

株式会社SHOEI 2021年9月期決算説明会

2021年12月2日



I

2021年9月期決算実績

P. 2

II

2022年9月期業績予想

P. 13

III

成長戦略

P. 19

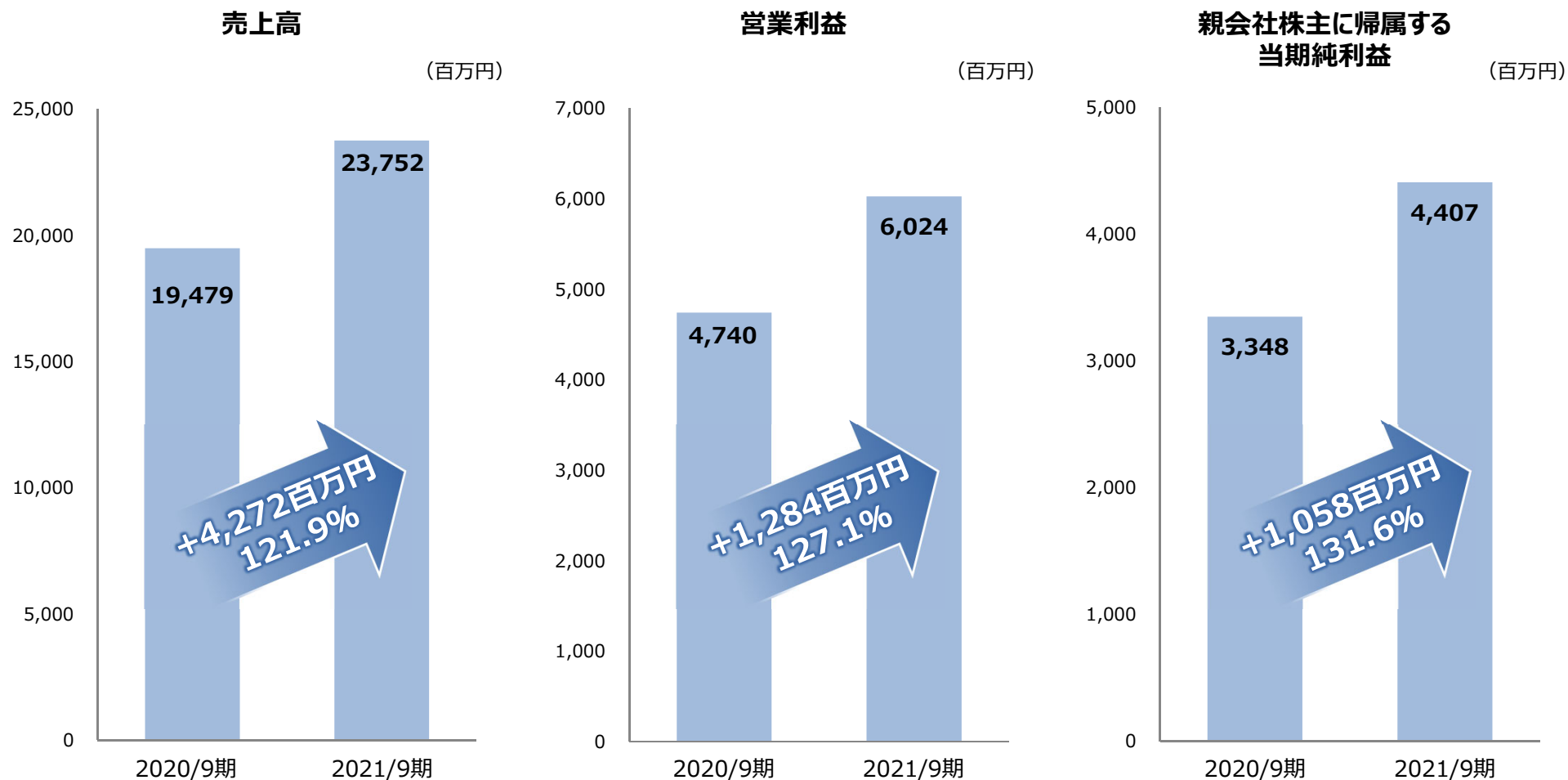
I . 2021年9月期決算実績



① 決算実績概要



売上高/営業利益/親会社株主に帰属する当期純利益



期中平均為替レート
(2021年9月期)

US\$ = 107.56円
(前年比▲0.37円)

EUR = 128.31円
(前年比+8.07円)

海外子会社換算レート
(2021/06末)

US\$ = ¥110.58
(前年比+2.84円)

EUR = ¥131.58
(前年比+10.50円)

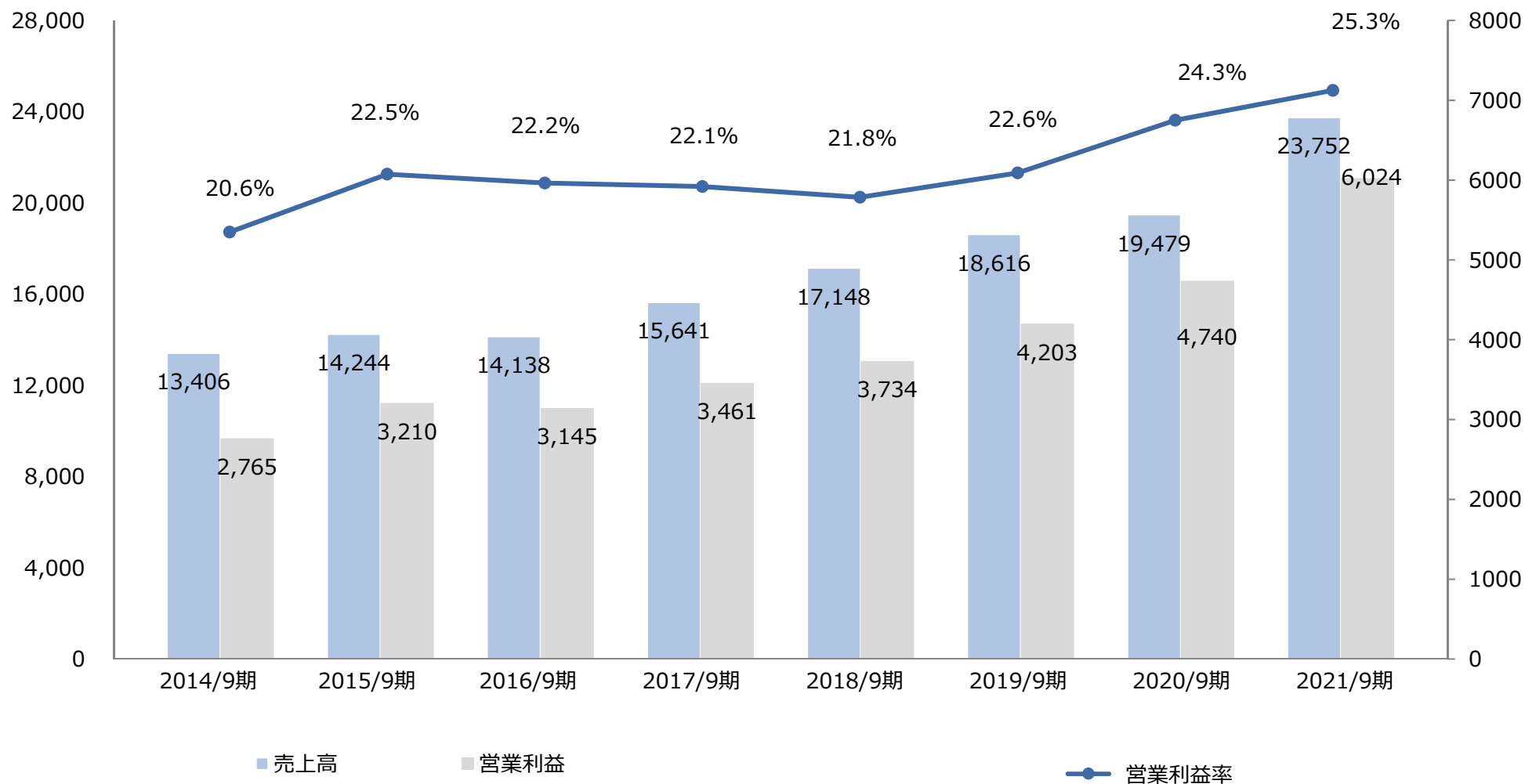
ROE 21.8% ▶ 25.8%

② 連結業績推移



売上高
(百万円)

営業利益
(百万円)



