株式会社 千趣会（東証1部：8165）
2018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

2018年7月27日

※理解しやすいよう、語尾等を省略したりしています。

目次

ウーマン スマイル カンパニー
senshukai

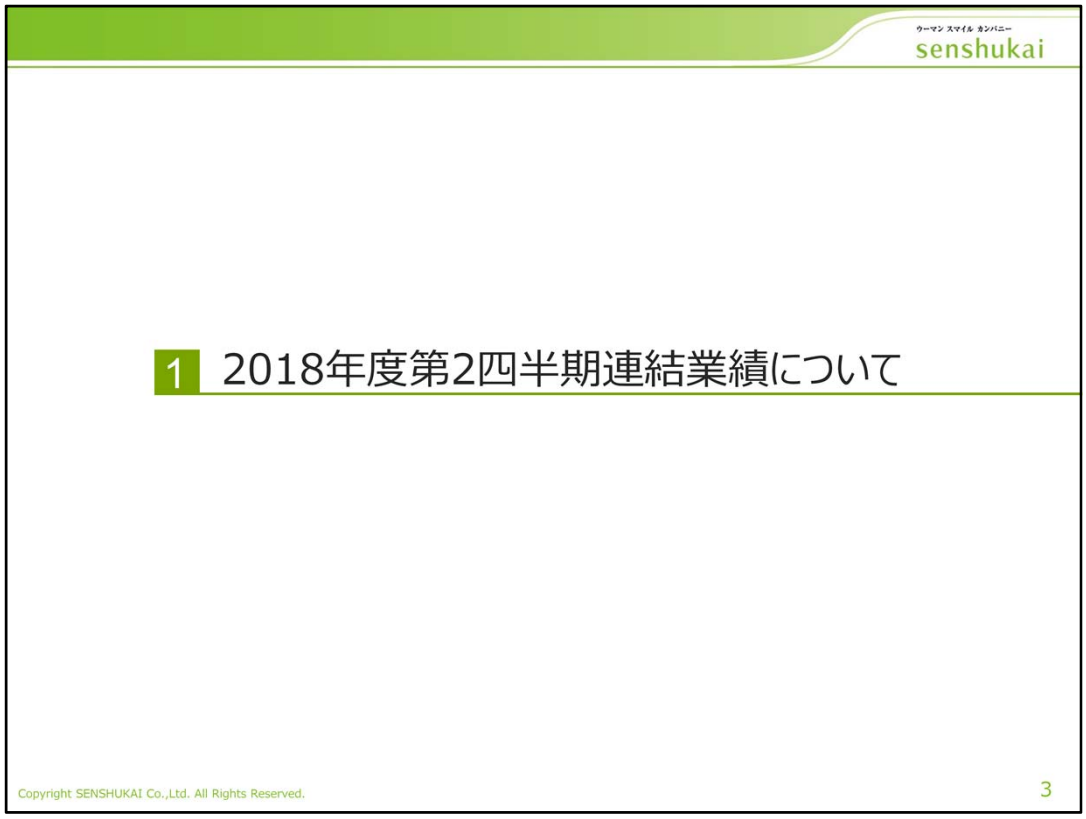
1 2018年度第2四半期連結業績について

2 セグメント別概況について

3 2018年度連結業績予想について
~2018年度当初予想修正要因と下期対策~

4 その他

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.



星野でございます。本日は大変お忙しい中お集まり頂きありがとうございます。
早速ではございますが、第2四半期の決算について説明させていただきます。

2018年度第2四半期連結決算損益（対前年同期比）

ウーマン スマイル カンパニー senshukai

（単位：百万円）

	17年第2Q実績		18年第2Q実績		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比差異
売上高	63,186		57,199		△5,987	△9.5%
売上原価	34,212	54.1%	31,357	54.8%	△2,855	0.7%
売上総利益	28,973	45.9%	25,842	45.2%	△3,131	△0.7%
販管費	30,222	47.8%	26,981	47.2%	△3,241	△0.6%
営業利益	△1,248	△2.0%	△1,138	△2.0%	110	0.0%
経常利益	△849	△1.3%	△993	△1.7%	△144	△0.4%
親会社株主に帰属する四半期純利益	△6,208	△9.8%	△1,153	△2.0%	5,055	7.8%

- 売上高　：通信販売事業でのベルメゾン事業の売上不振による売上減少
- 営業利益：全般的なコスト削減を図るも売上減少及びバーゲン等原価率上昇による粗利益率低下により営業損失

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

4

まず売上高ですが、571億99百万円で対前年で59億87百万円のマイナス、こちらは率にしまして9.5%のマイナスです。売上原価ですが54.8%で対0.7%対前年の上昇です。

こちらは主に通販事業の売上減少ならびに原価率におきましてはバーゲン等の原価率の上昇によるものです。販管費につきましては対前年で32億41百万円を削減いたしましてご覧の数字です。結果、営業利益は11億38百万円の赤字となっております。以下経常利益はご覧の通りですが、純利益につきましては前年通販事業に関する固定資産の減損がございましたのでこのような数字となっております。

2018年度第2四半期連結貸借対照表（対前年度末比）

senshukai

（単位：百万円）

	17年末	18年第2Q末	増減額	コメント
資産の部				
● 流動資産	48,854	40,782	△8,071	■現金及び預金：△39億円 ■未収入金：△17億円 ■商品及び製品：△12億円
● 固定資産	41,586	40,766	△819	■有形固定資産：△3億円 ■投資その他の資産：△4億円
資産合計	90,441	81,549	△8,891	
負債の部				
● 流動負債	30,066	28,412	△1,654	■新株予約権付社債：＋50億円 ■電子記録債務：△12億円 ■買掛金：△16億円 ■その他（未払金等）：△36億円
● 固定負債	18,826	12,962	△5,863	■新株予約権付社債：△50億円 ■長期借入金：△7億円
負債合計	48,892	41,374	△7,518	
純資産の部				
● 株主資本	41,155	40,294	△860	■利益剰余金：＋59億円 ■自己株式：△67億円
● その他の包括利益累計額	318	△195	△514	■その他有価証券評価差額金：△1億円 ■繰延ヘッジ損益：△1億円
● 非支配株主持分	74	76	1	
純資産合計	41,548	40,175	△1,373	
負債･純資産合計	90,441	81,549	△8,891	

