

2021年 6月期  
**決算補足説明資料**

---

 **藤 久 株式会社**  
(9966)

2021年8月11日

# 1) 2021年6月期決算説明

---

## 1.1 2021年6月期決算概要

### 2021年6月期決算概要

(単位：百万円)

	2019年6月期	2020年6月期	2021年6月期				
	通期実績	通期実績	通期実績	前期差	前期比	通期予想	達成率
売上高	18,939	22,349	<b>20,694</b>	△ 1,654	92.6%	21,185	97.7%
売上総利益	11,066	13,010	<b>12,187</b>	△ 823	93.7%	12,704	95.9%
販売管理費	12,598	12,126	<b>11,286</b>	△ 840	93.1%	11,554	97.7%
営業利益	△ 1,532	883	<b>900</b>	17	102.0%	1,150	78.3%
経常利益	△ 1,516	749	<b>911</b>	161	121.6%	1,150	79.2%
当期純利益	△ 2,919	282	<b>757</b>	474	267.9%	850	89.1%

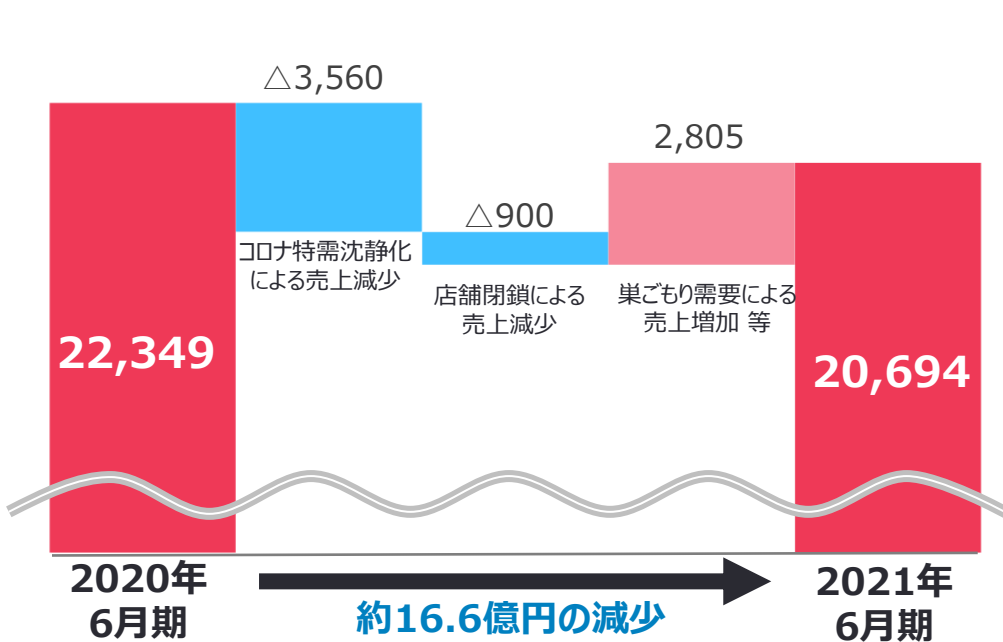
## 1.2 売上高・経常利益増減要因分析

### 不採算店舗の閉鎖による固定費削減効果が顕在化

- ▶ 前期コロナ特需沈静化や緊急事態宣言による一部店舗の休業により、売上高は通期予想を下回った
- ▶ 通期ではリボンプランに基づく不採算35店舗の閉鎖を実施し売上高の減少はあったものの、収益面では固定費削減効果により前期比121.6%の増益

