



2023年 2月期 第1四半期決算説明会

2022年 6月27日

しまむらグループ



品番：555-0596

1. 連結業績 損益計算書

▽売上高 前期比 4.8%増。1Qとしては過去最高売上。
▽販管費率 25.0%(前期比▲ 0.3pt)。広告宣伝費等の効率化が進む。
▽営業利益高 146億円(率 9.8%)。1Qとしては過去最高益。

(百万円、%)

	22年1Q	売上比	前期比	21年1Q	売上比	前期比
売上高	149,319	100.0	104.8	142,539	100.0	133.2
売上総利益	51,649	34.6	105.8	48,829	34.3	149.3
販売管理費	37,371	25.0	103.6	36,065	25.3	105.5
営業利益	14,615	9.8	112.3	13,019	9.1	—
経常利益	14,959	10.0	112.5	13,299	9.3	—
親会社株主に帰属 する四半期純利益	10,212	6.8	115.1	8,875	6.2	—
1株当たり 四半期純利益	277.87円	—	—	241.51円	—	—

2. 事業別売上高

▽ブランド力の進化、新規インフルエンサーとキャラクターの開発、
販促手法の多様化、地域対応等により国内売上高は前期比 4.8%増。
▽思夢樂はコロナウイルスの感染急拡大と低気温の影響で売上減。

* EC事業の売上高は各事業に含む（百万円、%）

事業	22年1Q	構成比	前期比	21年1Q	構成比	前期比
しまむら	108,773	72.9	103.1	105,484	74.0	134.0
アベイル	14,540	9.7	110.0	13,221	9.3	138.5
バースデイ	20,834	14.0	108.7	19,162	13.5	127.8
シャンブル	3,786	2.5	114.8	3,299	2.3	131.9
ディバロ	191	0.1	106.5	180	0.1	140.3
しまむら (単体)	148,127	99.2	104.8	141,347	99.2	133.5
思夢樂 （台湾）	1,191	0.8	99.9	1,192	0.8	112.3
飾夢樂 （上海）	—	—	—	—	—	—
しまむら (連結)	149,319	100.0	104.8	142,539	100.0	133.2

3. 連結業績 販売費及び一般管理費

▽人件費 … 5.6%の賃上げで前期比 4.5%増。計画に織り込み済み。
▽広告宣伝費 … デジタル販促の拡大と多様化で売上比 1.9%と抑制。
▽設備費 … 水道光熱費は電気料金値上で 28.4%増。賃借料は抑制。

(百万円、%)

	22年1Q	売上比	前期比	21年1Q	売上比	前期比
給与	15,550	10.4	104.6	14,860	10.4	104.7
人件費合計	18,148	12.2	104.5	17,360	12.2	102.8
広告宣伝費	2,880	1.9	95.6	3,014	2.1	129.9
販売費合計	4,677	3.1	101.8	4,596	3.2	127.2
消耗品費	298	0.2	95.6	312	0.2	120.6
陳列器材	207	0.1	126.3	164	0.1	77.5
営業費合計	1,939	1.2	103.3	1,877	1.3	106.1
賃借料	8,170	5.5	99.3	8,226	5.8	100.0
減価償却費	1,453	1.0	98.3	1,478	1.0	110.6
設備費合計	11,434	7.7	103.2	11,083	7.8	100.6
一般費合計	1,171	0.8	102.1	1,147	0.8	126.7
販管費合計	37,371	25.0	103.6	36,065	25.3	105.5

4. 連結業績 貸借対照表

▽資産 … 現預金の比重を高める方針は継続。 前期末比では同水準。
商品在庫は前年同期末比 4.2%増。 適正水準を維持。

▽負債 … 未払法人税等と未払消費税が増加。

(百万円、%)

	22年5月度末	構成比	21年5月度末	構成比	前年同期末比
流動資産	314,540	64.6	279,978	61.5	112.3
固定資産	172,418	35.4	175,151	38.5	98.4
資産合計	486,959	100.0	455,130	100.0	107.0
流動負債	61,113	12.5	57,340	12.6	106.6
固定負債	9,506	2.0	8,868	1.9	107.2
負債合計	70,619	14.5	66,209	14.5	106.7
株主資本合計	413,048	84.7	385,074	84.6	107.3
その他の包括利益累計額	3,290	0.8	3,846	0.9	85.6
純資産合計	416,339	85.5	388,920	85.5	107.1
負債純資産合計	486,959	100.0	455,130	100.0	107.0

5. 既存店売上・客数・客単価 前年比

- ▽ 既存店売上の伸長 … 商品力と販売力の更なる強化。
- ▽ 客数の増加 … 新商品の開発、販促媒体の多様化、都市部の対応。
- ▽ 客単価の上昇 … コーディネート提案、高価格帯の拡充、値下抑制。

