

2022年6月期

決算説明会資料



藤久ホールディングス

Fujikyu

証券コード：7135

2022年8月24日

目次

1. 会社概要

会社概要	3
事業展開	4
沿革	5
子会社紹介	6-7

2. 2022年6月期決算説明

2022年6月期決算概要	9
売上高・経常利益の増減要因分析	10
事業部門別売上実績	11
既存店の状況	12
商品分類別売上実績	13
連結貸借対照表	14
連結キャッシュフローの状況	15
期中取組施策の状況	16-18
株主還元について	19

3. 2023年6月期業績予想

2023年6月期業績予想	21
業績予想 増減要因分析	22

4. 新中期経営計画の概要

① 前中期経営計画の振り返り	24-25
② 環境変化に対する認識	26
③ 経営理念、サステナビリティ方針	27
④ 経営理念、長期ビジョン2030	28
⑤ 新ビジネス領域への挑戦	29
⑥ 長期ビジョンへ向けたステップ	30
⑦ 株主還元について	31
⑧ 新中期経営計画 経営指標	32
⑨ 事業ポートフォリオ	33
⑩ 事業拡大へ向けた戦略	34

5. 新中期経営計画の施策詳細

① 店舗網再編 ② EC強化	36
③ 商品戦略強化	37
④ 商品サービスの拡充	38-39
⑤ 顧客基盤の拡充	40
⑥ サステナビリティ	41-42
⑦ 人材強化 ⑧ 財務戦略	43
⑨ DX推進 ⑩ 物流改革	44

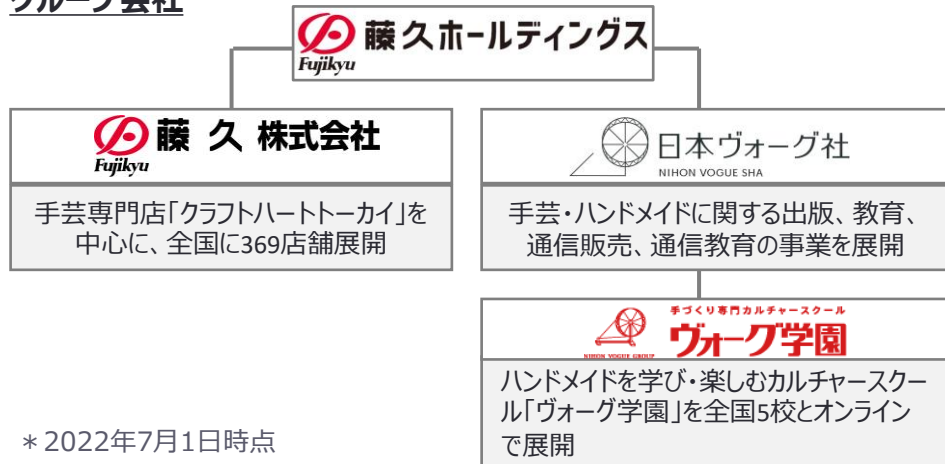
1. 会社概要

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

藤久ホールディングスは、2022年10月に『ジャパクラフトホールディングス (Japan Craft Holdings Co.,Ltd.)』に社名変更いたします

※本社名変更は、2022年9月28日開催予定の定時株主総会において、定款の一部変更が承認されることが条件となります。

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。

事業展開

事業展開

手芸専門店



336店舗



21店舗

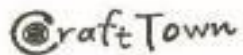


2店舗



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



教育・通信教育事業



Studio
KILN ART

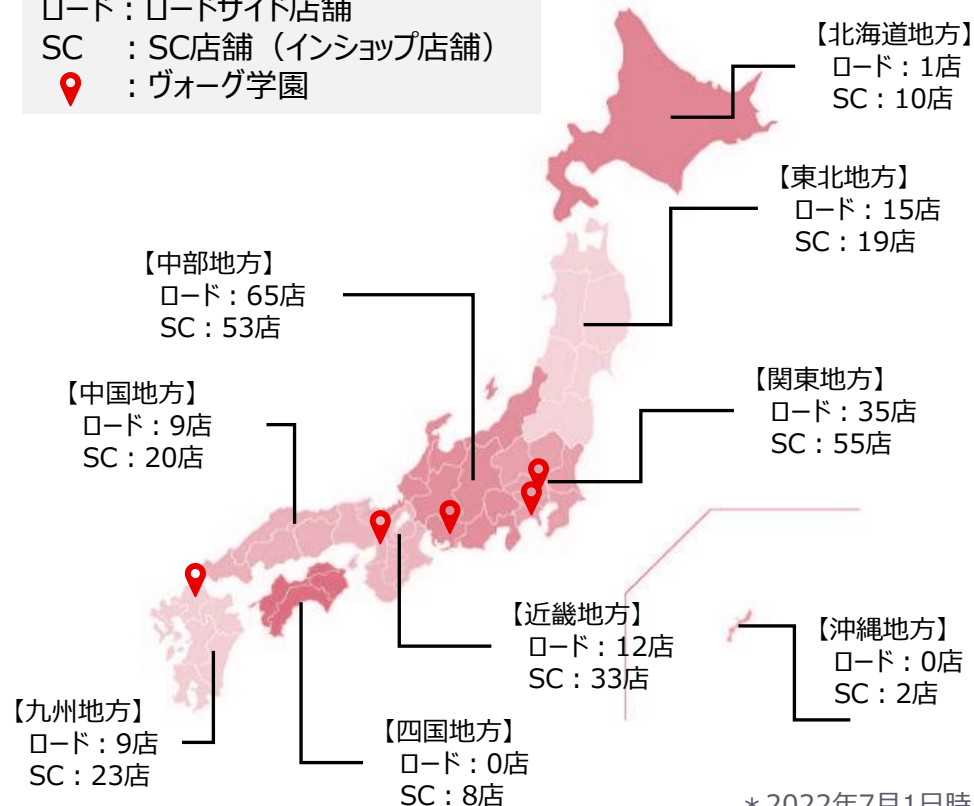


顧客基盤

藤久	クラフト会員 102万人 アプリ会員 50万人
日本ヴォーグ社	SNSフォロワー数 34万人 ヴォーグ学園受講生数 1万人

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

沿革

1952年 ● 創業。絹糸類の加工販売を開始

1961年 ● 「藤久株式会社」設立

1968年 ● 手芸専門店のチェーン展開を開始

1994年 ● 店頭登録銘柄として株式公開

2003年 ● 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 ● 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

2020年 ● (株)キーストーン・パートナーズと資本業務提携

2021年 ● (株)エポック社及び(株)マスターピースと業務提携

2021年 ● (株)日本ヴォーグ社と業務提携

2021年 ● GMOペパボ(株)と業務提携

2022年 ● 単独株式移転により
1月 「藤久ホールディングス株式会社」設立

2022年 ● 株式交換により
7月 (株)日本ヴォーグ社を子会社化

ジャパクラフトホールディングス
(Japan Craft Holdings Co.,Ltd.)

1954年 ● 創業。編物の出版を開始

1958年 ● 「株式会社日本ヴォーグ社」設立

1961年 ● 編物教室のネットワーク化をスタート
社団法人日本編物文化協会発足

1967年 ● 編物の通信教育開講

1969年 ● 財団法人日本手芸普及協会発足

1971年 ● 「ヴォーグ学園」市ヶ谷校開校

1977年 ● 「株式会社ヴォーグ学園」設立
大阪校(1986年)、横浜校(1988年)
名古屋校(2005年)、天神校(2015年)

2017年 ● 本社移転：
東京都新宿区から中野区へ本社移転

2021年 ● 藤久(株)と業務提携

子会社紹介 ① 藤久

商号	藤久株式会社 (FUJIKYU CORPORATION)
設立	1961年3月1日
資本金	1億円
代表取締役	筒井 和宏
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 (2022年6月末時点)
従業員数	298名 (2022年6月末時点)
株主構成	藤久ホールディングス株式会社 100%
売上高	157億円 (2022年6月期実績)
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の店頭販売、通信販売



藤久
経営理念

『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

子会社紹介 ② 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
株主構成	藤久ホールディングス株式会社 100%
従業員数	150名 (2022年7月末時点)
売上高	30億円 (2022年1月期)
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
株主構成	株式会社日本ヴォーグ社 100%
従業員数	45名 (2022年7月末時点)
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

2. 2022年6月期決算説明

※当社は藤久(株)の単独株式移転により2022年1月4日に設立されたため、本資料に記載の2021年6月期以前の計数は、参考として藤久(株)単独の数値を記載しています。

※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を、2022年6月期第1四半期連結会計期間の期首から適用しています。

