

2021年12月期 第1四半期 決算補足説明資料

株式会社アシックス
2021年5月13日



目次

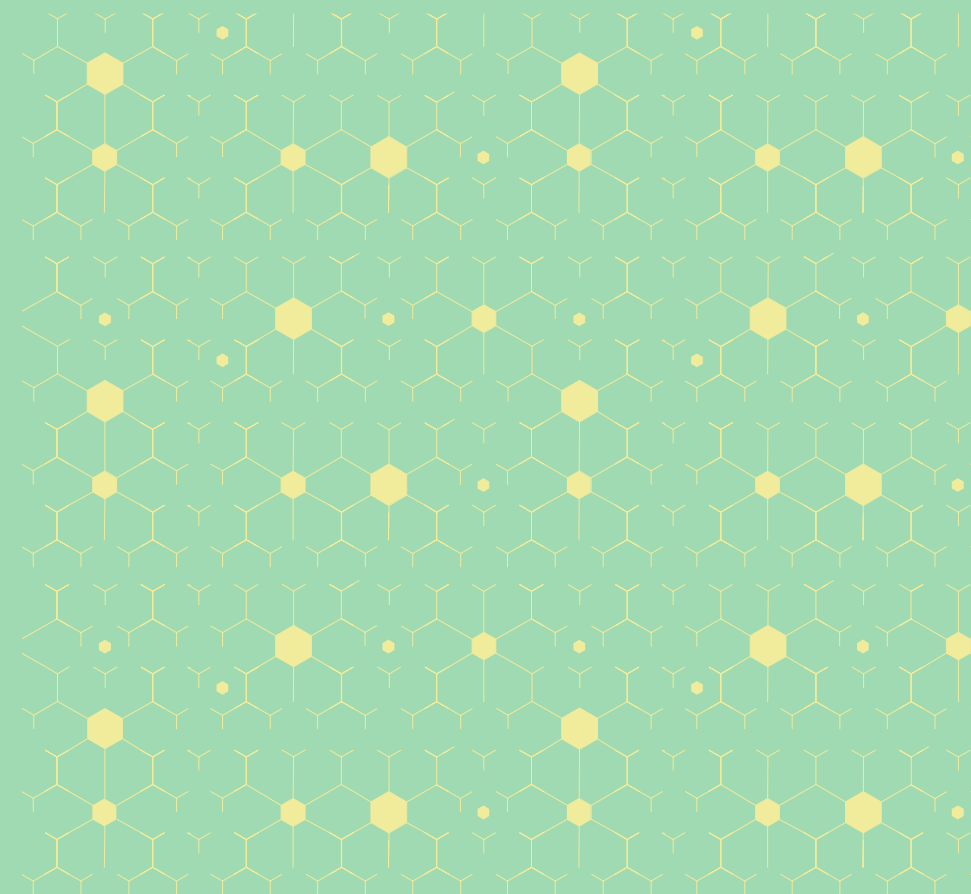
1

1. 連結業績
2. 連結経営成績（カテゴリー別）
3. 連結経営成績（地域別）
4. 連結財政状態
5. 連結業績予想
6. IRカレンダー

DISCLAIMER

将来見通しに関する記述についての注意

このプレゼンテーション資料に記載されている、当社の現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは将来の業績に関する見通しであり、これらは現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいています。したがって、これらの業績見通しのみに全面的に依拠することは控えてくださいますよう、お願いいたします。実際の業績は、さまざまなリスクや不確実性により、これらの業績見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。実際の業績に影響を与えうるリスクや不確実性には、当社の事業を取り巻く経済情勢、さまざまな競争圧力、関連法律・法規、為替レートの変動などを含みます。ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。



2021年12月期第1四半期 ポイント

2

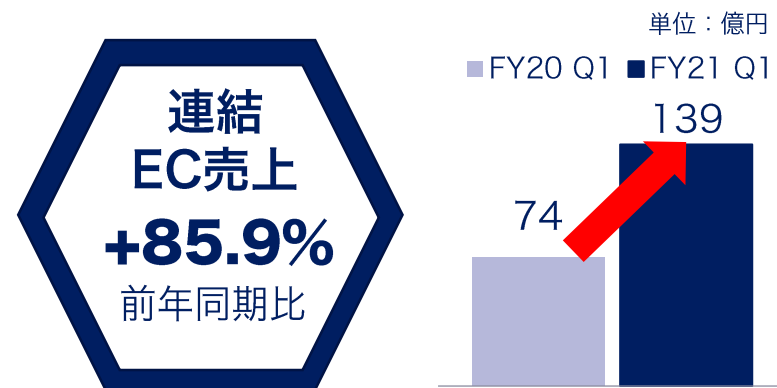
- ✓ 大幅増収増益。3年ぶりに第1四半期で売上1,000億円を超過。
- ✓ 営業利益は、増収・粗利率の改善および販管費コントロールもあり、前年同期比で黒字に転換し、大幅増益。
- ✓ 主力のP.Runは特に高い商品評価を受け、売上は前年同期比+43.5%。全地域で増収。
P.Runのカテゴリー利益は、前年同期比+197.1%と約3倍。
- ✓ 地域別の売上は、ほぼ全ての地域で増収。特に米欧中オセアニアが大きく伸長。
営業利益は、増収および粗利率の改善により欧州および中華圏で大幅増益。北米も黒字転換。
- ✓ EC売上は、前年同期比約+86%の成長（EC構成比 前年同期 8.8%→当期 13.1%）。
- ✓ 引き続き新型コロナウイルス感染症や地政学的リスク等もあり、厳しい外部環境が続く見通し。
また、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会関連の収益も期初想定よりも下回る見込み。
しかしながら、P.Run等の好調を受け、売上高、営業利益、経常利益については業績予想を上方修正。
但し、再度レンジによる開示。



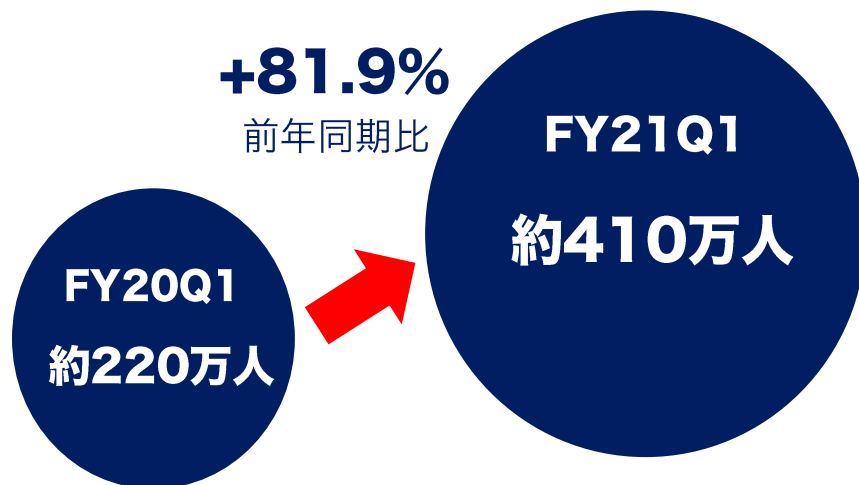
デジタルにおける取組み

3

- ✓ RunkeeperやRace Rosterを活用しEC売上の更なる成長を図る.
- ✓ 他社と協業しながらデータ活用によるパーソナライズされたランニング体験の提供.
- ✓ デジタル人材の確保等、デジタル投資を引き続き積極的に進めていく.



OneASICS会員数



プレミアムランニングサービス



- ✓ 日本国内にてパフォーマンス向上を目指すランナーに向けて、「個人の成長」を全面サポート.
- ✓ 2021年3月に募集し定員30名に対して253名の応募.

Runmetrix



- ✓ ASICSのスポーツ工学の知見と、カシオ計算機株式会社のセンシング技術を融合したランナー向けパーソナルコーチングサービス.



サステナビリティにおける取り組み

4

世界の人々の心身の健康とスポーツができる環境を守ることに貢献する

Sound Mind, Sound Body

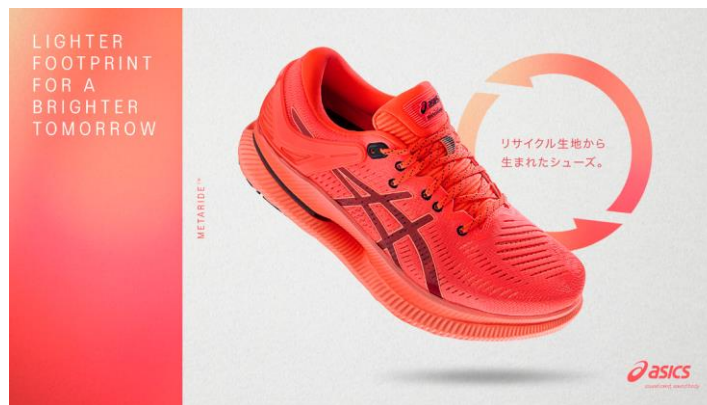
People（人と社会への貢献）

- ✓ スポーツを通じた子どもの健全な育成.
- ✓ 東北復興支援
2011年からの東日本大震災の震災孤児へのスポーツ支援等を含み、延べ44,000名を支援.



Planet（環境への配慮）

- ✓ 2021年春夏発売の新商品のうち、パフォーマンスランニングカテゴリーの95%以上にリサイクル材料を使用.
- ✓ 不要になった衣類を回収して作られたリサイクル糸（再生ポリエステル材）を採用したランニングシューズ「METARIDE」を発売.



外部評価

- ✓ CDP「サプライヤー・エンゲージメント評価」において2年連続で最高評価を獲得。気候変動への取り組みが7,000社のうち上位7%.
- ✓ 世界主要企業ESG評価の代表的な発行物である、S&P Globalの「サステナビリティ・イヤーブック2021」に選定.
- ✓ 経済産業省の令和2年度「製品安全対策優良企業表彰」において、優良賞（審査委員会賞）を受賞.



新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響

5

生産

- ✓ 世界的な生産需要の回復によりアジア各地の工場においてはフル稼働状態を継続.

直営店

- ✓ 日本：全ての店舗で営業.一部時短営業含む.
- ✓ 米国：一部の店舗で臨時休業.
- ✓ 欧州：約半数の店舗で臨時休業.
- ✓ 中国：全ての店舗で営業.一部時短営業含む.

販売

- ✓ 連結EC売上は、第1四半期累計で前年同期比で約+86%.全ての地域で好調に推移.
- ✓ 日本国内はインバウンド需要が大幅減少.

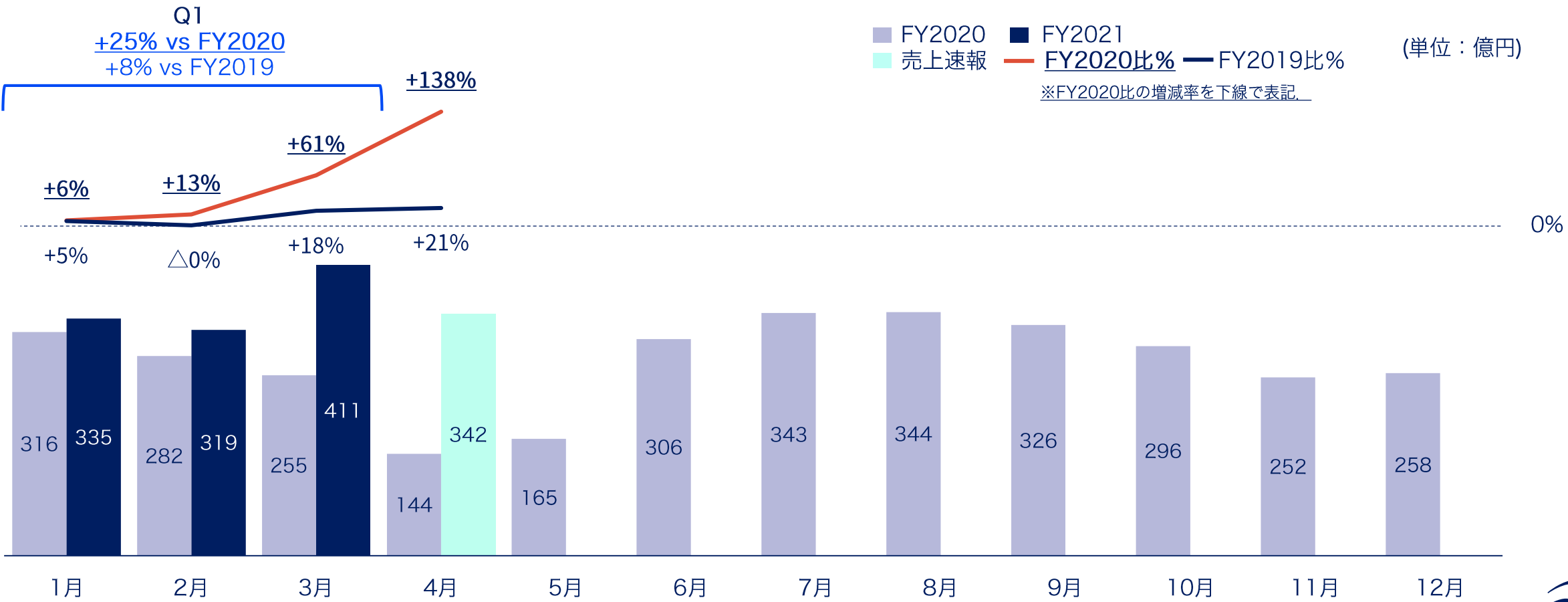
直近の状況

- ✓ 新型コロナウイルスの感染再拡大を受け、主に日本および欧州において店舗の臨時休業を継続中.
- ✓ 米国の一部港における荷役業務に若干の遅れが継続.



