

2014年3月期 中間決算説明会

2013年11月20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。



✧ 企業概要とビジネスモデル





会社概要 (2013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 ※ 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	742名(臨時従業員 451名含む) ※ 2013年9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



相乗効果

通信販売
カタログ/インターネット

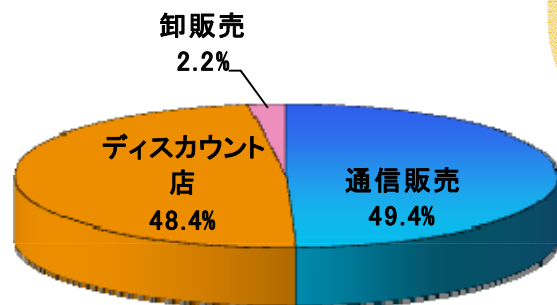
ディスカウント店
兵庫県4店

卸販売
OEM

「安さ」を実現



2014年3月期中間期 セグメント別売上シェア

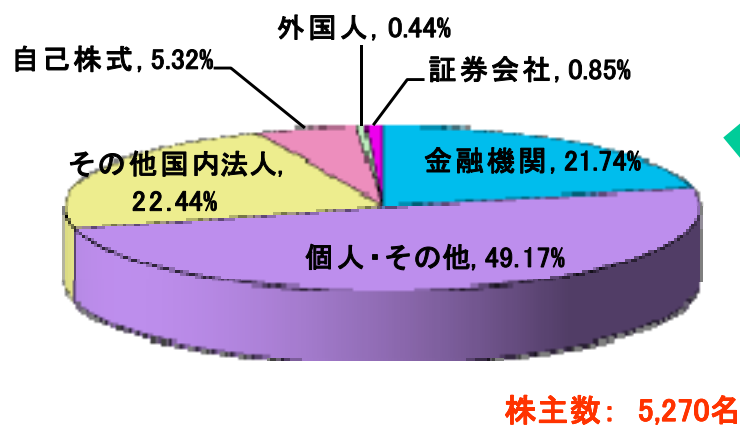




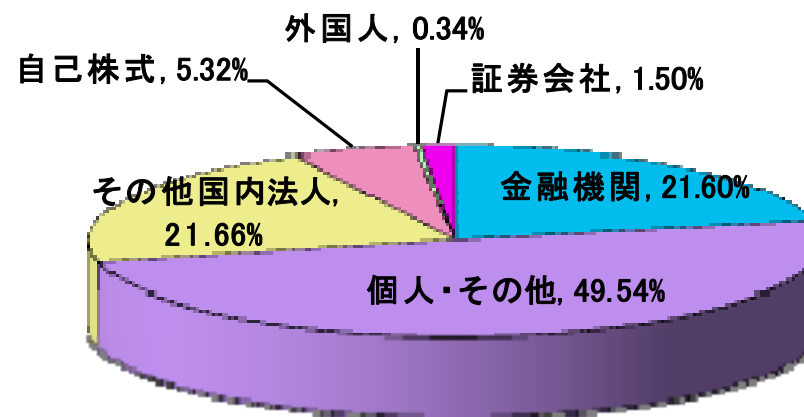
株式の状況

発行済株式総数	5,155,600株
株主数	5,777名

【参考】 前期 所有者別統計表 (2012年9月30日現在)



所有者別 円グラフ



株主数: 5,777名

株主数が前年同時期に比較して、507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
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



✧ 2014年3月期 中間決算内容





★ トピックス ★

・ 販促商品の強化

476円 メッシュバレエシューズ

480円 半袖ポロシャツ

680円 マリンシューズタイプスニーカー

476円 涼感素材のナチュラルカジュアル

476円 スエード調バレエカジュアル

980円 ショートボアブーツ

商品力のある販促品を継続投入



(価格は税抜き)



中間期業績達成に向けた対策



「スエード調 バレエ カジュアル」



コーデの幅を広げる 今年のマストアイテム
シックな女性らしい印象に。

靴底は安心の3重構造
(合成ゴム底+中底+インソール)





「ショート ボア ブーツ」

ファミリー
サイズ
対応!

ふわふわボアとやわらかソールの
ショートボアブーツ

ショートボアブーツ
サイズ展開
17.0-27.5
cm

レディース
メンズ
キッズ&ジュニア

¥980
(税込み¥1,029)

しなやかソールで歩きやすい。
内側のボアにもこだわり。
厚手のウレタンを使用した三重構造で
形くずれしにくく、足あたりが心地いい。

レディース
Lady's

全7色

03 ブラック 04 グレー 06 ベージュ
08 ブラウン 19 キヤメル 43 ワイン 47 ダーク
ブラウン

サイズ展開
22.0-25.5
cm

¥980
(税込み¥1,029)

メンズ
Men's

全3色

03 ブラック 04 グレー 19 キヤメル

サイズ展開
24.0-27.5
cm

¥980
(税込み¥1,029)

キッズ&ジュニア
Kids & Junior

全5色

04 グレー 08 ブラウン
09 ピンク 12 イエロー 19 キヤメル

サイズ展開
17.0-21.0
cm

¥780
(税込み¥819)



