

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)

2016年度 決算説明会

2017年2月2日

innovate
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

1. 2016年度連結業績について
2. セグメント別概況について
3. 2017年度連結業績予想について
4. 中長期経営計画「Innovate for Smiles 2018」進捗について
5. その他
6. ご参考：千趣会について

本日はお忙しい中お集まりいただきまして誠にありがとうございます。
ただいまより16年度の決算についてご説明申し上げます。

1. 2016年度連結業績について


innovate
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2016年度連結決算損益（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）

	2015年度		2016年度		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
売上高	134,321		129,074		△5,247	
売上原価	73,442	54.7%	67,087	52.0%	△6,355	△2.7%
売上総利益	60,879	45.3%	61,986	48.0%	1,107	2.7%
販管費	64,316	47.9%	60,791	47.1%	△3,525	△0.8%
営業利益	△3,437	△2.6%	1,194	0.9%	4,631	3.5%
経常利益	△2,540	△1.9%	1,673	1.3%	4,213	3.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△5,307	△4.0%	1,420	1.1%	6,727	5.1%

◆ 売上高：ブライダル事業・法人事業・その他において増収だったが、通信販売事業の減収による売上高減（△3.9%）

◆ 営業利益：売上高減少により利益減となるも原価率改善及び販売管理費の削減により黒字転換

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

4

2016年度の売上高でございますけれども1290億74百万ということで前年比3.9%のマイナスという結果となりました。売上原価が連結ベースで前年より2.7%削減できたということでございます。

こちらは主力事業であります通販事業におきまして、一昨年度末の在庫処分等ありましたのでそれらを含めて昨年は原価を抑えられたというところが寄与しています。

それから販管費は対前年35億25百万円のマイナスとなっております。

こちらにも主に通販事業におきまして、媒体費および販促費の削減と、いわゆる変動費と言われる物流関係も削減してさらに人件費をはじめとした管理費なども削減した結果でございます。

ということで売り上げは昨年に対してマイナスとなったものの、11億94百万円という形でなんとか営業利益を確保できた年度となりました。

経常利益は16億73百万、当期純利益につきましては売却益等ございまして、14億2千万円となりました。

15年度におきまして大変な損失を出して、ご迷惑及びご心配をおかけしましたが、16年度はしっかり黒字に復帰して17年度以降にむけて更なる改革をすすめていきたいと思っております。

2016年度連結貸借対照表（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）

	2015年度末	2016年度末	増減額
資産の部			
● 流動資産	51,947	52,618	670
● 固定資産	53,404	49,341	△4,063
資産合計	105,352	101,959	△3,392
負債の部			
● 流動負債	31,410	29,298	△2,111
● 固定負債	20,236	20,088	△147
負債合計	51,647	49,387	△2,259
純資産の部			
● 株主資本	57,159	58,399	1,239
● その他の包括利益累計額	△3,481	△5,890	△2,409
● 非支配株主持分	27	64	36
純資産合計	53,705	52,572	△1,133
負債・純資産合計	105,352	101,959	△3,392

- ◆ 固定資産は有形固定資産の減少（△2,418）と投資有価証券の減少（△1,225）により減少
- ◆ 流動負債は未払金の減少（△1,970）により減少

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

5

次に貸借対照表でございますけれども、大きなところだけ申し上げますと固定資産が40億63百万円減っておりますけれども、有形固定資産、償却以外に遊休の物流センターの売却等ございました。それから投資有価証券も一部持合いの解消を含めて売却等を行っているのでこちらが減少しているということでございます。流動負債が21億減っておりますけれども、これは主に売上の減少に伴う未払い金の減少でございます。

2016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）

	2015年度	2016年度	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,400	3,825	424
投資活動によるキャッシュ・フロー	△8,053	94	8,147
財務活動によるキャッシュ・フロー	11,060	△1,580	△12,641
現金及び現金同等物の期末残高	14,303	16,600	2,297

【2016年度の主な内容】

- ◆ 営業活動によるキャッシュ・フローは税金等調整前当期純利益（+1,957）、減価償却費（+3,231）、たな卸資産の増加額（△2,565）、
- ◆ 投資活動によるキャッシュ・フローは有形固定資産の取得による支出（△1,583）と売却による収入（+1,021）及び投資有価証券の売却による収入（+916）
- ◆ 財務活動によるキャッシュ・フローは長期借入金の返済による支出（△2,117）

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

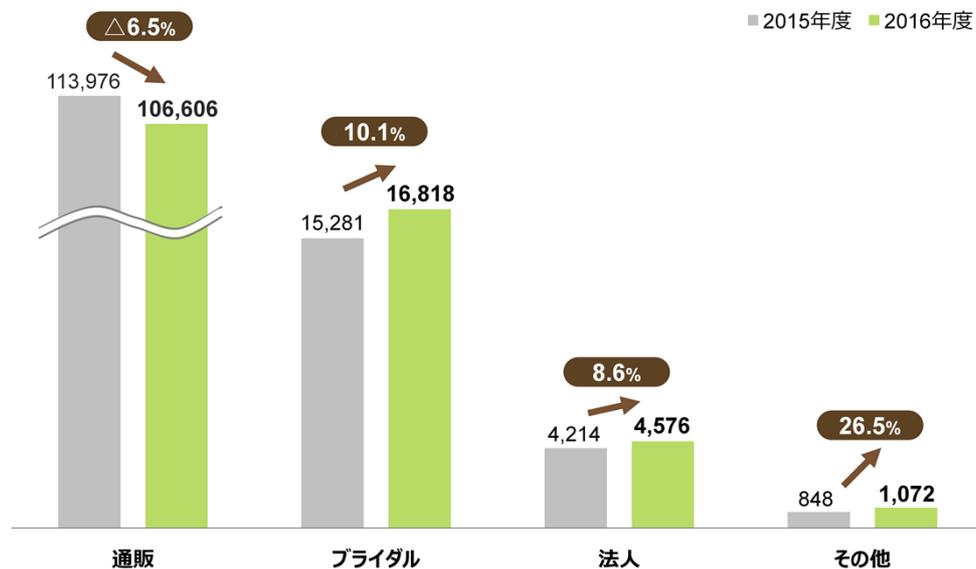
6

連結キャッシュ・フロー計算書でございますが、営業活動によるキャッシュ・フローは今年度38億25百万でございます。投資活動によるキャッシュ・フローですが、先ほど申し上げた資産の売却による収入と一部ブライダル事業で子会社のディアーズ・ブレインによる固定資産の取得がありましたが、それと大体相殺する形で大きな投資金額は今年度は発生しなかったということでございます。財務活動によるキャッシュ・フローですが、長期借入金の返済が発生しているということでございます。

