

2024年3月期 第2四半期 決算説明会資料

2023年11月17日

ヒラキ株式会社

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

【目次】

- 2024年3月期 第2四半期 決算概要 P. 2
- 今期の取組みについて P.13

〔Appendix〕

- (ご参考) 中期経営計画について P.19
- 企業概要とビジネスモデル P.26



他にはない 他ではできない

➤ 2024年3月期 第2四半期 決算概要





2024年3月期 第2四半期 決算サマリー

【連 結】（2023年4月～9月）

単位: 百万円

	前年同期 実績	2024/3期 第2四半期累計				前年同期 実績差
		計画 (23/5/10 公表)	実 績	計画差	計画比	
売 上 高	7,270	7,500	6,842	△657	△8.8%	△427
営 業 利 益	194	200	39	△160	△80.1%	△154
経 常 利 益	220	210	34	△175	△83.6%	△186
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 四 半 期 純 利 益	139	130	15	△114	△88.5%	△124

計
画
比

売 上 高

店舗販売は人流回復および靴専門店出店による増収見込みを達成しました。一方、主力の通信販売は実績のあるオリジナル商品に価格競争力を持たせて受注回復を目指したものの全体の受注を牽引するに至らず、計画を下回りました。

利 益

売上総利益率は45.8%と計画に0.2ポイント未達、また減収によって販管費率が45.2%となり、計画より1.9ポイント上昇した結果、営業利益率は計画に比べて2.1ポイント減となる0.6%の結果となり、営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する四半期純利益は計画を下回りました。

前
年
同
期
比

売 上 高

アフターコロナへの転換による経営環境の変化に伴い、店舗販売は増収に転じた一方、通信販売は逆風となり、それを上回るほどの商品の価値を魅力的かつ効果的に表現できず受注減となりました。

利 益

店舗販売は増収による増益、また卸販売は売上総利益率の改善および固定費の削減により損失を縮小することができましたが、通信販売の減収による減益幅がそれらを上回った結果、全社において減益となりました。



2024年3月期 第2四半期 損益計算書

【連結：累計】

単位:百万円

	23/3期 第2四半期		24/3期 第2四半期	
売上高	7,270	100%	6,842	100%
売上総利益	3,387	46.6%	3,133	45.8%
販売費及び一般管理費	3,193	43.9%	3,094	45.2%
営業利益	194	2.7%	39	0.6%
経常利益	220	3.0%	34	0.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	139	1.9%	15	0.2%

● 売上総利益率

オリジナル商品の価格改定を実施したことにより、3事業とも前年同期を上回りました。しかしながら、商品粗利益率の高い通販事業の売上シェアが前年同期と比べて4.9ポイント低下した結果、全社においては前年同期比▲0.8%となりました。

● 売上高販管費率

販管費は、カタログ・チラシの紙代や人件費等のコスト上昇要因を吸収し、前年同期比▲99百万円としましたが、減収の影響が大きく、販管費率は前期同期比＋1.3%となりました。

【2024年3月期 連結四半期推移】

単位:百万円

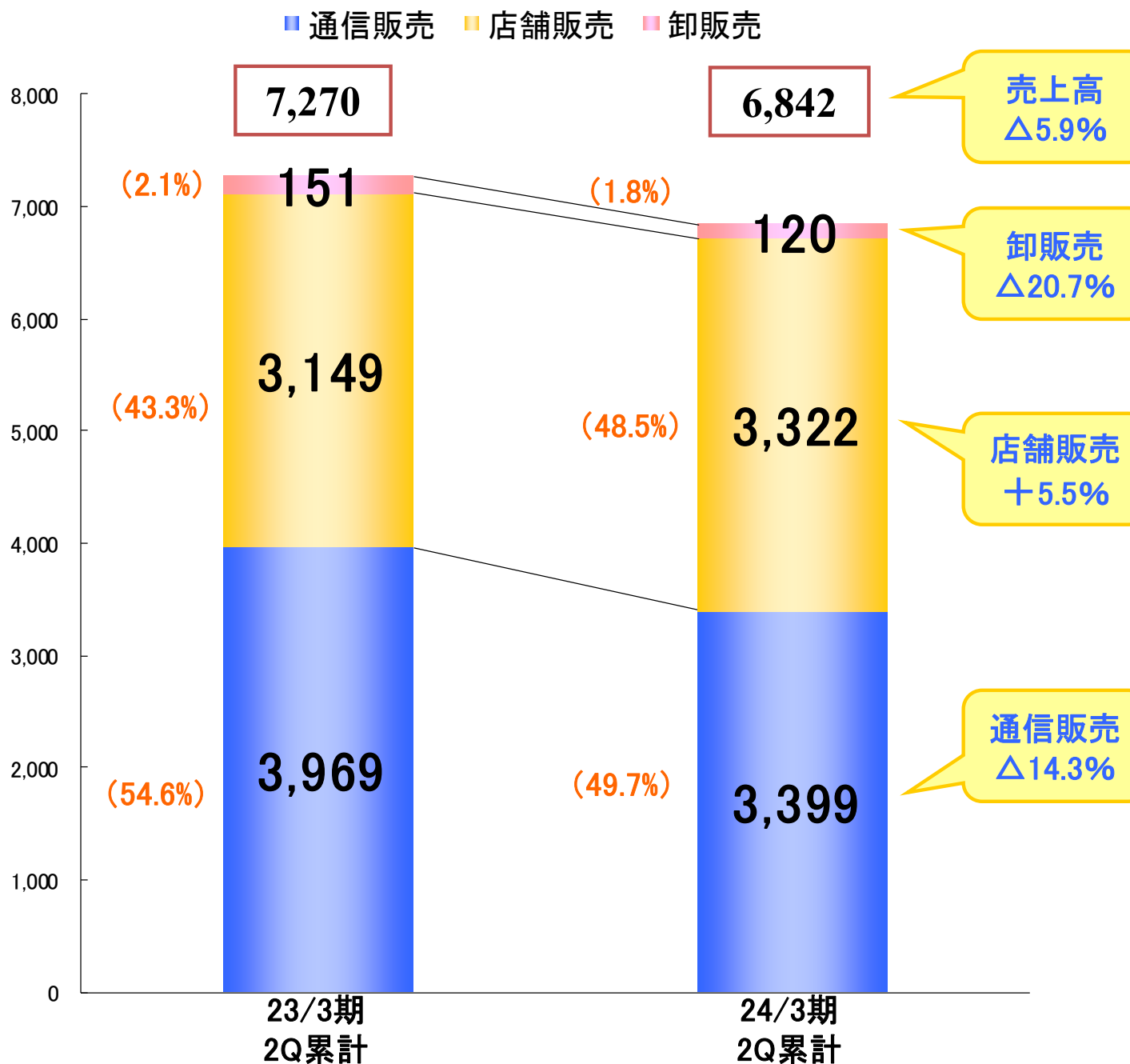
	第1四半期		第2四半期	
	金額	前年同四半期増減	金額	前年同四半期増減
売上高	3,840	▲7.5%	3,002	▲3.7%
経常利益	187	▲139	▲152	▲47

