

7483 株式会社ドウシシャ

東証1部

2012年3月期決算概要

5月16日、株式会社ドウシシャ(以下、ドウシシャ)の2012年3月期決算説明会が行われましたので、その概要をご案内申し上げます。

2012年3月期 連結決算概要

【表1】にあるとおり、12/3月期(以下、当期)は、前期比増収・増益で、売上高、利益ともに過去最高を更新した。卸売型事業に比べ、粗利率が高い開発型事業の売上高が前期比10.8%増加し、利益増に貢献した。地デジ特需の反動により、TVを中心に扱うA&V事業部の売上高が第3四半期以降大きく落ちたが、それ以外のカテゴリーの商品販売が伸びたため、通期では過去最高の売上高となった。

● 【表1】 2012年3月期 連結業績の概要

連結 (百万円)	11/3月期		12/3月期			
	実績	構成比	10/06付予想	実績	構成比	前期比
売上高	93,494	100.0%	103,000	102,619	100.0%	9.8%
開発型	49,281	52.7%	55,358	54,602	53.2%	10.8%
卸売型	41,991	44.9%	45,309	45,597	44.4%	8.6%
その他	2,221	2.4%	2,332	2,419	2.4%	8.9%
売上総利益	23,129	24.7%	25,400	25,354	24.7%	9.6%
販売管理費	15,431	16.5%	16,400	16,487	16.1%	6.8%
営業利益	7,698	8.2%	9,000	8,866	8.6%	15.2%
経常利益	7,614	8.1%	9,000	8,917	8.7%	17.1%
当期純利益	4,395	4.7%	5,300	5,001	4.9%	13.8%

注)表はいずれも、(株)ドウシシャの開示データ、ならびに説明情報を基に(株)トリアスにて作成

● 【表2】 当期貢献したカテゴリー

開発型	LED照明	低価格・高機能性化粧品
	デザイン家電(扇風機・加湿器・暖房機)	アパレル
	スポーツジャグ・マグボトル	シューズ
	圧力鍋	ワイン
	イルミネーションライト	第3のビール
	マリン用品	100円均一商材
卸売型	冷感グッズ	
	有名ブランド	インポートブランド
	ギフト	(時計・バッグ・ジュエリー)
	ナショナルブランド加工	中元・歳暮の高割引ギフト
		手土産ギフト、ビールギフト
		仏事・返礼ギフト

このメモは投資判断の参考となる情報の提供を目的としたもので、投資勧誘を目的として作成したものではありません。このメモに記載されている内容は、信頼できると考えられる情報に基づいて作成されていますが、当社はその正確性・完全性を保証するものではありません。また、ここに記載された内容・意見は当該説明会時、ならびにあるいは取材時における判断であり、今後、事前の連絡なしに変更されることもあります。投資に際しての最終決定は投資家の皆様ご自身の判断と責任においてなされるようお願いいたします。

開発型事業

電力不足を背景として、“節電”・“猛暑”対策商品の強化を行ったことが奏功した。扇風機やLED照明などの節電対策商品の販売増や、汗拭きシートやミストファンなど当期新商品の量産体制が既に万全に整っていたことから、震災特需にスムーズに対応できたことが大きかった。消費者のエコロジー志向を背景とするライフスタイルの変化を反映し、氷かき器や扇風機など成熟、衰退していた商品群が成長分野となってきたが、この傾向は今後も続くと考えているとのこと。

さらに、エコや内食志向の高まりから、“マグボトル”、“圧力鍋”、“調理家電”の需要が高まった。

前期に引き続き企画ワインも好調に推移した。

卸売型事業

高単価・高割引関連ギフトの販売が増加したことや、仏事・返礼関連などの営業強化により、新規市場の開拓に成功した。時計・バッグ関連については、低価格帯のカジュアルブランドを中心に、販売が伸長した。

