

# SPOON



## 2025年3月期 中間期 決算説明資料

2024年11月15日

ヒラキ株式会社

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

# 【目次】

---

- 2025年3月期 中間期 決算概要 P. 2
- 下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.17
- 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

## ➤ 2025年3月期 中間期 決算概要

---





# 2025年3月期 中間期 決算サマリー

【 連 結 】 (2024年4月～9月)

単位:百万円

	前年同期 実績	2025/3期 中間期				前年同期 実績差
		計画 (24/5/10 公表)	実 績	計画差	計画比	
売 上 高	6,842	6,900	6,545	△ 354	△ 5.1%	△ 296
営 業 利 益	39	60	62	+2	+3.5%	+22
経 常 利 益	34	60	61	+1	+2.4%	+27
親会社株主に帰属する 中間純利益	15	40	37	△ 2	△ 5.4%	+22

計  
画  
比

## 売上高

店舗販売は、岩岡本店食品館の改装工事に伴う営業休止期間を踏まえ、概ね前年並みを見込んでおりましたが、計画を上回る結果となりました。しかしながら、通信販売の受注低迷が大きく足を引っ張る形となり、全社では計画を下回りました。

## 利益

売上高は計画に達しなかったものの、売上総利益率は45.4%を確保することができました。さらに経費削減により販管費率を44.5%に抑えたため、営業利益率は0.9%となり、営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する中間純利益とも概ね計画どおりとなりました。

前  
年  
同  
期  
比

## 売上高

8月投入のハンズフリーシューズ「SPO-ON」がヒット、通販・店舗とも販売計画数を上回りました。店舗販売は1Q・2Qとも前年超となり好調に推移しましたが、通信販売の1Qの落ち込みが響き、減収となりました。

## 利益

店舗販売は増収による増益、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黒字化することができました。これら2事業が通信販売の減益分をカバーした結果、全社でも増益となりました。



# 2025年3月期 中間期 損益計算書

## 【連結】

単位:百万円

	24/3期 中間期		25/3期 中間期	
	金額	前年同四半期増減	金額	前年同四半期増減
売上高	6,842	100%	6,545	100%
売上総利益	3,133	45.8%	2,973	45.4%
販売費及び一般管理費	3,094	45.2%	2,911	44.5%
営業利益	39	0.6%	62	0.9%
経常利益	34	0.5%	61	0.9%
親会社株主に帰属する中間純利益	15	0.2%	37	0.6%

### ● 売上総利益率

全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4.0ポイント低下した結果、全社においては前年同期比△0.4ポイントとなりました。

### ● 売上高販管费率

減収になったものの、販管費は前年同期と比べて△182百万円となったため、販管费率は前年同期比△0.7ポイントと低下しました。

## 【2025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	3,544	△ 7.7%	3,001	△ 0.0%
経常利益	185	△ 1	△ 123	+29

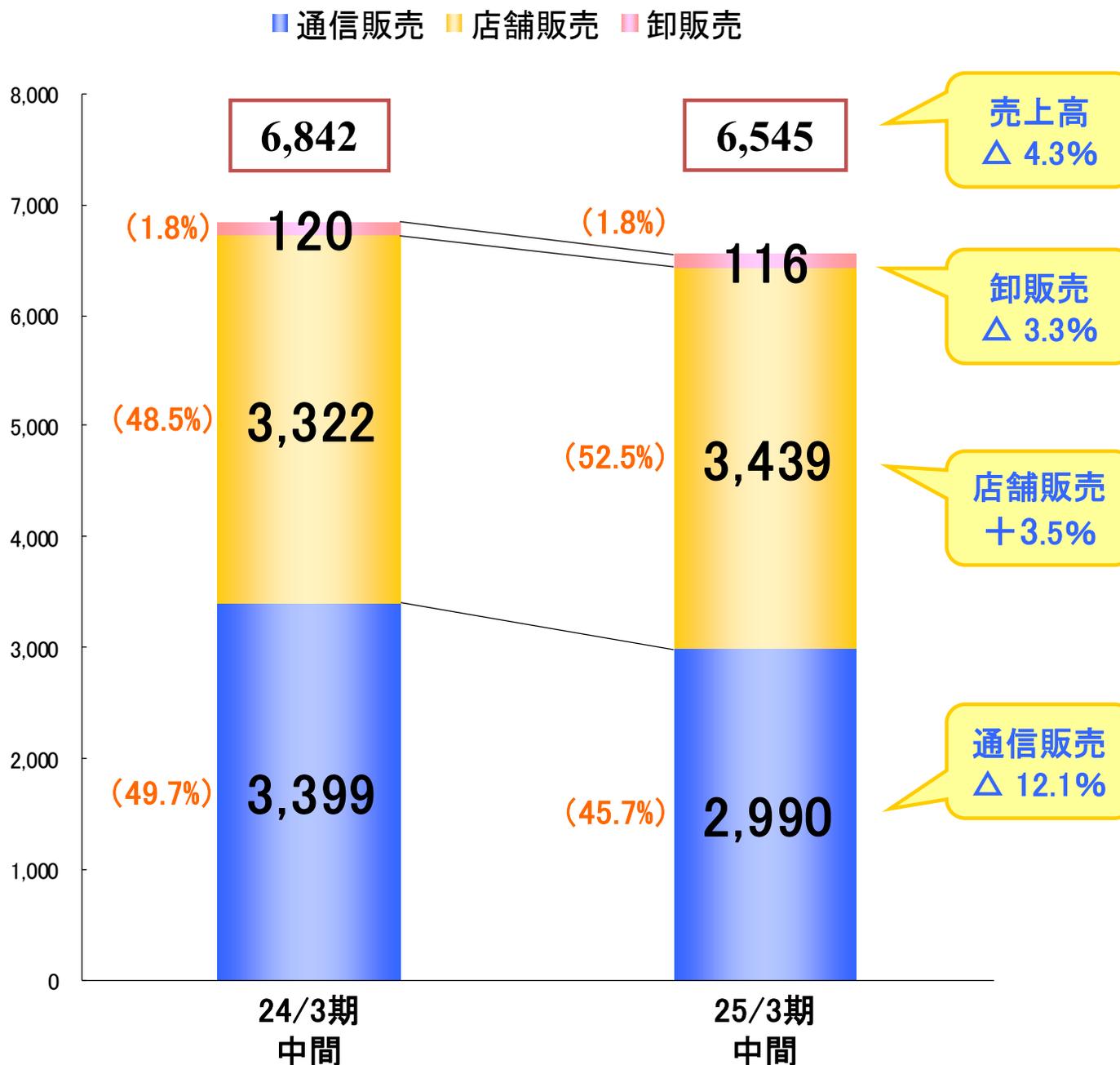
売上高は、第1四半期は前年同期比7.7%減と落ち込んだものの、第2四半期は前年並みにまで持ち直しました。

