

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 (2020年6月26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
	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	フレグランス本部長
	取締役	戸上 太一	営業統括本部百貨店本部長兼東京支店長
	取締役	坂本 賢一	社外取締役
	取締役	元砂 洋志樹	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	223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（2020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	2,031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。



## 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国内経済は、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、自然災害の影響や消費税増税に伴う需要減少の長期化等から景気回復は鈍化し、依然として先行き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、消費増税前の駆け込み需要の反動により10月以降は急速な消費マインドの減少が見られ、暖冬による秋冬物衣料品の大幅な低迷、年度終盤の新型コロナウイルス感染拡大の影響による消費の大幅な落ち込みもあり、当社を含めた服飾雑貨市場においても苦戦をしいられました。

このような状況のもと、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」の最終年度となる3年目をスタートし、計画当初からの経営ビジョンであるコト提案型企業への変革と好循環型製造小売業を目指し、今期も既存売場の再構築と新規売上の開拓を重点施策として、計画達成に向け取り組んでまいりました。しかしながら、前期より引き続き主要取引先である百貨店において、主に地方・郊外店で閉店が度重なりました。加えて小物・雑貨売場の縮小や移動、取引形態変更による売場環境の変化により厳しい状況となりました。又、増税に伴う消費マインドの低下やインバウンド需要の伸び悩み、暖冬による冬物商戦の苦戦が続いたこと、更には3月上旬から新型コロナウイルス感染拡大防止のため首都圏を中心とした店舗の臨時休業や営業時間短縮などの外的要因が重なり、当社グループの当連結会計年度の業績は大変厳しい結果となりました。

第76期の見通しとしては新型コロナウイルスの影響により今後も厳しい経済状況が継続し、消費者の生活様式や購買のマインド及びマーケットの変化が著しく進むなか、マイナス基調での推移が予想されます。このような状況下、当社グループにおきましては、今年度よりスタートする中期経営計画のスローガンである「改革」のもと、三年後の当社創業100周年に向けて現状すべき取組、つまり短期、中期のビジョンを明確にして新しい川辺株式会社の創造に向けて努めてまいります。その中で今期は、以下の施策を重点課題として取り組んでまいります。

- 新規販路の開拓  
既存販路の苦戦が予測されるなか、取組の少なかった大手雑貨マーケットへの積極的なアプローチを行います。既存販路においても、食品売場等を中心に販路拡大を図ります。
- EC事業の拡大  
自社及び他社ECを含めEコマース全般を強化します。EC専用の商品及びサービスの投入に加え、SNSとの連動で集客力の向上に繋げます。
- フレグランス事業における新規ブランド導入及び新規販路の開拓  
メゾンブランドの更なる強化とコスメ系の新規ブランド導入を行い、

## 連結財務データ

財務の状況	前期末 2019年3月31日現在	当期末 2020年3月31日現在
流動資産	7,778	7,435
固定資産	6,211	5,830
資産合計	13,990	13,266
流動負債	4,786	5,197
固定負債	1,899	1,192
負債合計	6,685	6,389
純資産	7,304	6,876
負債純資産合計	13,990	13,266



- 新規販路に加え、新規ビジネスモデルの構築を図ります。
- 直営店運営における不採算店舗の整理とリブランディング  
不採算店舗の整理と、MDの見直しやリブランディングを実施して、直営店事業の収益改善に努めます。
  - マーケティング活動、広報活動強化とIT化推進  
インスタグラム等のSNSを活用したマーケティング活動を通じ、リアル店舗、ECビジネスへの集客を高めます。また、自社の活動をより発信することで、IR活動にも繋げてまいります。更に、社内のITインフラを整え、情報の共有化と働き方の見直しを行います。

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。



代表取締役社長

## 岡野将之

(単位：百万円)

### 経営成績の状況

	前期 2018年4月1日～ 2019年3月31日	当期 2019年4月1日～ 2020年3月31日
売上高	16,233	14,859
営業利益又は損失(△)	224	△ 104
経常利益	372	43
親会社株主に帰属する当期純利益又は純損失(△)	264	△ 13

