

2022年6月期

決算補足説明資料



藤久ホールディングス

証券コード：7135

2022年8月10日

2022年6月期決算概要

- 巣ごもり需要の沈静化に加え、コロナ禍の長期化による個人消費低迷の影響もあり、前期比大幅減収
- 新規商品や業務提携先協業を含む施策の売上効果で打ち返すまでには至らず、店舗網・在庫削減の構造改革による損失計上もあり大幅な純損失となった

2022年6月期決算概要

(単位：百万円)

	2020年6月期	2021年6月期	2022年6月期*		
	通期実績	通期実績	通期実績	前期差	前期比
売上高	22,349	20,694	15,712	△ 4,982	75.9%
売上総利益	13,010	12,187	8,623	△ 3,563	70.8%
販売管理費	12,126	11,286	10,798	△ 487	95.7%
営業利益	883	900	△ 2,174	△ 3,075	—
経常利益	749	911	△ 2,154	△ 3,066	—
当期純利益	282	757	△ 2,692	△ 3,449	—

2019年8～9月：
消費税増税前の特需

2020年7月～2021年3月：
コロナ巣ごもり需要

翌期以降の事業展開に備え、滞留在庫削減や不採算店舗閉鎖
等で930百万円の損失を計上

* 当社は藤久(株)の単独株式移転により2022年1月4日に設立されたため、2020年6月期及び2021年6月期は、藤久(株)の数値を記載

* 2022年6月期の数値(連結)は、2022年6月期第2四半期までの藤久(株)の数値(非連結)を含む

* 「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、2022年6月期期首から適用

売上高・経常利益増減要因分析

- 巣ごもり需要沈静化とマクロ環境悪化に店舗閉鎖による影響もあり、売上高は計画を大きく下回る
- 減益要因は、大幅減収に加え滞留在庫削減・閉鎖店舗販促による粗利低下。店舗閉鎖・経費見直しで販管費削減を進める

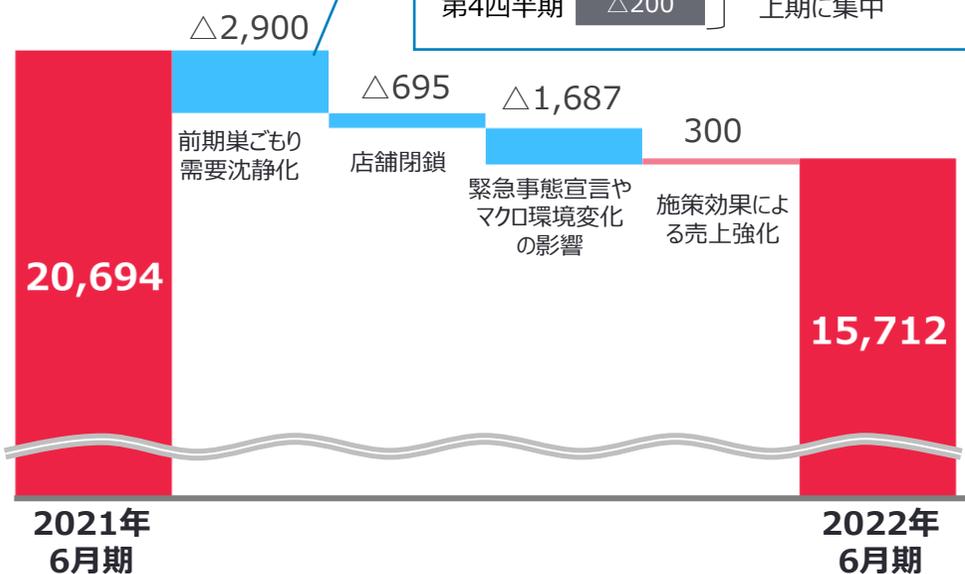
売上高の増減要因

(単位：百万円)

