

2016年3月期 中間決算説明会

2015年11月18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





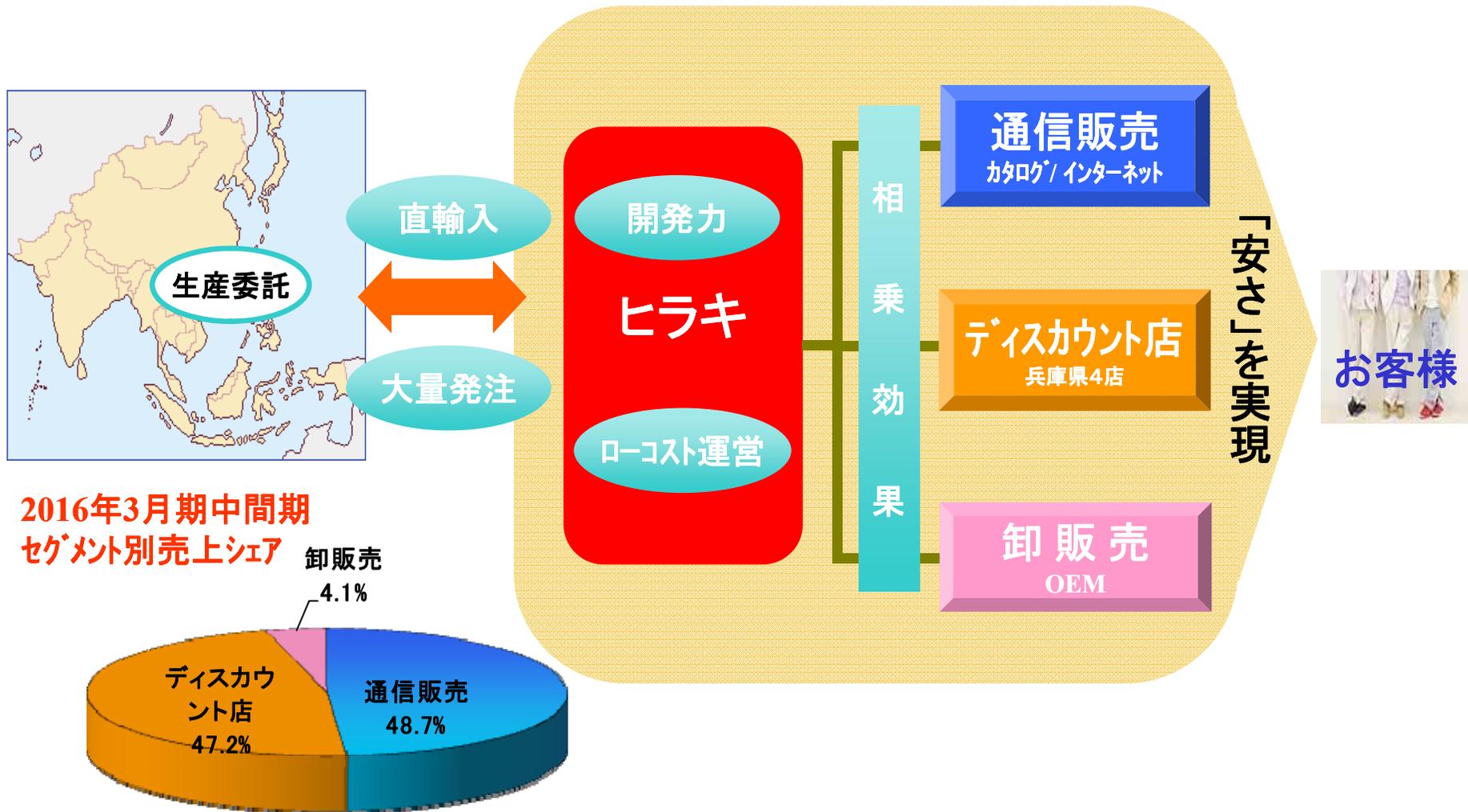
会社概要 (2015年9月30日現在)

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	669名(臨時従業員 392名含む) ※ 2015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



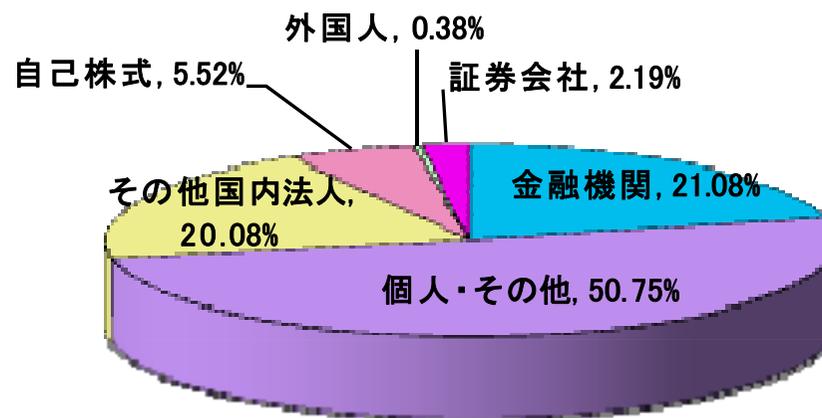


株式情報 (2015年9月30日現在)

