

# 株式会社チヨダ

## 2019年2月期 第2四半期決算説明会

〈登壇者〉

代表取締役社長

舟橋 浩司

取締役 管理本部長

西堀 史郎

コミュニケーション統括部長

齋藤 純也

経営企画室長

井上 裕一郎

---

2018年10月24日

コンファレンススクエア エムプラス(グランド)

三菱ビル 10階

— 第1部 —

2019年2月期 第2四半期 経営状況の報告  
経営企画室長 井上 裕一郎

— 第2部 —

2019年2月期 下期の戦略について  
代表取締役社長 舟橋 浩司

— 第3部 —

2019年2月期 オムニチャネルへの挑戦  
コミュニケーション統括部長 齋藤 純也

質疑応答

司会

コミュニケーション統括室 鳥山 可奈子

## 連結PLの概要・要因

## 減収・減益

単位：億円

	18/2月期 第2四半期実績	19/2月期 第2四半期計画	19/2月期 第2四半期実績	前年同期比
売上高 (売上比)	672 (100.0)	622 (100.0)	615 (100.0)	91.5
売上総利益 (売上比)	338 (50.3)	306 (49.2)	302 (49.2)	89.4
販管費 (売上比)	292 (43.6)	280 (45.1)	280 (45.6)	95.9
営業利益 (売上比)	45 (6.7)	25 (4.1)	21 (3.5)	47.9
経常利益 (売上比)	47 (7.1)	27 (4.5)	25 (4.1)	52.4
四半期純利益 (売上比)	30 (4.6)	20 (3.4)	15 (2.5)	50.6
1株当たり当期 純利益（円銭）	82.67	57.90	43.16	52.2

## ➤減収・減益

- 売上総利益、前年同期比57億円減。販管費12億円減
- 営業利益、前年同期比23億円減の21億円

## 単体：減収・減益

単位：億円

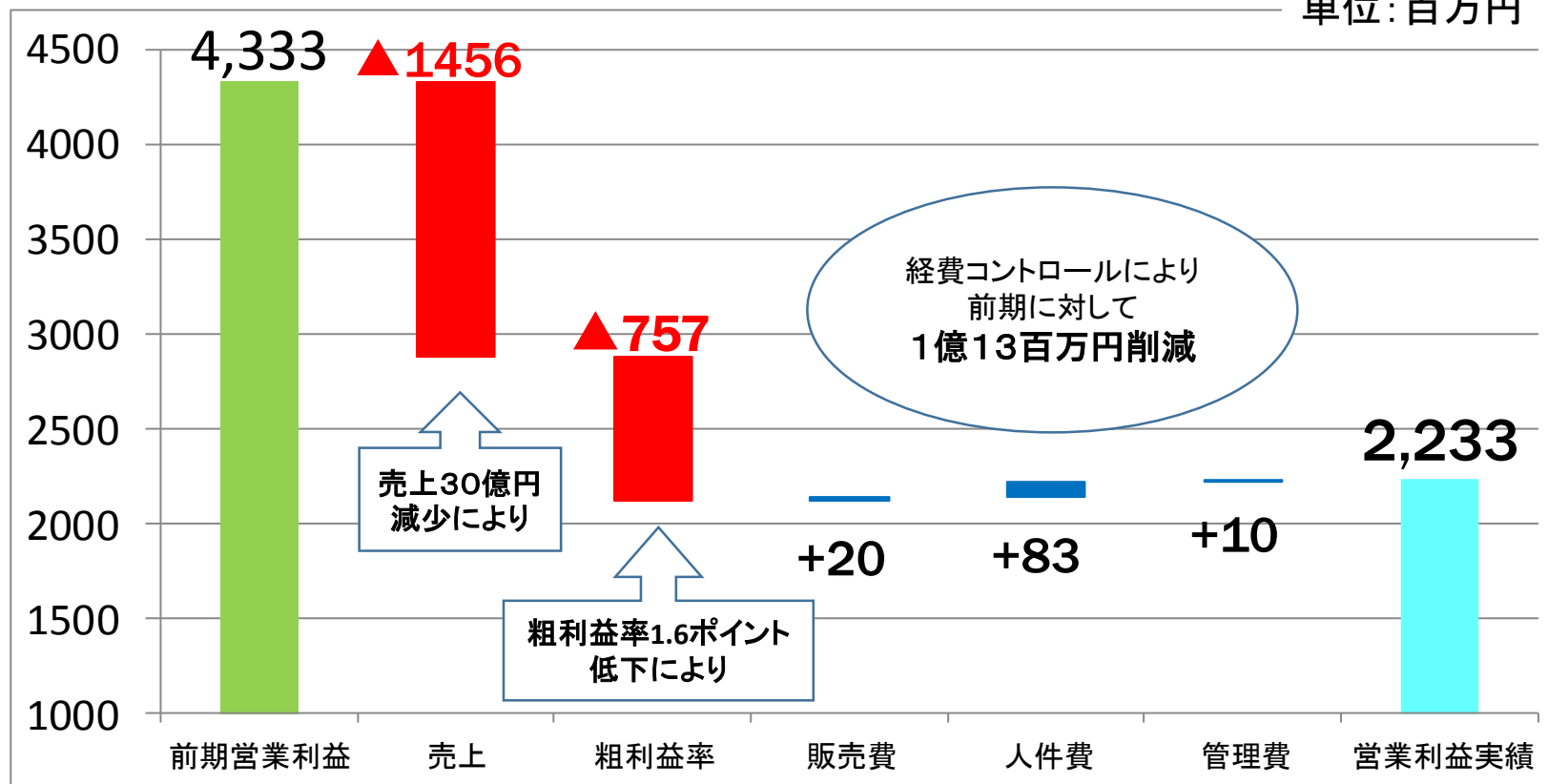
	18/2月期 第2四半期実績	19/2月期 第2四半期計画	19 /2月期 第2四半期実績	前年同期比
売上高 (売上比)	508 (100.0)	480 (100.0)	478 (100.0)	94.1
売上総利益 (売上比)	245 (48.4)	225 (47.0)	223 (46.8)	91.0
販管費 (売上比)	202 (39.9)	200 (41.7)	201 (42.2)	99.4
営業利益 (売上比)	43 (8.5)	25 (5.3)	22 (4.7)	51.5
経常利益 (売上比)	48 (9.6)	30 (6.3)	28 (5.9)	57.5
四半期純利益 (売上比)	32 (6.5)	25 (5.3)	22 (4.7)	68.4

