株式情報

株式の状況

発行可能株式総数	20,000,000株
発行済株式の総数	5,551,230株
株主数	9,632名 (前事業年度末比1,511名増)

大株主

株主名	当社への出資状況 持株数	持株比率
	株	%
牧平年廣	1,524,600	27.46
きょくとう社員持株会	355,730	6.40
平賀秀夫合同会社	280,000	5.04
株式会社西日本シティ銀行	250,000	4.50
株式会社親和銀行	220,000	3.96
株式会社佐賀銀行	140,000	2.52
牧平京子	132,000	2.37
ロイヤルネットワーク株式会社	100,000	1.80
冨沢広之	89,800	1.61
株式会社ツー・エム化成	71,000	1.27

株式の所有者別状況

	第34期 (H25/2)		第35期 (H26/2)		第36期 (H27/2)	
	千株	名	千株	名	千株	名
金融機関	851	11	843	10	763	9
証券会社	3	7	7	6	14	10
その他法人	359	46	646	54	647	59
外国法人等	2	5	4	9	0	11
個人その他	4,336	6,741	4,051	8,042	4,124	9,543

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
郵便物送付先	〒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
(電話照会先)	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、「オリジナルクオカード」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	クオカード
500株以上～1,000株未満	2,000円相当	クリーニング無料券	クオカード
1,000株以上～5,000株未満	3,000円相当	クリーニング無料券	クオカード
5,000株以上	5,000円相当	クリーニング無料券	クオカード

※(A)・(B)コースは株主様のご希望を返信ハガキでご回答を頂き、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。

