

2013年度(第66期)
決算説明資料
<2014.3.31>

2014年5月30日(金)

1. 概況 (連結)
2. 連結貸借対照表
3. 連結損益計算書
4. 主要な経営指標の推移 (連結)
5. 日販 (単体) の売上と利益
 - ①商品別売上高・返品率
 - ②主要な経営指標及び増床・減床の推移
6. 2014年度戦略

■2013年度(第66期)は減収増益の決算

- 日販グループ(連結子会社数:20社)の連結売上高は681,917百万円で前年比3.2%減、22,531百万円の減収となりました。
- 雑誌の売上減少が大きく、ネットルートの伸長等のプラス要因もありましたが、出版物全体のダウントレンドには歯止めがかかりませんでした。
- セル・レンタルとも市況が悪く、(株)MPDの売上も前年を下回るなどグループ全体の開発商品も減収となりました。
- 雑誌やセル・レンタルの売上減少による粗利率の低下等の影響で、売上総利益は74,330百万円、前年比3.7%減、2,880百万円の減益となりました。
- 出版共同流通(株)の生産性向上や雑誌送品業務請負等により、販売費の効率が改善しました。また、大型FA機器のリースアップや確定給付企業年金制度の終了、グループ全体でのコストダウンへの取り組みにより、一般管理費を圧縮しました。結果、販売費及び一般管理費は69,579百万円、前年比3.5%減、2,517百万円の減少となりました。しかし、売上総利益の減少をカバーしきれず、結果、営業利益は4,751百万円、前年比7.1%減、362百万円の減益となりました。
- 経常利益は、5,266百万円、前年比8.9%減、517百万円の減益となりました。
- 特別利益は、日販の退職給付制度終了に伴う精算益737百万円等を計上しました。
- 特別損益、法人税等を加えた当期純利益は2,278百万円、前年比28.1%増、500百万円の増益となりました。
- 本年1月に(株)ダルトンと資本業務提携し、グループ会社化しました。同社がもつ雑貨の「製造」「卸」「小売」機能を活かし、書店との親和性が高い雑貨を加えることで、店頭活性化を進めてまいります。

2. 連結貸借対照表 <2014年3月31日現在>

(単位:百万円)

資 産 の 部				負 債 の 部			
	2012年度 (第65期)	2013年度 (第66期)	増加額		2012年度 (第65期)	2013年度 (第66期)	増加額
科 目	金 額	金 額		科 目	金 額	金 額	
流 動 資 産	248,085	219,983	-28,101	流 動 負 債	257,344	232,206	-25,137
現金及び預金	45,219	33,470	-11,749	支払手形及び買掛金	223,221	190,085	-33,135
受取手形及び売掛金	156,074	140,315	-15,758	電子記録債務	-	6,535	6,535
有価証券	6,335	3,445	-2,890	短期借入金	7,358	7,962	603
たな卸資産	34,055	36,034	1,979	未払法人税等	506	1,261	755
その他の流動資産	9,323	8,793	-529	諸引当金	6,715	6,815	99
貸倒引当金	-2,923	-2,076	846	その他の流動負債	19,542	19,545	3
固 定 資 産	80,893	84,518	3,625	固 定 負 債	20,939	18,424	-2,514
有形固定資産	57,462	58,906	1,444	長期借入金	720	731	10
無形固定資産	4,900	6,177	1,277	退職給付引当金	6,726	-	-6,726
投資その他の資産	20,456	21,286	829	退職給付に係る負債	-	4,082	4,082
貸倒引当金	-1,926	-1,851	74	その他の固定負債	13,492	13,610	118
				負債合計	278,283	250,631	-27,652
				純 資 産 の 部			
				株 主 資 本	35,312	37,244	1,932
				資 本 金	3,000	3,000	-
				資 本 剰 余 金	17	17	-
				利 益 剰 余 金	33,156	35,092	1,935
				自 己 株 式	-861	-864	-3
				その他包括利益累計額	11,670	11,779	109
				その他有価証券評価差額金	428	576	148
				土地再評価差額金	11,242	11,242	-
				退職給付に係る調整累計額	-	-39	-39
				少数株主持分	3,711	4,846	1,134
				純 資 産 合 計	50,694	53,870	3,176
資 産 合 計	328,978	304,502	-24,475	負債及び純資産合計	328,978	304,502	-24,475

- 自己資本比率は16.1%、+1.8ptの上昇。
- たな卸資産は1,979百万円増加。王子DC・web-BCの在庫増強等による。
- 支払手形の電子化(電子記録債務)に取り組んだ。導入実績は105社。
- 総資産の減少は、主に前期末の金融機関休日の影響。

3. 連結損益計算書 <2013年4月1日～2014年3月31日>

(単位：百万円、%)

