

株式会社ツカモトコーポレーション

2022年3月期

決算説明資料

2022年5月13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. 中期経営計画

連結業績ハイライト：2022年3月期通期ハイライト

- ▶ 営業利益、経常利益は昨年を上回ったが、新型コロナウイルスに関する損失や、ラルフローレン事業の事業譲渡に係る費用を特別損失に計上した結果、当期純利益は マイナスに転じた。

	(百万円)		
	2021年3月期	2022年3月期	前年比較
売上高	17,849	15,658	△ 2,191
営業利益	188	229	40
経常利益	264	300	35
当期純利益	146	△ 329	△ 476

※「収益認識に関する会計基準」等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2022年3月期に係る各数値については、当該会計基準を適用した後の数値となっております。

▶ 営業利益、経常利益ともに前年と比べ改善

営業部門における仕入コスト削減や、物流費の削減に努めた結果、営業利益は229百万円（前年同期188百万円）、経常利益は300百万円（前年同期264百万円）といずれも前年を上回った。

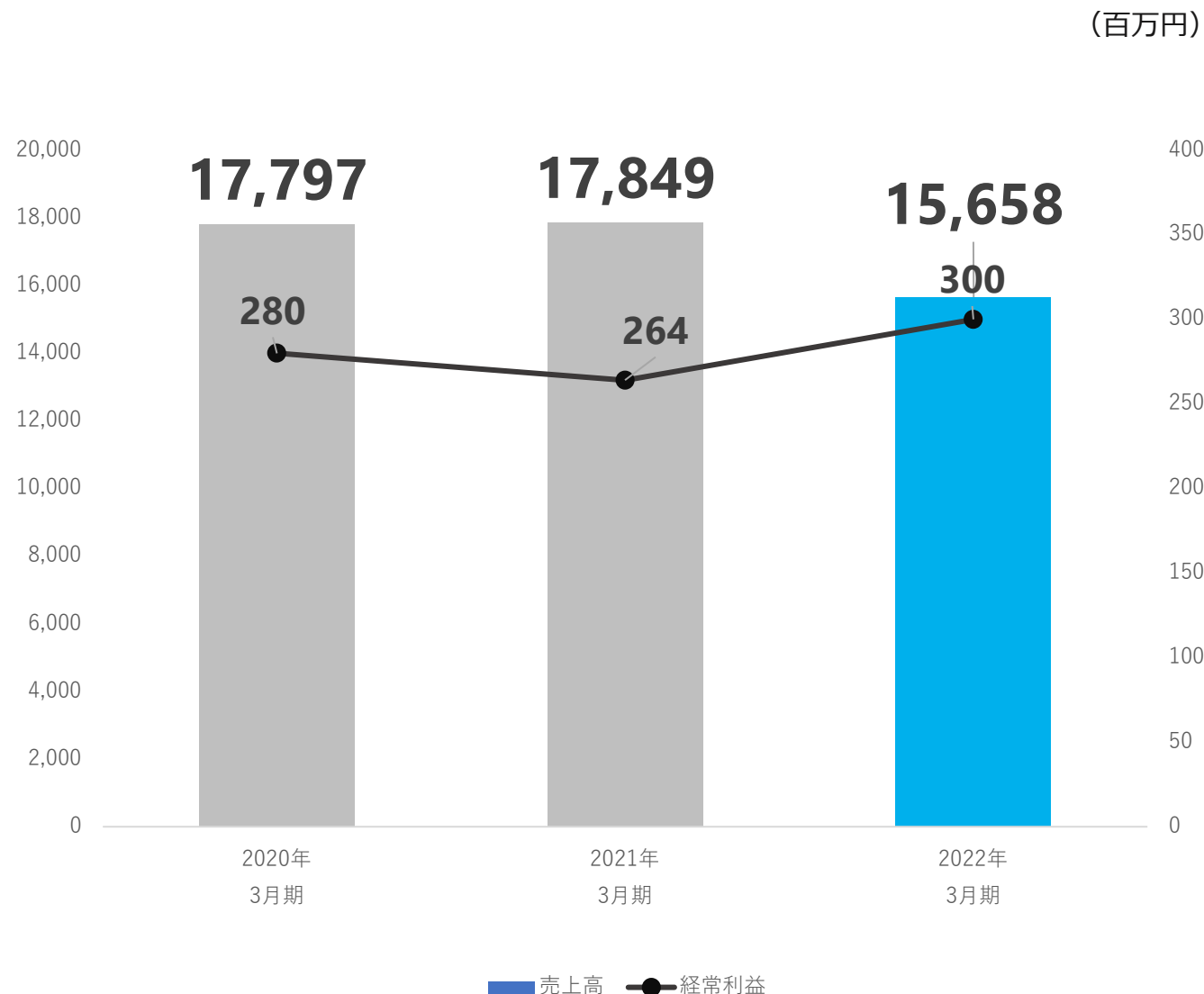
▶ 新型コロナウイルスの影響

上期においてはワクチン接種率上昇の効果による国内経済活動の回復もあり、前年ほどの影響を受けることはなかったが、下期においてはオミクロン株の感染が急拡大したことで一部事業に影響を与えた。

▶ 特別損失の計上

ホームファニシング事業におけるラルフローレンとのライセンス契約終了に伴う事業譲渡損失等を特別損失に計上した結果、当期純利益はマイナスとなった。

連結業績ハイライト： 2022年3月期売上高・経常利益の推移



▶ 主にホームファニッシング事業において昨年休業していた店舗が営業を再開したことや、和装事業、洋装事業において、経費の削減を進めた結果、経常利益が増加した。

※「収益認識に関する会計基準」等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2022年3月期に係る各数値については、当該会計基準を適用した後の数値となっております。