なお、第2四半期は、春夏シーズンの販売終盤期にあたり、また秋冬シーズンに備えた先行投資も行うため、例年、売上高および利益とも第1四半期に及びません。



# 売上高の前期比増減要因

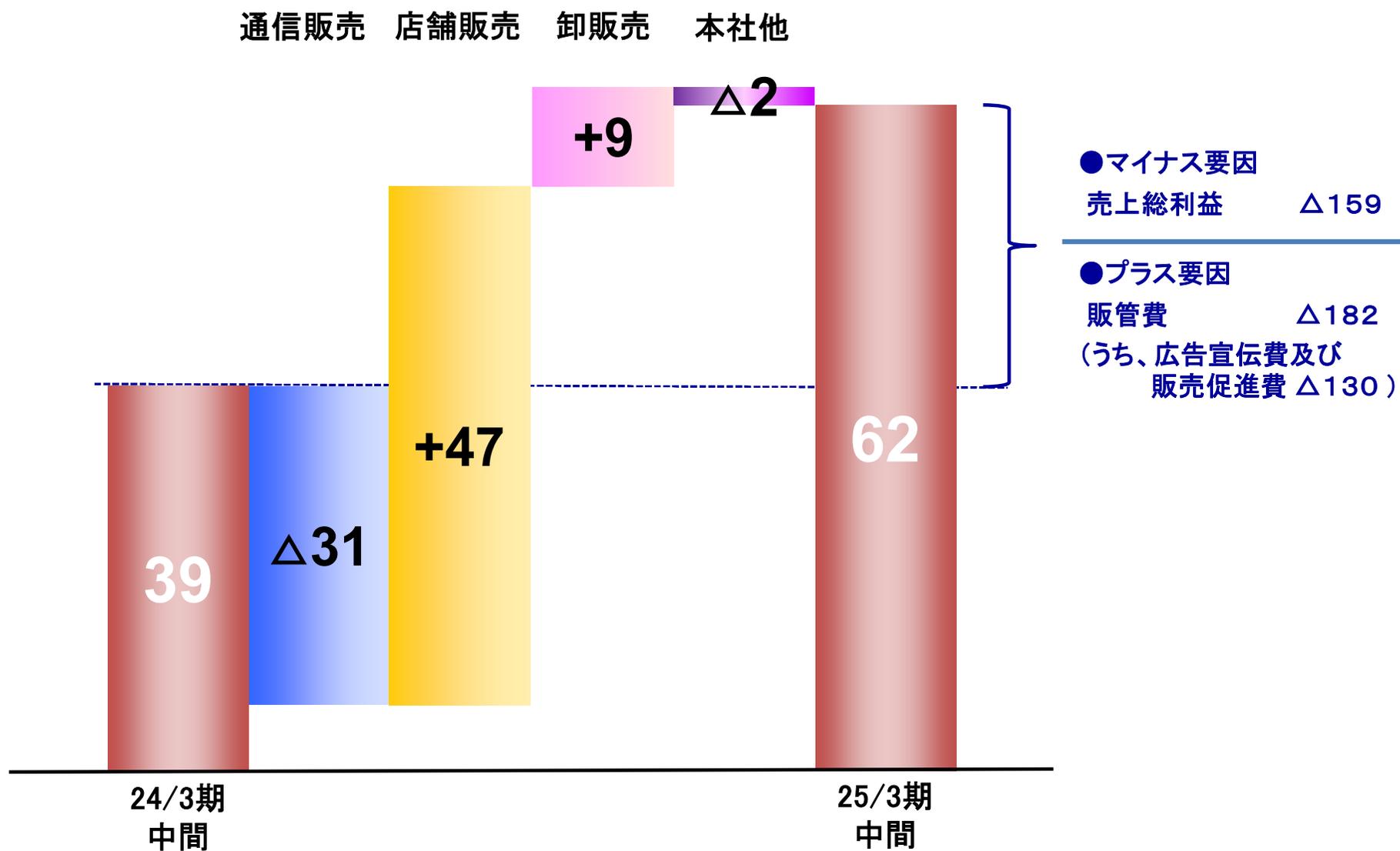
(単位:百万円)





# 営業利益の前期比増減要因

(単位:百万円)



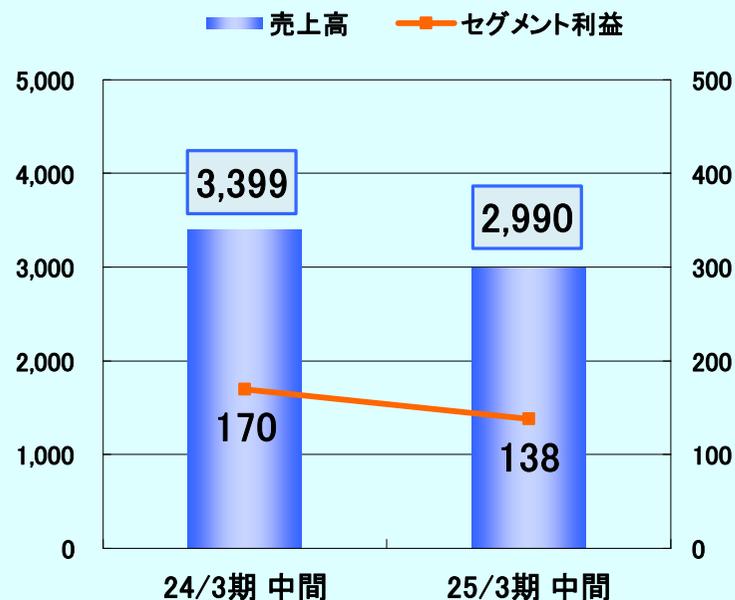


# セグメント別概況 ①

## 通信販売

- 春夏・秋冬新商品を約600点投入し、品揃えの充実に努めたほか、インフルエンサーによる商品PRやタテ型動画広告の導入などSNSを軸とした販売促進を展開しました。しかしながら、主力顧客層に訴求できる商品を十分に提供できなかった結果、減収となりました。
- 利益面は、経費の削減を図ったものの、減収の影響が大きく、減益となりました。

(単位:百万円)



NEW

すぽーんと履ける、スポオン!

**SPOON**  
スポオン

手を使わずに  
**立ったまま履ける!**

スポオン!

**¥2,900**  
(税込¥3,190)

Ladies' Men's

## 8月発売開始後2か月で1万足超を販売!

- 当社の価格帯(高価格帯)としては異例の売れ行き
- 当社主力顧客層(30・40代)以外に50代以上の購入が多い傾向
- 新規顧客獲得に寄与(新規顧客率は販売促進商品並みの高さ)

### POINT 01 靴べら構造の芯材を内蔵



履き口のかかと部分には靴べら構造の芯材を内蔵。かかとを滑らせて足入れできるので、かかまらず、手を使わず履けます。

### POINT 02 屈曲性&クッション性



屈曲性&クッション性の良いポリウムソール。

### POINT 03 歩行時のかかと脱げを防止



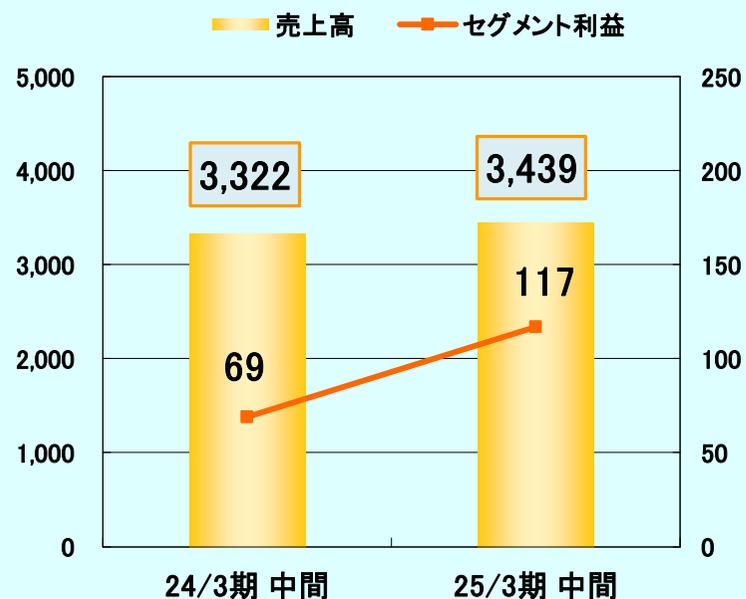
芯材は形状記憶になっており、足入れ時に広がり、着用すると狭まり、歩行時のかかと脱げを防止。



## 店舗販売

- 岩岡本店食品館の大規模改装工事を約1億円を投じて実施、約1か月半の営業休止を余儀なくされるも、リニューアル後の客数は増加基調で推移しました。加えて「SPO-ON」投入効果もあり、増収となりました。
- 利益面は、人件費増や食品館改装費用等による販管費増を、増収および売上総利益率の改善で吸収した結果、増益となりました。

(単位:百万円)