社会貢献活動・靴への感謝に対する取り組み



■ 9月1日(日) 第8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。

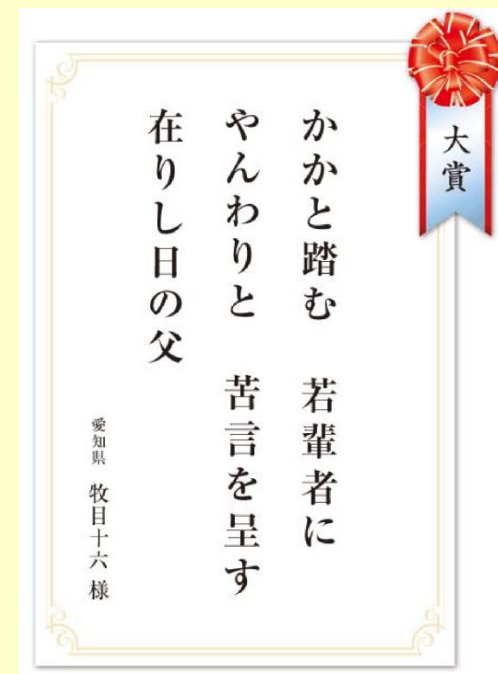


■ 第7回 靴短冊大賞

「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。

今回は大賞1作品、優秀賞10作品、入選100作品を選出いたしました。

(各作品は、<http://92tanzaku.jp/index.html> にて、ご覧頂けます。)





2014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 (13/5/10 開示)	2014/3 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	10,548	10,300	9,625	△674	△6.5%	△922
営 業 利 益	284	300	236	△63	△21.0%	△47
経 常 利 益	142	230	264	+34	+15.0%	+122
当 期 純 利 益	90	120	160	+40	+34.1%	+70

計
画
比

売 上 高

当初予想では、ディスカウント事業での氷上山南店の閉店影響を盛り込み、前年中間期実績よりも売上減といたしましたが、各事業において前年中間期の売上がカバーしきれませんでした。

利 益 高

売上減に伴い、営業利益面でも予測を下回る結果となりました。なお、経常利益においては、為替差損益及び金利スワップの評価益により当初予想を上回る結果となりました。

前
年
同
期
比

売 上 高

前年中間期との比較において、922百万円の売上減となりました。
この売上減には、氷上山南店の閉店影響436百万円を含みますが、各事業においても売上が低迷しました。

利 益 高

営業利益において、ディスカウント事業では改善傾向となりましたが、通信販売事業での売上減が影響し、前年中間期よりも悪化しました。
経常利益、当期純利益の増加は上記理由によります。



2014年3月期 第2四半期損益計算書



【連結：中間期】

単位：百万円

	2013/3期第2四半期		2014/3期第2四半期	
売上高	10,548	100.0%	9,625	100.0%
売上総利益	4,056	38.5%	3,924	40.8%
販売管理費	3,771	35.8%	3,687	38.3%
営業利益	284	2.7%	236	2.5%
経常利益	142	1.4%	264	2.7%
第2四半期 純利益	90	0.9%	160	1.7%

●売上総利益率

円安方向に推移しましたが、仕入強化による原価の低減、粗利率の高い自社開発商品の拡販等により、売上総利益率が2.3%上昇いたしました。

●販売管理费率

宅配コストの上昇や売上減少に伴う固定費負担により、販売管理比率は2.5%上昇いたしました。

【2014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	5,322	△10.1%	4,303	△7.0%
経常利益	310	+46	△45	+75

