

決算説明会要旨

総利益率が過去最高で増益へ！

◆2020年3月期 第2四半期累計期間 連結決算概要

| 連結 (百万円) | 2019年3月期 第2四半期末 | | 2020年3月期 第2四半期末 | | 前年同期比 | | 参考 | | |
|-------------|--------------------|--------|--------------------|--------|-------|-------|-----------------|---------|--------|
| | 実績 | 構成比 | 実績 | 構成比 | 増減額 | 増減率 | 19-05-13付 予想 | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 48,477 | 100.0% | 48,313 | 100.0% | △ 163 | -0.3% | 50,000 | △ 1,686 | -3.4% |
| 開発型 | 24,580 | 50.7% | 24,753 | 51.2% | 173 | 0.7% | 25,150 | △ 396 | -1.6% |
| 卸売型 | 22,388 | 46.2% | 21,742 | 45.0% | △ 646 | -2.9% | 22,700 | △ 957 | -4.2% |
| その他 | 1,508 | 3.1% | 1,817 | 3.8% | 308 | 20.5% | 2,150 | △ 332 | -15.5% |
| 売上総利益 | 13,268 | 27.4% | 13,647 | 28.2% | 379 | 2.9% | 13,900 | △ 252 | -1.8% |
| 販売管理費 | 10,510 | 21.7% | 10,522 | 21.8% | 12 | 0.1% | 10,800 | △ 277 | -2.6% |
| 営業利益 | 2,758 | 5.7% | 3,124 | 6.5% | 366 | 13.3% | 3,100 | 24 | 0.8% |
| 経常利益 | 2,845 | 5.9% | 3,156 | 6.5% | 310 | 10.9% | 3,100 | 56 | 1.8% |
| 四半期純利益 | 1,861 | 3.8% | 2,138 | 4.4% | 277 | 14.9% | 2,150 | △ 11 | -0.5% |

売上高：483億13百万円（前年同期比0.3%減）、売上総利益：136億47百万円（同2.9%増）、販売管理費：105億22百万円（同0.1%増）、営業利益：31億24百万円（同13.3%増）、経常利益：31億56百万円（同10.9%増）、四半期純利益：21億38百万円（同14.9%増）となった。

