



他にはない 他ではできない

おかげさまで
創業60周年
60th



2022年3月期 第2四半期 決算説明会資料

2021年11月12日

ヒラキ株式会社

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

【目次】

- 2022年3月期 第2四半期 決算概要 P.02
- 今期の取組みについて 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

➤ 2022年3月期 第2四半期 決算概要





業況

- 売上高7,839百万円（前年同期比2.3%減）、営業利益503百万円（同0.6%減）
- 事業別売上高：通信販売 4,491百万円（同4.0%増）
店舗販売 3,195百万円（同9.8%減）
卸販売 151百万円（同4.9%減）
- 営業利益率 6.4%（前年同期実績 6.3%）
- 中間配当の実施 1株当たり10円

通販

- SNSマーケティングの拡充により、SNSからの新規受注数は前年同期比24%増（アンケートベース）
- スクール関連商品、ガールズ向け新ブランド「ミルク・フラッペ」が好調に推移し、ジュニアシューズの受注額が前年同期比11%増と伸長

店舗

- 自社オリジナル商品をメインとする靴専門店を新たに3か店出店、1か店閉店（計8か店）スクラップ&ビルドを図りながら、京阪神エリアを中心にドミナント展開

コロナ 影響

- 総合店は緊急事態宣言解除後も閉店を1時間繰り上げた短縮営業を継続。靴専門店は入居する商業施設に準じた営業のため、一部店舗の一部期間において休業、時短営業が発生。
- コロナ禍に加え、中国の電力制限の影響も受け、海外生産委託工場での生産リードタイムが長期化、さらに海運貨物需要のひっ迫により、今期秋冬商品の一部においても断続的に輸入遅延が発生。



2022年3月期 第2四半期 決算サマリー

【連 結】（2021年4月～9月）

単位:百万円

	前年同期 実績	2022/03期 第2四半期累計				前年同期 実績差
		計画 (21/5/7 公表)	実 績	計画差	計画比	
売 上 高	8,021	8,200	7,839	△360	△4.4%	△181
営 業 利 益	507	400	503	+103	+26.0%	△3
経 常 利 益	490	390	499	+109	+28.1%	+9
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 四 半 期 純 利 益	332	260	335	+75	+29.2%	+3

計
画
比

売 上 高

通信販売事業は前期並み、店舗販売事業及び卸販売事業は前期からの回復を想定した売上高としておりましたが、特に店舗販売において、緊急事態宣言の長期化による来店頻度の減少が影響し、計画を大幅に下回りました。

利 益

通信販売事業において、前期より原価アップを見込み売上総利益率の低下を想定した計画としておりましたが、2Q累計においては影響は軽微に止まったこと、また店舗販売事業において緊急事態宣言期間中のチラシ配布を自粛したことなどにより、計画より上振れました。

前
年
同
期
比

売 上 高

靴はほぼ前年並みを維持したものの、前年伸長した日用雑貨やインテリアなどの巣ごもり関連商品が一服したため、前年を割り込む結果となりました。
(収益認識基準の適用による影響額は+7百万円)

利 益

減収になったものの、前年並みの利益水準を概ね確保することができました。
(収益認識基準の適用による営業利益、経常利益、税金等調整前四半期純利益への影響額は+2百万円)



2022年3月期 第2四半期 損益計算書

【連結：累計】

単位:百万円

	21/03期 第2四半期		22/03期 第2四半期	
売上高	8,021	100%	7,839	100%
売上総利益	3,717	46.3%	3,834	48.9%
販売費及び一般管理費	3,210	40.0%	3,330	42.5%
営業利益	507	6.3%	503	6.4%
経常利益	490	6.1%	499	6.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	332	4.1%	335	4.3%

●売上総利益率

前期比+2.6%のうち、収益認識基準の適用による影響は+1.4%です。その他の主な上昇要因は、靴専門店の出店拡大等に伴う当社オリジナル商品(PB商品)の売上構成比の上昇によるものです。

●売上高販管費率

前期比+2.5%のうち、収益認識基準の適用による影響は+1.4%です。その他の主な上昇要因は、新卒採用増や靴専門店の出店によるものです。

【2022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	4,444	+0.0%	3,395	▲5.1%
経常利益	466	+9.3%	33	▲47.9%

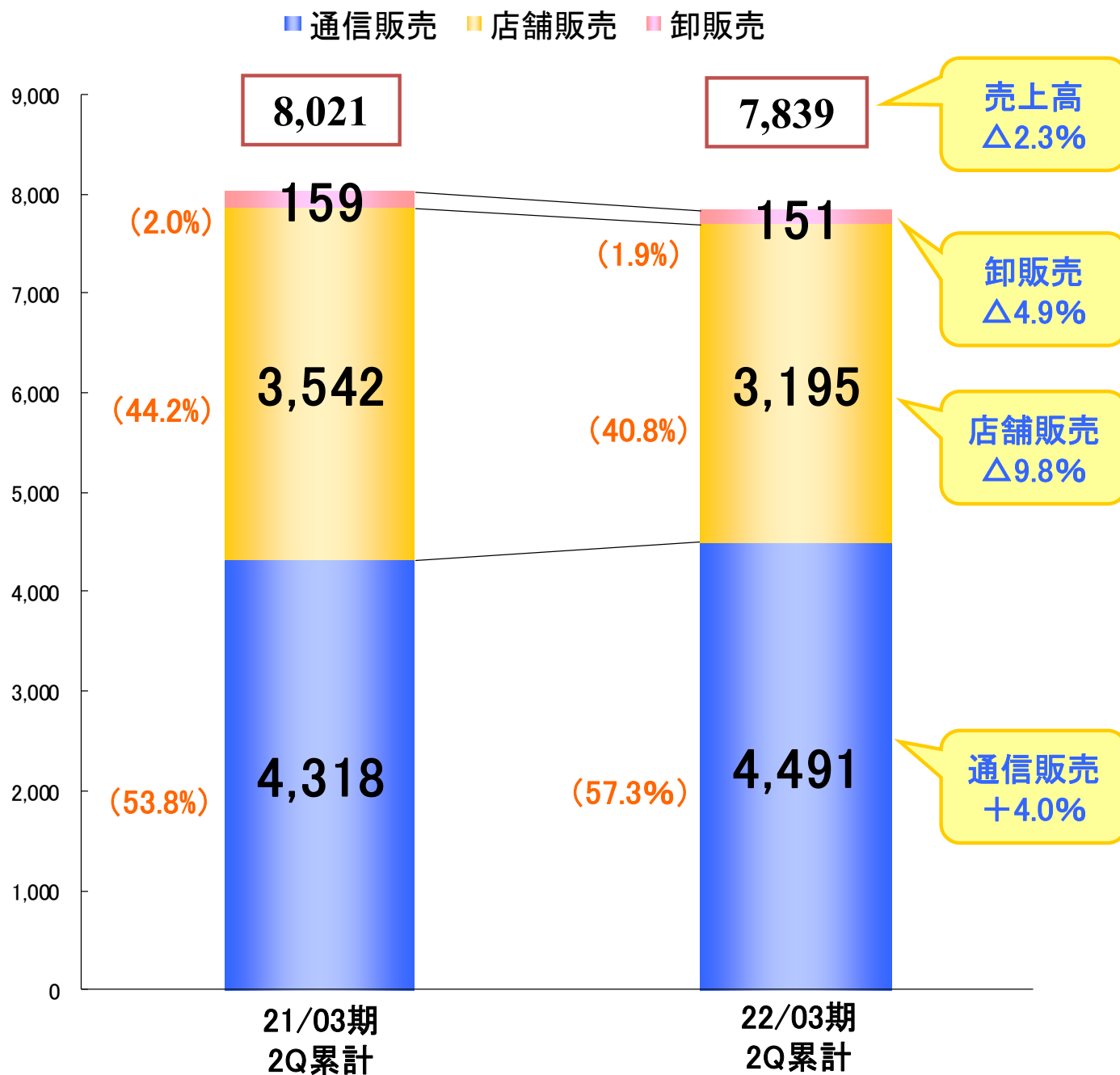
第2四半期は、春夏シーズンの終盤期にあたるため、例年、売上高及び利益とも第1四半期に及びません。

