

ウーマン スマイル カンパニー
senshukai

株式会社 千趣会 (東証1部 : 8165)

2015年度 決算説明会

2016年2月4日

innovate
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1. 2015年度連結業績について
2. セグメント別概況について
3. 2016年度連結業績予想について
4. 中長期経営計画見直しについて
5. その他
6. ご参考：千趣会について

1. 2015年度連結業績について


innovate
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2015年度連結決算損益（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）

	2014年度		2015年度		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
売上高	142,526		134,321		△8,205	
売上原価	75,038	52.6%	73,442	54.7%	△1,596	2.1%
売上総利益	67,488	47.4%	60,879	45.3%	△6,609	△2.1%
販管費	64,399	45.2%	64,316	47.9%	△83	2.7%
営業利益	3,088	2.2%	△3,437	△2.6%	△6,525	△4.8%
経常利益	3,549	2.5%	△2,540	△1.9%	△6,089	△4.4%
当期純利益	1,798	1.3%	△5,307	△4.0%	△7,105	△5.3%

- ◆ 売上高：通信販売事業において消費税増税後の反動減継続、気温の変動（天候不順）販促施策の変更による減（クーポンからポイントへ）
- ◆ 営業損失：売上減少による利益減、円安及び在庫適正化に伴う商品処分増による売上総利益率の悪化から営業損失へ
- ◆ 当期純損失：減損損失及び特別退職金の計上、繰延税金資産の取り崩しにより損失増

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

4

1月1日に代表取締役役に就任いたしました星野裕幸でございます。

さっそくですが15年度の決算及び16年度の計画についてご説明申し上げます。

まず連結決算の損益でございますが、売上高1,343億21百万円ということで82億の大幅な減少となっております。

これは後程詳しくご説明申し上げますが、ほとんどが通販事業が大きく影響しております。

売上原価につきましても2.1ポイント上昇して収益を圧迫したということでございます。販管費に関しましてはほぼ前年なみでございまして、結果、営業利益は30億円の赤字となり大幅な赤字となりました。

経常利益については25億40百万円の赤字、その下で減損損失、それから特別退職金の計上等があり、当期純利益は53億円の赤字という誠に申し訳ない決算となっております。

2015年度連結貸借対照表（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）

	2014年度末	2015年度末	増減額	コメント
資産の部				
● 流動資産	53,554	51,947	△1,606	■ 現金及び預金：+63億円 ■ 受取手形及び売掛金：△25億円 ■ 商品及び製品：△35億円 ■ 為替予約：△23億円
● 固定資産	47,231	53,404	6,173	■ 有形固定資産：+28億円 ■ 投資有価証券：+37億円
資産合計	100,785	105,352	4,567	
負債の部				
● 流動負債	33,470	31,410	△2,060	■ 電子記録債務：△10億円 ■ 未払法人税等：△7億円
● 固定負債	14,153	20,236	6,082	■ 長期借入金：+56億円
負債合計	47,624	51,647	4,022	
純資産の部				
● 株主資本	55,707	57,159	1,451	■ 資本金：+19億円 ■ 資本剰余金：+28億円 ■ 利益剰余金：△60億円 ■ 自己株式：+27億円
● その他の包括利益累計額	△2,546	△3,481	△934	■ その他有価証券評価差額金：+4億円 ■ 繰延ヘッジ損益：△14億円
● 少数株主持分	-	27	27	
純資産合計	53,160	53,705	544	
負債・純資産合計	100,785	105,352	4,567	

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

5

貸借対照表でございますが、流動資産につきましては全体で16億円の減少でございます。主に売掛金、カード決済の回収を早めたというのが大きく影響を及ぼしてこれが25億円減っています。

商品につきましては在庫を期末に向けて削減をさせていただいた関係で35億円減っています。

為替予約につきましてはレートが若干悪化している関係で23億円の減少です。

固定資産ですが、有形固定資産は1つは美濃加茂に新たに立ち上げた物流センターの資産が増えていること、もう1つは結婚式場関係、ディアーズブレインのお店、新たに買収しましたプラネットワークの事業資産が増えています。

投資有価証券に関しては、ワタベウエディングに出資をしました。その分とそれ以外の有価証券につきましては株式の相場が上がっているので増えています。

流動負債に関しては売り上げの減少に伴って減っています。

固定負債に関しては長期借入金が56億円発生しています。

2015年度連結キャッシュ・フロー計算書（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）

	2014年度	2015年度	増減額	2015年度の主な内容
営業活動による キャッシュ・フロー	2,722	3,400	678	<ul style="list-style-type: none"> ■税金等調整前当期純損失 ：△38億円 ■減価償却費：+29億円 ■たな卸資産の減少：+35億円
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,540	△8,053	△6,513	<ul style="list-style-type: none"> ■有形固定資産の取得による支出 ：△49億円 ■投資有価証券の取得による支出 ：△26億円
財務活動による キャッシュ・フロー	△91	11,060	11,152	<ul style="list-style-type: none"> ■長期借入による収入：+78億円 ■株式の発行による収入：+38億円 ■自己株式の処分による収入 ：+36億円 ■長期借入金の返済による支出 ：△26億円
現金及び現金同等物の 期末残高	7,910	14,303	6,393	

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

6

それからキャッシュフローですが営業活動によるキャッシュフローに関しては損失がございましたが、減価償却費が増えていることと、先ほど申し上げましたように棚卸資産を削減しましたので6億78百万円のキャッシュフローになっています。

