

株式会社 千趣会 (東証1部 : 8165)
2021年度 決算説明資料

2022年2月10日

ウーマン スマイル カンパニー
senshukai

- 1 2021年度 業績概況
- 2 2021年度 セグメント別概況
- 3 中期経営計画（2021年～2025年）進捗
- 4 2022年度 連結業績予想

1 2021年度 業績概況

(単位：百万円)

	2020年度		2021年度		対前年	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	売上比差異
売上高	83,286		73,149		△10,137	
売上原価	40,973	49.2%	36,457	49.8%	△4,516	+ 0.6pt
売上総利益	42,313	50.8%	36,692	50.2%	△5,620	△0.6pt
販管費	42,702	51.3%	36,342	49.7%	△6,360	△1.6pt
営業利益	△389	△0.5%	349	0.5%	+ 739	+ 1.0pt
経常利益	△3,800	△4.6%	520	0.7%	+ 4,320	+ 5.3pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	△3,946	△4.7%	308	0.4%	+ 4,254	+ 5.1pt

- ◆ 当社グループの事業ポートフォリオの見直しに伴う株式売却により、ブライダル事業の子会社を連結対象から除外したことや、通信販売事業においてコロナ禍による特需が落ち着いたことで減収
- ◆ 通信販売事業は減益となったが、ブライダル事業の損失が減少したことで増益

(単位：百万円)

	2020年度末	2021年度末	増減額
資産の部			
● 流動資産	37,612	34,463	△3,149
● 固定資産	26,321	18,013	△8,307
資産合計	63,933	52,476	△11,457
負債の部			
● 流動負債	21,330	15,966	△5,363
● 固定負債	10,514	3,307	△7,207
負債合計	31,845	19,274	△12,570
純資産の部			
● 株主資本	33,606	34,291	+685
● その他の包括利益累計額	△1,518	△1,089	+428
純資産合計	32,088	33,202	+1,113
負債・純資産合計	63,933	52,476	△11,457

- ◆ ブライダル事業が連結対象から外れ、有形固定資産△77億円や長期借入金△58億円などが大きく減少
- ◆ 基幹システムのリプレイスにより無形固定資産(仮勘定含む)が+22億円と増加
- ◆ 自己資本比率は 50.2% → 63.3% に上昇

(単位：百万円)

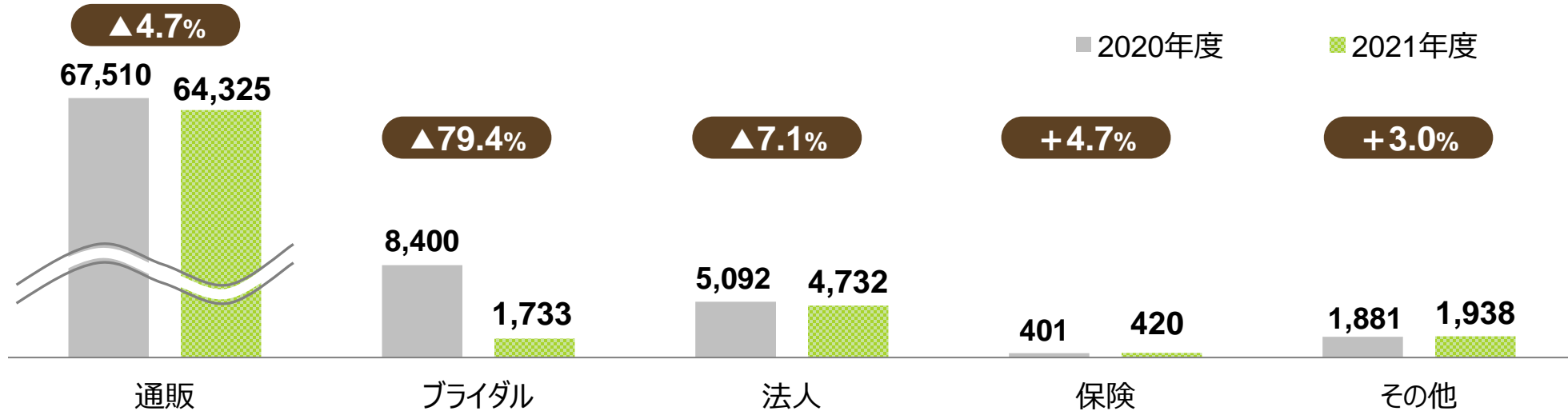
	2020年度	2021年度	増減額	2021年度 要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,428	△317	△2,745	<ul style="list-style-type: none"> ■ 減価償却費 (+981) ■ たな卸資産の増加 (△2,069)
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,557	△603	+953	<ul style="list-style-type: none"> ■ プライダル株式の売却による収入 (+2,773) ■ 有形固定資産の取得による支出 (△458) ■ 無形固定資産の取得による支出 (△3,025)
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,995	△3,066	+928	<ul style="list-style-type: none"> ■ 短期借入金の減少 (△2,100) ■ 長期借入金の返済による支出 (△774)
現金及び現金同等物の期末残高	19,592	15,665	△3,927	

