



2023年 2月期 第2四半期決算説明会

2022年10月 4日

しまむらグループ



1. 連結業績 損益計算書

▽売上高 前期比 5.9%増。 上期としては過去最高売上を更新。
 ▽販管費率 25.1%(前期比▲ 0.5pt)。 広告宣伝の効率化等で経費抑制。
 ▽営業利益高 289億円(率 9.6%)。 上期としては過去最高益を更新。

(百万円、%)

	22年上期	売上比	前期比	21年上期	売上比	前期比
売上高	301,348	100.0	105.9	284,592	100.0	111.9
売上総利益	103,733	34.4	106.2	97,671	34.3	114.9
販売管理費	75,516	25.1	103.6	72,870	25.6	104.9
営業利益	28,919	9.6	114.1	25,342	8.9	158.6
経常利益	29,680	9.8	114.9	25,835	9.1	157.8
親会社株主に帰属 する四半期純利益	20,620	6.8	118.3	17,427	6.1	165.6
1株当たり 四半期純利益	561.08円	—	—	474.22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 5.6%増。
▽思夢樂はコロナ拡大と悪天候に苦戦するも、7月度以降は回復傾向。

* EC事業の売上高は各事業に含む（百万円、%）

事業	22年上期	構成比	前期比	21年上期	構成比	前期比
しまむら	225,192	74.8	104.5	215,497	75.7	111.8
アベイル	29,585	9.8	111.6	26,515	9.3	112.8
バースデイ	35,948	11.9	106.4	33,783	11.9	114.8
シャンブル	7,219	2.4	114.1	6,325	2.2	112.6
ディバロ	378	0.1	109.3	346	0.1	102.1
しまむら (単体)	298,324	99.0	105.6	282,468	99.2	112.3
思夢樂 (台湾)	3,023	1.0	142.4	2,123	0.8	83.1
しまむら (連結)	301,348	100.0	105.9	284,592	100.0	111.9

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 4.7%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 1.8%と抑制。
 ▽設備費 … 水道光熱費は電気料金値上で 23.9%増。賃借料は抑制。

(百万円、%)

	22年上期	売上比	前期比	21年上期	売上比	前期比
給与	32,011	10.6	104.6	30,598	10.8	104.9
人件費合計	37,381	12.3	104.7	35,703	12.5	104.0
広告宣伝費	5,286	1.8	97.6	5,417	1.9	124.7
販売費合計	8,916	3.0	101.9	8,746	3.1	119.0
消耗品費	619	0.2	95.7	647	0.2	118.0
陳列器材	446	0.1	119.5	374	0.1	81.6
営業費合計	3,795	1.3	103.1	3,682	1.3	102.7
賃借料	16,354	5.4	99.7	16,409	5.8	99.1
減価償却費	2,928	1.0	98.8	2,962	1.0	111.0
設備費合計	23,081	7.7	102.6	22,489	7.9	101.4
一般費合計	2,341	0.8	104.1	2,248	0.8	110.8
販管費合計	75,516	25.1	103.6	72,870	25.6	104.9

4. 連結業績 貸借対照表

▽資産 … 現預金+売掛金+有価証券は前年同期末比 13.4%増。
商品在庫は前年同期比 9.3%増。夏物の無理な値下を抑制。
▽負債 … 主に買掛金と未払消費税が増加。

(百万円、%)

	22年8月度末	構成比	前年同期末比	21年8月度末	構成比
流動資産	319,229	65.0	113.5	281,160	61.8
固定資産	171,783	35.0	98.7	174,093	38.2
資産合計	491,012	100.0	107.9	455,254	100.0
流動負債	54,367	11.1	111.7	48,663	10.7
固定負債	9,641	1.9	107.5	8,972	2.0
負債合計	64,009	13.0	111.1	57,636	12.7
株主資本合計	423,452	86.3	107.6	393,643	86.4
その他の包括利益累計額	3,550	0.7	89.3	3,974	0.9
純資産合計	427,003	87.0	107.4	397,618	87.3
負債純資産合計	491,012	100.0	107.9	455,254	100.0

