3ヒラキ



2013年3月期 決算説明会

2013年5月22日

ヒラキ株式会社

http://company.hiraki.co.jp/

3ヒラキ

♦ 企業概要とビジネスモデル





🤦 会社概要 (2013年3月末日現在)



商号

ヒラキ株式会社 (英文:HIRAKI CO.,LTD.)

本社

兵庫県神戸市西区岩岡町野中字福吉556

登記上の本店所在地 兵庫県神戸市須磨区中島町3-2-6

設立 上場 1978年4月(創業1961年1月) < 3月決算 > 2006年11月14日 (東京証券取引所 市場第二部)

資本金

4億5.045万円

発行済株式総数

5,155,600株(100株単位)

代表者

代表取締役 社長執行役員 向畑 達也 (1952年3月27日生)

事業内容

靴の製造販売(SPA)モデルをベースとした靴の総合販売事業

セグメント

- . 通信販売事業(靴を中心としたカタログ、インターネットによる通信販売)
- . ディスカウント事業(靴を中心としたディスカウントストア業態による総合店舗販売)
- . 卸販売事業(大手小売店、量販店等へのOEMを中心とした卸販売)

従業員数

776名(社員 293名含む) 2013年3月末日現在(連結)

主要取引先

<通信販売・ディスカウント店> 一般消費者

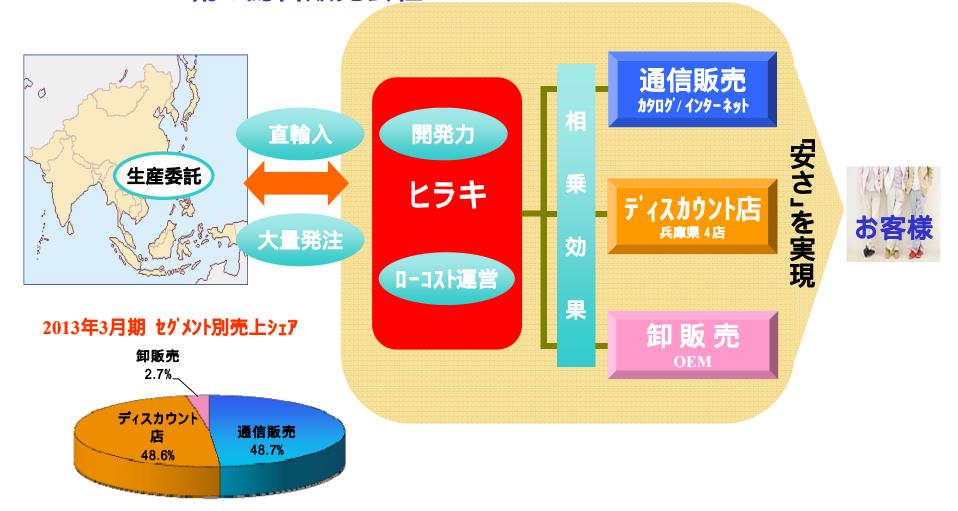
<卸販売事業> チョダ、西友他、大手量販店等



⋘ ヒラキのビジネスモデル: ~靴業界のSPAモデル~



靴の総合販売会社



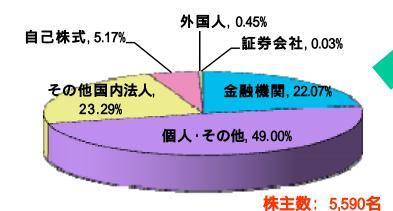




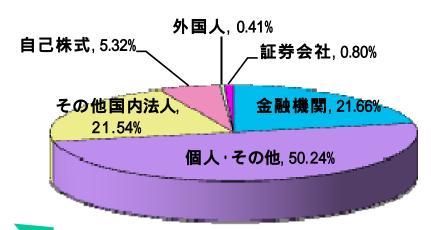
株式の状況

発行済株式総数 5,155,600株 株主数 6,088名

【参考】 前期 所有者別統計表 (2012年3月31日現在)



