

コクヨ株式会社 2020年12月期 第3四半期連結業績概要

～新型コロナウイルス感染拡大影響を受けるも足元では回復の兆しが見え始める～

当社は、2020年12月期第3四半期の連結業績を発表しました。主な業績数値は以下の通りです。

(単位：百万円)

	2019年12月期 第3四半期 連結累計期間	2020年12月期 第3四半期 連結累計期間	増減率 (%)
売上高	243,469	223,664	△8.1
営業利益	14,749	12,198	△17.3
経常利益	15,674	11,787	△24.8
親会社株主に帰属する 四半期純利益	11,574	8,330	△28.0
1株当たり四半期純利益	97.86	70.42	△28.0

1. 全体業績概要

新型コロナウイルス感染拡大影響により減収減益

- ・ 2020年12月期第3四半期におけるわが国経済は、新型コロナウイルス感染拡大により、経済環境は急速に悪化しました。緊急事態宣言解除後は国内の経済活動において一部持ち直しの動きが見られるものの、先行きは依然として不透明な状況が続いております。
- ・ 当社グループは、2021年を最終年とした第2次中期経営計画「持続的な成長力の獲得 Smart & Sustainable Transformation 2021」として、メリハリを意識したスマートな稼ぐ力の向上と中長期の事業成長を前提とした効率的な事業運営に取り組んでおります。
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大影響によって当社グループを取り巻く経営環境は激変し、大きな影響を受けました。当社グループは、顧客及び従業員の安心安全を第一に、社会企業として事業継続との両立を目指してまいりました。
- ・ 売上高は、全ドメインにおいて売上が減少したことにより、前年同期比 8.1%減の 2,236 億円となりました。売上総利益は、前年同期比 7.3%減の 813 億円となりました。商品構成の変化や一部製品の値上げにより、売上総利益率は 0.3 ポイント向上の 36.4%となりました。販売費及び一般管理費は、不要不急の経費の削減により、前年同期比 5.3%減の 691 億円、売上高販管費率

は 30.9%となりました。

- 以上により、営業利益は、全ドメインにおいて営業利益が減少したことにより、前年同期比 17.3%減の 121 億円、経常利益は、持分法適用関連会社であるペンてる株式会社に係る持分法による投資損失の計上等により、前年同期比 24.8%減の 117 億円となりました。親会社株主に帰属する四半期純利益は、前年同期に投資有価証券売却益を計上していた反動等により、前年同期比 28.0%減の 83 億円となりました。

2. セグメント業績概要

経済活動停滞の動きを受け、全ドメインで減収減益

- 2020 年 12 月期第 3 四半期のセグメント別業績は以下の通りです。

(単位：百万円)

		2019 年 12 月期 第 3 四半期 連結累計期間	2020 年 12 月期 第 3 四半期 連結累計期間	増減率 (%)
空間価値ドメイン	売上高	116,897	109,591	△6.2
	営業利益	13,186	11,367	△13.8
ビジネスサプライドメイン	売上高	88,445	82,153	△7.1
	営業利益	1,725	1,656	△4.0
グローバルステーションアリー ドメイン	売上高	62,532	53,743	△14.1
	営業利益	4,829	3,890	△19.4
その他	売上高	1,956	1,857	△5.1
	営業利益	104	55	△47.2
調整額	売上高	△26,362	△23,681	－
	営業利益	△5,096	△4,771	－
合計	売上高	243,469	223,664	△8.1
	営業利益	14,749	12,198	△17.3

- 空間価値ドメインでは、働き方・空間ニーズの多様化を取り込んだ新たな価値を創りつつ、盤石な収益性の構築に取り組んでおります。国内事業は、緊急事態宣言解除後、延期されていた案件の納入が再開し、新型コロナウイルス感染拡大防止対策への相談対応や新しい生活様式に合わせた提案活動等に注力しました。経済正常化の動きにより、需要回復の兆しも見え始めております。
- 海外事業は、非日系顧客へ向けて、国内で培った知見を活かしたワークスタイル提案に注力しました。新型コロナウイルス感染拡大影響により厳しい状況が続いておりますが、中国では今後も成長が見込める市場へ販売活動を推進しております。

