

株式会社 千趣会 (東証1部 : 8165)
2021年度 第2四半期 決算説明資料

2021年7月29日

ウーマン スマイル カンパニー
senshukai

- 1 2021年度 第2四半期 業績概況
- 2 2021年度 第2四半期 セグメント別概況
- 3 JR東日本との協業（進捗）
- 4 配当予想等

1 2021年度 第2四半期 業績概況

(単位：百万円)

	2020年度 第2Q		2021年度 第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	42,226		37,905		△4,320	
売上原価	20,899	49.5%	18,463	48.7%	△2,435	△0.8pt
売上総利益	21,327	50.5%	19,442	51.3%	△1,885	+0.8pt
販管費	21,890	51.8%	18,968	50.0%	△2,921	△1.8pt
営業利益	△563	△1.3%	473	1.2%	+1,036	+2.5pt
経常利益	△2,898	△6.9%	499	1.3%	+3,397	+8.2pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△3,000	△7.1%	478	1.3%	+3,479	+8.4pt

◆ 当社グループ内の事業ポートフォリオを見直したことで、売上高は減少したものの、売上総利益率の改善等により増益

売上高 : 第1四半期はブライダル事業における減収による影響、第2四半期は前年と比較して
コロナ禍による特需が落ち着いたことで通信販売事業が減収

(単位：百万円)

	2020年度末	2021年度 第2Q	増減額
資産の部			
● 流動資産	37,612	35,287	△2,324
● 固定資産	26,321	16,738	△9,582
資産合計	63,933	52,026	△11,907
負債の部			
● 流動負債	21,330	15,066	△6,263
● 固定負債	10,514	3,464	△7,050
負債合計	31,845	18,530	△13,314
純資産の部			
● 株主資本	33,606	34,580	+973
● その他の包括利益累計額	△1,518	△1,084	+433
純資産合計	32,088	33,495	+1,407
負債・純資産合計	63,933	52,026	△11,907

❖ ブライダル事業の子会社が連結対象から外れた影響による、固定資産や借入金の減少

資産：受取手形及び売掛金△12億円、固定資産△95億円

負債：短期借入金△26億円、長期借入金△56億円

純資産：利益剰余金の増加+5億円、自己株式の処分+5億円

自己資本比率は 50.2% → 64.4% に上昇

(単位：百万円)

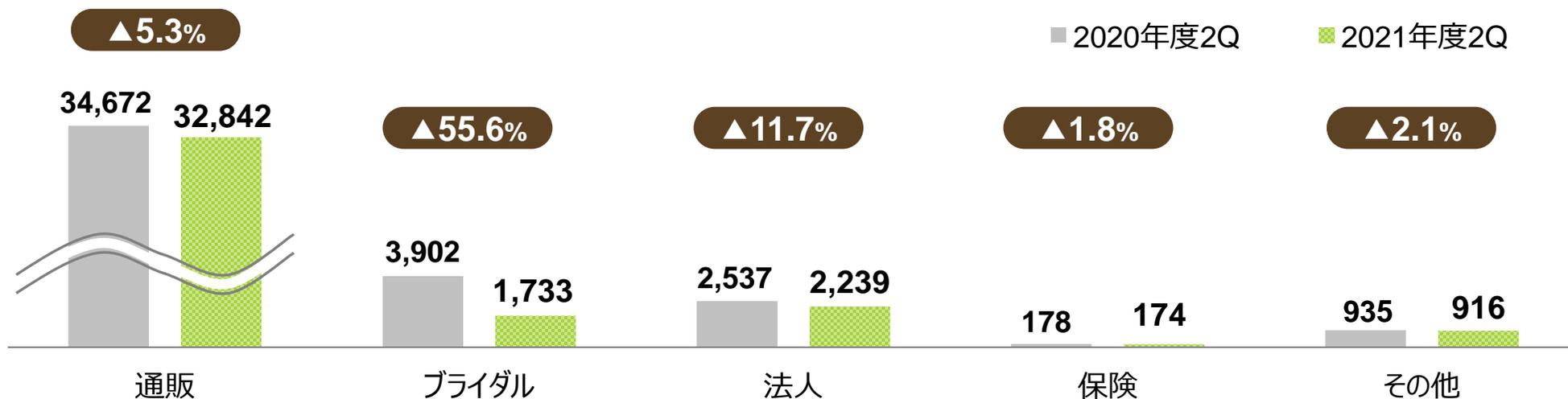
	2020年度 第2Q	2021年度 第2Q	増減額	2021年度 要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	113	388	+275	<ul style="list-style-type: none"> ■ 仕入債務の増加 (+882) ■ その他流動資産の減少 (+713) ■ その他流動負債の減少 (△1,294)
投資活動によるキャッシュ・フロー	△681	1,486	+2,168	<ul style="list-style-type: none"> ■ 連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入 (+2,773) ■ 有形固定資産の取得による支出 (△309) ■ 無形固定資産の取得による支出 (△894)
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,533	△2,672	△6,206	<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 (△534)
現金及び現金同等物の期末残高	25,671	18,830	△6,841	