所有者別統計表



株主数: 6,088名

株主数が前年同時期に比較して、498名の増加 お客様である個人株主様のシェアアップ



■ ヒラキの強み~靴の総合販売会社(販売チャネル毎の特徴)



通信販売 カタログ / インターネット

靴を中心とした専門通販、靴業界最大の通販、 カタログ、インターネットで全国展開

自社企画による高い利益率とコールセンター・物流

のローコストオペレーションによる 利益率の高い事業モデル





ディスカウント店

総合店舗販売

「靴のヒラキ」としてディスカウント店舗を 兵庫県に4店舗展開 靴売場は日本最大級

集客は「食品・日用雑貨」 で低価格戦略、収益は 自社企画の「靴」を 中心とした事業モデル



卸販売 **OEM**

自社開発力を活かした卸販売

大手小売・量販店、靴専門店にOEM供給

OEM供給による収益力の

拡大と通販の物流を活用

したローコストオヘレーションを

実践した事業モデル



・・・事業セグメント

3ヒラキ

♦ 2013年3月期 決算内容





🔌 2013年3月期 トピックス

トピックス:

・販促商品の強化

〔上期〕

299円 ファミリータウン サンダル

499円 グラディエーター サンダル

499円 ぺたんこ バレエシューズ

499円 屈曲性パツグン 軽曲スニーカー

〔下期〕

399円 ポア付きサンダル

499円 ハイカットスニーカー

499円 ムートン調ブーツ

1,029円 ボアカジュアルブーツ

・ディスカウント店 靴売場リニューアル効果 リニューアル1年経過後も続伸。広域商圏からの集客効果。

・氷上山南店 閉店決議(2012年9月7日) 不採算店につき、10月28日にて閉店完了

· 自己株式の取得決議 (2012年8月3日)





2013年3月期 業績達成に向けた対策

「ハイカットスニーカー を新規投入!」

クールなテイストで、ヒット。 贅沢仕様で、この価格を実現







2013年3月期 業績達成に向けた対策











🤁 2013年3月期 業績達成に向けた対策



涼感素材&ナチュラル感 どんなコーディネートにも 合わせやすいカジュアル バレエシューズ。









社会貢献活動・靴への感謝に対する取り組み



靴まつり・靴供養の開催

毎年9月2日を「靴の日」と定め、生野事業所(兵庫県朝来市)において靴まつり・靴供養を開催 (開催日は例年夏休みの

最終日曜日) しており、地元の方々に楽しいお祭りの場を提供させて頂いております。 靴供養を実施するに至った経緯は、お客様から「愛着や思い出がつまっているので、 なかなか捨てられない」という声を聞き及んだことに端を発し、ヒラキの「役目を終えた 靴たちの最期を看取る」との思いのもと、実施しております。

靴供養の開催に合わせて、ご不要となりました靴の回収数に準じ、社会福祉団体に 寄付を行っております。



今年は 9月1日(日)に開催決定

靴短冊大賞の募集

「靴への感謝」の気持ちを自由に表現した川柳(5·7·5)、短歌(5·7·5·7·7)又は 31文字以内の文章で、 長〈愛用した靴への感謝の言葉や、靴にまつわる様々な 思い出などを作品にしてご応募頂きます。

大 賞 賞金 30万円 (1作品)

優秀賞 賞金 5万円 (10作品)

入 選 当社商品券 1万円分 (100作品)

応募締め切りは、2013年8月15日(木)

ご応募および詳細は、ホームページ http://www.hiraki.co.jp/ をご参照ください。

靴の輝き 心の良し悪し 顔ばかり 磨き立てても 人は見る



三作品



2013年3月期 決算サマリー



単位:百万円

【 連 結 】

					前年実績	予想	13/3期 実績			
						(12/9/7 開示)	実 績	予想比	予想率	前期比
売		上		高	21,664	21,200	20,642	557	2.6%	1,021
営	業		利	益	721	620	588	31	5.1%	133
経	常		利	益	589	500	533	33	6.6%	56
当	期	純	利	益	334	280	328	48	17.1%	672