2016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

セグメント別の売上高の状況でございます。

主力の通販事業が6.5%のマイナスという結果となりました。

それ以外のブライダル、法人、その他事業については堅調に伸びている結果となりました。

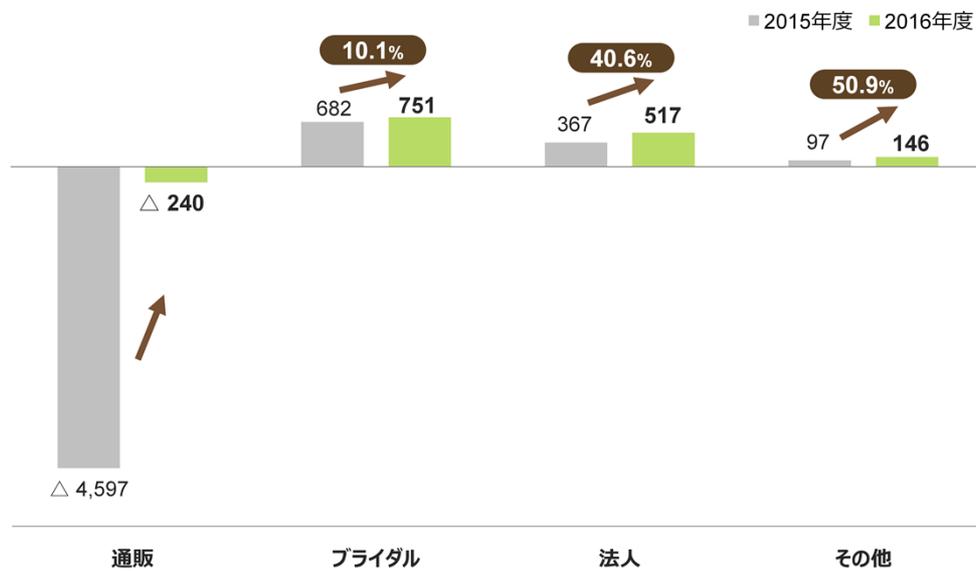
その他という中には保険クレジット事業以外に、

今弊社が力を入れようとしている保育事業、保育所の運営も含まれています。

2016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.

8

セグメント別の営業利益でございます。先ほど申し上げましたように、通販事業は原価率の改善、販売費の削減等々によりまして若干残念ながら赤字でございましたが大幅に改善したということでございます。それからブライダル事業、法人事業、その他事業はそれぞれ大幅に増益の結果となりました。

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）

innovate
for Smiles 2018

	2015年度	2016年度	増減	要因
売上高（百万円）	113,976	106,606	△7,370	
営業利益（百万円）	△4,597	△240	4,357	
年間購入者数（万人）	363.1	337.9	△25.2	
新規購入者数（万人）	80.5	74.5	△6.0	
1件当たり受注単価（円）	10,336	10,575	239	■ 1点当たり単価の上昇による
1人当たり注文回数（回）	2.84	2.75	△0.09	■ 頻度の高い既存会員の減少による
カタログ部数（万部）	6,568	7,580	1,012	■ 総頁数は減

※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

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

10

セグメント別に詳細にお伝えします。

まず通販事業でございますが、売上高73億円の減少です。

売上、営業利益、この数字は子会社の通販事業も含めた

セグメント全体の数値でございます。その下の年間購入者数以下の数字はその中の主力のベルメゾン事業の数値となっております。

その範囲でいいますと年間購入者数は25.2万人減ったという事でございます。

新規購入者数も昨年より6万人減ったということでございます。

1件当たり受注単価は239円増えたということで、衣料品が苦戦している、ジャンル別にいうと衣料品、ファッション商材が非常に苦しんでいる。

比較的堅調なのが家具関係でございます。価格の高いものが比較的好調ということもあり1件当たりの単価が上がっているということが背景でございます。

1人当たり注文回数は微減ですがほぼ横ばいです。カタログの部数でございますが、1000万部増えたということですが総ページ数は減っております。

要するに薄いカタログが増えたということですね。ファッション系のリルネやK.caratと

というようなカタログというよりはリーフレットのような部数だけ見るとこういう形ですが、

カタログの絶対量としては減ったということでございます。

こちらは昨年1年前のこの席でも2016年度は一旦媒体量を増やして売り上げをもう一回持ち上げるんだとのぞんだわけですが、春号の結果をうけて、カタログの量を増やしただけでは売上は戻らないということで、夏号以降はコスト削減に舵をきって利益確保という形に変更した次第でございます。

売上高

- ◆ 個人消費鈍化による売上不振（特に衣料品）
- ◆ 衣料品を中心とした相対的な商品力の低下による売上減
- ◆ カタログ配布者からのレスポンス減分をネットで補いきれず売上減
- ◆ スマホによる受注が伸長したが、PC受注減分を補いきれず売上減

営業利益

- ◆ 昨年在庫処分によるバーゲン、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（運賃・倉庫関連費用）
- ◆ 全般的な販売費及び一般管理費の削減

売上高減少、営業利益改善要因です。すでに話が出た部分が多いですがマーケット全体を見回しても個人消費が盛り上がってこない、特に衣料品プラス服飾雑貨が不振でございます。それからカタログ配付につきましても、なかなか配布を増やしてもカタログからの注文が増えないという中で当然のことながらネット中心で販促を強化しています。ただ、ネットだけで扱っている商品、これは

