



ミズノ株式会社

第111期（2024年3月期）

第2四半期決算説明資料

2023年11月9日

- ・この説明資料には、2023年11月9日現在での将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。
- ・世界経済・競合状況・為替の変動等に関わるリスクや不確定要因により実際の業績が記載の予測と大幅に異なる可能性があります。



(億円)	FY22 2Q	FY23 2Q	増減額	増減率 (%)	
売上高	992	1,145	153	15.4	第2四半期として過去最高売上 全リージョン、全主要カテゴリで増収
営業利益	81	93	12	14.2	第2四半期として過去最高益
経常利益	85	106	21	23.5	第2四半期として過去最高益
当期純利益	64	78	14	21.0	第2四半期として過去最高益



(億円)	FY22 2Q	FY23 2Q	増減額	増減率 (%)	通期 業績 予想	進捗率 (%)			
売上高	992	1,145	153	15.4	2,250	51%			
売上総利益	403	454	51	12.8			為替レート (円)	FY22	FY23
売上総利益率	40.6%	39.7%	△0.9				USD	123.17	135.99
給与手当・賞与	113	119	6	4.7			GBP	162.47	177.07
広告宣伝費	52	56	4	9.3			EUR (欧州支店)	138.82	153.51
販管費	321	361	40	12.4			EUR (子会社)	134.52	147.00
販管費率	32.4%	31.5%	△0.9						
営業利益	81	93	12	14.2	150	62%			
営業利益率	8.2%	8.1%	△0.1						
経常利益	85	106	21	23.5	150	70%			
経常利益率	8.6%	9.2%	+0.6						
当期純利益	64	78	14	21.0	110	71%			



(億円)	FY22 2Q	FY22 4Q	FY23 2Q	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率(%)	前期末比 増減額	前期末比 増減率(%)
資産合計	1,786	1,975	1,970	184	10.3	△5	△0.2
現金及び預金	234	238	240	6	2.7	2	0.8
受取手形及び売掛金	390	480	456	66	16.8	△24	△5.1
在庫	474	554	545	71	14.8	△9	△1.7
有形・無形固定資産	441	456	446	5	1.1	△10	△2.1
投資有価証券	69	72	80	11	16.1	8	11.1
繰延税金資産	19	19	17	△2	△9.0	△2	△6.2
負債合計	554	732	608	54	9.7	△124	△17.0
短期有利子負債	39	114	53	14	34.4	△61	△54.0
長期有利子負債	85	124	118	33	37.9	△6	△5.3
純資産合計	1,232	1,243	1,362	130	10.6	119	9.6



✓ 収益拡大に伴いROA、ROEが向上

	FY22 2Q	FY23 2Q	前年比		FY22 2Q	FY23 2Q	前年比
総資産事業利益率 (ROA) *1	4.6%	4.8%	+0.2	株価収益率 (PER) *3	5.11	7.79	+2.68
自己資本利益率 (ROE) *1	5.2%	6.0%	+0.8	株価純資産倍率 (PBR)	0.54	0.89	+0.35
自己資本比率	68.7%	68.8%	+0.1	基準株価 (各年度9月末日)	2,573	4,740	+2,167
1株当たり利益 (EPS) *1*2	251.55	304.38	+52.83				
1株当たり純資産額 (BPS)	4,798.37	5,304.14	+505.77				