- ◆ 基幹システムのリプレイスに関連した無形固定資産への投資
- ◆ 来期のリプレイスに備え、年末に商品を早期入荷したことでキャッシュアウト

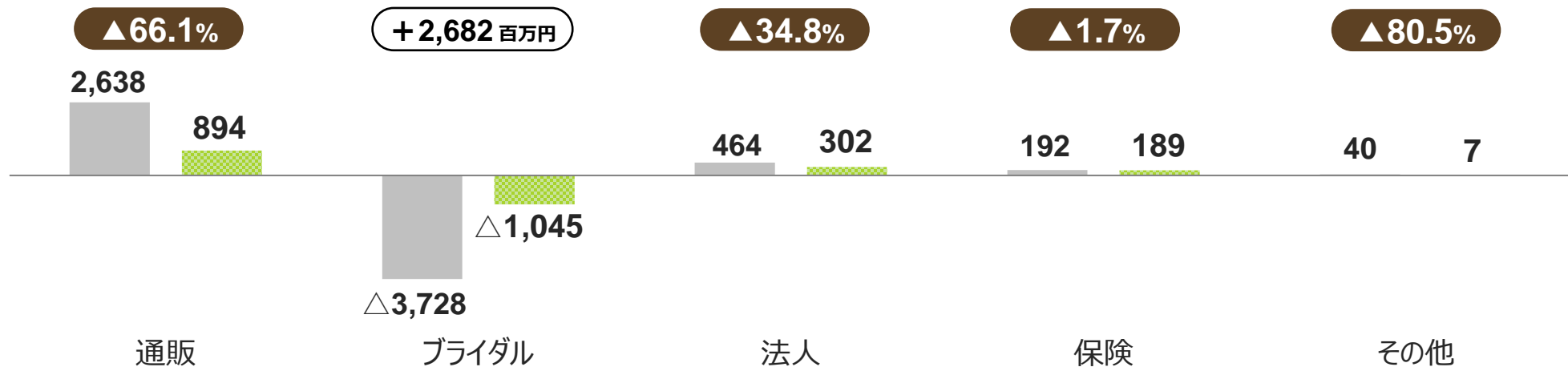
2 2021年度 セグメント別概況

■ 売上高

（単位：百万円）



■ 営業利益



※第2四半期より「ブライダル」セグメントは連結除外

※その他：子育て支援事業／化粧品製造販売事業 他

	2020年度	2021年度	増減	要 因
売上高（百万円）	67,510	64,325	△3,185	■ コロナ禍以前の19年比 + 3,025百万円
売上原価率（%）	50.2	50.2	—	
販管費（百万円）	30,990	31,170	+180	
営業利益（百万円）	2,638	894	△1,744	■ 19年比 + 1,699百万円
購入会員数（万人）	293.7	248.3	△45.4	■ 購入会員数は前年に実施した大規模な新規会員獲得、会員復活施策から反動減 →19年比 + 10.4万人
新規購入会員数（万人）	71.4	59.6	△11.8	
継続購入会員数（万人）	122.5	127.9	+5.4	■ 継続会員数は対前年同期比 + 5.4万人 →19年比 + 12.4万人
型数（型）	71,197	72,674	+1,477	
型あたり売上額（千円）	865	807	△58	■ 19年比 + 119千円
在庫回転月数（月）	2.8	3.2	+0.4	

※ 20年実績はクレジット事業組替え後の数値

※ 購入会員数以下はベルメゾンの数値

会員基盤の再構築

- 前期に大きく増えた新規・復活会員の「継続購入」促進を中心テーマに施策を展開
- 「継続会員の客単価UP」を重点目標に設定し、会員基盤全体のアクティブ化を促進
→ 継続会員数「対前年 +5.4万人」、1件当たり受注単価「9,072円」（前年比 102.7%）

商品力・提案力の強化

- 「ベルメゾンの看板商品創出」に向けての商品開発推進、マーケティング戦略・販売促進策の強化
- コロナ禍におけるお客様のニーズ変化（家具からインテリア小物へ需要シフト）への対応
→ 型当たりの売上高「807千円」（コロナ禍以前の2019年比 +119千円）

オペレーション改革

- 商品原価率、プロパー消化率、値引き率、残品率等のKPI管理運用の精度向上
- QCD改善活動の持続的取組みによるオペレーションの向上と調達関連コストの削減
→ 売上総利益率「49.8%」（改革前の2018年「38.9%」から大きく改善、2020年以降は安定化）