2022年6月期決算概要

- 巣ごもり需要の沈静化に加え、コロナ禍の長期化による個人消費低迷の影響もあり、前期比大幅減収
- 新規商品や業務提携先協業を含む施策の売上効果で打ち返すまでには至らず、店舗網・在庫削減の構造改革による損失計上もあり大幅な純損失となった

2022年6月期決算概要

(単位：百万円)

	2020年6月期		2021年6月期		2022年6月期					
	第2四半期	通期実績	第2四半期	通期実績	第2四半期	通期実績	前期差	前期比	当初予想 (2022年2月14日付)	達成率
売上高	8,832	22,349	10,899	20,694	7,437	15,712	△ 4,982	75.9%	17,400	90.3%
売上総利益	5,058	13,010	6,530	12,187	4,240	8,623	△ 3,563	70.8%	10,010	86.1%
販売管理費	6,007	12,126	5,564	11,286	5,373	10,798	△ 487	95.7%	11,000	98.2%
営業利益	△ 948	883	965	900	△ 1,132	△ 2,174	△ 3,075	-	△ 990	-
経常利益	△ 951	749	970	911	△ 1,117	△ 2,154	△ 3,066	-	△ 980	-
当期純利益	△ 1,378	282	823	757	△ 1,378	△ 2,692	△ 3,449	-	△ 1,330	-

2019年8～9月：
消費税増税前の特需

2020年7月～2021年3月：
コロナ巣ごもり需要

翌期以降の事業展開に備え、滞留在庫削減や不採算店舗閉鎖等で930百万円の損失を計上

* 2020年6月期及び2021年6月期は、藤久(株)の数値を記載

* 2022年6月期の数値(連結)は、2022年6月期第2四半期までの藤久(株)の数値(非連結)を含む

売上高・経常利益増減要因分析

- 巣ごもり需要沈静化とマクロ環境悪化に店舗閉鎖による影響もあり、売上高は計画を大きく下回る
- 減益要因は、大幅減収に加え滞留在庫削減・閉鎖店舗販促による粗利低下。店舗閉鎖・経費見直しで販管費削減を進める

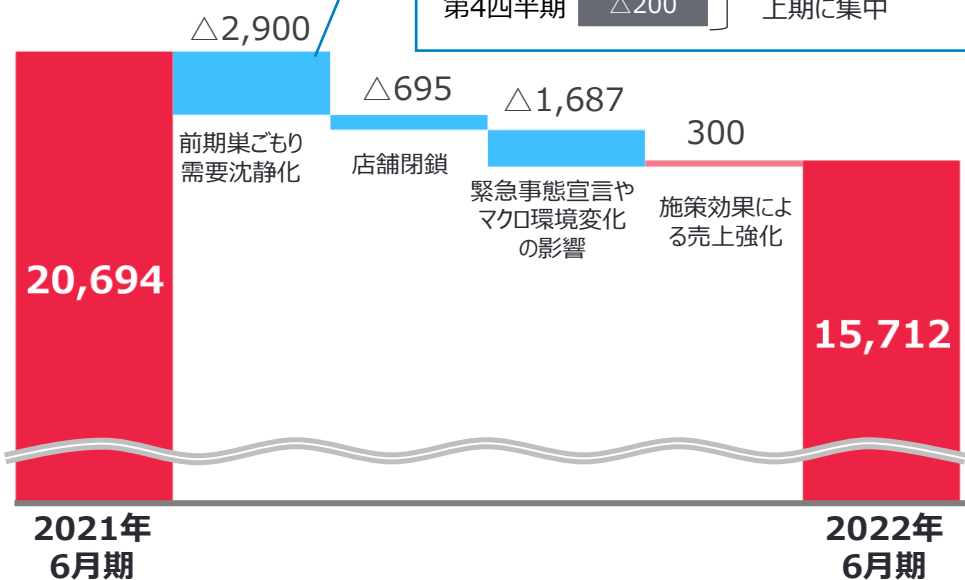
売上高の増減要因

(単位：百万円)

2022年6月期
前期巣ごもり需要の反動

第1四半期	△1,500
第2四半期	△800
第3四半期	△400
第4四半期	△200
△2,900百万円	

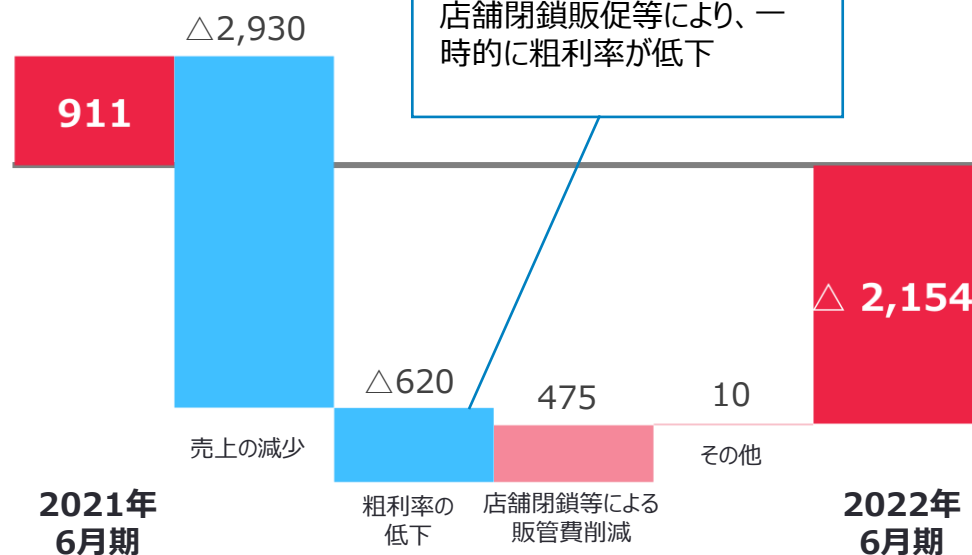
※2021年6月期の巣ごもり需要は上期に集中



経常利益の増減要因

(単位：百万円)

下期の滞留在庫削減販促、店舗閉鎖販促等により、一時的に粗利率が低下



* 2021年6月期は、藤久(株)の数値を記載

* 2022年6月期の数値(連結)は、2022年6月期第2四半期までの藤久(株)の数値(非連結)を含む

事業部門別売上実績

- 店舗数は、新規出店3店舗、閉鎖18店舗により前期比▲15店舗減少の計369店舗
- 店舗販売部門は、巣ごもり需要沈静化をはじめとする逆風を押し返すべく諸施策に取り組んだものの、来店客数の減少を跳ね返すまでには至らず、前年同期比大幅減
- 通信販売部門は、シルバニアファミリーの取扱い開始、高単価商品の販売強化等により、計画未達ながら手芸EC市場全体がマイナス成長のなか前年を若干上回る売上を達成

既存店舗数の推移

(単位：店舗)

	2020年6月期			2021年6月期			2022年6月期		
	第2四半期	期末	前期比	第2四半期	期末	前期比	第2四半期	期末	前期比
期末既存店舗数	444	419	92.9%	399	384	91.6%	383	369	96.1%
うち手芸専門店	430	406	93.1%	390	375	92.4%	374	361	96.3%
うち生活雑貨専門店	14	13	86.7%	9	9	69.2%	9	8	88.9%

事業部門別売上実績

(単位：百万円)

	2020年6月期			2021年6月期			2022年6月期			
	第2四半期	通期	構成比	第2四半期	通期	構成比	第2四半期	通期	構成比	前期比
店舗販売部門	8,327	21,278	95.2%	10,347	19,591	94.7%	6,908	14,609	93.0%	74.6%
通信販売部門	485	1,032	4.6%	534	1,071	5.2%	516	1,077	6.8%	100.5%
その他の部門	19	38	0.2%	18	31	0.1%	12	25	0.2%	80.6%
合計	8,832	22,349	100.0%	10,899	20,694	100.0%	7,437	15,712	100.0%	75.9%

