

株式会社 千趣会 (東証1部 : 8165) 2019年度 第2四半期決算説明会

ウーマン スマイル カンパニー

senshukai

2019年7月25日

- 1 決算ハイライト
- 2 連結業績概況
- 3 セグメント別概況
- 4 2019年度連結業績予想について
- 5 2019年～2021年 中期経営計画について

1 2019年度第2四半期 決算ハイライト

抜本的構造改革による経営基盤の強化

利益効率改善に向けた売上規模の適正化

- ・主力のベルメゾン事業のカatalogは、発行回数、部数、ページ数を投資効率の観点から見直し
- ・関係会社の整理（株式譲渡、統廃合）

原価率改善・販管費削減による利益改善

- ・2018年末の在庫処分を実施後、オペレーション改革に注力し、機会損失低減と余剰在庫抑制のための在庫適正化ルールを策定、運用中
- ・一人あたり生産性改善

再成長に向けたCFの創出

- ・ノンコア資産の処分（固定資産・投資有価証券等の売却）
- ・在庫回転月数の短縮

2 2019年度第2四半期 連結業績概況

(単位：百万円)

	2018年度第2Q実績		2019年度第2Q実績		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
売上高	57,199		43,888		△13,310	
売上原価	31,357	54.8%	21,902	49.9%	△9,454	△4.9pt
売上総利益	25,842	45.2%	21,986	50.1%	△3,855	4.9pt
販管費	26,981	47.2%	21,426	48.8%	△5,554	1.6pt
営業利益	△1,138	△2.0%	559	1.3%	1,698	3.3pt
経常利益	△993	△1.7%	1,120	2.6%	2,114	4.3pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△1,153	△2.0%	7,900	18.0%	9,054	20.0pt

◆ 売上規模の適正化による売上高減、原価率改善・販管費削減・資産売却等による利益改善

売上高 : ベルメゾン事業の事業規模の適正化、(株)モバコレ、(株)ベルネージュダイレクトの連結除外等の影響による減(△23.3%)

営業利益 : 原価率の大幅改善および販管費の減少により、営業黒字化

四半期純利益 : 固定資産売却、投資有価証券売却等による増

(単位：百万円)

	2018年度末	2019年第2Q末	増減額
資産の部			
● 流動資産	40,295	40,279	△15
● 固定資産	35,653	31,286	△4,367
資産合計	75,949	71,566	△4,382
負債の部			
● 流動負債	28,768	18,226	△10,542
● 固定負債	12,327	11,309	△1,017
負債合計	41,096	29,536	△11,560
純資産の部			
● 株主資本	35,558	43,554	7,995
● その他の包括利益累計額	△789	△1,523	△734
● 非支配株主持分	84	0	△84
純資産合計	34,853	42,030	7,177
負債・純資産合計	75,949	71,566	△4,382

◆ 自己資本比率の改善

資産：現預金の増加、棚卸資産の減少、大阪本社の売却等による固定資産の減少

負債：社債の償還、未払金の減少

純資産：利益剰余金の増加等

(単位：百万円)

	18年第2Q	19年第2Q	増減額	19年第2Qの主な内訳
営業活動によるキャッシュ・フロー	△3,322	1,443	4,765	■ 税金等調整前四半期純利益 (+7,942) ■ 減価償却費 (+926) ■ たな卸資産の減少額 (+1,137) ■ 仕入債務の減少額 (△1,281)
投資活動によるキャッシュ・フロー	△29	8,991	9,021	■ 有形固定資産の取得 (△1,372) ■ 有形固定資産の売却 (+8,516) ■ 投資有価証券の売却 (+1,449)
財務活動によるキャッシュ・フロー	△493	△5,228	△4,735	■ 新株予約権付社債の償還 (△4,340) ■ 長期借入金の返済 (△756)
現金及び現金同等物の期末残高	13,400	22,349	8,949	