科 目	2012年度(第65期)		2013年度(第66期)		増加率	前年差異
	金 額	構成比	金 額	構成比		
売上高合計	704,449	100.0	681,917	100.0	-3.2	-22,531
売上高	720,520		698,438		-3.1	-22,082
売上割戻	16,071		16,520		2.8	449
売上原価	627,238	89.0	607,586	89.1	-3.1	-19,651
売上総利益	77,210	11.0	74,330	10.9	-3.7	-2,880
販売費及び一般管理費	72,096	10.2	69,579	10.2	-3.5	-2,517
営業利益	5,114	0.7	4,751	0.7	-7.1	-362
営業外収益	886	0.1	625	0.1	-29.4	-260
受取利息	154		149		-3.4	-5
その他の収益	731		476		-34.9	-255
営業外費用	215	0.0	110	0.0	-49.0	-105
支払利息	81		66		-18.9	-15
その他の費用	134		43		-67.3	-90
経常利益	5,784	0.8	5,266	0.8	-8.9	-517
特別利益	135	0.0	826	0.1	-	691
特別損失	2,413	0.3	759	0.1	-68.5	-1,654
税金等調整前当期純利益	3,506	0.5	5,334	0.8	52.1	1,828
法人税、住民税及び事業税	1,249		1,627		30.2	377
法人税等調整額	-18		1,094		-	1,113
少数株主損益調整前当期純利益	2,275	0.3	2,613	0.4	14.8	337
少数株主利益	496		334		-32.7	-162
当期純利益	1,778	0.3	2,278	0.3	28.1	500

- 連結売上高：681,917百万円
▲3.2%、▲22,531百万円の減収。
- 売上総利益：74,330百万円
▲3.7%、▲2,880百万円の減益。
雑誌、セル・レンタルの不振により、
売上総利益率は▲0.06pt悪化。
- 営業利益：4,751百万円
▲7.1%、▲362百万円の減益。
生産性の向上、協業の拡大、
確定給付企業年金制度の終了等で
販管費▲3.5%の減少も、売上総
利益の減少をカバーできず。
- 経常利益：5,266百万円
▲8.9%、▲517百万円の減益。
- 当期純利益：2,278百万円
+28.1%、+500百万円の増益。

4. 主要な経営指標等の推移 (連結)

(単位：百万円、人)

	2009年度 (第62期)	2010年度 (第63期)	2011年度 (第64期)	2012年度 (第65期)	2013年度 (第66期)
売上高	740,605	720,148	703,547	704,449	681,917
営業利益	5,210	6,078	6,747	5,114	4,751
経常利益	6,106	6,965	7,750	5,784	5,266
当期純利益	3,129	2,874	3,242	1,778	2,278
純資産額	41,470	43,559	48,586	50,694	53,870
総資産額	313,800	310,359	326,367	328,978	304,502
従業員数	3,129	3,077	3,006	2,951	2,974

(単位：社、%)

連結対象子会社数	18	18	17	17	20
連単倍率(売上高)	1.23	1.22	1.22	1.21	1.20
連単倍率(経常利益)	1.98	1.83	1.87	1.72	1.56
連単倍率(当期純利益)	2.28	2.13	1.68	0.56	1.12

5. ① 日販(単体) 商品別売上高・返品率

■商品別売上高内訳

(単位：百万円、%)

	2009年度 (第62期)	2010年度 (第63期)	2011年度 (第64期)	2012年度 (第65期)	2013年度 (第66期)	対前年	
						増減	増加率
書 籍	236,190	240,739	249,102	261,026	258,671	-2,355	-0.9
雑 誌	324,832	318,179	303,378	299,530	288,929	-10,600	-3.5
開 発 商 品	52,025	43,106	37,037	32,532	32,058	-473	-1.5
計	613,048	602,025	589,518	593,089	579,660	-13,429	-2.3

■商品別返品率内訳

(単位：%)

	2009年度 (第62期)	2010年度 (第63期)	2011年度 (第64期)	2012年度 (第65期)	2013年度 (第66期)	対前年差
書 籍	39.2	35.5	33.5	31.6	31.4	-0.2
雑 誌	35.6	34.6	35.8	37.3	39.0	1.7
開 発 商 品	14.7	16.2	19.1	26.2	25.7	-0.5
計	35.7	33.9	34.0	34.4	35.2	0.8

- 日販単体の商品売上高は579,660百万円、▲2.3%、▲13,429百万円の減収。
- 書籍258,671百万円(▲0.9%減)、雑誌288,929百万円(▲3.5%減)、開発商品32,058百万円(▲1.5%減)。
- 書籍返品率は31.4%、0.2pt改善も、雑誌返品率の1.7pt上昇により、全体では35.2%、0.8pt上昇となる。
- 書籍返品率は、6期連続で改善している。

5. ② 日販(単体) 主要な経営指標及び増床・減床の推移

(単位：百万円、人)

	2009年度 (第62期)	2010年度 (第63期)	2011年度 (第64期)	2012年度 (第65期)	2013年度 (第66期)
売上高	601,617	590,392	577,746	581,355	566,731
営業利益	2,130	2,881	3,401	2,952	2,888
経常利益	3,076	3,814	4,133	3,363	3,386
当期純利益	1,370	1,346	1,925	3,168	2,029
従業員数	1,598	1,520	1,497	1,473	1,458

(単位：店、坪)

