

## ホームページのご案内

当社に関する情報は、下記のURLよりご確認ください。

### ●コーポレートサイト

<http://right-on.co.jp/>



### IRサイト

<http://right-on.co.jp/ir/>

※IRサイトでは、月次売上高前年比情報、決算情報等を掲載しております。

### 会社情報

<http://right-on.co.jp/biz/overview.php>

### ●オンラインショップ

<http://e.right-on.co.jp/>

## 株主メモ

事業年度	8月21日から翌年8月20日まで
定時株主総会	毎年11月
配当金受領株主 確定日	期末配当8月20日 中間配当2月20日
株主名簿管理人及び 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 東京都府中市日鋼町1-1 Tel. 0120-232-711 (通話料無料) 郵送先：〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
上場金融商品取引所	東京証券取引所
公告方法	電子公告により行います。 公告掲載URL <a href="http://www.right-on.co.jp/biz/">http://www.right-on.co.jp/biz/</a> ただし、やむを得ない事由によって、電子公告による公告 をすることができない場合には、日本経済新聞に掲載して 行います。

(注) 1. 株券電子化に伴い、株主様の住所変更、単元未満株式の買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。

口座を開設されている証券会社等にお問合せ下さい。株主名簿管理人ではお取り扱いできませんのでご注意ください。

2. 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本店でお支払いいたします。

# Right-on<sup>®</sup> Report

第39期 中間報告書

2017.8.21 - 2018.2.20



PROJECT-  
With the Earth

この冊子の印刷・製本に係るCO<sub>2</sub>は  
PROJECT- With the Earth を  
通じてオフセット(相殺)しています。



UD FONT  
by MORISAWA

## 株主の皆様へ

株主の皆様におかれましては、平素より格別のご厚情を賜り、心より御礼申し上げます。



### 川崎純平(かわさき じゅんぺい) 略歴

平成14年10月	当社入社
平成23年 8月	当社執行役員経営企画部長
平成28年 3月	当社執行役員業務改革室長
平成29年 6月	当社執行役員 経営企画本部副本部長 兼業務改革室長
平成29年 8月	当社執行役員 経営企画本部副本部長 兼業務改革室長兼Eコマース部長
平成29年11月	当社取締役経営推進本部長 兼業務改革室長
平成30年 4月	当社代表取締役社長 兼経営推進本部長(現任)

この度、代表取締役社長に就任いたしました川崎純平と申します。当社を取り巻く環境が大きく変化する中で、社長就任にあたって強い覚悟をもって社業発展に邁進する所存でございますので、何卒ご指導、ご鞭撻のほど宜しくお願いいたします。

当社に求められていること、それは「変革のスピード」です。1990～2000年代にかけ、時代・時流に合わせ変化・成長を遂げていき、1,000億円もの売上をつくることができました。しかし、その後世の中がどんどん変化していく中で、当社は新たな成功パターンを作れず、徐々に競争力を失っていく形となりました。結果ここ10年もの期間、売上・利益ともに、当社のピーク時の水準に達せられない状況が続いています。

今一度、当社は目線を上げ、高い目標、新たな成功を目指して再スタートいたします。

つきましては全社員一丸となって専心努力いたす所存でございますので、一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長 川崎 純平

## MISSION

私たちは、人々の生活を楽しく豊かなものにするため、世代を超え、愛され続けるジーンズの魅力を発信していきます。

## POLICY

1. お客様を第一に考え、お客様に喜んでいただける会社を目指します。
2. 誠実さと公正さをもって、社会から信頼される会社を目指します。
3. 人を育て、人を活かし、働き甲斐のある会社を目指します。

## ●営業のご報告

当社は「ブランディングの基礎を築き、ジーンズカジュアルのリーディングカンパニーを目指す」をスローガンに「地域No.1店舗」としてお客様からご支持いただける店舗づくりに取り組みでまいりました。

商品面におきましては、当社の強みであるナショナルブランドとの取り組みを強化し、当社別注商品を拡充させるなど、品揃えを充実し、プライベートブランドにおきましては、今期5年目を迎えたMOCO MOCO Jeansシリーズやラインナップを充実させた和紙デニムシリーズなど、素材にこだわった高品質で機能的な商品を開発し、幅広いお客様にご満足いただける品揃えの実現を目指してまいりました。

