



京都きもの友禅

---

## 2023年3月期 決算補足説明資料

---

2023年5月10日

株式会社YU-WA Creation Holdings  
東証スタンダード：7615

イメージモデル 浜辺美波

**01** 2023年3月期 業績概要

**02** 2024年3月期 業績予想

**03** 今後の戦略

01

# 2023年3月期 業績概要

Financial Results

# 業績概要 - ① 損益抜粋

Financial Results

## 損益抜粋(連結)

(単位:百万円、%)

	2022/3実績		2023/3実績		前年比	2023/3当初計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	8,399		8,490		101.1	9,888		85.9
売上高(出荷高)	8,484	100.0	8,329	100.0	98.2	9,723	100.0	85.7
売上総利益	5,220	61.5	5,170	62.1	99.1	6,031	62.0	85.7
販管費	5,215	61.5	5,457	65.5	104.6	5,875	60.4	92.9
内)広告・販促	1,044	12.3	1,009	12.1	96.6	1,181	12.1	85.4
人件費	2,528	29.8	2,645	31.8	104.6	2,778	28.6	95.2
営業利益	4	0.1	△286	△3.4	-	156	1.6	-
営業外損益	12	0.1	21	0.3	171.3	△16	△0.2	-
経常利益	16	0.2	△265	△3.2	-	139	1.4	-
特別損益	△211	△2.5	△202	△2.4	-	-	-	-
当期純利益	△185	△2.2	△468	△5.6	-	102	1.0	-
1株利益(EPS)	△15.66円		△41.46円		-	8.60円		-

- 一般呉服・宝飾受注が好調に推移した一方、振袖の来店客数は継続的に減少。
- 写真スタジオ事業、EC事業等のその他事業についても、和装事業とのシナジーを高めることができず、売上高は想定を下回る結果となった。

# 業績概要 - ② 損益抜粋

Financial Results

## 受注高

### 振袖・袴

集客に苦戦したに加え、レンタル・ママ振袖志向の強まりにより、  
前年比 $\Delta 27.5\%$  | 当初計画比 $\Delta 45.8\%$

### 一般呉服 宝飾等

高額商品を中心に好調に推移し、  
前年比 $+12.4\%$  | 当初計画比 $+6.7\%$

### 連結ベース

前年比 $+1.1\%$  | 当初計画比 $\Delta 14.1\%$

## 広告・販促費

振袖については広告施策の効率化を図る一方、一般呉服・宝飾の受注高増加に伴い催事経費が増加。  
結果、広告・販促費総額では前年比 $\Delta 35$ 百万円( $\Delta 3.4\%$ )

## 人件費

期中平均人員数は前年比 $\Delta 20$ 人(計画比 $\Delta 19$ 人)となったものの、催事増加に伴う変動給の増加によって1人当たりの人件費が増加したことから、人件費総額は前年比 $+116$ 百万円。

## 粗利益率

一般呉服・宝飾受注が増加したことにより粗利益率が改善し、和装店舗運営事業としては、前期比 $+0.6$ pt | 当初計画比 $+0.4$ pt  
連結ベースとしては、前年比 $+0.5$ pt | 当初計画比 $+0.1$ pt

## その他事業

EC事業については、売上高は前年比で増加したものの、下半期以降は伸びが失速。写真事業においても、振袖来店者数の減少に加えて、和装事業からの送客に課題が残り、その他事業全体の営業損失は $\Delta 80$ 百万  
(当初計画:営業利益15百万)

