

株式会社 千趣会 (東証1部 : 8165)
2020年度 第2四半期 決算説明資料

2020年7月30日

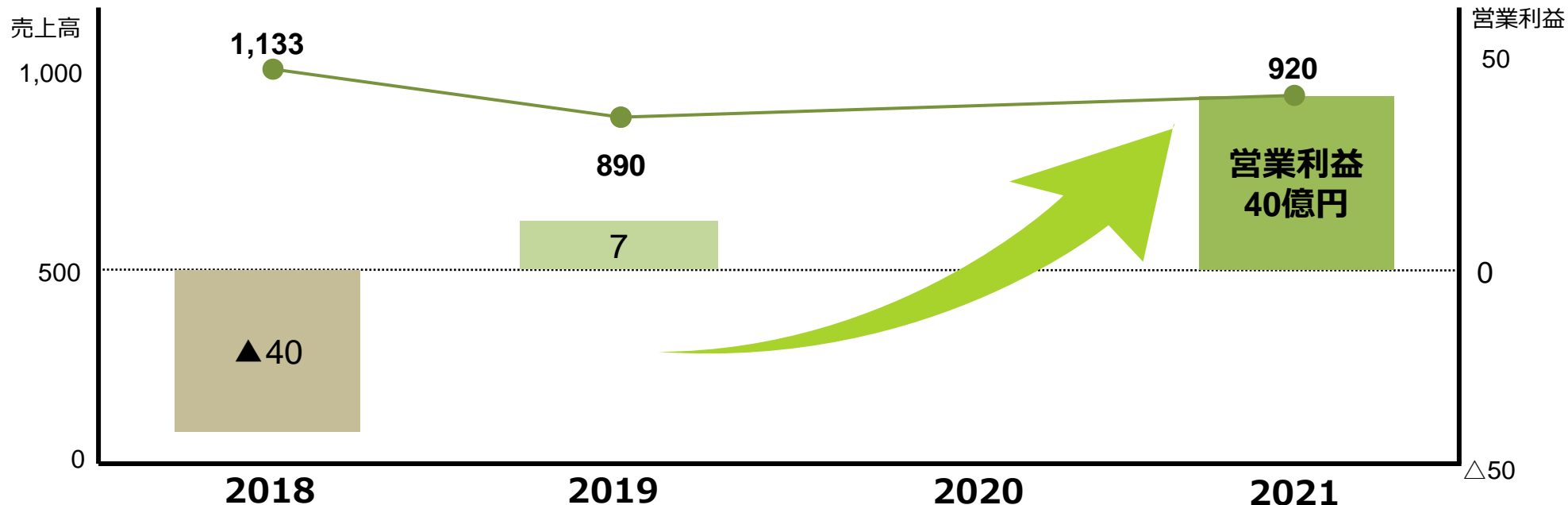
ウーマン スマイル カンパニー
senshukai

- 1 2020年度 第2四半期 業績概況
- 2 2020年度 第2四半期 セグメント別概況
- 3 優先株式の償還及び消却（REVICファンドとの提携解消）

1 2020年度 第2四半期 業績概況

売上高 : 事業規模適正化により減少
営業利益 : 2021年度に営業利益40億円を目指す

(単位: 億円)



再成長にむけた 下地作り

- 事業領域の再設定
- 事業規模の適正化
- 組織・人員体制の合理化
- グループ会社の再編
- コスト削減・ノンコア
- 資産処分

再成長にむけた 種まき

- ライフステージに合わせたマーケティング
- カタログの持つ強みの最大化
- 開発・生産・調達構造の見直し

効果の発現・再成長

- 最初の接点「子育て」をスタートに、ライフステージの変化に長く寄り添う存在に
- 差別化されたオリジナル商品の提供により安定的な収益構造を確立
- グループ内シナジーの最大化と新規事業を含めた収益基盤の拡大

(単位：百万円)

	2019年度 第2Q		2020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	43,888		42,226		△1,662	
売上原価	21,902	49.9%	20,899	49.5%	△1,003	△0.4pt
売上総利益	21,986	50.1%	21,327	50.5%	△659	+0.4pt
販管費	21,426	48.8%	21,890	51.8%	+464	+3.0pt
営業利益	559	1.3%	△563	△1.3%	△1,123	△2.6pt
経常利益	1,120	2.6%	△2,898	△6.9%	△4,019	△9.5pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	7,900	18.0%	△3,000	△7.1%	△10,901	△25.1pt

- ◆ 通信販売事業では対前年増収増益も、ブライダル事業でのコロナ影響による減収減益、関連会社の持分法投資損失の発生により連結では減収減益

売上高 : ブライダル事業における4～6月の挙式披露宴の大多数の延期による減収

営業利益 : ブライダル事業の減収に伴う減益

経常利益 : 関連会社であるワタベウェディング(株)のコロナ影響による業績に基づく持分法投資損失の発生

(単位：百万円)

	2019年度 第2Q		2020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	31,097		36,299		+5,201	
売上原価	16,765	53.9%	19,008	52.4%	+2,242	△1.5pt
売上総利益	14,331	46.1%	17,290	47.6%	+2,959	+1.5pt
販管費	14,181	45.6%	16,045	44.2%	+1,864	△1.4pt
営業利益	150	0.5%	1,245	3.4%	+1,094	+2.9pt