- ・ アクタスは、緊急事態宣言による店舗休業等の影響を受けましたが、インテリア需要の高まりにより、直営店の受注が好調に推移しております。
- ・ このような状況のもと、売上高は、前年同期比 6.2%減の 1,095 億円となりました。営業利益は、国内事業の減収の影響が大きく、前年同期比 13.8%減の 113 億円となりました。
- ・ ビジネスサプライドメインでは、流通基盤の統合とお客様にとって最適な販売体制の構築を図るマイグレーション戦略を推進しております。
- ・ カウネット事業は、衛生用品を軸とした販売活動への取組みや顧客の出勤率回復影響により、需要が戻りつつあります。
- ・ 代理店販売事業は、マイグレーション戦略として販売面及び物流面の効率化の検証を進めております。
- ・ このような状況のもと、売上高は、前年同期比 7.1%減の 821 億円となりました。営業利益は、前年同期比 4.0%減の 16 億円となりました。
- ・ グローバルステーショナリドメインでは、国内市場のシェア拡大・収益維持を実現するとともに、海外市場の成長に取り組んでおります。
- ・ 国内事業は、ノートや周辺用品の学び商材を中心とした販売活動へ取組みました。付加価値と収益性に拘り、特に B to C 市場におけるシェアの拡大を図りました。
- ・ 海外事業は、中国では経済環境の回復もあり、文具売上が好調に推移し、「学ぶ」市場をターゲットとして、シェアの拡大と独自ポジションの確立に取り組みました。インドでは、段階的なロックダウンの解除により、新型コロナウイルスの感染者が少ないエリアから順次経済活動が再開しております。しかしながら学校再開の遅れ等により、需要回復には一定の時間がかかる見通しです。
- ・ このような状況のもと、売上高は、国内・海外市場ともに新型コロナウイルス感染拡大影響による需要低迷により前年同期比 14.1%減の 537 億円となりました。営業利益は、前年同期比 19.4%減の 38 億円となりました。

3. 2020 年通期見通し

経済正常化への動きによる全ドメインの需要回復が進んだことにより、業績予想を上方修正へ

- ・ 2020 年 4 月 27 日付「2020 年 12 月期連結業績予想および配当予想の修正に関するお知らせ」において 2020 年 12 月期連結業績予想及び配当予想を一旦取り下げて未定としたのち、2020 年 8 月 3 日付「2020 年 12 月期連結業績予想修正ならびに剰余金の配当（第 2 四半期末配当）および配当予想の修正に関するお知らせ」において改めて業績予想の開示を行いました。
- ・ その後の経済正常化への動きによる全ドメインの需要回復が進んだこと等によって業績予想を上方修正致します。

・ 2020年12月期通期連結業績予想

(単位：百万円)

	前回発表予想 (A)	今回発表予想 (B)	増減額 (B-A)	増減率 (%)	(参考)前期実績 (2019年12月期)
売上高	290,000	296,000	6,000	2.1%	320,200
営業利益	9,500	12,400	2,900	30.5%	16,743
経常利益	9,100	12,200	3,100	34.1%	18,198
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,000	6,900	1,900	38.0%	15,303
1株当たり 当期純利益	円 銭 42.27	円 銭 58.32	円 銭 16.05	38.0%	円 銭 129.39

・ ドメイン別 業績予想数値

(単位：百万円)

		前回発表 予想(A)	今回発表 予想(B)	増減額 (B-A)	増減率 (%)	(参考)前期実績 (2019年12月期)
空間価値 ドメイン	売上高	136,700	140,900	4,200	3.1%	152,066
	営業利益	10,750	12,200	1,450	13.5%	15,361
ビジネスサプライ ドメイン	売上高	110,200	112,500	2,300	2.1%	118,081
	営業利益	1,750	2,200	450	25.7%	2,318
グローバルステーションリー ドメイン	売上高	72,100	71,600	△500	△0.7%	81,845
	営業利益	4,150	4,500	350	8.4%	6,017
その他	売上高	2,400	2,500	100	4.2%	2,642
	営業利益	0	50	50	-	139
調整額	売上高	△31,400	△31,500	△100	-	△34,435
	営業利益	△7,150	△6,550	600	-	△7,092
合計	売上高	290,000	296,000	6,000	2.1%	320,200
	営業利益	9,500	12,400	2,900	30.5%	16,743

4. 第2次中期経営計画の修正

目標数値を修正するも、新たな事業機会の確保に向けた取り組みを加速

- ・ 当社グループにおきましては現在、2021 年を最終年とした第2次中期経営計画(2019 年度～2021 年度)を推進しておりますが、足元の状況に鑑みてその目標数値につき修正を行います。当初目標数値を下方修正する内容にはなっておりますが、空間価値ドメインではいよいよニューノーマルな働き方を見据えた動きが始まっている他、各ドメインにおいて変化の兆しが見え始めており、当社グループにおきましても新たな事業機会の確保に向けた取り組みを加速しております。
- ・ また、第2次中期経営計画では、資本政策に関して株主還元や設備投資(戦略投資含む)を積極的に行う旨に言及しておりました。配当額につきましては、2020年8月3日付「2020年12月期連結業績予想修正ならびに剰余金の配当(第2四半期末配当)および配当予想の修正に関するお知らせ」に記載の通り、長期的に当社グループの成長を期待して頂いている株主の皆様へ報いるものとして方針を修正させて頂いております。設備投資につきましては、引き続き更なる成長に向けた投資を行っていくものの、戦略投資枠の設定は一旦取り下げることと致します。今後開示予定の2030年をゴールとした「長期ビジョン2030」及び第3次中期経営計画の中で将来に向けた戦略投資方針を説明させて頂きます。
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大によって当社グループ事業に対する影響も引き続き継続することが見込まれますが、それに伴う事業リスクをむしろチャンスと捉え、新たな実験・検証の場の構築や新製品投入を推進することによって、更なる成長に向けて取り組んでまいります。
- ・ 第2次中期経営計画の目標数値

