



2024年3月期 第2四半期

決算説明資料

ヨネックス株式会社

証券コード:7906

2023年11月9日

1. 2024年3月期 上期連結決算	3
2. セグメント概況	8
3. 2024年3月期 業績予想	15
4. トピックス	17
5. Appendix	22

売上高

577 億円

前年同期比

+15.2%

営業利益

56 億円

前年同期比

△21.1%

親会社株主に帰属する 四半期純利益

43 億円

前年同期比

△21.4%

売上高

- 国際大会等の再開や、当社企画の販促活動、当社契約選手の活躍も市場を活性化し、世界各地でスポーツ需要が堅調に推移
- 中国は前年同期比で伸び率は落ち着いているものの、引き続きバドミントンを中心に増収
- 海外では、円安による上押し効果もあり、連結売上高は2Q累計で過去最高値を計上

営業利益

- 増収により粗利は増益も、広告宣伝費、人件費等の販管費が増加し減益
- 広告宣伝費は、グローバルでの大会協賛、大会関連のプロモーション費用などの外貨建て費用が増加。円安も費用増に影響

一 連結業績

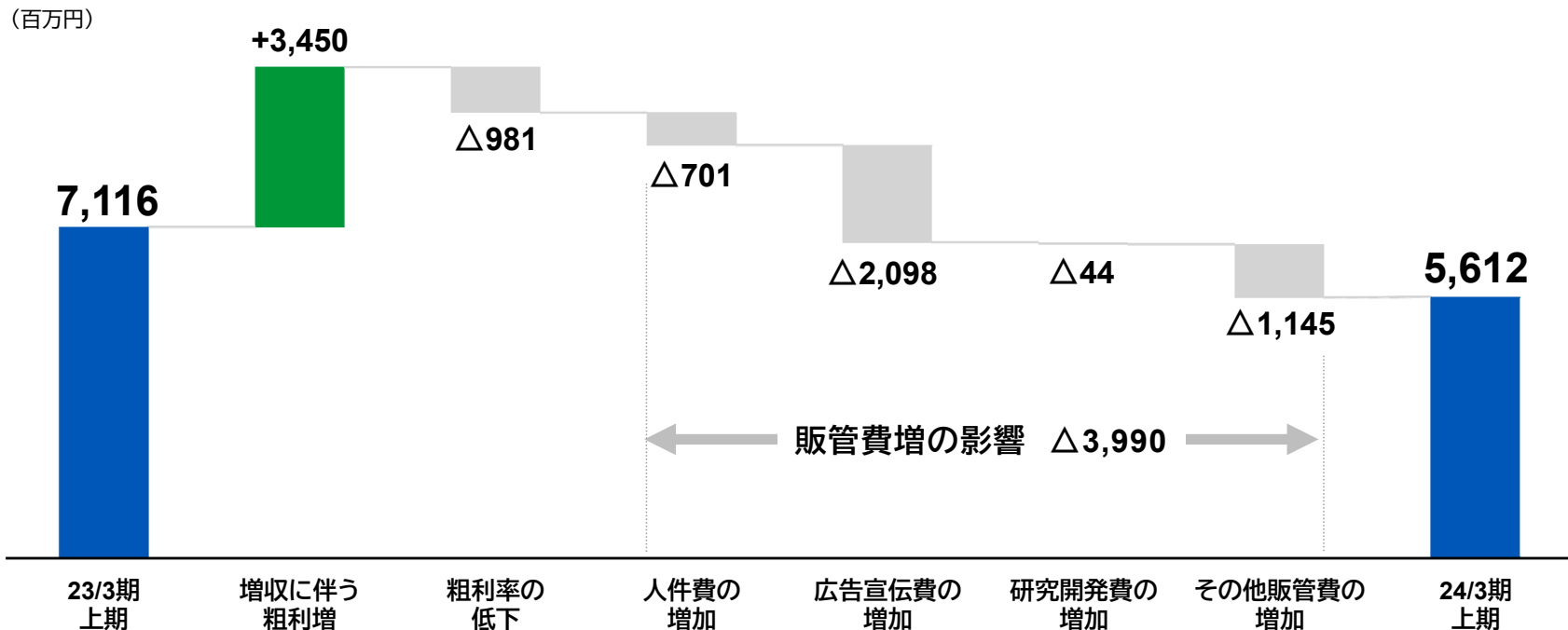
(百万円)