連結売上高（月別・四半期別）

- ✓ 第1四半期の前年同期比は+25%、2019年比は+8%。
- ✓ 4月単月は前年同月比で2倍超、4ヶ月連続で前年を上回る。2019年比では20%超となり主要4地域で全て増収。



※ 2021年4月の売上高は速報データに基づいているため、確定データとは差異が生じることがあります。



2021年12月期 連結業績予想

7

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	前期比
売上高	3,700～3,850	3,850～3,950	+2.6%～ +4.1%	3,287	+17.1%～ +20.1%
営業利益	70～100	115～135	+35.0%～ +64.3%	△39	-
営業利益率	1.9%～2.6%	3.0%～3.4%	+0.8ppt～ +1.1ppt	△1.2%	+4.2ppt～ +4.6ppt
経常利益	40～70	100～120	+71.4%～ +150.0%	△69	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	20～35	20～35	-	△161	-

配当金	中間	期末	通期
前回予想	12.0円	12.0円	24.0円
今回予想	12.0円	12.0円	24.0円

為替レート	USD	EUR	RMB
前回予想	105.00円	125.00円	15.00円
今回予想	105.00円	125.00円	16.00円

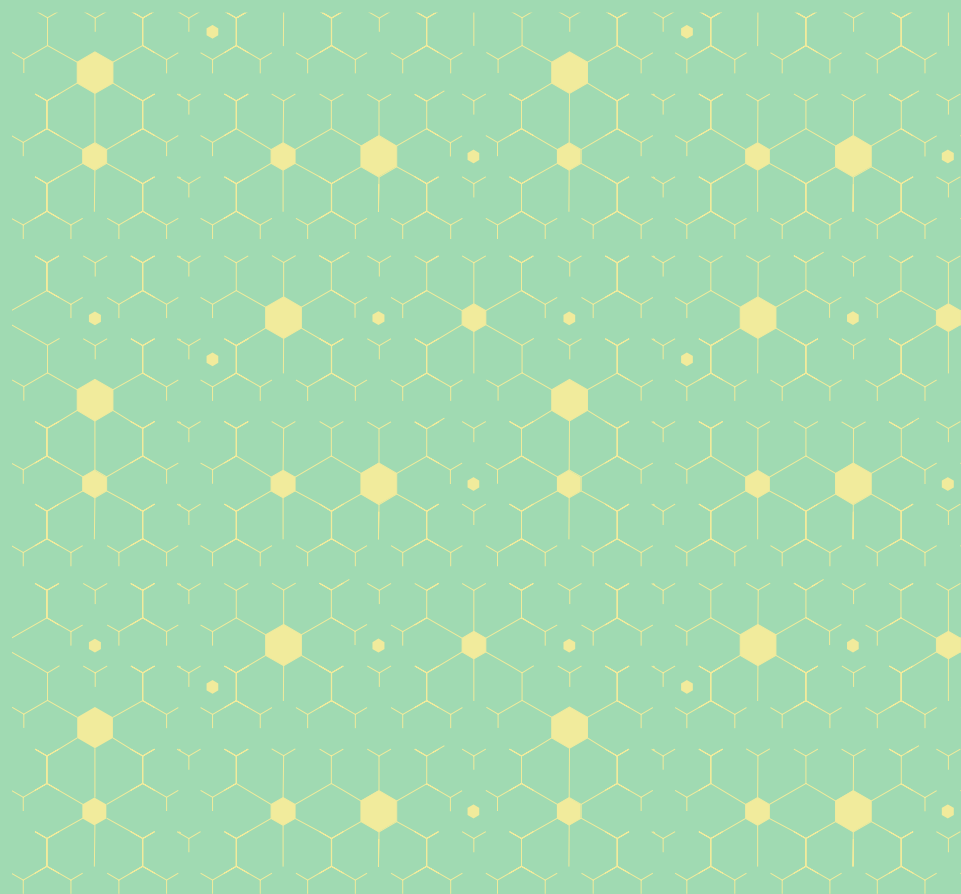
- ✓ 引き続き新型コロナウイルス感染症や地政学的リスク等もあり、厳しい外部環境が続く見通し。
- ✓ 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会関連の収益も期初想定よりも下回る見込み。
しかしながら、P.Run等の好調を受け、売上高、営業利益、経常利益については業績予想を上方修正。
但し、再度レンジによる開示。



1. 2021年12月期 第1四半期連結業績

8

- ✓2021年12月期第1四半期 概要
- ✓連結決算ハイライト
- ✓販管費削減の進捗状況
- ✓連結売上高内訳（カテゴリー別）



2021年12月期第1四半期 概要

9

売上高

前年同期比：+212億円 +24.8%（為替影響除く増減 +186億円 +21.8%）

◆ 増収増益 3年ぶりに第1四半期で売上1,000億円を超過 計画比+7.4%.

- ✓主力のP.Runの売上は、前年同期比+43.5% 特に米欧中オセアニアが牽引.
- ✓地域別の売上は、特に米欧中オセアニアで大きく伸長.
- ✓EC売上は好調に推移し、前年同期比約+86%の成長.

営業利益

前年同期比：+154億円（為替影響除く増減 +148億円）

◆ 増収および粗利率改善により、前年同期比から黒字に転換し、大幅増益.

- ✓収益性にフォーカスした販売施策の実行およびEC売上構成比率の上昇等で粗利率は49.9%（+2.8ppt）.
- ✓北米は、12四半期ぶりに黒字に転換.
- ✓大幅増収による変動費の増加もあるものの、販管費コントロールもあり前年同期比△25億円（△6.1%）の販管費削減を達成.

四半期純利益

前年同期比：+106億円（為替影響除く増減 +102億円）

- ✓ 新型コロナウイルスに対する直営店の店舗臨時休業期間の固定費約5億円を特別損失に計上.



連結決算ハイライト

(単位：億円)

	2020年 (FY20Q1) 実績	2021年 (FY21Q1) 実績	前年同期比 上段：増減額 下段：増減率
売上高	853	1,065	+212 +24.8%
売上総利益	402	531	+129 +32.3%
売上総利益率	47.1%	49.9%	+2.8ppt
販管費	410	385	△25 △6.1%
販管費率	48.2%	36.2%	△12.0ppt
人件費	135	133	△2 △0.9%
広告宣伝費	80	55	△25 △31.1%
広告宣伝費率	9.4%	5.2%	△4.2ppt
賃借料	31	29	△2 △7.7%
減価償却費	30	29	△1 △5.7%
その他経費	134	139	+5 +3.7%
営業利益	△8	146	+154 -
営業利益率	△1.0%	13.7%	+14.7ppt
経常利益	△31	147	+178 -
特別損益	△10	△5	+5
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△2	104	+106 -

	FY20 Q1	FY21 Q1	増減額	増減率
海外売上高	595	815	+220	+37.1%
海外比率	69.8%	76.6%	-	+6.8ppt

為替影響	+26
為替影響除く 連結売上高増減	+186 +21.8%

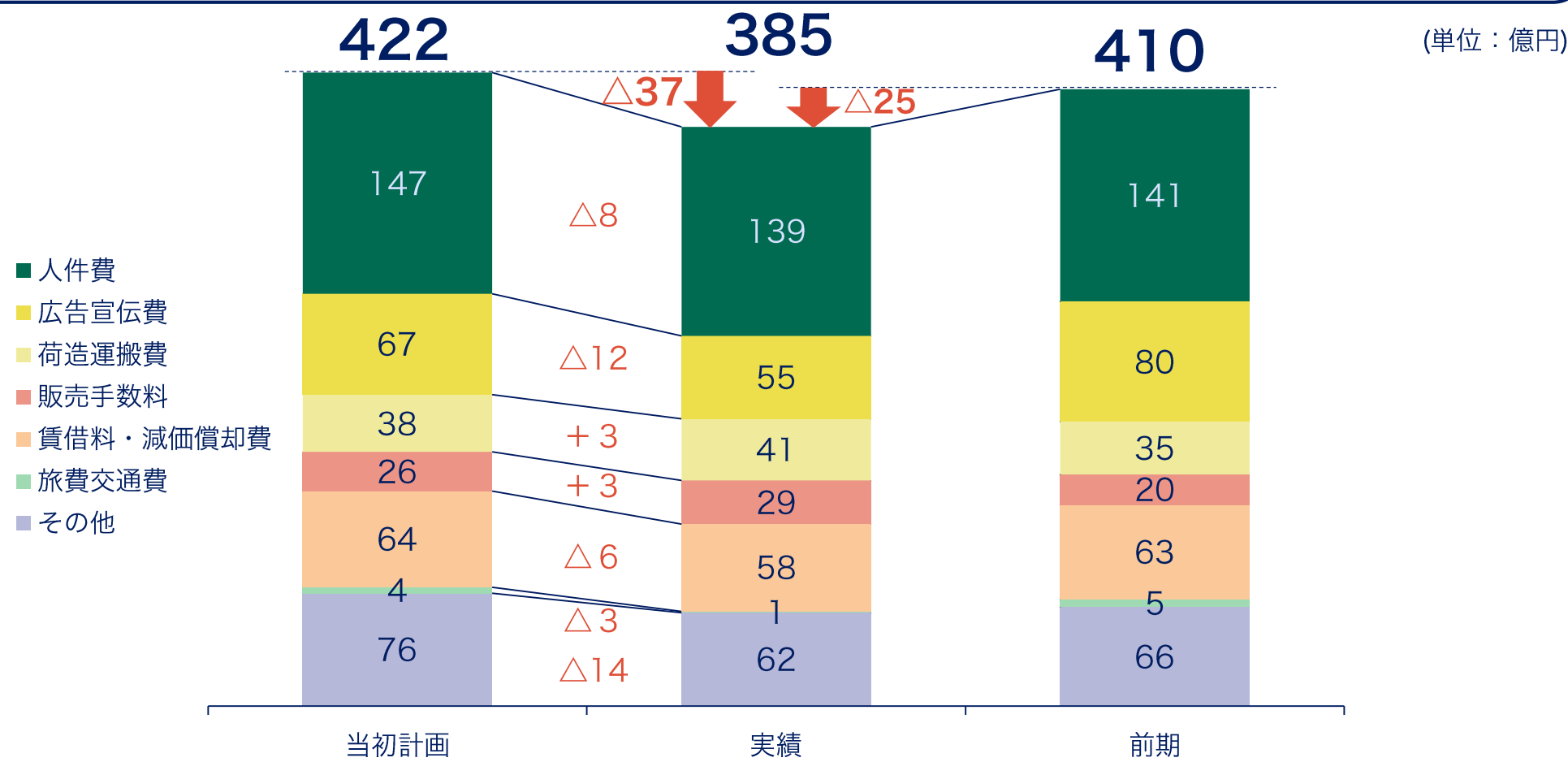
< 参考：平均為替レート(円) >

	第1四半期(1～3月)	
	FY20 実績	FY21 実績
1ドル	109.01	106.15
1ユーロ	120.58	128.04
1人民元	15.58	16.32



販管費削減の進捗状況（第1四半期累計）

- ✓ 計画比は、EC売上増加に連動し販売手数料や荷造運搬費は6億円増加するも、広告宣伝費の発生時期の変更等や店舗休止等損失の特別損失への振替額約5億円により、37億円削減。
- ✓ 前年同期比は、EC売上連動費用で15億円増加するも、主に広告宣伝費の適正化やマラソン大会等の開催時期の変更により25億円の削減。



※一部コストは開示上、研究開発費へ組替しており、連結決算ハイライトのスライドと金額は一致していません。

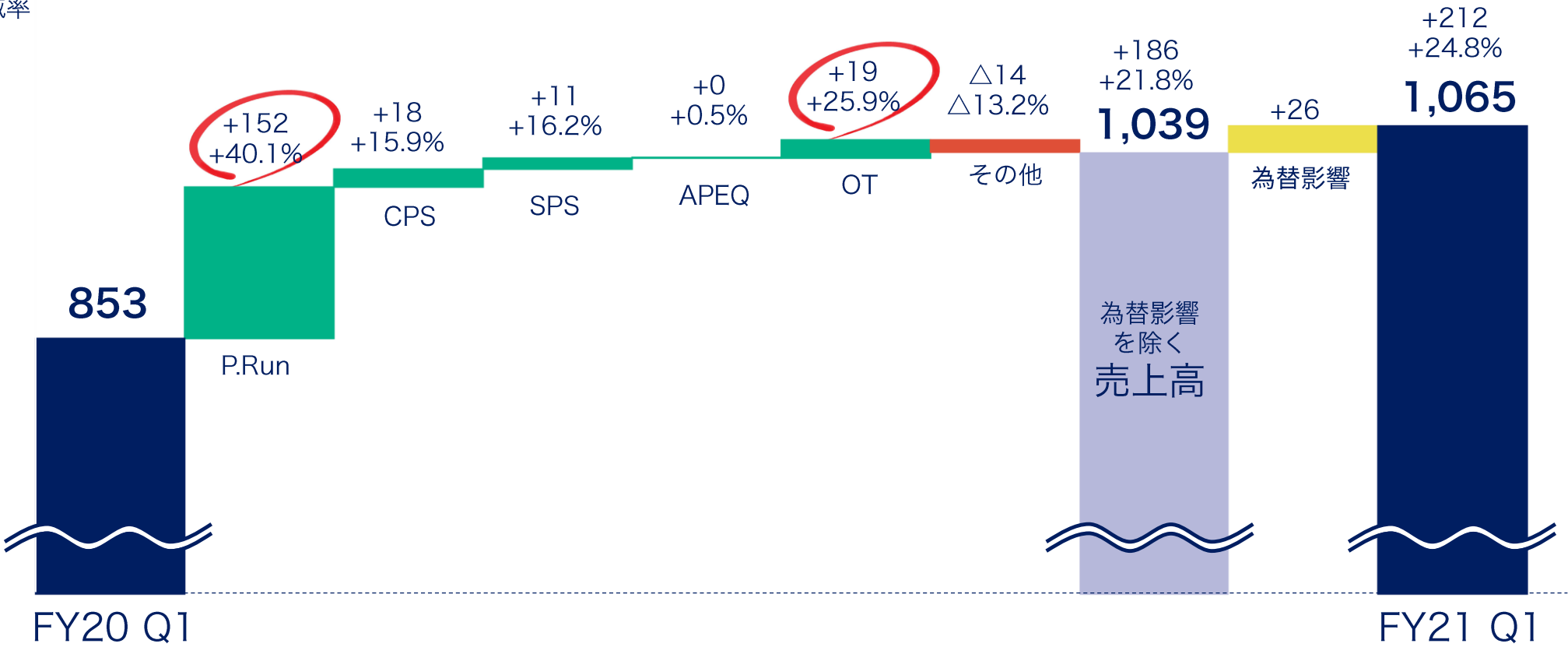


連結売上高内訳（カテゴリー別）

- ✓ 全カテゴリーで増収.
- ✓ P.Runは、前年同期比+40.1%。バーチャルレースを絡めた販売施策およびEC先行発売等が奏功。BLASTシリーズも伸長.
- ✓ OTは、前年同期比+25.9%。特に中華圏で2倍超の増収.

