

はるやま商事株式会社
2013年3月期 第2四半期決算説明会



2012年11月19日（証券コード7416）

◆会社概要と代表者のプロフィール

商号	はるやま商事株式会社
証券コード	7416 (東京証券取引所1部上場)
創業	1974年11月
事業内容	メンズ・レディス服飾関連 商品販売
資本金	39億9,136万円
連結売上高	515億円 (2012年3月期)
従業員数	1,306名 (嘱託社員含む)
店舗数	381店舗

◆代表者のプロフィール



1994年6月	入社
2003年6月	代表取締役社長就任

◆治山正史の信条

Hope for the best and prepare for the worst.

当社の店舗紹介

ブランド



西日本を中心に、ロードサイド展開している紳士服専門店。
一部東北・甲信越では、「masukatto」として展開。
機能性商品 + 海外高級生地商品の二軸で幅広い顧客層を獲得。



都市部を中心に展開する2プライスショップ。メインターゲットは
20代から30代のビジネスパーソン。「世の中の人をカッコよく
したい」をテーマに気軽に入店できる店作りを心掛けています。



メンズ・レディースのスーツやカジュアルを2L~8Lまで取り扱い。
サイズにとらわれないファッションナブルな商品を幅広く展開。



お客様の個々の魅力を最大限に引き出しながら、なりたいイメージや
理想の一着を提案していく、
「プライベート・ファッション・コーディネート・ショップ」

2013年3月期第2四半期の業績

2013年3月期 第2四半期決算の概要

(単位：百万円 単位未満切り捨て)

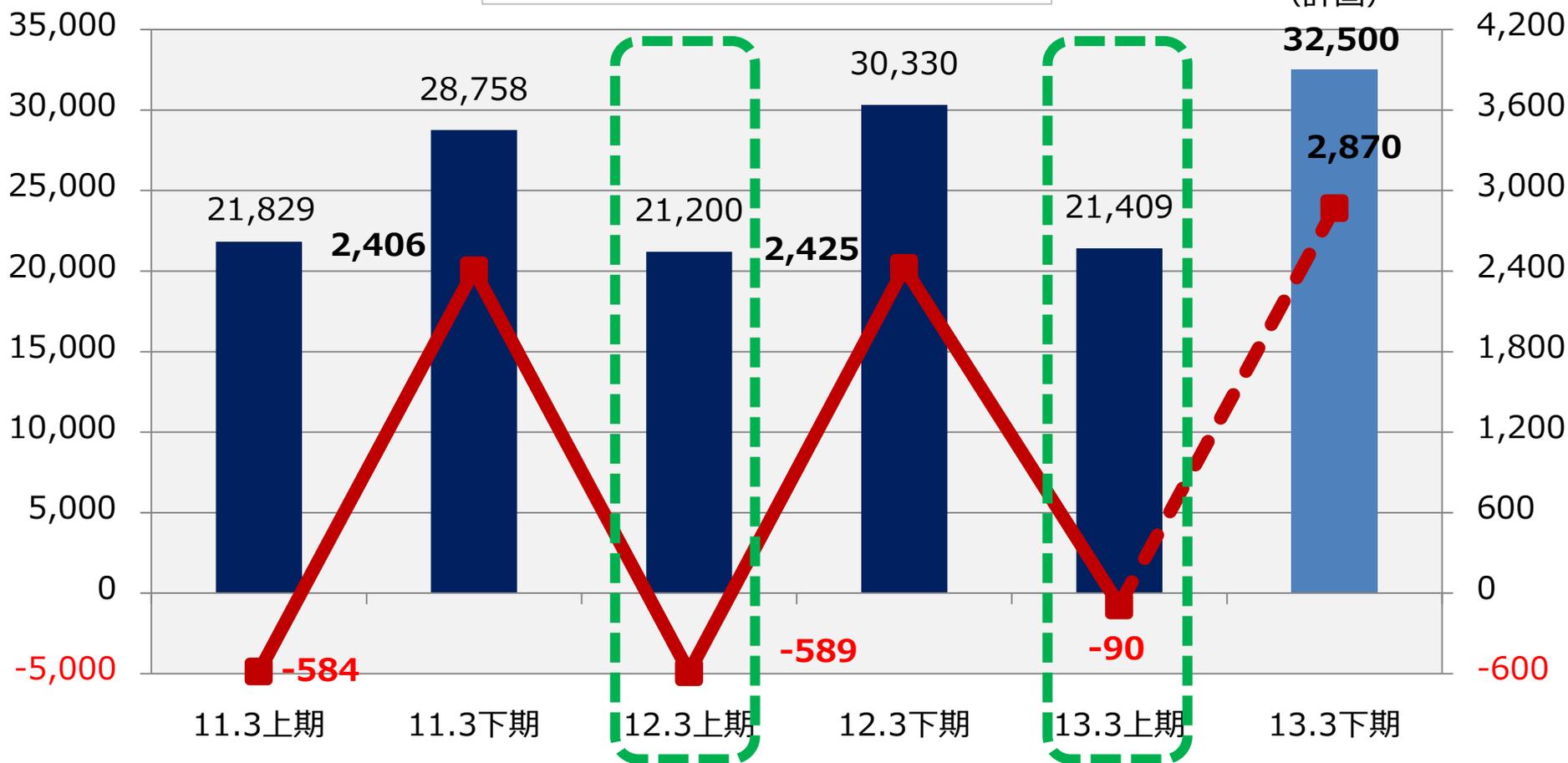
	12.3期 第2四半期	13.3期 第2四半期	前期比	13.3期 第2四半期 当初計画	計画比
売上高	21,200	21,409	+209	22,000	▲ 591
営業利益	▲ 764	▲ 221	+542	▲ 440	+218
経常利益	▲ 588	▲ 90	+498	▲ 370	+279
当期純利益	▲ 459	▲ 226	+232	▲ 420	+193

- 前期比増収増益
- 5月、6月の気温の影響により売上がやや計画を下回ったものの、改装・出店効果もあり、売上高は前期比プラス
- 利益面では、4月・5月の改装費用が増加、レディスカジュアル事業の譲渡損として特別損失に51百万円を計上しているものの、粗利改善効果により営業利益、経常利益、当期純利益ともに前期比プラスとなり大きく改善

当社の収益構造

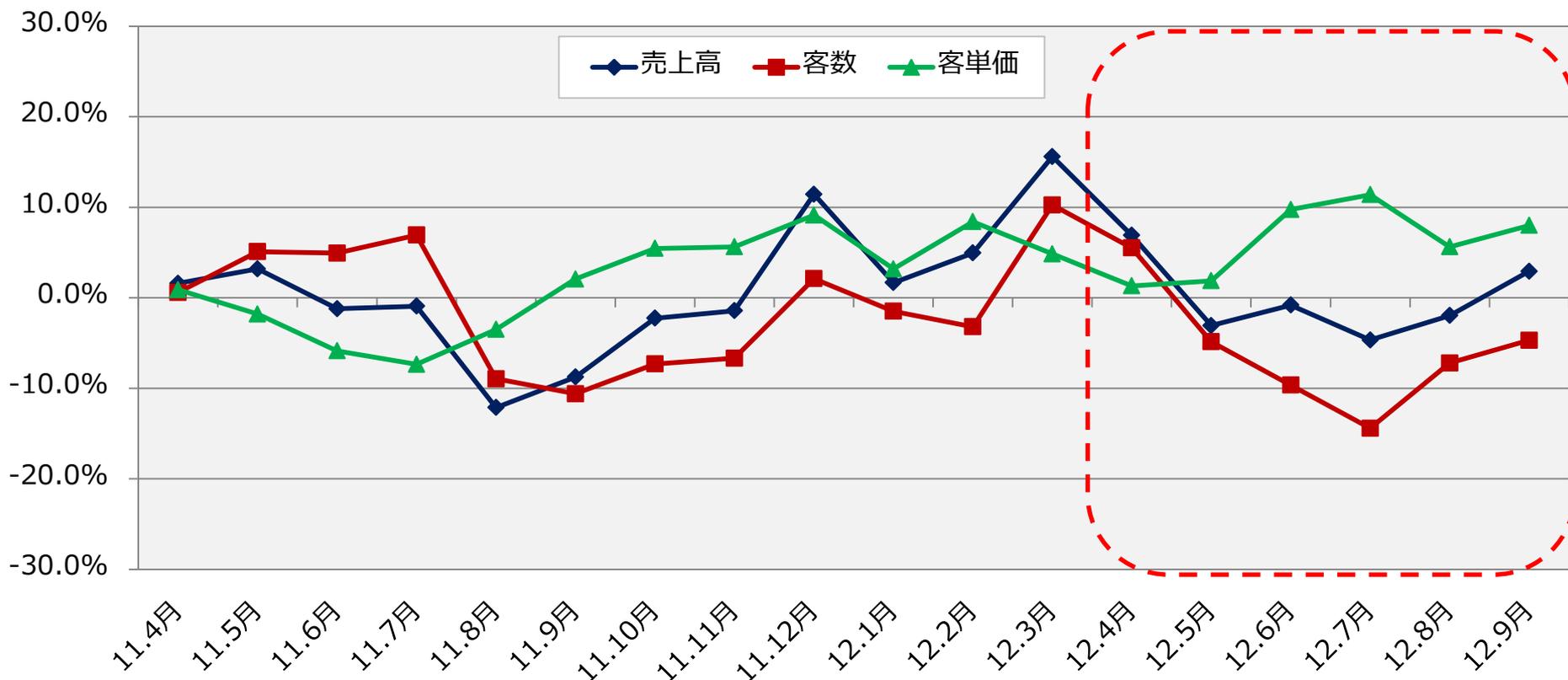
(単位：百万円)

