

2025年3月期第2四半期決算説明会資料 (2024年11月20日)

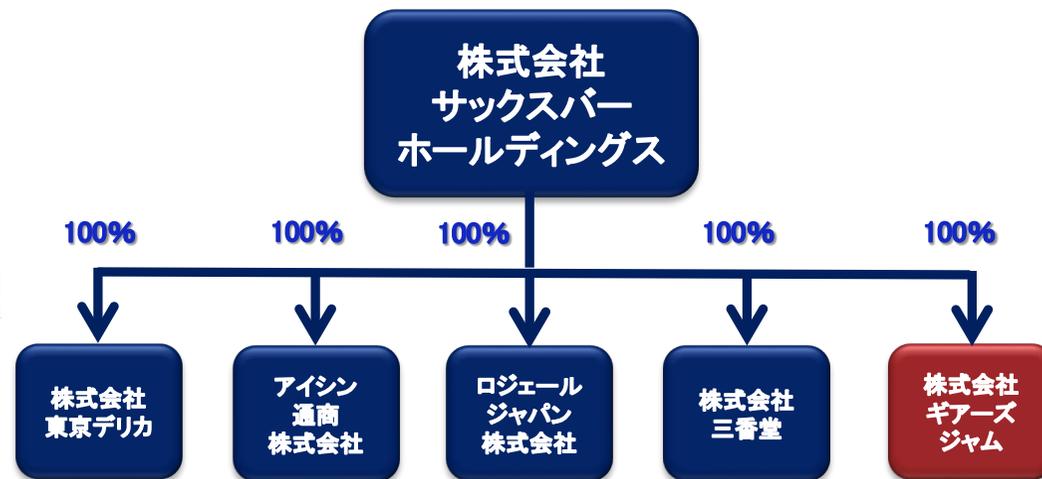
(株)サックスバー ホールディングス

証券コード：9990

東京証券取引所 プライム市場

URL:<http://www.sacs-bar.co.jp/>





2022年10月3日付で、株式会社ギアーズジャムの全株式を取得し、子会社化しました。

- (株)東京デリカ バッグ・財布・雑貨等の小売(2024/9月末店舗数547店)
- アイシン通商(株) メンズバッグ・トラベルバッグの企画・製造
- ロジェールジャパン(株) メンズバッグ・トラベルバッグの卸売
- (株)三香堂 帆布製バッグ類の企画・製造・小売(2024/9月末店舗数8店)
- (株)ギアーズジャム メンズバッグ、財布、雑貨等の小売(2024/9月末店舗数25店)

－ 目次 －

- I 業界の概要
- II 損益計算書
- III 売上高、粗利益率等(単体・商品売上について)
- IV 2025年3月期の業績予測
- V 今後の戦略
- VI 改装事例
- VII 出店事例
- VIII 株主還元について



I 業界の概要

靴・袋物小売業界ランキング

順位	企業名	売上高 (百万円)	決算期	前年比	店舗数
1	サックスバー ホールディングス (東京・葛飾区)	52,093	24/3期	110.3%	586
2	サマンサタバサ(東京・港区)※1	22,724	24/2期	90.0%	225
3	ハピネス・アンド・デイ(東京・中央区)	10,780	24/8期	84.7%	74
4	(株)ギャレリア・ニズム(群馬・高崎市)	6,467	22/8期	119.3%	2
5	(株)バルコス(鳥取県倉吉市)	3,857	23/12期	136.3%	28
6	(株)スタジオアタオ(神戸市中央区)	3,241	24/2期	87.4%	12
7	(株)マザーハウス(東京・台東区)	3,100	22/9期	116.1%	43
8	エル(東京・武蔵野市)	2,800	23/2期	126.8%	39
9	(株)盛田(青森・八戸市)	1,873	22/8期	107.9%	30
10	(株)モリタ(秋田・秋田市)	1,700	22/8期	94.4%	31

エフワークス(株)発行、フットウェア・プレス第65巻及び各社公表資料を基に作成。

※ (株)サマンサタバサ バッグ部門の売上は15,139百万円(前期比101.2%)。

Ⅱ 損益計算書

(1)要約

①連結

(単位:百万円、%)

	2021/9実績	2022/9実績	2023/9実績	2024/9実績	前年同期比
売上高	15,744	21,022	25,191	25,514	101.3
売上総利益	7,630	10,334	12,538	12,682	101.2
販管費	8,953	9,806	10,798	10,770	99.7
営業利益	△1,323	528	1,739	1,911	109.9
経常利益	△1,259	622	1,781	1,949	109.4
純利益	△1,101	343	1,150	1,231	107.1

※2021/9において販管費のうち人件費及び地代家賃等458百万円を臨時休業による損失として特別損失に振替え、雇用調整助成金等140百万円の助成金収入を特別利益として計上しております。

業績予想との差異

(単位:百万円、%)

	2024/9 実績	2024/9 ※予想	予想比	差額
売上高	25,514	25,871	98.6	△357
売上総利益	12,682	12,922	98.1	△240
販管費	10,770	11,068	97.3	△297
営業利益	1,911	1,854	103.1	57
経常利益	1,949	1,887	103.3	62
当期純利益	1,231	1,132	108.8	99

※予想は2024年5月10日公表のものです

②従来の単体ベース＝東京デリカ+サックスバーホールディングス

(単位:百万円、%)

	2021/9実績	2022/9実績	2023/9実績	2024/9実績	前年同期比
売上高	15,078	19,789	22,153	22,416	101.2
売上総利益	7,312	9,770	11,130	11,275	101.3
販管費	8,617	9,260	9,698	9,697	100.0
営業利益	△1,304	511	1,431	1,577	110.2
経常利益	△1,263	550	1,470	1,611	109.6
純利益	△1,076	298	1,144	1,019	89.1

※2021/9において販管費のうち人件費及び地代家賃等409百万円を臨時休業による損失として特別損失に振替え、雇用調整助成金等128百万円の助成金収入を特別利益として計上しております。

業績予想との差異

(単位:百万円、%)

	2024/9 実績	2024/9 ※予想	予想比	差額
売上高	22,416	22,788	98.4	△371
売上総利益	11,275	11,483	98.2	△208
販管費	9,697	9,953	97.4	△256
営業利益	1,577	1,530	103.1	47
経常利益	1,611	1,562	103.1	48
当期純利益	1,019	923	110.4	96

(2)ポイント (従来の単体ベース)

	前年同期比	計画比
①売上高		
22,416百万円	+263百万円(+1.2%)	△371百万円(△1.6%)
既存店前期比	103.3%	
<p>前期の4月から5月にかけては、新型コロナの第8波が収束、旅行支援策の拡大や入国制限緩和等により旅行需要が高まり、また新型コロナが5類へ移行となったこともあり、トラベルケース売上が前々期の2倍程度となるなど売上は好調に推移した。当2Qはそれらの反動減があり、僅かに計画未達となった。</p>		
出店 6店 退店 14店		

