



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 (2019年9月末日現在)

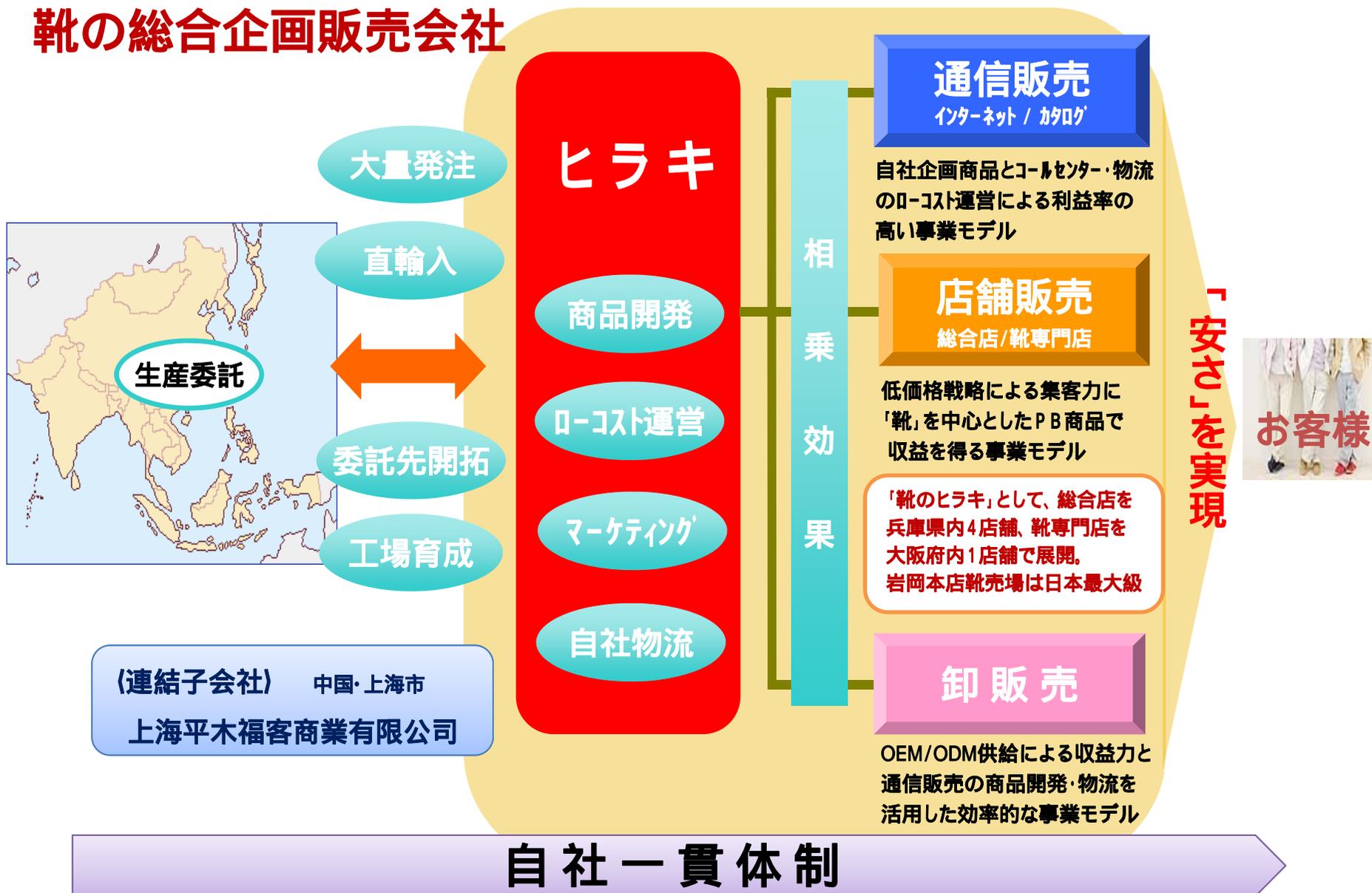
商号	ヒラキ株式会社 (英文:HIRAKI CO.,LTD.)
本社	兵庫県神戸市西区岩岡町野中字福吉556 登記上の本店所在地 兵庫県神戸市須磨区中島町3-2-6
設立 上場	1978年4月(創業1961年1月) <3月決算> 2006年11月14日 (東京証券取引所 市場第二部)
資本金	4億5,045万円
発行済株式総数	5,155,600株(100株単位)
代表者	代表取締役会長 兼 社長執行役員 伊原 英二 (1950年 4月27日生)
事業内容	靴の製造販売(SPA)モデルをベースとした靴の総合販売事業
セグメント	<ul style="list-style-type: none">・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)・店舗販売事業(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)・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	595名(平均臨時従業員339名を含む) (連結)
主要取引先	<通信販売事業・店舗販売事業> 一般消費者 <卸販売事業> チヨダ、トライアルカンパニー、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





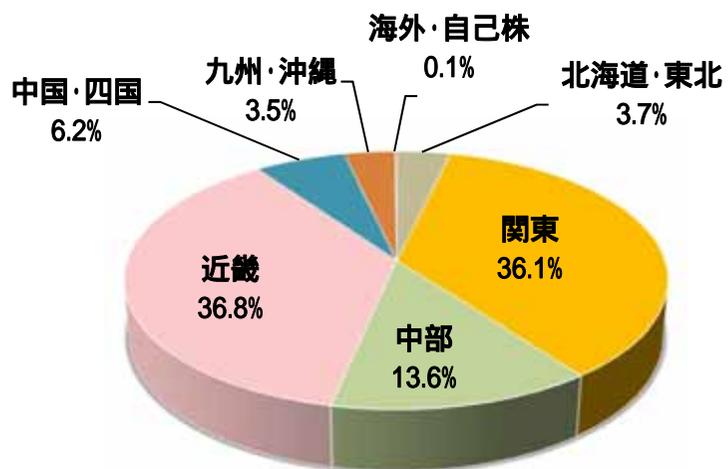
株式の状況

株主数 11,631名
(前年同期比 915名増)

