



2024年3月期

決算説明会資料

ヨネックス株式会社

証券コード:7906

2024年5月16日

1. 2024年3月期 通期決算	3
2. セグメント概況	8
3. 2025年3月期 業績予想	15
4. 配当	16
5. グローバル成長戦略の進捗	17
6. Appendix	32

売上高

1,164億円

前期比

+8.8%

営業利益

116億円

前期比

+15.4%

親会社株主に帰属する
当期純利益

88億円

前期比

+20.8%

売上高

- 各種大会の再開やスポーツ活動の活発化に加え、当社の草の根販促活動も奏功し需要が堅調
- 当社契約選手の活躍や新製品の販売好調など、当社製品への注目も高まり過去最高売上高を計上
- 海外子会社では円安に伴い業績の円換算による上押し効果もあり、各地域セグメントで増収

営業利益

- 増収に加え、主に日本セグメントの粗利率改善により粗利増加
- 人件費、システム関連費用、広告宣伝費の増加に加え、円安による外貨建て費用上昇もあり販管費増加
- 売上総利益の増加が販管費を上回り増益

一 連結業績

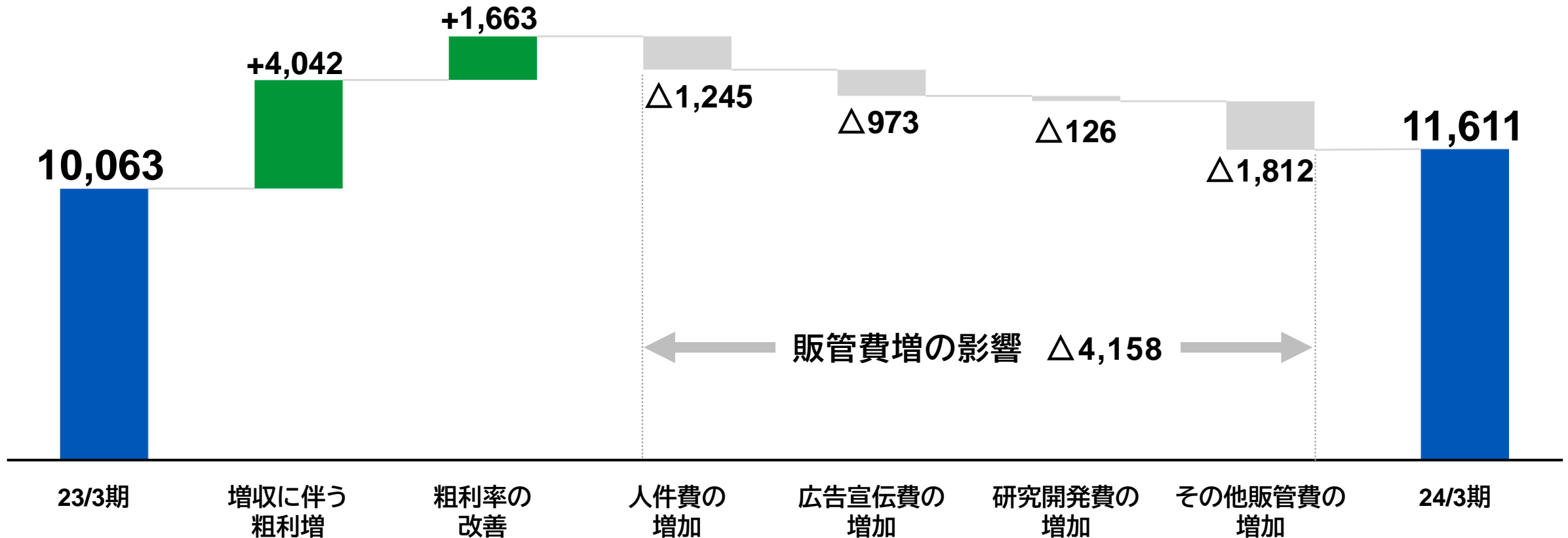
	(百万円)				
	2023年3月期 実績	2024年3月期		増減率 (増減額)	2024年3月期 通期予想※
		実績	売上比		
売上高	107,019	116,442	—	+8.8% (+9,423)	116,000
売上総利益	45,905	51,611	44.3%	+12.4% (+5,705)	—
販管費	35,842	40,000	34.4%	+11.6% (+4,158)	—
営業利益	10,063	11,611	10.0%	+15.4% (+1,547)	10,700
経常利益	9,961	12,195	10.5%	+22.4% (+2,233)	10,700
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,331	8,859	7.6%	+20.8% (+1,527)	7,800
1株当たり当期純利益(EPS)	84.05円	102.45円	—	+18.40円	89.50円
自己資本利益率(ROE)	14.9%	15.6%	—	+0.7pt	—

※ 2023年5月11日公表値

一 連結営業利益 増減分析

体制強化等による人件費、システム関連費用等のその他販管費を中心に販管費は増加したものの、増収と主に日本セグメントの粗利率改善等に伴う粗利増加が上回り増益

(百万円)



一 連結貸借対照表

棚卸資産は、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販売増加により減少。有形固定資産は、研究開発施設および工場関連の設備投資等により増加。成長投資のための新規借入れにより有利子負債増加

● 資産

	2023年3月末	2024年3月末	増減額
現預金	16,912	23,549	+6,637
受取手形・売掛金	15,030	17,135	+2,105
棚卸資産	18,832	16,743	△2,089
有形固定資産	21,014	26,109	+5,095
無形固定資産	1,994	2,333	+339
その他	5,637	5,355	△281
資産合計	79,421	91,226	+11,805

● 負債・純資産

(百万円)

	2023年3月末	2024年3月末	増減額
買掛金・支払手形	7,128	6,390	△738
有利子負債	4,026	7,750	+3,723
その他	15,165	16,184	+1,018
負債合計	26,321	30,325	+4,004
自己資本	52,925	60,703	+7,777
非支配株主持分	174	197	+23
純資産合計	53,099	60,901	+7,801
負債純資産合計	79,421	91,226	+11,805

一 連結キャッシュ・フロー

安定的なキャッシュを確保しつつ、グローバル成長戦略(GGS)に基づきITやものづくりの強化に向けた投資を強化

(百万円)

	2023年3月期	2024年3月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,989	12,489	+9,500
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,458	△7,373	△2,915
フリー・キャッシュ・フロー	△1,468	5,116	+6,584
財務活動によるキャッシュ・フロー	△480	764	+1,244
現金及び現金同等物に係る 換算差額	827	880	+52
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△1,120	6,761	+7,882
現金及び現金同等物の残高	16,418	23,180	+6,761

- 在庫削減による棚卸資産の減少(+)
- 当期純利益の増加(+)
- 新基幹システムの稼働による減価償却費の増加(+)

- 研究開発施設(新潟県長岡市)
- 設備投資(増産及び維持更新)
- 新基幹システムのグローバル展開等

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 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	51,039	1,641	43.8%	<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	54,849	8,883	47.1%	<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	5,512	251	4.7%	<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	4,518	533	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		522	21	0.5%	<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

セグメント別売上高への為替影響

すべての通貨で円安が進行し、業績換算時の円安効果が連結での増収に寄与。北米では現地通貨ベースで減収となったものの、円換算により増収

● 為替レート

	1RMB	1TWD	1USD	1EUR	1GBP
23/3期 (1-12月)	19.47円	4.40円	131.42円	138.03円	161.91円
24/3期 (1-12月)	19.81円	4.50円	140.55円	151.98円	174.85円
前期比	+1.7%	+2.3%	+6.9%	+10.1%	+8.0%

