

|| 企業調査レポート ||

グローブライド

7990 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2018 年 12 月 20 日 (木)

執筆：客員アナリスト

水野文也

FISCO Ltd. Analyst **Fumiya Mizuno**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
■ 事業内容と沿革	02
■ 業績動向	09
1. 2019年3月期第2四半期累計(4～9月)決算	09
2. 2019年3月期見通し	10
■ 今後の展望・戦略	13
● 中期経営計画	13
■ 株主還元	19
■ 情報セキュリティへの対策について	19

■ 要約

グローブライド<7990>は、釣具(グローバルブランド名「DAIWA」)で1976年に売上高世界No.1に躍進。以来、数々のイノベーションを積み重ね、独自のテクノロジーを基盤とした革新的な製品と新たなフィッシングライフの提案などで常に業界をけん引し、フィッシングの世界では知らない人はいないと言っても過言ではないほどの存在だ。そのほか、ゴルフ、テニス、サイクルスポーツ用品なども手掛け、グローバルに展開している。

国内、海外における販売比率は国内がおおよそ7割、残り3割が海外になっている。米州、欧州のほか、アジア・オセアニアで着実に足場を固めてきた。最近では、アジア向けの売上の伸びが著しい。なお、製品は一部の高級品を除いて、ほぼ中国、ベトナム、タイなど海外で生産している。主力はフィッシングで売上高の約87.4%を構成、そのほか、ゴルフが5.0%、ラケットスポーツが6.7%、サイクルスポーツなどその他が0.9%(2019年3月期第2四半期累計)となっている。

2009年10月1日に旧社名ダイワ精工株式会社から現社名に変更。釣具に関しては引き続き「DAIWA」ブランドを継承し、着実に成長を遂げている。趣味の領域の製品カテゴリーであるため、収益は景気動向に左右されやすい。ただ、ブランド力は強力であり、今後は釣具以外の分野をいかに伸ばすかもポイントになりそうだ。今後も市場創造型の革新的な新製品の開発を通して世界市場の活性化に努めていく。

2018年11月7日に発表した2019年3月期第2四半期累計(4~9月)の連結決算は、売上高が45,574百万円(前年同期比1.4%増)、営業利益が2,703百万円(同7.8%減)、経常利益が2,575百万円(同13.3%減)、親会社株主に帰属する四半期純利益は2,584百万円(同26.5%増)となった。減益の背景には、日本列島に大きな災害が相次いだことがあるという。そのため、2019年3月期通期の見通しについて、売上高を90,000百万円から88,000百万円(前期比2.6%増)、営業利益を4,000百万円から3,450百万円(同8.5%減)に下方修正した。

同社は2021年3月期を最終年度とする中期経営計画を進行中。最終年度である2021年3月期は、売上高100,000百万円、営業利益5,000百万円を掲げ、年間配当は年間70円を目指している。

要約

売上高と営業利益の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業内容と沿革

輸出用リール製造で創業、 釣りファンの心をつかむ「DAIWA」ブランド

同社の創業は1955年(昭和30年)。当初は社名を松井製作所と言い、主として輸出用のリールを製造していた。1958年(昭和33年)、東京都中野区大和町に大和精工株式会社を設立し、1960年(昭和35年)に現在の本社所在地にリール生産工場を新設、2年後に本社も移転した。1966年(昭和41年)に米国ロサンゼルスにダイワ・コーポレーションを設立し、海外に進出。1969年(昭和44年)に商号をダイワ精工株式会社に変更、1970年には東京証券取引所市場第2部に上場を果たしている。1976年に市場第1部に指定替えとなった。

