

株式会社 千趣会（東証スタンダード：8165）
2024年度 決算説明資料

2025年2月13日

ウーマン スマイル カンパニー
senshukai

- 1 2024年度 決算内容の説明
- 2 再生計画（2025年～2027年）と2025年度 連結業績予想
- 3 2月13日付 適時開示事項について

1 2024年度 決算内容の説明

(単位：百万円)

	2023年度		2024年度		対前年	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	売上比差異
売上高	49,226		45,600		△3,625	
売上原価	24,560	49.9%	22,357	49.0%	△2,203	△0.9pt
売上総利益	24,666	50.1%	23,243	51.0%	△1,422	+0.9pt
販管費	30,223	61.4%	26,992	59.2%	△3,231	△2.2pt
営業利益	△5,557	△11.3%	△3,748	△8.2%	+1,808	+3.1pt
経常利益	△5,679	△11.5%	△3,952	△8.7%	+1,727	+2.8pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	△4,782	△9.7%	△3,658	△8.0%	+1,123	+1.7pt

- ✓ 売上高は減少したものの、効率性の低い商品群の開発抑制、プライシングの見直しにより、売上総利益が改善
- ✓ 全社的な販管費の削減の取組み等により、営業利益率が改善

（単位：百万円）

	2023年度末	2024年度末	増減額
資産の部			
● 流動資産	18,900	14,126	△4,774
● 固定資産	12,908	11,654	△1,253
資産合計	31,809	25,781	△6,028
負債の部			
● 流動負債	11,282	10,103	△1,178
● 固定負債	3,248	2,233	△1,014
負債合計	14,530	12,337	△2,193
純資産の部			
● 株主資本	18,339	14,680	△3,658
● その他の包括利益累計額	△1,065	△1,229	△163
● 非支配株主持分	5	△7	△12
純資産合計	17,279	13,444	△3,835
負債・純資産合計	31,809	25,781	△6,028

- ✓ 資産 現金及び預金 △38億27百万円、商品及び製品 △7億53百万円
- ✓ 負債 電子記録債務 △6億75百万円、長期借入金 △6億10百万円
- ✓ 純資産 当期純損失 △36億58百万円、自己資本比率 54.3%→52.2%