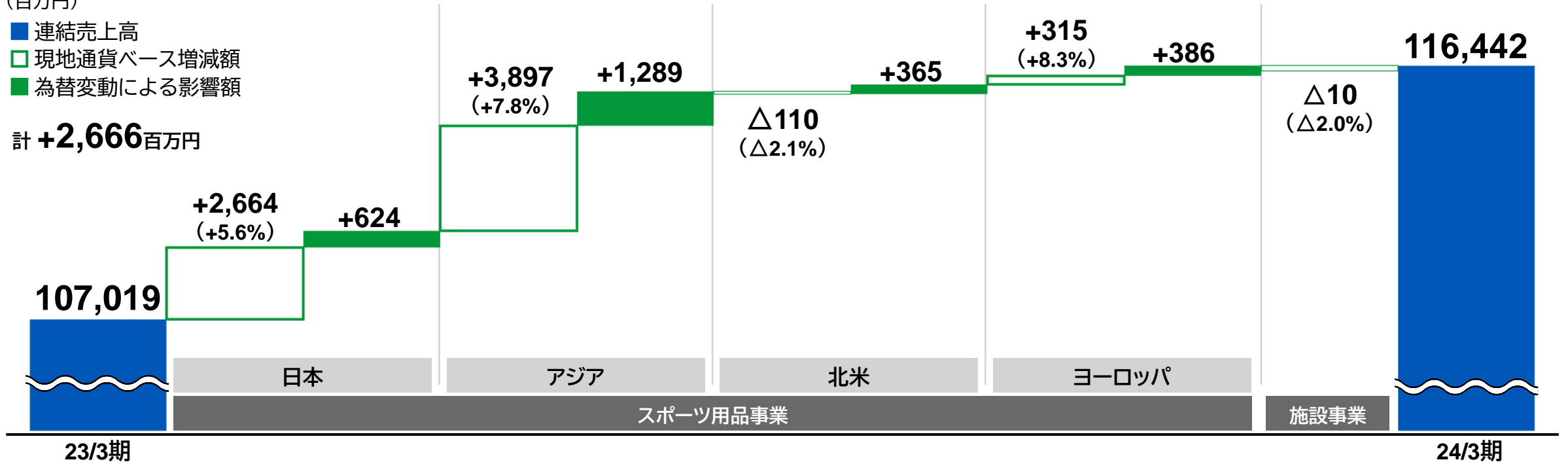
(百万円)

■ 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 **+2,666**百万円



売上高

51,039百万円

前期比
+6.9%

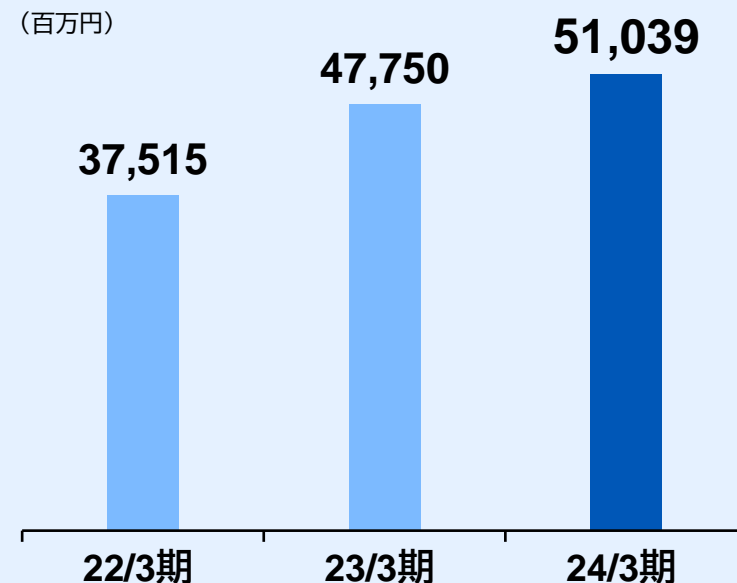
国内

バドミントンは需要が引き続き堅調で、4Qは3月発売の新製品ラケットの好評もあり増収。テニスは下期は回復が見られたが、ここ数年の販売増加が一段落し微減収。全体では増収

海外代理店

大幅な伸びとなった前期と比べて伸び率は落ち着いているものの、引き続きバドミントン市場が活発なアジア地域を中心に増収

(百万円)



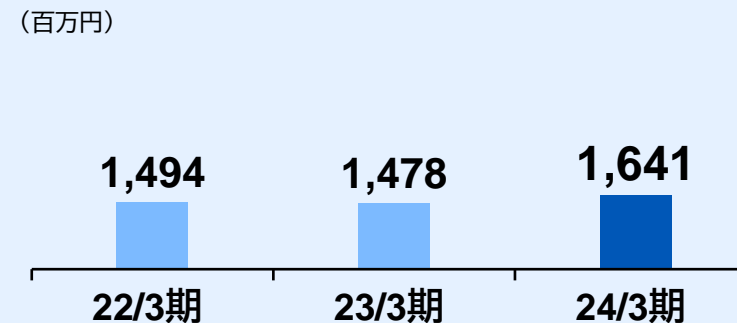
営業利益

1,641百万円

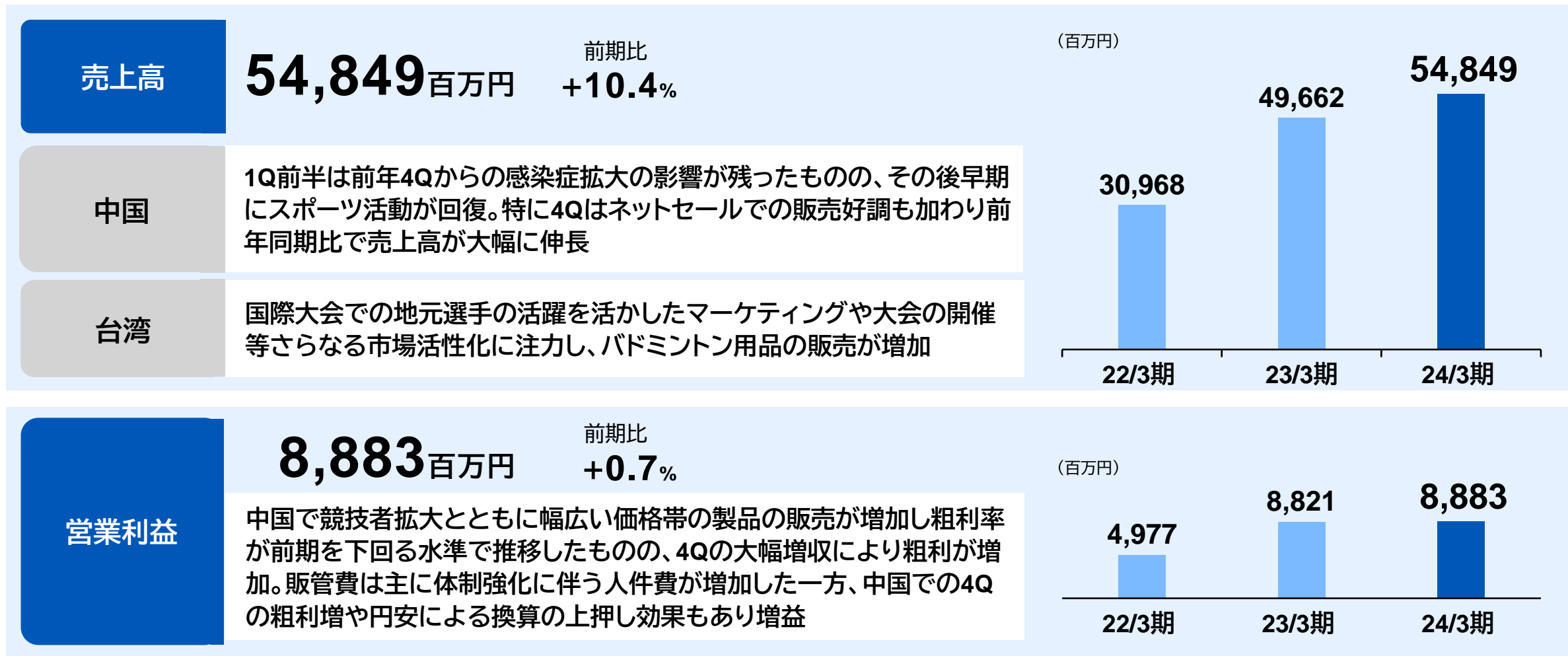
前期比
+11.0%

円安による仕入れ価格上昇等の影響はある一方、セールスマックスや販売価格見直し等により、為替の影響を大きく受けた前期比で粗利率が改善。増収効果も加わり粗利増加。グローバルでの広告宣伝費、人件費、システム関連費用に加え、円安による外貨建て費用の上昇も影響し販管費は増加も、粗利の増加が上回り増益