前年同期と比較した売上高は、4月は前年を大幅に上回ったものの、5月以降は緊急事態宣言の長期化により苦戦しました。



セグメント別 売上高推移

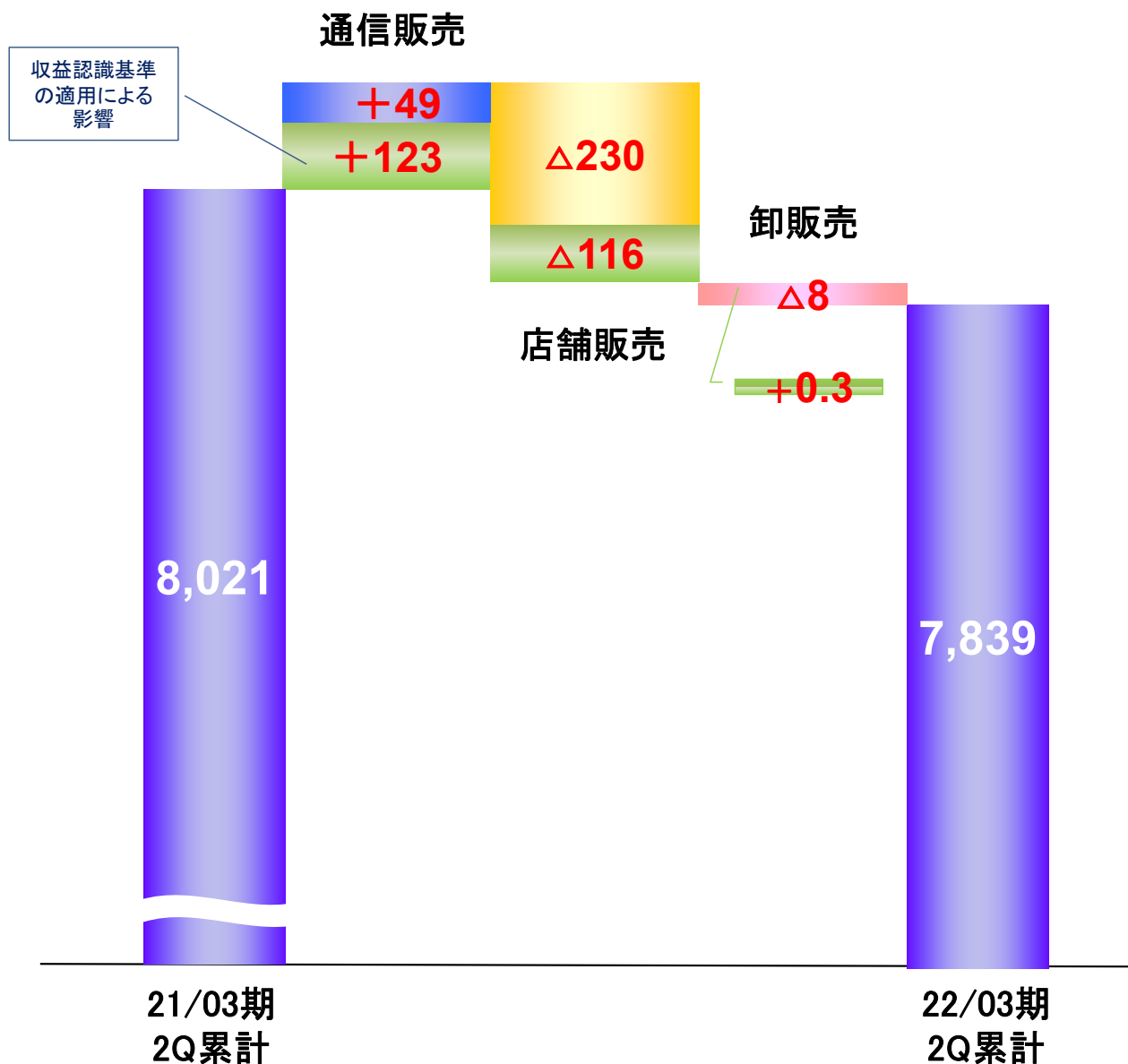
(単位:百万円)





売上高の前期比増減要因

(単位:百万円)



※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を当期の期首から適用しております。

収益認識基準の適用による主な影響

- ① 受託販売に係る収益の計上方法について、総額から純額(手数料売上)へ変更
- ② 売上時に付与した自社ポイント及びクーポンの計上方法について、販管費から売上計上の繰り延べへ変更
- ③ 上記②以外のクーポン利用による値引きの計上方法について、販管費から売上高の減額へ変更
- ④ 配送及び代金回収サービスに係る手数料の計上方法について、販管費の減額から手数料売上へ変更