計

画比

売 上 高

通販事業における受注対応のWEB化対策が遅れたことや季節商品の投入タイミングが遅延したことが影響し、通販売上が予想以上に低迷しました。

利益高

下期において急激な円安傾向となったものの為替ヘッジ対策により影響を緩和するとともに、通販カタログ費用の節減や不採算店舗の閉店による改善効果等もあり、経常利益・当期利益は予想を上回りました。

当初予想から平成24年9月7日付にて業績予想の修正を発表いたしました。

前年同期

売 上 高

引き続き消費動向に改善が見られず、通信販売事業での受注レスポンスの低迷やディスカウント事業での不採算店舗の閉店により、前営業期に比較して10億円以上の売上減少となりました。

利益高

粗利率の維持向上に努め、仕入の強化を図るとともに、 業務効率の改善に努めましたが、売上減少により営業利益・経常利益は前営業期を下回りました。

なお、前営業期においては減損損失の計上により、最終 利益が損失となりましたが、当営業期では減損対象な〈利 益確保ができました。



2013年3月期 連結損益計算書



結

単位:百万円

	12/3	期	13/3期		
売上高	21,664	100%	20,642	100%	
売上総利益	8,444	39.0%	8,058	39.0%	
販売費及び 一般管理費	7,722	35.6%	7,470	36.1%	
営業利益	721	3.3%	588	2.8%	
経常利益	589	2.7%	533	2.5%	
当期純利益	344	1.6%	328	1.5%	

売上総利益率 39.0%

前営業期と同水準で推移しました。

営業利益率 2.8%

売上減少による固定的経費の負担が 重荷になったこと、および通信販売事業 における運送料のアップ等、販売費及び 一般管理費の比率が0.5%増加したため 営業利益率が低下しました。

経常利益率 2.5%

営業利益の減少により経常利益率は 前営業期に比較して0.2%低下しました。

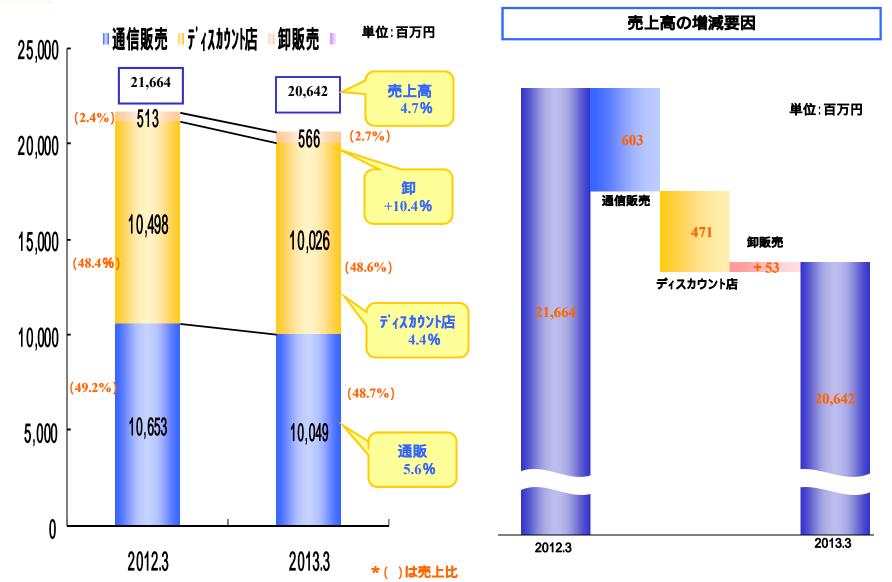
当期純利益率 1.5%

当期では、前営業期に実施の減損損 失はなく、最終利益を確保しました。



🦰 セグメント別売上高推移







セグメント別概況



通信販売

販促商品の継続投入、商品力強化を推進した ものの、レスポンス率の低下や投入タイミングの 遅延、WEB対策の遅れから603百万円の売上減。 出荷効率改善や宣伝広告費のコスト削減等に 引き続き取り組みましたが、売上減にともない、 274百万円の営業利益減。