増床店数	355	348	366	482	678
増床坪数	26,848	21,533	21,238	26,121	22,444
減床店数	307	389	341	418	370
減床坪数	21,831	21,797	20,122	27,944	15,248
差引店数	48	-41	25	64	308
差引坪数	5,017	-264	1,116	-1,823	7,196

○一人当り売上高
第62期 376百万円
第66期 389百万円

○一人当り営業利益
第62期 1.3百万円
第66期 2.0百万円

○売上高は第62期比較では▲5.8%の減収も、少数精鋭体制・業務効率化に努め、一人当り売上高及び営業利益を改善。

○第63期～第65期は増床・減床が拮抗していたが、第66期は4期ぶり差引が7,000坪超の大幅増となる。

中期経営計画「Change」(2012年4月～2015年3月)では、「日販グループは『出版流通の改革』と『新たな需要の創出』に取り組み業界の成長を牽引する」という基本方針の下、業界全体の収益力向上や店頭活性化につながる施策を展開しています。

■2014年度の日販グループの戦略

1. 出版流通改革(書籍ゴールステイメントの達成)

出版流通改革においては、日販の「PARTNERS契約」と株MPDの「チャージ契約」を進め、業界三者で契約を結ぶ「PPI(出版社との年間契約において獲得したインセンティブ<達成報奨>を書店に還元するしくみ)」などの新たなスキームを開始し、効率販売による利益創出に取り組んできました。この取り組みを進める中で、ゴールステイメントに掲げる書籍返品率25%を実現している書店も出てきております。この成功事例をモデルとしてメニュー化し、書籍返品率25%の実現に向けて、日販のリソースをフル活用し取り組んでまいります。

新刊においては、「アドバンスMD(新刊事前申し込み)」の拡大を行います。書店の意思を反映する新刊仕入への転換を図り、契約出版社の新刊全点、契約書店全店へ拡大します。そして品切れを防止するために、新刊の在庫取り置きを行うことで、追加送品のバックヤード機能を強化します。一方、既刊送品については、「リリースA(発注代行)」や不稼働在庫の入れ替えにより在庫コンディションの向上を行うとともに、PPI対象商品の売り伸ばしによる返品減少とマージンアップを行ってまいります。

書店マージンをアップする取り組みとして、書店マージンが12%以上ある高マージン商品の「High-Profit企画」の拡大を行います。単品だけではなく、文庫レーベルやシリーズ全体、出版社の銘柄全体などに取り組んでまいります。

物流面については、注文品の一層の迅速化を図るため、宅配便を利用した客注サービス「スーパーQuickBook」を2013年3月より開始しました。利用手数料を値下げすることで書店の負担を軽減し、注文締め時間の追加により送品スピードアップを図るなど、サービスの向上を実現しています。また、販売機会の損失や品切れの防止のため、日販の在庫強化を進めています。引き続き、書店サービス向上に努めてまいります。

2. Base+1 (ベースプラスワン)

業界の利益の源泉は書店の店頭にあるとの考えにより、書店店頭を起点にあらゆる施策を打ち出し、売上アップ、マージンアップを図ってまいります。こうした取り組みの中で、現状に何かをプラスし、リアル書店ならではの魅力を創るというアイデアが「Base+1 (ベースプラスワン)」です。来店動機を増やす、五感に訴える売場を作るためにさまざまなメニューを用意してまいります。

2006年に開始したCRMプログラム「Honya Club」の加盟書店は約370店、会員数も550万人を突破しました。これを基盤とし、会員向けサービスの充実と拡大を図っております。

その一つが、2013年3月より開始した「Maga-STOCK (マガストック)」、定期誌取置きサービスです。本サービスにより来店頻度が高まり、1回あたりの買上冊数も増加しています。現在、130店舗で稼働しており、今後はHonya Club非加盟店でも導入を可能にし、500店舗への導入を目指します。また、特集や内容によって選んで購入できる新しいスタイルの定期購読も提案していきます。

もう一つが、2013年10月より開始した「attaplus! (アッタプラス)」です。このサービスでは、書店店頭に常設したタブレット端末から、読者が店内在庫はもちろん日販流通センター在庫も検索することが可能です。店内に在庫がなかった場合でも、その場で端末を操作して注文ができ、販売機会の損失を防止する一助となっています。現在、55店舗で稼働しており、500店舗の導入を目指します。今後はスマートフォン対応やリコメンドコンテンツ、お得感のある販促、マップ表示といった機能も拡充していく予定です。

加えて、五感で愉しめることを増やし、ライブ感・イベント感を演出する商品やサービスも提案してまいります。雑貨の老舗ブランド「DULTON」と提携し雑貨を+1アイテムとし、文具パッケージ「Sta×2 (スタスタ)」とともに魅力ある売場づくりを進めてまいります。また、検定事業では受験するだけでなく、物販やイベントへと派生させています。特にマニア層を取り込むコンテンツは、物販の購入金額が受験料を大きく上回るという好実績も残しています。その他、ブック&カフェやコンビニエンストア、レンタカーも+1アイテムとして準備しております。