2022年6月期
前期巣ごもり需要の反動

第1四半期	△1,500
第2四半期	△800
第3四半期	△400
第4四半期	△200
合計	△2,900 百万円

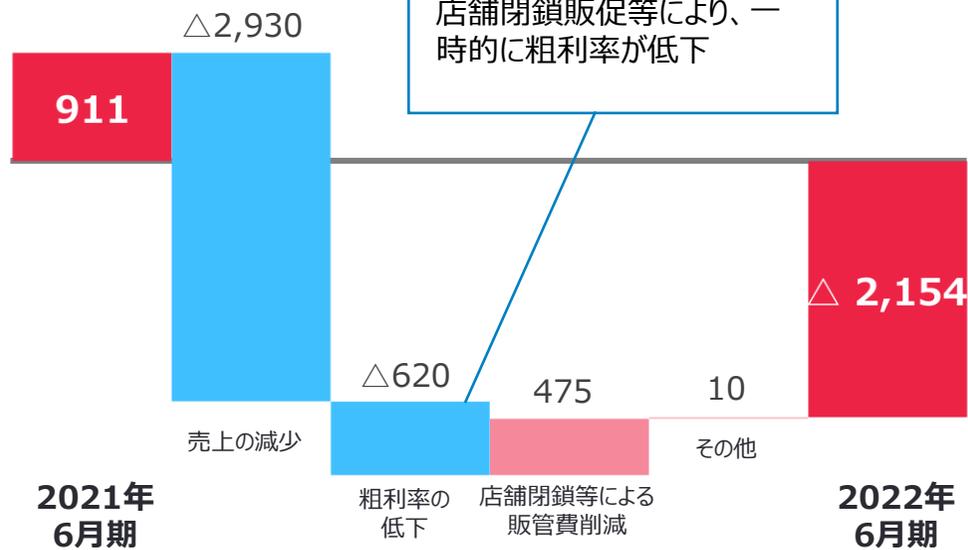
※2021年6月期の巣ごもり需要は上期に集中



経常利益の増減要因

(単位：百万円)

下期の滞留在庫削減販促、店舗閉鎖販促等により、一時的に粗利率が低下



事業部門別売上実績

- 店舗数は、新規出店3店舗、閉鎖18店舗により前期比▲15店舗減少の計369店舗
- 店舗販売部門は、巣ごもり需要沈静化をはじめとする逆風を押し返すべく諸施策に取り組んだものの、来店客数の減少を跳ね返すまでには至らず、前年同期比大幅減
- 通信販売部門は、シルバニアファミリーの取扱い開始、高単価商品の販売強化等により、計画未達ながら手芸EC市場全体がマイナス成長のなか前年を若干上回る売上を達成

既存店舗数の推移

(単位：店舗)

	2020年6月期		2021年6月期		2022年6月期	
	期末	前期比	期末	前期比	期末	前期比
期末既存店舗数	419	92.9%	384	91.6%	369	96.1%
うち手芸専門店	406	93.1%	375	92.4%	361	96.3%
うち生活雑貨専門店	13	86.7%	9	69.2%	8	88.9%

事業部門別売上実績

(単位：百万円)

	2020年6月期		2021年6月期		2022年6月期		
	通期	構成比	通期	構成比	通期	構成比	前期比
店舗販売部門	21,278	95.2%	19,591	94.7%	14,609	93.0%	74.6%
通信販売部門	1,032	4.6%	1,071	5.2%	1,077	6.8%	100.5%
その他の部門	38	0.2%	31	0.1%	25	0.2%	80.6%
合計	22,349	100.0%	20,694	100.0%	15,712	100.0%	75.9%

