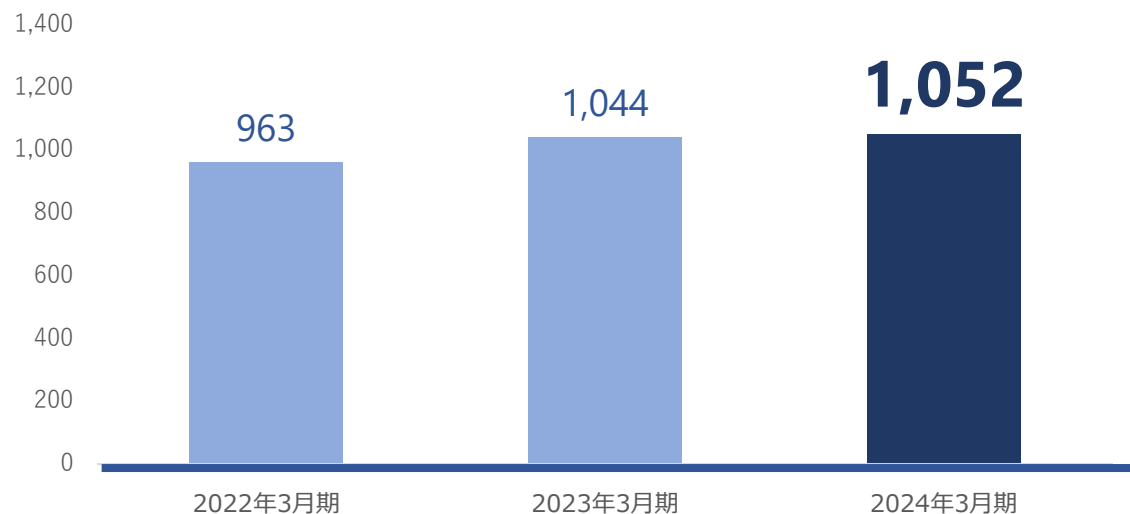


# セグメント実績：建物の賃貸業

▶ 不動産はテナント状況に大きな変化もなく安定的に稼働し、前連結会計年度並みに推移した。

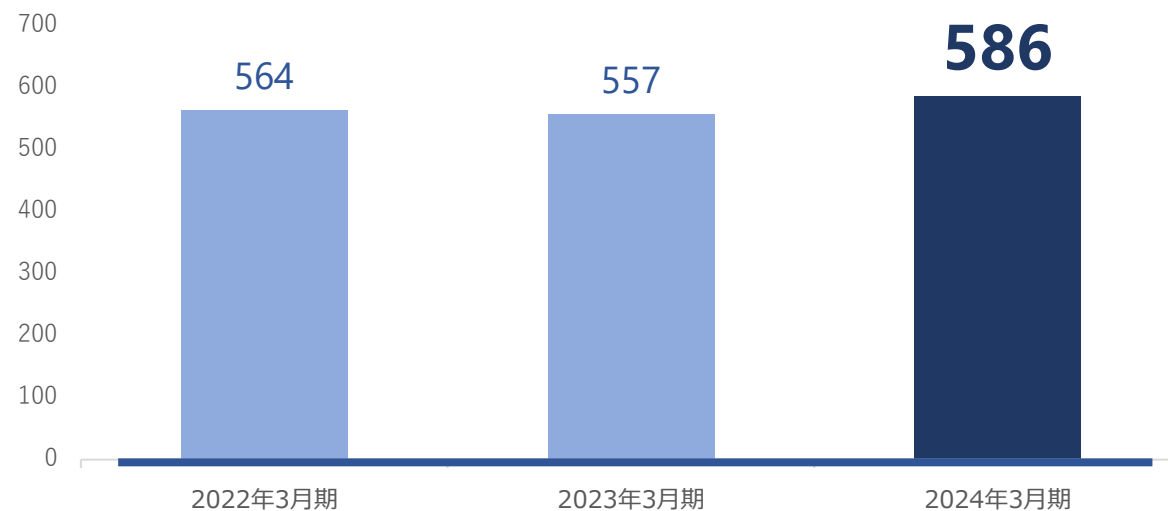
(百万円)

