



2011年12月期 決算説明会

(株)ニッセンホールディングス

2012年1月30日

<目次>

1. 2011年12月期決算の振り返り
2. 中期経営計画の進捗状況
3. 2012年度各事業の計画と課題
4. 2011年12月期決算及び2012年12月期業績予想

1. 2011年12月期決算の振り返り

<目次>

- 1) 2011年度連結業績振り返り
- 2) 2011年度成果

(株)ニッセンホールディングス

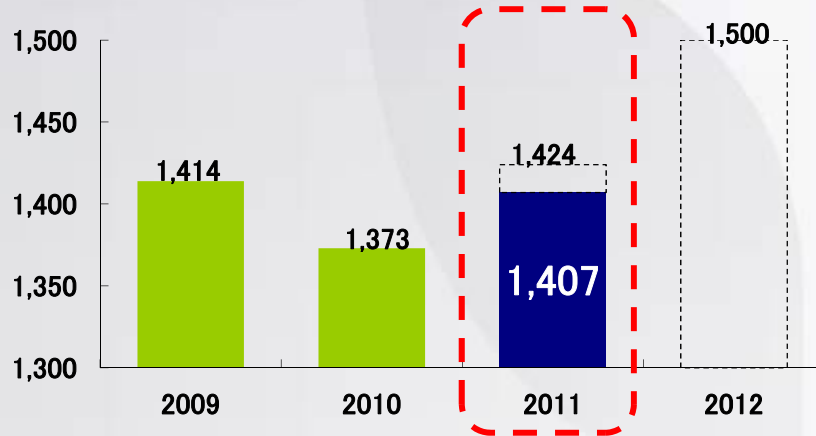
代表取締役社長

佐村 信哉

1) 2011年度連結業績振り返り

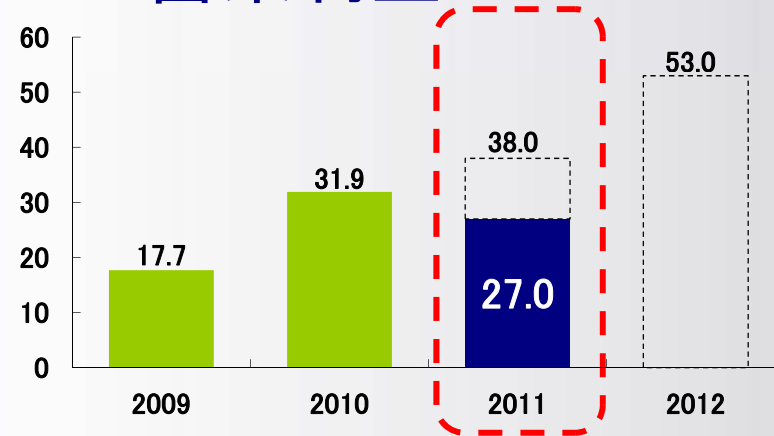
売上高

(単位:億円)



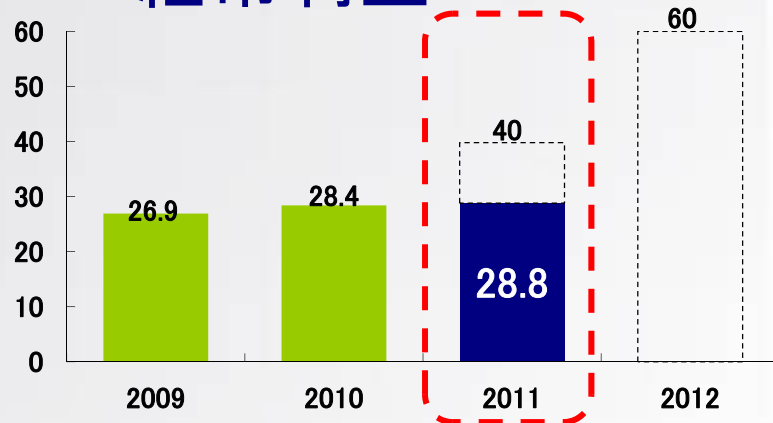
営業利益

(単位:億円)



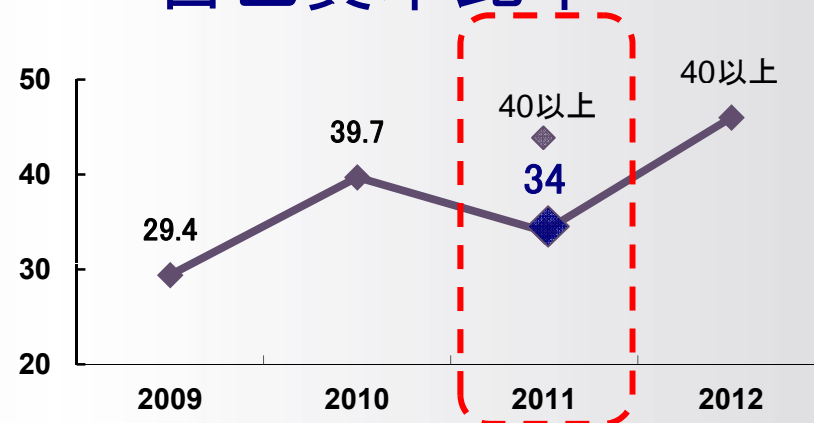
経常利益

(単位:億円)



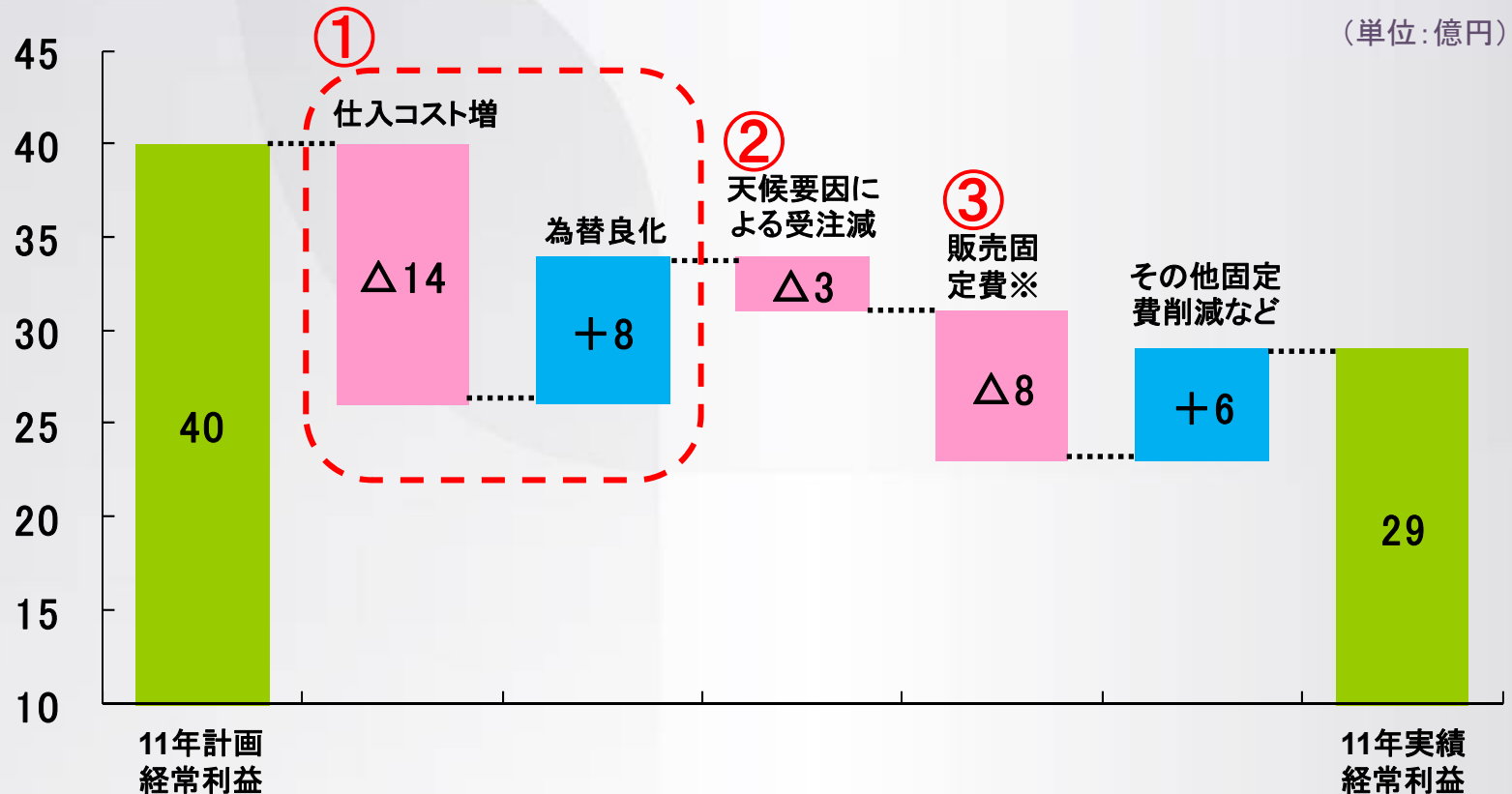
自己資本比率

(単位:%)



- ✓ 2011年度は売上高・経常利益は前年を上回ったものの、中期経営計画達成に向けて厳しい状況。
- ✓ 物流関連会社の完全子会社化など積極的な投資により借入金が増加し、自己資本比率は目標40%に届かず。

● 当初計画と実績の経常利益変動要素



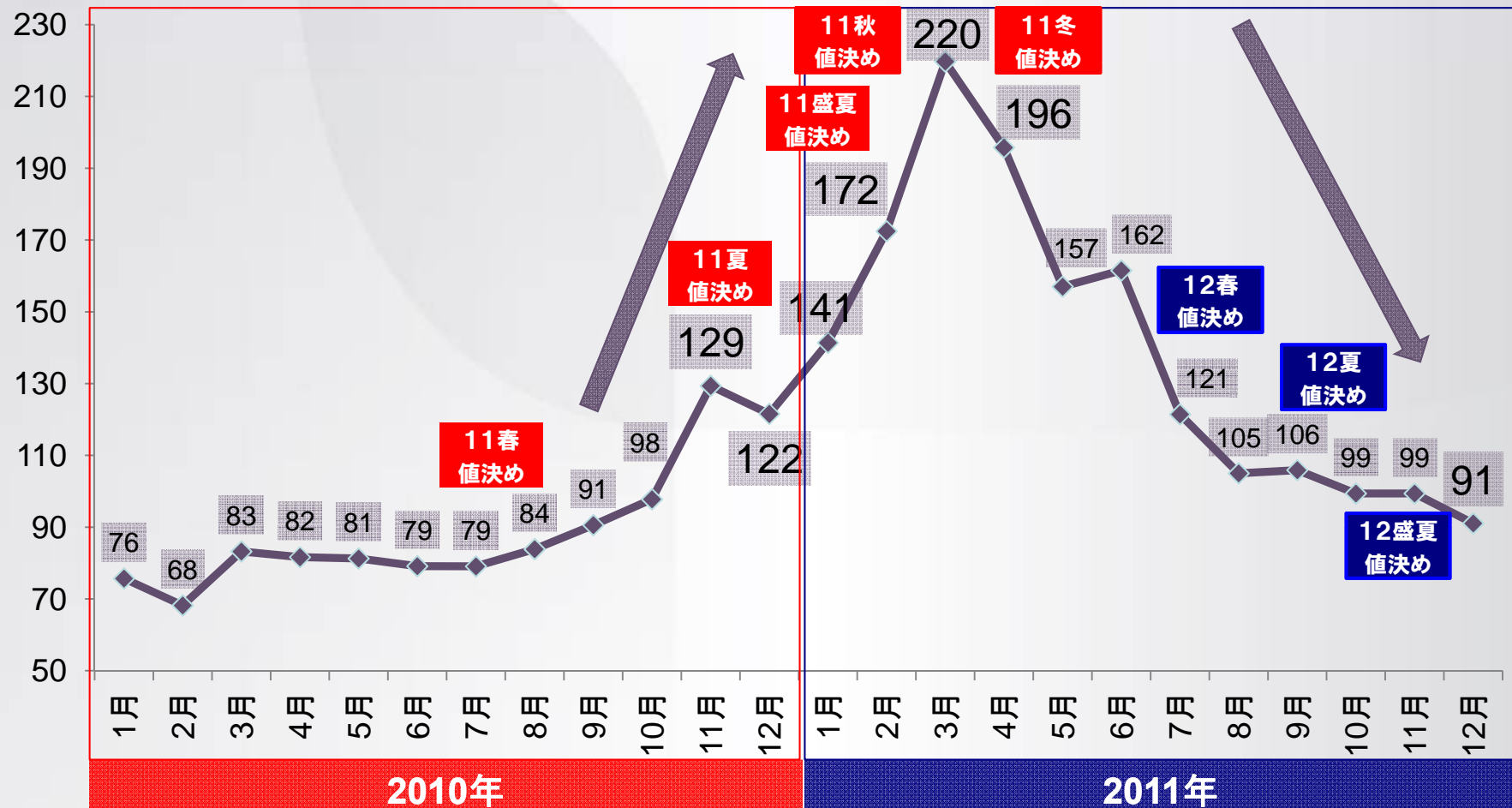
※ 販売固定費はカタログ費用と顧客獲得コストを含む。

- ① 想定以上の素材価格の高騰や在庫処分売上の増加により、原価が上昇
- ② 秋冬カタログ配布後に、気温が高めに推移したことにより、アパレルの受注に影響
- ③ 積極的な新客獲得策を展開したものの、レディース・アパレル不振で販促効率が悪化

① 仕入コスト増(原材料等の高騰)