*1 算定上の基礎となる事業利益（ROA）、親会社株主に帰属する当期純利益（ROE、EPS）には第2四半期時点の数値を使用しています。

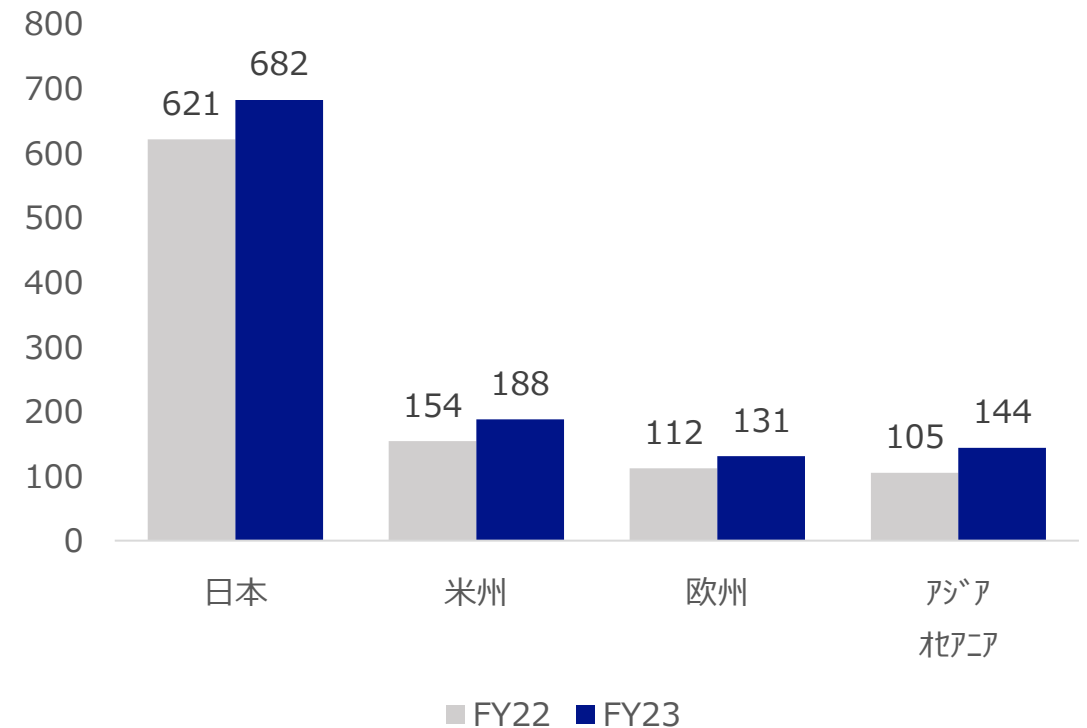
*2 1株当たり利益の算定上の基礎となる期中平均株式数については、2023年9月30日現在の発行株式数（自己株式数を除く）を使用しています。

*3 株価収益率は、基準株価 / 1株当たり利益×2 で算出しています。



- ✓ 国内で競技スポーツ、ワークなど幅広い分野で業績が拡大
- ✓ 海外市場で引き続きゴルフが堅調、フットボールやバレーボールなど競技スポーツ伸長
- ✓ 海外売上比率 22年度 37.4%から、23年度 40.5%に上昇

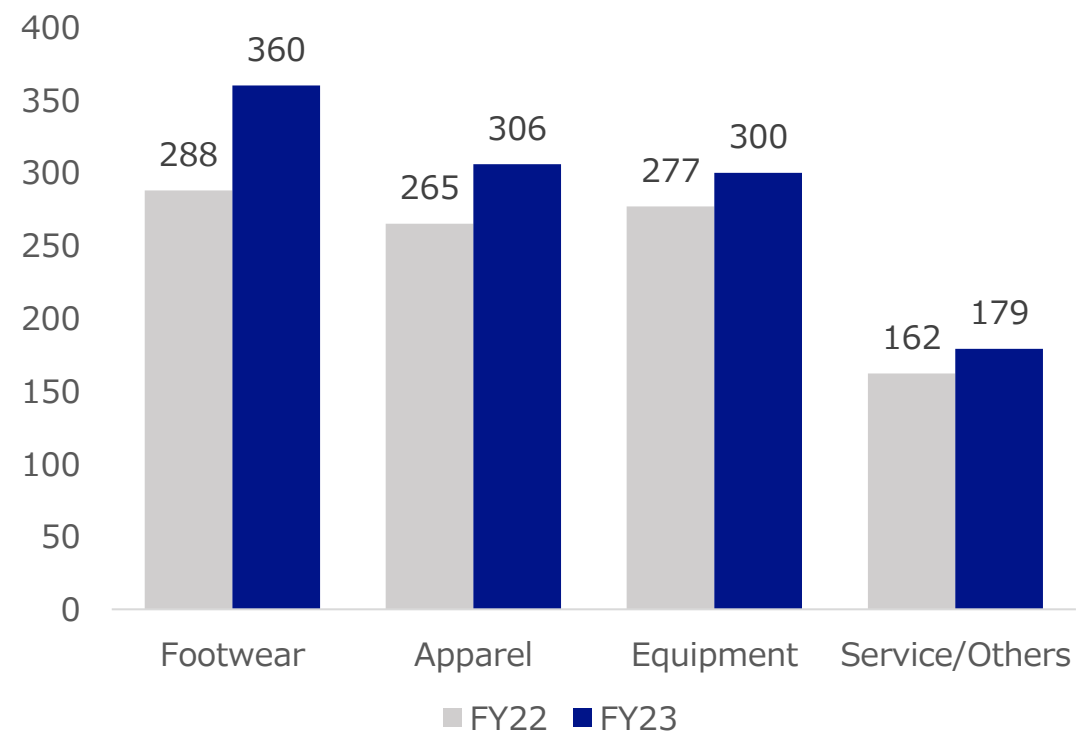
(億円)	FY22 2Q	FY23 2Q	増減額	増減率 (%)
日本	621	682	61	9.8
米州	154	188	34	22.5
欧州	112	131	19	16.9
アジア・中東	105	144	39	36.6
計	992	1,145	153	15.4





