



本資料は平成15年8月31日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、予告なしに変更されることがあります。

2003年8月期（40期） 本決算説明会



株式会社

サダマツ

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

JASDAQ 2736

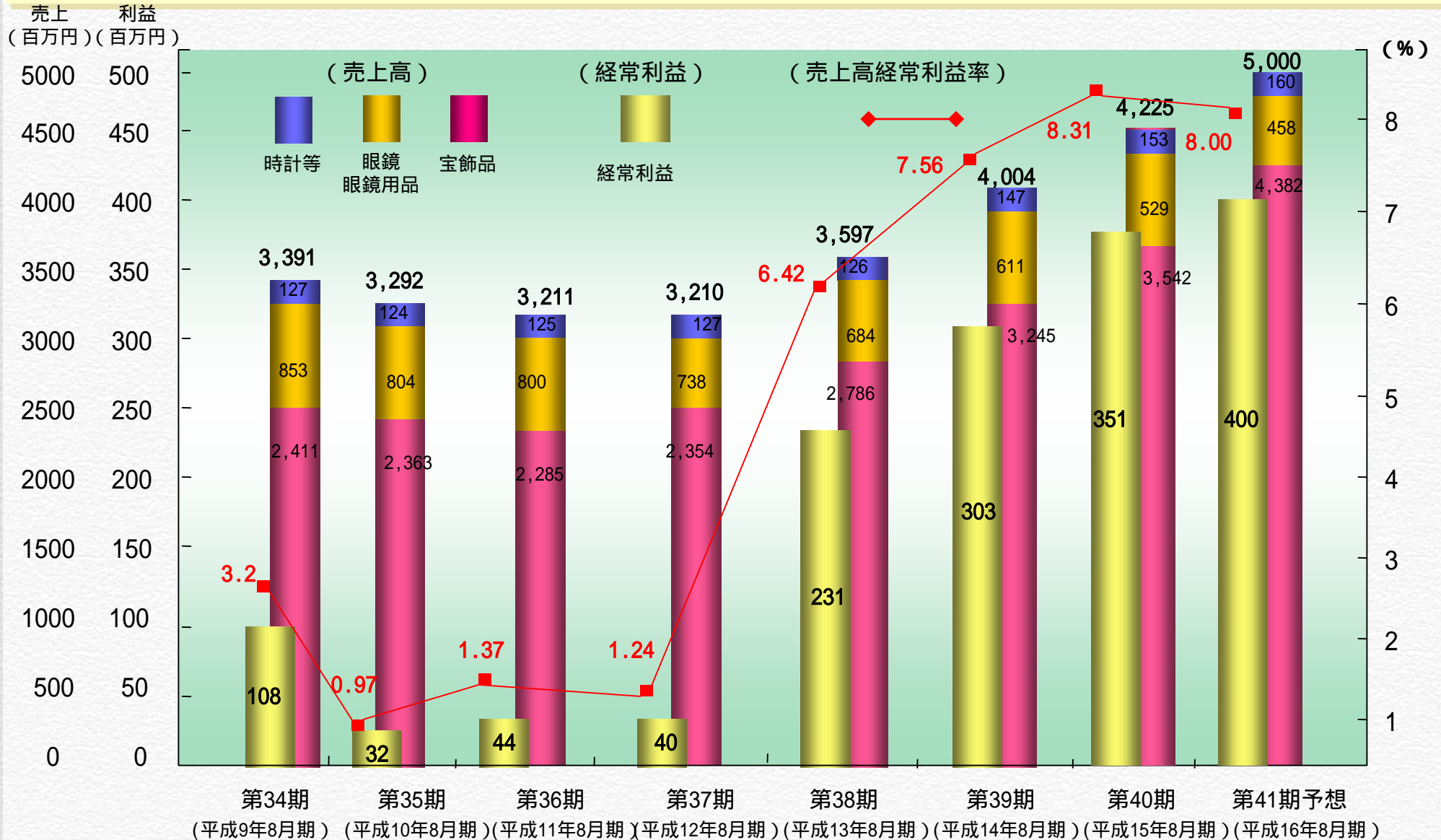
目次

:2003年8月期 本決算実績について

:業態別事業推移について

:今後の事業展開
(5年後を見据えた事業戦略について)