綿花相場の推移

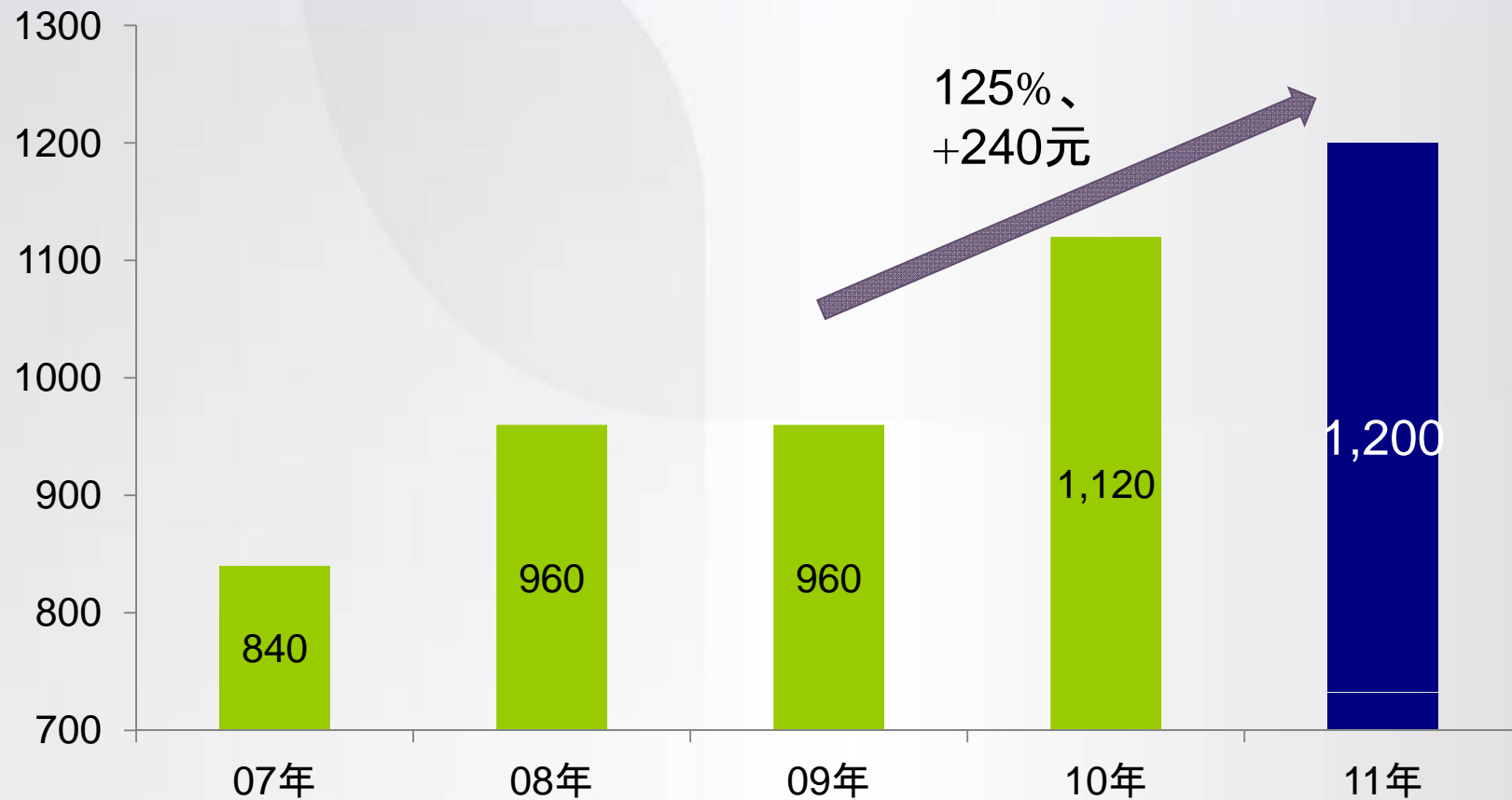
(単位: セント/ポンド)



- ✓ 為替良化を享受する予定が、想定以上に原材料の高騰の影響を受ける。
- ✓ 直近では2010年9月相場に戻ってきている。

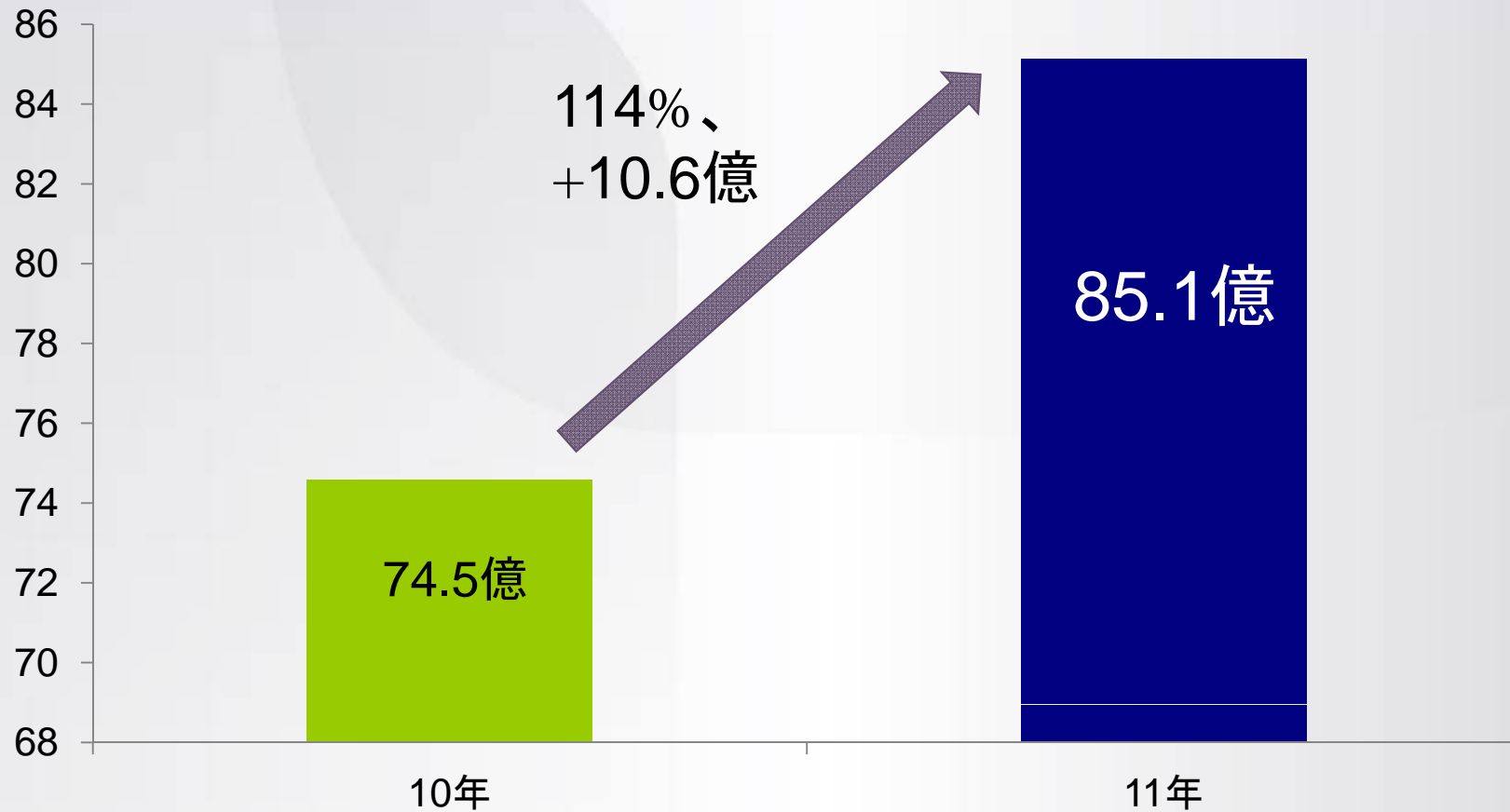
● 上海における最低賃金の推移

(単位:元)



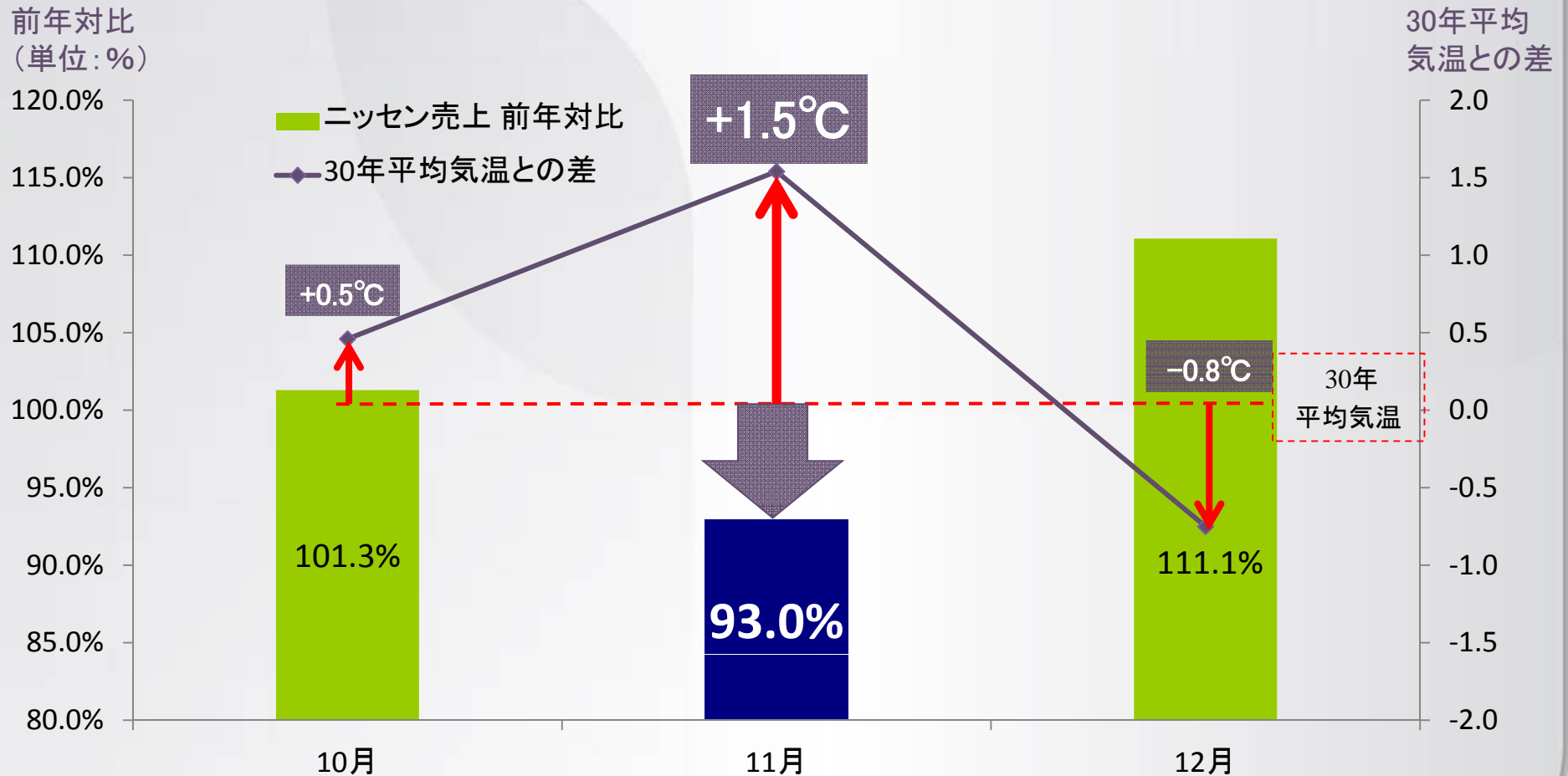
- ✓ 上海における最低賃金が09年より大幅にアップするなど、当社委託工場の加工賃が増加し、原価が上昇。

● 在庫処分売上の年度推移(期中・残品処分を含む)



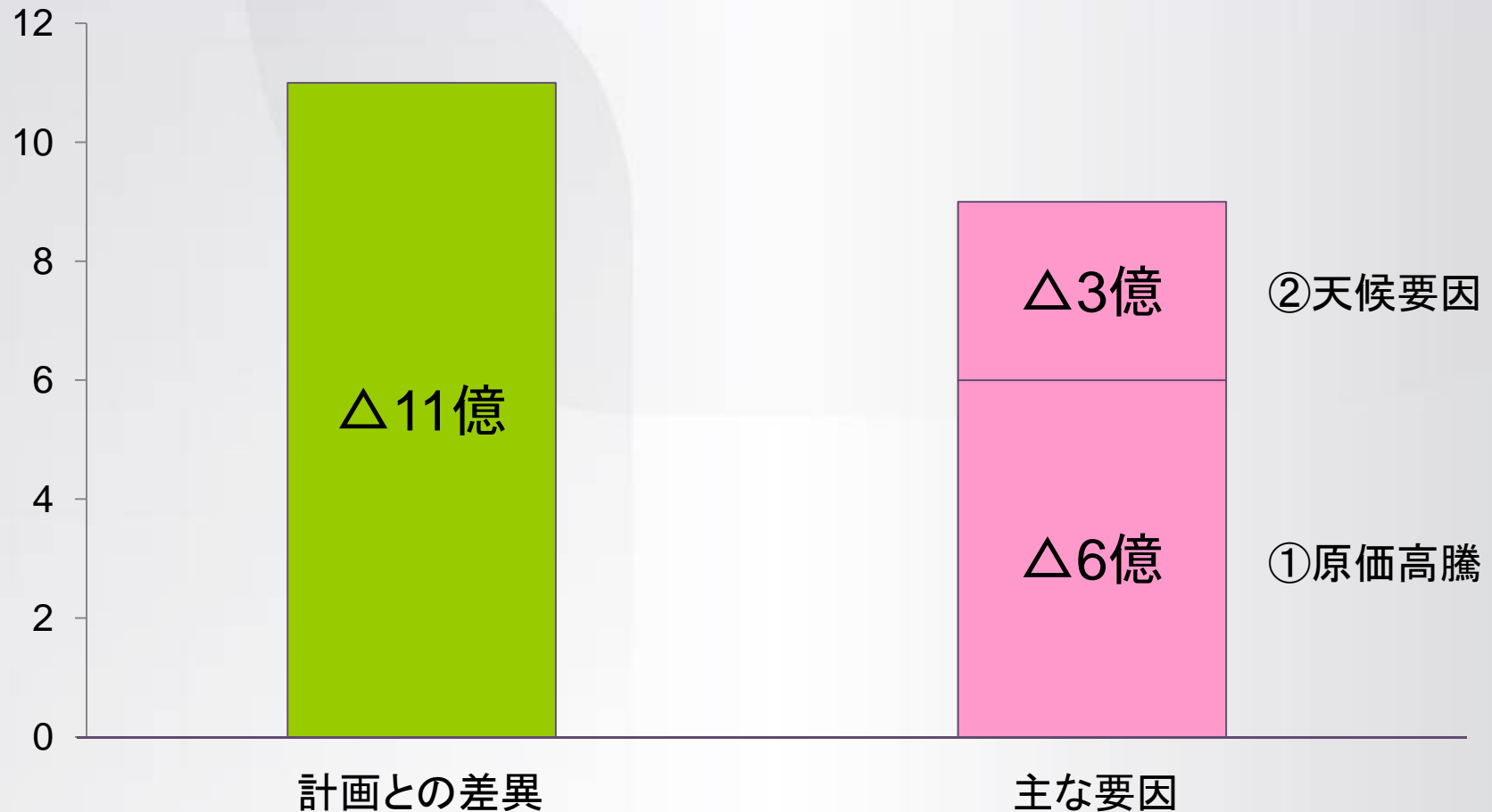
✓ 在庫処分等の想定外費用により、原価率に影響。

● 気温と売上高との相関性



✓ 11月は気温が高めに推移したため、秋冬号のレディース・アパレルの売上が大幅に下がる。天候不順に対応した販売施策の構築が今後の課題。

● 当初計画と実績の利益差(内訳)



