



他にはない 他ではできない



2023年3月期 決算説明会資料

2023年5月19日

ヒラキ株式会社

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

【目次】

- 2023年3月期 決算概要 P.02
- 2024年3月期 経営計画 P.15

[Appendix]

- (ご参考) 中期経営計画について P.20
- 企業概要とビジネスモデル P.27



他にはない 他ではできない

➤ 2023年3月期 決算概要





【 連 結 】

(単位:百万円)

	前期(22/3期) 実績	予 想 (22/11/8修正開示)	2023/3期 実績				
			実 績	予想差	予想比	前期差	前期比
売 上 高	15,199	15,000	14,288	△ 711	△ 4.7%	△ 910	△ 6.0%
営 業 利 益	689	410	155	△ 254	△ 62.2%	△ 534	△ 77.5%
経 常 利 益	695	430	188	△ 241	△ 56.1%	△ 506	△ 72.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	466	270	111	△ 158	△ 58.6%	△ 354	△ 76.1%

計
画
比

売 上 高

当社オリジナル商品に関し、仕入原価の急激な上昇に対応するため、秋冬新商品等の販売価格を引き上げましたが、とりわけ通信販売の受注に大きく影響を及ぼす結果となり、計画より711百万円(うち通信販売事業は565百万円)の未達となりました。

利 益

円安の影響を踏まえ、前期と比べて低下を見込んでいた粗利益率は概ね想定通りだったものの、売上高の計画未達により粗利高は大幅に減少しました。

一方、販管費は費用対効果の徹底により、計画以上の削減を図ることができました。

前
期
比

売 上 高

春夏シーズンに中国等のロックダウンにより当社オリジナル商品の入荷が遅延した影響で販売機会を逸した他、8月以降に販売価格の改定を行った結果、物価上昇下での消費者の節約志向と相まって、販売に苦戦いたしました。

利 益

販管費はカタログ・チラシの紙代や光熱費等のコストアップ要因を吸収できたものの、減収に加え、前期と比べて輸入商品である当社オリジナル商品の粗利益率が低下したことで売上総利益は減少し、大幅な減益となりました。



【 連 結 】

(単位:百万円)

	2022/3期		2023/3期	
	金額	比率	金額	比率
売上高	15,199	100%	14,288	100%
売上総利益	7,388	48.6%	6,621	46.3%
販売費及び 一般管理費	6,699	44.1%	6,466	45.3%
営業利益	689	4.5%	155	1.1%
経常利益	695	4.6%	188	1.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	466	3.1%	111	0.8%

●売上総利益率 46.3%

為替が前期と比較して24%円安に振れた結果、当社オリジナル商品の仕入原価が上昇し、売上総利益率は前期と比べて△2.3%となりました。

●営業利益率 1.1%

売上総利益率の低下に加え、販管費は固定費の削減も行ったものの、減収が影響し販管費率は上昇、営業利益率は前期と比べて△3.4%となりました。

●経常利益率 1.3%

営業利益の減少に準じ、経常利益率も前期と比べて△3.3%となりました。

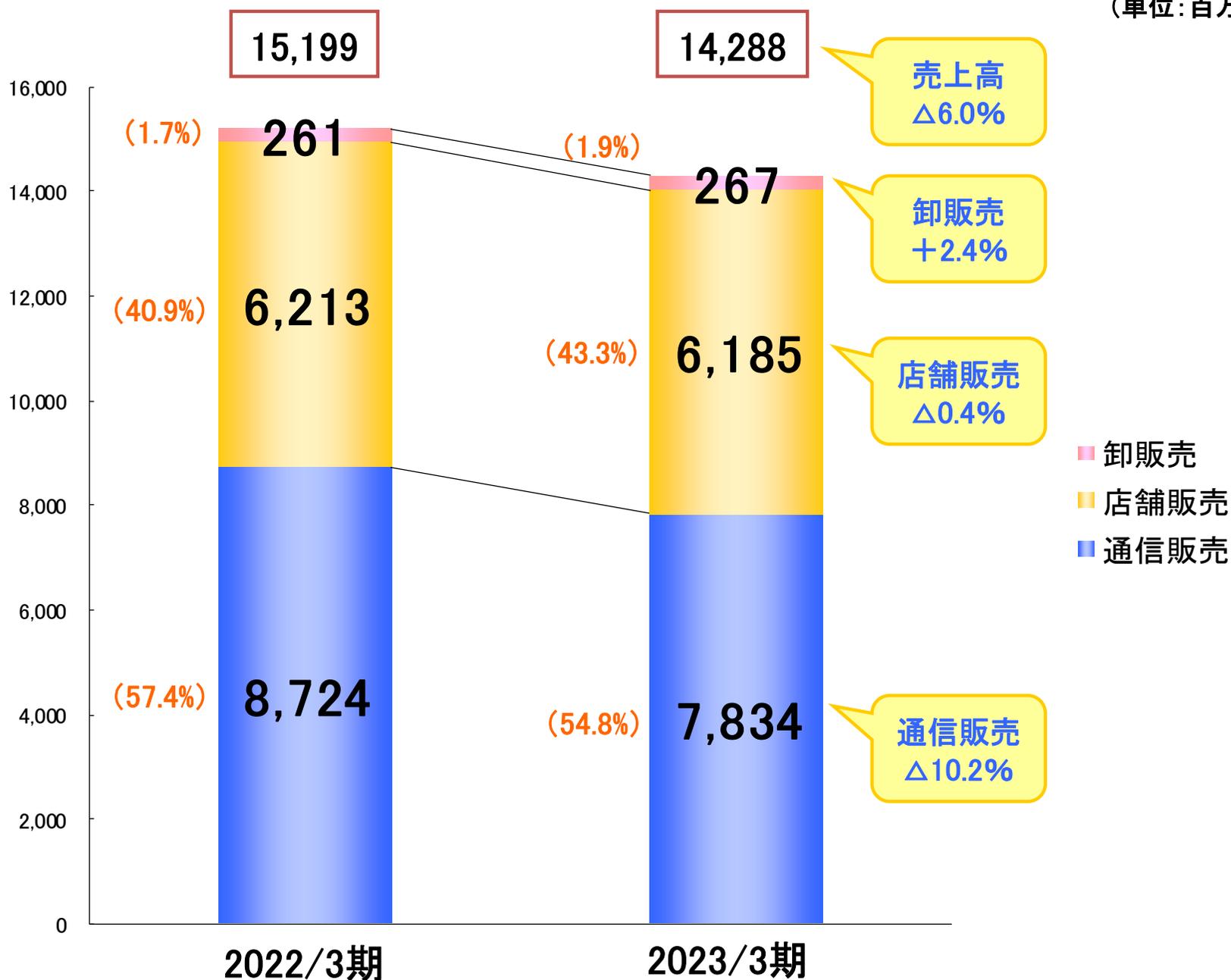
●当期純利益率 0.8%

経常利益の減少により、当期純利益率は前期と比べて△2.3%となりました。



セグメント別 売上高推移

(単位:百万円)