**通信販売事業は、会員基盤の安定、商品力の向上、収益性の改善等により
コロナ禍以前の2019年と比較して堅調に推移している**

（単位：百万円）

		2020年度	2021年度	増減額
法人事業	売上高	5,092	4,732	△360
	➤ 業務受託	3,892	3,809	△82
	➤ サンプルング	814	735	△79
	➤ ノベルティ	376	173	△202
	➤ その他	8	13	+4
	営業利益	464	302	△161
	営業利益率（%）	9.1	6.4	△2.7pt
保険事業	売上高	401	420	+18
	営業利益	192	189	△3
	営業利益率（%）	48.1	45.1	△3.0pt
その他事業	売上高	1,881	1,938	+56
	営業利益	40	7	△32
	営業利益率（%）	2.2	0.4	△1.8pt

- ◆ 法人事業は、取引先の通信販売の拡大によりコールセンター業務の受託は増えたものの、新型コロナウイルス感染防止対策関連商品の特需が前年から落ち着いたことで減収減益

ベルメゾンVIを刷新

- 通販事業ベルメゾンのブランド創立45周年を経て、ブランドロゴ・シンボルマークをリニューアル
- 「Beautiful Life Designer（ビューティフル ライフ デザイナー）」をビジョンに「愛しい暮らし」を提案
- ブランドスローガン「愛、のち、アイデア。」に基づき、お客様に寄り添い、商品・サービスを提供



パートナー企業と共創①

- 7月に株式会社オークネットと、二次流通領域での買取サービス展開において共創開始
- このサービスによりお客様との関係性を強化し、同時にサステナブルな社会の実現に貢献

パートナー企業と共創②

- 12月にコーベビー株式会社と、クリーニング付き保育用品のレンタル事業において共創開始
- 千趣会チャイルドケアを通じて園児や保護者、保育従事者へ新たな価値を提供

e87 過去最高売上達成

- 花とギフトのネット販売を展開する千趣会イイハナが、コロナ禍におけるEC利用増により昨年より出荷体制を強化し、最大の商戦である「母の日」で売上拡大



保育施設は13カ所へ拡大

- 「子どもと子育てにかかわる」すべての方へ笑顔をお届けしている千趣会チャイルドケアが運営する保育施設は、2021年4月に大阪市鶴見区に「えがおの森保育園・つるみ」が開園し、2022年4月には同地区に「えがおの森保育園・いまづ」を開園予定



サステナビリティ委員会設置

- 千趣会では、これまでお客様とともにピンクリボン活動の支援や子育て支援等のCSR活動を展開
- 2021年6月にサステナビリティ委員会を設置し、社会貢献活動と事業活動を両立させることで、これまで以上に「持続可能な社会の実現」に寄与していく



●協業の概要（2020年9月16日発表）

- ・両社の経営資源を活用・融合し、Eコマース事業、会員事業、決済事業等において、顧客サービス拡大を目指す
- ・特に、子育て世帯の顧客ニーズに着目し、リアル、ネット、ポイントサービスを融合した事業展開を強化



●2021年度の取組

JRE MALL 出店

ベルメゾンJRE MALL店（2021年3月1日出店）が拡大、商品を駅で受け取れるサービスを試行

- JRE MALL店がJRE POINT販促、DM施策等により順調に拡大。モール内売上シェア上位を維持
- 8月26日より、駅の改札、NewDaysで受け取れるサービスのトライアルを実施

エキナカ、駅ビルでのリアル展開

10月29日東京駅（京葉線地下八重洲口改札内）にDisney Fantasy Shop by BELLE MAISONの常設店開業、エキナカ・駅ビルでの催事多数展開。JRE POINT、JRE MALL連携を積極化

- Disney Fantasy Shop by BELLE MAISONは2021年約1.5万人がご利用
- サラリスト、ホットコット等の催事を10回 計134日間開催。約1.3万人がご利用



©Disney

JRE POINT との連携

JRE POINTのベルメゾンお買い物券交換促進、ベルメゾンでのビューカード会員の新規登録増

- JR東日本実施のキャンペーンとの連携により、お買い物券交換が約1.2万枚
- ビューカード（決済でJRE POINTが貯まる）との共同キャンペーンにより、新規会員獲得は1万人以上

