

7483 株式会社ドウシシャ

東証1部

2012年3月期第2四半期決算概要

11月16日、株式会社ドウシシャの2012年3月期第2四半期決算説明会が行われました。以下、その概要をご案内申し上げます。

2012年3月期 第2四半期累計期間 決算概要

【表1】にある通り、12/3月期第2四半期累計期間(=上期)は、売上高、利益ともに前年同期を上回った。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年同期比30.8%増加し、利益の増加に貢献した。売上の伸びに比べ、販売促進経費や人件費等が抑制されたことにより、販売管理費率は低下した。

● 【表1】2012年3月期第2四半期 連結業績の概要

連結 (百万円)	11/3月期		12/3月期			
	上期実績	構成比	5/10付予想	上期実績	構成比	前年同期比
売上高	41,718	100.0%	44,600	50,940	100.0%	22.1%
開発型	20,971	50.3%	22,500	27,428	53.8%	30.8%
卸売型	19,743	47.3%	21,100	22,399	44.0%	13.5%
その他	1,003	2.4%	1,000	1,112	2.2%	10.9%
売上総利益	10,634	25.5%	11,200	12,461	24.5%	17.2%
販売管理費	7,555	18.1%	8,000	8,293	16.3%	9.8%
営業利益	3,079	7.4%	3,200	4,167	8.2%	35.3%
経常利益	3,041	7.3%	3,200	4,167	8.2%	37.0%
当期純利益	1,768	4.2%	1,900	2,424	4.8%	37.1%

注)表はいずれも、(株)ドウシシャの開示データ

開発型事業では、前下期、エコポイントや地デジへの切り替え特需が液晶TVにあったが、今上期は液晶TVの切り替え特需効果以上の売上高となった。地デジへの完全移行に伴い、液晶テレビの需要が引き続きあったほか、震災以降、消費者ニーズの変化を見越し、“節電”、“暑さ”対策商品の強化を行ったことが奏功した。特に、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今期の新商品として既に量産体制が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。また、今期から「ワンピース」関連商品のライセンス生産を開始したことで、キャラクターグッズの売上も増加した。このほか、隙間マーケットを狙ったマーケティング強化を行った商品として、機能性シャンプーやスポーツ衣料、空間を効果的に利用するようなインテリア収納ハンガーの販売が伸長した。

卸売型事業では、震災の影響でお見舞い等にも最適な手土産ギフトが好評で、東北地区でのギフトが前年同期比1.3倍以上の伸びとなったほか、新商品のビールギフトの販売が堅調だった。時計・バッグ関連については前期に引き続き、カジュアルブランドを中心に販売が伸長した。

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。

販売チャネル別売上では、震災後の特需の影響からホームセンター向けが前年同期比 29.0%増、液晶テレビ関連の販売増により家電量販店の売上が同 41.6%増と、大きく拡大した。このほか、ドラッグストア、ネット通販、100均ショップ、海外販売についても、売上が拡大した。

連結貸借対照表上の特記事項としては、商品・製品が11/3月期末に対して2億3,000万円減少した。在庫抑制に取り組んだ結果、売上が伸長する中での在庫減少となった。

キャッシュフロー計算書では、減価償却費が7,700万円増加した。これは、2月に東京新社屋の取得(税込約46億円)によるもの。新社屋については、立地的影響により営業マンと顧客とのコミュニケーション向上というメリットがあり、間接的に業績拡大に貢献している、と会社は見ている。

2012年3月期 通期業績予想

12/3月期の連結業績予想は【表2】の通りで、10月6日付修正予想への変更はない。今上期は、地デジ完全移行に伴う液晶TVや復興関連品に対する特需があったが、下期以降は特需の減少により、減収を心配する声もあるが、足元は各月とも、前年を上回るペースで進捗している。なお、会社も、下期以降の特需の反動減を計画に織り込んでいる。下期のAV関連商品売上は、前上期に対し、今上期が36億円の増加であったが、下期は同20億円のマイナスを想定している。