(計画)



- 当社は、ボーナス商戦の12月、新社会人向けセール実施の3月に年度の売上構成比が高まる傾向にあり、下期偏重型の収益構造となっている

既存店の状況



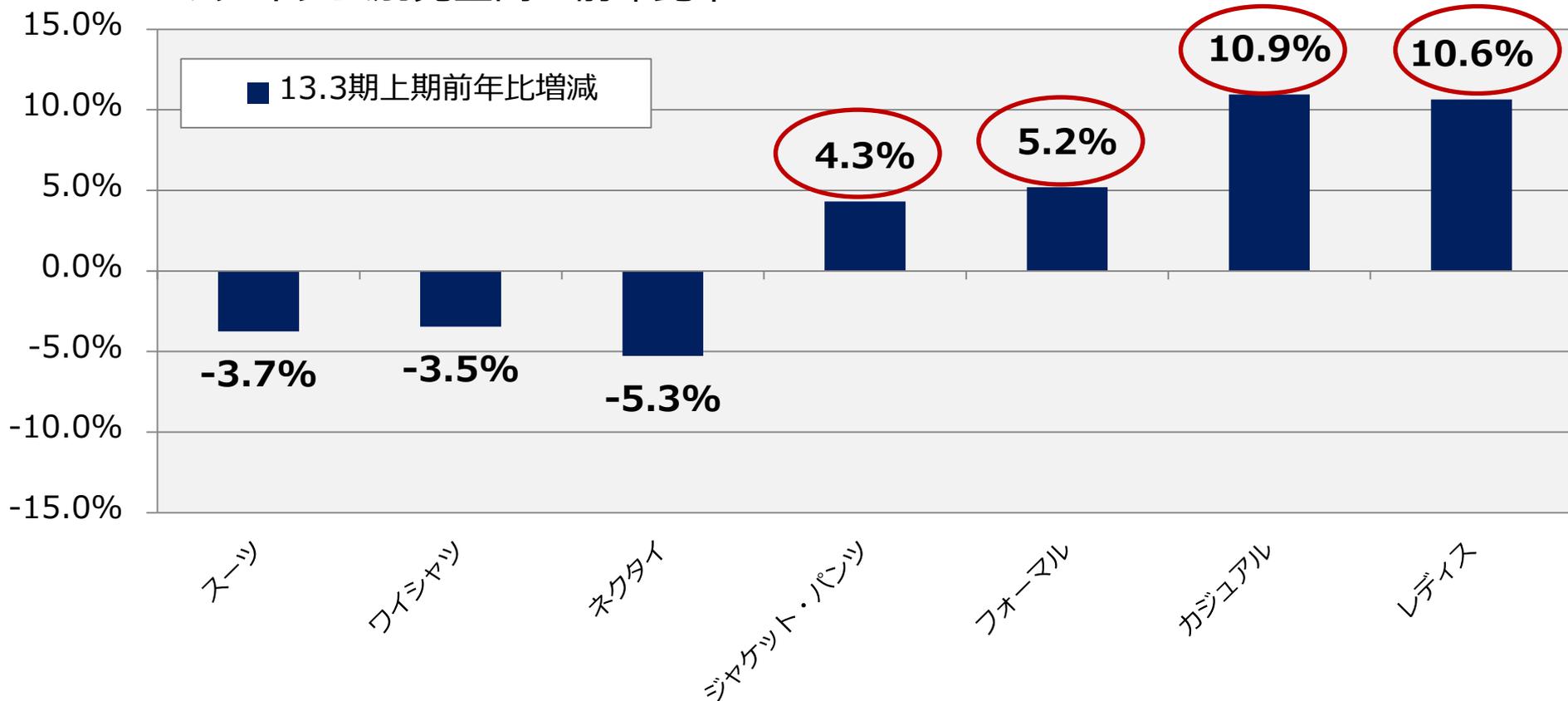
- 12.4月は好調なスタートをきったものの、5月以降は気温が上がりきらず、夏物商品の売上が計画を下回る
12.9月は秋冬物が動き出し、既存店売上も回復
- 12.4月以降は割引抑制により客数は減少
下期は各施策を実施し、客数アップを図る
- 11.9月以降は秋冬商品の伸びもあり、客単価は上昇し

13ヶ月連続で前年超え継続

		売上高	客数	客単価
12.3期	上期	▲ 2.8	▲ 0.1	▲ 2.7
	下期	5.6	▲ 1.1	6.8
13.3期	上期	▲ 0.1	▲ 6.1	6.4

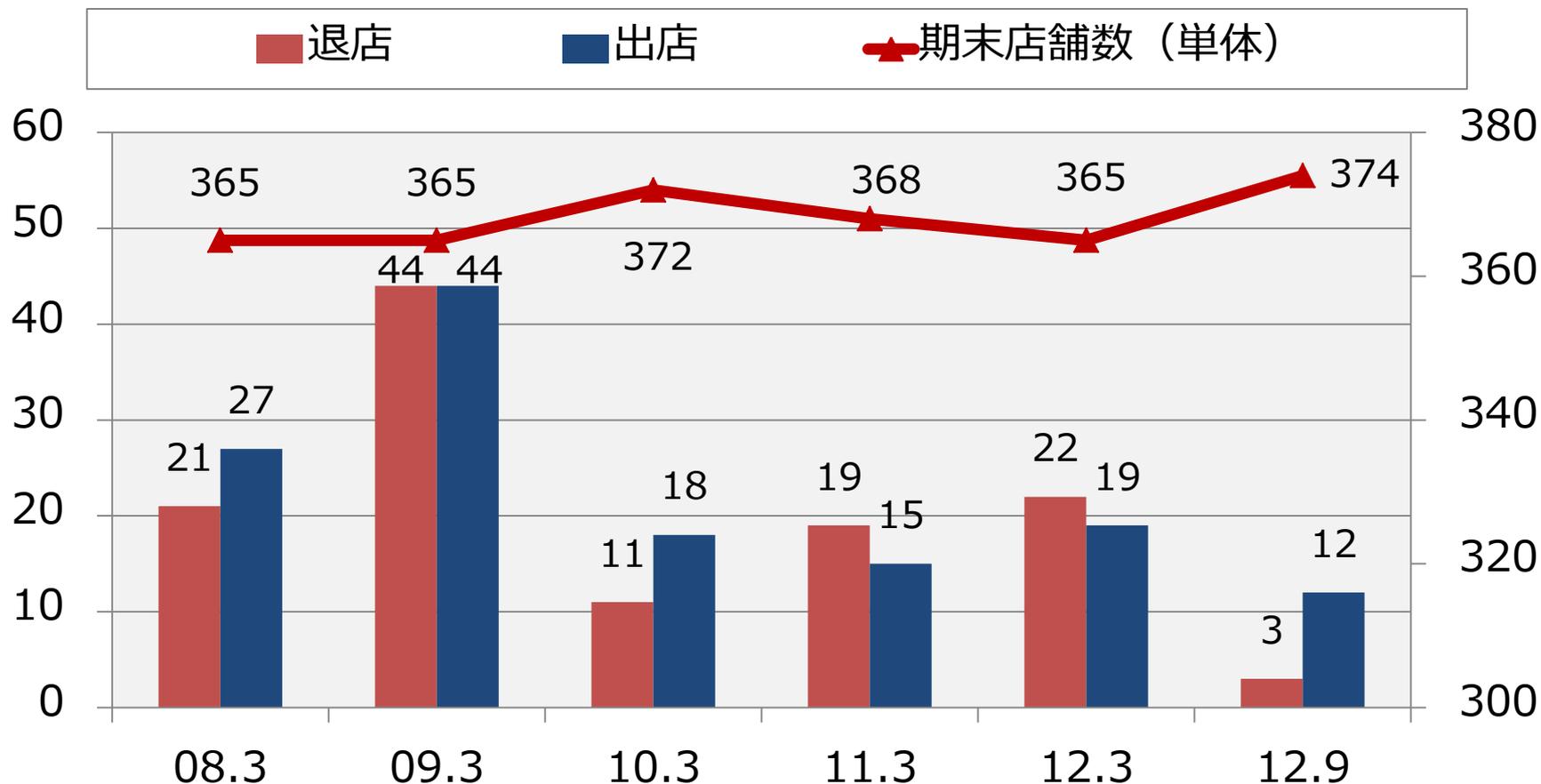
商品別売上動向

◆ アイテム別売上高 前年比率



- クールビズ浸透により、スーツ・ワイシャツ・ネクタイは前年比割れとなるが、ジャケット・パンツは前年超え
- フォーマルは今期好調に推移
- カジュアルはフォーエル出店効果もあり前年比2ケタ超え
- レディスはスーツに加えオフィスカジュアル向け商品を強化し売上高は順調に増加

