

株式会社 千趣会 (東証プライム : 8165)  
2022年度 第2四半期 決算説明資料

2022年8月10日

ウーマン スマイル カンパニー  
**senshukai**

1 2022年度 第2四半期 業績概況

2 2022年度 第2四半期 セグメント別概況

3 ステークホルダーの皆様へ

# 1 2022年度 第2四半期 業績概況

(単位：百万円)

	2021年度 第2Q		2022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	38,533		28,389		△10,144	
売上原価	18,463	47.9%	14,400	50.7%	△4,063	+ 2.8pt
売上総利益	20,069	52.1%	13,989	49.3%	△6,080	△2.8pt
販管費	19,596	50.9%	17,897	63.0%	△1,698	+ 12.1pt
営業利益	473	1.2%	△3,908	△13.8%	△4,381	△15.0pt
経常利益	499	1.3%	△3,749	△13.2%	△4,248	△14.5pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	478	1.2%	△3,656	△12.9%	△4,134	△14.1pt

※ 2021年実績は2022年との比較用に簡易的に収益認識基準で組替えた数値

- ◆ 基幹システムのリプレイスに関するトラブルによる受注減少や、前年同期はブライダル事業の売上高（17億33百万円）を含むため、連結売上高は大きく減収
- ◆ 売上高の減少に加え、在庫削減に向けたバーゲン販売の増加やシステムトラブル対応費用の増加等で大きく減益

(単位：百万円)

	2021年度末	2022年度 第2Q	増減額
資産の部			
● 流動資産	34,463	29,158	△5,305
● 固定資産	18,013	17,696	△317
資産合計	52,476	46,854	△5,622
負債の部			
● 流動負債	15,966	12,880	△3,086
● 固定負債	3,307	4,155	+847
負債合計	19,274	17,035	△2,238
純資産の部			
● 株主資本	34,291	30,442	△3,849
● その他の包括利益累計額	△1,089	△655	+434
● 非支配株主持分	—	30	+30
純資産合計	33,202	29,818	△3,383
負債・純資産合計	52,476	46,854	△5,622

❖ 基幹システムのリプレイスに関するトラブルの影響による、現預金等の減少

資産：現金及び預金△37億円、未収入金△14億円

負債：電子記録債務△12億円

純資産：利益剰余金の減少△38億円 自己資本比率は 63.3% → 63.6% と横ばい

(単位：百万円)

	2021年度 第2Q	2022年度 第2Q	増減額	2022年度 要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	388	△4,079	△4,467	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 税金等調整前四半期純損失 (△3,604)</li> <li>■ その他流動資産の減少 (+1,837)</li> <li>■ その他流動負債の減少 (△1,914)</li> </ul>
投資活動によるキャッシュ・フロー	1,486	△273	△1,760	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 無形固定資産の取得による支出 (△1,166)</li> <li>■ 連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入 (+626)</li> </ul>
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,672	482	+3,155	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 長期借入れによる収入 (+1,000)</li> <li>■ 長期借入金の返済による支出 (△340)</li> </ul>
現金及び現金同等物の期末残高	18,830	11,878	△6,951	

- ◆ 基幹システムのリプレイスに関するトラブルによる影響等で、営業活動によるキャッシュ・フローが減少
- ◆ 昨年はブライダル事業再編による収入があり、投資活動によるキャッシュ・フローは対前年同期で減少
- ◆ 現預金は、第2四半期時点で118億78百万円を保有

