

| 会社概要 | | | |
|----------------------|--|-------|------------------------------|
| 社名 | 川辺株式会社 | | |
| 社名(英語表記) | T.KAWABE & CO., LTD. | | |
| 創業 | 1923年2月 | | |
| 設立 | 1942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／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 (2019年6月27日現在) | 代表取締役会長 | 吉田 久和 | 経営管理統括本部長 |
| | 代表取締役社長 | 岡野 将之 | 営業統括本部長 |
| | 常務取締役 | 稲子 健夫 | フレグランス本部長兼リテール本部長兼チェーンストア本部長 |
| | 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 | 大浦 浩明 | フレグランス本部副本部長 |
| | 取締役 | 福嶋 義弘 | 社外取締役 |
| | 取締役 | 坂本 賢一 | 社外取締役 |
| | 監査役 | 安田 裕二 | 常勤監査役 |
| | 監査役 | 洞 敬 | 社外監査役 |
| | 監査役 | 神崎 時男 | 社外監査役 |
| 従業員数 | 245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 |
| 定時株主總會 | 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 | ① 100株以上ご所有の株主 小売値2,000円相当の自社製品 ② 300株以上ご所有の株主 小売値5,000円相当の自社製品 ③ 500株以上ご所有の株主 小売値7,000円相当の自社製品 ④ 1,000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（2019年3月31日現在） | | | |
|--------------------|------------|-------|--|
| 発行可能株式総数 | 3,000,000株 | | |
| 発行済株式総数 | 1,861,000株 | | |
| 株主数 | 2,024名 | | |
| 主要株主名 | 持株数 | 持株比率 | |
| 一広株式会社 | 485,700株 | 26.6% | |
| 伊藤忠商事株式会社 | 465,880株 | 25.5% | |
| 丸山三千夫 | 55,000株 | 3.0% | |
| 川辺正二 | 45,327株 | 2.5% | |
| 川辺康子 | 42,064株 | 2.3% | |
| 松本恒吉 | 20,000株 | 1.1% | |
| 越智康行 | 19,800株 | 1.1% | |
| 大島勇 | 13,400株 | 0.7% | |
| 株式会社丸加 | 13,024株 | 0.7% | |
| 川辺浩子 | 10,951株 | 0.6% | |

(注) 持株比率は自己株式(35,013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

2018年4月1日から2019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我が国経済は、企業収益や雇用環境の改善を背景に、緩やかな回復基調で推移いたしました。一方、米国の通商政策による貿易摩擦の長期化などに起因する海外経済の不確実性もあり、依然として先行き不透明な状況が続いております。
個人消費につきましては、インバウンドや、富裕層による高額商品の需要による消費回復が一部には見られましたが、実質賃金の伸び悩みや、社会保障に対する負担増に加え、将来への不安感から、消費者の節約志向は依然として根強く、全体的には一進一退の状況となりました。
この様な状況のもと、当連結会計年度、当社グループは中期経営計画である「川辺株式会社・新中期経営計画2017」の2年目を迎えました。初年度においては、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為に、スローガン「新たな瞬間（とき）を染める」を掲げ、コト提案型企業への改革と好循環型小売業を目指してまいりました。
2年目である当期は、さらにシフトチェンジが必要と考え、コト提案に付加価値のサービスを加味し、計画の達成に向け取り組んでまいりました。

第75期の見通しにつきましては、全体的な個人消費の回復はまだ十分とは言えず、当社の主力販売先である百貨店販路において、店舗の閉店や売り場縮小等が予想されるなど、厳しい状況が予想されます。また消費者のマインドの変化と購買先の多様化への対応が必要不可欠となってまいります。
このような環境下、当社グループにおきましては、第72期より掲げているスローガン「新たな瞬間（とき）を染める」のもと、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、引き続き更なる成長に向けて努めてまいります。
具体的な営業戦略としては
1. 新規事業本部の設置によりOEMや別注により、これまでにない売上を構築する。
2. EC事業の人員を含めた投資による事業全体の強化
3. 直営店舗（身の回り品、フレグランス）のスクラップアンドビルド
4. マーケティング・広報の強化
設置から2年目となる広報部門により、SNSを含めたPRを活用しECと実店舗を連動させ集客を上げる。

連結財務データ

| 財務の状況 | 前期末 2018年3月31日現在 | 当期末 2019年3月31日現在 |
|---------|---------------------|---------------------|
| 流動資産 | 8,309 | 7,778 |
| 固定資産 | 6,807 | 6,211 |
| 資産合計 | 15,117 | 13,990 |
| 流動負債 | 5,416 | 4,786 |
| 固定負債 | 2,319 | 1,899 |
| 負債合計 | 7,736 | 6,685 |
| 純資産 | 7,381 | 7,304 |
| 負債純資産合計 | 15,117 | 13,990 |



代表取締役会長 吉田 久和

以上の取組により、当社グループは「顧客第一主義」を経営の根幹とし、一人でも多くのお客様に「喜び」と「満足」を提供させていただくことで、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、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。



| 経営成績の状況 | 前期 2017年4月1日～ 2018年3月31日 | 当期 2018年4月1日～ 2019年3月31日 |
|-----------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 売上高 | 16,281 | 16,233 |
| 営業利益 | 380 | 224 |
| 経常利益 | 489 | 372 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 323 | 264 |

| キャッシュ・フローの状況 | 前期 2017年4月1日～ 2018年3月31日 | 当期 2018年4月1日～ 2019年3月31日 |
|------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | △ 143 | 141 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | 75 | 207 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △ 365 | △ 599 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 956 | 705 |