- ✓ フットボール等の競技スポーツにおいてフットウェアが伸長
- ✓ 海外市場を中心にゴルフクラブが引き続き堅調

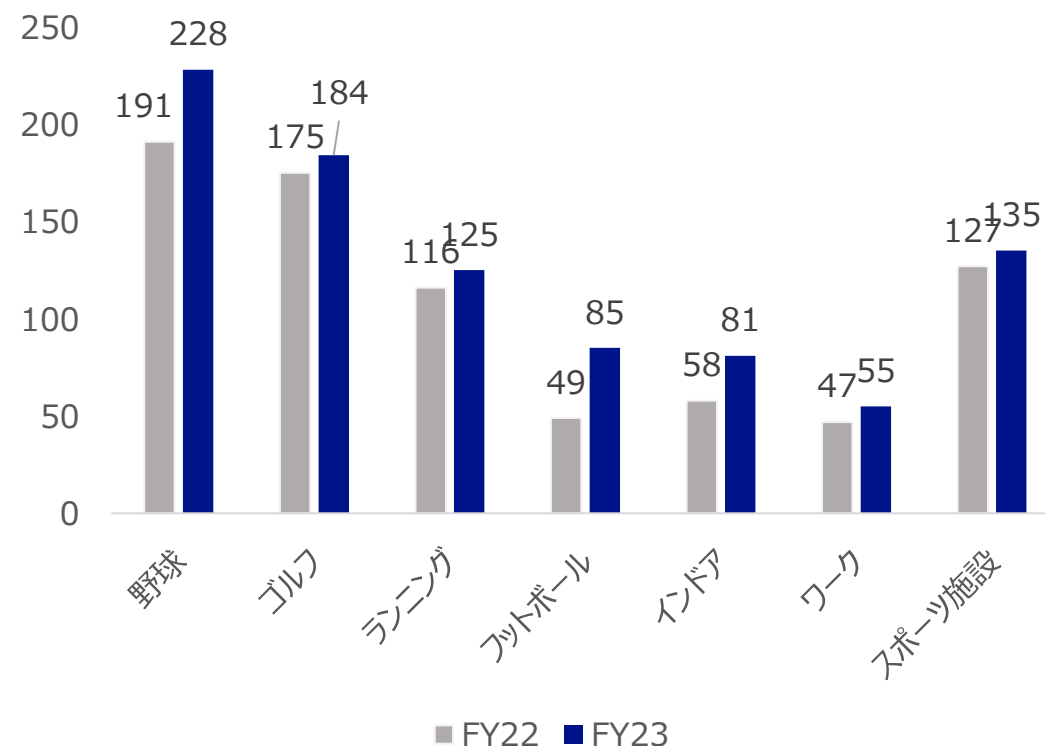
(億円)	FY22 2Q	FY23 2Q	増減額	増減率 (%)
Footwear	288	360	72	24.9
Apparel	265	306	41	15.2
Equipment	277	300	23	8.9
Service/Others	162	179	17	10.2
計	992	1,145	153	15.4





- ✓ 野球、フットボール、インドアスポーツなどの競技が好調
- ✓ 海外市場を中心にゴルフクラブやランニングシューズが堅調
- ✓ 非スポーツ分野のワーク事業が順調に成長

(億円)	FY22 2Q	FY23 2Q	増減額	増減率 (%)
野球/ソフト	191	228	37	19.5
ゴルフ	175	184	9	5.1
ランニング	116	125	9	8.1
フットボール	49	85	36	73.6
インドア *1	58	81	23	40.3
ワーク	47	55	8	16.5
スポーツ施設	127	135	8	6.1