- 粗利益率、前年同期比1.6ポイントダウンの46.8%
- 販管費、前年同期比1億円減。201億円
- 売上総利益の減収により営業利益・経常利益ともに大幅減

## 単体決算概要

### 「第2四半期の総括」(前期第2四半期との比較)

単位: 百万円



(第2四半期)

- (1) 客数が減少し、売上が前年同期比30億円の減少
- (2) 在庫処分が先行し、粗利益率が前年同期比1.6%pt低下
- (3) 経費コントロールに注力し販管費、前年同期比1億13百万円減

## 「第2四半期減収要因」(前年同期比)

商品部門別	前年比 (%)
紳士靴	90.6
婦人靴	96.5
子供靴	85.6
ブランドスニーカー	104.9
その他スニーカー	80.4
サンダル他	90.7
全社計	94.1

地区別	前年比 (%)
関東	93.8
東北	94.3
北海道	94.3
中部	95.0
関西	94.9
九州	91.2
EC	137.8
全社計	94.1

立地別	前年比 (%)
大型SC(※)	131.7
中型SC	97.5
小型SC	92.4
フリースタンド複合	90.9
フリースタンド単独	90.7
駅前・駅近	94.7
EC	137.8
催事他	91.4
全社計	94.1

- (1) ブランドスニーカーが好調、子供靴・その他スニーカーが特に苦戦
- (2) ECが好調、九州・関東は苦戦
- (3) 天候不順の影響を受け、フリースタンド店舗が苦戦

(※前年9月に大型SC中心に展開しているアイウォークを吸収合併し、  
当第2四半期はその売上を含み、前年同期はそれを含んでおりません)

# 【連結】BSの概要・要因

## Consolidated Balance Sheet

	18/2月期末		19/2月期第2四半期		比較 増減額	コメント
(億円:%)		構成比		構成比		
流動資産	<b>823</b>	<b>67.1</b>	<b>828</b>	<b>68.3</b>	<b>5</b>	
現・預金	<b>425</b>	<b>34.6</b>	<b>437</b>	<b>36.1</b>	<b>12</b>	
受取手形・売掛金	<b>20</b>	<b>1.7</b>	<b>26</b>	<b>2.2</b>	<b>5</b>	
商品	<b>352</b>	<b>28.7</b>	<b>340</b>	<b>28.0</b>	<b>▲12</b>	
固定資産	<b>404</b>	<b>32.9</b>	<b>384</b>	<b>31.7</b>	<b>▲19</b>	
リース資産(純額)	<b>14</b>	<b>1.2</b>	<b>13</b>	<b>1.1</b>	<b>▲1</b>	
敷金及び保証金	<b>135</b>	<b>11.0</b>	<b>130</b>	<b>10.8</b>	<b>▲4</b>	
資産合計	<b>1,228</b>	<b>100.0</b>	<b>1,213</b>	<b>100.0</b>	<b>▲14</b>	
流動負債	<b>274</b>	<b>22.4</b>	<b>297</b>	<b>24.5</b>	<b>22</b>	
固定負債	<b>139</b>	<b>11.3</b>	<b>129</b>	<b>10.7</b>	<b>▲9</b>	
負債合計	<b>414</b>	<b>33.7</b>	<b>427</b>	<b>35.2</b>	<b>12</b>	
純資産合計	<b>814</b>	<b>66.3</b>	<b>786</b>	<b>64.8</b>	<b>▲27</b>	
負債、純資産合計	<b>1,228</b>	<b>100.0</b>	<b>1,213</b>	<b>100.0</b>	<b>▲14</b>	

	18/2月期末	19/2月期第2四半期
1株当たり純資産(円)	<b>2,086.86</b>	<b>2,067.70</b>
自己資本比率(%)	<b>61.8</b>	<b>60.6</b>

# 【単体】BSの概要・要因

## Non-consolidated Balance Sheet

	18/2月期末		19/2月期第2四半期		比較 増減額	コメント
(億円:%)		構成比		構成比		
流動資産	639	64.7	660	66.3	21	
現・預金	362	36.7	372	37.4	9	
受取手形・売掛金	16	1.7	21	2.1	4	
商品	243	24.7	249	25.1	5	
固定資産	348	35.3	335	33.7	▲13	
リース資産(純額)	12	1.2	11	1.1	8	
敷金及び保証金	98	10.0	95	9.6	▲0	
資産合計	987	100.0	995	100.0	8	
流動負債	209	21.2	243	24.4	33	
固定負債	94	9.6	85	8.6	▲8	
負債合計	304	30.8	329	33.1	25	
純資産合計	683	69.2	666	66.9	▲17	
負債、純資産合計	987	100.0	995	100.0	8	

	18/2月期末	19/2月期第2四半期
1株当たり純資産(円)	1,872.23	1,866.45
自己資本比率(%)	68.9	67.7



# 【連結】キャッシュフロー・設備投資・減価償却

## Consolidated Cash Flow Statement, Capital Expenditure, and Depreciation

(億円)	18/2月期第2四半期	19/2月期第2四半期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	20	46	26
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲2	5	8
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲17	▲40	▲22
現金及び現金同等物の期末残高	448	436	▲11

