

2014年3月期 決算説明会

2014年 6月10日

株式会社 **桑山**

JASDAQ・証券コード: 7889



- I. 決算概況と業績見通し**
- II. 2014年3月期レビュー**
- III. 2015年3月期の重点施策**
- IV. トピックス**

本資料で記述しております業績予想並びに将来予想は、現時点で入手可能な情報に基づいて算定しておりますが、需要動向などの業況の変化、物価変動、為替変動等、多分に不確定要素を含んでおります。そのため、実際の業績は様々な要因の変化により業績予想と乖離することもありますので、ご承知おきいただきますようお願いいたします。

I . 決算概況と業績見通し

2014年3月期 連結決算のポイント

- 売上高は、中国市場を中心に深耕と新規販路の開拓を進め取引拡大したこと、国内市場ではシェアの拡大に成功し大幅な販売の増加により前期比 9.0%の増収で 358億18百万円
- 営業利益は、人件費や広告費、手数料など販売費及び一般管理費が増加したが売上総利益の増加がそれを上回り前年比75.1%の増益で14億62百万円
- 当期純利益は支払手数料1億49百万円、固定資産除却損71百万円、法人税等4億16百万円の計上となったが、前期比14.6%の増益で8億円となり2014年3月期は前年度に続き増収、増益の決算

(単位:百万円)

	2013年3月期		2014年3月期		前期比 増減額
		伸び率		伸び率	
売上高	32,847	12.4%	35,818	9.0%	2,971
営業利益	835	0.8%	1,462	75.1%	627
経常利益	841	40.0%	1,294	53.8%	453
当期純利益	698	21.8%	800	14.6%	102

要約連結損益計算書

(単位:百万円)

	2013年3月期		2014年3月期		前期比 増減額
		伸び率		伸び率	
売上高	32,847	12.4%	35,818	9.0%	2,971
売上原価	24,575	6.8%	26,041	6.0%	1,466
売上総利益 (売上高総利益率)	8,271 (25.2%)	33.0%	9,777 (27.3%)	18.2%	1,505
販管費	7,436	38.0%	8,314	11.8%	878
営業利益 (売上高営業利益率)	835 (2.5%)	0.8%	1,462 (4.1%)	75.1%	627
営業外収益	251	117.3%	165	△34.2%	△86
営業外費用	244	△28.5%	332	35.9%	87
経常利益	841	40.0%	1,294	53.8%	453
特別利益	1	△79.9%	5	347.4%	4
特別損失	4	△79.2%	84	1,795.6%	79
当期純利益	698	21.8%	800	14.6%	102
1株当り純利益(円)	69.83	21.4%	79.57	13.9%	9.74