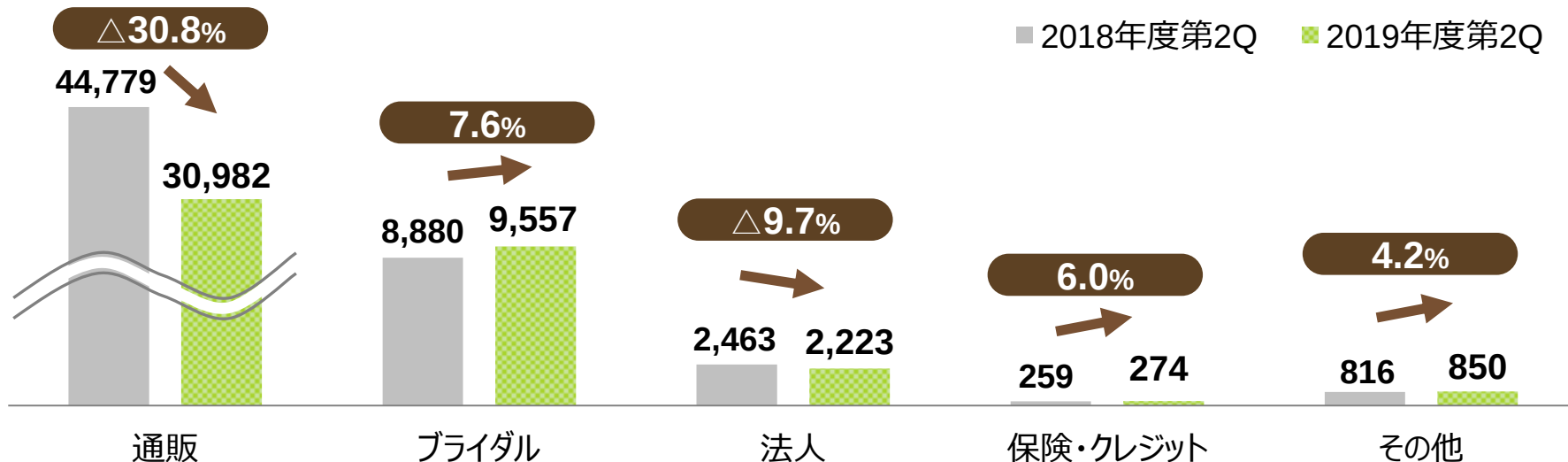
◆フリーキャッシュフローの大幅改善

取引金融機関と総額100億円のコミットメントラインの契約を締結しており、
運転資金は十分に確保できております。

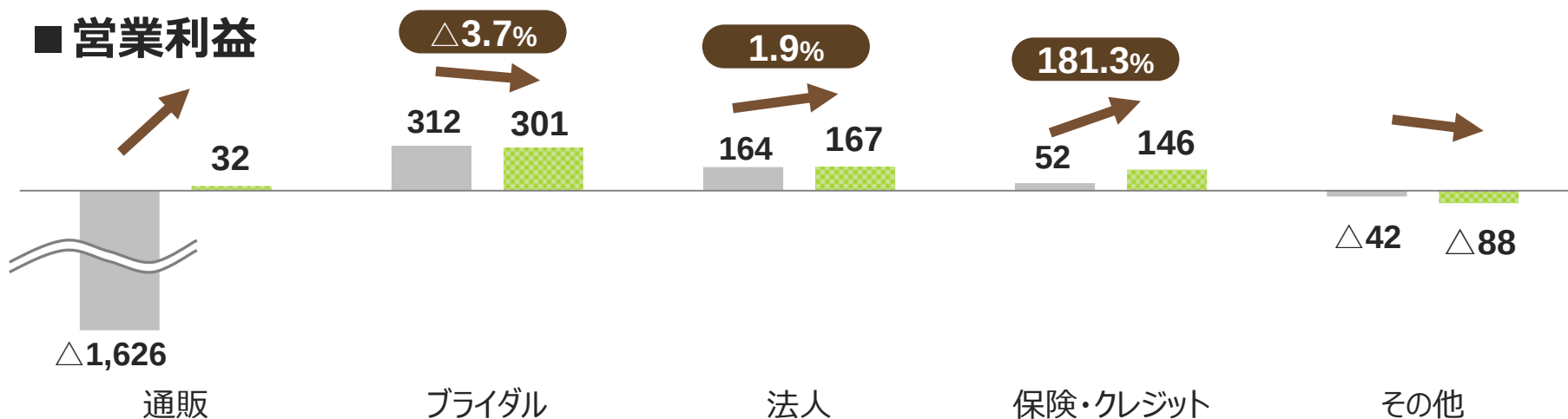
3 2019年度第2四半期 セグメント別概況

■ 売上高

（単位：百万円）



■ 営業利益



◆ 通販事業は売上減も営業利益は大幅改善、通販以外の事業は堅調

	18年第2Q	19年第2Q	増減	要因
売上高 (百万円)	44,779	30,982	△13,796	
売上原価率 (%)	57.4	52.6	△4.8	- 仕入原価率減 - バーゲン売りシェア減、評価損減
販管費 (百万円)	21,151	15,142	△6,009	
営業利益 (百万円)	△1,626	32	1,659	
在庫回転月数 (月)	4.9	3.7	△1.2	2018年度の不要在庫削減 - 仕入枠管理による在庫増抑制
型数 (型)	74,468	41,542	△32,926	WEBのみを中心に利益・品揃え双方の観点で不要型削減
型あたり売上額 (円)	61,303	90,555	29,252	型数削減、カタログ売場面積適正化、販促施策精選・実施
半期購入者数 (万人)	184.6	155.8	△28.8	※ゲスト含まず
半期新規購入者数 (万人)	29.0	26.5	△2.5	

◆ 通販事業は売上規模の適正化と、収益性・効率性改善を実現

	18年第2Q	19年第2Q	増 減	要 因
売上高(百万円)	8,880	9,557	676	■ 施行件数および組単価の増
営業利益(百万円)	312	301	△11	
ゲストハウス数(店舗)	24	25	1	■ ザ・ベイスuite 桜島テラス OPEN (2019年1月)
施行件数(組)	2,239	2,389	150	
平均組単価(万円)	366	373	7	

◆ ブライダル事業は既存店を中心に堅調に推移するも、先行投資により営業利益微減

(単位：百万円)

	18年第2Q	19年第2Q	増減額	要因
売上高	2,463	2,223	△239	
● 業務受託	1,697	1,776	79	■ 物流・コールセンター業務受託 およびカタログ制作受託増
● サンプルング	635	356	△278	■ アウトバウンド中止による減
● ノベルティ	119	84	△34	■ 既存クライアントの成約額減
