



2007年3月期 決算説明会

2007年5月

ヒラキ株式会社

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



Contents

- ◇ **企業内容と戦略**
- ◇ **2007年3月期決算**
- ◇ **今後の事業戦略について**

✧ 企業内容と戦略

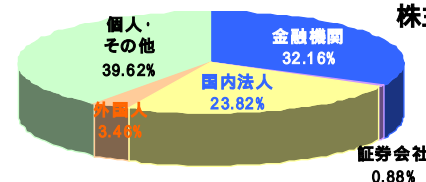




会社概要 (2007年3月末日現在)

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
設立	1978年4月(創業1961年1月) <3月決算>
上場	2006年11月14日 (東京証券取引所 市場第二部)
資本金	4億3,100万円
発行済株式総数	5,040,000株(100株単位)
代表者	代表取締役 野崎誠 (昭和21年10月23日生)
事業内容	独自のインフラを活用し、多彩な販売形態から「価格・品質」の両面で「驚き」「楽しさ」「満足感」を顧客に提供する靴の製造販売を中心とした総合販売事業
収益セグメント	<ul style="list-style-type: none">・通信販売事業(靴・履物を中心としたカタログ、インターネットによる通信販売)・店舗販売事業(靴・履物を中心とした総合ディスカウントストアによる店舗販売)・卸販売事業(大手小売店、量販店等への卸販売、海外現法での卸販売)
従業員数	712名(社員237名含む) 2007年3月末日現在(連結)
主要取引	<通信・店舗販売事業> 一般消費者