✓ 経常利益の計画との差異11億円は、主に天候要因と原価高騰による影響である。

(1) 天候不順による売上不振

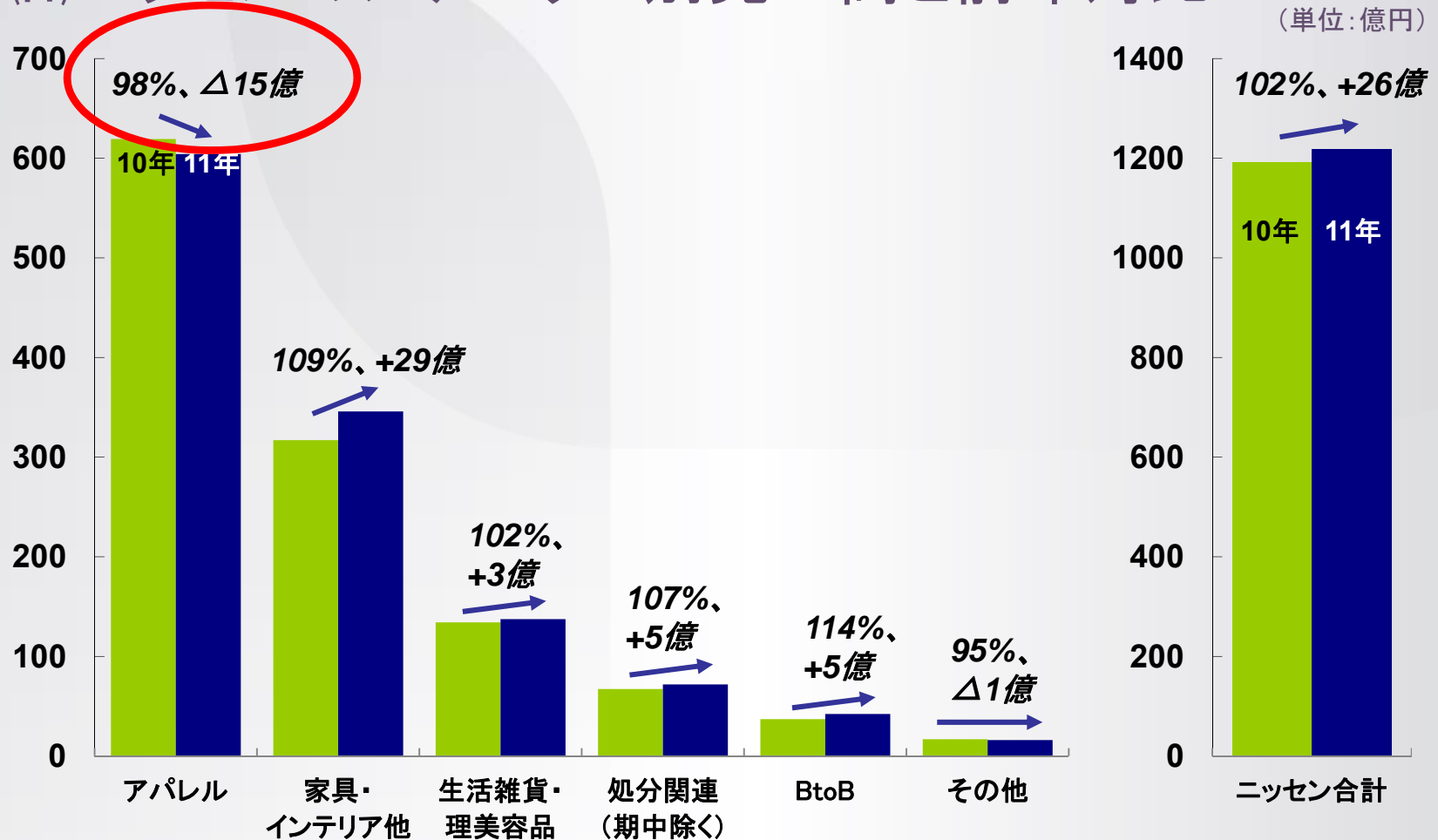
(2) アパレル商品の不振

(3) リピート率の悪化



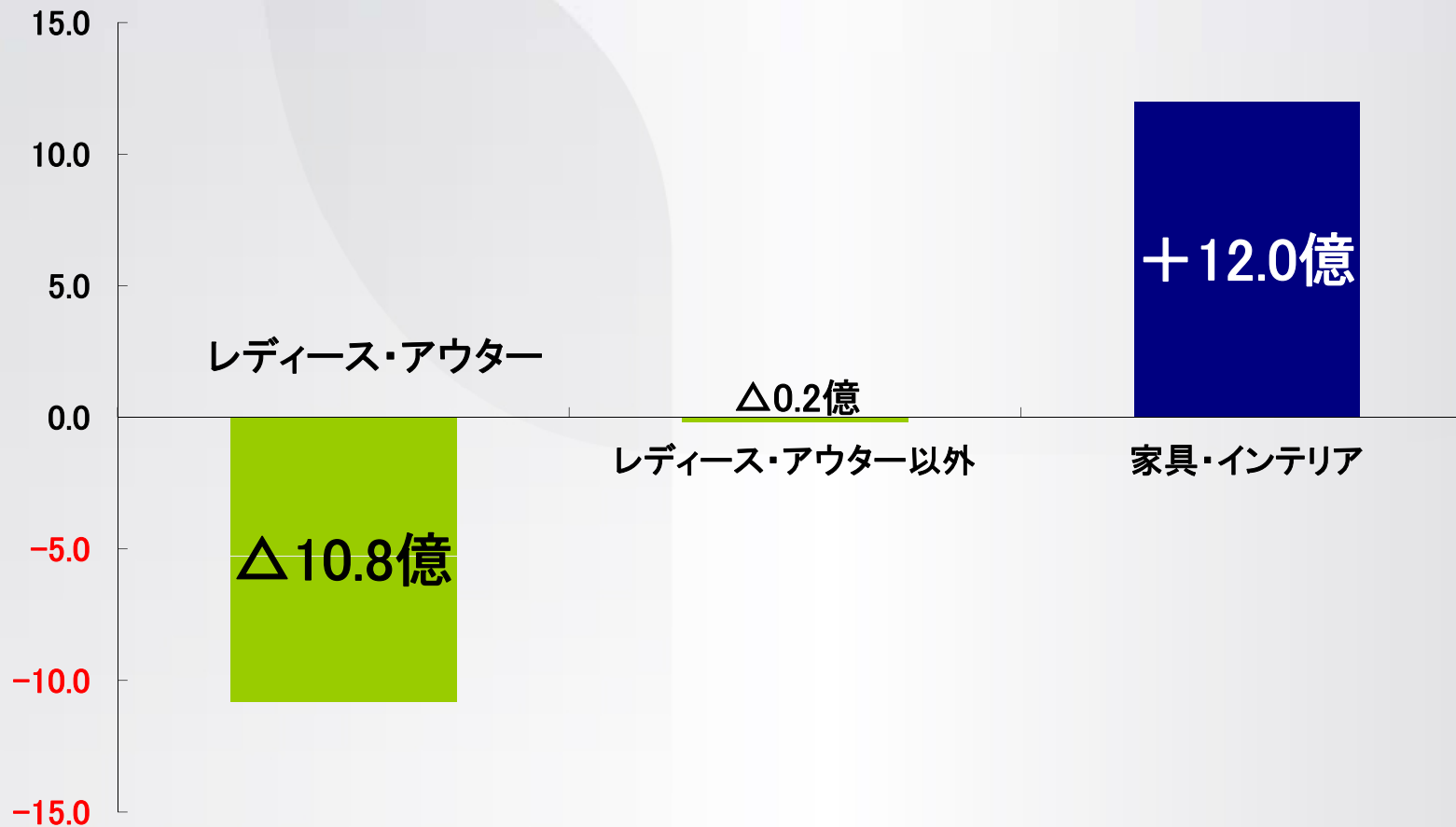
上記理由により、積極的にカタログ発行するも、売上が想定通りには伸びず、結果、新規獲得費及びカタログシステム費の効率が悪化

● (株)ニッセンのカテゴリー別売上高と前年対比



✓ 業績悪化の主要因は、アパレル関連であり、家具・インテリア関連は順調。

● (株)ニッセンのカテゴリー別事業利益の前年対比

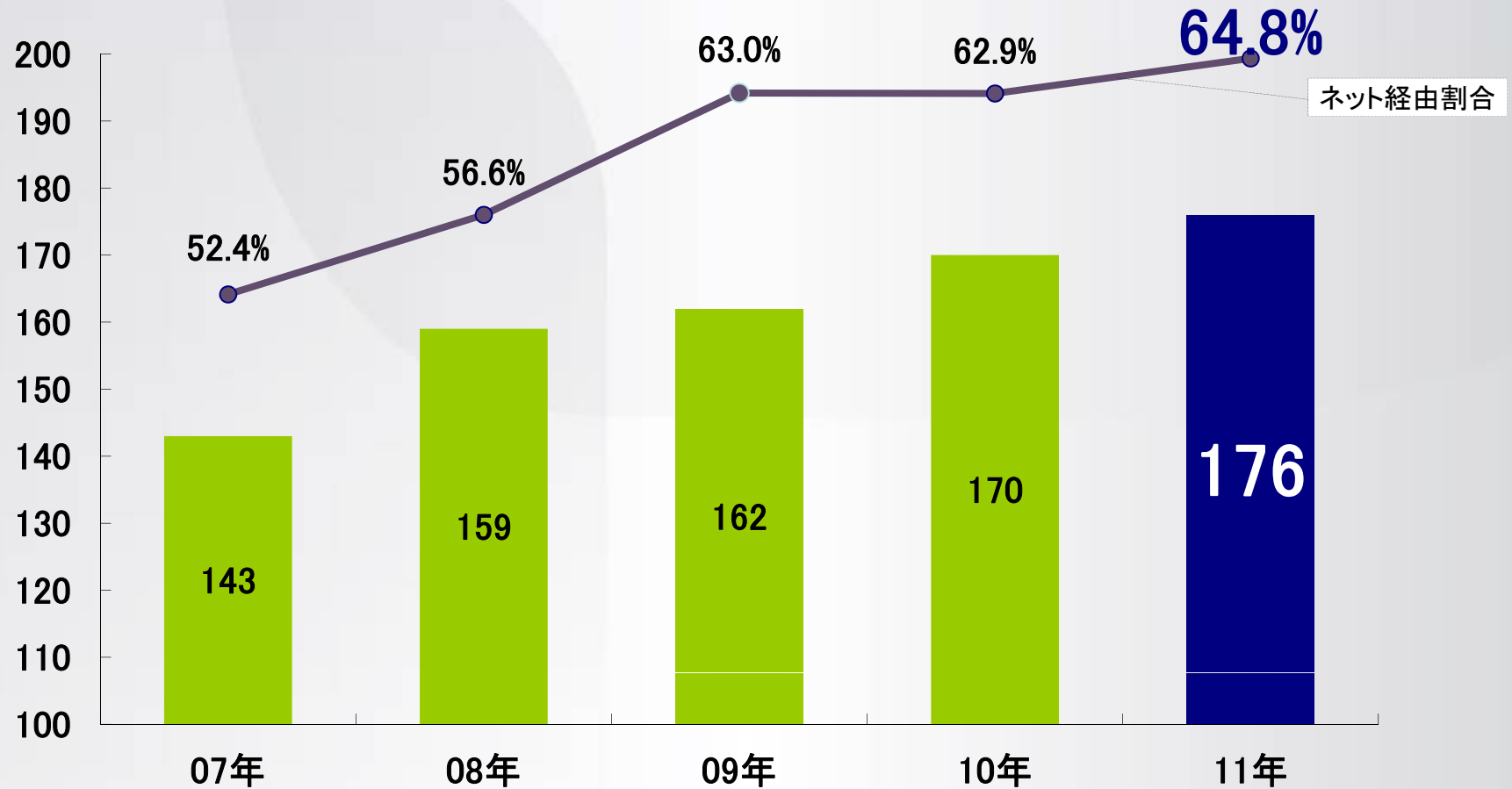


✓ アパレル関連の中でも、特にレディース・アウターで顕著であった。

2) 2011年度成果

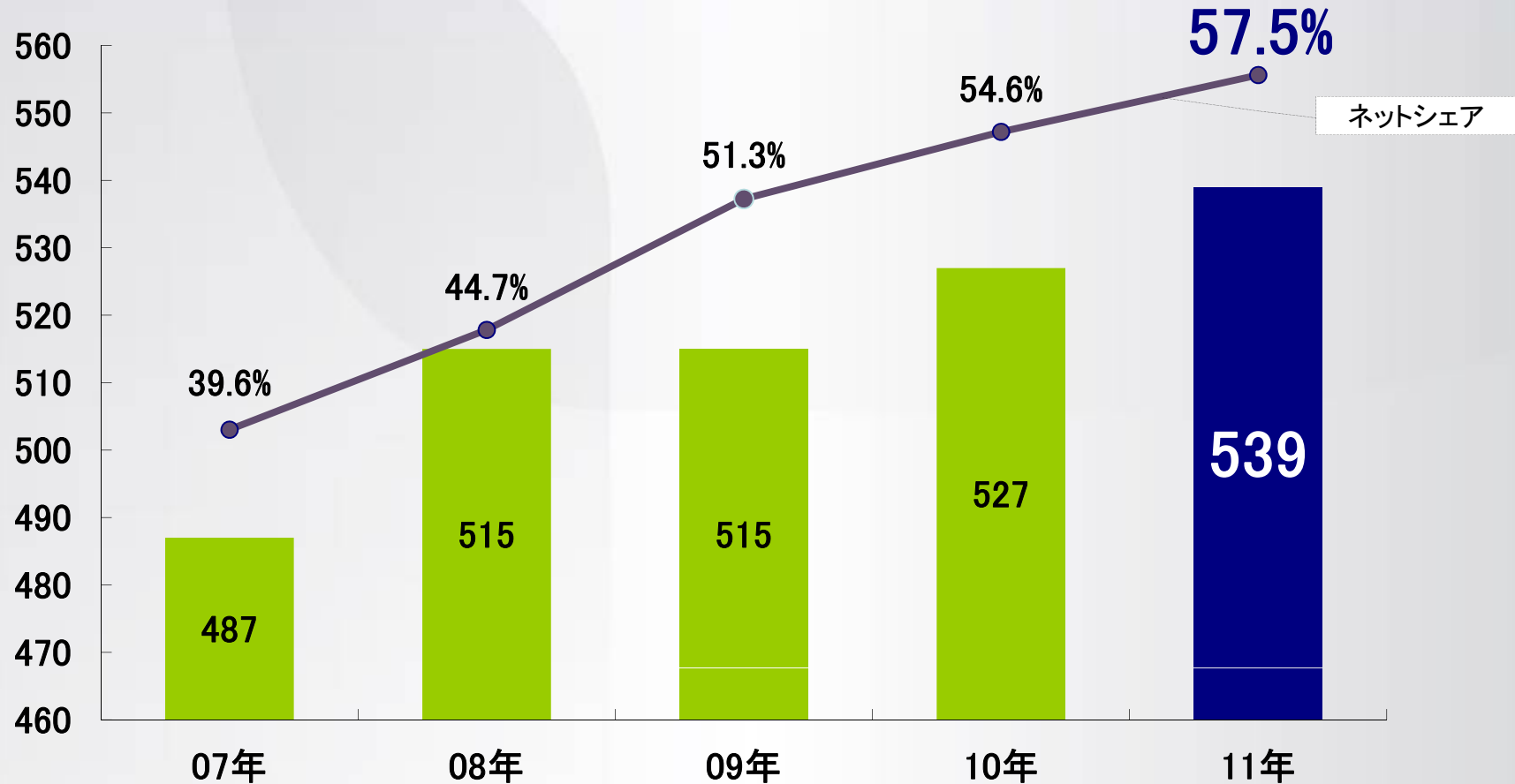
● 新規顧客獲得数及びネット経由割合の推移

(単位:万人)



