



2026年3月期 決算説明資料

2026年5月18日

ヒラキ株式会社

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

【目次】

- 2026年3月期 決算概要 P.02
- 2027年3月期 経営計画 P.12

{Appendix}

- 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

➤ 2026年3月期 決算概要





【連結業績】

(単位:百万円)

	前期(25/3期) 実績	予 想 (26/2/5修正開示)	2026/3期 実績				
			実 績	予想差	予想比	前期差	前期比
売 上 高	12,960	12,200	11,895	304	2.5%	1,064	8.2%
営 業 損 失 ()	3	250	320	70		316	
経 常 損 失 ()	0.3	240	313	73		313	
親会社株主に帰属する 当期純損失()	771	310	426	116		+ 345	
1株当たり当期純損失()	158.59円	63.69円	87.66円	23.97円		+ 70.93円	

売 上 高

店舗販売では、5か店の新規出店を行った靴専門店が堅調に推移した結果、概ね計画通りとなりました。一方、通信販売では、2月より上場20周年キャンペーンを開始しましたが、販売促進商品や暖冬による秋冬商品の不振を補えず、予想を下回ったため、全社計画に至りませんでした。

利 益

経費の見直しを通じて販管費の削減を進めるとともに、特に通信販売において大型キャンペーンの展開や新たな販売促進策の実施により、第4四半期の受注回復を図りましたが、想定した成果には至らず、受注は計画未達となりました。この結果、利益は全社計画を下回りました。

【配当状況】

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、当期は純損失の結果になりましたが、予定通りの配当を実施いたします。

	中 間	期 末	年間配当金	配当金総額	配当性向(連結)
2025年3月期	10円/株	10円/株	合計 20円/株	97百万円	
2026年3月期	10円/株	10円/株	合計 20円/株	97百万円	



【 連 結 】

(単位:百万円)

	2025/3期		2026/3期	
売 上 高	12,960	100%	11,895	100%
売 上 総 利 益	5,853	45.2%	5,287	44.4%
販売費及び 一般管理費	5,856	45.2%	5,608	47.1%
営 業 損 失 ()	3	0.0%	320	2.7%
経 常 損 失 ()	0.3	0.0%	313	2.6%
親会社株主に帰属する 当期純損失()	771	6.0%	426	3.6%

売上総利益率 44.4%

利益率の高い通信販売の粗利益率は前年を上回ったものの、売上シェアが3.5ポイント低下したため、全社においては前期比 0.8ポイントとなりました。

営業利益率 2.7%

主に広告宣伝費について販管費の削減を図りましたが、減収および売上総利益率の低下が影響し、営業損失となりました。

経常利益率 2.6%

営業外損益は+6百万円となりましたが、営業損失を補うには至らず経常損失となりました。

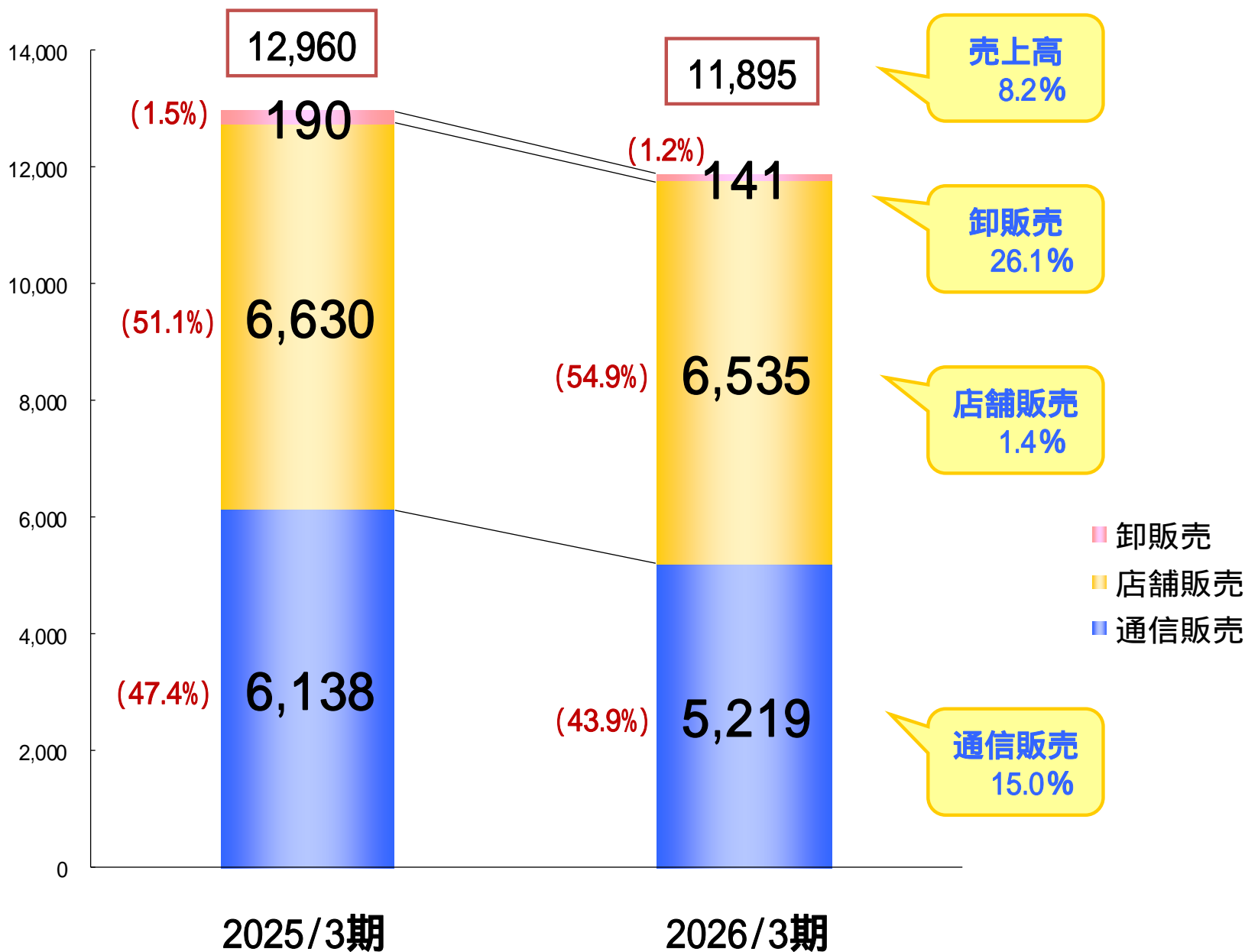
当期純利益率 3.6%

経常損失の増加に加え、通信販売事業に係る減損損失23百万円を計上したことにより、426百万円の当期純損失となりました。



セグメント別 売上高推移

(単位:百万円)