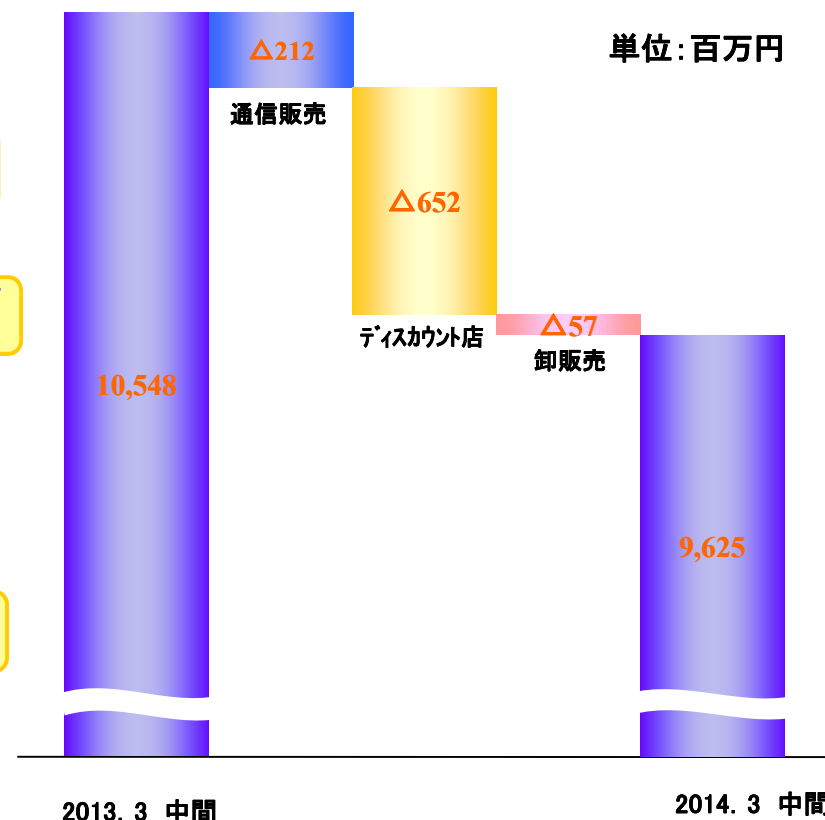
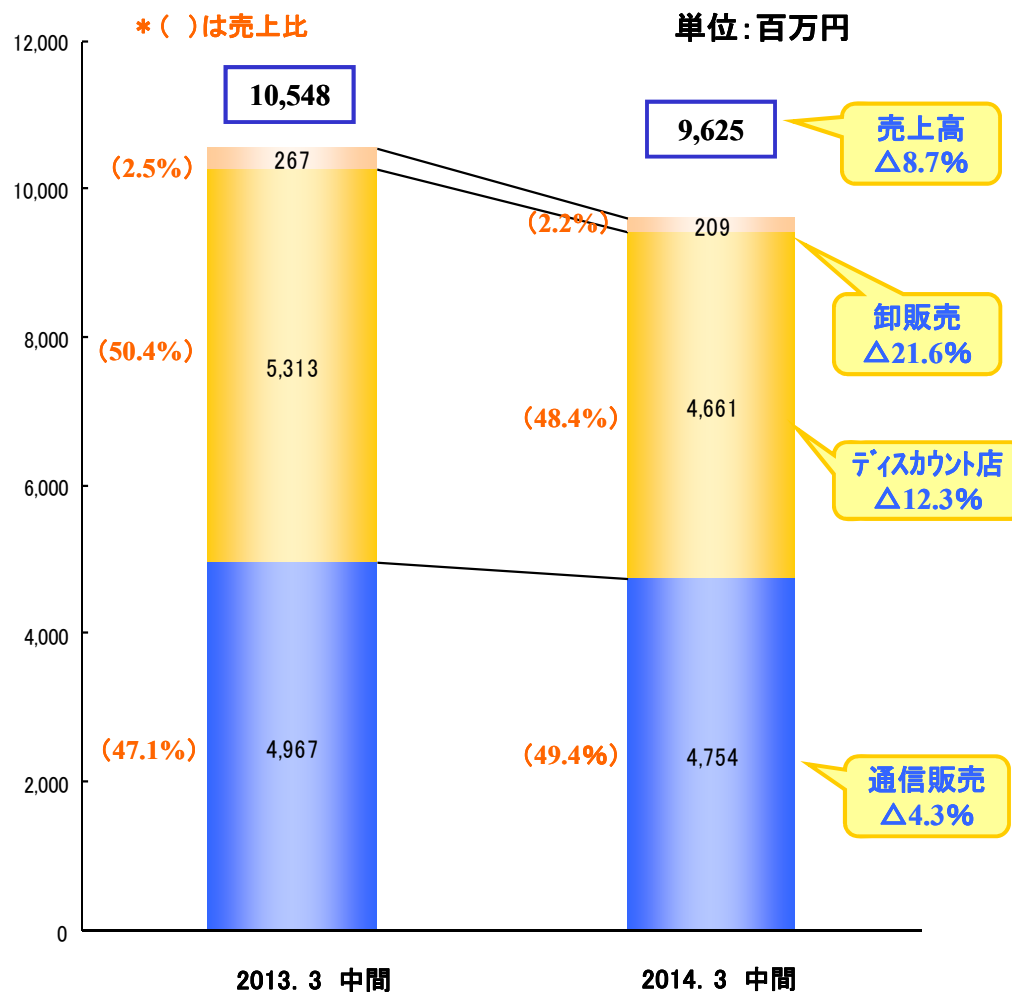
各会計期間において、売上減少いたしましたが、経常利益面では前年同四半期を上回りました。



セグメント別売上高推移



各事業とも売上の獲得に苦戦いたしました。(ディスカウント事業では閉店影響あり)