### ●6/20岩岡本店食品館リニューアルオープン



### ●岩岡本店フリーマーケット定期開催(初回5/3)





# セグメント別概況 ③

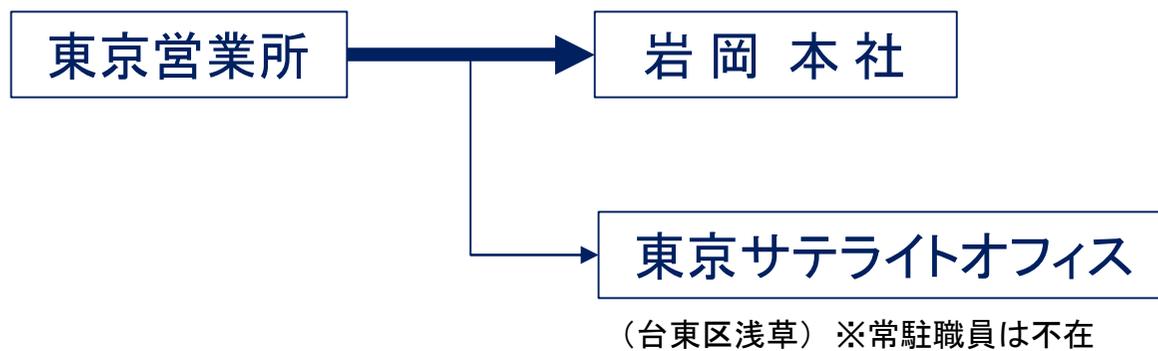
## 卸販売

- 主力取引先に対して新たにレインシューズ等を納品するなど販売を伸ばしたほか、その他取引先の取扱店舗数の増加により受注は堅調に推移しました。一方で、靴小売店向け「大卸し」の受注は前年を下回り、減収となりました。
- 利益面については、売上総利益率の改善および東京営業所機能の本社への移転(神戸市)に伴う固定費の削減を図った結果、増益となりました。

(単位:百万円)



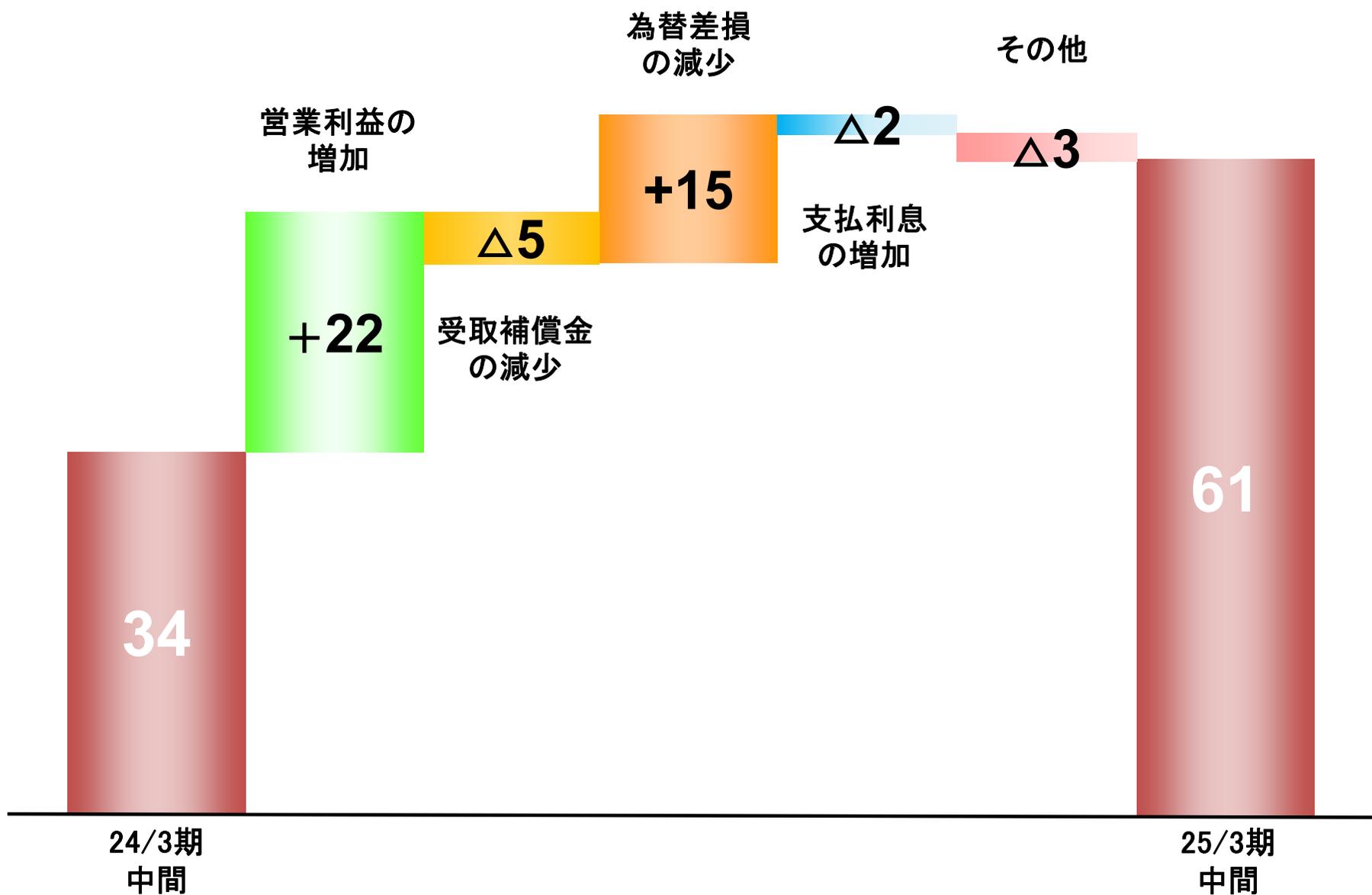
### ● 営業体制の効率化を図るため営業所機能を集約(6月)





# 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)

	2024/3期末		25/3期 中間期	
	金額	構成比	金額	構成比
<b>流動資産</b>	10,732	66.0%	11,413	67.4%
現預金	6,790	41.7%	7,757	45.8%
売掛金	898	5.5%	657	3.9%
棚卸資産	2,936	18.1%	2,948	17.4%
その他	112	0.7%	57	0.3%
貸倒引当金	△6	△0.0%	△7	△0.0%
<b>固定資産</b>	5,531	34.0%	5,508	32.6%
有形固定資産	5,141	31.6%	5,115	30.2%
無形固定資産	72	0.4%	62	0.4%
投資その他の資産	316	2.0%	330	2.0%
<b>資産合計</b>	16,263	100%	16,921	100%

	2024/3期末		25/3期 中間期	
	金額	構成比	金額	構成比
<b>流動負債</b>	3,708	22.8%	3,635	21.5%
買掛金	619	3.8%	708	4.2%
短期借入金 (1年内長期借入含む)	1,972	12.1%	2,095	12.4%
未払金	621	3.8%	541	3.2%
その他	494	3.1%	289	1.7%
<b>固定負債</b>	5,200	32.0%	5,972	35.3%
長期借入金	4,858	30.0%	5,642	33.3%
<b>負債合計</b>	8,908	54.8%	9,608	56.8%
<b>株主資本</b>	7,279	44.8%	7,268	43.0%
資本金	450	2.8%	450	2.7%
資本剰余金・利益剰余金他	6,828	42.0%	6,818	40.3%
その他包括利益累計	75	0.4%	44	0.3%
<b>純資産合計</b>	7,355	45.2%	7,313	43.2%
<b>負債純資産合計</b>	16,263	100%	16,921	100%