	2023年3月期 上期実績	2024年3月期 上期		増減率 (増減額)	2024年3月期 予想*	
		実績	売上比		上期	通期
売上高	50,092	57,725	—	+15.2% (+7,633)	57,000	116,000
売上総利益	22,624	25,110	43.5%	+11.0% (+2,485)	—	—
販管費	15,508	19,498	33.8%	+25.7% (+3,990)	—	—
営業利益	7,116	5,612	9.7%	△21.1% (△1,504)	6,200	10,700
経常利益	7,796	6,220	10.8%	△20.2% (△1,575)	6,200	10,700
親会社株主に帰属する 四半期純利益	5,595	4,396	7.6%	△21.4% (△1,198)	4,400	7,800
1株当たり四半期純利益	64.11	50.43	—	△13.68円	50.49円	89.50円

※ 2023年5月11日公表値

一 連結営業利益 増減分析

増収に伴う粗利増の一方、グローバルの大会協賛や大会関連のプロモーションにかかる広告宣伝費、体制強化に伴う人件費などの販管費が増加し減益。広告宣伝費は外貨建て費用の増加に円安影響も加わり増加



一 連結貸借対照表

■ 棚卸資産の減少は、主に中国で前期末にコロナ感染拡大の影響で増加した在庫が2月以降の販売回復により減少したため

● 資産

	2023年3月末	2023年9月末	増減額
流動資産	53,465	57,699	+4,233
現預金	16,912	20,426	+3,514
受取手形・売掛金	15,030	17,908	+2,877
棚卸資産	18,832	16,545	△2,286
固定資産	25,955	27,488	+1,532
有形固定資産	21,014	22,689	+1,674
無形固定資産	1,994	2,092	+97
投資その他の資産	2,946	2,706	△240
資産合計	79,421	85,187	+5,766

● 負債・純資産

(百万円)

	2023年3月末	2023年9月末	増減額
流動負債	17,342	18,016	+674
買掛金・支払手形	7,128	6,075	△1,052
長期借入金(1年以内返済)	705	850	+144
固定負債	8,979	8,780	△198
長期借入金	2,373	2,020	△352
純資産	53,099	58,390	+5,290
利益剰余金	40,586	44,370	+3,783
負債純資産合計	79,421	85,187	+5,766

一 連結キャッシュ・フロー

安定的なキャッシュを確保し強固な財務基盤を構築しつつ、中長期ビジョンに基づく投資を強化

	(百万円)		
	2022年9月末	2023年9月末	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,399	5,299	△99
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,468	△1,801	△333
フリー・キャッシュ・フロー	3,931	3,497	△433
財務活動によるキャッシュ・フロー	△888	△846	41
現金及び現金同等物に係る 換算差額	1,869	828	△1,040
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	4,912	3,479	△1,432
現金及び現金同等物の残高	22,451	19,898	△2,553

- 四半期純利益の減少(△)
- 新基幹システムの稼働により減価償却費が増加(+)
- 在庫削減により棚卸資産が減少(+)

- 新研究開発施設(新潟県長岡市)
- バドミントンラケット第2工場(インド)
- 新基幹システムのグローバル展開等

一 セグメントの概要

日本・アジア・北米・ヨーロッパの4つの地域別セグメントから成るスポーツ用品事業と、スポーツ施設事業で構成

(百万円)

セグメント		2024年3月期上期 実績		連結売上高 構成比	業績計上対象	
		売上高	営業利益		販売	製造
スポーツ用品 事業	日本	26,078	1,003	45.2%	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨネックスジャパン(日本国内向け) ・海外代理店向け※ 	<ul style="list-style-type: none"> ・新潟工場 ・東京工場 ・ヨネックス精機
	アジア	26,005	3,730	45.0%	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨネックス中国 ・ヨネックス台湾 	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨネックス台湾 ・ヨネックスインド ・ヨネックステクニファイバー(タイ)
	北米	3,059	291	5.3%	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨネックス北米(アメリカ・カナダ) 	
	ヨーロッパ	2,247	266	3.9%	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨネックスドイツ ・ヨネックスイギリス 	
スポーツ施設事業		334	58	0.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・カントリークラブ、ゴルフ練習場、テニスクラブの運営 	

