



2022年 5月13日

各 位

会社名 株式会社 千趣会
 代表者名 代 表 取 締 役 社 長 梶原 健司
 (コード番号：8165、東証プライム)
 問合せ先 取締役 コーポレート本部長 高橋 哲也
 (TEL 06-6881-3220)

通期業績予想及び配当予想の修正（無配）に関するお知らせ

当社は、2022年5月13日開催の取締役会において、基幹システムのリプレイスに関連する業績への影響等をふまえ、未定としておりました2022年12月期の業績予想、及び同年2月10日に公表いたしました配当予想を下記のとおり修正することといたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 通期業績予想の修正について

(1) 当期の連結業績予想数値の修正（2022年1月1日～2022年12月31日）

	連結売上高	連結営業利益	連結経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益	1株当たり 連結当期純利益
前回発表予想（A）	百万円 （未定）	百万円 （未定）	百万円 （未定）	百万円 （未定）	円 銭 （未定）
今回修正予想（B）	68,000	△4,200	△4,100	△4,000	△85.31
増減額（B-A）	—	—	—	—	
増減率（％）	—	—	—	—	
（参考）前期連結実績 （2021年12月期）	73,149	349	520	308	6.64

(2) 修正の理由

当社グループは、本年1月に実行した基幹システムのリプレイスで生じたトラブルへの対応を行い、リカバリー施策の検討を進めておりましたが、その効果を合理的に算定することが困難な状況であったため、2022年3月11日に通期業績予想を「未定」とする旨を公表いたしました。この度、業績回復に

向けたリカバリー施策の効果の算定、及び来期の黒字転換を目的とした改善案の策定が完了したため、上記の内容で通期業績予想をお知らせいたします。

なお、今回の基幹システムのリプレイスに関するトラブルに伴う受注減少や前第1四半期連結累計期間は連結の範囲から除外したブライダル事業の売上高が含まれていた影響で、当第1四半期連結累計期間の当社グループの売上高は120億9百万円（前年同期は186億55百万円）と前年同期を大幅に下回りました。利益面につきましては、売上高の減少に加え、在庫削減を目的としたバーゲン販売の増加や、基幹システムのリプレイスに関するトラブルへの対応費用の増加等の影響により、営業損失は27億94百万円、経常損失は27億27百万円、親会社株主に帰属する四半期純損失は27億28百万円と多額の赤字を計上しております。

現在、新しいシステムは概ね平常通り稼働しており、受注状況も回復傾向にあるものの、お客様の信頼回復と当社の強みである顧客基盤の復調に注力すべき状況となっております。また、今後は巣ごもり特需の反動が予想され、加えて3月以降、ウクライナ情勢の緊迫化や中国におけるゼロコロナ政策に伴う行動規制等の地政学リスクが拡大、さらに急速な円安の進行により、今後、仕入価格の高騰が見込まれております。また、原材料費等についても上昇が予想され、当社を取り巻く環境は日々厳しさを増しております。

このような従来の延長線上にない急激な経営環境の変化の中で企業価値を高めていくためには、前期まで重点的に取り組み着実に成果を積上げてきた3つの構造改革（顧客基盤の再構築、商品力・提案力の強化、オペレーション改革）のブラッシュアップや、コスト削減などの合理化施策に継続的に注力することに加えて、デジタルも組み合わせた「個客」別の高解像度なセグメンテーションと高頻度なコミュニケーションを丁寧に行うビジネスモデルへの転換が急務であると考えております。

今回の基幹システムリプレイスに加え、本年4月には株式会社 Senshukai Make Co-（以下 SMC 社）を設立し、このビジネスモデルの転換に必須となるインフラとして整備を進めてまいりました。この SMC 社は、独立系経営戦略コンサルティングファームである株式会社コーポレート ディレクションとの合弁会社であり、グループ全体のお客様基盤やデータを有効活用したマーケティング・プロモーション、広告の企画実行、他社との協業を通じた新規事業・サービスの創出等を担います。

今後は、これまで準備を進めてきた中期経営計画で掲げている「通信販売事業のデジタルシフト」、「収益構造の変革」及び「パートナー企業との共創」等の施策を集中的に実施し、ビジネスモデルの転換を加速してまいります。これらの取り組みにより、来期の黒字転換を実現し、中長期的には、お客様から長く愛され、ステークホルダーの皆様の期待に応えられる企業となれるよう努めてまいります。

