

2015年12月期 第1四半期業績概況

(期間:2014年12月21日~2015年3月20日)

営業利益は前年比悪化ながら、概ね計画通り推移

《連結決算概要》

(単位:百万円)

| 項目 | 実績 | 前年同期増減額 | 前年同期増減額 ※ (決算期変更影響除外) |
|--------|--------|---------|--------------------------|
| 売上高 | 37,422 | △12,543 | △3,704 |
| 営業利益 | △2,799 | △1,485 | △853 |
| 経常利益 | △2,520 | △1,153 | △516 |
| 四半期純利益 | △2,416 | △722 | △435 |

※ 主にシャディ関連連結3社の決算期変更による前年差影響が売上高で約91億円、営業利益で約8億円ございますので、参考情報としてグループ会社の決算期変更影響を除外した前年同期増減額を記載させていただいております。

《営業概要》

➤ 売上高について

ニッセン: 前期までの稼働顧客数の減少に加えて、カタログ発行部数絞込み等による販売固定費削減の影響で、売上高は前年比で減少。

シャディ: 前年実施した決算日変更(3月31日→12月31日)に伴い、収益の高いお歳暮商戦の最盛期である11月・12月度が当第1四半期の対象外になった影響で、売上高は前年比で大幅減少。

➤ 営業利益について

ニッセン: 前年度在庫処分の影響で原価率は前年比で悪化した一方、新規カタログの発行部数削減、配布カタログのページ数圧縮等のコスト構造改革により、対売上の販売固定費率は計画に対し0.8ポイント良化、前年に対し1.7ポイント良化。営業利益は前年比悪化ながら、概ね計画通り推移。

➤ 第1Q主な施策

- ✓ 「ワーキング・ママ」に向けたブランドイメージ浸透化 → 15年総合カタログ表紙は3人のカリスマモデル起用
- ✓ 新規顧客獲得モデルの転換 → LINEスタンプ配信(友達数:690万人)、有料ファッションマガジン『BoNi(ボニー)』Vol.2を全国のセブン-イレブン約17,300店等にて販売
- ✓ ラージサイズアパレル事業「スマイルランド」の強化 → スマイルランドの専用アプリ『smiLeApps』をリリース。店舗での試着予約サービスを開始。(2Q以降、イトーヨーカ堂とのコラボ店舗を順次出店予定)

主力となる株式会社ニッセンにおきましては、ワーキングママ・ファミリーをコアターゲットに付加価値の高い商品開発や顧客戦略の推進、インターネットシフトによるカタログ費用効率の改善、L~10Lまで揃うレディースアパレルブランド「スマイルランド」の強化、聖域なきコスト削減等、早期黒字化に向けた事業構造改革を一步ずつ確実に進めてまいります。

詳細につきましては、《2015年12月期 第1四半期 決算補足資料》をご覧ください。

IRに関するお問い合わせは、下記までお問い合わせください。

株式会社ニッセンホールディングス 広報IR部

TEL : 075-682-2041