

2025年3月期第1四半期 決算短信補足資料



証券コード:3205

株式会社ダイドーリミテッド



1. 第1四半期決算：連結業績
2. 第1四半期決算：セグメント別業績
3. 業績増減要因
4. 中期経営計画ハイライト
5. セグメント別経営課題
6. M&A戦略の補足説明
7. 配当政策について

第1四半期決算：連結業績

売上高、売上総利益はそれぞれ計画比+3.2%、+1.7%。更に営業利益、経常利益共に計画を上回る一方、一過性の「株主総会特別対策費用」135百万円(販管費として計上。本資料P4参照)を除くと、正常収益ベースの営業利益は▲66百万円と前年実績から+48百万円

単位:百万円

	FY2024 1Q	前年実績		当期計画	
		FY2023 1Q	増減率	FY2024 1Q	増減率
売上高	6,882	7,080	▲2.8%	6,666	+3.2%
売上原価	3,009	3,372	▲10.8%	2,857	+5.4%
売上総利益	3,872	3,707	+4.4%	3,809	+1.7%
売上総利益率	56.3%	52.4%	+3.9pt	57.1%	▲0.9pt
販管費	4,073	3,822	+6.6%	4,052	+0.5%
営業利益	▲201	▲114	-	▲243	-
営業利益率	▲2.9%	▲1.6%	▲1.3pt	▲3.6%	+0.7pt
経常利益	▲146	15	-	▲164	-
税前利益	▲69	▲9	-	▲163	-
親会社株主に帰属する当期純利益	▲68	▲68	-	▲146	-

第1四半期決算：セグメント別業績

衣料事業のセグメント利益は計画比+71百万円。不動産賃貸事業はほぼ当初計画どおりの水準で推移。一方で、全社費用は一過性のコスト「株主総会特別対策費用」の影響で計画比▲26百万円

単位：百万円

	衣料事業					不動産賃貸事業				
	FY2024 1Q	前年実績		当期計画		FY2024 1Q	前年実績		当期計画	
		FY2023 1Q	増減率	FY2024 1Q	増減率		FY2023 1Q	増減率	FY2024 1Q	増減率
売上高	6,069	6,387	▲5.0%	5,850	3.7%	812	692	17.3%	816	▲0.4%
セグメント利益	▲63	30	—	▲134	—	244	117	108.5%	247	▲1.2%

	全社費用※				
	FY2024 1Q	前年実績		当期計画	
		FY2023 1Q	増減率	FY2024 1Q	増減率
売上高	—	—	—	—	—
セグメント利益	▲382	▲261	—	▲356	—

