



ユニフォームネクスト株式会社（3566）

2022年12月期 決算説明資料

## 経営理念

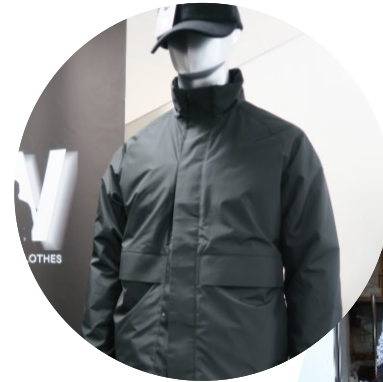
Let's make work life happy!!

# 「はたらく」を幸せに。

ユニフォームの導入を通じた  
お客様の業績向上を目的とし、

ECとしては例外的な  
提案力、サービス、在庫管理などの内製化で  
当社独自の価値を高め差別化。

日本中の企業と社員の  
幸せなワークライフを目指します。



## 会社概要

|      |                                          |
|------|------------------------------------------|
| 社名   | ユニフォームネクスト株式会社                           |
| 設立   | 1994年4月                                  |
| 代表者  | 代表取締役社長 横井 康孝                            |
| 本社   | 福井県福井市八重巻町25号81番地                        |
| 従業員数 | 社員数125人 2022年12月31日時点<br>平均臨時雇用者数107人 外数 |
| 経営理念 | ワークライフをハッピーに                             |
| 事業内容 | 業務用ユニフォームの販売                             |



# ユニフォームネクストの強み1

EC通販に関する殆どの業務の内製化と同一拠点に集約することで部門連携によるスピーディーで高品質な対応を実現



**コールセンター**  
注文・問合せ対応

Customer Support  
**接客**

Web Design  
**制作**

**WEBデザイナー**  
ホームページ・カタログ制作



Advertising  
**広告**

**SEMディレクター**  
SEO・WEB広告運用

同一空間  
相互業務理解  
共通言語

Logistics  
**物流**

**物流管理・加工管理**  
在庫管理・荷役・流通加工

Information Technology  
**IT**

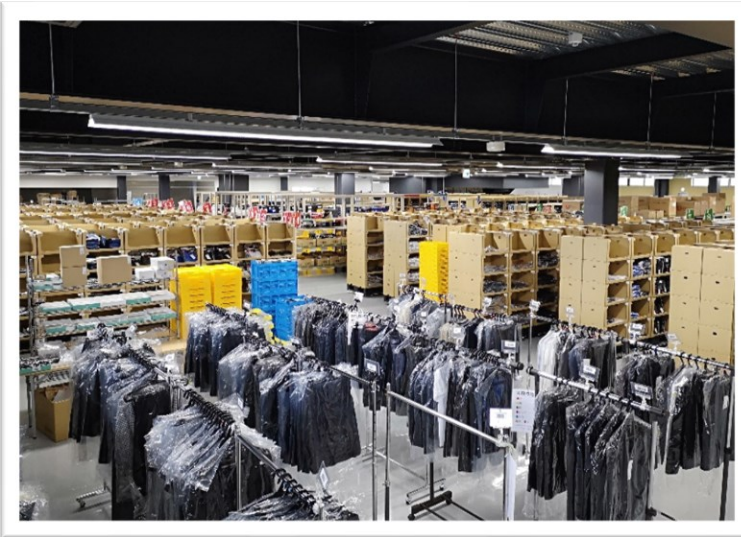
**システムエンジニア**  
自社サービス開発・業務効率化



- ✓ ホームページ・WEB広告のPDCAを高速回転
- ✓ お客様の声、コールセンターの要望を即座にホームページや広告、システム、在庫確保に反映  
(例) キャンペーン内容の決定から最短30分で実行

## ユニフォームネクストの強み2

### 自社物流



- ✓ イレギュラーな要望に対応が可能
  - ✓ 梱包や在庫管理の高品質化
  - ✓ 重点商品を在庫し即出荷にも対応
- ※他社は原則受注仕入がほぼ

### 自社流通加工



- ✓ 刺しゅう・プリントなどの流通加工を、原則自社対応でスピード化
- ✓ 加工技術の積み上げ

地方ならではの低立地コストと、教育水準が高いことで実現

# 事業実績

---

## 22/12期 ハイライト

### 業績概況

- ・売上高6,333百万円（前年比23.8%増）
- ・営業利益401百万円（同13.4%増）
- ・経常利益409百万円（同15.1%増）
- ▶ コロナウイルス感染拡大の影響も少なく、DMカタログやWEB広告の積極的な投資により、新規顧客の増加に繋がった。また、6月の早期梅雨明けによる猛暑時期の長期化でファン付き作業服を中心とした夏物作業服カテゴリ等の売上が伸長。この夏季に獲得した顧客に対し、メールマガジン等で効率的な販促を行うことにより、秋冬シーズンの作業服や防寒服が好調に推移。

### 部門別内訳

- ・ サービス部門 売上高2,303百万円（前年比10.9%増）
- ・ オフィスワーク部門 売上高3,566百万円（同32.7%増）
- ・ その他 ホールセール（訪問営業）販売実績 463百万円（同32.3%増）