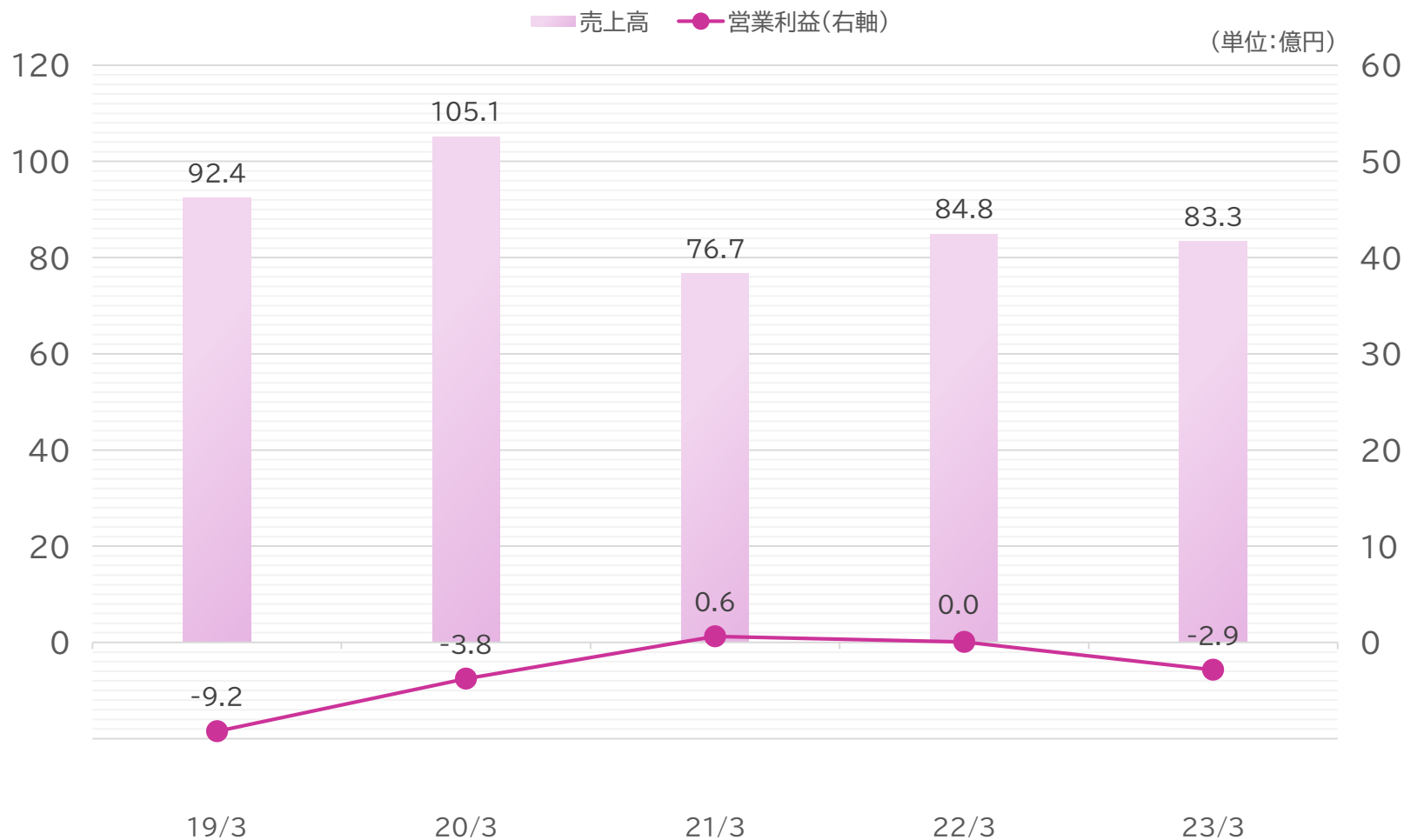
## 特別損失

(連結決算)  
和装店舗運営事業及びその他事業における、店舗等の収益性低下に伴う減損損失:197百万円