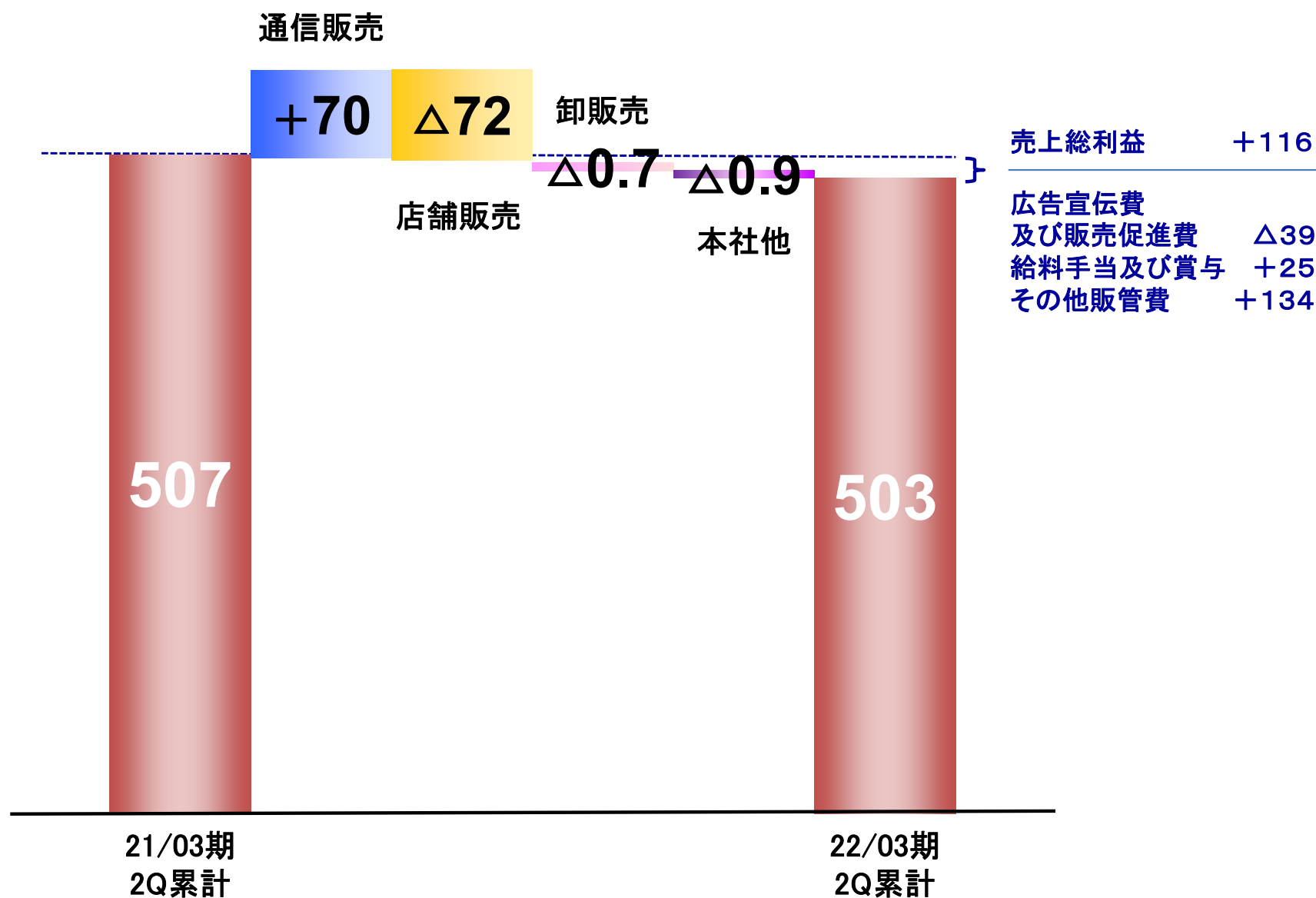
(※営業利益に与える影響は軽微)

事業セグメント	該当する取引
通信販売	②、③、④
店舗販売	①、②、④
卸販売	④



営業利益の前期比増減要因

(単位: 百万円)

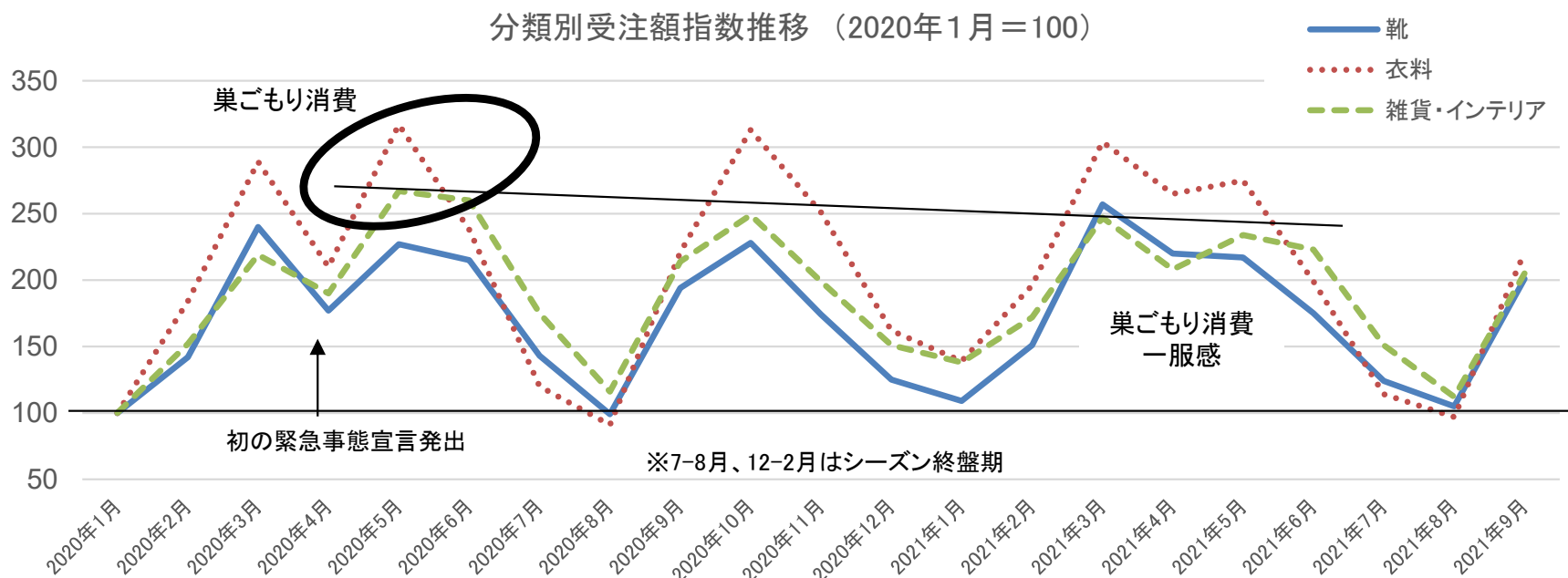
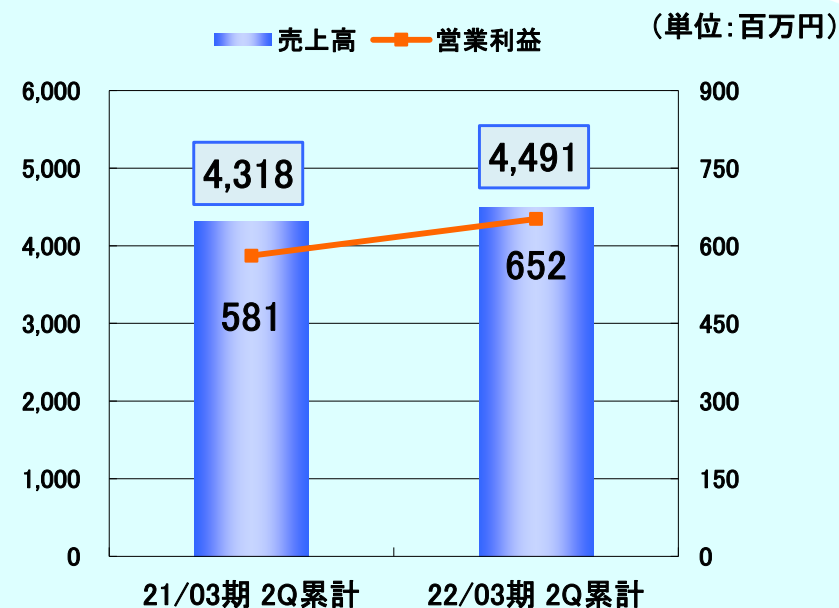