②利益		
経常利益		
1,611百万円	+140百万円(+9.6%)	+48百万円(+3.1%)
粗利益率		
50.3%(不動産含む)+0.1ポイント(50.2%)		△0.1ポイント(計画50.4%)

	2022/9実績	2023/9実績	2024/9実績
ハンドバッグ	48.8%	48.6%	49.1%
カジュアルバッグ	49.2%	50.9%	50.6%
インポートバッグ	41.0%	41.4%	41.6%
財布	47.6%	48.8%	48.2%
雑貨	53.5%	53.1%	52.8%
メンズ・トラベル	48.4%	49.1%	48.6%
PB・NPB	56.4%	55.9%	56.3%
TOTAL	49.4%	50.2%	50.3%

販管費率		
43.3%	△0.5ポイント(43.8%)	△0.4ポイント(計画43.7%)

③販管費

(単位:百万円)

	2022/9実績 (構成比%)	2023/9実績 (構成比%)	2024/9実績 (構成比%)	前年同期比 (%)
販管費	9,260 (46.8)	9,698 (43.8)	9,697 (43.3)	100.0
人件費	3,773 (19.1)	3,972 (17.9)	3,940 (17.6)	99.7
地代家賃	2,262 (11.4)	2,398 (10.8)	2,430 (10.8)	101.3
共同管理費	603 (3.1)	572 (2.6)	562 (2.5)	98.2
クレジット 手数料	430 (2.2)	513 (2.3)	534 (2.4)	104.2

※人件費は、売上伸長により構成比率が低下しております。

※地代家賃は、店舗数の減少、売上伸長により売上高の伸びを下回る伸率となっております。

※共同管理費は、店舗数の減少により減少しております。

※クレジット手数料は、非現金売上比率の増加に伴い増加しております。



Ⅲ 売上高、粗利益率等 (東京デリカ・商品売上について)

①月別売上前期比の推移

※全社は不動産売上を含む。

(単位:%)

2025年3月期	4月	5月	6月	7月	8月	9月	2Q累計
全社前期比	95.0	96.9	106.9	100.1	103.8	105.6	101.2
既存店前期比	95.8	98.3	110.0	102.2	105.8	108.5	103.3

※10月は既存店前期比 103.0%、全社前期比 101.0%、計画比 96.9% 平均稼働店舗数553 前年570

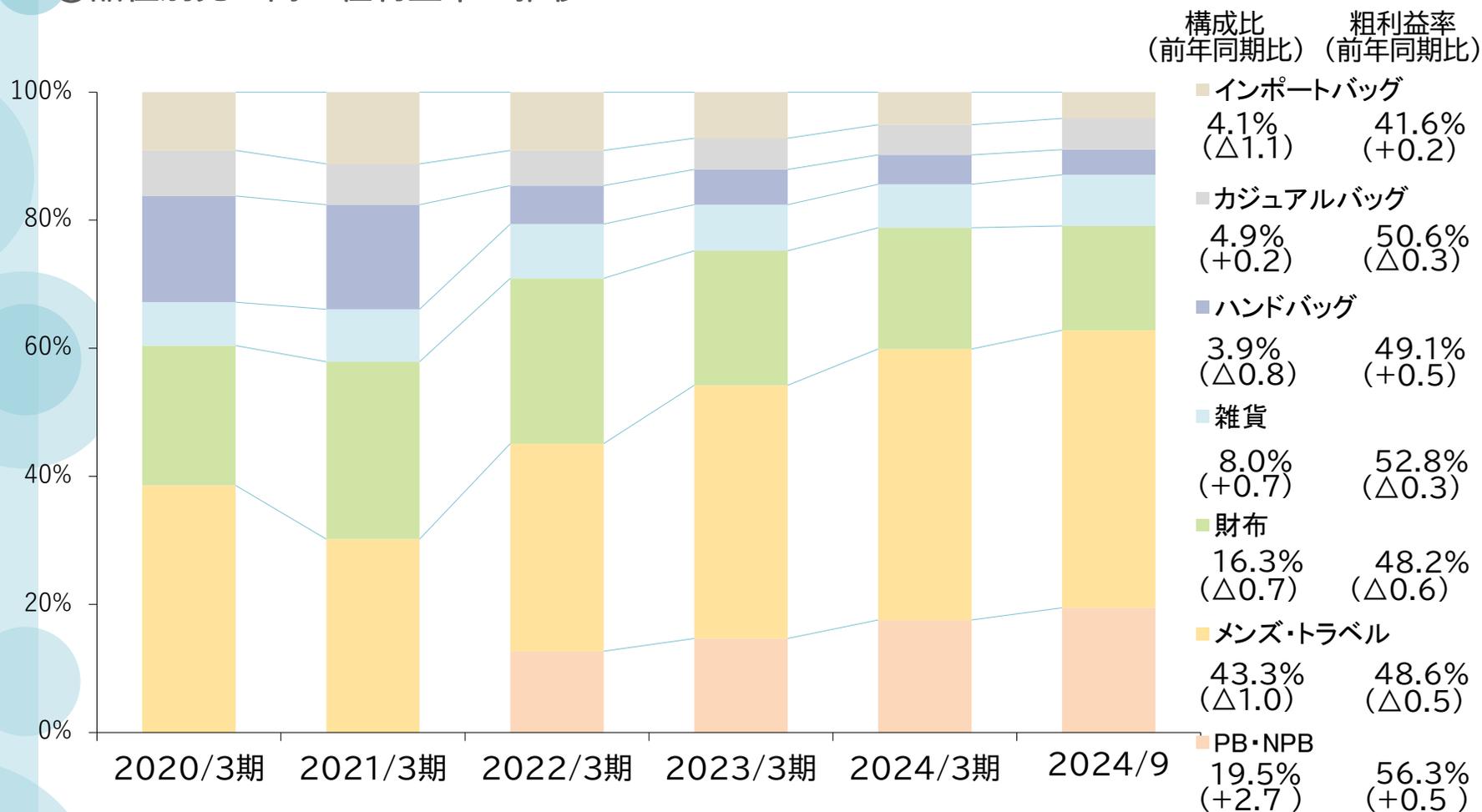
参考

(単位:%)

2024年3月期	4月	5月	6月	7月	8月	9月
全社前期比	119.8	109.7	104.0	114.8	116.8	106.9
既存店前期比	124.2	113.1	109.6	120.9	124.0	112.6
	10月	11月	12月	1月	2月	3月
全社前期比	101.8	101.6	101.7	98.9	101.3	101.3
既存店前期比	104.3	103.9	104.8	102.1	103.0	103.0

※平均稼働店舗数566 前年592

②品種別売上高・粗利益率の推移



注:2022/3期まで「ハンドバッグ」の一部及び「その他」に含まれていた「PB及びNPB」を2023/3期より別掲記することになりました。2022/3期については遡及して同じ区分で表記しております。