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

5

次に貸借対照表ですが、流動資産につきましては前年比80億以上の減少となっています。内訳は資料をご覧ください。固定資産につきましても8億19百万円の減少です。負債につきましては新株予約権付社債が償還まで1年を切りましたので長期から短期に移っています。それから純資産の部につきましてはこの上期につきましてはJフロントリテイリングからの株式の取得、またレビックパートナーズによる出資がありましたのでこのような変動があります。

2018年度第2四半期キャッシュ・フロー計算書（対前年同期比）

ウーマン スマイル カンパニー senshukai

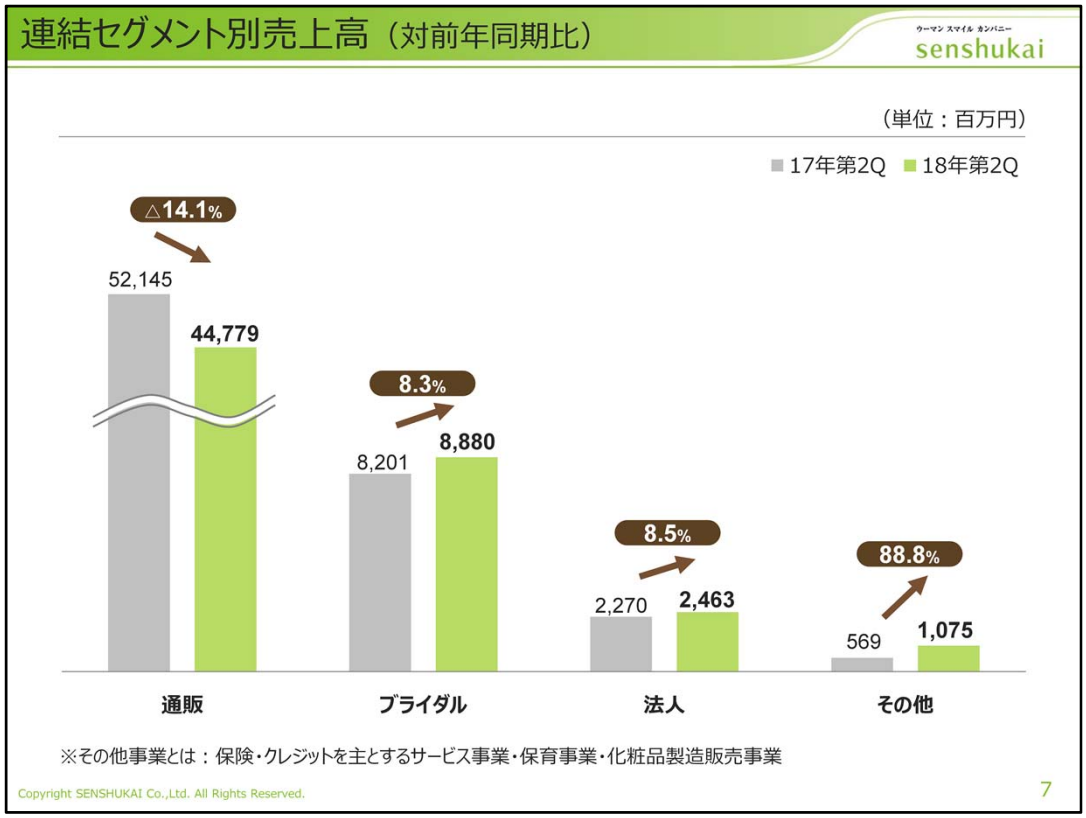
（単位：百万円）

	17年第2Q	18年第2Q	増減額	18年２Qの主な内容
営業活動による キャッシュ・フロー	1,296	△3,322	△4,619	■ 仕入債務の減少：△27億円 ■ 未払金の減少：△19億円 (事業構造改革費用の支払) ■ たな卸資産の減少：+12億円 ■ 減価償却費：＋8億円
投資活動による キャッシュ・フロー	△761	△29	731	■ 有形固定資産の取得による支出 ：△5億円 ■ 投資有価証券の売却による収入 ：＋3億円
財務活動による キャッシュ・フロー	△387	△493	△106	■ 株式の発行による収入：＋69億円 ■ 自己株式の取得による支出 ：△67億円 ■ 長期借入金の返済による支出 ：△6億円
現金及び 現金同等物の期末残高	16,743	13,400	△3,342	

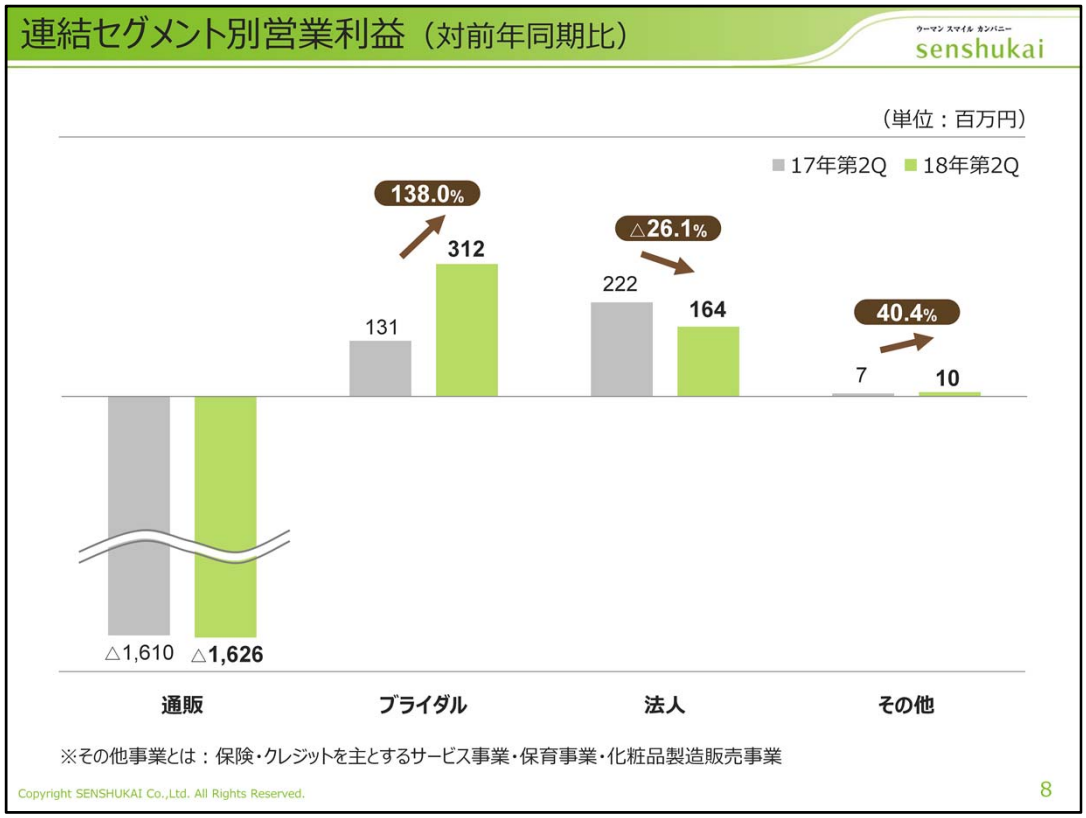
Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

