ミズノ株式会社
第113期（2026年3月期）

第2四半期　決算説明資料

2025年11月14日

・この説明資料には、2025年11月14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。

目次

1.第2四半期 連結業績

2.中期経営計画

Appendix

1.2026年3月期　第2四半期 連結業績

- ✓ 売上は過去最高
- ✓ 営業利益、経常利益、中間純利益、いずれも過去最高

- ✓ 注力カテゴリーのフットボール、スポーツスタイル、ランニング、ワークビジネスが成長
- ✓ 売上総利益率が前年同期より改善

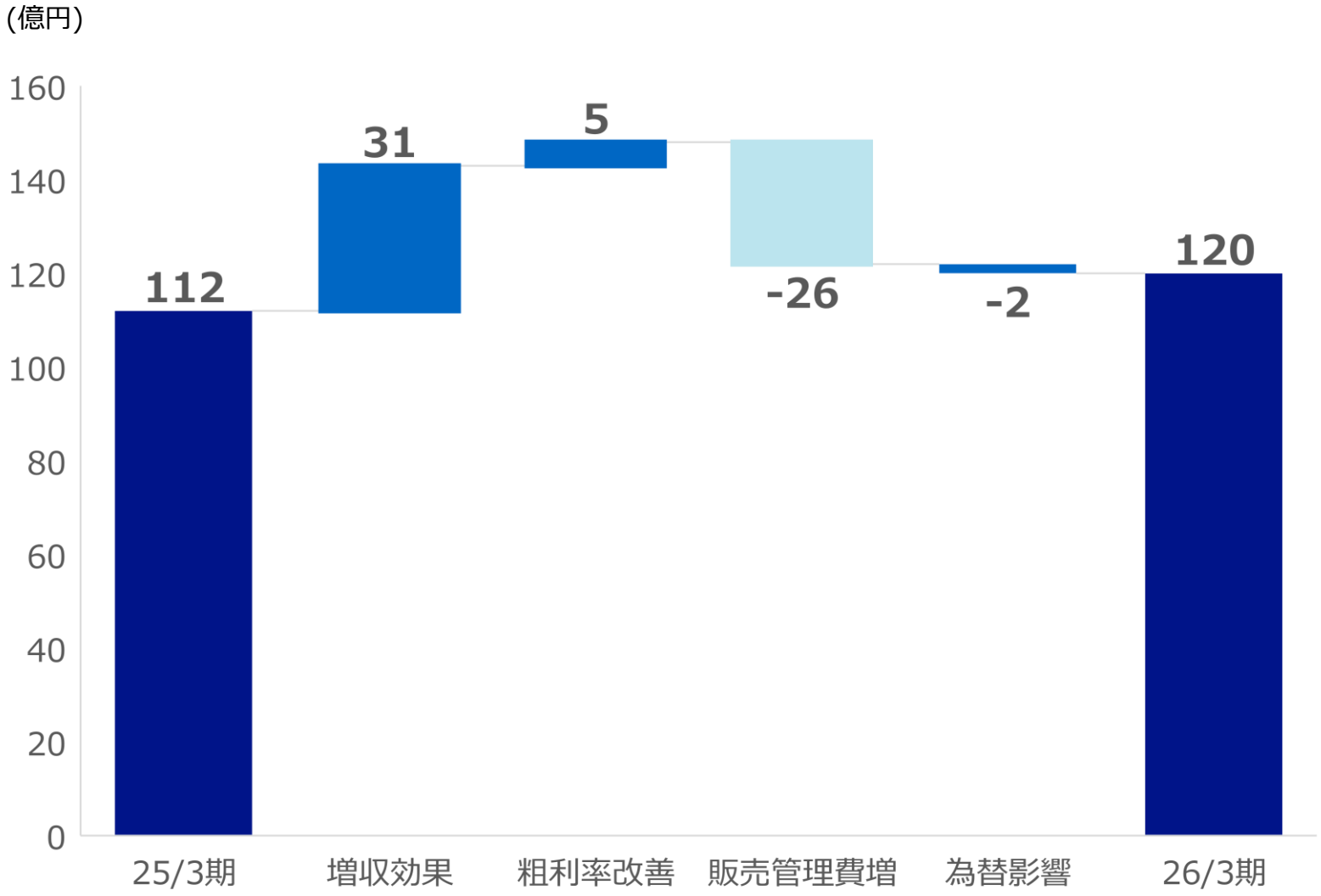
売上高 利益

売上高	営業利益	経常利益	中間純利益
過去最高	過去最高	過去最高	過去最高
1,265億円	120億円	127億円	99億円
前期比 +5.8%	前期比 +7.7%	前期比 +12.5%	前期比 +22.0%

利益率

売上総利益率	営業利益率	経常利益率	中間純利益率
	過去最高	過去最高	
41.7%	9.5%	10.1%	7.8%
前期比 +0.4ポイント	前期比 +0.2ポイント	前期比 +0.6ポイント	前期比 +1.0ポイント

✓ 販管費増も売上成長により、5年連続で過去最高益を更新



増収

- ゴルフに加えて、成長分野と位置づけるランニング、フットボール、スポーツスタイルシューズの販売好調
- 日本、欧州、米州、アジア・オセアニア、いずれも売上過去最高

粗利率改善

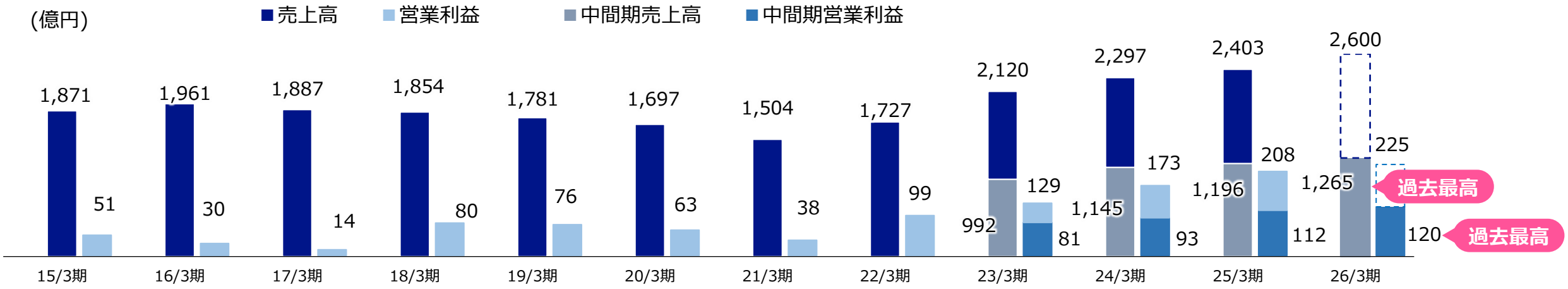
- 原価低減、価格転嫁の取組み
- ゴルフクラブ、フットボールシューズ、スポーツスタイルシューズなど高粗利商品カテゴリーの売上拡大
- 2Qまでは米国関税影響なし

販売管理費

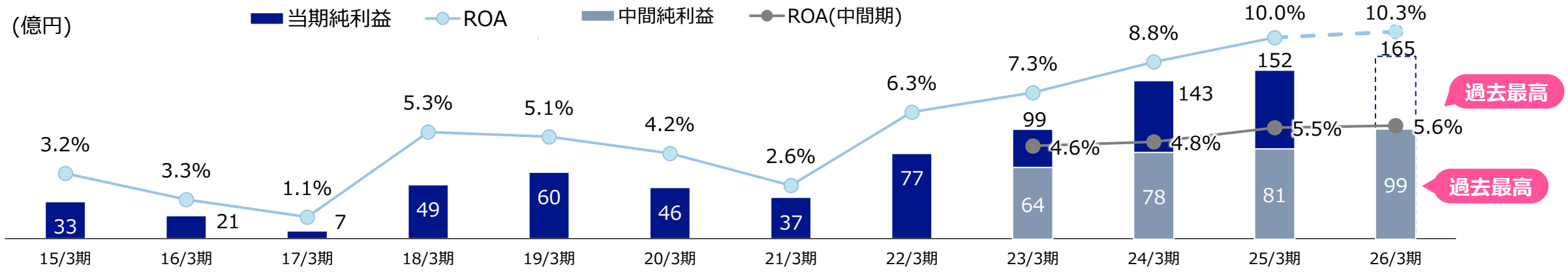
- 人的投資強化
- プロモーション費用投下
- 物流費等増も全体の経費率はコントロール

連結決算概要｜業績推移

売上高・営業利益



当期(中間)純利益・ROA



連結決算概要｜連結損益計算書

（億円）		FY24.2Q	FY25.2Q	増減額	増減率(%)	業績予想	進捗率(%)
売上高		**1,196**	**1,265**	69	5.8%	2,600	48.7
売上総利益		**494**	**528**	34	6.8%		
売上総利益率		41.3%	**41.7%**	0.4pt			
人件費		144	**154**	10	6.5%		
広告宣伝費		60	**64**	4	5.5%		
販管費		**382**	**408**	26	6.6%		
販管費率		32.0%	**32.2%**	0.2pt			
営業利益		**112**	**120**	8	7.7%	225	53.4
営業利益率		9.3%	**9.5%**	0.2pt			
経常利益		**113**	**127**	14	12.5%	230	55.3
経常利益率		9.5%	**10.1%**	0.6pt			
中間純利益		**81**	**99**	18	22.0%	165	59.9
中間純利益率		6.8%	**7.8%**	1.0Pt			
為替レート	USD	152.30円	**148.99円**				
	GBP	195.55円	**193.71円**				
	EUR	164.82円	**162.59円**				

連結決算概要｜連結貸借対照表

（億円）	FY24.2Q	FY24.4Q	FY25.2Q	対FY24.2Q 増減額	対FY24.2Q 増減率(%)	対FY24.4Q 増減額	対FY24.4Q 増減率(%)
資産合計	2,108	2,185	**2,215**	107	5.1%	30	1.4%
現金及び預金	375	324	**357**	△18	△5.0%	33	10.1%
受取手形及び売掛金	451	507	**480**	29	6.5%	△27	△5.3%
在庫	522	581	**545**	23	4.4%	△36	△6.2%
有形・無形固定資産	457	459	**455**	△2	△0.5%	△4	△0.9%
投資有価証券	97	96	**137**	40	41.7%	41	43.1%
繰延税金資産	19	16	**15**	△4	△17.9%	△1	△3.1%
負債合計	585	614	**581**	△4	△0.5%	△33	△5.2%
短期有利子負債	31	59	**51**	20	66.5%	△8	△13.1%
長期有利子負債	102	76	**84**	△18	△17.9%	8	10.6%
純資産合計	1,523	1,571	**1,633**	110	7.2%	62	4.0%

✓ 利益の拡大により、ROA、ROEが向上

	FY24.2Q	FY25.2Q	前期比
総資産事業利益率(ROA)*1	5.5%	**5.6%**	0.1pt
自己資本利益率(ROE)*1	5.5%	**6.2%**	0.7pt
自己資本比率	71.9%	**73.4%**	1.5pt
1株当たり利益(EPS) *1*2*4	105.54	**128.68**	23.14
1株当たり純資産額(BPS) *4	1,975.52	**2,116.50**	140.98

	FY24.2Q	FY25.2Q	前期比
株価収益率(PER)*3	14.37	**10.38**	△3.99
株価純資産倍率(PBR)	1.54	**1.26**	△0.28
基準株価*4(各年度9月末日)	3,033	**2,671**	△362

*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）には中間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、2025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。
*4 25年4月1日を効力発生日として普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施。前期期首に当該分割が行われたと仮定し算定しています。

連結決算概要｜キャッシュ・フロー／研究開発等／株主還元

キャッシュフロー

（億円）	FY24.2Q	FY25.2Q	増減額	増減率(%)
営業活動CF	81	**114**	33	40.3%
投資活動CF	△14	**△49**	△35	248.4%
財務活動CF	△26	**△26**	0	1.0%
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	55	**33**	△22	△41.2%
現金及び現金同等物の期首残高	320	**324**	4	1.4%
現金及び現金同等物の期末残高	375	**357**	△18	△5.0%

研究開発、設備投資、減価償却

（億円）	FY24.2Q	FY25.2Q	増減額	増減率(%)
研究開発	15	**15**	0	4.8%
設備投資	11	**14**	3	26.2%
減価償却	14	**17**	3	19.4%

株主還元

	FY24	FY25予想	増減額	増減率(%)
年間配当金（円）*1	**50**	**50**	0	0%
配当性向（%）	**25.2**	**23.3**	△1.9pt	△7.6%

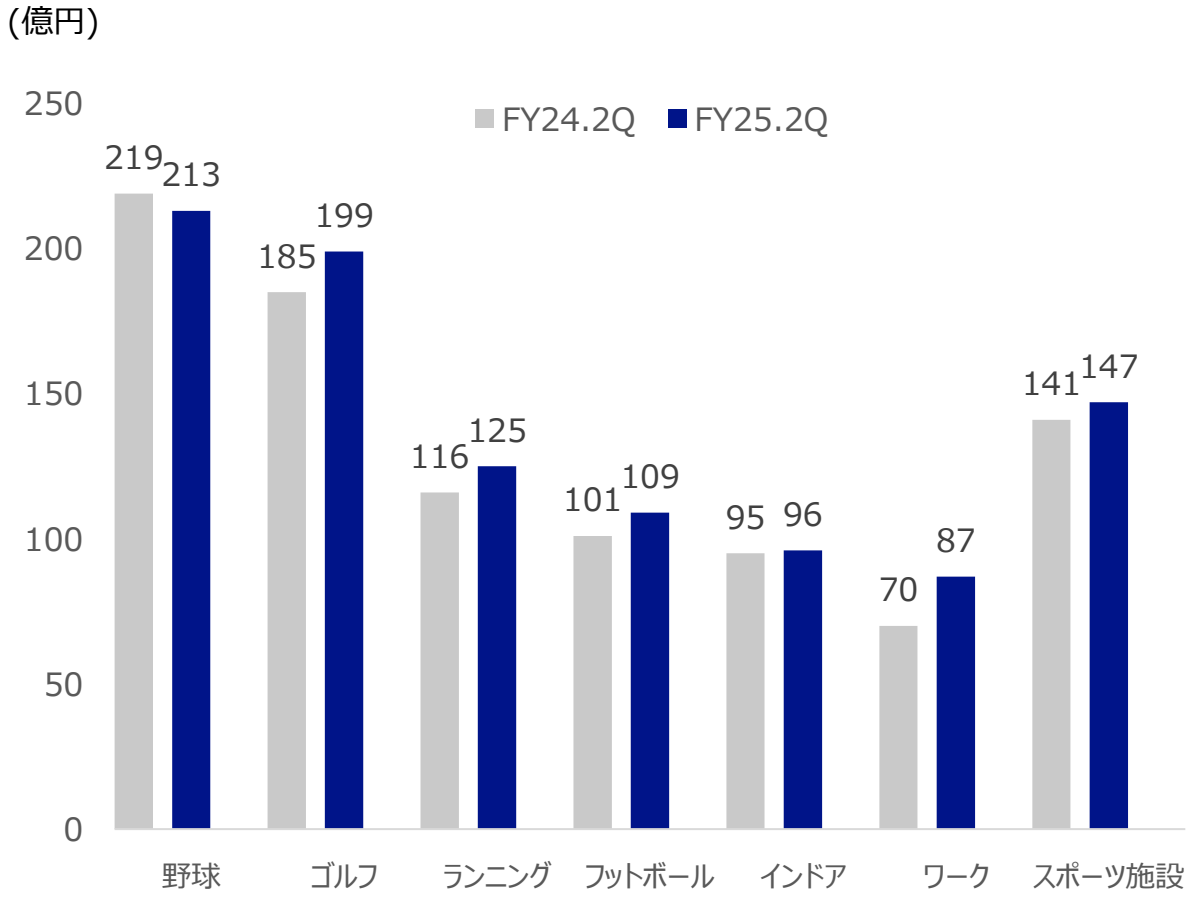
*1　25年4月1日を効力発生日として普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施。前期期首に当該分割が行われたと仮定し算定しています。

連結決算概要｜主要なカテゴリー別売上

- ✓ ゴルフが欧州、米州を中心に成長
- ✓ 注力カテゴリーであるランニング、フットボールが成長
- ✓ 日本においてはワークビジネスが成長

（億円）	FY24.2Q	FY25.2Q	増減額	増減率(%)
野球/ソフト	219	**213**	△6	△2.4
ゴルフ	185	**199**	14	7.2
ランニング	116	**125**	9	7.9
フットボール	101	**109**	8	8.6
インドア *1	95	**96**	1	1.5
ワーク	70	**87**	17	25.6
スポーツ施設	141	**147**	6	3.9

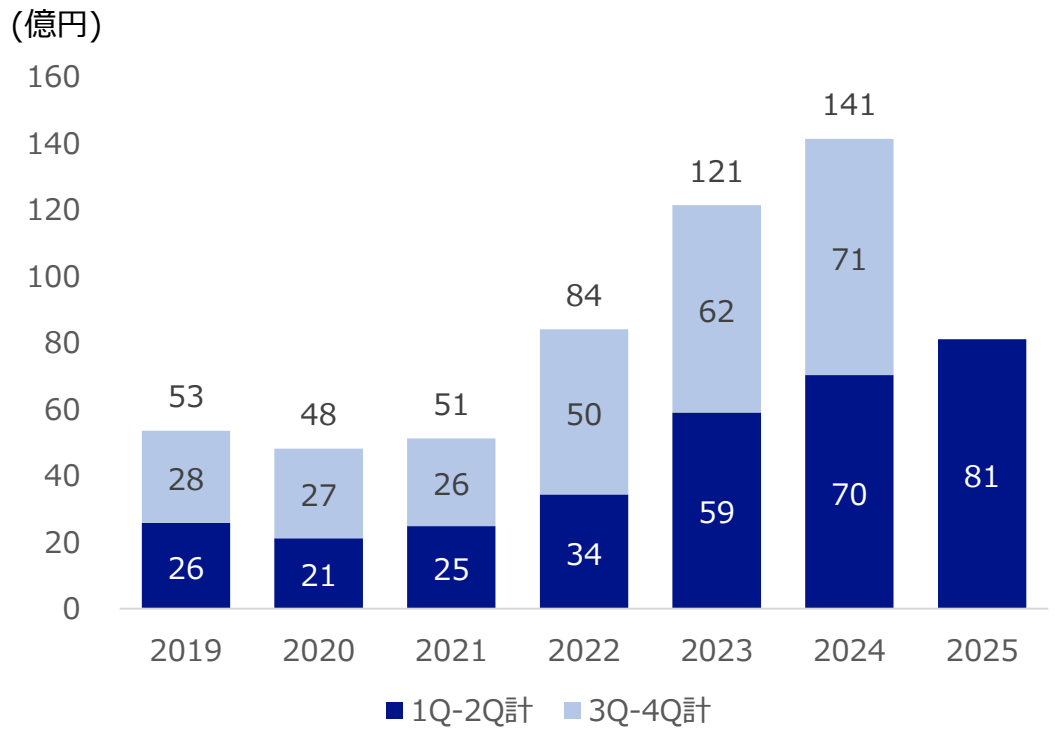
*1 インドアカテゴリーには、バレーボール、バドミントン、卓球、バスケットボール等を含みます。