期別 品種別	2022年9月実績		2023年9月実績		2024年9月実績	
	売上高 (百万円) (構成比%)	粗利益率 (%)	売上高 (百万円) (構成比%)	粗利益率 (%)	売上高 (百万円) (構成比%)	粗利益率 (%)
ハンドバッグ	1,135 (5.8)	48.8	1,036 (4.7)	48.6	872 (3.9)	49.1
カジュアルバッグ	1,005 (5.1)	49.2	1,041 (4.7)	50.9	1,089 (4.9)	50.6
インポートバッグ	1,542 (7.8)	41.0	1,141 (5.2)	41.4	915 (4.1)	41.6
財布	3,926 (19.9)	47.6	3,756 (17.0)	48.8	3,648 (16.3)	48.2
雑貨	1,631 (8.3)	53.5	1,613 (7.3)	53.1	1,778 (8.0)	52.8
メンズ・トラベル	7,707 (39.1)	48.4	9,775 (44.3)	49.1	9,670 (43.3)	48.6
PB・NPB	2,757 (14.0)	56.4	3,706 (16.8)	55.9	4,359 (19.5)	56.3
合計	19,707 (100.0)	49.27	22,071 (100.0)	50.16	22,334 (100.0)	50.21

2022/9及び2023/9 改善要因 PB・NPB商品の売上拡大、粗利益率の高いトラベルバッグの売上拡大、値入率の改善

2023/9においては一部在庫商品の値上げ効果あり。また、自社アプリポイント引当金計上により、0.18ポイント低下

PB・NPBは、アプリ会員獲得や販促のため、割引を定期的に行ない粗利益率が前年同期より低下しております。

2024/9における財布及びメンズ・トラベルの粗利益率低下は、前年の一部在庫商品値上げによる粗利益率がさ上げ効果がなくなったことによるもの。

また、雑貨の粗利益率低下は、キャラクター商品(アクセサリ類より低粗利益率)の売上拡大によるもの。



参考

期別 品種別	2022年3月期 (実績)		2023年3月期 (実績)		2024年3月期 (実績)		2025年3月期 (予想)	
	売上高 (百万円) (構成比%)	粗利益率 (%)	売上高 (百万円) (構成比%)	粗利益率 (%)	売上高 (百万円) (構成比%)	粗利益率 (%)	売上高 (百万円) (構成比%)	粗利益率 (%)
ハンドバッグ	2,095 (6.0)	47.2	2,403 (5.5)	48.5	2,102 (4.6)	48.5	1,778 (3.8)	49.1
カジュアルバッグ	1,928 (5.5)	49.0	2,102 (4.9)	50.1	2,165 (4.7)	51.0	2,289 (4.9)	50.6
インポートバッグ	3,210 (9.1)	39.4	3,111 (7.2)	40.9	2,353 (5.1)	40.6	1,992 (4.3)	41.7
財布	9,041 (25.8)	47.0	9,096 (21.0)	47.8	8,679 (18.9)	48.6	8,546 (18.3)	48.2
雑貨	2,972 (8.5)	52.2	3,128 (7.2)	52.6	3,109 (6.8)	52.5	3,442 (7.3)	52.8
メンズ・トラベル	11,360 (32.4)	47.3	17,101 (39.5)	48.6	19,448 (42.3)	48.9	19,490 (41.6)	48.7
その他	—	—	—	—	—	—	—	—
PB・NPB	4,464 (12.7)	55.7	6,381 (14.7)	55.9	8,071 (17.6)	55.9	9,282 (19.8)	56.5
合計	35,072 (100.0)	48.1	43,325 (100.0)	49.3	45,930 (100.0)	50.0	46,823 (100.0)	50.3



③販売数量・客単価の推移

(数量単位:千本)

	2022/2Q累計		2023/2Q累計		2024/2Q累計	
	売上数量 (前年同期比)	売上単価 (前年同期比)	売上数量 (前年同期比)	売上単価 (前年同期比)	売上数量 (前年同期比)	売上単価 (前年同期比)
ハンドバッグ	121 (131.7%)	9,377 (96.1%)	104 (85.9%)	9,977 (106.4%)	85 (81.3%)	10,306 (103.3%)
カジュアルバッグ	206 (102.9%)	4,895 (108.4%)	191 (92.6%)	5,482 (112.0%)	181 (94.9%)	6,040 (110.2%)
インポートバッグ	119 (105.3%)	12,976 (106.8%)	82 (68.8%)	13,984 (107.8%)	63 (77.5%)	14,439 (103.3%)
財布	417 (106.6%)	9,465 (101.6%)	370 (88.8%)	10,217 (107.9%)	341 (92.1%)	10,759 (105.3%)
雑貨	1,467 (98.7%)	1,119 (110.7%)	1,241 (84.6%)	1,311 (117.1%)	1,247 (100.5%)	1,434 (109.4%)
メンズ・トラベル	677 (142.3%)	11,454 (112.3%)	764 (112.8%)	12,897 (112.6%)	733 (96.0%)	13,277 (102.9%)
PB・NPB	422 (142.1%)	6,564 (108.4%)	511 (121.0%)	7,305 (111.3%)	547 (107.0%)	8,015 (109.7%)
計	3,433 (112.2%)	5,777 (117.9%)	3,266 (95.1%)	6,813 (117.9%)	3,200 (98.0%)	7,025 (103.1%)
雑貨除く	1,966 (125.0%)	9,254 (107.8%)	2,025 (103.0%)	10,185 (110.1%)	1,952 (96.4%)	10,597 (104.0%)

参考

(数量単位:千本)

	2022年3月期		2023年3月期		2024年3月期	
	売上数量 (前期比)	売上単価 (前期比)	売上数量 (前期比)	売上単価 (前期比)	売上数量 (前期比)	売上単価 (前期比)
ハンドバッグ	213 (88.9%)	9,901 (105.0%)	254 (119.2%)	9,521 (96.2%)	209 (82.3%)	10,129 (106.4%)
カジュアルバッグ	416 (79.7%)	4,669 (114.4%)	415 (99.7%)	5,101 (109.3%)	382 (92.1%)	5,708 (111.9%)
インポートバッグ	246 (83.2%)	13,114 (103.0%)	225 (91.5%)	13,878 (105.8%)	162 (72.2%)	14,553 (104.9%)
財布	933 (94.0%)	9,758 (104.1%)	923 (98.9%)	9,916 (101.6%)	812 (88.0%)	10,764 (108.6%)
雑貨	2,902 (109.1%)	1,032 (100.0%)	2,780 (95.8%)	1,133 (109.8%)	2,398 (86.3%)	1,307 (115.4%)
メンズ・トラベル	1,080 (111.4%)	10,594 (103.3%)	1,432 (132.5%)	12,021 (113.5%)	1,497 (104.6%)	13,088 (108.9%)
PB・NPB	698 (123.5%)	6,438 (106.9%)	941 (134.7%)	6,826 (106.0%)	1,076 (114.4%)	7,556 (110.7%)
計	6,492 (103.9%)	5,444 (101.3%)	6,971 (107.4%)	6,256 (114.9%)	6,539 (93.8%)	7,078 (113.1%)
雑貨除く	3,589 (100.0%)	9,012 (104.9%)	4,191 (116.8%)	9,654 (107.1%)	4,141 (98.8%)	10,420 (107.9%)



