2013年3月期
中間決算説明会

2012年11月27日

ヒラキ株式会社

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

本資料における業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

ヒラキ

✧ 企業概要とビジネスモデル

会社概要　(2012年9月30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　(2011年10月１日付　本社移転) ※ 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	Ⅰ. 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) Ⅱ. 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) Ⅲ. 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	780名 (臨時従業員 483名含む) ※ 2012年9月末日現在 (連結)
主要取引先	<通信販売・ﾃﾞｨｽｶｳﾝﾄ店> 一般消費者 <卸販売事業>　チヨダ、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

直輸入

大量発注

開発力

ヒラキ

ローコスト運営

相乗効果

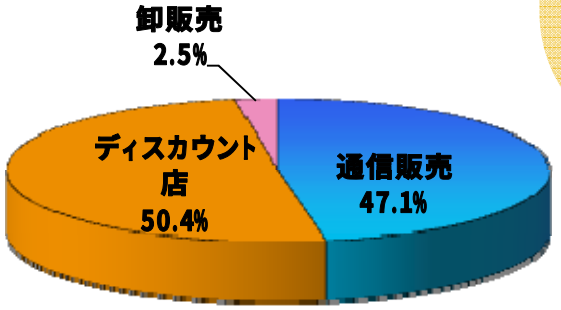
通信販売
カタログ/インターネット

ディスカウント店
兵庫県4店

卸販売
OEM

安さ」を実現

2013年3月期中間期 セグメント別売上シェア

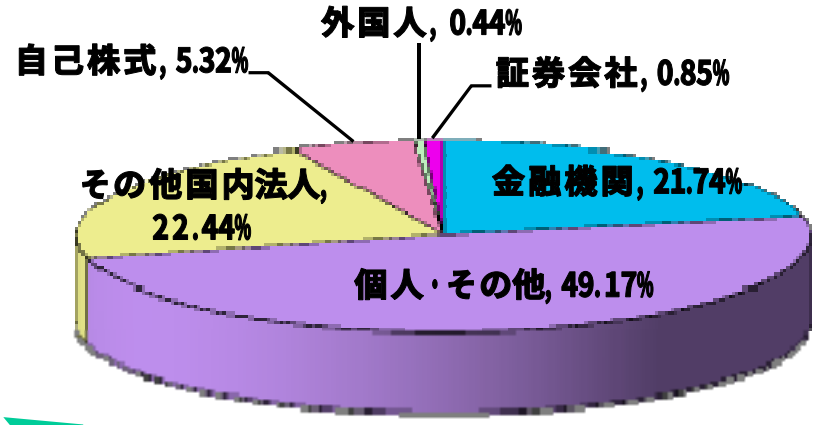


株式情報 (2012年9月30日現在)

株式の状況

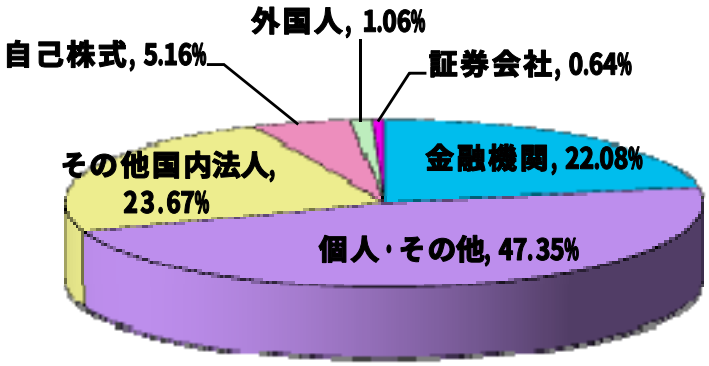
発行済株式総数	5,155,600株
株主数	5,270名

所有者別統計表



株主数： 5,270名

【参考】 前期 所有者別統計表
(2011年9月30日現在)



株主数： 4,868名

株主数が前年同時期に比較して、402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ペレーションを実践した事業モデル

・・・事業セグメント

ヒラキ

✧ 2013年3月期　中間決算内容

★　トピックス　★

- 販促商品の強化
  - 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 屈曲性バツグン　軽曲スニーカー
- ディスカウント店 靴売場リニューアル効果
- 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)

中間期業績達成に向けた対策

「親子ペアの
グラディエーターサンダル」

ペタンコソールで履きやすい、人気のグラディエータータイプサンダル
サイズ展開も豊富で幅広いお客様に履いていただけます。

499円

中間期業績達成に向けた対策

ぺたんこ底のバレエシューズ　(2012年春夏用新商品)

中間期業績達成に向けた対策

「屈曲性バツグン 軽曲スニーカー」

歩きやすさを重視した軽くて屈曲性の高いソール（底）を採用。
つま先はゆったり設計で快適に履いて頂けます。
サイズ展開もお子様からお父さんまで履いて頂けるように、豊富に取り揃えました。

社会貢献活動・靴への感謝に対する取り組み

■ 9月2日（日） 第7回 靴まつり・靴供養を開催

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。

■ 第6回 靴短冊大賞

「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、 長く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した。