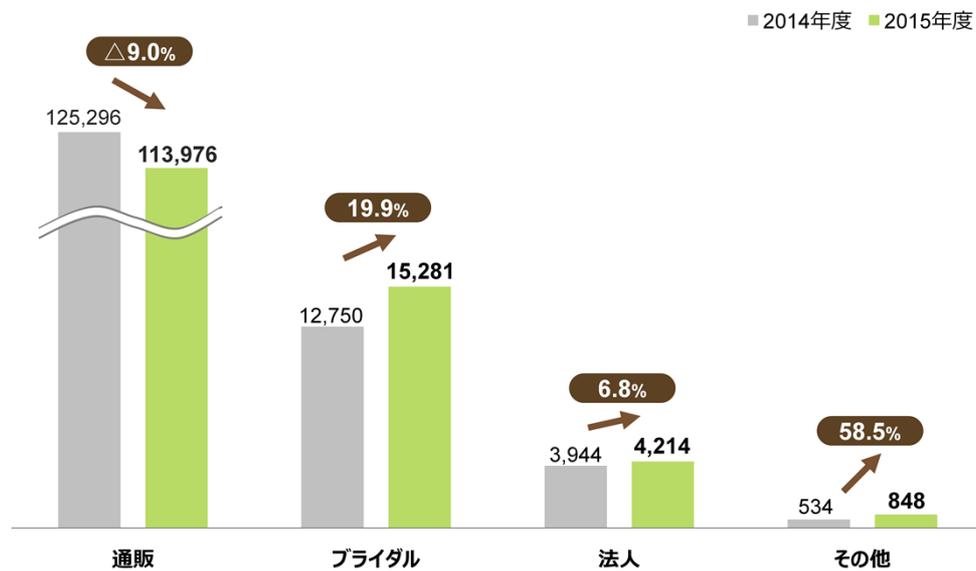
投資活動によるキャッシュフローにつきましては先ほど申し上げましたけれども、物流センター、結婚式場の投資に伴って49億円、ワタベ等投資有価証券の取得により26億円の減少でございます。

財務活動によるキャッシュフローにつきましては長期借入れが78億円、JFR資本提携に伴う株式発行は38億、同じくJFR関係で自己株処分36億円、長期借入れの返済が26億円となっています。

2015年度連結セグメント別売上高（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）



※その他事業とは：保険・クレジットを主とするサービス事業及び保育事業

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

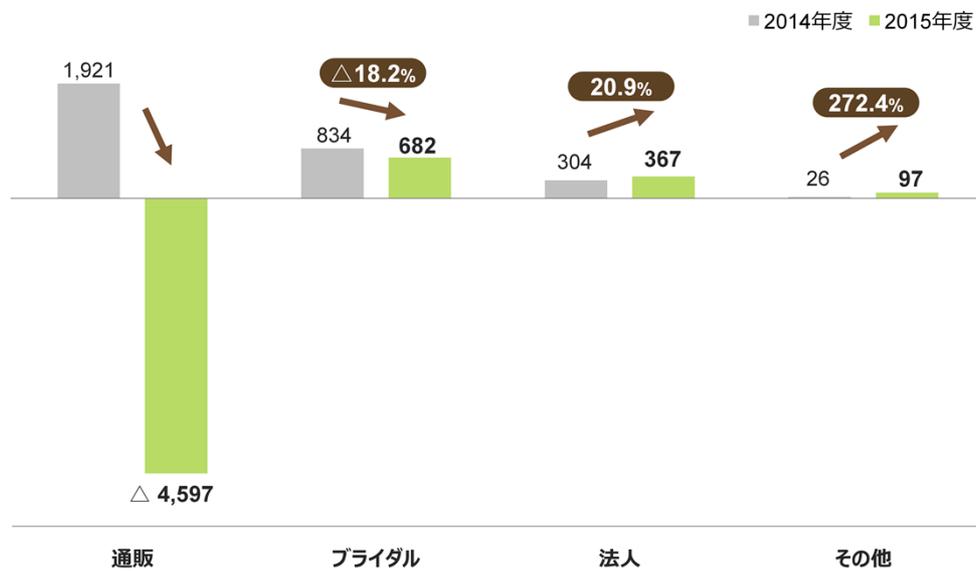
7

次にセグメント別の売上高ですがご覧いただけますように通販事業が大幅に苦戦して売り上げを9%落としてしまった。それ以外につきましては増収でございます。

2015年度連結セグメント別営業利益（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）



※その他事業とは：保険・クレジットを主とするサービス事業及び保育事業

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

8

営業利益は通販が大幅な減益、ブライダル事業に関しても既存店が苦戦し、若干減益となっております。

2. セグメント別概況について

 **innovate**
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

通販事業の概況（対前年度比）

	2014年度	2015年度	増減	要因
売上高（百万円）	125,296	113,976	△11,320	
営業利益（百万円）	1,921	△4,597	△6,518	
年間購入者数（万人）	383.9	363.1	△20.8	■ CM削減等による 新規会員数と継続会 員数の減少
新規会員数（万人）	85.1	80.5	△4.6	
1件当たり受注単価（円）	10,616	10,336	△280	■ 単価・頻度の高い 既存会員の減少に よる減
1人当たり注文回数（回）	2.92	2.84	△0.08	
カタログ部数（万部）	6,375	6,568	193	■ 部数増だが頁数減

※年間購入者数以下の数値は通販事業の中の単体（頒布会事業を除いた）数値

それぞれのセグメントについてご説明申し上げます。

通販事業は次のページでより詳しく説明させていただきますが、売上減少にとまなまして、年間購入者数も20.8万人減りまして、363万人です。新規会員も4.6万人減りまして80.5万人です。1件当たりの受注単価も注文回数も若干減っています。

カタログ部数は単純な部数でいうと若干増えていますがこれは主要な媒体に関しましては相当減っています。

細かい数字は申し上げますが、主要媒体では約1割くらい売り場面積を、売り場面積はページ×部数ということですが、1割くらいの売上がカタログと連動して減っているのが弊社の深刻な状況ではないかと考えています。

売上高

外部要因

- ◆ 消費税増税後の反動減の継続
- ◆ 天候不順（暖冬など）

内部要因

- ◆ 販促施策の変更（クーポンからポイントへ）
- ◆ カタログページ数の大幅削減による売場面積減
- ◆ スマホシフトへの対応遅れ
- ◆ クロスメディア販促策の削減
(2014年CM春・秋⇒2015年秋のみ)

営業利益

外部要因

- ◆ 円安による原材料価格等の上昇

内部要因

- ◆ 売上減少による利益減
- ◆ セール販売比率の上昇
- ◆ 在庫適正化に伴う商品処分増による原価率上昇
- ◆ 販売促進施策追加による費用増

その要因を詳しく申し上げますが、外部要因としましては弊社に限らず消費税増税後の反動減、やはり富裕層向けの商材は一部動いたということですが、ボリュームゾーンという弊社が扱っている商材は、市場全般的に弱含みで推移しています。

それから天候不順ですね。次のページに月別の資料もありますが、この後半、6月7月に持ち直した時期もありましたが、10月から追いつかないといけない時期になかなか寒くなって冬物の商材が売れなかったというところですね。