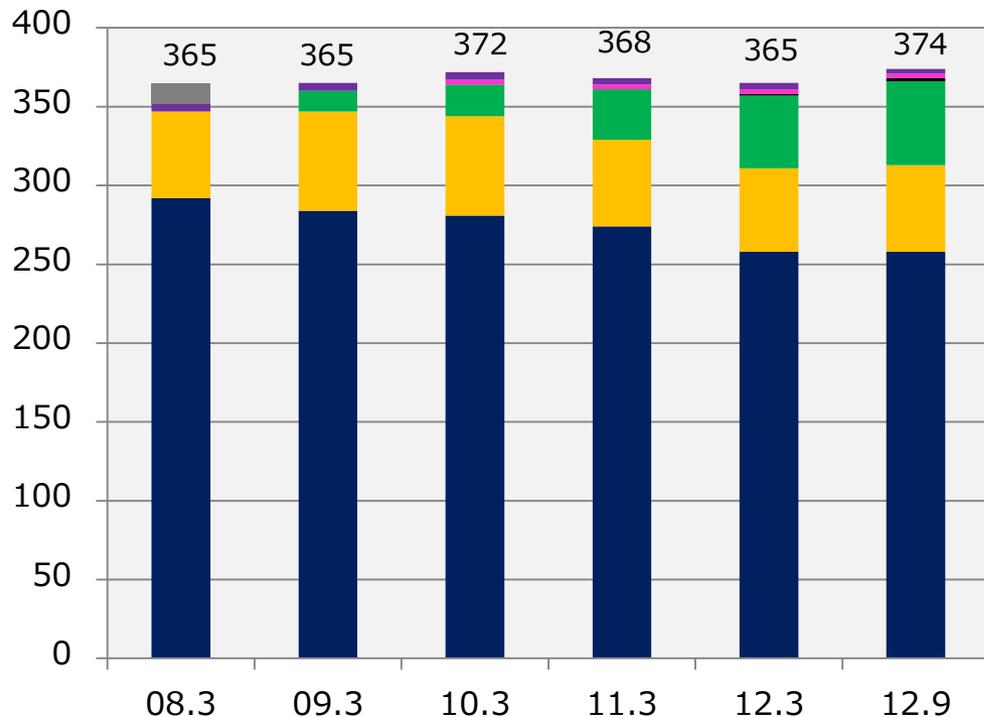
出退店の状況



- 前期までで不採算店舗閉鎖が一段落し、今期は店舗数純増
- 今期はフォーエル積極的出店もあり、9月末では純増9店舗

ブランド別店舗数の状況

◆ 期末店舗数



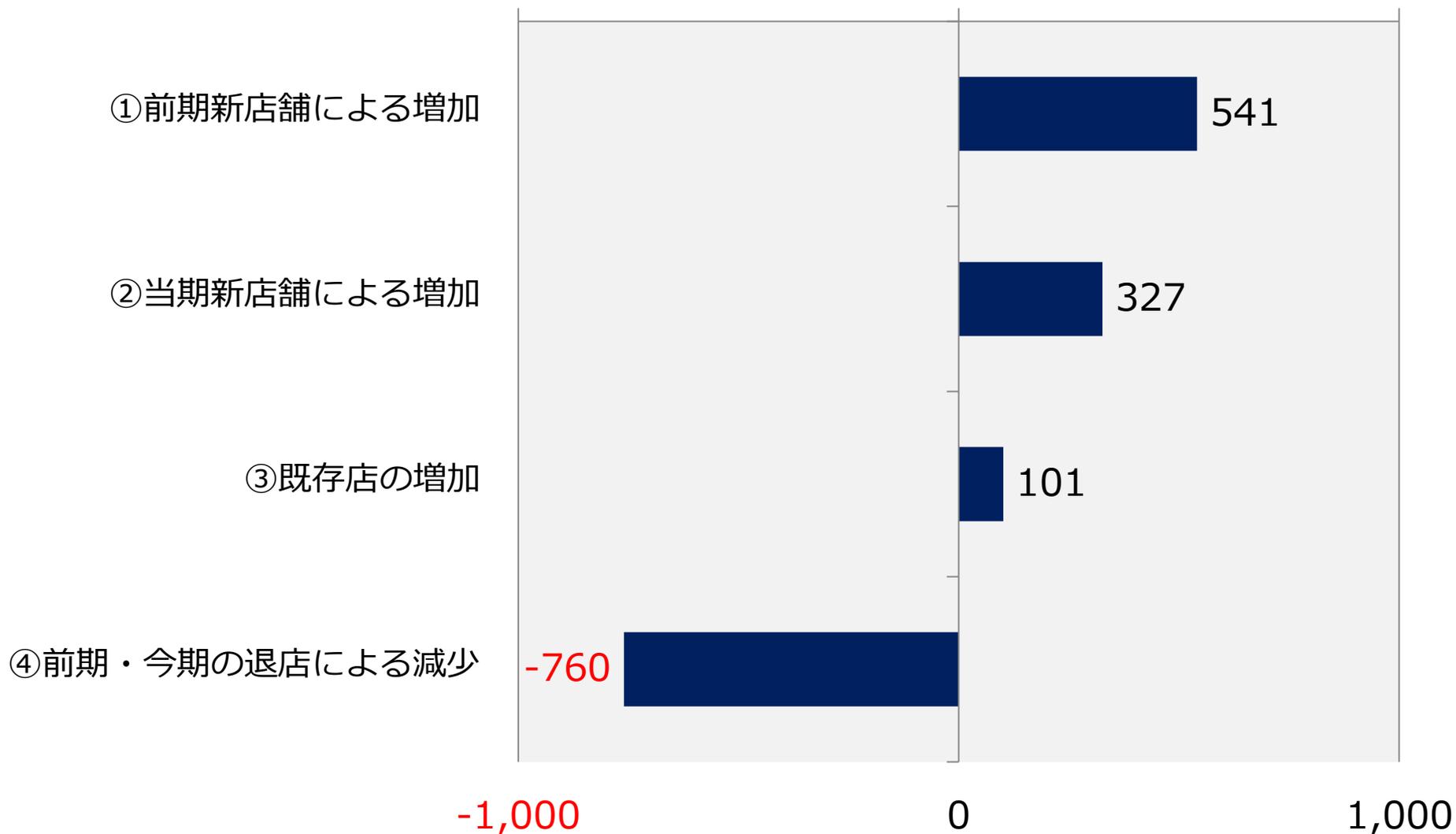
◆ 当第2四半期の出退店

	出店	退店
はるやま・マスカット	1	1
P. S. F A	3	1
フォーエル	7	0
H A L S U I T	1	0
Million Carats	0	0
セリア (100円ショップ)	0	1
計	12	3

はるやま	■	292	284	281	274	258	258
P S F A	■	55	63	63	55	53	55
フォーエル	■	0	13	20	32	46	53
H A L S U I T	■	0	0	0	0	1	2
MC	■	0	0	3	3	3	3
セリア	■	5	5	5	4	4	3
外食事業他	■	13	0	0	0	0	0

売上高の増減要因

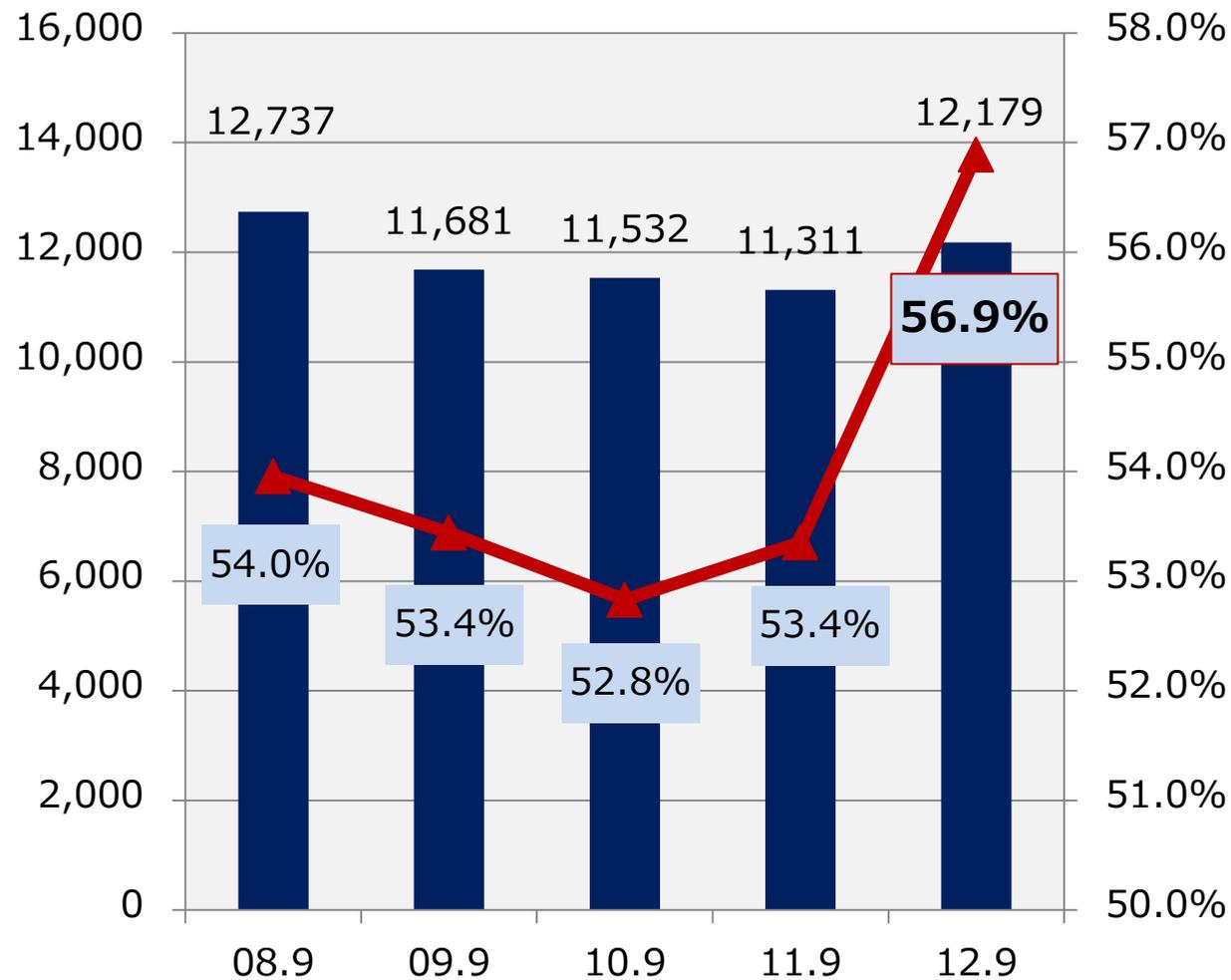
(単位：百万円)