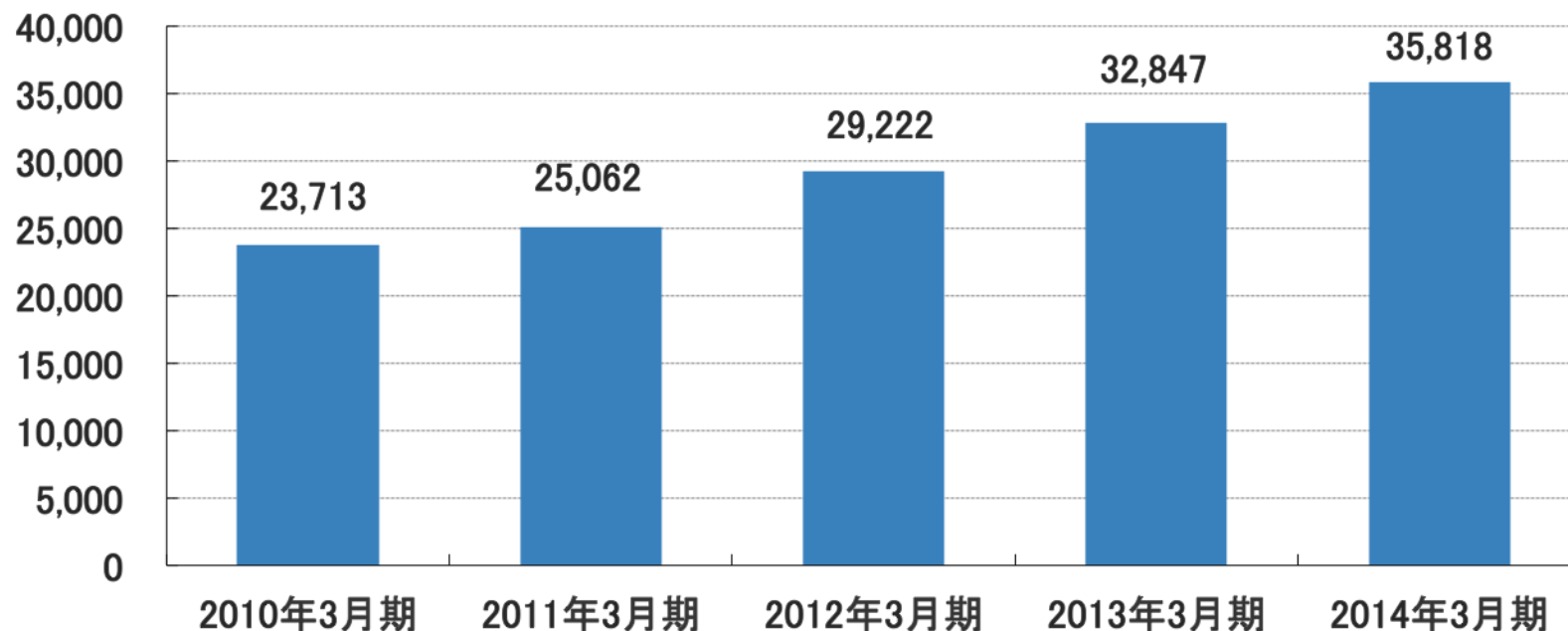
要約連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2013年3月末		2014年3月末		前期比 増減額
		構成比		構成比	
流動資産	16,427	60.6%	16,344	59.2%	△82
現金預金	3,143	11.6%	2,904	10.5%	△239
受取債権	5,113	18.9%	4,615	16.7%	△497
棚卸資産	7,418	27.4%	8,426	30.5%	1,007
固定資産	10,676	39.4%	11,279	40.8%	602
資産合計	27,103	100.0%	27,623	100.0%	520
流動負債	9,961	36.8%	10,896	39.4%	934
支払債務	1,341	4.9%	1,030	3.7%	△311
固定負債	3,695	13.6%	2,317	8.4%	△1,377
負債合計	13,656	50.4%	13,213	47.8%	△443
純資産	13,446	49.6%	14,410	52.2%	963
有利子負債	10,455	38.6%	9,936	36.0%	△519

売上高の推移

(単位:百万円)