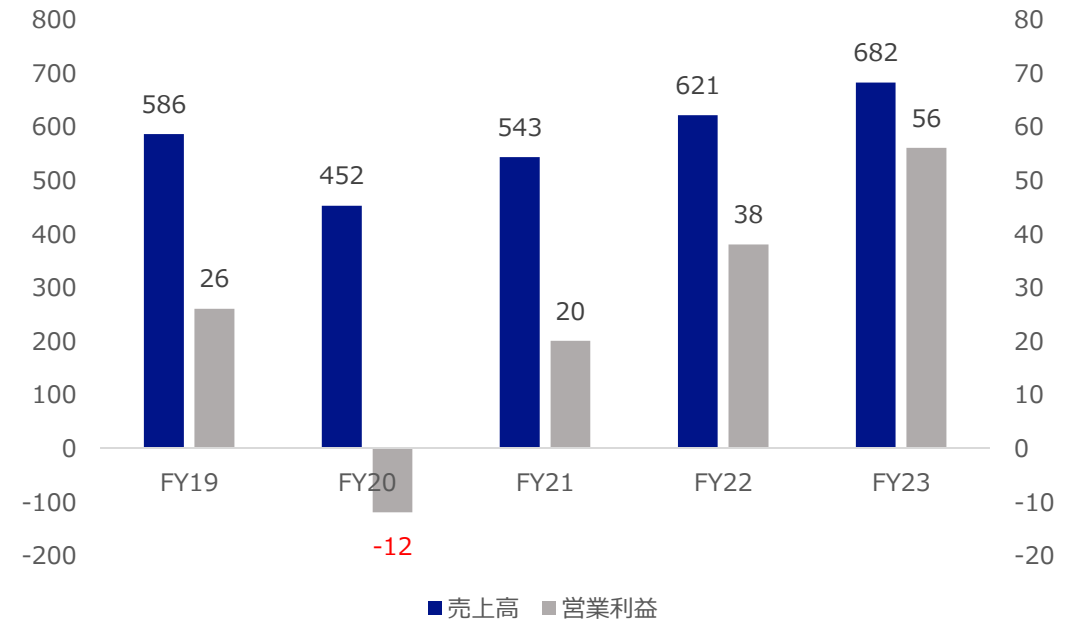


*1 インドアカテゴリーには、バレーボール、バドミントン、卓球、バスケットボール等を含みます。



- ✓ 野球、フットボールなどを中心に競技スポーツ好調
- ✓ 非スポーツ分野のワークが順調に成長

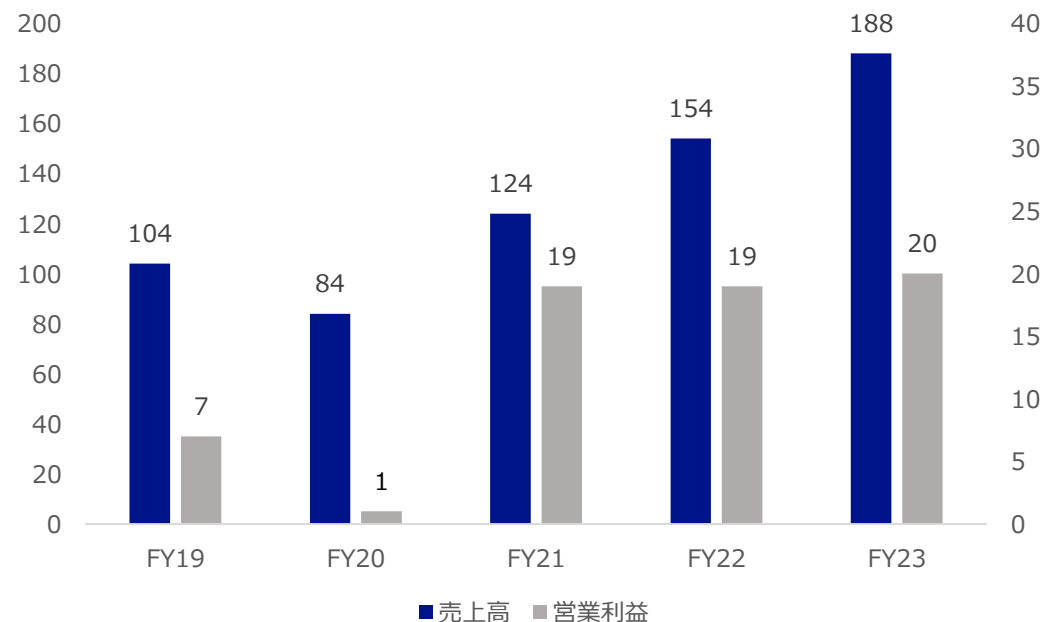
(億円)	FY22 2Q	FY23 2Q	増減額	増減率 (%)
Footwear	138	159	21	15.5
Apparel	203	230	27	13.2
Equipment	119	115	△4	△3.1
Service/Others	161	178	17	10.3
計	621	682	61	9.8