今回は残念ながら大賞の該当作品なく、代わって大賞候補作品を準大賞として、3作品を選出いたしました。

2013年3月期　中間決算サマリー

【　連　結　】

単位：百万円

	前年中間期実績	当初予想 (12/5/8 開示)	2013/3 期 中間期 実績			
			実 績	当初予想比	当初予想率	前年中間期実績比
売上高	11,024	11,100	10,548	△552	△5.0%	△476
営業利益	408	420	284	△136	△32.4%	△123
経常利益	285	310	142	△168	△54.2%	△143
当期純利益	156	170	90	△80	△47.1%	△66

計画比

売上高

当初予想では、通信販売事業の復調、ディスカウント事業における靴売場の強化対策等により、前年に対して売上増加の計画を設定しましたが、特に通信販売事業において受注レスポンスが低迷し、5％の売上減となりました。

利益高

通販売上の増加に伴う利益増の計画でありましたが、売上低迷により、計画した利益の確保に至りませんでした。

前年同期比

売上高

前年中間期との比較において、476百万円の売上減となりました。

通信販売事業において、前年中間期に比較し、407百万円もの売上減が影響しました。

利益高

利益確保の中核事業である通信販売事業での売上減により、前年中間期に比較して大幅な減益となりました。

2013年3月期　第2四半期損益計算書

【連結：中間期】

単位：百万円

	2012/3期第２四半期		2013/3期第２四半期	
売上高	11,024	100.0%	10,548	100.0%
売上総利益	4,301	39.0%	4,056	38.5%
販売管理費	3,893	35.3%	3,771	35.8%
営業利益	408	3.7%	284	2.7%
経常利益	285	2.6%	142	1.4%
第２四半期純利益	156	1.4%	90	0.9%

●売上総利益率

引き続き、円高水準にあるものの、原材料費の上昇等による商品原価のアップ、商品の低価格化対応によって、売上総利益率が0.5%低下いたしました。

●販売管理費率

販売促進および出荷業務の効率向上による費用節減等に努めましたが、売上減少に伴う稼働率の低下によって、販売管理比率は0.5%上昇いたしました。

【2013年3月期　連結四半期推移】

単位：百万円

	第１四半期		第２四半期	
	金　額	前年同四半期増減	金　額	前年同四半期増減
売上高	5,919	△5.2%	4,628	△3.1%
経常利益	263	△98	△121	△44

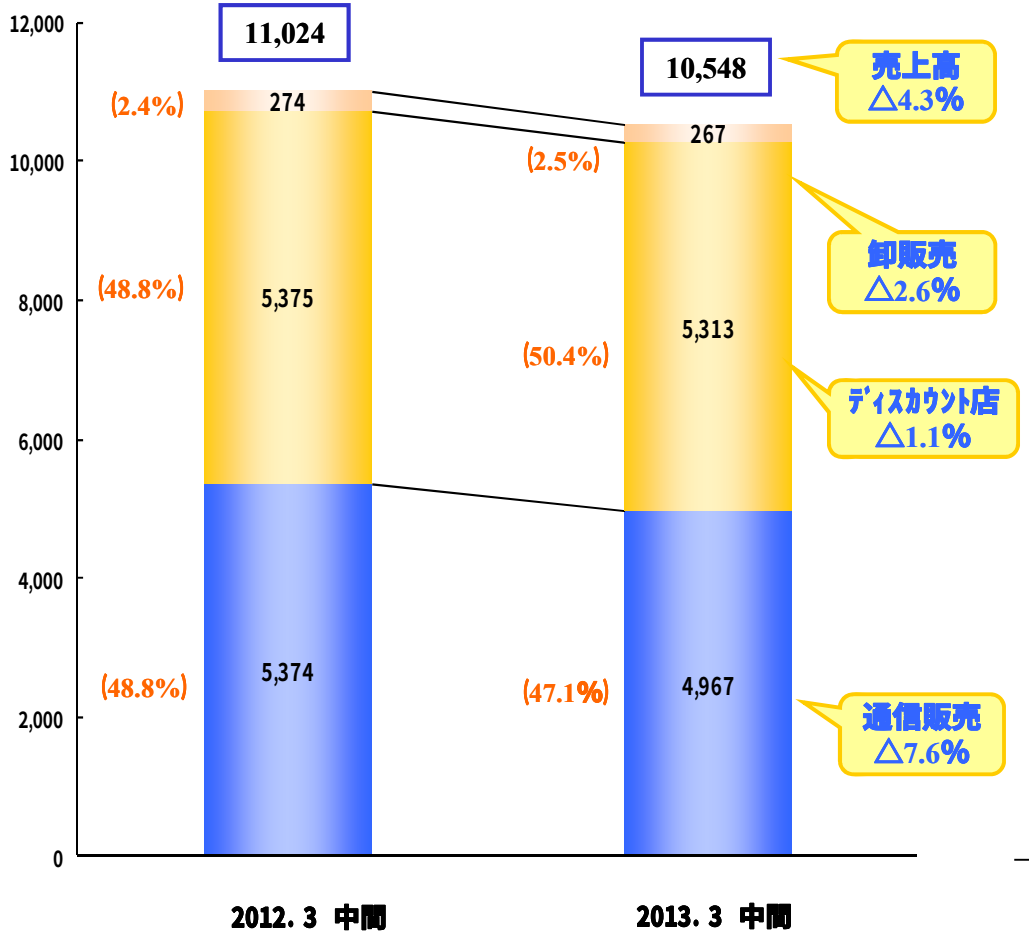
売上・経常利益とも、前期同期間に比較して悪化しました。特に第1四半期での低迷が影響しました。

