



大切な想いの、すぐそばに。

決算説明資料

| 2024年12月期 通期



1. 決算概況

業績ハイライト
損益計算書の詳細
貸借対照表の詳細
重要財務指標の実績

2. 当期レビュー

事業概況
重点施策の進捗状況

3. 来期の取組と計画

2025～2027年中期経営計画(サマリー)
業績予想

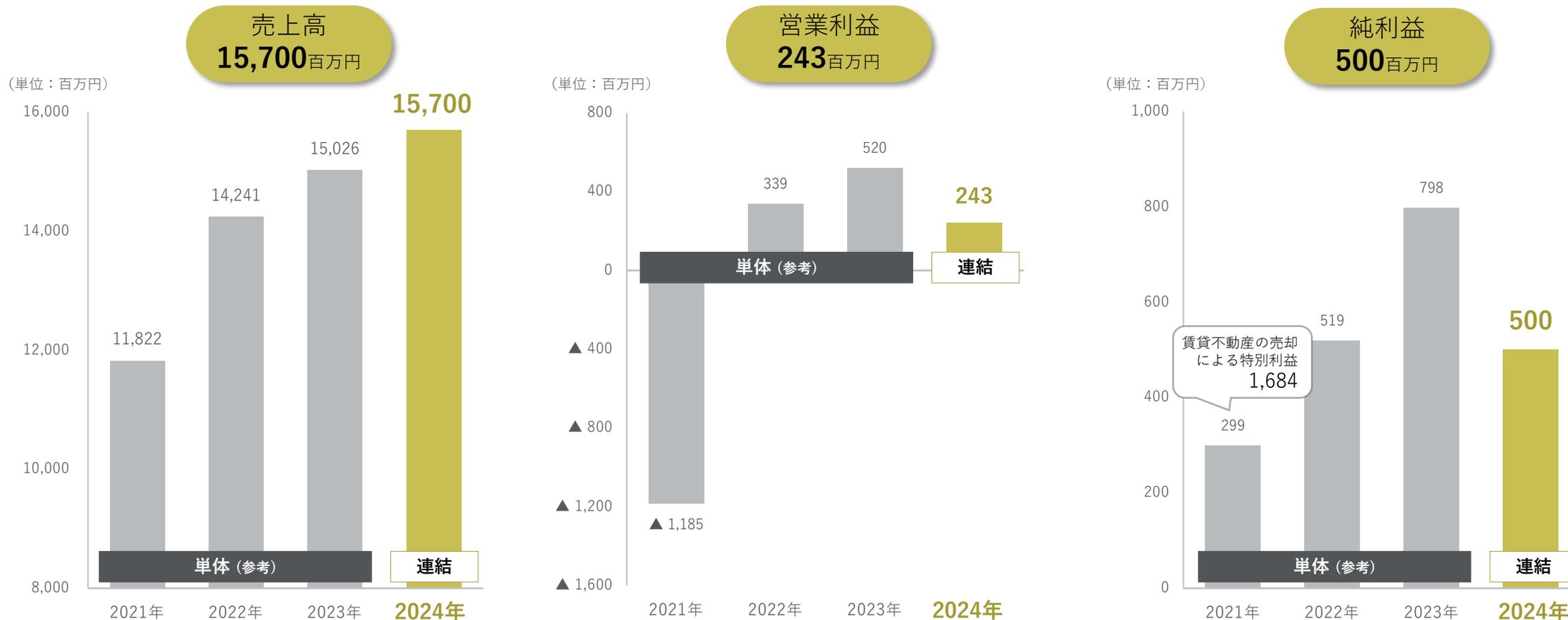
4. その他データ

販売チャネル別売上高
実店舗数の推移
EC売上高及びEC化率の推移

1. 決算概況

1. 決算概況 業績ハイライト

売上高は増収となったものの、利益面では販管費の増加で営業利益、親会社株主に帰属する純利益ともに減益となりました。



当連結会計年度において、株式会社キャナルジーン的全株式を取得し子会社したことに伴い、同社を連結の範囲に含めております。
なお、資料中の対中計増減比較/対前年増減比較は、2022-2024年度中期経営計画/2023年12月期(単体)と2024年12月期(連結)の単純比較となります。