それから、販促施策の変更、これは我々自身の失策ということですが、販促施策、これを毎月毎月使える優良顧客向けのクーポンを、今年から変更しまして、長期に貯めて使ってもらえるポイント施策「スマイルステージ」に変えました。これがなかなか浸透するまでに時間がかかったということで、月次のグラフを見ていただくと、第一四半期ですね、去年まであったクーポンは月の後半になると使われて盛り上がるということがありましたが、今年はそれがなくなってしまって苦戦した、ということです。

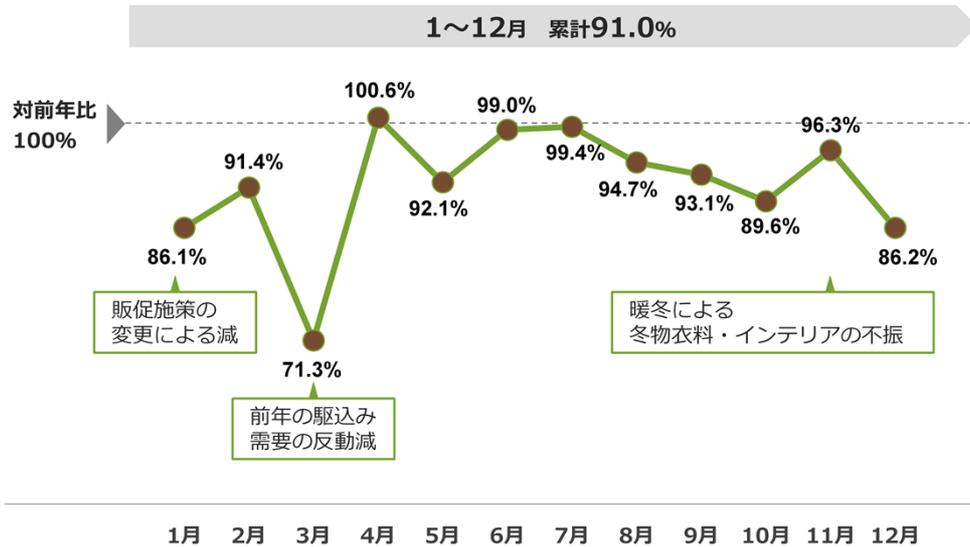
それに対応して、4月以降はポイント施策に加えてクーポン施策も併用するようにいたしました。クーポンの販促費としては持ち出しになってしまっていますが、その関係もあって、第2四半期並びに第3四半期の前半にかけては売上は若干少しもりかえたということですが、1年全体で見るときには、やはりクーポン施策をやめたことの悪影響が一部残った年度かと思っています。

カタログページの大幅削減ということですが、主要媒体で1割くらい減らしてしまった。それ以外に新たに顧客政策として取っていくとしている50代以上のシニア層、いわゆるキャリア向けの新しいカタログは薄いカタログですが、部数を増やして投資をしています。従来の主力の媒体に関しては減っているということでございます。

通販事業 月次売上高の推移（対前年同月比）

innovate
for Smiles 2018

通販事業月次売上高



Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

12

それからスマホシフトの対応遅れということですが、一通りの事はやっているのですが、後程こちらでもデータでお示しますが、スマホシフトがまだまだできることをまだやり残しているということがございます。

クロスメディア、これは秋はやりました。グラフで見ていただくと10月末から11月前半にクロスメディア、CMを1回やりましたが、その関係で11月は比較的ましな数字になっておりますが、後半から売上が沈んだということです。

一昨年2014年は第1四半期もクロスメディアを行いました、昨年は費用削減で上半期見送ったということも売り上げマイナスの1つの要因となっております。

それから利益面ですけれども、なんといっても原価率の上昇が減益の一番大きな要因です。これを分解してみると一つは元々円安に動いている中で、我々の直接アジアで作っている原価が上がっているという事、仕入れ先さんから仕入れさせていただいている商品もその原材料があがっていることも原因です。それに加えて2013年度から積み上がってきた在庫を販売を続けていきましたがなかなか売れないということでそれをセールにどんどん回していった。セールの販売の比率が多くなった、それから処分売が増えたということで原価率を大幅に悪化させました。

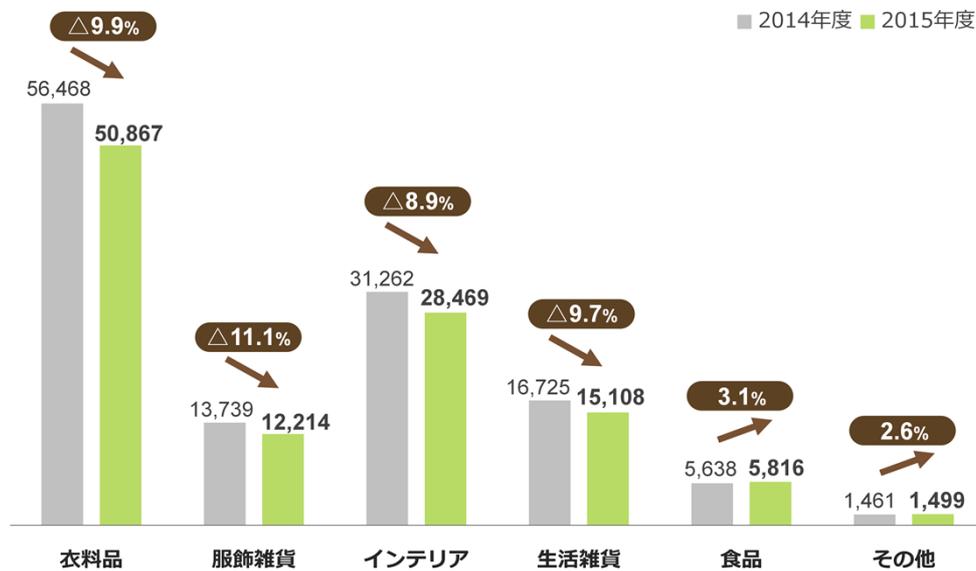
こちらにつきましては、だらだら売っているとどうしても新商品が売れなくなってしまう。という悪影響が顕著にありましたので、その古い在庫につきましては年度末にむけて思い切って処分を行いましたので、2016年はその影響を断ち切ってしっかりと新商品を売っていきたいと思っています。

あと最後に書いてあるのはクーポン施策をやめて減った分を補うために緊急措置的にクーポンを併用したことでございます。こちらはお客様のポイントのデータを見てみるとこのポイント制度、スマイルステージも浸透してきたということがありますので、16年度はポイント制度をうまく使ったお客様の刺激策をしっかりと工夫してやっていきたいということで、販促費に関しては効率化していくことでやっていきます。