【売上高】



前期比 **0.8%増** ↗

【セグメント利益】



前期比 **5.3%増** ↗



1. 連結業績ハイライト
2. 連結計算書類
3. セグメント実績
- 4. 業績予想**
5. 今後の見通し



# 連結業績予想

(百万円)

	2023年 3月期実績	2024年 3月期実績	2025年 3月期予想
売上高	12,879	9,798	<b>10,000</b>
営業利益	14	△ 222	<b>0</b>
経常利益	136	57	<b>100</b>
当期純利益	65	174	<b>150</b>

※上記の業績予想につきましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後の様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。

※今後の市場動向を踏まえ、修正が必要と判断した場合には直ちに公表いたします。



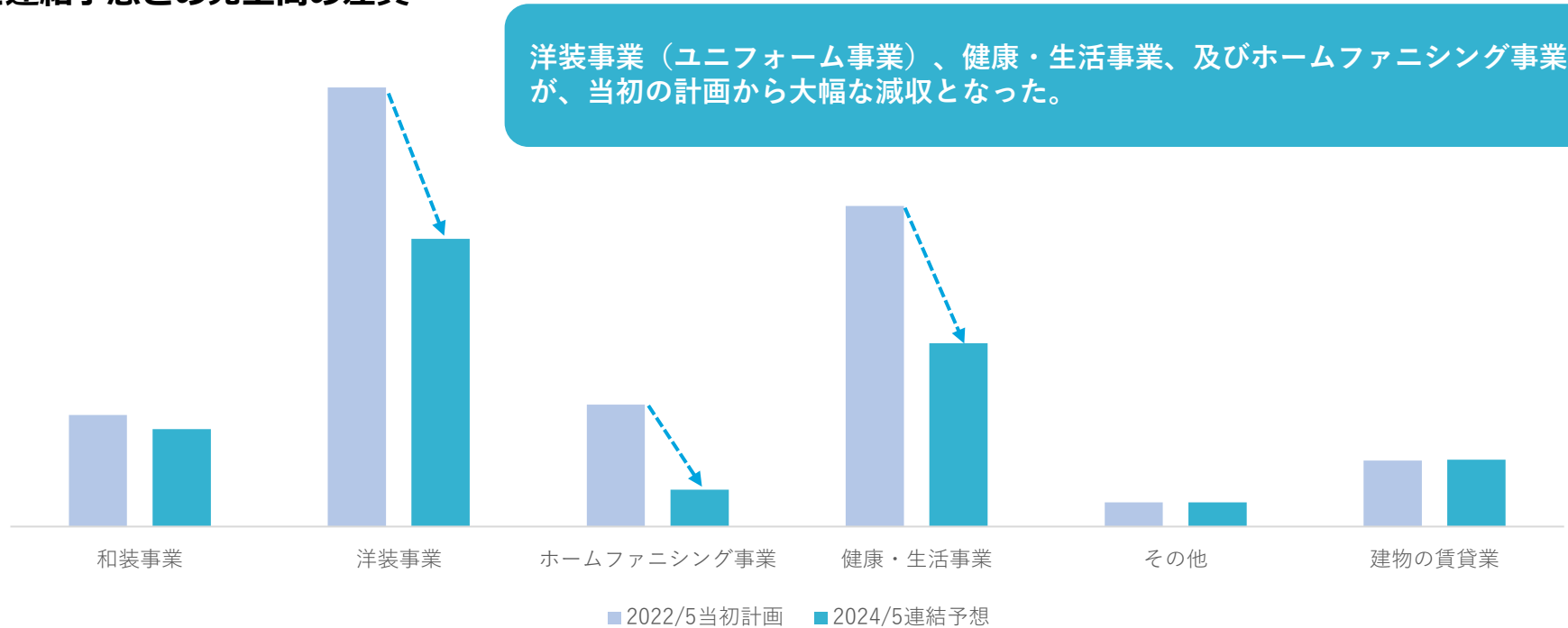
1. 連結業績ハイライト
2. 連結計算書類
3. セグメント実績
4. 業績予想
5. 今後の見通し