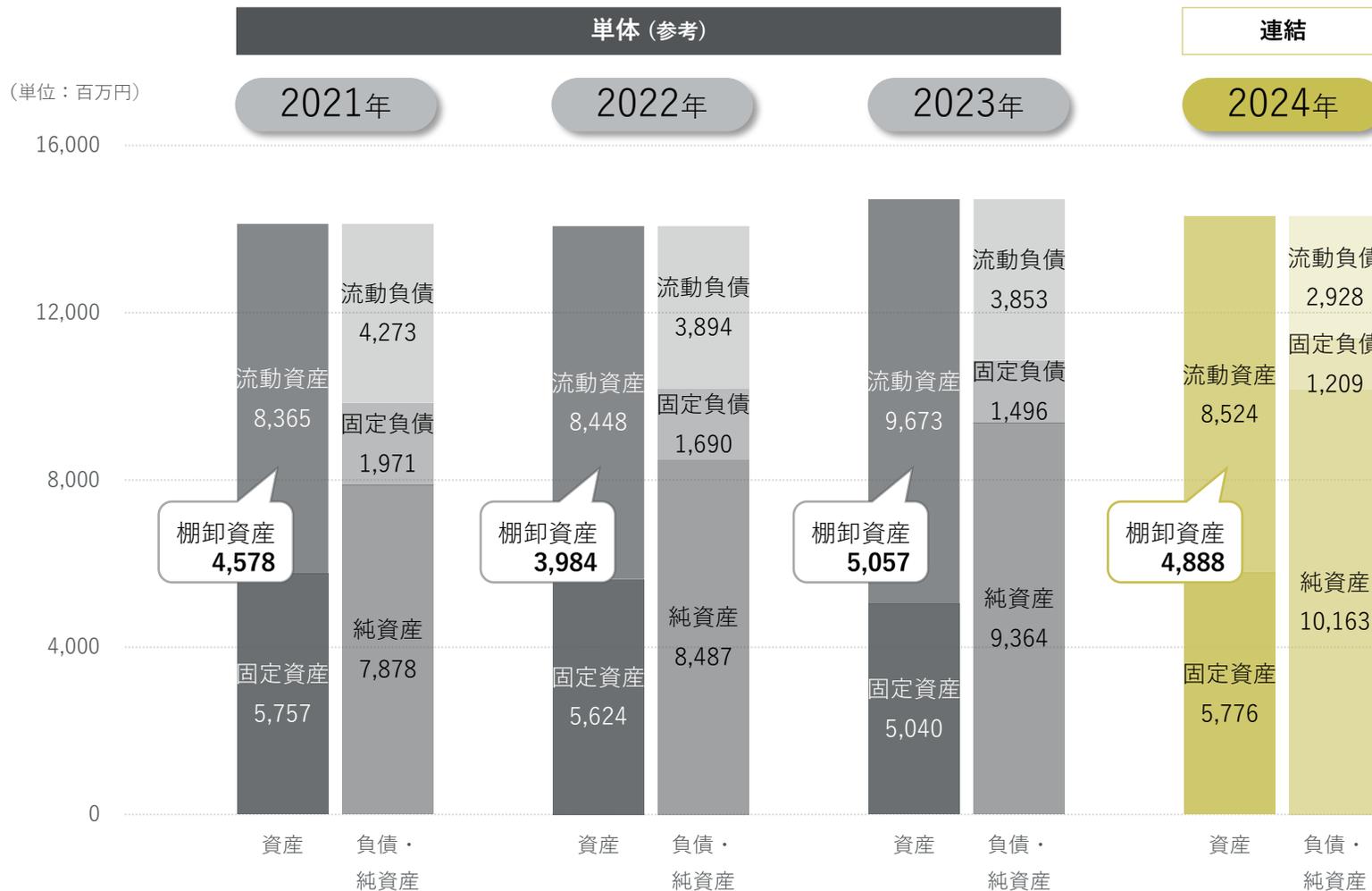
1. 決算概況 損益計算書の詳細

2024年を最終年とする中期経営計画に対しては、売上高・営業利益率ともに計画並みの着地となりました。営業利益は前倒しで達成しており、本年は成長への投資を強化しました。