6

次に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が今期33億22百万円のマイナスです。こちらご覧の内訳の通りです。投資活動によるキャッシュフローですが29百万円のマイナス、有形固定資産の取得、それと投資有価証券の売却です。財務活動によるキャッシュフローですが、先ほど申し上げました自己株の取得、それからレビックによる外部出資です。現金残高は134億円ということです。



連結のセグメント別の売上高ですが通販事業が14%マイナスです。ブライダルについては8.3%の増収、法人につきましては8.5%の増収です。その他は保育事業、保険事業、化粧品販売があります。こちらは88%の増収です。



セグメント別の営業利益ですがこちら通販事業がほぼ前年並みの赤字でした。ブライダル事業につきましては増益、法人事業につきましては減益となっております。

2 セグメント別概況について

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

通販事業の概況（対前年同期比）

senshukai

	17年第2Q	18年第2Q	増減	要因
売上高（百万円）	52,145	44,779	△7,366	
営業利益（百万円）	△1,610	△1,626	△16	
半期購入者数（万人）	224.4	184.6	△39.8	■継続会員の減少
半期新規購入者数（万人）	37.5	35.7	△1.8	
1件当たり受注単価（円）	10,036	9,514	△522	■受注単価の高い継続会員の減少
1人当たり半期注文回数（回）	2.09	1.92	△0.17	
カタログ部数（万部）	3,056	2,247	△809	
ネット受注件数比率	82.4%	85.1%	2.7%	
スマートフォン売上シェア（ネット売上の内）	53.6%	58.9%	5.3%	

※半期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 SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

10

それぞれのセグメント別の概況をおしらせします。

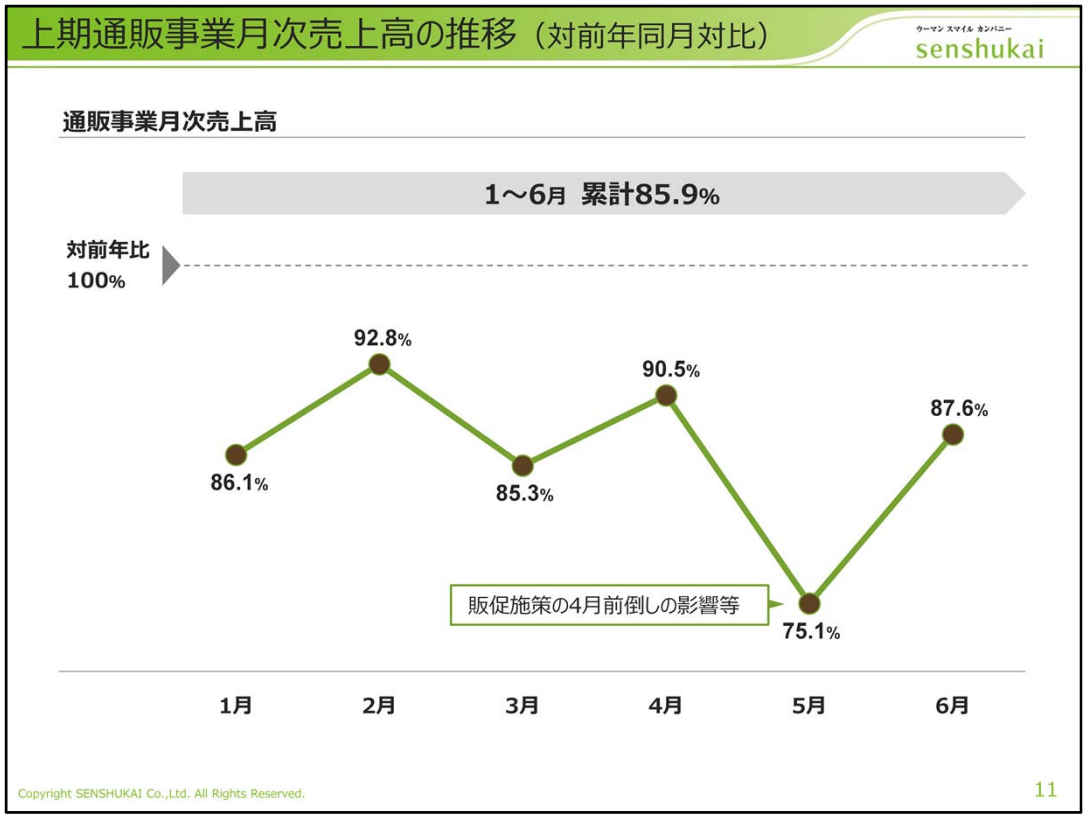
まず通販事業ですが73億円の減収でした。

購入者数は39万8000人減少いたしまして約184万人となっています。新規購入者につきましてはほぼ前年並み、若干減少していますが、35万人です。ですので継続会員の購入者数が減ってしまったということです。

