



ユニフォームネクスト株式会社（3566）
2023年12月期第2四半期 決算説明資料

経営理念

Let's make work life happy!!

「はたらく」を幸せに。

ユニフォームの提案と導入を通じた
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 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

物流管理・加工管理
在庫管理・荷役・流通加工

Logistics
物流

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

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

23/12期2Q ハイライト

業績概況

- ・売上高**3,724百万円**（前年比20.1%増） 2Q 計画対比 ↗
- ・営業利益**246百万円**（同79.0%増） 2Q 計画対比 ↗ ↗
- ・経常利益**257百万円**（同80.7%増） 2Q 計画対比 ↗ ↗

▶新型コロナウイルスの5類感染症移行に伴い人流が戻りつつある影響により、新規出店や採用増に繋がったことで飲食店からの注文が増加。飲食店カテゴリの売上はコロナ禍前の水準を上回った。ワーク部門では春先に気温が上昇し夏物の販売が伸長したものの、6月は前年が猛暑特需となっていたことで前年比で伸び悩んだ。利益面は、前年の低利益率商品の構成比率改善や、システム化による業務効率化で人件費が抑制された結果、営業利益は前年比79.0%の増収となった。

部門別内訳

- ・サービス部門 売上高1,482百万円（前年比21.5%増）
- ・オフィスワーク部門 売上高1,980百万円（同19.4%増）
- ・その他 ホールセール部門販売実績 261百万円（同18.3%増）

トピックス

- ・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）が継続的に向上
- ・顧客企業の利便性を高めるユニフォーム管理サービスの開発進捗が加速
- ・購入時期、規模等の顧客属性に応じた施策により、リピート顧客数の増加に繋がっている
- ・ホールセール部門の体制強化により受注が増加
- ・10月稼働予定の物流倉庫増築は順調に進捗

23/12期2Q ハイライト



▶ 新型コロナウイルスの5類移行により人流が復活し、飲食店向けユニフォームが好調



▶ 4、5月の気温上昇により、ファン付き作業服を含む夏物衣料が売上を牽引

業績概要

単位：百万円

	22/12期2Q	23/12期2Q	前年比	通期予想	達成率
売上	3,100	3,724	120%	7,696	48%
売上総利益	1,139	1,381	121%	—	—
対売上比	36.8%	37.1%	0.3%	—	—
販売管理費	1,001	1,134	113%	—	—
対売上比	32.3%	30.5%	-1.8%	—	—
営業利益	137	246	179%	502	49%
対売上比	4.4%	6.6%	2.2%	6.5%	—
経常利益	142	257	180%	513	50%
当期純利益	93	167	179%	338	49%

- ・ 昨年発生していた低利益率商品の構成比上昇が改善されたことで売上総利益率が向上。
さらにシステム効率化等による人件費等の抑制で販管費も抑えられた結果、営業利益率も向上。
- ・ 昨年は2Q末に猛暑特需があり、今年は平年通り夏期ピークが3Qに含まれる。4Qの冬期も含め天候影響に左右されやすいことから、現段階での通期予想の変更はなし。

業績概要（四半期）

単位：百万円

	2022/1Q	2Q	3Q	4Q	2023/1Q	2Q
売上	1,166	1,934	1,527	1,705	1,430	2,294
売上総利益	424	714	569	640	517	863
対売上比	36.4%	36.9%	37.3%	37.5%	36.2%	37.6%
販売管理費	417	584	473	472	473	660
対売上比	35.8%	30.2%	31.0%	27.7%	33.1%	28.8%
営業利益	7	130	95	168	43	202
対売上比	0.6%	6.7%	6.3%	9.9%	3.1%	8.8%

- ・ 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

	22/12期末	23/12 2Q末		22/12期末	23/12 2Q末
流動資産	2,659	2,697	流動負債	988	1,411
現預金	1,961	1,431	電子記録債務	265	323
商品	410	760	買掛金	271	555
固定資産	1,051	1,578	固定負債	—	—
有形	941	1,482	長期借入金	—	—
無形	61	47	純資産	2,722	2,864
資産合計	3,711	4,276	負債純資産合計	3,711	4,276

- ・「商品」の増加は、ファン付き作業服等の新商品在庫入荷が2Qに重なったため。
 昨年は2Q末に発生した猛暑特需で2Q内に商品出荷が進んでいたことも今年増加している要因のひとつ
- 「買掛金」の増加は、同じくファン付き作業服等の仕入が増加したことによる。