売上総利益の推移

(単位：百万円)

■ 売上総利益 ▲ 売上総利益率

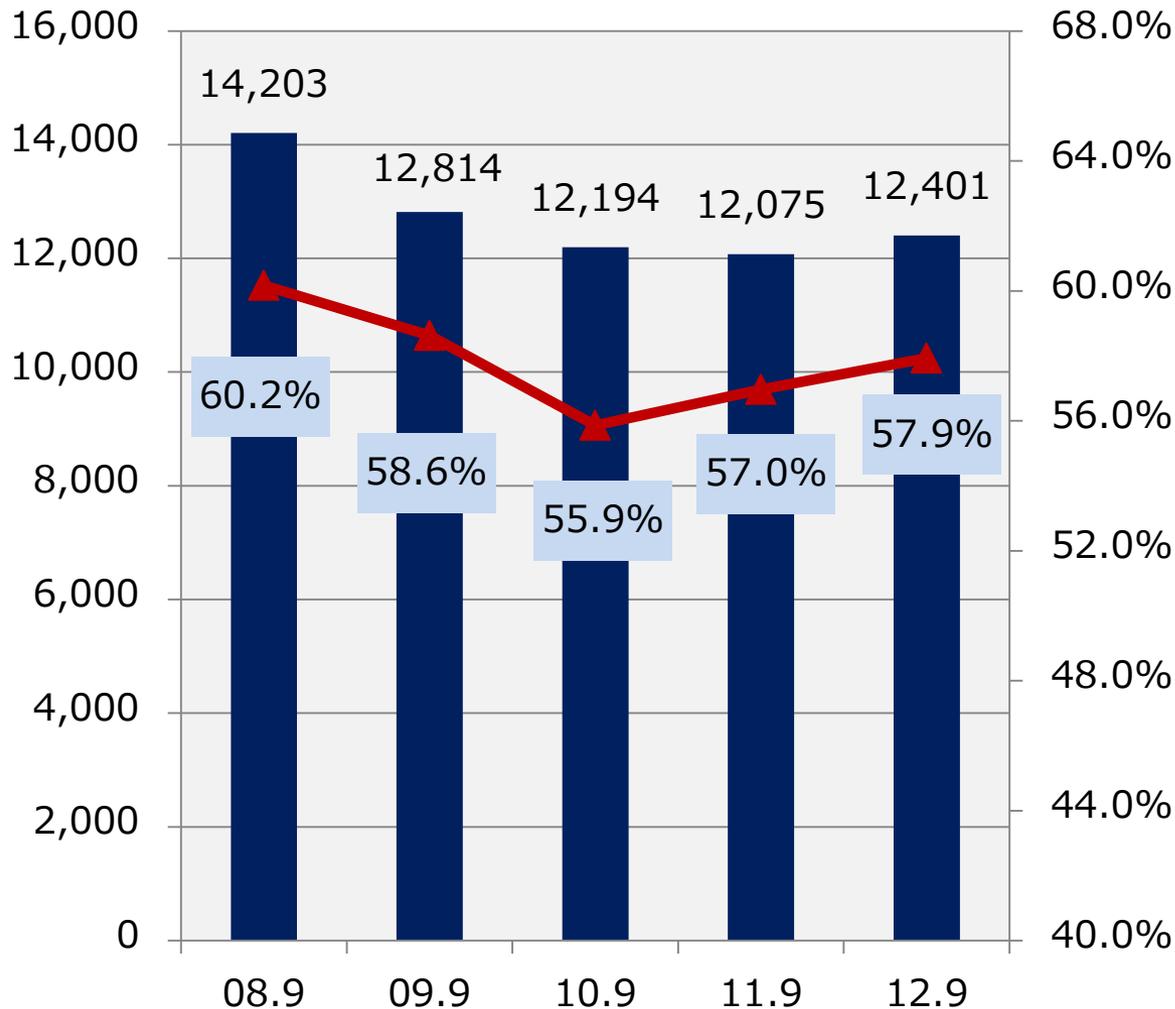


- 仕入先の集約、商品の集約、極端な割引販売の抑制、評価減商品の計画的な処分等の各施策を実施
- 売上総利益率は、前年同期比3.5ポイント上昇し大きく改善

販売一般管理費の推移

(単位：百万円)

■ 販売管理費 ▲ 販管費率



- 販売一般管理費は前年同期比102.7%と増加
- 主に人件費、改装費用の消耗品費・修繕費が増加

◆ 販管費の主な内訳(単位：百万円)

	11.9期	12.9期
人件費	3,332	3,474
賃借料	3,381	3,399
広告宣伝費	1,786	1,675
減価償却費	629	680
消耗品費	285	368
修繕費	82	140

貸借対照表（連結）

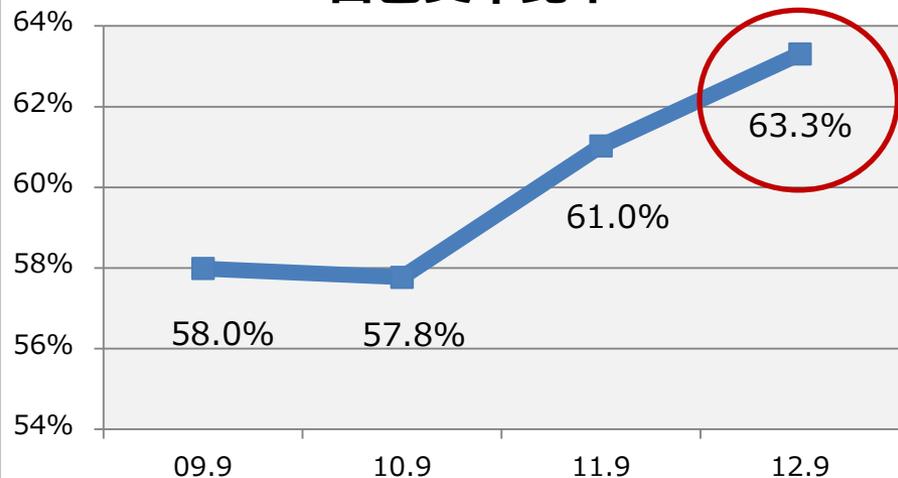
（単位：百万円 単位未満切り捨て）

	12.3期 第2四半期	13.3期 第2四半期	前期比増減
現金及び預金	3,609	3,054	▲ 555
商品	12,366	11,439	▲ 927
流動資産合計	19,341	17,587	▲ 1,754
有形固定資産	18,861	19,030	169
無形固定資産	910	902	▲ 8
投資その他資産	11,416	11,490	74
固定資産合計	31,187	31,424	237
資産合計	50,528	49,011	▲ 1,517
支払手形及び買掛金	8,270	4,128	▲ 4,142
短期借入金	1,200	3,700	2,500
一年内返済予定の 長期借入金	1,230	654	▲ 576
長期借入金	2,544	1,872	▲ 672
退職給付引当金	1,766	1,905	139
負債合計	19,692	17,971	▲ 1,721
純資産合計	30,836	31,040	▲ 204
負債・純資産合計	50,528	49,011	▲ 1,517