● その他	11	5	△6	
営業利益	164	167	3	

❖ 法人事業の売上高は減少したものの、原価率低減により営業利益は前年比微増

4 2019年度連結業績予想について

2019年度通期連結業績予想 (対前回予想比)

(単位：百万円)

	2019年度前回予想		2019年度予想		対 前 回 予 想	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
売上高	94,000		89,000		△5,000	
売上原価	49,900	53.1%	45,400	51.0%	△4,500	△2.1pt
売上総利益	44,100	46.9%	43,600	49.0%	△500	2.1pt
販管費	44,800	47.7%	44,300	49.8%	△500	2.1pt
営業利益	△700	△0.7%	△700	△0.8%	0	△0.1pt
経常利益	△1,100	△1.2%	△200	△0.2%	900	1.0pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,400	5.7%	6,300	7.1%	900	1.4pt

- ◆ 通信販売事業における売上高の見直し
- ◆ 構造改革推進に伴う原価率の低減、および販管費削減による営業利益の据え置き
- ◆ 持分法投資利益の増、資金調達費用の減による経常利益増

2019年度通期連結業績予想 (対前年度比)

(単位：百万円)

	2018年度実績		2019年度予想		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
売上高	113,344		89,000		△24,344	
売上原価	65,019	57.4%	45,400	51.0%	△19,619	△6.4pt
売上総利益	48,325	42.6%	43,600	49.0%	△4,725	6.4pt
販管費	52,388	46.2%	44,300	49.8%	△8,088	3.6pt
営業利益	△4,063	△3.6%	△700	△0.8%	3,363	2.8pt
経常利益	△4,277	△3.8%	△200	△0.2%	4,077	3.6pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	△6,027	△5.3%	6,300	7.1%	12,327	12.4pt

