

個人投資家説明会資料

株式会社 白洋舎
2021年9月12日（日）



会社概要

【 商 号 】 株式会社白洋舎

【 資本金 】 2 4 億 1 千万円

【 創 業 】 1 9 0 6 年（明治 3 9 年）

【 設 立 】 1 9 2 0 年（大正9年） 5 月 2 日

【 代表者 】 代表取締役社長執行役員 松本 彰

【 本 社 】 東京都大田区下丸子 2 丁目 1 1 番 8 号

【事業内容】 クリーニング事業、レンタル事業ほか

【株式上場】 1 9 4 9 年 5 月 1 6 日 東証第一部（証券CD： 9 7 3 1）

【関係会社】 連結子会社 1 0 社、持分法適用関連会社 2 社



沿革

- ・ 1906年（明治39年）3月：創業者五十嵐健治、東京日本橋呉服町に「白洋舎」を開業
- ・ 1907年（明治40年）7月：東京大井に日本最初のドライクリーニング工場を開設
- ・ 1920年（大正 9年）5月：株式会社に改組、「白洋舎クリーニング(株)」と改称
- ・ 1949年（昭和24年）5月：東京証券取引所上場
- ・ 1962年（昭和37年）2月：リネンサプライ業務開始
- ・ 1975年（昭和50年）2月：ユニフォームレンタル業務開始
- ・ 2006年（平成18年）3月：創業100周年を迎える
- ・ 2014年（平成26年）7月：本社を大田区下丸子に移転



←新潮社出版
『夕ありあ朝あり』表紙

企業理念

経営理念

人々の清潔で、快適な生活空間づくりのために、
たゆまぬ技術革新と感動を与えるサービスを提供し、
社会に貢献します。

企業理念 基本精神

奉仕の徹底 一人代表 開拓者精神

「他人の益をはかり、他人をよろこばす、人生これにまさる愉快的ことはありません。」

「普通の奉仕はだれでもやる。他にまねのできない徹底した奉仕をして、他人さまをよろこばせよう。

お得意のために奉仕し、その利益をはかり、満足をあたえる
ということは、当然のことであって、これほどよろこばしいことは
ありません。」

「かゆいところに手の届くように、奉仕ができるならば、
客の満足はもちろん、自分としても愉快ではありませんか。
道楽といえはいえないこともないが、このような道楽は、
最も高尚で、意義のある道楽でしょう。」

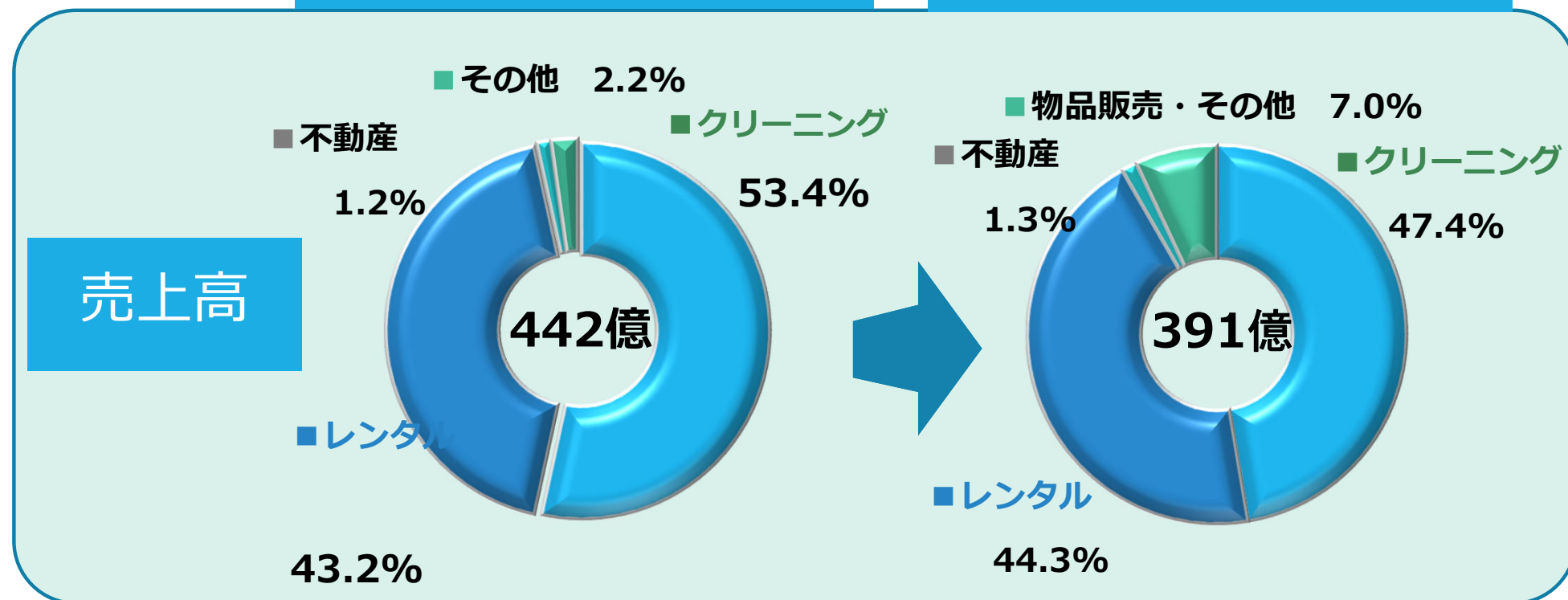


創業者 五十嵐 健治

連結セグメント別売上構成

2010年12月期

2020年12月期



注) セグメント構成比は、調整額（セグメント間消去及び全社費用配賦）控除前の数値により算出

※2019年12月期第2四半期以降、「その他」に区分していた「物品販売」は独立したセグメントとして扱っております。

クリーニング事業

ホームクリーニング



クリーニング事業

対象：主に個人のお客さま



店舗

国内10支店、グループ会社2社 約500店舗
(直営店舗+フランチャイズ店舗)