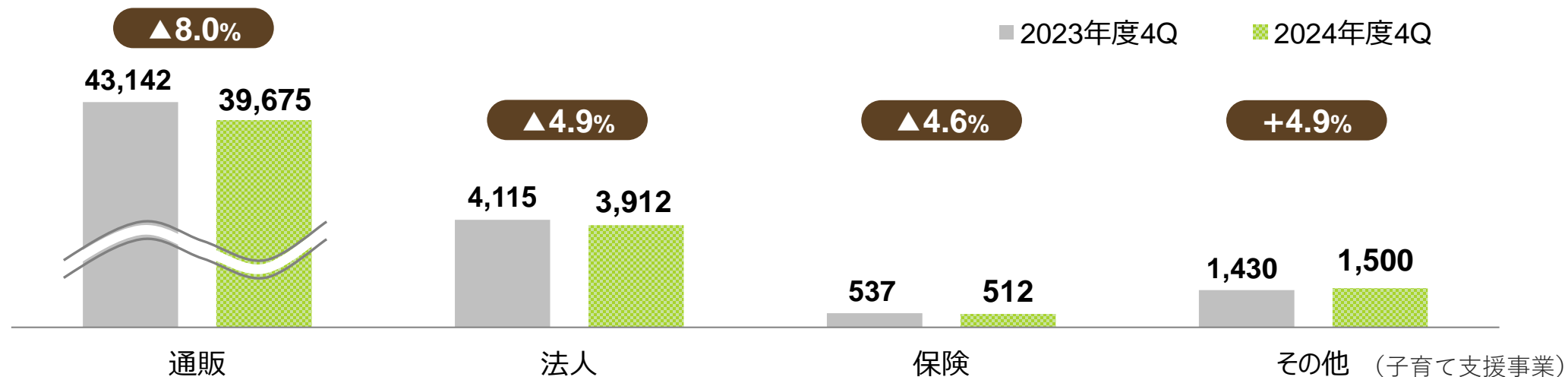
（単位：百万円）

	2023年度	2024年度	増減額	2024年度 要因
営業活動による キャッシュ・フロー	△3,901	△3,459	+ 442	<ul style="list-style-type: none"> ■ 税金等調整前当期純損失（△3,668） ■ 棚卸資産の減少（+735） ■ 仕入債務の減少（△781）
投資活動による キャッシュ・フロー	1,754	297	△1,457	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有形固定資産の取得による支出（△297） ■ 無形固定資産の取得による支出（△155） ■ 投資有価証券の売却による収入（+688）
財務活動による キャッシュ・フロー	△722	△710	+ 11	<ul style="list-style-type: none"> ■ 長期借入金の返済による支出（△620）
現金及び現金同等物の 期末残高	6,481	2,654	△3,827	

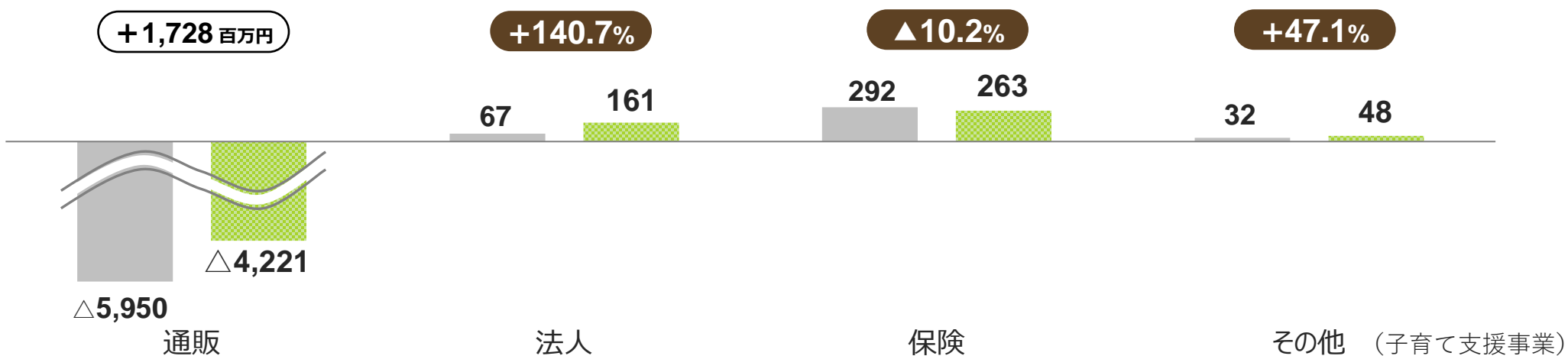
- ✓ 税金等調整前当期純損失は前年度と比較して改善しているものの、売上高の減少により営業活動によるキャッシュ・フローはマイナス
- ✓ 資金面は現金及び預金を26億54百万円を保有
総額60億円のコミットメントライン契約、55億円の特殊当座借越契約を設定しており、現時点で借入実行残高はなし
- ✓ 今後も金融機関から継続的な支援が得られるように対応を続けていくとともに収益性改善に努める

■売上高

(単位：百万円)



■営業利益



	2023年度	2024年度	増減	要因
売上高（百万円）	43,142	39,675	△3,467	<ul style="list-style-type: none"> ■ カタログ配布戦略の想定効果未達 ■ LINEやSNSを活用したお客様との接点再構築の取組み遅延
売上原価率（%）	50.3	48.7	△1.6pt	<ul style="list-style-type: none"> ■ 効率性の低い商品群の開発抑制 ■ プライシングの見直し
販管費（百万円）	27,411	24,588	△2,822	<ul style="list-style-type: none"> ■ 収益改善施策の実施
営業利益（百万円）	△5,950	△4,221	+1,728	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上総利益の改善、販管費の削減
購入会員数（万人）	163.1	138.8	△24.3	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全般的に購入会員数は減少も件数単価は前年比増
新規・復活購入会員数（万人）	78.5	73.4	△5.1	
継続購入会員数（万人）	84.6	65.4	△19.2	
在庫回転月数（月）	3.5	3.9	+0.4	

