

2009年8月期(第46期) 決算説明会

1. 2009年8月期 決算概況
2. ビジネスモデルの変革とその成果
3. 今後の取り組み
4. 2010年8月期 業績見通し
5. 参考資料

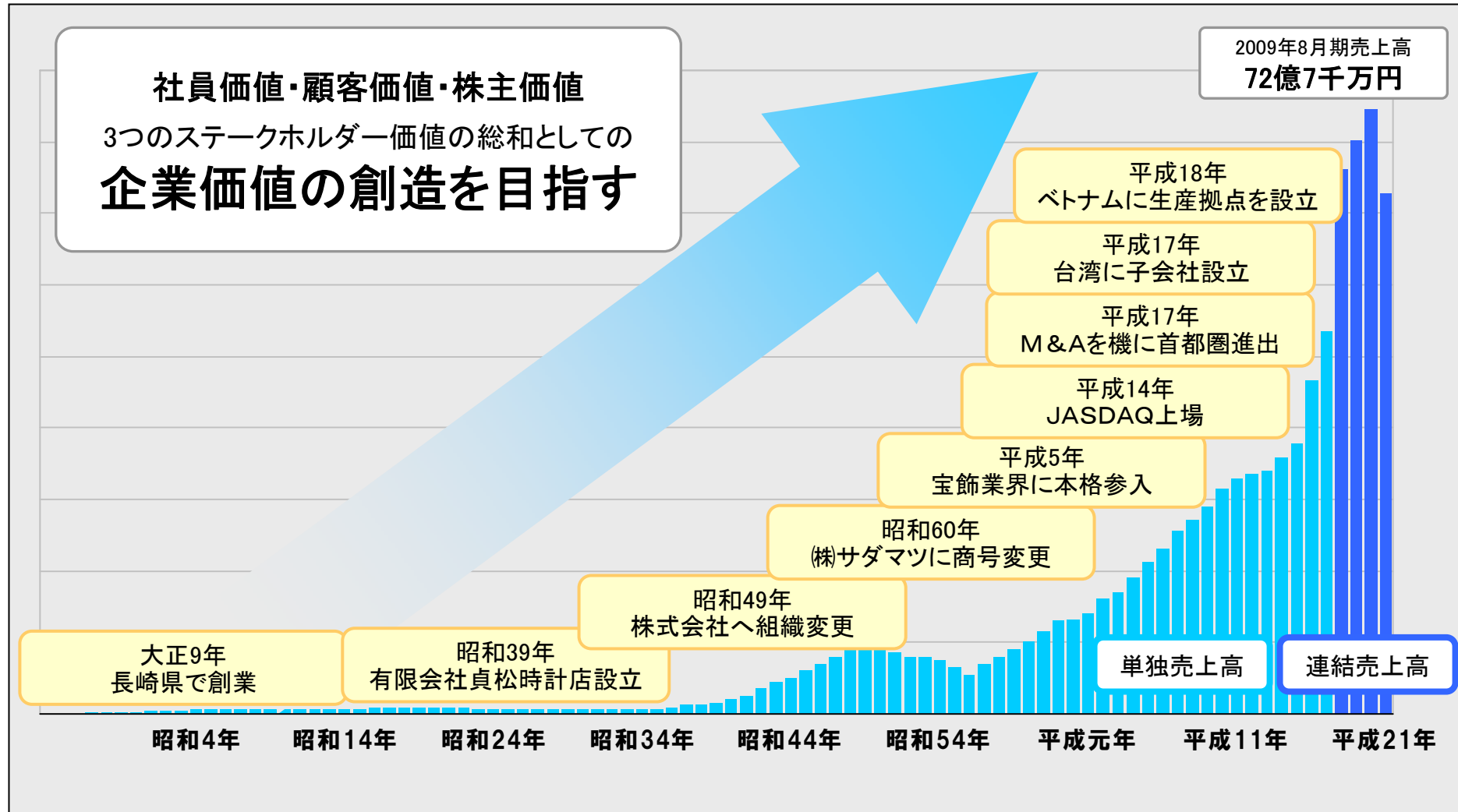


株式会社サダマツ
(証券コード:2736)
〒153-0061
東京都目黒区中目黒2丁目6番20号
京急建設イマビル2階
TEL:03-5768-9957 FAX:03-5768-9958
<http://www.sadamatsu.com>

