

# 株式会社 千趣会 2011年度決算説明会

---

2012年2月9日

 株式会社 千趣会

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

# 2011年度連結決算の概要

- ❖ 東日本大震災の影響や天候不順などにより売上高が前年比で減少する月もあったがCM等のクロスメディアプロモーションによる新規会員獲得やネット売上の拡大、また商品開発力の強化により売上高は対前年比微増。営業利益、経常利益もほぼ前年並みに。しかしながら投資有価証券評価損の増加等により、当期純利益は減少
- ❖ 利益剰余金の増加、繰延ヘッジ損益の改善により、純資産は増加
- ❖ 中期経営計画初年度における成長戦略の進捗状況
  - ① 「新しいベルメゾン」の創造  
CM等クロスメディアプロモーションによる「ベルメゾン」の認知拡大  
各ジャンルごとの戦略商品の開発による商品力強化
  - ② ネット事業の強化  
ベルメゾンネットでのスマートフォン対応や動画対応また子会社モバコレなどにおける新サイトオープンによる売上拡大
  - ③ ブライダル事業の拡大  
13番目となる千葉店オープンによる寄与と、挙式数・挙式単価の増加による売上拡大

# 東日本大震災における当社の対応について

## ❖ 義援金

- ❖ 千趣会・・・3,000万円、社内募金・・・1,143万円
- ❖ ベルメゾン募金・・・2,519万円(12月末)(お客様からの募金500円およびベルメゾンポイント)
- ❖ スマイルサポーター募金(震災版)・・・678万円(12月末)(お客様からの募金額10円+千趣会10円)

## ❖ 震災支援物資手配

- ❖ 宮城県各市役所のほか、福島県、兵庫県災害対策本部へ、計約20万点の物資をお届け

## ❖ 震災チャリティーコンサート

- ❖ 4月30日 「Play to Pray チャリティーコンサート」(18万円寄付)
- ❖ 12月17日 「GREEN MIND from Fukushima(秦基博)」(723万円寄付)

## ❖ がんばれ東北！いいもの再発見特集サイト

- ❖ 6月14日 サイトオープン 売上の3%を寄付

## ❖ 「MOTTAINAI フリーマーケット仙台」企業チャリティー販売参加

- ❖ 1,564点の売上金全額(約43万円)を宮城県災害対策本部へ寄付

## ❖ 「絆」ウェディング

- ❖ 子会社であるディアーズブレインがNPO法人シェアードスマイルと共に震災で被災されたカップルを対象に結婚式&披露宴を12組限定で無料ご招待

## ❖ 6月26日に福島県川俣町の仮設住宅敷地内にオープンしたコンビニ「ファミリーマート」との連携

- ❖ 当社商品の販売とカタログとクーポン券の配布

被災地支援から復興支援へ・・・当社は震災支援活動を継続してまいります。

## 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  
笑顔を届ける事を通じて、  
世界をしあわせにしていく会社です。

# 目次

1. 2011年度連結業績について
2. セグメント別概況について
3. 2012年度連結業績計画について

# 1. 2011年度連結業績について

# 2011年度連結決算損益(対前年比較)

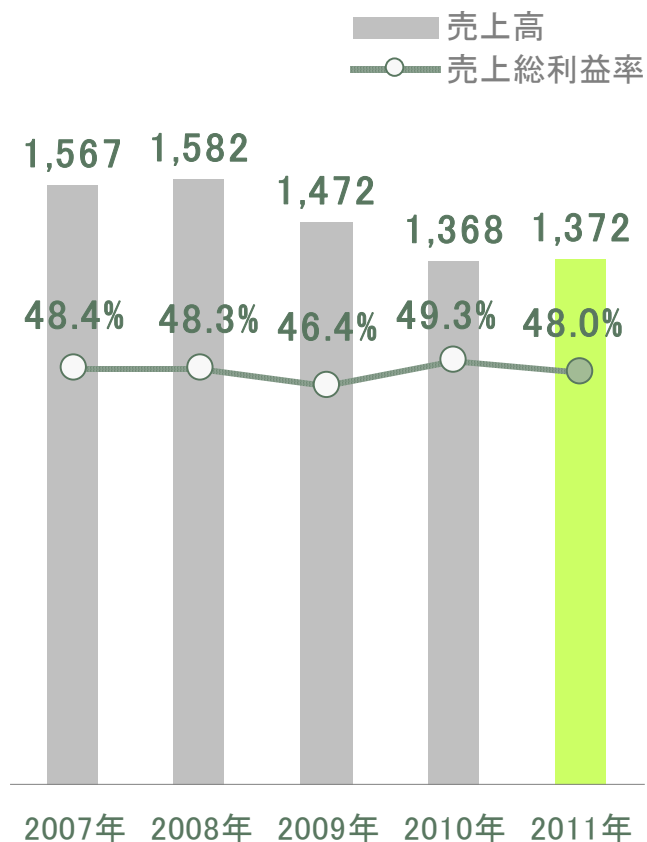
(単位:百万円)

	2010年度		2011年度		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
❖ 売上高	136,859		137,261		402	
❖ 売上原価	69,447	50.7%	71,311	52.0%	1,864	1.3%
❖ 売上総利益	67,412	49.3%	65,950	48.0%	△1,462	△ 1.3%
❖ 販管費	63,989	46.8%	62,842	45.8%	△1,147	△ 1.0%
❖ 営業利益	3,422	2.5%	3,107	2.3%	△315	△ 0.2%
❖ 経常利益	3,167	2.3%	3,233	2.4%	66	0.1%
❖ 当期純利益	2,037	1.5%	1,583	1.2%	△454	△ 0.3%
❖ 1株当たり当期純利益	47.04円		36.56円		△10.48円	
❖ 自己資本利益率	5.3%		3.9%		△1.4%	