第2四半期は、春夏シーズンの終盤期にあたるため、例年、売上高および利益とも第1四半期に及びませんが、当第2四半期の経常利益はマイナスになりました。



売上高の前期比増減要因

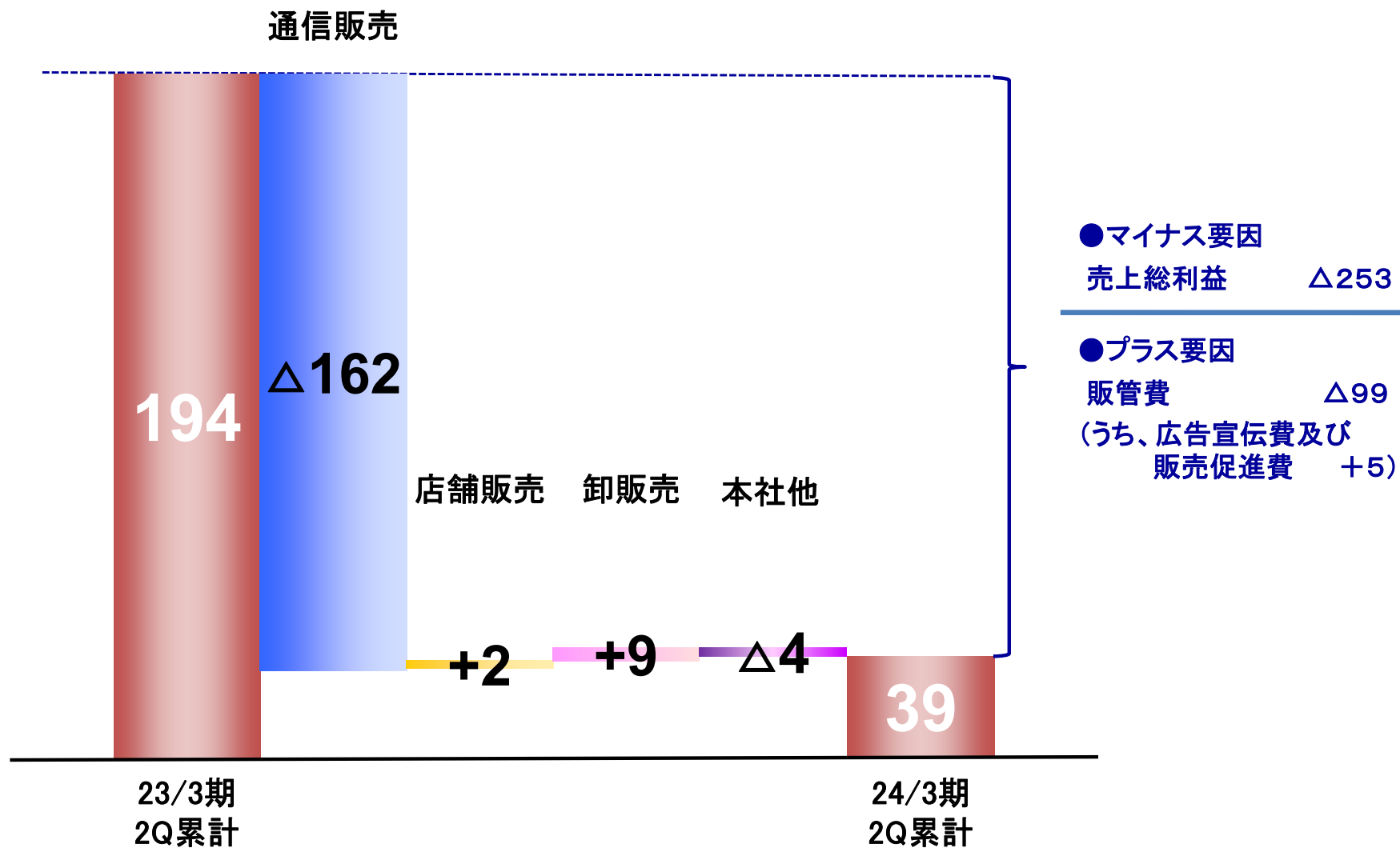
(単位:百万円)





