

決算説明要旨

2026年3月期 連結 決算概要

26/1/30付 業績予想(期初からの上方修正)に対し達成

連結 (百万円)	2025年3月期		2026年3月期		前期比		業績予想対比① (25/5/9期初予想)			業績予想対比② (26/1/30予想)		
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率	予想	増減額	増減率	予想	増減額	増減率
売上高	113,939	100.0%	120,533	100.0%	6,593	5.8%	120,000	533	0.4%	120,000	533	0.4%
開発型	63,701	55.9%	69,808	57.9%	6,107	9.6%	67,500	2,308	3.4%	-	-	-
卸売型	47,034	41.3%	47,818	39.7%	783	1.7%	49,500	▲ 1,681	▲ 3.4%	-	-	-
その他	3,204	2.8%	2,906	2.4%	▲ 297	▲ 9.3%	3,000	▲ 93	▲ 3.1%	-	-	-
売上総利益	31,968	28.1%	36,198	30.0%	4,230	13.2%	33,900	2,298	6.8%	-	-	-
販売管理費	22,972	20.2%	24,265	20.1%	1,292	5.6%	24,100	165	0.7%	-	-	-
営業利益	8,995	7.9%	11,933	9.9%	2,938	32.7%	9,800	2,133	21.8%	11,300	633	5.6%
経常利益	9,348	8.2%	12,367	10.3%	3,018	32.3%	10,000	2,367	23.7%	11,600	767	6.6%
当期純利益	6,409	5.6%	8,643	7.2%	2,233	34.9%	6,700	1,943	29.0%	8,000	643	8.0%

※2026年1月30日公表の上方修正予想では、セグメント別売上高および売上総利益・販売管理費の内訳は開示しておりません。

円安や原材料価格の高騰、物価上昇の長期化・消費者の節約志向が続く中、開発型ビジネスモデルを中心に新商品の拡販やお得意先様との取り組み強化により、売上高は過去最高の 1,205 億円となりました。営業利益・経常利益は、前期比で売上総利益の増加と利益率の改善に加え販売管理費率の改善も寄与し、30%超の大幅な増益となり、過去最高を更新しました。また、2026年1月30日付けの業績予想対比でも、売上高から当期純利益まですべてが達成となりました。