その他

販売チャネル別売上高では、スーパーマーケット、ホームセンター、ディスカウントストアが前期比 10%以上の売上増となった。さらに、靴・インポート専門店、100円均一ショップ、ネット通販は、前期比 30%超の売上高増となった。

連結貸借対照表上の特記事項としては、売上・利益の増加により、現預金、受取手形、売掛金が増え、また発注精度が向上したことにより、たな卸商品が減少した。また、子会社の借入金をドウシヤ本体からの借入りに切り替えたことから、固定負債が減少した。

2013年3月期 連結業績予想と重点施策

ドウシヤでは13/3月期の連結業績として、【表2】のとおり、商品開発強化をはじめとした、いくつかの重点施策を行うことで、当期をさらに上回る業績を予想している。

● 【表3】 2013年3月期 連結業績予想

連結 (百万円)	12/3月期(実績)			13/3月期(予想)			
	上半期	下半期	通期	上半期	下半期	通期	前期比
売上高	50,940	51,679	102,619	50,000	55,000	105,000	2.3%
開発型	27,428	27,174	54,602	25,300	28,500	53,800	-1.5%
卸売型	22,399	23,198	45,597	23,600	25,100	48,700	6.8%
その他・関連会社	1,112	1,307	2,419	1,100	1,400	2,500	3.3%
売上総利益	12,461	12,893	25,354	12,600	13,700	26,300	3.7%
販売管理費	8,293	8,194	16,487	8,200	8,800	17,000	3.1%
営業利益	4,167	4,699	8,866	4,400	4,900	9,300	4.9%
経常利益	4,167	4,750	8,917	4,400	4,900	9,300	4.3%
当期純利益	2,424	2,577	5,001	2,600	2,800	5,400	8.0%

注)13/3月期予想は、2012年5月8日付会社予想

● 【表4】 2013年3月期重点カテゴリー

開発型	LED照明	ローアルコール飲料、第3のビール
	デザイン扇風機	ワイン
	マグボトルシリーズ	高機能性化粧品
	圧力鍋	スチールラックシリーズ
	自転車	A&V(音響関連)
	マリン用品	
卸売型	有名ブランド	インポートブランド (時計・バッグ・ジュエリー)
	ギフトNB加工	中元・歳暮の高割引ギフト 手土産ギフト、ビールギフト 仏事・返礼ギフト

注)太字は新カテゴリー

商品開発施策

1. 時流・消費者ニーズを取り込んだ商品のスピード開発を行う。取扱商品の壁を作らず自由な発想で商品開発を行うのがドウシヤの特徴。しかし、自由度が増すことに伴い生じる部門間の重複対策などのため、東京に開発型の商品部を集約させ、効率性の向上や企画、販売までのスピードを増す体制を構築した。
2. 業態販売にあわせて大手得意先だけでなく、あらゆる得意先に自社ブランドやプライベートブランド商品を開発しているが、さまざまな先よりOEMや別注企画の要望が増加している。重点得意先には専門部隊をおいているが、今後もこうした組織を増やし商品開発を強化していく方針。

販売施策

1. 開発型事業

真空ステンレスではニッチ・ニーズの深堀から新たに保温だけでなく夏の冷たい食品に対応するフードポットを販売展開する。また“デザイン”・“値ごろ”に“省エネ機能”を加えた家電の拡販を目指す。今回の注目商品として、船舶用プロペラのナカシマプロペラ株式会社との共同開発により、風力・低電力性・清音性を兼ね備えたデザイン扇風機(カモメファン)を拡販する。そして当期黒字化したLED照明、高機能化粧品の販売拡大を狙い、収益改善を図る。LED照明については、店舗向けの照明販売を開始し、取り付け工事までを全て請け負うなどして、数多くの得意先・仕入先があるメリットを活かして拡販する。