3 中期経営計画（2021年～2025年）進捗

■ 2017年度の経営危機から脱するために、構造改革を実行し再成長に向けた経営基盤を確立

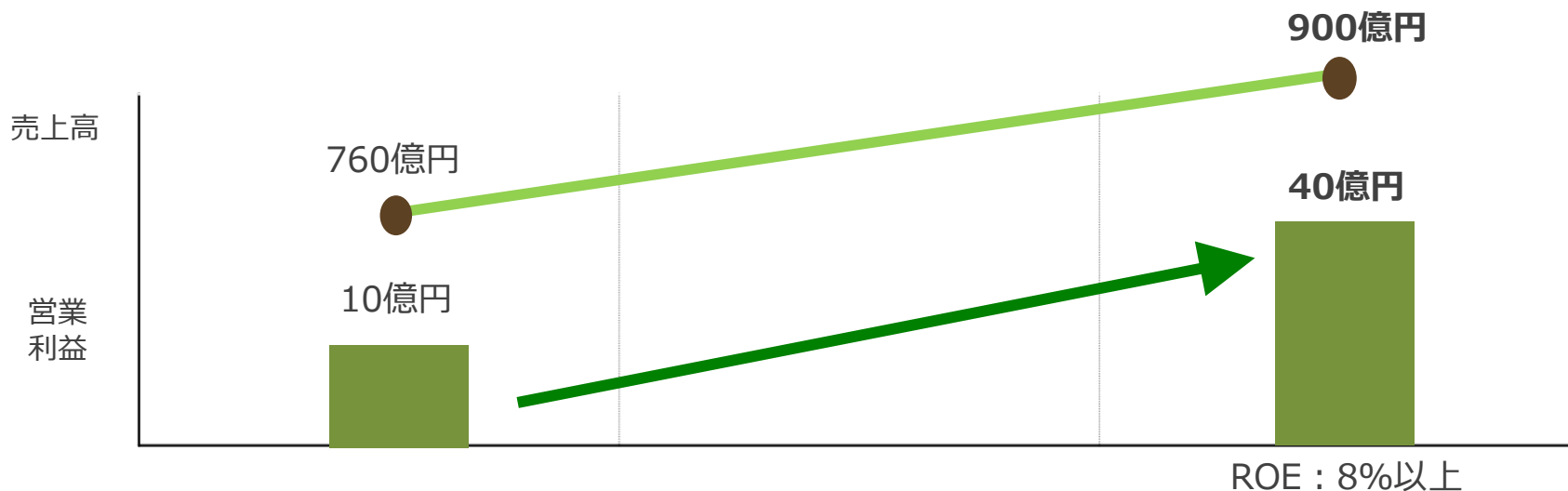
2018年度	2019年度	2020年度
再成長に向けた下地作り	再成長に向けた種まき	効果の発現
<ul style="list-style-type: none"> ● 事業規模の適正化 →在庫削減、品揃えの見直し ● 事業領域の再定義 →グループ会社の再編 ● 人員・組織体制の見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ● 在庫適正化ルールの方策と運用 ● お客様起点でのマーケティング強化 ● 商品力・提案力の強化 ● 新たなブランドスローガンの策定 	<ul style="list-style-type: none"> ● オペレーション改革による粗利改善 ● 会員獲得施策の拡大 ● ブランドスローガンに則したMD・開発 ● 看板商品の開発と改良・進化 ● 海外・国内での販売チャネル拡大

【2021年度】

- 第1四半期に、当社グループの事業ポートフォリオを見直しブライダル事業の子会社を連結対象から除外
→上記の構造改革、及び収益性・財務体質の改善により「継続企業の前提に関する重要事象等の記載」を解消

- コロナ禍において社会的インフラとしての重要性が高まっている通信販売事業への投資を強化し、守りから攻めへ移行するために、2021年7月に「中期経営計画（2021年～2025年）」を発表