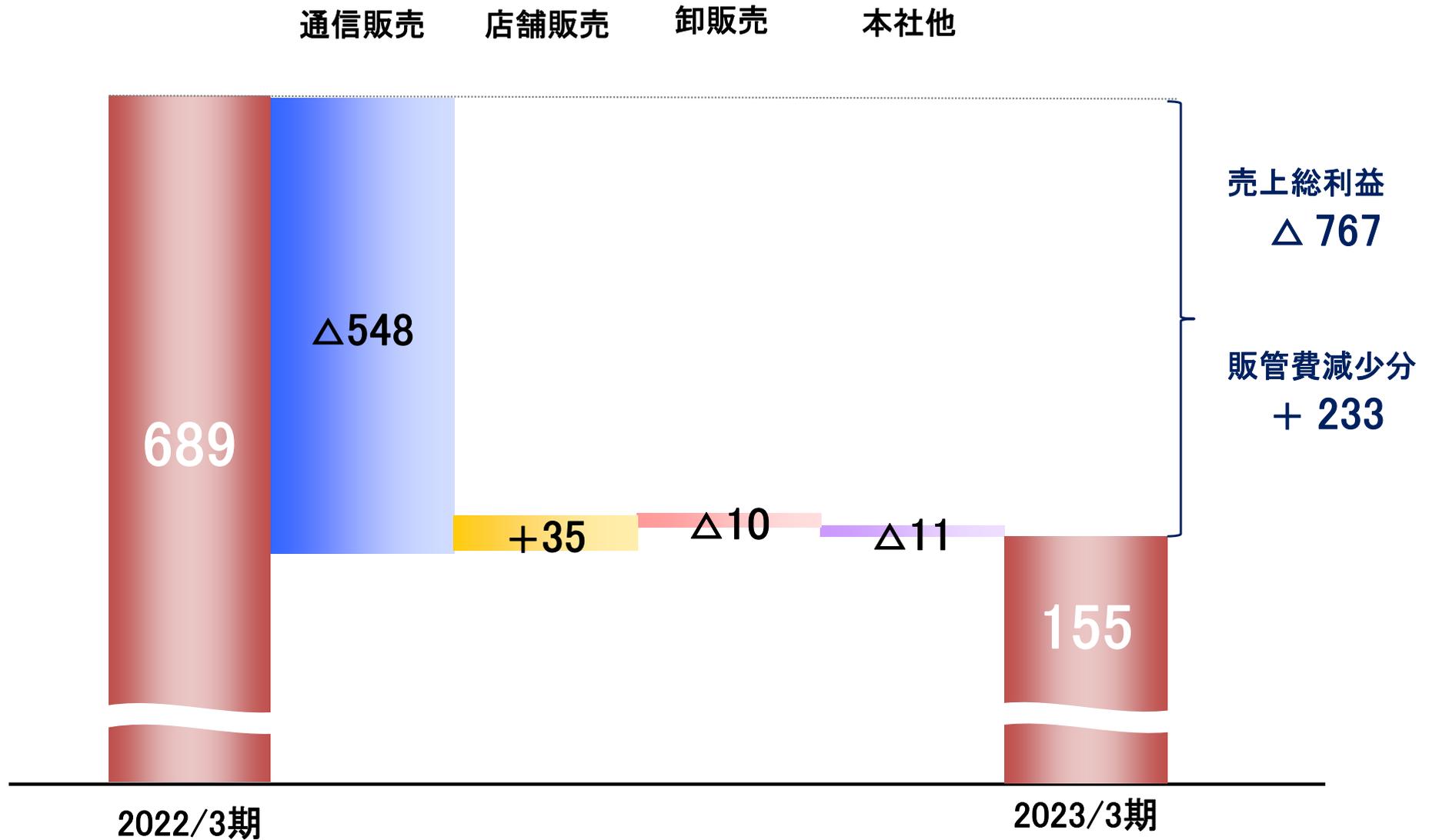


* ()は構成比



営業利益の前期比増減要因

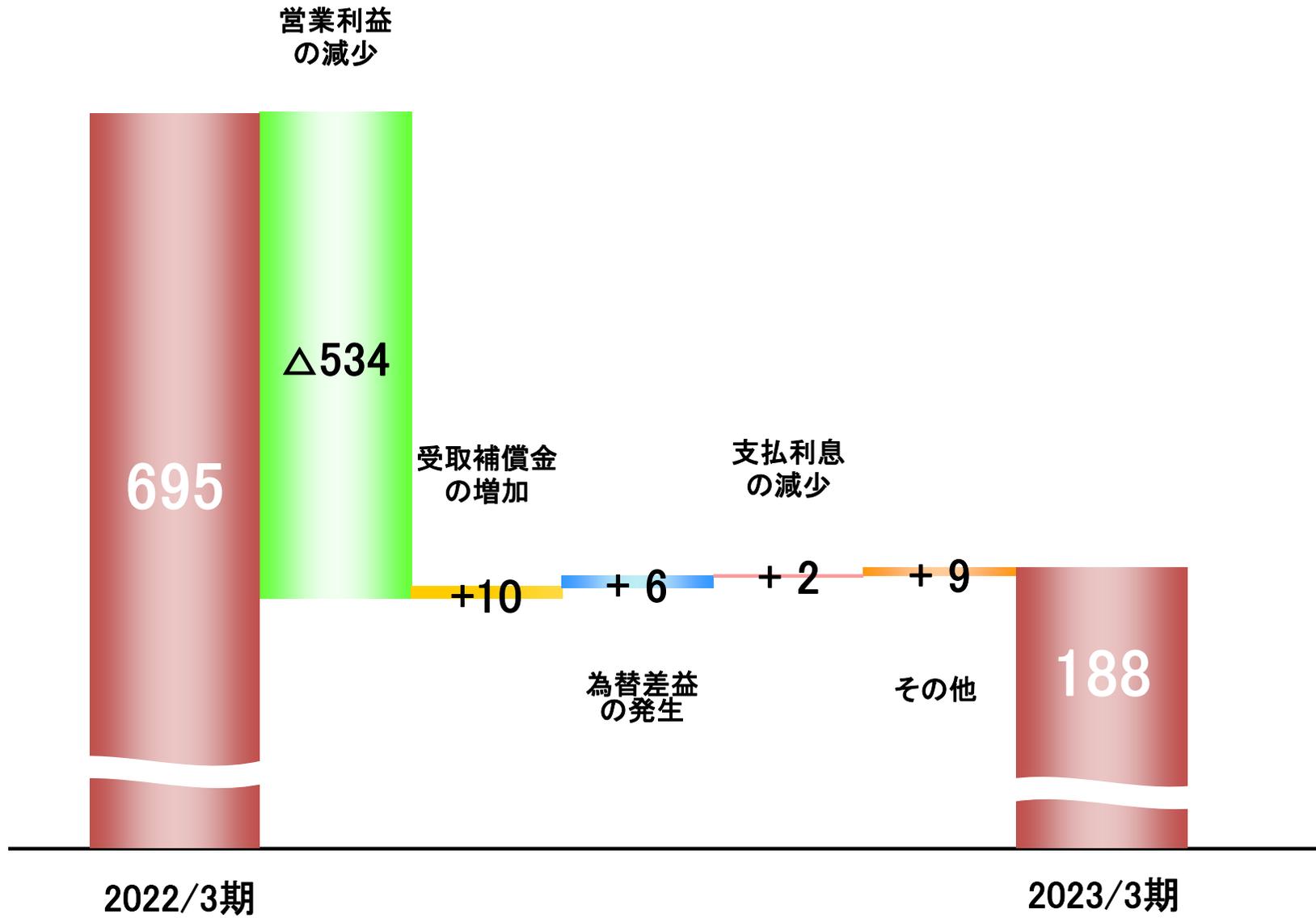
(単位:百万円)