◆ ベルメゾンを中心とした通信販売事業と法人事業での好調により、対前年増収増益

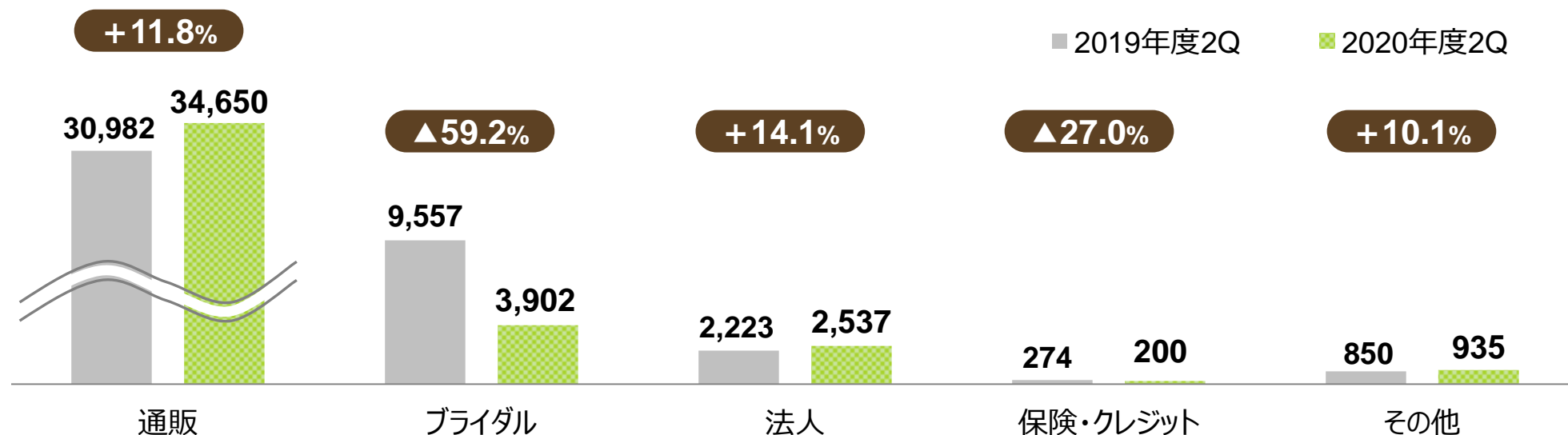
売上高 : ベルメゾンでの会員獲得施策の奏功と巣ごもりによる通販需要増の追い風、法人事業での新規クライアント成約が寄与し、大幅な増収