(%)

事業	期間	売上高		客数	買上点数	客単価	1点単価
		既存店	全店				
しまむら	22年1Q	103.7	103.1	101.2	101.3	101.9	100.6
	21年1Q	133.9	134.0	127.9	100.0	104.8	104.8
アベイル	22年1Q	110.9	110.0	106.6	102.3	103.2	100.8
	21年1Q	138.6	138.5	135.7	100.0	102.1	102.1
バースデイ	22年1Q	105.2	108.7	103.9	105.1	104.7	99.6
	21年1Q	125.5	127.8	123.5	98.3	103.5	105.3

6. 粗利・値下・在庫 前年比

▽しまむらとアベイルは、季節商品の適正な在庫コントロールや短期生産の活用で、値下が抑制でき、粗利率の改善が進む。

▽バースデイは粗利・値下・在庫とも計画通り。

(%、pt)

事業	期間	粗利			値下			在庫
		粗利高 前年比	粗利率		値下高 前年比	値下率		在庫高 前年比
				前年差			前年差	
しまむら	22年1Q	103.5	33.5	+0.2	79.5	6.7	-2.0	101.1
	21年1Q	140.9	33.3	+3.6	81.4	8.7	-5.6	95.7
	21年累計	107.1	33.2	+0.1	93.1	7.3	-1.1	98.3
アベイル	22年1Q	116.0	38.0	+2.0	86.1	16.2	-4.4	98.6
	21年1Q	158.9	36.0	+4.6	95.9	20.6	-9.2	92.1
	21年累計	111.0	38.3	+0.3	100.6	15.6	-1.4	92.3
バースデイ	22年1Q	108.1	36.6	-0.2	94.1	2.4	-0.4	112.4
	21年1Q	142.9	36.8	+3.9	45.1	2.8	-5.1	91.7
	21年累計	112.4	34.6	+0.5	101.9	5.1	-0.5	108.8

7. しまむら事業の取組み①

商品力の強化

▽ブランドの進化…ブランド比率 29.6% (PB + JB + FIBER)

新商品の開発と既存商品の改善。PB売上高 前年同期比 3.5%増。

▽高価格帯「CLOSSHI PREMIUM」の拡充…売上高 前年同期比 約 1.5倍。

▽市場調査部を中心に商品の機能性や着心地をアップデート。外部評価も○。

新商品の開発と既存商品の改善

CLOSSHI

ONでも! OFFでも!
パンツ
(税込 ¥1,969)
本体 ¥1,790

CLOSSHI

CLOSSHI

「キレイ宣言」

Wデオドラント
パッケージインナー
(税込 ¥759円)
本体 690円

高価格帯への取組み

CLOSSHI PREMIUM

お手軽
きれいニット
PREMIUM

カーディガン
本体 ¥1,290
(税込 ¥1,419)

ロングカーディガン
本体 ¥1,790
(税込 ¥1,969)

CLOSSHI
PREMIUM

超ひんやり 2倍の冷たさ
抗菌防臭
プラス

超COOL

超COOLとは、
当社基準の2倍をクリアした
接触冷感に優れた商品です。
触れた瞬間のひんやりが
強いから、暑い季節を
超COOLに過ごせます。

雑誌「LDK the Beauty」

お手軽きれいニット

ほぼ100%のカット力で
これからの季節に大活躍!

紫外線を強力ブロック!
1枚あると重宝する
しまむらのカーディガンは、薄手
のニット素材のわりにUV
カット力バツン! 肌を守るの
で、いつもカバンに忍ばせて
おく心安です。

こちらも優秀でした!
ユニクロ セブンスアイ

しまむら
レディース
Vネック
カーディガン
税込価格: ¥1,419円

FIBER DRY肌着

体にフィットしてトップスに響かない!
インナーとして優秀すぎます!!

汗をかいても肌をサラサラ
風通し多量な伸縮性
吸汗速乾性や肌を冷やす効果に
抗菌防臭効果をプラスしてパワーアップ
したしまむらオリジナルインナー。フィットして
もつかない、着心地がよいから、イン
ナーとして大活躍のアイテムです。