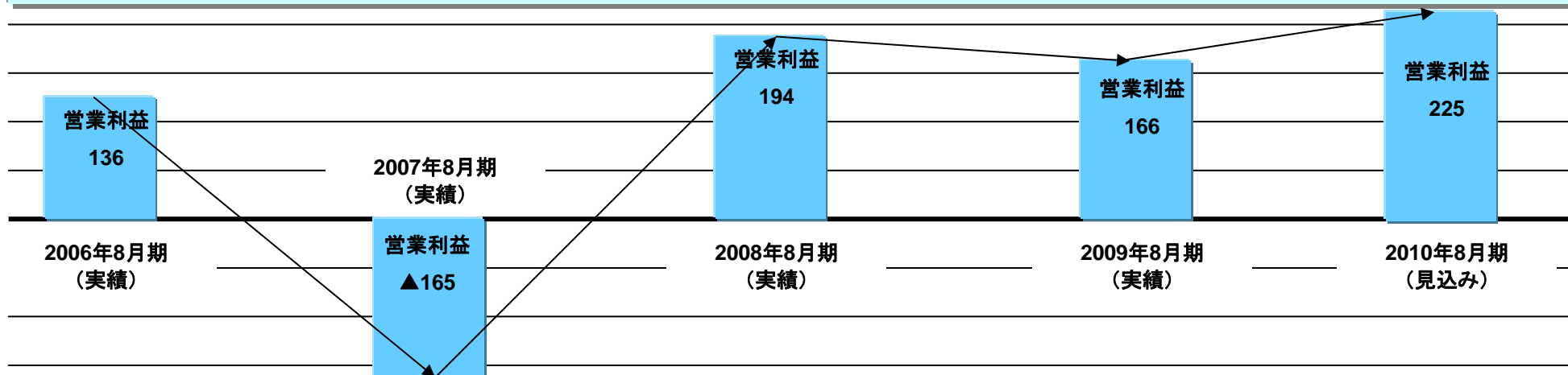


本資料は2009年8月31日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、予告なしに変更されることがあります。

ビジネスモデルの変革を経て、新たな経営理念と経営戦略のもとにさらなる成長へ



不況期で売上減少でも本業利益が出せる企業体質へと転換、さらなる成長を目指していく一年



(単位:百万円)

(単位:百万円)

(単位:百万円)

2008年8月期実績		景気低迷で宝飾マーケット全般が苦境のなか、売上は14%の減少となったものの、損益分岐点の引下げ効果などにより営業利益を確実に計上して着地。	2009年8月期実績		「新たな経営理念と戦略」のもとで実行中の店舗損益の改善、価格ライン/商品ライン戦略による利益改善施策等実行により、売上若干減少でも営業利益は増加の見込み。	2010年8月期見込	
売上高	8,463		売上高	7,279		売上高	7,100
営業利益	194	営業利益	166	営業利益	225		
経常利益	122	経常利益	79	経常利益	155		
純利益	131	純利益	▲20	純利益	35		

「ビジネスモデルの変革」

(本資料 10~13ページご参照)

不況期でも利益が出せる企業体質への転換

より利益増大にフォーカスした施策の実行へ

「新たな経営理念と戦略」

(本資料 15~17ページご参照)

V字回復確行の上でさらなる成長へ

1. 2009年8月期 決算概況

(1) 2009年8月期(今期)の経営成績 <連結>

ビジネスモデルの変革が功を奏し、景気後退局面でも本業利益が生み出せる企業体質に転換

(単位:百万円)

連結	2008年 8月期 (前期実績)	売上 構成比	2009年 8月期 (今期実績)	売上 構成比	前年 同期比 増減率	増減額	
売上高	8,463	100.0%	7,279	100.0%	-14.0%	-1,184	減収額の内、約500百万円は国内卸売子会社の事業大幅縮小によるもの。
売上総利益	4,627	54.7%	4,257	58.5%	-8.0%	-370	原価率の低いベトナム自社工場製品の販売増で、売上減でも利益率は増加
販売費及び一般管理費	4,433	52.4%	4,090	56.2%	-7.7%	-343	これまでの施策にある「コスト削減策の実行」が推進され、大幅減
営業利益	194	2.3%	166	2.3%	-14.4%	-28	業界業績や市場環境が悪化するなか、特に中間期までは大健闘
経常利益	122	1.4%	79	1.1%	-35.2%	-43	金融不安のなか世界的な為替変動により為替差損31百万円を計上
税引前当期純利益	78	0.9%	25	0.3%	-67.9%	-53	積極的な不採算店舗の閉鎖による損失その他を64百万円計上
当期純利益	131	1.5%	-20	-0.3%	-	-151	前期実績には、法人税等調整額の見直しがあり、税引前当期純利益から増加

消費環境低迷で業界各社が苦戦する中、都市型・百貨店型への進出で健闘

(2) 2009年8月期(今期)の経営成績 <個別>

積極的な都市型百貨店型への出店政策の敢行で、本業利益を維持

(単位:百万円)

個別	2008年 8月期 (前期実績)	売上 構成比	2009年 8月期 (今期実績)	売上 構成比	前年 同期比 増減率	増減額	
売上高	8,058	100.0%	7,164	100.0%	-11.1%	-894	国内の小売市場ならびに宝飾品市場の落ち込みに比べ減少幅を抑え推移
売上総利益	4,472	55.5%	4,142	57.8%	-7.4%	-330	バーゲン催事等への対応で実売価格は圧迫されたが、率は増加。
販売費及び一般管理費	4,238	52.6%	3,987	55.7%	-5.9%	-251	人件費を中心とした効率化が進行中で、大幅な経費の減少。
営業利益	234	2.9%	155	2.2%	-33.8%	-79	売上高と売上総利益が減少ながら、不況下においても本業の収益性を維持。
経常利益	184	2.3%	65	0.9%	-64.7%	-119	支払利息に加えて世界的な為替変動のため、為替差損を33百万円を計上。
税引前当期純利益	117	1.5%	-3	-0.0%	-	-120	積極的な不採算店の閉鎖による撤退損のほか、貸倒引当金を繰入。
当期純利益	204	2.5%	-29	-0.4%	-	-233	店舗の全国展開を進めた為、各都道府県への法人税等の均等割税額が増加。

