

会社概要	
社名	川辺株式会社
社名(英語表記)	T.KAWABE & CO., LTD.
創業	大正12年2月
設立	昭和17年11月
資本金	1,720,500,000円
主な事業内容	ハンカチーフ、スカーフ、マフラー、エプロン、タオルおよび布帛製品の製造、販売ならびに輸出入／服飾雑貨の販売ならびに輸出入／化粧品、香水、石鹸、医薬品、医薬部外品の製造および販売ならびに輸出入／上記に付帯する一切の業務
事業所 (平成24年6月28日現在)	本社／東京支店／大阪支店／福岡支店／札幌営業所／名古屋営業所 川辺今治センター
グループ	株式会社ソルティール／レインボーワールド株式会社／川辺（上海）商貿有限公司
役員 (平成24年6月28日現在)	代表取締役社長 吉田 久和 経営管理統括本部長 代表取締役専務 越智 康行 営業統括本部長 取締役 稲子 健夫 チェーンストア本部長兼フレグランス本部長 取締役 高澤 秀彰 百貨店本部長兼東京支店長 取締役 稲田 和義 リテール本部長 取締役 石井 和則 非常勤取締役 取締役 渡部 壽 社外取締役 常勤監査役 齋藤 達夫 監査役 山崎 晴雄 監査役 園部 哲夫
従業員数	186人

株主メモ	
事業年度	毎年4月1日から翌年3月末日まで
剰余金の配当の基準日	期末配当金 毎年3月末日
定時株主総会	毎年6月開催
公告方法	電子公告（http://www.kawabe.co.jp） ただし、電子公告によることができないときは、日本経済新聞に掲載する方法とします。
株主名簿管理人	東京証券代行株式会社 東京都千代田区大手町二丁目6番2号（日本ビル4階）
郵便物送付先（連絡先）	〒168-8522 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 東京証券代行株式会社 事務センター ☎0120-49-7009 取次事務は、三井住友信託銀行株式会社の本店および全国各支店で行っております。
株主ご優待について	

株主の皆様の日頃のご厚情にお応えするため、下記の要領により、株主ご優待の商品を贈らせていただきます。

ご優待の商品	自社製品
権利の確定日	3月31日現在の株主
ご所有株式による区分と商品	① 1,000株以上ご所有の株主 小売値2,000円相当の自社製品 ② 3,000株以上ご所有の株主 小売値5,000円相当の自社製品 ③ 5,000株以上ご所有の株主 小売値7,000円相当の自社製品 ④ 10,000株以上ご所有の株主 小売値10,000円相当の自社製品

## Online Shop

オンラインショップ



**会員限定のお得な情報や  
ポイントがご利用いただけます。  
是非ご来店ください。**

<http://www.kawabe.co.jp/>

株式情報 (平成24年3月31日現在)		
発行可能株式総数	30,000,000株	
発行済株式総数	18,610,000株	
株主数	1,464名	
主要株主名	持株数	持株比率
一広株式会社	4,857千株	26.2%
伊藤忠商事株式会社	4,658千株	25.1%
川辺正二	738千株	3.9%
井藤織維株式会社	490千株	2.6%
丸山三千夫	448千株	2.4%
川辺康子	420千株	2.2%
稲葉もと	300千株	1.6%
八木良三	260千株	1.4%
越智康行	198千株	1.0%
口井邦彦	180千株	0.9%

※持株比率は自己株式(87,111株)を控除して計算しております。



## 川辺株式会社

〒160-8403 東京都新宿区四谷四丁目16番3号  
TEL : 03-3352-7123 FAX : 03-3352-2070

# INTERMODE KAWABE Business Report

平成23年4月1日から平成24年3月31日まで



## ごあいさつ

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。  
さて、当連結会計年度におけるわが国経済は、東日本大震災からの復興の兆しが見られたものの、欧州債務危機を背景とした世界経済の減速や、為替相場における記録的な円高、株式市場の低迷に加え、中東情勢悪化による原油市況の上昇など、景気の先行きは不透明な状況が続きました。  
当服飾雑貨業界では、当社主力取引先である百貨店や量販店をはじめとする小売業におきまして、震災後の復興需要や節電対策などに一部好調な動きが見られましたが、個人所得の伸び悩みや不安定な雇用情勢の影響から、全般的には依然厳しい状況で推移いたしました。  
この様な状況下におきまして、当社グループは、顧客第一主義を基本理念として、既存事業の維持拡大に努めるとともに、総合雑貨メーカーを目指し、常に新しい商品開発を心掛け、市場ニーズに迅速に対応した商品提案とサービスの向上に努め事業展開を行ってまいりました。