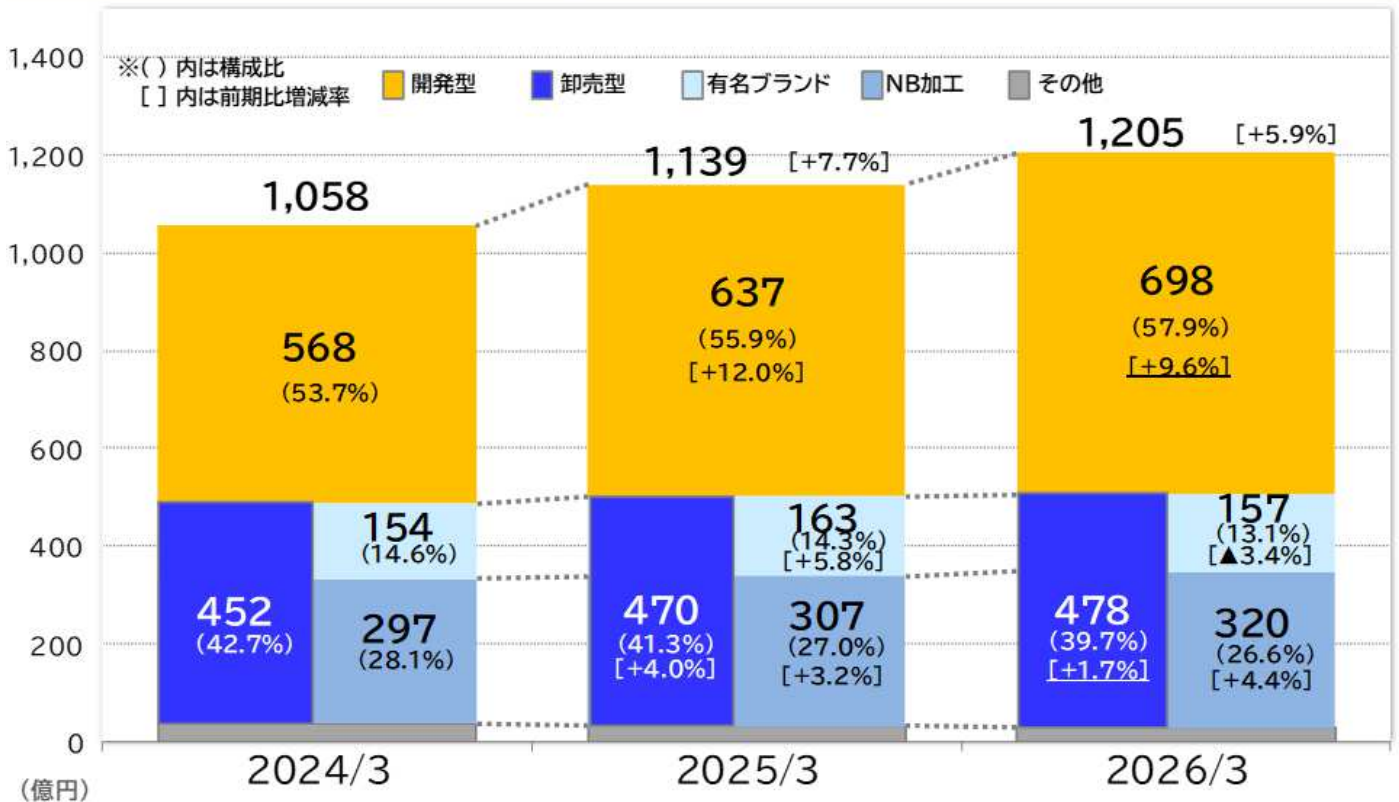
2026年3月期 連結 事業セグメント別の概況

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ブランドや、国内大手メーカー仕入商品を独自にアソート・加工して販売する中元・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ます。

開発型・卸売型ともに増収増益



【開発型ビジネスモデルの売上高ハイライト】

(家電)

> 健康・美容関連製品「ゴリラのハイパワーシリーズ」のラインアップ拡充や販促活動の強化により伸長。

(家庭用品)

> 米国発キッチンブランド「CORELLE (コレル)」フライパンの新規取扱いやゴリラシリーズのスピノフ企画などが奏功。

(食品)

> 小売店・均一ショップ向けのPB開発や、消費者ニーズに合わせた商品開発・改廃を推進し好調。

(アパレル)

> 「U.S.POLO ASSN.」などの専門店向け企画が伸長。

【卸売型ビジネスモデルの売上高ハイライト】

(有名ブランド)

- > (ブランドバッグ・雑貨) カジュアルブランドやタイアップブランドの販売は伸長。
- > (時計) 「SUUNTO」などのウェアラブルウォッチや「COACH 時計」の販売は順調に推移。

(NB加工)

> (ギフト) 中元・歳暮以外に、カジュアルギフト・ブランドスイーツ事業などの育成により伸長。

中期経営計画の振り返り（2023年3月期-2026年3月期）

この中期経営計画では、「成長戦略・BS戦略・ESG戦略」の3つを重点戦略と位置付け、2026年3月期に連結 経常利益 100億円の達成を目標として取り組んでまいりました。結果として、計画を23%上回る水準で着地しました。

中期経営計画の振り返り

中計目標達成



成長戦略

商品・カテゴリー拡充+得意先深耕
隣接事業の拡大・集積で非連続事業へ

BS戦略

配当性の方針 50%程度を目安
(株)サンアドシステムの取得
事業収益拡大と資本効率の重視

ESG戦略

サステナビリティ体制・方針と
5つのマテリアリティを設定
社会に貢献する持続可能な会社づくり

計画比 **123.7% +23億円**

年平均成長率 **14.0%** (2023/3-2026/3)

