

## 決算説明要旨

### ◆2024年3月期 第2半期累計期間 連結 決算概要

#### 業績予想対比 「開発型:達成・営業利益以下:達成」

| 連結<br>(百万円) | 2023年3月期<br>第2四半期 |        | 2024年3月期<br>第2四半期 |        | 前年同期比   |        | 業績予想対比 |         |       |
|-------------|-------------------|--------|-------------------|--------|---------|--------|--------|---------|-------|
|             | 実績                | 構成比    | 実績                | 構成比    | 増減額     | 増減率    | 予想     | 増減額     | 増減率   |
| 売上高         | 52,404            | 100.0% | 51,860            | 100.0% | ▲ 544   | -1.0%  | 53,500 | ▲ 1,639 | -3.1% |
| 開発型         | 26,223            | 50.0%  | 27,593            | 53.2%  | 1,370   | 5.2%   | 27,400 | 193     | 0.7%  |
| 卸売型         | 23,414            | 44.7%  | 22,297            | 43.0%  | ▲ 1,117 | -4.8%  | 24,000 | ▲ 1,702 | -7.1% |
| その他         | 2,766             | 5.3%   | 1,969             | 3.8%   | ▲ 796   | -28.8% | 2,100  | ▲ 130   | -6.2% |
| 売上総利益       | 14,231            | 27.2%  | 14,984            | 28.9%  | 752     | 5.3%   | 15,100 | ▲ 115   | -0.8% |
| 販売管理費       | 10,392            | 19.8%  | 10,717            | 20.7%  | 325     | 3.1%   | 11,020 | ▲ 302   | -2.7% |
| 営業利益        | 3,839             | 7.3%   | 4,266             | 8.2%   | 426     | 11.1%  | 4,080  | 186     | 4.6%  |
| 経常利益        | 3,954             | 7.5%   | 4,384             | 8.5%   | 430     | 10.9%  | 4,080  | 304     | 7.5%  |
| 四半期純利益      | 2,641             | 5.0%   | 2,931             | 5.7%   | 289     | 11.0%  | 2,750  | 181     | 6.6%  |

当上半期は、原材料価格の高騰や円安の影響を踏まえ、採算が合うカテゴリーを中心に販売を行なったこと影響により、売上高は前年同期比マイナス 1.0%の微減となりました。一方で、売上総利益・営業利益・経常利益は、売上総利益率の改善により増益となりました。

5月10日付の業績予想との対比では、売上高は▲16億円(増減率▲3.1%)となりました。セグメント別の内訳では、開発型ビジネスモデルが+2億円の増収(同+0.7%)、卸売型ビジネスモデルが▲17億円(同▲7.1%)となりました。一方で、営業利益は+1.9億円(同+4.6%)となりました。四半期純利益も+1.8億円(同+6.6%)となりました。

