



株式会社 **きよくこ**

第43期

ビジネスレポート 2022

株主通信

2021年3月1日 ▶ 2022年2月28日





変わらず経営理念の
実現に尽くすとともに、
全社一丸となり力強い収益基盤を
構築してまいります。

代表取締役社長 牧平 直

経営理念



ごあいさつ

株主の皆さまにおかれましては、益々ご清栄のこととお慶び申し上げます。

このたび当社では、社会がコロナ禍を今後乗り越えポストコロナの時代となっても、変わらず経営理念の実現に尽くすとともに、全社一丸となり力強い収益基盤を構築するために新たな目標を設定し、その成長路線を実現する指針として中期経営計画を策定いたしました。

私たちきょうとうは新中期経営計画の着実な遂行に邁進し、持続的成長の実現を目指してまいります。当社経営に対するご理解とご支援の程を、今後とも宜しくお願い申し上げます。



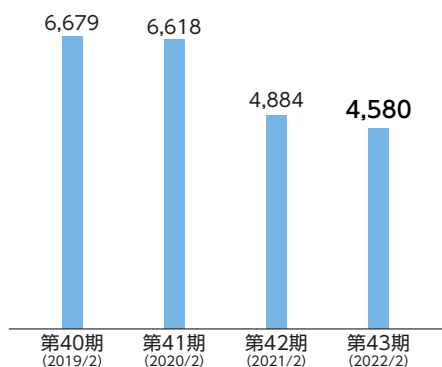
2021年度の総括をお願いします

当年度の主な業績内容として、売上高は45億80百万円(前年度比6.2%減)となり、収益面では、営業損失4億4千4百万円(前年度は営業損失6億2千4百万円)、経常損失2億2百万円(同 経常損失4億6百万円)、当期純損失(投資有価証券評価損3億7千7百万円計上により)6億1千4百万円(同当期純損失7億5千6百万円)の計上となりました。

売上面については、多くの企業で在宅勤務がより定着化したことにより、主力であるスーツやワイシャツ等のビジネスウェアのクリーニング入荷が、コロナ禍前に比べて約3割減少したことが大きく影響しました。また、春の衣替えの最需要期に緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が続けて発出されたこと、8月に記録的な大雨が長期間続いたことやオリンピック期間中の外出控えによる来店機会減・外出着の着用機会減、などが主な減収要因となりました。

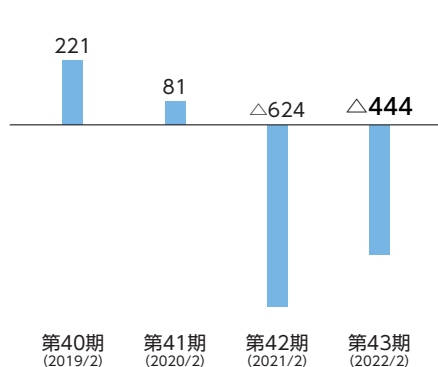
■ 売上高

(百万円)



■ 営業利益

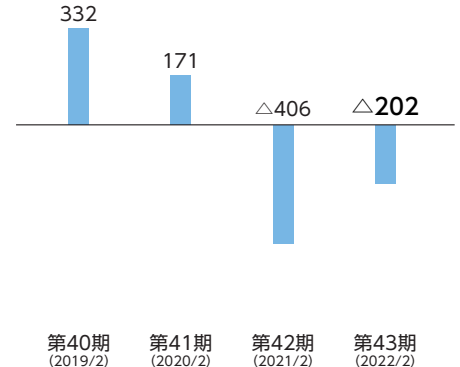
(百万円)



(注) △は損失

■ 経常利益

(百万円)



(注) △は損失

「安定した利益体質の構築を最優先課題として

収益・費用面については、前年度から継続して不採算工場・店舗の統廃合に取り組み、当年度末時点で44工場（前年度比1工場減）・469店舗（同64店舗減）の事業体制となりました。結果として誠に遺憾ながら当年度で黒字転換は果たせなかったものの、他方、工場・店舗の統廃合など事業構造改革策の奏功で損失幅は着実に減少し、営業損失幅は前年度比1億7千9百万円の減少、経常損失幅は同2億4百万円の減少、当期純損失幅は同1億4千1百万円の減少となりました。