店舗のスクラップアンドビルドを中心とした環境面でのインフラ整備は、ほぼ完了

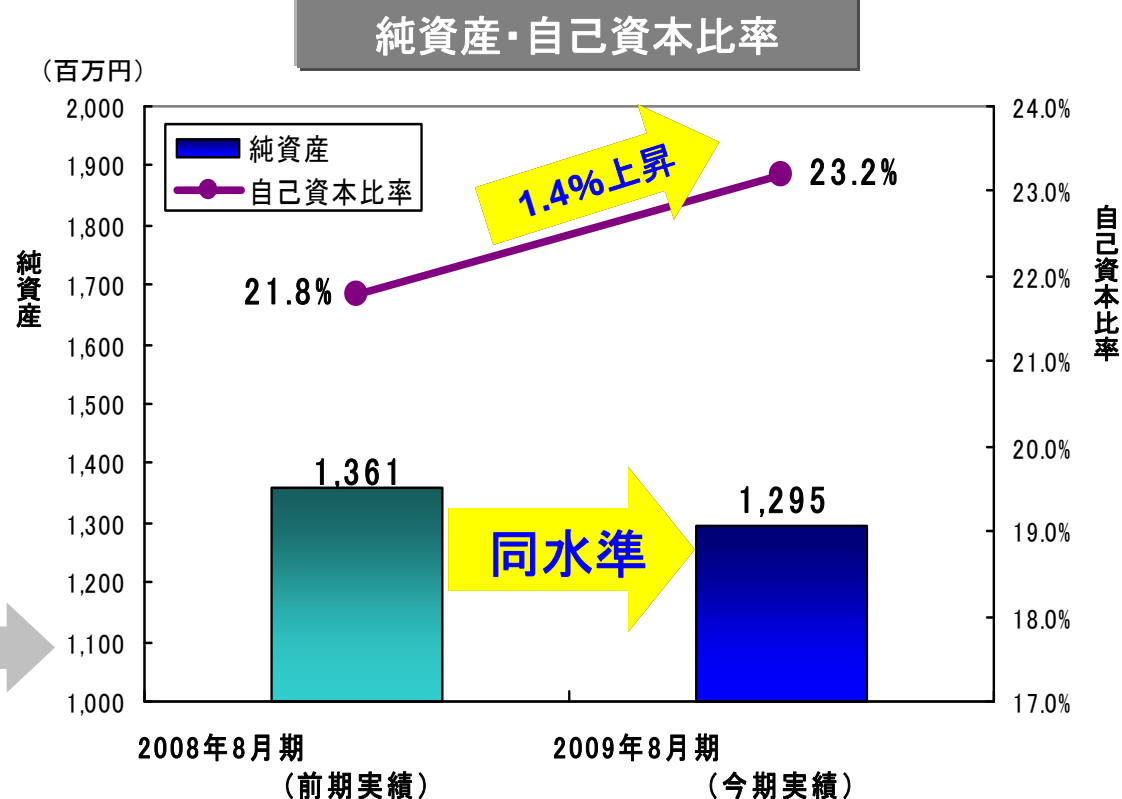
(3) 財政状況 <連結>

純資産合計額は同水準ながら自己資本比率が1.4%上昇

【連結貸借対照表】

単位:百万円

		2008年8月期 (前期実績)	2009年8月期 (今期実績)	増減額
資産	流動資産	4,840	4,318	-522
	固定資産	1,408	1,264	-144
	繰延資産	2	0	-2
	合計	6,251	5,584	-667
負債	流動負債	4,105	3,340	-765
	固定負債	785	947	162
	合計	4,890	4,288	-602
純資産	株主資本	1,379	1,321	-58
	評価・換算差額等	-17	-26	-9
	合計	1,361	1,295	-66
負債純資産合計		6,251	5,584	-667



たな卸資産(※)においては約120百万円減少し、在庫の効率運用を推進

- ◆主に社債の償還や短期借入金の返済により、現金及び預金が大幅に減少。
- ◆高額保証金預入の地方中小商圈店舗(SC)の閉鎖及び契約内容の見直しで差入保証金を回収。

(※)「たな卸資産」は、今期より「商品及び製品」「原材料」へ区分掲記しております。

(4) キャッシュフロー <連結>

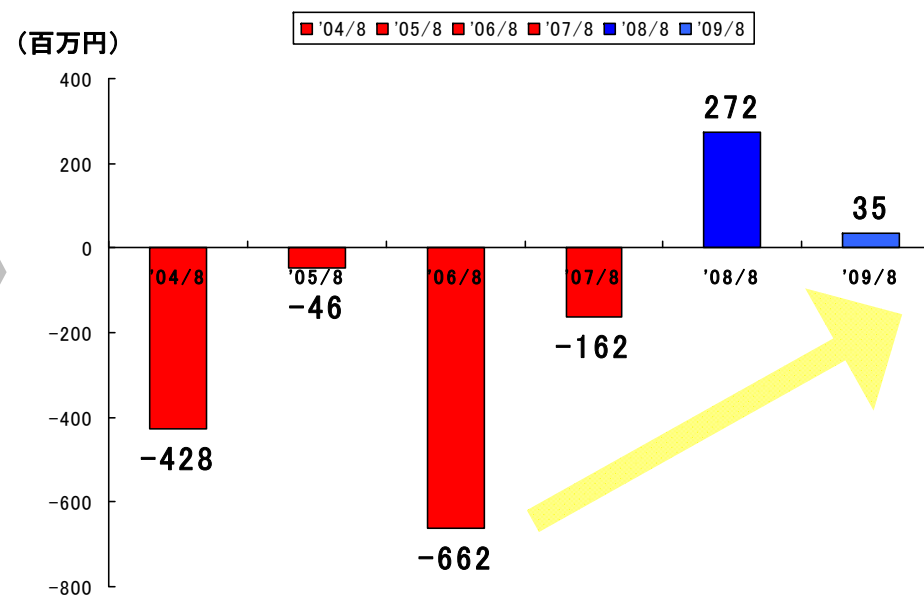
営業キャッシュフローは2期連続で黒字を達成し、安定化を目指す

【連結キャッシュフローの状況】

単位:百万円

	2008年8月期 (前期実績)	2009年8月期 (今期実績)	増減額
営業 キャッシュフロー	272	35	-237
投資 キャッシュフロー	25	41	16
財務 キャッシュフロー	-374	-408	-34