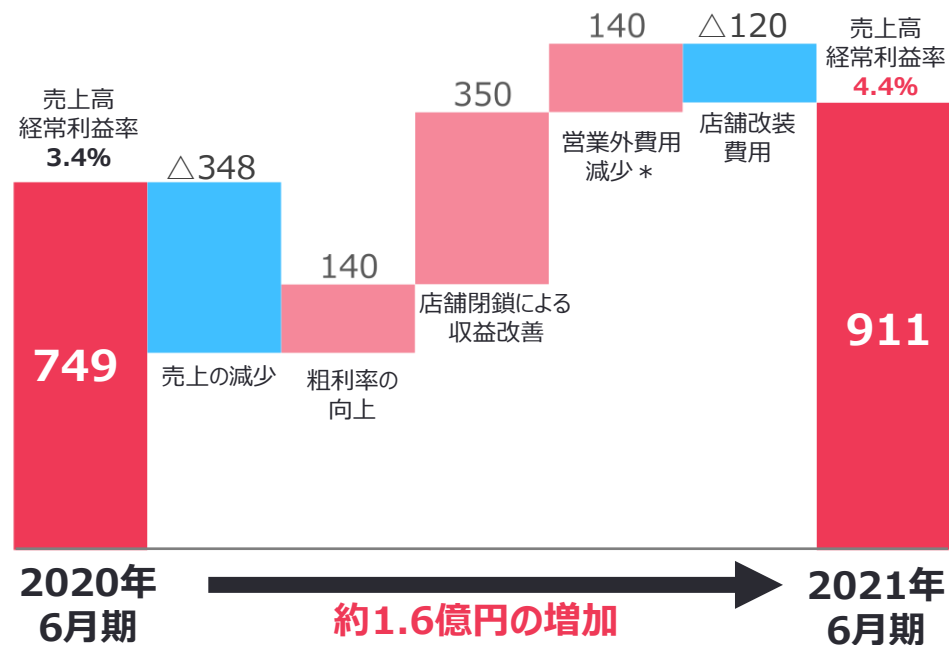
### 売上高の増減要因

(単位：百万円)



### 経常利益の増減要因

(単位：百万円)



\* 営業外費用減少：前期シンジケートローン手数料等

## 1.3 事業部門別売上実績

- ▶ 不採算店舗を中心に2020年6月末から35店舗を閉鎖、新規出店なし
- ▶ 1店舗あたりの売上高・利益は**向上トレンドを維持**し、店舗販売部門の採算性は向上
- ▶ 通販部門は店舗のアプリ登録者増によるサイト流入効果で、期中を通じてコンスタントに売上を計上

### 事業部門別売上実績

(単位：百万円)

	2019年6月期		2020年6月期		2021年6月期		
	通期	構成比	通期	構成比	通期	構成比	前期比
店舗販売部門	17,852	94.3%	21,278	95.2%	<b>19,591</b>	94.7%	92.1%
通信販売部門	1,046	5.5%	1,032	4.6%	<b>1,071</b>	5.2%	103.8%
その他の部門 (不動産賃貸)	40	0.2%	38	0.2%	<b>31</b>	0.1%	80.8%
合計	18,939	100.0%	22,349	100.0%	<b>20,694</b>	100.0%	92.6%

### 店舗販売部門別売上実績

(単位：千円)

	2019年6月期		2020年6月期		2021年6月期		
	1店舗平均実績		1店舗平均実績		1店舗平均実績		
売上高	38,810		 48,479		 <b>49,329</b>		101.8%
売上総利益	22,939		28,475		<b>29,367</b>		103.1%
販管費	24,195		23,864		<b>24,608</b>		103.1%
営業利益	△ 1,256		 4,611		 <b>4,759</b>		103.2%

### 期末既存店舗数推移

(単位：店舗)