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. 中期経営計画

連結計算書類：連結損益計算書

(百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	前年比較
売上高	17,849	15,658	△ 2,191
売上総利益	5,133	5,276	143
(売上総利益率)	28.8%	33.7%	4.9pt
販売費一般管理費	4,944	5,047	102
営業利益	188	229	40
(営業利益率)	1.1%	1.5%	0.4pt
営業外収益	197	189	△ 8
営業外費用	121	117	△ 5
経常利益	264	300	35
(経常利益率)	1.5%	1.9%	0.4pt
特別利益	88	37	△ 51
特別損失	137	623	486
税引前当期純利益	215	△ 286	△ 501
当期純利益	146	△ 329	△ 476

連結計算書類：連結貸借対照表

(百万円)

前連結会計年度末 (21/3/31)		当連結会計年度末 (22/3/31)	前連結会計年度末 (21/3/31)		当連結会計年度末 (22/3/31)
資産の部	27,237	26,524	負債の部	15,406	14,995
流動資産	8,024	7,378	流動負債	9,167	10,029
固定資産	19,212	19,145	固定負債	6,239	4,965
有形固定資産	13,234	13,106	純資産の部	11,830	11,528
無形固定資産	95	73	資本金	2,829	2,829
投資その他資産	5,882	5,964	資本剰余金	709	707
			利益剰余金	7,315	6,864
			自己株式	△ 105	△ 83
			その他包括利益累計額	1,081	1,209
資産の部合計	27,237	26,524	負債純資産合計	27,237	26,524

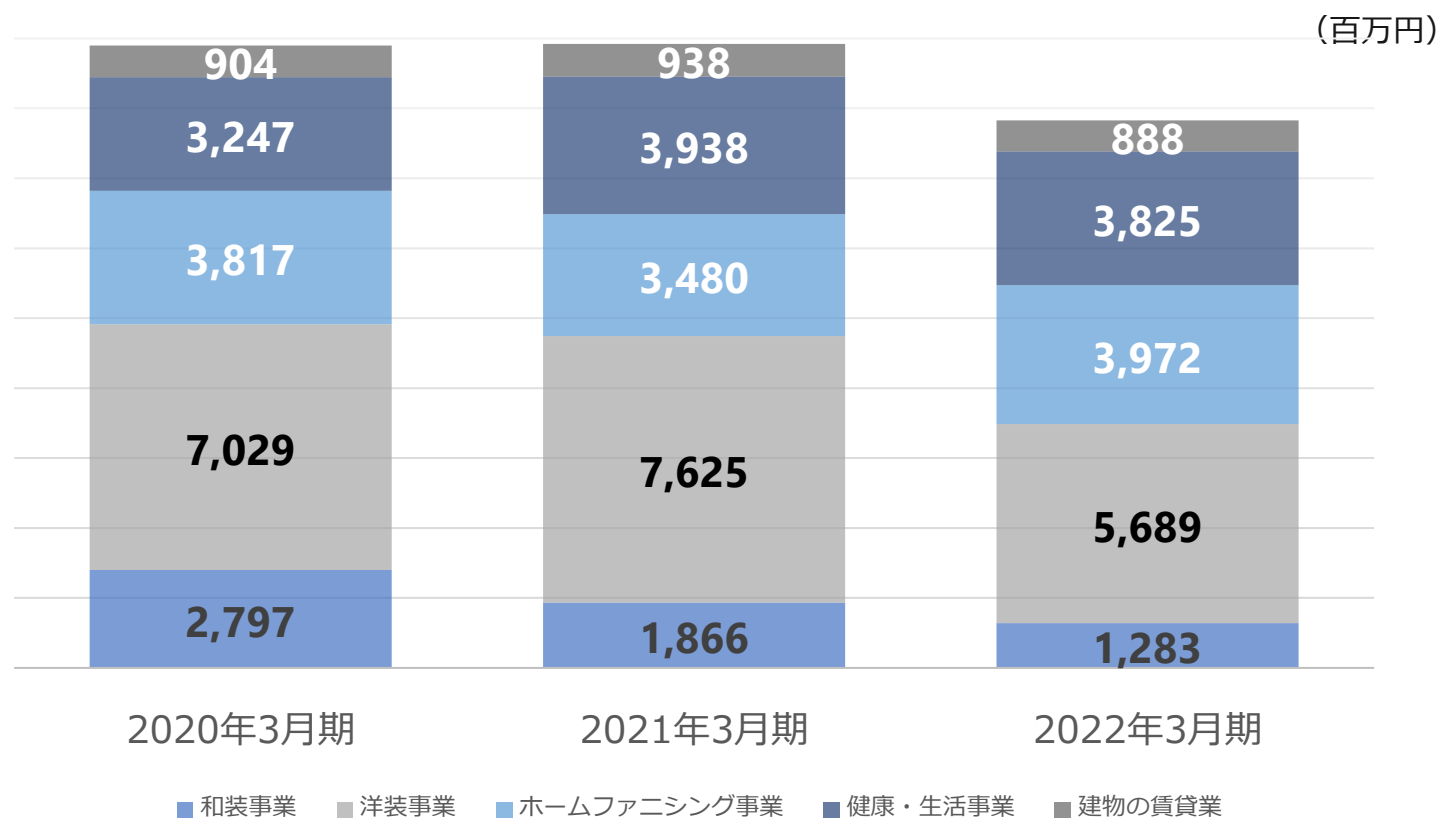
(百万円)

	2021年3月期	2022年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	894	45
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 157	△ 124
財務活動によるキャッシュ・フロー	205	△ 453
現金及び現金同等物の期首残高	1,407	2,349
現金及び現金同等物の期末残高	2,349	1,817

