



他にはない 他ではできない



2019年3月期 第2四半期 決算説明会

2018年11月16日

ヒラキ株式会社

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



他にはない 他ではできない

➤ 企業概要とビジネスモデル





会社概要 (2018年9月末日現在)

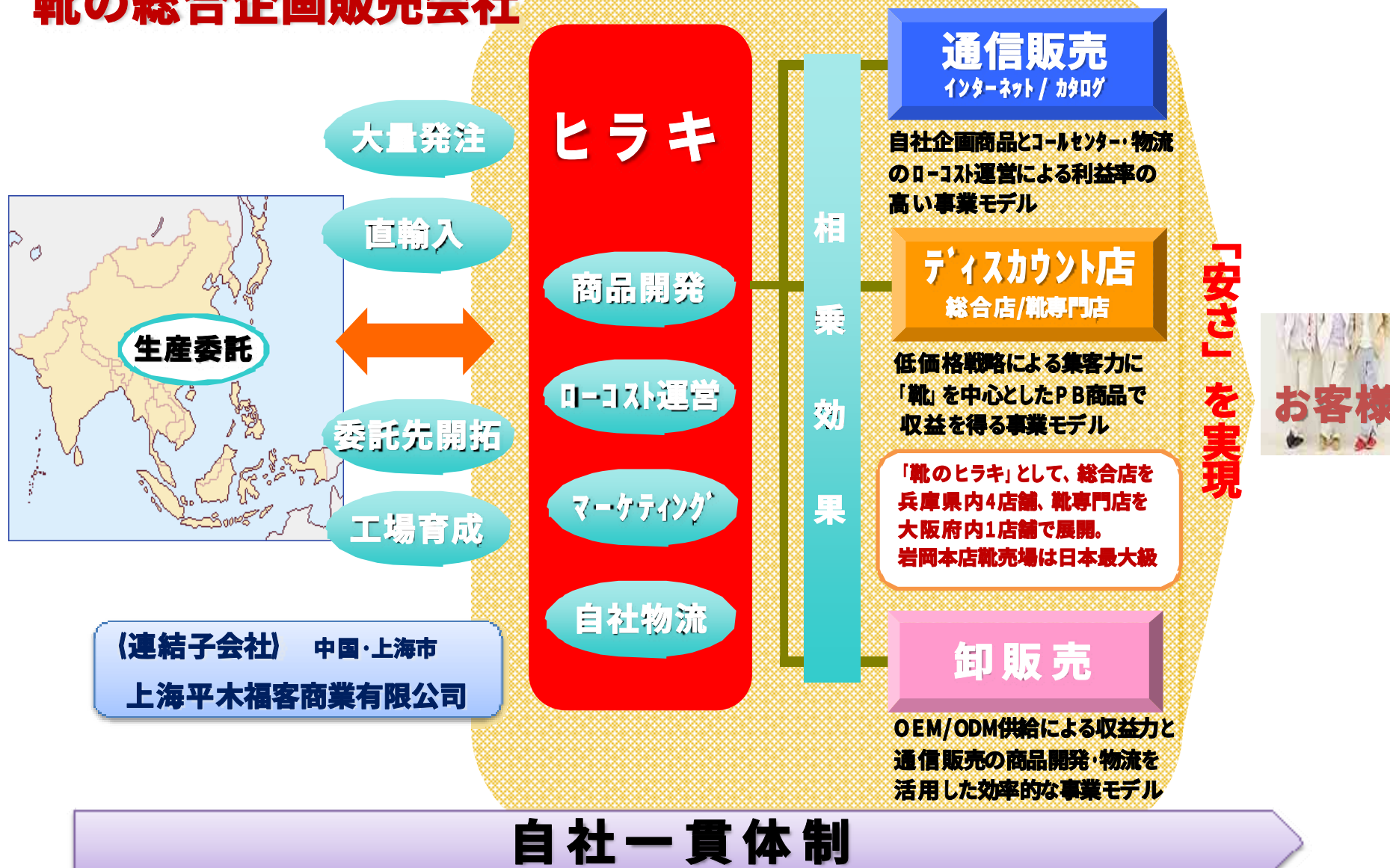
商号	ヒラキ株式会社 (英文: HIRAKI CO., LTD.)
本社	兵庫県神戸市西区岩岡町野中宇福吉556 ※ 登記上の本店所在地 兵庫県神戸市須磨区中島町3-2-6
設立 上場	1978年4月(創業1961年1月) <3月決算> 2006年11月14日 (東京証券取引所 市場第二部)
資本金	4億5,045万円
発行済株式総数	5,155,600株 (100株単位)
代表者	代表取締役 社長執行役員 向畑 達也 (1952年3月27日生)
事業内容	靴の製造販売 (SPA) モデルをベースとした靴の総合販売事業
セグメント	I. 通信販売事業 (靴を中心としたインターネット、カタログによる通信販売) 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店舗販売) III. 卸販売事業 (大手量販店や靴小売店等へのOEMを中心とした卸販売)
従業員数	592名 (平均臨時従業員333名を含む) (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、トライアルカンパニー、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～

靴の総合企画販売会社





株式情報 (2018年9月末日現在)

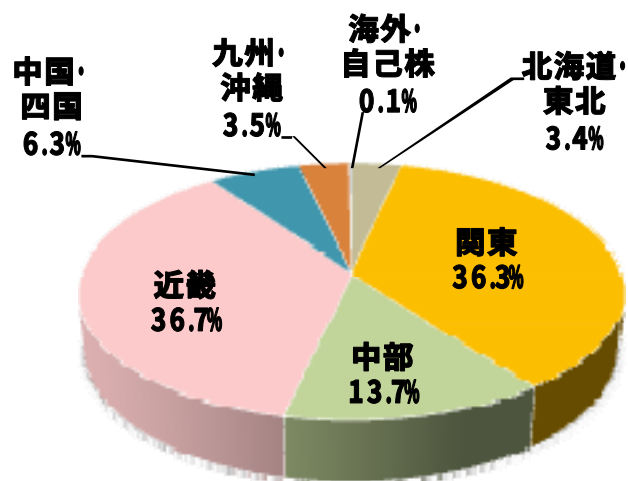
株式の状況

株主数 **10,716名**
(前年同期比 121名増)