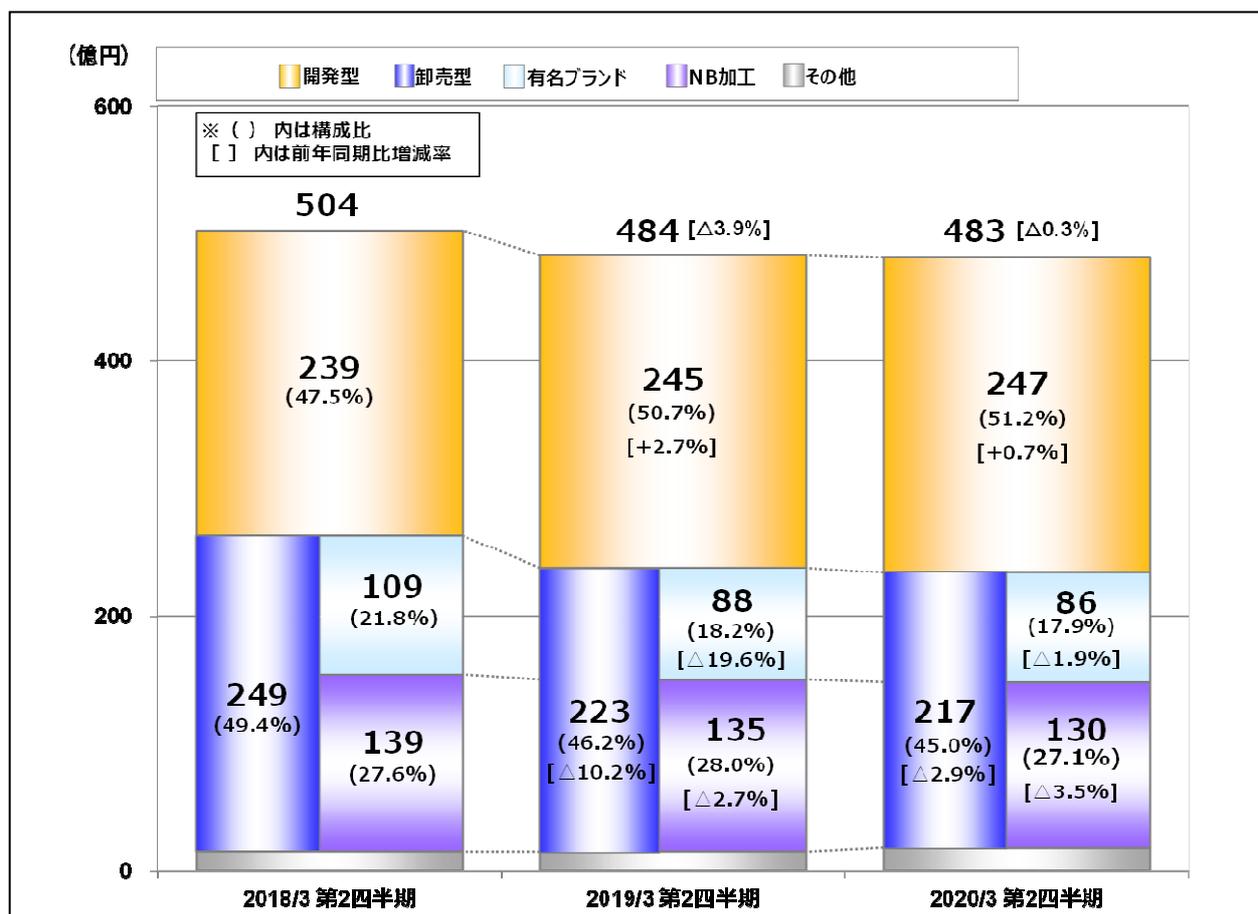
売上高の期初予想に対するセグメント別況は、開発型ビジネスモデルでアパレル、リビング収納をはじめとしたカテゴリーで計画通りに推移したが、夏場の天候不順や冷夏の影響により季節商品の販売が当初計画を下回り、計画比3億96百万円（増減率1.6%減）の計画未達となった。また、卸売型ビジネスモデルでは、有名ブランドの商品においては店頭売価5万円までの中価格帯を中心に前年同期より増収となったが、時計関連では前期より特定の高額ブランドの供給が著しく減少したことで減収となり、差し引き減収となった。また、ギフトNB加工ビジネスモデルでは、地域別・業態別に販売強化先を選定し、販売先毎のデータ分析の精度を上げながら在庫管理を徹底的に行った事で、売上総利益率が改善し増益となった。以上の結果、卸売型ビジネスモデルでは計画比9億57百万円（増減率4.2%減）の計画未達となり、全体では計画比16億86百万円の未達となった。

売上高総利益率は、メーカーとの仕入れ原価交渉、自社開発商品の構成が高まった事で過去最高の28.2%となり、前年対比・計画対比共に上振れとなった。

販売管理費は運送費の高騰による影響により毎年増加していたが、運賃の値上げをチャーター便や適地出荷などで抑制出来た他、木更津物流センターも本格的に稼働してきた事で、外注加工費・業務委託費・倉庫料に関しての経費削減が進んだ。また、9月に甚大な被害をおよぼした台風15号における影響については、千葉県木更津市にある関東物流センター建屋への被災はなかった。停電の影響により1週間、操業停止となったが関西の自社倉庫などからの振り替え対応により、業績面への影響は軽微であった。その他の経費では商品の広告宣伝費、昨年末にドウシヤグループとなったオリオン株式会社における本社建物の修繕費用で増加した。以上の結果、販売管理費は前年同期より12百万円の増加となったが、販売管理費率は前年同期+0.1%の21.8%となった。