株式会社きょくとう
福岡県福岡市博多区
金の隈一丁目28番53号
TEL (092)503-0050

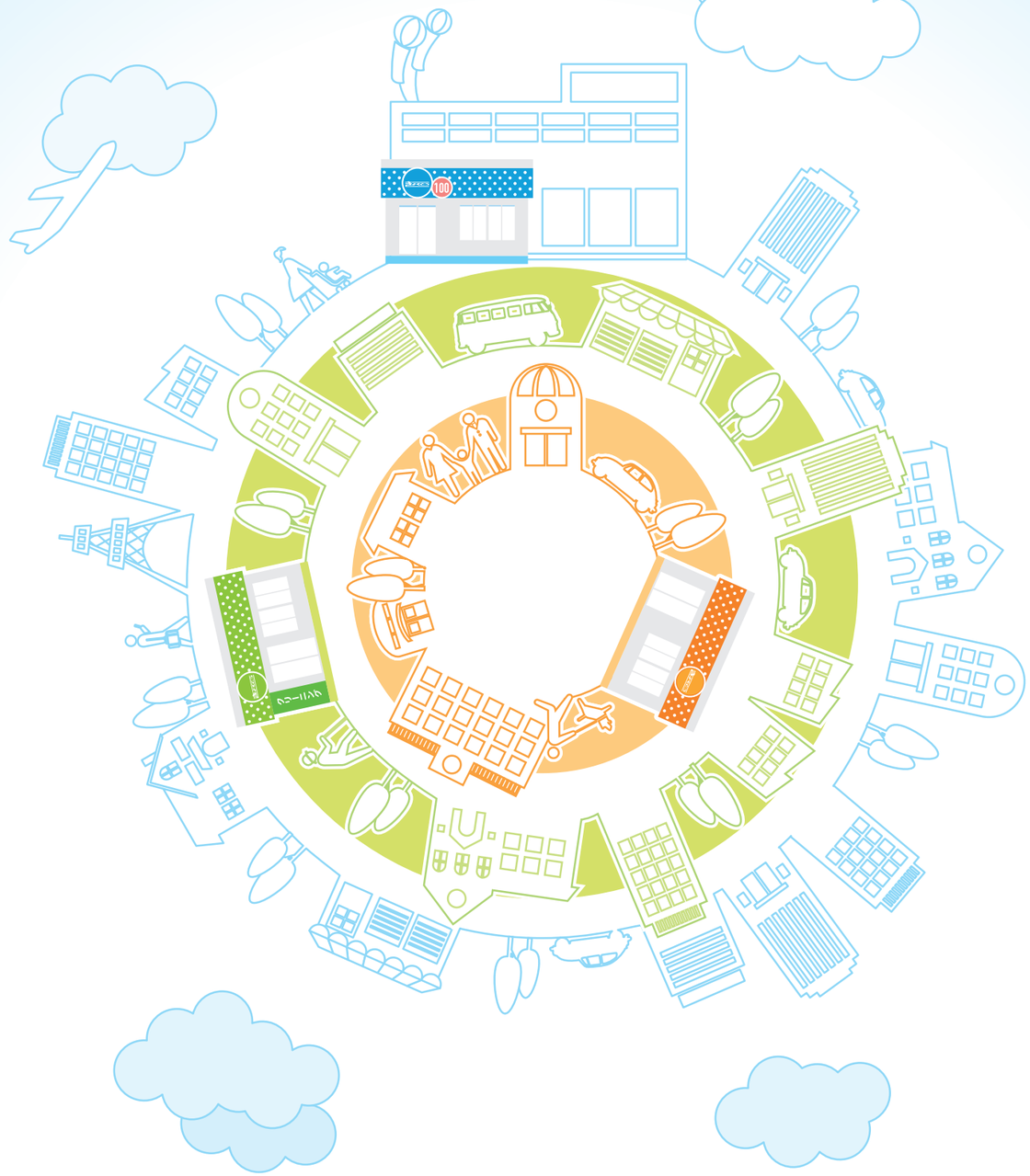
VEGETABLE OIL INK

株式会社きょくとう

ビジネスレポート 2015

第36期 株主通信

2014年3月1日 ► 2015年2月28日



トップは語る

きょくとうは、これからも皆様のお役にたてるようクリーニングの未来を創ります。

代表取締役社長　**牧平 年廣**

当事業年度の取組みについて

クリーニング業界は減少傾向から横ばいへ

当事業年度におけるわが国の経済は、株価の動向に象徴されるように、大手企業においては収益環境に一定の改善傾向が見られました。一方で個人消費は、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動の影響が長引いており、加えて円安や不安定な海外情勢および天候不順などの影響を受けて消費者物価が上昇するなど、消費マインドを助長する空気が浸透して行くには至っておりません。

当業界におきましては、クリーニング総需要は2年ぶりに微増はしたものの、広く世間で定着してきたスーパークールビズや世代を超えて広がりつつある衣料のカジュアル化の波もあって、減少の傾向から脱しきれてはおりません。

創業50周年を迎えて新たな諸施策を推進

このような環境下にあって、当社は、当事業年度に創業50周年を迎えました。

直近の3年間に取り組んできた『NBM(ニュー・ビジネス・モデル)』(イノベーション)の集大成として次の施策に取り組みました。

営業面では、お客様に最も近い営業所での活性化ミーティングを開始し、クリーニング料金をお客様がご利用しやすい価格としました。

生産面では、工場とプラントで女性班長を中心とする課題共有ミーティングを開始し、全地区で開催した仕上げ競技会などを通して、品質向上に向けて女性がより活躍できる運営体制を構築しました。

投資面では、平成26年12月に株式会社朝日化学大阪から、兵庫県と大阪府にまたがる6店舗を事業の一部譲り受けで取得し、うち5店舗を期中に営業開始したのをはじめ、全地区で15店舗を新規出店するなど、店舗網を拡充してエリア拡大による地域消費者サービスの向上を図りました。

このように諸施策を講じて、消費増税後の個人消費の低迷に備えましたが、十分に業績に貢献するに至らず、当事業年度の業績は、売上高69億6千3百万円(前年同期比1.6％減)、営業利益1億2千2百万円(前年同期比16.7％増)、経常利益2億1千2百万円(前年同期比16.4％増)、当期純利益1億7千5百万円(前年同期比151.2％増)となりました。