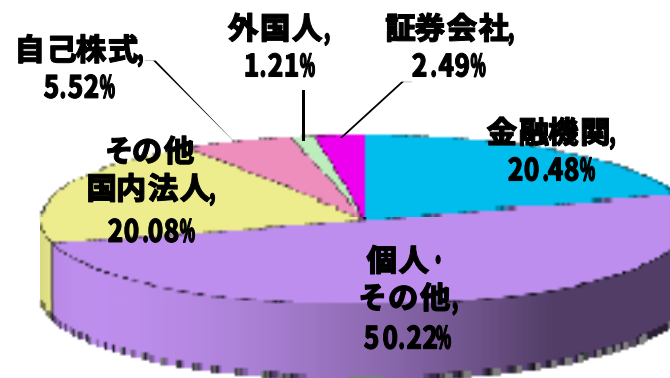
発行済株式総数 **5,155,600株**

自己株式数 **284,714株**
(前期末比 ±0 株)

地域別株主数比率

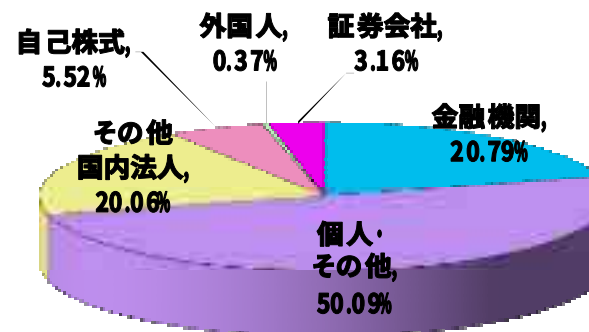


所有者別株式数比率



※株主数比率では「個人・その他」が99.2%を占める。

【参考】前年同期 (2017年9月末日現在)





他にはない 他ではできない

➤ 2019年3月期 第2四半期 決算概要





Topics1. 自社開発商品（'18年春夏シーズン）

親子お揃いで楽しめる！

ファミリー展開
商品の強化



JOG軽Air
ジョグかるエア



Famipon
ファミッポン



AQUA LEISURE
水陸両用シューズ アクアレジャー



Topics 2. (EC) LINEとの連携強化 ～ストレスレスなショッピングを提供

新規集客

LINEショッピングの実施 (2018年5月～)



既存集客

LINEログイン!D連携 (2018年9月～)

■ LINE ID連携

LINEアカウントでヒラキ通販サイトのログインが可能



■ 自動ログイン

LINEのヒラキページをタップするだけでヒラキ通販サイトに自動ログイン



LINE@友だち数の
1日あたりの増加数が
ID連携前と比べて5倍以上

(*ID連携前7日間平均とID連携後20日間平均との比較)

【ユーザーメリット】

- ・LINEから簡単に買い物ができる。
- ・LINEで出荷連絡が受け取れる。
- ・LINE限定のお得なお知らせが届く。



Topics 3. 売場活性化施策

【EC】お客様参加型企画 「あなたはどっち派?! スクール投票キャンペーン」



【受注件数】

計画比 148%

(結果)



- 回答人数: 43,662人
- アンケート期間: 2018年8月17日～9月24日
- アンケート対象: 全国の男女
- 回答方法: インターネットを通じたアンケートの実施
- キャンペーン内容:
 - ①アンケート回答者全員に100円割引クーポン配布
 - ②勝利チームの中から抽選で500名に1,000円クーポン配布

◎アンケートの意見を活かす取組例

『もっと商品のサイズ展開を増やしてほしい!』

24商品のサイズ展開を拡大



校内履きを0.5cm刻みに



衣料は大きいサイズを新設

*2018年2-3月実施の「うわばきvsうわぐつ」投票キャンペーンアンケートより

【店舗】生活応援! 「青果大市」開催

豪雨と猛暑により、今夏は野菜が高騰!
家計をサポートする取り組みを緊急実施

【青果部門7-9月売上】

前年同期比 113%





社会貢献活動・靴への感謝に対する取り組み

■ 8月26日(日) 第13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。

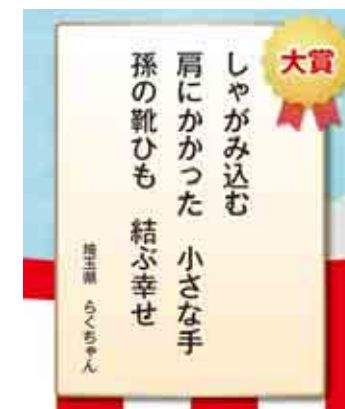
靴供養の開催に合わせて、ご不要となりました靴の回収数に応じ、公共公益施設・団体等に寄付を行っております。



■ 第12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200作品を選出いたしました。
(各作品は、<http://company.hiraki.co.jp/92tanzaku/>にて、ご覧頂けます。)





2019年3月期 第2四半期 決算サマリー

【連 結】 (2018年4月～9月)

単位：百万円

	前年同期 実績	同期 予想 (18/5/11 公表)	19/03期 第2四半期累計 実績			
			実 績	予想差	予想比	前年同期 実績差
売 上 高	8,920	9,000	8,582	△417	△4.6%	△338
営 業 利 益	514	420	529	+109	+26.1%	+14
経 常 利 益	505	410	516	+106	+25.9%	+10
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 四 半 期 純 利 益	340	280	350	+70	+25.2%	+10

計
画
比

売 上 高

8月下旬に投入した秋冬の販売促進商品について、スニーカーJOG軽Knitは受注好調だったものの、もう一つのポアブーツについては、9月に入っても残暑が続き、全国的に気温が高く推移したために先行受注が伸びず、計画値には届きませんでした。

利 益

為替要因、配送運賃の値上げ等の影響を踏まえた予想にしておりましたが、商品および在庫管理の徹底ならびに固定費の削減等によりコスト増の社内吸収に努めた結果、営業利益、経常利益、四半期純利益とも計画値を上回ることができました。

前
年
同
期
比

売 上 高

前年のヒット商品PITTサンダルをカバーできず、また春夏の販売促進商品JOG軽Airの早期受注により、4月以降売れ筋カラーの欠品で機会損失を招いたことが影響し、前年同期との比較において減収となりました。

利 益

売上総利益率の改善(前年同期比+1.1%)が、配送運賃値上げの影響による売上高販管費比率の上昇分(前年同期比+0.7%)をカバーし、営業利益、経常利益、四半期純利益とも前年同期を上回りました。



2019年3月期 第2四半期 損益計算書

【連結：累計】

単位：百万円

	18/03期 第2四半期		19/03期 第2四半期	
売上高	8,920	100%	8,582	100%
売上総利益	3,957	44.4%	3,906	45.5%
販売費及び一般管理費	3,442	38.6%	3,376	39.3%
営業利益	514	5.8%	529	6.2%
経常利益	505	5.7%	516	6.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	340	3.8%	350	4.1%