株式の状況

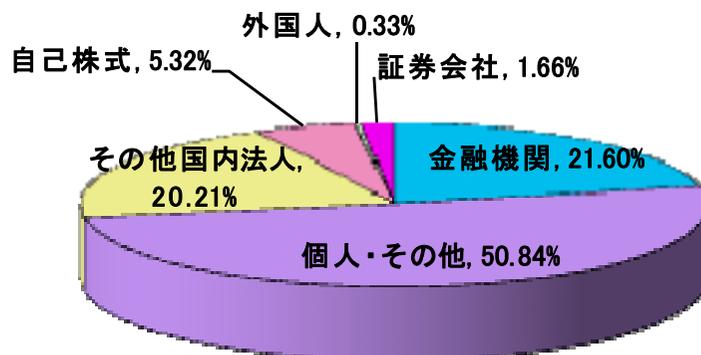
発行済株式総数	5,155,600株
株主数	9,759名

所有者別統計表 (株式数比率)



株主数: 9,759名

【参考】 前期 所有者別株式数比率 (2014年9月30日現在)



株主数: 7,836名

※株主数が前年同時期に比較して、1,923名の増加

※株主数比率では、「個人・その他」が99.2%を占める



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/ODM供給
- OEM/ODM供給による収益力と通販の物流を活用したローコストオペレーションの事業モデル



...事業セグメント

✧ 2016年3月期 中間決算内容





1. 商品力の強化

(1) 売価を1,000円以下に抑えた商品の開発

780円 カジュアルスニーカー AiROP

780円 レディースカジュアル PITT

780円 レディースモカシン Raku-Mocca



(2) 商品開発体制のスピード化



2. 現場力の強化

メディアミックス施策の実施

WEBシフトへの対応

👉 中間期業績達成に向けた対策(商品力の強化)

絶対的低価格商品の開発①

カジュアルスニーカー AiROP《エアロップ》



軽いのに靴底しっかりで 脱ぎ履きしやすく、

10万足突破!

(2015年2月販売開始より)



この軽さと履きごこち♡
ぜひ、あなたの足でも 実感ください!



中間期業績達成に向けた対策(商品力の強化)

絶対的低価格商品の開発②

レディースカジュアル PITT《ピット》



履き心地にこだわったインソール採用で、

10万足突破!

(2015年2月販売開始より)

- よく曲がって歩きやすい!
- ✔ スリット入りで 屈曲性抜群!



- やさしい履きごこちを叶える
- ✔ ふかふかクッションインソール!



- スタイルを選ばない!
- ✔ シンプルなスウェット素材



- 脱げにくいから安心!
- ✔ 履き口ゴムでフィット感◎!





中間期業績達成に向けた対策(商品力の強化)

商品開発体制のスピード化

自社一貫体制 バーティカル・インテグレーション・システムの改善



商品の企画・開発から販売までのスピードアップを図り、
市場の変化に迅速に対応する体制を構築

2015年9月～



- 機能別組織を『企画開発部』として一元化
- 開発担当者が販売まで一貫して責任を持つ体制



中間期業績達成に向けた対策(現場力の強化)

メディアミックス施策の実施

9月実施 関東エリア実績

受注件数 142.8%

新規件数 349.3% ※関東エリア
対前年同月比



※画像はイメージです。



中間期業績達成に向けた対策(現場力の強化)

WEBシフトへの対応

注文媒体が電話・FAX・ハガキからWEB、特にスマートフォンへシフト

①スマートフォンサイトの 買い回り向上



※画面はイメージです。

②WEBキャンペーンの実施



③お客様参加型企画の実施





社会貢献活動・靴への感謝に対する取り組み

■ 8月30日(日) 第10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9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/>にて、ご覧頂けます。)





2016年3月期 中間決算サマリー

【連結】 (第2四半期累計)

単位:百万円

	前年中間期 実績	当初予想 (15/5/8 開示)	2016/3 期 中間期 実績			
			実績	当初予想比	当初予想率比	前年中間期 実績比
売上高	8,644	9,400	9,012	△388	△4.1%	+368
営業利益	167	300	314	+14	+4.7%	+147
経常利益	80	250	274	+24	+9.6%	+194
親会社株主に帰属する 四半期純利益	40	130	157	+27	+20.8%	+117

計画比

売上高

当初予想は、テレビCMを始め、強化した広告宣伝活動の効果を見込んだ数字としていましたが、夏場の天候不順によりサンダル等の夏物商品が振るわず、計画値には届きませんでした。

利益高

粗利益率の維持、サプライチェーンの効率化を図った結果、営業利益は当初予想を達成しました。
経常利益においても、為替差益およびデリバティブ評価損の良化などにより、当初予想を上回る結果となりました。

前年同期比

売上高

主に前期の消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動からの回復、および販売促進策の強化により、前年中間期との比較において、368百万円の売上増となりました。