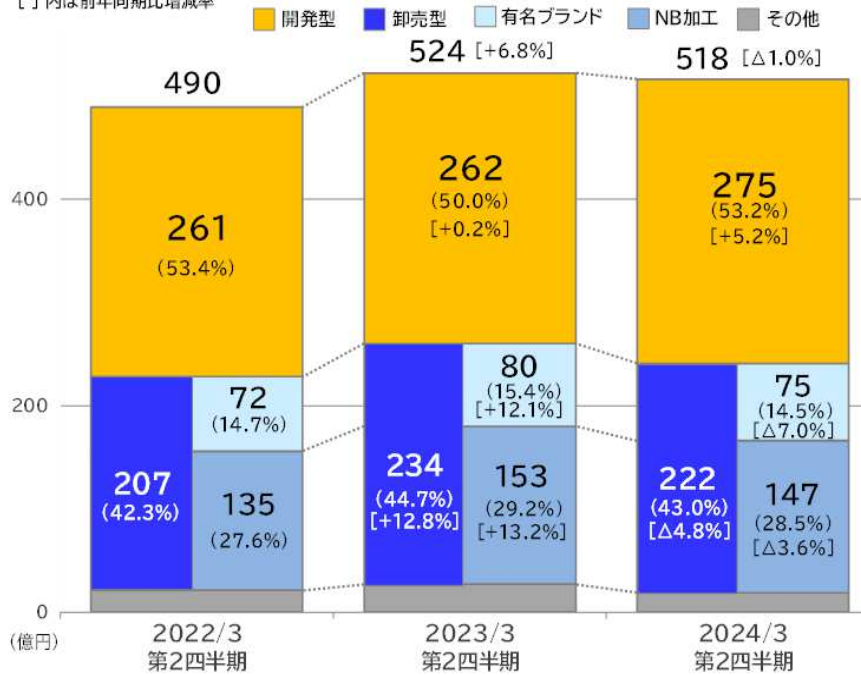
### ◆2024年3月期 第2半期累計期間 連結 事業セグメント別の概況

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」に大別されます。「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・販売を行なっています。「卸売型ビジネスモデル」では、ブランド時計やバッグ等の有名商品、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など、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なっています。

# 「開発型は増収するも、卸売型が軟調」

※( )内は構成比

[ ]内は前年同期比増減率



## 【開発型ビジネスモデルのハイライト】

- ・「食料品」→値上げが続く中、均一価格ショップやディスカウントストア向けの OEM 企画商品が好調
- ・「テレビ関連」→ネット動画も一台で楽しめる 4K 対応スマートテレビが好調
- ・「アパレル」→お得意先様と連携し、人気アニメキャラなど用いたTシャツや雑貨類が伸長

## 【卸売型ビジネスモデルのハイライト】

- >冒頭に記述の通り、現環境を踏まえて採算が合うカテゴリーを中心に販売したことにより減収となったものの、以下のカテゴリーは好調
- ・「有名ブランド」:スマートウォッチの販売が好調
  - ・「ギフト(NB加工)」:ゲームセンターなどの施設向けの景品として、人気ゲームキャラの商品が好調

## ◆2024年3月期 連結 通期業績予想

# 「業績予想(2023年5月10日付)の修正ナシ」

| 連結<br>(百万円) | 2023年3月期 |        |         | 2024年3月期 |        |         | 前期比   |       |
|-------------|----------|--------|---------|----------|--------|---------|-------|-------|
|             | 上期       | 下期     | 通期      | 上期       | 下期     | 通期      | 増減額   | 増減率   |
| 売上高         | 52,404   | 53,305 | 105,709 | 51,860   | 59,139 | 111,000 | 5,290 | 5.0%  |
| 開発型         | 26,223   | 28,553 | 54,777  | 27,593   | 31,406 | 59,000  | 4,222 | 7.7%  |
| 卸売型         | 23,414   | 23,239 | 46,654  | 22,297   | 25,702 | 48,000  | 1,345 | 2.9%  |
| その他         | 2,766    | 1,512  | 4,278   | 1,969    | 2,030  | 4,000   | ▲ 278 | -6.5% |
| 売上総利益       | 14,231   | 14,434 | 28,666  | 14,984   | 16,215 | 31,200  | 2,533 | 8.8%  |
| 販売管理費       | 10,392   | 10,221 | 20,613  | 10,717   | 11,482 | 22,200  | 1,586 | 7.7%  |
| 営業利益        | 3,839    | 4,213  | 8,052   | 4,266    | 4,733  | 9,000   | 947   | 11.8% |
| 経常利益        | 3,954    | 4,387  | 8,342   | 4,384    | 4,615  | 9,000   | 657   | 7.9%  |
| 当期純利益       | 2,641    | 2,979  | 5,621   | 2,931    | 3,168  | 6,100   | 478   | 8.5%  |

通期業績予想は、期初予想から変更なく、売上高は 1,110 億円(前期比+5.0%)、経常利益は 90 億円(同+7.9%)の増収増益の計画としています。

## ◆2023 年 3 月期～2025 年 3 月期 中期経営計画の進捗状況

当社は2022年 5 月 9 日に、2023 年 3 月期から 2025 年 3 月期を対象とした中期経営計画を発表しました。「中期経営計画」の詳細は、下記リンクよりご覧ください。