●売上高総利益率

今期輸入商品の適用為替は前年同期と比較して円安となったものの、粗利益管理の徹底および高粗利益率の前期輸入商品の販売促進等が功を奏し、売上総利益率は前年同期を1.1%上回りました。

●売上高販管費比率

前期と比較して、減収および配送運賃の増加による販管費比率の上昇要因に対し、広告宣伝の効率化および固定費の削減を図った結果、販管費比率の上昇を+0.7%に抑えることができました。

【2019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	4,715	▲5.0%	3,866	▲2.3%
経常利益	450	+8	65	+1

例年、第2四半期は春夏シーズンの終盤期および秋冬商品の入荷期にあたり、売上高、利益面とも第1四半期には及びません。

前年同期と比較した売上高は、ECにおける夏のクリアランスセールが好調に推移し、第1四半期の落ち込みを第2四半期で若干持ち直す結果となりました。

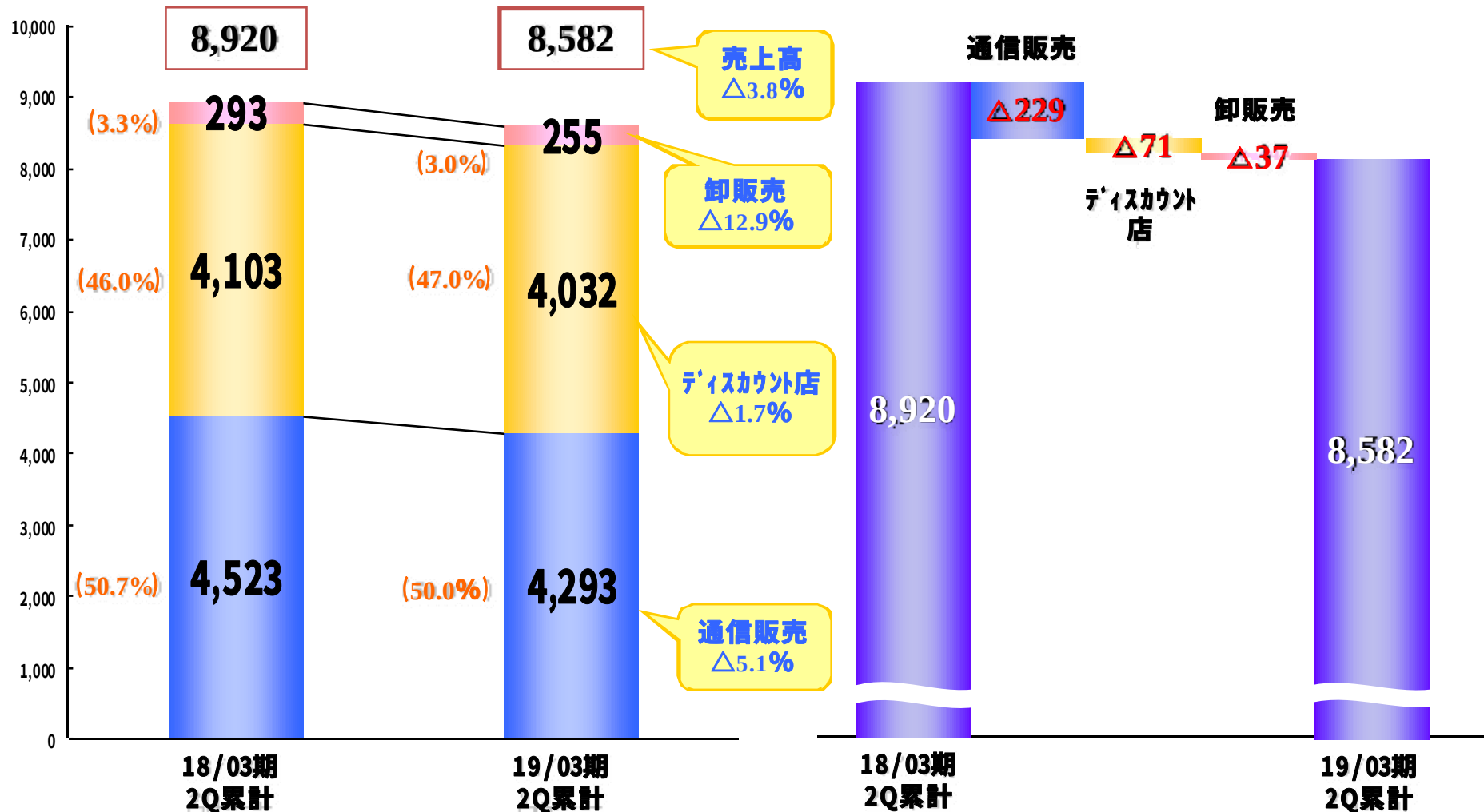


セグメント別売上高推移

主力である靴の季節商品の販売が伸び悩み、全セグメントで減収となる。

* () は売上比

(単位: 百万円)