## ●主な増減要因

### 資産

資産：前期末差 +658

- 現預金                   +966
- 棚卸資産                +11
- 有形固定資産           △ 26

### 負債・純資産

負債：前期末差 +699  
純資産：前期末差 △ 41

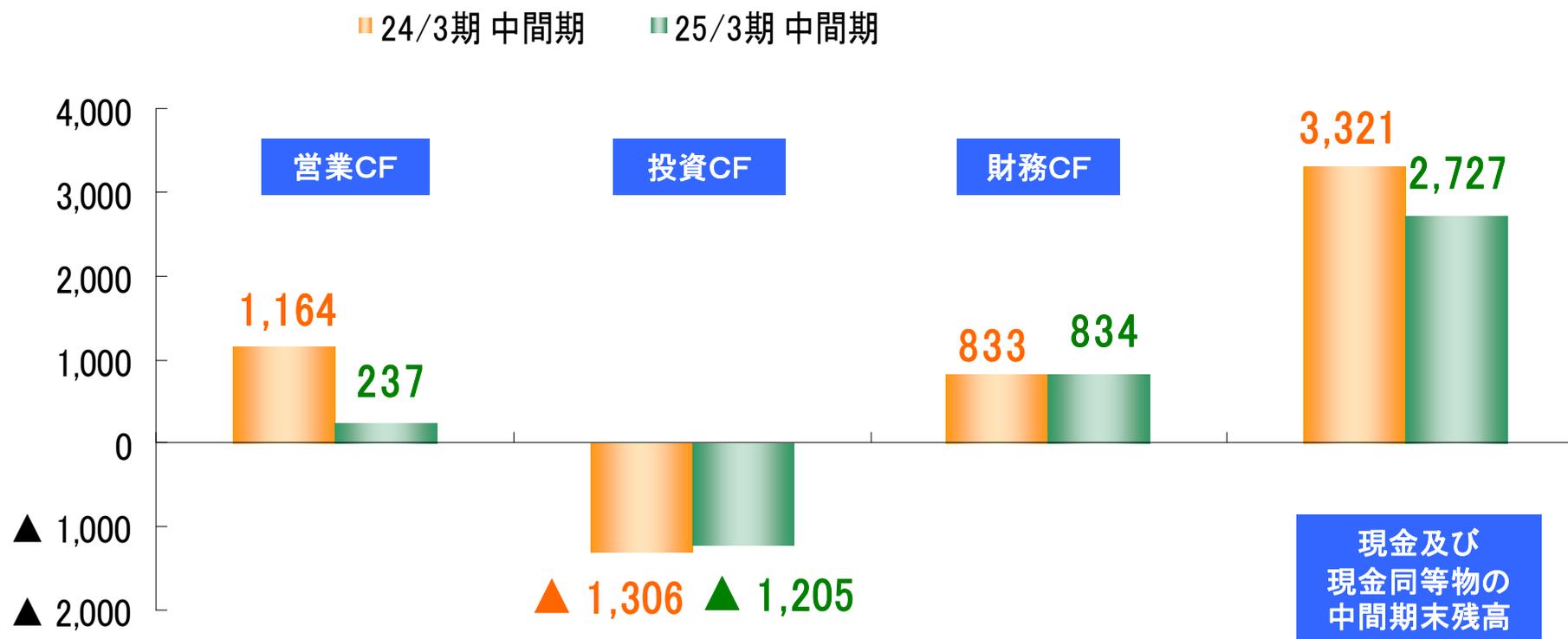
- 買掛金                   +88
- 借入金(短期・長期)   +907
- 利益剰余金             △ 10

※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**  
増益に加え、売上債権の減少額242百万円によるものです。なお、棚卸資産の増減額が前年同期の507百万円の減少から11百万円の増加となりました。

**投資CF**  
岩岡本店食品館改装工事等固定資産の取得105百万円その他、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。

**財務CF**  
上期において、20億円の長期資金を調達しました。(前期は20億円の調達)

**現金及び現金同等物の中間期末残高**  
貸借対照表における現金・預金7,757百万円との差異は、3か月超定期預金5,030百万円の運用によるものです。



他にはない 他ではできない

## ➤ 下期の取組みについて

---





# 2025年3月期 連結業績予想(通期)

(単位:百万円)

	2024/3期 実績	2025/3期 予想 (2024/5/10 公表)	2025/3期 中間期 実績	通期予想 進捗率
売上高	13,313	13,900	6,545	47.1%
営業利益又は営業損失(△)	△ 46	150	62	41.4%
経常利益	0.9	150	61	41.0%
経常利益率	0.0%	1.1%	0.9%	—
親会社株主に帰属する 当期(中間)純利益又は当期純損失(△)	△ 15	100	37	37.9%
当期(中間)純利益率	△ 0.1%	0.7%	0.6%	—
1株当たり当期(中間)純利益 又は当期純損失(△)	△ 3円 12銭	20円 54銭	7円 78銭	37.9%

## ● 通期業績予想

売上高	<p>上期は特に通信販売事業において計画を下回りましたが、販売好評で一部入荷待ちが発生しているハンズフリーシューズ「SPO-ON」の再入荷、加えてシリーズ化による「SPO-ON」商品群の拡販を図ることで受注回復を計画し、通期業績予想を維持します。</p> <p>なお、事業セグメント別の通期売上高計画は、通信販売70億円、店舗販売66億円、卸販売3億円としております。</p>
利益	<p>下期の売上高は当初計画を上回る想定をしておりますが、利益面においては、現下の円安傾向を踏まえ、下期はオリジナル商品の粗利益率の低下を見込むほか、「SPO-ON」拡販に向けた販売促進費用の増額を企図しており、利益水準は当初計画どおり、当期純利益100百万円としております。</p>

## ● 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く見通しですが、利益確保を想定し、従来の配当方針を維持いたします。

年間合計 20円 (予定)  
(中間 10円、期末 10円)



## ●話題のハンスフリーシューズ再入荷

すぽーんと履ける、スポオン!

**SPOON**

立ったまま履けると  
大人気のスポオンが  
**再入荷**いたしました。

かかまない! 靴べらいらす!

**¥2,900**  
(税込 ¥3,190)

# SPO-ONシリーズ 続々新発売決定!

## ●秋冬シーズン販売促進商品



Special Price

神コスパ! 秋冬に頼れる  
サイドゴアブーツ登場。

**¥980**  
(税込 ¥1,078)



Special Price

すぽっと履けてラクチン!  
モックシューズ

**¥680**  
(税込 ¥748)



Special Price

ほっこりふわもこ。  
毎日着たくなるあったか  
フリースジャケット。

キッズ&ジュニア メンズ&レディース  
**¥580 ¥780**  
(税込 ¥638) (税込 ¥858)



年度経営方針

# 開発体制の強化による オリジナル商品の価値向上

事業セグメント別下期施策

## ●通信販売事業



- 「SPO-ON」シリーズで新規獲得
- 秋冬新商品増による品揃え充実
- 絶対的低価格維持による受注回復
- アプリ限定施策でダウンロード促進
- DM配布効率改善のためのDX推進

## ●店舗販売事業



- 岩岡本店の回遊性向上
- 取引先新規開拓で売場鮮度アップ
- フリーマーケット定期開催による集客
- 店舗運営の効率化、省人化
- 靴専門店のドミナント出店

## ●卸販売事業



- 大口取引先への販売安定化
- 効率性が高いODM営業強化
- 新規開拓及び休眠先の掘り起こし
- 通販、店舗との連携強化
- 営業体制の効率化



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

2026中期経営計画 【2024～26年度】 (2024/5/15公表)



# 1. 事業環境と今後の方向性

## 構造変化への対応に基づく収益モデルの再構築が急務

事業環境	当社への影響	今後の方向性
円安リスクの顕在化	オリジナル商品の粗利益率減少、 売価引き上げによる通販受注減	付加価値の高い商品開発
子ども人口の減少、 校則見直しの流れ	主力のスクール商品の需要減少	オリジナル商品のターゲット層拡大
物価高	カタログ費用等のコストアップ	販促ポートフォリオの見直し
低価格の中国発ECの台頭	国内におけるグローバルな競争	品質・サービスの強化、 ブランディング、固定客化
価値観の変化 ・個性重視 ・ライフスタイルの多様化 ・サステナブルな生き方	大量生産から多品種少量生産 への対応	環境配慮型商品の開発、 生産管理の効率化
消費行動の変容 (コト・トキ・ヒト消費など)	ECの一般化とユーザーエクスペリ エンス向上に向けた対応	通販カタログからECへのシフト、 非日常的空間のある店舗
DX・AIの進展	在庫管理の精緻化、業務の省人化	デジタル人材の育成
人手不足問題	働き方改革、人件費の増加	従業員エンゲージメント向上、 労働生産性アップ

