

1. エグゼクティブサマリー

期首に掲げた業績予想を上回るとともに、
前年同期に比べて大幅に収益性が向上しました。

事業運営に係る費用を前年同期と同水準に抑えつつ、売上高の増加を実現し、利益面は大幅に増加しました。

通期については震災による経済の停滞が懸念されますが、そのような状況だからこそ人々の「絆」を確かめ合う証としてジュエリーの担うべき役割があり、また市場にはその需要があると信じて事業を推進してまいります。

現時点では期首に掲げた通期業績予想を目指します。

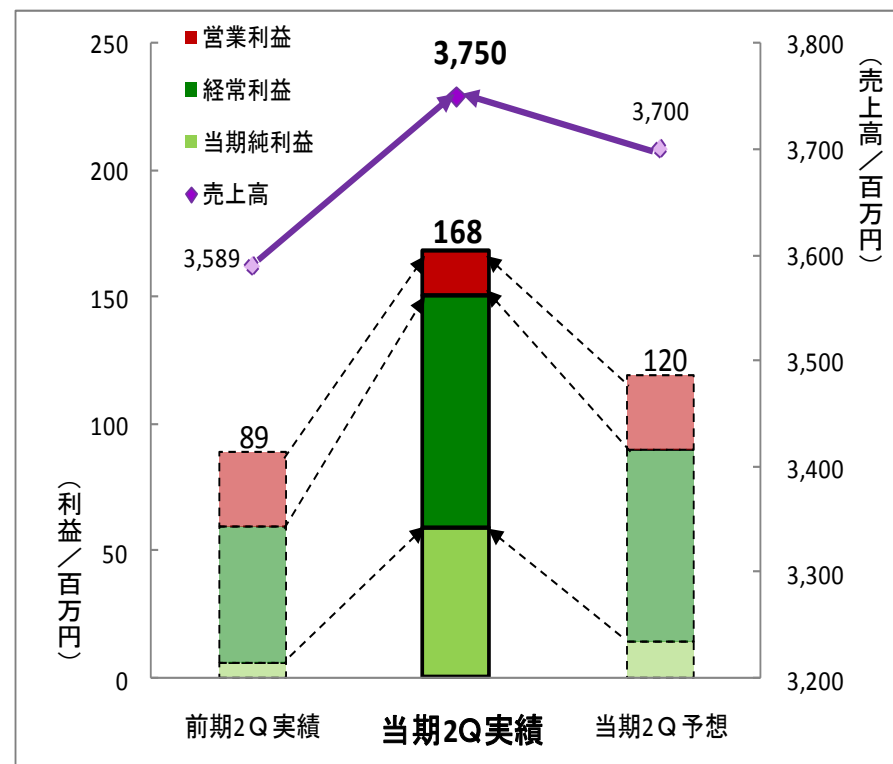
<経営成績>

(単位:百万円)

連結	前期 第2四半期	売上 構成比	当期 第2四半期	売上 構成比	前期比 増減率	増減額
売上高	3,589	100.0%	3,750	100.0%	45%	161
売上総利益	2,201	61.3%	2,269	60.5%	3.1%	68
販売費及び一般管理費	2,111	58.8%	2,101	56.0%	-0.5%	-10
営業利益	89	2.5%	168	4.5%	87.7%	79
経常利益	60	1.7%	151	4.0%	150.1%	91
税引前 当期純利益	57	1.6%	142	3.8%	149.9%	85
当期純利益	6	0.2%	59	1.6%	813.6%	53

当期 通期予想	売上 構成比
7,300	100.0%
4,300	58.9%
4,060	55.6%
240	3.3%
180	2.5%
160	2.2%
30	0.4%

