

2015年3月期 決算説明会

2015年 6月9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. 2015年3月期レビュー**
- III. 2016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

2015年3月期 連結決算のポイント

- 売上高は、国内市場でのシェア拡大と海外市場の深耕から前期比 3.6%増収で 371億25百万円
- 営業利益は、海外市場開拓に向けた営業力の強化、製品開発や業務の効率化に関わる販売費及び一般管理費の増加から前期比2.9%の減益で14億20百万円
- 当期純利益は外貨建て貸付金評価益等による為替差益1億72百万円、中国子会社移転の補償金45百万円、法人税等5億58百万円の計上で前期比17.3%の増益で9億38百万円となり2015年3月期は前年度に続き増収、増益の決算

(単位:百万円)

	2014年3月期		2015年3月期		前期比 増減額
		伸び率		伸び率	
売上高	35,818	9.0%	37,125	3.6%	1,306
営業利益	1,462	75.1%	1,420	△2.9%	△41
経常利益	1,294	53.8%	1,509	16.6%	214
当期純利益	800	14.6%	938	17.3%	138

要約連結損益計算書

(単位:百万円)

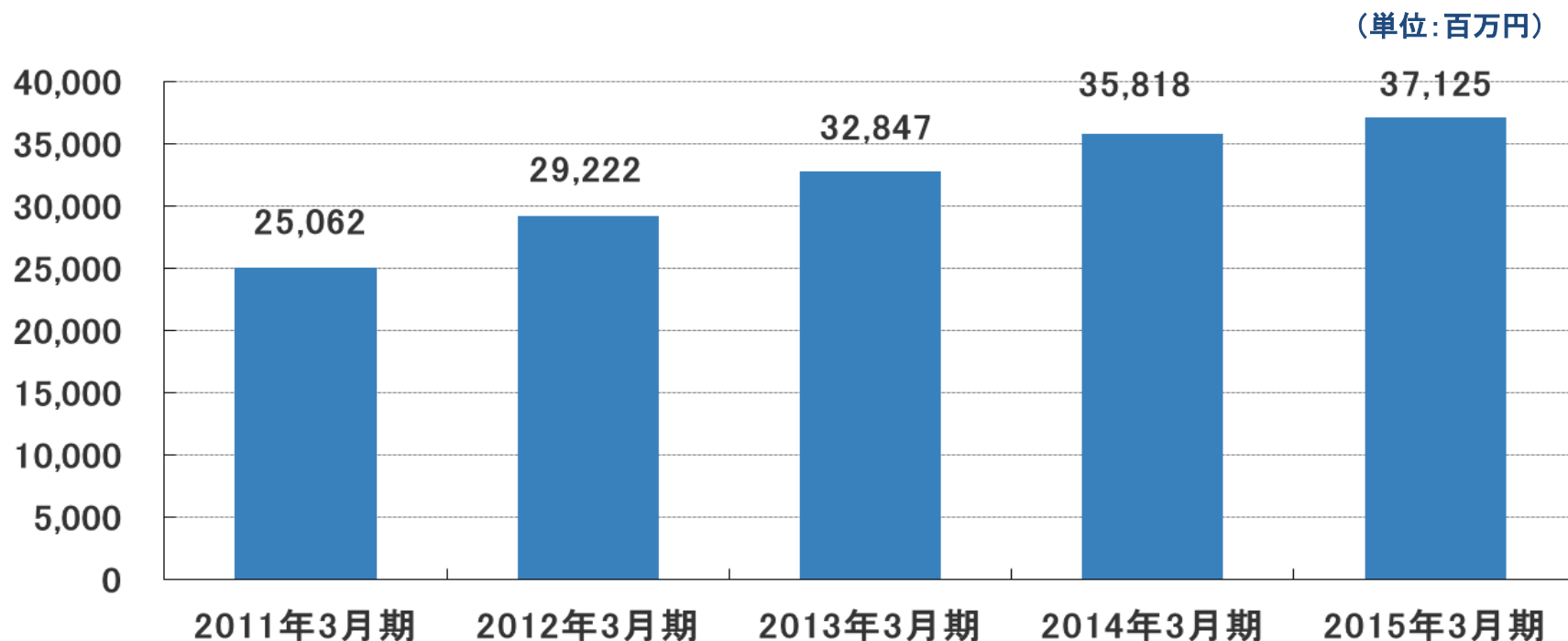
	2014年3月期		2015年3月期		前期比 増減額
		伸び率		伸び率	
売上高	35,818	9.0%	37,125	3.6%	1,306
売上原価	26,041	6.0%	26,740	2.7%	699
売上総利益 (売上高総利益率)	9,777 (27.3%)	18.2%	10,384 (28.0%)	6.2%	607
販管費	8,314	11.8%	8,964	7.8%	649
営業利益 (売上高営業利益率)	1,462 (4.1%)	75.1%	1,420 (3.8%)	△2.9%	△41
営業外収益	165	△34.2%	336	102.8%	170
営業外費用	332	35.9%	246	△26.0%	△86
経常利益	1,294	53.8%	1,509	16.6%	214
特別利益	5	347.4%	1	△73.9%	△4
特別損失	84	1,795.6%	0	△98.9%	△83
当期純利益	800	14.6%	938	17.3%	138
1株当り純利益(円)	79.57	13.9%	93.30	17.3%	13.73

