

2022年6月期第2四半期

決算説明会資料



藤久ホールディングス

Fujikyu

証券コード：7135

# 目次

## 1) はじめに

|                 |   |
|-----------------|---|
| 今後の事業戦略について     | 3 |
| グループ経営理念の実現に向けて | 4 |

## 2) 2022年6月期第2四半期決算説明

|                   |    |
|-------------------|----|
| 2022年6月期第2四半期決算概要 | 6  |
| 売上高・経常利益の増減要因分析   | 7  |
| 事業部門別売上実績         | 8  |
| 既存店の状況            | 9  |
| 商品分類別売上実績         | 10 |
| 貸借対照表             | 11 |
| CFの状況             | 12 |
| 期中取組施策の状況         | 13 |
| 業務提携企業との取組み       | 14 |
| 教室ビジネス・設備投資       | 15 |

## 3) 2022年6月期業績予想

|              |    |
|--------------|----|
| 2022年6月期業績予想 | 17 |
| 業績予想 増減要因分析  | 18 |
| 株主還元について     | 19 |

## 4) APPENDIX

|               |    |
|---------------|----|
| 会社概要          | 21 |
| 販売チャネルと店舗網    | 22 |
| ESG・SDGsへの取組み | 23 |

1) はじめに

# 今後の事業戦略について ～土台作りから実行ステージへ～

- 業界環境の変化に対応すべく、当社強みを活かした店舗EC一体型の事業基盤整備と商品・サービス拡充のための先行投資を実施してきた
- インフラ整備・体制構築の土台作りから、今後はサービス・商品提供の実行ステージへと移行、同時にM&Aや他社アライアンスによる業容拡大加速化

## 当社の強み

- 60年以上の**手芸専門店の運営実績**
- 全国に展開する網羅的な**業界トップの店舗ネットワーク**
- **110万名の会員基盤**と体験の場となる**多様な講習会運営**

## 手芸業界の動向

- 趣味の多様化と愛好者の高齢化を背景に**ユーザーが減少傾向**
- 百貨始め他業種からの参入や同業の出店攻勢により**競争が激化**
- 新型コロナ禍で個人消費の**ECへのシフトが加速**

## これまでの取組み (～2021年)

### インフラ整備

#### ・基幹システムの刷新

店舗と通販在庫を一元管理する新基幹システムに刷新し、全店舗のPOSをタブレット型に変更することで多様な販促が対応可能に

#### ・人材投資

成果報酬型の人事制度へ変更し、従業員のモチベーションアップ実現  
管理・営業支援人材を外部登用し、管理サポート体制を強化

### 収益力の改善

不採算店舗閉鎖、本部人員スリム化、物流見直し等で収益力を改善  
店舗網再構築や諸経費の見直しによりさらなる体質強化中

### 業務提携

- ・(株)エポック社 手芸と親和性の高い人気商品の取扱い
- ・(株)日本ヴォーグ社 協業による多科目のWeb講習会の実現
- ・GMOペパボ(株) 両社のサービス(店舗・オンライン)への相互送客

### 持株会社体制への移行

M&Aやアライアンス推進を加速化するための体制確立

## 今後の取組み (2022年～)

### 店舗とECが一体化したシームレスな購入環境の実現 商品・サービスの充実化

基幹システムにより店舗とECの一体化を実現  
広告・CRM支援の(株)ゴンドラと業務提携しECサイトを大幅リニューアル  
デジタルマーケティングにより顧客訴求力の高いサービス・商品を提供

### ECと一体化した強靱な店舗網の構築

店舗とECが一体化した顧客接点の強化をベースに、戦略的なスクラップ  
&ビルドにより店舗網を再構築  
地域旗艦店や店舗毎の顧客特性に応じた売場・講習スペースを設定

### M&Aやアライアンスの推進によるグループの業容拡大

当社の会員基盤、サービス・商品、店舗網と親和性が高い企業との  
アライアンスを推進し、グループ事業シナジーを創出。新規顧客の獲得、  
事業の充実化・拡大を図り、企業価値向上を実現

# グループ経営理念の実現に向けて ～成長戦略の更なる加速へ～

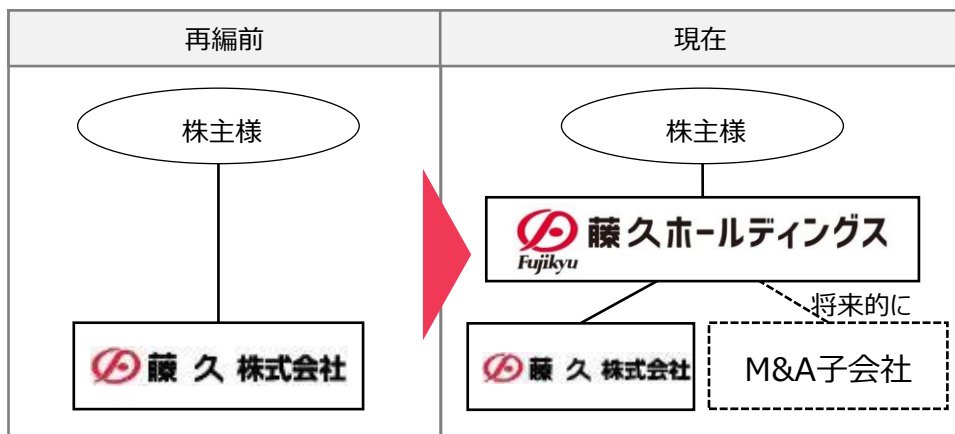
## グループ経営理念：「手づくり」を通して豊かな心を育み幸せを紡ぐ企業グループへ

### 持株会社化

- 思いを同じくする企業とM&Aやアライアンスを積極的に行い、手芸分野の充実はもとより、オムニチャネル化を通じた販売チャネルの拡充、新たな商品やサービスを提供する体制づくりを目指し、持株会社化を実施
- 約110万名の会員情報を持株会社が管理し、将来的に傘下事業会社間で相互活用を可能とすることで会員数増と各事業の拡大を狙う