2019年8～9月：
消費税増税前の特需

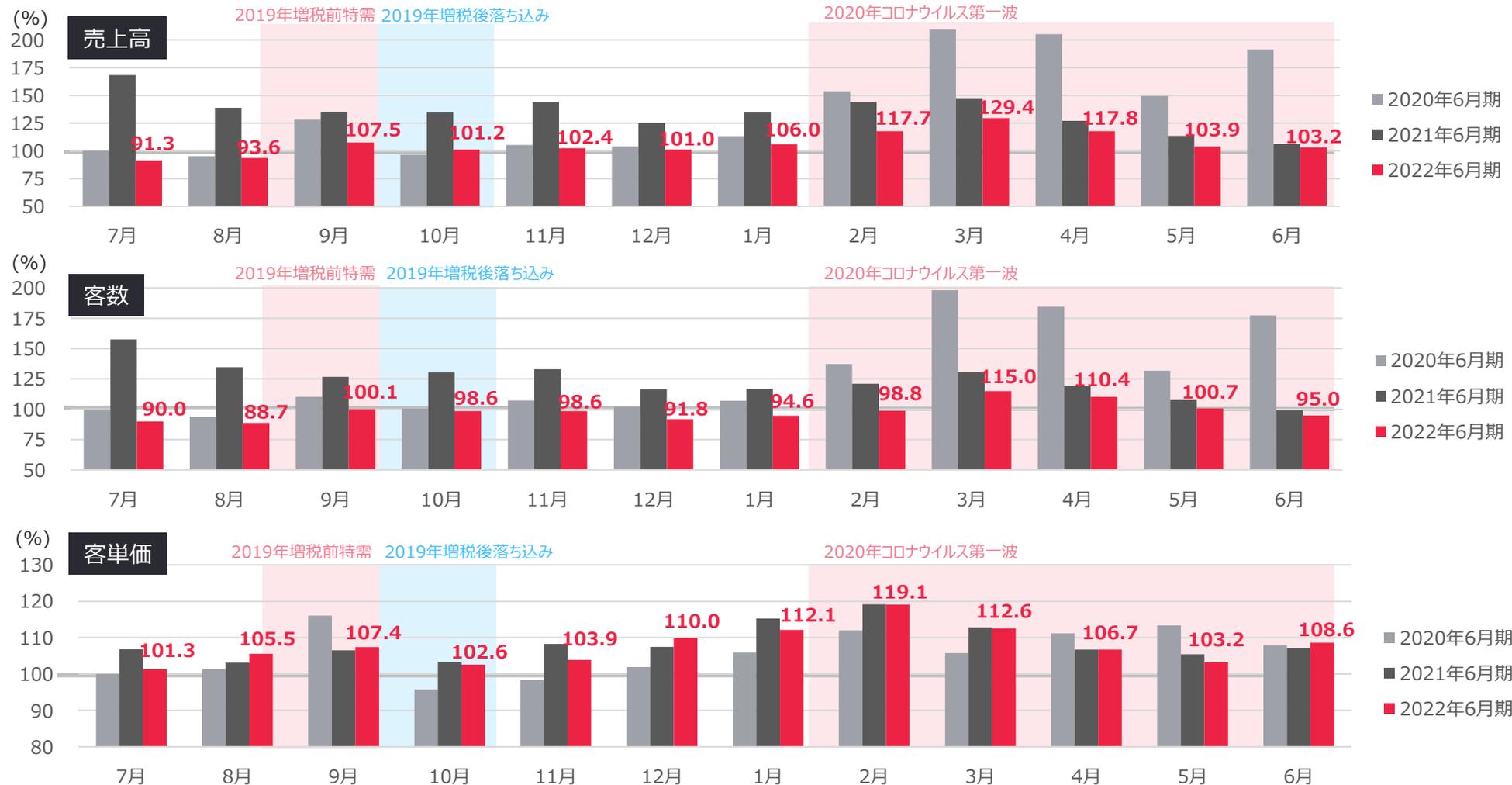
2020年7～2021年3月：
コロナ巣ごもり需要

既存店の状況

■ 2020年2月より急拡大した巣ごもり需要の反動や長引くコロナ禍による客数が減少。客単価は堅調に推移

既存店月次推移（2019年7月実績を100として指数化）

* 藤久手芸専門店既存店（357店舗）実績



商品分類別売上実績

- 新型コロナウイルスの感染防止を受けたマスク、マスクカバー向け需要や、レジ袋有料化を受けたエコバッグ向け需要が沈静化した影響を受け「生地」、「洋裁道具」の売上が減少

商品分類別売上実績

(単位：百万円)

	2020年6月期		2021年6月期		2022年6月期		
	通期	構成比	通期	構成比	通期	構成比	前期比
生地	7,387	33.1%	6,953	33.6%	4,659	29.7%	67.0%
洋裁道具	5,317	23.8%	4,975	24.0%	3,676	23.4%	73.9%
手芸用品	4,492	20.1%	4,312	20.8%	3,944	25.1%	91.4%
ミシン	2,349	10.5%	2,014	9.7%	1,495	9.5%	74.2%
毛糸	859	3.8%	874	4.2%	819	5.1%	93.7%
衣料・生活雑貨	1,295	5.8%	1,078	5.2%	841	5.4%	78.0%
会費等・その他	646	2.9%	483	2.3%	275	1.8%	56.9%
合計	22,349	100.0%	20,694	100.0%	15,712	100.0%	75.9%

