

株式会社 千趣会 第65期 決算説明会

2010年1月28日

 株式会社 千趣会

目次

1. 2009年度連結業績について
2. 中期経営計画(2008年～2010年)進捗状況
3. 2010年度連結業績予想について
4. 今後の展開について
5. 参考資料

1. 2009年度連結業績について

2009年度連結決算のポイント

(単位:百万円)

売上高 1,473億円(△6.9%)

営業利益 △24億円(—)

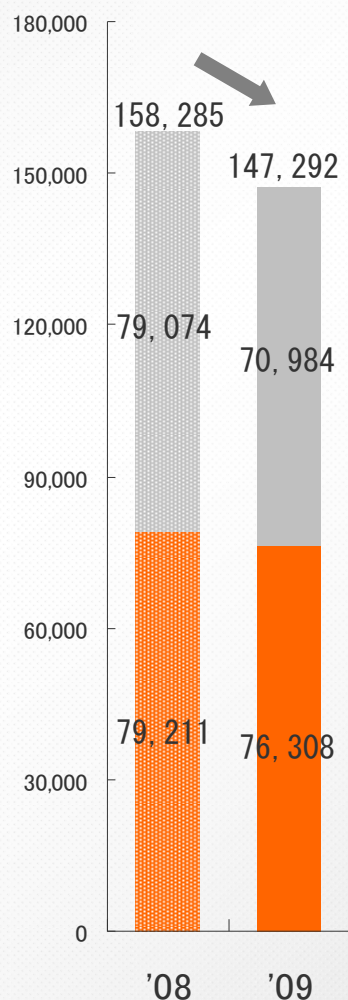
当期純利益 △38億円(—)

売上は景気の悪化による消費マインドの減少や天候不順などにより、前期比減少

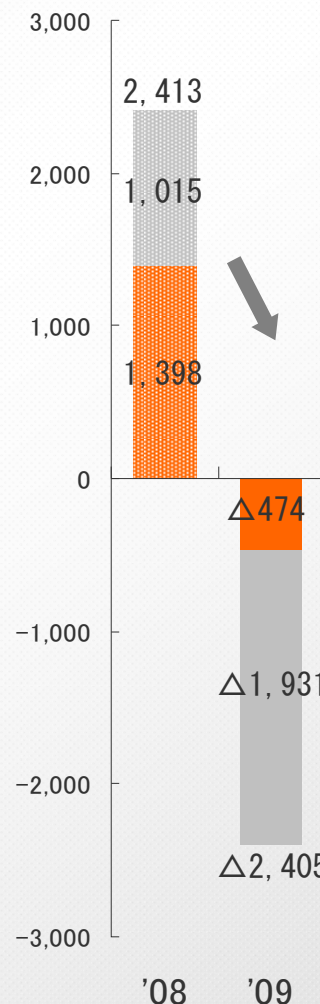
営業利益は売上減少による粗利益の減および低価格対応と評価損増による売上原価率アップによりマイナス

当期純利益は為替差益があるも、投資有価証券評価損等の特別損失の発生によりマイナス

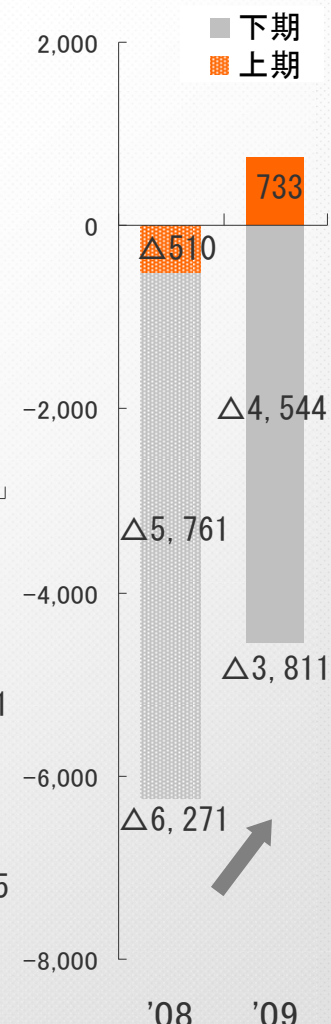
売上高



営業利益



当期純利益



2009年度決算期連結決算損益(対前年比較)

(単位:百万円)

	2008年度		2009年度		対前年	
		売上比		売上比	増減額	増減率
❖ 売上高	158,285	—	147,292	—	△10,993	△6.9%
❖ 売上原価	81,912	51.7%	78,927	53.6%	△2,985	△3.6%
❖ 売上総利益	76,373	48.3%	68,364	46.4%	△8,009	△10.5%
❖ 販管費	73,960	46.8%	70,770	48.0%	△3,190	△4.3%
❖ 営業利益	2,413	1.5%	△2,405	△1.6%	△4,818	—
❖ 経常利益	△4,553	△2.9%	△1,410	△1.0%	3,143	—
❖ 当期純利益	△6,271	△4.0%	△3,811	△2.6%	2,460	—