来期の基本方針と取組みについて

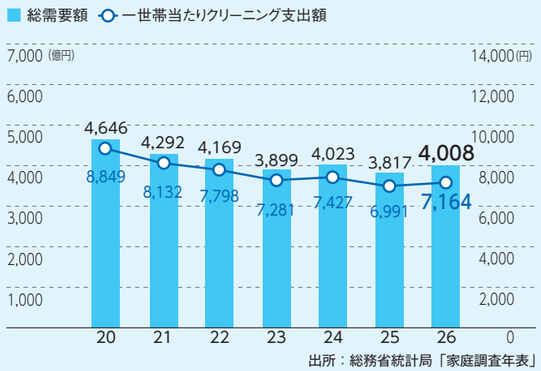
NBMは次のステージへ

クリーニング業界においては、総需要の減少傾向が続くなど厳しい経営環境である中、引き続き市場の深耕と新規開拓が急務となっております。創業50周年へ向けた経営革新3カ年計画「NBM−12(やぶれる),13(はじける),14(ひろがる)」を経て特別会員50万人体制となったのを機に、平成27年度の当社は、次の50年に向けて踏み出すニュー・ビジネス・モデル「NBM−NEXT　STAGE(うけつぐ、つくりだす、かえる)」を掲げ、下記の諸施策を展開してまいります。

1. 展開するエリアの拡大
2. 特別会員数の更なる拡大とお客様の利便性の向上
3. 生産現場における仕上げ品質の更なる改善
4. 女性が活躍できる組織を意識した人材の養成と登用

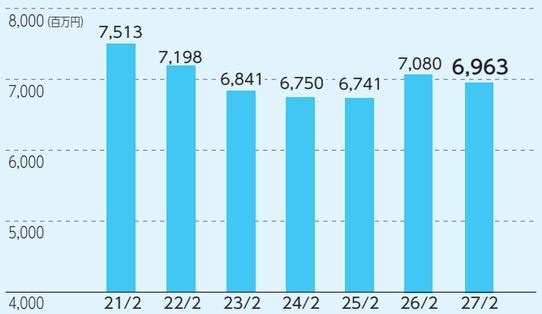
株主の皆様におかれましては、今後とも一層のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申しあげます。

クリーニング業界の市場環境と「きょくとう」の成長トレンド

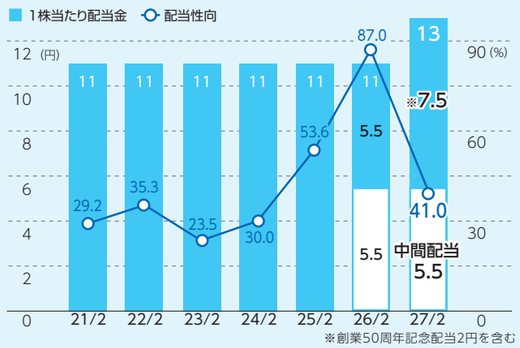


出所：総務省統計局「家庭調査年表」

「きょくとう」の売上推移



1株当たり配当金／配当性向



※創業50周年記念配当2円を含む

商品・サービス戦略

健康、品質、環境にこだわり、特色あるサービスを展開中。お客様の利便性向上のため、会員制度と料金体系を改定。

店舗戦略　エリア戦略　商品戦略

特色あるオプションサービスが、お客様に喜ばれています

特色ある商品・サービスが集客と収益の源泉です。

「きょくとう」では、ますます多様化するお客様のニーズにお応えするため、常に付加価値の高い商品開発に挑戦しています。現在は右記の多彩なオプションサービスをご提供しております。その一つが「オゾン＆アクア／ドライ」。水溶性の汚れと油溶性の汚れが一回の工程で洗えるので、高い効率と美しい仕上がりを同時に実現しました。

多彩なオプションサービス

オゾン＆アクア／ドライ
水溶性の汚れも油溶性の汚れも同時に除去できる業界初の画期的な技術です

魅せるウォッシュミスト
「霧」で洗う技術です。ソフト洗浄で、おろしたての風合いがよみがえります

はねことまもる
撥水加工を施すことで、新しい布の艶や輝きを長く保つことができます

セットアップライン
オリジナルの折り目加工。税抜200円のお得なお値段でご利用いただけます

しみ抜き
プロの技術で仕上げます

明るい接客サービスが、「きょくとう」の魅力です

「きょくとう」は、接客スタッフのスキルアップを経営の最重要課題の一つと考えています。

接客態度はもちろんのこと、商品知識の習得、事故回避などを身につけるため、充実した研修制度を実施。全スタッフが質の高いサービスをお客様に提供できる体制を整えるため、徹底した教育を行っています。