- ◆ ブライダル事業の再編による影響で、投資活動によるキャッシュ・フローが増加
 - ・ 第2四半期時点で現預金は188億30百万円を保有
- ◆ 各財務諸表にあるとおり、収益・財務体質の改善を実現して、「継続企業の前提に関する重要事象等」の記載を解消

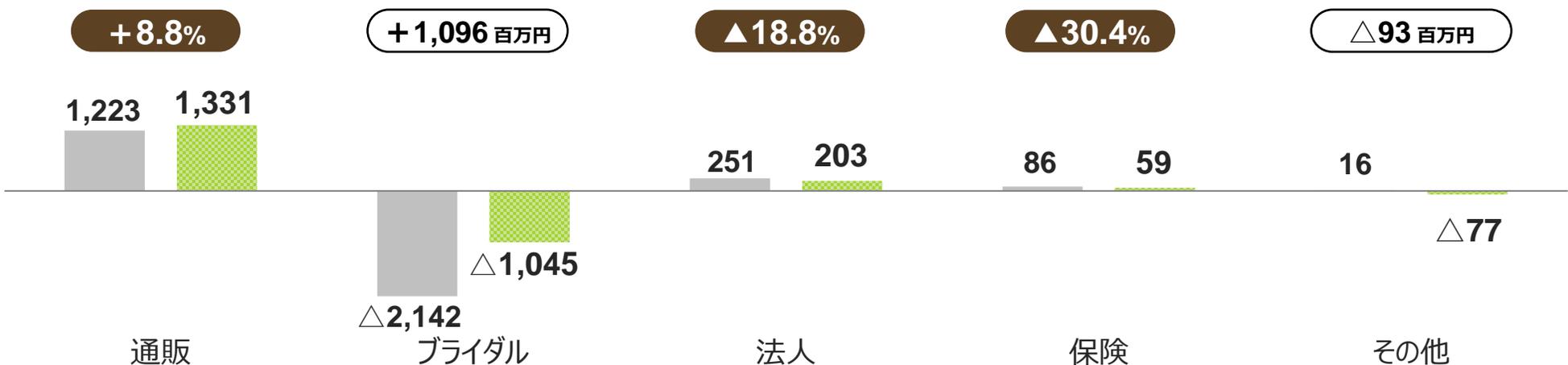
2 2021年度 第2四半期 セグメント別概況

■ 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

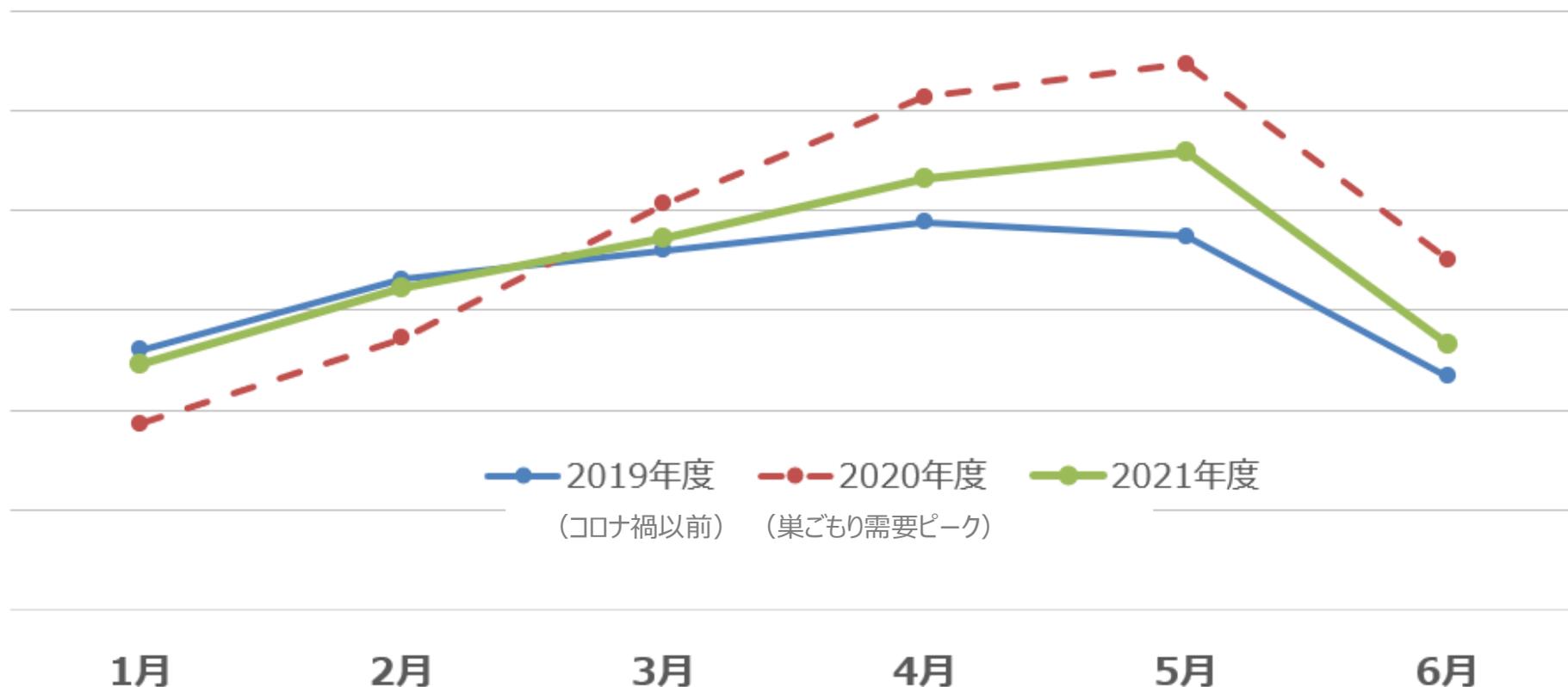
	2020年度 第2Q	2021年度 第2Q	増減	要 因
売上高（百万円）	34,672	32,842	△ 1,830	■ コロナ禍以前の19年比 + 1,860百万円
売上原価率（%）	50.4	49.2	△ 1.2pt	■ バーゲン判断の適正化による値引き抑制
販管費（百万円）	15,959	15,339	△ 619	
営業利益（百万円）	1,223	1,331	+ 107	
半期購入会員数（万人）	209.9	174.5	△ 35.4	■ 前年度は大規模な新規獲得・休眠復活施策を実施したことによる反動減
半期新規購入会員数（万人）	39.4	32.1	△ 7.3	■ 継続会員数は対前年同期比 + 4.4万人
半期継続購入会員数（万人）	106.5	110.9	+ 4.4	
型数（型）	56,282	58,052	+ 1,770	
型あたり売上額（千円）	560	515	△ 45	■ コロナ禍以前の19年比 + 90千円
在庫回転月数（月）	3.1	2.9	△ 0.2	■ 仕入枠管理による在庫増抑制