通信販売事業を中核とした“独自の共創モデル”に変革することにより成長を実現する



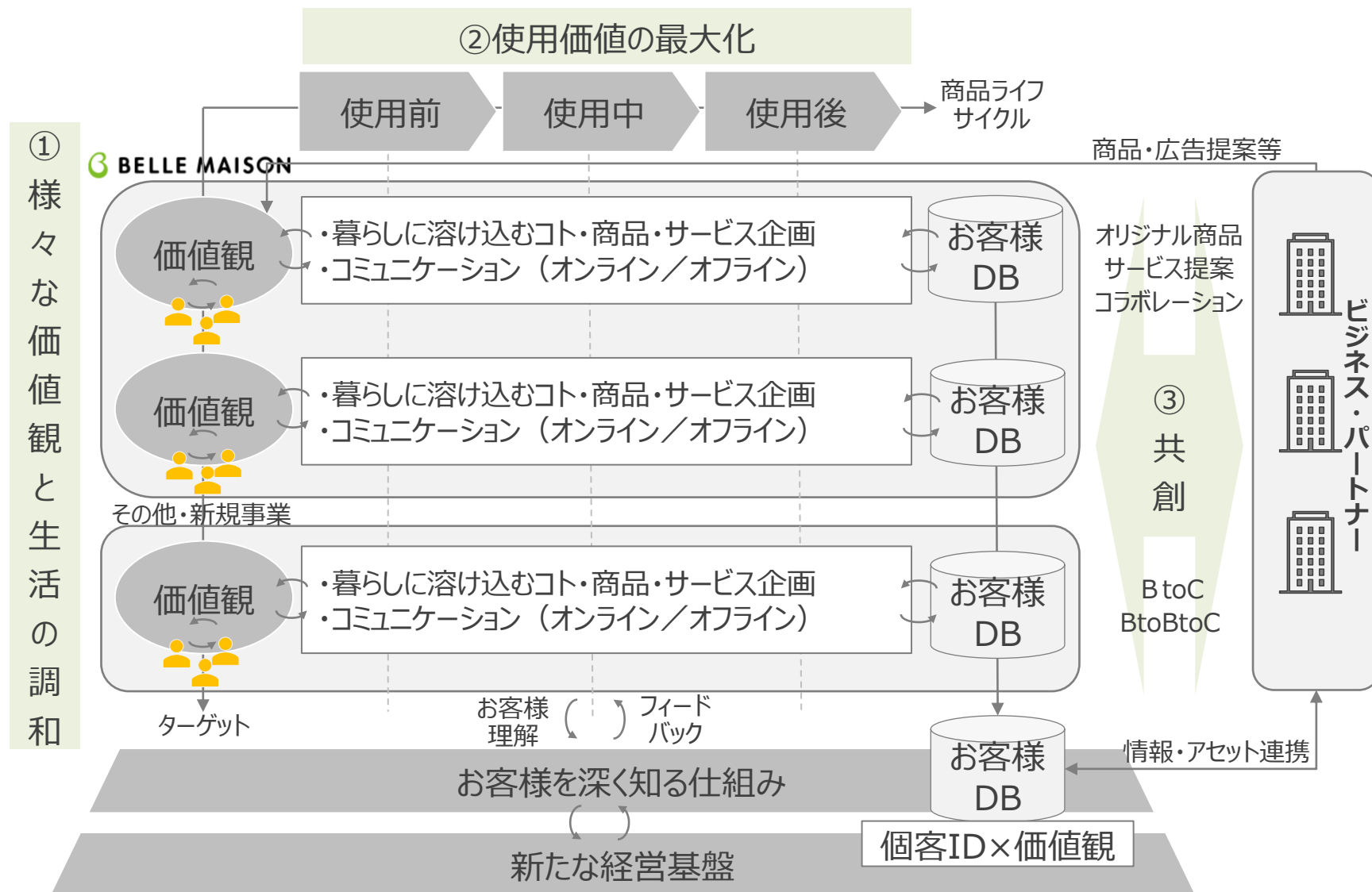
2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
<p>次なる成長の 起点・基盤構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 通販事業を中核とした成長領域の明確化 ● サステナビリティへの取り組み方針の設定 ● 組織体制・人材育成・業務プロセスの見直し ● システムリプレイス/BPRの断行 		<p>成長に向けた 取り組み促進と加速</p> <ul style="list-style-type: none"> ● モバイル中心のお客様コミュニケーションと深いお客様理解の仕組み・体制整備 ● オリジナル商品・サービス開発力強化 ● サステナビリティへの取り組み深化 ● 二次流通サービスの構築 ● 人材育成の強化 		<p>持続可能な社会への貢献 「共創モデル」の確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 独自の共創モデルの確立 ● 新ビジネスモデルの確立による高収益構造への変革 ● 新ビジネスモデルを国内外に横展開し、新たな事業領域を開拓

< 3つの目標 >

- ① 様々な価値観と暮らしの両面を見つめ、お客様のライフスタイルを理解し、暮らしにとけこむユニークな商品とサービスをお届けします
- ② お客様に寄り添い、環境にやさしい商品、安心して使える商品、愛着のわく商品を増やし、商品使用後のリサイクル、リユースの拡大に取り組むこと（使用価値※の最大化）で、物を大切にするサステナブルな社会を目指します
- ③ 多様なライフスタイルごとに、同じ価値観に共感する人・企業同士がつながる、ぬくもりのある共創社会を目指します

※使用価値とは・・・モノ・サービスそのものとしての価値（安心品質・納得価格、かゆいところに手が届く、気の利いたデザイン、愛着を持って長く使える素材・アイデア 等）、使用中・使用後のサービスも組み合わせた価値