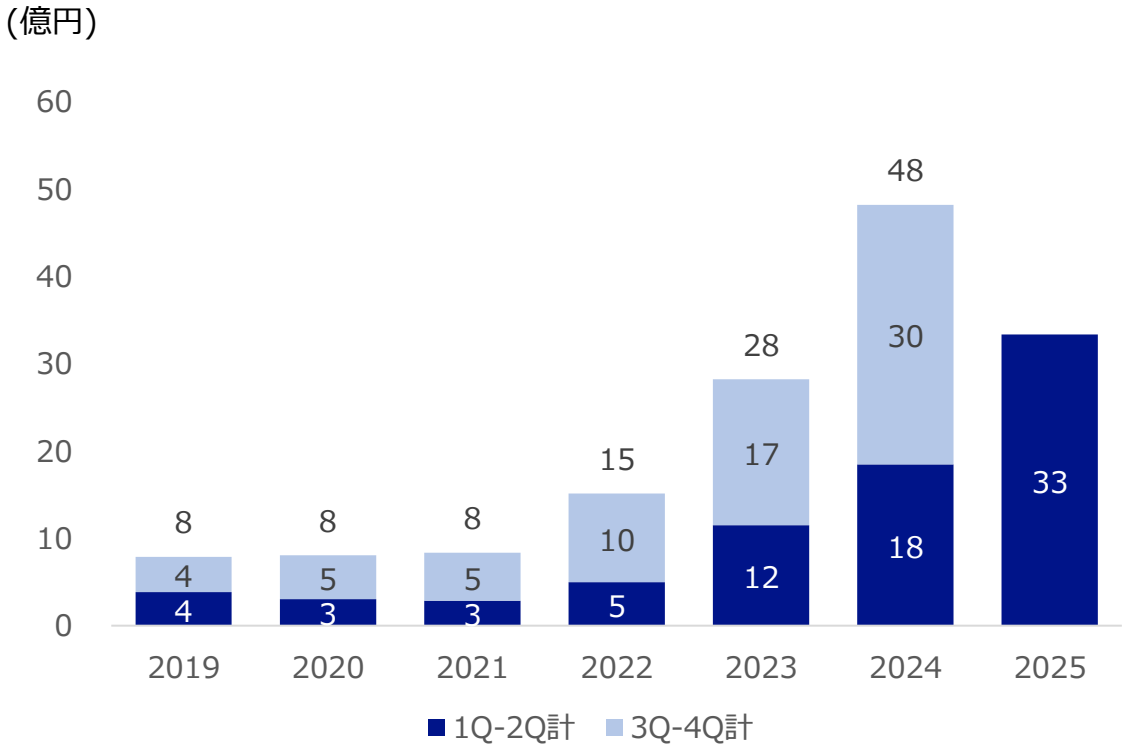
連結決算概要｜フットボールシューズ、スポーツスタイルシューズ売上

- ✓ 注力カテゴリーであるフットボールシューズとスポーツスタイルシューズが順調に成長
- ✓ フットボールシューズはグローバル全体で成長
- ✓ スポーツスタイルシューズは日本、欧州、アジア・オセアニアを中心に成長

フットボールシューズ（サッカー）売上



スポーツスタイルシューズ　売上

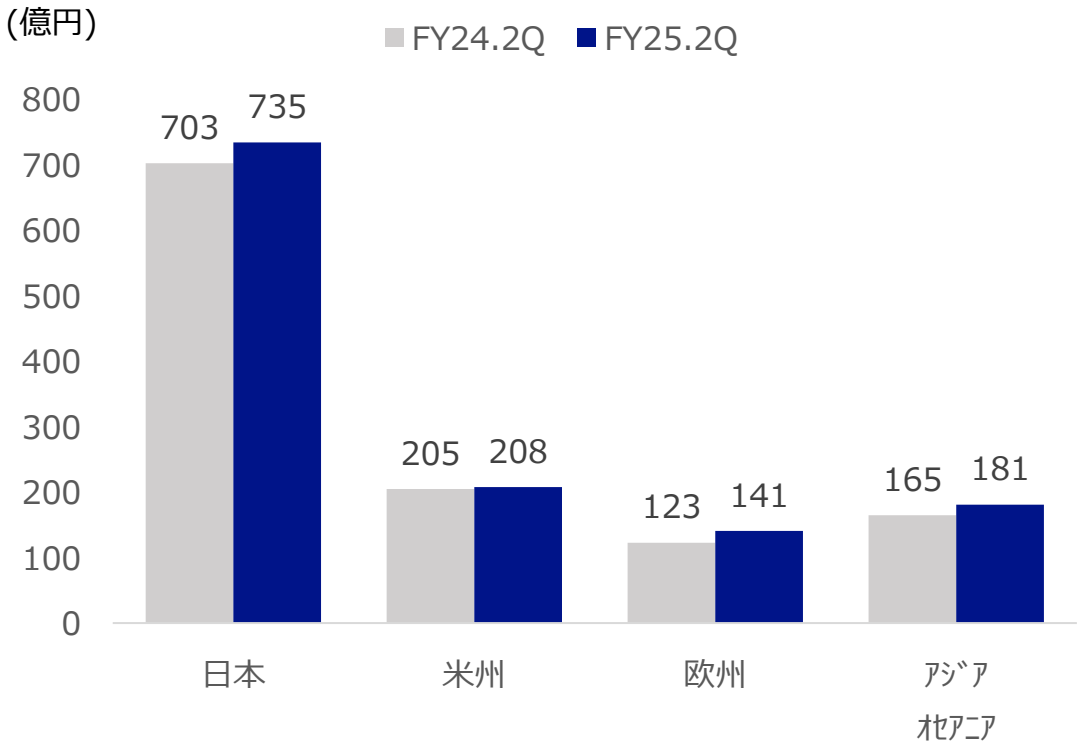


連結決算概要｜リージョン別業績サマリ

✓ 日本、米州：増収増益。売上、営業利益いずれも過去最高
✓ 欧州、アジア・オセアニア：増収減益。売上は過去最高

✓ 海外売上比率　25年度2Q 41.9%　（24年度2Q 41.2%）

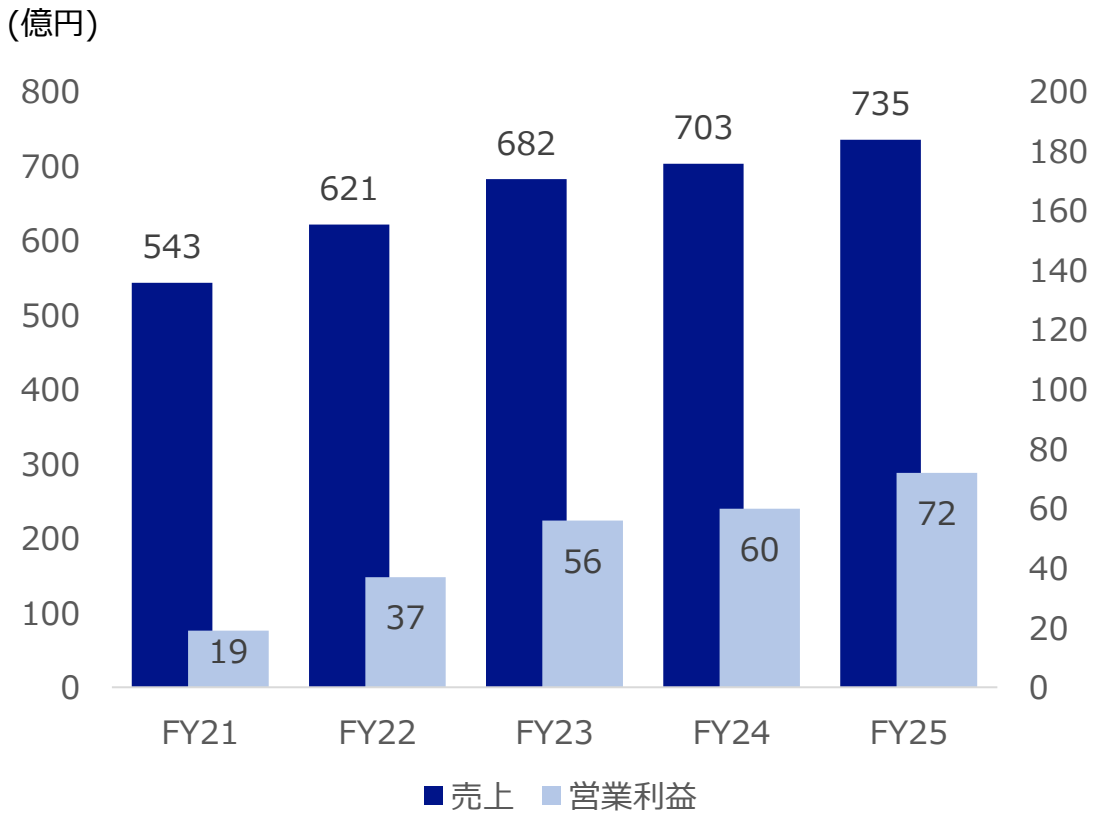
（億円）	FY24.2Q	FY25.2Q	増減額	増減率(%)
日本	703	**735**	32	4.5
米州	205	**208**	3	1.7
欧州	123	**141**	18	14.3
ｱｼﾞｱ・ｵｾｱﾆｱ	165	**181**	16	9.7
計	1,196	**1,265**	69	5.8



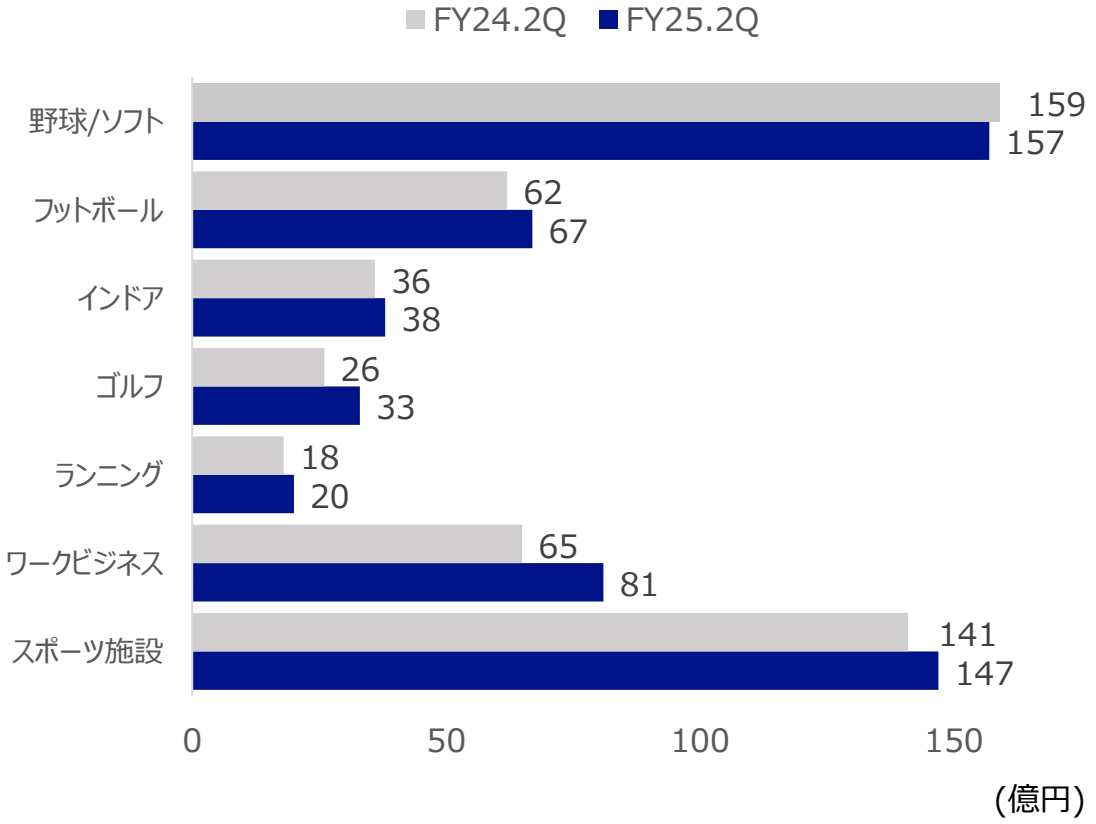
リージョン別業績｜日本

- ✓ 売上、営業利益が過去最高
- ✓ フットボール、インドアスポーツ、ゴルフ、ランニング等が成長
- ✓ スポーツ用品開発の知見を非スポーツ分野に応用したワークビジネスが成長
- ✓ スポーツスタイルは対前年倍増

売上/営業利益



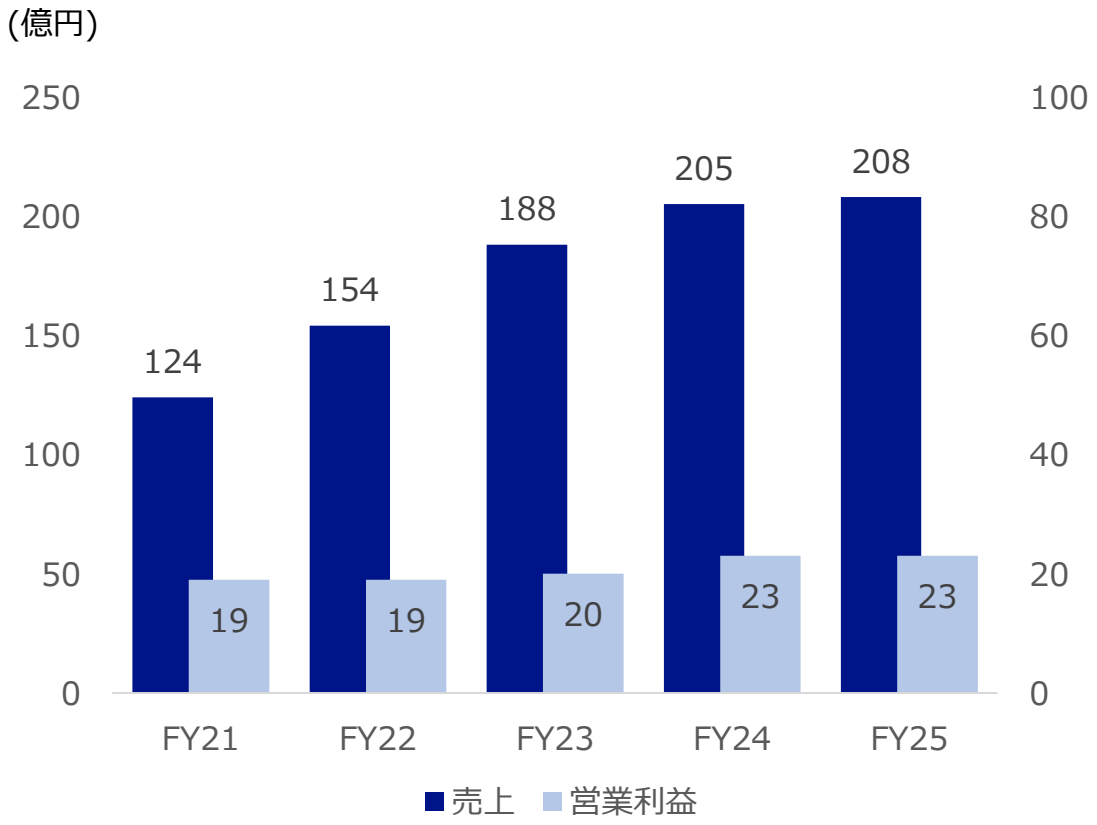
カテゴリー別売上



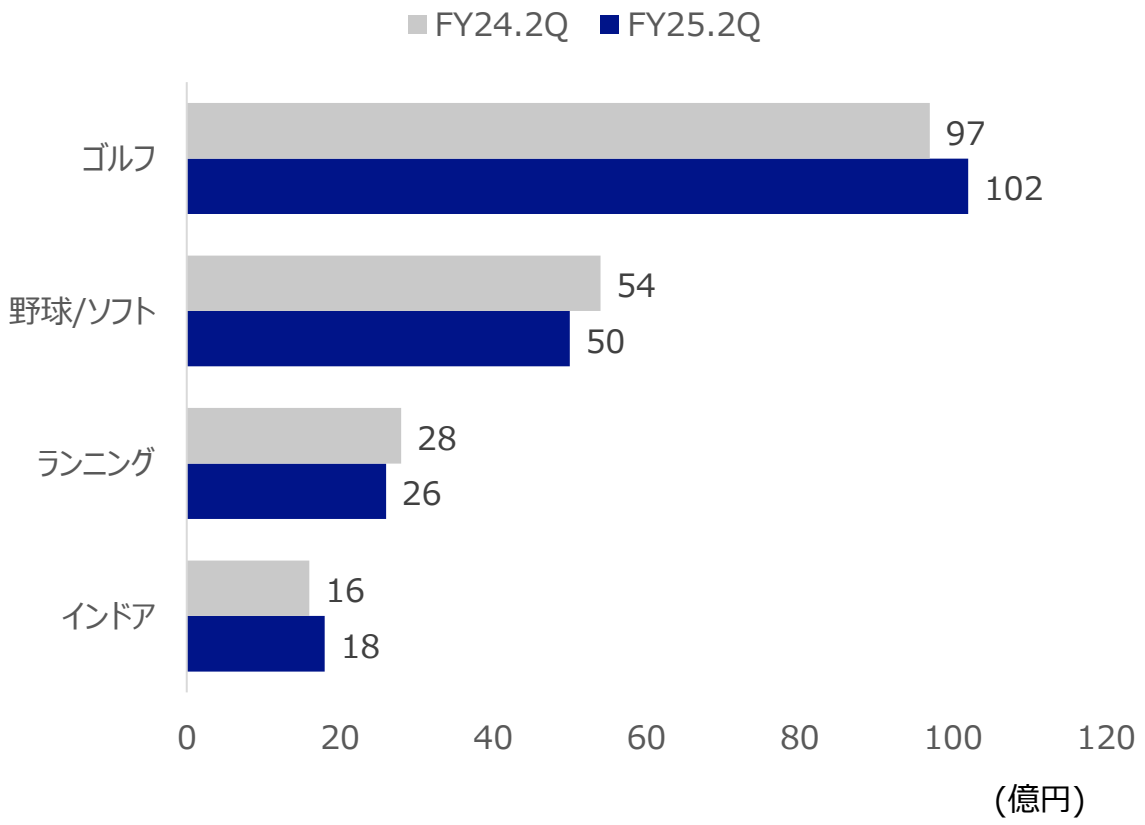
リージョン別業績｜米州

- ✓ 売上、営業利益が過去最高
- ✓ 主力のゴルフでは、アイアンを中心とした商品力、カスタムフィッティング等サービスの評価も高く、好調に推移し、野球/ソフトボール、ランニングの売上減をカバー
- ✓ ２Q時点では米国関税の影響なし