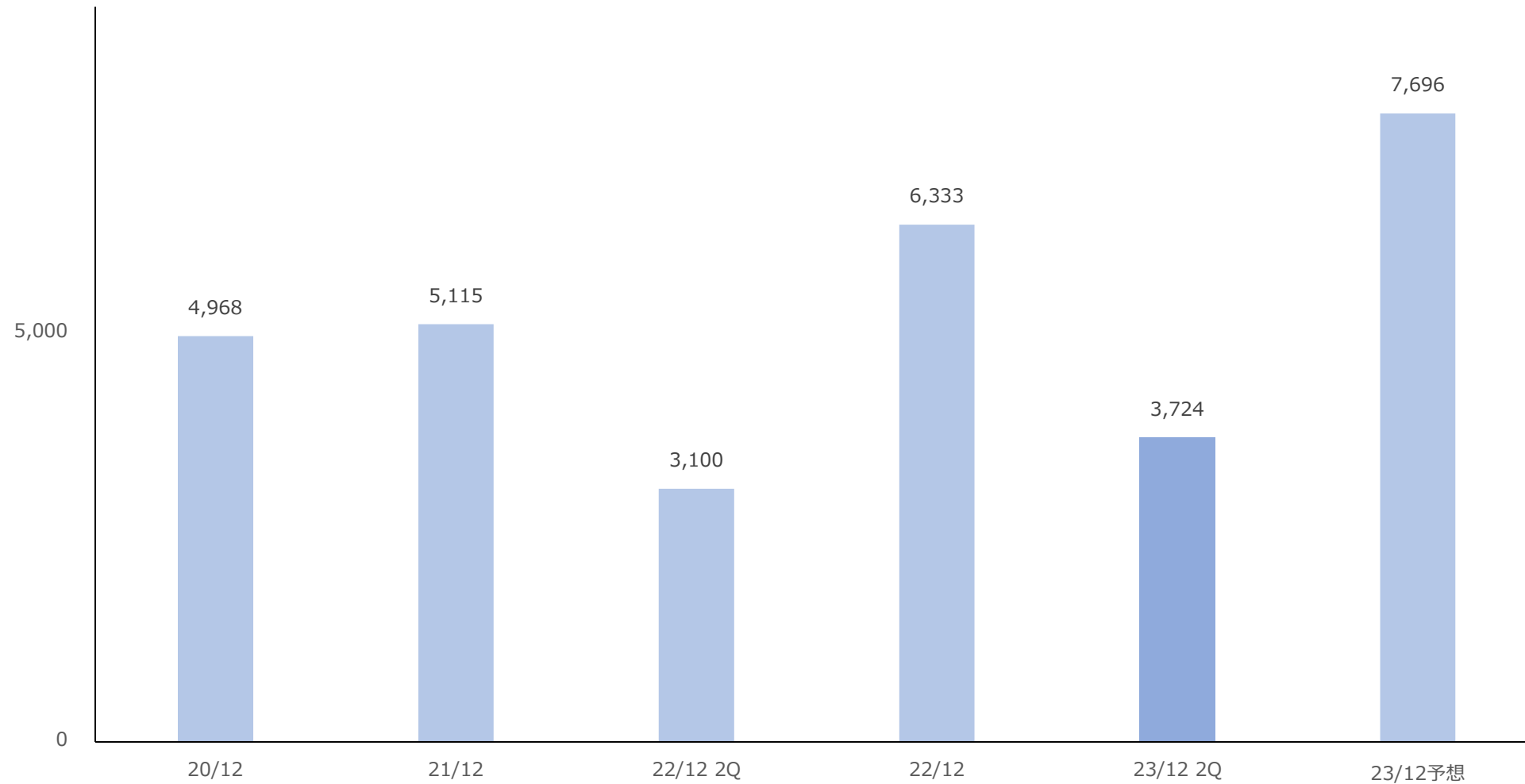
キャッシュ・フローの推移

単位：百万円

	22/12期 2Q	23/12期 2Q	増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	110	83	在庫増加
投資活動による キャッシュ・フロー	△6	△561	物流倉庫増築費用
財務活動による キャッシュ・フロー	△77	△51	
現金及び現金同等物の 期末残高	1,719	1,431	