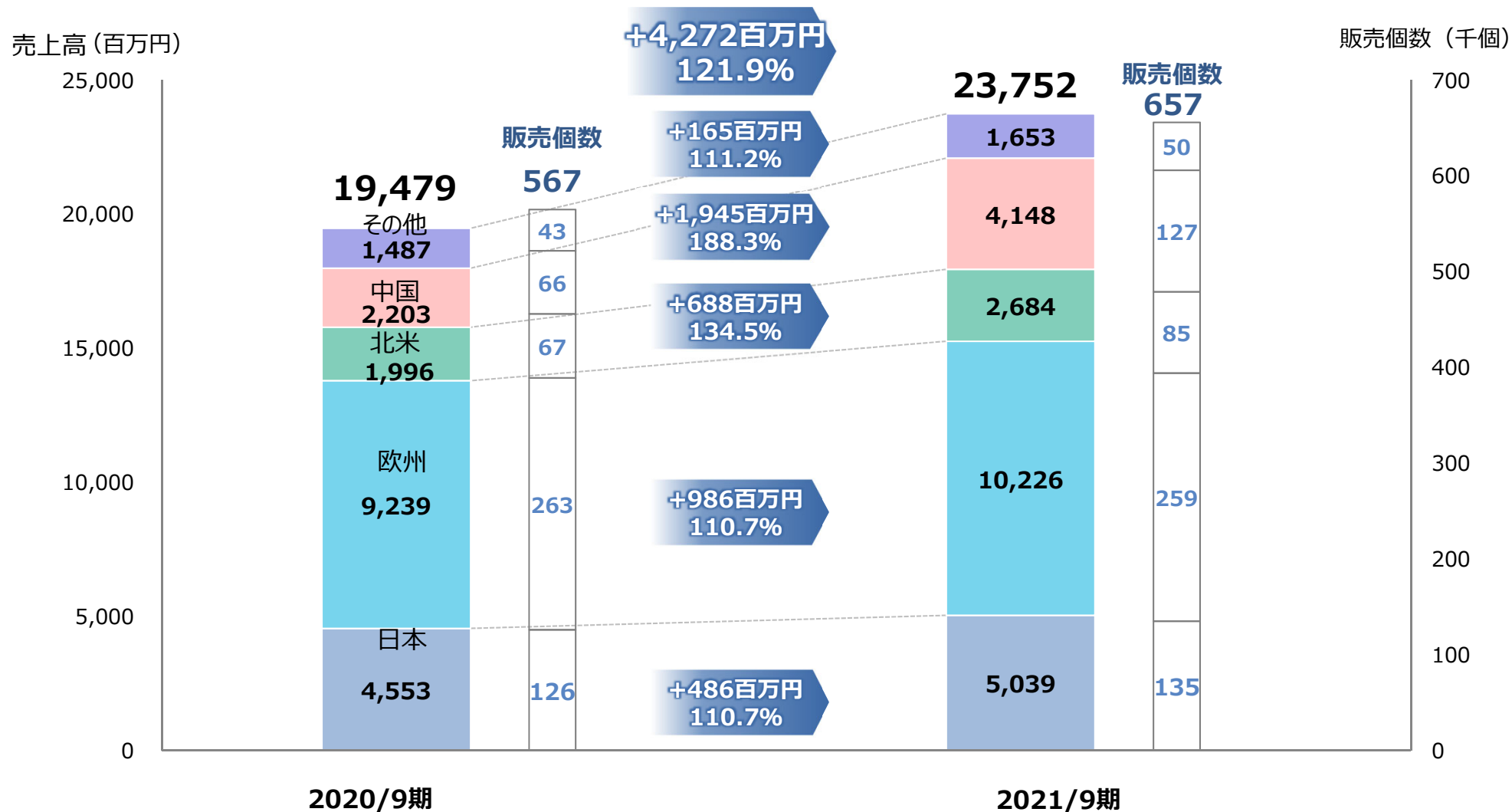
2021年9月期決算のポイント

- ① 懸念されていた新型コロナによる販売の低下は限定的
日本、米国等ではむしろ売上増
- ② 一部の地域を除き、各国代理店は期初に悲観的な購入計画を作成していたところ、
期中に一気に需要が回復となったが、工場の生産能力ネックや世界的コンテナ不足
等の理由により需要をフルにカバーすることはできなかった
- ③ 中国向け販売が61千個（1,945百万円）増加し、全体の増加数量の過半を
占めた
- ④ 工場は期中増産に努力したが前期比86千個増の年産676千個に留まった
- ⑤ 為替は期を通じて安定

④ 地域別売上高・販売個数（連結）



地域別売上高・販売個数



⑤ 2021年9月期マーケット環境とトピックス (地域)



地域戦略

欧州

販売個数は前述の理由で微減となったが、ユーロ安により円ベースでの売上は増加

北米

新モデルRF1400のヒット及び米国代理店新経営陣による積極的な販売が功を奏し、販売数量は大幅増 (26.7%増)