セグメント別概況 ①

通信販売

- 商品面では、スクール関連商品が好調で、前年を大幅に上回る受注を確保しました。また、販促施策として創業60周年記念キャンペーン(2~7月)の継続、WEB広告やSNSインフルエンサーマーケティングの拡充等を進めた結果、増収となりました。
- 増収に加え、売上総利益率の改善および紙媒体に係る広告宣伝費の削減等により、増益となりました。



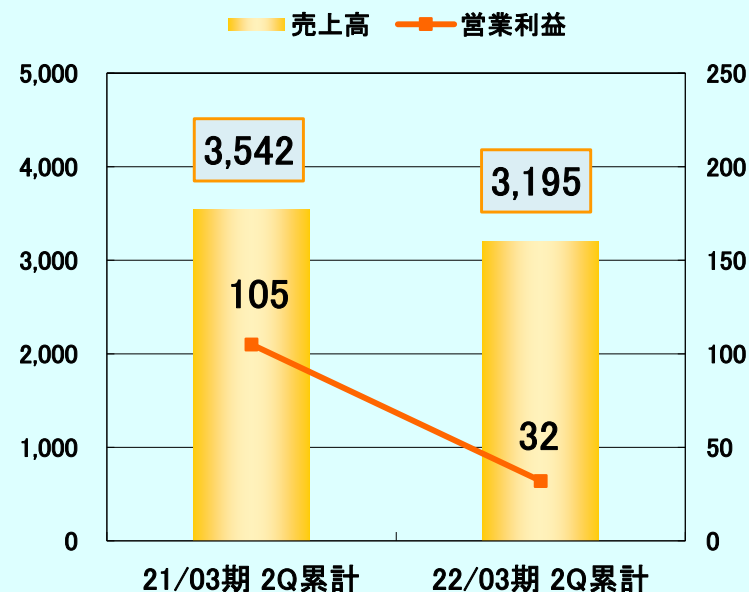


セグメント別概況 ②

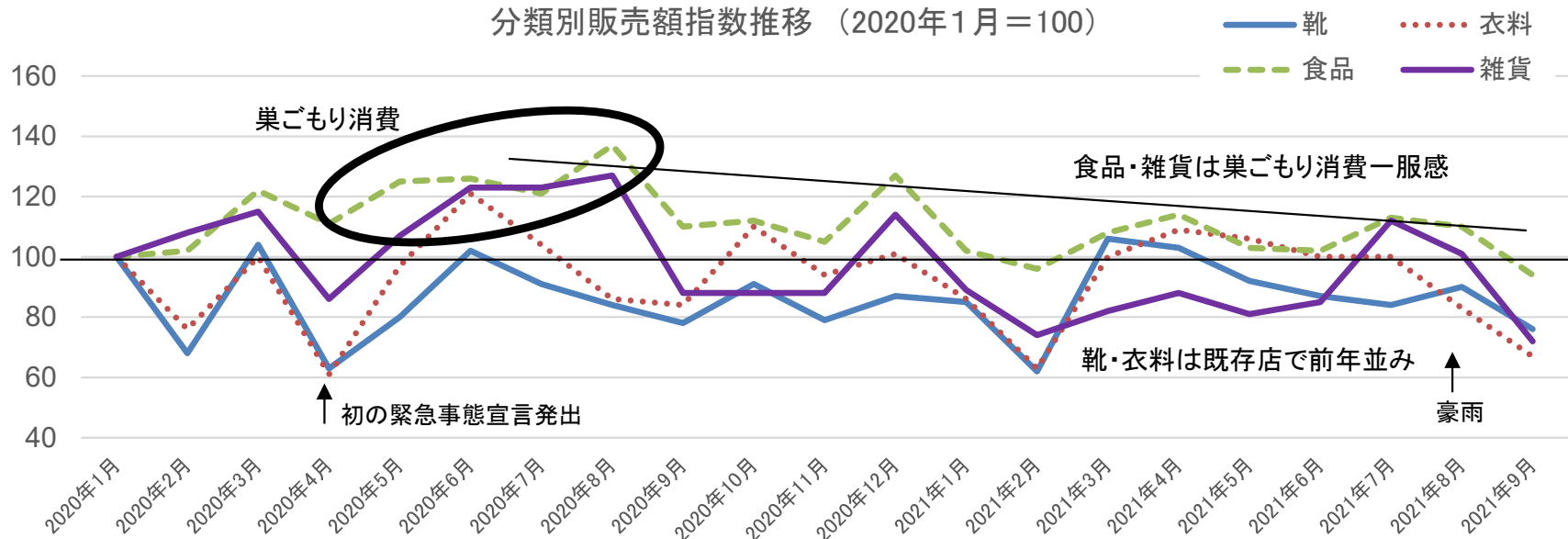
店舗販売

- 靴専門店出店による売上増加が寄与し、靴部門の売上高は前年を上回ることができましたが、緊急事態宣言の長期化やお盆期間中の豪雨の影響により、総合店での集客に苦戦し、減収となりました。
- オリジナル商品をメインに扱う靴専門店の売上増加に伴い、売上総利益率は上昇しましたが、減収の影響が大きく、減益となりました。

(単位:百万円)



分類別販売額指数推移 (2020年1月=100)