(百万円)



スポーツ用品事業 アジア



● 為替レート

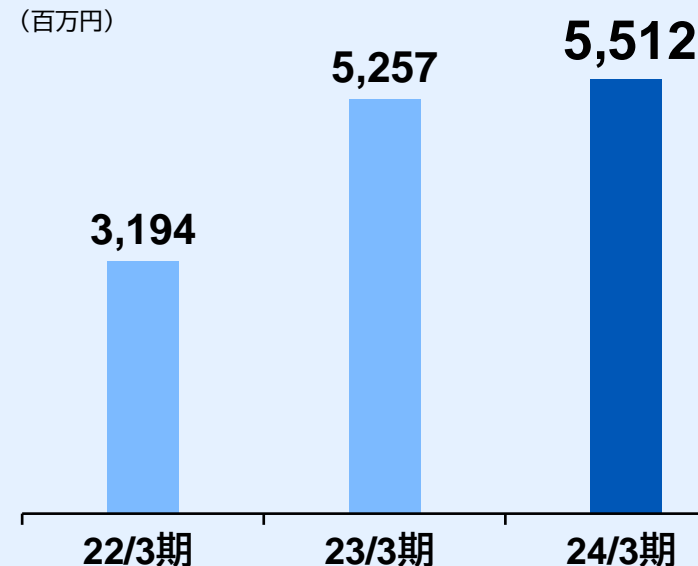
	2023年3月期	2024年3月期	前期比		2023年3月期	2024年3月期	前期比
1RMB	19.47円	19.81円	0.34円 円安	1TWD	4.40円	4.50円	0.10円 円安

スポーツ用品事業 北米

売上高

5,512百万円 前期比 **+4.9%**

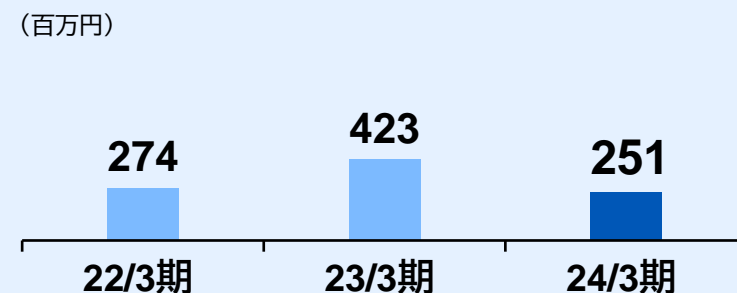
バドミントンは、下期は競技の再開により大幅増収となった前年同期と比べて減収となったが、上期の増収幅が大きく増収。カナダでは国際大会の開催も市場を活性化し需要が堅調に推移。テニスは引き続き競技は活発に行われているものの、前年下期からの市場全体の在庫増と、前期までの大幅な販売増の反動で販売が減少。全体ではバドミントンの増収と円安効果により増収



営業利益

251百万円 前期比 **△40.7%**

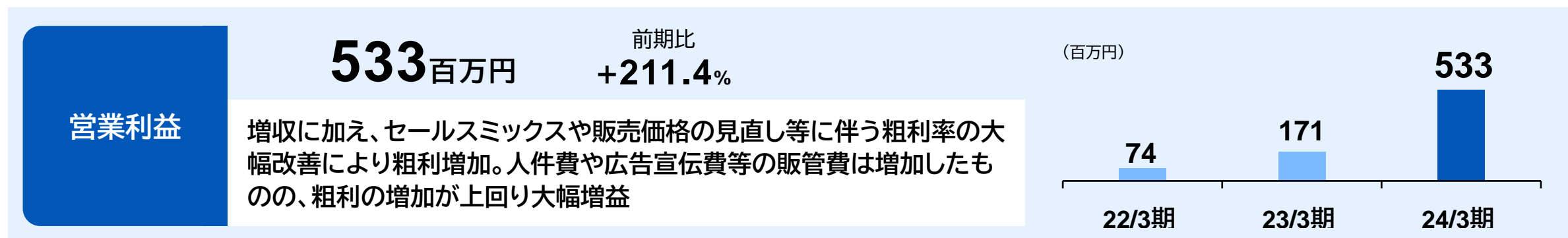
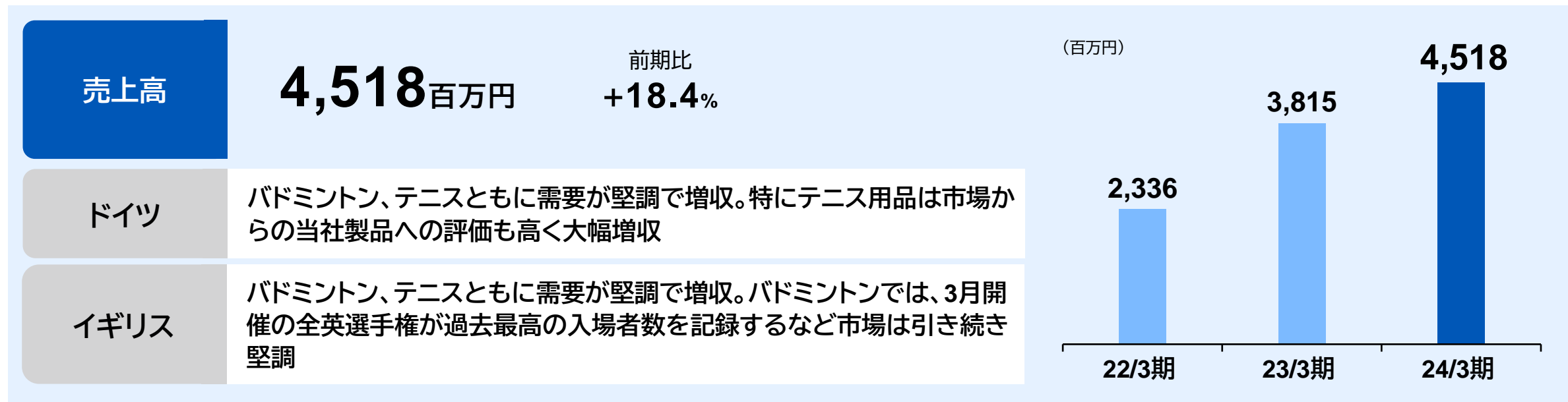
増収により粗利は増加も、マーケティング強化による広告宣伝費や体制強化に伴う人件費等の販管費の増加が上回り減益