上段：増減額
下段：増減率

(単位：億円)



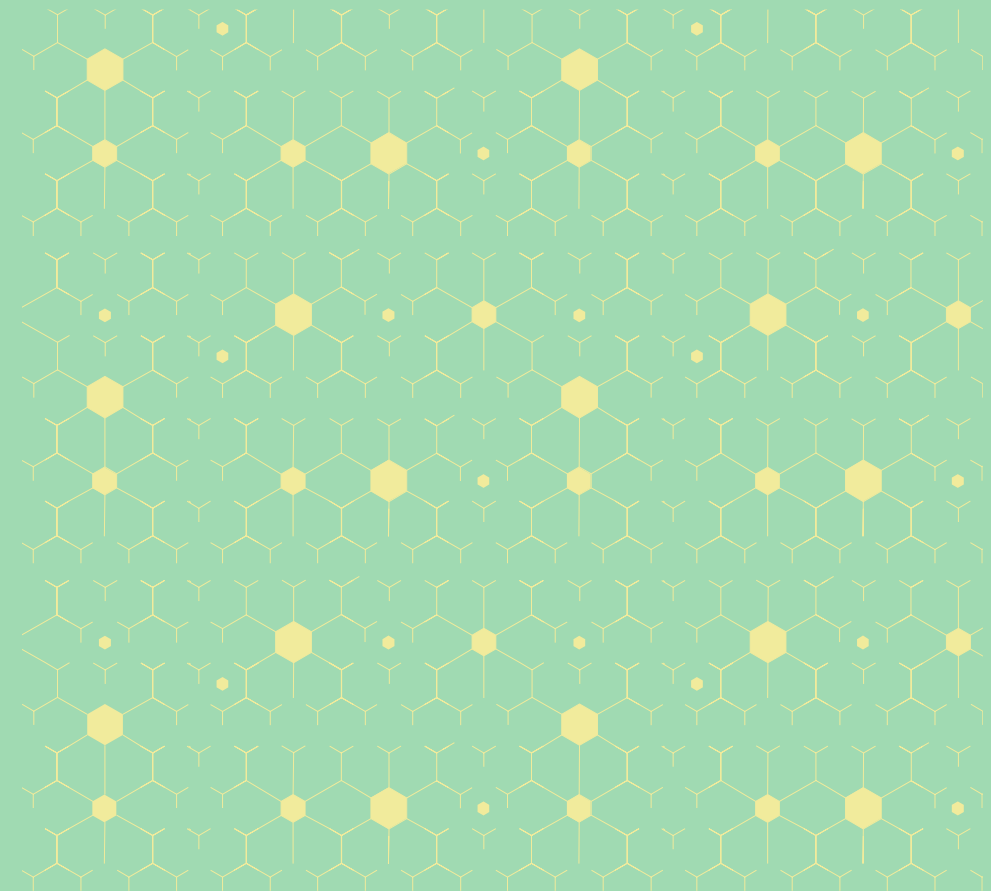
※各カテゴリー別の売上高は、一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。



2. 2021年12月期 第1四半期連結経営成績（カテゴリー別）

13

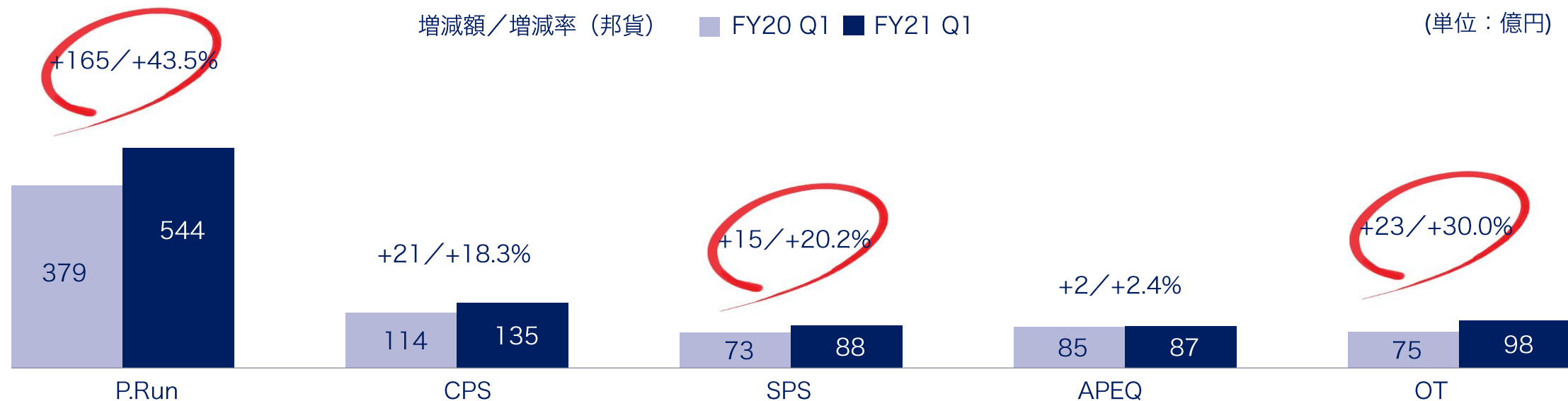
- ✓カテゴリー別連結売上高
- ✓カテゴリー別利益について
- ✓カテゴリー別業績



カテゴリー別連結売上高

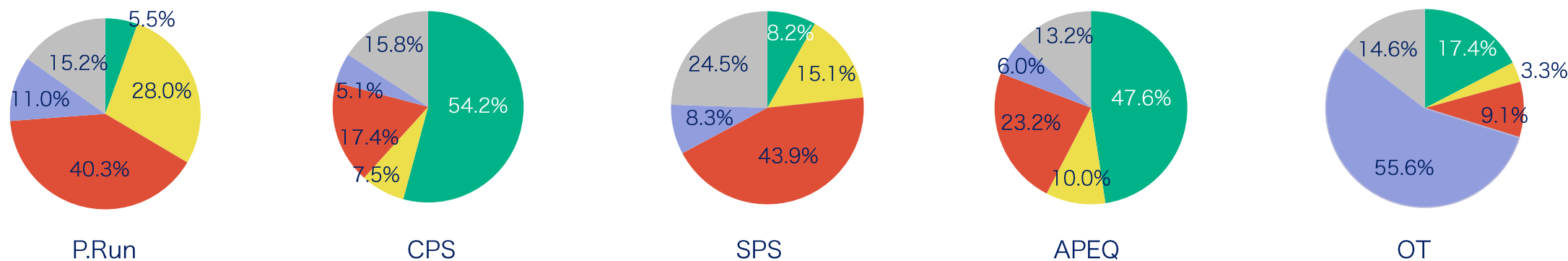
14

<売上高>



<カテゴリー別地域別売上高構成>

■ 日本 ■ 北米 ■ 欧州 ■ 中華圏 ■ その他



※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。



課題認識

- ✓ カテゴリー体制を2019年に導入し、本社と販売会社との連携が強化され、収益への拘りが高まった.
- ✓ しかし、これまでのカテゴリー毎の営業利益には、カテゴリーが容易にコントロールできないコストが含まれていた（例：バックオフィス費用等）.
- ✓ 加えて、費用によっては、カテゴリーの売上高・売上原価で配賦されるため、実態にそぐわないコスト負担もあった（例：直営店コストの売上原価による配賦等）.



カテゴリー利益

- ✓ カテゴリーコストとカテゴリー外コスト（カテゴリーへ特定可能でない費用であり、例えば、オフィス賃借料等）を定義し、厳格管理.
- ✓ カテゴリーが管理可能な利益（カテゴリー利益）のさらなる向上を目指す.
- ✓ 費用配分をより精緻に適正化（一部費用はカテゴリー毎の人員数に応じて配分）.
- ✓ 主要な費用項目にコストオーナーを設定し、グローバルで横串管理を行う.



カテゴリー利益の概要 ※2020年12月期 決算補足説明資料の再掲

16

- ✓ カテゴリーに特定可能費用は直接費とする.
- ✓ マーケティング費用は、アクティビティ毎に各カテゴリーが費用負担.
- ✓ カテゴリー外コストは配賦せず別管理.

(費用配賦のイメージ図)

	P.Run	CPS	SPS	APEQ	OT	Others	TTL
売上高	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
GP	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
マーケティング	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
企画・開発 (プロダクト)	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
本部費用 (バックオフィス 部門を除く)	ホールセール、リテール、ECの各チャネル費用等を適正に配分						xxx
カテゴリー利益	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx		
カテゴリー外 コスト							xxx
連結営業利益							xxx



カテゴリー利益等一覧

17

(単位：億円)

	P.Run	CPS	SPS	APEQ	OT	Others	TTL
売上高	544 (+165)	135 (+21)	88 (+15)	87 (+2)	98 (+23)	113 (△14)	1,065 (+212)
カテゴリー利益	143 (+95)	30 (+16)	16 (+12)	5 (+11)	20 (+11)		
カテゴリー外コスト							72 (△7)
連結営業利益							146 (+154)

()内は前年同期比

- ✓ カテゴリー売上高は、主力のP.Runが牽引、CPSやOTも堅調に推移し全てのカテゴリーで増収。
- ✓ カテゴリー利益も主力のP.Run等、全てのカテゴリーで増益。
- ✓ カテゴリー外コストは72億円。主に人件費、賃借料・減価償却費、支払手数料等。



パフォーマンスランニング (P.RUN)



METASPEED Sky

18

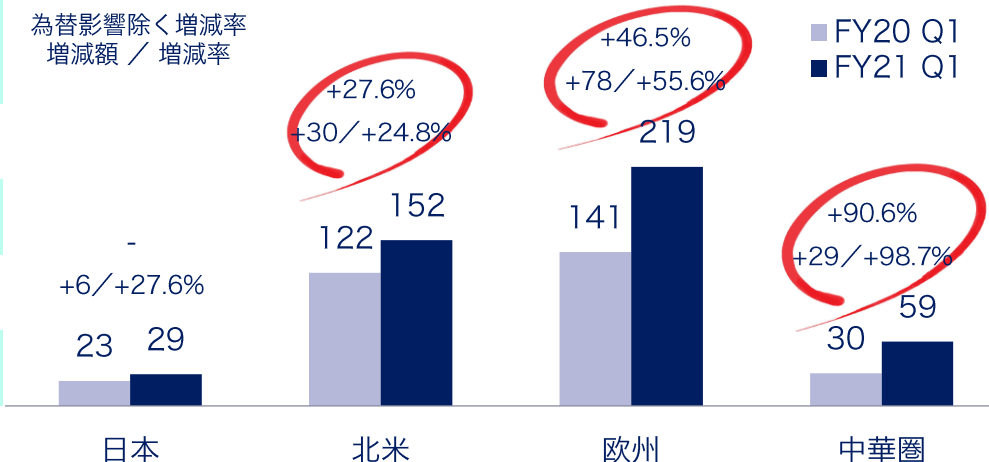
<第1四半期業績>

	FY20 Q1	FY21 Q1	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	379	544	+165	+43.5%
為替影響除く増減		531	+152	+40.1%
カテゴリー利益	48	143	+95	+197.1%
カテゴリー利益率	12.7%	26.4%	-	+13.7ppt

※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ 全地域で増収。日本・北米・欧州・中華圏・オセアニア等で2桁増収。
- ◆ アシックスイノベーションサミット2021で発表したMETASPEED SkyのEC先行発売やバーチャルレースを絡めた販売施策、自社ECサイトの商品紹介ページの拡充を行う。
- ◆ 主力のGEL-KAYANOやGEL-NIMBUSが好調。若い世代に向けたBLASTシリーズも伸長。

カテゴリー利益

- ◆ 増収および販管費コントロールにより、カテゴリー利益は前年同期比+95億円の大増益。
- ◆ 粗利率は、高粗利率商品の構成比率増加やEC売上伸長により、48.5% (+3.8ppt)。

今後の取組み

- ◆ トップアスリート向けのレーシングモデル METASPEEDシリーズを展開。
- ◆ グローバルでランニング専門店への注力を継続。日本でもテックレップ活動をスタートし、取引先への勉強会やシューズ体験会、各地のマラソン大会に連動した企画を強化していく。
- ◆ 環境配慮仕様のEarth Day PackとしてGEL-NIMBUS 23等を展開し、循環型経済の構築を推進。



コアパフォーマンススポーツ (CPS)



テニスシューズ
SOLUTION SPEED FF 2

19

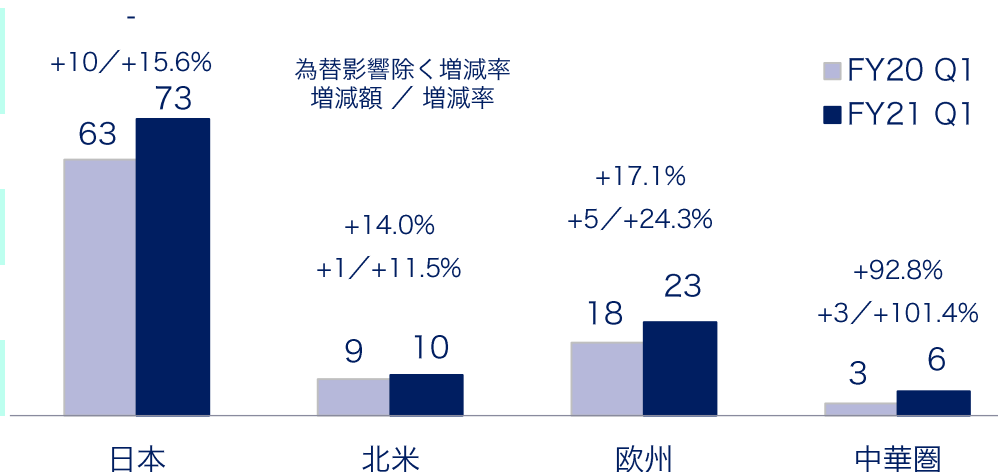
<第1四半期業績>

	FY20 Q1	FY21 Q1	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	114	135	+21	+18.3%
為替影響除く増減		132	+18	+15.9%
カテゴリ利益	14	30	+16	+114.3%
カテゴリ利益率	12.4%	22.5%	-	+10.1ppt

※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ 主に日米欧中の主要地域で2桁増収。
- ◆ 日本ではワーキングシューズに加え、各種スポーツ用シューズが好調。
- ◆ テニスは、GEL-RESOLUTION、SOLUTION SPEED FF、COURT FFシリーズが好調で、日米欧中で2桁増収。

カテゴリ利益

- ◆ 主要地域での増収および粗利率の改善に加え、広告宣伝費の適正化により、前年同期比+16億円の増益。

今後の取組み

- ◆ テニスでは、各地域に特化したグラスルーツ活動に加え、ジョコビッチ選手とのパートナーシップ契約延長を最大限活用し、グローバルでのマーケティング強化を実施。
- ◆ ワーキングシューズは、各種モータースポーツチームと連携したマーケティングを実施。
- ◆ サステナビリティの取組みとして、テニスおよびサッカーカテゴリで環境配慮型商品を新規投入。



スポーツスタイル (SPS)



GEL-KAYANO™ 27 DE
Vivienne Westwoodとのコラボレーションシューズ

20

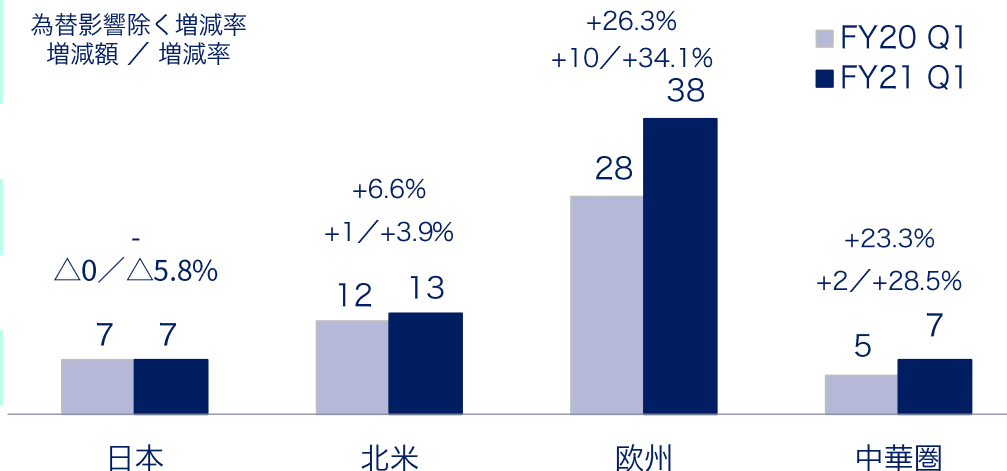
<第1四半期業績>

	FY20 Q1	FY21 Q1	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	73	88	+15	+20.2%
為替影響除く増減		84	+11	+16.2%
カテゴリ利益	4	16	+12	+266.7%
カテゴリ利益率	6.3%	19.2%	-	+12.9ppt

※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ 欧州・中華圏・オセアニアでEC売上が伸長し、増収。
- ◆ 市場シェアが高いオセアニアでは、90%以上の成長を達成。ブランド認知拡大が成長を加速。