利益高

営業利益などの利益高が大幅に前年中間期を上回っているのは、売上増や経費削減などに加えて、前期においてディスカウント店舗の大規模修繕を実施したことによるものです。



2016年3月期 第2四半期損益計算書

【連結：中間期】（累計）

単位：百万円

	2015/3期第2四半期		2016/3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	8,644	100%	9,012	100%
売上総利益	3,705	42.9%	3,826	42.5%
販売管理費	3,538	40.9%	3,511	39.0%
営業利益	167	1.9%	314	3.5%
経常利益	80	0.9%	274	3.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	40	0.5%	157	1.7%

●売上総利益率

為替の円安傾向下において、売上総利益率の維持を図るため、新規工場の開拓など、より一層の原価低減に努めました。

●販売管理费率

前期実施した店舗の大規模修繕費用、および作業効率化に伴う人件費減により、販売管理比率は1.9%改善いたしました。

【2016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	4,864	+4.6%	4,148	+3.9%
経常利益	326	+133	△52	+59

第2四半期会計期間において、通販の新規顧客獲得に係るテレビCM等広告宣伝費の先行投資を実施した結果、利益面ではマイナスとなりましたが、前年同期間と比較して赤字幅は縮小。



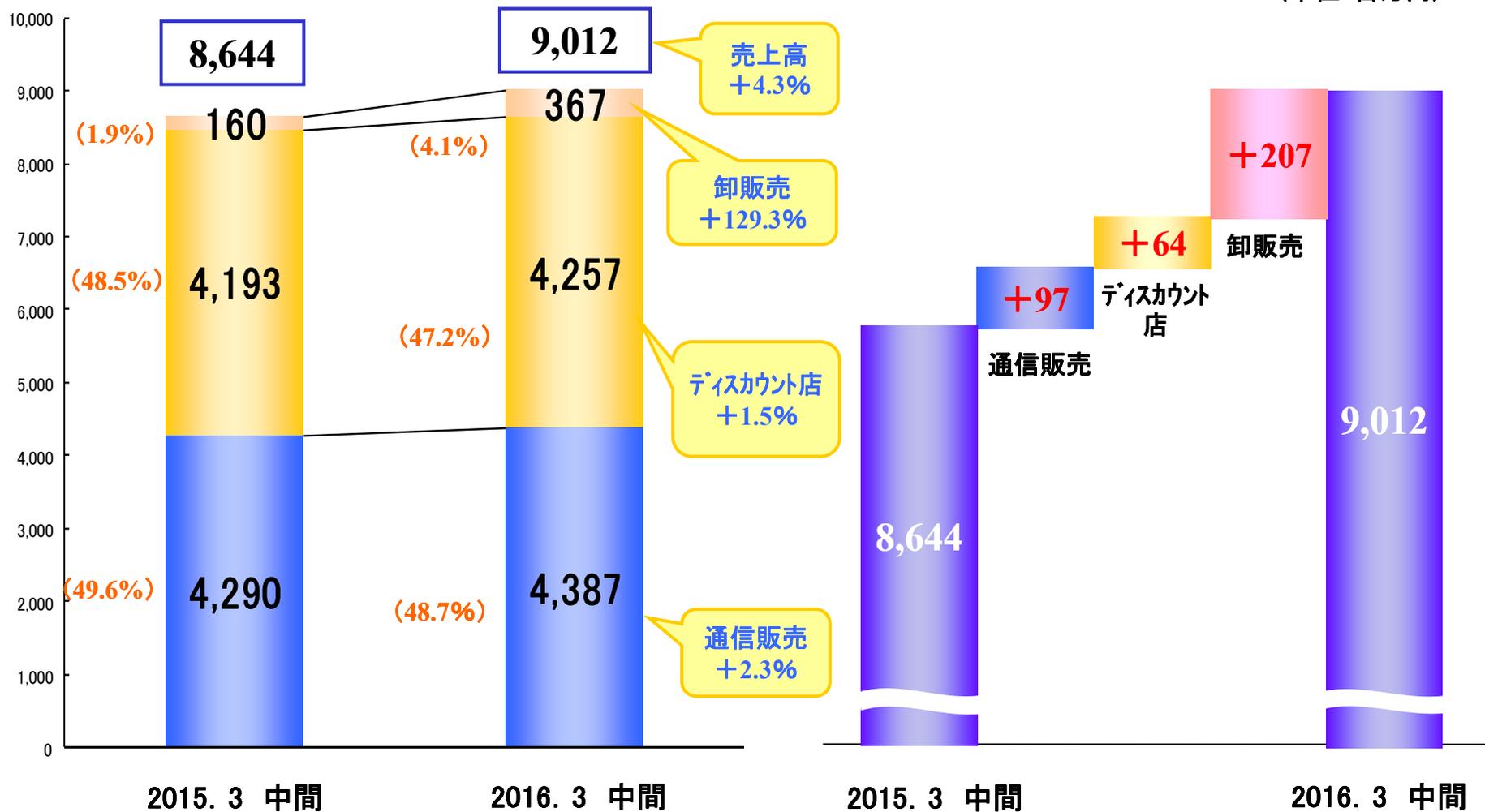
セグメント別 売上高推移

各事業とも売上増達成、なかでも卸事業が大幅伸張

* ()は売上比

(単位:百万円)