2019年8～9月：
消費税増税前の特需

2020年7～2021年3月：
コロナ巣ごもり需要

* 2020年6月期及び2021年6月期は、藤久(株)の数値を記載

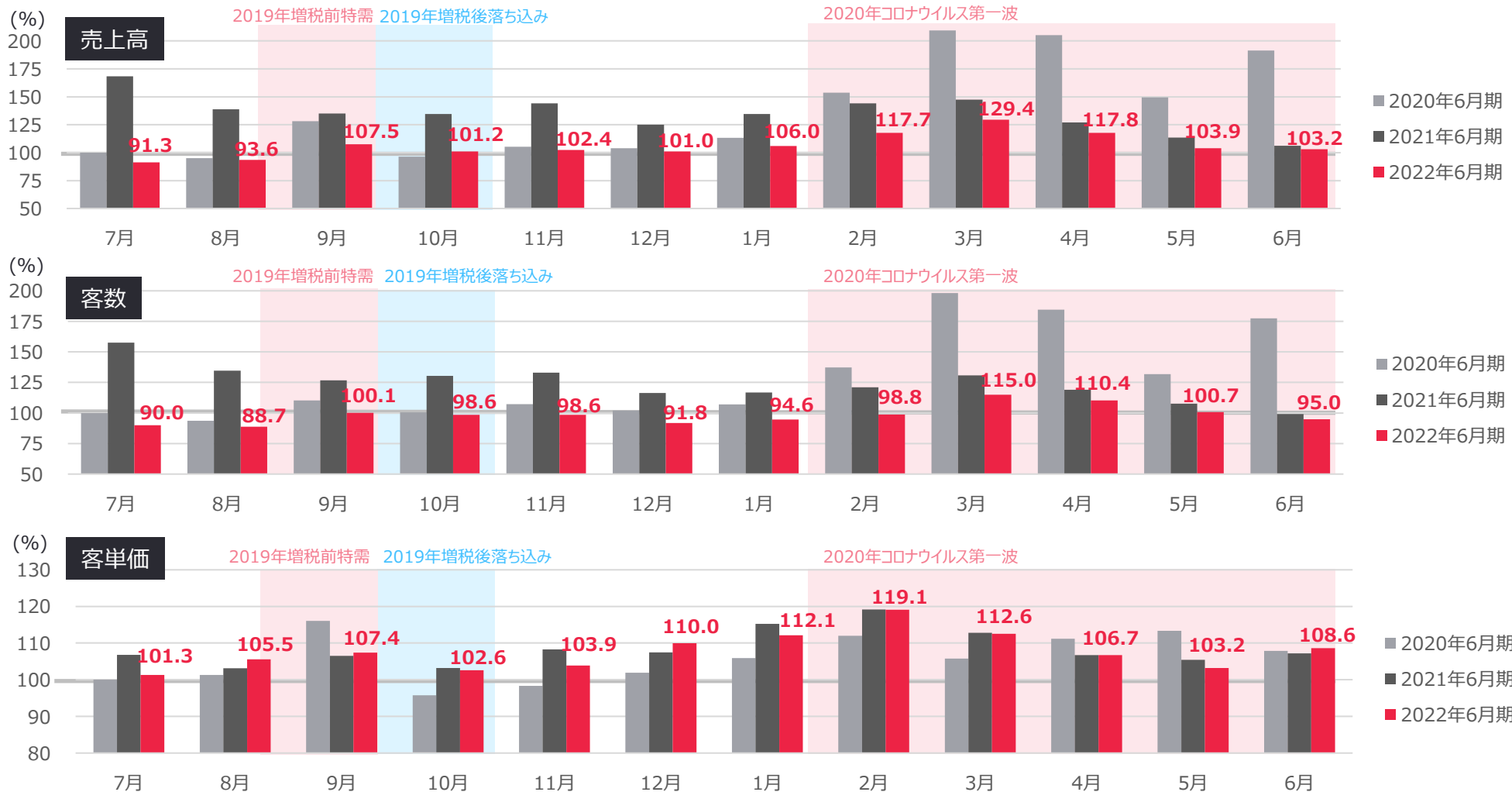
* 2022年6月期の数値(連結)は、2022年6月期第2四半期までの藤久(株)の数値(非連結)を含む

既存店の状況

■ 2020年2月より急拡大した巣ごもり需要の反動や長引くコロナ禍による客数が減少。客単価は堅調に推移

既存店月次推移（2019年7月実績を100として指数化）

* 藤久 手芸専門店既存店（357店舗）実績



商品分類別売上実績

- 新型コロナウイルスの感染防止を受けたマスク、マスクカバー向け需要や、レジ袋有料化を受けたエコバッグ向け需要が沈静化した影響を受け「生地」、「洋裁道具」の売上が減少

商品分類別売上実績

(単位：百万円)

	2020年6月期			2021年6月期			2022年6月期			
	第2四半期	通期	構成比	第2四半期	通期	構成比	第2四半期	通期	構成比	前期比
生地	2,293	7,387	33.1%	3,785	6,953	33.6%	2,156	4,659	29.7%	67.0%
洋裁道具	2,003	5,317	23.8%	2,637	4,975	24.0%	1,727	3,676	23.4%	73.9%
手芸用品	2,229	4,492	20.1%	2,154	4,312	20.8%	1,863	3,944	25.1%	91.4%
ミシン	919	2,349	10.5%	1,038	2,014	9.7%	741	1,495	9.5%	74.2%
毛糸	468	859	3.8%	447	874	4.2%	409	819	5.1%	93.7%
衣料・生活雑貨	614	1,295	5.8%	588	1,078	5.2%	402	841	5.4%	78.0%
会費等・その他	304	646	2.9%	248	483	2.3%	135	275	1.8%	56.9%
合計	8,832	22,349	100.0%	10,899	20,694	100.0%	7,437	15,712	100.0%	75.9%

* 2020年6月期及び2021年6月期は、藤久(株)の数値を記載

* 2022年6月期の数値(連結)は、2022年6月期第2四半期までの藤久(株)の数値(非連結)を含む

連結貸借対照表

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2021年6月期	2022年6月期	増減額	主な増減要因
流動資産	10,681	7,527	△ 3,153	
現金及び預金	4,372	1,330	△ 3,042	△売上減による当期損失の計上
棚卸資産*	5,447	4,933	△ 513	△滞留在庫の削減による減少
その他の資産	861	1,264	402	+未収消費税等
固定資産	2,854	2,665	△ 189	
有形固定資産	1,024	964	△ 60	+POSレジ更新 144 △減損損失 120
無形固定資産	432	474	41	+新基幹システム
投資その他の資産	1,397	1,226	△ 171	△繰延税金資産の取り崩し
資産合計	13,535	10,193	△ 3,342	
負債合計	4,202	3,962	△ 239	
流動負債	3,232	3,153	△ 78	△未払金（年度販売委託料、システム投資）、仕入選別 +契約負債計上、店舗閉鎖関連の引当金・債務
固定負債	969	809	△ 160	△流動負債へ振替
純資産合計	9,333	6,230	△ 3,103	△当期損失計上による利益剰余金の減少
負債・純資産合計	13,535	10,193	△ 3,342	

* 棚卸資産は商品と貯蔵品の合計

* 2021年6月期は藤久(株)の数値を記載

* 2022年6月期の数値（連結）は、2022年6月期第2四半期までの藤久(株)の数値（非連結）を含む

連結キャッシュフローの状況

- 業績悪化に伴い営業活動によるキャッシュフローは大幅なキャッシュアウトに
- 運転資金の安定的かつ機動的調達を目的に、2020年3月に金融機関5行との間でタームアウト型コミットメントライン契約（契約極度額35億円、現借入残高ゼロ）を締結しており、突発的な運転資金需要発生時も万全の備え

連結キャッシュフロー計算書

（単位：百万円）


	2021年6月期	2022年6月期	増減額	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	△ 103	△ 2,333	△ 2,230	△税引前損益の変動
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 386	△ 305	81	+システム開発投資額の変動
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 390	△ 293	97	+配当金支払額の変動
現金及び現金同等物 の期末残高	4,262	1,330	△ 2,932	