### プライム市場の選択

- M&Aやアライアンスの推進により成長戦略を加速することを企図し、2022年4月以降の東証の上場市場としてプライム市場を選択
- 前身である藤久株式会社は2021年6月30日基準では流通株式時価総額が未達。当社は同社株主構成を継承していることと足元の時価総額を勘案すれば、現状も基準充足度に変化ないと認識
- 2022年6月30日時点で東証が行う適合状況判定を受け、必要に応じ、計画書の開示（ルールでは2022年9月末までに）により適合に向けた方策を説明する予定



|                       | 流通株式数    | 流通株式時価総額     | 流通株式比率 | 1日平均売買代金 |
|-----------------------|----------|--------------|--------|----------|
| 藤久の状況<br>(21年6月30日時点) | 53,091単位 | 42.8億円       | 43.2%  | 0.52億円   |
| 上場維持基準<br>(プライム市場)    | 20,000単位 | <b>100億円</b> | 35%以上  | 0.2億円以上  |
| 適合状況                  | ○        | ×            | ○      | ○        |

## 2) 2022年6月期第2四半期決算説明

# 2022年6月期第2四半期決算概要

- 前年度まで急拡大した新型コロナウイルスによる巣ごもり需要の反動により、前年同期比大幅減収
- アライアンス戦略や店舗網見直し等構造改革を進めるも、打ち返しまでには至らず、利益面では営業損失計上
- 当第2四半期決算における損失計上から、中間配当は見送り

## 2022年6月期第2四半期決算概要

(単位：百万円)

|       | 2020年6月期 |        | 2021年6月期 |        | 2022年6月期       |         |       | 修正後通期予想<br>(修正前通期予想) |
|-------|----------|--------|----------|--------|----------------|---------|-------|----------------------|
|       | 第2四半期    | 通期実績   | 第2四半期    | 通期実績   | 第2四半期          | 前期差     | 前期比   |                      |
| 売上高   | 8,832    | 22,349 | 10,899   | 20,694 | <b>7,437</b>   | △ 3,462 | 68.2% | 17,400<br>(22,000)   |
| 売上総利益 | 5,058    | 13,010 | 6,530    | 12,187 | <b>4,240</b>   | △ 2,289 | 64.9% | 10,010<br>(13,000)   |
| 販売管理費 | 6,007    | 12,126 | 5,564    | 11,286 | <b>5,373</b>   | △ 190   | 96.6% | 11,000<br>(12,000)   |
| 営業利益  | △ 948    | 883    | 965      | 900    | △ <b>1,132</b> | △ 2,098 | -     | △ 990<br>(1,000)     |
| 経常利益  | △ 951    | 749    | 970      | 911    | △ <b>1,117</b> | △ 2,088 | -     | △ 980<br>(1,000)     |
| 当期純利益 | △ 1,378  | 282    | 823      | 757    | △ <b>1,378</b> | △ 2,201 | -     | △ 1,330<br>(850)     |

\* 通期予想は連結ベース

2019年8～9月：  
消費税増税前の特需

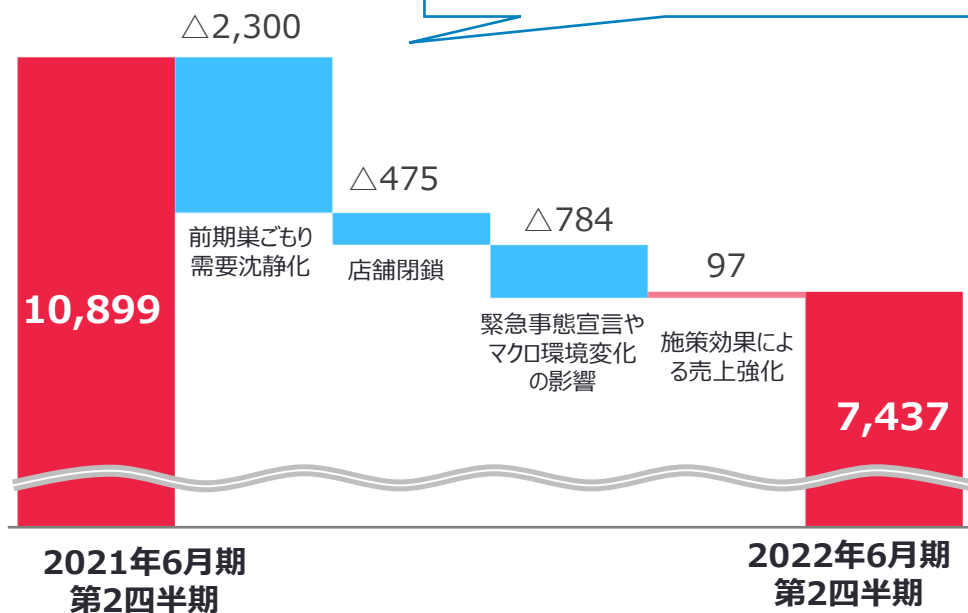
2020年7～12月：  
コロナ巣ごもり需要

# 売上高・経常利益増減要因分析

- 前期コロナ特需沈静化に加え、マクロ消費マインドのさらなる悪化により、売上高は計画を大きく下回る
- 商品構成の見直しにより粗利率は若干の低下。店舗閉鎖等による販管費削減を進める

## 売上高の増減要因

(単位：百万円)

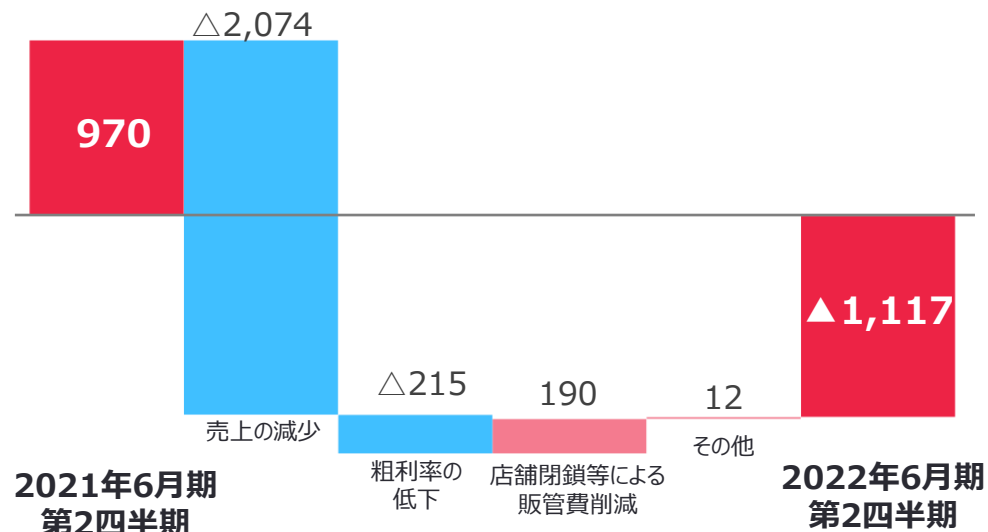


2022年6月期  
前期巣ごもり需要の反動の予想

|       |        |                                       |
|-------|--------|---------------------------------------|
| 第1四半期 | △1,500 | } △2,900百万円<br>※2021年6月期の巣ごもり需要は上期に集中 |
| 第2四半期 | △800   |                                       |
| 第3四半期 | △400   |                                       |
| 第4四半期 | △200   |                                       |