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. 中期経営計画

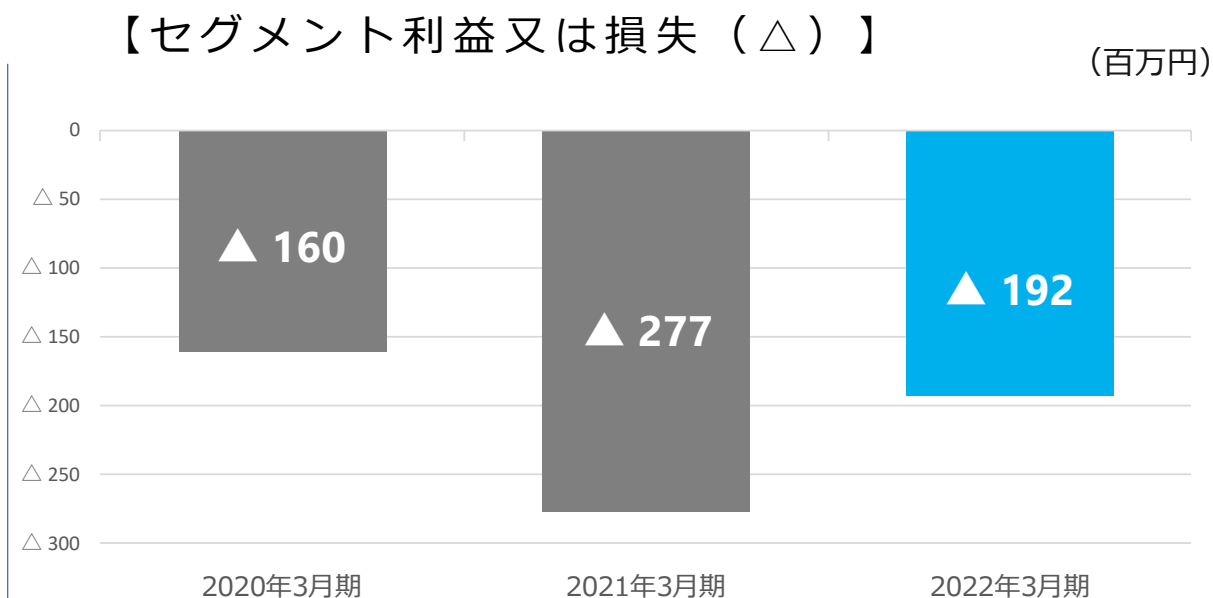
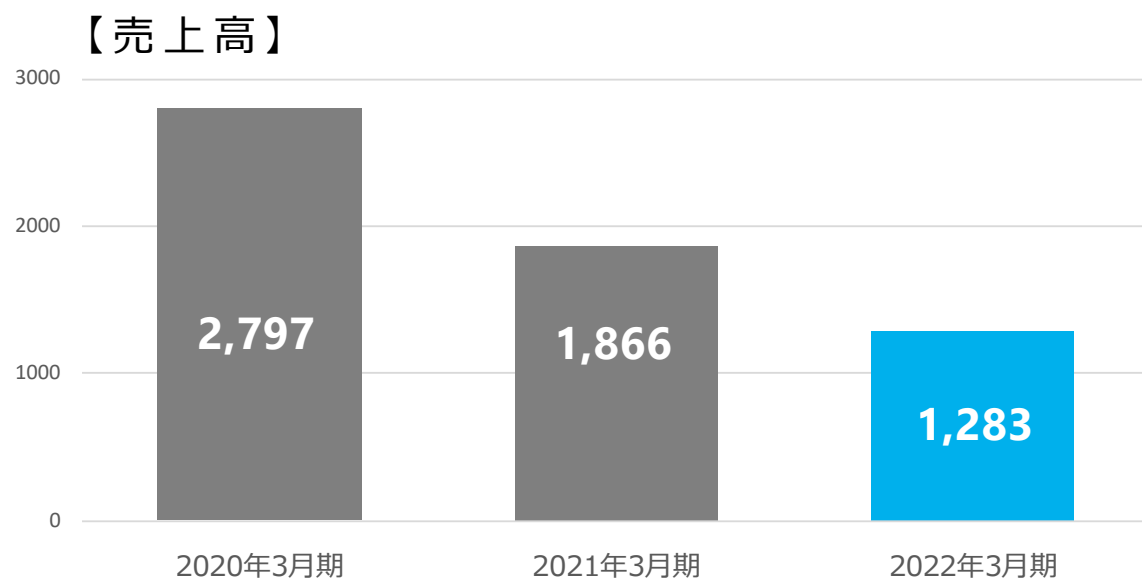
セグメント実績 : セグメント売上高構成