レディース
キャンディインナー
(FIBER DRY)
税込価格: ¥759円

7. しまむら事業の取組み②

商品力の強化

▽ブランドの進化 … JB比率 10.1%。売上高は前年同期比 9.5%増。

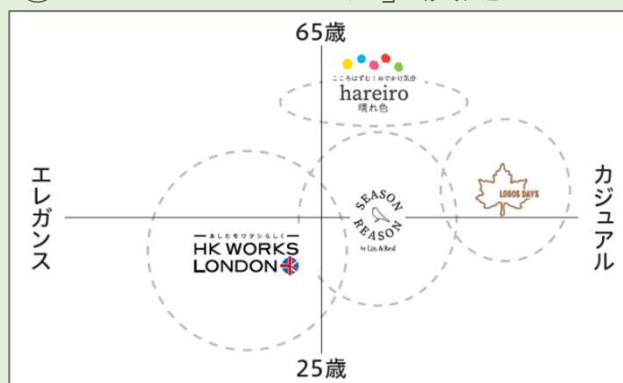
お出かけ需要で「SEASON REASON」「HK WORKS LONDON」が好調。

▽JBはブランド開発の仕組み作りが進み、商品・売場・販促が三位一体に。

計 12ブランドを展開。それぞれ「ディレクション会議」開催で意思統一。

【ブランド開発の流れ】

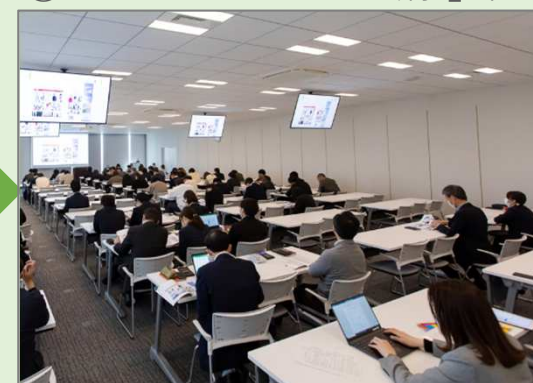
①「ポジショニング」決定



②「ミッション」策定



③「ディレクション会議」開催



⑥「個別商談」スタート



⑤「合同商談会」実施



④「シーズンカラー」選定



7. しまむら事業の取組み③

販売力の強化

▽デジタル販促の進化と多様化… WebCM 計 18本（昨年 + 1本）

PB商品の魅力を動画でアピール。気温の変化にも機動的に対応。

Instagram「しまスタイル」に加えて「TikTok」を新規スタート。

▽ホームページとアプリも全面リニューアル。情報量拡大。ECとも連動。

WebCMの拡大



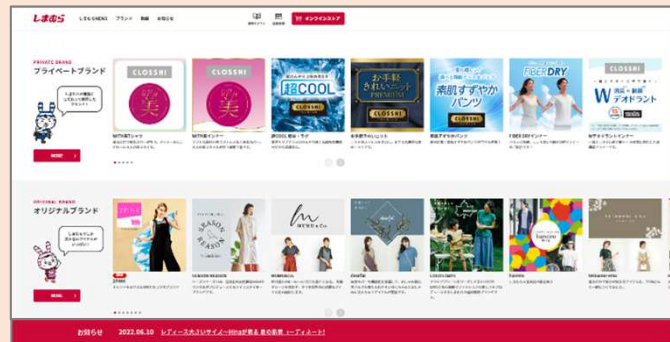
「Tik Tok」開設



「Shufoo!」チラシ掲載



ホームページとアプリのリニューアルで情報量拡大



#キンキ25円でCM出演



7. しまむら事業の取組み④

販売力の強化

▽地域対応の強化 … 北海道と沖縄県の売上昨対は全店平均を上回る。

北海道 … 運動会対応（長袖）など。 沖縄県 … 夏物の早期展開（3月～）。

▽個店対応の強化…都市部対応を 250店舗へ拡大。（昨年 50店舗）

専用商品の手配と専用チラシの配布。売上昨対は全店平均を上回る。

北海道専用商品



沖縄県限定チラシ



沖縄県専用商品



都市型店舗専用チラシ



都市型店舗専用美容商品



都市型特設コーナー



8. アベイル事業の取組み

商品力と販売力の強化

▽JBを中心としたトレンド提案力の強化… JB比率 37.4%(昨年1Q実績無し)

JB×3ブランドの展開拡大、売場でのトータルコーディネート提案の強化。

▽キャラクターの強化… キャラ比率 13.0%。売上高は前年同期比 約2倍。

アウターから雑貨までアベイル限定商品を開発。販促や売場作りも強化。

アウター×服飾雑貨の提案強化



アベイル限定商品



キャラクター動画の配信



キャラクター集約販売



キャラクター企画会議



9. バースデイ事業の取組み

商品力と販売力の強化

▽JBの商品力強化 … JB比率 25.7%。売上高は前年同期比 18.5%増。

新商品の開発と品揃えの拡充。動物園コラボやギフト向け商品が売筋。

▽企画の多様化 … ママインフルエンサーとのコラボ企画を拡大。

SNSや座談会でママ達の声を集めて商品化。インフルエンサーが情報発信。

futafuta
×
上野動物園

SAVE the PANDA ジャイアントパンダ 保護サポート基金

パンダ柄だいすきっ!