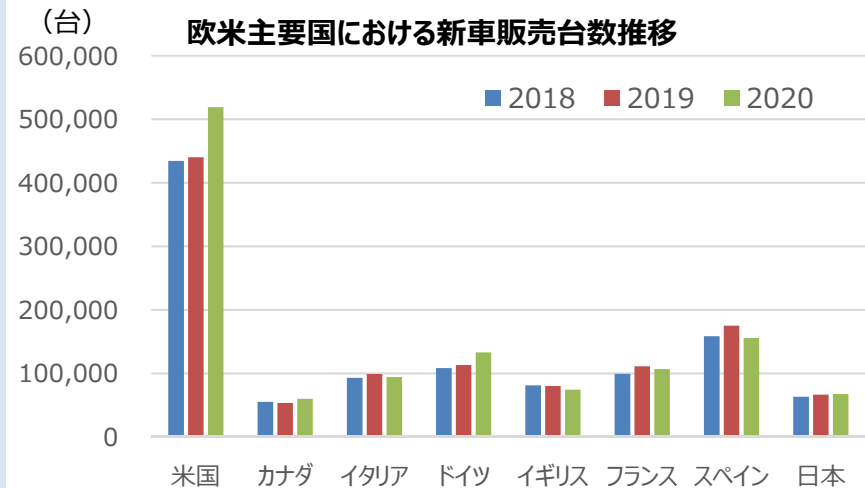
アジア

中国では好調な受注が継続、足元では鈍化の傾向があるものの、通期では前年度比大幅な伸び
東南アジアは新型コロナの影響を受け苦戦した

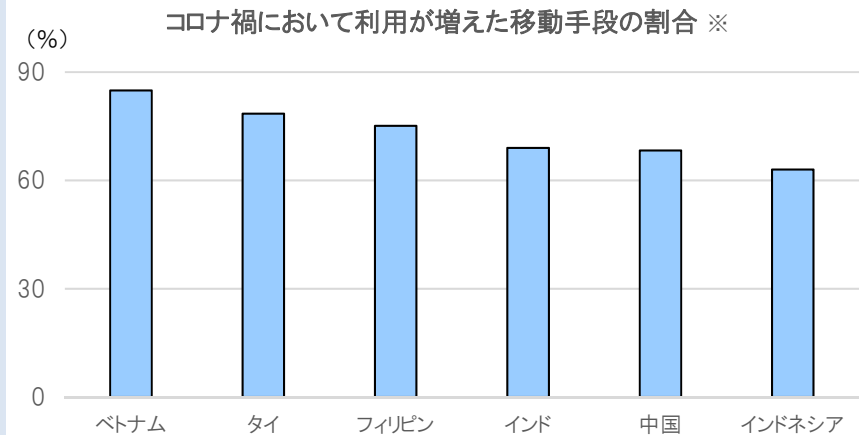
日本

二輪用品販売店はほとんど営業規制の対象とならず、特別定額給付金の恩恵もあり、堅調な販売が持続した

コロナ禍においても二輪車販売は各国で好調



出所：各国統計資料をもとに当社作成

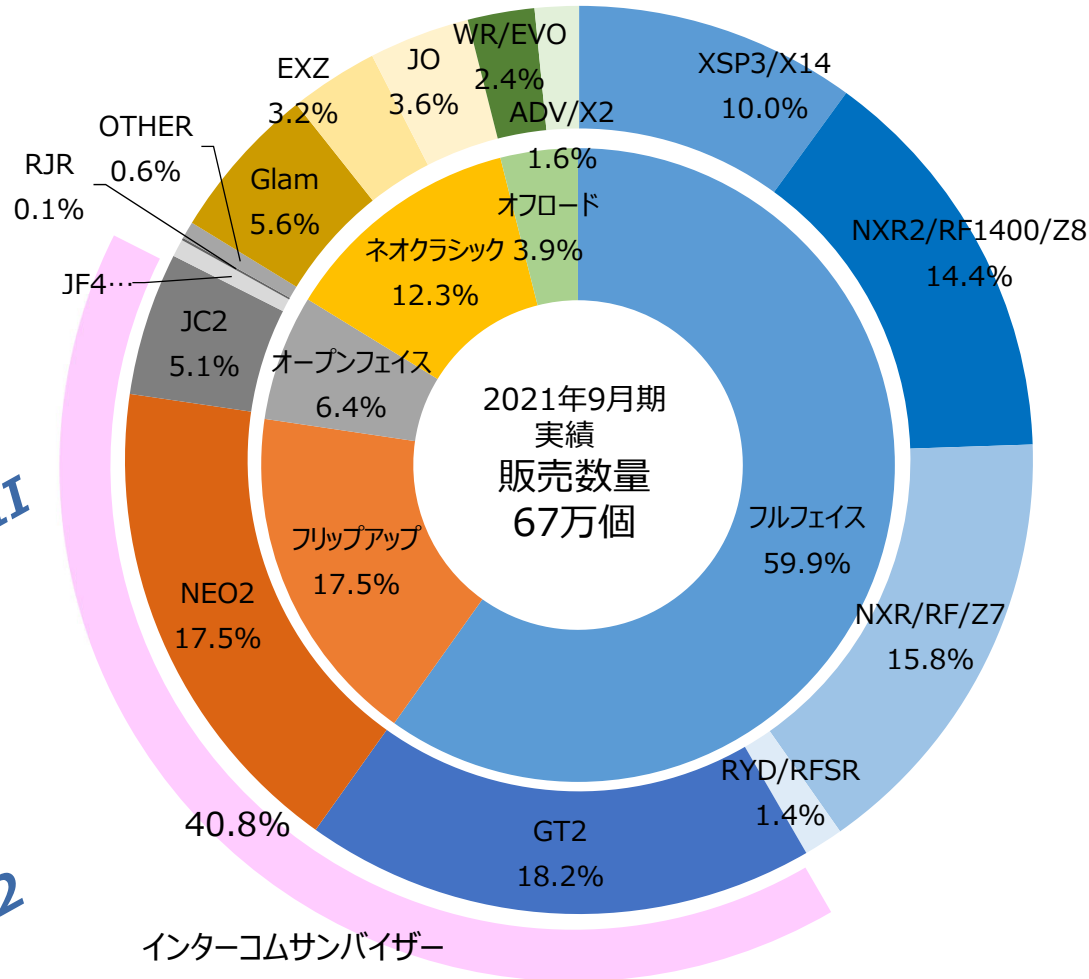
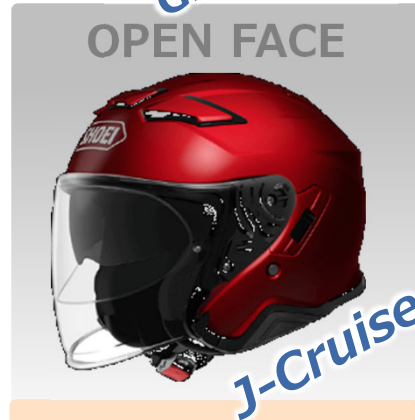


出所：株式会社矢野経済研究所「アジア7カ国における二輪車ユーザーのアンケート調査 (2021年)」(2021年9月13日発表)

※ 注1 新型コロナウイルス感染拡大前(2020年1月以前)より利用が増えた複数の移動手段のうち、オートバイと回答した比率(複数回答)のみ抜粋(但し日本を除く)

注2 調査期間：2020年12月～2021年2月、調査対象：日本(n=328)、インド(n=352)、中国(n=341)、インドネシア(n=357)、ベトナム(n=344)、タイ(n=340)、フィリピン(n=321)の二輪車保有ユーザー計2,383名(各国18歳から69歳までの男女)、調査方法：インターネットアンケート調査