- ▶ コロナ渦の影響で昨年まで好調だった衛生商品の受注は減少
- ▶ ホームファニッシング事業は商業施設の営業再開により、コロナ以前の売上まで持ち直す



セグメント実績：和装事業

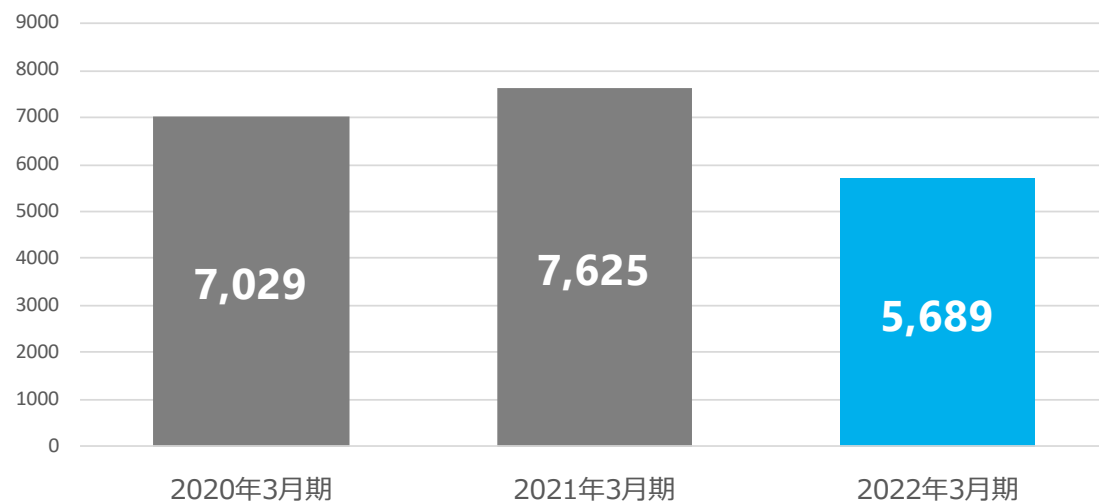
- ▶ 新型コロナウイルスの影響が前年よりも少ないものの、コロナ禍以前の消費マインドを取り戻すには至らず苦戦する一年となったが、経費削減を進め、損益は改善した。
- ▶ 「収益認識に関する会計基準」の適用により、大幅な売上減となった。



セグメント実績：洋装事業

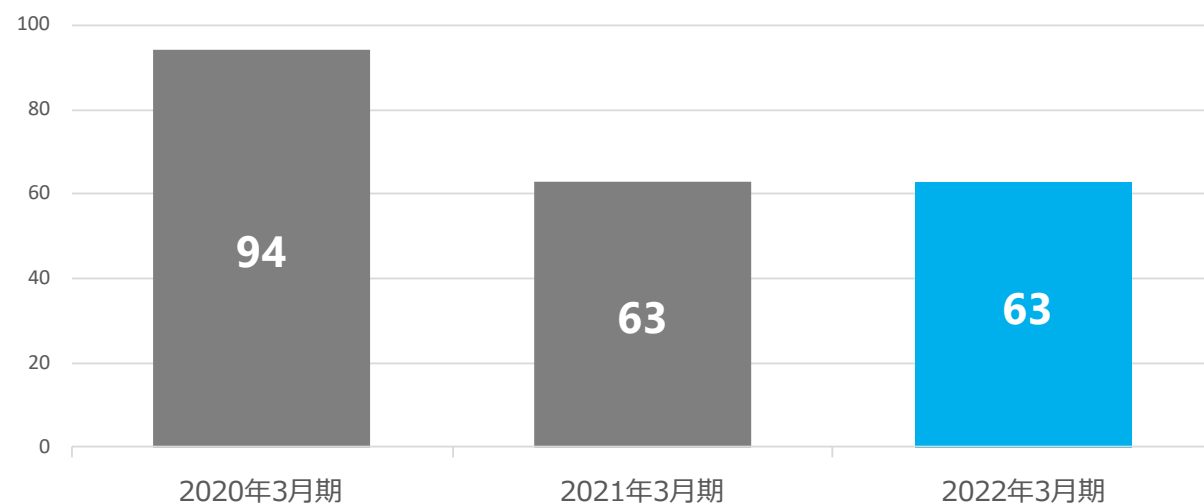
- ▶ アパレル事業は店頭不振の影響が続き、また、海外での生産遅延や円安の影響を受け、減収となった。
- ▶ ユニフォーム事業は前年好調だった衛生商品の需要が落ち着く。大型案件や新規案件が減少し減収となったが、SP商材の提案や、コスト管理の徹底をして、利益は前年並みを維持した。

【売上高】



【セグメント利益又は損失（△）】

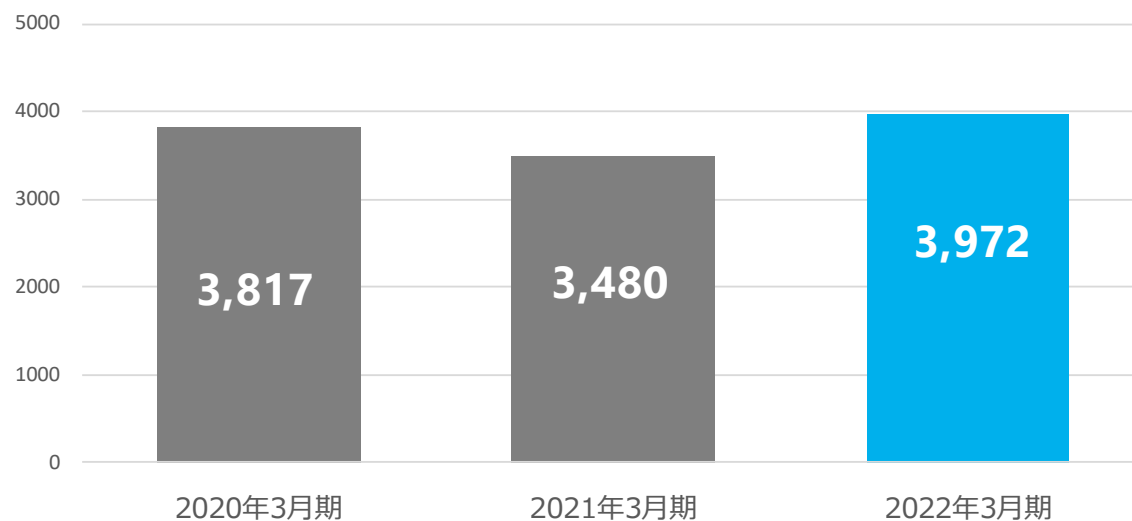
(百万円)