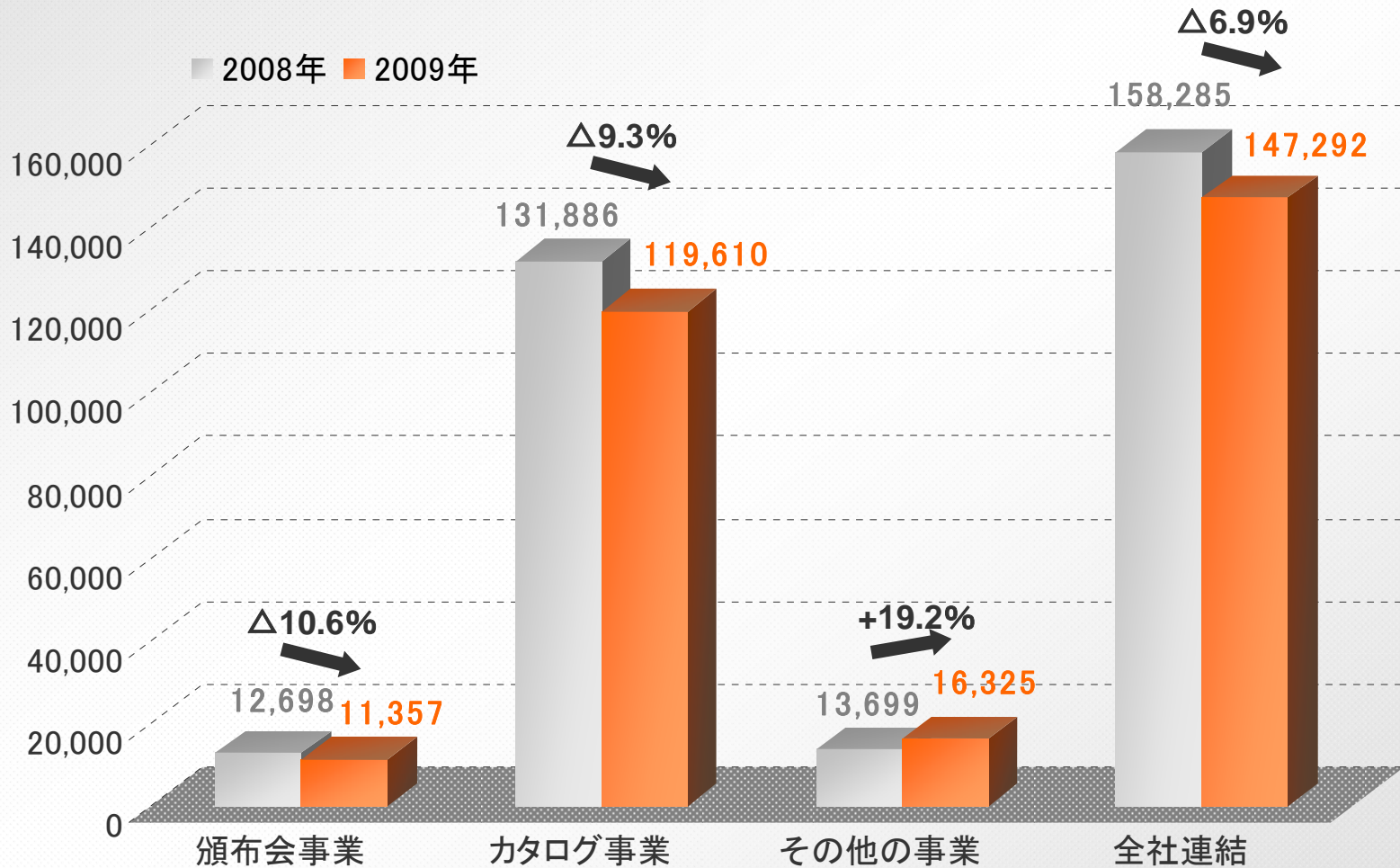
2009年決算期連結貸借対照表(対前年比較)

(単位:百万円)

	08/12末	09/12末	増減額	コメント
❖ 資産の部				
流動資産	49,998	42,117	△7,881	たな卸資産【在庫削減政策推進】
固定資産	54,060	49,720	△4,340	投資有価証券【株式売却・減損等】 繰延税金資産【取崩による減】
資産合計	104,059	91,837	△12,222	
❖ 負債の部				
流動負債	54,153	41,321	△12,832	支払手形・買掛金【仕入減少による減】 短期借入金【返済による減】 為替予約【デリバティブ解約等】
固定負債	5,631	12,609	6,978	社債【発行による増】 長期借入金【設備資金借入】
負債合計	59,784	53,930	△5,854	
❖ 純資産の部				
株主資本	54,830	48,140	△6,690	利益剰余金【当期純損失計上】 自己株式【取得による減】
評価・換算差額等	△10,584	△10,247	337	
少数株主持分	29	14	△15	
純資産合計	44,274	37,906	△6,368	
負債・純資産合計	104,059	91,837	△12,222	

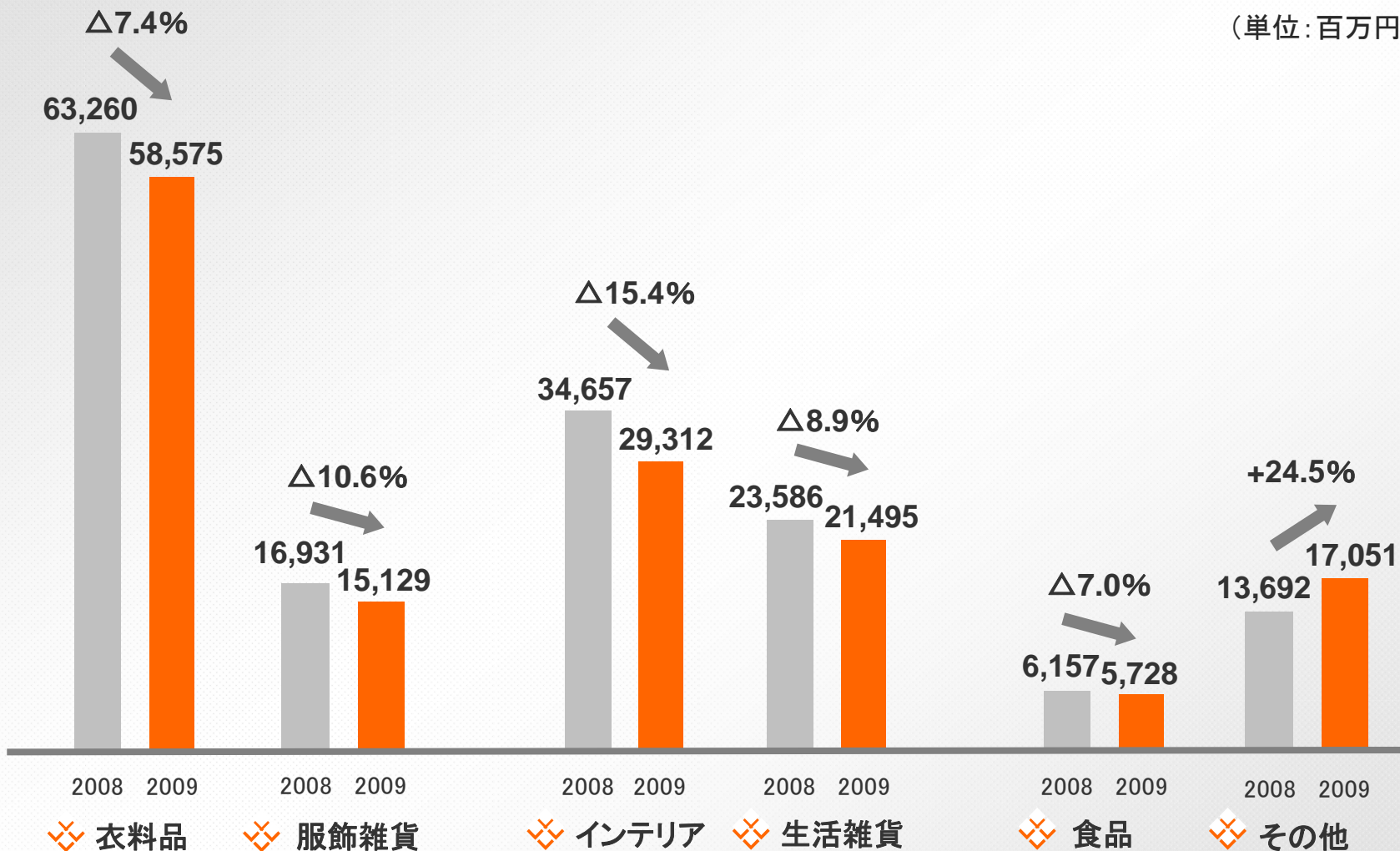
2009年度セグメント別売上(対前年比較)

