

株式会社 千趣会 (東証スタンダード:8165)
2025年度 第2四半期 決算説明資料

2025年8月6日

- 1 2025年度 第2四半期 業績概況
- 2 再生計画 業績改善施策
- 3 再生計画 取組み進捗

※会計方針の変更に伴う遡及適用影響額を、前年同期と前期末の数値に反映して表示しております。

1

2025年度 第2四半期 業績概況

売上高は対前年比は減少だが、計画通りに進捗
売上総利益率もわずかに減少したが、販管費の減により営業利益率は改善

(単位:百万円)

	2024年度 2Q		2025年度 2Q		対前年	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	売上比差異
売上高	22,668		21,273		△1,395	
売上原価	10,691	47.2%	10,183	47.9%	△507	+0.7pt
売上総利益	11,976	52.8%	11,089	52.1%	△887	△0.7pt
販管費	13,901	61.3%	12,435	58.5%	△1,465	△2.8pt
営業利益	△1,924	△8.5%	△1,346	△6.3%	+577	+2.2pt
経常利益	△2,046	△9.0%	△1,484	△7.0%	+561	+2.0pt
親会社株主に帰属する 中間純利益	△1,451	△6.4%	△1,920	△9.0%	△469	△2.6pt

- ✓ 販管費の減は、主に販売促進費・販売手数料等の注文獲得費の効率化や支払手数料等の固定的な費用の低減による
- ✓ 純利益の減は、主に前年同期は投資有価証券売却益があったことからの反動減と、
2025年7月28日付の適時開示で発表した連結子会社の事業所閉鎖等に伴う減損損失による

流動資産の内、2025年度2Q時点の現預金残高は61億35百万円
大阪本社の売却による効果は2025年度3Qに発現

（単位：百万円）

	2024年度末	2025年度 2Q	増減額
資産の部			
● 流動資産	13,829	15,970	+2,141
● 固定資産	11,654	11,141	△513
資産合計	25,484	27,112	+1,627
負債の部			
● 流動負債	10,103	14,124	+4,020
● 固定負債	2,233	1,968	△265
負債合計	12,337	16,092	+3,755
純資産の部			
● 株主資本	14,383	12,462	△1,920
● その他の包括利益累計額	△1,229	△1,435	△206
● 非支配株主持分	△7	△7	△0
純資産合計	13,147	11,019	△2,127
負債・純資産合計	25,484	27,112	+1,627

- ✓ 資産 現金及び預金 +34億81百万円、未収入金 △12億23百万円
- ✓ 負債 買掛金 △4億45百万円、短期借入金 +45億円
- ✓ 純資産 中間純損失 △19億20百万円、自己資本比率 51.6% → 40.7%
自己資本比率の低下は借入金の増加によるものだが、7月の返済実施に伴い改善の見込み

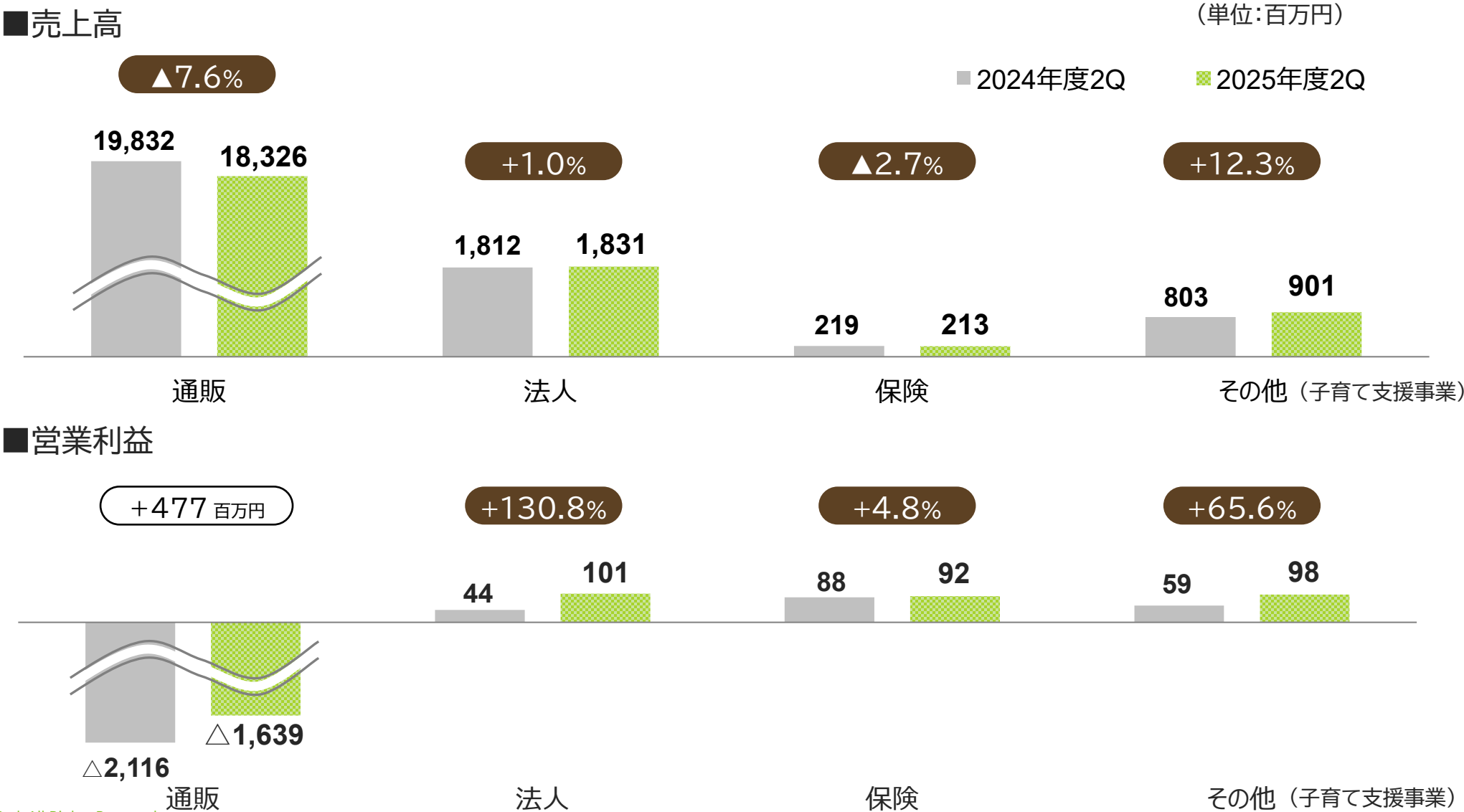
フリーキャッシュフローは△5億52百万円
現預金残高の増加はほぼ45億円の短期借入金によるもの

