

SADAMATSU Business Report 2015

第 52 期 2014.9.1 ▶ 2015.8.31 (証券コード 2736)

Le Petit Prince



W I S H U P O N A S T A R.®

“Le plus important est invisible”

— 大切なことは、目に見えない —



星の王子さま / Le Petit Prince® property of LPP612

Licensed by Warner Bros. Consumer Products, a Division of Warner Entertainment Japan Inc.

精神価値No.1ブランドの実現に向けて ～サダマツの目指すところ



代表取締役社長
貞松 隆弥 TAKAYA SADAMATSU

<2015年8月期の業績の振り返り>

2015年8月期の業績を総括すると、定量的には増収減益となり課題は残りましたが、定性的には相当の手応えを感じた1年となり、先行き非常に楽しみな決算になったと捉えています。

74.5%増の成長を見せたWish upon a starを中心に、通期の連結売上高は11.8%増となり、業界では突出した成長性を実現しました。このトップラインが伸びているという現実には、苦戦が続く国内ジュエリーマーケットの中で、非常に大きな価値を持っていると考えています。

また、海外事業についても、小売部門である台湾子会社の台湾貞松(株)、生産部門のベトナム子会社ディーアンドキュー ジュエリーともに最高益となり、アジアの成長が続く中、先々非常に楽しみな状況になってきました。

そうした好調の中で、減益となった要因は2点あります。1点は、上期にドライバー商品であるWish upon a starのTVCMへの積極投資に加え、中長期を見据えた大掛かりなブランド戦略費用を投下したためです。その成果もあり、下期の業績は半期決算として、上場来の最高益を大幅に更新しました。クリスマスシーズンを含む上期の売上高成長率10.4%に対し、下期は13.3%とより伸び率が拡大しており、新しい期に入ってもその勢いが続いています。Wish upon a starへの認知がじわじわと高まりつつある中で、新事業年度も引き続き積極投資を実施し、「精神価値No.1ブランド」へと登りつめたいと考えています。

また、Wish upon a starは高粗利な商品であり、本来、売上高の伸び以上に全体の粗利が伸びるという想定をしていましたが、地方の厳しい状況を受け、バー

ゲン対応が増えたことが影響し、売上高に連動した粗利の伸び率となったことが2つ目の要因です。事業環境を俯瞰すると、2つの二極化が存在しています。1つは所得の二極化、もう1つは地域の二極化です。これらにいかに対応していくかが、今後の重要な取り組みになってくると考えおり、特に、地方展開については、新たな中期経営計画の前半できっちりと対応策を実施し、盤石な体制を整えていく考えです。

<中期5カ年計画「BBI※」の考え方>

●「ビジュドファミリーユ」を伝えることで世の中をよくする

そもそも、なぜ、いつの時代にも、ダイヤモンドをお買い求めになる方がいるのでしょうか。

日本ではあまり知られていませんが、ダイヤモンド史の長い欧州では、「家族の宝石～ビジュドファミリーユ」という習慣があります。これは、人の命は永遠ではない、だからこそ、この世で唯一の永遠の象徴であるダイヤモンドに想いを託して、受け伝えていくという習慣です。

婚約指輪と訳されたエンゲージメントリングは、本来、強い繋がり、契約の意味があり、その家に嫁いだお嫁さ

CLOSE UP

festaria presents
Nicola formichetti JAPAN GALAXY2015

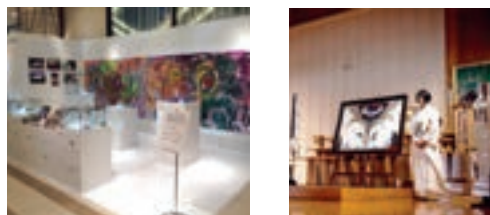
伊勢丹新宿本店本館1階=ザ・ステージ 2015年1月2日～6日



世界的に活躍するファッション デイレクター、ニコラ・フォルミケッティ氏と“Wish upon a star”が夢のコラボレーション。日本の文化をキーワードにジュエリーの枠を超えたプロダクトを発信しました。

New Year 2015
Wish upon a star×veretta 8va 10th anniversary

阪急うめだ本店=コトコトステージ11 2015年1月7日～13日



“Wish upon a star”のミュージズであり出雲大社奉納画家である小松美羽氏が来場し、新春ライブペイントを開催。女性を応援するWishジュエリーを提案しました。

2014年度百貨店バイヤーズ賞(織研新聞社主催)
のバイヤーズ賞プラスを受賞



旗艦ブランドfestaria bijou SOPHIA(フェスタリア ビジュソフィア)が、大都市の都心百貨店で特に高評価を得たブランドが選定されるバイヤーズ賞プラスを受賞しました。

