

2022年2月期 第3四半期決算説明会

2021年12月27日(月)

LOGOS DAYS



- 売上高 前期比 8.0%増。3Q及び3Q累計で過去最高売上
- 販管費率 25.6%(前期比-1.0pt)。3Q累計で過去最高純利益

(百万円、%)

|                      | 21年3Q累計 | 売上比   | 20年3Q累計 | 前期比   | 19年3Q累計 | 前々期比  |
|----------------------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| 売上高                  | 436,817 | 100.0 | 404,453 | 108.0 | 394,318 | 110.8 |
| 売上総利益                | 149,870 | 34.3  | 137,961 | 108.6 | 130,275 | 115.0 |
| 販売管理費                | 111,911 | 25.6  | 107,517 | 104.1 | 112,024 | 99.9  |
| 営業利益                 | 38,785  | 8.9   | 31,161  | 124.5 | 18,947  | 204.7 |
| 経常利益                 | 39,729  | 9.1   | 31,968  | 124.3 | 19,467  | 204.1 |
| 親会社株主に帰属<br>する四半期純利益 | 26,926  | 6.2   | 21,551  | 124.9 | 12,643  | 213.0 |
| 1株当たり<br>四半期純利益      | 732.70円 | —     | 586.44円 | —     | 344.01円 | —     |

- ブランド力の強化、各種企画の打出し、デジタル販促拡大などを推し進めたことにより、国内売上高は前期比 8.1%増

※EC事業の売上高は、しまむら事業とバースデイ事業に含む。

(百万円、%)

|                 | 21年3Q累計 | 構成比   | 20年3Q累計 | 前期比   | 19年3Q累計 | 前々期比  |
|-----------------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| <b>しまむら</b>     | 329,489 | 75.4  | 306,958 | 107.3 | 303,843 | 108.4 |
| <b>アベイル</b>     | 40,413  | 9.3   | 36,976  | 109.3 | 37,481  | 107.8 |
| <b>バースデイ</b>    | 53,058  | 12.1  | 47,473  | 111.8 | 41,086  | 129.1 |
| <b>シャンブル</b>    | 9,533   | 2.2   | 8,514   | 112.0 | 7,222   | 132.0 |
| <b>ディバロ</b>     | 492     | 0.1   | 514     | 95.8  | 567     | 86.8  |
| <b>しまむら(単体)</b> | 432,988 | 99.1  | 400,436 | 108.1 | 390,200 | 111.0 |
| <b>思夢楽(台湾)</b>  | 3,829   | 0.9   | 3,858   | 99.3  | 3,862   | 99.2  |
| <b>飾夢楽(上海)</b>  | —       | —     | 158     | —     | 255     | —     |
| <b>しまむら(連結)</b> | 436,817 | 100.0 | 404,453 | 108.0 | 394,318 | 110.8 |

- 人件費…店舗作業の軽減等により売上比 12.4%と抑制
- 広告宣伝費…デジタル広告の活用等で前々期比 28.6%減

※2020年度は、時短営業や販促自粛等で販管費が一時的に大幅減少。 (百万円、%)

|       | 21年累計   | 売上比  | 20年累計   | 売上比  | 前期比   | 19年累計   | 売上比  | 前々期比  |
|-------|---------|------|---------|------|-------|---------|------|-------|
| 給与    | 46,506  | 10.6 | 44,545  | 11.0 | 104.4 | 44,371  | 11.3 | 104.8 |
| 人件費合計 | 54,322  | 12.4 | 52,330  | 12.9 | 103.8 | 52,498  | 13.3 | 103.5 |
| 広告宣伝費 | 8,712   | 2.0  | 7,876   | 1.9  | 110.6 | 12,200  | 3.1  | 71.4  |
| 販売費合計 | 13,766  | 3.2  | 12,575  | 3.1  | 109.5 | 16,375  | 4.2  | 84.1  |
| 消耗品費  | 1,005   | 0.2  | 888     | 0.2  | 113.1 | 739     | 0.2  | 135.9 |
| 運賃    | 1,701   | 0.4  | 1,799   | 0.4  | 94.6  | 1,318   | 0.3  | 129.1 |
| 営業費合計 | 6,256   | 1.4  | 5,953   | 1.5  | 105.1 | 5,921   | 1.5  | 105.7 |
| 賃借料   | 24,612  | 5.6  | 24,921  | 6.2  | 98.8  | 25,372  | 6.4  | 97.0  |
| 減価償却費 | 4,434   | 1.0  | 4,074   | 1.0  | 108.9 | 4,118   | 1.0  | 107.7 |
| 設備費合計 | 34,104  | 7.8  | 33,502  | 8.3  | 101.8 | 34,268  | 8.7  | 99.5  |
| 一般費合計 | 3,461   | 0.8  | 3,154   | 0.8  | 109.7 | 2,960   | 0.7  | 116.9 |
| 販管費合計 | 111,911 | 25.6 | 107,517 | 26.6 | 104.1 | 112,024 | 28.4 | 99.9  |