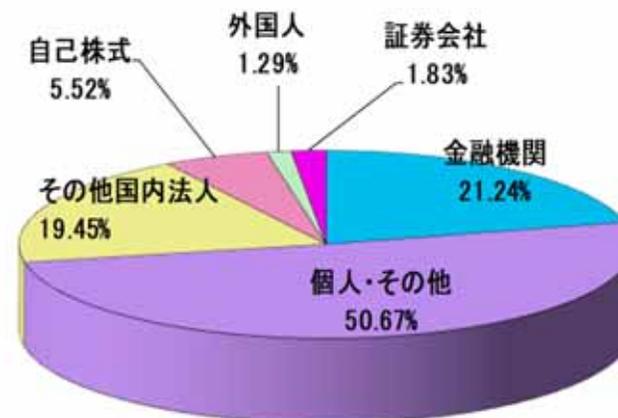
発行済株式総数 5,155,600株

自己株式数 284,714株
(前期末比 ±0 株)

地域別株主数比率

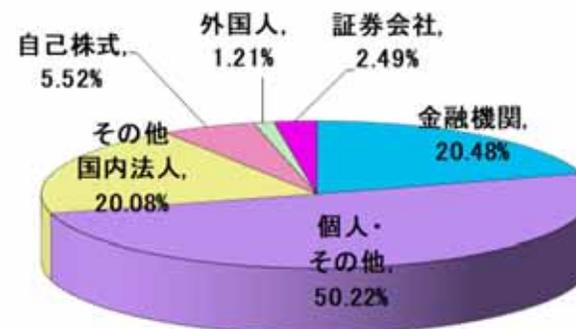


所有者別株式数比率



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(2018年9月末日現在)





社会貢献活動・靴への感謝に対する取り組み

8月25日(日) 第14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。

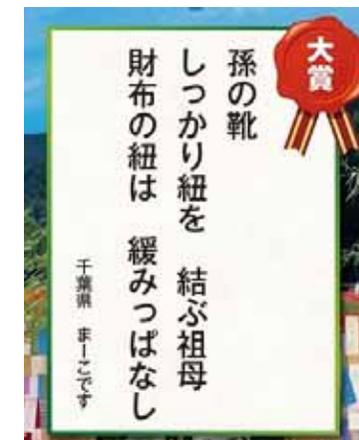


第13回 靴短冊大賞

「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。)





他にはない 他ではできない

➤ 2020年3月期 第2四半期 決算概要





2020年3月期 第2四半期 決算サマリー

【連結】 (2019年4月～9月)

単位:百万円

	前年同期 実績	2020/03期 第2四半期累計				前年同期 実績差
		計画 (19/5/10公表)	実績	計画差	計画比	
売上高	8,582	8,600	8,266	333	3.9%	315
営業利益	529	400	315	84	21.1%	214
経常利益	516	400	330	69	17.4%	185
親会社株主に帰属する 四半期純利益	350	275	222	52	19.3%	128

計画比

売上高

閑散期の受注喚起を狙って、販売促進商品としてスニーカー「JOG軽Air」を6月に投入いたしましたが、全体の受注を牽引するまでには至らず、また7月は長梅雨、低温により夏物商品の売れ行きが低調であったため、計画値に届きませんでした。

利益

配送運賃の値上げ等の影響を踏まえ、前年同期より減益を見込んだ予想としておりました。経費面では概ね計画通りに推移しましたが、売上高が目標未達に終わったため、営業利益、経常利益、四半期純利益とも計画値を下回る結果となりました。

前年同期比

売上高

スクール需要期の前期前倒し及び天候不順の影響により、主力の靴の販売が前年同期比6.0%減と全体のブレーキになってしまい、8月以降の増収でも補えず、減収となりました。

利益

売上総利益率が若干低下。また販管費のうち、一般管理費は前年同期より減少したものの、販売費が増加したため、営業利益、経常利益、四半期純利益とも前年同期を大幅に下回る結果となりました。



2020年3月期 第2四半期 損益計算書

【連結：累計】

単位：百万円

	19/03期 第2四半期		20/03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	8,582	100%	8,266	100%
売上総利益	3,906	45.5%	3,719	45.0%
販売費及び一般管理費	3,376	39.3%	3,403	41.2%
営業利益	529	6.2%	315	3.8%
経常利益	516	6.0%	330	4.0%
親会社株主に帰属する四半期純利益	350	4.1%	222	2.7%

売上総利益率

開発商品にかかる為替は前年並みで推移したものの、夏物商品の不振により早期に在庫処分を実施したため、売上総利益率は前年同期から0.5%低下しました。

売上高販管費率

減収及び前年下期からの配送運賃の値上げ等の影響に加え、集客のため広告宣伝活動を強化した結果、前年同期と比較して販管費率は1.9%上昇しました。

【2020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	4,378	7.1%	3,887	+0.5%
経常利益	281	37.5%	48	26.0%