セグメント別売上高推移

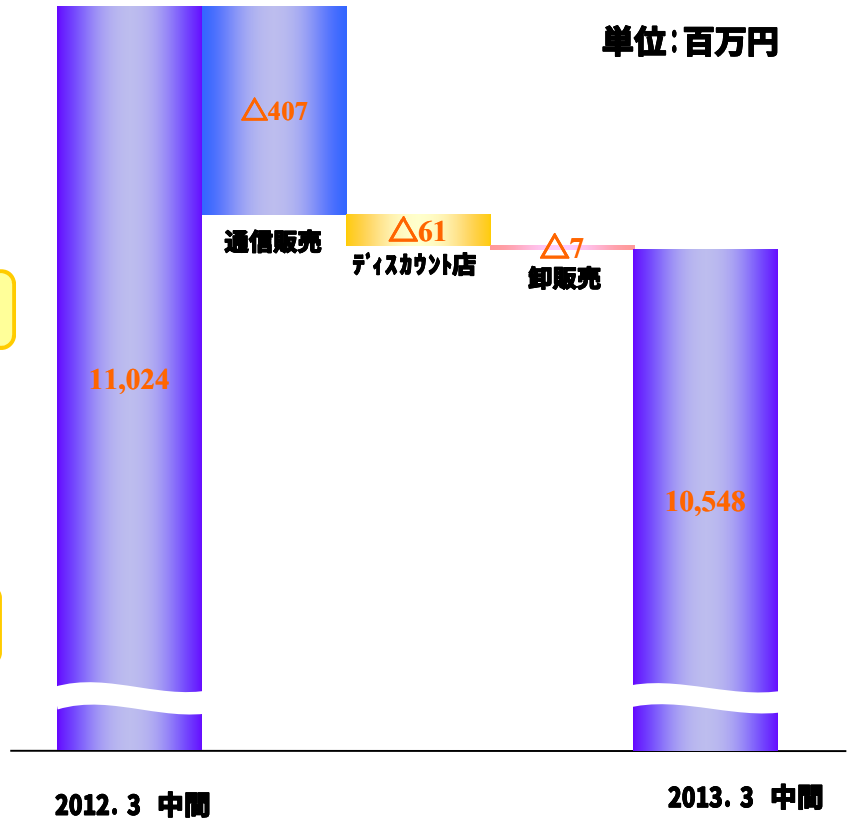
通販は売上確保に苦戦しましたが、ディスカウント店・卸販売では売上減少傾向に改善が見られました。