※ 代理店を経由して販売している地域: 東南アジア・インド・韓国・フランス・オーストラリア等

一 セグメント別売上高への為替影響

当社事業に関連するすべての通貨で円安が進行。現地通貨ベースでの増収に業績換算時の円安効果が加わり、連結での増収に寄与

● 為替レート

	1RMB	1TWD	1USD	1EUR	1GBP
23/3期 上期 (1-6月)	18.93円	4.27円	122.88円	134.25円	159.44円
24/3期 上期 (1-6月)	19.44円	4.40円	134.84円	145.77円	166.39円
前年同期比	+2.7%	+3.0%	+9.7%	+8.6%	+4.4%

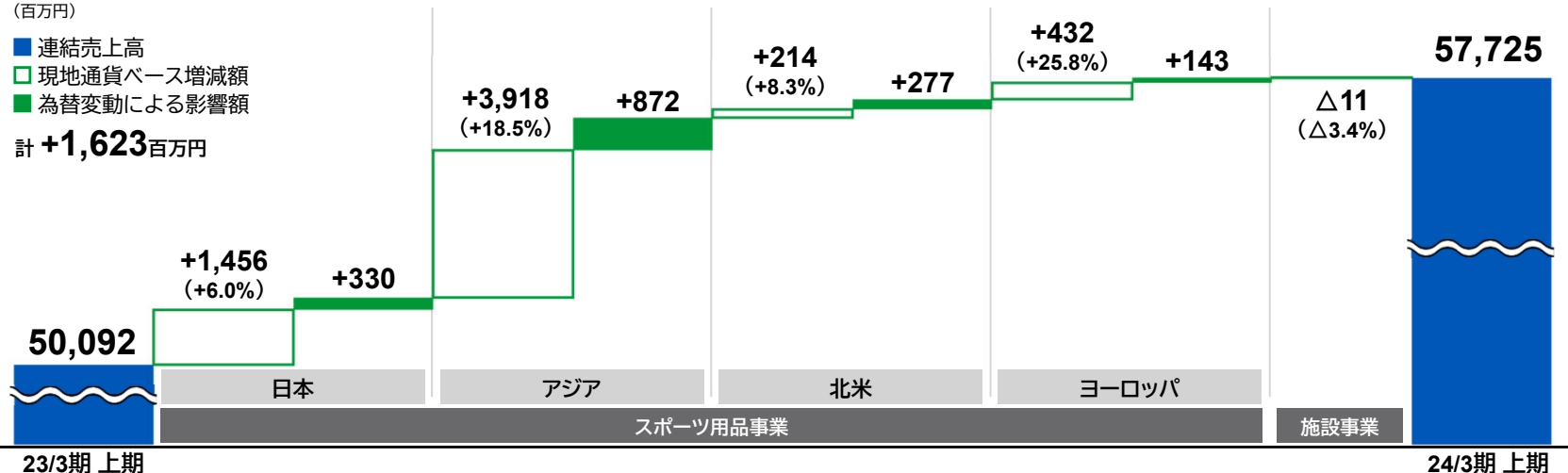
(百万円)