## 経常利益の増減要因

(単位：百万円)





# 事業部門別売上実績

- 店舗数は当初計画通り千葉県に1店舗開設する一方、2店舗を閉鎖し、前期末比1店舗の減少
- 店舗販売部門は、巣ごもり需要沈静化をはじめとする逆風を押し返すべく諸施策に取り組んだものの、来店客数の減少を跳ね返すまでには至らず、前年同期比大幅減
- 通信販売部門も計画未達であったが、シルバニアファミリーの取扱い開始、高単価商品の販売強化等により、手芸EC市場が前年比マイナスとなるなか、ほぼ前年同期並みの売上を維持

## 既存店舗数の推移

(単位：店舗)

|           | 2020年6月期 |     | 2021年6月期 |     | 2022年6月期   |        |
|-----------|----------|-----|----------|-----|------------|--------|
|           | 第2四半期末   | 期末  | 第2四半期末   | 期末  | 第2四半期末     | 前年同期比  |
| 期末既存店舗数   | 444      | 419 | 399      | 384 | <b>383</b> | 96.0%  |
| うち手芸専門店   | 430      | 406 | 390      | 375 | <b>374</b> | 95.9%  |
| うち生活雑貨専門店 | 14       | 13  | 9        | 9   | <b>9</b>   | 100.0% |

## 事業部門別売上実績

(単位：百万円)

|        | 2020年6月期 |        | 2021年6月期 |        | 2022年6月期     |       |
|--------|----------|--------|----------|--------|--------------|-------|
|        | 第2四半期    | 通期     | 第2四半期    | 通期     | 第2四半期        | 前年同期比 |
| 店舗販売部門 | 8,327    | 21,278 | 10,347   | 19,591 | <b>6,908</b> | 66.8% |
| 通信販売部門 | 485      | 1,032  | 534      | 1,071  | <b>516</b>   | 96.7% |
| その他の部門 | 19       | 38     | 18       | 31     | <b>12</b>    | 68.3% |
| 合計     | 8,832    | 22,349 | 10,899   | 20,694 | <b>7,437</b> | 68.2% |

2019年8～9月：  
消費税増税前の特需

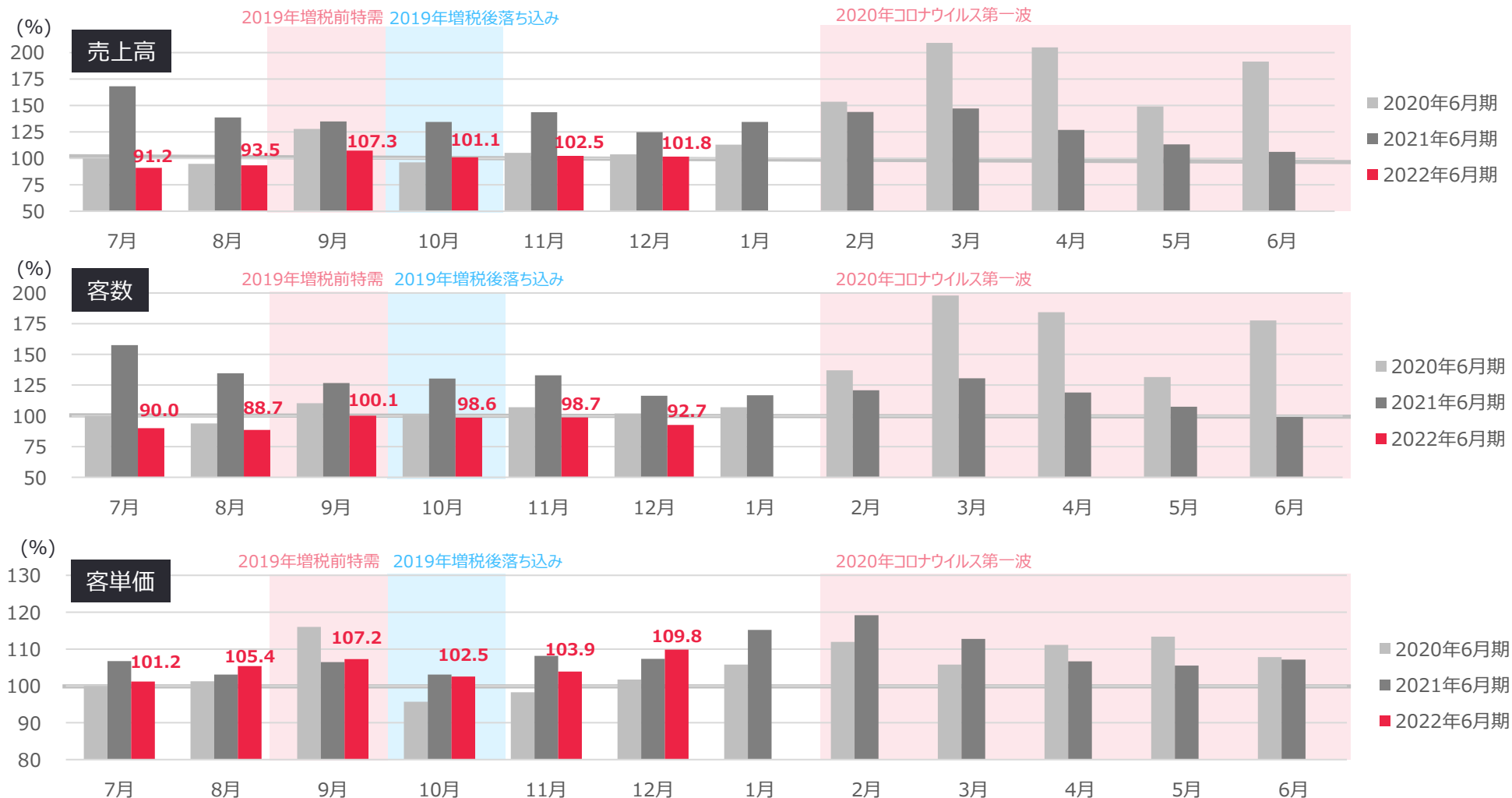
2020年7～12月：  
コロナ巣ごもり需要

# 既存店の状況

- 2020年2月より急拡大した巣ごもり需要の反動や長引くコロナ禍による客数減少が響き、売上高が前年同期比大幅な減少となった
- 全国店舗網を活かした販売強化によるミシン売上が好調で、生地・和洋裁のソーイング関連売上もあり、客単価は巣ごもり需要前を上回った