※ 20年実績はクレジット事業組替え後の数値

※ 半期購入会員数以下はベルメゾンの数値

コロナ禍以前よりも高水準で売上は推移

- 第1四半期：コロナ禍直前（2020年第1四半期）よりも好調、コロナ禍以前（2019年）と同レベルで推移
- 第2四半期：巣ごもり需要ピーク（2021年第2四半期）までは届かないものの、2019年以上の水準で推移



※HPにて、月次データ報告を開示しております

<https://www.senshukai.co.jp/main/top/ir/monthly.html>

- 通販事業の再成長へ向け、2019年度に蒔いた種の効果を発現させるとともに、経営基盤強化への取り組みを実施

会員基盤の 再構築

お客様に継続して購入いただける
会員プログラムの構築に向けた投資

商品力・ 提案力の 強化

オリジナル商品の「開発力」・「提案力」強化、
お客様視点での品揃え最適化

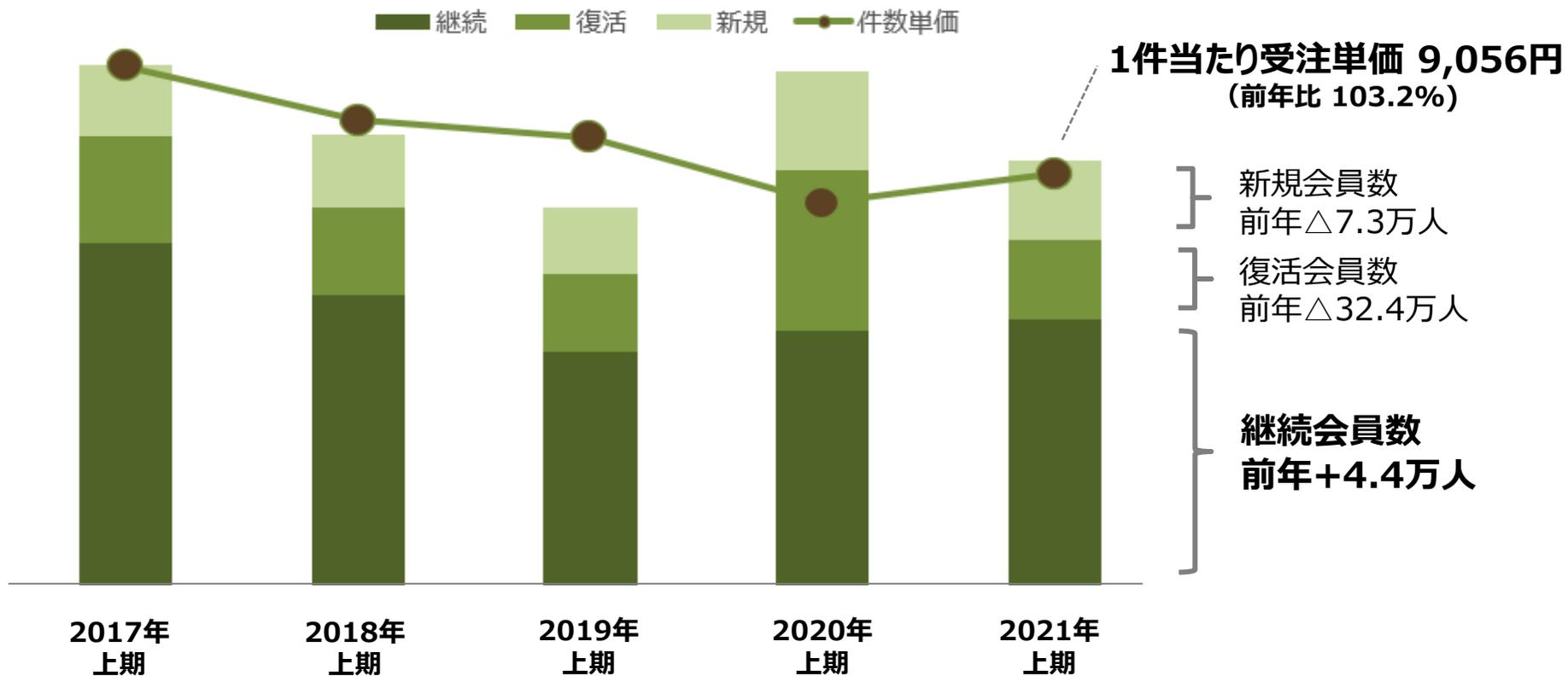
オペレーション 改革

継続的な「売上総利益率改善」と
「コスト最適化」の実現に向けた
オペレーション改革

会員基盤の再構築

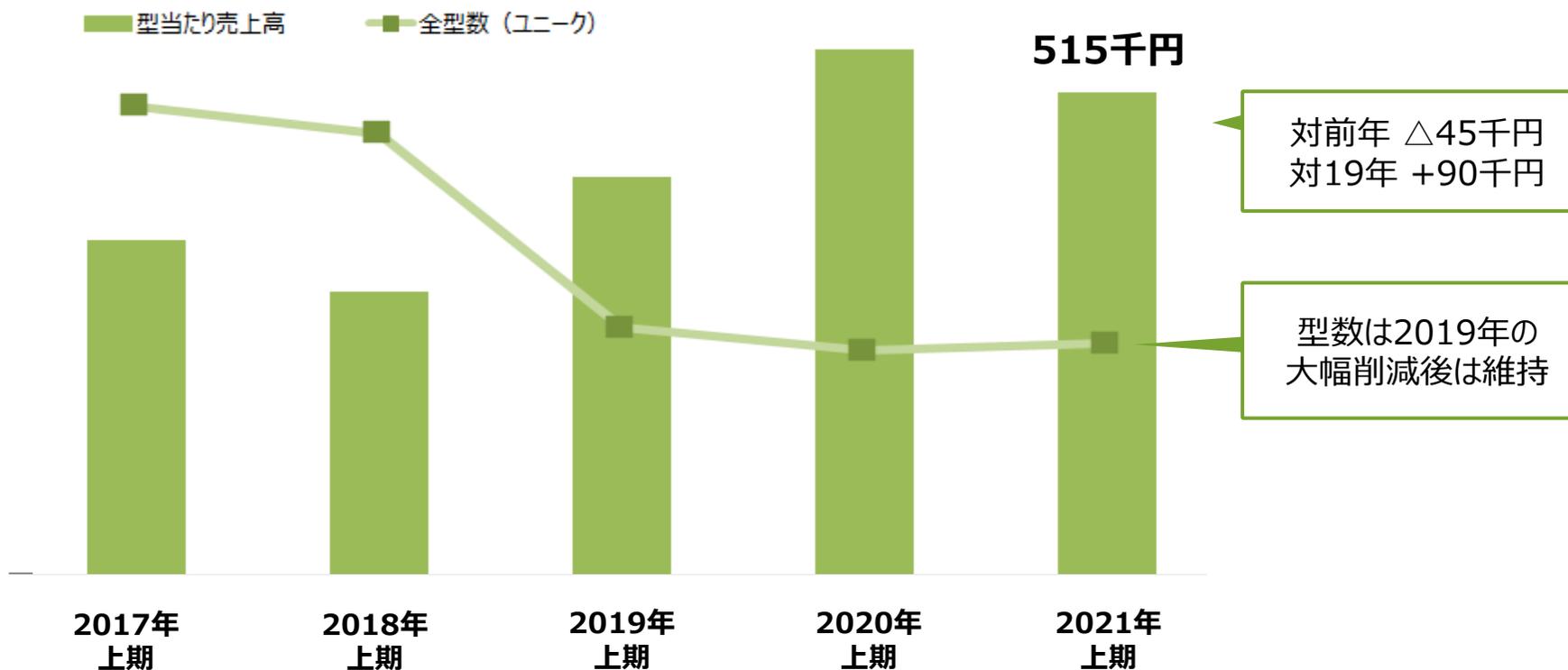
- 前期に大きく増えた復活会員の「継続購入」促進を中心に、施策を切り替えて展開
- 引き続き会員の定着化を強める、同時に年間の購入頻度を向上させて売上拡大を目指す
- コロナ禍の通販利用の高まりに合わせて、生活提案を強化、SEO・EC販促も継続実施