連結貸借対照表

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2021年6月期	2022年6月期	増減額	主な増減要因
流動資産	10,681	7,527	△ 3,153	
現金及び預金	4,372	1,330	△ 3,042	△売上減による当期損失の計上
棚卸資産*	5,447	4,933	△ 513	△滞留在庫の削減による減少
その他の資産	861	1,264	402	+未収消費税等
固定資産	2,854	2,665	△ 189	
有形固定資産	1,024	964	△ 60	+POSレジ更新 144 △減損損失 120
無形固定資産	432	474	41	+新基幹システム
投資その他の資産	1,397	1,226	△ 171	△繰延税金資産の取り崩し
資産合計	13,535	10,193	△ 3,342	
負債合計	4,202	3,962	△ 239	
流動負債	3,232	3,153	△ 78	△未払金（年度販売委託料、システム投資）、仕入選別 +契約負債計上、店舗閉鎖関連の引当金・債務
固定負債	969	809	△ 160	△流動負債へ振替
純資産合計	9,333	6,230	△ 3,103	△当期損失計上による利益剰余金の減少
負債・純資産合計	13,535	10,193	△ 3,342	

* 棚卸資産は商品と貯蔵品の合計

* 当社は藤久(株)の単独株式移転により2022年1月4日に設立されたため、2021年6月期は藤久(株)の数値を記載

* 2022年6月期の数値（連結）は、2022年6月期第2四半期までの藤久(株)の数値（非連結）を含む

連結キャッシュフローの状況

- 業績悪化に伴い営業活動によるキャッシュフローは大幅なキャッシュアウトに
- 運転資金の安定的かつ機動的調達を目的に、2020年3月に金融機関5行との間でタームアウト型コミットメントライン契約（契約極度額35億円、現借入残高ゼロ）を締結しており、突発的な運転資金需要発生時も万全の備え

連結キャッシュフロー計算書

（単位：百万円）

	2021年6月期	2022年6月期	増減額	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	△ 103	△ 2,333	△ 2,230	△税引前損益の変動
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 386	△ 305	81	+システム開発投資額の変動
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 390	△ 293	97	+配当金支払額の変動
現金及び現金同等物 の期末残高	4,262	1,330	△ 2,932	

* 当社は藤久(株)の単独株式移転により2022年1月4日に設立されたため、2021年6月期は藤久(株)の数値を記載

* 2022年6月期の数値（連結）は、2022年6月期第2四半期までの藤久(株)の数値（非連結）を含む

期中取組施策の状況

	項目	内容	現在の状況と対応	
1	教室ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存講習会の内容強化 ■ ライブビューイング型Web講習会「ヴォーグ学園オンラインレッスン」の確立 	<ul style="list-style-type: none"> ■ コロナ影響により減少した講習会参加者の回復を織込んだ計画のところ、コロナ禍継続により計画を下回る。新たな販促強化策を実施予定 ■ 下期中にWEB予約システムを導入し、「ヴォーグ学園オンラインレッスン」を開始、2022年6月末時点で80店舗開講 	
2	会員ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 会員証の電子化推進 ■ ランクアップ制度導入 ■ 子育てエールパスの活用 ■ サブスクリプションサービス展開 	<ul style="list-style-type: none"> ■ コロナ影響の反動により期初に有効会員数が減少するも、その後はキャンペーン等の実施で客数減少のなか入会率向上により有効会員数を維持。 ■ 子育てエールパス登録者（登録数23万名）へ入園入学商戦期のキャンペーンを展開 ■ 年会費自動更新サービス、ランクアップ制度については、システム構築の遅延のため開発継続。購入額や購入頻度、継続年数に応じたサービスを追加提供 	
3	シルバニアファミリー	<ul style="list-style-type: none"> ■ 取扱店舗数を100店舗に増強 ■ オリジナルキット開発、ECでの取扱い ■ クリスマス商戦への参画 	<ul style="list-style-type: none"> ■ シルバニアファミリーコーナー「森の手芸屋さん」を2021年11月に前倒しで100店舗展開済 ■ クリスマス商戦で売上増加があったものの、認知度不足もあり計画を下回る ■ クラフト全店で実施したワークショップ動員が最高で1万名強/月、平均6千名弱/月と好評。来店のきっかけとなるよう今後も継続実施 ■ 新たな手芸ファン獲得としての取組みに課題 	
4	システムの刷新	<ul style="list-style-type: none"> ■ オムニチャネル環境の整備 ■ 店舗POSレジの刷新 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新POSレジシステムは全店導入完了 ■ (株)ゴンドラと業務提携締結し、店舗・ECサイトでシームレスなお買物体験ができるシステムを構築開始 	
5	設備投資	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新規出店3店舗 閉鎖18店舗 ■ Web講習会対応設備の導入 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 巣ごもり需要に対応するため、一時見送りしていた店舗網の再編を再開 ■ 地域旗艦店とエリア特性に応じた出店、売場・講習会 構成により強靱な店舗網を構築する ■ 新たな商品・サービス戦略を踏まえた店舗改装を行う 	
6	新人事制度	<ul style="list-style-type: none"> ■ 目標管理制度・新等級制度の運用開始 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2021年7月より新制度運用開始。変化に対応できる目的意識を持った人材育成のため、面談制度による目標設定管理、成果に応じた評価・報酬制度に変更 	

