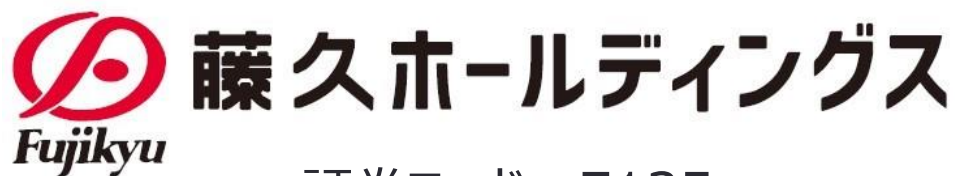


# 新中期経営計画



証券コード：7135

2022年8月10日

# 目次

## 1. 新中期経営計画の概要

① 前中期経営計画の振り返り	.....	3
② 環境変化に対する認識	.....	5
③ 経営理念、サステナビリティ方針	.....	6
④ 経営理念、長期ビジョン2030	.....	7
⑤ 新ビジネス領域への挑戦	.....	8
⑥ 長期ビジョンへ向けたステップ	.....	9
⑦ 株主還元について	.....	10
⑧ 新中期経営計画 経営指標	.....	11
⑨ 事業ポートフォリオ	.....	12
⑩ 事業拡大へ向けた戦略	.....	13

## 2. 新中期経営計画の施策詳細

① 店舗網再編	.....	15
② EC強化	.....	15
③ 商品戦略強化	.....	16
④ 商品サービスの拡充	.....	17
⑤ 顧客基盤の拡充	.....	19
⑥ サステナビリティ	.....	20
⑦ 人材強化	.....	22
⑧ 財務戦略	.....	22
⑨ DX推進	.....	23
⑩ 物流改革	.....	23

3. Appendix	.....	25
-------------	-------	----

# 1. 新中期経営計画の概要

# ①-1 前中期経営計画の振り返り：財務

- 2022/1 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、2022/7 株式交換により(株)日本ヴォーグ社子会社化を実施、事業構造は大きく変化
- 個人消費低迷等大きな外部環境の変化も踏まえ、今回新中期経営計画を策定

## ■ 前中期経営計画（2021年8月公表）

(百万円)

	2021/6期実績	2022/6期計画	2023/6期計画
売上高	20,694	22,000	25,000
売上総利益	12,187	13,000	
販管費	11,286	12,000	2,300
営業利益	900	1,000	
経常利益	911	1,000	2,300
当期利益	757	850	

## ■ 実績

(ご参考日本ヴォーグ社)

	2021/6期実績	2022/6期実績	2022/1期
売上高	20,694	15,712	3,075
売上総利益	12,187	8,623	
販管費	11,286	10,798	
営業利益	900	▲2,174	30
経常利益	911	▲2,154	23
当期利益	757	▲2,692	50

前中期経営計画策定時より、当社事業構造、当社を取り巻く環境は、大きく変化



中期経営計画を更新・再策定、  
新たな成長戦略を構築へ

## ①-2 前中期経営計画の振り返り：主な取組施策

- 不採算店舗の閉鎖や本部人員のスリム化等構造改革を推進
- 持株会社体制へ移行済。新たな事業構造の基礎を構築

項目	内容	対応状況	
インフラ整備	基幹システムの刷新	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 店舗と通販在庫を一元管理する新基幹システムに刷新</li> <li>■ 全店舗のPOSをタブレット型へ。DX推進、マーケティング強化等、更なる高度化へ</li> </ul>	→継続
	人材投資	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 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実現</li> <li>■ 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</li> </ul>	◎
	オムニチャネル環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ (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</li> </ul>	→継続
収益力の改善	店舗網再編	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 不採算店舗の閉鎖53店舗、新規出店3店舗</li> <li>■ 更なる再編へ向け、店舗閉鎖を継続</li> </ul>	→継続
	固定費削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 社員30名(全社員の13%)の早期希望退職者を募集(2020/1対応済)</li> <li>■ 利用予定のない旧社屋等売却(2020/8売却)、物流拠点再編(2020/1変更済)</li> </ul>	→継続
	教室ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 既存講習会の内容強化。ワークショップ開催により来店客数増加に貢献</li> <li>■ 『ヴォーグ学園オンラインレッスン』開講、新たな行動様式へ対応</li> </ul>	→継続
業務提携	(株)日本ヴォーグ社(子会社化)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 『ヴォーグ学園オンラインレッスン』開講、提携書籍『CRA-SEW』の発刊</li> <li>■ グループシナジーの追求を強化</li> </ul>	→継続
	(株)エポック社	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ シルバニアファミリーの商品販売開始。ワークショップ開催による集客、手づくりコンテスト実施などでの新たな手芸ファンの取り込みを継続</li> </ul>	→継続
	GMOペパボ(株)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ クリエイター向設備提供、シルバニアファミリーハンドメイドコンテスト実施</li> <li>■ 両社サービスへ相互送客を強化</li> </ul>	→継続
持株会社体制への移行		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2022/1、持株会社体制へ移行、M&amp;Aやアライアンス推進を加速化する体制確立</li> <li>■ 2022/7、株式交換により(株)日本ヴォーグ社を子会社化</li> </ul>	◎