2026年3月末時点 株価: **3,335円** PBR: **1.2倍**

ドウシヤグループのあるべき未来の方向性

上記の前中期経営計画における成果と、そこで構築した事業基盤の進展を踏まえ、次の成長と同時に「世界に2つとない会社づくり」を目指します。

足元では、中東情勢をはじめとする外部環境の変化により、事業を取り巻く前提条件が大きく変化しておりますが、2026年3月期は2回の上方修正を行い、当初想定を上回る高い収益水準となりました。これは一時的な上振れではなく、当社の収益力が向上した結果であると認識しています。

2027年3月期は、この引き上がった収益水準を前提に事業運営を行い、これを通常の収益力として定着させると共に、持続可能な収益構造へ転換し、次の成長に繋げていく期間と位置付けます。

経営理念と価値観

創業の精神と社訓

四方よしの精神

世界に「2つとない会社づくり」

中長期ビジョン

100億円×30事業部構想

【強み・特徴の一例】

- 「リスクマネジメント&キャッシュフロー経営」
- 「2つのビジネスモデルによる事業ポートフォリオ」

ロマンのある会社づくり

成長戦略

既存・隣接事業の拡大を通じた
非連続事業の創出

つづれない会社づくり

BS戦略

持続可能な財務基盤の構築と
安定的な株主還元による
資本効率の最適化

サステナブルな社会に 貢献する会社づくり

サステナビリティ戦略

社会的価値の創出を通じた
持続的成長の実現

収益力の定着 → 次の成長体制へ

連結 (百万円)	2026年3月期			2027年3月期(予想)			前期比	
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	増減額	増減率
売上高	58,982	61,550	120,533	61,800	67,200	129,000	8,466	7.0%
開発型	34,126	35,682	69,808	35,850	39,150	75,000	5,191	7.4%
卸売型	23,559	24,258	47,818	24,400	26,300	50,700	2,881	6.0%
その他	1,296	1,609	2,906	1,550	1,750	3,300	393	13.5%
売上総利益	18,042	18,156	36,198	18,300	19,500	37,800	1,601	4.4%
販売管理費	11,898	12,366	24,265	12,700	12,900	25,600	1,334	5.5%
営業利益	6,143	5,789	11,933	5,600	6,600	12,200	266	2.2%
経常利益	6,311	6,056	12,367	5,700	6,800	12,500	132	1.1%
当期純利益	4,309	4,333	8,643	3,900	4,650	8,550	▲ 93	▲ 1.1%

売上高は前期比プラス 7.0%、経常利益は前期比プラス 1.1%と増収増益、またビジネスモデル別でも、開発型・卸売型ともに増収を計画しております。また半期ごとの計画として、上期は、為替や原材料価格の高騰をはじめ、中東情勢など不透明な外部環境の影響を織り込み、売上高は増収を見込む一方、売上総利益率の低下により、営業利益以下は減益計画としております。一方、下期は、半期ごとに商品の大半が入れ替わることに加え、上期中に進める仕様変更や調達方法の見直し効果を見込んでおります。そのため、下期では上期の減益影響を吸収し、増収増益を計画しております。

上記を踏まえ、ドウシヤグループのあるべき未来、2027年3月期の目標達成に向け、以下の戦略を推進してまいります。

ドウシヤグループのあるべき未来に向けた 2027年3月期の取り組み >>「成長戦略」(開発型ビジネスモデル)

開発方針は「驚きづくり」と「磨き込み」の2本柱

「ゴフオツ！」と声が出る驚き

インパクト設計 × 企画・マーケティング

チヨー強い
チヨー重い
チヨーデカイ

笑えるキャッチコピーの妙
「ゴリラの●●」

SNSでバズり
累計販売台数
300万台

ゴリラのハイパワーシリーズ
ふくらはぎケア家電・ハイパワードライヤーなど
健康・美容関連製品をラインアップしたハイパワーシリーズ
「ひとつかみ」「ひとつふき」「(スーパーゴリラ)ひとつき」

