



2020年8月21日

各 位

会 社 名 株式会社イデアインターナショナル
代 表 者 代表取締役社長 森 正人
(コード番号 3140 JASDAQ)
問 合 せ 先 取締役経営情報部長 松原 元成
(電話番号 03-5446-9505)

中期経営計画の公表延期について

当社グループは、2021年6月期の連結業績予想は本年8月11日公表の2020年6月期決算短信において公表いたしましたが、中期経営計画に関しましては公表を延期することといたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。新型コロナウイルス感染症拡大による事業活動への影響度合いを見極めつつ、業績予想の算定が可能となった時点で、公表させていただく予定です。

株主・投資家の皆様をはじめ、関係者の方々にはご迷惑をお掛けいたしますが、何卒ご理解を賜りますようお願い申し上げます。

1. 前事業年度（2020年6月期）総括

前事業年度におきましては、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により、わが国でも飲食業や小売業をはじめ経済全体が大きな打撃を受け、今後も当面は厳しい状況が続くものと見込まれます。

このような状況のなか、当社グループの前事業年度における業績は、売上高、営業利益、経常利益は過去最高となり、売上高は15,268百万円、営業利益は746百万円、経常利益は517百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は189百万円となりました。

これは卸売販売、直営店販売、Eコマース販売の3つの異なる販路をバランス良く展開するリスク分散戦略が功を奏した結果であります。第4四半期連結会計期間において、4月に新型コロナウイルス感染拡大を受け全直営店舗が臨時休業や営業時間短縮を行ったことにより、直営店舗の売上が大きく減少いたしました。巣ごもり需要が急速に拡大したことから、Eコマース販売は自社ECサイト売上高が対前年比200%以上になる等売上を大きく伸ばし、また、卸売販売においてもネット通販を有する得意先への売上が大きく増加、加えてコロナ渦からいち早く回復した中国等の東アジアへの海外販売も急速に回復いたしました。

売上高につきましては、キッチン家電を中心としたインテリア商品ブランド「ブルーノ」は、ソーシャルディスタンス、テレワーク、テイクアウト等、Withコロナという大きくライフスタイルが変化するなか、家庭内で楽しく調理のできるキッチン家電の需要が高まり、売上を大きく伸ばしました。主力商品コンパクトホットプレートは、テレビ番組で「おうち家電」の人気

アイテムとして紹介される等さらに認知度を高め、前期を上回る売上高でブランドを牽引、その他ホットプレート関連商品、マルチスティックブレンダー等のキッチン家電も売上を伸ばしました。また、スヌーピー等の人気キャラクターがプリントされた「PEANUTS」とのコラボ家電や、ポータブルファン、マルチふとんドライヤー等の季節家電も好調に売上を伸ばし、「ブルーノ」の売上高は対前年比 123%と増加しました。

トラベル商品ブランド「ミレスト」につきましては、フランスの「PAPIER TIGRE」とのコラボで開発したバックパック等のトラベル雑貨が好調に推移したほか、「Hutte」シリーズも発売から安定的に売上を確保、またキャリーバッグは アイテム数を増やし売上を伸ばしました。しかしながら、新型コロナウイルス感染拡大による旅行需要の急激な落ち込みや直営店休業等が影響し、売上高は対前年比 75%となりました。

また、子会社の株式会社シカタにつきましては、新型コロナウイルス感染拡大が生産、販売に影響し、バッグのOEM販売、オリジナルブランドの売上ともに前年を下回り、売上高は対前年比 89%となりました。

結果として、当グループの売上高は 15,268 百万円と過去最高となりました。

営業利益につきましては、「ブルーノ」をはじめ利益率の高い自社商品ブランドの売上が対前年比 114%と拡大したこと、また当社Eコマース売上高が対前年比 160%と大きく拡大したこと等により売上総利益率が 41%と改善したこと等により、746 百万円となりました。経常利益につきましては、株主関連費用が増加したものの 517 百万円となりました。親会社株主に帰属する当期純利益につきましては、新型コロナウイルス感染拡大の影響による店舗休業関連費用、一部店舗の減損損失、埼玉化粧品工場閉鎖費用等を計上したことにより 189 百万円となりました。

前事業年度の実績対比

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
前回発表中期計画 (A)	15,900	650	450	250
2020年6月期実績 (B)	15,268	746	517	189
増減額 (B-A)	△664	96	67	△60
(ご参考)前期実績 (2019年6月期)	15,155	629	444	168

2. 中期経営計画の公表延期の背景

当社グループは、中期経営計画(2021年6月期～2023年6月期)を策定、公表する準備を進めてまいりました。未だに新型コロナウイルス感染拡大の収束見込みが立たないことから、2021年6月度の業績見込みにおいては、新型コロナウイルス感染拡大の第2波、第3波が起こ

ることを想定しEコマース事業を重点事業に位置付け進めてまいりますが、それでも国内、海外経済も含め不確実性の高い要素がございますので、現時点では売上高 15,700 百万円、営業利益 500 百万円、経常利益 255 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 105 百万円と見込んでおります。

当社グループは環境の変化に柔軟に対応すべく、卸売販売、直営店販売、Eコマース販売の三つの販路をバランス良く展開、また商品においてもキッチン雑貨を中心とするインテリア商品ブランド「ブルーノ」、トラベル商品ブランド「ミレスト」、化粧品等異なったカテゴリーを展開するリスク分散戦略をさらに進化させるべく進めてまいります。

商品開発に関して、「ブルーノ」においては好調なキッチン家電や季節家電の拡充に加え、生活家電やインテリア用品等のカテゴリーを広げ、「BRUNO のある暮らしを楽しむ」をコンセプトに新商品開発に注力してまいります。また、「ミレスト」においてはトラベルだけでなくアウトドア、オフィス、在宅等において利用できる商品も開発してまいります。直営店舗に関しては、接客重視の販売スタイルから非接触型の販売スタイルに転換し、固定費を削減してまいります。また大幅な売上拡大が見込めるEコマースに関しては、自社ECサイトを中心に限定商品や通販専用商品の販売、既存顧客の購入回数を増やすために直営店舗とのサービス連携等の施策を実施、また新規顧客を獲得するため大手モールサイトの販売強化することで売上拡大を図ってまいります。また、中国、香港、台湾等アジア圏において「ブルーノ」の認知及び評価が高まっており、海外販売代理店との連携を一層強化し、売上拡大を図ってまいります。マーケティング関連では、インテリア商品ブランド「ブルーノ」を中心に広告宣伝・販売促進を戦略的に進めてまいります。

なお、新型コロナウイルス感染症のさらなる拡大、または収束時期等には多くの不確実性が伴うため、今後の当社グループの事業活動に大きな影響を及ぼす場合、必要に応じて業績の修正を行う可能性があります。

2年後の2022年6月期、3年後の2023年6月期におきましては、新型コロナウイルス感染症の世界各国における拡大収束状況等が、極めて大きく事業計画に影響しますが、現時点では2年後3年後の事業環境を合理的に判断できないことから、業績に与える未確定要素が多く、数値目標等の定量的な要素についても算出が非常に困難な状況にあるため、中期経営計画の公表を延期することといたしました。

3. 今後の予定について

中期経営計画につきましては、2年後3年後の新型コロナウイルス感染症拡大による事業活動への影響度合いを見極めつつ、業績予想の算定が可能となった時点で、公表させていただく予定です。

以上