カテゴリ利益

- ◆ 粗利率は欧州・中華圏で改善し、47.7% (+3.0ppt)。

今後の取組み

- ◆ オセアニア・ヨーロッパのセレクトされたキアカウントと協同制作等により強化を図る。
- ◆ SNSを活用したデジタルマーケティングの積極投資によりZ世代を含む若年層の更なる取り込みを狙う。



アパレル・エキップメント (APEQ)



JAPONISM

21

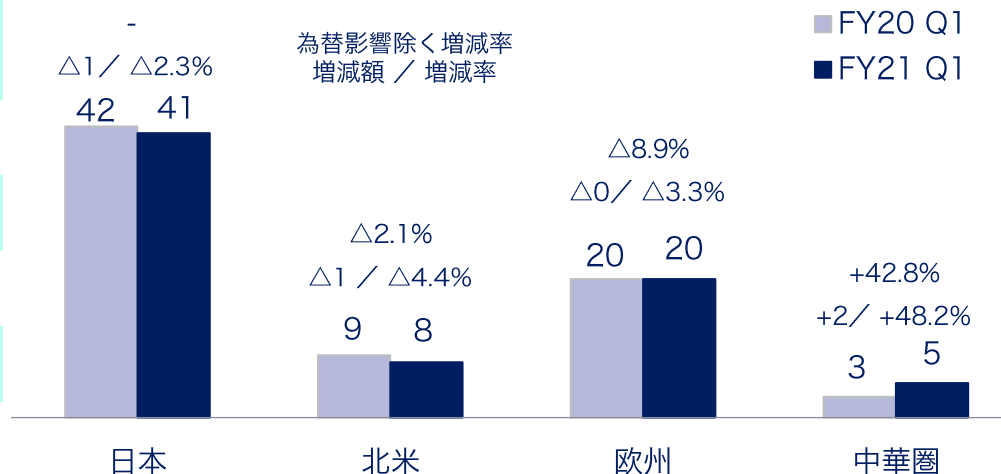
<第1四半期業績>

	FY20 Q1	FY21 Q1	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	85	87	+2	+2.4%
為替影響除く増減		85	+0	+0.5%
カテゴリー利益	△6	5	+11	-
カテゴリー利益率	△8.1%	6.7%	-	+14.8ppt

※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ 中国本部主導のアパレル戦略が奏功、オセアニアではシューズの高いブランド認知効果もあり増収、全体で増収。

カテゴリー利益

- ◆ カテゴリー利益が前年同期の赤字から黒字転換。
- ◆ 粗利率の大幅改善。

今後の取組み

- ◆ 衣服内環境を快適に保つ機能性を備えた独自のテクノロジーであるACTIBREEZEを日本先行展開。
- ◆ 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の関連商品投入（JAPONISM等）。
- ◆ 環境配慮仕様のEarth Day Packのグローバル展開、100%リサイクル素材のエコバッグを直営店販売。



オニツカタイガー (OT)



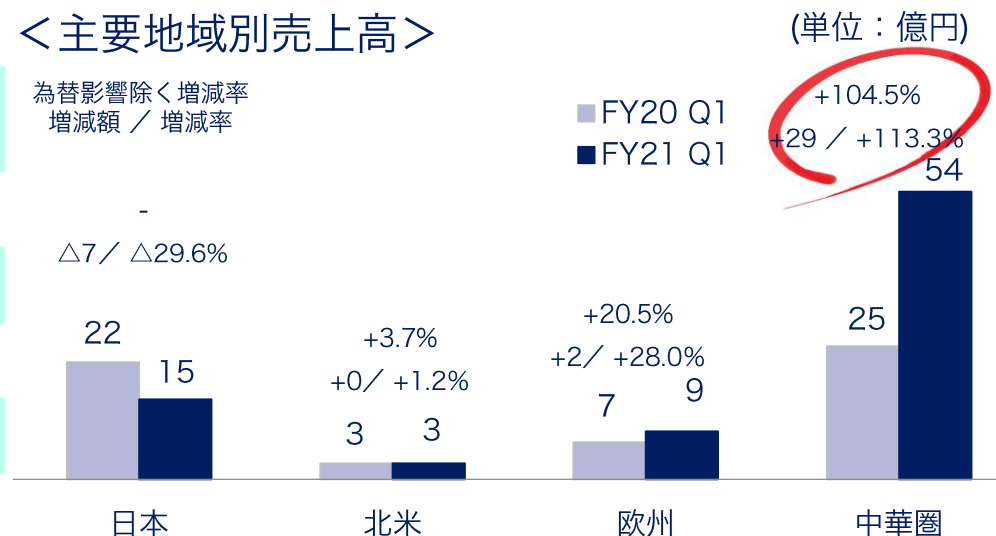
ACROMOUNT MT

<第1四半期業績>

	FY20 Q1	FY21 Q1	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	75	98	+23	+30.0%
為替影響除く増減		94	+19	+25.9%
カテゴリー利益	9	20	+11	+109.7%
カテゴリー利益率	12.7%	20.4%	-	+7.7ppt

<主要地域別売上高>

為替影響除く増減率
増減額 / 増減率



売上高

- ◆ 中華圏での増収により全体としては前年同期比プラス。
- ◆ 日本のリテールでの減収を中華圏を含むアジア地域のDTCで補完。

カテゴリー利益

- ◆ 高付加価値商品の拡充により粗利率は61.6% (+1.8ppt)。
- ◆ EC販売促進関連で広告宣伝費を増加させ、直営店の積極的な投資で減価償却費は増加も、カテゴリー利益は倍増。

今後の取組み

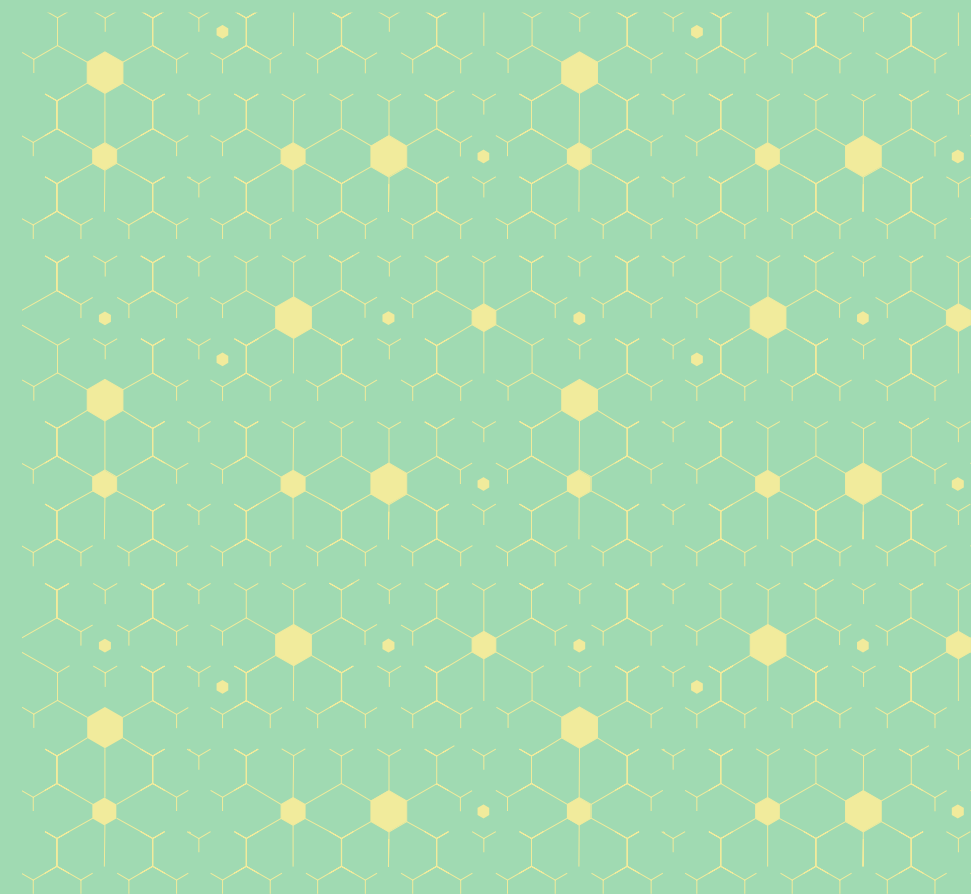
- ◆ プレミアムブランド確立を目指し、旗艦店をロンドン中心街であるリージェントストリートの最高立地で5月グランドオープン。
- ◆ 中国、タイ、マレーシアでの出店により、引き続きかつての日本インバウンド需要を取り込む。
- ◆ 本社主導の商品コントロールの更なる徹底で、必要に応じ店舗間・販社間移動を実行。



3. 2021年12月期 第1四半期連結経営成績（地域別）

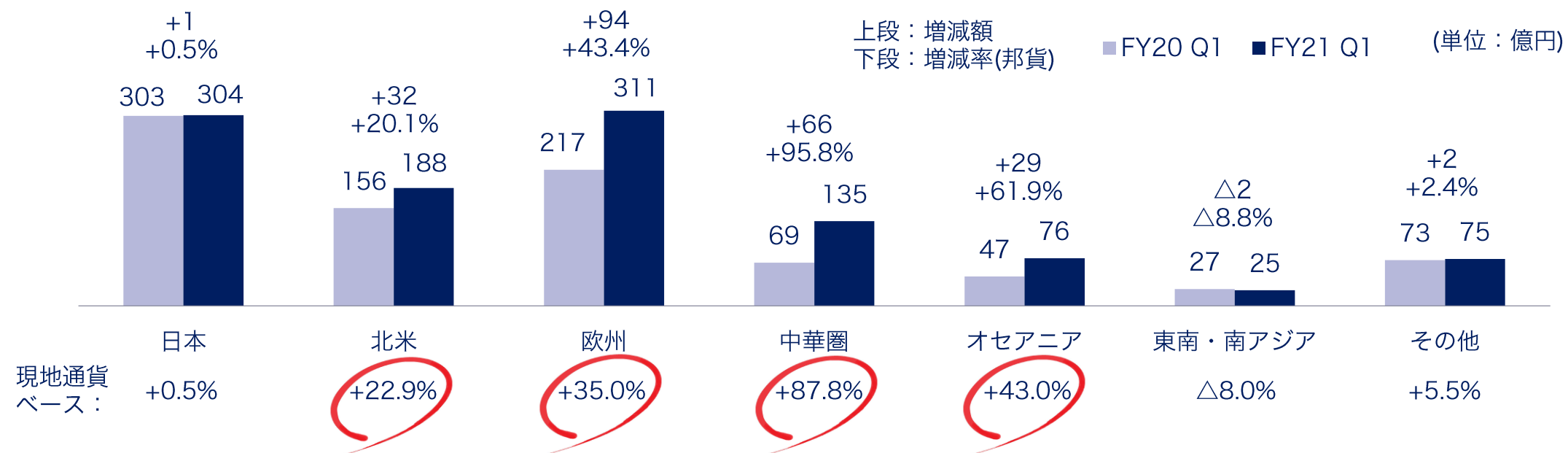
23

- ✓地域別連結売上高およびカテゴリー構成
- ✓連結売上高内訳（地域別）
- ✓チャネル別売上高
- ✓月別・四半期別売上高
- ✓連結営業利益内訳（地域別）

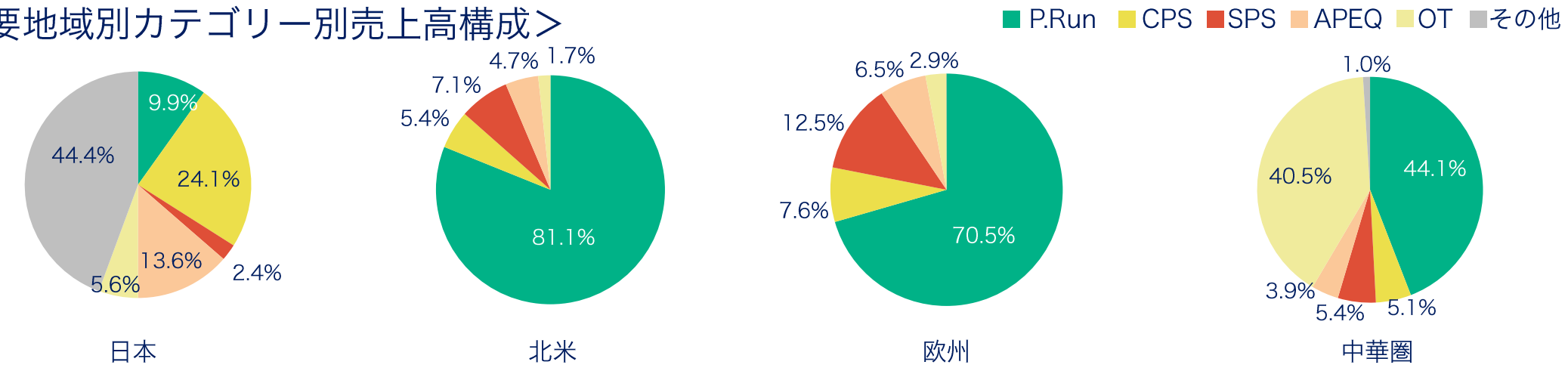


地域別連結売上高およびカテゴリー構成

<売上高>



<主要地域別カテゴリー別売上高構成>

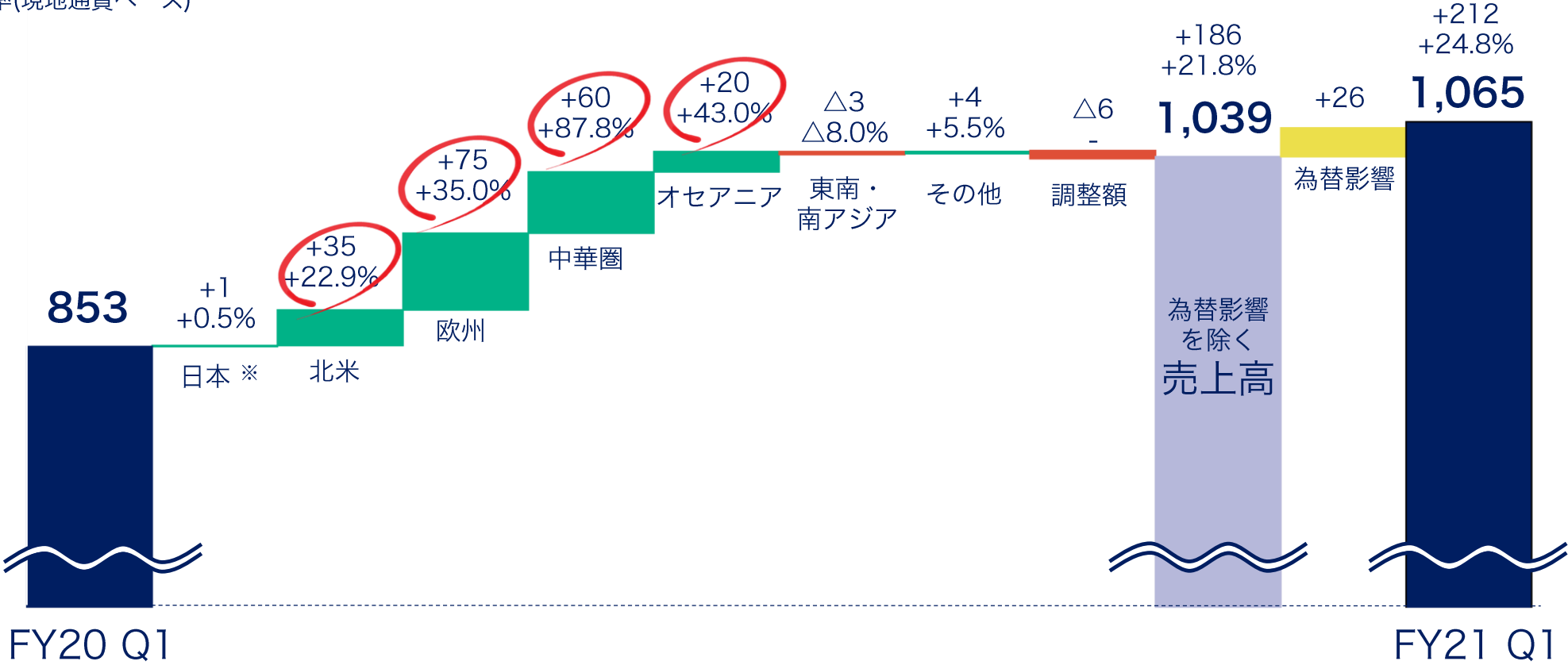


連結売上高内訳（地域別）

- ✓ ほぼ全ての主要地域で大幅増収.
- ✓ 2019年度と比較しても欧州・中華圏・オセアニアは増収.

