

bijou  
**SOPHIA**

"Depuis notre fondation, nous donnons à nos chers clients  
beaucoup de satisfaction et le vrai sens des valeurs"

— Etablissement fondé en 1920 —

**B U S I N E S S R E P O R T**

第39期事業報告書(平成13年9月1日から平成14年8月31日まで)



すべては「思い出」という宝石になる。

ダイヤモンドがこの世に誕生したのは、三十億年前とも言われます。

まさに地球と共に生まれたダイヤモンド。

この長いダイヤモンドの命からしてみると、

人の命はなんてはかないものなのでしょう。

だからこそ人はその「愛」や「夢」や「人生」を

ダイヤモンドに託して伝えようとしています。

祖母から母へ、そして娘へ、あるいは新しい花嫁へ

ヨーロッパでは“ビジュ・ド・ファミユ”(家の宝石)

という習慣があります。

その家の「想い」を愛する人達へ伝えていく。

人間が「永遠の命」を持つものではないからこそ、

この世で唯一の「永遠のもの」に想いを託して.....

私達はこんなステキな、心がワクワクする、

感動的な習慣を大切にしたいと思っています。

最近頻発する「痛ましい事件」をテレビ等で見ると、

一人一人が愛する人達へ「想い」のバトンを伝えていく、

そんな世の中になってくれたらどんなに良いだろうと.....

私達の「力」は小さいけれど、

「このステキな習慣を一人でも多くの人達へ伝えたい」

と思いを強く持っています。

接客を科学し、未来情報を把握する。

私達は、お客様との接点を大切にし、  
ONE TO ONE MARKETINGを実践しています。



Q 当期の市場環境と業績について  
お聞かせください。

当社の属する宝飾市場はこの10年でピーク時に3兆円あった市場が半減、1兆3千億円規模まで縮小しています。また、当社の営業基盤である九州・沖縄地区におきましても、経営破綻した大手小売業3社に代表されるように、流通業の淘汰が進み、流通地図が大きく塗り替えられた激動の1年となりました。

当社は、このような厳しい環境の中で「勝ち組」と評価される有力デベロッパーへの出店を優先し、株式上場に向けて社内一体化による営業力を強化するとともに、接客から得たお客様のニーズを分析し、それぞれの顧客クラスターに対応した顧客催事を適時に行いました。

期中の店舗数増減につきましては、平成13年10月に「ビジュソフィア大牟田店」、平成14年4月に「ビジュソフィアパークプレイス大分店」を新規に出店しましたが、平成13年11月に「メガネブティック駅通店」1店舗を撤収しています。また2店舗をオプトジェム(宝飾・眼鏡・時計の複合業態)店に業態変更を行い、前年に引き続き既存店の活性化

を積極的に実施しました。

この結果、期末の店舗数はビジュソフィア店(宝飾店)17店舗、メガネブティック店(眼鏡店)5店舗、オプトジェム店(複合店)5店舗の合計27店舗となっています。

業績結果としましては、既存店売上高が前年に比べ7.3%増の3,771百万円となり、新規店2店舗を含め当期の全社売上高は前年に比べ11.3%増の4,004百万円となりました。経常利益は、株式公開に関する諸費用を計上しましたが前年に比べ31.0%増の303百万円を確保しました。当期純利益は、147百万円(前年比45.2%増)となりました。

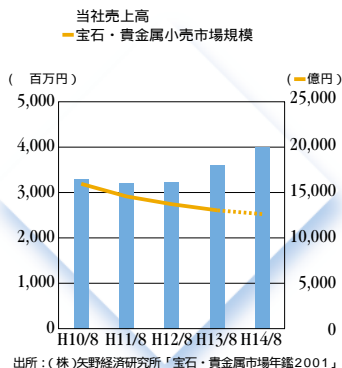
品目別売上高では、宝飾部門が3,245百万円(前年比16.5%増)眼鏡部門611百万円(前年比10.8%減)時計部門147百万円(前年比16.7%増)となりました。