## 2 2022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



※ 2021年実績は2022年との比較用に簡易的に収益認識基準で組替えた数値

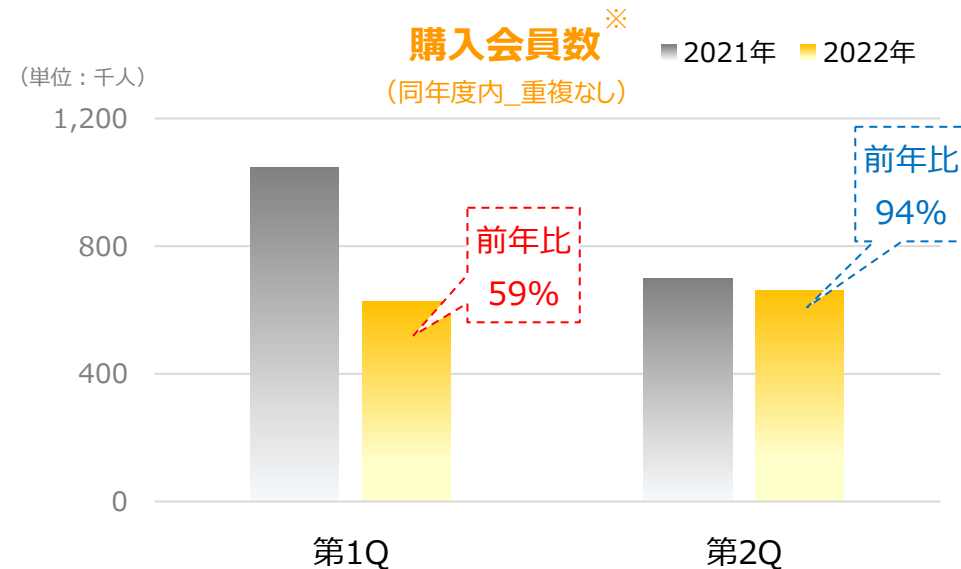
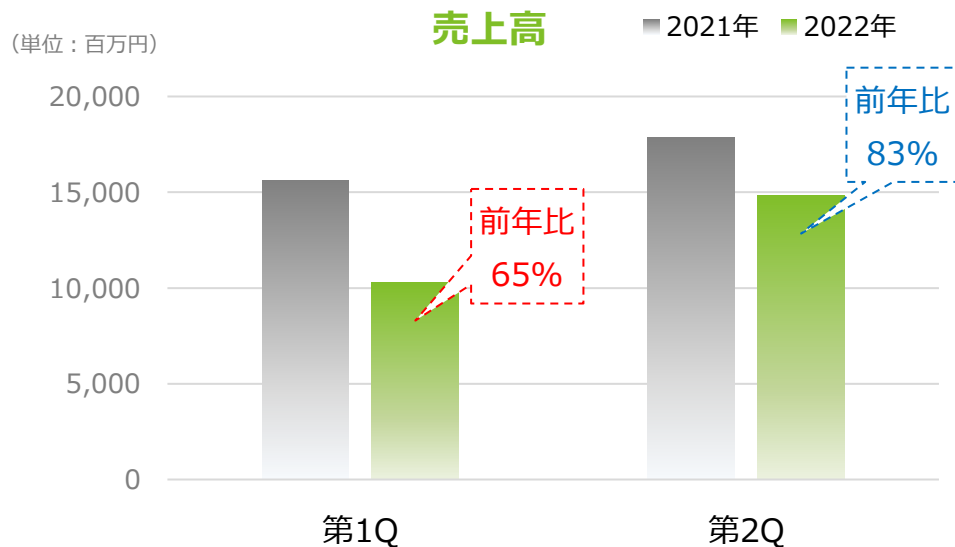
※ その他：子育て支援事業等（2022年度第2四半期から化粧品製造販売事業は連結除外）



