

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)

2017年度 第2四半期決算説明会

2017年7月28日

↑innovate
for Smiles 2018

1. 2017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. 2017年度第2四半期までの計画対比
4. 2017年度連結業績予想について
~2017年度売上高・営業利益減少要因と下期対策
5. 今後のベルメゾン事業について
6. その他

1. 2017年度第2四半期連結業績について


for Smiles 2018

2017年度第2四半期連結決算損益（対前年同期比）

（単位：百万円）

	16年第2Q実績		17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	65,898		63,186		△2,712	△4.1%
売上原価	34,377	52.2%	34,212	54.1%	△165	1.9%
売上総利益	31,520	47.8%	28,973	45.9%	△2,547	△1.9%
販管費	31,924	48.4%	30,222	47.8%	△1,702	△0.6%
営業利益	△403	△0.6%	△1,248	△2.0%	△845	△1.4%
経常利益	181	0.3%	△849	△1.3%	△1,030	△1.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	162	0.2%	△6,208	△9.8%	△6,370	△10.0%

- ◆ 売上高：通信販売事業での昨年から続く衣料品及び服飾雑貨の不振による売上減少
- ◆ 営業利益：売上減少及び原価率上昇による粗利益率悪化の結果、営業損失計上
- ◆ 純利益：減損損失及び繰延税金資産の取崩し等による大幅純損失計上

2017年度第2四半期連結貸借対照表 (対前年度末比)

(単位：百万円)

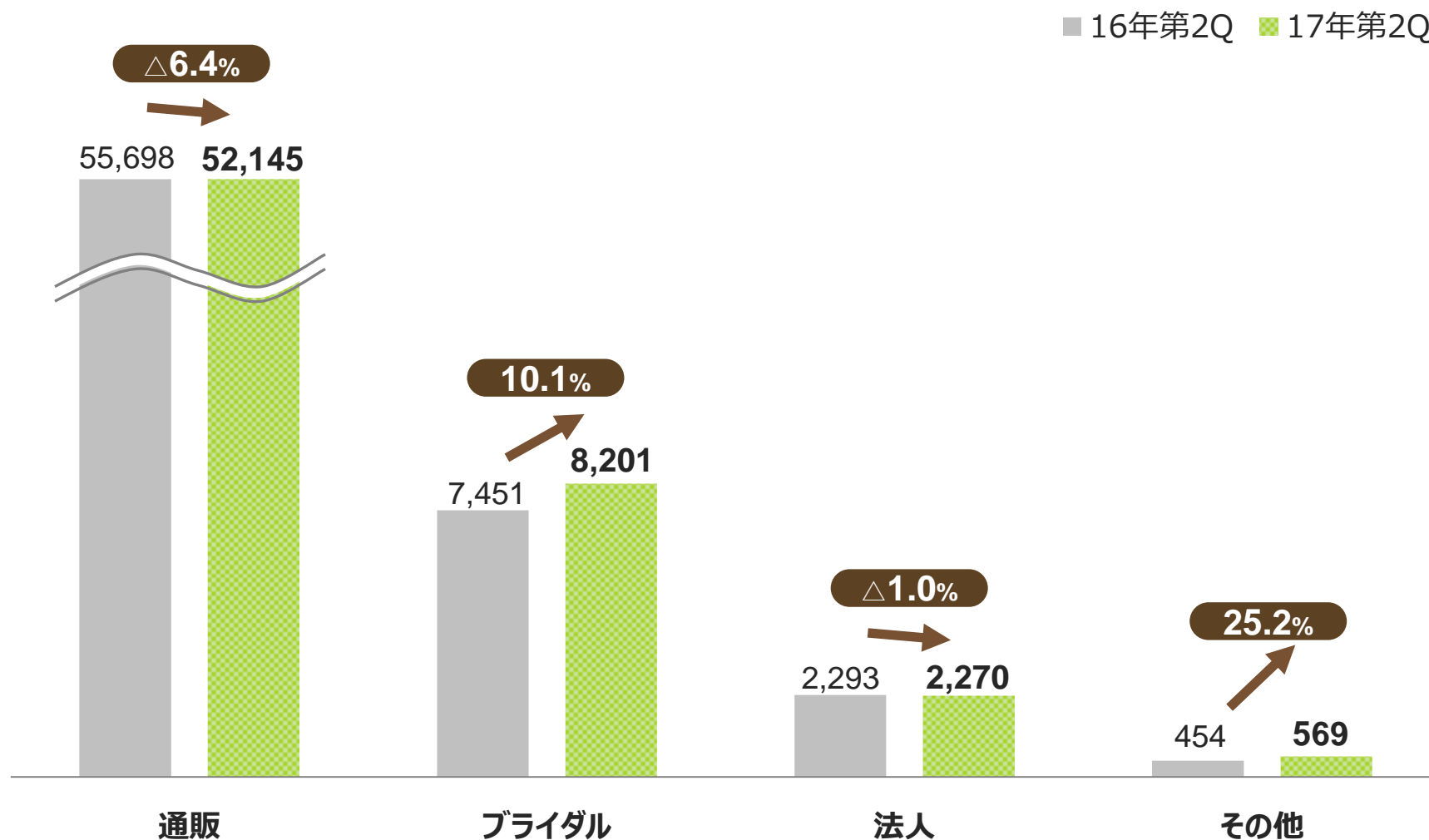
	16年末	17年第2Q末	増減額	コメント
資産の部				
● 流動資産	52,618	48,969	△3,649	■ 未収入金：△17億円 ■ 商品及び製品：△16億円
● 固定資産	49,341	43,927	△5,414	■ 有形固定資産：△36億円 ■ 無形固定資産：△14億円
資産合計	101,959	92,897	△9,062	
負債の部				
● 流動負債	29,298	26,453	△2,845	■ 買掛金：△11億円 ■ その他（未払金等）：△11億円
● 固定負債	20,088	20,291	203	■ 新株予約権付社債：△20億円 ■ 長期借入金：+20億円
負債合計	49,387	46,745	△2,642	
純資産の部				
● 株主資本	58,399	46,056	△12,343	■ 四半期純損失：△62億円 ■ 土地再評価差額金取崩額：△59億円
● その他の包括利益累計額	△5,890	37	5,927	■ 土地再評価差額金：+59億円
● 非支配株主持分	64	58	△6	
純資産合計	52,572	46,152	△6,420	
負債・純資産合計	101,959	92,897	△9,062	

(単位：百万円)

	16年第2Q	17年第2Q	増減額	17年2Qの主な内容
営業活動による キャッシュ・フロー	1,519	1,296	△223	<ul style="list-style-type: none"> ■ 税金等調整前四半期純損失 : △49億円 ■ 減価償却費 : +12億円 ■ 減損損失 : +44億円 ■ たな卸資産の減少 : +16億円
投資活動による キャッシュ・フロー	△617	△761	△144	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有形固定資産の取得による支出 : △5億円 ■ 無形固定資産の取得による支出 : △4億円 ■ 投資有価証券の売却による収入 : +7億円
財務活動による キャッシュ・フロー	△2,005	△387	1,618	<ul style="list-style-type: none"> ■ 長期借入れによる収入 : +28億円 ■ 長期借入金の返済による支出 : △9億円 ■ 新株予約権付社債の償還による支出 : △20億円
現金及び 現金同等物の期末残高	13,127	16,743	3,616	