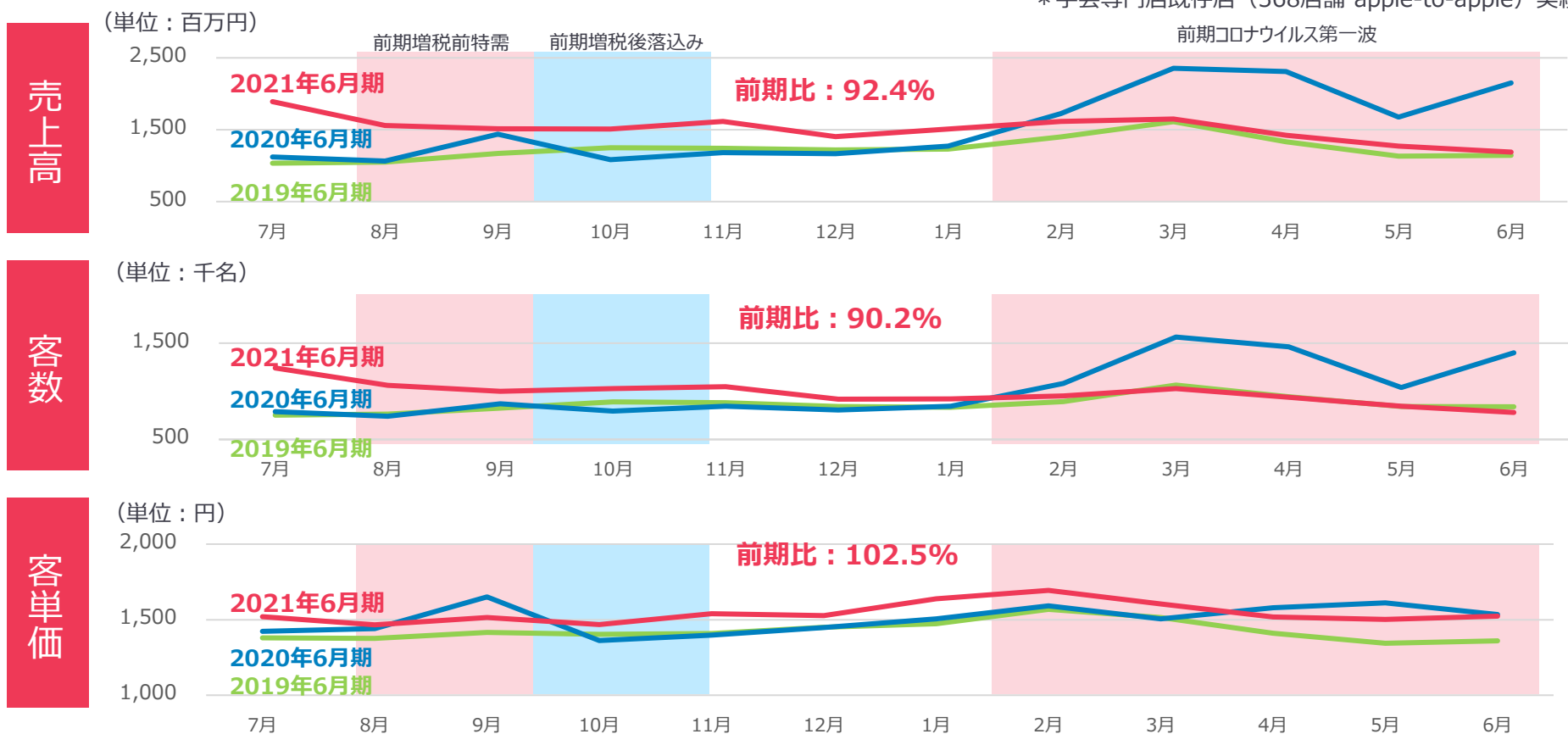
	2019年6月期	2020年6月期	2021年6月期	
期末既存店舗数	451	419	<b>384</b>	91.6%

## 1.4 既存店の状況

- ▶ 上期は巣ごもりによるソーイング需要の拡大により、生地やミシン等のソーイング関連商品の販売が好調で、客数、客単価ともに前期実績を上回った
- ▶ 下期は前年の手作りマスクブームによる特需には至らず、コロナ対策疲れにより巣ごもりトレンドが弱まったことから客数が伸び悩んだ
- ▶ 高額商品であるミシン販売の構成比が高く、客単価は年間を通して前期比プラスで推移

### 既存店月別実績推移

\* 手芸専門店既存店（368店舗 apple-to-apple）実績



## 1.5 期中取組施策の報告

### 2021年6月期 重点項目

	項目	内容	2021年6月期結果
1	会員ビジネス	<b>事業の柱として会員ビジネスの確立・強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 会員情報のデータ化、精緻化</li> <li>■ 特典を充実させた会員制度の拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 2021年3月新アプリをリリース、6月末までに<b>約13万名</b>が登録</li> <li>➢ 紙の会員証からアプリ会員への切り替えが進み、販促費の削減や販促の効率化に貢献</li> <li>➢ 15才以下の子育て世代応援サービス「子育てエールパス」を開始、6月末までに<b>約16万名</b>が登録</li> </ul>
2	教室ビジネス	<b>新たな顧客ターゲット向け教室の開発</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 20代～40代をターゲットとした教室の開発</li> <li>■ 非接触型教室の開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ コロナ対策のため、受講人数を制限しながらも教室運営を継続</li> <li>➢ 非接触型の新たな教室として2021年4月より「<b>Web講習会</b>」をスタート、イベントでの参加を合わせ、6月末までに<b>約1,000名が参加</b></li> </ul>
3	サービスの充実化	<b>お客様に寄り添ったサービスの拡充</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ お客様サービスやサポート体制の強化</li> <li>■ 店頭でのお直しサービスの提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ミシンメンテナンスサポートの強化として、契約修理業者数を増加</li> <li>➢ お客様の要望から生地を最小販売単位を30cm→10cmに変更</li> <li>➢ <b>(株)エポック社と提携</b>し、シルバニアファミリーを中心とした商品展開のテスト開始</li> </ul>
4	経費削減	<b>持続的なコスト削減の実現</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 店舗賃貸契約の見直し</li> <li>■ 適正在庫のルール化、余剰在庫処分</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 現在の相場に合わせ、2021年6月期中に約42店舗の契約を見直し</li> <li>➢ 適正在庫のルール化を行い、需要動向を踏まえた在庫構成にシフト</li> </ul>
5	マネジメント体制の強化	<b>経営体制強化のための組織再編</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 経営課題に対応した新部署の設立</li> <li>■ 臨店指導専門の部署を新設</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 経営体制・事業の強化を目的に教室運営室、会員ビジネス室、業務企画部、社長室の4つの部署を新設し、経営課題に対応</li> <li>➢ 2021年2月、店舗の問題解決、不振店舗の業績改善、オーナーシステム店のビジネスモデル再構築のため「店舗サポート課」を新設</li> </ul>
6	人事制度改革	<b>従業員のモチベーションを上げる新人事制度導入</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 給与制度にインセンティブ制を導入し、能力給や成果給を取り入れる</li> <li>■ 店舗単位の表彰制度の導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 従来の制度を見直し、<b>新人事制度の移行を準備（2021年7月より実施）</b></li> <li>➢ 同一労働同一賃金の観点から処遇を明確にするため、従前の契約社員から<b>地域限定社員（正社員）に切替え</b>（2021年6月期切替実績83名）</li> <li>➢ 2020年10月より売上や施策目標達成度に応じた店舗表彰制度を開始、店舗従業員のモチベーションアップや、成果給を反映</li> </ul>