セグメント実績：ホームファニッシング事業

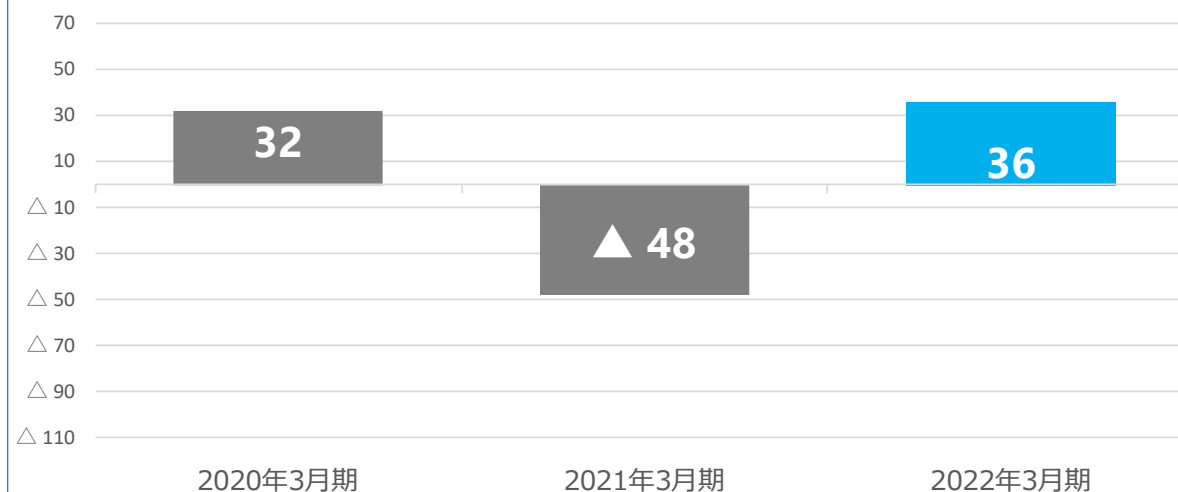
- ▶ 緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置の発令による行動制限の影響は依然存在するものの、前年に比べ軽微だった。年末にかけてオミクロン株の拡大による感染者の急増で、一時的な影響を受けるが、第4四半期の売上は堅調に推移し、増収増益となった。

【売上高】



【セグメント利益又は損失（△）】

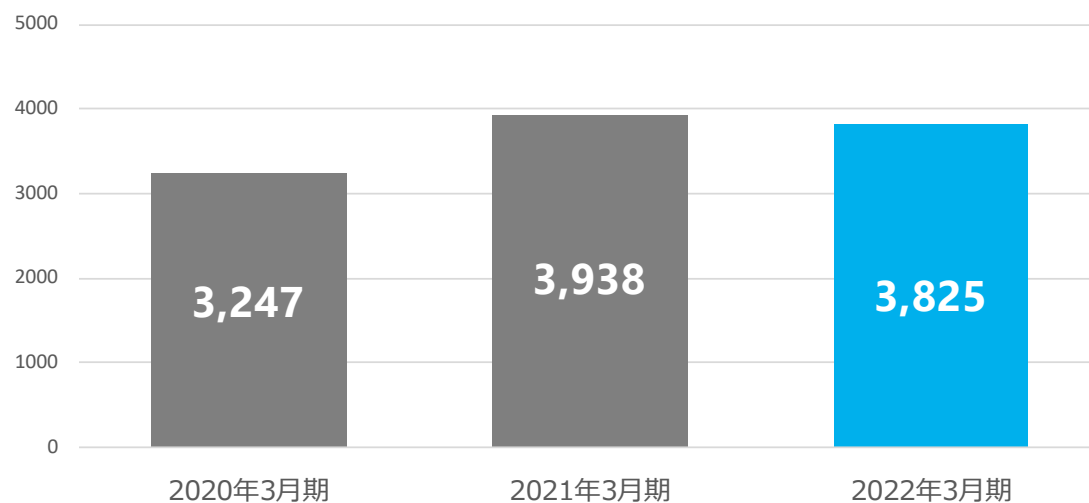
(百万円)



セグメント実績：健康・生活事業

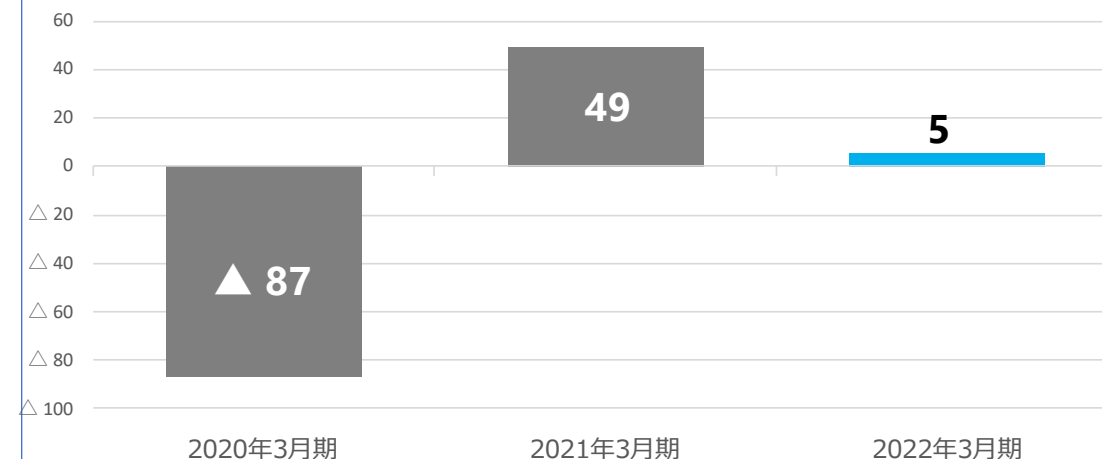
- ▶ 前年からの衛生商品需要や巣ごもり需要が落ち着いたこと、また新商品、新ブランド認知に係る宣伝費や、ECサイト運営に関する費用が増加し、減収減益となった。