売上・利益・利益率の時系列グラフ



損益計算書概要

単位：千円

	39期実績 2002年8月期	売上高 比率	40期予想 2003年8月期	売上高 比率	40期実績 2003年8月期	売上高 比率	対前期増加率	予測対比
売上高	4,004,051	100.0	4,400,000	100.0	4,225,769	100.0	+5.5%	-4.0%
売上総利益	2,036,572	50.9	2,241,500	50.9	2,179,531	51.6	+7.0%	-2.8%
販管費	1,696,476	42.4	1,861,871	42.3	1,809,542	42.8	+6.7%	-2.8%
営業利益	340,096	8.5	379,629	8.6	369,989	8.8	+8.8%	-2.5%
経常利益	303,471	7.6	360,000	8.2	351,075	8.3	+15.8%	-2.4%
当期純利益	147,998	3.7	177,805	4.0	176,404	4.2	+19.7%	-0.8%
EPS	58.56		39.78		39.44			
期中平均株数	2,527,181株		4,065,000株		4,065,000株			

売上高 5.5%増

- ・12月のクリスマス商戦において、トレンドを取り入れた商品がギフト需要として好評を博した。
- ・上半期1店舗、下半期4店舗の出店が好調に推移した。

売上総利益率 7.0%増

- ・海外メーカー、国内メーカーとのチームマーチャライジングによって製作された商品の販売拡大で利益率が向上した。

営業利益 8.8%増

- ・売上総利益率の向上と販売促進策の効果的運用により、販管費のコントロールができたことにより増益となった。

当期純利益 19.7%増

- ・期初予想はわずかに未達であったが、前年比19.7%増と過去最高益を更新した。

販売管理費比率概要（2期間比較）

単位：千円

	第40期（2002年8月期）	構成比	第41期（2003年8月期）	構成比	前年比
販売管理費計	1,696,476	100.0	1,809,542	100.0	6.7%増
給与・賞与	529,996	31.2	565,474	31.2	6.7%増
賞与引当金繰入額	23,317	1.4	26,557	1.5	13.9%増
法定福利費	73,710	4.3	80,889	4.5	9.7%増
広告宣伝関連	315,701	18.6	312,371	17.3	-1.1%減
販売手数料	57,147	3.4	46,995	2.6	-17.8%減
賃借料	90,255	5.3	105,009	5.8	16.3%増
家賃	261,834	15.4	288,827	16.0	10.3%増
減価償却費	36,585	2.2	37,265	2.1	1.9%増

給与・賞与 6.7%増

- ・ 出店による人員の増及び営業本部のマネジメント力、商品部の商品企画開発力の強化のため人材確保によって前年比6.7%上昇した。

販売促進・広告宣伝 1.1%減

- ・ 広告宣伝媒体の見直しを図り、効果的な販売促進策を実施したことにより、減少させることが出来た。

家賃 10.3%増

- ・ 5店舗の新規出店により、増加した。

貸借対照表概要（2期間比較）

単位：（千円）

		第39期（2002年8月期）		第40期（2003年8月期）		前年差
			構成比		構成比	
資産の部	流動資産	1,789,775	62.6	1,843,135	61.5	+53,360
	現預金	416,379	14.6	353,438	11.8	-62,941
	売掛金	186,334	6.5	224,668	7.5	+38,333
	たな卸資産等	1,187,061	41.5	1,265,029	42.2	+77,968
	固定資産	1,069,602	37.4	1,153,683	38.5	+84,080
資産合計		2,859,377	100.0	2,996,818	100.0	+137,441
負債の部	流動負債	1,178,423	41.2	1,338,238	44.7	+159,815
	固定負債	641,045	22.4	482,957	16.1	-158,088
	負債合計	1,819,468	63.6	1,821,195	60.8	+1,726
資本の部	資本金	347,200	12.1	347,200	11.6	0
	資本準備金	313,040	10.9	313,040	10.4	0
	利益準備金	8,000	0.3	8,000	0.3	0
	その他剰余金	371,669	13.0	507,383	16.9	+135,714
	資本合計	1,039,908	36.4	1,175,623	39.2	+135,714
負債・資本合計		2,859,377	100.0	2,996,818	100.0	+137,441