# 1.5 期中取組施策の報告

## 2つの大きな業務提携で、より強固な事業基盤を獲得

(株)エポック社、(株)日本ヴォーグ社と業務提携し、同業他社が追従できないソフト面を強化、将来の事業基盤として育成

### (株)エポック社

- (株)エポック社シルバニア取扱店舗をテストマーケティングとして2店舗に導入（高崎店・福井店）



1) 顧客年齢構成比変動 (%) \* 導入後2ヵ月間の実績と昨年同時期を比較

	高崎店						
	～10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代～
導入前	0.3	4.0	12.9	23.3	23.5	22.8	13.8
導入後	1.0	5.8	16.2	20.0	22.2	25.2	11.7

	福井店						
	～10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代～
導入前	0.8	4.5	11.6	17.3	22.0	27.1	17.3
導入後	1.9	6.5	10.7	18.0	25.9	26.7	15.0

新たに若年層のお客様の来店が増加

2) 手芸分類売上構成比変動

	高崎店	福井店
導入前	19.7%	17.4%
導入後	24.7%	26.1%

低迷していた手芸分類の売上減少をシルバニア（手芸分類）で補完・増強

\* 導入後2ヵ月間の実績を2020年6月期と同時期で比較

**テストマーケティングにより、経営課題の解決につながる成果を認識**

### (株)日本ヴォーグ社

- 来期のWebライブビューイング型教室の実現に向けて協業開始
- コラボした季刊誌の刊行について検討中
- (株)日本ヴォーグ社の通販カタログを店頭配布（7月売上実績約250件）
- (株)日本ヴォーグ社プロデュースによる教室・書籍コーナーのリニューアルをテスト店舗で実施し検証中
- 中野本社オフィスに当社社員を派遣し、鮮度の良い教室・商品開発部門を設置することを検討中



当社独自トライアルによるWeb教室のイメージ

**当社だけでは成し得なかった多科目のWeb教室実現に向けて協業開始**



## 1.6 BSの概況

### 貸借対照表

(単位：百万円)

	2020年6月期	2021年6月期	増減額	主な内訳
<b>流動資産</b>	<b>11,653</b>	<b>10,681</b>	<b>△ 972</b>	
現金及び貯金	5,143	4,372	△ 770	△前期比売上減少
棚卸資産	5,186	5,415	228	+前期コロナ影響による在庫不足の解消
その他の資産	1,324	894	△ 430	
<b>固定資産</b>	<b>2,777</b>	<b>2,854</b>	<b>77</b>	
有形固定資産	1,148	1,024	△ 124	△有形固定資産の売却
無形固定資産	95	432	336	+基幹システム開発投資
投資その他の資産	1,532	1,397	△ 134	
<b>資産合計</b>	<b>14,430</b>	<b>13,535</b>	<b>△ 894</b>	
<b>負債合計</b>	<b>5,549</b>	<b>4,202</b>	<b>△ 1,347</b>	
流動負債	4,443	3,232	△ 1,211	△OS店*精算金の支払、未払消費税の支払等
固定負債	1,106	969	△ 136	
<b>純資産合計</b>	<b>8,880</b>	<b>9,333</b>	<b>453</b>	
<b>負債・純資産合計</b>	<b>14,430</b>	<b>13,535</b>	<b>△ 894</b>	