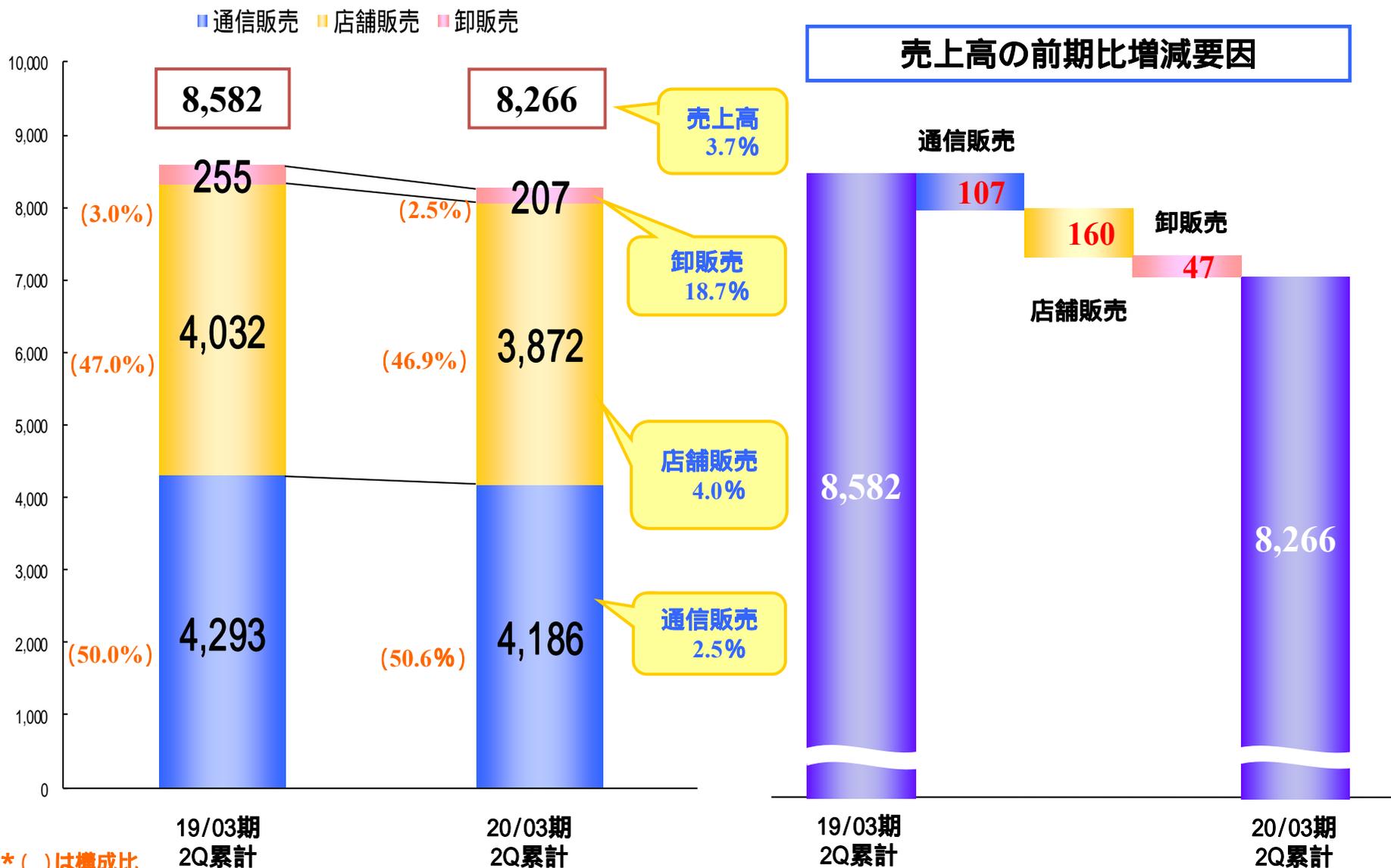
例年、第2四半期は春夏シーズンの終盤期にあたり、売上高、利益面とも第1四半期には及びません。