営業利益 : 売上高の増加と継続的な利益改善の取組により増益

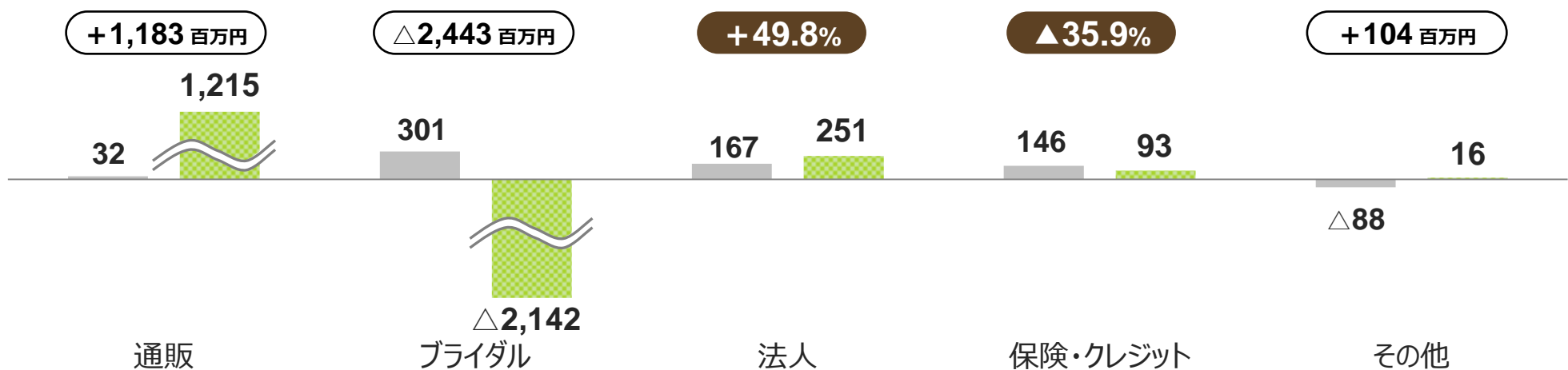
2 2020年度 第2四半期 セグメント別概況

■ 売上高

（単位：百万円）



■ 営業利益



※その他：子育て支援事業／化粧品製造販売事業 他

	2019年度 第2Q	2020年度 第2Q	増減	要因
売上高 (百万円)	30,982	34,650	+ 3,667	
売上原価率 (%)	52.6	50.5	△2.1	■ 仕入原価率減
販管費 (百万円)	14,646	15,944	+ 1,298	
営業利益 (百万円)	32	1,215	+ 1,183	
半期購入会員数 (万人)	155.8	209.9	+ 54.1	※2019年10月までは会員登録せずに購入できるゲスト購入制度を設けておりましたが、2019年第2Qの数値にはゲスト購入者数は含んでおりません
半期新規購入会員数 (万人)	26.5	39.4	+ 12.9	
型数 (型)	61,960	56,282	△5,678	■ 顧客軸、ブランドコード、利益の観点で品揃えを再整備
型あたり売上額 (千円)	425	560	+ 135	■ 型数削減、販促施策強化、売上増
在庫回転月数 (月)	3.7	3.1	△0.6	■ 仕入枠管理による在庫増抑制、売上増

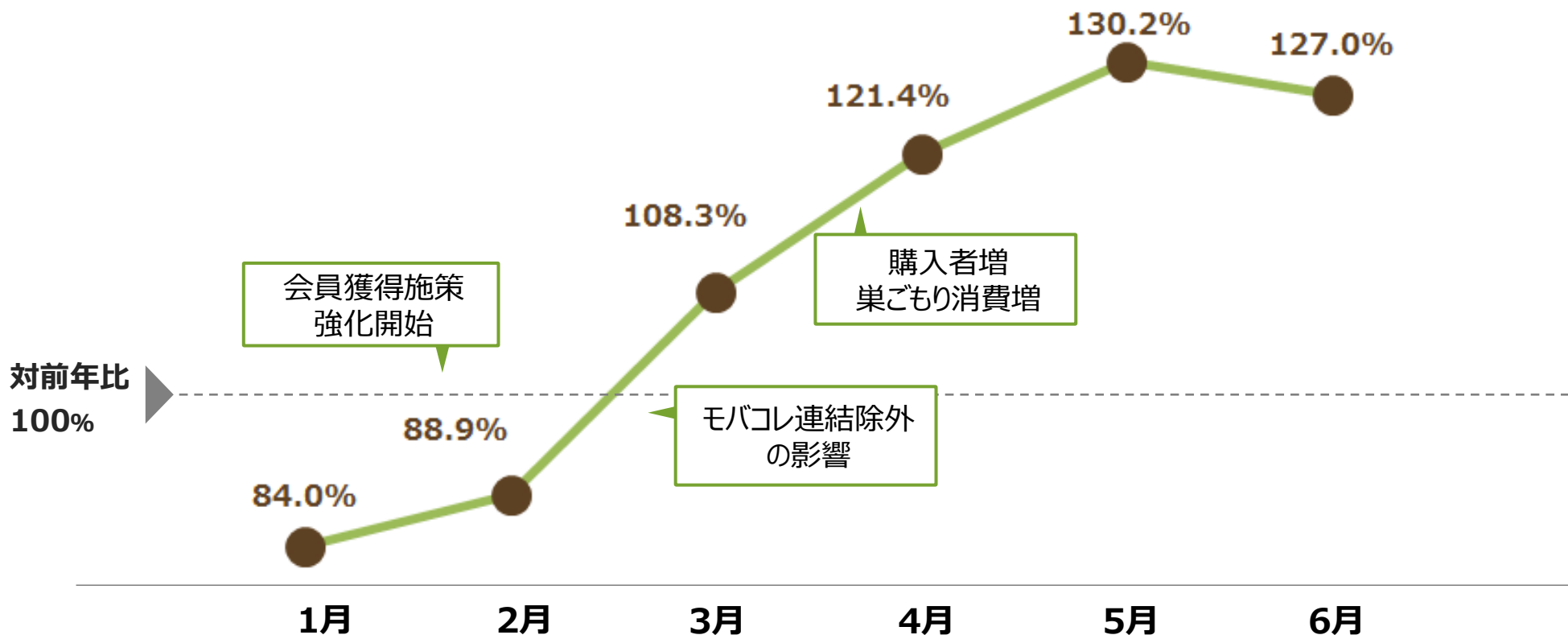
※ 半期購入会員数以下はベルメゾンの数値

- ◆ 会員獲得施策の奏功と継続的な利益改善の取組に加え、巣ごもりによる通販需要増の追い風を受け、大幅な増収増益

通販事業 月次実績（前年同月比）

1～6月 累計110.5%

- 第1四半期：先行投資として休眠・新規会員の獲得に注力し、会員獲得値引による客単価減と（株）モバコレの連結範囲除外（2019年3月29日）により、前年同月比割れ
- 第2四半期：継続して購入される会員の増加、巣ごもりによる通販需要増の追い風により、前年同月比超え