通販事業 ジャンル別売上高（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）



Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

13

ジャンル別に分解してみますとすべてにおいて10%以上減ということがございます。特に一番減っているのは服飾雑貨です。食品についてちょっと増えているのは機能性食品ですね、子会社のベルネージュダイレクトで売っているものが入っているのがこうなっています。

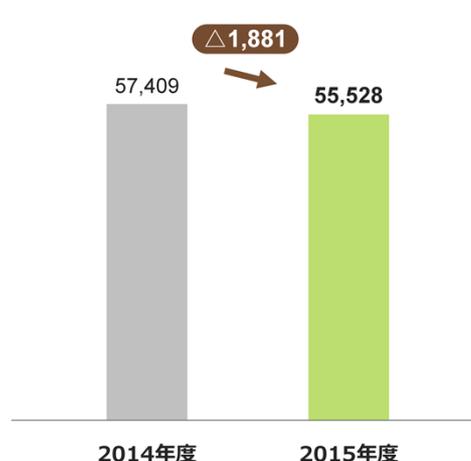
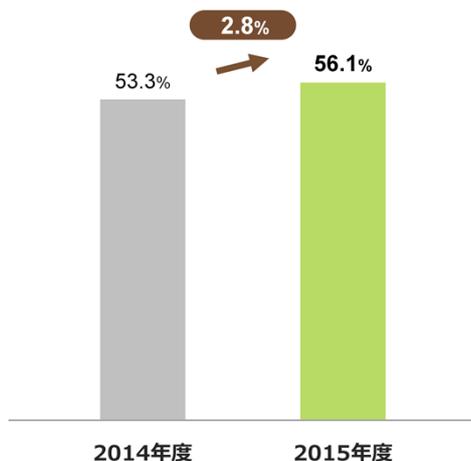
通販事業 売上原価率・販管費増減 (対前年度比)

innovate
for Smiles 2018

売上原価率

販管費

(単位：百万円)



- ◆ セール販売比率の上昇
- ◆ 円安による原価率増 (商社・メーカー経由及び直接取引)
- ◆ 在庫処分による商品償却額増

- ◆ 物流費用：売上高減少に伴う荷造費用減
：発送関連支払手数料減
- ◆ 販促費：カタログ頁数削減による
制作費・印刷費減

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

14

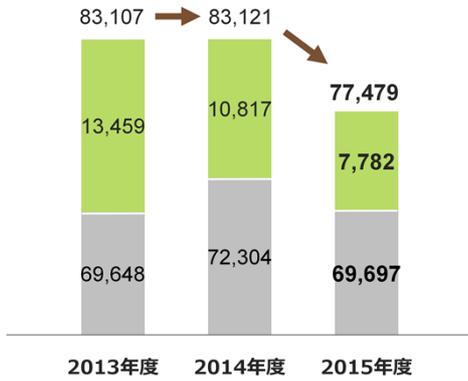
原価率は先ほど説明しましたので割愛させていただきます。

通販事業 ネット関連指標の状況

インターネット売上推移 (単位：百万円)

(モバイルを含む)

- カタログ経由：カタログ記載の申込品番のネット入力による売上
- 純ネット売上：上記以外のインターネットでの売上

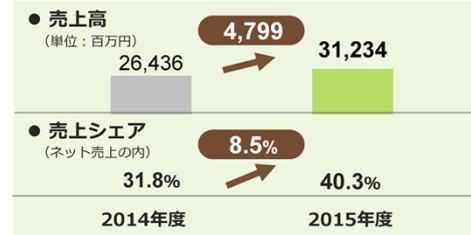


- ◆ 会員数減少に伴う売上減
- ◆ スマホシフトへの対応遅れによる売上減

ネット受注件数比率



スマートフォン売上高・売上シェア



スマートフォン訪問シェア(セッション数)



14年度までは何とかインターネットの売上げは横ばいでしたが、今年はカタログ経由だけでなく純ネットも減った、ということがございます。スマートフォンは他社も勢いで伸びているというわけですが、当社は売上シェアはネットの中で40.3%なのでございますが、セッション数ではさらに増えていて、56.6%、セッション数が56.6%なのに売上シェアが40.3%ということはようするにスマートフォンのCV率（買い上げ率）が低いということを示しております。

これはネット専業の他社のデータでは著しく低いということはおきいていない。

特に好調な会社ほどそういうことがおきいていないので我々としてはここは重要な経営課題としてスピーディに進めていきたいと考えています。

ブライダル事業の概況（対前年度比）

	2014年度	2015年度	増減	要因
売上高（百万円）	12,750	15,281	2,531	
● 新店 （プラネットワーク含む）	－	2,951	2,951	■ 新潟店・奈良店オープン ■ プラネットワーク2店舗
● 既存店	12,750	12,330	△420	
営業利益（百万円）	834	682	△152	
ゲストハウス数（店舗）	18	22	4	
施行件数（組）	3,260	3,974	714	
平均組単価（万円）	381.7	374.0	△7.7	■ ゲスト数の減少 ■ 競合との競争激化による 値引き販売増

次にブライダル事業です。こちらは152億81百万円で25億31百万円の増収ということです。買収しましたプラネットワーク、こちらが大阪に2店舗ございますが、新潟奈良で29億増えていまして既存店が4億2千万減らしている。この既存店が不調に終わったところが利益を圧迫しています。

ゲストハウスが22店舗、現在ありまして、

施行件数は3,974組、組単価は若干減っているという事です。

関西圏は若干列席者がもともと少ないということもありますし、それに加えてそれ以外の店舗に関しても若干減っているということがございます。

法人事業の概況（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）

	2014年度	2015年度	増減額	要因
売上高	3,944	4,214	270	
● 業務受託	2,857	2,978	121	■ 物流・コールセンター業務受託において既存取引先売上増
● サンプリング	801	950	149	■ 既存取引先売上増及び新規取引先増
● ノベルティ	225	246	21	
● その他	61	40	△21	
営業利益	304	367	63	

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

17

比較的順調に推移しました。業務受託とサンプリングが順調で今後この業務受託についてもっと力を入れたいと考えています。

3. 2016年度連結業績予想について


innovate
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2016年度通期連結業績予想（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）