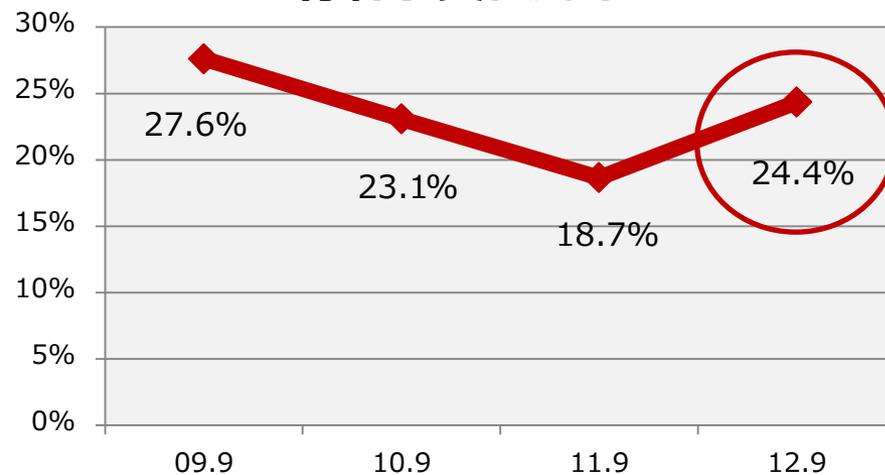
- 支払サイトの短縮および設備投資により現金及び預金は減少
- 商品は、新MDシステム導入効果もあり減少
- 建替・移転・改装実施により、有形固定資産は増加
- 支払サイトの短縮により支払手形および買掛金も減少
- 支払サイトの短縮化および設備投資の増加により、短期運転資金が増加

各経営指標の推移（連結）

自己資本比率



有利子負債比率



流動比率



- 自己資本比率、流動比率は更に改善
- 支払サイトの短縮化および設備投資の増加により短期借入金が増加したことから有利子負債比率は上昇

連結キャッシュフロー

(単位：百万円 単位未満切り捨て)

	12.3期 第2四半期	13.3期 第2四半期
営業活動による キャッシュフロー	▲ 3,092	▲ 5,303
投資活動による キャッシュフロー	▲ 157	▲ 1,105
財務活動による キャッシュフロー	157	2,671
現金及び現金同等物の 増加(減少) 額	▲ 3,092	▲ 3,737
現金及び現金同等物の 期首残高	6,686	6,776
現金及び現金同等物の 期末残高	3,593	3,038

- 支払サイト短縮化により仕入債務が減少
- 建替・移転・改装の設備投資が増加
- 短期運転資金を調達

2013年3月期の業績見通し

2013年3月期の業績見通し

(単位：百万円 単位未満切り捨て)

	12.3期 実績		13.3期 予想		前期比
		構成比		構成比	
売上高	51,530	100.0	54,500	100.0	105.8
売上総利益	27,913	54.2	30,800	56.5	110.3
販売一般管理費	26,304	51.0	28,500	52.3	108.3
営業利益	1,608	3.1	2,300	4.2	143.0
経常利益	1,836	3.6	2,500	4.6	136.2
当期純利益	67	0.1	420	0.8	626.9
店舗数 (店)	372		398		

- 既存店売上高の伸び率は、下期+2.5%の見通し
- 売上総利益は、仕入先集約、商品集約等の施策により2.3ポイント改善の見通し
- 10月、11月にて大型改装、移転、建替を計画しており、販売一般管理費は増加
- 売上総利益増加により利益面は大きく改善の見通し
- レディースカジュアル事業 (Million Carats)を譲渡したことによる通期業績に与える影響については、前期実績に基づき、売上高約250百万円マイナス・営業利益約40百万円改善の見通し

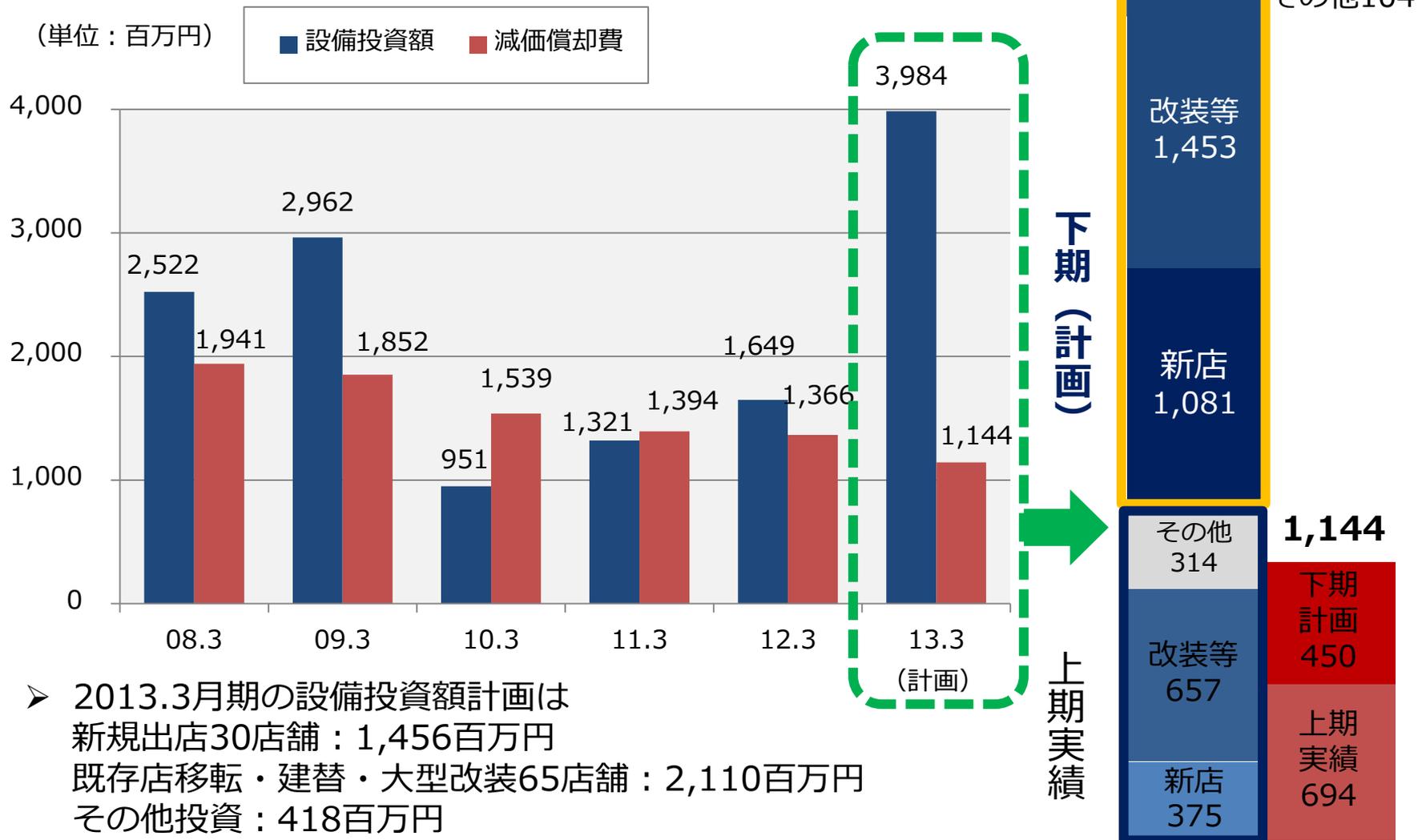
2013年3月期下期の出退店計画

ブランド	12.9月末 店舗数	出店	退店	移転 建替 改装	期末店舗数 (予定)	増減数
はるやま	258	3	1	51	260	2
P. S. F A	55	2	0	1	57	2
フォーエル	53	14	0	0	67	14
H A L S U I T	2	0	0	0	2	±0
MillionCarats	3	0	(※) 3	0	0	▲3
セリア (100円ショップ°)	3	0	0	0	3	±0
計	374	19	4	52	389	15