### [キャッシュフローの状況]

#### 営業活動

- 「税金等調整前四半期純利益」28億円。
- 「たな卸資産の減少」12億円 「仕入債務の増加」8億円等

#### 投資活動

- 支出:「有形固定資産の取得による支出」5億円等の支出
- 収入:「投資有価証券の売却及び償還による収入」12億円

#### 財務活動

- 「配当金の支払額」13億円等の支出
- 「自己株式の取得による支出」20億円

(億円)	18/2月期 第2四半期	19/2月期 第2四半期	増減額	前年同期比	期初計画	計画比増減額	期初計画比
設備投資	22	10	▲12	44.9	14	▲4	67.2
減価償却	7	7	0	106.4	8	0	97.3

# 【連結】 出退店状況

## Consolidated Store Openings and Closures

19/2月期 第2四半期		期初店舗数	出店	退店	第2四半期末 店舗数	純増数
靴事業		1,080	8	27	1,061	▲ 19
	(株) チ ヨ ダ	1,080	8	27	1,061	▲ 19
衣料品事業		410	8	5	413	3
	(株) マ ッ ク ハ ウ ス	410	8	5	413	3
グループ合計		1,490	16	32	1,474	▲ 16

- 出店:靴事業 8店舗 衣料品事業 8店舗 合計16店舗
- 退店:靴事業 27店舗 衣料品事業 5店舗 合計32店舗
- 期末店舗数は、期首より 16店減少し、1,474店舗となりました。

ご参考)

- (株)マックハウス:カジュアル衣料および雑貨の輸入・販売

# 【単体】 出退店状況

Consolidated Store Openings and Closures (*Consolidated status of Opening and Closing of Stores*)

19/2月期 第2四半期			期首店舗数	出店	退店	第2四半期末 店舗数	増減	
(株)	チ	ヨ	ダ	1,080	8(1)	27(1)	1,061	▲ 19
	東京靴流通センター			571	1(1)	6	567	▲ 4
	シュープラザ			402	7	12	397	▲ 5
	C Y ・ S P C ・ P T 他			107	0	9(1)	97	▲ 10