# 売上・利益関連推移

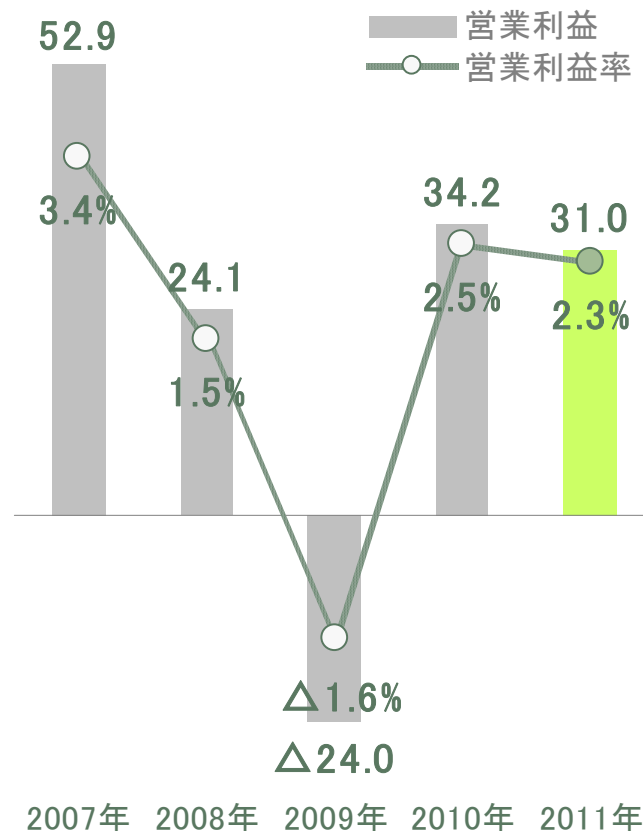
## ❖ 連結売上高・売上総利益率

(単位:億円)



## ❖ 営業利益・営業利益率の推移

(単位:億円)



❖ 売上は回復基調に、営業利益は原価率の上昇により減少



# 2011年度連結決算貸借対照表(対前年比較)

	10年末	11年末	増減額	コメント
(単位:百万円)				
❖ 資産の部				
流動資産	42,656	44,482	1,826	商品及び製品:増【在庫増】 現金及び預金:減
固定資産	47,430	45,959	△1,471	投資有価証券:減【売却・減損等】
資産合計	90,086	90,441	355	
❖ 負債の部				
流動負債	41,318	41,244	△74	仕入債務:増【在庫増】 為替予約:減【為替予約残高減】
固定負債	9,356	7,753	△1,603	社債:減【償還】 長期借入金:減【返済による減】
負債合計	50,675	48,997	△1,678	
❖ 純資産の部				
株主資本	49,966	50,910	944	利益剰余金:増【当期純利益計上】
その他の包括利益 累計額合計	△10,555	△9,465	1,090	繰延ヘッジ損益:減【為替予約残高減】
純資産合計	39,411	41,444	2,033	
負債・純資産合計	90,086	90,441	355	

# 2011年度連結キャッシュ・フロー計算書(対前年比較)

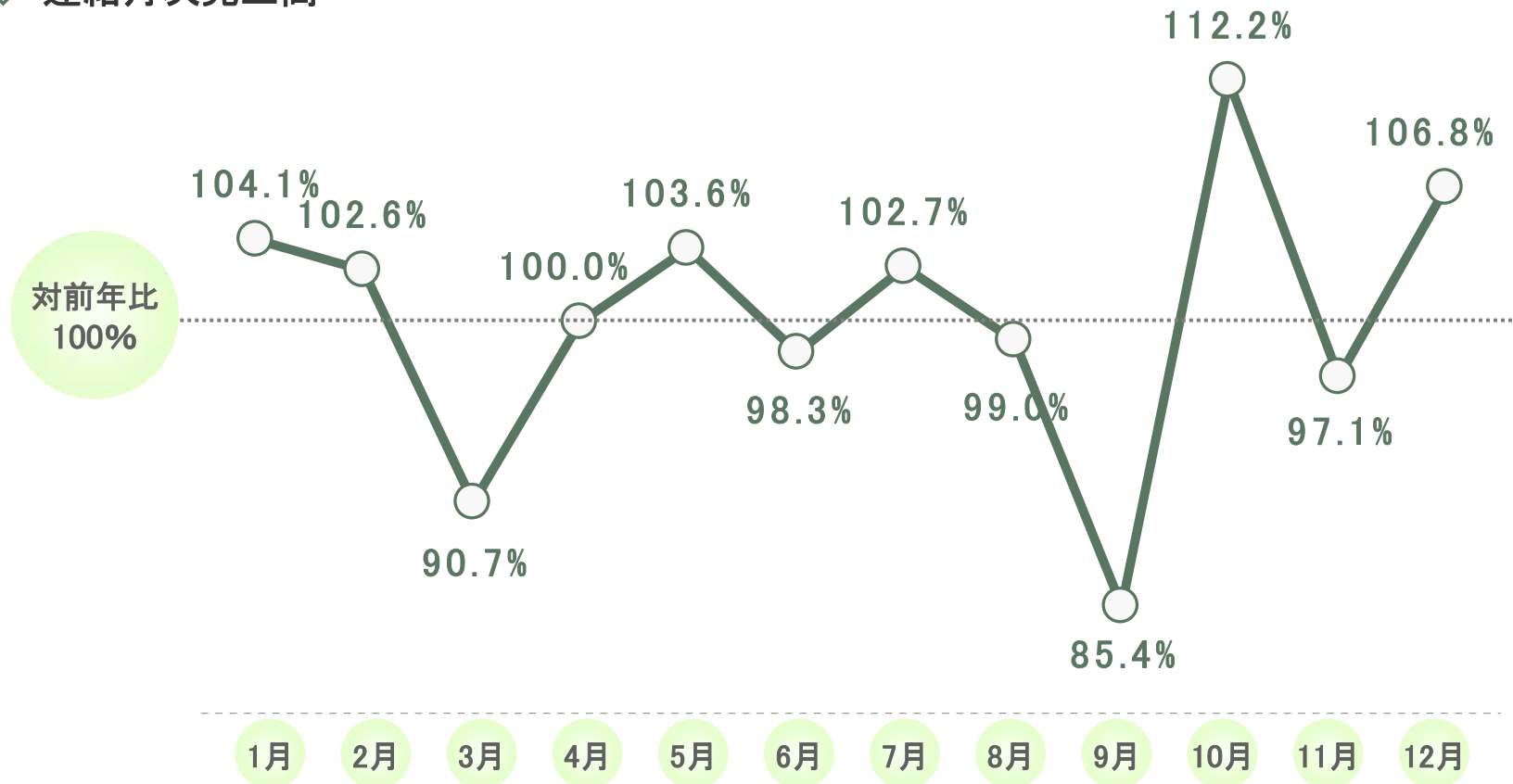
(単位:百万円)