	2021年6月期	2022年6月期	増減額	主な増減要因
設備投資額	104	295	191	+新規出店3店舗
減価償却費	73	182	109	

* 2021年6月期は藤久(株)の数値を記載

* 2022年6月期の数値（連結）は、2022年6月期第2四半期までの藤久(株)の数値（非連結）を含む

期中取組施策の状況

	項目	内容	現在の状況と対応	
1	教室ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存講習会の内容強化 ■ ライブビューイング型Web講習会「ヴォーグ学園オンラインレッスン」の確立 	<ul style="list-style-type: none"> ■ コロナ影響により減少した講習会参加者の回復を織込んだ計画のところ、コロナ禍継続により計画を下回る。新たな販促強化策を実施予定 ■ 下期中にWEB予約システムを導入し、「ヴォーグ学園オンラインレッスン」を開始、2022年6月末時点で80店舗開講 	
2	会員ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 会員証の電子化推進 ■ ランクアップ制度導入 ■ 子育てエールパスの活用 ■ サブスクリプションサービス展開 	<ul style="list-style-type: none"> ■ コロナ影響の反動により期初に有効会員数が減少するも、その後はキャンペーン等の実施で客数減少のなか入会率向上により有効会員数を維持。 ■ 子育てエールパス登録者（登録数23万名）へ入園入学商戦期のキャンペーンを展開 ■ 年会費自動更新サービス、ランクアップ制度については、システム構築の遅延のため開発継続。購入額や購入頻度、継続年数に応じたサービスを追加提供 	
3	シルバニアファミリー	<ul style="list-style-type: none"> ■ 取扱店舗数を100店舗に増強 ■ オリジナルキット開発、ECでの取扱い ■ クリスマス商戦への参画 	<ul style="list-style-type: none"> ■ シルバニアファミリーコーナー「森の手芸屋さん」を2021年11月に前倒しで100店舗展開済 ■ クリスマス商戦で売上増加があったものの、認知度不足もあり計画を下回る ■ クラフト全店で実施したワークショップ動員が最高で1万名強/月、平均6千名弱/月と好評。来店のきっかけとなるよう今後も継続実施 ■ 新たな手芸ファン獲得としての取組みに課題 	
4	システムの刷新	<ul style="list-style-type: none"> ■ オムニチャネル環境の整備 ■ 店舗POSレジの刷新 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新POSレジシステムは全店導入完了 ■ (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 	
5	設備投資	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新規出店3店舗 閉鎖18店舗 ■ Web講習会対応設備の導入 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 巣ごもり需要に対応するため、一時見送りしていた店舗網の再編を再開 ■ 地域旗艦店とエリア特性に応じた出店、売場・講習会 構成により強靱な店舗網を構築する ■ 新たな商品・サービス戦略を踏まえた店舗改装を行う 	
6	新人事制度	<ul style="list-style-type: none"> ■ 目標管理制度・新等級制度の運用開始 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2021年7月より新制度運用開始。変化に対応できる目的意識を持った人材育成のため、面談制度による目標設定管理、成果に応じた評価・報酬制度に変更 	

期中取組施策の状況：日本ヴォーグ社との取組み

ヴォーグ学園オンラインレッスン

- 日本ヴォーグ社の子会社「ヴォーグ学園」と共同のオンライン講習会「ヴォーグ学園オンラインレッスン」をスタート、2022年6月期末時点で80店舗で開講
- ヴォーグ学園の人気講師による魅力的なオリジナル作品をそろえ、ライブ配信形式で店舗のチューター（補佐役）のサポートを受けながら受講できる「Web×店舗」の新しい形の講習会

ソーイング誌 CRA-SEW（クラソウ）の発刊

- 2022年6月に日本ヴォーグ社と共同でソーイング専門誌「CRA-SEW（クラソウ）」第1号を発刊、季節に合わせ年4回発行予定
- 作品の材料は藤久の手芸専門店「クラフトハートトーカー」や公式オンラインショップで購入でき、初心者でも始めやすい内容

人気作家から直接習える 新しいカタチのレッスン

店舗で受けるオンライン

ヴォーグ学園

ONLINE LESSON



入会特典
8月末まで



店舗で受講する ライブ配信式の講習会
1クール：約3か月間で 1回100分の講習×5～6回
受講料1,430円（1回あたり）+ 材料費 * 受講料はまとめた支払い

2022年
6/8
発売

Craft Heart Tokai × 日本ヴォーグ社 presents

クラフト&ソーイングで楽しい毎日

CRA SEW

クラソウ



CRA-SEW（クラソウ）のポイント

- ① 初心者向けの簡単なアイテム
- ② 布やパーツが全て揃えられる
- ③ 毎号トーカーグループの店舗やECサイトで使えるお得なクーポン付き
- ④ お電話・メールでいつでも質問可能

期中取組施策の状況：業務提携企業との取組み・新規出店

3社共同コンテストの開催

- ハンドメイド業界の活性化、ハンドメイド作家・ブランドの活動支援、「シルバニアファミリー」の認知拡大を目的に藤久(株)、GMOペパボ(株)、(株)エポック社共同でコンテストを開催

コンテスト名	シルバニアファミリーハンドメイドコンテスト by minne&Tokai	
募集部門	お洋服部門：「シルバニアファミリー」お人形用の洋服 こもの部門：「シルバニアファミリー」サイズのミニチュア作品	
スケジュール	2022年2月1日～3月21日	Twitterでの作品募集
	2022年4月27日～5月11日	Twitterでの一般投票
	2022年5月下旬	受賞作品・受賞者決定
	2022年6月中旬	授賞式

シルバニアファミリー ハンドメイドコンテスト

作家・ブランドからシルバニアファミリーをテーマに作品を募集

minne by GMO PEPAPO TOKAI Sylvanian Families

応募作品
400点以上

新規出店

- 2022年6月期には合計3店舗を新規出店
- 新たな取組みである、「シルバニアファミリー」、「ヴォーグ学園オンラインレッスン」を導入し、今までになかった店舗提案を実施



クラフトハートーカイ ららぽーと横浜店（2022年6月オープン）



クラフトハートーカイ フルガーデン八千代店
（2021年11月オープン）



クラフトハートーカイ 洛北阪急スクエア店
（2022年2月オープン）

株主還元について

- 通期決算における損失計上やコロナ禍影響の先行き不透明な状況を鑑み、期末配当は無配。復配に向け財務健全性の改善に最優先で取り組む
- 株主優待については、保有期間や保有株式数に応じた新たな優待制度など更なる充実化を検討中

配当

	2020年6月期			2021年6月期			2022年6月期		
	中間	期末	年間	中間	期末	年間	中間	期末	年間
一株当たり 配当金 (円)	0.00	25.00*	25.00*	12.50	19.50	32.00	0.00	0.00	0.00
配当性向			38.7%			52.0%			—

* 1 2020年6月期、2021年6月期は藤久(株)実績

* 2 藤久株式会社は2020年10月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施、2020年6月期については株式分割前の実際の配当金の額を記載

株主優待

①株主優待お買物券

- 22年6月30日に100株以上の株式を保有している株主が対象
- 2,500円のお買物券を贈呈 (500円×5枚)



②藤久ホールディングス設立記念株主優待品の贈呈

- 21年12月31日に藤久株式を500株 (5単元) 以上保有し、かつ22年6月30日に藤久ホールディングスの株式を500株 (5単元) 以上保有している株主が対象
- (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限定品 黄色いドレスを着たペルシャネコの女の子 (ホワイト)」1点、およびオリジナル手作りお洋服材料キット1点の贈呈



3. 2023年6月期業績予想

2023年6月期業績予想

- 長期ビジョン2030実現へ向け、新中期経営計画初年度では、着実に黒字体質への事業構造転換を実現
- 2023年6月期連結当期純利益については、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

2023年6月期業績予想

(単位：百万円)

	2021年6月期		2022年6月期		2023年6月期			
	実績	構成比	実績	構成比	通期予想	構成比	前期差	前期比
売上高	20,694	100.0%	15,712	100.0%	22,000	100.0%	6,288	140.0%
売上総利益	12,187	58.9%	8,623	54.9%	12,050	54.8%	3,427	139.7%
販管費及び一般管理費	11,286	54.5%	10,798	68.7%	11,860	53.9%	1,062	109.8%
営業利益	900	4.3%	△ 2,174	-	190	0.9%	2,364	-
経常利益	911	4.4%	△ 2,154	-	170	0.8%	2,324	-
当期純利益	757	3.7%	△ 2,692	-	未定	-	-	-

配当予想

	2021年6月期			2022年6月期			2023年6月期		
	中間	期末	年間	中間	期末	年間	中間	期末	年間
一株当たり配当金 (円)	12.50	19.50	32.00	0.00	0.00	0.00	未定	未定	未定