営業キャッシュフローの推移



営業キャッシュフローの黒字幅は減少したものの、不況下での健闘

◆税金等調整前当期純利益の確保とたな卸資産(※)の減少による黒字化

(※)「たな卸資産」は、今期より「商品及び製品」「原材料」へ区分掲記しております。

(5) 業績の推移 <連結>

ビジネスモデルの変革が功を奏し、景気後退局面でも本業利益が生み出せる企業体質に転換

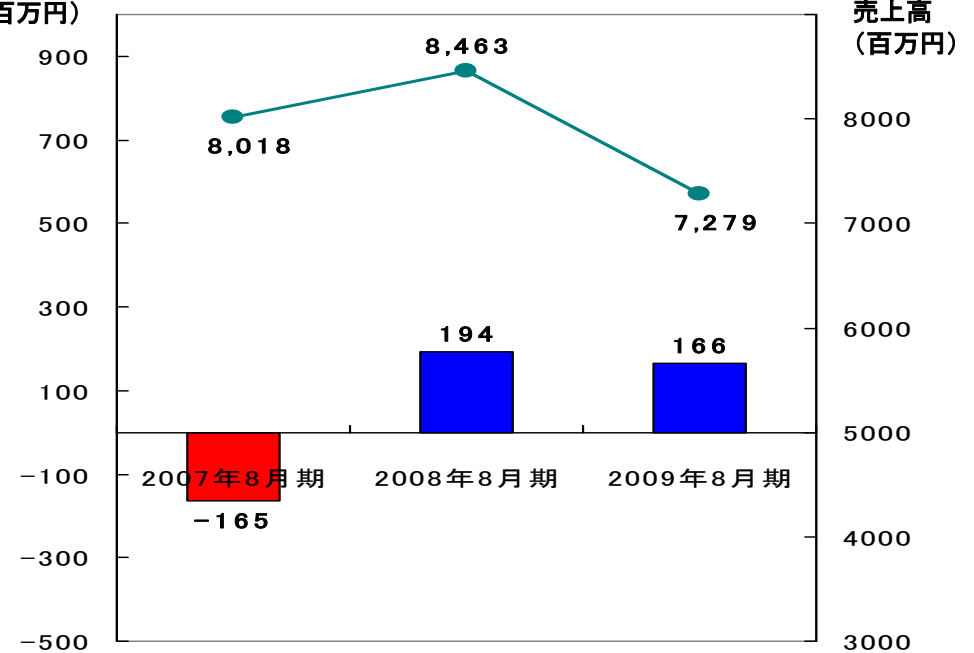
3か年の売上高と営業利益の推移

【連結業績3か年の推移】

単位:百万円

	2007年8月期 (前々期実績)	2008年8月期 (前期実績)	2009年8月期 (今期実績)
売上高	8,018	8,463	7,279
売上総利益	4,714	4,627	4,257
販売費及び 一般管理費	4,880	4,433	4,090
営業利益	-165	194	166
経常利益	-215	122	79
税引前純利益	-426	78	25
純利益	-546	131	-20

営業利益
(百万円)



不況下における売上減少を、販管費の低減で機動的にカバー

- ◆都市型・百貨店型への店舗展開を進め、地方商圈店舗のスクラップによる売上減を補てん。
- ◆インフラ投資を回収すべく、企業インフラの運用レベルが徐々に高まったことにより全社経費の低減。

2. ビジネスモデルの変革とその成果

(1) ビジネスモデル変革の背景

2005年5月から3年間で一気に「ビジネスモデルの変革」に向けた企業インフラを整備

先行投資による一時的な利益の圧迫・社内の混乱はあったものの、急速に業績への好影響を生み出している。

2005年8期までの
ビジネスモデル

- ◆九州地方を中心としたSC(ショッピングセンター)中心の展開
- ◆顧客ニーズに応じて、国内外メーカーからの商品調達
- ◆地域消費者をターゲットにCRM戦略を展開

外部環境の変化

- ・地方SCの乱立による商圈飽和
- ・人口の減少、都市への流動化
→市場収縮、消費の地域間格差
- ・景気減速による個人消費の低迷
- ・所得格差の拡大

企業インフラ整備のための施策

- ('05年5月から3年間で一気に着手)
- ・M&Aを実施し、都市型商圈への参入
 - ・台湾そしてベトナムに子会社設立
 - ・物流拠点設立し、SCM体制に着手
 - ・東京に本社移転し、業務の統合

ビジネスモデル
の変革

- ◆都市型・百貨店型の店舗展開
- ◆コスト削減策の実行
- ◆付加価値の向上

(2) 都市型・百貨店型の店舗展開

都市型への移行で、財務体質の健全化が図られるとともに、人件費効率も向上

2009/8/31現在(個別)

【商圈特性別の店舗数】

	2008年8月期 (期末時点)	2009年8月期 (期末時点)	増減数
地方中小商圈(SC)店舗数	37	31	-6
都市型・百貨店型店舗数	40	46	6
合計	77	77	0