ゴリラ推し企画
超重量ジョッキ・超軽量フライパンなど日用雑貨を中心に展開
「ひとつくち」「ひとつまみ」「扇風機」

ゴリラリラックス
ゴリラの生態や特徴をきっかけにした
やみつきになる寝具アイテムをラインアップ
「ひとつねむり」「ハグ」

チャンネルに合わせて “より専門的な商品”を

「ワンプライス・ディスカウントストア」業態の事例
部門横断での隣接&新規カテゴリ展開で取り組み強化

2026/3対2022/3
売上高伸長率
+38%

自社PB × 既存カテゴリ
OEM/ODM受託 × 新規・隣接カテゴリ

アパレル「U.S. POLO ASSN.」の事例
ターゲット層に刺さる
デザイン・価格ラインアップ

2026/3対2025/3
売上高伸長率
+40%

U.S. POLO ASSN. SINCE 1890

衣料専門店
ネット通販
D.S.・G.M.S.

開発型全体としては「驚きづくり」と「磨き込み」の2本柱を開発コンセプトに取り組みます。その代表例がゴリラシリーズです。インパクトある商品設計と企画・マーケティングを掛け合わせた開発を推進した結果、ゴリラシリーズは約2年間で累計販売台数300万台を突破し、複数カテゴリー・シリーズ化へ展開を拡大しております。また、多様な販売チャネルに応じた専門的な商品開発を強化し、販売先ごとの取り組み深化やOEM・ODMの受託拡大、カテゴリー横断での展開が進んでおります。ワンプライス・ディスカウントストア業態の売上拡大もその一環です。またアパレル事業の「U.S.POLO ASSN.」においては、販売チャネルごとに最適なデザイン・価格帯を設計し、ターゲットに刺さる商品開発を行うことで大きく成長しました。当社は、単に販路が広いだけでなく、業態ごとに最適化した商品開発と売り方設計の強みを活かした、再現性のある成長を目指してまいります。

>> 「成長戦略」(卸売型ビジネスモデル)



卸売型全体としては「価値創出型」への進化に取り組みます。まずギフト事業では、「既存事業の改革」と「隣接事業の育成」の二軸で強化を進めており、中元・歳暮事業の効率化支援を進めるとともに、通年ギフトやオリジナルスイーツ、ふるさと納税など隣接領域への展開を強化し事業全体の成長につなげております。有名ブランド事業では、単なる商品供給ではなく、時代・ライフスタイルの変化を捉えながら、ブランド価値と売り方を一体で設計することにより、多様なブランド取扱いと多様な販路に対応したノウハウが事業基盤になっています。現在は、この基盤をベースに「4つの提供機能」と「4つの事業ポートフォリオ」を掛け合わせ「価値創出型ビジネス」へと進化させています。当社の競争優位である「人が集まる売場創造」と「売れるブランド体験」の実現に繋げることで、持続的な成長と収益性の向上を目指してまいります。

>> 「BS戦略」

【「資本コストや株価を意識した経営」に対する方針と取り組み】

2026年3月期の「資本収益性」では、ROEは9.5%となり資本コストを上回る水準となりました。またPBRは、2025年3月期末は0.8倍でしたが、2026年3月期末は1.2倍と、1倍超に改善しました。