- 資 産…現預金等は増加。商品在庫は適正水準を維持
- 負 債…前年同期末比 1.3%増とほぼ昨年並み

(百万円、%)

|             | 21年11月度末 | 構成比   | 20年11月度末 | 構成比   | 前年同期末比 |
|-------------|----------|-------|----------|-------|--------|
| 流動資産        | 308,041  | 64.0  | 286,068  | 62.5  | 107.7  |
| 固定資産        | 173,074  | 36.0  | 171,566  | 37.5  | 100.9  |
| 資産合計        | 481,115  | 100.0 | 457,634  | 100.0 | 105.1  |
| 流動負債        | 69,188   | 14.4  | 68,709   | 15.0  | 100.7  |
| 固定負債        | 9,244    | 1.9   | 8,733    | 1.9   | 105.9  |
| 負債合計        | 78,433   | 16.3  | 77,443   | 16.9  | 101.3  |
| 株主資本合計      | 399,098  | 83.0  | 376,008  | 82.2  | 106.1  |
| その他の包括利益累計額 | 3,584    | 0.7   | 4,182    | 0.9   | 85.7   |
| 純資産合計       | 402,682  | 83.7  | 380,190  | 83.1  | 105.9  |
| 負債純資産合計     | 481,115  | 100.0 | 457,634  | 100.0 | 105.1  |

- 3Qの既存店売上高は、前期比・前々期比ともに上回る
- 商品力と販売力の強化で、客数と買上点数も前期を上回る

(%)

| 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  | 上期   | 111.9 | 111.8 | 110.6 | 99.4  | 101.1 | 101.7 |
|       | 3Q   | 100.2 | 99.8  | 100.0 | 102.0 | 99.8  | 97.9  |
|       | 3Q累計 | 107.5 | 107.3 | 106.7 | 100.3 | 100.6 | 100.2 |
| アベイル  | 上期   | 113.2 | 112.8 | 113.5 | 100.0 | 99.4  | 99.4  |
|       | 3Q   | 104.2 | 103.2 | 104.1 | 103.3 | 99.2  | 96.0  |
|       | 3Q累計 | 109.9 | 109.3 | 110.1 | 101.2 | 99.2  | 98.1  |
| バースデイ | 上期   | 112.8 | 114.8 | 111.9 | 100.5 | 102.6 | 102.1 |
|       | 3Q   | 103.8 | 106.8 | 106.0 | 102.8 | 100.7 | 97.9  |
|       | 3Q累計 | 109.4 | 111.8 | 109.8 | 101.3 | 101.8 | 100.5 |

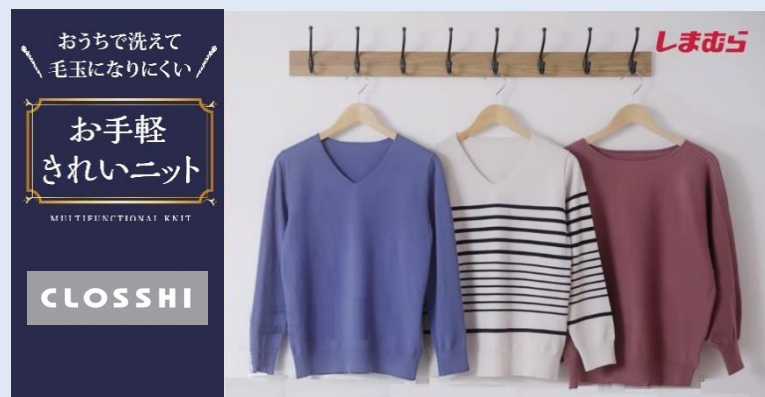
- 短期生産の活用、季節商品の早期導入、レジ割引の削減により、値下と在庫過剰を抑制して3Q累計で粗利益率が改善  
(%)