出典形態：百貨店、ストア、駅ビル、工場付き店舗、路面店



集配

国内約400の集配ルート網

衣類ケアの専門知識を持つ担当者「CLP(Clean Living Partner)」がお客さまのご自宅までお伺いし、クリーニング品をお預かり・お届け



ネット宅配

専用のWEBページよりお申込み

全国どこからでも白洋舎のクリーニングをご利用可能

クリーニング事業

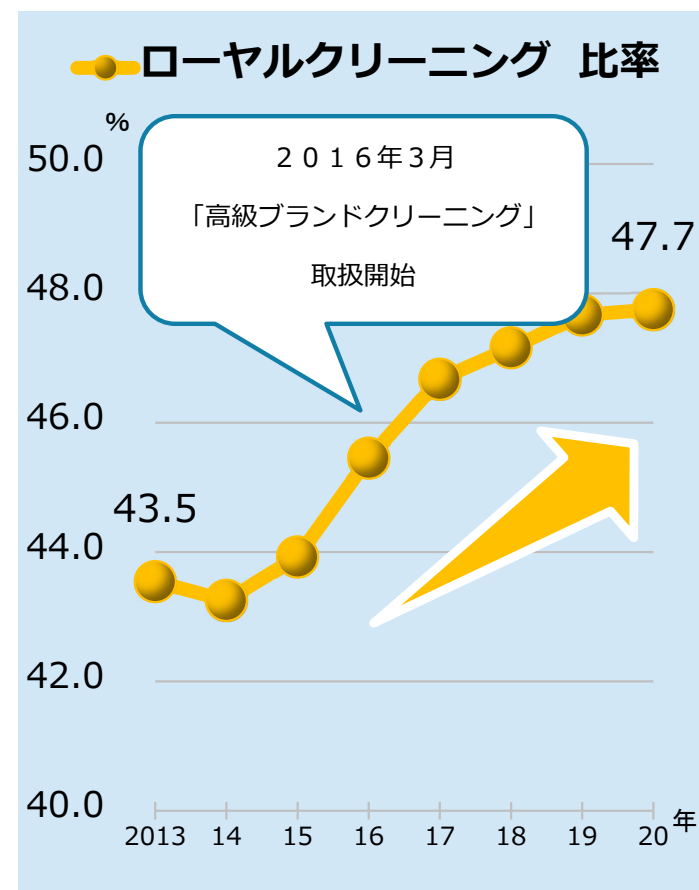
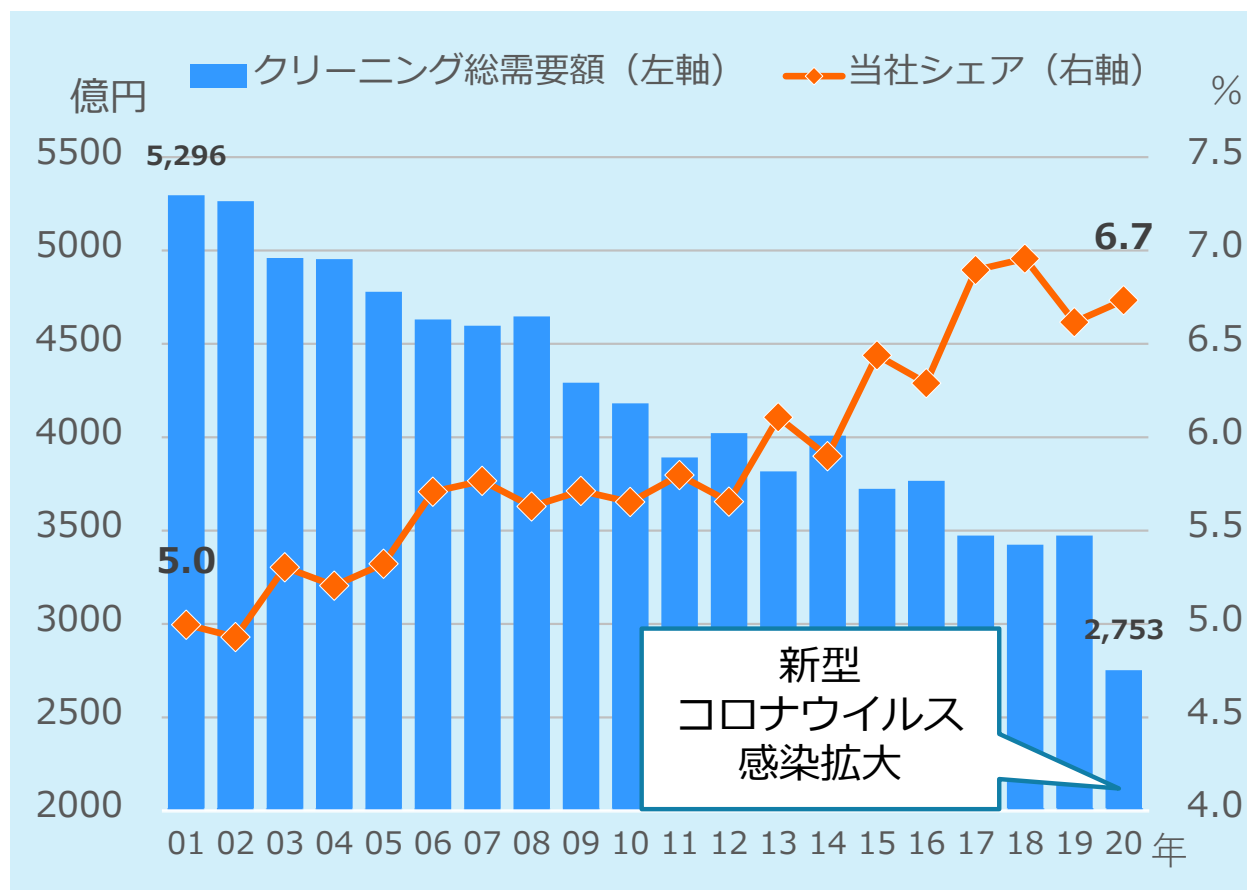
クリーニングの総需要 2,753億円（2020年）