営業利益の前期比増減要因

(単位:百万円)



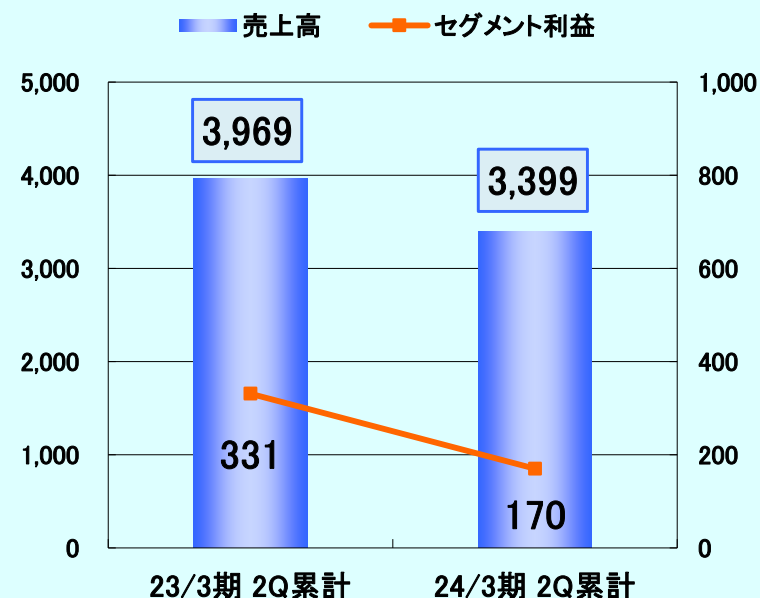


セグメント別概況 ①

通信販売

- テレビCMやインフルエンサーによるPR投稿のほか、クーポン懸賞の靴祭りキャンペーン等を実施し、受注獲得に努めましたが、販売促進商品が全体の受注を牽引するに至らず、減収となりました。
- 利益面について、前期に円安の影響で低下した売上総利益率は価格改定により改善が図れ、また固定費も減少したものの、減収幅が大きく、減益となりました。

(単位: 百万円)



前期

- ・【上期】
中国等生産国でのロックダウンの影響による入荷遅延 → 販売機会逸失
- ・【下期】
円安の影響による価格改定
→ 買い控え

2023年3月末現在で前年比23%増

今期

- ・ 販売価格維持できず追加発注断念
- ・ 適正在庫に向けた仕入抑制
→ 鮮度のある商品が不足

2023年9月末現在で前期末比14%減

在庫増

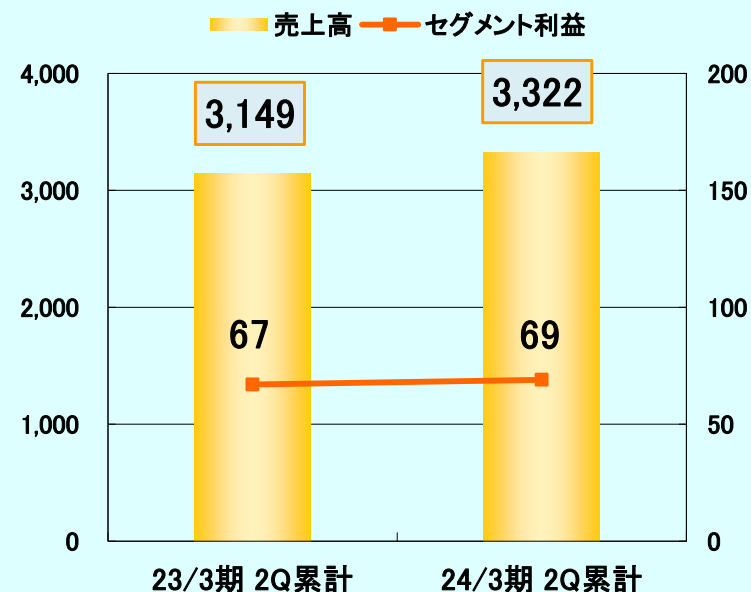


セグメント別概況 ②

店舗販売

- 昨年11月に岩岡店、本年8月に姫路店でオープンした「おかし館」効果による来店客数の増加が他部門へも波及、また靴部門も、靴専門道を1か店出店した他、既存店販売が好調に推移した結果、増収となりました。
- 利益面は、人件費等の増加による販管費増を、増収および売上総利益率の改善によりカバーした結果、増益となりました。

(単位:百万円)