売上/営業利益



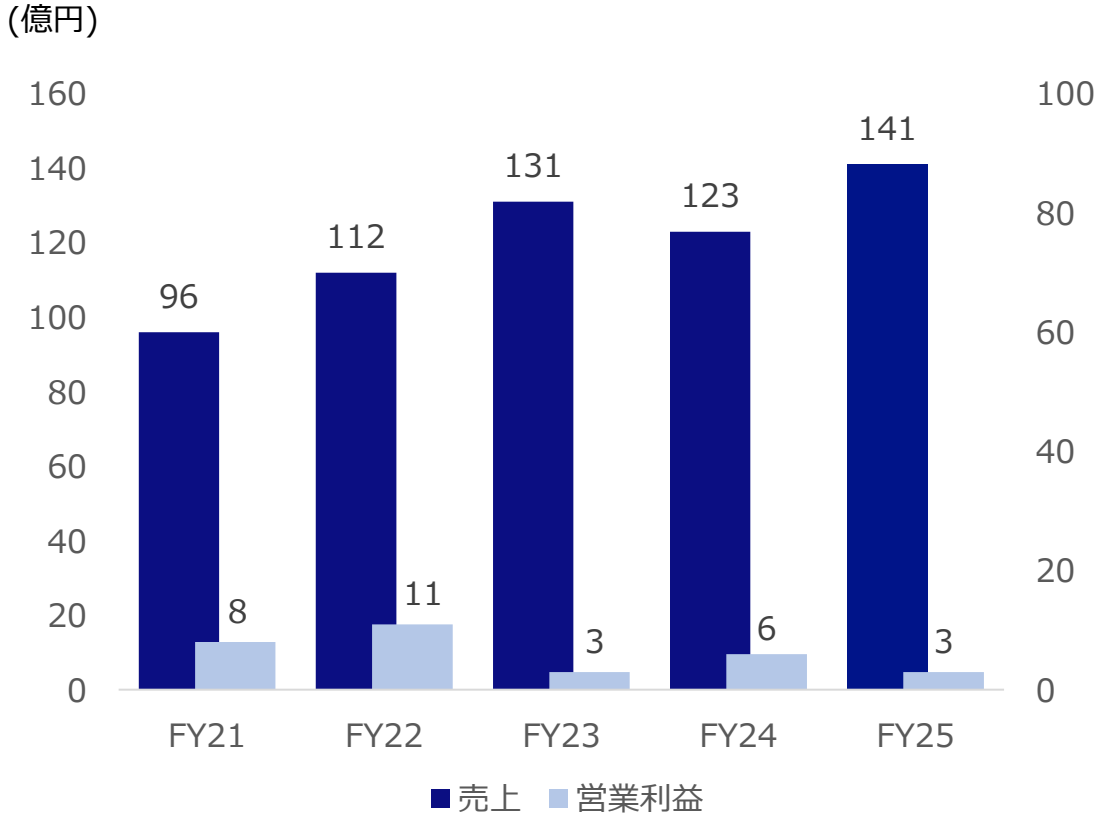
カテゴリー別売上



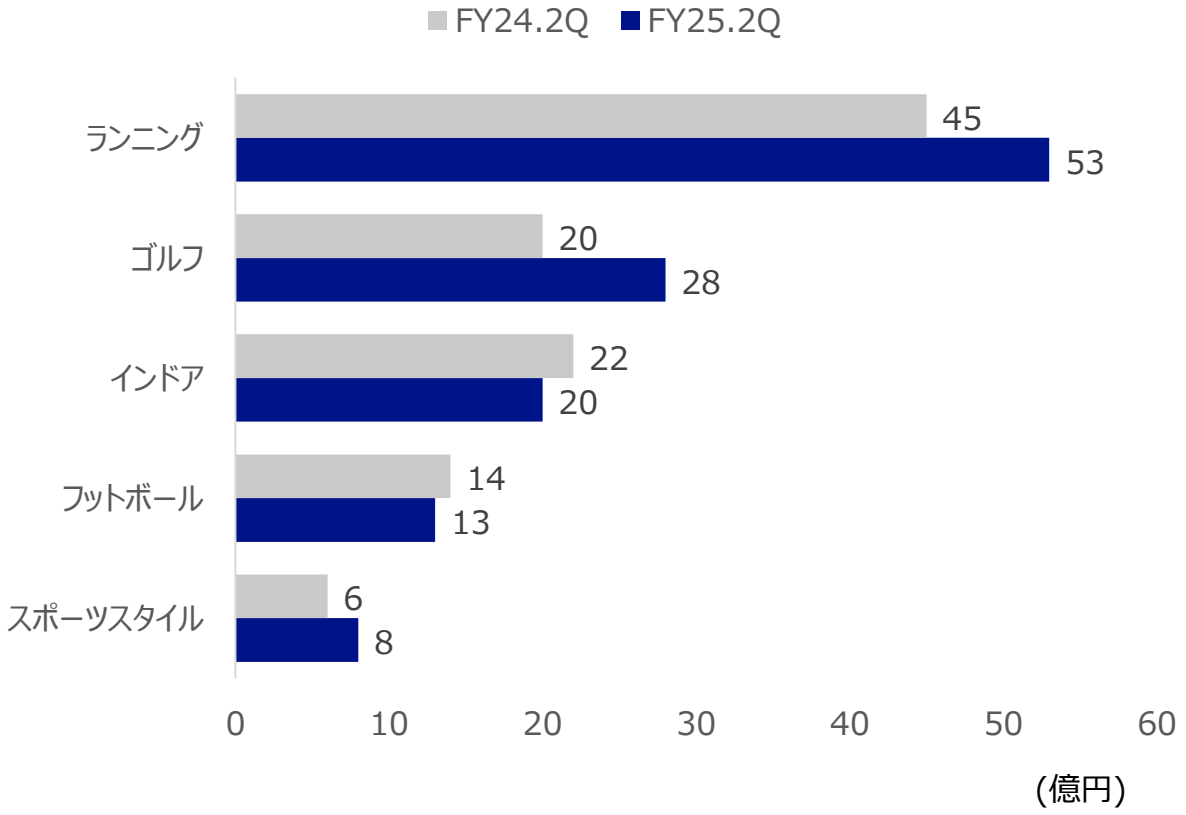
リージョン別業績｜欧州

- ✓ 売上は過去最高
- ✓ 主力のランニング、ゴルフの販売が好調
- ✓ フットボールは競争激化で対前年比微減。欧州トップチームのユニフォーム着用でブランド認知拡大図る
- ✓ 調達コスト上昇により、利益を下押し

売上/営業利益



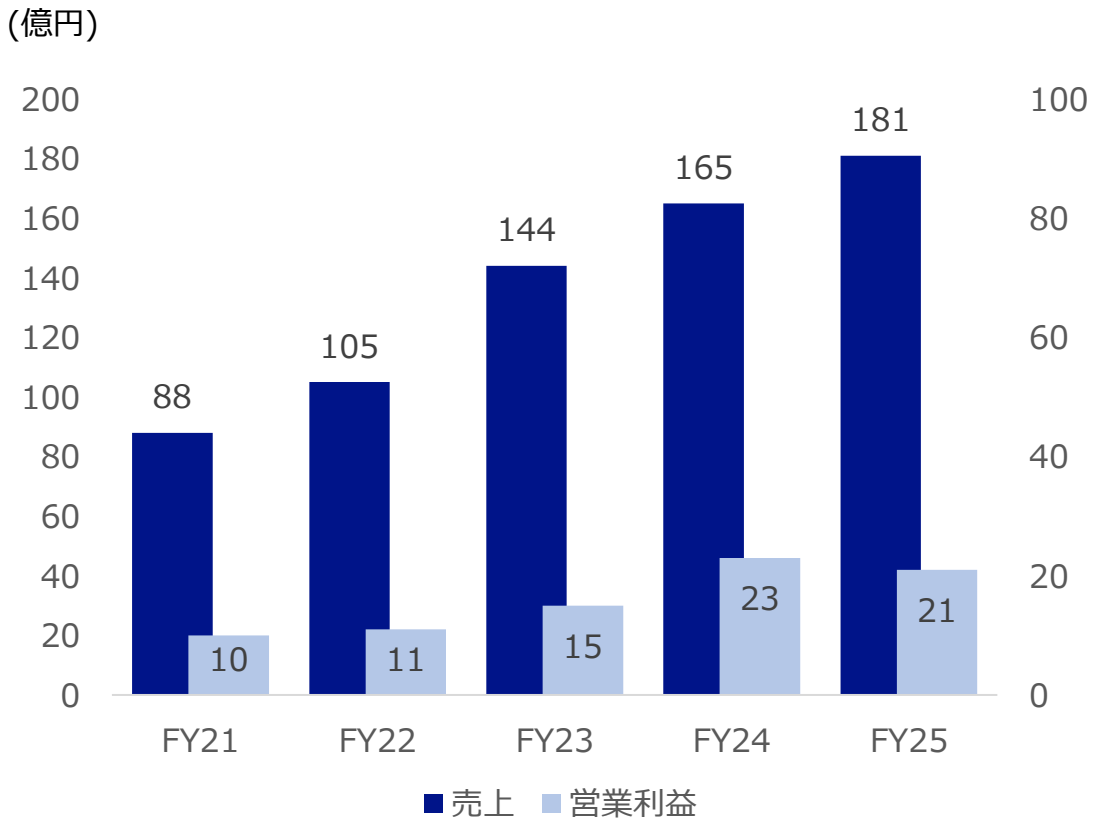
カテゴリー別売上



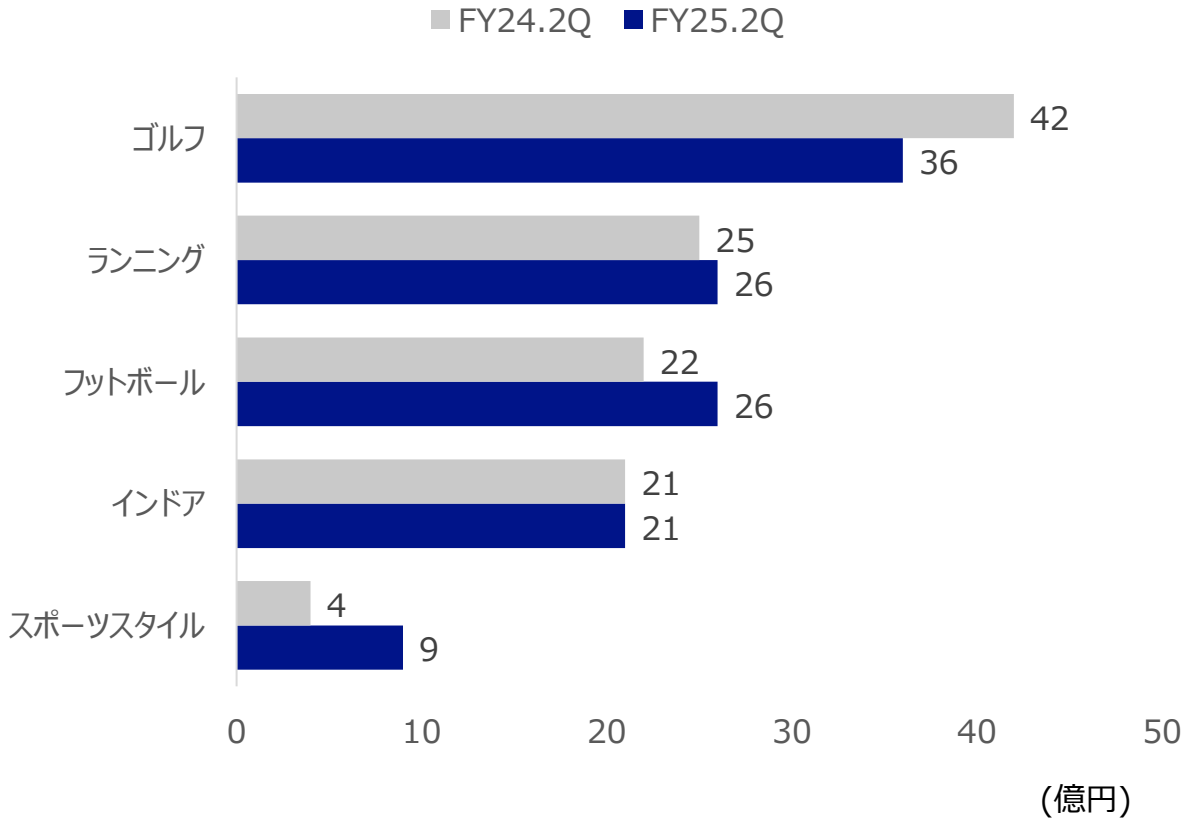
リージョン別業績｜アジア・オセアニア

- ✓ 売上は過去最高
- ✓ ランニング、フットボール、スポーツスタイルが成長
- ✓ ゴルフは韓国ゴルフ市場の停滞により減収

売上/営業利益



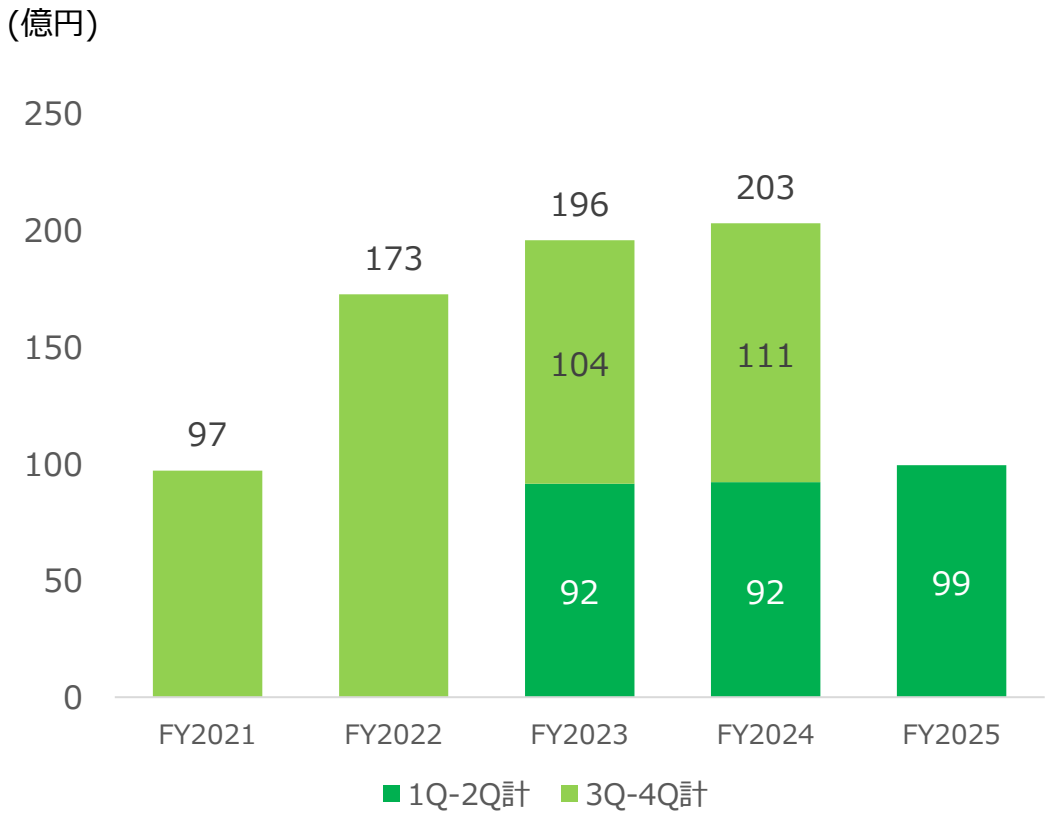
カテゴリー別売上



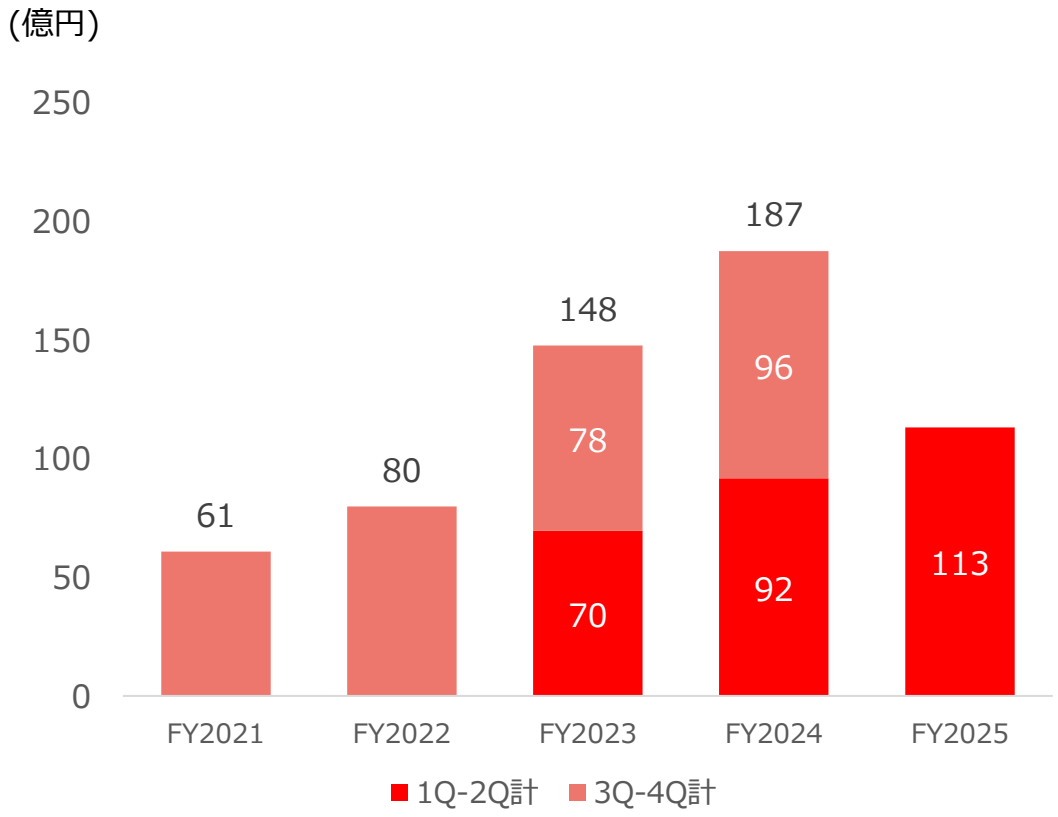
ブラジル事業、中国事業

- ✓ ブラジル、中国は現地代理店に販売権を付与し、ロイヤリティを得るビジネスモデルで展開
- ✓ ブラジルではフットウエアを中心に事業を展開し、堅調に推移
- ✓ 中国では、ECを中心に販売が拡大