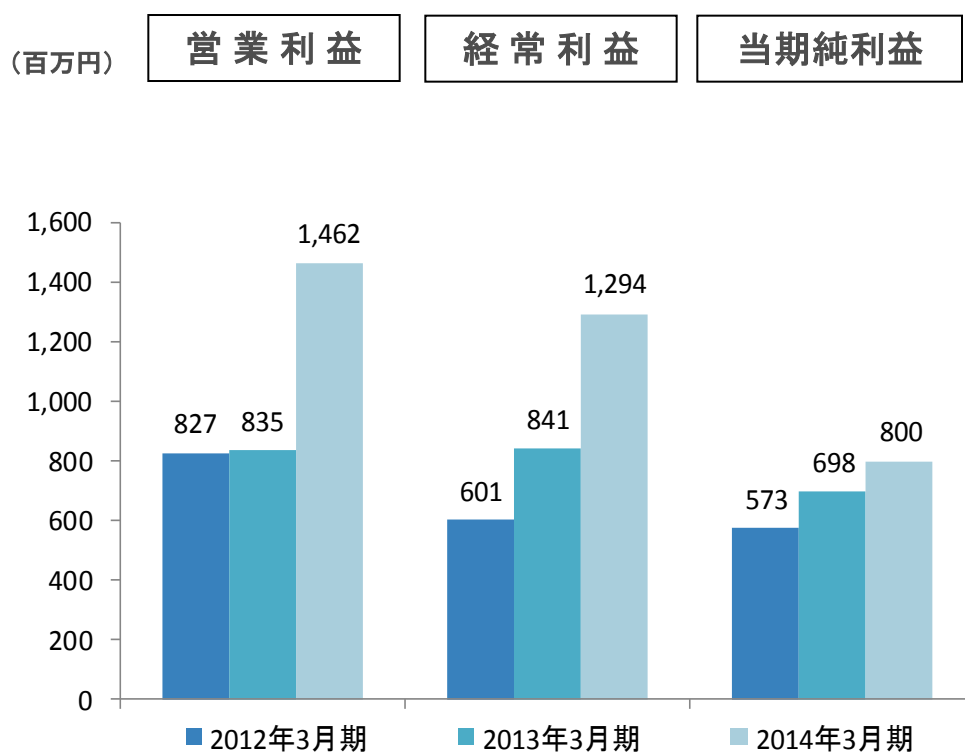
<増収の要因>

- 海外市場では中国を中心に深耕と新規販路の開拓を進め取引拡大
国内市場ではシェアの拡大により順調に売上高を伸ばした

利益の推移

■ 営業利益、経常利益、当期純利益の推移

■ 原価率と販売管理費比率の推移



(単位: %)

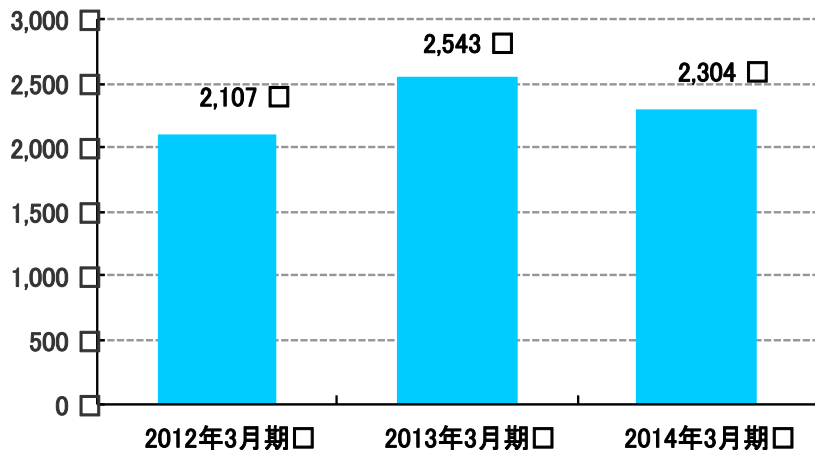
	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期
原価率	78.7	74.8	72.7
販管費率	18.4	22.6	23.2

キャッシュフロー

(単位:百万円)

	2013年3月期	2014年3月期
営業活動CF	598	1,056
投資活動CF	502	△765
財務活動CF	△805	△721
現金及び現金同等物の 期末残高増減	436	△239
現金及び現金同等物の 期末残高	2,543	2,304

■ 現金及び現金同等物の期末残高の推移



■ 営業活動によるキャッシュ・フロー

<増加項目>

・売上債権の減少額 601百万円

<減少項目>

・たな卸資産の増加額 △866百万円

・仕入債務の減少額 △428百万円

■ 投資活動によるキャッシュ・フロー

・有形固定資産の取得による支出 △562百万円

・差入保証金の差入による支出 △4,541百万円

・差入保証金の回収による収入 4,419百万円

■ 財務活動によるキャッシュ・フロー

・短期借入金の純増額 1,650百万円

・長期借入金の借入 150百万円

・長期借入金の返済 △2,319百万円

2015年3月期の見通し(連結)

(単位:百万円)

