

グローブライド

7990 東証 1 部

<http://www.globeride.jp/ir/>

2016 年 12 月 6 日（火）

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

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
水野 文也

[企業情報はこちら >>>](#)

■ グローバルブランド「DAIWA」などを展開するライフタイム・スポーツ・カンパニー

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 No1 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ており、グローバルに展開している。2016年3月期においては、販売先は、国内向けが7割、海外向けが3割。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82.6%を構成、そのほか、ゴルフが7.4%、テニス・サイクルスポーツ用品が9.6%となっている。

2009年10月1日に旧社名ダイワ精工（株）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。

2017年3月期を最終年度とする中期経営計画を進めており、順調に進捗している。到達目標として、売上高80,000百万円、営業利益3,000百万円、1株当たりの年間配当金50円を掲げているが、このうち営業利益については2016年3月期の段階で既にクリア。配当金も最終年度で達成する見込みだ。売上高については、長く雌伏の時期が続いていたが、計画どおりで推移すれば、今期は1993年3月期に記録した過去最高である80,652百万円まで、あと一步のところまで迫ることになる。

株主還元については、2016年3月期の配当性向は31.2%と30%台に乗せている。さらに、2017年3月期は実質11%の増配を見込んでいる。株主優待制度も導入しており、株主数の増加にもつながっているようだ。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ではあるが、積極的な株主還元姿勢は評価されよう。

■ Check Point

- ・2016年3月期は増収、営業利益・当期純利益で増益にて計画値を上回って着地
- ・2017年3月期は引き続き営業増益、売上高は過去最高に迫る見通し
- ・每期着実に増配を継続、2017年3月期は実質前期比11.1%増となる50円配当を予想

売上高と営業利益の推移



■ 事業内容と沿革

輸出用リール製造で創業、釣りファンの心を掴む「DAWA」ブランド

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。1958 年（昭和 33 年）、東京都中野区大和町に大和精工（株）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）にアメリカ・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第 2 部市場に上場を果たしている。1976 年に第 1 部市場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、1990 年（平成 2 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。

「人生を豊かにする、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、釣りファンの心を掴んできた。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。

ダイワのブランドマーク



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、現代のスピニ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などの主力商品だけではない。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、地域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馴染みの「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。

現在、国内では、札幌、富山、東京、大阪、福岡の 5 営業所を販売拠点としている。海外では、アメリカのダイワ・コーポレーションをはじめ、イギリス、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。

「DAIWA」



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」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、お客様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、今田竜二（いまだりゅうじ）プロ、李知姫（イ・チヒ）プロ、飯島茜（いいじまあかね）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、「PRINCE」、サイクルスポーツは「FOCUS」「CORRATEC」「BOTTECCHIA」の 3 ブランドを展開している。