株主還元について

- 通期決算における損失計上や、コロナ禍影響の先行き不透明な状況を鑑み、期末配当は無配。復配に向け財務健全性の改善に最優先で取り組む
- 株主優待については、保有期間や保有株式数に応じた新たな優待制度などさらなる充実化を検討中

配当

	2020年6月期			2021年6月期			2022年6月期		
	中間	期末	年間	中間	期末	年間	中間	期末	年間
一株当たり 配当金 (円)	0.00	25.00*	25.00*	12.50	19.50	32.00	0.00	0.00	0.00

* 1 2020年6月期、2021年6月期は藤久(株)実績

* 2 藤久株式会社は2020年10月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施、2020年6月期については株式分割前の実際の配当金の額を記載

株主優待

①株主優待お買物券

- 22年6月30日に100株以上の株式を保有している株主が対象
- 2,500円のお買物券を贈呈 (500円×5枚)



②藤久ホールディングス設立記念株主優待品の贈呈

- 21年12月31日に藤久株式を500株（5単元）以上保有し、かつ22年6月30日に藤久ホールディングスの株式を500株（5単元）以上保有している株主が対象
- (株)エポック社とのコラボレーション「シルバニアファミリー限定品 黄色いドレスを着たペルシャネコの女の子（ホワイト）」1点、およびオリジナル手作りお洋服材料キット1点の贈呈



2023年6月期業績予想

- 長期ビジョン2030実現へ向け、新中期経営計画初年度では、着実に黒字体質への事業構造転換を実現
- 2023年6月期連結当期純利益については、連結子会社拡大等による影響を確認中。確定次第別途開示予定

2023年6月期業績予想

(単位：百万円)

	2021年6月期		2022年6月期		2023年6月期			
	実績	構成比	実績	構成比	通期予想	構成比	前期差	前期比
売上高	20,694	100.0%	15,712	100.0%	22,000	100.0%	6,288	140.0%
売上総利益	12,187	58.9%	8,623	54.9%	12,050	54.8%	3,427	139.7%
販管費及び一般管理費	11,286	54.5%	10,798	68.7%	11,860	53.9%	1,062	109.8%
営業利益	900	4.3%	△ 2,174	-	190	0.9%	2,364	-
経常利益	911	4.4%	△ 2,154	-	170	0.8%	2,324	-
当期純利益	757	3.7%	△ 2,692	-	未定	-	-	-

配当予想

	2021年6月期			2022年6月期			2023年6月期		
	中間	期末	年間	中間	期末	年間	中間	期末	年間
一株当たり配当金 (円)	12.50	19.50	32.00	0.00	0.00	0.00	未定	未定	未定