前期実績、当期予想と当期実績との比較



2. 売上高の状況

国内店舗数は2店舗減少^(※1)ながら、
個別売上高は前年同期比で3.2%増加しました。

(※1) 第2四半期末時点：前期74店舗→当期72店舗

事業収益の大半を担う主要事業部門(株)サダマツでは、前期より継続的に取り組んでいる販売スタッフへの教育育成に努めてまいりました。その一端となるCRMの強化施策では段階的に成果が現れ、消費マインドの低迷が続く市況においても顧客のニーズに即した商品提案力の強化につながり、売上高は前年同期に比べ増加しました。

売上生産性が高まり、1店舗あたりの売上高が6.1%増加

優良顧客やリピート顧客での売上構成比が増加

Eラーニングによる社長メッセージや商品別販売戦略の配信を定例化

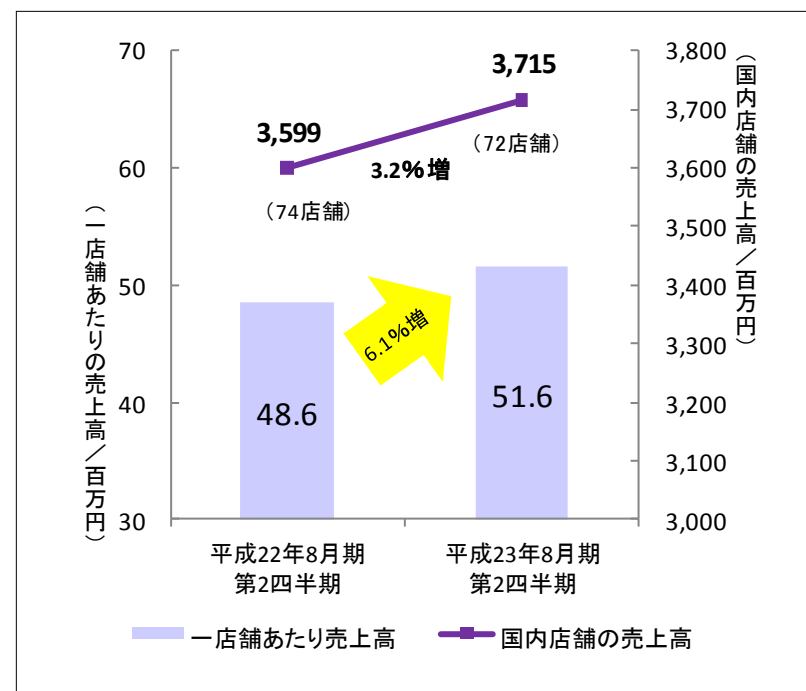
● 第2四半期累計期間中の出店状況

2010/09/17 ドゥミエール ビジュ ソフィア 阪急西宮ガーデンズ店

2010/10/07 フェスタリア 台湾統一阪急店（海外店舗）

2010/11/03 フェスタリア ビジュ ソフィア 日本橋高島屋店

国内店舗一店舗あたりの売上高の推移



3. 売上総利益の状況

地金価格の上昇等マイナス要因がある中、
売上高の増加に準じて前年同期比3.1%増加しました。

主要な原材料となる国内地金価格の期間平均は、前年に比べ約14%上昇したため商品原価の抑制には非常に厳しい環境にありましたが、生産拠点となる在ベトナム子会社の有効活用によりこのマイナス要因を吸収し、売上高に占める売上総利益率は前年同期とほぼ同じ水準を維持しました。

