

マルマン株式会社

2006年9月期 中間決算について

1. 2006年9月期 中間業績

単位：百万円

	05/9 中間期 (単体)	百分比	06/9 中間期 (連結)	百分比	前年同期比
売上高	3,867	100.0%	4,424	100.0%	+ 14.4%
売上総利益	1,937	50.1%	2,061	46.6%	+ 6.4%
営業利益	438	11.3%	311	7.0%	29.1%
経常利益	439	11.4%	341	7.7%	22.3%
当期純利益	255	6.6%	218	4.9%	14.6%

(注1) 当社は2006年3月にヘルスケア事業部をマルマンバイオ㈱として分社化しており、今期から連結決算を開始しております。

(注2) 今期から㈱マルマンコリア(当社40%出資)を持分法適用関連会社としております。

(1) 連結売上高

連結売上高は、前年同期比+14.4%の4,424百万円となりました。事業セグメント別の実績は以下の通りです。

単位：百万円

	05/9 中間期	百分比	06/9 中間期	百分比	前年同期比
国内ゴルフ	2,612	67.6%	2,875	65.0%	+ 10.0%
海外ゴルフ	497	12.9%	813	18.4%	+ 63.5%
健康食品	756	19.6%	736	16.6%	2.7%
合計	3,867	100.0%	4,424	100.0%	+ 14.6%

国内ゴルフ事業

国内ゴルフ事業では、今期に入り次の2モデルを新たに市場に投入いたしました。

メタバイオ：2005年12月発売

- ・ 当社初の高反発規制対応製品
- ・ 35～54歳の「ミドル層」をターゲット

エクシムナノ エクストラインパクト：2006年3月発売

- ・ フラーレンチタン採用の高反発規制対応製品
- ・ 40～60歳の「ミドル・シニア層」をターゲット

これらのニューモデル製品の販売増に加え、当社のフラッグシップモデルである高価格帯製品「マジェスティ」の販売も堅調に推移したことにより、国内ゴルフ事業の売上高は前期比+10.0%の2,875百万円となりました。

海外ゴルフ事業

海外ゴルフ事業では、メルセデスベンツとのタイアップマーケティングを行い「マジェスティ」の販売が好調な韓国市場が売上高のトップであり、前年同期比+50%と大きく伸びております。また、タイやマレーシアといった東南アジア地域でも、「エクシム NANO シリーズ」や「メタバイオ」の販売が好調です。更に、予てより本格的な進出を準備していた中国市場と米国市場にて新規代理店との契約を締結し、売上も順調な立ち上がりを見せております。

その結果、海外ゴルフ事業の売上高は前期比+63.5%の813百万円となりました。

健康食品事業

健康食品事業では個性的な新商品を積極的に開発し、7アイテムを新たに市場へ投入しました。また、新規販売チャネルの開拓として無店舗販売ルートに本格的に進出しました。

しかし、大型のヒット商品が不在であったことに加え、健康食品業界全体に対して効能・含有率などの厳しい評価などの逆風があったことが影響し、健康食品事業の売上高は前年同期比2.7%の736百万円となりました。

(2)連結経常利益・連結当期純利益

連結経常利益は前年同期比 22.3%の341百万円、連結当期純利益は前年同期比 14.6%の218百万円となりました。主な要因は以下の通りです。

国内ゴルフ事業において、新モデルの市場投入に伴う旧モデルの在庫販売が他社との価格競争に巻き込まれたことや、ゴルフクラブの材料費上昇の影響により、売上総利益率が前年同期比 3.5%の46.6%に低下いたしました。

ゴルフ開発部門や海外ゴルフ事業、健康食品事業の強化を目的とした人的資源への先行投資や、2モデルを新規発売したことによる試打費の増加、海外への輸出増に伴う運賃荷造費の増加により、販管費が前期比+16.8%の1,750百万円に増加しました。

2 . 2006年9月期 通期業績計画

売上高 : 10,000百万円 (前期比+11.7%)

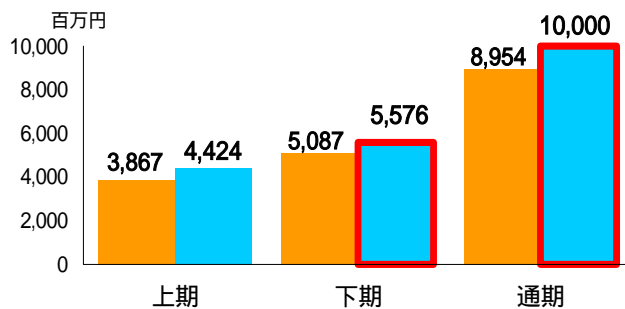
経常利益 : 1,390百万円 (前期比+10.1%)

当期純利益 : 790百万円 (前期比+11.3%)