Q この厳しい環境の中、増収増益を達成されたわけですが、その理由は何でしょうか。

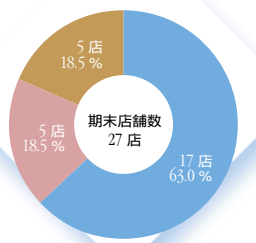
まず第1に、当社は宝飾小売業というよりも、接客業であり顧客データビジネス業であるという認識を強く持っています。独自に開発した当社のシステムは、商品を購入されたお客様に限らず、接客したすべてのお客様

を対象として、趣味、嗜好はもちろんのこと、ファッション属性、購入に至るまでのプロセスと背景、また購入しただけなかった場合の要因など、お客様の消費行動をきめ細かくデータ化し、仮説を立て、お客様が将来的に「どんな商品を」「どんなタイミングで」「どういう目的で」購入していただけるかを予測します。いわゆるCRM(Customer Relationship Management)を実践しているわけです。このシステムによる未来予測とPOSシステムからもたらされる過去の「売れ筋」「死に筋」等の過去情報、また定期的に海外展示会等にスタッフを派遣し、収集してくるトレンド情報等をあわせて分析し開発されるオリジナル商品は、高いヒット率を実現し、当社の利益におおいに貢献しています。

第2に、当社は顧客データビジネスを実践するため、「情報発信」としての立地戦略よりも、むしろ「情報受信」に優れた立地戦略を優先し、地方の中小商圈へ積極的に出店しています。具体的には地方の郊外型大型ショッピングセンターへの出店です。地方の中小商圈では、郊外に大型ショッピングセンターができると、その商業中心が一気に



形態別店舗数構成比  
ビジュソフィア オプトジェム  
メガネブティック



## 決算ハイライト

移動するという現象が続いています。つまりその地域での情報が最大に集まる立地が出現するわけです。このような状況は、銀座のような大商圏立地ではなかなか難しいと考えています。またこういった地方の中小商圏は、大商圏出店業態である海外有名ブランドショップの影響も受けづらく、比較的競争状況がゆるやかなのも特徴です。このようにユニークな立地戦略を取りながら、質の高い顧客データビジネス、CRMを実現できている事が現在の実績につながっていると考えています。

#### Q 来期の見通しと中期的な事業戦略についてお聞かせください。

当社は平成5年に宝飾業界に本格参入して以来、縮小する宝飾市場において、わずかな期間に九州・沖縄地区宝飾市場でトップシェアを占める事ができました。これも顧客志向を徹底し、質の高いCRMを実践できた結果と考えています。その教訓を大切に、むこう3年間におきましては、当社の営業基盤である九州・沖縄地区を中心に中国・四国地区も視野に入れながら、多店舗展開をしていきます。この3年間で九州・沖縄地区を中心とした地域で冠たるシェアを実現し、体力をたくわえ、その後、日本で最も豊かなマーケットである首都圏に打って出たいと考えています。

そのために来期は、主力業態であるピジュソフィア店(宝飾店)4店舗を新規出店する予定です。また九州・沖縄地区では、大手流通資本による地場大手流通破綻企業に対する支援も進んでおり、その動向によっては、当社の出店の機会も増えることが予想されます。このような状況をチャンスととらえ積極的に対応していきます。

商品面におきましては、CRMによる情報精度を高めて、お客様の多様なニーズをオリジナル商品製作及び商品構成に活用していきます。またイタリア等の最先端ヨーロッパアンファッショニエリストの導入と、中国、タイ国などのアジアにおける取引先とのパイプを深め、粗利益率の向上を目指します。

販売面におきましては、お客様の節目需要(誕生日、記念日)に対応した顧客催事等、販売促進策を積極的に実施していきます。

結果としまして、第40期(平成15年8月期)の業績予想は、売上高4,400百万円(前年比9.9%増)、経常利益360百万円(前年比18.6%増)及び当期純利益177百万円(前年比19.6%増)を見込んでいます。