決算ハイライト

	2015年8月期	2016年8月期 (予想)
売上高	9,184百万円 (前期比11.8%増)	9,600百万円 (前期比4.5%増)
営業利益	126百万円 (前期比31.4%減)	240百万円 (前期比89.8%増)
経常利益	113百万円 (前期比24.5%減)	200百万円 (前期比76.6%増)
当期純利益	15百万円 (前期比51.0%減)	45百万円 (前期比197.9%増)

んに家族の愛の証として世代をこえて受け継いでいきます。母親から貰い受けた指輪を渡し、結婚を申し込む。プロポーズは、つまりバトンを渡す行為なのです。私は、この「人の命は永遠じゃない、親がいて、家族があって、子供たちがいて、そうしてずっとつながっていくんだ。その想いを永遠のダイヤモンドに込めて引き継いでいくんだ」というビジュド ファミーユの習慣がより広く、文化として引き継がれば、世の中はもっとよくなると信じています。ジュエリーの仕事を通じて世界をよりよい場所にすることに貢献したい、それが私たちのミッションです。

●BBI*元年へ。その想いを実現する新5カ年計画をスタート

半期における過去最高益を記録し、明らかなる手応えを受けることができた前期を受け、BBIビジョンを実現

する新5カ年計画を策定し、①競争優位性を進化させる、②環境の変化にイノベーションで対応する、③ベースを固め経営基盤を強化する、この3つの基本方針を定めました。

具体的には、引き続きWish upon a starを主軸とした積極的なプロモーション、コラボレーション展開を通じて、商品、ブランド認知度をあげること、そして、ブライダル需要の獲得を強化することが重要です。前期の好調なトレンドを切らさないためにも、今期も積極投資を継続し、早期に確固たる地位を築いていきます。この好調さにブレキをかけることのないよう、Wish upon a starの供給体制強化も必要です。ベトナム子会社の生産体制の見直し、開発・販売と一体となったサプライチェーンの再構築を実施します。

また今後、地方の風景は相当に変化すると見ており、先手を打って地方店舗のスクラップ&ビルドを加速するとともに、当社が出店しない地域については、ジュエリーメーカーとして卸展開を推進していきます。さらに、従来の百貨店・SC等のドメインに加え、eコマースやTV通販、オムニチャネル等へチャネル展開を拡大します。eコマースの取り組みとしては、中国のIT大手・テンセント社の戦略的パートナーであるウイ・ジャパン社と連携し、先行展開していますが、非常によい手応えを得ています。

そして、BBI実現には、ミッションを具現化したUSP (Unique Selling Proposition) 商品があるだけでは不十分であり、何より、ミッションが織り込まれたサービス、いわば「サダマツの心」を宿したUSP人材の育成が肝要です。2015年9月より、中計5カ年目のサダマツの姿を念頭においた、積極採用・育成に力を尽くします。

その他、資本状況や会社の形態についても、次の段階にふさわしいものにしていかなければいけないと考えています。そうしたことをすべてに、この5カ年計画の前半でしっかりと積極投資し、後半より確実に実りを大きくしながら



ら目標を射程圏に仕留めていく計画であり、営業利益は後半、急カーブを描き、目標15億円を達成することになると考えています。

5年後のイメージに対する手応えは、前期、十二分に感じることができました。今こそ、ブランディングに積極投資し、体制を整えることが必要であると判断しており、まだまだインフラ投資が必要です。株主の皆様におかれましては、当社のミッション、ビジョンに共感いただき、5年後の姿を楽しみにしていただきながら、中長期にわたりご支援いただけますようお願い申し上げます。

WISH UPON A STAR®

夢を叶える、星のダイヤモンド



Wish upon a star.は、当社だけのオリジナルプレミアムカットです。意匠第1432632号・商標第5533583号



●Wish upon a starが生まれるまで

当社のドライバー商品Wish upon a starは、今から約4年前にこの世に誕生しました。

世界のジュエリーマーケットの約38%はダイヤモンドマーケット、そのうち、世界の約80%にあたる628億ドル、日本では約95%にあたる、およそ4,537億円がラウンドブリリアントカット商品です。ブリリアントカットは、1919年にダイヤモンド加工業の名門トルコフスキー家の一員、数学者でもあったマルセルトルコフスキーによって見出された最もダイヤモンドを美しく輝かせる型として知られています。1世紀を経て、今なお圧倒的な売上シェアを維持しています。けれど、「ラウンドブリリアントカットのダイヤをください」とおっしゃる方は皆無です。当社は、このダイヤモンドの素材開発に大きな可能性があると考えました。そして、ラウンドブリリアントカットの輝きそのままに、高度なカット技術を駆使して、光の反射と屈折で中に2つの星が浮かび上がるダイヤモンド、Wish upon a starを開発しました。