1件当たり単価は522円減少しています。注文回数は0.17回減っています。

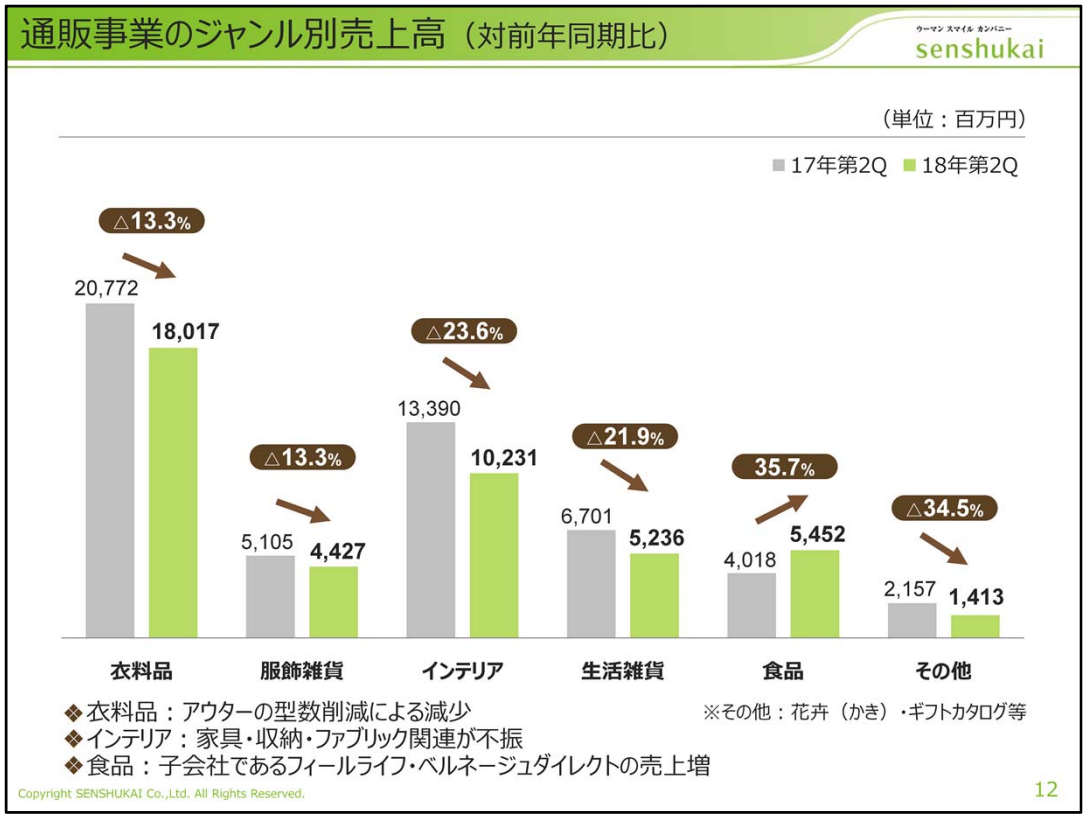
カタログの部数ですが、前年から約3割くらい減って2,247万部です。

ネットの状況は全注文に対するネットの比率が85%、その中のスマートフォンのシェアが59%となっています。



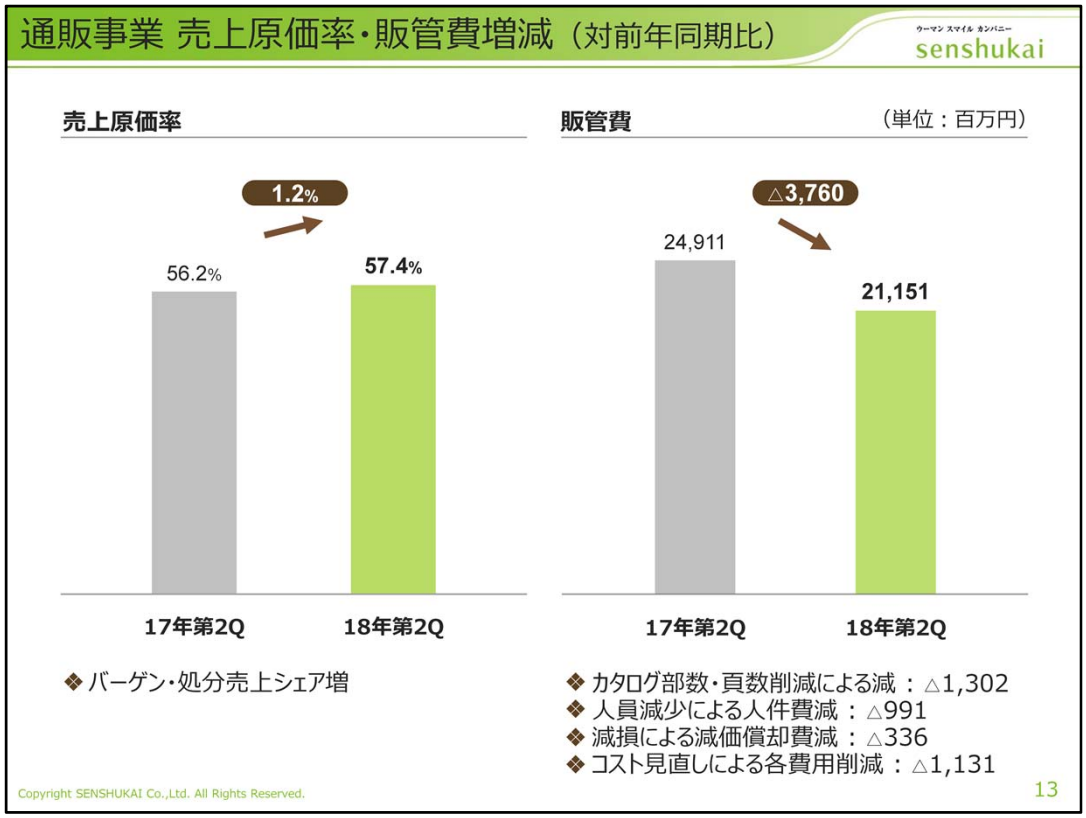
毎月次の推移です。全体としましては約86%平均ですが、5月が極端に悪かったということです。