当社は、本格的なゴルフシーズンが到来する下半期に売上高・利益が集中する収益構造となっております。

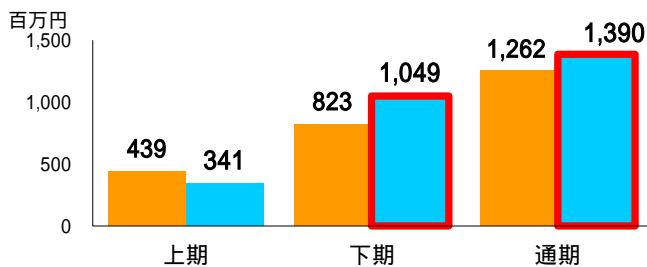
上半期の減収要因であった、旧モデルの在庫販売は収束し、材料費上昇も沈静化していることに加え、今夏にフラッグシップモデルである「マジスティ」の35周年記念モデルを発売する計画です。また、上半期に先行投資として行った人員増強をフル活用することにより、期初発表通りの売上高と利益を達成する計画であります。

(1) 連結売上高推移 ■ 05年9月期 ■ 06年9月期(下期と通期は予想数字)



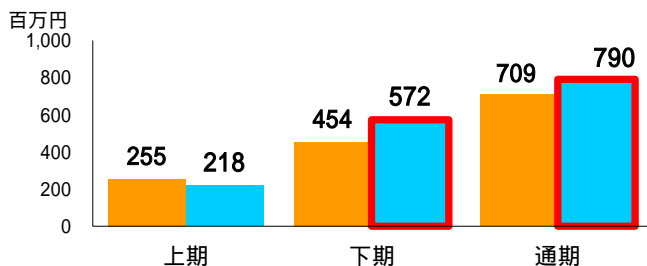
(百万円)	05/9期	06/9期
上期	3,867	4,424
下期	5,087	5,576
通期	8,954	10,000

(2) 連結経常利益推移 ■ 05年9月期 ■ 06年9月期(下期と通期は予想数字)



(百万円)	05/9期	06/9期
上期	439	341
下期	823	1,049
通期	1,262	1,390

(3) 連結当期純利益推移 ■ 05年9月期 ■ 06年9月期(下期と通期は予想数字)



(百万円)	05/9期	06/9期
上期	255	218
下期	454	572
通期	709	790

3. 2006年9月期 下半期事業戦略

【06年9月期セグメント別売上高計画】 単位：百万円

	上半期実績	下半期計画	通期計画
国内ゴルフ	2,875	3,525	6,400
海外ゴルフ	813	887	1,700
健康食品	736	1,164	1,900
合計	4,424	5,576	10,000

(1)国内ゴルフ事業

「マジスティ」35周年記念モデルの市場投入(6月頃を予定)

当社フラッグシップモデルの拡販に注力して参ります。

アスリート向けモデルの市場投入

既存モデルへのスペック追加の他、新ブランドの開発を行って参ります。従来からの当社契約プロである坂田信弘プロと、今年1月に当社とゴルフ用品の使用契約を結んだ福島晃子プロ(当社CTO)が技術監修を行っております。

ゴルフ場ショップへの営業展開

新たな販売チャネルとして積極的に開拓して参ります。東京営業所に新規開拓部隊を設定いたしました。

フィッティングアリーナの開設

フィッティングアリーナを東京、名古屋、大阪に加えて札幌に開設いたしました。今後とも、全国に広げていく方針です。

(2)海外ゴルフ事業

韓国、東南アジア地域での拡販

販売が好調な上記2地域にて、引き続き積極的なマーケティング活動を展開して参ります。韓国では、ソウルに続き釜山でもフィッティングアリーナを開設し、顧客層拡大に向け体制を強化いたします。

中国、米国市場の垂直立ち上げを実現

新規代理店とのリレーション強化により、売上の急拡大を図って参ります。

(3)健康食品事業

新アイテムの積極的な開発

マツモトキヨシやサンドラッグといった主要取引先とも連携し、上半期の7アイテムを上回るアイテム数を積極的に開発し、市場に投入して参ります。

関西地域の販路拡大

大阪支店に加え、今年4月に福岡支店と広島支店に新たに健康食品事業の営業拠点を設置し、これまで手薄であった関西地域の売上拡大に繋げて参ります。

無店舗販売ルートの拡大

上半期にコールセンターを活用した試験販売を開始しており、下半期から本格的な販売を開始致します。

当社は、「安定的な利益成長」と「株主様への継続的な利益還元」を経営の最重要課題として認識しており、今期は配当性向目標を従来の15.0%から「25.0%」へ大幅に引き上げております。今後も業績に連動した積極的な利益還元を図って参ります。

株主の皆様におかれましては、引き続きご支援の程、何卒宜しくお願い申し上げます。

以 上

本資料のお問合せ先

経営管理部

Tel 03-3272-9402 E-mail:ir@maruman.co.jp

本資料は、2006年9月期中間期の業績・事業概要に関する資料の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は注記のない限り、2006年3月31日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また、今後、予告なしに変更されることがあります。