※レディスカジュアル事業であるMillion Caratsは、レディス事業ノウハウの蓄積等の当初目的を達成したとの判断から11月1日付にて事業譲渡いたしました。

設備投資額の計画

◆設備投資額と減価償却費の推移（実績と計画）



当社の課題と今後の取り組み

当社の課題と今後の取り組み

1. 利益率の改善

- －売上総利益率の改善
- －経費の効率化

2. 既存店の競争力アップ

- －既存店の移転・建替・改装
- －レディス強化
- －商品力の強化
- －コーディネート販売の強化
- －宣伝・販売促進施策

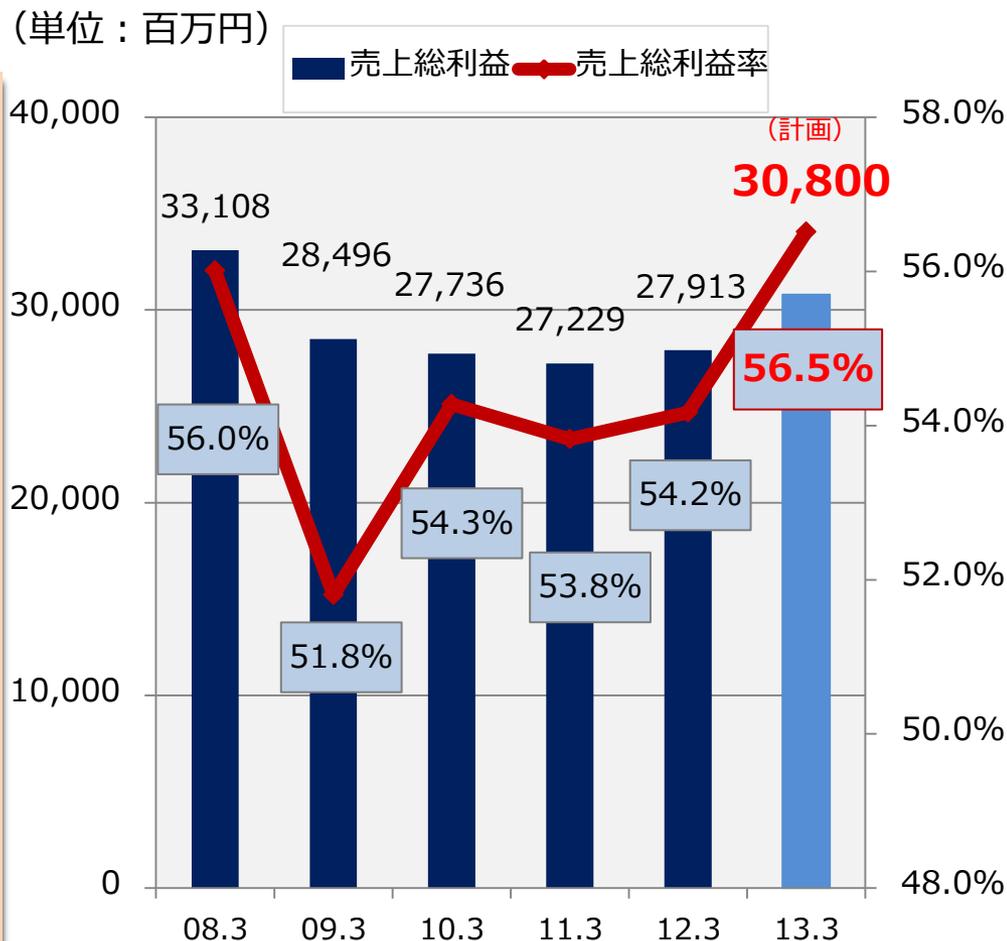
3. 今後の成長戦略

1. 利益率の改善

売上総利益率の改善

通期2.3ポイントアップを 目標に各施策を実施

- 評価減商品の計画的処分
新MDシステム稼働により、過年度商品を一定の期間内で粗利を確保しつつ販売できるように在庫管理を徹底
- 仕入先集約
仕入先を集約し、発注数量の調整と中間マージンの見直しを行い原価を低減
- 商品の集約
商品の品番を集約し1品番当りの発注数量を調整することで原価を低減
- 生産拠点のシフト
中国中心からASEAN諸国へアイテム別に生産拠点をシフト



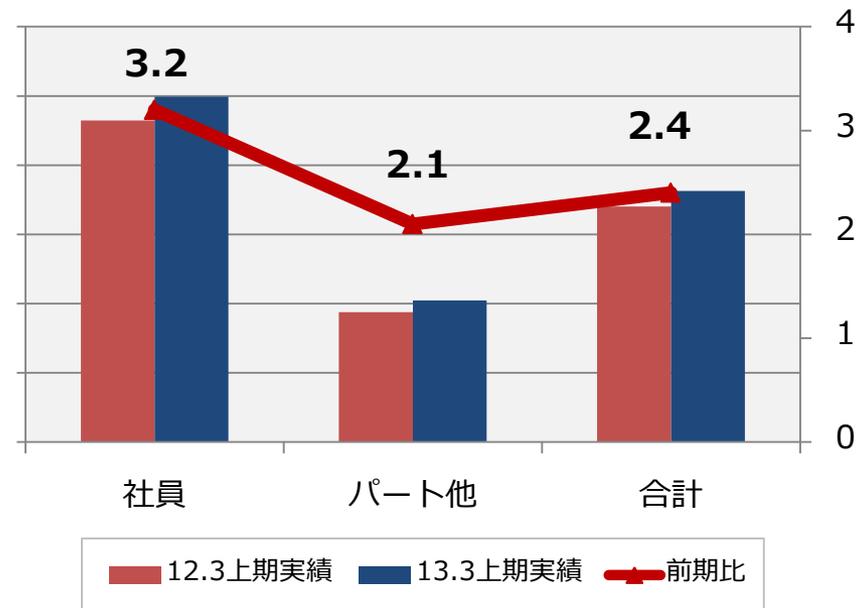
※新MDシステム
2012年2月より稼働。店舗・地域の売れ筋をよりスピーディに把握し在庫回転率をアップさせ、発注精度を上げていくことを目的に導入。

1. 利益率の改善

経費の効率化

- コーディネート販売実施により、1人当たりの生産性（売上高）は前年同期比2.4%アップ
更にアップできるように、商品テキストの配付、エリア単位でのロープレ研修など継続的に人材教育を実施
- 店舗デザイン刷新による看板費用の削減、LED導入等により契約電力量は半減し、出店経費を縮小化
- 東北地域の「マスカット」を「はるやま」へブランド統合することによる宣伝効率のアップ、包装資材・物流コストの削減
- 仕入先を集約し、1社あたりの発注量を増やすことで、運賃等の物流コストを低減

◆一人当たり売上高の進捗



2. 既存店の競争力アップ

既存店の移転・建替・改装

第一の柱であるはるやま事業において 課題であった女性層へのアプローチを 改善すべく店舗デザインを刷新

- 上期は青森県の「マスカット」5店舗の「はるやま」への改称・改装含め、新規出店**1店舗**、移転**1店舗**、大型改装**5店舗**、軽改装**75店舗**を実施
(※前年実績 = 大型改装2店舗、軽改装49店舗)
- 大型改装店（5店舗）の改装後売上高は、前年同月比大幅にアップ
- 下期に、青森県に続き、宮城県の「マスカット」6店舗を「はるやま」へ改称・改装
新規出店**3店舗**、移転**2店舗**、建替**3店舗**、大型改装**46店舗**を実施予定
(※前年実績 = 大型改装1店舗、軽改装58店舗)



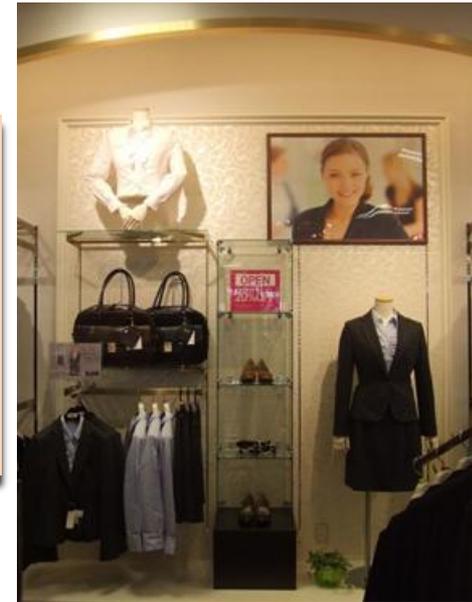
(はるやま八戸店)

2. 既存店の競争力アップ

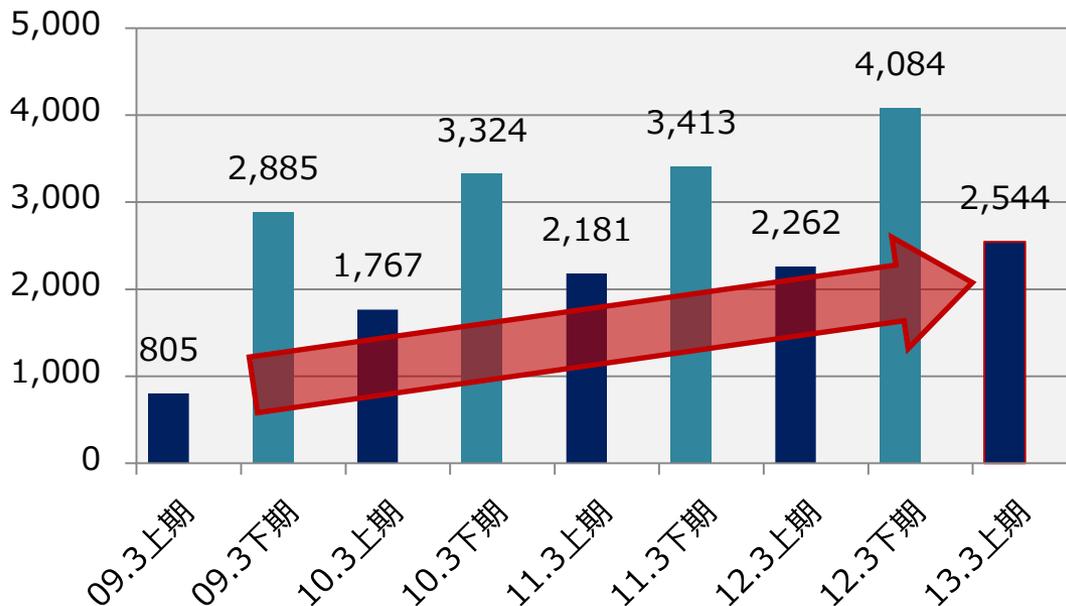
レディス強化

レディス商材の取扱およびレディス売場の拡大

- スーツだけでなく、フォーマル、オフィスカジュアル商品などレディス商材の取扱を増やすとともに、改装時にはレディス売場を1.5~2倍に拡大
- レディス商品の売上高は前年同期比112.4%アップと好調に推移