上段：増減額
下段：増減率(現地通貨ベース)

(単位：億円)



※ 日本は国内から海外（主に海外子会社）への取引を含んでおります.



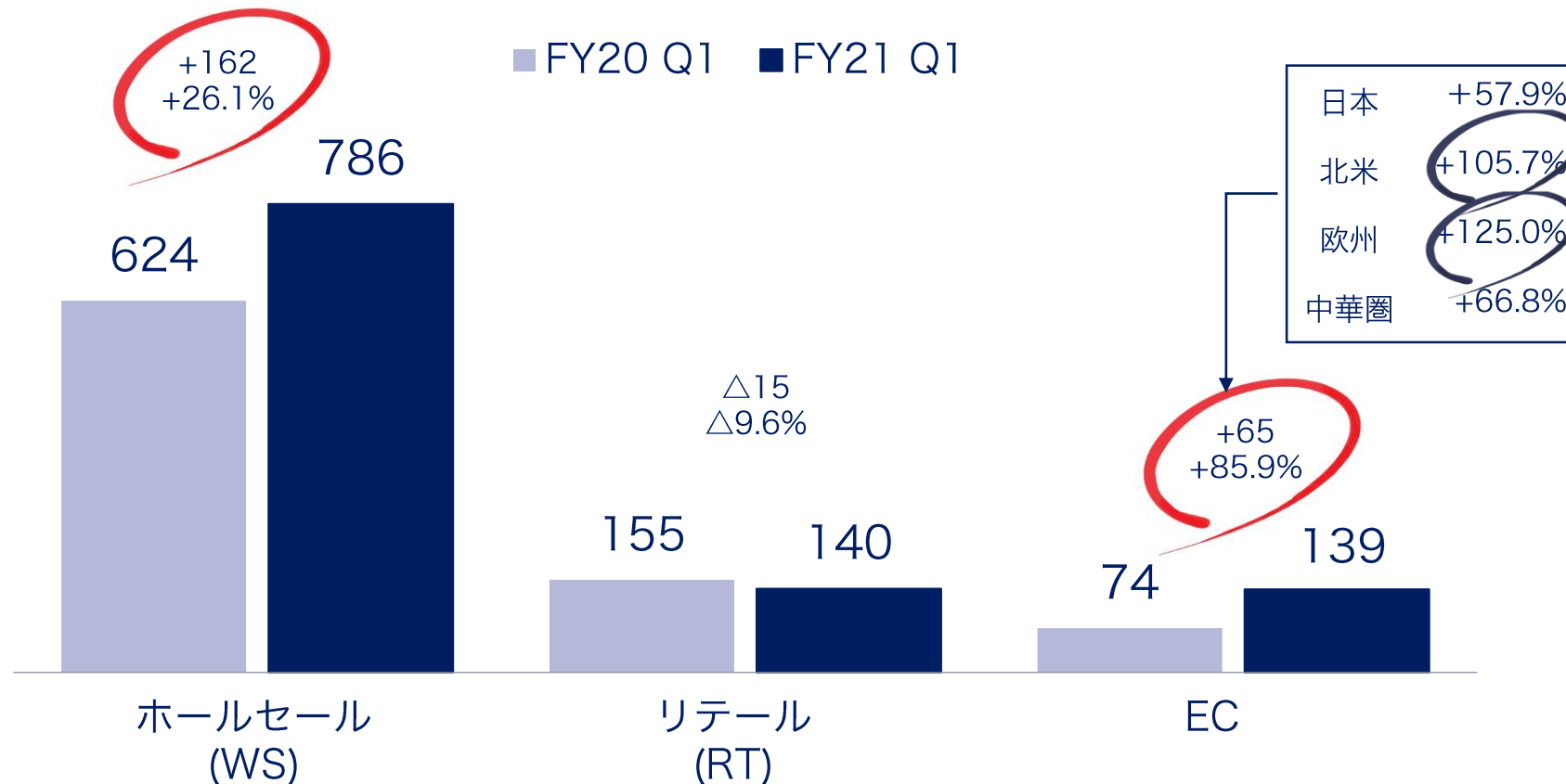
チャネル別売上高

26

- ✓ ホールセールは、米欧中オセアニアで2桁成長。特に、中華圏は約2倍に伸長。
- ✓ ECは、デジタル投資の拡大もあり、全ての地域で成長。特に、北米および欧州は非常に高い成長率を維持。

上段：増減額
下段：増減率

(単位：億円)

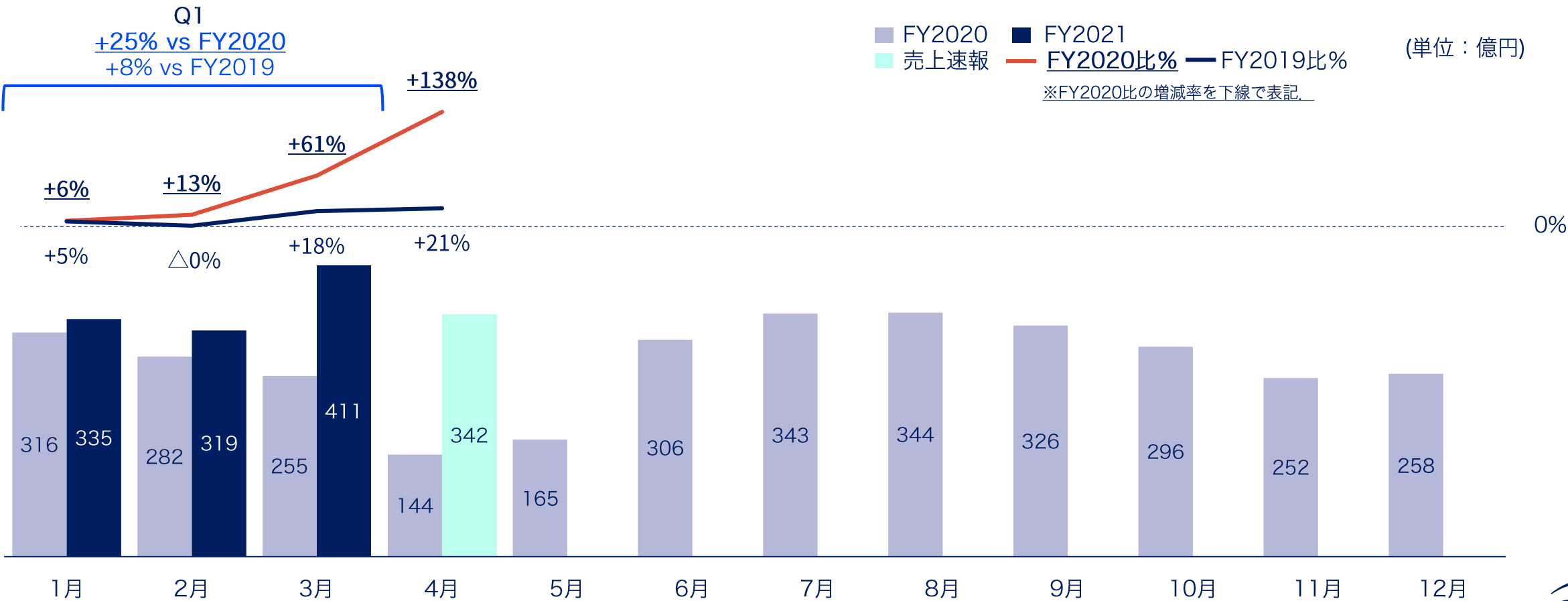


※自社ECサイトとマーケットプレイスはECに含み、ホールセールEリテラーはホールセールに含んでおります。



連結売上高（月別・四半期別） ※再掲

- ✓ 第1四半期の前年同期比は+25%、2019年比は+8%。
- ✓ 4月は前年同月比で2倍超、4ヶ月連続で前年を上回る。2019年比では20%超となり主要4地域で全て増収。



※ 2021年4月の売上高は速報データに基づいているため、確定データとは差異が生じることがあります。

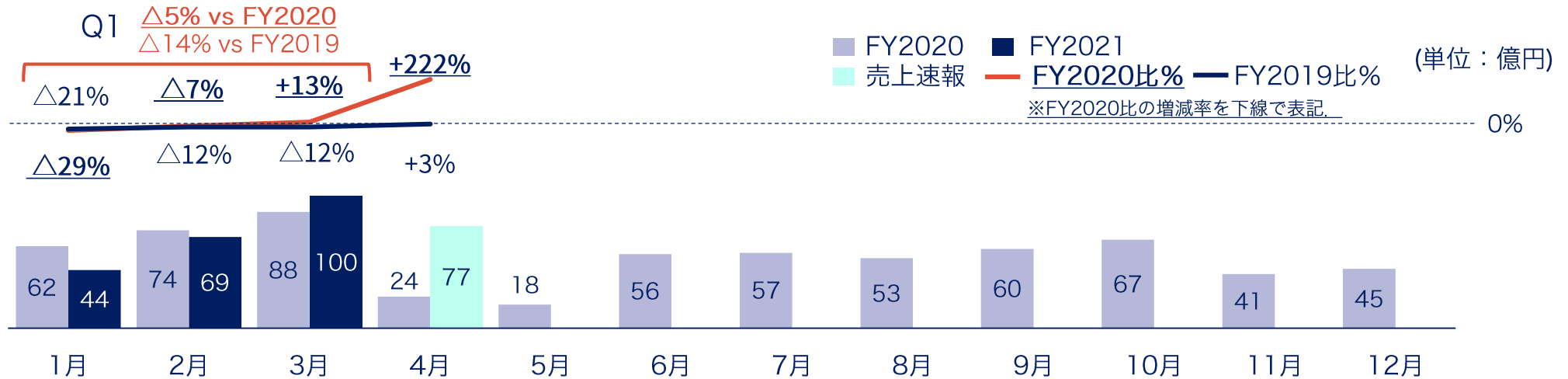


主要4地域の売上高（月別・四半期別）

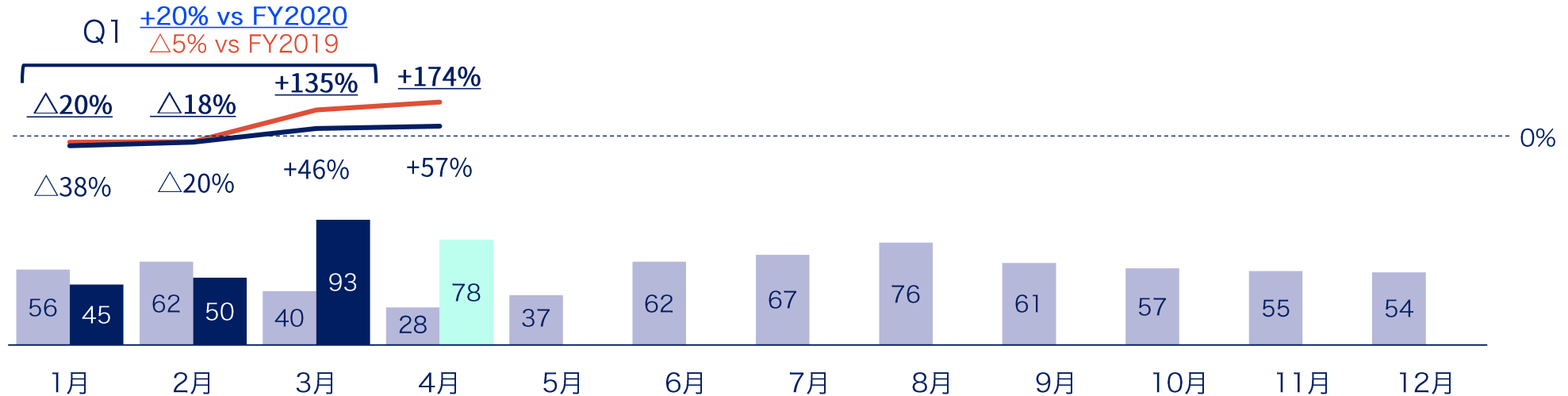
28

- ✓ 日本：3月に前年同月比プラスに転じ、4月は前年同月比で3倍超、2019年比は+3%。
- ✓ 北米：港湾の荷役遅れ等があるも3月に状況改善、4月は前年同月比で2倍超、2019年比は+57%。