要約連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2014年3月末		2015年3月末		前期比 増減額
		構成比		構成比	
流動資産	16,344	59.2%	17,666	58.6%	1,322
現金預金	2,904	10.5%	3,204	10.6%	299
受取債権	4,615	16.7%	5,211	17.3%	596
棚卸資産	8,426	30.5%	8,709	28.9%	283
固定資産	11,279	40.8%	12,503	41.4%	1,224
資産合計	27,623	100.0%	30,170	100.0%	2,546
流動負債	10,896	39.4%	10,274	34.1%	△621
支払債務	1,030	3.7%	1,176	3.9%	146
固定負債	2,317	8.4%	4,314	14.3%	1,996
負債合計	13,213	47.8%	14,589	48.4%	1,375
純資産	14,410	52.2%	15,581	51.6%	1,171
有利子負債	9,936	36.0%	10,992	36.4%	1,056

売上高の推移

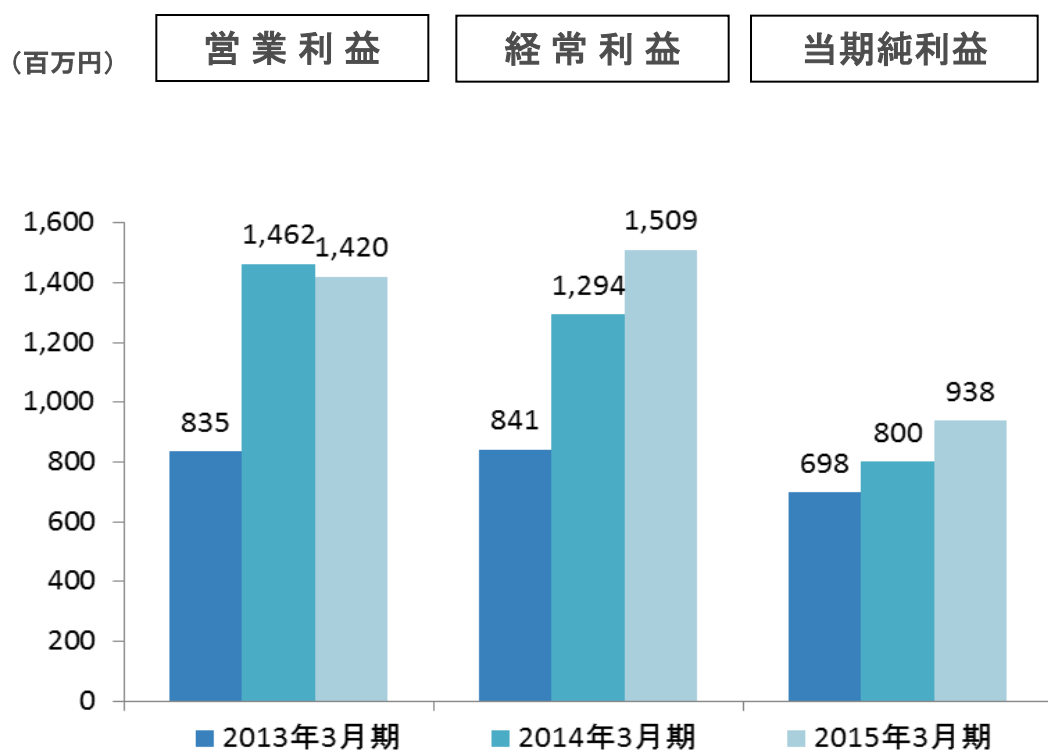


<増収の要因>

- 前年同様に海外市場では中国を中心に深耕による取引拡大、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ました

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: %)

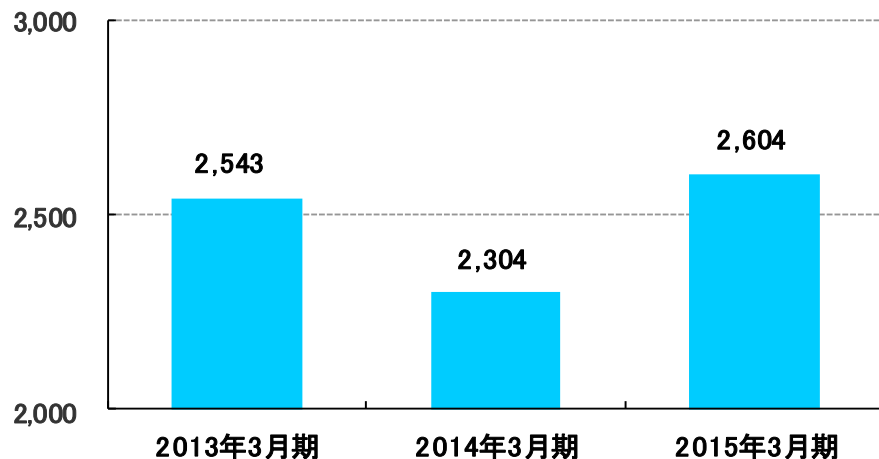
	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期
原価率	74.8	72.7	72.0
販管費率	22.6	23.2	24.1

キャッシュフロー

(単位:百万円)

	2014年3月期	2015年3月期
営業活動CF	1,056	605
投資活動CF	△765	△1,213
財務活動CF	△721	834
現金及び現金同等物の 期末残高増減	△239	299
現金及び現金同等物の 期末残高	2,304	2,604