特別会員数50万人達成

会員数推移

会員数55万人を目指す

営業・開発のための諸施策を展開

- 地域一番店づくり
- 新しいエリアへの進出
- 対策店の強化
- 会員数55万人達成への取り組み

ステップアップ

特別会員制度 ▶ 更新5回目よりゴールド会員 ▶ 年間ご利用金額5万円でプラチナ会員

様々な特典のある特別会員制度で顧客の囲い込みを強化しています。

会員制度をご利用しやすく改定しました(平成26年9月1日より)

年会費と同額の割引チケットに加え、メンバーズクーポン、会員割引価格をご用意。

マックス店の例：年会費税込500円で、初回から使える500円分割引チケットと、1年間いろいろ使えるメンバーズクーポン(毎月1日～10日まで使える割引サービス券・お好きな時に使えるスペシャルサービス券・お誕生月に使える半額サービス券)をお渡しします。また会員様はいつでも10%割引で、プラチナ会員様は15%割引でご利用いただけます。会員の更新期間も1年間へ延長し、うっかり失効を防ぎます。複雑だったポイント制度は廃止し、ポイント残高は金券などでお返しいたしました。

簡単明瞭な料金体系へ改定しました(平成26年9月1日より)

きょくとうは、クリーニングを、もっと安心、もっとお得に!!

“わかりやすく”
“ご利用しやすい”
プライスメニュー
になりました!!

~~○○○円~~ ➡ 商品別、素材別のクリーニング基本料金を明瞭表示。基本料金の追加は一切なし!

~~デリケートコース~~ ➡ お客様自身で選べない付加価値メニューは一切なし!

店舗戦略　お客様のご要望にお応えする明るく魅力ある新POSレジや電子マネー端末を拡充しています。店舗網を拡大するとともに

店舗戦略　エリア戦略　商品戦略

明るく清潔な店舗がお客様をお迎えしています

便利なマックス店は「きょくとう」の主力店舗。

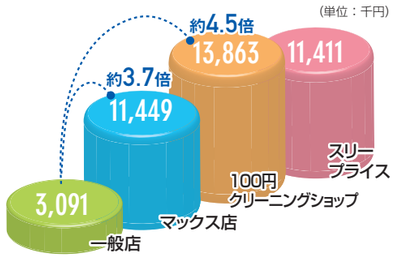
お客様のライフスタイルにあわせ、営業時間は8時から20時までのマックス店。明るく、楽しく、便利な「きょくとう」というイメージが定着し、お客様から絶大な支持をいただいており、売上高は一般店と比べ約3.7倍（一店舗当たり平均）、売上高全体の53.5％を占めています。「きょくとう」躍進の戦略店舗の主力として、これからも積極的に展開します。

100円クリーニングショップ「コインズ」でお得に高品質なクリーニングを。

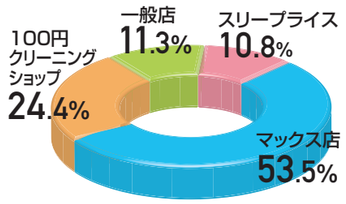
100円クリーニングショップ「コインズ」は、景気低迷の中で低価格志向に合致し、多くのお客様からご好評をいただいております。こうした画期的な店舗戦略を可能にしたのは、徹底したコスト削減と作業工程の効率化にあります。

低い単価でも、取り扱い点数が一般店に比べ大幅に多いため、一店舗当たりの平均売上高は約13,863千円と、一般店の約4.5倍という業績をあげており、「きょくとう」全体に占める売上高は24.4％と順調に拡大を続けています。

営業形態別　一店舗当たり平均売上高

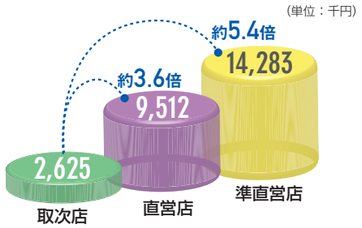


営業形態別　売上高構成比

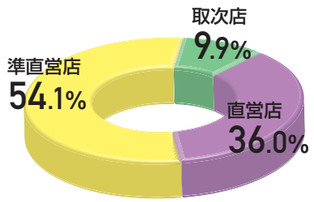


準直営店化は売上、収益拡大の基礎です

経営形態別　一店舗当たり平均売上高



経営形態別　売上高構成比



直営店で機動的に出店を加速！

新規の出店は、「きょくとう」が直接、運営・管理する直営店方式で出店を促進します。お客様のニーズにタイムリーにお応えできる機動性を持つとともに、一店舗当たりの平均売上高も、取次店の約3.6倍と優位性を持っております。当社の売上・収益拡大に大きく貢献しており、「きょくとう」の経営基盤を支えています。