● 為替レート

	2023年3月期	2024年3月期	前期比
1USD	131.42円	140.55円	9.13円 円安

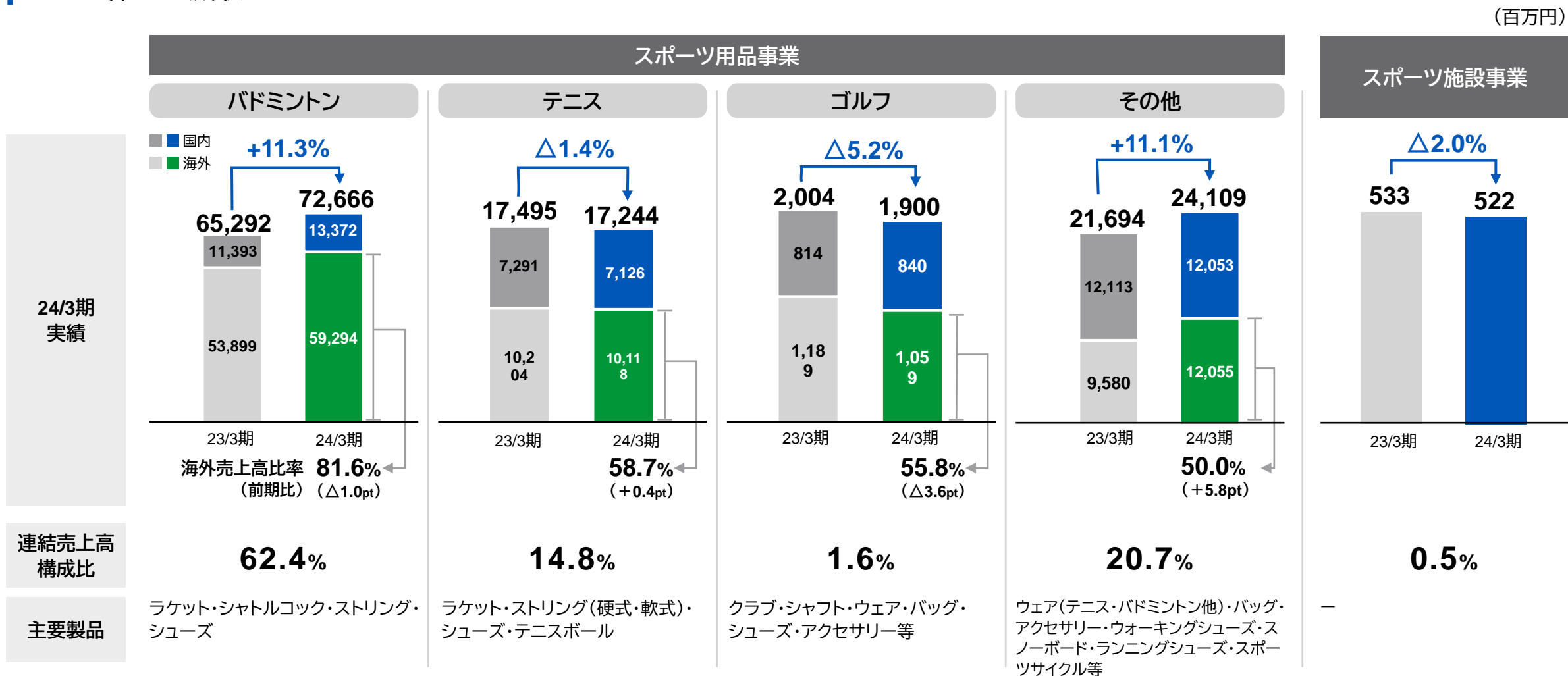
スポーツ用品事業 ヨーロッパ



● 為替レート	2023年3月期			2024年3月期			前期比				
	1EUR	138.03円	→	151.98円	13.95円	円安	1GBP	161.91円	→	174.85円	12.94円

— 種目別売上高

バドミントンは引き続き需要が堅調で、国内・海外ともに増収。テニスは中国と欧州で増収となったものの、日本と北米で減収となり全体でも減収



※ 海外代理店向け販売は、海外売上高に含む

— 2025年3月期 業績予想

引き続き緩やかな成長を維持しながら、グローバル成長戦略(GGS)に沿って中長期の成長に向けた投資に取り組む

● 予想の前提

- 外部環境は引き続き不透明なもの、スポーツや健康の価値が見直される中で、今後もスポーツを楽しむ人々は世界中で増えていく見込み
- 中長期を見据えたマーケティングと人財への積極的な投資と、ITやものづくりの強化に向けた設備投資に伴う減価償却費が増加の見込み

● 為替レート (期中平均) (円)

	24/3期 実績	25/3期 予想
1RMB	19.81	19.8
1TWD	4.50	4.5
1USD	140.55	150
1EUR	151.98	160
1GBP	174.85	185

(百万円)	2024年3月期 実績		2025年3月期 予想		増減率(増減額)	
	上期	通期	上期	通期	上期	通期
売上高	57,725	116,442	62,500	126,000	+8.3% (+4,774)	+8.2% (+9,557)
営業利益	5,612	11,611	6,200	12,500	+10.5% (+587)	+7.7% (+888)
営業利益率	9.7%	10.0%	9.9%	9.9%	+0.2pt	△0.1pt
経常利益	6,220	12,195	6,200	12,500	△0.3% (△20)	+2.5% (+304)
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,396	8,859	4,400	9,300	+0.1% (+3)	+5.0% (+440)

一 配当

期末配当は普通配当7円に特別配当2円を追加し、9円を予定。これに伴い、年間配当金は16円を予定。2025年3月期は年間配当金20円を予定(中間配当10円、期末配当10円)

● 基本方針

安定的かつ適正な配当水準を維持

		2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期 (中間配当実績・ 期末配当予定)	2025年3月期 予想
1株当たり配当金(円)		4.5	10.0	13.0	16.0	20.0
中間配当金	普通	2.0	3.0	5.0	7.0	10.0
	特別	—	1.0	1.0	—	—
	記念	—	1.0	—	—	—
期末配当金	普通	2.5	3.0	5.0	7.0	10.0
	特別	—	2.0	2.0	2.0	—

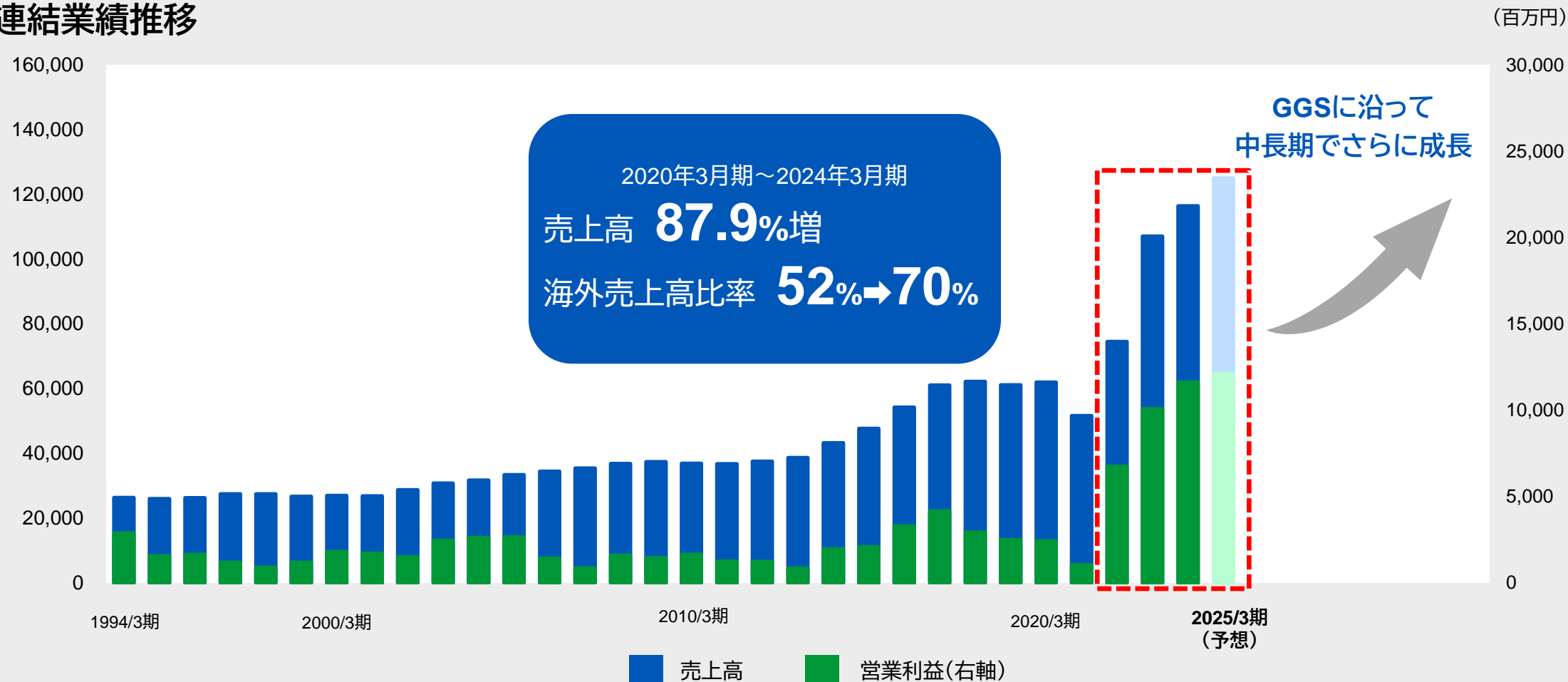


グローバル成長戦略の進捗

— 新たな成長フェーズに

人々の価値観やライフスタイルが大きく変化する中、事業規模が拡大し、お客様もグローバルに拡大。グローバル成長戦略 (GGS) に沿って、中長期でさらなる成長を目指す

