

2026年6月期 第1四半期

決算補足説明資料

J A P A N C R A F T
H O L D I N G S

証券コード:7135

2025年11月13日

2026年6月期 第1四半期決算のポイント

小売事業

店舗小売は、順調に増収・増益
(店舗数は前期比△12)

出版・教育 事業

編物既刊本が売上牽引
手芸検定募集開始

中計施策 取組状況

取扱い商品・サービス拡充
グループ内業務見直し推進

- 事業の構造上、夏場は閑散期であり赤字計上を余儀なくされるが、今期は大幅に改善
- 通期黒字化へ堅調に推移

業績推移

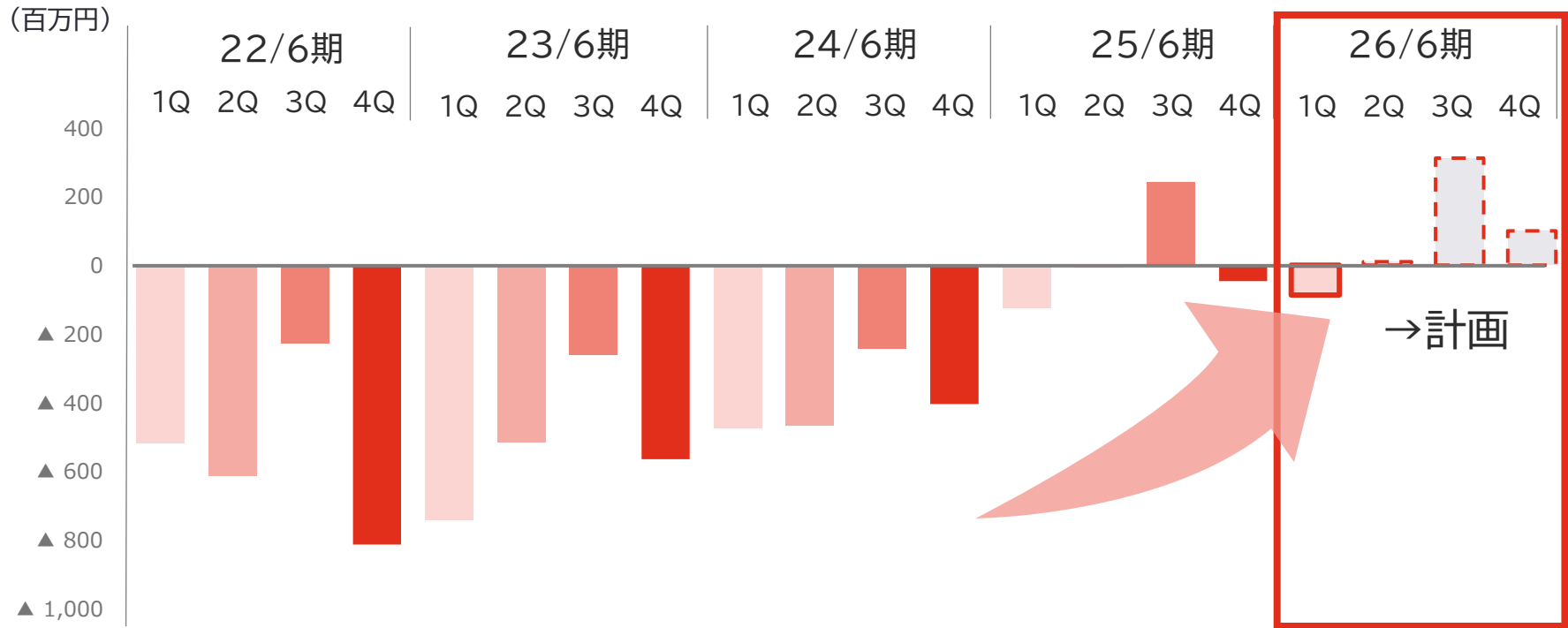
(百万円)

	2024/6期		2025/6期		2026/6期	
	1Q	通期	1Q	通期	1Q	通期見込
売上	3,553	15,393	3,209	14,045	3,209	14,598
営業利益	△476	△1,592	△125	65	△87	334