創業して以来、釣具専門だったが、1972年(昭和47年)にゴルフ用品の国内販売を開始、多角化の道を歩み始める。1980年(昭和55年)にテニス用品、1991年(平成3年)にサイクルスポーツ用品へ、それぞれ事業進出。2009年(平成21年)に、商号をグローブライド株式会社に変更。現在に至っている。スポーツを通じ、人生に豊かな時間を提供する、「ライフタイム・スポーツ・カンパニー」を経営理念に掲げ、主力のフィッシング事業は、フィッシングの世界ではその名を知らぬ人がいない大きな存在。ブランド力は極めて強く、革新的な製品を常にマーケットに送り出すことによって、釣具の常識を進化させ、釣りファンの心をつかんできた。現行のダイワのブランドマークは「挑戦・独創・革新」を象徴するものとして消費者に強く支持されている。このようにダイワブランドは日本国内はもとより、世界でも幅広く支持されている。

グローブライド | 2018年12月20日(木)
7990 東証1部 | <http://www.globeride.jp/ir/>

事業内容と沿革

ダイワのブランドマーク



出所：会社提供資料より掲載

釣具では、世界に先駆けてリールのアウトスプール機構を考案し、現代のスピンングリールの原型を築いた。注力しているのはリールやロッドといった主力商品にとどまらず、ルアーや糸など小物類からその他用品類のラインアップも充実しており、クーラーボックスやレインギアなどの釣りに関連する用品を総合的に扱っている。国内では、大手チェーンストアから、地場の専門店まで網羅し、「ダイワの釣り用品」の看板はおなじみ。商品供給は小売店への直販ルートも多く、より消費者ニーズを捉えられる体制をとっている。釣り番組として圧倒的な人気を誇る「ザ・フィッシング」をはじめ、映画やテレビでもおなじみの「釣りバカ日誌」などの制作にも協力し、多様な市場の拡大策にも積極的だ。

DAIWA



出所：会社提供資料より掲載

現在、国内では、東京、大阪、福岡の3営業所を販売拠点としている。海外では、米国のダイワ・コーポレーションをはじめ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、オーストラリア、中国、香港、韓国、台湾、シンガポール、マレーシア、タイに販売拠点を置く。製品の多くは、タイ、中国、ベトナムなどを拠点に海外で生産している。

事業内容と沿革

DAIWA



出所：会社提供資料より掲載

他方、ゴルフ事業においては、確かな品質のもとに上質な大人のゴルフを提案する「ONOFF」（オノフ）と、卓越したクラブ哲学と優れた性能で定評のある「FOURTEEN」が、人気ブランドとして支持されてきた。

やみくもに売上拡大を追わず、メンバーシップ組織の構築や、顧客一人ひとりに最適なクラブを提供するためのフィッティングサービスを行うことにより、あくまでもブランドを大切にしながら、顧客に上質な製品・サービスを提供している。また、片山晋呉（かたやましんご）プロ、浅地洋佑（あさじようすけ）プロ、李知姫（イ・チヒ）プロ、飯島茜（いいじまあかね）プロ、O. サタヤ（オーサタヤ）プロ、大城さつき（おおしろさつき）プロなどと契約。こうしたトッププロの活躍が、クラブ性能の揺るぎない信頼の証しともなり、ブランドイメージを高めている。

テニスなどラケットスポーツは、米国のテニス用品メーカー「PRINCE」の日本における販売代理店を担う。オンコートからオフコートまで楽しめる大人のテニスライフを提案。ラケットからウェアなど周辺商品までブランドを大切に展開してきた。テニスにとどまらず、五輪での日本選手の活躍で注目されたバドミントン、さらにスカッシュなども商品ラインナップを豊富に取りそろえている。

サイクルスポーツはヨーロッパブランドの「CORRATEC」「FOCUS」「BOTTECCHIA」の3ブランドを展開している。

グローブライド | 2018年12月20日(木)
7990 東証1部 | <http://www.globeride.jp/ir/>

事業内容と沿革

ONOFF



出所：会社提供資料より掲載

FOURTEEN



出所：会社提供資料より掲載

グローブライド | 2018年12月20日(木)
7990 東証1部 | <http://www.globeride.jp/ir/>

事業内容と沿革

PRINCE



出所：会社提供資料より掲載

CORRATEC



出所：会社提供資料より掲載

また、近年、同社のビジネスとして見逃せないのがアパレルだ。機能とファッションが融合した新しいアパレルブランドの「D-VEC」（ディーベック）を立ち上げ、「ライフタイム・スポーツ・カンパニー」としての新たな提案を行っている。

