

2007年3月期の概況ならびに2008年3月期の見通し

(1) 当期(2006年4月～2007年3月)の概況

当期の日本経済は、世界経済の拡大を背景として輸出が増加する中、企業収益、設備投資が拡大し、民間需要主導の景気回復が続きました。個人消費は、回復基調は維持したものの、所得の伸び悩みや天候不順の影響などから、やや弱めの動きが見られました。

スポーツ品業界におきましては、国内は暖冬の影響により冬物衣料の販売に伸び悩みが見られましたが、ドイツのサッカーW杯やその他世界的なスポーツ大会が相次いで開催された影響もあり、競技スポーツの分野では安定した需要がありました。また、健康増進や趣味でスポーツを楽しむ健康スポーツの分野は、団塊の世代を中心に健康への関心が高まり、アクティブ・シニア向け市場として着実に拡大しております。

このような情勢におきまして、当社グループの国内事業では、従来のスポーツシューズ、アスレチックウエアに加え、ベースボール品、ゴルフ品をはじめ、水着を除く全てのブランドマークを<ミズノランバード>に統一し、今までの機能的付加価値に加えて情緒的付加価値を高めるブランド戦略を実施しました。その結果、国内事業の売上は微増となりました。

海外事業では、グローバル市場におけるシェア拡大の実現を目指した各種施策のもと、欧米市場においては、ランニング専門誌より高い評価を受けている「ミズノウエーブ」搭載のランニングシューズの売上が大幅に増加するとともに、ゴルフの鍛造アイアの売上也堅調に推移しました。アジア市場では、北京オリンピックに向けて高成長を続ける中国での出店戦略やプロモーション活動を推進しました。また韓国を中心に高付加価値の鍛造アイアの販売を強化しました。その結果、海外事業の業績は顕著な伸びを示しました。

以上の結果、当期の業績につきましては、売上高は前期に比べ94億6百万円増(6.2%増)の1,616億9千5百万円、営業利益は6億8千4百万円増(11.0%増)の69億4百万円、経常利益は4億4千9百万円増(7.1%増)の68億4百万円、当期純利益は49億3千万円減(63.5%減)の28億3千8百万円となりました。

(2) 来期(2007年4月～2008年3月)の見通し

2007年度の日本経済は、設備投資の増加に加え、労働需給の逼迫に伴う所得の伸びが個人消費の回復へつながるなど、民間需要を中心とした回復傾向が続くと予想されます。他方、米国経済の減速や円高が進行した場合の輸出の伸びの鈍化といったリスク要因や人件費の増加により、企業収益の伸び率は鈍化することが見込まれます。

このような外部環境のもと、当社グループは、2007年度を新100年に向けて成長の新しいステージに立つための1年と位置付け、「明日は、きっと、できる。」というブランドスローガンを掲げ、安定から成長への戦略シフトを継続して推し進めてまいります。

国内においては、当社がオフィシャルパートナーとなっている「世界陸上大阪大会」を最大活用することによりプロモーション活動を強化するとともに、新規成長チャネルへの進出、団塊の世代をターゲットにした健康ビジネス事業への展開を図り、健全な高収益体制の確立を目指します。

また、海外市場においてシェア拡大を目指すために、積極的に投資を行い、海外売上比率の向上を図るとともに、グローバルでのブランドコンセプトの統一を進め、より強固なマーケティング基盤を確立します。

以上の施策により、来期の連結業績は、売上高1,680億円(3.9%増)、営業利益74億円(7.2%増)、経常利益75億円(10.2%増)、当期純利益42億円(48.0%増)を予想しております。(カッコ内の%表示は、対前期増減率)

(1) Overall results for the fiscal year ended March 31, 2007 (April 2006 - March 2007)

The Japanese economy during this fiscal year continued to recover primarily led by private-sector demand. While exports increased thanks to the expansion of the world economy, corporate earnings and equipment investments expanded. Although personal consumption kept its recovery tone, it remained a little weak due to the sluggish growth of income and impacts by bad weather and so forth.

In the sporting goods industry, although winter wear sale appeared to be sluggish domestically due to impacts by warm winter, demand in competitive sports area was steady partially owing to impacts of which worldwide sports events such as the Soccer World Cup in Germany and the like were held in succession. Also, in the area of health & sports where people enjoy sports for health promotion and hobbies, growing concern for health has increased centering on baby-boom generation, which has steadily been expanding as a market for active seniors.

Under such circumstances, in domestic business of the Company group, in addition to sports shoes and athletic wear, we have unified all brand marks into <Mizuno Runbird>, starting from baseball goods, golf goods and others except for swimming wear and implemented our brand strategy for enhancing emotional added value in addition to functional added value in the past. As a result, sales of our domestic business increased slightly.

In overseas business, in the wake of various policy measures by which we aimed to realize share increase in the global market, in the U.S. and European markets, sales of running shoes equipped with “Mizuno Wave”, which received a high evaluation from a specialized running magazine, increased dramatically, and sales of forged golf irons also remained firm. In Asian markets, we have encouraged strategies for new store openings and promotional activities in China which is continuing a high growth towards the Beijing Olympics. Also, we have strengthened sale of forged golf irons with highly added value centering on Korea. As a result, business results of our overseas business showed remarkable growth.

As a result, regarding business results in this fiscal year, Sales increased by 9,406 million yen (+6.2%) to 161,695 million yen, Operating Income increased by 684 million yen (+11.0%) to 6,904 million yen, Ordinary Income increased by 449 million yen (+7.1%) to 6,804 million yen and Net Income decreased by 4,930 million yen (-63.5%) to 2,838 million yen.

(2) Outlook for the next fiscal year ending March 31, 2008 (April 2007 - March 2008)

The Japanese economy in the fiscal year 2007 is expected to continue its recovery trend centering on the private-sector demand, since, in addition to the increase in equipment investments, income growth owing to tight supply and demand on the labor market will lead to the recovery of personal consumption and so forth.

On the other hand, it is expected that growth rate of corporate earnings will slow down due to risk factors such as slowdown of the U. S. economy, sluggish growth of exports in case of yen appreciation and the increase in personnel expenses.

Under such external environment, the Company group will regard the fiscal year 2007 as the first year to appear on a new stage of growth toward new 100 years and continuously promote strategic shifts from stability to growth.

Domestically, we will strengthen promotional activities by utilizing the “11th IAAF World Championships in Athletics Osaka 2007,” where we have become an official partner, to the maximum, and aim to establish the sound and highly profitable business by making an advance into new growth channels and trying to expand healthy business targeting at baby-boom generation.

Also, for the purpose of increasing our share in overseas markets, we will firmly establish more solid marketing base by trying to increase overseas sales ratio through positively making overseas investments and globally promoting the unification of brand concepts.

By way of the above-mentioned policy measures, we forecast our consolidated business results in the next fiscal year as follows:

Sales is to be 168 billion yen (+3.9%), Operating Income to be 7.4 billion yen (+7.2%), Ordinary Income to be 7.5 billion yen (+10.2%) and Net Income to be 4.2 billion yen (+48.0%). (Parenthetic figures indicate ratios of changes from the previous fiscal year.)