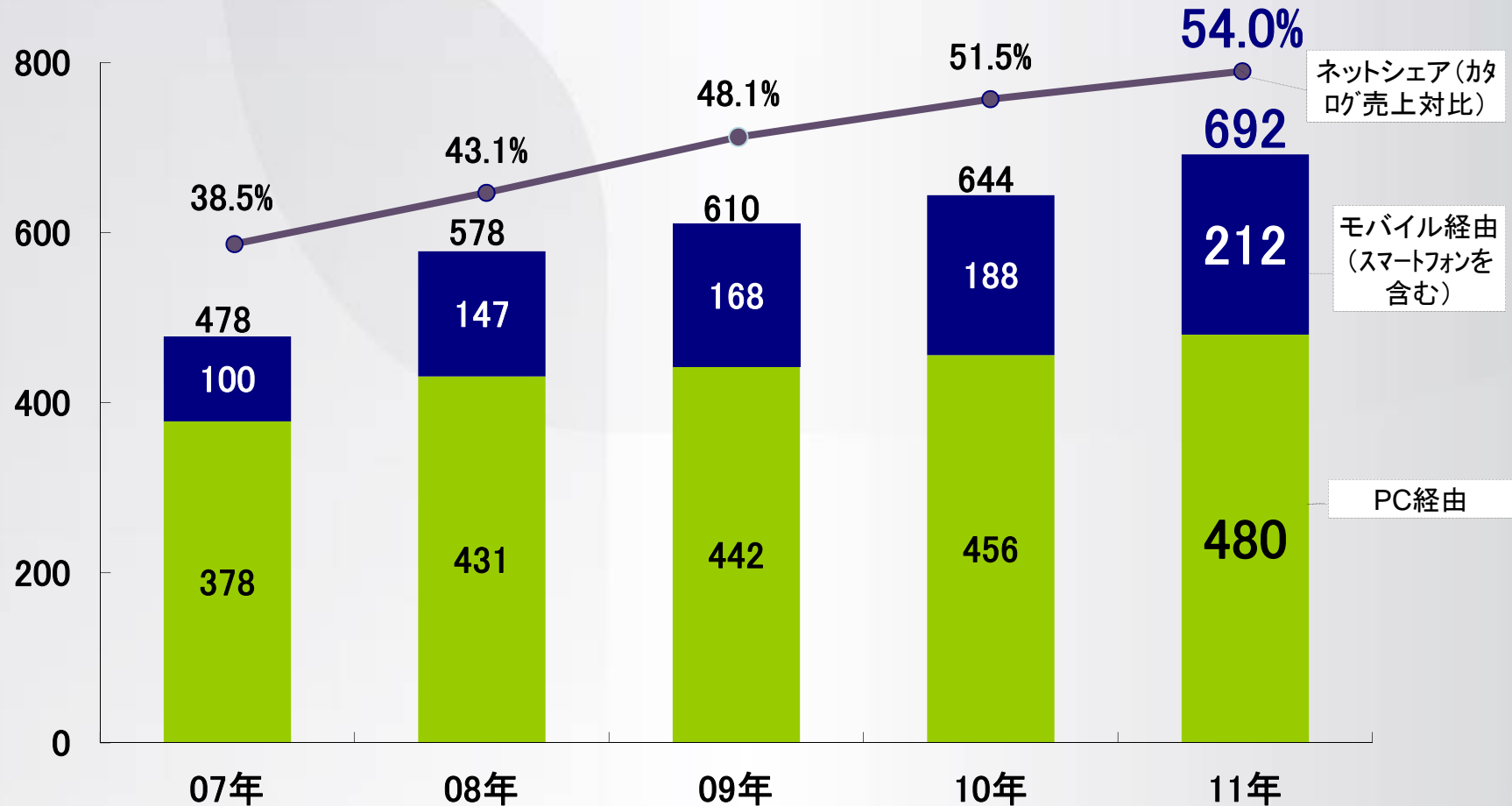
✓ 積極的な販促活動を実施したことで、ネットを中心に過去最大の新規顧客を獲得。

● 稼働客数及びネットシェアの推移 (1年間の受注顧客人数) (単位:万人)



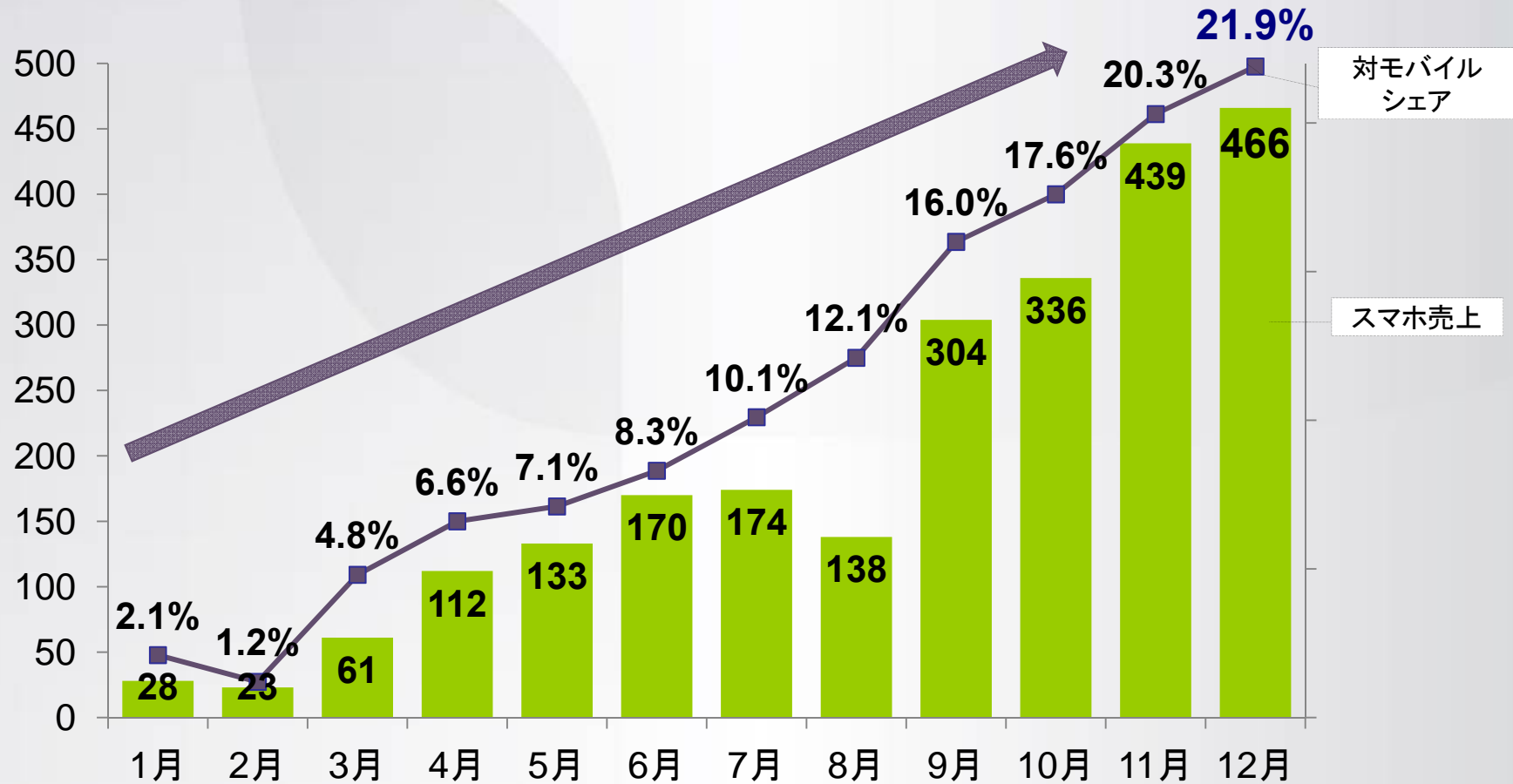
✓ 中期的な顧客基盤の拡大に向けて着実に進捗しており、11年度は過去最大の稼働客数を達成。

● インターネット経由の売上高推移 (モバイル経由を含む) (単位: 億円)



✓ ネットマーケティングを強化し、スマートフォンを含むモバイルチャネル売上が着実に伸長。

● 2011年度スマートフォンの月別売上高と対モバイルシェア (単位:百万円)



✓ スマートフォンの普及に伴い、売上高及び対モバイルシェアは順調に推移。

成果

- ◆ 震災の影響を早期にリカバリーして、対前年増収を達成
- ◆ ネットでの顧客獲得などにより過去最大の稼働客数
- ◆ スマートフォンを含むモバイル売上の着実な伸長
- ◆ 通販インフラ最適化を目指した物流関連会社の完全子会社化
- ◆ 中国通販会社との提携
- ◆ 現販事業の収益改善

課題

- ◆ 天候不順に対応した販売施策の構築
- ◆ 収益体質の強化
- ◆ 顧客支持を得られる商品品質・サービス品質・分かりやすさ
- ◆ カタログとネットのマーケティング最適化
- ◆ シニア、海外事業の本格化

2. 中期経営計画の進捗状況

<目次>

- 1) 中期経営計画サマリー ～ニッセンビジョン2012～
- 2) 2012年度通期連結業績予想

1) 中期経営計画サマリー

～ニッセンビジョン2012～

中期経営戦略

「不況下でも、堅実で持続的成長をできるしくみ構築」

(1) 通販事業モデルの“磨き上げ”

(2) 通販コア周辺領域での新規事業展開

(3) グループ事業の構造改革とシナジーカアップ

(4) 成長とリスクに対応できる財務基盤の強化

通販事業

卓越したオンリーワン通販モデル
(総合SPAの価格力とネットとカタログ融合モデル)

新規事業

成長市場への進出
(コアコンピテンスを活かし、提携やM&A実施)

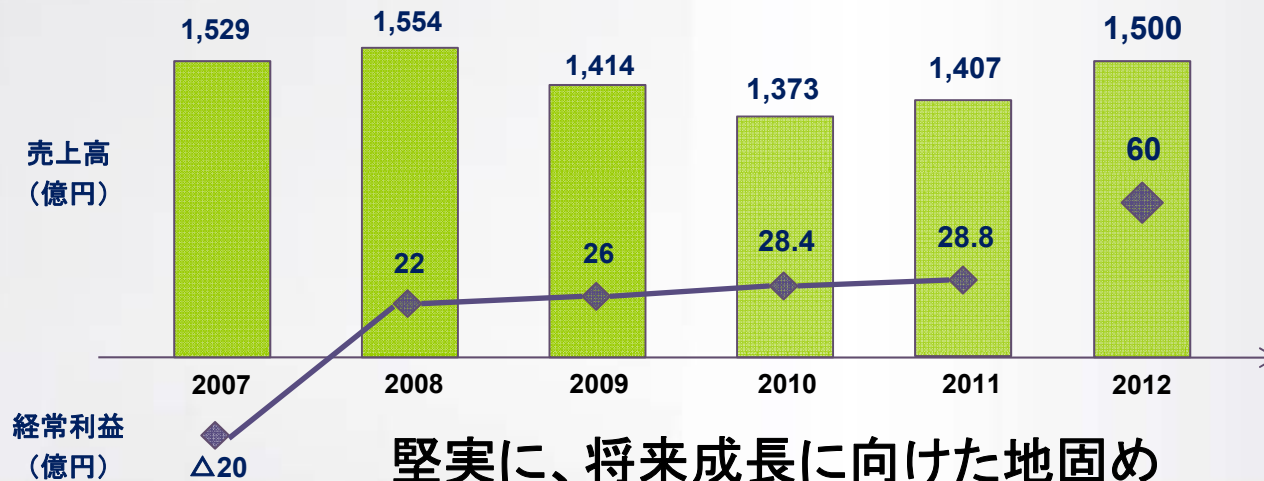
グループ

構造改革とシナジーカ
(収益モデルの構造変換とグループ力活用した再成長)

財務基盤

成長を支える財務基盤
(格付けシングルAを視野に入れた基盤強化)