■ 連結売上高

□ 現地通貨ベース増減額

■ 為替変動による影響額

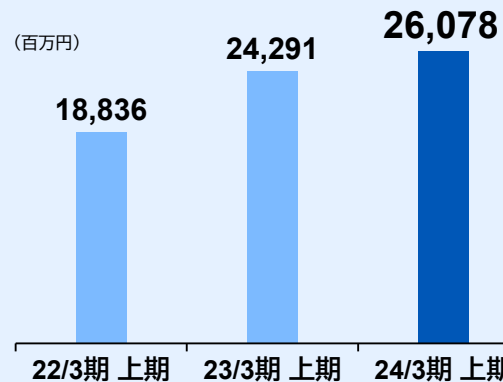
計 **+1,623**百万円



売上高

26,078百万円

前年同期比
+7.4%

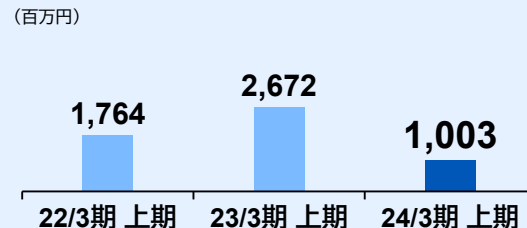


国内

バドミントンは、1Qの新製品ラケット発売効果と大会シーズンに伴う需要増により堅調に推移。テニスは、ここ数年の販売増加が一段落し減収。全体では横ばい

海外代理店

引き続きバドミントン市場が活性化しているアジア地域を中心に、大幅増収。日本セグメント全体の増収に寄与



営業利益

1,003百万円

前年同期比
△62.4%

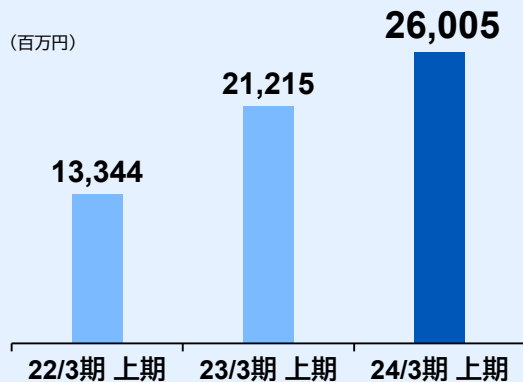
円安の進行による原価上昇に対し、国内向け販売への価格転嫁が遅れたことで国内の粗利率が低下したものの、増収等により粗利は増加。一方、グローバルの広告宣伝費増加に加え、円安に伴う外貨建て費用の換算上押し、人件費等の販管費増により減益

スポーツ用品事業 アジア

売上高

26,005百万円 前年同期比 **+22.6%**

(百万円)



中国

前期末(2022年12月)のコロナ影響が1Q前半まで継続したものの、その後早期に大会等を再開させたこともありバドミントン需要が回復。2Q累計では前年同期と比べて伸び率は緩やかであるものの、円安による換算上押しもあり増収

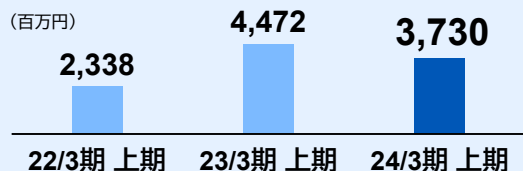
台湾

引き続きジュニア層や一般層でバドミントンのプレー機会が増加。国際大会での地元選手の活躍もあり、バドミントン用品の販売が好調

営業利益

3,730百万円 前年同期比 **△16.6%**

(百万円)



セールスマックスにより粗利率低下。中国子会社でのマーケティング活動強化や国際大会開催による広告宣伝費、体制強化に伴う人件費等の販管費が増加し減益

● 為替レート

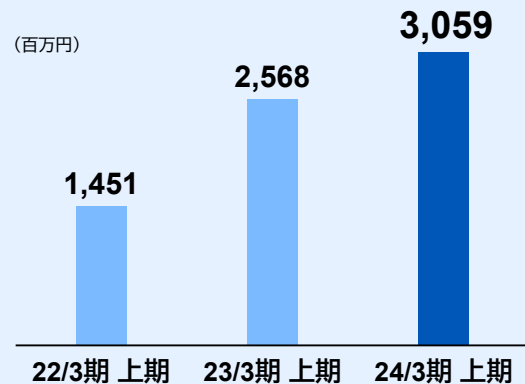
	2022年1-6月	2023年1-6月	前年同期比		2022年1-6月	2023年1-6月	前年同期比
1RMB	18.93円	19.44円	0.51円 円安	1TWD	4.27円	4.40円	0.13円 円安

— スポーツ用品事業 北米

売上高

3,059百万円 前年同期比 **+19.1%**

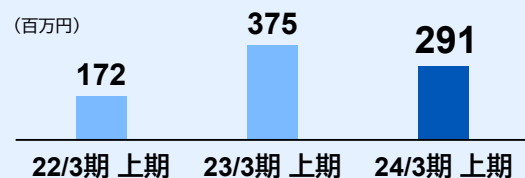
バドミントンは1Qの販売増加が寄与し増収。テニスはアメリカを中心に前年下期からの市場全体の在庫増の影響と、前期までの大幅な販売増の反動もあり、前年同期比で販売が減少。全体ではバドミントンによる牽引と円安効果により増収



営業利益

291百万円 前年同期比 **△22.3%**

増収により粗利は増加したものの、大会協賛費用等の広告宣伝費や人件費等の販管費の増加が上回り減益



● 為替レート

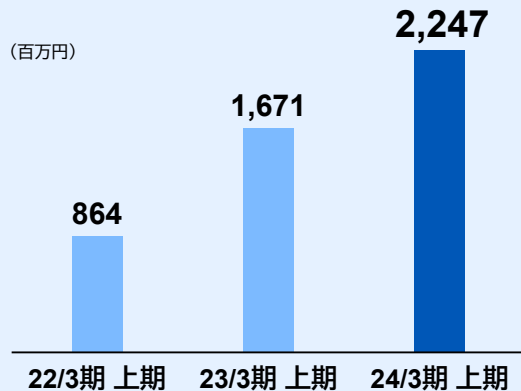
	2022年1-6月	2023年1-6月	前年同期比
1USD	122.88 円	134.84 円	11.96 円 円安