(単位:百万円)



ジャンル別売上推移

(単位:百万円)



❖ インテリアの中でも、家具・収納用品・ファブリックが特に低迷

❖ その他ではディアーズ・ブレイン(ブライダル事業を展開する子会社)が寄与

カタログ事業の現状

	2008年	2009年	増減額
❖ 売上高 (百万円)	131,886	119,610	△12,276
❖ 年間購入者数	387万人	371万人	△16万人
❖ 1件当り 受注単価	12,953円	12,267円	△686円
❖ 1人当り 年間注文回数	2.9回	2.9回	—
❖ 1人当り 年間受注金額	37,560円	35,470円	△2,090円
❖ カタログ部数 (万部)	9,500	8,800	△700

❖ 新規会員獲得減

❖ ネット受注増および
低価格化による減少

頒布会事業の現状

	2008年	2009年	増減額
❖ 売上高 (百万円)	12,698	11,357	△1,341
❖ グループ件数	8.1万件	7万件	△1.1万件
❖ パーソナル件数	15.6万件	14.2万件	△1.4万件
❖ グループ会員数	28.2万人	24.5万人	△3.7万人
❖ パーソナル会員数	15.6万人	14.2万人	△1.4万人

❖ 新商品売上の低迷

❖ ベルメゾンポイント導入による会員継続率の向上を狙ったが目標未達により減

その他事業の現状

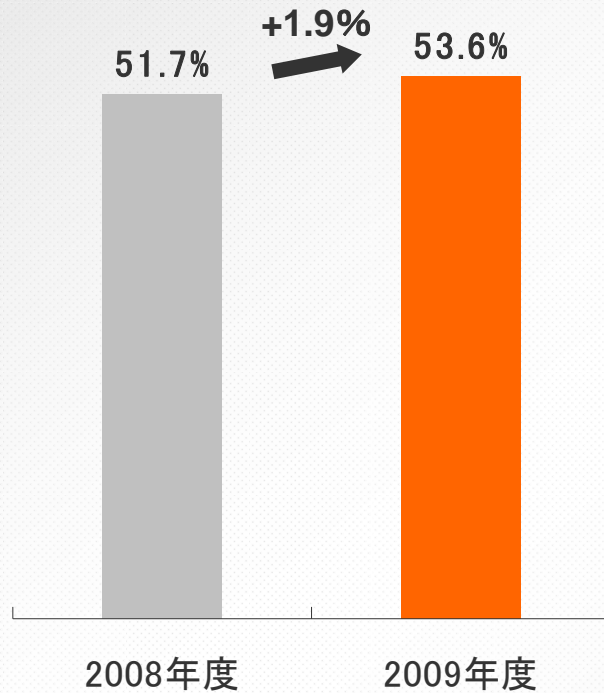
(単位:百万円)

売上高	2008年	2009年	増減額	
❖ 法人	6,315	6,096	△219	❖ 広告事業 ギフトカタログ等売上減
❖ 店舗 (アウトレット除く)	668	848	180	❖ 暮らす服店舗出店増 (合計11店舗)
❖ ペットファースト	1,746	1,539	△207	
❖ ディアーズ・ブレイン	2,928	6,788	3,860	❖ 08年下期より売上計上 今期年間売上計上
❖ その他	2,042	1,054	△988	❖ B・B・S売上減
❖ 合計	13,699	16,325	2,626	

※ディアーズブレイン:ウェディング事業を展開する子会社 ※B・B・S:アパレル事業を行っている子会社

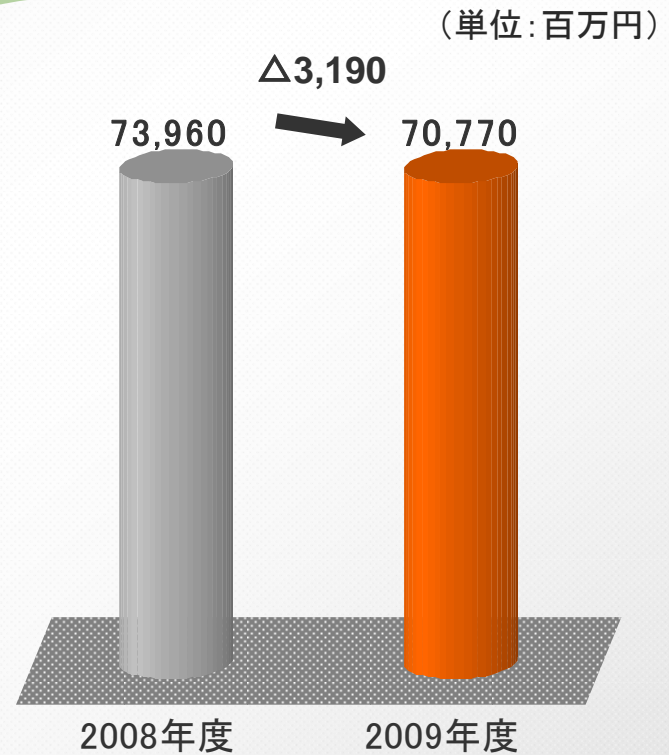
売上原価率および販管費増減の状況

❖ 連結売上原価率



- ❖ 仕入原価率は前年とほぼ同じ
- ❖ 償却および評価損額の増
 - ・償却額 +2.7億円
 - ・評価損額 +23.3億円
(会計基準変更等)

