



2025 年 6 月 30 日

各 位

会 社 名 株式会社京都きもの友禅ホールディングス
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 浅 香 竜 也
(コード番号 7 6 1 5 東証スタンダード)
問 合 せ 先 経 営 管 理 部 長 渡 部 真 由
(TEL. 03-3639-9191)

上場維持基準への適合に向けた計画（改善期間入り）について

当社は、2025 年 3 月末時点において、当社株式の流通株式時価総額が、東京証券取引所スタンダード市場における上場維持基準に適合しない状態となりました。下記の通り、上場維持基準への適合に向けた計画を作成いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 当社の上場維持基準への適合状況及び計画期間

当社の 2025 年 3 月 31 日時点における東京証券取引所スタンダード市場の上場維持基準への適合状況は、下表の通りとなっており、流通株式時価総額については基準に適合していません。当社は、今回不適合となった流通株式時価総額に関して、上場維持基準への適合に向けた各種取組みを進めてまいります。

	株主数	流通株式数	流通株式 時価総額	流通株式比率
上場維持基準	400 人以上	2,000 単位以上	10 億円以上	25%以上
当社の状況 (基準日時点)	10,007 人	108,631 単位	963,200,541 円	71.0%
抵触項目	—	—	○	—
計画期間	—	—	2025 年 9 月 30 日	—
改善期間	—	—	2026 年 3 月 31 日	—

※ 当社の適合状況は、東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

2. 上場維持基準の適合に向けた取組みの基本方針

上場維持基準に定める「流通株式時価総額」は、流通株式数×株価にて計算されます。当社においては、流通株式数の確保と、株価向上の 2 点を基準適合に向けた取組みの基本方針とし、2026 年 3 月期の業績予想達成に向けた具体的な施策を推進することにより、企業価値向上による上場維持基準適合を目指してまいります。

3. 上場維持基準への適合に向けた課題と取組内容

(1) 流通株式数の確保について

① 課題

当社の流通株式数は、2024 年 9 月末時点において 11,238,414 株であり、当該期間における流通株式時価総額は上場維持基準に適合しておりました。

しかしながら、2025 年 3 月末時点の株主名簿において、「トウカイトウキョウセキユリティアズアジアリミテッド」が 3,112,700 株を保有しており、保有比率が 20.34%の筆頭株主であることが判明いたしました。東京証券取引所が定める流通株式数の定義上、10%以上を保有する主要株主の株式は流通株式から除外する必要があるとあり、この時点で当社の流通株式数は大きく減少することとなりました。当社は、2024 年 8 月に新株予約権発行による増資を決議し、同年 12 月までにすべての行使が完了、発行済株式総数は増加いたしました。それを上回る減少幅となりました。これにより、流通株式数を確保することが急務の課題となりました。

② 取組内容

2025 年 6 月 24 日付の「主要株主の異動に関するお知らせ」にて開示しました通り、一部大株主において当社株式の保有割合が減少していることを確認しております。当社としては、一刻も早く上場維持基準適合に向けた取組みを行うべく、通常 9 月 30 日を株主名簿確定の基準日と定めているところ、2025 年 6 月 30 日時点で臨時の基準日を設けます。流通株式数の確保が確認でき次第、現時点の株価水準であれば「流通株式時価総額」の不適合は解消されることが見込まれます。また、その時点において、東京証券取引所には上場維持基準の適合のための再審査を要請する予定であります。今後も、早期の基準不適合解消に向けた対応を継続し、適宜その進捗を開示してまいります。

(2) 株価向上について

① 課題

当社は、2023 年 3 月期から継続した営業赤字を計上しており、直近 2025 年 3 月期の連結業績についても多大な営業損失を計上いたしました。現在の株価は、このような業績および経営状況を反映した結果であると受け止めており、黒字化の早期実現と経営の安定化を図り、企業価値の改善を通じて株価向上を実現することが喫緊の課題であると認識しております。

② 取組内容

直近 2 期間の連結業績と、2026 年 3 月期の連結業績予想は以下の通りです。

(単位：百万円)

	2025 年 3 月期	2026 年 3 月期 (予想)
売上高	5,161	5,909
営業利益	△734	66

前述した黒字化の早期実現と経営の安定化のため、当社は、2025 年 3 月期を利益体質への転換のための「再生フェーズ」と位置付け 3 つの重点施策を策定いたしました。それぞれの施策においてプロジェクトを立ち上げ、収益構造の抜本的な転換に向けた取り組みを進めてまいりました。その結果、粗利益率の改善とコスト削減の効果が表れつつあり、業績回復に向けた基盤は整いつつあります。2026 年 3 月期における連結業績予想は 4 期ぶりの営業黒字を計画しており、これを実現させるため、重点施策として定めた項目を今後も継続して実行し、着実に黒字化を目指してまいります。

当社が現在取り組んでいる具体的な重点施策は以下の通りです。

1) コスト構造の見直し

a. 店舗収益性の改善

当社グループでは、主要事業である和装各店の収益性低下が大きな課題となっております。2025 年 3 月期においては、主に固定費の削減及び広告費、販促費の効率化を図り、1 店舗当たりの収益性を重視した経営へのシフトを進めてまいりました。また、不採算店舗の閉店や店舗規模の縮小による店舗固定費の圧縮にも取り組み、2024 年 3 月期から 2025 年 3 月期にかけて、計 7 店舗を閉店いたしました。