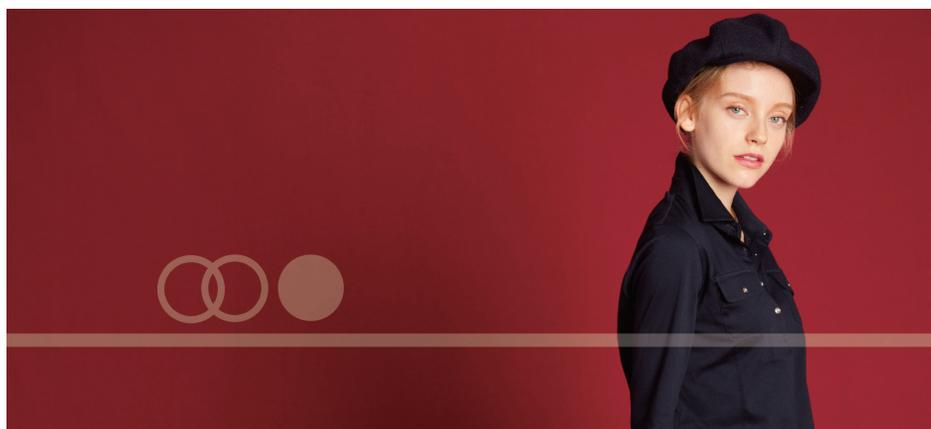
「ONOFF」



「FOURTEEN」



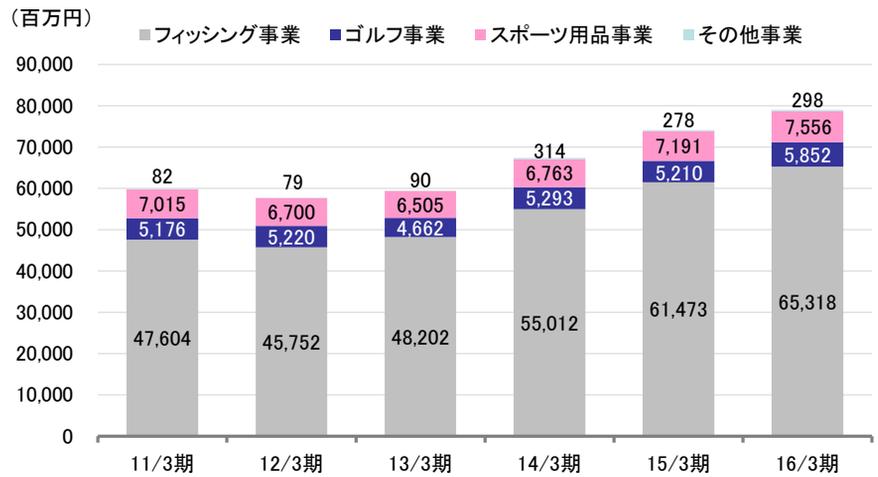
「PRINCE」



「FOCUS」



事業別売上高の推移



出所：会社資料よりフィスコ作成



グローブライド

7990 東証 1 部

<http://www.globeride.jp/ir/>

2016 年 12 月 6 日 (火)

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	アメリカ・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・高雄市に「台湾太和股份有限公司」を設立（2007年、清算） 現在地に「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・シドニー市に「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	イギリス・スコットランド・ウインザー市に「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 栃木県那須郡黒羽町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・ルアン市に「ダイワ・フランス S.A.」（現 Daiwa France S.A.S.）を設立
1985年	東京都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・バンコク市に「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・台中市に「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 東京都所在の釣具の小売業「株式会社キャストイング」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・ダナン市に「ダイワ・ベトナム・リミテッド」を設立
2008年	神奈川県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ブラネッツ」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」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 東京都所在の倉庫荷役業、ダイワ物流サービス会社（現株式会社ロジスポ）を子会社とする
2014年	イタリアに「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：会社 HP

業績動向

2017 年 3 月期第 2 四半期累計決算は増収、営業増益を確保

(1) 2016 年 3 月期実績

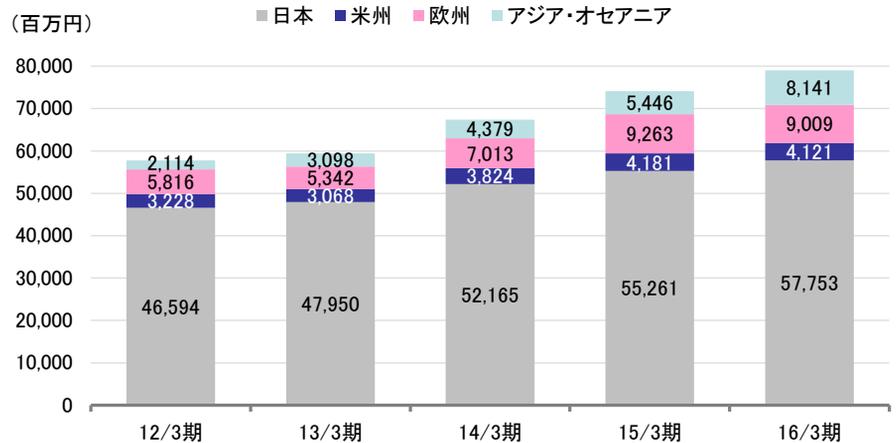
11 月 8 日に発表した 2017 年 3 月期第 2 四半期決算は、売上高 42,274 百万円（前年同期比 2.1% 増）、営業利益 3,251 百万円（同 1.6% 増）、経常利益 2,587 百万円（同 15.7% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 2,281 百万円（同 28.6% 増）と、売上高、営業利益は堅調だったものの、経常減益を余儀なくされた。

日本国内は消費マインドが引き続き低迷しており、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言えない。しかしながら、フィッシング、ゴルフ、ラケットスポーツともに、これら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、売り上げを着実に伸ばしている。