（単位：百万円）

	2024年度 2Q	2025年度 2Q	増 減 額	当期結果の主な内訳
営業活動による キャッシュ・フロー	△2,330	△1,555	+774	<ul style="list-style-type: none">■ 税金等調整前中間純損失(△1,792)■ 減価償却費(+326)■ 減損損失(+307)■ その他の流動資産の減少(+1,560)■ 仕入債務の減少(△891)■ その他の流動負債の減少(△980)
投資活動による キャッシュ・フロー	441	1,003	+561	<ul style="list-style-type: none">■ 有形固定資産の取得による支出(△144)■ 有形固定資産売却に係る手付金収入(+946)■ 連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入(+249)
財務活動による キャッシュ・フロー	△350	4,068	+4,419	<ul style="list-style-type: none">■ 短期借入金の純増額(+4,500)■ 長期借入金の返済による支出(△310)
現金及び現金同等物の 期末残高	4,296	6,135	+1,838	

- ✓ 資金面は現金及び預金を61億35百万円を保有、総額30億円の特種当座借越契約を設定
- ✓ 再生計画の進捗を適切に見極め、多面的な角度から資金調達ができるよう各種対策を検討
更なる資金調達が必要となった場合に対応できるよう、金融機関等と緊密な連携を続ける

通販事業は減収及び営業赤字縮小、保険事業は減収増益
法人事業・その他事業（子育て支援事業）は増収増益を達成



予定していた不採算商品改廃の実施等もあり売上高は減少
販管費の効率化により営業利益は改善

	2024年度 2Q	2025年度 2Q	増減	要 因
売上高(百万円)	19,832	18,326	△1,506	■ 不採算商品の改廃実施 ■ 計画に対しては概ね想定通りに進捗
売上原価率(%)	46.9	48.6	+1.7pt	■ 1Qに実施したセール施策による影響
販管費(百万円)	12,657	11,060	△1,596	■ 注文獲得費の効率化 ■ 固定的な費用の低減 ■ 売上比 63.8%→60.3%(△3.5pt)
営業利益(百万円)	△2,116	△1,639	+477	■ 販管費の削減
購入会員数(万人)	92.2	77.3	△15.0	■ コアターゲットを絞り込むことで、購入会員数(ベルメゾン)は減少 ■ ECモール、リアル店舗の受注は前年比増
新規・復活購入会員数(万人)	36.4	30.0	△6.4	
継続購入会員数(万人)	55.8	47.3	△8.6	
客単価(円)	16,482	17,829	+1,347	■ 件数単価・購入頻度は前年比増

法人事業・保険事業・その他事業の概況(対前年同期)