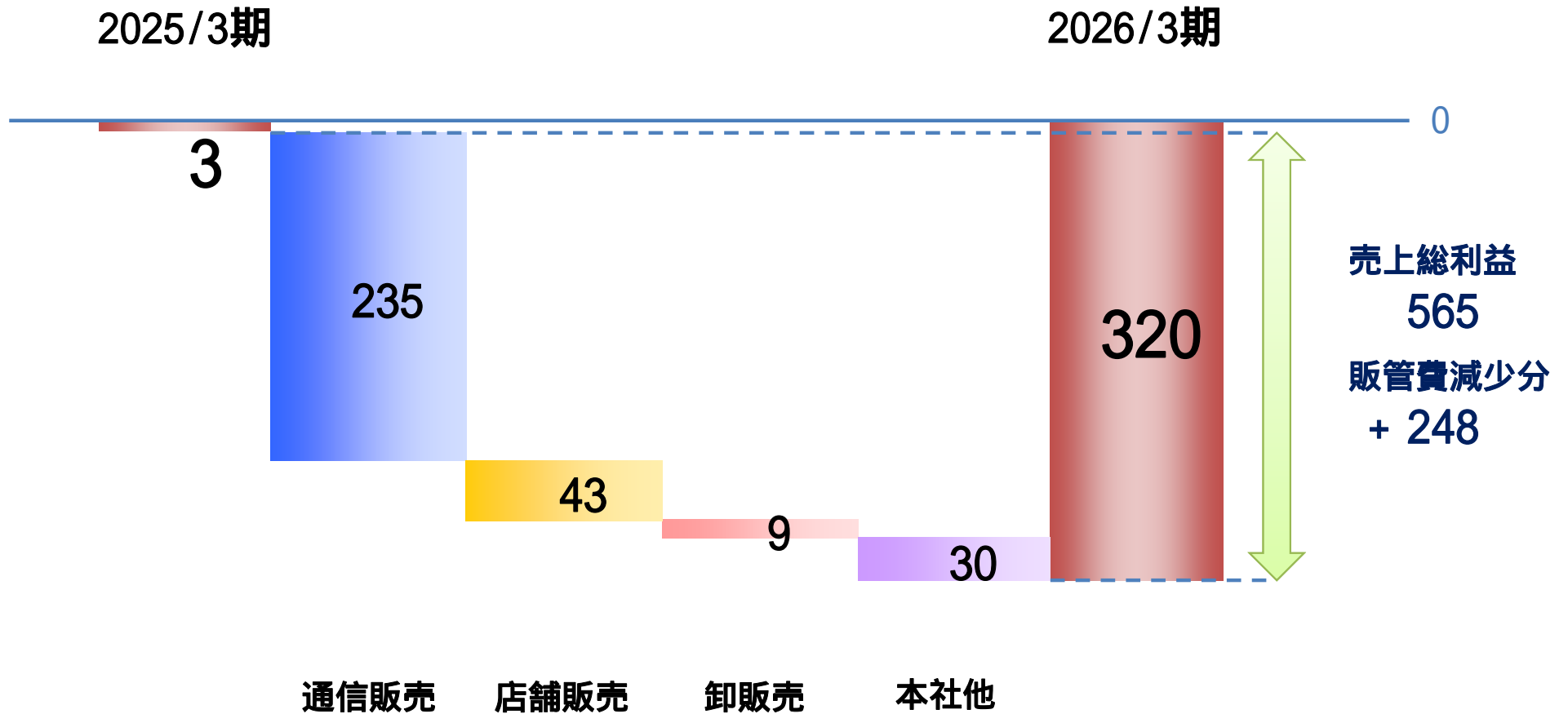


* ()は構成比



営業利益の前期比増減要因

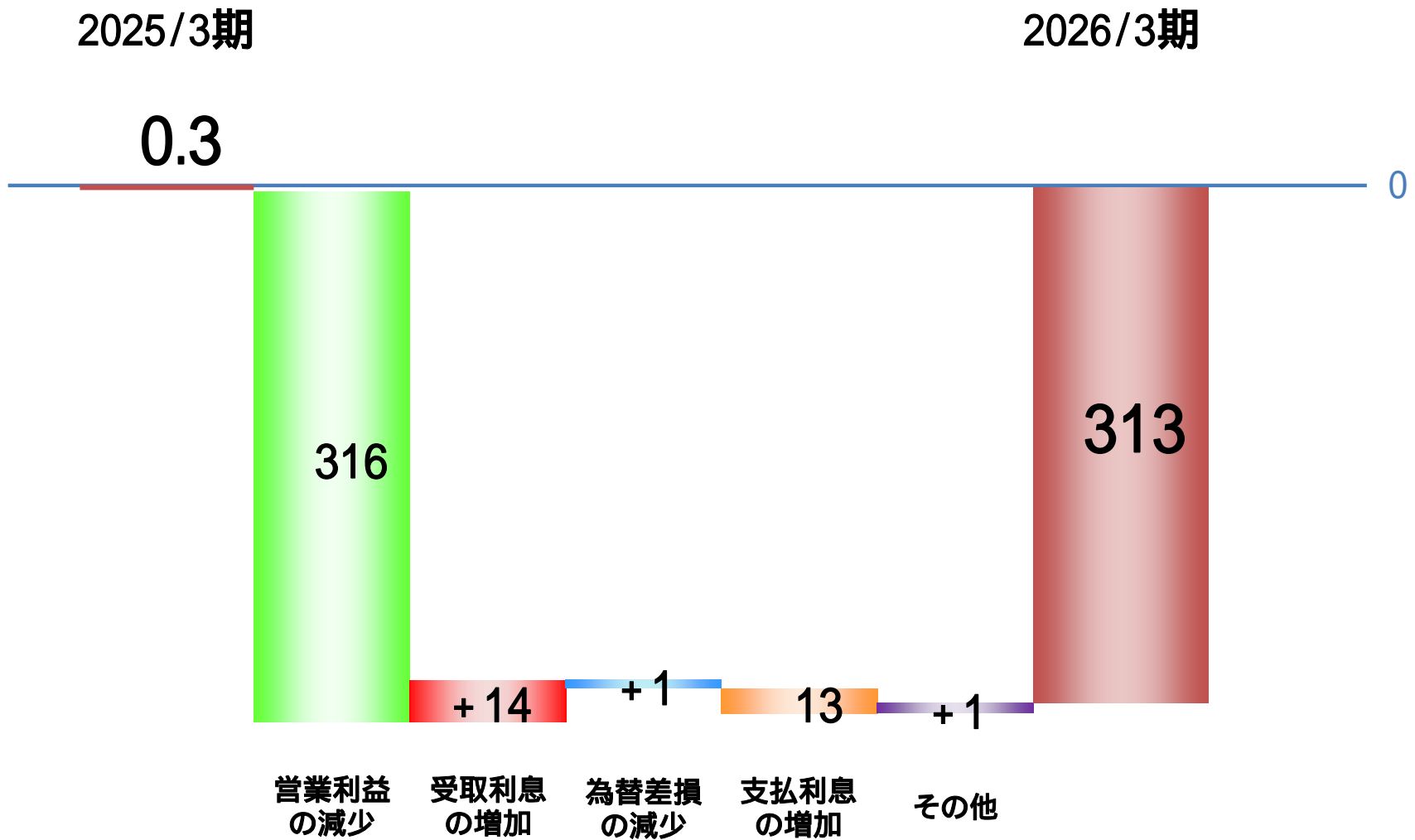
(単位:百万円)





経常利益の前期比増減要因

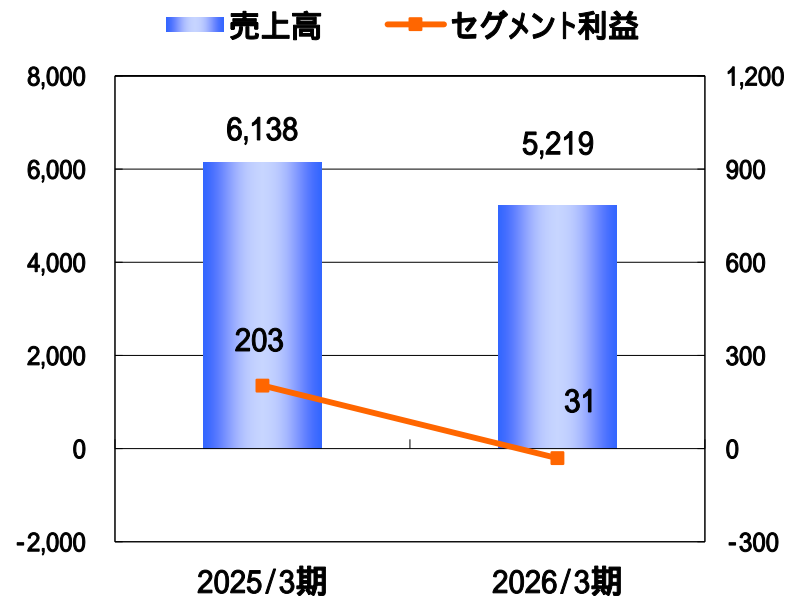
(単位:百万円)