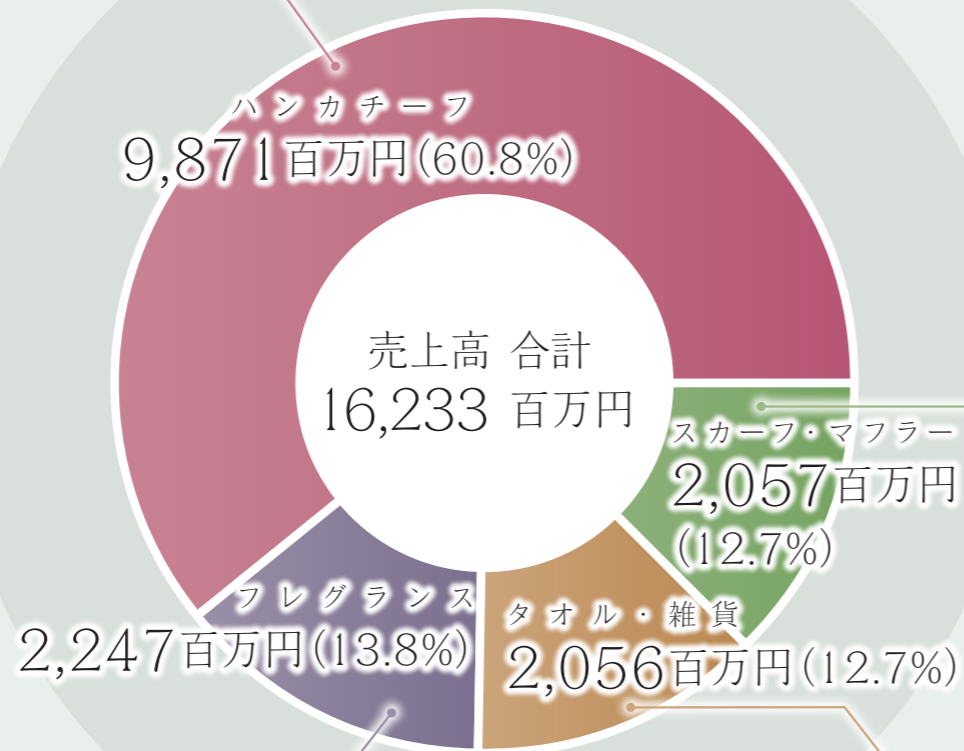
* 「[税効果会計に係る会計基準]の一部改正」(企業会計基準第28号2018年2月16日)等を当連結会計年度の期首から適用しており、前連結会計年度に係る主要な経営指標については、当該会計基準を遡って適用した後の指標等となっております。



Handkerchief

新ブランドの投入と、イベントの積極的な展開により売上の拡大を図りましたが、最繁忙期である第4四半期の主要イベント、ホワイトデー、返礼ギフトの不振が大きく影響し前年比97.2%の結果となりました。

商品別 売上高



Fragrance

百貨店におけるメゾンブランド商品の販売が好調で、ホールセールにおいても、当社主力商品であるラグジュアリーブランド商品が堅調に推移しました結果、前年比107.3%となりました。



Scarf / Muffler

売上構成比が高い秋冬物シーズンを通して、暖冬傾向にあったことが大きく起因し、特に前年好調であったシルクスカーフの不振が大きく、前年比92.5%となりました。

Others

OEM及び直営店舗における売上が引き続き好調に推移したこと、Eコマースによる市場拡大により前年比114.0%となりました。

NEW ARRIVAL

Handkerchief



kate spade NEW YORK

1993年に創設されて以来、ケイト・スペードニューヨークは、発見の喜びを追求した考え抜かれたデザインで、グローバルなライフスタイルブランドに成長しました。今日ではブランドの楽観的で女性らしいアプローチが毎日のパーソナルスタイルを称賛し、若々しいスピリットと自信に溢れた女性たちを応援しています。2019年秋冬Collectionでは、アイコン的なスペードのモチーフやモダンな色使いを存分に活かしたデザインで、ハンカチーフ、タオルハンカチーフを取り揃えています。

Scarf & Stole



nicolai bergmann

2019年春夏からスカーフコレクションがデビューし、初の秋冬企画となります。ニコライ・バーグマンオリジナルのデザインをプリントしたスカーフや薄手ストール、12ヶ月のフラワーカラーを表現したカシミア100%梳毛無地ストールなどの提案をいたします。華やかながら甘すぎない、クールさと上品さを兼ね備えた個性あふれる世界観をファッションアイテムとしてスタイリッシュにデザインいたしました。

Fragrance



kate spade NEW YORK

ケイト・スペード ニューヨークより、フレグランスの新作“インフルブルームブラッシュ”が登場します。輝くレッドフルーツと弾けるシトラス、温かく洗練されたウッディに包まれたライトフローラルブルーケの香りです。夜明けの開花の自然の恵みにインスパイアされた香りは、真正正銘のフェミニンで魅力的な自信にあふれています。