+37

2026年6月期 第1四半期決算のポイント

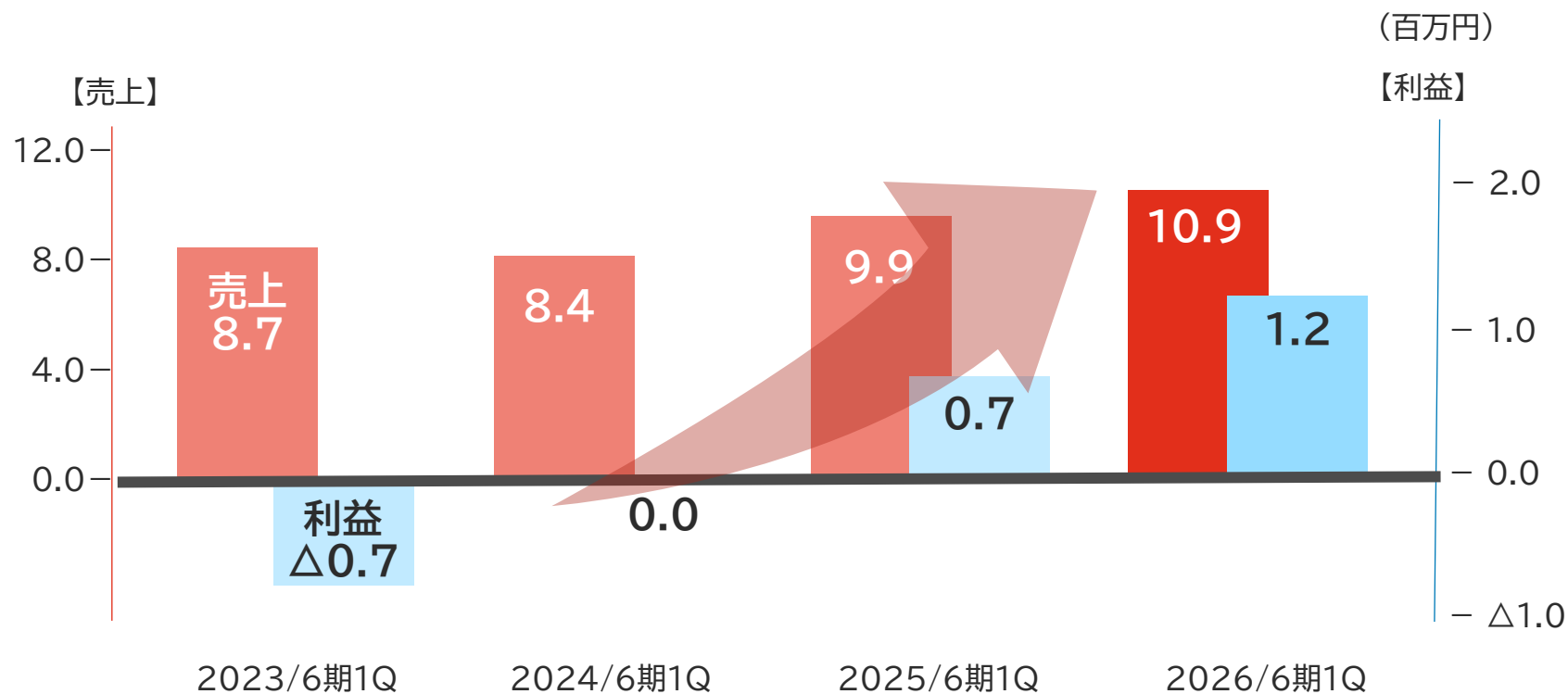
四半期営業利益の推移



赤字店舗削減、経費圧縮により営業利益は着実に改善

2026年6月期 第1四半期決算のポイント

手芸小売店舗 一店舗あたり売上・利益推移



店舗は、売上・利益ともに着実に改善

1. 第1四半期決算説明

2. 各社取組について

3. 2026年6月期業績予想

5. Appendix

2026年6月期 第1四半期決算概要

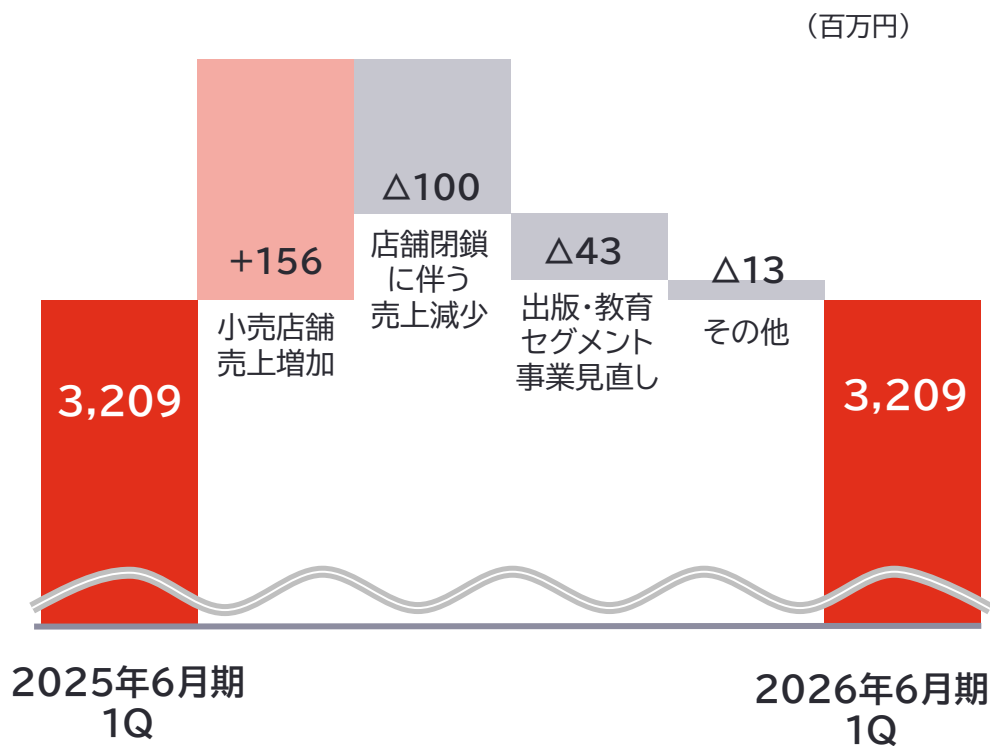
(百万円)

	2025年6月期		2026年6月期		
	第1四半期	通期	第1四半期	前期差	通期予想
売上高	3,209	14,045	3,209	0	14,598
売上総利益	1,851	8,067	1,832	△ 18	8,465
粗利率	57.7%	57.4%	57.1%	△0.6%	58.0%
販売管理費	1,976	8,001	1,919	△ 56	8,130
営業利益	△ 125	65	△ 87	37	334
経常利益	△ 143	4	△ 103	39	262
当期純利益	△ 219	△ 257	△ 125	93	178