靴専門店展開(12店舗) ※9/30現在

- 出店：7/1 リノアス八尾店（大阪府八尾市）



姫路店「靴とお菓子の店」にリニューアル

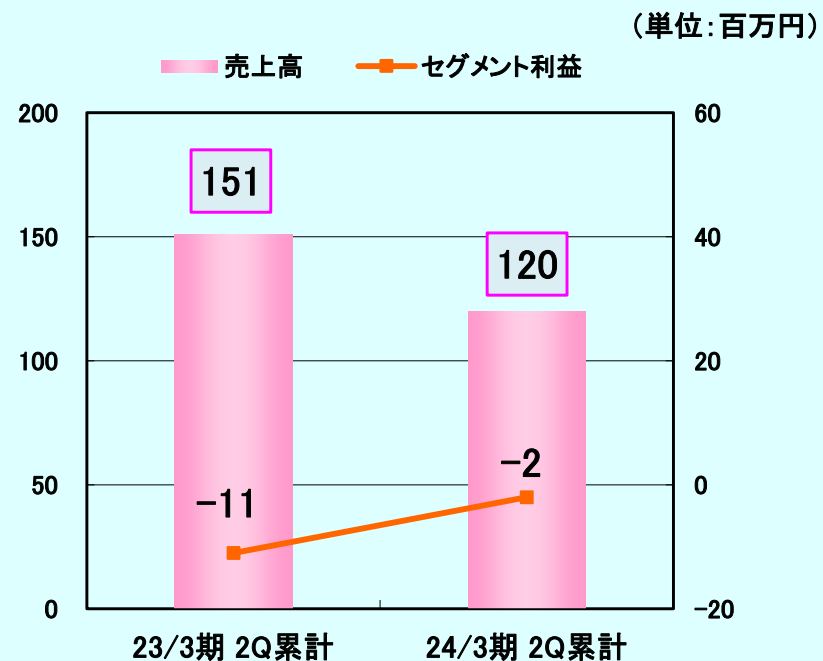




セグメント別概況 ③

卸販売

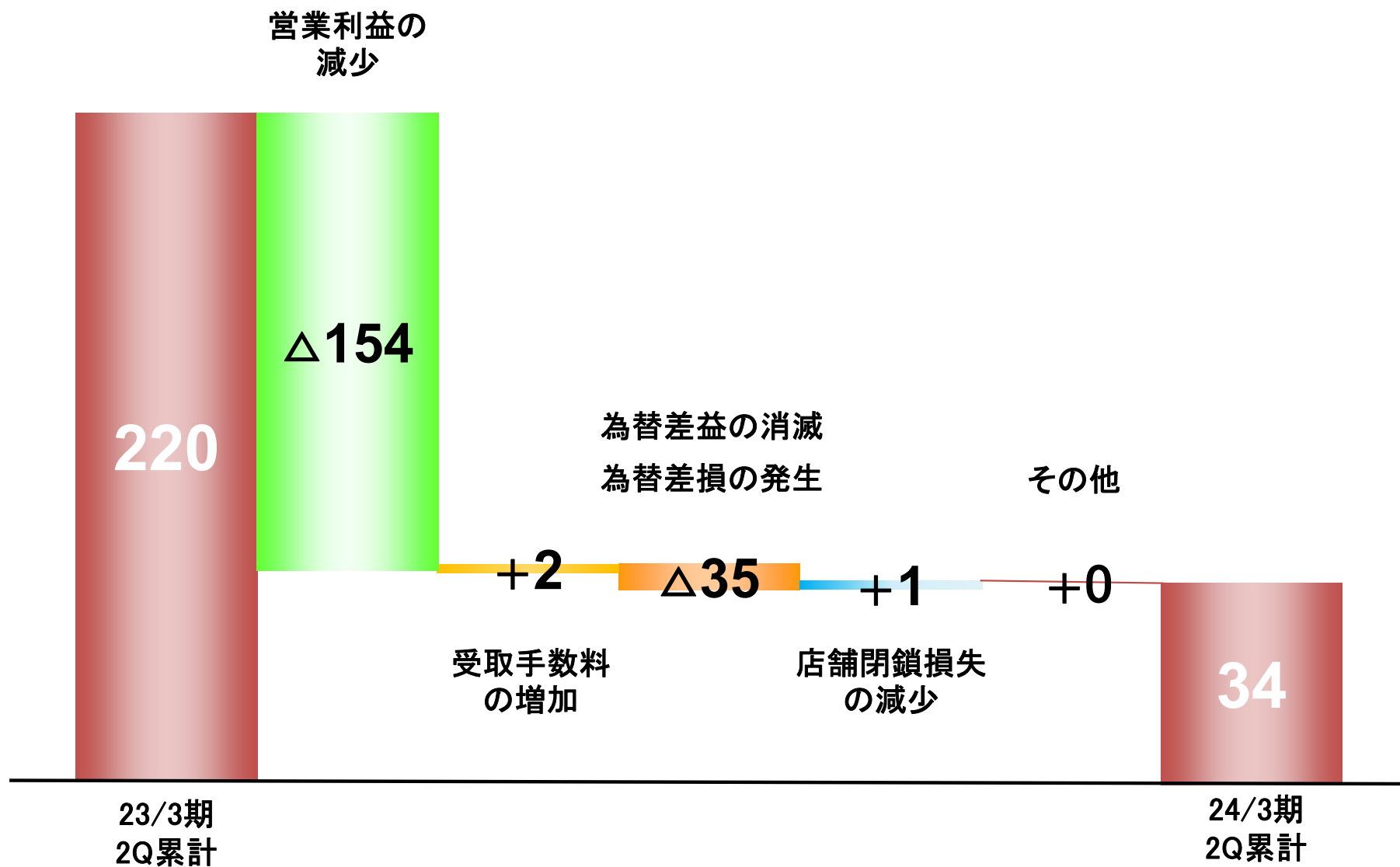
- 靴小売店向け「大卸し」および新規取引先の受注は堅調に推移した一方、前期円安の影響で悪化した商品粗利益率の改善を図った影響により、主力取引先における大口スポット受注が減少した結果、減収となりました。
- 利益面については、減収になったものの、売上総利益率が改善できたほか、固定費の削減も図れた結果、セグメント損失は縮小しました。