#### Q 最後に株主の皆様へひとこと。

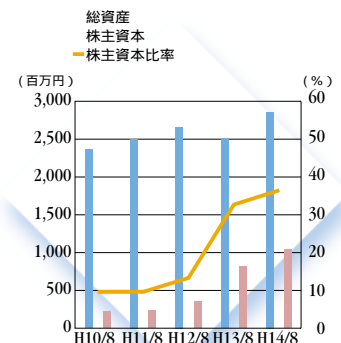
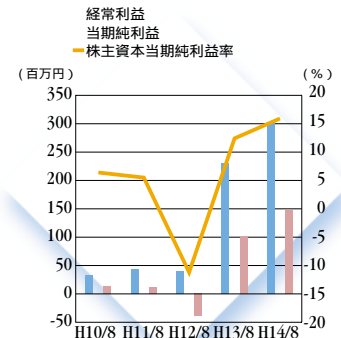
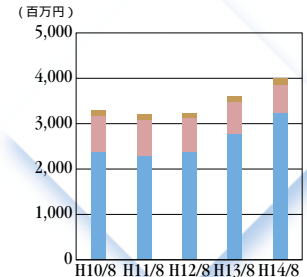
おかげさまでもちまして、当社は平成14年6月6日ジャスダック市場へ株式を上場する事ができました。あわせて当期(第39期)も増収増益を達成する事ができました。これも株主の皆様のご高配の賜物と感謝し、厚くお礼申し上げます。

当期は、ジャスダック上場記念配当として一株につき2円、普通配当として一株につき5円、あわせて一株につき7円の配当とさせていただきます。

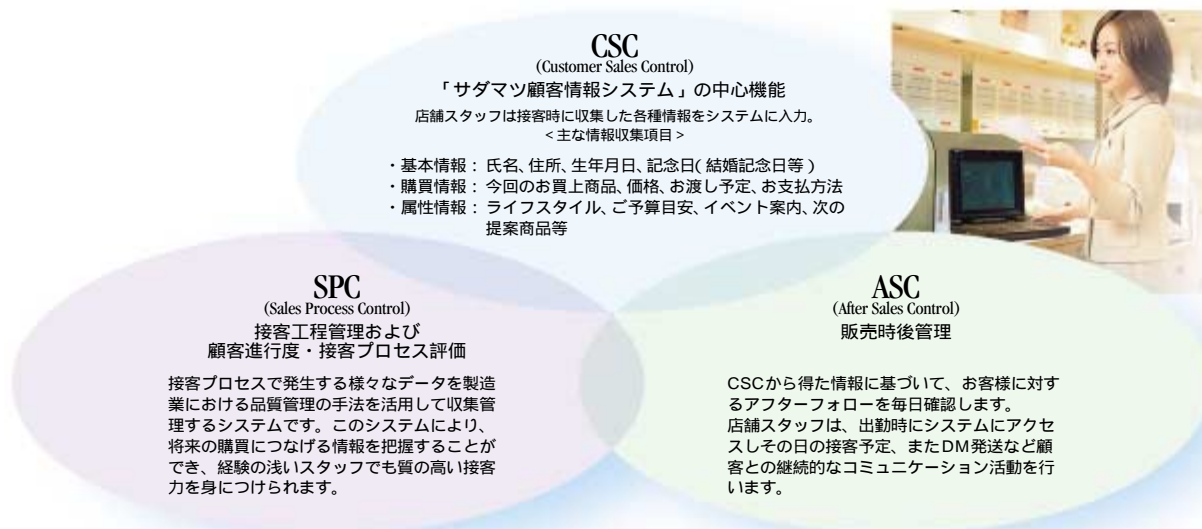
今後とも株主の皆様のご期待にそえるよう業績の拡大に努め、ROE(株主資本当期純利益率)の向上を図り、利益還元や、株式分割等も前向きに考えていきたいと思っています。さらに、積極的な情報開示を行い、皆様に当社をご理解していただけるよう努力する所存です。