④ ショップブランド別店舗数

ショップブランド	店舗数	前期末比	特徴
SAC'S BAR	207店	±0店	職人たちの揺るぎない思いが伝わる、MADE IN JAPANの鞆・小物を幅広く展開。時代に左右されることのない永遠のマスターピースを取り揃え、一方ではオリジナルブランドと国内外から集められたスペシャルアイテムにより、常に斬新な商品と情報を提案。
GRAN SAC'S	130店	+3店	ちょうどよい・ほどよい・さりげない。そんなライフスタイルが心地いい。「Just feeling」をテーマにおしゃれを楽しむ、大人のスタイリングを提案する鞆・小物のコンセプトショップ。格好いいけど、ちょうど良い。そんな気分になれるショップです。
LAPAX	78店	-8店	ファッションをもっと自由に。感性と遊び心で品揃えをした唯一無二のアイテムが見つかるショップ。心地よい空間でナショナルブランドからインポートブランドまでの幅広いジャンルとトラベルバッグ・バッグ・アクセサリなどカテゴリーも充実のショップ。
DOUX SAC'S	28店	±0店	快適なライフスタイルや気持ちがちよっと「ととのう」あったら良いなと思うファッション・ライフグッズを扱うセレクトショップ バッグやアクセサリ・雑貨・オリジナル商品・限定品などを揃えています
 NAUGHTIAM®	12店	+1店	持つだけで気分も上がるオリジナルの財布やバッグに加え、トレンド感あるバッグや帽子、雑貨などをセレクトして、毎日が楽しくなるような豊かなライフスタイルを提案します。
その他	92店	-4店	AmatoneAcceso' rio(28) kissora(14店) DRASTIC THE BAGGAGE (9店) 東京デリカ(1店)他

IV 2025年3月期の業績予想



(1) 予測 ① 連結

(単位:百万円、%)

	2023/3期下期		2024/3期下期		2025/3期下期見直し予想			
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	2023/3期下期比	2024/3期下期比
売上高	26,214		26,902		27,759		105.9%	103.2%
売上総利益	12,889	49.2%	13,321	49.5%	13,878	50.0%	107.7%	104.2%
販管費	10,933	41.7%	11,296	42.0%	11,667	42.0%	106.7%	103.3%
営業利益	1,955	7.5%	2,024	7.5%	2,211	8.0%	113.1%	109.2%
経常利益	2,043	7.8%	2,066	7.7%	2,247	8.1%	115.3%	108.8%
当期利益	948	3.6%	1,336	5.0%	1,309	4.7%	138.1%	98.0%

(単位:百万円、%)

	2023/3期		2024/3期		2025/3期見直し予想			
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	2023/3期比	2024/3期比
売上高	47,236		52,093		53,274		112.8%	102.3%
売上総利益	23,224	49.2%	25,859	49.6%	26,560	49.9%	114.4%	102.7%
販管費	20,740	43.9%	22,095	42.4%	22,437	42.1%	108.2%	101.6%
営業利益	2,484	5.3%	3,764	7.2%	4,123	7.7%	166.0%	109.5%
経常利益	2,666	5.6%	3,848	7.4%	4,197	7.9%	157.4%	109.1%
当期利益	1,291	2.7%	2,487	4.8%	2,541	4.8%	196.8%	102.2%



当初業績予想との差異

(単位:百万円、%)

	当初予想	今回 見直し予想	差額	当初予想比
売上高	53,654	53,274	△380	99.3
売上総利益	26,783	26,560	△222	99.2
販管費	22,726	22,437	△288	98.7
営業利益	4,056	4,123	66	101.6
経常利益	4,128	4,197	68	101.7
当期純利益	2,455	2,541	85	103.5

※当初予想は2024年5月10日公表のものです

中間期実績を踏まえ、また、下期各社予想を見直しましたが、当初予想を修正するには至らないと判断し、当初予想を修正はしていません

②従来の単体ベース(「東京デリカ」+「サクスバーホールディングス」)

(単位:百万円、%)

	2023/3期下期		2024/3期下期		2025/3期下期予想			
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	2023/3期下期比	2024/3期下期比
売上高	23,700		23,941		24,571		103.7%	102.6%
売上総利益	11,721	49.5%	11,940	49.9%	12,385	50.4%	105.7%	103.7%
販管費	9,946	42.0%	10,221	42.7%	10,515	42.8%	105.7%	102.9%
営業利益	1,775	7.5%	1,718	7.2%	1,869	7.6%	105.3%	108.8%
経常利益	1,834	7.7%	1,757	7.3%	1,898	7.7%	103.5%	108.0%
当期利益	807	3.4%	1,054	4.4%	1,086	4.4%	134.6%	103.0%

(単位:百万円、%)

	2023/3期		2024/3期		2025/3期予想			
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	2023/3期比	2024/3期比
売上高	43,490		46,095		46,988		108.0%	101.9%
売上総利益	21,492	49.4%	23,071	50.1%	23,660	50.4%	110.1%	102.6%
販管費	19,206	44.2%	19,920	43.2%	20,213	43.0%	105.2%	101.5%
営業利益	2,285	5.3%	3,150	6.8%	3,447	7.3%	150.9%	109.4%
経常利益	2,383	5.5%	3,228	7.0%	3,509	7.5%	147.3%	108.7%
当期利益	1,105	2.5%	2,198	4.8%	2,105	4.5%	190.5%	95.7%



当初業績予想との差異

(単位:百万円、%)

	当初予想	今回 修正予想	差額	当初予想比
売上高	47,424	46,988	△435	99.1
売上総利益	23,875	23,660	△214	99.1
販管費	20,475	20,213	△262	98.7
営業利益	3,399	3,447	47	101.4
経常利益	3,462	3,509	47	101.4
当期純利益	2,028	2,105	77	103.8

※当初予想は2024年5月10日公表のものです

(2)ポイント 従来の単体ベース(「東京デリカ」+「サックスバーホールディングス」)

①下期売上高 24,571百万円 前年同期比 +630百万円

出店 10店 退店 9店(通期出店 16店 退店 23店)