スポーツ用品事業 ヨーロッパ

売上高

2,247百万円 前年同期比 **+34.4%**

(百万円)



ドイツ

テニスは市場の活況に加え、テニス専門誌での当社ラケットの受賞等が性能評価に繋がり、ラケットを中心に販売好調。バドミントンも国際大会の開催もあり、引き続き市場が活性化し増収

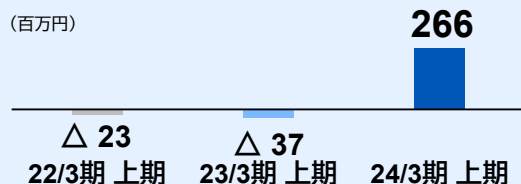
イギリス

3月開催のバドミントン全英選手権が過去最高の入場者数を記録する等、市場の盛り上がりが続く。バドミントンを中心に販売が大幅に増加

営業利益

266百万円 前年同期比 **—**

(百万円)

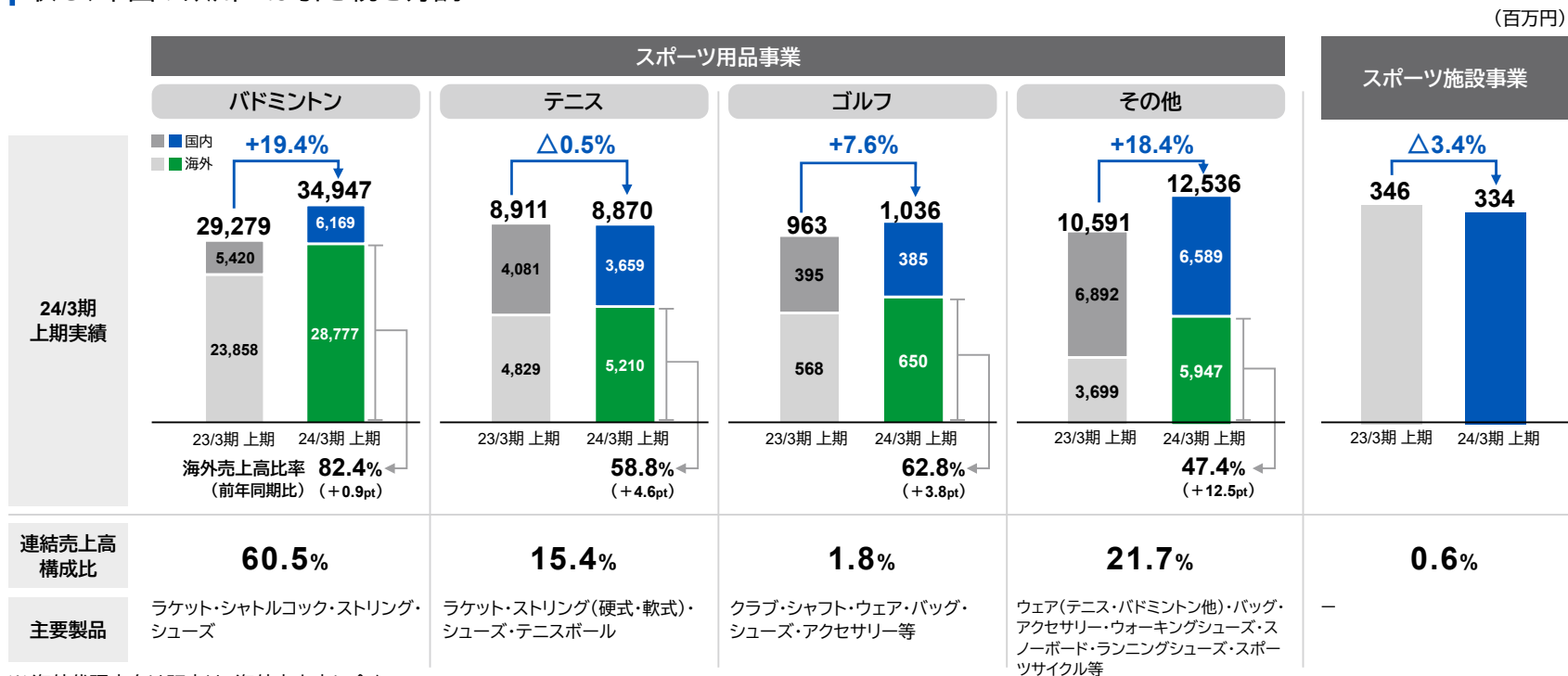


為替レート

	2022年1-6月	2023年1-6月	前年同期比		2022年1-6月	2023年1-6月	前年同期比
1EUR	134.25円	145.77円	11.52円 円安	1GBP	159.44円	166.39円	6.95円 円安