※ 購入会員数以下はベルメゾンの数値

（単位：百万円）

		2023年度	2024年度	増減
法人事業	売上高	4,115	3,912	△203
	➤ 業務受託	2,232	2,280	+48
	➤ 広告事業	649	495	△154
	➤ ノベルティ ・受託物販	1,233	1,136	△97
	営業利益	67	161	+94
	営業利益率（%）	1.6	4.1	+2.5pt
保険事業	売上高	537	512	△24
	営業利益	292	263	△29
	営業利益率（%）	54.5	51.3	△3.2pt
その他事業 （子育て支援事業）	売上高	1,430	1,500	+69
	営業利益	32	48	+15
	営業利益率（%）	2.3	3.2	+0.9pt

通信販売事業の事業構造改革はなお途上にあり、2025年度へ継続取組み 収益改善や共創は多くの点で期待通りの成果をあげることができた

<p>通信販売事業の 事業構造改革</p>	<ul style="list-style-type: none"> • チャンネル特性に応じた商品投入・販売促進を展開 <ul style="list-style-type: none"> - 外部ECモールの売上 対前年比 105.2% - リアル店舗既存店の売上（Disney Fantasy Shop 東京駅店） 対前年比 148.4% • 効率性の低い商品群の開発抑制、プライシングの見直し <ul style="list-style-type: none"> - 通信販売事業の売上総利益率 対前年比 1.6%良化 • 顧客接点の再構築の取組みは想定効果を下回ったものの、2025年度以降へ向けて課題を明確化できた <ul style="list-style-type: none"> - カタログの費用対効果を高めるための配布戦略見直し - LINEやSNSを通じた情報発信、お客様とのつながり
<p>全社における 収益改善の実行</p>	<ul style="list-style-type: none"> • WEB広告出稿の効率化による販売手数料の削減、固定的な発生コストを含む支払手数料の削減等 <ul style="list-style-type: none"> - 販売管理費 対前年比 △32億31百万円、売上比 △2.2%
<p>共創の深化・拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 株式会社オークネットとの共創 <ul style="list-style-type: none"> • 不要品の宅配買取サービス「kimawari fashion」が申込件数、顧客満足度とも順調に進捗 <ul style="list-style-type: none"> - 年間申込件数 10万件超、再利用意向率 90%以上 • スマートフォン等のデジタルプロダクト、ユーズドのブランド品販売など、展開を拡大中 ▶ 東日本旅客鉄道株式会社（JR東日本）との共創 <ul style="list-style-type: none"> • JRE MALL独自の商品開発を強化し、Suicaのペンギングッズをはじめ大きな反響を獲得 • Disney Fantasy Shop 東京駅店・同グランデュオ蒲田店等のエキナカ店舗は、細やかなMDの調整とインバウンド需要の取り込みにより、高い成長率を維持

▶ 1月 子育て領域商品「授乳クッション」販売開始

- 「先輩ママ」たちからの声から生まれた、
家族みんなに心地よさを提供するアイデア商品の開発



▶ 8月 戸建て注文住宅「ベルメゾンデイズハウス」販売開始

- 様々なブランドとのコラボを手掛ける住宅メーカー
株式会社Lib Workと「BELLE MAISON DAYS」の協業
- コンセプトは「家族と共に前向きに成長していく家」