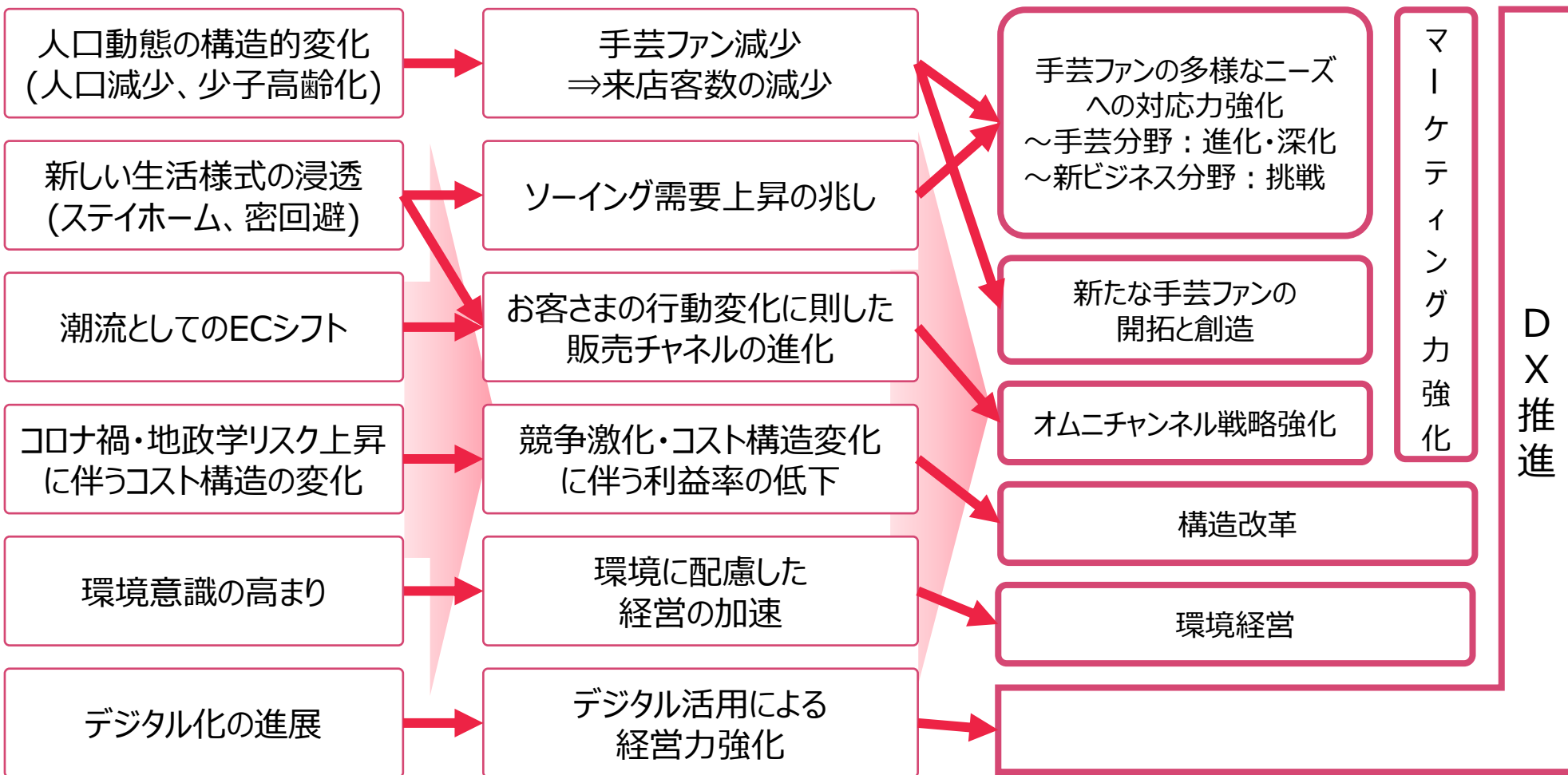
## ② 当社を取り巻く環境変化に対する認識

- 生活様式の変化等により、生活に必須な『手芸』から趣味・嗜好としての『手芸』へ大きく変化
- 手芸人口の減少、消費行動の変化を踏まえ、新しい生活様式に応じた事業構造変化が必要

### 当社にとって重要な環境認識

### 当社への意味合い・課題

### 当社戦略の方向性



### ③ 経営理念、サステナビリティ方針

#### 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

#### サステナビリティ方針

私たちは経営理念として「『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」を掲げています。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、手づくりを通して世代や地域を越えて人と人を結ぶお手伝いをするとともに、この尊い手づくり文化を継承し、地域社会・環境の持続可能な社会の実現に貢献します。

#### 環境 (Environment)



- 手づくり文化や繕う文化の裾野を広げることで、リユースやリメイクなど「ものを長く使うこと」、「ものを大切に使うこと」から環境負荷を低減し、持続可能な社会の実現に貢献します。
- 創業の心である「信用」を大切に、安心・安全な商品・サービスを提供します。
- 地球環境に配慮し企業活動に伴う環境負荷の低減に取り組めます。

#### 社会 (Social)



- 多様な価値観を尊重し、働きがいのある職場を実現します。
- 全ての従業員が健康で安心して働ける職場環境を実現します。
- 全国展開する店舗網を活かし、手づくりを通して地域・社会とのつながりを大切にします。

#### ガバナンス (Governance)



- 監査等委員会設置会社としての法的枠組みに加え、任意の指名・報酬委員会を設置し、実効性のあるコーポレート・ガバナンス体制を確立します。
- 法令を遵守しステークホルダーから信頼される企業であることを基本とし、内部統制の継続的な改善を図ります。
- 経営陣による適切なリスクテイクを支える環境の整備に取り組めます。

## ④ 経営理念、長期ビジョン 2030

### 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

### 長期ビジョン2030

「手づくり」を軸に新ビジネス領域を拡大し、お客さまと従業員の自己実現を叶えます。

- 当社グループは、手芸（物販・体験）のトップブランドを確立し、さらに『美・健康』など新たな価値を加え、心豊かなライフスタイルを提案します。
- 日々多様化する社会に柔軟に対応し、常に新たな商品・サービスを開発し、お客さま・従業員の自己実現を叶える企業へと進化します。