# 業績概要 - ③業績の推移

Financial Results

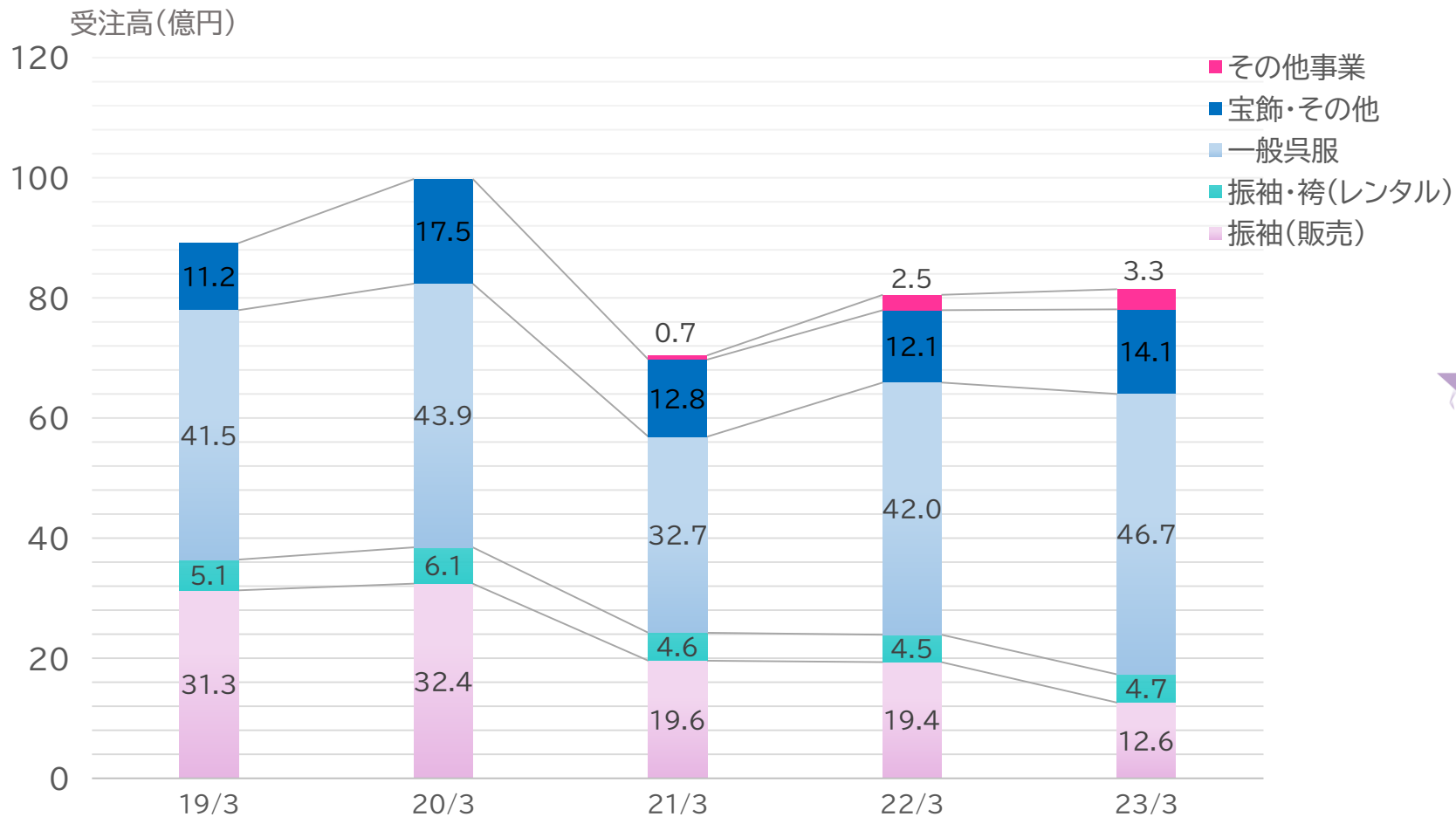
## 業績の推移(連結)