	2010年度	2011年度	増減
❖ 営業活動によるキャッシュ・フロー	9,585	448	△ 9,137
❖ 投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,094	△2,077	△ 983
❖ 財務活動によるキャッシュ・フロー	△6,417	△1,727	4,690
❖ 現金及び現金同等物の期末残高	10,855	7,500	△ 3,355

- ❖ 営業キャッシュ・フロー・・・10年度は回収サイトの短縮による売上債権の早期回収  
11年度はたな卸資産の増加
- ❖ 投資キャッシュ・フロー・・・積極的なシステム投資
- ❖ 財務キャッシュ・フロー・・・長期借入金の返済による支出と短期借入金の増加

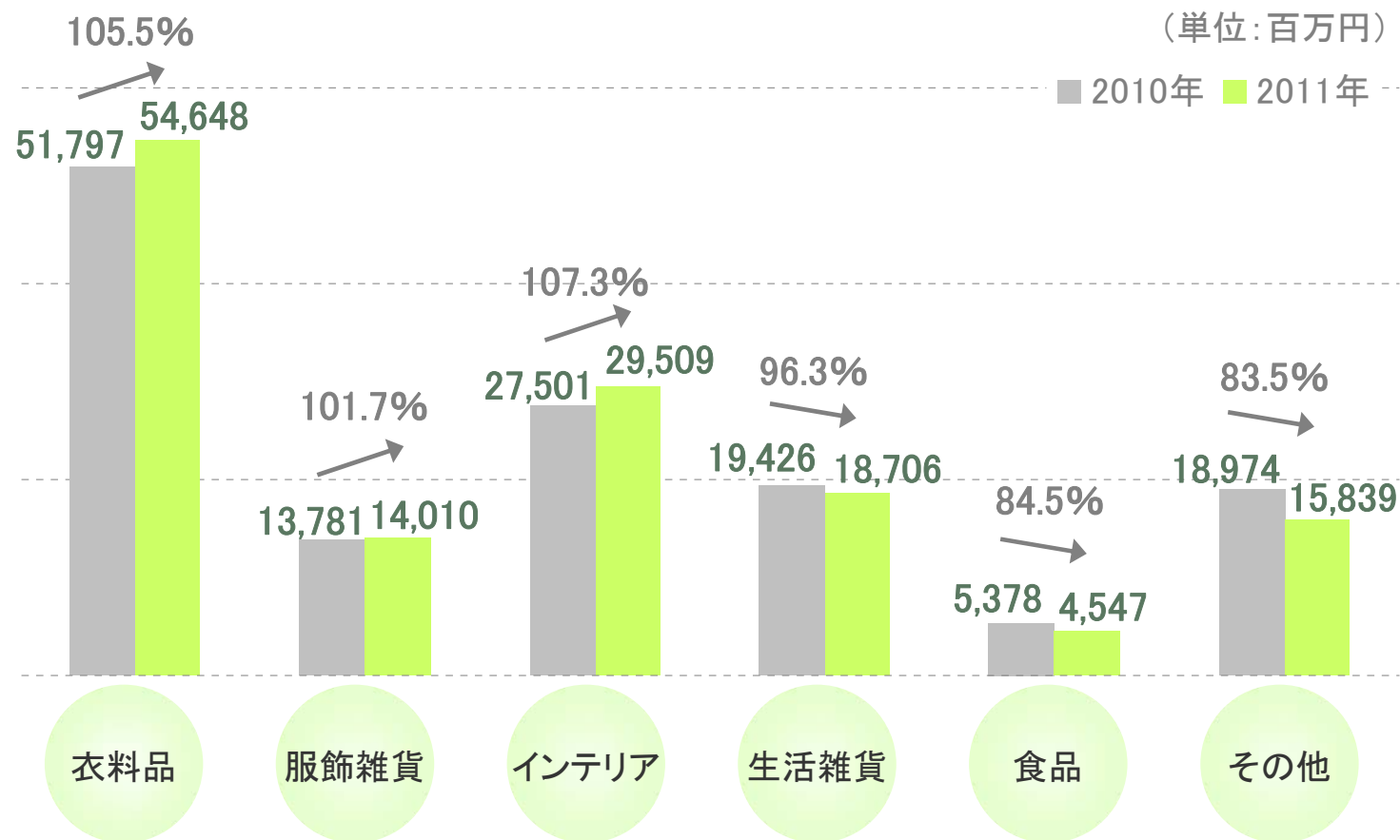
# 2011年度月次売上の推移(対前年比較)

