

ずっとつづく優しい暮らし

SEASON
REASON

by Lin.&Red

2024年 2月期 第1四半期決算説明会 2023年 6月26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 5.2%増。1Qとして過去最高売上。
▽販管費率 25.1%(前期比+0.1pt)。主な要因は賃上げと光熱費上昇。
▽営業利益高 145億円(率 9.3%)。前期比で横ばい。

(百万円、%)

	23年1Q	売上比	前期比	22年1Q	売上比	前期比
売上高	157,105	100.0	105.2	149,319	100.0	104.8
売上総利益	53,691	34.2	104.0	51,649	34.6	105.8
販売管理費	39,497	25.1	105.7	37,371	25.0	103.6
営業利益	14,533	9.3	99.4	14,615	9.8	112.3
経常利益	14,741	9.4	98.5	14,959	10.0	112.5
親会社株主に帰属 する四半期純利益	10,029	6.4	98.2	10,212	6.8	115.1
1株当たり 四半期純利益	272.90円	—	—	277.87円	—	—

2. 事業別売上高

▽ブランドの進化、新規インフルエンサーとキャラクターの商品開発、
販促手法の多様化、個店対応等により国内売上高は前期比 5.0%増。
▽インテリア、キッチン・バス用品、衛生用品は巣ごもり需要反動減。

* EC事業の売上高は各事業に含む（百万円、%）

事業	23年1Q	構成比	前期比	22年1Q	構成比	前期比
しまむら	114,601	73.0	105.4	108,773	72.9	103.1
アベイル	15,577	9.9	107.1	14,540	9.7	110.0
バースデイ	21,085	13.4	101.2	20,834	14.0	108.7
シャンブル	4,088	2.6	108.0	3,786	2.5	114.8
ディバロ	221	0.1	115.6	191	0.1	106.5
しまむら (単体)	155,575	99.0	105.0	148,127	99.2	104.8
思夢楽 （台湾）	1,530	1.0	128.4	1,191	0.8	99.9
しまむら (連結)	157,105	100.0	105.2	149,319	100.0	104.8

3. 連結業績 販売費及び一般管理費

▽人件費 … 賃上げで前期比 8.9%増。店舗の社員不足解消に繋がる。
▽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 … 電気料金の値上がりで前期比 1.0%増。計画以下に抑制。

(百万円、%)

	23年1Q	売上比	前期比	22年1Q	売上比	前期比
給与	16,907	10.8	108.7	15,550	10.4	104.6
人件費合計	19,762	12.6	108.9	18,148	12.2	104.5
広告宣伝費	2,985	1.9	103.6	2,880	1.9	95.6
販売費合計	4,936	3.1	105.5	4,677	3.1	101.8
消耗品費・陳列器材	472	0.3	93.4	505	0.3	106.2
EDP費	478	0.3	120.5	397	0.3	112.4
営業費合計	2,028	1.3	104.6	1,939	1.2	103.3
賃借料	8,133	5.2	99.5	8,170	5.5	99.3
減価償却費	1,448	0.9	99.7	1,453	1.0	98.3
設備費合計	11,549	7.3	101.0	11,434	7.7	103.2
一般費合計	1,219	0.8	104.1	1,171	0.8	102.1
販管費合計	39,497	25.1	105.7	37,371	25.0	103.6

4. 連結業績 貸借対照表

▽資産 … 現預金＋売掛金＋有価証券が前年同期末比 8.4％増。

▽負債 … 主に未払費用と未払金が増加。

(百万円、％)