5. 既存店売上・客数・客単価 前年比

- ▽ 既存店売上の伸長 … 商品力と販売力の強化、地域・個店対応継続。
- ▽ 客数の増加 … インフルエンサー企画やキャラクターの新商品開発、販促媒体の多様化による情報発信力の強化。
- ▽ 客単価の上昇 … コーディネート提案の強化、高価格帯の拡充。

(%)

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
	22年2Q	106.2	105.8	103.4	100.3	102.3	102.0
	22年上期	105.0	104.5	102.3	100.9	102.1	101.1
アベイル	22年1Q	110.9	110.0	106.6	102.3	103.2	100.8
	22年2Q	114.3	113.2	109.7	101.6	103.1	101.6
	22年上期	112.6	111.6	108.2	101.9	103.1	101.2
バースデイ	22年1Q	105.2	108.7	103.9	105.1	104.7	99.6
	22年2Q	101.2	103.4	100.5	101.6	102.9	101.2
	22年上期	103.5	106.4	102.3	103.6	104.0	100.4

6. 粗利・値下・在庫 前年比

▽ 各事業とも、夏物販売が好調だったことや短期生産の活用により、値下を抑制し、粗利益高は前年を上回り良好な結果。

▽ バースデイの在庫高は前年が夏物過少だった反動。適正な範囲内。

(%、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
	22年2Q	105.0	33.5	-0.3	84.6	5.2	-1.3	104.7
	22年上期	104.3	33.5	-0.1	81.7	5.9	-1.6	102.8
アベイル	22年1Q	116.0	38.0	+2.0	86.1	16.2	-4.4	98.6
	22年2Q	114.4	39.4	+0.4	99.1	12.2	-1.7	101.1
	22年上期	115.2	38.7	+1.2	91.4	14.1	-3.1	99.8
バースデイ	22年1Q	108.1	36.6	-0.2	94.1	2.4	-0.4	112.4
	22年2Q	101.7	32.9	-0.5	92.7	6.0	-0.7	114.5
	22年上期	105.5	35.0	-0.3	93.2	3.9	-0.6	113.4

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 … 上期ブランド比率 29.1% (PB + JB + FIBER)。

PB売上高 前期比 6.9%増。新商品開発 + 既存商品リブランディング。

▽高価格帯「CLOSSHI PREMIUM」の拡大。売上高は前期比約 2倍に伸長。

▽機能商品「FIBER DRY」は肌着やスリッパが好調。売上高前期比 4.3%増。

PB「CLOSSHI」進化



「WITH美」補整インナー



「4つのこだわり」丸洗いOK・ダニ対策

「CLOSSHI PREMIUM」拡大



遮熱・部屋干し臭軽減 - 7°C・抗菌加工



好みに合わせた選べるシリーズ

高機能商品「FIBER DRY」



7. しまむら事業の取組み②

商品力の強化

▽JBの企画力向上 … 上期 JB比率 8.8%。売上高は前期比 12.5%増。

商品企画を充実。「LOGOS DAYS」ではお客様の声を商品化に反映。

▽インフルエンサー企画の拡充。ティーンズ部門はトレンドを捉えて好調。

▽キャラクター商品は水平展開を拡大。雑貨は新カテゴリーを積極的に展開。

LOGOS DAYS 1周年企画
～お客様の声を商品化～

LOGOS DAYS の歴代ボーダーで
好きなカラーは何ですか？

LOGOS DAYS (ママの声)
1st ANNIVERSARY

夏は元気になる
カラーボーダーの
Tシャツを着たい!