グローブライド | 2018年12月20日(木)
7990 東証1部 | <http://www.globeride.jp/ir/>

事業内容と沿革

これまでもフィッシングアパレルを中心に展開してきたが、2017年に発表された「D-VEC」は、「DAIWA」のフィッシングアパレルで長年培ってきた技術や機能性と、専門のデザインチームが生み出すファッション性の融合が評価され、独自のショップの販売だけではなく百貨店やセレクトショップなどからも声がかかるようになり、過酷な自然環境に耐えうるファッション性の高い機能性ファッションとして広く注目を集めている。

D-VEC



出所：ホームページより掲載

グローブライド | 2018年12月20日(木)
 7990 東証1部 | <http://www.globeride.jp/ir/>

事業内容と沿革

沿革

年	主な沿革
1955年	リール(主として輸出用)の製造開始(社名:松井製作所)
1958年	東京都中野区に「大和精工株式会社」を設立
1960年	現本社所在地にリール生産工場を新設
1962年	リールの国内販売を開始、現在地に本社移転
1964年	ロッドの生産工場を新設
1966年	米国ロサンゼルスに「ダイワ・コーポレーション」を設立
1969年	商号を「ダイワ精工株式会社」に変更
1970年	国内の生産拠点として、広島工場、栃木工場を新設(2000年、本社に統廃合) 東京証券取引所市場第2部上場
1971年	台湾・高雄に「台湾太和股份有限公司」を設立(2007年、清算) 現本社所在地に「ダイワゴルフ株式会社」を設立(1995年、本社に吸収合併)
1972年	ゴルフ用品の国内販売を開始
1973年	オーストラリア・シドニーに「ダイワ・ホワイトホール Pty. リミテッド」(現 Daiwa (Australia) Pty.Ltd.) を設立
1976年	東京証券取引所市場第1部上場
1977年	英国スコットランド・ウィッシューに「ダイワ・スポーツ・リミテッド」を設立
1980年	福岡県所在の釣具の小売業「株式会社フィッシング・ナカムラ」(現株式会社ワールドスポーツ)を子会社とする テニス事業に進出 栃木県那須郡に釣用品の製造販売「那須ダイワ株式会社」を設立
1984年	フランス・ルアンに「ダイワ・フランス S.A.」(現 Daiwa France S.A.S.) を設立
1985年	東京都江戸川区所在の釣具の小売業「株式会社大八木商店」(現株式会社ワールドスポーツ)を子会社とする 現本社所在地に福利厚生サービスを担う「ダイワ総合サービス株式会社」(現株式会社デスコ)を設立
1990年	ドイツ・ミュンヘンの郊外に「ダイワ・コルモラン GmbH」を設立 サイクルスポーツ事業へ進出
1995年	タイ・バンコクに「ダイワセイコー(タイランド) Co., リミテッド」を設立
2002年	台湾・台中に「大和事業股份有限公司」を設立
2004年	香港に「達億瓦(香港)有限公司」を設立
2005年	韓国・ソウル郊外に「韓国大和精工株式会社」を設立 東京都町田市所在の釣具の小売業「株式会社キャストイング」(現ワールドスポーツ)を子会社とする 中国に「ゾンサン・ダイワ・スポーティンググッズ・リミテッド」を設立 ベトナム・ダナンに「ダイワ・ベトナム・リミテッド」を設立
2008年	神奈川県横浜市所在のスポーツ用品の小売業「ウインザー商事株式会社」を子会社とする 群馬県高崎市所在のゴルフクラブの製造販売業「株式会社フォーティーン」を子会社とする 釣用品のアフターサービス業務を独立し「株式会社スポーツライフプラネット」を設立
2009年	商号を「グローブライド株式会社」に変更 「ダイワ」はフィッシング事業ブランド名として継続
2012年	シンガポールに「シンガポール・ダイワ・PTE. リミテッド」を設立
2013年	中国に「トンガン・ダイワ・スポーティンググッズ・リミテッド」を設立 東京都羽村市所在の倉庫荷役業、ダイワ物流サービス株式会社(現株式会社ロジスポ)を子会社とする
2014年	イタリア・ミラノに「ダイワ・イタリア S.r.l」を設立
2016年	マレーシアに「ダイワ・スポーツ(M) SDN. BHD.」を設立