(単位:百万円)

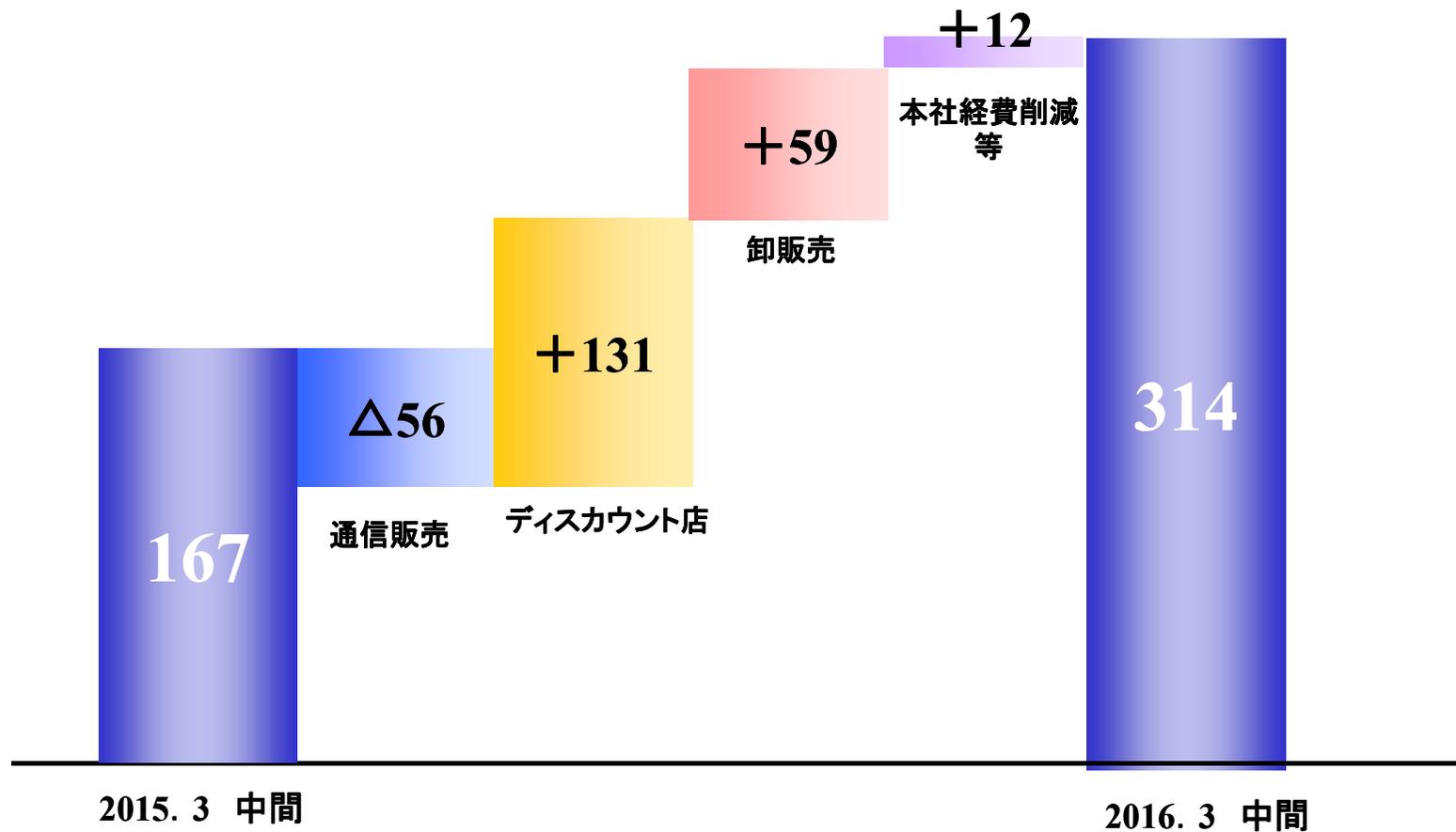




セグメント別 営業利益推移

通信販売は広告宣伝強化による費用増、一方ディスカウント店舗は収益力改善

(単位:百万円)



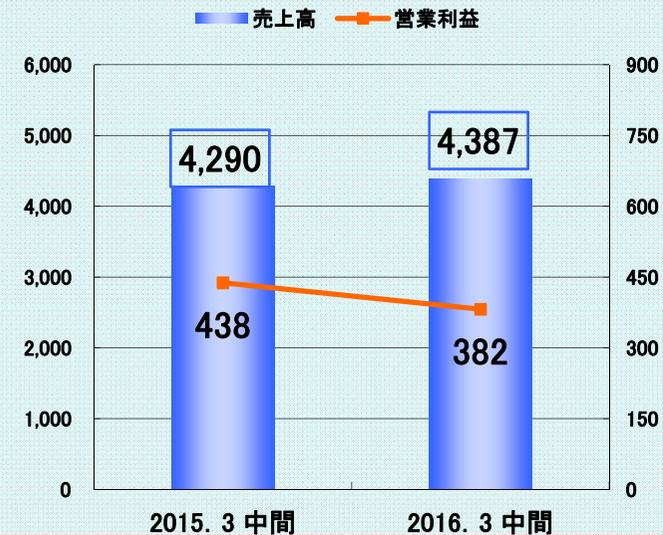


セグメント別概況 ①

(単位:百万円)