フィッシングについて見ると、国内ではフィッシング市場は、マーケット全体の動きは鈍かったものの、同社の売上は市場を上回る伸長となるなど、同社製品が消費者の支持を広げた格好となっている。天候不順の影響を受けながら、堅調に推移した。ゴルフも「ONOFF」など旗艦ブランドの引き合いが好調だが、「フォーティーン」の新製品の投入が下半期となるなどの影響もあり、上半期においては約8%のマイナスを余儀なくされた。ラケットスポーツは、“錦織効果”のテニスブームが一巡したうえ、インバウンドが縮小傾向にあり、伸び悩んでいる。

他方、海外では、フィッシング、ゴルフともに順調に推移。ゴルフ事業は国内のマイナスを海外でカバーした。フィッシング事業における地域別ではマーケティングを強化した米国や中国が好調。また、期中は円高による目減りがあったが、その影響を除くと、前年同期比で3%強の増加だった全体の売上高は、約14%の増収になると試算されている。

地域別セグメント売上高

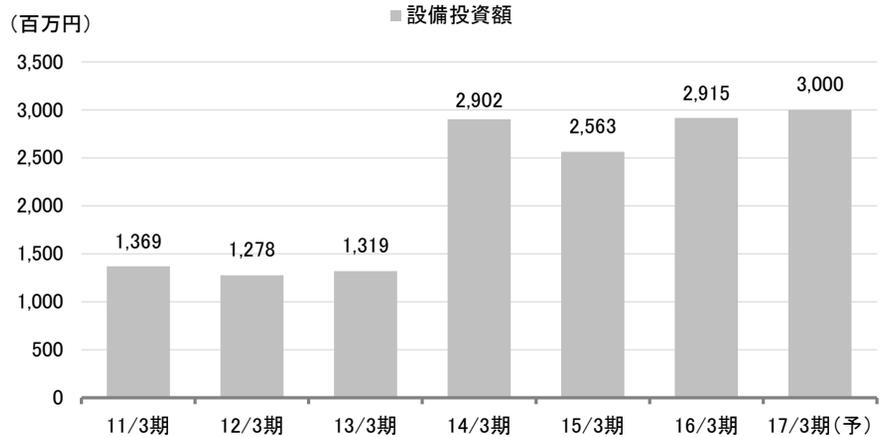


出所：会社資料よりフィスコ作成

利益面では、期中に進行した円高の影響で原料費などコストが軽減。しかし、為替相場が円高に振れたことは営業外収支を悪化させた。中間期の段階で、為替差損を315百万円計上。さらに、営業外費用として197百万円の訴訟費用を計上したことも響いた。ただし、この訴訟費用は特許侵害などへの対応を積極的に取り組んだために発生したもので、前向きなコストとみることができる。

設備投資額は、2016年3月期に2,915百万円投じたが、これは、過去2年と同レベル。2013年3月期までは、1,200百万円～1,300百万円程度で投じていた。直近3年間に積極的に実施したのは、今年度を最終年度とする中期経営計画で売上高目標80,000百万円の達成を目指すため、フィッシング関係の生産能力をアップさせたためだ。

設備投資額の推移



出所： 同社 HP に基づきフィスコ作成

2017 年 3 月期は引き続き営業増益、売上高は過去最高に迫る見通し

(2) 2017 年 3 月期見通し

2017 年 3 月期の見通しは、売上高 80,000 百万円（前期比 1.2% 増）、営業利益 3,500 百万円（同 2.3% 増）、経常利益 2,300 百万円（同 20.3% 減）、当期純利益 2,100 百万円（同 26.5% 増）と引き続き営業増益を見込んでいる。売上高については過去最高である 80,652 百万円に迫る見通しだ。第 2 四半期発表時に下方修正したが、これは円高の進行を織り込んだため。その後、急速に円安が進んだ状況から、下振れした予想値が再び上向く可能性もある。

引き続き、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、顧客の取り込みに力を注ぐ考えだ。

一方、海外については、円高の進行が懸念材料ではあるが、前期と同様、アジア・オセアニア地域向けを中心に更なる拡大が期待されている。

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。

利益面では、売上拡大に向けた先行投資費用の増加が続くが、増収効果とコストダウンなどで吸収し、営業利益増を見込んでいる。なお、設備投資は 3,000 百万円前後を見込んでいる。