前年よりは堅調に伸びていますがカタログ商品の減っているのを補いきれていないということでございます。

営業利益面では何度も申し上げているように、在庫を一旦減らして鮮度の落ちていた在庫を処分していますのでバーゲン等が16年度はかなり減らすことができたということでございます。それによる原価率の低減、一昨年末から美濃加茂の物流センターを新たに稼働しました。

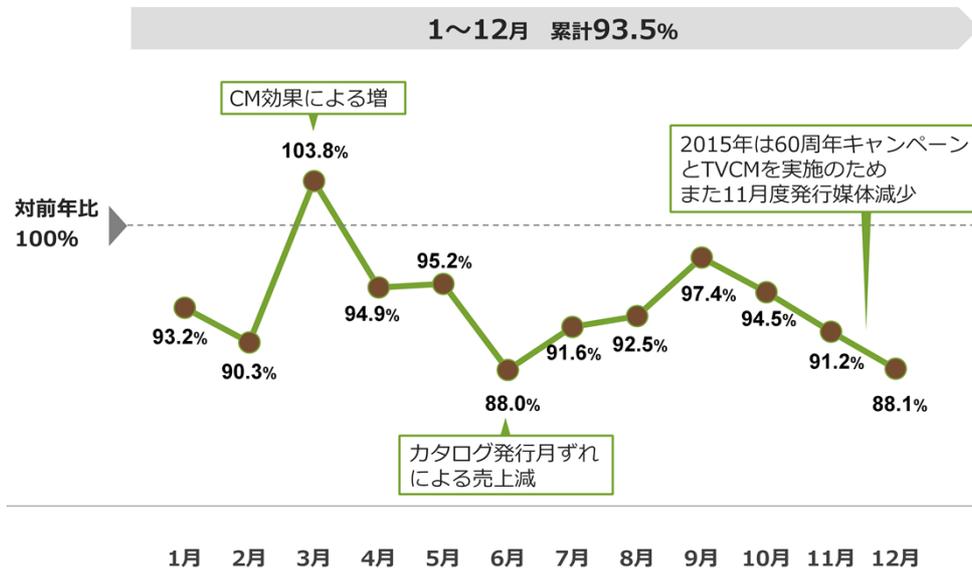
もともとある可児と一体運用をし基本的には両方のセンターに別の商品を置いていますが、両方の商品を注文されたお客様は朝一可児から美濃加茂におくって美濃加茂で同梱して出荷するという新たな業務フローでそれ以前は可児センターのまわりに倉庫を借りたり一部出荷業務を専門の業者に委託をしていた費用がなくなったということで物流コストも削減できております。昨年直接のコストではないですが美濃加茂の稼働に伴って、出荷のリードタイムも着実に縮まっております。

それから全般的な販売費、一般管理費も削減した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.

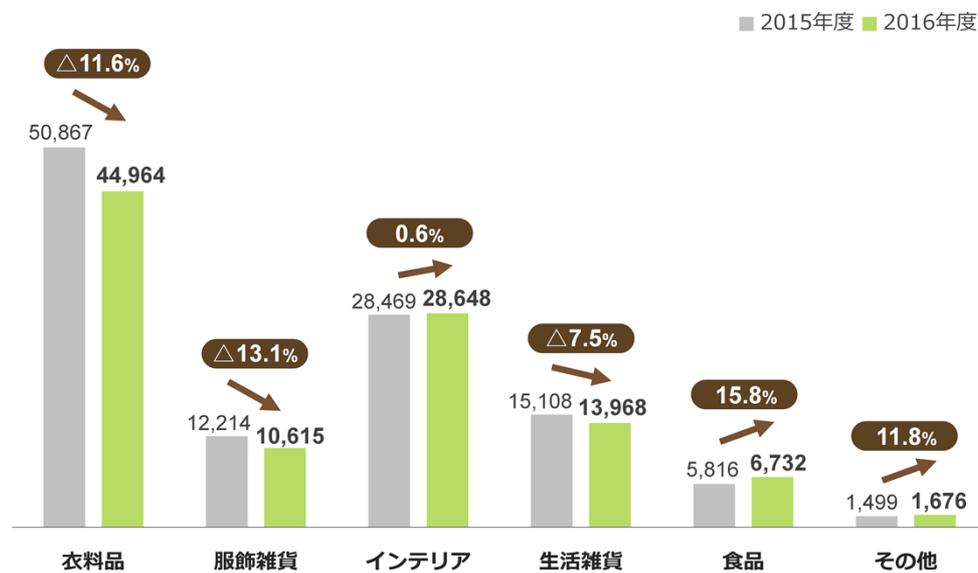
12

通販事業の月次ごとの売上でございます。
今年はCMを含めたメディアミックスを3月にのみ行い、
その月は前年を超えましたが、
その後は前年をわたた年度でございました。

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）



※その他：イイハナでの花卉とカタログギフトの売上等

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

13

ジャンル別の売上は先ほど申しあげましたように衣料品服飾雑貨は二けたの減となっています。インテリアは微増、生活雑貨は減少しておりますが衣料品などと比較して下げ幅は少ない状況です。食品やその他、その他は子会社の花やカタログギフトですが、こういったものは伸びています。

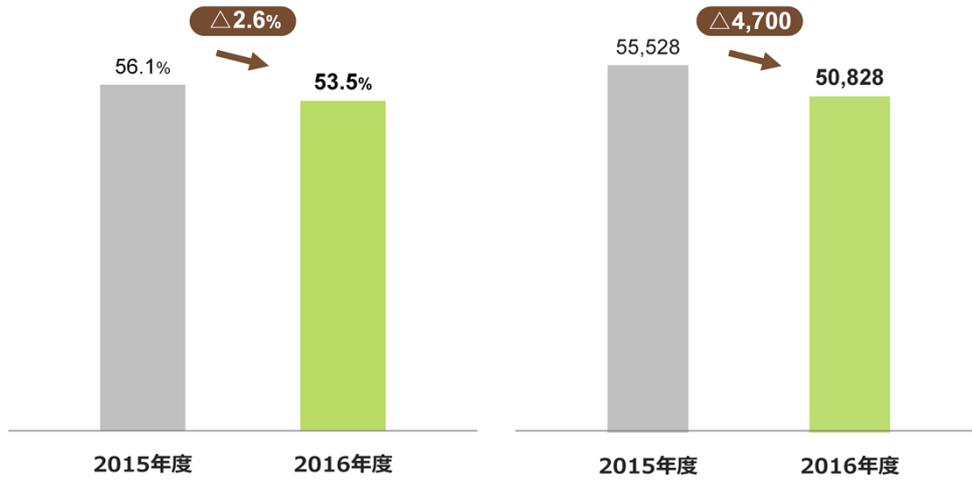
通販事業 売上原価率・販管費増減（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