● 【表2】2012年3月期通期業績予想

連結 (百万円)	11/3月期(実績)			12/3月期			
	上期	下期	通期	上期(実績)	下期(予想)	通期(予想)	前期比
売上高	41,718	51,776	93,494	50,940	52,060	103,000	10.2%
開発型	20,971	28,310	49,281	27,428	27,930	55,358	12.3%
卸売型	19,743	22,248	41,991	22,399	22,910	45,309	7.9%
その他・関連会社	1,003	1,218	2,221	1,112	1,220	2,332	5.0%
売上総利益	10,634	12,495	23,129	12,461	12,939	25,400	9.8%
販売管理費	7,555	7,876	15,431	8,293	8,107	16,400	6.3%
営業利益	3,079	4,619	7,698	4,167	4,833	9,000	16.9%
経常利益	3,041	4,573	7,614	4,167	4,833	9,000	18.2%
当期純利益	1,768	2,627	4,395	2,424	2,876	5,300	20.6%

注)12/3月期予想は、2011年10月6日付の会社予想

開発型事業において、液晶テレビは大型ではなく21インチ以下の販売を主力としているため、一家に2台目といった、セカンドニーズも出てくると見通している。また、震災後の消費者ニーズは、引き続き変化していくと同社は考えており、省エネや内食などの消費者ニーズに対応した商品開発を強化していく。また、デザイン性を高め、加湿器や暖房器など、デザイン性と機能性の両方を持った商品の開発を行い、拡販につなげる計画だ。販売先では、100均ショップ向けに商品の品種・品目が増加しており、今後とも当該チャネルに対する販売を強化していく。

卸売型事業では、既存の売り場にこだわらない市場を新たに創造することで、ギフトや有名ブランド商品の売上拡大を目指す。

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。

● 【表3】下期新商品の一例

ビジネスモデル	事業部	主力カテゴリー	新商品例	企画テーマなど
開発型	ホームリビング ライフスタイル	収納インテリア	LED照明	節電対策
		ハウスウェア	圧力鍋・ホーロー鍋	省エネ
		デザイン家電	セラミックヒーター	省エネ
	A&V関連	中小型液晶テレビ	デジタルサイネージ	新規分野
			車内・浴室用小型テレビ	用途別
フード・リカー	菓子	ポータブルバッテリー	蓄エネ	
卸売型	ギフト	オリジナルギフト	デコレーションチョコペン	新企画
	有名ブランド	時計、バッグ、ジュエリー		売場企画

来期以降の取組みについて

2012年3月期に売上高1,000億円超えを想定しており、会社はそこから新しいステージとの認識を持っている。同社のビジネスモデルの強みである、1) 大手小売業やメーカーが、取り扱いや開発が難しい商材の開発・調達というニッチマーケットに強いこと、2) 3,500社以上の取引先を有し、大量・多品種・少ロット・ローコスト生産が可能であること、3) ファブレスメーカーとして1,500社以上の仕入先を有すること、4) あらゆる業態・得意先にマッチした、スピード感ある商品開発体制と仕組みを有すること、5) 品質管理、分析検査などの内製機能を強化していること、6) ローコスト経営、という6つの力を活かし、“年商50億円/部門×50部門”というビジョンに向けて、本格始動する。それに際し、2010年から開始した海外での販売強化を推進し、ヨーロッパをはじめ中国、韓国等での展開を想定。早期に売上高10億円台を達成する計画だ。

質疑応答

Q1. 今期計画につき、下期は特需減少を想定し、少し保守的な予想を立てているのか。

A1. 10月については、計画と前年同月ともに上回る進捗となっており、減速感は見られない。AVの特需関連の反動減は予想に織り込む一方、その他の新商品による売上の上乗せを計画している。

Q2. 新たな成長ステージに入るとのことだが、通期決算時期までに、中期的な目標及び戦略、施策を立てられる予定か。

A2. 現在、その前提で既に取り組みを開始している。

Q3. 下期以降、円高メリットをどのように織り込んでいるか。

A3. 円高が収益に直接つながるわけではない。円高を店頭価格に反映させること、また価格的に今まで取り扱えなかった商品の取り扱い幅が広がることにより、売上増加、業績拡大につながる。