	2015年度実績		2016年度予想		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
売上高	134,321		144,000		9,679	
売上原価	73,442	54.7%	75,407	52.4%	1,965	△2.3%
売上総利益	60,879	45.3%	68,592	47.6%	7,713	2.3%
販管費	64,316	47.9%	66,992	46.5%	2,676	△1.4%
営業利益	△3,437	△2.6%	1,600	1.1%	5,037	3.7%
経常利益	△2,540	△1.9%	2,200	1.5%	4,740	3.4%
当期純利益	△5,307	△4.0%	1,400	1.0%	6,707	5.0%

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

19

それでは2016年の業績予想でございます。

売上高につきましては1,440億、ということで、96億79百万円増収を見込んでおります。売上原価につきましては在庫処分もしっかりしましたので、また2014年並の売上原価に戻したいと考えています。52.4%でございます。

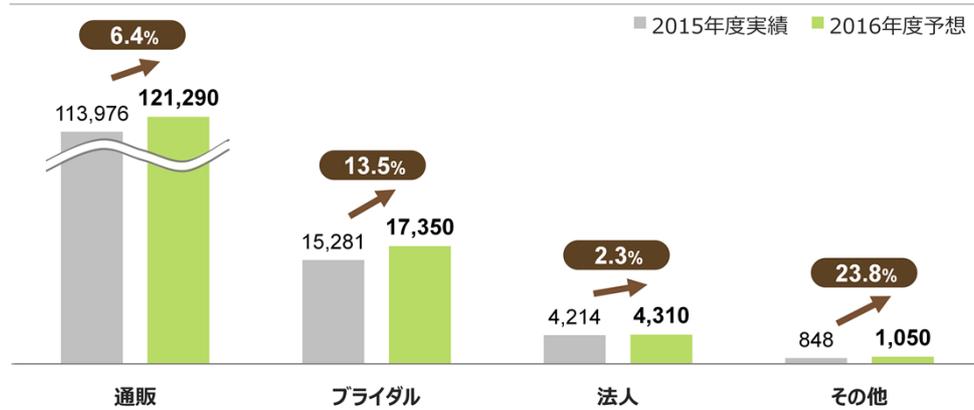
販管費に関しましては、26億76百万円の増で、これは売り上げ増に伴う通販事業の物流変動費、業務変動費が一番大きい要因ではありますが、販売費につきましてもしっかりと積み増して、今季は売上げを取りに行こうということで考えています。そのために固定費、間接費に関しましては社内的にも頑張っておりまして、そのためにも無駄な経費を徹底的に洗い出し、それを販売費に向けていこうというのが今年度の予算でございます。営業利益は16億円前期比22億円の改善を見込んでおります。

経常利益が22億円、当期純利益が14億円を見込んでおります。

2016年度セグメント別売上高予想（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）



- ◆ クロスメディア販促施策増（CM年1回 ⇒ 2回）
- ◆ ベルメゾンDAYSの本格稼働による売上増
- ◆ スマホ対応強化
- ◆ カタログ部数・頁数増による売場面積増
- ◆ ブライダル事業における売上増

※その他事業とは：保険・クレジットを主とするサービス事業及び保育事業

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

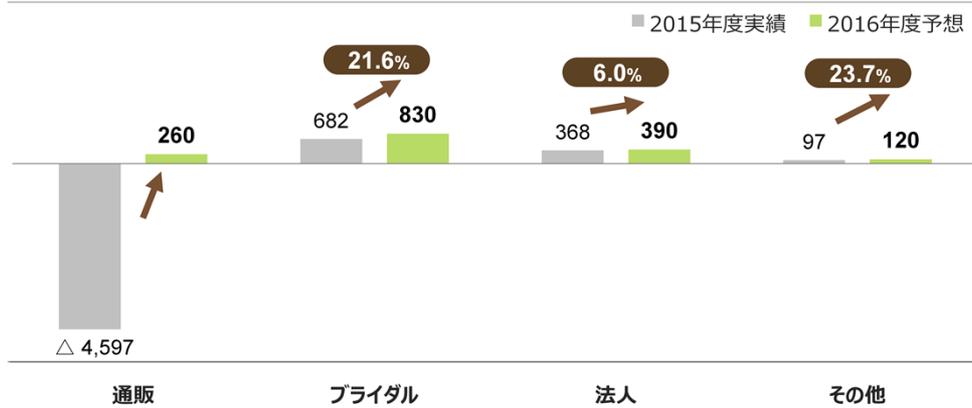
20

セグメント別には通販6.4%増、ブライダル13.5%増、法人2.3%増です。その他に関しましては保険・クレジット関係のサービス事業に加えて保育園の事業を足した数字となっています。

2016年度セグメント別利益予想（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）



- ◆ ベルメゾンDAYS売上拡大による原価率低減
- ◆ 2015年不良在庫削減によるバーゲン・処分売上減少に伴う原価率低減
- ◆ 美濃加茂DC稼働に伴う物流コスト削減
- ◆ ブライダル事業での業務提携におけるスケールメリットによる利益増

※その他事業とは：保険・クレジットを主とするサービス事業及び保育事業

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

21

セグメント別の利益ですが、通販はなんとか黒字化してV字回復させようと思っています。ブライダルにつきましてもしっかりと利益体質を作っていきたいと考えています。ブライダルに関しましては、後程ふれませんがワタベウェディング社とのシナジー効果もありますし、ディアーズ・ブレイン、プラネットワークなどとのブライダルの子会社との効率化も図りたいと思っています。

設備投資額・減価償却費推移と計画

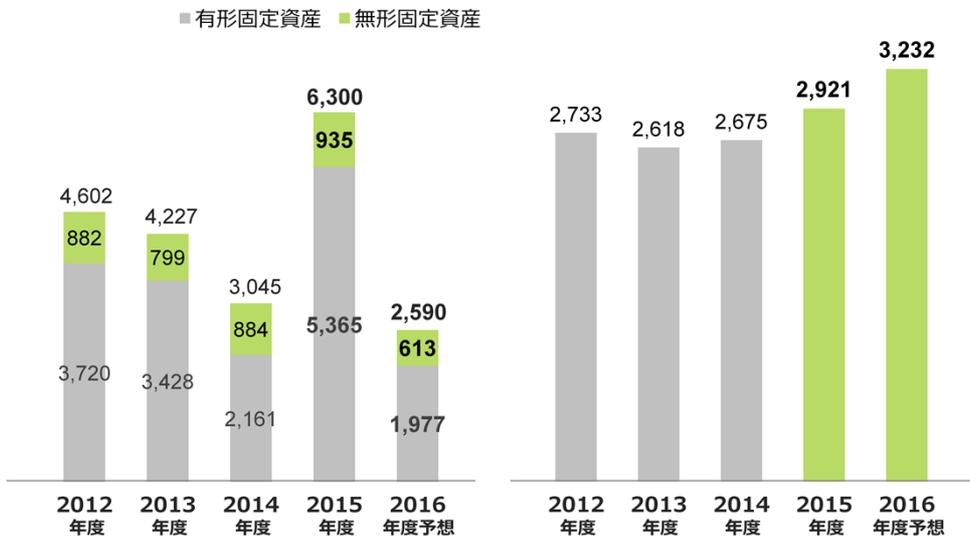
innovate
for Smiles 2018

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：2015年度は美濃加茂DC（ディストリビューションセンター）開設費用及び、(株)ディアーズ・ブレイン新店舗関連費用により大幅増

