

売上

(15/2Q)

■ 連結売上高: 45.1億円 (前年比10.4%増)

- ・主力の“Wish upon a star”の売上が前年比206.5%と大幅に伸長し、増収に貢献
- ・ブライダル商品が前年比124.2%と堅調に推移し、販売単価の向上に寄与

利益

(15/2Q)

■ 連結売上総利益: 28.5億円 (前年比9.4%増)

- ・高付加価値の“Wish upon a star”の構成比拡大もセール施策拡大で粗利率は低下。
- ・ベトナム子会社製品での売上構成比は42.1%となり、商品原価率を抑制。

■ 連結営業損失: 1.6億円 (前年同四半期営業利益1.1億円)

- ・売上総利益は増加も、販売費及び一般管理費が前年比120.9%で営業損益はマイナス。
- ・グループマネジメント体制の強化により、海外事業が活性化し、連結業績に寄与

15/8月期 通期予想

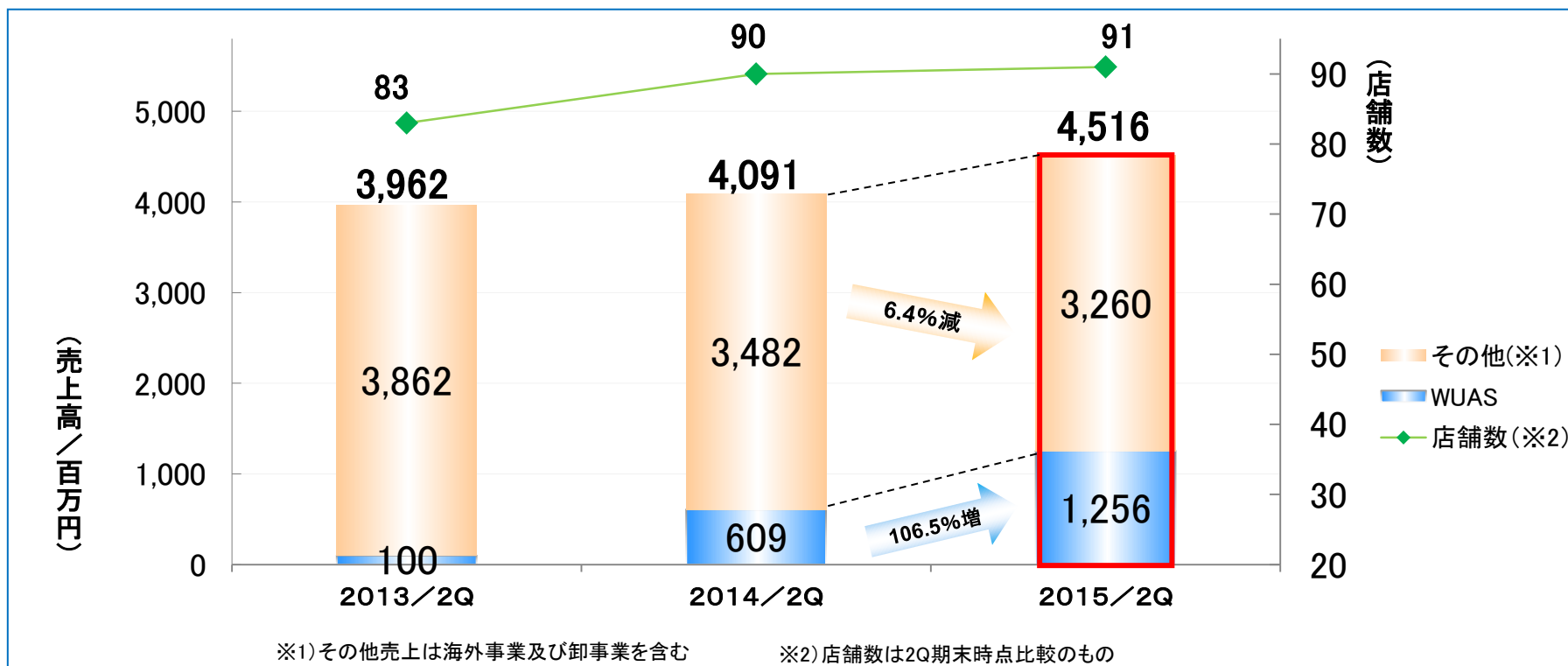
■ 連結売上高: 88.0億円 (前年比7.2%増)