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)

	2023/3期末		24/3期 2Q累計	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	10,773	65.5%	11,920	68.3%
現預金	5,728	34.8%	7,721	44.2%
売掛金	938	5.7%	670	3.8%
棚卸資産	3,857	23.5%	3,350	19.2%
その他	255	1.6%	183	1.1%
貸倒引当金	△7	△0.0%	△6	△0.0%
固定資産	5,665	34.5%	5,533	31.7%
有形固定資産	5,293	32.2%	5,185	29.7%
無形固定資産	100	0.6%	85	0.5%
投資その他の資産	271	1.7%	262	1.5%
資産合計	16,438	100%	17,453	100%

	2023/3期末		24/3期 2Q累計	
	金額	構成比	金額	構成比
流動負債	3,612	22.0%	3,807	21.8%
買掛金	708	4.3%	613	3.5%
短期借入金 (1年内長期借入含む)	1,943	11.8%	2,082	11.9%
その他	960	5.8%	1,111	6.4%
固定負債	5,373	32.7%	6,143	35.2%
長期借入金	5,049	30.7%	5,814	33.3%
負債合計	8,986	54.7%	9,950	57.0%
株主資本	7,391	45.0%	7,358	42.2%
資本金	450	2.7%	450	2.6%
資本剰余金・利益剰余金他	6,941	42.2%	6,907	39.6%
その他包括利益累計	60	0.4%	144	0.8%
純資産合計	7,452	45.3%	7,503	43.0%
負債純資産合計	16,438	100%	17,453	100%

●主な増減要因

資 産

資 産 : 前期末差 +1,014

■ 現預金	+1,992
■ 棚卸資産	△ 507
■ 有形固定資産	△ 108

負債・純資産

負 債 : 前期末差 +964
純資産 : 前期末差 +50

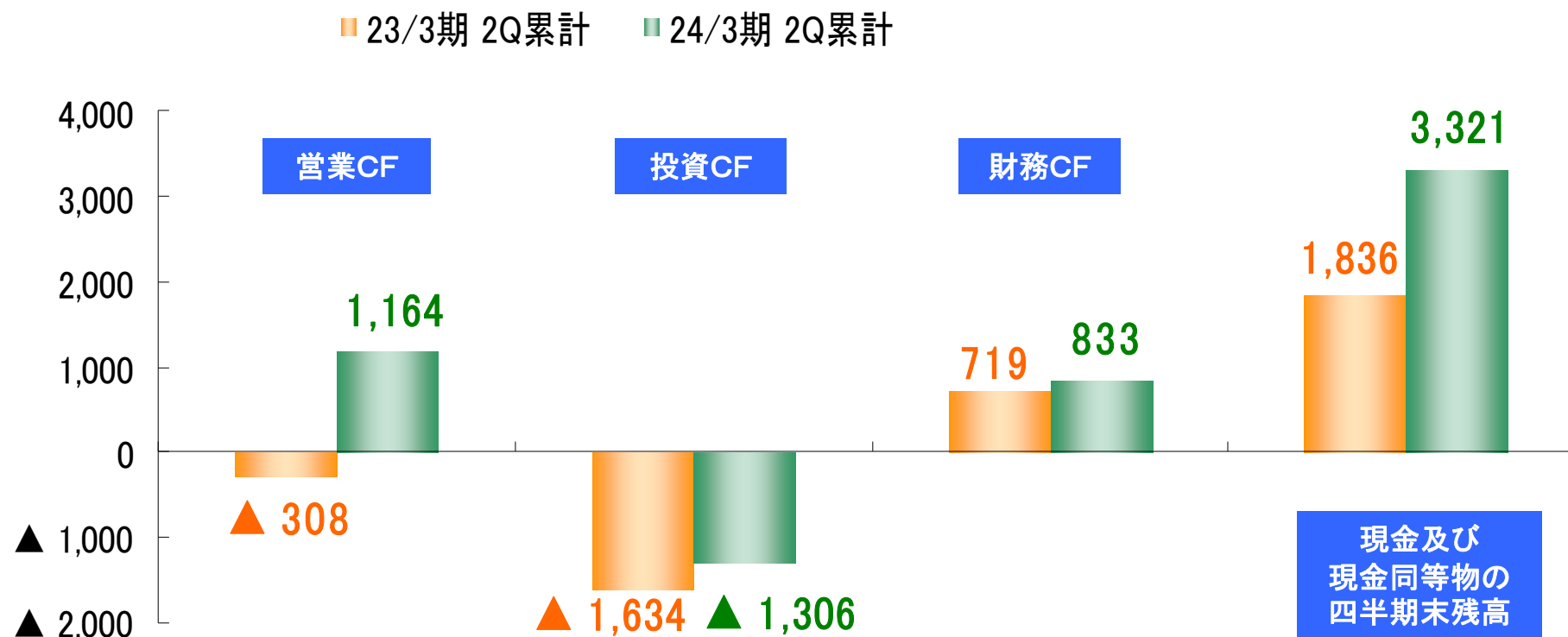
■ 買掛金	△ 95
■ 借入金(短期・長期)	+904
■ 利益剰余金	△ 33