⑥モデル別販売状況



⑦ 2021年9月期マーケット環境とトピックス（商品）



- 2020年9月のGlamster投入/2021年3月主力モデルZ8投入

Glamster



ヨーロッパ

販売開始：2020年3月

希望小売価格

ドイツ・フランス：EUR449.00～549.00（税込）

日本

販売開始：2020年9月

希望小売価格：47,300円～56,100円（税込）

Z8



北米（RF-1400）

販売開始：2020年12月

希望小売価格：US\$499.99～US\$599.99

ヨーロッパ（NXR2）

販売開始：2021年9月

希望小売価格：EUR 479.00～EUR 639.00

日本（Z-8）

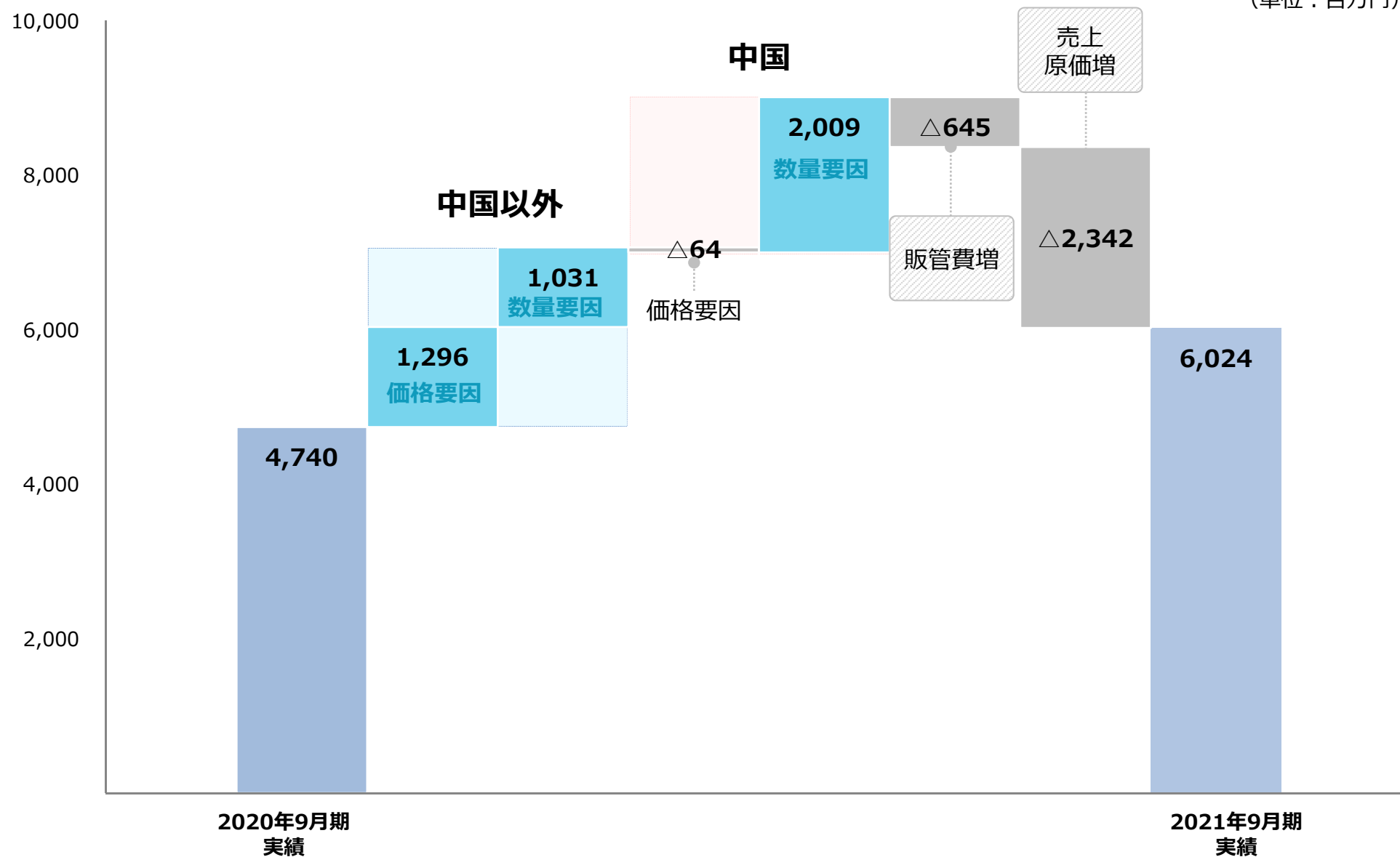
販売開始：2021年3月

希望小売価格：56,100円～66,000円（税込）

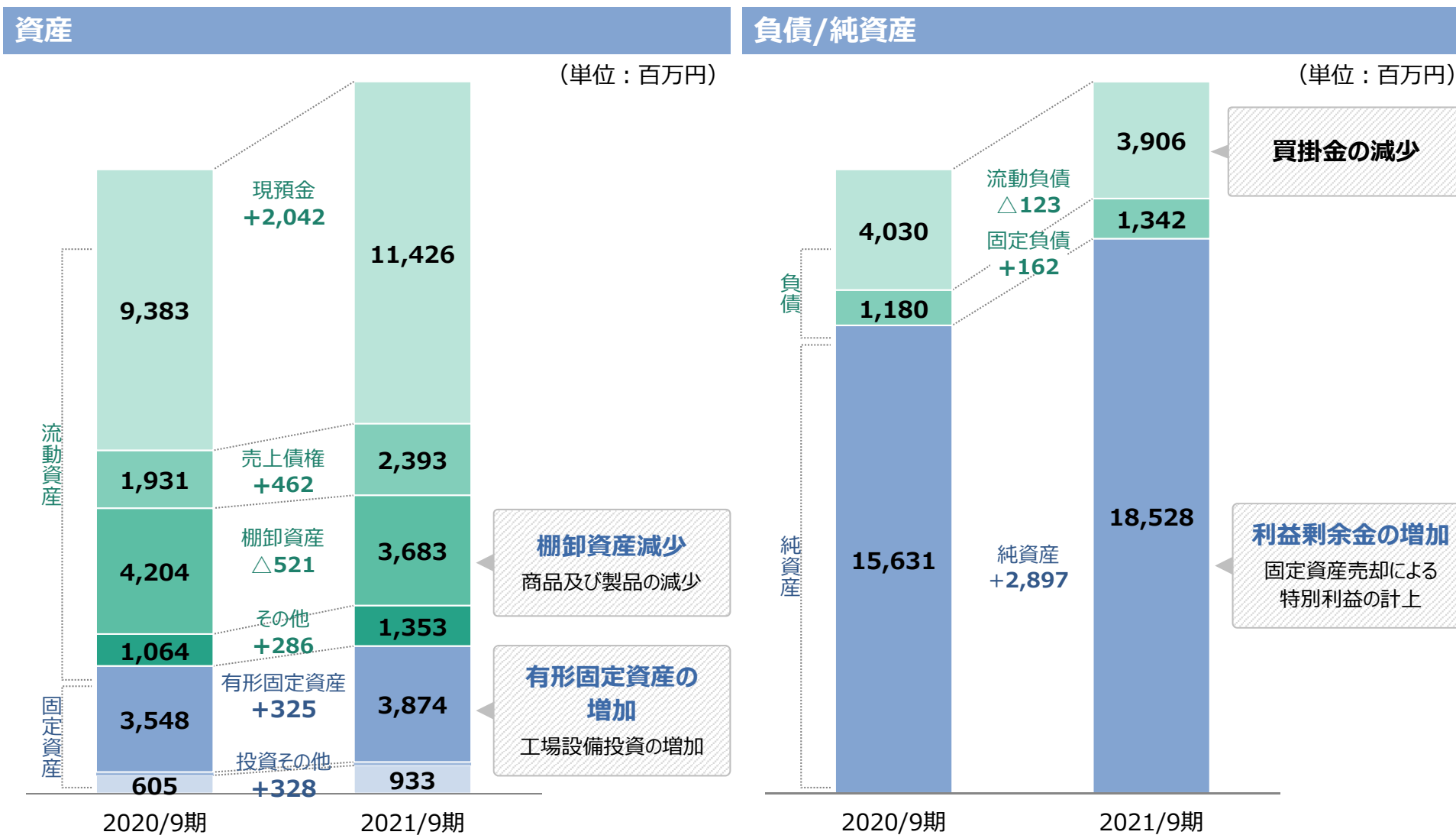
⑧ 営業利益増減要因 (実績)



(単位：百万円)



⑨貸借対照表 (B/S) (連結)



棚卸資産減少
商品及び製品の減少

有形固定資産の増加
工場設備投資の増加

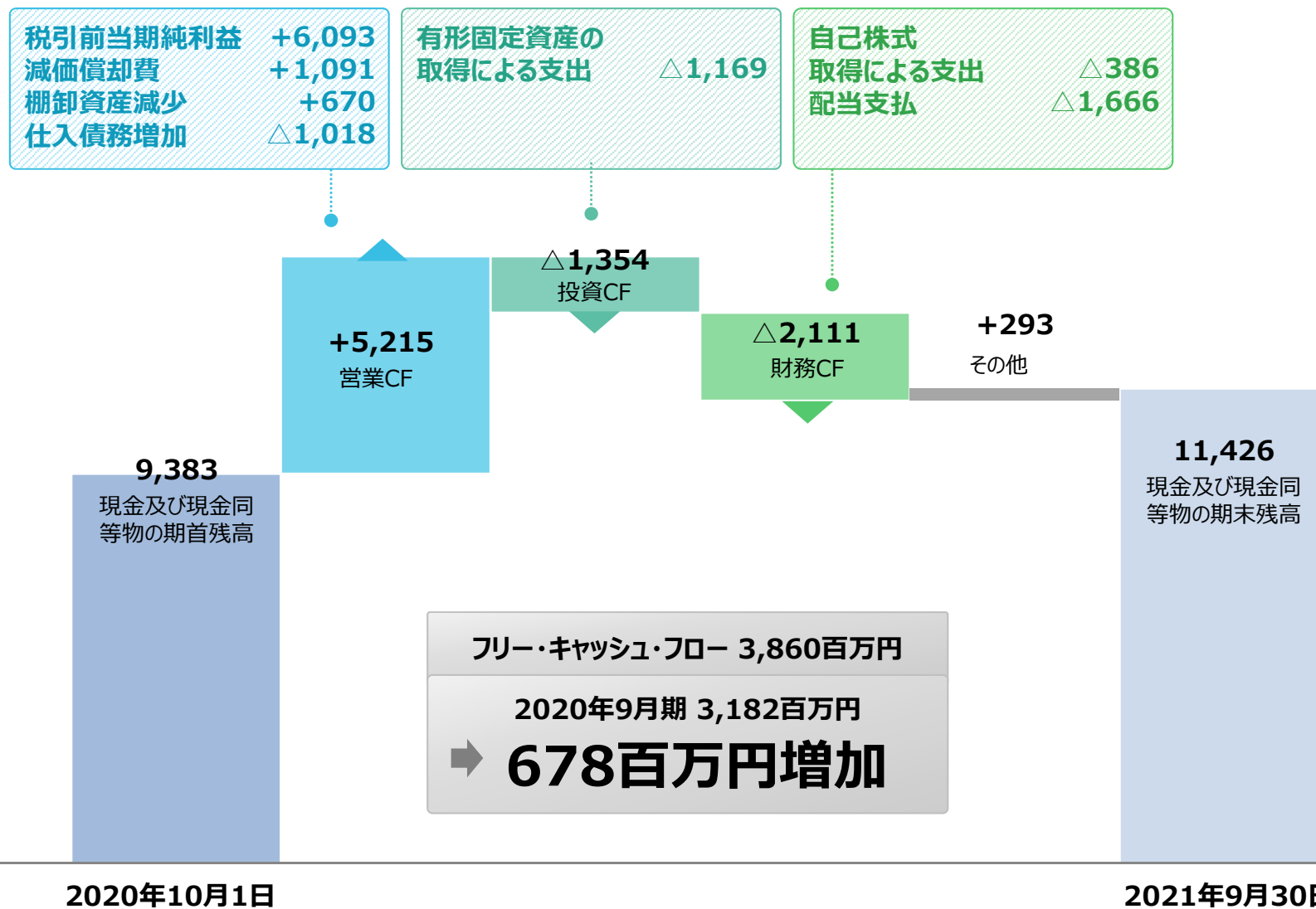
買掛金の減少

利益剰余金の増加
固定資産売却による特別利益の計上

⑩ キャッシュ・フロー計算書 (連結)



(単位：百万円)