	2021年度 第2Q	2022年度 第2Q	増減	要 因
売上高（百万円）	33,491	25,145	△8,346	■ システムトラブルによる販促縮小の影響
売上原価率（%）	48.3	51.2	+ 2.9pt	■ 売上減少、バーゲン増加の影響 ■ 注文獲得費の効率悪化
販管費（百万円）	15,988	16,319	+ 330	
営業利益（百万円）	1,331	△4,042	△5,373	■ 売上減少にともない減益
半期購入会員数（万人）	174.5	128.7	△45.8	■ システムトラブルにより第1Q（1～3月）に販売促進施策を縮小していた影響で購入会員数が減少 ■ 第1Q（1～3月）での影響が大きく、リカバリー施策を開始した第2Q（4～6月）での購入会員数は△3.8万人
半期新規購入会員数（万人）	32.1	23.5	△8.6	
半期継続購入会員数（万人）	110.9	80.4	△30.5	
在庫回転月数（月）	2.9	4.0	+ 1.1	

※ 2021年実績は収益認識組替え済

※ 半期購入会員数以下はベルメゾンの数値



※ベルメゾンの数値

## 【現況】

- ・第1Qは、システムトラブルにより販売促進策を大幅に縮小 → 売上高・購入会員獲得数ともに前年を大きく下回る
- ・第2Qから、販売促進策を再開させ営業活動を本格化 → 売上高・購入会員獲得数は回復傾向にある



- ・第3Q以降は、さらに販売促進費を投下し、お客様のステージ別に細やかな施策を実施、クロスメディア販促も検討中
- ・原材料費高騰を受け、秋冬商材から一部プライシングの見直しを実施とともに、全社的なコスト削減も実行
- ・当面の運営資金は確保できており、積極的な投資も継続することで中期的な変革を目指す



- ・今期中に会員規模を回復させ、2023年度の黒字化を達成するために「3つの重点施策（詳細は後述）」を実行
- ・シンプルな構造にリニューアルした基幹システムをベースにBPRを実行し、新システムを柔軟に進化させていく

## 【中期経営計画の目標】

- ・通信販売事業を中核とした「独自の共創モデル」に変革することで成長を実現する  
→ 2025年に売上高900億円、営業利益40億円、ROE8%以上を達成する

- ・ 3つの重点施策を中心に検討し2022年から実行することで、2023年の「黒字化」達成を目指す  
→ 4月に設立した新会社「株式会社Senshukai Make Co-」が中心となり変革を推進

## ① デジタル・プロモーション強化によるプロモーション・ミックスの実現

- ・ カタログ中心のプロモーションを見直し、SNS等によるデジタル・プロモーションに経営資源をシフトさせる
- ・ プロモーション・ミックスを実現し新規顧客の獲得、及び既存顧客の注文回数の増加を目指す
- ・ マーケティング機能を強化し、多様なお客様のライフスタイルと価値観を理解することで、商品・サービスの提案力を強化する