こちらは前年は連休後にやっていた販促の施策を連休前にした、あわせて連休明けに寒い日が続いたということで我々が予想した以上に5月は売れませんでした。



通販事業のジャンル別の売上ですがご覧のとおりです。特に悪かったのは我々の会社ではライフスタイル事業部が担当しておりますインテリア関係です。家具、ファブリック、生活雑貨。これが2割以上落ちているということです。これは前年の上期はカタログが3媒体、すむとこ、ライススタイルブック、デイズという3つのカタログがありましたが、これを今年はベルメゾンライフスタイリングという1冊に統合しまして、型数とページ数を減らした影響が計画以上に影響があったかと思います。カタログの部数というよりも売り場面積、カタログ掲載の品ぞろえをちょっと減らしすぎたかなと思います。

一方、衣料品、服飾雑貨というファッション系の商材は前年約6割くらいの売り場面積でのぞみましたが、90%をちょっと割るくらいのほぼ計画通りの売上で推移したということです。足元の課題としてはライフスタイル系の商材を立て直さないといけないということで、ここはいろんな施策を講じていかないといけないなと思っております。もともとベルメゾン事業がライフスタイル事業の方が収益性が高い構成となっておりますので、収益性高い分が売上を落としすぎたいうことで思ったような利益改善につなげられなかったのかと思っています。食品につきましては子会社の売り上げが伸びているということです。



原価率につきましては対前年から1.2%の上昇ということです。これは先ほど言いましたようにバーゲンの処分売りの売上のシェアが上がっている。今回特にファッション商材につきましてはシーズンをまたいで残さない、という方針のもととでどんどん売り切りで積極的にやっています。その影響が出ているという事です。

販管費につきましてはカタログ費用、前年に早期退職で人員が減少していますので人件費の減小、減損を昨年やっておりますので減価償却費の減、それ以外のもろもろの費用を削減して11億3千万円減少させ、合計37億円減少したということです。

通販事業は以上です。

ブライダル事業の概況（対前年同期比）

ウーマン スマイル カンパニー senshukai

	17年第2Q	18年第2Q	増 減	要因
売上高（百万円）	8,201	8,880	679	■ 既存店全般的に好調
営業利益（百万円）	131	312	181	
ゲストハウス数（店舗）	23	23	0	
施行件数（組）	2,123	2,239	116	
平均組単価（万円）	366	374	8	

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

次にブライダル事業ですが、ゲストハウスは（昨年同時期と）同じ数です。既存店中心に売り上げを伸ばすことができました。組数も単価も上げているという事で比較的ブライダル事業については順調に推移しているという状況です。

法人事業の概況（対前年同期比）

（単位：百万円）

	17年第2Q	18年第2Q	増減額	要因
売上高	2,270	2,463	193	
●業務受託	1,572	1,697	125	■物流・コールセンター受託既存クライアント出荷・受注増
●サンプリング	547	635	88	■カタログ同送サービス売上減となるもアウトバウンド既存クライアント拡大による増
●ノベルティ	142	119	△23	
●その他	7	11	4	
営業利益	222	164	△58	

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

法人事業ですが、こちらは売上増収ですが、サンプリングという収益性の高い商品のアウトバウンドの売上が増えたということでカタログ同送サービス、商品同梱のサンプリングに比べますと原価率が高いということで売上を伸ばしましたが若干減益となりました。

ウーマン スマイル カンパニー
senshukai

3 2018年度連結業績予想について
~2018年度当初予想修正要因と下期対策~

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2018年度通期連結業績予想（対前年度比）

senshukai

（単位：百万円）

	17年実績		18年予想		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比差異
売上高	125,999		119,000		△6,999	△5.6%
売上原価	71,437	56.7%	64,877	54.5%	△6,560	△2.2%
売上総利益	54,561	43.3%	54,122	45.5%	△439	2.2%
販管費	58,848	46.7%	53,822	45.2%	△5,026	△1.5%
営業利益	△4,287	△3.4%	300	0.3%	4,587	3.7%
経常利益	△4,206	△3.3%	400	0.3%	4,606	3.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	△11,090	△8.8%	200	0.2%	11,290	9.0%

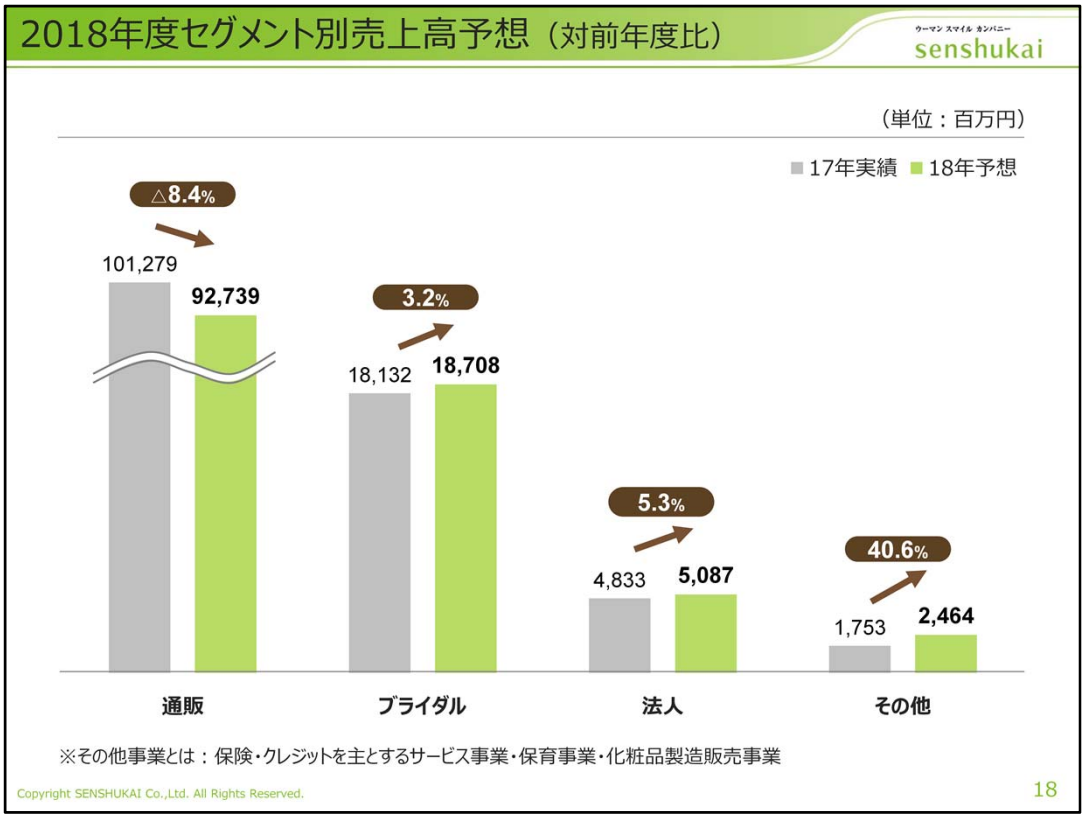
Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

