

第51期（2024/9期）

決算説明会

2024年11月27日 株式会社コナカ

本日のご説明

1. 第51期（2024/9期）の実績報告

取締役常務執行役員CFO管理本部長兼財務部長

湖中 龍介

2. サマンサタバサの現状のご報告

株式会社サマンサタバサジャパンリミテッド

代表取締役社長

古屋 幸二

3. 当グループの現状のご報告

代表取締役社長CEO

湖中 謙介



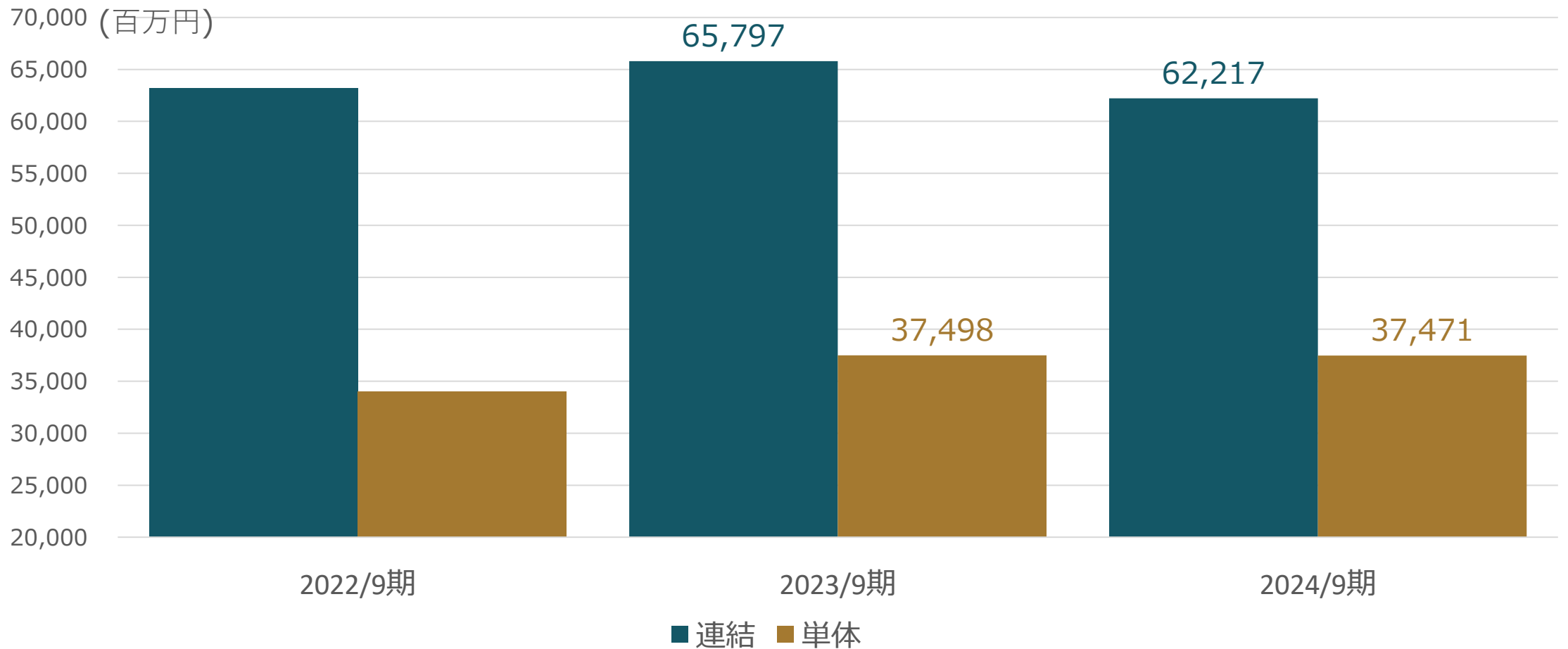


1. 第51期（2024/9期）の実績報告
取締役常務執行役員CFO管理本部長兼財務部長
湖中 龍介

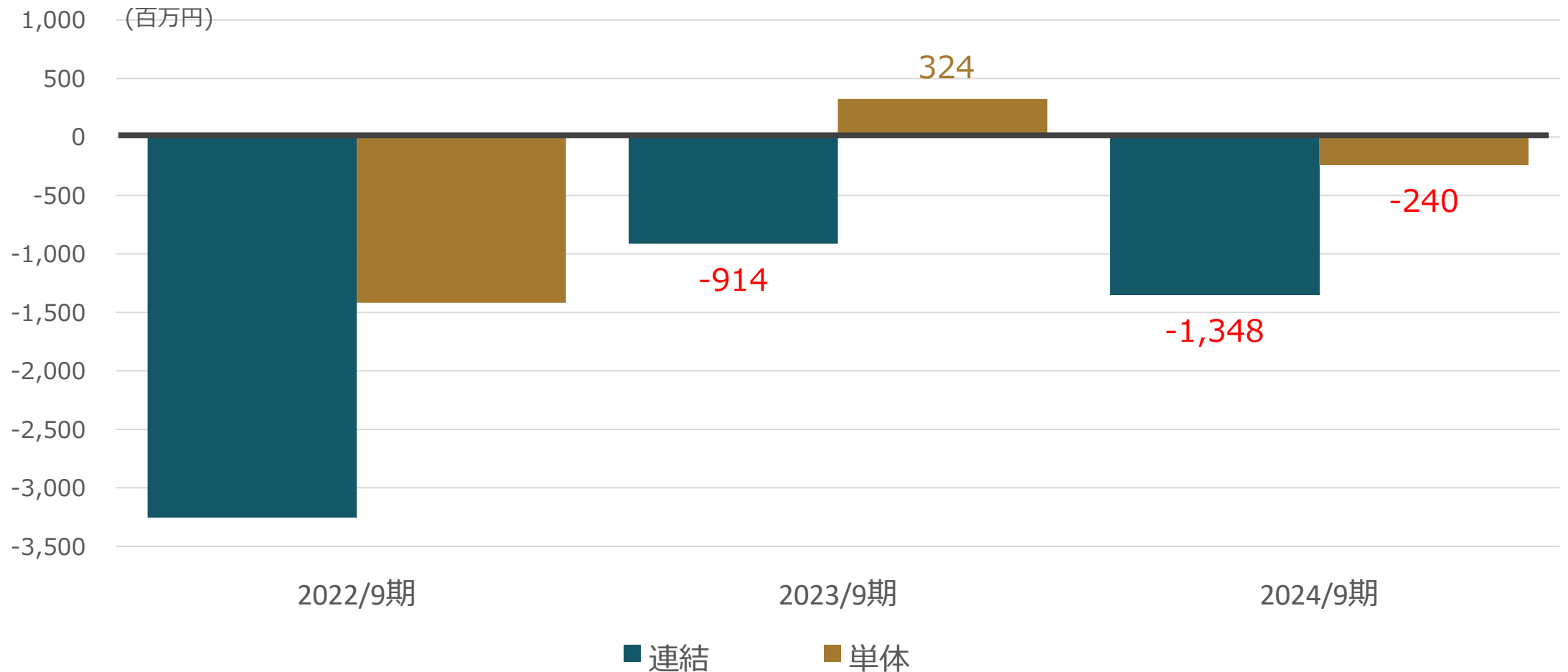
2024/9期の実績について



□ 2024/9期 決算概要(売上高)

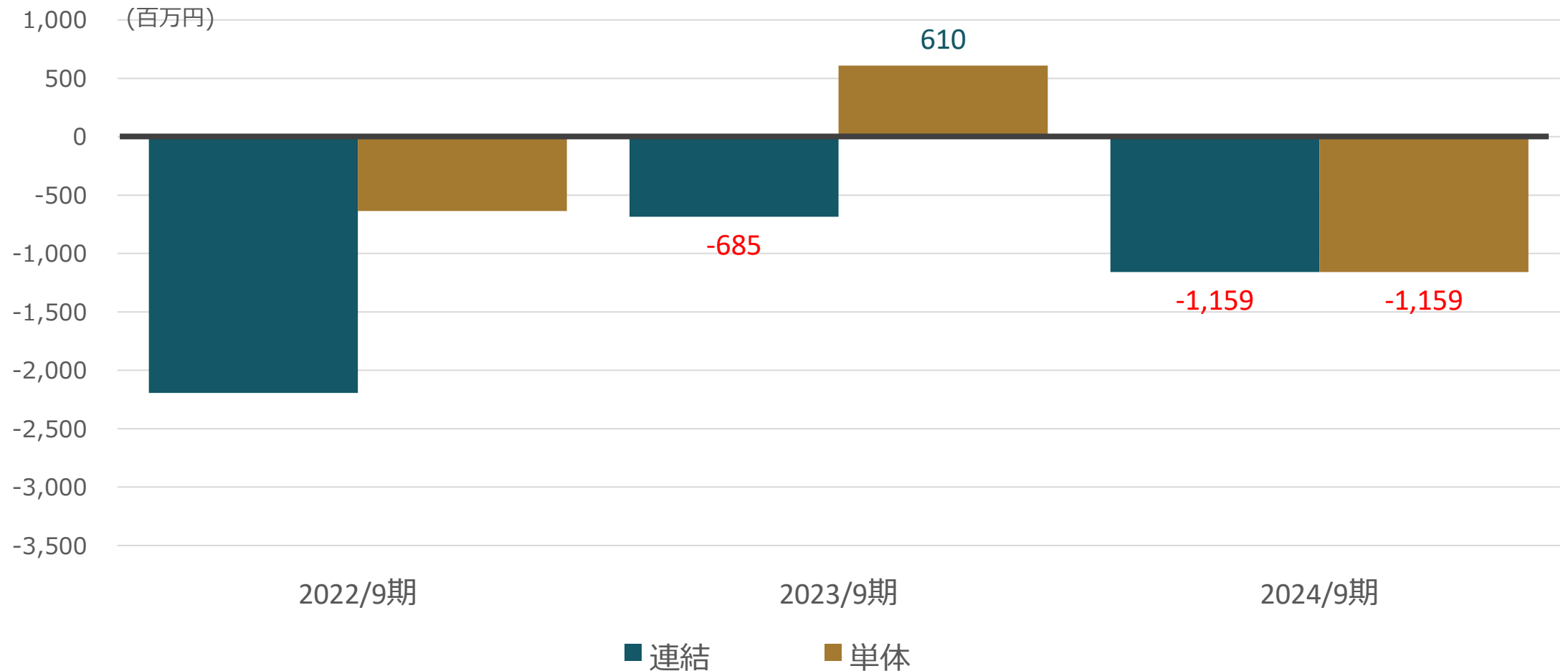


□ 2024/9期 決算概要(営業損益)