日本 ※1



北米



※1 アシックス商事を除く、日本地域の売上高となります。

※2 2021年4月の売上高は速報データに基づいているため、確定データとは差異が生じることがあります。

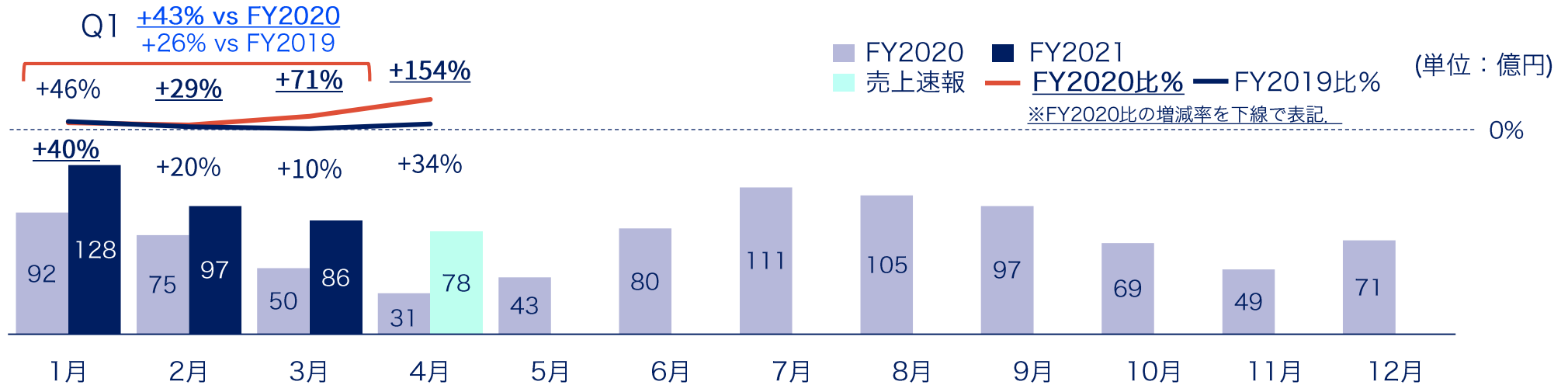


主要4地域の売上高（月別・四半期別）

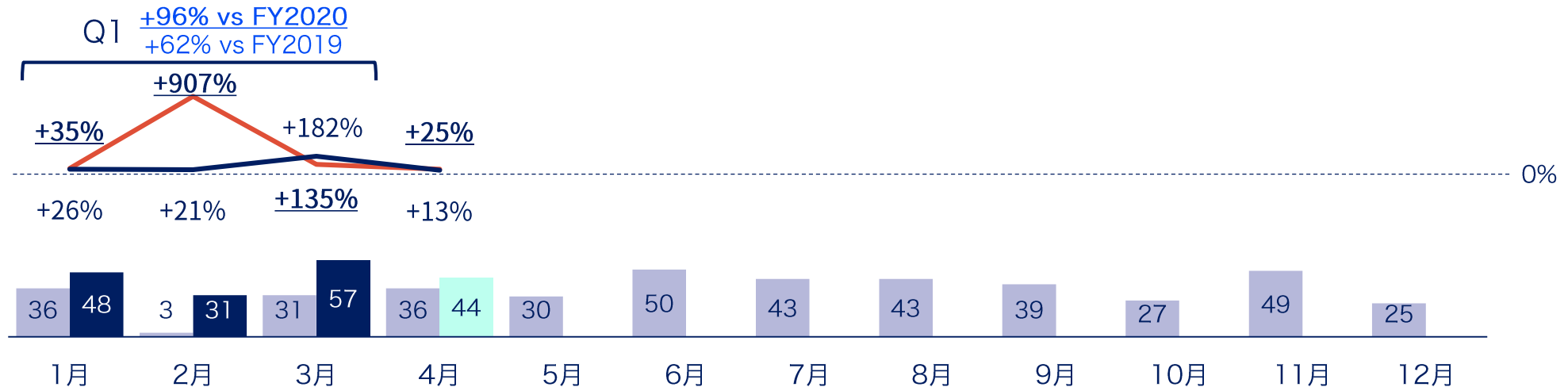
29

- ✓ 欧州：年初から好調に推移し、前年比および2019年比ともに2桁を越える成長。4月の2019年比は34%。
- ✓ 中華圏：2月の国内需要の大きな伸びもあり、前年比および2019年比ともに2桁を越える成長。4月の2019年比は+13%。

欧州



中華圏



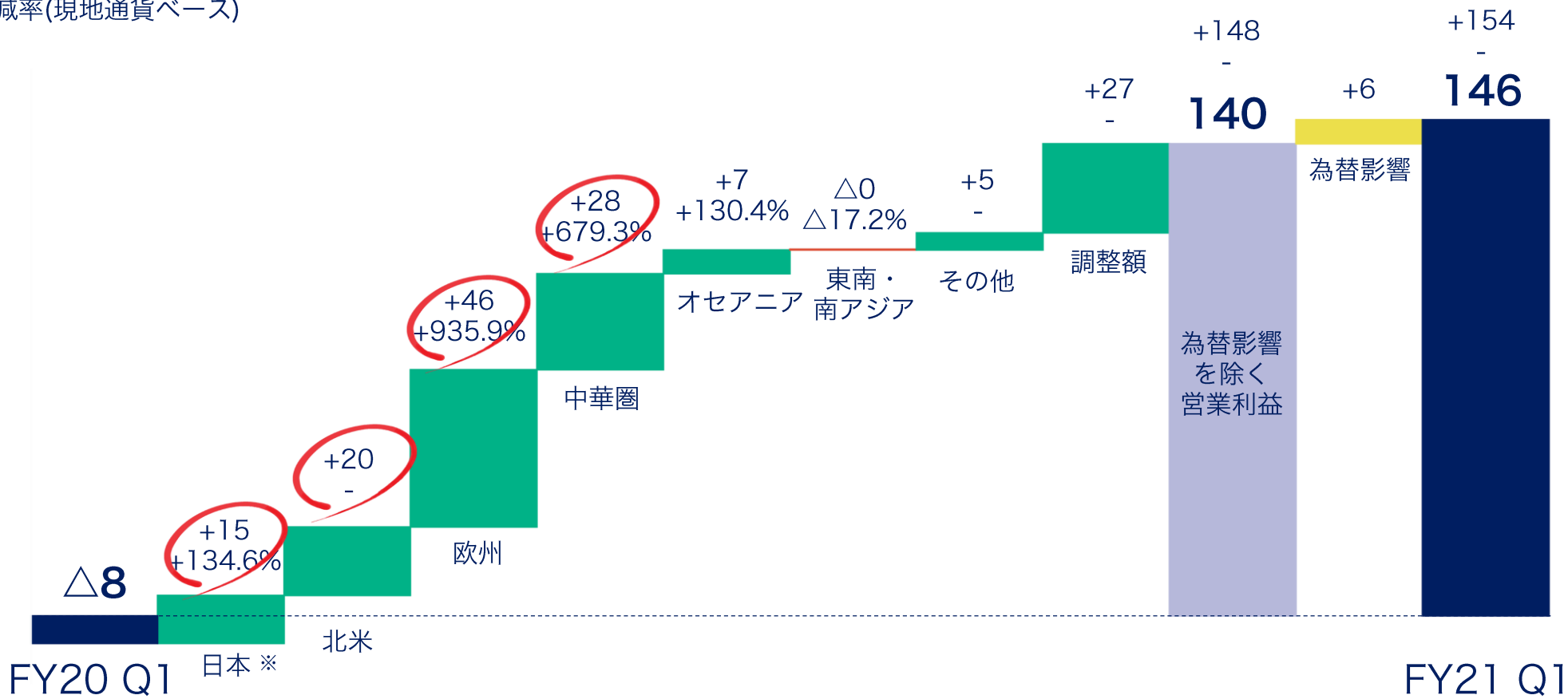
※ 2021年4月の売上高は速報データに基づいているため、確定データとは差異が生じることがあります。



連結営業利益内訳（地域別）

- ✓ 日本は、広告宣伝費の適正化等による販管費コントロールにより増益.
- ✓ 北米は、12四半期ぶりに黒字に転換.
- ✓ 欧州および中華圏は、増収・粗利率の改善により大幅増益.

上段：増減額
下段：増減率(現地通貨ベース) (単位：億円)



※ 日本は国内から海外（主に海外子会社）への取引を含んでおります.

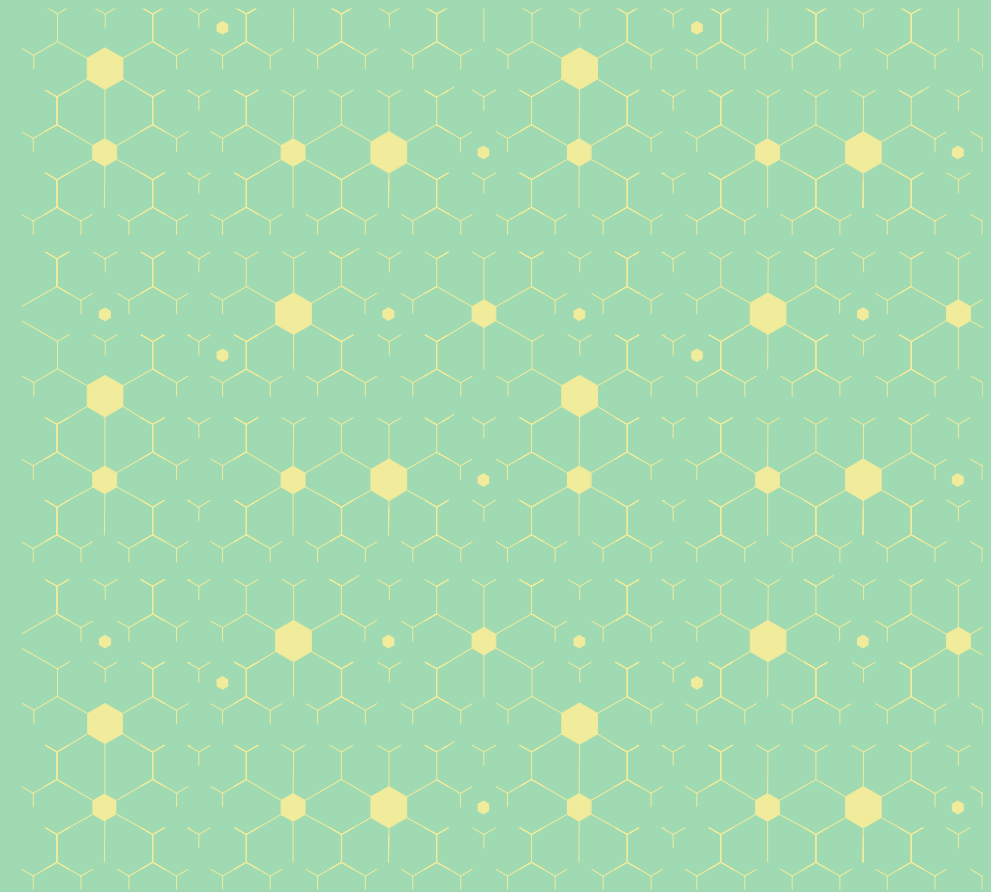


4. 2021年12月期 第1四半期連結財政状態

31

✓連結貸借対照表

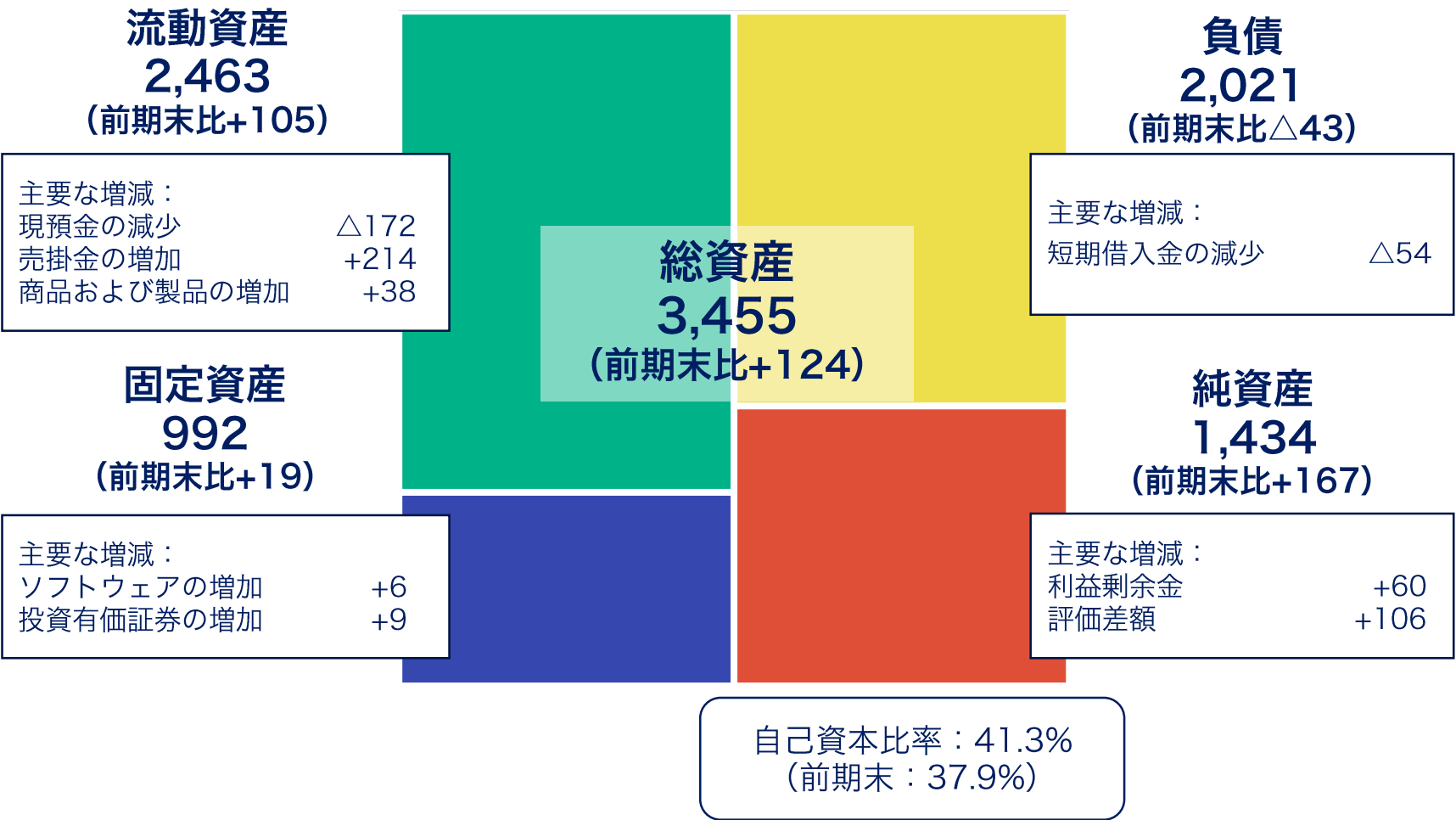
✓2021年12月期第1四半期 ROAツリー分解



連結貸借対照表

- ✓ 売上増加に伴う運転資金の増加のため、現預金が減少.
- ✓ 在庫は増加となったものの、回転日数は短縮（当四半期末158日vs前期末183日）
- ✓ 利益の上積みもあり純資産が増加し、自己資本比率40%台に回復.