通信販売

800点以上の春夏・秋冬新商品を投入したほか、新たな試みとしてインフルエンサーとのコラボ商品を19点投入した結果、30代を中心に新規顧客の獲得に繋がりました。販売促進面では、新規施策としてアンバサダー・オーディション型投稿PRを行ったほか、2月より上場20周年キャンペーンとして「感謝価格商品の販売」などの施策を実施いたしました。しかし、受注の牽引役となる販売促進商品の不振および秋冬商品の伸び悩みにより総受注件数は前期を下回り、減収となりました。利益面は、広告宣伝費を主に販管費を削減いたしました。減収の影響が大きく、減益となりました。

(単位: 百万円)



インフルエンサーコラボ商品登場!



hichon さん



NATSUMI さん



yukie. さん



スタイリストりさ さん



もくもくちゃん さん



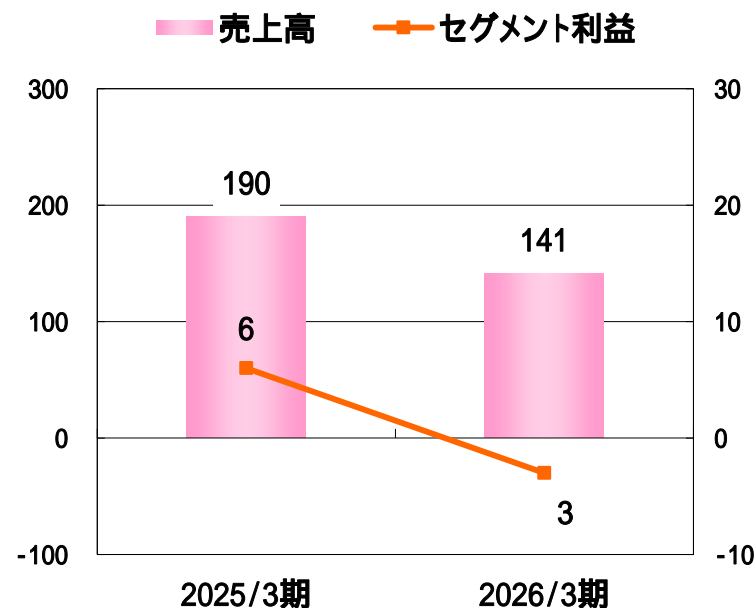
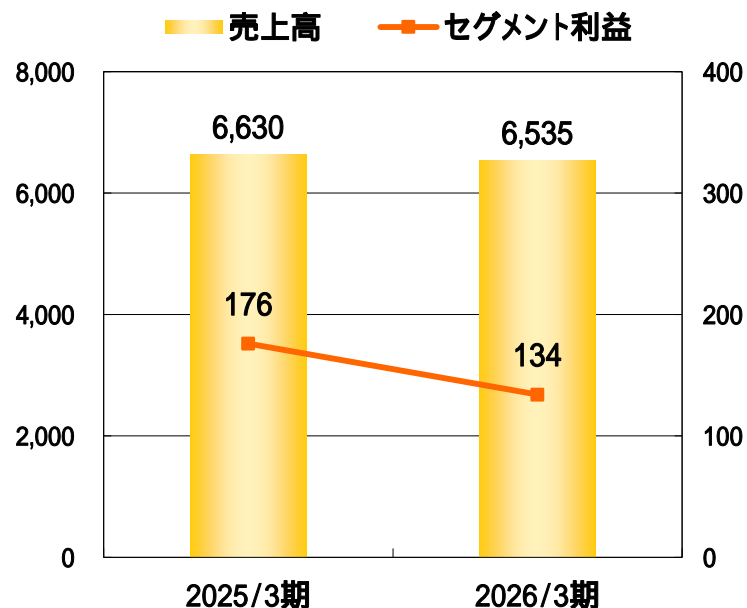
店舗販売

当期中に5か店の新規出店を行った靴専門店が堅調に推移したほか、「立ったまま履ける「SP-ON」」は当期中約7万足を販売し好調な伸びとなりました。しかし、衣料を中心に秋冬商品が伸び悩んだほか、競合店の出店により下期の売上に影響を受けた結果、減収となりました。利益面では、減収に加え専門店新規出店に係る費用増加等により、減益となりました。

卸販売

既存取引先との取引深耕および新規取引先の開拓に努め、一定の成果を得られましたが、主力取引先について販売が振るわず、減収となりました。利益面では、販管費の削減に努めましたが、減収の影響により、減益となりました。

(単位:百万円)





連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2025/3期末		2026/3期末	
	金額	構成比	金額	構成比
流動資産	10,317	68.8%	9,885	68.5%
現預金	6,480	43.2%	6,016	41.7%
売掛金	769	5.1%	680	4.7%
棚卸資産	2,972	19.8%	3,086	21.4%
その他	100	0.7%	107	0.7%
貸倒引当金	6	0.0%	4	0.0%
固定資産	4,671	31.2%	4,536	31.5%
有形固定資産	4,418	29.5%	4,241	29.4%
無形固定資産	52	0.4%	33	0.2%
投資その他の資産	200	1.3%	261	1.8%
資産合計	14,988	100%	14,422	100%

資産(主な要因)

■ 現預金	464
■ 売掛金	89
■ 棚卸資産	+ 114
■ 建物及び構築物	175

資産：前期比 566

	2025/3期末		2026/3期末	
	金額	構成比	金額	構成比
流動負債	3,456	23.1%	3,389	23.5%
買掛金	723	4.8%	702	4.9%
短期借入金 (1年内長期借入含む)	1,917	12.8%	1,855	12.9%
未払金	520	3.5%	550	3.8%
その他	294	2.0%	281	2.0%
固定負債	5,050	33.7%	5,031	34.9%
長期借入金	4,718	31.5%	4,630	32.1%
負債合計	8,506	56.8%	8,420	58.4%
株主資本	6,410	42.8%	5,886	40.8%
資本金	450	3.0%	450	3.1%
資本剰余金・利益剰余金他	5,959	39.8%	5,435	37.7%
その他包括利益累計	72	0.5%	115	0.8%
純資産合計	6,482	43.2%	6,001	41.6%
負債純資産合計	14,988	100%	14,422	100%

負債・純資産(主な要因)