■ 現金及び現金同等物の期末残高の推移 (単位:百万円)



■ 営業活動によるキャッシュ・フロー

<増加項目>

・仕入債務の増加額 137百万円

<減少項目>

・売上債権の増加額 △579百万円

・たな卸資産の増加額 △112百万円

■ 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 △365百万円

・差入保証金の差入による支出 △5,865百万円

・関係会社株式の取得による支出 △542百万円

・差入保証金の回収による収入 5,500百万円

■ 財務活動によるキャッシュ・フロー

・短期借入金の純減額 △1,450百万円

・長期借入金の借入 3,200百万円

・長期借入金の返済 △693百万円

2016年3月期の見通し(連結)

(単位:百万円)

	2015年3月期	2016年3月期
	通期	通期予想
売上高	37,125	38,500
営業利益	1,420	1,430
経常利益	1,509	1,360
当期純利益又は親会社株主に 帰属する当期純利益	938	880
1株当り純利益(円)	93.30	87.50
1株当り配当金(円)	18	18

Ⅱ. 2015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
- ・ 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・北米市場開拓

3. 製造力の強化

- ・ 3D技術への挑戦
- ・ 海外での製造力強化
- ・ 品質保証の徹底

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
- ・ 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・北米市場開拓

3. 製造力の強化

- ・ 3D技術への挑戦
- ・ 海外での製造力強化
- ・ 品質保証の徹底

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

■ ブライダルリングの販売拡大

- － CNC工作機の活用
- － 高品位(高付加価値)製品を開発
- － 多様な模様付けによる差別化

ブライダルジュエリー
市場での売上高
前期比 110% に増加



▲ピラミッド・ミル



EmbrasseR
purest

▲高品位マリッジリング

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

■ シェアを拡大

- － タイ・クリスティ社での製造力増強
- － 3D技術を活用した迅速な製品開発
- － クリスマス期に新規受注

■ オリジナルチェーンの提案

- － ファッションブランドとのコラボレーション



▲2014年新作ファッションジュエリー

ファッションジュエリー
市場での売上高
前期比 136% に増加

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

■ 高付加価値のダイヤ素材を拡販

- ー 最高品質ダイヤ トリプルエクセレント・ハートアンドキューピッド(3EXH&C)の独占販売により新規2件獲得

■ パール素材販売は振るわず

- ー 海外市場での価格高騰により国内販売は前期割れ

ダイヤ素材売上高:前期比 107%
パール素材売上高:前期比 95%



▲3EXH&Cスコープイメージ

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
- ・ 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・北米市場開拓