連結業績推移



一 経営理念から「パーパス & ミッション」へ

グローバル成長戦略に沿って変化を起こしていく中で、ヨネックスのコアとして守るべきものを理解し、世界中のヨネックス社員全員で同じ方向に進んでいくために、経営理念を「パーパス(存在意義)」と「ミッション(使命)」に再定義

パーパス(存在意義)
独創の技術と最高の製品で世界に貢献する

ミッション(使命)
スポーツと人、人と人をつなぎ、
よりよい未来を創造する

パーパス&ミッションワークショップ

パーパスとミッションについて、社員どうしでディスカッションしながら考えるワークショップを実施

合計**24**回実施、**685**名参加

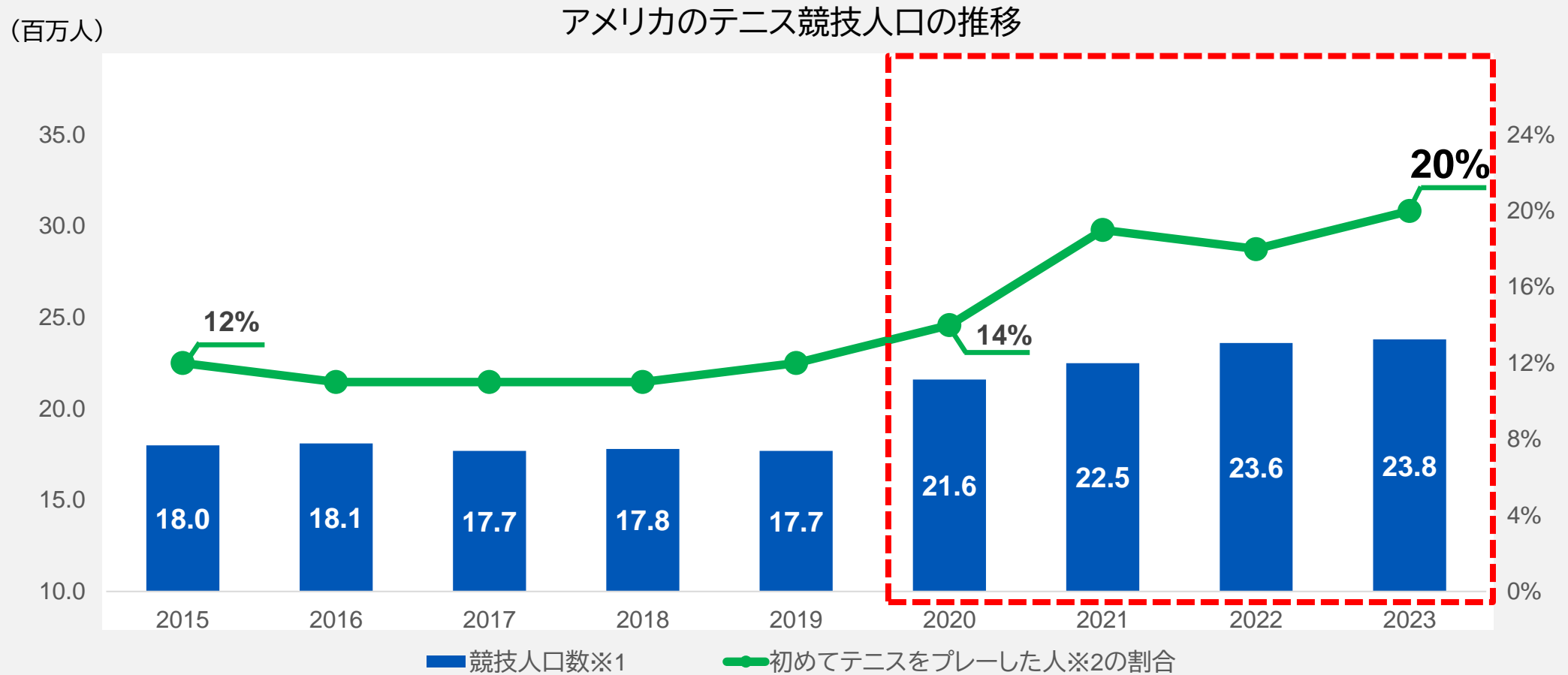


ー グローバル成長戦略(GGS)の進捗

	現状	目指す姿	進捗
地域構成	東アジア中心	その他地域のさらなる成長	<ul style="list-style-type: none"> 北米テニスでの存在感の高まり インドの成長、新工場稼働開始
マーケティング	営業活動支援が中心	お客様起点の戦略	重点地域・分野でプロジェクトチーム始動
DTCとデジタル	地域ごとのデジタル・EC戦略	ヨネックスのDTCエコシステムを構築	ヨネックスDTCエコシステムの構築に向け、「DTC センター・オブ・エクセレンス」を設置
IT	保守的なIT戦略	戦略の達成に向けたIT投資強化	<ul style="list-style-type: none"> 中国子会社での新基幹システム展開 グループ全体でのIT変革に向けた「GGS IT変革プログラム」始動
ものづくり	カーボン技術の蓄積と、高性能、高品質な製品を生み出すものづくり	カーボン技術を軸に、全製品で「お客様起点」のイノベーションと高品質を実現	<ul style="list-style-type: none"> 研究開発施設2024年6月完成 テニス新工場着工(2025年春完成予定)
GGSの原動＝人財			<ul style="list-style-type: none"> 社内コミュニケーション活性化 パーパス&ミッション策定、ワークショッップ実施 働き方、評価・報酬制度見直しに向けた検討
コーポレート・カルチャーの進化			

一 地域構成：北米テニス

2020年に競技人口が2,000万人を超え、以降も緩やかな成長が継続。特に初めてテニスをプレーする人の割合が増加



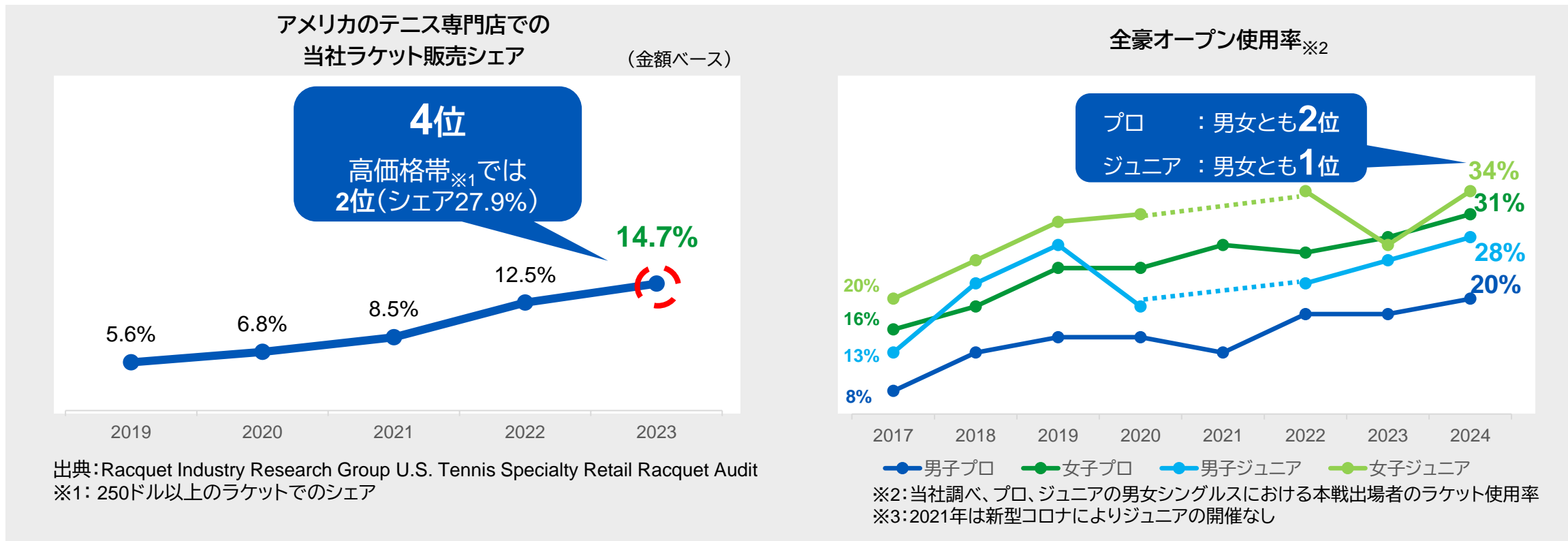
出典：Racquet Industry Research Group 2024 U.S. Tennis Participation Report