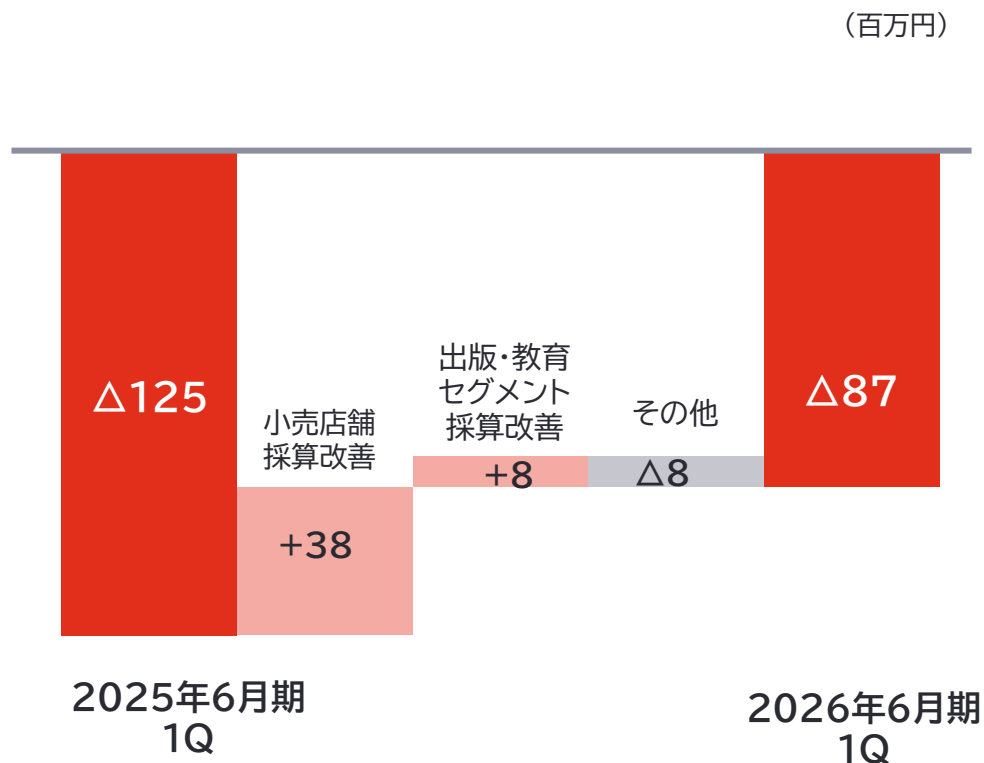
売上高・営業利益増減要因分析

- 売上高は、店舗小売売上好調に伴い、ほぼ横ばい
- 営業利益は、小売・出版教育ともに採算改善、前期比赤字幅圧縮

売上高の増減要因



営業利益の増減要因

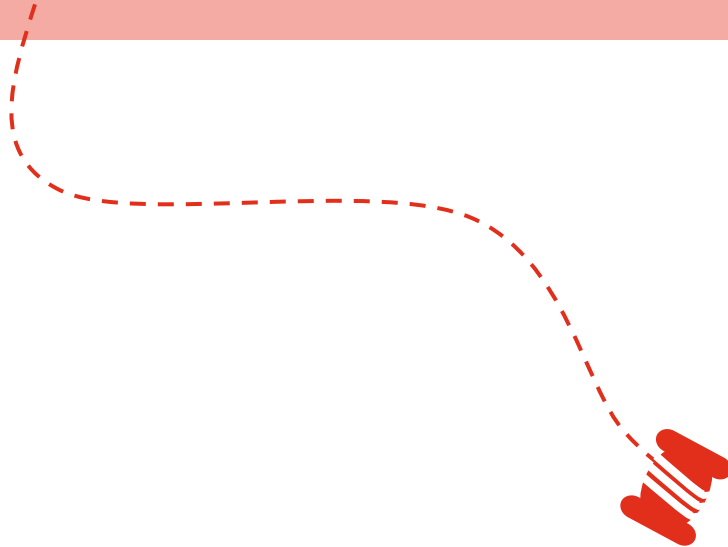


連結貸借対照表

(百万円)

	2025年6月期	2026年6月期 第1四半期	増減額	主な増減要因
流動資産	7,624	7,472	△ 152	
現金及び預金	2,304	2,217	△ 86	△商品仕入の増加及び税金費用
棚卸資産※	3,910	4,029	119	+ 毛糸関連商品・新規出店用在庫仕入等
その他の資産	1,410	1,224	△ 185	△売掛金及び未収入金の減少
固定資産	3,930	3,963	33	
有形固定資産	2,987	2,991	4	
無形固定資産	42	44	2	
投資その他の資産	900	927	26	
資産合計	11,555	11,435	△ 119	
負債合計	7,860	7,958	97	
流動負債	5,639	5,788	148	+ 短期借入金
固定負債	2,220	2,169	△ 51	
純資産合計	3,694	3,477	△ 216	△当四半期損失計上による利益剰余金の減少 及び配当金の支払
負債・純資産合計	11,555	11,435	△ 119	

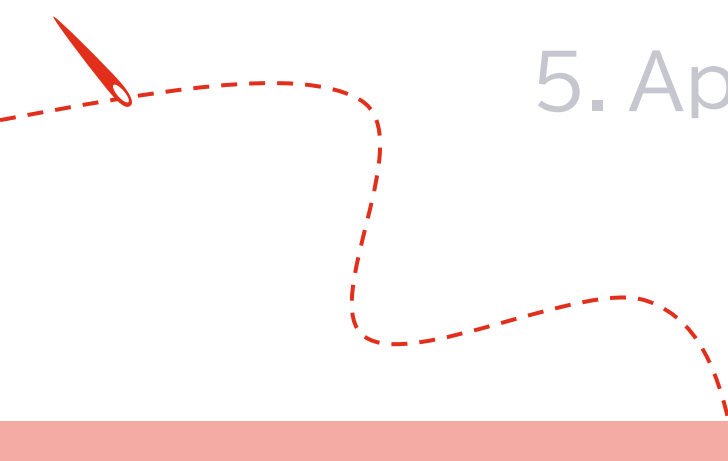
※ 棚卸資産：商品及び製品、仕掛品、貯蔵品の合計

A red dashed line starts at the top right, curves downwards and to the left, ending in a red arrow pointing towards the right.

1. 第1四半期決算説明

2. 各社取組について

3. 2026年6月期業績予想

A red dashed line starts from the left edge, curves upwards and to the right, ending in a red arrow pointing towards the right.