＊（ ）は売上比

単位：百万円



単位：百万円

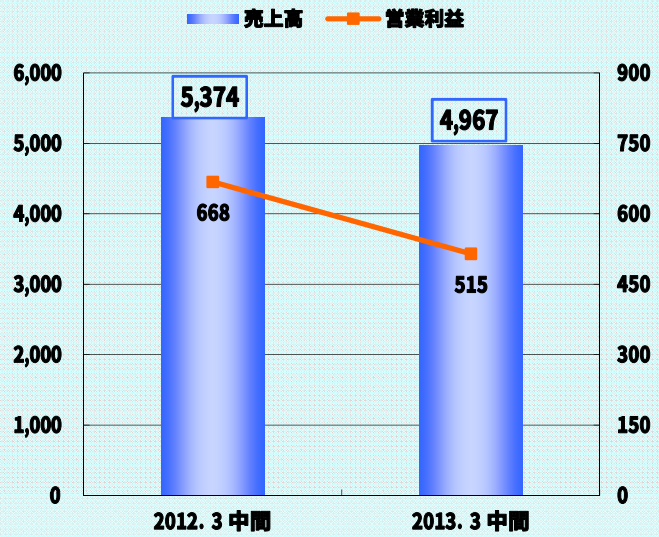


セグメント別概況 ①

通信販売

■ 販促商品の継続投入、商品力強化、WEBﾘﾆｭｰｱﾙ各種対策をしつつも、前期第1Qの震災需要の反動と初秋の残暑の影響により売上低迷。

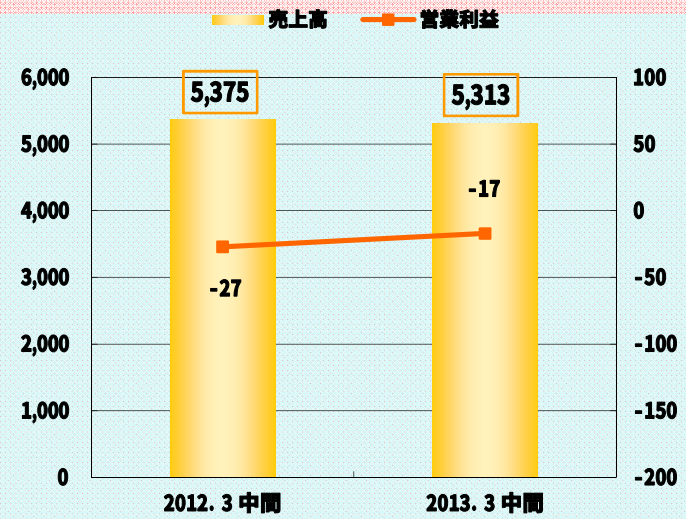
■ 品質管理の向上によるロスの低減を図り、出荷効率改善や宣伝広告費等のコスト削減等によっても売上減による利益減をカバーできず。