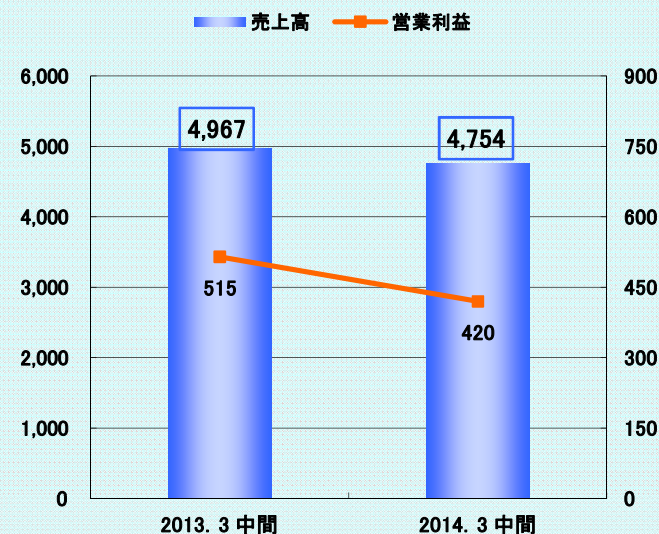


セグメント別概況 ①



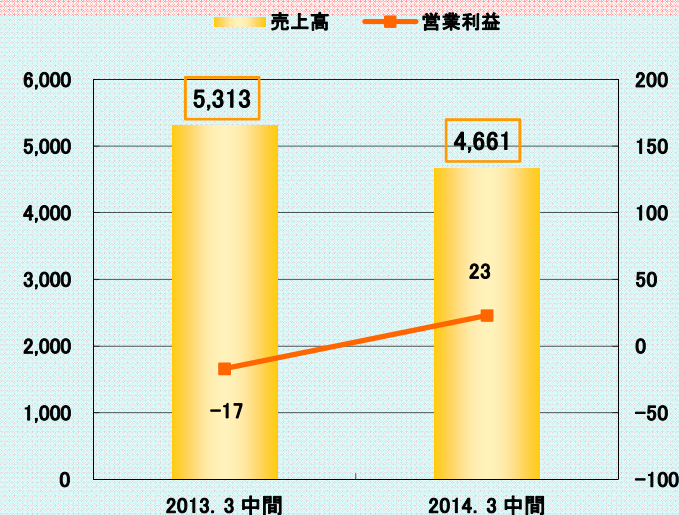
通信販売

- 春先の気温上昇の遅れ、梅雨時期の極端な天候によるレイン商品の低迷等により、第1Qでの売上減を第2Qでカバーできず。
- カタログ費用の削減や物流業務の効率化等に取り組みましたが、売上減により営業利益が悪化。



ディスカウント店

- 前年10月に閉店した氷上山南店の影響に加え、既存店においても競合他店との競争の激化により、売上が減少。
- 仕入強化対策や高粗利率の自社開発商品の拡販、不採算店の閉店効果等により、営業損失状態から脱し、黒字化。