ディスカウント店

氷上山南店の閉店および競合店との価格競争の 激化により、471百万円の売上減。

仕入先の拡大等、粗利確保強化を進めるとともに、 不採算店の閉店により利益改善を図り、101百万 円の営業利益増。







セグメント別概況



卸販売

OEM取引先の拡大と、靴販売店向けの「大卸」 カタログを再開し、53百万円の売上増。

取引先拡大により、人員強化による販管費の増加 等により、4百万円の営業利益減。

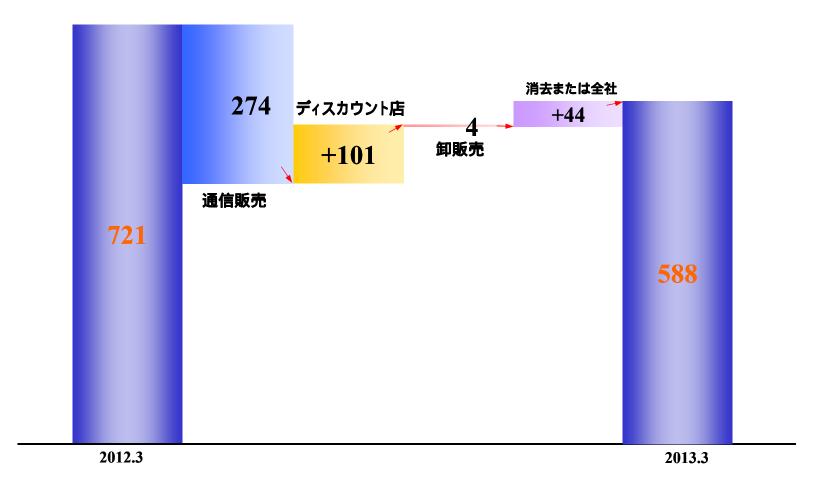




セグメント別営業利益の前期比増減要因



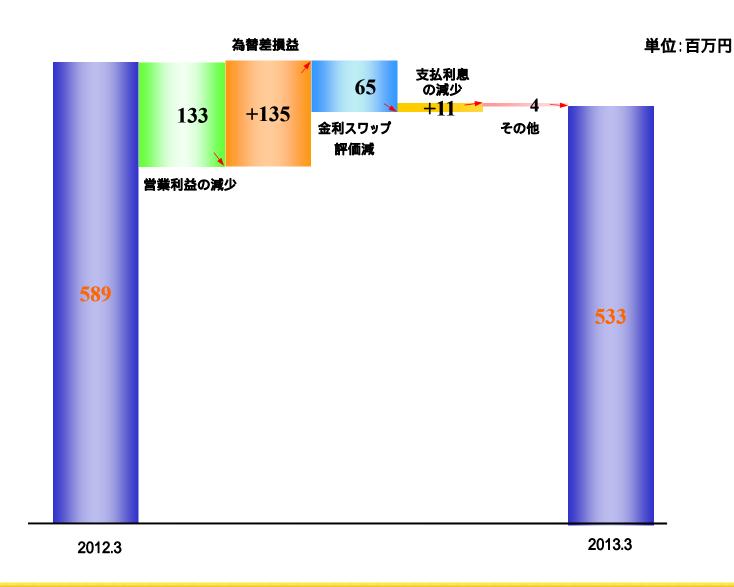
単位:百万円





経常利益の前期比増減要因







🧿 連結貸借対照表



334	~	_	_	_
BB 4	77 9	_	-	щ
_	ш.		/ /	IJ

		12/3期末		13/3期末	
		金額	構成比	金額	構成比
济	動資産	8,215	51.6%	8,637	53.7%
	現預金	1,567	9.8%	2,342	14.5%
	受取手形·売掛金	1,098	6.9%	1,020	6.3%
	たな卸資産	5,165	32.4%	4,649	28.9%
	その他	408	2.6%	646	4.0%
	貸倒引当金	23	0.1%	20	0.1%
匿	定資産	7,704	48.4%	7,457	46.3%
	有形固定資産	7,530	47.3%	7,277	45.2%
	無形固定資産	64	0.4%	38	0.2%
	投資その他の資産	110	0.7%	141	0.8%
資	産合計	15,920	100%	16,095	100%

			12/3	12/3 期末		期末
			金額	構成比	金額	構成比