### トピックス

- ・ ECサイト上でユーザー属性ごとに最適な提案を実現する、WEB接客ツールの導入開始
- ・ ファン付き作業服売上実績が前年比200%超の大幅増  
※商品管理グループ始動による企画連動性の向上、マーケティング部門全体での適時適切な販促実施により販売が伸長
- ・ WEB通販部門でのアウトバウンドコール強化による、顧客の囲い込みの強化
- ・ ホールセールの体制強化による大口受注の更なる増加（オリジナル加工デザインの提案強化）
- ・ 社内開発環境の整備、オフショア開発の導入による、システム開発スピードの上昇

# 22/12期 ハイライト

## ▶ ファン付き作業服売上実績が前年比200%超の大幅増

【春夏用】バトル エアークラフトベスト[男女兼用](03-AC1034)

業界最長のPM5時まで受付中! この商品は即日出荷できます! 即日出荷

タグ: 作業服 春夏 バトル BURTLE 春夏 ファン付き作業服 BURTLE エアークラフト かっこいい作業服 おしゃれ作業服 女性用 作業服 涼しい作業服

発売から圧倒的人気のエアークラフトで一番売れているベスト!

当店人気エアークラフト部門 No.1

AC1034

※※! こちらは作業服のみの販売です ※※

エアークラフト(ファン付き作業服)として使用する際には、バッテリーとファンの備品購入が必要です。詳しくはこちらをご覧ください

Q 袖タイプで選ぶ 空調服®・エアークラフト

ベスト > 半袖 > 長袖 >

バッテリー・ファンをお探しの方はこちら >

Q 機能・特徴で選ぶ 空調服®・エアークラフト

フルハーネス対応 > 撥100% > レディース >

Q メーカーで選ぶ 空調服®・エアークラフト

バトル エアークラフト  
おしゃれなデザインで人気のかっこいいエアークラフト(acra)はこちら  
詳しくはこちら >

ジーバック ファン付き作業服・空調服®  
ベーシックなデザインと長袖・半袖・ベストすべての空調服が揃う豊富な種類が人気です。  
詳しくはこちら >

自重堂 ファン付き作業服・空調服®  
人気ブランドJawlynや、DRAGONの空調服も様々な種類。作業服と合わせる空調服も人気です。  
詳しくはこちら >

アイトス ファン付き作業服・空調服®  
TULTEKとのコラボ空調服など、カジュアルでサイズ展開が多い空調服ならアイトスがおすす。  
詳しくはこちら >

＼お急ぎの方はこちらからお探ください／

PM5時までのご注文で最短明日届く! すぐに届く!

はじめて買う方におすすめ 迷ったらコレ!

バトルエアークラフト 人気No.1

毎年圧倒的人気の理由は?

POINT 1 涼しくて動きやすい!

薄手で涼しくも強いポリエステル素材は涼しさも抜群!袖やフードが作業の邪魔にならず、快適に動けます。裏メッシュから抜ける空気が身体を涼やし、首元に保冷剤を入れればさらに涼しく!

POINT 2 オンオフ使えるデザイン

ハーネス用腰掛け目立つポケットが作業感がないので、レジャーや軽作業にも普段使いもできるデザイン。どんなシーンでもおしゃれに着こなせる!

POINT 3 抜群のコスパ!

デザイン、機能性、価格、すべてのバランスが揃った高いコスパ!はじめてファン付き作業服を着る方にも選ばれています。買い替え用も購入しやすい3000円以内のお手頃価格!

YouTuber野坂が動画で超分かりやすく解説!

圧倒的 人気No.1

バトル AC1034 エアークラフトベスト

全身揃えてかっこいい! おすすめコーディネート

※タブをクリックするとカラー別のコーディネートを見ることが出来ます。

バトル(52) カモンフラッグ(29) アーミーグリーン(53)

コーディネートアイテムはこちら

カーゴパンツ (270) (1)

シューズ (18-00007) (バトル) (99)

ヘルメット (60-0001) (M/M) (1)

ヘルメット (60-0001) (M/M) (1)

普通の作業服と違ってサイズ選びが難しい... 空気をいれるとどんな感じになるの?

エアークラフトのサイズや着心地について不安な方へ

購入サイズ表

身長: 153cm

胸囲: 90cm

袖長: 55cm

腕回り: 28cm

肩幅: 45cm

身長: 165cm

胸囲: 100cm

袖長: 60cm

腕回り: 32cm

肩幅: 50cm

ベスト サイズ

ベスト サイズ

動画で超分かりやすく解説!