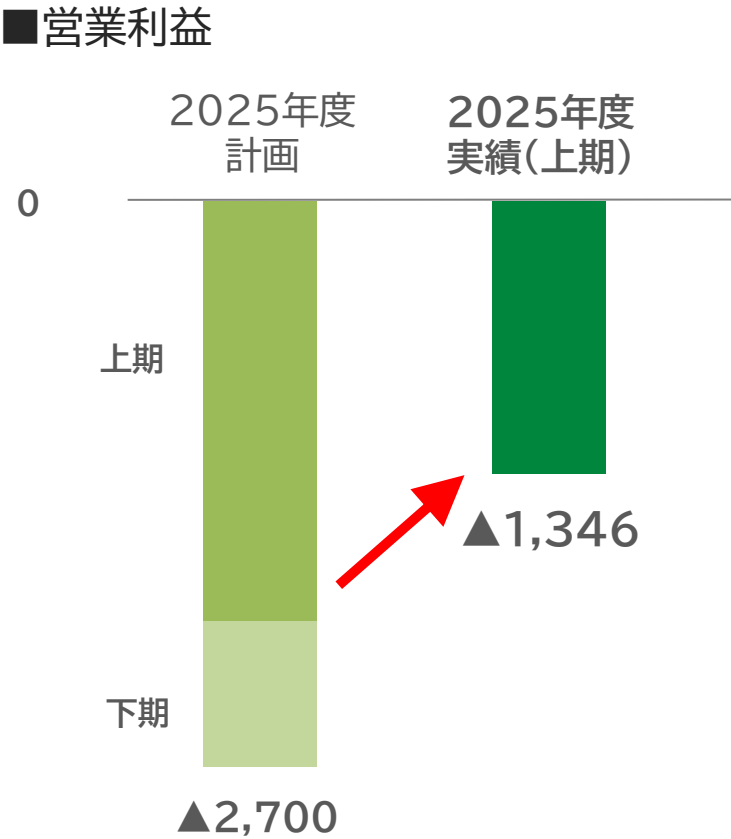
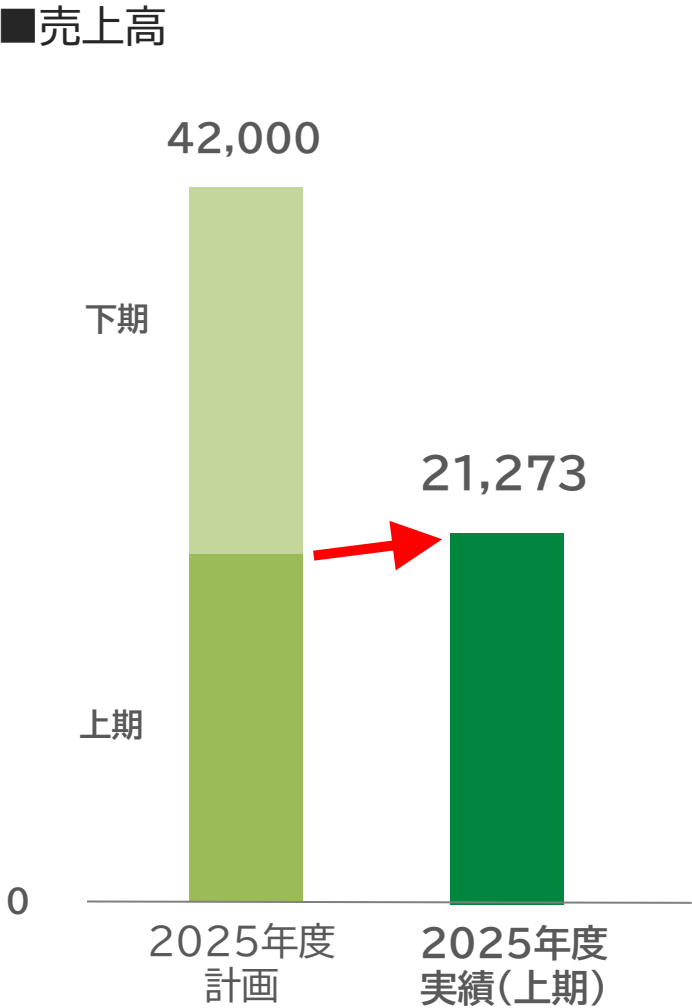
法人事業は物流業務の代行サービス等の業務受託が堅調に推移し増収増益
 保険事業はほぼ前年から横ばい、その他事業(子育て支援事業)は増収増益

(単位:百万円)

		2024年度 2Q	2025年度 2Q	増減額
法人事業	売上高	1,812	1,831	+18
	➤ 業務受託	1,029	1,252	+223
	➤ 広告事業	293	245	△48
	➤ その他	489	333	△156
	営業利益	44	101	+57
	営業利益率(%)	2.4	5.6	+3.1pt
保険事業	売上高	219	213	△5
	営業利益	88	92	+4
	営業利益率(%)	40.3	43.4	+3.1pt
その他事業 (子育て支援事業)	売上高	803	901	+98
	営業利益	59	98	+38
	営業利益率(%)	7.4	10.9	+3.5pt