Q クリーニング需要や来店機会の喚起策としてどのような取り組みを展開されてきましたか？

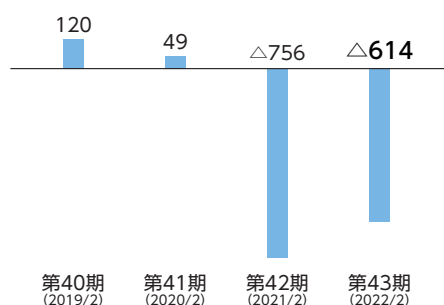
コロナ禍によって、クリーニング需要や来店機会が短期間で回復しないことは容易に想像できた中、当社では、サービス開始からまだ間もないスニー

カークリーニングの認知度向上という観点も含め、より精緻な販促活動の企画立案や計画的実施に努めました。一例ですが、5月と10月に「スニーカークリーニング詰め放題サービス」、11月には洋服の詰め放題イベント「満服袋サービス」を実施し、大変好評を博しました。その効果もあって、上半期の減収分を完全にカバーするまでには至らなかったものの、10月以降は着実に回復基調を示しました。

また、クリーニング需要や来店機会の喚起を側面から支えるものとして、24時間クリーニングの受付と仕上り品のお引き取りが可能な「無人受け渡しシステム」を展開しており、当年度末時点で計35店舗で稼働しております。プリペイドカード及びクレジットカード決済が可能なこの「無人受け渡しシステム」は、非対面でのサービス提供という観点からも重要な取り組みであり、今後もお客様の一層の利便性向上に努めていく方針です。

■ 当期純利益

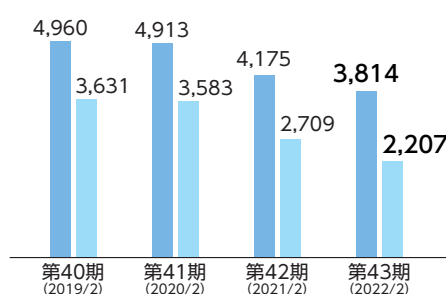
(百万円)



(注) △は損失

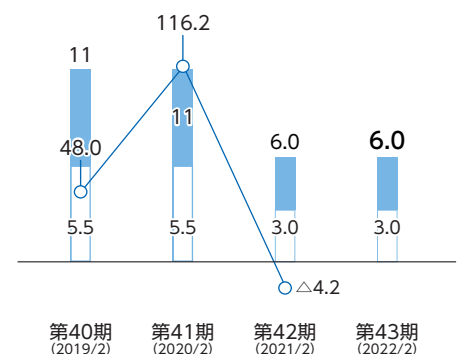
■ 総資産／純資産

■ 総資産 (百万円) ■ 純資産 (百万円)



■ 1株当たり配当金／配当性向

■ 1株当たり配当金 (円) ○ 配当性向 (%)



取り組んでまいります。」

Q 2022年度の「経営方針」について ご説明ください

2022年度の経営方針として、当社では3つの方針を掲げています。

1つ目の方針が、「収益確保に向けての効率的運営の追求」です。先にご説明した不採算工場・店舗の統廃合のほか、当社ではこの1年間、火曜日・水曜日定休に、金曜日定休を加え、工場体制やDMからSNS活用に変える等により、コスト削減に努めてきました。会社経営の一番の目的は収益の確保です。この前提を社員全員で共有の下、欠損回避を最大のテーマとして事業構造改革へ継続的に取り組みながら、縮小気味の売上パイの中でも利益をしっかりと確保していくことを目指していきます。

2つ目の方針が、「持続的成長につなげる事業領域の拡大」です。当社ではここ数年、店舗売上における一定の限界点を認識する中で、収益の核となる新規事業の開発に着手してきました。その結実として、2022年3月からいよいよ東京23区内限定のネット宅配クリーニングがスタートの運びとなりました（▶詳細はP7ご参照）。まだスタートしたばかりではありますが、上々の滑り出しで相応の手応えを感じています。それより先に広島地区でスタートしている訪問型宅配クリーニングと併せ、会社が成長するために是非とも成功させたいと考えています。