5. Appendix

小売セグメント戦略

- これまでの店舗モデルを再定義し、未来の成長に向けた事業モデルへの変革
- 新モデル店舗開発により客層を広げ、新規顧客とのタッチポイントを増やすことで市場規模を拡大する

1 顧客接点の再構築

- 新規出店による収益機会の創出

2 店舗モデルの進化

- 物販から体験型の店舗モデルを構築

3 収益性の向上

- 他社とは差別化したオリジナル商品の開発強化



顧客接点の再構築

- ✓ 全国網羅的な顧客接点を得るべく、未出店地域への出店(中計期間中10店舗程度)
- ✓ IP新コンテンツの導入による新規顧客層の取り込み
- ✓ BtoBによる新規顧客層との出逢い

店舗モデルの進化

- ✓ ワークショップ強化による新規客獲得とリピーター確保
- ✓ 店舗改装による新規顧客層の取り込みとリピーター確保(中計期間中40店舗程度)
- ✓ 企画商品(インフルエンサー、キャラクター)の開発強化

収益性の向上

- ✓ 他社とは差別化したオリジナル商品の開発強化
- ✓ 市場リサーチによる価格の最適化
- ✓ グループ共同仕入等による粗利向上

店舗とECの連携

- ✓ データを活用したOMO(Online Merges with Offline)推進し、お客様一人ひとりの好みに合わせた情報をお届けし、欲しいものがすぐに見つかる、ストレスフリーな買い物体験を提供



商品開発強化

「手芸缶」第4弾は人気ハンバーガー
チェーン店とコラボ、
商品開発強化で手芸
の裾野拡大を目指す



編物関連好調

前期に引き続き編
み物関連商品は好
調に推移、
秋冬毛糸の早期導
入も売上貢献



講習会強化

52店舗で初心者向けの編み物
講習会を開催
講習会を定着させ、コト体験に特
化した新たな店舗モデルの確立
を目指す

商品価格適正化

収益性向上に向けて、市
場リサーチにより適正価
格を検証、順次商品価格
適正化を実施、
さらに割引制度の見直し
により粗利を確保

出版・教育セグメント戦略

- 伝統的な手づくりの世界にデジタルを融合、顧客体験の向上・業務効率化・収益性向上を目指す
- 『手芸検定』等新たな取り組みを通じ、新たな手芸ファンを創出

1 顧客体験の向上

- EC事業本格化
- オンライン事業黒字化

2 業務効率化

- データドリブン経営の強化
- クラウド配信ビジネス構築

3 収益性の向上

- 受講生獲得強化
- 原価増への対策強化



EC事業の本格スタート

- ✓ ECサイトをリニューアル、従来の商品・サービスのショッピングサイトから「手づくり」の楽しさ・魅力・物語などをお伝えするメディアサイトへ
- ✓ オンライン事業強化、黒字化へ

新入生獲得強化

- ✓ スクラップ&ビルドを進めながら、新講座20講座、曜日にとられないフレキシブルな短期集中講座を中心に合計30講座を目指す
- ✓ 手芸検定スタート

収益性の向上

- ✓ 事業別構造改革実施固定費削減
グループ内連携しSCM等見直し、原価圧縮
- ✓ 新たな有料会員制度の設置

受講生満足度向上

- ✓ 受講生同士のコミュニティ形成を推進
講座内作品発表会を恒常的に実施
- ✓ デザインなど手芸以外の講師も招き作品制作を徹底サポート



ECサイト強化

コンテンツ型ECサイトとして手芸市場でのオンラインワンポジションを確立すべく、ECサイト再構築を進行、リニューアルオープンの準備施策として書籍の送料無料化やクーポン配布を実施
2025年10月にリニューアルオープン