➤ 出店は、東京靴流通センター1店、シュープラザ7店の合計 8店舗

➤ 退店は、東京靴流通センター6店、シュープラザ12店、チヨダ・SPC・PT他9店の合計 27店舗

➤ 出店立地は、「中～大商圏SC、GMS」に7店、「小商圏SC、スーパー」に1店の合計 8店舗

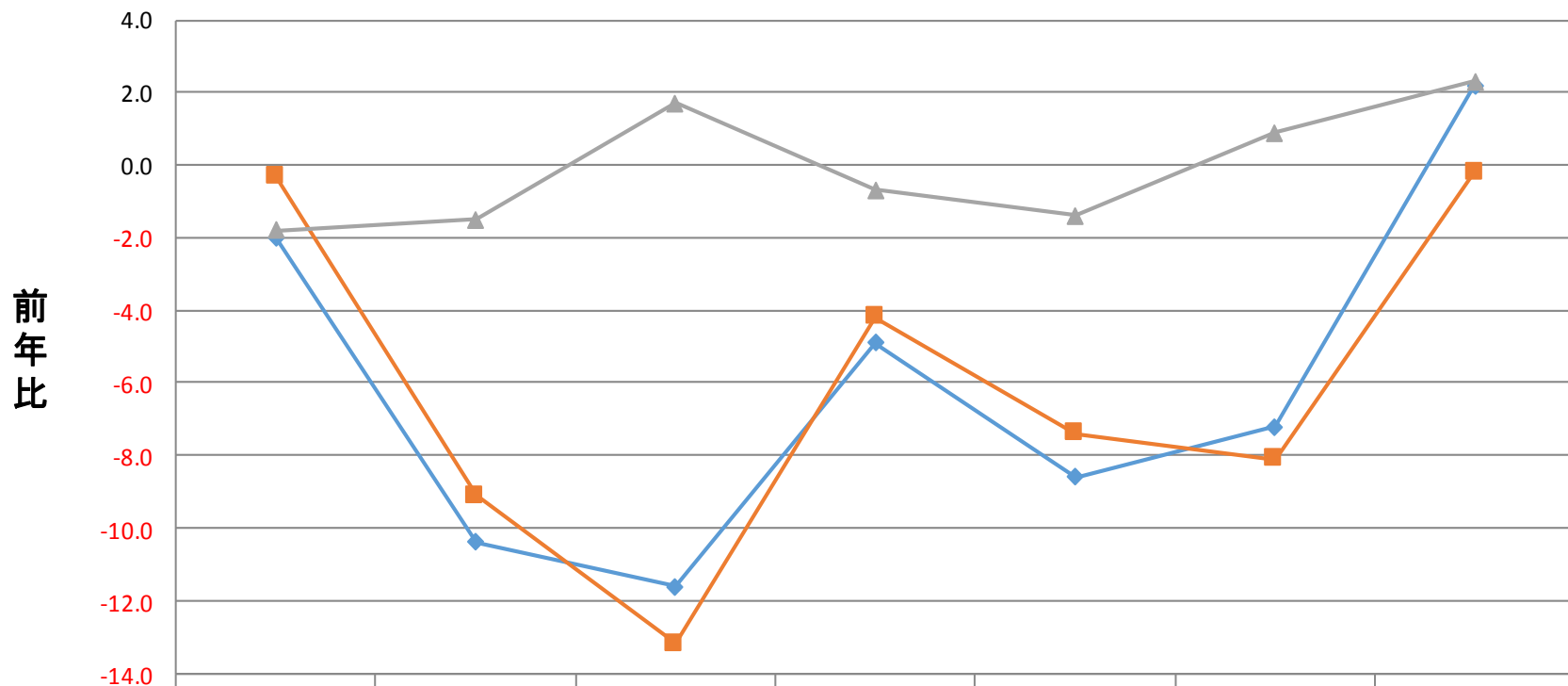
➤ 2019年2月期第2四半期末店舗数は19店舗減少し、1,061店舗。

※出店/退店の( )数値は、業態変更

出店立地	店舗数
中～大商圏SC、GMS	7
小商圏SC、スーパー	1
ロードサイド複合店	
フリースタANDING	
駅前、商店街立地	
合計	8

上期:売上▲7.7 客数▲7.3 客単価 ▲0.5

19/2月期 上期 既存店 売上・客数・客単価推移 + 9月状況



◆ 売上  
■ 客数  
▲ 客単価

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
売上	-2.0	-10.4	-11.6	-4.9	-8.6	-7.2	2.2
客数	-0.3	-9.1	-13.2	-4.2	-7.4	-8.1	-0.2
客単価	-1.8	-1.5	1.7	-0.7	-1.4	0.9	2.3

# 下期の重点施策

代表取締役社長 舟橋 浩司

# 2019年2月期第2四半期の取組み (目次)

1. 株主還元、ESG、市場環境
2. 出店・改装
3. 顧客層の拡大
4. 機能性商品の販売強化
5. グループ事業について

## 中期経営計画「株主還元」

【今期通期予想】

(中期経営計画)

- ①連結配当性向 **95.8%** (50%)
- ②連結総還元性向 **165.4%** (100%)
- ③DOE(株主資本配当率) **3.6%** (3.5%)

(株主還元)		2017/2期 実績	2018/2期 実績	2019/2期 予想
配当金(円)		70	72	74
	配当性向	61.1%	57.2%	95.8%
	DOE	3.5%	3.5%	3.6%
自己株式取得(百万円)		2,000	2,002	1,999
配当総額(百万円)		2,609	2,643	2,631
	総還元性向	107.3%	100.0%	165.4%
	ROE	5.5%	6.1%	6.3%

※連結総還元性向 (配当金＋自社株買い金額) / 連結当期純利益

# ESGの推進(主な活動内容)

## E 環境

- ・店舗で不要な靴を下取り⇒累計1000万足  
(一部をサーマルリサイクルし、熱エネルギーを電力へ変換)
- ・店舗照明のLED化推進 ⇒786店舗でLED照明を採用、消費電力抑制

## S 社会

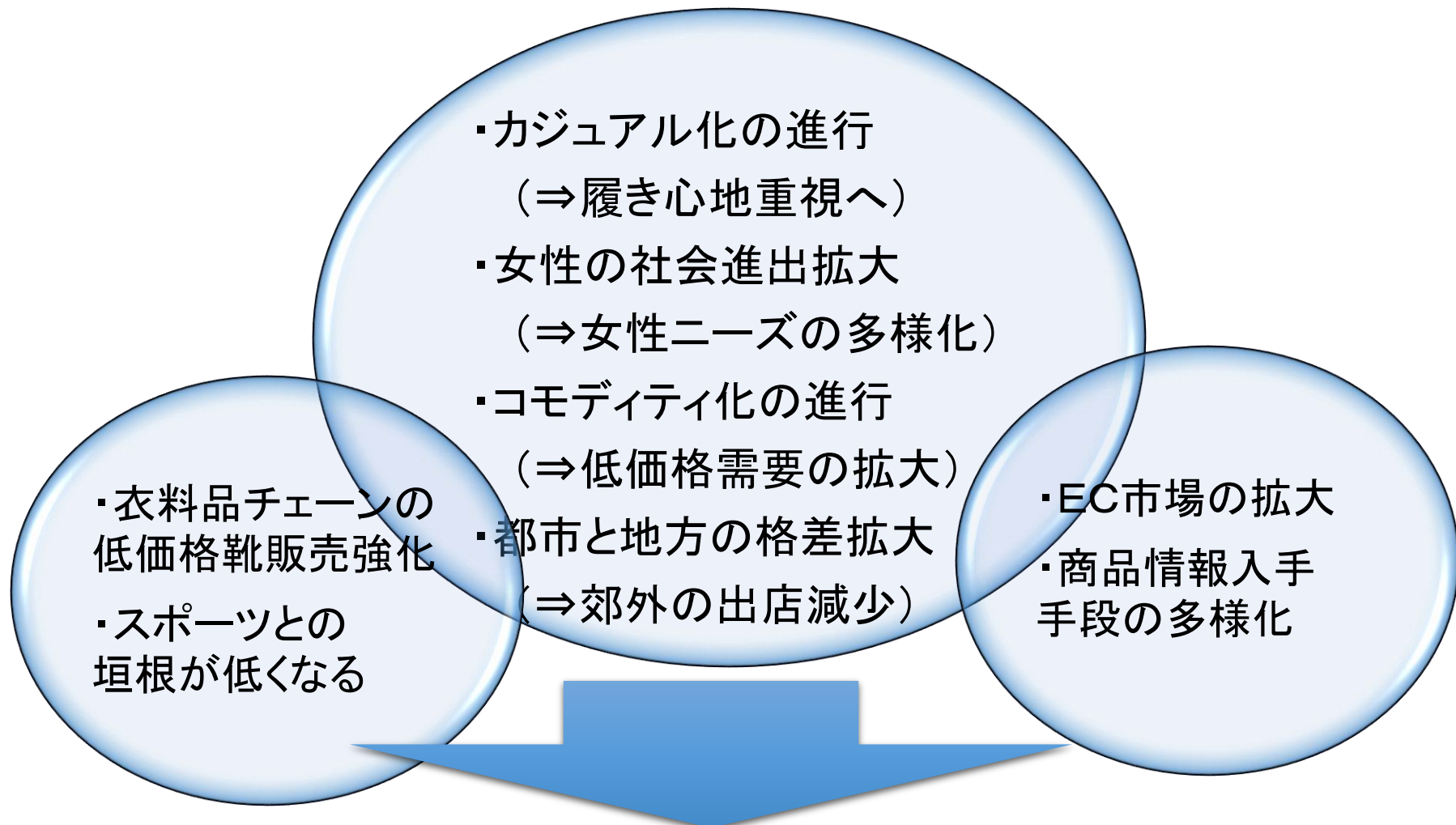
- ・災害支援活動の実施 ⇒靴と寄付金の支援  
(西日本豪雨 靴2000足/募金540万円  
北海道胆振東部地震 靴400足)
- ・文化支援活動の実施 ⇒全国高校ダンス部選手権など
- ・海外貧困地区の支援 ⇒インド・ラジャスタン州への小学校建設寄付  
(NPO団体;フリーザチルドレンを通じて現地へ寄付)