売上原価率

販管費

（単位：百万円）



- ◆ バーゲン・処分売りシェア減
- ◆ 商品評価損・償却減

- ◆ 物流費用：美濃加茂DC稼働による物流コスト削減（運賃・倉庫賃借料等）
- ◆ 販管費：コスト見直しによる各費用削減

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

14

こちらは先ほどから説明しておりますので割愛させていただきます。

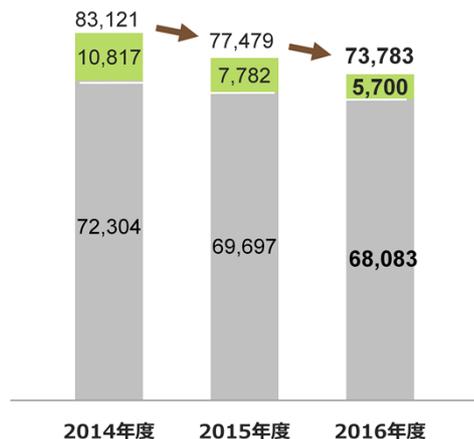
通販事業 ネット関連指標の状況

innovate
for Smiles 2018

インターネット売上推移 (単位：百万円)

(モバイルを含む)

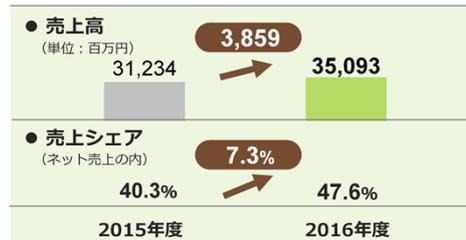
- カタログ経由：カタログ記載の申込品番のネット入力による売上
- 純ネット売上：上記以外のインターネットでの売上



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)



Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

15

ネット関連の数値を毎年定点的にご報告しておりますが、ご覧の通りでございます。ネット受注件数の比率が年度を通じて80%を超えたということで我々もいってみれば実態はネット通販企業ということなんですけれど、一方でなかなかカタログ依存の体質から抜け切れないということがございますので、ネット企業ならネット企業らしい業務フローにできるだけ早く切り替えていきたいと考えております。それについてはまた後程申し上げます。

スマートフォンについてもネット売上のうち約半分の47.6%なので半分がスマホ、これにつきましてスマホファーストということでいろんな企業が大分前からそういうふうにかかげてやっておられます、我々もそう意識してやっている。しかしまだまだ至らない点がありますので改修のスピードを上げてやっていきます。

セッション数では61.9%ということですので、ますますスマートフォンの重要性が増しているということでございます。

ブライダル事業の概況（対前年度比）

	2015年度	2016年度	増減	要因
売上高（百万円）	15,281	16,818	1,537	
● 新店		1,301	1,301	■ 大阪店・千葉店オープン
● 既存店	15,281	15,517	236	
営業利益（百万円）	682	751	69	
ゲストハウス数（店舗）	22	23	1	■ 大阪店・千葉店 ※大分店譲渡による1店舗減
施行件数（組）	3,974	4,362	388	
平均組単価（万円）	369.6	364.8	△4.8	■ ゲスト数の減少による

次にブライダル事業ですが、168億ということで約10%増収となりました。新店は大阪梅田と千葉店の2号店がオープンしている。新店の売上げが丸々乗っているんですが、16年は既存店も売上げを増やすことができました。営業利益は7億5千万円と増やすことができました。ゲストハウスの数は2店増えているのですが九州の大分店を譲渡しているため23となりました。施行組数は4,362件、平均組単価は若干減っているゲスト数が若干減っているということでございます。

法人事業の概況（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）

	2015年度	2016年度	増減額	要因
売上高	4,214	4,576	362	
● 業務受託	2,978	3,354	376	■ 物流・コールセンター業務受託増及び物販受託（株主優待事務局等）増
● サンプルング	950	994	44	
● ノベルティ	246	195	△51	
● その他	40	33	△7	
営業利益	367	517	150	

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

17

法人事業ですけれども業務受託、サンプルング、ノベルティとある中で我々は業務受託に力を入れています。16年はここを伸ばすことができました。一部、株主でありますJ.フロントリテイリング関係のお仕事もいただきました。これもその中に入っています。

以上が2016年の業績についての説明でございます。

3. 2017年度連結業績予想について

 **innovate**
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2017年度通期連結業績予想（対前年度比）

innovate
for Smiles 2018

（単位：百万円）

	2016年度実績		2017年度予想		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
売上高	129,074		135,000		5,926	
売上原価	67,087	52.0%	73,444	54.4%	6,357	2.4%
売上総利益	61,986	48.0%	61,555	45.6%	△431	△2.4%
販管費	60,791	47.1%	60,205	44.6%	△586	△2.5%
営業利益	1,194	0.9%	1,350	1.0%	156	0.1%
経常利益	1,673	1.3%	1,650	1.2%	△23	△0.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,420	1.1%	1,000	0.7%	△420	△0.4%