## ❖ 連結月次売上高



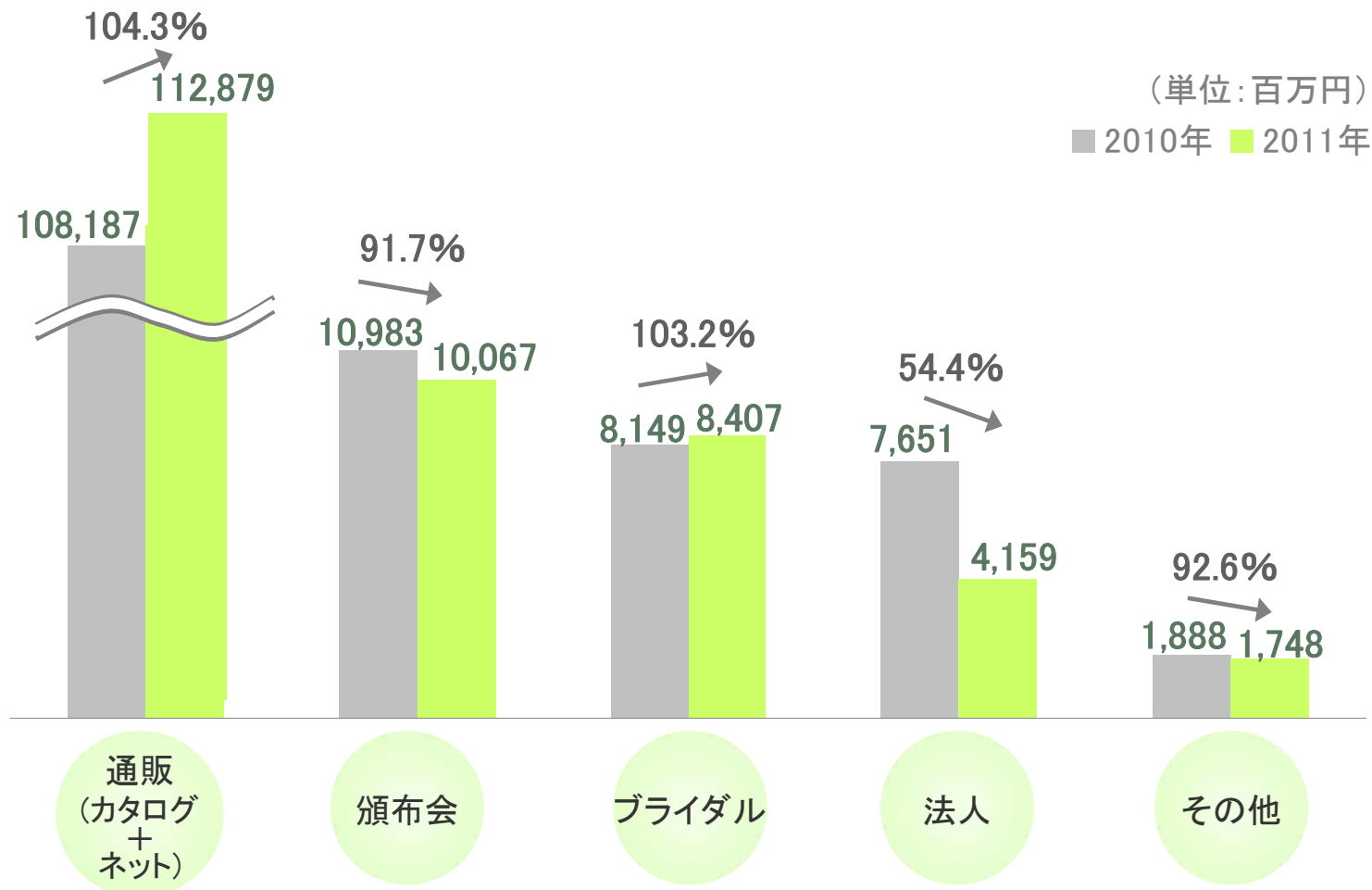
- ❖ 3月度は震災によりマイナスとなるもその後は堅調に推移、9月度は猛暑と台風の影響によりマイナスとなるも、気温が大幅に低下した10月以降は、ほぼ前年対比増となった。

# 2011年度連結ジャンル別売上高(対前年比較)



- ❖ 衣料品では、マタニティ&ベビーや肌着などの実衣料と紳士衣料が好調
- ❖ インテリアでは、ファブリック・寝具が好調

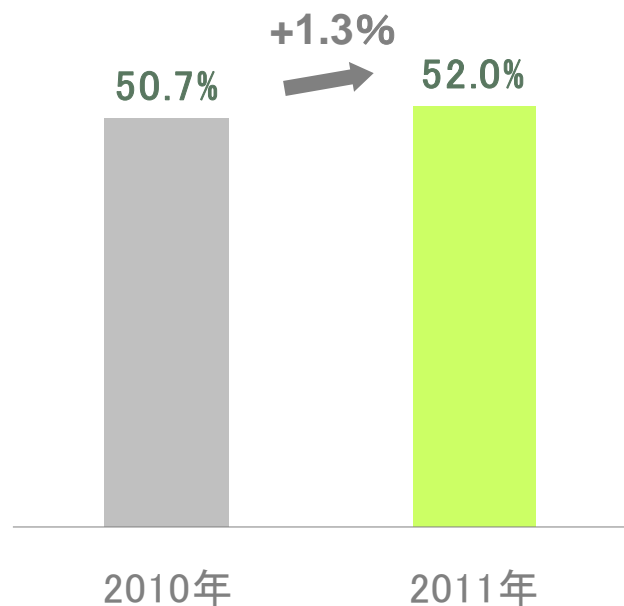
# 2011年度連結セグメント別売上高(対前年比較)