ディスカウント店

■ 靴売場の充実と販促の強化対策により、売上の減少に歯止め。

■ 売上微減ながらも、販売効率の向上等により、営業損失が縮小傾向。

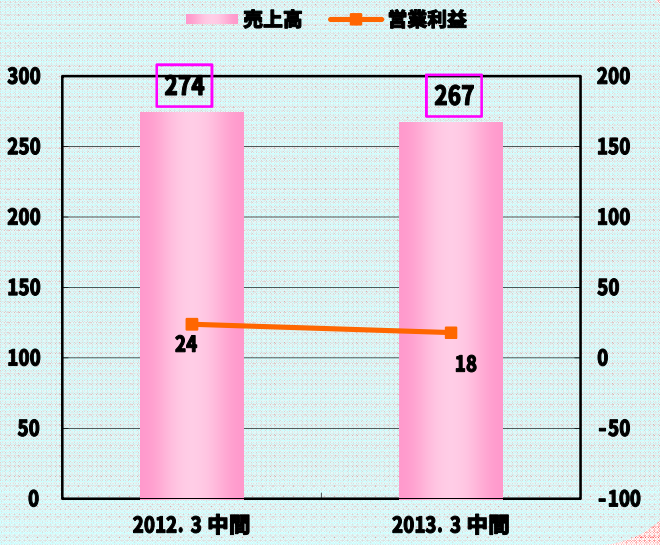


セグメント別概況 ②

卸販売

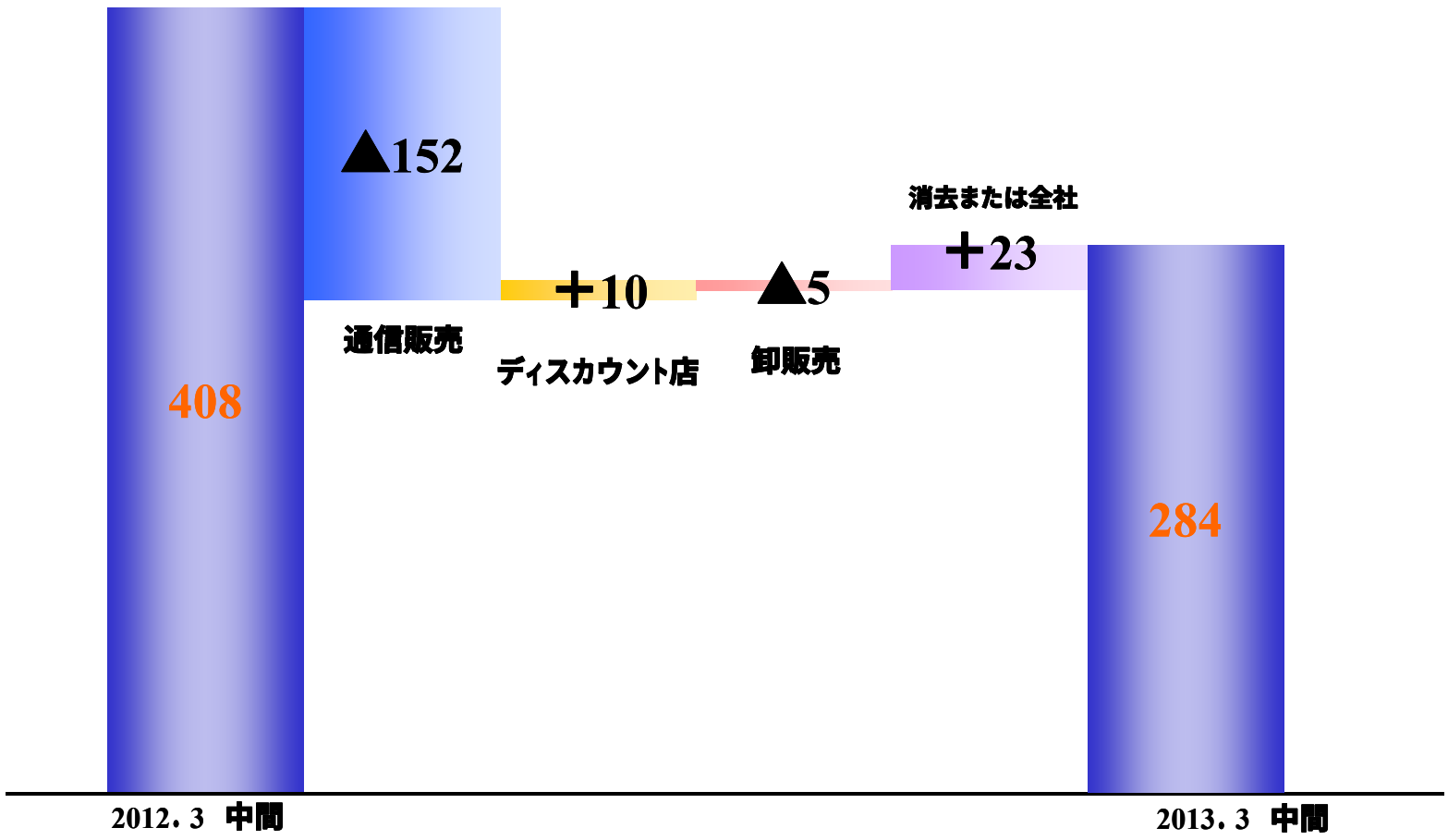
■ 個別採算を重視･不採算取引の解消が一巡。
売上高に下げ止まり感。 新規取引先の開拓を
強化中。