— 種目別売上高

バドミントンは引き続き市場が活性化し、国内・海外ともに増収。テニスは日本と北米ではコロナ禍の需要の伸びが一段落し減収も、中国や欧州では引き続き好調



※ 海外代理店向け販売は、海外売上高に含む

— 2024年3月期 業績予想(変更なし)

5月公表の予想から変更なし。上期は営業利益が予想を下回ったものの、下期は為替レートの修正による換算上押しに加え、広告宣伝費や人件費、ITなどの投資を積極的に行いながら、販管費見直し等により通期では計画達成を目指す

● 予想の前提

- スポーツや健康の価値が見直される中、スポーツを楽しむ人々は世界中で増加する想定
- インフレや景気減速懸念、地政学リスク等の不透明感は継続の見込み
- マーケティングと人財への積極的な投資と、設備投資に伴う減価償却費が増加の見込み
- 通期の予想為替レートを修正

● 為替レート (期中平均)

(円)

	23/3期 実績	24/3期 今回予想
1RMB	19.47	19.7
1TWD	4.4	4.5
1USD	131.42	140
1EUR	138.03	150
1GBP	161.91	170

(百万円)

	2023年3月期 実績		2024年3月期		増減率(増減額)	
	上期	通期	上期(実績)	通期(予想)	上期(実績)	通期
売上高	50,092	107,019	57,725	116,000	+15.2% (+7,633)	+8.4% (+8,980)
営業利益	7,116	10,063	5,612	10,700	△21.1% (△1,504)	+6.3% (+636)
経常利益	7,796	9,961	6,220	10,700	△20.2% (△1,575)	+7.4% (+738)
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,595	7,331	4,396	7,800	△21.4% (△1,198)	+6.4% (+468)

一 配当予想

中間配当は普通配当を7円に増配し、期初予想から変更なし。安定的かつ適正な配当水準を維持することを基本方針とする

(百万円)

		2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期 (中間決定額・ 期末予想)
1株当たり配当金(円)		5.0	4.5	10.0	13.0	14.0
中間配当金	普通	2.5	2.0	3.0	5.0	7.0
	特別	—	—	1.0	1.0	—
	記念	—	—	1.0	—	—
期末配当金	普通	2.5	2.5	3.0	5.0	7.0
	特別	—	—	2.0	2.0	—