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

19

次に2017年度の業績予想でございます。

売上高は1350億円でございます。内訳は後程申し上げます。

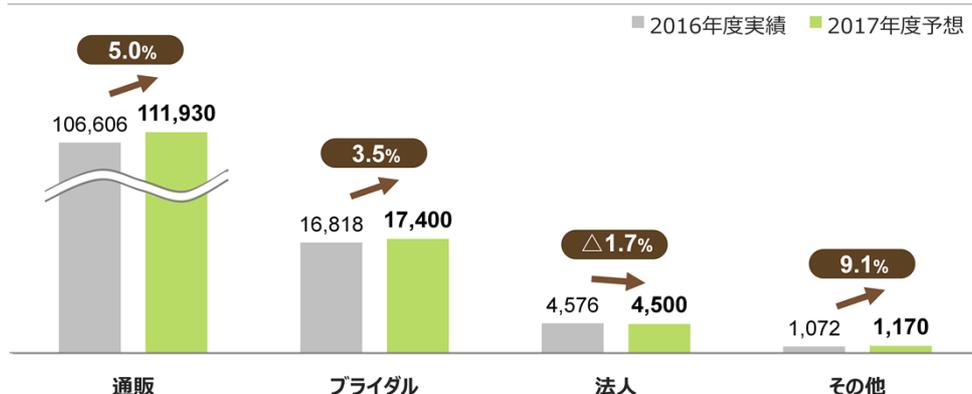
売上原価は通販の売上原価が若干悪化するということを見通しておりますので、全体としても2.4%の上昇を見込んでいます。

一方で販管費については5億86百万円の削減を見込んでおりまして602億、営業利益13億50万円、経常利益は16億50百万円
当期利益10億円の予想をしております。

2017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）



- ◆ ネット実需期での在庫コントロールによる機会損失の低減
 - ◆ DMP（Data Management Platform）の活用によるお買い上げ率の向上
 - ◆ ターゲットの明確化によるカタログレスポンス向上
 - ◆ 子会社であるベルネージュダイレクトの機能性食品の売上増
 - ◆ 子会社であるフィールライフ（旧JFRオンライン）連結による売上増
- ※DMPとはインターネット上に蓄積された様々な情報データを管理するためのプラットフォーム

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

20

セグメント別で見ますと、通販で5%増、ブライダルで3.5%増
法人につきましてはJフロントリテイリング関係の仕事がご案内のように
JFRオンラインというJフロントリテイリングの中の通販会社の
コンサルティングを法人で請け負っておりましたが、その事業を弊社で
譲り受けることになりましたのでその売り上げを立てた部分が
自社の売上に代わるということでもあります。その他保育事業等を
含めたところでは増収を計画しております。

問題の通販ですが、ベルメゾン事業につきましては若干減収を
覚悟でそれよりも中身を入れ替えて事業の構造改革に一生懸命
取り込む年という位置づけをしておりますので、売り上げの伸びを
大きく見ているという事ではありません。ではこれはなんで
伸びているのか、

旧JFRオンライン、フィールライフの売上が乗るということを見込んで
いるのと、もう一つ、雪印メグミルクさんとの合併事業であります
「ベルネージュダイレクト」ここの売上が大幅に伸びる計画を
両者でしているのでこちらの売上が見込んでいるということ
でございます。

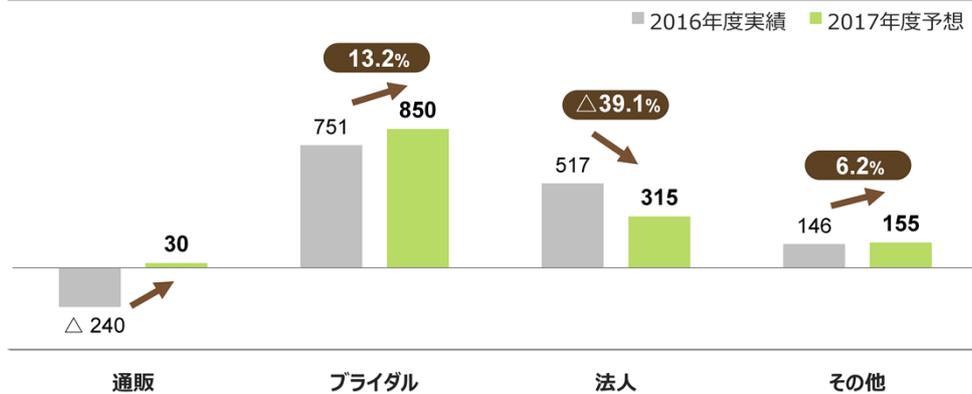
それ以外にも在庫コントロール、今年は特に秋冬ものでいうと「ホットコット」や「とろける毛布のシリーズ」が非常に評判が良くしてお客様からもご注文をいただいた商品が在庫切れとなりまして在庫を抑えろ抑えろと言いつぎた部分もあるんですけど機会損失が大幅に生まれた。こういったところの改善をしっかりとやる、逆にこれもちょっとのちほどもう少し詳しく述べたいと思いますが、余りそんな商品についてはカタログの業務フローの中でバッチ処理的に値下げをやっていたんですけども、今年からの組織の中ではECの販売部門が機動的に価格設定を変更して売り切る体制をいかにつくるかというのを注力して参りますので期間損失と在庫ロスを防ぐような形で大きく舵を切っていきたいと思っています。

それから肝心のスマホを中心としたECの売り場ですけども、DMPといったインフラも投入しながら、いわゆるONE TO ONEの売り場作りをしっかりと、お客様に買い上げ率を上げて行こうと思っています。一方でカタログは量的には大幅に削減していくのですが、カタログというのはまだまだそうはいつでもカタログが好きなお客様カタログを送るといつもたくさん買っていただけのお客様は弊社の中にもおられます。データを見れば明らかでこの方はそうだ、この方はそうではない、明確になっている訳なので、カタログにむいたお客様、カタログがお好きなお客様にむけたよりスペシャリティの高いカタログにしぼって運営していこうということでございます。当然レスポンス率は上がっていくものと考えております。