「千趣会の独自性」「ユニークな個客データベース」「ビジネスパートナー」の掛け合わせによって、差別化されたお客様体験価値を創造する



すべての変革テーマにおいて、デジタル手段を有効活用しながら推進

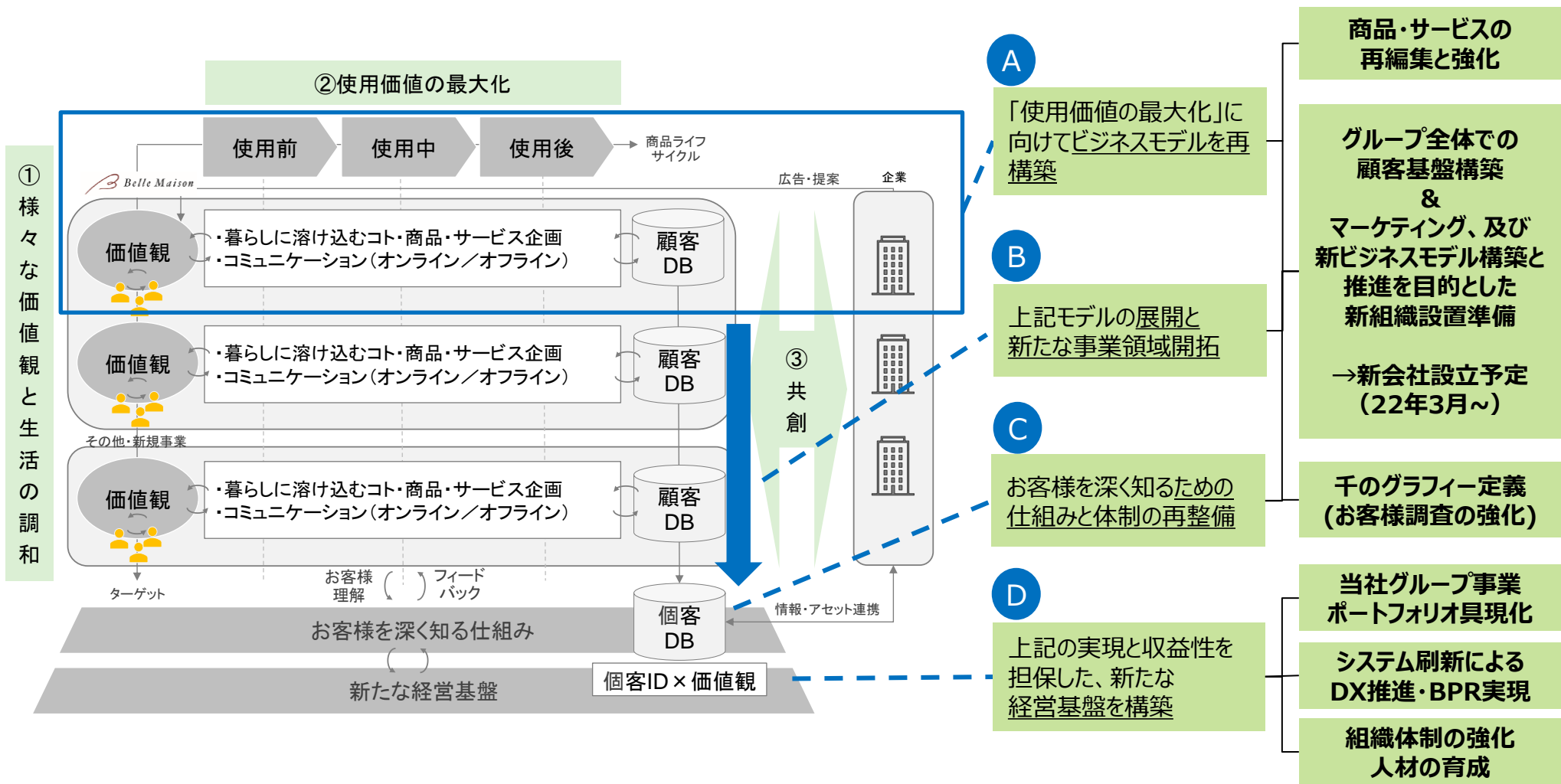
1. 全従業員がお客様を深く知り、共感し、寄り添うための仕組みと体制の再整備
2. 「消費から使用へ」という潮流を先取り、「使用価値の最大化」に向けてビジネスモデルを再構築
3. 千趣会の原点である「新しい価値観と生活の不調和」を“愛”と“アイデア”をもってこだわりのあるユニークなオリジナル商品とサービスで解決するモデルを、国内外に横展開し、新たな事業領域を開拓（パートナーとこれまで以上の共創により実現）
4. それらの実現を可能とし、かつ収益性も担保した、新たな経営基盤を構築