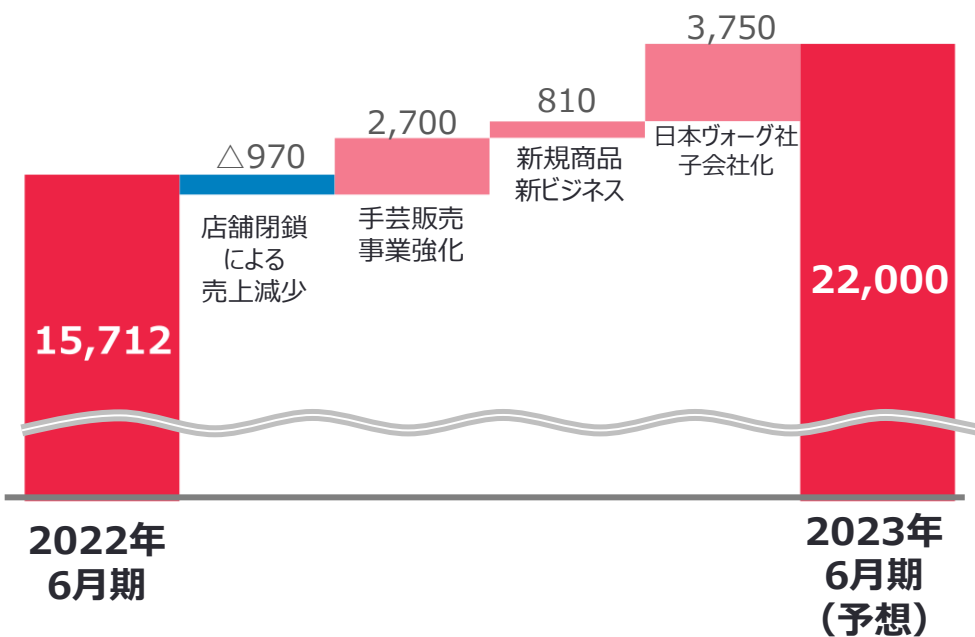
* 2021年6月期は藤久(株)実績、2022年6月期は当社実績

業績予想 増減要因分析

- 店舗網再編に加え、商品MDの再構築によりソーイングを中心とする魅力ある売り場を実現
さらにグループ内および提携企業との協働拡大・深化により手芸事業を強化
- 新たにグループに加わった日本ヴォーグ社の業績加算に加え、新ビジネス領域も強化し、増収黒字転換を実現

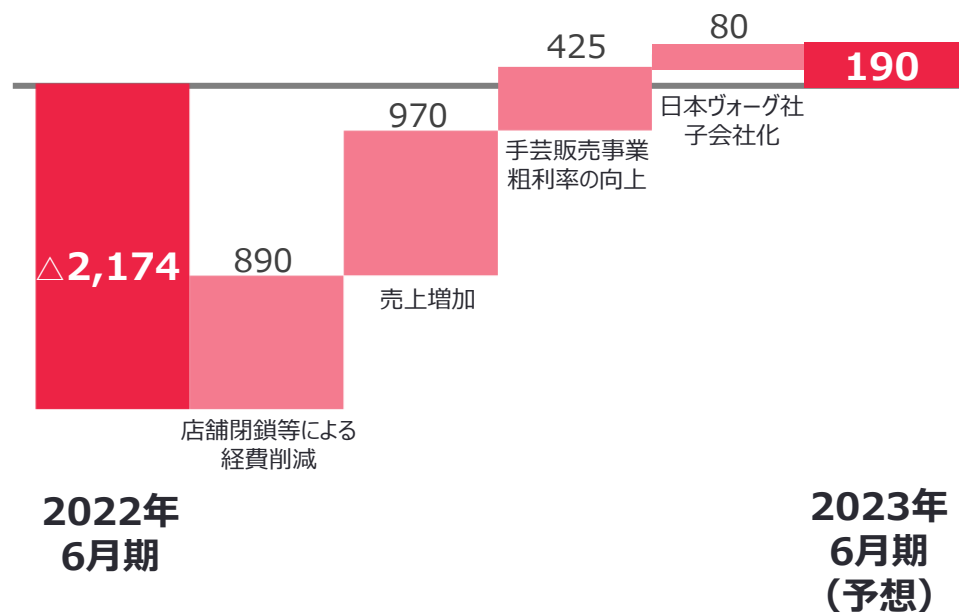
売上高の増減要因

(単位：百万円)



営業利益の増減要因

(単位：百万円)



4. 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	
営業利益	900	1,000	2,300
経常利益	911	1,000	2,300
当期利益	757	850	

■ 実績

	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

(ご参考日本ヴォーグ社)

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"> ■ 店舗と通販在庫を一元管理する新基幹システムに刷新 ■ 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 	→継続
	人材投資	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ 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 	◎
	オムニチャネル環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ■ (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 	→継続
収益力の改善	店舗網再編	<ul style="list-style-type: none"> ■ 不採算店舗の閉鎖53店舗、新規出店3店舗 ■ 更なる再編へ向け、店舗閉鎖を継続 	→継続
	固定費削減	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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) ■ 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) 	→継続
	教室ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ 『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 	→継続
業務提携	(株)日本ヴォーグ社(子会社化)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 『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 ■ グループシナジーの追求を強化 	→継続
	(株)エポック社	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 	→継続
	GMOペパボ(株)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ 両社サービスへ相互送客を強化 	→継続
持株会社体制への移行		<ul style="list-style-type: none"> ■ 2022/1、持株会社体制へ移行、M&Aやアライアンス推進を加速化する体制確立 ■ 2022/7、株式交換により(株)日本ヴォーグ社を子会社化 	◎