連結セグメント別売上高（対前年同期比）

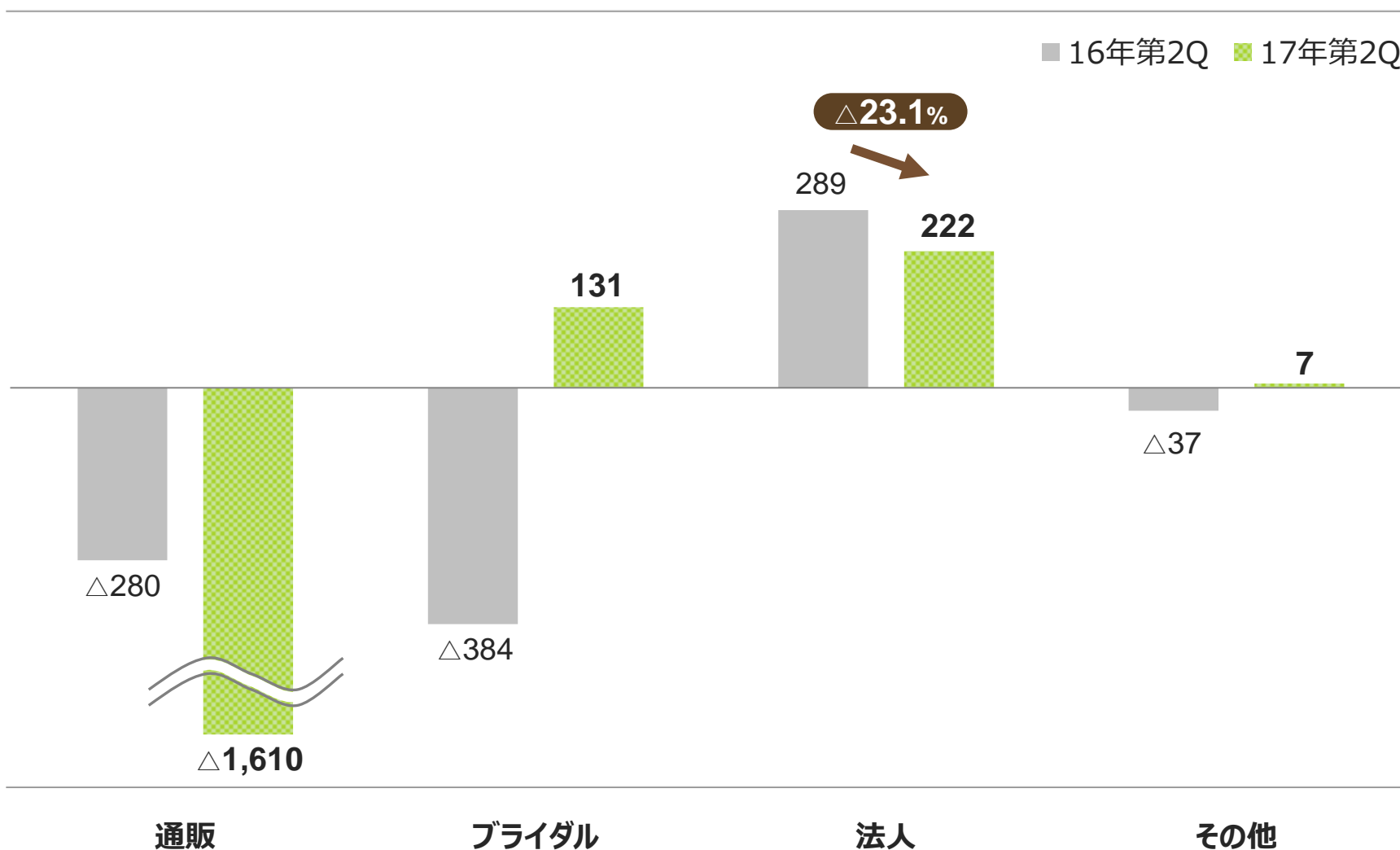
（単位：百万円）



※その他事業とは：保険・クレジットを主とするサービス事業及び保育事業

連結セグメント別営業利益（対前年同期比）

（単位：百万円）



※その他事業とは：保険・クレジットを主とするサービス事業及び保育事業

2. セグメント別概況について

**innovate**
for Smiles 2018

通販事業の概況（対前年同期比）

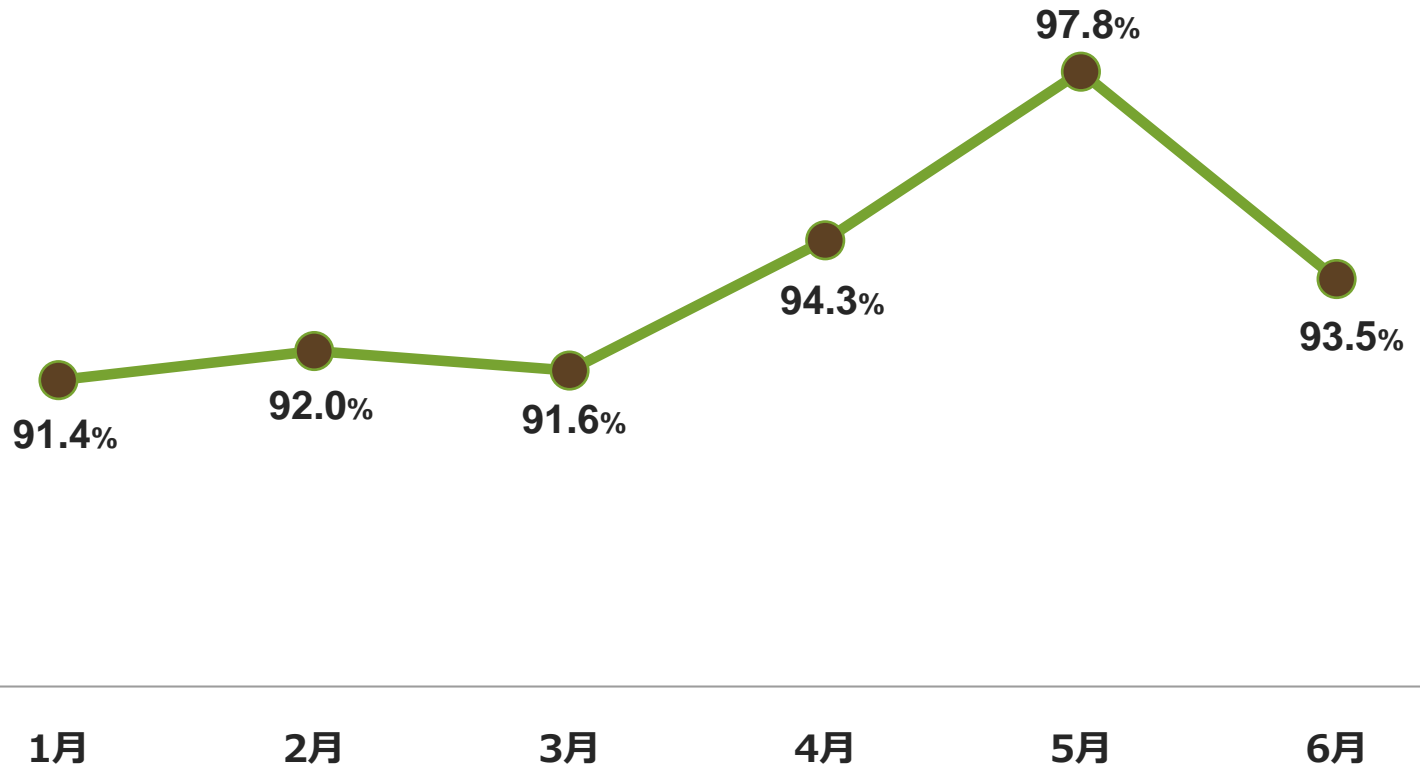
	16年第2Q	17年第2Q	増減	要因
売上高（百万円）	55,698	52,145	△3,553	
営業利益（百万円）	△280	△1,610	△1,330	
半期購入者数（万人）	240.7	224.4	△16.3	■ 継続会員の減少 及び 新規会員の獲得減
半期新規購入者数（万人）	39.4	37.5	△1.9	
1件当たり受注単価（円）	10,612	10,036	△576	■ ゲスト購入者の 受注単価が低いため 減少
1人当たり半期注文回数（回）	2.01	2.09	0.08	
カタログ部数（万部）	4,424	3,056	△1,368	

※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

通販事業月次売上高

1~6月 累計93.6%

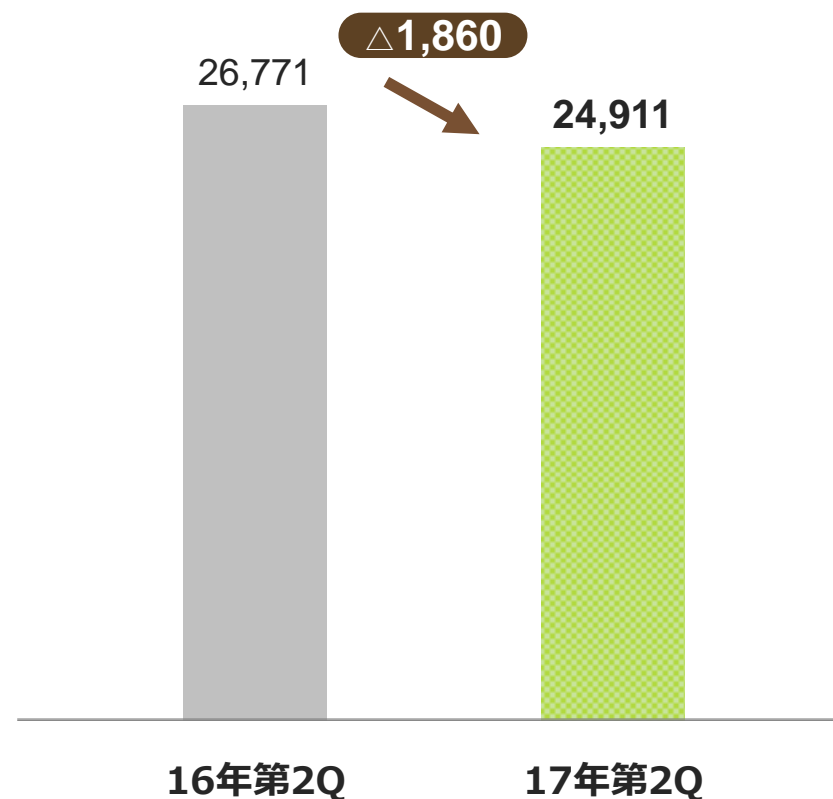
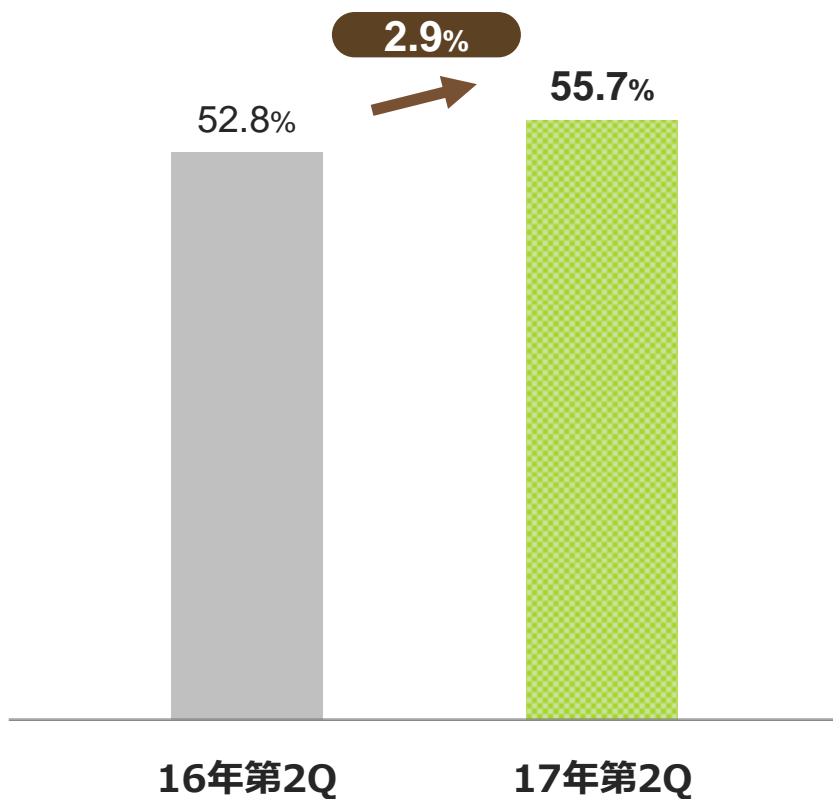
対前年比
100%