出所: ホームページよりフィスコ作成

業績動向

1. 2019年3月期第2四半期累計(4～9月)決算

2018年11月7日に発表した2019年3月期第2四半期累計(4～9月)の連結決算は、売上高が45,574百万円(前年同期比1.4%増)、営業利益が2,703百万円(同7.8%減)、経常利益が2,575百万円(同13.3%減)、親会社株主に帰属する四半期純利益は2,584百万円(同26.5%増)と営業減益となった。

日本国内は、ひと頃比べて景気が好転するなど、経済指標で上向きが感じられながらも、消費マインドは指標ほどは盛り上がっているとは言えない。そうしたなかにおいて、生活必需品ではない同社の製品を取り巻く環境は良好とはいき切れないが、フィッシング、ゴルフ、ラケットスポーツを楽しむ人の琴線に触れるような革新的な製品を投入することで、同社は対応している。

こうした取組みが効果を見せ、主力のフィッシング事業では恒常的に国内ではマーケットの実勢値を上回って推移してきた経緯があった。しかしながら、いかに同社の製品に対する評価が高くても、天候不順などからマーケット自体が縮小してしまえば、収益を伸ばすことができない。とりわけ、この上半期においては、西日本豪雨、大阪北部の地震、台風、北海道胆振東部地震と大規模災害が相次いで発生し、これらがマーケットに大きなマイナスをもたらした。特に関西で海釣り公園などの釣り場が大きな影響を受けたことなどや全国的に襲った猛暑の影響も大きかった。

国内のフィッシング市場は、マーケット全体の動きが、前年推定で3%程度のダウンと推定される。その中で同社のフィッシング事業はトータルでは前年同期比で0.5%減となっている。

年度後半となる10月に入ってから前年同期比プラスとなったが、まだ本格的な回復には至っていない。特に西日本は大きな市場であることから早期のマインドの回復が待たれる。

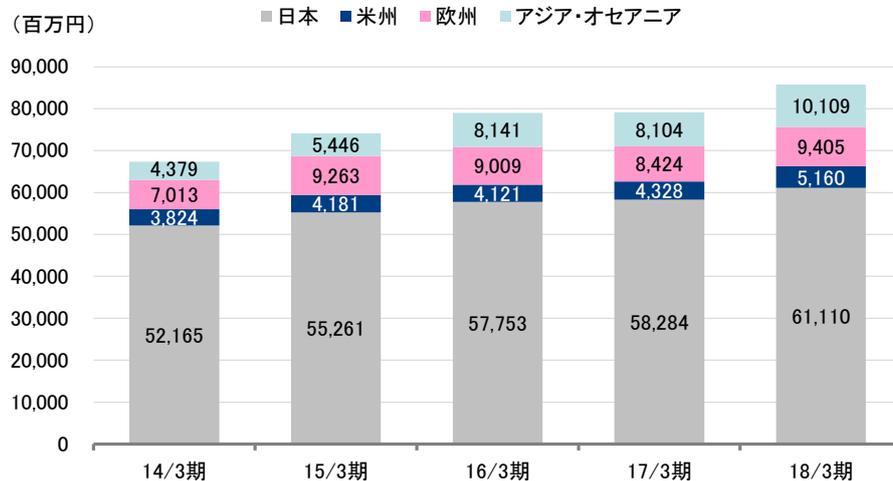
他方、国内のゴルフは、市況は堅調だったものの、旗艦ブランドである「ONOFF」は新製品投入の谷間となったことなどから、前年同期比で22%の減少となった。ラケットスポーツも、テニスブームが停滞していることが響いており、同12%減となっている。