※構成比について、小数点第2位以下を四捨五入しており、各項目の比率を加算しても100%にならない場合があります(合計欄は100%で表示)。



連結キャッシュフロー計算書

(単位: 百万円)



主な増減要因

営業CFがプラスに転じた
主な要因は、棚卸資産の
増減額が507百万円減少
したことによるものです。

靴専門店出店費用等の他、
余剰資金は安全性の高い
3か月超の定期預金で運用
しました。

上期において、20億円の
長期資金を調達しました。
(前期は通期で21億円の
調達)

貸借対照表における現金・預金
7,721百万円との差異は、3か月
超定期預金4,400百万円の運用
によるものです。



他にはない 他ではできない

➤ 今期の取組みについて





2024年3月期 連結業績予想 ① 通期

(単位:百万円)

	2024/3期 当初予想 (2023/5/10 公表)	2024/3期 修正予想 (2023/11/8 公表)	当初予想比	前期実績 (2023/3 期)	前期比
売上高	14,900	13,900	△6.7%	14,288	△2.7%
営業利益	400	160	△60.0%	155	+3.2%
経常利益	420	150	△64.3%	188	△20.5%
経常利益率	2.8%	1.1%	—	1.3%	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	260	100	△61.5%	111	△10.5%
当期純利益率	1.7%	0.7%	—	0.8%	—
1株当たり当期純利益	53円 42銭	20円 54銭	—	22円 94銭	—

● 通期業績予想

売上高	上期の結果および足元の状況を踏まえ、通期業績予想を修正いたします。 店舗販売は当初予想を維持しますが、通信販売および卸販売は計画を引き下げ、 通期の全社売上高は139億円を想定しております。 事業セグメント別の通期売上高計画は、通信販売72億円、店舗販売65億円、卸販売 2億円としております。
利益	下期は、上期と比較して売上総利益率の改善を見込んでおりますが、現況は円安が 再び進行していることを鑑み、当初予想からは引き下げております。また、経費管理を 徹底することにより、上期の利益水準を上回り、通期では最終利益100百万円を確保 する計画です。

● 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)



2024年3月期 連結業績予想 ② 下期

●上期実績と下期予想

上 期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期 (5/10予想)	2024年3月期 (実績)	5/10予想比
売上高(百万円)	7,839	7,270	7,500	6,842	△8.8%
売上総利益率	48.9%	46.6%	46.0%	45.8%	△0.2P
販管費率	42.5%	43.9%	43.3%	45.2%	+1.9P
営業利益(百万円)	503	194	200	39	△80.1%
営業利益率	6.4%	2.7%	2.7%	0.6%	△2.1P
為替(ドル・円)※	109.77円	133.96円	135円	140.95円	+4.4%

下 期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期 (5/10予想)	2024年3月期 (11/8予想)	5/10予想比
売上高(百万円)	7,359	7,017	7,400	7,058	△4.6%
売上総利益率	48.3%	46.1%	47.4%	46.9%	△0.5P
販管費率	45.8%	46.6%	44.7%	45.2%	+0.5P
営業利益(百万円)	185	△39	200	121	△39.5%
営業利益率	2.5%	△0.6%	2.7%	1.7%	△1.0P
為替(ドル・円)※	114.92円	136.84円	135円	150円	+11.1%



特別価格の販売促進商品を複数アイテム投入

数量
限定

靴擦れしにくい!
やわらか
ビットローファー

SPECIAL PRICE
¥780
(税込 ¥858)

進化を遂げて、
フィット
「Fit」を
プラス!
15.0>28.0cm

より履きやすく快適に! //
ジョグ

SPECIAL PRICE
¥780~
(税込 ¥858~)



Special Price

毎日着たくなる肌触り。
ボアフリースジャケット登場。

キッズ&ジュニア

¥580

(税込 ¥638)

メンズ&レディース

¥780

(税込 ¥858)



Special Price

こだわり品質をお手頃価格で。
マイクロファイバー毛布

¥680

(税込 ¥748)