株主 - 所有者別状況(2007年3月31日現在) -



株主数: 3,022名



沿革

靴の部品メーカー

靴の小売進出

海外生産開始

委託生産



海外生産本格化

全国通販
本格参入

1961年 1月 靴の部品メーカーとして創業

1978年 4月 小売業を目的に会社(ヒラキ商事株)設立

1987年 7月 ヒラキ通販(株)より通信販売の業務を譲受

1987年12月 ヒラキ工業(株)靴の部品製造販売の営業権を譲受
(1999年 同部門廃止)
商号をヒラキ(株)に変更

1988年 1月 ヒラキ産業(株)と合併し、靴、雑貨品の委託販売開始

2001年 6月 業者向け販売事業カタログ「大卸し」開始

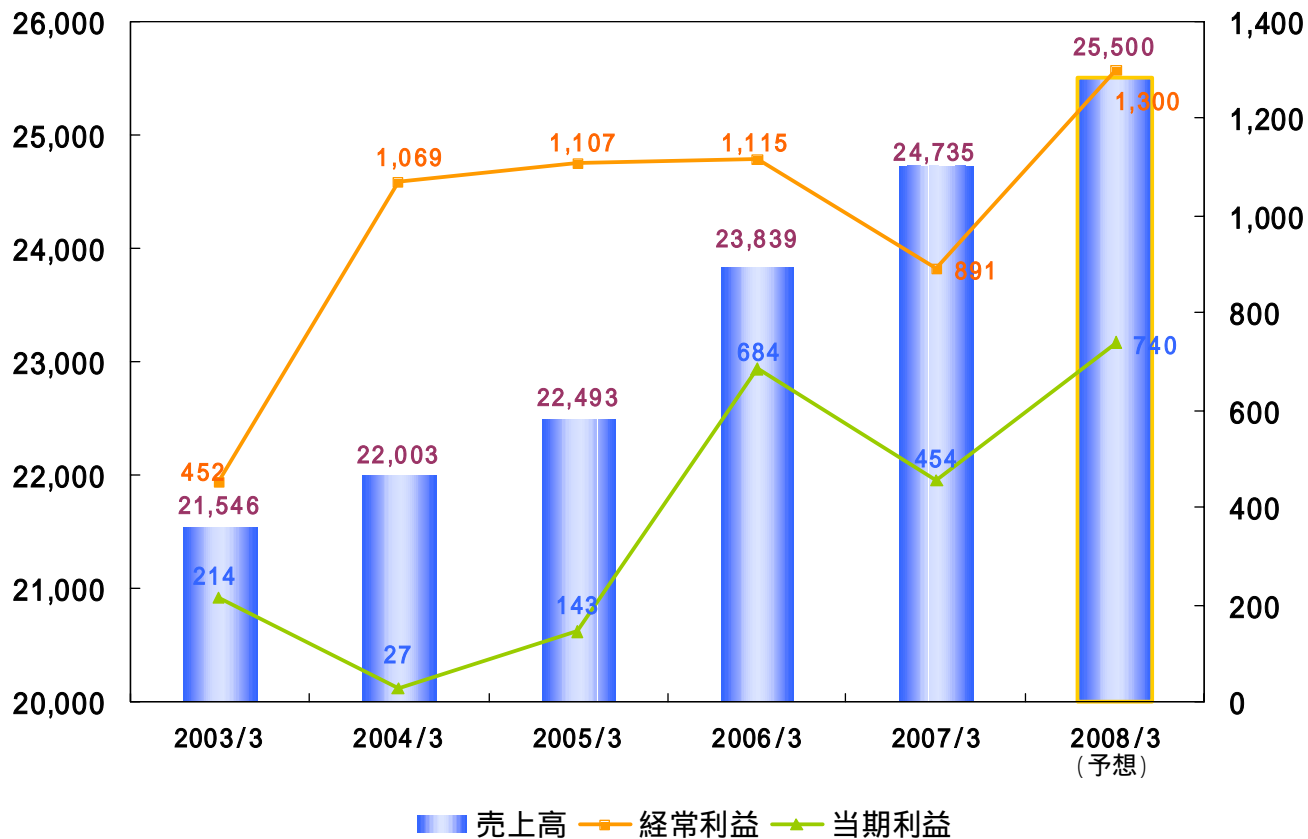
2006年11月 東京証券取引所市場第二部上場

靴製造販売の
ビジネスモデル
完成



業績推移・・・2003年3月期～

単位:百万円

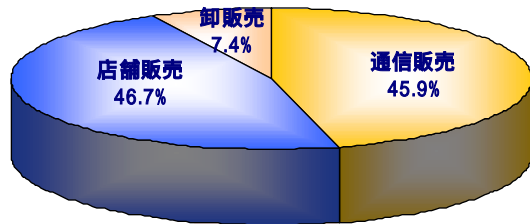


当社は2005年3月期より連結決算を採用しております。



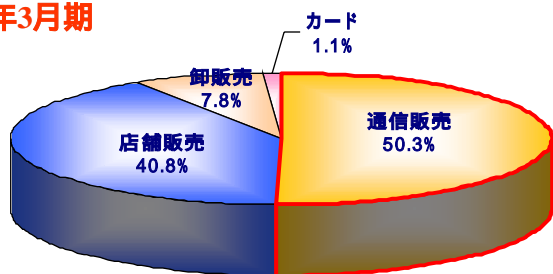
業績推移…セグメント別売上高推移

2004年3月期

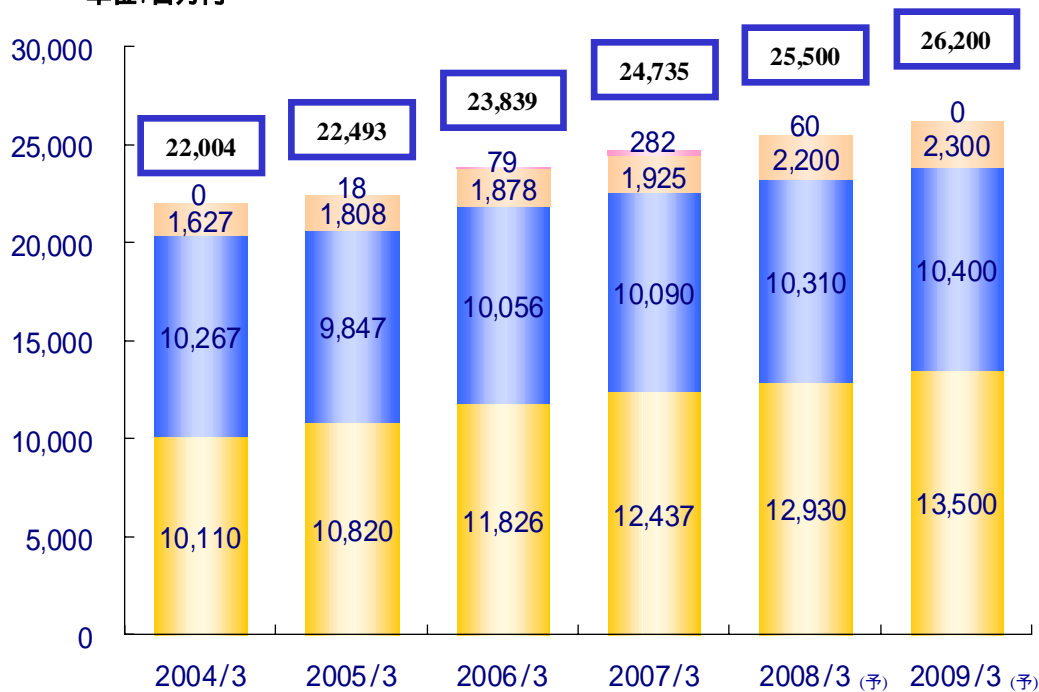


2005年3月期より、通信販売の比率がトップに

2007年3月期



単位: 百万円



■ 通信販売売上 ■ 店舗販売売上 ■ 卸販売売上 ■ カード売上

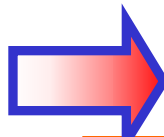


独自性・強み 今後の展開

独自性・強み

商品企画・開発・生産のインフラ

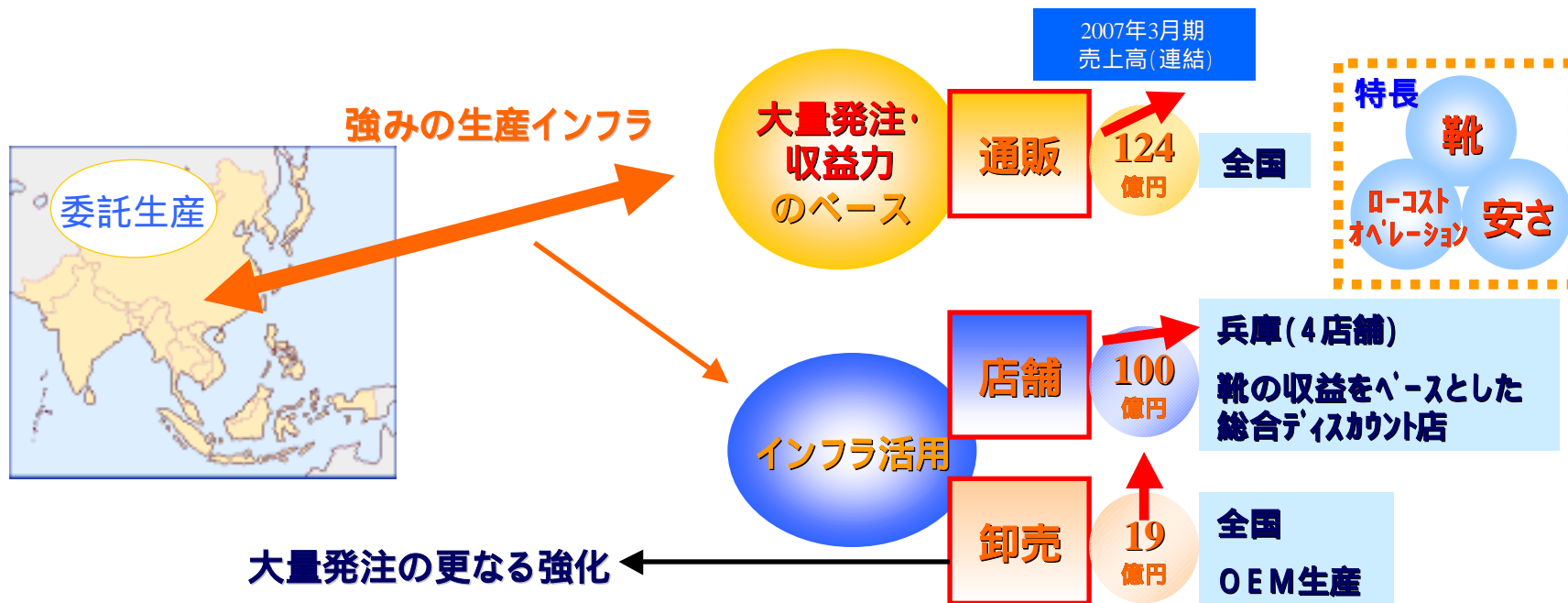
- 競争力のある「価格・品質」の実現
大量発注・直輸入
- 幅広いカテゴリーに対応した生産体制
工場数の多さ



今後の展開

多彩な販売形態を活用した 履物マーケットでのヒラキシェア拡大

商品力強化による直販(通販・店舗)事業拡大
生産インフラを活用による卸販売事業の拡大





直販ルートの特長(通信販売事業)・・・靴・安さ・品質・ローコストオペレーション

靴
の
専
門
通
販

売上総利益率は高い

- 足で稼ぐ商売による工場コントロール
- 自社に直輸入

販売管理費比率は低い

- ローコストオペレーション
人海戦術、IT活用

物流・受注業務など

営業利益率は高い

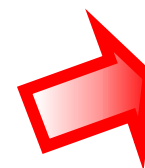
その他特長

返品率が低い

- 品質管理の強化
- 当社独自のマーケティングデータ

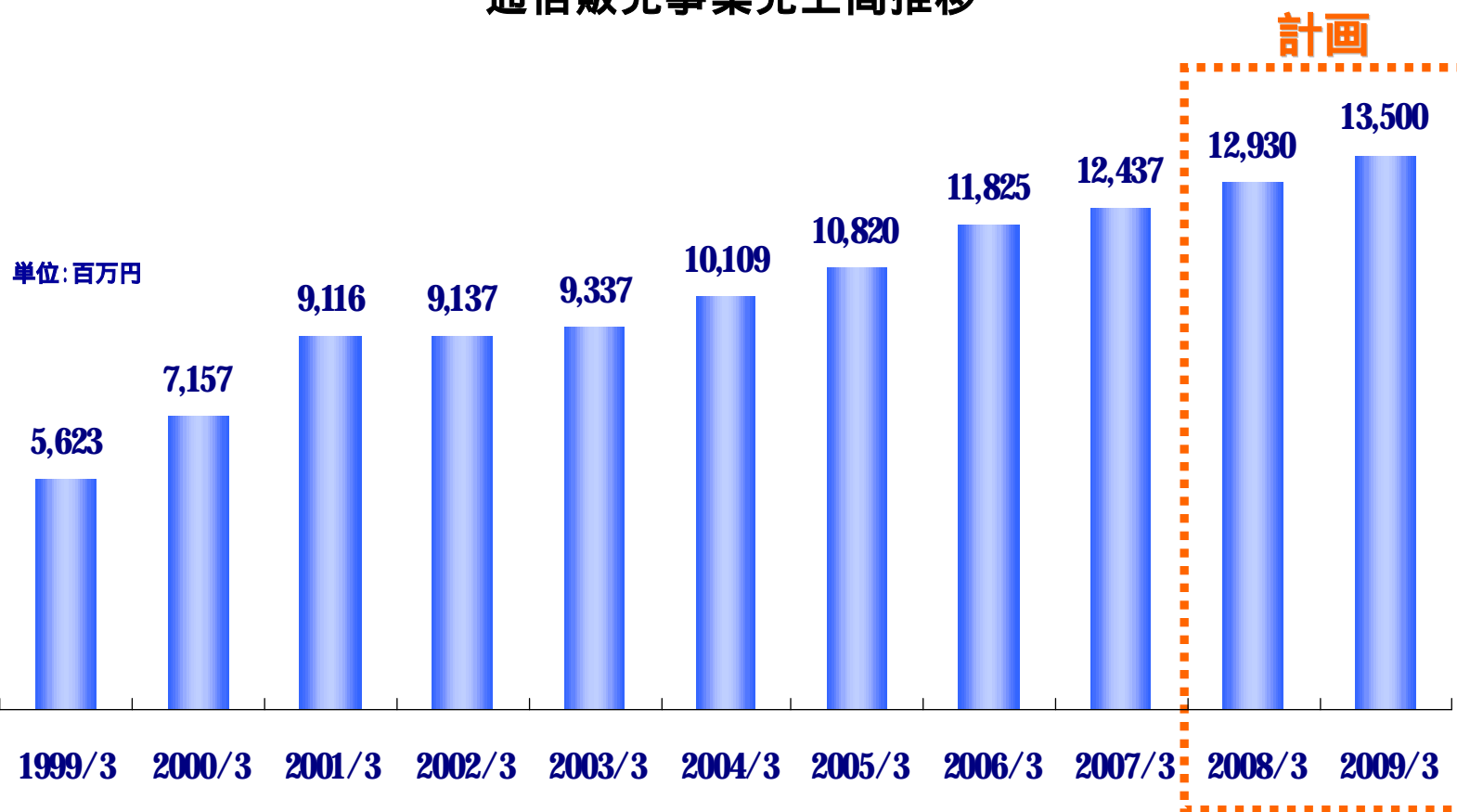


直販ルートの特長(通信販売事業)