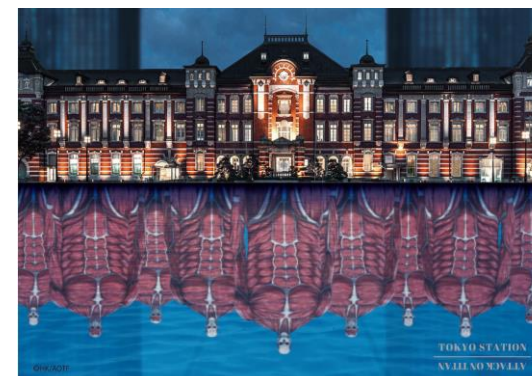
▶ 8月 ファンミーティング「ベルメゾンフェスタ」開催

- 全国から約120名のお客様がご来場
- 座談会やワークショップなど、様々な交流イベントを実施



▶ 12月 『進撃の巨人』東京駅開業110周年記念グッズ販売

- 東京駅丸の内駅舎110周年を記念した、
アニメ作品『進撃の巨人』・JR東日本・当社の特別企画
- 当社が企画・開発・販売を担い、大きな反響を獲得

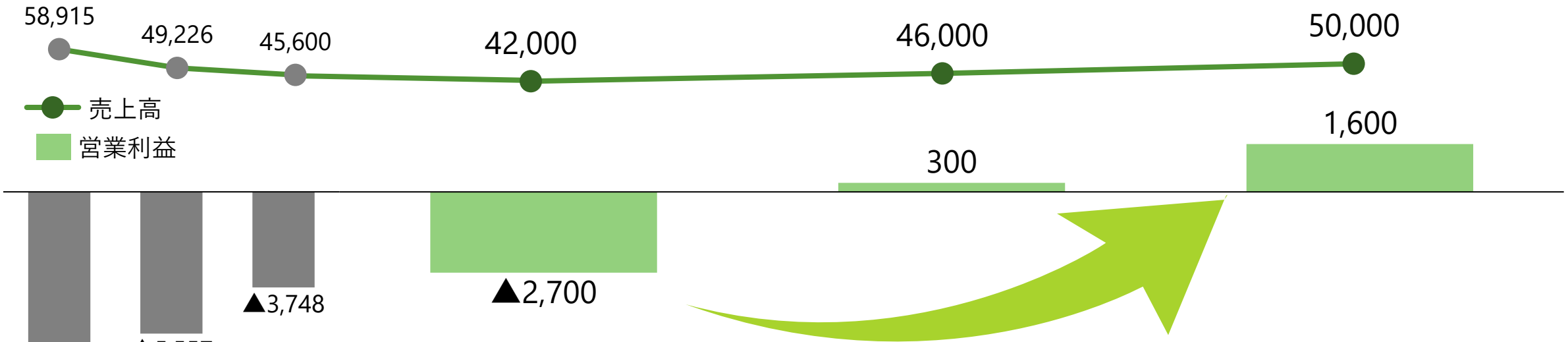


2 再生計画（2025年～2027年）と2025年度 連結業績予想



22年以降、赤字が継続するものの着実に業績は改善してきた。25年はもう1段改善を進め、26年での黒字化、27年には安定的な黒字化・持続的な成長フェーズに乗せる

(単位：百万円)



2022実績 2023実績 2024実績

2025計画	2026計画	2027計画
<p>ビジネス構造改革 新領域の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> 世代別事業ドメインに再編 事業ドメイン別に商品×マーケティングを徹底強化 外部顧客へのアプローチ強化 新領域における勝ち筋作り 	<p>25年取組を踏まえた黒字化 新領域の収益化</p> <ul style="list-style-type: none"> オペレーションの定着 25年施策の効果発現 新領域の収益貢献 	<p>安定的な黒字化</p> <ul style="list-style-type: none"> 世代別成長シナリオ実装 新領域の成長シナリオ実装 事業ポートフォリオの安定稼働

当社が抱える経営課題と対応方向性

当社が抱える経営課題に対し、(A)通販事業の抜本改革、(B)通販アセットを活用したビジネス拡大、(C)新たな収益源の開発の取り組みによって再建を図る

課題

不明瞭なターゲットとトレンド対応の弱いMD

- 基幹事業であるベルメゾンが1ブランド・マルチターゲットで展開している一方、ロイヤリティの高い「団塊jr世代」等、注力すべきコアターゲットへの事業フォーカスが希薄になり機会損失に繋がっている（注文獲得費（販促費）が重く、コスト構造の見直しも必要）
- カatalog起点のシーズンMDを背景に、トレンドの変化をタイムリーに反映した商品・売場の魅力を十分に訴求出来ていない

通販事業の強みを生かした事業拡大が不十分

- 既存アセットの強みを活かさず、BtoB等による新たな収益拡大余地が存在

通販事業以外の収益基盤の不存在

- 通販事業以外での、新たな収益基盤を育てることが必要

対応方向性

(A) 通販事業の抜本改革

- 「世代別」に事業ドメインを再編する
- コアターゲットの明確化により、ご提供する商品×マーケティングを最適化
- 新鮮で共感性の高い商品と売場が通年で提案できている状況を実現する