■ 黒字は維持しつつも、売上原価の上昇によって
売上総利益が減少し、利益が若干悪化。



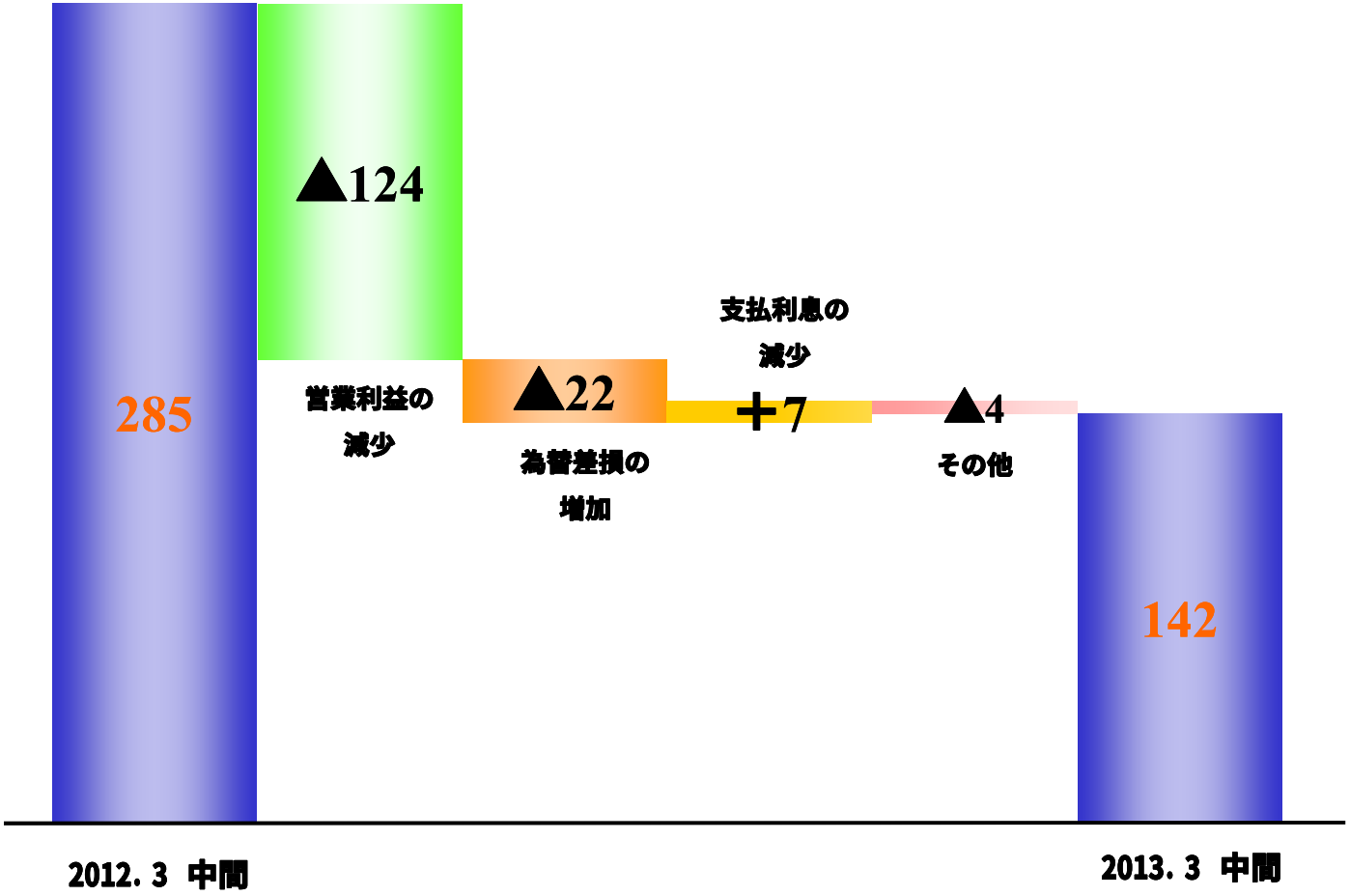
セグメント別 営業利益の前年同期比 増減要因

単位：百万円



経常利益の前年同期比 増減要因

単位：百万円



連結貸借対照表

単位：百万円

	2012/3期 中間		2013/3期 中間	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	8,290	49.3%	8,925	54.0%
現預金	1,537	9.1%	2,315	14.0%
受取手形・売掛金	1,009	6.0%	974	5.9%
たな卸資産	5,269	31.3%	5,122	31.0%
その他	494	2.9%	534	3.2%
貸倒引当金	△22	△0.1%	△20	△0.1%
固定資産	8,528	50.7%	7,602	46.0%
有形固定資産	8,336	49.6%	7,419	44.9%
無形固定資産	70	0.4%	50	0.3%
投資その他の資産	121	0.7%	132	0.8%
資産合計	16,818	100.0%	16,528	100.0%

	2012/3期 中間		2013/3期 中間	
	金額	構成比	金額	構成比
流動負債	4,745	28.2%	4,400	26.6%
買掛金	1,103	6.5%	974	5.9%
短期借入金（1年内長期借入含む）	1,968	11.7%	2,311	14.0%
未払金	695	4.1%	658	4.0%
その他	978	5.8%	457	2.7%
長期借入金	7,537	44.8%	7,917	47.9%
固定負債	7,869	46.8%	8,149	49.3%
負債合計	12,614	75.0%	12,550	75.9%
株主資本	4,512	26.8%	4,025	24.3%
資本金	437	2.6%	450	2.7%
資本剰余金・利益剰余金他	4,075	24.2%	3,575	21.6%
その他包括利益等	△308	△1.8%	△47	△0.3%
純資産合計	4,203	25.0%	3,978	24.1%
負債純資産合計	16,818	100.0%	16,528	100.0%