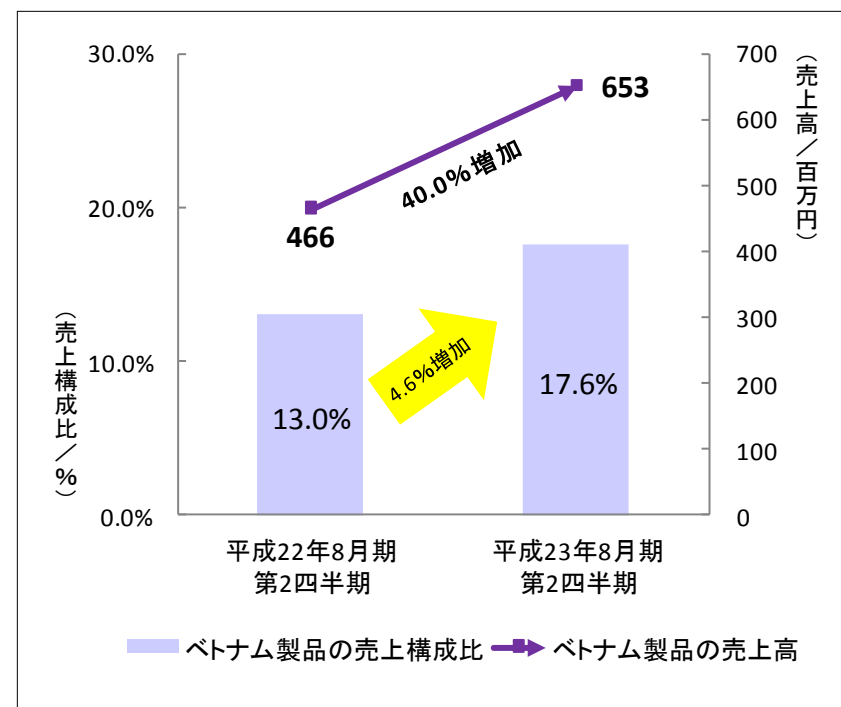
売上総利益率は、連結60.5%、個別59.8%と前期並み

ベトナム製品は前期比で売上高40%、構成比4.6%それぞれ増加

ベトナム子会社の技術向上で現地生産型数は倍増

ベトナム国内の賃金ベースは上昇傾向

ベトナム製品の売上状況の推移



4. キャッシュフローの状況

営業キャッシュフローの大幅改善が主な要因となり、
資金の残高は1,333百万円と前年同期比で増加しました。

営業キャッシュフローは、「たな卸資産」の増加があったものの、「税金等調整前四半期純利益」や「仕入債務」の増加などにより、前年同期から大幅に改善し、黒字に転じて、147百万円となりました。

投資キャッシュフローでは...

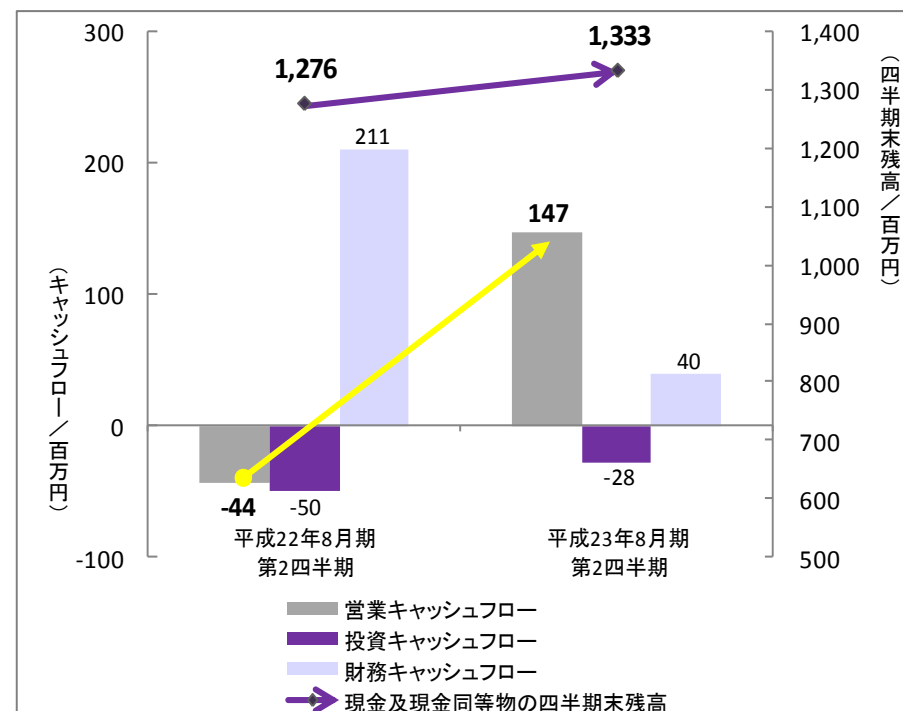
出店に掛る設備費が前年同期に比べ減少

財務キャッシュフローでは...