※HPにて、月次データ報告を再開しております

<https://www.senshukai.co.jp/main/top/ir/monthly.html> 9

- 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

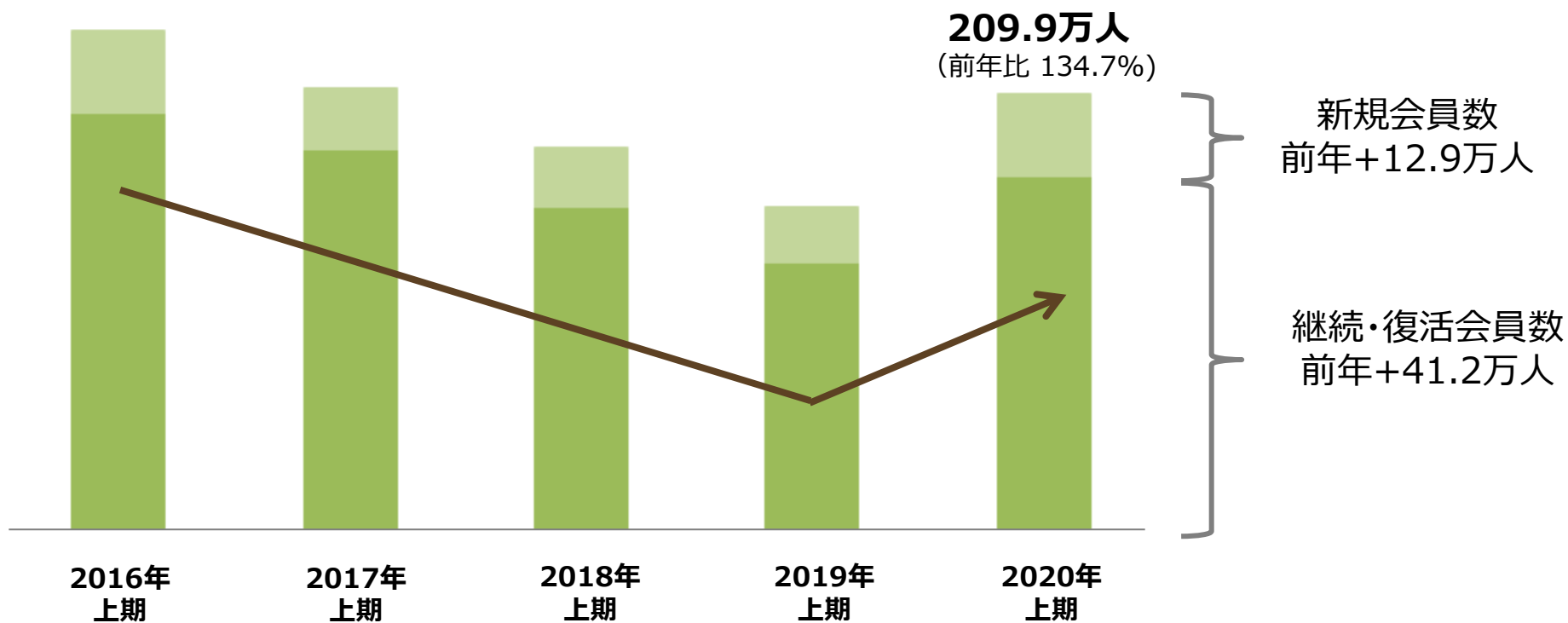
オペレーション 改革

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

- 一定期間ご購入がないお客様へDM等の積極的なアプローチを実施し、復活会員数が大幅に増加
- 育児カタログの産院設置等販促強化により、新規会員数が増加
- コロナで変化した消費行動におけるニーズを捉え、ECで生活提案強化、SEO・EC販促経由の来訪者・購入者が増加