\* OS店：オーナーシステム店舗

## 1.7 CFの概況

### キャッシュフロー計算書

- ▶ キャッシュアウトは運転資金の増加によるもので、主に前期コロナ特需時の欠品を解消するための仕入が発生したことによる
- ▶ 未払消費税支払は、前期の売上増に伴い増加

(単位：百万円)

	2020年6月期	2021年6月期	主な内訳
(税引前当期純利益)	316	895	
営業活動による キャッシュ・フロー	2,444	△ 103	△ 運転資金増加 △ 未払消費税支払
投資活動による キャッシュ・フロー	3	△ 386	△ 基幹システム開発投資 △ 店舗改装、修繕の実施
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 286	△ 390	△ 配当金の支払
現金及び現金同等物の期末 残高	5,143	4,262	

## 1.8 株主還元

➤ 2021年5月13日公表の上方修正した配当予想から据え置きで、**前期比+7.00円、年32.00円**とする

### 1) 配当（基準日：2021年6月30日）

	2019年6月期			2020年6月期			2021年6月期		
	中間	期末	年間	中間	期末	年間	中間	期末	年間
一株当たり 配当金（円）	-	-	-	-	25.00	25.00	12.50	<b>19.50</b>	<b>32.00</b>

\* 当社は2020年10月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施

\* 2020年6月期については株式分割前の実際の配当金の額を記載

### 2) 株主優待（基準日：2021年6月30日）

#### ① 株主優待お買物券

- 保有株式数100株以上
- 2,500円相当のお買物券  
(500円×5枚)



#### ② 創立60周年記念株主優待品の贈呈

- 保有株式数500株（5単元）以上
- (株)エポック社とのコラボレーション  
「シルバニアファミリー限定品」1点の贈呈



- 保有株式数や保有期間に応じた新たな優待制度など更なる充実化を検討中
- (株)エポック社とコラボした記念優待品が好評だったため、継続的な実施について検討中

## 2) 2022年6月期業績見通し

---

## 2.1 2022年6月期業績予想

### 業績予想

#### 施策効果により増収増益を予想

- 2022年6月期は、システムインフラ整備の完成に伴い、各種施策効果が発現することにより、売上高は前期比106.3%増収の220億円、経常利益は前期比109.8%増益の10億円を見込む
- 上記予想を踏まえ、一株当たり配当金は**年間32円を継続**

(単位：百万円)

	2020年6月期		2021年6月期		2022年6月期予想			
	実績	構成比	実績	構成比	通期予想	構成比	前期差	前期比
売上高	22,349	100.0%	20,694	100.0%	<b>22,000</b>	100.0%	1,306	106.3%
売上総利益	13,010	58.2%	12,187	58.9%	<b>13,000</b>	59.1%	813	106.7%
販管費及び一般管理費	12,126	54.3%	11,286	54.5%	<b>12,000</b>	54.5%	714	106.3%
営業利益	883	4.0%	900	4.3%	<b>1,000</b>	4.5%	100	111.1%
経常利益	749	3.4%	911	4.4%	<b>1,000</b>	4.5%	89	109.8%
当期純利益	282	1.3%	757	3.7%	<b>850</b>	3.9%	93	112.3%

	2020年6月期			2021年6月期			2022年6月期予想		
	中間	期末	年間	中間	期末	年間	中間	期末	年間
一株当たり配当金(円)	-	25.00	25.00	12.50	19.50	32.00	<b>16.00</b>	<b>16.00</b>	<b>32.00</b>