	2014年3月期	2015年3月期
	通期	通期予想
売上高	35,818	37,800
営業利益	1,462	1,520
経常利益	1,294	1,350
当期純利益	800	825
1株当り純利益(円)	79.57	82.03
1株当り配当金(円)	18	18

Ⅱ. 2014年3月期レビュー

重点施策のレビュー

1. **国内市場でのシェア拡大**
 - ・ ブライダル市場でのシェア拡大
 - ・ 業際市場でのシェア拡大

2. **海外市場での販売拡大**
 - ・ 中国市場への深耕
 - ・ アジア・北米市場の開拓

3. **製品力の強化**
 - ・ デザイン力・技術力の強化
 - ・ 製造能力の強化

重点施策のレビュー

1. 国内市場でのシェア拡大

- ・ ブライダル市場でのシェア拡大
- ・ 業際市場でのシェア拡大

2. 海外市場での販売拡大

- ・ 中国市場への深耕
- ・ アジア・北米市場の開拓

3. 製品力の強化

- ・ デザイン力・技術力の強化
- ・ 製造能力の強化

1. 国内市場でのシェア拡大

● ブライダル市場でのシェア拡大

■ CNC工作機の活用と技術開発

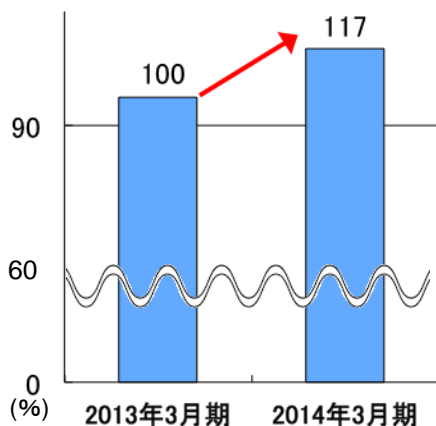


ー 純プラチナ・マリッジリングでの差別化

- ・キャスト製造上の課題改善によるコストダウン
- ・CNC工作機によるカットリングのデザイン差別化

※CNC=Compute Numeral Control=コンピューター数値制御

ー 当社オリジナルブランド『Embrasser purest』の新開発による販路拡大



・ ブライダル製品売上高推移

※ 前期を100とする伸長率

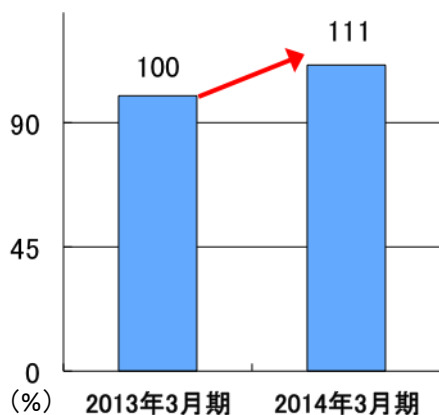
ブライダル製品売上高
前年比 17% 増加

1. 国内市場でのシェア拡大

● 業際市場でのシェア拡大

■ 通販、観光市場でのシェア拡大

- 中国人観光客への販売拡大
 - ・ 観光客向け販路への出店
- TV通販での販売の拡大



・業際市場での販売変化

※ 前期を100とする伸長率



TV通販での販売の拡大

業際市場での売上高
前年比 11% 増加

重点施策のレビュー

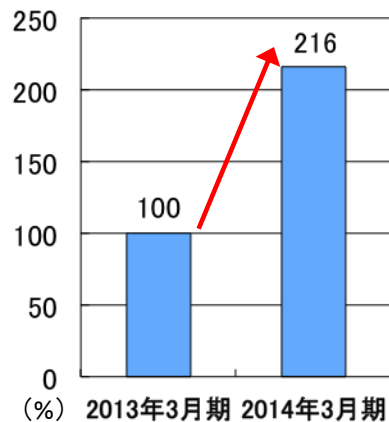
1. 国内市場でのシェア拡大
 - ・ ブライダル市場でのシェア拡大
 - ・ 業際市場でのシェア拡大
2. 海外市場での販売拡大
 - ・ 中国市場への深耕
 - ・ アジア・北米市場の開拓
3. 製品力の強化
 - ・ デザイン力・技術力の強化
 - ・ 製造能力の強化

