

## 2015年12月期 第2四半期業績概況 (期間:2014年12月21日~2015年6月20日)

### 《連結決算概要》

(単位:百万円)

	2015年2Q実績	2015年2Q計画		2014年2Q実績 (決算期変更影響除外) ※	
			計画増減額		前年同期増減額
売上高	79,171	84,740	△5,569	89,632	△10,461
営業利益	△4,672	△4,950	278	△2,750	△1,922
経常利益	△4,234	△4,540	306	△2,767	△1,467
四半期純利益	△3,981	△4,510	529	△2,825	△1,156

※連結子会社の決算期変更の影響により、シャディ関連連結3社、(株)オリエンタルダイヤモンド及び(株)レセンテの2014年2Qにつきましては、2013年10月1日から2014年3月31日までの会計期間となっております。なお、該当期間は収益性の高いお歳暮・年末商戦を含みますので、同期間比較として決算期変更の影響を除外した2014年2Q実績(決算期変更影響除外)を記載させていただいております。

### 《営業概要〔ニッセン〕》

#### ➤ 売上高について

- ✓ 商品開発体制の見直しにつき、コスト効率を重視したプロモーション費用の投下、新規カタログ配布部数の削減等、販売固定費の圧縮を優先した結果、売上高は計画・前年共に減少。

#### ➤ 営業利益について

- ✓ 粗利額は減少ながら、変動費率の改善及び固定費の圧縮により、営業利益は計画通りで推移。
  - 早期の収益改善を目的とし、前年秋冬商品の在庫処分を優先した事により、原価率は計画比で悪化。
  - カタログ費用を主としたプロモーションコストの投下方法の抜本的な見直しにより、対売上の販売固定費率は、計画に対し0.6ポイント良化、前年に対し0.9ポイント良化。
  - 下期以降の損益分岐点売上の引き下げを目的とし、固定費を大幅に圧縮(計画・前年共に5億円圧縮)。

### 《第2Q 主な施策〔ニッセン〕》

#### ＜事業構造改革＞

- ✓ 前年の秋冬商品の在庫処分を加速(商品在庫:2014年12月/180億円 ⇒ 2015年6月/143億円)
- ✓ カタログ発行部数、延頁数共に圧縮(前年比 発行部数:73.2%、延頁数:60.6%)
- ✓ 主要事業会社の(株)ニッセンと物流子会社の(株)通販物流サービスを合併

#### ＜営業情報＞

- ✓ 「価格訴求」から「価値訴求」型の商品開発体制への転換(取引先との関係強化、MDプロセス見直し等)
- ✓ 新規顧客獲得手法の強化 → LINE スタンプ配信(LINE 公式アカウント友だち数:1,200万人突破)、有料ファッションマガジン『BoNi(ボニー)』Vol.3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 → イトヨーカ堂とのコラボ店舗を4店舗出店

詳細につきましては、《2015年12月期 第2四半期 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