

2005年3月期の概況ならびに2006年3月期の見通し

(1) 当連結会計年度(2004年4月～2005年3月)の概況

当期におけるわが国経済は、年度始めはデジタル家電関連を中心に設備投資や輸出が好調で、個人消費も底堅く推移しました。しかし、夏場以降は、IT関連分野の在庫調整、原油価格の高騰、相次ぐ地震・台風の被害や天候不順などにより、景気は足踏み感が強まりました。

スポーツ品業界におきましては、引き続きゴルフ、ウィンタースポーツを中心としたレジャースポーツ品市場の規模縮小に歯止めがかからず、厳しい状況が続きました。しかしながら、アテネオリンピックの影響を受けた競技スポーツ、フィットネススポーツやベースボールなどの分野は堅調に推移するとともに、ライフスタイルとして取り入れられたアスレチックウエアが女性向けを中心に伸びるなど、一部で好転の兆しが見られました。

このような情勢のもと、当社グループでは、国内事業においては、経営改革の継続推進とSOZO(創造+想像)マーケティングの進化促進という全社方針のもと、<ミズノ>ブランドの強化、大型店との取り組み強化、アテネオリンピック効果のマーケティングへの活用、健康スポーツ市場の攻略といった、売上の下げ止まりを果たすための施策を実施しました。しかし、2004年7月に実施したゴルフクラブの無償回収修理の影響もあり、ゴルフ事業の売上の下げ止まりを果たすことができず、国内事業の売上は減少する結果となりました。

一方、海外事業では、欧米においては、ゴルフの鍛造アイアンや「ミズノウエーブ」機能搭載のランニングシューズの売上が好調に推移しました。また、高成長を続ける中国や景気の回復した台湾の売上も前期を大きく上回りました。

以上の結果、当期の売上高は、前期に比べ29億9百万円増(2.1%増)の1,436億5千9百万円となりました。

営業利益は、アテネオリンピック関連費用や海外子会社の宣伝販促費を中心とした販売費及び一般管理費の増加を、売上総利益の増加が吸収した結果、前期に比べ4億2千7百万円増(8.3%増)の55億6千9百万円となりました。

経常利益は、前期に比べ3億3千7百万円増(6.3%増)の57億1百万円となりました。

当期純利益は、前期に比べ5億4千3百万円増(22.0%増)の30億1千万円となりました。

(2) 来期(2005年4月～2006年3月)の見通し

今後のわが国経済は、原油価格の高騰とそれに伴う原材料価格の上昇による企業収益の悪化、米国や中国など海外経済の減速による輸出鈍化などのリスク要因により、景気の先行きには不透明感が漂っております。

このような環境のもと、当社グループにおいては、日本国内の業績を回復させ、安定的に高収益を得られるよう、2005年3月に国内営業体制を整備・再編しました。この改革により、エリア営業の強化、大都市圏や大型専門店などの成長チャネルへの取組強化、提案営業の推進を図り、強い営業の実現を目指します。

また、グローバルで持続的な成長を果たすため、ブランドデベロップメント(ブランド開発)を推進し、<ミズノ>ブランドのイメージ向上に努めてまいります。特にライフスタイル、ウエルネス、グローバルの3つをブランドデベロップメントのためのチャレンジ軸と位置づけ、テクノロジーと匠の技の融合、デザインプロセスの改革、パテントの戦略的活用により、革新的な商品開発とユーザーの心に響くデザインを実現させてまいります。

来期の業績見通しといたしましては、売上高は1480億円(3.0%増)、経常利益は60億円(5.2%増)、当期純利益は33億円(9.6%増)を見込んでおります。

(1) Overall results for the fiscal year ended March 31, 2005

In the current term of the Japanese economy capital expenditure and export centering on digital home appliances were excellent at the beginning of the year and consumer spending held steady, too. However, in and after the summer, because of inventory adjustment in the IT-related fields, the steep rise of oil prices, damage from a spate of earthquakes and typhoons as well as bad weather, the trend of economic recovery seemed to be stalling.

In the sporting goods industry, scale reduction of the leisure sporting goods market centering on golf and winter sports remained unstoppable and the severe situation continued. However, fields such as competitive sports influenced by the Athens Olympics, fitness sports, and baseball were holding steady and at the same time, signs of recovery were observed in part, such as athletic wear adapted as a lifestyle choice, whose sales were expanded primarily for women.

Under these circumstances, in domestic business, our corporate group implemented measures to end the decline in sales, such as reinforcement of the Mizuno Brand, reinforced approaches to large stores, utilization of the Athens Olympic effects for marketing, and capturing the health sports market under the companywide policies of continuous promotion of management revolution and promoting evolution of SOZO (a combination of creation and imagination in Japanese) marketing. However, due to the effect of free recall and repair of golf clubs implemented in July 2004, we were unable to end the decline of sales in the golf business and reduced sales of domestic business resulted.

On the other hand, in overseas business, in Europe and the United States, sales of forged golf irons and running shoes equipped with "Mizuno Wave" functions progressed favorably. In addition, sales in China which continues high growth and Taiwan which is enjoying a business upturn in economic activities greatly surpassed sales of the previous period.

As a result of the above, our sales increased 2,909 million yen (increase of 2.1%) compared with the previous period, reaching 143,659 million yen for this period. .

Operating profits increased 427 million yen (increase of 8.3%) compared with the previous period achieving 5,569 million yen as increases in selling, general and administrative expenses centering on expenses related to the Athens Olympics and advertising and promotion expenses of overseas subsidiaries were absorbed by improvements in gross profit margin .

Ordinary profits increased 337 million yen (increase of 6.3%) compared with the previous period, reaching 5,701 million yen.

Net profits for the current period increased 543 million yen (increase of 22.0%) compared with the previous period, reaching 3,010 million yen.

(2) Outlook for the next fiscal year (April 2005 - March 2006)

Risk factors such as soaring oil prices and the resulting deterioration of corporate profits due to soaring raw material prices and the slowdown of exports due to deceleration of overseas economies in the United States, China, and others cast a shadow over the future of the Japanese economy.

In the environment marked by this, in our corporate group, the domestic sales system was refurbished and reorganized in March 2005 with aims to recover the business showings inside Japan and to stably obtain high profits. By this reform, area sales will be reinforced, approaches to growing channels such as metropolitan areas and large-scale specialty stores, etc. enhanced, and proposed sales will be promoted to achieve strong sales.

In addition, in order to achieve global sustainable growth, brand development will be promoted and Mizuno's entire brand image will be enhanced. In particular, Lifestyle, Wellness, and Global were positioned as the three challenge axes for brand development, and innovative product developments and designs that strike a chord in users' hearts will be achieved by merging technologies and craftsmanship, reforming the design process, and strategically utilizing patents.

As for sales performance for the next period, we estimate sales of 148 billion yen (increase of 3.0%) with ordinary profits of 6 billion yen (increase of 5.2%) and net profits of 3.3 billion yen (increase of 9.6%).