売上原価率

販管費

（単位：百万円）

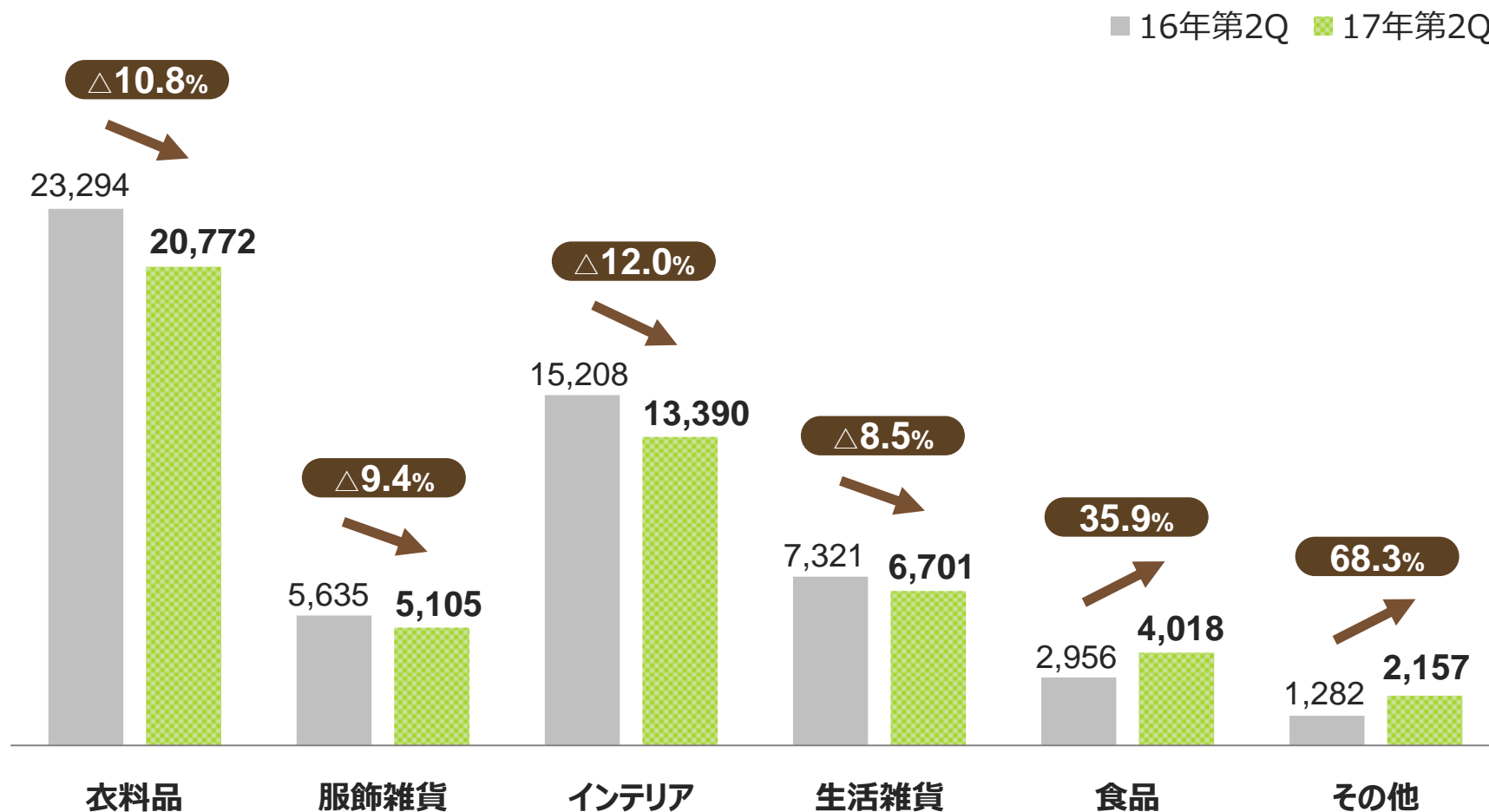


- ◆ バーゲン・処分売上シェア増
- ◆ 商品評価損増
- ◆ 為替予約レートの上昇による増

- ◆ カタログ部数・頁数削減による減
- ◆ コスト見直しによる各費用削減

通販事業のジャンル別売上高（対前年同期比）

（単位：百万円）



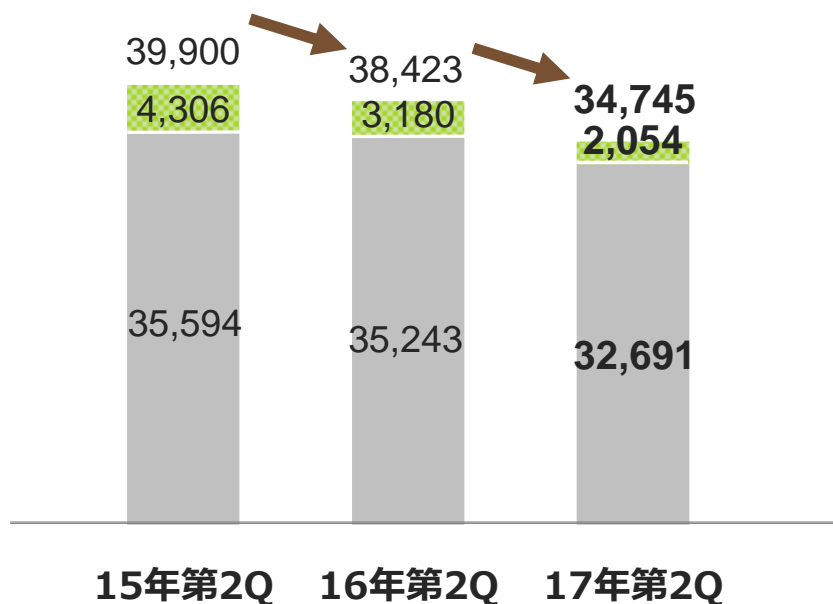
◆ 衣料品の中で特にアウター・マタニティが減少

※その他：花卉（かき）・ギフトカタログ等

インターネット売上推移 (単位：百万円)

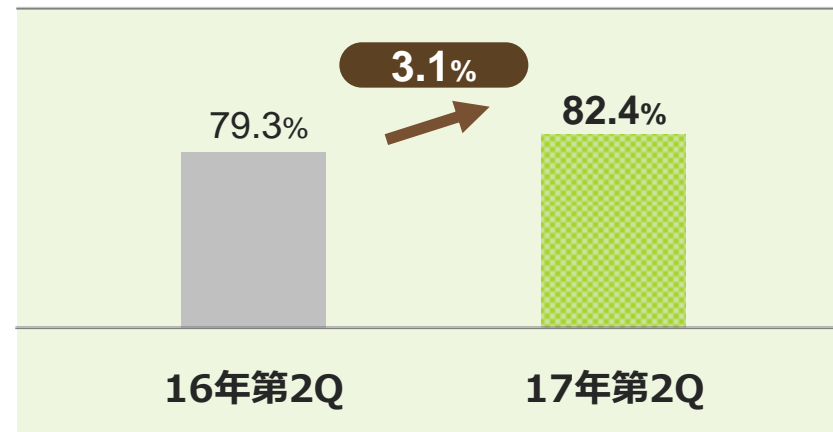
(モバイルを含む)