- ✓ ゴルフが引き続き伸長
- ✓ 野球やバレーボール等のチームスポーツ堅調
- ✓ 売上、営業利益が過去最高

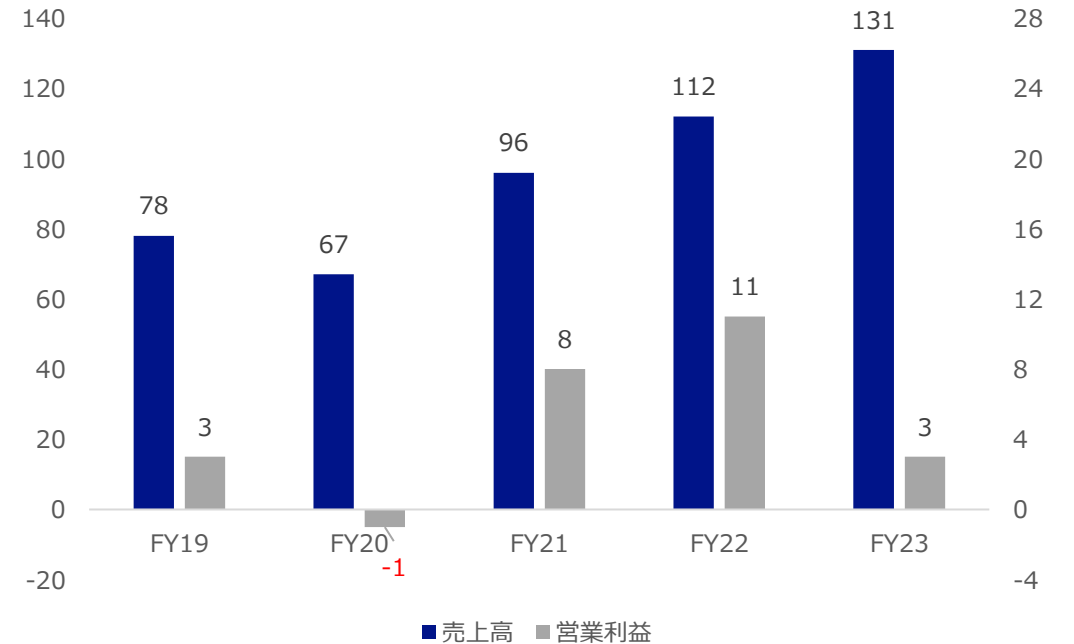
(億円)	FY22 2Q	FY23 2Q	増減額	増減率 (%)
Footwear	32	45	13	40.9
Apparel	27	26	△1	△3.5
Equipment	95	117	22	23.4
Service/Others	-	-	-	-
計	154	188	34	22.5