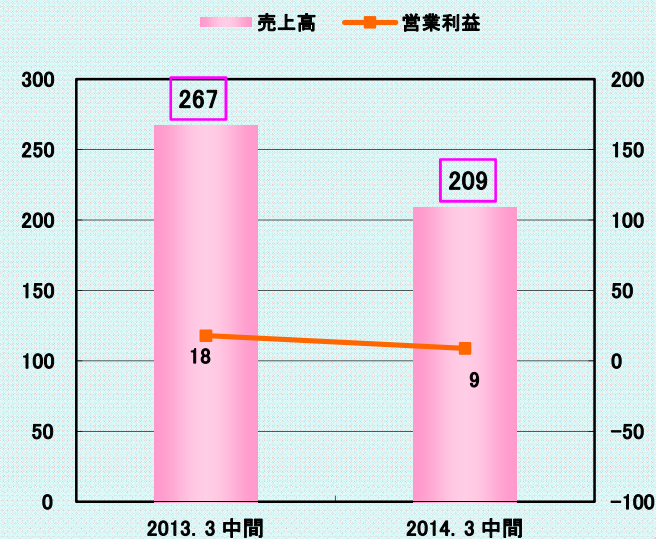


セグメント別概況 ②



卸販売

- 大口OEM取引先との取引の伸び悩みにより、売上が減少。
- 売上減の影響と、固定費負担増により、営業利益が半減。

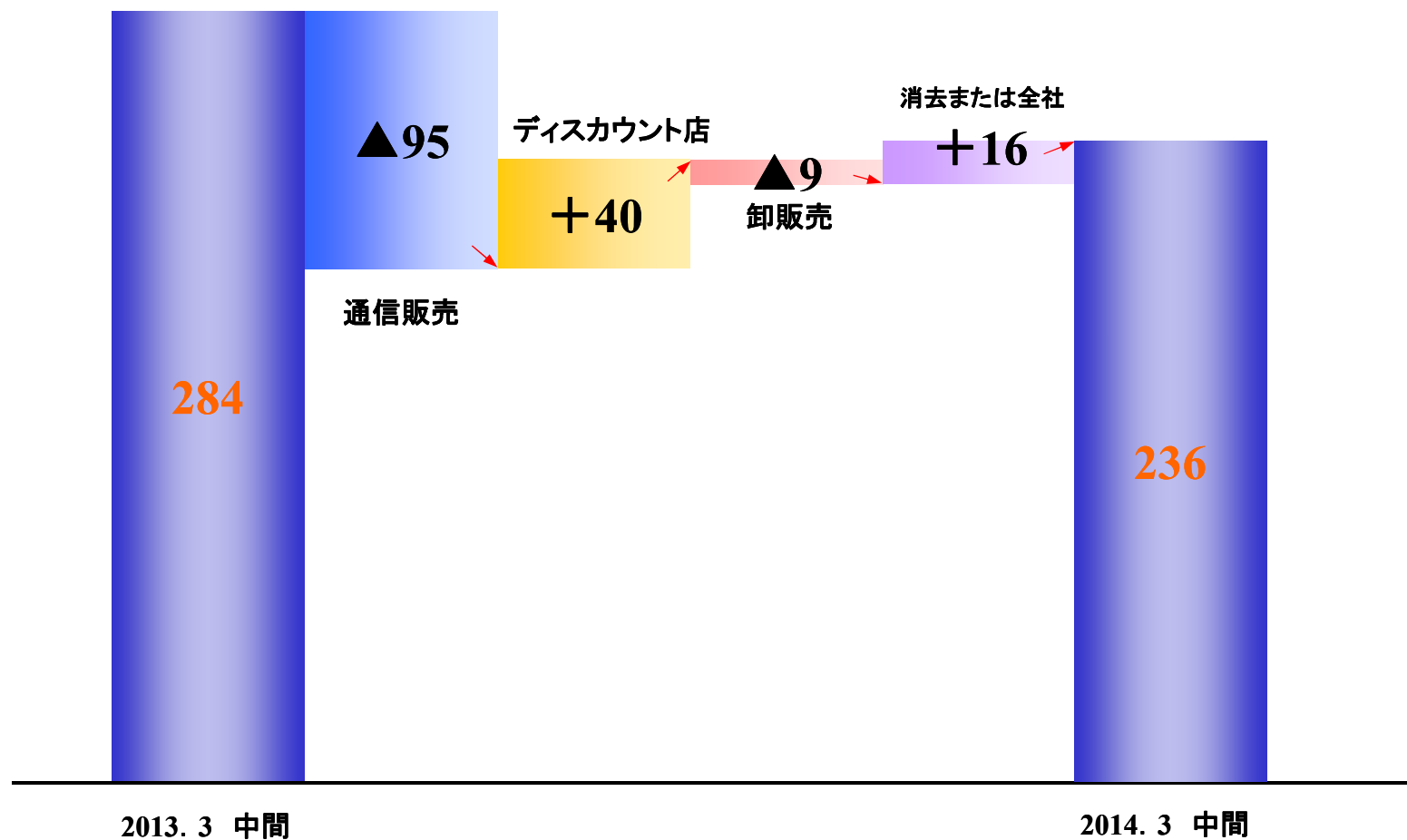




セグメント別 営業利益の前年同期比 増減要因



単位: 百万円

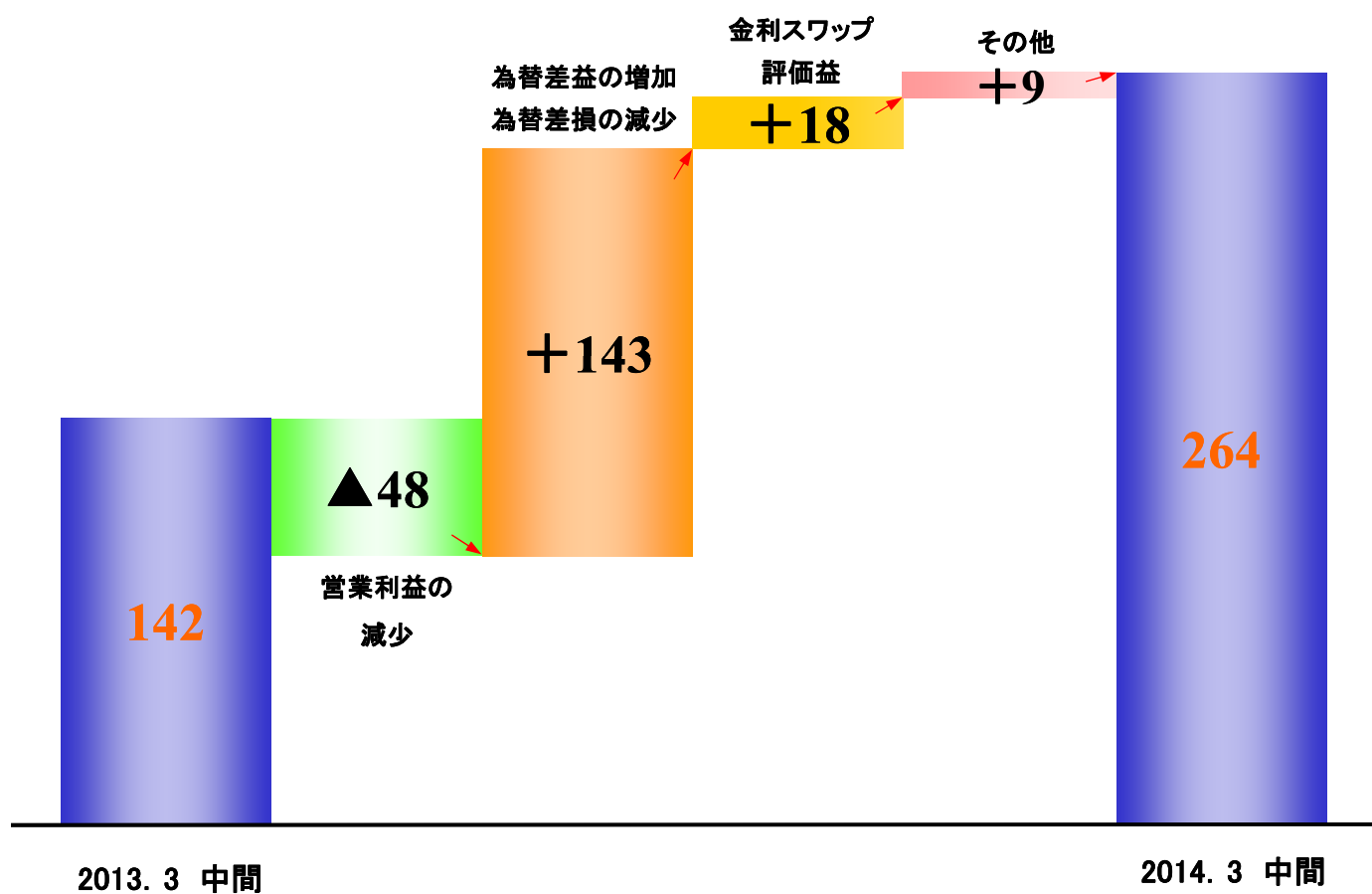




経常利益の前年同期比 増減要因



単位: 百万円





連結貸借対照表



単位: 百万円

	2013/3期 中間		2014/3期 中間	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	8,925	54.0%	10,379	58.6%