2. 卸売型事業

大手量販店で販売が拡大してきているバラエティギフトの販路拡大を目指す。新たに販売するラーメンギフトでは、有名な100種の販売により、イベント性、店頭活性化が図れることに加え、関連器物と合わせて販売することで、新しい売り方、売り場を創出し、販売拡大を狙う。有名ブランドについては、時計を八百屋に販売する発想で、既存の売り場にこだわらず市場を新たに開拓していく。また、商品を単品で売るのではなく、企画から売り場作りまでまとめてトータルプロデュースを行う。今期は、新しいカジュアルブランドを売り場に合わせた什器に絡めて販売し、ブランド事業の拡大を目指す。

その他施策

大手得意先との取組強化で売り場シェアの拡大を目指すとともに、当期伸長したビューティ関連商品やデザイン家電などの海外販売を強化していく。

中国リスクを分散し、海外生産体制を強化するため、タイ、ベトナム、バングラディッシュでの生産を増やす。

中期経営計画について

中期経営計画として、既存部門の成長・分割、新しいカテゴリーの開発を中心に16/3月期の売上高を1,500億円、営業利益を130億円と設定した。これは将来目指すところの50億円50部門で売上高2,500億円に向けた通過点として、達成していく計画。現状19部門と2つの子会社を合わせて21部門で約1,030億円の売上高を実現している。そのうち、当期で前期比2桁増の売上高となった部門は10部門、利益では13部門となっており、ドウシヤでは今後の伸びしろはまだまだあると考えている。

質疑応答

Q1. 今期予想が保守的に見受けられるが、その理由は何か。前期が好調だったことの反動と考えてよいか。

A1. 今期は、地デジ特需後のTV販売の影響がどの程度なのかが不透明であることを計画に入れており、比較的保守的に見積もっている。

Q2. 海外戦略について、中期経営計画の売上高 1,500 億円のうち、どの程度の規模を想定しているのか。

A2. 1 部門程度の収益だと考えている。デザイン家電や機能の優れた化粧品類が売れると想定しており、これらに特化して進めていく予定である。米国でも販売が始まる見通しで、下期にも発表できるようにしたい。

Q3. 去年は上期、特に第1四半期に TV と猛暑関連で利益が伸びたが、今期は TV 販売をかなり保守的にみているとのことだが、これらの分野の今期見通しはどうか。

A3. 猛暑関連は、現状発注量が前期よりも増加しており、前期以上に売れると想定している。一方、TV販売は前期よりも厳しい状況にある。ただし、ナショナルブランドメーカーをはじめ在庫が減少しているため、更なる価格の急激な引き下げはないと見ている。したがって、得意先のシェア自体は高まるとみているが、今期予想としては、保守的な見通しをしている。■

