

2008年3月期の概況ならびに2009年3月期の見通し

(1) 当期 (2007年4月～2008年3月) の概況

当期の日本経済は、これまで景気を牽引してきた企業収益の改善が原材料価格高騰などの影響を受けて減少傾向にあり、景気回復のテンポは足踏み状態となりました。また個人消費は所得の伸びが低迷するなか、ガソリンや食料品など家計の支出費目を中心とした物価の上昇が続き緩やかな増加にとどまりました。

海外経済は、米国における住宅市場の冷え込みや原油価格高騰を背景にした個人消費の低迷などによる成長率の低下を受けて、欧州経済も減速傾向が見られるようになりましたが、概ね安定した成長を維持しました。

スポーツ品業界におきましては、世界競泳や世界陸上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健康管理への一層の関心から幅広い世代を対象に広がりつつあり、これまでの団塊の世代を中心としたアクティブ・シニア向け市場の成長とともに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、スポーツ品の機能性を使用時に発揮する高いパフォーマンスとユーザーの情緒的な感性に応えることと定義し、スポーツを通して得る感動や挑戦心を高めることをブランド戦略の中核としております。また、ブランドに付加されたこれらの価値を効率的に事業に還元するため、スポーツシューズ、アスレチックウエア、ベースボール品、ゴルフ品などあらゆる種目においてブランドマークの統一を実施してきました。これに加え、従来はライセンスブランドで展開していた水着のブランドも「ミズノ」ブランドに移行し、一層の相乗効果を発揮することで効率的な業績の拡大を狙いました。その結果、国内事業は順調に推移いたしました。

海外事業では、国内同様ブランドマークの統一による効率的なマーケティングを実施し、市場占有率拡大を目指しました。また、専門店、地域スポーツ大会などを基点にグループ共通のブランド戦略である高い機能性や専門性を訴求することで、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「ミズノウェーブ」搭載のランニングシューズの売上が大幅に増加しました。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において市民のスポーツ参加数が急増しており、これまでの富裕層に向けたブランド志向の強い店舗展開に加え、ゴルフやランニングのフィッティングサービスなど、付加価値の高い販売サービスを提供するマーケティング活動を推進しました。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123億2千4百万円増(7.6%増)の1,740億1千9百万円、営業利益は9億5千3百万円増(13.8%増)の78億5千8百万円、経常利益は6億6千3百万円増(9.7%増)の74億6千8百万円、当期純利益は4億1千8百万円減(14.7%減)の24億2千万円となりました。当期純利益の減益の要因は、当期において労働基準監督署からの是正勧告を受け支払った時間外賃金等の遡及精算額19億3千7百万円を特別損失として計上したことなどによるものです。

(2) 来期 (2008年4月～2009年3月) の見通し

2008年度の日本経済は、円高の進展に伴い輸出部門を中心に企業収益が鈍化するなど、景気後退局面に入るものと思われれます。長期にわたり日本経済の課題であった債務や設備、雇用等の過剰感は解消されてはいるものの、世界経済の動向に影響を受けるなどで日本の景気後退は深刻なものとなる可能性があると思われれます。

このような外部環境の中で、当社グループは、原点である経営理念のもと当期より新たにかけました長期経営方針にしたがいまして、世界市場で持続的な成長を可能にする経営体を実現し、これまで以上に安定性の高い成長戦略への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、各競技種目におきまして専門性と付加価値の高い販売サービスの提供と、店頭やメディア広告を通じた消費者への訴求を強化するとともに、増加する成人女性のスポーツ参加や健康志向の強い団塊の世代など新たな人口動態を視野に入れた事業の拡大などで、健全な高収益体制の確立を目指します。

また、海外市場においては、専門性の高い製品と販売サービスを強みに市場占有率の拡大を目指すとともに、グローバルでのブランドコンセプトの統一による強固なマーケティング基盤を強みに、新たな市場への進出を図っていき、国内同様、健全な高収益体制を維持しながら販売を拡大してまいります。

以上の施策により、来期の業績見通しにつきましては、連結売上高1,770億円(1.7%増)、連結営業利益82億円(4.3%増)、連結経常利益80億円(7.1%増)、連結当期純利益47億円(94.2%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) Business overview of this current period (April 2007 - March 2008)

Regarding the Japanese economy of this current period, the improved corporate profits which had encouraged economic growth started showing signs of decline due to surging prices of raw materials, etc. Now the nation's economic recovery appears to be stalling. While the income growth remained sluggish, consumer spending eked out small gains as prices of household necessities such as gasoline and food continued to increase.