②粗利益率

当期予想50.35% (下期予想50.41%/2Q実績50.30%) 前期実績50.05%

③販管費

通期予想43.02% (下期予想42.80%/2Q実績43.26%) 前期実績43.22%

通期人件費比率17.69% (下期予想17.71%/2Q実績17.67%) 前期実績17.63%

通期地代家賃比率10.66%(下期予想10.50%/2Q実績10.84%) 前期実績 10.71%



(3)アイシン通商(株)、ロジェールジャパン(株)の連結業績

アイシン通商(株) :メンズバッグ・トラベルバッグの企画・製造。

ロジェールジャパン(株):アイシン通商(株)からメンズ・トラベルバッグを仕入れ、主として家電量販店、ホームセンター、GMS等の大型量販店に卸売。

	2021/9実績	2022/9実績	2023/9実績	2024/9実績	予想比	2023/9比
売上高	578	1,273	2,405	2,447	100.5%	101.8%
営業利益	△17	23	262	310	123.4%	118.4%
経常利益	△6	79	266	316	124.9%	118.5%
純利益	△26	48	171	205	126.7%	119.6%

	2022/3期実績	2023/3期実績	2024/3実績	2025/3予想	2024/3期比
売上高	1,402	3,201	4,760	4,876	102.4%
営業利益	△62	193	502	518	103.3%
経常利益	△27	251	511	528	103.2%
純利益	△42	167	343	338	98.4%

(4) 株三香堂(帆布製バッグ・小物の企画・製造・小売)

	2023/9 実績	2024/9 実績	前期比%	予算比%	2025/3 予想	前期比%
売上高	174	188	108.2	99.8	349	102.6
営業利益	28	27	98.4	78.1	52	102.5
経常利益	28	27	97.9	78.0	52	102.3
純利益	18	18	100.6	76.1	35	102.3

(5) 株ギアーズジャム

	2023/9 実績	2024/9 実績	前期比%	予算比%	2025/3 予想	前期比%
売上高	857	915	106.8	99.7	1,928	110.2
営業利益	51	55	106.7	101.9	122	116.4
経常利益	51	54	106.6	100.6	122	117.7
純利益	43	34	80.3	100.1	78	51.6

V 今後の戦略



東京デリカ

2024年第1Q、第2Q振り返り

- ◆ 4、5月はインフレムードが強く厳しいスタート
- ◆ 6月下旬の賞与支給日辺りから単価の良い商品が売れ始める
- ◆ 7、8月は猛暑の中SCの集客も伸び、単価の良い商品が売れる
- ◆ 9月は残暑が厳しい中だったが好調を維持
- ◆ 10月に入っても気温が下がらずSCの集客が若干落ち込む



好調な部門・エリア

- ◆ 首都圏
- ◆ インバウンドの多い地方都市
- ◆ インバウンド売上比率は8.0%へ(前年同期は4.9%)
- ◆ 自社EC

不調な部門・エリア

- ◆ インバウンドの少ない地方都市
- ◆ モールEC

好調な商品カテゴリー

◆ PB・NPB 前年比+17.6% 構成比19.5%(24.3月17.6%、23.9月16.8%)



◆ メンズビジネス・カジュアル 前年比+1.9%
高単価品の動きが良くなる インバウンドも伸びる



◆ キャラクター関連
全ての客層とインバウンドに向け好調



◆ 傘、日傘、帽子など猛暑対策用品
2024年7~9月 前年比+22.2%



- ◆ スーツケース 前年比+1.4%(PB・NPB含む)

国内向けは小型中心、インバウンドには大型中心に引き続き伸びる



LOJEL

不調な商品カテゴリー

- ◆ ミセス・シニア向けレザー商品
猛暑と豪雨、軽量志向の影響大
- ◆ インポート商品
円安による並行輸入ブランド品の価格競争力低下



顧客の購買行動の変化

- ◆ F3、M3層(50歳以上)は所得が伸び悩む中、インフレの影響により消費を抑え気味
- ◆ F1、M1層(20～34歳)は所得の伸びが最も高く消費欲が旺盛



- ◆ F1、M1層に支持されているSNS発信力の強いDtoCブランドの導入
- ◆ 推し活需要が旺盛なインフルエンサーやキャラクターIPとのコラボレーションによるPB・NPBを強化
- ◆ 『折角買うならより良い物を』というこだわり志向、リセール価格を意識した購買志向に対応する人気ブランドの品揃え強化

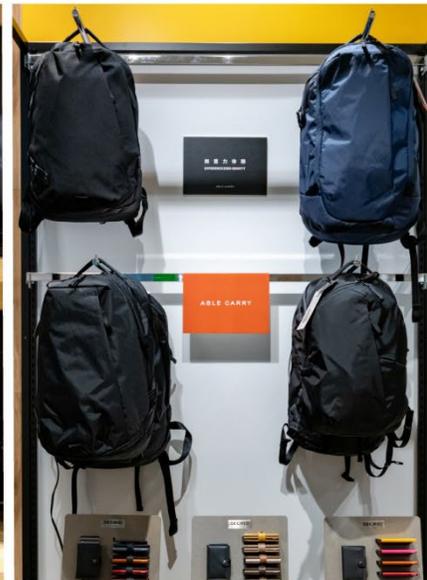


リアルストア成長戦略

リアル店舗の業態を2つのグループに集約し、新しいストア業態に変革する

◆ プレミアムストアグループ

SAC'S BAR, DRASTIC THE BAGGAGE、GRAN SAC'S は先進的バッグ・セレクトショップとして従来からの人気ブランドに加えてF1、M1世代に人気のDtoCブランドを拡充



◆ ニュースタANDARDストアグループ

SAC'S BAR mono+i、DOUX SAC'S、LAPAXは新機軸のバッグセレクトショップとしてキャラクター・パーク(キャラクターバッグ・雑貨の集積)とPB、NPBを核にしながら、幅広い世代に向けた人気ブランドを揃える



- ◆ NAUGHTIAM、GEAR's JAM はPB比率を高めてショップブランドの認知を高める
- ◆ PB・NPBの更なる伸長 PB・NPB構成比20%→23%へ
- ◆ 新インショップ・コーナー『キャラクターパーク』キャラクターIP取り扱い強化
人気キャラクターとのバッグ・財布・スーツケース・雑貨コラボのNPBを増やす



PB戦略

プレミアムゾーン・ベターゾーン、ボリュームゾーンそれぞれのブランディング戦略

- ◆ プレミアム:ETIAM、WHITEAGE、FOWLER、imuramm
販路:路面店、百貨店・セレクトショップへの卸売り、自社EC(ブランド毎)、海外への卸売り



- ◆ ベター:Kissora、effy、Plug
販路:自社店舗、自社EC、ファッションビルでのPOPUP、海外への卸売り



- ◆ ボリューム:Que est que le design?、Salon de Ruban、Ficce Brave、Transit lounge、Smart People 販路:自社店舗、自社EC、モールEC



下期出店・改装戦略

	出店	改装	退店
大都市	2店舗(上期4店舗)	3店舗(上期2店舗)	1店舗(上期5店舗)
地方圏	8店舗(上期2店舗)	10店舗(上期5店舗)	8店舗(上期9店舗)
TOTAL	10店舗(上期6店舗)	13店舗(上期7店舗)	9店舗(上期14店舗)