17

次に2018年の予想です。

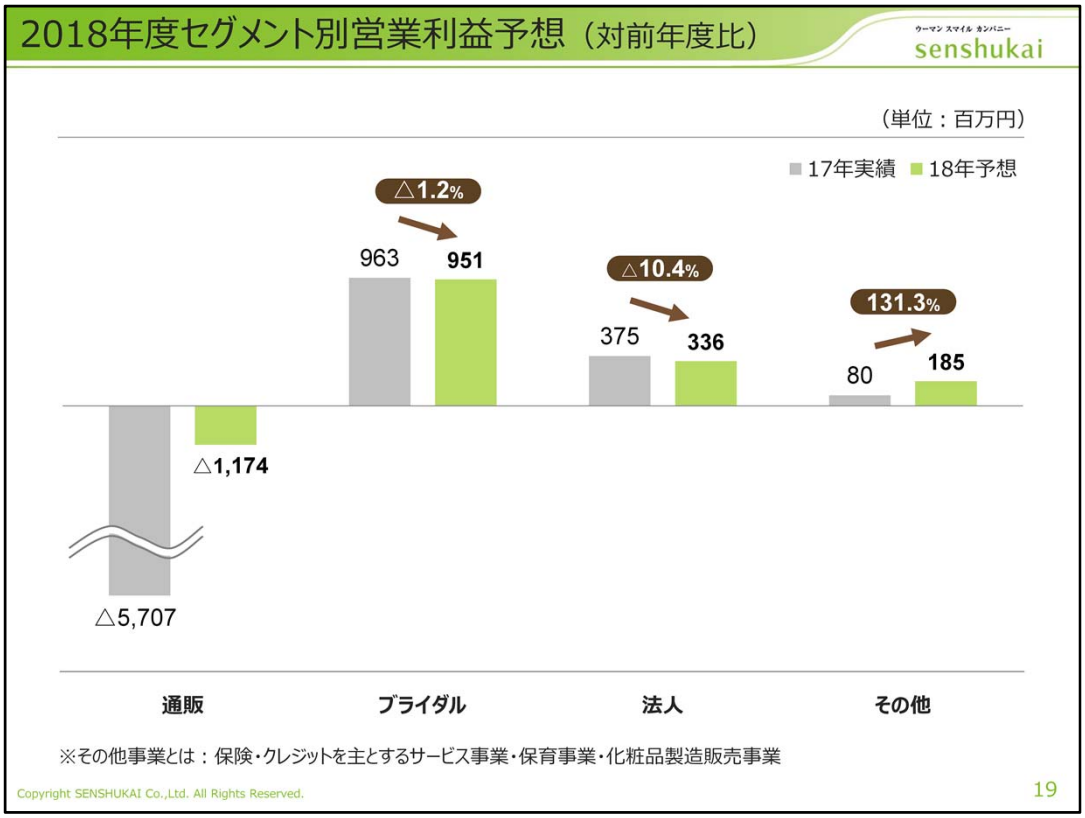
売上につきましては、前年と比べて70億円減少、5.6%減の1190億円を見込んでおります。以下原価率については54.5%、販管費につきましては538億円、対前年50億円の削減です。

営業利益については3億円、経常利益につきましては4億円、当期純利益につきましては2億円を予想しております。



通期のセグメント別の売上の予想ですが、ご覧の通りです。

通販につきましては、引き続き下期も減収の基調ですが、カタログの売り場面積を減らしたのは去年の下期なので、上期と上期の比較、下期と下期の比較でいうとそこまで開きがないということで、上期ほどの減小の幅はないと見込んでおります。



セグメント別の営業利益予想はご覧のとおりです。

通販事業については期末に相当の評価損を出しましたので、その後評価替えのルールを改めまして、2年超えたものは自動的に評価替えの引き当てをするという形です。昨年のようにドカンと評価替えをということは起きないような形で今後はやっていきたいと思っております。