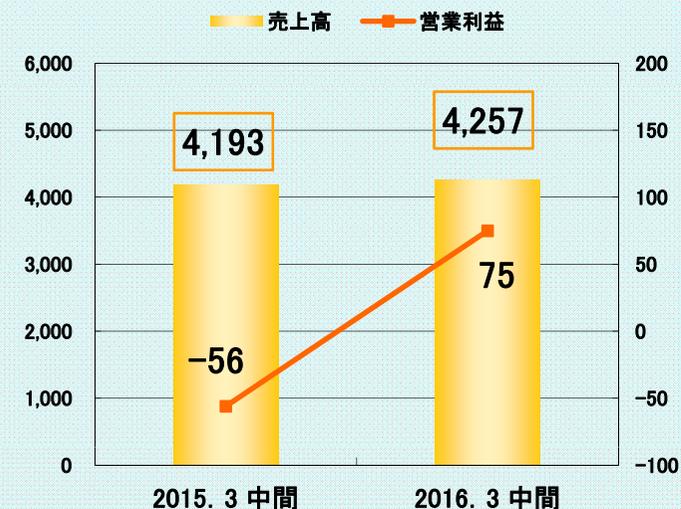
通信販売

- テレビCM放映エリアの拡大、およびメディアミックスの採用効果により、WEB経由、特にスマートフォンからの新規顧客の受注が増加
- 関東圏を中心に広告宣伝費を先行投資した結果、営業利益は減少



ディスカウント店

- 主力の靴はスニーカーを筆頭に好調に推移
また、食品や生活消耗品の集客も回復
- 売上高の増加に加え、仕入先との取り組みや自社開発商品の販売強化による粗利益率の改善、および業務の効率化により増益



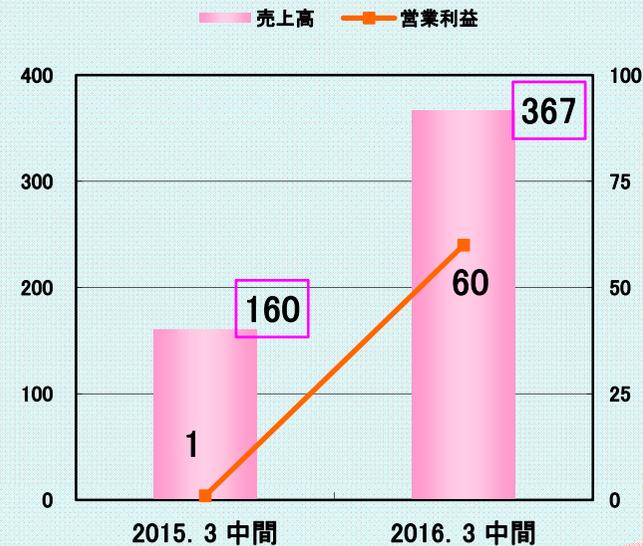


セグメント別概況 ②

(単位:百万円)