- 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

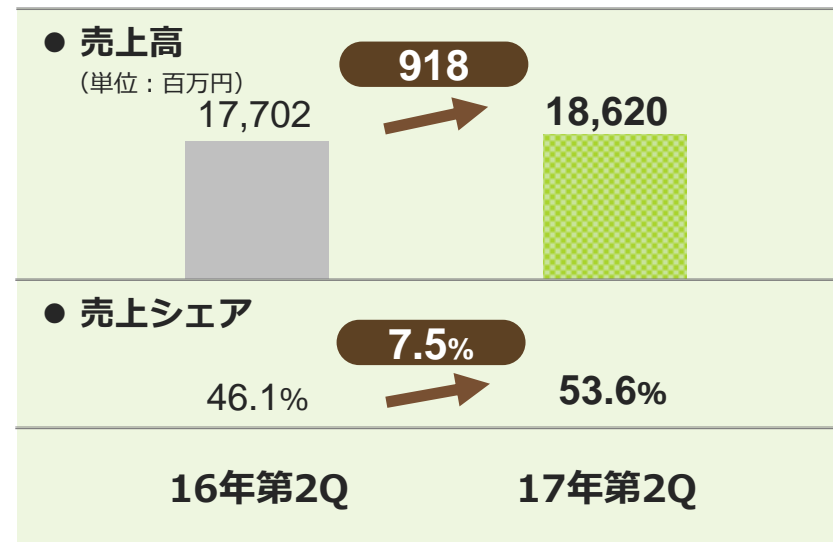


❖ 総セッション数は増加したもののCVR(コンバージョン率)が低下

ネット受注件数比率



スマートフォン売上高・売上シェア



ブライダル事業の概況（対前年同期比）

	16年第2Q	17年第2Q	増減	要因
売上高（百万円）	7,451	8,201	750	■ 昨年オープンの新店*がフルに寄与
営業利益（百万円）	△384	131	515	
ゲストハウス数（店舗）	23	23	0	■ 新店オープンなし
施行件数（組）	1,934	2,123	189	
平均組単価（万円）	365	366	1	

※【ザ・33大阪】2016年1月オープン、【ザ・サーフオーシャンテラス千葉】2016年3月オープン

法人事業の概況（対前年同期比）

（単位：百万円）

	16年第2Q	17年第2Q	増減額	要因
売上高	2,293	2,270	△23	
● 業務受託	1,573	1,572	△1	
● サンプルング	574	547	△27	■ カタログ部数削減による カタログ同送売上減
● ノベルティ	125	142	17	■ 既存取引先受託増
● その他	18	7	△11	
営業利益	289	222	△67	

3. 2017年度第2四半期までの計画対比


for Smiles 2018

第2四半期連結決算損益計画対比 (対当初計画比)

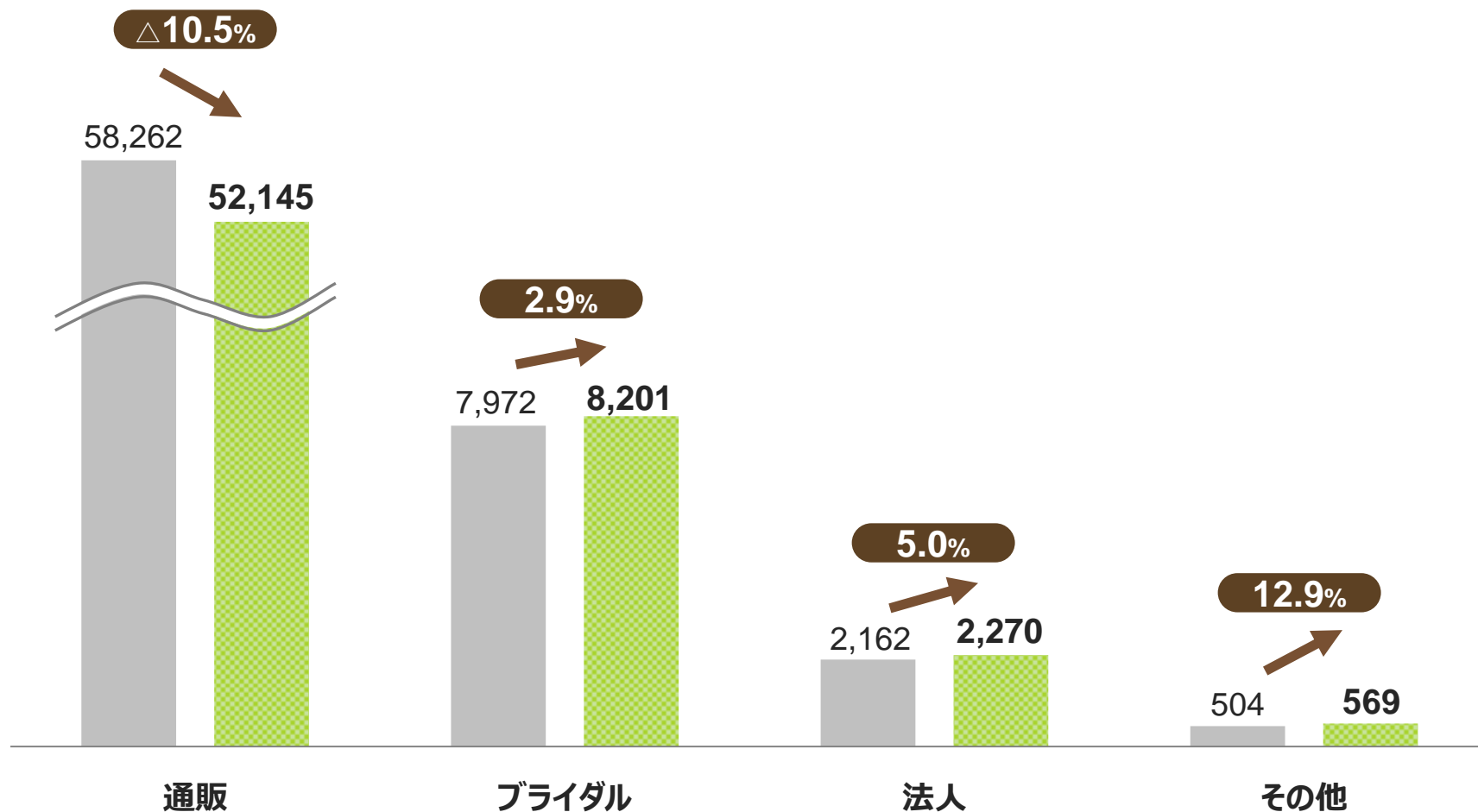
(単位：百万円)

	17年第2Q当初		17年第2Q実績		対当初	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
売上高	68,900		63,186		△5,714	△8.3%
売上原価	37,253	54.1%	34,212	54.1%	△3,041	0.0%
売上総利益	31,646	45.9%	28,973	45.9%	△2,673	△0.0%
販管費	31,296	45.4%	30,222	47.8%	△1,074	2.4%
営業利益	350	0.5%	△1,248	△2.0%	△1,598	△2.5%
経常利益	750	1.1%	△849	△1.3%	△1,599	△2.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	500	0.7%	△6,208	△9.8%	△6,708	△10.5%