直営店を準直営店化へ、積極的な推進。収益力の増大。

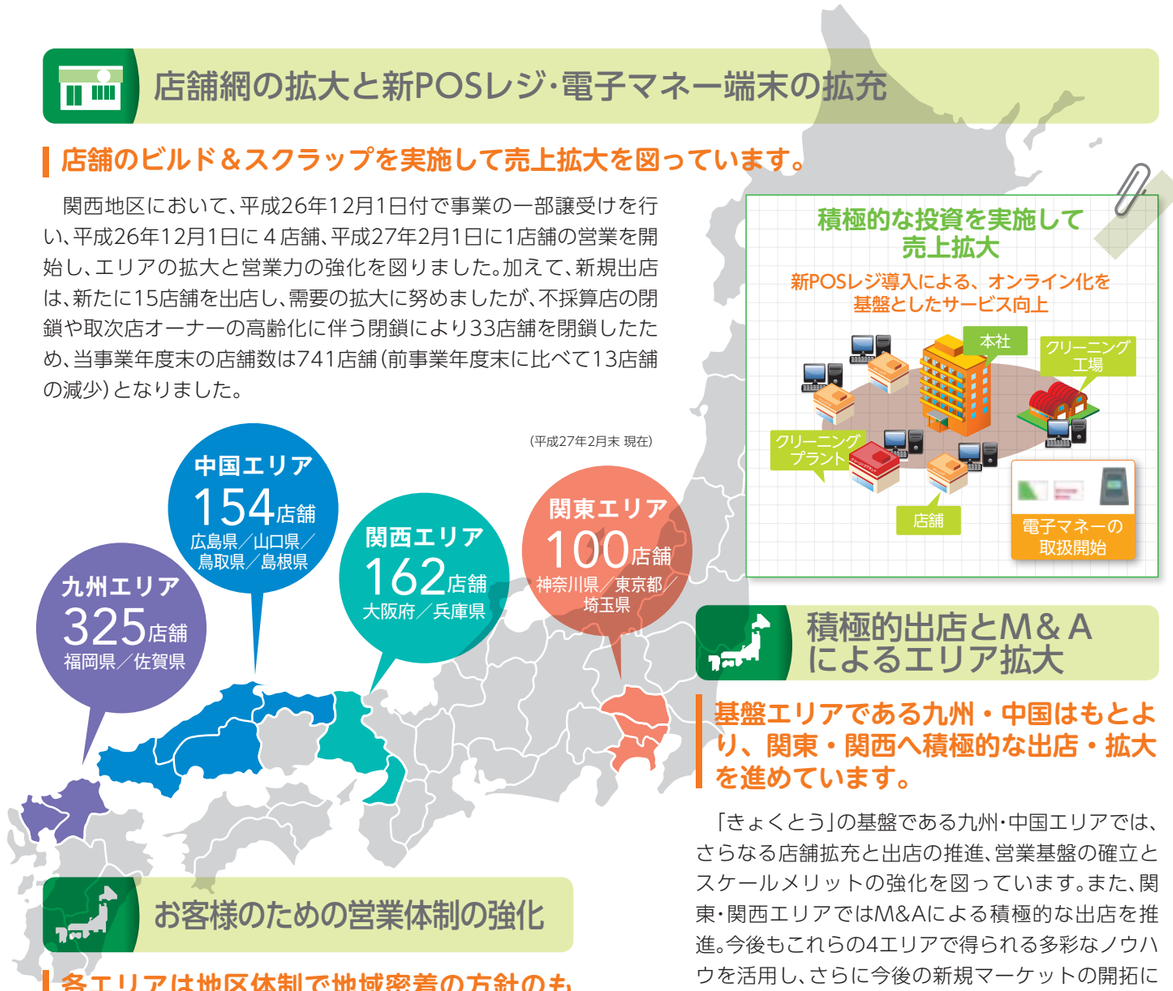
直営店方式による出店の促進は、一方で人件費等のコストが拡大するという新たな課題があります。この新たなコスト構造を改革し、より収益性の高い店舗運営を実現するため、「きょくとう」では、積極的に直営店の準直営店化を推進しています。