卸販売

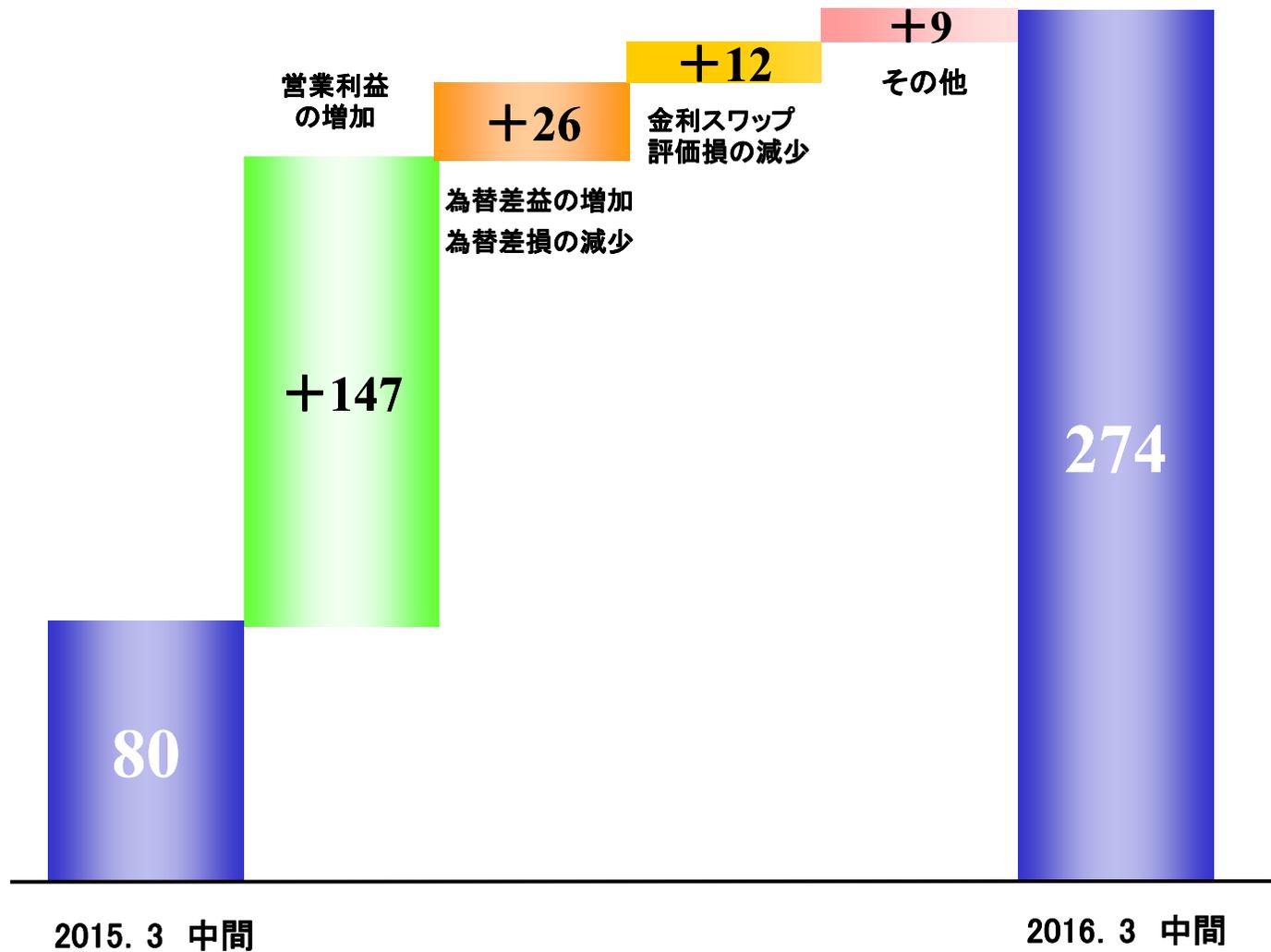
- 大口OEM販売について、新規取引先との取引の本格始動および既存取引先からの受注増により、大幅増収
- 売上高の増加および配送の効率化などの経費削減に取り組んだ結果、増益達成





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

	2015/3期 中間		2016/3期 中間	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	11,394	61.6%	11,540	63.0%
現預金	5,298	28.7%	6,182	33.8%
受取手形・売掛金	919	5.0%	1,106	6.0%
たな卸資産	4,726	25.6%	3,899	21.3%
その他	468	2.5%	369	2.0%
貸倒引当金	△18	△0.1%	△16	△0.1%
固定資産	7,091	38.4%	6,777	37.0%
有形固定資産	6,839	37.0%	6,529	35.6%
無形固定資産	83	0.5%	77	0.4%
投資その他の資産	168	0.9%	170	0.9%
資産合計	18,486	100%	18,318	100%

資産(主な要因)

- 現預金 + 884
- たな卸資産(商品) △ 827

(単位:百万円)

	2015/3期 中間		2016/3期 中間	
	金額	構成比	金額	構成比
流動負債	4,481	24.2%	4,589	25.1%
買掛金	882	4.8%	817	4.5%
短期借入金 (1年内長期借入含む)	2,593	14.0%	2,550	13.9%
未払金	641	3.5%	782	4.3%
その他	365	2.0%	438	2.4%
長期借入金	8,957	48.5%	8,431	46.0%
固定負債	9,341	50.5%	8,874	48.4%
負債合計	13,822	74.8%	13,464	73.5%
株主資本	4,499	24.3%	4,736	25.9%
資本金	450	2.4%	450	2.5%
資本剰余金・ 利益剰余金他	4,049	21.9%	4,285	23.4%
その他包括利益等	163	0.9%	118	0.6%
純資産合計	4,663	25.2%	4,854	26.5%
負債純資産合計	18,486	100%	18,318	100%