- ◆ インバウンド、プレミアムゾーン強化
- ◆ 大型化 店舗統合(増床移転改装6店舗を予定)
- ◆ サックスバーモノアイ ブランディング強化



サックスバーモノアイ所沢エミテラス店

店舗 坪数推移

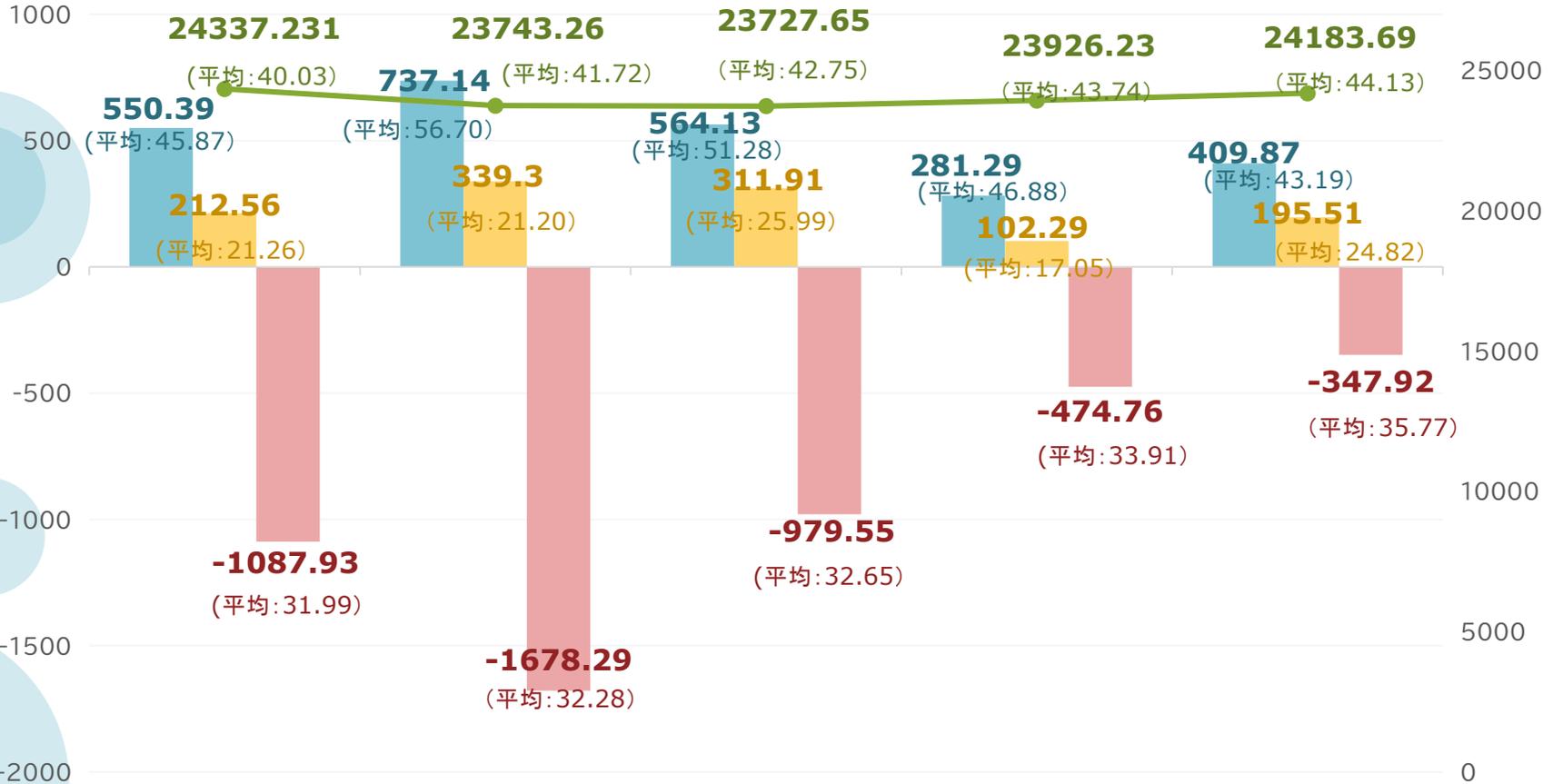
2022年3月

2023年3月

2024年3月

2024年9月

2025年3月(予想)