キャッシュフロー状況

単位：(千円)

決算期	第39期(2002年8月期)	第40期(2003年8月期)	前年差
営業活動によるキャッシュフロー	83,264	149,323	66,059
税引前当期純利益	270,413	326,613	56,200
棚卸資産の増加額	-125,327	-72,978	52,349
法人税等の支払額	-139,381	-174,790	-35,409
投資活動によるキャッシュフロー	26,803	-106,993	-133,796
投資有価証券売却により収入	112	19,707	19,595
店舗保証金等による支出	-14,297	-93,853	-79,556
財務活動によるキャッシュフロー	146,855	-105,271	-252,126
短・長期借入金による収入	583,000	420,000	-163,000
短・長期返済金による支出	-518,182	-497,500	20,682
現金及び現金同等物の増減額	256,922	-62,941	-319,933
現金及び現金同等物の期首残高	159,457	416,379	256,922
現金及び現金同等物の期末残高	416,379	353,438	-62,941

キャッシュフロー主なポイント

(掲載金額は千円未満を切り捨てて表示)

- 1) 税引前当期純利益の増加 56,200千円 当期 326,613千円 前期 270,413千円
- 2) 店舗保証金等による支出の増加 -79,566千円 当期 5店舗出店 前期 2店舗出店
- 3) 借入金の借入額減少及び返済額による資金の減少 -142,318千円
 借入による資金の調達額の減少 -163,000千円 借入金返済額の減少 20,682千円

2003年8月期財務比率総括

(単位：百万円,%)

損益計算書関連項目	第39期 (2002年8月期)	第40期 (2002年8月期)	前年同期比
売上高	4,004	4,225	105.5
売上総利益	2,036	2,179	107.0
販管費	1,696	1,809	106.7
営業利益	340	369	108.8
営業外収益	14	2	21.0
うち受取利息及び割引料	-	-	-
営業外費用	50	21	43.1
うち支払利息及び割引料	25	19	77.4
経常利益	303	351	115.7
当期利益	147	176	119.2
減価償却費	36	37	101.9
キャッシュフロー	416	353	84.9
直営店舗数	27	31	114.8
従業員数	190	202	106.3
売上高総利益率	50.9	51.6	101.4
同営業利益率	8.5	8.8	103.5
同経常利益率	7.6	8.3	109.2
同当期利益率	3.7	4.2	113.5
総資本営業利益率	12.7	12.6	99.2
同経常利益率	11.3	12.0	106.2
同当期利益率(ROA)	5.5	6.0	109.1
自己資本営業利益率	36.6	33.4	91.3
同経常利益率	32.6	31.7	97.2
同当期利益率(ROE)	15.9	15.9	100.0
従業員一人当たり売上高	21	21	100.0
総資本回転率(回/年)	1.49	1.44	96.6
棚卸資産回転期間(月)	6.99	6.93	99.1
交差比率	177.8	184.5	103.8

(単位：百万円,%)