# 業績概要 - ④受注構成比の推移

Financial Results

## 受注構成比の推移



# 業績概要 - ⑤振袖受注状況

Financial Results

## 振袖受注状況

### < 来店者数と受注件数 >

	2022/3	2023/3	増減
来店者数	13,201人	9,903人	△ 25.0%
受注件数 (成約率)	7,686人 (58.2%)	5,848人 (59.1%)	△ 23.9% (+ 0.9 pt)
内)販売分	5,749人 (43.5%)	3,547人 (35.8%)	△ 38.3% (△ 7.7 pt)
内)レンタル分	1,937人 (14.7%)	2,301人 (23.2%)	+ 18.8% (+ 8.5 pt)

(注)受注件数は振袖表地を伴う件数。帯・小物等のみの購入は受注件数に含まない。

### 内)販売・レンタル含む受注状況

	2022/3	2023/3	増減
受注件数	7,686人	5,848人	△ 23.9%
平均単価	277千円	248千円	△10.7%
受注高	2,312百万円	1,657百万円	△ 28.3%

- レンタル志向の強まりにより、レンタル受注件数比率が前年比14.1pt増加。
- また、レンタル受注比率の増加に伴い平均単価が低下し、来店者数の減少以上に受注高が減少。



## 業績概要 - ⑤振袖受注状況

Financial Results

### 振袖 - 分析・方向性

振袖は、消費者のSDGs志向の高まりに加え、物価高による節約志向も相まって、顧客の振袖ニーズがレンタル・ママ振に大きく変化

2021年度下半期と、2022年度通期の来店者アンケートの比較

ご新規来店者様への来店意向アンケート結果(当社調べ)

振袖意向	2021年度下半期	2022年度	GAP
振袖購入希望	15.3%	8.6%	▲6.7%
振袖レンタル希望	69.5%	63.9%	▲5.6%
ママ振袖・姉振袖利用	8.0%	14.9%	+6.9%
その他(小物合わせなど)	7.2%	12.6%	+5.4%

顧客ニーズに応え、ママ振袖用プランを新設。

# 業績概要 - ⑥一般呉服・宝飾受注状況

Financial Results

## 一般呉服 - 分析

総合については、高額商品を中心に好調に推移

総合受注状況比較(22年3月期と23年3月期の比較)

	22年3月期	23年3月期	増減
来場者数	84,107 人	75,887 人	△ 9.8%
成約率	26.5 %	31.7 %	+ 5.2 pt
平均単価	242 千円	253 千円	+ 4.4%
受注高	5,395 百万円	6,067 百万円	+ 12.5%

顧客価値の高い品揃えと、魅力のある催事の企画・開催に注力。

# 業績概要 - ⑦友の会の状況

Financial Results

## 友の会の状況

	2022/3	2023/3	増減	
会員数	68,179人	64,416人	△ 3,763人	
利用状況	会員による受注高	1,224百万円	1,197百万円	△ 27百万円
	一般呉服等の受注全体に占める比率	22.0%	19.1%	△ 2.9 pt
	平均購入倍率	2.9倍	2.6倍	△ 0.3 pt
積立残高総額	積立残高総額	3,129百万円	2,909百万円	△ 221百万円
	内)積立完了未使用	2,594百万円	2,418百万円	△ 176百万円
	未使用の比率	82.9%	83.1%	+ 0.2 pt

(注)友の会会員積立残高のうち、連絡不能等の長期未使用預り金については収益に振り替えておりますが、上記表では積立残高に含んでおります。

- 振袖受注件数の減少により、会員数が減少しており、新規会員の獲得が今後の課題。
- 一般呉服・宝飾催事は好調に推移したものの、下期以降の利用率が減少し、会員受注高については前年比△2.2%。

# 業績概要 - ⑧セグメント別損益

Financial Results

## 2023/3 実績

(単位:百万円)

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	7,997	332	8,329	—	8,329
営業費用	7,671	412	8,083	532	8,616
セグメント利益	326	△80	246	△532	△286

## 2022/3 実績

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	8,230	254	8,484	—	8,484
営業費用	7,631	329	7,961	518	8,480
セグメント利益	598	△75	522	△518	4