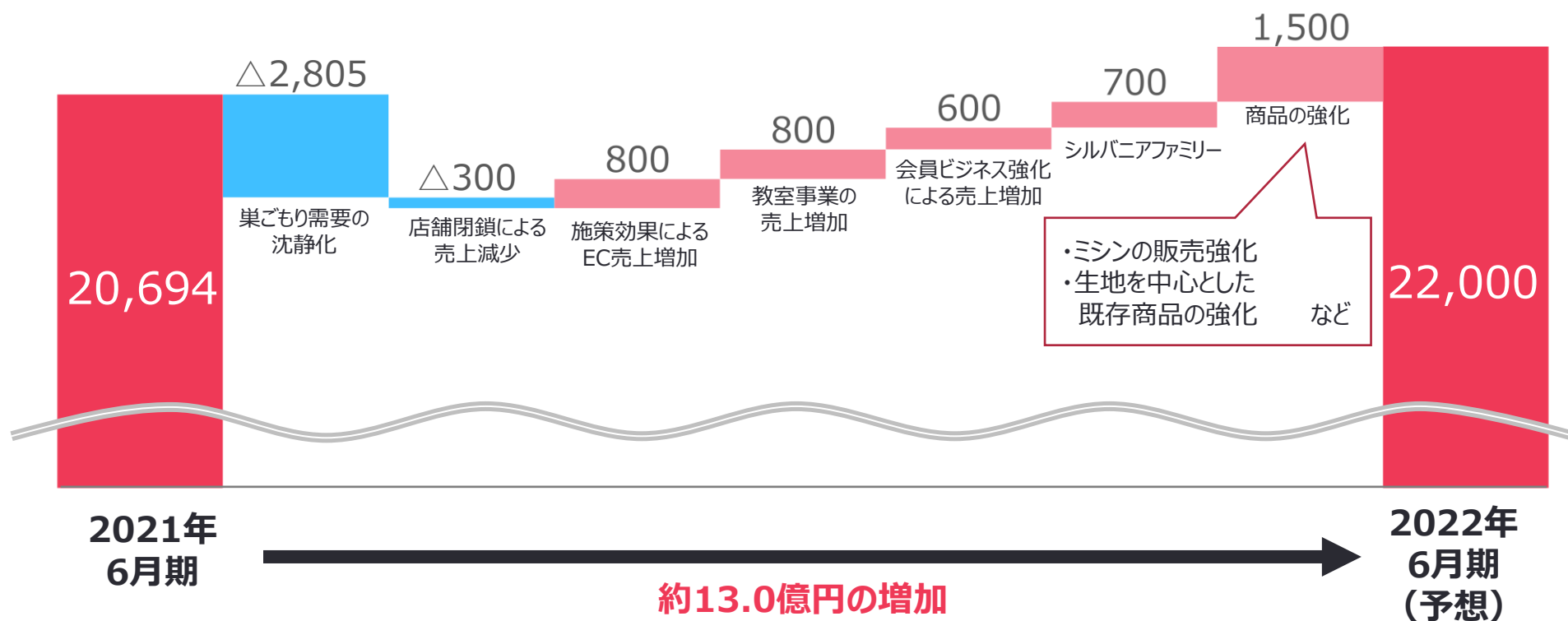
## 2.2 売上増減要因分析

### 売上の増減要因

#### 新規施策による増収を見込む

- ▶ 前期のコロナ需要沈静化や店舗数減少による売上減少を織り込み
- ▶ 各種施策による新規顧客の獲得や既存顧客の来店率向上を見込み、2022年6月期売上高は13億円増の220億円

(単位：百万円)