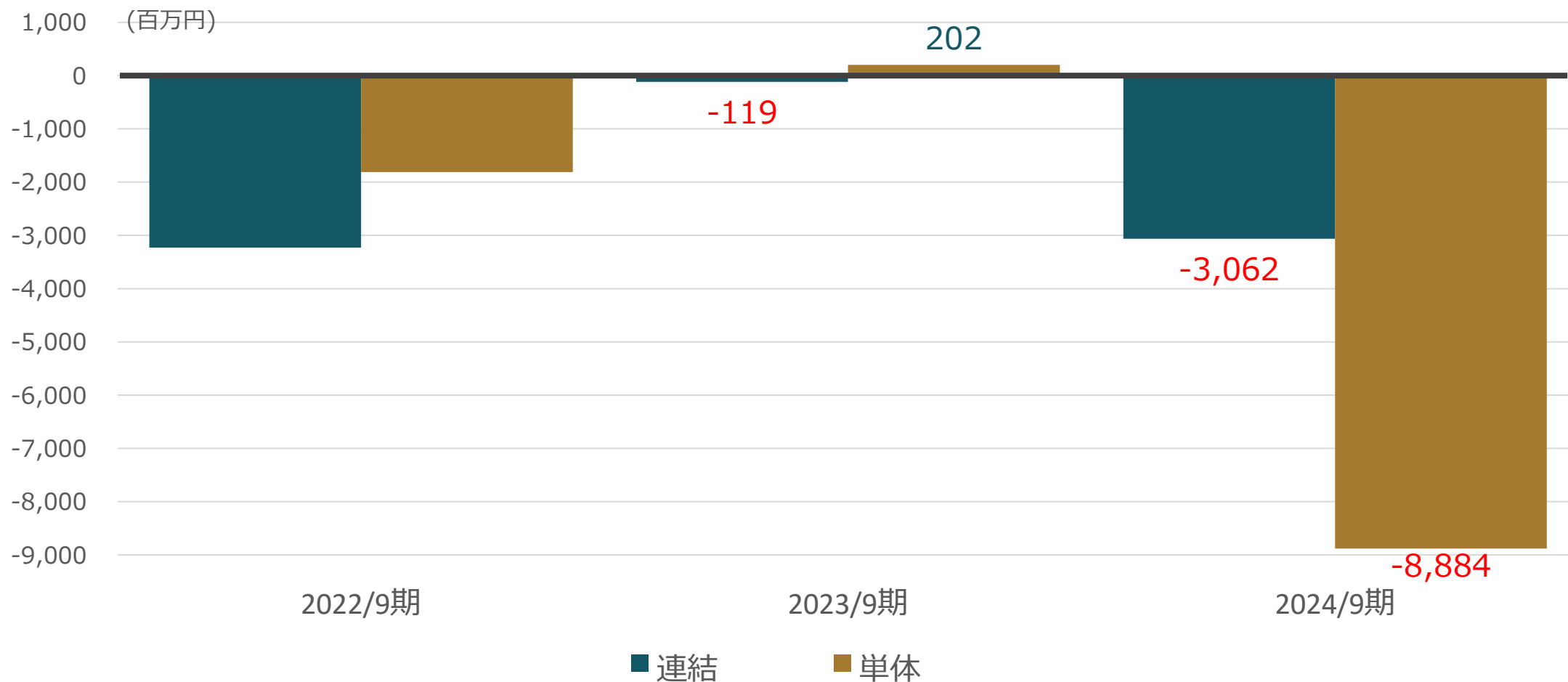
□ 2024 / 9期 決算概要(経常損益)

単体の経常損失の主な要因は、サマンサ社への貸倒引当金となります



□ 2024 / 9期 決算概要(当期損益)

連結は減損損失、単体は関係会社株式評価損（サマンサ社株式）が主要因となります



□出退店実績及び2025/9期計画

業態	2024/9期 出店	2024/9期 退店	2024/9期末 店舗数	2025/9期 出店計画	2025/9期 退店計画
コナカ・フタタ	0	9	171	2	5
SUIT SELECT	4	8	180	5	5
DIFFERENCE	6	5	65	2	1