資産（主な要因）

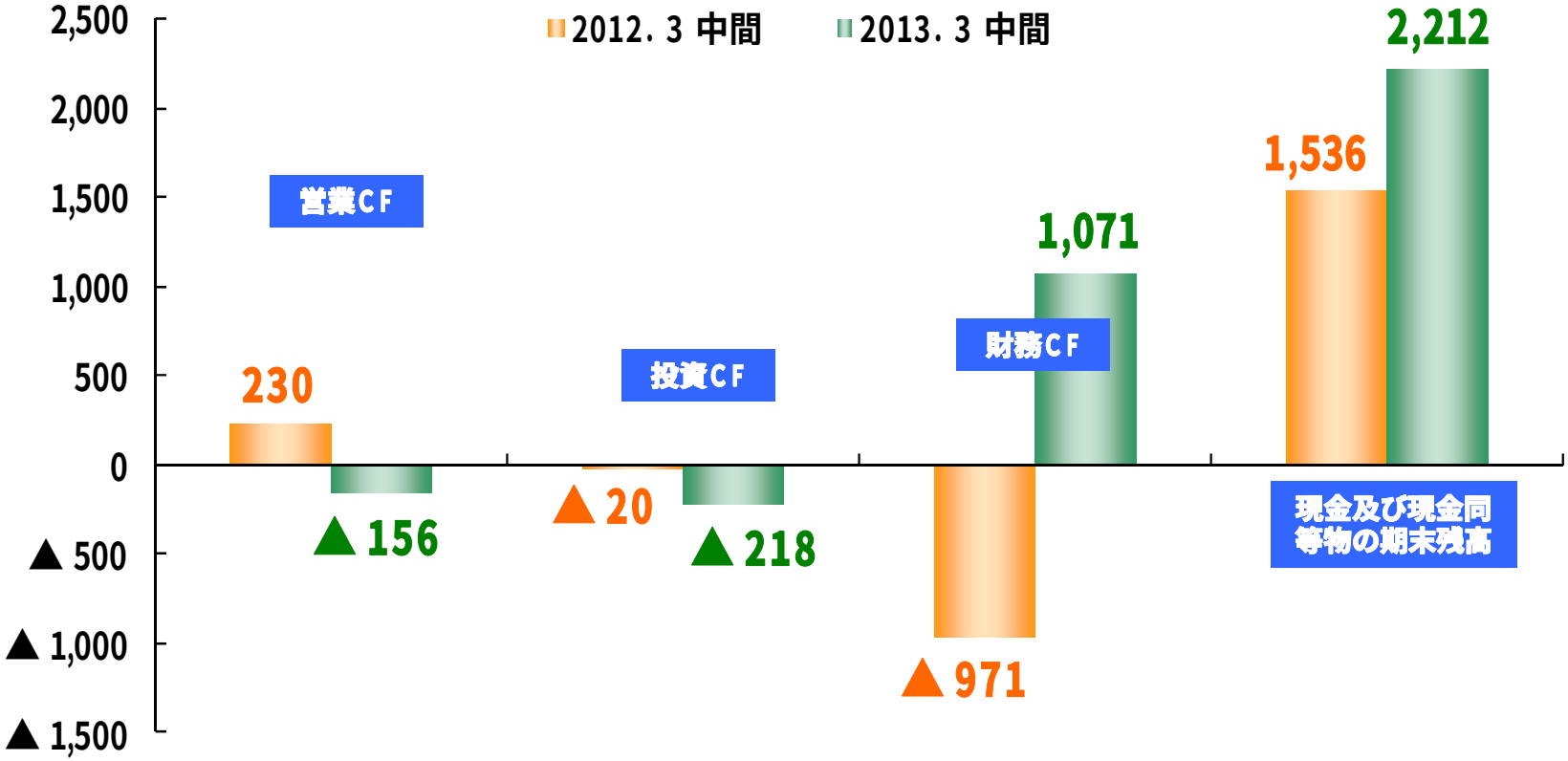
- 現預金 ＋ 777
- 有形固定資産 ▲ 917

負債・純資産（主な要因）

- 短期借入金 ＋ 343
- 長期借入金 ＋ 380

連結キャッシュフロー計算書

単位：百万円



	営業CF	投資CF	財務CF
主な増減要因	上期における利益の減少と、法人税等の支払いにより、キャッシュアウトとなりました。	余剰資金の一部を安全性の高い運用（定期預金）に回しました。	前営業期では借入金の調達を手控え、返済に努めましたが、当営業期では、28億円の長期借入の調達を実行しました。

2013年3月期　連結業績予想

単位：百万円

	12/3期	13/3期（修正予想）	（前年同期増減比）
売　上　高	21,664	21,200	△2.1%
営　業　利　益	721	620	△14.1%
経　常　利　益	589	500	△15.2%
経常利益率	2.7%	2.4%	△0.3%
当　期　純　利　益	△344	280	ー
当期純利益率	△1.5%	1.3%	2.8%

業績予想

2013年3月期売上高予想の内訳は、通信販売 106億円、ﾃﾞｨｽｶｳﾝﾄ店舗100億円、卸販売5億円、特価商品販売1億円とし、計212億円に修正いたしました。

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　：

① 【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

② 【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

③ 【安く作り・安く売れる体制の強化】　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

【安く作る体制】　・・・　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

【安く売れる体制】　・・・　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

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、ヒットの予感。　贅沢仕様で、この価格を実現　**４９９円**