恒常的費用	▲247
株主総会特別対策(一時的)費用	▲135

「株主総会特別対策費用」▲135を除いた「全社費用(恒常的費用)」は▲247となり、前年実績より+14

※全社費用は主に報告セグメントに帰属しない一般管理費

連結業績「営業利益」:前年比増減要因内訳①: 全社

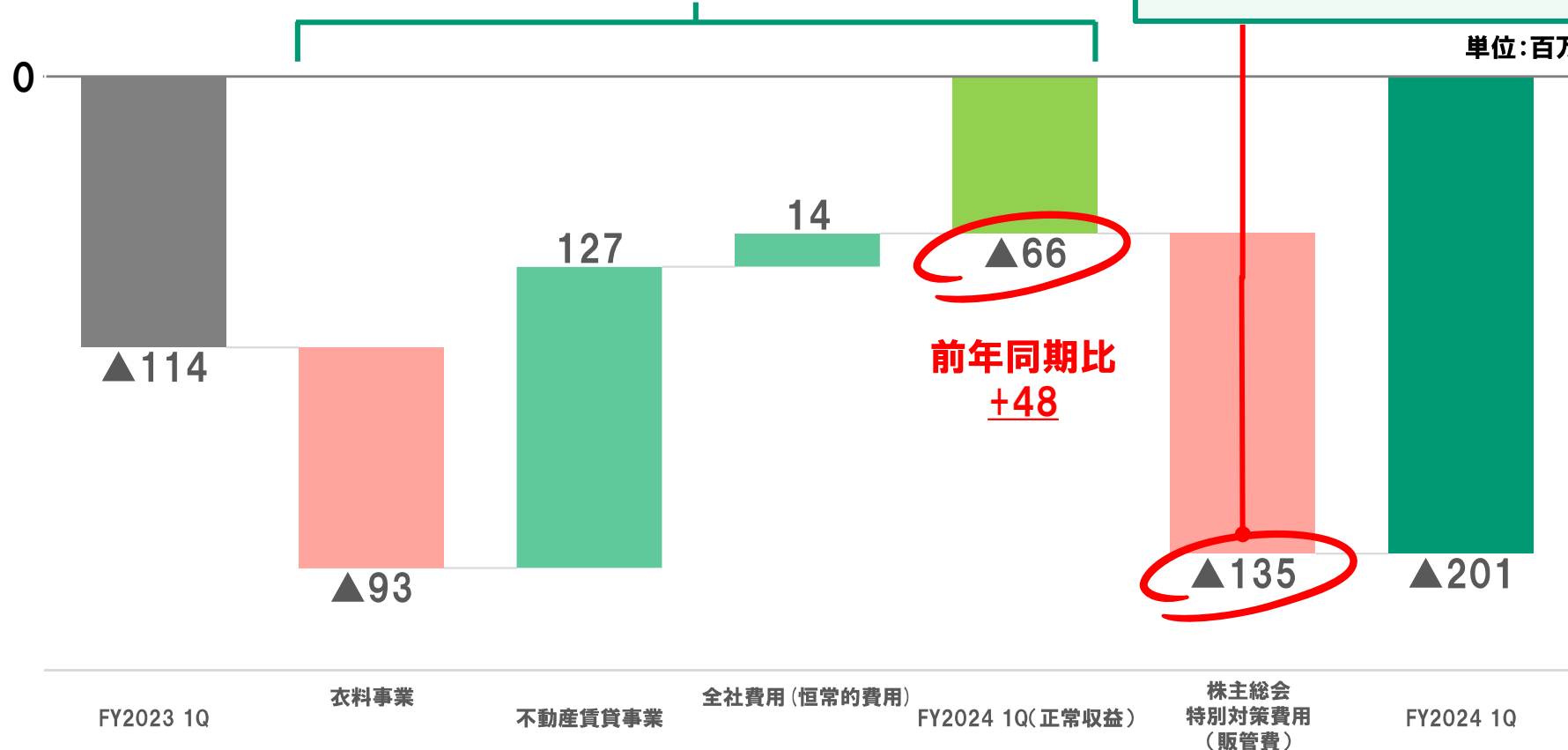


衣料事業のセグメント利益は前年より減少も、不動産賃貸事業は大幅に伸長。全社営業利益は、「株主総会特別対策費用(アクティビスト対応費用)」▲135百万円の影響で前期比減少も、正常収益ベースの営業利益は前年同期比+48百万円