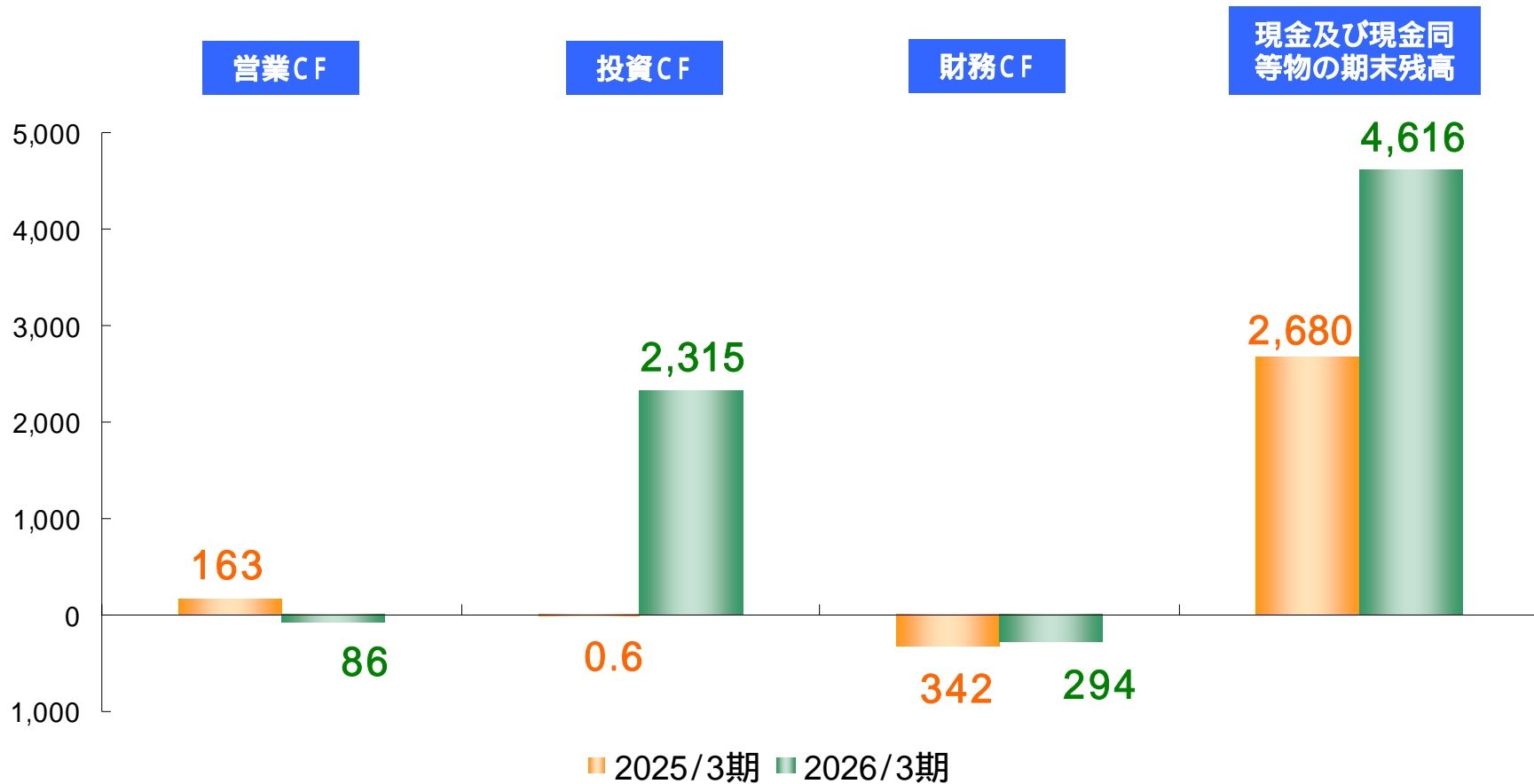
■ 未払金	+ 29
■ 借入金(短期・長期)	150
■ 繰延税金負債	+ 88
■ 利益剰余金	524

負債：前期比 85
純資産：前期比 481



キャッシュフロー計算書

(単位:百万円)



営業CF

投資CF

財務CF

現金及び現金同等物の期末残高

2026/3期 主な増減要因

主に棚卸資産の増加および仕入債務の増減額が101百万円の増加から20百万円の減少となったこと等によるものです。

前年に岩岡本店食品館の改装があったことにより設備投資が減少したほか、定期預金の払戻による収入増で改善しました。

当期は20億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) 継続的に有利子負債の削減を図っております。

貸借対照表における現金・預金6,016百万円との差異は、3か月超定期預金1,400百万円の運用によるものです。



他にはない 他ではできない

➤ 2027年3月期 経営計画





2027年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

通 期 (連結)	2026/3期 実績	2027/3期(予想)	
		(前期増減率・差)	
売 上 高	11,895	12,500	+ 5.1%
営業利益又は営業損失()	320	150	-
経常利益又は経常損失()	313	140	-
経常利益率	2.6%	1.1%	+ 3.7
親会社株主に帰属する当期 純利益又は当期純損失()	426	100	-
当期純利益率	3.6%	0.8%	+ 4.4
1株当たり当期純利益 又は当期純損失()	87.66円	20.54円	+ 108.20円

業績予想

2027年3月期の売上高予想については、上期は現況を踏まえ、前期比で微増を見込んでおります。下期には、前期から取り組んできた新たなオリジナル商品を投入できる見込みであり、PR展開とあわせて、通信販売の受注増ならびに専門店の出店増により増収を見込んでおります。

売上高予想の内訳は、店舗販売68億円、通信販売56億円、卸販売1億円とし、計125億円の計画です。

利益面では、円安基調下ではあるものの、粗利ミックスおよび通信販売事業の売上シェア向上により売上総利益率の改善に努めるとともに、カタログDXを推し進め、広告宣伝費の効率化を図ることで、利益の確保を目指してまいります。

1株当たり配当金	2026/3期 実績	2027/3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。

前期は別途積立金を取り崩す結果となりましたが、連結業績予想を踏まえ、従来の配当方針を維持いたします。



経営体制の刷新

- 意思決定の迅速化と業務執行体制の強化(2026年4月1日付)
- 経営陣のスリム化(前期 13名 2026年6月26日付 8名)
- 役員報酬等の減額継続 2025年7月～
(代表取締役20%、常勤取締役・役付執行役員15%、執行役員10%)

オリジナル商品の開発強化による売上伸長

- 顧客ニーズに沿った差別化商品の開発
- 商品開発とマーケティングの一体化
- オリジナル商品の売上比率向上による粗利益率改善

効率的な業務運営による経費削減

- AI導入による業務の効率化
- データ分析に基づくカタログDX化



年度経営方針

「ローコスト経営の徹底」 「未来への土台づくり」

事業セグメント別施策

通信販売事業



- 定番品の品質向上による競争力向上
- ヒラキオリジナル商品のブランド強化
- WEBマーケティングの強化による集客増加と新規顧客の獲得
- 顧客資産の活用によるCRM向上
- 通販サービスの見直し

店舗販売事業



- 岩岡本店の販わい創出による集客
- 全店でのオリジナル商品の拡販
- 靴専門店モデルの標準化と継続出店
- 品揃えの見直しと特價商品の仕入強化
- 発注管理による在庫適正化

卸販売事業



- 価格競争力のある商品提案
- 効率的な営業体制への見直し
- 「大卸し」のECサイトによる営業効率化
- 新規取引先開拓および販路拡大
- 通販商品のBtoB展開



上場20周年記念感謝価格商品の発売



Special Price

履いてスッキリ
リカバリーサンダル登場!

¥499
(税込¥548)



Special Price **COOL Limit.**

機能素材でこの価格!
家族のひんやり快適
Tシャツ

¥499
(税込¥548)



Special Price *Favourite. Airy*

女性シューフィッター開発!
超軽量ふわりとエアリー

¥780
(税込¥858)



Special Price **JOG弾**

弾むソールで、足取り軽く!
JOG弾スニーカー

Ladies&Men's **¥980**
(税込¥1,078)



Special Price

人気アイテムの再登場!
キッズスリッポン

¥380
(税込¥418)



Special Price

成長期のための
安心な軽量・高機能設計。
ジュニアスニーカー

¥980
(税込¥1,078)



他にはない 他ではできない

➤ 中期経営計画について

2026中期経営計画 【2024～26年度】

(公表 2024/5/15、年度更新 2026/5/15)



1. 中期経営計画の進捗状況(3か年計画の2年目)

更新

『2026中期経営計画』(2024～2026年度) 目標指標と当期実績

連結	主要指標	2027年3月期 目標	2026年3月期 実績		
			実績	目標差	前期差
経営効率	ROE (%)	5	6.8	11.8	+4.4
収益性	連結営業利益率 (%)	4	2.7	6.7	2.7
資産効率	総資産回転率 (回)	0.95	0.81	0.14	0.02
安全性	自己資本比率 (%)	47	41.6	5.4	1.6
生産性	従業員一人当たり売上高 (百万円)	25	21.7	3.2	1.2

『2026中期経営計画』の2年目にあたる2026年3月期は、前期に6億7百万円の特別損失(減損損失)を計上していたため、前期に比べてROEが4.4ポイント改善したほかは悪化し、目標との乖離が大きくなりました。

2027年3月期は、増収による営業利益率の改善を最優先課題として取り組んでまいります。そのためには、利益率の高い通信販売事業の回復が必要であり、当社オリジナル商品の開発強化を進めております。

当期は、季節商品を適切なタイミングで投入するため、商品開発のスピード化を推進いたしました。また、驚き・楽しさ・満足感をお届けできる顧客ニーズに合った商品の開発をプロジェクト化し、取り組みを開始しました。もっとも、商品開発には一定の時間を要することから、当期中の業績への寄与は限定的でしたが、2026年秋冬商品からはその効果が現れるものと見込んでおります。