- 「その他事業(写真・EC・ネイル・オンラインスクール)」において、売上高は前年比+30.7%となったものの、新規出店等の先行投資費用がかさみ赤字となった。

# 業績概要 - ⑨ バランスシート

Financial Results

## バランスシート(連結)

(単位:百万円)

	2022年 3月末	2023年 3月末	増減
流動資産 (うち現金及び預金)	9,146 (3,969)	8,360 (3,233)	△786 (△735)
有形固定資産	233	110	△123
無形固定資産	74	56	△17
投資その他の資産	2,403	2,370	△32
固定資産	2,710	2,537	△173
資産合計	11,857	10,898	△959
負債	7,069	6,786	△282
株主資本	4,788	4,111	△677
純資産	4,788	4,111	△677
負債純資産合計	11,857	10,898	△959

【資産】

・現預金	△735M
・棚卸資産	+ 166M
・売掛金	△ 98M
・建物	△105M
・ソフトウェア	△ 7M
・差入保証金	△ 50M

【負債】

・前受金	+ 82M
・前受収益	△ 78M
・預り金	△266M
・契約負債	△ 29M
・賞与引当金	+ 45M

【純資産】

・資本金	△1,116M
・資本剰余金	△ 940M
・利益剰余金	△ 883M
・自己株式	+2,263M

※自己資本比率 37.7%  
(2022年3月末 40.4%)

- 店舗等の収益性低下に伴う減損損失により、固定資産が減少。
- 2022年6月の減資および自己株式の取得、消却、処分により、純資産の内訳が大きく変動。

# 業績概要 - ⑩ キャッシュ・フローの状況

Financial Results

## キャッシュ・フロー(連結)

(単位:百万円)

	2022/3 実績	2023/3 実績	増減
営業キャッシュ・フロー	△334	△444	△109
投資キャッシュ・フロー	△0	△59	△58
財務キャッシュ・フロー	17	△233	△250
現金及び現金同等物の増減額	△318	△736	△418
現金及び現金同等物の期首残高	4,280	3,962	△318
現金及び現金同等物の期末残高	3,962	3,226	△736

### 【営業CF】

・税金等調整前当期純損失	△467M
・売上債権の増減	+206M
・預り金の増減	△265M
・棚卸資産の増減	△155M
・減損損失	+197M

### 【投資CF】

・有形固定資産取得	△58M
・差入保証金の回収	+50M

### 【財務CF】

・自己株式の取得	△145M
・配当金の支払	△71M

# 業績概要 - その他トピックス

Financial Results

## 和装店舗新規出店

大阪エリアに高槻店を出店。和装事業における新規出店は18年ぶり。  
オープン以降、業績は順調に推移しており、大阪エリア全体での顧客獲得数増加を目指す。



# 業績概要 - その他トピックス

Financial Results

## 振袖-Z世代へのアプローチ

Z世代をターゲットとしたイベント事業を手掛ける株式会社KIRINZと業務提携

### KIRINZ AWARD FESへの衣裳提供



「KIRINZ AWARD FES」での  
着物ランウェイステージに衣裳提供。  
オーディションの中から選ばれた配信者の皆様や、  
ゲストインフルエンサーが当社着物をご着用。

### 着物女子発掘コンテストの協賛



京都きもの友禅協賛の  
「#着物女子発掘コンテスト～新緑の小町～」を開催。  
ファイナリストの中から京都きもの友禅  
オンラインストアの公認アンバサダーを選出。