❖ 連結販売管理費



- ❖ 荷造運賃 : 即時供給率、荷分け率改善による減 $\Delta 13.4$ 億円
- ❖ 印刷費 : 部数削減による減 $\Delta 14.6$ 億円
- ❖ 支払手数料 : システム関連費用減 $\Delta 6.6$ 億円

営業外損益の内訳

(単位: 共に百万円)

営業外収益	2008年	2009年	増減額
❖ 受取利息	270	90	△180
❖ 受取配当金	173	314	141
❖ 金融商品 評価益	—	21	21
❖ 為替差益	—	1,403	1,403
❖ その他	481	320	△161
❖ 合計	924	2,148	1,224

営業外費用	2008年	2009年	増減額
❖ 支払利息	162	317	155
❖ 為替差損	5,904	—	△5,904
❖ 支払手数料	—	450	450
❖ 社債発行費	—	127	127
❖ 金融商品評価損	1,331	—	△1,331
❖ 持分法投資損失	247	65	△182
❖ その他	245	194	△51
❖ 合計	7,890	1,154	△6,736

- ❖ 為替レートの上昇および株価の上昇による
金融商品評価損の解消
- ❖ 為替差損の解消

特別損益の内訳

(単位: 共に百万円)

特別利益	2008年	2009年	増減額
❖ 固定資産 売却益	245	1	△244
❖ その他 特別利益	—	42	42
❖ 合計	245	43	△202

特別損失	2008年	2009年	増減額
❖ 固定資産売却・ 除却損	759	95	△664
❖ 投資有価証券 評価損	594	573	△21
❖ 投資有価証券 売却損	28	576	548
❖ 減損損失	153	356	203
❖ その他	52	124	72
❖ 合計	1,587	1,726	139

❖ 投資有価証券売却損増

❖ 減損損失増

2009年度トピックス I

❖ ベルメゾンネットで新たな表現技術・検索方法にトライ
“ベルメゾン・ラボ”をオープン！

❖ ショッピングにおける、“気づき・楽しさ”の演出を研究



❖ <http://www.bellemaison.jp/labs>

❖ 2010年度から、女性支援活動の一環として、全てのブラジャーを『ピンクリボン運動』協賛商品に

❖ 1枚の売上につき1円を寄付。
2008年度販売実績175万枚。



❖ <http://www.bellemaison.jp/pink>

❖ ベルメゾン生活スタイル研究所
2010年生活予報
『ヒョーバン消費の時代』発刊



2009年度トピックスⅡ

❖ スガ シカオ初の海外ライブ & 凱旋公演を主催



© Office Augusta

- ❖ 12月7日 ロンドン公演
- ❖ 12月14日 東京公演
- ❖ 12月18日 大阪公演



© Office Augusta

❖ 千趣会 × JDN 共催 第1回クリエイティブコンペティション 『1000cc』開催

- ❖ 11月 最終審査終了
全受賞11作品に賞状と副賞受賞



❖ http://www.senshukai.co.jp/main/top/slve/slve_index.htm

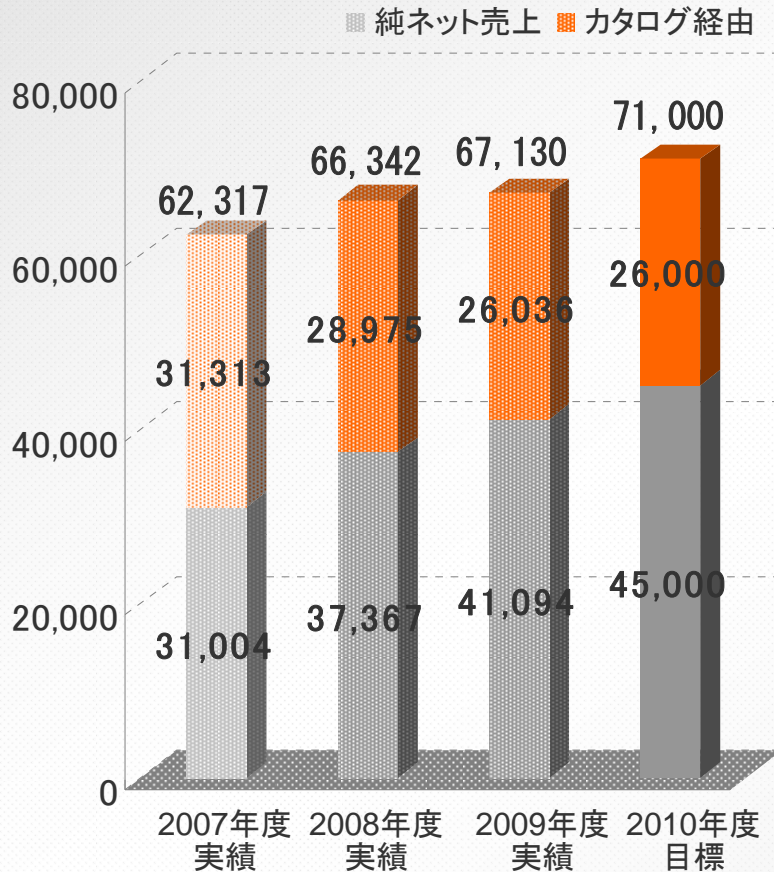
❖ <http://www.japandesign.ne.jp/1000cc/>

2. 中期経営計画(2008年～2010年)進捗状況

チャネルミックスの推進(インターネット売上・店舗数と売上)