## 既存店月次推移（2019年7月実績を100として指数化）

\* 手芸専門店既存店（371店舗 apple-to-apple）実績



# 商品分類別売上実績

- 新型コロナウイルスの感染防止を受けたマスク、マスクカバー向け需要や、レジ袋有料化を受けたエコバッグ向け需要が沈静化した影響を受け「生地」、「洋裁道具」の売上が減少
- 巣ごもり需要の沈静化に伴う来店客数の減少の影響を受け「会費等・その他の売上」も減収

## 商品分類別売上実績

(単位：百万円)

|         | 2020年6月期 |        | 2021年6月期 |        | 2022年6月期 |       |
|---------|----------|--------|----------|--------|----------|-------|
|         | 第2四半期    | 通期     | 第2四半期    | 通期     | 第2四半期    | 前年同期比 |
| 生地      | 2,293    | 7,387  | 3,785    | 6,953  | 2,156    | 57.0% |
| 洋裁道具    | 2,003    | 5,317  | 2,637    | 4,975  | 1,727    | 65.5% |
| 手芸用品    | 2,229    | 4,492  | 2,154    | 4,312  | 1,863    | 86.5% |
| ミシン     | 919      | 2,349  | 1,038    | 2,014  | 741      | 71.4% |
| 毛糸      | 468      | 859    | 447      | 874    | 409      | 91.5% |
| 衣料・生活雑貨 | 614      | 1,295  | 588      | 1,078  | 402      | 57.7% |
| 会費等・その他 | 304      | 646    | 248      | 483    | 135      | 54.8% |
| 合計      | 8,832    | 22,349 | 10,899   | 20,694 | 7,437    | 68.2% |

# 貸借対照表

## 貸借対照表

(単位：百万円)

|                 | 2021年6月期      | 2022年6月期<br>第2四半期 | 増減額            | 主な増減要因       |
|-----------------|---------------|-------------------|----------------|--------------|
| <b>流動資産</b>     | <b>10,681</b> | <b>8,792</b>      | <b>△ 1,888</b> |              |
| 現金及び貯金          | 4,372         | 2,219             | △ 2,153        | △売上減少        |
| 棚卸資産*           | 5,447         | 5,575             | 127            |              |
| その他の資産          | 861           | 997               | 136            |              |
| <b>固定資産</b>     | <b>2,854</b>  | <b>2,777</b>      | <b>△ 77</b>    |              |
| 有形固定資産          | 1,024         | 1,087             | 62             | +POSレジ入替     |
| 無形固定資産          | 432           | 453               | 20             | +システム開発投資    |
| 投資その他の資産        | 1,397         | 1,236             | △ 160          |              |
| <b>資産合計</b>     | <b>13,535</b> | <b>11,569</b>     | <b>△ 1,965</b> |              |
| <b>負債合計</b>     | <b>4,202</b>  | <b>4,030</b>      | <b>△ 172</b>   |              |
| 流動負債            | 3,232         | 3,070             | △ 161          | △販売委託料の年度支払等 |
| 固定負債            | 969           | 959               | △ 10           |              |
| <b>純資産合計</b>    | <b>9,333</b>  | <b>7,539</b>      | <b>△ 1,793</b> | +利益剰余金の減少    |
| <b>負債・純資産合計</b> | <b>13,535</b> | <b>11,569</b>     | <b>△ 1,965</b> |              |

\* 棚卸資産：商品と貯蔵品の合計

# CFの状況

- 業績悪化に伴い営業活動によるキャッシュフローは大幅なキャッシュアウトに
- 運転資金の安定的かつ機動的調達を目的に、2020年3月に金融機関5行との間でタームアウト型コミットメントライン契約（契約極度額35億円、現借入残高ゼロ）を締結しており、突発的な運転資金需要発生時も万全の備え

（単位：百万円）

|                      | 2020年6月期<br>第2四半期 | 2021年6月期<br>第2四半期 | 増減額     | 主な増減要因                            |
|----------------------|-------------------|-------------------|---------|-----------------------------------|
| 営業活動による<br>キャッシュ・フロー | 71                | △ 1,572           | △ 1,644 | △税引前損益の変動<br>△棚卸資産の増加<br>+仕入債務の増加 |
| 投資活動による<br>キャッシュ・フロー | △ 26              | △ 200             | △ 173   | △店舗改装・修繕の実施<br>△基幹システム開発投資        |
| 財務活動による<br>キャッシュ・フロー | △ 199             | △ 270             | △ 70    | △配当金の支払                           |
| 現金及び現金同等物<br>の期末残高   | 4,988             | 2,219             | △ 2,769 |                                   |

# 期中取組施策の状況

|   | 項目         | 内容   | 現在の状況と対応  |   |
|---|------------|--|---|---|
| 1 | 教室ビジネス     | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 既存講習会の内容強化</li> <li>■ ライブビューイング型Web講習会の確立</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ コロナ影響により減少した講習会参加者の回復を織込んだ計画のところコロナ禍継続により計画を下回る。新たな販促強化策を実施予定</li> <li>■ WEB講習会立ち上げが遅延。下期中にWEB予約システムを導入し、「ヴォーグ学園オンラインレッスン」を今期中に100店舗開講予定</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>■ 子育てメールパスの活用</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>■ コロナ影響の反動により期初に有効会員数が減少するも、その後はキャンペーン等の実施で客数減少のなか入会率向上により有効会員数を維持。新規会員獲得強化により有効会員数増を実現する</li> <li>■ 年会費自動更新サービス、ランクアップ制度については、システム構築が遅延するものの今年度中に導入。購入額や購入頻度、継続年数に応じたサービスを追加提供予定</li> <li>■ 子育てメールパス登録者（登録数23万名）へ入園入学商戦期のキャンペーンを展開</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>■ オリジナルキットの開発、ECでの取扱い</li> <li>■ クリスマス商戦への参画</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>■ 「森の手芸屋さん」を2021年11月に100店舗計画比前倒しで展開済</li> <li>■ クリスマス商戦で多額の売上を見込むも、認知度不足もあり計画下回る</li> <li>■ クラフト全店で実施したワークショップ動員が約8000名/月と好評。対象層のお子様来店する入園入学商戦でのアプローチ強化による認知度向上を通じ、誕生日需要等を取り込み通年の売上増強を実現する</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>■ 会員管理システム等一部開発プロジェクトにて遅延が発生も、今年度中に本格稼働予定</li> <li>■ 新POSレジシステムは全店導入完了</li> <li>■ (株)ゴンドラと業務提携締結し、店舗・ECサイトでシームレスなお買物体験ができるシステムを構築開始</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>■ Web講習会対応設備の導入</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 上期に新規出店1店舗 閉鎖2店舗を実施</li> <li>■ 巣ごもり需要に対応するため、一時見送りしていた店舗網の再編を再開。下期追加で8店舗閉鎖予定の一方、地域旗艦店とエリア特性に応じた出店、売場・講習会 構成により強靱な店舗網を構築する</li> <li>■ 新たな商品・サービス戦略を踏まえた店舗改装を行う</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>■ 2021年7月より新制度運用開始。変化に対応できる目的意識を持った人材育成のため、面談制度による目標設定管理、成果に応じた評価・報酬制度に変更</li> </ul>   |  |