- ❖ 通販事業はネット売上の伸張により増加。ブライダルは震災による影響があるも千葉店オープンにより売上増加。法人は大口受託先の契約終了により減少

# 連結売上原価率及び販売管理費増減について(対前年比較)

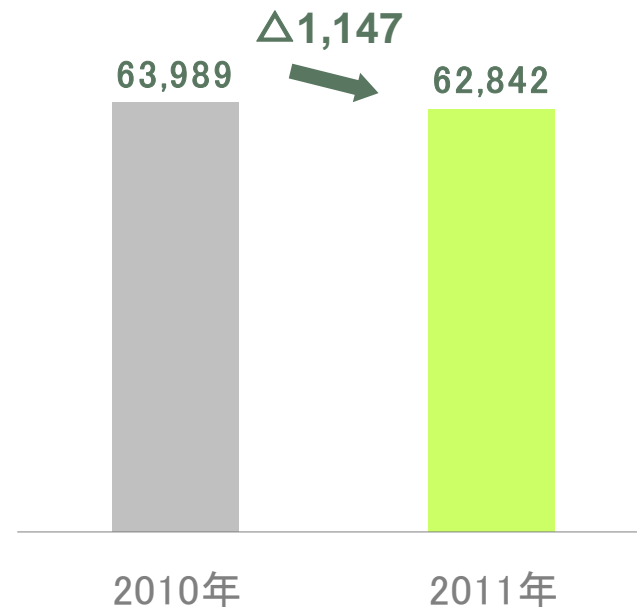
## ❖ 連結売上原価率



- ❖ 原材料費の高騰と中国人件費の上昇による仕入コストの増
- ❖ バーゲン売上、在庫処分売上増加
- ❖ 在庫増に伴う評価損の増

## ❖ 連結販売管理費

(単位:百万円)



- ❖ 販売費：カタログ費用～媒体再編と集約による減  
△14.6億円  
(カタログ部数△675万部)  
販促費～クロスメディアプロモーション等による増
- ❖ 一般管理費：全般的な削減

## 2. セグメント別概況について

# 通販(カタログ+ネット)事業の概況(対前年比較)

	2010年	2011年	増減
❖ 年間購入者数(万人)	366.1	375.6	9.5
❖ 1件当たり受注単価(円)	11,270	10,985	△285
❖ 注文回数(回)	2.9	2.9	0
❖ カタログ部数(万部)	7,681	7,006	△675
❖ 新規会員(万人)	67.4	74.2	6.8
❖ 1個当たり受注商品単価(円)	2,831	2,738	△93
❖ 年間受注金額(円)	33,082	32,006	△1,076

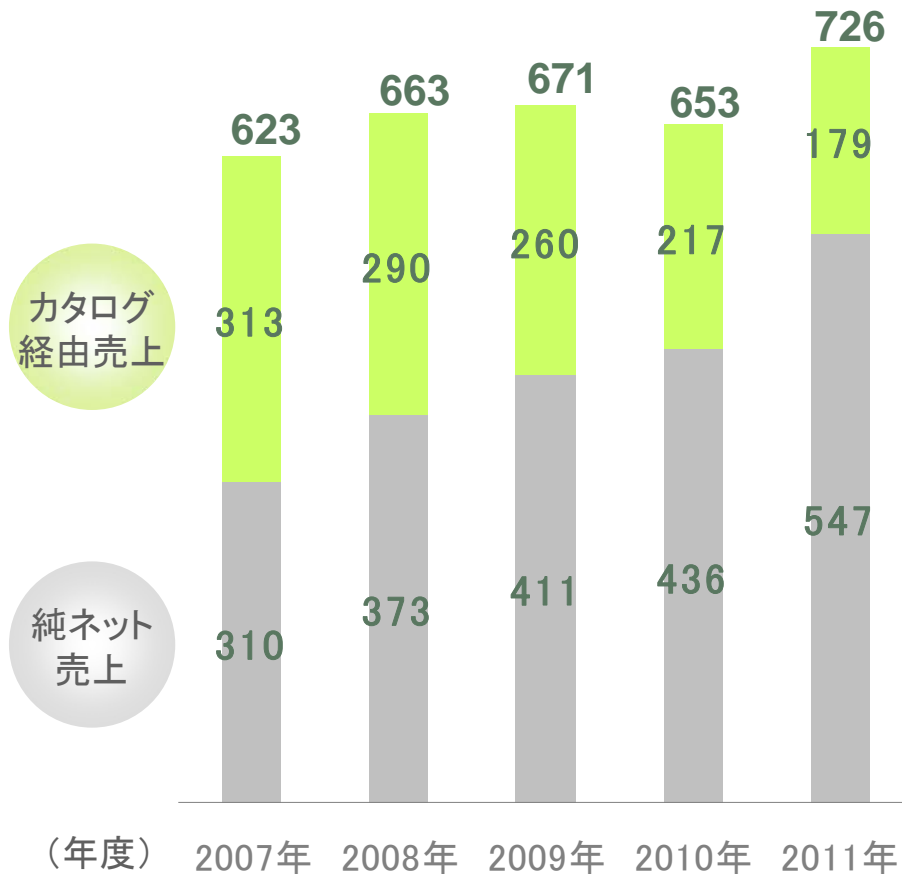
- ❖ クロスメディアプロモーションや送料無料キャンペーン等のマーケティング施策により年間会員数や新規会員数は増加するも受注単価は減少



# ネット関連指標と今期の施策

## ❖ インターネット売上推移 (モバイルを含む)

(単位:億円)