#### ～ 2022/6期

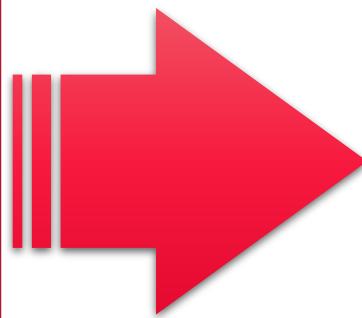
「手づくり」を中心とした  
商品・サービスの強化

周辺領域へのチャレンジ開始

デジタル化等インフラ整備着手

売上・利益を重視した事業運営

※日本ヴォーグ社  
と新たなグループを  
形成  
新グループ名で再  
出発



#### 長期ビジョン2030へ向けて

「手づくり」領域の進化・深化

「手づくり」ファンへの新たな  
商品・サービス提案

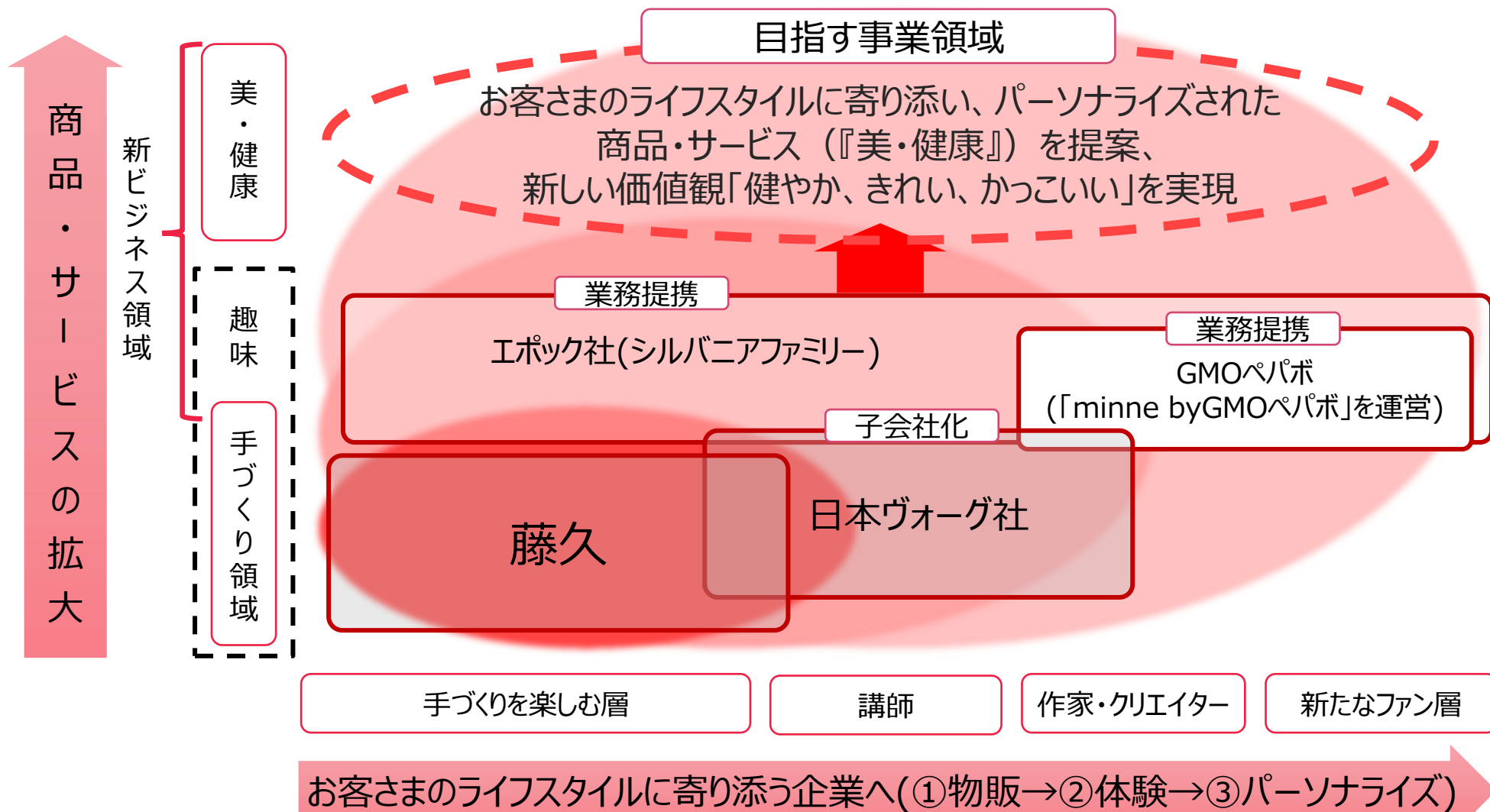
DX化推進によるオムニチャネル戦略・  
マーケティング力の強化

売上・利益と資産効率の  
バランスを重視した事業運営



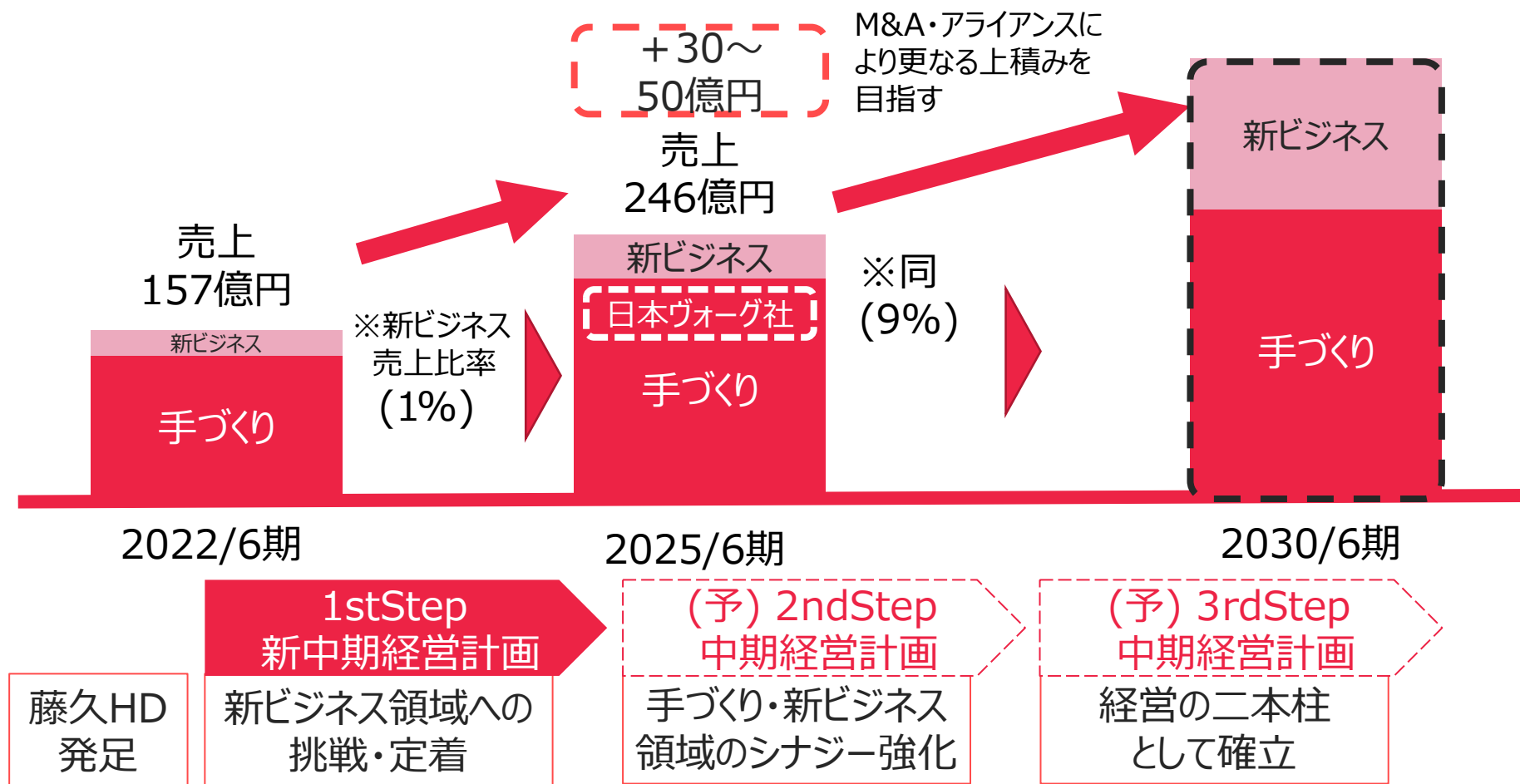
## ⑤ (長期ビジョン) 新ビジネス領域への挑戦

- 手づくり用品販売を中心とした事業領域から、M&A・アライアンスによりお客さま、商品・サービスを拡大
- 新たに『美・健康』をテーマとした領域へ展開。経験豊富な外部人材を招聘、専担チームを結成



## ⑥ (長期ビジョン) 2030 へ向けたステップ

- 手づくりに加え新ビジネス領域へ事業を拡大
- 2025/6期までの新中期経営計画を1stStepとして位置づけ。新ビジネス領域の基盤を構築、グループ飛躍の礎とし、売上・利益と資産効率のバランスを重視した事業運営を目指す
- プライム市場適合計画については、2022年6月末基準での判定を踏まえ、2022年9月末までに作成・提出



## ⑦ (長期ビジョン) 株主還元について

- 配当性向は40%を目途。総還元性向の長期・安定・継続的な増加を目指す
- 日本ヴォーグ社子会社化により、株主優待も充実予定

### ■ 株主還元について

[過去実績]

	一株当たり 年間配当額	配当性向	配当金 支払総額	(ご参考) 総株主優待 発行額
2020/6期	25円	38.7%	109百万円	37百万円
2021/6期	32円	52.0%	393百万円	43百万円
2022/6期	—	—	—	68百万円

安定的な利益成長と  
資本政策の実施



中長期的に、  
総還元性向の増加を実現

配当性向40%を目途に安定配当を予定

### ■ 株主優待について

- 保有株式数や保有期間に応じた新たな優待制度等更なる充実化を検討中
- 子会社化した日本ヴォーグ社含め、株主への新たな商品・サービスの周知につながる優待を予定

#### 【ご参考】過去株主優待内容

##### ■ 株主優待お買物券



- [保有株式数100株以上]
- 年5,000円(500円×5枚を2回)のお買物券を送付

##### ■ 創立60周年記念株主優待品



© EPOCH

- [保有株式数500株(5単元)以上]
- (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 オリジナル品」1点の贈呈

## ⑧ (新中期経営計画) 経営指標

- 長期ビジョン2030の実現へ向け、新中期経営計画では、着実に黒字体質への事業構造転換を図る
- 会員数(※1)については、新たにSNS会員制度も設定。サービスを充実させ、各種プロモーション等に活用する
- 2024/6期以降はローリング計画とし、経営指標については定期的に見直す予定