- ・ユーザーが選びやすいようにカテゴリ分けを行い、説明動画、おすすめポイント、コーディネートなど独自コンテンツを内部作成。積極的な在庫確保に加え、購入しやすいサイトづくりをスピーディに推進し、大幅な販売実績アップを達成。



## 新型コロナウイルスの影響

---

### 事業への影響

- ・ 飲食店系に関しては感染拡大の影響は少なくなってきており、10月以降の人の動きの活発化と合わせ受注も従来水準へと戻りつつある。
- ・ 作業服、医療ユニフォーム、事務服の販売への影響はほぼなし。
- ・ 海外生産商品の納期については全体として大きな影響はなし。  
(コンテナ不足等によるメーカーへの商品入荷遅延は新商品の一部に発生)

---

### 当社内の対応状況

- ・ 従業員の安全に配慮し、在宅勤務環境を整備。  
物流、加工部門以外は在宅勤務を適宜実施。在宅勤務時の生産性への大きな影響はなし。
  - ・ 商談、訪問の一部オンライン化。
-

## 業績概要

単位：百万円

|       | 21/12期 | 22/12期 | 前年比   | 通期予想  | 達成率  |
|-------|--------|--------|-------|-------|------|
| 売上    | 5,115  | 6,333  | 123%  | 6,178 | 102% |
| 売上総利益 | 1,905  | 2,349  | 123%  | —     | —    |
| 対売上比  | 37.3%  | 37.1%  | -0.2% | —     | —    |
| 販売管理費 | 1,551  | 1,947  | 125%  | —     | —    |
| 対売上比  | 30.3%  | 30.8%  | 0.5%  | —     | —    |
| 営業利益  | 354    | 401    | 113%  | 376   | 106% |
| 対売上比  | 6.9%   | 6.3%   | -0.6% | 6.1%  | —    |
| 経常利益  | 356    | 409    | 115%  | 377   | 108% |
| 当期純利益 | 233    | 276    | 118%  | 249   | 110% |

- ・ WEB広告の単価上昇、WEB広告等の積極的な広告投資により広告費が増加した一方で、人件費や支払い手数料等の予算未達により、販売費及び一般管理費が抑制された結果、経常利益は通期予想を超えて着地。

## 業績概要（四半期）

単位：百万円

|       | 1Q    | 2Q    | 3Q    | 4Q    |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 売上    | 1,166 | 1,934 | 1,527 | 1,705 |
| 売上総利益 | 424   | 714   | 569   | 640   |
| 対売上比  | 36.4% | 36.9% | 37.3% | 37.5% |
| 販売管理費 | 417   | 584   | 473   | 472   |
| 対売上比  | 35.8% | 30.2% | 31.0% | 27.7% |
| 営業利益  | 7     | 130   | 95    | 168   |
| 対売上比  | 0.6%  | 6.7%  | 6.3%  | 9.9%  |

- ・ 1Q（1～3月）・3Q（7～9月）はいわゆるユニフォーム販売の閑散期にあたり、繁忙期に向けた広告の先行投資で利益が少なくなる傾向  
3Qについてはファン付き作業服の需要増で底上げができるようになってきている

## 財政状態

単位：百万円

|      | 21/12期末 | 22/12期末 |         | 21/12期末 | 22/12期末 |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 流動資産 | 2,308   | 2,659   | 流動負債    | 905     | 988     |
| 現預金  | 1,692   | 1,961   | 電子記録債務  | 243     | 265     |
| 商品   | 408     | 410     | 買掛金     | 219     | 271     |
| 固定資産 | 1,104   | 1,051   | 固定負債    | 42      | —       |
| 有形   | 971     | 941     | 長期借入金   | 26      | —       |
| 無形   | 86      | 61      | 純資産     | 2,465   | 2,722   |
| 資産合計 | 3,413   | 3,711   | 負債純資産合計 | 3,413   | 3,711   |

