

1. 決算に関するエグゼクティブサマリー

震災による3月度の落ち込みを通期の活動でカバーし、
連結業績での売上高と利益面は、前年・予想ともに上回りました。

次期(平成24年8月期)は...

一段階上の企業ステージをめざして設定する5か年の経営計画の初年度としてスタートします。

“絆”需要の喚起と獲得を主政策として掲げ、安定的に維持している収益体質をさらに強固なものにしてまいります。

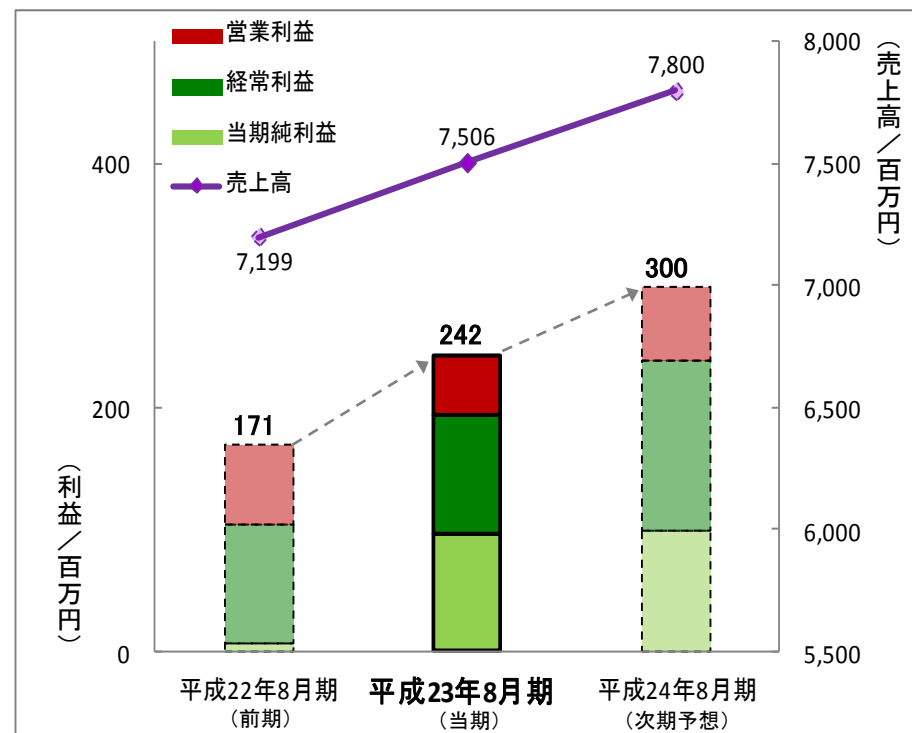
<連結経営成績>

| 連結 | 平成22年 8月期 (前期) | 平成23年 8月期 (当期) | 前期比 増減率 | 増減額 |
|-------|----------------------|----------------------|------------|-----|
| 売上高 | 7,199 | 7,506 | 4.3% | 307 |
| 営業利益 | 171 | 242 | 41.5% | 71 |
| 経常利益 | 104 | 194 | 86.5% | 90 |
| 当期純利益 | 7 | 97 | 1285.7% | 90 |

(単位:百万円)

| 平成24年 8月期 (次期予想) | 前期比 増減率 |
|------------------------|------------|
| 7,800 | 3.9% |
| 300 | 24.0% |
| 240 | 23.7% |
| 100 | 3.1% |

前期実績、当期実績、次期予想の連結業績チャート



2. 個別業績の結果

主要事業部門となる(株)サダマツでは、各施策の相乗効果により本業での利益が前期比30%の増加となりました。

各施策による成果の概要

<個別経営成績>

単位:百万円

| 個別 | 平成22年 8月期 | 売上 構成比 | 平成23年 8月期 | 売上 構成比 | 前期比 増減率 | 増減額 |
|----------------|--------------|-----------|--------------|-----------|------------|-----|
| 売上高 | 7,149 | 100.0% | 7,430 | 100.0% | 3.9% | 281 |
| 売上総利益 | 4,124 | 57.7% | 4,303 | 57.9% | 4.3% | 179 |
| 販売費及び 一般管理費 | 3,942 | 55.1% | 4,065 | 54.7% | 3.1% | 123 |
| 営業利益 | 182 | 2.5% | 237 | 3.2% | 30.2% | 55 |
| 経常利益 | 105 | 1.5% | 187 | 2.5% | 78.1% | 82 |
| 純利益 | -2 | 0.0% | 43 | 0.6% | - | 45 |