## 2. 2026中期経営計画 基本方針



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

使  
命

“価格”と“品質”の両面で  
「驚き」「楽しさ」「満足感」をおとどけすることで  
人々のよりよい暮らしのお役に立つ

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

大  
き  
な  
夢

販売足数日本一の靴総合販売会社になる

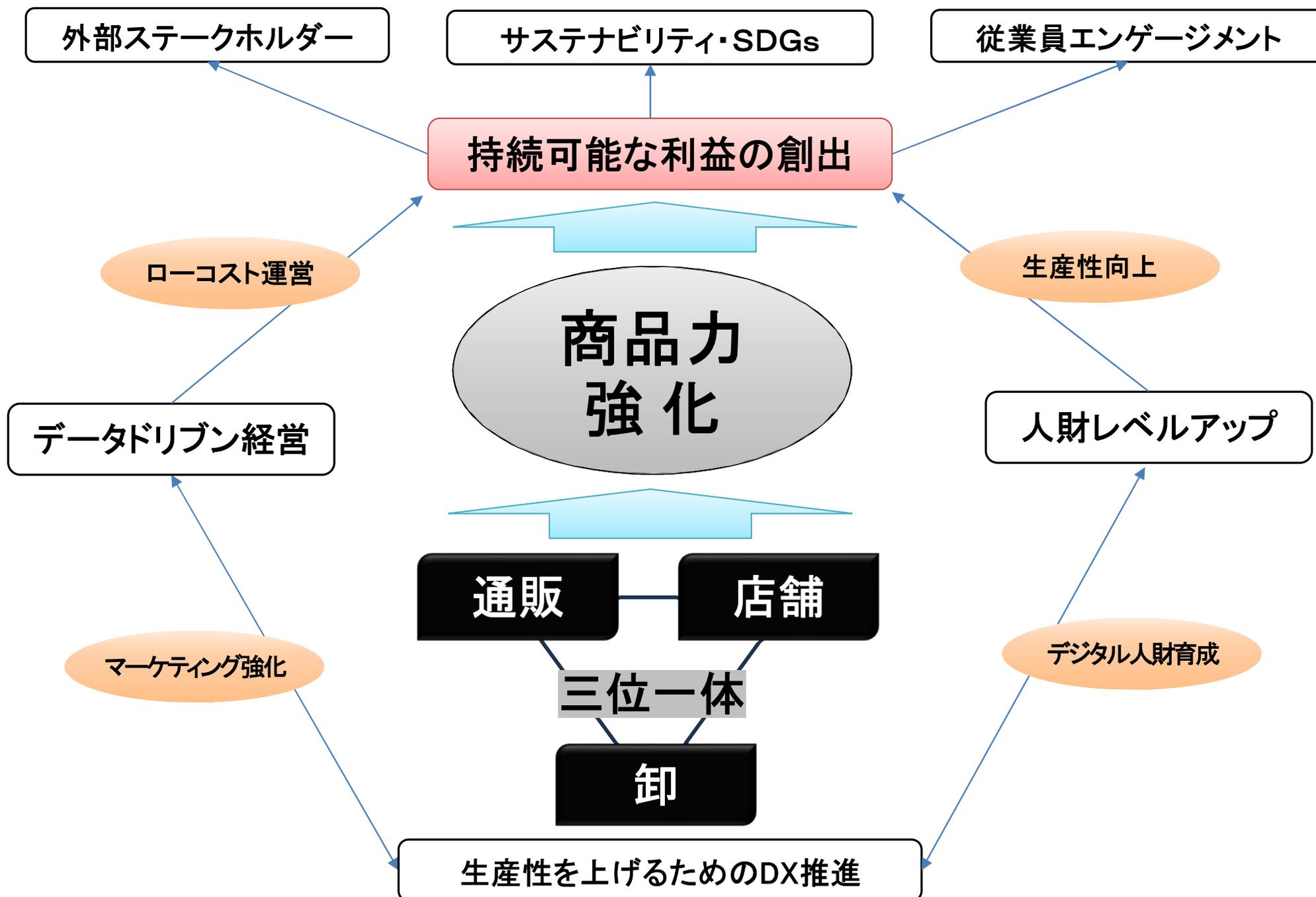
中  
期  
経  
営  
計  
画  
(2024～2026年度)

- 1st. 収益力の再構築
- 2nd. 自社オリジナル商品の強化
- 3rd. オンリー・ワン・ヒラキ

実  
行  
計  
画

重点課題10テーマとKPIの設定

### 3. 2026中期経営計画 基本戦略



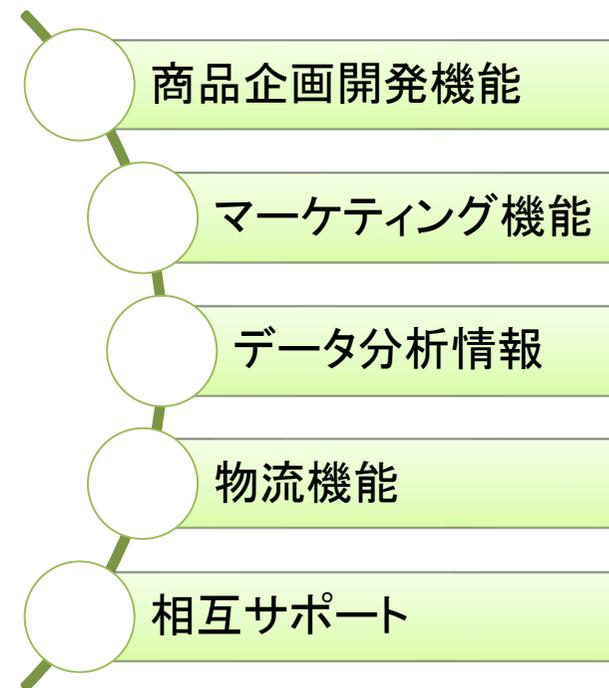
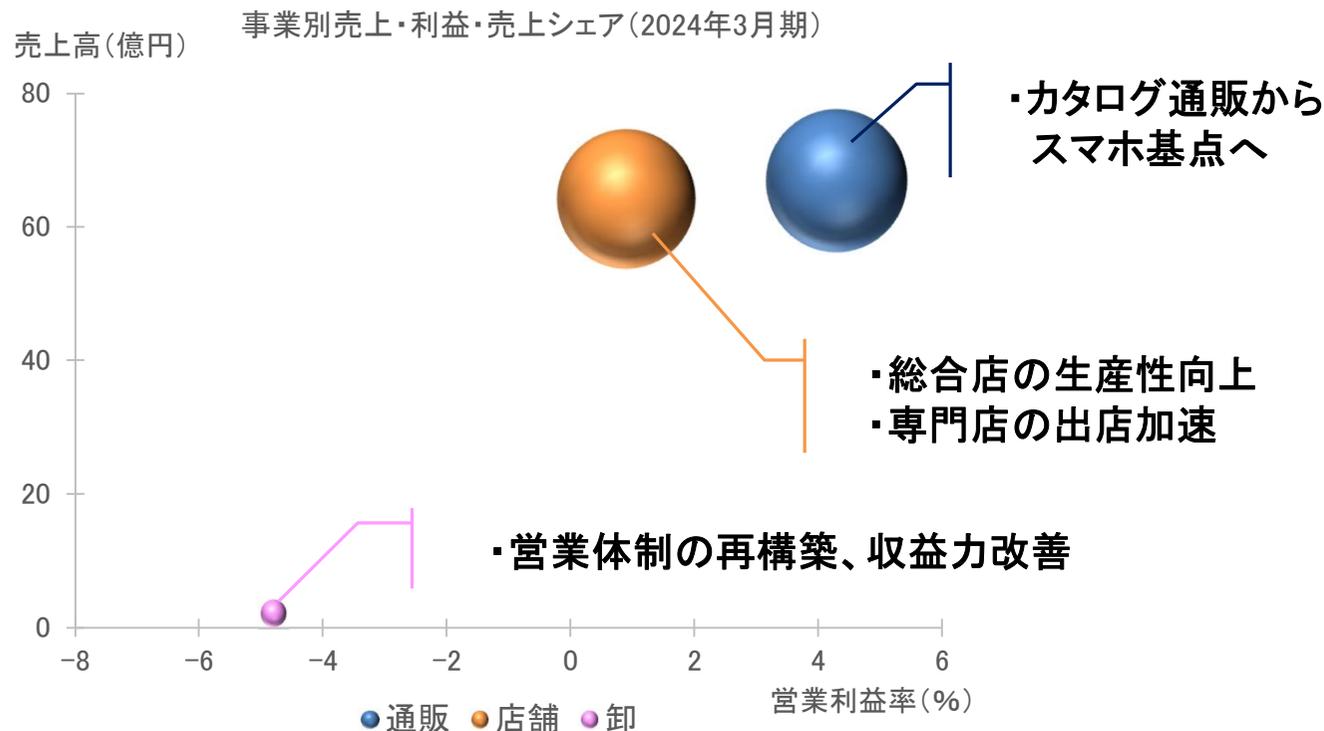
## 4. 2026中期経営計画 経営目標

- オリジナル商品の開発強化および収益力の向上により、強靱な企業体質を確立させる3か年とします。
- 有利子負債の削減とのバランスを整えながら、資本収益性の改善を図ります。
- 業務の効率化によって労働生産性の改善を図り、賃金引上げを目指します。