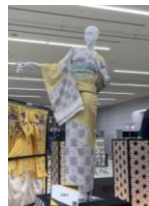
# 業績概要 - その他トピックス

Financial Results

## 一般呉服-着る機会・楽しむ機会創出

### 新催事企画 『KIMONODAYS』

時代とともに移り変わる  
多種多様なニーズを汲んだ  
新しい切り口での呉服催事を開催



幅広い年齢層に刺さる品揃えを模索し、  
ファッションとしての着物を提案。ディスプレイも一新し、  
「きものを着ること」への興味を喚起。

### 体験型ツアー催事

産地である奄美大島を訪れ  
泥染めの体験など産地研修を取り入れた  
ツアー催事を実施



本場奄美大島紬の製造工程や産地の現状について  
理解を深めたほか、世界自然遺産登録が間近に迫った  
同島の自然や文化の魅力にも触れた。

# 業績概要 - その他トピックス

Financial Results

## 休眠顧客・非稼働顧客様の掘り起こし

### 買取イベント積極開催

### アクティブ顧客化



22/3期開催実績9回  
 →今期開催実績58回

休眠顧客様  
 非稼働顧客様

買取催事での  
 ご来店

取扱商材の拡充や魅力的な催事のご案内で、  
 再来店に繋げていく

アクティブ顧客へ

上半期においては、  
 イベント参加後のリピート購入率は46.9%  
 そのうち3割以上の顧客が過去2年以上購買実績なし

02

# 2024年3月期 業績予想

Full Year Outlook

## 24/3期計画 - ①通期計画(連結)

Full Year Outlook

### 通期計画(連結)

(単位:百万円、%)

	2023/3 実績		2024/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	8,490		8,543		100.6
売上高(出荷高)	8,329	100.0	8,527	100.0	102.4
売上総利益	5,170	62.1	5,323	62.4	102.9
販管費	5,457	65.5	5,256	61.6	96.3
内)広告・販促	1,009	12.1	1,038	12.2	102.8
人件費	2,645	31.8	2,561	30.0	96.8
営業利益	△286	△3.4	67	0.8	—
営業外損益	21	0.3	△14	△0.2	—
経常利益	△265	△3.2	53	0.6	—
特別損益	△202	△2.4	—	—	—
当期純利益	△468	△5.6	37	0.4	—
1株利益(EPS)	△41.46円		3.26円		—
ROE	△10.5%		0.9%		
1株当たり年間配当金	6.00円 (中間3円 期末3円)		6.00円 (中間3円 期末3円)		—

- 和装事業においては、振袖の受注回復を図るため組織体制を変更。広告施策等の見直しを進める。
- その他事業は、和装事業との連携強化や商品・サービスの拡充を図り、各事業での増収を目指す。

## 24/3期計画 - ②通期計画(受注高)

Full Year Outlook

### 通期計画(受注高)

(単位:百万円、%)

		2023/3 実績		前年比	2024/3 計画		前年比
			構成比			構成比	
振袖・袴	振袖 (販売)	1,262	15.5	65.2	1,300	15.9	103.0
	振袖・袴 (レンタル)	469	5.8	103.5	580	7.1	123.7
一般呉服・宝飾	一般呉服	4,668	57.3	111.1	4,480	54.7	96.0
	宝飾・その他	1,411	17.3	117.0	1,328	16.2	94.1
その他事業		332	4.1	130.7	505	6.2	152.2
合計		8,142	100.0	101.2	8,194	100.0	100.6

- 引き続きレンタル志向の高まりや、ママ振袖・姉振袖の着用希望が増加すると見込まれるため、現在のニーズに合った商品、販促施策に取り組む。
- 一般呉服・宝飾については、前期において大規模店内催事を通年で実施しており、受注高は減少見込であるものの、催事経費の見直しにより利益率向上を目指す。

## 24/3期計画 - ③通期計画(セグメント別損益)

Full Year Outlook

### 2024/3期 計画

(単位:百万円、%)

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	8,022	505	8,527	—	8,527
営業費用	7,477	497	7,973	488	8,461
セグメント利益	546	9	554	△488	67

### 2023/3期 実績

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	7,997	332	8,329	—	8,329
営業費用	7,671	412	8,083	532	8,616
セグメント利益	326	△80	246	△532	△286

- 写真スタジオ事業においては予約フローの見直しによる和装店舗からの送客強化、EC事業においては商品ラインナップの拡充により、着実な売上確保を図り、その他事業全体での黒字化を目指す。