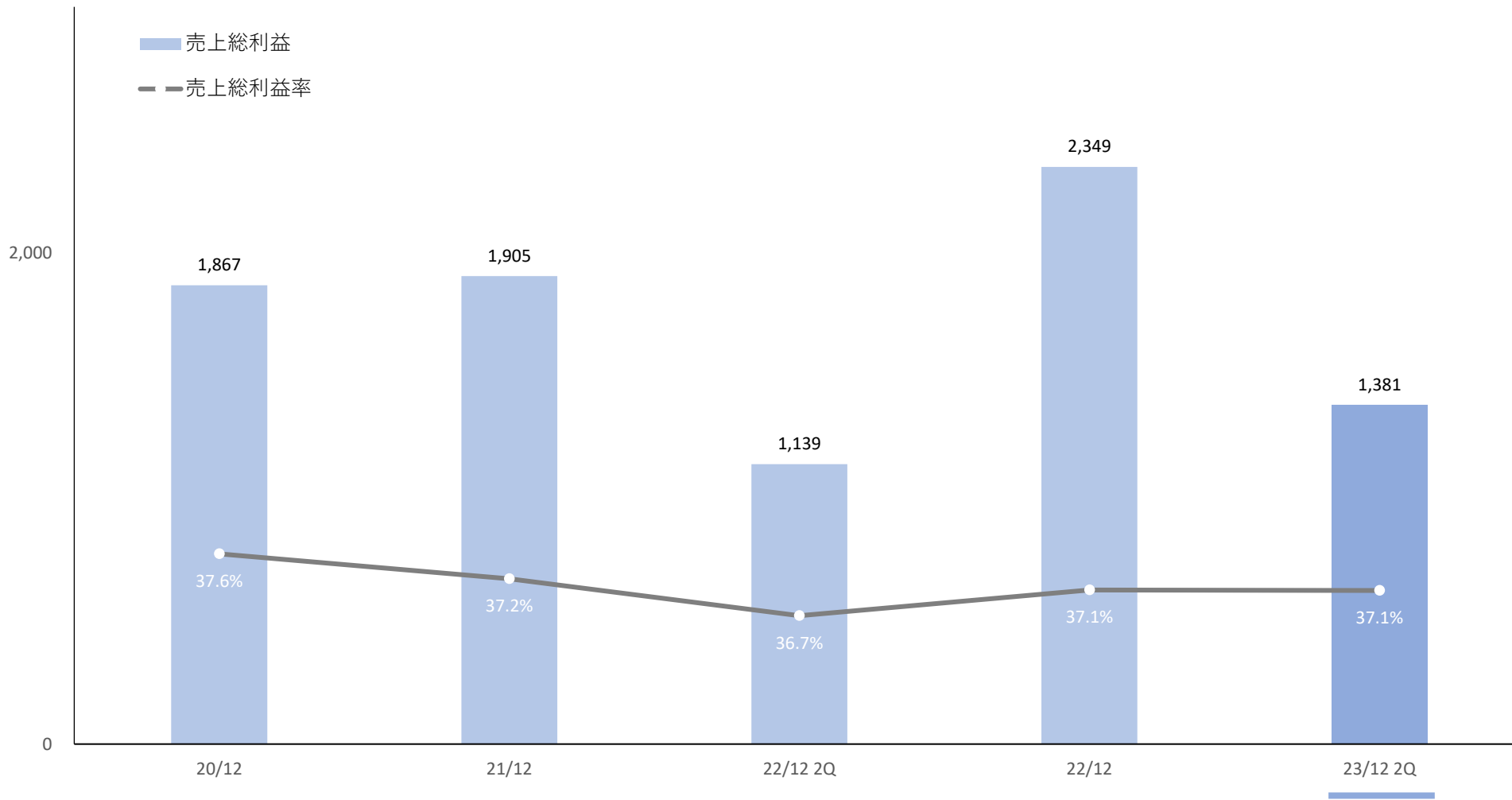
売上高の推移

単位：百万円



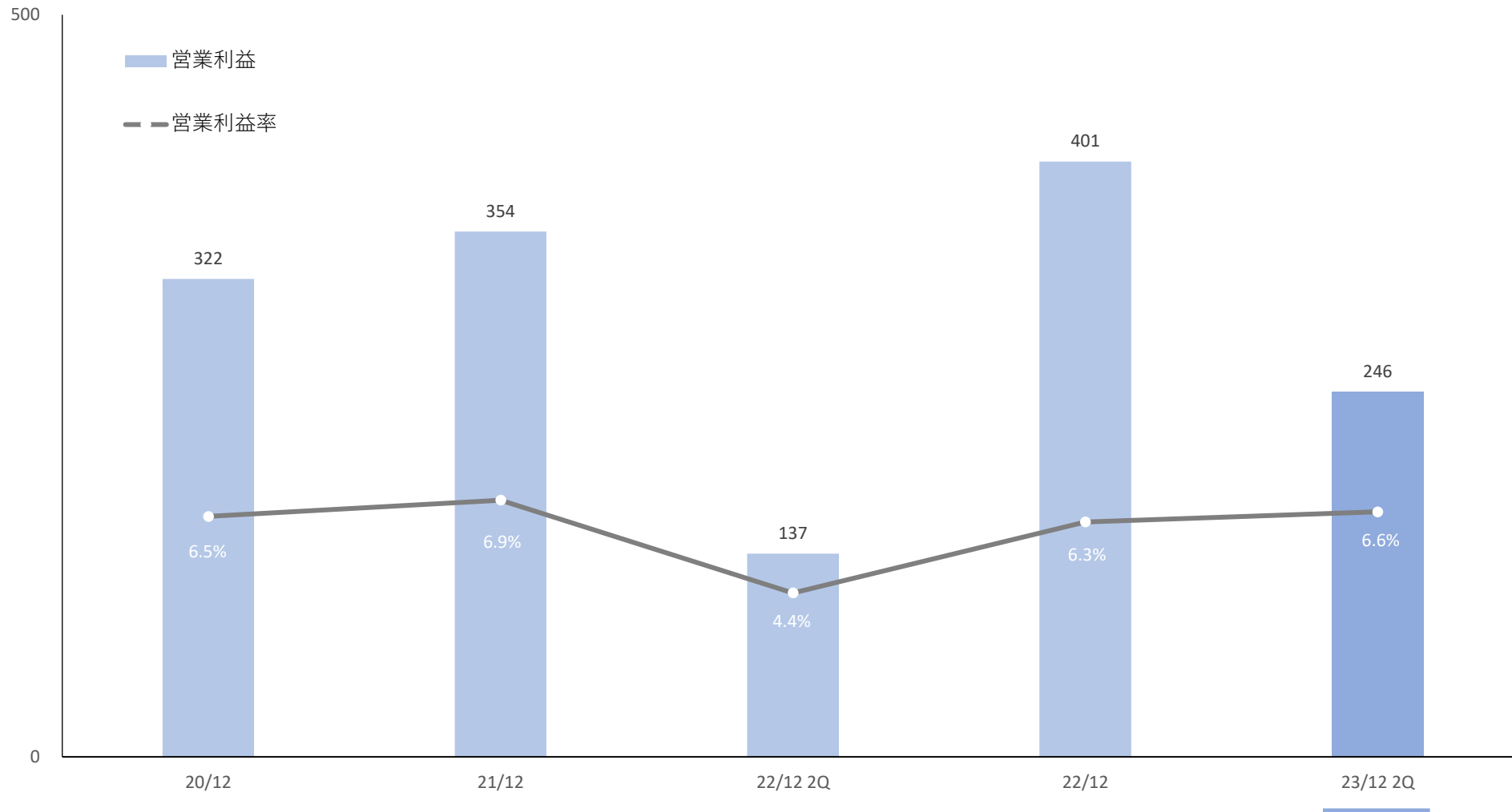
売上総利益・売上総利益率の推移

単位：百万円

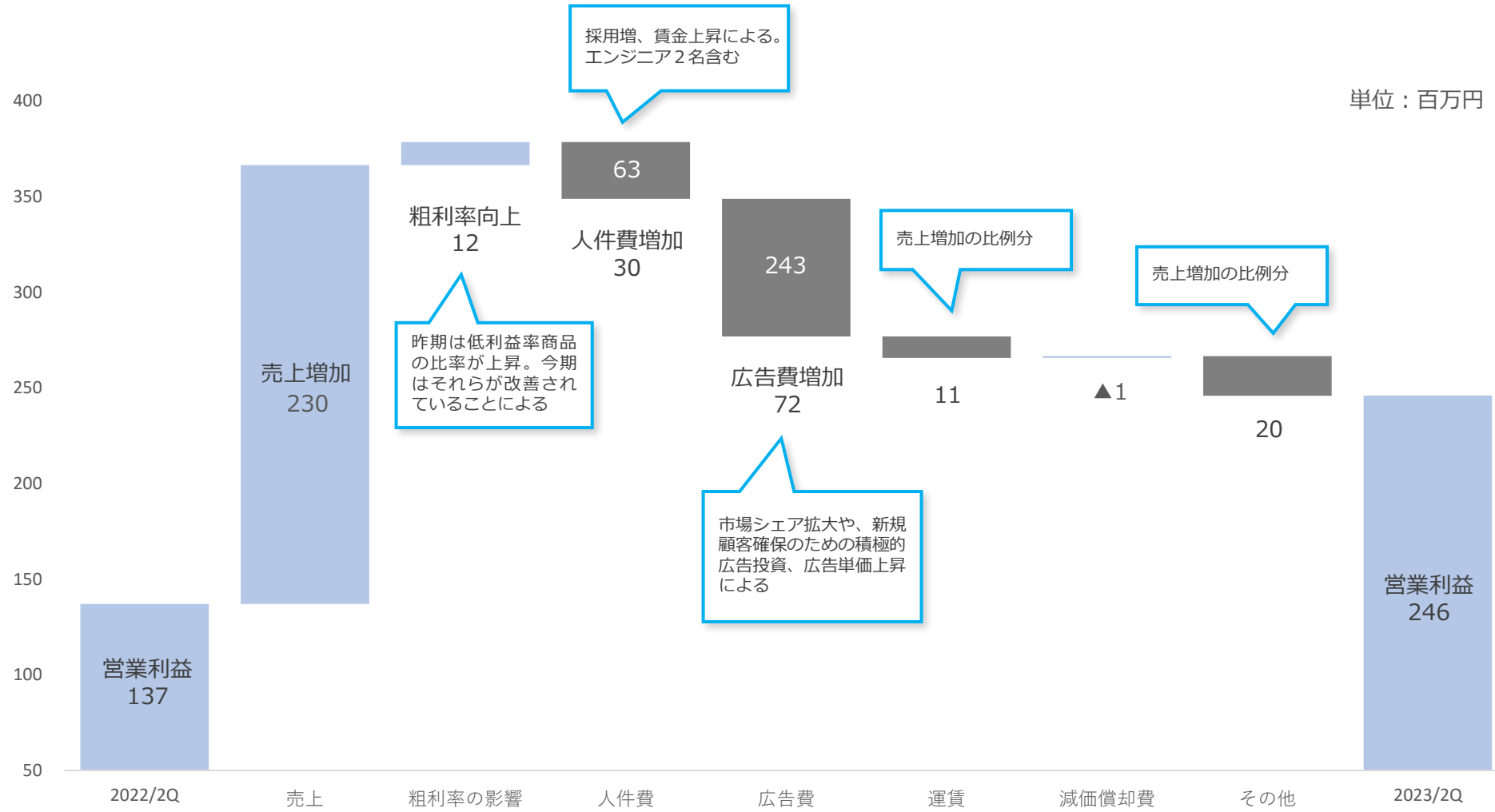


営業利益・営業利益率の推移

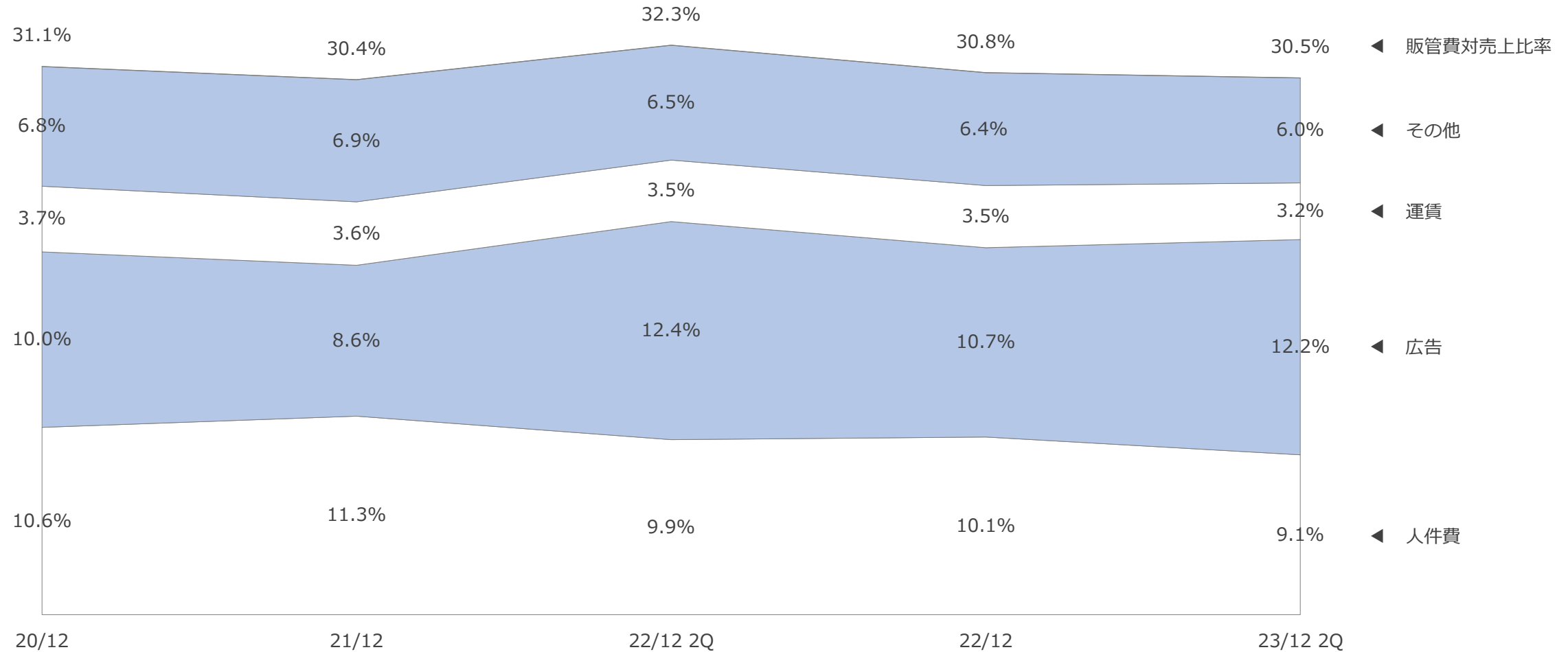
単位：百万円



営業利益の増減分析

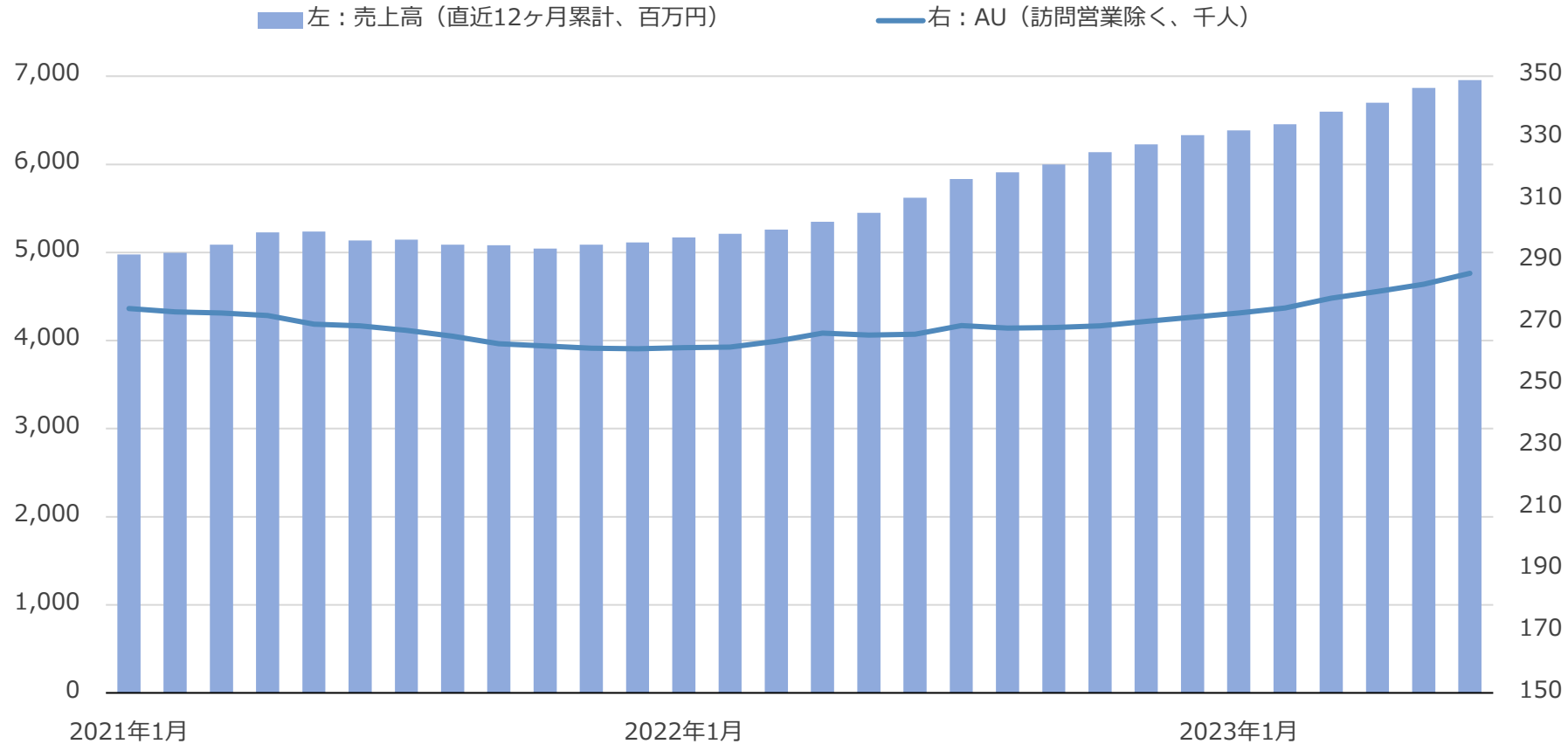


販管費の推移



※21/12の広告費率低下は新型コロナウイルス感染拡大を見込み、費用対効果を重視し広告効率化を図ったことによる。
