



2024年11月14日

各 位

会 社 名 株式会社京都きもの友禅ホールディングス  
代表者名 代表取締役社長 浅香 竜也  
(コード番号 7615 東証スタンダード)  
問合せ先 経営管理部 渡部 真由  
(TEL. 03-3639-9191)

### 2025年3月期の重点施策の進捗状況に関するお知らせ

当社が2024年5月13日付「2024年3月期 決算短信〔日本基準〕(連結)」において公表いたしました2025年3月期の重点施策の進捗状況につきまして、株主及び投資家の皆様への情報開示の観点から、下記のとおりお知らせいたします。

#### 記

##### 1. 2025年3月期の重点施策について

2024年5月13日付「2024年3月期 決算短信〔日本基準〕(連結)」に記載のとおり、当社グループは、2024年3月期末において和装事業における売上高の大幅な減少が継続した結果、多額の損失を計上いたしましたことから、2025年3月期を抜本的な収益性確保のための再生フェーズと位置付け、以下のとおり2025年3月期の重点施策に優先的に取り組んでおります。

##### <2025年3月期の重点施策>

###### ① コスト構造の見直し

###### 1) 店舗収益性の改善

主要事業である和装各店の収益性の低下が大きな課題となっております。よって、店舗商圏、コスト構造、店舗コンディション等を細かく確認し、店舗当たりの利益を重視した経営にシフトし、店舗の収益性改善を実現いたします。本課題については2024年3月期より検討を進めており、一部施策を実行しております(2024年3月期においては4店舗を閉店、1店舗の売り場面積を縮小)。

###### 2) 全社コストの見直し

昨今の円安や人件費の増加等により社内経費が上昇していることに加え、従来の広告戦略からの転換のため、適正かつ効率的な経費コントロールが急務となっております。よって、事業コストに限らず、本社経費も含めたコストを全社的かつ抜本的に見直し、損益改善に向けたアクションプランを整理し、中長期的な利益体質への転換を図ります。

###### 3) その他事業の終了・縮小

2021年3月期より新たな事業として写真スタジオ事業、EC事業、ネイルサロン事業、オンライン着付教室事業を開始いたしました。しかし、一部事業におきましては事業単体として利益が確保できず、2024年3月期はその他事業全体として営業損失40百万円という結果になりました。本結果を踏まえ、事業の選択と集中という観点から、事業の終了もしくは縮小等の方向転換を検討しており、既にオンライン着付教室事業は2023年10月末、ネイルサロン事業は2024年4月末で事業を終了いたしました。今後のその他事業に関しましては、本業とのシナジー効果がより発現される事業を中心に社内で検討しております。

#### 4) 原価率改善

売上規模の縮小及び物価高、人件費高騰等による仕入れコスト上昇のため、原価率が上昇傾向にあります。つきましては、仕入プロセスの見直し、仕入計画の策定、販売時のルール整備により原価率を引き下げ、粗利率の回復及び営業利益の確保を図ってまいります。

##### ② 振袖広告戦略の見直し

個人情報保護法の規制及び2022年4月施行の個人情報保護法の改正により、「振袖」販売時に広告として利用するダイレクトメール発送に要する個人情報(住所、氏名等)の入手件数が減少しております。また、印刷、郵送に掛かるコストも年々増加していることから、広告戦略の転換が急務になっております。

当社グループでは、ダイレクトメール中心のマーケティング施策からWEB、SNS中心のデジタルマーケティング戦略への移行を進めているものの、現時点では集客に大きな効果が表れておりません。そのため、社内の組織体制自体を見直し、広告を担う戦略本部を役員直轄の部署とし、組織の意思決定の迅速化、分析機能の強化を図り、従来の広告施策からの脱却と費用の在り方の改善により、集客数の強化を目指します。

##### ③ 営業販売体制

###### 1) 総合催事の収益性改善

上記①コスト構造の見直しと連動し、一般呉服・宝飾販売催事のコスト構造を見直すべく、大型催事中心の方針から店舗内催事にシフトします。それにより、店舗の生産性向上、催事経費の削減が見込まれ、合わせて取扱商品の価格設定を見直し、各催事の収益性を改善いたします。

###### 2) 販売コンプライアンス体制の強化

当社グループでは内部統制の充実と事業リスクへの対応が必要不可欠かつ重要課題であります。特に販売時における各消費者保護法令の遵守は消費者トラブルを防止するという観点からも最重要課題と考えております。そのため、社内における販売ガイドラインの再整備や法令に基づく販売員教育を定期的実施し、コンプライアンス体制をより強化することで、社員及びお客様全員が安心できるお店作りを目指します。これらにより、お客様との継続した信頼関係の構築、そして長期的な企業価値の向上につなげてまいります。

##### ④ 人材の定着

当社の販売業務において売上確保の最も重要な要素は、お客様との継続した関係性を維持することになりますので、人材の定着が前提条件となります。よって、人事制度・教育制度・働く環境等を整備し、販売員が安心して販売業務に注力できるような店舗作りを推進してまいります。また、グループ全体としても同様に、多様な働き方を選択できる環境を整備し、社員定着率向上を図ってまいります。

## 2. 2025年3月期の重点施策の進捗状況について

2024年5月13日付「2024年3月期 決算短信〔日本基準〕(連結)」に記載のとおり、2025年3月期は、抜本的な収益性確保のための再生フェーズと位置付け、継続した営業損失の計上を見込んでおりますが、同下期後半から来期にかけて改善施策の効果が発現することにより、2026年3月期以降の黒字化の達成を見込んでおります。