サロペット (1,529円) **¥1,390円**

ロンパース (1,309円) **¥1,190円**

ボトムス各種 (1,529円) **¥890円**

パジャマ (1,529円) **¥890円**

帽子各種 (1,309円) **¥1,190円**

サンダル各種 (1,529円) **¥1,390円**

JB×スィム

futafuta Disney Collect

ワンピース (1,969円) **¥1,790円**

水着各種 (1,529円) **¥1,390円**

Cottoli×ギフト

Gift

リマ柄

リウ柄

Cottoli

ママインフルエンサー フードレシピ公開 コラボ企画

Collaboration with
Moms

ワンピース (1,790円) **¥1,390円**

パジャマ (1,190円) **¥1,190円**

座談会



ベビーフード
アレンジレシピ

離乳食研究家
YASUYOさん
監修!!

YASUYOさんプロフィール
離乳食研究家YASUYO YUNAKI 氏。代々食料店
食に携わり子育て世代へ食の情報を発信し
た。離乳食づくりを楽しくし、育児・離乳
食教室などで活躍中!

鯛のほりおやき

コーンシチューのオートミールおやき

フルーツおやき

とうもろこしとだしの豆腐とろろ

10. リスク要因と対応

原材料高騰

1) 仕入原価への影響は個々の商品ではあったものの、全体としては軽微。

2) 今後の対応（3Q以降）

①価格の考え方

- ・PB「CLOSSHI」などの定番商品は、出来る限り価格を維持。
- ・低価格帯の構成を見直し、高価格帯の構成を徐々に上げていく。
- ・トレンドや機能性商品は、デザインや機能を高めて柔軟に価格を設定。

②生産の考え方

工場の閑散期の活用、生地・ライン契約の推進、生産国の見直しなどでサプライヤーと連携したコストダウンを継続。

上海ロックダウン

1) 納品への影響（5月度）

仕入全体の1～2割程度に影響。 納期遅れ、折込チラシの一部中止。

2) 今後の対応（2Q以降）

①納期が遅れていた商品（夏物）は、おおむね6月度中に納品済み。

②生産地の分散（中国国内とアセアン）。 昨年の下期以降、推進中。

10. リスク要因と対応

サイバーセキュリティについて

1) 不正アクセスの概要

①経緯

- ・5月 4日 … 外部からの不正アクセスを感知。
- ・5月 5日 … 店舗のキャッシュレス決済を一時停止。翌日には再開。
その他のサービスも安全性を確認後、順次再開。
- ・5月11日 … 店舗やオンラインストアの全てのサービス再開が完了。

②対応状況

- ・お客様情報等の個人情報の流出はなし。
- ・経営及び営業に対する影響は軽微。
- ・捜査機関と連携して調査を継続中。

2) サイバーセキュリティーについて

①改善内容

- ・最新のウィルス対策ソフトで防御した上で、侵入された場合の対策。
安全性の高い通信方法の導入、データバックアップの改善など。
- ・「ゼロトラスト」の見直し。グループ全体で防御力と対応力を向上。

11. 2023年2月期 連結業績予想

▽売上高 前期比 3.9%増、営業利益は前期比 5.3%増を計画。
▽1株当たり配当金は年間 250円（10円増配）の見込み。

* 4月4日の決算発表時から変更はありません（百万円、%）

	23年2月期 予想	前期比	売上比	22年2月期 実績	売上比
売上高	606,608	103.9	100.0	583,618	100.0
売上総利益	207,363	104.2	34.2	198,930	34.1
販売管理費	156,619	104.0	25.8	150,663	25.8
営業利益	52,058	105.3	8.6	49,420	8.5
経常利益	52,998	104.8	8.7	50,567	8.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	37,197	105.0	6.1	35,428	6.1
1株当たり純利益	1012.16円	—	—	964.04円	—
1株当たり配当金	250円	—	—	240円	—

12. 情報開示

決算説明会 第2部：ESG説明会

▽ 本日 6月27日（月） 17：00～ 18：00 電話会議形式（事前案内済）

決算資料（コーポレートサイトで開示）

▽ 決算説明会資料（コメント付）	…	6月27日（月）
▽ 決算説明会（質疑応答要旨）	…	6月28日（火）
▽ 決算短信（英語版）	…	6月28日（火）
▽ 決算説明会（英語版）	…	6月30日（木）

将来に関する記述等についてのご注意

本資料に記載されている業績の見通し等の将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は業況の変化等により予想値と異なる場合があります。