| 事業    | 期間   | 粗利         |      |      | 値下         |      |      | 在庫         |
|-------|------|------------|------|------|------------|------|------|------------|
|       |      | 粗利高<br>前期比 | 粗利率  | 前期差  | 値下高<br>前期比 | 値下率  | 前期差  | 在庫高<br>前期比 |
| しまむら  | 上期   | 114.5      | 33.6 | +0.8 | 92.5       | 7.6  | -1.5 | 97.9       |
|       | 3Q   | 96.5       | 33.2 | -1.2 | 103.4      | 7.8  | +0.3 | 97.9       |
|       | 3Q累計 | 107.6      | 33.5 | +0.1 | 96.1       | 7.6  | -0.9 | 97.9       |
| アベイル  | 上期   | 114.5      | 37.5 | +0.6 | 104.0      | 17.3 | -1.4 | 93.0       |
|       | 3Q   | 100.8      | 38.8 | -0.9 | 102.7      | 15.3 | -0.1 | 92.8       |
|       | 3Q累計 | 109.3      | 37.9 | +0.0 | 103.5      | 16.6 | -0.9 | 92.9       |
| バースデイ | 上期   | 122.6      | 35.3 | +2.2 | 72.6       | 4.5  | -2.6 | 99.4       |
|       | 3Q   | 104.9      | 35.5 | -0.6 | 122.0      | 4.1  | +0.5 | 116.0      |
|       | 3Q累計 | 115.5      | 35.4 | +1.1 | 84.3       | 4.3  | -1.4 | 105.0      |

## 商品力の強化

- ① **ブランド力の強化**…ブランド比率 29.5%(PB+JB+FIBER/3Q累計)  
JB比率 9.1%に拡大。 婦人ミセスのブランド比率 51.6% (PB+JB)
- ② **商品企画力の強化**…インフルエンサー企画やキャラクター商品の拡大  
インフルエンサーが動画で着こなし提案。 キャラクターは品揃え拡大

### ▼PB・JBの拡充



### ▼インフルエンサー企画



## 販売力の強化

- ① **デジタル広告の拡大**…新しい取組みでSNS会員拡大、動画広告の拡大  
SNS会員数 約2,900万人（3Q末） 動画広告 13本（3Q/昨年 9本）
- ② **地域別対応の強化**…地方と都市部、不振店、沖縄・北海道の対応継続  
地方店舗はWebチラシを折込チラシへ。不振店舗は特価チラシを追加

### ▼動画広告、公式ユーチューブ



### ▼しまスタイル（しまむらプロジェクト）



# 商品力の強化 - JBのポジショニングマップ(婦人アウター) -



## 販売力の強化 – PB「CLOSSHI」の売場作り(婦人トップス)–



## 販売力の強化 – PB「CLOSSHI」の売場作り(婦人パンツ)–



## 販売力の強化 – JB「SEASON REASON」の売場作り –



## 販売力の強化 – JB「LOGOS DAYS」の売場作り –



## 販売力の強化－インフルエンサー企画「正解コーデ」売場作り－



## 商品力と販売力の強化

- ① JBの3ブランドを強化…「CHIP CLIP」「SUREVE」「Rag Out」
  - ▼レディースとメンズの 아우ターに加えて、シューズやバッグも展開
  - ▼3Q JB比率 30.8%。中でもメンズアウターのトレンド商品が好調
- ② 特設売場の設置…入口付近で旬のキャラクター商品を週替わりで販売

▼JBはレディース、メンズでトータル展開



▼入口付近に特設売場を設置



### 販売力の強化 – JB「SUREVE」の売場作り –



## 販売力の強化 - キャラクター商品の売場作り -



## 商品力と販売力の強化

- ① **既存JBの拡充**…3Q累計 JB比率 28.5%（前年同期比 4.3ポイント増）  
「futafuta×キャラクター」が好調。 展開サイズやアイテムも拡大
- ② **季節商品の前倒し展開**…秋冬物の売筋商品を短期で追加生産し売上増
- ③ **SNS販促の拡大**…インスタグラムのフォロワー数 56万人（国内最大）