03

## 今後の戦略

Future strategy

# 注力事項

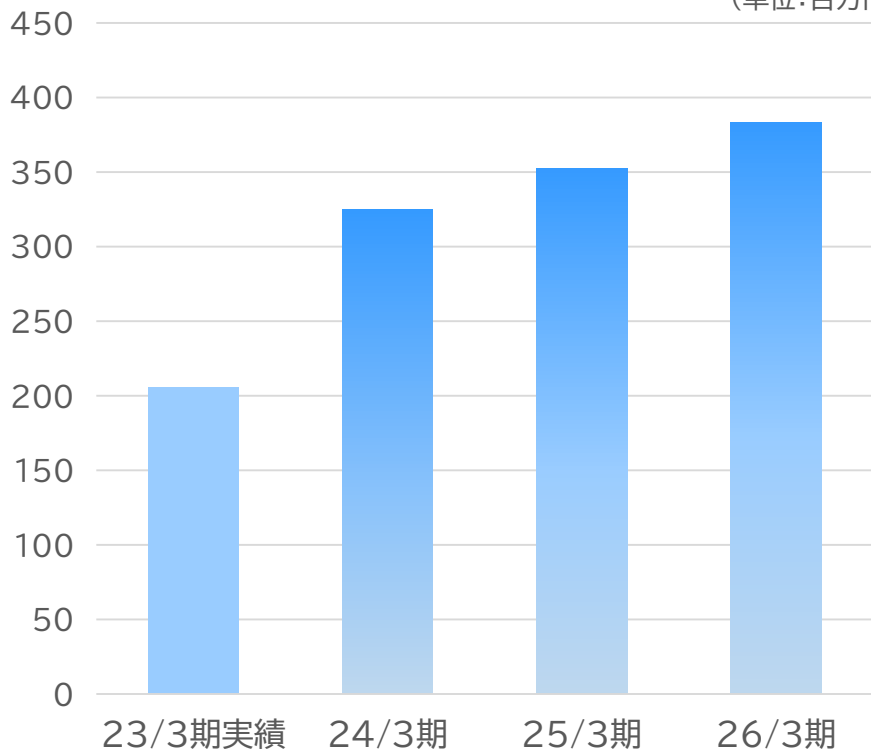
Future strategy

## 写真事業計画

振袖の撮影以外にも、家族写真や記念写真に対応する撮影サービスを拡充予定。

### 3か年計画(売上高)

(単位:百万円)