【保証金】

単位: 百万円

差入保証金	678	533	-145
-------	-----	-----	------

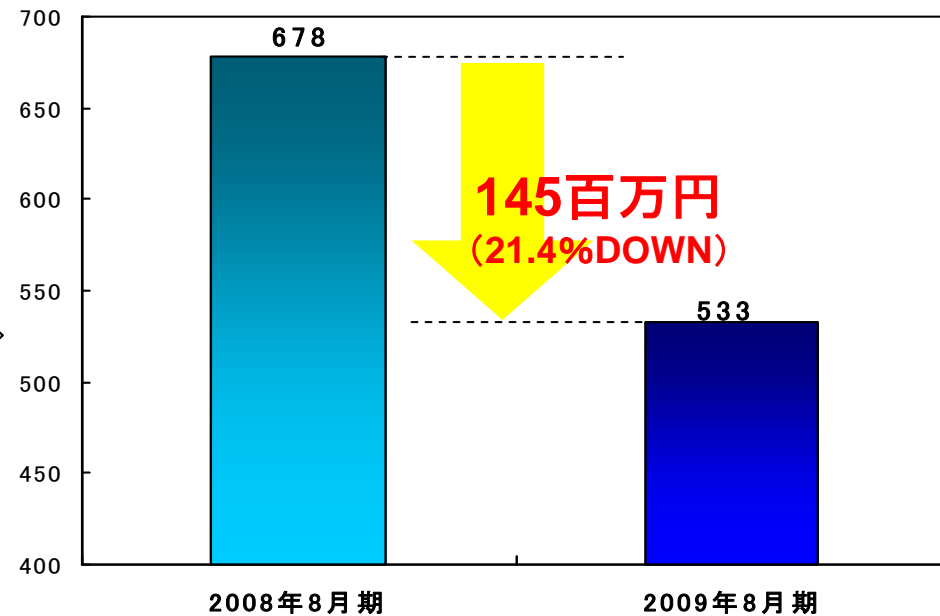
【投資キャッシュフロー】

単位: 百万円

差入保証金差入	-18	-15	3
差入保証金回収	111	160	49

(百万円)

差入保証金が減少



店舗展開に係る差入保証金に関しては前期比145百万円減少

- ◆店舗あたり面積狭小化により店舗在庫が低減し、連結のたな卸資産(※)は前期比120百万円減少。
- ◆店舗あたりの面積狭小化による店頭人員の少数精鋭化が進み、連結の人件費は前期比262百万円減少。

(※)「たな卸資産」は、今期より「商品及び製品」「原材料」へ区分掲記しております。

(3) コスト削減策の実行

不況期における売上減少に順応して、全社コストや商品原価の低減を実現

2009/8/31現在(個別)

【コストの推移】

単位:百万円

	2008年8月期 (前期実績)	2009年8月期 (今期実績)	増減数
店舗・営業コスト	3,334	3,093	-241
本社コスト	903	893	-10
合計	4,237	3,986	-251

【経費内訳の推移】

単位:百万円

人件費	1,830	1,614	-216
販売費	524	520	-4
管理費	1,883	1,852	-31
合計	4,237	3,986	-251

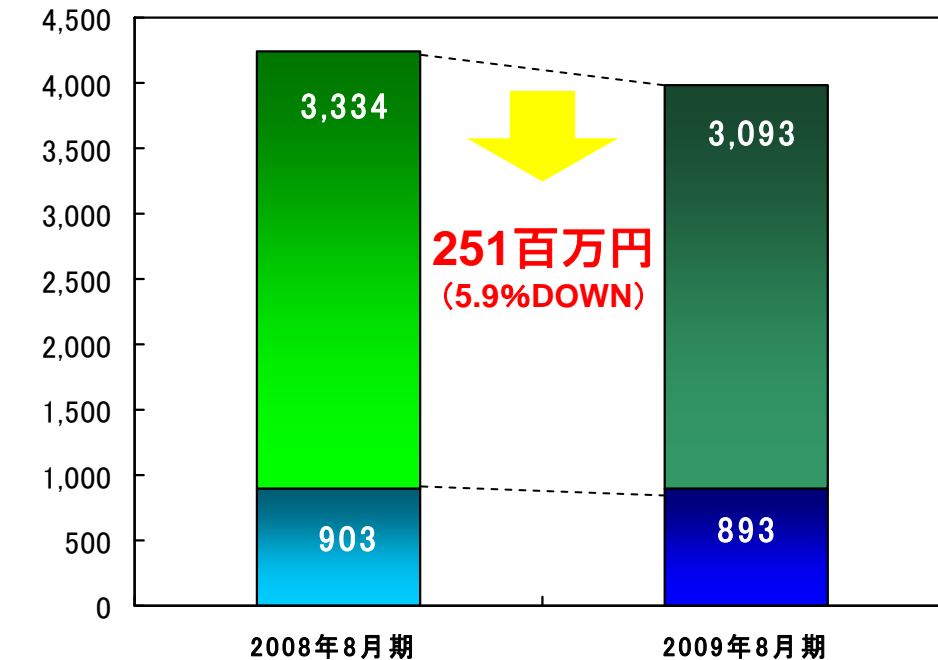
【管理費の内、地代家賃】

単位:百万円

固定家賃	301	287	-14
変動家賃	952	912	-40

個別部門の全社コストの推移

(百万円)