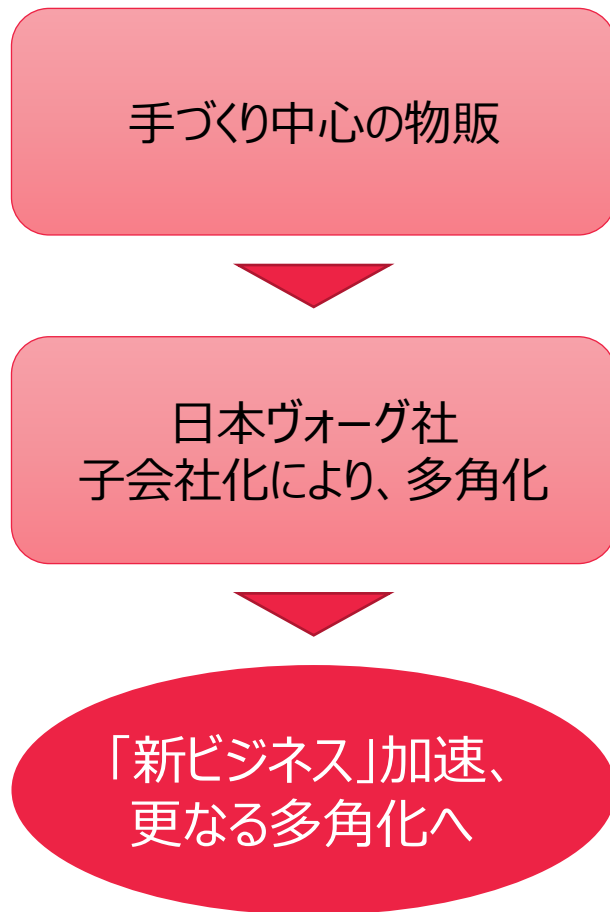
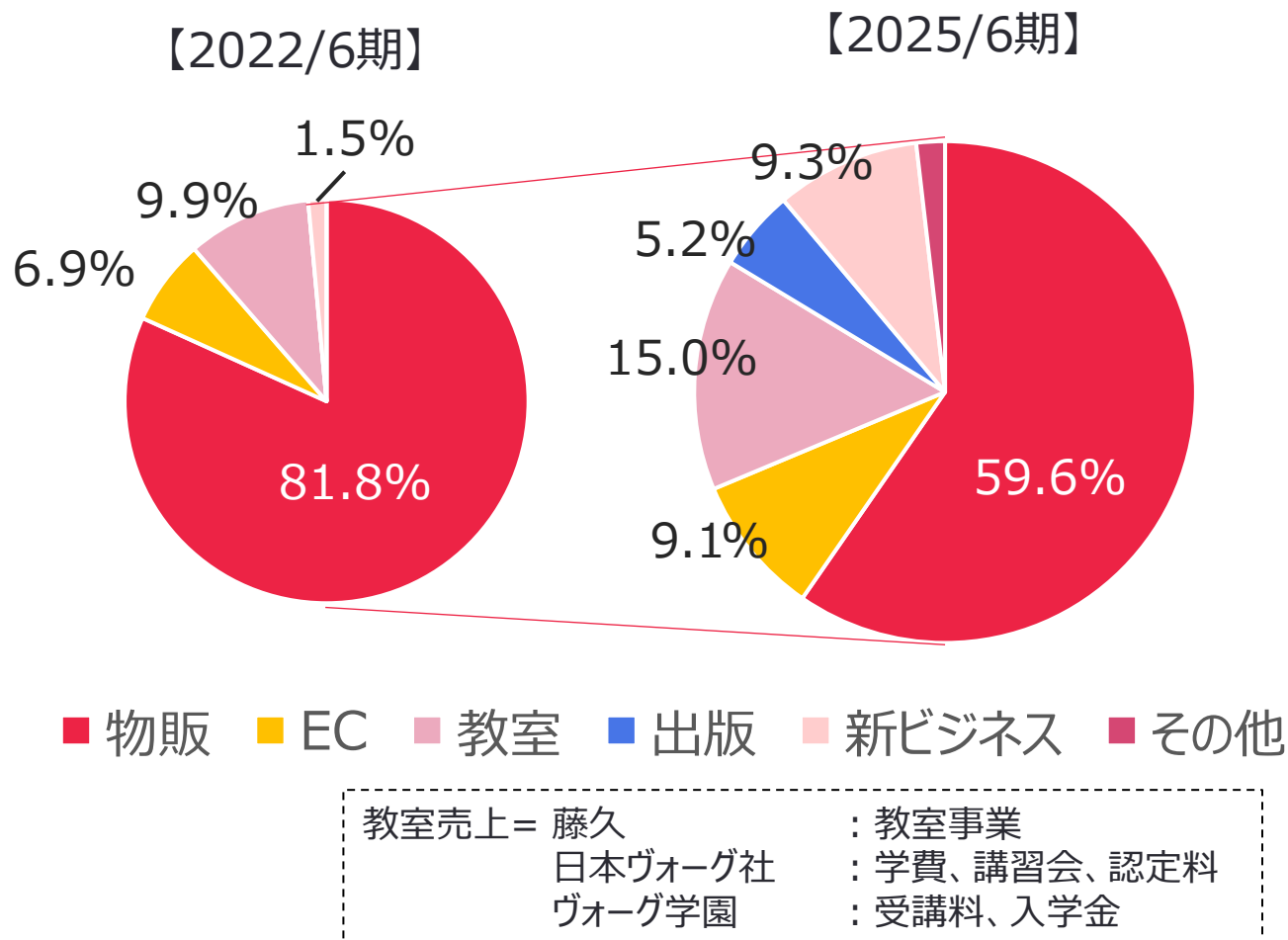
	2022/6期	2023/6期	2024/6期	2025/6期
売上	157億円	220億円	225億円	246億円
営業利益 (営業利益率)	▲21億円 (▲13.8%)	1.9億円 (0.9%)	7.9億円 (3.5%)	14.7億円 (6.0%)
ROE	▲34%	3%(※2)	5%	8%
新ビジネス比率	1%	4%	7%	9%
会員数(※)	102万人	110万人	130万人	150万人
取組内容	藤久HD 発足	「手づくり」事業黒字体質転換 「新ビジネス」領域への本格参入 黒字体質転換	「新ビジネス」定着 商品ラインナップの拡充 EC領域拡大 店舗・EC一体の加速 新ビジネス定着	事業基盤拡大 更なる飛躍へ向け成長基盤の構築 成長基盤構築
		経営体質強化		

※1 会員数 = 情報発信可能な会員数 (含SNS会員、藤久会員 + 日本ヴォーグ社会員 + ヴォーグ学園受講生数)