前年同期と比較した売上高は8月以降増収となりましたが、閑散期ということもあって第1四半期の落ち込みをカバーすることはできませんでした。



セグメント別 売上高推移

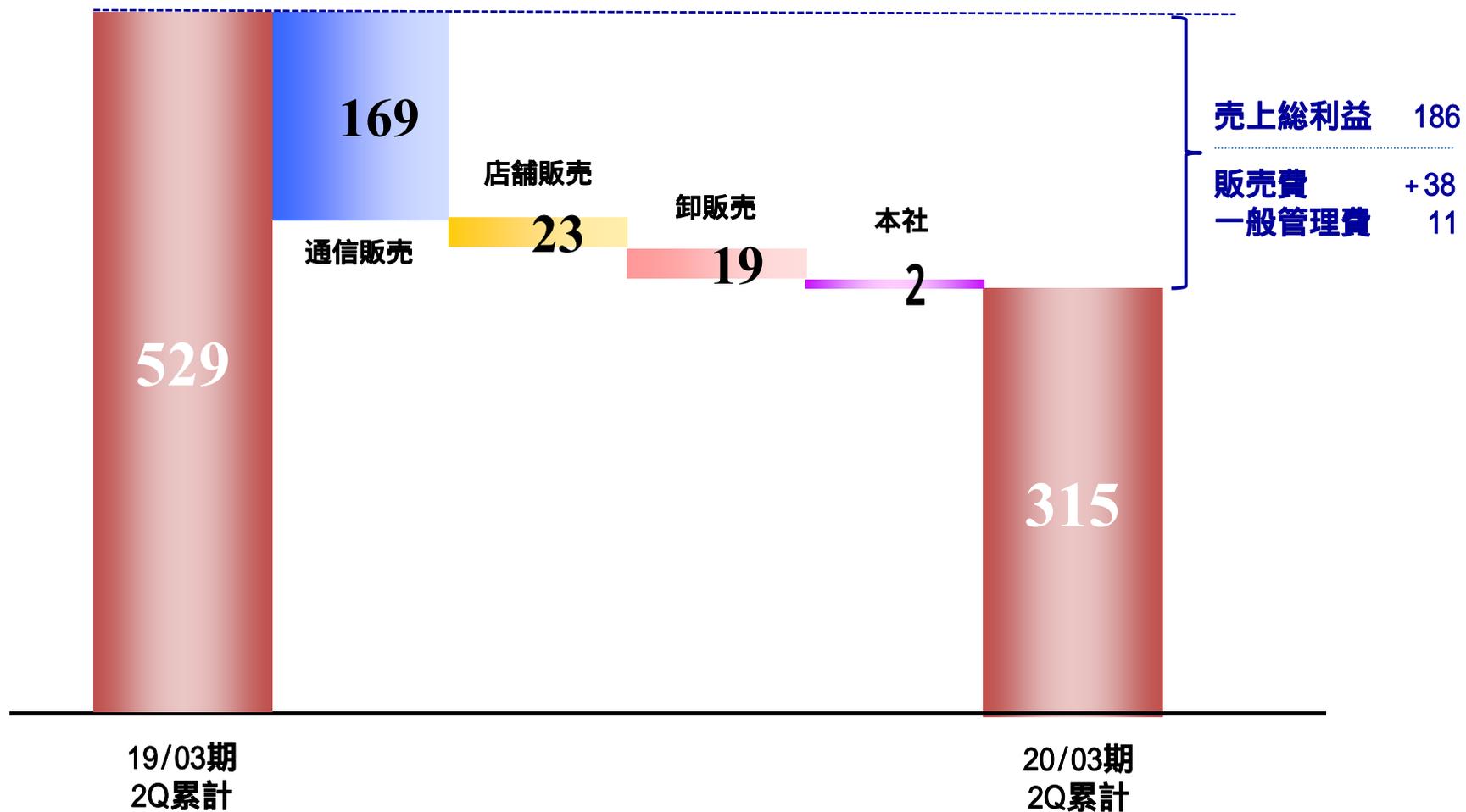
(単位:百万円)





セグメント別 営業利益推移

(単位:百万円)





セグメント別概況

通信販売

第2四半期は消費税増税の駆け込み需要を追い風に、夏物クリアランス、靴まつりキャンペーンなどの実施により増収となりましたが、新しいヒット商品を生み出せなかった第1四半期の受注減を補えず、減収となる。紙代値上げによるカタログ経費の増加、また新規顧客獲得のために無料設置カタログの配布及びWEB広告を強化するなど広告宣伝費用がかさみ、減益となる。

(単位:百万円)



[TOPICS]

WEBアフィリエイト広告の拡大

ポイントサイト

LINEショッピング

ハピタス

楽天リーベイツ

セゾンポイントモール

集客



販売促進キャンペーンの実施

祝 新元号「令和」記念キャンペーン 5/6(月・祝) 23:59まで

※R1 対象商品半額タイムセール ※R2 全額現金 キャッシュバック

ヒラキ靴まつり キャンペーン

抽選で人気の景品を 92名様にプレゼント

WEB限定 はじめてのお買い物で 500円OFF 2019年 9月29日◎まで



セグメント別概況

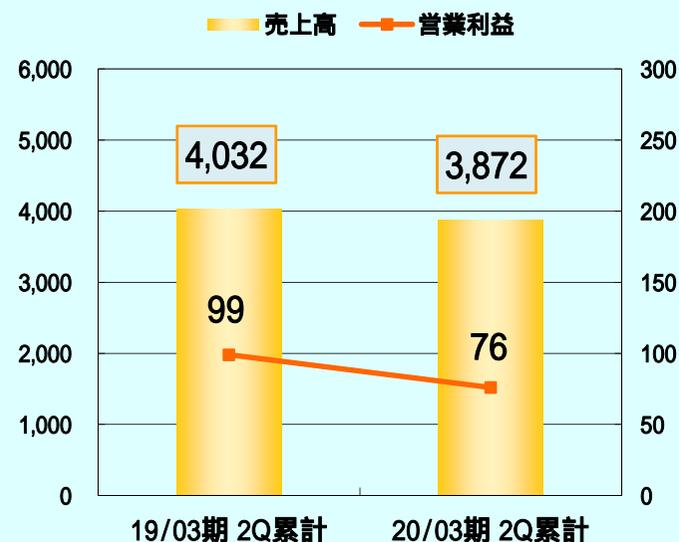
店舗販売

買上点数はアップしたものの、飲料・衣料・サンダルを始めとした夏物商材の不振、好調なスニーカー以上に紳士靴・婦人靴の低迷が影響し、減収となる。

チラシ配布の効率化等により販管費は削減できたが、減収が響き減益となる。

専門店出店の商圈調査を兼ねた出張販売を精力的に行いました。

(単位:百万円)



[TOPICS]

電子マネー決済導入(9月)