一方、財務面では、直近の 3 年間で設備投資を活発化させたため、有利子負債が増加した。売上高の増加とともに在庫も増えている。自己資本比率の 26.7% をさらにアップできるような資本を充実させる考えだ。だが、現在の財務状況は、利益が計画どおりに積み上がれば、返済余力から見ても何ら問題のない水準だ。

過去業績と業績予想

(単位：百万円)

	14/3 期	15/3 期	16/3 期	17/3 期 (予)
売上高	67,383	74,153	79,026	80,000
前期比	13.3%	10.0%	6.6%	1.2%
営業利益	2,307	2,825	3,420	3,500
前期比	-15.9%	22.5%	21.1%	2.3%
経常利益	1,750	2,918	2,885	2,300
前期比	-28.5%	66.7%	-1.1%	-20.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,880	1,603	1,659	2,100
前期比	44.5%	-44.3%	3.5%	26.5%
EPS (円)	25.05	13.94	144.39	182.76
配当 (円)	3.50	4.00	45.00	50.00

注：2015 年 10 月 1 日 10 株→1 株で株式併合、16/3 期以降 EPS 配当は併合後のもの
出所：短信よりフィスコ作成

■今後の展望・戦略
売上高 800 億円などを目指す現行の中期経営計画は達成の見込み
(1) 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を実施している。その到達目標は連結売上高 80,000 百万円 (2014 年 3 月期比 18% 増)、連結営業利益 30 億円 (同 30% 増)、1 株当たりの配当金 50 円 (同実質 15 円増配) としているが、既に、営業利益は 2016 年 3 月期に達成しており、売上高、配当金も達成する見込みだ。

計画では、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 3 つの施策を掲げていたが、これらは今後も引き継いでいくとみられる。次期中期経営計画を同様の期間で立案した場合の最終年度は 2020 年 3 月期。東京オリンピック・パラリンピックの年がターゲットで、国内のスポーツ熱は高まるとみられ、環境は悪くはない。

国内市場の活性化が期待される一方、成長の原動力になるのは今後も海外事業だろう。なかでもアジア地域は所得水準の向上が想定され、高級品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、次の 3 年間も成長路線を歩むことが期待できる。

現在は、具体的な売上高目標を策定している段階だが、連結売上高で 90,000 百万円から 100,000 百万円が新たなターゲットになりそうだ。

釣りを中心に、トップラインを伸ばす戦略と言えるが、そうしたなかで、周辺事業を広げることも考えており、そのための新規投資も検討している。1 つの手法として M&A についても考慮していく方向だ。

他社では真似できない革新的な製品を次々と生み出し、市場開拓を目指す
(2) 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。一見すると他の消費財と同様、先行きに不安を抱かせる状況だ。

その中で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、他社では真似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。

「DAIWAの防水・耐久テクノロジー」



さらに、開始して 40 年となる D.Y.F.C (ダイワヤングフィッシングクラブ) など若者向けの啓もう活動を行っており、市場開拓に余念がない。



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通価格帯の数倍の価格ながら、所得水準が高い層からは、高級品に対するニーズが強い。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、今後、所得水準が上がるにつれ、同社が手掛ける高級品に引き合いが活発化しそうだ。

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アップの強化など、シェアを獲る戦略で臨んでいく。

他のメーカーとは一線を画し、ブランドを大切にした展開を図る ゴルフ事業

(3) 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、ゴルフはダンロップ、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。業界内でのポジションを踏まえ、それに適合した戦略を進めている。

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・サービスを提供する。具体的に「ONOFF」ブランドでは、メンバーシップ組織を構築し、ONOFF カスタマーへのサービスを充実してCSを高めていく施策がスタートしている。「FOURTEEN」はゴルファーに「ベストな 14 本」を追求し、着実に売上を重ねていく戦略だ。

「ONOFF」



「ONOFF LADY」



日本独自のブランド戦略を推進するラケットスポーツ事業

(4) ラケットスポーツ

テニスもゴルフと同様、ブランドを大切にする戦略を進めている。日本における「PRINCE」の販売代理店を担う。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。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。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為の物づくり、プロモーションに意欲的に取り組んでいる。