構造改革推進

構造改革に向けた専担部署を設置、
収益性の向上に向け、抜本的な構造改革を目指す



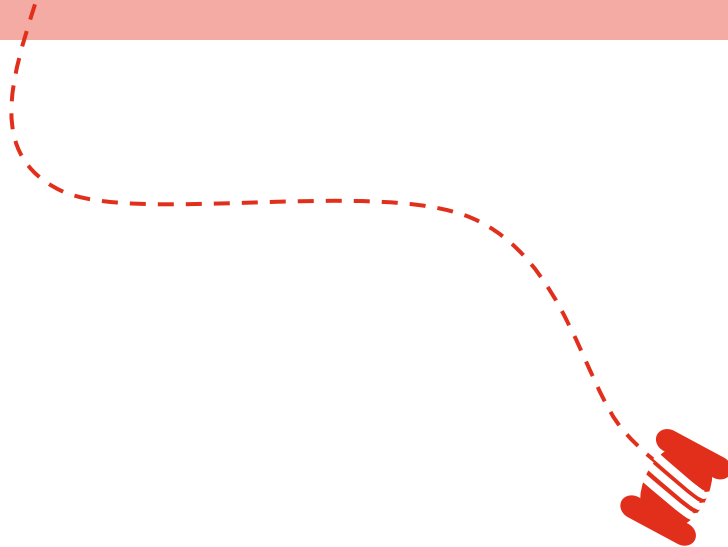
受講生獲得強化

受講生獲得施策として入会金0円など特典が得られるキャンペーンを実施、受講生数増加に寄与



第1回 手芸検定

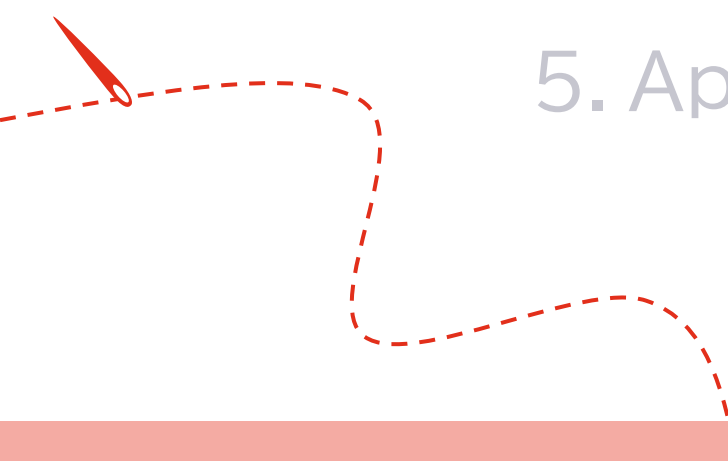
あみもの・刺しゅう・ソーイングの基礎知識を、クイズ感覚で学べるエンターテインメント型検定を主催
2026年1月開催予定



1. 第1四半期決算説明

2. 各社取組について

3. 2026年6月期業績予想



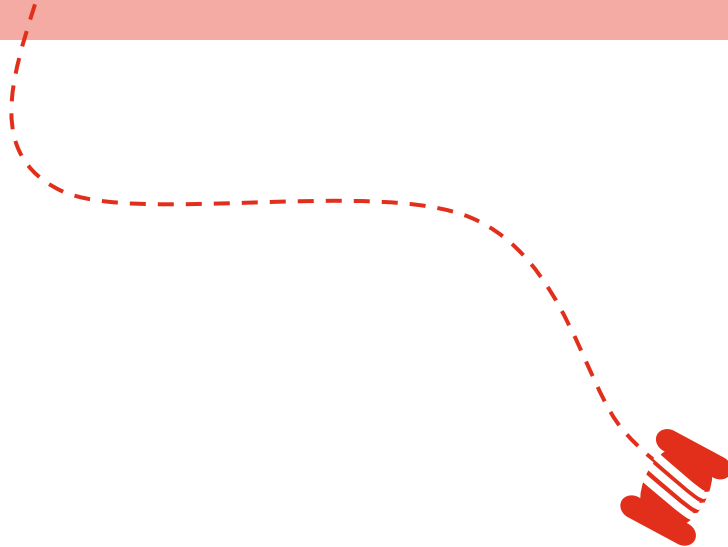
5. Appendix

2026年6月期業績予想 ～最終黒字計上へ～

- 主力の小売事業は安定的に利益計上
- 新中期経営計画のもと、新たな手芸ファン獲得へグループ各社施策推進、最終黒字計上へ

(単位：百万円)

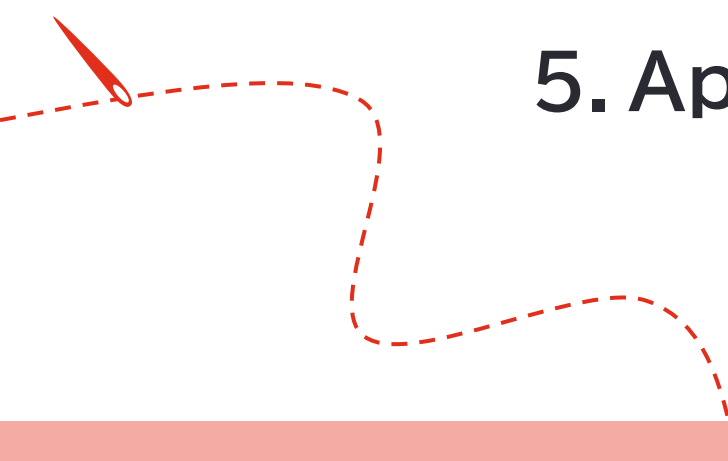
	2024年6月期		2025年6月期		2026年6月期			
	実績	構成比	実績	構成比	通期予想	構成比	前期差	前期比
売上高	15,393	100.0%	14,045	100.0%	14,598	100.0%	552	103.9%
売上総利益	8,308	54.0%	8,067	57.4%	8,465	58.0%	397	104.9%
販売管理費	9,901	64.3%	8,001	57.0%	8,130	55.7%	128	101.6%
営業利益	△ 1,592	-	65	0.5%	334	2.3%	268	508.7%
経常利益	△ 1,665	-	4	0.0%	262	1.8%	257	-
当期純利益	△ 2,091	-	△ 257	-	178	1.2%	435	-