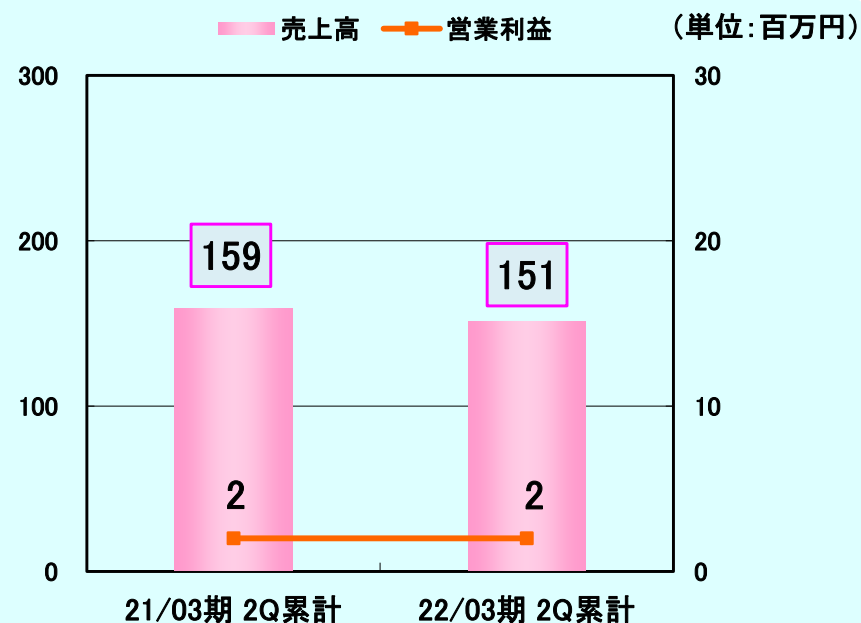




セグメント別概況 ③

卸販売

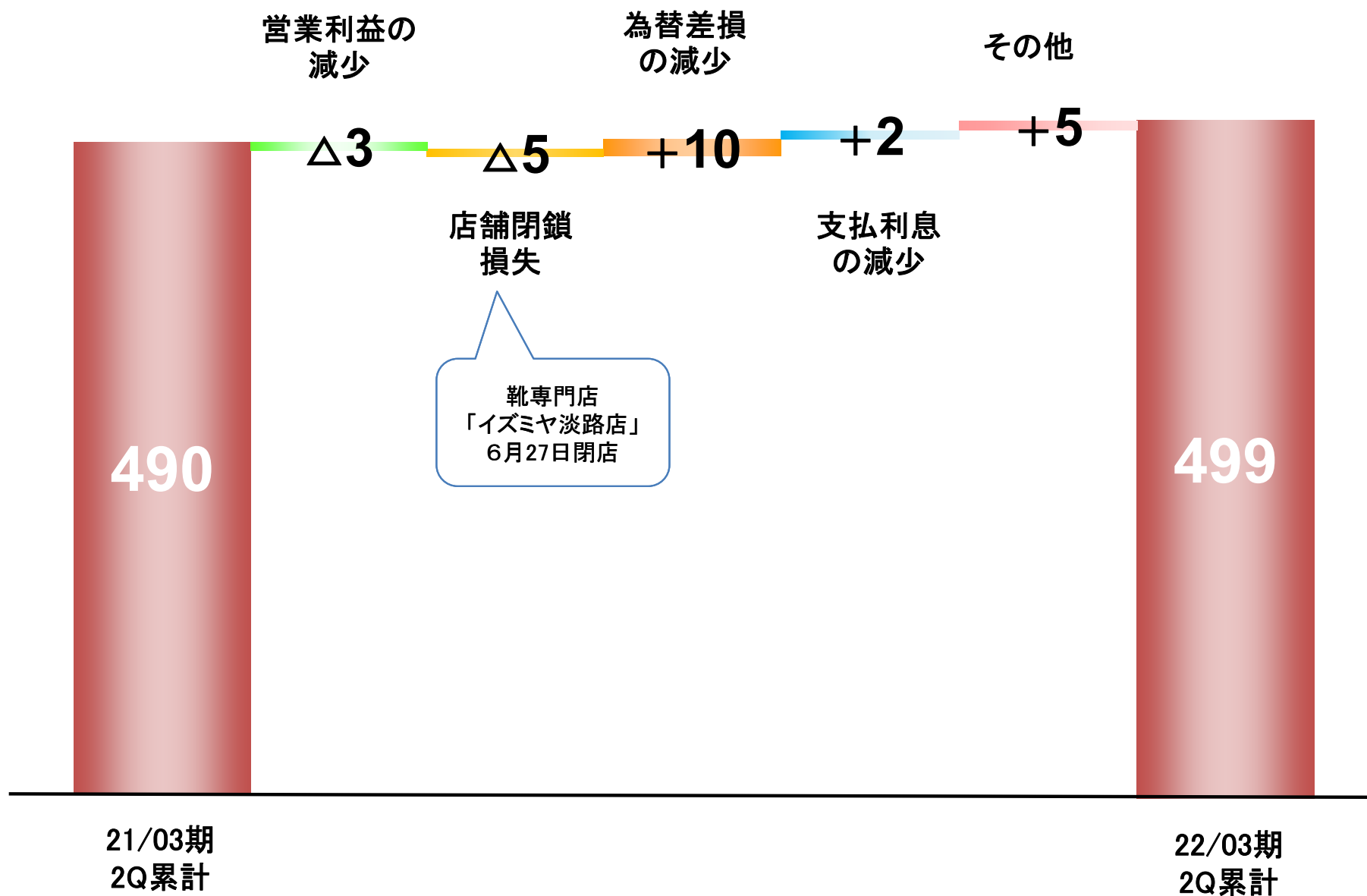
- ホームセンターや通販会社など新規取引先の開拓が進む一方で、主要大口取引先および小売店向け販売「大卸」においては消費者の最終需要の低下等により販売が伸び悩んだ結果、減収となりました。
- 減収に加え、販売強化による売上総利益率の低下が影響し、減益となりました。





経常利益の前期比増減要因

(単位: 百万円)





連結貸借対照表

(単位:百万円)

	21/03期末		22/03期 2Q累計	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	11,223	65.6%	11,978	67.3%
現預金	6,788	39.7%	7,842	44.1%
受取手形・売掛金	1,037	6.1%	809	4.5%
棚卸資産	3,233	18.9%	3,145	17.7%
その他	175	1.0%	190	1.1%
貸倒引当金	△10	△0.1%	△9	△0.1%
固定資産	5,890	34.4 %	5,813	32.7%
有形固定資産	5,588	32.7%	5,499	30.9%
無形固定資産	48	0.3%	58	0.3%
投資その他の資産	253	1.5%	255	1.4%
資産合計	17,114	100%	17,791	100%