3つ目の方針が、「女性管理職の育成と組織の活性化」です。2021年度では、6名の女性管理職が誕生しました。サービス業、特に当社が生業とするクリーニ



ング業において求められているのは、女性の感性と細やかな顧客サービスです。女性管理職の登用・育成に向けたマネジメント教育には時間が掛かるものと思われそうですが、取り組みを着実に進め、また男性が下支えとなり数多くの女性管理職を育て、組織をより活性化させていきます。

新型コロナウイルス感染症が拡大し始めてから約2年強が経ち、今なおコロナ禍は続いています。クリーニング業界においてはこの2年間で約1,000億円の需要が消失したとも言われています。このような環境推移の中、当社は、収益の確保、新規事業の定着化、女性が活躍できる職場風土づくり、中でも特に黒字化を至上命題として、あらゆる施策に邁進していくことを株主の皆さまにコミットいたします。また、同じく重要なステークホルダーである社員の皆さんに対しては、このような苦しい状況の中で一生懸命頑張ってくれていることに感謝するとともに、当社で働いて良かったと思われるような環境を目指してこれからの経営に努めてまいります。



「株主の皆さまへのメッセージ」 をお願いします

2022年度の業績見通しにつきましては、売上高50億円(前年度比9.2%増)、営業利益3千万円、経常利益1億円、当期純利益5千万円を見込んでいます。なお店舗面については、各個店のしっかりとした見極めによる不採算店舗の近隣店舗への統廃合、店舗の新デザインへのリニューアルを機動的に進めていく方針です。新規出店に関しては、東京23区内および関西地区での厳選したM&Aによる新規出店を基本方針としていきます。

私が代表取締役社長に就任してから4年目となりますが、この2年間は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を大きく受け、赤字決算を余儀なくされました。また、クリーニング需要がコロナ禍前の状況に戻るには、あと2～3年は掛かるだろうと考えています。このような中で、当社では先にご説明したように3つの経営方針を掲げるとともに、具体的戦略テーマ・数値目標を「中期経営計画『NBM2022～

NBM2024』』としてまとめ、このたび公表させていただきました(▶詳細はP6ご参照)。

この2年間の結果を反省点として真摯に踏まえつつ、今の状況を私に与えられた使命であると意気に感じとり、現状からの立て直しや組織全体における世代交代・新陳代謝、安定した利益体質づくりを包括的に進め、早期の黒字転換を目指してまいります。株主の皆さまにおかれましては、変わらぬご支援の程を何卒宜しくお願い申し上げます。

Management policy

2022年度の経営方針

1

収益確保に向けての 効率的運営の追求

A

経営目標の明確化

B

構造改革の継続による収益の安定化

C

成長投資の推進による企業価値の向上

2

持続的成長につなげる 事業領域の拡大

A

デジタル化によるDX
(デジタルトランスフォーメーション)推進

B

事業再構築による事業領域の拡大

C

インターネットクリーニング
「Clap」(クラブ)の推進

3

女性管理職の 育成と組織の活性化

A

ダイバーシティ経営の実践

B

女性管理職育成計画の実践

C

女性活躍のための職場環境の改革



2023年2月期～2025年2月期 中期経営計画

きょくとうニュー・ビジネス・モデル

きょくとうニュー・ビジネス・モデル

NBM2022 ~ NBM2024

基本戦略 1

ダイバーシティ&
インクルージョン

経営理念
「融和」

- 女性の活躍と幹部管理職登用の推進
- シニア雇用と活躍推進および職場環境の整備
- テレワークモデルの確立と拡充による働き方改革の実践
- デジタル化による情報共有とペーパーレス化
- 障がい者雇用と活躍の積極的な推進
- LGBT+の理解促進
- きょくとうパワーアップ委員会の推進による職場の活性化
- 提案制度による改革提案と新規事業への取り組み

基本戦略 2

きょくとう DX
(DX 推進による
ビジネスモデル
の創出)

経営理念
「変革」

業務の高度化と効率化	顧客への新価値観の提供	新規ビジネスモデルの創出
電子申請等業務の効率化	会員データに基づく新サービス	ECサイトの開発と展開
ERPパッケージの再構築	会員ECサイト コミュニティの提供	ネットフリーニングの拡充
リモート勤務の推進	マイクフリーニングページの 提供	会員ECサイトによる 可能性提案
意思決定のスピードアップ	アプリ会員制度の拡充	業務提携企業の拡大
顧客来店データの分析と活用	SDGsへの共同参画意識	新規事業の枠組み拡大