(単位：億円)

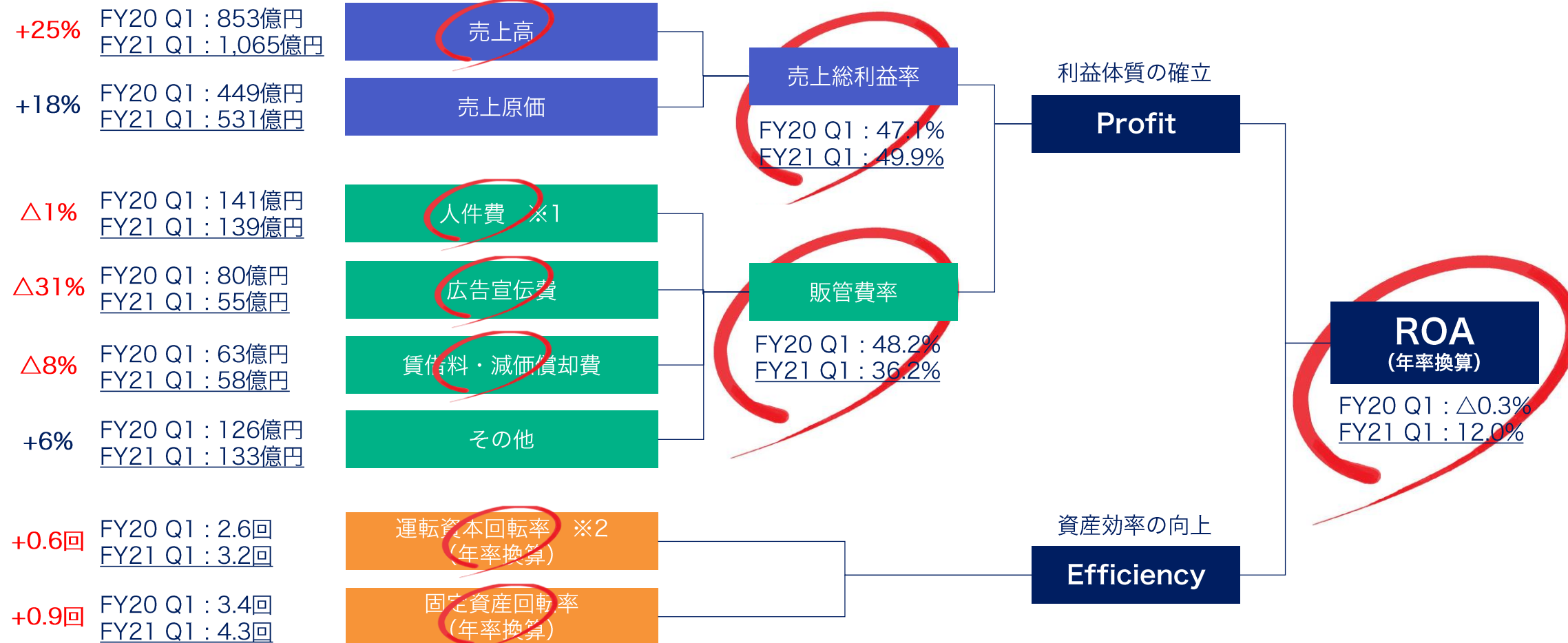


2021年12月期第1四半期 ROAツリー分解

33

✓ 収益性にフォーカスした販売施策およびコストコントロール等により、売上総利益率・販管費率・資産効率の各項目で改善.

<前年同期比>



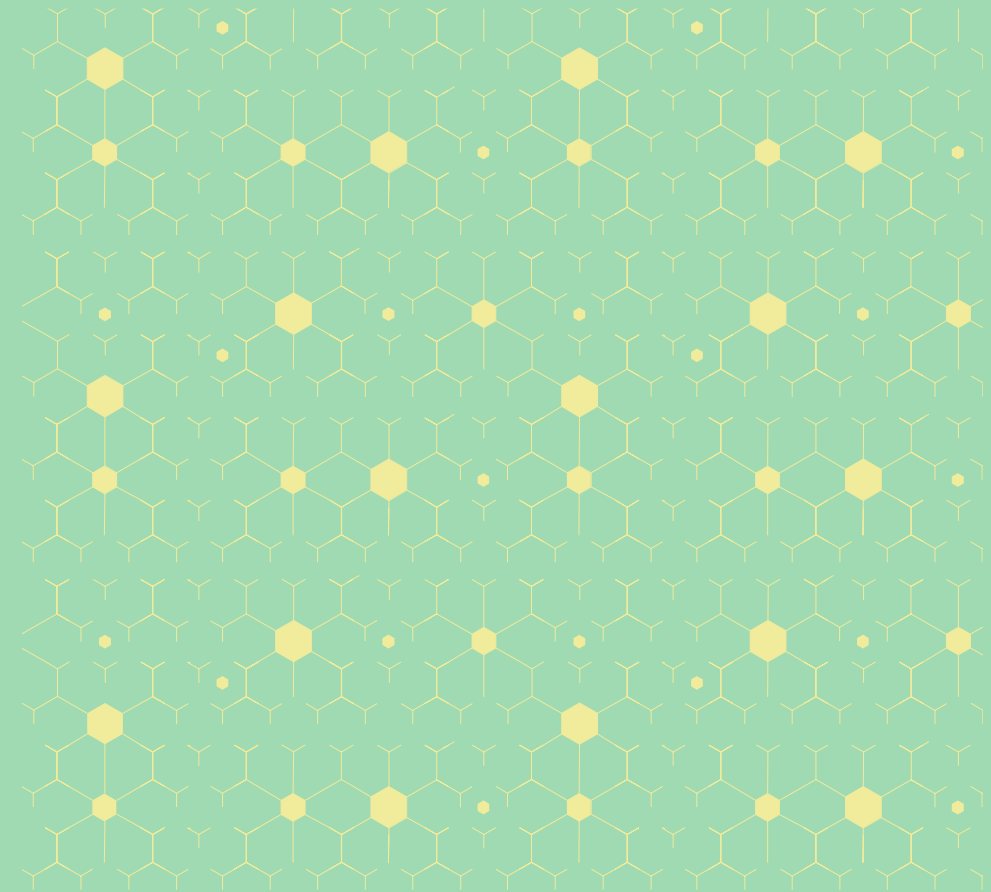
※1 一部コストは開示上、研究開発費へ組替しており、連結決算ハイライトのスライドと金額は一致していません。

※2 社内目標として運転資本を設定しているため流動資産回転率ではなく運転資本回転率を記載しております。



5. 2021年12月期 連結業績予想

34



2021年12月期 連結業績予想 ※再掲

35

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	前期比
売上高	3,700～3,850	3,850～3,950	+2.6%～ +4.1%	3,287	+17.1%～ +20.1%
営業利益	70～100	115～135	+35.0%～ +64.3%	△39	-
営業利益率	1.9%～2.6%	3.0%～3.4%	+0.8ppt～ +1.1ppt	△1.2%	+4.2ppt～ +4.6ppt
経常利益	40～70	100～120	+71.4%～ +150.0%	△69	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	20～35	20～35	-	△161	-

配当金	中間	期末	通期
前回予想	12.0円	12.0円	24.0円
今回予想	12.0円	12.0円	24.0円

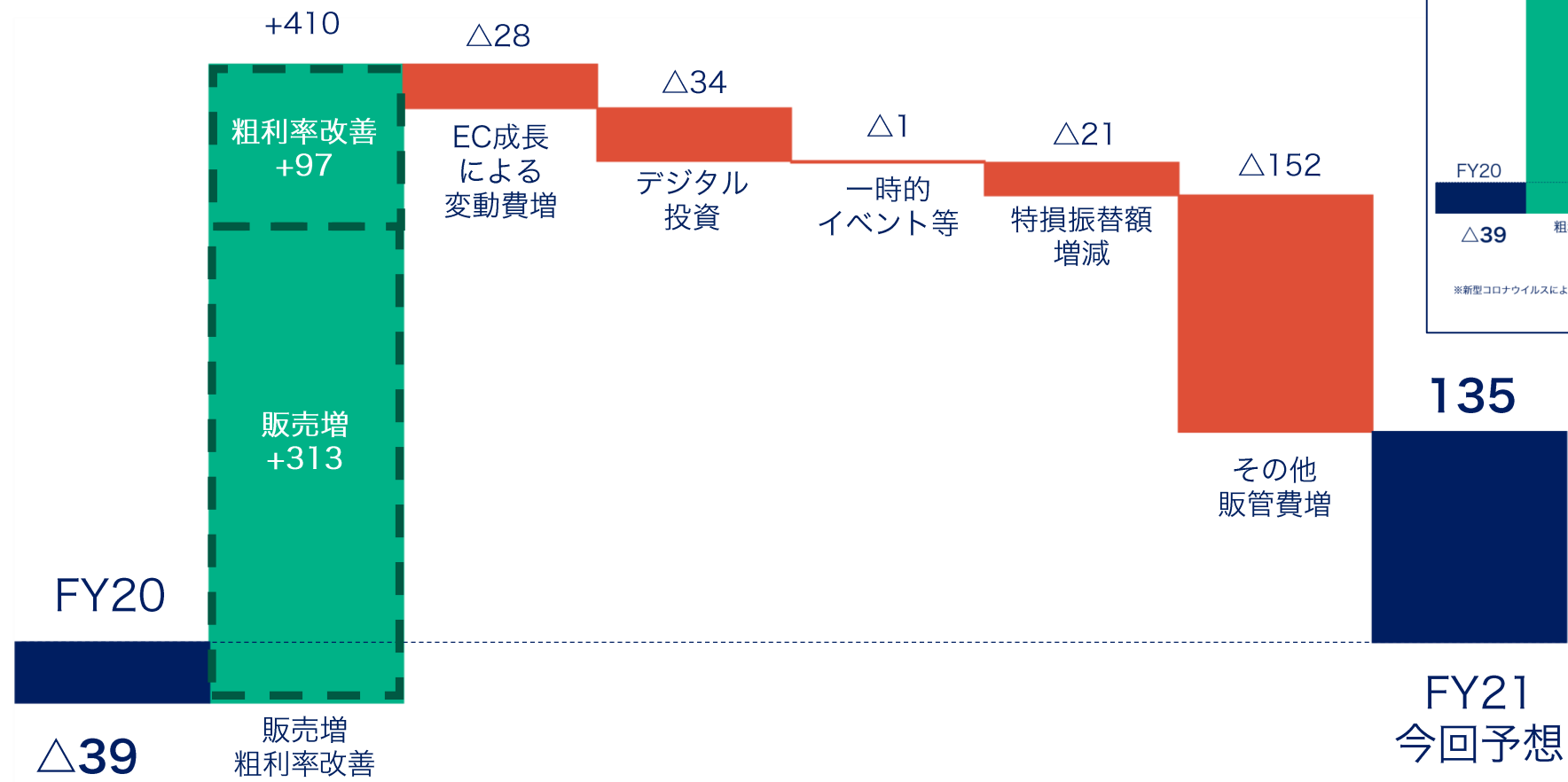
為替レート	USD	EUR	RMB
前回予想	105.00円	125.00円	15.00円
今回予想	105.00円	125.00円	16.00円

- ✓ 引き続き新型コロナウイルス感染症や地政学的リスク等もあり、厳しい外部環境が続く見通し。
- ✓ 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会関連の収益も期初想定よりも下回る見込み。
しかしながら、P.Run等の好調を受け、売上高、営業利益、経常利益については業績予想を上方修正。
但し、再度レンジによる開示。

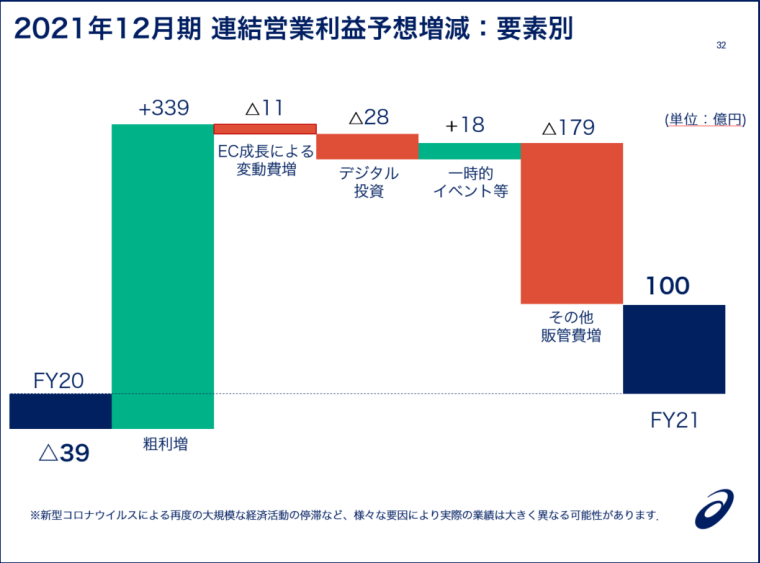


2021年12月期 連結営業利益予想増減：要素別

(単位：億円)



※2020年12月期 決算補足説明資料の再掲 36



※1 新型コロナウイルスによる再度の大規模な経済活動の停滞など、様々な要因により実際の業績は大きく異なる可能性があります。
※2 営業利益は上限の135億円想定で作成しております。



2021年12月期 連結売上高予想：カテゴリー別

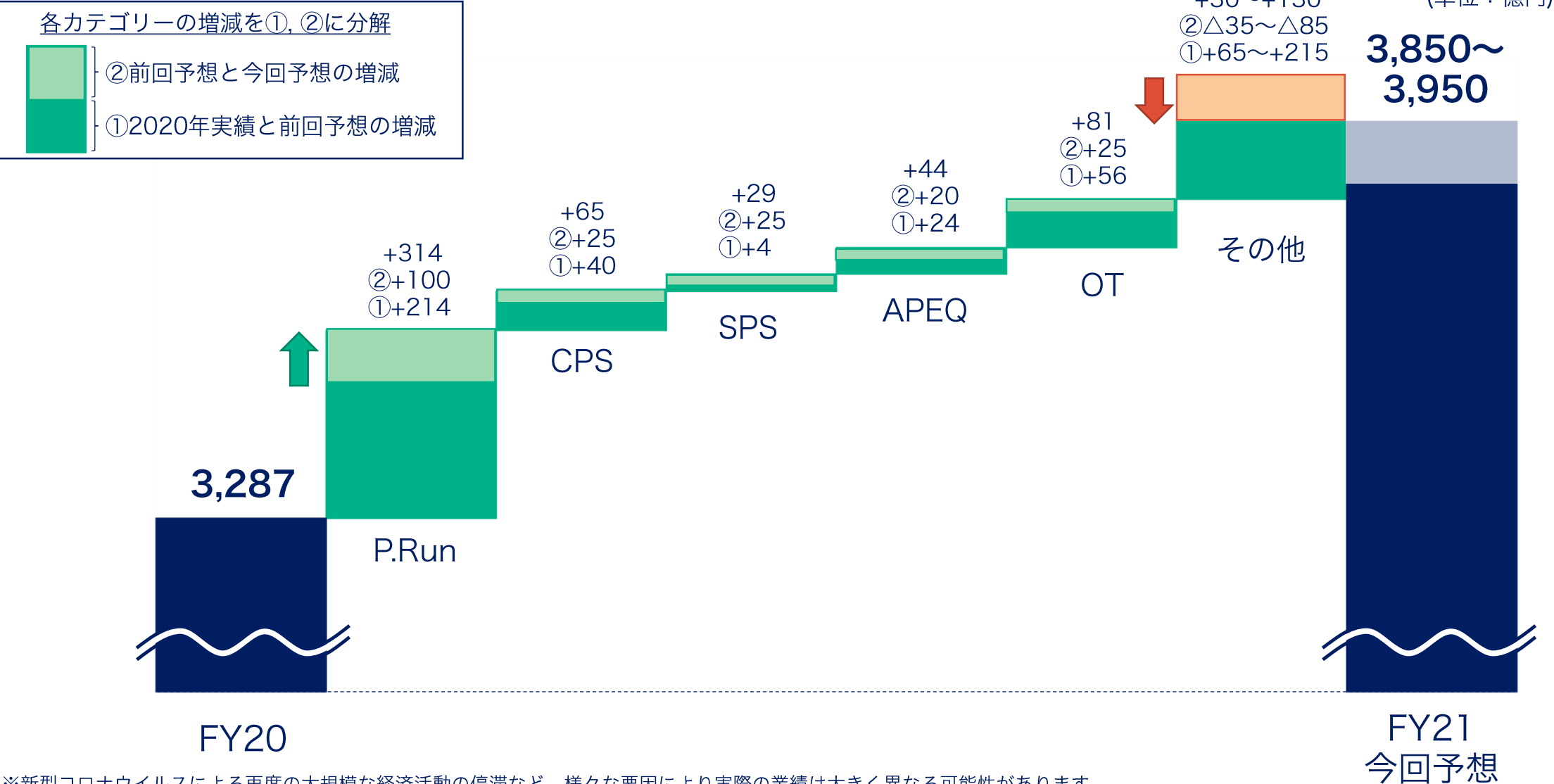
※ご参考 2020年12月期
決算補足説明資料の再掲

37

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	今回予想 vs 2020年	前回予想 vs 2020年
P.Run	1,815	1,915	+6%	1,601	+20%	+13%
CPS	375	400	+7%	335	+19%	+12%
SPS	300	325	+8%	296	+10%	+1%
APEQ	330	340	+3%	296	+15%	+11%
OT	395	420	+6%	339	+24%	+16%
その他	485～ 635	450～ 550	△13%～ △7%	420	+7%～ +31%	+16%～ +52%
合計	3,700～ 3,850	3,850～ 3,950	+3%～ +4%	3,287	+17%～ +20%	+13%～ +17%