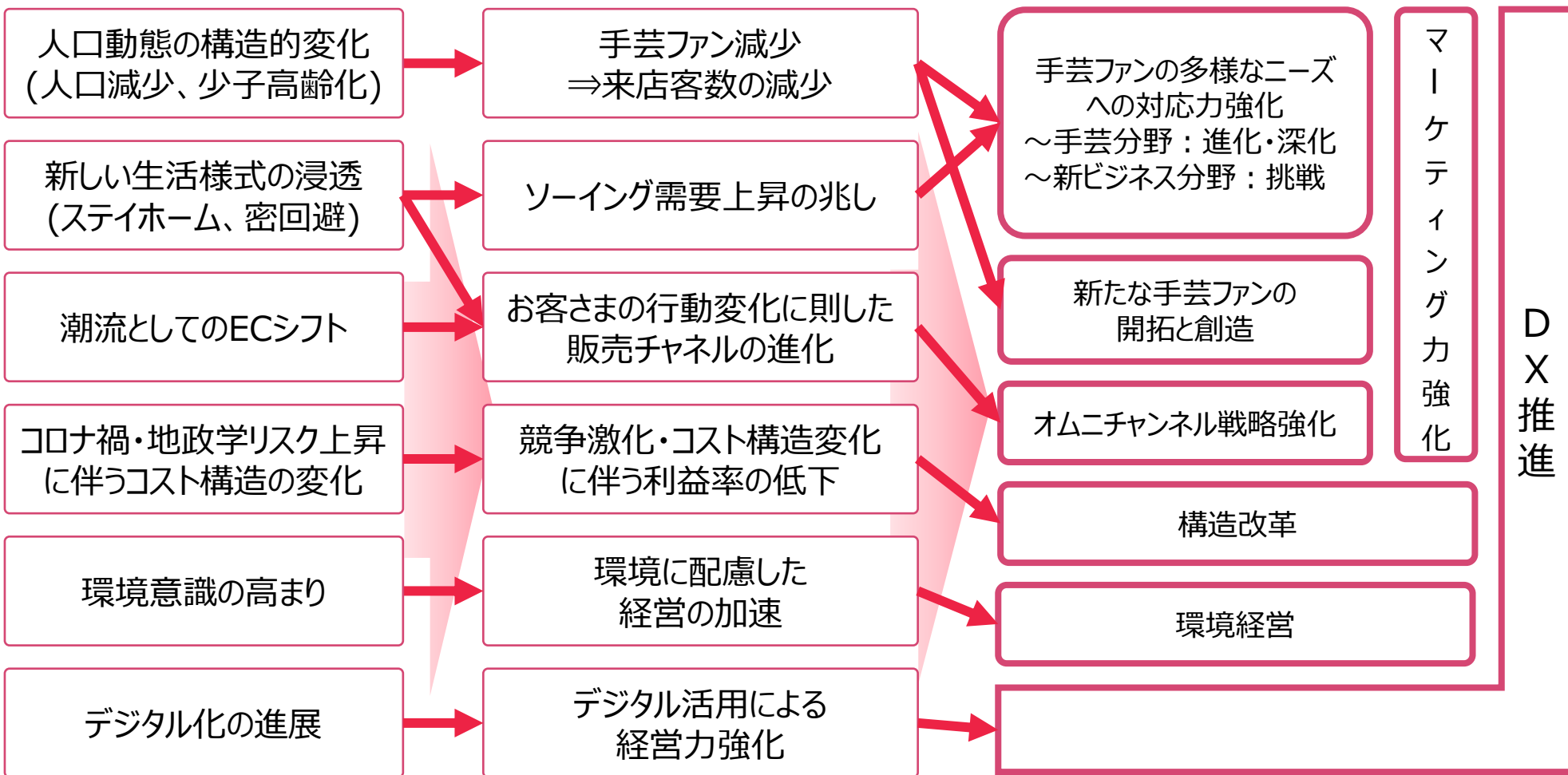
② 当社を取り巻く環境変化に対する認識

- 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。

- 藤久グループは、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

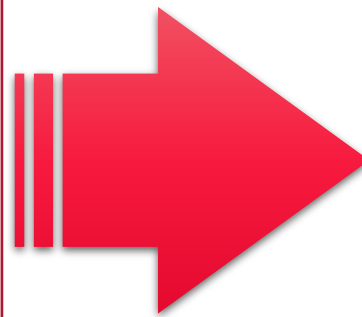
「手づくり」を中心とした
商品・サービスの強化

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

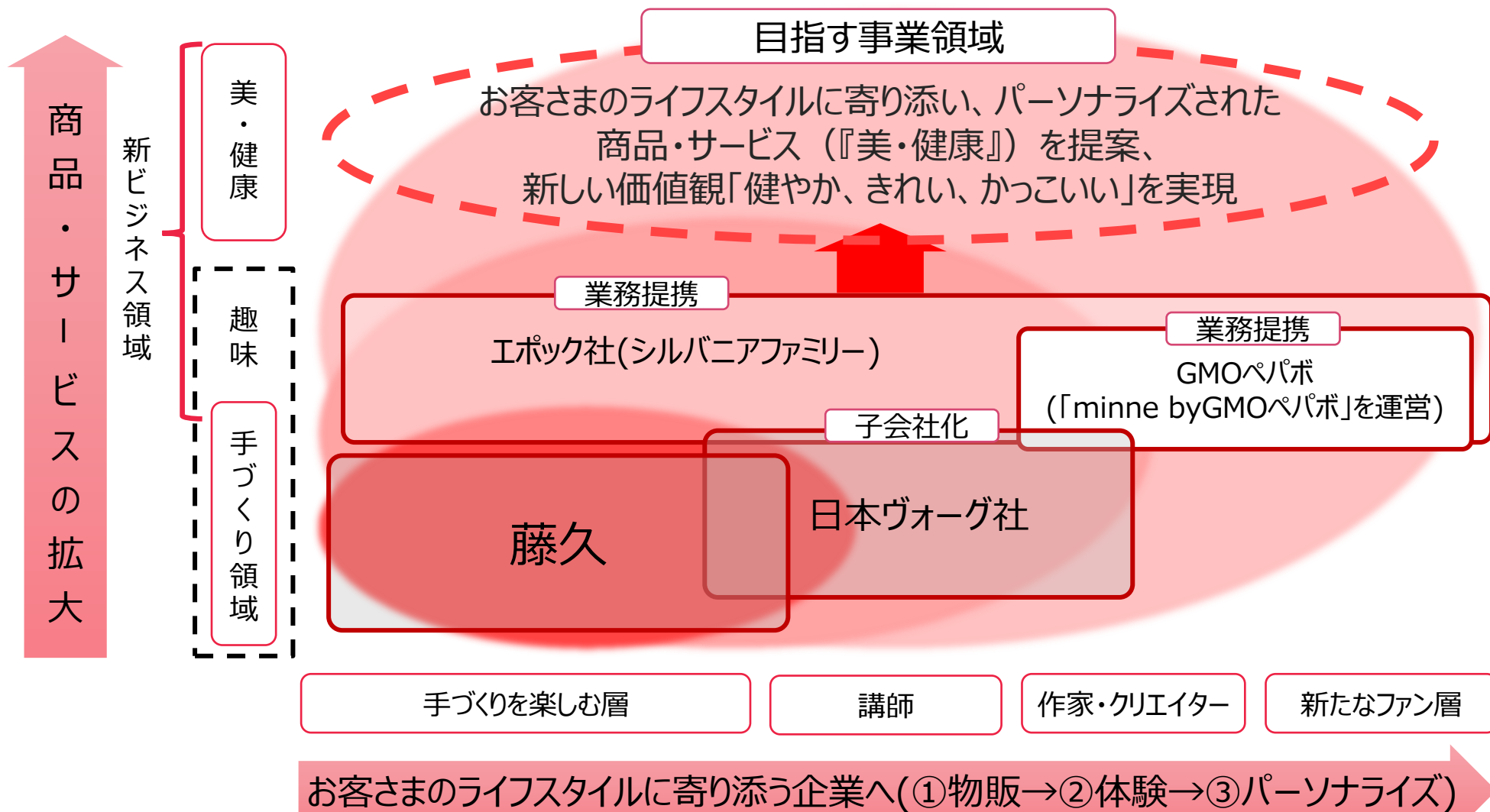
「手づくり」ファンへの新たな
商品・サービス提案

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

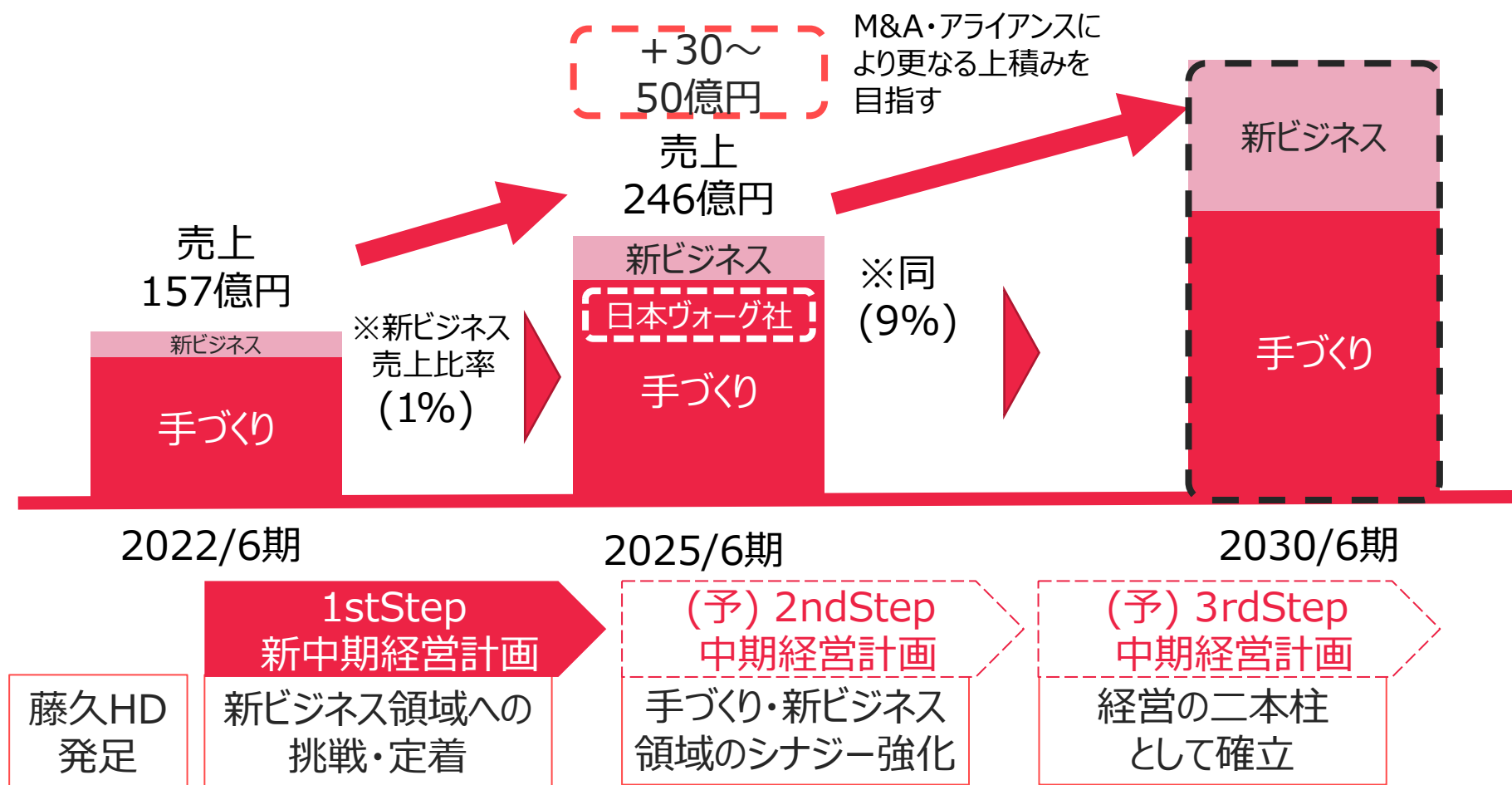
⑤ (長期ビジョン) 新ビジネス領域への挑戦

- 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

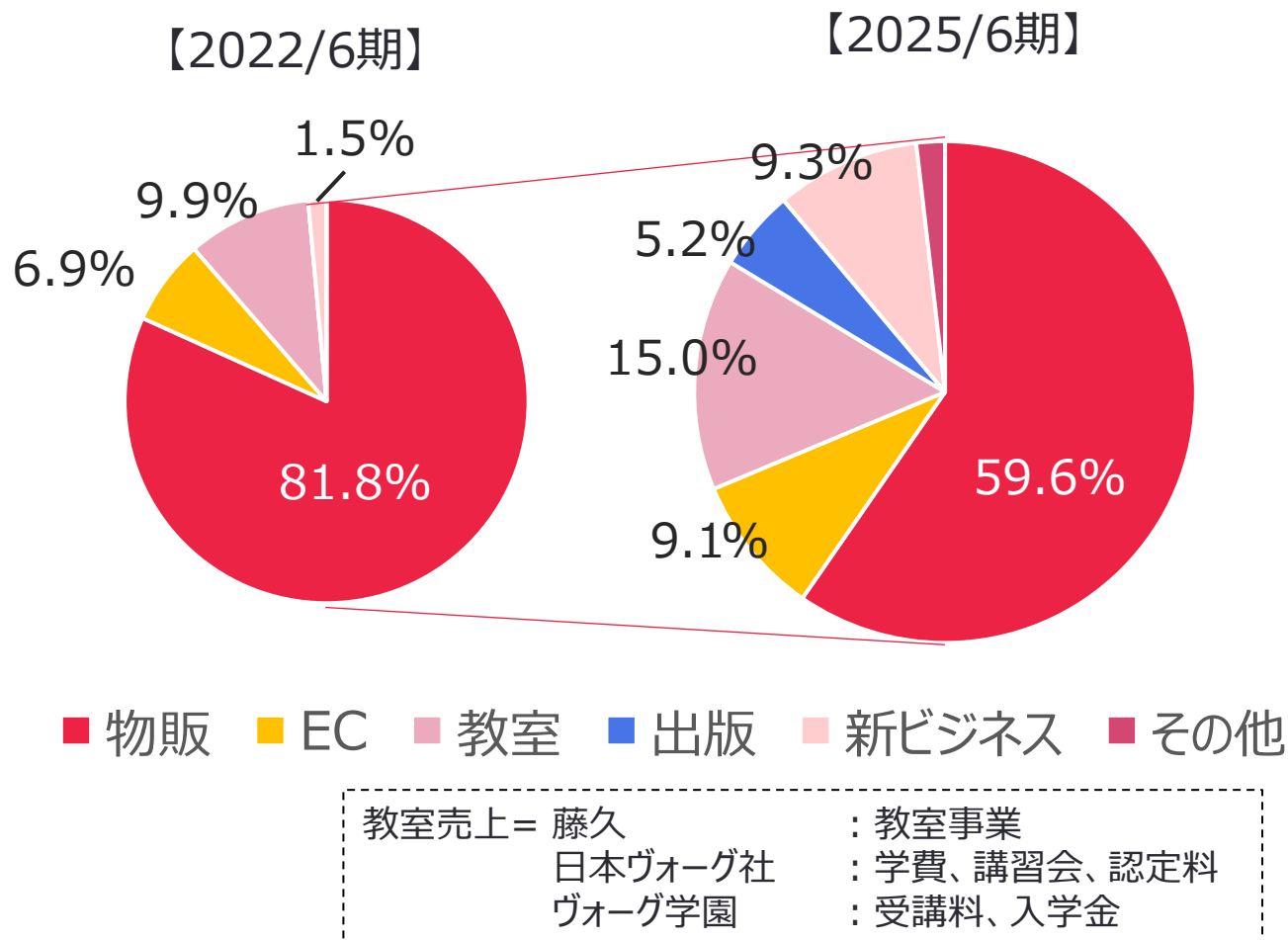
	2022/6期	2023/6期	2024/6期	2025/6期
売上	157億円	220億円	225億円	246億円