→ 計画どおり「継続会員数」が好調に推移



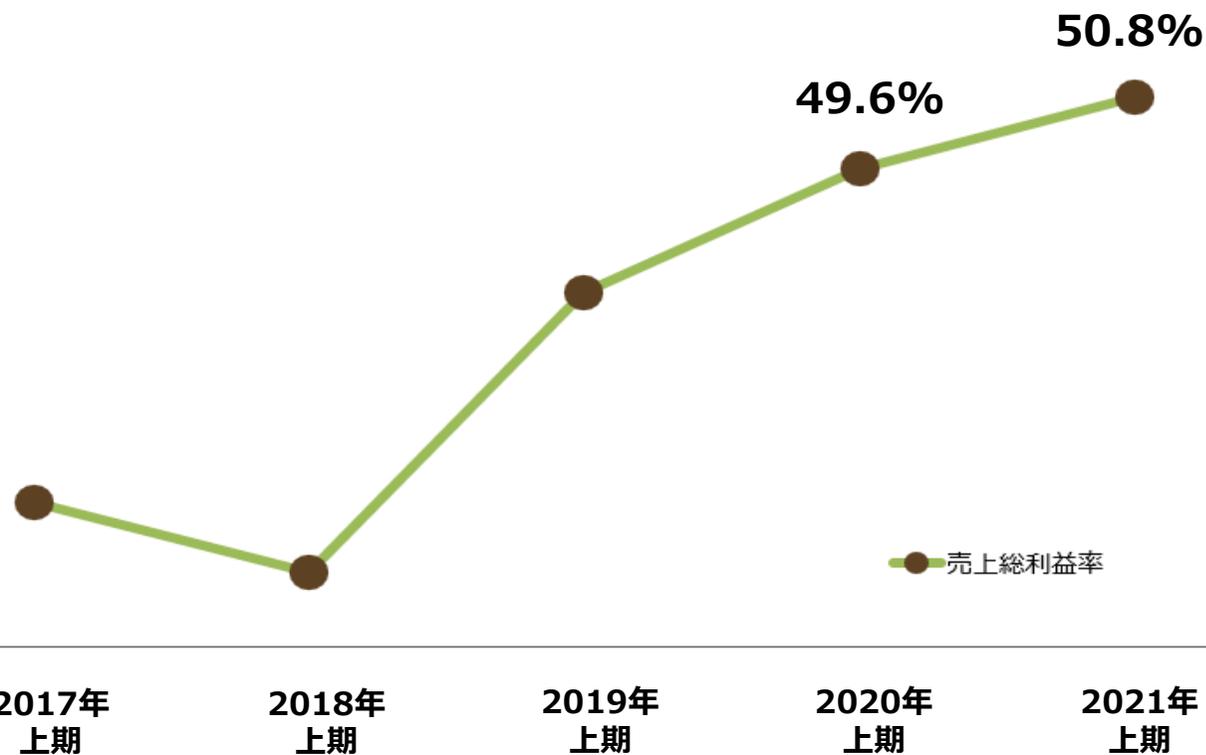
商品力・提案力の強化

- 独自性の高い注力商品を対象にしたマーケティング戦略の強化
- ジャンル間のクロス購入促進をテーマとした横断型企画商品の展開拡大
- 「ベルメゾンの看板商品創出」を目的とした商品開発の推進
→ **型当たり売上高は高水準で推移**