人気の高いグリーン
ボーダー、ネイビーボ
ーダーに加えて、オレンジ
ボーダーが登場

吸水速乾 接触冷感

レディース
Tシャツ各種 (¥979)
M・L・LL 本体 **890円**

ジレ+カラーパンツの
「正解コーデ」

近藤千尋が着る
FLASH BLUE
Image Model CHIHIRO KONDO

ロングジレをプラスして
シャープに着こなす

正解コーデ

レディース
フルオーバー
(M・L) (¥1,089)
book 5/19 **¥990**

レディース
ロングジレ各種
(M・L) (¥1,969)
¥1,790

レディース
ロゴ刺しゅう
Tシャツ
(M・L) (¥979)
¥890

レディース
デニムパンツ
(W61・64cm) (M・L) (¥1,969)
¥1,790

レディース
パンツ
(M・L) (¥1,089)
¥990

レディース
パンツ
(M・L) (¥1,089)
¥990

人気のキャラクター企画を水平展開

MAIZEN
バッグ各種 (¥1,419)
¥1,290

EVAサンダル
キッズ
サンダル
19.0・20.0・
21.0・22.0cm
(¥1,419)
¥1,290

ルームマット各種
100×150cm (¥1,969)
¥1,790

収納ツール各種
25×25×25cm (¥1,969)
¥1,790

シングルサイズ
冷感ケット各種
140×190cm (¥1,969)
¥1,790

冷感
カバー付枕各種
(43×63cm) (¥1,969)
¥1,790

まいぜんシスターズ

MINECRAFT

mofusand

新カテゴリー「ひんやりグッズ」と「美容雑貨」

ひんやりチューブ

スキンケア商品

コンパクト
美顔器
(本体 ¥1,089円)
本体 **990円**

7. しまむら事業の取組み③

販売力の強化

- ▽デジタル販促の活用と多様化 … 上期 WebCM 21本 (昨年 + 4本)
- PB商品の他、重点催事も動画で販促。商品や催事の魅力をよりアピール。
- ▽新規デジタル販促「LINEチャシ」「TikTok」を活用。SNS会員数 3,190万人。
- ▽チャシは折込とWEBを使い分け。状況の変化に合わせ機動的な販促実施。