中期経営計画（進捗）

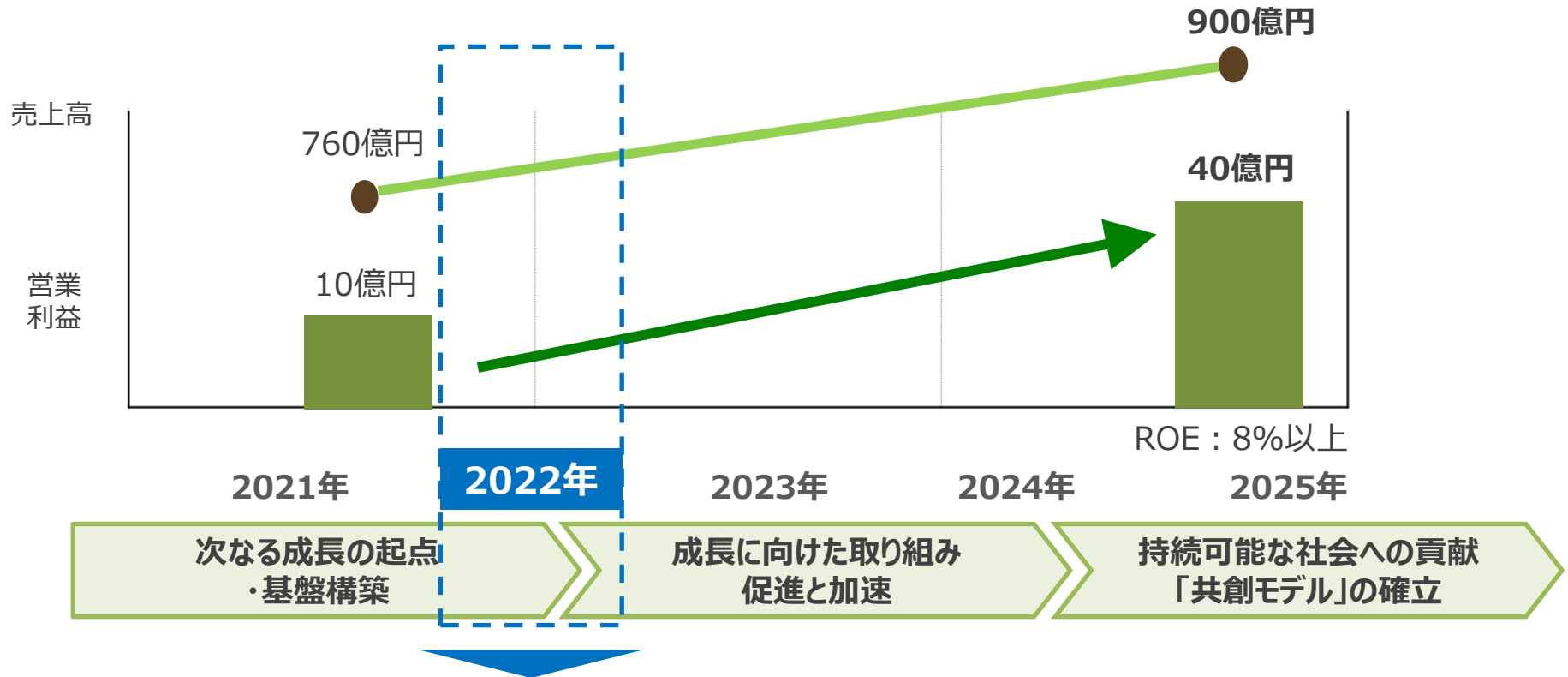
- 「千趣会の独自性」「ユニークな個客データベース」「ビジネスパートナー」の掛け合わせによって、差別化されたお客様体験価値を創造するための基盤整備を推進中

中期経営計画（共創変革2025）で実現する姿

現在進捗中の施策群



■ 通信販売事業を中核とした“独自の共創モデル”に変革することにより成長を実現する



- ・ 中期経営計画の2年目は、通信販売事業の変革・ビジネスモデル再構築に向けて新会社の設立やパートナー企業との共創による新サービスのローンチ等を予定
- ・ 基幹システムのリプレイスを実行し、当社グループ全体でBPRを推進

→ 中長期的な成長のために、先行投資を行い業務改革を実行する重要な1年

4 2022年度 連結業績予想

（単位：百万円）

	2021年度		2022年度		対前年 <small>(注)</small>	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	売上比差異
売上高	73,149		76,000		—	
売上原価	36,457	49.8%	37,100	48.8%	—	—
売上総利益	36,692	50.2%	38,900	51.2%	—	—
販管費	36,342	49.7%	38,700	50.9%	—	—
営業利益	349	0.5%	200	0.3%	—	—
経常利益	520	0.7%	300	0.4%	—	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	308	0.4%	350	0.5%	—	—