これは、高い意欲を持つ直営店舗スタッフを、店舗オーナーとして店舗の運営・管理を業務委託することにより、店舗売上の拡大が直接オーナーの所得の増加となります。自分の店という意識が出てモチベーションが上がり、その結果として一店舗当たりの売上が伸び、収益の向上と売上拡大に貢献します。

店舗網の拡大と新POSレジ・電子マネー端末の拡充

店舗のビルド＆スクラップを実施して売上拡大を図っています。

関西地区において、平成26年12月1日付で事業の一部譲受けを行い、平成26年12月1日に４店舗、平成27年2月1日に1店舗の営業を開始し、エリアの拡大と営業力の強化を図りました。加えて、新規出店は、新たに15店舗を出店し、需要の拡大に努めましたが、不採算店の閉鎖や取次店オーナーの高齢化に伴う閉鎖により33店舗を閉鎖したため、当事業年度末の店舗数は741店舗（前事業年度末に比べて13店舗の減少）となりました。



お客様のための営業体制の強化

各エリアは地区体制で地域密着の方針のもと、地域の特性にあわせて運営しています。

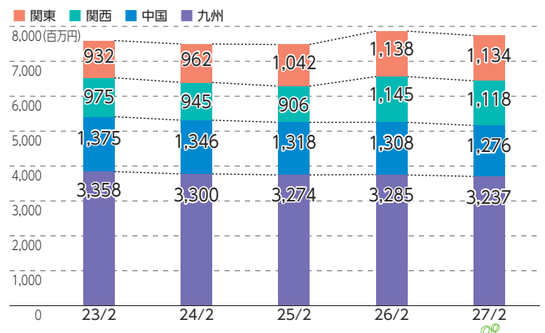
「きょくとう」は、九州・中国・関西・関東の４エリアを九州北・九州中・九州西南・中国西・中国東・神戸・関西・関東の８地区体制で運営しております。各地区には地区部長を配置し、営業政策をはじめ出店政策、人事政策などの権限を明確にし、地域の特性にあった戦略を機能的にかつ機動性を持って展開できる体制を構築・運営しております。また、各地区には機械スーパーバイザーおよび生産スーパーバイザーを配置し、品質向上と効率化を図っております。

積極的出店とM＆Aによるエリア拡大

基盤エリアである九州・中国はもとより、関東・関西へ積極的な出店・拡大を進めています。

「きょくとう」の基盤である九州・中国エリアでは、さらなる店舗拡充と出店の推進、営業基盤の確立とスケールメリットの強化を図っています。また、関東・関西エリアではM&Aによる積極的な出店を推進。今後もこれらの4エリアで得られる多彩なノウハウを活用し、さらに今後の新規マーケットの開拓に向けて、店舗開拓を加速し、成長の新たな原動力としていきます。

エリア別売上高の推移



人財戦略　きめ細かな教育と指導に、継続的に取り組んで　います。女性の力を更に当社の発展へつなげています。

陽明塾の開催

平成27年2月までの開催実績 累計369回

陽明塾開催の様子

クラス別集合研修でクリーニングのプロとして常にレベルアップを図っています。

経営における重要な課題は組織の末端に至るまで、経営理念を共有し、浸透させ、実践することです。採用方法が多様化し、いろいろな人財が入社する中で、経営理念を共有できる人財をいかに早く育成するか、品質とサービス向上のため、きめ細かな教育、指導を行う必要があります。このような趣旨のもとに研修道場を開設しています。

知識と行動を一致させ、実践を重要視することから、実行の学問と言われる陽明学からヒントを得て、この研修道場を「陽明塾」と名づけました。毎月、3回の開校を基本として、職位毎に実施しております。

平成23年からは、本部長、本社課長、班長、マネージャー、工場長などの管理者に向けて集中研修を開催。経営理念の浸透、営業活動指導、管理業務指導など、研修内容も充実させています。また、「きょくとう」の戦力として役割が高まる女性スタッフに配慮した地区別研修を開催するなど、より実務に即した研修を強化しています。また、やりがいのある職場づくりを目指し、スタッフの相互交流も積極的に推進しています。