※2 2023/6期 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

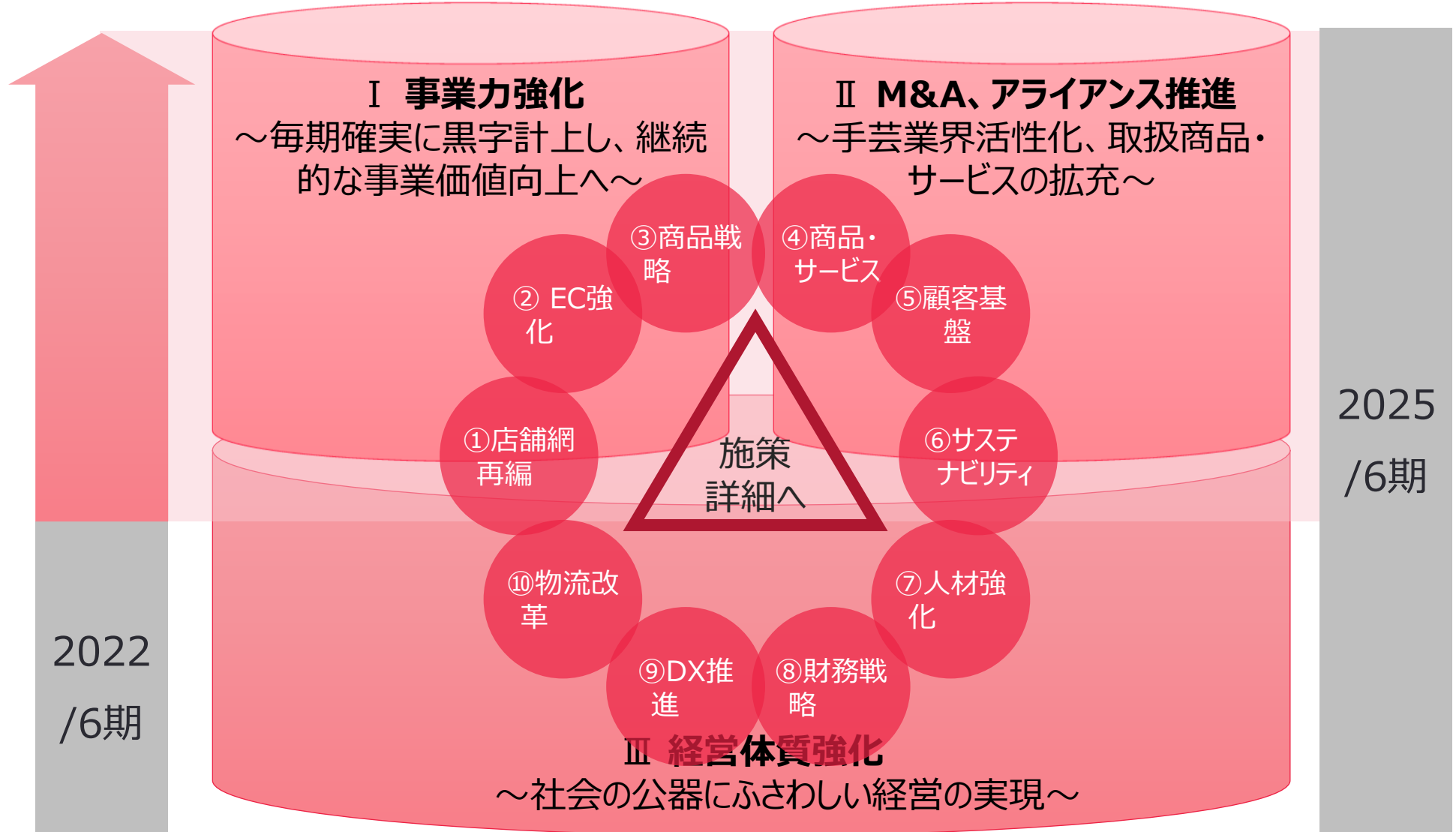
## ⑨ (新中期経営計画) 事業ポートフォリオ

- 日本ヴォーグ社子会社化により、事業ポートフォリオは大きく変化
- 新ビジネス領域への展開により、更なる事業多角化を進める



# ⑩ (新中期経営計画) 事業拡大へ向けた戦略 (経営戦略の3本柱)

■ 成長の3本柱 (①事業力強化、②M&A・アライアンスの推進、③経営体質強化) により事業拡大を実現



## 2. 新中期経営計画の施策詳細

# ① 店舗網再編

事業力強化

アライアンス推進

経営体質強化

- 不採算店舗の62店舗の閉鎖を計画
- 戦略的なスクラップ&ビルドにより店舗網を再構築

## 1 不採算店舗の閉鎖、スクラップ&ビルド

- 不採算店舗を計画的に閉鎖し、店舗網を再構築
- 周辺人口動態や教室事業参加率等より、個別に判断

	2023/6期	2024/6期	2025/6期
新規出店	10	10	10
店舗閉鎖	62	0	0

## 2 店内・外観の魅力向上

- 大型のロードサイド店舗を地域特性に合わせた品揃えなど 店舗内外を大幅改装
- 老朽化が目立つロードサイド店舗を中心に外観を改装
- 清潔感のある明るいイメージに変更



# ② EC強化

事業力強化

アライアンス推進

経営体質強化

- No.1 ECを目指しシームレスなお買物体験を提供
- SNS等活用により、店舗・EC間の相互送客実施

## 1 オムニチャネル戦略を支えるシステム構築

- (株) Gondra との業務提携締結により、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
- ECでの店舗受取限定商品販売により相互送客実施

**Yokai** の店舗でお受け取りなら、**送料無料!**  
**ネットで注文 ▶ 店舗で受け取り**



## 2 オウンドメディア、SNS活用によるEC送客と販促

- 来店者のアプリ会員登録によるメールアドレス獲得強化
- 過去会員（有効期限切れ）への復活メールアプローチ
- 店舗来店者の SNS フォロワー促進

適切な販売チャネルの構築  
 店舗 ⇔ EC 間の相互送客



来店客数(店舗・EC)の増加  
 顧客属性を踏まえたクロスセル強化へ

来店客数の  
 増加により  
 顧客基盤  
 増強



# ③ 商品戦略強化

- 魅力ある店舗作りに向け、商品MD（5つの適正）を再構築し、取組を強化
- お客様のライフスタイルに寄り添い、パーソナライズされた商品・サービス（『美・健康』）を提案
- 手づくり領域ではソーイング（生地・和洋裁・ミシン）を強化するとともに、販売手法を多様化

## 1 品揃え強化による提案強化

- 定期的な顧客アンケート実施、マーケティング分析による、定番・シーズン・トレンド各商品を充実  
高品質（愛好家向き）と低価格商品（初心者向き）のP B商品も開発、品揃えを強化
- 『美・健康』領域についても、お客様のライフスタイルを踏まえ、商品・サービスをあらゆる角度から総合的に提案

## 2 (EC) インショップによるクロスセル販売

- 手芸と親和性の高い商品の取扱いを強化、グループ顧客基盤を活用し、クロスセル販売を強化
- 『美・健康』領域においても、ECサイトでの販売実績を踏まえ、店舗販売へ拡大

## 3 販売手法多様化

- 回転率の低い店頭商品について、バーレル販売に加え、書籍・カタログ等新しい活用方法を提案し販売
- 書籍等と連動した見本作品展示等店頭販促物を一新、お客様へ訴求
- 地域特性を踏まえた店舗別売場作り



## 4 ソーイング部門強化

- トренд生地を導入するなど流行を取り入れた商品構成へ変更
- 300店舗超の大半の店舗で実施、顧客単価を引き上げ
- ミシン販売については、アフターサポートを強化



顧客単価の  
引き上げに  
より収益基  
盤増強



# ④ - 1 商品・サービス拡充（グループ内協働拡大）

事業力  
強化

アライア  
ス推進

経営体  
質強化

- お客さま拡大、商品サービス充実へ向け、グループ内協働を拡大
- CRA-SEW、オンラインレッスンを中心に、店舗・ECにてお客さまへの新たな提案を実現

## 1 ヴォーグ学園オンラインレッスン

- ヴォーグ学園の著名な講師による講座が、店舗のモニターでライブ配信で受講できる新しい形のオンラインレッスン
- 全国どこでも直接、著名講師の講座が受講可能
- 近くに店舗がない、なかなか講座日程と予定が合わない方向けに自宅で受講できるアーカイブ配信の講座も開講予定



## 2 CRA-SEWの発刊

- 作り方から材料の購入まで総合サポートするソーイング誌を発刊
- 書籍に掲載されている材料に加えて関連商材や道具類も集約した書籍コーナーを作成、商品販売を強化
- 店舗、ネットショップで使えるクーポンを付与、送客を見込む



## 3 その他

- 日本ヴォーグ社の書籍制作で培われた商品企画力を、藤久販売商品へ展開
- 両社の通販部門で協働、相互送客実施
- 新たに入園入学のタイアップ本を発刊

グループ内企業の顧客基盤・  
サービスを活用し連携強化

『新たなお客さま』へ  
『新たな商品・サービス』の提案へ

グループ拡大  
により更なる  
充実

## ④-2 商品・サービス拡充（提携企業商品取扱い拡大）

事業力  
強化

アライア  
ス推進

経営体  
質強化

- 新たなお客さまの獲得、新たな商品・サービスの提供へ向け、提携企業との協業を深化、収益力を強化
- 提携企業の増加により、お客さまのライフスタイルに寄り添い、パーソナライズされた商品・サービスを提案