2017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）



【利益減少要因】

- ◆ NB比率増及び為替による原価率増（NB：ナショナル・ブランド：メーカー品）
- ◆ 継続販売減による評価損・償却増

【利益増加要因】

- ◆ 媒体数見直し・再編によるカタログ部数削減

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

21

利益につきましては、今まで申し上げましたような取組みによって、通販も含めセグメント全体で黒字に持っていきたい。

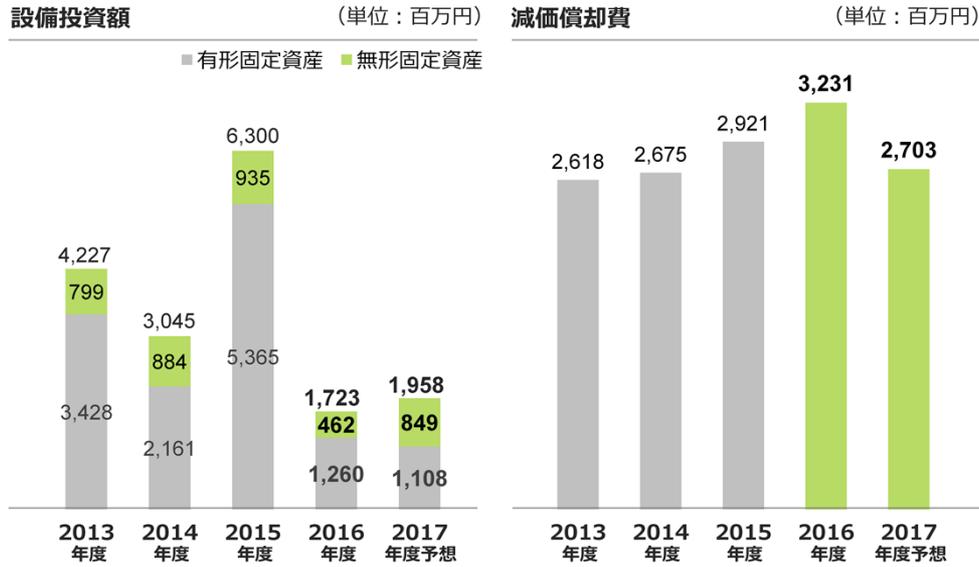
もう一つ、利益減少要因のところに書いておりますが、NBを増やすということです。これは特にファッション商材が苦戦しているということですので、我々がカタログベースで一年近く前から企画をFIXしてしまってそれを自前で在庫積んで売るというビジネスはなかなかもう将来が見通せない、と言う中でそこをできるだけ縮小していくということです。

一方で品揃えと言う意味ではお客様はワンストップで雑貨も買いたい、衣料品も買いたいというニーズは当然ございますので、その商品の不足している部分につきましては、いわゆるナショナルブランドで品揃えを増やすことで売り上げを支えて行こう、お客様のニーズにこたえていこうということでございます。

そうなりますと今までオリジナルの商品で在庫を積んでいた事と比べますと単純な原価率で比較していると上がる形になり、それを計画に見込んでいるという事でございます。

設備投資額・減価償却費推移と計画

innovate
for Smiles 2018



◆有形固定資産：2016年度はディアーズ・ブレイン新店及びプラネットワーク店舗関連
2017年度はコールセンターネットワーク構築や商品センター改修工事等

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

22

設備投資ですけれども今年も大きな設備投資はございません。
ディアーズブレインの新店に関しても17年度は予定がございません。
改修等は多少あります。

4. 中長期経営計画
「Innovate for Smiles 2018」
進捗について
(2017年度)

innovate
for Smiles 2018

Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

グループ全体目標（2014～2018年度）



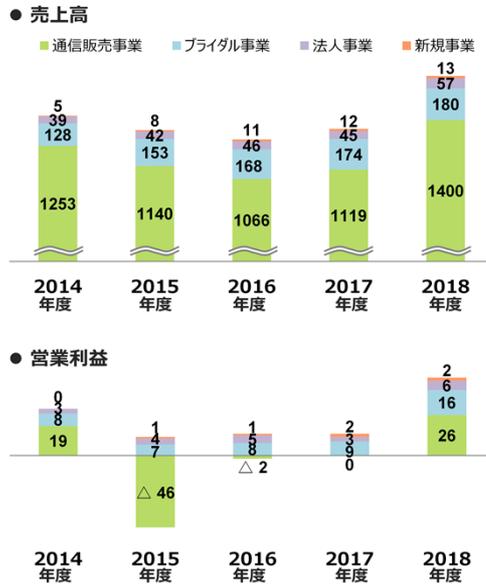
中長期経営目標（千趣会グループ連結）

(単位：百万円)

	2016年度 実績	2018年度 目標
売上高	129,074	165,000
営業利益 (売上比)	1,194 (0.9%)	5,000 (3.0%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,420	4,000
自己資本 利益率 (ROE)	2.7%	7.0%

各事業の推移 ※2017年は予想、2018年は目標

(単位：億円)



Copyright SENSUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

次に中長期経営計画の進捗具合ですけれども
 18年に営業利益で50億円というところで、
 ここはあきらめずにしっかり目指してやっていこうと思っています。
 セグメントごとの売上の数値はご覧の通りでございます。

中長期的な成長・拡大を見据えた施策への取組み

◆ ブランド力強化

▼「Kcarat」「BENE BIS」大丸松坂屋百貨店出店



◆ EC販売力強化

▼スマホアプリリニューアル



▲ SNS販促強化

◆ 販路拡大

▼ ECモールへの出店
(Amazon、LOHACO)



▲ 越境ECへの出店
(JD Worldwide)