Ⅱ．2022年9月期業績予想

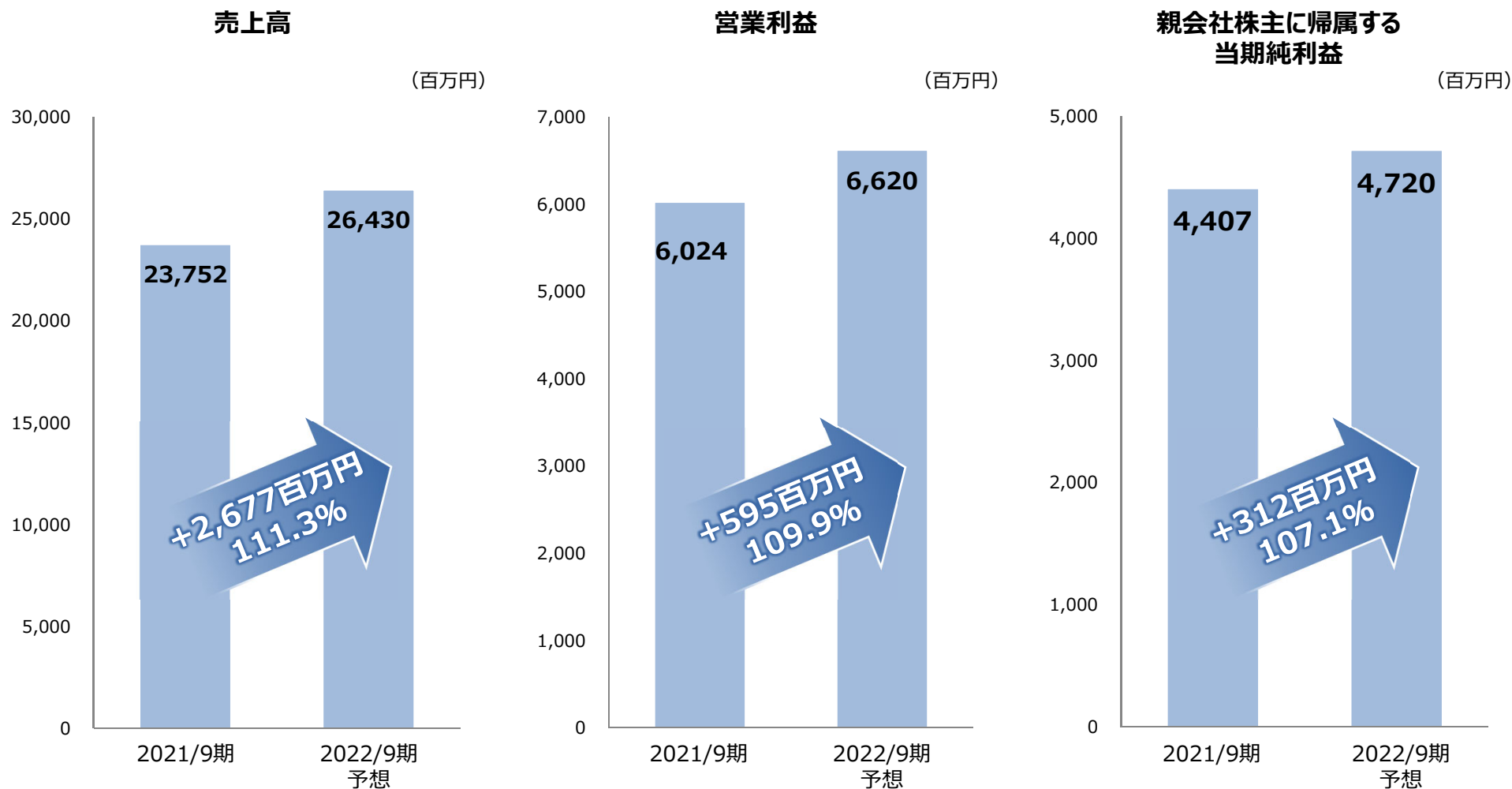


1. 2022年9月期業績予想

① 売上・利益予想



売上高/営業利益/親会社株主に帰属する当期純利益



為替感応度*

US\$: 22.9(百万円)
EUR : 68.7(百万円)

US\$: 12.8(百万円)
EUR : 44.0(百万円)

US\$: 8.9(百万円)
EUR : 30.2(百万円)

*US\$とEURに対して円が1円動いた場合の影響額

想定為替レート US\$=¥105.00 EUR=¥125.00

③ 2022年9月期業績予想のポイント



2021年9月期業績予想のポイント

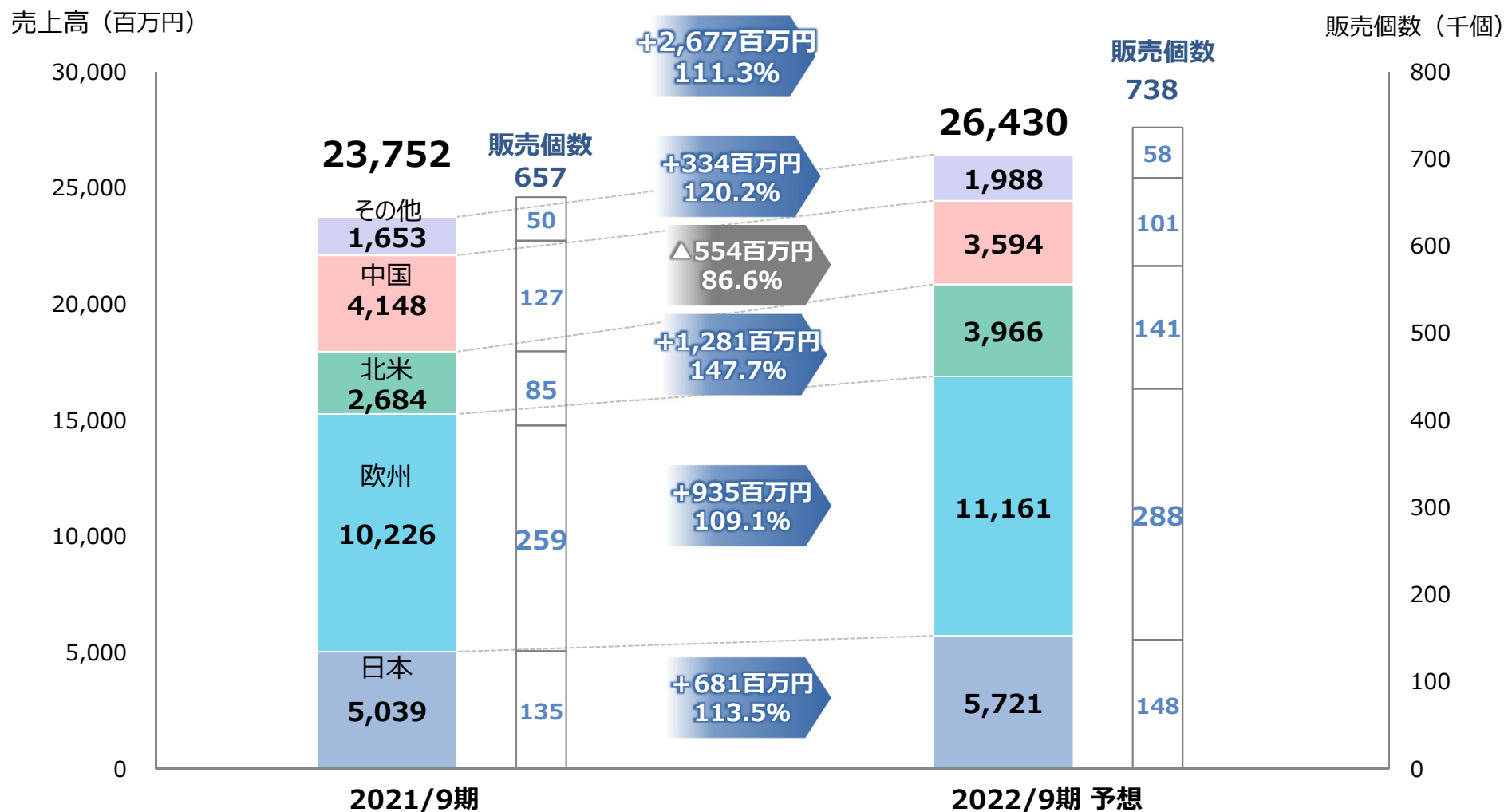
- ① 好調な受注状況により2022年9月期については生産枠がほぼ埋まっている状況（本年9月末受注残約220億円）。生産能力は68万個から77万個に増やす。土地、建物が限界に近づいて来ている
- ② 中国向けは減少
- ③ 世界的な物流の混乱や新型コロナの再流行は連結子会社にとって下振れ要因
- ④ 旺盛な設備投資と営業活動が新型コロナ以前に戻れることを想定し、販管費は+972百万円
- ⑤ 為替は1ドル = 105円、1ユーロ = 125円を想定

1. 2022年9月期業績予想

②地域別売上高・販売個数予想（連結）



地域別売上高・販売個数



④ 2021年9月期マーケット環境とトピックス（地域）

地域戦略

欧州 新規格ECE06対応、関連情報を積極的に収集する

北米 米国では引き続き二輪関連市場の堅調な推移を想定

アジア 中国市場は市場における需要は高い水準で推移すると思われるものの、当地代理店からSHOEIに対する発注が他の地域の代理店に出遅れたため、日本出荷ベースでは前年度比減を見込む。代理店からの望ましい発注方法については現在協議中

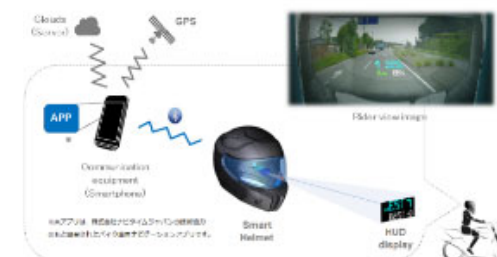
日本 引き続き好調な需要が持続するものと想定、アンテナショップ（SHOEIギャラリー）大阪店を本年12月にオープン予定

④ 2021年9月期マーケット環境とトピックス（商品・生産）



商品戦略

- 今期はスマートヘルメット（スマートヘルメット）を発売予定



- レプリカヘルメット戦略を強化



Marc Márquez 選手 レプリカモデル



森 且行 選手 レプリカモデル

生産戦略

- 生産体制拡充：年産77万個の体制まで能力増強を図る
 - ① 生産設備投資の前倒しと人材の積極採用
 - ② 岩手工場内駐車場を近隣の新規購入用地へ移転し生産スペースを拡張