◆ ネット売上推移

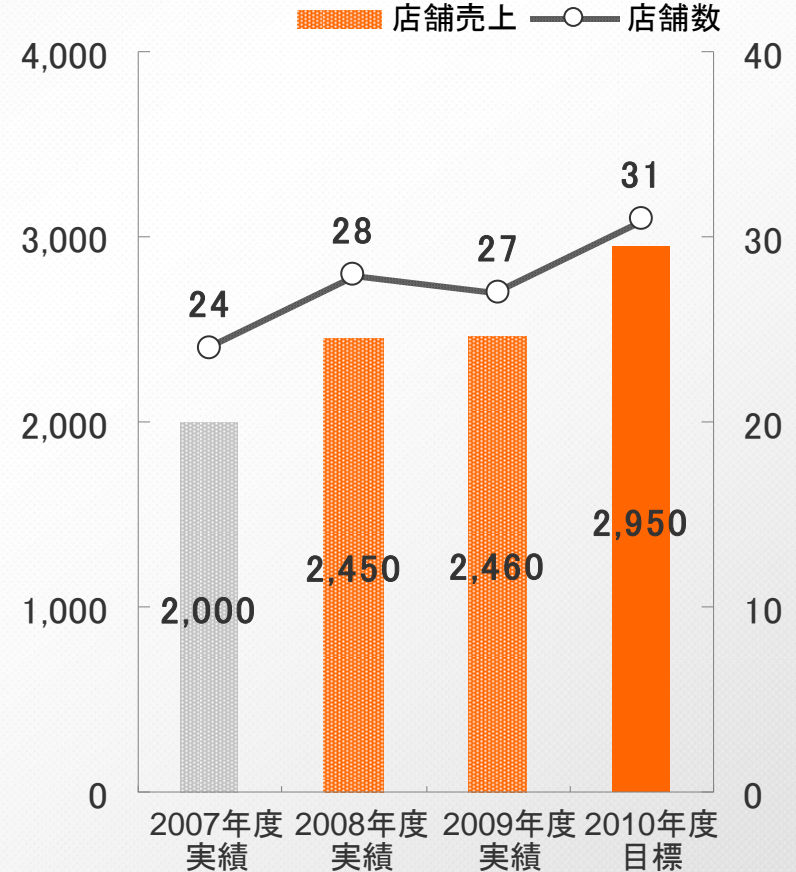
(単位:百万円)



◆ 店舗数と売上推移

(単位:百万円)

(単位:店)



* カタログ経由: カタログを見てカタログ品番を入力することによる売上
 * 純ネット売上: 商品をカートに入れることによる売上

◆ 暮らす服店舗は順調に推移

SCM強化(各指標状況)

	2008年度実績	改善度	2009年度実績	
物流変動費低減	即時供給率	→	82.5%	❖ 大幅な売上減に伴い改善
	荷分れ率	→	135.0%	
売上原価率低減	輸入比率	→	69.8%	❖ 輸入比率の高い衣料品の減少により微減
	内直取比率	→	21.0%	
	在庫回転率	- - →	4.2回	
	在庫金額(カタログ商品)	→	113億円	❖ 順調に削減

※即時供給率:受注時に在庫があり、即時に出荷できる率

※荷分れ率:出荷件数÷受注件数

※直取:商社経由でない自社取引(SPA型)のこと

※在庫金額:カタログ商品の12月度末在庫金額

3. 2010年度連結業績予想について

2010年度連結決算損益予想(対前年比較)

(単位:百万円)

	2009年度		2010年度		対前年	
		売上比		売上比	増減額	増減率
❖ 売上高	147,292	—	142,300	—	△4,992	△3.4%
❖ 売上原価	78,927	53.6%	72,974	51.3%	△5,953	△7.5%
❖ 売上総利益	68,364	46.4%	69,325	48.7%	961	1.4%
❖ 販管費	70,770	48.0%	67,225	47.2%	△3,545	△5.0%
❖ 営業利益	△2,405	△1.6%	2,100	1.5%	4,505	—
❖ 経常利益	△1,410	△1.0%	2,050	1.4%	3,460	—
❖ 当期純利益	△3,811	△2.6%	1,650	1.2%	5,461	—

❖ 配当は年間12円(上期・下期共に6円)、配当性向は31.5%の予定

カタログ事業構造改革の取り組みについて

❖ 変動費について

- ❖ 物流センター・コールセンターの効率化(物流倉庫集約・移管等)
- ❖ 受注のネットシフトによる受注コスト削減

❖ 媒体費について

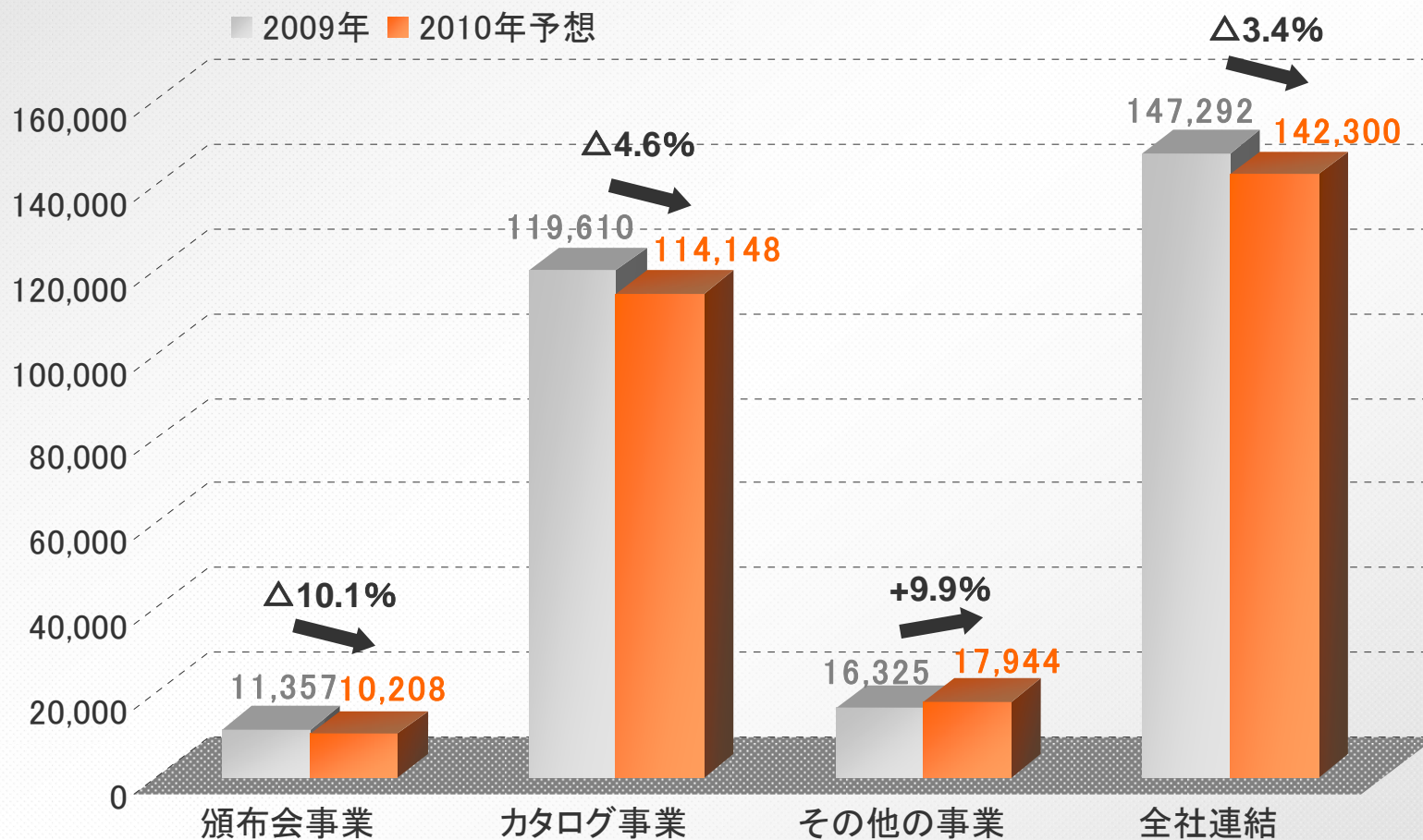
- ❖ 印刷費 …… 印刷部数の減・カタログ版型の見直し
- ❖ 制作費 …… 撮影内製化・スタジオ集約化
- ❖ カタログ送料 …… カタログ配布の効率化