連結セグメント別売上高（対当初計画比）

（単位：百万円）

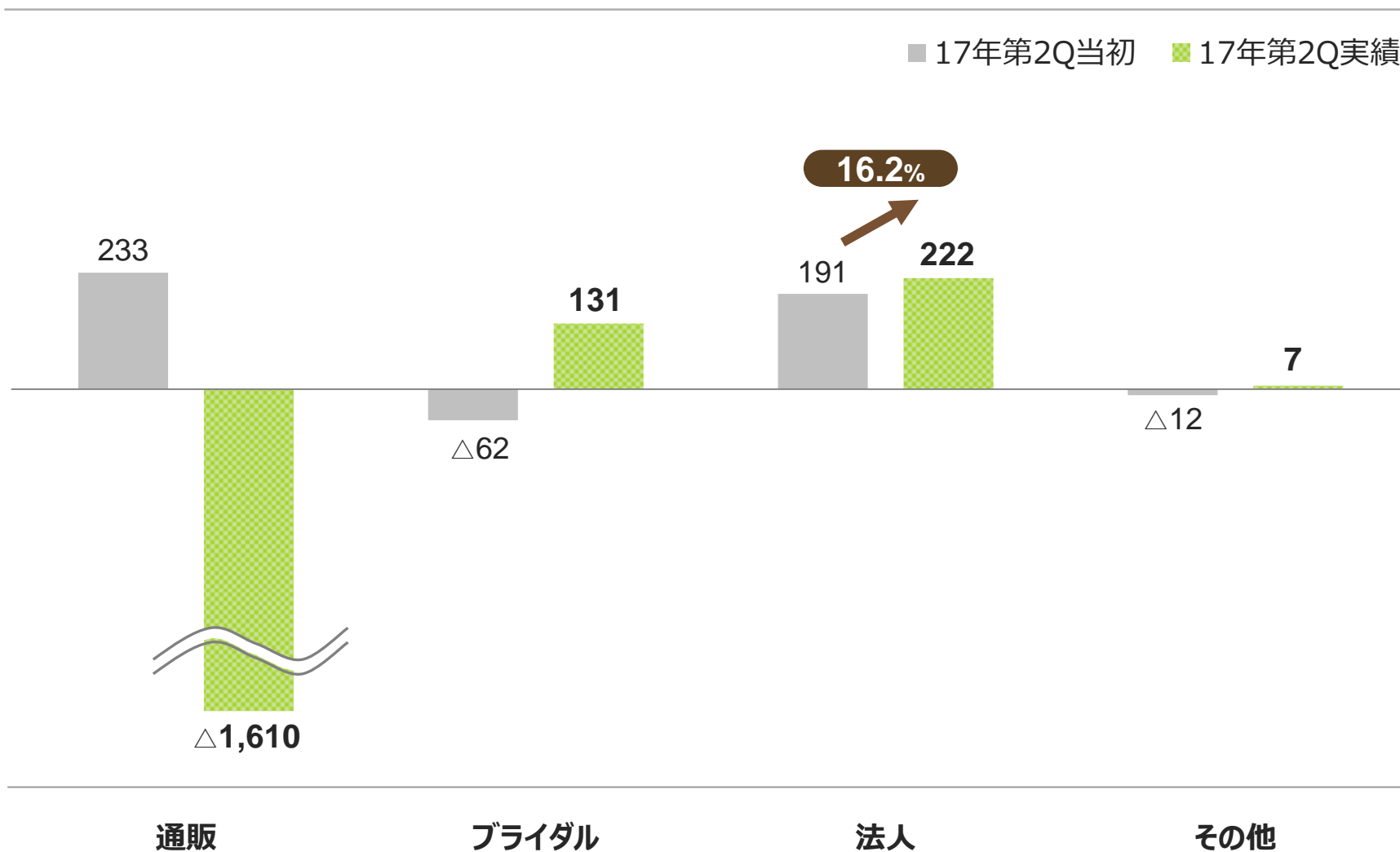
■ 17年第2Q当初 ■ 17年第2Q実績



※その他事業とは：保険・クレジットを主とするサービス事業及び保育事業

連結セグメント別営業利益（対当初計画比）

（単位：百万円）



※その他事業とは：保険・クレジットを主とするサービス事業及び保育事業

4. 2017年度連結業績予想について

～2017年度売上高・営業利益減少要因と下期対策

**innovate**
for Smiles 2018

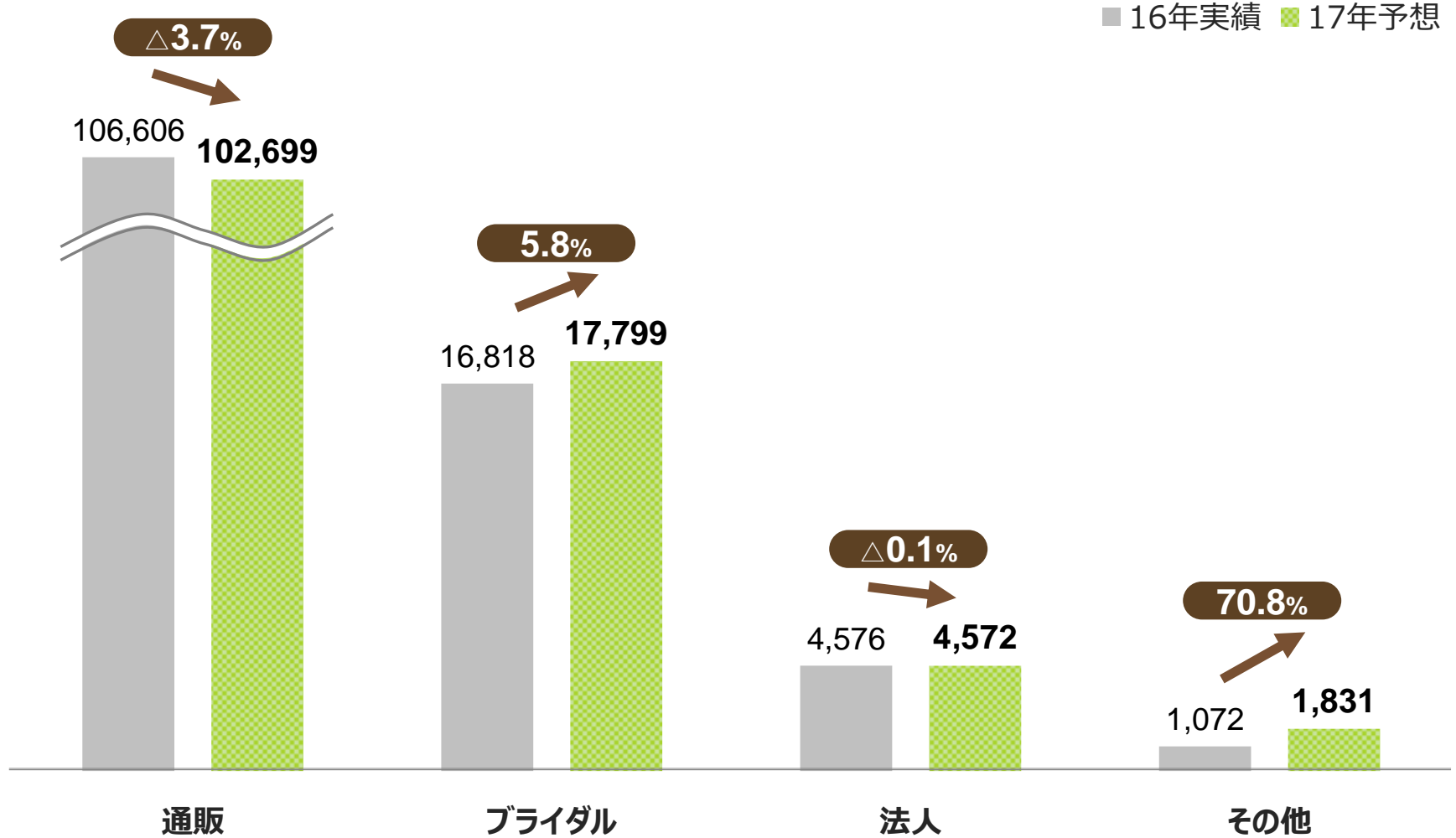
2017年度通期連結業績予想（対前年度比）

（単位：百万円）

	16年実績		17年予想		対前年	
		売上比		売上比	増減額	売上比 差異
売上高	129,074		126,900		△2,174	△1.7%
売上原価	67,087	52.0%	69,978	55.1%	2,891	3.1%
売上総利益	61,986	48.0%	56,922	44.9%	△5,064	△3.1%
販管費	60,791	47.1%	60,722	47.9%	△69	0.8%
営業利益	1,194	0.9%	△3,800	△3.0%	△4,994	△3.9%
経常利益	1,673	1.3%	△3,600	△2.8%	△5,273	△4.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,420	1.1%	△10,400	△8.2%	△11,820	△9.3%