2. 資本政策

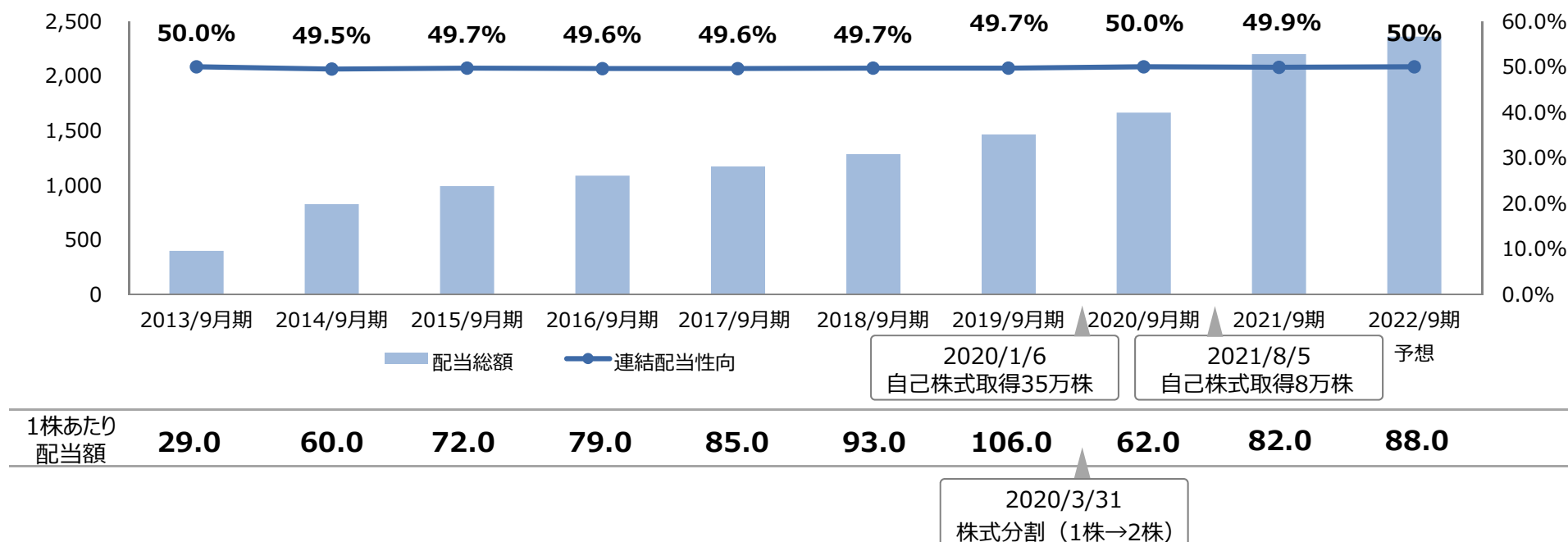


新市場区分

- SHOEIは来る新市場区分において、本年7月にプライム市場の上場維持基準への適合条件を満たしているとの一次判定結果を東京証券取引所より頂いており、これに基づきプライム市場への移行を選択して市場選択申請書を同取引所に提出済みで、来年1月に正式に選択結果が公表される予定

配当性向推移

- 配当性向50%の維持



株主優待

- 当社取扱いノベルティグッズまたは自社直営店のみ利用可能 15%ご優待割引券 1枚

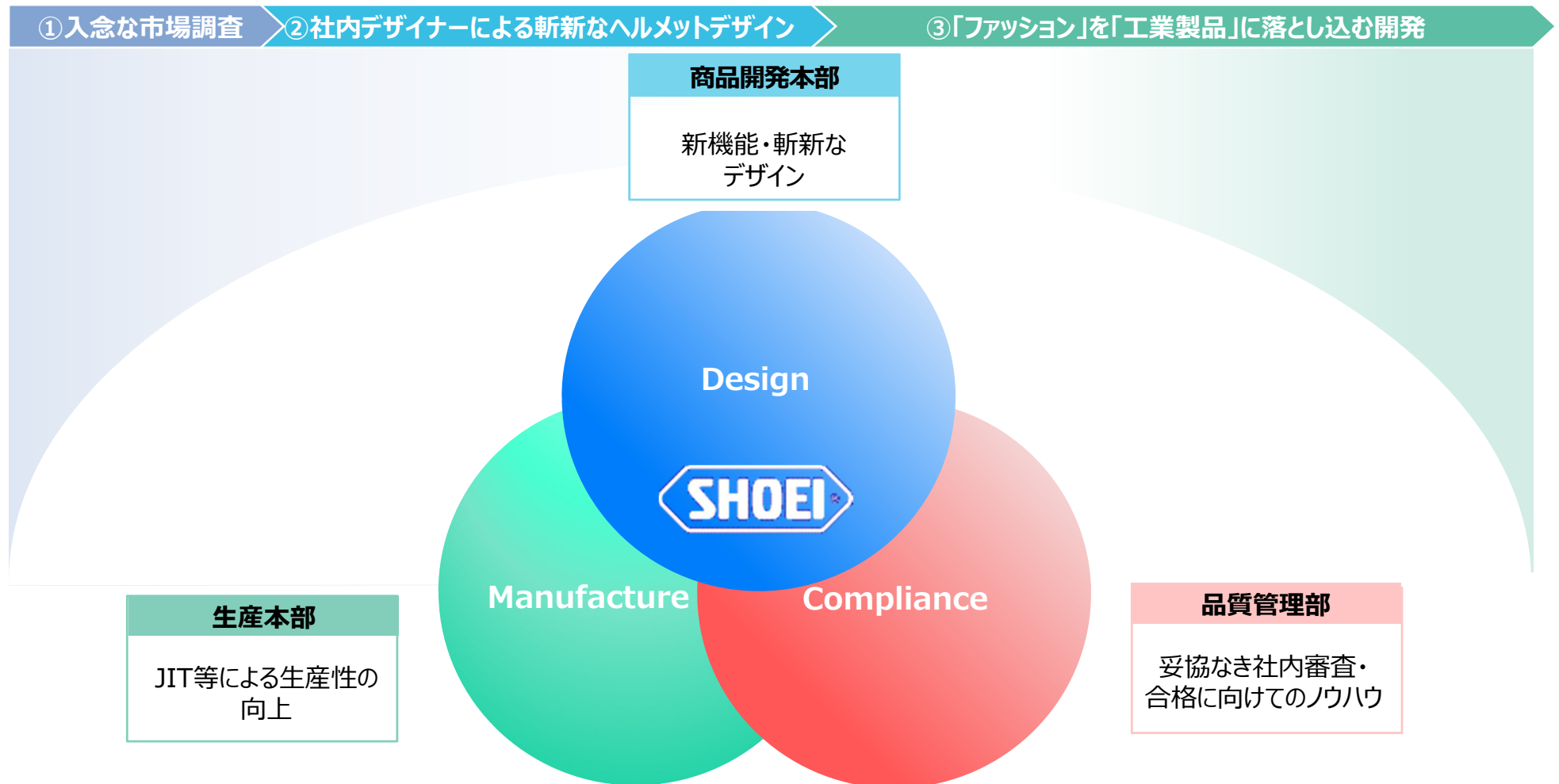


Ⅲ. 成長戦略



高付加価値化と生産合理性を両輪とするMade in Japanの維持

- 相互にtrade offするプレミアムヘルメット製造に不可欠な三大要素を巧みに両立させるレジリエンス
- 国内2工場での自社一貫生産体制を確立、両工場どちらでも製造可能なフレキシブルな生産体制
- 高度な技術やノウハウをブラックボックス化する情報管理を強化し、優位性を盤石なものにする



ビジネスコンセプト

Quality & Value

経営方針

1 健全な財務体質により、事業継続を長期にコミットします

2 Made in Japanで勝負します

3 お客様の声に耳を傾けます

経営戦略

1 生産戦略

2 商品戦略

3 販売戦略

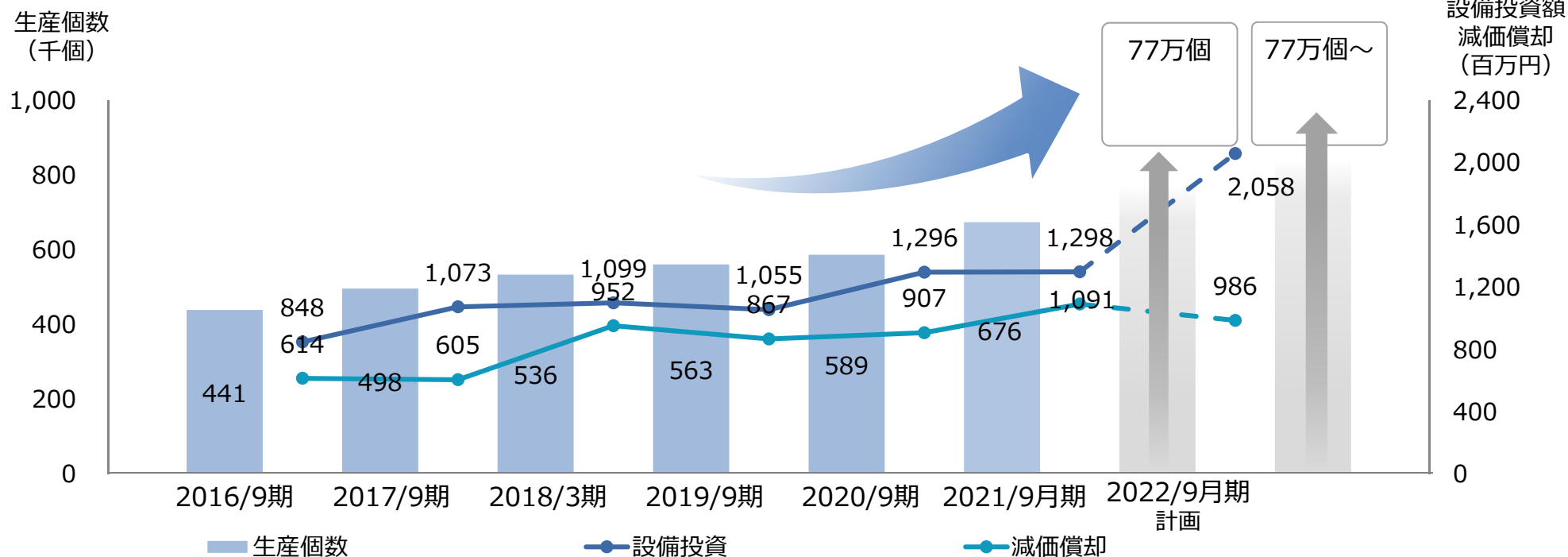
4 ブランド戦略

5 ESG経営

1. 生産戦略（1）



- 販売数量の伸びに対応し、設備投資の継続、人員数の増強により生産能力の継続的な拡大を実施しつつも、新型コロナ終息やライダーの高齢化に伴う下振れリスクにも冷静に対応する
- 2022年9月期の生産目標 77万個