『折り返して2Wayスタイル
ボア カジュアル ブーツ』

履き口はボア仕様であったが。
そのまま履くとななめデザインがオシャレ。
折り返して履くとボアがかわいいポイントに★

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

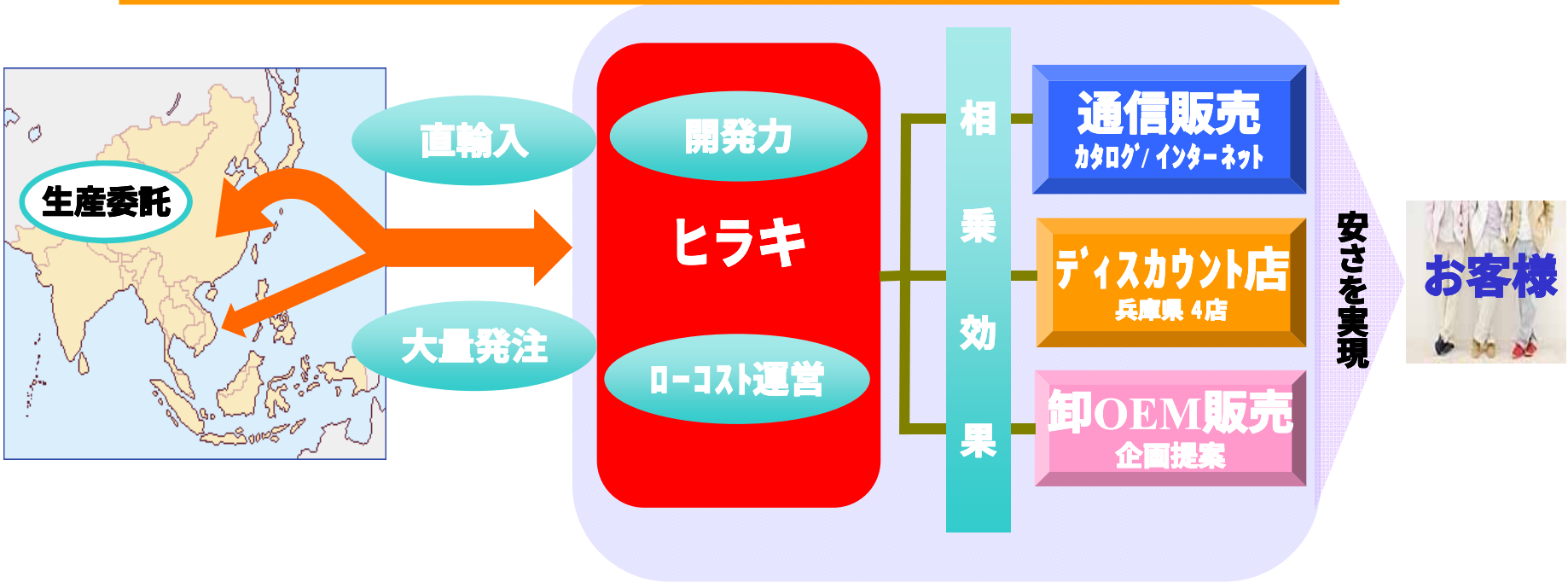
「靴を中心とした自社企画商品力」「価格の安さ」の強化

「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･ｵﾍﾟﾚｰｼｮﾝ→ 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

販促の強化

- カタログ編集時の選択と集中
- WEB戦略の強化
- ｶﾀﾛｸﾞとWEBの相乗効果

効率アップ

- 徹底したﾛｰｺｽﾄ･ｵﾍﾟ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

原点である「ディスカウント」の徹底的な強化
強みのｷｯｽﾞ･ｼﾞｭﾆｱ･ﾚﾃﾞｨｰｽ商品をより強く

WEBｼｽﾃﾑの改良とﾒｰﾙ連動、情報提供力の強化推進

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・食品ｽｰﾊﾟｰとの差別化)
- 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

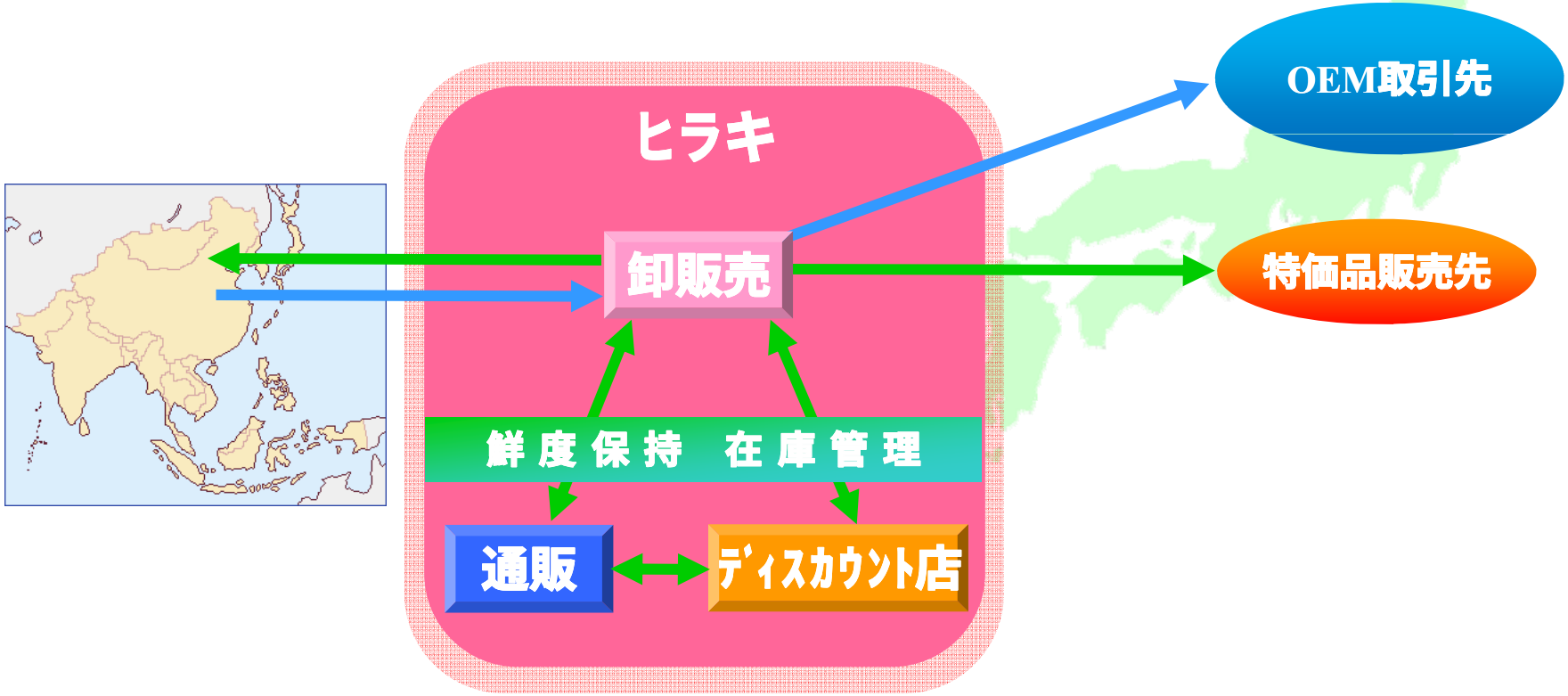
中期事業戦略 ： 卸OEM販売事業

■ 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



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月期中間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2012年9月30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。