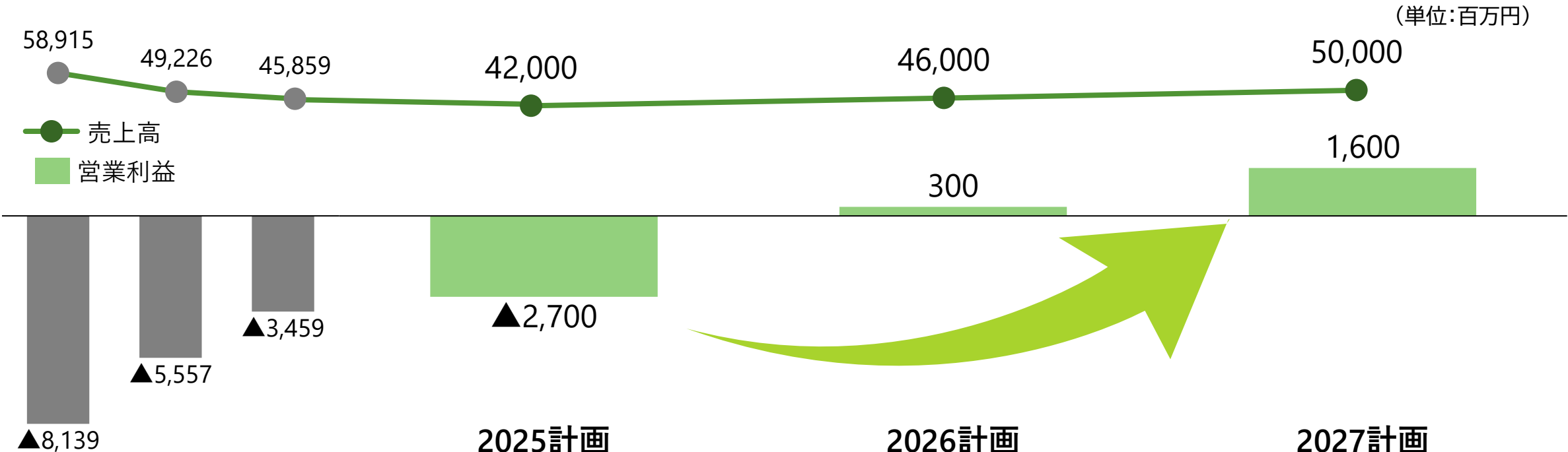
売上高は通販事業をはじめ、計画通りに進捗
営業利益は、通販事業の販売促進費や販売手数料等の注文獲得費の効率化、
支払手数料等の固定費の低減等により費用の効率化が進み、計画を上回って進捗

(単位:百万円)



2 再生計画 業績改善施策

2022年以降、営業赤字が継続するものの着実に業績は改善してきた
2025年はもう一段改善を進め、2026年に営業黒字、2027年に安定的な黒字化・持続的な成長フェーズに乗せる



2022実績 2023実績 2024実績

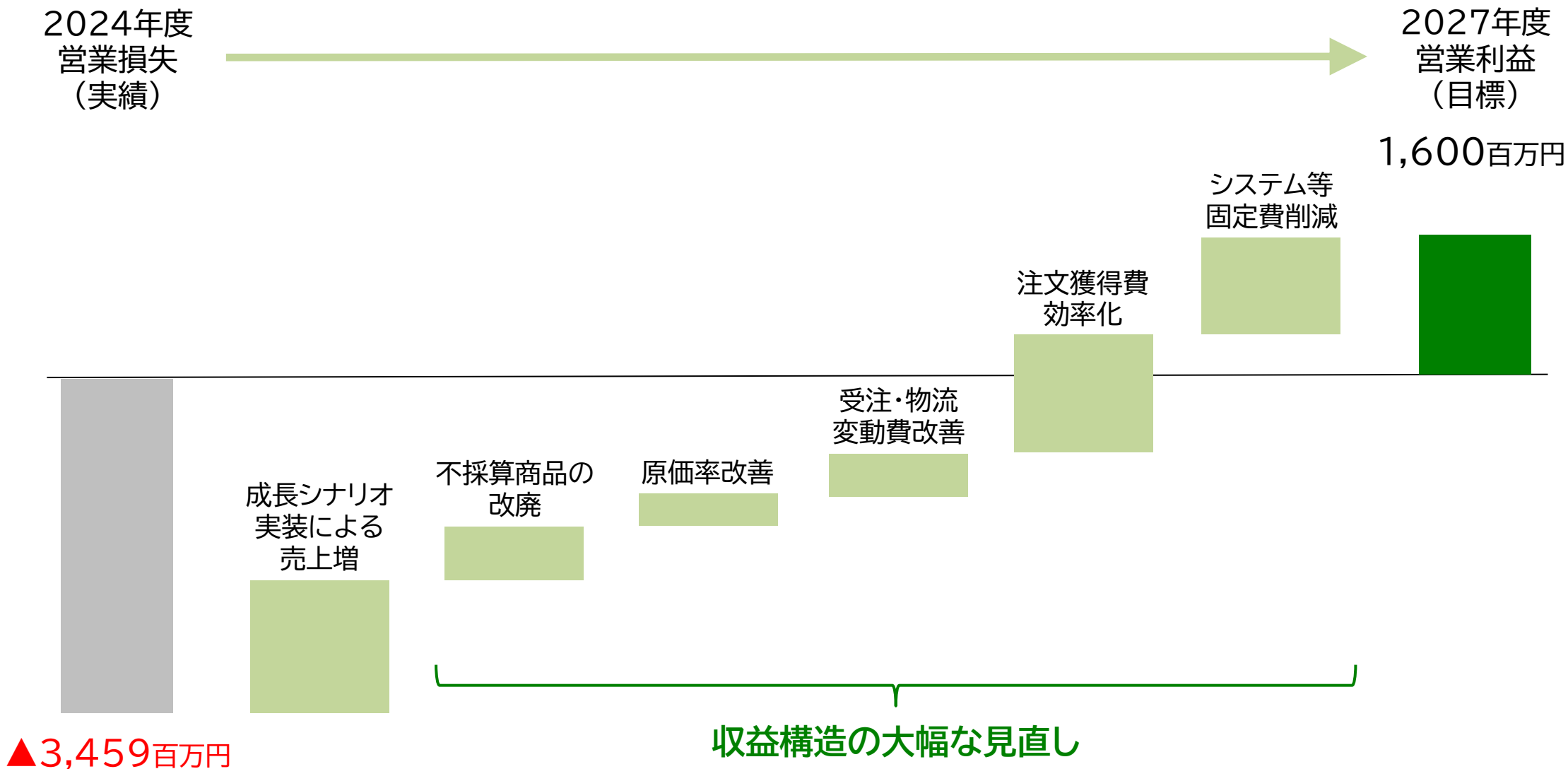
2025計画	2026計画	2027計画
ビジネス構造改革 新領域の取り組み	25年取組を踏まえた黒字化 新領域の収益化	安定的な黒字化
<ul style="list-style-type: none">世代別事業ドメインに再編事業ドメイン別に商品×マーケティングを徹底強化外部顧客へのアプローチ強化新領域における勝ち筋作り	<ul style="list-style-type: none">オペレーションの定着25年施策の効果発現新領域の収益貢献	<ul style="list-style-type: none">世代別成長シナリオ実装新領域の成長シナリオ実装事業ポートフォリオの安定稼働