(単位:百万円/%)	単体 (参考)			中計	連結	対中計 増減比	対中計 増減率
	2021年	2022年	2023年	2024年	2024年		
売上高	11,822	14,241	15,026	15,500	15,700	+200	+1.3%
売上総利益	5,615	7,218	7,830	—	8,052	—	—
(率)	47.5	50.7	52.1	51.4	51.3	▲0.1 _點	
販管費	6,800	6,879	7,310	—	7,809	—	—
(率)	57.5	48.3	48.6	49.8	49.7	▲0.1 _點	
営業利益	▲1,185	339	520	250	243	▲6	▲2.8%
(率)	—	2.4	3.5	1.6	1.5	▲0.1_點	
当期純利益	299	519	798	—	500	—	—

1. 決算概況 貸借対照表の詳細

子会社の株式取得に伴う現金・預金の減少／のれん・投資有価証券の増加がありました
 たが、棚卸資産の削減の取り組み等で総資産は減少しました。



【流動資産】

対前年増減比 ▲1,148百万円
 現金・預金 ▲898
 棚卸資産 ▲168

現金・預金の減少は主に子会社株式取得によるもの

【固定資産】

同 +735百万円
 のれん +431
 投資有価証券 +287

のれん・投資有価証券の増加は主に子会社の株式取得によるもの

【流動負債】

同 ▲925百万円
 仕入債務 ▲849

仕入債務の減少は主に仕掛・仕入の減少によるもの

【固定負債】

同 ▲287百万円
 退職給付に係る負債 ▲237

【純資産】

同 +798百万円
 利益剰余金 +386

1. 決算概況 重要財務指標の実績

中期経営計画における効率性を測る重要財務指標については、売上総利益率・販管費比率は計画並みとなったものの、棚卸資産回転率は計画を下回りました。

	単体 (参考)			中計	連結	対中計 増減比
	2021年	2022年	2023年	2024年	2024年	
棚卸資産回転率 の改善	2.58回転	3.57回転	2.97回転	3.75回転	3.21 回転	▲0.54回転 コロナ禍からの回復過程における政策的な在庫の積み増しや原価高騰の影響で、対中計増減比▲0.54回転となりました。
売上総利益率 の向上	47.5%	50.7%	52.1%	51.4%	51.3%	▲0.1% 原価高騰の影響はあったものの、販売価格の見直等の対策を講じたことで、計画並みとなる同▲0.1%となりました。
販管費比率 の改善	57.5%	48.3%	48.6%	49.8%	49.7%	▲0.1% 売上高の増加に伴う販売促進費や荷造運賃等の変動費が増加したものの、不採算店の撤退等による効率化を進め同▲0.1%となりました。

2. 当期レビュー

2. 当期レビュー 事業概況－事業部別売上構成比－

コロナ後のリアル店舗回帰で卸売・SCが堅調に推移するとともに、ECの成長が安定したこともあり、売上高構成比は卸売事業が計画に対して伸長しました。

(単位：%)	単体 (参考)			中計	連結	対中計 増減比		
	2021年	2022年	2023年	2024年	2024年			
フォーマル事業	小売事業 SC・EC	13.4	14.5	15.6	17.6	15.7	▲1.9 _{ポイント}	SCは新規出店に加え、ブライダルニーズが堅調で売上高対前年増減率5.3%増、ECは同7.9%増となりました。
	卸売事業 百貨店・量販店	67.9	68.9	68.9	64.1	65.9	+1.8 _{ポイント}	百貨店は主力大型店舗を含む閉店等の影響で百貨店で同3.7%減、量販店で同1.1%増となりました。
	新規事業 レンタル・kuros'	0.3	0.6	0.8	1.3	0.9	▲0.4 _{ポイント}	構成比は計画に届かなかったものの、レンタル事業で同4.9%増、kuros'事業で同34.1%増と堅調に推移しました。
	その他 専門店・通販	18.4	16.0	14.6	17.0	13.1	▲3.9 _{ポイント}	主力販路の不振で売上高は同5.4%減と前年を下回り、構成比も対中計増減比▲3.9 _{ポイント} となりました。
ライフスタイル事業 CANAL JEAN	-	-	-	-	4.4	+4.4 _{ポイント}	2024年12月期第2四半期より、株式会社キャナルジーンを連結の範囲に含めております。	