ブライダルにつきましては上期は増益でありましたけれど、下期に新店の費用が発生しますので若干ですが減益という計画です。

2018年度通期連結業績予想（対当初比）

senshukai

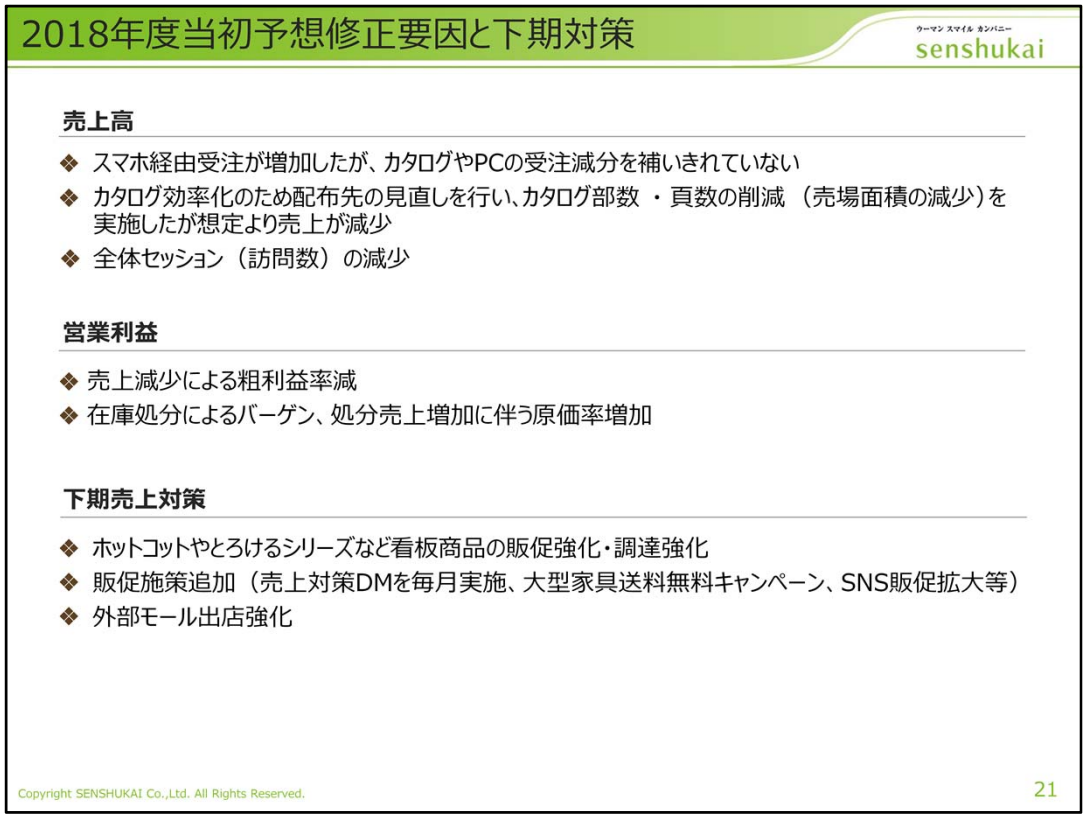
（単位：百万円）

	18年度当初		18年度修正		対当初	
		売上比		売上比	増減額	売上比差異
売上高	124,000		119,000		△5,000	△4.0%
売上原価	67,091	54.1%	64,877	54.5%	△2,214	0.4%
売上総利益	56,908	45.9%	54,122	45.5%	△2,786	△0.4%
販管費	55,308	44.6%	53,822	45.2%	△1,486	0.6%
営業利益	1,600	1.3%	300	0.3%	△1,300	△1.0%
経常利益	1,900	1.4%	400	0.3%	△1,500	△1.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,400	1.1%	200	0.2%	△1,200	△0.9%

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

20

こちらの数字につきましては当初計画との差異を示しております。
参考までにご覧ください。



もう1度今後の当初予測との修正の差異の要因を簡単ですがまとめております。

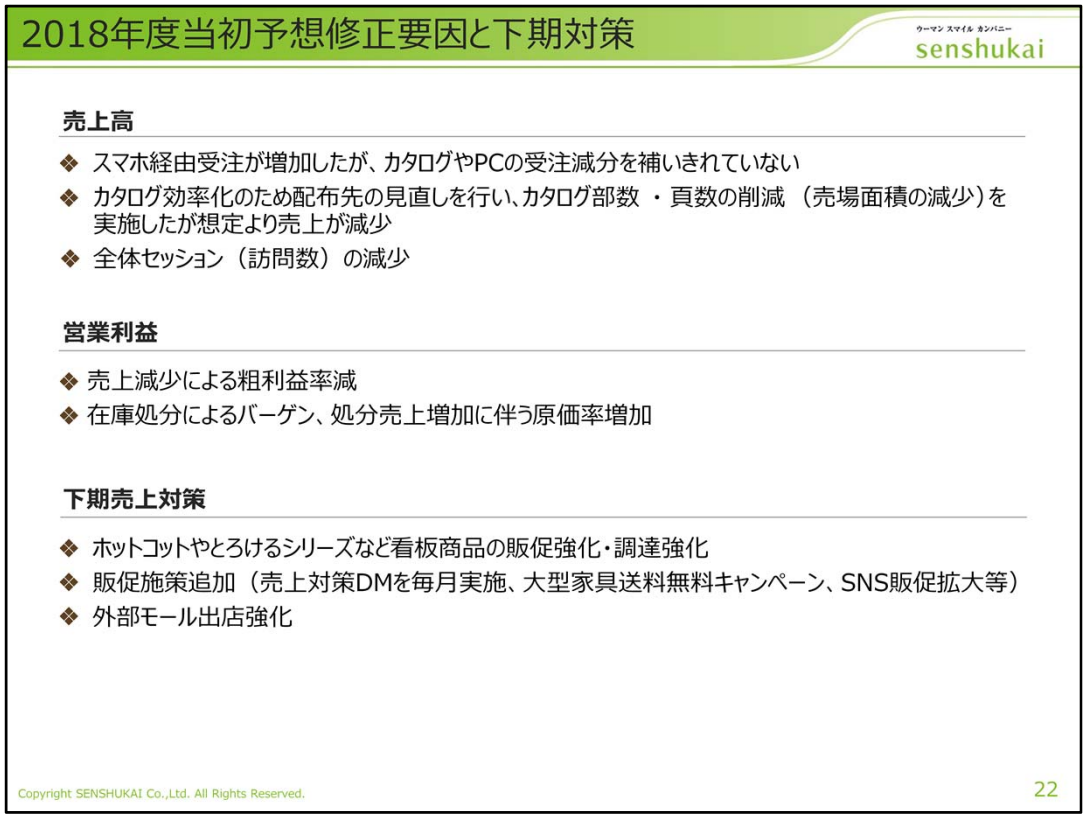
通販事業につきましてはスマホ経由の受注は増加しましたけれど、カタログを減らして何とかデジタルマーケティングを含めたカバーをしていこうとしていましたが、カタログの既存客のご注文が計画以上減ってしまったためにそれをカタログ以外の販促でぬぐいきれなかったということです。