長期借入金の返済により、217百万円の支出

短期借入金が202百万円純増、長期借入により100百万円の収入

現金及び現金同等物の四半期末残高
と各キャッシュフローの推移



5. 当期の施策の主な進捗と見通し

グループ全社で取り組んでいる共通施策を
 具体策に落とし込んですすめております。

当期（平成23年8月期）共通施策

●ブライダル商品の販売拡大

ブライダル需要に対する売上を拡大すべくプロジェクトを発足させ、専用ホームページの新設など関連プロモーション強化を進めております。

① 店頭におけるプロパー商品の売上構成比の向上による店舗収益の強化

② 顧客データの入力・管理・運用を再整備することによるCRMの強化

●連携強化によるベトナム製品の活性化

売上総利益への貢献度は拡大中（→2ページ「3.売上総利益の状況」参照）。さらなる連携強化に向けて、日本の技術者との業務提携を行いました。これにより今後は技術向上による生産本数や生産型数の拡大を図り、相乗効果を高めていきます。

③ 在ベトナム子会社製品での売上構成比の向上によるグループ間相乗効果の追求

④ CRMの強化と連動した顧客ニーズの徹底分析によるマーチャンダイジングの強化

●特別利益の計上

倉庫兼事務所として使用しておりました土地建物につきまして、売却することとし、当該固定資産の譲渡に伴う固定資産売却益約29百万円を第3四半期以降の業績において特別利益として計上する見込みであります。（→平成23年3月31日公表）

⑤ 全社各部門で利益に対する意識啓蒙ができる利益重視の業績評価体系の強化

⑥ 費用対効果の検証と公表を根付かせる評価制度の確立による経営管理体制の強化

●物流拠点の本社統合

埼玉サービスセンターを閉鎖し、物流機能を中目黒の本社に統合することを決定いたしました。これによりディストリビューションの強化、マーチャンダイジングの強化ならびに管理コストの低減を図ります。

⑦ ローコストオペレーションが継続的に維持できるマインド形成と仕組みづくり

6. 通期の見通し

震災による難局を迎えているからこそ

ジュエリーは人々の生活の中で大切な役割を果たします。

国全体が未曾有の難局を迎えたこのような状況だからこそ、当社グループの取り扱うジュエリーは、人々の想いをカタチにするアイテムとして担うべき役割があると信じており、また歴史的にもその需要が認められています。当社グループの「ジュエリーに愛と夢を込めて～ビジュ・ド・ファミリーユ」という経営理念のもと、誇りと責任感を持って事業を推進してまいります。

引き続き期首に掲げた通期業績予想を目指します。

第3四半期以降、西日本における店舗運営の強化と積極的な出店政策を検討

● 第3四半期以降の出店状況

- 2011/03/03 フェスタリア ビジュ ソフィア 博多阪急店
- 2011/03/18 フェスタリア ビジュ ソフィア 大宮そごう店
- 2011/03/18 フェスタリア ビジュ ソフィア 神戸そごう店
- 2011/04/28 フェスタリア ビジュ ソフィア 越谷レイクタウンアウトレット店(予定)
- 2011/05/04 フェスタリア ビジュ ソフィア JR大阪三越伊勢丹店(予定)

● 第3四半期以降の退店状況

- 2011/03/31 フェスタリア ビジュ ソフィア 高松三越店
- 2011/05/09 ドゥミエール ビジュソフィア アリオ蘇我店(予定)