正常収益=
株主総会特別対策費用(アクティビスト対応費用)
が発生しなかった場合の営業利益

- 費用内訳
- ・ 中計策定費用: ▲28
 - ・ 総会对策追加費用: ▲107

単位:百万円

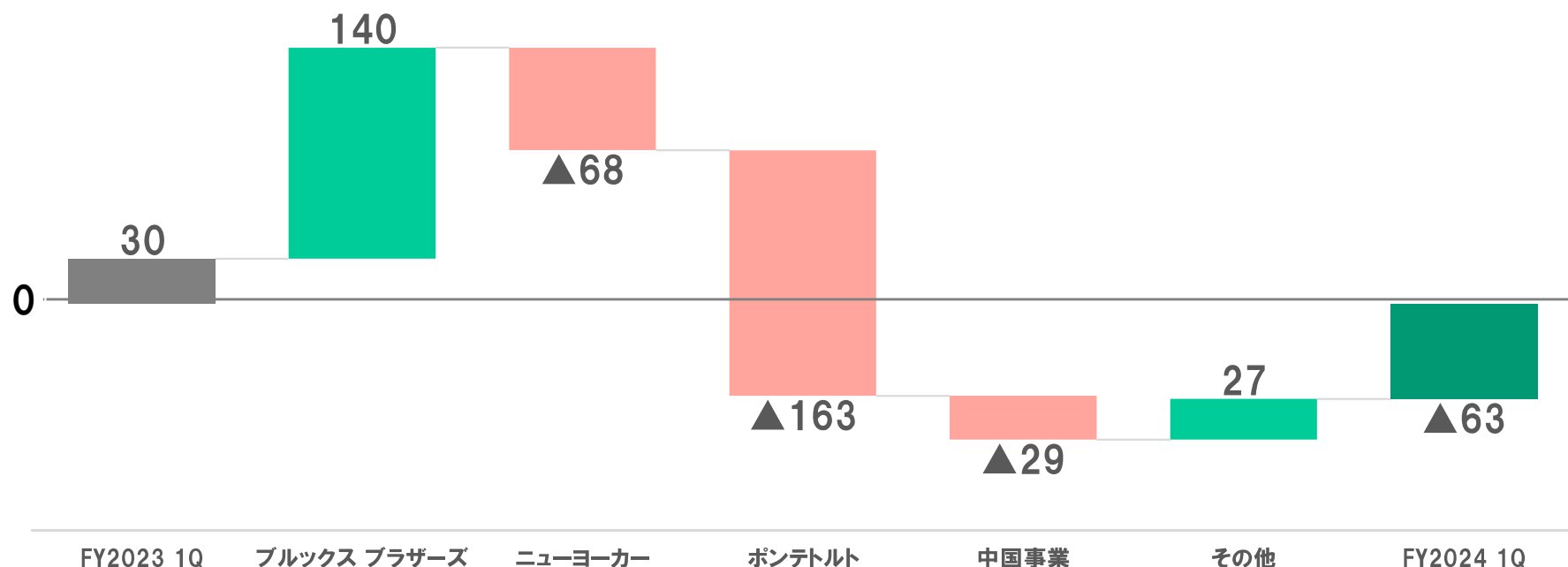


連結業績「営業利益」:前年比増減要因内訳①: 衣料事業



ブルックス ブラザーズは適切な商品政策やインバウンド需要の増加により好調。一方、イタリア製造事業において取引先の在庫調整の影響などにより前年同期比で利益が減少

単位:百万円



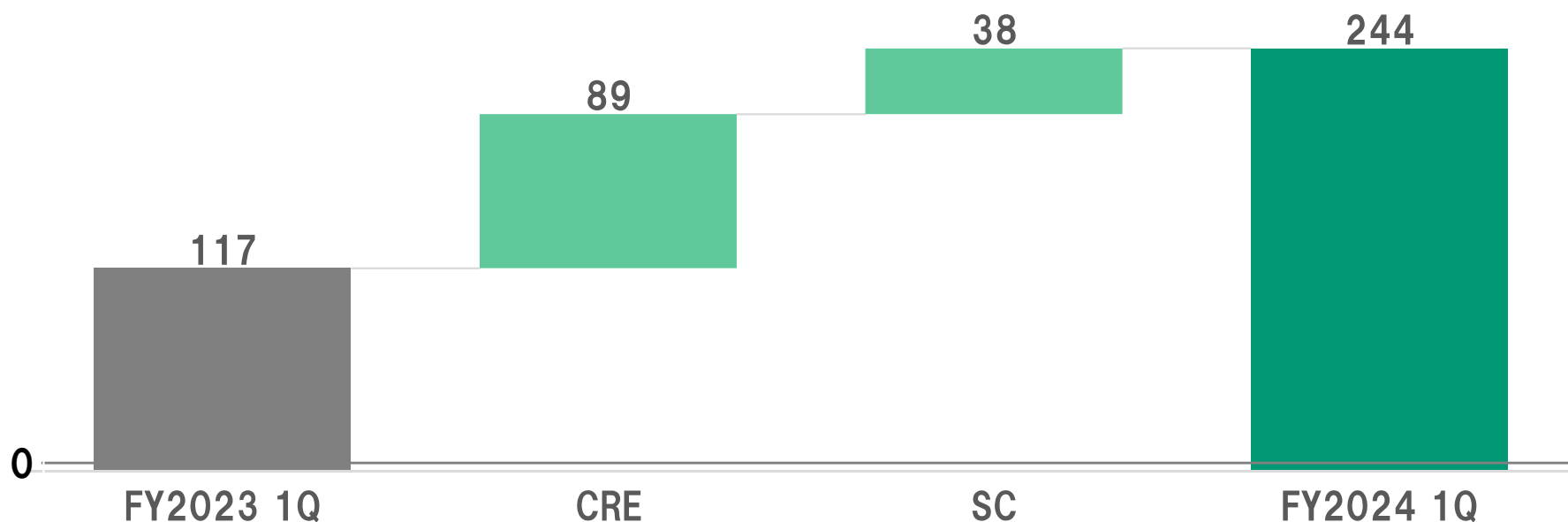
今後、中期経営計画で策定した各事業の経営課題解決を進めることにより、
営業利益の抜本的向上を実現していく

連結業績「営業利益」:前年比増減要因内訳②: 不動産賃貸事業



コーポレトリアルエステート (CRE) 部門は保有資産組替の完了により安定的な利益が発生
ショッピングセンター (SC) 部門はダイナシティの新館オープンにより来館客数が増加