	主要指標	2024年3月期 実績	2027年3月期 目標 (2024年3月期増減比)	
経営効率	ROE (%)	△0.2	5	+5.2
収益性	連結営業利益率 (%)	△0.3	4	+4.3
資産効率	総資産回転率 (回)	0.81	0.95	+0.14
安全性	自己資本比率 (%)	45.2	47	+1.8
生産性	従業員一人当たり売上高 (百万円)	23.2	25	+1.8

# 5. 事業ポートフォリオ戦略

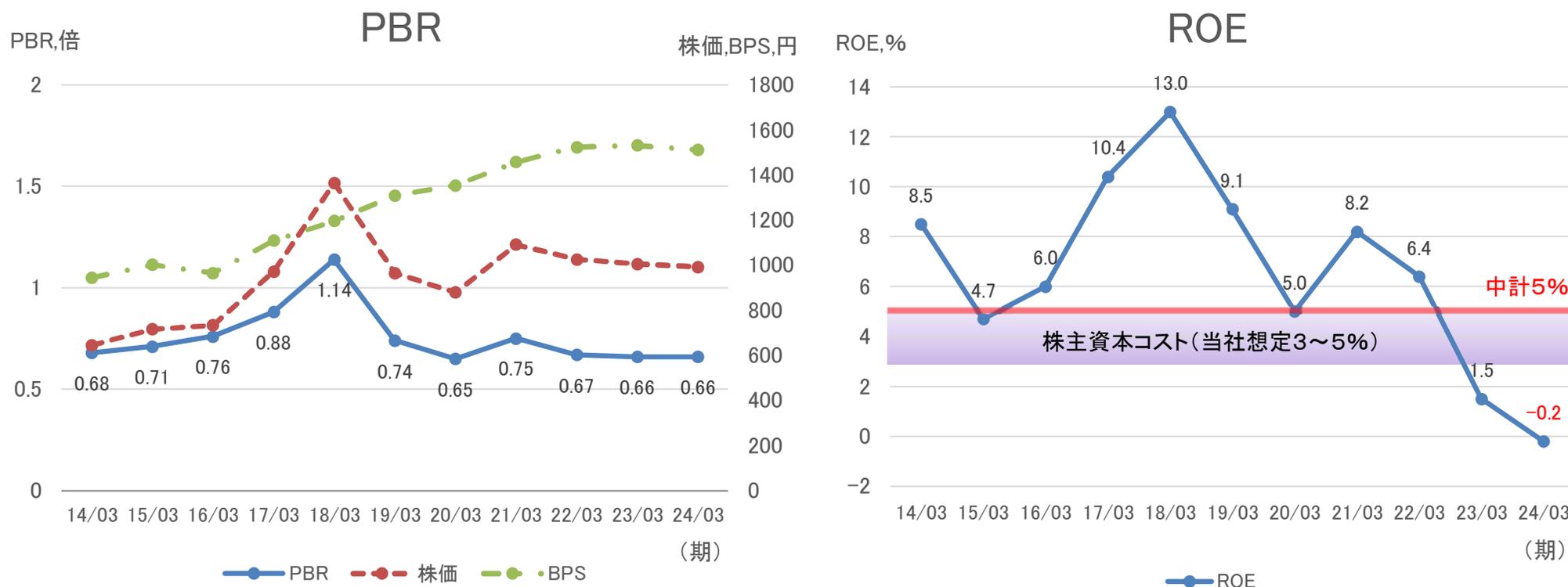
## オリジナル商品の開発を強化し、3事業連携して収益力の改善を図る



事業	ミッション	事業戦略
通信販売	毎日の暮らしに役立つ生活応援通販	商品開発のスピードアップ、ヒラキオリジナルブランドの進化、広告・販促ポートフォリオの最適化、顧客分析の推進
店舗販売	誰もがワクワクする店 ヒラキワンダーランドへ	旗艦店である岩岡店の賑わい創出プラン第2章の実行、靴・特価商品の仕入徹底、専門店モデルの標準化
卸販売	ヒラキプロデュース商品での市場シェア拡大	営業によるODM/OEM取引事業とEC中心の大卸し事業に注力、通販・靴専門店との連携&サポート、出荷経費の効率化

## 6. 企業価値向上への取り組み (1) 現状分析

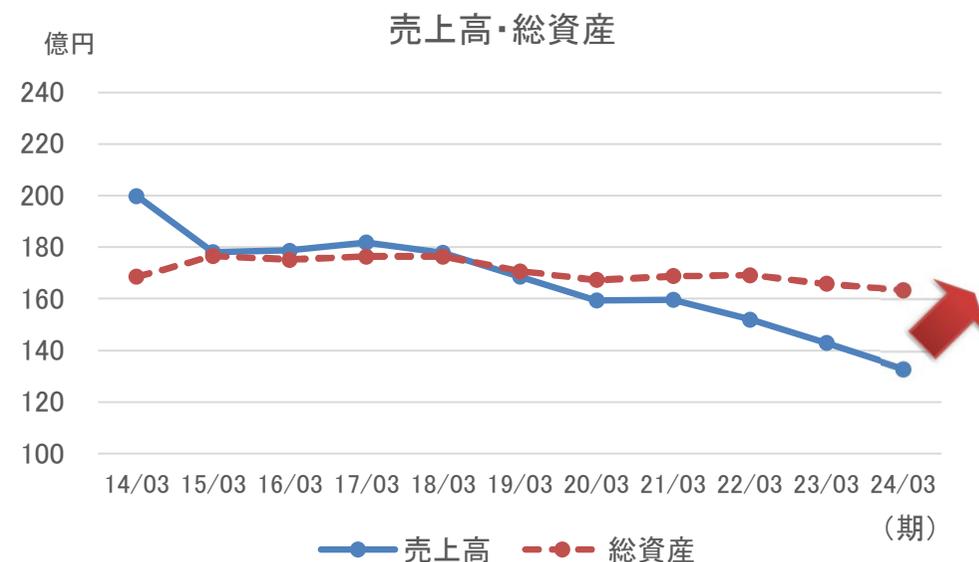
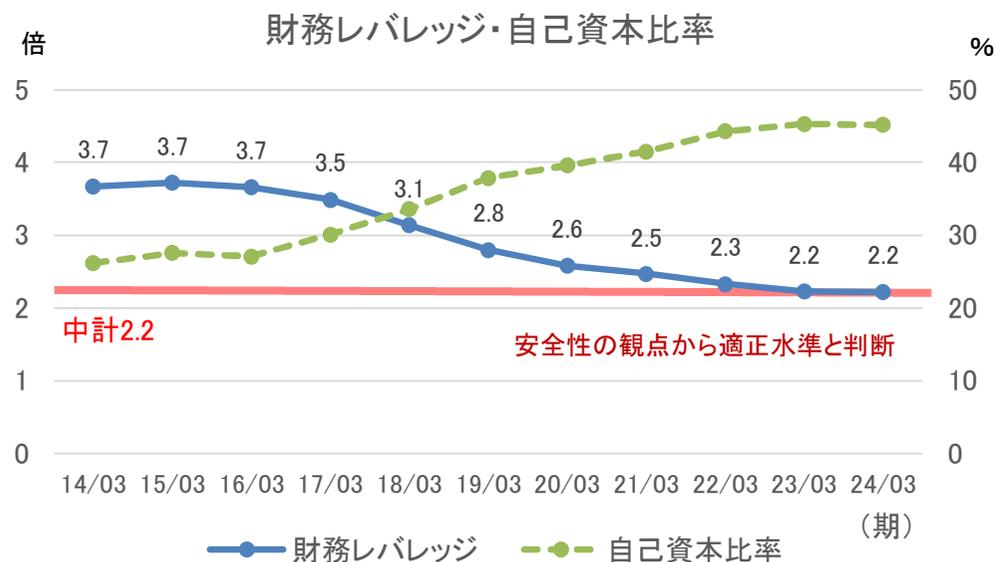
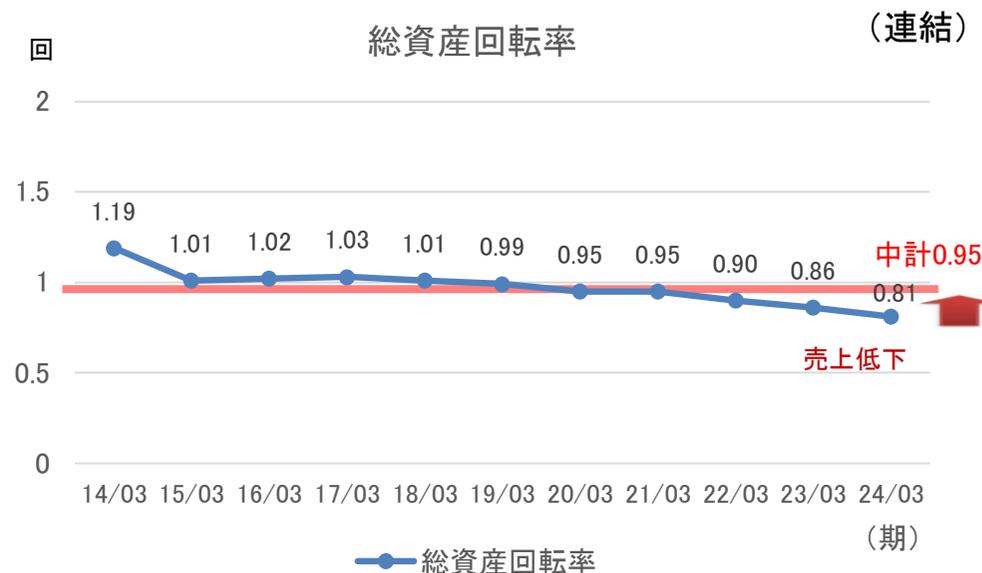
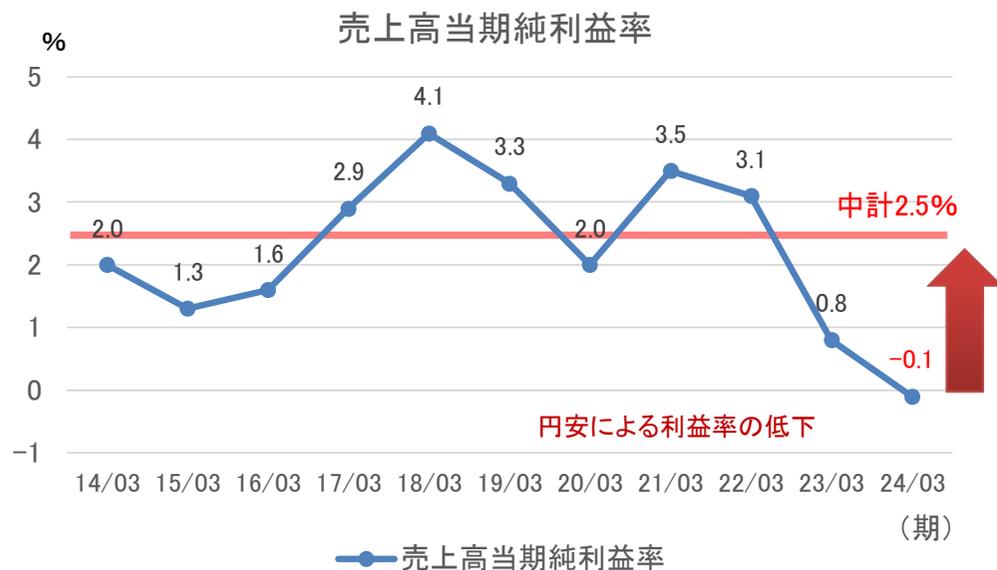
### ● 現状、PBRは1倍割れ、ROEは株主資本コストを下回っている状況