経常利益の前期比増減要因

(単位:百万円)



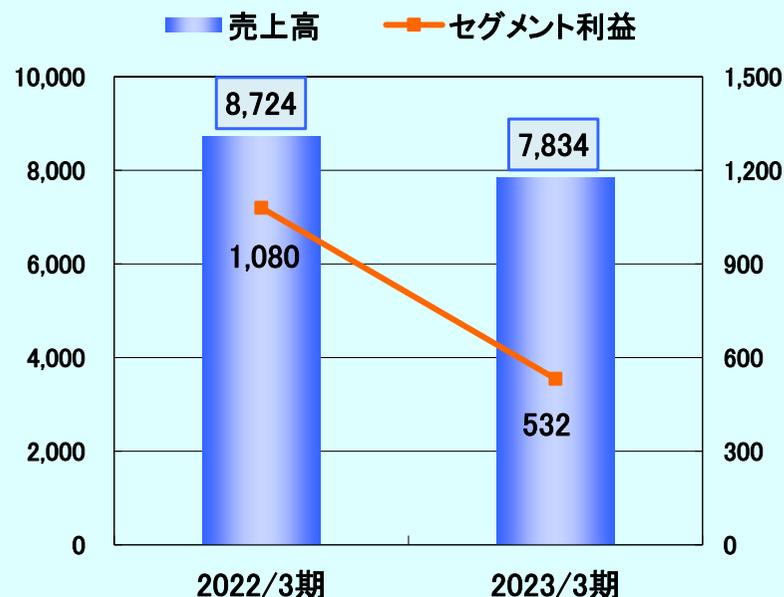


セグメント別概況 ①

通信販売

- テレビCMやインフルエンサーを活用したPR投稿の継続、また物価上昇の環境下において家計応援キャンペーン等を実施し、受注喚起に努めました。パンプス「ふわりっと」をはじめ、一部の商品は好調な売れ行きを示したものの、全体の受注を牽引するまでには至らず、減収となりました。
- 利益面は、減収に加えて、急激な円安による当社オリジナル商品の仕入原価の上昇が売上総利益率の押し下げ要因となり、秋以降は販売価格を見直すも効果の発現は遅行するため、減益となりました。

(単位:百万円)



受注件数

月別推移：受注件数(前期比)・粗利率(前期差)



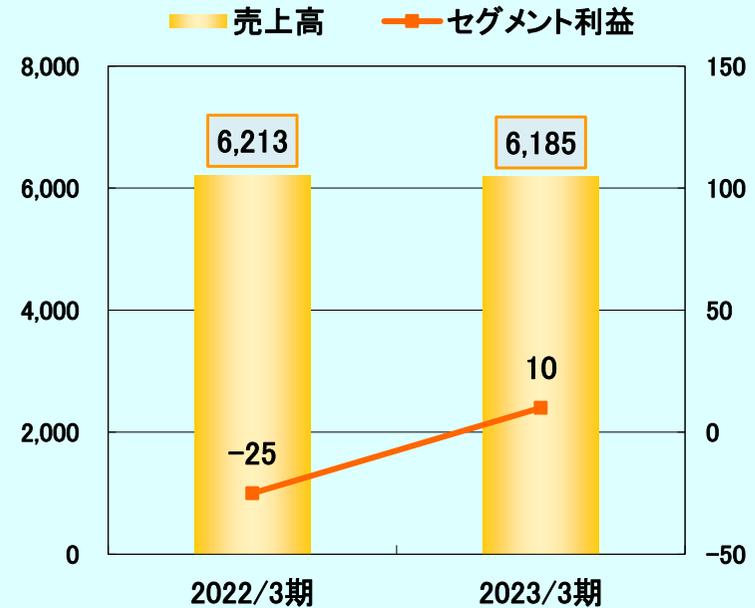


セグメント別概況 ②

店舗販売

- 主力の靴部門は、専門店の売上が堅調に推移した結果、前期を上回りましたが、日用品等が低迷し、減収となりました。なお、コロナ禍での行動制限が次第に緩和されたことに加え、11月には岩岡本店に「ヒラキおかし館」をオープンした結果、来店客数は増加基調に転じました。
- 利益面では、チラシの効率化とオリジナル商品の売上及び売上構成比がアップした結果、増益となりました。

(単位: 百万円)



- 岩岡店お菓子部門の売上は前年比225%
- プレスリリースの訪問者数(UU)は48千超(当社前リリースの38倍)
- メディアでも話題に！テレビ4番組(関東1・関西3)、新聞1社