❖ 固定費について

- ❖ ITコストの削減
- ❖ 物流施設の再編・集約等
- ❖ その他本社部門間接費用削減

2010年度セグメント別売上予想(対前年比較)

(単位:百万円)



4. 今後の展開について

本年度の主とした対応

I. ネット事業の更なる拡大と、新たな収益モデルの構築

A. ベルメゾンネット推進室の新設

➡ 現状のネット事業拡大を図る

- ❖ 各事業本部ごとに行っていた縦割りのネットビジネスを横断的に集約し顧客目線に立った形に再構築し直し拡大を図る



本年度の主とした対応

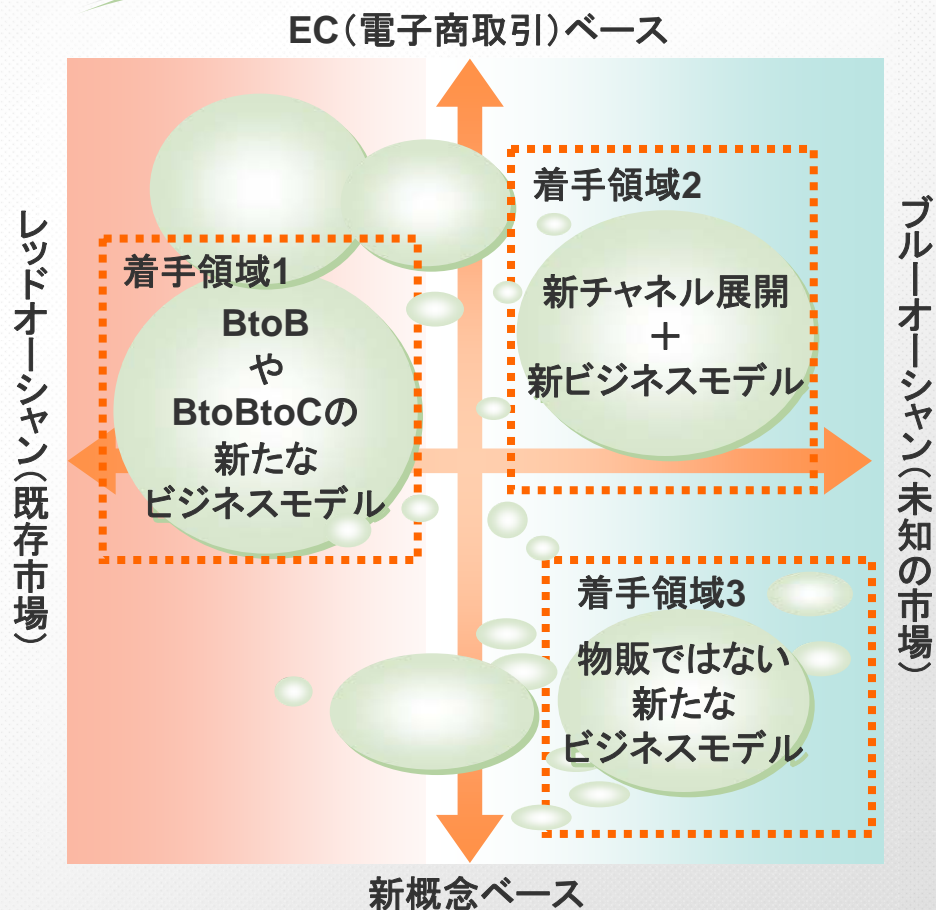
I. ネット事業の更なる拡大と、新たな収益モデルの構築

B. EC事業開発部(東京事業本部内)

➡ ベルメゾン離れた
未知の世界を開拓する

- ❖ 既存市場の中で、
BtoBやBtoBtoCの
新たなビジネスモデルへ参入
- ❖ 未知の市場や
新チャンネル上での
新たなビジネスモデルの構築
- ❖ 物販ではない
新たなビジネスモデルを模索

❖ ビジネスポートフォリオ



* 丸の大きさはおよその市場規模を表す

本年度の主とした対応

II. 組織機能の合体

❖ 企画本部に機能を集約する

- ❖ ベルメゾン生活スタイル研究所
 - ◆ 調査と生活情報収集と発信(～『ヒョーバン消費の時代』)
- ❖ 創造研究開発室
 - ◆ 東京:付加価値(深掘)型企画
 - ◆ 大阪:アンテナ型企画
- ❖ マンスリー事業本部・生活企画部(職域マーケット)
 - ◆ 常時オリジナル商品企画・開発

本年度の主とした対応

Ⅲ. メガヒット商品の開発と販売計画について

❖ 当社の顧客が抱いている千趣会・ベルメゾン商品のイメージ
「いいけど高いね」を「品質なっとく、値段うれしい」に
変えていただき、顧客の大量獲得と売上拡大をねらう

- ❖ パンフレット A4変形版・4ツ折8ページ
- ❖ 商品点数 5~6点
- ❖ 発行時期 4月予定
- ❖ 発行部数 初回は300万部程度
⇒将来1000万部に拡大の見込み
- ❖ 発行回数 年4回(本年は2回)程度
- ❖ 配布対象 当社の全顧客および仕入取引先等
全てのステークホルダー
広報、マスコミ、Web広告でオープンにも告知
- ❖ 商品選定方法 (例)各本部で、扱う商品の中からメガヒット候補品を出し
企画本部でアイデアを含む付加価値をつけて完成
それぞれのメーカーとスクラムを組んで販売
- ❖ 寄付 1品につき5円を国際NGOプラン・ジャパンに寄付
「途上国の女の子に笑顔を！」キャンペーンに賛同