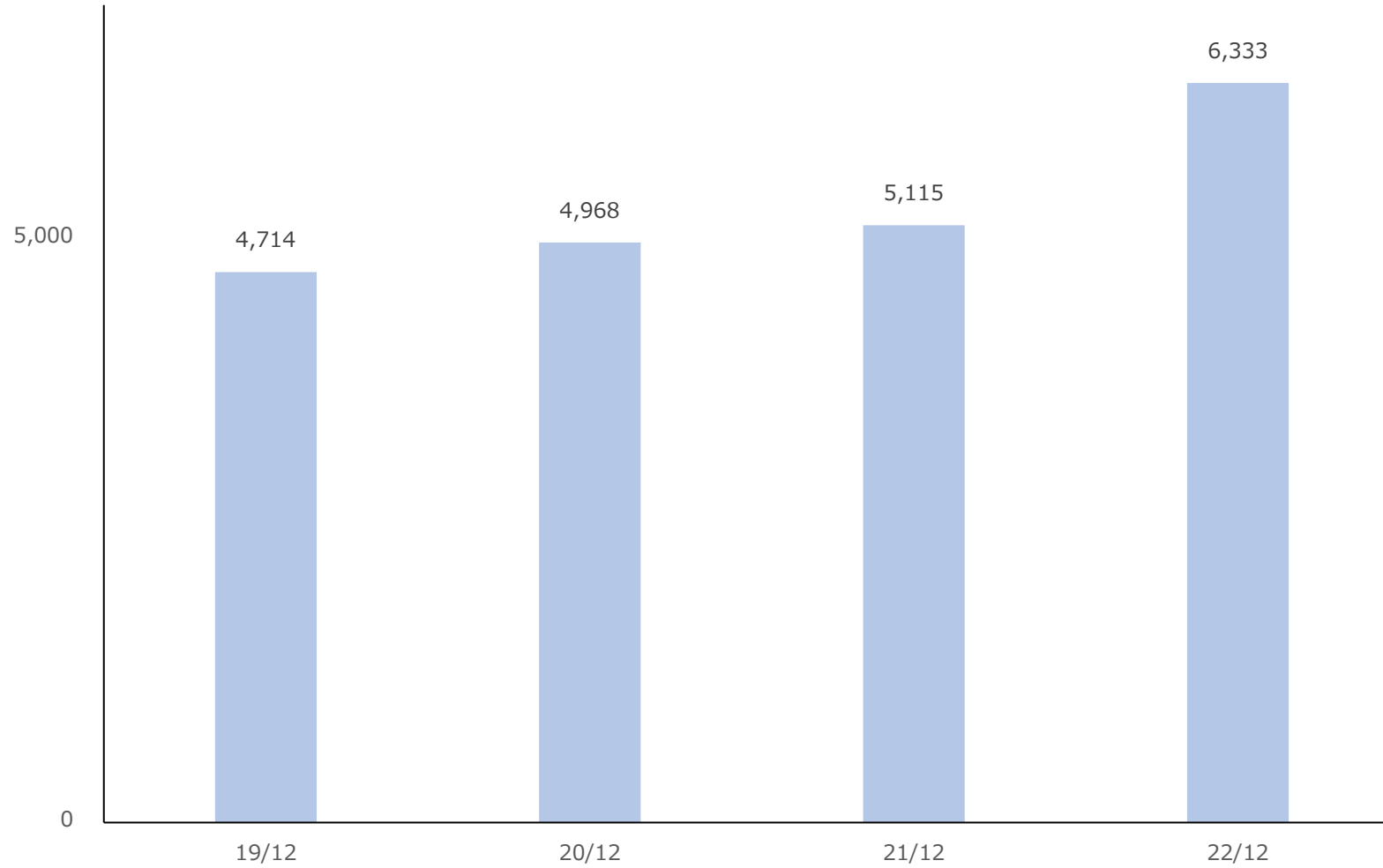
## キャッシュ・フローの推移

単位：百万円

|                      | 21/12期 | 22/12期 | 増減要因 |
|----------------------|--------|--------|------|
| 営業活動による<br>キャッシュ・フロー | 253    | 408    |      |
| 投資活動による<br>キャッシュ・フロー | △22    | △16    |      |
| 財務活動による<br>キャッシュ・フロー | △129   | △121   |      |
| 現金及び現金同等物の<br>期末残高   | 1,692  | 1,961  |      |