◆ シニア層獲得

▼ JFRオンライン社
事業承継



◆ フルフィルメント戦略

▼ 美濃加茂DC本格稼働



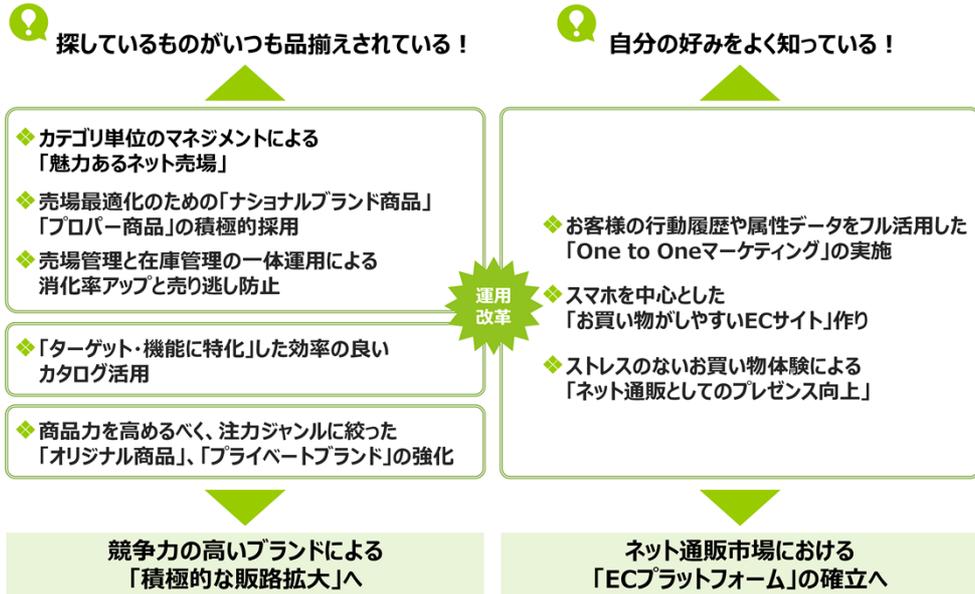
16年度にその中期的な取組みの中で何をやってきたのか、
 ということをダイジェスト的に並べております。ブランド力強化と
 言う事でいいますと Kcarat、ベネビスを大丸松坂屋百貨店の
 店頭で販売させていただいております。その中でもベネビスが
 非常に好調で、靴のオリジナル商品ですがこちらが非常に好調です。
 春以降売り上げを拡大強化していく予定をしております。
 それから販路の拡大という意味では大丸松坂屋のリアルな部分
 以外にもECモールへの出店。これはブランドごとに、例えば
 アマゾンではディズニーの商品、オリジナル商品がたくさんありますので
 販売を始めました。LOHACOでも出店しています。
 海外でいきますとジンドンですね、ジンドンワールドワイド、
 越境ECですね。Tモール国際でも出店を行っている状況です。

それからシニア向けの状況に社内でなんとか取り込もう取り込もうと
 いろんな試行錯誤をすすめてまいりましたが、JFRオンライン、
 お客様の平均年齢が70歳くらい、一気にここに内部に取り組んで
 しっかりやっていこうとなりました。先ほどカタログはまだまだ
 好きなお客様がいらっしゃる、と言いましたが、年齢が上にな
 るほどカタログの効力が残っているといいですか、当然我々の

主力であります30代40代はカタログでは難しくなってきましたけれども、60代、70代はこの辺の方はまだまだカタログでやれるのではないかと考えております。

我々のベルメゾンで長年カタログ業務で携わった人間をJFRオンラインを継承しましたフィールライフに多数出向させてしっかりと立て直しを図っていきたいと考えています。

ネットでもお客様に支持される通販へ



2017年度 of 取組みでございます。

2017年度はネット、とにかくベルメゾンネットをこれを競争力のあるサイトにしていかなければならない今、何が欠けているのかをよくよく考えると2つあると思っています。

1 品揃え

探しているものがいつも品揃えされている。あまりにも今までのベルメゾンと言うのはオリジナルにこだわりすぎて7割の売上はオリジナルです。最近社内の会議ですきやき鍋がない!と怒ったんですけど、どうでもいいかもしれませんが、バランスが悪いと思っています。売っているものはすごく売っている、テレビ台は150種類くらい売っている一方ですきやき鍋が一つも売っていない。そういう構成になっているのでお客様の要望になかなか応えられない、探したけれどもないという状況があります。あるものはやたらあって探しにくい、そういったところを改善したいというところでございます。

組織を1月1日から大幅に変えました。ECの販売がカテゴリごとに3つある。ここがネット全体の品ぞろえを決定していくという事です。この中でカテゴリの商品もカテゴリごとのトータルのMDを責任者が

しっかりやっていく、在庫管理もしかりですね、いくつ在庫を積んでいくつ売りきるのかそれを含めてECの新しい販売の部隊が責任を持ってやっていく、メーカーさんに例えて言えば車だったら車の開発部門と販売部門をわけるといこと、販売部門は他社の車も合わせて売るという事です。そういう風にご理解いただければと思っています。そこが左側に書いているところです。

2 売り方

それから売り方ですね、品揃えと合わせてそれをいかに売っていくかというところについてはカスタマイズ といつか ONE TO ONEですね。スマホという限られた面積の画面ですので自分に関係ないものがでてくると、それだけでこのサイトは違うなと思いセッションを切られてしまう、そこに投資をしてお客様に買いやすい売り場を作っていきたい、そういう風に考えております。以上が通販事業でございます。

売上合計約600億円を誇るそれぞれの強みを活かし、
総力でブライダル市場を開拓

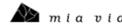
◆「ここで式を挙げたい！」と思われる地域一番店を目指し
各店ブランド力を強化



◆ 絶え間ない上質な空間造りとサービス向上に努め
満足度の高い式場を創造



迎賓館
Aide Wedding



◆ 資本業務提携を通じての、千趣会グループとの
アライアンス強化を推進



ブライダル事業につきましては先ほど申し上げましたように、
2017年は新店の投資は予定がございません。
むしろ今、新店の開発のスピードを一旦ゆるめて、既存の店の
収益性をあげることに注力したいと考えております。その中で
資本業務提携を結んでおりますワタベウエディング、こちらとの
シナジーを最大限追及していきたいと考えております。ワタベさんと
の間ではW&Dプロジェクトを提携以来ずっと行っております。
ワタベのWとディアーズ・ブレインのDですけれども、お互いにできることを
全部洗いだしているいろいろ、たとえば内製化ですね、ドレスやアルバムとかです。
内製化してそういったものを含めて周辺の事業、そういうものの販売や
保険であったりとか金融であったりとか、一緒に何ができるかと
言うことを取り組んでいるということでございます。
直近で言うとワタベさんの第3四半期決算、非常に収益性があがっているの
が見て取れるかと思いますが徐々にこちら辺の成果が出つつあると
いうことでございます。