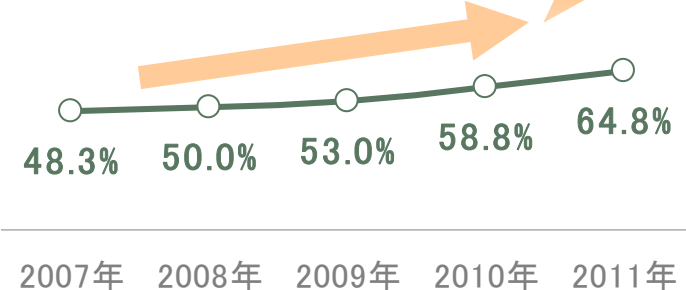


❖ 純ネット売上が前年対比で111億円増加

❖ 2011年10月

- ❖ 「ベルメゾン動画ショッピング」オープン
- ❖ スマホ専用アプリ配信開始  
「ベルメゾンネット注文番号検索アプリ」  
「セール情報配信アプリ」  
～スマホ受注比率は拡大中

❖ ネット受注件数比率



# 頒布会事業の概況(対前年比較)

	2010年	2011年	増減
❖ グループ件数(万件)	6.9	6.2	△0.7
❖ グループ会員数(万人)	21.2	18.7	△2.5
❖ グループ1件当たり単価(円)	5,585	5,867	282
❖ パーソナル会員数(万人)	11.8	13.4	1.6
❖ パーソナル1件当たり単価(円)	3,105	3,099	△6
❖ 会員数合計(万人)	33.0	32.1	△0.9

❖ グループ会員数減少するも1件当り単価は増加

❖ パーソナル会員1件当り単価は減少するも会員数は増加

## ❖ 新ヒット商品

👑 1位  
骨盤キュッ! とショーツ



売上個数...14万枚

👑 2位  
リトルライブラリー



...13.4万個

👑 3位  
ワイヤーいらず美胸ブラ



...8.5万枚

# ブライダル事業の概況(対前年比較)

	2010年	2011年	増減
❖ 売上高(百万円)	8,149	8,407	258
❖ ゲストハウス数(店舗)	12	13	1
❖ 挙式組数(組)	2,036	2,105	69
❖ 挙式組単価(万円)	391.1	395.6	4.5

- ❖ 売上高は震災の影響もあったが、その後予想より大幅に回復した。また挙式単価のアップや千葉の新店舗の寄与もあり前年比増加。
- ❖ 挙式組数、挙式単価も前年比増加。店舗によっては挙式単価が400万円を上回る。

# 法人事業の概況(対前年比較)

(単位:百万円)

売上高 内訳	2010年	2011年	増減
❖ 業務受託	5,992	2,933	△3,059
❖ サンプルング	723	777	54
❖ ノベルティ	320	355	35
❖ その他	614	92	△522
❖ 合計	7,651	4,159	△3,492

- ❖ 業務受託・・・大口受託先の契約終了により売上減少
- ❖ その他・・・ギフトカタログである「MUSUBI」を通販事業へ移管

### 3. 2012年度連結業績計画について

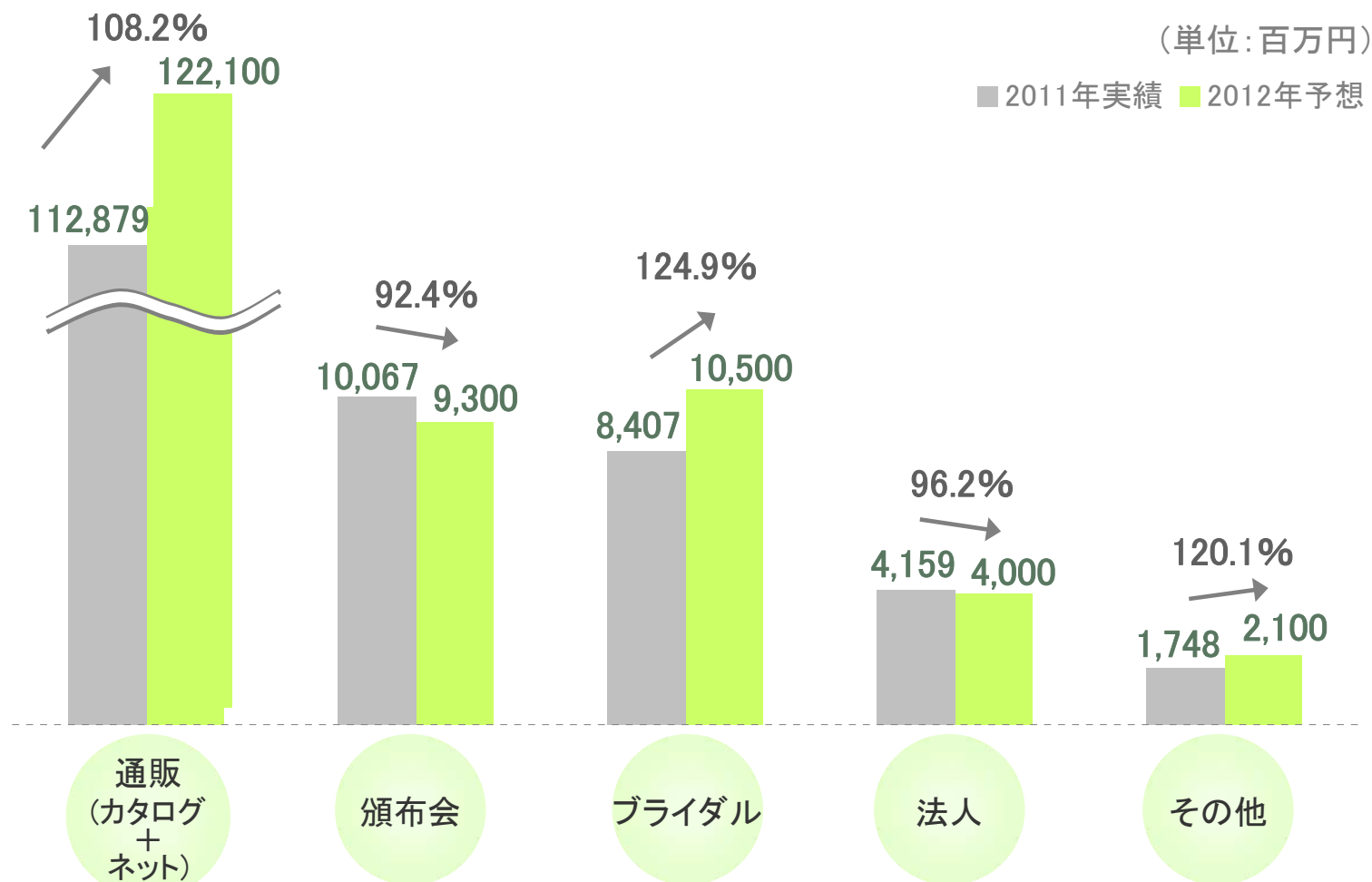
# 2012年度連結決算損益計画(対前年比較)