通信販売

週替わり目玉商品等の
販促策の打ち出し
強化による受注獲得



店舗販売

靴専門店
『ダイエー東大阪店』
(大阪府東大阪市)
11/10オープン



卸販売

通販の商品開発機能
を活用し、靴以外にも
ODM取引を拡大

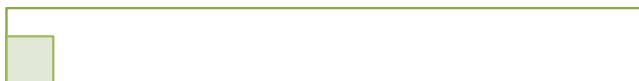


年度経営方針

原点経営を推進する

取り組み施策

●通信販売事業



☐ オリジナル商品の競争力強化

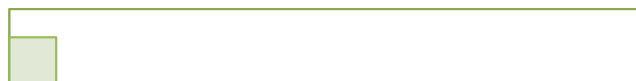
☐ 商品のブランディング推進

☐ 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

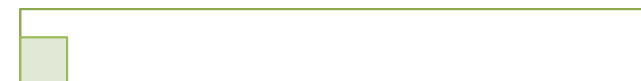
☐ 靴をはじめとする品揃えの強化

☐ 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



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。

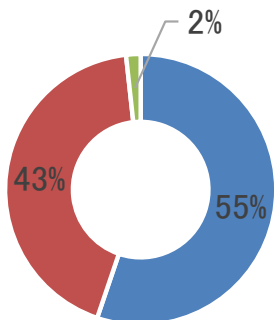
	主要指標	2021年3月期 実績	2024年3月期 目標 (2021年3月期増減比)	
成長性	連結売上高 (百万円)	15,962	17,000	+1,038 (+6.5%)
収益性	連結営業利益率 (%)	5.8	6.0	+0.2
効率性	ROE (%)	8.2	9.0	+0.8
安全性	自己資本比率 (%)	41.5	45.0	+3.5
生産性	従業員一人当たり売上高 (百万円)	26.9	28.0	+1.1



2023中期経営計画の概要(事業ポートフォリオ)

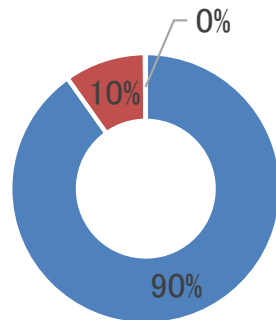
《 2021年3月期事業別シェア 》

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)

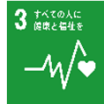
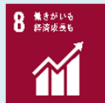
事業	ミッション	事業戦略
通信販売	暮らしを支える 「生活応援通販」	・ 単品で勝負できるオンリーワン商品の開発 (高機能×デザイン性×価格競争力) ・ 環境の変化に対応した品揃え拡充 ・ オリジナル商品のブランド化推進 ・ ECシフトへの取り組み強化とカタログ通販の効率化によるハイブリッド販促策の実施
店舗販売	ユーザーインの視点による 「顧客志向型店舗」	・ 生活インフラを担う総合店の再構築 ・ 地域に根差した店舗として地場産業との協業強化 ・ バリエティ豊かな品揃えとワクワクする売場づくり ・ 靴専門店のチェーン展開に向けたビジネスモデルの確立
卸販売	売場プロデュースで 「靴販売の裾野拡大」	・ 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 (2023年9月末日現在)

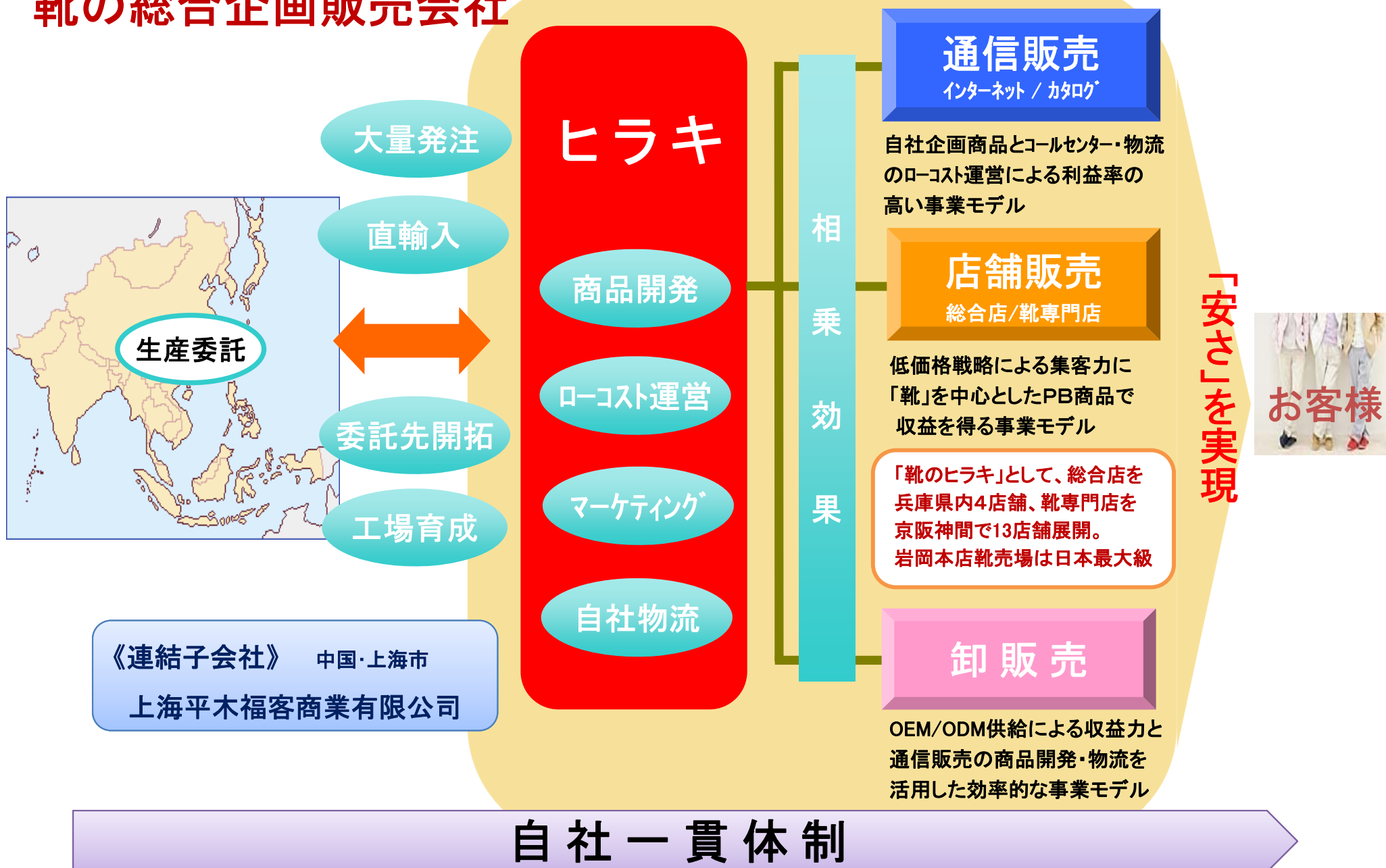
商号	ヒラキ株式会社 (英文:HIRAKI CO.,LTD.)
本社	兵庫県神戸市西区岩岡町野中字福吉556 ※ 登記上の本店所在地 兵庫県神戸市須磨区中島町3-2-6
設立 上場	1978年4月(創業1961年1月) <3月決算> 2006年11月14日 (東京証券取引所 スタンダード市場)
資本金	4億5,045万円
発行済株式総数	5,155,600株(100株単位)
代表者	代表取締役会長 兼 社長執行役員 伊原 英二 (1950年 4月27日生)
事業内容	靴の製造販売(SPA)モデルをベースとした靴の総合販売事業
セグメント	I. 通信販売事業(靴を中心としたインターネット、カタログによる通信販売) 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	585名(平均臨時従業員330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