顧客拡大
商品力強化

通信販売事業売上高推移

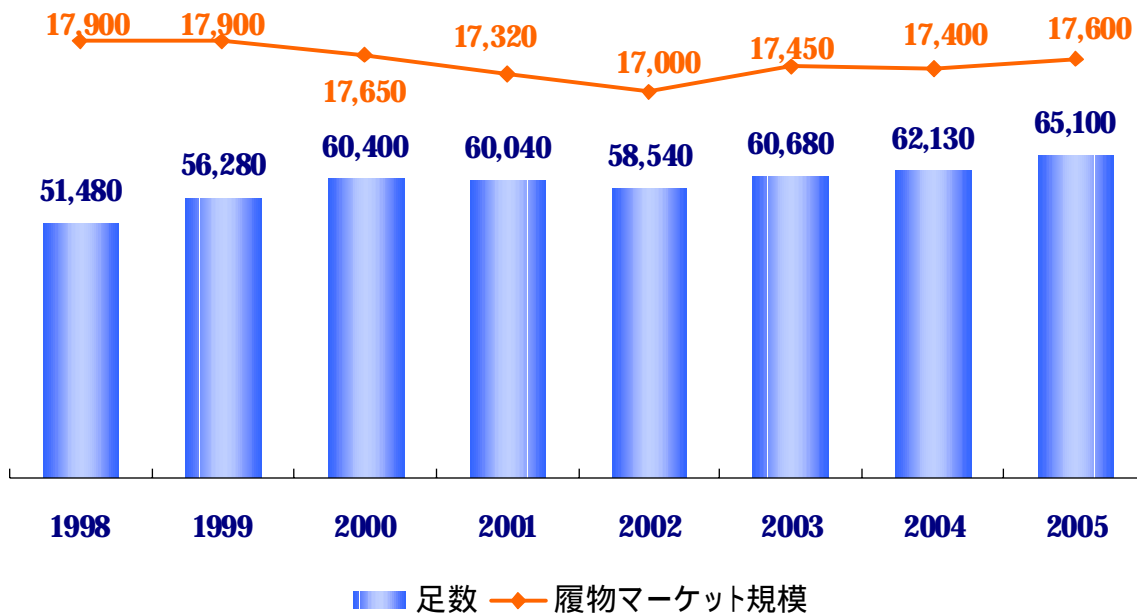




履物マーケット

単位: 億円
万足

日本の履物マーケット規模の推移

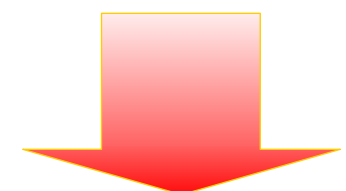


履物市場規模はほぼ横ばい

履物の販売足数は増加傾向



履物の単価が
上がっていない



ヒラキ得意のマーケット拡大

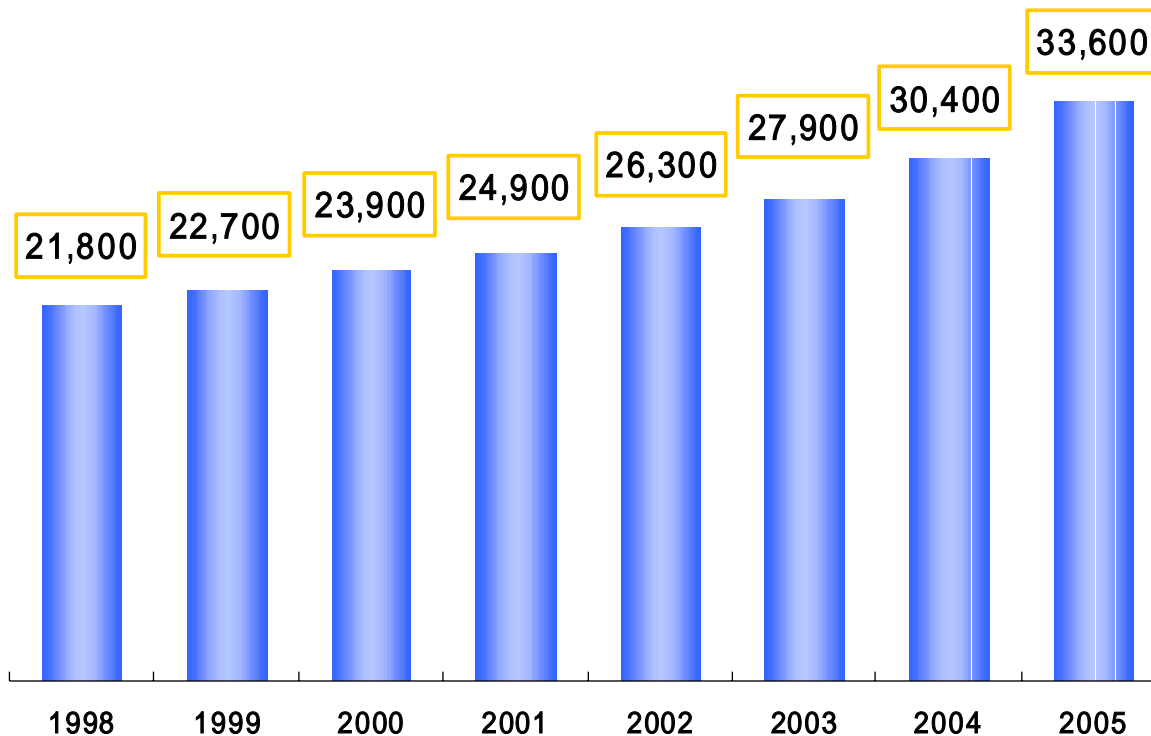
出所: SHOES BOOK 2007より



通信販売業界マーケット

通信販売業界ジャンル別マーケット推移

単位:億円



出所: 日本通信販売協会データ



直販ルートの特長(店舗販売事業)

岩岡店を基幹店として、中型店を3店展開
靴を中心としたディスカウントストア

トナキの店舗網

兵庫県内 4店舗	岩岡店 (12,391㎡)
	日高店 (2,500㎡)
	龍野店 (2,372㎡)
	氷上山南店 (2,647㎡)

()は店舗面積

自社一貫体制の強み
企画開発

■ 「自社企画開発の靴」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)

■ 売れ行き情報を商品開発に活用

■ 通信販売事業の在庫コントロール機能



卸販売事業の特長



■ OEM生産によるコラボレーション 販売力の拡大 仕入力の強化

「安さ」と「品質」と「サービス」でお客様に還元

◇ 2007年3月期決算





2007年3月期 Topics

■ 東京証券取引所市場第二部へ上場及び記念配当の実施

- 2006年11月14日に東京証券取引所市場第二部に上場。
- 翌2007年1月18日に「上場記念配」として5円配当を公表。普通配当と合わせて年間配当は30円に。

■ 「靴事業推進部」の新設

- 通信販売事業、店舗販売事業、OEM生産中心の卸販売事業を全社横断的な戦略として靴販売を実現するため、全社の靴部門を統括。

■ 「株式会社パソネックス」との業務提携

- 通信販売事業を中心とした事業の成長・拡大を図り、今後の収益力を更に高めるために コールセンター業務における販売促進・セールス・受注業務、 当社全事業部門における人材派遣業務、 当社・パソネックスの強みを活かした他社通信販売事業の共同業務支援業務(通信販売ソリューションビジネス)において業務提携。

■ カード事業撤退、及び営業貸付金の譲渡

- 中国での資材調達など海外での政治的・経済的要因を主とした不安定要素のリスクを排除するためにヘッジ目的・当社の重要な財産を活用するための目的にスタートしたが、法改正など事業を継続する上での逆風の可能性が高まってきたため、影響を受けると思われる前段階で、撤退・譲渡を決定。



2007年3月期 決算(連結)ハイライト

- 売上高は過去最高(主力の通信販売事業を中心に業績は順調に推移)
- 利益面はカード事業撤退に伴う特殊要因から減益、但し特殊要因を除くと増益

単位:百万円	06/3期		07/3期		前期比	
	連結	除くカード・デリバティブ 時価評価	連結	除くカード・デリバティブ 時価評価	連結	除くカード・デリバティブ 時価評価
売上高	23,839	23,760	24,735	24,453	+3.8%	+2.9%
営業利益	1,159	1,405	1,115	1,446	3.8%	+2.9%
営業利益率	4.9%	5.9%	4.5%	5.9%	-	-
経常利益	1,115	1,214	891	1,257	20.1%	+3.5%
経常利益率	4.7%	5.1%	3.6%	5.1%	-	-
当期純利益	684	-	454	-	33.6%	-
当期純利益率	2.9%	-	1.8%	-	-	-

1

2007年3月期決算の特殊要因

- 1 カード事業撤退に伴う影響として、営業貸付金譲渡損失見込額212百万円を貸倒引当金に繰入、及びカード事業関連の事業資産108百万円を減損損失として特別損失に計上