ピーク時8,170億円（1992年）から中長期的に減少傾向

白洋舎グループ売上高 185億円（2020年）

ブランド力・技術力を活かした高価格帯に強み

- ・ 服装のカジュアル化
- ・ 家庭用洗濯機等の高機能化
- ・ 外出自粛・テレワークの浸透



クリーニング事業 品質へのこだわり

洗濯科学研究所



業界唯一の
自社研究機関

技術者資格制度



工場技術・接客技術に応じた独自の資格制度

カウンタースタッフ 資格制度



CLP資格制度





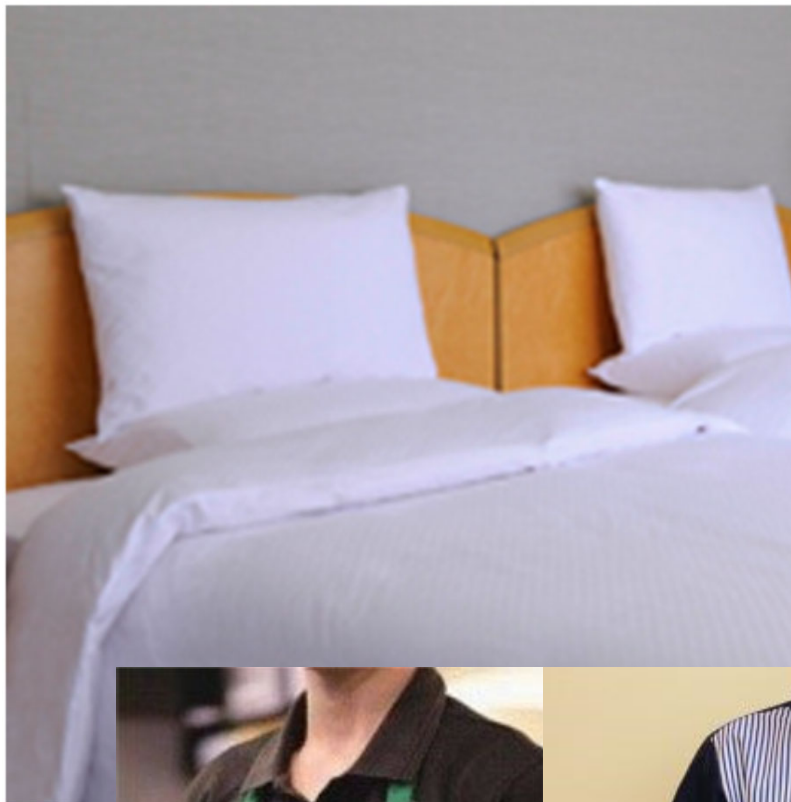
大切な1着は白洋舎！

**高級ブランドのショップで
白洋舎を勧められた！**



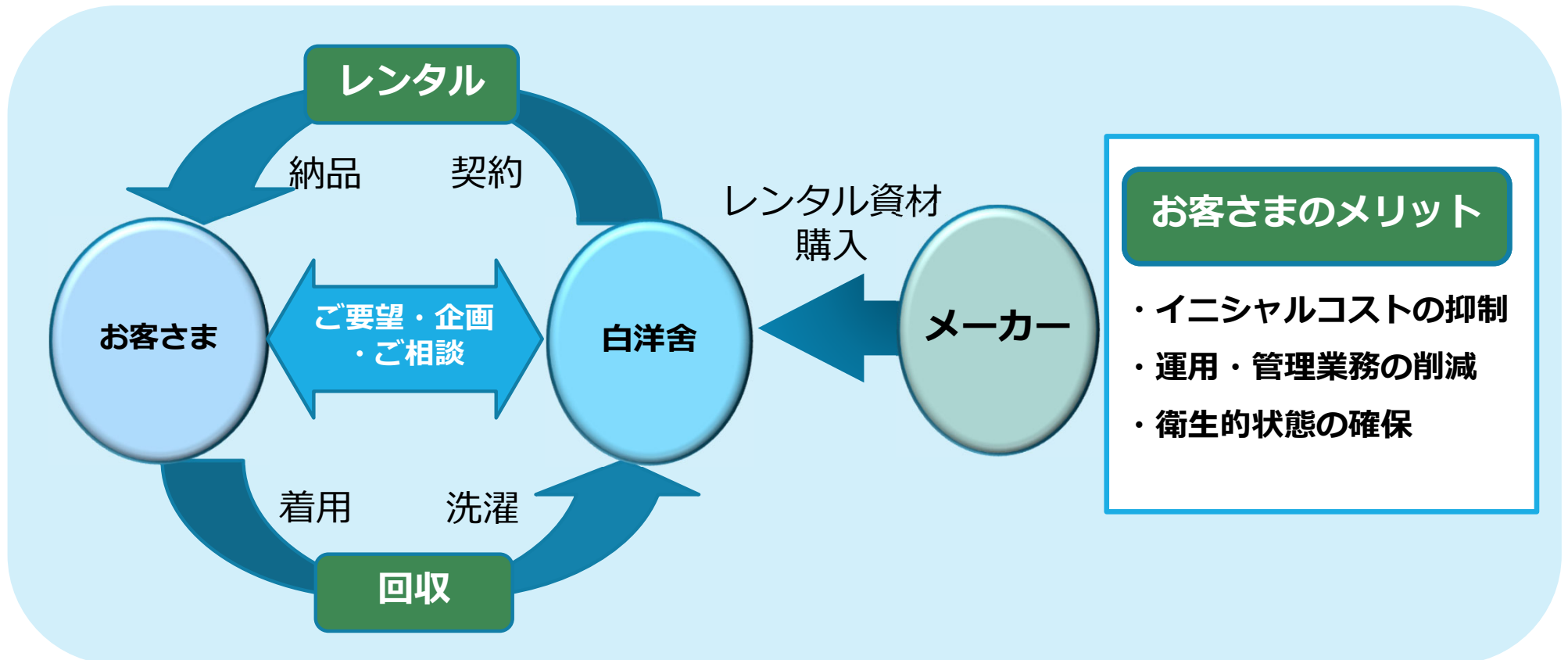
レンタル事業

リネンサプライ
ユニフォームレンタル



レンタル事業

- ・対象：法人のお客さま
- ・ホテル客室リネン類（タオル・シーツ等）やユニフォームを企画・調達
⇒修理等のメンテナンスを付けて一定の契約期間クリーニングおよびレンタルを行う



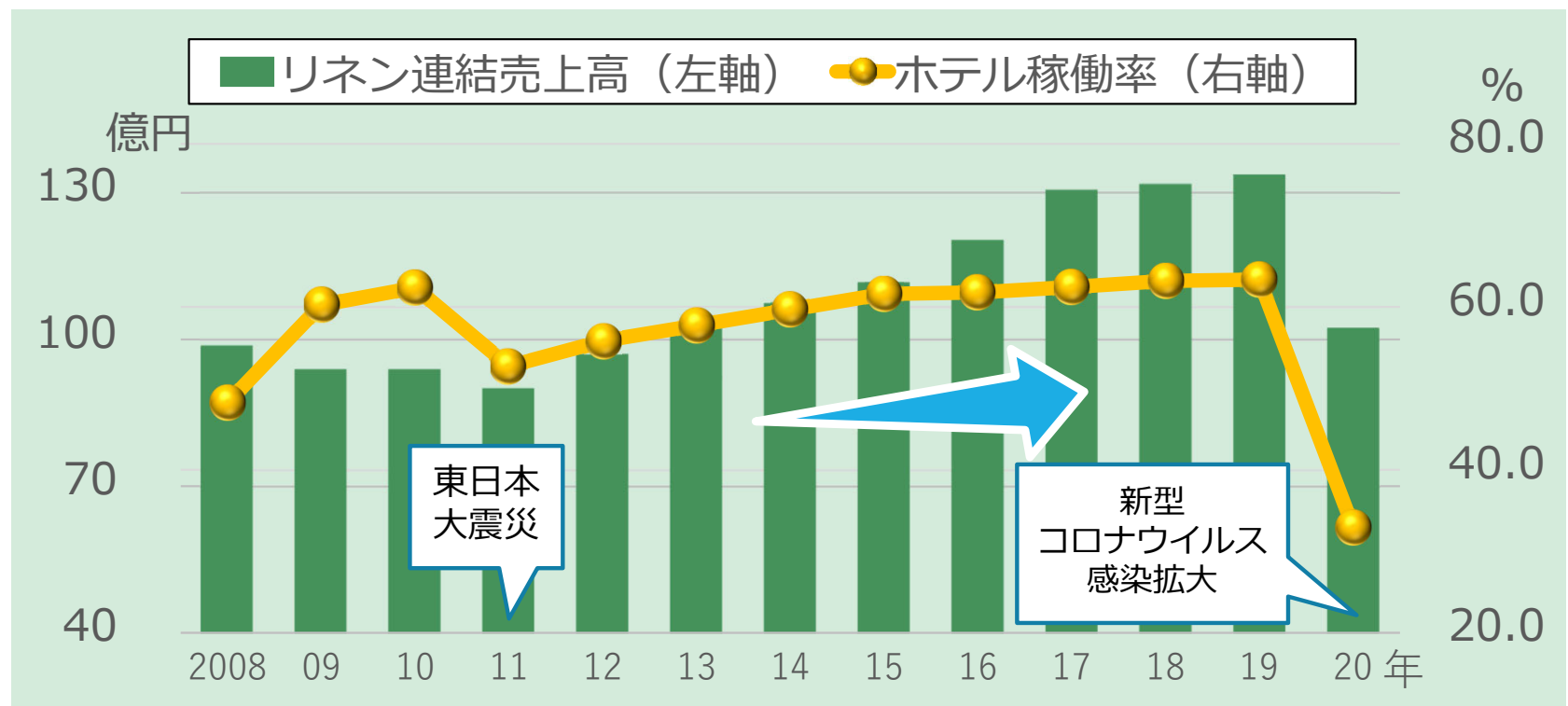
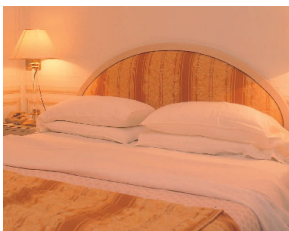
レンタル事業（リネンサプライ）