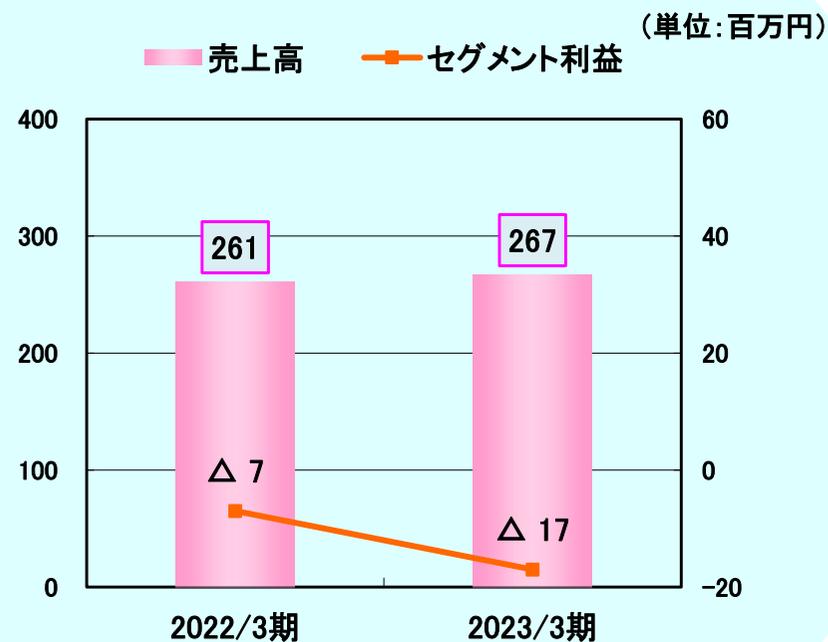
※お菓子部門の売上の期間比較は11/18～3/31。プレスリリースはPRTIMESへの訪問者数で、リリース5か月間比較(前リリースは10/1通販家計応援キャンペーン実施)。



セグメント別概況 ③

卸販売

- 人流の増加に伴い、主力取引先及び靴専門店向け「大卸し」を主に増収となりました。
- 当期は増収に転じたものの、利益面については、急激な円安が仕入原価の上昇をもたらした一方、当期中に取引先への納入価格に十分反映できず、売上総利益率が低下したため、減益となりました。





連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2022/3期末		2023/3期末	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	11,008	65.8%	10,773	65.5%
現預金	7,056	42.2%	5,728	34.8%
売掛金・受取手形	898	5.4%	938	5.7%
棚卸資産	2,982	17.8%	3,857	23.5%
その他	78	0.5%	255	1.6%
貸倒引当金	△8	△0.0%	△7	△0.0%
固定資産	5,727	34.2%	5,665	34.5%
有形固定資産	5,410	32.3%	5,293	32.2%
無形固定資産	50	0.3%	100	0.6%
投資その他の資産	266	1.6%	271	1.7%
資産合計	16,735	100%	16,438	100%

	2022/3期末		2023/3期末	
	金額	構成比	金額	構成比
流動負債	3,925	23.5%	3,612	22.0%
買掛金	805	4.8%	708	4.3%
短期借入金 (1年内長期借入含む)	2,015	12.0%	1,943	11.8%
未払金	743	4.4%	709	4.3%
その他	360	2.2%	251	1.5%
固定負債	5,390	32.2%	5,373	32.7%
長期借入金	5,102	30.5%	5,049	30.7%
負債合計	9,315	55.7%	8,986	54.7%
株主資本	7,381	44.1%	7,391	45.0%
資本金	450	2.7%	450	2.7%
資本剰余金・利益剰余金他	6,930	41.4%	6,941	42.2%
その他包括利益累計	38	0.2%	60	0.4%
純資産合計	7,419	44.3%	7,452	45.3%
負債純資産合計	16,735	100%	16,438	100%

資産(主な要因)

資産：前期比 △ 296

- 現預金 △ 1,327
- 棚卸資産 + 875
- 建物及び構築物 △ 127

負債・純資産(主な要因)

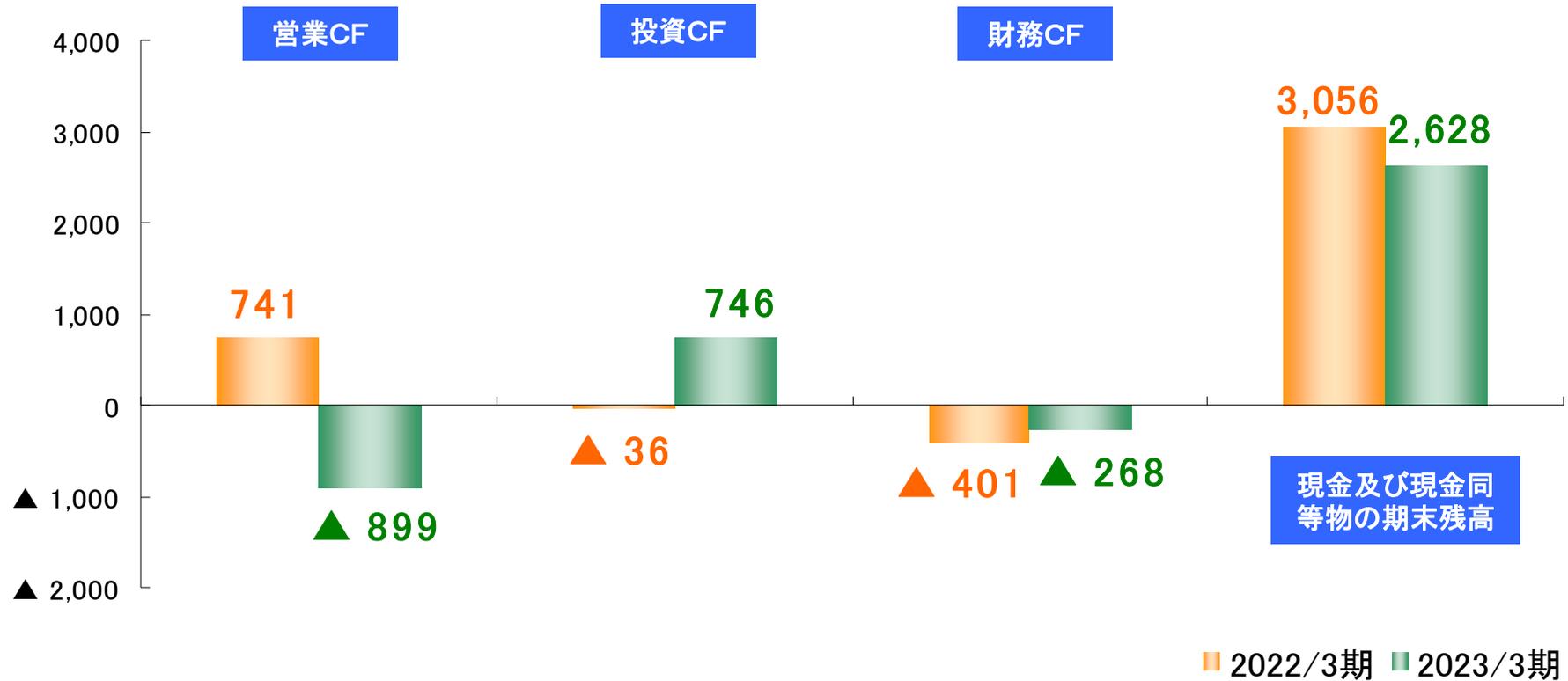
負債：前期比 △ 329
純資産：前期比 + 32

- 買掛金 △ 96
- 借入金(短期・長期) △ 124
- 利益剰余金 + 14



キャッシュフロー計算書

(単位:百万円)