### キャッシュ・フローの状況

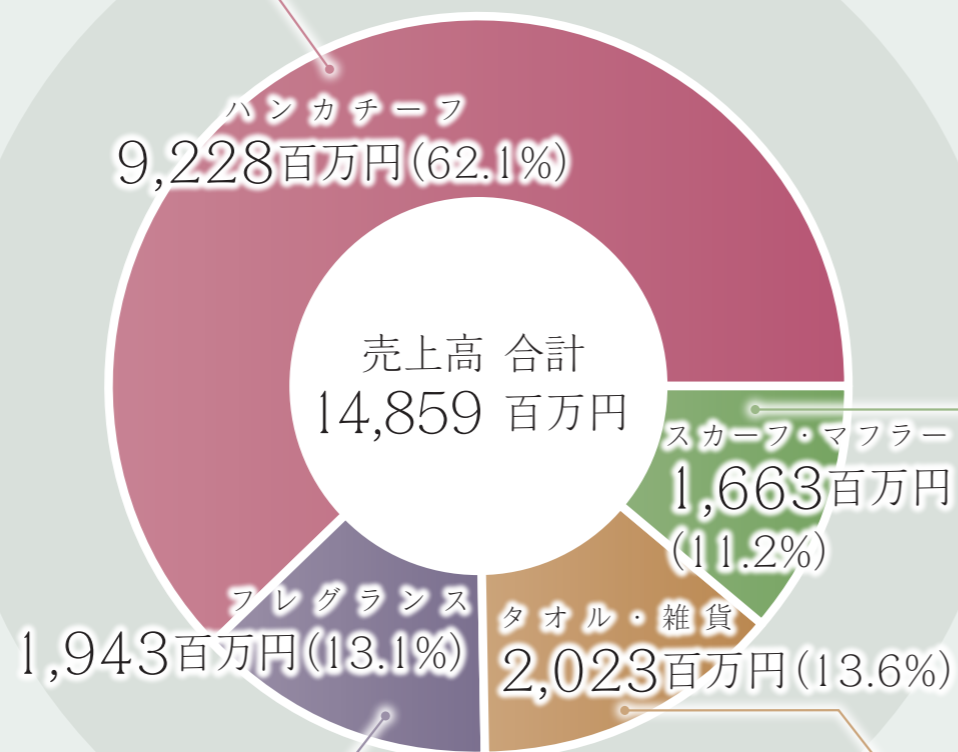
	前期 2018年4月1日～ 2019年3月31日	当期 2019年4月1日～ 2020年3月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	141	55
投資活動によるキャッシュ・フロー	207	44
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 599	△ 73
現金及び現金同等物の期末残高	705	731



## Handkerchief

新ブランドの投入やエコバッグの食料品売場への提案等をはじめとした新規売場への参入で売上構築を図りましたが、外的要因によるマイナス影響が大きく売上は前年比93.5%の結果となりました。

### 商品別 売上高



## Fragrance

百貨店に於いて引続きメゾンブランド商品の販売が好調に推移したものの、売上構成比の高いホールセール、及び直営店に於いて当社の主力商品であるラグジュアリーブランド商品の売上不振及び新型コロナウイルス感染拡大の影響によりフレグランス事業全体の売上高は前年比86.5%となりました。



## Scarf / Muffler

年間を通じて特に売上の大きい秋冬マーケットにおいて暖冬の影響から防寒商材が振るわず、他の外的要因も重なり売上は前年比80.9%となりました。



## Others

TV通販・Eコマースの販売は順調に推移しましたが、タオル事業の売上不振の影響で売上は前年比98.4%の結果となりました。

## NEW ARRIVAL

### Handkerchief



### ドラえもん

世界中からCOOL (かっこいい) と捉えられ、日本の「魅力」であり「カルチャー」でもあるアニメ。その中でも認知度・好感度が高い「ドラえもん」の展開をスタートいたしました。ドラえもんは小学館の学年誌での連載を開始してから、2020年で50周年を迎えました。アニバーサリーイヤーに合わせて、ハンカチをはじめタオルハンカチやトート、ポーチなどバリエーション豊富に展開しております。「nicolai bergmann」とのコラボデザインや、ドラえもん50周年を記念した特別なデザインも登場し、幅広いお客様に向けて発信しております。

### Scarf & Stole



### NATURAL BASIC

大切にしたのは、「染めていない」そのままの心地よさ。オリジナルブランドとして創設から約20年、カジヤを中心とした無染色と天然素材にこだわった物づくりをお届けしている「NATURAL BASIC」は今シーズン、織研新聞社主催「百貨店・バイヤーズ賞」を3度目の受賞となりました。美しい自然の色合いと素材のもつ肌触りを大切に、サステナブルにつながる、ひと手間かけた丁寧な商品提案をしております。

### Fragrance



### エルメティカ

2018年フランスでデビューしたエルメティカは、アルコールフリーのアプローチで創られた斬新な香りです。アルコールに代わる特許技術 (Inoscent™) とユニークな調香により、トップ、ミドル、ベースノートの香りがモダンな変遷を遂げ、不可能とされていたロングラスティングを実現しました。本年度も新たな香りを提案いたします。