<https://www.doshisha.co.jp/dcs/wp-content/uploads/2022/05/22-05-20.pdf>

### >> 成長戦略

#### 【チャンスを活かす:時代の潮流に合わせた取り組み】

「インバウンド」や「物価高・生活応援」といった時代の潮流に合わせた取り組みを推し進めています。「インバウンド」では、キャリーケースや化粧品、食品・菓子などのニーズの高い商品をお届けしています。

「物価高・生活応援」では、消費者心理に刺さる切り口やテーマを訴求した売場企画を展開しています。例えば、「省エネ・節電」の切り口で、暖房効率をあげるシーリングサーキュレーターやパーソナルニーズに対応したコンパクト暖房機を、「お得感・値頃感」という切り口で、化粧品の大容量シリーズや菓子の他、異なるメーカーの調味料や油などを詰め合わせたギフトをお値打ちで展開する売場を企画し、多岐に渡るお得意先様よりご愛顧を頂いております。

#### 【強みを活かす:商品開発力 × 顧客接点の好事例】

当社で取り扱っている全米ポロ協会のオフィシャルブランド「US ポロアッスン」におけるブランド評価の深掘り調査を行なった所、10 代から 20 代前半の女性へ、「普段使い」や「簡単に着回しが出来てオシャレ」といった切り口での訴求が有効との仮説を導き出しました。取り扱い当初は、アパレルだけの展開でしたが、調査に基づく仮説を踏まえて幅広い企画開発力を活かしたことにより現在では、バッグ、時計、雑貨までカテゴリーが広がっています。

販路もリアル店舗がメインでしたが、生活者目線のマーケティングを行なっていることでオンライン販売も含めて拡大中です。その結果、2019 年 3 月期と比較して、展開SKU数は、2.6 倍の約 8 千 SKU に売上高も 2.5 倍に伸ばしており、期待が持てるブランドです。

以上の成長戦略における取り組みの一例をご紹介させていただきましたが、伸びしろがあるマーケットへ機動的にポートフォリオを組み替えてアプローチすることで、更なる事業拡大を目指してまいります。

### >> ESG 戦略

#### 【サステナビリティへの取り組み】

サステナビリティに関しましては、「サステナビリティ方針」と「その推進体制」、「5 つのマテリアリティ」を設定し、課題解決に向けた取り組みを推進することで、持続可能な社会の実現に向けた貢献を目指してまいります。また、人財戦略では、多様性・働き方改革に関連する 2024 年度の数値目標を定めており、実現に向けて取り組みを進めてまいります。