半面、海外は好調に推移しており、国内のマイナスをカバーした格好だ。なかでもフィッシングが順調に拡大。欧米のフィッシング市場は好調とは言えないものの、数年前から取組んできた海外の強化策の成果が現われている。円安による為替差益などを除いても、海外事業は2ケタの伸びを示したという。

地域別に見た場合、米州は全体の市況は前年同期並みだが、そうした中で米国は現地通貨ベースで25%の伸びを記録。欧州は第1四半期の寒波の影響で市場はマイナスとなっている中、1%のプラス、アジア・オセアニアは12%の売上増を記録している。アジアでは、地域ごとに合った新製品を投入した効果が大きい。

業績動向

地域別セグメント売上高



出所：決算短信よりフィスコ作成

ゴルフについては、本場米国でも有カスポーツメーカーがゴルフ用品から撤退するなど世界的に不況とも言える厳しい状況だ。一時のタイガー・ウッズのような傑出したプレイヤーが存在しないことが背景にある。

利益面では、人件費、物流費などコストが増加した。EC関係への先行投資やアパレル関係の費用が増加している。ただ、売上原価は前年同期の28,548百万円から28,918百万円に若干アップしながらも、原価率は63.51%から63.45%に若干低下した。

他方、営業外収支は、前年同期は特許訴訟の和解金270百万円を計上していたことから、それがなくなったために、営業利益に比べて経常利益の減益率が大きくなった。

また、財務面では、有価証券の売却を進める一方、それを借入金の返済に充当している。上半期末で、短期借入金 は前期末の17,210百万円から15,598百万円に、長期借入金は10,324百万円から8,288百万円にそれぞれ減少、自己資本比率は前期末の30.8%から32.0%へと向上した。

2. 2019年3月期見通し

2019年3月期の見通しについては、期初には売上高90,000百万円(前期比4.6%増)、営業利益4,000百万円(同6.1%増)、経常利益3,700百万円(同2.8%増)、親会社株主に帰属する当期純利益2,600百万円(同4.1%増)と連続増収増益を見込んでいた。

しかしながら、上半期が厳しかったことから、売上高は88,000百万円(前期比2.6%増)、営業利益は3,450百万円(同8.5%減)、経常利益は2,900百万円(同19.4%減)にそれぞれ下方修正した。親会社株主に帰属する当期純利益の見通しについては据え置いている。売上高は予想を減額しながらも、1993年3月期以来25年ぶりに更新した前期に続き、過去最高を更新しそうだ。

グローブライド | 2018年12月20日(木)
7990 東証1部 | <http://www.globeride.jp/ir/>

業績動向

国内では主力のフィッシング事業は、革新的な商品を投入し、マーケット平均の伸びを上回る成長を目指していく。小売店向けには、イベントや販売促進活動など市場活性化策を積極的に行い、顧客の取込みに力を注ぐ考えだ。

さらに、海外のフィッシング事業は、米国で盛んなバスフィッシングを中心に力を注ぐ。先行投資する形でこれまで開発を進めてきたバスフィッシング向けのリールの新製品を投入。ここにきて、その成果が収益に貢献するようになった。欧州については、マーケットに力強さが感じられないが、同社のシェアは国内ほど高いとは言えず、開拓の余地がある。