売上
1,500億
経常利益
60億
ROE
12%
自己資本比率
40%以上

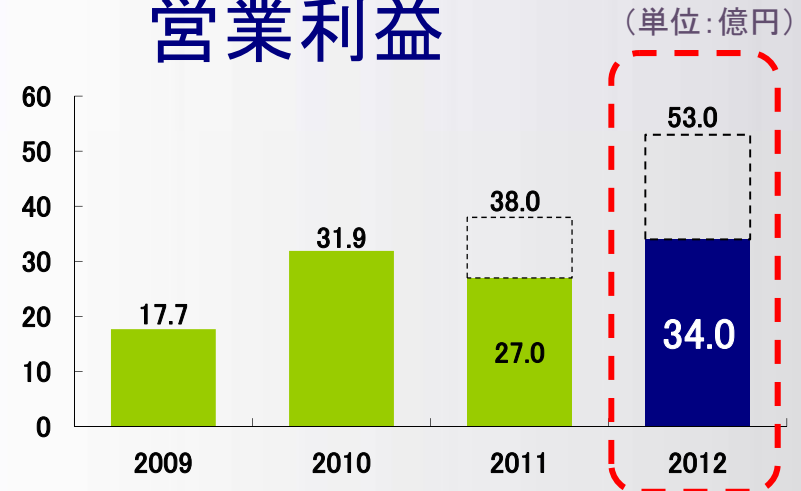


2) 2012年度通期連結業績予想

売上高



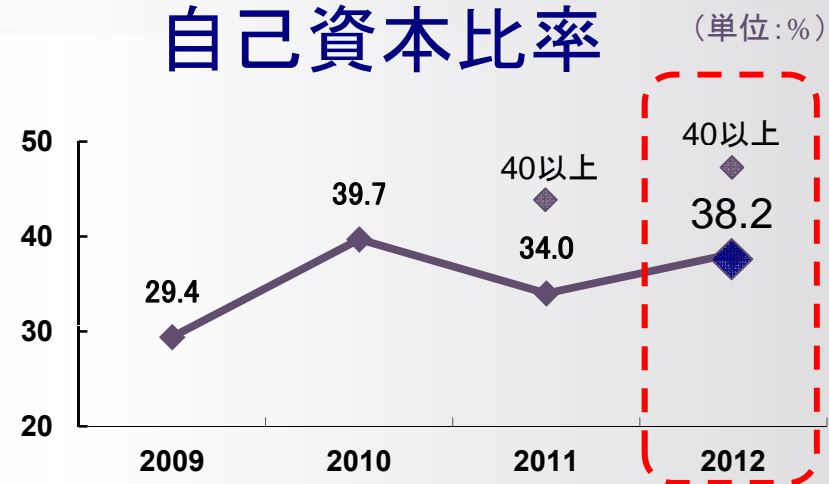
営業利益



経常利益



自己資本比率



- ✓ 2012年度改善額は微増に留まり、中期経営計画最終年度の数値とは大幅な乖離。
- ✓ 今後M&Aを含めた事業戦略を推進し、中期経営計画で掲げたターゲットを目指す。

(1) 原価悪化

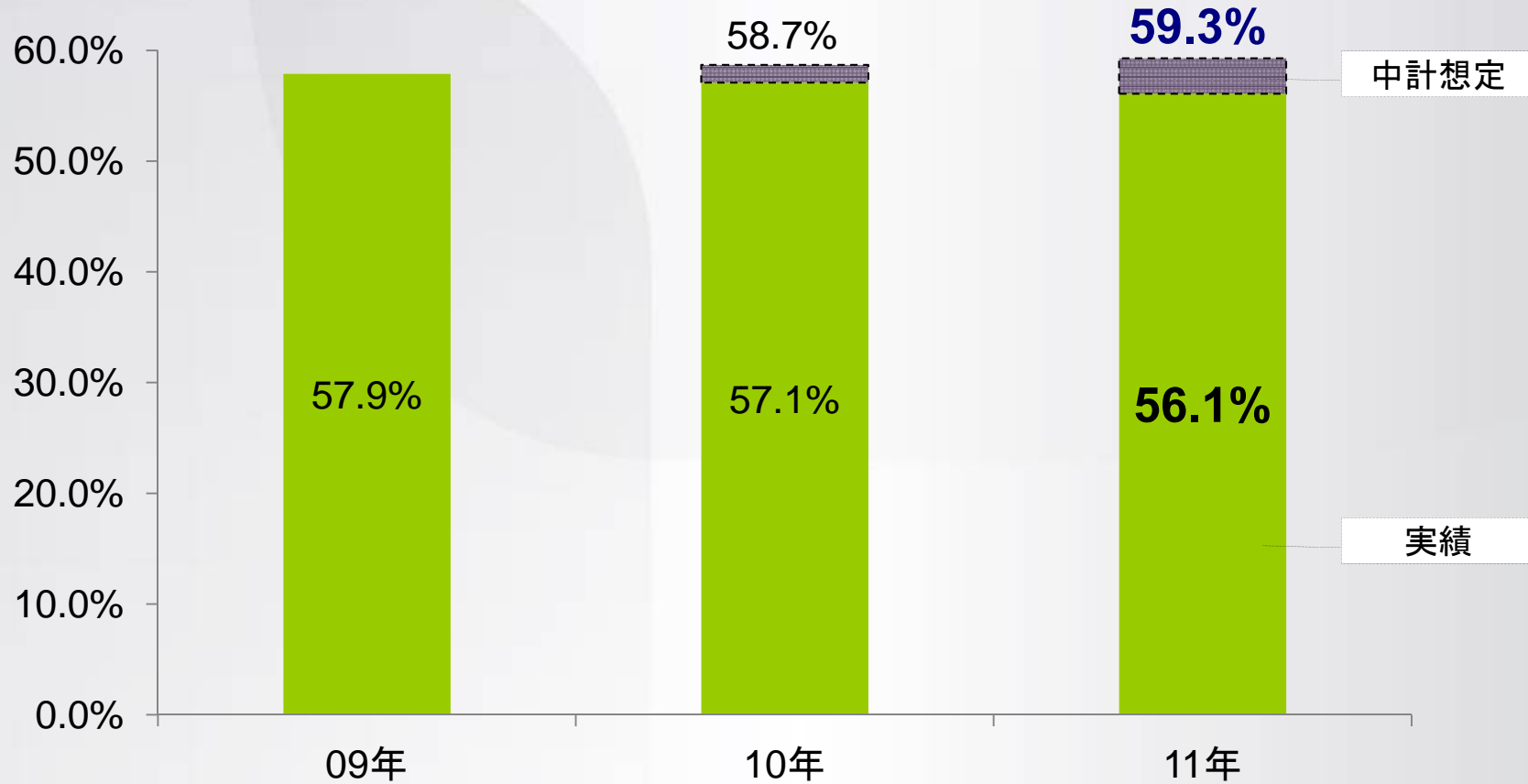
(2) カタログシステム費の効率悪化

(3) リピート率の悪化



上記の理由により、中期経営計画の最終年度予想との差が生じているが、今後の中期経営課題として取り組んでいく。

● リピート率の推移

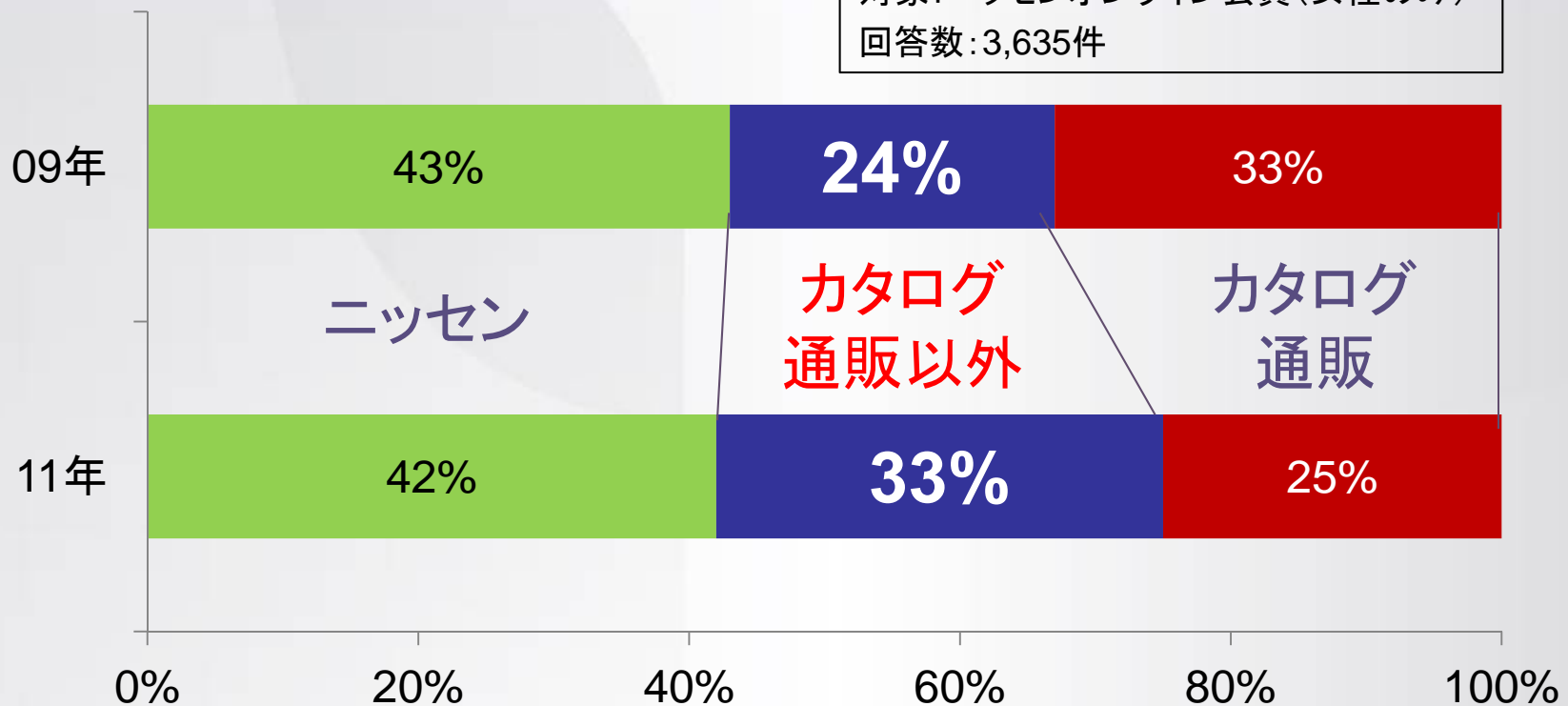


✓ 11年度は、中期経営計画で想定したリピート率を達成できなかった。

● ECサイトにおけるアパレル商品の購入金額シェア

対象: ニッセンオンライン会員(女性のみ)