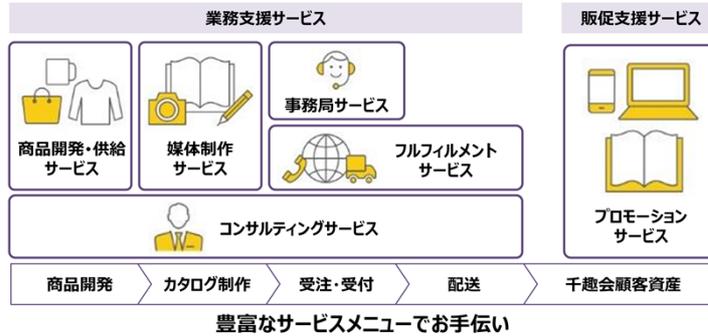
【法人事業】積極的な営業活動により、「通販支援」としてのプレゼンスを向上



▲ 展示会出展



▲ セミナー開催



【新規事業】ウーマンスマイルを生む新たな事業の拡大に着手

◆ 保育事業

- 2017年4月に7園目の保育園が誕生
- 待機児童の解消に努めるとともに、より健やかな子供の成長に貢献する子育て関連事業への拡大にも取り組む



4月開園
東京都品川区えがの森保育園 かつしま

それから法人事業です。特に受託ですね、業務受託のところには注力をしていきたいと思っております。新規事業の中では特に保育事業に力を入れていきたい、今6園やっております。2016年は単独で黒字を計上することができました。この4月には7園目のかつしま、品川区勝島に新しい園ができます。今後は今までは認可保育園を中心にやってまいりましたけれども、今後はさらに拡大するにおいては認可外も視野に入れそれから周辺事業、教育なども含めて開発していきたいと考えております。

業務提携3年目を迎え、より積極的なシナジー創造へ

◆ 大丸松坂屋百貨店
出店ブランドの売上拡大



◆ 双方ブランドの
積極的な相互販売



◆ 千趣会事業インフラを使った
JFR事業の効率化



物販だけでなく、それぞれのリソースを活かした更なる価値創造も検討

それから3年目を迎えたJフロントとの資本業務提携につきましては、我々から言うと店舗のところと一緒にやらせていただく。昨年は初めてPLAZAの店頭でも「ホットコット」発熱インナーを販売していただき、大変好評だったということでございます。こういうものも広げていきたい。それから今、大丸松坂屋としてオンラインショッピングを拡大しようということで弊社からも出向をさせてここのお手伝いをしているわけですが、けれどもこの立ち上げに当っては千趣会の物流センターをインフラとして使っていただくという準備を進めているところでございます。

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1億円を突破

「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1億円を突破。
（129,024,689円、2016年12月18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 – 5年目の支援活動：「家族写真館」を宮城と岩手の2か所で開催

「東北のお母さんと子どもたちを笑顔に」する震災復興活動として、東北4県の新しい命に2万9千枚以上の「オリジナルおくるみ」をプレゼントしています。
また、6月には震災当初よりご縁のある宮城県石巻市、11月には岩手県大槌町にてプロカメラマン撮影の家族写真をプレゼントする出張写真館を実施しました。



ピンクリボン活動 – ピンクリボン運動協賛も9年目を迎え、約8割のお客様が認知

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のプレゼント、2015年からは乳がん経験者の支援活動を開始。結果、2016年度の顧客調査では「認知度79.9%」の評価をいただきました。（2016年クーポン配布：2,500枚）

環境活動 – グリーンパワー教室、13回目は親子で考える特別授業

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、小学校での出張授業を実施しています。
また、9月にはシブヤ大学と連携して親子参加のイベント形式の授業を実施しました。



その他と言う事でCSR活動をこちらも引き続き取り組んでおります。16年はお客様が寄付をしてくださる、お買いものと一緒についでに寄付をしていただくフローがあるわけですが、こここの寄付金が2013年からやっておりまして2016年には累計で1億2900万円、非常にありがたいお話です。それを含めて弊社も資金を拠出してここにあるような活動をやっております。東北支援、女性支援としましてはピンクリボン活動環境活動としてはグリーンパワー教室というのを小学校で出張授業としてやっております。

2017年度配当予想と決算発表予定日程

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、2016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。

2017年度におきましては、業績予想を踏まえつつ安定配当の維持を前提として、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（金） |
| ● 第2四半期決算発表 | 7月27日（木） |
| ● 決算説明会（東京） | 7月28日（金） |
| ● 第3四半期決算発表 | 10月27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。

2017年の配当です。

2016年の配当につきましては、すでに発表しておりますように
期末配当を4円として年間8円させていただきました。

2017年につきましても安定配当ということで中間4円、期末4円の
年間8円を予定しています。

決算発表の日程につきましてはご覧のとおりでございます。

私からの説明は以上です。ありがとうございました。

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。

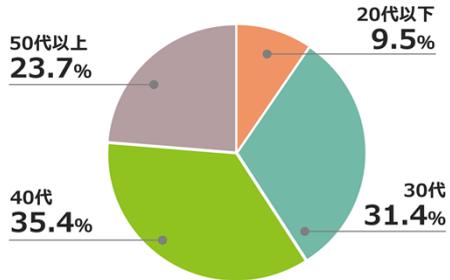


顧客の男女構成比

年間購入者
338万人



顧客の年齢構成



事業紹介

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
・ EC
・ カタログ
・ 頒布会

BELLE MAISON



ブライダル 事業

ハウスウエディング
事業の運営
・ 全国に23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・カードサービス

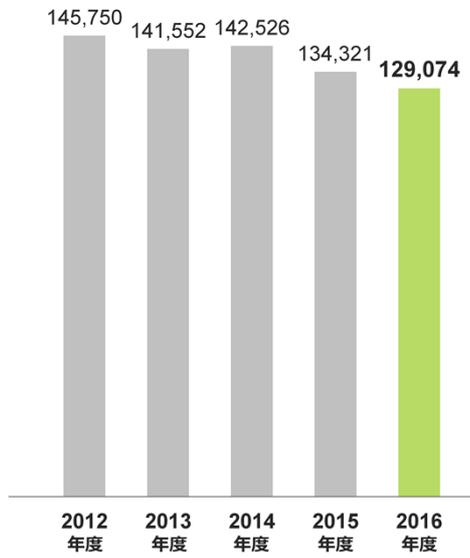


連結売上高と営業利益の推移 (直近5年分)



売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)