※1: 6歳以上の、1回以上テニスをプレーしたことがある人

※2: その年に初めてテニスをプレーした人

地域構成：北米テニス

シェアとトップ選手使用率は継続的に上昇。より幅広い層でヨネックスファンを拡大し、テニス用品全体でNo.1ブランドを目指す



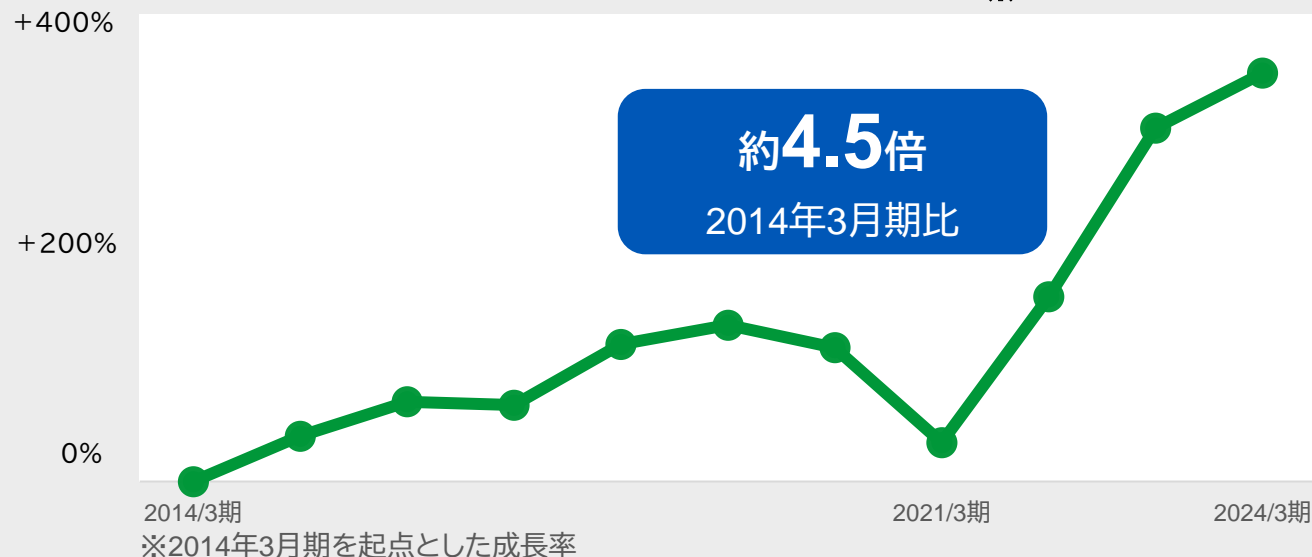
さらなる成長に向けて

- より幅広い層でのヨネックスファン拡大
よりカジュアルな層に向けた商品ラインナップや、草の根活動、コミュニケーションを強化する
- シューズ、ストリング、ウェアも含めてNo.1ブランドを目指す
ラケットだけでなく、シューズ、ストリング、ウェアにおいても、試してもらう機会を増やしながらか当社製品の性能・品質を広めていく

地域構成:インド バドミントン

バドミントン人気の高まりで大幅成長。さらなる成長を見据えた取り組みを推進

インド向け売上高の成長率*



今後の成長ポテンシャル

- バドミントン市場の活性化
 - ・人口増加、経済発展によるスポーツ市場全体の成長
 - ・バドミントン人気の高まり
- 価格帯の変化
 - より高性能な製品への需要の高まり

当社の取り組み

- インド市場向けの「Made by Yonex」ラケットを提供

第2工場を開設し、2023年6月から稼働開始。より高性能なカーボン製ラケットの製造を強化



- 競技の普及発展に向けた活動

- ・バドミントンクラブとの関係強化
- ・試打会や小規模大会の運営サポート 等



中国バドミントン事業

中国・成都で開催された男女別の国・地域別対抗戦、トマス杯・ユーバー杯で、中国が男女ともに優勝。自国開催で12年ぶりに男女W優勝を果たし、中国バドミントンファンを大いに盛り上げた



▲世界ランク1位※の女子ダブルス、
チェン・チンチェン&ジア・イーファンペア

※2024年5月7日現在



▲第1シングルスを制した
男子シングルのシー・ユーチー



トマス杯&ユーバー杯2024(2024年4月27日~5月5日)

2年に一度開催される男子のトマス杯と女子のユーバー杯は、ダブルス2戦、シングルス3戦の5戦で争う団体戦。男女ともに決勝は中国対インドネシアの対決となり、男子は3-1、女子は3-0で勝利

中国バドミントン事業

当社の草の根活動も後押しし引き続き市場が活性化。今後のさらなる成長に向け、成長余地のある普及価格帯ラケットや、シューズ、ウェア等を強化

当社の草の根活動

さらなるすそ野拡大に向け、さまざまな層に向けた大会やイベントを実施

アマチュア大会

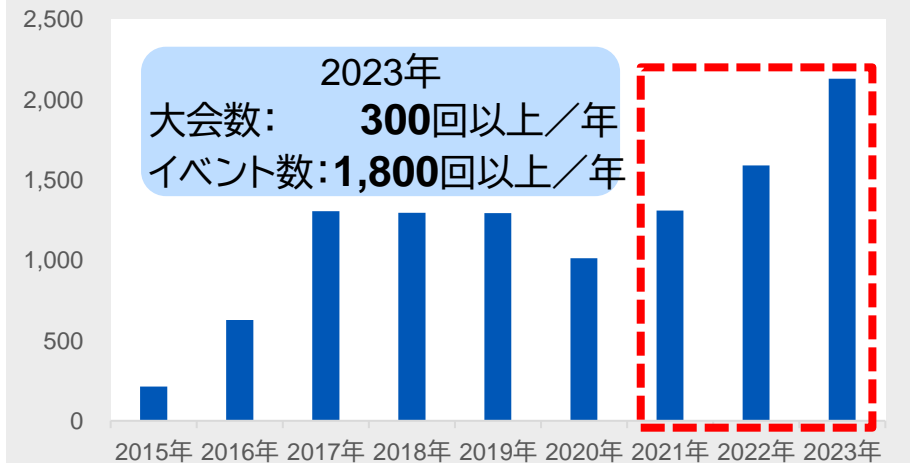
ジュニアやレディースに特化した大会など、さまざまなプレイヤー層に向けた大会を中国各地で実施