販売促進面におきましては、当社の強みであるジーンズをキーマイテムに、「商品の良さを伝える」積極的な情報発信を行い、ブランディングの確立に努めました。また、既存の販促メディアからデジタルメディアへの移行を推進することで、より多くのお客様へのアプローチを行い、来店客数の向上に努めてまいりました。

店舗展開におきましては、トリエ京王調布店(東京都調布市)をはじめとして8店舗を出店するとともに、効率化を図るために16店舗を閉鎖し、当上半期末店舗数は505店舗となりました。また、既存店舗に関しましては、ウィメンズやボトムスの売場改革を行うなど、お客様が入店しやすい、商品を手に取りやすい環境づくりを目的としたリニューアルを進めることで、活性化を積極的に図ってまいりました。

当上半期におきましては、上記のような施策を講じたものの、第1四半期会計期間は期間を通して気温の変化が大きく、台風の影響もあったことで秋物商品の販売が苦戦いたしました。前期不振だったウィメンズ部門に関しましては、売場改革や商品の展開方法の見直しにより改善傾向がみられましたが、十分な成果を得るには至りませんでした。また、キッズ部門に関しましては、定番商品のリニューアルを進める中、品揃えのバランスを欠き、大きく苦戦いたしました。

以上の結果、11月後半のブラックフライデーセールでの成功や、前倒しで投入した春物商品の好調な推移などがあったものの、当上半期を通じて客数の回復を図れず、売上高は39,790百万円となりました。

## ●株主様への還元について

当社は、株主の皆様に対する安定的な配当の継続を重視しつつ、業績に裏付けられた利益還元を指向してまいりの方針としております。この方針に基づき、第39期上半期の配当につきましては、1株当たり10円とさせていただきます。当期の期末配当予想は10円、年間配当20円を予定しております。株主の皆様におかれましては、何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。

## 改善策の進捗

### 第39期上半期の状況

当季も引き続き、前期で顕在化した課題に対しての改善策として「商品の強化」「販促の強化」「売場の強化」の3つを軸に様々な取り組みを続けました。詳細については、P7-11をご覧ください。

1 商品の強化

2 販促の強化

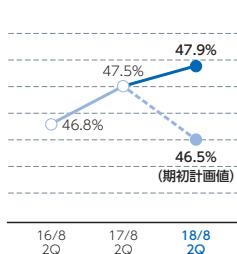
3 売場の強化

当上期については、在庫管理精度向上と市場トレンドへの迅速な対応に向けた社内業務改善を図るため、

- ① 人材の積極招聘と組織改編
- ② 発注方法の見直し —— 市場動向を見ながらの買い足し型へ
- ③ 52週MDの業務確立 —— 在庫管理の精度が向上し、新たな取り組みに向けた課題点を洗い出すことができました。

### 成果

#### ■ 売上総利益率の改善



#### ■ 在庫原価の減少



### 課題

#### (店舗要因)

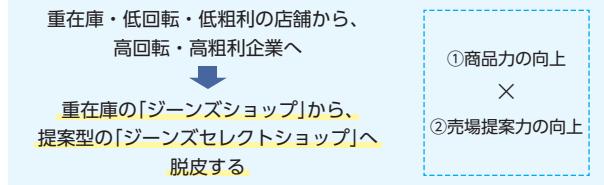
- 回遊客の多いショッピングモールの店舗は堅調だったが、ロードサイドやパワーセンター店舗など、自社での集客が必要な店舗が不振だった。
- ECの売上高については、前年同期比119%だったが、事業規模が拡大する中、売れ筋商品の手配が不十分となり、期初計画比は70%と計画を大きく下回る結果となった。

#### (商品要因)

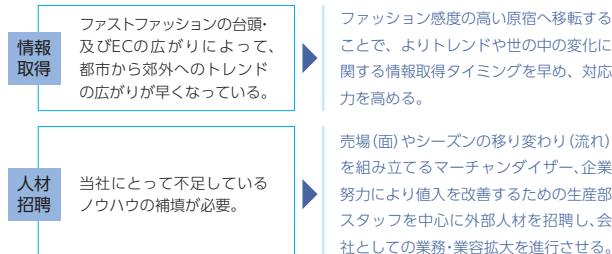
- 第1四半期は、気温の変化が大きく台風の影響もあり秋物が大きく苦戦し、売上不振となった。
- 第2四半期は、実需での売上の伸長、業務改善の効果が現れ、メンズ、ウィメンズの売上は上向いたものの、第1四半期のマイナスを取り戻すには至らなかった。
- キッズは、定番商品のラインナップがリニューアル期間にあたる中、品揃えのバランスを欠き、売上を大きく落とす結果となった。