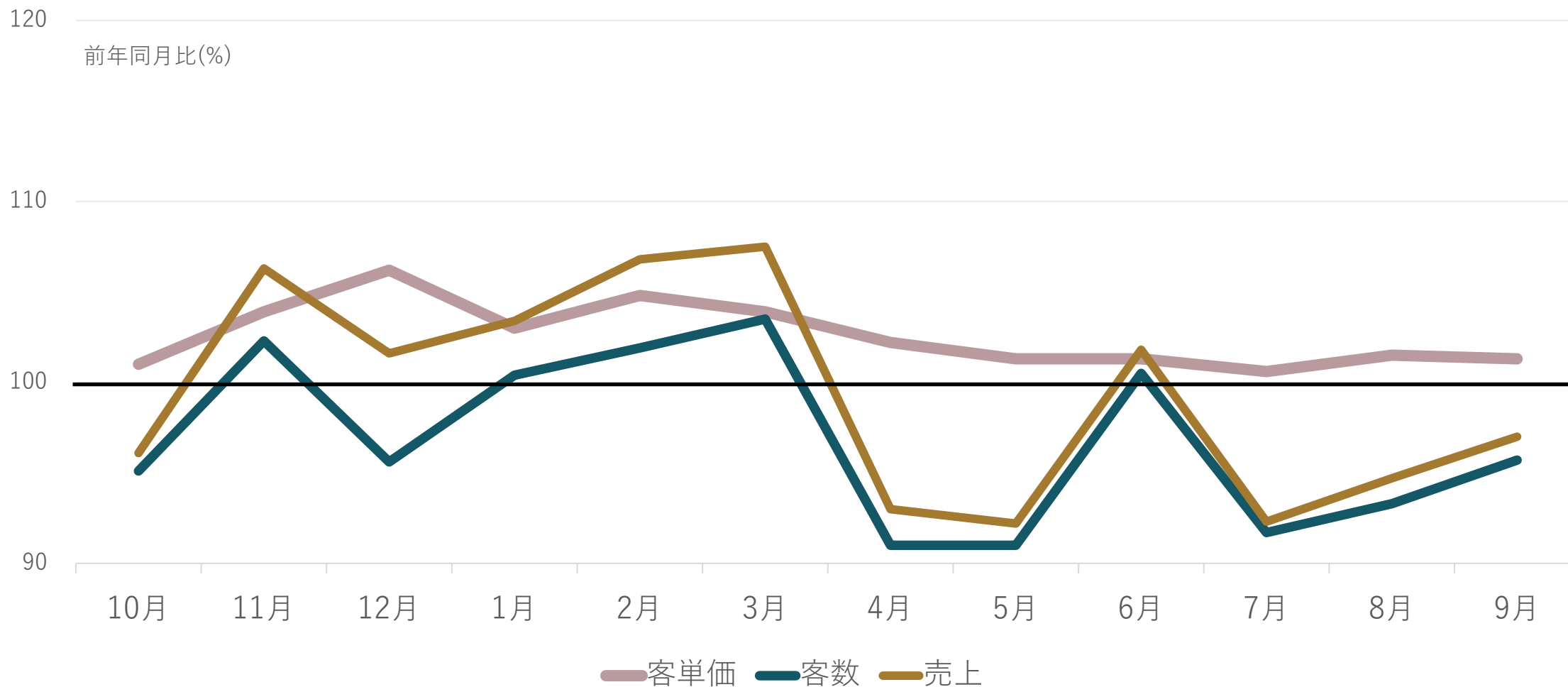
9 11

□ 2025 / 9期の業績予想（単体）

(単位:百万円)	2025/9期予想	2024/9期実績	増減
売上高	38,993	37,471	1,522
営業利益	809	△240	1,049
経常利益	1,171	△1,159	2,330
純利益	520	△8,884	9,404