◆2020年3月期 第2四半期累計期間 セグメント別の概況

当社では主に2つの事業セグメントを展開しており、開発型ビジネスモデルと卸売型ビジネスモデルに大別される。開発型ビジネスモデルでは、自社オリジナル商品の企画・製造・販売を行っている。卸売型ビジネスモデルでは、国内外の有名ブランドや国内大手メーカーより仕入れた商品の販売や販促企画を含めた総合提案型ビジネスを行っている。具体的には、ブランド時計やバッグ等の有名商品と、国内大手メーカーから仕入れた商品を独自にアソートして販売する中元・歳暮などのギフト商品、NB（ナショナルブランド）加工品を取り扱っている。



◆2020年3月期 第2四半期累計期間 チャンネル別実績

ディスカウントストアでは、有名ブランドやギフトの取り組みにおける販売が好調だったので前年同期比106%となった。ネット通販は、スチールラックをはじめとした収納インテリアやファッション雑貨などのEC専門店への販売が奏功し前年同期比121%と伸長した。一方で、時計・服飾専門店は高額ブランド減で82%となったが、その他の業態に関しては前年同水準で推移した。

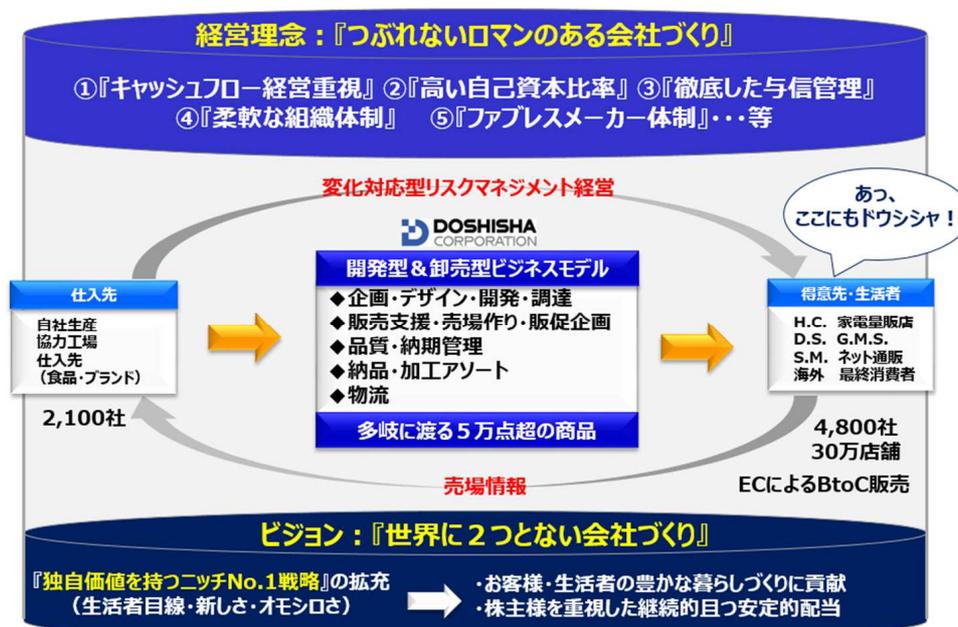
◆2020年3月期 通期 連結業績予想

| 連結 (百万円) | 2019年3月期 | | | 2020年3月期 | | | 前年同期比 | |
|-------------|----------|--------|--------|----------|--------|---------|-------|-------|
| | 上期 | 下期 | 通期 | 上期 | 下期 | 通期 | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 48,477 | 50,190 | 98,668 | 48,313 | 54,686 | 103,000 | 4,331 | 4.4% |
| 開発型 | 24,580 | 25,581 | 50,161 | 24,753 | 28,146 | 52,900 | 2,738 | 5.5% |
| 卸売型 | 22,388 | 23,085 | 45,474 | 21,742 | 23,957 | 45,700 | 225 | 0.5% |
| その他 | 1,508 | 1,524 | 3,032 | 1,817 | 2,582 | 4,400 | 1,367 | 45.1% |
| 売上総利益 | 13,268 | 12,891 | 26,160 | 13,647 | 14,652 | 28,300 | 2,139 | 8.2% |
| 販売管理費 | 10,510 | 10,088 | 20,598 | 10,522 | 11,077 | 21,600 | 1,001 | 4.9% |
| 営業利益 | 2,758 | 2,803 | 5,561 | 3,124 | 3,575 | 6,700 | 1,138 | 20.5% |
| 経常利益 | 2,845 | 3,219 | 6,065 | 3,156 | 3,643 | 6,800 | 734 | 12.1% |