2. 当期レビュー 事業概況－商品別売上高－

アクセサリは前年を下回りましたが、主力となるブラックフォーマル・カラーフォーマルの販売は堅調に推移しました。

	(単位：百万円)	単体 (参考)			連結	対前年 増減率
		2021年	2022年	2023年	2024年	
フォーマル事業	ブラック フォーマル	7,895	9,245	9,917	9,923	0.1%
	カラー フォーマル	2,064	2,645	2,617	2,645	1.1%
	アクセサリ	1,862	2,350	2,492	2,437	▲2.2%
ライフスタイル事業 CANAL JEAN		-	-	-	694	-



卸売事業の進化

魅力的な売場作り・サービスの提供による競争力の強化



tokyo soir ショップの事業モデル確立

- ・百貨店15店舗、量販店16店舗で展開
(前年同期比 +7店舗)
- ・既存フォーマル売場にはないオリジナルアイテムの開発・展開
- ・スタッフ研修の強化、SNSでの情報発信拡大



販路・店舗特性に合わせた商品企画・提案の強化

- ・百貨店を中心とした富裕層に向けたブラック/カラーフォーマルのラグジュアリー企画の展開 (売上高は計画比 147.0%)
- ・量販店を中心とした大きいサイズに特化したパターンのブラックフォーマル企画の展開 (同131.1%)

小売事業の売上拡大 (form forma)

”form forma”ブランドの認知度向上



オリジナル商品の拡充

- ・ 藤本美貴さんとの共同開発商品の展開
- ・ プラスサイズ(大きいサイズ)モデル事務所GLAPOCHA(グラぼちゃ)との共同開発商品の展開



ドミナント※を意識した出店継続

- ・ 東海エリアへの出店
(ユニモール(6月)、モレラ岐阜(10月))
- ・ 展開店舗は関東17店舗・東海5店舗・関西7店舗の29店舗(24年12月末現在)

※地域を絞って集中的に出店する戦略

小売事業の売上拡大 (EC)

集客力の強化



公式ECサイトの大型リニューアル

- ・ 事業ドメイン拡張を見据えたサイトの構築
- ・ 統一されたコーポレートイメージでの顧客へのアプローチ
- ・ 「フォーマルメッセージ」から「tokyo soir online store」へ屋号を変更



新規顧客の創出

- ・ 新規ドレスブランド「traumerei」や仕入雑貨(ルームシューズ・インナー等)の拡充による新規プロダクトの展開強化
- ・ 好評企画「たためるフォーマル」シリーズ第4弾・第5弾のクラウドファンディングでの展開

事業領域の拡大

ライフスタイル事業の拡大



(kuros') 常設大型店舗の新規出店

- ・ K I T T E 丸の内への展開(10月)
- ・ アパレル、キッチン・ダイニング、食品、リビング、ヘルス & ビューティー等のアイテムを集積した、黒の世界を表現



(CANAL JEAN) キャナルジーンの子会社化

- ・ 発行済み株式を取得し、子会社化
- ・ レディースファッションを中心にECと実店舗を運営
- ・ 自社サイトやファッションモールでの販売に強みを持ち、高いEC化率を実現

社会環境変化への対応

持続可能な社会の発展に貢献する取り組みの推進



サステナブル経営の実践

- ・基本方針・重視すべきマテリアリティの開示
- ・サステナブル経営推進委員会の設置による推進体制の構築



循環型プラットフォーム「CicroMate※」に参加

- ・商品返品時に使用された保護用のビニールカバーを資源としてセンコーグループが回収し、再生樹脂化を経て作られた新たなビニールカバーを当社が使用

※センコーグループホールディングス株式会社を中心となり、プラスチックを回収し再生する資源循環型プラットフォーム

3. 来期の取組と計画

フォーマル事業では、フォーマルライフ※のリーディングカンパニーを目指していきます。

※「冠婚葬祭に限らない、人生の節目となる全てのライフイベント」と定義



事業領域の拡大 (長期ビジョンへの挑戦)

tokyo soir

form forma
~Double Formal Closet~

tokyo soir
online store

TOKYO SOIR OUTLET
ONLINE STORE

TOKYO SOIR
RENTAL DRESS



● 狙うべきマーケットの拡張（フォーマルライフマーケットでの価値提案）

- ・フォーマルの枠を超えたオリジナルアイテムの展開拡充
- ・リトルオケージョン(ちょっとしたハレの日)の訴求による新たなニーズの掘り起こし
- ・ライフイベントに関する情報発信やサービスの開発