併せて、販売促進面では、本年2月よりSNSを活用したインフルエンサーとのコラボ企画や、アンバサダー・オーディション型投稿PRを開始したほか、上場20周年キャンペーンを2027年3月期を通じて大型催事として展開する予定です。また、従来、広告宣伝費の大きな割合を占め、効率が低下しているカタログ費用については、AIを活用することにより効率化し、新規施策に振り向けてまいります。

今後も、商品力とマーケティングの一体運用により、当社グループの認知向上を図り、収益確保に努めてまいります。

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

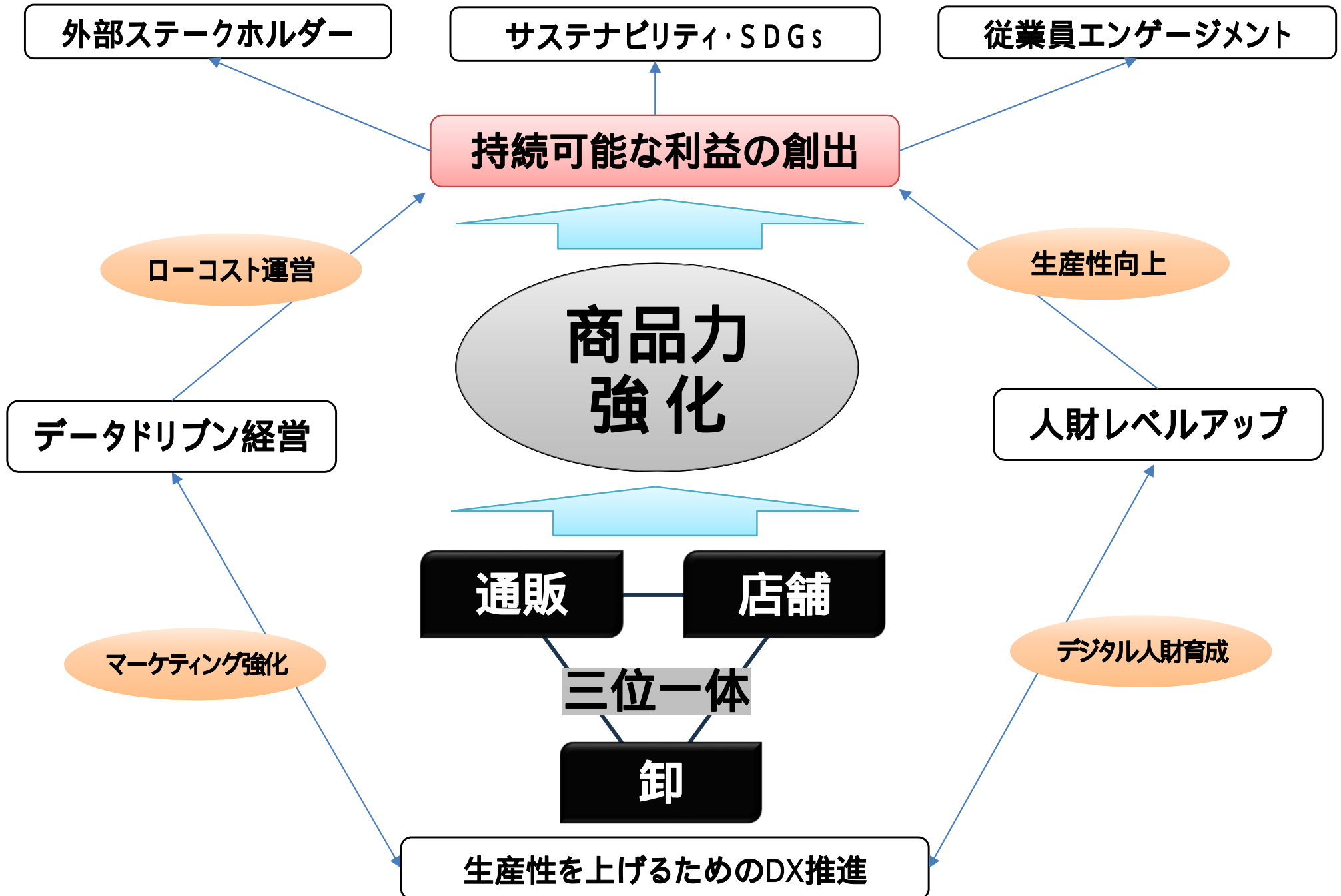
中
期
経
営
計
画
(2024~2026年度)

- 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

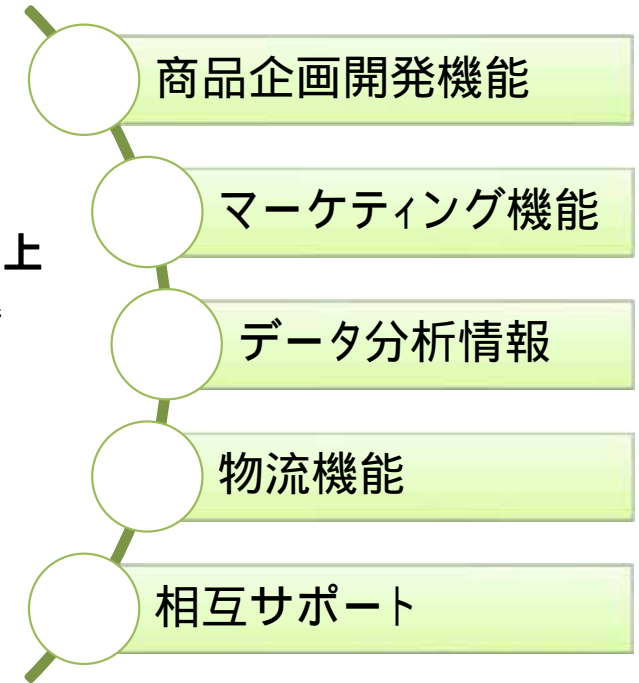
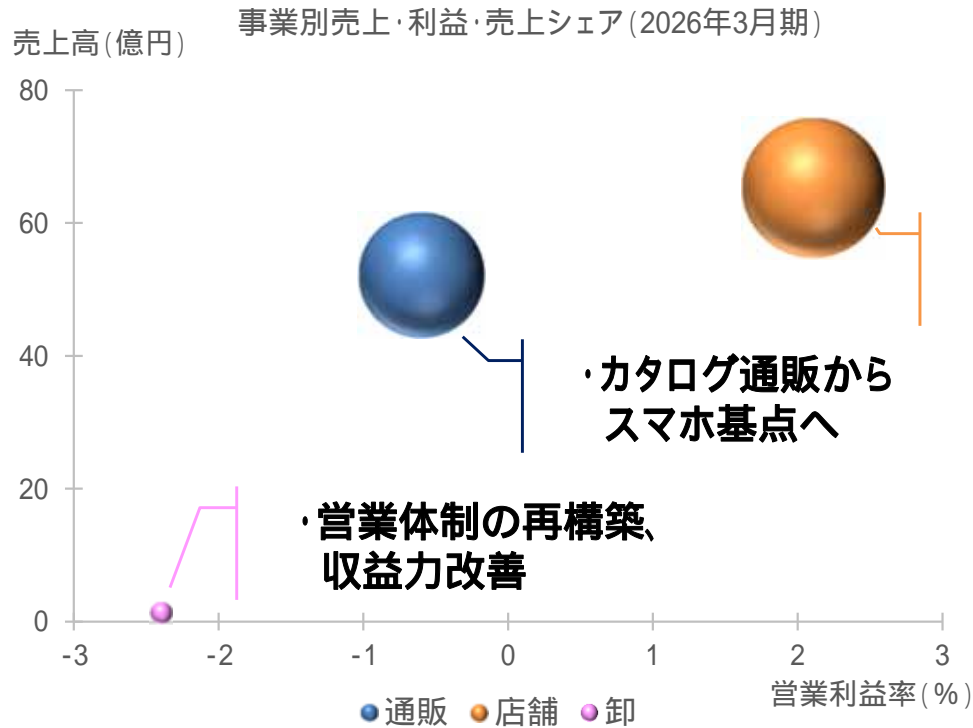