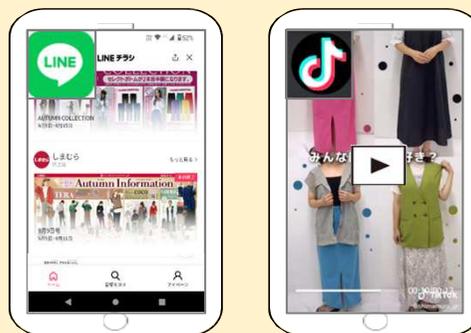
動画活用でPBの魅力のアピール



重点催事もWebCMで販促



新規デジタル販促の活用



「LINEチャシ」 Z世代向け「TikTok」

天候や売上状況に応じた
タイムリーな販促



天候(梅雨)に合わせた販促 値下品の販促

エリア特性に応じた
チャシの折込とWEBの使い分け



本社スタジオを活用した
機動的な動画配信



7. しまむら事業の取組み④

販売力の強化

▽企画力の向上 … 各種フェアなどチラシのテーマを明確にして客数が増加。

▽個店・地域対応の強化 … 都市型 250店舗で専用のチラシと商品を拡大。

専用のインフルエンサーやキャラクターが売れ筋に。下期 280店舗に拡大。
 沖縄県では3～8月まで夏物の展開をしっかりと継続したことで売上好調。

多機能インナーフェア



キャラクター
×ベビーフェア



人気キャラクター企画



新インフルエンサー
×親子企画



都市型専用チラシ



都市型限定インフルエンサー企画



Yunkoro



Rina Chishima



chico



omi

都市型限定キャラクター



8. アベイル事業の取組み①

商品力の強化

▽JBを中心にトレンド提案力の強化… 上期 JB比率 36.5%

ジレ+Tシャツ、カラーパンツがトレンド。ローティン向けブランド開始。

▽キャラクター企画強化… 上期 キャラ比率 14.8%。売上高前期比約2倍。

▽寝具や菓子など商品カテゴリー拡大。該当部門の売上高前期比 55.2%増。

ジレ+Tシャツ、カラーパンツがトレンド



CHIP CLIP



SUREVE



RagOut

服飾雑貨が好調



ローティーンブランド
「Emma muah」誕生



キャラクターおばけ企画



取扱いカテゴリー拡大



寝具



お菓子



ぬいぐるみ



ステーショナリー

8. アベイル事業の取組み②

販売力の強化

▽全店のレイアウト変更が完了。コーディネート提案力を強化。

- ・アクセサリ用の新什器やアウター衣料のディスプレイ用什器を導入。
- ・レジ周辺の売場や催事売場も変更し、キャラクター商品のアピールを強化。

▽地域対応…都市型対応を30店舗で開始。商品/売場/販促の連動で結果○。

トータルコーディネートチラシ



JB アウターと服飾の関連販売



レジ前にキャラクター売場設置



催事売場拡大で販売力強化



都市型店舗専用チラシ



都市型店舗専用アイテム



9. バースデイ事業の取組み①

商品力の強化

▽JBの拡充 … 上期 JB比率 25.0%。売上高前期比 45.4%増。

「futafuta」…10周年企画で動物園コラボ / 「Cottoli」…ギフト対応強化

「rabyraby」…スクールサイズ対応 / 「DAILY LINE」…ベーシック対応

▽JB×有力メーカーの拡大 … ベビーカーなどの大物商品で展開し売れ筋に。

エイジ別にJBを開発・強化

futafuta

10周年企画 動物シリーズ



futafuta

× スイム



rabyraby

スクールサイズ



新生児

ベビー

トドラー

ジュニア

スクール

Cottoli

新生児・ギフト対応・×「Combi」企画



tete a tete 専門商品×「Combi」



DAILY LINE



9. バースデイ事業の取組み②

販売力の強化

▽デジタル販促の多様化 … インフルエンサーと商品開発し、SNSで販促。

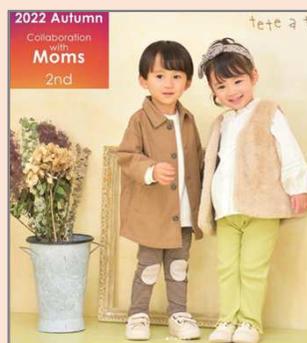
「Instagram」フォロワー数 63万人。「Tik Tok」も開始。

▽産前産後の顧客層へのアプローチ強化 … メルマガ「ゼクシィBaby」や産院向けフリーペーパー「Babypedia」へ新たに広告出稿を開始。

マインフルエンサーとの企画会議



共同企画の商品化 インスタライブ配信



HP動画コンテンツ充実



インスタに毎月 10,000件「#毎日がバースデイ」投稿 「TikTok」販促



産院向けフリーペーパー



10. シャンブル・ディバロ事業の取組み

商品力と販売力の強化

▽シャンブル事業 … JBはコーディネート提案強化。売上高前期比 14.1%増。
ギフト対応強化でラッピング件数 4.9%増。「ギフトマルシェ」も好評。

▽ディバロ事業 … 靴・服・服飾雑貨の着こなし提案強化。SNS販促も拡大。
既存売上高 前期比 11.7%増。下期に「靴&ファッション」の新モデル出店。

【シャンブル事業】

JBコーディネート提案

大人ワンピース

Style 3

リブTシャツ
本体100% リブ部分レーヨン70% ポリエステル22%
ポリウレタン2% M-L 本体2,500円(税込2,849円)

キャミソールワンピース
総90% 綿10% M-L 本体3,900円(税込4,389円)

裾ギャザーパンツ
綿100% M-L 本体3,500円(税込3,949円)

サンダル M-L 本体1,900円(税込2,189円)

キャンバス2WAYトートバッグ
W21×H36×D25cm
本体3,300円(税込3,729円)