● 顧客体験価値の向上

- ・直営店の出店による顧客接点の拡大
- ・オフィシャルECサイトのサービス拡充による直営店との連携（シームレスな購入体験やサービスの実現）
- ・レンタルサービスやリペアサービス等の販売以外のサービスも提供可能な環境作り



ライフスタイル事業では、顧客接点の拡大・新規顧客の獲得に向けて、新規出店およびサービスの拡充に取り組んでいきます。



事業領域の拡大
(長期ビジョンへの挑戦)

CANAL JEAN



● 顧客接点の強化

- ・ 厳選した地域への出店による顧客接点の拡大
- ・ オフィシャルECサイトのリニューアルによる顧客満足度の向上 (UI・UX改善)
- ・ リアル店舗とオフィシャルECサイトとの統合によるシームレスな購入体験の実現

● ブランド認知度の向上

- ・ ブランドアイデンティティの発信
- ・ デジタルマーケティングやイベントの活用

● M & A、業務提携の推進

経営計画達成に向けたグループ全体の事業基盤の見直し・強化、継続課題である効率化についても以下の通り、取り組んでいきます。



事業基盤の整備 (環境変化への対応)

- **コーポレートブランドの浸透(アウターブランディング)**
 - ・ P R 強化による企業価値の向上
 - ・ マーケティング戦略の推進による認知拡大、新たな顧客基盤の構築
- **組織再編と人材戦略の推進**
 - ・ 事業戦略の達成に向けた機能別組織の組成
 - ・ 専門的スキルを持つ人材の育成と採用、社員のリスクリング
- **サステナブル経営の実践**
 - ・ 持続可能な社会の発展に貢献する取り組みの推進
 - ・ レンタル事業の拡大



効率化の追求 (稼ぐ力の強化)

- **資産効率の改善**
 - ・ 資本コストや株価を意識した経営の推進
- **業務運営の効率化**
 - ・ 基幹システムの見直しとデータ分析基盤の再構築
 - ・ 店舗運営のデジタル化推進