| 当期純利益 | 1,861 | 2,402 | 4,263 | 2,138 | 2,511 | 4,650 | 386 | 9.1% |

通期の業績予想は期初予想からの変更はなく、売上高：1,030億円（前期比4.4%増）、売上総利益：283億円（同8.2%増）、販売管理費：216億円（同4.9%増）、営業利益：67億円（同20.5%増）、経常利益：68億円（同12.1%増）、当期純利益：46億5千万円（同9.1%増）と、増収増益を見込む。セグメント別売上高予想は、開発型ビジネスモデル：529億円（同5.5%増）、卸売型ビジネスモデル：457億円（同0.5%増）となる。

◆ドウシシャの価値創造サイクル（稼ぐ力の創出）

当社の強みは、つぶれないロマンのある会社づくりを実現する経営基盤と事業ポートフォリオを構築する3つのビジネスモデル。当社ではこれを、変化対応型リスクマネジメント経営と呼んでおり、市場の変化に対応しながらリスクを出来る限り分散し、そして常に新しい事にチャレンジしている。



また経営資産の強みは、「4,800社のあらゆる業種・業態への販路」、「2,100社以上のグループ内工場、外部委託工場、あらゆる商品の仕入ソース」を持っていること。そして当社の企画開発力をベースに、常に売場を見据え、その中心で事業フローのハンドリングを行っていることにある。当社では商品の企画・開発・調達～売場づくり、販売支援～アフターサービスと流通過程全体のプロデュースを行っており、取扱い商品も衣食住の多岐に渡り年間の取扱いSKU数は5万点以上、プライスレンジも100円均一から高級腕時計までと非常に幅広いジャンルで構成している。

その上で目指すビジョンに『世界に2つとない会社づくり』を掲げている。今後、世の中の変化や生活者が何を求めるかを予測するのは困難。どうなるか分からないからこそ、「生活者目線」、「新しいかどうか」、「面白いかどうか」を軸に、発想やアイデアを大切にしながらビジネス展開を重視している。そして、衣食住の隔たりなく、市場規模は小さくても構わないので、その事業や分野については絶対にNo.1になる。その集積で会社は何屋かわからない、わからないから競合比較できない。その追求結果が『世界に2つとない会社づくり』であり、それにより全ての生活者の豊かな暮らしづくりへの貢献、そしてステークホルダーの皆様にとって魅力ある企業に向けての価値向上に努める。

◆稼ぐ力の創出に向けた事業ポートフォリオ

当社では大きく3つ、『維持強化する事業』・『変革する事業』・『再生検討を行う事業』に分けて、進むべき方向性を考えている。市場の変化に合わせてこの組み合わせを入れ替える、これが持続的成長に向けた基幹戦略であり、これまでの業績推移の様に上がり下がりしながらも成長してきた原動力となる。

『維持強化事業』には、『開発型ビジネスモデル』、『新設の第4事業本部』、『Eコマースと海外販売』を位置付けた。『変化事業』には、事業効率改善や収益構造改革により成長軌道に向けて取り組む事業として『卸売型ビジネスモデルの有名ブランド事業・ギフトなどのNB加工事業』、『開発型ビジネスモデルの食品事業』を位置付けた。『再生検討事業』には、A&V関連事業を位置付けた。本事業では新たにグループ会社となったオリオン株式会社との新商品開発が進んだ為、今後の将来性を鑑みるべく事業継続とした。