4. 2026中期経営計画 経営目標

- 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。

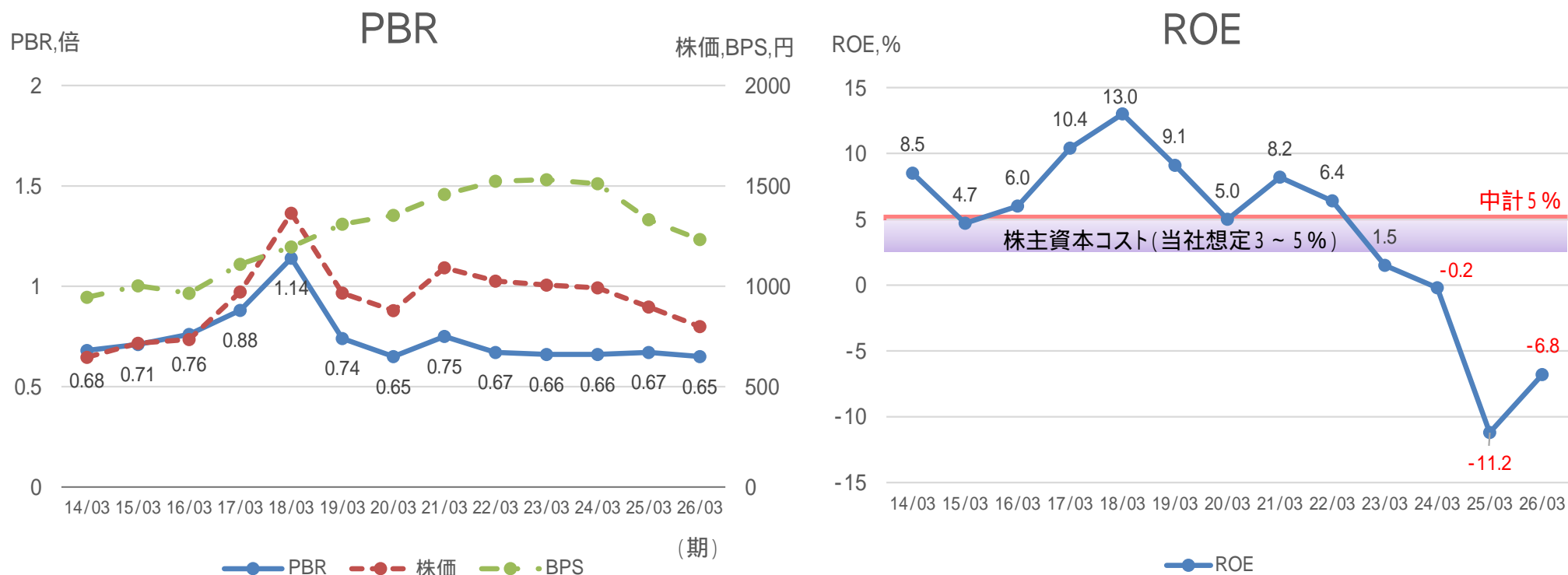
	主要指標	2024年3月期 実績	2027年3月期 目標 (2024年3月期増減比)	
経営効率	ROE (%)	0.2	5	+5.2
収益性	連結営業利益率 (%)	0.3	4	+4.3
資産効率	総資産回転率 (回)	0.81	0.95	+0.14
安全性	自己資本比率 (%)	45.2	47	+1.8
生産性	従業員一人当たり売上高 (百万円)	23.2	25	+1.8

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販わい創出プラン第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

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

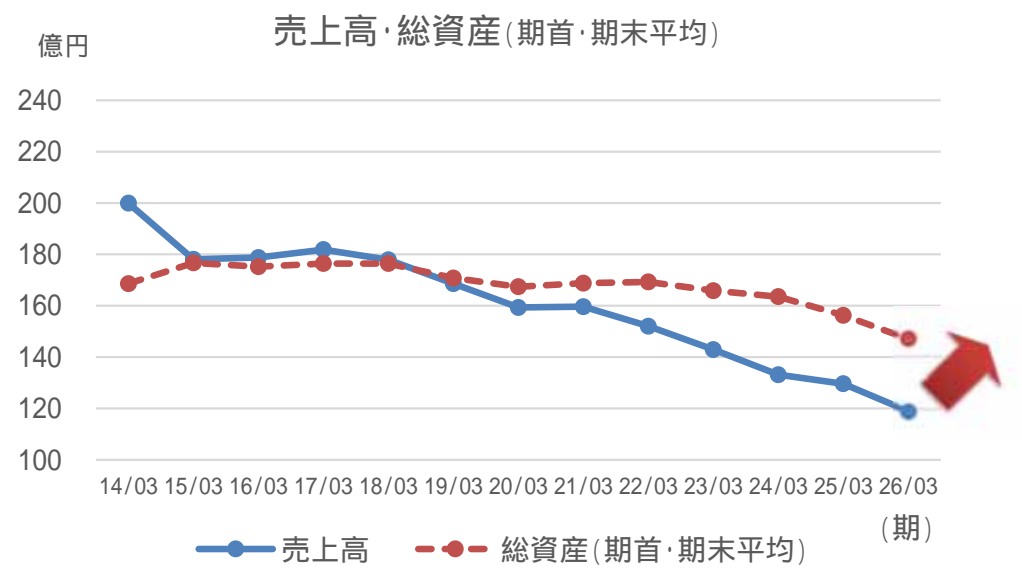
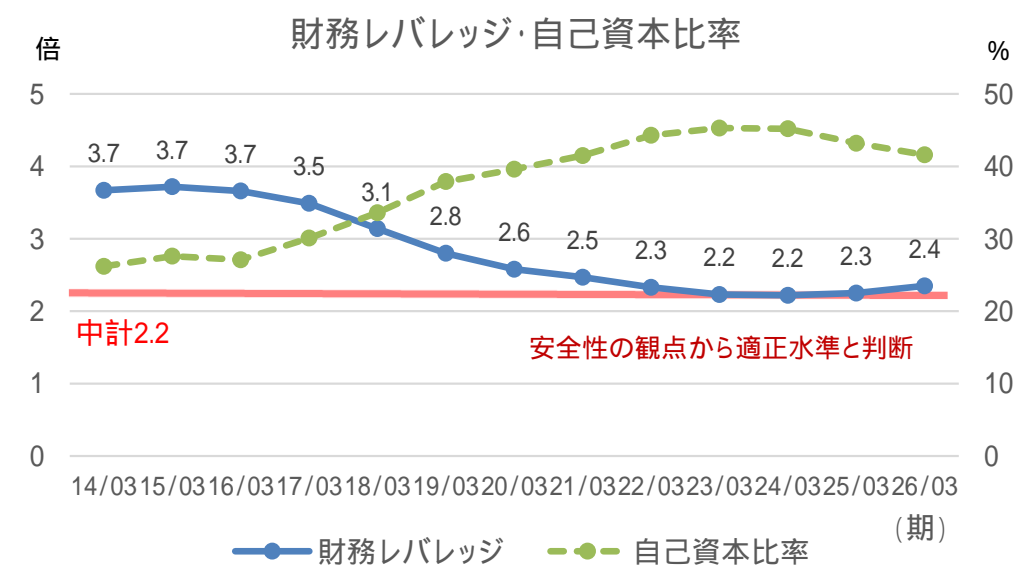
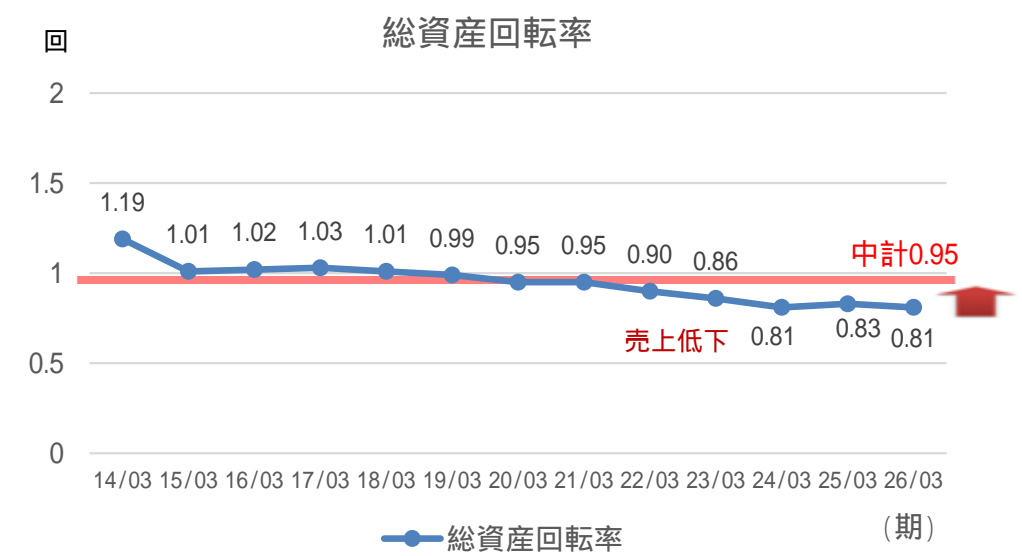
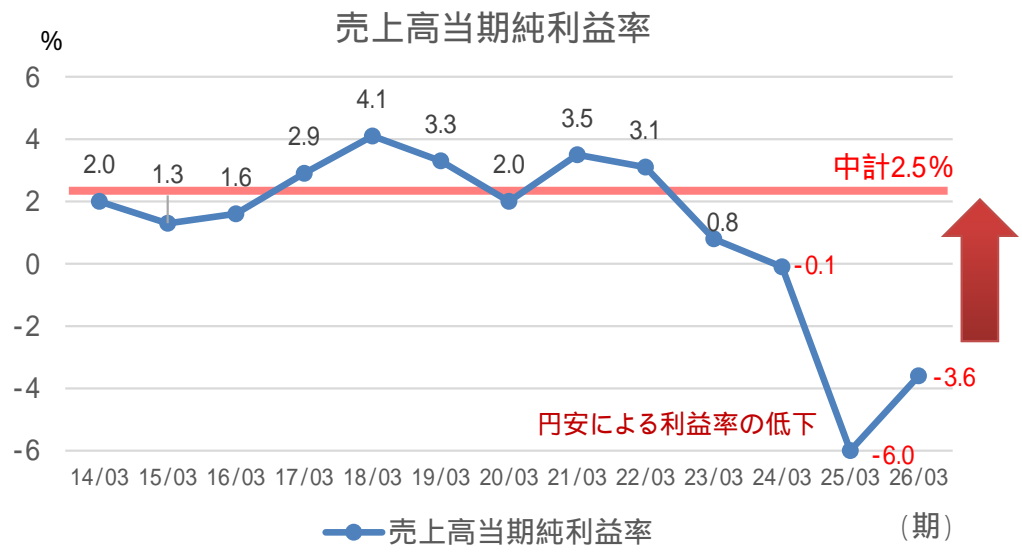