- PBR1倍割れが継続、2018年度以降BPSの上昇に株価が追いついていない。
- ROEは当社想定株主資本コストを概ね上回っていたが、近年は低下傾向にある。
- ROEが高い営業期は自社オリジナル商品がヒットしており、ROEの向上にはオリジナル商品の強化が求められる。

# 6. 企業価値向上への取り組み (2) ROE分解による課題認識

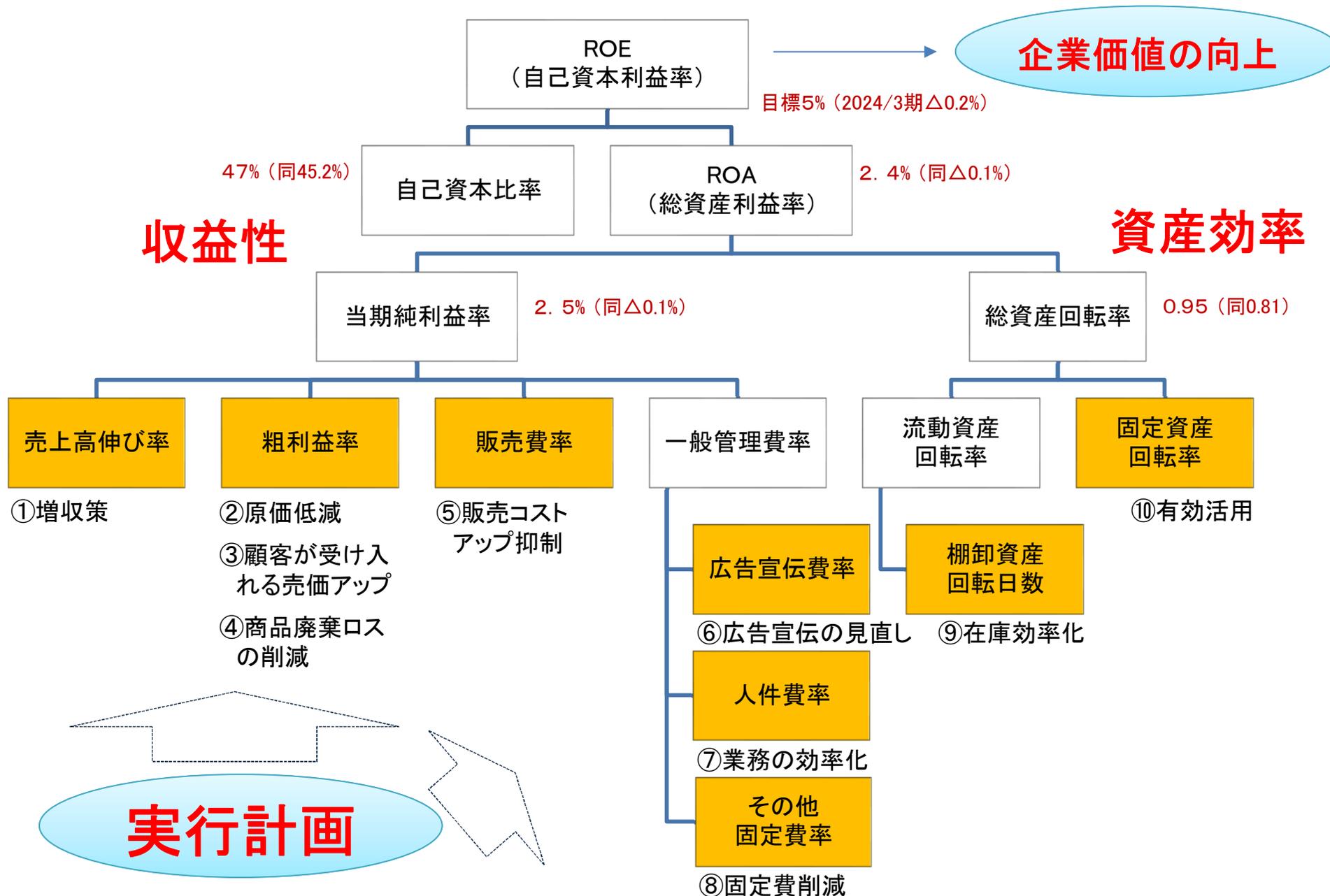
●ROEの向上には、増収策ならびに利益率および資本効率の改善が必要



※総資産回転率=売上高/総資産(期首・期末平均)、財務レバレッジ=総資産/純資産(期首・期末平均)、自己資本比率(期末)=純資産/総資産

# 6. 企業価値向上への取り組み (3) ROEツリーに基づく具体策

● 設定した重点課題10テーマを推進することで、ROE向上に取り組む



## 7. サステナビリティ関連

●「無駄につくらず、残さない。」 事業活動におけるロスを減らします。

マテリアリティ	取り組みテーマ	指標/目標/実績
商品開発	<u>地球温暖化対策商品の開発</u> ・省エネ性に優れた商品 ・リサイクルや環境に優しい素材を取り入れた商品 ・消費者のエコ活動をサポートする商品	サステナブル商品の開発割合(※)
		2030年度 10%
		2023年度 7.5%
適正な在庫管理	<u>商品廃棄の低減</u> ・販売予測の精緻化 ・生産管理の徹底 ・単品管理による機動的な販売促進	棚卸資産回転率(連結)
		2026年度 5.0回転
		2023年度 3.9回転
人的資本	<u>明るい働きやすい職場づくり</u> ・新卒、キャリアおよび女性の積極採用 ・デジタル人財の育成 ・生産性向上による働き方改革	係長以上に占める女性の割合(単体)
		2025年度 25%
		2023年度 22%