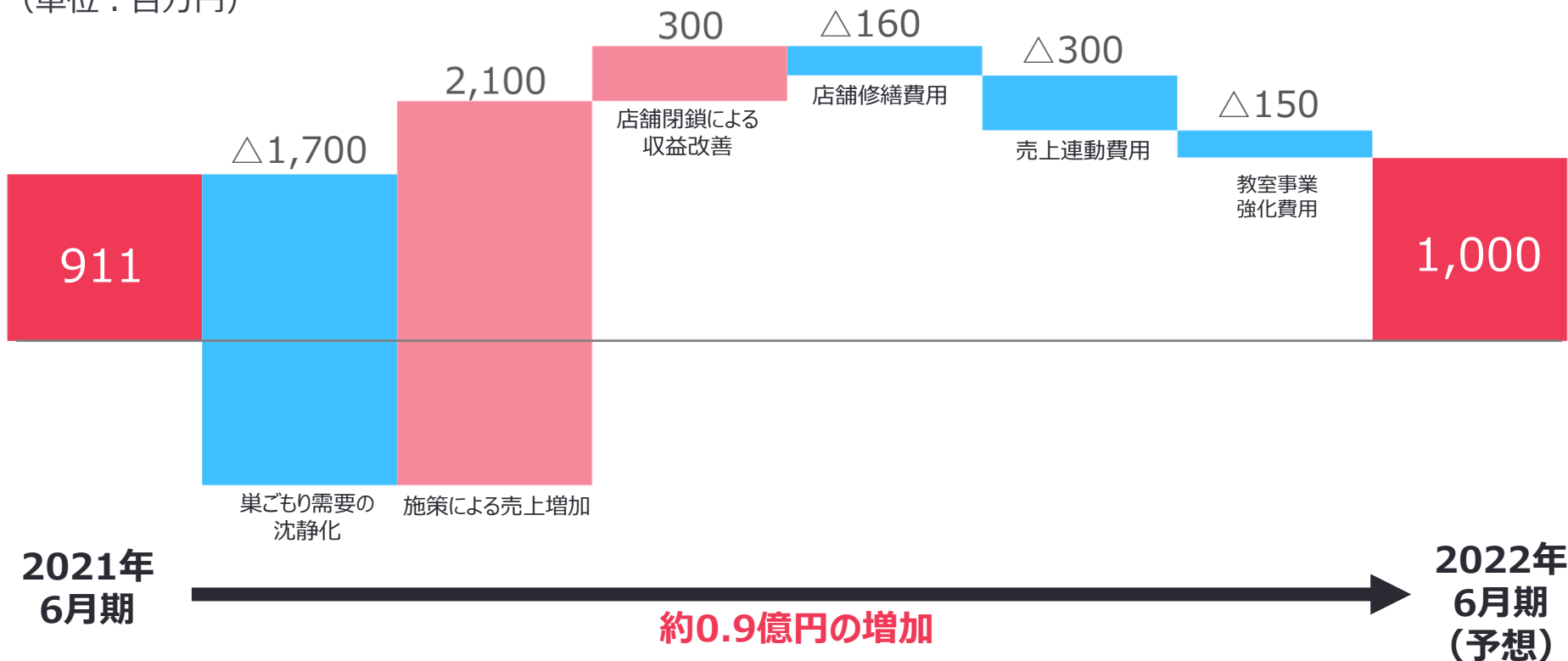
## 2.3 経常利益増減要因分析

### 経常利益の増減要因

#### 前期改善した利益率を維持し、売上増加により約0.9億円の増益予想

- 施策により売上高の増加、不採算店舗の閉鎖による固定費削減効果を見込む
- 新基幹システム、店舗修繕、教室事業の強化など将来の事業強化に向けた投資を継続

(単位：百万円)



## 2.4 期中取組施策について

### 2022年6月期 重点項目サマリー

	項目	内容	要旨
1	教室ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ライブビューイング型Web教室の確立</li> <li>■ 既存教室の内容リニューアル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ アフターコロナ社会で店舗に足を運んでいただくため、教室事業を強化。<b>(株)日本ヴォーグ社と協業でWeb教室を開講</b>、事業の柱として育成する</li> </ul>
2	会員ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 会員証の電子化推進</li> <li>■ ランクアップ制度導入</li> <li>■ 子育てエールパスの活用</li> <li>■ サブスクリプションサービス展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <b>スマホアプリ</b>による会員情報の電子化を進めており、システムインフラ稼働により、顧客ごとの詳細情報の取得が可能となるため、商品開発や販促に活かす</li> <li>➢ 入園入学商戦ではエールパス活用による<b>子育て世代への応援サービス</b>を強化</li> <li>➢ <b>サブスク</b>による新たな特典を導入し、ファン層を拡大</li> </ul>
3	シルバニアファミリー	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 取扱店舗数を100店舗に増強</li> <li>■ ECでの取扱い</li> <li>■ クリスマス商戦への参画</li> <li>■ オリジナルキットの開発</li> <li>■ 森の手芸屋さん（シルバニアファミリー）会員制度の導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ トライアル店舗の成果をふまえ、取扱店舗を<b>100店舗</b>に拡充</li> <li>➢ 非取扱店舗ではEC基盤を活用し、教室やイベントの開催を通じ販売促進</li> <li>➢ これまでと異なるF1層を中心とした顧客誘引と入園入学に加え、<b>年末商戦</b>を新たな柱として確立する</li> </ul>
4	システムの刷新	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ オムニチャネル環境の整備</li> <li>■ 店舗POSレジの刷新</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ これまで分断されていた店舗と通販の情報を一元化し、<b>130万人会員のタッチポイントを増強</b>し、EC販売の拡大を実現する</li> <li>➢ POSレジをタブレット型に入れ替え、CRM（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）ツールを新たに導入し、<b>購買行動や顧客属性に応じた、きめ細やかな販促を推進</b></li> </ul>
5	設備投資	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 新規出店2店舗 閉鎖9店舗</li> <li>■ 研究開発としてモデル店改装2店舗</li> <li>■ 経年劣化店舗の美観修繕改装10店舗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 2期ぶりに<b>新規出店を再開</b></li> <li>➢ 閉店は最小限に抑えつつ、<b>将来につながる投資</b>として既存店の改装を10店舗で計画</li> <li>➢ 投資計画（改修費用と設備投資額の合計）は前期と同等</li> </ul>
6	新人事制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 目標管理制度・新等級制度の運用開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 働きがい、やりがいを持って職務を遂行できるよう、成果報酬型の給与制度を導入して<b>業績に反映</b></li> <li>➢ <b>店舗運営部門の改革を推進</b>、お客様起点で物事をとらえ、行動する組織への革新</li> </ul>