イベント

試打会、ジュニア層への講習会、家族参加型イベント等



当社によるアマチュア大会・イベント実施数



今後の拡大余地

● セールスマックスの多様化

競技者のすそ野拡大とともに、バドミントンシューズや、普及価格帯バドミントンラケット、ウェアなど、幅広いカテゴリー・価格帯の製品の販売が増加

▶ 競技層が幅広く、バドミントン専用のシューズやウェアを着用しないプレイヤーも多いため、今後さらなる成長余地がある



新部署を設置し、ヨネックスDTCエコシステムの構築に向けた分析、計画を開始

新部署「DTC センター・オブ・エクセレンス(DTC COE)」を設置

- ・アメリカを拠点に発足
 - ・アメリカのDTC専門チームと、本社のさまざまな事業部門のメンバーで構成
- ▶ 今後の展開に向け、現状や活かすべき強み等を分析し、計画立案段階

ヨネックスの強み

- ・ものづくりの技術とイノベーション
- ・トップ選手からの信頼
- ・販売店との関係性
- ・草の根活動

目指すDTCエコシステム



グローバルで統一した
情報や体験の提供



ヨネックス製品への
シームレスなアクセス



一般プレーヤー、トッ
プ選手、コーチ達が
繋がるコミュニティ



ヨネックスとお客様
が直接繋がる場

ものづくり

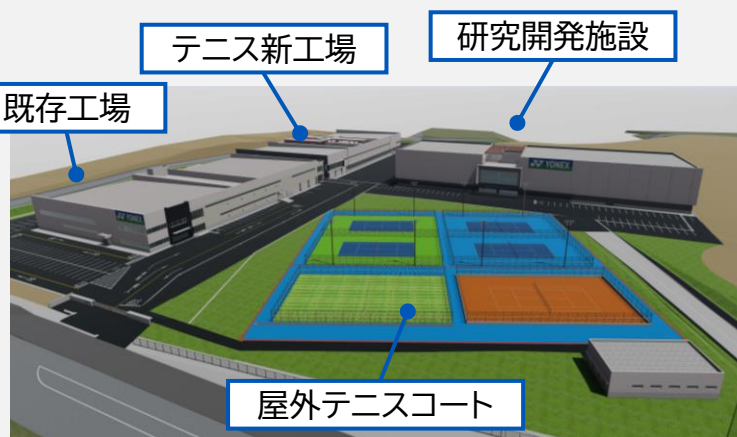
「お客様起点」をかたちにし、さまざまなお客様のニーズに応えるためにもものづくりの体制を強化。海外自社工場や協力工場で生産しているものも含め、全商品でMade by Yonexの品質とイノベーションを追求

創業の地・新潟でものづくりの体制を強化

- 研究開発施設「YONEX PERFORMANCE INNOVATION CENTER」
(2024年6月竣工予定)
- テニス新工場(2025年春頃竣工予定)

研究開発施設と製造拠点が隣接

開発と製造が連携し、試作や改善のサイクルをスピーディーに繰り返すことでさらなるイノベーションを生み出す



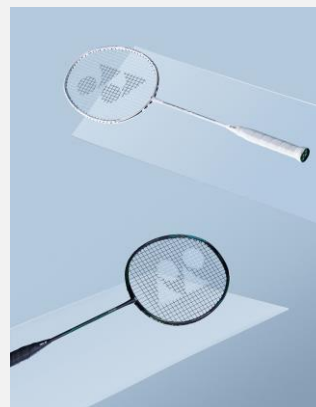
▲完成予定図

全商品でMade by Yonexの品質とイノベーションを追求

- 台湾製バドミントンラケットの強化

台湾製ならではの性能と品質を提供

より幅広い層に向けた性能を追求するとともに、国内工場と同様、品質にこだわって製造。台湾製ラケットの品質やこだわりについての発信も強化



▲台湾製「NEXTAGE (ネクステージ)」シリーズ



▲台湾工場の製造過程の動画(YouTube)

GGGを達成するための基盤として、新基幹システムのグローバル展開だけでなく、ヨネックスグループ全体でITを強化するための「GGG IT変革プログラム」を始動

新基幹システムグローバル展開

2023年1月 本社稼働開始

2024年1月 中国子会社の稼働開始稼働

ヨネックスグループ全体でのIT変革に向けて

「GGG IT変革プログラム」を始動し、今後IT戦略とロードマップを策定し進める

GGG IT変革プログラムの方針



コマーシャル・テクノロジー・
ストラテジー(CTS)