基本戦略 3

ESG と SDGs
(サステナビリティ
経営)

経営理念
「貢献」

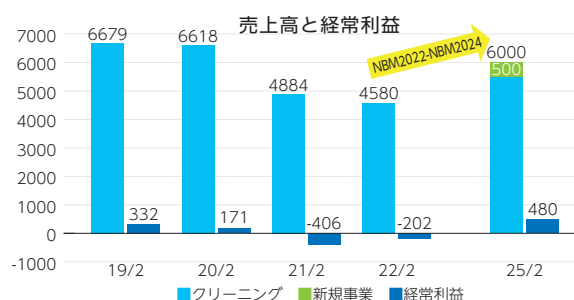
脱炭素 ドライクリーニングやランドリーの品質研究と新商品の開発を行い、2017年度CO ₂ 排出量7,137トンを基準として、2030年度までに50%削減し3,500トンとする目標に取り組んでいきます。	公益通報制度 公益通報者の秘密保持と不正リスクの早期発見に努めるために、総務部内及び顧問弁護士事務所に専用窓口を設置し、コンプライアンス経営の中心とします。
省資源 ハンガーデポジット制やエコバッグの会員プレゼントなど、環境と省資源に配慮した施策を継続するとともに、再生可能エネルギーへの転換と設備投資を行っていきます。	ガバナンス 取締役会の機能を強化し、各種委員会の設置や独立社外取締役の役割を明確にして、コーポレートガバナンス・コードの全項目コンプライアンスを目標とした経営に努めます。
人権 様々な人権課題を直視し、差別やハラスメントのない社会実現に向けた企業努力と理想の追求を続けていきます。	

基本戦略 4

効果的な投資
(構造改革、DX、
M&A、設備投資)

総投資額
1,500 百万円

- 組織の構造改革、工場、営業所等の再編
新たな推進力となる組織へ変革し、効果的な拠点再編と再配置を行います。
また、ESGに関する投資も積極的に行います。
- DX
デジタル化による可能性を追求し、経営基盤の変革及び新規事業へと繋がる変革を進めます。
- M&A
フリーニング業界をはじめ、有望な事業の獲得と収益率向上の為に精度の高いM&Aを計画します。
- 設備投資
業務の効率化と保有資産の有効活用のため、効果的な設備投資を計画します。



- KGIターゲット
 - ① 2025/2期における総会員目標を52万人（デジタル会員含む）とします。
 - ② デジタル会員の拡大を行い、10万人のデジタル会員の獲得を目標とします。
- KPIターゲット
 - ① 2023/2期における総会員目標を45万人（デジタル会員含む）とします。
 - ② 2023/2期におけるデジタル会員目標を5万人とします。



ネット宅配クリーニング始動！！

2022年3月1日より東京23区内限定でネット宅配クリーニング「Simple Cleaning Clap(シンプルクリーニング・クラップ)」が始動しました。



コロナ禍での来店が難しかったり、非対面がご希望のお客様にもご利用いただけます。

「Simple Cleaning」は「スマホだけで注文が完結するシンプルさ」を表し、Clapは「Cleaning(クリーニング)とapplication(アプリ)」の頭二文字を組み合わせた言葉になります。Clapの特徴はスマホやPCなどで、ネットでモノを購入するような感覚で注文できることです。配送業者がお客様の自宅へ集荷に伺い、工場で検品から仕上げ・梱包をしてお客様のご自宅へ届けられます。また、衣替え時の保管サービスも実施いたします。

