

# ゴールはもう目の前、 修正公表値達成に全力を挙げよう

社長 兼 CEO  
沖津 雅浩



2月7日に第3四半期の決算を発表しました。

昨年11月の第2四半期決算発表後、「年間公表値達成には、第3四半期での営業利益の積上げが重要」とトップメッセージを通じて皆さんにお話しし、この間、全社一丸となって取り組んだ結果、当期の営業利益は前年同期比8.8倍の大幅増益を確保することができました。

この三カ月間、皆さん、本当によく頑張ってくれたと思います。皆さんの努力に改めて感謝します。ありがとうございます。

業績の詳細については、発表資料を確認していただきたいと思いますが、この第3四半期、ブランド事業は非常に厳しい円安環境下でありながらも、当面の目標としている営業利益率7%を上回る水準を確保、デバイス事業においても、第1四半期、第2四半期に引き続き赤字幅が着実に縮小しており、総じて順調な業績となりました。

こうした結果を受け、今回の決算では通期の営業利益予想を、当初の100億円から200億円に上方修正しています。一方、最終利益については、今後発生が見込まれるグリーンフロント堺の不動産売却に伴う収益や、アセットライト化及びディスプレイデバイス事業の構造改革に関連する費用などの

合理的算定が現時点では困難なことから「非公表」としましたが、当初予想の50億円を上回る見通しです。

決算発表以降、メディアやアナリスト、金融機関、格付け機関など、様々なステークホルダーから、「第3四半期の営業利益は市場予想を上回り、ポジティブな印象」、「ブランド事業が増益、デバイス事業が赤字縮小、全社で大幅増益と良い内容の決算だった」、「アセットライト化も着実に前進しており好印象」など、前向きな評価を多数頂戴しています。

また、今回の決算発表以降、以前にも増して、今後の見通しやブランド事業の成長戦略に対する質問及び期待のお言葉を頂戴する機会が増えており、5月を目途に公表予定の中期経営計画に大きな注目が集まっています。

今後の成長の中心となるブランド事業の業績は、現時点では堅調に推移していますが、市場環境が刻一刻と厳しさを増す中、他社に先んじてより大胆な変革に挑戦していかなければ、早晚、競争力を失います。

こうした危機感を背景に、今回の中期経営計画では、従来の延長線上に留まるのではなく、将来を見据えたよりチャレンジングな目標を設定し、その道筋を付けることを狙いとしており、特に、去年の中期経営方針で示したブランド事業営業利益率7%という水準にはこだわりを持って進めています。

2024年度も残すところ1カ月半を切りました。今回上方修正した通期営業利益目標を社員全員の力でやり遂げ、来年度以降の再成長に弾みをつけていきましょう。

ゴールはもう目の前です。あともうひと踏ん張り、最後の努力をお願いします。共に頑張りましょう！