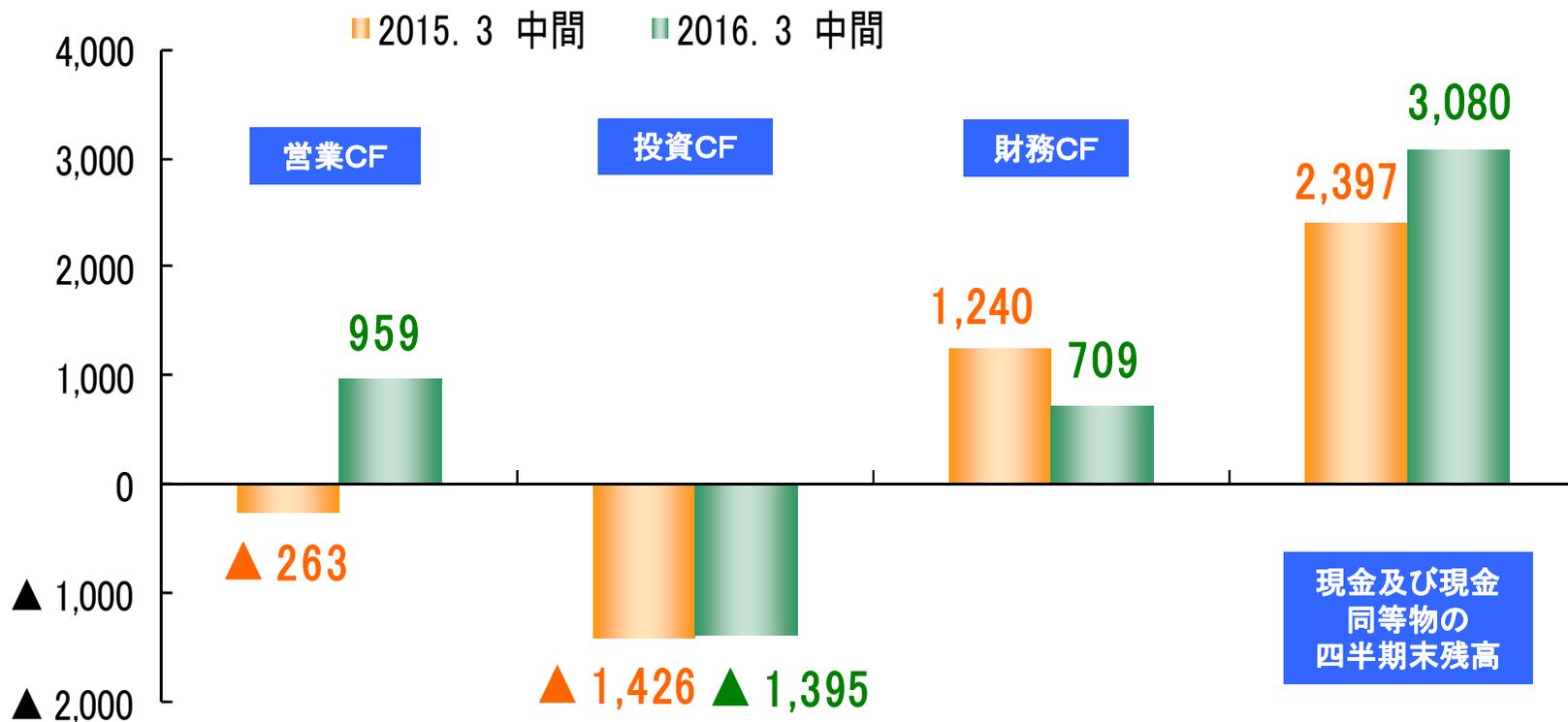
負債・純資産(主な要因)

- 借入金(短期・長期) △ 569
- 利益剰余金 + 243



連結キャッシュフロー計算書

(単位:百万円)



主な増減要因

上期において、利益が増加し、たな卸資産が減少しました。

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、21億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6,182百万円との差異は、3ヶ月超定期預金3,102百万円によります。



2016年3月期 連結業績予想

単位：百万円

	2015/3期	2016/3期（予想）	
		（前期増減比）	
売上高	17,808	19,000	+6.7%
営業利益	588	650	+10.5%
経常利益	494	550	+11.2%
経常利益率	2.8%	2.9%	+0.1%
当期純利益	224	300	+33.5%
当期純利益率	1.3%	1.6%	+0.3%

業績予想

5月8日開示の2016年3月期通期予想からの修正はございません。売上高の事業セグメント別の内訳は、通信販売98億円、ディスカウント店舗86億円、卸販売6億円とし、計190億円としております。

配当方針

年間合計20円（予定）
（中間10円、期末10円）

予想達成に向けた基本方針および下期施策：

- ① **【靴売場の強化】** 最も強みを発揮できる「靴」を最強化する
岩岡本店靴売場の改装 … スポーティマインドの広がりをつえ、『スニーカー・ショップ』をコアとした売場へ
- 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 … 驚きの価格と価格以上の品質を実現したファミリー対応スニーカーの投入
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】** どのような環境下でも安定的に収益を確保できる体制の推進
安く作る体制 … 新規委託先工場の開拓および育成、商品企画から販売まで開発スピードの強化
安く売れる体制 … 仕入および販売計画の精緻化、在庫削減の推進、ローコスト・オペレーションの追求



2016年3月期 業績達成に向けた対策(自社企画開発商品)

10月新発売！フィット感と機能性にこだわりながら低価格を実現！

足にニコちよくなじむフィット感やクッション性が快適！
ハイフィット
HighFit
スポーツシューズ
各 **¥980** +税



衝撃をやわらげる
ポリウムソール

底に全面ラバーを使用しながらも軽量化を実現したこだわりソール。



素材

エンボス加工を施した、しなやかで上質な風合い。



面ファスナー

面ファスナーでしっかりホールド。



クッション
インソール

クッション性のあるインソールで足に優しい履きごころ。



履き口パッド

ポリウムのある履き口パッドで足首をしっかりホールド。



【通信販売】

□テレビCM等メディアミックスの継続実施



□ビッグデータ分析システムの導入(顧客×商品×販促)