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	対応方向性
<div>不明瞭なターゲットとトレンド対応の弱いMD</div> <div><ul style="list-style-type: none">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「団塊ジュニア世代」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）カタログ起点のシーズン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できていない</div>	<div>(A) 通販事業の抜本改革</div> <div><div>① <u>ターゲットの明確化</u> 「世代別」に事業ドメインを再編する</div><div>② <u>商品力の向上</u> 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</div><div>③ <u>世代別顧客に対応した細やかなMDの構築</u> 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</div></div>
<div>通販事業の強みを生かした事業拡大が不十分</div> <div><ul style="list-style-type: none">既存アセットの強みを活かしておらず、BtoB等による新たな収益拡大余地が存在</div>	<div>(B) 通信販売アセットを活用したビジネスの拡大</div> <div><div>① <u>販売ポテンシャルの最大化</u> EC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、売上・利益を拡大</div><div>② <u>BtoBの強化</u> 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</div><div>③ <u>既存取引先との関係強化</u> 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</div></div>
<div>通販事業以外の収益基盤の不存在</div> <div><ul style="list-style-type: none">通販事業以外での、新たな収益基盤を育てることが必要</div>	<div>(C) 新たな収益源の開発</div> <div><div>① <u>子育て支援</u> 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する</div><div>② <u>エシカル推進事業の開発・展開</u> 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</div><div>③ <u>海外展開</u> 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</div></div>

再生計画最終年度(2027年度) 営業利益目標に向けた改善要因

成長シナリオの実装による売上増に加え、収益構造を大幅に見直すことにより、
安定的に営業利益を生み出すことのできる企業体質へと変革させる



再生計画に基づく変革の徹底と収益モデルの確立に時間を要することから、
2025年度はその推進に努め、改めて2026年度における営業黒字を目指す

(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	45,859		42,000		△3,859	
売上原価	22,357	48.7%	20,500	48.8%	△1,857	+0.0pt
売上総利益	23,501	51.2%	21,500	51.1%	△2,001	△0.0pt
販管費	26,961	58.7%	24,200	57.6%	△2,761	△1.1pt
営業利益	△3,459	△7.5%	△2,700	△6.4%	+759	+1.1pt
経常利益	△3,909	△8.5%	△2,800	△6.6%	+1,109	+1.8pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	△3,616	△7.7%	4,150	9.8%	+7,766	+17.7pt

- ✓ 2025年度の業績予想は、以下の2025年3月28日付適時開示の発表内容を記載しています
「固定資産の譲渡及び特別利益の計上並びに通期業績予想の修正に関するお知らせ」