2021年12月期 連結売上高予想増減：カテゴリー別



2021年12月期 カテゴリー利益予想

(単位：億円)		2021年		増減	2020年	今回予想	前回予想 vs 2020年
		前回予想	今回予想		実績	vs 2020年	
P.Run		305	335	+10%	249	+35%	+23%
CPS		20	30	+50%	14	+114%	+43%
SPS		35	35	-	20	+75%	+75%
APEQ		△15	△10	-	△53	-	-
OT		60	65	+8%	37	+76%	+62%

※ご参考

※ 前回予想 vs 2020年は、最新のカテゴリー利益をもとに算出したため、2020年12月期 決算補足説明資料の増減率と一致しません。



2021年12月期 連結売上高予想：地域別

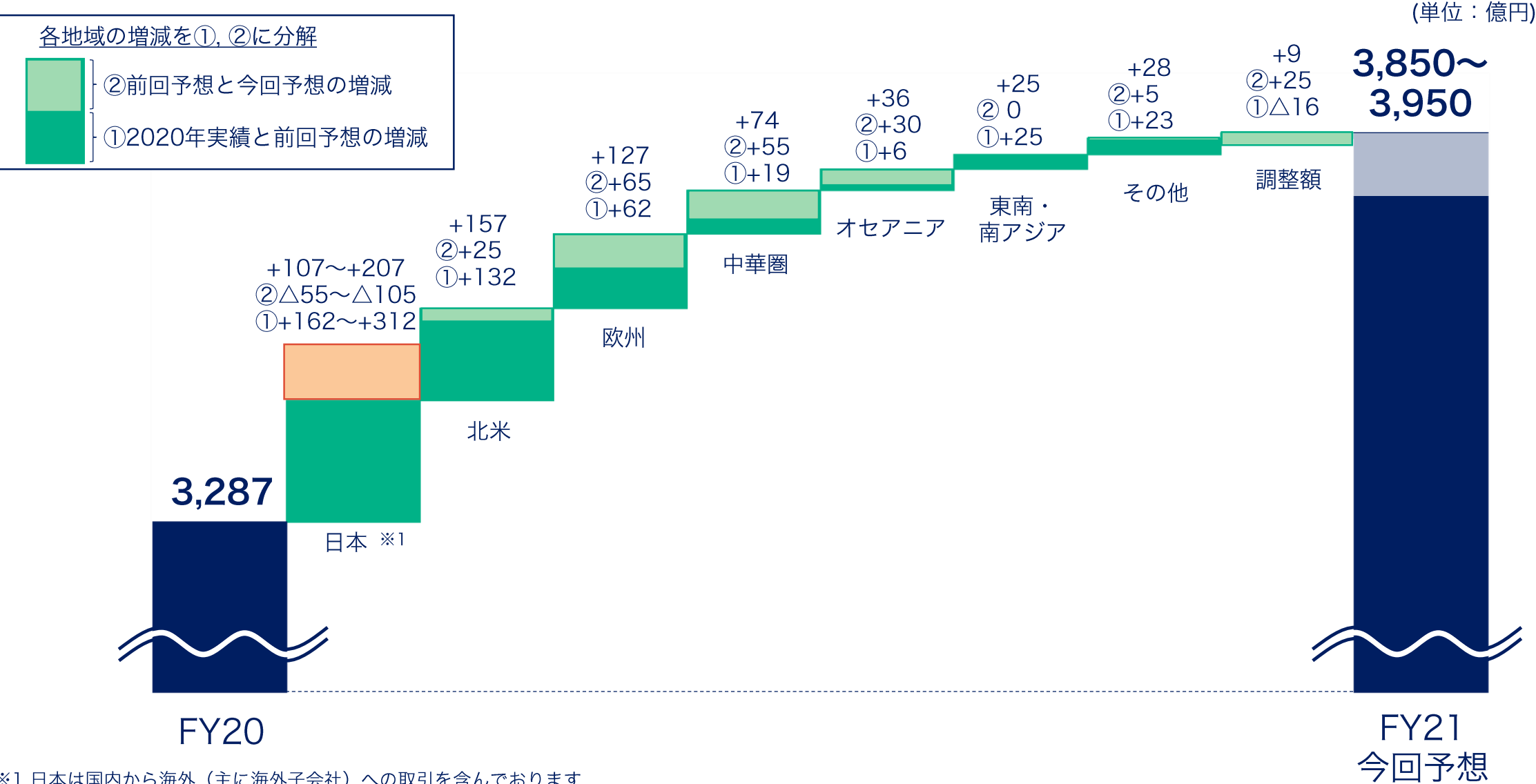
40

※ご参考 2020年12月期
決算補足説明資料の再掲

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	今回予想 vs 2020年	現地通貨 ベースの 増減率	前回予想 vs 2020年	現地通貨 ベースの 増減率
日本 地域	1,105～ 1,255	1,050～ 1,150	△8%～ △5%	943	+11%～ +22%	-	+17%～ +33%	-
北米 地域	785	810	+3%	653	+24%	+26%	+20%	+22%
欧州 地域	935	1,000	+7%	873	+15%	+12%	+7%	+4%
中華圏 地域	430	485	+13%	411	+18%	+15%	+5%	+8%
オセアニア 地域	205	235	+15%	199	+18%	+9%	+3%	+1%
東南・南アジア 地域	110	110	-	85	+29%	+30%	+29%	+29%
その他	305	310	+2%	282	+10%	+12%	+8%	+10%
調整額	△175	△150	-	△159	-	-	-	-
合計	3,700～ 3,850	3,850～ 3,950	+3%～ +4%	3,287	+17%～ +20%	+15%～ +19%	+13%～ +17%	+13%～ +17%



2021年12月期 連結売上高予想増減：地域別



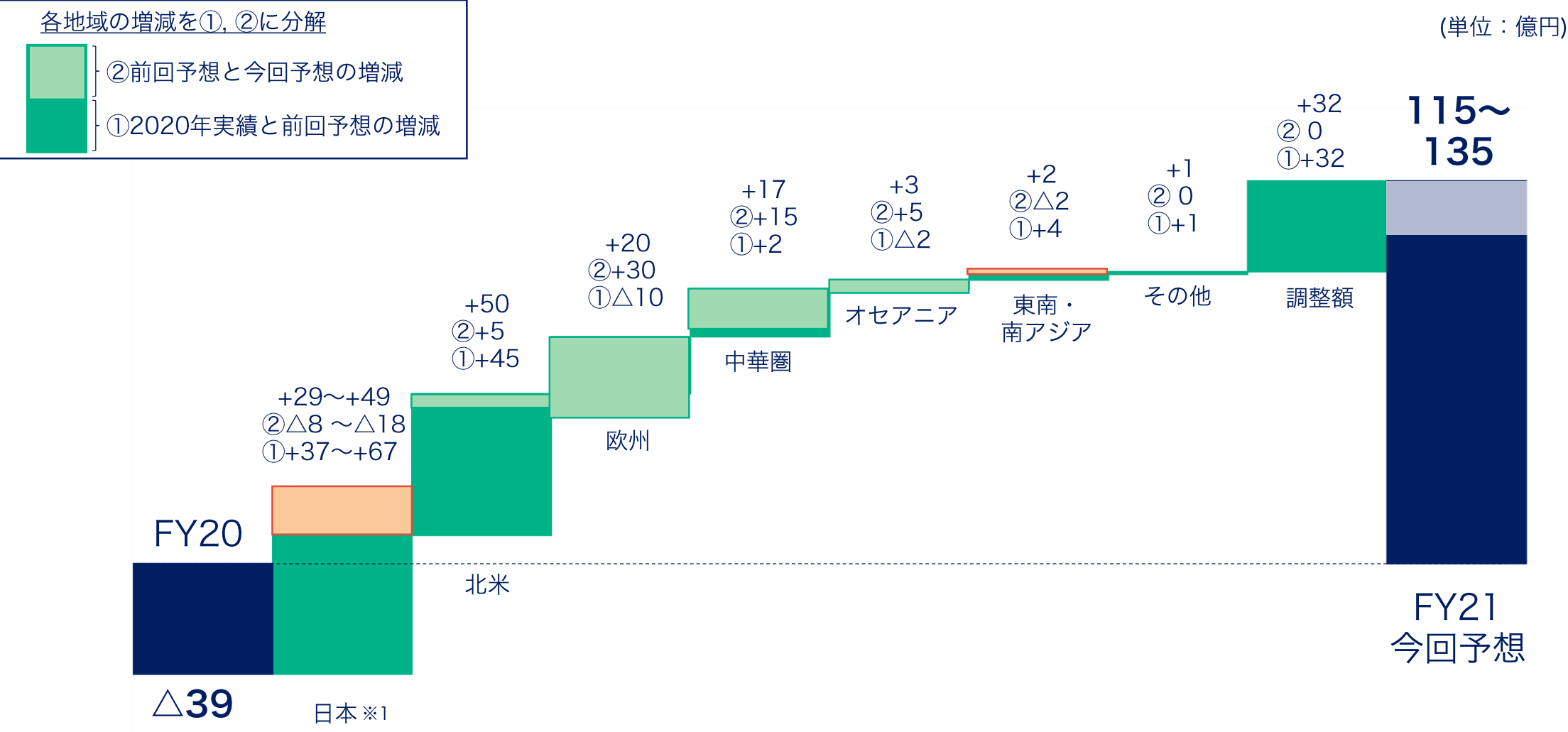
2021年12月期 連結営業利益予想：地域別

※ご参考 2020年12月期
決算補足説明資料の再掲

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	今回予想 vs 2020年	前回予想 vs 2020年
日本 地域	0～30	△8～12	-	△37	-	-
北米 地域	0	5	-	△45	-	-
欧州 地域	35	65	+86%	45	+42%	△23%
中華圏 地域	45	60	+33%	43	+39%	+5%
オセアニア 地域	25	30	+20%	27	+11%	△8%
東南・南アジア 地域	5	3	△40%	1	+97%	+229%
その他	5	5	-	4	+7%	+7%
調整額	△45	△45	-	△77	-	-
合計	70～100	115～135	+35%～ +64%	△39	-	-



2021年12月期 連結営業利益予想増減：地域別

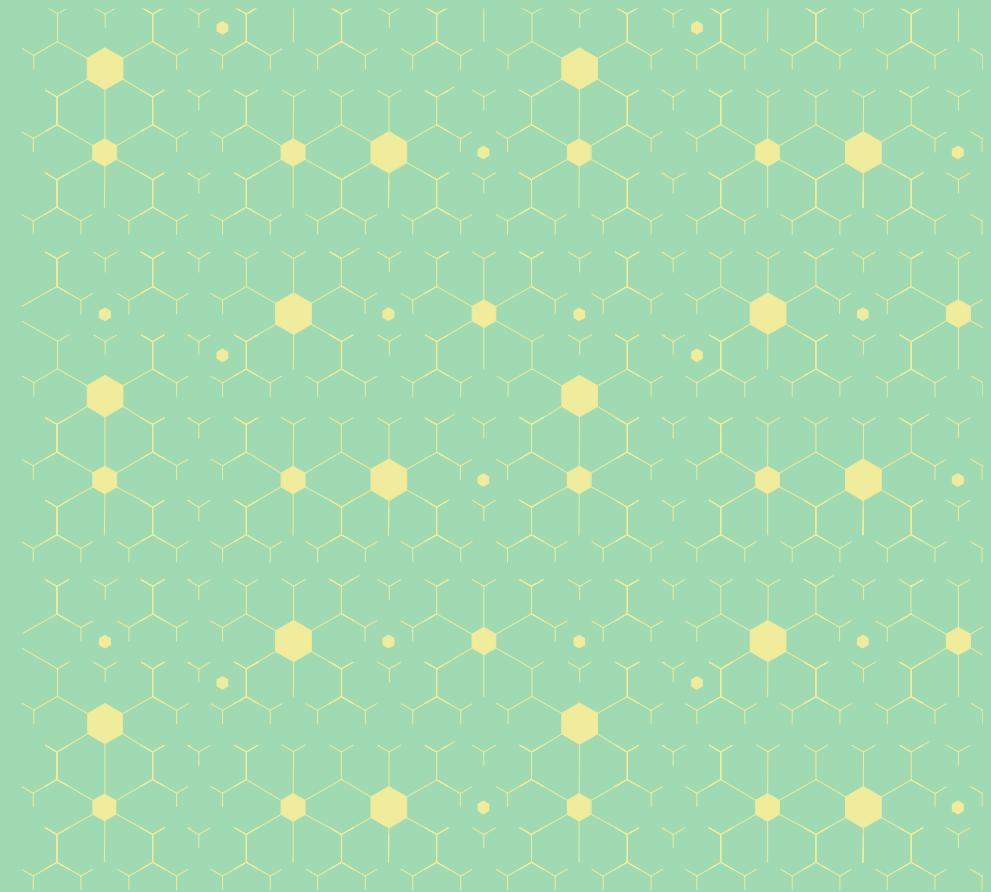


※1 日本は国内から海外（主に海外子会社）への取引を含んでおります。
※2 新型コロナウイルスによる再度の大規模な経済活動の停滞など、様々な要因により実際の業績は大きく異なる可能性があります。



6. IRカレンダー

44



主な予定			
インベストメントデイ	6月2日	15:00 - 16:30	テーマ：イノベーション トップランナー奪還のための研究開発・商品開発・マーケティング施策
2021年12月期 第2四半期決算	8月13日 8月16日	15:00 15:00	決算発表 決算説明会 機関投資家、アナリスト、報道機関向け
2021年12月期 第3四半期決算	11月5日	15:00 15:30	決算発表 ライブ配信又は電話会議 機関投資家、アナリスト、報道機関向け
インベストメントデイ	未定 11月頃		テーマ：未定
2021年12月期決算	2022年2月10日 2022年2月14日		決算発表 決算説明会 機関投資家、アナリスト、報道機関向け



開催日 : 6月2日(水) 15時00分 - 16時30分

開催方法: ライブ配信

テーマ : イノベーション~トップランナー奪還のための研究開発・商品開発・マーケティング施策~



※1 投資家・アナリスト、メディア向けのイベントのため一般の方のご視聴はお断りさせていただきます。ご理解の程何卒宜しくお願い致します。