(単位：億円)

	2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期		
	実績	予想	当初目標	修正目標	当初目標比
売上高	3,202	2,960	3,460～	3,050～	△11.8%
売上総利益 (率)	1,139 (35.6%)	1,056 (35.7%)	1,278～ (37.0%～)	1,093～ (35.8%～)	△14.5% (△1.2pt)
営業利益 (率)	167 (5.2%)	124 (4.2%)	215～ (6.2%～)	130～ (4.3%～)	△39.5% (△1.9pt)

※2020年12月期の数値は、2020年第3四半期決算発表時点の予想数値です。

- ・ ドメイン別の目標数値

(単位：億円)

		2021年12月期通期		
		当初目標	修正目標	当初目標比
空間価値 ドメイン	売上高	1,620～	1,390～	△14.2%
	営業利益 (率)	190～ (11.7%～)	125～ (9.0%～)	△34.2% (△2.7pt)
ビジネスサプライ ドメイン	売上高	1,240～	1,170～	△5.6%
	営業利益 (率)	35～ (2.9%～)	26～ (2.2%～)	△25.7% (△0.7pt)
グローバル ステーションリー ドメイン	売上高	940～	750～	△20.2%
	営業利益 (率)	90～ (9.6%～)	53～ (7.1%～)	△41.1% (△2.5pt)

5. トピックス

①空間価値ドメイン

ニューノーマルな働き方の実現に向け、顧客ニーズに応える新たな製品を発売

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大影響によって加速するニューノーマルな働き方の実現に向けて、新たな製品の提供を含むコクヨならではのソリューションを提案。

<エアトリーブ>

- ・ オフィスの会議シーンの会話で生じる飛沫や呼気を吸引し、室内への飛沫の拡散を防止する会議テーブル「エアトリーブ」を発売、12月より受注開始。
- ・ 新型コロナウイルスの感染症の影響で急速に進んだ在宅勤務のワークスタイルは、企業やワーカーから前向きに受け入れられる一方で、社員同士の気軽な雑談や相談、お客様との商談や社内での重要な意思決定を伴う会議など、これまでオフィス内の個室を利用して当たり前に行われていたフェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションは行いにくなっている。
- ・ 「エアトリーブ」は、天板下に電子式集塵フィルターを内蔵した空気清浄ユニットを搭載し、天板中央の吸引部から毎秒 2.5メートルの風の流れを発生させることで、会話で生じる飛沫や呼気を吸い込み、室内への飛沫の拡散を防ぐ。さらに、空気清浄ユニットが毎分 15 m³ (ユニット 1 台あたり) の風量で空気のろ過もするので、室内の衛生面での安心感を与える。



写真：エアトリーブ



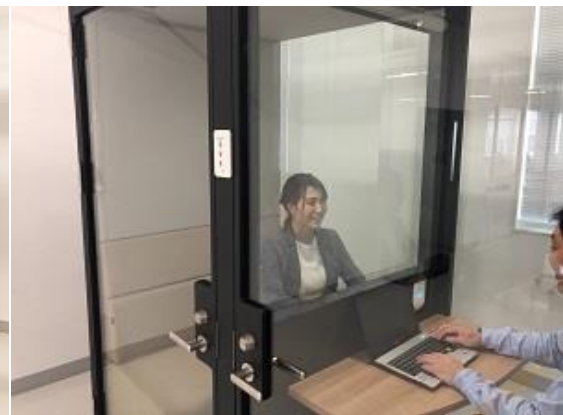
写真：天板中央の吸引部

<WORKPOD(ワークポッド)>

- ・ 「WORK POD(ワークポッド)」は、働き方や気分に合わせてオフィス内で手軽に 1 人用のワークスペースを確保できる製品。ウイルス感染拡大防止対策としてリモートワークによる在宅勤務者や取引先との Web 会議が増えている中で、周囲への音漏れを気にせず集中できる空間を実現する。
- ・ 7 月に発売した 1 人用に続き、2021 年 1 月からは対面でのミーティングにも対応可能な 1on1 タイプも発売。



写真：WORK POD (ワークポッド) 1on1タイプ



写真：1on1シーン

②ビジネスサプライドメイン

個人ワーカーニーズ (BtoW、Business to Worker) への取り組み

- ・ 個人ワーカーニーズ (BtoW、Business to Worker) への取り組みとして、オフィス以外の領域に向けた衛生・介護用品カタログを発刊。

<衛生・介護用品>

- ・ カウネットは、「衛生・介護用品カタログ」を2020年10月に発刊。「衛生・介護用品カタログ」では、「食事・口腔ケア用品」から「入浴・清拭用品」「トイレ・排泄用品」「衛生用品」「レクリエーション用品」にいたるまで、介護現場で必要となる商品を約8,000品番掲載。



写真：衛生・介護用品カタログ

以上

<業績予想の適切な利用に関する説明>

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社グループが現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社グループとして約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

連結業績の詳細は、決算短信をご参照ください。