3 再生計画 取組み進捗

取組み進捗状況サマリー

実施施策	取組み進捗
(A)通販事業の抜本改革	<ul style="list-style-type: none"> ターゲットを明確化し「世代別」に事業ドメインを再編するとともに、マーケティングに基づき各世代のお客様に適切な商品を適切な売場でご提案できるよう体制構築を行い、コアターゲットごとの事業戦略とMD施策を策定し、実行開始。 第3四半期以降、コアターゲットごとの事業戦略に応じた商品展開やマーケティングの本格実施、ベルメゾンネットの再編やカタログのリニューアル及びラインナップの見直し等を実施。
(B)通信販売アセットを活用したビジネスの拡大	<ul style="list-style-type: none"> 販売ポテンシャルを最大化すべく、ECモール(※)・リアル店舗においては前期以上に注力し、保険・株主優待・広告・法人受託等のBtoBを強化することで収益基盤の多角化を企図。 リアル店舗、BtoBの法人受託は堅調に推移。 第3四半期以降はECモールでのギフト対応をはじめとする新たなサービスの実装、BtoBの保険セミナーの展開強化、卸の販路拡大等に注力。 <p>※楽天市場、Amazon、Yahoo!ショッピング、JRE MALL</p>
(C)新たな収益源の開発	<ul style="list-style-type: none"> 当社の将来を支える新たな収益源を獲得すべく、子育て支援事業、エシカル推進事業、海外展開の可能性を検討。子育て支援事業においてはインクルーシブ(障がいを持つ方等向け)に着目し、商品開発の可能性検証に向けた取組み方針を作成。 エシカル推進事業では不要な衣料品の宅配買取サービス「kimawari_fashion」を第3四半期中に終了するため、これに代わる事業プランの再検討を実施。 海外販路の拡大戦略も引き続き検討。

取組み進捗 (A)通販事業の抜本改革 ①

実施施策

取組み進捗

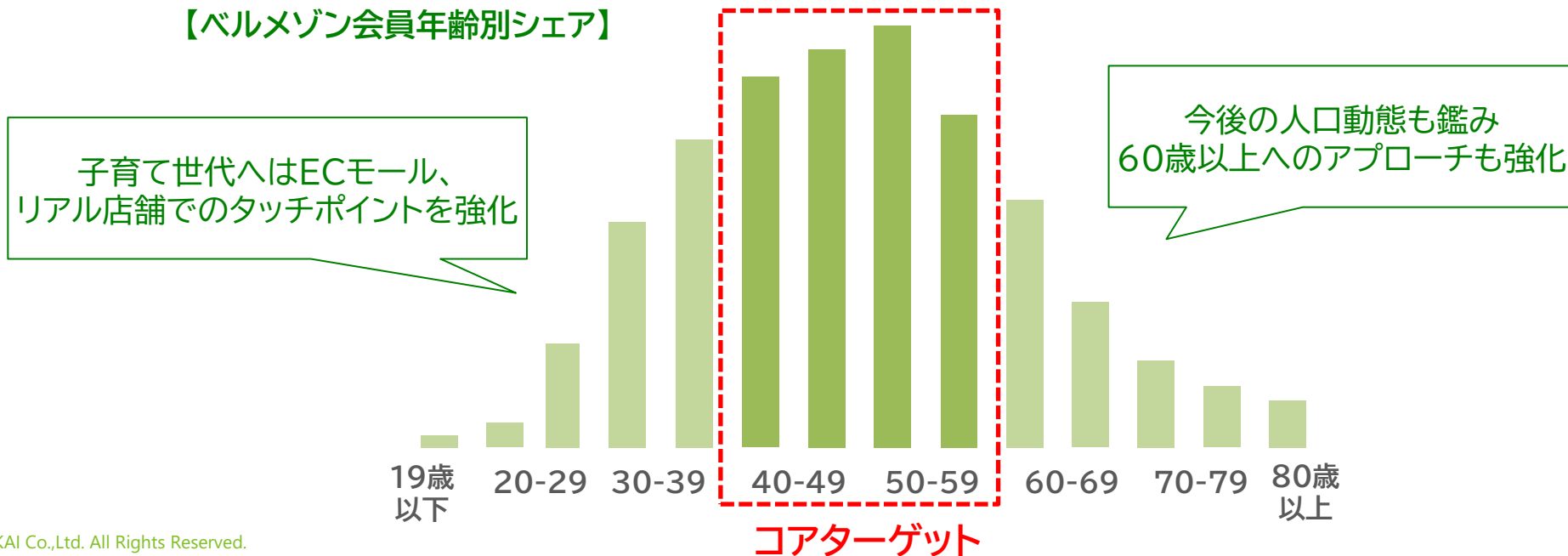
第3四半期以降の取組み

①ターゲットの 明確化

- ・「世代別」に事業ドメインの再編を完了
- ・ターゲット毎の事業戦略を策定
 - Around50（団塊ジュニア世代）
 - カタログ・ベルメゾンネットを中心に注力
 - With Family（子育て世代）
 - ECモール(※)、リアル店舗を強化
 - ※楽天市場、Amazon、Yahoo!ショッピング、JRE MALL
 - Grand Generation（60歳以上）
 - カタログ、他社チャネルを強化