## 新たな取り組み

### 提案力の向上

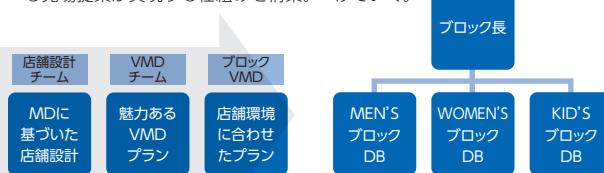


### ● 原宿オフィスへの営業系機能移転



### ● 提案する売場へ

- ・ 店舗設計段階から、全社プラン、各店舗の売場まで、MDに基づいた、魅力ある売場提案が実現する仕組みを構築。
- ・ 店舗運営部内にディストリビューターを設置し、店別の在庫管理精度を上げていく。



### ● その他施策

#### [店舗運営部組織再編]

- ・ 各「ブロック」へ権限を委譲し、また、組織階層を減らすことで実行スピードを上げていく。

#### [ロケーションMDの導入]

- ・ 出店施設・地域の客層に合わせた商品展開を行い、ロードサイド店舗、パワーセンター店舗等の売上を回復させる。

#### [キッズのラインナップ見直し]

- ・ 春夏商戦に向けては、ベーシック商材を強化しキッズの売上回復を図る。

#### [EC売上上の回復]

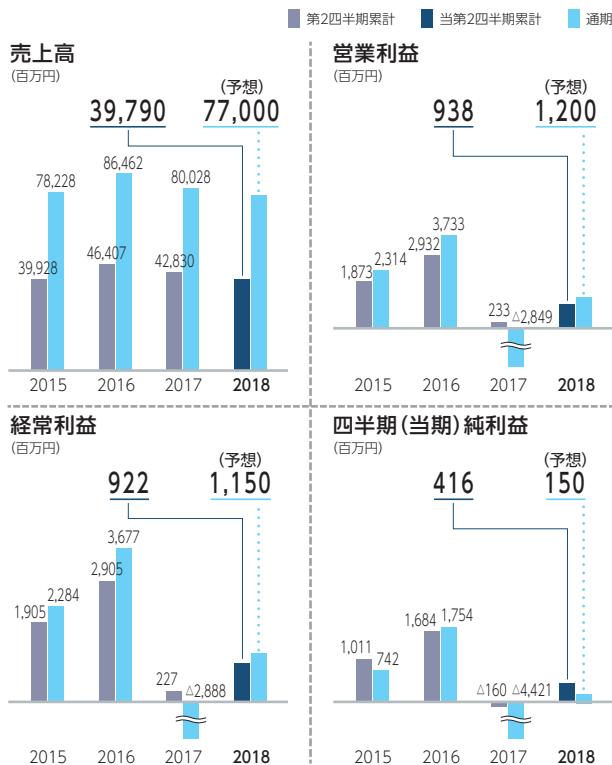
- ・ Eコマース部と販売促進部をマーケティング部として統合し、情報発信力を高め、その他各種業務見直しを進め、来期の飛躍に向けたインフラ構築等の準備を進める。

## 財務ハイライト

### 第39期上半期の実績

利益面におきましては、在庫管理精度の向上と社内業務改善効果もあり、値下げロスが抑制され、また、販売費及び一般管理費の低減に努めたことで、営業利益は938百万円（前年同四半期比302.1%増）、経常利益は922百万円（前年同四半期比306.2%増）、四半期純利益は416百万円（前年同四半期は160百万円の四半期純損失）となりました。