3. 製造力の強化

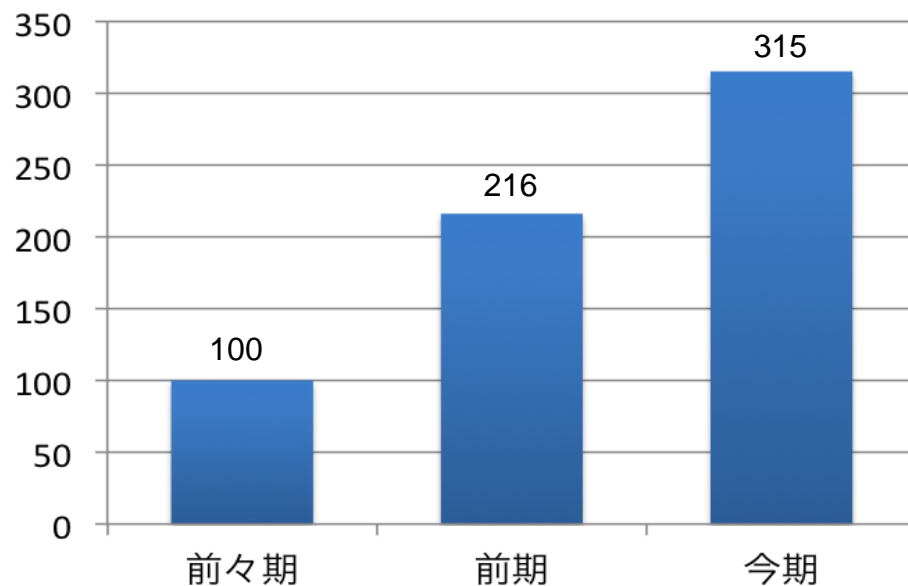
- ・ 3D技術への挑戦
- ・ 海外での製造力強化
- ・ 品質保証の徹底

2. 海外市場での販売拡大

● 中国市場への深耕 ①

■ 既存大手を中心に順調に拡大

- ー カットリング、マシンチェーンの販売の増加
- ー ブランドジュエリーの独占契約
- ー 前期比約1.5倍の成長



▲ 中国 高級ブランドで展開中の
当社製品

・ 中国市場での売上高推移
※前々期を100とする伸長率

2. 海外市場での販売拡大

● 中国市場への深耕 ②

■ 現地営業力の活用で中国本土新規を開拓

- ー 中国人スタッフをリクルート
- ー 中国本土の取引先6件を新規開拓



▲香港オフィス社員



▲深センオフィス社員

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

- ー シンガポール等での販売を拡大
 - ・ マリッジリングの拡販

■ 北米の再開拓

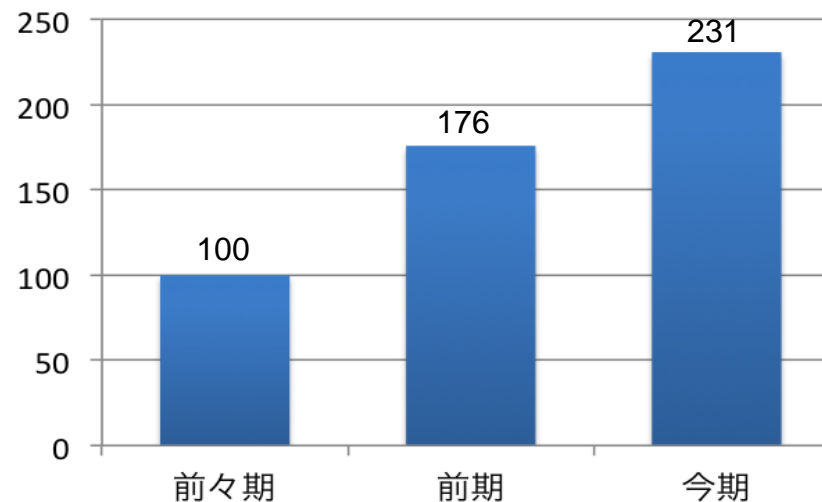
- ー 展示会出展
 - ・ ラスベガスJCKショーへ出展
 - ・ 大手卸売り先と取引開始



▲ラスベガス JCKショー

・ 海外市場での売上高推移

※前々期を100とする伸長率



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
- ・ 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