商品と連動した販促と売場



「ギフトマルシェ」



【ディバロ事業】

靴とファッションの着こなし提案



SNS販促による認知度向上



11. EC事業の取組み

オンラインストアの事業拡大と利便性向上

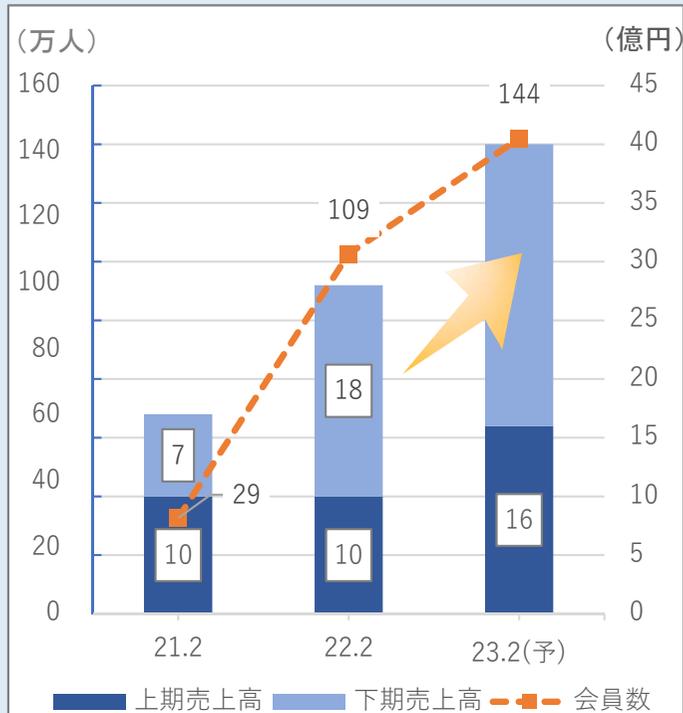
▽上期売上高 16億円 … 前期比 約 1.5倍。 ほぼ計画どおり。

1Q：上海ロックダウンで納期遅れ発生 2Q：EC限定商品が好調に推移。

▽会員数 144万人。店舗受取比率 9割 / 受取時の合わせ買い比率 5割。

4月にアベイル・シャンブル事業の展開を開始。 事業内の相互送客進む。

EC売上高と会員数の推移



注) 21.2の売上高はしまコレ含む、23.2の会員数は2Q時点

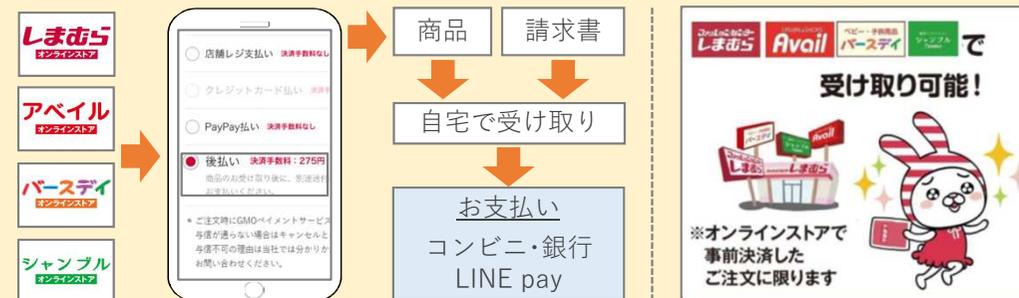
ECは国内4事業へ 限定商品や予約販売が好調



インフルエンサー・キャラクター企画

JBの秋冬物商品好調

決済方法の選択肢拡大と、EC 4事業による店舗送客拡充



4事業での相互送客が進行

12. DXの推進① 上期進捗

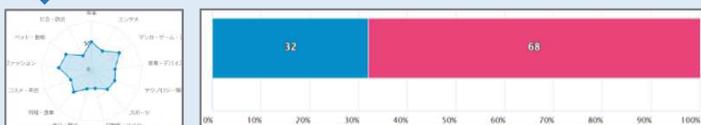
売上向上と業務の効率化に向けたDXの進捗状況

- ▽データ分析を開始（市場調査部）… SNS分析でキャラクターの売上拡大。
- ▽タブレット端末活用 … ①しまナビ：店舗発信の売場改善案を全店で共有。
- ②スマート売場計画書：本社⇒店舗へ写真や動画で売場作りを依頼。
- ③しまChannel：商品知識や店舗業務の教育動画配信。社員レベル向上。