単位:百万円



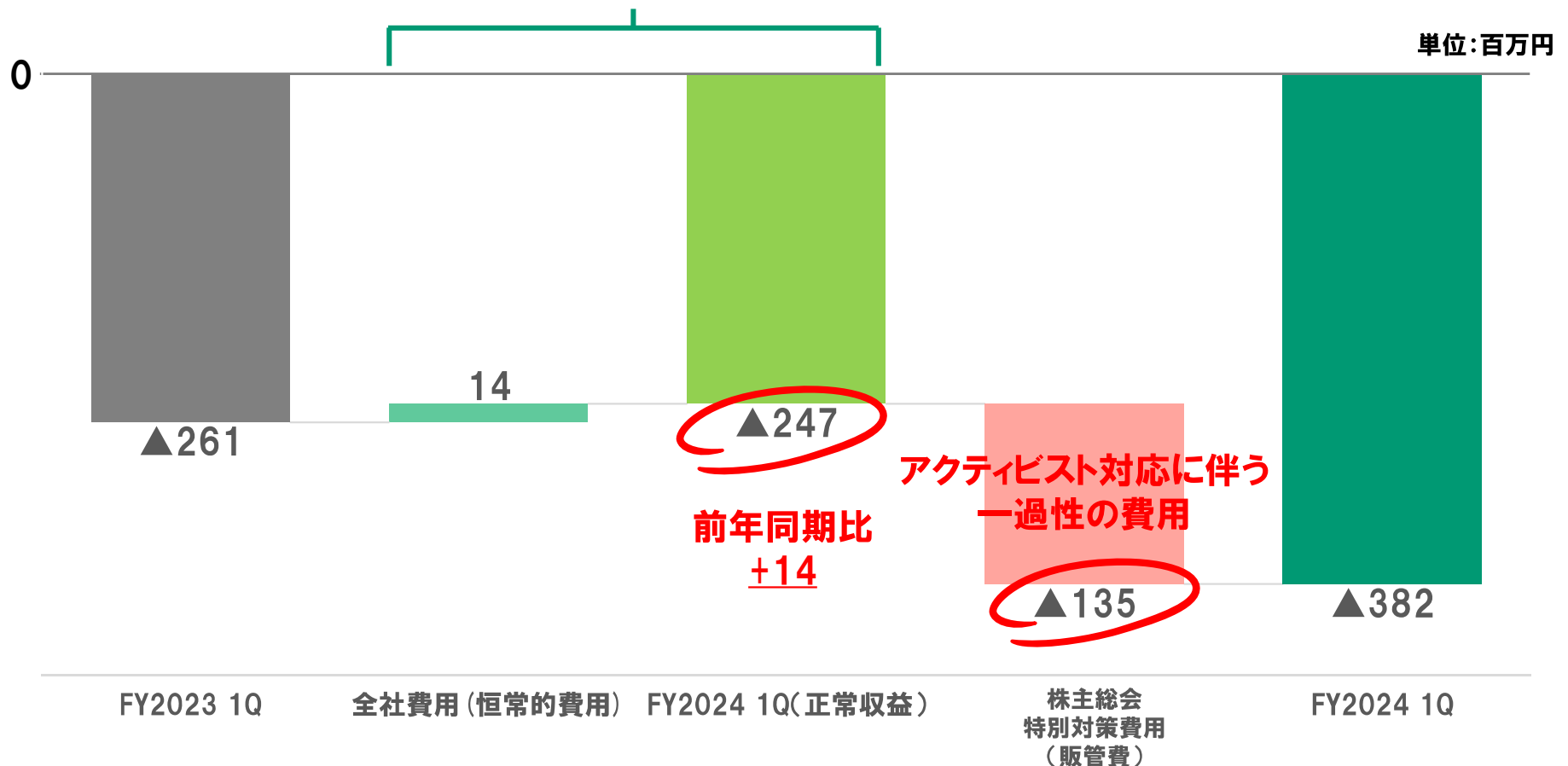
現在進めているSC部門の収益向上施策により、更なる利益向上が実現する見込み

連結業績「営業利益」:前年比増減要因内訳②: 全社費用(販管費)



全社費用の主要な内訳は持株会社の販管費であり、以前より削減を進めているが、当期は定時株主総会において株主提案が提出され、その対応費用として135百万円を計上する結果となった。

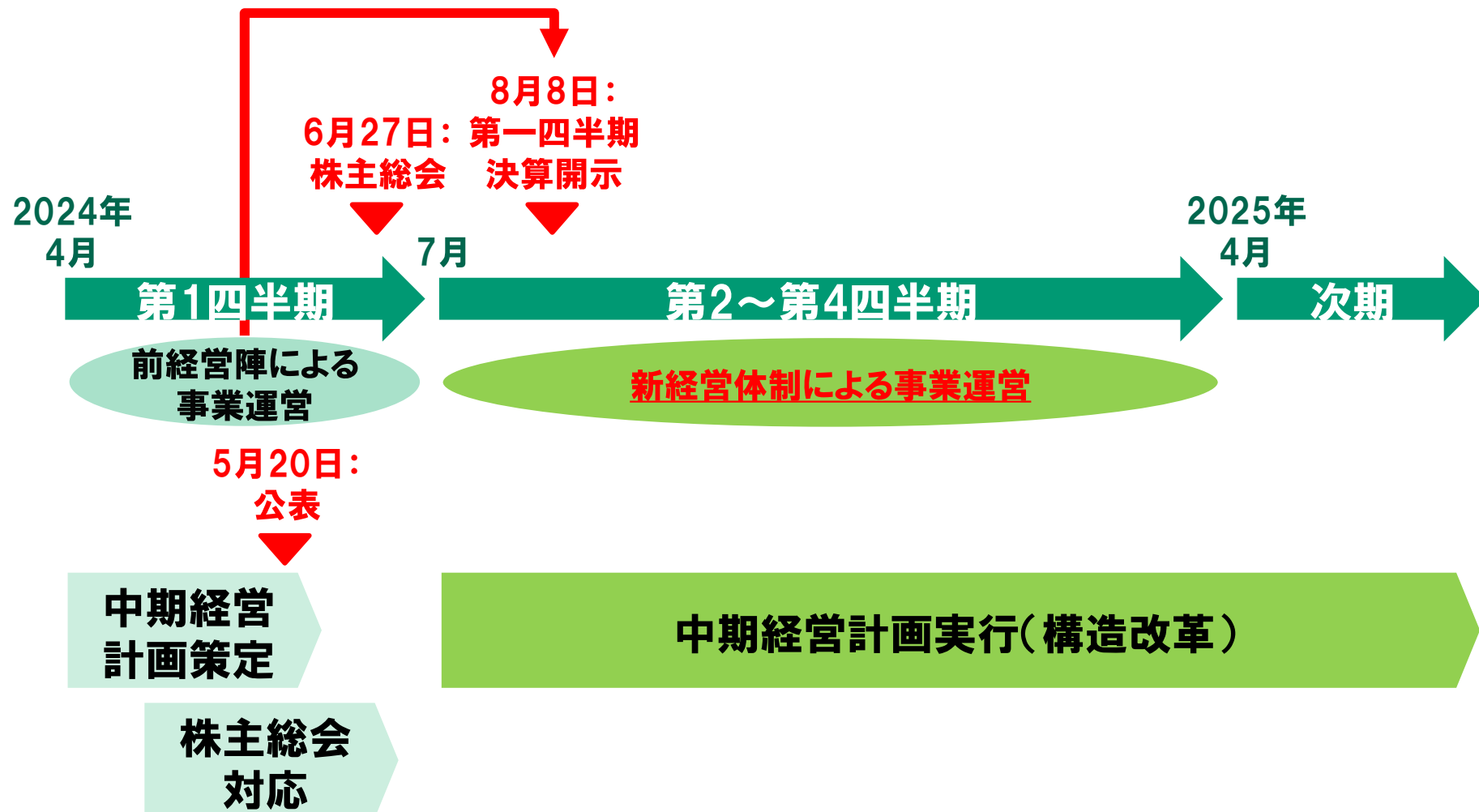
正常収益 =
 株主総会特別対策費用(アクティビスト対応費用)
 が発生しなかった場合の営業利益