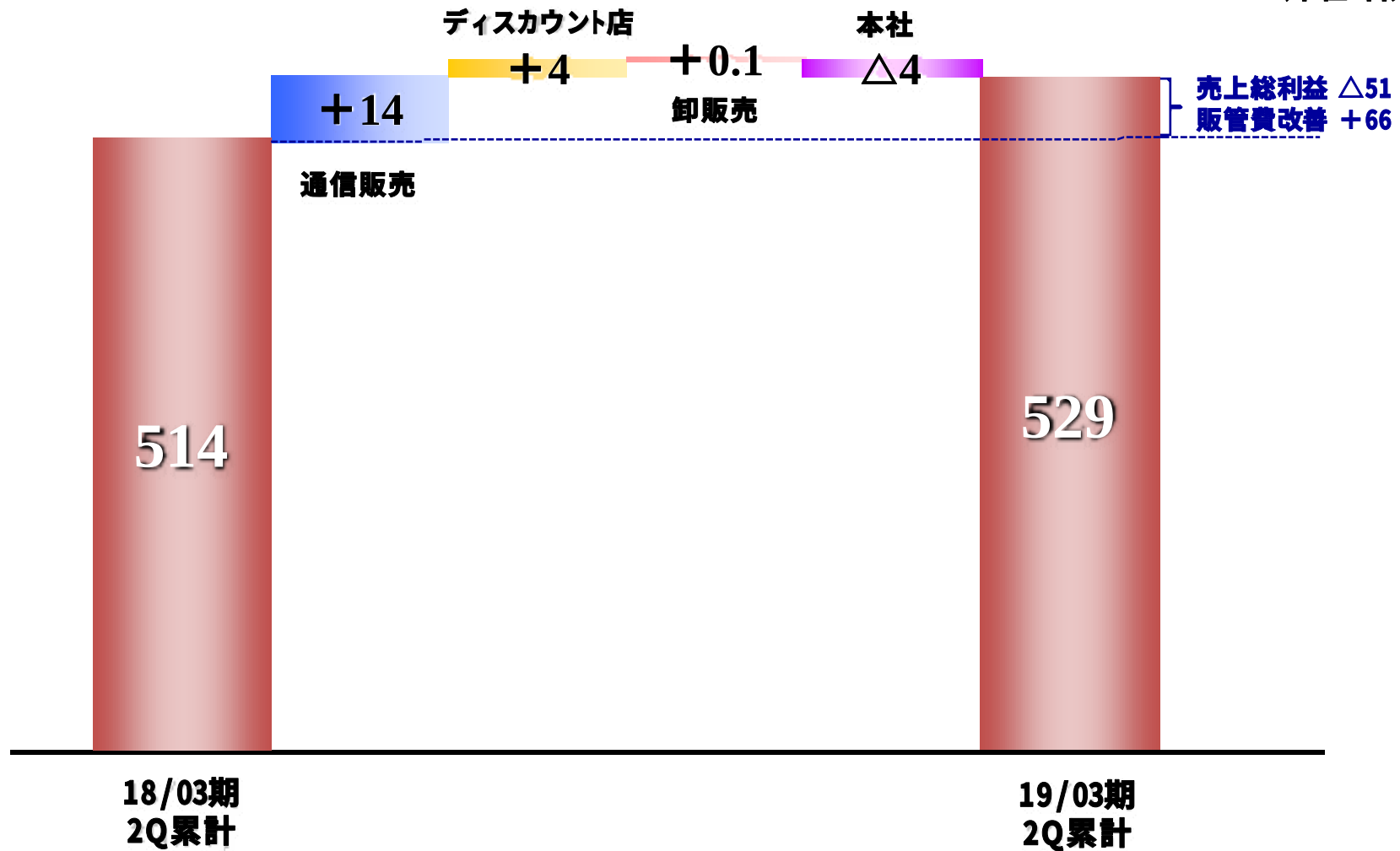




セグメント別 営業利益推移

全セグメントにおいて経費コントロールを徹底し、増益となる。

(単位:百万円)



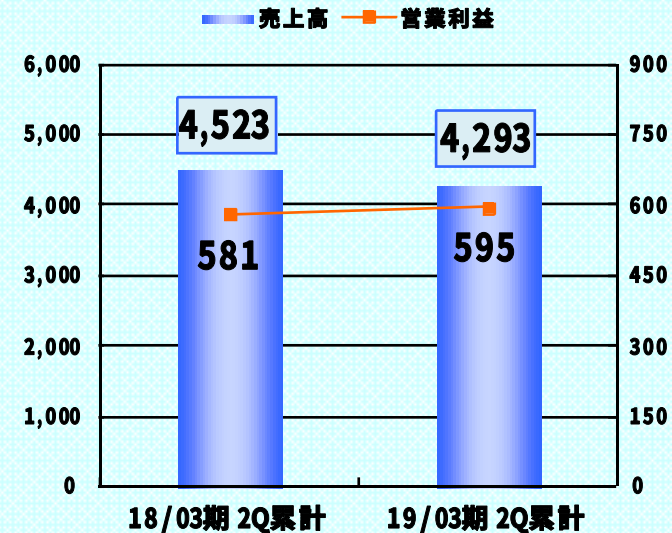


セグメント別概況 ①

(単位:百万円)

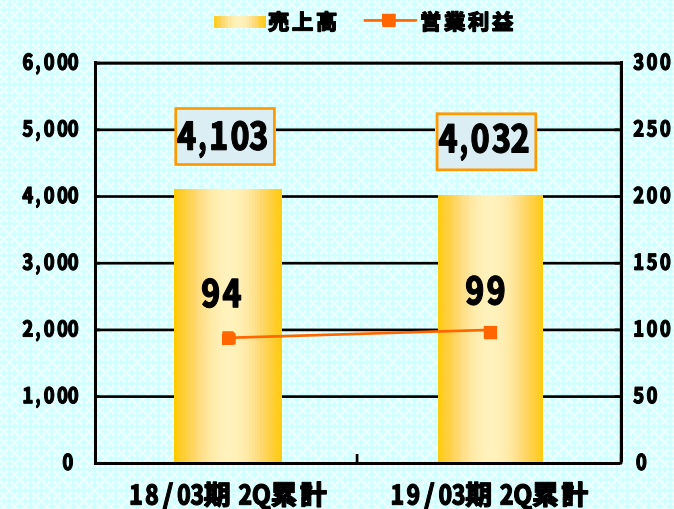
通信販売

- テレビCMやスクールキャンペーンを積極的に実施、またECにおいて集客策の強化を図りましたが、当期新商品の受注が伸び悩み、減収となる。
- 商品在庫および粗利益管理の徹底により売上総利益率は改善した。また、カタログ経費や固定費も削減。減収および配送運賃の上昇分を補い増益となる。



ディスカウント店

- 食品部門が前年同期を上回り好調に推移し、また買上点数もアップしたものの、天候の影響による営業中止も重なり、主力の靴の販売に苦戦し、減収となる。
- チラシ配布の効率化による広告宣伝費、その他諸経費の削減により、増益となる。



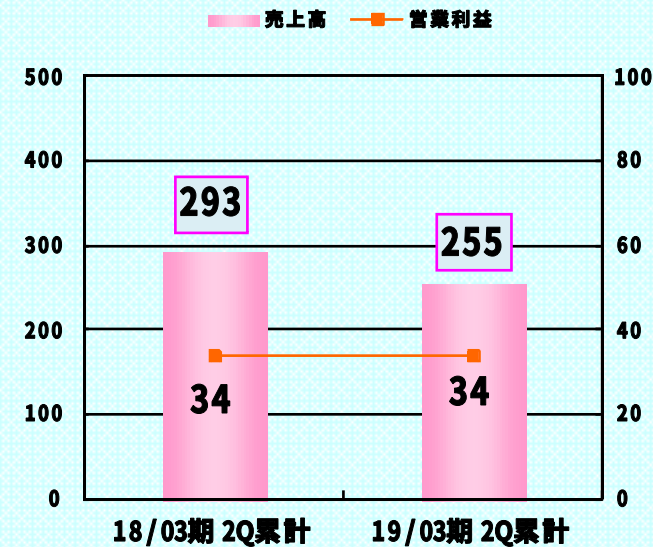


セグメント別概況 ②

(単位:百万円)