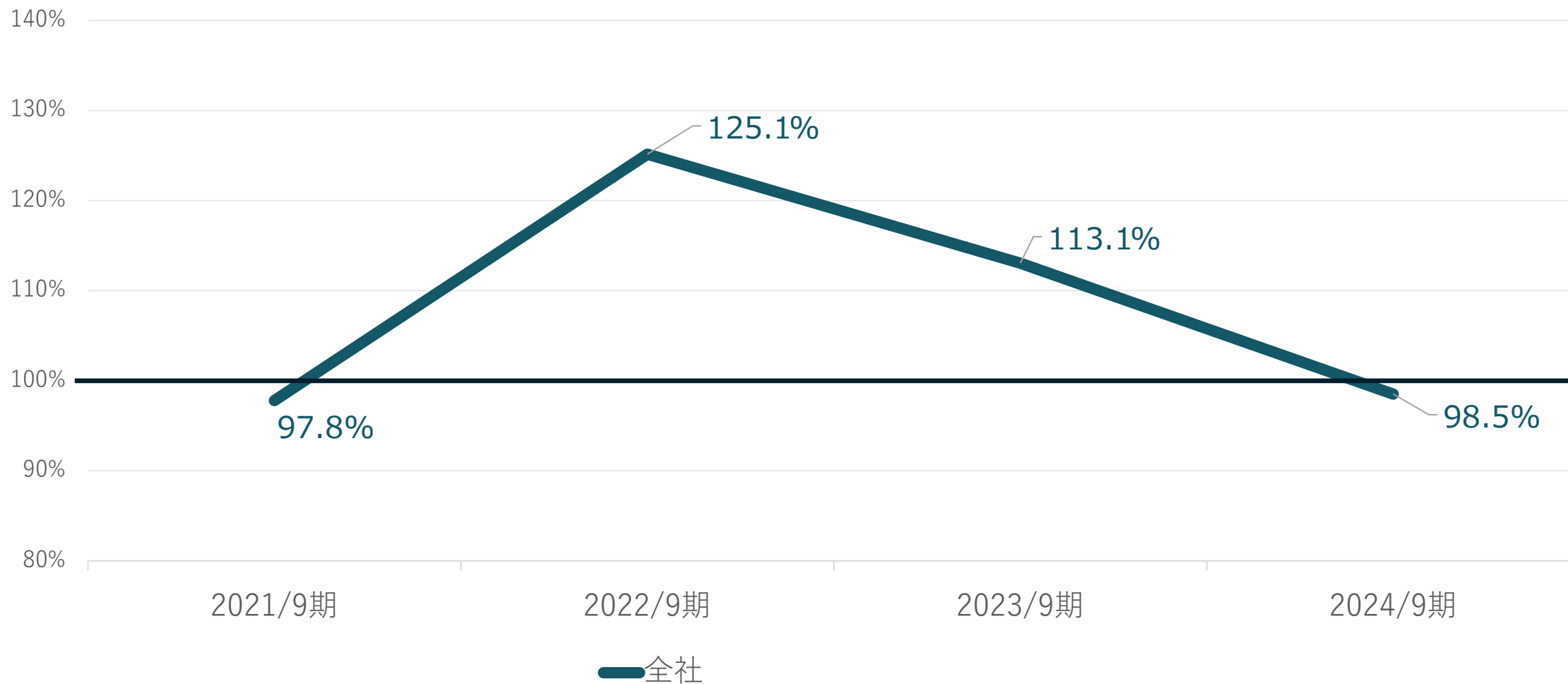
□全店売上高・客数・客単価の前年同月比

客数は前年比苦戦いたしました、客単価は前年を上回り続けました



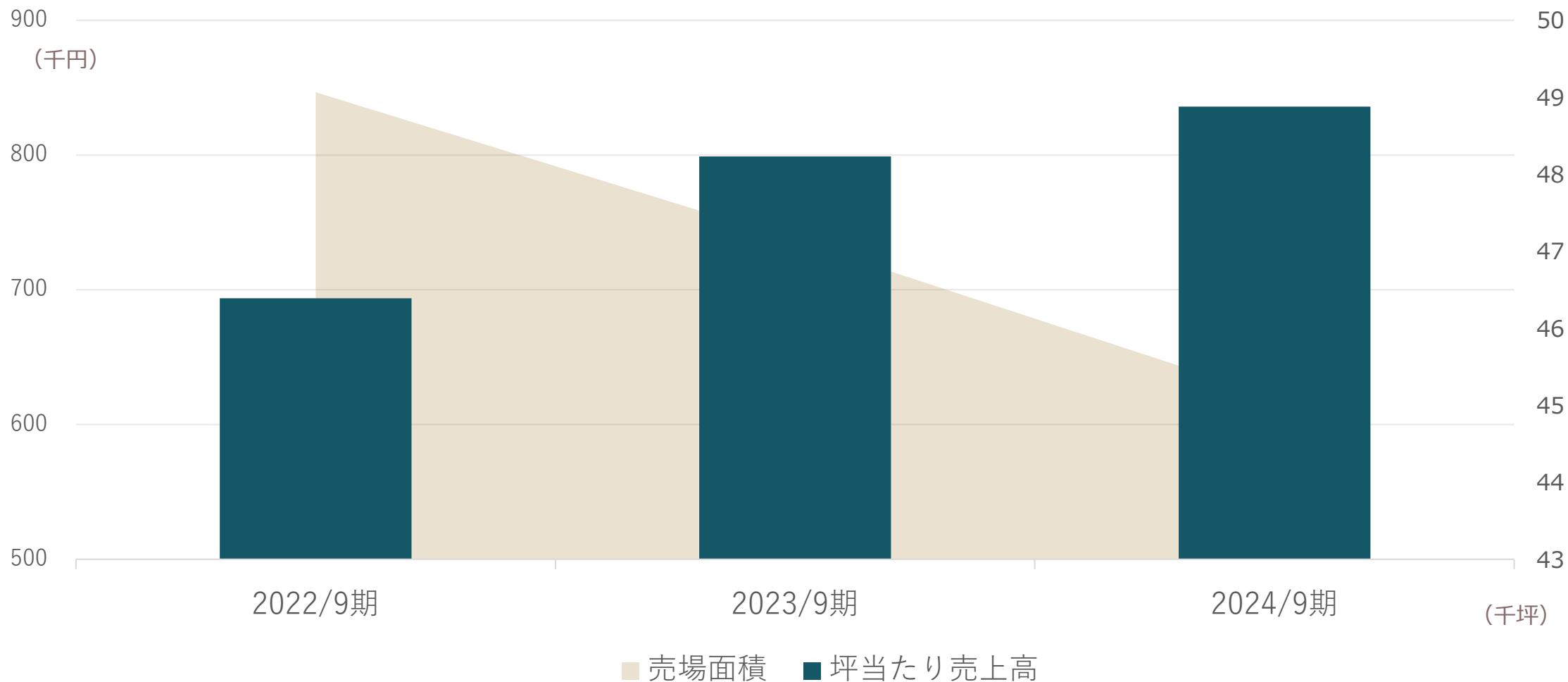
□ 一人当たり売上高の前年対比の推移

人員確保を優先した結果、一人当たり売上高は前年を下回りました