	23年5月度末	構成比	前年同期末比	22年5月度末	構成比
流動資産	343,873	66.3	109.3	314,540	64.6
固定資産	174,454	33.7	101.2	172,418	35.4
資産合計	518,327	100.0	106.4	486,959	100.0
流動負債	62,851	12.1	102.8	61,113	12.5
固定負債	10,103	2.0	106.3	9,506	2.0
負債合計	72,954	14.1	103.3	70,619	14.5
株主資本合計	441,340	85.1	106.8	413,048	84.7
その他の包括利益累計額	4,032	0.8	122.6	3,290	0.8
純資産合計	445,373	85.9	107.0	416,339	85.5
負債純資産合計	518,327	100.0	106.4	486,959	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 … お出かけ需要の対応強化、新規イベントの打ち出し。
 ▽1点単価の上昇 … 新価格帯への移行、PB・JBで高価格帯を拡大。

(%)

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	23年1Q	105.6	105.4	100.2	97.2	105.1	108.1
	22年1Q	103.7	103.1	101.2	101.3	101.9	100.6
アベイル	23年1Q	107.7	107.1	101.2	97.7	105.8	108.3
	22年1Q	110.9	110.0	106.6	102.3	103.2	100.8
バースデイ	23年1Q	100.3	101.2	96.0	95.3	105.4	110.6
	22年1Q	105.2	108.7	103.9	105.1	104.7	99.6

6. 粗利・値下・在庫 前年比

▽**しまむら**と**アベイル**の粗利益高は前年を上回る。

売場の鮮度維持を目的に、前年を上回る値下を計画的に実施。

▽**バースデイ**は巣ごもり需要の反動で動きの鈍った滞留在庫を処分。

(%、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	23年1Q	104.9	33.3	－0.2	117.7	7.5	＋0.8	107.7
	22年1Q	103.5	33.5	＋0.2	79.5	6.7	－2.0	101.1
	22年累計	104.7	33.2	±0.0	87.9	6.1	－1.2	105.7
アベイル	23年1Q	105.5	37.4	－0.6	108.9	16.4	＋0.2	114.6
	22年1Q	116.0	38.0	＋2.0	86.1	16.2	－4.4	98.6
	22年累計	110.8	38.5	＋0.2	99.5	14.1	－1.5	104.8
バースデイ	23年1Q	96.2	34.8	－1.8	201.3	4.8	＋2.4	115.7
	22年1Q	108.1	36.6	－0.2	94.1	2.4	－0.4	112.4
	22年累計	103.6	34.4	－0.2	87.0	4.3	－0.8	112.6

7. しまむら事業の取組み①

商品力の強化

▽ PB・JBの進化 … 高価格帯の拡充、ラインロビングの強化。

1Qブランド比率 30.8%、売上高 前年同期比 9.8%増（PB+JB）。

高価格帯PB「CLOSSHI PREMIUM」… 売上高 前年同期比 40.4%増。

▽ 新規インフルエンサー拡大。PB・JB×インフルエンサーのコラボも開始。

PB「CLOSSHI PREMIUM」の拡大

お手軽きれいニット ひんやりアームカバー



JBの高価格帯アピール

販促物のサイズ拡大による演出力の強化



インフルエンサー企画

実験から全店拡大へ しまスタによる情報発信



インフルエンサーによる商品企画



7. しまむら事業の取組み②

販売力の強化

- ▽ デジタル販促の進化と多様化 … SNS会員数 3,300万人(前年同期比 117%)
チラシ本数 Web 14本 > 折込 11本。WebCMは販売に応じて機動的に対応。
- ▽ 創業70周年企画 … 特設サイト立上げ、各種キャンペーンが集客に効果大。
2023年3月開催「東京ガールズコレクション」出展。コラボ企画が話題。

デジタル販促の活用

販売に応じたWebCMの配信
WebCM「素肌すずやかパンツ」



WebCM「キレイ宣言」



創業70周年記念企画

2023年3月開催
東京ガールズコレクションへ出展



小林幸子さん×JB「hareiro」



インフルエンサー企画



8. アベイル事業の取組み

商品力と販売力の強化

▽JBを軸にトレンド提案力強化… JB比率 44.2%(売上高前年同期比 124.7%)