全体のセッション数が減っているということですが、これも既存客の方でカタログを配布した方のセッション数が減っている。それがライフスタイルの商材のセッションが大幅に減っていることにつながっております。

営業利益につきましては原価率のところです。通常の売りが減ったということで相対的にバーゲン処分売りのシェアが高まったということで計画値よりもあがったということです。

下期の売上対策ですが、基本的には減らしすぎているカタログのところを他の手段、販促のチラシであるとか紙媒体の対応も若干しようということで、その分販促費を確保して下期は臨もうと思っております。

その中で特に弊社の中でもロングセラーになっていて毎年必ずご好評いただいている商品が少なからずございますので、そのの販促にしっかりと注力していきたいと思っております。これはもちろんカタログにも掲載していますが、最後に書いている外部モール、ベルメゾンネット以外の販売も含めてしっかり強化していきたいと思っております。ホットコットにつきましても年々30%くらいの増加率で伸ばして言っております。今年の冬も生地をしっかり確保していきたい。とろけるシリーズにつきましても、シリーズ全体でかなりのボリュームになっています。ホットコット、とろけるシリーズにつきましてもやはり昨年品切れがおきましてお客様の需要にこたえきれなかったということがあります。今年はそのようなことのないように素材を仕込んで対応していきたいと思っております。



今カタログのシェアをどんどん減らしている関係で、カタログの時代には売れている商品と売れない商品とそんなに極端に差がつくことはなかったのですが、ネット中心で販促をかけていますので売れるものは売れ始めるとはじけてどんどん加速度的に売れていく。いいレビューがつくとどんどんその商品が集中して売れていく。売れないものは逆にどんどん売れなくなっていく。世の中的にもそうなっていると思いますが、弊社の中でもそのようになっている。結果的にヒット商品が早期品切れをおこしてしまうということがでてきています。我々にとっても機会損失ですし、お客様としても不満足につながることですので、こういった看板商品についてしっかりと調達の強化を図っていきたいと考えております。

それから販促策は5月のように途切れると売り上げがへこむということをしっかり反省して毎月販促策を切らさないように継続して下期は実施していきたいと考えています。

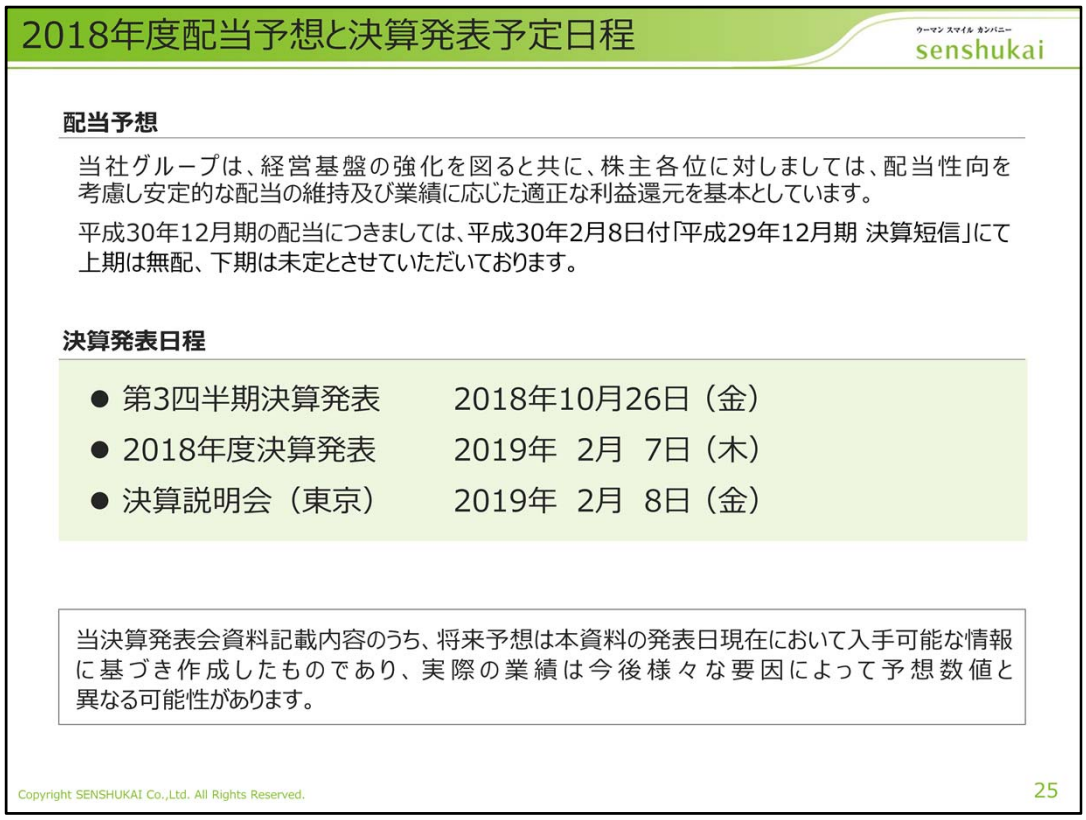
外部モールにつきましては長い間ヤフーに出店しておりましたが、昨年からアマゾン、楽天に出店を開始しております。この下期から中期経営計画に掲げております専門店戦略が組織的にも体制が整い進めていきます。今後は専門店ごとに外部モールの出店も計画して実施していきたいと考えております。

4 その他

Copyright SENSHUKAI Co.,Ltd. All Rights Reserved.

最後にCSRにつきましては「えがおの森基金」をやらせていただいております。お客様からの募金を頂戴して寄付するという形ですが、新たに「ハハトコ基金」を7月に設立いたしました。

先般の西日本豪雨、熊本の地震の時ももちろん我々やりましたが、西日本豪雨の時も様々な自治体、岡山県総社市、岡山県広島県の助産師会に必要な物資を寄付させていただいております。



配当につきましては今回変更はございません。下期も現時点では未定としてさせていただいております。

決算発表の日程もご覧のとおりです。私からは以上です。