

| 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／上記に附帯する一切の業務 |
| 事業所 | 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 レインボーワールド株式会社／株式会社ソルティアー／川辺（上海）商貿有限公司 |
| 役員 (平成29年6月29日現在) | 代表取締役社長 吉田 久和 経営管理統括本部長 専務取締役 高澤 秀彰 営業統括本部長兼百貨店本部長 常務取締役 稲子 健夫 チェーンストア本部長兼リテール本部長 取締役 越智 康行 経営企画室長兼グループ会社統括本部長 取締役 檜垣 和彦 フレグランス本部長 取締役 福嶋 義弘 社外取締役 取締役 坂本 賢一 社外取締役 常勤監査役 齋藤 達夫 監査役 洞 敬 監査役 笹本 雄司郎 |
| 従業員数 | 214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 東京都千代田区神田錦町三丁目11番地 NMF竹橋ビル6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 |



| 株式情報（平成29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 | 2,210名 | |
| 主要株主名 | 持株数 | 持株比率 |
| 一広株式会社 | 4,857千株 | 26.5% |
| 伊藤忠商事株式会社 | 4,658千株 | 25.5% |
| 丸山三千夫 | 530千株 | 2.9% |
| 川辺正二 | 453千株 | 2.4% |
| 川辺康子 | 420千株 | 2.3% |
| 越智康行 | 198千株 | 1.0% |
| 松本恒吉 | 190千株 | 1.0% |
| 株式会社丸加 | 130千株 | 0.7% |
| 日本証券金融株式会社 | 125千株 | 0.6% |
| 大島勇 | 120千株 | 0.6% |

(注) 持株比率は自己株式(346,839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28年4月1日から平成29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、政府の経済政策の効果により、設備投資や雇用環境の改善が見られ、企業収益や雇用環境は緩やかな回復が続きました。一方、中国を始めとするアジア新興国の景気減退、英国のEU離脱問題、米国新政権の政策に対する懸念や金融市場の不安定な動きの影響などから、景気の先行きは依然として不透明な状況が続いております。

小売業界におきましては、政府による消費税増税の延期決定がされたものの、実質賃金の伸び悩みや消費の二極化傾向の進展に加え、節約志向がより高まる中、ネット通販の台頭やライフスタイルの多様化による購買行動の著しい変化によって、市場は力強さを欠く状況で推移いたしました。

当社グループを取り巻く事業環境におきましては、主要販売先である百貨店等における外国人観光客の購入単価減少等による消費の鈍化や地方経済低迷による店舗閉鎖などの影響から、百貨店を中心に低調に推移いたしました。

この様な状況の下にあって当社グループは、「川辺三ヶ年新中期経営計画2014」の最終年度である3年目が終了し、顧客第一主義を経営の根幹として、革新的な発想に則した企業活動を通じて、市場競争力の強化と新たな事業領域の拡大を促進し『コト提案型企業への変革と製造小売業を目指す』を経営ビジョンとして掲げ、企業の継続的成長に努めてまいりました。

第73期の当社グループの対処すべき課題といたしまして、景気回復について不透明な状況が続くことが予想される消費環境下、当社グループは、第73期より新スローガンとして、“時代のムードに合う提案を積み重ね、今はまだない豊かさを、お客様の明日に添えるために”「新たな瞬間(とき)を染める」を掲げ、コト提案型企業への変換と好循環型製造小売業を目指して更なる成長を目指してまいります。

具体的には身の回り部門においては、魅力ある商品づくり、売場づくりによりハンカチーフマーケット全体の活性化を図り、市場占有率の向上で売上拡大に努めます。又、画期的な機能・効果をお客様に伝える新アイテムの導入も検討する等、新たな商品企画の施策を進めてまいります。