他方、アジアに関しては引き続きルアーフィッシングなどを提案し、市場拡大に努めていく。

DAIWA の防水・耐久テクノロジー



出所：会社提供資料より掲載

ゴルフについては、自社ブランドを大切にしながら、“ファン”である顧客に上質な製品・サービスを提供することで、着実な売上高増加を目指す。具体的には、「ONOFF」や「FOURTEEN」などのファンクラブで会員特典の試打会などを通じ、ブランド価値を高めると同時に製品をアピールする。

上半期は、新製品の端境期で防戦一方だったが、下半期にはレディースの新製品を投入する。さらに、「FOURTEEN」については、ウェッジのトップブランドである原点に回帰することで、ゴルフ全体の巻き返しを図る考えだ。

他方、ラケットスポーツに関しては厳しい状況が続く。足許では若年層のテニス離れを象徴するような動きがあり、当面、ラケットスポーツは守りになると見られている。ただ、大坂なおみ選手などの新しいスターの誕生など好材料も少なくはない。実際、大坂選手の活躍を反映したためか、10月は前年同月に比べて回復した。

グローブライド | 2018年12月20日(木)
7990 東証1部 | <http://www.globeride.jp/ir/>

業績動向

ONOFF LADY



出所：会社提供資料より掲載

PRINCE



出所：会社提供資料より掲載

過去業績と業績予想

(単位：百万円)

	16/3期	17/3期	18/3期	19/3期(予)
売上高	79,026	79,142	85,785	88,000
前期比	6.57%	0.15%	8.39%	2.58%
営業利益	3,420	3,416	3,768	3,450
前期比	21.06%	-0.12%	10.30%	-8.44%
経常利益	2,885	2,447	3,598	2,900
前期比	-1.13%	-15.18%	47.04%	-19.40%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,659	2,184	2,497	2,600
前期比	3.49%	31.65%	14.33%	4.12%
EPS (円)	144.39	190.08	217.36	226.34
配当 (円)	45	50	55	60

注：2015年10月1日に10株→1株で株式併合。16/3期のEPS及び配当は併合後のもの
出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクリーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 今後の展望・戦略

2021年3月期を最終年度とする中期経営計画を進行中

● 中期経営計画

2017年3月期を最終年度とする中期経営計画は、連結売上高が80,000百万円（2014年3月期比18%増）、連結営業利益が3,000百万円（同30%増）、1株当たり配当金50円（同実質15円増配）を目標としていたが、円高による目減りの影響を受けた売上高こそ、わずかながら未達だったものの、営業利益は1期前倒しで達成し、目標値を416百万円上回った。

それに続いて、同社では「攻めの経営」を持続、更なる成長を目指し、企業価値の向上を図るため、2021年3月期を最終年度とする「新中期経営計画2020」を進めている。ここでは、市場優位性のある製品提供力の追求、国内市場の活性化と健全化、海外市場の攻略という前回の中期経営計画でも掲げていた3つの施策を継続させている。

最終年度は2021年3月期で、東京オリンピック・パラリンピックの年がターゲットとなるが、先行き国内のスポーツ熱は高まると見られ、環境は悪くはなさそうだ。ただ、人口減の日本国内は大きな市場の広がりが見込めない。国内市場の活性化は期待されるが、成長の原動力になるのは今後も海外事業になるのは間違いないだろう。

なかでもアジア地域は所得水準の向上が想定され、レジャーとしての釣りが広がりそうな状況にある。このように新たな市場の開拓余地があることから、策定した計画に沿った形で成長路線を歩むことが期待できる。

数値の目標として、最終年度である2021年3月期に売上高100,000百万円、営業利益5,000百万円を掲げ、年間配当は年間70円を目指している。配当金については、このところ毎年5円ずつ増配しているが、2021年3月期に70円を実現できれば、計算上で10期連続の5円増配になる点が注目できよう。