■ 2022/3期 ■ 2023/3期

2023/3期 主な増減要因	営業CF	投資CF	財務CF	現金及び現金同等物の期末残高
	主に、減益および棚卸資産の増加が影響し、営業CFはマイナスとなりました。	設備投資は前期より増加。余剰資金は安全性の高い運用(3か月超の定期預金)に回しました。	当期は21億円の長期資金の調達をいたしました。(前期は20億円の調達)	貸借対照表における現金・預金5,728百万円との差異は、3か月超定期預金3,100百万円の運用によるものです。

■ 自己株式の取得

1. 目的 資本効率の向上および経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行を可能とするため

2. 2022年11月8日開催の取締役会における決議内容

- (1) 取得対象株式の種類 当社普通株式
- (2) 取得し得る株式の総数 5万株(上限)
(発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合1.03%)
- (3) 株式の取得価額の総額 50百万円(上限)
- (4) 取得期間 2022年11月10日～2023年1月31日
- (5) 取得方法 東京証券取引所における市場買付け

3. 上記の取得状況

取得方法は証券会社による取引一任勘定取引に依っており、取得期間中、上記取締役会決議時の想定より株価は高値で推移したほか、当社株式の売買高が活発でなかった結果、下記のとおり取得上限には至りませんでした。

- (1) 取得した株式の総数 3,400株
- (2) 株式の取得価額の総額 3,441,700円

4. 自己株式の保有状況(2023年3月末日現在)

- (1) 自己株式数 288,193株
- (2) 発行済株式総数に対する割合 5.6%

■ 配当政策

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、予定通りの配当を実施いたします。

	年間配当金	配当金総額	配当性向(連結)
2022年3月期	20円/株	97百万円	20.9%
2023年3月期	20円/株	97百万円	87.2%



中期経営計画の進捗状況(3か年計画の2年目)

『2023中期経営計画』(2021～2023年度) 目標指標と当期実績

連結	主要指標	2024年3月期 目標	2023年3月期 実績		
			実績	目標差	目標比
成長性	連結売上高 (百万円)	17,000	14,288	△ 2,711	△ 16.0%
収益性	連結営業利益率 (%)	6.0	1.1	△ 4.9	—
効率性	ROE (%)	9.0	1.5	△ 7.5	—
安全性	自己資本比率 (%)	45.0	45.3	+ 0.3	—
生産性	従業員一人当たり売上高 (百万円)	28.0	24.6	△ 3.3	△ 12.0%

『2023中期経営計画』の中間期にあたる2023年3月期は、前期と比較して、自己資本比率が1.0ポイント上回った外は悪化し、目標までの距離が広がる結果となりました。

計画時の想定を大幅に上回る円安水準や中国等のロックダウンなどの外的要因の影響は大きいですが、一方でコロナ禍を通して消費者の行動様式の変化への対応が足りなかったものと認識しています。

当期の結果を踏まえ、2024年3月期の目標指標のうち、連結売上高を14,900百万円、連結営業利益率を2.7%、ROEを3.5%、従業員一人当たりの売上高を25百万円にそれぞれ修正いたします。

次期は、売上高と利益率の回復を最優先事項として、当社のコアであるオリジナル商品の開発力強化に取り組んでまいります。顧客ニーズを喚起する高機能商品を低価格で開発し、またそれを実現するべく、海外出張再開による生産管理の再徹底を図ることで、消費者の日常生活をサポートしてまいります。



他にはない 他ではできない

➤ 2024年3月期 経営計画





年度経営方針

原点経営を推進する

●ヒラキの原点経営とは

ヒラキにとって最も大切なのは、商売の原点＝お客さま。

お客さまの満足度を高めることこそ、商売の基本であり理想であると
考えています。

この厳しい経営環境下だからこそ、私たちは原点に立返り、お客さま
が本当に欲しいものを提供するといった、商売において「当たり前」の
ことがきちんとできているかどうかを確認し、自分たちがいま本当に
すべきことは何かを今一度見直してまいります。



2024年3月期 連結業績予想①

(単位:百万円)

通期/連結	2023/3期 実績	2024/3期(予想)	
		(前期増減率・差)	
売上高	14,288	14,900	+ 4.3%
営業利益	155	400	+ 158.0%
経常利益	188	420	+ 122.5%
経常利益率	1.3%	2.8%	+ 1.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	111	260	+ 132.8%
当期純利益率	0.8%	1.7%	+ 0.9
1株当たり当期純利益	22.94円	53.42円	+ 30.48円

◆ 業績予想

2024年3月期は、人流の回復基調をベースとして、店舗販売は靴専門店の出店及びイベント再開等による客足の増加を見込み、通信販売はオリジナル商品の価格競争力を強化することで、受注回復を図ってまいります。また、卸販売は前期の新規取引先の取引拡大を見込んでおります。

売上高予想の内訳は、通信販売81億円、店舗販売65億円、卸販売3億円とし、計149億円の計画です。

利益面は、為替が1\$=135円以下の水準で推移することを前提に、粗利益率は徐々に持ち直す見込みであり、経費は費用対効果を明確にして前期並みをキープすることで、増益としています。

1株当たり配当金	2023/3期 実績	2024/3期 (予定)
中間	10円	10円
期末	10円	10円
年間	20円	20円

◆ 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。

厳しい経営環境が続いておりますが、従来の配当方針を維持いたします。



2024年3月期 連結業績予想②

●半期別業績予想

(金額:百万円未満切り捨て)

上期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期 (予想)	前期比 (予想)
売上高(百万円)	7,839	7,270	7,500	+3.2%
売上総利益率	48.9%	46.6%	46.0%	△0.6%
販管費率	42.5%	43.9%	43.3%	△0.6%
営業利益(百万円)	503	194	200	+3.0%
営業利益率	6.4%	2.7%	2.7%	±0%
為替(ドル・円)※	109.77円	133.96円	135円	+0.8%

➤ 売上総利益率

2023年4月の当社オリジナル商品の入荷値入率は前年を3%程度上回っており、在庫値入率も前年に近づいている状況です。

したがって、売上総利益率も期中後半にかけて徐々に改善が進み、前期と比較して上期は若干下回るものの、下期は上回る見込みです。

➤ 販管費

前期と比較して、主として印刷会社の価格改定による通販カタログや店舗チラシ等の紙媒体の値上げ、商品開発における海外出張再開及び靴まつり開催のコストアップを見込んでおります。