## ② 広告ソリューション事業の推進

- ・ 女性会員数が国内有数規模のECサイト「ベルメゾンネット」を活用した広告ソリューション事業を推進し、広告売上の増加を目指す

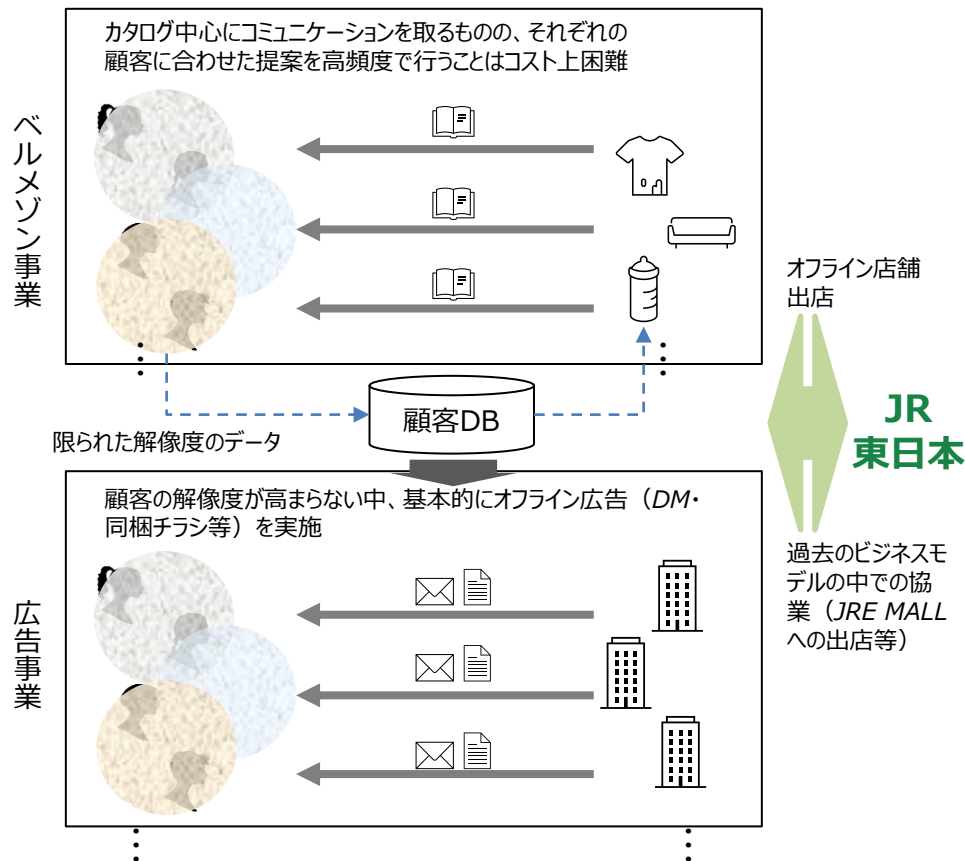
## ③ 共創によるサービスの拡充

- ・ 協業先との共創により、商品の使用中・使用後に係るサービスや、お客様の暮らしに寄り添った便利なサービスを拡充することで、ベルメゾンのブランド価値を高め、会員基盤の強化を目指す

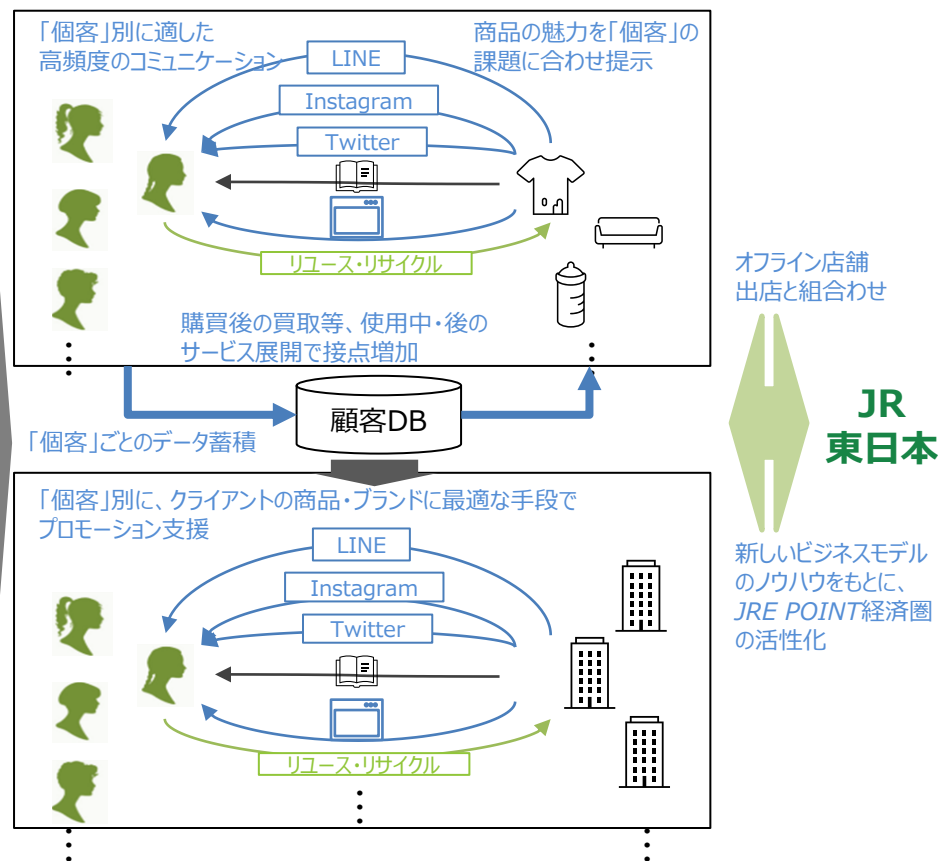
- ✓ 顧客基盤の再構築、商品力・提案力の強化、オペレーション改革などの継続実施がベース
- ✓ DX/BPRを推進することを大前提として各種重点施策に取り組む