貸借対照表関連項目	第39期 (2002年8月期)	第40期 (2002年8月期)	前年同期比
資本・負債合計	2,859	2,996	104.8
資産合計	2,859	2,996	104.8
流動資産合計	1,789	1,843	103.0
うち現金及び貯金	416	353	84.9
うち売掛金	186	224	120.6
うち在庫	1,146	1,216	106.1
固定資産計	1,069	1,153	107.9
うち有形固定資産	231	220	95.3
うち無形固定資産	6	6	101.0
うち投資その他資産	831	926	111.4
負債合計	1,819	1,821	100.1
流動負債計	1,178	1,338	113.6
うち買掛金	112	128	114.9
うち有利子負債	495	607	122.6
固定負債計	641	482	75.3
うち有利子負債	577	388	67.2
資本合計	1,039	1,175	113.1
うち資本金	347	347	100.0
うち資本剰余金	313	313	100.0
うち利益剰余金	380	515	135.4
うち有価証券評価差額金	-0.8	-	0.0
自己資本比率	36.4	39.2	107.7
流動比率	151.9	137.7	90.7
有利子利率	0.6	0.5	83.3
インタレスト・カバレッジ(倍)	13.4	18.8	140.3
手元流動性	416	353	84.9
手元流動性比率(倍)	124.8	109.3	87.6

(掲載金額は千円未満を切り捨てて表示)

業態別店舗数の推移

	第39期 (2002年8月期)			第40期 (2003年8月期)			第41期 (2004年8月期目標)		
	出店	退店	期末	出店	退店	期末	出店	退店	期末
ビジュソフィア	2	—	17	5	—	22	10	1	31
オプトジェム	—	—	5	—	—	5	1	—	6
メガネブティック	—	1	5	—	1	4	—	1	3
合計	2	1	27	5	1	31	11	2	40

下半期新規出店店舗



ビジュソフィア モラージュ佐賀店



ビジュソフィア 都城店



ビジュソフィア 時津店



ビジュソフィア 小倉店

業態別・既存店新規店舗別売上高

単位：千円

	39期実績 2002年8月期	構成比	40期予想 2003年8月期	構成比	40期実績 2003年8月期	構成比	前年 同期比	予測対比
ビジュ ソフィア	2,790,297	69.7	3,146,000	71.5	3,098,806	73.3	111.1%	98.5%
メガネ ブティック	525,696	13.1	484,000	11.0	409,280	9.7	77.9%	84.6%
オプト ジェム	688,057	17.2	770,000	17.5	717,682	17.0	104.3%	93.2%
合計	4,004,051	100.0	4,400,000	100.0	4,225,769	100.0	105.5%	96.0%
					既存店	98.6%	92.2%	

年度別客数伸び率(全店及び既存店)

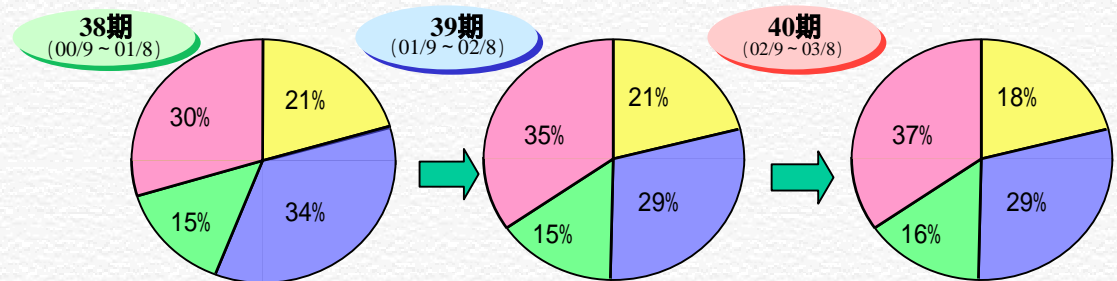
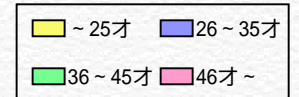
ビジュソフィア・オプトジェムのみ

	38期 (00/9~01/8)	39期 (01/9~02/8)	40期 (02/9~03/8)
全店	100%	135%	146%
既存店	100%	116%	133%

38期を100とする

年度別客数構成比(全店)

ビジュソフィア・オプトジェムのみ



今期（2004年8月期）業績予想

(単位：百万円,円)