セグメント別売上高推移

販売促進商品



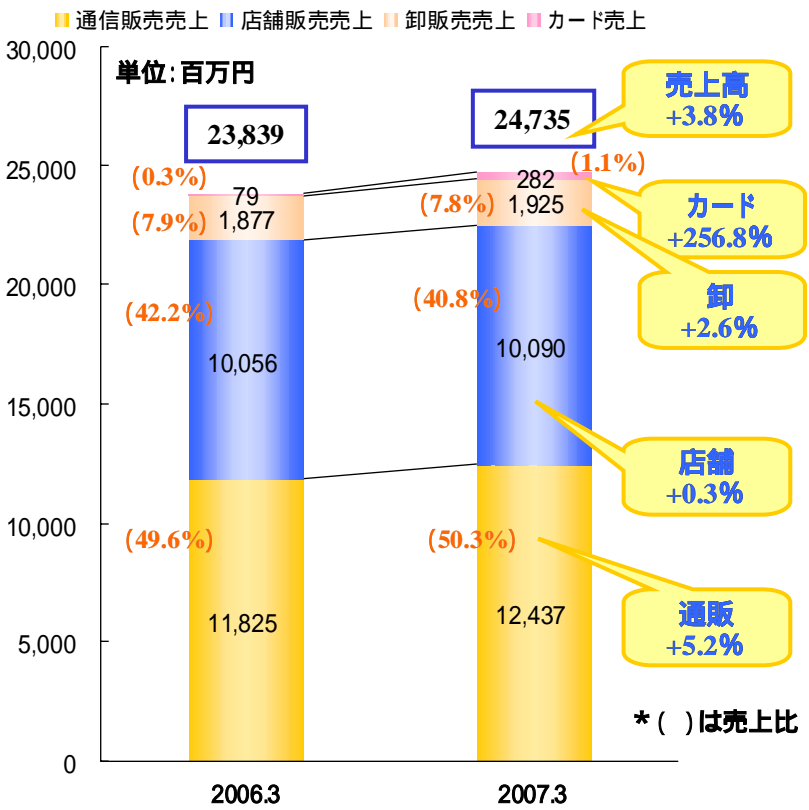
680円 サマーカジュアルシューズ

価格は税込
680円 ジュートサンダル



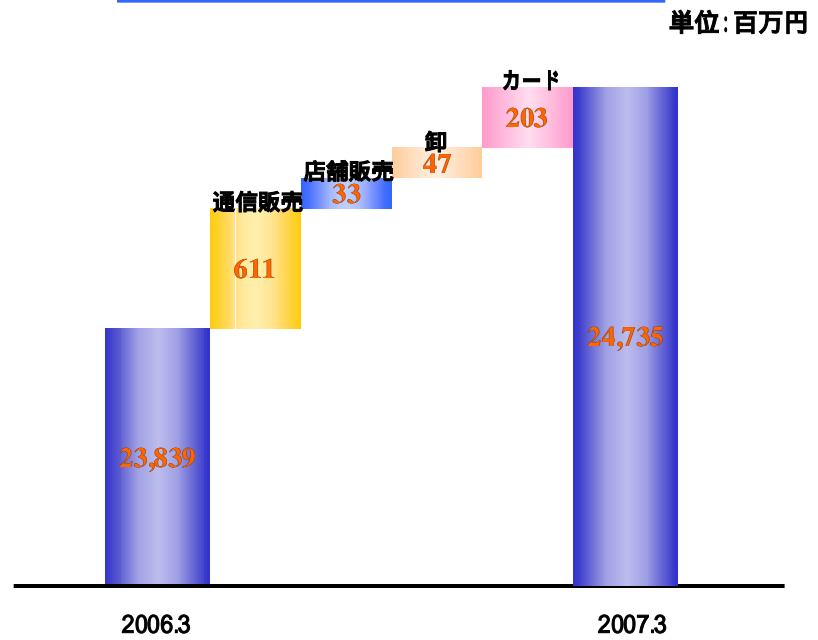
通販・卸販売事業は過去最高売上に

580円 8色カジュアルシューズ



●通販事業を中心とした売上高の拡大

売上高の増減要因

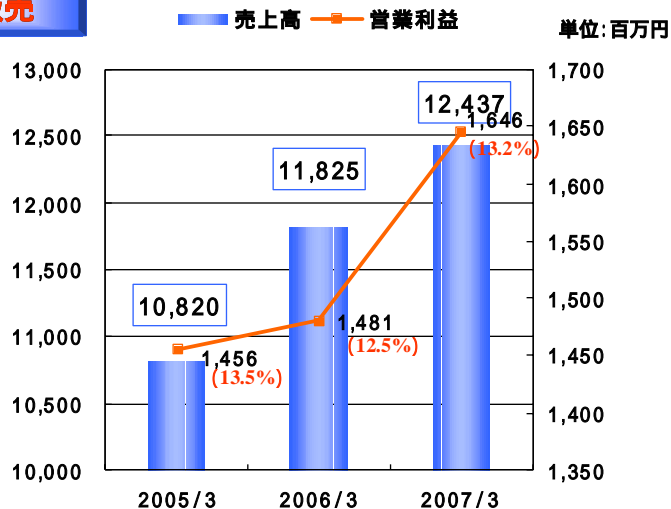




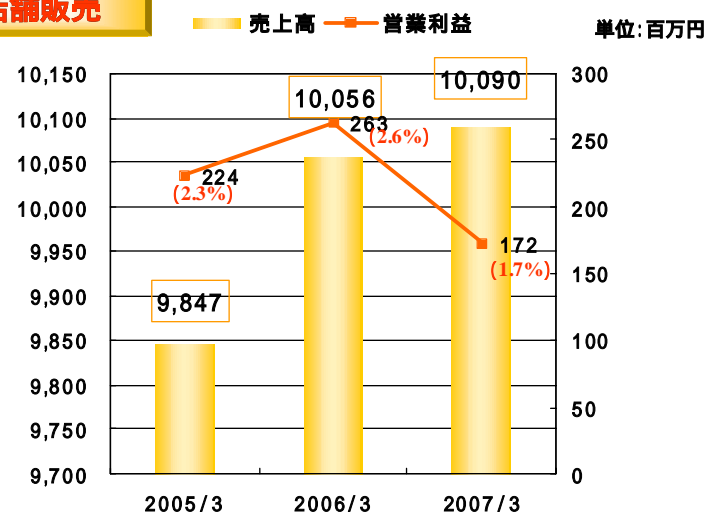
セグメント別売上高・営業利益推移

* ()内は営業利益率

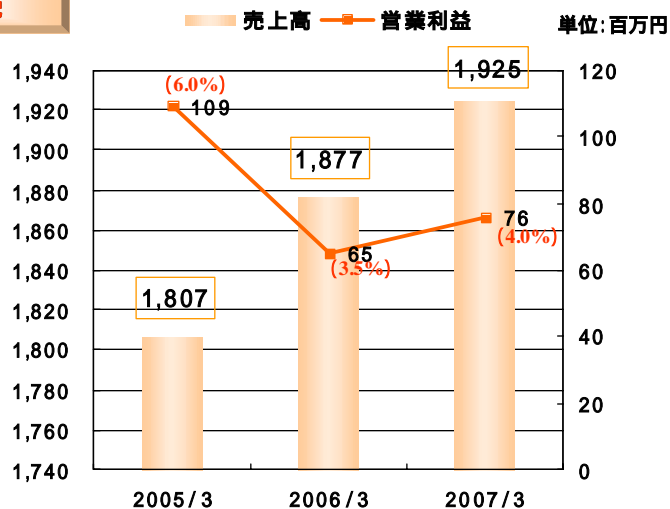
通信販売



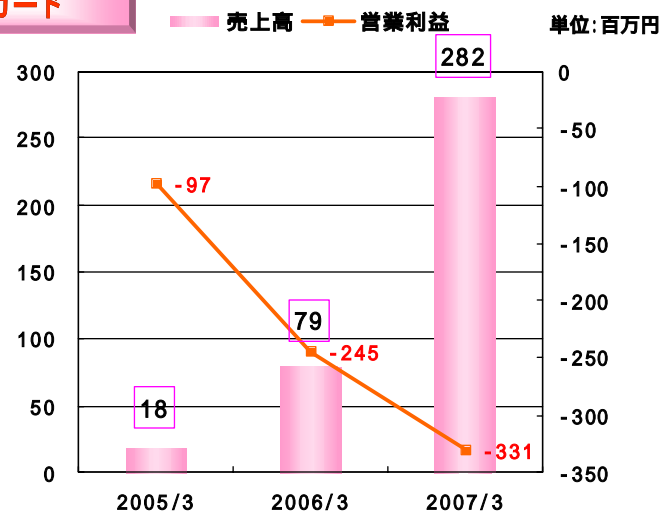
店舗販売



卸販売

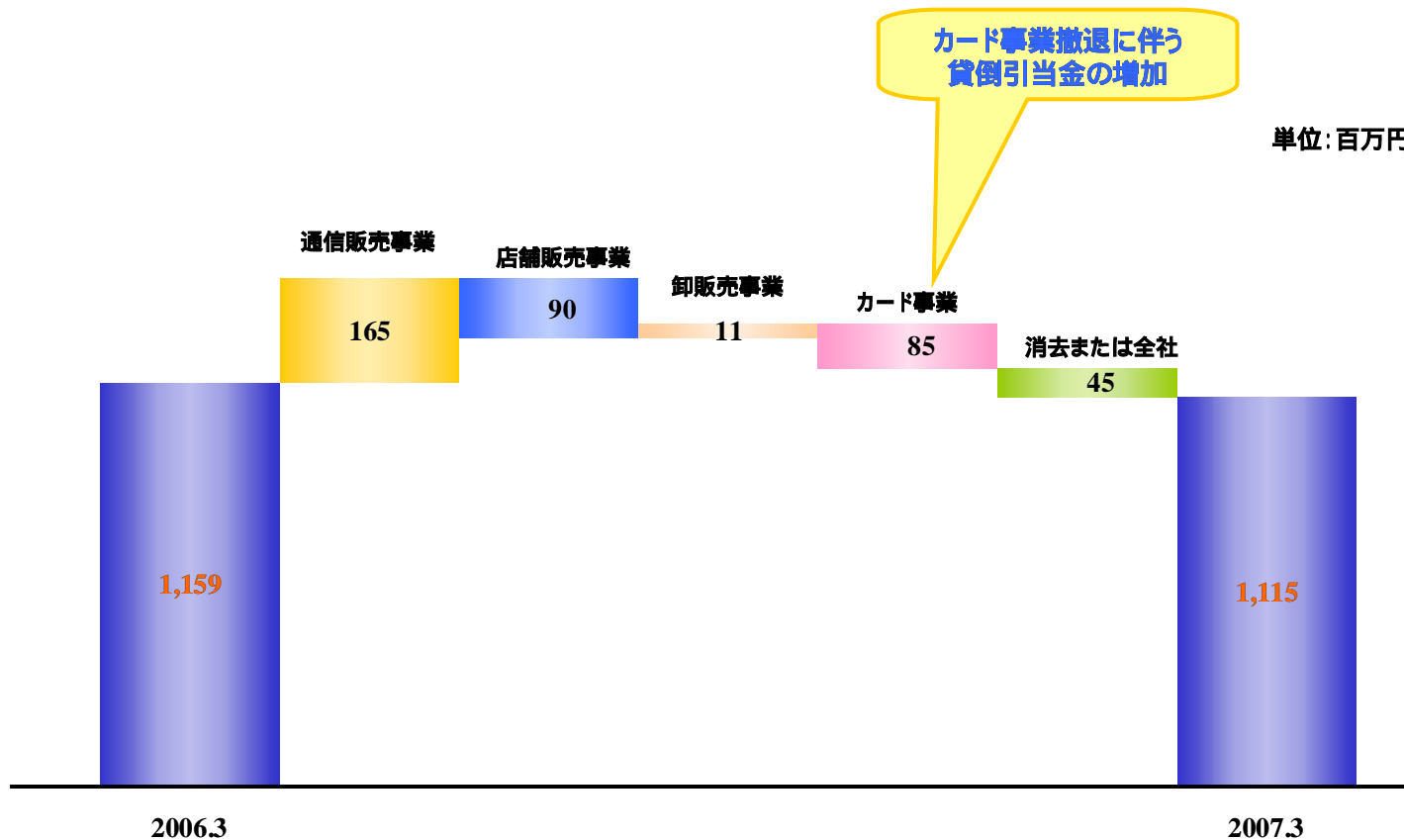


カード





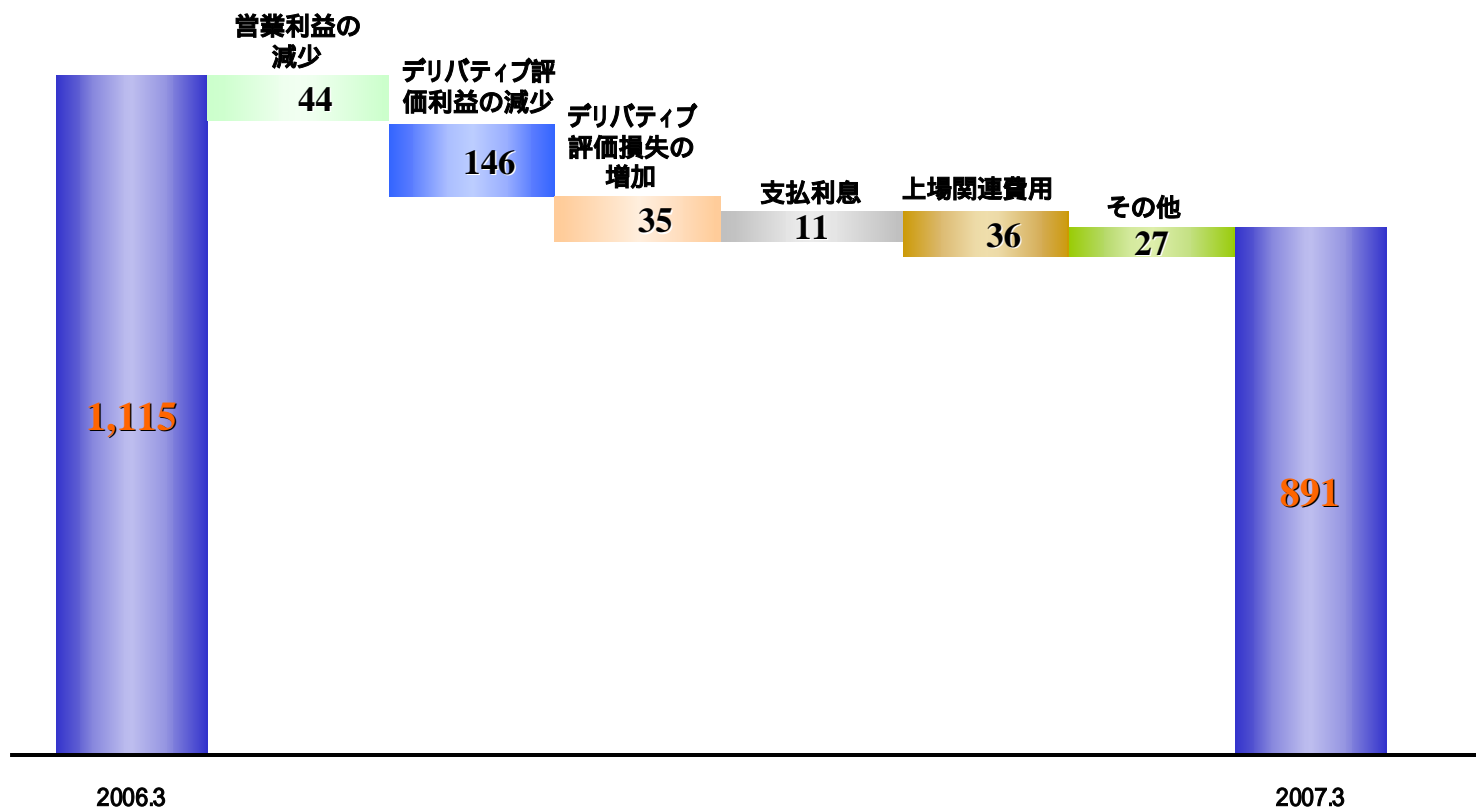
セグメント別営業利益の増減要因





経常利益の増減要因

単位:百万円

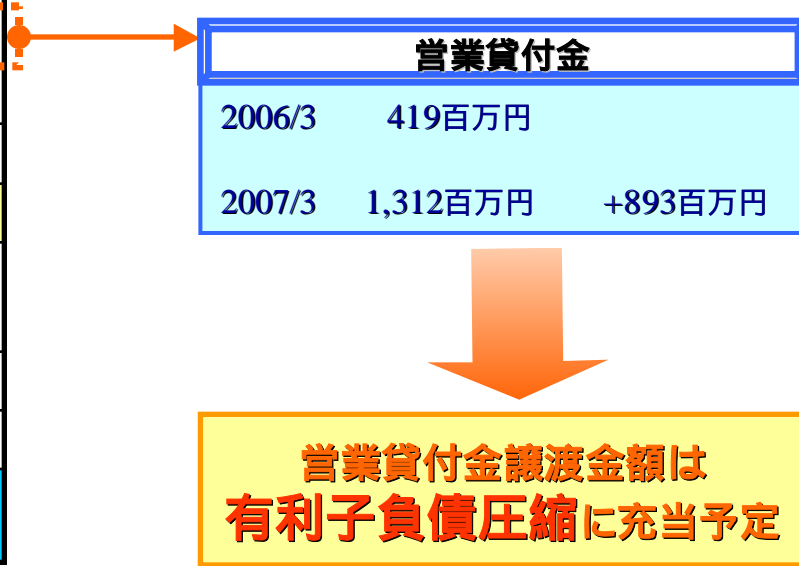




比較貸借対照表 【連結】

(単位:百万円)

	06/3		07/3	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	8,453	48.9%	9,279	52.5%