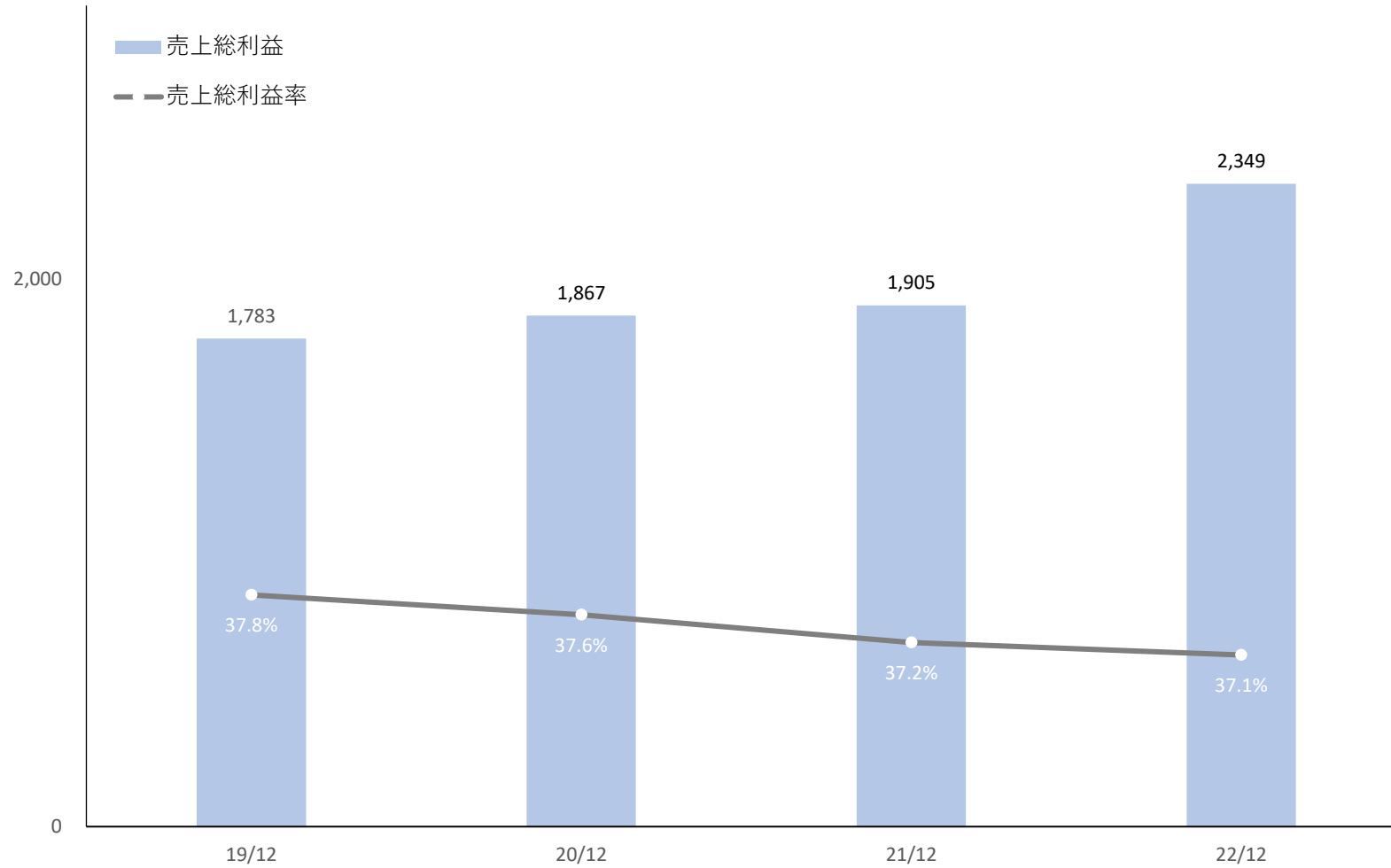
## 売上高の推移

単位：百万円



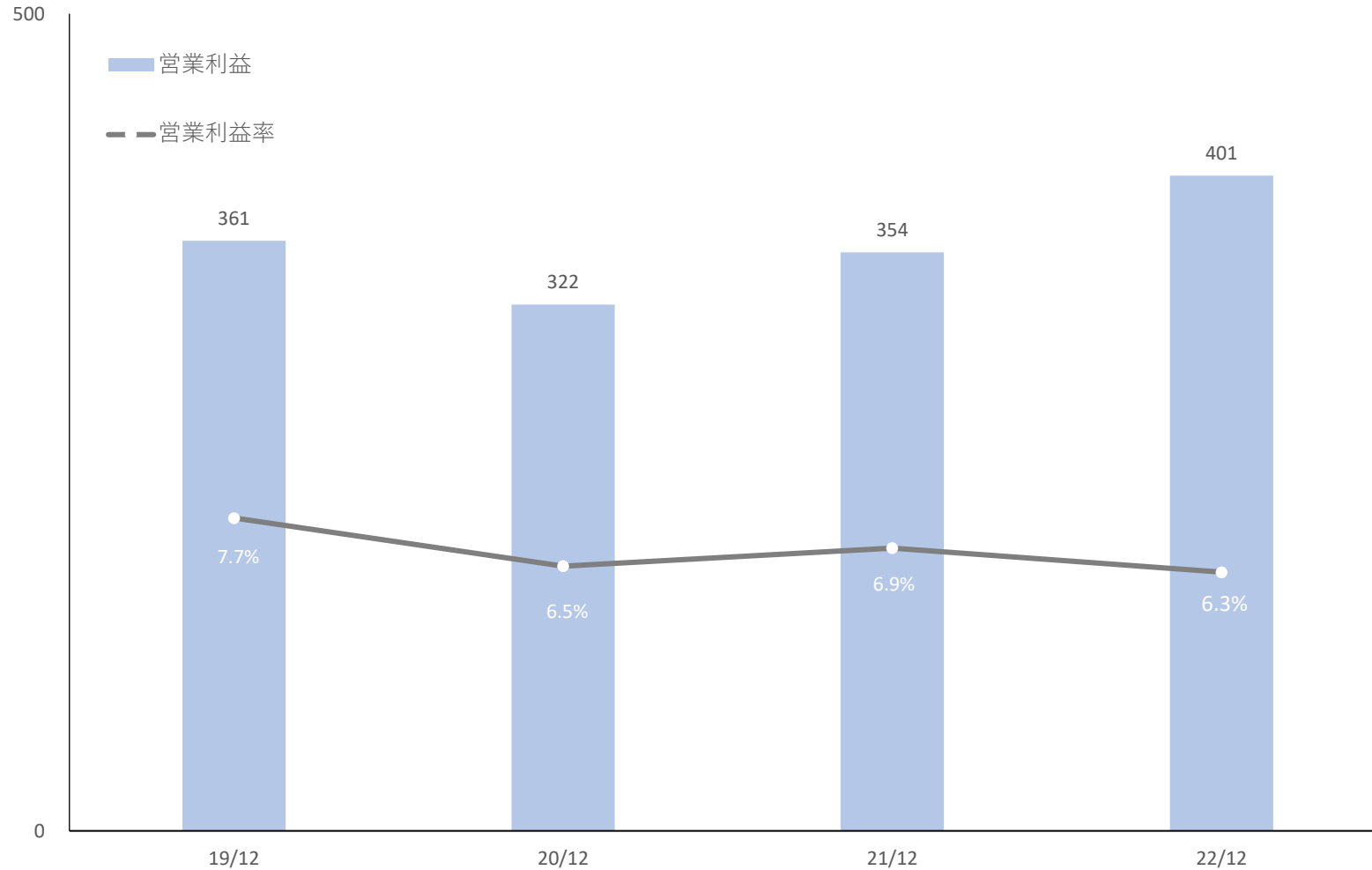
# 売上総利益・売上総利益率の推移

単位：百万円



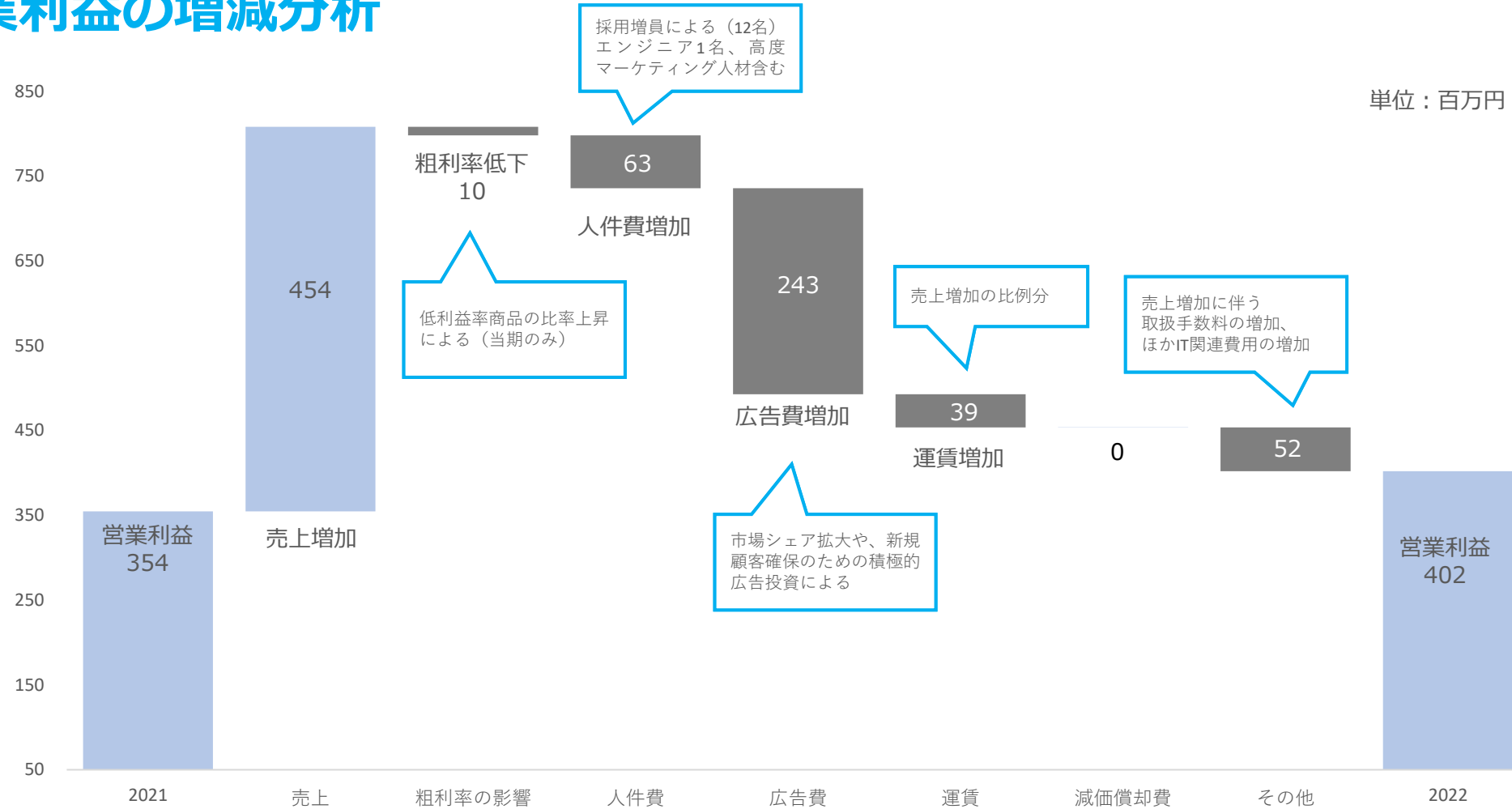
# 営業利益・営業利益率の推移

単位：百万円

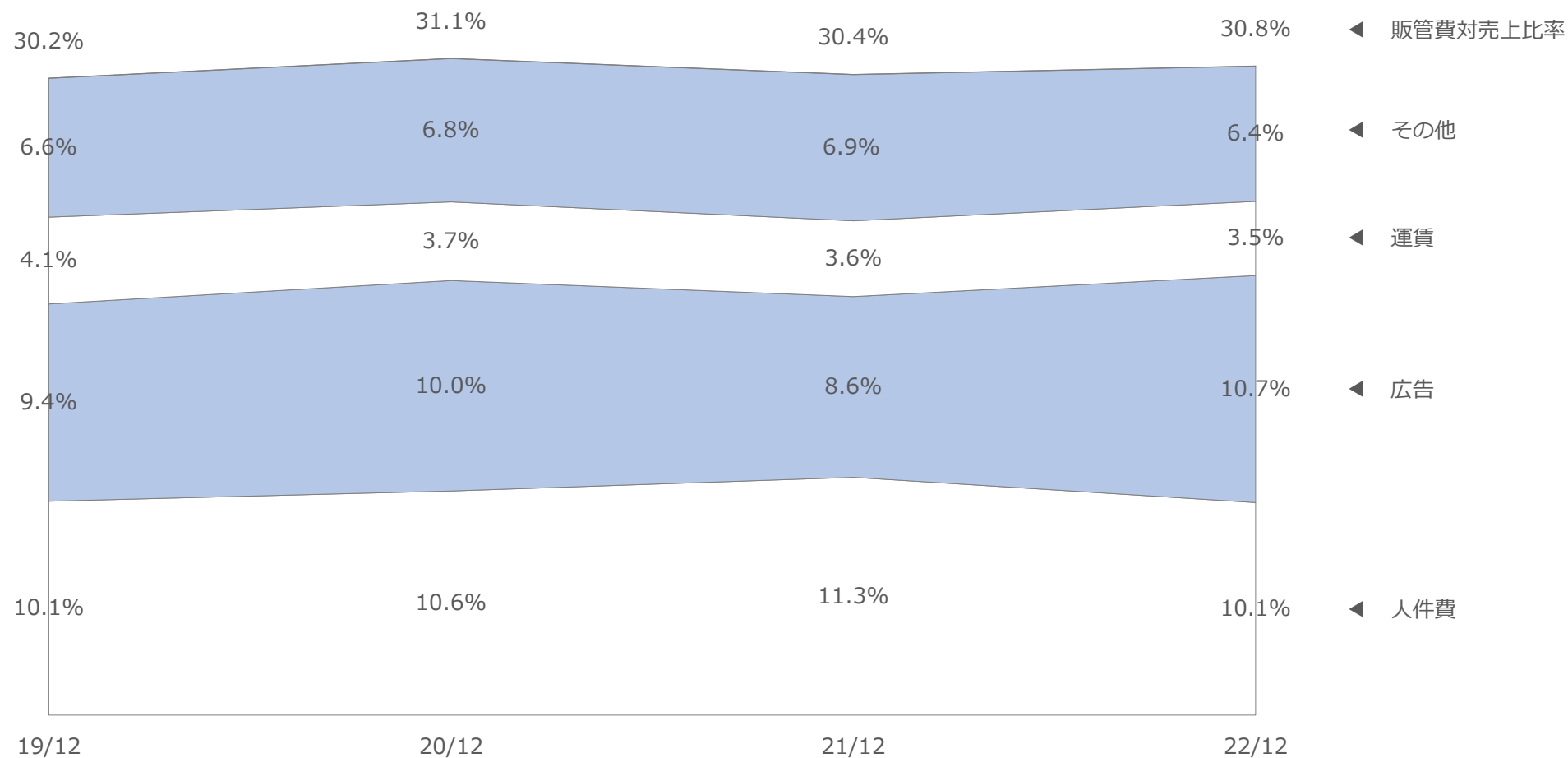




# 営業利益の増減分析



## 販管費の推移

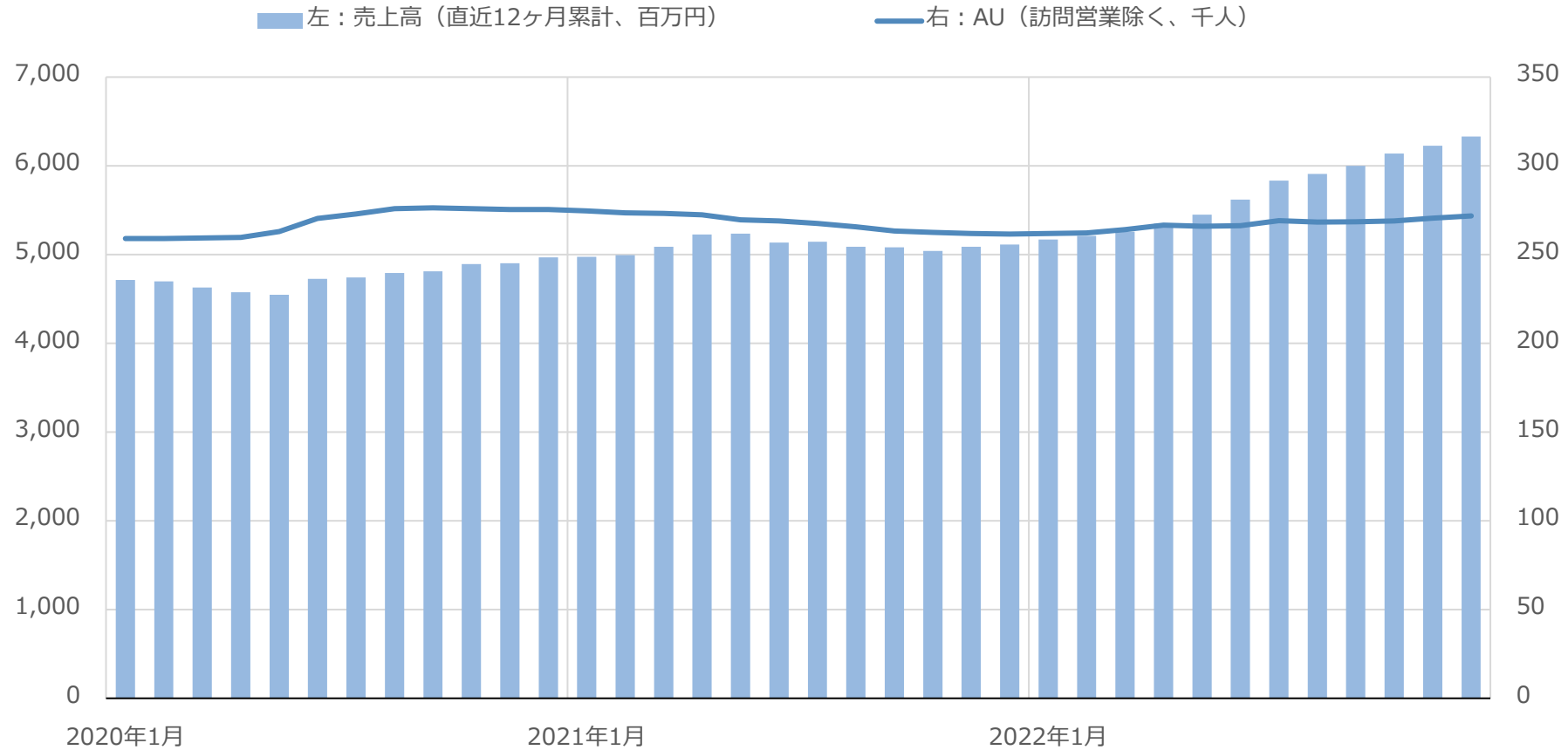


※19/12の運賃比率の高さは、物流委託費（運賃として計上）の自社運用への切り替え（人件費として計上）の過渡期によるもの。

※21/12の広告費は感染拡大を見込み効率化を図ったものの、個人ユーザーの取りこぼしが発生したことから、

22/12は個人ユーザーの獲得、市場シェア確保のため積極投資。今後は市場シェアをみながら緩やかに引き下げていく見込み。

# AU（アクティブユーザー）と売上推移



2020年途中よりAUが伸び悩んでいるのは、飲食店や病院の廃業・廃院等を通じて顧客の離脱が増加しているため。

※AU：直近2年間で1度以上注文いただいたお客様

2021年12月：261,658      2022年12月：271,911

# 2023年12月期 事業計画

---

## 23/12期 通期業績予想

|              | 23/12期計画 | 成長率   |