### 1 独自のワークショップを開発・展開

- エポック社と提携し、クラフト全店舗でお人形デコレーションなどのワークショップを開催  
多い月には1万名強参加
- 気軽に参加できるワークショップ・体験講座を開催し、手づくりの楽しさを届ける



クラフトハートーカイ 高崎店

### 2 新商品の開発・販売

- 「シルバニアファミリー」用お人形のドレスなど、当社限定手芸キットを開発、販売
- 提携企業と連携し、藤久グループならではの新品・サービスを開発・販売する



© EPOCH  
ビーズfriend vol.72 掲載

### 3 共同でのハンドメイドコンテスト開催

- シルバニアファミリーのハンドメイドコンテストをGMOペパボ、エポック社と共同開催
- 藤久グループを中心とした新たな提携を実現し、手づくりファン増加を目指す



© EPOCH

### 4 クリエイター向け撮影スポットを店舗に設置

- minne byGMOペパボとコラボし作品撮影用スペースを店舗内に設置(2店舗)、スペース内で自由に作品撮影が可能
- 新たな顧客の獲得とともに、物販・講習だけではなく、手づくりの新たな楽しみ方を提案する



提携企業拡大により、更なる商品・サービス拡充へ

「手づくり」領域を中心に、  
今後も提携企業を拡大



提携企業商品・サービスを、  
周辺領域含め積極的に取込

# ⑤ 顧客基盤の拡充

- 事業基盤拡大に向け、アプローチ可能なお客さま情報の収集・蓄積・分析・活用は重要なポイント
- 新たにSNS上での情報発信による集客含め、情報発信可能な会員数をグループ計150万名獲得する

## 1 (藤久)新規顧客の獲得と囲み込み

- 顧客との接点を継続・情報発信するために、お友達感覚で無料登録できるシステムを構築  
→SNSを活用、便利・簡単・迅速なサービスを提供
- 新規顧客として、「ワークショップ」「入園入学」を切口として、アプローチ
- オンライン接点により、EC誘導 及び ワークショップ・クロスセル商品等の情報を発信



※QRコードから簡単に登録可能

SNSフォロワー数 グループ計40万人

(藤久試行)約1,000名/店のSNS会員獲得



情報発信可能な顧客獲得強化

## 2 (藤久)既存会員のサービス強化

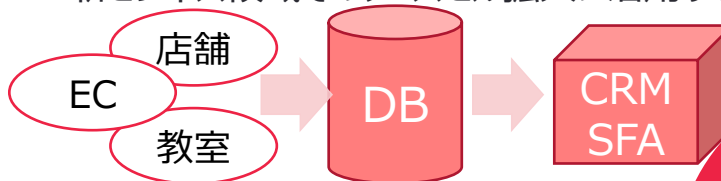
- ランクアップ制度 : 金額・来店数に応じてランク分け
- 会費自動引き落とし : 期限切れ・退会の防止
- 限定商品・ノベルティ : 来店・更新・客単価UP
- 店舗受取強化 : EC誘引、利便性の訴求



※会員アプリイメージ

## 3 顧客情報の活用

- グループ内にて顧客情報を集約
- ECサイト上での閲覧・購買情報等も統合し、商品購入・サービス利用時における顧客の動向を把握
- 新ビジネス領域でのクロスセル拡大に活用する



お客さまに寄り添い  
パーソナライズを実現

会員サービス強化

顧客基盤拡充

顧客情報活用

# ⑥ - 1 サステナビリティ 重要課題と目標

	重要課題	目的	取組み	SDGsの目標
E	①環境負荷の低減	事業全体での環境負荷低減により、サステナブルな地球環境と企業成長を実現する	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品・見本作品の廃棄削減</li> <li>販促のペーパーレス化</li> <li>省エネルギー</li> <li>CO2排出量の算出と削減</li> <li>環境配慮型商品の導入と作品提案</li> </ul>	
S	②ライフワークバランスと健康経営の推進	従業員がそれぞれのライフスタイルに合った働き方を選択でき、実力を発揮できる職場環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>有給休暇の取得率向上</li> <li>育児休暇、介護休暇、時短勤務制度の取得推進</li> <li>新人事制度による働きがいのある職場環境の実現</li> <li>テレワーク等の、柔軟な働き方の導入</li> </ul>	
		従業員の心身のヘルスケアをサポートし、健康維持・増進により労働生産性を向上する	<ul style="list-style-type: none"> <li>長時間労働への対応</li> <li>検診受診率向上</li> <li>ストレスチェックの実施</li> </ul>	
	③人材の多様性確保と育成	人権に関する理解を深め、多様な人材が活躍できる職場環境を整備し、次世代の経営を担う人材を発掘、育成する	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性の活躍推進</li> <li>障害者雇用の推進</li> <li>各種研修の実施</li> <li>人権（多様性）研修の実施</li> </ul>	
		④地域社会との共生と手づくり文化の継承	店舗を基点とした地域との交流、ワークショップなどの体験を通して手芸文化を継承・普及する	
G	⑤コーポレート・ガバナンスの実効性確保とグループ内部統制の推進	会社の持続的発展と企業価値向上に資するコーポレート・ガバナンスの推進と内部統制の継続的な改善により、ステークホルダーとの信頼関係を気付く	<ul style="list-style-type: none"> <li>取締役会における戦略的な方向付けと監督機能の発揮</li> <li>任意の委員会の実効的な運用</li> <li>経営陣への適切なインセンティブの付与</li> <li>コンプライアンス体制の推進</li> <li>グループ経営の観点を含むリスク管理の徹底</li> <li>株主との建設的な対話と適時適切な開示の充実</li> </ul>	