卸販売

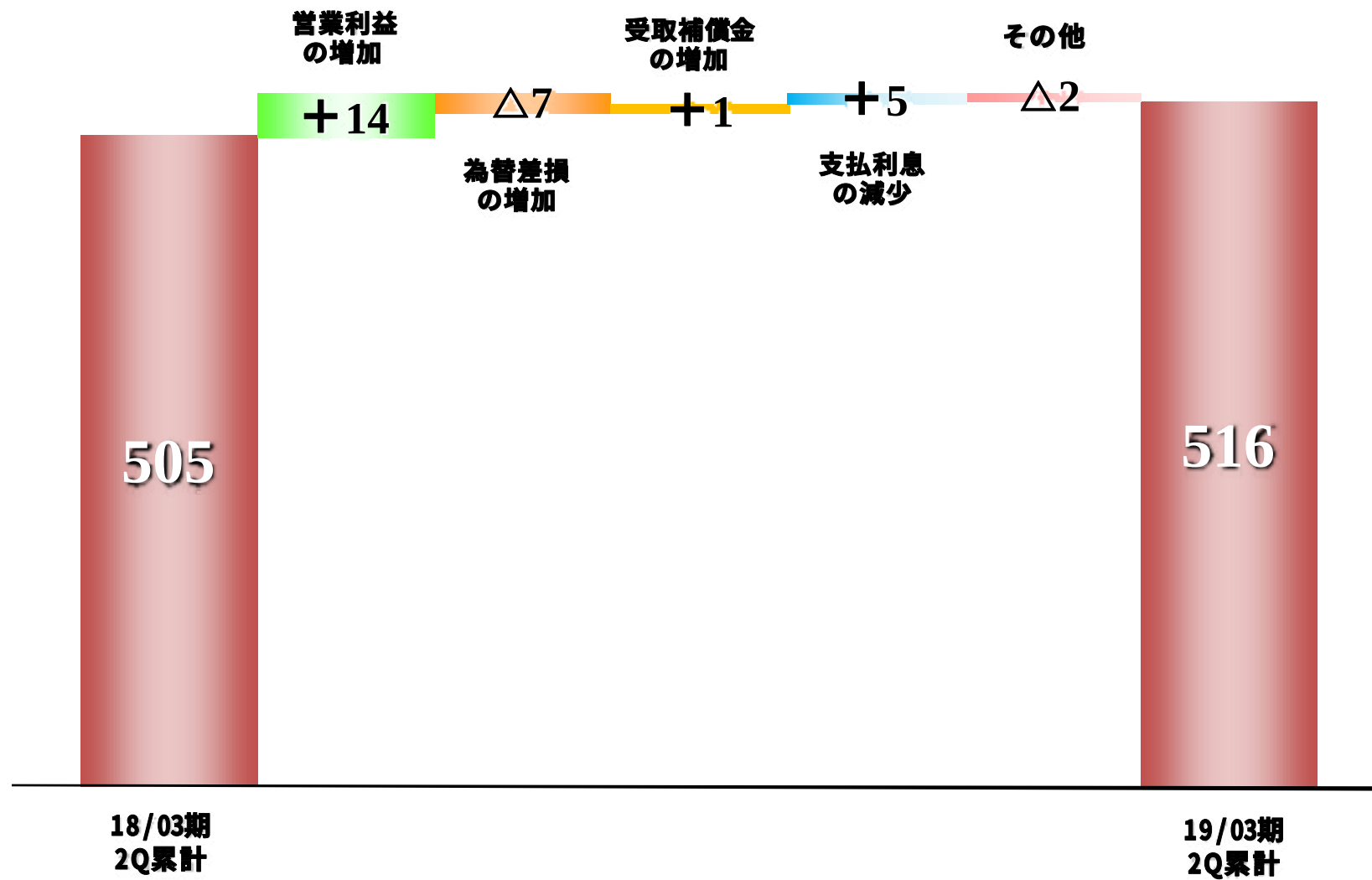
- 新規取引先の開拓は徐々に成果が見られるものの大口取引先への新商品の販売伸び悩みを補うには至らず、減収となる。
- 営業体制を見直し効率化を図るなど経費の削減に努め、増益となる。





経常利益推移

(単位:百万円)





連結貸借対照表

(単位:百万円)

	18/03期末		19/03期 2Q累計	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	10,832	62.5%	11,809	65.3%
現預金	6,487	37.5%	7,366	40.7%
受取手形・売掛金	1,102	6.4%	932	5.2%
たな卸資産	3,169	18.3%	3,343	18.5%
その他	91	0.5%	182	1.0%
貸倒引当金	△19	△0.1%	△17	△0.1%
固定資産	6,488	37.5 %	6,288	34.7%
有形固定資産	6,037	34.9%	5,921	32.7%
無形固定資産	133	0.8%	115	0.6%
投資その他の資産	317	1.8%	251	1.4%
資産合計	17,321	100%	18,097	100%

*18/03期末=「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」(企業会計基準第28号平成30年2月16日)等の当期からの適用による組替え後の表示

	18/03期末		19/03期 2Q累計	
	金額	構成比	金額	構成比
流動負債	4,766	27.5%	4,622	25.5%
買掛金	946	5.5%	934	5.2%
短期借入金 (1年内長期借入含む)	2,322	13.4%	2,502	13.8%
未払金	801	4.6%	691	3.8%
その他	695	4.0%	494	2.7%
長期借入金	6,351	36.7%	6,837	37.8%
固定負債	6,728	38.8%	7,184	39.7%
負債合計	11,495	66.4%	11,806	65.2%
株主資本	5,867	33.9%	6,169	34.1%
資本金	450	2.6%	450	2.5%
資本剰余金・ 利益剰余金他	5,417	31.3%	5,718	31.6%
その他包括利益等	△41	△0.2%	122	0.7%
純資産合計	5,825	33.6%	6,291	34.8%
負債純資産合計	17,321	100%	18,097	100%

資産(主な増減要因)