新経営体制下での中期経営計画実行について

2024年6月27日に開催された定時株主総会にて新経営体制が発足し、中期経営計画の達成に向けた取り組みを推進しております

■ 2025年3月期スケジュール



中期経営計画ハイライト① 概要

経営改革プラン「革新と進化」

過去10年の振り返りを踏まえ、中期経営計画を推進し、企業価値向上を進めます

具体的施策

I. ビジネスモデルの進化

I. 事業ポートフォリオの刷新

成長させる事業と縮小させる事業を明確にし、利益率・成長性の高い事業に注力。
一部不動産事業や中国事業の入れ替えを検討

II. 事業別施策の実行

上記ポートフォリオ方針に従って事業ごとに改善・投資を実行

II. 経営体制の強化

成長戦略を実行・実現する上で、外部エキスパートとの協業によりノウハウ、人材を補完

2024年3月期実績

2027年3月期目標

	2024年3月期実績	2027年3月期目標
売上高	287億円	360億円
営業利益	▲4億円	15億円
ROE	2.1%	8.0%
株主還元	2円	12円(配当性向:30%)

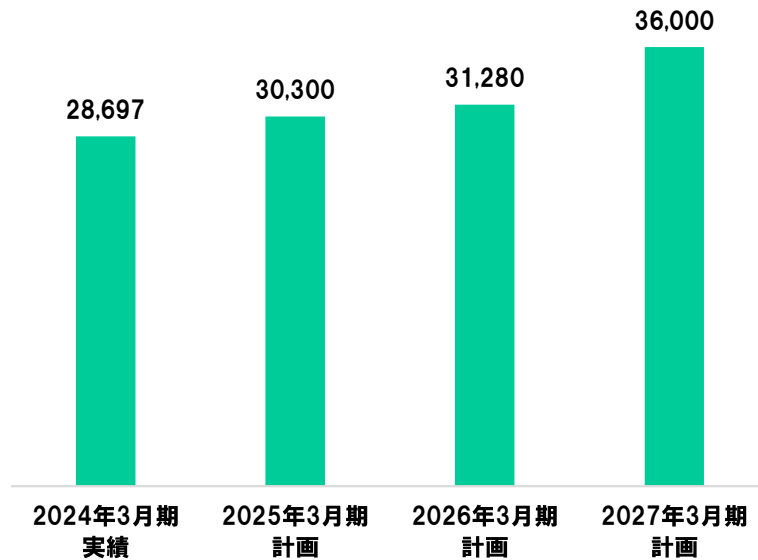
※本ページは、2024年5月20日に公表した資料から抜粋して掲載しております。株主還元については、2024年7月4日に配当実施に関する基本方針を公表しております。