店舗網の整備は現時点で概ね完了しており、2026 年 3 月期においては、後述の振袖戦略の強化、一般呉服販売体制の強化等により既存店舗の収益性強化に注力してまいります。

b. 全社コストの見直し

円安などの外部要因によるコスト上昇や、人件費の増加等により社内経費が上昇していることに加え、従来の経営戦略からの転換のため、適正かつ効率的な経費コントロールが急務であります。よって、各店舗の賃料、催事開催コスト、従業員の移動経費、商品配送料等の事業コストに加え、間接部門経費など全コスト項目について網羅的に精査し、削減及び最適化を実施いたしました。また、従業員のコスト意識の浸透も重要なテーマの 1 つであり、社内決裁運用の見直しやより厳密なチェック体制を整備いたしました。

経営効率に対する意識の醸成は社内に浸透しつつあり、2026 年 3 月期においては、引き続き全ての発生コストを厳密に精査し、チェック体制の強化を継続することにより、効率的な事業運営による利益率の向上を目指してまいります。

c. その他事業の終了・縮小

2021 年より新たな事業として開始した写真スタジオ事業、E C 事業、ネイルサロン事業、オンライン着付教室事業については、事業の選択と集中という観点から、終了または縮小へ方向転換しており、従来の基幹事業である和装事業の立て直しを優先課題として進めております。

また、このうち写真スタジオ事業については、「写真スタジオクラネ」の全店舗を閉店し、既存の和装店舗内にスタジオを併設する形へと運営モデルを転換いたしました。この結果、固定費圧縮と併せて、より収益性の高い運営体制への転換を実現しております。今後は和装店舗との連携強化によるスタジオ稼働率の上昇と、成人式の前撮り以外の写真撮影需要を取り込んだ撮影プランを充実化させることにより、収益性向上に取り組んでまいります。

d. 原価率改善

売上規模の縮小と物価高等による仕入れコスト上昇の影響を受け、近年原価率が上昇傾向にありました。これを改善するため、仕入プロセスを抜本的に見直し、綿密な仕入計画の策定や販売体制の整備を推進いたしました。

今後は、原価率の当初計画値から逸脱が生じることのないよう厳密なモニタリング体制の継続と、値引の抑制等により原価率の適正化を図ってまいります。

2) 振袖広告戦略の転換

当社グループでは、これまでダイレクトメール中心のマーケティング施策を実行してまいりましたが、個人情報保護法の改正や印刷、郵送コスト上昇、社会的なダイレクトメールによる広告効率性の低下といった外部環境の変化を受け、WEB・SNSを活用したデジタルマーケティング施策へと段階的に移行してまいりました。こうした施策は従前から一部取り組んできたものの、抜本的な構造転換への意思決定や、実行までのスピードに課題が見られたことから、組織体制自体の見直しを行い、迅速な意思決定が可能な体制へと組織を再構

築いたしました。これらに加え、分析機能の強化による広告手法の見直し、代理店の再選定や投下コストの最適化の実行にも取り組んでおります。また、各店舗周辺エリアへのオフライン営業施策を拡大し、新規顧客の集客強化を進めております。

2026 年 3 月期に入り、振袖来店客数は前年比で大きく伸長しており、広告施策転換の効果が徐々に現れつつあります。今後もこれらの施策を継続することで、新規顧客の獲得を図ってまいります。

3) 営業販売体制の強化

a. 総合催事の収益性改善

前述の「1) コスト構造の見直し」と連動し、社内における一般呉服・宝飾販売催事のコスト構造を見直し、大型の店外催事中心の運用方針を、店舗内催事の運用へとシフトいたしました。これにより売上規模が一部縮小したものの、各催事にかかる経費が大幅に削減され、催事ごとの収益性は大きく改善傾向にあります。あわせて、取扱商品の価格設定を見直し、今後も店舗あたりの収益改善を図ってまいります。

b. 販売コンプライアンス体制の強化

当社グループでは、内部統制の充実と事業リスクへの対応が必要不可欠かつ重要課題であります。特に、営業活動時における各消費者保護法令の遵守は最重要項目であり、お客様との継続した関係性や信頼関係を構築すべく、お一人おひとりへの接客対応や納品後のアフターケアに関するルールを明確化いたしました。また、昨今の消費者保護法令強化に対する社会的な動向を踏まえ、販売ガイドラインの整備や法令に基づいた販売員教育の定期実施を通じて、社内のコンプライアンス体制を強化し、お客様・社員をはじめとするあらゆるステークスホルダーが安心できる店舗づくりを推進してまいりました。

c. 人材の定着と人員配置の最適化

当社グループでの販売業務において売上確保の最も重要な要素は、お客様との継続した関係性の維持であり、人材の定着が必要不可欠です。よって、人事制度・教育制度・働く環境等を整備し、販売員が安心して販売業務に注力できる店舗づくりを推進いたしました。また、グループ全体としても同様に、多様な働き方を選択できる環境を整備し、社員の定着率向上を図ってまいりました。あわせて、前述の「① コスト構造の見直し」と連動し、生産性向上を目的として各店舗及び本社における人員配置の適正化を図り、人件費は前年同期比で大きく抑制される結果となりました。

4) I R 活動の強化について

前述の業績回復のための重点施策に加え、当社の事業内容や今後の経営戦略について、既存の株主様にとどまらず、投資家を含むすべてのステークホルダーへの説明責任を果たすべく、今後は当社の取組みについて、適時、適切な情報発信に努めてまいります。株価の向上には業績の回復とともに当社の将来的な成長性へのご理解を拡げていくことが重要であり、企業価値の最大化に向け、当社規模に即した持続可能な範囲での I R 活動の強化を図ってまいります。

以上の取組みにより、業績の回復と企業価値向上に努め、株価上昇による流通株式時価総額の基準適合に取り組んでまいります。

以 上