(単位:百万円)

	2011年度		2012年度		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
❖ 売上高	137,261		148,000		10,739	
❖ 売上原価	71,311	52.0%	76,466	51.7%	5,155	△0.3%
❖ 売上総利益	65,950	48.0%	71,533	48.3%	5,583	0.3%
❖ 販管費	62,842	45.8%	67,533	45.6%	4,691	△0.2%
❖ 営業利益	3,107	2.3%	4,000	2.7%	893	0.4%
❖ 経常利益	3,233	2.4%	4,000	2.7%	767	0.3%
❖ 当期純利益	1,583	1.2%	3,000	2.0%	1,417	0.8%

- ❖ 中期経営計画の2年目として基礎固めから着実な成長へ  
効率性の向上や子会社とのシナジーをさらに高め対前年増収、増益を計画

# 2012 年度連結セグメント別売上計画(対前年比較)



- ◆ 通販事業においてネット売上拡大による売上増
- ブライダル事業において新店舗オープン等による売上増

# 2012 年度トピックス①

## ❖ 新カタログ創刊

### ❖ 「わたしの着たい服」❖



▲ 輝く人へ

▲ 柔らかな人へ

▲ 愉しむ人へ

▲ 微笑む人へ

❖ 「暮らす服」をライフスタイル別に4媒体に再編したカタログ  
商品戦略に合わせて編集した効率的な媒体

### ❖ 「ベルナース」❖



❖ 特定の職域(看護師)向けカタログ  
2割が当社オリジナル商品  
30万部発行予定

### ❖ 「Lifestyle interior book」❖



❖ 新たなインテリア・雑貨カタログ  
当社のオリジナル  
インテリアブランドを掲載



# 2012 年度トピックス②

## ❖ 今年度も継続して クロスメディアプロモーション



❖ 小西真奈美さんを起用したテレビCM

## ❖ 認知向上から具体的な商品・ サービス訴求へ

当社の中心顧客である30代女性を  
ターゲットとしながら幅広い女性に  
対して新規獲得を目指す

～2月15日より放送開始予定。

## ❖ ディアーズ・ブレイン ～カノビアーノ福岡オープン



❖ 外観



❖ バンケット ルビーノ

## ❖ 「カノビアーノ 福岡」

食材や調理方法に独自のスタイルを用いること  
で有名なイタリアンレストラン「リストランテ  
カノビアーノ(東京・代官山)」のオーナーシェフ  
植竹隆政氏とのコラボレーション