- ・カタログ中心だったマーケティングスタイルを、デジタルも組み合わせた高解像度なセグメンテーションと高頻度なコミュニケーションを「個客」へ丁寧に行うスタイルに転換。それに応じて広告事業やJR東日本との協業も進化させていく

これまで



目指す姿



・「暮らしの満足を求める人」の中でも、特に今のベルメゾンの強みが生きる「ママ」「ディズニーファン」に対し、個別商品のベネフィット抽出とコミュニケーション設計を丁寧に実施していく

主要ターゲット	商品	プロモーション／コミュニケーション
---------	----	-------------------

■ 幅広いターゲットから、当初特に重視すべき顧客セグメントを選定

■ 重点商品を選定

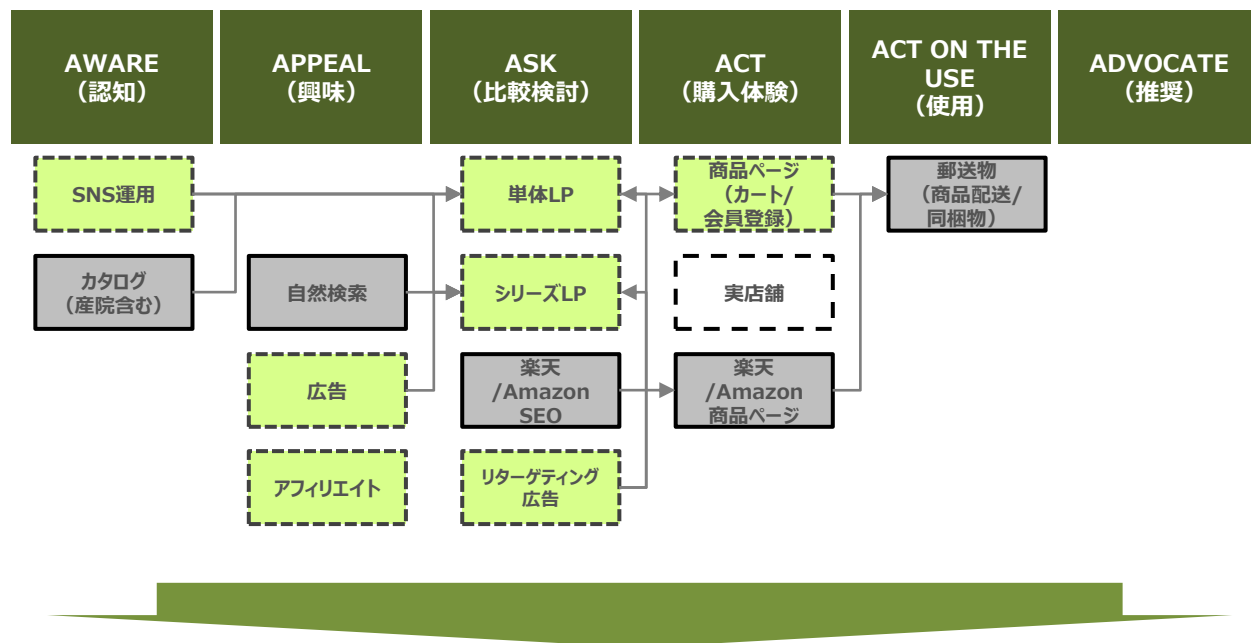
■ デジタルを活用した取組みを含め、お客様の購買行動に合わせて再設計・実装していく