# 期中取組施策の状況：業務提携企業との取組み

## 3 社共同コンテストの開催

- ハンドメイド業界の活性化、ハンドメイド作家・ブランドの活動支援、「シルバニアファミリー」の認知拡大を目的に藤久(株)、GMOペパボ(株)、(株)エポック社共同でコンテストを開催

|        |  |   |
|--------|--|---|
| コンテスト名 | シルバニアファミリーハンドメイドコンテスト by minne&Tokai   |   |
| 募集部門   | お洋服部門：「シルバニアファミリー」お人形用の洋服<br>こもの部門：「シルバニアファミリー」サイズのミニチュア作品   |   |
| 応募方法   | 1. 3つのTwitterアカウントをフォロー<br>「クラフトタウン」「minne byGMOペパボ」「シルバニアファミリー」<br>2. Twitterにて、制作した作品の写真を「#minne」「#トーカイ」「#シルバニアハンドメイドコンテスト」の3つのハッシュタグと、応募したい部門のハッシュタグ「#お洋服部門」もしくは「#こもの部門」のいずれかの、計4つのハッシュタグを記載し投稿 |   |
| スケジュール | 2022年2月1日～3月21日<br>2022年4月27日～5月11日<br>2022年5月下旬<br>2022年6月中旬  | Twitterでの作品募集<br>Twitterでの一般投票<br>受賞作品・受賞者決定<br>授賞式 |

**シルバニアファミリー  
ハンドメイドコンテスト**

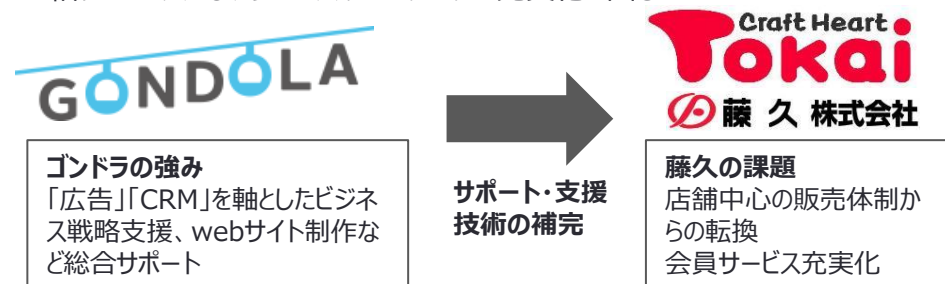
作家・ブランドからシルバニアファミリーをテーマに作品を募集

minne by GMO PEPABO | Craft Heart Tokai | Sylvanian Families

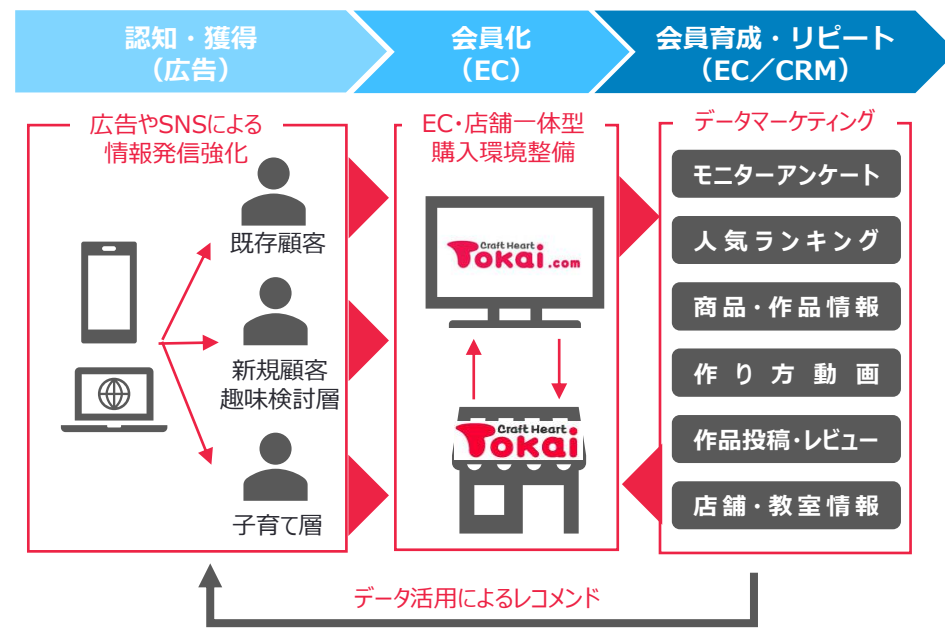
© EPOCH

## (株) Gondolaとの業務提携

- 当社が目指す店舗とECが一体化したシームレスな購入環境の実現に向け2022年2月に(株) Gondolaと業務提携契約を締結  
藤久公式のECサイト「クラフトハートトーカイドットコム」を2022年10月に大幅リニューアルし、サービスやコンテンツの充実化を図る