店舗人件費の効率化を実現し、大幅な全社コストの減少

- ◆ 連結業績における販売費及び一般管理費は、前期比で342百万円の削減。
- ◆ ベトナム生産工場による製造コストの削減も進み、売上原価率は前期比で3.8%低減。

(4) 付加価値の向上

国内主要百貨店への展開と、旗艦店のリニューアルにより消費者への訴求力強化

主要百貨店への出店状況

2009/8/31現在

	主要百貨店売上高 ランキング（上位15位中）	当社 出店業態	2008 8月末	2009 8月末
1	三越 日本橋本店	フェスタリア ビジュソフィア	○	○
2	伊勢丹 新宿本店	ウエレッタ オッターヴァ	○	○
3	阪急百貨店 うめだ本店	ウエレッタ オッターヴァ	○	○
4	西武百貨店 池袋店	フェスタリア ビジュソフィア		○
7	高島屋 大阪店	フェスタリア ビジュソフィア		○
9	松坂屋 名古屋店	フェスタリア ビジュソフィア	○	○
10	東武百貨店 池袋本店	ドゥミエール ビジュソフィア	○	○
12	そごう 横浜店	フェスタリア ビジュソフィア		○
13	小田急百貨店 新宿店	ドゥミエール ビジュソフィア		○

(売上ランキングは、2009/8/12日経MJより)

国内旗艦店のリニューアル



(フェスタリア ビジュソフィア表参道ヒルズ店)