第68期の当社グループの対処すべき課題といたしまして、引き続き顧客第一主義を経営の根幹とし、「革新」的な発想のもと、ひとりでも多くの人々に「喜び」と「満足」を与えられる総合雑貨メーカー及び製造小売業を目指してまいります。  
身の回り品につきましては、業績拡張に向け昨年に引き続き、積極的な営業活動と消費者のニーズに基づいた商品企画による既存の市場占有率の向上を推し進め、更にアイデア商品等の新商材の開発に取り組んでゆくことは勿論、新たな販路開拓として、中国市場へのアプローチや新たな直営店舗出店等の施策をもって取り組んでまいります。  
また、フレグランス事業につきましては、新ブランド投入による売上増大、自社物流への転換による大幅な経費削減、在庫の圧

縮等の施策により収益の改善を図り、今後更なる事業の成長を目指してまいります。  
これらの取組みにより、当社グループは成長戦略を実現し企業価値の更なる向上に向け一層の努力をしております。  
株主の皆様におかれましては、何卒以上の諸事情をご賢察のうえ、今後とも、一層のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。



代表取締役社長

## 吉田 久和

## 連結財務データ

(単位：百万円)

財務の状況	前期末	当期末	経営成績の状況	
	2011年3月31日現在	2012年3月31日現在	前期 2010年4月1日～ 2011年3月31日	当期 2011年4月1日～ 2012年3月31日
流動資産	6,617	7,081	売上高	15,539
固定資産	4,699	4,641	営業利益	333
資産合計	11,316	11,722	経常利益	575
流動負債	4,698	4,755	当期純利益	272
固定負債	1,460	1,314	キャッシュ・フローの状況	
負債合計	6,158	6,069	営業活動によるキャッシュ・フロー	421
純資産	5,157	5,652	投資活動によるキャッシュ・フロー	△132
負債及び純資産合計	11,316	11,722	財務活動によるキャッシュ・フロー	△172
			現金及び現金同等物の期末残高	336
				440



## 商品別売上高



## Handkerchief

節電対策と夏場の猛暑の影響からタオルチーフの需要が増えたことに加え、チャック付きタオルチーフやポケット付きタオルチーフなどのアイデア商品の拡販に努めました。さらに、イベント商品やパーソナルギフト商材の提案を積極的に行いました結果、市場占有率の向上に繋がりを、売上前年比107.7%と好調に推移いたしました。そして、3月には各提携ブランドと連携をとり、東日本大震災に対するチャリティーハンカチーフのイベント販売を得意先様の売場協力を得て実施いたしました結果、お客様の共感を頂き大きな成果を得ることができました。

## Scarf / Muffler

主力販路である百貨店におきまして、震災後大きな落ち込みが続き秋口の市場が低迷いたしました。その後、最需要期である年末商戦時期に寒波が到来し、防寒商品を中心に売上は伸びましたが、春先の冷え込みが長く続いたことから、春物の出足が非常に鈍く売上前年比97.7%となりました。

## Fragrance



フレグランス事業は、百貨店・直営店におきまして商品の品揃えを強化することができましたが、不採算事業の一部店舗の閉鎖を行いました結果、売上前年比98.6%で推移いたしました。収益面におきましては、初年度である前年と比較し改善は図れましたが、依然として利益を構築するに至っていないことから更なる改善を図る所存でございます。

## Others

タオルにつきましては、量販店を中心にスポーツタオル商材が比較的好調に推移いたしました結果、売上前年比121.3%となりました。雑貨商材につきましては、OEM受注が不振でありましたが、百貨店ハンカチーフ売場に雑貨商品を積極的に投入したことと、テレビ通販での販売が好調に推移いたしました結果、売上前年比104.0%となりました。



## NEW ARRIVAL



### 英国フェア

今年はロンドンオリンピック開催やエリザベス女王陛下即位60周年の年でもあり、地域的にも文化的にも注目されている「英国」。英国ブランドならではの表現で、ユニオンジャックをはじめ、いつもと一味違った商品が揃いました。ハンカチーフ、ストール、バッグetc トータル展開できるアイテムを提案いたします。



### ジューシイジュエル ニッコリソープ

「ニッコリソープ」ジューシイジュエルから生まれた香りを楽しむてづくりせっけん。上質な泡立ちと保湿力が特徴で、見た目にもかわいいてづくりせっけんです。手洗いはもちろん、浴用から洗顔までこれひとつで安心してお使いください。贈り物としてハンカチーフやタオルハンカチーフとの相性もばっちりです。



### NINA RICCI

2012年秋・冬物より、洋品の新ブランドとしてスタートいたします。特徴であるクチュールエレガンスの品格を守りながらも軽やかで若々しいスタイルへと変換し、エレガントでフェミニンな世界感で構成し、フローラルなプリントやファー使いの羽織りアイテムなどを、ニナリッチらしいカラーパレットで展開いたします。