●主な増減要因

資 産

資 産 : 前期末比 +677

- 現預金 +1,054
- 棚卸資産 △88
- 建物及び構築物 △93

	21/03期末		22/03期 2Q累計	
	金額	構成比	金額	構成比
流動負債	4,388	25.6%	4,072	22.9%
買掛金	901	5.3%	730	4.1%
短期借入金 (1年内長期借入含む)	2,053	12.0%	2,165	12.2%
未払金	778	4.5%	681	3.8%
その他	655	3.8%	494	2.8%
固定負債	5,626	32.9%	6,371	35.8%
長期借入金	5,333	31.2%	6,073	34.1%
負債合計	10,015	58.5%	10,443	58.7%
株主資本	7,011	41.0%	7,299	41.0%
資本金	450	2.6%	450	2.5%
資本剰余金・利益剰余金他	6,561	38.3%	6,848	38.5%
その他包括利益累計	87	0.5%	49	0.3%
純資産合計	7,099	41.5%	7,348	41.3%
負債純資産合計	17,114	100%	17,791	100%

負債・純資産

負 債 : 前期末比 +428

純資産 : 前期末比 +249

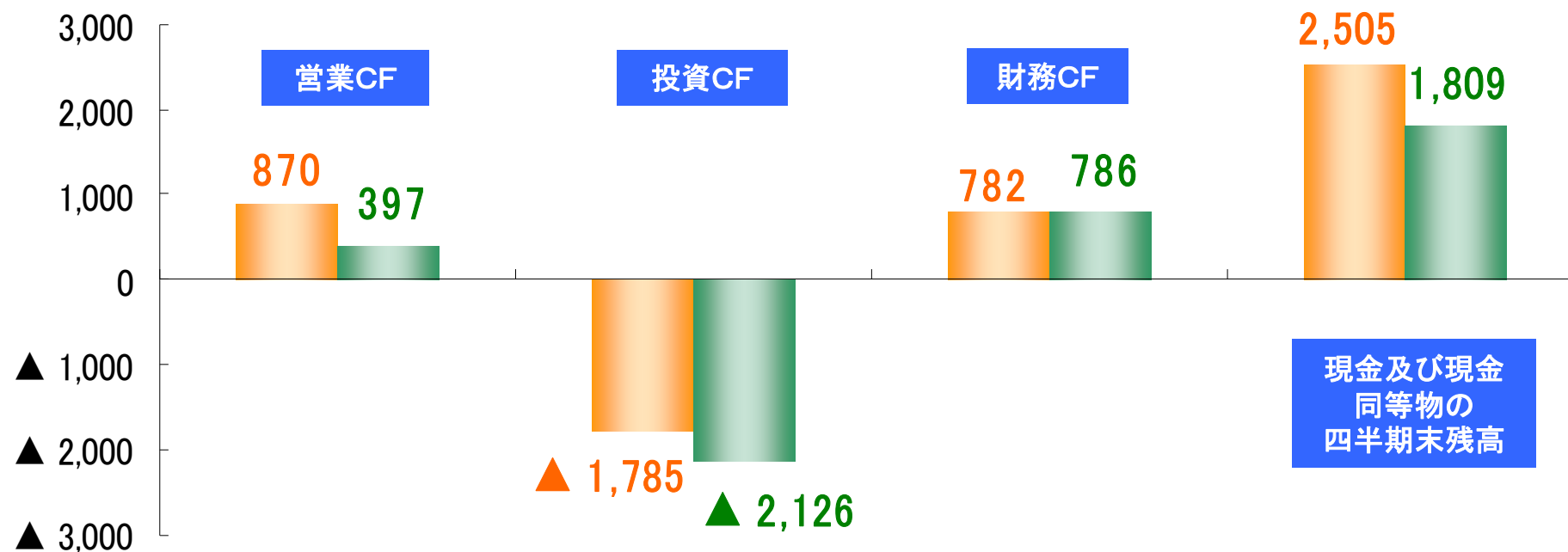
- 買掛金 △170
- 借入金(短期・長期) +852
- 利益剰余金 +287



連結キャッシュフロー計算書

(単位: 百万円)

■ 21/03期 2Q累計 ■ 22/03期 2Q累計



主な要因

・税金等調整前四半期純利益
+499百万円
・売上債権の減少額
+228百万円
・仕入債務の減少額
△172百万円

・余剰資金を安全性の高い
3か月超の定期預金等で
運用
・有形固定資産の取得
△26百万円

上期において、20億円の
長期資金を調達
(前期は21億円の調達)

貸借対照表における現金・
預金7,842百万円および
有価証券100百万円との
差異は、3か月超定期預金
等6,132百万円によるもの



他にはない 他ではできない

➤ 今期の取組みについて





2022年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	2021/03 期 実績	2022/03 期予想 (2021/5/7 公表)	2022/03期 2Q累計 実績	通期予想 進捗率
売上高	15,962	16,200	7,839	48.4%
営業利益	922	700	503	72.0%
経常利益	911	690	499	72.4%
経常利益率	5.7%	4.3%	6.4%	—
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益	560	450	335	74.7%
当期(四半期)純利益率	3.5%	2.8%	4.3%	—
1株当たり当期(四半期)純利益	115円 6銭	92円 39銭	68円 97銭	74.7%

● 通期業績予想

売上高	緊急事態宣言解除後の10月は、店舗において客足も徐々に回復傾向が見られ、また通販においても気温の低下とともに秋冬商品の動きが好調に推移していることから、本状況が継続することを前提に通期業績予想を据え置くことといたします。創業60周年記念商品の投入や販促策の強化により、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、当初計画を見直し、通信販売93億円、店舗販売66億円、卸販売 3億円としております。
利益	第2Q累計実績において既に通期予想の7割強の進捗率ではありますが、PB商品の原価率アップの影響が商品の入れ替えを通じて次第に効いてくることが想定されること、また靴専門店の出店費用や店舗チラシの配布増などによる販管費の増加が見込まれることから、通期利益予想額を維持します。

● 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)

秋冬商品においても 創業60周年記念商品 を投入！

創業60周年

60th
ANNIVERSARY



60周年 Special Price

冬の足元に抜け感。
人気のふわりっとバレエ！

¥499
(税込 ¥548)



60周年 Special Price

親子で履ける
ぽっこりルームシューズ。

¥399
(税込 ¥438)



60周年 Special Price

厚みのあるソールなのに、
驚くほどの軽さ！

15.0~28.0cm **¥780**
(税込 ¥858)



60周年 Special Price

やさしく包み込む
リラックスブラ&ショーツセット

¥680
(税込 ¥748)