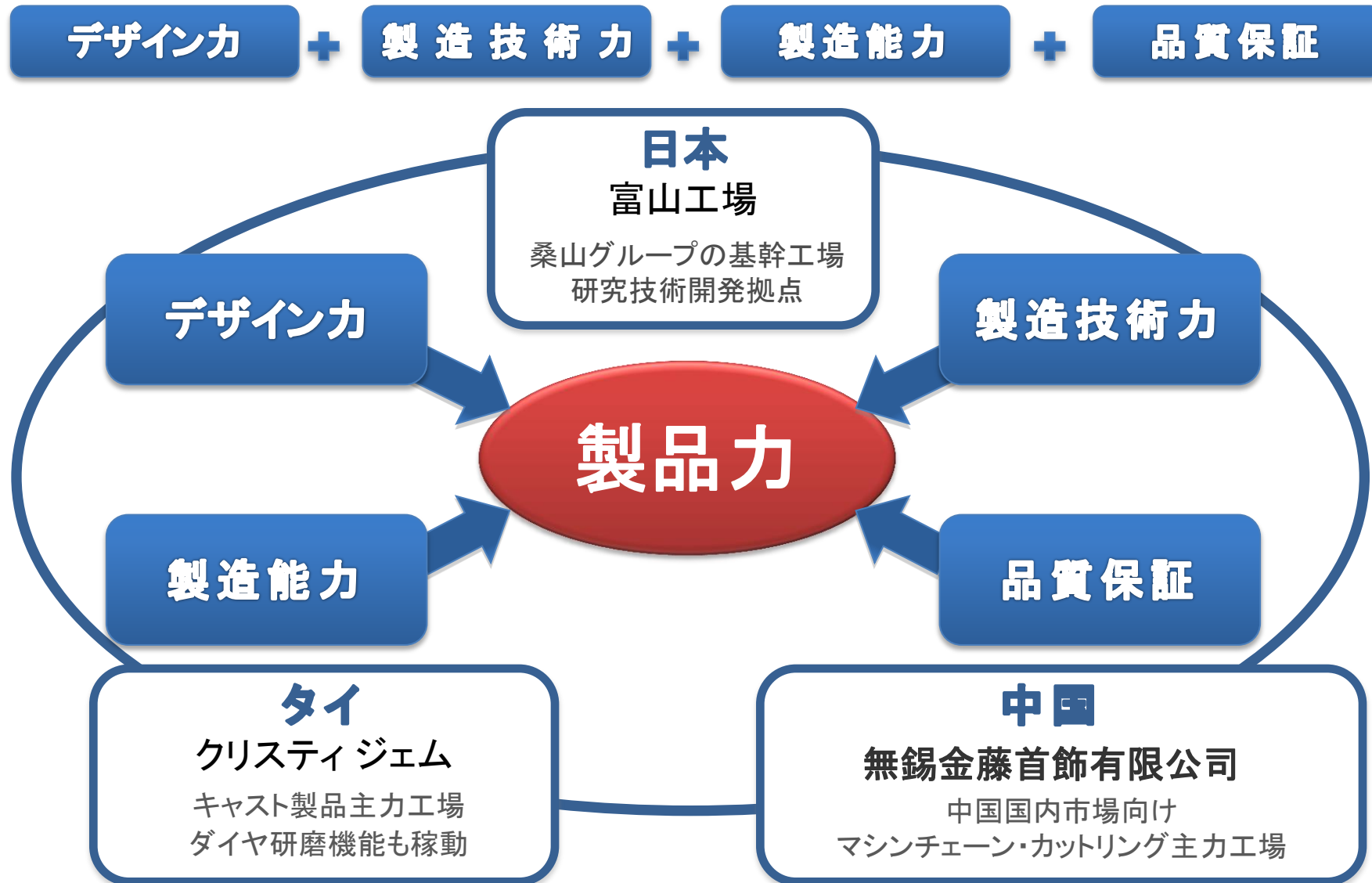
2. 海外市場での販売拡大

- ・ 中国市場への深耕
- ・ アジア・北米市場開拓

3. 製造力の強化

- ・ 3D技術への挑戦
- ・ 海外での製造力強化
- ・ 品質保証の徹底

3. 製品力の強化



3. 製品力の強化

● 新技術への挑戦

■ 3D技術の実用化

- － 3Dスキャナー・プリンターの開発・製造ラインへの取り込み
 - ・繊細で写実的なデザインの実現
 - ・製品開発期間の大幅な短縮



▲ 製品作成過程の一例

3. 製品力の強化

● 品質管理の徹底

■ 品質管理範囲を拡大

- 材料・部品購入先との契約締結
- 品質保証体制を強化



▲製品検品



▲品位分析

Ⅲ. 2016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
- アセアン・北米市場の開拓

3. 製品力の強化

- 中国新工場の設立
- タイ製造拠点の増床
- 製造の高度化への取り組み
- 3D技術活用の新作開発

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
- アセアン・北米市場の開拓

3. 製品力の強化

- 中国新工場の設立
- タイ製造拠点の増床
- 製造の高度化への取り組み
- 3D技術活用の新作開発

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

■ 低価格帯での商品開発を強化

ー ボリュームゾーンの開拓

- 中・低価格帯マリッジリングの開発

国内ブライダル今期売上高
前期比 108% 目標



▲新作ブライダルジュエリー

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

■ ミドルジュエリーの開発

- ー 小売上代10万円から30万円の価格帯
- ・最高品質ダイヤ トリプルエクセレント・ハートアンドキューピッド(3EXH&C)の活用

■ 新引き輪「輪王(Wao)」の積極的な導入

- ー 機能面・使いやすさを目指した改善
- ー ユニバーサルデザインの引き輪金具



▲新作ファッションジュエリー



▲輪王(Wao)

1. 国内市場でのシェア拡大

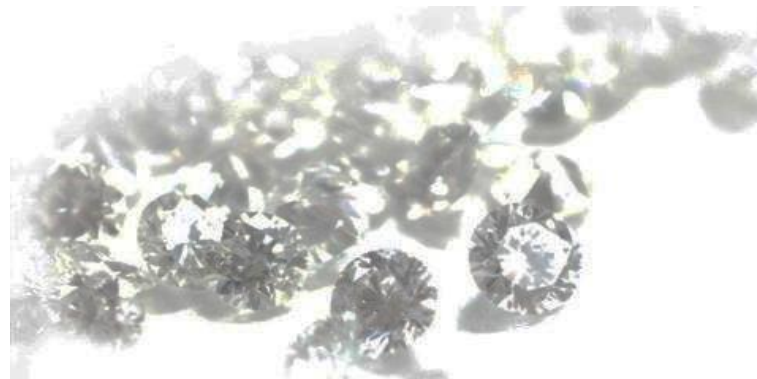
● 素材(ダイヤ・パール)市場でのシェア拡大

■ 3EXH&Cの販売拡大

ー トリプルエクセレント・ハートアンドキューピッド
(3EXH&C)