営業利益 (営業利益率)	▲21億円 (▲13.8%)	1.9億円 (0.9%)	7.9億円 (3.5%)	14.7億円 (6.0%)
ROE	▲34%	3%(※2)	5%	8%
新ビジネス比率	1%	4%	7%	9%
会員数(※1)	102万人	110万人	130万人	150万人
取組内容	藤久HD 発足	「手づくり」事業黒字体質転換 「新ビジネス」領域への本格参入 黒字体質転換	「新ビジネス」定着 商品ラインナップの拡充 EC領域拡大 店舗・EC一体の加速 新ビジネス定着	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



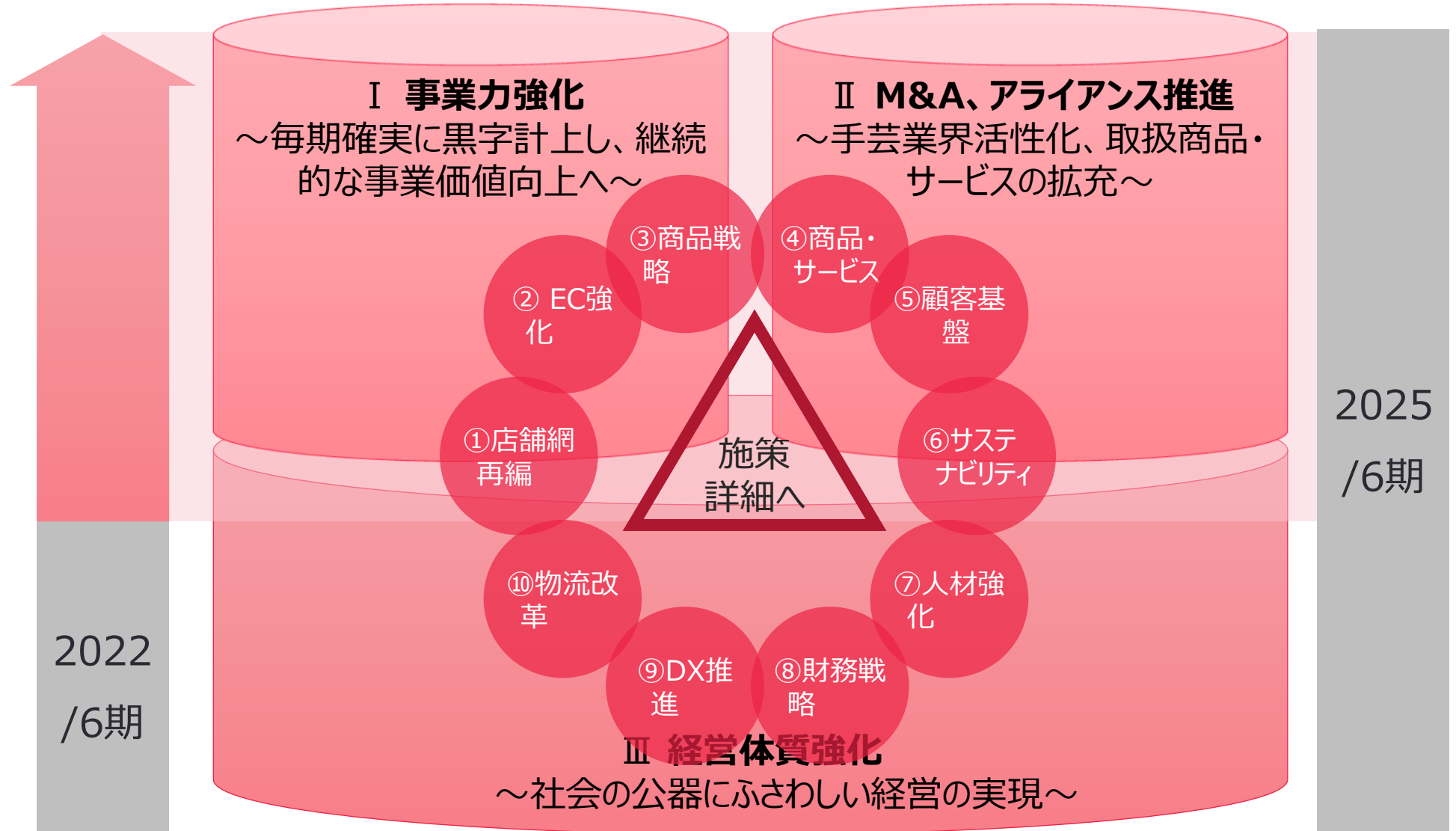
手づくり中心の物販

日本ヴォーグ社
子会社化により、多角化

「新ビジネス」加速、
更なる多角化へ

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



5. 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

■ 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

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・カタログ等を用いた新たな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