主要顧客

高級ホテル、外資系ラグジュアリーホテル、リゾート施設、レストラン、スパ、ゴルフ場 等

取引商品

シーツ、デュベカバー、バスタオル、テーブルクロス、ナプキン 等



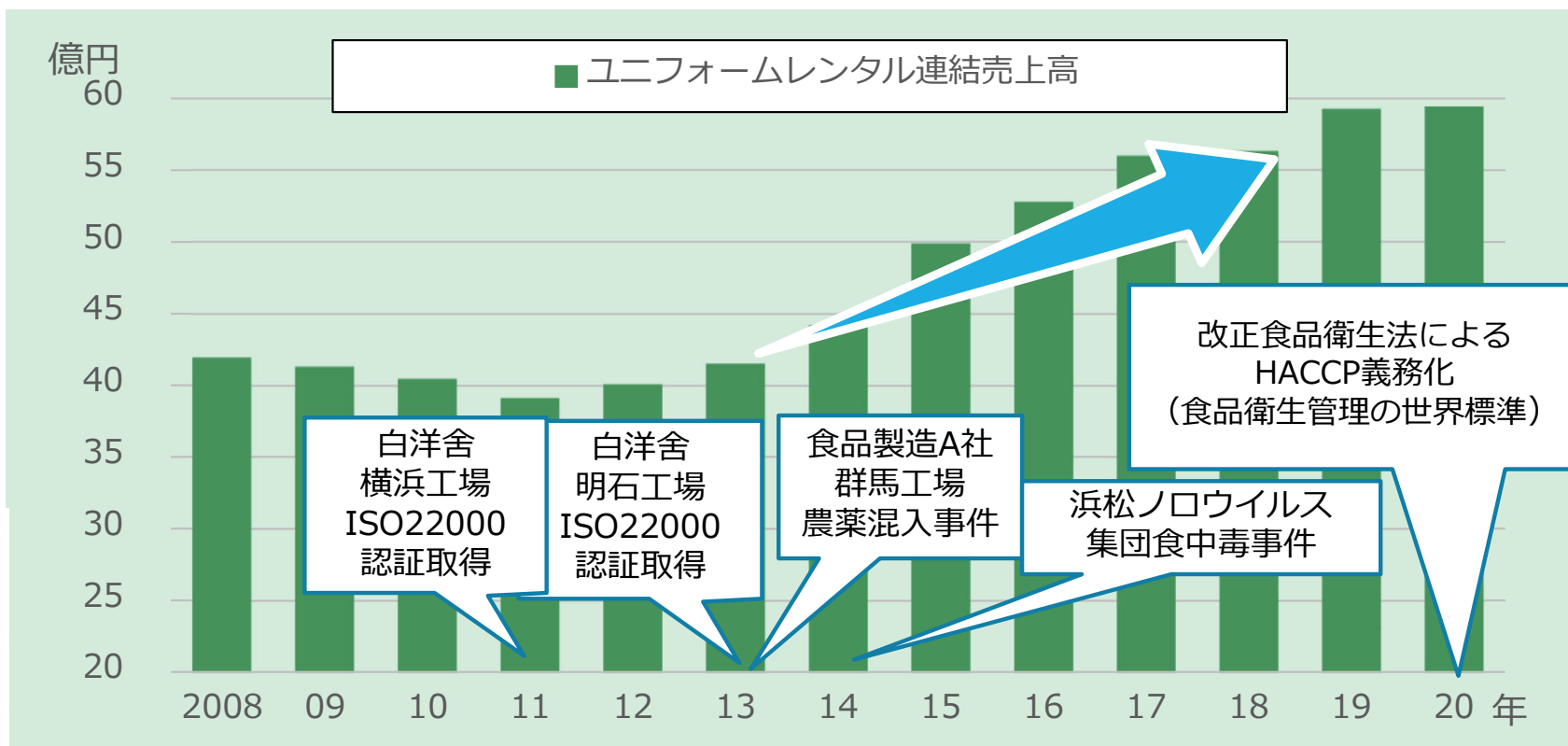
ホテル稼働率：全国の旅館・リゾート・ビジネス・シティホテルの平均値（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

注）連結売上高は、グループ会社各社単体の売上高（グループ内取引控除前）の合計により算出

レンタル事業（ユニフォームレンタル）

主要顧客 食品工場、コンビニ、製造工場、レストラン、アミューズメント 等

取引商品 食品白衣、店舗ユニフォーム、作業着、エプロン、事務服、検診着 等



注) 連結売上高は、グループ会社各社単体の売上高（グループ内取引控除前）の合計により算出

海外拠点

恒隆白洋舎有限公司 (持分法適用関連会社)

事業内容

クリーニング事業

店舗数

24店舗 13ルート

設立

1965年6月



*店舗数、ルート数は2021年8月現在

白洋舎インターナショナル ダステックスホノルル (連結子会社)

事業内容

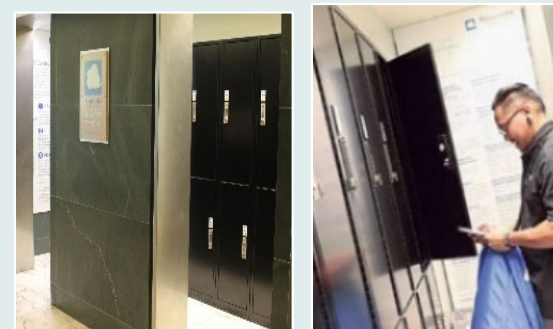
クリーニング・レンタル事業

店舗数

9店舗 2ルート

設立

1970年3月



※ロッカーシステムを導入

足元の企業環境

- ・ 2021年 年明け間もなく緊急事態宣言が発出
- ・ コロナの感染拡大収まらず、緊急事態宣言と蔓延防止等重点措置が断続的に発出

リネン サプライ	ホテルの客室稼働率・宴会需要に回復見られず
ユニフォーム レンタル	飲食店・コンビニ・テーマパークなどの時短や休業が継続
クリーニング	外出自粛やテレワークでビジネスウェアやおしゃれ着に集品回復見られず

連結P/L

(金額単位：百万円)

	2020年12月期 第2四半期 業績	2021年12月期			主な増減要因
		第2四半期 業績	前期比		
			増減	増減率	
売上高	20,362	17,204	△ 3,158	△15.5%	
うち クリーニング	9,372	8,598	△ 774	△8.3%	外出自粛・在宅勤務の普及による需要減少等
うち レンタル	9,541	7,522	△ 2,019	△21.2%	緊急事態宣言発令によるホテル稼働率の低下等
うち 不動産	383	354	△ 29	△7.6%	
営業利益	△ 2,046	△ 1,831	215	10.5%	
うち クリーニング	△ 742	△ 330	412	55.5%	店舗閉鎖等による経費減等
うち レンタル	△ 540	△ 743	△ 203	△37.6%	売上高の減少等
うち 不動産	174	177	3	1.7%	
経常利益	△ 2,020	△ 1,539	481	23.8%	
特別利益	0	1,844	1,844	-	固定資産（土地）・保険事業の売却
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△ 2,410	△ 86	2,324	96.4%	

(注) セグメント別営業利益は、調整額（セグメント間消去及び全社費用配賦）控除前の額

連結P/L (補足)

(金額単位：百万円)

	2020年12 月期 第2四半期 業績	2021年12月期			決算期	備考
		第2四半期 業績	前期比			
			増減	増減率		
連結売上高	20,362	17,204	△3,158	△15.5%	12月	
うち白洋舎本体	14,573	13,878	△695	△4.8%	12月	1~6月実績
うち連結子会社9社 合計	7,084	4,400	△2,684	△37.9%	9月	10~3月実績
連結経常利益	△2,020	△1,539	481	23.8%	12月	
うち 白洋舎本体	△1,768	△923	845	47.8%	12月	1~6月実績
うち連結子会社9社 合計	△253	△680	△427	△168.6%	9月	10~3月実績