洋品においては、カシミヤアイテムを中心にイベント、ステージ展開を強化し売上増進に向けて攻めの体制で臨みます。

連結財務データ

| 財務の状況 | 前期末 2016年3月31日現在 | 当期末 2017年3月31日現在 |
|---------|---------------------|---------------------|
| 流動資産 | 7,805 | 8,527 |
| 固定資産 | 7,791 | 6,808 |
| 資産合計 | 15,597 | 15,335 |
| 流動負債 | 5,337 | 5,224 |
| 固定負債 | 3,689 | 2,982 |
| 負債合計 | 9,026 | 8,206 |
| 純資産 | 6,570 | 7,129 |
| 負債純資産合計 | 15,597 | 15,335 |

加えて販路拡大策として、直営店舗出店、TV通販・EC事業の販売強化、連結会社等による新規取引先開拓も継続して積極的に行ってまいります。

フレグランス事業につきましては、新ブランドの取得と販売店舗数拡大による売上増進と、ホールセール部門における売買取率改善を重点策として、黒字化継続を図ります。

以上の取組みにより、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まいる所存でございます。

株主の皆様におかれましては、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

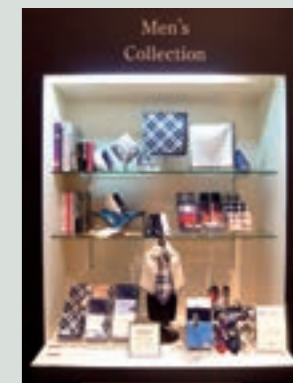
(単位：百万円)

| 経営成績の状況 | 前期 2015年4月1日～ 2016年3月31日 | 当期 2016年4月1日～ 2017年3月31日 |
|-----------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 売上高 | 17,148 | 17,162 |
| 営業利益 | 689 | 747 |
| 経常利益 | 725 | 790 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 438 | 643 |

| キャッシュ・フローの状況 | 前期 2015年4月1日～ 2016年3月31日 | 当期 2016年4月1日～ 2017年3月31日 |
|------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 824 | 837 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △3,239 | 1,020 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 1,943 | △1,191 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 723 | 1,389 |



NEW ARRIVAL



BEAMS DESIGN
 ファッションとライフスタイルにまつわる様々なものを提案するセレクトショップ「BEAMS」から生まれたブランド、「BEAMS DESIGN」。
 これまで培ってきた企画力、編集力、選択眼を活かし、私たちの身近にあるスタンダードなモノに現代的アイデアを加え、日々の暮らしをこころ豊かに彩ります。
 デビューコレクションとなる今シーズンのテーマは、「PLAID and SOMETHING」。「PLAID (チェック柄)」に「何か」を加わえることで、広がる遊び心を表現しました。

NEW YORKER
 1964年、大同毛織株式会社（現 株式会社グライダーリミテッド）が株式会社ニューヨーカーを設立。「アメリカントラディショナル」と呼ばれるニューヨークのビジネスマンスタイルを日本に取り込むことを目指し「ニューヨーカー」と名付けられました。以来、50年間を超えた現在も、「ニューヨーカーハウスタータン」をブランドのシンボルに、トラディショナルなスタイルにこだわり続けています。
 今シーズン、川辺より、「ニューヨーカー」メンズハンカチーフが新登場いたします。



praKash (プラカシュ)

ネパールはヒマラヤ高峰群をはじめとした山岳に囲まれた自然の豊かさに恵まれた国です。
 そんな美しい自然からなる土地で、昔ながらの手作業でゆっくりとした織り機を使い、一枚一枚人の手のぬくもりに包まれて、メイドインネパールのカシミヤは作られます。
 お伝えしたいのは、至福の肌触りを誇るカシミヤの風合い。大量生産が当たり前の今、メイドインネパールのカシミヤのとろけるような柔らかさは、たっぷり時間を掛けて作られたからこそ。伝統的な技術を受け継ぐ、熟練の職人達によるカシミアストール・コレクションの発表です。