(百万円) ◆レディス商品売上高の推移



2. 既存店の競争力アップ

商品力の強化

新ブランドを投入し、世代に応じたブランド戦略を展開

- 「MADE IN JAPAN」にこだわったオリジナルブランド「ROYAL FLAG」の展開
- 英国ブランド「チェスター・バリー」、米国ブランド「スタンリー・ブラッカー」など、有名ブランド商品を続々投入



(ROYAL FLAG)

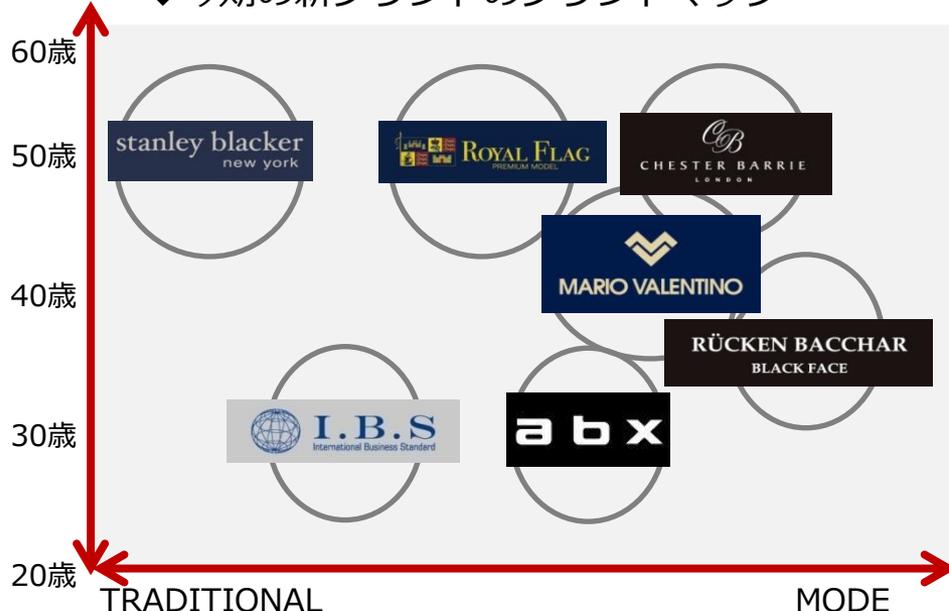
素材・縫製・付属・仕様に至るまで全てが匠の手による「MADE IN JAPAN」にこだわった最高峰の逸品。スーツ、ジャケット、シャツ、靴、ベルト、鞆を取り揃え極上のコーディネート提案。スーツ ¥150,000～



(CHESTER BARRIE)

『高級素材を使った、最高水の既製服』『着るロールス・ロイス』と称される イギリス発祥の高級ブランド。¥128,000・¥88,000の2ラインで展開。

◆今期の新ブランドのブランドマップ



2. 既存店の競争力アップ

商品力の強化

大ヒット商品「洗えるスーツ」 「アイシャツ」に続き、 お客様の要望を取り入れた機能的 商品やオリジナリティ溢れる コラボ商品を発売

- 360°ストレッチ可能で自転車通勤にも対応可能な「ジャージーニットスーツ」を販売
- 上期反響のあった「ONE PIECE ドレスシャツ」に続き、幅広い世代に人気の「エヴァンゲリオン」とのコラボ商品ははるやま限定で発売
キャラクタービジネス形成により新規顧客開拓を狙う



(ジャージーニットスーツ)
ニット素材を使用したストレッチスーツ。ハリ感と厚みをもたせたダブル編という特殊な編み方により360°どの方向の動きにも対応し、シワにもなりにくい。また、パンツはウォッシュャブルでイージーケアを兼ね備えた高機能商品 ¥49,000~



360°アクティブストレッチ
どの方向の動きにも対応



©khara

(エヴァンゲリオン コラボ商品)

今年11月公開の映画「エヴァンゲリオン新劇場版：Q」とのコラボデザイン商品ははるやまで限定販売。

初号機と2号機をイメージしたワイシャツ2種類（※画像は初号機カラーのイメージ）、ネクタイ5柄に、カフス、タイバーの全20アイテムをラインナップ。

ワイシャツ・ネクタイ・カフス 各¥4,095 タイバー ¥3,465

2. 既存店の競争力アップ

コーディネート販売の強化

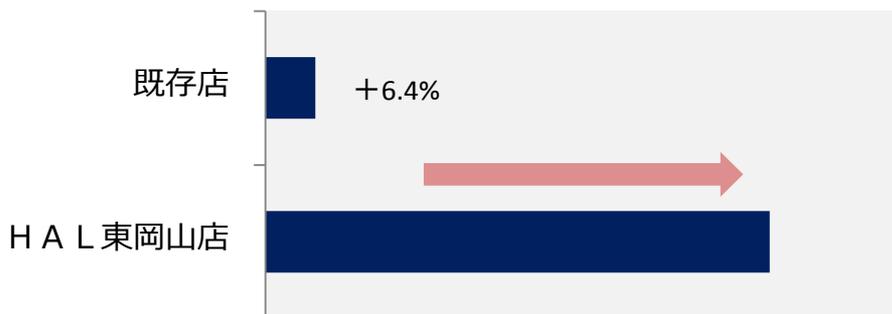
トータルコーディネート販売を各事業で展開

- HALSUITで手ごたえのあったコーディネート販売を、はるやま事業・P S F A事業へ横展開
スタッフの販売力強化を図り、各事業での客単価・粗利率アップを狙う



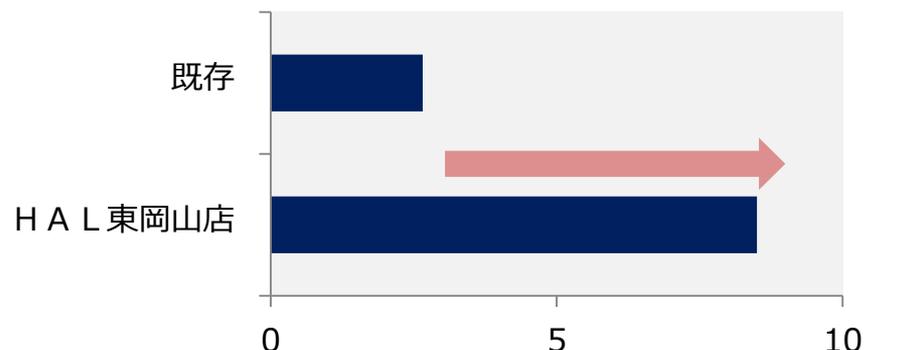
(HALSUIT 接客風景)

◆13.3上期 客単価の伸び率



※全既存店の客単価伸び率と2011.11月オープンのHALSUIT東岡山店の客単価伸び率との比較
HALSUIT赤坂店は2012.5月オープンのため含まず

◆13.3上期 粗利率の上昇幅



※全既存店の粗利率の上昇幅と2011.11月オープンのHALSUIT東岡山店の粗利率の上昇幅との比較
HALSUIT赤坂店は2012.5月オープンのため含まず

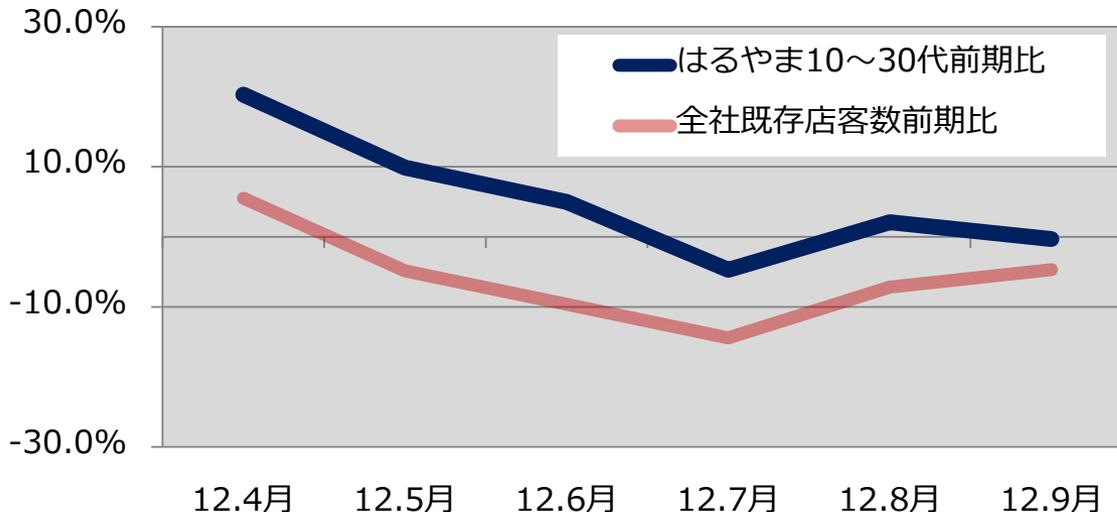
2. 既存店の競争力アップ

宣伝・販売促進施策

A K B 48起用による企業のイメージアップ・若年層の取込強化

- A K B 48を起用したC Mの内容評価では、「企業の活性度」などで好評価を得る（※）
- A K B 48効果により、男性に加え女性客も増加
- 継続起用により、リクルート・フレッシュャーズ世代を中心とした若年層の取込を強化