### 3) 中期経営計画

---

### 3 中期経営計画

#### 21年6月期は計画未達となったが、計画数値はほぼ昨年公表の水準を維持

- コロナウイルス感染症拡大の影響によりマクロ環境は不透明だが、オムニチャネル環境をはじめとするインフラ整備を当事業年度中に終え、各種施策効果が着実に発現されるよう取り組む

2020年8月20日公表

(単位：百万円)

	2020年6期実績	2021年6月期	2022年6月期	2023年6月期
売上高	22,349	21,185	21,900	24,800
成長率（対前期）	-	94.8%	103.4%	113.2%
営業利益	883	911	972	2,267
営業利益率	4.0%	4.3%	4.4%	9.1%
経常利益	749	899	960	2,255
経常利益率	3.4%	4.2%	4.4%	9.1%

2021年8月11日修正

(単位：百万円)

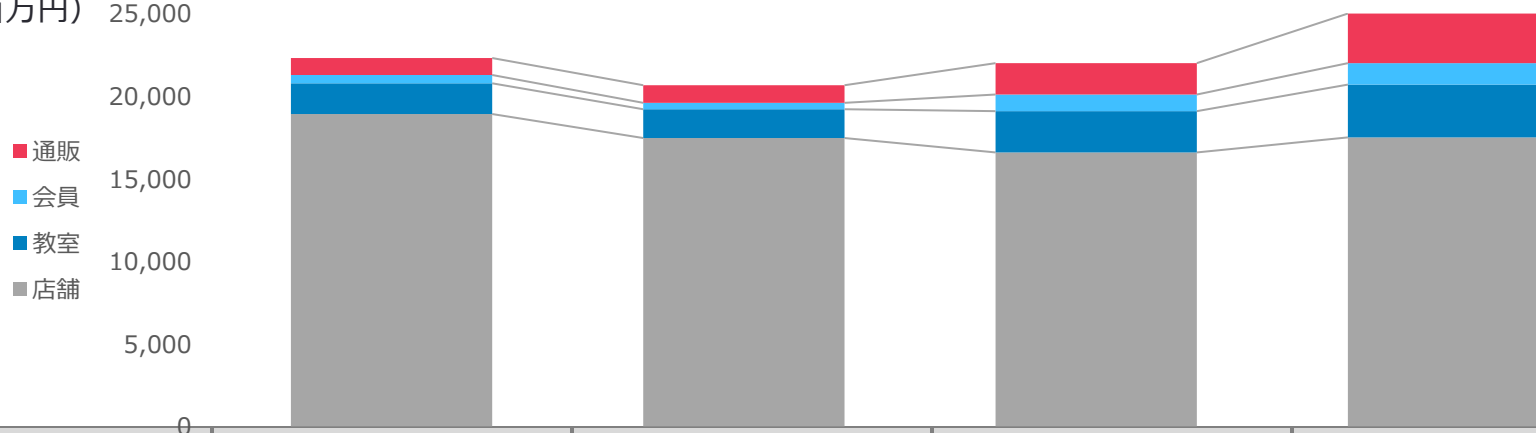
	2020年6期実績	2021年6月期実績	2022年6月期	2023年6月期
売上高	22,349	20,694	22,000	25,000
成長率（対前期）	-	92.6%	106.3%	113.6%
営業利益	883	900	1,000	2,300
営業利益率	4.0%	4.3%	4.5%	9.2%
経常利益	749	911	1,000	2,300
経常利益率	3.4%	4.4%	4.5%	9.2%

### 3 中期経営計画

#### 事業部門別中期経営計画

- システムインフラ整備により、オムニチャネルが稼働
- 教室ビジネスは、(株)日本ヴォーグ社と協業によるWeb講習会を中心に拡大
- 会員ビジネスは、サブスクリプション等の新サービス拡充により会員数を増強

(単位：百万円)



\* その他部門は収入見込みが少額なため金額割愛

	2020年6月期実績	2021年6月期実績	2022年6月期	2023年6月期
期末有効会員数目標(千名)	1,461	1,337	1,500	2,000

### 本資料及び当社IRに関するお問合せ先

- ◆本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、投資勧誘を目的とするものではありません。
- ◆本資料に記載された業績予想及び将来予測については、資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、リスクや不確実性を含むため、将来の経営成績の結果を保証するものではありません。
- ◆実際の業績等については、環境の変化などにより、本資料における将来見通しと異なる場合がございます。
- ◆万が一、この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いません。

### 本資料及び当社IRに関するお問合せ先



お問合せ先	藤久株式会社 経営企画部
所在地	〒465-8511 愛知県名古屋市名東区高社一丁目210番地
電話	052-774-1181
HP	<a href="https://www.fujikyu-corp.co.jp/index.html">https://www.fujikyu-corp.co.jp/index.html</a>