しかしながら、カタログ、チラシの作製・配布方法の見直しを図り、テレビCM・SNS拡散施策の効率化を推進することで、前年並みの販管費を維持する計画です。

下期	2022年3月期	2023年3月期 (11/8予想)	2023年3月期 (実績)	2024年3月期 (予想)	前期比 (予想)
売上高(百万円)	7,359	7,730	7,017	7,400	+5.4%
売上総利益率	48.3%	46.5%	46.1%	47.4%	+1.3%
販管費率	45.8%	43.7%	46.6%	44.7%	△1.9%
営業利益(百万円)	185	215	△39	200	—
営業利益率	2.5%	2.8%	△0.6%	2.7%	+3.3%
為替(ドル・円)※	114.92円	147.16円 (10月平均)	136.84円	135円	△1.3%

※(出典)為替:日本銀行時系列統計データ検索サイト(東京市場、ドル・円 スポット 17時時点/月中平均)



2024年3月期の取り組み

●通信販売事業



- オリジナル商品の競争力強化
- 商品のブランディング推進
- 海外委託先の生産管理徹底
- 動画紹介等、EC買い回り改善
- 広告宣伝・販売促進の効率化

●店舗販売事業



- ヒラキらしい賑わい溢れる店作り
- 靴をはじめとする品揃えの強化
- 岩岡プロジェクトの推進
- PB商品拡販による粗利率向上
- 靴専門店の新規出店

●卸販売事業



- 大口取引先へのODM開発提案
- 異業態店舗等への新規開拓
- 靴以外の新商材の取扱い開始
- EC「大卸し.com」利用率改善
- 在庫管理の徹底

ふわりっと 最新作!

選べる **8色**

¥499
(税込¥548)

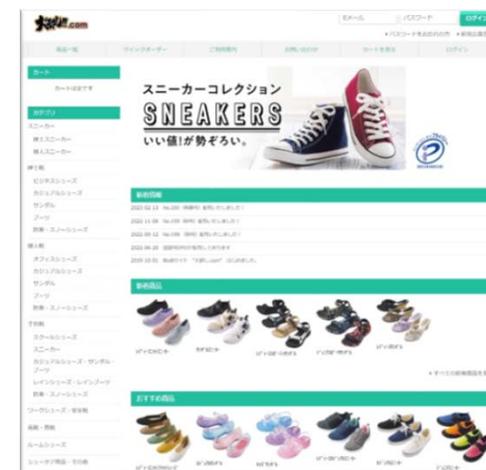
22.0~26.0cm

Fuwarite®
from KOBE HIRAKI

2023年春夏シーズン販売促進商品499円再挑戦



岩岡店「ラ～メン館」売場構築(4月)



B to B「大卸し.com」



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

2023中期経営計画 【2021～23年度】 (2021/5/14公表)

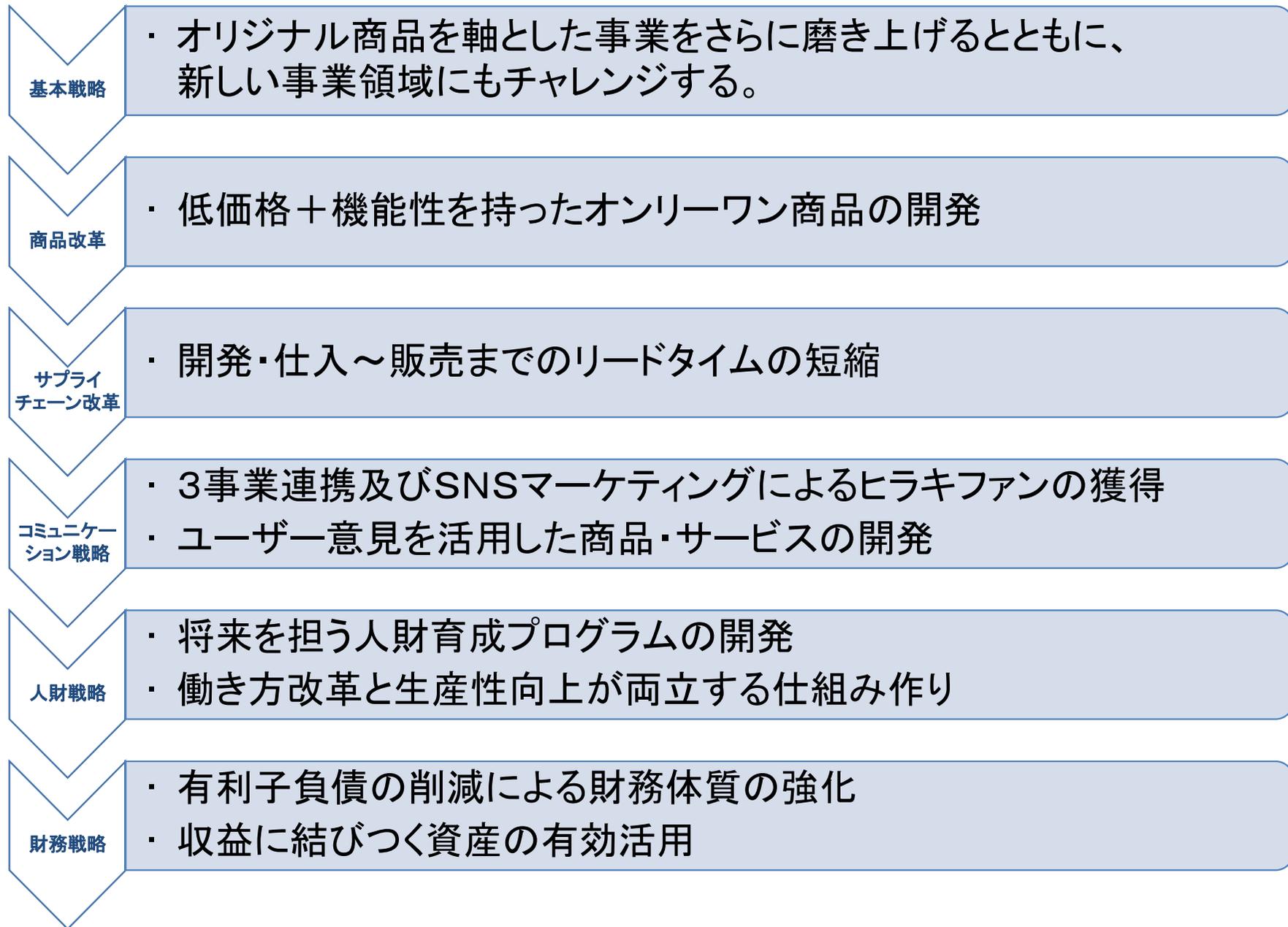




- 計画期間 2021年4月～2024年3月（第45～47営業期）
- 基本方針 お客様に支持され、社会に貢献し、世の中に必要とされ、そして従業員の拠り所となる会社であり続けること。
- 大きな夢 販売足数日本一の靴総合販売会社になる。
- スローガン 他にはない 他ではできない それがヒラキです。
人々のよりよい暮らしのお役に立つために、価格・品質・サービス面においてヒラキ流を追求し、お客様に「驚き」「楽しさ」「満足感」をおとどけし続けてまいります。
- ミッション
 1. 世の中の役に立つ価値を創造・提供する。
 2. 既存のやり方を疑い、ゼロベースで仕組みを作り変える。
 3. 新たな顧客層の獲得に資する新たなビジネスに挑戦する。