本年度の主とした対応

IV. 媒体再編と男性向けカタログの創刊について

- ❖ ベルメゾンのインテリア・雑貨カタログを一新！
「sumutoco【すむとこ】」・「Remie style【リミースタイル】」創刊！



- ❖ 「新・住まいと雑貨」・「HOME BASE」⇒「sumutoco」
- ❖ 「新生活館」⇒「Remie style」

❖ men's kurasufuku (メンズ暮らす服)

- ❖ 発行時期 3月予定
- ❖ 発行部数 100万部

⇒ 当社の女性会員の数だけその側に男性もいるはず
あくまでも女性を通じて買っていただく

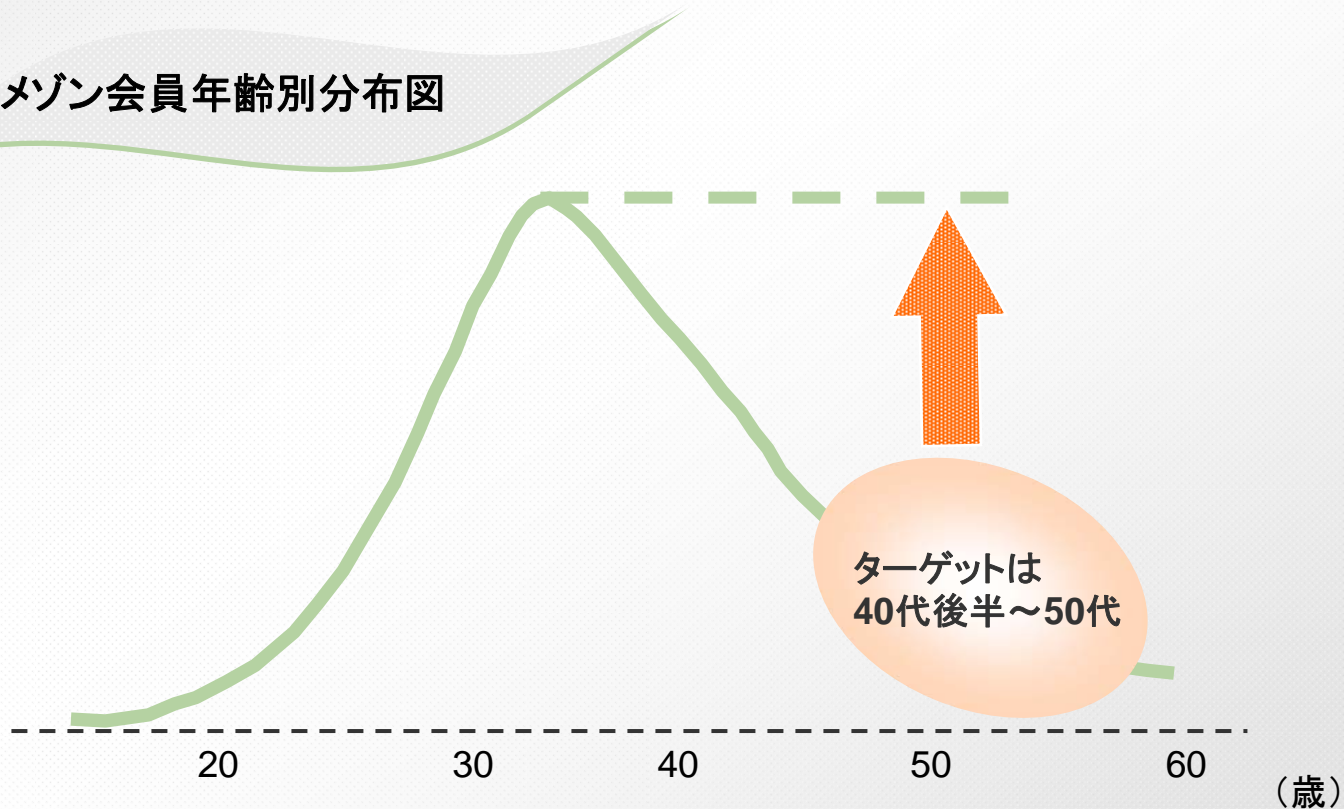


本年度の主とした対応

V. 50代向け新カタログ創刊について

- ❖ ベルメゾンの認知度が高い顧客への会員獲得と売上拡大を目指す
- ❖ アラウンド・フィフティをターゲットに
- ❖ 9月発刊予定

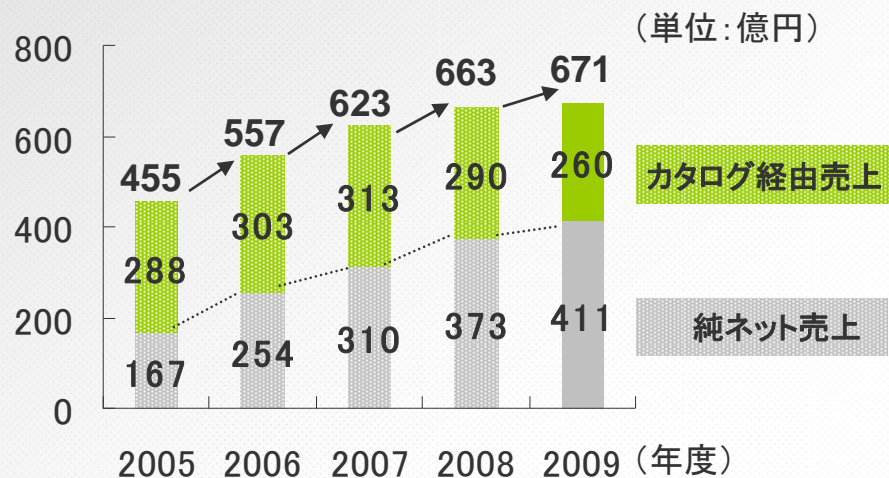