□坪当たり売上と売場面積の推移

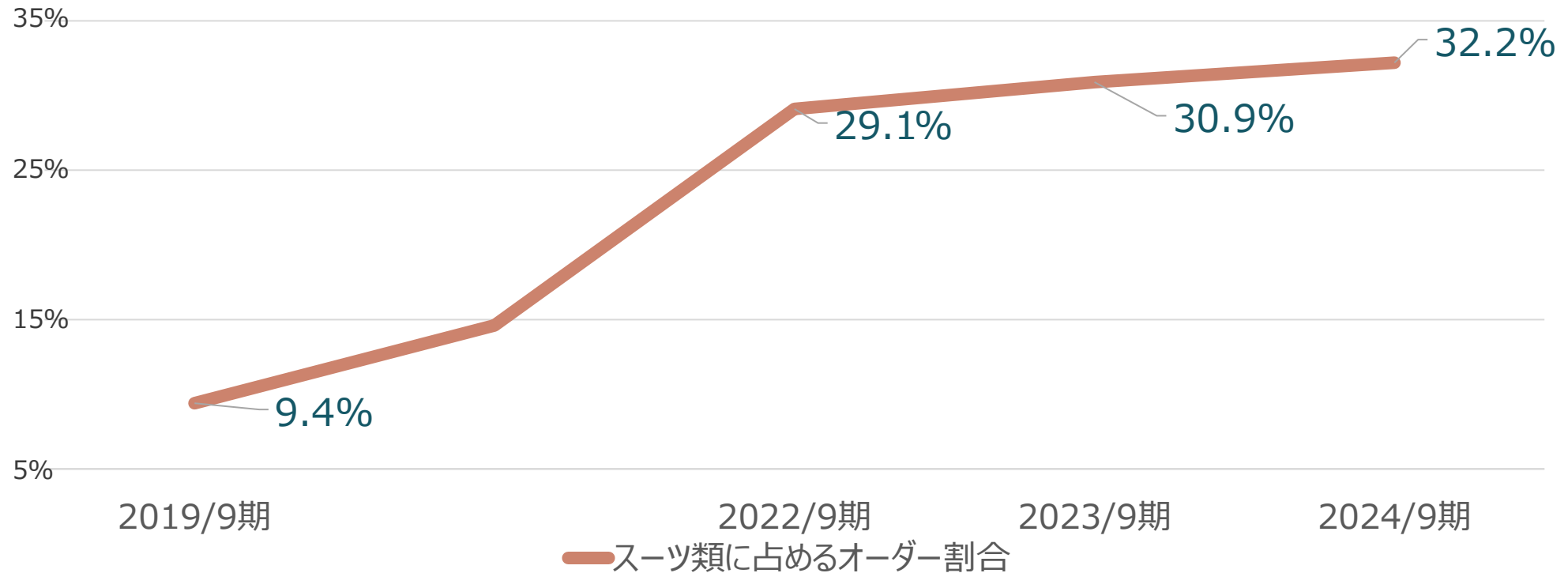
コナカ・フタタの退店、SUIT SELECTのリロケーションにより年々改善しています



□ オーダーの売上とスーツ類に占める割合

オーダーの売上は安定的に伸長し、スーツ類に占めるオーダー売上は32%となりました

(百万円)