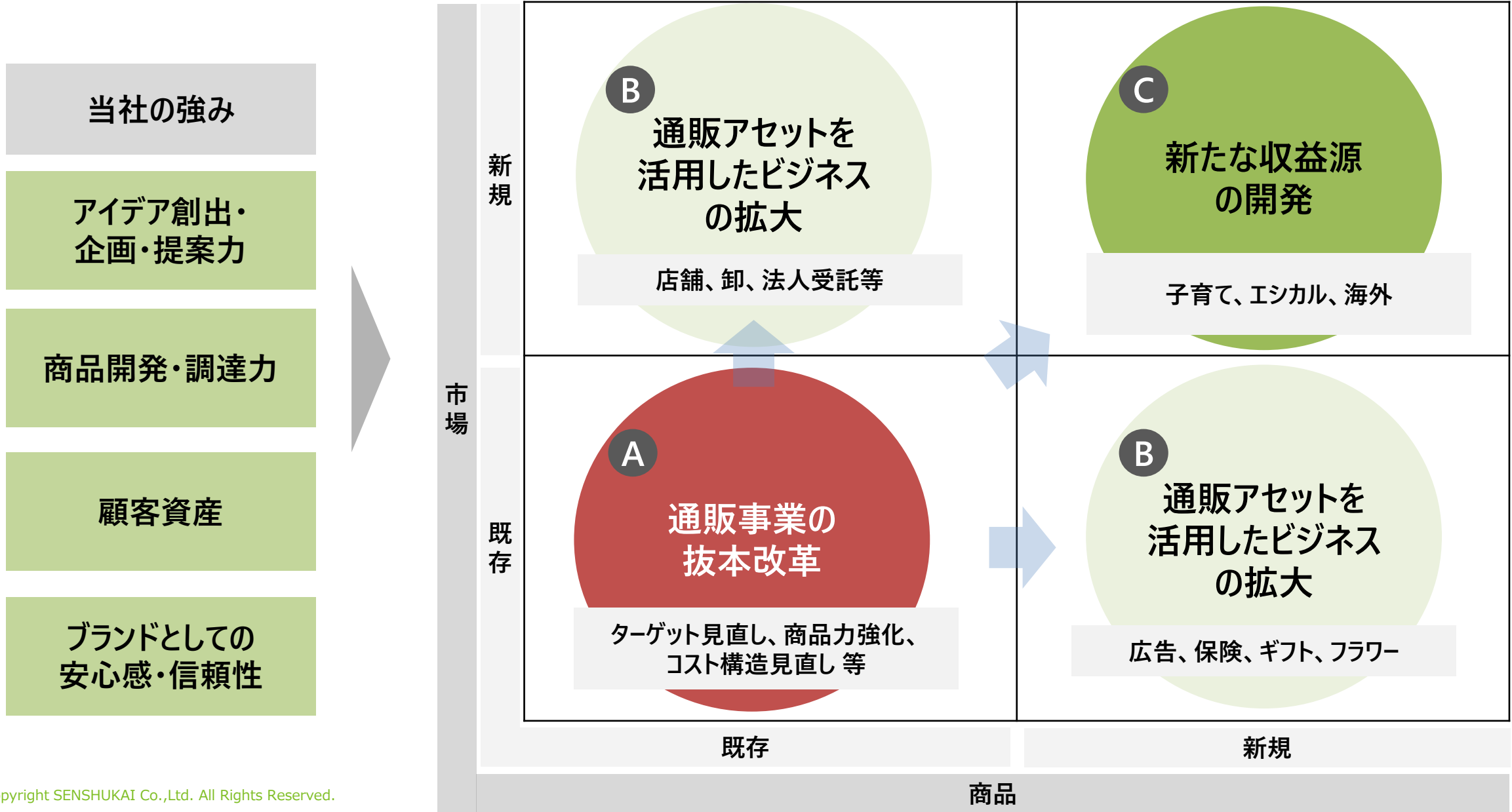
(B) 通信販売アセットを活用したビジネスの拡大

- 外部モール・リアル店舗展開により顧客とのタッチポイントを構築し、売上・利益を拡大する
- 保険・株主優待事務局・広告・法人受託等の収益基盤を多角化する
- 事業パートナーのチャネル活用、協業深化を軸にギフト・卸等の事業規模を拡大する