- CRMを活用した店舗EC一体型のビジネスモデル





# 期中取組施策の状況：教室ビジネス・設備投資

## ヴォーグ学園オンラインレッスン

- (株)日本ヴォーグ社の子会社「ヴォーグ学園」とトライアルを進めていた、共同のオンラインの講習会「ヴォーグ学園オンラインレッスン」をスタート
- システム・環境整備の遅れにより2021年12月→2022年4月スタートに変更、2022年6月期中に100店舗まで拡大
- ヴォーグ学園の人気講師による魅力的なオリジナル作品をそろえ、ライブ配信形式で店舗のチューター（補佐役）のサポートを受けながら受講できる「Web×店舗」の新しい形の講習会

学園とお店をつないで  
**ヴォーグ学園**  
**オンラインレッスン**

online lesson  
crafthearttokai × voguegakuen



店舗で受講する  
ライブ配信式の講習会

1クール：約3か月間で  
1回100分の講習×5～6回

受講料1,430円（1回あたり）+ 材料費  
\* 受講料はまとめての支払い





- 教室事業は、コロナ禍の長期化により、Web講習会が好調だった半面、既存の店舗教室受講者数の回復が遅れヴォーグ学園オンラインレッスンも受講者数が制限されると予想、売上計画を修正

### 【教室関連売上】

2021年6月期実績：17.5億円 → 2022年6月期計画：17.9億円  
(当初計画：25.0億円)

## 新規出店・閉店・改装

- 施策推進および店舗網強化の投資に注力、エリア戦略に基づき新規出店・閉店を実施

| 施策                | 当初計画  | 見直し後<br>(計画差異) | 見直しの理由                 |
|-------------------|-------|----------------|------------------------|
| 新規出店              | 2店舗   | 3店舗 (+ 1)      | 増床のための移設オープン店舗の追加      |
| 閉店                | 9店舗   | 17店舗 (+ 8)     | 足元の業績や地域の統合を鑑み閉店店舗を見直し |
| 既存店改装             |       |                |                        |
| エポック社商品導入         | 100店舗 | 100店舗 (-)      |                        |
| オンラインレッスンの整備      | 100店舗 | 100店舗 (-)      |                        |
| 新たな店舗開発に向けたモデル店改装 | 1店舗   | 0店舗 (-1)       | 新規出店への投資を優先            |

### ● 新規出店店舗



クラフトハートーカイ フルルガーデン八千代店  
(2021年11月オープン)



クラフトハートーカイ 洛北阪急スクエア店  
(2022年2月オープン)

- 既存店舗の改装計画を見直し、設備投資額を削減

### 【改装設備投資額】

2021年6月期実績：2.4億円 → 2022年6月期計画：1.7億円  
(当初計画：2.6億円)



### 3) 2022年6月期業績予想

# 2022年6月期業績予想

- 価格政策の見直し、クロスセルの推進等に加え、アライアンスによる新たな販促策、教室施策により減収傾向に歯止め
- 最適な店舗網の構築など構造改革を引き続き強化し、通期赤字額については上期実績より圧縮予定
- なお、現中期経営計画については、現状を踏まえ今年度末までに見直す予定

## 2022年6月期業績予想

(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    | 修正後通期予想        | 構成比    | 前期差     | 修正前予想  |
| 売上高            | 22,349   | 100.0% | 20,694   | 100.0% | <b>17,400</b>  | 100.0% | △ 3,294 | 22,000 |
| 売上総利益          | 13,010   | 58.2%  | 12,187   | 58.9%  | <b>10,010</b>  | 57.5%  | △ 2,177 | 13,000 |
| 販管費及び<br>一般管理費 | 12,126   | 54.3%  | 11,286   | 54.5%  | <b>11,000</b>  | 63.2%  | △ 286   | 12,000 |
| 営業利益           | 883      | 4.0%   | 900      | 4.3%   | △ <b>990</b>   | -5.7%  | △ 1,890 | 1,000  |
| 経常利益           | 749      | 3.4%   | 911      | 4.4%   | △ <b>980</b>   | -5.6%  | △ 1,891 | 1,000  |
| 当期純利益          | 282      | 1.3%   | 757      | 3.7%   | △ <b>1,330</b> | -7.6%  | △ 2,087 | 850    |

\* 2020年6月期、2021年6月期は非連結、2022年6月期予想は連結ベース

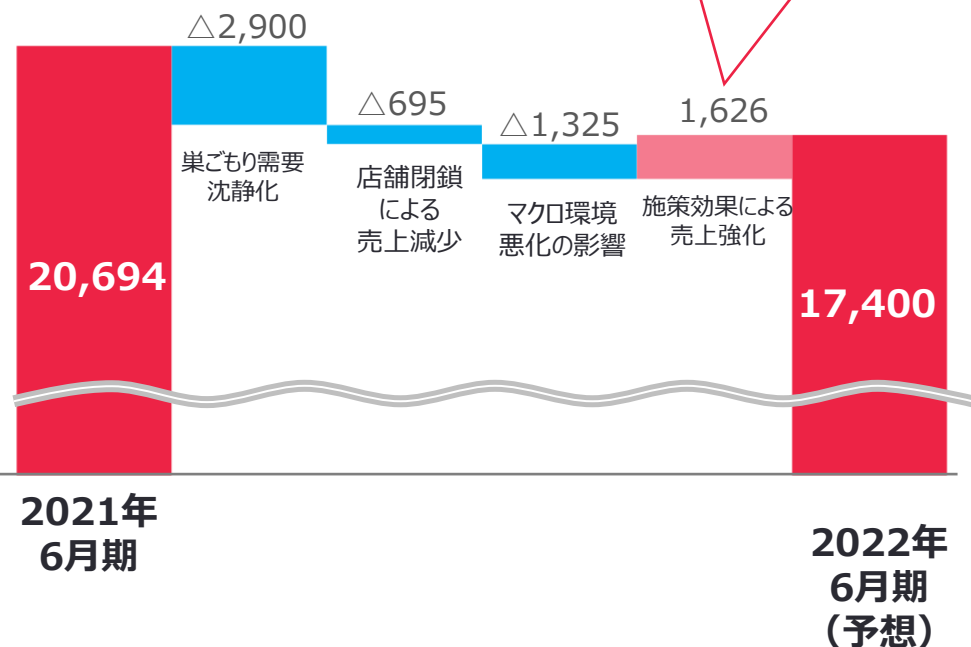
# 業績予想 増減要因分析

- 巣ごもり需要沈静化とマクロ環境悪化による減収影響が大きいところ、価格戦略の見直しによる商品力強化、販促策追加による売り上げ強化を実施
- アライアンスによる新たな販促策、オンライン教室開催も実施、減収傾向には歯止め
- 巣ごもり需要に対応するため一時見送っていた店舗網の再編を再開。一時的な減収となるが、固定費削減効果により今後の利益寄与を見込む
- さらに、店舗特性に応じた売場・講習会スペースの構築やWeb教室対応等将来の事業強化に向けた投資を継続

|           |     |             |     |
|-----------|-----|-------------|-----|
| ・EC売上増加   | 170 | ・シルバニアファミリー | 200 |
| ・教室事業強化   | 49  | ・販売強化       | 298 |
| ・会員ビジネス強化 | 178 | ・商品強化       | 611 |
| ・ミシン販売強化  | 120 |             |     |