A red dashed line starts from the top edge, curves downwards and to the left, and ends with a red hand icon pointing towards the text.

1. 第1四半期決算説明

2. 各社取組について

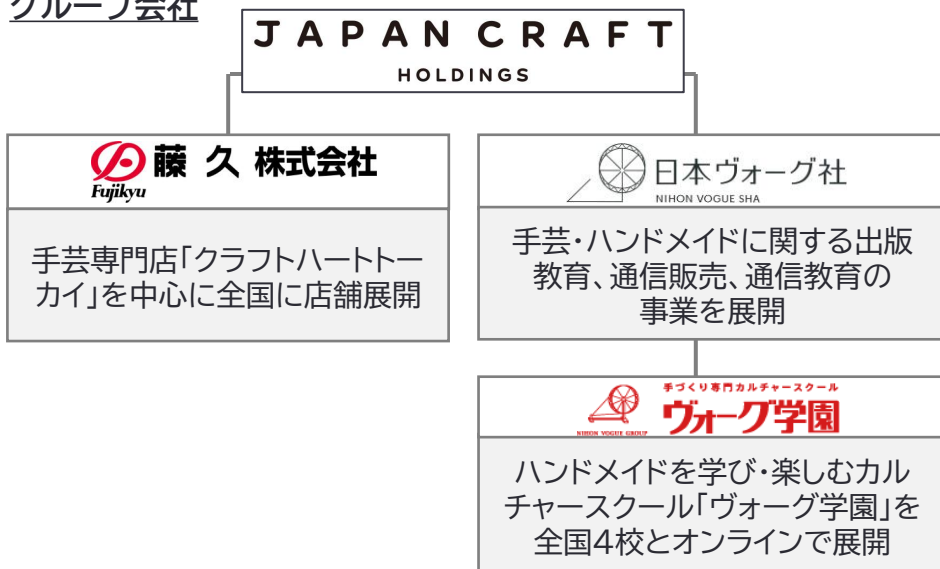
3. 2026年6月期業績予想

A red dashed line starts from the left edge, curves upwards and to the right, and ends with a red hand icon pointing towards the text.

5. Appendix

商号	ジャパクラフトホールディングス株式会社 (JAPAN CRAFT HOLDINGS CO.,LTD.)
設立	2022年1月4日
資本金	1億円
代表取締役	堀 孝子
本社所在地	愛知県名古屋市名東区高社一丁目210番地
事業内容	子会社等の経営管理及びこれらに附帯又は関連する一切の事業
上場取引所	東証スタンダード、名証プレミア(コード:7135)

グループ会社



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。

行動指針

- 熱意** を持って、お客様の期待に応えよう
常にお客様視点を持つ
- 使命感** を持って、創意工夫と新たな挑戦を続けよう
今日より明日の成長
- 信用** を得て、誇れる企業グループへ育てよう
ステークホルダーからの信用維持

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

2005年 11月 オンラインショップ「シュゲール」楽天店を開店

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

2018年 5月 スマートフォン向け公式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)」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