Overseas, the U.S. economy experienced sluggish growth due to declining personal consumption following the deteriorating mortgage market and the fuel price hike. Meanwhile, in Europe, the economic growth decreased somewhat following the U.S. economic slowdown, but remained steady in general.

In the sporting goods industry, the demand in the competitive sports area was steady as the International Swim Meet, the IAAF World Championships in Athletics and many other world-class sports events were held one after another. In addition, health and physical fitness were enjoyed mainly by people who gave more thought to their health or those who enjoyed sports as their hobbies. Now sports activities are enjoyed by a wide range of generations, and the interest level of fitness is increasing steadily with the expansion of the active adult market including aging baby-boomers.

Against the backdrop of such recent business conditions, the domestic business of our group defines functionality of sporting goods as things to deliver high performance for users and to appeal to users' emotions. The key part of our brand strategy is to help people have a lasting impression and foster a challenging spirit through sports.

We also unified Mizuno's brand logo mark in various sports items including sports shoes, athletic wear, baseball goods and golf equipment to pass on the benefits of the brand value to our business effectively.

Mizuno, which had deployed marketing of brand swimsuits under a licensing agreement, has now made the shift to its own "Mizuno" brand, aiming to achieve outstanding performance effectively by generating combined effect. As a result, Mizuno enjoyed steady growth in its domestic business.

Regarding the overseas operations, Mizuno launched effective marketing campaigns by promoting the unification of brand concepts on a global level, expanding its market share. We also substantially increased the sales of Mizuno Wave running shoes which received high evaluations in running magazines of Europe and the United States markets. We provided customers with high-function products for specialized needs, at specialty shops, local athletic meets and other occasions-and this is Mizuno group's brand strategy.

The Asian markets, China in particular, shows continuing high growth toward the Beijing Olympic Games with the number of Chinese citizens participating in sports increasing rapidly. In addition to our current strategy to deploy shops for brand-conscious high net worth in the country, we have launched marketing strategy by providing customers with high value-added sales services such as fitting service for golf and running. Accordingly, Mizuno's overseas business showed healthy growth.

Following the company's business deployment mentioned above, the sales of this current period increased by ¥12.324 billion, or 7.6 percent, to ¥174.019 billion compared with the previous period. The operating profit increased by ¥953 million, or 13.8 percent, to ¥7.858 billion, and the pretax profit increased by ¥663 million, or 9.7 percent, to ¥7.468 billion. The current net profits, meanwhile, decreased by ¥418 million, or 14.7 percent, to ¥2.42 billion. The current net profits showed the decrease as Mizuno recorded extraordinary losses of ¥1.937 billion after the labor standards inspection office recommended the company to take corrective measures to manage the unpaid overtime allowance to employers.

(2) Business outlook for next period (April, 2008 - March 2009)

Japanese economy of fiscal 2008 is expected to slide into recession as corporate profits are to decrease due to the high value of the yen which will give negative impact especially on export oriented industries. Even though the issues such as overflow of debt, equipment and employment that had been afflicting the Japanese economy over a long period of time have resolved now, Japan's recession is expected to become more significant as it will be affected by global economic conditions, etc.

Amid such external economic environment, the Mizuno group has determined a fresh long-term business policy based on the company's management philosophy, and plans to realize the corporate body which achieves sustainable growth in the global market and continuously promotes high and stable growth strategies.

Regarding its domestic business operation, Mizuno plans to provide customers with all kinds of specialized needs and high value-added sales services, appealing to consumers through shops and media advertising. The company aims to become a healthy profitable organization by expanding its business, taking into account an increasing number of adult women in sports and health-conscious older generations including aging baby-boomers.

In the overseas market, the company aims to expand its market share, capitalizing its strengths for its high specification for products and sales services. Mizuno also plans to launch sales on new markets by making full use of strong marketing with the unification of brand concepts on a global level. It will also increase sales, maintaining a healthy profitable system similar to the domestic market.

With regard to the earning outlook for next period, Mizuno expects, through the measures above, that its consolidated sales is to increase 1.7 percent to ¥177 billion, consolidated operating profit is to rise 4.4 percent to ¥8.2 billion, consolidated pretax profit is to grow 7.1 percent to ¥8 billion, and consolidated current net profit is to increase 94.2 percent to ¥4.7 billion. (The percentage figures are rate changes compared to the previous period.)