スーツ類：スーツ、セットアップ、パターンオーダーの合計

□ 各事業について



- 退店と一部転貸により、坪当たり売上が向上し、本社経費を除いた営業損益が改善しました

|||| SUIT SELECT

- 人員の確保により順調に売上を伸ばすことができましたが、一人当たりの売上（生産性）が今後の課題となりました

DIFFERENCE

- 客単価と売上は前年を上回り続け、着実に成長しています

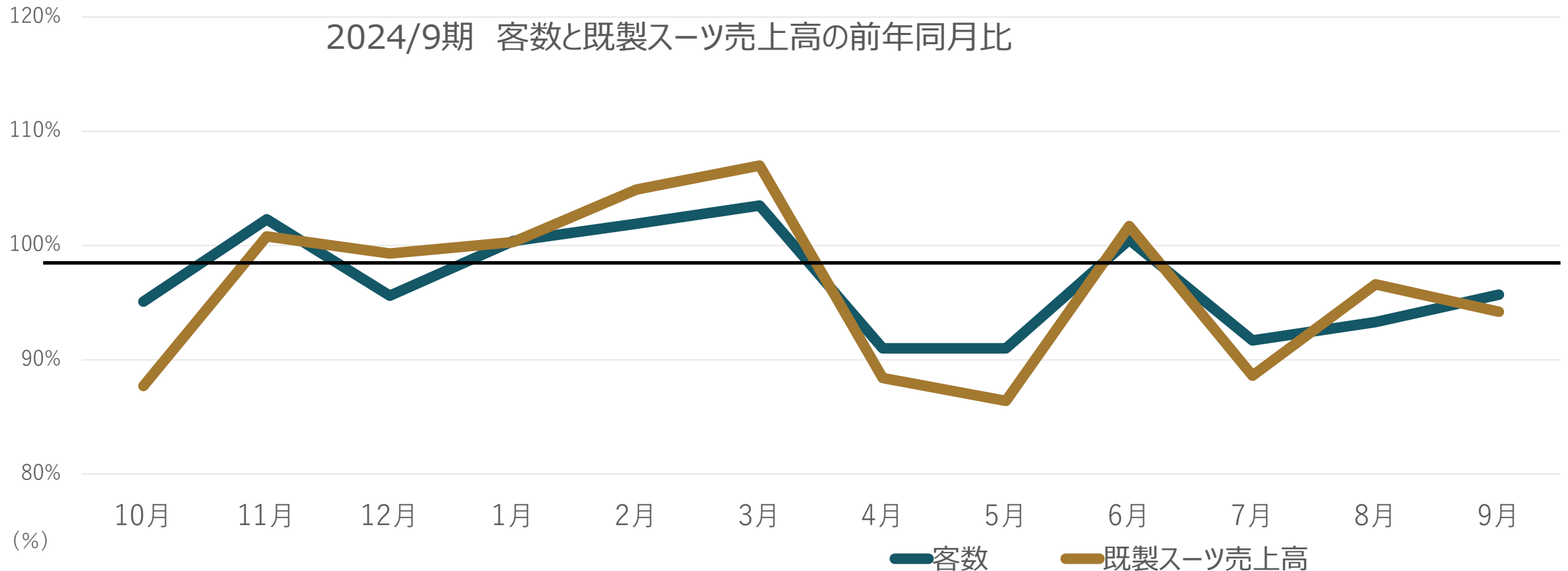
来期への課題

- ①客数の確保
- ②一人当たり生産性の向上



□ 客数の確保①

4月以降は、連日の猛暑日、大雨・台風の影響で客数で苦戦しました
ビジネスシーン・フォーマルシーンでの軽装化が進み、既製スーツの売上も4月以降伸び悩みました



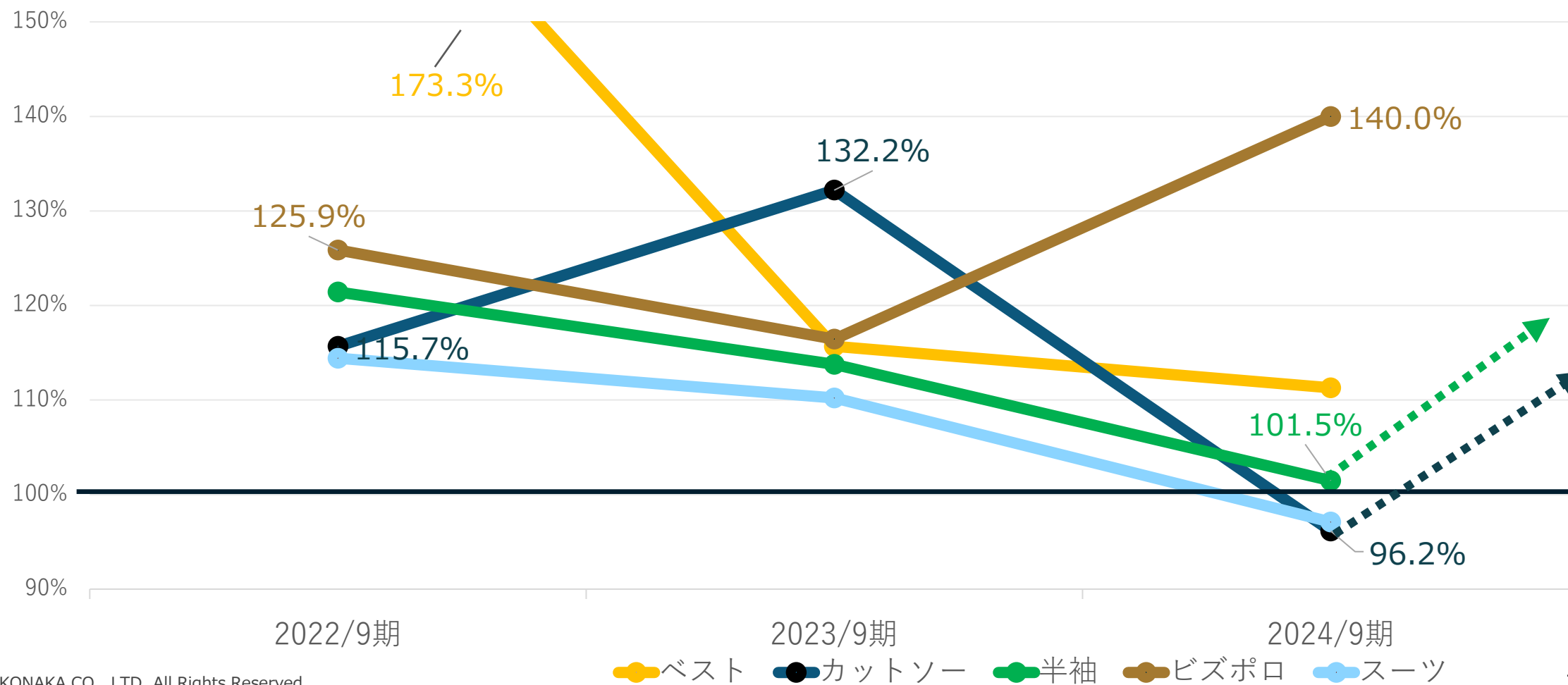
□客数の確保②

ビジネスウェアの再定義



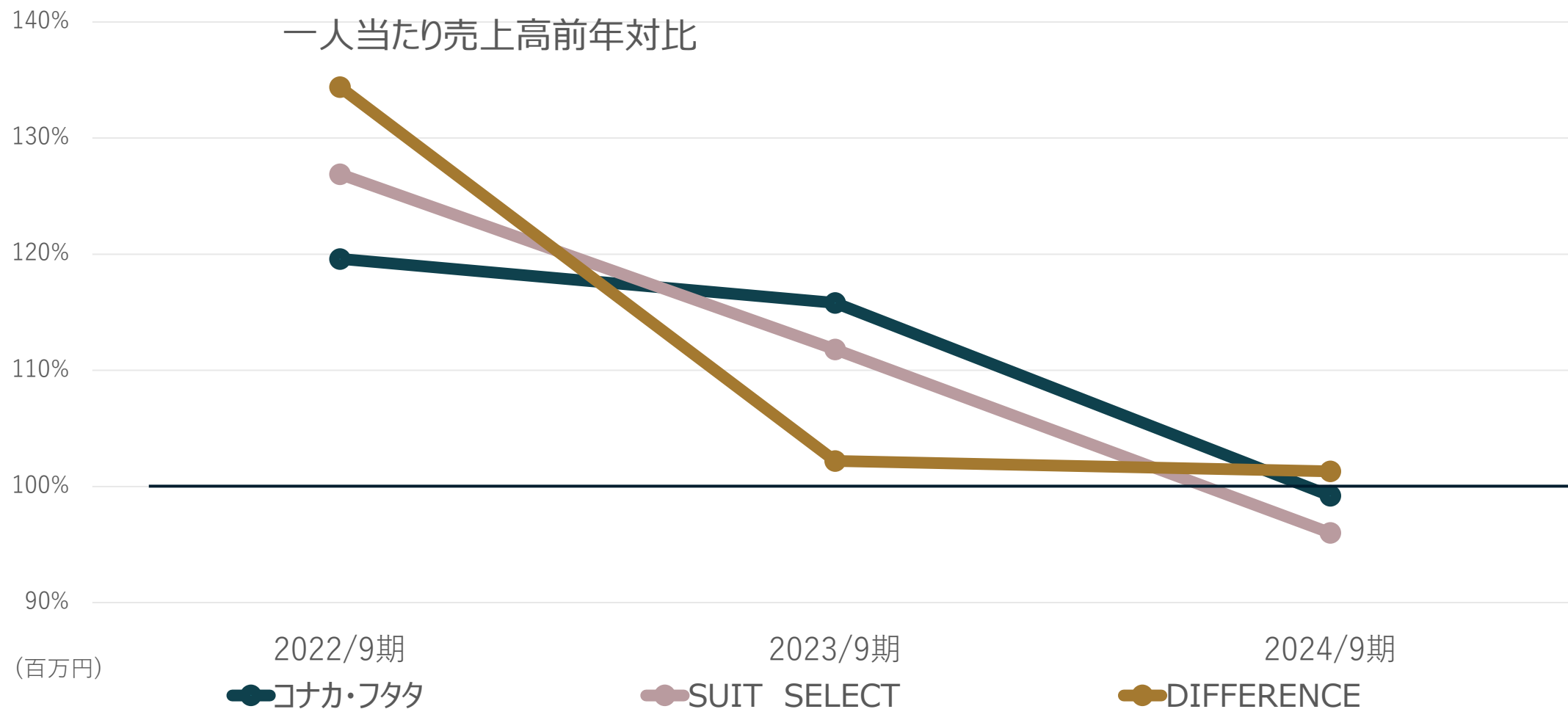
□客数の確保③

特に、カットソーなどは、6月早々に完売してしまい、機会ロスとなりました
また半袖ワイシャツは、仕入れの関係で立ち上がりが遅れ、初期の実売期の機会損失に繋がってしまいました



□ 一人当たりの生産性

期中平均人員は確保できましたが、一人当たり売上高がSUIT SELECTで低下しました



中期経営計画の進捗状況



□IT投資 業務改善及び顧客満足の上

- 5月に約一年半かけて取り組んできた基幹システムをフルスクラッチからパッケージ化・標準化への更新を完了いたしました
- 商品、物流、会計がシームレスにつながりやすくなり、今後、効率化が見込まれます
- 今後、EC等外部連携もスムーズに連携が可能になります
- 第2フェーズとして、レジ周り、顧客、決済などの店舗システムの更新に着手しております

□SPAモデルの再構築 海外の新工場稼働