◆ 13.3上期 客数前年比の推移



※2012年4月実施(株)マクロミル調査実施
「紳士服に関するお伺い」より
北海道除く 2064サンプル

3. 今後の成長戦略

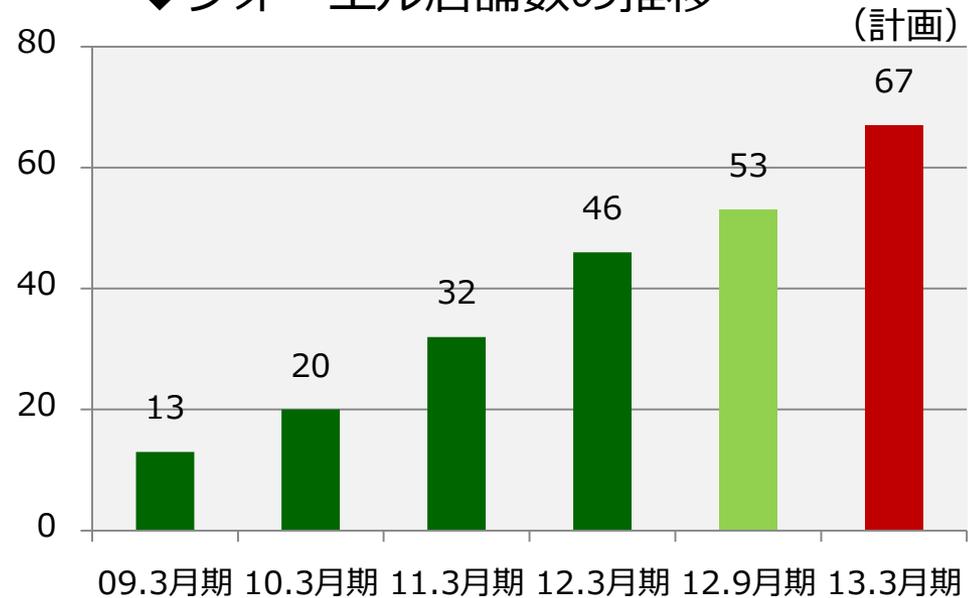
フォーエル事業

未出店エリアを含め積極出店を加速 競合を引き離し、 業界最大手を目指す

- 未出店エリアであった北海道を含め、新規出店7店舗
(※前年実績 = 新規出店7店舗)
- 下期は新規14店舗を出店予定
(※前年実績 = 新規出店8店舗)
- オリジナリティの高い業態であり、出店強化だけでなく、顧客満足度の向上、ブランド力向上にも注力していく

(フォーエル和泉店 外観・内装)

◆フォーエル店舗数の推移



3. 今後の成長戦略

PSFA事業

成熟した2プライスショップターゲット と新規顧客開拓を意識した出店戦略

- 地域性や街環境に合わせ
レディス商品・小物等の品揃えに
変化をつけた店舗作りと商品展開を行い、
新たな客層を取り込む
- 上期は都心部中心に新規出店**3店舗**、
移転**1店舗**、大型改装**2店舗**、軽改装**2店舗**
(※前年実績＝新規出店1店舗、移転1店舗、軽改装3店舗)
- 下期は新規出店**2店舗**、移転**1店舗**を実施
(※前年実績＝新規出店2店舗)
- 都心部の若年層のみでなく、郊外での
ミドル・アダルト対応のショップ展開も
視野に入れていく



(Perfect Suit Factory 自由が丘店)



(Perfect Suit Factory 渋谷井の頭店)

3. 今後の成長戦略

はるやま事業



(はるやま徳島応神店 外観)



(はるやま羽曳野店 内装)



更なる改善と進化へ注力

- 改装後の店舗デザインは、店頭アンケート(※)を実施し、更に検証
「明るい雰囲気になった」「おしゃれな感じがする」など、手ごたえのある反響をいただいております。引き続き、改善と進化に注力していく
- はるやまで取り扱っているレディス商品「ViVi fleurs」、「with Performance」の売上は前年同期比145.5%と以前、好調
レディスカジュアル事業で蓄積したノウハウ(短サイクルでのモノ創り、MD構成など)を活かした商品展開で、今後の大きな原動力になっている
- 今後はシニアに向けたジャケット、カジュアル商品も強化していく

※2012年4月~6月調査 自主店頭アンケート

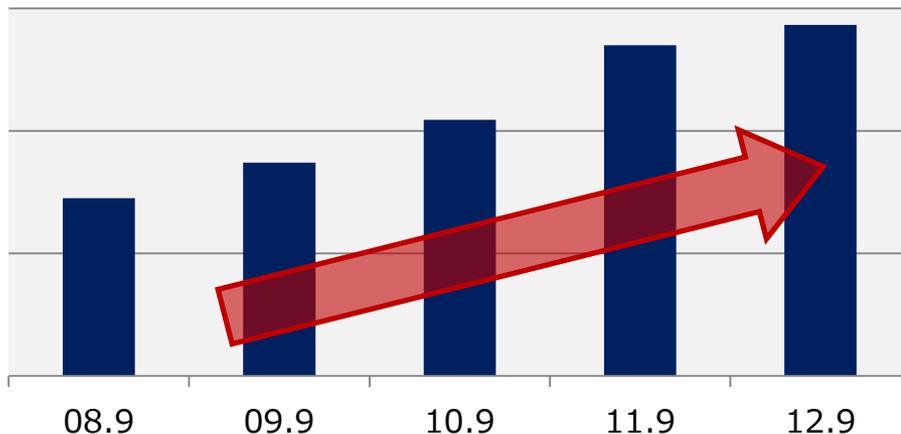
3. 今後の成長戦略

EC事業

新しい販売チャネルへの積極開拓と リアル店舗との連携強化により 更なる売上拡大を目指す

- 自社のオンラインストアの枠を超え
総合オンラインストアAmazon.co.jp®へ
2011.12月のP.S.FA出店に続き
2012.7月にはるやまも出店

◆ EC事業 売上高の推移



◆株主還元について

株主様向けご優待割引券

株主様に対する利益還元は
当社にとっても重要と考えており、
今後も継続的かつ安定的な
配当を行っていく考えです。

2011年3月期期末 15.5円
+ 割引券 + タイorシャツ無料券
≪**実質配当利回り 約15%**≫

2012年3月期期末 15.5円
+ 割引券 + タイorシャツ無料券
≪**実質配当利回り 約15%**≫

↑
見
本
↓

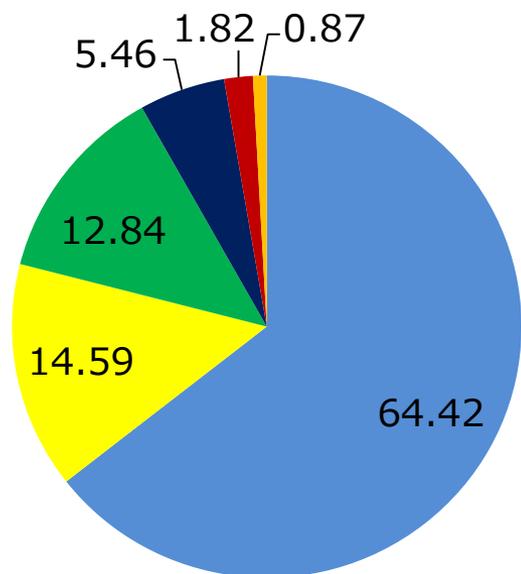


ネクタイ又はワイシャツ・
ブラウス贈呈券

↑
見
本
↓



◆株主の状況



上位株主（1位～10位）の状況

2012年9月30日現在

順位	株主名	所有株数	持株比率
1	治山 正史	2,294,072	13.91%
2	治山 正次	1,759,456	10.67%
3	治山 邦雄	1,498,722	9.09%
4	有限会社岩渕コーポレーション	1,324,500	8.03%
5	株式会社四国銀行	765,840	4.64%
6	はるやま商事社員持株会	471,925	2.86%
7	はるやま商事取引先持株会	446,900	2.71%
8	日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	393,700	2.38%
9	治山 美智子	358,892	2.17%
10	岩渕 典子	349,900	2.12%
		⋮	⋮
	合計	16,485,078	100.0%

◆免責事項・お問い合わせ先

本資料ははるやま商事株式会社に関する情報提供を目的とし、投資家の皆様にご理解いただくために作成したものであり、当社が発行する有価証券に対する投資を勧誘することを目的としたものではありません。

本資料を作成するにあたっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、内容の正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料中の情報によって生じた損害については、当社は一切責任を負いません。

本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであり、その情報の正確性、完全性を保証し、また確約するものではありません。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは異なる結果となることがあり、また予告なしに変更されることがある点を認識された上でご利用ください。

IRお問い合わせ先

■ IR担当窓口

はるやま商事株式会社 経理部財務経理課 岡部・一ノ瀬

TEL : 086-226-7102 / FAX : 086-233-6219

E-mail : ir-haru7416@haruyama.biz