利便性の向上

岩岡店「巨大駄菓子屋売場」登場



ワクワクする店づくり



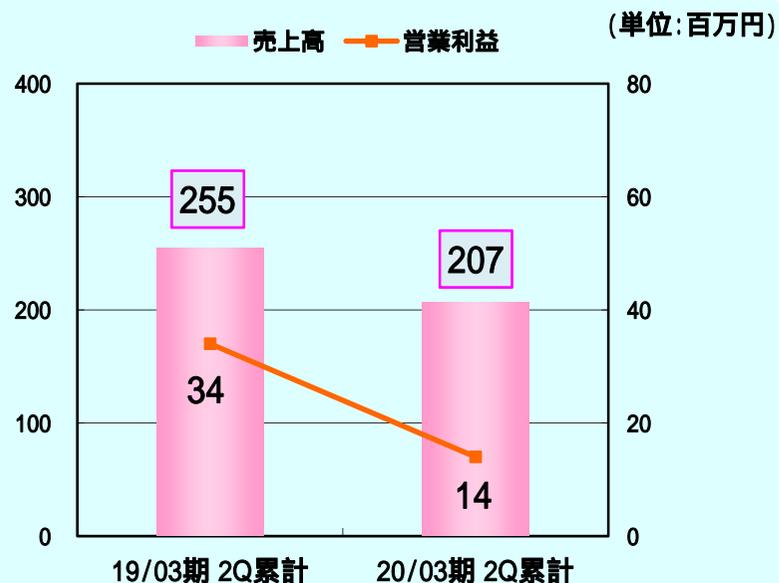
セグメント別概況

卸販売

小規模小売店向け販売「大卸し」及び新規取引先向け販売は増収となったが、大口取引先向けの販売が伸び悩み、減収となる。

減収及び売上総利益率の低下により減益となる。

「大卸し」におけるBtoB-ECサイト導入の準備を進め、10月より本格運用を開始した。



(TOPICS)

『大卸し』ECサイトの導入



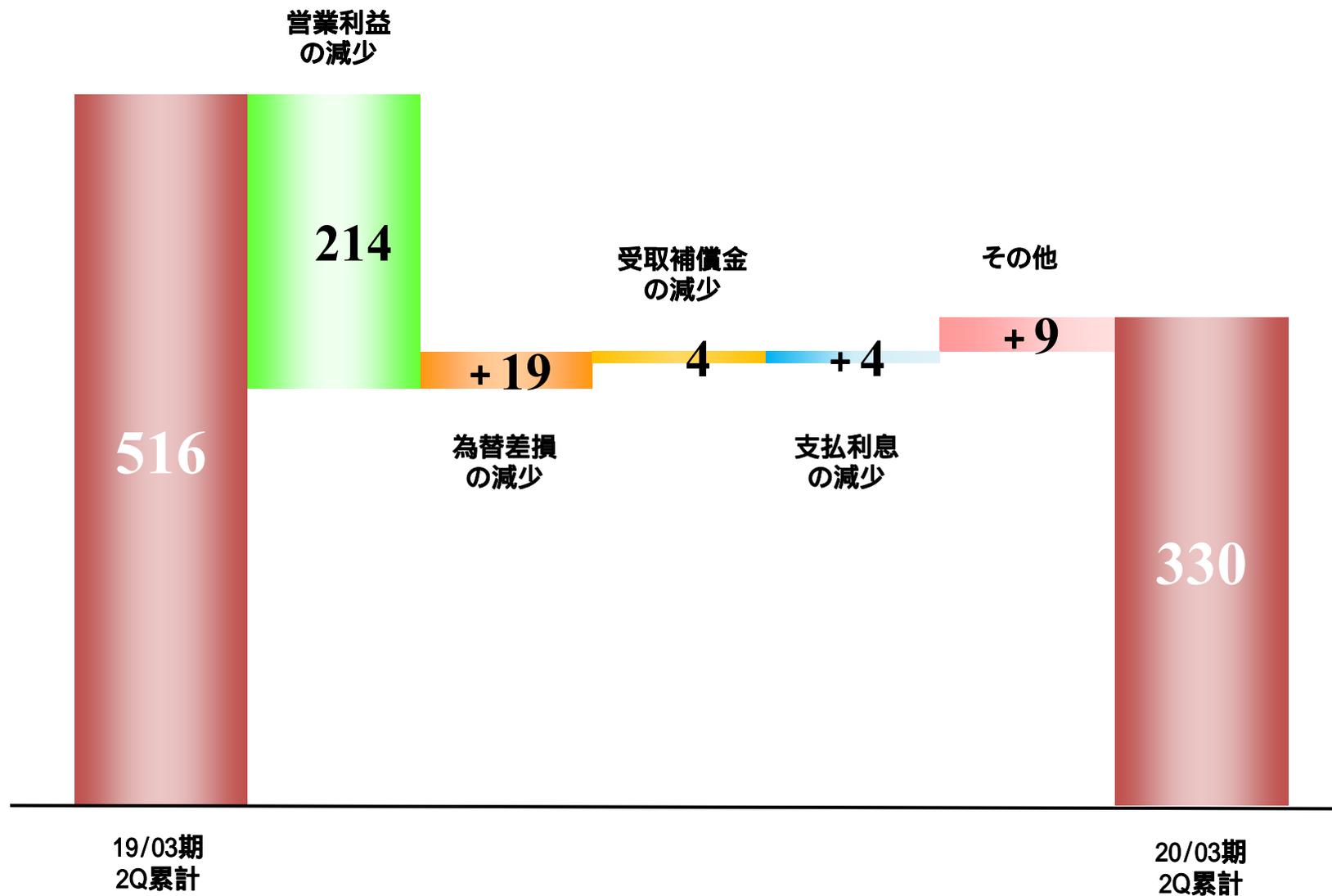
利便性のアップにより
取引社数及び受注の拡大を図る





経常利益推移

(単位:百万円)





連結貸借対照表

(単位:百万円)

	19/03期末		20/03期 2Q累計	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	10,586	62.9%	11,664	65.5%
現預金	5,939	35.3%	7,184	40.3%
受取手形・売掛金	1,053	6.3%	1,051	5.9%
たな卸資産	3,374	20.0%	3,402	19.1%
その他	235	1.4%	43	0.2%
貸倒引当金	16	0.1%	17	0.1%
固定資産	6,243	37.1%	6,147	34.5%
有形固定資産	5,865	34.9%	5,776	32.4%
無形固定資産	126	0.8%	112	0.6%
投資その他の資産	251	1.5%	257	1.4%
資産合計	16,829	100%	17,811	100%