株主の皆様におかれましては、今後とも一層のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

品目別売上高  
宝飾品 眼鏡 時計

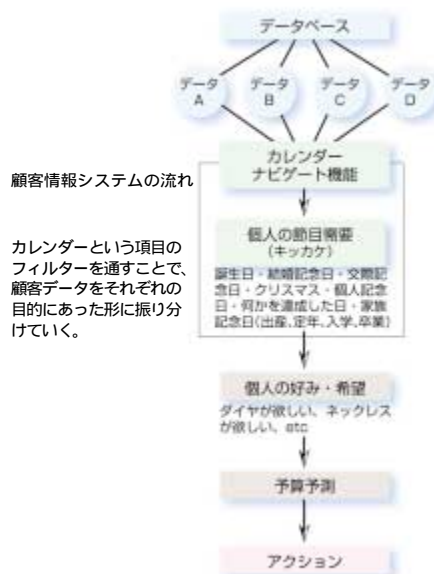


## 顧客情報システムを活用し、お客様満足度を向上



## 接客プロセスを徹底管理

当社は、宝飾小売業との認識よりも、接客業であり顧客データビジネス業であるという認識を持っています。独自に開発した顧客情報システムを早くから導入し、各店舗毎にパソコンを配備、本社と店舗間のネットワークを構築しています。一般的に顧客情報というと、購買商品、購買者の氏名、年齢、住所といった基本データだけであることが多いのですが、当社の顧客情報システムは、購買顧客に限らず接客したお客様すべてを対象とし、趣味、嗜好はもちろんのこと購買に至るまでのプロセス、また購入しなかった場合の要因など、来店したお客様の消費行動をきめ細かくデータ化しています。これによりお客様が今後何を購入したいのかが把握できるようになります。当社には、すでに約15万人の顧客データがストックされ、これらデータは毎日の販売活動はもとより、プライベートブランドの開発やマーチャンダイジング、店舗開発に大きな役割と機能を果たしています。





FILLE

データに基づいたマーチャンダイジングと  
メーカー機能を保持しない体制

POSシステムによる「過去情報(売れたモノの情報)」と顧客情報システムによる「未来情報(顧客が今後買いたいモノの情報)」をもとに、「bijou SOPHIA」ブランドのリング、ネックレス、ピアスを自社で企画し商品化を行っています。「買い易さ(プライス面)」、「ファッション性(デザイン)」を追求し、マーチャンダイジングによる独自性を打ち出すとともに、仕入商品との相乗効果により、収益の向上に大きく貢献しています。

商品開発、生産に関してはフレキシビリティを重視し、自社工場を持たず海外も含めたアウトソーシングによる専門分野の効率的な活用を行っています。また、パリ、ミラノ、ニューヨークへ定期的にスタッフを派遣し、トレンド情報を収集することで売れ筋動向を把握します。さらにこれまでに蓄積された顧客データを解析しながら、精度の高いニーズの抽出を行い、少品種・多ロットを実現して資本投資効果の向上に努めています。



bijou  
SOPHIA



FEMME

「bijou SOPHIA」ブランドの  
浸透と強化

「bijou SOPHIA」のbijouは宝石の意味であり、SOPHIAは SOPHISTICATED = 知的な、洗練されたという意味の女性名で、ショッピングセンターのインショップ中心に展開している宝飾店の店名および自社企画商品のブランド名として使用しています。

九州マーケットの中心である福岡・天神の一流商業地域に出店し、ステイタスを獲得するとともにシンボライズすることでお客様の信頼度とショップイメージを高めています。今後は、商品をさらに充実させデザインの新鮮さを追求することで拡販に結びつけていく考えです。

店舗戦略

当社は、3つの店舗形態をとっており、  
商圏人口や取り扱う商品・価格により地域に合った  
店づくりを行っています。



ビジュソフィア天神店

「ビジュソフィア」

ノンエイジ、オールターゲットの宝飾  
専門店「ビジュソフィア」を展開しています。  
中心顧客層は、20代から40、50代にかけて  
の女性となります。リーズナブルな価格  
のプライベートブランドをメインとして、  
ファッションアクセサリからブライダル