2017年度セグメント別売上高予想（対前年度比）

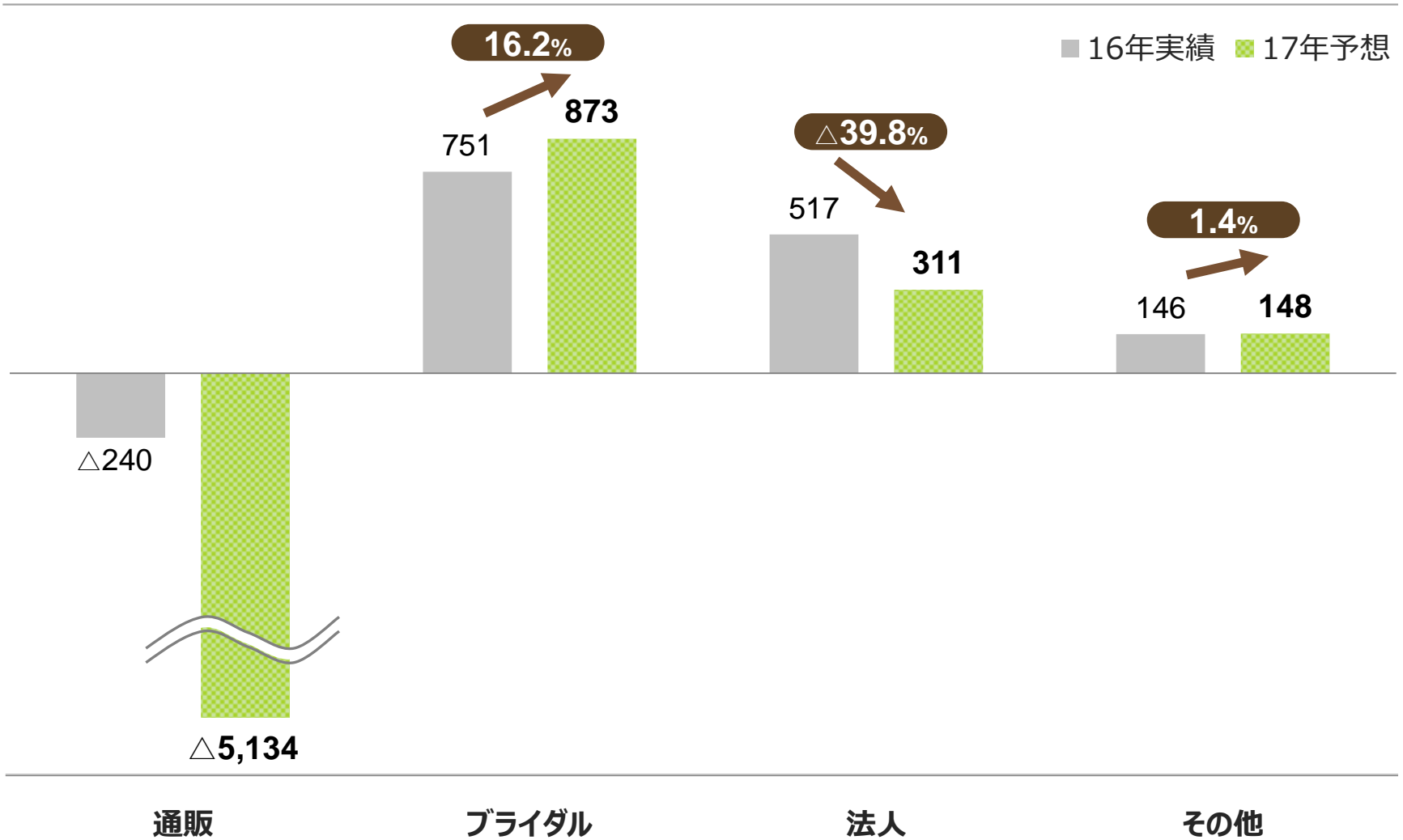
（単位：百万円）



※その他事業とは：保険・クレジットを主とするサービス事業及び保育事業と、今期取得したニッスイファルマ・コスメティクス株式会社による化粧品の製造卸売事業

2017年度セグメント別営業利益予想（対前年度比）

（単位：百万円）



※その他事業とは：保険・クレジットを主とするサービス事業及び保育事業と、今期取得したニッスイファルマ・コスメティクス株式会社による化粧品の製造卸売事業

売上高

- ◆ アパレルの実需期購入傾向が強まっていること
- ◆ 商品の同質化（どこでも同じような商品が売っていること）
- ◆ スマホ経由受注が増加したが、カタログやPCの受注減分を補いきれていない
- ◆ カatalog効率化のため配布先の見直しを行い、カタログ部数・頁数の削減（売場面積の減少）を実施したが想定より売上が減少

営業利益

- ◆ 在庫処分によるバーゲン、処分売上増加に伴う原価率増加
- ◆ 為替予約レート上昇による原価率増加

下期売上対策

- ◆ カatalog増部によるリーチ拡大（縮刷版作成等）
- ◆ 販促施策追加（クーポン追加、送料無料キャンペーン、SNS販促拡大等）
- ◆ UI※1・UX※2の改善及びDMP※3導入によるパーソナライゼーション本格化

※1：ユーザーインターフェースの略称、ブラウザ上で表示されるフォント・画像・ボタン等外観のこと

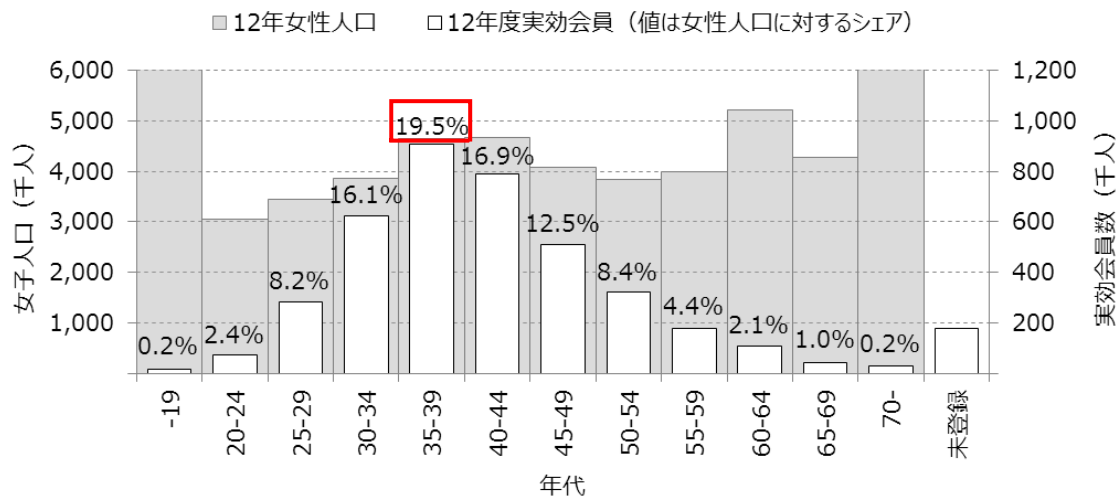
※2：ユーザーエクスペリエンスの略称、サイトの回遊のしやすさやECサイトで商品の購入がスムーズに行えるなど、ユーザー視点での丁寧な対応のこと

※3：インターネット上に蓄積された様々な情報を管理するためのプラットフォームのこと

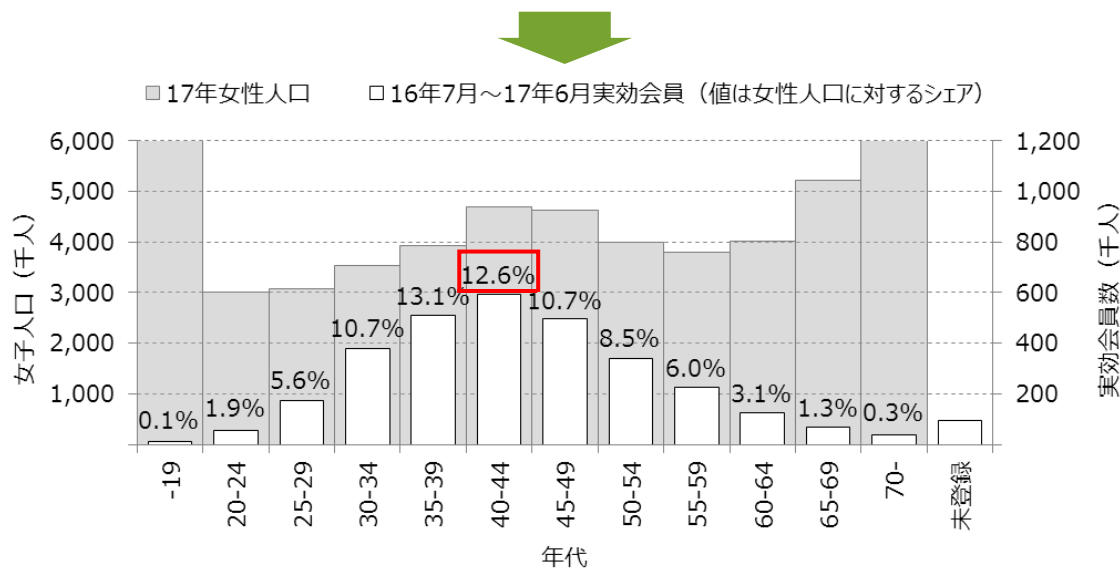
5. 今後のベルメゾン事業について


for Smiles 2018

全女性人口に対する当社会員割合



5年前には
30代女性の
約5人に1人が
ベルメゾンを利用



今では
40代前半女性の
約8人に1人の利用に低下

ベルメゾン事業の現状把握～商品力の低下

■ プロパー ■ オリジナル

ファッション

ライフスタイル

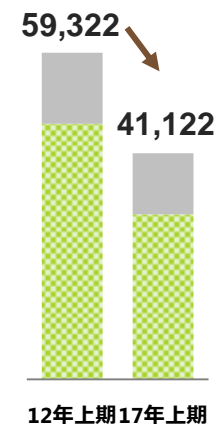
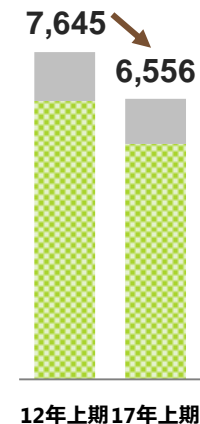
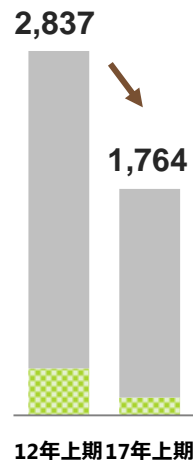
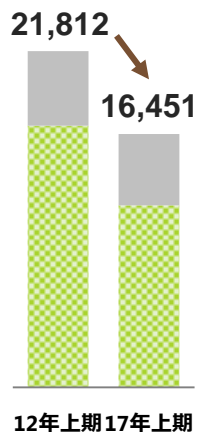
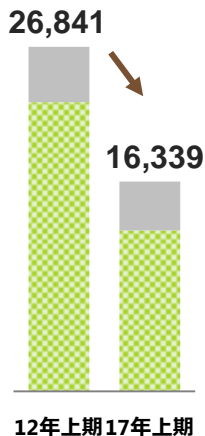
美建・食品