資産(主な増減要因)

資産：前期比 + 982

- 現預金 + 1,245
- たな卸資産 + 28

	19/03期末		20/03期 2Q累計	
	金額	構成比	金額	構成比
流動負債	4,424	26.3%	4,475	25.1%
買掛金	905	5.4%	794	4.5%
短期借入金 (1年内長期借入含む)	2,323	13.8%	2,455	13.8%
未払金	822	4.9%	778	4.4%
その他	373	2.2%	446	2.5%
固定負債	6,027	35.8%	6,832	38.4%
長期借入金	5,720	34.0%	6,551	36.8%
負債合計	10,452	62.1%	11,307	63.5%
株主資本	6,322	37.6%	6,495	36.5%
資本金	450	2.7%	450	2.5%
資本剰余金・ 利益剰余金他	5,872	34.9%	6,045	33.9%
その他包括利益等	54	0.3%	8	0.0%
純資産合計	6,376	37.9%	6,504	36.5%
負債純資産合計	16,829	100%	17,811	100%

負債・純資産(主な増減要因)

負債：前期比 + 854

純資産：前期比 + 127

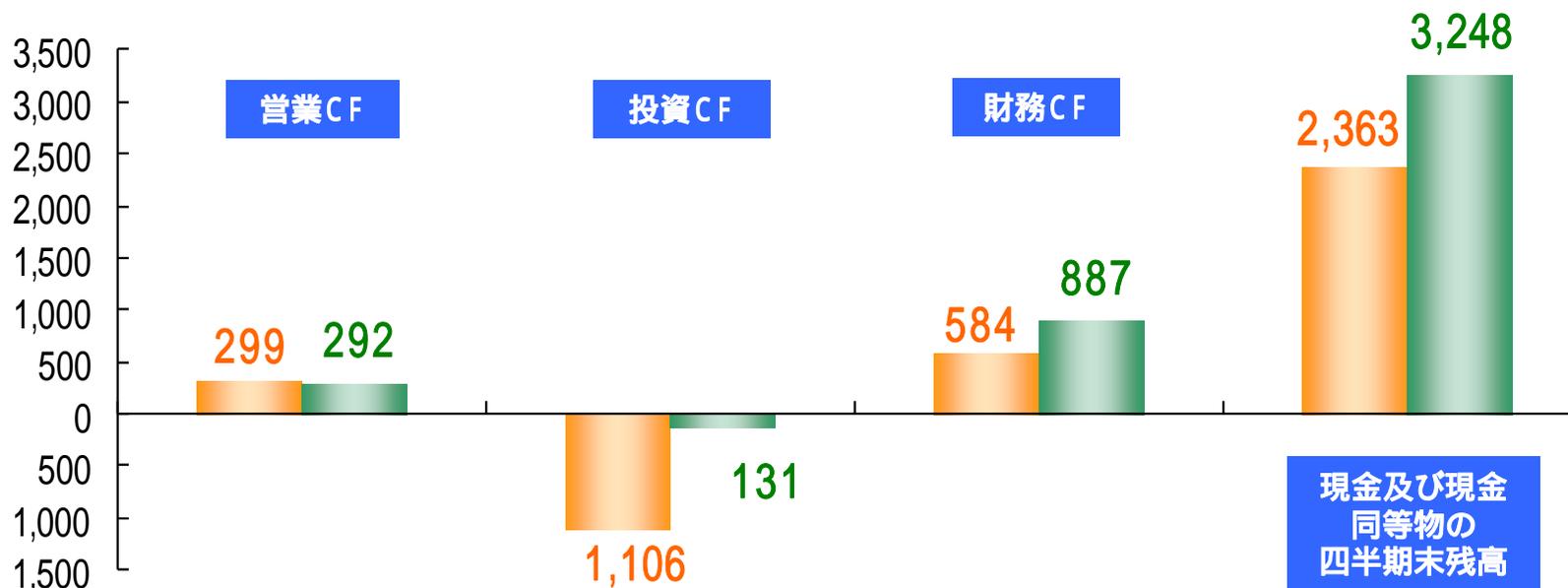
- 借入金(短期・長期) + 963
- 利益剰余金 + 173



連結キャッシュフロー計算書

(単位:百万円)

■ 19/03期 2Q累計 ■ 20/03期 2Q累計



営業CF

投資CF

財務CF

現金及び現金同等物の四半期末残高

主な増減要因

・減益 185百万円
・「たな卸資産の増加額」の減少145百万円

余剰資金を安全性の高い3ヶ月超の定期預金で運用

上期において、22.5億円の長期資金を調達(前期は19億円の調達)

貸借対照表における現金・預金7,184百万円との差異は、3ヶ月超定期預金3,936百万円によるもの



他にはない 他ではできない

➤ 2020年3月期 下期施策について





2020年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	19/03 期 実績	20/03 期予想 (19/5/10 公表)	20/03期 2Q累計 実績	通期予想 進捗率
売上高	16,859	17,300	8,266	47.8%
営業利益	813	820	315	38.5%
経常利益	810	820	330	40.3%
経常利益率	4.8%	4.7%	4.0%	-
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益	552	560	222	39.7%
当期(四半期)純利益率	3.3%	3.2%	2.7%	-
1株当たり当期(四半期)純利益	113円 42銭	114円 97銭	45円 59銭	39.7%