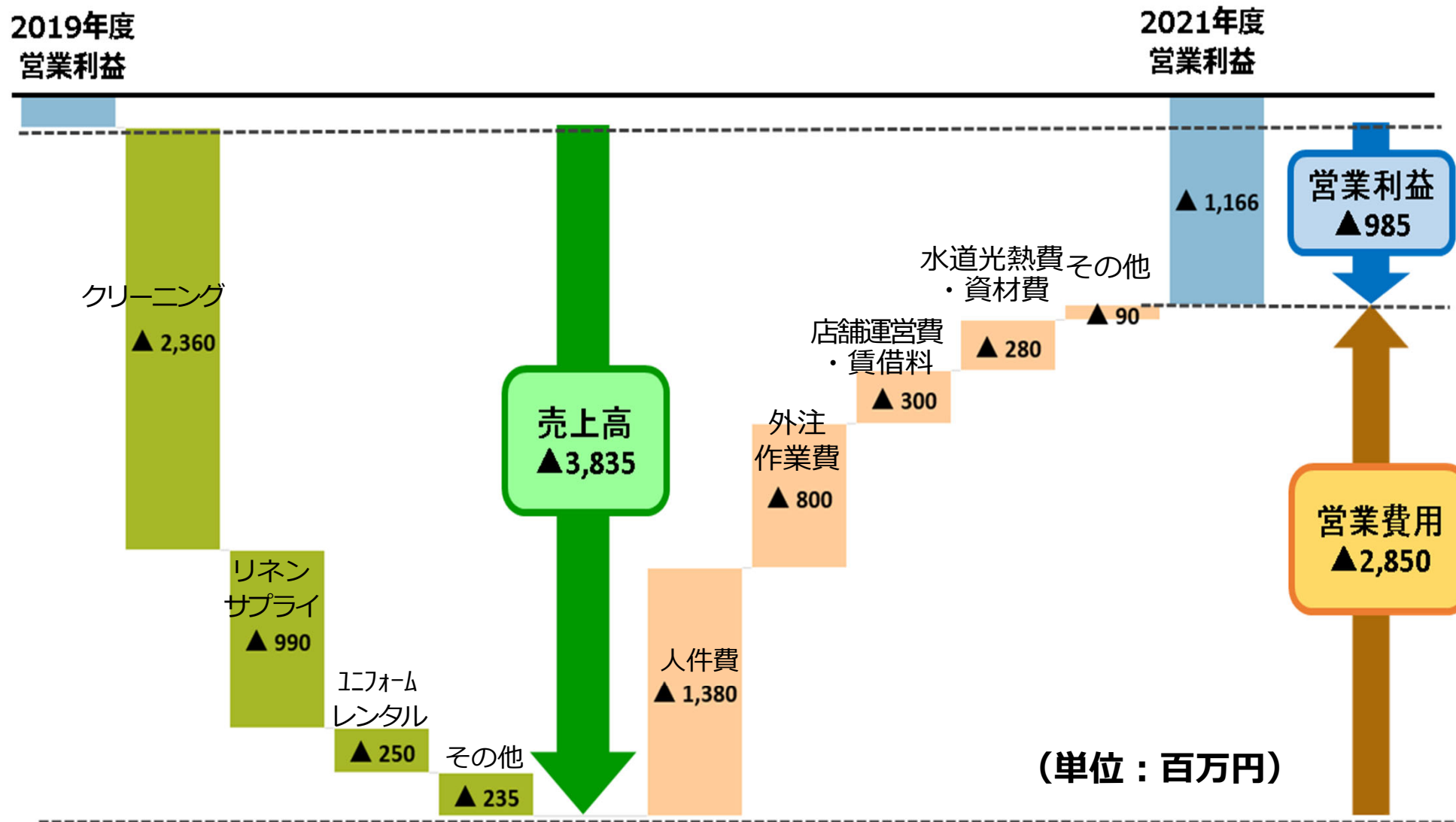
連結子会社は全て9月決算のため、第2四半期の連結決算には前年10月～当年3月の数値を反映
 = 2020年12月期第2四半期の実績値はコロナ感染拡大本格化前(2019年10月～2020年3月)の業績
 →前期比での減収・減益率が拡大

※白洋舎本体と連結子会社9社合計の業績値はグループ内取引控除前のため、合計値と連結業績の数値は不一致

※白洋舎本体の各年実績には、2020年10月に吸収合併した日本リネンサプライ(株)、2021年1月に吸収合併した信和実業(株)の業績を算入

営業損益増減要因概算（白洋舎単体）

営業損益（白洋舎単体） 2019年実績比▲985百万円 ⇒ 売上高▲3,835百万円 – 営業費用▲2,850百万円



* 人件費：従業員給与、派遣費用、法定福利費、福利厚生費の合計

連結B/S

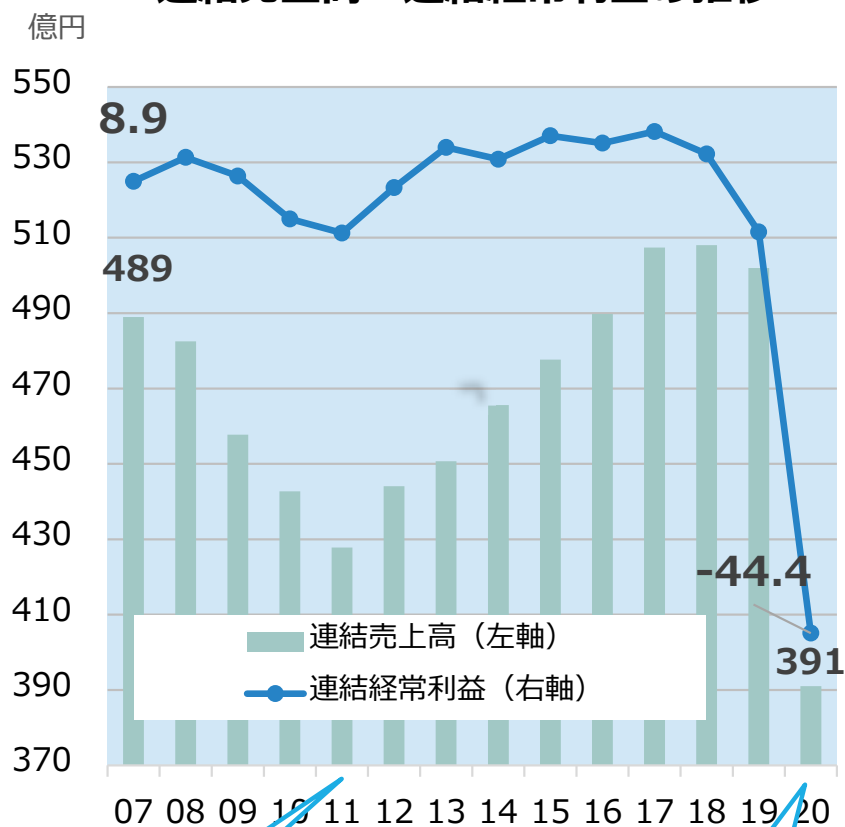
(金額単位：百万円)

	2020年12月期 期末実績	2021年12月期		
		第2四半期 実績	前期比	
			増減	増減率
流動資産	11,156	10,734	△ 422	△3.8%
固定資産	23,699	23,035	△ 664	△2.8%
総資産	34,856	33,769	△ 1,087	△3.1%
流動負債	14,272	10,681	△ 3,591	△25.2%
固定負債	14,525	17,095	2,570	17.7%
負債合計	28,798	27,777	△ 1,021	△3.5%
負債・純資産合計	6,057	5,992	△ 65	△1.1%

業績推移（連結）

- ・震災以降、高品質路線による差別化、レンタル事業の市場拡大等を背景にV字回復
- ・コロナ禍での売上減少に対しては工場の生産調整等による経費抑制対応
- ・アフターコロナに向け拠点の統廃合やデジタル化等、構造改革を推進