# 2022-2024年度中期経営計画の数値目標について

2022年5月13日に公表した中期経営計画の最終年度の計画値が未達となる見込み。

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期		(百万円)
	実績	実績	実績	連結予想	当初計画 (2022年5月公 差異)	
売上高	15,658	12,879	9,798	<b>10,000</b>	15,500	△ 5,500
経常利益	300	136	57	<b>100</b>	400	△ 300

## 当初計画と連結予想との売上高の差異



# 2022-2024年度中期経営計画の数値目標について

## 当初計画からの売上が減少した要因

	外部要因	内部要因
洋装事業 (ユニフォーム事業)	✓ 大幅な円安進行と国際情勢に起因する原材料高騰 ✓ テレワーク普及、オフィス需要の減少	テレワークの普及により主力であったオフィス制服の需要は減少した。新型コロナウイルスの影響が終息した後も制服の需要回復の動きは鈍く大型案件の受注を獲得出来なかった。ワーキング・サービスウェアの受注拡大に取り組み、レンタル事業・SP事業への展開、生分解素材や空調服などの新素材・新商品の開発を行ったが、大きな成果を出すことはできなかった。
ホームファニッシング事業	✓ コロナ禍でのおうち時間、巣ごもり需要の鎮静化	国内のみならず海外も対象とした商品の企画・製造を計画していたが、国内向け製品の受注額が当初の計画を下回り、海外への輸出も不調に終わった。
健康・生活事業	✓ 大幅な円安進行と国際情勢に起因する原材料高騰 ✓ コロナ禍でのおうち時間、巣ごもり需要の鎮静化	新型コロナウイルス感染症が5類へ移行し、社会が正常化に向かったことで主力の商品群であった自宅で手軽にできるフィットネス機器への需要が減少した。円安と原材料価格高騰の影響を受け製品コストが上昇し、商品への価格転嫁を図ったが、消費者の購買意欲が削がれ、受注額が減少した。

# 2022-2024年度中期経営計画の数値目標について

## 計画の振り返り

基本方針	評価	振り返り
消費者へのダイレクト提案	○	和装事業では小売店「花襲」（はながさね）をオープンした。 アパレル事業では百貨店売場の出店を進めた。 ホームファニッシング事業では新たなオリジナルブランドを立ち上げ、ECや期間限定店を展開した。
成長拡大路線への回帰	×	ユニフォーム事業ではワーキング・サービスへの拡大、健康・生活事業では家電量販店、通販事業の拡大を図ったが、計画通りに進まなかった。結果、計画当初の売上高155億円は未達となる見込み。
全営業部門の黒字化	×	計画1年目（2023年3月期）、計画2年目（2024年3月期）ともに和装事業、洋装事業、健康・生活事業は赤字に終わった。ホームファニッシング事業は黒字基調を維持した。
効率経営の実践と生産性の向上	△	和装事業では不採算催事からの撤退を促進した。ユニフォーム事業では仕入コストを見直した。各事業で経費の節減に務めた。 ツカモト市田株式会社は株式会社しるくらんどを吸収合併し中規模組織のスリム化を進めた。
コア事業の強靱化と新規事業開発の促進	△	新規事業として開発に取り組んでいたサウナ関連事業に係る新会社として、ツカモトウェルネス株式会社を設立した。

なお、次期中期経営計画（2025年-2027年）につきましては、社会情勢やグループ各部門の目標、進捗を鑑み策定する予定であります。



# TSUKAMOTO CORPORATION

株式会社ツカモトコーポレーション

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。