中期経営計画ハイライト② INVESTMENT HIGHLIGHT

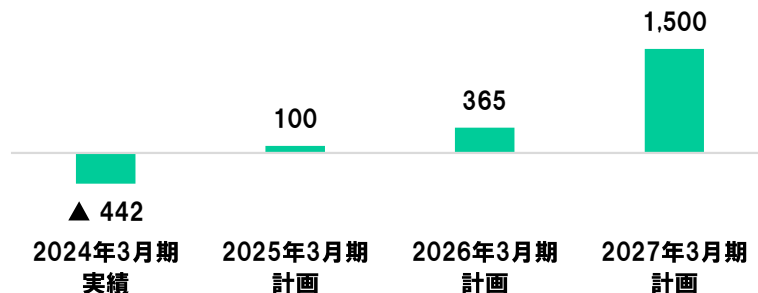


単位:百万円

連結売上高



連結営業利益



1

過去3年間に取り組んできたコスト構造改善と売上向上の施策の効果が現れます

2

積極投資事業と縮小・利益改善事業を明確にし、それぞれに最適な施策を迅速に実行します

3

保有不動産の現金化等による資金調達余力を用いて、積極的に新規事業・M&Aに取り組みます

4

計画推進に際して不足する経営機能については、外部パートナーを登用し抜本的に経営体制を強化します

5

2027年3月期には、営業利益15億円、ROE8%を計画します

セグメント別(事業別)経営課題:

① 衣料事業



中期経営計画のもと、各事業/ブランド別の経営課題解決に直結する詳細施策を推進中

事業/ブランド	課題	施策
ブルックス ブラザーズ	<ul style="list-style-type: none"> 高い付加価値を有する一方、ブランド認知の拡大および買上げ客数の増大が課題 在庫効率の改善 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客データに基づいたペルソナ分析およびマーケティング施策の実行。LINEを活用した新規顧客獲得等CRM施策の実行 在庫連携システムの導入によるOMOの強化による、売上最大化/在庫最適化 百貨店ECなどのEC販売チャネル拡大
ニューヨーカー	<ul style="list-style-type: none"> 発注精度の向上 サプライチェーンの見直し 休眠・離反顧客の増加対策や新規顧客層の獲得が課題 	<ul style="list-style-type: none"> 発注精度の向上、需給最適化による、機会損失の解消、滞留在庫の換金促進による売上・粗利の改善、在庫金額の低減 バッグやパターンオーダー強化による既存顧客の顧客単価向上、リピート購入率向上 商品ラインの拡大(NYゴルフ/アウトドア/スポーツ)による、新規顧客層/売上の創出
ポンテルト	<ul style="list-style-type: none"> 機能性素材分野での強みを持つものの、営業及びマーケティング体制の強化が課題 アジア地区の競合先の台頭に対抗しうる価格競争力の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 成長戦略の策定・実行 経営体制/事業推進体制の抜本的強化 地域別マーケティング/営業強化 製品企画強化による競争優位性の確立
中国事業	<ul style="list-style-type: none"> 工場の稼働率低下 不採算の小売事業 	<ul style="list-style-type: none"> 他社との協業などによる自社工場の活用など 不採算事業の止血

セグメント別(事業別)経営課題:

② 不動産賃貸事業・管理部門



不動産賃貸事業、管理部門においても、今後の売上・利益成長実現に向けた取り組みを加速

事業	課題	施策
ショッピングセンター (SC)部門	<ul style="list-style-type: none">・リージョナルSCとしての魅力的なテナント誘致 / 販促強化による集客力の更なる向上	<ul style="list-style-type: none">・魅力ある新たなテナントの誘致により、商圈拡大と集客力の向上・FM局の活用等の販促施策や地域連携強化による集客力の向上・ダイナシティイースト館のフードコートの充実などによる顧客数、顧客単価向上
コーポレート リアル エステート (CRE)部門	<ul style="list-style-type: none">・事業ポートフォリオにおける位置づけの再定義	<ul style="list-style-type: none">・成長投資や株主還元の原資確保のためのノンコア資産の売却
管理部門	<ul style="list-style-type: none">・中期経営計画の実行・実現に向けた経営企画・経営管理強化・非連続的な成長を実現するM&A推進機能の補強	<ul style="list-style-type: none">・外部人材投入などによる経営企画・経営管理部門の補強・KPI管理等、業績管理帳票、会議体等、経営管理機能、仕組みの高度化・M&A戦略の実行

M&A戦略の補足説明①

中期経営計画の重要施策として掲げたM&Aにおいては、具体的なターゲット企業/事業を絞り込み、実行/実現に向けて推進中

■ M&Aターゲット企業/事業絞り込みの視点



M&A戦略の補足説明②

M&A(及び新規事業)検討においては、当社資源(製品/サービス / 顧客)の活用をベースにすることで、成功確率、創出効果を最大化

■ 「市場」×「製品」軸によるM&A及び新規事業の方向性/検討優先順位(国内衣料事業における例示)