また、同社では2020年以降の“ポスト五輪”を計画策定において強く意識している。国内需要が落ち込むなかで魅力ある商品づくりを進めるとともに、成長路線をキープできるように海外の基盤をより強化していく。実際、足許では国内のトップセールスを海外販売における指導員として現地に派遣しており、この取組みが実を結んでいる。

海外については、従前、高級品の販売に力を注いでいたが、ここに至ってはボリュームゾーンにも重きを置き始めた。中普及価格帯製品は、高級品に比べて利益率は低いものの、現状では数量増加で利益を上積みしている。

商品別の戦略に関しては、以下に示した通りだ。

(1) フィッシング

国内の釣り人口は、残念ながら高齢化の影響が出ており、全体的に減少傾向にあることは否めない。一見するとほかの消費財と同様、先行きに不安を抱かせる状況だ。

そのなかで同社は今までの釣りとは異なる新しい釣りを提案、自ら新たな市場を創ることで売上高増を目指している。これは、他社ではまねできない革新的な製品を次々と世に出しているからこそできる、同社の強みと言っていいだろう。さらに、開始して40年以上となるD.Y.F.C（ダイワヤングフィッシングクラブ）など若者向けの啓蒙活動を行っており、市場開拓に余念がない。

DAIWA のテクノロジー



出所：会社提供資料より掲載

グローブライド | 2018年12月20日(木)
7990 東証1部 | <http://www.globeride.jp/ir/>

今後の展望・戦略

ダイワヤングフィッシングクラブ (D.Y.F.C)



出所：会社提供資料より掲載

他方、将来における成長の原動力として期待できるのは、やはり海外向けだ。とりわけ、現時点でも伸長が著しいアジア向けに期待がかかる。例えば、中国では同社の製品は普及価格帯の数倍の価格ながら、所得水準が高い層からのニーズが特に強い。また、釣りの“あり方”も、フナやコイなどのシンプルな釣りから、ルアーやリールを使う釣りを求めるようになってきている。東南アジアなどでも、今後、所得水準が上がるにつれ、同社が手掛ける高機能な高級品に対する引き合いが活発化していく可能性が高い。

一方、欧米市場は成熟化しており、景気動向に左右されがちとなるが、同社のシェアについては、まだまだ拡大する余地は多い。地域特性に適合した製品ラインナップの強化など、シェアを獲る戦略で臨んでいく。

イタリアでのフィッシングショー



出所：会社提供資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

グローブライド | 2018年12月20日(木)
7990 東証1部 | <http://www.globeride.jp/ir/>

今後の展望・戦略

(2) ゴルフ

フィッシングが全世界でシェアアップを目指しているのに対し、ゴルフは住友ゴム工業<5110>スポーツ事業本部(旧ダンロップスポーツ(株))、ブリヂストン<5108>などといった企業と量で競うことはしない。

他のメーカーとは一線を画し、「ONOFF」「FOURTEEN」などのブランド価値を大切にしながら、製品のファンである顧客に上質な製品・サービスを提供している。具体的には、会員が1万人以上の「FOURTEEN」のファンクラブに続き、「ONOFF」ブランドでも、メンバーシップ組織を構築、ONOFFカスタマーへのサービスを充実させCS(顧客満足度)を高めていく施策がスタートしている。「FOURTEEN」については、前述したように“ウェッジのFOURTEEN”というウェッジのトップブランドを再確認する格好で見直し、巻き返しを図る。

メンバーシップ組織では、会員限定で試打会を実施。ファンを大切にするとともに、着実にブランド価値を高め、安定的な売上増を目指す。

メンバーシップ組織 「CLUB ONOFF」



出所：会社提供資料より掲載

フォーティーン主催のゴルフコンペ「Fourteen Classic」



出所：会社提供資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

グローブライド | 2018年12月20日(木)
7990 東証1部 | <http://www.globeride.jp/ir/>

今後の展望・戦略

(3) ラケットスポーツ

テニスもゴルフと同様、ブランドを大切にしている戦略を進めている。日本における「PRINCE」の販売代理店を担当。1970年代は「デカラケ」で一世を風靡、テニスのプレイスタイルに一大改革を巻き起こした「PRINCE」は、つい最近も世界初の新テクノロジーを搭載した新製品を発表し、ラケットのテクノロジーにおいてイノベーションを発信し続けているブランドだ。オンコートからオフコートまで楽しめる大人のテニスライフを提案するためのモノづくり、プロモーションに意欲的に取り組んでいる。