5 2019年～2021年 中期経営計画について

外部環境の変化

- ・消費の急速なECへのシフト
- ・新たなビジネスモデルを構築した企業の参入による競争激化

当社の状況

- ・売上規模を重視したことによる通信販売事業の利益率低下
- ・オペレーションコストの増加

主力の通信販売事業を中心とした業績悪化

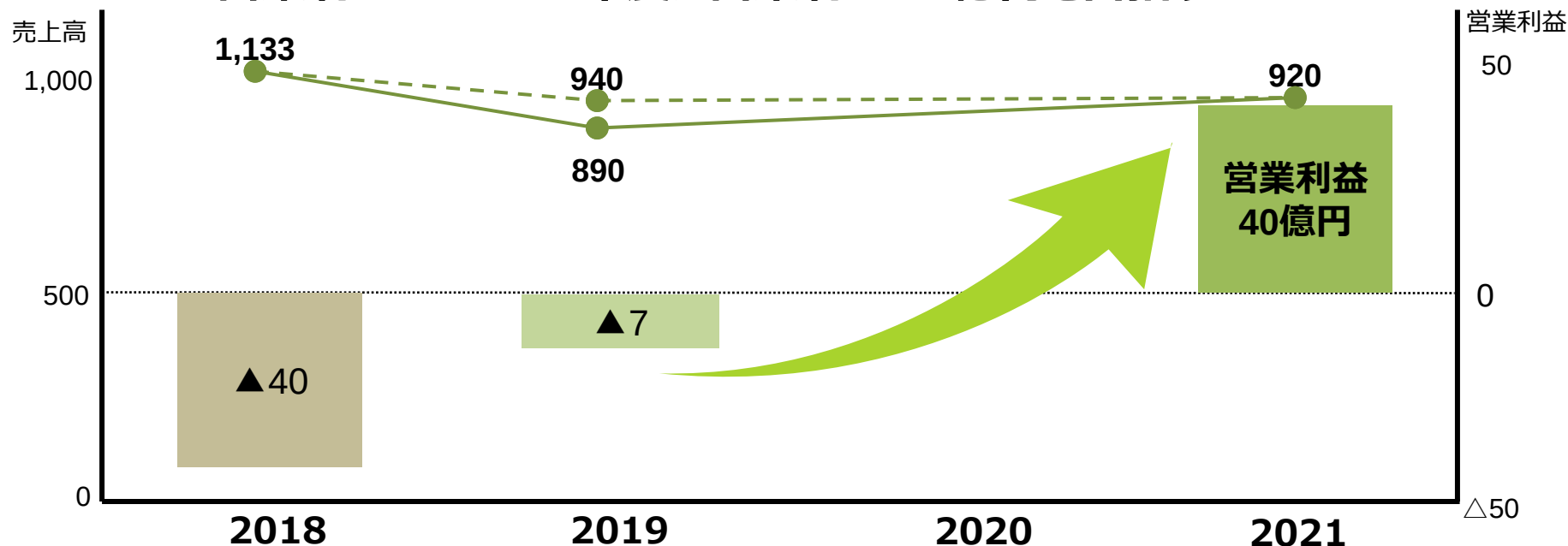
新中期経営計画 基本方針

- 通信販売事業の構造改革の実現
 - 収益基盤の再構築
 - 新たなマーケティング戦略による販売力強化
- グループとしての事業価値最大化
 - 通販・ブライダル・子育て支援・法人事業の再強化

売上高 : 事業規模適正化により減少

(単位: 億円)