■ 現預金	+ 878
■ たな卸資産	+ 174

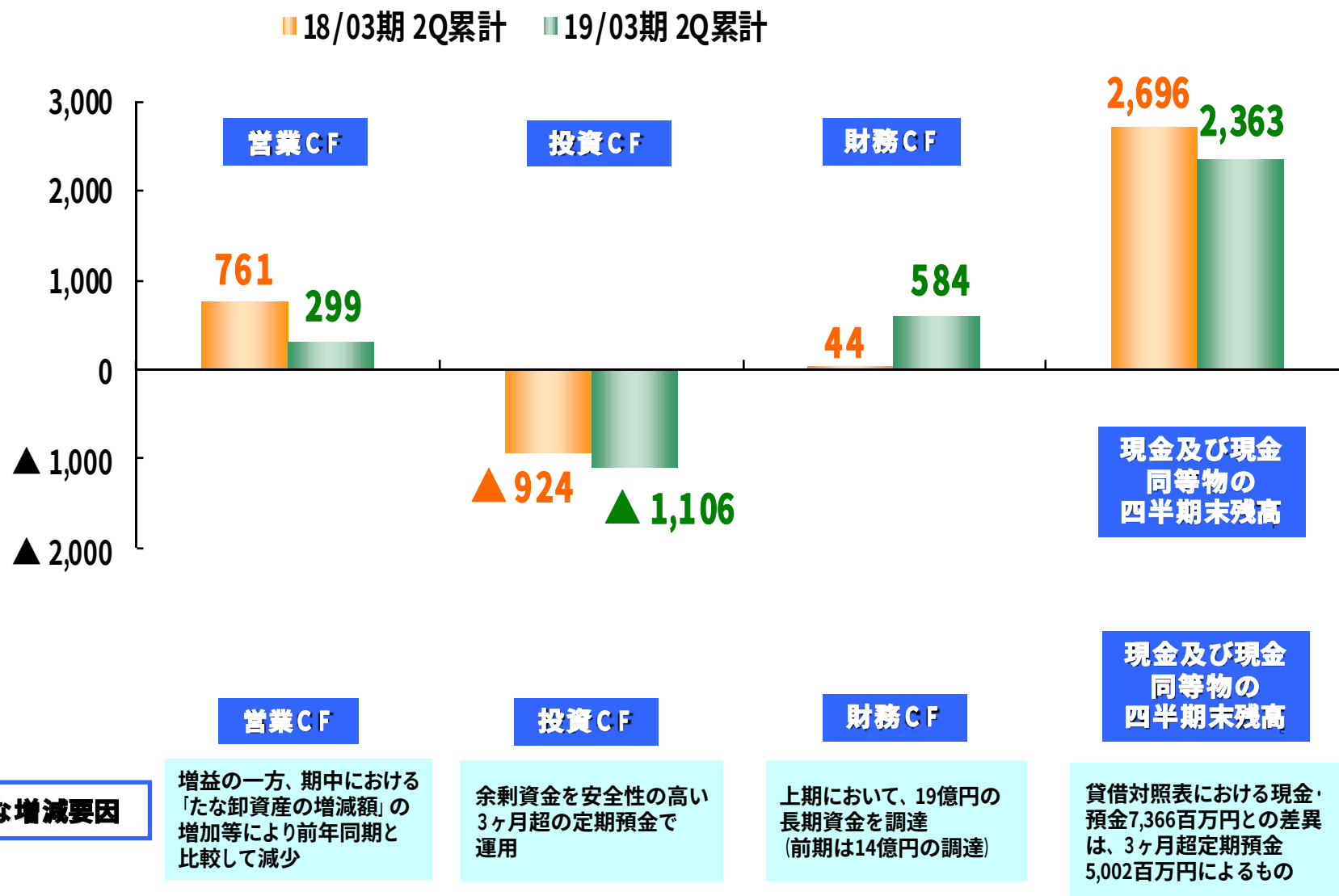
負債・純資産(主な増減要因)

■ 借入金(短期・長期)	+ 665
■ 利益剰余金	+ 301



連結キャッシュフロー計算書

(単位: 百万円)





他にはない 他ではできない

➤ 2019年3月期 下期施策について





2019年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	18/03 期 実績	19/03 期予想 (18/5/11 公表)	19/03期 2Q累計 実績	通期予想 進捗率
売上高	17,788	18,300	8,582	46.9%
営業利益	1,053	900	529	58.9%
経常利益	1,069	890	516	58.0%
経常利益率	6.0%	4.9%	6.0%	—
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益	728	600	350	58.4%
当期(四半期)純利益率	4.1%	3.3%	4.1%	—
1株当たり当期(四半期)純利益	149円66銭	123円18銭	71円95銭	58.4%

● 下期業績予想

売上高	秋冬商品は主力の靴に加え衣料についても競争力のある販売促進商品を投入し、上期より自社開発商品の販売増を図る計画です。また、通信販売事業において、ECを中心に追加の販売促進施策を実施し、通期業績予想値の達成を目指します。 事業セグメント別の売上高は、通信販売 97億円、デパート店舗 79億円、卸販売 7億円としております。
利益	上期実績は予想を上回っておりますが、下期については為替要因による粗利益率の低下および宅配業者による配送運賃の再値上げ要請等のコスト増加要因があり、さらに追加の販売促進施策も計画しております。また、市場動向が不透明なこともあり、通期利益の予想値を据え置いております。

● 配当方針

内部留保を充実させながら、企業体質の強化を図り、会社を継続的に発展させることによって、安定的かつ継続的に配当を行うことを基本方針としております。

年間合計 20円 (予定)
(中間 10円、期末 10円)



2019年3月期 業績達成に向けた対策【秋冬販売促進商品】

新しいJOG軽、登場！

大人気のJOG軽シリーズにニット素材が新登場。

ジョグ
JOG軽 ニット *Knit*



各 **¥780** ＋税

子供から大人までみんなで履ける！
豊富なサイズ展開 **15.0cm ▶ 28.0cm**

11月
新色追加



① 超軽量設計

底材にEVA素材を使用することで、まるで履いていないかのような軽さを実現。

62180
23.5サイズで重さ片足
約 **145g**



② フィット感

アッパーが全面ニット素材なので、フィット感が良く足をしっかりホールド。また、インソールがカップ形状なので、足を優しく包み込み、足への負担を軽減。



③ 屈曲性

ソールに多方向のスリットが入っているため、足の動きに合わせてしっかり曲がり歩きやすい。また、ソールに合成ゴムを配合しているので、滑りにくく、すり減りにくい。





2019年3月期 業績達成に向けた対策【秋冬販売促進商品】



今から履きたい ふかふかボアブーツ

キッズ
¥499+税

ジュニア・レディース
¥699+税

販売促進商品に衣料登場！

ライトフリース
タートルネック

ふわっと軽くて、
あたたかい。

キッズ・ジュニア
¥299+税

レディース・メンズ
¥399+税

機能も充実！
レディース・ジュニア共通

たっぷりボア

内側全面ボア
ボア部分

内側全面ボアだから、
つま先まであたたかい。

あったか構造

アッパー、EVA、ウレタン、ボアの
4層構造があたたかさの秘密。

ソフトアッパー

ソフト素材のアッパーだから、
足にあまり負担をかけず歩ける。

屈曲性◎

ソールはしっかり厚みがありながらも足の
動きに合わせてよく曲がるため、快適に歩ける。

脱ぎ履きらくらく

面ファスナー

※キッズサイズのみ



(1) 新規顧客の獲得

- 衣料のヒラキ開発商品で大きいサイズを強化(3L~5L)
- WEB広告の拡大(商品リスト広告、LINEショッピング等)
- Instagramの活用(インフルエンサーへのサンプリング施策等)
- テレビCM〔第4弾〕の実施(新商品発売期、主に大都市圏)