流動負債			5,121	32.2%	4,317	26.8%
		買掛金	1,148	7.2%	928	5.7%
		短期借入金 (1年内長期借入含む)	2,521	15.8%	2,179	13.5%
		未払金	734	4.6%	655	4.1%
		その他	716	4.5%	555	3.4%
		長期借入金	6,585	41.4%	6,889	42.8%
	固	定負債	6,809	42.8%	7,197	44.7%
負	負債合計		11,930	74.9%	11,515	71.6%
	株主資本		3,963	24.9%	4,214	26.1%
		資本金	437	2.7%	450	2.8%
		資本剩余金·利益剩余金他	3,526	22.1%	3,763	23.3%
その他包括利益等			25	0.2%	365	2.2%
糾	資	産合計	3,989	25.1%	4,579	28.4%
負	債	纯資産合計	15,920	100%	16,095	100%

資産(主な要因)

■現預金 + 775 ■ たな卸資産 516 ■ 有形固定資産 253

負債·純資産(主な要因)

■ 短期借入金 342

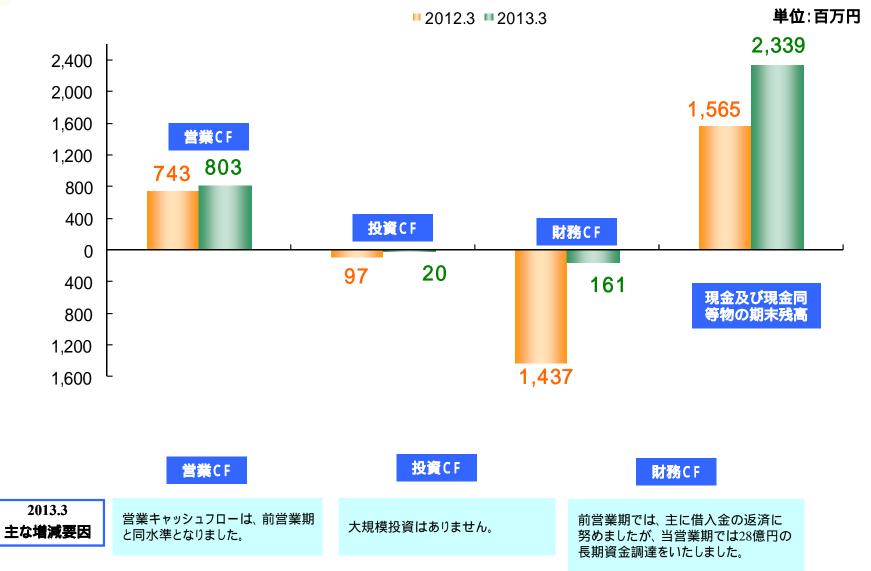
■ 長期借入金 + 304

■ その他包括利益等

(繰延ヘッジ損益) +330

▼ オャッシュフロー計算書







☑ 2014年3月期 連結業績予想



単位:百万円

				13/3期	14/3期(予想) (前年同期増減比)
売	1	-	副	20,642	21,000	1.7%
営	業	利	益	588	700	19.0%
経	常	利	益	533	600	12.5%
	経済	常利記	本	2.5%	2.8%	0.3%
当	期紅	1 利	益	328	330	0.6%
	当期網	吨利 益	本金	1.5%	1.5%	-