現在板橋工場を生産拠点として東京23区内を対象エリアとしていますが、今後エリアを拡大していく計画です。

ネット宅配クリーニング事業サービスの流れ

STEP 1



インターネット申込

インターネットやスマホを活用した会員登録、申込、期日指定、ネット決済

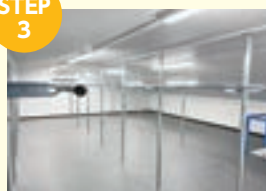
STEP 2



衣類梱包、集荷、検品

指定期日に提携運送業者が衣類の受取に訪問、衣類到着後に検品

STEP 3



クリーニング、保管サービス

衣類の入荷後、自社工場でクリーニングを実施

STEP 4



指定日配送

丁寧に梱包し、指定日時に商品をお届け



関東地区で7店舗をM&A取得

2021年11月1日に、首都圏に展開するクリーニング事業者の株式会社二葉(東京都杉並区)より事業の一部をM&A取得しました。

取得したのは東京都杉並区、中野区、武蔵野市に分布するクリーニング取次所7店舗で、7店舗からは年商で合計80百万円を見込んでいます。

このM&Aにより当社は関東地区の工場店舗網の一部を再編し、コロナ禍の環境にあって、同地区における営業の一層の効率化を図るものです。



= 経営施策



= 営業施策



新デザインによるお店が続々誕生

2021年度も、新しいロゴ・看板デザインのお店への改装を、積極的に行いました。鮮やかなオレンジ色の洗練されたデザインと高級感あふれるリニューアルされた内装がマッチしてたいへん好評をいただいております、新しいお客様の獲得につながっています。

2021年度は30店舗をリニューアルしました。今後も店舗のリニューアル計画を推進してまいります。



女性管理職の育成と組織の活性化を図っています

女性スタッフの活躍推進に向け、「ダイバーシティ経営の実践」・「女性管理職育成計画の実践」・「女性活躍のための職場環境の改革」の3項目を掲げ、取り組みを推進していきます。

昨年4月に当社ホームページに上げております『女性活躍推進法に基づく行動計画』では、女性管理職の比率を30%に、女性取締役・執行役員の比率を25%にという目標を掲げ、女性が活躍できる職場作りを日々目指しています。2021年度は6名の女性管理職が誕生しました。

店頭や生産現場のみならず本部組織の管理職にも、女性の登用を積極的に行ってまいります。



新しい準直営店オーナー続々誕生

2021年度は、直営店の店長さんやスタッフから、新しく準直営店のオーナーが続々と誕生しました。2021年度は37名で、全体で215名になりました。

直営店と違い、準直営店では、基本的に契約店舗の運営がすべてオーナーに任せられます。

オーナーとして、自分の街の自分のお店の店づくり、お客さまづくりができるということで、生き生きと意欲あるみなさんが、オーナーさんになりたいと、多数手を挙げておられます。



“

/ プラスチック資源循環促進法への取り組み /

地球温暖化の原因と考えられるCO₂を削減する目的のため、2022年4月1日よりプラスチック資源循環促進法が始まりました。この法律は、単にプラスチックの「捨てる量を減らそう」ではなく、「捨てることを前提としない経済活動をしよう」としているのが特徴です。

同法では、対象として、12品目が指定されており、その中で、当社では衣類用のカバーとハンガーが含まれています。



当社は衣類用カバーについて、従来の仕上り品のビニール包装をさらに薄くし、ハンガーについては1999年よりお客様からプラスチックハンガーを回収して、洗浄・殺菌してリユースするハンガーデポジット制度をすでに実施しています。この法律では少なくとも1つ以上の対策を講じることが求められていますが、当社は高い環境への意識からすでに多くの対策を実施しており、環境問題に積極的に取り組んでいます。

”

“

/ P R 活動 /

スニーカークリーニング益々好評！

全店で展開しているスニーカークリーニングは、お客様から大変好評をいただいております。基本的に全ての工場にはすでにスニーカークリーニング専用機械が設置されております。また、店舗もスニーカー専用の棚を設置して、お客様へ広く知っていただく機会を作っています。「スニーカーはクリーニング店で洗う」は、徐々にお客様に浸透してきており、多くのお客様のリピートにお応えしています。

今後も、お客様に喜んでいただけるよう努力してまいります。



”

“

/ 繋いでいくSDGsへの取り組み /

当社は、創業以来、お客様がご利用しやすい価格設定でのクリーニングの提供に取り組んでまいりました。プラスチック・ハンガーを洗浄して再利用するハンガーデポジット制の創始や仕上り品のお持ち帰り用袋として繰り返し使えるエコバッグの導入など、長年にわたってエコを追求し続けて、まさに今日のSDGsに繋がるクリーニング事業を展開しております。