ブラジル　現地代理店　売上



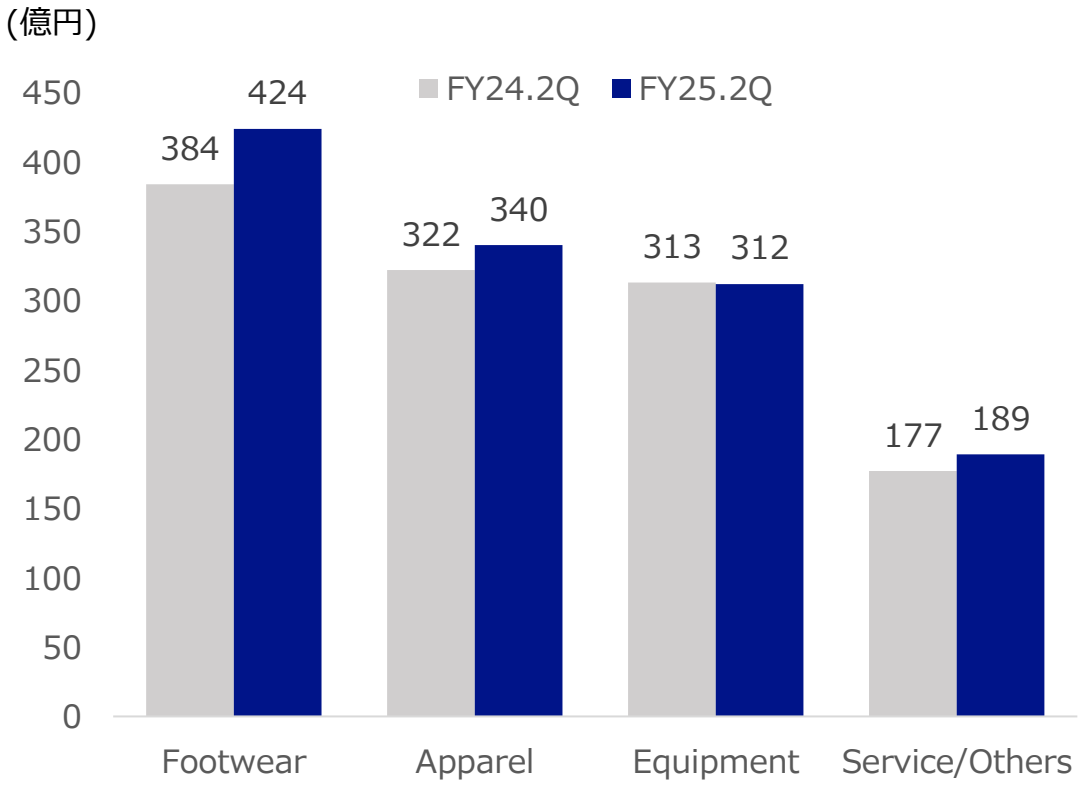
中国　現地代理店　売上



プロダクト別売上

- ✓ Footwear：ランニング、フットボール、スポーツスタイルの売上が拡大
  日本においてはワークシューズの売上も拡大
- ✓ Apparel：競技用スポーツアパレルに加え、ワークアパレルの売上が伸長
- ✓ Equipment：野球用具は減収も、ゴルフが欧州、米州で成長し、売上規模は前年同期水準に

（億円）	FY24.2Q	FY25.2Q	増減額	増減率(%)
Footwear	384	**424**	40	10.3
Apparel	322	**340**	18	5.5
Equipment	313	**312**	△1	△0.2
Service/Others	177	**189**	12	7.1
計	1,196	**1,265**	69	5.8



為替の影響

為替相場の変動が業績に与える影響

	米ドルに対する他通貨の動きと影響
売上高	円安：円換算により増加 円高：（同）減少
売上原価	円安･現地通貨安：主に米ドル建の輸入仕入のため増加 円高･現地通貨高：（同）減少
販管費	円安：円換算により増加 円高：（同）減少

セグメント別売上高への影響

（億円）	FY24.2Q	現地通貨ベース	為替変動影響	FY25.2Q
日本	703	+32	－	**735**
米州	205	+9(+4.4%)	△6	**208**
欧州	123	+19(+15.7%)	△1	**141**
アジア･オセアニア	165	+24(+14.7%)	△8	**181**
計	1,196	+84	△15	**1,265**

2026年3月期　業績予想

売上高

- 注力カテゴリーであるフットボール、ランニング、スポーツスタイルに加え、ワークビジネスが好調に推移
- グローバルでの主力ビジネスであるゴルフも鍛造アイアンとカスタムフィッティングへの評価高く、堅調に推移

売上総利益

- ゴルフ、フットボール、スポーツスタイル、ワークビジネスなど比較的高粗利のカテゴリーが順調に成長
- 米国関税によるコスト増も、販売価格適正化の取り組みを推進し粗利確保の対応を進める

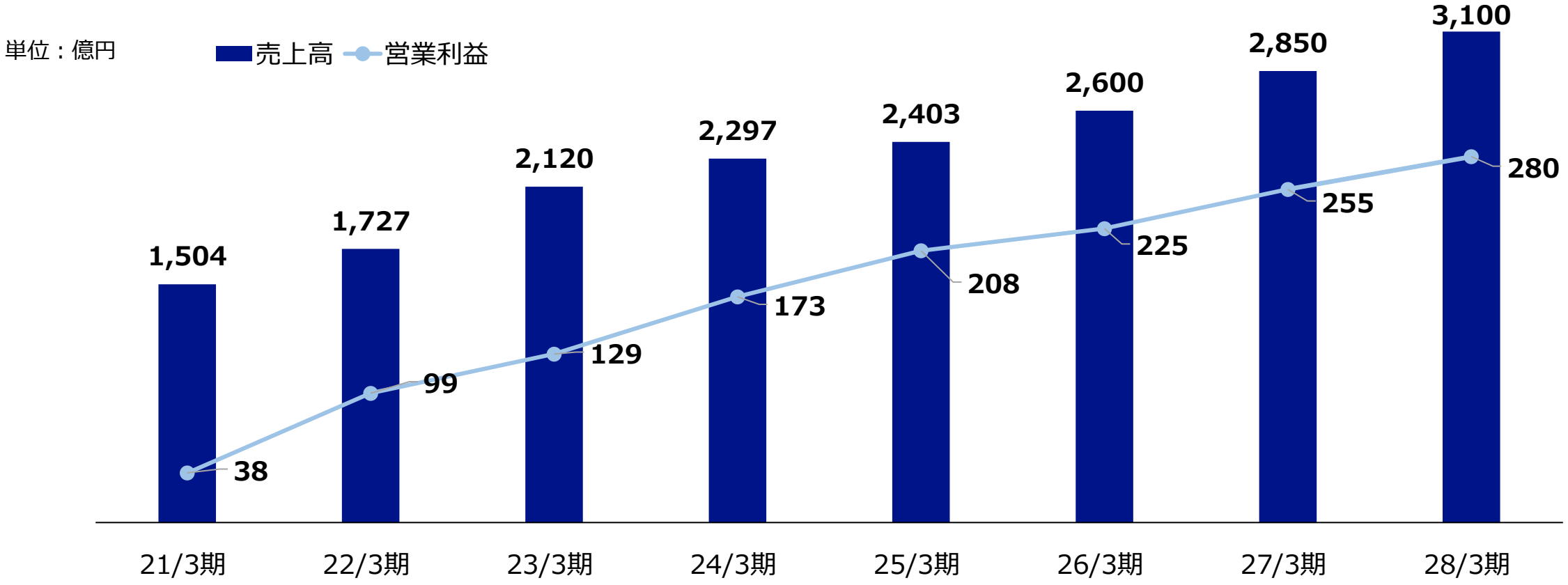
営業利益

- 人件費、広告宣伝費、物流費等増加も、売上高販管費率をコントロール
- 米国関税によるコスト増分は、経費支出の機動的なコントロールにより営業利益は当初見通しを確保

（単位：億円）	25/3期 実績	26/3期 予想	増減額	増減率(%)	進捗率(%)
売上高	2,403	**2,600**	197	8.2%	48.7
営業利益	208	**225**	17	8.2%	53.4
営業利益率	8.6%	**8.7%**	0.1pt		
経常利益	214	**230**	16	7.5%	55.3
経常利益率	8.9%	**8.8%**	▲0.1pt		

2.中期経営計画

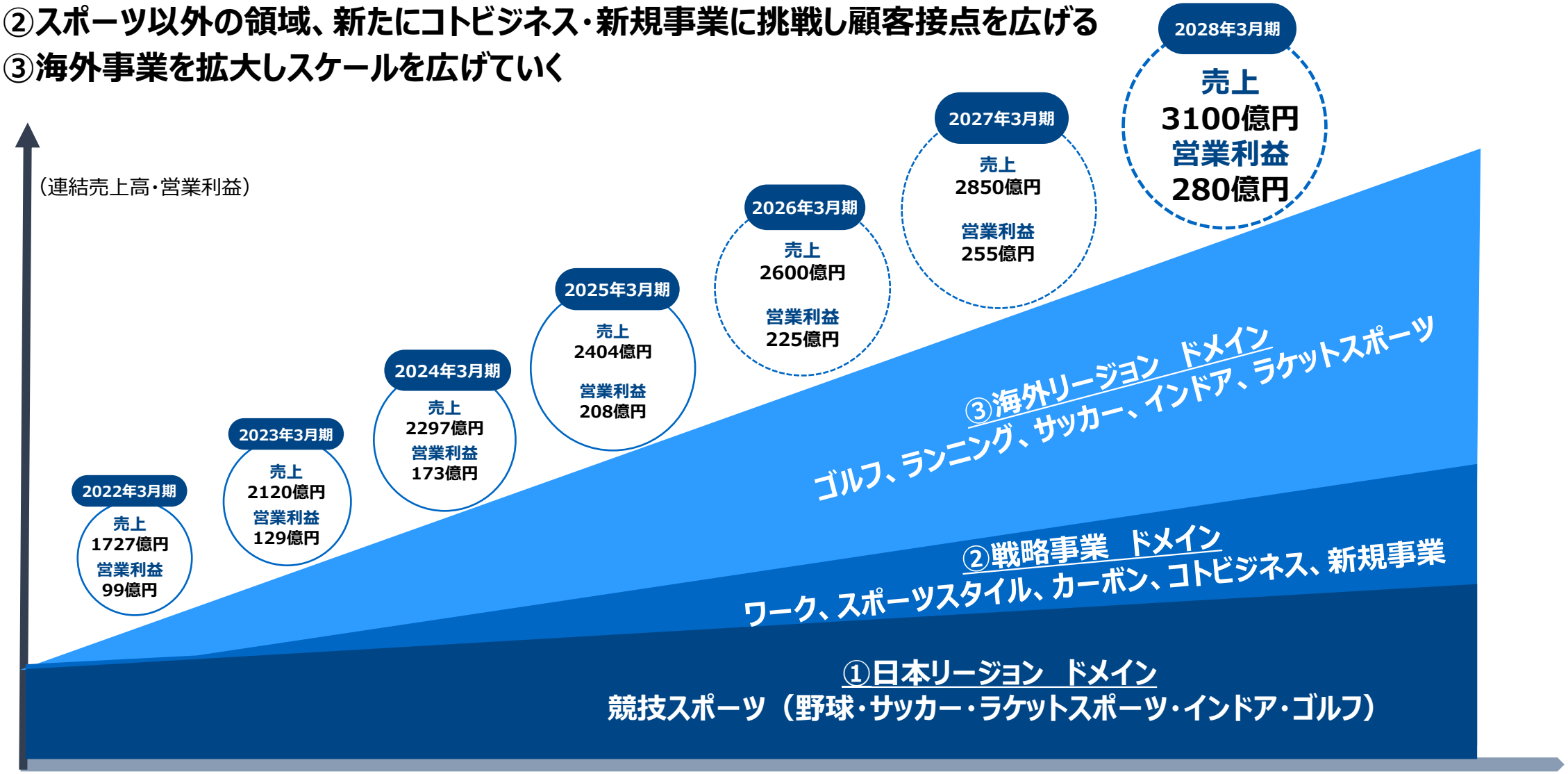
- **28/3期 目標：売上高3,100億円　営業利益280億円**



Rate	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期～
USD	106.66	109.86	130.78	140.55	151.44	145
EUR	122.2	131.05	141.26	156.8	163.79	159

中期経営計画｜今後の成長戦略

①日本の競技スポーツが基盤。商品力・営業力を更に高め、特にチームビジネスを拡大
②スポーツ以外の領域、新たにコトビジネス・新規事業に挑戦し顧客接点を広げる
③海外事業を拡大しスケールを広げていく



中期経営計画｜注力分野と成長戦略

ランニング

・スピードランナー向け商品群の刷新とアスリートへの提案によりグローバル市場での興味/関心を喚起
・企画・デザインチームを欧州に設置し、売上規模の大きい欧州市場のニーズを反映した完成度の高い商品をグローバルで拡販

競技スポーツ（野球・ソフトボール以外）

・サッカーは『プロダクト優位性』の追求とグラスルーツ活動の融合に加え、グローバルフェイスプレーヤー、クラブスポンサーシップによりグローバルでの認知度を向上
・バレーは『Volleyball World』との契約をグローバルで活用（肖像使用、SNSコラボ、会場直売）
・バドミントンは東南アジア・東アジアで好調なシューズを足掛かりに、日本製ラケット投入でさらに拡大

スポーツスタイル

・ミズノテクノロジーとデザインの融合により新たな顧客層を開拓
・積極的な店舗展開＋マーケティング強化によりグローバルで拡大

ゴルフ

・堅調な海外を更にカスタムフィッティングで伸ばす（米州では増産体制構築）
・新フィッティングツール「SET OPTIMIZER」を市場に投入。ドライバー、ウェッジも含めたセットでの測定、提案が可能に、新ツールでフィッティングビジネスを更に伸長させる。

ワークビジネス

・スポーツで培った技術を活かしユーザー目線で製品開発。対応業界/対応アイテムを拡大
・日本発の戦略カテゴリーを東アジアを手始めに海外での展開を開始

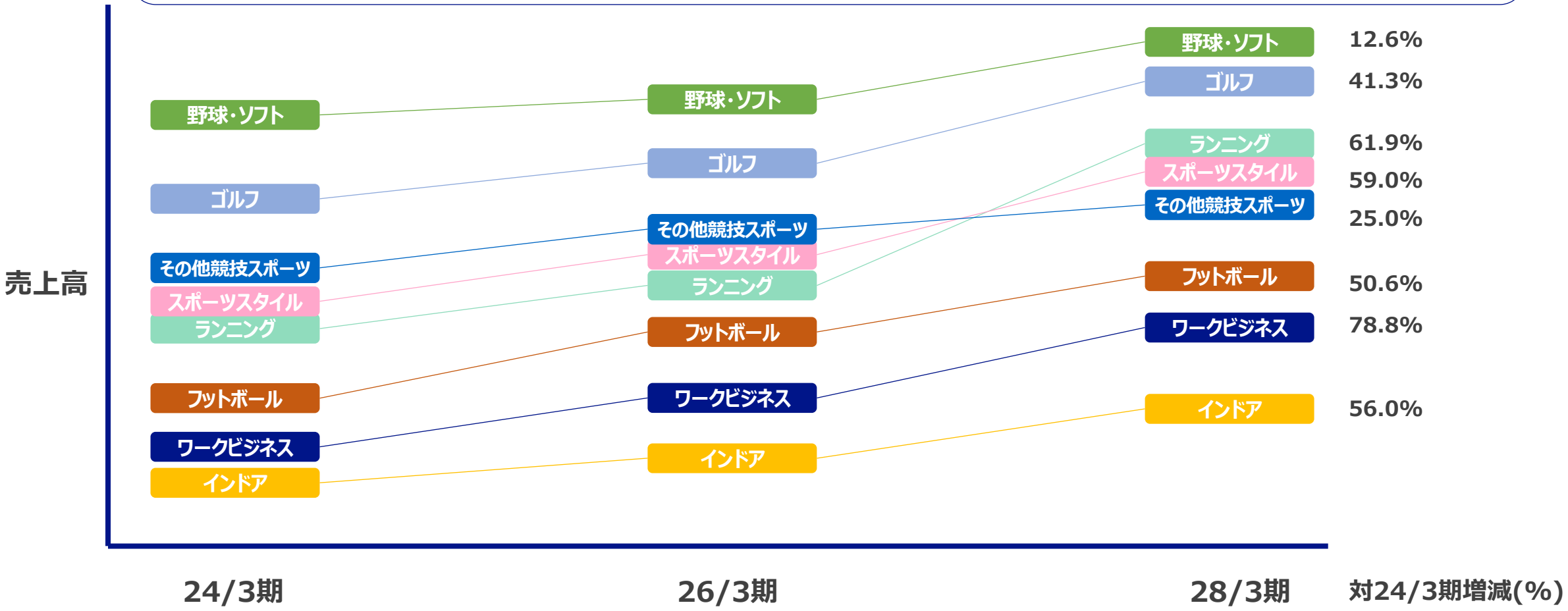
新規リージョン

・中南米ではメキシコ、アルゼンチン、パラグアイ等で新規代理店との取引開始
・また、成長著しく、非常に大きな市場であるインドに進出を計画

中期経営計画｜スポーツカテゴリー別戦略

- ランニング、フットボール、インドア、スポーツスタイルカテゴリーでグローバルでの成長を目指す
- 各地域特性に合わせた戦略カテゴリー（ワークビジネス、バドミントン等）もリージョン単位では堅実な成長を計画
- ゴルフは主に欧州、米州での更なる成長を目論む