営業利益 : 2021年度に営業利益40億円を目指す



**再成長にむけた
下地作り**

- ・事業領域の再設定
- ・事業規模の適正化
- ・組織・人員体制の合理化
- ・グループ会社の再編
- ・コスト削減・ノンコア資産処分

**再成長にむけた
種まき**

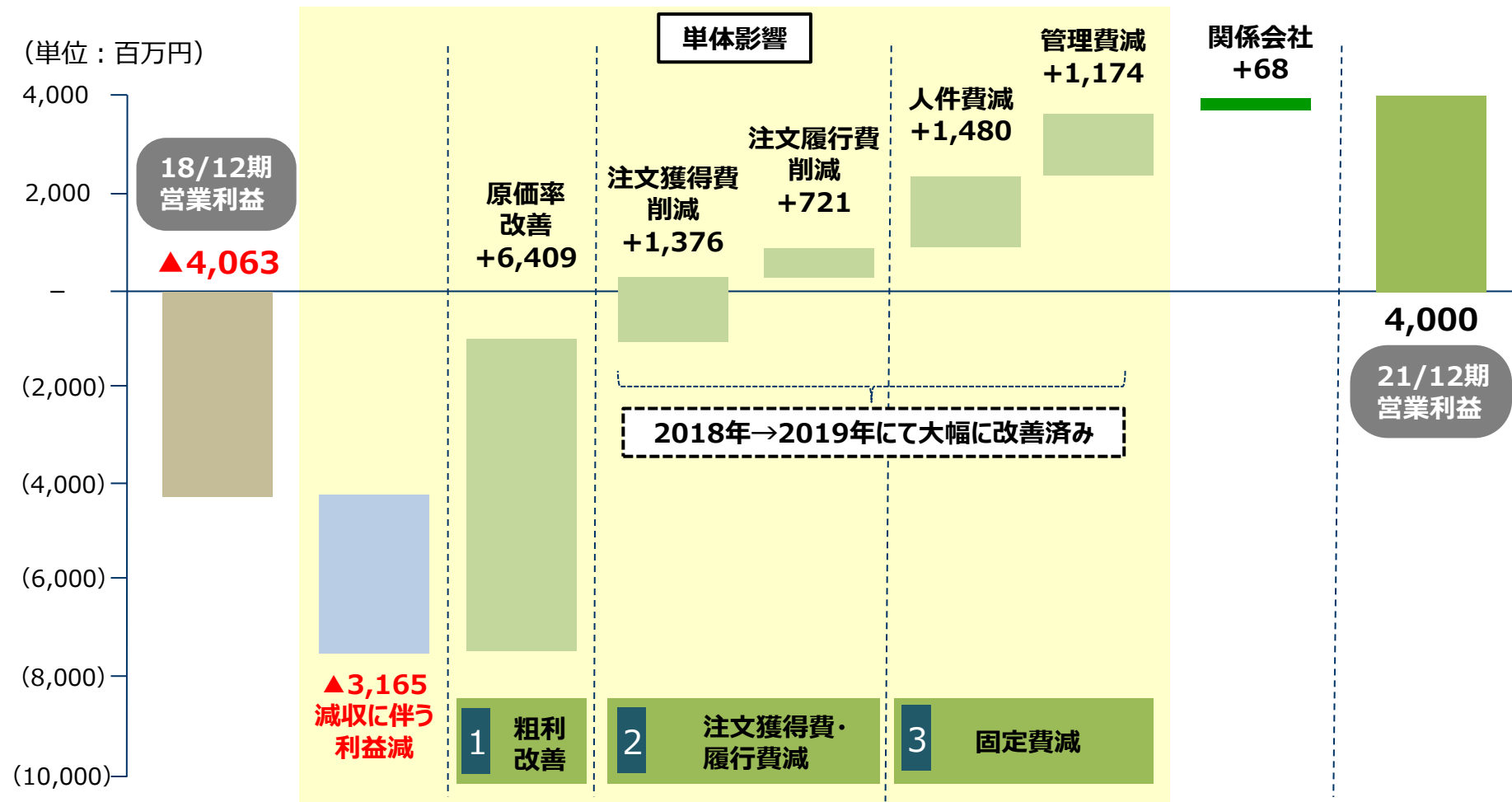
- ・ライフステージに合わせたマーケティング
- ・カタログの持つ強みの最大化
- ・開発・生産・調達構造の見直し

効果の発現・再成長

- ・最初の接点「子育て」をスタートに、ライフステージの変化に長く寄り添う存在に
- ・差別化されたオリジナル商品の提供により安定的な収益構造を確立
- ・グループ内シナジーの最大化と新規事業を含めた収益基盤の拡大