→商品開発、販促施策の改善



【ディスカウント店舗】

□岩岡本店、日本最大級1,000坪の靴売場改装

→健康志向を背景とした靴市場におけるスニーカー・ブームに対応した売場展開



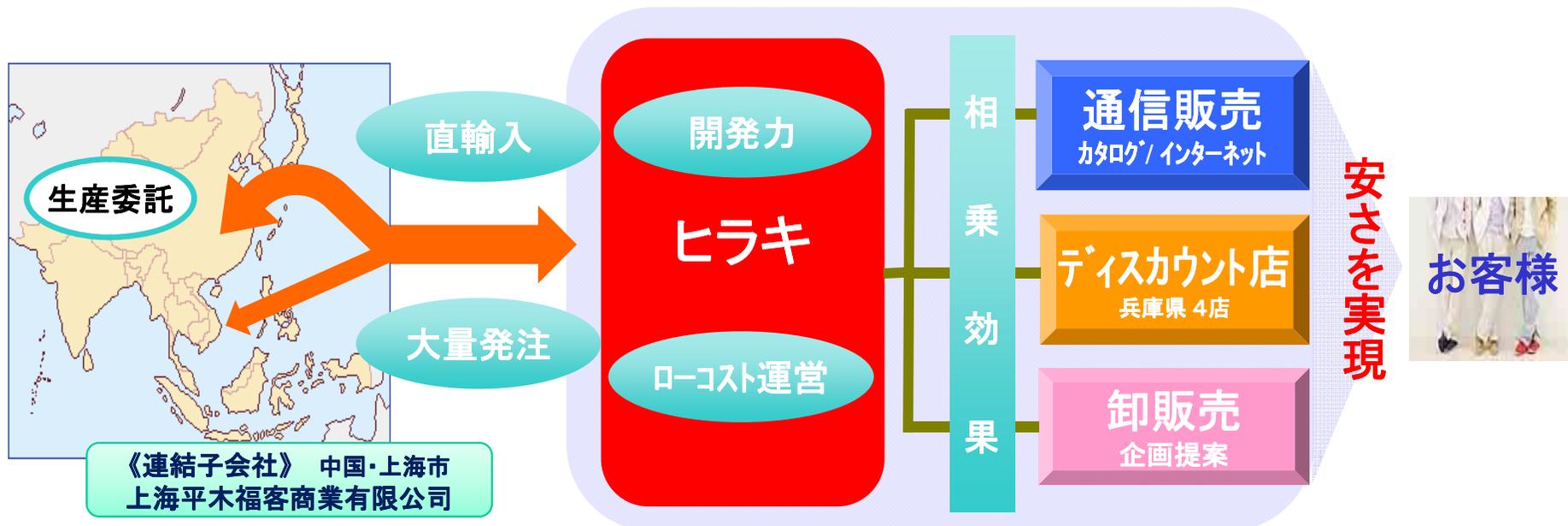
◇ **中期事業戦略について**





日本一の靴総合販売会社へ 成長と収益力の強化

1. 靴を事業の核として他社にない圧倒的な「低価格」を実現し、あらゆる価格帯で優位性を高めます
 - 中国 + 東南アジア各国における生産委託先の新規開拓と育成
 - 「企画開発」「販促」「受注」「物流」等のサプライチェーンを最適化
2. 自社開発商品の企画開発力の向上、SPA自社一貫体制の確立を図ります
 - 「企画開発から販売まで」のスピードアップを図り、鮮度の高い商品を市場に投入
3. 通販、店舗販売、卸販売の三位一体体制により相乗効果を発揮します
 - 販売情報・業務等の共有、ローコストオペレーションの徹底、ヒラキ流の継承





中期事業戦略：通信販売事業

商品力の強化、ヒラキ通販の認知度向上により成長路線回帰を目指します。
WEBシフト、ローコスト運営により収益モデルのさらなる強化を図ります。

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
- 市場価格より圧倒的に安い高機能性商品の開発

販促の強化

- WEB戦略の強化
- 認知度向上 広告戦略
- 顧客基盤の拡大化と世代に応じた販促戦略の構築

効率アップ

- ローコスト・オペレーションの徹底
- 出荷効率の向上と在庫精度の強化
- 費用対効果の適正化

〔販促品〕



市場ニーズを迅速に取り込む商品開発体制
(企画開発から販売まで)の推進

ヒラキ

ディスカウント通販のヒラキ



効率的なカタログ配布、カタログとWEB
(特にスマートフォン)の相乗効果計画



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



日本一、地域一の「靴売場」を構築し広域集客を図るとともに、ヒラキならではの商品が豊富に揃うバラエティ・ディスカウントストアを築きます。

収益化

- 自社開発商品、靴部門の販売拡大による収益確保
- 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 (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、経費率の低減等による「安さ」の実現

役割

- 店舗販売情報を商品開発や卸販売へ応用、通販事業の在庫コントロール機能



外部催事販売の実施、業務フローの標準化を行い、次期多店舗展開に向けてのオペレーションを構築します。



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】 姫尾 ・ 高下

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

Email: hiraki_info@hiraki.co.jp

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

本資料は、2016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2015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。