～ディアーズ・ブレインとしては初のレストラン運営  
1月5日オープン

# 2012 年度トピックス③

## ❖ 2012年1月 (株)千趣会イイハナの新サイトオープン

プレゼント&ギフトショップ

❖「KURIMO(クーリモ)」❖



家庭菜園とガーデニング  
商品を販売する専門サイト

❖「花くらす 野菜くらす」❖



## ❖ 2012年1月 スマホ専用新アプリ配信開始

「マタニティ期」をサポート 「育児期」をサポート

❖「にんぷメモ」❖

❖「べびメモ」❖



## ❖ 2012年1月 商品情報連携システム導入(ベルメゾンネットからのサイト誘導)

- ❖ 子会社である(株)モバコレ、(株)ペットファースト、(株)千趣会イイハナの商品がベルメゾンネット上からも検索、購入ができるようになりました。

## ❖ リスティング広告の強化

- ❖ リスティング広告の新たな施策として昨年10月からリマーケティング広告※を活用

※ベルメゾンネットのページ閲覧者だけに特定し、その閲覧者が別のページを閲覧している際にベルメゾンネットの広告を表示する手法

今後も新たなアプリの開発などスマホ施策やネット関連マーケティング施策などを「ベルメゾンネット」や子会社サイトなどにおいてアクティブに行う予定。

# 2011年度当社の環境・社会貢献(CSR)活動

「ウーマン スマイル カンパニー」として、お客様が笑顔で暮らせるよう  
事業を通じ、お客様に共感いただける活動を行ってまいります。

## ❖ 女性支援・・・ピンクリボン運動支援

❖ 当社は乳がん健診の受診率向上のために様々な取組みを進めています。



❖ 2010年度から当社が販売しているすべてのブラジャーを「ピンクリボン運動」協賛商品に(1個当たり1円を寄付)  
**2011年は162万円を寄付**

❖ 2010年度から  
公益財団法人日本対がん協会と協力して  
乳がん健診の無料クーポン券をプレゼント  
**2011年は1,100枚プレゼント**

❖ 2011年はピンクリボンマイルウオーク  
神戸に協賛しブース出展  
当社オリジナルマスコットである  
「ピンクラブキャット」をプレゼント



## ❖ 環境対策・・・環境配慮型商品の販売



❖ 当社のオーガニックコットンは流通工程の無駄を省いて通常のコットン製品と同程度の価格を実現。  
多くのお客様にご利用いただきたいと考えております。

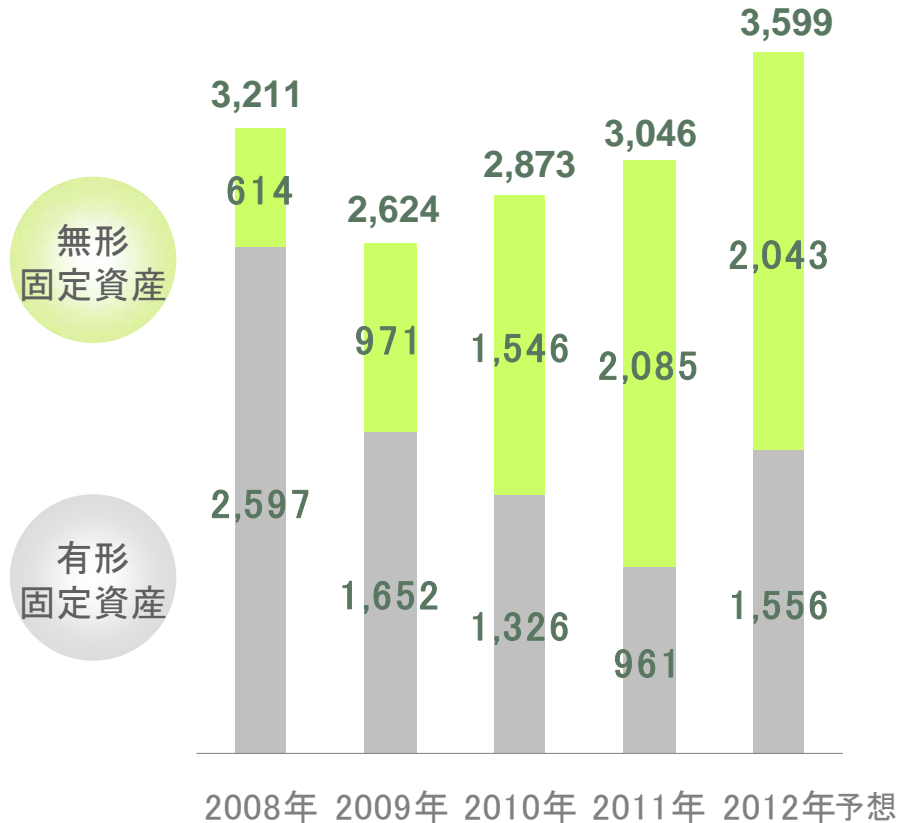
❖ 2011年6月から当社カタログで販売の「オーガニックコットン普及キャンペーン」商品を中心に、「グリーン」をキーワードに環境対策を広くPR  
オーガニックコットンのミニタオル約5万枚をサンプリング



# 設備投資額・減価償却費推移

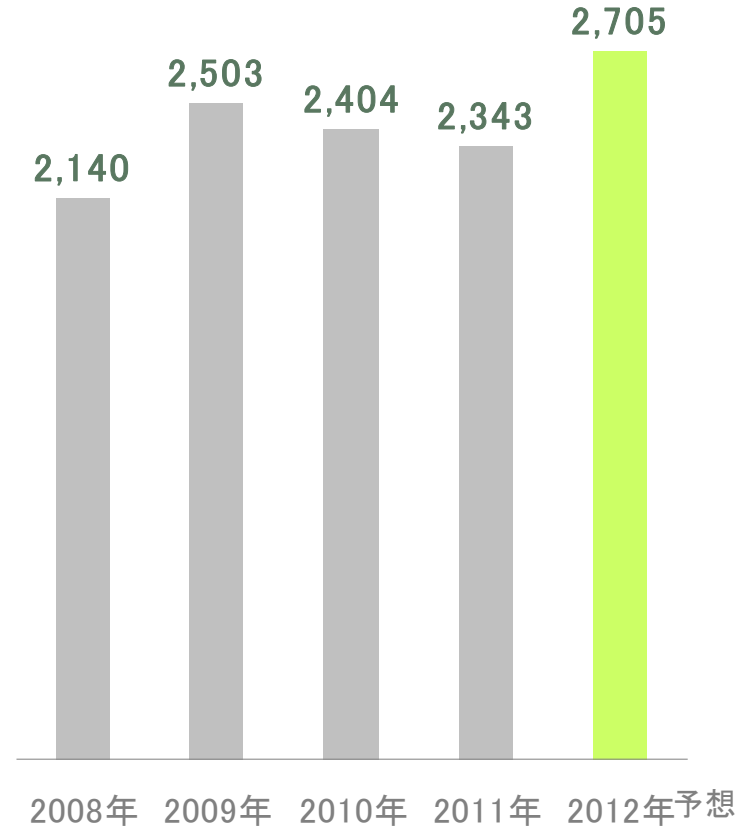
## ❖ 設備投資額

(単位:百万円)



## ❖ 減価償却費

(単位:百万円)



❖ 有形固定資産は、子会社であるディアーズ・ブレインの新店舗オープンにより増

# 配当・決算発表日程

- ◆ 当社の配当政策に関する基本的な方針は、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適正な利益還元を基本としております。

この基本方針に基づき、2011年度の通期連結業績を勘案し、期末配当金を従来の予想通り7円として、中間配当金と合わせた年間配当金を14円といたします。

2012年度における1株当たり配当金につきましては、年間20円(中間・期末共に10円)で配当性向は28.9%の予定です。

- ❖ 4月27日 (金) 第1四半期決算発表
- ❖ 7月26日 (木) 第2四半期決算発表
- ❖ 7月27日 (金) 第2四半期決算説明会(東京)
- ❖ 10月26日 (金) 第3四半期決算発表

- ◆ 当決算発表会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。

# 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  
笑顔を届ける事を通じて、  
世界をしあわせにしていく会社です。