現預金	1,188	6.9%	1,142	6.5%
受取手形・売掛金	1,408	8.2%	1,571	8.9%
営業貸付金	419	2.4%	1,312	7.4%
たな卸資産	5,220	30.2%	5,102	28.9%
その他	216	1.3%	149	0.8%
固定資産	8,820	51.1%	8,398	47.5%
有形固定資産	8,125	47.0%	7,915	44.8%
無形固定資産	323	1.9%	190	1.1%
投資その他の資産	371	2.2%	292	1.6%
総資産	17,274	100%	17,677	100%





比較貸借対照表 【連結】

(単位:百万円)	06/3		07/3	
	金額	構成比	金額	構成比
流動負債	6,145	35.6%	5,760	32.6%
支払手形・買掛金	1,256	7.3%	1,254	7.1%
短期借入金(1年内長期借入含む)	3,390	19.6%	2,957	16.7%
その他	1,499	8.7%	1,549	8.8%
長期借入金・社債	8,289	48.0%	7,466	42.2%
固定負債	8,434	48.8%	7,555	42.7%
負債合計	14,579	84.4%	13,315	75.3%
株主資本	2,684	14.4%	4,297	24.3%
資本金・資本剰余金	582	3.3%	1,560	8.8%
利益剰余金 他	2,103	12.2%	2,736	15.5%
負債・少数株主持分及び資本合計	17,274	100%	17,677	100%