- PBR 1倍割れが継続、2018年度以降BPSの上昇に株価が追いついていない。
- ROEは当社想定株主資本コストを概ね上回っていたが、近年は低下傾向にある。
- ROEが高い営業期は自社オリジナル商品がヒットしており、ROEの向上にはオリジナル商品の強化が求められる。

6. 企業価値向上への取り組み (2) ROE分解による課題認識

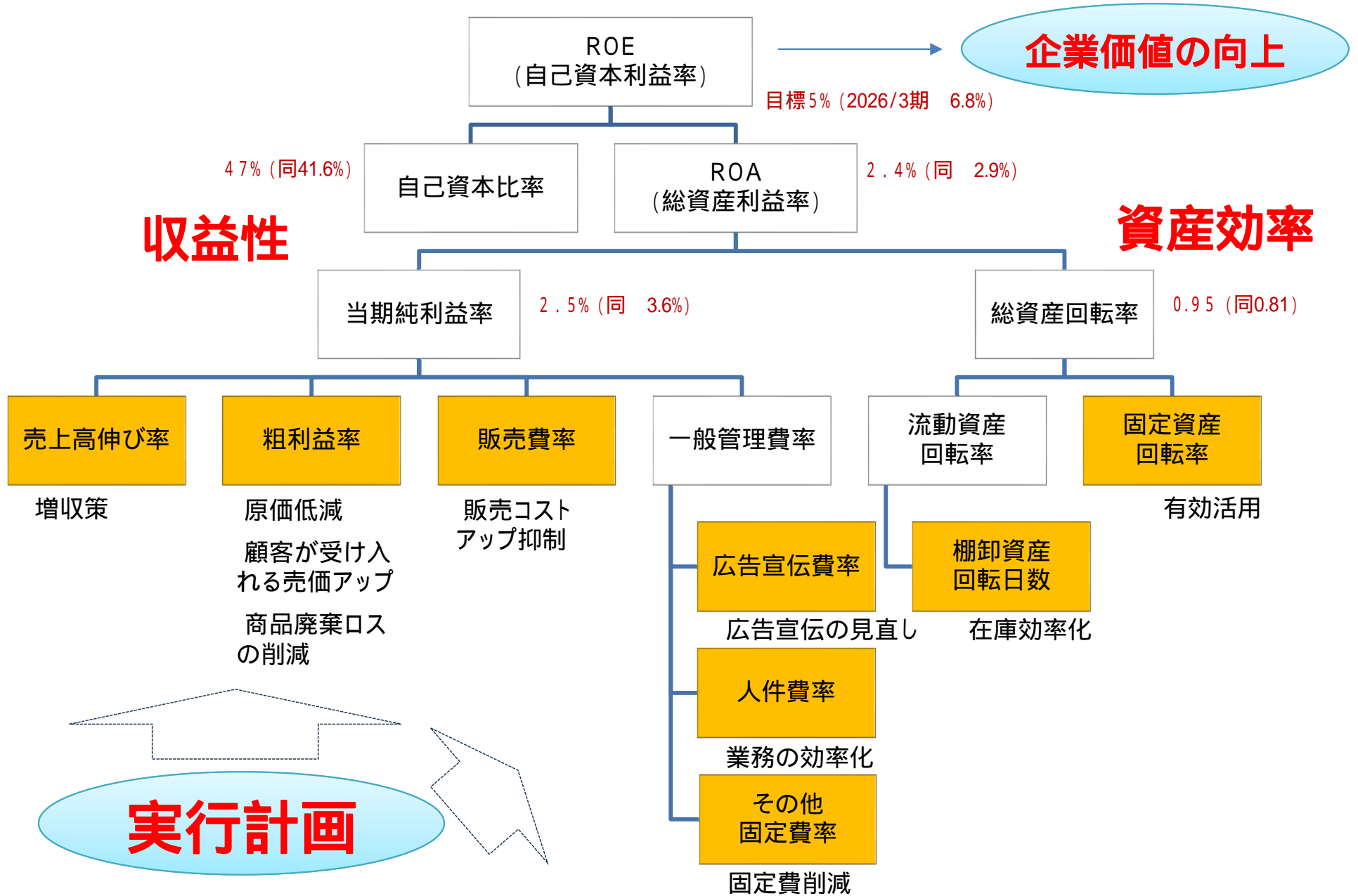
ROEの向上には、増収策ならびに利益率および資本効率の改善が必要

(連結)



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

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



「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/目標及び実績(連結)
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年度目標 10%
		2025年度実績 7.1%
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
		2026年度目標 5.0回転
		2025年度実績 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
		2025年度目標 25%
		2025年度実績 24%