中国事業の業績推移

中国子会社の売上高推移とその要因

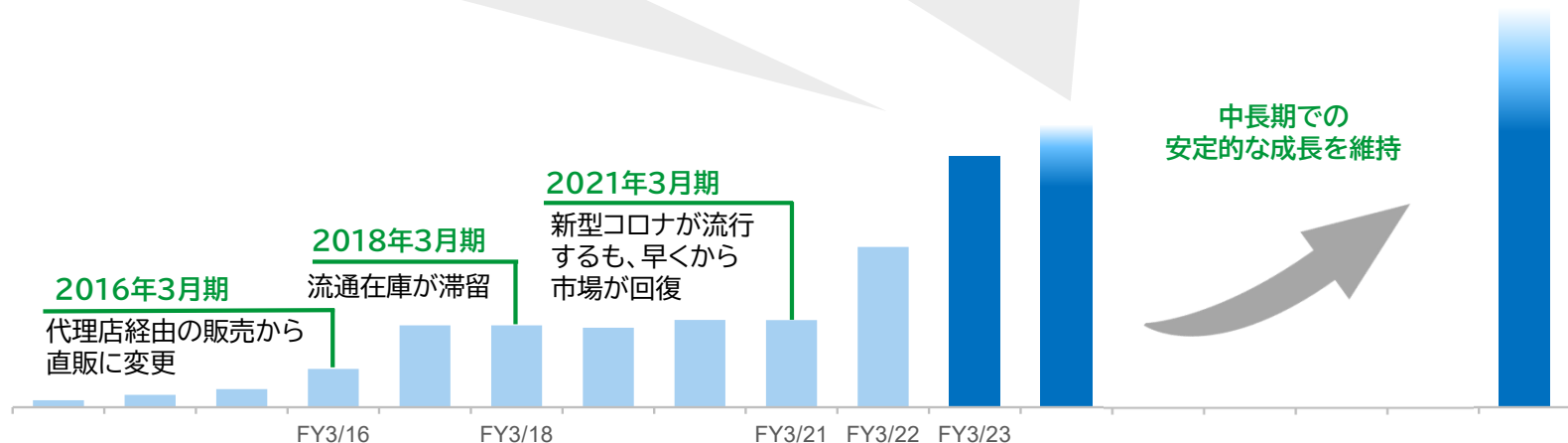
2022年3月期以降

さまざまな要因によりバドミントン競技のすそ野が拡大

- 国際大会での中国選手活躍
- コロナ禍でのその他レジャーの制限、健康志向の高まりによるスポーツ市場全体の活況
- 若年層での競技の広がり

2024年3月期以降

- 直近2年が急成長となったため、より緩やかな成長率を見込む
- 引き続き人々がスポーツを楽しむ状況は継続
- 現時点で大きな影響はないものの、景気動向を注視する



一 中国事業のさらなる成長に向けて

お客様とのコミュニケーション、販売チャネル、商品開発など、新たな取り組みを実施

上海ショールームオープン(8月)

ヨネックスの「ものづくりとイノベーション」をより身近に体験していただく場。ショールームならではのイベントの開催や、情報発信を強化する

小売店と連携した販売チャネルの強化

- オンライン:
新たなECプラットフォームにも注力し、オンラインの小売店舗数増加
- オフライン:
小売店の店頭作りサポートやコンセプトショップ※の開店によってブランドの発信強化

※ヨネックス商品のみを取り扱う小売店

現地企画商品の開発・品質管理体制強化

製品開発部門や商品管理部門の人員を増強し、中国のお客様のニーズに合わせた商品開発と、現地生産商品の品質管理体制を強化



▲ショールームオープン初日は約3,600名が来店



▲スタン・ワウリンカ(当社契約テニス選手)ショールーム来店



▲コンセプトショップ



▲中国現地法人企画商品

ーベン・シエルトン(アメリカ)が東京でツアー初優勝！日本の望月慎太郎也大躍進

チームヨネックスの若手選手が東京で大躍進！日本開催のツアー大会を盛り上げるべく、ヨネックスならではのイベントも開催

木下グループ ジャパンオープン テニスチャンピオンシップス

優勝 ベン・シエルトン(アメリカ)



※10月23日時点のATPランキング

▲21歳。今季からアメリカ国外への遠征を開始したばかりの新星は、全豪OPベスト8、全米OPベスト4と着実に力をつけ、ツアー初優勝。世界ランクもシーズン最初の96位から15位※に急上昇

ベスト4 望月慎太郎(日本)



▲20歳。世界ランク215位で参加した本大会、世界ランク10位の前年覇者を破る大金星を挙げベスト4に。日本勢として同大会でのベスト4進出は史上2人目の快挙

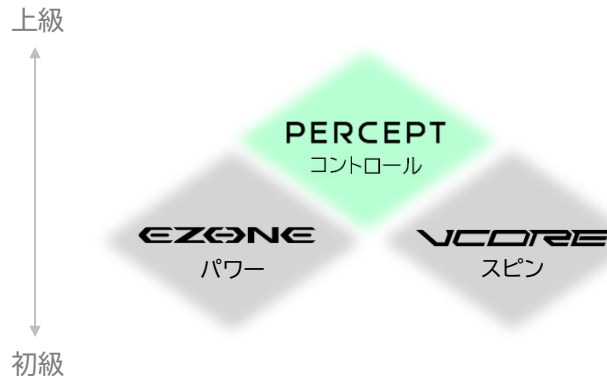
17年ぶり開催、「ヨネックス テニスフェスティバル」



- ▲左から伊達公子、国枝慎吾、小田凱人、マルチナ・ナブラチロワ
- チームヨネックスの選手と、ファンやジュニア選手が交流するイベントを開催
- 目玉となるマルチナ・ナブラチロワ&小田凱人と、伊達公子&国枝慎吾によるエキシビジョンマッチは約5,500人の観客を大いに沸かせました

ー テニスラケット新シリーズ「PERCEPT(パーセプト)」発売

メインシリーズのひとつ(VCORE PRO)をリブランディング。ボールを手のひら感覚で“PERCEIVE”=感じとり、コントロールすることでプレーヤーそれぞれのスタイルを生み出す