2022年10月 「ジャパクラフトホールディングス(株)」に社名
変更

2023年7月 (株)IKホールディングスと業務提携

2023年10月 東京証券取引所スタンダード市場へ市場変更

2024年9月 トーカイグループ全店にて「楽天ポイントカード」を導入

1958年 1月 「株式会社日本ヴォーグ社」設立

1977年 6月 「株式会社ヴォーグ学園」設立

2022年10月、3社が
ジャパクラフトホールディングス
グループとして新たにスタート

JAPAN
CRAFT

近年の主な歩み

2021年

■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

■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

■ジャパクラフトホールディングスへ社名変更

「手づくりを通して豊かな心を育み幸せを紡ぐ。日本全国にわたり、手づくり文化を継承し、持続可能な社会の実現に貢献する」との
思いを籠めて社名を変更

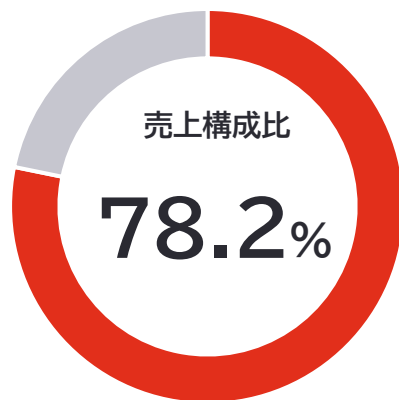
2022年

■藤久 B to B事業本格展開の開始

ホームセンター大手DCM(株)店舗の手芸用品売場、書店、商業施設、携帯ショップ等
へ商品・サービスを展開し収益力強化
取引先の集客に寄与するとともに自社店舗・EC サイトからはアプローチできない
顧客層を開拓

2023年～

小売事業



手芸専門店
「クラフトハートトーカイ」を
中心に全国に店舗展開



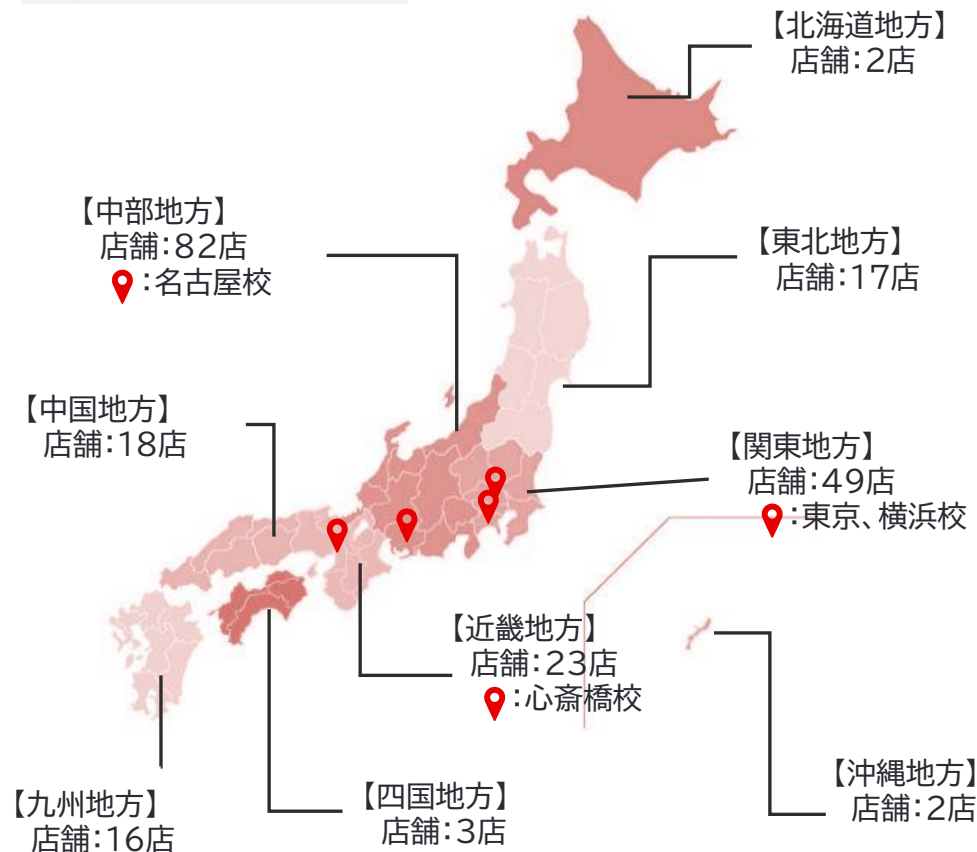
店舗:手芸専門店
📍:ヴォーグ学園

出版・教育事業



手芸・ハンドメイドに関する
出版、教育、通信販売
通信教育の事業を展開

カルチャースクール
「ヴォーグ学園」を全国4校
とオンラインで展開



※ 2025年9月30日時点

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

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。

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。

行動指針

- 熱意** を持って、お客様の期待に応えよう 常にお客様視点を持つ
- 使命感** を持って、創意工夫と新たな挑戦を続けよう 今日より明日の成長
- 信用** を得て、誇れる企業グループへ育てよう ステークホルダーからの信用維持

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	ジャパンプラフト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.jcraft-hd.co.jp/