営業施策では、販売スタッフの教育育成やCRMが有効的に働き、店頭プロパー商品の売上高が向上しました。このことが低価格志向が根強くある消費傾向のなかでも、全体の売上高の底上げに大きく貢献しました。

商品施策では、在ベトナム子会社の生産機能の有効化がさらに進み、全社売上高に占めるベトナム生産商品の売上構成比は大きく増加しました。このことが売上総利益確保に大きく貢献しました。

管理面での施策に関しては、費用対効果の検証を強化し、リース資産や保守サービスの合理化を図りました。これにより全社売上高に占める管理費の割合を低減することができました。

3. 次期(平成24年8月期)の見通し

“絆”需要の活性化を本格的に見通せるなか
当社経営理念の深耕による“絆”需要の喚起と獲得を目指します。

次期(平成24年8月期)の施策

＜連結業績予想＞

単位:百万円

| 連結 | 平成23年 8月期 | 売上 構成比 | 平成24年 8月期 (次期予想) | 売上 構成比 | 前期比 増減率 | 増減額 |
|----------------|--------------|-----------|------------------------|-----------|------------|-----|
| 売上高 | 7,506 | 100.0% | 7,800 | 100.0% | 3.9% | 294 |
| 売上総利益 | 4,407 | 58.7% | 4,600 | 59.0% | 4.4% | 193 |
| 販売費及び 一般管理費 | 4,165 | 55.5% | 4,300 | 55.1% | 3.2% | 135 |
| 営業利益 | 242 | 3.2% | 300 | 3.8% | 24.0% | 58 |
| 経常利益 | 194 | 2.6% | 240 | 3.1% | 23.7% | 46 |
| 純利益 | 97 | 1.3% | 100 | 1.3% | 3.1% | 3 |

・多角的視点からのマーケティングの強化

➢TV等マスメディアを使った需要喚起と当社ブランドの認知訴求

・販売単価向上による営業強化

➢CRMの強化、ブライダル需要への対応強化に向けた販売スタッフの教育継続

・外部および内部における環境分析の強化

➢顧客の消費動向、業界や競合の動向、自社の強み等の分析強化

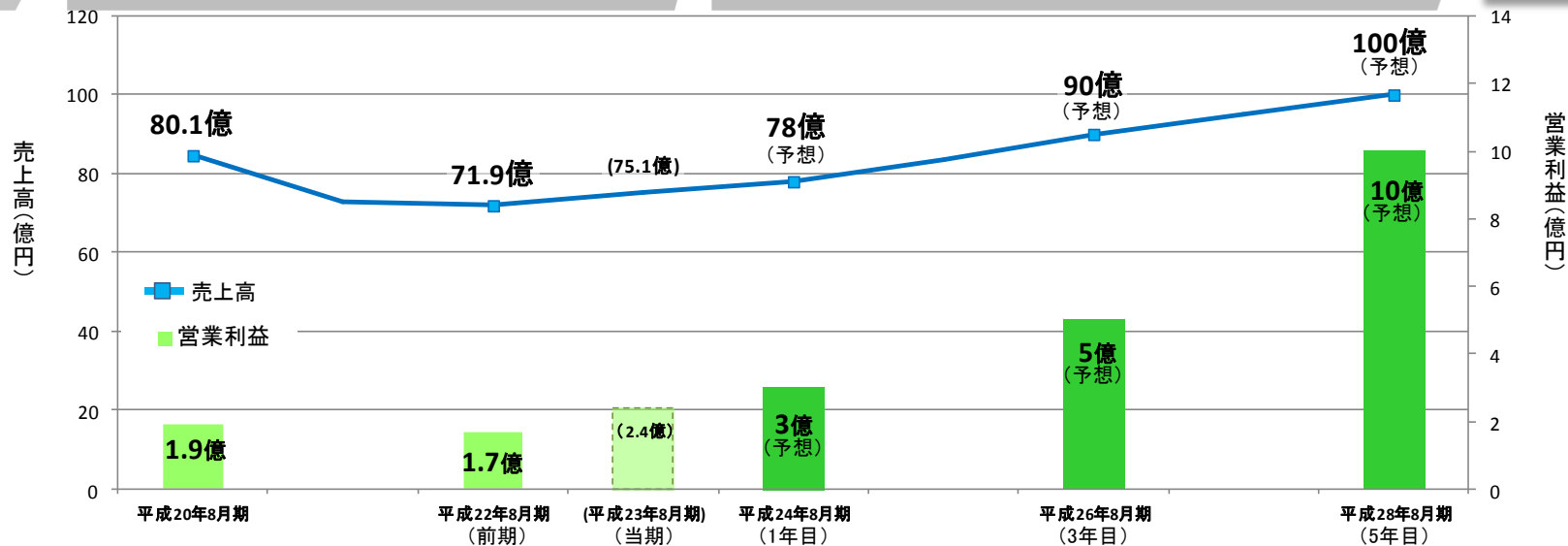
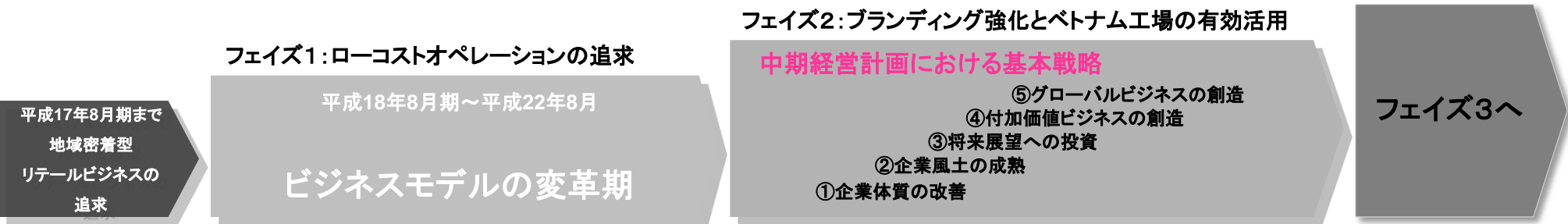
・ローコストオペレーションの追求