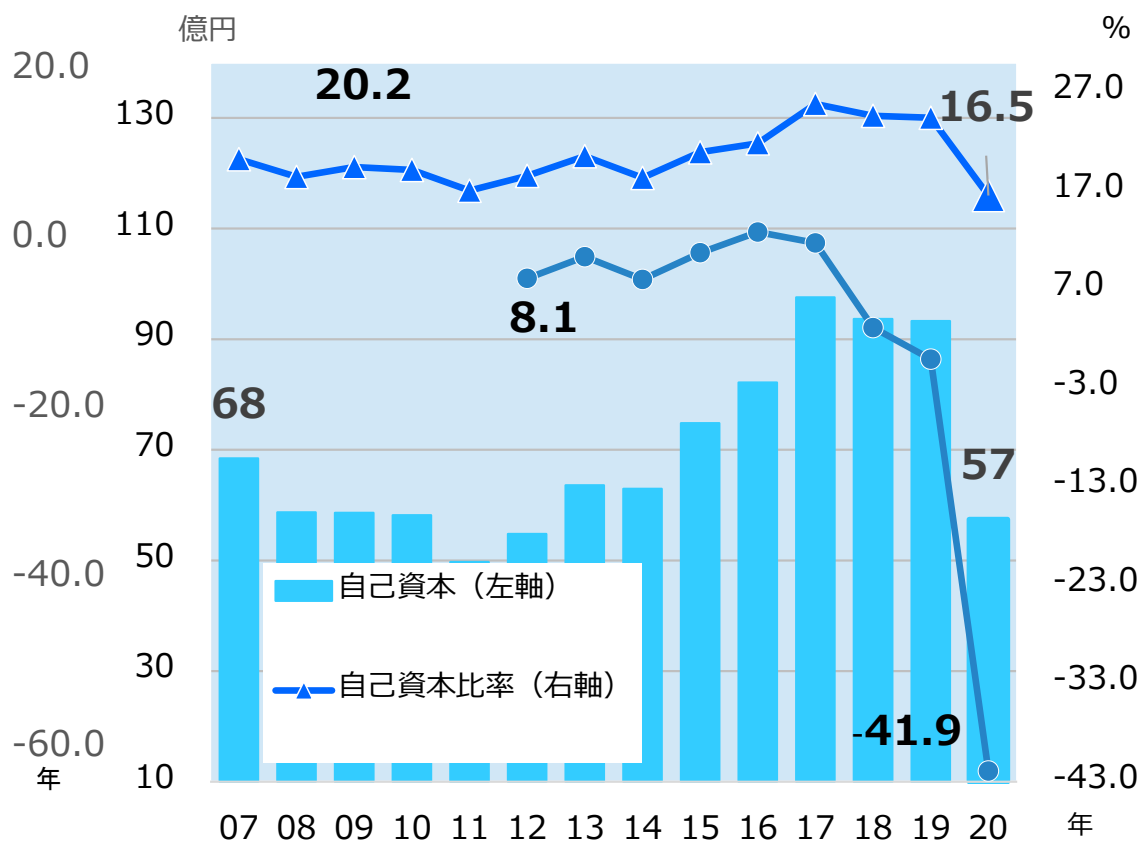
連結売上高・連結経常利益の推移



東日本
大震災

新型コロナ
感染拡大

自己資本・自己資本比率・自己資本利益率の推移



通期業績見通し（連結）

（金額単位：百万円）

	2020年12月期 通期連結実績	2021年12月期連結業績予想		
		通期予想	前期比	
			増減	増減率
売上高	39,146	34,900	△ 4,246	△10.8%
営業利益	△ 4,742	△ 3,400	1,342	28.3%
経常利益	△ 4,439	△ 3,100	1,339	30.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	△ 3,159	△ 1,500	1,659	52.5%

中期経営計画（2021年～2023年）

Together 2023 —成長軌道への回帰—

経営基盤を再構築し、
「人々の清潔で快適な生活空間づくり」への
更なる貢献を果たす

基本戦略

1. 構造改革の加速化及び新たな成長領域の創出

- ・クリーニング事業の構造改革（不採算店舗閉鎖・拠点再編等による固定費削減）
- ・ユニフォームレンタル事業の業容拡大（営業・生産両面で経営資源を優先配分）
- ・デジタル化の推進による業務効率の改善

2. 「奉仕の徹底」が可能な強い職場づくり

- ・人員配置の適正化（事業部間の人材交流、成長領域へ要員シフト）
- ・ダイバーシティ推進（女性CLPや管理職、シニア層活用、障害者雇用継続）
- ・テレワーク環境の整備等働き方の改革の推進

3. 毀損した自己資本の着実なる回復

- ・自己資本比率の20%台回復
- ・不動産事業による収益貢献

4. 最適な企業統治実現による企業価値向上

- ・コーポレートガバナンスコード再改訂への対応
- ・グループ内部統制の整備
- ・SDGs達成への貢献

足元の企業環境

リネンサプライ	ホテルの客室稼働率・宴会需要に回復見られず
ユニフォーム レンタル	飲食店・コンビニ・テーマパークなどの時短や休業が継続
クリーニング	外出自粛やテレワークでビジネスウェアやおしゃれ着に集品 回復見られず

ワクチン接種の拡がり 治療薬の実用化の動き

来年以降

まずは国内から、その後海外から
観光やレジャー等を目的とした移動や宿泊の本格化

▶▶▶ 市場の回復

事業環境

リネンサプライ

- ・ そもそも国の観光立国化に伴う成長領域
- ・ コロナ禍にあっても開業するホテル、開業予定のホテルも多い
- ・ 白洋舎もいくつものホテルを新規受注

ユニフォーム レンタル

HACCP（食品衛生管理の国際標準）の義務化
⇒食品関連企業等の需要拡大

クリーニング

- ・ 衣類のクリーニング市場は縮小傾向
- ・ With/Afterコロナにおけるニューノーマルの中で十分な需要回復は望めない

レンタル事業 戦略

【リネンサプライ】

- ・収益率を意識した新規取引先の拡大
- ・グループ総体での生産体制効率化

【ユニフォームレンタル】

- ・HACCPを背景とした食品関連等での新規取引先の拡大
- ・クリーニング部門からの人材シフトによる営業体制強化
- ・地域戦略、クリーニング事業との融合による業容拡大