ではなぜ、星を浮かび上がらせることにしたのか。地球に現存する最古のダイヤモンドは、地球誕生の歴史を10億年遡る、60億年前にできたものだと言われています。それは、かつて流星だったかもしれないし、宇宙を漂っていたものが、地球が形作られる時に取り込まれたものかもしれません。事実、宇宙にはダイヤでできた星はたくさんあるのです。また、「世界中どこも、どんな宗教、文化の人でも星に願い事をする」という事実から、星はまさに願いを叶える象徴であり、「星だったかもしれないダイヤモンドを星に戻せないか、そうしたら世界中の人の願い事を叶えてくれるんじゃないか」との想いに至りました。

「小さな星は今の自分自身、大きな星は未来に輝く自分。このダイヤモンドに想いを込め、未来の夢を実現し、いつか生まれてくるあなたの大事な人に譲ってください、それがあなたの家族の宝石〜ビジュド ファミーユになるはずだ」。

ジュエリーの価値は、大きく資産価値、ファッション価値、精神価値の3つに分けられます。これらは常に存在していますが、時代によってその価値バランスは変わります。時代は今、モノからコトへ、コトからココロへ、精神価値の時代に入りました。「自分にご褒美」という現代女性の購買行動はその典型です。そうした精神価値が宿る、夢を叶える、星のダイヤモンド Wish upon a starへの共感がじわじわと広がっています。資産価値、ファッション価値はともかく、精神価値でNo.1ブランドは、まだ決まっていませんので、当社では、まだ誰も手をつけていないこの領域に働きかけ、精神価値No.1ブランドとなることを目指します。

*BBIビジョン

B=ブランドミッション:ジュエリーに愛と夢を込めて「ビジュド ファミーユ」
B=ブランドビジョン:「世界の人々の願いをともに叶える象徴となる」
I=インパーソナルドリーム:「ブランドの成長に相応しい職への哲学をもち、自らの仕事を通じて社会に変革をもたらす」

<定性目標>

- 「最高のブランドになると決意する」
- 東証1部上場を実現する
- 業界において「最も尊敬される会社」になることを目指す
- 企業価値・株主価値・顧客価値・従業員価値を同時に向上させる経営を行う

<定量目標・2020年8月期連結業績>

- 連結売上高: 150億円
- 営業利益: 15億円
- ROE: 20%

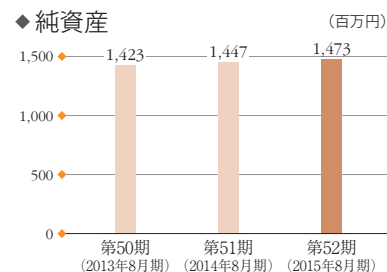
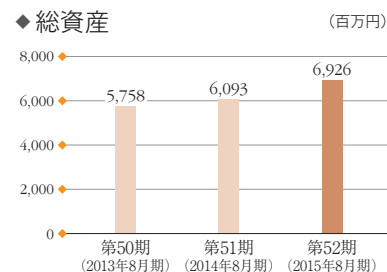
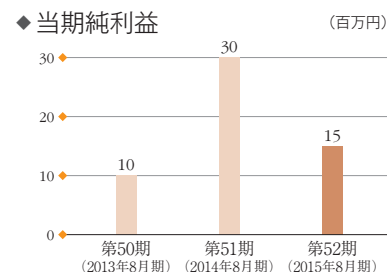
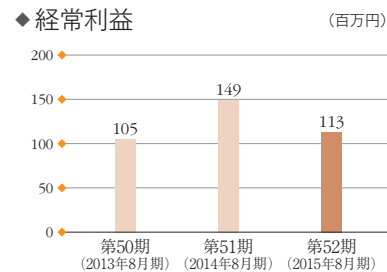
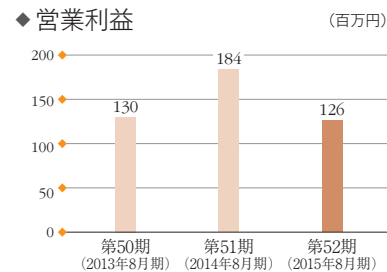
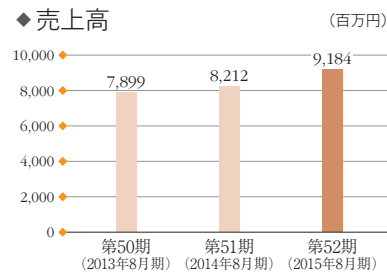
—主要連結財務データ—