■ 連結営業利益: 2.0億円 (前年比8.6%増)

- ・当第2四半期は利益ベースで下方修正も、投資効果獲得による下期以降の利益改善を見据え、通期では引き続きを期首予想を目指す。

1. 売上高の状況

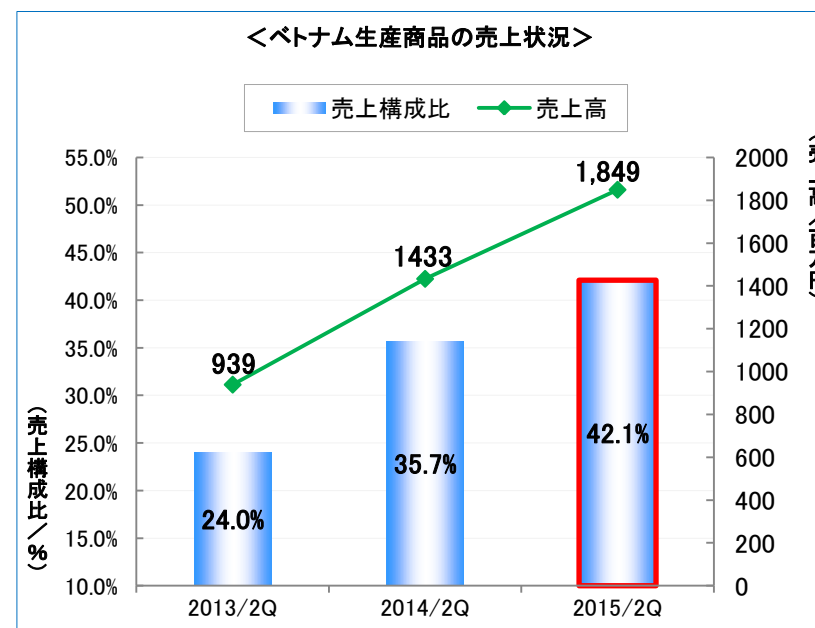
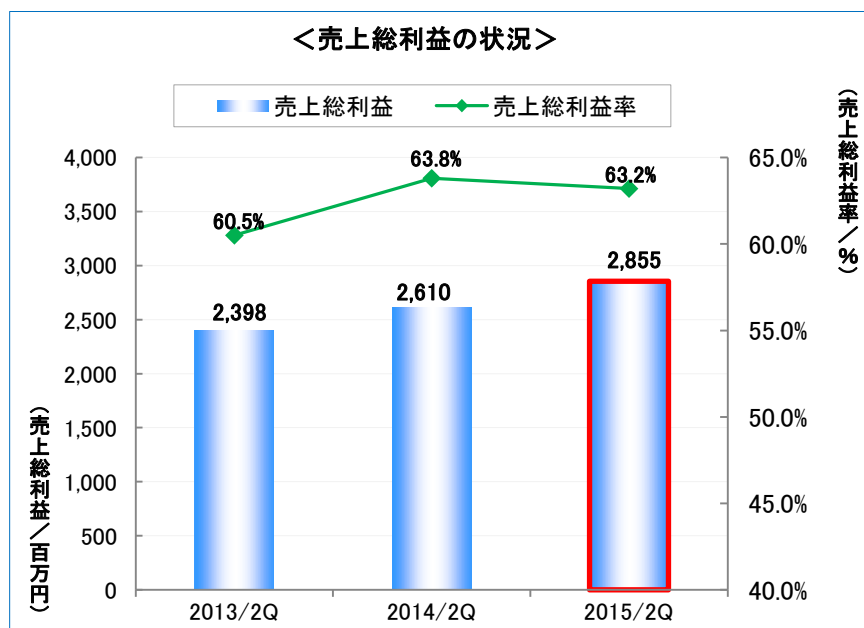
個人消費の低迷が長期化するなど厳しい外部環境の中、
主力の“Wish upon a star”の売上好調が増収を牽引