レンタル事業（リネンサプライ） 戦略

新規取引先の拡大

グループ間の効率的な生産供給体制の構築



生産拠点間で需要・生産能力に基づき
機動的に生産調整を行うなど、
グループ生産設備をフル活用し、
ランニングコスト削減、生産性を向上



レンタル事業（ユニフォームレンタル） 戦略

営業体制を強化し、食品分野等での新規取引先の拡大

HACCP（食品衛生管理の世界標準）義務化

ISO22000認証取得工場

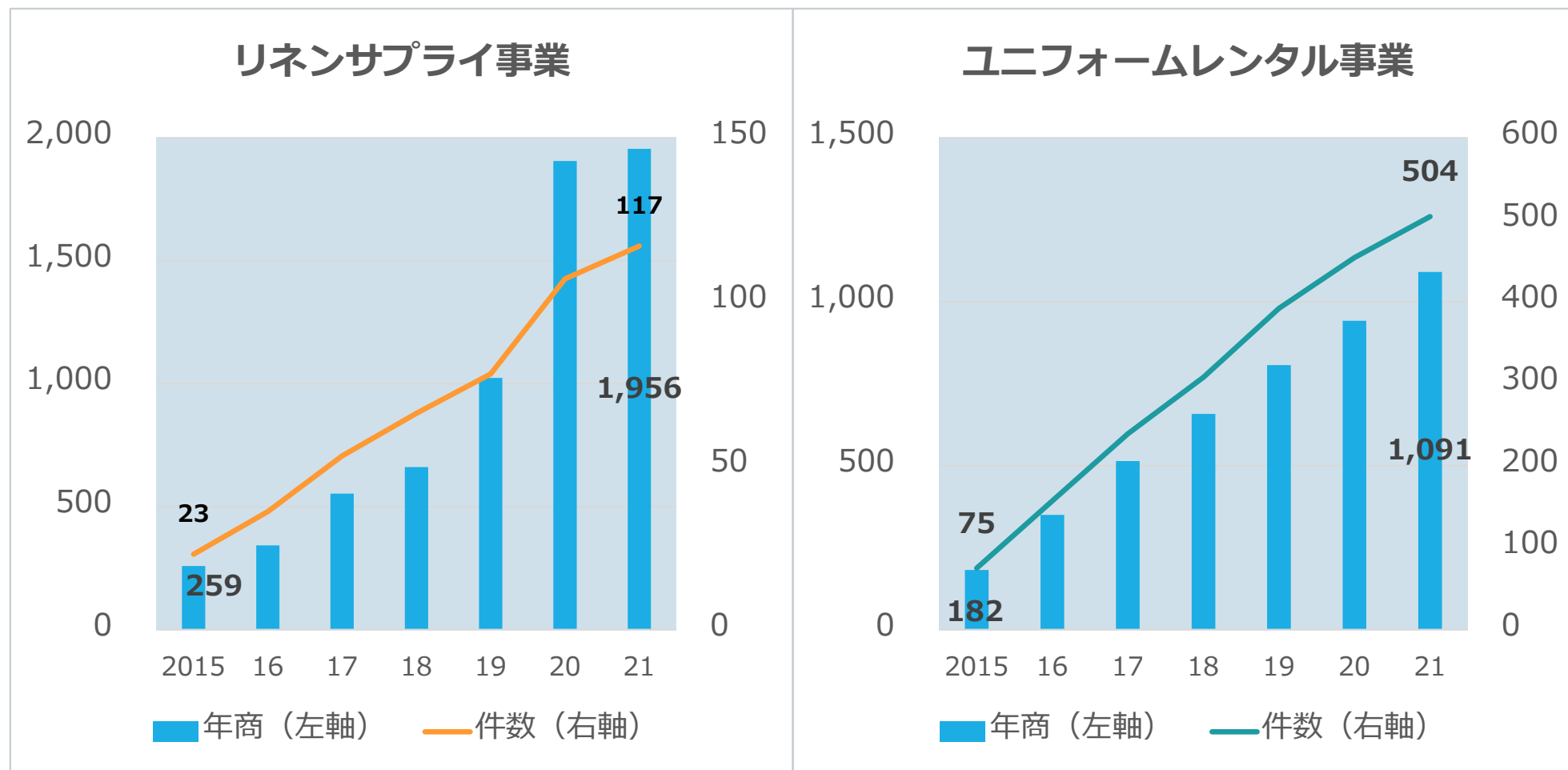
HACCPのシステム管理取り入れ

- ◆加熱 殺菌工程
- ◆二次汚染・交差汚染防止
- ◆異物混入対策等



新規受注件数及び年商（過去7年間累計）

（金額単位：百万円）



クリーニング事業 戦略

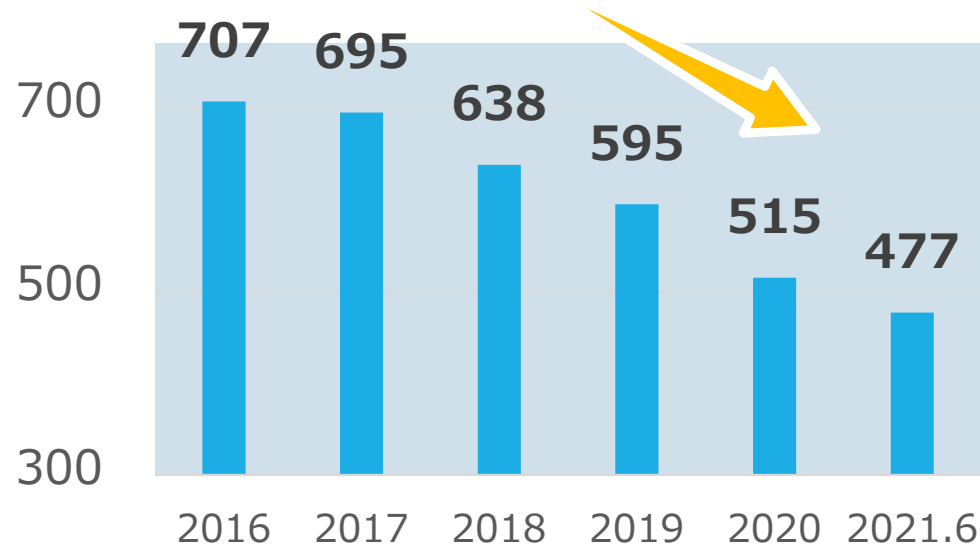
- 構造改革による事業収益力の改善
- チャネルシフトによる収益性の改善
⇒店舗から収益性の高い「ルート（集配）」「ネット宅配」へのチャネルシフト
- 非衣類・非クリーニング、生活スタイルの変化に応じた新サービスの展開
- デジタルマーケティングの推進によるクリーニング需要の創造

クリーニング事業 戦略

事業構造改革の加速化による事業収益力の改善

不採算店舗閉鎖・拠点再編等による固定費の圧縮を推進

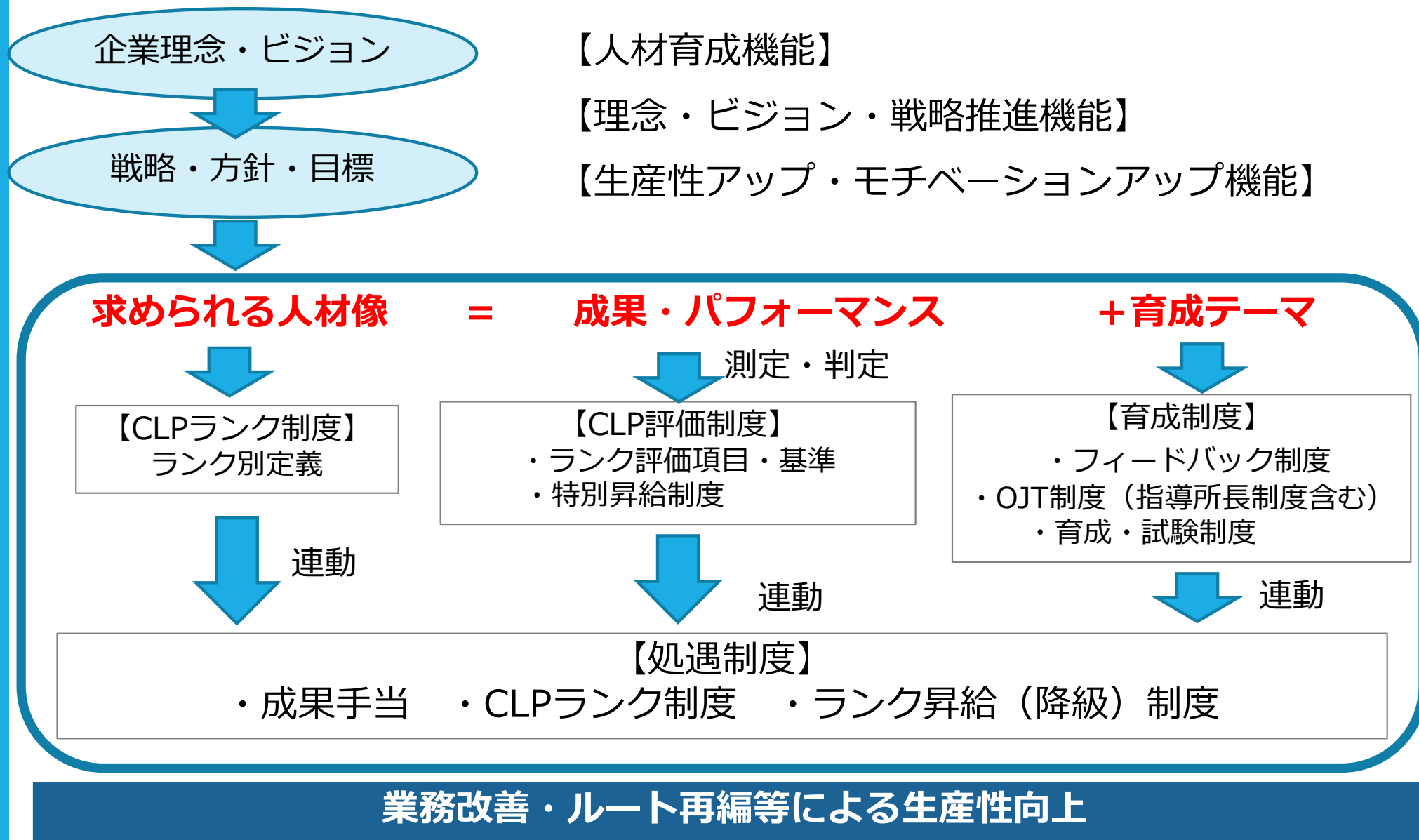
店舗数の推移



支店・工場の統廃合

- ・東京東工場縮小（18/1）
- ・横浜工場閉鎖（19/2）
- ・広島工場縮小（19/12）
- ・東京東支店・千葉支店統合（20/1）
- ・大宮工場閉鎖（20/11）
- ・神戸工場閉鎖（20/11）
- ・西工場縮小（20/12）
- ・横浜支店・湘南支店統合（21/1）
- ・大阪支店・京都支店統合（21/1）

クリーンリビングパートナー（CLP）制度



クリーニング事業 戦略

クリーンリビングに関する総合パートナーとして、
お客さま一人一人に合わせたサービスを提供

【これから】

- ・ クリーニング
 - ・ ハウスクリーニング
（エアコン、キッチン、浴室、洗面所…）
 - ・ 洗濯代行
 - ・ 買い物代行
 - ・ 商品販売
 - ・ その他
 - 住宅リフォーム
 - 買い取りサービス
 - 植栽・剪定
 - パソコンサポート
- ・・・など