|--------------|----------|-------|
| 売上高          | 7,696百万円 | 21.5% |
| 営業利益         | 502百万円   | 24.9% |
| 経常利益         | 513百万円   | 25.1% |
| 当期純利益        | 338百万円   | 22.3% |
| 1株当たり配当金（予定） | 3円       | —     |

※配当については、2023年1月1日付けで株式分割（1：4）を行っているため、  
前年の基準に合わせると12円相当となる（22/12期 実績10円）

## 23/12期 事業計画 概略

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 売上高   | 7,696百万円（前年比21.5%増）<br>▶引き続き、売上の増強による「市場シェアの拡大」をテーマに、積極的な広告運用とファンづくり施策を通じたアクティブユーザーの増加に注力する。<br>▶マーケティング：獲得した顧客へのメールマガジンによる効率的なサイトへの誘引、誘引先のWEBページの強化や、ブランドイメージの構築により新規獲得会員のリピーター化、CVRの改善に取り組む。在庫管理では在庫欠品予測システムの導入で欠品率低下を図る。<br>▶営業部門：ホールセールは業種担当からエリア担当への切り替えで、営業活動の集中と効率化に着手。WEB通販部門はアウトバウンドコールの強化を図り、高単価の受注を取り込む。 |
| 売上総利益 | 2,849百万円（前年比21.3%増）<br>▶プロダクトミックス変化が落ち着き、粗利率は下げ止まる                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 販売管理費 | 2,346百万円（前年比20.5%増）<br>▶原料高騰に伴う電気代の上昇など、一部費用の上昇は見られるものの売上の増加により各項目の売上比率は大きく変動しない、もしくは微減。<br>人件費比率（10.1% → 10.0%）<br>広告宣伝費比率（10.7% → 10.6%）                                                                                                                                                                          |
| 営業利益  | 502百万円（前年比24.9%増）                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 当期純利益 | 338百万円（前年比22.3%増）                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

## 23/12期 トピックス

---

### 販売施策

- ・WEB接客ツールの積極的活用や接客待遇の品質向上により、リピート率やNPS（ネットプロモータースコア）の向上を目指す
- ・ユニフォーム管理サービスを始めとする、顧客の利便性を高め、ワークライフをハッピーにする新サービス（SaaS）の土台作り
- ・購入時期、規模等の顧客属性に応じた施策でリピート顧客数の10%増加を図る
- ・他社との差別化となる、自社独自のプリント加工技術の開発、サービス開始
- ・ホールセール体制強化による大口受注の更なる増加
- ・WEB通販部門でのアウトバウンドコール強化による、顧客の囲い込みの促進

---

### 組織・システム・その他

- ・物流倉庫の増築（10月稼働）により、在庫保管能力が従来の2倍に向上
  - ・在庫欠品予測システムの導入により、欠品率の低下を図る
  - ・短日短時間正社員、ダブルジョブ（社内副業）、副業制度（社外）など多様性のある働き方の導入やティール組織への変換で、エンゲージメントを上昇させる
-



・2023年10月から稼働予定の物流倉庫増築イメージ（左側が増築部分）



# 免責事項および将来見通しに関する注意事項

## 免責事項

この資料は皆様の参考に資するため、ユニフォームネクスト株式会社（以下、「当社」という。）の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。

当資料に記載された内容は、現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。

## 将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。