2. 海外市場での販売拡大

● 中国市場への深耕 ①

■ 投資設備のフル稼働

- ー カットリングの量産稼働
- ー マシンチェーンの量産稼働



- ・ 中国市場での売上高推移
※ 前期を100とする伸長率



中国で展開のカットリング



中国で展開のマシンチェーン

中国市場売上高
前年比 2.16倍に増加

2. 海外市場での販売拡大

● 中国市場への深耕 ②

■ 販路の拡大

- 一 中国資本大手小売販路の開拓
 - ・ 新規取引先7社を獲得
- 一 日系小売業への展開支援
 - ・ 大手小売リチェーンの中国店舗への製品供給
 - ・ ブライダル専門店の台湾・香港 製品供給

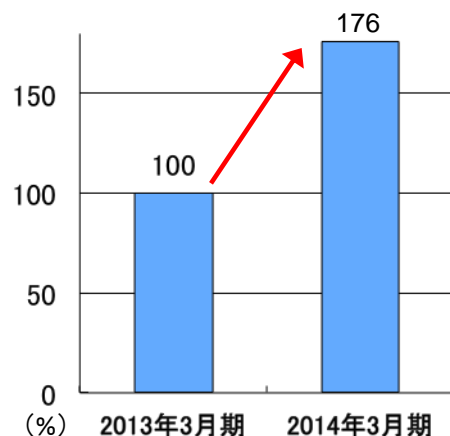


日系小売業の中国店舗

2. 海外市場での販売拡大

● アジア・北米市場の開拓

- － 韓国大手小売店への深耕
- － シンガポール・マレーシアの大手小売店の再開拓
- － 北米市場にはベルギーの大手ダイヤモンド業者との提携を強化して売り上げを拡大