❖ ベルメゾン会員年齢別分布図



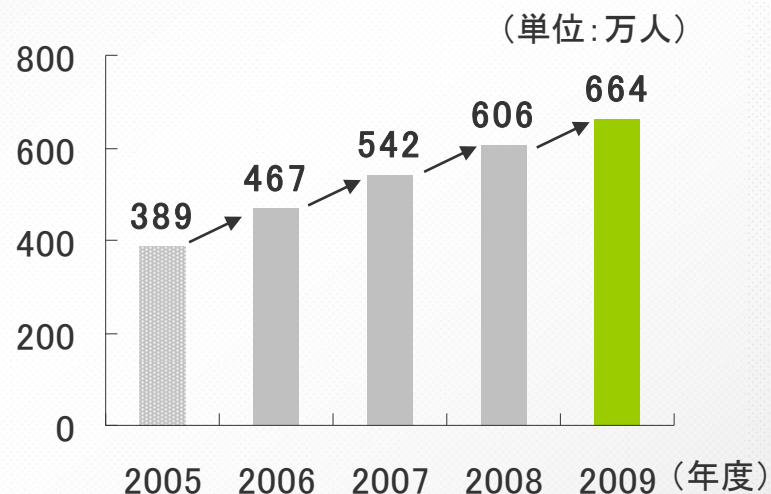
5. 參考資料

参考資料①～インターネット関連指標推移

インターネット売上推移(モバイルを含む)



インターネット会員数



内モバイル売上推移



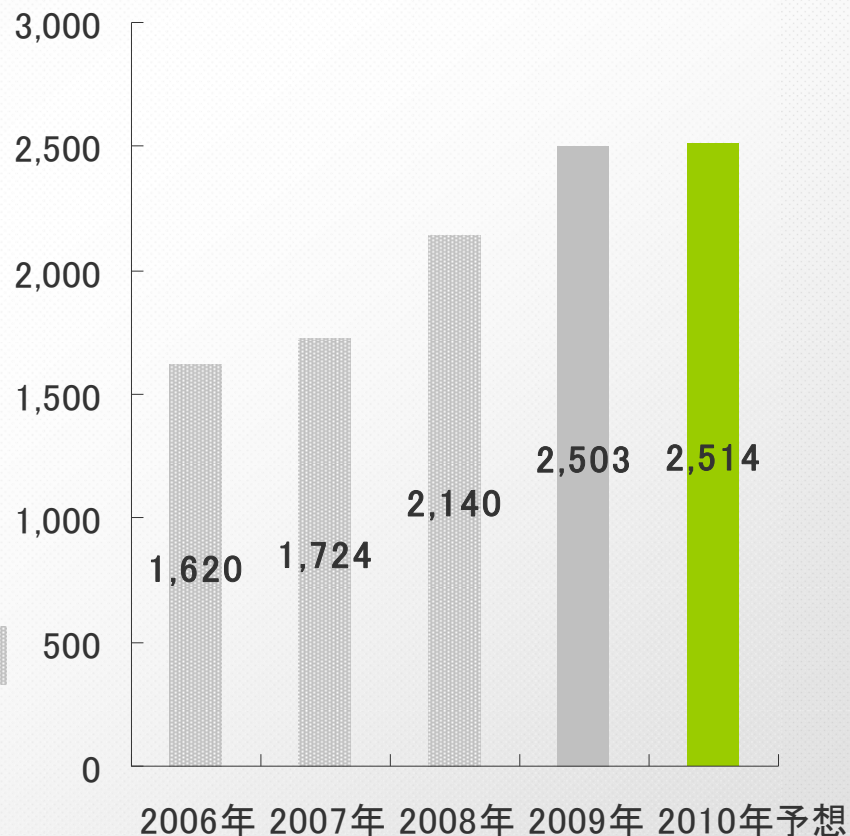
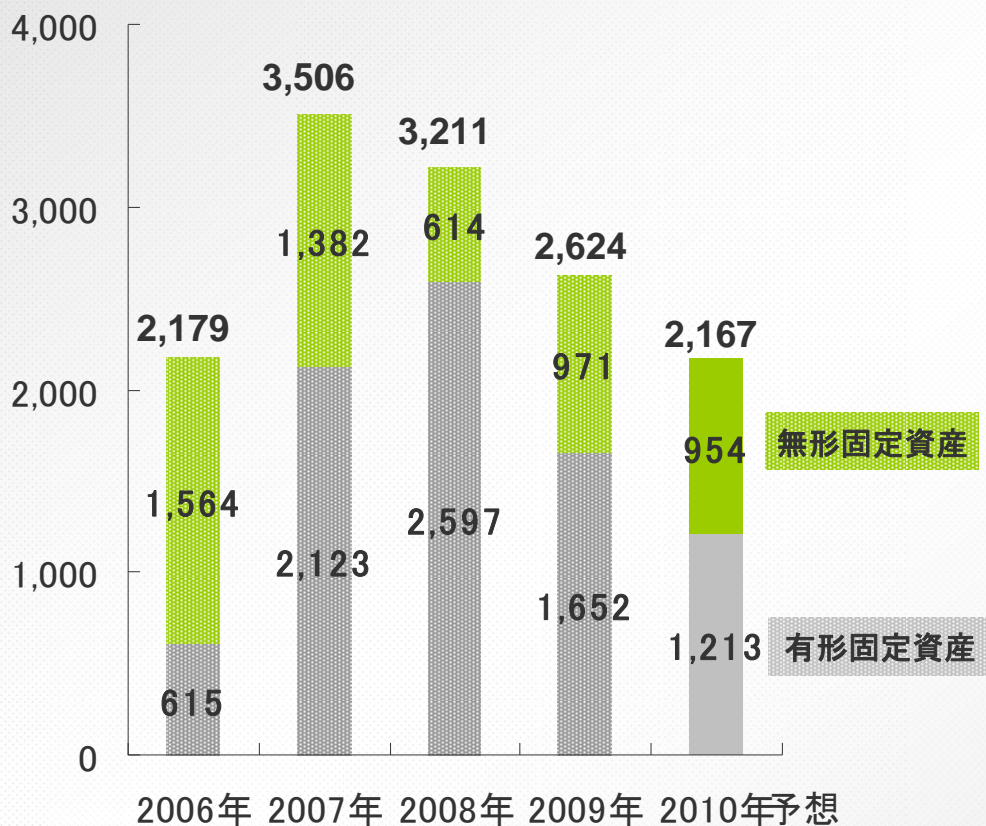
参考資料②～設備投資額・減価償却費推移

❖ 設備投資額

❖ 減価償却費

(単位:百万円)

(単位:百万円)



2010年度決算発表予定

- ❖ 4月30日（金） 第1四半期決算発表
- ❖ 7月29日（木） 第2四半期決算発表
- ❖ 7月30日（金） 第2四半期決算説明会（東京）
- ❖ 10月29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。