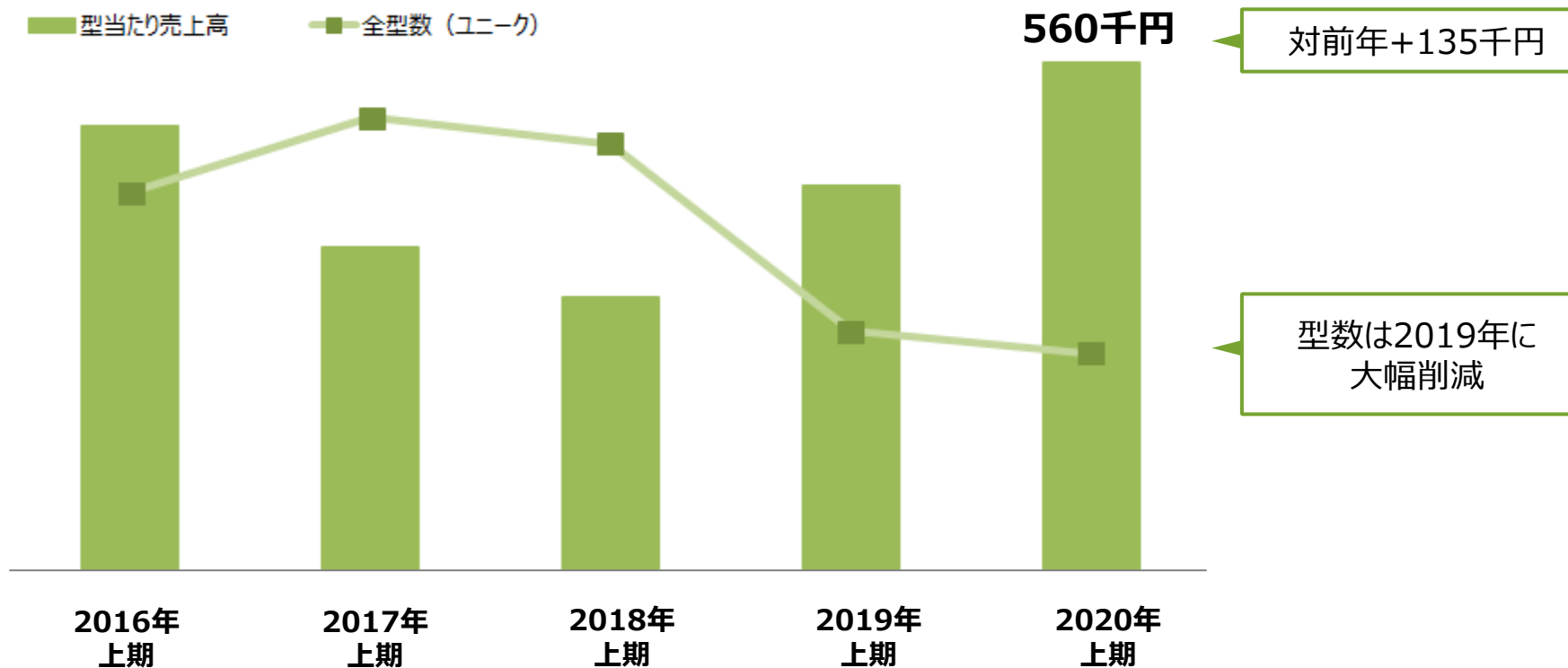
→ 会員数に下げ止まりと増加傾向



商品力・ 提案力の 強化

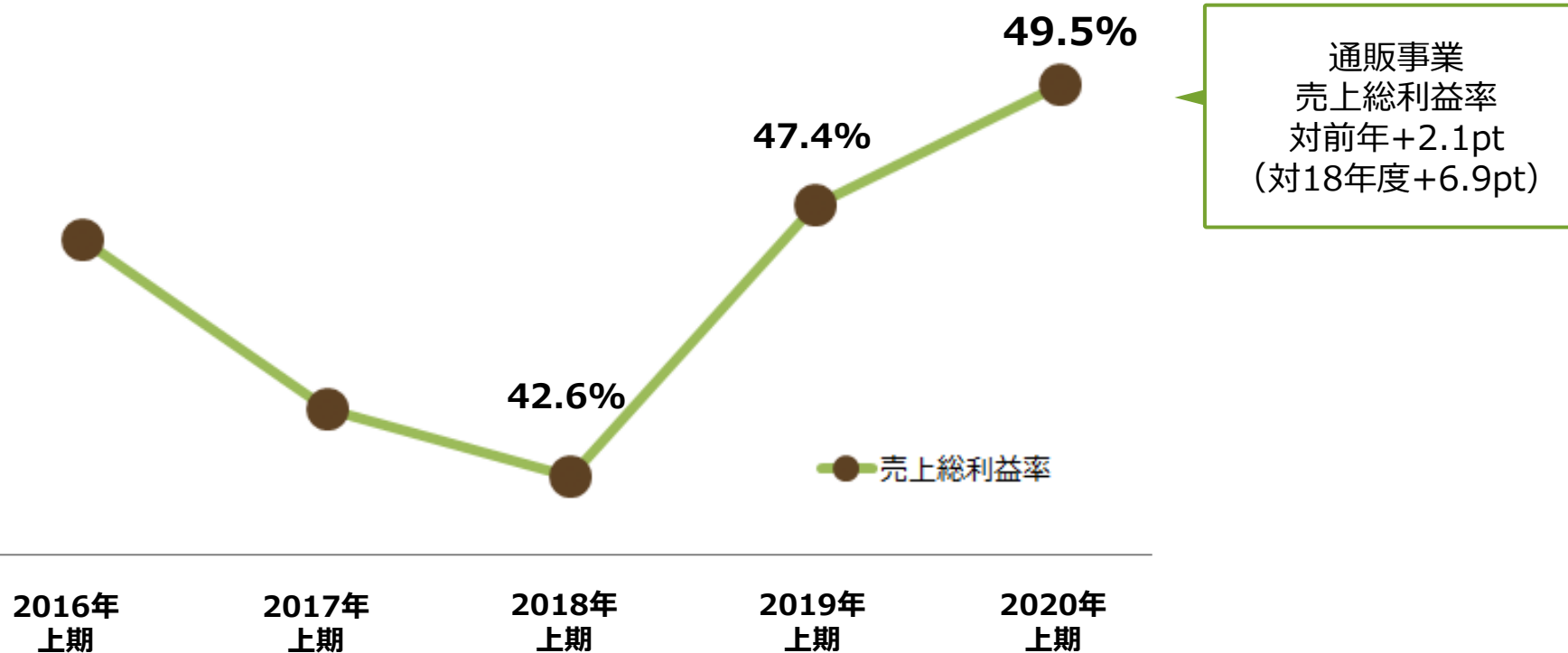
- お客様に寄り添い、仕入先様と協業しながらブランドコードに即したオリジナル商品開発・品揃えを実装
- 部屋着、家具・生活用品、子育て支援商品の提案・訴求など、コロナによる生活スタイルの変化にスピーディに対応
- 将来のベルメゾンの看板となる商品の発掘と磨き込みを開始