回答数: 3,635件

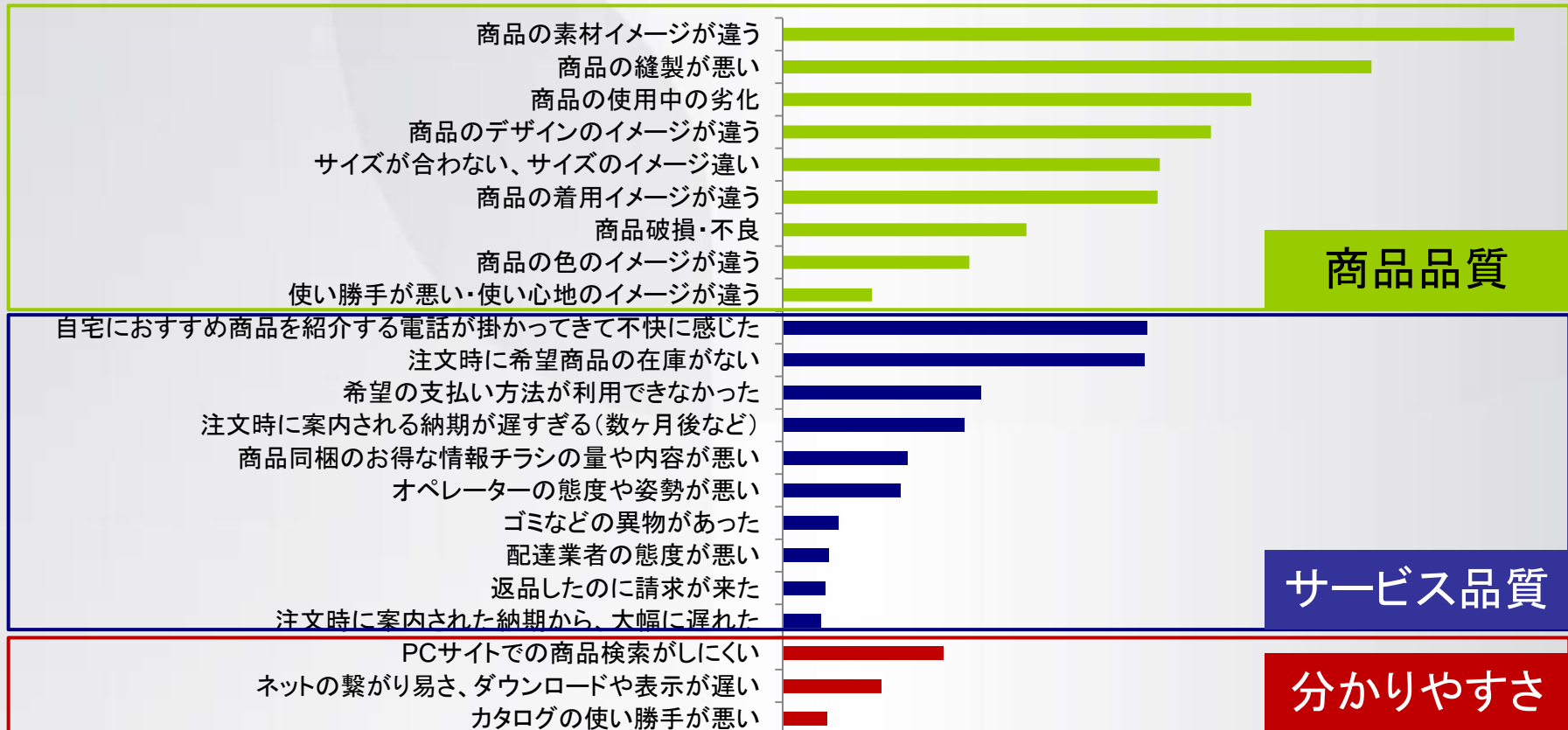


※カタログ通販以外には、ショッピングモール(楽天、Yahoo)・Zozotown・通販サイト(ユニクロ・無印)などを含む。

※カタログ通販には、ベルメゾン(千趣会)・スクロール・ベルーナなどを含む。

✓ ショッピングモールを中心としたECサイトでの購入シェアが大きく増加し、競合先が多様化、また、お客様の購買行動が変わり、想定通りのリピート率が確保できず。

● リピート率に影響を及ぼすお客様の声



(リピート率の影響指数) 小 → 大

- ✓ お客様の不満の声を改めて分析することで、リピート率の伸び悩み要因を再確認。
- ✓ 強化すべきポイントを商品品質・サービス品質・分かりやすさに3分類。

● リピート率向上のために強化すべきポイント

商品 品質

お客様満足向上
の視点から使用
品質改革の推進

- ※商品の素材を統一
- ※商品の耐久性・機能性を強化
- ※検品体制の再構築
- ※商品の組立負担軽減 等

サービス 品質

お客様ニーズに
沿ったきめ細かな
サービスを提供

- ※顧客対応の再教育
- ※配送リードタイム短縮
- ※配送のクレーム削減
- ※システムの安定稼働 等

分かり やすさ

お客様志向性に
基づく徹底的な
使いやすさを追求

- ※ネットの保有コンテンツを適切化
- ※ネット商品検索を強化
- ※マルチデバイス対応を促進 等

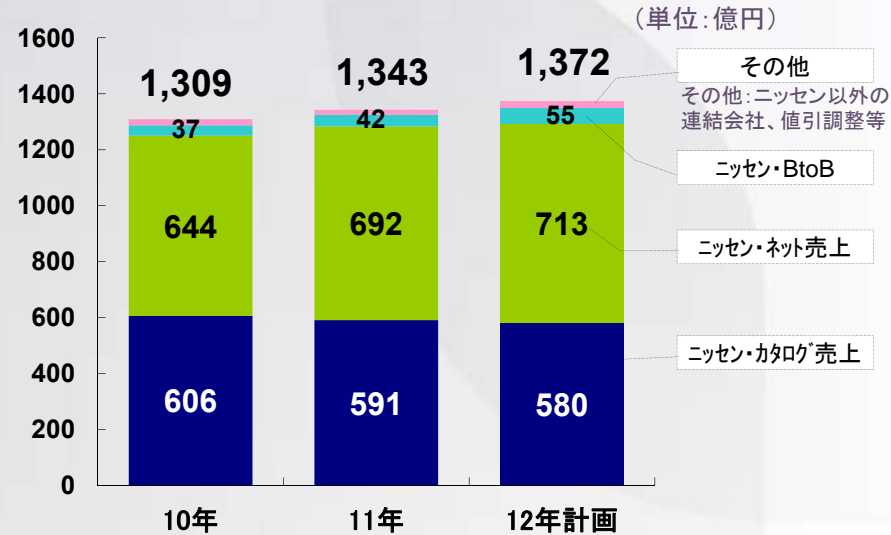
3. 2012年度各事業の計画と課題

<目次>

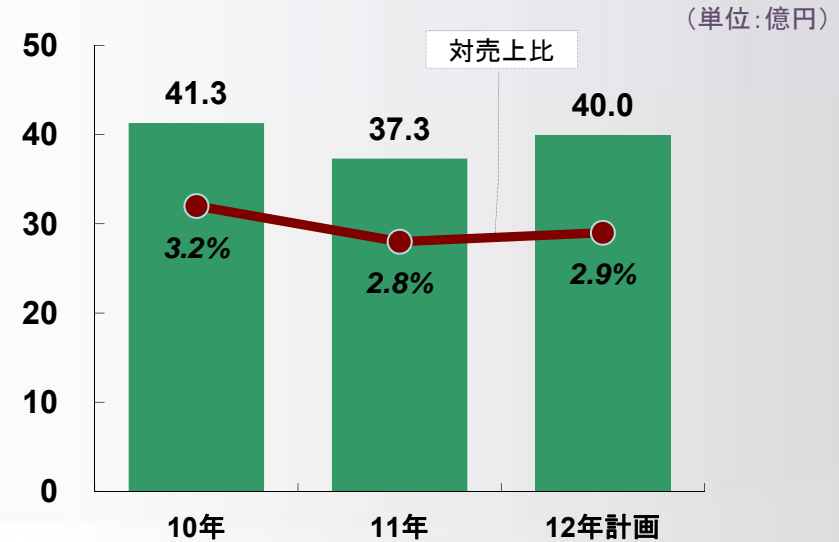
- 1) 通販セグメントの計画と重点課題
- 2) その他セグメントの計画と重点課題

1) 通販セグメントの計画と重点課題

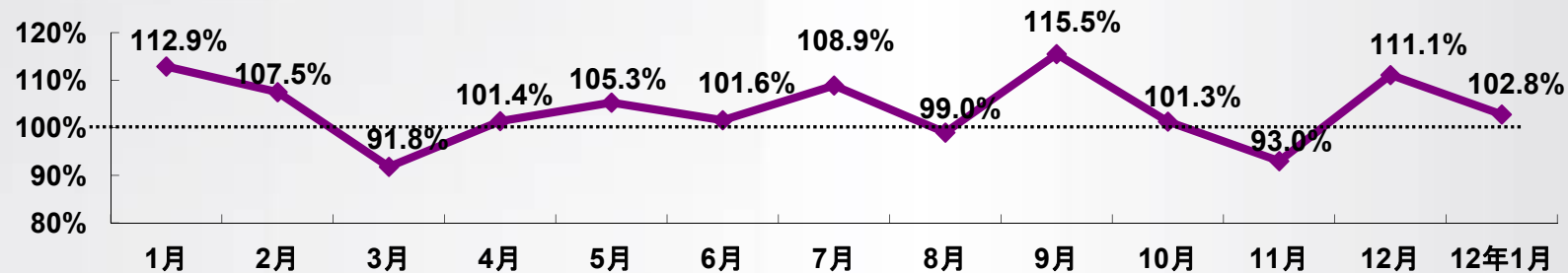
● 売上高推移



● 経常利益推移

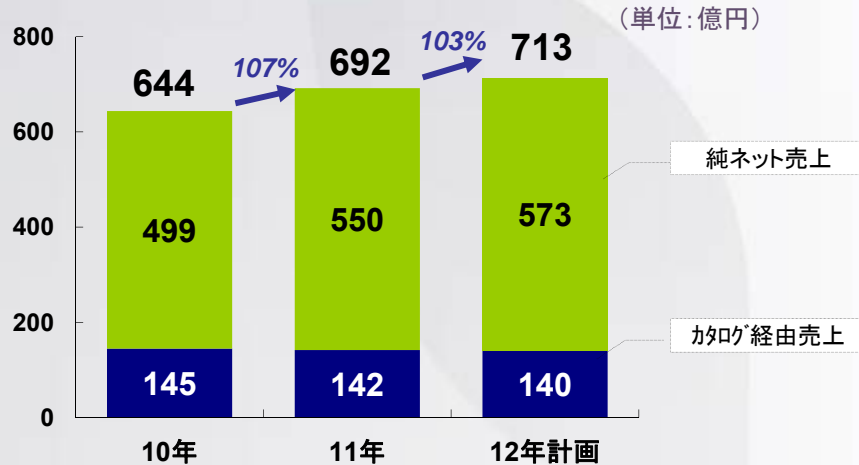


● 月次売上前年対比推移 (株ニッセン)

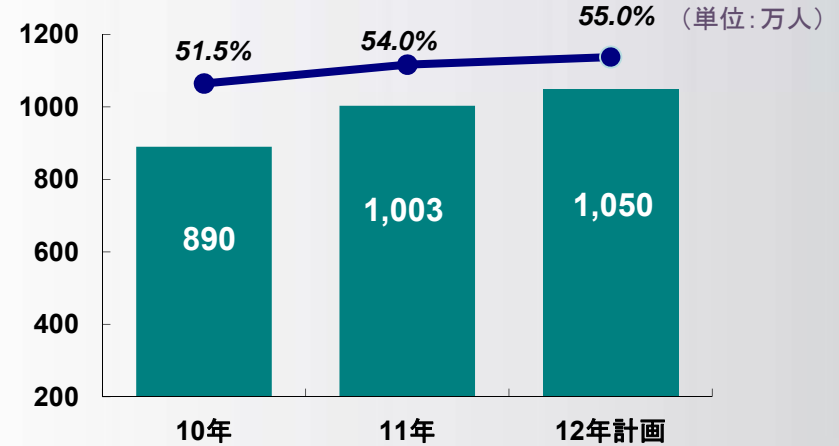


- ・通販事業は、(株)ニッセン、(株)通販物流サービス、(株)暮らしのデザイン及び(株)nビューティサイエンスで構成
- ・(株)通販物流サービスは、2011年度第2四半期において、株式の追加取得により、持分法適用関連会社から連結子会社へ移行

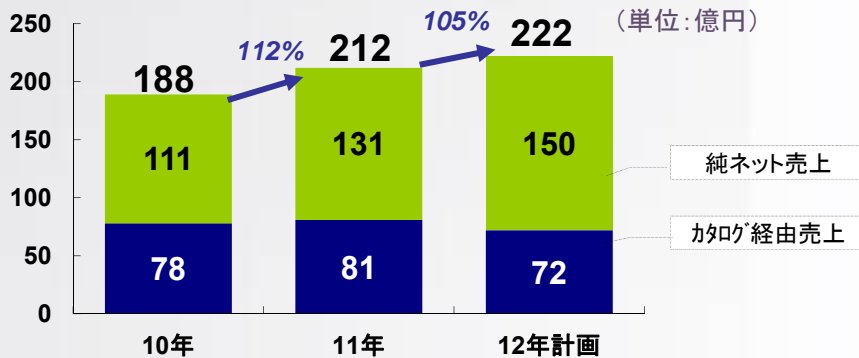
● インターネット経由の売上高(モバイル経由を含む)



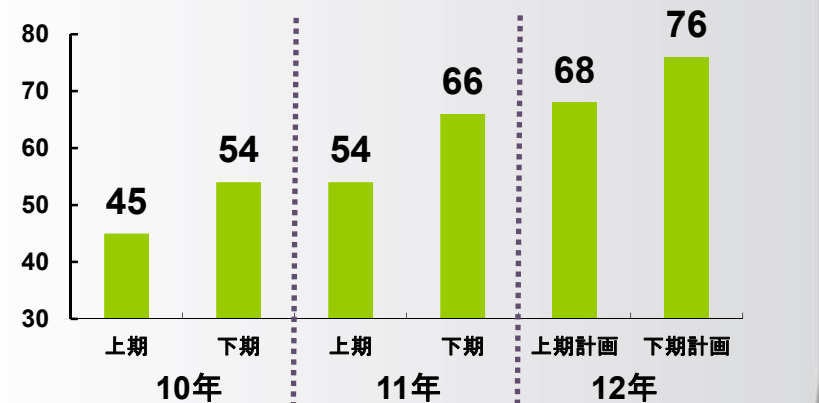
● インターネット会員数、売上シェア(カタログ売上対比)



● 内、モバイル経由の売上高(スマートフォンを含む)



● ネット限定商品の売上高推移



※純ネット売上は、インターネットカート経由の売上
 ※カタログ経由売上は、カタログ申込番号のインターネット入力による売上

- ✓ ネット売上は、ネット限定商品が牽引し、堅調に推移。
- ✓ 新規獲得・カタログ会員からの移行など、ネット会員数が順調に増加。

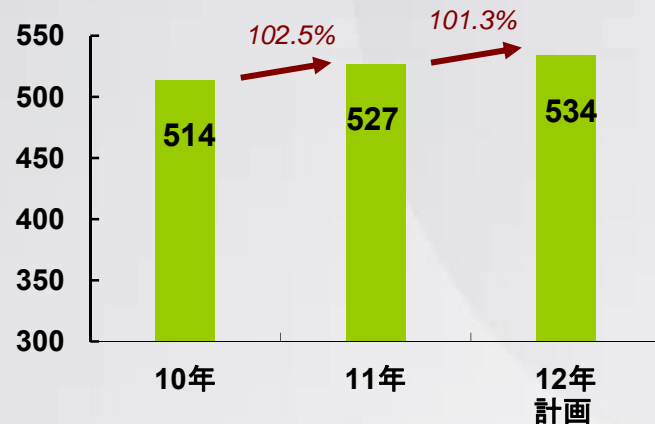
(株)ニッセンの稼働客数及び単価の状況

● 稼働客数

(1年間の売上顧客人数)

売上ベース

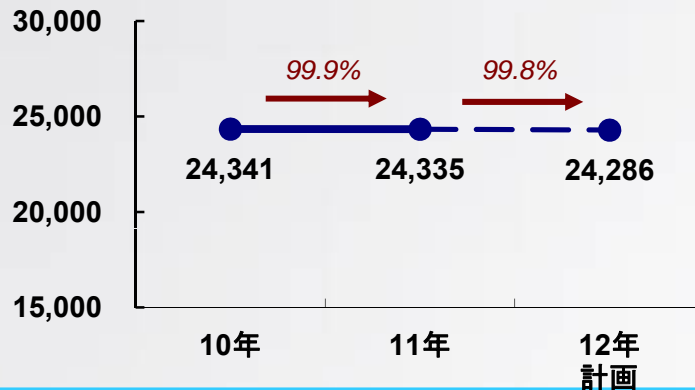
(単位:万人)



● 稼働単価

(1人当たり売上累計金額)

(単位:円)



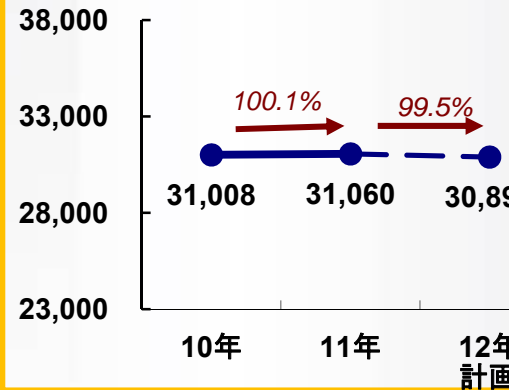
● 稼働客数

(1年間の受注顧客人数) (単位:万人)



● 稼働単価

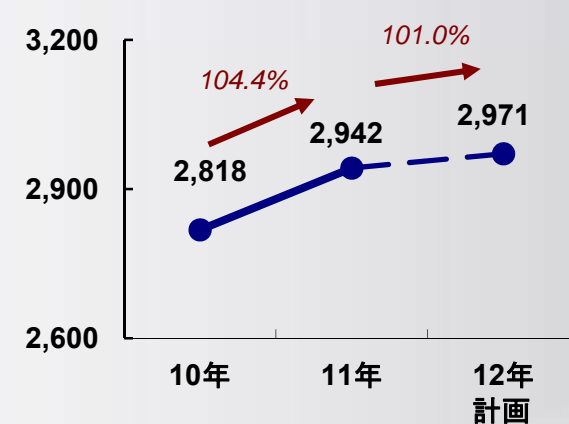
(1人当たり受注累計金額) (単位:円)



● 商品単価

受注ベース

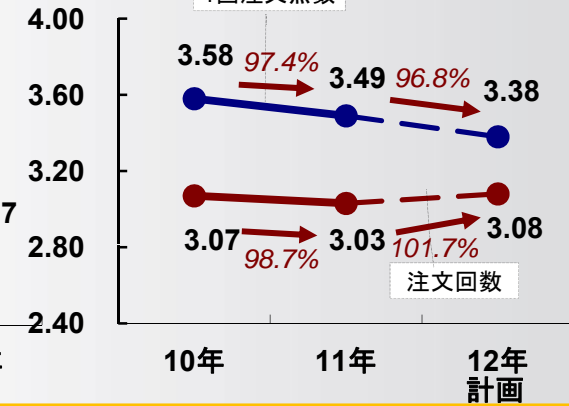
(単位:円)



● 1回注文点数/注文回数

1回注文点数 (単位:点/回)