- ✓ インドアスポーツやフットボールが好調に推移し、ゴルフも堅調
- ✓ 流通在庫の増加や、仕入コストの上昇で利益減
- ✓ 売上が過去最高

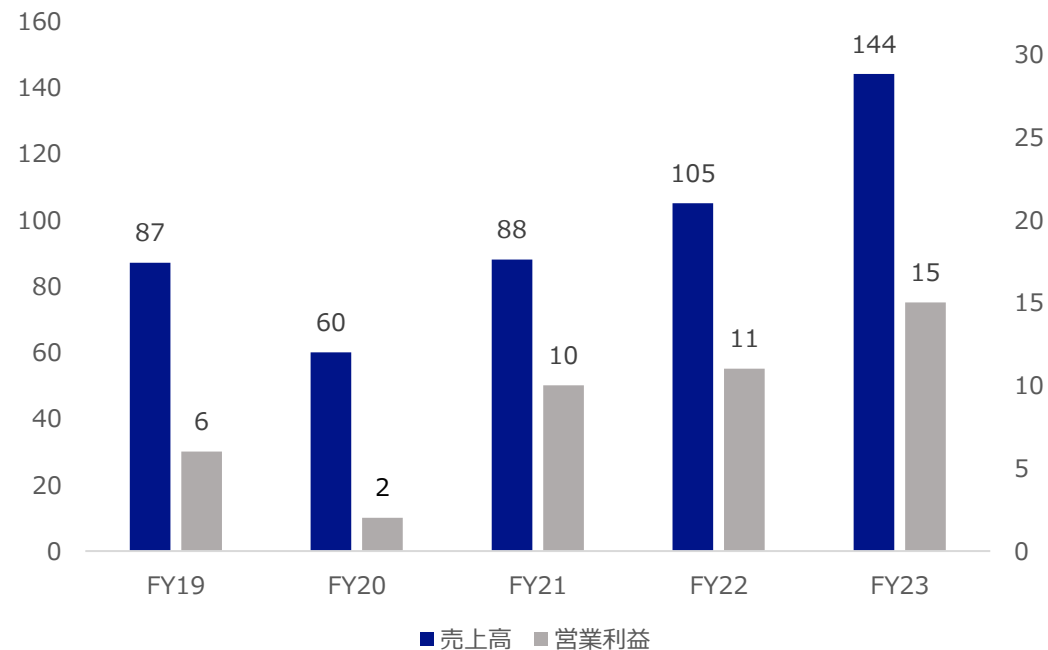
(億円)	FY22 2Q	FY23 2Q	増減額	増減率 (%)
Footwear	77	90	13	15.4
Apparel	16	20	4	30.8
Equipment	19	21	2	12.1
Service/Others	-	-	-	-
計	112	131	19	16.9





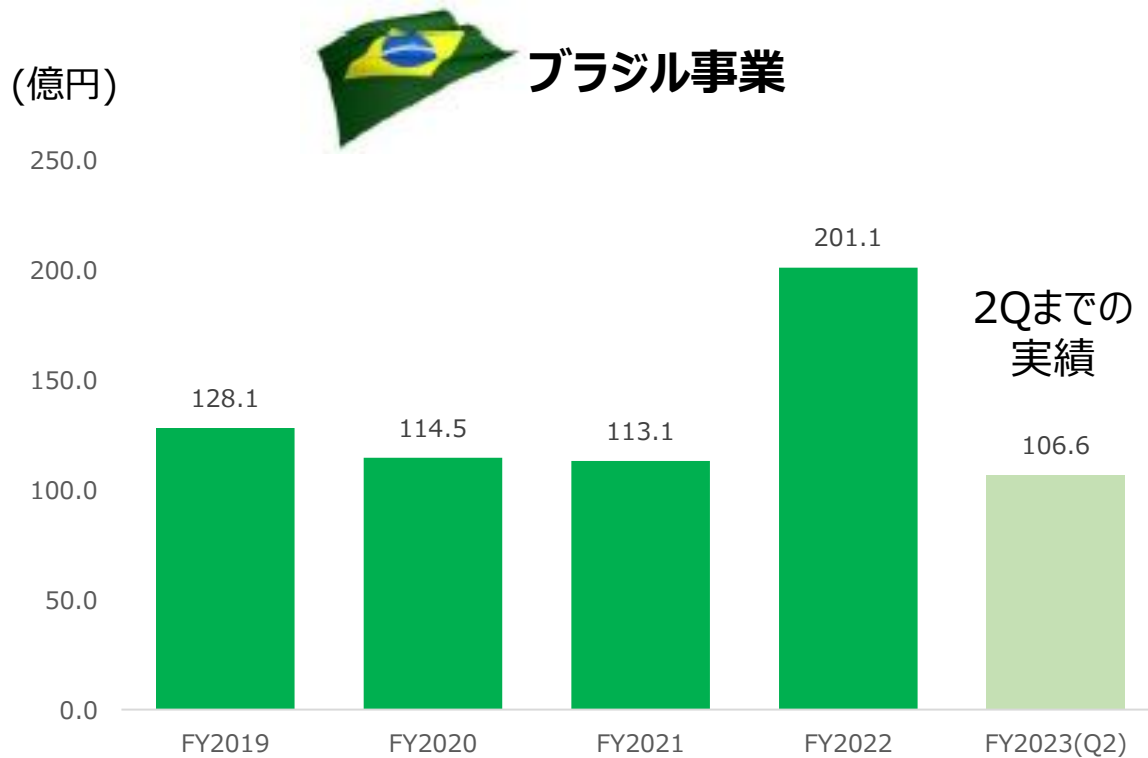
- ✓ 韓国、東南アジア中心にフットボールが好調
- ✓ バドミントンなどのラケットスポーツが成長
- ✓ 売上、営業利益が過去最高