需要まで、顧客ニーズに絞り込んだ品揃えで効率的な販売  
を行っています。



オプトジェム江北店

「オプトジェム」

宝飾、時計、眼鏡を総合的に販売する  
「オプトジェム」を展開しています。「オプ  
トジェム」は、地方の小商圏を戦略エリ  
アとする、これまでにない新しいタイプ  
の複合業態ショップです。九州・沖縄地  
区に点在する小商圏への出店により、大

商圏に吸引されていた顧客の開拓を推進しています。



メガネブティック長崎店

「メガネブティック」

主にシニア層の女性を販売対象にシャ  
ネル、グッチ、アルマーニなどの高級ブ  
ランドを取り扱う「メガネブティック」を  
展開しています。九州地方の中商圏をタ  
ーゲットエリアとし、店舗数において過  
剰気味となったメガネディスカウント店

との徹底した差別化を図ることで、新たな需要の獲得を狙  
っています。

九州・沖縄・中四国エリアのトップチェーンへ

事業活動の基盤となる九州地区は、郊外型ショッピ  
ングセンター(以下SC)出店の加速を促しており、当社の  
事業に大きな追い風となっています。当社は、現在、宝  
飾業界において九州・沖縄地区全体を戦略エリアにチェ  
ーン展開を行う唯一の地元資本企業(平成14年現在)で  
あり、古くからある商店街に立地する地域一番店とは一  
線を画する情報力と販売力を確立しています。また中央  
のナショナルチェーンは、大商圏に限られたビジネス体  
制に変わりつつあり、中小商圏の郊外型SCへの新規出店  
が減少している状況です。また当社は、すでに福岡、長  
崎、大分、佐賀、熊本、沖縄において大型SCへの出店と  
売上実績を誇り、大型商業施設への誘致がさらに高まる  
傾向にあります。今後3年間は、中四国地区も視野に入  
れながら、この地域で冠たる地位を確立し、その後首都  
圏を含めた地域への出店も計画しています。



ビジュソフィア佐賀大和店  
(イオンショッピングセンター内)



DTC(ダイヤモンド・トレーディング・カンパニー)と  
共同キャンペーンを展開

当社は、「ビジュソフィア」各店において平成14年7月1日から1年間、世界最大のダイヤモンド販売・マーケティング会社であるDTC(ダイヤモンド・トレーディング・カンパニー)と共同で「ダイヤモンドライン&ファンシーズ キャンペーン」を展開しています。

このキャンペーンは、お得意様の招待や各種イベントを開催すると同時に、TV、雑誌、新聞等でアピールし、九州・沖縄地区のダイヤモンドマーケットの拡大を目指すものです。



またキャンペーンの一環として、同年8月2日から3日間、福岡「ビジュソフィア天神本店」において、DTC社と(株)タカラ共同製作の総計881個、51.433カラットのダイヤモンドを身に付けた時価1億円の「ファンシーダイヤモンド・リカちゃん」の展示を行いました。



西日本新聞 平成14年8月2日掲載

全国イオングループから  
売上伸長率1位表彰を受ける

今年で32回を迎えた全国イオングループ同友店総会「年度売上伸長率表彰」において、イオンショッピングセンター内にテナント出店している宝飾・眼鏡・時計の複合業態「オプトジェム有家店」(長崎県)が全国1位で表彰されました。