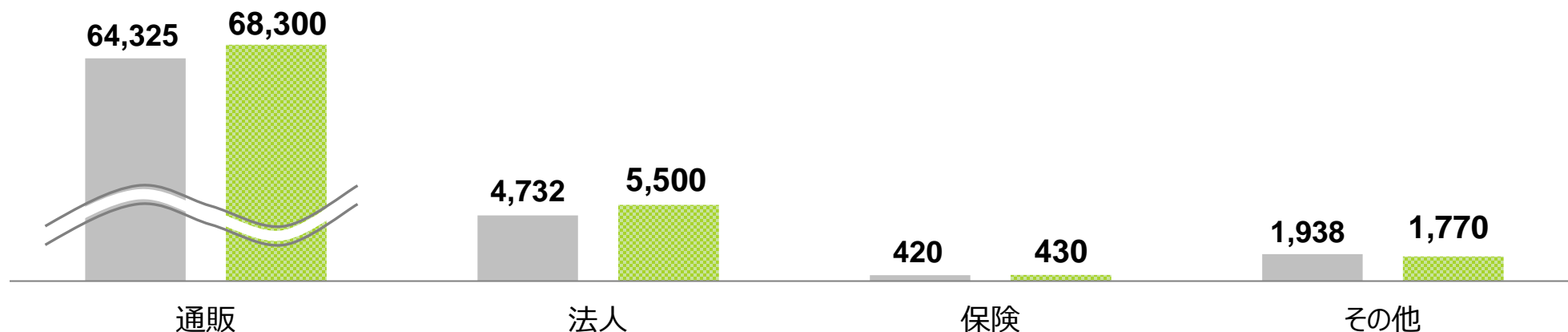
- ◆ 中期経営計画の2年目は、通信販売事業を中核とした独自の共創モデルを構築するための重要な基盤づくりの年
 - ・ 通信販売事業の変革に向けて、ビジネスモデルの再構築を目指し、EC販促・デジタルコミュニケーション施策を強化
 - ・ 使用価値を最大化するためにパートナー企業と共創し商品力を強化、新サービスを展開予定
- ◆ 中期的な成長のために先行投資を行い、2025年度に中期経営計画の達成を目指す

(注) 2022年12月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用するため、上記の連結業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっており、対前期増減率は記載しておりません

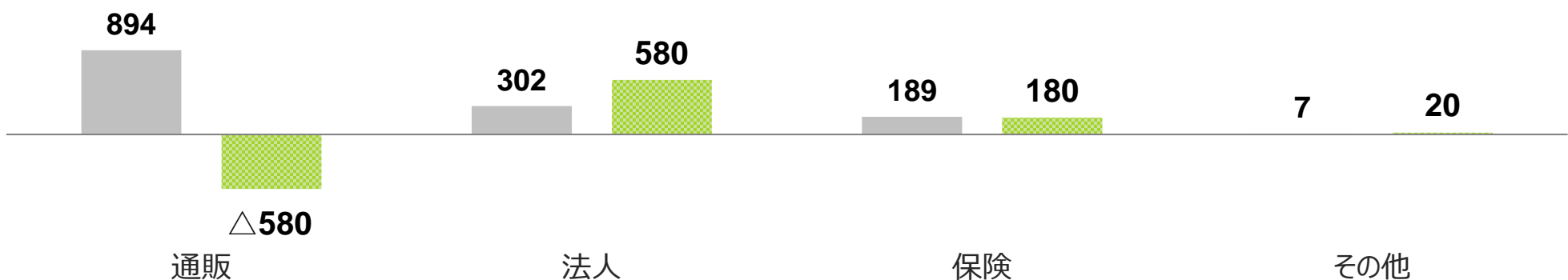
■ 売上高

（単位：百万円）

■ 2021年度実績 ■ 2022年度予想



■ 営業利益



※その他：子育て支援事業／化粧品製造販売事業 他

（注）2022年12月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用するため、上記の連結業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっており、対前期増減率は記載しておりません

* 中期経営計画（2021年～2025年）の具体化と基盤構築

→質の高い顧客基盤の確立、顧客拡大、商品力・企画力強化、使用価値最大化の実現、
取引先関係強化・新規取引先開拓、商品・サービス拡大、販売チャネル効率化、新広告ビジネスモデルの実現、
通信販売事業を中心とした千趣会グループ全体のポートフォリオ具現化

* 千趣会 C I の確立 ベルメゾン V I の浸透

→ウーマンスマイルカンパニーを超えた新しい千趣会へ進化

* D X の推進 B P R の実現

→システムリプレイスから真の業務改革を実行

* J R E 取組強化

→これまでのトライアルを糧に各取組の発展

* サステナビリティ方針発表 活動拡大

→千趣会の社是にある社会貢献活動と事業活動の両立

* 組織力・人材力向上 働き方 環境整備

→エンゲージメント向上（やりがいのある会社へ）

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
- ・ 2022年度は、1株当たり年間配当は7円（中間3円、期末4円）を予定しております
- ・ 今後も企業価値の向上を実現することで、株主の皆様へ、株主優待制度も含めてより多くの還元が可能になるよう尽力してまいります

決算発表予定

- | | |
|--------------|---------------------------|
| ● 第1四半期決算発表 | 2022年 5月13日（金） 予定 |
| ● 第2四半期決算発表 | 2022年 8月10日（水） 予定 |
| ● 決算説明会（東京）※ | 2022年 8月17日（水） 予定 |
| ● 第3四半期決算発表 | 2022年 11月11日（金） 予定 |

※決算説明会は新型コロナの感染状況により動画配信で実施する可能性があります

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