ベトナムのオーダー用工場にて新たに生産がスタートしました



2. サマンサタバサの現状のご報告

株式会社サマンサタバサジャパンリミテッド

代表取締役社長

古屋 幸二



□サマンサ社（連結）業績予想

(単位:百万円)	2025/9期予想	2024/9期実績	増減
売上高	18,141	20,582	△2,441
営業利益	△ 241	△1,156	915
経常利益	△ 349	△1,424	1,075
純利益	△ 869	△2,202	1,333

Samantha Thavasa

問題点	対策
脆弱な管理体制（組織、予実管理、KPI等）	意識改革、予算プロセスの見直し、組織変更
ブランド戦略 （頻繁に繰り返されたリブランディング）	ブランドの整理、縮小 ≡ 原点に近づける
ブランドコンセプトから外れたMD戦略	強みを活かした商品開発
偏ったマーケティング政策	デジタル施策の活用、スポンサーシップの中止
韓国、中国などの放置された海外戦略	ロッテとの協業再開、他子会社の清算
リボーン計画（店舗統廃合、システム投資）	該当店舗のリニューアル、システムの スペックダウン
無着手のインバウンド政策	英語のHP作成、訪日客への導線確保

問題点	対策
<p>ライフスタイルの変化への対応 (郊外大型店舗の需要減)</p>	<p>大型ロードサイド型から小型商業施設店舗へ転換</p>
<p>新規出店 (成功パターンから外れたSCへの出店)</p>	<p>身の丈にあった商業施設への出店 (機会があれば) EC強化</p>
<p>不採算店舗の継続</p>	<p>退店、移転</p>
<p>既存店舗の未メンテナンス</p>	<p>外装の補修→改装セールによる活性化</p>
<p>偏った商品政策 (PBブランド増、インポート商材減)</p>	<p>PBの売場/在庫適正化、インポート商材の強化</p>

3. 当グループの現状のご報告

代表取締役社長CEO
湖中 謙介