オプトジェム有家店

同店は、当社社訓である“お客様のお役に立つづくり”を目指し、くらしに密着した商品の提案を行った結果、売上高前年比146.7%を達成し表彰されたものです。

新規店舗のご紹介

平成14年10月、イオン若松ショッピングセンターに「ビジュソフィア若松店」を当社28店目としてオープンしました。



ビジュソフィア若松店

白とブルーを基調にした明るい店舗に、ピアス・リング・ネックレスなどの宝飾品とインポート時計やバッグ類を取り揃えており、ブライダルコーナーも充実しています。



「ビジュソフィア大牟田店」  
平成13年10月オープン



「ビジュソフィアパークプレイス大分店」  
平成14年4月オープン

財務概要

貸借対照表

科目	(単位:千円)	
	第38期 (平成13年8月31日現在)	第39期 (平成14年8月31日現在)
	金額	金額
<b>資産の部</b>		
流動資産	1,481,568	1,789,775
現金及び預金	254,748	416,379
売掛金	177,205	186,334
商品	1,020,712	1,146,316
貯蔵品	14,176	13,899
その他	15,512	27,887
貸倒引当金	786	1,042
固定資産	1,030,726	1,069,602
有形固定資産	199,477	231,873
無形固定資産	4,849	6,397
投資その他の資産	826,399	831,330
投資有価証券	129,688	130,162
差入保証金	469,428	478,992
長期前払費用	166,577	152,540
その他	79,696	87,226
貸倒引当金	18,992	17,592
資産合計	2,512,294	2,859,377
<b>負債の部</b>		
流動負債	936,131	1,178,423
支払手形	331,203	285,043
買掛金	70,059	112,143
短期借入金	120,000	324,000
一年以内返済予定の長期借入金	169,444	171,762
未払金	73,159	89,181
未払法人税等	93,604	93,213
その他	78,660	103,079
固定負債	757,084	641,045
長期借入金	719,482	577,982
退職給付引当金	36,492	37,001
役員退職慰労引当金		25,462
その他	1,110	600
負債合計	1,693,216	1,819,468
<b>資本の部</b>		
資本金	311,500	347,200
資本準備金	258,500	313,040
利益準備金	6,300	8,000
その他の剰余金	242,537	372,533
任意積立金		
別途積立金	138,000	178,000
特別償却準備金	673	483
当期末処分利益	103,863	194,049
その他有価証券評価差額金	241	864
資本合計	819,078	1,039,908
負債・資本合計	2,512,294	2,859,377

(注)記載金額は、表示単位未満の端数を切り捨てて表示しております。

損益計算書

科目	(単位:千円)	
	第38期 (自平成12年9月1日 至平成13年8月31日)	第39期 (自平成13年9月1日 至平成14年8月31日)
	金額	金額
営業収益	3,597,281	4,004,051
売上原価	1,824,015	1,967,478
売上総利益	1,773,266	2,036,572
販売費及び一般管理費	1,505,389	1,696,476
営業利益	267,877	340,096
営業外収益	5,139	14,121
営業外費用	41,375	50,746
経常利益	231,641	303,471
特別利益	2,125	1,144
特別損失	42,852	34,202
税引前当期純利益	190,913	270,413
法人税、住民税及び事業税	93,729	139,071
法人税等調整額	4,710	16,655
当期純利益	101,894	147,998
前期繰越利益	1,969	46,051
当期末処分利益	103,863	194,049

キャッシュ・フロー計算書

科目	(単位:千円)	
	第38期 (自平成12年9月1日 至平成13年8月31日)	第39期 (自平成13年9月1日 至平成14年8月31日)
	金額	金額
営業活動によるキャッシュ・フロー	159,466	83,264
投資活動によるキャッシュ・フロー	14,673	26,803
財務活動によるキャッシュ・フロー	238,284	146,855
現金及び現金同等物の増減額	64,143	256,922
現金及び現金同等物の期首残高	223,601	159,457
現金及び現金同等物の期末残高	159,457	416,379

利益処分

科目	(単位:千円)	
	第38期	第39期
	金額	金額
当期末処分利益	103,863	194,049
任意積立金取崩額		
特別償却準備金取崩額	190	91
合計	104,053	194,141
利益処分額	58,002	121,555
利益準備金	1,700	
配当金	8,202	28,455
役員賞与金	8,100	13,100
(うち監査役賞与金)	(400)	(700)
任意積立金		
別途積立金	40,000	80,000
次期繰越利益	46,051	72,586

## 会社概要

## 会社概況

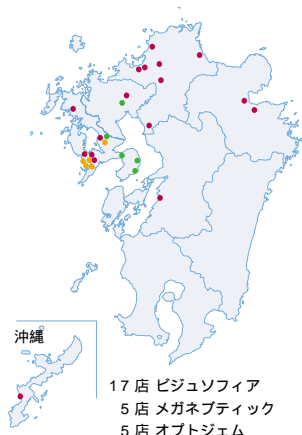
(平成14年8月31日現在)