	40期実績 (2003年8月期)	41期予想 (2004年8月期)
売上高	4,225	5,000
経常利益	351	400
当期純利益	176	206
一株当たり 当期純利益	39.44	46.84
期中平均株数	4,065,000株	4,065,000株

	40期実績 (2003年8月期)	41期予想 (2004年8月期)	(単位：百万円) 増減率
ビジュソフィア店	3,098	3,839	➡ 23.9%増
眼鏡店	409	269	➡ 34.3%減
オプトジェム店	717	892	➡ 24.3%増
合計	4,225	5,000	➡ 18.3%増

41期出店・退店計画

- 新店**
 - ・平成15年9月 福岡県久留米市
ビジュソフィア 久留米店
 - ・平成15年9月 長崎県大村市
グラージュ 大村ジャスコ店
 - ・平成15年11月 福岡県福岡市
ビジュソフィア 香椎浜店
 - ・平成15年9月 福岡県北九州市
ア・ノスビジュソフィア 小倉店
 - ・平成15年11月 兵庫県三宮市
ビジュソフィア 三宮オーパ店
 - 他 5店舗

退店 (デベロッパーの増床のため2店舗を統合し、オプトジェム店とした。)
 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

今期業績達成のための施策

店舗戦略

大都市商業集積への進出

- ・業態の多様化を図り、都心部ファッションビルへの出店体制を構築し、アップグレード型SCへの出店と合わせて、出店を加速させてまいります。
九州・沖縄地区以外で初の出店を関西地区へ決定。（三宮オーパ）

商品戦略

未来情報を利用したグレードの高いオリジナル商品の提供

- ・40期より本格スタートさせた海外（タイ・中国）メーカーや国内メーカーとのチームマーチャンダイジングを強化し、41期にはオリジナル商品比率を25%以上にし、利益貢献度を高めていきます。

経営戦略

CRMの強化、実践

- ・CRMの強化・実践に向けて当社基幹システムであるMD管理システムと顧客管理システムの改善・開発に着手し、そこから生み出される情報を元に、顧客志向の営業活動をさらに強化してまいります。


経営戦略

ビジュソフィアの戦略面強化（ブランディング細分化及び強化）


- ・DTC（世界最大のダイヤモンド・サプライヤー）等、海外業者とのアライアンスを強化し、顧客にとってより「サプライズ」のある商品企画を図ります。
- ・顧客情報によりもたらされたデータを活用し、ジュエリー以外のアイテム（バック・ウォッチ等）の強化を図ります。

5年後を見据えた当社の事業戦略

- 1) 出店エリアを『地方の中小商圏』から『大都市の商業集積』への進出を加速
- 2) 『サダマツ』『ビジュソフィア』の更なるブランディング強化
- 3) 多様なタイプの商品を製造可能な海外拠点の確立
- 4) CRMのデータを利用した宝飾事業に続く第二の事業の確立



	4 1 期 (2 0 0 4 年 8 月 期)	4 2 期 (2 0 0 5 年 8 月 期)	4 3 期 (2 0 0 6 年 8 月 期)
売上高	5 0 億	6 0 億	7 0 億
経常利益 (売上高経常利益率)	4 億 (8.0%)	5 億 (8.3%)	6.3 億 (9.0%)
新店	1 0 店	1 0 店	1 0 店
期末店舗数	4 0 店	5 0 店	6 0 店



売上高100億 経常利益10億を目指す。

ご注意 上記計画は現段階での経営目標であり、確約するものではありません。

大都市圏での展開を加速

大都市圏への進出

- ・ ビジュソフィアブランドのグレードアップを推進。
- ・ CRMでの未来情報を重視したMDなどを実践
- ・ 「地方の商業中心」から「大都市の都心立地」向けのCRMシステムの確立。