下期業績予想

売上高

キャンペーンの実施により増税後の落ち込みを最小限度に抑えるとともに、10月に新販売促進商品を投入、また通販取り扱いアイテムの拡大等によって新たな顧客層の獲得を図り、計画達成を目指します。

事業セグメント別の通期売上高計画は、通信販売 90億円、店舗販売 77億円、卸販売 6億円としております。

利益

上期実績は計画を下回りましたが、経費面については概ね計画通りとなっており、下期についても同様に推移するとみています。売上高計画の達成により売上総利益のかさ上げを図り、通期利益計画を確保します。

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)



新しく10月に販売促進商品を投入！

やさしい軽さ。やさしいスエード素材。やさしい価格。

LIGHT SNEAKERS

size
15.0
28.0
cm

落ち着いたカラー展開とスエード調素材で
暖かみのある印象に。

各 **¥780** 十税

4つのポイント

インソール&ソール

カップインソール
足をやさしく包み込む。

厚みがありながらも軽くて屈曲性も◎
また、クッション性も良いので
足への負担を軽減します。

つま先

つま先に傾斜をつけることで、
つまずきにくく歩きやすい。

超軽量設計

超軽量設計だから足の負担にも
なりにくく履きこちが良い。

履き口パッド

足あたりの良い厚手の履き口
パッドでフィット感UP。

Kids & Junior





2020年3月期 業績達成に向けた対策 (商品政策2)

8月発売 販売促進商品

ふわっと優しい、
あったかボア。

SIZE
14.0
26.0
cm

BOA-MOCCA
ふわふわに包まれる。幸せの履きごころ。

各 **¥780** +税

Point.1
肌ざわりが良く、
ふわふわの
内側全面ボア
内側の全面ボアが足を優しく
あたたかく包みこみます。

Point.2
屈曲性
屈曲性の良いソールで
歩きやすい。

Point.3
幅広ソール
お客様の声にお応え
して、昨年モデルより
ソールの幅を広げ、
安定感◎

Point.4
インソール
厚さ5mmのふか
ふかクッション
インソール。

Point.5
あたたかみの
ある手縫い
仕上げ
こだわりの手縫いモカシン。
一足一丁寧に手縫いで
仕上げています。

5 Point

値下げ！増税後の生活応援！

この冬
お届けする **感動プライス**

吸湿発熱インナー
ホットリミット

HOT Limit

キッズ&ジュニア
¥399~+税

レディース&メンズ
¥499~+税

(ご参考) キッズ&ジュニア ¥580 ~
前年同月価格 レディース・メンズ ¥780 ~

Ladies' Kids & Junior

Uネック&8分袖でトップスから
見えにくい!

オフホワイト 02
ブラック 03

8分袖

ブラック 03

ネイビー 05

オフホワイト 02

9分袖



アイテム拡大・高機能商品の開発による新たな顧客層の開拓





地域産業の活性化のため、地域物産展を定期的に関催

ワクワクする
店づくり

地域貢献



島根県浜田市とのコラボフェア開催



朝来市

地場野菜の販売に加え、
当社物流センターのある
兵庫県朝来市産の農産物
を販売



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。

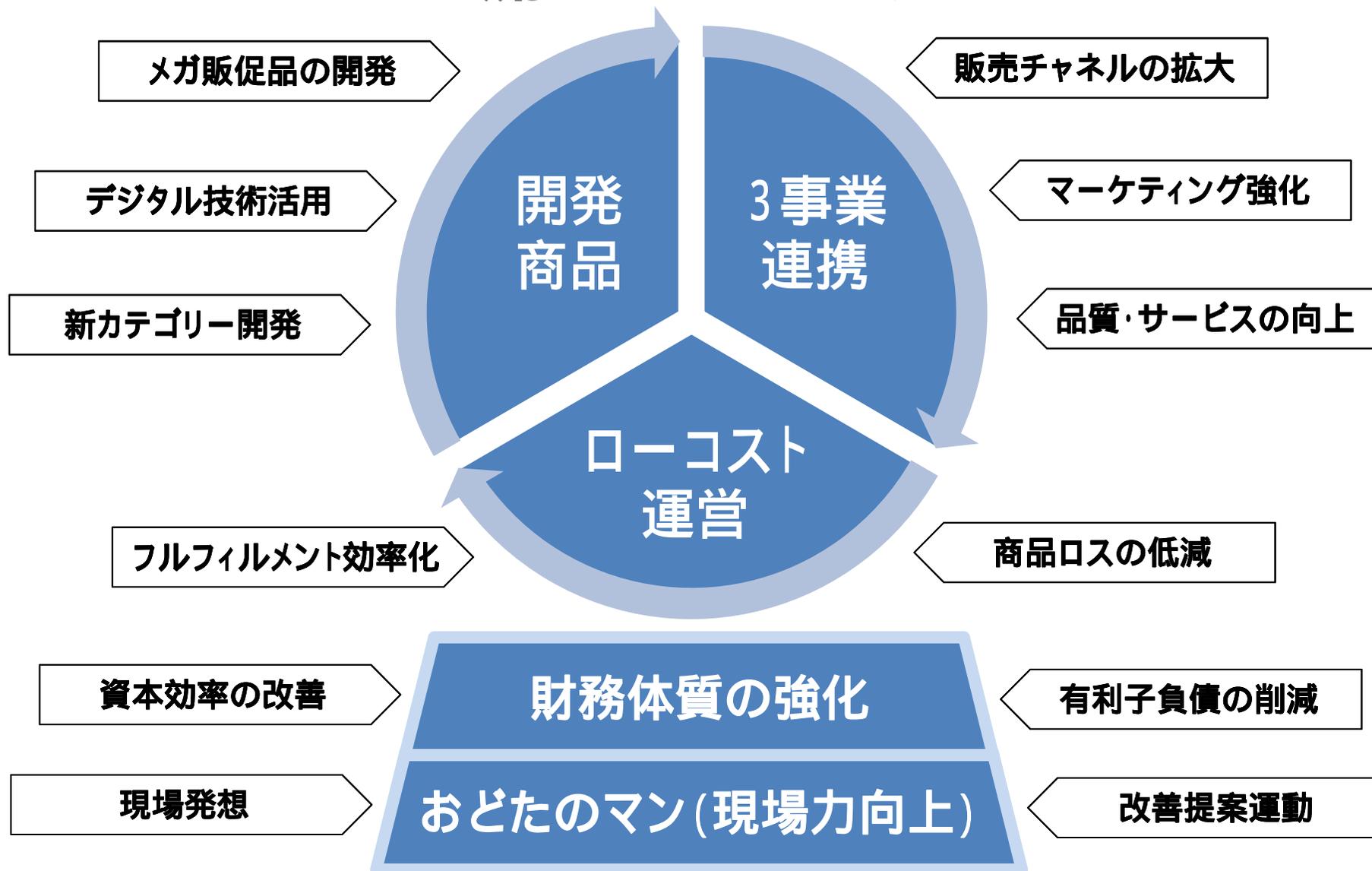
人々のよりよい暮らしのお役に立つために、価格・品質・サービス面においてヒラキ流を追求し、お客様に「驚き」「楽しさ」「満足感」をおとどけし続けてまいります。