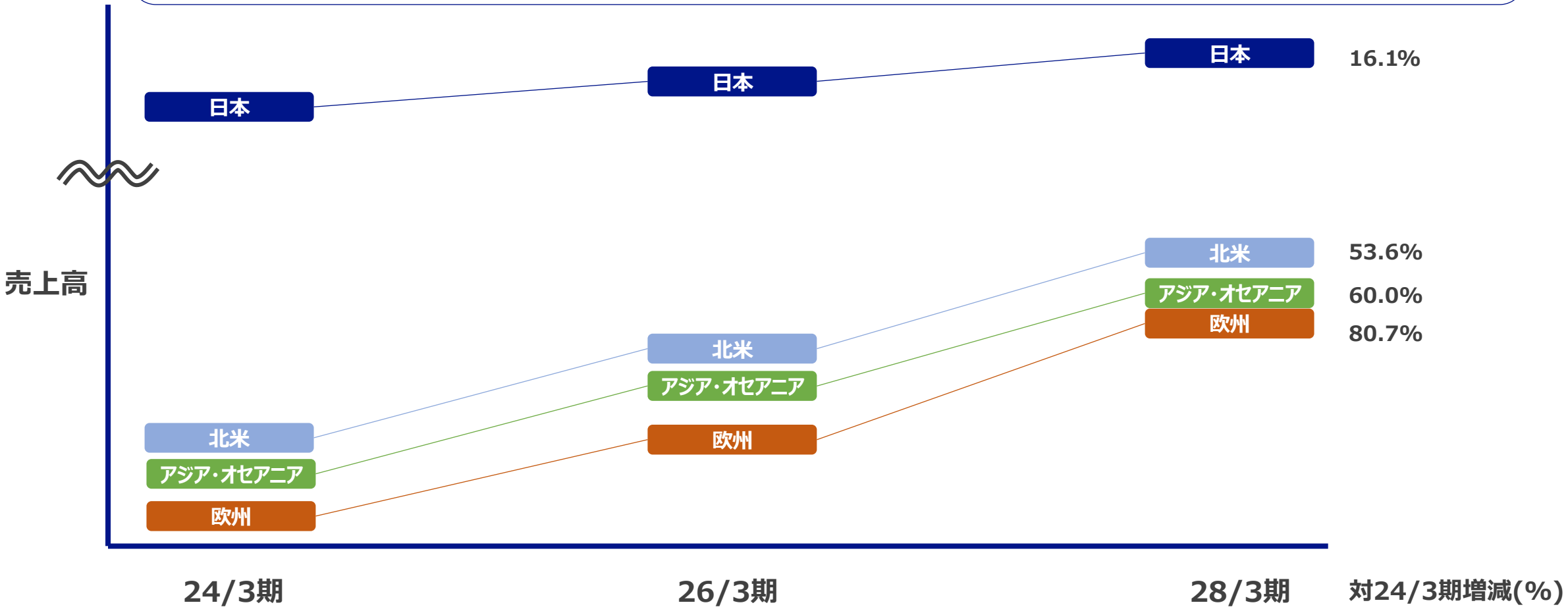
2024年3月期を起点とした売上高予想



中期経営計画｜リージョン別戦略

- 日本は競技スポーツをさらに強固にし、ワークビジネスなどの新規分野を成長する一方、収益性改善に取り組む
- グローバルではランニングの復活とゴルフ・サッカー・インドアを中心とした競技スポーツを更に成長
- スニーカーを中心としたスポーツスタイルカテゴリーの拡大にも挑戦

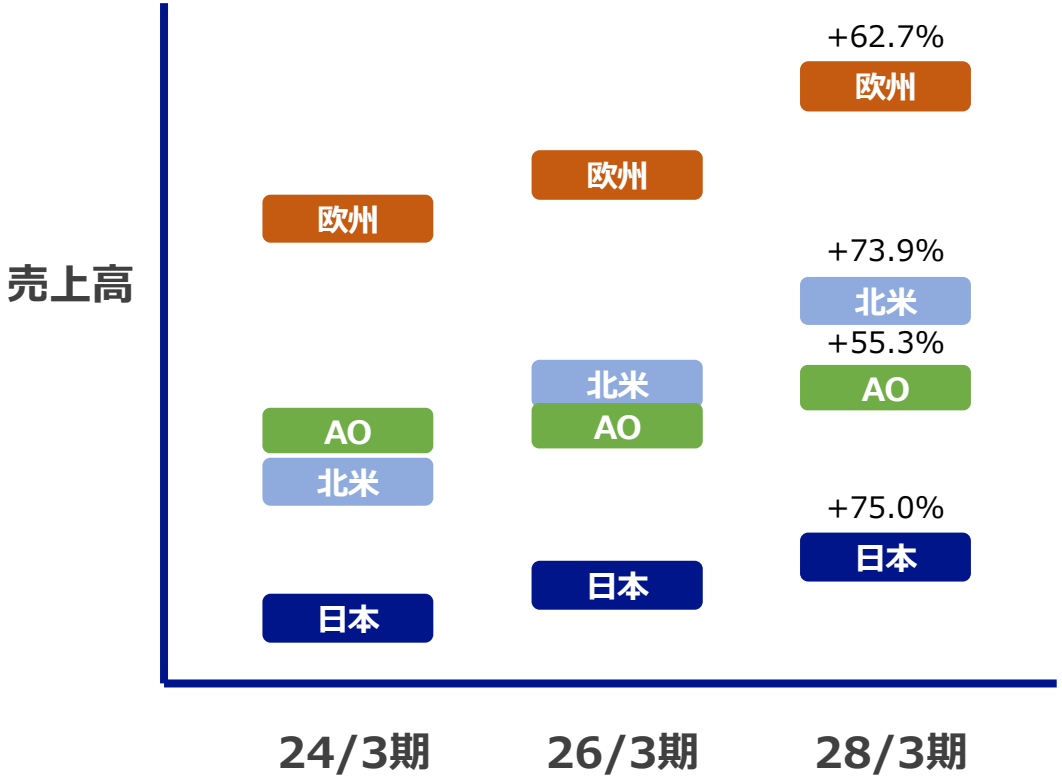
2024年3月期を起点とした売上高予想



中期経営計画｜今後の成長ドライバー

ランニング

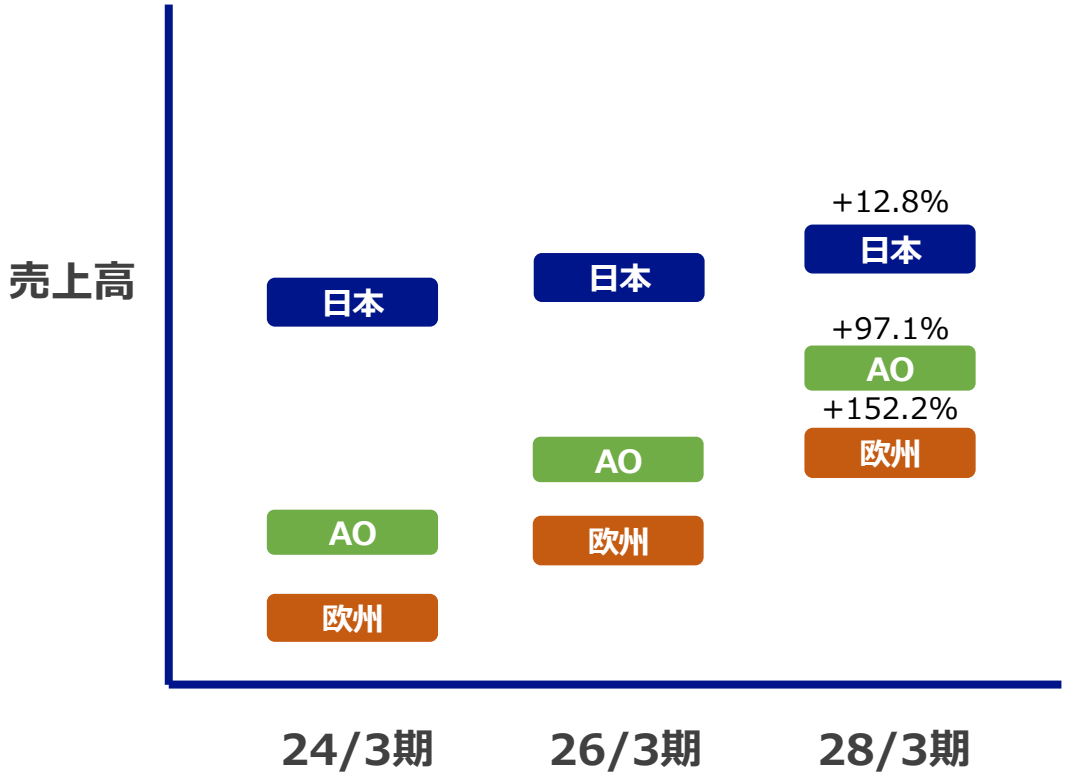
・パフォーマンスランニングブランドとしての地位を再構築
・各リージョン販売網の拡大を計画
・ランニングイベント等通じた、マーケティング投資強化



フットボール

※各項目上段数値：対24/3期成長率
※AO：アジア・オセアニアリージョン

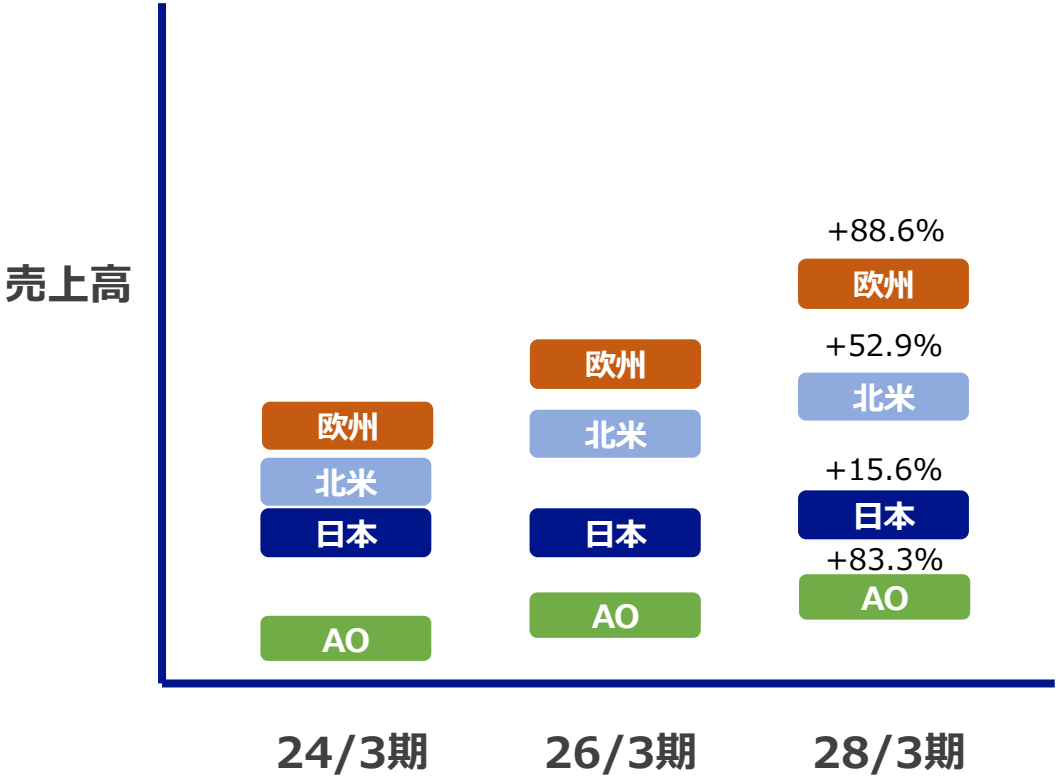
・グローバルフェイスプレーヤー獲得強化し、グローバルでのプレゼンスを向上
・各リージョンローカルマーケティングへの投資強化
・チームビジネスを中心としたDTC事業の拡大
・米州でも事業拡大を計画



中期経営計画｜今後の成長ドライバー

インドア(バレー・ハンドボール)

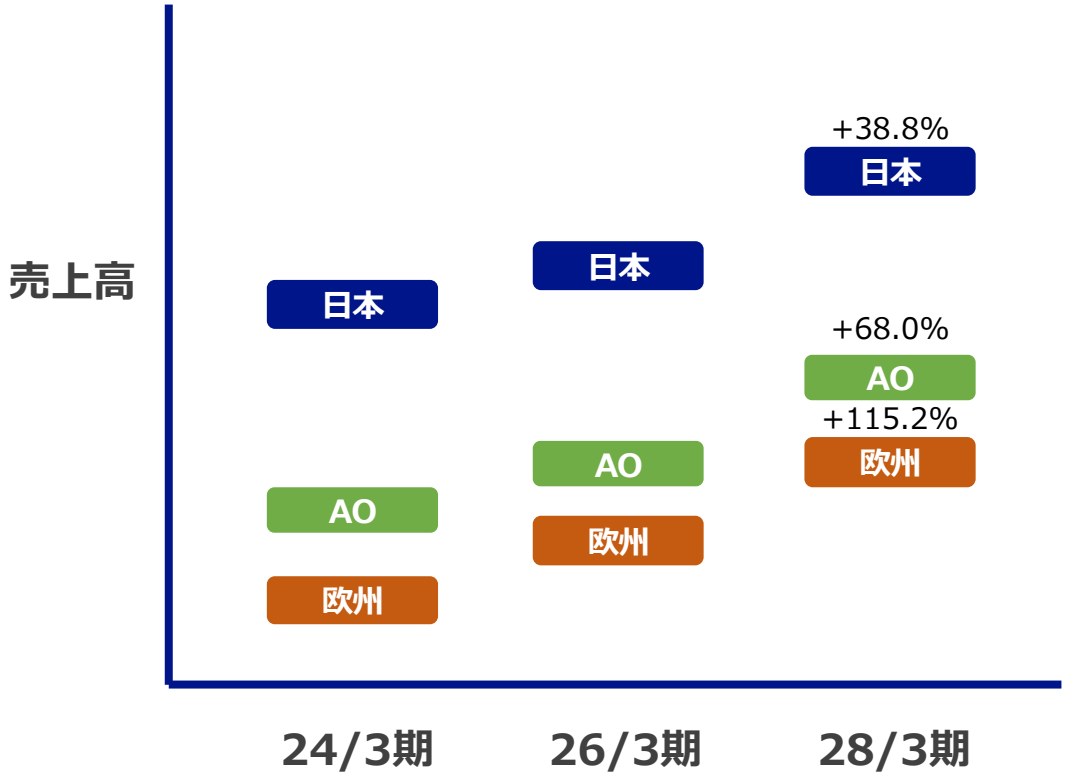
・チームビジネスを中心としたDTC事業の投資強化・拡大
・各協会契約活用した、グローバル市場でのブランド価値創出



スポーツスタイルシューズ

※各項目上段数値：対24/3期成長率
※AO：アジア・オセアニアリージョン

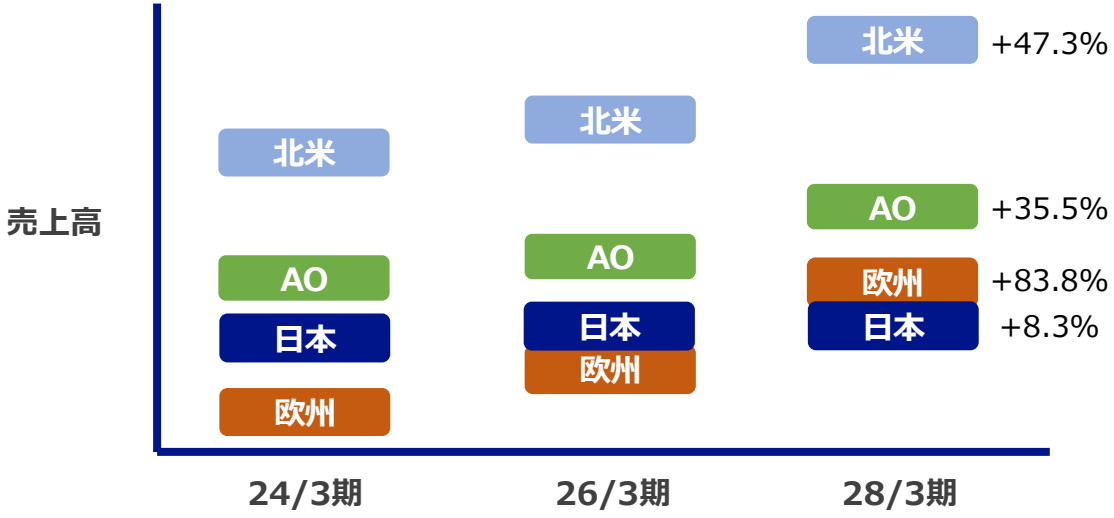
・日本、アジア・オセアニア中心に出店強化で顧客とタッチポイント創出
・商品ラインナップ随時拡張、ブランド価値創出
・話題性のあるアイテムを常に市場に投入すべく投資強化