会社名 株式会社サダマツ  
 〒810-0042  
 福岡県中央区赤坂一丁目5番11号(本社)  
 TEL.092-734-9657(代表)  
 登記上の本社所在地 長崎県大村市本町458番地9  
 設立 昭和39年  
 決算期 8月  
 取引銀行 十八銀行・親和銀行・福岡銀行・三井住友銀行  
 西日本銀行・商工中金・みずほ銀行  
 資本金 3億4,720万円  
 従業員数 190人(平均年齢...35歳5ヶ月)  
 事業内容 宝飾・メガネ・時計の販売  
 役員 代表取締役会長 貞松豊二郎  
 代表取締役社長 貞松隆弥  
 常務取締役管理本部長 西川 新二  
 取締役営業本部長 二文字憲一  
 取締役企画総務部長 中武 忠幸  
 常勤監査役 中尾 実郎  
 監査役 藤井 幸雄

## 店舗リスト

福岡地区  
 ビジュソフィア 天神店  
 ビジュソフィア マリナタウン店  
 ビジュソフィア 筑紫野店  
 ビジュソフィア 春日店  
 ビジュソフィア 福岡東店  
 ビジュソフィア 行橋店  
 ビジュソフィア 大牟田店  
 長崎地区  
 メガネブティック 長崎店  
 ビジュソフィア 長崎浜町店  
 ビジュソフィア 夢彩都店  
 メガネブティック 道の尾店  
 メガネブティック 江川店  
 ビジュソフィア 東長崎店  
 メガネブティック 東長崎店  
 ビジュソフィア 大塔店  
 オプトジェム 大村店  
 ビジュソフィア 大村ジャスコ店  
 メガネブティック 大村ジャスコ店  
 オプトジェム 諫早店  
 オプトジェム 島原店  
 オプトジェム 有家店  
 大分地区  
 ビジュソフィア 大分パルコ店  
 ビジュソフィア パークプレイス大分

佐賀地区  
 ビジュソフィア 佐賀大和店  
 オプトジェム 江北店  
 熊本地区  
 ビジュソフィア 熊本南店  
 沖縄地区  
 ビジュソフィア 沖縄店



## 株式情報

## 株式の状況

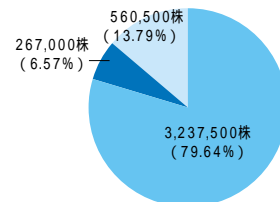
(平成14年8月31日現在)

会社が発行する株式の総数 15,060,000株  
 発行済株式の総数 4,065,000株  
 株主数 537名

## 大株主

株主名	当社への出資状況		当社の当該大株主への出資状況	
	持株数 (株)	持株比率 (%)	持株数 (株)	持株比率 (%)
貞松 隆 弥	751,800	18.49		
貞松 豊 二郎	575,850	14.16		
有限会社隆豊	376,500	9.26		
貞松 栄 子	351,900	8.65		
貞翔持株会	216,980	5.33		
藤井 幸 雄	120,000	2.95		
株式会社十八銀行	90,000	2.21	9,390	0.00
株式会社親和銀行	90,000	2.21		
貞松 良 成	75,225	1.85		
貞松 豊 三	69,225	1.70		

## 株式分布状況



個人・その他  
 金融機関  
 その他の国内法人

株主メモ

決算期	8月31日
定時株主総会	11月中
同総会権利行使株主確定日	8月31日
株主配当金支払株主確定日	8月31日
	なお、中間配当を実施する場合の株主確定日は、2月末日といたします。
1単元の株式数	1,000株
名義書換代理人	東京都港区芝三丁目33番1号 中央三井信託銀行株式会社
同事務取扱所	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 中央三井信託銀行株式会社 証券代行部 Tel. ( 03 ) 3323-7111 ( 代表 )
同取次所	中央三井信託銀行株式会社 全国各支店 日本証券代行株式会社 本店および全国各支店
公告掲載新聞	日本経済新聞



<http://www.b-sophia.co.jp/>



お問い合わせ先 本社 / 福岡市中央区赤坂一丁目5番11号