【売上高】



【セグメント利益又は損失（△）】

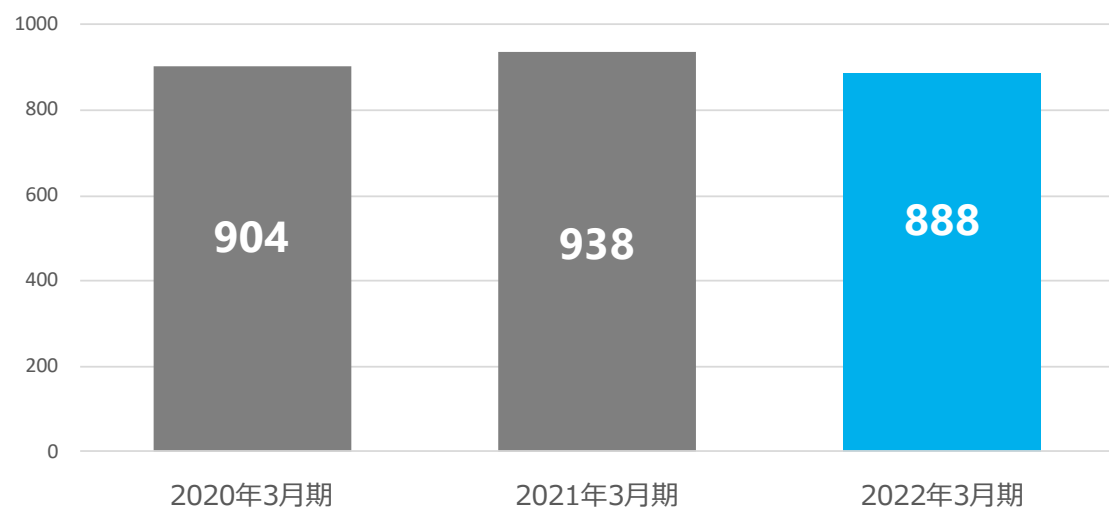
(百万円)



セグメント実績 : 建物の賃貸業

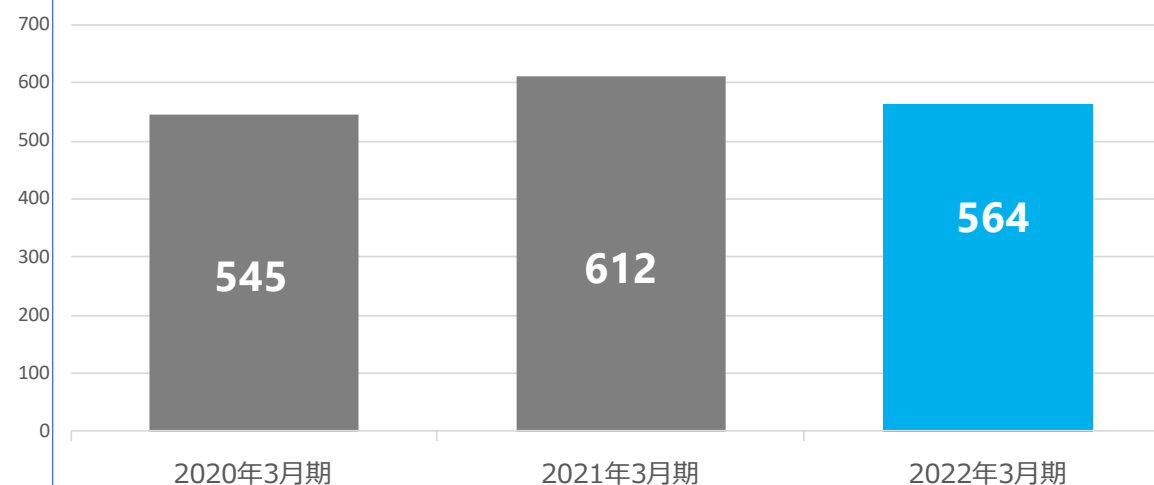
- ▶ 不動産は安定的に稼働
- ▶ 一部に空きテナントが発生し減収減益

【売上高】



【セグメント利益又は損失（△）】

(百万円)



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. 中期経営計画

(百万円)

	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	2023年3月期 業績予想
売上高	17,849	15,658	14,500
営業利益	188	229	250
経常利益	264	300	330
当期純利益	146	△ 329	300

※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速やかに公表いたします。

1. 連結業績ハイライト
2. セグメント実績
3. 業績予想
4. 参考資料
- 5. 中期経営計画**



2019-2021 中期経営計画

START UP! NEW TSUKAMOTO

これからの新しいツカモト



▶ 新型コロナウイルスの感染症の感染拡大により業績は当初計画と乖離する一方、コロナ渦での生活習慣の変化やニーズの変化にも対応した商品やサービスを提供することで、ツカモトは変化し続けます。

活力のある集団として働きがいのある会社となって**企業価値の向上**を目指します

業務改革

意識改革

風土改革

中期経営計画の振り返り～目標と実績～

- ▶ 新型コロナの発生により、連結売上は目標に届かなかったものの、継続的なコスト改善等により、経常利益は3億円で着地

目標	前中計の目標（21年度）		実績（21年度）	
	連結売上	190億円	156億円	
	連結経常利益	4億円	3億円	
重点 施策	前中期経営計画で掲げた方針		結果／課題	
	和装事業	- 営業体制・組織の見直し（催事見直し） - 催事管理・経費管理の徹底による黒字化	- 不採算催事・顧客からの撤退がより必要 - 新規事業の創出と既存ビジネスのリモデル	
	洋装事業 （アパレル・ユニフォーム）	- 体質改善強化・既存事業効率化（経費削減等） - 専門店のOEM強化 - 企画提案の強化	【アパレル】新規開拓／利益率向上／国産ニット強化／新規商材開発・販売強化 【ユニ】直需強化／ワーキング・サービス案件強化／新商材・SP商材の開発の継続／環境商材の拡販／レンタル強化／官需市場への参入	
	ホーム ファニッシング 事業	- 採算が高い店舗への絞込み、計画的な発注、仕入、販売体制の確立 - POS管理の徹底による店頭販売力の強化	- ラルフローレン契約終了に伴うOEMの安定化 - D2Cブランドの確立 - デジタル化の推進	
	健康・生活事業 （エイム）	- 大手取引先のシェア拡大 - 新規マーケット開拓 - 選択と集中	- 消費者認知度の向上 - TV通販向けのOEM商材の強化 - 家電量販店の再構築と拡大 - 新規事業領域の黒字化／海外販売強化	