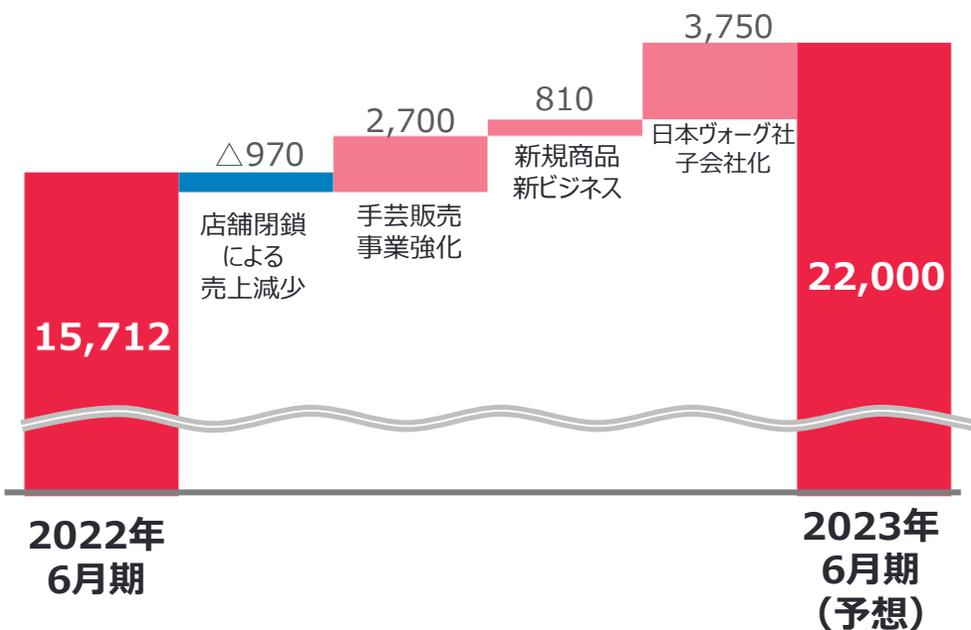
* 2021年6月期は藤久(株)実績、2022年6月期は当社実績

業績予想 増減要因分析

- 店舗網再編に加え、商品MDの再構築によりソーイングを中心とする魅力ある売り場を実現
さらにグループ内および提携企業との協働拡大・深化により手芸事業を強化
- 新たにグループに加わった日本ヴォーグ社の業績加算に加え、新ビジネス領域も強化し、増収黒字転換を実現

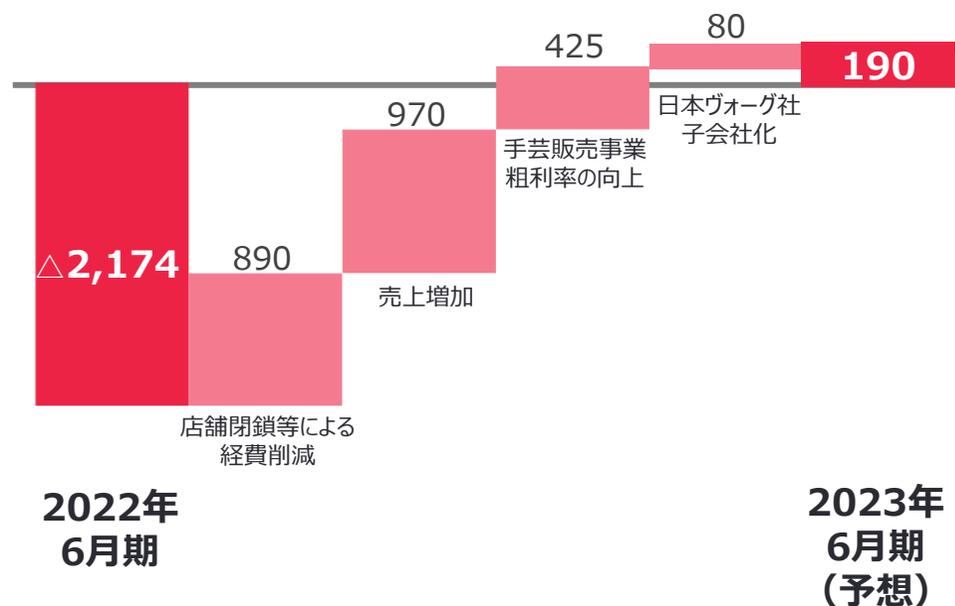
売上高の増減要因

(単位：百万円)



営業利益の増減要因

(単位：百万円)