■ パール素材の販売拡大

ー インバウンド市場



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
- ・ アセアン・北米市場の開拓

3. 製品力の強化

- ・ 中国新工場の設立
- ・ タイ製造拠点の増床
- ・ 製造の高度化への取り組み
- ・ 3D技術活用の新作開発

2. 海外市場での販売拡大

● 中国市場への深耕

■ 中国ジュエリーeコマース企業への攻勢

ー 中国大手企業との取引開始

■ 中国のジュエリーフェアに出展拡大

ー 深センに加え、上海への出展を検討
ー 新規取引先の獲得

中国における今期売上高
前期比 170% 目標



▲大手EC企業にて展開中の製品

2. 海外市場での販売拡大

● アセアン・北米市場の開拓

■ アセアン市場の開拓

ー マリッジリング拡販を継続

■ 北米市場の再開拓

ー ラスベガス クチュールショーへの出展



▲ ラスベガス
クチュールショー
ファイナリスト作品

アセアンにおける今期売上高
前期比 150% 目標

北米における今期売上高
前期比 125% 目標



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

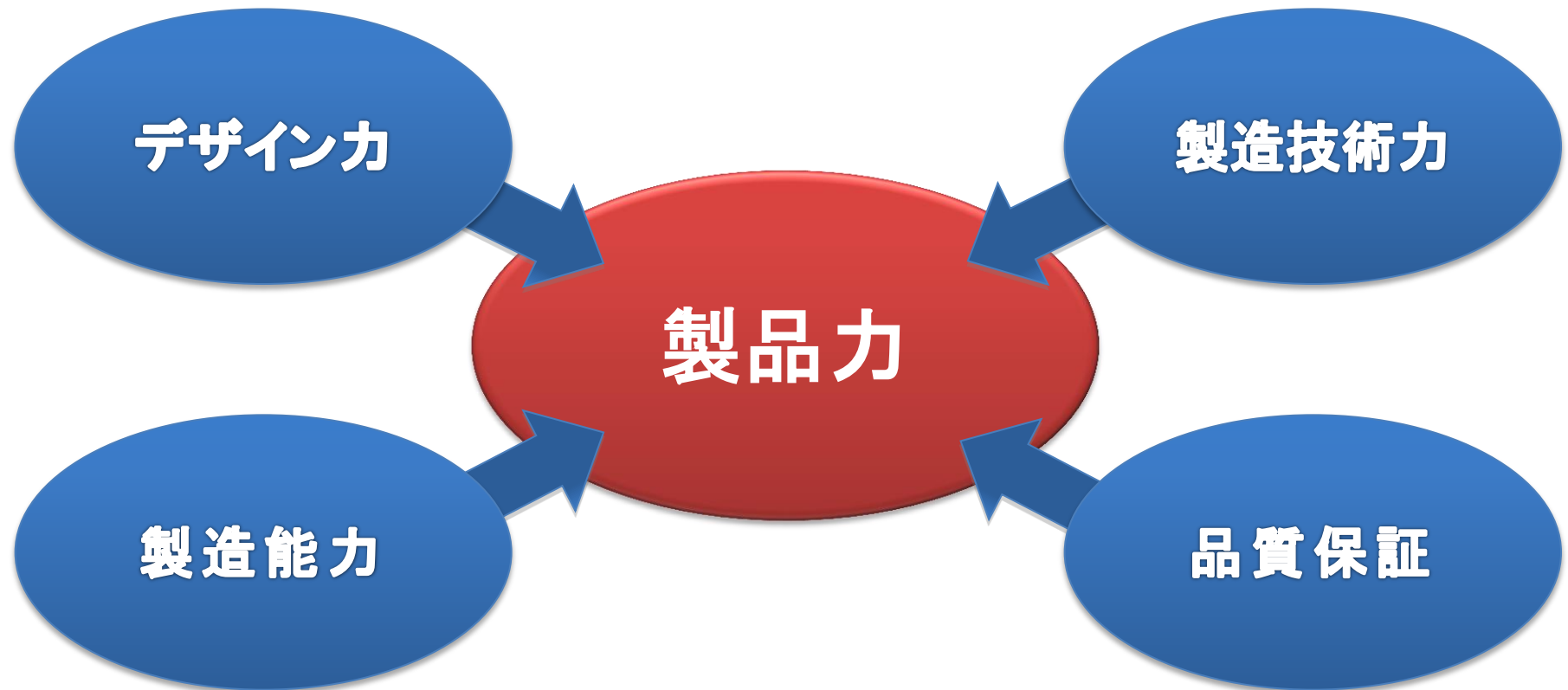
2. 海外市場での販売拡大

- 中国市場への深耕
- アセアン・北米市場の開拓

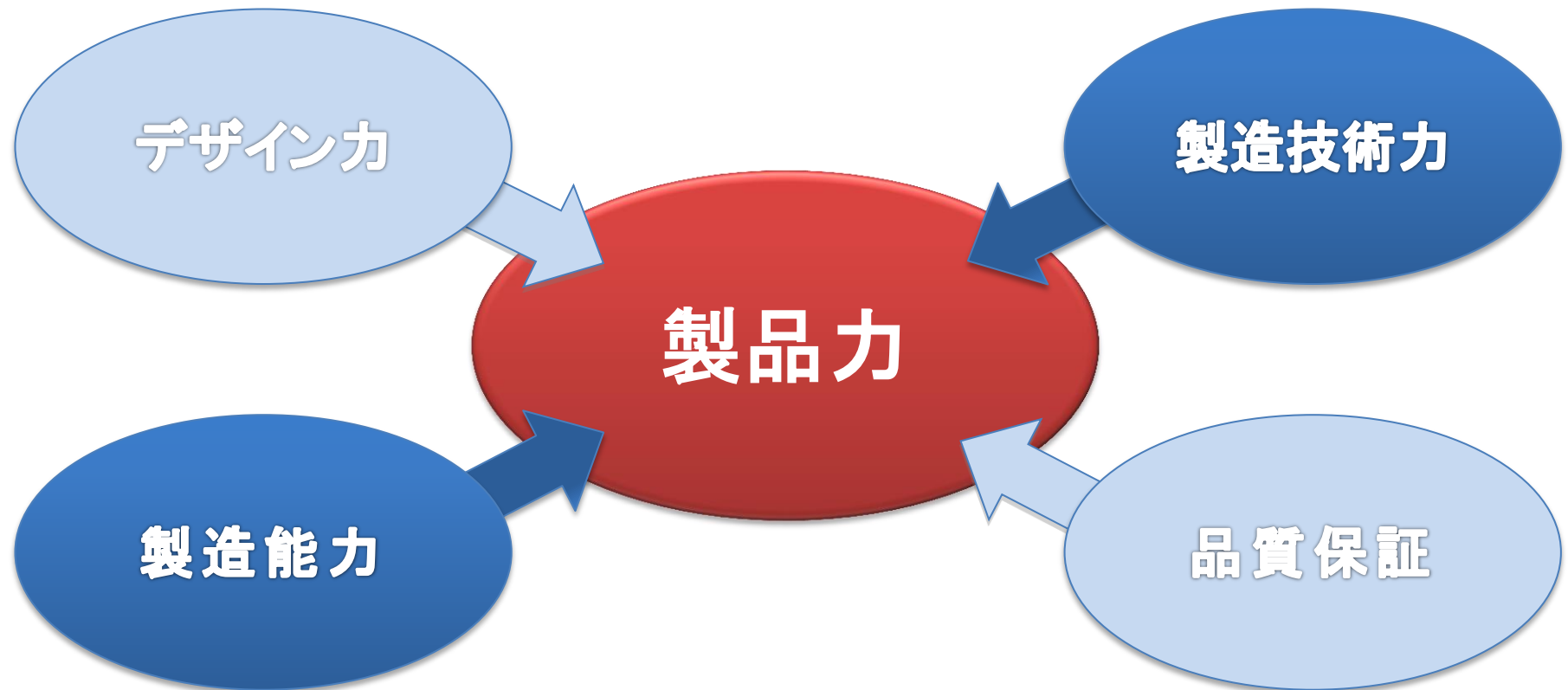
3. 製品力の強化

- 中国新工場の設立
- タイ製造拠点の増床
- 製造の高度化への取り組み
- 3D技術活用の新作開発

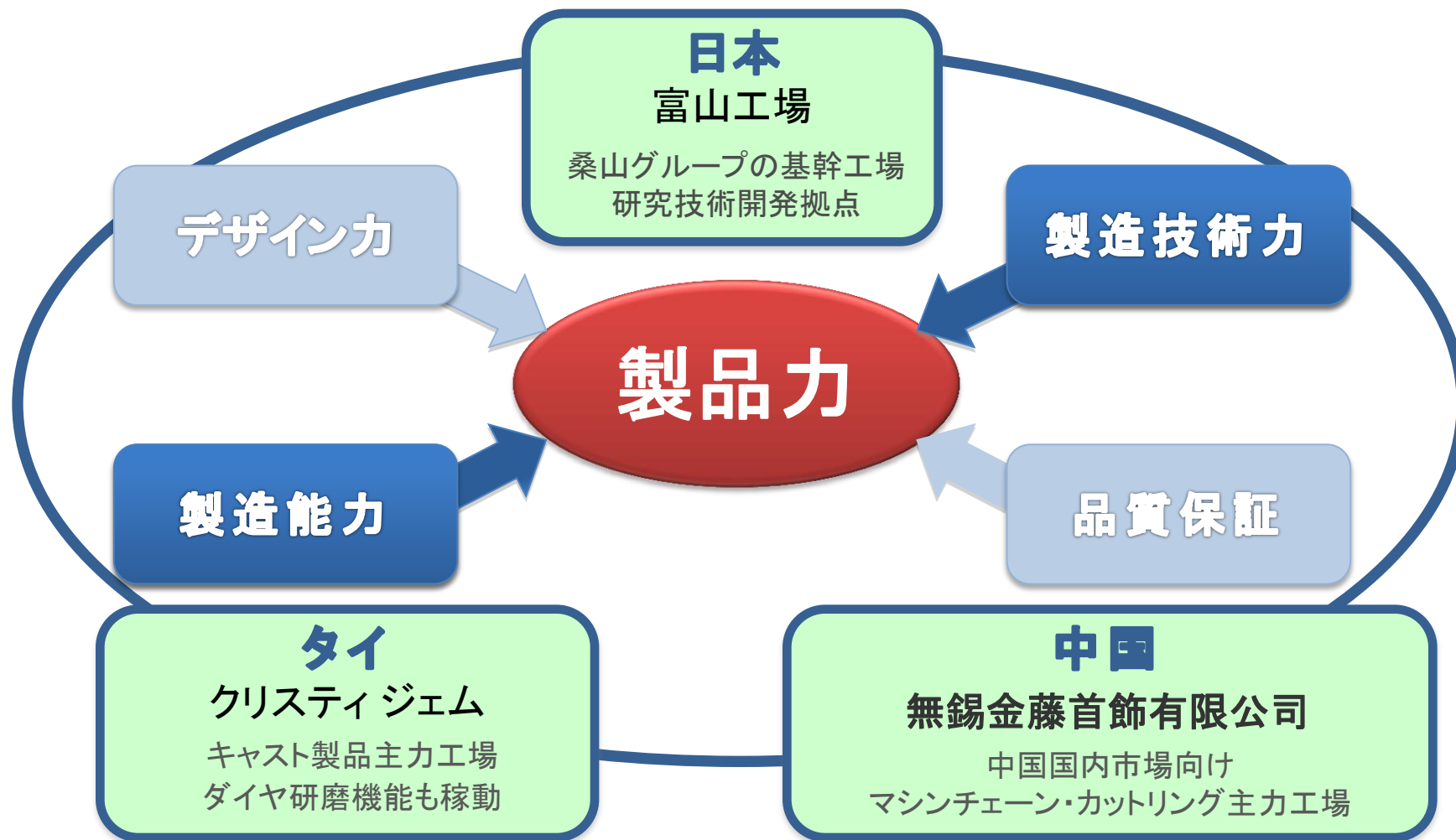
3. 製品力の強化



3. 製品力の強化



3. 製品力の強化



3. 製品力の強化

● 中国新工場の設立

■ 中国での製造能力を拡大

ー 広州市を候補として選定中



3. 製品力の強化

● タイ製造拠点の増床

■ 工場施設の拡大

- 面積拡大に伴う製造能力の増加
- 本年年末時点で約25%能力増強
- 税制優遇制度による税務メリット

タイ製造拠点における今期製造能力
25% 増加の見込み



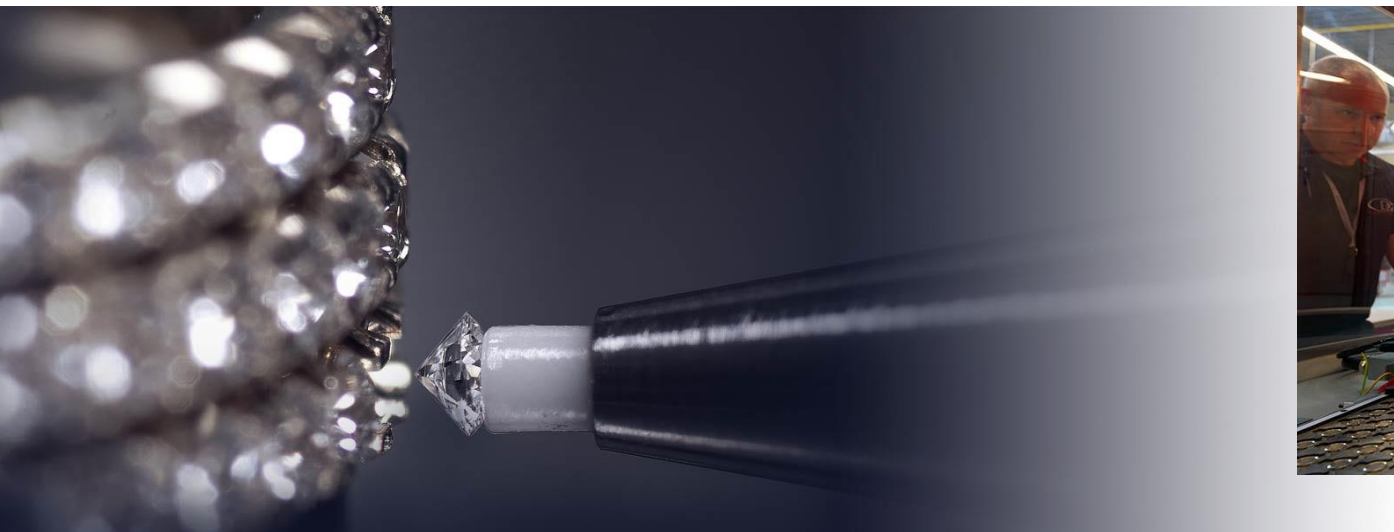