他にはない 他ではできない

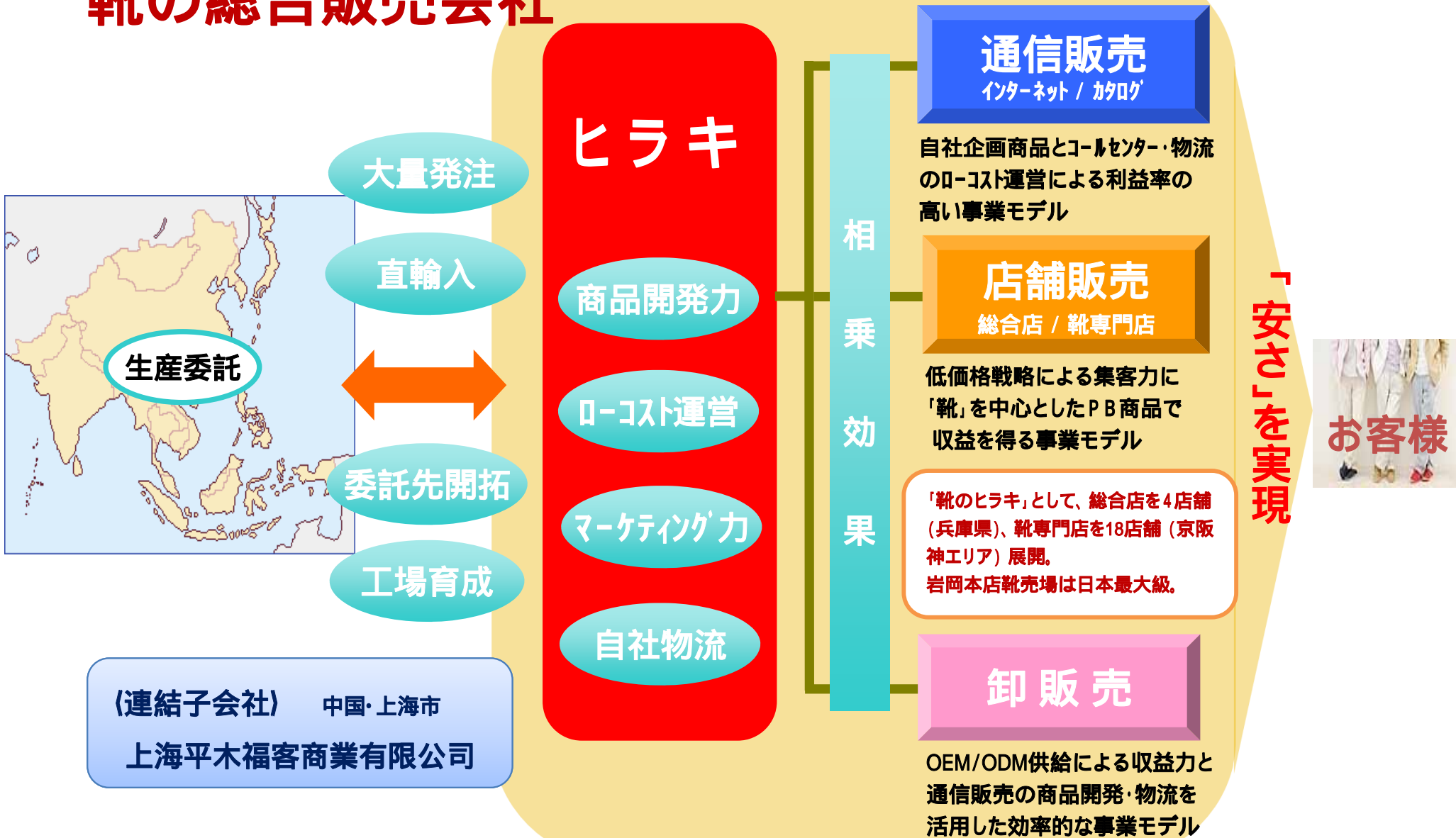
➤ 企業概要とビジネスモデル



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 社長執行役員 梅木 孝雄 (1961年4月24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	548名(平均臨時従業員 314名を含む) 2026年3月末日現在(連結)	
主要取引先	<p><通信販売事業・店舗販売事業> 一般消費者</p> <p><卸販売事業> チヨダ、トライアルカンパニー、大手量販店等</p>	



靴の総合販売会社



〈連結子会社〉 中国・上海市
上海平木福客商業有限公司

自社一貫体制



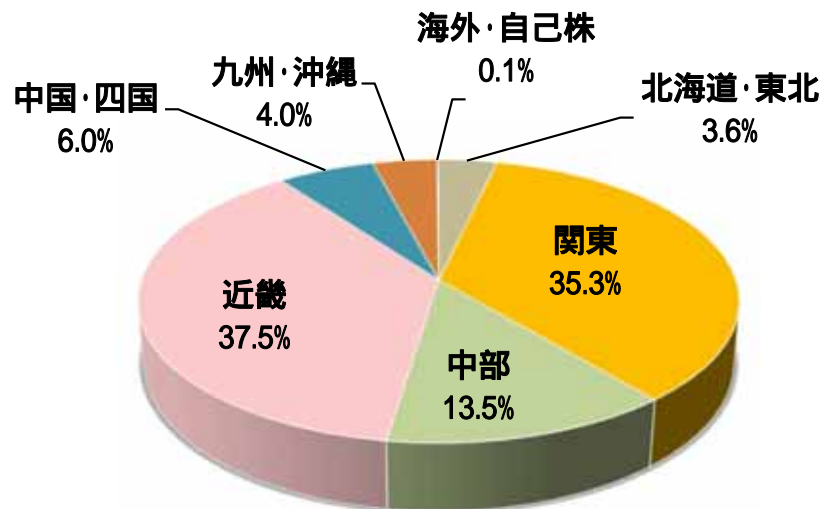
株式の状況

株主数 17,719 名
(前期比 665名増)

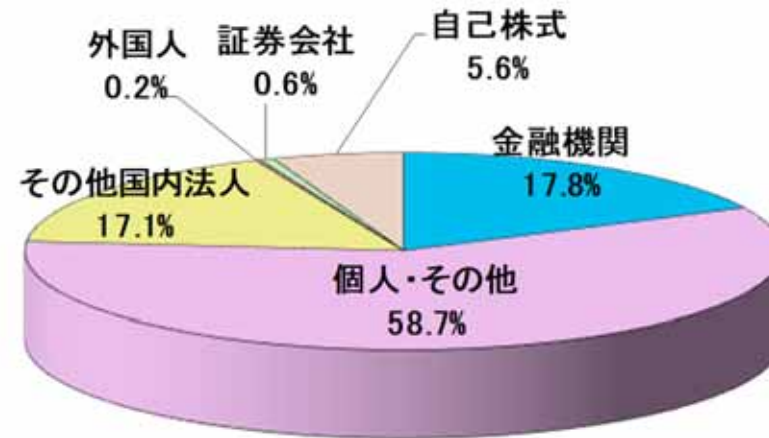
発行済株式総数 5,155,600 株

期末自己株式数 288,193 株
(前期比 ±0株)

地域別株主数比率

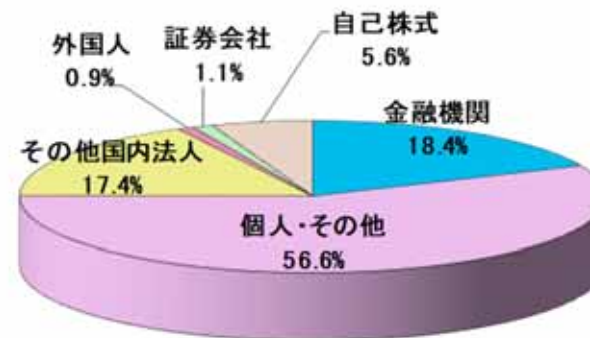


所有者別株式数比率



株主数比率では「個人・その他」が99.3%を占める。

【参考】 前期 (2025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、2026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2026年3月末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。