社員教育にDVDを自社制作。

店舗スタッフの皆さんが安心して受付業務ができるよう、レベルアップを図って頂きたいという牧平社長の熱い思いから制作、平成24年度中に完成し、工場・プラント単位で有効活用できるよう、ポータブルDVDプレイヤーも併せて整備し、教育体制の一環としています。

陽明塾（社員研修）の取り組み

- 経営、企業理念の習得
- マネージャースキルの習得
- プレゼンテーション能力の向上指導
- 営業店訪問実習
- 工場内作業実習
- シミ抜き実習
- 商品知識の習得
- 経営計画の説明
- 社会貢献活動指導
- その他

全工場と全営業所をつなぐ情報ネットワーク! 社内報「きょくとう夢新聞」

社内報を活用してレベルアップを推進。

「きょくとう」では、毎月「きょくとう夢新聞」を全工場と全営業所をつなぐ情報ネットワークとして発信。技術情報や営業情報などのクリーニング最新情報を全社的に共有することにより、交流と対比による人財のレベルアップを推進しています。また、コンテスト情報や新店情報も発信し、全社の人財の連帯感を高めています。

環境保全で地域社会に貢献する。

CSR活動

「きょくとう」は、地域社会への貢献と奉仕を基本とし、地域とともに発展することをその使命と考えています。当社で使用する洗剤や機械は水質汚染を引き起こすことがありません。これからも環境保全に常に配慮した経営を行ってまいります。

健康にも環境にも優しいEM洗剤を販売中

クリーニングに使用しているEM洗剤を販売しています。このEM洗剤を使用すると、洗濯槽にカビがつかず、排水口の臭いがなくなるとともに、界面活性剤0.5%未満であるためお子様やご老人などの肌に優しいなど、環境や健康のために役立ちます。EMはクリーニング以外でも、河川の浄化を促進したり、土壌を改良するなどの作用があると言われ、様々な分野で利用されています。

「EMウォッシュ」の特長

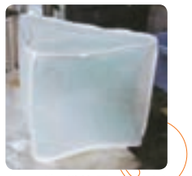
- EM菌の働きで雑菌をシャットアウト！
- 再汚染もなし！
- 洗濯槽のカビ解消！
- 排水口のヌルヌル解消！
- すすぎ時間の短縮、節水できる
- 白さスッキリ、色も冴える
- お肌に優しい

リサイクル運動

●ハンガーデポジット制

平成12年から従来、使い捨てとなっていたクリーニングハンガーを針金からプラスチックに変更し、お客様に資源の再利用を呼びかけ、ハンガーの回収にご協力をいただいております。この「ハンガーデポジット制」は、当初は1本10円の料金でしたが回収率をアップするため、平成20年3月に料金を20円としました。回収したハンガーは、洗浄して再活用を実施しております。

（ハンガーの洗浄の状況）


（ハンガー洗浄用のネット）

●エコバッグ導入

平成18年にエコバッグを導入し省資源化を図るなど、地球環境保全に配慮した運営を継続的に行っております。

PR活動

統一した新店舗デザインで全エリア出店中

「きょくとう」は、平成24年度の新規出店から店舗デザインを一新。斬新で統一感あるデザインのもとに、マックス店はグリーン、100円クリーニングショップ「コインズ」はブルー、コインランドリーはオレンジと、ブランドごとにカラーを分けた明快な店舗ブランディングを実現。新しい店舗デザインで積極的な出店を推進しています。併せて、動く広告看板となるルート集配車も新デザインで皆様の街を走っています。

マックス店

100円クリーニングショップ「コインズ」

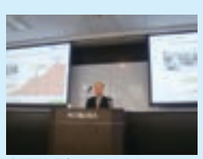
コインランドリーとの併設

IR活動

個人投資家向け説明会を、大阪・東京で開催

平成26年12月19日・大阪説明会

大阪では、野村證券大阪支店で開催され、参加者199名の方々が参加。牧平社長から、「きょくとう」の新商品の紹介動画も含めて説明。さらに参加者から成長戦略などの質問があり、個別にご説明して盛況の内に終了しました。