### ▼既存JBの拡充「futafuta×キャラクター」



### ▼おもちゃカタログ



### ▼SNS販促の拡大



## 販売力の強化 –JB「futafuta」の売場作り–



## オンラインストアの拡大と強化

- ① 品揃えとサービス拡大…EC限定商品の拡大、予約販売の拡大  
インフルエンサー企画、キャラクター商品のEC限定商品が売れ筋に
- ② バースデーでEC開始 (9月) …他事業の店舗でも商品受取が可能に
- ③ EC会員数「95万人」(3Q末) …会員データは販促や出店等に今後活用

### ▼EC限定商品



インフルエンサー



キャラクター



EC 1周年限定

### ▼バースデー オンラインストア

しまむら Avail ベビー・子供服 シンデレラ で

受け取り可能!

RECOMMENDED あなたにおすすめ

futafuta

絵本から着想したような  
広さ・高さ・素材・デザイン・ブランド  
「Miffy」(ミッフィー)

miffy

在庫なし

レッスンバッグ

1,390円+税

CDirey

よちよちリュック

1,390円+税

21

- 売上高は前期比 5.1%増、営業利益は前期比 20.1%増を計画
- 1株当たり配当金は年間220円の見込み  
(通期業績予想は2Q決算発表時から変更ありません)

(百万円、%)

|                     | 22年2月期<br>予想 | 売上比   | 21年2月期<br>実績 | 売上比   | 前期比   |
|---------------------|--------------|-------|--------------|-------|-------|
| 売上高                 | 570,520      | 100.0 | 542,608      | 100.0 | 105.1 |
| 売上総利益               | 193,539      | 33.9  | 184,092      | 33.9  | 105.1 |
| 販売管理費               | 148,884      | 26.1  | 147,018      | 27.1  | 101.3 |
| 営業利益                | 45,684       | 8.0   | 38,026       | 7.0   | 120.1 |
| 経常利益                | 46,647       | 8.2   | 39,404       | 7.3   | 118.4 |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 31,239       | 5.5   | 26,163       | 4.8   | 119.4 |
| 1株当たり純利益            | 850.04円      | —     | 711.93円      | —     | —     |
| 1株当たり配当金            | 220円         | —     | 220円         | —     | —     |

## 中国の電力不足などによる商品調達への影響

①第3四半期 … 部門によっては1割程度の商品が1週間程度の納期遅れ

②今後の対応

▼同じ商品を二カ国で生産するなど生産地を分散 → リスク回避

▼テスト運用中の生地契約や縫製ライン契約を拡大 → 納期の安定化

## 原材料の高騰などによる仕入コストへの影響

①第3四半期 … 一部の商品では仕入コスト上昇により値入率が低下

②今後の対応

▼トレンド商品では短期生産を活用しつつ、定番商品では閑散期を活用した早期発注や発注数量の拡大 → 仕入コストの削減

▼寝具等の大物は圧縮納品や一部を日本生産へ振替 → 物流コスト削減

⇒ 但し、調達コストの上昇は避けられない問題

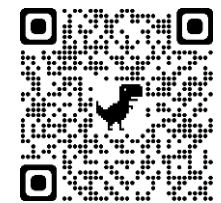
来期に向けて、サプライチェーンや価格帯の見直しを進める

## コーポレートサイトでの情報開示について

### ①決算資料の開示スケジュール

- ▼決算説明会資料（コメント付き）… 12月27日（月）
- ▼決算説明会 質疑応答要旨(Q&A) … 12月28日（火）
- ▼決算短信（英語版）… 12月28日（火）
- ▼決算説明会資料（英語版）… 12月29日（水）

サイトはこちら



### ②コーポレートガバナンス報告書の更新 … 12月27日（月）

### ③コーポレートサイトの主な企業情報（2021年4月 全面更新済み）

- ▼ビジネスモデル ▼中期経営計画 ▼コーポレートガバナンス体制
- ▼ESG活動 ▼英語版ページ（ビジネスモデル他、各情報を英文化）

## 外部評価について（2021年度結果）

### ①ディスクロージャー評価（小売業）＊日本証券アナリスト協会

「11位（対象企業 22社）」＊2020年度 19位（対象企業 23社）

### ②ESG格付け評価 ＊MSCI

「BB評価」＊2020年度 B評価

## **(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。