2023中期経営計画の概要（基本戦略）





2023中期経営計画の概要（経営目標）

- 市場環境の変化に対応するべく、オリジナル商品を軸としたビジネスモデルを再構築する3か年としています。
- 有利子負債を削減しつつ、資産の有効活用を図り、資本効率を高めます。
- オペレーションの効率化により、働き方改革を推進します。

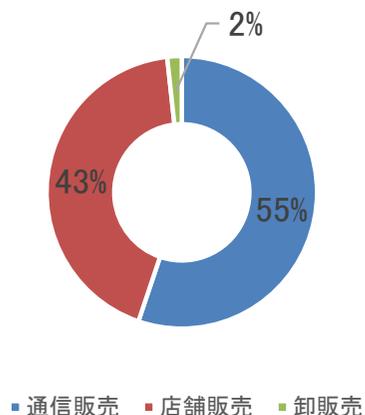
	主要指標	2021年3月期 実績	2024年3月期 目標 (2021年3月期増減比)	
成長性	連結売上高 (百万円)	15,962	17,000	+1,038 (+6.5%)
収益性	連結営業利益率 (%)	5.8	6.0	+0.2
効率性	ROE (%)	8.2	9.0	+0.8
安全性	自己資本比率 (%)	41.5	45.0	+3.5
生産性	従業員一人当たり売上高 (百万円)	26.9	28.0	+1.1



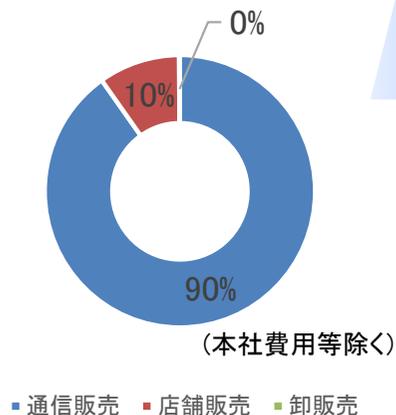
2023中期経営計画の概要(事業ポートフォリオ)

《 2021年3月期事業別シェア 》

セグメント売上高



セグメント利益



	展開	方向性
通信販売	全国	<ul style="list-style-type: none"> ・ECを中心とした売上拡大 ・カタログ通販の効率的運用
店舗販売	〔総合店〕 兵庫県内4店舗 〔靴専門店〕 京阪神エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・総合店は、生活必需品を扱い、地域に根差した安定的な売上確保が可能であり、より生産性を重視した運営により収益を上げる。 ・靴専門店は、主に通販商品を扱うリアル店舗として、出店拡大により通販事業との連携を図る。
卸販売	全国	<ul style="list-style-type: none"> ・他業態を含む裾野の拡大により、ヒラキオリジナル商品のマーケットシェア拡大

情報・物量・集客の最適化

通販



店舗



卸販売

3事業の連携をより推進し、将来的には
オンラインとオフラインの融合を模索



2023中期経営計画の概要(事業別戦略)

事業	ミッション	事業戦略
通信販売	暮らしを支える 「生活応援通販」	<ul style="list-style-type: none">• 単品で勝負できるオンリーワン商品の開発 (高機能×デザイン性×価格競争力)• 環境の変化に対応した品揃え拡充• オリジナル商品のブランド化推進• ECシフトへの取り組み強化とカタログ通販の効率化によるハイブリッド販促策の実施
店舗販売	ユーザーインの視点 による 「顧客志向型店舗」	<ul style="list-style-type: none">• 生活インフラを担う総合店の再構築• 地域に根差した店舗として地場産業との協業強化• バリエティ豊かな品揃えとワクワクする売場づくり• 靴専門店のチェーン展開に向けたビジネスモデルの確立
卸販売	売場プロデュースで 「靴販売の裾野拡大」	<ul style="list-style-type: none">• 他業態を含むODM取引可能な大口取引先の開拓• 小売店向けEC「大卸し.com」の積極展開による市場シェア拡大



2023中期経営計画の概要(サステナビリティ)

サステナビリティを巡る課題への取り組みについて、事業活動を主体にできることから対応してまいります。



課題	主な取り組み	SDGs目標
貧困	<ul style="list-style-type: none"> ディスカウンターとして生活必需品を安価で提供し、生活水準の向上に寄与 	
省エネ	<ul style="list-style-type: none"> 環境配慮に優れた機能性商品の開発 店内照明のLED化 クールビズ、ウォームビズの推進 	
省資源	<ul style="list-style-type: none"> オリジナル商品の包装素材の簡素化 通販配送用段ボールのサイズ最適化 	
商品廃棄	<ul style="list-style-type: none"> 特価大商談会開催による訳あり商品の買い取り データ分析に基づく仕入計画の精度アップ リードタイム短縮による需要に合った商品開発 	
地産地消	<ul style="list-style-type: none"> 地場野菜や地元企業・団体商品の販売 	
ジェンダー	<ul style="list-style-type: none"> 役職者(係長以上)における女性比率を4分の1以上へ 	
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> 将来を担う人財育成プログラムの開発 	