# ⑥ - 2 サステナビリティ 取組内容

## 環境 (Environment)

### 環境配慮型商品、作品の提案

環境に配慮した天然素材の生地や作品の提案等、環境負荷の少ない手づくりを提案します。



### 販促のペーパーレス化

従来のはがきによる販促から、アプリへの変更によるペーパーレスを推進します。

	販促はがき 発送枚数の増減 (2020年6月期比)
2021年 6月期	93.2%
2022年 6月期	62.9%



## 社会 (Social)

### 育児休暇、介護休暇、時短勤務制度の取得向上

ライフワークバランスの向上のため、育児休暇等の制度の取得を推進します。

### 新人事制度による働きがいのある職場環境の実現

2021年7月より新人事制度を運用開始。従業員のライフスタイルに合わせ、嘱託社員の正社員への登用や、地域や職種を限定して勤務できる限定社員制度などを導入。

面談による目標設定管理、成果に応じた評価・報酬制度に変更し、目的意識を持った人材育成を推進。

### ワークショップを通じた手芸体験の場の提供、手芸文化の普及

店舗や出張、教室事業を通して、手芸に触れる機会を提供し、手芸文化の普及と継承に努めます。



## ガバナンス (Governance)

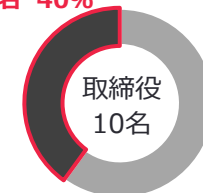
### 取締役会の実効性の向上と任意の委員会の実効的な運用

監督機能強化のため、社外取締役全員を独立社外取締役としています。取締役会の多様性確保についても継続して取り組みます。

2022年1月に設置した任意の諮問委員会である「指名・報酬委員会」も実効的に運用してまいります。

社外役員比率

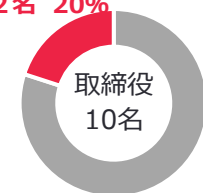
独立社外取締役  
4名 40%



社外取締役  
4名 40%

女性役員比率

女性役員  
2名 20%



### リスク・コンプライアンス管理体制の強化

コンプライアンスの周知・徹底、企業活動に係るリスクを認識・評価し、適切なリスク対応を行うため、「リスク・コンプライアンス委員会」を設置しております。

社内外の相談窓口、BCPプラン・マニュアルの整備によりリスク管理体制を強化します。

## ⑦ 人材強化

事業力  
強化

アライア  
ンス推進

経営体  
質強化

- 計画達成に向け、人材開発・能力開発を実施
- 従業員満足度を向上、パフォーマンス最大化を目指す

### ■ 人材強化取組内容

目指す姿	方針	対応内容
経営計画を踏まえた、体系的な人材開発・能力開発	タレントマネジメントシステムを利用した人事情報・エンゲージメント管理	人事管理システムの更新
従業員満足度向上による生産性の向上	人事制度の定着・改善 研修等によるキャリアアップ、スキル向上による生産性の向上	福利厚生制度の見直し 健康経営優良企業の基準を満たした従業員の健康管理 職場環境整備
従業員教育による顧客満足度の向上	店舗の接客レベル向上による顧客満足度向上	Eラーニングを中心とした階層別研修カリキュラムの構築
ダイバーシティの推進	多様な人材の活躍支援	中途採用・外国人採用、障害者採用の活性化、女性管理職比率の向上

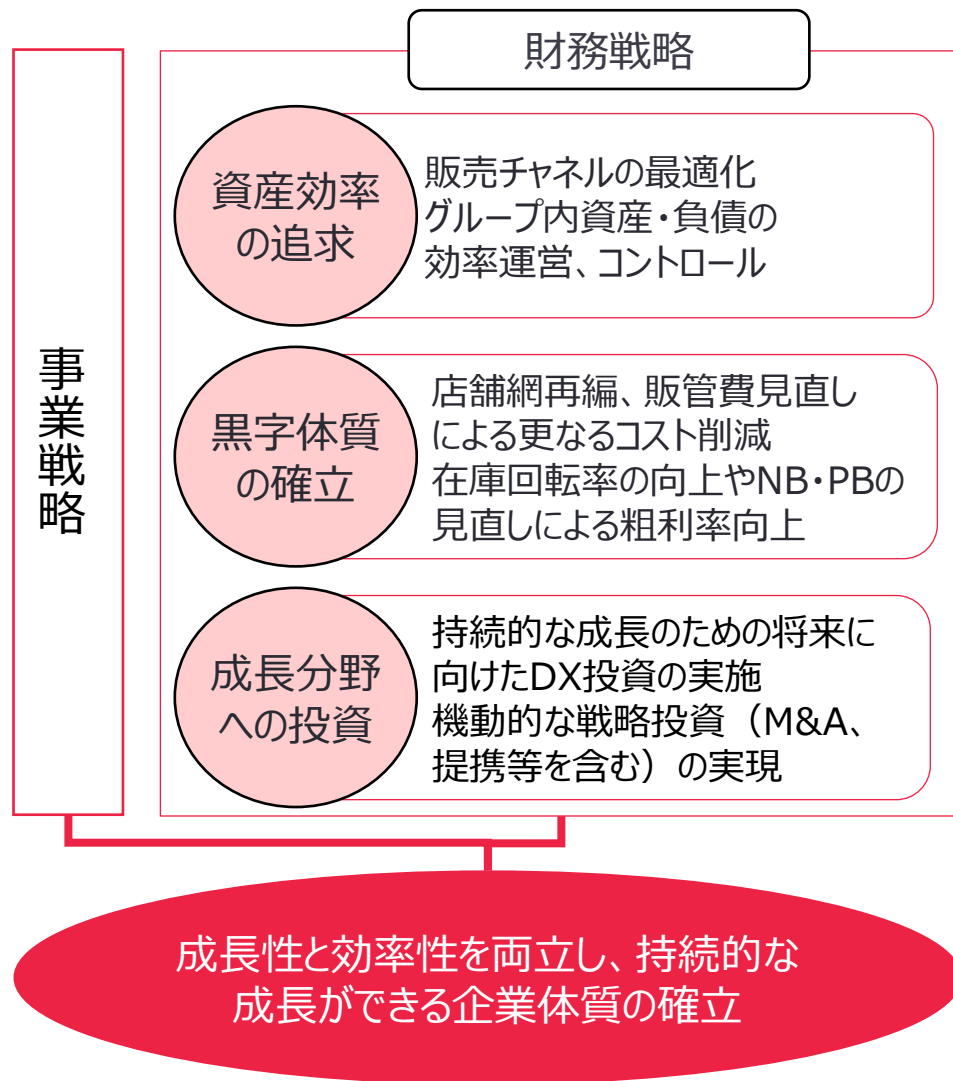
## ⑧ 財務戦略

事業力  
強化

アライア  
ンス推進

経営体  
質強化

- 売上・利益の額重視から資産・資本効率の追求へ
- 每期確実に黒字計上へ向け、コスト削減徹底



## ⑨ DX推進

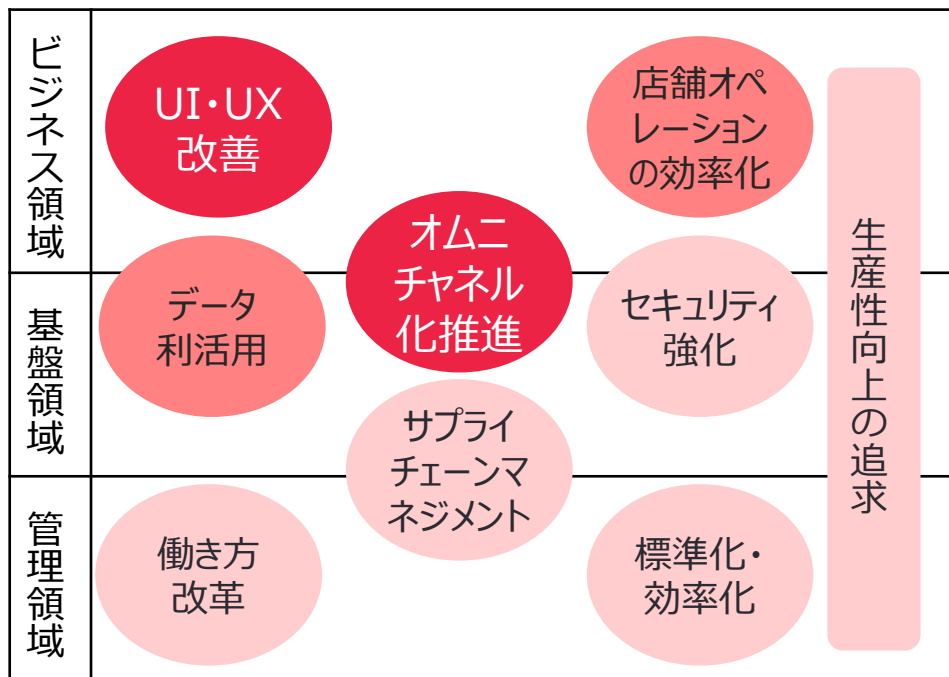
事業力  
強化

アライア  
ンス推進

経営体  
質強化

- 積極的なDX推進により様々な課題に対応
- 各ビジネスプロセスについて、デジタル化を検討

### ■ DX化推進により対応する事項



DX推進により、ビジネスプロセスを変革  
サービス強化と業務効率化を両立

## ⑩ 物流改革

事業力  
強化

アライア  
ンス推進

経営体  
質強化

- 在庫管理等DXも推進し、物流改革を実施
- オムニチャネルのシームレスな体験を実現

### 1 短期的な取組

- オムニチャネルの進化  
お客さまの利便性向上と物流コストを削減
- 運送費の削減  
店舗受取比率を拡大。  
サービスを自社サイトからモール店舗へ拡大し、  
運賃コストを大幅削減
- 外部委託と自社対応の適正バランスを追求  
一次ストック・加工可能な自社設備も検討