当社単体の営業利益は、主に原価率改善と販管費削減により
3カ年でトータル80億円を改善し営業黒字化を図る

計画期間の連結利益改善（2018-21）



※ 注文獲得費：カタログ、WEB、販促等に掛かる費用
※ 注文履行費：受注、物流等に掛かる費用

- ・ 第1、第2四半期はオペレーション改革のフェーズ
- ・ 第3四半期は、会員基盤の再構築に向けた準備が最優先課題

1~2Q

収益基盤再構築のための オペレーション改革

- ・ 在庫適正化ルールの策定と運用
- ・ 調達改革の道筋づけ

3Q~

会員基盤再構築のための 新たなマーケティング戦略

- ・ 実効会員数を維持できる会員獲得・育成モデルの模索・実験
- ・ 会員を惹きつける魅力的な商品開発

《通信販売事業の構造改革の実現》

収益基盤の再構築による粗利率の改善

①取引先の協業強化

重点取引先との取組を深化し、商品開発力の強化と効率化、生産ロットの引き上げによる原価の低減を狙う

②発注オペレーションの改善による在庫水準適正化

企画原価率、消化率等のKPIに応じて仕入数量をコントロールし、機会損失の低減と余剰在庫の抑制を両立

③現地法人の運営適正化

直輸入コストの適正化による、原価引き下げ

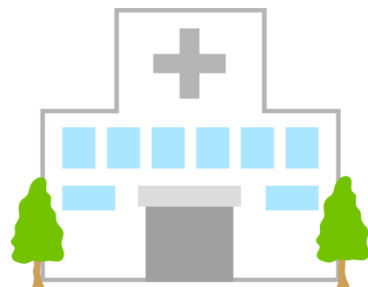
《通信販売事業の構造改革の実現》

新たなマーケティング戦略による販売力強化

① ライフステージに合わせたマーケティング

・お客様との接点の強化

カタログの産院設置再強化



ホームステージング事業本格化により 引越・リフォーム需要を取り込む



※ 3Dインテリアコーディネート画像

・対応するライフステージの拡大

「自分磨きステージ」から繋がる
「ブリリアント世代」への取組
として新カタログ創刊を予定



ブリリアント世代にフィットする共感・共創カタログ

《通信販売事業の構造改革の実現》

新たなマーケティング戦略による販売力強化

②カタログの持つ強みの最大化

- ・ **カタログ部数/ページ数/発刊頻度の最適化調整**
- ・ **ジャンル横断型コンセプトカタログの発刊**
- ・ **カタログとWEBをつなぐ新スマホアプリの導入**（19年8月スタート予定）



※2019年6月発刊「ベルメゾンストーリー」



※2019年7月発刊「みんなが選んだベルメゾン」

《通信販売事業の構造改革の実現》

新たなマーケティング戦略による販売力強化

③ 新たな会員獲得のための外部集客戦略の強化

- ・ベルメゾンブランドの再構築により顧客の想起率を向上
ベルメゾンの統一されたブランドイメージを構築し、
商品開発、価格設定、販売促進に反映
- ・新市場からの集客ルート構築
「楽天」、「Amazon」、「Yahoo!」等、モール出店拡大
中国を軸とした海外事業強化



※インテリア、育児商品楽天店TOP画面



1日7秒以上のハグで
大切な人との絆が強くなる
という報告があります。

※参考：2018年度クロスメディア施策画像

女性の一生の中で一番変化が激しい
結婚、妊娠、出産、育児期を笑顔で過ごすためのサービス事業

ブライダル

- ・営業力の強化、周辺事業展開
- ・既存施設のリニューアル等による収益基盤の強化



※2019年1月OPEN
「THE BAYSUITE SAKURAJIMA TERRACE」(鹿児島)

子育て支援

- ・安心・安全の保育園運営を推進
- ・付加価値を追求した周辺事業として「学童保育事業」を開始



えがおの芽 学び舎



※2019年4月OPEN 大阪市北区
「えがおの芽 学び舎 どうしん」内部イメージ

当社の知名度と信頼感を基盤とした事業

法人

- ・通信販売事業のノウハウにより、受託事業を強化
- ・物販・広告事業の効率化

配当予想

当社グループは、経営基盤の強化を図ると共に、株主各位に対しましては配当性向を考慮し安定的な配当の維持及び業績に応じた適正な利益還元を基本としております。

2019年度におきましては、中期経営計画の推進と、経営の安定性・安全性の観点より自己資本の拡充が最優先課題であると認識しており、2019年2月8日付「2018年12月期 決算短信」にて上期は無配、下期は未定とさせていただいております。

出来るだけ早期に株主の皆様へ安定的な配当を実施させて頂けるよう鋭意努めてまいります。

決算発表日程

- | | |
|--------------|--------------------|
| ● 第3四半期決算発表 | 10月31日（木）予定 |
| ● 2019年度決算発表 | 2月13日（木）予定 |
| ● 決算説明会（東京） | 2月14日（金）予定 |

当決算発表資料記載内容のうち、将来予想は本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後様々な要因によって予想数値と異なる可能性があります。

千趣会はこれからも
「ウーマン スマイルカンパニー（女性を笑顔にする会社）」であり続けます。



ウーマン スマイル カンパニー

senshukai

笑顔が積み重なって、しあわせは生まれる。

ひとりひとりが笑顔になれば、明日はもっと素敵になる。

私たちは、女性の毎日に笑顔を届けることを通じて、
世の中をしあわせにしていける会社です。

千趣会は、1955年の設立から一貫して、女性の一生を通じ、
就職や結婚、出産など、さまざまなライフステージに寄り添ったビジネスを展開してきました。
今一度、お客様志向の原点に立ちかえり、事業構造の抜本的改革を成し遂げます。