現預金	2,315	14.0%	4,501	25.4%
受取手形・売掛金	974	5.9%	1,041	5.9%
たな卸資産	5,122	31.0%	4,366	24.6%
その他	534	3.2%	493	2.8%
貸倒引当金	△20	△0.1%	△23	△0.1%
固定資産	7,602	46.0%	7,340	41.4%
有形固定資産	7,419	44.9%	7,152	40.4%
無形固定資産	50	0.3%	43	0.2%
投資その他の資産	132	0.8%	145	0.8%
資産合計	16,528	100.0%	17,720	100.0%

資産(主な要因)

- 現預金 + 2,186
- たな卸資産(商品) ▲ 756

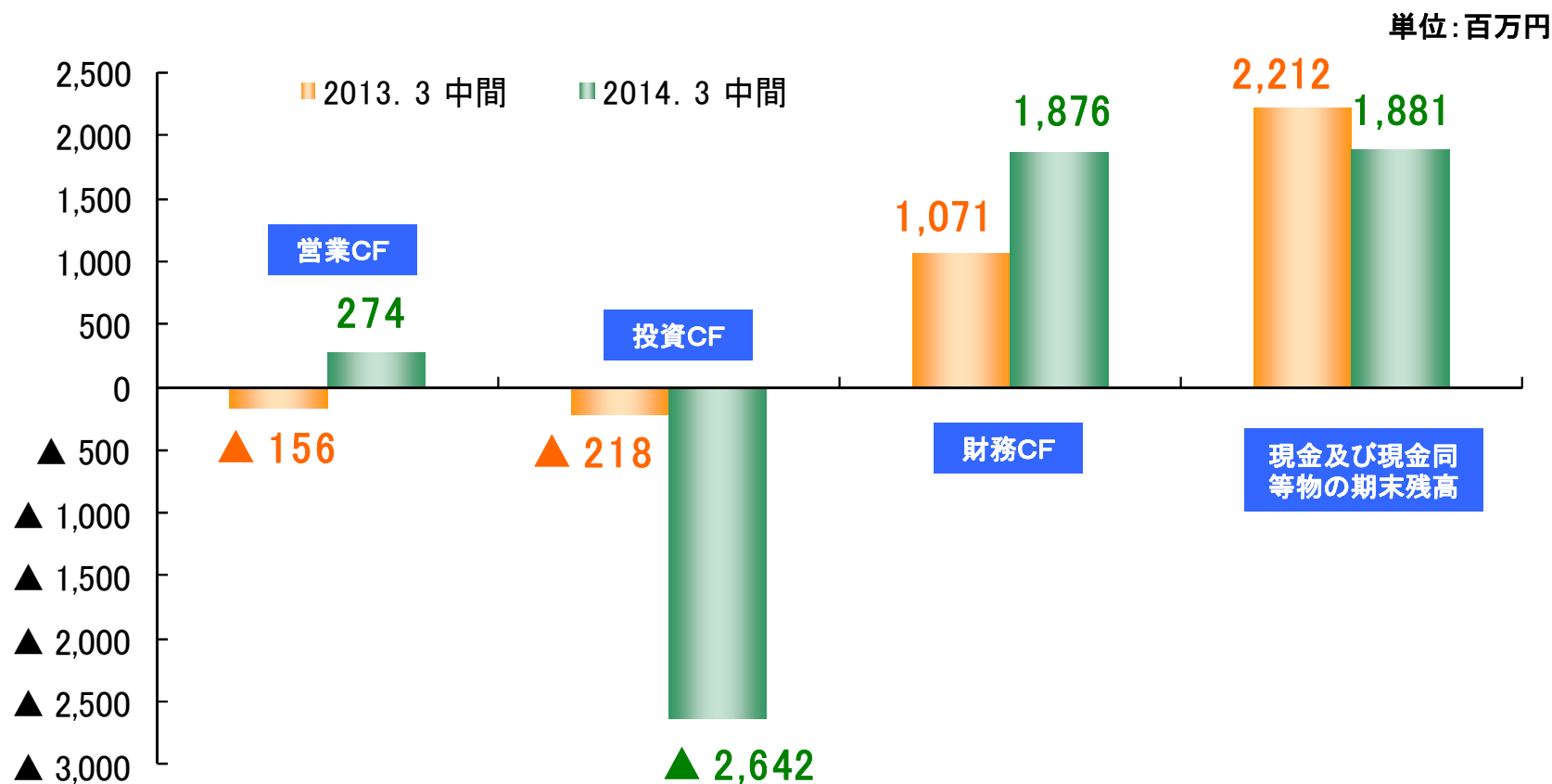
	2013/3期 中間		2014/3期 中間	
	金額	構成比	金額	構成比
流動負債	4,400	26.6%	4,417	24.9%
買掛金	974	5.9%	818	4.6%
短期借入金 (1年内長期借入含む)	2,311	14.0%	2,512	14.2%
未払金	658	4.0%	686	3.9%
その他	457	2.7%	399	2.3%
長期借入金	7,917	47.9%	8,501	48.0%
固定負債	8,149	49.3%	8,794	49.6%
負債合計	12,550	75.9%	13,211	74.6%
株主資本	4,025	24.3%	4,326	24.4%
資本金	450	2.7%	450	2.5%
資本剰余金・利益剰余金他	3,575	21.6%	3,875	21.9%
その他包括利益等	△47	△0.3%	182	1.0%
純資産合計	3,978	24.1%	4,509	25.4%
負債純資産合計	16,528	100.0%	17,720	100.0%