有利子負債

2006/3	11,680百万円	
2007/3	10,424百万円	1,255百万円

株主資本

2006/3	2,648百万円	
2007/3	4,297百万円	+1,602百万円

自己資本比率

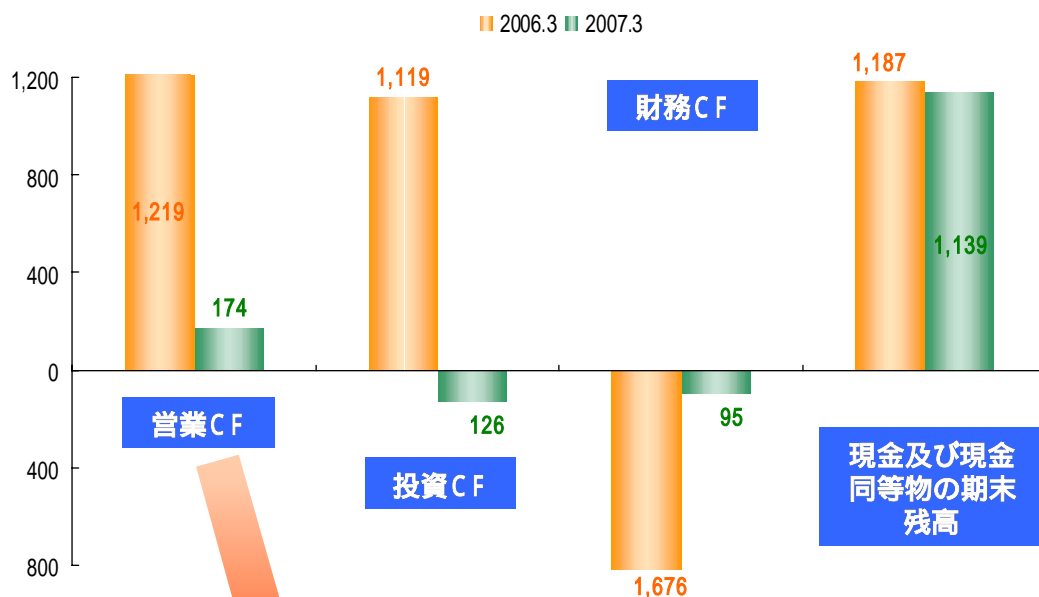
2006/3	15.6%	→	2007/3	24.7%
--------	-------	---	--------	-------



キャッシュ・フローの推移

通信販売事業好調で営業キャッシュ・フローは増加傾向にあるものの、カード事業の拡大による営業貸付金が増加。

単位: 百万円



2007年3月期

除く営業貸付金増加額の営業キャッシュ・フロー
+1,068百万円

主な増減要因

営業キャッシュフロー

	2006.3	2007.3	増減
営業貸付金	228	893	665
法人税等の還付金	258	—	258
法人税等の支払額	1	304	302

投資キャッシュフロー

	2006.3	2007.3	増減
定期預金の払戻	1,798	1	1,799

財務キャッシュフロー

	2006.3	2007.3	増減
有利子負債	1,596	1,255	340
自己株売却	-	1,187	1,187



2008年3月期 連結業績予想ハイライト

単位:百万円	07/3期	08/3期(予)	前期比
連 結			
売 上 高	24,735	25,500	+3.1%
経 常 利 益	891	1,300	+45.9%
経常利益率	3.6%	5.1%	-
当 期 純 利 益	454	740	+62.7%
当期純利益率	1.8%	2.9%	-
配 当 性 向	30.4%	20.4%	-
単 体			
売 上 高	24,734	25,500	+3.1%
経 常 利 益	709	1,120	+57.8%
経常利益率	2.9%	4.4%	-
当 期 純 利 益	348	630	+80.6%
当期純利益率	1.4%	2.5%	-
1 株 当 た り 配 当 金	30円00銭 (記念配当5円含む)	30円00銭	-

連結決算予想の要因

大幅増益へ

- 経常利益 (前期比+45.9%)
 - 当期純利益 (前期比+62.7%)
- 主力の通信販売事業の拡大と
カード事業撤退により影響が
なくなるため

配当予想

- 普通配当5円増配(5/11公表)
- 期末見込株数は5,040千株で算出

単体決算予想の要因

- 経常利益 (前期比+57.8%)

要因は連結と同様

◇ 今後の事業戦略について





中期事業計画戦略(収益力の強化)

多彩な販売形態を活用した履物マーケットでのヒラキシェア拡大

商品力強化による直販(通販・店舗)事業拡大
生産インフラを活用による卸販売事業の拡大

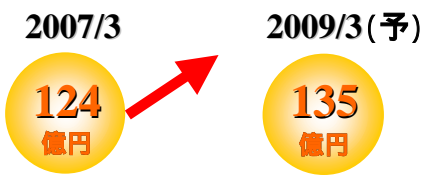
売上高

通信販売事業を中心に
2009/3期までに売上高262億円へ

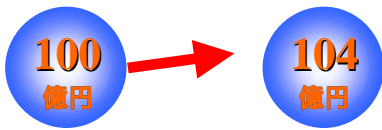
営業
利益率

通信販売事業の収益増加で
営業利益率6%台へ

通販



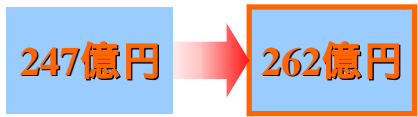
店舗



卸売



合計



通販

営業利益率12%確保

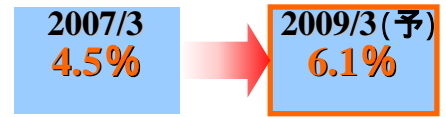
店舗

靴の強化による増加

卸売

OEM強化による増加

営業利益

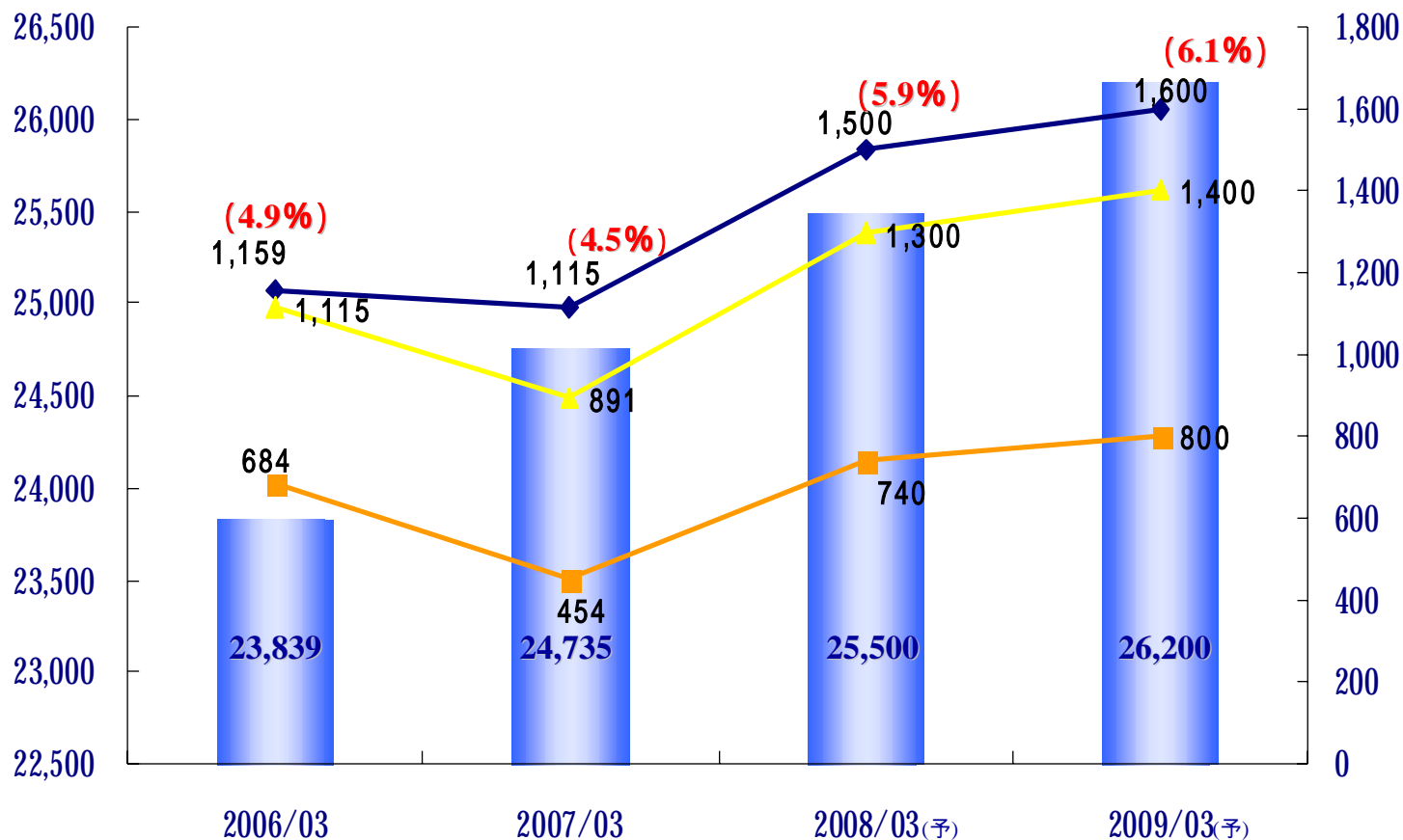




中期事業計画(営業利益率6%台へ)

< 連結 >

単位: 百万円



■ 売上 ◆ 営業利益 ▲ 経常利益 ■ 当期利益

* ()は営業利益率



中長期事業戦略(拡大・成長に向けて)