クリーニング事業 戦略

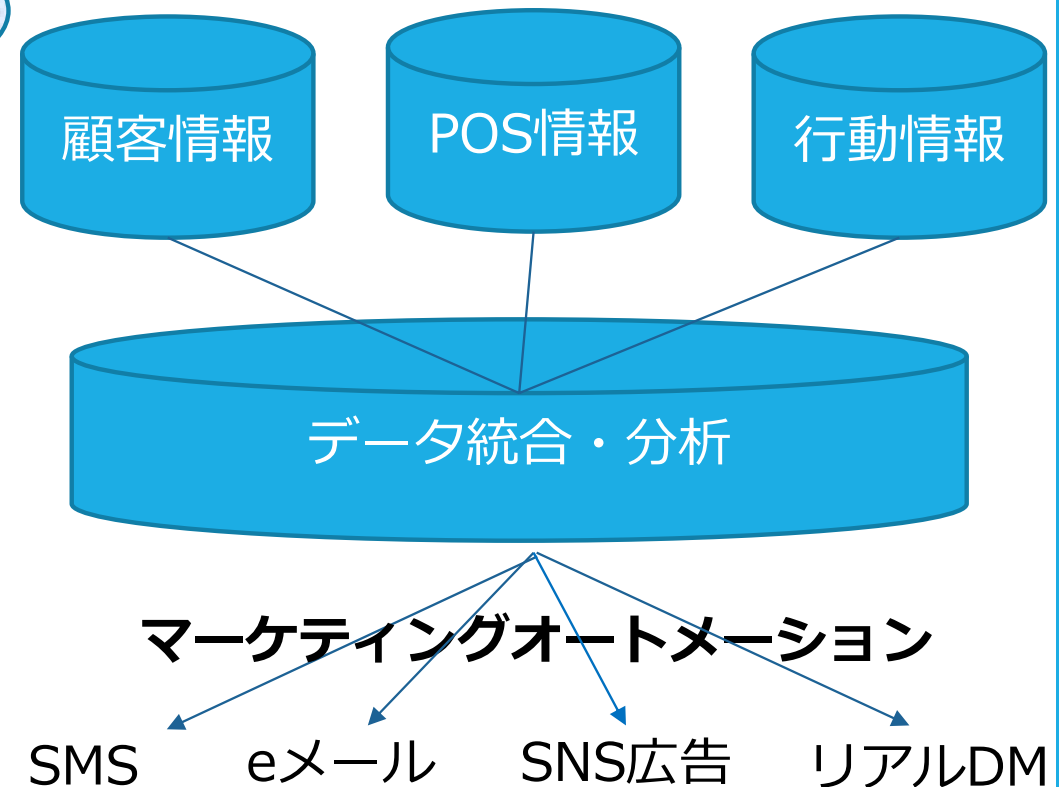
デジタル（チャネル・マーケティング）の強化

2021年4月
らくらく宅配便リニューアル



- ・ 専用会員サイト
- ・ 申込⇒
決済までweb完結
- ・ お届けまでの
日数短縮
- ・ 送料の見直し

デジタルマーケティング強化



クリーニング事業 戦略

デジタルと他のサービスチャネルの組み合わせ
⇒新たな価値・市場の創造

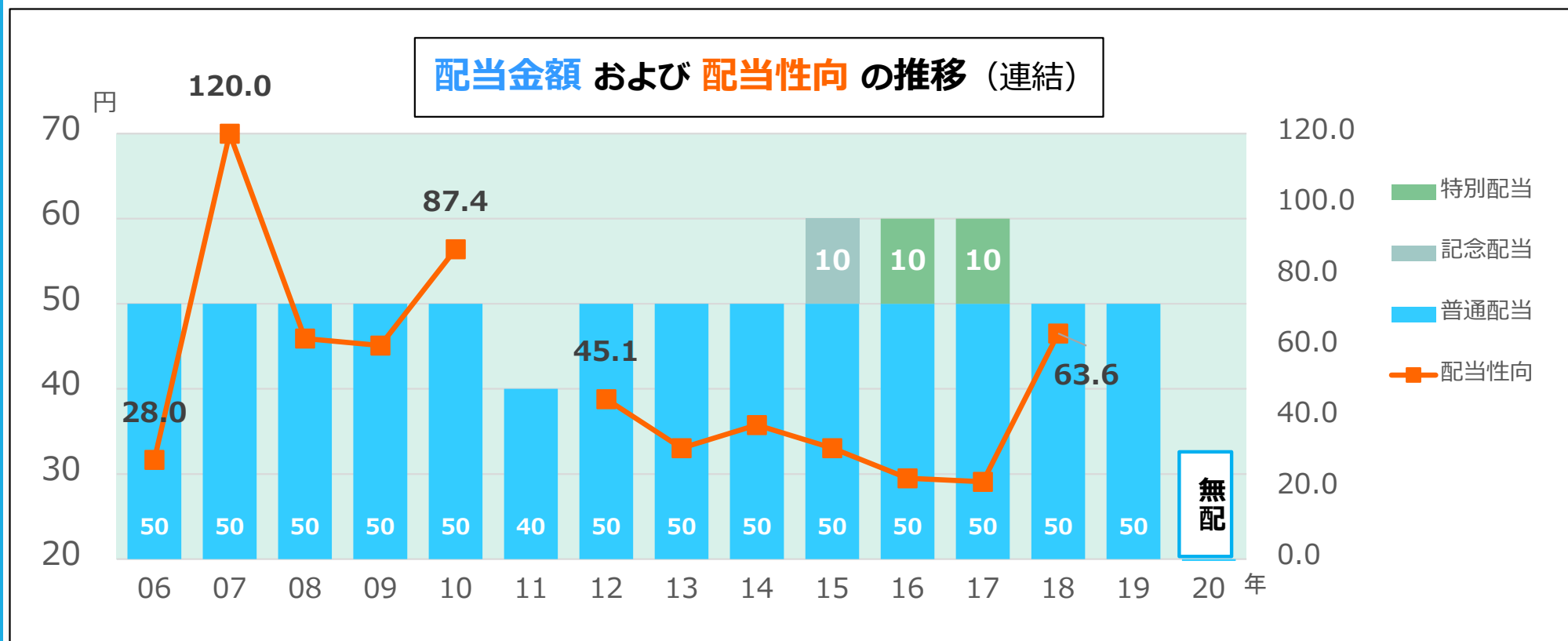


お客さまそれぞれのライフスタイルに合わせて白洋舎を上手にご利用いただく

株主還元

【基本方針】

業績に対応して、安定的に配当することを基本としつつ、設備投資等長期的な事業展開に必要な内部留保の充実にも努める



2016年7月1日付で普通株式10株につき1株の割合で株式併合を実施していることから、上記棒グラフでは、株式併合以前の配当金額については10株分の配当額で表示しています。なお、2011年、2019年、2020年については当期純損失を計上しているため、配当性向は記載していません。

株主優待制度

①～③から1つを選択

①クリーニング無料券・優待券

100株以上	100株ごとにクリーニング3割引券1枚・ <u>200株</u> ごとにクリーニング無料券1枚贈呈
30,000株以上	100株ごとにクリーニング3割引券1枚・ <u>500株</u> ごとにクリーニング割引券1枚贈呈

②QUOカード

100株以上1,000株未満	500円
1,000株以上5,000株未満	1,000円
5,000株以上	2,000円

社会貢献型「Kids Smile QUOカード」

カード1枚につき50円が、東日本大震災被災地の子どもたちを笑顔にするための活動に寄付されます。



③社会貢献活動への寄付

100株以上1,000株未満	500円
1,000株以上5,000株未満	1,000円
5,000株以上	2,000円

「緑の募金」

森林整備や緑化推進事業等に活用されます。



ご清聴ありがとうございました



【本資料に関する問合せ先】

株式会社白洋舎 広報・IR室 (03-5732-5111)

※ 本資料に記載されている事業戦略および業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の仮定に基づいており、その将来における実現を当社として約束するものではありません。
また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。