市場調査部によるSNSキャラクター分析



SNS分析によりチラシの結果を検証



ちいかわは男女問わず人気だから、ルームウェアの展開もメンズもあってほしいのに #ちいかわ #しまむら

お客様のウォンツを商品化



紳士の商品を新規展開



キャラクターの種類を拡大

「しまナビ」の活用



改善策を店舗共有



「スマート売場計画書」



「しまChannel」動画配信

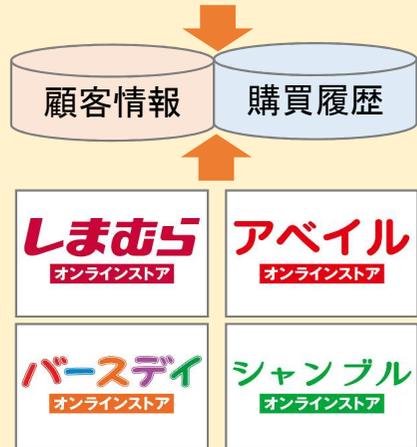


12. DXの推進② 下期計画

下期スタートの「顧客管理システム」について

- ▽実店舗でもデジタル会員証を発行し、EC会員と一元管理。
- ▽顧客情報や購買履歴を把握し、サービスレベル向上とデータ活用を進める。
- ▽新たな会員サービスをスタート ①お客様へのダイレクトマーケティング ②アプリで商品在庫検索 ③「ワクワク」を貯めて様々な会員特典へ利用

リアル店舗とオンラインの顧客情報を一元管理



①顧客情報から情報配信



好きなキャラクター 好みのアイテム

③「ワクワク」会員サービス



②商品在庫（色・サイズ）検索サービス



13. ESG課題への取組み①

上期の結果（環境）

- ▽ハンガー … 完全循環型リサイクル比率 52%。新規リサイクル拠点の開拓。
- ▽ビニール … サプライヤーへ運用ルールを周知。新リサイクル手法も研究。
- ▽サステナブル商品比率 23%。新基準をサプライヤーへ周知し、運用開始。
- ▽環境配慮型店舗は情報収集を進めながら、実験店舗や導入設備を選定中。