・ アジア・北米市場での販売変化
※ 前期を100とする伸長率



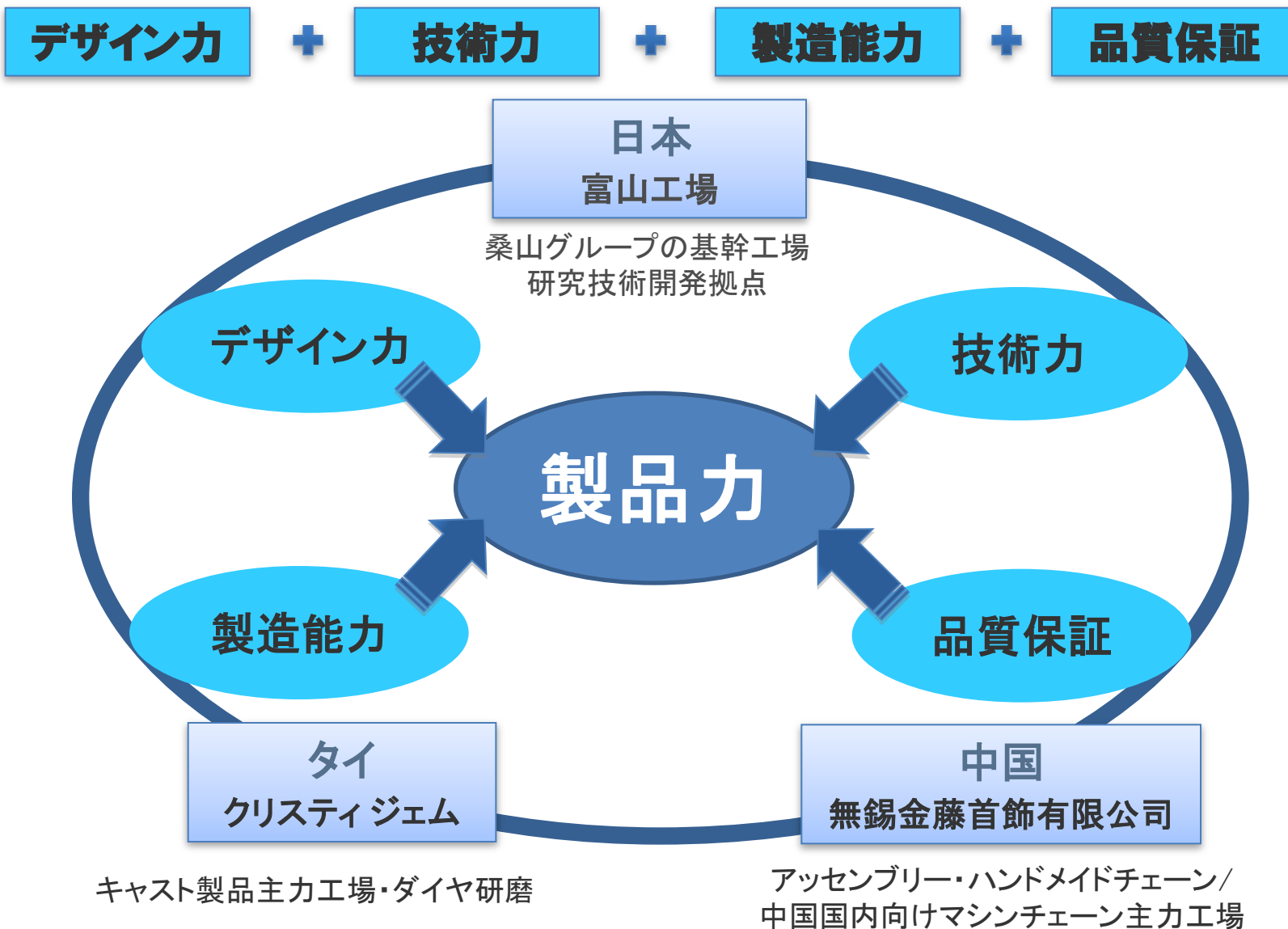
韓国大手小売店 雑誌広告
＜当社製品使用＞

アジア・北米市場売上
前年比 76% 増加

重点施策のレビュー

1. 国内市場でのシェア拡大
 - ・ ブライダル市場でのシェア拡大
 - ・ 業際市場でのシェア拡大
2. 海外市場での販売拡大
 - ・ 中国市場への深耕
 - ・ アジア・北米市場の開拓
3. 製品力の強化
 - ・ デザイン力・技術力の強化
 - ・ 製造能力の強化

3. 製品力の強化



3. 製品力の強化

● デザイン力・技術力の強化

■ 新製品開発のパワーアップ

- ー 工場発信の新製品開発
 - ・ 既存パーツの編集によるチェーン開発
 - 工場に開発課を新設して開発をスタート
- ー データライブラリーの構築
 - ・ 製造拠点毎の開発データを共有
 - ・ 共有のためのプラットフォームを構築



既存パーツを利用の新製品

3. 製品力の強化

● 製造能力の強化

■ 富山工場への設備投資

- ー カットリング製造能力強化
 - ・ CNC自動旋盤・自動化設備
 - カットリング：前期比5割の増産
- ー マシンチェーン製造能力強化
 - ・ 高速レーザー接合編機
 - 小豆チェーン：前期比4割の増産