多彩な販売形態を活用した履物マーケットでのヒラキシェア拡大

商品力強化による直販(通販・店舗)事業拡大

(NEW)ワンランク上の商品展開

(NEW)生産インフラを活用による店舗販売(靴専門店の出店)・卸販売事業(OEM展開)の拡大

(NEW)インフラを活用したビジネス展開

OEM展開

靴小売・専門・GMS向け

婦人靴専門店の展開

ワンランク上の商品展開

出店の検討

靴に特徴を持つ
ディスカウントストア

新事業

通販ソリューション支援ビジネス



履物マーケットにおける拡大構想

履物マーケット1兆7,600億円

他業態参入

大手GMS
大手商社
衣料企業

その他マーケット
約7,000億円

百貨店4,000億円
衣料店2,000億円
スポーツ 1,000億円

靴専門マーケット
約1兆1,000億円

自社マーケット110億円

卸売

19
億円

通販・店舗

91
億円

強化・成長事業

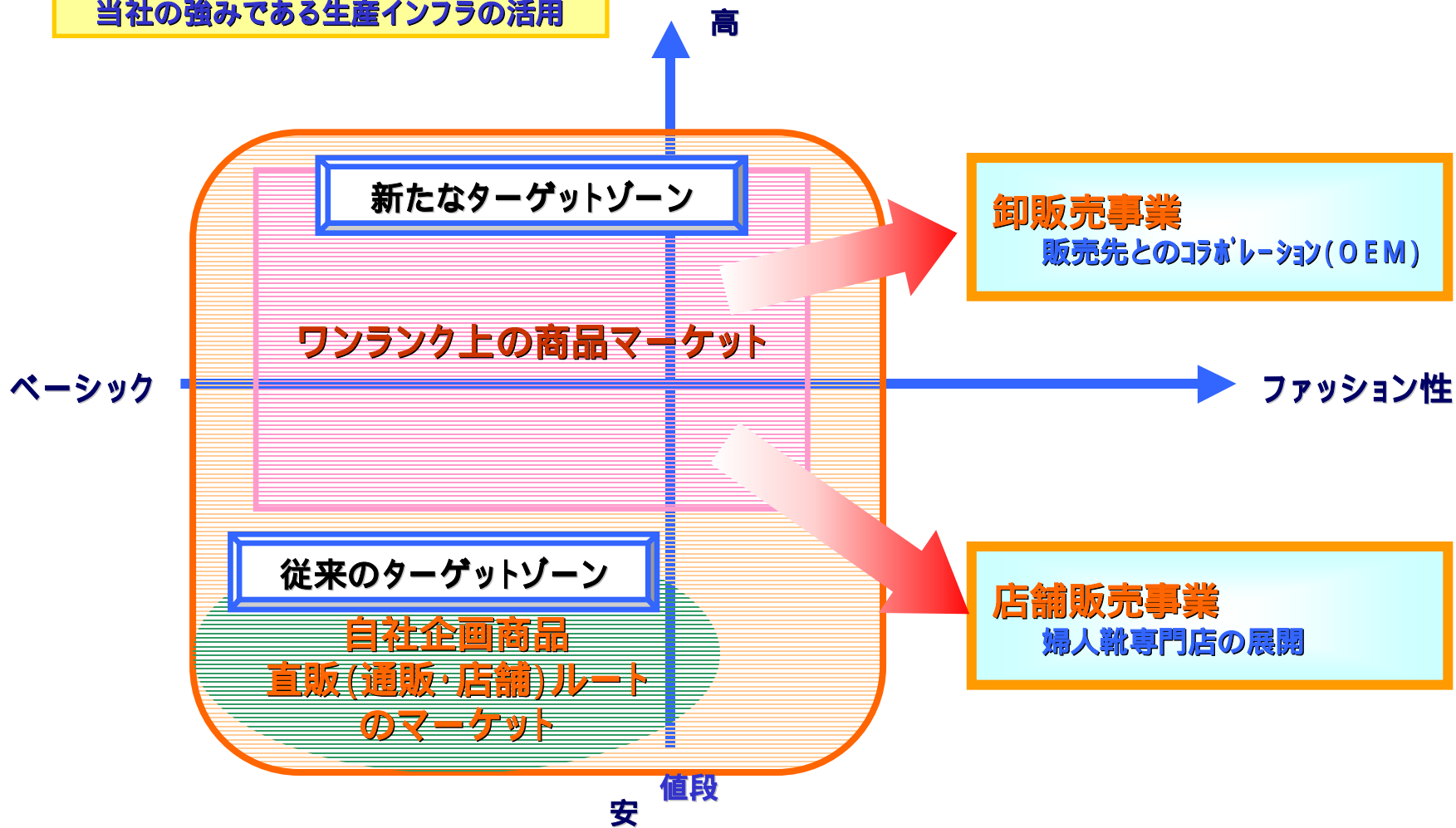
他社へ商品供給拡大
(卸売)

自社直販ルート拡大
(通販・店舗)