【来期黒字化に向けた重点施策】

項目	概要
① デジタル・プロモーション強化によるプロモーション・ミックスの実現	<ul style="list-style-type: none">• カタログ中心のプロモーションを見直し、SNS 等によるデジタル・プロモーションに経営資源をシフトさせる。プロモーション・ミックスを実現し新規顧客の獲得、及び既存顧客の注文回数の増加を目指す。• マーケティング機能を強化し、多様なお客様のライフスタイルと価値観を理解することで、商品・サービスの提案力を強化する。

② 広告ソリューション事業の推進	<ul style="list-style-type: none"> 女性会員数が国内有数規模の EC サイト「ベルメゾンネット」を活用した広告ソリューション事業を推進し、広告売上の増加を目指す。
③ 共創によるサービスの拡充	<ul style="list-style-type: none"> 協業先との共創により、商品の使用中・使用後に係るサービスや、お客様の暮らしに寄り添った便利なサービスを拡充することで、ベルメゾンのブランド価値を高め、会員基盤の強化を目指す。

今後見込まれる経営環境の変化と上記施策の当期効果を反映した結果、通期の売上高につきましては 680 億円、営業損失は 42 億円、経常損失は 41 億円、親会社株主に帰属する当期純損失は 40 億円となる見通しです。

(3) 基幹システムのリプレースの経緯と現況

当社の基幹システムは、通信販売事業の成長に合わせて巨大化・複雑化し、様々な変化への対応が困難な状況となっております。一方、当社の通信販売事業はビジネスモデルの転換期にあり、今後、事業の変革を進める上でシステムの柔軟性は不可欠な要素となっております。このため、基幹システムをベーシックかつシンプルなものに刷新することとし、並行して業務プロセスも改革することを念頭に準備を進めてまいりました。

当初の予定どおり、本年 1 月に基幹システムのリプレースを実行いたしました。新システム稼働後、ベルメゾンネットでご注文を正しく受付できない、予定どおりに商品をお届けできない等の事象が発生し、これらに起因しコールセンターへのお問い合わせが集中する等、影響が広範囲にわたり通常の営業活動に支障をきたす状態となりました。事態収束に向けて、販売促進活動等の一部業務を停止するとともに、緊急的に人員配置を見直し、早期の復旧に向けて対応いたしました。現在、新システムについては概ね平常通り稼働しており、業績回復に向けて 3 月から販売促進活動等を再開いたしました。

今後は、この新システムをベースとした業務改革及びビジネスモデルの転換を推進することにより、お客様により満足いただけるように魅力的な商品と便利なサービス、新たな体験を柔軟かつスピーディーに展開し、当社グループの中核事業である通信販売事業のビジネスモデルの転換を加速させてまいります。

2. 配当予想の修正について

(1) 当期の配当予想修正の内容

	年間配当金 (円)		
	第2四半期末	期 末	合 計
前 回 予 想	円 銭 3.00	円 銭 4.00	円 銭 7.00
今 回 修 正 予 想	0.00	0.00	0.00
前 期 実 績 (2021 年 12 月 期)	3.00	4.00	7.00

(2) 配当予想修正の理由

当期の配当につきましては、業績予想や今後の財務状況等をふまえ、1株当たり中間配当は3円、期末配当は4円の年間配当として7円を予定しておりました。しかしながら、上記のとおり、当期については親会社株主に帰属する当期純損失を計上する見込みとなったことから、誠に遺憾ではありますが、2022年度の配当は無配とさせていただきます。なお、株主優待制度は継続してまいります。

株主の皆様には深くお詫び申し上げますとともに、可能な限り早期に復配できるよう、「当社グループが持つポテンシャルを最大限に活かしたユニークかつ新たなビジネスモデル」への転換のための投資及び財務体質の健全化を行い、企業競争力と企業体質の強化に努めてまいりますので、これまで以上にご支援を賜りますようお願い申し上げます。

(注)上記の予想につきましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる結果となる可能性があります。

以 上