国内で売上高、認知度がともに高い優良百貨店への出店が増加中

- ◆旗艦店「フェスタリア ビジュソフィア 表参道ヒルズ店」が、2倍増床の全面リニューアルで訴求力向上。
- ◆雑誌、TV等の媒体露出を継続的に促進。

3. 今後の取り組み

(1) 新たな経営理念

「モノ」より「コト」が重要視されるこれからの時代に対応して、経営理念の刷新

素直に「志」にチャレンジする姿が、感動や共鳴を生むと信じて、これまでよりも各ステークホルダーに対して訴求力を強化

経営理念

ジュエリーに愛と夢を込めて
「ビジュード・ファミリーユ」

豊かな気持ち、かけがえのない思い出、ずっと持ち続けていたい夢

私達の使命は、大切なあなたに、
ジュエリーとともに愛と夢をお届けしていくことです。

(2) 経営戦略のフレームワーク

3つのステークホルダー価値の総和としての「企業価値の創造」に向けた組織の一体化

経営理念

ジュエリーに愛と夢を込めて
「ビジュード・ファミリー」

豊かな気持ち、かけがえのない思い出、ずっと持ち続けていたい夢

私達の使命は、大切なあなたに、
ジュエリーとともに愛と夢をお届けしていくことです。

これまでの『経営理念』

すべては「思い出」という宝石になる

各ステークホルダーに
対してより訴求力を高く

これまでの戦略『ビジネスモデルの変革』

- ・都市型・百貨店型の店舗展開
- ・コスト削減策の実行
- ・付加価値の向上

経営目標: 企業価値の創造

3つのステークホルダー価値の総和としての企業価値の創造

社員価値の
追求

顧客価値の
追求

株主価値の
追求

経営戦略の基軸

顧客起点で低コスト化と差別化を実現する
バリューイノベーション戦略

×

企業全体の最適化を実現する
全体最適戦略

より利益増大にフォーカス

7つの「力」の強化

「総合力」
の強化

「収益力」
の強化

「ブランド力」
の強化

「商品力」
の強化

「営業力」
の強化

「生産力」
の強化

「経営力」
の強化

(3) 7つの『力』の強化

経営戦略にもとづく7つの『力』の強化に向けた中期的施策で、安定成長基調へ

7つの「力」
の強化

「総合力」の強化

生産・営業・商品 三位一体の総合力や
バリューチェーンの強化

「収益力」の強化

店舗戦略、価格ライン戦略、商品ライン戦略の強
化などによる利益率の向上

「ブランド力」の強化

ビジョンの実現や「バリューイノベーション」の実現
によるブランド価値の向上

「商品力」の強化

商品企画力・調査リサーチ力・デザイン力等の
強化による商品力の向上

「営業力」の強化

CRMの強化と都市型・百貨店型展開の強化

「生産力」の強化

ベトナム生産拠点の最有効活用と当社ライセンス
素材「エバーシャインシルバー」の展開

「経営力」の強化

経営管理体制やリスクマネジメント体制の強化

「バリューイノベーション戦略」

×

「全体最適戦略」

「経営戦略の基軸」×「7つの『力』の強化」から生まれる利益改善策の確行

4. 2010年8月期 業績見通し

(1) 2010年8月期(来期)の見通し <連結>①

新たな経営理念と戦略にもとづき、V字回復確行の上でさらなる成長を目指す1年に

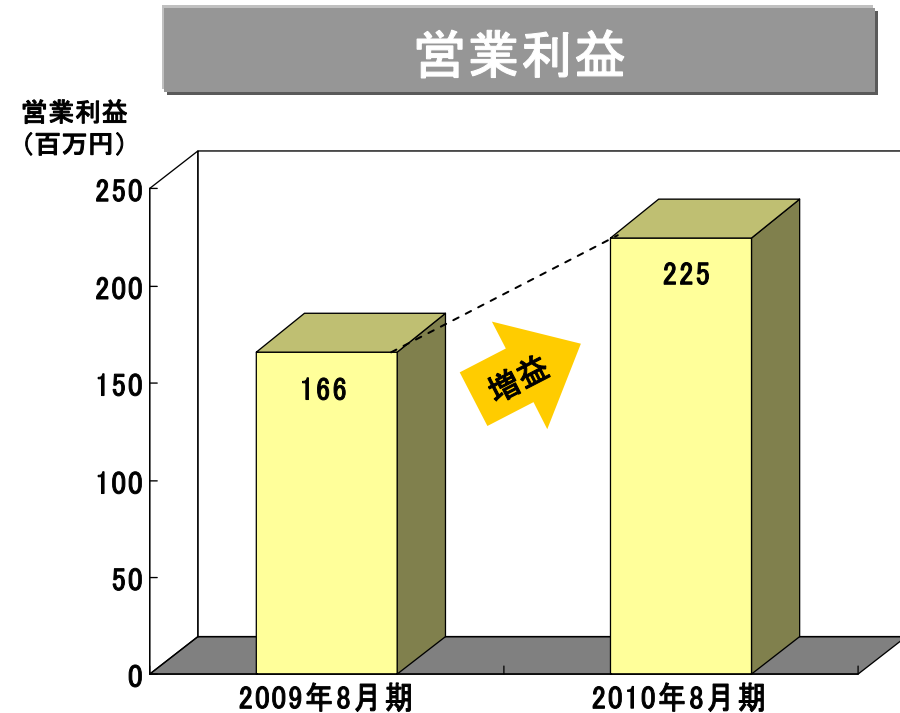
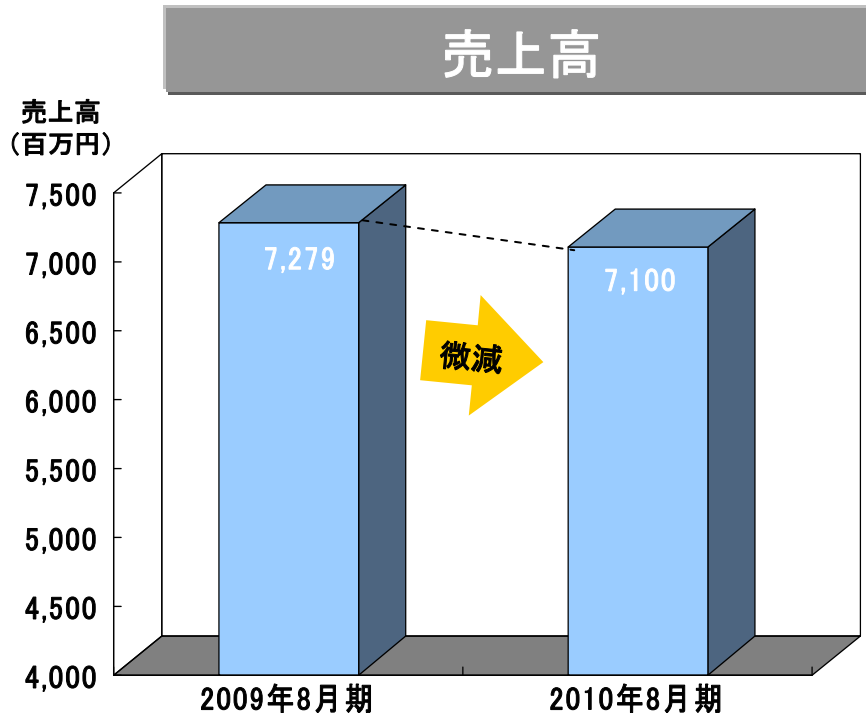
(単位:百万円)

連結	2009年 8月期 (今期実績)	売上 構成比	2010年 8月期 (来期見通)	売上 構成比	前期比 増減率	増減額	
売上高	7,279	100.0%	7,100	100.0%	-2.5%	-179	消費環境はマイナス要因が多い中、CRMと都市型百貨店型店舗の強化
売上総利益	4,257	58.5%	4,200	59.2%	-1.3%	-57	ベトナム子会社の生産性を向上させ、SCMや価格ライン戦略等を強化
販売費及び一般管理費	4,090	56.2%	3,975	56.0%	-2.8%	-115	商品・営業・管理 三位一体の総合力やバリューチェーンの強化
営業利益	166	2.3%	225	3.2%	35.5%	59	店舗戦略や価格ライン戦略等の利益改善策の明確化と徹底実施
経常利益	79	1.1%	155	2.2%	96.2%	76	為替変動リスクを見込んだ上での、前期比増益が目標
税引前当期純利益	25	0.3%	130	1.8%	420.0%	105	主要なスクラップアンドビルドは済んだが、一部不採算店舗の撤退損を見込む
当期純利益	-20	-0.3%	35	0.5%	-	55	法人税等調整額に加え、法人住民税の均等割の税額を見込む

既存のインフラとノウハウを着実に活用し、発展させることで収益構造をさらに改善

(1) 2010年8月期(来期)の見通し <連結>②

消費環境の厳しさが続くなか、売上高は若干減少でも営業利益は増加の見込み



店舗損益の改善、価格ライン/商品ライン戦略による利益改善策等の実行

- ◆上期、消費環境は厳しさを増すと予想。新たに掲げた経営戦略の基軸にもとづく利益改善策の効果は限定的と考え、業績は今期と比較して保守的な予想。
- ◆下期、利益改善策の効果が本格的に現れ、特に営業利益が増加する見込み。
- ◆期を通じて、大規模な設備投資を行う予定はなく、既存のインフラとノウハウの着実な活用と発展。