育児

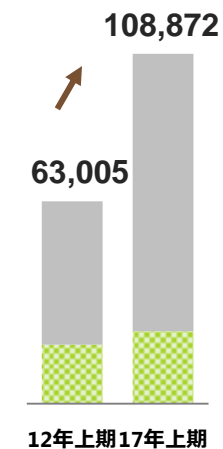
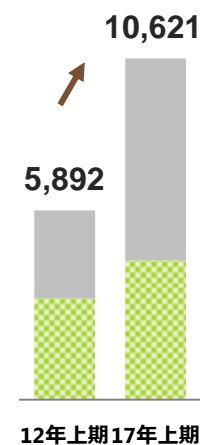
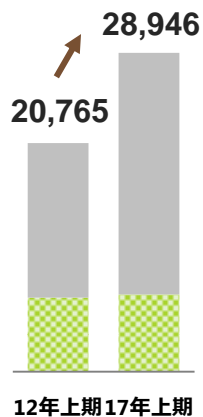
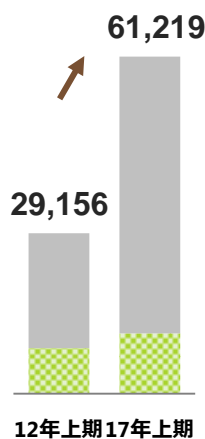
全体

(単位：百万円)

売上

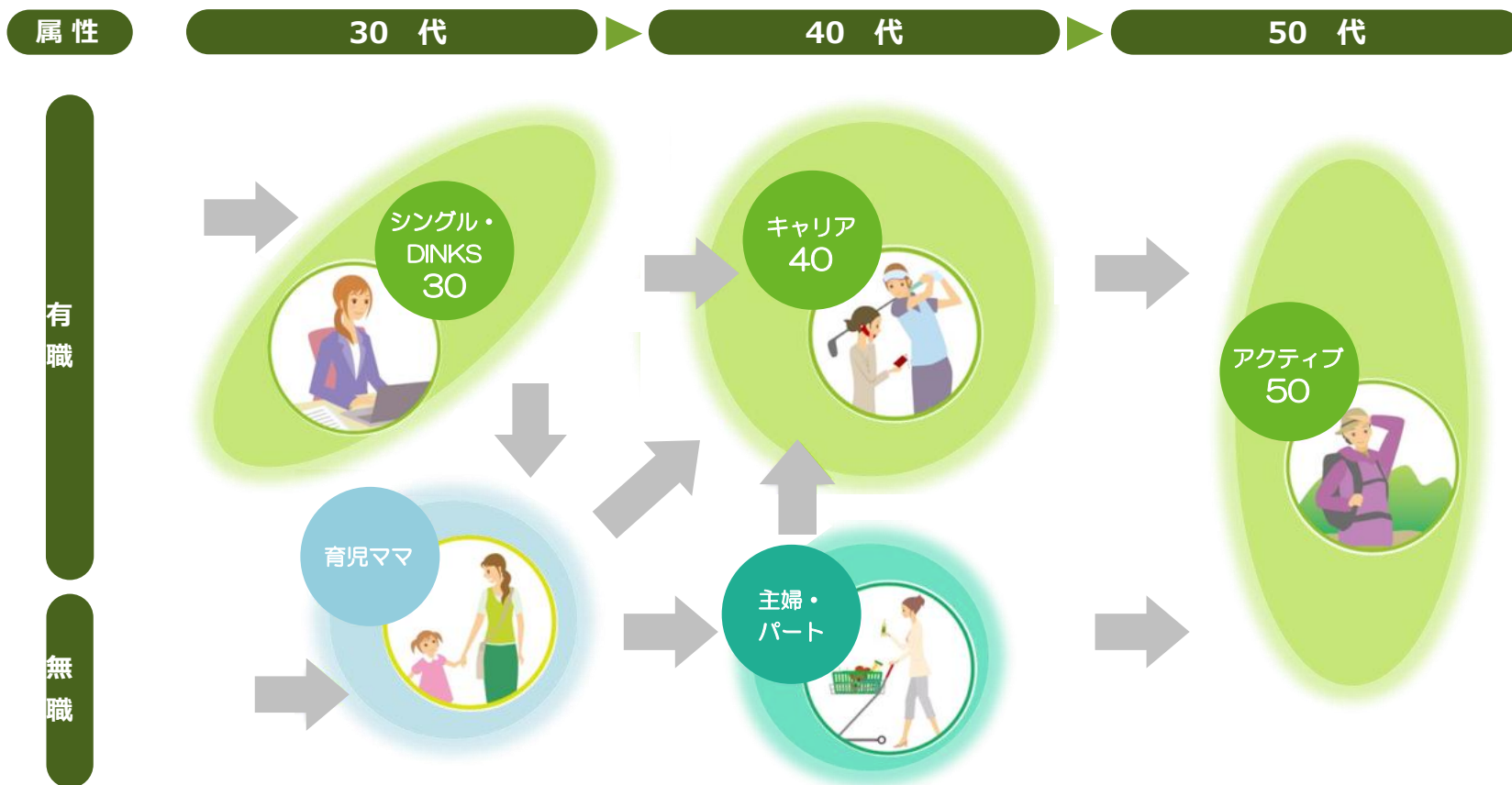


販売型数



◆ 販売型数を増やしたが売上は大幅に減少

顧客戦略



◆ 30～50代女性を「5セグメント※」に分け、個別の対応で顧客拡大を図るも、結果手薄なアプローチとなり、強かった顧客層（育児、主婦・パート）まで激減

※シングル・DINKS30、育児ママ、キャリア40、主婦・パート、アクティブ50

商品戦略

- ◆ 顧客戦略に基づく過剰な商品開発の結果、商品力は低下し不良在庫も増加
- ◆ SPAによる利益追求を前提とした基幹ブランド立上げにおいても、開発商品と不良在庫が増加
- ◆ 売上減を補うべくプロパー商品を積極投入するも非効率に

販売戦略

- ◆ スマホ中心のECへのビジネスモデル転換が遅れ、いまだカタログ依存の状態
- ◆ 店舗を活用したオムニチャネル化も、明確な成果を出せず

フルフィルメント戦略

- ◆ 次期システム構想は、激変する事業環境への対応に追われ、進捗が大幅に遅延、戦略遂行にも影響
- ◆ 物流は、予定通り美濃加茂DCが稼働したものの、売上減少・在庫増加、改めて物流機能再編が必要

顧客戦略・商品戦略の反省より

- ◆ ターゲットのリアルなニーズに沿った品揃えへの整理・再構築
- ◆ オリジナル商品開発は厳選し、在庫リスクを低減
- ◆ NB・プロパー商品を活用し、新たなジャンル・価格帯により顧客を開拓

【ファッション系】 縮小による効率化

- ◆ 40代後半～50代向け商品、大きいサイズ商品に注力
- ◆ 機能性定番商品への開発集約、非定番商品のショートサイクル化を実施
- ◆ SPA志向からODM※志向へ
※委託先工場が開発・設計・生産した製品を、当社ブランド名で販売すること

【ライフスタイル系】 大幅拡大

- ◆ 戦略的役割で品揃えを実施（エントリー、ミドル、アッパーブランド）
- ◆ 「BELLE MAISON DAYS」をライフスタイルの中核としてリブランド
- ◆ 商品提案・サービスの質を向上し、他社との差別化を推進

【美容・健康・グルメ】 新市場開拓

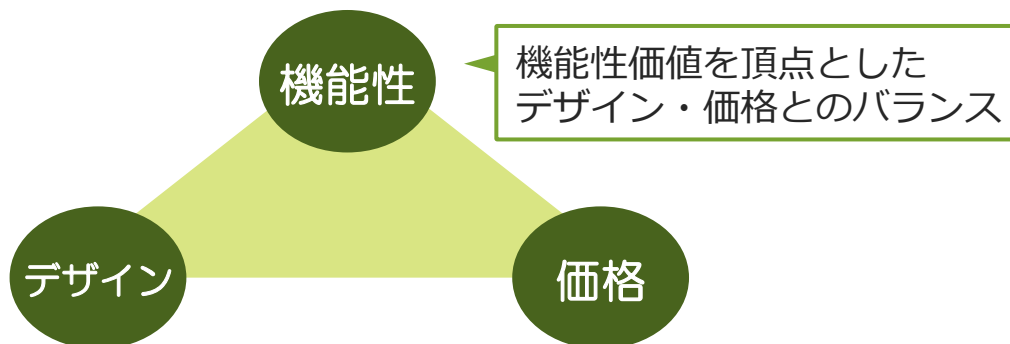
- ◆ 特定のテーマに沿ったプロパー商品による品揃え拡充
- ◆ 明確なテーマでターゲットを誘因