CNCリング圧延加工自動化設備

3. 製品力の強化

● 品質保証の高度化

■ 蛍光X線定量分析装置の追加導入

- 海外の品質基準への対応力強化
- 国内での食品偽造表示問題への積極対応
- 自動運転による検査速度の短縮



蛍光X線定量分析装置

Ⅲ. 2015年3月期の重点施策

今期の3つの重点施策

1. 国内市場でのシェア拡大

- ・ ブライダル市場でのシェア拡大
- ・ ファッションジュエリー市場でのシェア拡大
- ・ 素材(ダイヤ・パール)市場の拡大

2. 海外市場での販売拡大

- ・ 中国市場への深耕
- ・ アジア・北米市場の開拓

3. 製品力の強化

- ・ 3D技術の活用
- ・ 海外での製造力強化
- ・ 品質保証の強化

今期の3つの重点施策

1. 国内市場でのシェア拡大

- ブライダル市場でのシェア拡大
- ファッションジュエリー市場でのシェア拡大
- 素材(ダイヤ・パール)市場の拡大

2. 海外市場での販売拡大

- 中国市場への深耕
- アジア・北米市場の開拓

3. 製品力の強化

- 3D技術の活用
- 海外での製造力強化
- 品質保証の強化

1. 国内市場でのシェア拡大

● ブライダル市場でのシェア拡大

■ カットリングの販売拡大

- 一 富山工場での設備投資のフル稼働
 - ・ 増産体制の活用
 - ・ 新製品開発の加速

■ 高品位マリッジリングの販売拡大

- 一 付加価値の高い純Ptマリッジリングの拡大
 - ・ キャスト技術の研究部門を新設
 - ・ 製造プロセス、機材の改善による時間短縮



新作ブライダルデザインイメージ

1. 国内市場でのシェア拡大

● ファッションジュエリー市場でのシェア拡大

■ 回復傾向の国内市場でのシェア奪取

- ー ファッションジュエリーの開発力の増強
 - ・ 新製品開発の加速
- ー ファッションジュエリーのコスト競争力アップ
 - ・ 製造能力強化
 - 国内向けファッションジュエリーの20%増産体制