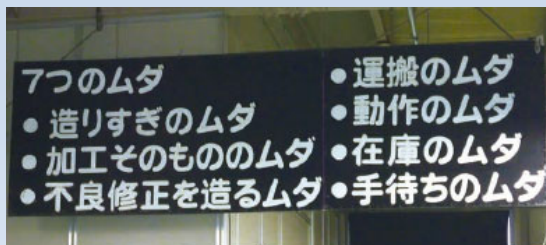
今後の生産体制について

- 大幅な需要拡大に対応し生産能力の増強に向け、以下の対策を推進
 - ① 現有の土地、建物では年産771千個以上への能力増対応は難しい
 - ② よって茨城工場に隣接する7.2haの土地を確保（現茨城工場は3.3ha）。造成の完了は2023年半ばを予定
 - ③ 今後の需要動向を見極め、然るべきタイミングで新規工場用地の具体的な活用方法を決定したい

2. 生産戦略（2）

- ジャストインタイムシステムによる改善活動を通じ、国内両工場の競争力を持続的に強化する

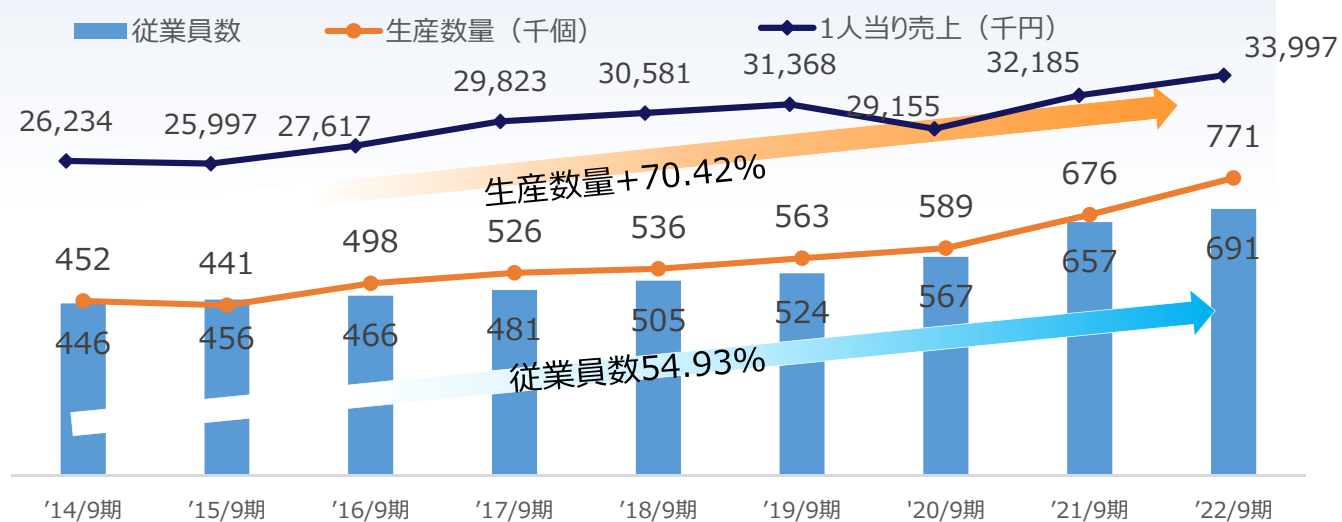
「ジャスト・イン・タイム」方式による効率の追求



- 20年以上導入している生産改善システム
 - 品質の向上
 - 無駄の排除
 - 厳格なコスト管理
 - 人員適切配置における生産プロセス合理化



生産性向上推移



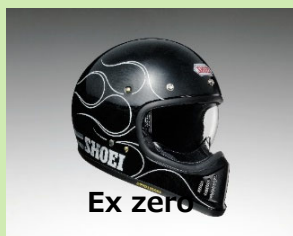
3. 商品戦略



- 各分野での先進分野への取り組み
- 「お客様の声に耳を傾けます」という方針に基づき、安全・快適性・感動を最重視しつつ、顧客満足度向上のための既存概念を打ち破る

ネオクラシック

外観はクラシック、中身はSHOEI最新の技術



Ex zero



Glamster



40



オプションパーツ

多様化するライダーニーズに対応したオプションパーツ



ゴーグル (山本光学)



フォトクロミックシールド

IT対応



インターコムの内臓に対応したヘルメット及び推奨インターコム「SRL2」



世界初ナビゲーションシステム付きヘルメット (スマートヘルメット) を2022年に発表予定

アンテナショップ (SHOEIギャラリー)