[ 売 上 高 ]	397 億円
[ 営 業 利 益 ]	9.3 億円
[ 経 常 利 益 ]	9.2 億円
[ 四 半 期 純 利 益 ]	4.1 億円



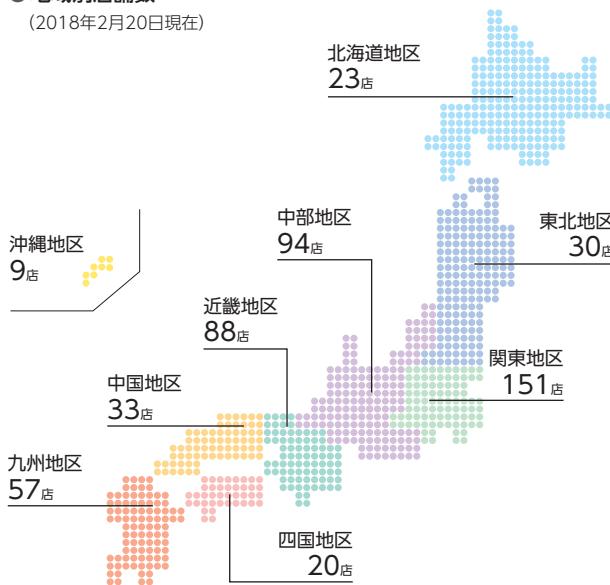
## 通期見通しについて

通期の業績につきましては、当第2四半期累計期間の実績、足元の売上高の推移並びに今後の商品戦略等を踏まえ、通期業績予想を下記のとおり見込んでおります。

通期予想	[ 売 上 高 ]	770 億円
	[ 営 業 利 益 ]	12 億円
	[ 経 常 利 益 ]	11.5 億円
	[ 当 期 純 利 益 ]	1.5 億円

### ● 地域別店舗数

(2018年2月20日現在)



全国で 合計 **505** 店舗

## 1 商品の強化

素材から開発を進め高い機能性・品質にこだわった商品など、独自性のある商品開発を行うとともに、トレンド商品をしっかりと取り揃えていきます。

### SALASALAシリーズ

自社ブランド「BACK NUMBER」の人気商品「SALASALA」シリーズから、特徴である3つの機能「吸水速乾」「軽量感」「イージーケア」を従来の商品よりも大幅にパワーアップさせ、さらに接触冷感、UVカット、抗菌防臭、遮熱など、それぞれのアイテムで異なる機能を追加しました。機能はもちろん、見た目にも涼やかなラインナップで展開します。

#### 今年のSALASALAはさらに機能アップ

肌にまとわりつかないさらりとした感触、心地良い清涼感のある風合いが魅力的なSALASALAシリーズ。



新商品展開に合わせて、イメージキャラクターである小栗旬さんにご出演いただき、「初夏の胸躍るアクティブな外出シーン」をコンセプトに、WEBムービー「SALASALAで行こう篇」を公開しました。



着用商品



SALASALA特設サイト

<https://e.right-on.co.jp/Page/SALASALAsalattoikoyo/>

### キッズ商品の強化

累計販売本数1,300万本を誇る人気商品「MPS®ボトム」シリーズをリニューアルしました。機能・ディテールを向上するとともに、ラインナップも豊富に取り揃え、キッズ商品を強化していきます。

#### 脱ぎ着ららくな ウエストリブ

苦手な着替えも簡単に。1人でも上手に着こなせる！リブ部分もカット素材なので、やわらかく肌にやさしい！

#### サイズ調整可能な アジャスター機能

ジャストサイズだと穿ける期間が短く…。そんな悩みも、アジャスターがあれば解決！お気に入りのボトムも長く使える！




Naughty Dog

新規事業である「ノーティードッグ」では話題のサブブランド「ROYAL」(ロイアル)を新たに展開しました。今後も商品ラインナップの充実を図ってまいります。

## 2 販促の強化

当社の「商品の品質へのこだわり」など商品の良さをお客様に伝えるイメージ戦略をとるとともに、販促チャネルを既存のメディアからデジタルメディアへシフトし、情報発信力を強化していきます。

タレントやアーティストなどを起用し、ブランドやジーンズの魅力を訴求するなどイメージ戦略を強化



Naughtly Dog × BARFOUT!

雑誌とのタイアップではターゲットを絞ったスタイル提案やトレンドを意識した商品の訴求を強化



SPRING × Right-on.



GO OUT × Right-on.