全体ターゲット  
「暮らしの満足」を  
求める人

22年重点ターゲット

ママ  
(約500万人\*)

ディズニーファン  
(100万人超)



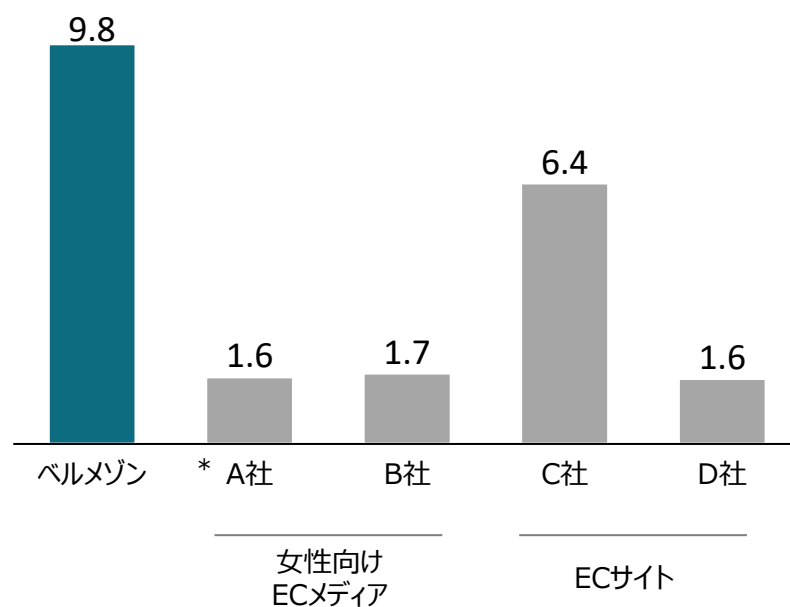
カタログ以外の認知経路設計で顧客獲得数増・注文回数増

\*国勢調査の「児童のいる世帯数」のうち、母が働いている世帯数をカウント。

- ・ベルメゾンネットは、女性向けメディアとして国内有数規模を誇るものの、これまで広告メディアとして最大限に活用できておらず、今後は広告をはじめとするマーケティングソリューションをクライアント企業様へ展開していく

## ベルメゾンネットのメディアとしてのポテンシャル

【月間セッション数比較】  
(2021年4月～2021年6月 単位：百万セッション)