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

22

設備投資ですけれども2015年は美濃加茂DC、それからディアーズブレインの新店舗、プラネットワークなどございまして積極的に投資をした年でしたが、2016年はまた平常の水準に戻りたいと考えております。

4. 中長期経営計画見直しについて (2014~2018年度)

 **innovate**
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

中長期経営計画「Innovate for Smiles 2018」

↑innovate
for Smiles 2018

		2018年当初目標	2018年修正目標
グループ全体	売上目標	1,870 億円	1,650 億円
	営業利益	100 億円	50 億円
	当期純利益	65 億円	40 億円
	自己資本利益率 (ROE)	10 %目処	7 %目処
通販事業	売上目標	1,585 億円	1,400 億円
	営業利益	74 億円	26 億円
ブライダル事業	売上目標	180 億円	180 億円
	営業利益	18 億円	16 億円
法人事業	売上目標	60 億円	57 億円
	営業利益	7 億円	6 億円
その他(新規)	売上目標	45 億円	13 億円
	営業利益	1 億円	2 億円

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

24

中長期経営計画「Innovate for Smiles 2018」というのを5か年計画として一昨年発表させていただきましたけれども、2年たち、残り3年でございます。

ここまで、特に15年度大幅な減益という実態をうけとめまして、もう一度実勢にあった計画を社内で見直しました。その数字を今から説明申し上げます。

グループ全体でしましては前回1870億円の売上で、営業利益100億円 掲げさせていただきましたが、ここは下方修正をさせていただきます。

売上1,650億円、 営業利益50億円 ROE 7%まではなんとか持っていきたいと考えています。

残りの3年間で特に通販事業を立て直してそのあとの2019年以降の成長に向けて基盤を強化したいと考えております。その内訳はご覧のとおりで通販事業は売上は1400億円 営業利益26億円

ブライダル事業は売上は見直しておりませんが、現状の若干営業利益率も見込んで16億にさせていただきます。

その他につきましては新規投資を含めて45億円というのを一旦は掲げ、いろんなことへチャレンジしていこうでしたけれども、今回はすでに着手しているものを対象としています。

今後M&Aを含めてこれ以外に新しいものへのチャレンジをやめるというわけではございません。今見えているものだけを計算に入れたという事でございます。

通販
事業

重点戦略の継承と具体的施策への落とし込み



それではその内訳の重点戦略について簡単に説明します。

まずは通販事業でございます。通販事業は4つの重点戦略を掲げまして、今回それを具体的に社内に落とし込んで取り組んでいく内容を簡単に説明させていただきます。

一つはブランド力強化、商品力を上げることです。

それからECの販売力をあげる。スマホが中心になると思います。

これが一番大きな2つの柱です。

さらに販路を従来の販路以外に特にECに置いて拡大するということです。

それから顧客政策、50代までは着手してしっかりとやっておりますが、今後の少子高齢化を見据えて、60歳、もしくは70歳までチャレンジしていくことを新たにしっかりと掲げたいと思っています。

。

中長期経営計画「Innovate for Smiles 2018」

innovate
for Smiles 2018

通販
事業

重点施策「ブランド力強化」「EC販売力強化」「販路拡大」「シニア層獲得」

◆ 明確な提供価値による全体的な販売力向上と、売場の拡大を図ります



2018年度に向けた方針

◆ これまでは通販市場での存在感を高めるべく数々のPB開発に注力してまいりました。2016年からはこれらのブランドに更に磨きをかけ、自社カタログ・ECでの展開のみならず外部の販路にも積極的に展開し、売上拡大を目指します。

Copyright SENSUKAI Co., Ltd. All Rights Reserved.

26

この折れ線グラフは2018年に予想される女性の年齢別人口です。

イメージ図でございますが、30代から50代に関しましてはカタログ再編したり、EC販売力強化したり、何よりも商品力、ブランド力を強化して支えていこうと思っています。加えまして右側のシニア層にも注力していこうと考えています。

詳しくご説明しますとベルメゾンデイズというのが年末にデビューいたしました。

計画を大きく上回るというわけではないけれども滑り出し好調にスタートできております。今年はこのベルメゾンデイズをさらにブラッシュアップして売り上げも大きく拡大していこうと考えて原価率の量的にも多く売れる商材を集めております。積極的にこちらにも中国以外にもマンマーとかバングラデシュ、ベトナムに生産を考えております。このデイズの丸いロゴ、日本の国旗をイメージして我々作りました。なので近い将来しっかりとアジアや世界に出ていけるブランドとして育てたいと考えております。デイズ以外の靴のベネビス、後程述べますがJフロントさんとの提携でいろんな計画をそれらも含めてブランド力を強化していきたい。

EC力強化はスマートフォンをしっかりとやっていきたいです。画像の問題が非常に大きい、カタログ用に撮影している画像がPCでは見やすいがスマートフォンでは見にくい。このへんの業務改革をスピーディにやっていこうと思っています。スマートフォンは画像が小さいので自分に関係ないものがでてくるとセッションを完全に切られてしまう。パーソナルゼーション 先行企業とくらべてそこをしっかりとやっていきます。

通販
事業

あらゆるお客様にあらゆるところで「スマイル」をお届け

重点施策① ブランド力強化

これまでに基幹ブランド「BELLEMAISON DAYS」をはじめ、数々のスペシャルPBを誕生させました。今後も様々なお客様のニーズにマッチするPBを創造しながら、引き続きデザインや品質の向上を行い、更なるブランディングにも注力します。
また、原価率低減・付加価値向上を加速させるべく、SPA型の商品開発・調達にも注力します。