【新規リサイクル拠点開拓（九州・中国・四国）】



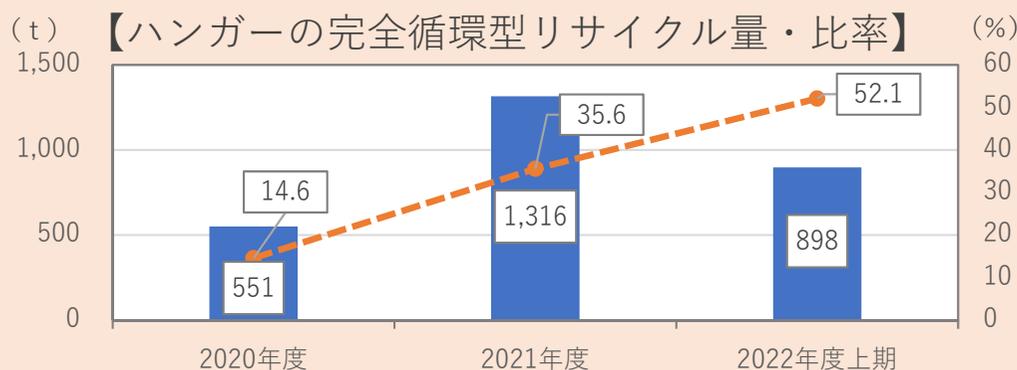
【サステナブル商品の拡大】

〔COTTON FROM USA〕 〔素肌すずやかパンツ〕



〔ここちらボ〕

〔REECOTTE〕



13. ESG課題への取組み②

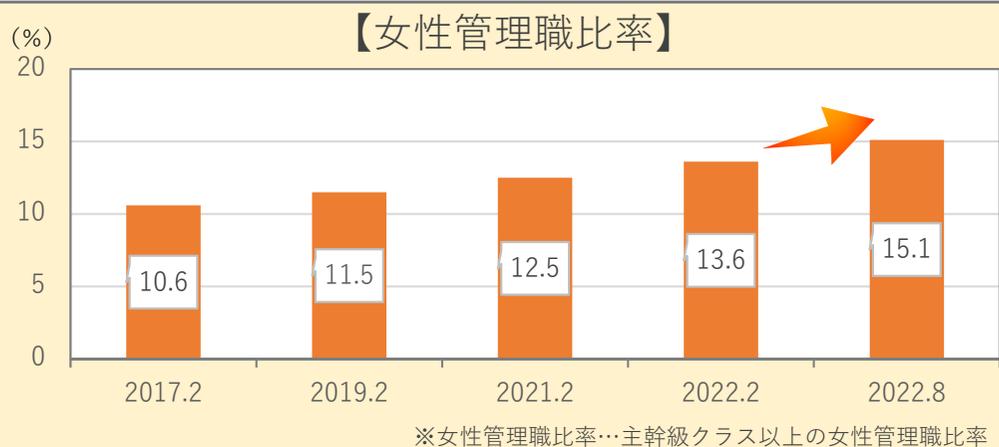
上期の結果（社会）

▽女性管理職比率「15.1%」

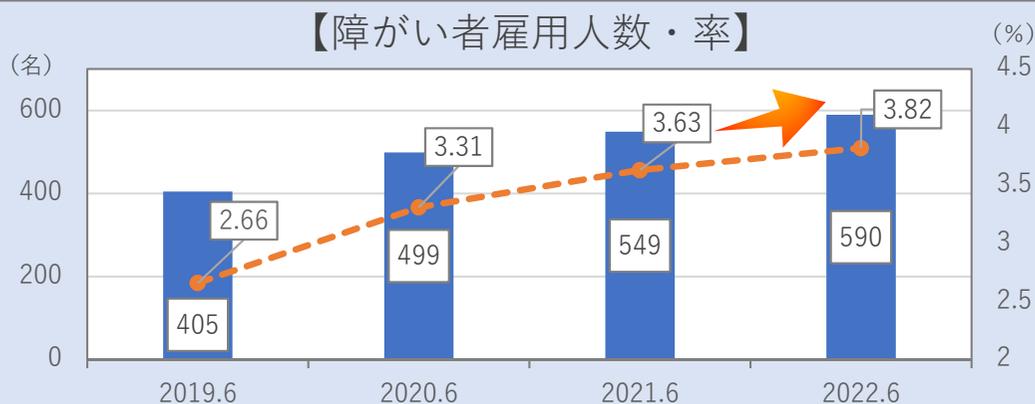
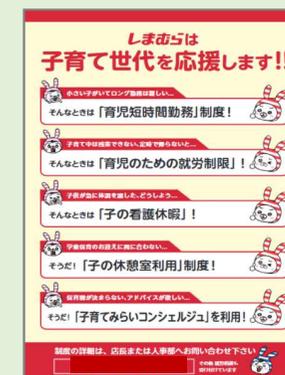
- 「地域別店長候補者説明会の拡大」
- 「就労支援策の拡充と周知」
- 「学童保育後の休憩室利用制度」