「Y2K」「平成ブランド」「韓国企画」の3トレンドがお出かけ需要で◎。

▽キャラクター比率 17.2%(売上高 前年同期比 141.9%)。 集客に効果大。

▽販促では「カップルコーデ」「ペア活」など新企画のチラシ商品が高消化。

JBによる提案力強化

新JB「Denifits」(デニフィッツ)



JB × 韓国企画



「Y2K」ファッションの台頭

平成ブランド企画

「LOVE BOAT」「CECIL McBEE」



「me Jane」



キャラクター企画

サンリオコラボによる動画配信



カップルコーデ企画



9. バースデー事業の取組み

商品力と販売力の強化

▽JBのブランド力強化 … JB比率 27.7% (売上高 前年同期比 109.0%)

ギフト需要への対応強化、服飾雑貨やコスメへのラインロビングを実施。

▽オケージョン対応 … スイムグッズやランチ用品が好調。大物はECで拡販。

▽デジタル販促活用 … LINEチラシを開始。トレンド商品はSNSで情報発信。

JBの商品力強化

「Cottoli」ギフトコーナー



「rabyraby」品揃え拡大



オケージョン対応

ECによる「ひな人形」の販売



スイムグッズが好調



SNSの活用

インスタライブによる商品紹介



インフルエンサーコラボ



10. 思夢樂の取組み

商品力・販売力の強化

▽商品力の強化…ブランド比率 約 50% (売上高 前年同期比 約 150%)

日本のPB・JBと台湾企画のPBを拡大。キャラクターやスポーツも拡充。

▽販売力の強化…SNS販促の拡大、チラシで現地インフルエンサーを活用。

OLコーデ特集、日本祭、梅雨対策特集など過去に無い新企画の打ち出し。

オリジナル商品の拡大

アベイルJB「SUREVE」 バースデイJB「futafuta」



高価格帯への取組み「S.Basic PREMIUM」

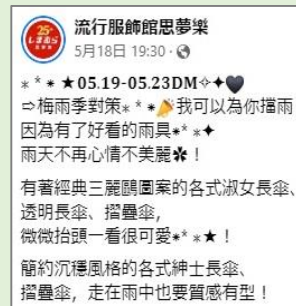


スポーツの品揃え拡充と陳列・演出の強化



SNS販促の拡大

Facebookへのチラシ掲載



11. 出店政策

収益性の高い店舗開発の推進

▽既存店のリロケーション、複数事業でのファッションモール形式を推進。

古い商環境 ⇒ より人の集まる新しい商環境へ店舗をリロケーション。

複数事業を組み合わせたモール形式で出店することで集客力をアップ。

▽売上が見込める都市部（人口集積地や駅前立地）への出店も徐々に拡大。

日田ファッションモール（大分県）

しまむら(リロケーション)+シャンブル(新店)



西友福生店（東京都）

福生駅前SCへの出店(しまむら+バースデイ)



12. 2024年2月期－連結業績予想

- ▽売上高：前期比 3.1%増、営業利益：前期比 2.4%増の計画。
▽1株当たり配当金：年間 270円（10円増配）の見込み。
▽粗利益確保の各種施策は順調に進行中。販売管理費も巡航速度内。

* 4月3日の決算発表時から変更はありません（百万円、%）

	24年2月期 予想	前期比	売上比	23年2月期 実績	売上比
売上高	635,088	103.1	100.0	616,125	100.0
売上総利益	217,900	103.8	34.3	209,996	34.1
販売管理費	164,776	104.2	25.9	158,088	25.6
営業利益	54,571	102.4	8.6	53,302	8.7
経常利益	55,522	102.1	8.7	54,383	8.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	39,522	103.9	6.2	38,021	6.2
1株当たり純利益	1,075.41円	—	—	1,034.57円	—
1株当たり配当金	270円	—	—	260円	—

13. 開示情報

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26日（月）
▽ 決算短信（英語版）	…	6月27日（火）
▽ 決算説明会（質疑応答要旨）	…	6月28日（水）
▽ 決算説明会（英語版）	…	6月29日（木）

おかげさまで
しまむらグループ



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。