BELLE MAISON
DAYS



重点施策② EC販売力強化

ますます広がるお客様のスマートフォン利用に対し、スマートフォンでの販売を中心とした、さらなるEC販売体制の強化を図ります。また、目まぐるしく変化する購買環境に対応すべく、フレキシブルな売場変更、利便性向上が行えるシステム環境への強化にも努めます。
加えて、こだわりのセレクトによるNB商品の取り扱いも拡大し、より魅力あふれる売場を作ります。

重点施策③ 販路拡大

重点施策①で掲げた「ブランド力強化」により、各種PBを用いた販路拡大を目指します。他社チャネルでの販売にとどまらず、海外市場も含めた積極的な展開をまいります。



重点施策④ シニア層獲得

強みであるカタログとの親和性の高さや女性人口の趨勢から、これまでの顧客資産を活かしたシニア層へのアプローチを強化しております。

販路拡大ですが、こちらはECで言うと今までもベルメゾンネット以外でYahooさんとは長いお付き合いで販売していますが、昨年はベネビスはロコンドさんという靴の通販で販売、非常に好調に売れています。

具体的にどことは言えませんが、モール型企业も競合ととらえずに我々のオリジナルブランドを積極的に世間の皆さまに知っていただく場としてモールなども活用していきたいと考えていますし、海外でも中国ではTモールに出店していますが、中国の売上もそれなりの規模になってきています。このような海外、もしくは越境サイトというもがございます。今までインバウンド消費は我々は指をくわえて見ておりましたが、そうではなく積極的にトライしたいと思います。

シニア層ですが、我々のお客様も1年たてば1歳年を取られている中で実は私どもは角川さんと一緒にシニア向けの通販会社を事業でさせていただいております、そこでの70歳の方への商材のMDを実は弊社の社員が出向しております。

関西では読売テレビさんとテレビ通販の合併会社をやらせていただいております、そこでもMDに関しては当社の社員がやらせていただいております。

JFRにつきましてもJFRオンラインという通販子会社がありますが、我々の社員がお手伝いをやっている、気が付けばシニア層のMDについても間接的ではありますが手掛けている。これらの商材やマーケティングのノウハウを、今後は自社の顧客層にも生かしていきたいと考えています。

。



各社の強み・ノウハウを集結

- ◆ ブライダル市場のリーディングカンパニーとして、常に新しい価値を創造してまいります



2016年新店OPEN情報



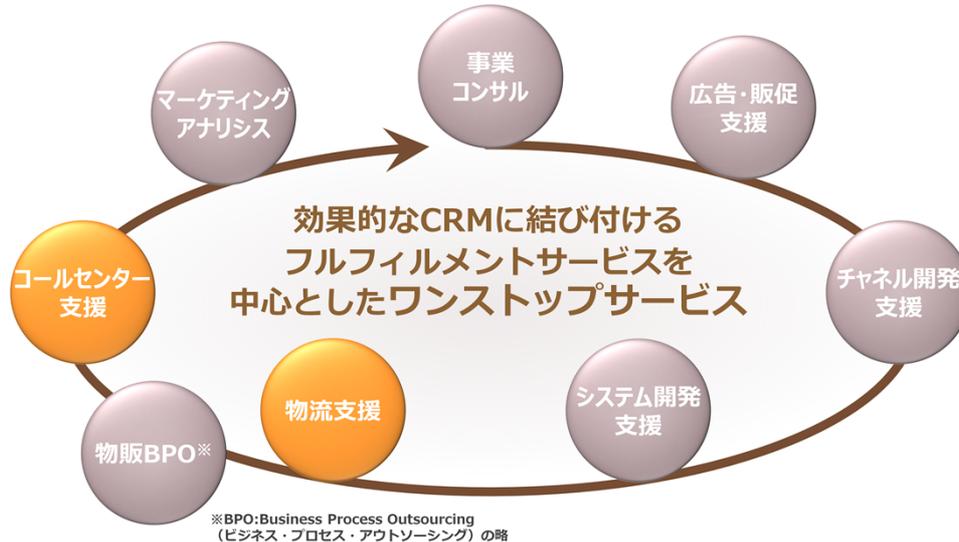
ブライダル事業です。こちらは何と言ってもワタベウェディングさんとの資本提携です。昨年やりまして、3社で何が出来るか、もしくはベルメゾン他の事業と何が出来るかをプロジェクトを組んで詰めておまして16年はいくつかその成果が出てくるかと思えます。たとえば写真事業、アルバムの効率化、内製化などです。ドレスもしかりです。各種商品の仕入れコスト面での効率化というのは短期的に出てくると思えます。

そしてワタベウェディング業績が回復すれば我々も持分法のところで利益を取り込んでおりますが、そこが拡大していくということでございます。

法人
事業

「通販支援」と言えば「千趣会」というプレゼンスUPへ

◆ 通販事業者の戦略的パートナーにふさわしいサービスを提供します



法人事業はいくつか事業を行っておりますが、特に通販の業務受託をしっかりとやっていこうということで「通販支援と言えば千趣会」と言われるところまで持っていきたいと思います。

コールセンターや物流という物理的以外にもマーケティングアナリシス、ビッグデータの分析もしっかりお手伝いできる体制を取りたいと思います。

新規
事業

保育事業の安全・安心運営の追求とさらなる高品質化へ

◆ 着実かつ堅実に園数を伸ばし、待機児童問題に取り組んでまいります

2016年開園情報



今後も
ウーマンスマイルカンパニーに
ふさわしい新規事業の創造に
邁進してまいります



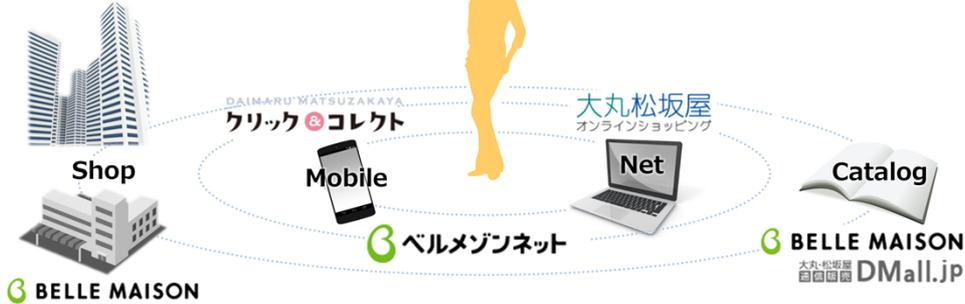
保育事業については4月に新たに二園、認可保育所を開園いたします。
ここはしっかりと着実に一園、二園増やしていく。一気に大規模に増やしていく事業ではない。
しっかり社会貢献できるように取り組んでいきたいと考えています。
これ以外につきましてもウーマンスマイルカンパニーにふさわしい事業を今後開発していきたいと
考えています。