- ・コアターゲットである団塊ジュニア世代のお客様にとっての「私のお店化」に向けたベルメゾンネットの改修
- ・カタログラインナップの再編

【ベルメゾン会員年齢別シェア】



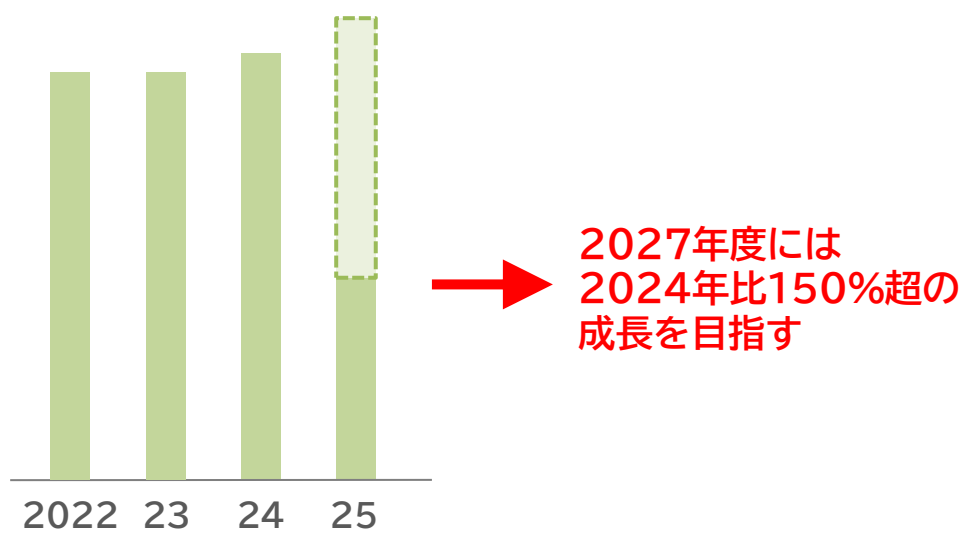
取組み進捗 (A)通販事業の抜本改革 ②・③

実施施策	取組み進捗	第3四半期以降の取組み
②商品力の向上 (商品×マーケティングの最適化)	<ul style="list-style-type: none"> ターゲット世代を定め、SNS、PRを活用した夏の主力商品「サラリスト」の認知拡大施策を実施 一定の成果と、今後に向けた知見を獲得 商品開発プロセスへのAI活用の検討開始 	<ul style="list-style-type: none"> SNS、PRを活用した認知拡大施策をさらに推進 ターゲットに即したテーマ設定等、仮説検証を重ねて2026年に向けた成功事例を構築していく 共感性と鮮度の高いコンテンツ本格稼働 AI活用業務フローを年内構築予定
③世代別顧客に対応した細やかなMDの構築	<ul style="list-style-type: none"> 1年間を52週に分けたきめ細かな世代別MD・販促計画を策定 商品開発のリードタイム短縮化に向けたフロー構築を開始 	<ul style="list-style-type: none"> 52週計画に則した商品投入開始 顧客ニーズや市場環境の変化に即応した商品投入

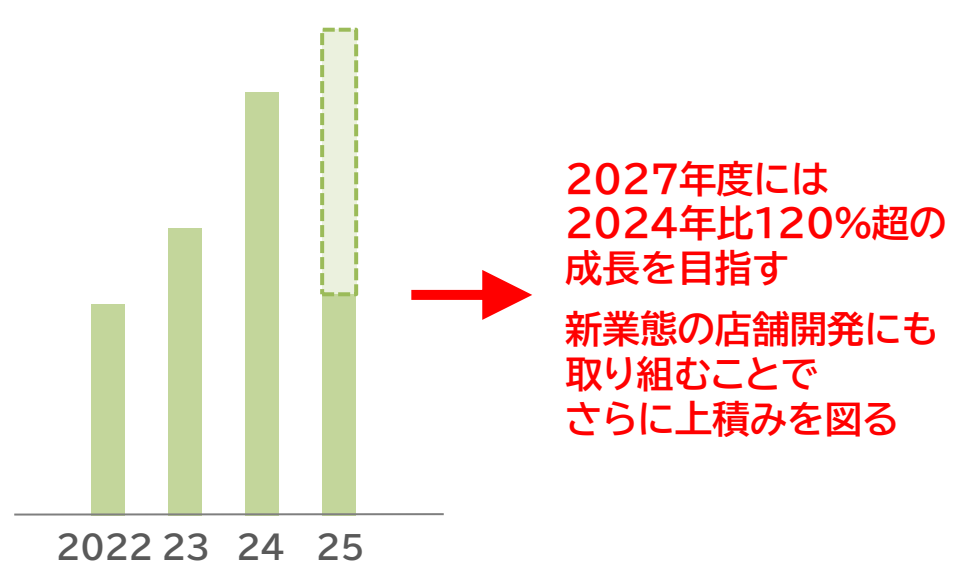
取組み進捗 (B)通信販売アセットを活用したビジネスの拡大 ①

実施施策	取組み進捗	第3四半期以降の取組み
①販売ポテンシャルの最大化	<p>【ECモール】 ※楽天市場、Amazon、Yahoo!ショッピング、JRE MALL</p> <ul style="list-style-type: none"> 配送スピードの向上テスト、在庫の適正化、商品開発を進行中 差別化に向けたオリジナルブランド商品の強化 <p>【リアル店舗】 ※Disney Fantasy Shop by Belle Maison 東京駅店、グランデュオ蒲田店</p> <ul style="list-style-type: none"> 店舗オリジナル商品が好評 売上高は前年同期比110%で推移 	<p>【ECモール】</p> <ul style="list-style-type: none"> 配送スピード向上拡大、ギフト対応等のサービス実装開始 品揃え・販促のブラッシュアップ 売り切れによる機会ロス削減を間断なく実施 <p>【リアル店舗】</p> <ul style="list-style-type: none"> 2026年新店舗出店を検討