他にはない 他ではできない

## ➤ 企業概要とビジネスモデル

---





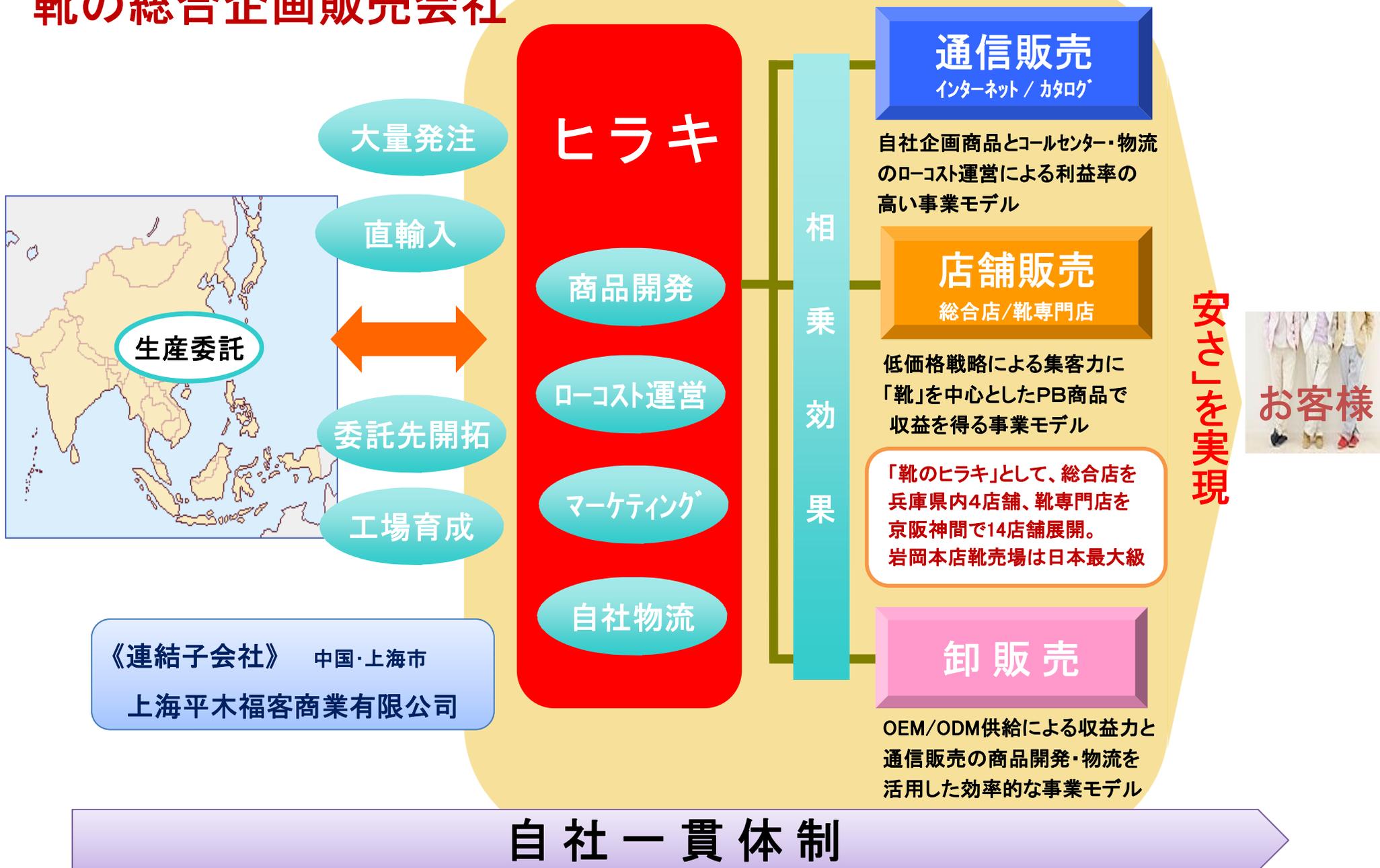
# 会社概要 (2024年9月末日現在)

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	569名(平均臨時従業員324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





## 靴の総合企画販売会社

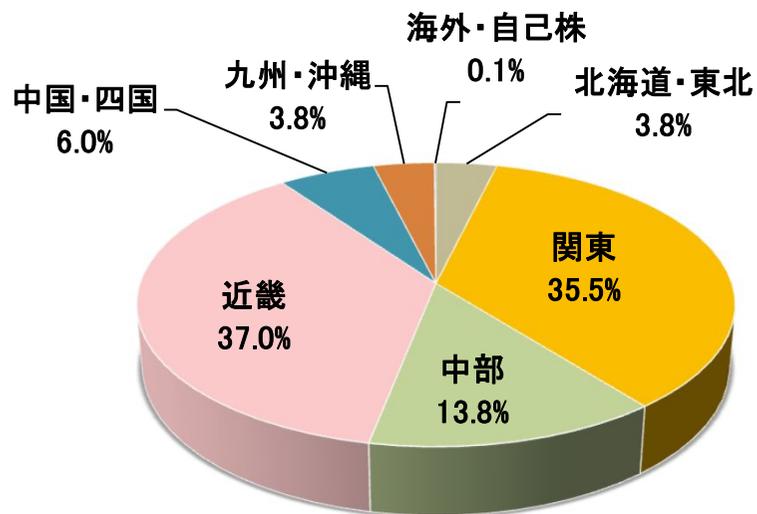




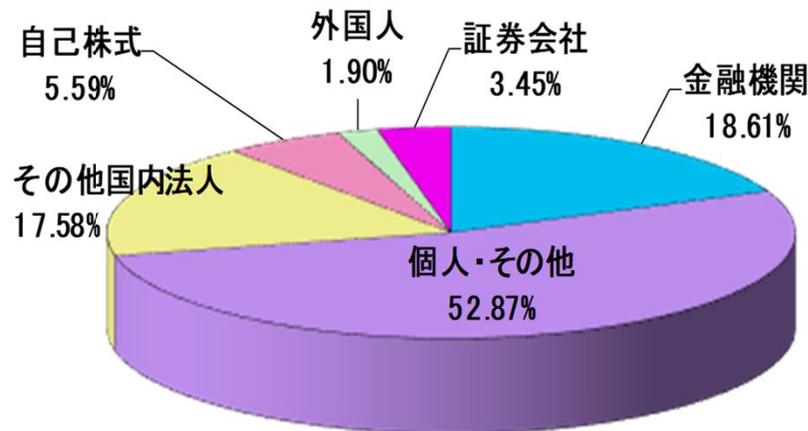
## 株式の状況

株主数	14,699名 (前年同期比 1,133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

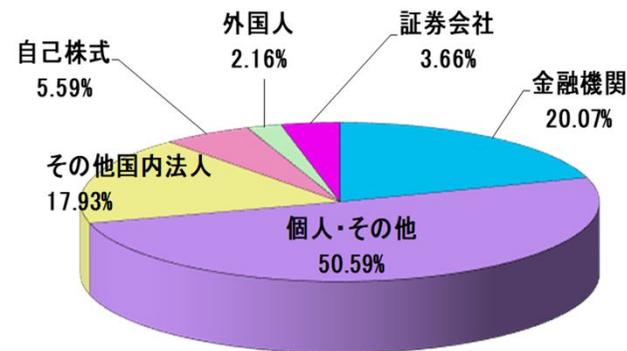


## 所有者別株式数比率



※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 (2023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、2024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2024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。