(C) 新たな収益源の開発

- 通信販売等の既存事業と子育て支援事業とを掛け合わせた新規施策を展開し、新たな収益源を創出する
- エシカル領域での事業プランを構築し、収益を獲得・拡大する
- 中国以外への販売地域拡大と取り扱いジャンルの拡大により収益を拡大する

通販事業の抜本改革を推進しつつ、周辺領域・新規収益源の開発にも取り組む



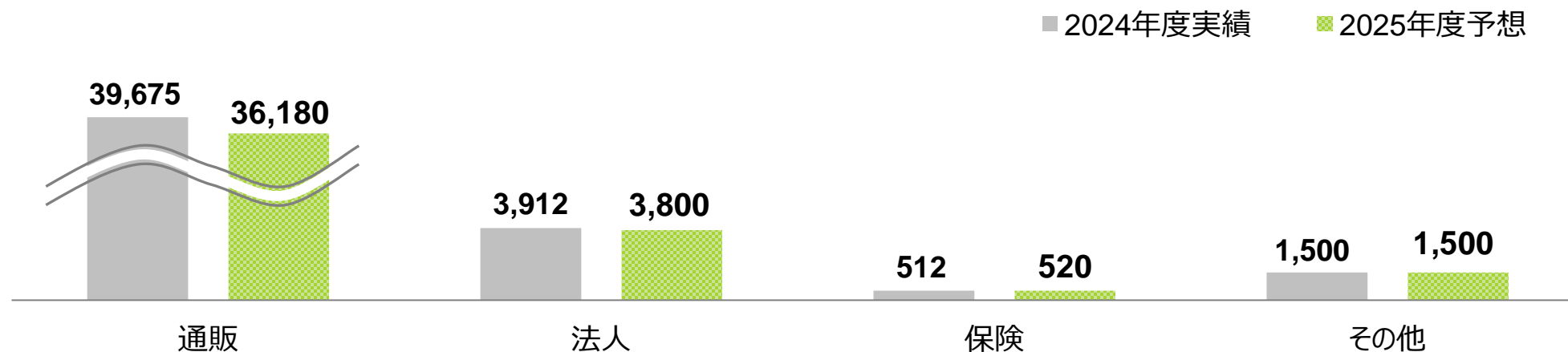
（単位：百万円）

	2024年度		2025年度		対前年	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	売上比差異
売上高	45,600		42,000		△3,600	
売上原価	22,357	49.0%	20,500	48.8%	△1,857	△0.2pt
売上総利益	23,243	51.0%	21,500	51.2%	△1,743	+0.2pt
販管費	26,992	59.2%	24,200	57.6%	△2,792	△1.6pt
営業利益	△3,748	△8.2%	△2,700	△6.4%	+1,048	+1.8pt
経常利益	△3,952	△8.7%	△2,800	△6.7%	+1,152	+2.0pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	△3,658	△8.0%	△2,900	△6.9%	+758	+1.1pt

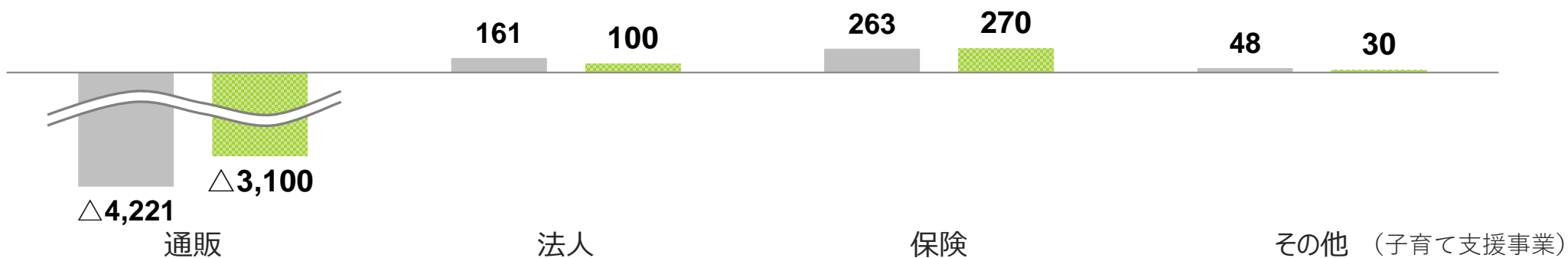
- ✓ 通信販売事業において、ターゲットの絞り込み、商品力の向上、MDの構築等により売上の獲得を図るとともに、コスト構造改革を推進し、収益性を向上させる
- ✓ リアル店舗への取組みと外部モール店舗の強化により、販売ポテンシャルを最大化させる
- ✓ 子育て事業、エシカル推進事業等の新領域の取組みを進め、2026年以降の収益化へつなげる