他にはない 他ではできない

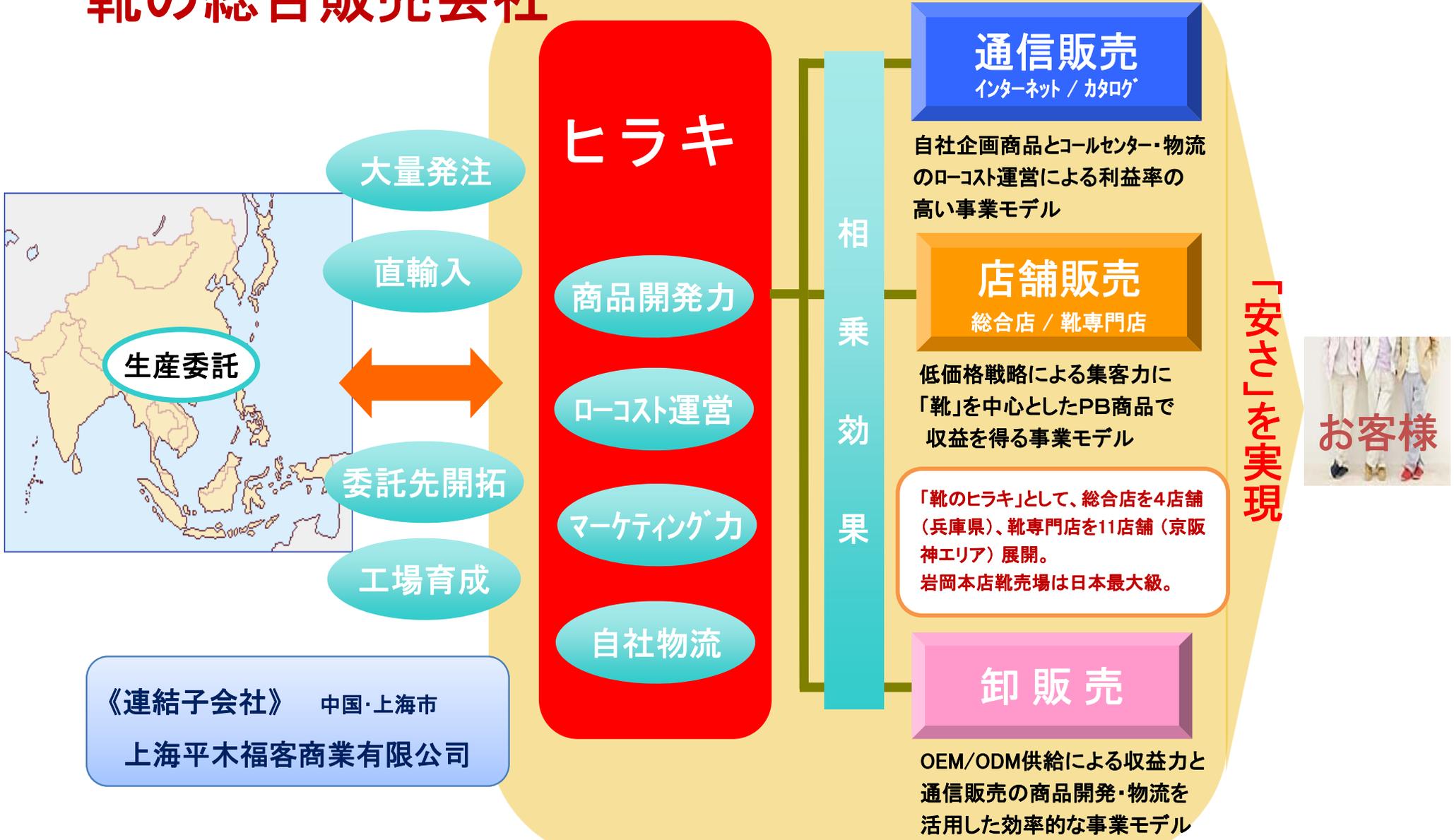
➤ 企業概要とビジネスモデル



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 スタンダード市場）	
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	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. 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） 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	580名（平均臨時従業員 329名を含む） ※ 2023年3月末日現在（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	



靴の総合販売会社



自社一貫体制



株式の状況

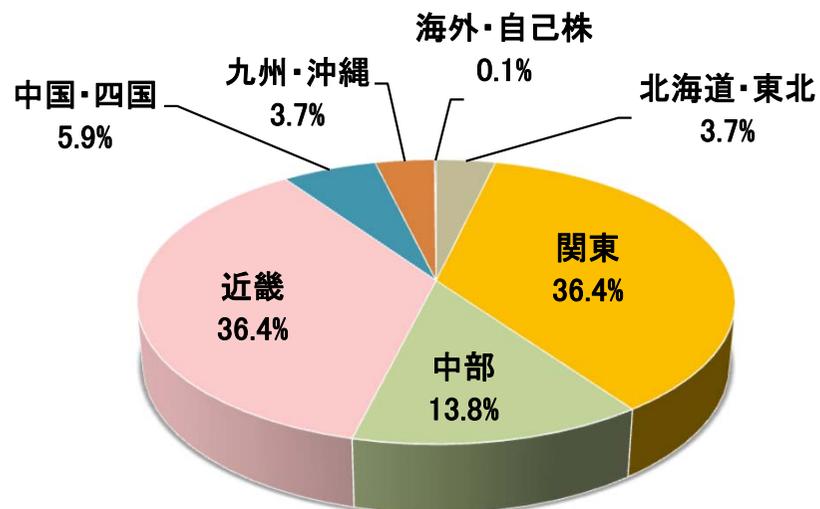
株主数 **13,996 名**
(前期比 144名増)

発行済株式総数 **5,155,600 株**

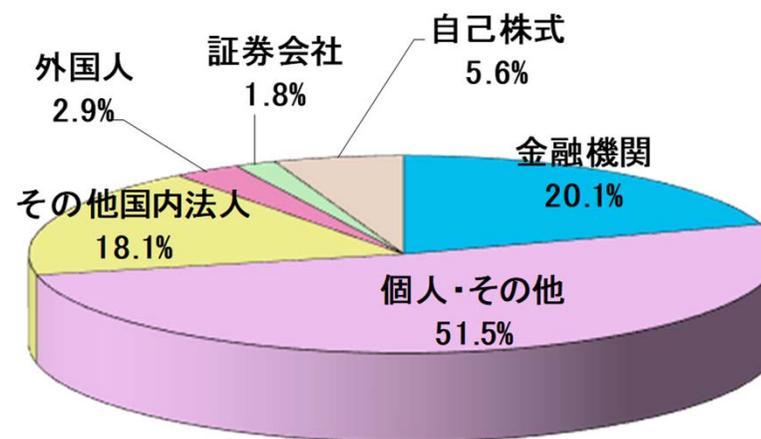
期末自己株式数 **288,193 株**
(前期比 +3,400 株)※

※2022/11/8開催の取締役会決議に基づく自己株式の取得

地域別株主数比率

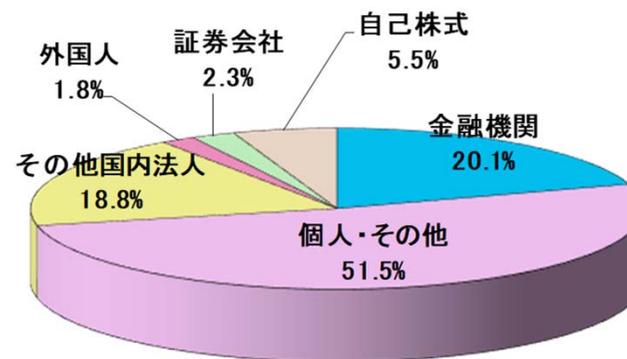


所有者別株式数比率



※株主数比率では「個人・その他」が99.2%を占める。

【参考】 前期 (2022年3月末日現在)



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



他にはない 他ではできない

本資料は、2023年3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2023年5月19日現在の情報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。