(2) 既存顧客のリピート率向上

- 初回購入時やキャンペーンにおいて再購入を促すクーポン配布
- EC会員のLINE@ID連携の推進(メールからLINEへ)
- 店舗、岩岡プロジェクトの推進(食品部門の強化、催事拡大等)



他にはない 他ではできない

➤ (ご参考) 中期経営計画について

2020中期経営計画 [2018～20年度] (2018/5/17公表)





2020中期経営計画の概要

- **計画期間** 2018年4月～2021年3月（第42～44営業期）
- **基本方針** お客様に支持され、社会に貢献し、世の中に必要とされ、そして従業員の
拠り所となる会社であり続けること。

- **スローガン** **他にはない 他ではできない それがヒラキです。**

人々のよりよい暮らしのお役に立つために、価格・品質・サービス面においてヒラキ流を追求し、
お客様に「驚き」「楽しさ」「満足感」をおとどけし続けてまいります。

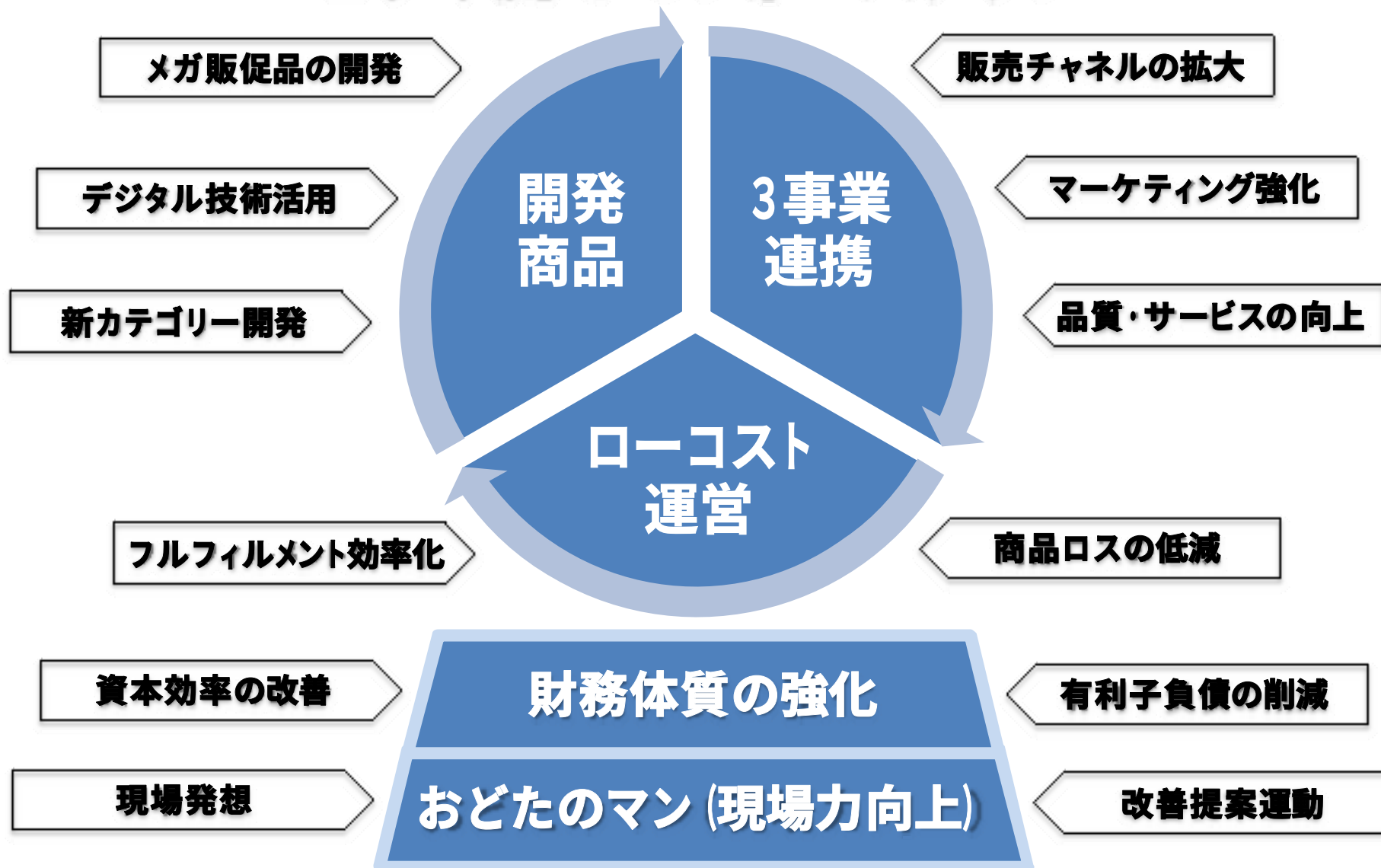
- **ミッション**

1. 日本一の靴総合販売会社になるために、靴専門通販及び単店で靴・履物販売数量
ナンバーワンを目指します。
2. 「強いところをより強く」を基本に、情報・仕入・販売における3事業の連携により、
自社開発商品の商品力を更に高めてまいります。
3. SPAに係るサプライチェーンにおける生産性を高めるとともに、総合的な品質・サービス
の向上を図り、「企画開発から販売まで」の自社一貫体制をより強固なものとしします。
4. ローコストオペレーションを徹底することにより、お客様に驚きの低価格を提供します。
5. 考えて行動できる人を創り、財務体質を強固にして、会社の生命を永遠のものにします。



2020中期経営計画の概要（基本戦略）

ヒラキ流で 5フォースアップ



※「おどたのマン」とは、お客様に「驚き」「楽しさ」「満足感」をおとどけする使命を持ったヒラキ社員のことをいいます。



2020中期経営計画の概要（経営目標）

- 市場がシュリンクする中、自社開発商品のマーケットシェアを高めることで、高利益率を維持しながら、売上伸長を目指します。
- 有利子負債を削減し、バランスシートの改善を図ります。
- ディスカウンターとして、投資対効果を重視した経営を行ないます。