ご清聴ありがとうございました。

株式会社サダマツ

本資料で記述している将来予測および業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。

そのため、様々な要因の変化により実際の業績は記述している将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることを御承知おき下さい。

IRお問い合わせ先
株式会社サダマツ IR室

E-mail sadamatsu.co@b-sophia.co.jp

IRサイト <http://www.b-sophia.co.jp/IR/>

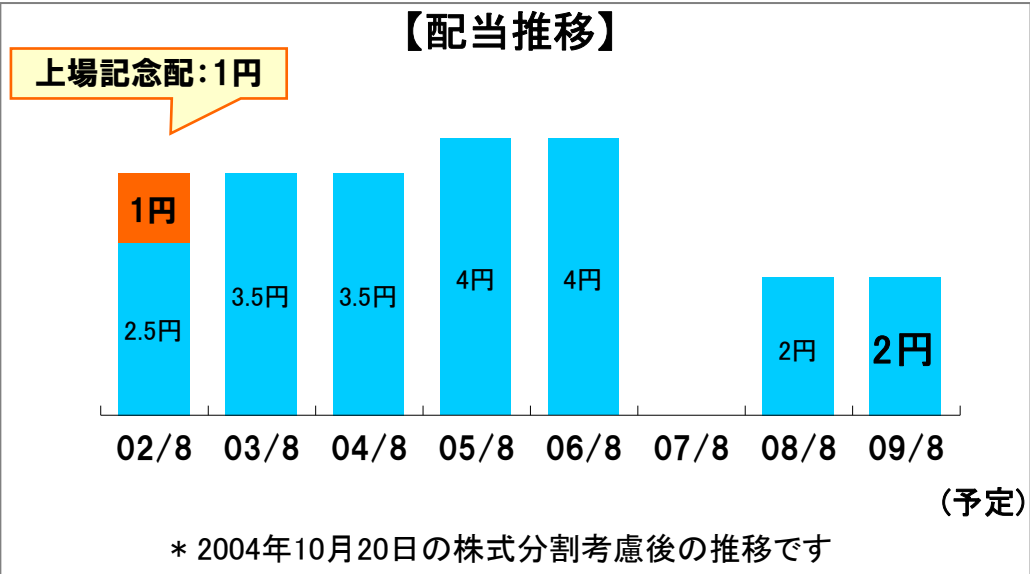
5.参考資料

(1) 配当・株主優待制度

配 当

(2009年8月期 予定)

配当金額: **2円00銭**



株主優待制度 (2009年8月期)

- ◆対象: 2009年8月31日現在の株主名簿に記載された、1,000株以上ご保有の株主様
- ◆優待品 ①・②より、お好きな1点をお選びいただけます。
 - ①10,000円分の弊社お買物優待券。(1,000円券10枚)
 - ②10,000円相当の弊社オリジナルジュエリー (商品名: デイジー)



3WAYのアレンジが
お楽しみいただけます。

(2) IR・PR活動の状況①

国内・海外の旗艦店への反響

国内旗艦店のリニューアル、海外旗艦店のオープンに際して、多くのメディアから取材をいただきました。

- 国内旗艦店「フェスタリア ビジュソフィア表参道ヒルズ店」 2009/03/06 大幅増床 リニューアルオープン



- 台湾旗艦店「フェスタリア TOKYO」 2009/09/20 海外初の路面店が台北市中心部へオープン



(2)IR・PR活動の状況②

IR活動

- ◆機関投資家、アナリスト向け決算説明会・・・年2回開催
(第2四半期決算説明会:4月 / 期末決算説明会:10月)
- ◆個人投資家向け会社説明会・・・年2～3回程度開催

PR活動

- ◆女性ファッション誌を中心とし多数掲載
- ◆TV番組、映画、CM等への商品協力も増加



(3) 社会への取り組み

ジュエリーに愛と夢を込めて 「ビジュ・ド・ファミリー」

豊かな気持ち、かけがえのない思い出、ずっと持ち続けていたい夢

この理念に基づき、私達はジュエリーを通じて様々な関連活動を行っています。

グローバル・エキスポ参加

…世界最大のダイヤモンド産出国、ボツワナ共和国にて開催されたデビアスグループ主催の世界会議。



JJA 信頼のマーク認定

…(社)日本ジュエリー協会(JJA)の倫理審査基準を満たしたジュエリー店だけが掲げることのできるマーク。



フォーエバーマーク ダイヤモンド正規取扱店認定

…世界最大のダイヤモンドカンパニー「デビアスグループ」が厳選した、特別なダイヤモンドのみに印される信頼の証。



JJA チャイルドピンズ運動

…アジアの子どもたちの識字教育や生活向上のプログラムを支援。



(4)新素材:EVER Shine Silver

エバーシャイン シルバーとは

サダマツ オリジナルの
開発素材。特別な成分配
合により、極めて変色(硫
化)しづらい性質を実現。
シルバー最大の課題に
対応。



USA特許取得書



変色試験の結果

一般的なシルバー



エバーシャイン シルバー



人工汗を塗布し、13時間後の状態

(5) 会社概要

会社名	株式会社サダマツ
本社	東京都目黒区中目黒2丁目6番20号2階 (登記上の本社 長崎県大村市本町458番地9)
資本金	743百万円(2009年8月31日現在)
従業員数	連結:455人(2009年8月31日現在)
経営理念	ジュエリーに愛と夢を込めて 「ビジュード・ファミリー」 豊かな気持ち、かけがえのない思い出、ずっと持ち続けていたい夢