## G 企業統治

- ・社外取締役の増員 ⇒2016年より1名増加し、2名体制
- ・内部統制の強化 ⇒コンプライアンスリスク管理委員会定期開催
- ・下請法の遵守 ⇒取引先を招き定期的に下請法勉強会開催
- ・・・指名委員会、報酬委員会設置を協議中



# 靴小売市場を取り巻く環境



- ・チヨダ本来の強みを取り戻し、顧客層を拡大
- ・市場環境の変化へ対応し、中長期的な成長戦略を推進

# 2019年2月期の新規出店

## 『首都圏の出店強化』



9/21 TS高田馬場新目白通り店(43坪)



9/28 SP幸手ジョイフル本田店(110坪)

SP仙台泉アリオ店  
SP春日井イオン店  
SP奈良ミ・ナーラ店  
SP貝塚イオン店  
SP川西西友店  
SP鳥栖フレスポ店

TS大宮イオン店

SP船堀ダイエー店



9/14 TS元住吉ブレーメン通り店(32坪)



10/12 TS十条銀座商店街店(39坪)



9/27 TS新浦安ニューコースト店(120坪)

# 『 TOKYO SHOES RETAILING CENTER 』

老若男女のお客様に対応

- ①スニーカー主力型売場（特にレディース）
- ②キッズの強化
- ③インバウンド対応

「新浦安ニューコースト店（千葉 売場面積120坪）」





# 『 TOKYO SHOES RETAILING CENTER 』

## キッズ売場の強化

①ブランド別の壁面展開

②売場面積、品揃えの拡大・・・サイズ管理も強化し、機会ロス低減

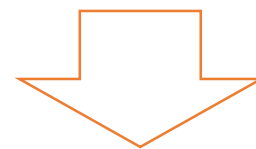
「新浦安ニューコースト店」（キッズコーナー売場面積 20坪）



オープン～（推移）

子供靴構成比: **19%**

9月度全店平均+**8pt**



今後はベビーサイズも強化し、

**19% ⇒ 20%**  
へさらに引き上げる計画

## 「立地別女性MDの推進」

cloverleaf

- ①店頭VMDの強化により、店前通行者の入店率アップ
- ②20～30代の顧客層拡大

「SPマーレ武蔵浦和店（東京 売場面積 114坪）」



【2018年9月度】

婦人靴売上構成比: **26.8%**

全店平均(19.8%) **+7pt**

婦人靴商品単価: **3,530円**

全店平均(3,113円) **+417円**

## 出退店、改装計画

出店 **21**店舗＋**a** （期初計画比 ▲**4**店舗）

閉店 **52**店舗 （期初計画比 ＋**12**店舗）

改装 **112**店舗＋**a** （前期比＋**15**店舗 期初計画比▲**28**店舗）

【2019年2月期 立地タイプ別出退店】

（単位：店）

	2018/2末	出店	閉店	2019/2計画
中～大商圈SC、GMS	165	10	21	154
小商圈SC、スーパー	161	2	3	160
ロードサイド複合店舗	202	6	11	197
フリースタANDING	510	1	15	496
駅前商業施設、商店街	42	2	2	42
合計	1,080	21	52	1,049

# 商品政策PB・NPB・SMUポジショニングマップ(女性向け中心)

- ①20～40代をターゲットとしたブランド・商品の投入を強化
- ②機能性商品の投入を強化







『当社オリジナル商品を展開』

通期販売計画 **50**万足

【2018年3～9月実績】

販売足数 **21**万足

売上前年同期比 **144**%







## 『親子コーディネート提案』 (2018年秋モデル)



(女性 ¥5,500    子供 ¥3,900)



(子供 ¥3,900    男性 ¥6,900)

# 顧客層の拡大「ウェルネス市場への対応」

## 『テーマ別集中販売の推進』

### 〔ウェルネスコーナーVMD〕



SP立川フロム中武店(東京)  
(売場面積 112坪)

【2018年3～9月累計】  
レディーススニーカー販売前年比

**112%**(※)

(※主要グローバルブランド10ブランド)

ウェルネススタイル

Wellness Style

足もとからヘルシーライフ



## 顧客層の拡大「女性顧客の拡大」

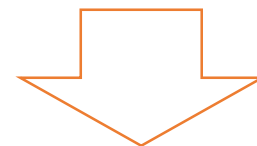
### 『低単価レディースPB投入強化によるヤング～ミドル層の拡大』



下期販売計画 **20**万足



9月発売以降  
販売好調に推移



ムートン調ブーツ  
11月発売  
(本体価格990円)

(本体価格 ¥ 1,490～)



## 顧客層の拡大 「女性顧客の拡大」

# 新ブランド K I R E I ❖ W A L K 誕生

下期販売計画**4**万足

(2018年10月発売)



(本体価格 ¥ 3,990)