大阪説明会

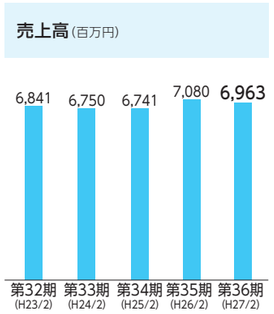
平成27年1月24日・東京説明会

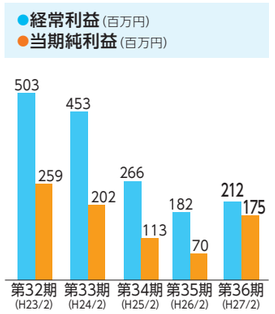
東京では、野村證券日本橋本社で開催され、171名の方々が参加。牧平社長が、「NBM-14」の基本方針、市場動向や当社の特長、また今後の戦略などを説明し、今後の「きょくとう」への期待感を高めました。

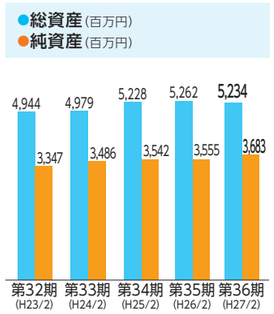
東京説明会

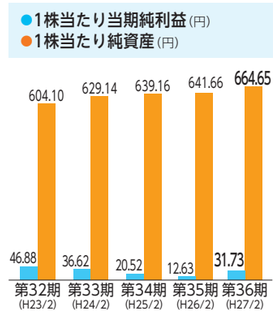
決算期		第32期 H23/2	第33期 H24/2	第34期 H25/2	第35期 H26/2	第36期 H27/2
売上高	(百万円)	6,841	6,750	6,741	7,080	6,963
営業利益	(百万円)	431	398	203	104	122
経常利益	(百万円)	503	453	266	182	212
当期純利益	(百万円)	259	202	113	70	175
総資産	(百万円)	4,944	4,979	5,228	5,262	5,234
純資産	(百万円)	3,347	3,486	3,542	3,555	3,683
1株当たり当期純利益	(円)	46.88	36.62	20.52	12.63	31.73
1株当たり純資産	(円)	604.10	629.14	639.16	641.66	664.65
1株当たり配当金	(円)	11.00	11.00	11.00	11.00	※13.00
株主数	(名)	5,292	5,785	6,810	8,121	9,632

※創業50周年記念配当2円を含む









会社情報

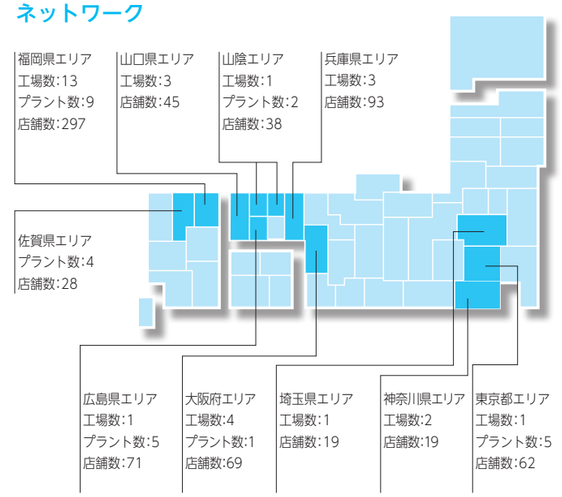
会社概要

設立	昭和39年6月1日
代表者	牧平年廣
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、株式会社親和銀行、株式会社佐賀銀行、株式会社りそな銀行、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	1,668名（パートタイマー含む）(平成27年2月28日現在)
営業所数	741店 (平成27年2月28日現在)
工場数	29工場 (平成27年2月28日現在)
プラント数	26プラント (平成27年2月28日現在)
工場所在地	福岡、佐賀、山口、広島、島根、鳥取、兵庫、大阪、神奈川、東京、埼玉

役員 (平成27年5月27日現在)

代表取締役社長	牧平年廣	取締役	黒崎厚子
取締役副社長	三好清一郎	取締役	黒木月光
取締役副社長	牧平直	取締役	松本眞次
常務取締役	弓削道哉	常勤監査役	岡村次男
取締役	井上和美	監査役	神尾榮一
取締役	財満宣子	監査役	中嶋久夫

ネットワーク



100円クリーニングショップ「コインズ」

マックス店

コインランドリー