

4928 ノエビアホールディングス

大倉 俊 (オオクラ タカシ)

株式会社ノエビアホールディングス代表取締役社長

売上高営業利益率・ROE を重要経営指標、節度ある成長の実現を

◆2014年9月期連結業績ハイライト

当期は、消費増税前の駆け込み需要の減少に対応するため、特に下半期に、マーケティング費用の積極的な投資を行った結果、売上高は482億53百万円(前期比17億37百万円増、3.7%増)、営業利益は70億64百万円(同1億87百万円減、2.6%減)、経常利益は75億13百万円(同34百万円減、0.5%減)となった。当期純利益は税率の変更等があり、43億49百万円(同2億31百万円減、5.1%減)となっている。また、株主の皆様への利益還元を経営上の重要課題とし、当期の期末配当金は直近の配当予想から10円増配し、1株当たり60円の配当としている。これにより、配当性向は51.7%となった。

販売費及び一般管理費は今期246億66百万円(同11億8百万円増、4.7%増)、期初計画していた販管費以上の積極的投資を行った。これは主に、消費増税後の消費意欲の低下に備えるために、セルフ化粧品やドリンク商材等へのテレビCMを中心としたマーケティング費用を積極的に投入したことによる。その結果、1億87百万円の営業減益になった。

◆セグメント別状況

化粧品事業の売上高は、321億円(前期比8億22百万円増)、セグメント利益は84億13百万円(同6億38百万円増)、売上構成比は66.5%だった。カウンセリング化粧品は、高級基礎シリーズ「ノエビア505」、「スペチアール」が堅調だったが、既存基礎シリーズは前年を下回った。メイクアップシリーズは堅調だった。セルフ化粧品については、主要ブランドの基礎化粧品シリーズ「なめらか本舗」が非常に好調で売上に貢献した。メイクアップシリーズ「エクセル」も伸長した。化粧下地「毛穴パテ職人」や低刺激性化粧品「ノブ」も好調だった。海外・OEMはともに堅調で、化粧品事業全体では増収増益である。

医薬・食品事業の売上高は、140億67百万円(同5億18百万円増)、セグメント利益は6億74百万円(同6億20百万円減)、売上構成比は29.2%だった。増収減益となった主な要因は、2013年11月に常盤薬品工業の子会社の常盤メディカルサービスが配置薬販売事業の営業権を取得したことである。医薬品事業は前年並みだった。食品事業は好調で、機能性ドリンク「眠眠打破」と「強強打破」をリニューアルして、テレビCMを中心としたプロモーションや店頭プロモーションを行い、マーケットシェアを確保した。しかしマーケティング費用をかけた分、全体の医薬・食品事業のセグメント利益は前年に届かなかった。

その他の事業の売上高は、20億85百万円(同3億96百万円増)、セグメント利益は1億58百万円の営業損失となり、売上構成比は4.3%だった。航空関連事業は欧米市場の需要に回復がみられ、売上は順調に推移した。アパレル・ボディファッションは前年並みの売上を確保している。

◆連結財務状況

流動資産は 622 億 68 百万円(前期比 12 億 12 百万円減)だった。現預金残高 418 億 71 百万円から販売代理店の長期預り保証金 159 億 22 百万円を差し引いたネットキャッシュは 259 億 49 百万円となり、前期比 4 億円積み上がり、引き続き潤沢な手元流動性資金を確保している。固定資産は 257 億 89 百万円(同 23 億 99 百万円増)で、生産設備改修等により上半期で増えている。負債純資産合計は 880 億 58 百万円で、自己資本比率 63.5%となっている。

設備投資は 29 億 89 百万円、減価償却は 10 億 21 百万円だった。

◆今後の取り組みと業績見通し

中期経営計画については、売上高営業利益率および ROE を重要な経営指標とし、「各事業の持続可能な経営による節度ある成長の実現」をグループ全体で目指していく。

2015 年 9 月期は、売上高 485 億円、営業利益 75 億円、売上高営業利益率 15.5%、ROE8.2%を見込んでいる。2019 年 9 月期には売上高 530 億円、営業利益 100 億円、売上高営業利益率 18.9%、ROE10%を目指す。

第 2 四半期(累計)予想は、売上高 233 億円、営業利益 37 億円、経常利益 38 億円、当期純利益 18 億円を見込んでいる。前第 2 四半期は消費増税前の駆け込み需要があったため、当第 2 四半期は前期比減収減益の見通しとなっている。

◆セグメント別目標

化粧品事業のカウンセリング化粧品については、中価格帯の「ノエビア 99」を「ノエビア 99 プラス」として 11 年ぶりにリニューアル発売した。カウンセリング化粧品は、全国の販売代理店のサロン「ノエビア ビューティスタジオ」を顧客接点の重要な拠点として注力している。現在の 1,590 店から約 200 店舗増店し、2015 年 9 月期末までに 1,800 店を目指す。直営店「ノエビアスタイル ショップ」は、店舗のリニューアルを実施し、首都圏を中心にブランドの浸透を図っていく。セルフ化粧品については、秋冬商戦に備えた商品を続々投入し、CM 効果も出て売上は拡大している。メイクブランドの「エクセル」も好調で、今後も新商品を投入しプロモーションを積極的に行っていく。「毛穴パテ職人」では、人気タレントをイメージキャラクターに起用したことにより、若い女性に好評である。「ノブ」についても更なる売上確保を目指す。

医薬・食品事業の「眠眠打破」シリーズについては、テレビ CM に加え、Web、SNS を活用したプロモーションを展開していく。また、プライベートブランド、OEM の新たな商機獲得にも取り組む。

その他の事業においては、世界情勢が不安定な中、航空関連事業については常に慎重に対応していく。

(平成 26 年 11 月 13 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

http://www.noevirholdings.co.jp/ir/account/guide/pdf/2014_shiryo_141113.pdf