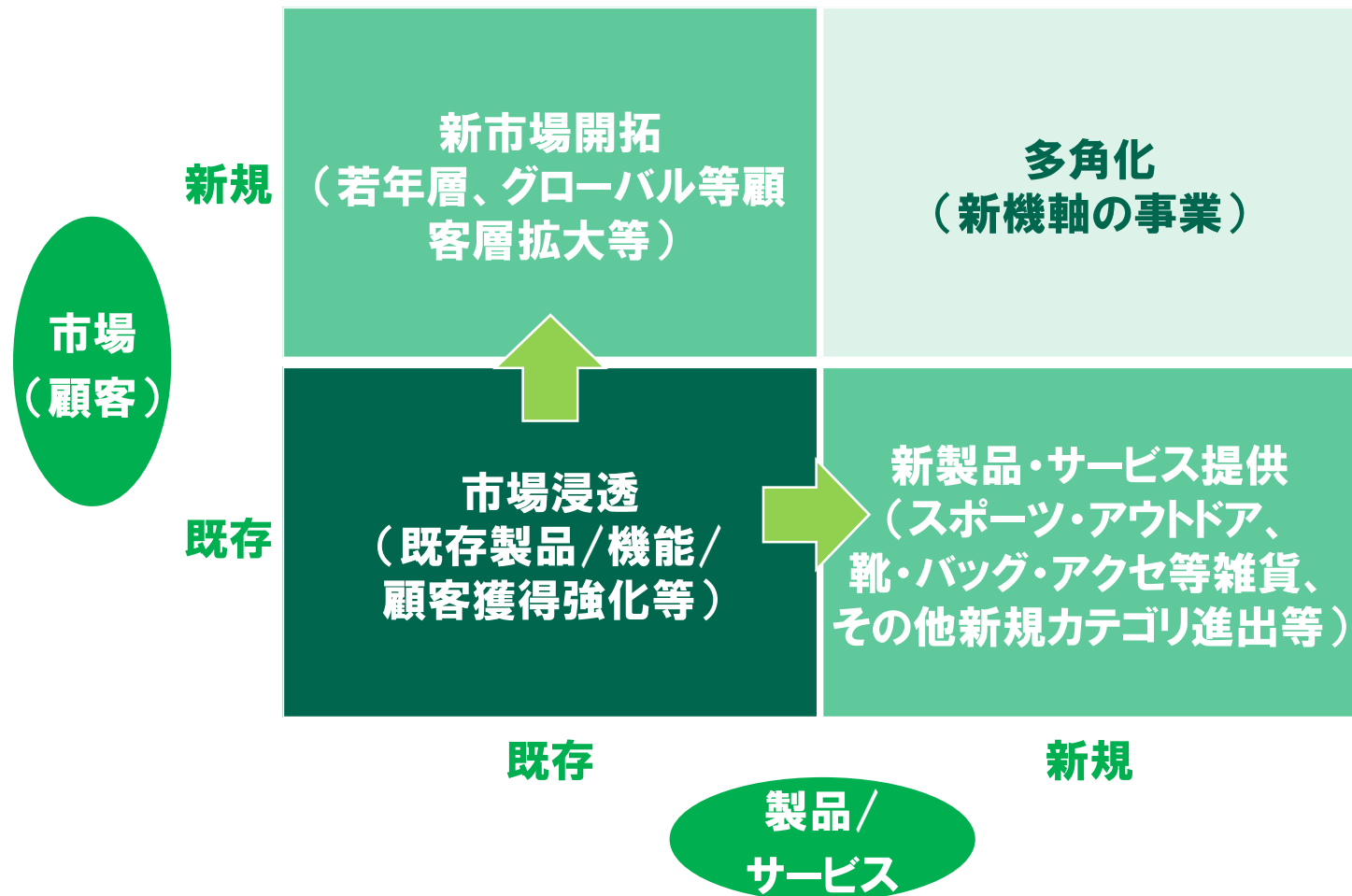
() 内表記: 当社にとっての意味合い

検討優先順位

高

中

低

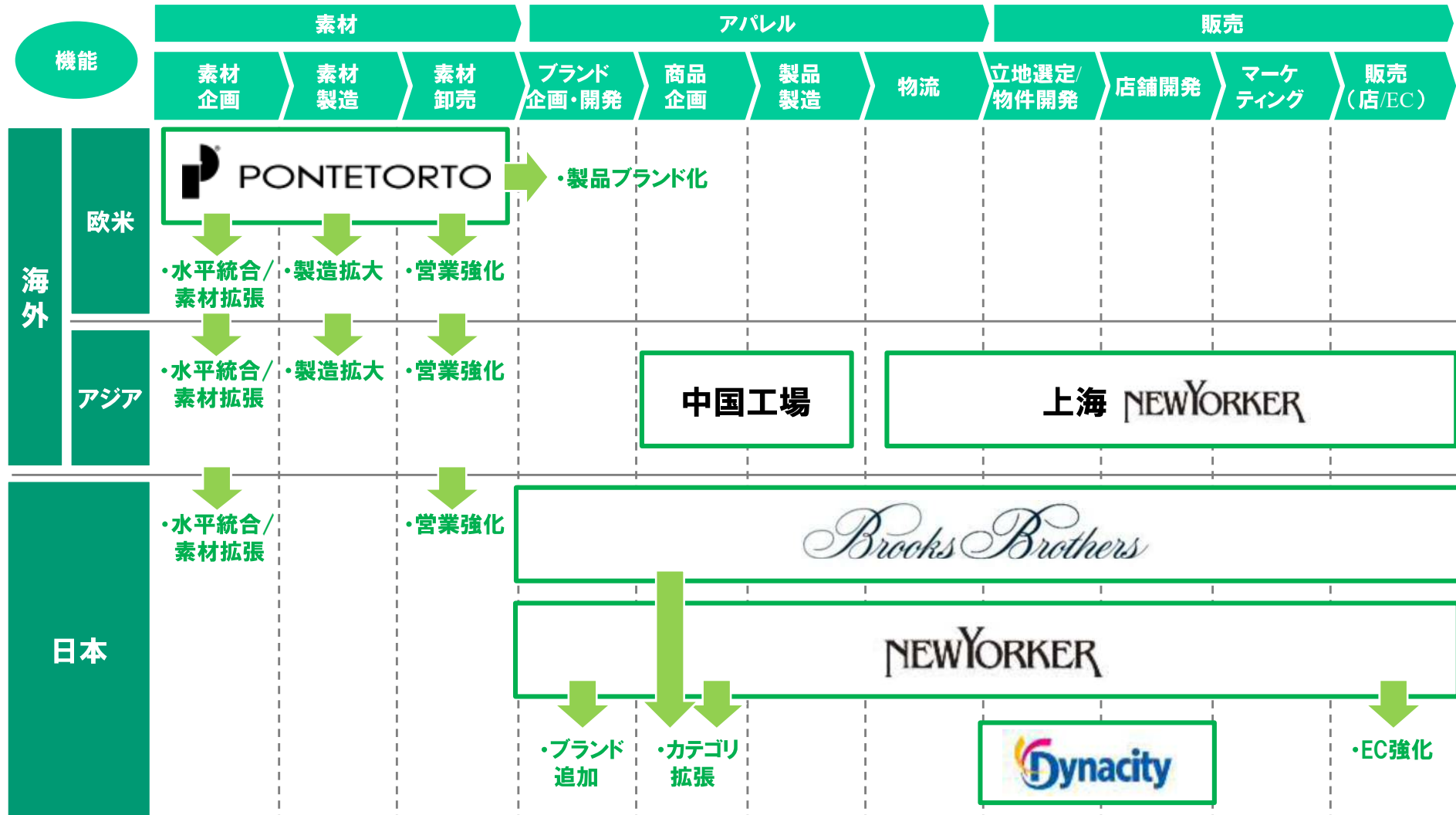


M&A戦略の補足説明③

当社機能視点からも資源適合性の高いM&Aターゲット企業/事業を抽出

■ 当社機能×展開市場でのM&Aターゲット企業/事業抽出アプローチ(例示)

➡ M&A検討の方向性



配当政策について

当社は2024年7月4日に公表いたしました「株主還元に関する方針及び配当予想の修正(増配)に関するお知らせ」のとおり、中期経営計画期間中の株主還元に関する方針を決議しております

中期経営計画期間中の株主還元の方針

- ① 2025年3月期から2027年3月期までの3年間においては、1株当たり年間100円の配当実施を基本方針とします
- ② 株式市場からの最大50億円程度の自己株式を取得する方針とします
自己株式の取得につきましては、当社株式の市場価格の推移、財務状況などを勘案した上で、機動的に実施したいと考えており、現時点では具体的な期日は決定しておりません。詳細が決まり次第、速やかに開示いたします。

2025年3月期の配当予想

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2024年3月期	—	0.00	—	2.00	2.00
2025年3月期	—				
2025年3月期(予想)		0.00	—	100.00	100.00

当社の目指すべき姿 「For Higher Quality in Life」



当社グループは、1879年に綿織物製造事業を創業して以来、
「お客様第一」「品質本位」を経営理念に掲げ、
毛織物や衣料製品の製造販売、工場跡地を活用した不動産賃貸事業に至るまで、
時流に応じて事業領域やビジネスモデルを進化させながら、
顧客の皆様に高品質な製品をお届けしてまいりました。

また、日本のみならず、中国そして欧米におけるグローバルなビジネス展開を戦略の基本と位置付け、挑戦を続けております。

グローバル展開するSPA企業として、
2029年の創業150周年、さらにはその先の50年も顧客の皆様にご愛顧いただけるよう、グループ一丸となって企業価値の向上に取り組んでまいります。

免責事項

- 本資料では、当社および関係会社の将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見通しの記述が含まれています。これらの記述は、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定および所信に基づく見込みです。また、経済動向や個人消費、市場需要、税制や諸制度などに関わるリスクや不確実性を含んでいます。したがって、実際の業績は当社の見込みとは異なる可能性のあることをご承知おきください。
- 本資料には監査を受けていない参考数値が含まれており、金額は百万円未満切捨て、それ以外を四捨五入で表示しております。