(本体価格 ¥ 3,990)

## 顧客層の拡大「女性顧客の拡大」

### 『テーマ別集中販売の推進(店頭VMDの強化)』

cloverleaf のVMDを **SHOE・PLAZA** で展開

〔スマートスニーカー〕



CL ニューポートひたちなか店(茨城)  
(売場面積 30坪)

2018年2月末: **50**店展開



2018年8月末: **170**店展開



2019年2月末: **200**店計画

## 『クッション性能・屈曲性を改善した商品を投入強化』

インソールPBブランド「ペディピロー」  
の標準装備商品の拡大



(本体価格 ¥ 4,990)

## 機能性商品の販売強化

「様々なニーズや使用シーンに対応出来るよう  
商品ラインナップを拡大」

fuwaraku®

「秋コレクション」



(本体価格 ¥ 4,900)

(本体価格 ¥ 3,890)

(本体価格 ¥ 4,900)

立ち仕事用パンプス  
11月発売予定  
(本体価格 ¥ 4,900)

レインブーツ  
11月発売予定  
(本体価格 ¥ 4,900)



# 機能性商品の販売強化

## 『レディスファッション商品の開発力強化』

### 新規取引工場※(ベトナム)との取り組み

①消費者価値向上

②安定供給

3ブランドの生産委託開始決定

2019年春より新規投入計画

初年度発注計画**30**万足



※世界最大級の婦人靴メーカー（ベトナム工場）

fuwaraku®

ChiffonFit

cloverleaf



## 主要PB販売計画

**HYDRO-TECH®**



上期実績 **33**万足 ⇒ 2019年2月期 **65**万足見込  
(販売額前年同期比92.8%) ➡ (同前期比96.8%)

**BIO-FITTER®**



上期実績 **143**万足 ⇒ 2019年2月期 **285**万足見込  
(販売額前年同期比82.9%) ➡ (同前期比92.0%)



上期実績 **92**万足 ⇒ 2019年2月期 **155**万足見込  
(販売額前年同期比94.3%) ➡ (同前期比97.3%)

**fuwaraku®** 上期実績 **24**万足 ⇒ 2019年2月期 **50**万足見込  
(販売額前年同期比151.8%) ➡ (同前期比170.0%)

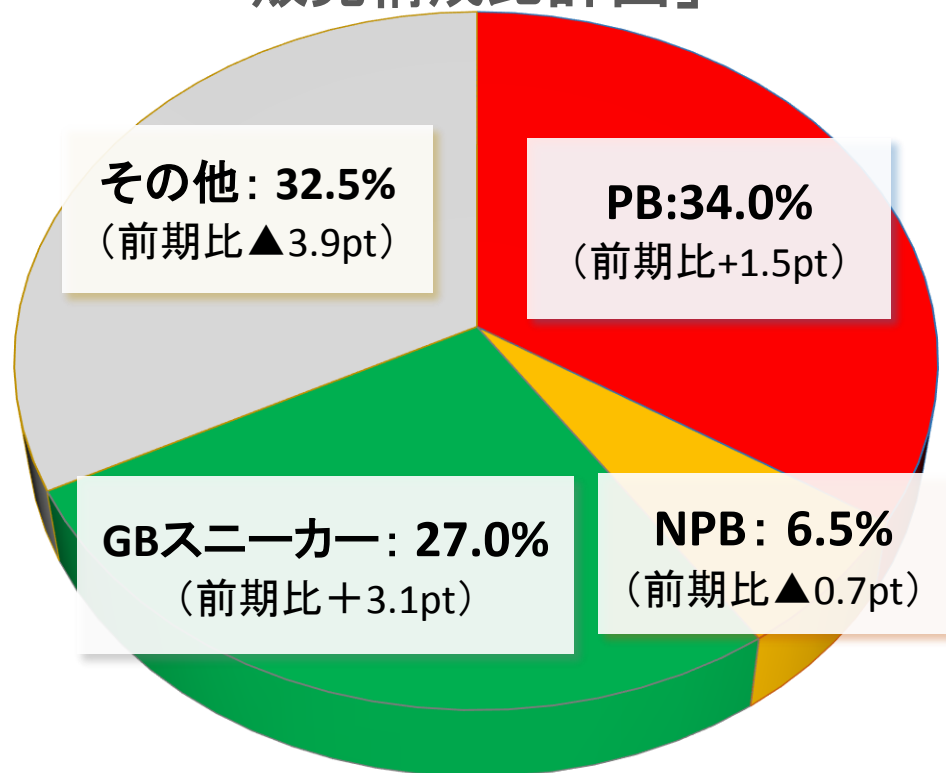
## PB・NPB販売計画(販売構成比計画)

2019年2月期修正計画**40.5%**(前期比+0.7pt 当初計画比▲0.5pt)

【2018年3～8月】

PB・NPB販売構成比 **40.1%**(前年同期比▲0.4pt)