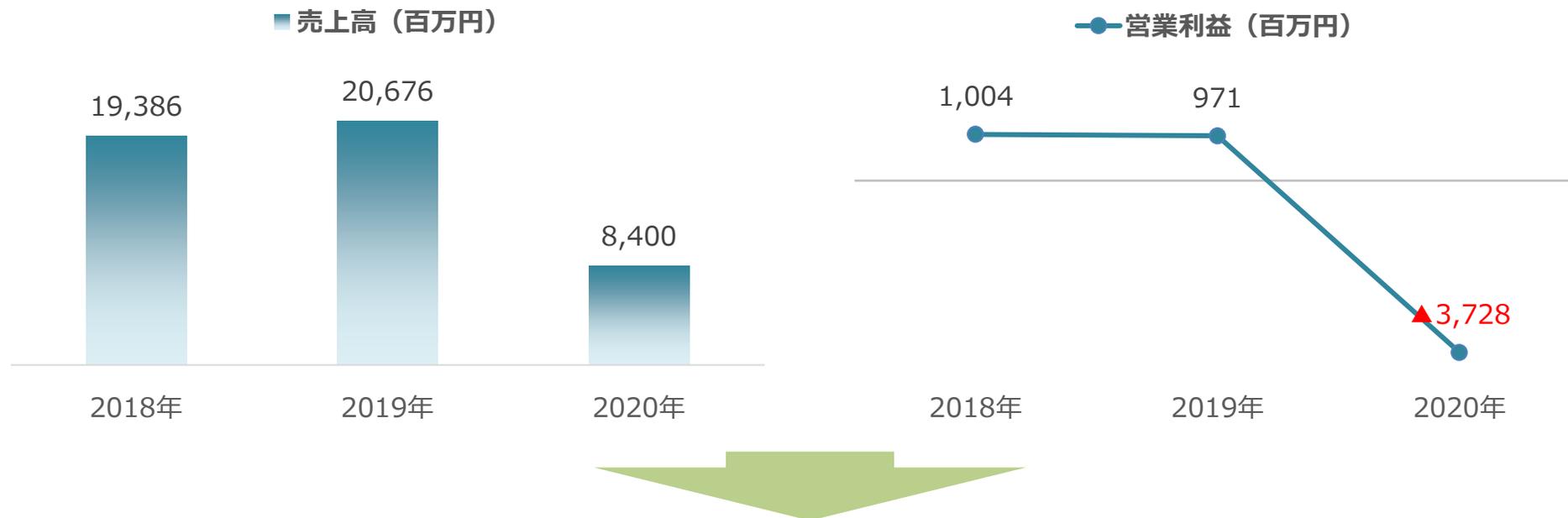
オペレーション改革

- 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改善活動の継続取組みによってオペレーション運用の効率化が向上
 - バーゲン判断の適正化による値引き額の軽減、在庫・償却等の削減に伴う売上総利益の改善
- 構造的に売上総利益率が改善



通販事業
売上総利益率
対前年+1.2pt

- コロナ禍の影響を大きく受けたことも契機にグループ全体の事業構造を見直し、ブライダル事業は2021年度から間接的な出資に変更



- ・ 当社グループ全体での事業ポートフォリオの検討を重ねた結果、ブライダル事業への資本政策を見直し、千趣会、及び対象会社の財務基盤をより強固にすることが、企業価値向上につながり、双方のお客様・株主の皆様にもメリットが大きいと判断
- ・ 当社の長期的なリスクを限定化し、財務基盤も改善したことから、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、通信販売事業へ経営資源を集中投下する
- ・ 今後も、結婚というライフイベントにおける接点を維持し、当社の商品・サービスを提案するために、改めて株式会社ディアーズ・ブレインホールディングスへ出資し資本業務提携契約を締結

(詳細は、2021年3月23日公表の「連結子会社の異動（株式譲渡）及び業績予想の修正に関するお知らせ」をご参照ください)

（単位：百万円）

		2020年度 第2Q	2021年度 第2Q	増減額	要因
法人事業	売上高	2,537	2,239	△298	
	➤ 業務受託	1,791	1,782	△9	
	➤ サンプルング	478	350	△128	■ DMサービスの大型案件の実施が下期にずれの影響
	➤ ノベルティ	262	101	△160	■ コロナ禍の感染防止対策関連商品の特需が落ち着き売上減
	➤ その他	4	5	+0	
	営業利益	251	203	△47	
	営業利益率（%）	9.9	9.1	△0.8pt	
保険事業	売上高	178	174	△3	
	営業利益	86	59	△26	
	営業利益率（%）	48.3	34.3	△14.0pt	
その他事業	売上高	935	916	△19	
	営業利益	16	△77	△93	
	営業利益率（%）	1.8	△8.4	△10.2pt	