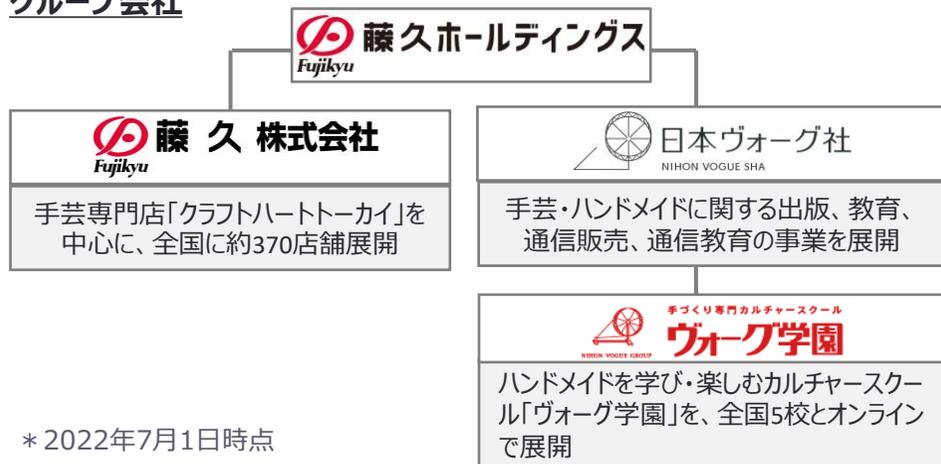


会社概要

商号	藤久ホールディングス株式会社 (FUJIKYU HOLDINGS CO.,LTD.)
設立	2022年1月4日
資本金	1億円
代表取締役	中松 健一
本社所在地	愛知県名古屋市名東区高社一丁目210番地
店舗数	369店舗（グループ連結）
従業員数	298名（グループ連結）
事業内容	毛糸、手芸用品、生地、和洋裁服飾品、衣料品及び生活雑貨等を中心とした一般小売事業を主たる業務として行う子会社等の経営管理及びこれらに付帯又は関連する一切の事業

* 2022年6月30日時点

グループ会社



* 2022年7月1日時点

グループ経営理念

「手づくり」を通して豊かな心を育み幸せを紡ぐ企業グループへ

グループ経営ビジョン

vision1.

私たちは、手芸の総合サポート企業として手づくり文化の裾野を広げます。

vision2.

私たちは、手づくりの喜びと幸せをあらゆる世代のお客様にお届けします。

vision3.

私たちは、手づくりのやさしさを次世代に繋げて持続可能な社会の実現に貢献します。

創業の心

「信用」

お客様から 信用される会社
お取引先様から 信用される会社
株主様から 信用される会社
働く人から 信用される会社
社会から 信用される会社

当社グループは、これまで経営理念としてきた「信用」を創業の心として大切に守り、ステークホルダーの皆様との継続的な対話を通じて信頼関係を構築し、これを維持していくことを経営の基本姿勢といたします。

沿革

- 1961年 3月 「藤久株式会社」設立
- 1968年 7月 手芸専門店のチェーン展開を開始
- 1994年 4月 店頭登録銘柄として株式公開
- 2003年 8月 東京証券取引所第二部及び名古屋証券取引所第二部に株式を上場
- 2013年 5月 東京証券取引所第一部及び名古屋証券取引所第一部に株式を上場
- 2015年 4月 オンラインショップ「クラフトハートーカイドットコム」を開始
- 2018年 5月 スマートフォン向けアプリ「Tokaiグループアプリ」のサービス開始
- 2020年 5月 (株)キーストーン・パートナーズとの資本業務提携
- 2021年 2月 (株)エポック社及び(株)マスターピースと業務提携
- 2021年 5月 (株)日本ヴォーグ社と業務提携
- 2021年11月 GMOペパボ(株)と業務提携
- 2022年 1月 単独株式移転により「藤久ホールディングス株式会社」を設立
- 2022年 7月 株式交換により(株)日本ヴォーグ社を子会社化

~2021年

■ インフラ整備

・基幹システムの刷新

店舗と通販在庫を一元管理する新基幹システムに刷新し、全店舗のPOSをタブレット型に変更することで多様な販促が対応可能に

・人材投資

成果報酬型の人事制度へ変更し、従業員のモチベーションアップを実現
管理・営業支援人材を外部登用し、管理サポート体制を強化

■ 収益力の改善

不採算店舗閉鎖、本部人員スリム化、物流見直し等で収益力を改善、店舗網再構築や諸経費の見直しによりさらなる体質強化中

■ 業務提携

- ・(株)エポック社 2021年 2月 手芸と親和性の高い人気商品の取扱い
- ・(株)日本ヴォーグ社 2021年 5月 協業による多科目のWeb講習会の実現
- ・GMOペパボ(株) 2021年11月 両社のサービス(店舗・オンライン)への相互送客

■ 持株会社体制への移行

M&Aやアライアンス推進を加速化するための体制確立

■ M&Aやアライアンスの推進によるグループの業容拡大

当社の会員基盤、サービス・商品、店舗網と親和性が高い企業とのアライアンスを推進し、グループ事業シナジーを創出。新規顧客の獲得、事業の充実化・拡大を図り、企業価値向上を実現