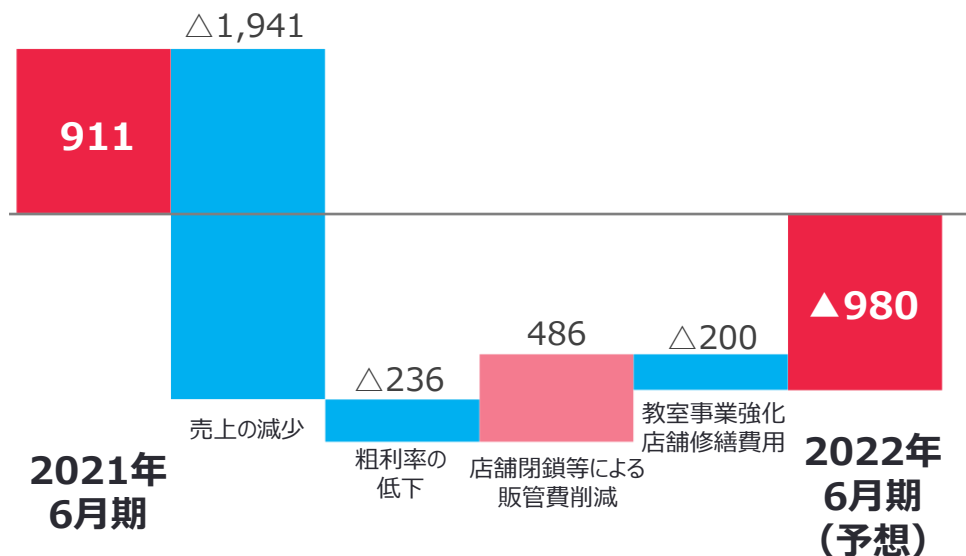
## 売上高の増減要因

(単位：百万円)



## 経常利益の増減要因

(単位：百万円)



# 株主還元について

- 通期決算における損失計上見込みや、コロナ禍影響の先行き不透明等を鑑み、期末配当予想は「未定」に修正
- 株主優待については、保有期間や保有株式数に応じた新たな優待制度などさらなる充実化を検討中

## 配当予想

|                           | 2020年6月期 |        |        | 2021年6月期 |       |       | 2022年6月期     |               |               |
|---------------------------|----------|--------|--------|----------|-------|-------|--------------|---------------|---------------|
|                           | 2Q       | 期末     | 年間     | 2Q       | 期末    | 年間    | 2Q           | 期末            | 年間            |
| 一株当たり<br>配当金（円）<br>（従来予想） | -        | 25.00* | 25.00* | 12.50    | 19.50 | 32.00 | -<br>(16.00) | 未定<br>(16.00) | 未定<br>(32.00) |

\* 1 2020年6月期、2021年6月期は藤久株式会社実績。2022年6月期期末は藤久ホールディングス株式会社予想

\* 2 藤久株式会社は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

## 株主優待

### ①株主優待お買物券

- 22年6月30日に100株以上の株式を保有している株主が対象
- 2,500円相当のお買物券を贈呈（500円×5枚）



### ②藤久ホールディングス設立記念株主優待品の贈呈

- 21年12月31日に藤久株式を500株（5単元）以上保有し、かつ22年6月30日に藤久ホールディングスの株式を500株（5単元）以上保有している株主が対象
- (株)エポック社とのコラボレーション「黄色いドレスを着たベルシャネコの女の子（ホワイト）」1点、およびオリジナル手作りお洋服材料キット1点の贈呈



© EPOCH

## 4) APPENDIX

# 会社概要

## 会社情報

|       |   |
|-------|---|
| 商号    | 藤久ホールディングス株式会社<br>(FUJIKYU HOLDINGS CO.,LTD.)                                   |
| 設立    | 2022年1月4日   |
| 資本金   | 1億円   |
| 代表取締役 | 中松 健一   |
| 本社所在地 | 愛知県名古屋市名東区高社一丁目<br>210番地  |
| 店舗数   | 383店舗 (グループ連結)  |
| 従業員数  | 285名 (グループ連結)   |
| 事業内容  | 毛糸、手芸用品、生地、和洋裁服飾品、衣料品及び生活雑貨等を中心とした一般小売事業を主たる業務として行う子会社等の経営管理及びこれらに附帯又は関連する一切の事業 |


|       |     |   |
|-------|-----|---|
| 1952年 | 4月  | 故後藤久一が「後藤縫糸」の名称で名古屋市中村区にて絹糸類の加工販売を開始                                      |
| 1961年 | 3月  | 藤久株式会社として法人に改組。資本金180万円   |
| 1968年 | 7月  | 手芸専門店のチェーン展開を開始   |
| 1983年 | 6月  | 「手芸センタートーカー」第1号店を名古屋市千種区に開店   |
| 1994年 | 4月  | 日本証券業協会に登録、店頭登録銘柄として株式公開  |
| 2003年 | 8月  | 東京証券取引所市場第二部及び名古屋証券取引所市場第二部に株式を上場   |
| 2013年 | 5月  | 東京証券取引所市場第一部及び名古屋証券取引所市場第一部銘柄に指定  |
| 2015年 | 4月  | オンラインショップ「クラフトハートトーカー.com」を開始   |
| 2018年 | 5月  | スマートフォン向けアプリ「Tokaiグループアプリ」のサービス開始   |
| 2020年 | 6月  | 株式会社キーストン・パートナーズとの資本業務連携  |
| 2021年 | 2月  | 株式会社エポック社及び株式会社マスターピースと業務提携   |
| 2021年 | 5月  | 株式会社日本ヴォーグ社と業務提携  |
| 2021年 | 11月 | GMOペパボ株式会社と業務提携   |
| 2022年 | 1月  | 単独株式移転により「藤久ホールディングス株式会社」の設立、東京証券取引所市場第一部及び名古屋証券取引所市場第一部上場<br>藤久株式会社の子会社化 |
| 2022年 | 2月  | 株式会社ゴンドラと業務提携   |