【ECモール出店店舗 売上推移】



【リアル店舗常設店 売上推移】



取組み進捗 (B)通信販売アセットを活用したビジネスの拡大 ②・③

実施施策	取組み進捗	第3四半期以降の取組み
②BtoBの強化	【法人事業】 <ul style="list-style-type: none"> 新規クライアント獲得のための体制強化 Webでのアウトバウンド広告の掲出を開始 【保険事業】 <ul style="list-style-type: none"> 為替レートの円高傾向の影響を受け、外貨建て商品等の販売が苦戦 	【法人事業】 <ul style="list-style-type: none"> 新広告メニューの開発・ローンチ、販売開始 取引先様と連携した営業体制の強化 【保険事業】 <ul style="list-style-type: none"> 取引先様ルートを活用したマネーセミナーを展開 Web広告による集客施策を実施
③既存取引先との関係強化	【卸 等】 <ul style="list-style-type: none"> 国内卸の拡大に向けた物流・在庫管理フローの構築を開始 	【卸 等】 <ul style="list-style-type: none"> 国内卸の販売を段階的に開始

【法人事業】 通販・フルフィルメントのトータルサポート

フルフィルメントサービス	通信販売ノウハウをフル活用した物流・コールセンターの運営受託
プロモーションサービス	ベルメゾン会員基盤を活用したDMやチラシ等の配布、ベルメゾンネット上でのWeb広告掲載等の広告サービス
商品開発・供給サービス	株主優待・ノベルティ等の商品開発、調達・供給、卸

→ 着実に成長を維持し
2027年度売上で
24年比105%を目指す

【保険事業】 ベルメゾン会員様を中心とした保険選びのサポート

ライフプランデザイン	マネーセミナー開催やベルメゾン認定のファイナンシャルプランナーとの面談等を通じたライフプラン商品の提案
------------	---

→ 市場開拓を推進し
2027年度売上で
24年比120%を目指す

取組み進捗 (C)新たな収益源の開発

実施施策	取組み進捗	第3四半期以降の取組み
①子育て支援	<ul style="list-style-type: none"> 保育従事者向け専門通販「えがおのせんせい」の収益性改善に向けたコスト構造見直し 従来の子育て領域から、より現在の社会課題を見つめ直し、障がいを持つ方等への不便を解消する商品の市場性を検証開始 	<ul style="list-style-type: none"> 園生活用品の洗濯・配送サービス「登園すくすく便」の営業強化 <ul style="list-style-type: none"> 協業先企業でのチラシ配布、SNS等を活用した認知施策の展開 サービス提供地域拡大の可能性を検証 「登園すくすく便」「えがおのせんせい」等へ続く保育事業の関連サービスの開発 障がいを持つ方を対象とした商品の市場性検証と商品開発を進行
②エシカル推進事業の開発・展開	<ul style="list-style-type: none"> 不要な衣料品の宅配買取サービス「kimawari fashion」は終了を判断 代替するエシカル推進領域での事業を検討開始 	<ul style="list-style-type: none"> エシカルセレクトショップ「kimawari marche」のリニューアルオープン エシカル推進領域での事業プランニングと推進
③海外展開	<ul style="list-style-type: none"> 東南アジア等での展開シナリオと、販売スキームを調査・検討 	<ul style="list-style-type: none"> 市場と商品、販売スキームを絞り込み、実証実験に向けた活動開始

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年度の配当予想につきましては、2025年2月13日発表「2024年度 決算説明資料」でご案内していた通り、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3四半期決算発表	2025年 10月 31日	(金)
2025年度決算発表	2026年 2月 13日	(金)
決算説明(動画配信)	2026年 2月 25日	(水)

自由な発想とチャレンジで、お客様の暮らしに驚きと喜びを届け続けます

2025年、千趣会は創立70周年を迎えることができました。
これもひとえにお客様をはじめ、取引先様、協力会社・関係者の皆様、株主の皆様のご支援の賜物と実感しております。

創立70周年を迎え、私たちは新たな挑戦に向けて走り出しています。
千趣会の強みは、お客様を深く理解し、生活に彩りを与えたり、お困りごとを解決する商品やサービスを企画提案できる社員です。
私の願いは、この先もお客様に「素敵」「面白い」と感じていただける商品やサービスを生み出し、お届けし続けること。
そのために、社員が仕事を思いっきり楽しんでくれることです。
この力をさらに引き出すため、社員の自主性を大切に、自由な発想で価値を生み出せる環境づくりを進めています。

これからも弊社を支えてくださった皆様への感謝の気持ちを決して忘れず、お客様を大切に、社会に貢献したいという社員の想いを原動力に、持続的な成長を目指します。

一人ひとりが輝く組織をつくり、お客様の笑顔のために、社会の発展のために、全力で走り続けてまいります。

今後とも変わらぬご支援・ご愛顧を賜りますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

代表取締役社長 鈴木 聡



70周年特設サイト

https://www.bellemaison.jp/cpg/special/anniversary_index.html

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。