【育児】 再成長

- ◆ 評価の高いオリジナル商品をフル活用し、WEBマーケティングを增強
- ◆ 品揃えの充足感向上へ、非アパレル商品も投入

目指すべき提供価値

◆ ターゲットの生活に寄り添った工夫を機能性価値として反映



【好例商品】

◆ 引出し付きダイニングセット
～BELLE MAISON DAYS



総合評価 ★★★★★ 4.5 (99件)

◆ 汗取りインナー・タンクトップ
～サラリスト



総合評価 ★★★★★ 4.1 (435件)

◆ 吸水速乾ガールズ・半袖ポロシャツ
～ジータ

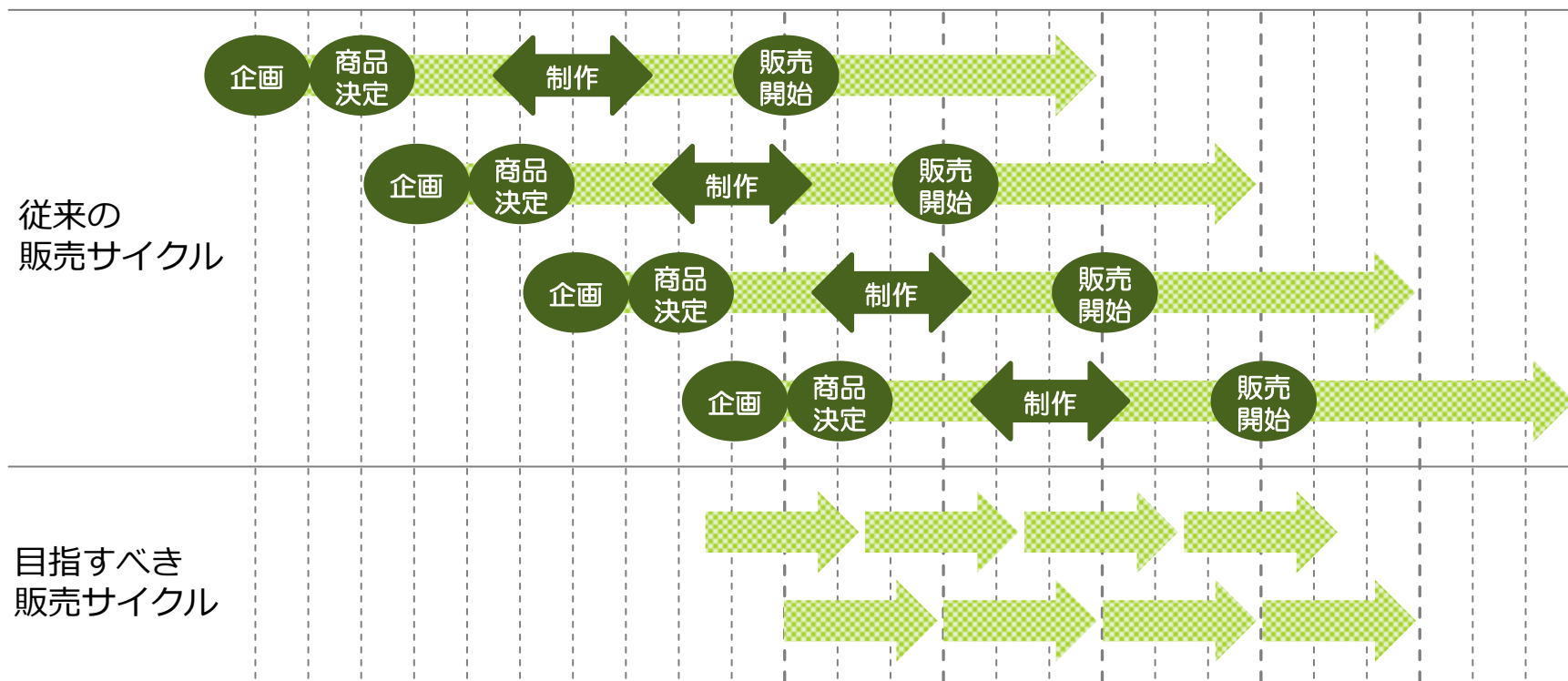


総合評価 ★★★★★ 4.1 (303件)

販売戦略の反省より

- ◆ カタログは売場と捉えず、販促ツールの役割に転換
- ◆ 従来の制作作法から脱却し、フレキシブルな対応ができるよう工程を短縮
- ◆ ECサイトをメイン売場として捉え、接客品質の向上を追求

【ビジネスモデル転換のイメージ】



- ◆ 制作工程・商品調達も対応

フルフィルメント戦略の反省より

- ◆ 事業規模に対応した機能再編・縮小
- ◆ 固定費の変動費化
- ◆ 固定資産の流動化

【物流】

- ◆ 通販関連機能の中部圏への集約
- ◆ 外部委託案件の内製化
- ◆ 非効率拠点の再編
- ◆ 子会社であるベルメゾンロジスコにかかる住商グローバル・ロジスティクス株式会社との資本業務提携

【コールセンター】

- ◆ 事業規模縮小、チャネルシフト進行にあわせた拠点規模適正化
- ◆ お客様対応業務の内製化による応対品質・サービス向上

【システム】

- ◆ 開発保守体制の大幅縮小
- ◆ 自前主義（スクラッチ開発※）からの脱却

※システム開発で、特定のパッケージ製品のカスタマイズや機能追加によらず、すべての要素を個別に最初から開発すること

- ◆ 現中期経営計画は取り下げる
- ◆ 通販事業の2018年度黒字化を目指す
- ◆ 2018年度～2020年度の新3カ年中期経営計画を現在策定中
10月27日（金）の第3四半期決算発表と同時に開示
その後、説明会を11月2日（木）に実施予定

6. その他

**innovate**
for Smiles 2018

これまでの資産を活かしたシニア層へのアプローチ ～子会社 (株)フィールライフを設立

2017年3月、J.フロント リテイリング(株) の連結子会社で、通信販売事業を営む (株)JFRオンラインの全事業を譲受し、(株)フィールライフを設立いたしました。

ファッションの新媒体を発刊したり、健康と美味しさにこだわった食品を取り扱うなど、(株)JFRオンラインが持つ約30万人のシニア層女性を中心とした顧客基盤を活用しつつ、30～50代女性を主要顧客とする当社の通信販売事業とのシナジー効果を図っていきます。



ニッスイファルマ・コスメティックス(株) の株式取得について ～コスメ事業の強化と拡大を目指す

2017年7月、ニッスイグループの日水製薬(株) の100%子会社である化粧品製造・販売事業等を手掛けるニッスイファルマ・コスメティックス(株)の株式を取得しました。

同社は健康と美しさをサポートする自然基礎化粧品ブランド「リスブラン」をメインに、その他ブランドと共に店舗を中心とした様々な販売ルートで化粧品分野での拡大をしており、当社グループの通信販売事業が持つオムニチャンネルおよび販売プロモーションノウハウやインフラ(物流拠点及びコールセンター)を活用することで、さらなる成長拡大を見込み、グループ全体としてシナジー効果が得られるものと考えております。



お客様からの寄付をもとに活動する「えがおの森プロジェクト」



▲ 環境活動 グリーンパワー教室、14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。3月には大阪・西梅田にて親子参加でイベント形式の授業を実施しました。



▲ 東北支援 6年目の支援活動～恒例の「家族写真館」を宮城県石巻市で開催

「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（青森・岩手・宮城・福島）の新しい命に3万枚以上の「オリジナルおくるみ」をプレゼントしています。

5月の母の日には、震災当初よりご縁のある宮城県石巻市の子育て支援団体ベビースマイル石巻の主催するイベントにて、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。



社内フォーラム

～先進企業「ロート製薬(株)」の講演会と若手グループワークを実施

CSV（価値共創）を企業全体の活性化につなげているロート製薬(株)の広報・CSV推進部部長の河崎保徳氏をお招きし、講演会を聞くとともに入社2～4年目の若手社員で「今後のCSR活動」について考えるグループワークを実施しました。



配当予想

当社グループは、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います。

平成29年12月期の配当につきましては、平成29年2月2日付「平成28年12月期 決算短信」にて1株当たり年間8円と発表しておりましたが、連結・単体共に純損失を計上する状況であることを勘案し、誠に遺憾ながら、無配に修正させていただくこととなりました。

決算発表日程

- 第3四半期決算発表 2017年10月27日（金）
- 2017年度決算発表 2018年 2月 8日（木）
- 決算説明会（東京） 2018年 2月 9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。