\*ベルメゾンネットに類似する各ECのセッション数（当社調べ）

## 広告ソリューション概要

### お取引先様向け 広告ソリューション

- お取引先様に対し、ベルメゾンネット内での売上拡大につながる企画広告を提案

### 一般クライアント様向け 広告ソリューション

- ベルメゾンがカバーできていない商品カテゴリー（アパレル・雑貨以外）を提供するクライアントに対し、共同企画広告を提案

- ベルメゾンネット内での顧客行動データ分析、及び会員インタビュー等を通じた改善施策の継続提案

・使用中・使用後にフォーカスしたサービスを投入することで、お客様との接触頻度を高め、継続率を改善する

## 使用中・使用後のサービスの位置づけ

## サービス事例：kimawari（オークネットと共同開発）

## 23年目標

使用前

- ・ 新マーケティング施策を通じた強化（暮らしの満足にフォーカス。個客に合わせたコミュニケーション）

使用中

- ・ 修理やクリーニング等、商品を快適に長く使えるようなサービスを展開

使用后

- ・ 愛用してきたモノを、有効活用する形で処分可能なサービスの展開

購入後の接触頻度向上



継続率  
向上



（単位：百万円）

		2021年度 第2Q	2022年度 第2Q	増減額
法人事業	売上高	2,239	2,217	△21
	➤ 業務受託	1,469	1,354	△114
	➤ 広告事業	355	450	+94
	➤ その他	414	413	△1
	営業利益	203	107	△96
	営業利益率（%）	9.1	4.8	△4.3pt
保険事業	売上高	174	214	+39
	営業利益	59	97	+37
	営業利益率（%）	34.3	45.3	+11.0pt
その他事業	売上高	894	811	△82
	営業利益	△77	△70	+6
	営業利益率（%）	△8.6	△8.7	△0.1pt



- 6月17日に株式会社JFLAホールディングス(以下、JFLA)と「食の共創モデル」を実現させるため合併契約書を締結し、株式会社ウェルサーブを設立いたしました
- 現在、通信販売のベルメゾン事業、及び千趣会グループでは様々な商品やサービスを提供しておりますが、暮らしの基礎となる衣・食・住について、「食（グルメ）」ジャンルは展開が拡大できておりません
- 今後も当社グループを選んでいただくには食ジャンルの強化が必要であり、当社に不足するリソース等を補完するために、食領域において生産から消費までバリューチェーンをグローバルに保有するJFLAとともに、『食の共創事業モデル』の構築、また、『社会的価値』と『事業価値』も同時に実現する取組みを進めます
- まずは、2022年の年末商戦をターゲットに 9月中旬にワインのEC販売・サービスを開始し、このワインECの仕組みをベースに2023年には次なる『食』の新事業も検討しております

## ▼顧客リレーション（相互送客）



JRE  
MALL  
・  
リアル展開  
(OMO)

「ハラルボニー×ベルメゾン」の暮らしに寄り添う商品を通販とエキナカで発売

- 約1年の準備期間を経て、ハラルボニー、JR東日本とともに、サステナビリティ方針や共創を具現化
- 障がいを持つ12作家の作品をモチーフとした17商品を、5月30日～ベルメゾンネット、6月1日～ベルメゾンJRE MALL店、6月3日～14日横浜駅、6月20日～7月3日東京駅にて発売
- 横浜駅では、駅構内のJRE MALL Cafeにて「Social Good Gallery」を同時開催。「ハラルボニー×ベルメゾン」商品をショールーミングで販売

商品を店舗で受け取れるサービスを試行

- 3月3日～31日、ベルメゾンJRE MALL店で購入した商品を、ベルメゾン・グランスタ東京店にて、受取及び試着、返品できるサービスのトライアルを実施。一定の利用実績があり、利便性の評価を獲得
- 本トライアルの経験と利用者アンケートから得られた知見をもとに、今後、より利便性の高いサービスの提供を検討

2022年ポップアップショップは、JR上野駅を皮切りに、立川など新たな立地にトライ

- JR上野駅にて、「Disney Fantasy Shop by Belle Maison」を長期催事にて展開（4/8～5/8）  
グランデュオ立川にて、汗取りインナー（サラリスト）及びインテリア雑貨を展開（5/25～31）
- 引き続き、下期も積極的なポップアップ開催。OMOの取組みを推進するとともに、常設店舗の出店を見据えて展開

JRE  
POINT  
との連携

ベルメゾンネットでのビューカード決済、JRE POINTからベルメゾンお買物券への交換は着実に進捗

- JRE POINT会員との相互送客を通じ、上半期で5,700人以上の新規会員の獲得を実現

### 3 ステークホルダーの皆様へ

## ・リプレイスの背景

- ▶以前の基幹システムは、通信販売事業の成長に合わせて巨大化・複雑化し、様々な変化への対応が困難な状況となっていた一方で、当社の通信販売事業はビジネスモデルの転換期にあり、今後、事業の変革を進める上でシステムの柔軟性は不可欠な要素となっておりました。このため、基幹システムをベーシックかつシンプルなものに刷新することとし、並行して業務プロセスも改革することを念頭に準備を進めてまいりました