ヨネックスグループとしての
IT戦略とロードマップ



グローバルアプローチ

グローバルな仕組みを元に
ローカルが主体的に実施

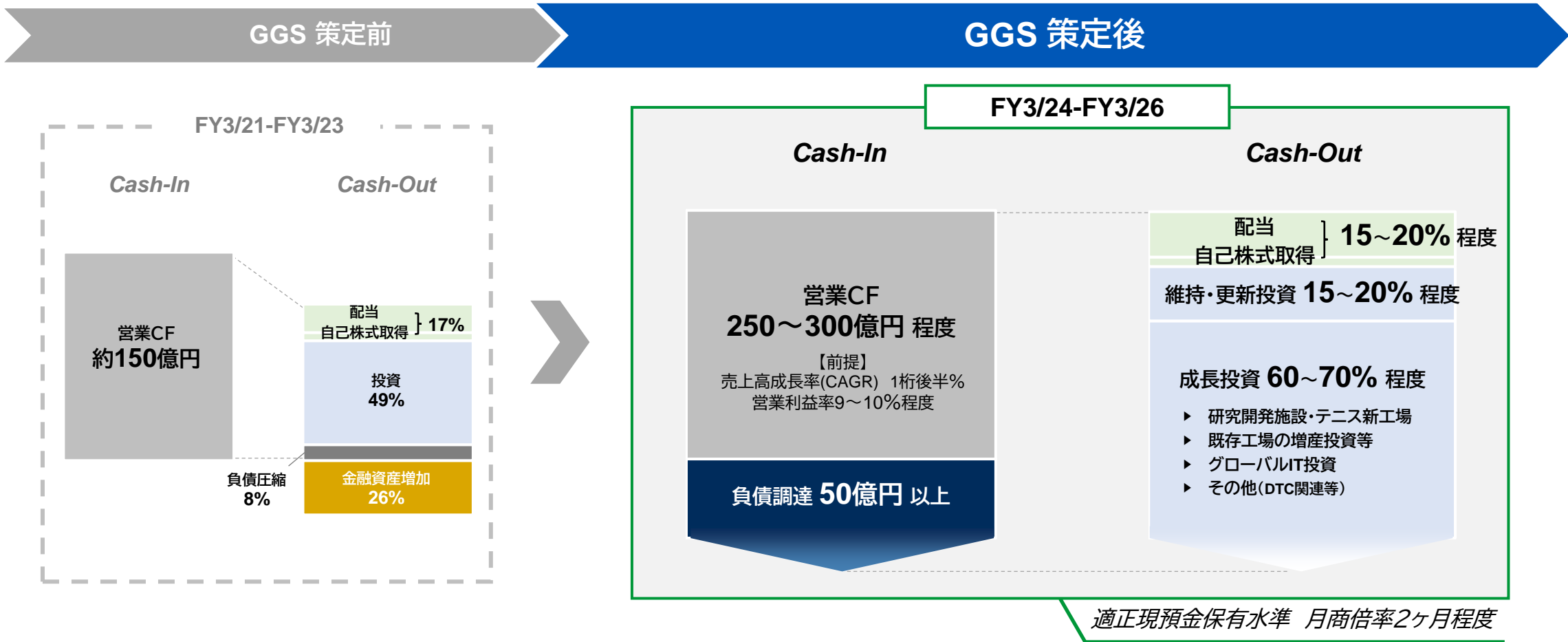


事業とITの連携

事業部門とIT部門が連携し、
迅速に対応を進める体制づくり

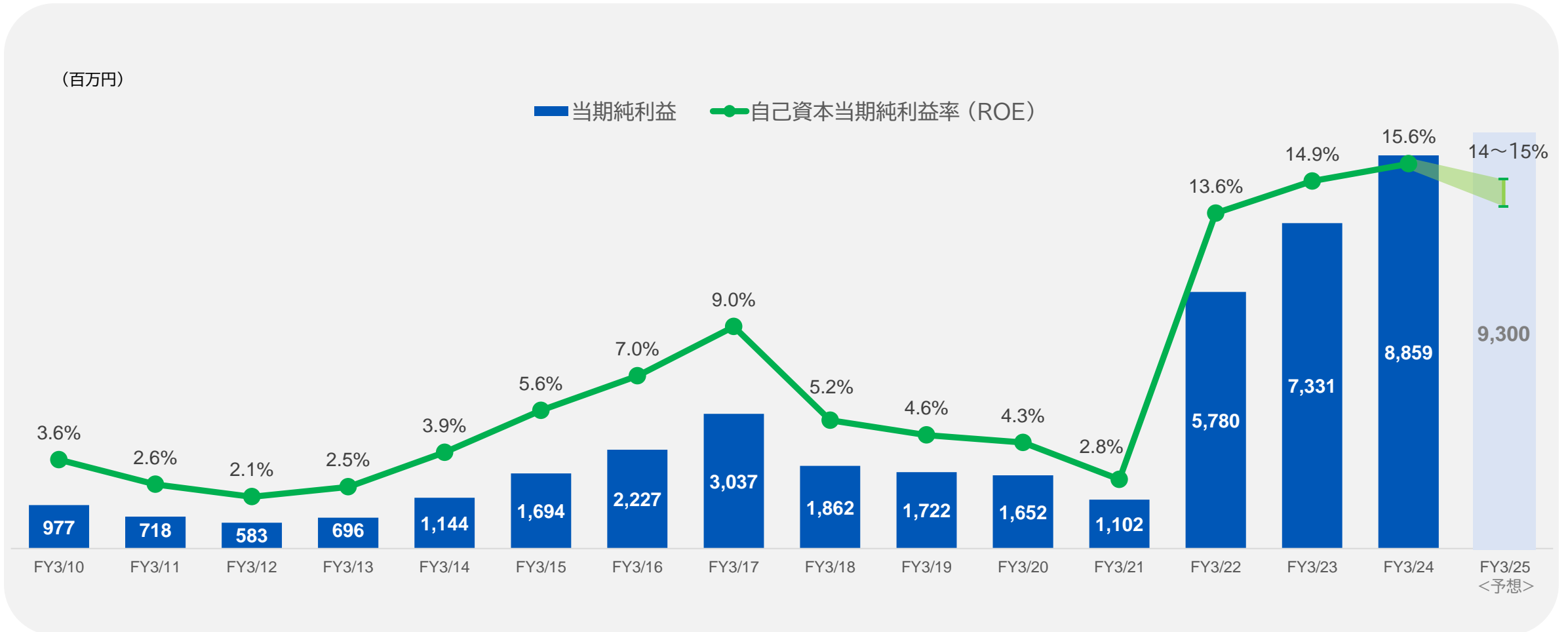
一 資本配分計画

創出するキャッシュを成長投資と長期安定的な株主還元に分け、資本コストを意識し、負債の活用を進める



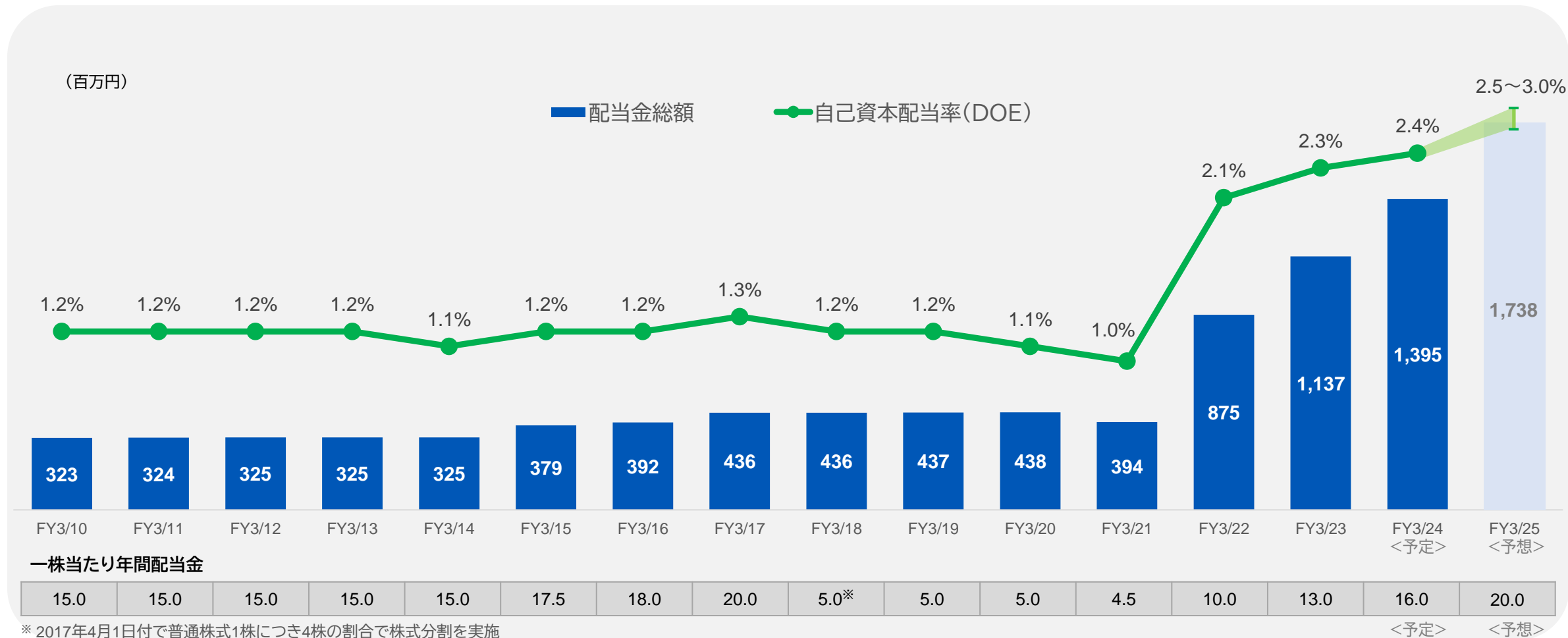
一 当期純利益及びROEの推移

過去3年の急成長に伴う当期純利益の増加により、ROEは株主資本コストを上回る水準と認識



一 配当方針

長期的な成長に基づき安定的な配当を実施





Appendix

— 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

● 2024年3月期 通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)		
アジア、北米、 ヨーロッパセグメント (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	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期
日本 (国内+海外代理店向け)	38,119	29,009	37,515	47,750	51,039
アジア (子会社)	18,835	18,276	30,968	49,662	54,849
北米 (子会社)	2,212	1,945	3,194	5,257	5,512
ヨーロッパ (子会社)	2,286	1,901	2,336	3,815	4,518
施設事業	512	422	469	533	522
連結売上高	61,967	51,554	74,485	107,019	116,442

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	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期
日本	29,350	22,766	28,252	32,146	33,914
海外売上高	32,616	28,787	46,232	74,873	82,528
アジア地域	26,009	23,181	38,095	59,122	66,418
北米地域	2,212	1,945	3,194	5,263	5,512
ヨーロッパ地域	3,760	3,131	3,484	8,662	8,823
その他	633	529	1,458	1,824	1,773
合計	61,967	51,554	74,485	107,019	116,442
海外売上高比率	52.6%	55.8%	62.1%	70.0%	70.8%

日本 | スポーツ施設事業を含む日本事業
アジア地域 | 中国・台湾・東南アジア・韓国・インド 他
北米地域 | アメリカ・カナダ

ヨーロッパ地域 | ドイツ・イギリス・デンマーク・フランス 他
その他 | オーストラリア・中近東・中南米 他

*海外代理店向け販売は、海外売上高に含む

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。