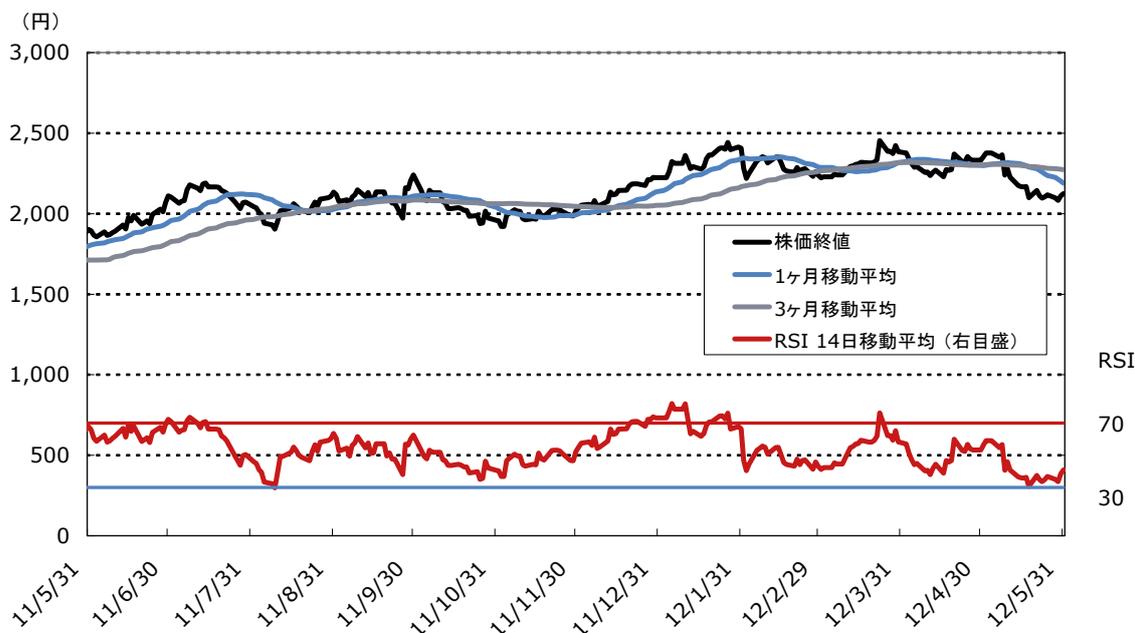
● 連結主要指標

連結主要データ			連結主要データ		
発行済み株式数(株)	2012.3月	18,687,818	総資産(百万円)	2012.3月	58,095
うち自己株式数(株)	2012.3月	193,067	自己資本(百万円)	2012.3月	45,395
時価総額(百万円)	2012.5.31	39,693	有利子負債(百万円)	2012.3月	2,714
1株当純資産(円)	2012.3月	2,454.52	自己資本比率(%)	2012.3月	78.1%
ROE(%)	2012.3月	11.7	有利子負債比率(%)	2012.3月	6.0
ROA(%)	2012.3月	9.0	フリーキャッシュフロー(百万円)	2012.3月	8,226
PER(倍)	2012.3月予	7.3	注 ROE=当期純利益÷期首と期末の自己資本の平均		
PCFR(倍)	2012.3月	7.2	ROA=当期純利益÷期首と期末の総資産の平均		
PBR(倍)	2012.3月	0.9	PCFR=時価総額/(当期純利益+減価償却費)		
株価(円)	2012.5.31	2,124	日々平均出来高=過去1年間の平均		
単元株数(株)	2012.5.31	100	有利子負債比率=有利子負債÷自己資本		
日々平均出来高(株)	2012.5.31	65,122	フリーキャッシュフロー(FCF)=営業CF+投資CF		

連結 (百万円)	売上高	営業利益	経常利益	純利益	1株益(円)	1株配(円)
2009年3月期	80,898	5,014	5,131	2,558	140.94	45.00
2010年3月期	86,629	7,701	7,593	4,293	236.54	55.00
2011年3月期	93,494	7,698	7,614	4,395	242.20	55.00
2012年3月期	102,619	8,866	8,917	5,001	274.91	60.00
予2013年3月期第2四半期	50,000	4,400	4,400	2,600	140.58	30.00
予2013年3月期	105,000	9,300	9,300	5,400	291.97	60.00

注：2013年3月期予想は、2012年5月8日発表の会社予想

● 株価チャートとRSI



出所：BloombergのデータをもとにTrias作成

注：RSI(Relative Strength Index)とは株価の「買われ過ぎ度」や「売られ過ぎ度」を指数で表したものである。一般的にRSIが70を超えると高値圏、30以下では安値圏に位置していると言われている

RSI = N日間の値上がり幅平均 ÷ (N日間の値上がり幅平均 + N日間の値下がり幅平均) × 100

このメモは投資判断の参考となる情報の提供を目的としたもので、投資勧誘を目的として作成したものではありません。このメモに記載されている内容は、信頼できると考えられる情報に基づいて作成されていますが、当社はその正確性・完全性を保証するものではありません。また、ここに記載された内容・意見は当該説明会時、ならびに/あるいは取材時における判断であり、今後、事前の連絡なしに変更されることもあります。投資に際しての最終決定は投資家の皆様ご自身の判断と責任においてなされるようお願いいたします。