▽障がい者雇用率「3.8%」

- 「障がい者生活相談員の取得推進」
- 「障がい者未採用店舗の削減」
- 「地域の障がい者支援機関と連携」



【女性管理職拡大への取組み】
〔休憩室掲示ポスター〕



〔子の休憩室利用〕



〔店長候補者説明会〕



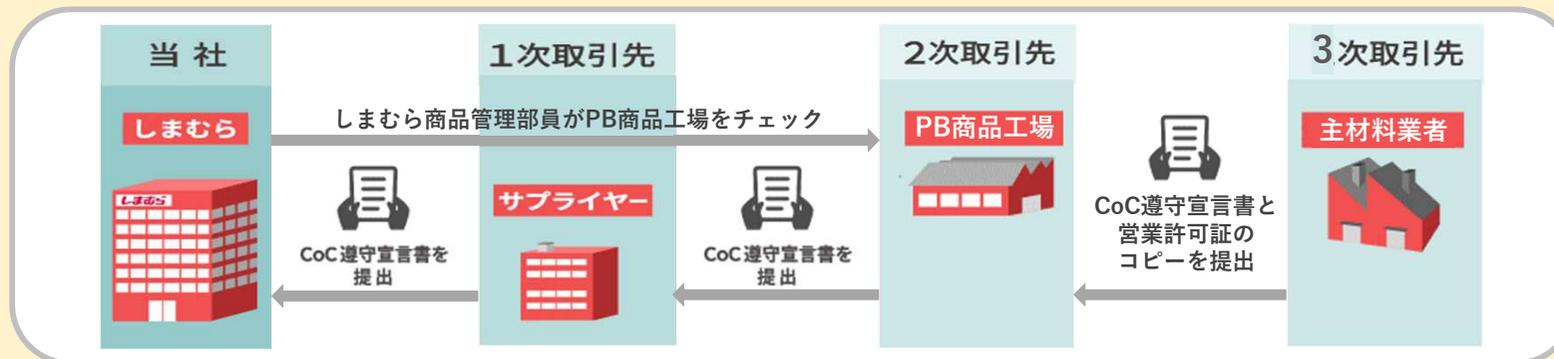
13. ESG課題への取組み③

下期の取組み

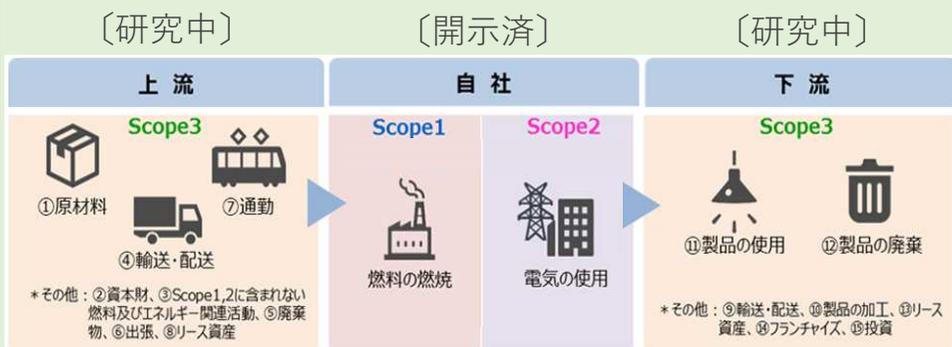
* CoC：コードオブコンタクト（取引行動規範）

- ▽ 「サプライヤーCoC」 に沿った生産現場でのチェック体制の整備。
人権：サプライチェーンの川上／環境：チェック方法の具体化、TCFD対応。
- ▽ 「衣料品インフラ推進チーム」 発足。 買い物弱者対応の事業化を推進。
各種施設への出張販売継続でノウハウ蓄積、黒字化に向けたスキーム作り。

【サプライチェーンのCoC遵守チェック体制（PB商品）】



【GHG排出量の算出・開示状況】



【出張販売】



【販売の様子】



14. リスク要因と対応

仕入原価上昇への対応

1) 上期の結果

- ①値入率は昨年を若干下回るも、値下の抑制で粗利益は確保。
- ②PB「CLOSSHI PREMIUM」などの高価格帯商品は順調な売れ行き。
- ③新価格帯を一部商品で実験的に導入し、良好な結果に。

2) 下期の対応

①価格帯の見直しで値入率を確保

- ・新価格帯の導入。商品に応じて価格を見直し又は据え置き。
価格を上げる場合は、品質や機能性、デザイン性も向上させる。
- ・PB「CLOSSHI」などの定番商品は、出来る限り価格を維持する。
- ・低価格帯や特価の構成を下げ、高価格帯の構成を徐々に上げる。

②仕入原価の上昇を抑制する対応を継続

- ・工場の閑散期の活用。 ・生産国の見直し。
- ・生地・ライン契約をサプライヤーと連携して推進。

③適正な在庫コントロールと値下の抑制も継続

15. 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	—

16. 2023年2月期 出退店計画

▽当初計画に対してグループ合計で 出店 △ 12店舗／退店 △ 2店舗。
 ▽不採算店舗の減少で、閉店店舗は当初計画の 16 → 14店舗に。
 ▽中期経営計画期間（2021～2023年度）の出店 100店舗は維持。

事業	出店		退店		23年2月度末 店舗数（予定）
	当初計画	修正計画	当初計画	修正計画	
しまむら	8	3	6	6	1,418
アベイル	4	2	5	3	313
バースデイ	9	5	2	2	313
シャンブル	13	12	2	1	113
ディバロ	1	1	0	0	16
しまむら （単体）	35	23	15	12	2,173
思夢樂 （台湾）	0	0	1	2	40
しまむら （連結）	35	23	16	14	2,213

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） | … | 10月 4日（火） |
| ▽ 決算短信（英語版） | … | 10月 4日（火） |
| ▽ 決算説明会（質疑応答要旨） | … | 10月 5日（水） |
| ▽ 決算説明会（英語版） | … | 10月 6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。