\*各情報は2021年12月末時点

# 販売チャネルと店舗網

## 店舗展開

親会社

 **藤久ホールディングス**  
Fujiky

運営会社

 **藤久株式会社**  
Fujiky

手芸専門店

 **クラフトパーク**  **craft・loop**


347店舗

23店舗

2店舗

2店舗

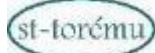
手芸情報サイト



公式通販サイト



生活雑貨専門店



9店舗

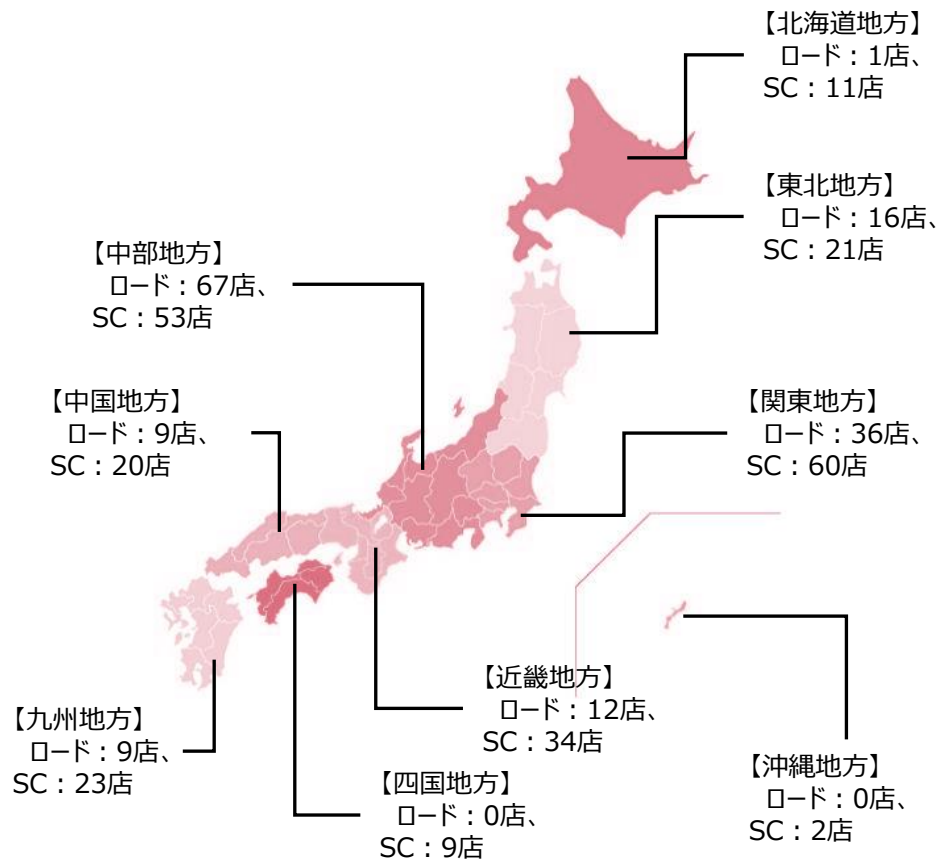
<店舗イメージ> クラフトハートトーカイ コースカベイサイド店



## 出店状況

□ロード : □ロードサイド店舗

SC : SC店舗 (インショップ店舗)

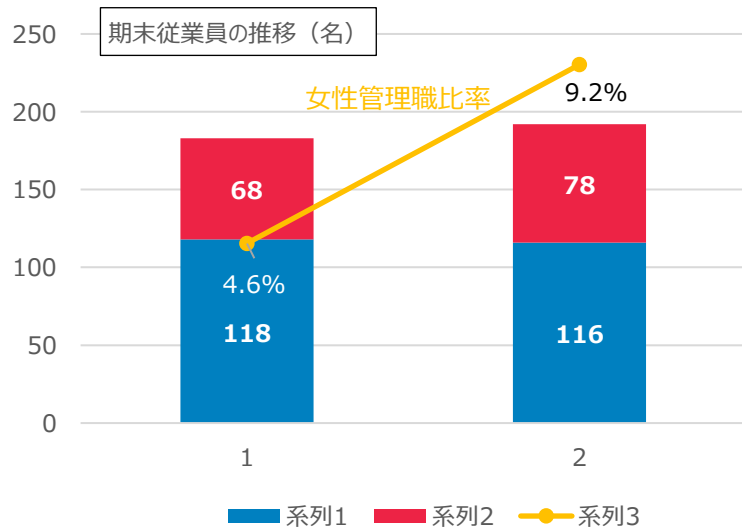


\* 各情報は2021年12月末時点

# ESG・SDGsへの取り組み

## 女性社員の活躍

- 新卒女性を10名採用し、2021年6月期末従業員数（正社員）における女性の割合は40.2%、前期末の36.6%と比較し上昇
- 新設部署（会員ビジネス室・教室運営室）での女性リーダー登用もあり、女性管理職比率が上昇



## パラネット参画

- パラスポーツを支援する「パラネット（一般社団法人パラスポーツ推進ネットワーク）」の賛助会員に加入



## シトラスリボンプロジェクトへの賛同

- シトラスリボンプロジェクトへの賛同活動の売上の一部を日本赤十字社を通じて、感染症まん延状況下の救護活動に用いる防具調達向けに寄付



### シトラスリボンプロジェクトとは

コロナ禍で生まれた差別、偏見を耳にした愛媛の有志がつくったプロジェクトです。愛媛特産の柑橘にちなみ、シトラス色のリボンや専用ロゴを身につけて、「ただいま」「おかえり」の気持ちを表す活動を広めています。

シトラスリボンプロジェクト from ehime  
<https://citrus-ribbon.com/>

## SDGs 社内プロジェクト発足

- 「持続可能な開発目標」の実現を目指す取り組みとして、2021年5月より「藤久SDGsプロジェクト」を発足
- まずは研修会を通して、全従業員がSDGsについて理解することから活動を開始



外部講師を招いた研修会の様子



# 本資料に関するご注意

## 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 | 藤久ホールディングス株式会社 企画部  |
| 所在地   | 〒465-0095 愛知県名古屋市名東区高社一丁目210番地  |
| 電話    | 052-725-8815  |
| HP    | <a href="https://www.fujikyu-hd.co.jp/">https://www.fujikyu-hd.co.jp/</a> |