##### ① コスト構造の見直し

全社的な販売費及び一般管理費の見直しに取り組み、固定費圧縮及び人員配置適正化・生産性向上に努めた結果、コスト削減につきましては順調に進捗しており、2025年3月期から2027年3月期にかけて効果発現を計画しております。今後も、売上高に見合った販売費及び一般管理費となるよう引き続きコストコントロールを実行してまいります。

また、主要事業である和装各店につきましては、不採算店舗の閉店・店舗網の再構築等により、受注規模は全体的に一時縮小する見込みであり、2025年3月期は、抜本的な収益性確保のための再生フェーズと位置付け、継続した営業損失の計上を見込んでおります。

もともと、同下期後半から来期にかけて、不採算店舗の閉店・店舗網の再構築、固定費の圧縮、原価率の改善、人員配置の適正化に伴う効率化等によって、改善施策の効果が発現することにより、売上高に見合った販売費及び一般管理費のコストコントロールが可能となり、利益改善が見込まれる結果として、2026年3月期以降の黒字化の達成を見込んでおります。

今後も引き続き、店舗商圏、コスト構造、店舗コンディション等を細かく確認し、店舗当たりの利益を重視した経営にシフトし、店舗の収益性改善及び中長期的な利益体質への転換を実現してまいります。

## ② 振袖広告戦略の見直し

ダイレクトメール中心のマーケティング施策からWEB、SNS中心のデジタルマーケティング戦略への移行を迅速に進めております。

デジタルマーケティング戦略への移行につきましては、社内の組織体制自体を見直し、広告を担う戦略本部を役員直轄の部署とし、組織の意思決定の迅速化及び分析機能の強化を図るほか、現状分析、2025年3月期から2026年3月期に向けた広告戦略、ブランディング戦略に関する検討及びアクションプランの実行等を進めております。また、全社的なマーケティング施策の他に、新規来場者数の獲得を目的とした各店舗の地域マーケティングについても検討を進めており、下期中の施策実行を計画しております。

商品戦略につきましても早急に改善を進めており、これまで重視してきたセット販売、レンタルに加えて、ママ振袖着用プランを新設するなど、ママ振袖・姉振袖といった新たな需要も獲得できるよう、小物等の取扱商品拡充、サービスプランの見直し等を行っております。

引き続き、従来の広告施策からの脱却と費用の在り方の改善を図り、広告宣伝費の投資効果を最大化することによりWEB・SNS等からの来店増加、新たな需要の獲得による集客数の強化を目指してまいります。

## ③ 営業販売体制

上記「① コスト構造の見直し」と連動して、一般呉服・宝飾販売催事のコスト構造の見直し、店舗の生産性向上、催事経費の削減、取扱商品の価格設定の見直しを進めております。また、既存顧客の満足度向上と新規顧客の獲得・育成のため、呉服の着用機会を提供する計画も進めております。

加えて、販売コンプライアンス体制をより強化することで、社員及びお客様全員が安心できるお店作り・販売環境の整備を進めております。

今後も引き続き、各店舗・各催事当たりの利益を重視した経営にシフトし、店舗の収益性改善及び中長期的な利益体質への転換を実現してまいります。

## ④ 人材の定着と人員配置最適化

上記「① コスト構造の見直し」と連動して、各店舗及び本社における人員配置の適正化・生産性向上、働き方を見直しを行い、人件費の削減を図りました。

引き続き、販売員が安心して販売業務に注力し、お客様との継続した関係性を維持・醸成することができるよう、人事制度・教育制度・働く環境等を整備し、社員定着率向上を図ってまいります。

また、2024年8月13日付「第三者割当による第4回新株予約権（行使価額修正条項付）の発行に関するお知らせ」に記載のとおり、当社は、2025年3月期の重点施策を着実に実施していくため、速やかに自己資本を拡充し財務基盤を強化するとともに、当社グループの事業の根幹を成す和装事業の改革・

推進のために必要な資金を確実に確保し企業価値の向上を図ることを目的として、新株予約権発行による資金調達を実行いたしました。

現在、本新株予約権の行使が進んでおり、本新株予約権により調達した資金は、資金使途として①和装事業改革の店舗開発資金及び②和装事業改革のためのマーケティング費に充当する予定です。

引き続き、本新株予約権により調達した資金を①和装事業改革の店舗開発資金及び②和装事業改革のためのマーケティング費に充当し、2025年3月期の重点施策を着実に実行してまいります。

以上より、2025年3月期は、抜本的な収益性確保のための再生フェーズであることから、継続した営業損失の計上を見込んでおりますが、同下期後半から来期にかけて改善施策の効果が発現し、利益改善が見込まれる結果として、2026年3月期以降の黒字化の達成を見込んでおります。

現在、各施策につきましても未だ実行段階ではありますが、2026年3月期は、3期ぶりの営業黒字を見込んでおります。また、2027年3月期についてもコストコントロールを継続して実施することにより、2026年3月期と同程度の売上規模を維持することを前提として、営業黒字を見込んでおります。重点施策実施による収益性改善の進捗しだいで、順次トップラインの引き上げについても検討してまいります。

	2025年3月期 業績予想	2026年3月期 計画	2027年3月期 計画
売上高（百万円）	5,655	5,909	5,909
営業利益（百万円）	△292	66	94
経常利益（百万円）	△308	—	—
親会社株主に帰属する当期 純利益（百万円）	△380	—	—

（将来に関する記述等についての注意点）

上記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、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。

当社グループは、引き続き2025年3月期の重点施策を中心に早期の業績回復に努め、いち早く株式価値の向上及び株主の皆様への還元が実現できますよう努めてまいります。

また、株主及び投資家の皆様への積極的な情報開示に努め、今後、開示すべき重要な事項が発生した場合には速やかにお知らせいたします。

以 上