これらの取り組みが高く評価され、また今後の事業展開での継続を期待され、取引金融機関からもSDGsに積極的な企業として、深いご理解とご協力をいただいております。

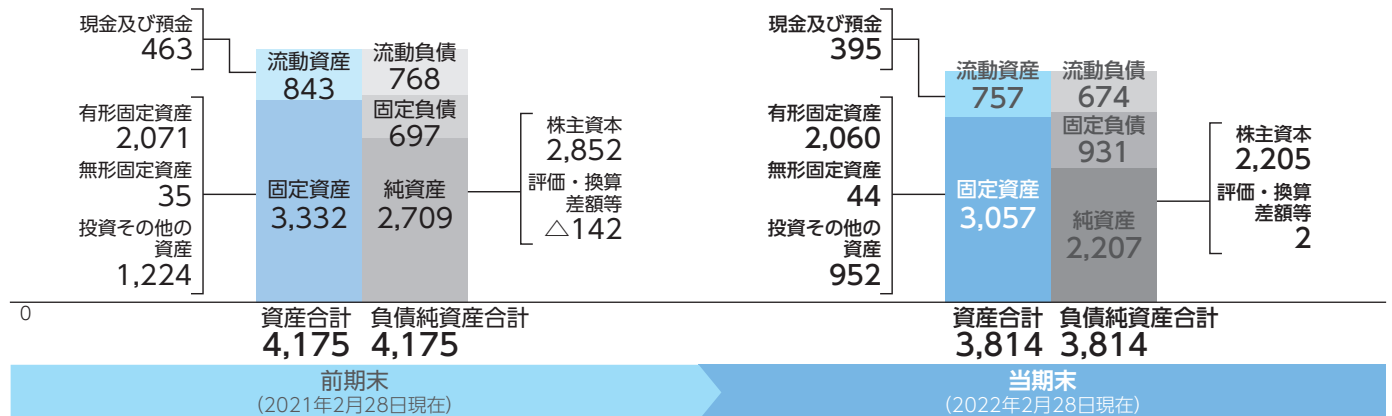


SDGs宣言書

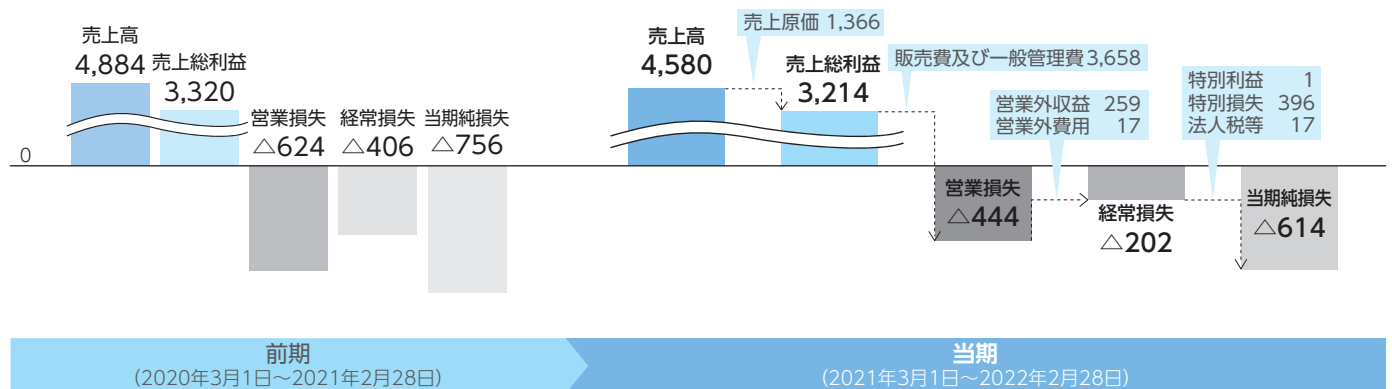
”

財務ハイライト

■ 貸借対照表の概要 (単位：百万円)



■ 損益計算書の概要 (単位：百万円)



会社情報

■ 会社概要 (2022年2月28日現在)