Q4. 粗利率について、来期以降、液晶TVの比率が下がることから、粗利率は改善すると考えるが、来期以降の改善目処はどの程度か。

A4. 現状、特需前の水準である25%から25.5%程度に改善すると見ている。■

● 連結主要指標

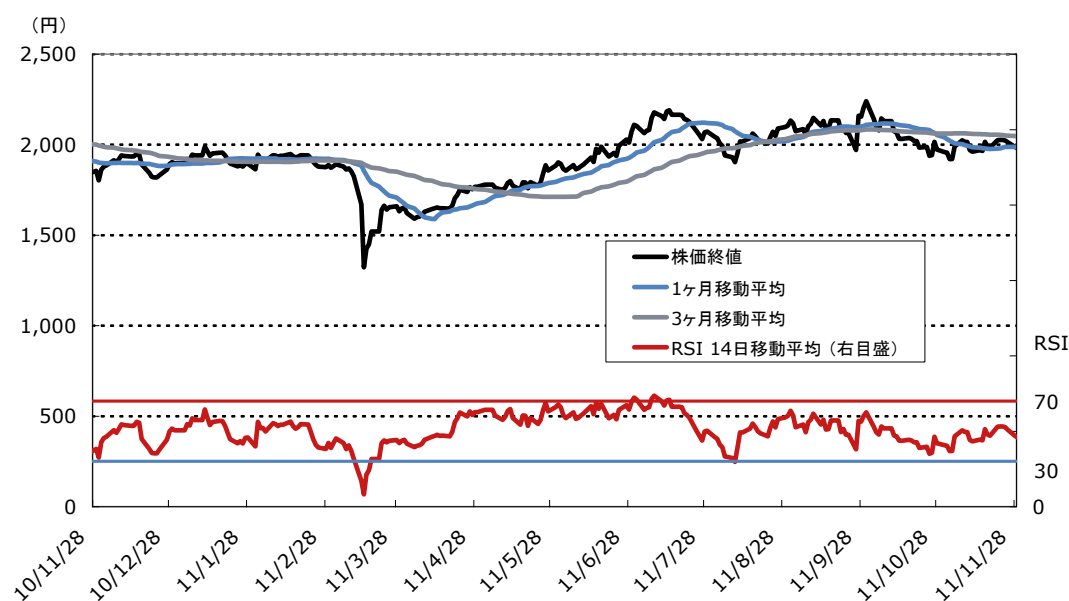
連結主要データ			連結主要データ		
発行済み株式数(株)	2011.9月	18,687,818	総資産(百万円)	2011.3月	53,154
うち自己株式数(株)	2011.9月	538,117	自己資本(百万円)	2011.3月	40,403
時価総額(百万円)	2011.11.28	37,133	有利子負債(百万円)	2011.3月	5,095
1株当純資産(円)	2011.3月	2,226.15	自己資本比率(%)	2011.3月	76.0
ROE(%)	2011.3月	10.9	有利子負債比率(%)	2011.3月	12.6
ROA(%)	2011.3月	8.3	フリーキャッシュフロー(百万円)	2011.9月	3,996
PER(倍)	2012.3月予	6.8	注 ROE=当期純利益÷期末自己資本		
PCFR(倍)	2011.3月	7.8	ROA=当期純利益÷期末総資産		
PBR(倍)	2011.3月	0.9	PCFR=時価総額/(当期純利益+減価償却費)		
株価(円)	2011.11.28	1,987	日々平均出来高=過去1年間の平均		
単元株数(株)	2011.11.28	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)	2011.11.28	64,650	フリーキャッシュフロー(FCF)=営業CF+投資CF		

● 連結業績の推移

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)
08/3月期	83,140	5,143	5,183	2,849	154.42	45.00
09/3月期	80,898	5,014	5,131	2,558	140.94	45.00
10/3月期	86,629	7,701	7,593	4,293	236.54	55.00
11/3月期	93,494	7,698	7,614	4,395	242.20	55.00
12/3月期第2四半期(累計)	50,940	4,167	4,167	2,424	133.57	30.00
予12/3月期	103,000	9,000	9,000	5,300	292.02	60.00

注: 12/3月期予想は、2011年10月6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

$RSI = \frac{N日間の値上がり幅平均}{N日間の値上がり幅平均 + N日間の値下がり幅平均} \times 100$

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。