3 JR東日本との協業（進捗）

- JR東日本とお互いの経営資源を融合させ、協業サービスを開始
→ お客様の笑顔を大切に、お客様を想い、生活に寄り添ったヒトを起点としたサービスを提供することで、お客様のくらしづくり・心豊かな生活に貢献していく

JRE MALL 出店

2021年3月1日～ JR東日本が運営するECモール（JRE MALL）に、ベルメゾン店を出店

- チャンネルの拡大により、自社独自ではアプローチが難しかったお客様（JRE POINT 会員）との接点の拡大とJRE POINTの利用促進が着実に進行

次なるビジネス協業の拡大に向け、両社のシナジー効果を追求

エキナカリアル出店

エキナカ催事の実施と、2021年5月21日～東京駅構内グランスタに「BELLE MAISON」店舗を出店

- 3月16日～品川駅構内に「Disney Fantasy Shop by BELLE MAISON」、5月17日～品川駅構内に「サラリスト」、6月8日～セレオ八王子イベントスペースに、期間限定で催事出店。鉄道利用者への接点とブランド認知の拡大を実施
- 5月21日～「BELLE MAISON」店舗をグランスタ東京に出店
JRE MALLと連携したOMOモデルの店舗展開を開始

両社の経営資源を融合することで、多様なサービスをワンストップで提供し、コロナによるお客様の消費行動の変化に対応しつつ、お客様にいつでも、どこでも便利にご利用いただき、お客様のより良い生活につなげる

JRE POINT との連携

JRE POINTが、ベルメゾンお買い物券にお得に交換可能となり、ベルメゾンでのビューカード決済でJRE POINTが貯まる

- JRE POINT会員との相互送客を通じ、4千人以上の新規会員の獲得を実現

ベルメゾン・ポイントとJR東日本のJRE POINTの連携を推進

4 配当予想等

配当予想

- ・ 2021年度は復配させていただき、1株当たり中間配当金は3円、期末配当金は4円、年間配当金としては7円を予定しております
- ・ なお、通期見通しにつきましては、前回発表予想（2021年3月23日付「連結子会社の異動（株式譲渡）及び業績予想の修正に関するお知らせ」）から変更はございません
- ・ 今後も、中長期的な企業価値の向上を実現することで、株主の皆様へ安定的な配当を行い、株主優待制度も含めてより多くの還元に尽力してまいります

決算発表日程

- | | |
|--------------|---------------------------|
| ● 第3四半期決算発表 | 2021年 10月29日（金） 予定 |
| ● 2021年度決算発表 | 2022年 2月10日（木） 予定 |
| ● 決算説明会（東京） | 2022年 2月14日（月） 予定 |

※新型コロナウイルス感染症の状況によっては、決算説明会を動画配信で実施する可能性があります

< 環境認識 >

- コロナ禍による不可逆的な消費者の価値観・行動の変化
- ESG/SDGs等、企業の持続的発展に必要な新たな規範への対応要請
- 社会のデジタル化の進展と、Eコマース需要の拡大に伴う他業種からの参入増加

< 当社グループの現況 >

- 構造改革の着実な実行と、コロナ禍における通販ニーズの対応により、通販事業は好調に推移もブライダル事業は苦戦するなど、各事業に様々な影響
- REVICファンドとの提携解消と、JR東日本との資本業務提携による、成長戦略にむけた資本政策の転換



このような内外の環境変化を起点に、持続可能な社会への貢献による更なる発展を遂げるため、現行の中期経営計画を見直し、本日（2021年7月29日）公表いたしました

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

大阪市北区同心1-6-23

電話 06-6881-3220 (IR直通)

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されたもので、当社への投資勧誘を目的としたものではありません。
当決算発表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