■ 店舗とECが一体化したシームレスな購入環境の実現 商品・サービスの充実化

基幹システムにより店舗とECの一体化を実現
広告・CRM支援の(株)ゴンドラと業務提携しECサイトを大幅リニューアルし、デジタルマーケティングにより顧客訴求力の高いサービス・商品を提供

2022年~

事業展開

事業展開

手芸専門店



336店舗



21店舗

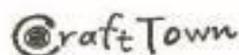


2店舗



2店舗

手芸情報サイト・公式通販サイト



手づくりタウン



生活雑貨 専門店



8店舗

出版



カルチャースクール



教育・通信教育事業

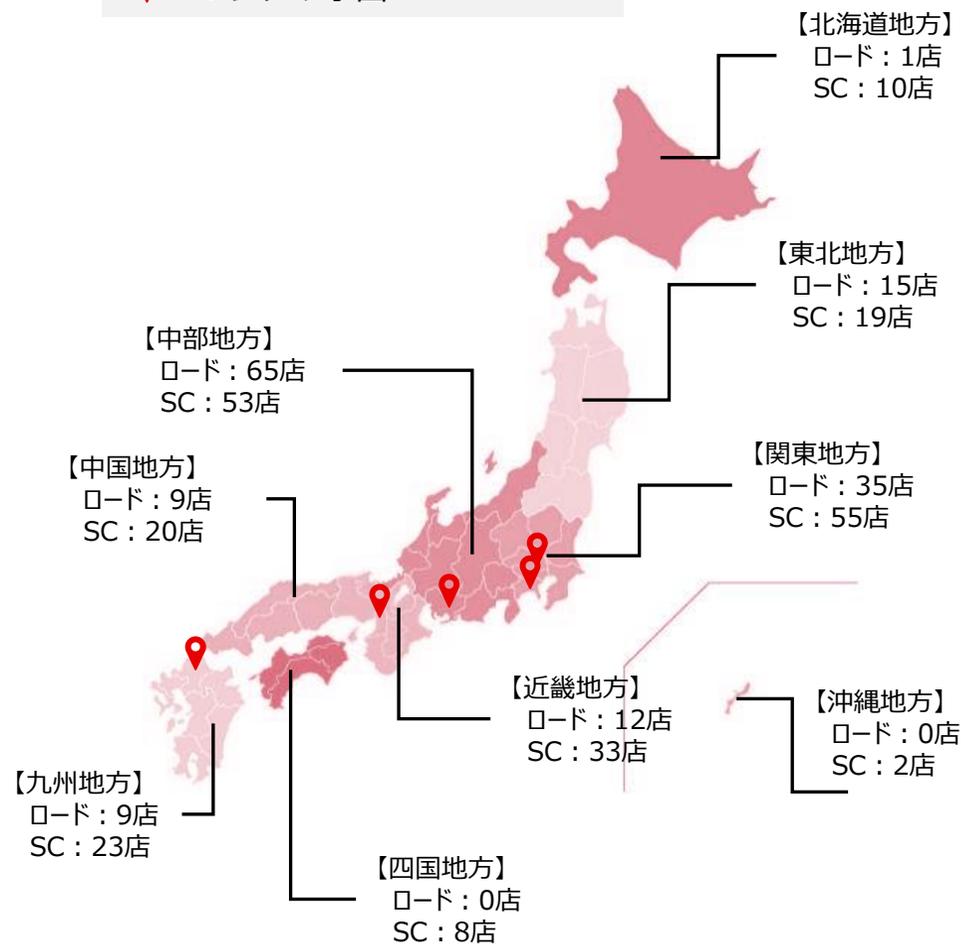


Studio
KILN ART



店舗状況

□ロード : □ロードサイド店舗
 SC : SC店舗 (インショップ店舗)
 📍 : ヴォーグ学園



* 2022年7月1日時点

本資料に関するご注意

本資料及び当社IRに関するお問合せ先

- 本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、投資勧誘を目的とするものではありません。
- 本資料に記載された業績予想及び将来予測については、資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、リスクや不確実性を含むため、将来の経営成績の結果を保証するものではありません。
- 実際の業績等については、環境の変化などにより、本資料における将来見通しと異なる場合がございます。
- 万が一、この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いません。

本資料及び当社IRに関するお問合せ先



お問合せ先	藤久ホールディングス株式会社 企画部
所在地	〒465-0095 愛知県名古屋市名東区高社一丁目210番地
電話	052-725-8815
HP	https://www.fujikyu-hd.co.jp/