業績予想

2014年3月期売上高予想の内訳 は、通信販売104億円、ディスカウン ト店舗100億円、卸販売6億円とし、 計210億円の計画です。

配当方針

年間合計20円(予定) (中間10円、期末10円)

予想達成に向けた対策:

【靴売場の強化】 最も強みを発揮できる「靴」を最強化する。

【靴の最強化】・・・ 高額一流の人気ブランドから中級大衆向けブランドまで豊富な品揃えとボリュームの売場を充実 【魅力ある商品作り・驚きの商品仕入】 この環境をチャンスとした「当社の価格戦略での優位性」の強化

【自社開発商品のさらなる強化】・・・ 品質を維持しながら市場より明らかに価格の安い商品の提供

既存顧客の活性化とともに、新しい顧客層の取り込みを目指す。

【特価品・倒産品の仕入強化】 ・・・ 訳あり商品等を驚きの価格で提供できる仕入体制の再構築とネットワーク化

【安〈作り・安〈売れる体制の強化】 この環境でも予定した収益を確実に確保できる体制の推進

【安〈作る体制】 ・・・ 多彩な販売形態を活用した大量発注力の強化

商品企画から販売まで一貫した組織による開発スピードの強化

【安〈売れる体制】・・・ 受注・出荷、販売・営業体制の見直しなどによるローコスト・オペレーションの追求



☑ 2014年3月期 業績達成に向けた対策







DRY & COOL

ひんやかさらざら UV対策

汗やこもった熱を逃がし、衣服内の温度上昇を抑える。

- べたつかない 汗をすばやく吸い取り、速く乾く。
- ▲レにくい **数放泥性に優れ、いつもサラサラ。**
- こもらない 内側のこもった熱をすばやく逃がす。
- **熱をすばやく奪い、ひんやり感じる。**
- ●UVカット
- **集外級の影響を軽減。**
- ストレッチ 仲間性のある素材でボディにフィット。



SKYCOOI © この製品には単化液せんいのくスカイクールンを使用しています。くスカイクールンは、セラミックを含有する特技がリエステルと、吸放型に優れたキュブラを複合し たクールな快適せんいです。

敷きパッド 暑い夏の夜をひんやり♪ぐっすり♪
快眠を届けてくれる、機能付敷きパッドが勢ぞろい!









☑ 2014年3月期 業績達成に向けた対策













3ヒラキ

◆ 中期事業戦略について





中期事業戦略 ~SPAモデル確立へ~成長と収益力の強化



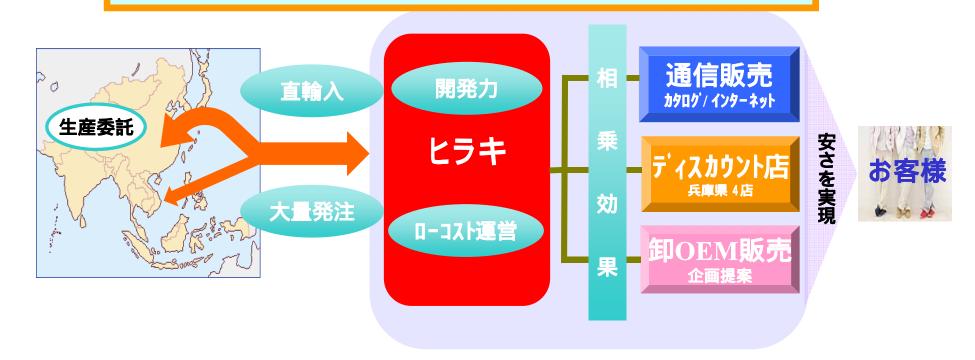
「靴を中心とした自社企画商品力」「価格の安さ」の強化

「通信販売を中心とした多彩な販売手法」の強化

「商品力強化」に向けた開発力の強化 「販促」「受注」「物流」等の一層の効率強化

「生産委託先の拡大」

中国 + 東南アジア各国における生産委託先の新規開拓の強化 (バングラデシュ、インドネシア、ミャンマー、ベトナム等からの海外仕入の増加)