➢組織体制の見直し、物流拠点の統合による効率性の追求

1.中期経営計画のエグゼクティブサマリー

計画的な事業運営を遂行し、5年後となる平成28年8月期の連結業績にて
売上高100億円・営業利益10億円を目指します。

地域密着型のリテールビジネスを基軸に、付加価値訴求型のブランドビジネスへの発展を目指す。



2.事業計画(数値目標)

国内事業においては、安定的な収益向上をはかり

海外子会社においては、事業規模拡大を目指します。

新たな成長戦略に向けた 当社のポテンシャルを最大有効化

- 接客・接遇ノウハウ
- CRM
- 地域有力店ショッピングセンターでのテナント型店舗網
- 有名百貨店インショップ型店舗網
- ベトナム子会社でのSPA体制
- 台湾子会社におけるアジアマーケットのネットワーク

<連結業績の数値目標>

単位:百万円

| 連結 | 平成23年8月度 実績 | 平成24年8月度 (1年目) | 平成26年8月度 (3年目) | 平成28年8月度 (5年目) |
|------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 売上高 | 7,506 | 7,800 | 9,000 | 10,000 |
| 営業利益 | 242 | 300 | 500 | 1,000 |
| 経常利益 | 194 | 240 | 430 | 900 |
| 純利益 | 97 | 100 | 210 | 450 |

<参考:個別業績の数値目標>

単位:百万円

| 個別 | 平成23年8月度 実績 | 平成24年8月度 (1年目) | 平成26年8月度 (3年目) | 平成28年8月度 (5年目) |
|------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 売上高 | 7,430 | 7,700 | 8,600 | 9,500 |
| 営業利益 | 237 | 290 | 480 | 760 |
| 経常利益 | 187 | 230 | 410 | 690 |
| 純利益 | 43 | 90 | 200 | 350 |

3.基本戦略と事業戦略

基本戦略と事業戦略の積極的な推進で中期経営計画の実現を目指します。

経営目標「企業価値の創造」に向け、一段上の企業ステージへ

<基本戦略>

- ①企業体質の改善
- ②企業風土の成熟
- ③将来展望への投資
- ④付加価値ビジネスの創造
- ⑤グローバルビジネスの創造

<事業戦略>

- (1) 絆需要の喚起と獲得
- (2) 企業独自性の追求
- (3) ブランド別プロモーションの強化
- (4) ITプラットフォームの再整備
- (5) 海外展開の強化・拡大



平成23年8月期決算および中期経営計画の概要につきましては、その詳細説明会(アナリスト向け)を平成23年10月27日(木)に開催いたします。

(ご案内はこちらから http://www.b-sophia.co.jp/IR/irinfo/documents/resultsbriefing2011_8.pdf)

また詳細説明資料に関しましては、同日中に弊社ホームページに掲載予定としております。