オフコートまで楽しめる大人のテニススタイル



出所：会社提供資料より掲載

一方、子会社で小売事業を営むウインザー商事は日本を代表するラケットショップの専門店であり、関東地方を中心に学生から社会人及びその他ラケットスポーツのユーザーを対象に幅広い販売コネクションを有している。今後も売上増を目指す考えだ。

ウインザーラケットショップ 渋谷店



出所：会社提供資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

(4) アパレル

新たな中期経営計画に向けた取組みとして期待がかかるのがアパレルだ。同社はこれまでもフィッシングアパレルを中心に展開してきたが、アパレルブランドを独立させるのは初の試みである。2017年に発表した「D-VEC」は、「DAIWA」のフィッシングアパレルで長年培ってきた技術や機能性と、専門のデザインチームが生み出すファッション性を融合させ、都会のファッションへと新化させている。

過酷なフィッシングの自然環境でも快適に着用できる「D-VEC」は、アウターのみならず、Tシャツ、ショートパンツ、シューズ、傘、アイウェアなど豊富なラインナップを取りそろえた。2017年3月には、ECサイトと東京・原宿にショップをオープン。同社の企業理念「ライフタイム・スポーツ・カンパニー」として、人生を豊かにするスポーツを起点としたアパレルを提案し、企業価値の向上につなげることを目標としている。

今後は、原宿に次ぐ2店舗目のオープンを近々予定している。

D-VEC



出所：ホームページより掲載

また、今年のトピックスとして2018年7月に東京・港区外苑前の「Itochu Garden」内のifs未来研究所で「A Lifetime Sports Studio」の展開もスタートをさせた。この場所から「ライフタイム・スポーツ・カンパニー」を提唱しながら今後もグローブライドの企業価値を伝えていく。

その他情報として、2019年10月に予定される消費税率の引き上げに関しては、新製品の投入時期を調整するなどして対応を考えている。駆け込み需要とその反動の影響を出来るだけ緩和させる予定の様だ。

■ 株主還元

毎期着実に増配を継続、2019年3月期は60円配当を予想

2018年3月期の年間配当金は、1株当たり55円とした。2019年3月期は60円を見込んでいる。配当性向は、2017年3月期が26.3%、2018年3月期が25.3%、2019年3月期は26.5%（想定）と安定的に実施している。

同社はまた革新的な製品を生み出すための開発研究や設備投資に意欲的で、内部留保とのバランスを取りながら株主還元を行っている。中期経営計画の最終年度である2021年3月期の目標が70円であることを踏まえると、当面は5円増配が続く見通しだ。

なお、設備投資については年間で25億円程度を見込んでいるが、海外の売上増加に対応するために、海外の工場に対する設備投資のペースを早めることも検討している。

■ 情報セキュリティへの対策について

ランサムウェアを含むコンピューターウイルスがますます悪質かつ巧妙化している環境を考慮し、ネットワーク、サーバー、パソコンの各所に常に最新のウイルスチェックソフトを配備、それ以外にも未知の脅威を事前にキャッチするツールなど、多層防御体制を敷いている。加えて、外部専門機関による24時間監視体制で異常を検知・防御できる体制を取っている。また同社は顧客向けのプロモーションを積極的に行っており、個人情報も多く取扱っている。そのため、情報管理について社員教育を徹底する一方、社内ではリスク管理委員会を立ち上げ、情報漏えいの防止に努めている。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