中期事業戦略 : 通信販売事業



商品力の強化→ 単品力の強化と低価格帯の充実、商品鮮度の向上 徹底したローコスト・オヘ'レーション→ 収益モデルのさらなる強化

顧客数拡大

収益モデル強化

商品力の強化

- 絶対的な安さと品質を 両立させた販促品の開発
- 販促品・目玉品を主軸と した低価格商品の拡充



原点である「ディスカウント」の徹底的な強化強みのキッズ・ジュニア・レディース商品をより強く

販促の強化

カタログ編集時の選択と 集中 WEB戦略の強化 カタログとWEBの相乗効果

生活応援過販のヒラキ **HIRAKI** Shopping



WEBシステムの改良とメール連動、情報提供力の強化推進

効率アップ

徹底したローコスト・オヘ' レーションの強化と推進 出荷効率の向上と在庫 精度の強化 費用対効果の適正化



人海戦術とIT戦略を駆使した物流システムの更なる進化



中期事業戦略 : ディスカウント店舗販売事業





バラエティ・ディスカウントショップとしての原点への立ち返りと、超特価品の一層の充実を図り、競合店との差別化を図る。

ディスカウント店の役割

- ■「靴を中心とした自社企画開発の商品」 による収益確保
- 靴の収益を活用した日用品・食品など の価格競争力強化による集客力 (靴専門店・GMS・食品スーパーとの差別化)
- 超特価商品の仕入強化による他社との 差別化
- 通信販売事業の在庫コントロール機能



ヒラキ独自の品揃えと 他店では真似の出来ない提供価格の実現 いつでも「掘り出し物」が発見できる楽しい店



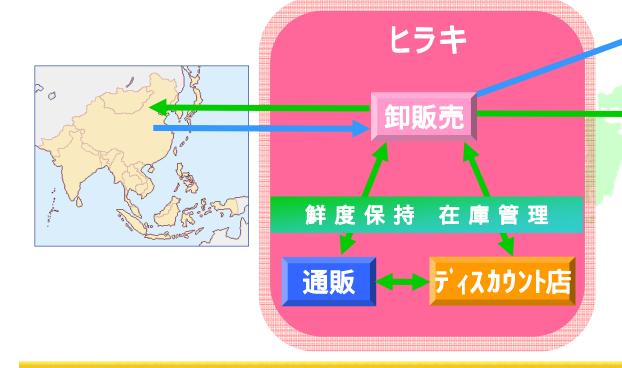
中期事業戦略 : 卸OEM販売事業

OEM取引を主体とした高収益事業への転換

- → 開発力の強みを活かした有力取引先とのコラボレーション
- 通販商品の卸販売による効率的な商品展開
- → 商品鮮度を高め、少量在庫で回転率の向上を実現
- 卸力タログ 「大卸」 による 全国の靴小売店への拡販
- → 必要な商品を必要なだけ、B to B 供給

OEM取引先 大卸取引先

特価品販売先





0ヒラキ



当社は、お客様に「驚き」「楽しさ」「満足感」をお届けできる 靴作りを常に目指しております。

そして、お客様から支持をいただき、「長期安定的な企業 価値の向上」を実現し、株主の皆様のご期待に沿えるよう 社員一丸となって取り組んでまいります。

今後とも「靴のヒラキ」をご支援賜りますようお願い申し上げます。

【IR窓口】 今本 · 姫尾

Tel: 078-967-4601 Fax: 078-967-4603

Email: hiraki_info@hiraki.co.jp

http://company.hiraki.co.jp/

本資料は、2013年3月期決算の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は2013年3月末日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又はお約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。