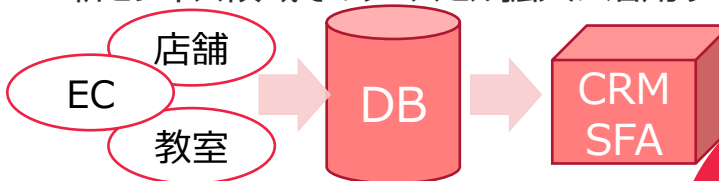
- ランクアップ制度 : 金額・来店数に応じてランク分け
- 会費自動引き落とし : 期限切れ・退会の防止
- 限定商品・ノベルティ : 来店・更新・客単価UP
- 店舗受取強化 : EC誘引、利便性の訴求



※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"> 商品・見本作品の廃棄削減 販促のペーパーレス化 省エネルギー CO2排出量の算出と削減 環境配慮型商品の導入と作品提案 	
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を整備する	<ul style="list-style-type: none"> 有給休暇の取得率向上 育児休暇、介護休暇、時短勤務制度の取得推進 新人事制度による働きがいのある職場環境の実現 テレワーク等の、柔軟な働き方の導入に向けた環境整備 	
		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"> 長時間労働への対応 健診受診率向上 ストレスチェックの実施 	
	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"> 女性、中途採用者の活躍推進 障害者雇用の推進 各種研修の実施 人権（多様性）研修の実施 	
	④地域社会との共生と手づくり文化の継承	店舗等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	<ul style="list-style-type: none"> ワークショップを通じた体験機会の提供 出張講習会による地域との交流 コミュニティ支援 	
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築く	<ul style="list-style-type: none"> 取締役会における戦略的な方向付けと監督機能の発揮 任意の委員会の実効的な運用 経営陣への適切なインセンティブの付与 コンプライアンス体制の推進 グループ経営の観点を含むリスク管理の徹底 株主との建設的な対話と適時適切な開示の充実 	

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。



*イメージ画像

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します。

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。



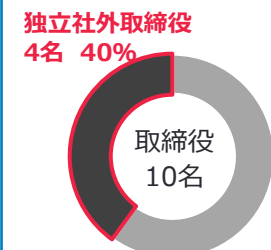
ガバナンス (Governance)

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。

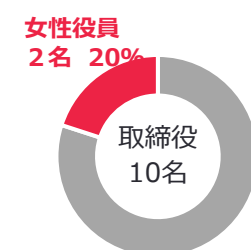
2022年1月に設置した任意の諮問委員会である「指名・報酬委員会」も実効的に運用してまいります。

社外役員比率



社外取締役
4名 40%

女性役員比率



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」を設置しています。

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

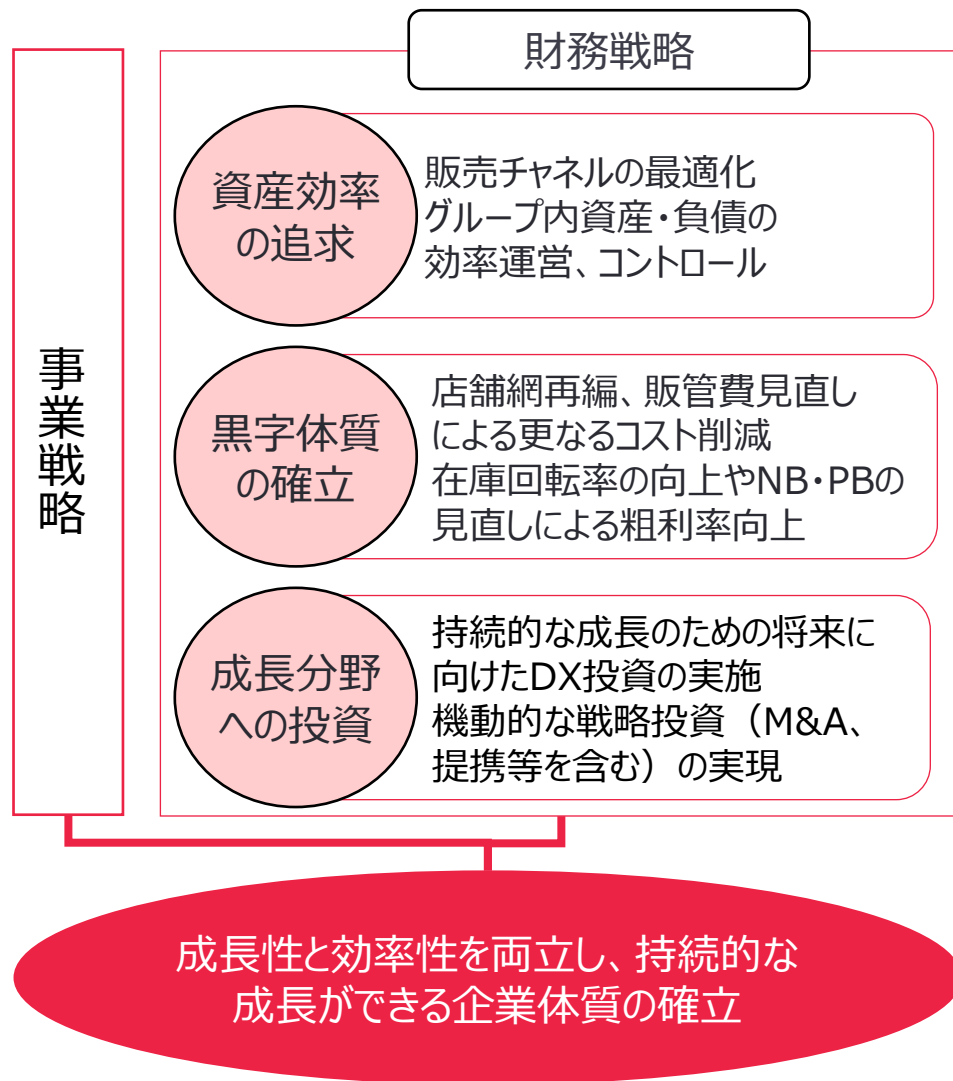
⑧ 財務戦略

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

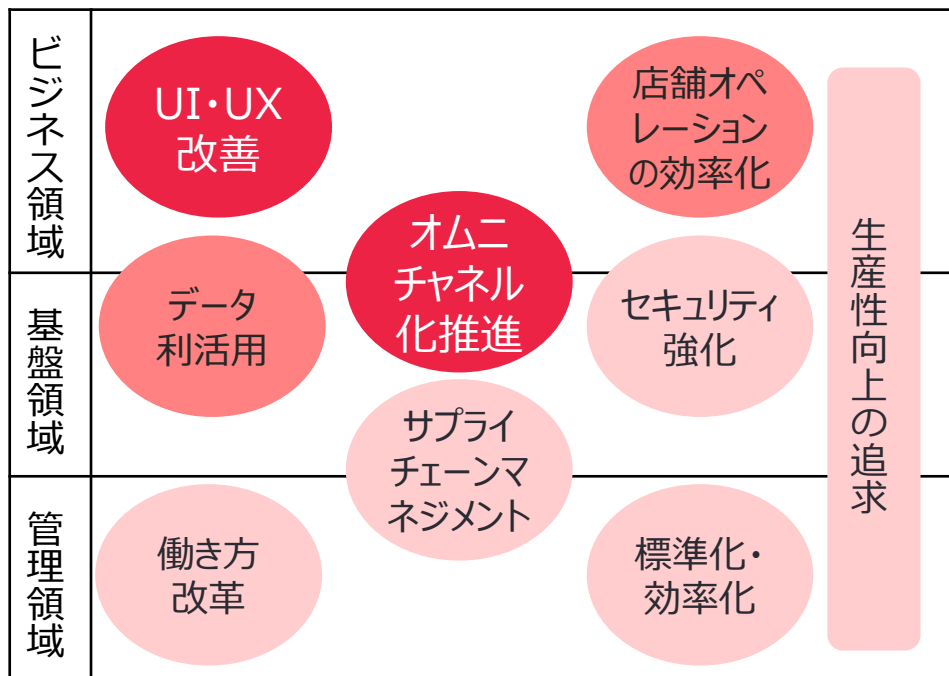
事業力
強化

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



『攻めのDX』 + 『守りのDX』

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
- オムニチャンネルのシームレスな体験を実現

1 短期的な取組

- オムニチャンネルの進化
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
オムニチャンネルのシームレスな体験を実現へ

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
TEL	052-725-8815
Email	ir@fujikyu-corp.co.jp
企業サイト	https://www.fujikyu-hd.co.jp/