→ 型当たり売上高が増加



オペレーション改革

- 売上・原価率、仕入、在庫を連動させた調達とKPI管理運用の精度向上による売上総利益率改善
 - 仕入先様とのパートナーシップ強化による商品原価率の継続的低減の実行
 - バーゲン判断早期化による在庫・償却等の削減に伴う売上総利益の向上
- 構造的に売上総利益率が改善



テーマ	下期の取り組み
会員基盤の再構築	<ul style="list-style-type: none"> • 販促注力施策を、会員獲得から継続率・単価アップに再配分 • 会員行動分析の強化によるカタログ配布戦略・販促効率の更なる向上 • コロナ禍による消費行動の変化を捉え、今まで以上に消費者に寄り添った生活提案を実行 • ブランドエンゲージメントを強化する顧客接点のシナリオ作り
商品力・提案力の強化	<ul style="list-style-type: none"> • 仕入先様とのパートナーシップ強化 → 特色あるオリジナル商品が継続開発できる体制を構築 • 幅広い品揃えを活用 → 商品軸でなく顧客軸で、お客様毎のニーズに即したジャンル横断の提案・販促を実行・強化 • 既存ツール以外の顧客接点（動画配信、SNS等）を模索 → 提案機会の増強
オペレーション改革	<ul style="list-style-type: none"> • 引き続き、売上・原価率、仕入、在庫を連動させた調達とKPI管理運用を徹底 • 売れ筋商品についてのきめ細かな在庫数量検証、代替商品提案 → 機会損失を最小化 • 顧客軸・ブランドに沿った品揃えとしつつ、個別商品の役割（集客・付加価値型商品）を踏まえたジャンルミックスでの売上総利益率の設計 → 全体での売上総利益率の向上を目指す

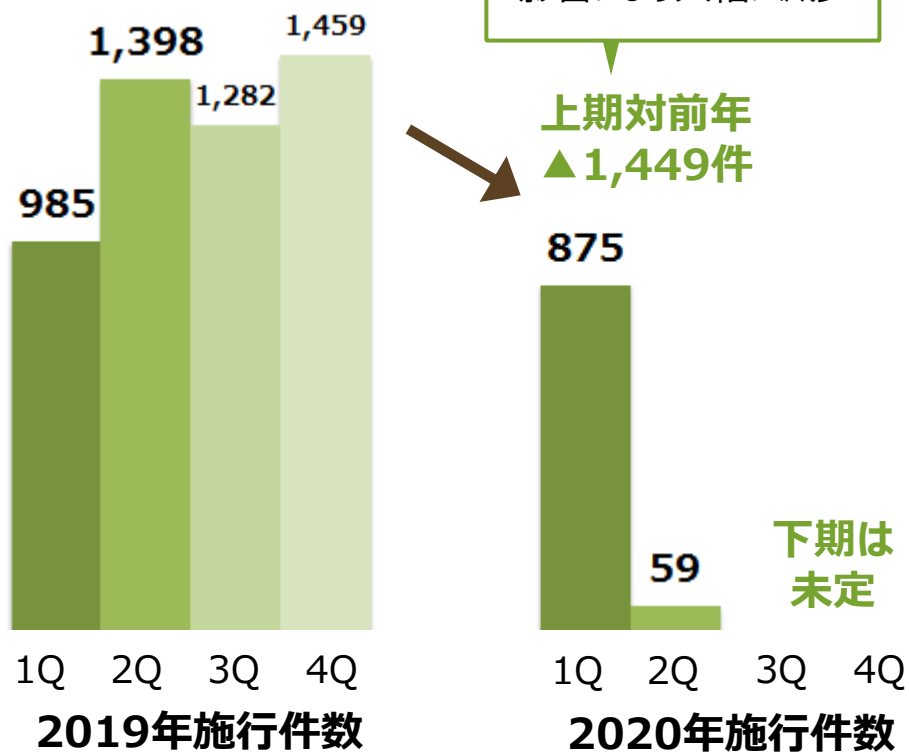
※ブライダル事業：ディアーズ・ブレイン、プラネットワーク、ワンダーステージ

	2019年度 第2Q	2020年度 第2Q	増減	要 因
売上高（百万円）	9,557	3,902	△ 5,654	■ 4月～6月の挙式披露宴の7月以降への延期および組単価の減少により売上高が減少
営業利益（百万円）	301	△ 2,142	△ 2,443	■ 売上高の減少に伴う減益
ゲストハウス数（店舗）	25	25	—	
施行件数（組）	2,383	934	△ 1,449	
平均組単価（万円）	374.0	361.8	△ 12.2	

- ◆ 新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、4月～6月の多くの挙式披露宴の延期発生と組単価の減少により、減収減益