3. 来期の取組と計画 業績予想

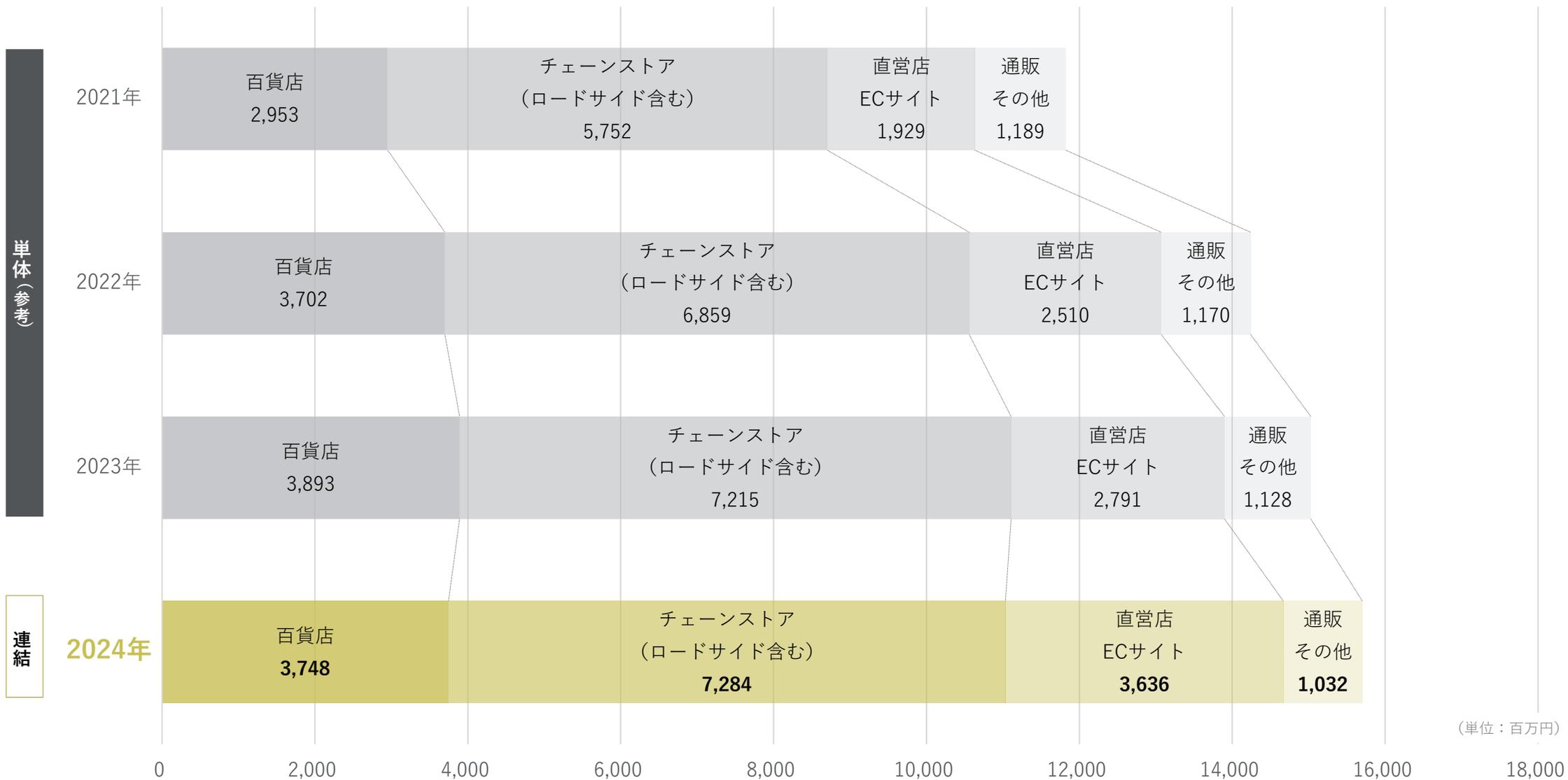
2025年12月期は、売上高167億円、営業利益3億円、親会社株主に帰属する当期純利益3.3億円を見込んでおります。また、期末配当(予想)は45円を予定しております。

(単位:百万円/%)	単体(参考)			連結	業績予想	対24年 増減比	対24年 増減率
	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年		
売上高	11,822	14,241	15,026	15,700	16,700	+999	+6.4%
営業利益	▲1,185	339	520	243	300	+57	+23.4%
(率)	-	2.4	3.5	1.6	1.8	+0.2 <small>割</small>	
親会社株主に帰属する 当期純利益	299	519	798	500	330	▲170	▲34.1%

当期(24年)は、繰延税金資産の計上に伴う法人税等調整額(益)▲188百万円の計上による、親会社株主に帰属する当期純利益の増加がありました。そのため、来期(25年)の業績予想では親会社株主に帰属する当期純利益が当期に対して減少する計画となっております。

4. その他データ

4. その他データ 販売チャネル別売上高



単体(参考)

連結

※本データは「販売チャネル別の売上高を四捨五入で表示しており、合計が決算短信における全社の売上高と一致しない場合がございます。また、本データにおける販売チャネルは、9ページの当社の事業別のセグメントとは異なります。

4. その他データ 実店舗数の推移

		2021年	2022年	2023年	2024年	対前年 増減比
実 店 舗 数	百貨店	132	116	111	106	▲5
	（うち、モノポリー）	62	50	52	52	-
	量販店	580	554	544	517	▲27
	（うち、モノポリー）	271	256	248	236	▲12
	フォームフォルマ	25	25	28	29	+1
	アウトレット	7	9	8	7	▲1
	計	744	704	691	659	▲32

※店舗数は各年度の期末時点で店頭展開している売場数を参照しております(同一店舗に2か所売場がある場合は2店舗と換算)。

※期間限定展開等の催事及びロードサイド、レンタル、kuros'、CANAL JEANは除外しています。

※モノポリー店舗とは、当社1社体制の売場を指しています。

4. その他データ EC売上高及びEC化率の推移



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載は、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。