◇連結売上高:91.8億円(前年比11.8%増)

主力の“Wish upon a star”の売上が前年比74.5%増と大幅に伸長し、増収に貢献。

◇連結営業利益:1.2億円(前年比31.4%減)

売上総利益は増加も、販売費及び一般管理費が前年比13.4%増で営業利益は減益。先行投資の効果が奏功し、下期は上場以来過去最高益を達成。



Information

映画「リトルプリンス 星の王子さまと私」と
夢を叶える、星のダイヤモンド“Wish upon a star”が
夢のコラボレーション。



2015年10月末よりクリスマス限定コレクション発売スタート
“Le plus important est invisible”
—大切なことは、目にみえない—
心でみなくちゃ、ものごとはよく見えない。星の王子さまコレクションにはそんなメッセージが込められています。夜空に輝く王子さまの星になぞらえて願いをかけてみませんか?



映画「リトルプリンス 星の王子さまと私」からインスピレーションを受けデザインされた、クリスマス限定ジュエリー。中央には、夢を叶える、星のダイヤモンド“Wish upon a star”がきらめきます。(オリジナルBOX付)

© 2015 - LPPTV - Little Princess - ON Ent. - Orange Studio - M6 films - Lucky red
Licensed by Warner Bros. Consumer Products, a division of Warner Entertainment Japan Inc.

プロポーズ応援サイト
“Surprise Pro”
2015年11月2HOPEN!

URL <http://surprise-pro.com/>



「2人の感動のプロポーズをお手伝い!」
男性の「困った」を解決し、女性の「ほしい」を叶えるサプライズプロポーズプランを始め、今注目のキーワードや、恋愛、結婚の基礎知識、プロポーズの極意まで、恋愛、結婚にまつわる気になる話題、役立つ情報をご紹介します。

株主優待のご紹介

当社は、株主の皆様の日頃のご支援・ご愛顧に感謝いたしまして、株主優待制度を導入させていただきます。

対象となる株主様につきましては、以下の案内をご覧の上、決議ご通知に同封の株主優待案内ハガキにてお申し込みください。

対象:平成27年8月31日現在の株主名簿に記載または記録された、1,000株以上ご保有の株主様。

株主優待の内容:

	① 自社オリジナルジュエリー	② お買物優待券
1,000株以上	SADAMATSU 2015 Limited Edition	10,000円分 20,000円分
3,000株以上		
6,000株以上		

※②は一部の店舗でご利用頂けない場合がございます。

詳しくは当社ホームページをご覧ください。(http://www.b-sophia.co.jp/IR/から「株主優待」ページへ)



WISH UPON A STAR.
TWINKLE

光によって色が変わるキュービックジルコニアに、二つの美しい星が浮かび上がる、オリジナルプレミアムカット“Wish upon a star”カットを施したオリジナルジュエリーです。

会社概要

■会社概要(2015年8月31日現在)

会社名 株式会社サグマツ
英文社名 SADAMATSU Company Limited.
東京本社 〒153-0061
東京都目黒区中目黒2丁目6-20-2F
TEL.(03)5768-9957(代表)
(長崎県大村市本町458番地9)
設立 昭和39年(1964年)3月
資本金 7億4,339万円
決算期 8月31日
取引銀行 みずほ銀行・三菱東京UFJ銀行・
横浜銀行・親和銀行・十八銀行・
三井住友銀行・福岡銀行・
商工組合中央金庫

従業員数 連結475名、単体349名
事業内容 宝飾品の製造小売、メガネ・時計の
販売

役員 代表取締役社長 貞松 隆 弥
取締役 磯野 紘 一
社外取締役 田中 道 昭
執行役員 笠原 浩 一
執行役員 岡 俊 和
執行役員 姉川 清 司
常勤監査役 中尾 實 郎
社外監査役 田中 恵
社外監査役 三羽 正 人

■主な子会社

会社名 D&Q JEWELLRY Co.,Ltd.
所在地 NO.9,Catbi road,Catbi ward,Haian
dist.,Haiphong city,Vietnam
設立 2006年5月
事業内容 宝飾品・アクセサリーの製造
会社名 台湾貞松股份有限公司
所在地 中華民国台北市市民大道一段211
號11樓
設立 2011年1月
事業内容 宝飾品の輸入・販売