### 2 中長期物流戦略の策定

- 物流パートナーとの緊密な協力のもと、ゼロベースで  
新物流体制を構築  
○店舗受取物流量の拡大や新商品取扱の種類・  
量の拡充へ対応  
○店舗・EC一体型の最適な物流体制の構築を目指す

次世代物流網の構築  
オムニチャネルのシームレスな体験を実現へ



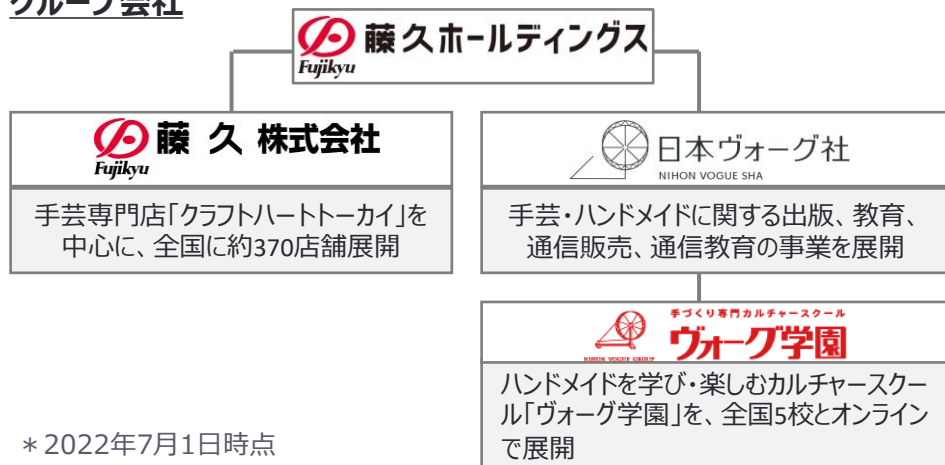
# 3 . Appendix

# 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更なる体質強化中

## ■ 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

2022年~

## ■ 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

# 事業展開

## 事業展開

### 手芸専門店



336店舗



21店舗

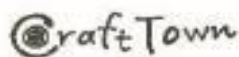


2店舗



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



手づくり専門カルチャースクール  
**ヴォーグ学園**



### 教育・通信教育事業



Studio  
KILN ART

おうちでレッスン!

日本ヴォーグ社の通信講座  
NIHON VOGUE SHA



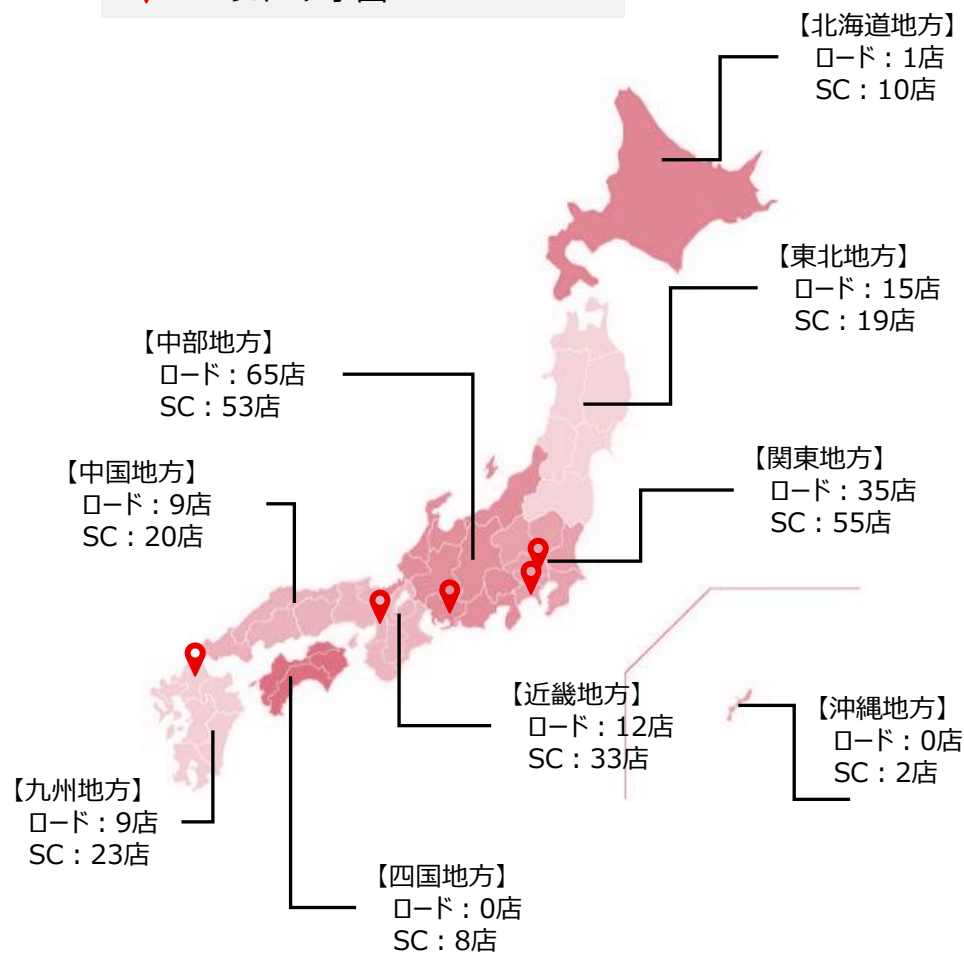
CRAFTING

## 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

# 新たなグループ会社（日本ヴォーグ社・ヴォーグ学園）

商号	株式会社 日本ヴォーグ社
設立	1954年5月8日
資本金	4,000万円
代表取締役	瀬戸 信昭
本社所在地	東京都中野区弥生町5-6-11
グループ会社	株式会社 ヴォーグ学園
従業員数	150名（2022/7時点）
事業内容	出版事業、教育事業、通信販売事業、通信教育事業、インターネット事業、イベント事業

商号	株式会社 ヴォーグ学園
設立	1977年6月30日
資本金	3,000万円
代表取締役	瀬戸 信昭
本社所在地	東京都千代田区三崎町一丁目3番12号 水道橋ビル7階
従業員数	45名（2022/7時点）
事業内容	教育事業、インターネット事業

## 出版事業

年間120点前後のムック・書籍を発行。全国の書店・手芸店・ネット書店へ流通しています。また、電子書籍も手がけています。



## 教育事業

独自のカリキュラムをベースに講師の養成を行い、講師の教室運営はじめ、活動のサポートを行っています。

## 通信販売事業

年4回のカタログの発行（約7万部）。定期刊行誌・インターネットでの関連材料の紹介・販売を行っています。



## 通信教育事業

教材（テキスト・DVD・ネット配信）と用具・材料をセットにした様々なジャンルの通信講座を開講しています。

## 教室事業

ハンドメイドを通じ、楽しみ、学び、創りながら、生活をハッピーにしたい、生活に彩りを与えたいという気持ちで数多くの講座を展開しています。



日本ヴォーグ社  
企業理念

1. 手づくりで幸せを(Happy Life With Handmade)
2. 社会の一員にふさわしい事業活動を推進し企業価値を高めていく
3. 全員の物心両面の幸福の追求

# 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	<a href="https://www.fujikyu-hd.co.jp/">https://www.fujikyu-hd.co.jp/</a>