- **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。



ヒラキ流で 5フォースアップ





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（店舗販売事業戦略）

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



【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圈都市型モデルの構築

【出張販売】

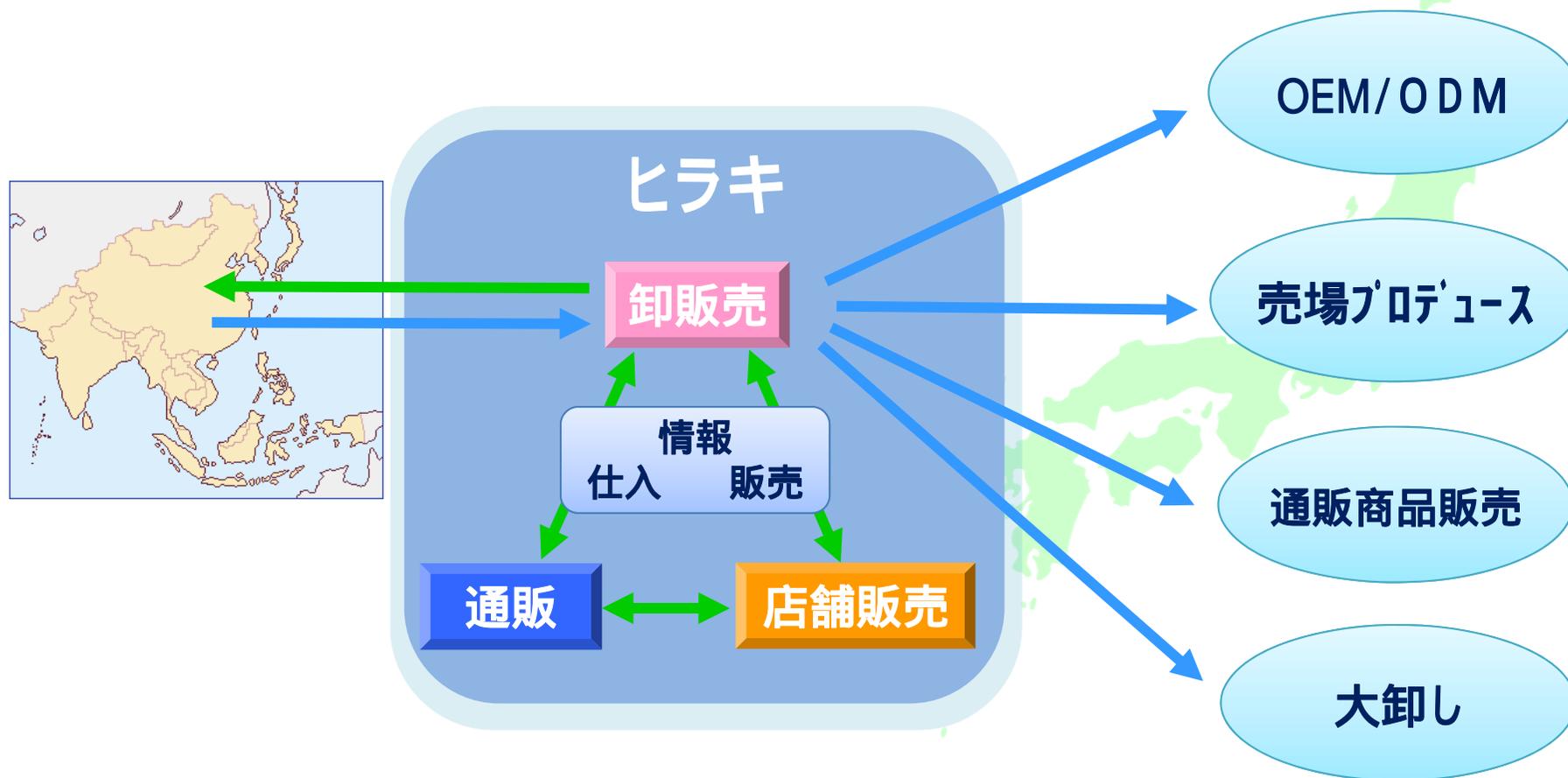
- P B商品のアンテナショップ



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、2019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2019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。