新中期経営計画の骨子

- ▶ 新中期経営計画では「成長と変革に向けての新たな挑戦」を掲げ、既存事業の黒字化と新規事業の立ち上げ、上記事業を支える組織体制を変更し、継続的な株主還元を実施

2022-2024 中期経営計画

成長と変革に向けての新たな挑戦

骨子

1

早期の全営業部門黒字化

- 攻めと守りのメリハリをきかせて、事業単位を最適化

2

次世代のツカモトを支える
新規事業の立ち上げ

- 組織横断の新規事業の探索

3

営業部門黒字化と新規事業を
支えるための組織再編

- 中規模事業集約によるスリム化
- 新規事業部設立による事業部横断の推進

4

安定的な株主還元の実現

- 1株当たり年間配当額30円

①．早期の全営業部門黒字化

- ▶ 洋装と健康・生活事業は拡大、和装は縮小することで、攻めと守りのメリハリをきかせて事業単位を最適化
- ▶ さらに、将来の事業の柱となる新規事業を組織横断で実施

事業	概要
和装	和文化を継承するための事業構造の変革と収益の黒字化
ユニフォーム	既存事業：直需販売の拡大／ワーキング・サービスの拡大／SP事業の拡大／レンタルの拡大
健康・生活 (エイム)	- オリジナルブランド「AiMY」の強化：消費者認知度の向上 家電量販店の再構築と拡大、ダイレクト販売の拡大、海外販売の拡大 - TV通販向けOEM商材の強化：家電・理美容・健康食品等へアイテム拡大 - マーケット戦略：競争優位性の高い商品開発による利益率の向上
ホーム・ ファッション	アパレルの強みに特化。規模は小さくとも価値ある企業としてポジションを確立
新規事業	事業横断の新規事業の確立

②. 次世代のツカモトを支える新規事業の立ち上げ

- ▶ 事業部横断の新規事業部だけではなく、既存事業部でも新たな取り組みを継続していく

各事業の新規関連の取り組み内容

進捗内容

和装	- 消費者ダイレクト販売の強化（消費者販売会、着付教室開催等） - 加工サービス部門の売上拡大
ユニフォーム	- 環境対応事業「リテラ Re Terra」 - EC販売「日本橋白衣」・コンサル事業
健康・生活 (エイム)	新規事業領域の黒字化（メディアミックスによる健食事業の拡大／ギフト・サウナ事業の新規開拓）
ホーム・ ファッション	- 米国RL社認定パートナーとして世界中のRL社のマーケットへ日本製品を輸出 - D2Cブランドの立ち上げとそれによるデジタル化、販売手法、商品の確立
新規事業	- 新規事業の立ち上げ（構想中） - 事業部横断のEC新設