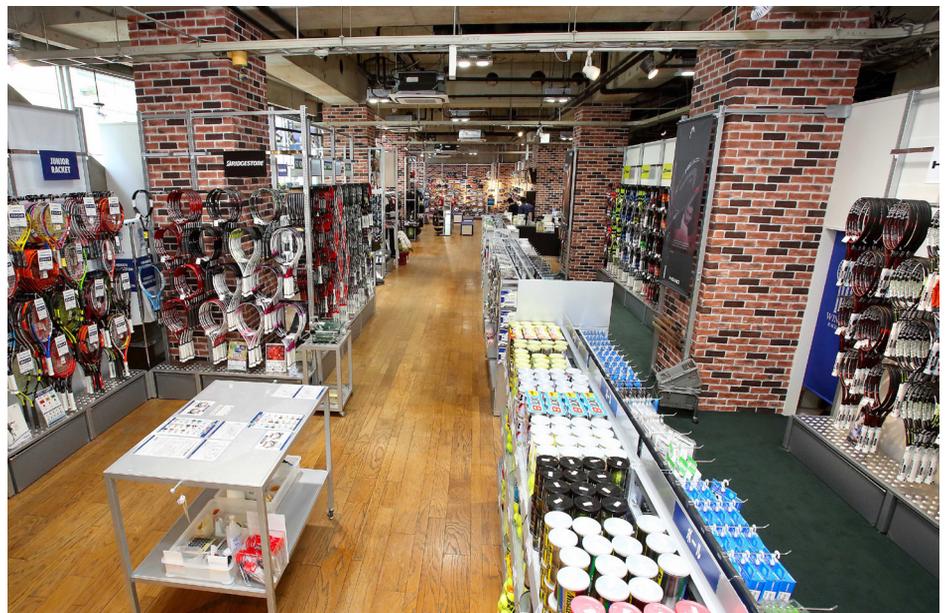


「オフコートまで楽しめる大人のテニスライフ」



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、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」



■ 株主還元

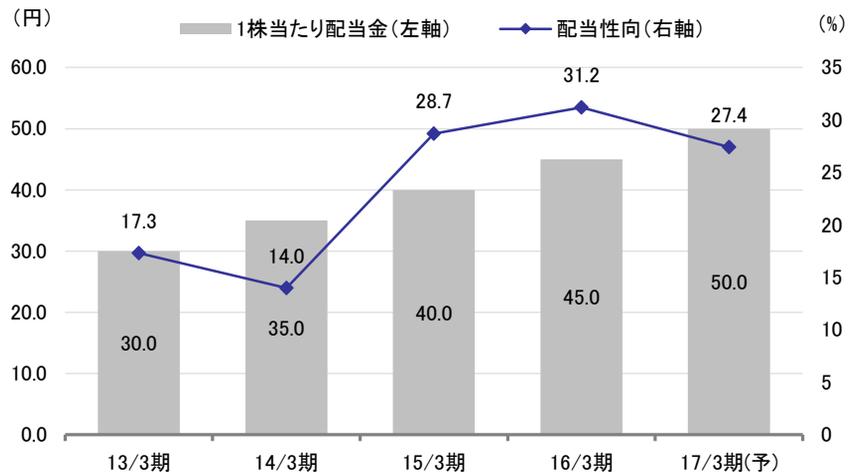
每期着実に増配を継続、2017 年 3 月期は実質前期比 11.1% 増となる 50 円配当を予想

2017 年 3 月期の年間配当金は、1 株当たり 50 円を計画。2016 年 3 月期は 2015 年 10 月 1 日に普通株式 10 株につき 1 株の割合で株式併合を実施したため、年 27 円（実質年 45 円）と変則的な数値となったが、これを踏まえて計算すると、2017 年 3 月期は実質 11.1% 増の 5 円増配となる見込みだ。

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。しかし、設備投資を積極化させた近年も、株主還元は前向きで、每期着実に増配を継続している。また、2016 年 3 月期の配当性向は 31.2% と 30% 台に乗せた。

加えて、オリジナル QUO カードを所有株式数と保有年数に応じて配布する株主優待制度を導入している。その効果もあり、1 割ほど株主数が増加したとしている。

配当金および配当性向の推移



ディスクレーマー（免責条項）

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・加工することは強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・譲渡することは強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