(億円)	FY22 2Q	FY23 2Q	増減額	増減率 (%)
Footwear	40	65	25	63.1
Apparel	20	30	10	47.5
Equipment	45	49	4	8.4
Service/Others	-	-	-	-
計	105	144	39	36.6





- ✓ ブラジル、中国の両国は、市場のニーズにより早く的確に応えるため、現地有力企業へ販売権を付与しロイヤリティを得ている
- ✓ ブラジルではフットウェアを中心に事業を展開
2021年に現地生産モデルをスタートし、事業が拡大している
- ✓ 中国では、2019年に現地企業へ商品カテゴリを絞って販売権を付与
今期はEC、直営店とも好調に推移



金額は現地販売高ベース



マーケティングトピックス



- ・盛り上がる野球市場において高いブランド力を生かして、高収益獲得を狙う
- ・JR東海様との共同で、「東海道新幹線再生アルミバット」を開発
リーディングブランドとして業界に先駆けた取り組みを展開



平田憲聖プロ



- ・ミズノオープン含む今期2勝の平田憲聖プロはじめトッププロがミズノ品を評価
- ・Golf Digest Hotlist にてGold10機種、Silver2機種受賞 商品力が評価を受ける
- ・特許取得の鍛造製法による「Mizuno Pro」アイアンシリーズをグローバル展開



「モレリア」



「ミズノアルファ」



S.S.ラツィオ ユニフォーム



Vflボーフム1848
ユニフォーム



FCアウグスブルグ ユニフォーム

- ・素足感覚の「モレリア」、スピード系の「ミズノアルファ」など商品への評価は高い
- ・日本では中高部活生、大学生を中心に高い支持。高校、大学の大会で着用シェア1位
- ・国内外で評価される『日本製』の供給体制を対昨年1.5倍に。今後も拡大予定
- ・欧州クラブチーム活用で海外市場でも成長へ



「ウェーブライダー27」



「ウェーブリベリオンプロ」



- 主力の「ウェーブライダー27」や、ハイヒール形状で前足部着地を促しランニングの高速化に対応する「ウェーブリベリオンプロ」など商品ラインナップが充実
- 世界14都市のランニングコミュニティ ミッドナイトランナーズを活用し、ミズノランニングを訴求



Mizuno Energy



ワークシューズ「オールマイティ」



ベルーナドーム 人工芝

- ・スポーツの知見を活用した事業を展開。ワークビジネスは2025年 170億円を目指す
- ・『MIZUNO SLEEP』で寝具市場にも参入
- ・スポーツ施設事業：プロ野球使用のグラウンド・施設の人工芝導入実績シェア1位(4件/8件)



・ミズノ初、スニーカーがメインのライフスタイルショップ『ミズノショップ心齋橋』11/10オープン



©steAm Inc. & Tetsuo Kobori Architects All Rights Reserved

- ・「ウェーブネオコレクション」 機能性と環境負荷低減を両立 約16万本の植林を行い、ミズノ史上初めてカーボンオフセットとなる商品群
- ・2025年日本国際博覧会 テーマ事業「いのちを高める」に協賛
人々が楽しく体を動かす社会、スポーツで社会課題を解決する世界の実現を目指す



- ・「はかる、つくる、ためす」の高速回転により製品・サービスの開発スピードを加速
- ・シューズ、アパレル、用具を扱う総合スポーツ用品メーカーならではの化学反応を起こす
- ・数多くの試作が高速回転で進み、新製品・サービス開発の芽が多く出てきている



- 経営理念 「より良いスポーツ品とスポーツの振興を通じて社会に貢献する」
- 来年のパリ開催の国際大会に向け、高い機能でアスリートをサポートすることはもちろん、スポーツを愛する人たちを事業を通じて支える