■当社ホームページ <http://sadamatsu.com/>



トップページ



IRサイト

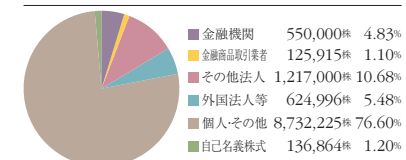
<http://www.b-sophia.co.jp/IR/>

株式情報

■株式の状況

発行可能株式総数 30,120,000 株
発行済株式の総数 11,387,000 株
1単元の株式数 1,000 株
株主数 3,041 名

■株式分布状況



■大株主

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
貞松 隆 弥	1,940,300	17.25
貞松 豊 三	1,398,450	12.43
有限会社隆豊	560,000	4.98
デービーエスバンクミテッド 700104	457,000	4.06
株式会社ツツミ	397,000	3.53
貞翔持株会	233,960	2.08
貞松 栄 子	207,800	1.85
資産管理サービス信託銀行株式会社 (証券投資信託口)	190,000	1.69
株式会社十八銀行	180,000	1.60
株式会社親和銀行	180,000	1.60

ブランド&ショップ インフォメーション

festaria

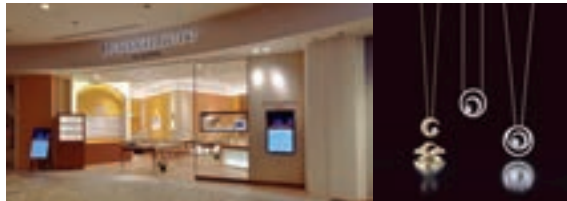
bijou SOPHIA
フェスタリア ビジュソフィア



ジュエリーを通して愛と夢をお届けする、ライフタイムジュエリーブランド。

Douxmiere

bijou SOPHIA
ドゥミエール ビジュソフィア



降りそそぐ日ざしのように、みんなを幸せな気持ちで満たす、あたたかな輝きを提案するジュエリーブランド。

festaria

VOYAGE
フェスタリア ボヤージュ



楽しさのエスプリを加えた“VOYAGE”。素敵な旅の一枚のような、感動ときらめきをあなたに。

vielle

bijou SOPHIA
ヴィエール ビジュソフィア



キラキラ輝く愛される女の子になるための、ジュエリークローゼット。

veretta 8va

ヴェレッタ オッターヴァ

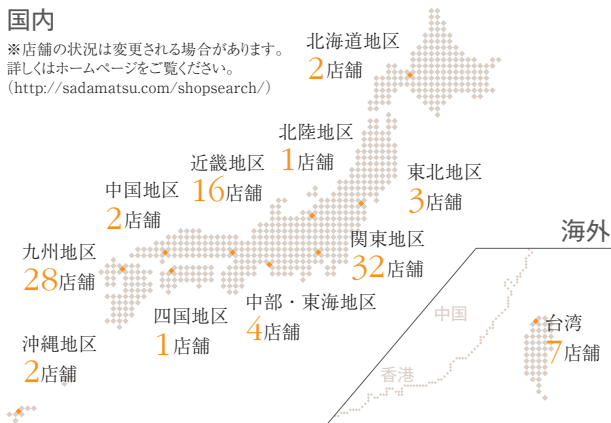


8番目の宝ものとして、現代に生きる女性の気持ちが豊かになるジュエリーを提案。

店舗の状況 (2015年11月26日現在)

国内

※店舗の状況は変更される場合があります。詳しくはホームページをご覧ください。
(<http://sadamatsu.com/shopsearch/>)



ブランド出店数

ブランド	店舗数
festaria bijou SOPHIA (festaria SANCTUARY含む)	39店舗
festaria VOYAGE	6店舗
Douxmiere bijou SOPHIA	30店舗
veretta 8va	4店舗
vielle bijou SOPHIA	8店舗
Glajewel・メガネ店	4店舗
海外店舗数 7店舗	
festaria bijou SOPHIA	7店舗

2014年10月
フェスタリア ボヤージュ ラゾーナ川崎店
ドゥミエール ビジュソフィア ららぽーと和泉店
ドゥミエール ビジュソフィア イオンモール京都桂川店
2014年12月
フェスタリア ボヤージュ イオンモール岡山店
ドゥミエール ビジュソフィア モラージュ葛蒲店
2015年3月
フェスタリア サンクチュアリ 伊勢丹新宿店

2015年4月
ドゥミエール ビジュソフィア イオンモール神郷ライカム店
フェスタリア ボヤージュ なんばパークス店
フェスタリア ボヤージュ アミュプラザおおい店
フェスタリア サンクチュアリ 岩田屋本店
フェスタリア サンクチュアリ ルクアアイレ店
2015年10月
ドゥミエール ビジュソフィア KUZUHA MALL店
2015年11月
ドゥミエール ビジュソフィア ららぽーと磐田店