- “Wish upon a star”を基軸とした販促施策の強化が奏功し、国内既存店売上は前年比111.3%と増加。
- “Wish upon a star”以外が低調に推移する中、台湾の業績拡大が寄与し、連結売上は前年比110.4%と増収を確保。

2. 売上総利益の状況

高付加価値商品の販売強化に加え、ベトナム子会社の有効活用を推進した結果、売上総利益は前年比109.6%と増加も、セール施策の拡大で粗利率は低下。



- 付加価値の高い“Wish upon a star”の売上拡大が売上総利益の増加に大きく貢献。
- “Wish upon a star”を中心とするベトナム製品での売上構成比は42.3%と大きく上昇し、売上原価率の低減に寄与。
- 低迷が続く郊外型SCを中心に拡大展開したセール施策が影響し、粗利率は63.2%と前期に比べ0.6ポイントの低下。

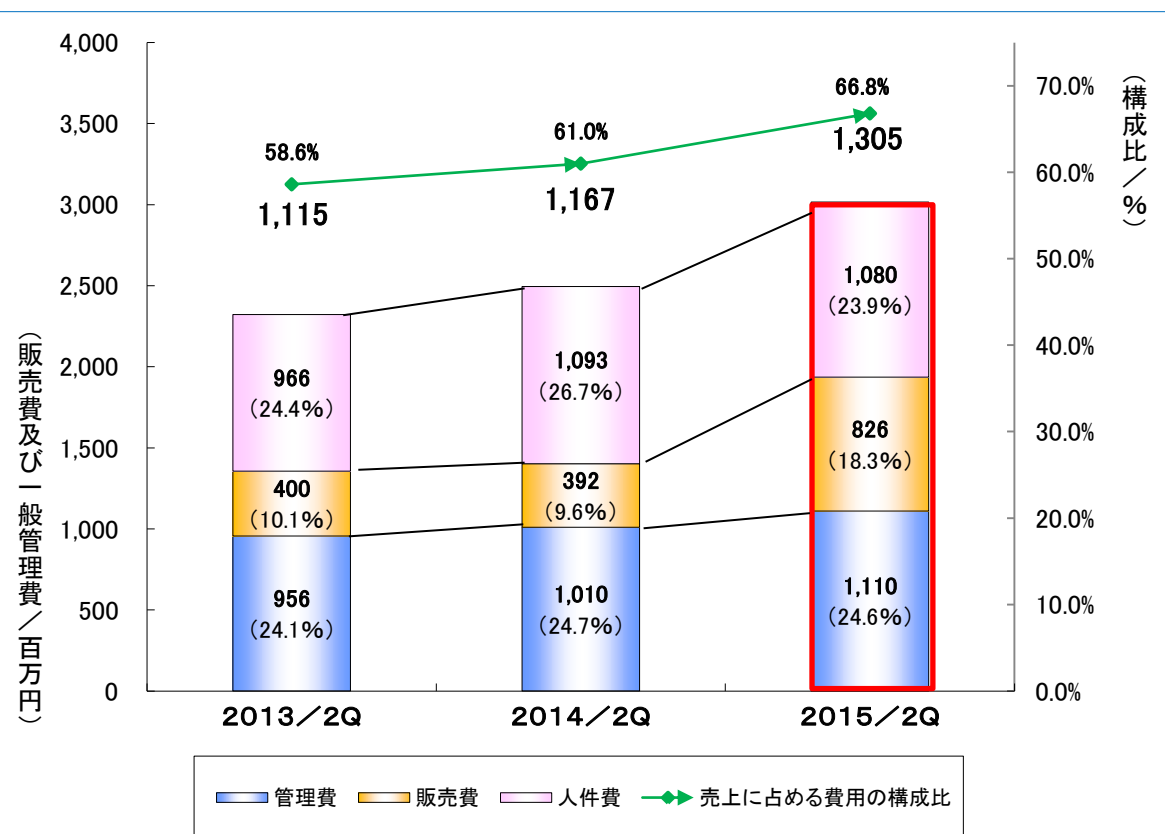
3. 販売費及び一般管理費の状況

ブランド価値の確立に向けたプロモーション施策の強化に加え、店舗拡大に伴う費用が全体コストを押し上げ、販管費は前期比120.9%の増加

■ 人件費は、店舗人員の適正化や業務の効率化の推進に加え、変動費の見直しを実施したことにより前年比12百万円の減少(-1.1%)。

■ 販売費は、TVCMや各種イベントなどの積極的なプロモーション費用の拡大に加え、中長期でのブランド戦略費用を積み増したため、前年比434百万円の増加(+110.8%)。