 個人ユーザーの取りこぼしが発生したことから、22/12以降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



※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

2022年上期までのAUの伸び悩みは、新型コロナウイルス感染症の拡大により飲食店や病院の廃業・廃院等が発生したことで直近2年以内に注文が発生せずAU離脱に繋がったため。（最新の注文から2年経過することにより離脱扱いとなる）

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円の増配となる](#)（22/12期 実績10円）

23/12期 事業計画 概略

売上高	<p>7,696百万円 (前年比21.5%増)</p> <p>▶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。</p> <p>▶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。</p> <p>▶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。</p>
売上総利益	<p>2,849百万円 (前年比21.3%増)</p> <p>▶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</p>
販売管理費	<p>2,346百万円 (前年比20.5%増)</p> <p>▶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。</p> <p>人件費比率 (10.1% → 10.0%) ※2Qまでの実績 9.1%</p> <p>広告宣伝費比率 (10.7% → 10.6%) ※2Qまでの実績 12.2%</p>
営業利益	<p>502百万円 (前年比24.9%増)</p>
当期純利益	<p>338百万円 (前年比22.3%増)</p>

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
-

<ユニフォーム管理サービス 概要>

導入企業の課題

管理部門でユニフォームのサイズ集計や発注管理に負荷がかかっている

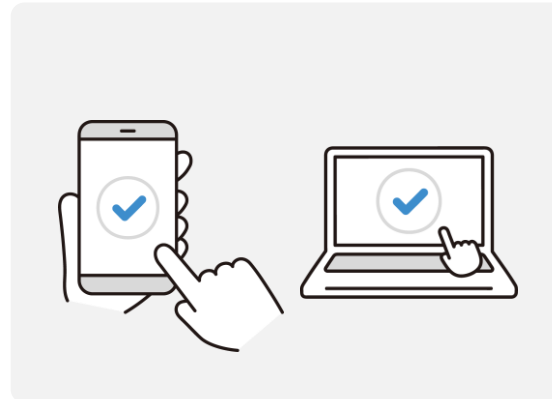


Point

各企業の書式ややりかたで注文を受付、まとめている状態

サービス提供により 集計・管理を簡素化

ユニフォーム導入時のサイズ集計や発注を簡素化するパッケージを提供



Point

これらの機能を起点にサービスの利用を開始いただき、利用ユーザーを拡大していく

利用者拡大後に 次の展開へ

導入企業の従業員エンゲージメントを高める機能を拡充していく



Point

ユニフォーム管理以外の機能を拡充



- ・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）
在庫保管能力は2倍に向上

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。