「2019年2月期 PB・NPB  
販売構成比計画」



- ・婦人靴PB下期投入強化
- ・機能性PBの投入強化
- ・GBスニーカー好調持続見込み

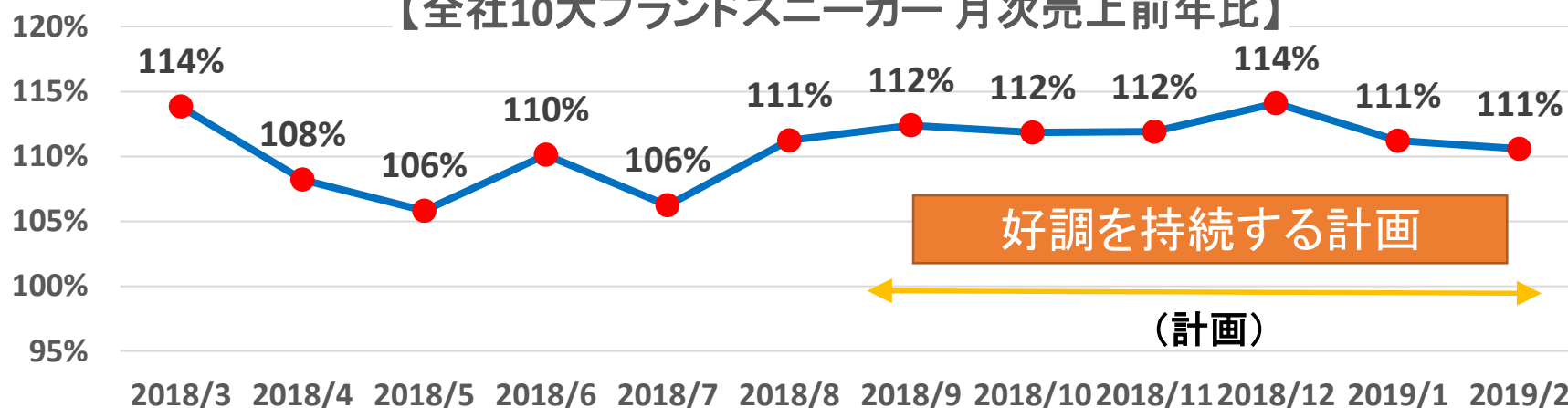
# メーカーとの取り組み(グローバルブランドスニーカー)

- ①メーカー協業による売場でのブランド表現の強化
- ②ブランド別フェイスコントロールの強化



SP フレスポ小田原シティモール店  
(神奈川 売場面積 305坪)

【全社10大ブランドスニーカー 月次売上前年比】



# チヨダ物産業務統合

統合方法：事業譲受（一部事業譲受）

譲受内容：国内仕入業務、国内物流・倉庫業務

統合日程：2019年3月1日

- 目 的：①在庫管理の一元化による在庫管理精度の向上  
②チヨダ物産取引業者との関係強化  
③業務の効率化  
④システム投資額の軽減（※）

（※現在進行中のITシステム改修プロジェクト）

【2019年2月期計画】

売上高**293**億円(前期比▲**4.8**%)

営業利益**2.2**億円(前期比+**2.2**%)

出店**20**店舗 退店**30**店舗 期末店舗数**400**店舗

【今期の主な政策】

「競争力のない店舗の閉店を加速(3年間で90店舗)」

「大胆なコスト削減を実施(下半期で当初計画比▲5億円)」

「大型店の出店は継続(3年間で60店舗)」

「トップスを中心にNB・NPBの販売強化」

「EC事業を業務委託によりテコ入れ」

# オムニチャネルへの挑戦

コミュニケーション統括部長 齋藤 純也

## EC事業拡大計画

前期売上5.8億円 ⇒ 今期計画**8**億円 ⇒ 2020年2月期**20**億円」

EC売上 2018年3～9月 前年比**139**%

①メルマガ・アプリ会員(600万人)へのおすすめ商品情報配信  
ECサイト来訪UU(240万人)の会員化・購入率アップ施策  
EC会員へのCRM施策

②幅広い客層に対応するマルチチャネル戦略の推進



③物流体制(伊勢崎センター)の整備

## 「店舗内からECへの誘導を積極化」 (店舗⇒ECサイト)



多種多様なニーズに答える「ハイドロテックシリーズ」。  
防水や軽量、幅広など、高機能を搭載したシューズで  
ビジネスからウォーキングまで幅広く展開するブランド

# HYDRO TECH®

—— ハイドロテックシリーズ ——



こちらからもご購入いただけます！  
ご自宅まで  
お届け可

公式オンラインショップ  
24時間いつでもどこでも  
手軽にお買い物

3,000円(税込)以上ご購入で  
**送料無料**

「ハイドロテック」の  
ご購入は  
コチラから





## 『店舗受け取りサービス強化』 (ECサイト⇒店舗)



期初:**14**店展開

10月:**400**店展開(関東全域)

来春:**全店**取扱へ

「お取り寄せした商品は、専門知識を持ったスタッフが接客、試着対応するので、安心してご購入。」  
「店頭にない商品のお取り寄せも可能に。」



スマートフォンやパソコンで注文



店舗で受取り

## 「送料還元サービス」スタート (ECサイト⇒送料還元⇒店舗)

ECの送料分相当(500円)  
【還元クーポンメール】

EC購入者に  
店舗で使えるクーポン券  
【商品同封クーポンチラシ】



### キャンペーン詳細

シュープラザ公式オンラインショップで  
通常3,000円(税込)未満のご購入  
でかかる500円の送料相当分を  
クーポンにて還元プレゼント!  
次回のご購入の際、ぜひご利用ください。

利用期限：2019年2月28日(水)まで

クーポン使用条件：商品価格1,000円(税込)以上のご購入で500円相当分

クーポンは1回限り有効です。またクーポンは1人1枚のみです。  
プレゼントは送料相当分となります。送料は別途ご負担ください。

### 還元サービスクーポン獲得方法

- Step 1 下記ボタン「新規会員登録はこちら」から会員登録!
  - Step 2 新規登録後に公式オンラインショップで3,000円(税込)未満のお買い物をすると、クーポンコードが記載された商品発送のご連絡メールが届きます。
  - Step 3 次回お買い物時にSTEP2で届いたクーポンコードを入力してお買い物。留下げ品にも使えます!
- ④ クーポンのご利用方法はこちら



全国のシュープラザ、東京靴流通センター、靴チヨダの店舗でご利用いただける  
10%OFFクーポン券をプレゼント!