■ 管理費は、SC店舗を中心とした新規出店に伴う設備投資や家賃などの維持管理費用が大幅に増加したため、前年比99百万円の増加(+9.8%)。

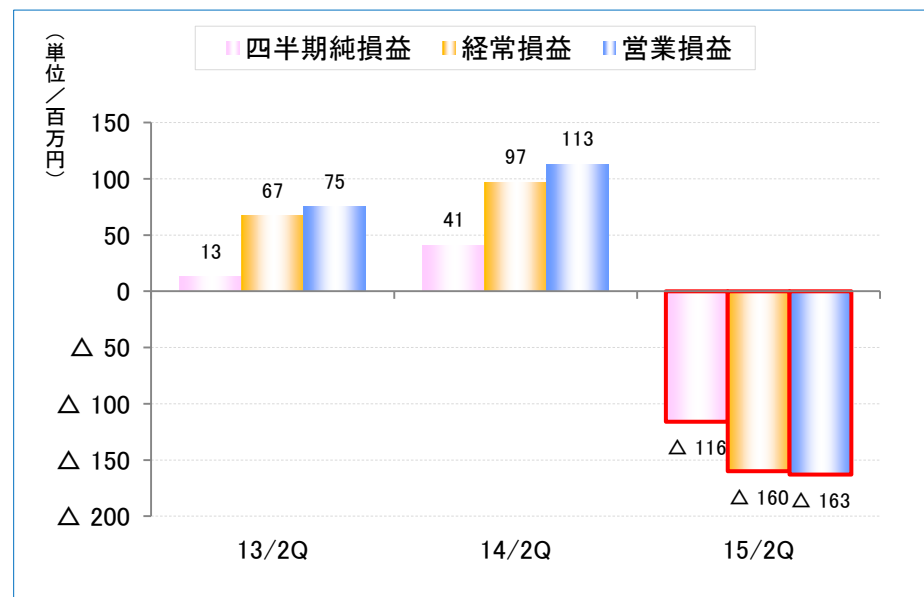


4. 営業利益とその他利益の状況

売上総利益が増加したものの、成長投資に伴う販管費が大きく増加したため、
営業損益、経常損益、四半期純損益はそれぞれマイナスに転落。

（単位：百万円）

	2013/2Q	2014/2Q	2015/2Q	前期比 増減率
営業損失(△)	75	113	△163	—
営業外収益	15	8	29	246.2%
営業外費用	23	25	26	102.6%
経常損失(△)	67	97	△160	—
特別利益	—	—	—	—
特別損失	—	—	—	—
税金等調整前 四半期純損失(△)	67	97	△160	—
法人税等	53	56	△44	—
四半期純損失(△)	13	41	△116	—



- 営業損益は、売上総利益が増加も、費用が大幅増により△163百万円（前年同期113百万円）での折り返し。
- 経常損益は、為替差益が増加したものの影響は軽微であり、△160百万円（前年同期97百万円）での折り返し。
- 当期純損益は、税効果に伴う調整があったものの、税引前損失が響き△116百万円（前年同期41百万円）での折り返し。