## ・リプレイス後の状況

- ▶新システム稼働後、ベルメゾンネットでご注文を正しく受付できない、予定どおりに商品をお届けできない等の事象が発生し、これらに起因しコールセンターへのお問い合わせが集中する等、影響が広範囲にわたり通常の営業活動に支障をきたす状態となりました。事態収束に向けて、販売促進活動等の一部業務を停止するとともに、緊急的に人員配置を見直し、早期の復旧に向けて対応いたしました
- ▶第1四半期は、上記のように販売促進策を見合わせた影響で一時的に業績が悪化する事態となりました
- ▶第2四半期は、新システムが概ね平常通り稼働したことで、業績回復に向けて販売促進活動等を再開しております

## ・今後について

- ▶この新システムをベースとした業務改革、及びビジネスモデルの転換を推進することにより、お客様により満足いただけるように魅力的な商品と便利なサービス、新たな体験を柔軟かつスピーディーに展開し、当社グループの中核事業である通信販売事業のビジネスモデルの転換を加速させてまいります
- ▶今回、社外メンバーを含めた外部評価を実施しており、リプレイス後の発生事象・トラブルの分析を行い問題点を整理し原因を構造化したうえで、再発防止に努めてまいります。今後は、業務変革におけるトラブルを未然に防ぐためにリスクマネジメントを徹底し、これまで以上に顧客起点の考え方を社内に浸透させることでより良いサービスを提供してまいります

- ・柔軟性のある新たなシステムをベースに業務改革、及びデジタルトランスフォーメーションを行い、中期経営計画の実現に向け、「通信販売事業のデジタルシフト」「収益構造の変革」「パートナー企業との共創」等の施策を集中的に実施してまいります。  
そして、当社が持つポテンシャルを最大限に活かしたユニークかつ新たなビジネスモデルへの転換を実現し、企業競争力と企業体質を強化してまいります
- ・これまで以上にお客様の価値観やライフスタイルを理解することで、お客様に愛着を持って長く使っていただける商品開発を強化してまいります。また、商品提供後に長く使用していただくためのサービスや、商品を使い終わった後のリユース・リサイクルサービスを付加してまいります。  
今後は、商品の「使用価値の最大化」を目指し、企画力・調達力の向上を目指してまいります
- ・これらの取り組みにより、「来期の黒字転換」を実現し、中長期的には、お客様から長く愛されステークホルダーの皆様の期待に応えられる企業となれるよう努めてまいります。  
引き続き、ご支援を賜りますよう、宜しくお願い申し上げます

## 配当予想

- ・ 当社グループは、経営基盤の強化を図るとともに、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方針としています
- ・ 2022年度は、1株当たり年間配当は7円（中間3円、期末4円）を予定しておりましたが、5月13日付「通期業績予想及び配当予想の修正（無配）に関するお知らせ」にてご案内のとおり、2022年度の配当は無配とさせていただきます。なお、株主優待制度は継続してまいります
- ・ 株主の皆様には深くお詫び申し上げますとともに、可能な限り早期に復配できるよう努めてまいりますので、これまで以上にご支援を賜りますようお願い申し上げます

## 決算発表予定

- |              |                          |
|--------------|--------------------------|
| ● 第3四半期決算発表  | <b>2022年11月11日（金） 予定</b> |
| ● 2022年度決算発表 | <b>2023年 2月10日（金） 予定</b> |
| ● 決算説明会（東京）  | <b>2023年 2月13日（月） 予定</b> |

※決算説明会は動画配信で実施する可能性があります

# 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

メール [ir@senshukai.co.jp](mailto:ir@senshukai.co.jp)

本資料は当社をご理解いただくために作成したもので、投資勧誘を目的としたものではありません。  
なお、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、様々な影響により予想数値と異なる可能性があります