ビジュソフィア 小倉店



平成15年4月『ビジュソフィア小倉店』をリバーウォーク北九州に開店。

ビジュソフィア 三宮店（イメージ）



平成15年11月『ビジュソフィア三宮店』を神戸の中心街に位置、最新トレンドを扱うショップが揃うファッションビルへ展開。

ビジュソフィアブランドの細分化を実施

大都市圏への進出

高い利益貢献が想定される大都市圏での事業確立を目的に『ビジュソフィア』の細分化を推進

ビジュソフィア（宝飾部門）

ビジュソフィア

都市型の立地を中心とした「駅ビル」「ファッションビル」などで進化したCRMを行う業態。
キャリア層ターゲット。



ビジュソフィア 小倉店

ビジュソフィア クラッセ

ビジュソフィアのフラッグショップとして「ビジュソフィアブランド」のイメージ向上をになう路面店中心の業態。
キャリア～ミセス層ターゲット。



ビジュソフィア・クラッセ 天神本店

ビジュソフィア ファミュー

郊外型大型ショッピングセンター出店により、CRMを活用し、中・小商圏での圧倒的シェア確立を目指す主力業態。
ファミリー層ターゲット。



ビジュソフィア モラージュ佐賀店

「ビジュソフィア」のブランディング強化

歴史と伝統を持っている世界的なサプライヤーとの提携による知名度とブランドイメージの向上。



DTC（ダイヤモンドトレーディングカンパニー）が行う『トリロジーキャンペーン』に参加。
（国内で厳選された8社に選出）

ダイヤモンド業界において世界的なサプライヤーとして知られている「DTC社」、インドの有力サイトホルダー「ブルー・スター社」日本の有力メーカー「柏圭社」と当社との4社でファンドを組み、平成15年秋から1年間の予定で全国規模でスタートする『スリーストーン・キャンペーン』のキャンペーン参加の1社に選定される。

今後もこのような歴史を持ち、業界でのトップ企業との提携を継続的に実施する。

『ビジュソフィア』の知名度とブランドイメージの向上



海外製造拠点強化

今後の多様な顧客ニーズや商品トレンドに対応できる3つの生産拠点を確立。

中国

安価でかつ製作技術が必要ない商品に関しては、中国の業者に委託する。

タイ

特に大都市圏の店舗で扱う、高い製作技術が要求される、きめ細かい商品はヨーロッパのブランド商品の製造を手掛けている伝統あるタイの業者に委託する。

韓国

特に納期が厳しい場合やクイックデリバリーが要求される場合は韓国の業者に委託する。



宝飾事業に続く第2の事業の確立

CRMのデータを利用した新規事業の確立

今年9月に『ブライダル専門店』を実験的にオープン。
当社のビジネスモデルの特徴の1つであるCRMのデータ
による新たな事業展開のきっかけとして実験的にオープン。

- ・宝飾品だけでなく、式場・ドレス、引き出物などブライダルに関連する『モノ』と『シーン』を提案する。
- ・それぞれの専門業者との提携により、事業展開する。

CRMの高度化により更なる新規事業も視野に

現在、当社の顧客サービスの根幹となっているCRMシステムの再構築を進行中。この稼働により、顧客サービスの更なる高度化と新規事業拡大のための多くのデータ蓄積を行う予定。

ア・ノスビジュソフィア 小倉店



今後5年間の事業戦略

宝飾事業

主力業態のビジュソフィアの高度化

ビジュソフィアのブランドイメージ強化

海外生産拠点の確立

CRMシステムのさらなる強化

更なる商圏・
顧客層の拡大

中・小商圏から
大都市圏までの
商圏をカバー

新規事業

CRMのデータ有効活用により拡大

売上高 100億円
経常利益10億円
実現



株式会社

サダマツ

IR担当者（お問い合わせ先）

役職：常務取締役
（管理本部長）

名前：西川 新二

電話：092-734-9657

FAX：092-734-9658

Eメール：sadamatsu.co@b-sophia.co.jp

IRサイト：<http://www.b-sophia.co.jp/IR>

4月1日から弊社IRサイトをリニューアルしました。

SADAMATSU