(単位:点/回)



- ✓ ネットを中心とした新規顧客獲得などにより、稼働客数は前年を上回る。
- ✓ 家具・インテリア商品の売上シェア増加などにより、大きく商品単価が改善。

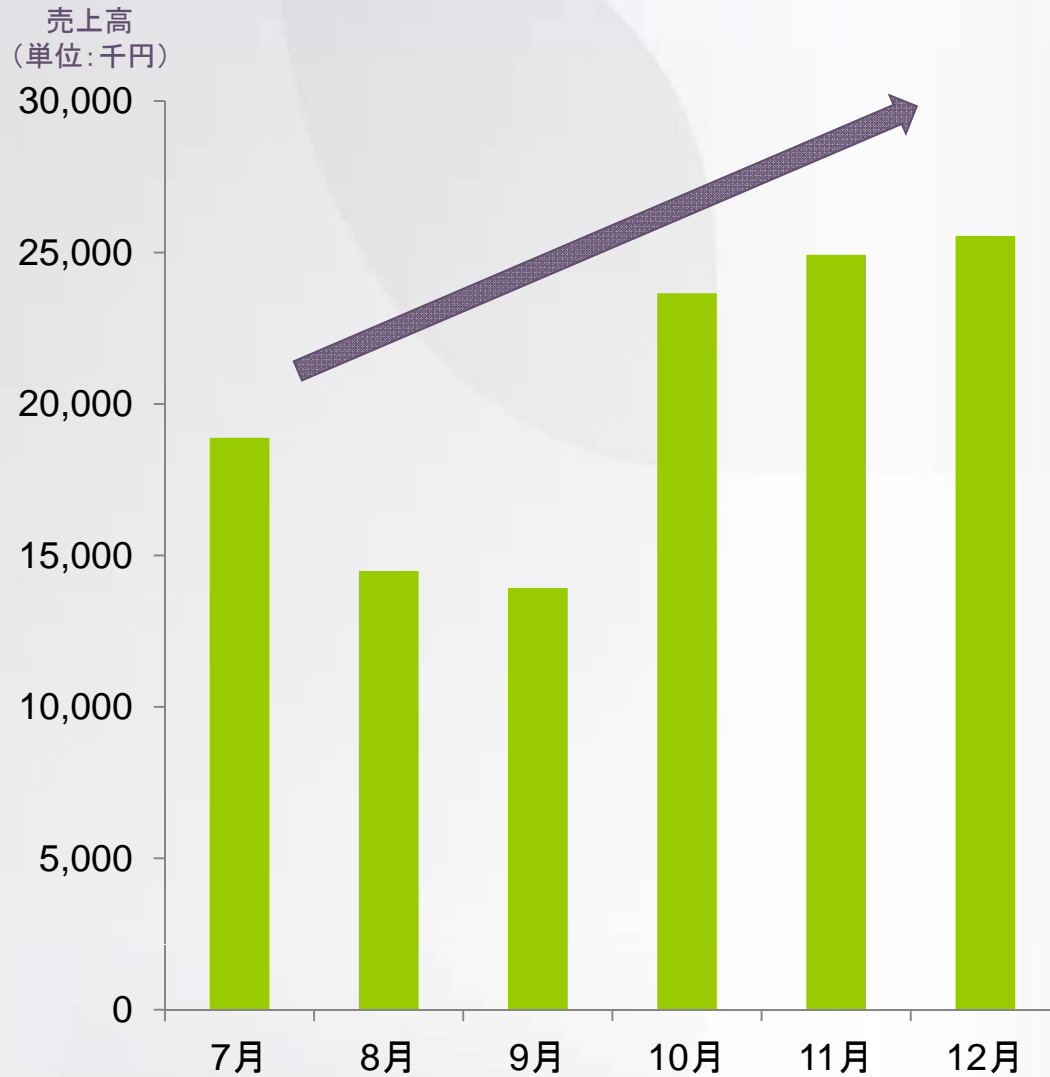
(1) サイト全体でのOne To One対応

(2) AR技術でカタログとモバイルの融合

(3) スマートフォンへの積極対応

(4) キャリア決済等も導入

● スマイル店舗の売上高推移(11年度下期)



スマイルランド フレルさぎ沼店



尼崎店



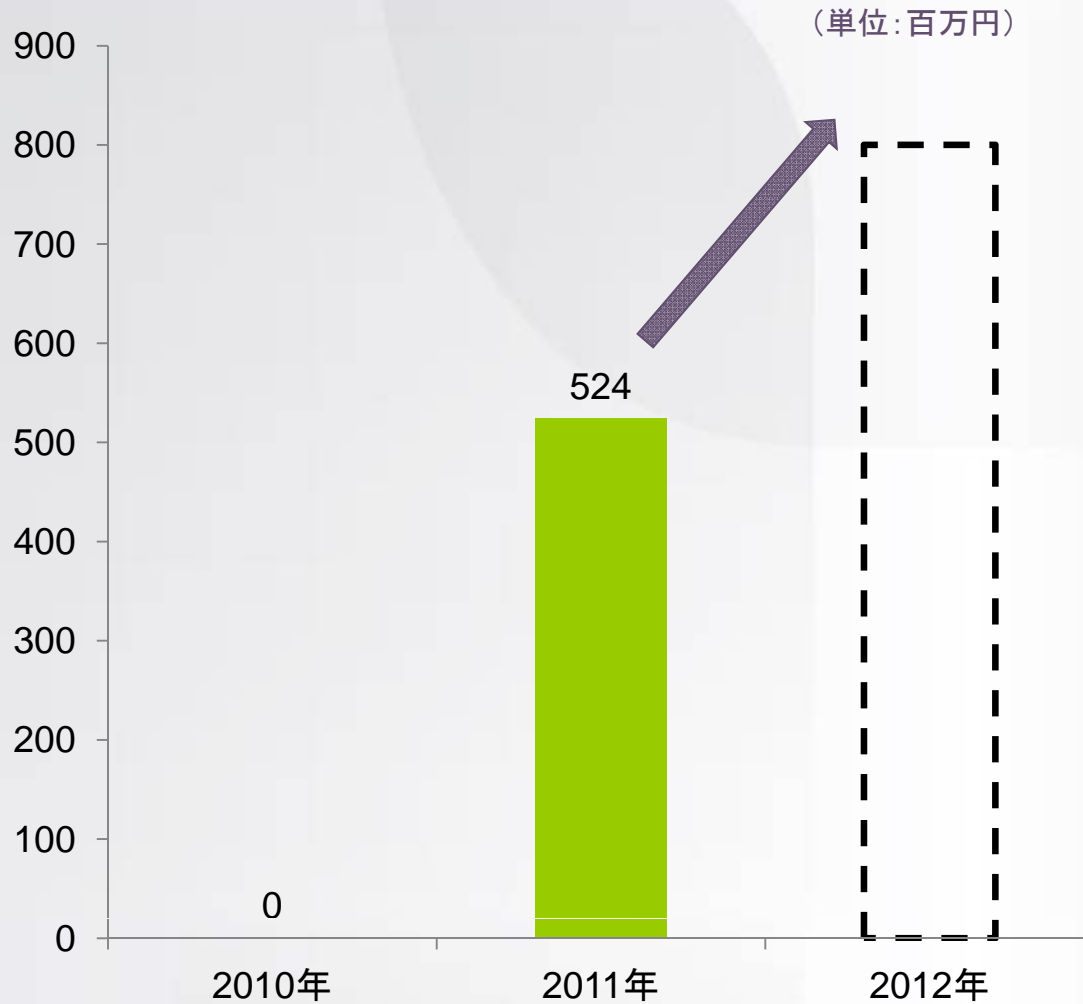
仙台店



● 売上高と定期購買人数の推移



● シニア向けカタログ(こころ気分)の売上高推移



- 中華圏3地域を重点的に、現地企業と提携しながらローカライズを加速



Venus Veil[®] 薇娜薇[®]
ビーナスベール

香港:

香港現地法人でローカルマーケティングを強化

台湾:

統一グループとの提携を推進

上海:

ビーナスベールとの提携を通じてニッセン商品をネット、カタログで販売

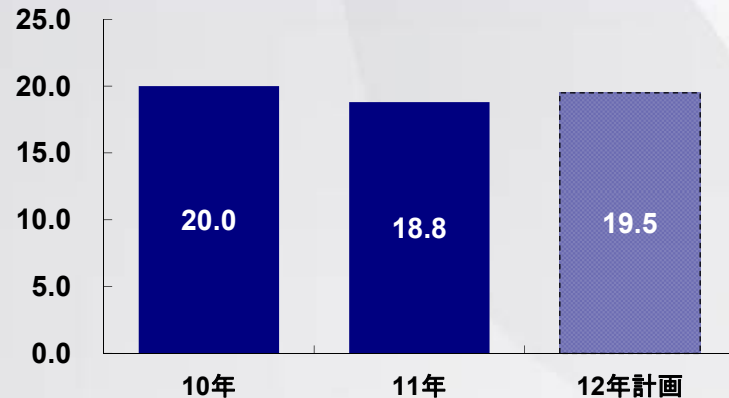


2) その他セグメントの計画と重点課題

■ 金融事業セグメントの売上・利益の状況

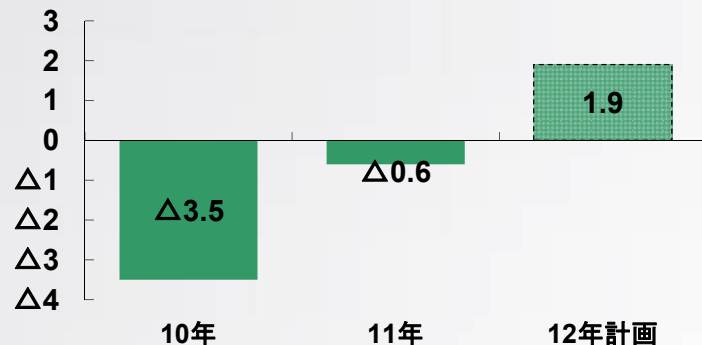
● 売上高推移

(単位:億円)



● 経常利益推移

(単位:億円)



・金融事業は、nインシュアランスサービス(株) <nインシュアランス> 及びニッセン・ジー・イー・クレジット(株) <NGEC> の持分法投資損益で構成。NGECは当社の持分連結会社であり、当期利益の50%の計上となります。

・なお、nインシュアランスサービス(株) は、2011年12月21日付で(株)ニッセンライフに社名変更しました。

● 2011年度の業績振り返り

- ✓ nインシュアランスでは、PC・モバイルサイトでの新コンテンツを充実させるなど新規顧客獲得のために積極投資を実施したものの、震災が業績に影響。
- ✓ NGECでは、利息返還請求が引き続き減少傾向にあり、また貸倒関連費用が減少するなど、前年の持分法投資損益を上回る。

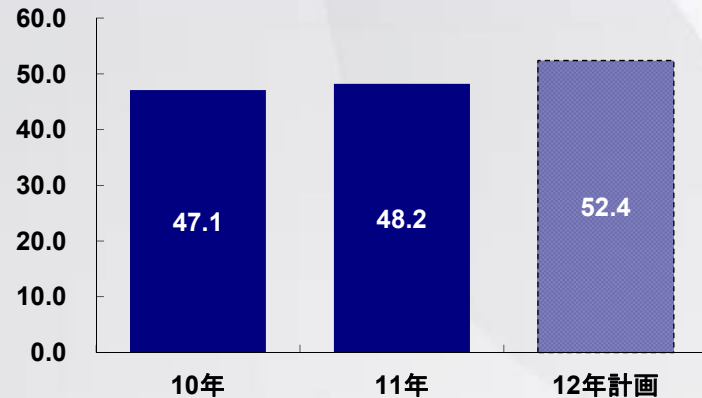
● 2012年度の業績見通し

- ✓ nインシュアランスは保険商品を提案する商品ラインナップや対面チャネルを強化し、保険契約者数増加を目指す。
- ✓ NGECは、改正貸金業法完全施行後の市場規模縮小の中、新規カード会員数増加に向けてネットチャネルを強化するなど、ショッピング取扱数増加を目指す。また、利息返還請求は減少傾向にあるものの、収入低下に対応すべきローコスト構造改革を継続。

■ 現販事業セグメントの売上・利益の状況

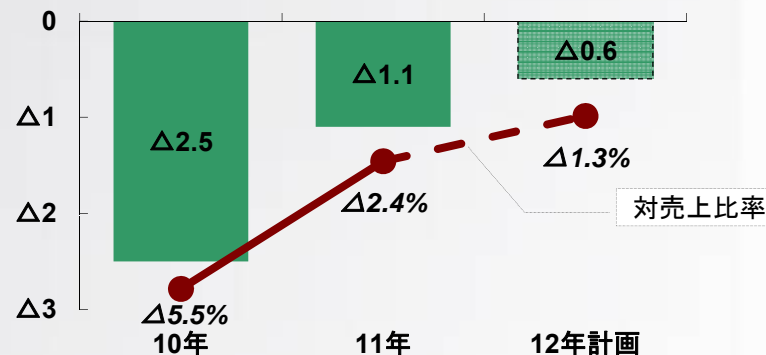
● 売上高推移

(単位: 億円)



● 経常利益推移

(単位: 億円)



・現販事業は、(株)トレスエンテ、(株)オリエンタルダイヤモンド、(株)ニッセンシェイプファンデで構成。

● 2011年度の業績振り返り

- ✓ 宝飾貴金属のマーケット環境が厳しい中、新デバイスを駆使した営業開拓や販売促進策により、売上高は増収。
- ✓ 利益面は継続的な事業構造改革を実施し、コスト管理を強化するなど前年の実績を上回る。

● 2012年度の業績見通し

- ✓ 引き続きマーケット環境が厳しいと想定されるなか、営業面では、タブレット端末等の新デバイスへ対応した利便性の高いインターフェイスを提供し、集客力・販売力強化を実施。
- ✓ 継続的にコスト管理を強化し、収益安定化への展開を図る。

4. 2011年12月期決算及び 2012年12月期業績予想

(株)ニッセンホールディングス

取締役 常務執行役員CFO

筑紫 敏矢

■ ＜震災の影響を早期にリカバリーして、対前年増収を達成＞

- ✓ 震災の影響で一時的に売上が大きく下がるが、早期にリカバリーした結果、対前年増収を達成
- ✓ 戦略的な価格設定を実施した、家具・インテリア商品の売上は好調
- ✓ 11月の気温高など天候不順に対応した販売施策の構築が課題

■ ＜経常利益は対前年微増、当期利益は減益＞

- ✓ 想定以上の原価高騰、天候不順によるカタログ関連コストの効率悪化などで通販事業は前年に対して微減
- ✓ 金融事業において、昨年は繰延税金資産取崩しが発生したため、今期の持分法損益は大幅に改善、現販事業は継続的構造改革効果で、売上、利益ともに改善
- ✓ 当期利益は震災特損の影響もあり、前年比20%減