# 注力事項

Future strategy

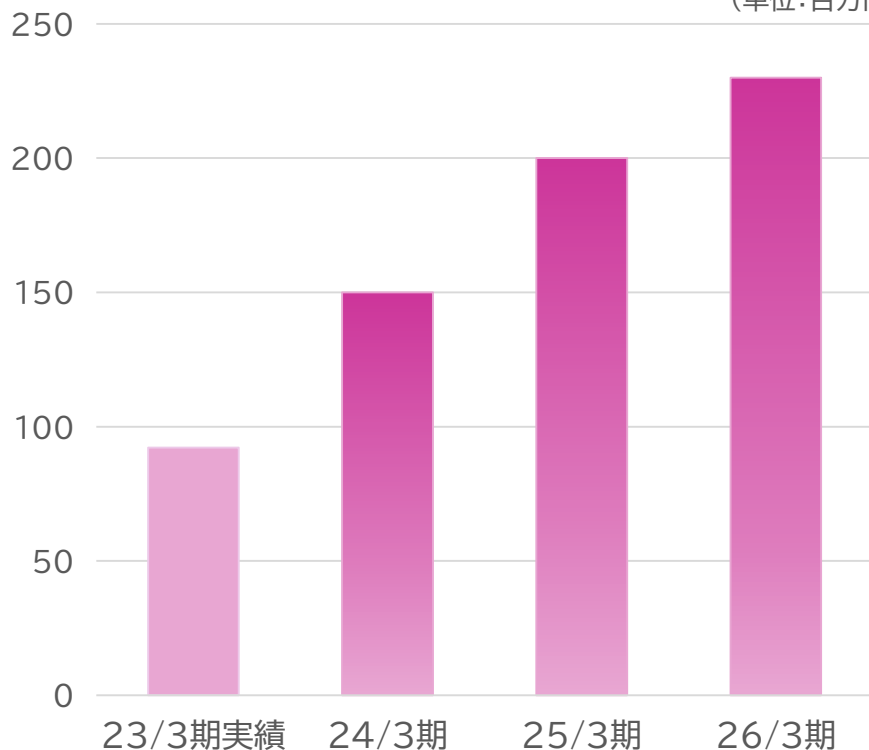
## EC事業計画

23/3期通期の売上高は、前年比118.5%。

振袖販売は好調に推移しており、商品ラインナップの拡充により売上増加を図る。

### 3か年計画(売上高)

(単位:百万円)



# 当社の持続的成長を可能にする、ESGへの取り組み

## Growth Strategy

より良い社会の形成と当社の持続可能な成長のため、社会からの期待や要請にこたえ、ESG活動を推進します。



### 環境

Environment

着物が本来持っているサステナブルなライフサイクルを推進

- ・ママ振袖・姉妹振袖のプラン拡充
- ・悉皆（お手入れ・お直し）サービスの強化
- ・リユース事業強化（ネットジャパン・エコリングと連携）
- ・着物をアップサイクルした商品開発を検討

12 つくる責任  
つかう責任



### 社会

Society

日本の伝統文化の普及と技術の継承に貢献

- ・産地研修の実施（奄美大島）
- ・産地、工房訪問ツアーの積極開催（地域経済への貢献）
- ・高齢者雇用の促進
- ・着物生産者支援の企画を検討

8 働きがいも  
経済成長も



17 パートナーシップで  
目標を達成しよう



### 企業統治

Governance

コーポレートガバナンスの強化

- ・持株会社化に伴う次世代経営人材の育成
- ・社外役員の積極登用（半数が社外役員）
- ・監査等委員会設置会社へ移行し監督機能を強化

16 平和と公正を  
すべての人に



# 会社概要

Company Profile

## 日本の女性の美と夢と 心のやすらぎを創造する

日本の伝統文化である“きもの”を通して、  
未永く喜びと感動を。



株式会社YU-WA Creation Holdings(旧社名 京都きもの友禅株式会社)

会社概要	代表名	代表取締役 服部 雅親	
	本社所在地	〒103-0011 東京都中央区日本橋大伝馬町14-1住友生命日本橋大伝馬町ビル	
	設立年月日	1971年8月5日	
	事業内容	振袖を中心とした高級呉服・宝飾等の販売	
	資本金	1億円(2023年3月末現在)	
	従業員数	534名(2023年3月末現在※嘱託・パートを含む)	
	店舗数	友禅46店舗 写真スタジオ5店舗 ネイルサロン4店舗(2023年3月末現在)	
	関連会社	(連結子会社)京都きもの友禅株式会社、株式会社京都きもの友禅友の会	
	役員	代表取締役社長	服部 雅親
		常務取締役	橋本 和之
取締役		日笠 祐二	
取締役		粕谷 進一	
社外取締役		橋本 泰	
社外取締役(常勤監査等委員)		有川 勉	
社外取締役(監査等委員)		辻 友崇	
社外取締役(監査等委員)	細川 大輔		

## 経営管理部(渡部・矢澤)

URL : <https://www.yuwa-holdings.co.jp/>

E-mail : [kky\\_ir@kkyuzen.jp](mailto:kky_ir@kkyuzen.jp)

## 注意事項

本資料に記載されている将来の見通しに関する数値につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものであります。

これらの見通しは様々なリスク及び不確定要因を含んでおり、実際の業績は異なる結果となる可能性がございます。