◆2020年3月期 事業戦略

<全社戦略：物流改革 ～内製化&効率化の促進で収益構造の変革へ～>

今期も運送業者による配送費の値上げが見込まれている。当社では、衣料・食品・住居関連に渡る幅広いカテゴリーやサイズも大きなものから小さなものまで多種多様に取り扱っている為、全体の最適化を課題に掲げ、次の3つの物流費抑制策に取り組んでいる。2つの自社物流センターを拠点に、『委託倉庫から自社物流センターへの切り替えによる在庫保管料の削減』・『入出荷、加工作業の内製化切り替えによる委託作業料の削減』、『最適地からの出荷促進や個配から集約発送、共配による運賃削減』に取り組み、配送費値上げ対応と抑制を図る。この取り組みの推進により配送費の値上げ分を吸収し、下期の物流関連費用は上期同様に前年同水準となる見込。今後に関しては、更なる全体最適化による生産性の向上と抑制策の推進で物流関連費用の削減を図る。

<全社戦略：ブランディング ～『あっ、ここにもドウシヤ!』でブランディング強化へ～>

以前は、ファッションブランドやPBのプロダクトベースでブランディングを実施しており、今期からは『あっ、ここにもドウシヤ』をコンセプトに、コーポレートブランディングを推進している。日々の生活に密着した身近な商品を扱う上で、「新しい需要の創造」、「ニッチを攻める」、「独自を築く」の3つの価値観を重要視しており、『生活者に寄り添うライフスタイル創造カンパニー』として企業価値の向上を目指す。また今後はブランディングを推進し、「売り方」や「販促プロモーション」の強化を図る。今期4月に全面リニューアルしたコーポレートサイトを起点に、より生活者へ刺さりやすい・伝えやすい動画を使用した販促・マーケティングを強化する。

＜全社戦略：モノづくり力の強化＞

～オリオン株式会社との協業で自社開発4Kチューナー搭載のTVを発売！～

2018年12月に、オリオン株式会社を設立。このオリオン株式会社は、テレビのORIONブランドを持つオリオン電機株式会社から、プロフェッショナルサービス事業を譲り受けて運営している。メイン事業としてPS事業（プロフェッショナルサービス事業の略称。主に、製品開発に対するソリューション設計、基板回路の設計、ソフトウェアの開発を行う）を行っており、その開発力・技術力を活かして新たなカテゴリーの開発と品質管理の強化を行う他、外部受注への対応も行う。

事業戦略（トピックス）

得意分野毎に協業&専業でシナジーの創出に！

＜オリオン(株)概要＞

2018/11 ドウシャグループに！

ORION

- ジャパンブランド ORION
- 『技術力・開発力・品質管理力』 PS事業部

※PS事業：プロフェッショナルサービス事業の略称。
主に、製品開発に対するソリューション設計、基板回路の設計、ソフトウェア開発を実施。

協業でシナジーを創出！

カスタマーサービス事業を強化！

- ・品質保証&とアフターサービスの強化で安心・安全でCS向上へ！

専業でシナジーを創出！

4Kチューナー内蔵TVを販売！

＜取り組むメリット＞

- ・チューナー&メイン回路を自社開発！
- ・自社企画・開発・生産だからコストメリットが高い！



加えて、福井県のオリオン(株)本社にて当社の家電照明事業及びA & V関連事業部のカスタマーサービス業務を一元化しており、更なるアフターサービスと品質の向上を図る。商品開発面ではオリオン(株)との協業により、2020年の東京オリンピックに向けた需要の取り込みに向けて、自社開発の4Kチューナーを搭載したテレビを11月より販売した。

◆2020年3月期 配当政策

株主への利益還元は、継続的かつ安定的な配当を維持し、配当性向30%を目指す。今期は通期で50円とする。また、自社株買いに関しては9月末時点で641,400株取得し予定通りに推移している。

(2019年11月14日・東京)