■ ＜総資産760億、自己資本比率34%、営業CF20億円＞

- ✓ 物流関連会社の完全子会社化等に伴い、前年より総資産が156億増加
- ✓ 総資産の増加により、自己資本比率は前年39.7%から34.0%に低下
- ✓ 商品在庫増等の影響により営業CFは20億と前年より悪化

■ ＜財務基盤の安定化＞

- ✓ JCR格付の引き上げ(BBB-/安定的 ⇒ BBB-/ポジティブ)

(単位:億円)

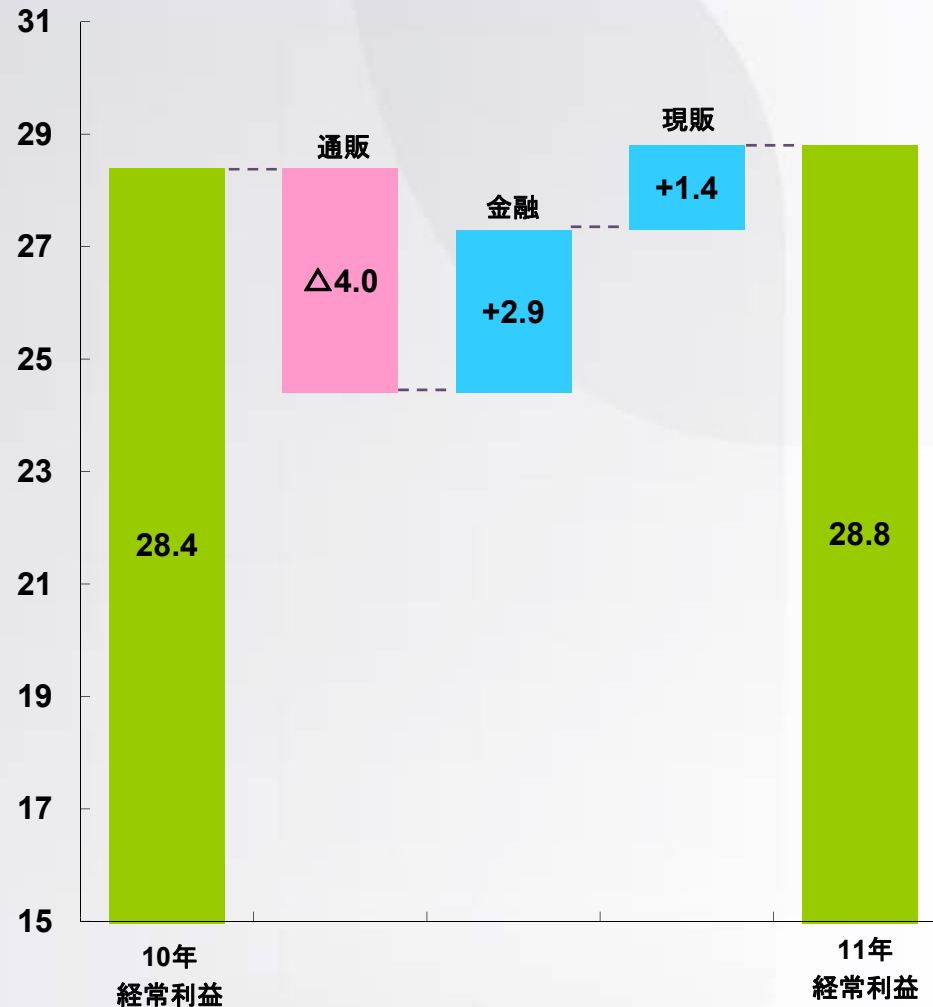
	11年実績		10年実績		増減額	前年対比
		売上比		売上比		
売上高	1,407.1	—	1,373.9	—	+33.2	+2.4%
営業利益	27.0	1.9%	31.9	2.3%	△4.9	△15.3%
経常利益	28.8	2.0%	28.4	2.1%	+0.4	+1.3%
当期純利益	23.7	1.7%	30.0	2.2%	△6.3	△20.8%
1株当り当期純利益 (円)	46.81		59.10			

- ✓ 売上高は主力の通販事業において、積極的な販促活動を実施したことで稼働客数が前年より増加、震災による影響があったものの、前年同期から33.2億円の増収。
- ✓ 営業利益は、増収による利益増に加えて、円高による原価率改善や継続的なコスト削減を実施したものの、原材料高騰やカタログ費の増加などの影響で前年を下回る。
- ✓ 経常利益は、持分法による投資損益が大きく改善するなど、前年を上回る。
- ✓ 当期純利益は、資産除去債務(1.6億円)、震災関連コスト※(5.2億円)などを計上。

※仙台コミュニケーションサービスセンターの設備損害・移転費用、営業休止期間中の固定費など直接的な損失を0.9億円、救援物資・義援金・被災地域のお客様向けニッセン買物券進呈など被災地支援費用を4.3億円計上しております。

前年対比増減

(単位:億円)



【前年対比増減要因】

●通販事業

- ✓ 家具・インテリアを中心とした売上増や円高による為替の良化影響があった一方、生産地における人件費や原材料高騰による原価悪化や大幅に発行部数を増やしたことによるカタログ費用の増加により経常利益は前年対比で減少

●金融事業

- ✓ 保険代理店事業は、新規顧客獲得のための積極投資を実施したものの、震災の影響もあり、前年より利益が減少。
- ✓ クレジット事業において、貸倒引当金計上額が良化するなど貸倒関連費用の減少、前年は繰延税金資産取崩しもあり、対前年と比べ持分法による投資損益が大きく改善。

●現販事業

- ✓ 宝飾貴金属のマーケット環境が厳しい中、営業開拓や販売促進策により、売上高は増収、利益面はコスト管理を強化するなど前年より大きく改善。

2011年度決算概要 セグメント別P/L状況

(単位: 億円)

		11年実績		10年実績		増減額	前年対比
			売上比		売上比		
通販事業	売上高	1,343.4	—	1,309.5	—	+33.9	+2.6%
	営業利益	32.9	2.5%	33.9	2.6%	△1.0	△2.9%
	経常利益	37.3	2.8%	41.3	3.2%	△4.0	△9.8%
金融事業	売上高	18.8	—	20.0	—	△1.2	△6.3%
	営業利益	0.6	3.3%	5.4	27.4%	△4.8	△88.8%
	経常利益	△0.6	△3.3%	△3.5	△17.5%	+2.9	—
現販事業	売上高	48.2	—	47.1	—	+1.1	+2.3%
	営業利益	△0.7	△1.5%	△2.4	△5.1%	+1.7	—
	経常利益	△1.1	△2.4%	△2.5	△5.5%	+1.4	—
調整額	売上高	△3.3	—	△2.8	—	△0.5	—
	営業利益	△5.8	—	△5.0	—	△0.8	—
	経常利益	△6.7	—	△6.7	—	+0.0	—

- ・調整額は、セグメント間取引消去及び純粋持株会社として必要な運営コストを含めております。
- ・各事業の実績は、2011年度第1四半期からのセグメント情報等の開示に関する会計基準に組替。

(単位:億円)

	11年期末	10年期末	増減	主な前年比増減内容
流動資産	480.1	463.1	+17.0	現金預金△17.5、たな卸資産+9.3、未収入金△6.8、前払費用+23.5
固定資産	280.0	140.9	+139.1	有形固定資産+131.8、無形固定資産+26.5、投資有価証券△18.7
資産合計	760.1	604.0	+156.1	
流動負債	381.0	312.2	+68.8	支払手形・買掛金+10.5、短期借入金+41.4、リース債務+5.9、未払金+6.3
固定負債	120.7	52.2	+68.5	長期借入金+44.4、長期リース債務+20.4
負債合計	501.7	364.5	+136.6	
株主資本	259.4	241.4	+18.0	当期利益+23.7、配当△5.5
その他の包括利益累計額	△1.0	△1.9	+0.9	
純資産合計	258.4	239.5	+18.9	
負債純資産合計	760.1	604.0	+156.1	

- ✓ 物流関連会社の完全子会社化や基幹システムのリニューアルにより、固定資産が大幅に増加、そのため借入金・リース債務も拡大。

(単位:億円)

	11年度	11年度の主な内容	10年度
営業活動による キャッシュフロー	20.7	税引前利益 +21.8 減価償却費 +15.1 売上債権の増加 △1.6 たな卸資産の増加 △9.5 仕入債務の減少 △1.0 前払費用などの増加 △3.8	67.9
投資活動による キャッシュフロー	△114.5	固定資産の取得による支出 △6.2 物流完全子会社化による支出 ※ △107.8	△8.3
財務活動による キャッシュフロー	76.1	短期借入金の増加 +22.0 長期借入による収入 +95.0 長期借入の返済による支出 △31.1 リース債務の返済による支出 △4.1 配当金の支払 △5.5	△43.9
現金及現金同等物の 期末残高	51.0		68.4

※決算短信上は、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出と貸付けによる支出に区分して表示。

- ✓ 営業CFは、秋物等が残った影響等で商品在庫が増加し、20億程度にとどまる。
- ✓ 物流会社の完全子会社化のため100億の資金を調達。

(単位:億円)

	12年予想		11年実績		増減額	前年対比
		売上比		売上比		
売上高	1,443.0	—	1,407.1	—	+35.9	+2.5%
営業利益	34.0	2.4%	27.0	1.9%	+7.0	+25.6%
経常利益	35.0	2.4%	28.8	2.0%	+6.2	+21.4%
当期純利益	32.0	2.2%	23.7	1.7%	+8.3	+34.6%
1株当り当期純利益 (円)	63.01		46.81			
自己資本利益率 (ROE)※	11.8%		9.5%			

※ 自己資本利益率(ROE)の2012年予想は、純資産を284億円で想定。

- ✓ 中期経営計画最終年度の到達目標には届かないが、通販事業へリソースを集中し、事業基盤を強化・拡大し、対前年增收増益を予想。

2012年度通期セグメントP/L予想

(単位: 億円)

		12年予想		11年実績		増減額	前年対比
			売上比		売上比		
通販事業	売上高	1,372.4	—	1,343.4	—	+29.0	+2.2%
	営業利益	38.5	2.8%	32.9	2.5%	+5.6	+16.8%
	経常利益	40.0	2.9%	37.3	2.8%	+2.7	+7.2%
金融事業	売上高	19.5	—	18.8	—	+0.7	+3.7%
	営業利益	1.7	9.0%	0.6	3.3%	+1.1	+172.4%
	経常利益	1.9	9.7%	△0.6	△3.3%	+2.5	—
現販事業	売上高	52.4	—	48.2	—	+4.2	+8.7%
	営業利益	△0.2	△0.4%	△0.7	△1.5%	+0.5	—
	経常利益	△0.6	△1.3%	△1.1	△2.4%	+0.5	—
調整額	売上高	△1.3	—	△3.3	—	+2.0	—
	営業利益	△6.0	—	△5.8	—	△0.2	—
	経常利益	△6.3	—	△6.7	—	+0.4	—

- ・調整額は、セグメント間取引消去及び純粋持株会社として必要な運営コストを含めております。
- ・各事業の実績は、2011年度第1四半期からのセグメント情報等の開示に関する会計基準に組替。

(参考)2012年度上・下期セグメントP/L予想

(単位:億円)

		12年予想			11年実績			上期	下期
		上期	下期	合計	上期	下期	合計	前年対比	前年対比
通販事業	売上高	681.7	690.7	1,372.4	662.9	680.5	1,343.4	+2.8%	+1.5%
	営業利益	14.9	23.6	38.5	18.8	14.1	32.9	△20.5%	+67.3%
	経常利益	15.7	24.3	40.0	22.3	15.0	37.3	△29.5%	+62.6%
金融事業	売上高	9.3	10.2	19.5	9.0	9.8	18.8	+3.2%	+4.4%
	営業利益	0.6	1.1	1.7	0.1	0.5	0.6	+303.9%	+137.4%
	経常利益	1.3	0.6	1.9	△0.9	0.3	△0.6	—	+64.4%
現販事業	売上高	26.5	25.9	52.4	23.4	24.8	48.2	△5.6%	△3.4%
	営業利益	△0.2	0.0	△0.2	0.0	△0.7	△0.7	—	—
	経常利益	△0.5	△0.1	△0.6	△0.1	△1.0	△1.1	—	—
調整額	売上高	△0.5	△0.8	△1.3	△1.9	△1.4	△3.3	—	—
	営業利益	△2.8	△3.2	△6.0	△2.7	△3.1	△5.8	—	—
	経常利益	△3.0	△3.3	△6.3	△3.3	△3.4	△6.7	—	—

- ・調整額は、セグメント間取引消去及び純粹持株会社として必要な運営コストを含めております。
- ・各事業の実績は、2011年度第1四半期からのセグメント情報等の開示に関する会計基準に組替。

■ 資本政策及び配当政策に関する基本方針

- 資本政策として、中長期的なグループ経営戦略と一貫性のとれた、財務健全性及び株主資本効率の最適バランス化並びに資本市場からの期待リターンを実現するために、当面のターゲットとして、自己資本比率40%以上、自己資本利益率(ROE)10%以上の維持を目指します。
- 配当政策として、中期的な業績連動型利益配分の基本方針のもと、未来永劫発展する会社を目指して、成長への収益基盤となる重点分野・収益分野への投資は厳選しながら実施する一方で、財務体質の強化を優先することが、中期的に見て株主の皆様にも資すると判断し、配当性向30%を目途として、業績等を総合的に考慮しながら利益配分を行います。

■ 2011年度および2012年度の配当について

- 2011年度における1株当たり配当については、当初予定どおり期末配当を6円とし、中間配当を合わせた年間配当を12円とさせていただきます。
- 2012年度における1株当たり配当については、下記の通り、年間配当を12円とさせていただく予定です。

	中間配当 (円)	期末配当 (円)	1株当たり 年間配当(円)	1株当たり 当期利益 (円)	配当性向 (%)	自己資本 比率(%)	ROE (%)
2010年	4.00	5.00	9.00	59.10	15.2	39.7	14.6
2011年	6.00	6.00	12.00	※1 30.93	※1 38.8	34.0	9.5
2012年	6.00	6.00	12.00	※2 38.83	※2 30.9	38.2	11.8

※1 一過性の要因である震災関連コスト5.2億を調整した税引前当期利益に標準税率(42%)を適用して試算しています。

※2 税引前当期利益に標準税率(42%)を適用して試算しています。



このプレゼンテーション資料に記載した予想数値は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、今後の経済動向、業況の変化、為替レート等の要素により、予想数値とは大幅に異なる場合があります。