60周年 Special Price

秋冬カラーの
親子おそろいTシャツ。

¥399~
(税込 ¥438~)



コト消費を捉え、アウトドア関連商品を充実！



水や汚れに強いから
アウトドアにも。



レディースキルティング
スニーカー(撥水)
¥1,680(税込¥1,848)

折りたたみ式ウッドラック(3段)
¥1,980(税込¥2,178)
LEDランタン
¥580(税込¥638)

組立式ドームテント
¥4,900(税込¥5,390)



ステンレスマグカップ350ml
¥780(税込¥858)
持ち手付ステンレスボトル500ml
¥980(税込¥1,078)
折りたたみアルミローテーブル
¥1,980(税込¥2,178)



マウンテンパーカ Kids' & Junior ¥2,380(税込¥2,618)
Ladies' & Men's ¥2,900(税込¥3,190)



ボアベスト

Kids' & Junior ¥1,380(税込¥1,518)
Ladies' & Men's ¥1,680(税込¥1,848)



年度経営方針

顧客ニーズへのあくなき探求

～新たな「売り物×売り方×売る場所」を創る～

計画達成に向けた具体策

●通信販売



- ☐ PB商品の計画的開発
- ☐ PB商品の納期管理の厳格化
- ☐ PB商品のブランド化推進
- ☐ SNSマーケティングの拡充

●店舗販売



- ☐ ブランドスニーカーの充実
- ☐ 特価商品の仕入れ強化
- ☐ 催事強化・テナント導入推進
- ☐ 靴専門店の多店舗展開

●卸販売



- ☐ ODM可能な新規取引先開拓
- ☐ EC卸「大卸し.com」強化
- ☐ 営業体制の効率化
- ☐ 在庫管理及び納期管理の徹底



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）

基本戦略

- ・ オリジナル商品を軸とした事業をさらに磨き上げるとともに、新しい事業領域にもチャレンジする。

商品改革

- ・ 低価格＋機能性を持ったオンリーワン商品の開発

サプライチェーン改革

- ・ 開発・仕入～販売までのリードタイムの短縮

コミュニケーション戦略

- ・ 3事業連携及びSNSマーケティングによるヒラキファンの獲得
- ・ ユーザー意見を活用した商品・サービスの開発

人財戦略

- ・ 将来を担う人財育成プログラムの開発
- ・ 働き方改革と生産性向上が両立する仕組み作り

財務戦略

- ・ 有利子負債の削減による財務体質の強化
- ・ 収益に結びつく資産の有効活用



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。

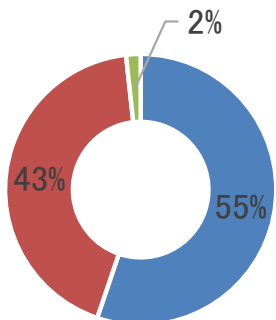
	主要指標	2021年3月期 実績	2024年3月期 目標 (2021年3月期増減比)	
成長性	連結売上高 (百万円)	15,962	17,000	+1,038 (+6.5%)
収益性	連結営業利益率 (%)	5.8	6.0	+0.2
効率性	ROE (%)	8.2	9.0	+0.8
安全性	自己資本比率 (%)	41.5	45.0	+3.5
生産性	従業員一人当たり売上高 (百万円)	26.9	28.0	+1.1



2023中期経営計画の概要(事業ポートフォリオ)

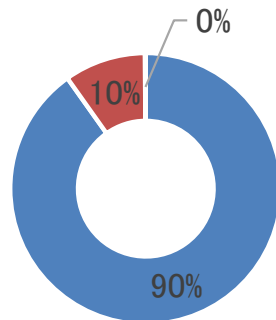
《 2021年3月期事業別シェア 》

セグメント売上高



■ 通信販売 ■ 店舗販売 ■ 卸販売

セグメント利益



(本社費用等除く)

■ 通信販売 ■ 店舗販売 ■ 卸販売

	展開	方向性
通信販売	全国	・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	・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	・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)

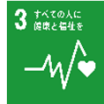
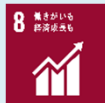
事業	ミッション	事業戦略
通信販売	暮らしを支える 「生活応援通販」	・ 単品で勝負できるオンリーワン商品の開発 (高機能×デザイン性×価格競争力) ・ 環境の変化に対応した品揃え拡充 ・ オリジナル商品のブランド化推進 ・ ECシフトへの取り組み強化とカタログ通販の効率化によるハイブリッド販促策の実施
店舗販売	ユーザーインの視点による 「顧客志向型店舗」	・ 生活インフラを担う総合店の再構築 ・ 地域に根差した店舗として地場産業との協業強化 ・ バリエティ豊かな品揃えとワクワクする売場づくり ・ 靴専門店のチェーン展開に向けたビジネスモデルの確立
卸販売	売場プロデュースで 「靴販売の裾野拡大」	・ 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	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	- 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	- 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	- 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	地場野菜や地元企業・団体商品の販売	 
ジェンダー	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	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





会社概要 (2021年9月末日現在)