デジタルメディアへのシフトを加速。  
特にWEB広告では修正・改善を重ねることにより効果ある情報発信力へ

### 〈実績〉

既存メディアでの販促を後押しするデジタルメディア

#### ● BLACK FRIDAY

既存チラシに加えWEB独自の広告を作成し、積極的に訴求しました。



→ 過去最高の期間売上となりました。

今後も広告の効果を上げられるよう精度を向上させていきます。

### 〈今後の強化策〉

チラシの後押しだけでなく、新商品の良さを“新規顧客”の方に伝えていくためのデジタルメディアを使用していきます。



#### ◀ [TABI LABOでの和紙デニム特集記事]

TABI LABOとは…  
カルチャーからライフスタイル、トレンドやテクノロジーなどいま世界で起きているあらゆるトピックを扱う、インターネットメディア

<https://tabi-labo.com/282664/washi-denim>

ライフスタイル等を自分で調べて、人に自分からおすすめるような感度の高い方に広告を出すことができ、長文で語るようなこだわった商品が伝わりやすい特徴があります。

→ SALEだけでなく新作の広告を併せて行っていくことで、新しい客層の開拓を図っていきます。

### 3 売場の強化

商品計画の段階からスタイリングや売場イメージの要素を組み込むとともに、訴求力の高い売場を実現し入店客数の増加を図ります。

#### Pick UP 神戸ハーバーランドumie店



メンズ売場



ウィメンズ売場



キッズ売場



#### Pick UP トリエ京王調布店



メンズ売場



ウィメンズ売場



キッズ売場



## ECマース (オンラインショップ) について

第39期上半期では、2017年9月にマルイウェブチャネル、2018年1月にはマガシークといった大手インターネットモールへ出店し、オンラインショップの販路拡大を進めてまいりました。

### 出店中のインターネットモール



ライトオン公式オンラインショップでは、店舗受け取りサービスや店頭在庫検索、サイズフィッティングサポートなど、充実したお買い物体験をしていただけるようサービス強化も進めています。

また、スタイリング提案として全国の店舗スタッフが日々スナップを更新したり、会員組織を活用したアプリやLINEを通して、お客様とのコミュニケーションをWEBサイトで図ってまいります。



### サイズフィッティングサポート



## 会社の概要 (2018年4月1日現在)

社名 株式会社ライトオン

本社所在地 〒305-8503  
茨城県つくば市吾妻1丁目11番1

代表電話 029-858-0321

会社HP <http://right-on.co.jp/>

設立 1980年4月1日

資本金 6,195百万円

代表者 代表取締役社長 川崎純平

正社員数 985名

- 事業内容
- ジーンズを中核アイテムとしたカジュアルウェアを販売する専門店。
  - ショッピングセンター、パワーセンター、駅ビル等のインショップ、都市型路面店及びロードサイド型店舗と様々な出店形態により全国チェーン展開。

## 役員

代表取締役会長	藤原政博
代表取締役社長	川崎純平
取締役副会長	横内達治
取締役	藤原祐介
取締役	石田淳一
取締役	小濱裕正
取締役	増山弘
取締役	多田斎
常勤監査役	大友博雄
常勤監査役	三浦憲之
監査役	永井俊博
監査役	平出晋一

(注)  
※取締役小濱裕正、増山弘及び多田斎の各氏は、社外取締役であります。  
※監査役永井俊博及び平出晋一の両氏は、社外監査役であります。

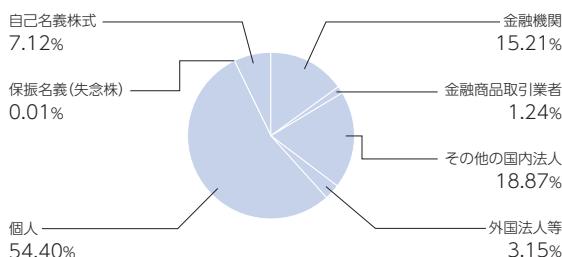
## 株式の状況 (2018年2月20日現在)

発行可能株式総数 60,000,000株

発行済株式の総数 29,631,500株

株主数 38,222名

## 所有者別株式分布状況



## 大株主

株主名	株数(千株)	持株比率(%)
藤原政博	5,225	17.63
有限会社藤原興産	4,873	16.44
株式会社ライトオン	2,111	7.12
藤原祐介	1,739	5.87
藤原英子	674	2.27
株式会社三菱東京UFJ銀行	627	2.11
日本生命保険相互会社	618	2.08
株式会社常陽銀行	528	1.78
藤原亮誠	462	1.55
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4)	443	1.49