負債・純資産(主な要因)

- 借入金(短期・長期) + 784
- その他包括利益等 + 230



連結キャッシュフロー計算書



主な増減要因

上期における利益の増加により、営業CFはプラスとなりました。

余剰資金を安全性の高い運用(3ヶ月超の定期預金)に回しました。

上期において、32億円の長期資金を調達しました。

貸借対照表における現金・預金4,501百万円との差異は、3ヶ月超定期預金2,620百万円によります。



2014年3月期 連結業績予想



単位: 百万円

	13/3期	14/3期 (修正予想)	
		(前年同期増減比)	
売上高	20,642	20,000	△3.1%
営業利益	588	700	+19.0%
経常利益	533	600	+12.5%
経常利益率	2.6%	3.0%	+0.4%
当期純利益	328	330	+0.6%
当期純利益率	1.6%	1.7%	+0.1%

業績予想

2014年3月期売上高予想の内訳は、通信販売100億円、ディスカウント店舗95億円、卸販売5億円とし、計200億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



軽くてあったかい「ムートン調ブーツ」

この価格で、満足の品質とこだわり。

499円

軽くてあったかい
ムートン調
ブーツ

各 ムートン調ブーツ
¥476
(税込み¥499)

レディース
キッズ
ジュニア

サイズ展開
15.0-25.5
cm

* こだわりpoint *

中まで覆われた、ももこ全面ボアで
足元あったか！
折り返せば履き口のアクセントにも！

ソールはこだわりの2層構造
ラバーミックスでしっかり歩ける！

EVAの
軽い素材

底面5mmには
EVAと合成ゴムを
混合し、すり減り
にくくしています



✧ 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



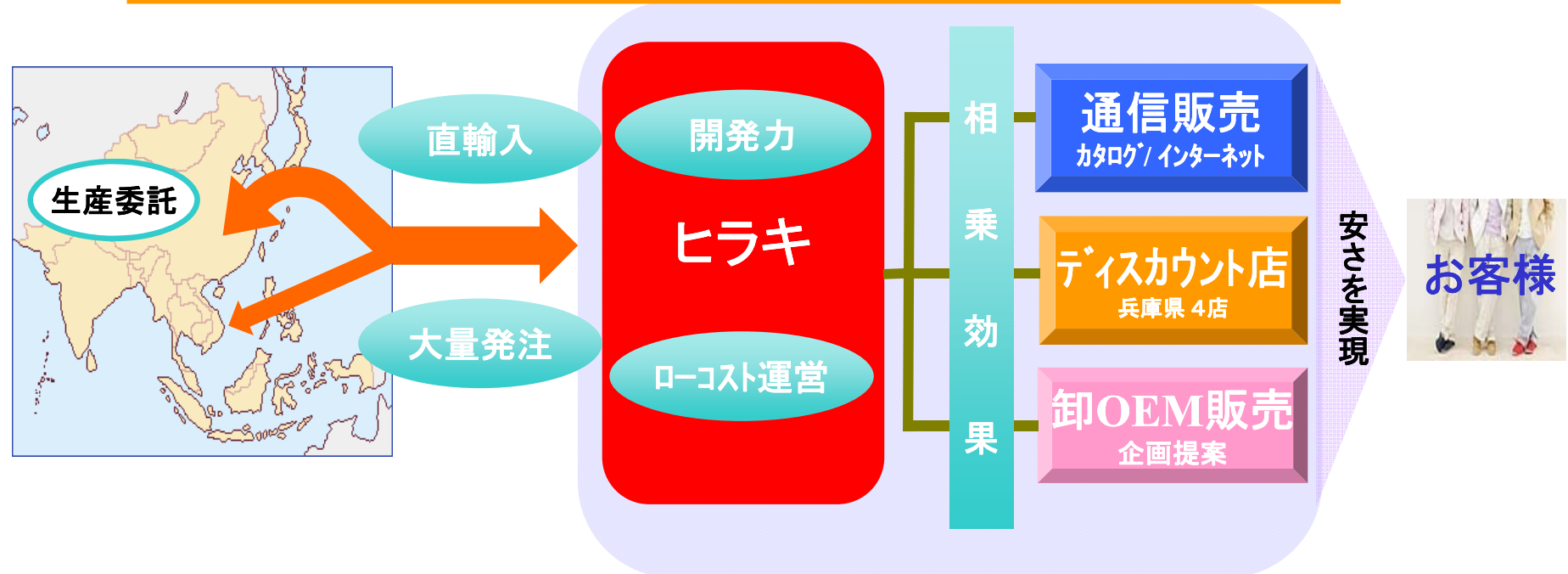
「靴を中心とした自社企画商品力」「価格の安さ」の強化

「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・オペレーション→ 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



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・オペ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)
- 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



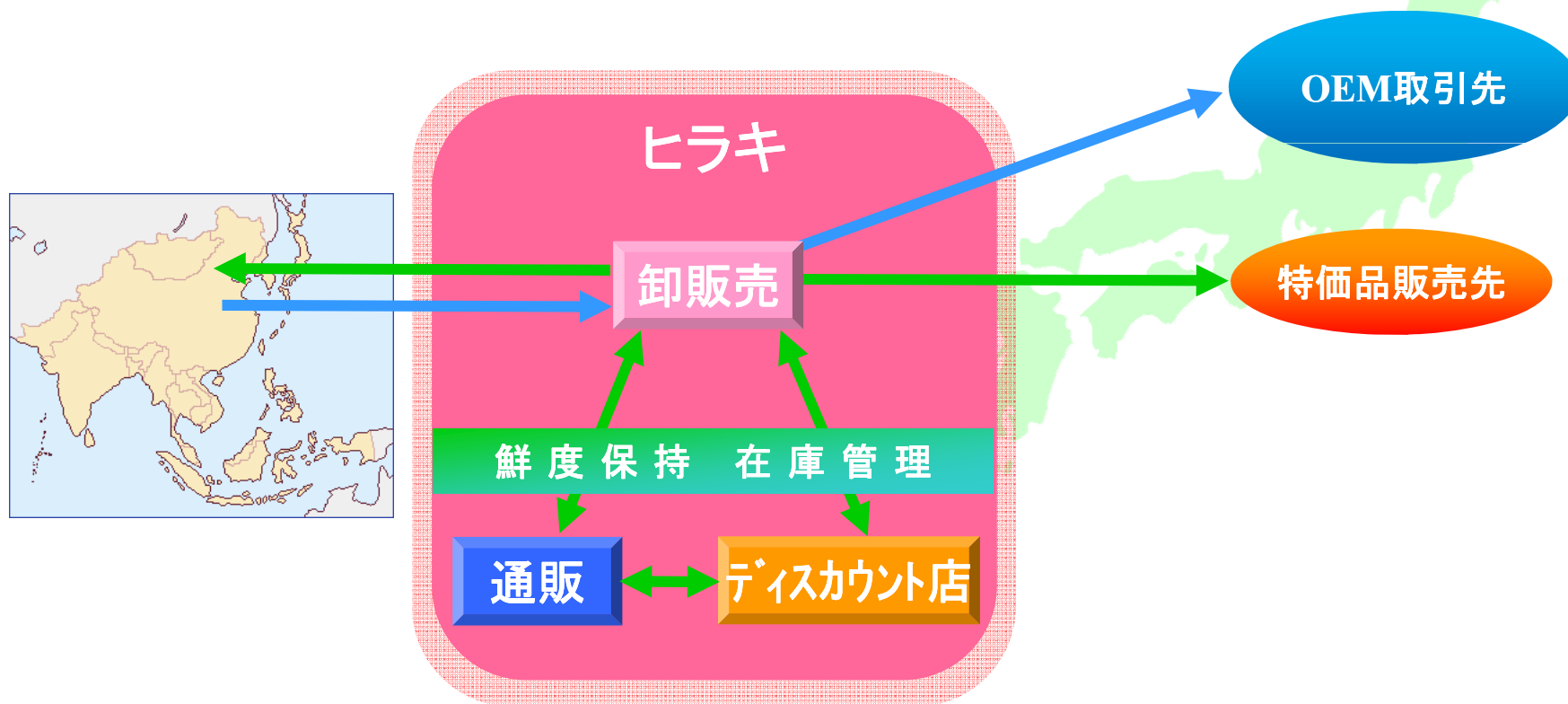
- ヒラキ独自の品揃えと他店では真似の出来ない提供価格の実現
- いつでも「掘り出し物」が発見できる楽しい店



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





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、2014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2013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。