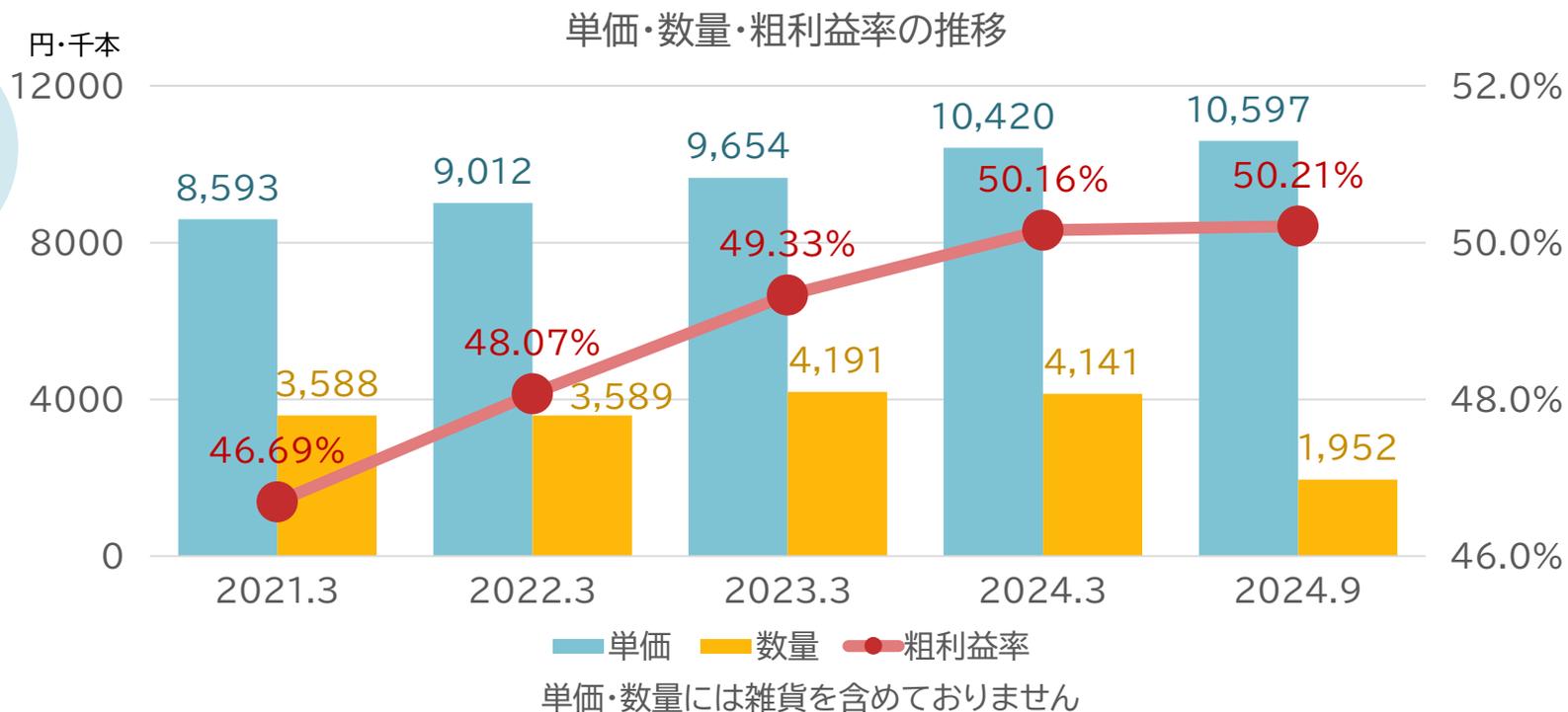
EC戦略

- ◆ 自社ECはMAツールを駆使し、顧客との関係性を強化する
- ◆ モールECはNPBの強化をし、購買率及びリピート率を高めていく
- ◆ YouTuber、Vtuber、インスタグラマー、レーサーとのコラボなどインフルエンサーマーケティングの強化
- ◆ キャラクターIPコラボのNPBの拡大

	2023.9 実績 (千円)	2024.9 実績 (千円)	予算比 (%)	前期比 (%)	2025 3月期見込 (千円)
モールEC	1,120,594	1,024,897	80.2	91.5	2,334,485
自社EC	64,984	127,579	105.0	196.3	352,579
東京デリカ計	1,185,578	1,152,476	82.4	97.2	2,702,976
ロジェールジャパン	209,628	177,531	92.0	84.7	356,031
三香堂	7,710	5,834	61.4	75.7	13,617
ギアーズジャム	—	14,167	72.7	—	51,667
グループ計	1,402,916	1,350,008	83.3	96.2	3,124,291

単価アップ×客数アップ×粗利益率アップ

◆ トリプルアップによる利益増大



◆ 人件費増(2.3%増計画)を吸収して増益へ

アプリ会員100万人突破と東京デリカ創立50周年イベント

- ◆ 2024年11月にアプリ会員登録者数が100万人を突破
- ◆ アプリ会員に向けた記念クーポン施策により、自社EC売上が急増
- ◆ 生誕50周年を迎えたモンチッチとコラボレーションし、50周年イベントを開催
記念ノベルティ配布などで店頭と自社ECに相乗効果が生まれた



ロジェールジャパン

- ◆ 10月に過去最高月間売上(493百万円)を記録、下半期も引続き好調な売り上げを見込む
- ◆ スーツケース(大型)とポケモンケースが好調
- ◆ 下期後半には韓国の高級スーツケースブランドRAWROW(ロウロウ)の販売を手掛ける予定、LOJELブランドに次ぐ売り上げを目指す



POKÉMON™
Pokémon
Pixel Art

S
size

37(43)L

3~4泊



ネームタグ付き



機内
持込



ギアーズジャム

◆ 積極的な新規出店

上期 3店(ファボーレ富山、小山ゆうえんハーヴェベストウォーク、イオンモール熊本)
従来のメンズカジュアルにユニセックス、レディース、雑貨の取り扱いを付加。

下期 2店(イーアスつくば、イオンモール武蔵村山)

◆ 退店 上期1店 下期1店

◆ 6月に商品部倉庫を設置。PBの取り組みを加速。

◆ 新規PB GEAR's JAM「ETHICAL」発売開始。環境問題への対応として、余った革や部材を有効活用し、リーズナブルなPB商品を製作。

◆ 粗利益率の改善

PB拡大 取引条件改善 割引販売減少

	2023/3月期 (5ヶ月決算)	2024/3月期	2024/9月
粗利益率	45.3%	48.7%	49.2%



GEAR'sJAM熊本イオンモール店

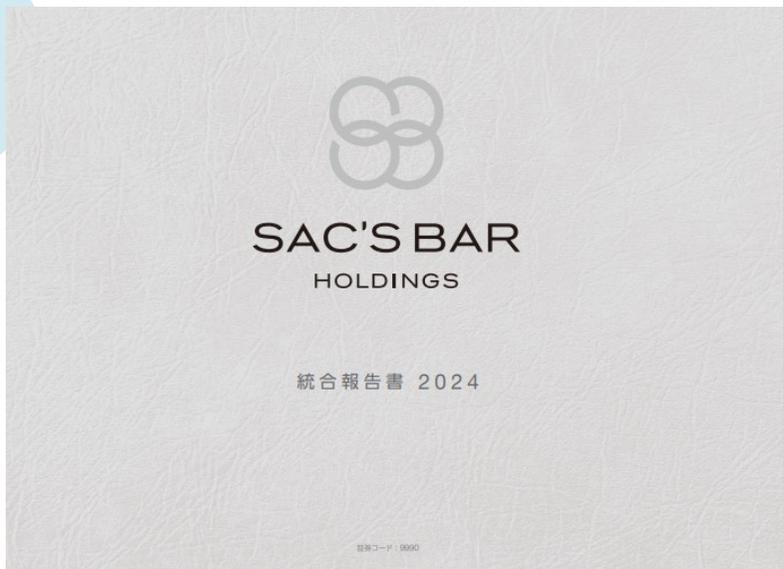
三香堂

- ◆ 女性職人が活躍して、魅力的な商品を創出、全国8店舗展開で米沢の魅力向上に寄与しているとして「米沢品質AWARD2024」に選定される
- ◆ Made in Japanで、インバウンドにも非常に人気が高い。
- ◆ 日乃本帆布の「漆シリーズ」が日本の優れた商品を発掘し、国内外に発信するプログラム「OMOTENASHI Selection(おもてなしセレクション)」の 2023年度商品部門のアワード受賞。



ESG経営

- ◆ 2024年8月末に【統合報告書2024】を開示
- ◆ 指名報酬諮問委員会及びコンプライアンス・リスク管理室を設置し、ガバナンス体制の強化を推進



トップメッセージ



店舗に大膽に権限を委譲しており、各店舗が商品の発注から店づくり、備品管理までを担う体制です。これによってセントラル方式では対応できない、出店地域の消費者の需要に合わせた柔軟な商品展開が可能になります。職は嗜好品ですから、各地域のお客様の嗜好に合わせて、各店の店長・スタッフが目利き力と創意工夫を発揮して商いをすることが非常に重要になると考えています。もちろん、店長とスタッフが引き受ける責任やプレッシャーは大きくなります。自分で仕入れた商品ですから、売れない場合は自分の責任となって返ってきます。店長たちは、思うように商品が売れない悩みや困難に直面することもあります。このような責任ある立場に立ってこそ、商人（あきんど）として大きく成長すると考えています。責任が重い分、自分が仕入れた商品が売れたときの喜びも大きく、商人としてのやりがいもつがっています。