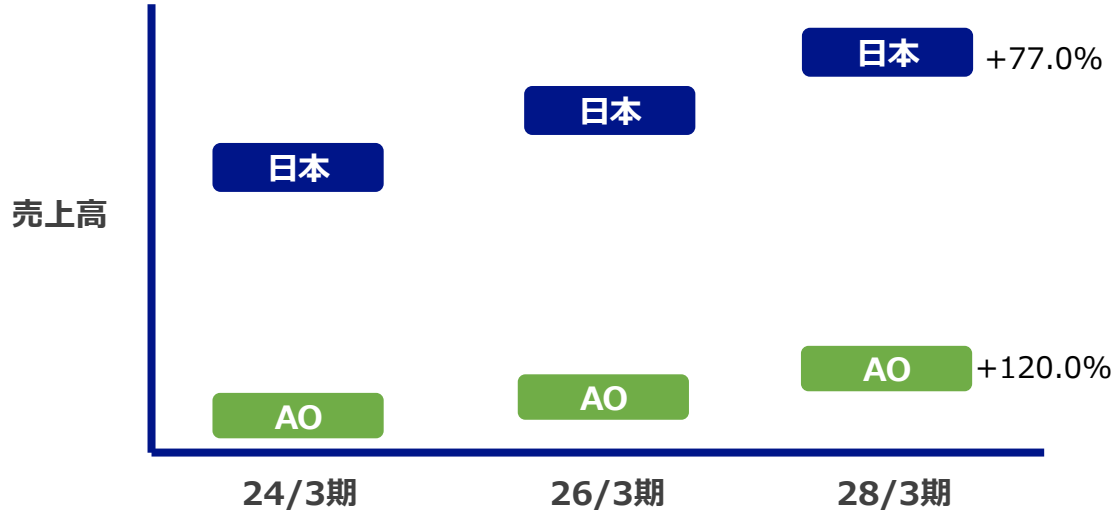
中期経営計画｜その他主要カテゴリー

※各項目右段数値：対24/3期成長率
※AO：アジア・オセアニアリージョン

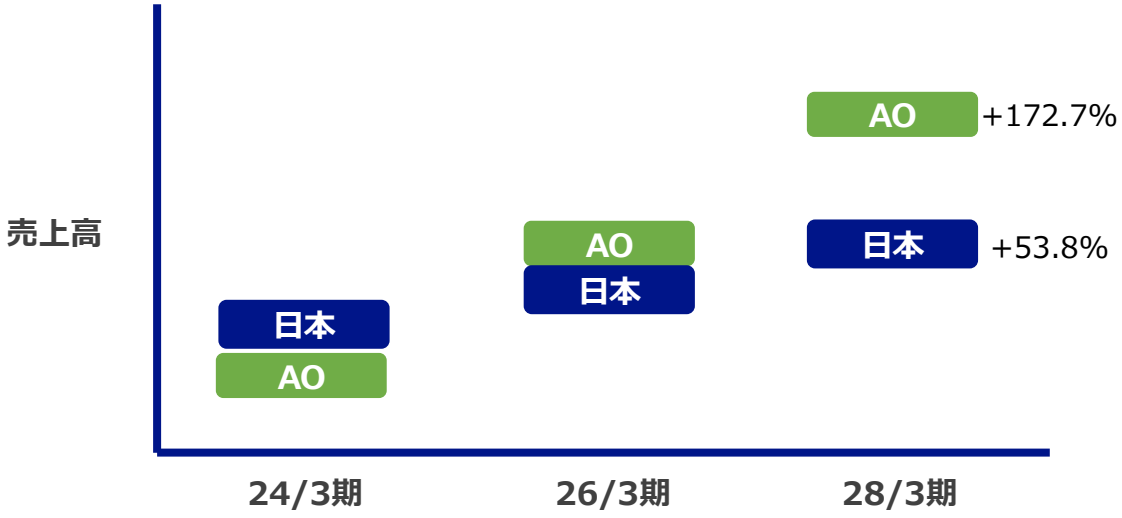
ゴルフ



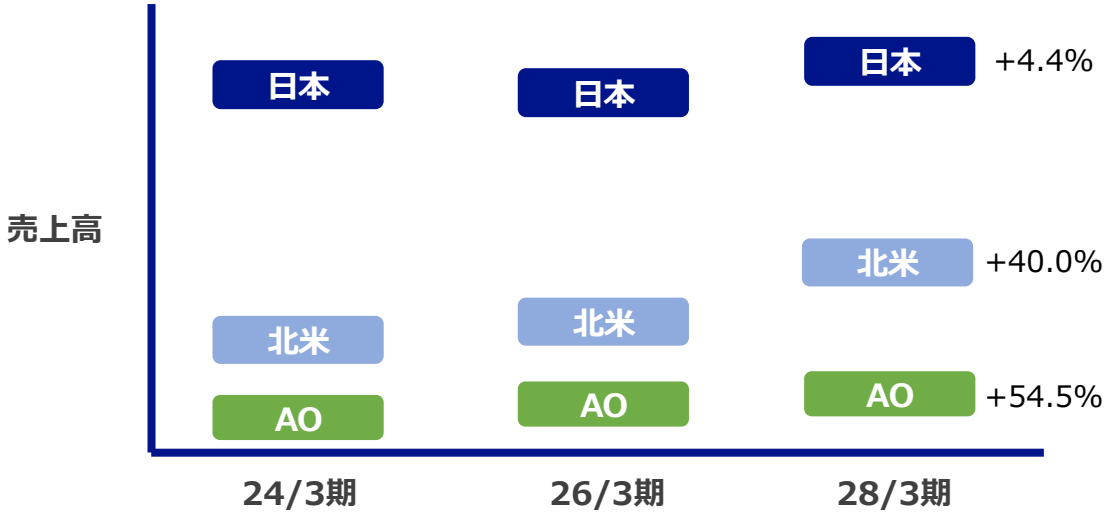
ワークビジネス



バドミントン



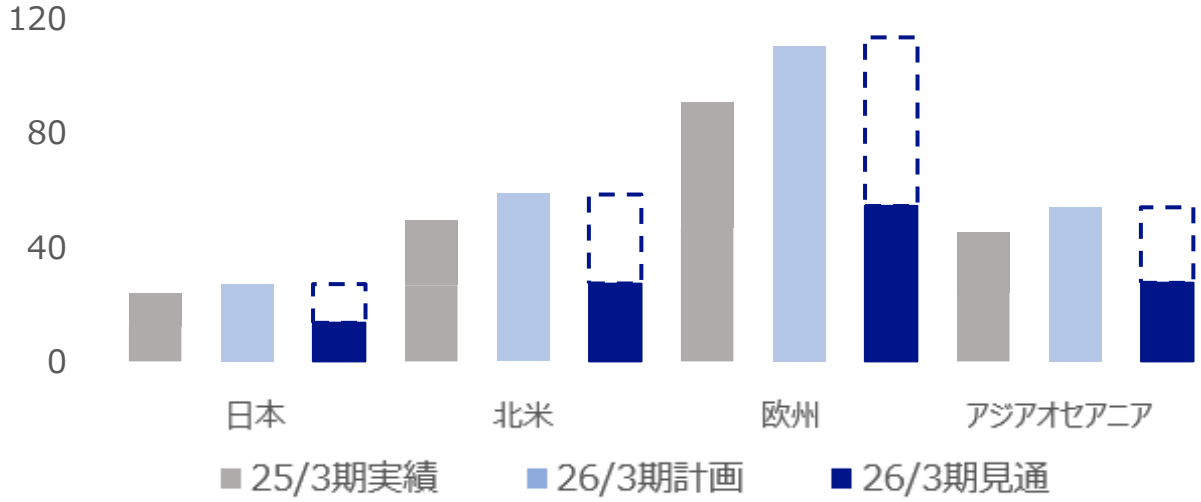
野球/ソフトボール



中期経営計画｜ランニング、フットボール事業

ランニング

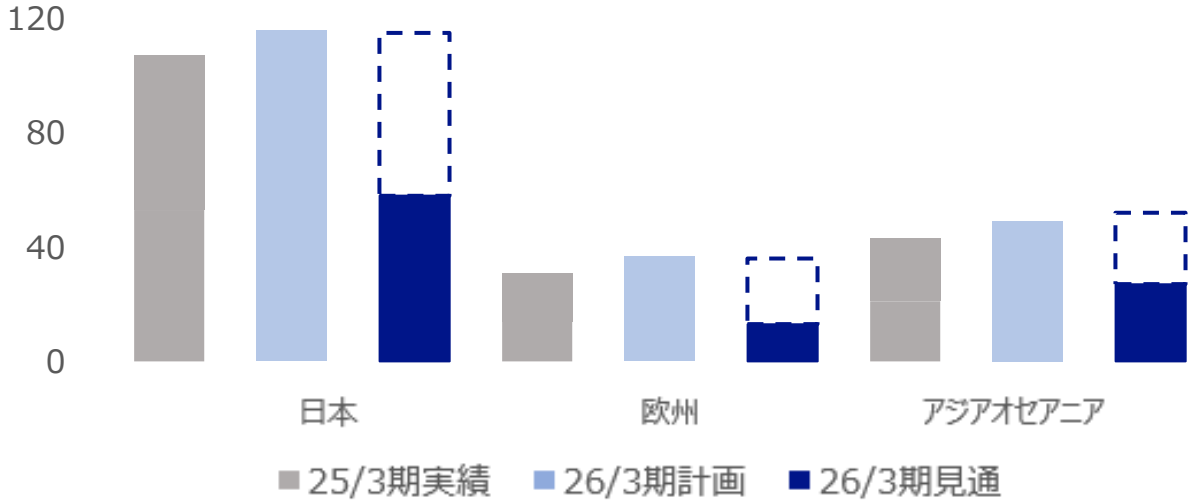
単位：億円



・『Mizuno Neo Vista 2』のローンチイベントをグローバルで実施。グラスルーツ活動、SNS施策で商品力浸透。
・新スピードシューズシリーズティザー始動。同シューズを世界最大級のランニングイベント「THE RUNNING EVENT」に出展

フットボール

単位：億円

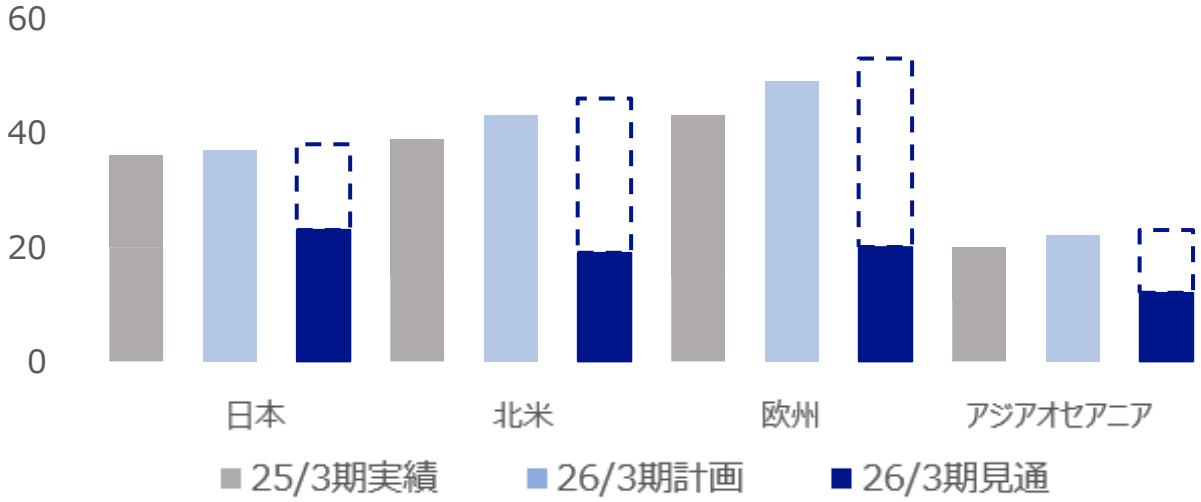


・サッカースパイク『モレリア』40周年アニバーサリーイベント開催。
・ポルトガル代表ジョアン・フェリックス選手来日。イベント実施。
・スパイクがジュニア、中高部活生、大学生を中心に高い支持。
各種全国大会で着用シェア1位。

中期経営計画｜インドア（バレー・ハンドボール）、スポーツスタイルシューズ事業

インドア(バレー、ハンドボール)

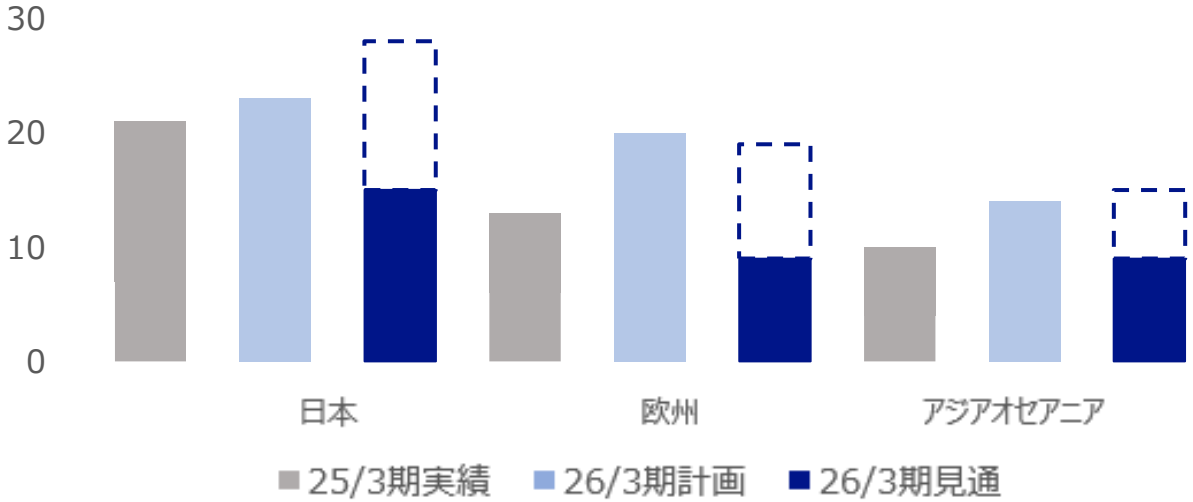
単位：億円



・Volleyball Worldとの契約を活用した契約チーム、選手露出によるブランドプロモーション実施。
・8~9月のFIVB World Championship (世界バレー)にミズノ契約チームが男女計8チーム出場。

スポーツスタイルシューズ

単位：億円

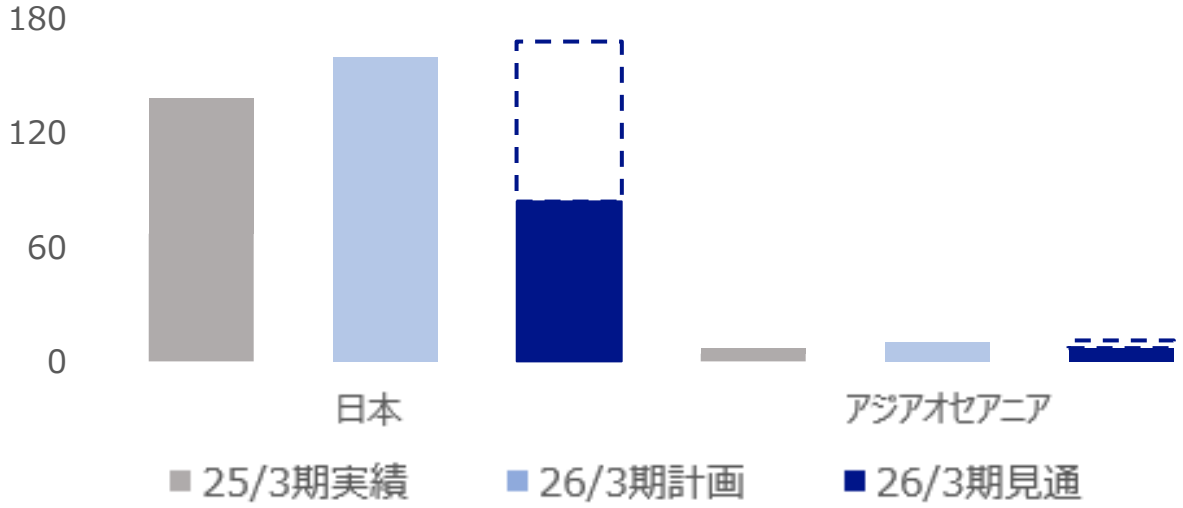


・サッカーシューズのデザインと機能を持つ独自ソールの『WAVE PROPHECY MORELIA NEO』が好評。
・“レザーシューズとスニーカーハイブリッド” デザインを取り入れた『WAVE PROPHECY MOC』シリーズがグローバルで高評価。