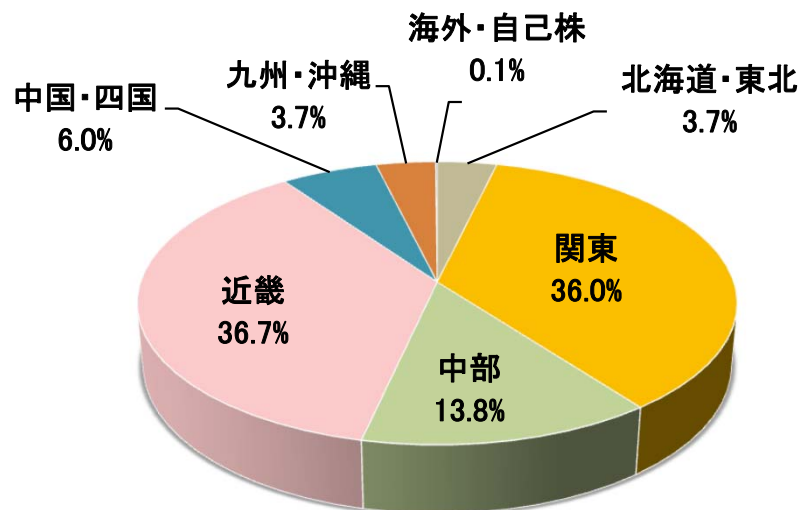
株式の状況

株主数 **13,566名**
(前年同期比 883名増)

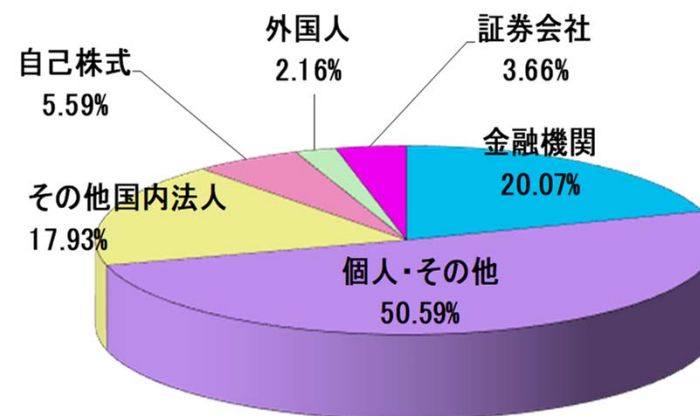
発行済株式総数 **5,155,600株**

自己株式数 **288,193株**
(前期末比 ±0 株)

地域別株主数比率

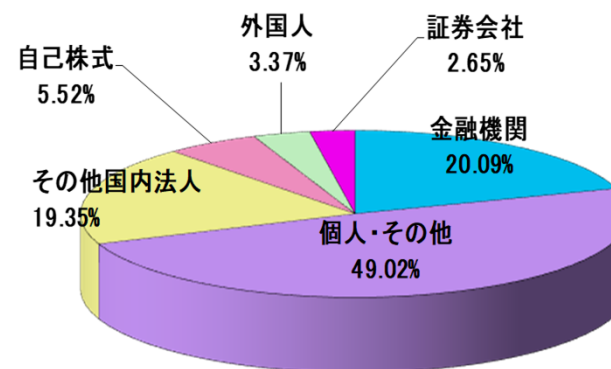


所有者別株式数比率



※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 (2022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、2023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2023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。