# サステナビリティへの取り組み

「持続的な企業価値の向上」を通じて  
「持続可能な社会の実現に向けた貢献」を目指す

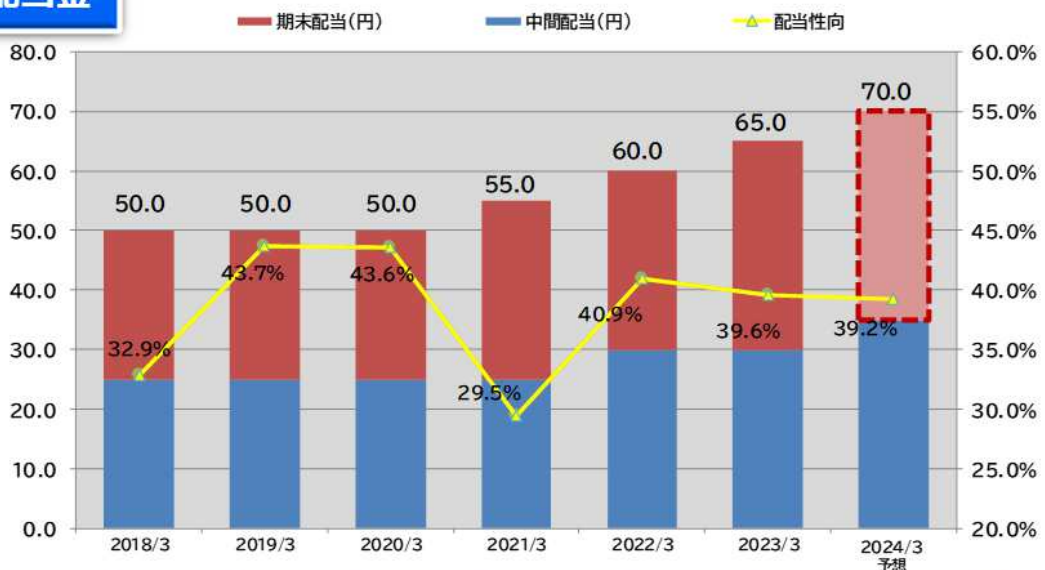
|              |  |
|--------------|--|
| サステナビリティ方針   | 経営理念と行動規範である「創業の精神」「社訓」「四方よし」に基づき、地球環境への配慮と社会との共生に繋がる事業活動に取り組んでまいります。  |
| サステナビリティ推進体制 | 代表取締役社長 兼 CEO 兼 COO 野村 正幸が委員長を務め、指名された執行役員以上のメンバーによって構成されたサステナビリティ推進委員会を設置しております。<br>当委員会でサステナビリティを巡る課題及びリスクやコンプライアンスに係る課題への対応について協議・決定を行ないます。   |
| 5つのマテリアリティ   | 「社会・環境・経済に与えるインパクト」、「ステークホルダーからの期待」、「ドウシヤらしさ」等の観点から、以下5つのマテリアリティを特定し、課題解決に向けて取り組んでまいります。<br>① 「驚きと感動」の提供と豊かな暮らしへの貢献 ② 地球環境に配慮した事業活動の推進<br>③ 社会と共生し、社会に貢献できる会社づくり ④ ロマンと働きがいのある会社づくりと人財育成<br>⑤ ガバナンスの充実 |
| 主な指標         | 人財戦略については多様性、働き方改革に関連する以下の項目において2024年度目標を定め、取り組みを進めてまいります。<br>●総合職に占める女性比率:16.0%以上 ●時間外労働平均:13時間以内<br>●年次有給休暇取得率:70%以上 ●男性育児休暇取得率:50%以上  |

詳細は、下記の弊社ホームページ:「サステナビリティページ」に掲載しておりますので、是非ご覧ください。  
<https://www.doshisha.co.jp/lp/sustainability/>

## >> BS 戦略 【株主様への利益還元:増配】

### 株主様への利益還元 → 増配

#### 1株当たり配当金



|          | 2018/3 | 2019/3 | 2020/3 | 2021/3 | 2022/3 | 2023/3 | 2024/3 予想 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| 中間配当 (円) | 25.0   | 25.0   | 25.0   | 25.0   | 30.0   | 30.0   | 35.0      |
| 期末配当 (円) | 25.0   | 25.0   | 25.0   | 30.0   | 30.0   | 35.0   | 35.0      |
| 合計       | 50.0   | 50.0   | 50.0   | 55.0   | 60.0   | 65.0   | 70.0      |
| 配当利回り    | 2.0%   | 2.9%   | 3.9%   | 2.9%   | 4.0%   | 3.4%   | -         |
| 配当性向     | 32.9%  | 43.7%  | 43.6%  | 29.5%  | 40.9%  | 39.6%  | 39.2%     |

2024年3月期の配当は、5月10日付の発表の通り、中間配当は30円から5円増配した35円に、期末配当も35円としております。通期配当は、前期よりプラス5円の70円を予定しております。

今後も「安定的な配当の継続」に加え、「成長戦略」「BS戦略」「ESG戦略」を重点戦略とした中期経営計画を推進し、「中長期的な株主価値の向上」に取り組むことで、当社の経営理念およびビジネスモデルにご賛同頂き、今後の成長にご期待頂ける投資家の皆様への貢献を目指してまいります。

(2023年11月)