このような事業モデルですから、東京デリカにおいては一日一店がひとつの商店のような存在となっています。プランニングという意味では、店舗によって商品の品揃えが違うことがマイナスに働く可能性もあるかもしれませんが、店長・スタッフがそれぞれの現場で創意工夫を発揮し、商人としての力を伸ばし、そのような商人の成長とともに、東京デリカも成長してきました。そのため、メリットのほうで選

かに大きかったと考えています。もちろん、店舗だけでなく本部でも同様に関工夫が行われています。本部は店舗出身の者も多いですから、各自の活動をどのように会社の利益につなげるか、考えて行動する風土が醸成されています。

“任せる経営”と経営の役割

このような“任せる経営”は、その他のグループ会社の経営においても同様です。当社グループでは、5社のグループ会社がそれぞれ機動的に動けるように、独立した形で事業経営をできる体制を取っています。その上で、各店仕入のような当社グループの強みや独自性の共有を進めることで、グループとしての相乗効果を高めることを目指しています。2022年に当社グループに参画したギアーズジャムにおいても、セントラル方式から各店仕入方式への移行を進めています。当初、在庫回転率の高いギアーズジャムはセントラル方式のままの方が良いのではないかと、といった戸惑いの声も上がりましたが、慣れてきた今では活き活きと仕入をする姿が各店で見られます。

現場に大きく権限を委譲している当社グループにおいては、経営の役割は大きな方向性を示しつつ、現場の活動をサポートする事だと考えています。何がヒットするかわからない業界ですから、経営側が100%決めて「これをやりなさい」と伝えては、そこからの広がりはありません。むしろ、現場に任せることで、スタッフがそれぞれの知識を持ち寄り、

社会貢献活動

effy・ケスルデザイン / 認定NPO法人フローレンスに寄付
待機児童や病児保育、障害児保育などの支援に



こども達のために、日本を愛える
Florence

with



Do 'not' or 'Over' Do "Design" ?

FICCE, BRAVE / ウォーターエイドジャパンに寄付
すべての人に清潔な水と衛生を



with

FICCE, BRAVE
general store
DESIGN AND SUPPLY
STANDARD CREW

Salon de Ruban / フリー・ザ・チルドレンに寄付
子どもの貧困と差別問題などの支援に



FREE THE CHILDREN

with

SALON de Ruban.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

寄付

DONATION



社会福祉法人
日本ヘレンケラー財団

with

SAC'S BAR
mono-i
四条囃イオンモール店

こども達のために、日本を愛える
Florence

with



Do 'not' or 'Over' Do "Design" ?

FREE THE CHILDREN

with

SALON de Ruban.



In partnership with
WaterAid

with

FICCE, BRAVE
general store
DESIGN AND SUPPLY
STANDARD CREW



mirai no mori

with

Seventeen
School Product

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

復興支援

RECONSTRUCTION ASSISTANCE

kissoraより心を込めて

折り鶴



千紙より長い平和を願って

日本赤十字社日本国支部（以下、日本赤十字社）は、東日本大震災発生後、被災地支援の一環として、被災地へ折り鶴を送る活動を実施しています。この活動は、被災地への支援と、被災者への励ましを目的として実施されています。また、被災地への支援と、被災者への励ましを目的として実施されています。また、被災地への支援と、被災者への励ましを目的として実施されています。

復興支援トート



紙舟 チャリティートートバッグ

紙舟チャリティートートバッグは、被災地への支援と、被災者への励ましを目的として実施されています。また、被災地への支援と、被災者への励ましを目的として実施されています。また、被災地への支援と、被災者への励ましを目的として実施されています。

kissoraの復興支援活動

東日本大震災、福島原発事故により被災された皆様を中心に支援いたします。

被災地の復興に少しでもお役に立てたい。

2011年10月15日にkissoraの売上から100万円を寄付させていただきました。

その中でkissoraスタッフが心を込めて折った千紙の折り鶴も贈りました。

「We like there is life, there is hope」住んでいる限り希望がある」というメッセージと、

スタッフが愛を込めて折った千紙の折り鶴も、復興への思いが詰まっています。

一日も早い復興を心より祈り申し上げます。



©2012 kissora inc. All rights reserved.

VI 改装事例

SAC'S BAR/キャラトラステーション横浜ポーター店
(ワールドポーターズ2F 2024/4 RENEWAL OPEN)



面積増床

29坪 → 76坪

改装後売上高(6か月)

前年同期比 65.1%増

SAC'S BAR

大幅増床改装を機にキャラトラステーションを併設したサックスバー



● VII 出店事例

SAC'S BAR mono+i所沢エミテラス店(エミテラス所沢2F 2024/9 OPEN)



SAC'S BAR
mono+i

環境・社会・人を支援するSDGsをコンセプトにした業態の3号店 40坪

GRAN SAC 'S大森IY店(イトーヨーカドー大森2F 2024/4 OPEN)



GRAN SAC'S

バッグとキャラクターアイテムを組合せたグランサックス 60坪

SAC 'S BARゆめが丘ソラトス店(ゆめが丘ソラトス2F 2024/7 OPEN)



SAC'S BAR

高価格帯のNBに加えてPB・NPBを強化したサックスバー 40坪

NAUGHTIAM LIFESTYLE STOREゆめが丘ソラトス店
(ゆめが丘ソラトス1F 2024/7 OPEN)



 **NAUGHTIAM**[®]
LIFE STYLE STORE

カジュアル系NBに加え、PBや雑貨を品揃えしたノーティアム 41坪

GEAR's JAM富山ファボーレ店（富山ファボーレ2F 2024/6 OPEN）



北陸エリアに初出店したギアーズジャム 35坪

GEAR's JAM熊本イオンモール店（イオンモール熊本 2F 2024/9 OPEN）



既にサックスバーが出店しているイオンモール熊本に出店したギアーズジャム 30坪

VIII 配当

決算年月		2021年3月 (連結)	2022年3月 (連結)	2023年3月 (連結)	2024年3月 (連結)	2025年3月 (連結予想)
1株当たり 配当金	(円)	15.00	15.00	22.50	30.00	30.00
配当性向	(%)	—	—	50.6	35.1	35.5

※2019年3月期以降は連結配当性向の目安を30%以上に設定。

お問い合わせ先:(株)サックスバーホールディングス 管理部/山田

TEL (03)3654-5315

【注意事項】

本資料は情報の提供を目的としており、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません。本資料(業績予想を含む)は、現時点で入手可能な情報に基づいて当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその正確性・完全性に関する責任を負いません。

ご利用に際しては、ご自身の判断にてお願いいたします。本資料に記載されている見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断を下すことによって生じ得るいかなる損失に関しても、当社は責任を負いません。