リテラ素材を使用した製品の製造

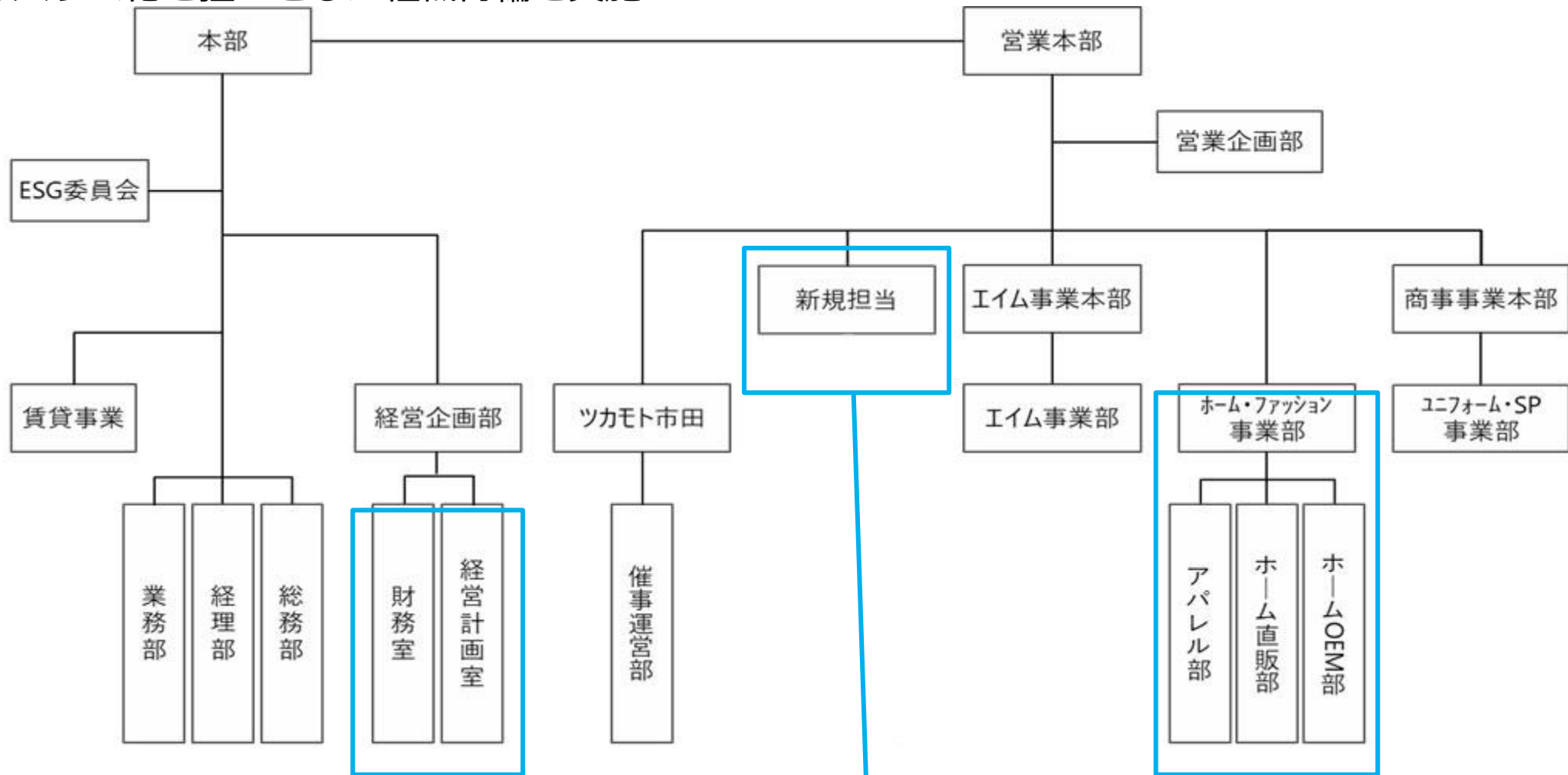


「トモニスタート」サプリメント



③. 営業部門黒字化と新規事業を支えるための組織再編

▶ ①財務室新設による戦略と財務の連携、②新規事業部設立による事業部横断の推進、③中規模事業集約によるスリム化を狙いとした組織再編を実施



①本部企画機能強化による戦略と財務の連携

②組織横断の部門設立による新規事業の推進

③中規模事業部の集約によるスリム化

新中期経営計画の数値目標～目標と基本方針～

- ▶ 新中期経営計画では全営業部門の黒字化を通じ、成長路線への回帰を目指す
- ▶ 売上高155億円、経常利益4億円の目標を達成し、株主還元も過去と同水準の1株当たり30円を目指す

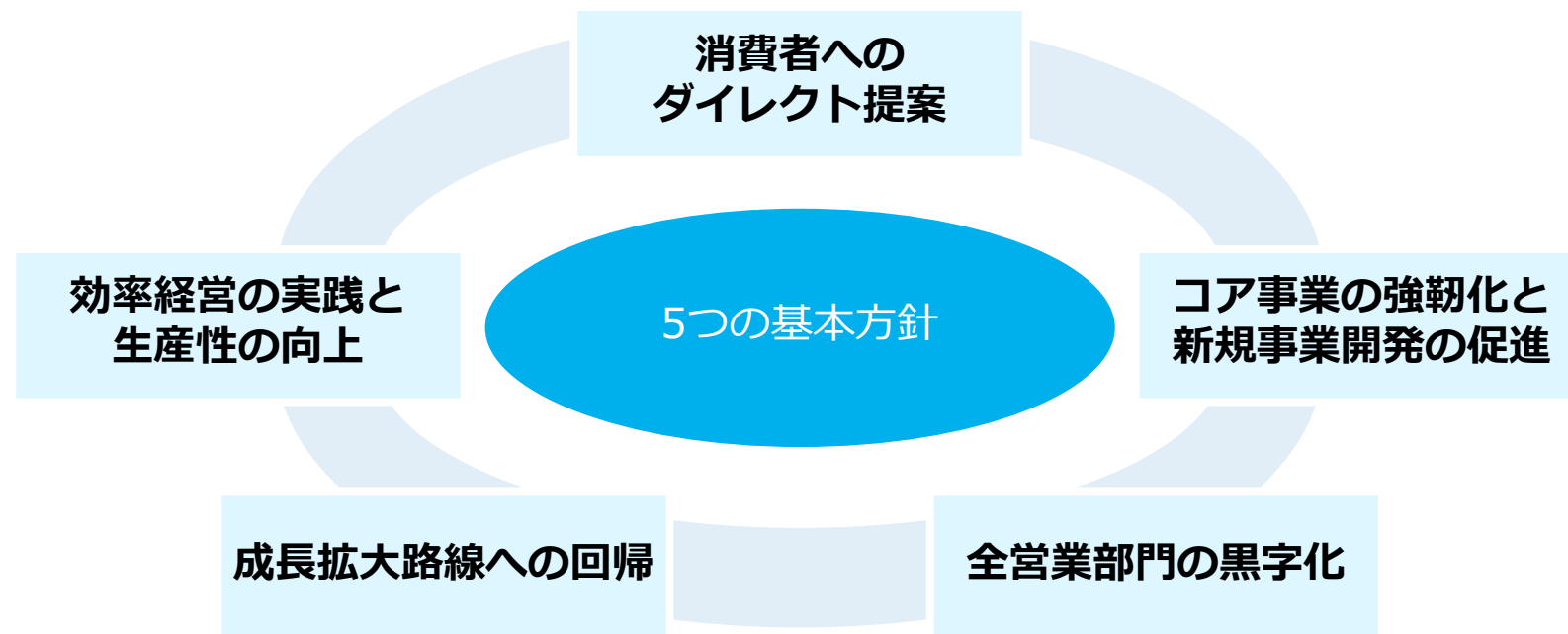
24年度
数値
目標

売上高
155億円

経常利益
4億円

株主還元
1株当たり年間配当額**30**円

基本
方針





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。