今後の方針として、ROEについては引き続き資本コストを上回る収益性の維持を、PBRについては、この1倍超の水準を安定的に維持することを目指します。

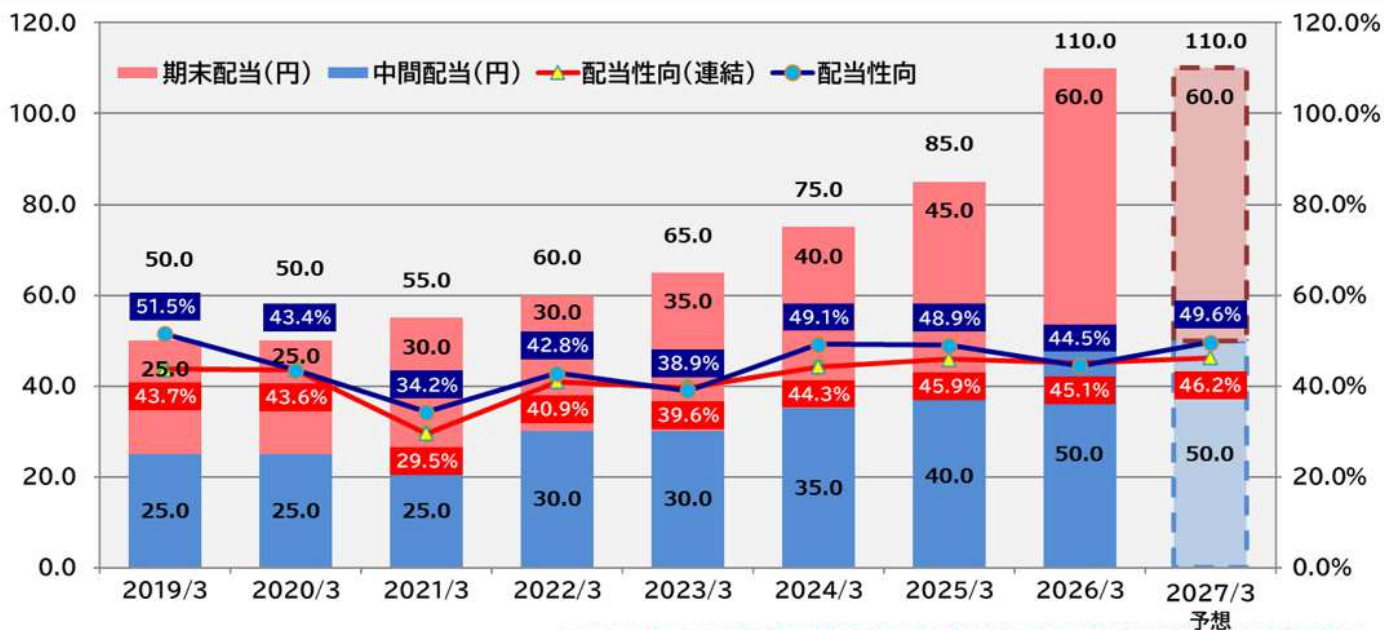
【株主様への利益還元】

当社では配当政策として、「配当性向 50%程度を目安とすること」を基本方針に掲げています。

それに伴い、2026年3月期の配当は、中間配当は50円、期末配当は本年5月12日に発表しました通り、当初予定から10円増配し60円としております。つきまして通期配当は、前期よりプラス25円の110円を予定しております。

2027年3月期の配当予想は、中間50円、期末60円の年間110円とし、安定的な株主還元の観点から、通期配当は前年同水準を予定しております。

6期連続の増配・2026年3月期の通期配当:110円



配当政策における基本方針 > **配当性向50%程度を目安に利益還元を実施**

※2025年5月9日付「配当政策の基本方針の変更に関するお知らせ」のリンク先は以下となります。

<https://www.doshisha.co.jp/dcs/wp-content/uploads/2025/05/25-05-09-4.pdf>

>>「サステナビリティ戦略」 【サステナブルな社会に貢献する会社づくり】

当社では、「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と主な取り組み」、「人財戦略に関する主な指標」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。詳細は、当社ホームページに掲載しておりますので、ぜひご覧ください。

※当社ホームページの「サステナビリティ」ページに上記取り組みの詳細を掲載しております。リンク先は以下となります。

<https://www.doshisha.co.jp/lp/sustainability/>

以上の3つの重点戦略を推進し、「中長期的な株主価値の向上」に取り組むことで、「ロマンのある」「つぶれない」「社会に貢献する」会社づくりに向けて事業を推進してまいります。

(2026年5月)