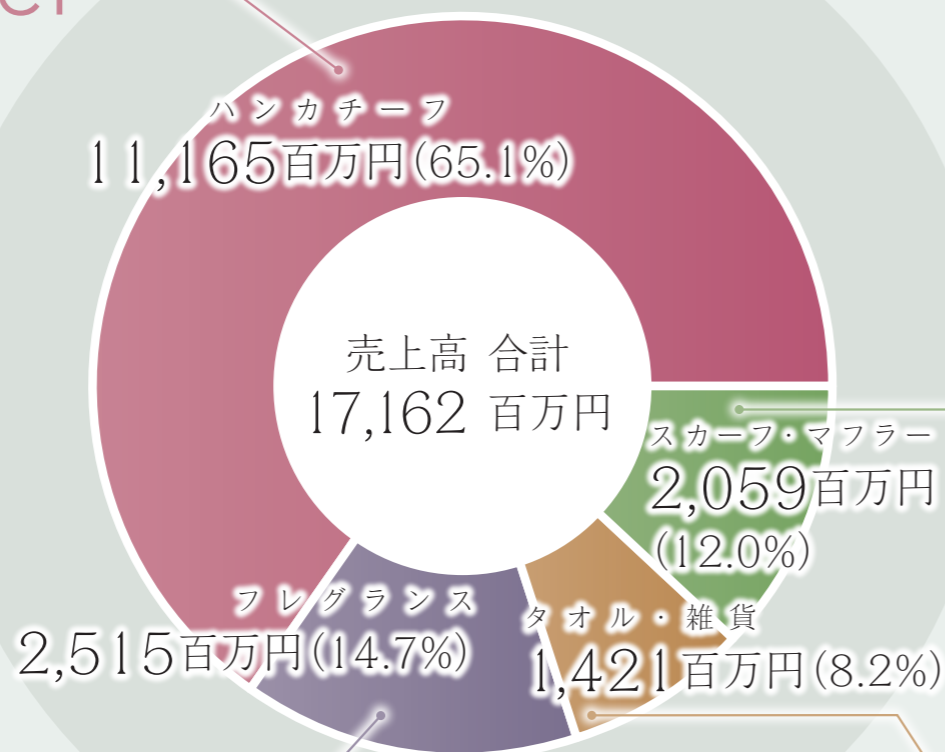
Miller Harris PERFUMER LONDON

リン・ハリスによってロンドンに誕生しモダンブリティッシュの世界観を体現し、新たな革新を遂げているメゾンフレグランス。厳選された植物由来の原料(=ポタニカル)へのこだわりは、創業当時から決して変わることはない<ミラーハリス>の神髄です。
 天然香料を賢沢に使用したフレグランスは香料そのものの香りを活かし、人の肌をキャンバスに見たてつくられた為、肌になじみやすいような香りが特色です。

Handkerchief

売上高につきましては、衣料品全般が低迷する中、ハンカチーフ市場はインバウンド需要の大幅な減少等から、厳しい環境下にありました。当社主要販売先である百貨店等において、市場占有率の拡張を引続き維持できたものの、年間の最大需要期であるホワイトDAY商戦の苦戦もあり、前年比99.8%となりました。

商品別 売上高



Scarf / Muffler

スカーフ・マフラーにつきましては、例年より気温低下が早く、秋口から防寒商品の動向が良かったことに加え、イベント展開の提案を強化した結果、秋冬商品全般は好調に推移したことで、上半期の販売不振を補えたため前年比100.0%となりました。

Others

タオル・雑貨につきましては、テレビ通販、直営店におけるバックの販売不振がありましたが、タオルの売上が堅調に推移した結果、前年比100.5%となりました。

Fragrance

ブランド戦略としては、「プラダ」「アナスイ」のブティック向けの販売と、「サルヴァトーレ フェラガモ」の新アイテムの投入が好調でありました。売上においてはホールセール部門における積極的な販売促進活動の実施により伸長し、百貨店に向けての初のメゾンブランドの投入も寄与しフレグランス事業の売上は前年比101.2%となりました。