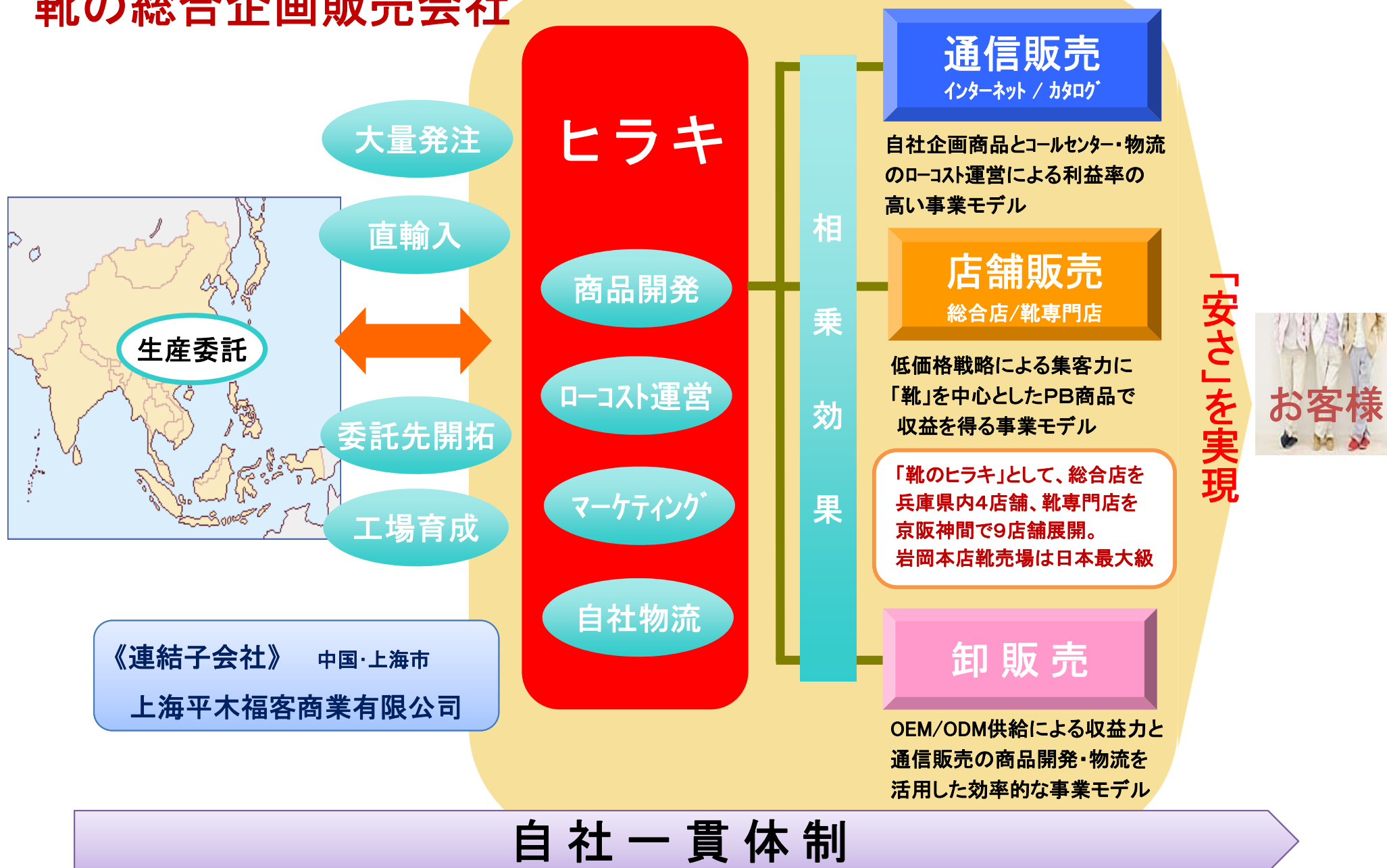
商号	ヒラキ株式会社 (英文:HIRAKI CO.,LTD.)
本社	兵庫県神戸市西区岩岡町野中字福吉556 ※ 登記上の本店所在地 兵庫県神戸市須磨区中島町3-2-6
設立 上場	1978年4月(創業1961年1月) <3月決算> 2006年11月14日 (東京証券取引所 市場第二部)
資本金	4億5,045万円
発行済株式総数	5,155,600株(100株単位)
代表者	代表取締役会長 兼 社長執行役員 伊原 英二 (1950年 4月27日生)
事業内容	靴の製造販売(SPA)モデルをベースとした靴の総合販売事業
セグメント	I. 通信販売事業(靴を中心としたインターネット、カタログによる通信販売) II. 店舗販売事業(靴を中心としたディスカウントストア及び靴専門店の運営) 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	604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





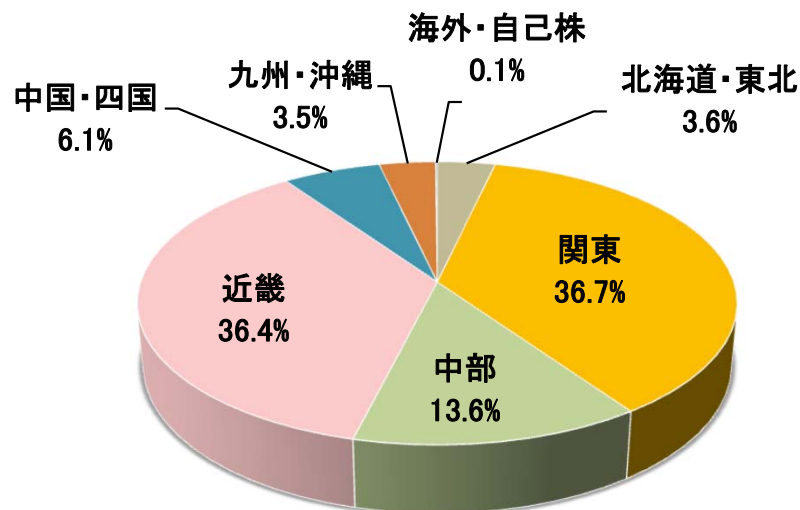
株式の状況

株主数 **12,280名**
(前年同期比 392名増)

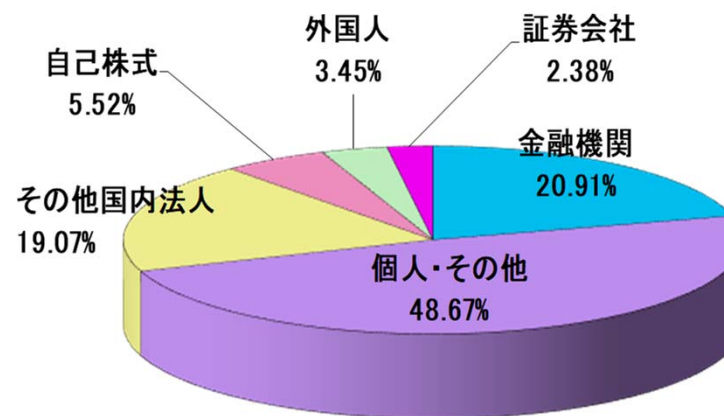
発行済株式総数 **5,155,600株**

自己株式数 **284,793株**
(前期末比 ±0 株)

地域別株主数比率

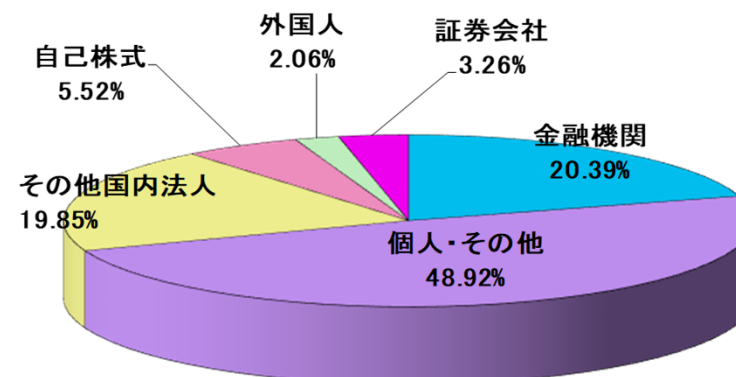


所有者別株式数比率



※株主数比率では「個人・その他」が99.1%を占める。

【参考】 前年同期 (2020年9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、2021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2021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。