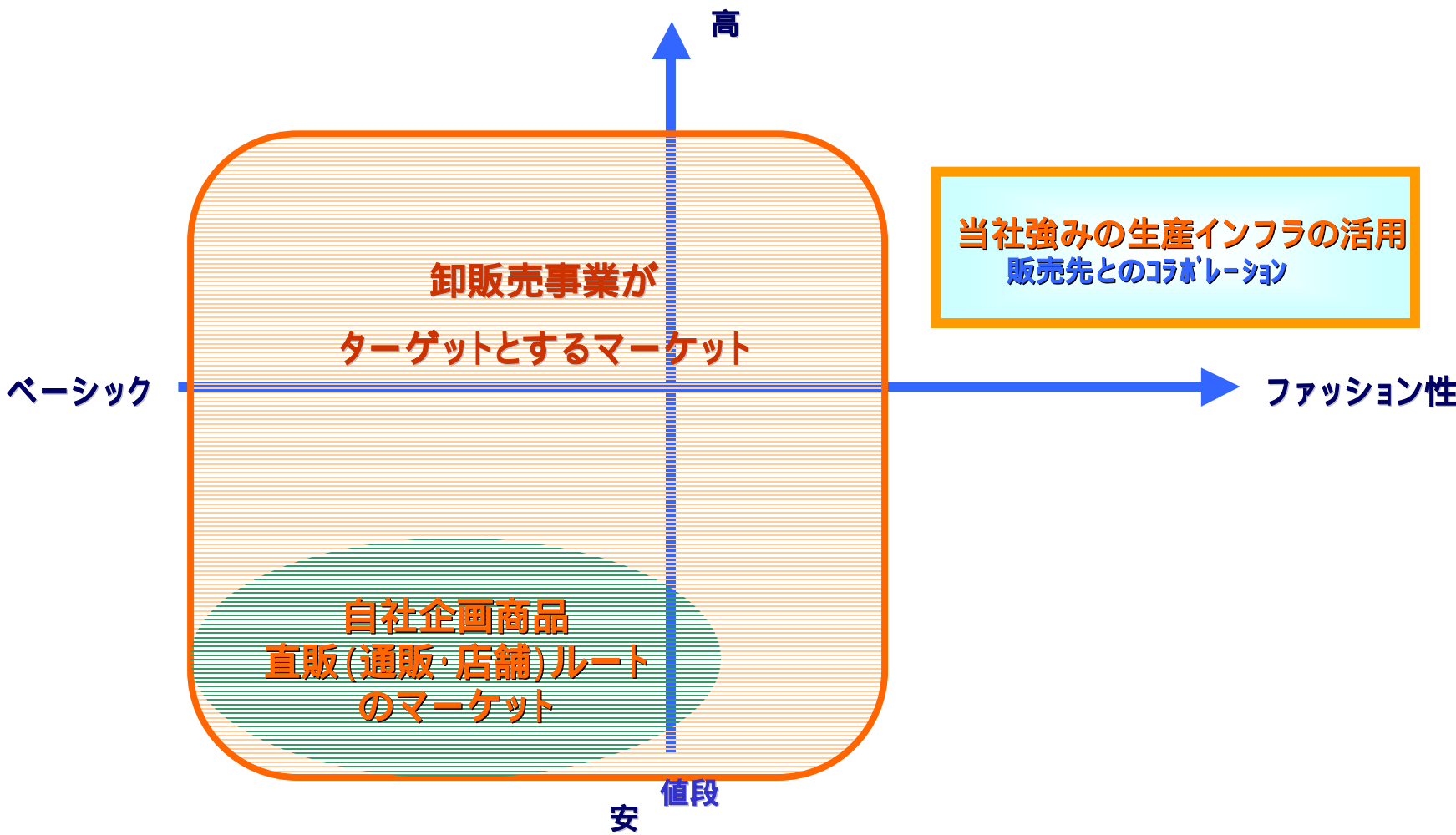
履物マーケットにおける拡大構想

当社の強みである生産インフラの活用



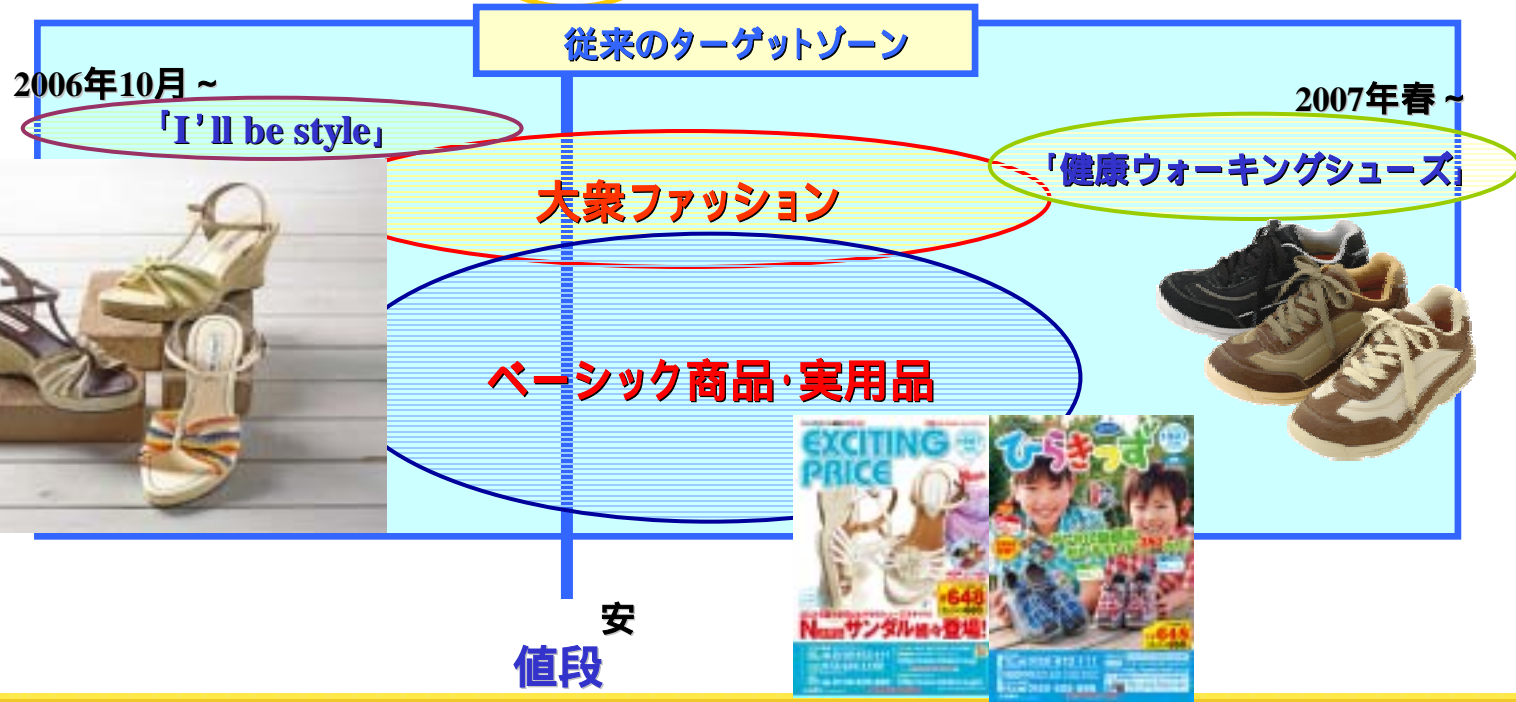
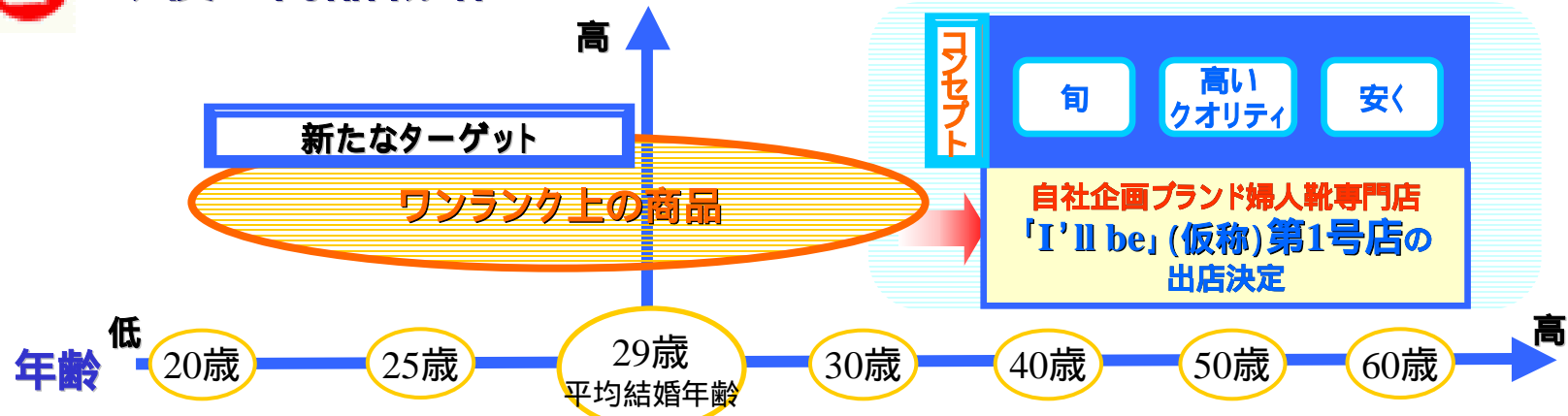


今後のOEM拡大構想





今後の商品戦略





専門店戦略(店舗販売事業)

新店舗
チェーン化を視野

コンセプト

自社企画商品100%

旬

高い
クオリティ

安く

新店舗
チェーン化を視野

自社企画ブランド婦人靴専門店「I'll be(仮称)」第1号店の
出店決定

店舗名:「I'll be(アイルビー)」(仮称)
出店予定地:神戸・三宮センター街
売り場面積:80.89m²(約24.5坪)
出店予定日:2007年9月1日

主な販売価格帯 2,900円 ~ 9,800円

通信販売・店舗販売・卸販売事業の商品強化にも貢献



出店の検討(店舗販売事業)

靴に特長をもつ総合ディスカウントストア

靴の収益性



食料品・日用雑貨品等の価格競争力

ヒラキの店舗網



コア店



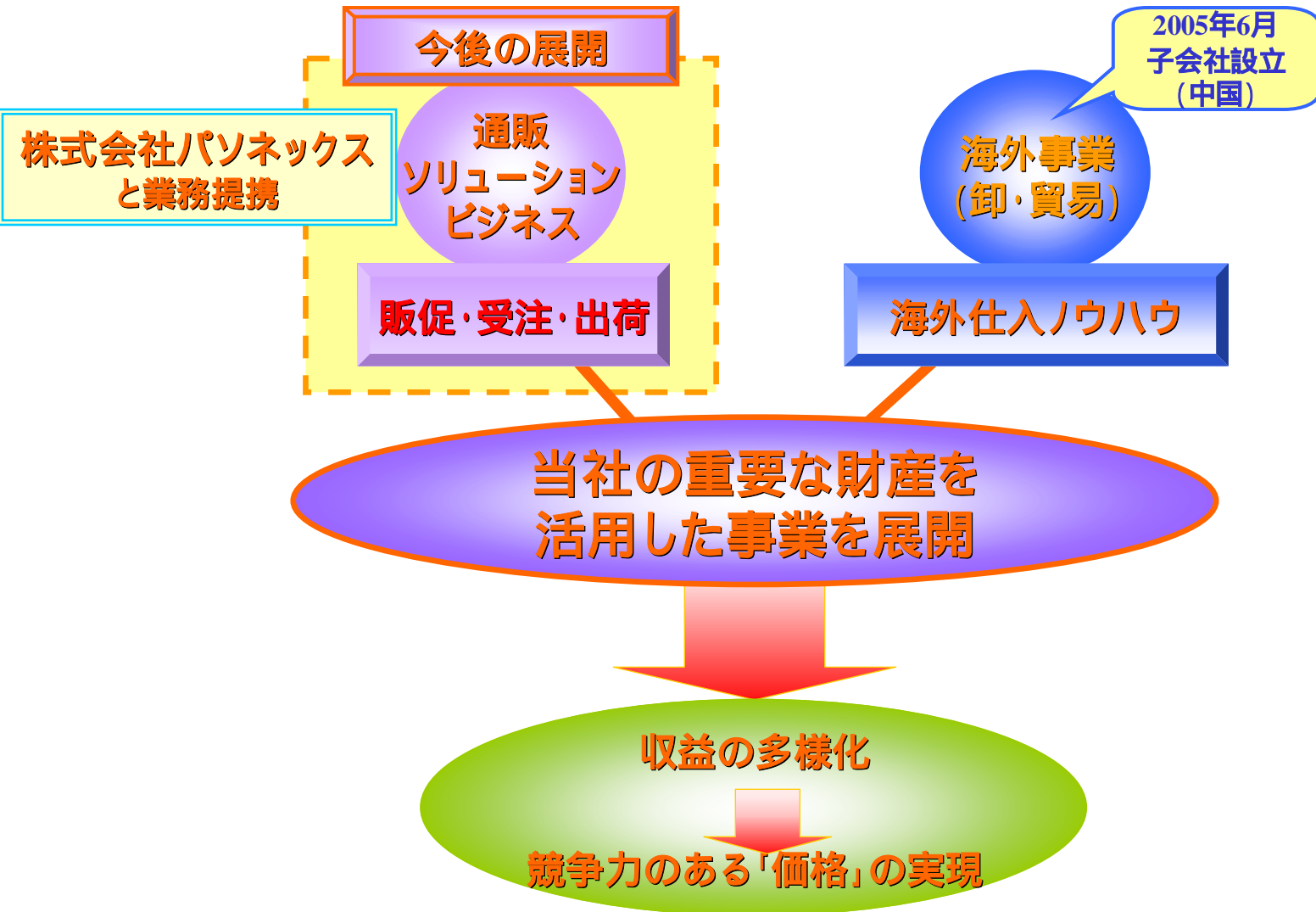
モデル店



近畿圏に拡大
通販物流の活用による
ローコストオペレーション



インフラの活用(新事業)について・・・財産を活用した収益の多様化





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】 岡崎 ・ 岩根

Tel: 078-969-3090 Fax: 078-969-3093

Email: hiraki_info@hiraki.co.jp

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

本資料は、2007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2007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。