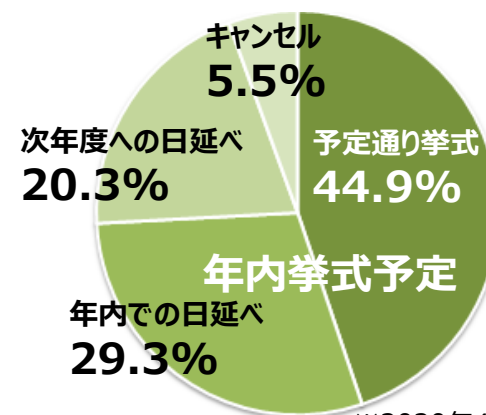
- 新型コロナウイルスの影響により、当第2四半期は大幅に減少
- 予定されていた挙式披露宴のキャンセル約5.5%、下期、次年度への延期が多数発生
- 挙式ニーズは持続しているものの、同感染症の影響が大きく、年内の着地見込み施行件数は未定

施行件数推移



2020年内挙式予定の動向

キャンセル 5.5%
日延べ 49.6% (次年度含む)



※2020年4月以降に発生したキャンセル・日延べの比率

基本方針① お客様へ安全・安心な結婚式をご提供するために感染症防止対策を徹底

- 結婚式場業「新型コロナウイルス感染拡大防止ガイドライン」に準拠し、さらに各店舗の特性も踏まえた工夫を加え安全な環境を構築し、お客様、ご列席者様、および従業員の安全・安心の確保を実現する
 - ✓ 館内および備品等の衛生管理の徹底
 - ✓ ご来館されるお客様の体調ヒアリング・検温の実施、および感染防止策に関する情報発信
 - ✓ ハウスウェディングならではのゆったりとしたプライベート空間を活かしたソーシャルディスタンスの確保
 - ✓ 社員・アルバイトおよび提携先を含む全スタッフの体調管理の徹底

基本方針② ハウスウェディングを基盤としながらも、withコロナの新たなニーズに対応

- 「人が同じ場所に集い、結婚するふたりを祝福する」という結婚式を基本の考え方としながらも、ご列席者様のリモート参加などのオンラインで提供できるサービスの拡充や、フォトウェディングの強化などを進め、withコロナにおける新たなニーズに応えていく
- 感染者の発生状況やお客様のマインドは地域によって異なるため、当社グループの強みである地域密着型で文化・お客様の嗜好を取り入れる力を活かした顧客対応を、いままで以上に強化していく

(単位：百万円)

	2019年度 第2Q	2020年度 第2Q	増減額	要因
売上高	2,223	2,537	+313	
▶ 業務受託	1,776	1,791	+14	■ 物流・コールセンター業務受託増
▶ サンプルング	356	478	+121	■ DMサービスの成約増等
▶ ノベルティ	84	262	+177	■ 新規クライアントの成約増等
▶ その他	5	4	△0	
営業利益	167	251	+83	
営業利益率 (%)	7.5	9.9	+2.4	

◆ 「サンプルング」・「ノベルティ」における新規クライアント成約が寄与し、増収増益

（単位：百万円）

	2019年度 第2Q	2020年度 第2Q	増減額	要因
売上高	274	200	△74	
➤ 保険	249	178	△71	■ 営業活動自粛による減収
➤ クレジット	24	22	△2	
営業利益	146	93	△52	■ 売上高減による減益
営業利益率（%）	53.2	46.8	△6.4	

- ◆ 保険にて、ブライダル事業との連携や子育て世代へのアプローチを開始するも、新型コロナウイルス感染拡大に伴い営業活動を自粛し、減収減益

（単位：百万円）

	2019年度 第2Q	2020年度 第2Q	増減額	要因
売上高	850	935	+ 85	
営業利益	△88	16	+ 104	

◆ 子育て支援事業にて、2019年4月に開園した保育園2園と学童保育の運営が順調に推移

子育て支援事業（株）千趣会チャイルドケア）における新型コロナウイルスに対する取組み方針

子ども達一人ひとりの笑顔を守る為に、各ご家庭と一緒に感染予防に努めて保育施設の運営を進める

- 政府や各自治体の発表・連携情報をもとに基本方針を設定し、各施設の特性、お子様の人数・年齢、保育士体制等を踏まえ、各園で対策を整備・実行
- 万が一園内で感染者が発生した場合に備えて、感染が拡大しないよう危機管理体制を構築
- withコロナの新しい行動様式として、行事や活動（園内保育、散歩、お昼寝、食事等）を見直し、密を避けながらも子ども達の笑顔を守る保育体制を整備し、継続的に更新

(単位：百万円)

	2019年度末	2020年度 第2Q末	増減額
資産の部			
● 流動資産	42,293	43,040	+746
● 固定資産	31,370	28,402	△2,967
資産合計	73,664	71,442	△2,221
負債の部			
● 流動負債	20,094	20,522	+427
● 固定負債	11,078	11,755	+676
負債合計	31,173	32,277	+1,104
純資産の部			
● 株主資本	43,736	40,557	△3,178
● その他の包括利益累計額	△1,245	△1,392	△147
純資産合計	42,490	39,164	△3,326
負債・純資産合計	73,664	71,442	△2,221

❖ 投資有価証券が減少するとともに、四半期純損失の計上により純資産が減少

資産：現預金+29億円、棚卸資産△12億円、投資有価証券（持分法関連会社株式含む）△26億円

負債：短期借入金+29億円、季節変動による未払金の減少を含むその他流動負債の減少△25億円

純資産：四半期純損失の計上による利益剰余金の減少△31億円

(単位：百万円)