ファッションジュエリーイメージ

1. 国内市場でのシェア拡大

● 素材(ダイヤ・パール)市場でのシェア拡大

■ ダイヤモンドの裸石販売の拡大

- 一 安定した調達力の活用
 - ・ 国際的なネットワークを駆使しての調達
 - ・ スケールメリットを背景とする
バイイングパワー



■ パールの販売拡大

- 一 高品質パールの素材調達力の活用
 - ・ 大型小売店チェーンでの通年定番展開
 - ・ TV通販市場・外国人観光客への販売



今期の3つの重点施策

1. 国内市場でのシェア拡大

- ・ ブライダル市場でのシェア拡大
- ・ ファッションジュエリー市場でのシェア拡大
- ・ 素材(ダイヤ・パール)市場の拡大

2. 海外市場での販売拡大

- ・ 中国市場への深耕
- ・ アジア・北米市場の開拓

3. 製品力の強化

- ・ 3D技術の活用
- ・ 海外での製造力強化
- ・ 品質保証の強化

2. 海外市場での販売拡大

● 中国市場への深耕 ①

■ 既存大手小売り企業との取引拡大

- 差別化商材の提案
 - ・ カットリングのODM提案
 - ・ 当社ブランド商材の拡販

■ 中国本土の小売り企業の新規開拓

- 営業力の強化



当社ブランドのイメージ

2. 海外市場での販売拡大

● 中国市場への深耕 ②

■ 現地営業力の増強

- － シンセンオフィスの開設
 - ・ 香港との2元化
- － 営業部門の増員
 - ・ 中国人スタッフのリクルート

■ 新規顧客の開拓

- － 中国本土のジュエリー展への出展
 - ・ シンセン・フェアへの出展



シンセンオフィス



シンセンフェアへの出展

2. 海外市場での販売拡大

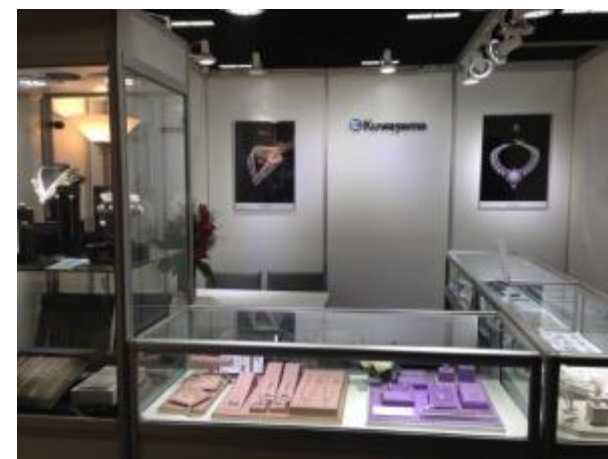
● アジア・北米市場の開拓

■ アジアへの攻勢

- CNC技術・ODM提案による差別化
 - ・ シンガポール、マレーシア市場
 - ・ インド市場
 - ・ 韓国市場

■ 北米市場の再開拓

- ラスベガスショーへの出展
 - ・ 北米での新規顧客の開拓



ラスベガス JCKショーへの出展

今期の3つの重点施策

1. 国内市場でのシェア拡大

- ・ ブライダル市場でのシェア拡大
- ・ ファッションジュエリー市場でのシェア拡大
- ・ 素材(ダイヤ・パール)市場の拡大

2. 海外市場での販売拡大

- ・ 中国市場への深耕
- ・ アジア・北米市場の開拓

3. 製品力の強化

- ・ 3D技術の活用
- ・ 海外での製造力強化
- ・ 品質保証の強化

3. 製品力の強化

● 新技術への挑戦

■ 3Dスキャナー・3Dプリンターの導入

- ー ジュエリー製品開発での利用の研究
 - ・ 造形力の拡張
 - ・ 開発時間の短縮

■ 産学連携による技術開発と人材育成

- ー 名古屋造形大学にCADソフトウェアを寄贈
 - ・ 3Dジュエリー開発の技術者育成



3Dスキャナー



3Dプリンター

3. 製品力の強化

● 海外製造拠点での製造力強化

■ キャスト製造力の増強

- ー キャスト製造のレベルアップ
 - ・ 技術者の育成
 - ・ 技術指導による工程改善
- ー 製造能力の増強
 - ・ 設備の追加設置



中国 / 無錫金藤首飾有限公司



タイ / クリスティ ジェム

3. 製品力の強化

● 品質管理の徹底

■ 品質、品位、真正素材

- 安定品質維持への注力
 - ・ QCスタッフのスキル向上
- 国家検定レベルの品位検査精度
 - ・ 最新の品位分析の導入
- ダイヤ等素材の真贋鑑定
 - ・ 最新の鑑定情報の収集とチェック体制の確立

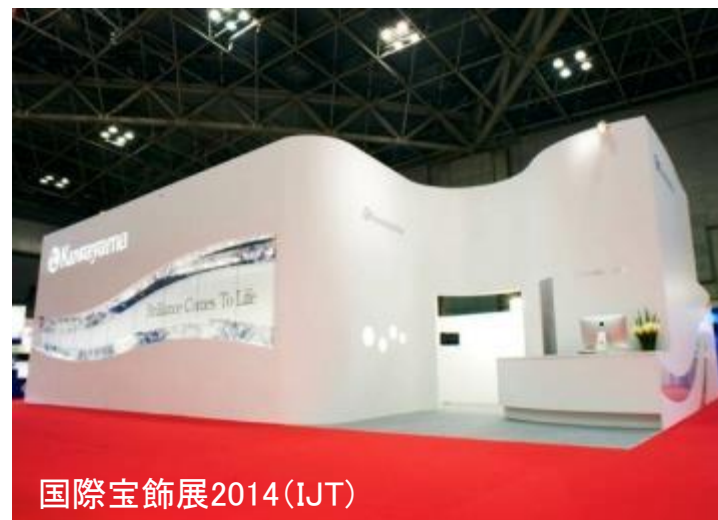


品証ラボ

IV. トピックス

ジュエリーフェア

国内外の国際的なジュエリーフェアに出展



2014年 KUWAYAMA COLLECTION

・ 華凜 (KARIN)



JJAジュエリーデザインアワード 2013
佳作・日本真珠振興会会長賞 受賞

・ こだわりシャトン



機能をファッションへ。360° どこから見てもダイヤモンドが留った商品(写真下段)

ご清聴 ありがとうございます



<http://www.kuwayama.co.jp/>

<お問い合わせ先>

株式会社 桑山（経営企画部）

TEL: 03-3835-2519 FAX: 03-3839-2560