設立	1964年(昭和39年)6月1日
資本金	5億5,509万円
取引銀行	株式会社西日本シティ銀行、株式会社十八親和銀行、株式会社佐賀銀行、三井住友信託銀行株式会社
事業内容	クリーニング業
従業員数	1,022名(パートタイマー含む)
営業所数	469店
工場数	44工場(内18プラント)
工場所在地	福岡、佐賀、山口、広島、島根、兵庫、大阪、神奈川、東京、埼玉

■ 役員 (2022年5月31日現在)

代表取締役会長	牧平 年廣	取締役	村上 忍
代表取締役社長	牧平 直	取締役	黒崎 厚子
専務取締役	弓削 道哉	社外取締役	重松 史郎
常務取締役	井上 和美	監査役	丸林 凡和
取締役	斉藤 博	監査役	中嶋 久夫
取締役	安武 浩	監査役	神尾 康生

■ ネットワーク



株 式 情 報

■ 株式の状況 (2022年2月28日現在)

発行可能株式総数	20,000,000株
発行済株式の総数	5,261,201株 (自己株式290,029株を除く)
株主数	11,786名 (前事業年度末比390名増)

■ 大株主 (2022年2月28日現在)

株 主 名	当社への出資状況	
	持株数	持株比率
	千株	%
牧 平 年 廣	1,524	28.98
きょくとう社員持株会	293	5.57
株式会社西日本シティ銀行	250	4.75
株式会社十八親和銀行	220	4.18
株式会社佐賀銀行	140	2.66
牧 平 京 子	132	2.51
ロイヤルネットワーク株式会社	100	1.90
富 沢 広 之	89	1.71
株式会社ツー・エム化成	71	1.35
J A 三井リース九州株式会社	60	1.14

注1. 持株比率は、自己株式（290,029株）を控除して計算しております。
 2. 持株数は千株未満を切捨て表示し、持株比率は表示未満の端数を四捨五入しております。

■ 株式の所有者別状況

	第41期 (2020/2)		第42期 (2021/2)		第43期 (2022/2)	
	千株	名	千株	名	千株	名
金融機関	762	7	764	8	762	7
証券会社	3	10	4	10	2	9
その他法人	388	64	392	69	379	71
外国法人等	10	18	11	19	4	23
個人その他	4,096	11,238	4,087	11,289	4,112	11,675

株主メモ

事業年度 3月1日から翌年2月末まで
定時株主総会 5月下旬
配当の基準日 期末配当 2月末日
 中間配当 8月31日
1単元の株式の数 100株
公告方法 電子公告によりホームページに掲載いたします。
株主名簿管理人 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
 三井住友信託銀行株式会社
 〒168-0063
 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
郵便物送付先 電話 0120-782-031（フリーダイヤル）
 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。

・住所変更、単元未満株式の買取・買増等のお申出先について

株主様の口座のある証券会社にお申出ください。
 なお、証券会社に口座がないため特別口座が開設されました株主様は、特別口座の口座管理機関である三井住友信託銀行株式会社にお申出ください。

・未払配当金の支払について

株主名簿管理人である三井住友信託銀行株式会社にお申出ください。

きょくとうホームページのご案内



トップページ

- サービス
- 店舗一覧
- 特別会員制度
- 企業情報
- IR情報
(計算書類：有価証券報告書、会社説明会資料など)

<http://www.cl-kyokuto.co.jp> きょくとう IR 検索

株主優待制度のご案内

1,000円～5,000円相当の「クリーニング無料券(金券)」または、「JCBギフトカード」を進呈いたします。

優待の内容

株数	金額	(A) コース	(B) コース
100株以上～500株未満	1,000円相当	クリーニング 無料券	JCBギフトカード
500株以上～1,000株未満	2,000円相当	クリーニング 無料券	JCBギフトカード
1,000株以上～5,000株未満	3,000円相当	クリーニング 無料券	JCBギフトカード
5,000株以上	5,000円相当	クリーニング 無料券	JCBギフトカード

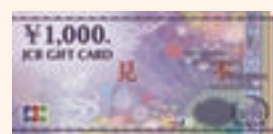
※(A)・(B)コースは株主様のご希望を返信ハガキでご回答をいただき、実施いたします。

贈呈対象株主様

毎年2月末日現在の最終の株主名簿に記載された1単元(100株)以上保有の株主様を対象といたします。

贈呈の時期

毎年6月下旬の
送付を予定いた
しております。



JCBギフトカード