	2019年度 第2Q	2020年度 第2Q	増減額	2020年度 要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,443	113	△1,330	<ul style="list-style-type: none"> ■ 税金等調整前四半期純損失 (△2,946) ■ 持分法による投資損失 (+2,369) ■ たな卸資産の減少 (+1,216)
投資活動によるキャッシュ・フロー	8,991	△681	△9,672	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有形固定資産の取得 (△299) ■ 無形固定資産の取得 (△548) ■ 前期：有形固定資産の売却 (+8,516)
財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,228	3,533	+8,762	<ul style="list-style-type: none"> ■ 短期借入金の増加 (+3,000) ■ 長期借入れによる収入 (+1,450)
現金及び現金同等物の期末残高	22,349	25,671	+3,321	

◆ 新型コロナウイルス感染拡大の影響によるブライダル事業の資金需要発生に対応するため、資金調達

- ・ 100億円のコミットメントライン契約から30億円の短期借入金を実行
- ・ 新規に長期借入金14.5億円を調達

基本方針

- お客様、従業員ならびに当グループ関係者の皆様の健康維持と安全確保を最優先する
- 新型コロナウイルス感染拡大を抑止する
- 日常生活を支える通販業（流通小売業）としての責務を果たす

新型コロナウイルスに対する取組み

感染拡大防止の
対応策

- 政府・各自治体への緊急対策への対応
- 在宅勤務、時差出勤、ソーシャルディスタンスを確保した事業レイアウト

日常生活を支える
流通小売業として
の責務

- コールセンター・物流センターでは、感染防止対策徹底のうえ、通常業務を実施
- 新しい生活を支援する商品のご提供

with/after コロナに対する取組み

with/after コロナにおける重要課題を3つに区分し、時系列で対応

1. 従業員の健康・安全を守り、新たな日常に合わせた働き方・業務改革を実施
2. お客様の新たな消費ニーズ、価値観の変化に対応した事業モデルへの変革
3. 千趣会グループならではの社会責任と社会貢献（女性支援、子育て支援）の再整備の実施

3 優先株式の償還及び消却（REVICファンドとの提携解消）

- ◆ 事業環境の変化を成長の機会と捉え、今後、通信販売事業について積極的な事業展開を推進する
⇒ REVICファンドとの資本提携は解消し、新たな成長ステージへ

背景

- 通信販売事業の構造改革および利益改善を実現（会員下げ止め、売上総利益率改善 等）
- ニューノーマル（新常態）への転換を好機と捉え、成長戦略に係る経営の意思決定のスピードを更に高めていくことが重要

目的

- 新たな成長ステージに移行することを目的とした意思決定の迅速化
- 資本政策の柔軟性の確保
- A種優先株式の配当負担回避

スキーム

- REVICファンドとの間で、投資契約を変更（買取請求行使期間の変更）
- REVICファンドによる金銭を対価とする取得請求権の行使を受け、本優先株式の全てを取得した上で消却（取得額 8,005百万円）

貸借対照表 影響

※ 優先株消却
前後比較

- 現金及び現金同等物の期末残高 ▲8,005百万円（25,671百万円 ⇒ 17,665百万円）
- 純資産合計 ▲8,005百万円（39,164百万円 ⇒ 31,159百万円）
- 自己資本比率 ▲5.7pt（54.8% ⇒ 49.1%）
→ 十分な現預金残高、自己資本比率を維持しており、資金繰り、安全性に問題なし

※ REVICファンド = REVICパートナーズ株式会社が無限責任組合員として運営管理する
地域中核企業活性化投資事業有限責任組合

配当予想

当社グループは、経営基盤の強化を図ると共に、株主各位に対しましては配当性向を考慮し安定的な配当の維持及び業績に応じた適正な利益還元を基本としております。

2020年度におきましては、2020年2月13日付「2019年度12月期 決算短信」にて、1株当たり中間配当2円、期末配当2円の年間配当金4円を予定しておりましたが、2020年4月27日付「通期業績予想の修正及び配当予想の修正に関するお知らせ」にて、中間配当は無配、期末配当は未定とさせていただきます。

株主の皆様には中間配当を見送りましたことを深くお詫び申し上げますとともに、安定的な配当の実現に向けて努力してまいりますので、引き続きのご理解を賜りたくお願い申し上げます。

決算発表日程

- | | |
|--------------|---------------------------|
| ● 第3四半期決算発表 | 2020年 10月30日（金） 予定 |
| ● 2020年度決算発表 | 2021年 2月12日（金） 予定 |
| ● 決算説明会（東京） | 2021年 2月15日（月） 予定 |

千趣会はこれからも
「ウーマン スマイル カンパニー（女性を笑顔にする会社）」であり続けます。



千趣会は、1955年の設立から一貫して、女性の一生を通じ、
就職や結婚、出産など、さまざまなライフステージに寄り添ったビジネスを展開してきました。
今一度、お客様志向の原点に立ちかえり、事業構造の抜本的改革を成し遂げます。

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。