	主要指標	2018年3月期 実績	2021年3月期 目標 (2018年3月期増減比)	
成長性	連結売上高 (百万円)	17,788	20,000	+2,212 (+12.4%)
収益性	連結営業利益率 (%)	5.9	5%以上	
効率性	ROE (%)	13.0	10%以上	
安全性	自己資本比率 (%)	33.6	40.0	+6.4
生産性	従業員一人当り売上高 (百万円)	29.0	30.0	+1.0



2020中期経営計画の概要（通信販売事業戦略）

生活応援 通販

- ・新しいファンの獲得とリピーターの拡大
- ・カタログとWEBの相乗効果による事業拡大
- ・強みである「靴」と「安さ」の更なる強化

商品施策

- 価格を上回る品質の実現
- メガヒット販促品、子ども商品の開発強化
- 新カテゴリーの開発（衣料・雑貨、高機能商品）

販促施策

- メディアミックスの強化による見込客拡大
- スマートフォン上でのCRM
- ネット専業通販モデルの構築（モール出店）

効率化

- WEBシフト（顧客、体制）
- 発注精度の向上、在庫ロスの低減
- 広告宣伝の効率的運用、紙媒体費用の削減





2020中期経営計画の概要（ディスカウント事業戦略）

日常の買い物に ワクワク感を

- ・ 販売足数日本一の靴売場の完成（岩岡本店）
- ・ 地元密着のバラエティ豊かなディスカウントストア構築
- ・ 仕入、商品、売場等の現場改革推進

（関西エリア）
出張販売

（阪神エリア）
靴専門店

（兵庫県内）
総合店



【総合店】

- P B商品の拡販、特価仕入
- ヒラキ流ボリューム感ある売場
- 集客媒体の多様化
- 会員の囲い込みと販売分析
- 発注・在庫管理の効率化

【靴専門店】

- P B商品を中心とした小商圏
都市型モデルの構築

【出張販売】

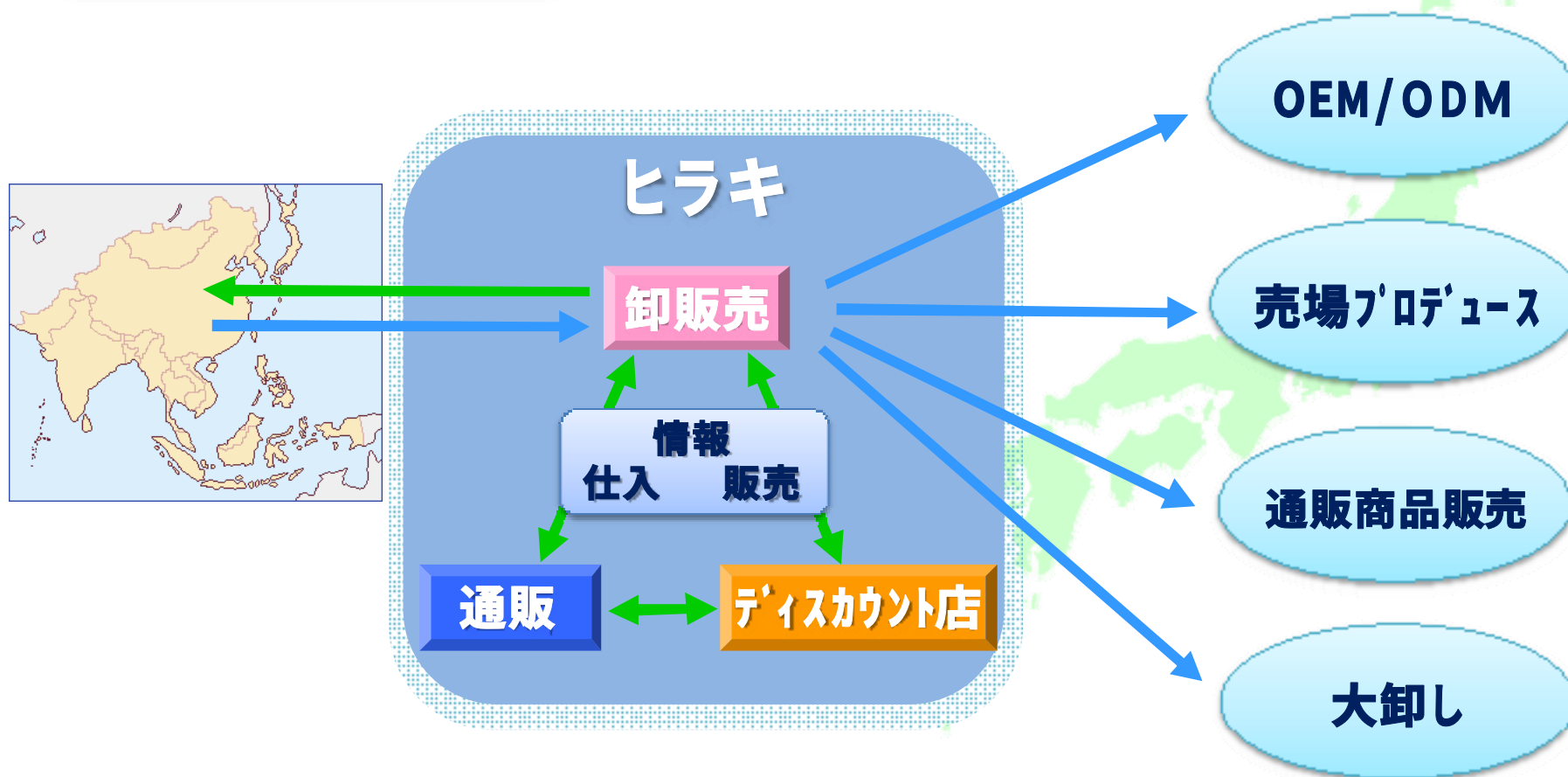
- P B商品のアンテナショップ



2020中期経営計画の概要 (卸販売事業戦略)

営業モデル確立

- ・ 既存取引先との取り組み強化
- ・ 他業態との協業 (靴売場プロデュース)
- ・ 新規大口取引先の開拓と販売モデルの確立



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



他にはない 他ではできない

(本資料に関するご照会先)

ヒラキ株式会社 経営戦略室

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

E-mail:hiraki_info@hiraki.co.jp

本資料は、2018年9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2018年9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。本資料に記載の商品価格は発売時のものであり、消費税を含みません。