JFR資本
業務提携

お互いの強みを活かした、提供価値の最大化を目指して

◆ 双方が持つ資産・ノウハウを最大限に活かした積極的な展開を推進します

DAIMARU
Matsuzakaya



互いのPBや共同開発ブランドをそれぞれのチャネルで展開し
さまざまな提供価値を創造し続けてまいります

最後にJ. フロントリテイリングとの資本業務提携に関してはいろいろなテーマで進めています。

我々のプライベートブランドを我々だけのブランドという事だけでなくJフロントリテイリングとのグループブランド、共同開発ブランドとしてしっかりと共同展開していくことについて具体的に今年はいくつか実現を花ひらいていきます。近々これも発表させていただきますが大丸松坂屋さんの店舗の中で我々のPBの商品の売り場ができる年になります。

一方で大丸松坂屋さんの通販事業をこれを拡大していくことに関して、我々がしっかりお手伝いをして取り組んでいくということもやっておりますし、子会社のJFRオンラインの事業の効率化に関してもしっかりお手伝いをして取り組んでいきます。

以上中長期経営計画についてご説明申し上げます。

5. その他

 **innovate**
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.



お客様からの寄付「えがおの森基金」が累計9千5百万円を突破

「お客様と一緒に。みんなを笑顔に。」をスローガンに2013年度より開始した社会貢献活動のための「えがおの森基金」は、お客様の支持を得て累計9千5百万円を突破。
（95,367,257円、2016年1月4日現在）
東北支援、ピンクリボン活動、環境活動の3つのテーマでウーマンスマイルカンパニー千趣会として、各プロジェクトを展開しています。

東北支援－宮城県石巻へ4年目のご支援。「親子ヨガイベント」開催

震災復興「東北のお母さんと子どもたちを笑顔に」する活動として、東北4県の新しい命に2万枚以上の「オリジナルおくるみ」をプレゼントしています。
10月には震災当初よりご縁のある石巻にて地元NPO法人ベビースマイル石巻様とともに「親子ヨガイベント」を開催し、地元紙にも取り上げられました。



ピンクリボン活動－ピンクリボン運動協賛も8年目を迎え、7割のお客様から支持

千趣会で販売するすべてのブラジャーを協賛商品にするほか、毎年乳がん検診無料クーポンをプレゼントするなどの活動を続けた結果、2015年度の顧客調査では「千趣会のイメージに合う活動（70.6%）」との評価をいただきました。
（2015年クーポン配布数3,400枚）

環境活動－グリーンパワー教室が11校目～第2期授業がスタート

未来を担う子供達に“グリーンパワー（再生可能エネルギー）”について考えてもらう機会を作り、社会全体でエネルギー問題や環境問題を変えていきたいという考えから、小学校での出前授業を実施しています。



当社のCSR活動について今年も様々な活動をさせていただいています。またご覧ください。

配当予想

当社の配当政策に関する方針は、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業績に応じた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、2015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4円として、中間配当金と合わせた年間配当金を8円といたします。

2016年度におきましては、業績予想をふまえ1株当たり中間配当金は4円、期末配当金は4円とし、年間配当金は8円を予定しております。

決算発表日程

- | | |
|-------------|-----------|
| ● 第1四半期決算発表 | 4月28日（木） |
| ● 第2四半期決算発表 | 7月28日（木） |
| ● 決算説明会（東京） | 7月29日（金） |
| ● 第3四半期決算発表 | 10月28日（金） |

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。

最後に配当でございますが、2015年連結営業業績を踏まえまして予想通り4円、中間配当と合わせて8円といたします。

2016年に関しても4円プラス4円、合計8円と予定しております。

決算発表の予定に関してもこの通りでございます。

6. ご参考：千趣会について

 **innovate**
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.



ウーマン スマイル カンパニー

senshukai

女性にとって「唯一無二」の存在として。



女性の「欲しい」気持ちに応えられる
オリジナル商品を中心に、
安心・便利なサービスやきめ細やかなサービスを通じて、
女性にとって「唯一無二」の存在を目指しています。

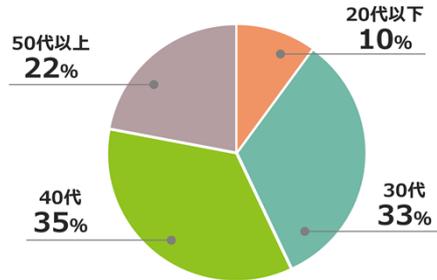


顧客の男女構成比

年間購入者
363万人



顧客の年齢構成



千趣会はウーマン スマイル カンパニーとして
さまざまな女性の生活シーンやライフステージの接点から
幅広い商品・サービスを提供しています

通販事業

当社の基幹ビジネス
・カタログ
・EC
・頒布会

BELLE MAISON



ブライダル事業

ハウスウェディング
事業の運営
・全国に22店舗



法人事業

多様なサービスで
顧客のビジネスを
サポート



その他 (新規)

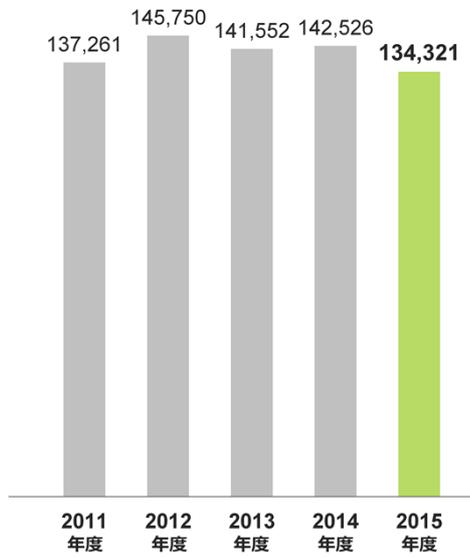
保育事業
保険サービス
カードサービス



連結売上高と営業利益の推移 (直近5年分)

売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)