中期経営計画｜ワークビジネス、ゴルフ

ワークビジネス

単位：億円

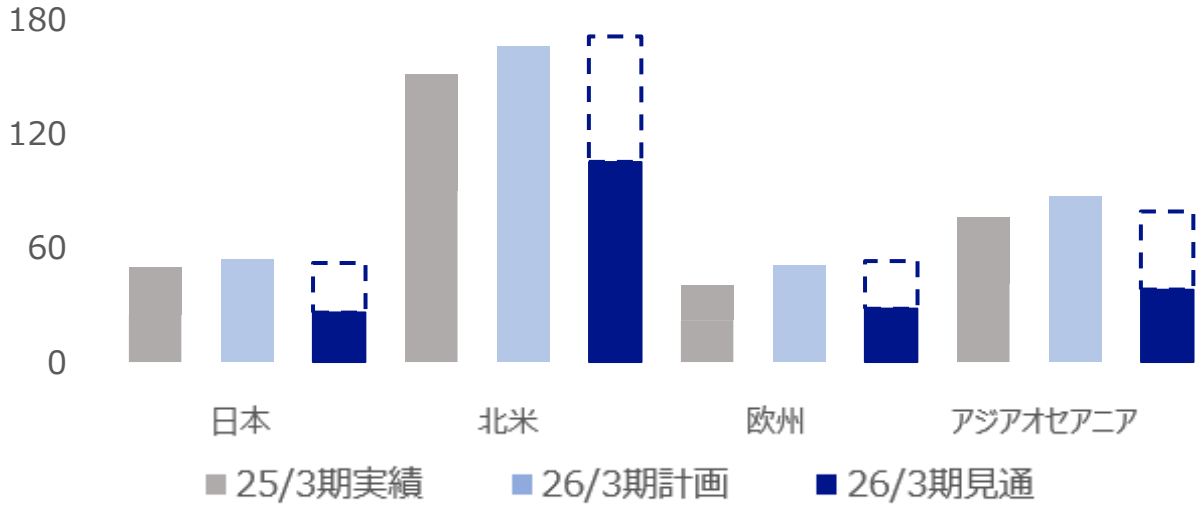


・ワークビジネス2027年度国内売上高200億円を目指し高成長を継続。特に企業納品が好調。

・25年6月から、企業の熱中症対策義務化により、暑熱対策品売上好調。

ゴルフ

単位：億円



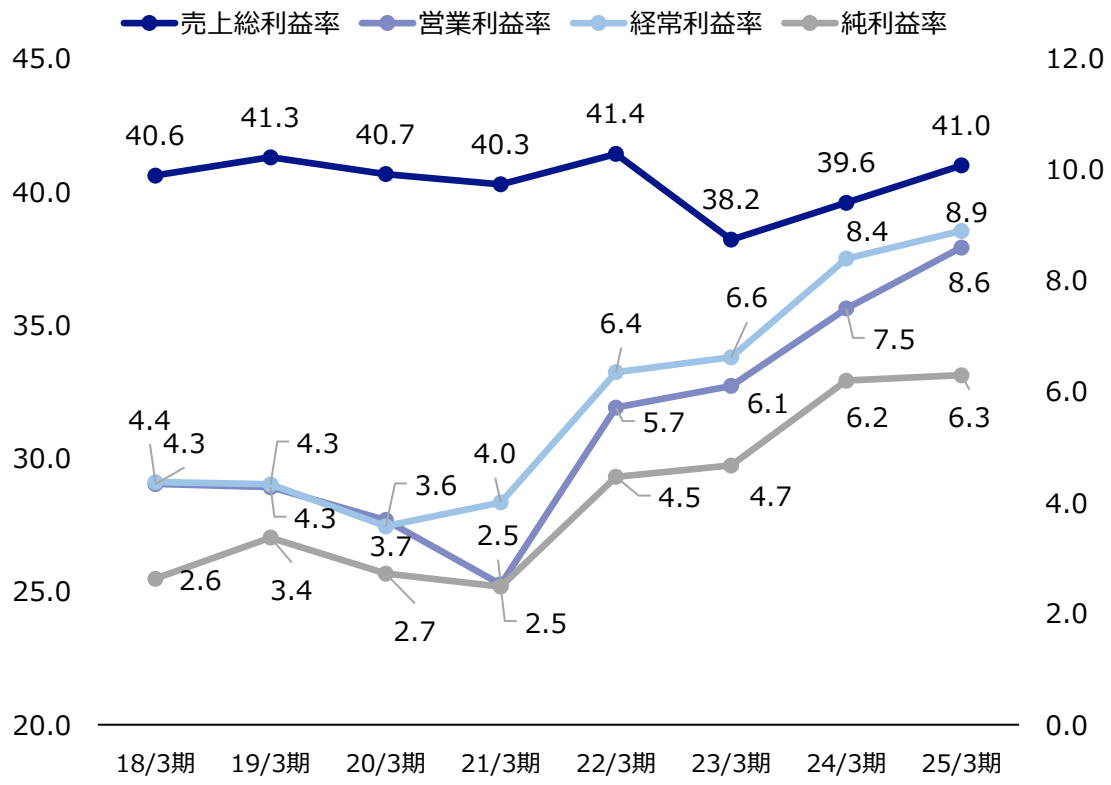
・番手別最適設計の鍛造アイアン『Mizuno Pro M』日本先行発売。

・柔らかな打感を追求したゴルフボール「Mizuno Pro」シリーズ好調。

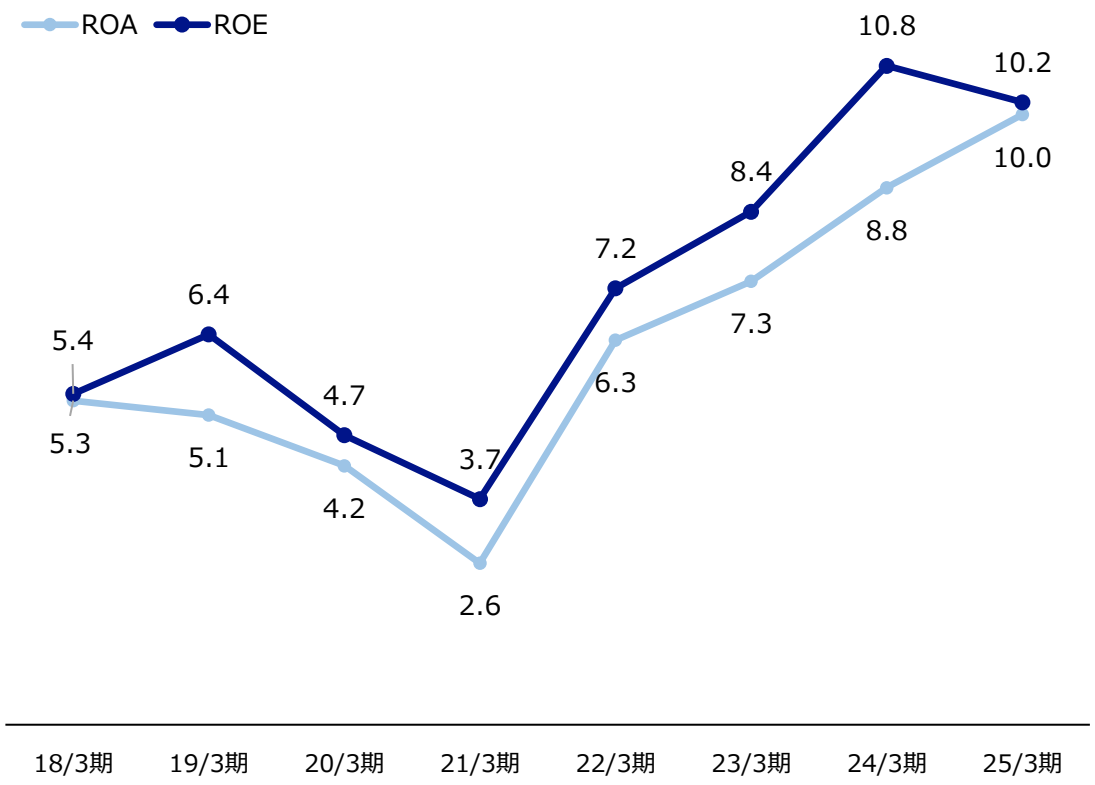
中期経営計画｜利益率の向上

- オールマイティなポートフォリオは、幅広い顧客基盤の形成、業績の下支え、着実な成長に寄与している反面、利益率は競合他社に遅れをとっている。
  総合力をもってLTVを最大化する為、顧客との接点を様々な観点から強化し、ブランドロイヤルティの向上に繋げる。
  そしてROA、ROEは10%台を維持しながら、11%台を目指す。

利益率



ROA/ROE



中期経営計画｜ DTC(Direct To Consumer)強化による利益向上

DTC成長戦略

グローバル直営店出店強化

・グローバルでの直営店出店計画を強化。ブランド体験の場として、若年層、女性顧客に向けての露出を強化。
主に国内では2,3年後に現店舗数の倍以上となる50店舗の開店を目指す。

ローマ店

池袋PARCO店

ダイバーシティ東京プラザ店

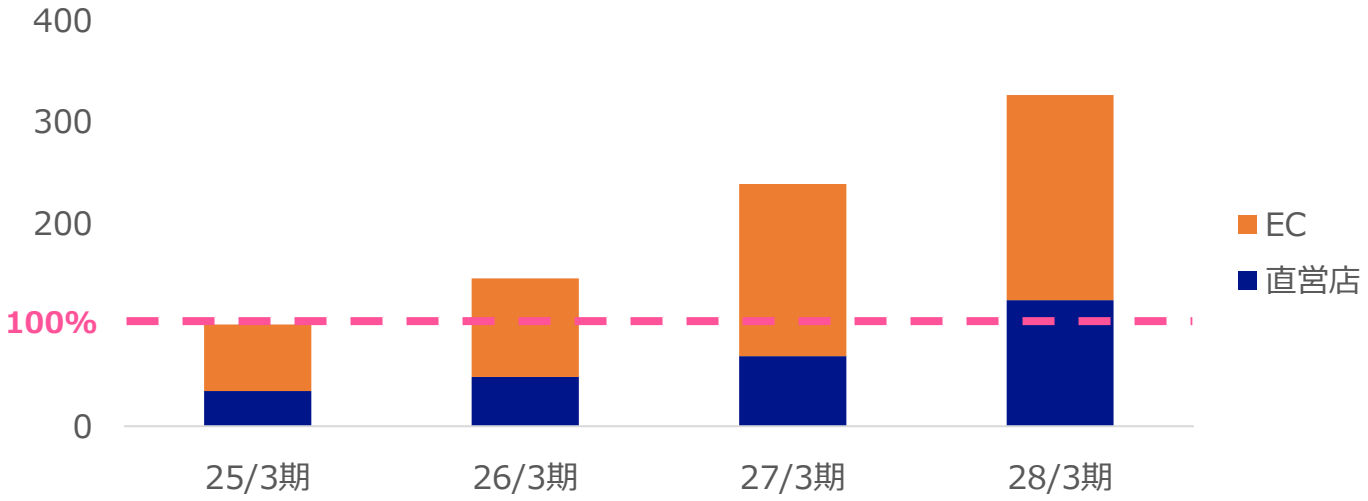
ニュウマン高輪店

渋谷PARCO店

DTC売上成長計画

・各リージョンECプラットフォームへの投資強化、直営店出店強化により、28/3期には25/3期実績に対し、300%強の成長を計画。

・顧客との直接のタッチポイントをもって、ブランド発信強化、価値向上を通じ、収益力強化に繋げる。



サステナビリティ、イノベーションセンターでの取り組み

株式会社カネカとミズノの共同開発「生分解性人工芝シリーズ」

CFRP板バネフットギアコンセプトモデル『MOBILARIA β(モビラリア ベータ)』

・世界初、海でも分解する人工芝葉を採用したスポーツ用ロングパイル人工芝と充填材、景観用芝葉を株式会社カネカと共同開発。26年2月発売に向け、環境問題に関心のある行政・企業からの多数の問い合わせ。

・未来のモビリティを創造し人間拡張技術研究から生まれた、CFRP板バネフットギアコンセプトモデル『MOBILARIA β』。

本日のまとめ

ポイント 1

当中間決算は、売上、営業利益、経常利益、純利益が、いずれも過去最高
フットボール、スポーツスタイル、ランニング、ワークビジネスが成長

ポイント 2

日本、米州、欧州、アジア・オセアニア、いずれのリージョンも過去最高売上
為替影響　売上△15億、営業利益　△1.6億
2Qまでは米国関税の影響なし

ポイント 3

3Q以降の米国関税影響を見込んだ上でも、26年3月業績予想に変更なし
フットボール、スポーツスタイル、ランニング、ワークビジネス、ゴルフ、インドア等の
成長により、28年3月期　中期経営計画達成に向かう

Appendix

連結決算概要｜売上構成比

売上構成比

リージョン別

日本も海外も成長
海外売上比率は41.9%

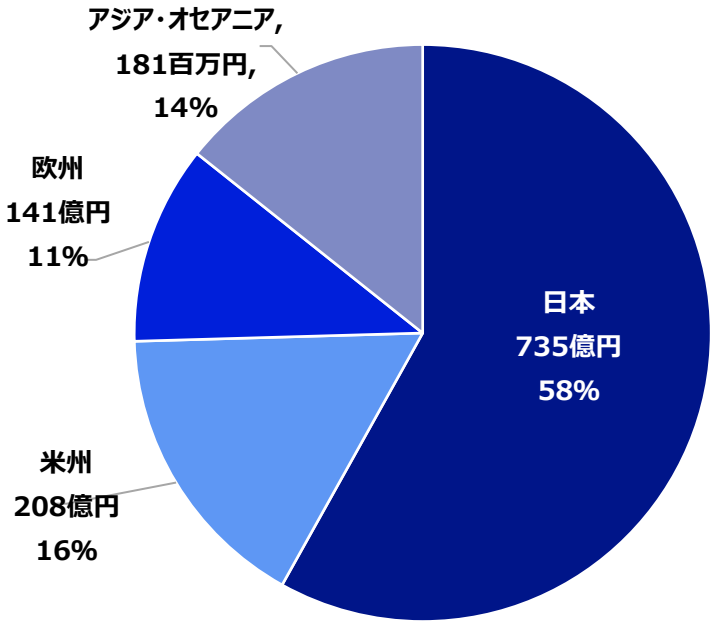
プロダクト別

バランスのよいプロダクト別売上構成比

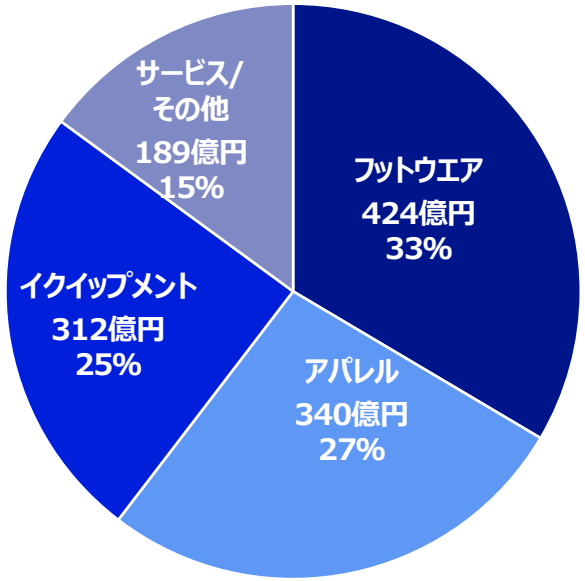
カテゴリー別

ゴルフ、フットボール、ランニング、ワークが伸長

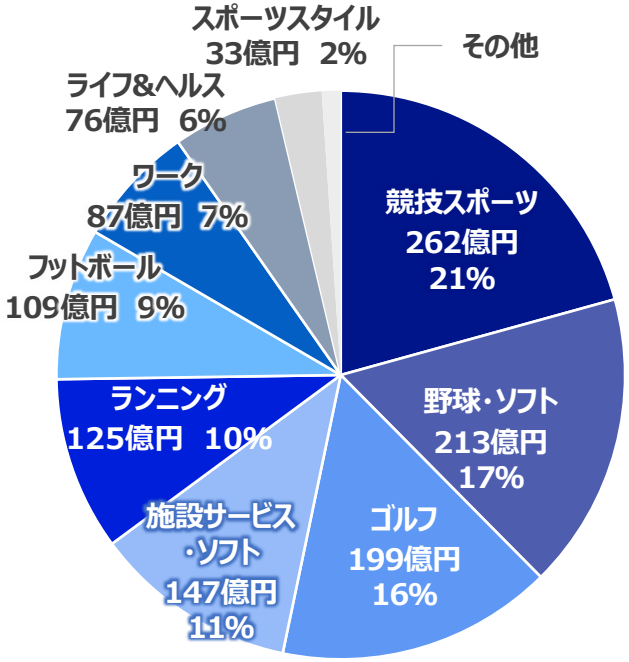
リージョン別売上比率
（億円／%）



プロダクト別売上比率
（億円／%）

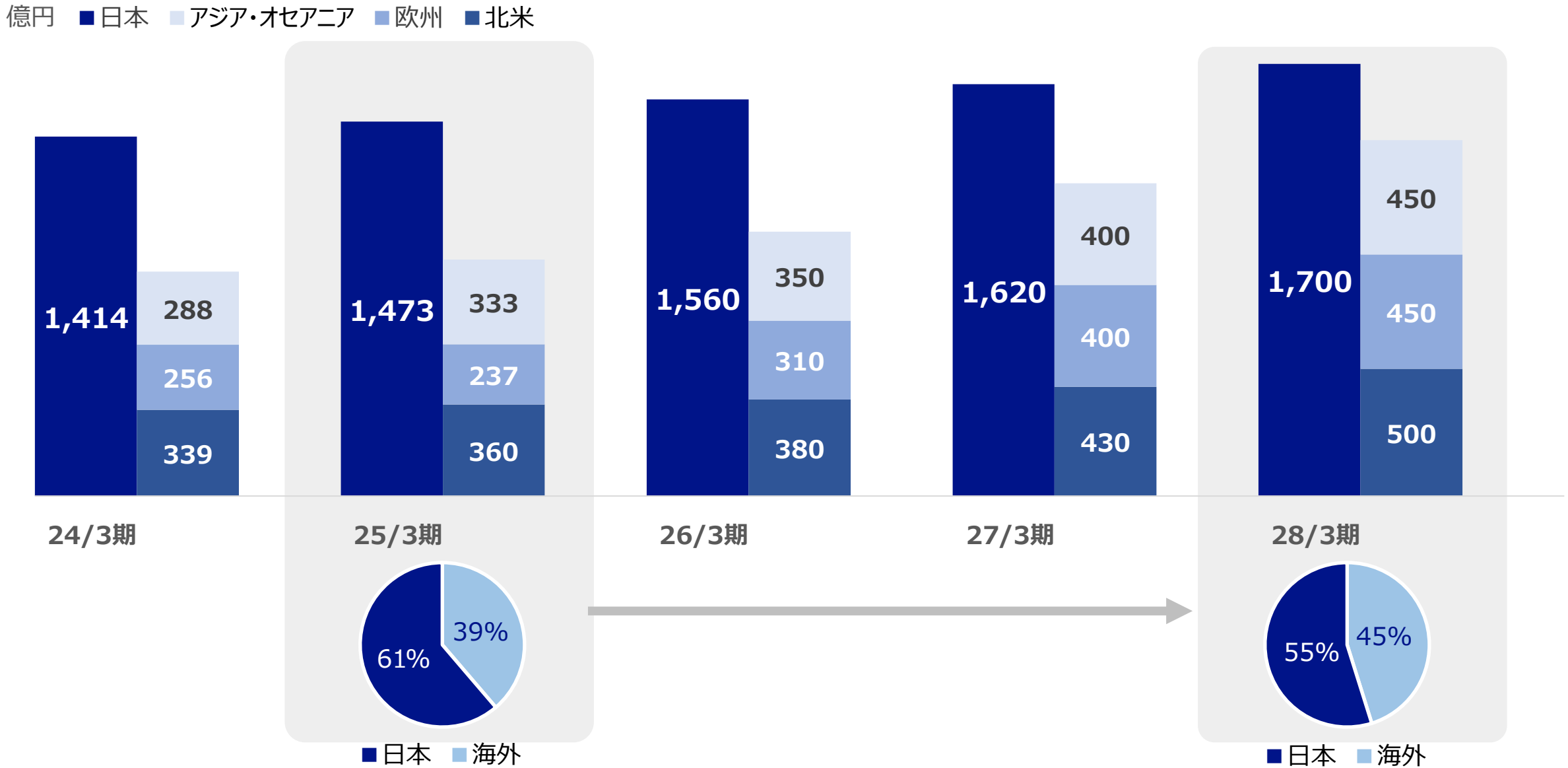


カテゴリー別売上比率
（億円／%）



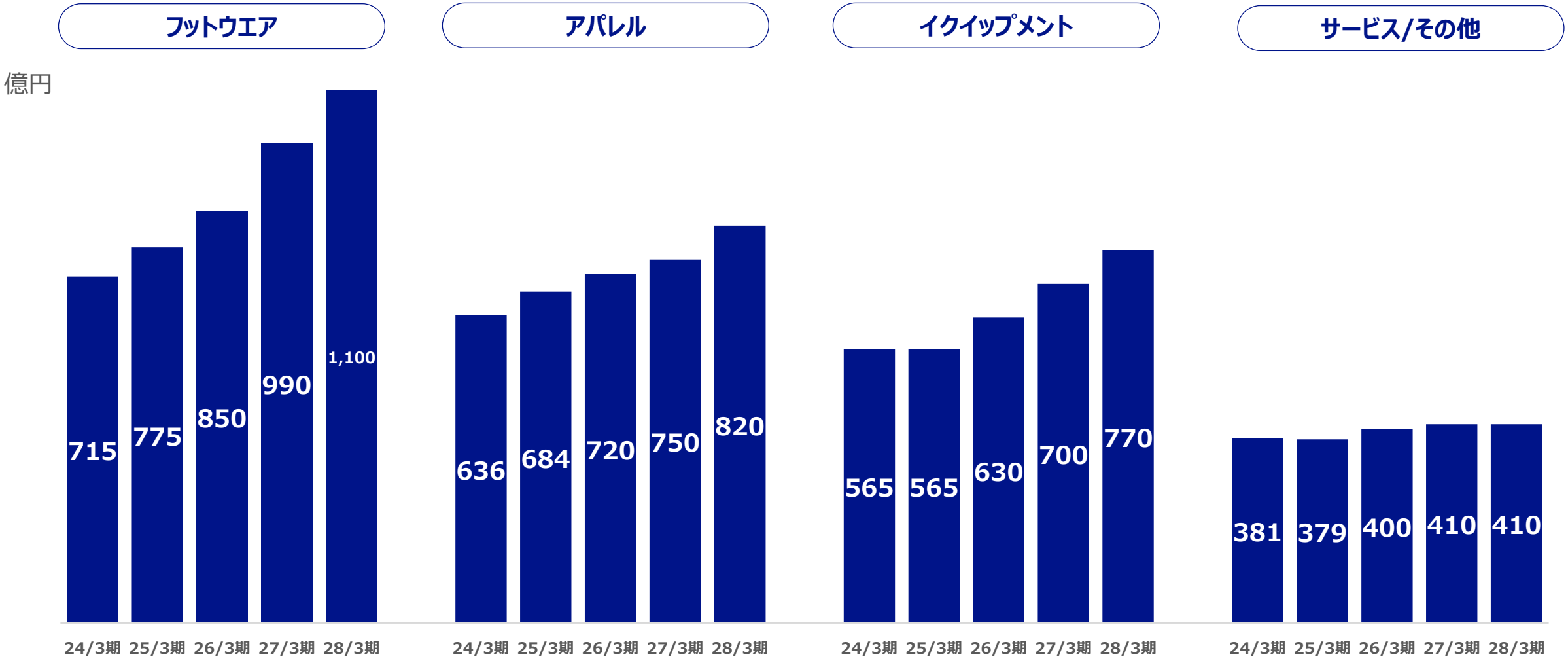
中期経営計画｜リージョン別売上高

- ゴルフ・ランニングに加え、好調なフットボールをグローバルでさらに成長させ、28年3月期の海外売上比率45%を目指す



中期経営計画｜プロダクト別売上高

- フットウエア、アパレル、イクイップメントのバランスがとれたポートフォリオは当社の強み。引き続き各プロダクトともに成長させる。
- また、スポーツを軸にした「コト」ビジネスやスポーツテック分野等の新規事業にも挑戦していく。