▲タイ新工場(赤部分が新たに増床する部分)

3. 製品力の強化

● 製造の高度化への取り組み

■ ベルギー Giovanni Daems社の最先端技術の取り込み

- 自動製造システムの共同開発
 - ・コスト低減
 - ・製品競争力、供給力の強化

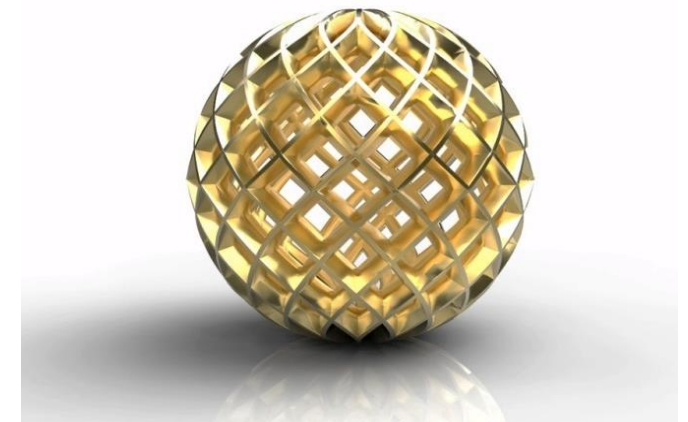


3. 製品力の強化

● 3D技術活用による新作開発

■ 3D技術による製品の多様性を創造

- ー 軽量化とボリュームを両立させた新製品の開発
 - ・ 3Dでの強度計算による軽量化
 - ・ 3Dでの複雑なデザインと軽量化の融合



▲3D技術活用の製品イメージ

IV. トピックス

ディアディクト・リニューアルオープン

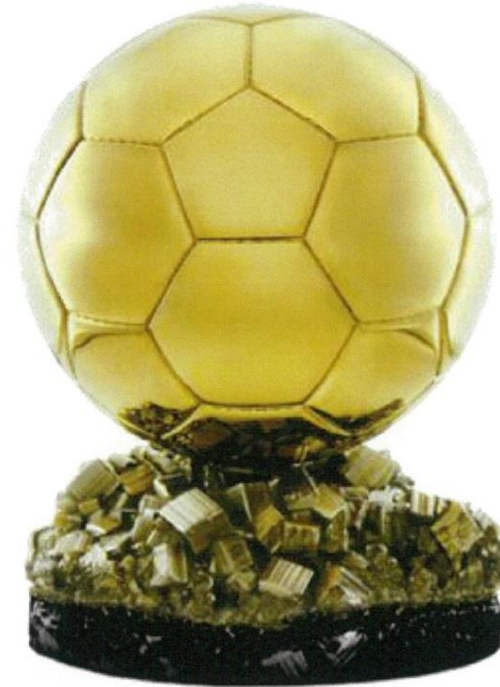


ディアディクト・リニューアルオープン



メレリオ・ディ・メレー

- 全仏テニス「フレンチオープン」、FIFA「バロンドール」トロフィー



JJAデザインアワード

●厚生労働大臣賞を受賞



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