※利用期限：2019年2月28日(水)まで



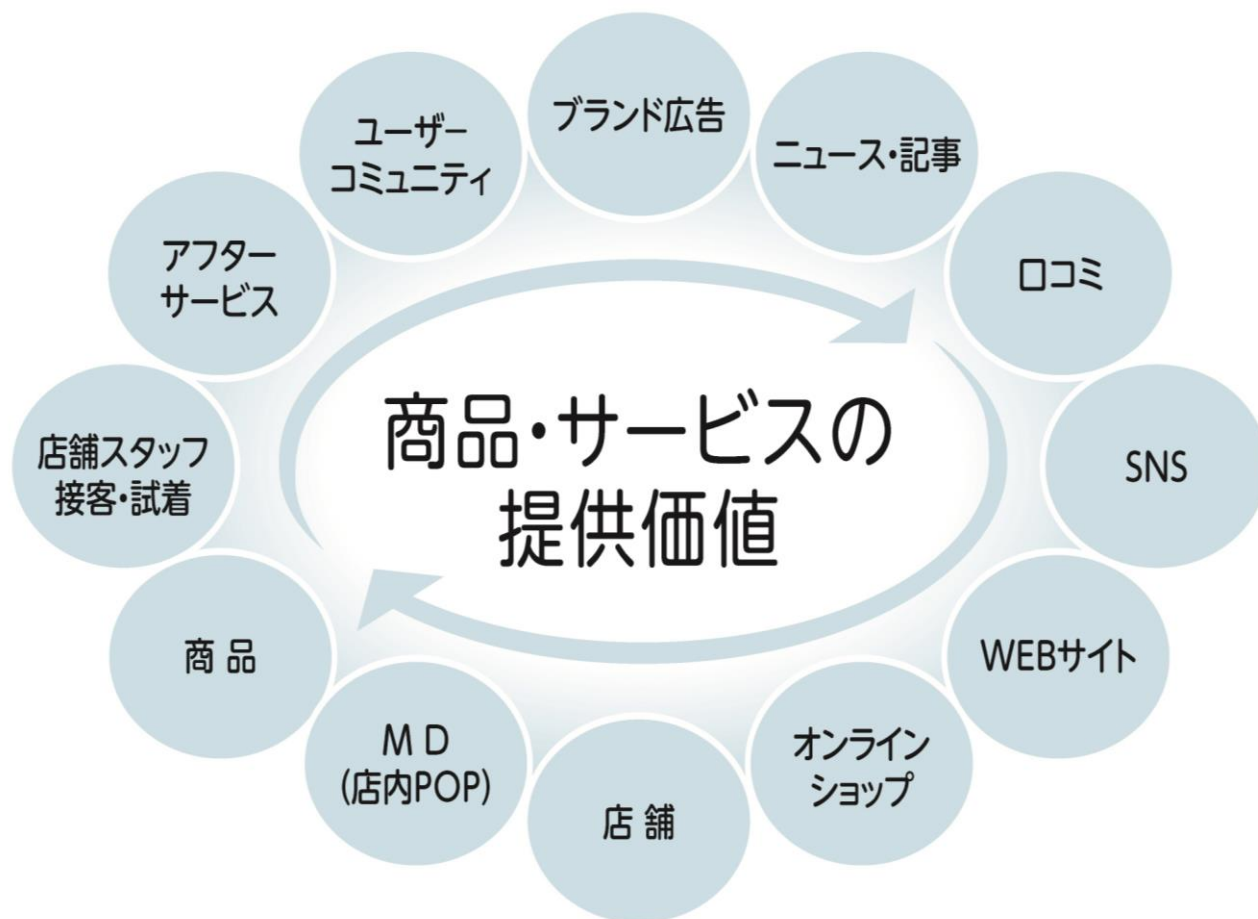
# 『基幹情報システム改修による 在庫一元管理システムの構築』

### 【期待効果】

- ①店舗在庫とEC在庫の連携により  
店舗・ECそれぞれの欠品防止
- ②店舗在庫が欠品していた場合に  
EC在庫確認での客注対応を店舗決済で
- ③ECサイトで店舗在庫を公開することで  
近隣店舗の在庫状況を確認し来店・購入可能

# ユーザーエクスペリエンス(UX)

生活者と商品・サービスのすべての接点をつなげるコミュニケーション設計を行い、「情報体験」「オンライン体験」と「店舗等でのリアル体験」を統合して、お客様への提供価値を最大化する。



# オムニチャネルへの挑戦

## ユーザーエクスペリエンス(UX)

もっとラクにがんばれるパンプス  
fuwaraku® 事例



シューケアのご案内



働く女性の声を聞いて  
“モニター会”の実施

fuwarakuプレミアム  
～信頼の日本製～



ブランド広告

「Steady.」  
OLパンプス大賞



ニュース・記事



働く女性の試着レポート  
株式会社TSI ECストラテジー様



お客様に寄り添った接客

新たな  
「フィッティング方法」の  
導入



豊富なサイズ/ウィズ/ヒール高

店舗スタッフ  
接客・試着

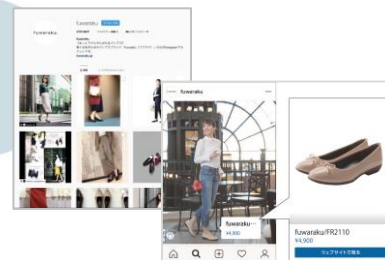
アフター  
サービス

ユーザー  
コミュニティ

もっとラクにがんばれるパンプス  
fuwaraku®

口コミ

SNS



Instagram ショッピング機能

WEBサイト



fuwaraku.jp

オンライン  
ショップ



公式オンラインショップ

店舗



M D  
(店内POP)



靴に、愛を。  Chiyoda

この資料に掲載しております当社の計画及び業績の見通し、戦略などは、現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいており、あくまでも将来の予測であり、様々なリスク及び不確定要因により、実際の業績と異なる可能性がございますことを、予めご承知ください。