VCOREと差別化し、当社三大シリーズのひとつとして再定義。より幅広いお客様にお使いいただけるモデルに

● フランス・ティアフォーの地元コートで発売イベント

同ラケット使用のフランス・ティアフォー(アメリカ、世界ランク14位*)が子供の頃にプレーしたコート、メリーランド州カレッジパークにあるジュニア・テニス・チャンピオン・センター(JTCC)で発売イベントを実施。イベントの様子はライブでも配信。

※10月23日時点のATPランキング



◀ 新ラケットについて話すフランス・ティアフォー(中)と当社社長アリサ・ヨネヤマ(右)
[イベント動画リンク\(YouTube\)](#)

ー グローバル成長戦略(GGS)の取り組み

GGGで掲げた注力分野において、各種プロジェクトを始動

- **マーケティング**
マーケティング、製品開発、製造、営業が連携できる体制への再構築、戦略・方針の見直し
- **DTC**
ヨネックスのDTCエコシステム構築のために必要な投資、組織体制、主要な要素や条件などを特定
- **IT**
海外子会社への新基幹システム導入

● コーポレートカルチャーの進化に向けて

- ・ **社内コミュニケーション:**
社内ブログ開設。社長と社員の対話会「Coffee with Alyssa」を定期的で開催
- ・ **表彰制度:**
2023年度より「社長賞」から「YONEX AWARDS」に変更し、表彰項目や選定方法も刷新
- ・ **働き方:**
在宅勤務制度の拡充、副業制度の検討
- ・ **給与体系・評価制度:**
改定に向けて検討中

グローバル成長戦略(GGS)



▲ Coffee with Alyssa



Appendix

一 参考：国内／海外法人の決算期について

日本セグメント(国内事業・海外代理店向け販売)は3月決算、海外現地法人は12月決算であり、連結決算における対象期間は以下のとおり

- 例：2024年3月期上期 連結決算の対象期間(会社別)

	2023年												2024年		
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
日本セグメント (国内+海外代理店向け)				第1四半期 (1Q)			第2四半期 (2Q)			第3四半期 (3Q)			第4四半期 (4Q)		
海外子会社	第1四半期 (1Q)			第2四半期 (2Q)			第3四半期 (3Q)			第4四半期 (4Q)					

一 セグメント別売上高推移

(百万円)

	2020年3月期 上期	2021年3月期 上期	2022年3月期 上期	2023年3月期 上期	2024年3月期 上期
日本 (国内+海外代理店向け)	20,550	12,043	18,836	24,291	26,078
アジア (子会社)	8,659	8,005	13,344	21,215	26,005
北米 (子会社)	1,091	923	1,451	2,568	3,059
ヨーロッパ (子会社)	1,179	873	864	1,671	2,247
施設事業	339	247	290	346	334
連結売上高	31,820	22,093	34,788	50,092	57,725

日本セグメント

日本国内向け及び海外代理店向け販売
(東南アジア、インド、韓国、フランス、オーストラリア等)

アジアセグメント

中国・台湾・インド・タイ子会社

北米セグメント

北米子会社(アメリカ・カナダ)

ヨーロッパセグメント

イギリス・ドイツ子会社

一 地域別(仕向地別)売上高推移

	(百万円)				
	2020年3月期 上期	2021年3月期 上期	2022年3月期 上期	2023年3月期 上期	2024年3月期 上期
日本	15,934	9,648	14,417	17,135	17,138
海外売上高	15,886	12,444	20,370	32,956	40,586
アジア地域	12,647	9,778	16,860	25,343	32,150
北米地域	1,091	923	1,451	2,568	3,059
ヨーロッパ地域	1,887	1,567	1,326	4,098	4,498
その他	258	174	732	946	878
合計	31,820	22,093	34,788	50,092	57,725
海外売上高比率	49.9%	56.3%	58.6%	65.8%	70.3%

日本

スポーツ施設事業を含む日本事業

北米地域

アメリカ・カナダ

アジア地域

中国・台湾・東南アジア・韓国・インド 他

ヨーロッパ地域

ドイツ・イギリス・デンマーク・フランス 他

この資料に掲載しております当社の計画及び業績の見通し、戦略等は、当社が作成日時点において把握できる情報から得た判断に基づいています。あくまでも将来の予測であり、様々なリスクや不確定要素により、実際の業績と大きく異なる可能性がございますことを予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。