■売上高

（単位：百万円）



■営業利益



3 2月13日付 適時開示事項について

2020年9月16日に締結した、東日本旅客鉄道株式会社（以下、JR東日本）との資本業務提携契約を解消する。

<p>本提携の当初の狙い</p>	<p>千趣会の有するマーケティング力、会員基盤と、JR東日本の有するリアルでの顧客接点とJRE POINT会員基盤を融合させ、JR東日本が運営する JRE MALLの強化やオリジナル商品開発、決済での連携強化を行い、顧客の相互送客につなげていくこと</p>
<p>本提携解消の理由</p>	<p>本提携により得られた一定の成果を以って、経営環境の変化等に応じてそれぞれが独自の成長戦略を柔軟に推進できるようにすることが望ましいとの判断に至ったため</p>
<p>今後の業務上の連携</p>	<p>以下については引き続き継続していく予定 (1)JRE MALLへのベルメゾンの出店 (2)駅ビル・エキナカへのベルメゾン出店 (3)ポイントプログラムの連携 (4)ベルメゾン（公式サイト）におけるビューカード決済特典の付与</p>
<p>派遣取締役の辞任</p>	<p>JR東日本派遣の当社取締役佐野太氏は、2025年2月13日を以って辞任</p>
<p>JR東日本保有株式の取扱い</p>	<p>未定 JR東日本が保有する千趣会の普通株式 5,714,200株（発行済株式総数の12.22%、自己株式を除く）</p>

件名	概要
<p>代表取締役の異動及び 役員的人事異動の決定に関する お知らせ</p>	<p>2025年3月26日付で代表取締役の異動及び役員的人事異動を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 鈴木 聡 [執行役員 ベルメゾン第2事業本部長 → 代表取締役執行役員] ・ 三村 克人 [常務執行役員 → 取締役常務執行役員] ・ 大平 裕子 [新任 社外取締役] ・ 梶原 健司 [代表取締役執行役員 → 相談役] ・ 石田 晃一 [取締役専務執行役員 → 顧問] ・ 佐野 太 [取締役常務執行役員 → 退任] * 2月13日退任 ・ 堀口 育代 [社外取締役 → 退任]
<p>現本社売却方針決定に関する お知らせ</p>	<p>現本社の土地建物を売却する方針を決議。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本件売却後、約2年間は売却先との賃貸借契約により同所で営業を継続 ・ 契約締結日 2025年3月、物件引渡日 2025年6月（いずれも予定） ・ 売却価額、売却益、売却先は未定
<p>定款の一部変更に関する お知らせ</p>	<p>2025年3月26日付で定款の一部変更を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第1章 総則 - 第2条 目的 - 30項（新設） 古物の売買その他の古物営業法上の古物営業

配当予想

- 当社グループは、経営基盤の強化を図るとともに、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方針としています。
- 2025年度は、業績予想や中長期的な財務状況等を総合的に検討した結果、経営の安定性・安全性の観点より業績改善施策の推進と自己資本の拡充が最優先課題と捉え、誠に遺憾ながら無配とさせていただきます。
- 株主の皆様には深くお詫び申し上げますとともに、可能な限り早期に復配できるよう、企業競争力と企業体質の強化に努めてまいりますので、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

決算発表予定

第1四半期決算発表	2025年 5月 2日 (金)
第2四半期決算発表	2025年 8月 6日 (水)
決算説明会	2025年 8月 18日 (月)
第3四半期決算発表	2025年 10月 31日 (金)

ウーマン スマイル カンパニー

senshukai

お問い合わせ先

株式会社 千趣会

メール ir@senshukai.co.jp

本資料は当社をご理解いただくために作成したもので、投資勧誘を目的としたものではありません。
なお、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、様々な影響により予想数値と異なる可能性があります