中期経営計画｜成長投資分野

・期間：2026年３月期から2028年3月期

成長原資

- 海外強化
- EC、戦略ドメイン
- 国内競技スポーツシェアUP

リソース

営業
キャッシュ・フロー

500億円以上

アロケーション

■投資分野-40~50%

- 海外販路拡大　南米、インド等進出など
- Eコマース整備　ECプラットフォーム再構築など
- IT投資　生産性向上投資など
- 新規事業開発　M&A、スポーツテック、コトビジネス関連投資 など

■株主還元方針-20~35%

- 適切な利益還元　配当 など

■財務基盤安定化-20~25%

強み・特徴：開発力、技術力

- 「より速く、より遠く、より高く、より強く」を追求した製品開発で技術力を高度化して蓄積
- これらの技術と経験があらゆるカテゴリーに活かされて相乗効果を創出
- また、これらの技術をスポーツ以外の分野にも活用

シナジー①

・あらゆるスポーツで、「より速く、より遠く、より高く、より強く」を実現する製品開発

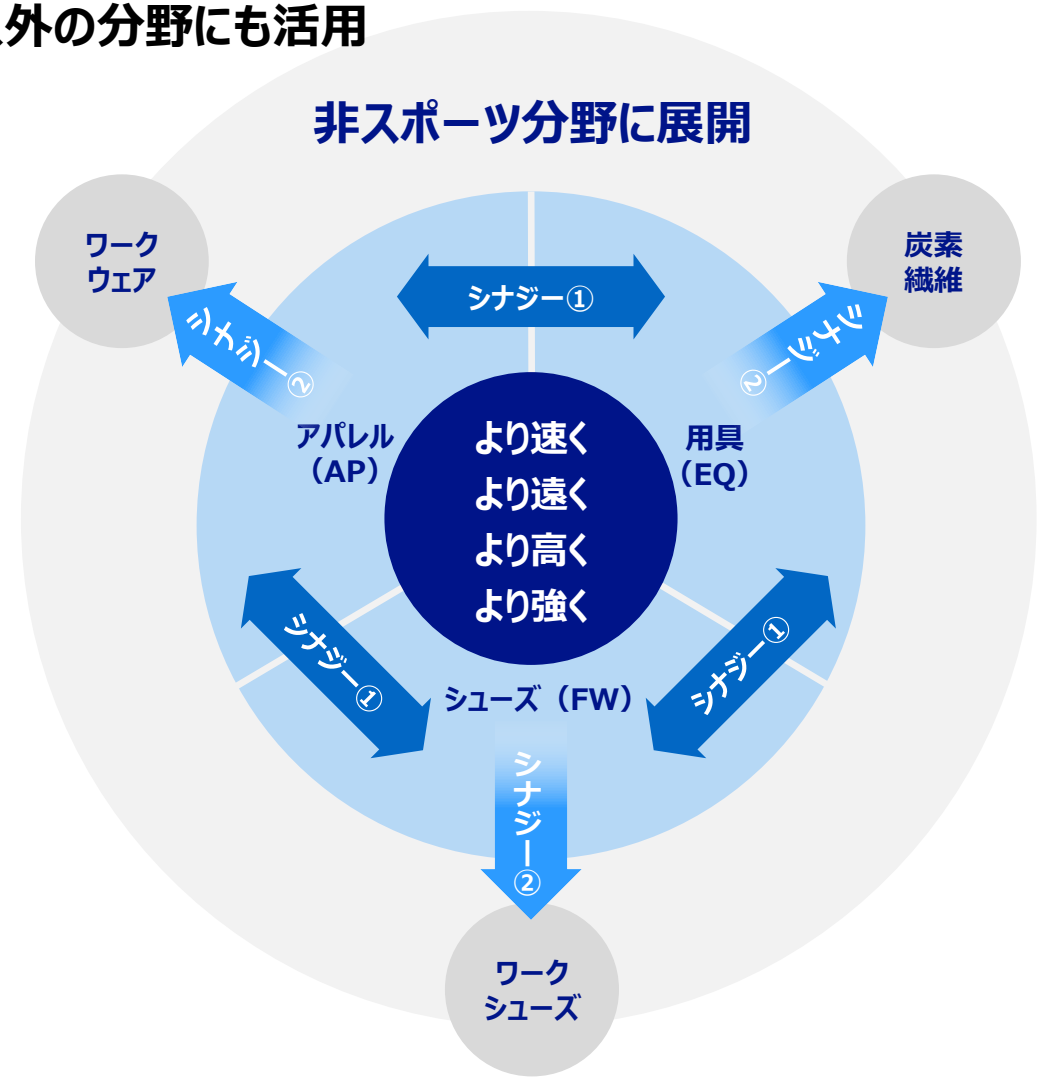
・「つま先から頭まで」全てのカテゴリーで総合的にパフォーマンス向上を追求

（例：野球グローブ、バット、シューズ、ユニフォーム一貫した製品開発）

・各プロダクトの素材、技術を他のプロダクトにも共有

・イノベーションセンター開発でさらに加速

非スポーツ分野に展開



シナジー②

- スポーツで培った技術を、スポーツ以外の分野にも展開
  （１）アパレル、シューズの技術を、ワーク分野に展開
  （２）用具の成形技術を炭素繊維という素材開発に活用→多分野に展開中

ワークウエア

トヨタ『MIRAI』

ワークシューズ

水素貯蔵タンクの外郭材（トウプリプレグ）

ETCレーンバー

カシオ『G-SHOCK』

沿革

- あらゆる分野の西洋スポーツ品の国産化により、スポーツ用具のパイオニアとして着実に成長
- 取り扱いプロダクトやカテゴリーと販売地域の拡大で成長、スポーツ以外の領域も開拓

1906
大阪市北区で「水野兄弟商会」として創業

1913
・野球グラブ製造
・関西学生連合野球大会を開催（現在の高校野球全国大会へ）
・自社工場建設：1913堂島工場、1917梅田工場

1927
初の国産化に次々に成功：
1927 スキー板
1928 陸上スパイク
1933 ゴルフクラブ
1936 グライダー

1939
上海現地法人設立

1942
美津濃株式会社に社名変更

1947
テニスラケット製造開始

1962
東証第二部上場

1965
・養老に世界最大規模のゴルフ工場開設
・第1回グランドモナーク・ゴルフ大会開催

1970
台湾現地法人設立

1972
東証・大証第一部に上場

1980
・フットボールシューズ製造
・アメリカでシューズ販売

1987
海外進出加速：1987ドイツ現地法人、1989アメリカ現地法人設立

1992
ミズノ本社ビル竣工

1993
吸湿発熱素材ブレスサーモ開発

1997
MIZUNO USA設立

2000
接触冷感新素材採用のウェアヒット

2002
国内全事業でISO14001取得

2006
・水野明人社長就任
・スポーツ以外の新規事業本格参入
・全生産工場でISO9001取得

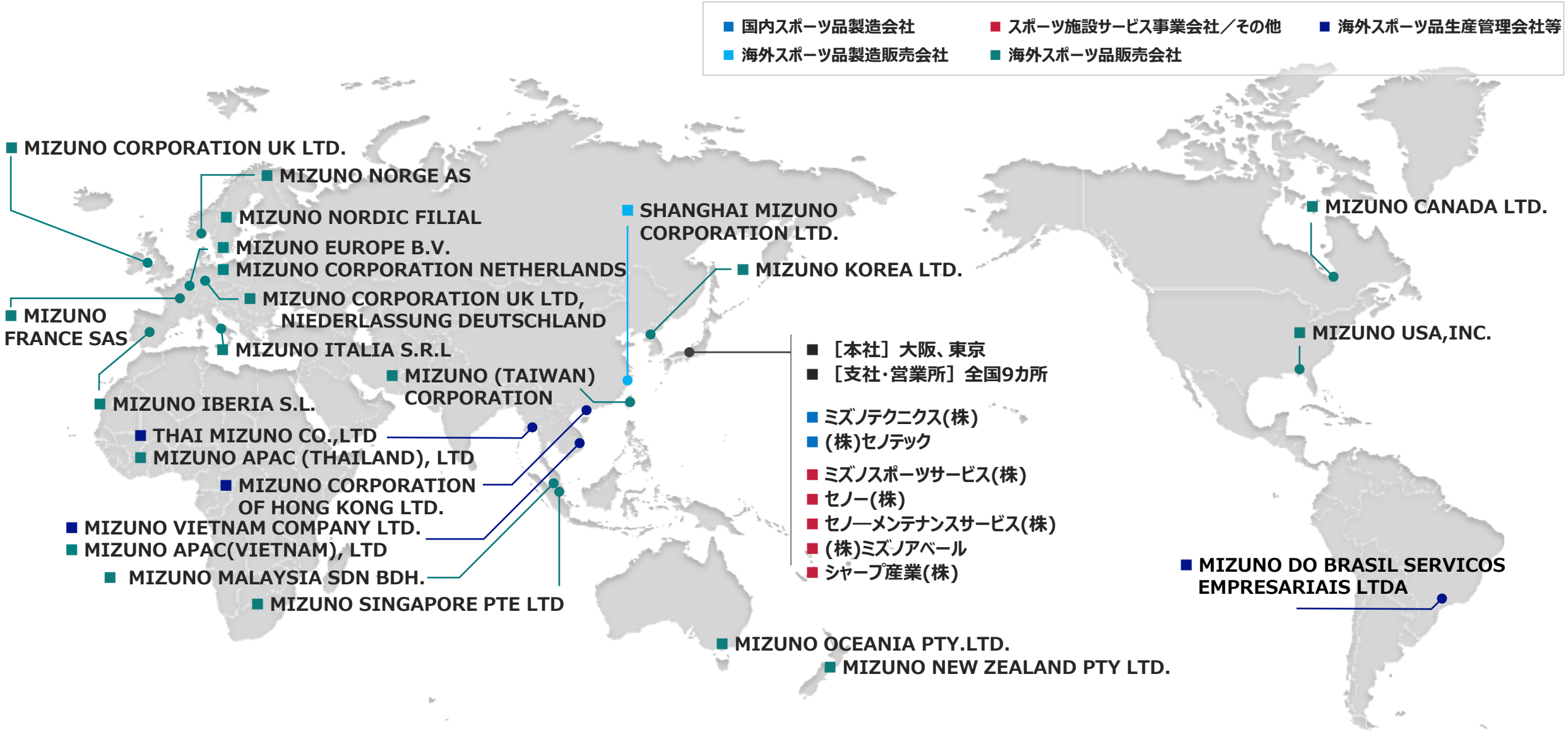
2016
作業靴大ヒット、ワークビジネス拡大

2020
マウスカバー大ヒット

2022
MIZUNO ENGINE稼働開始

1906年～	1962年～	1992年～	2006年～
西洋スポーツ用具の国産化のパイオニア	業容拡大：上場、海外進出加速	素材開発などの新規分野に挑戦	非スポーツを開拓

活動拠点


国内スポーツ品製造会社
スポーツ施設サービス事業会社／その他
海外スポーツ品生産管理会社等
海外スポーツ品製造販売会社
海外スポーツ品販売会社
MIZUNO CORPORATION UK LTD.
MIZUNO NORGE AS
MIZUNO NORDIC FILIAL
MIZUNO EUROPE B.V.
MIZUNO CORPORATION NETHERLANDS
MIZUNO CORPORATION UK LTD, NIEDERLASSUNG DEUTSCHLAND
MIZUNO FRANCE SAS
MIZUNO ITALIA S.R.L
MIZUNO IBERIA S.L.
SHANGHAI MIZUNO CORPORATION LTD.
MIZUNO KOREA LTD.
MIZUNO (TAIWAN) CORPORATION
THAI MIZUNO CO.,LTD
MIZUNO APAC (THAILAND), LTD
MIZUNO CORPORATION OF HONG KONG LTD.
MIZUNO VIETNAM COMPANY LTD.
MIZUNO APAC(VIETNAM), LTD
MIZUNO MALAYSIA SDN BDH.
MIZUNO SINGAPORE PTE LTD
MIZUNO CANADA LTD.
MIZUNO USA,INC.
MIZUNO DO BRASIL SERVICOS EMPRESARIAIS LTDA
MIZUNO OCEANIA PTY.LTD.
MIZUNO NEW ZEALAND PTY LTD.
［本社］大阪、東京
［支社・営業所］全国9カ所
ミズノテクニクス(株)
(株)セノテック
ミズノスポーツサービス(株)
セノー(株)
セノーメンテナンスサービス(株)
(株)ミズノアベール
シャープ産業(株)

会社概要(2025年3月末現在)

会　社　名	美津濃（ミズノ）株式会社（英文名 MIZUNO CORPORATION）
本　　社	大阪本社：大阪府大阪市住之江区南港北1-12-35　　東京本社：東京都千代田区神田小川町3-22
代　表　者	代表取締役社長　水野明人
創　　業	1906年（明治39年）4月
資　本　金	261億37百万円
市　　場	東証プライム
事業内容	各種スポーツ品の製造及び販売
従業員数	3,649〔連結〕
本社、支社	大阪本社、東京本社、北海道支社、東北支社、関越支社、中部支社、中国支社、四国支社、九州支社
連結子会社	国内：ミズノテクニクス株式会社、ミズノスポーツサービス株式会社、株式会社ミズノアベール、セノー株式会社、株式会社セノテック、 セノーメンテナンスサービス株式会社、シャープ産業株式会社 海外：MIZUNO USA, INC.（米国）、MIZUNO CANADA LTD.（カナダ）、MIZUNO CORPORATION UK LIMITED（イギリス）、 MIZUNO EUROPE B. V.（オランダ）、MIZUNO FRANCE SAS（フランス）MIZUNO ITALIA S. R. L.（イタリア）、 MIZUNO IBERIA, S. L.（スペイン）、MIZUNO NORGE AS（ノルウェー）、MIZUNO OCEANIA PTY. LTD.（オーストラリア）、 MIZUNO (TAIWAN) CORPORATION（台湾）、MIZUNO CORPORATION OF HONG KONG LTD.（香港）、 SHANGHAI MIZUNO CORPORATION LTD.（中国）、MIZUNO KOREA LTD.（韓国）、 MIZUNO SINGAPORE PTE. LTD.（シンガポール）、MIZUNO APAC(THAILAND) LTD.（タイ）、 MIZUNO SIAM HOLDINGS LTD.　（タイ）
主要株主	1. 公益財団法人ミズノスポーツ振興財団　17.11% 2. 日本マスタートラスト信託銀行株式会社　13.05% 3. 株式会社日本カストディ銀行　8.33% 4. STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY　6.82% 5.株式会社三井住友銀行　3.63%

投資家向け説明会（2025年11月14日）における質疑応答

Q: 来年の春夏シーズンに向けた主要商品カテゴリーの受注の状況は？
A: 主要なカテゴリーについては受注状況はおおむね順調に来ています。その他のカテゴリーも含めて
さらに積みあげたいと考えています。

Q: １Qは減益、２Qは20%以上の増益と上下の変動あるが、今後３Q、４Qの売上・利益の見通しは？
A: プロモーション等販売促進費をどのタイミングでかけるか等によって上下ありましたが、
半期単位では上下動ないようまとめていきたいと考えています。
３Q、４Qについてもまずまずの数字を叩き出せるのではないかと考えています。

Q: ワークビジネスの上期が20%の増収と非常に強く、日本リージョンで上期売上80億円、通期だと売上160億円
ペースとなるが、2027年度国内売上目標200億円は必達の目標なのか、それとも減速がありうるのか？
A: 売上200億円は必達の目標と考えています。理由は企業向けには先受注の取引であり、将来の納品が
ある程度見通せること。さらに自治体向けの防災服が非常に好調で今後拡大していく可能性あり、
できれば前倒しで達成したいと考えています。

Q: 販売管理費は下期は上期よりも小さいと捉えていたが間違いないか？
A: 下期は日本リージョンの売上予算が大きめに組まれているため、販売管理費の比率としては下がります。

Q: ワークビジネスはスポーツ用品以外の企業も含めて競合の参入があるが、その影響は？
A: 我々は強みが様々あると考えています。まず営業力が強いことがあります。見積時に「ミズノさんであれば大丈
夫だろう（品質・納期・価格・アフターサービスの面で不安定要素がない）」という信頼を得ていること。また各社
の購買担当の方がミズノ商品のユーザーであることも多く、商談の成功につながりやすいという面もあります。