お客様と直接接点を持つことにより、品質の向上や、新製品開発の一助とする

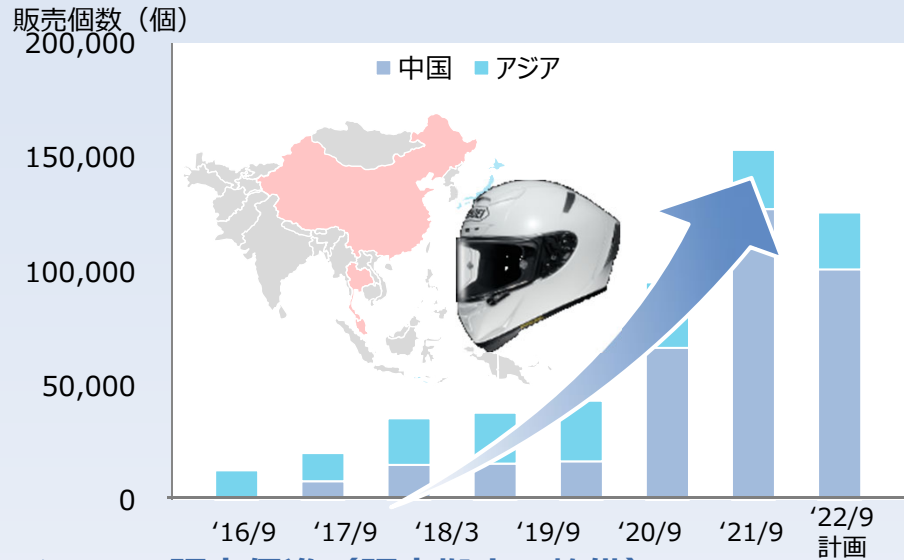
4. 販売戦略（1）



- 今後の若年層を中心にライダー人口、バイクブームの拡大が期待されるアジア、中国を中心とした販売を強化、プロモーション活動を拡大

アジアにおける販売強化

アジア市場販売数量推移



アジアでの販売促進（販売拠点の整備）

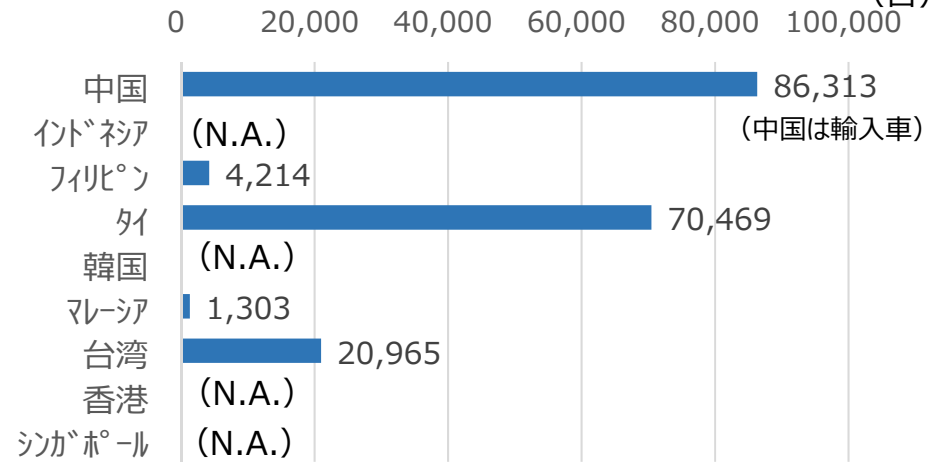


2019 SHOEI ASIA CO., LTD. 設立（タイ）

2021 首維安全帽商貿（上海）有限公司設立（オフィス準備中）

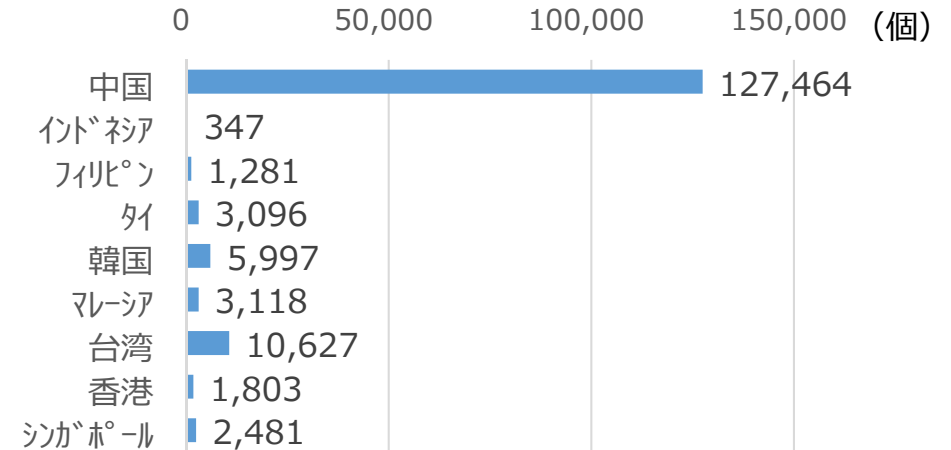
アジア市場概観

2020年大型二輪車販売台数（250cc超）（台）



（出所）各国統計資料等によりSHOEI推計

'20.10-'21.09当社出荷数



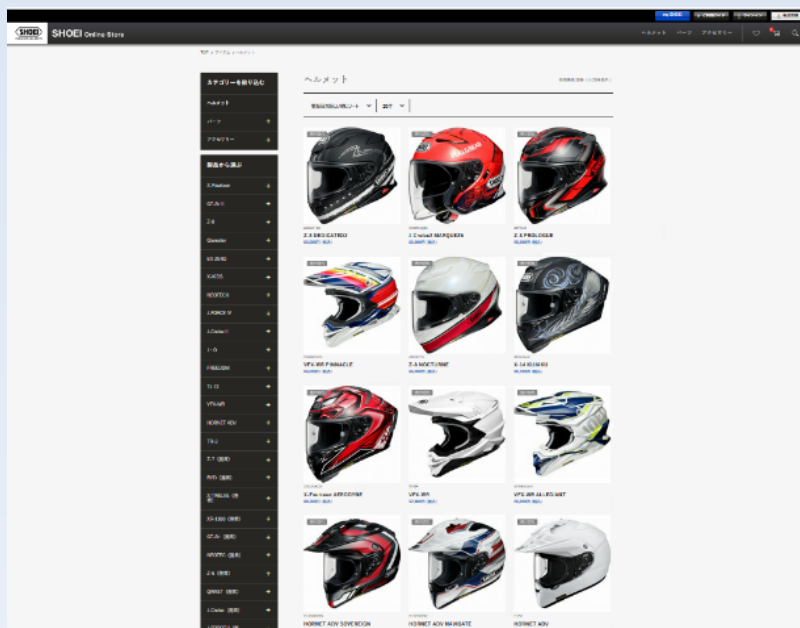
5. 販売戦略（2）



- 正規販売店がお近くにないお客様の為にECによる販売を開始
- お客様のニーズに直接接することにより品質向上と新製品開発の一助とする為、アンテナショップ（SHOEI ギャラリー）を開店
本年12月には二店舗目として大阪店をオープンする予定

EC市場開拓

ECサイトを通じ、お近くに販売店がないお客様へのフォロー体制を強化
2021年9月期よりヘルメット本体の販売も開始



直販ショールーム SHOEI Gallery TOKYO/OSAKA

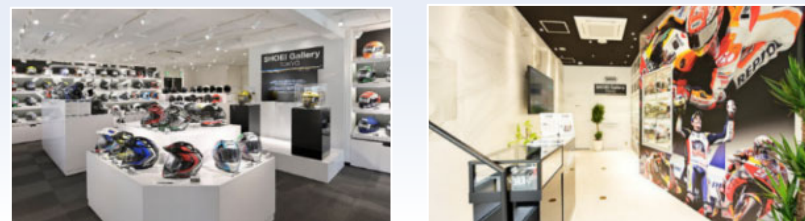
SHOEI製品の展示スペース、
現行ラインナップ品で発売中の製品を展示・発売、全て試着可能
PFSサービスを提供



2021年12月オープン予定



2020年3月オープン



6. 販売戦略（3）



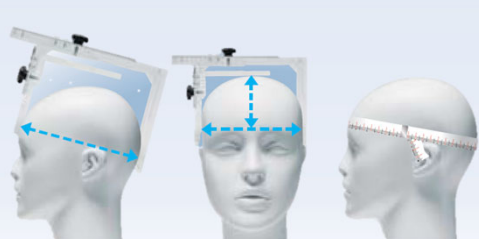
- SHOEI Gallery Tokyoをはじめ、全国・世界のSHOEIテクニカルショップにおいてPFSを提供、ユーザーにジャストフィットする内装をカスタムメイドするプレミアムなサービスを提供
- 日本市場においてはほぼ5割のヘルメットがPFSを施して販売しており、今後は全世界への普及を目論む

内装調整サービス「SHOEI Personal Fitting System」

- 頭部の各部を詳細に計測、データに基づいてユーザーに最適なヘルメットサイズを診断
- 専用パッドを使用した、オーダーメイド感覚のジャストフィットする内装

① 計測

個人差があるアタマの形を技術をマスターしたスタッフが詳細に専用の計測器で測定



② 調整

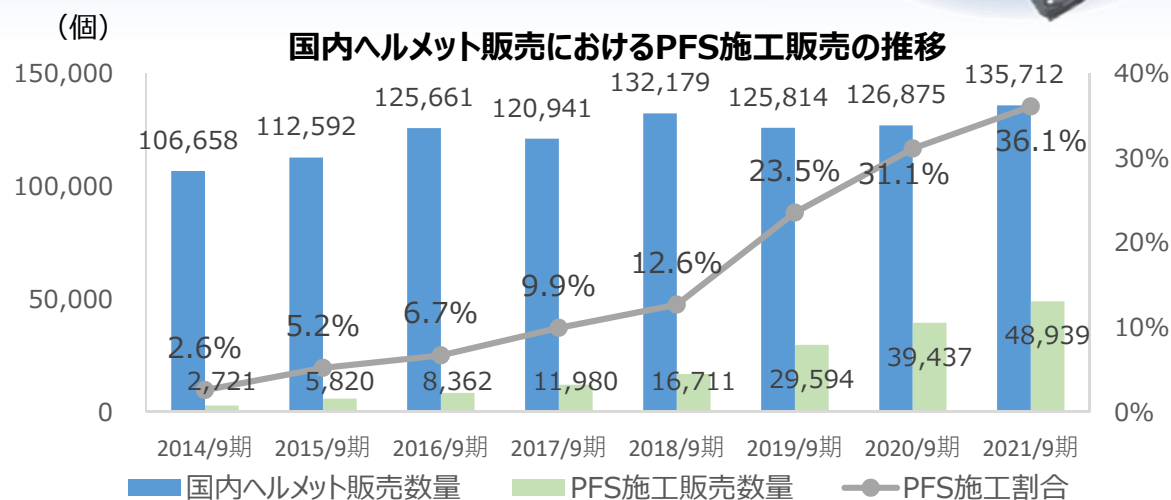
細かく分かれたパッドのコンビネーションによりホールド感とフィット感を調整



国内イベント会場におけるPFS



海外テクニカルショップでのPFS



7. ブランド戦略

地域別プレミアムヘルメット市場規模とSHOEIシェア



- カッコイイ・安全・機能的と3拍子揃った二輪用ヘルメット
- 世界の数々の一流レーサーに愛され、また世界50カ国を超える国々のライダーのこだわりに応える高級ヘルメット
- 世界のプレミアムヘルメット市場で約60%、殆どどの国と地域においてトップシェア
- 高品質と安全の代名詞、所持することがライダーの誇りでありステータス

世界のプレミアムヘルメット市場の売上高約60%以上

世界のプレミアムヘルメット市場 約800億円※



スポンサー活動によるプロモーション



- MotoGPの代表選手マルク・マルケス、アレックス・マルケス兄弟と2024年末までのレーサー契約を延長

スポンサー活動によるプロモーション



Marc Marquez



X-Fourteen
MARQUEZ6_TC-1



2016~2019 Season **No.1**
 2015 Season **No.3**
 2013~2014 Season **No.1**

2021/9期 レプリカモデル
 販売数量 **64.1** 千個



X-Fourteen
AM73_TC-2



Alex Marquez



WSB 2021 Season **No.1**



Toprak Razgatlioglu (トルコ)

8. SHOEIのESG経営について

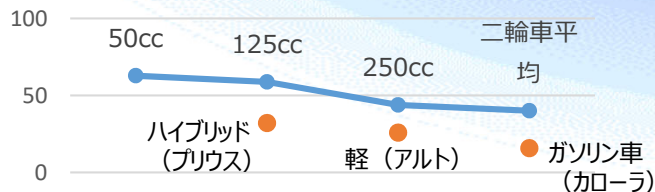


環境 (Environment)

地球温暖化防止

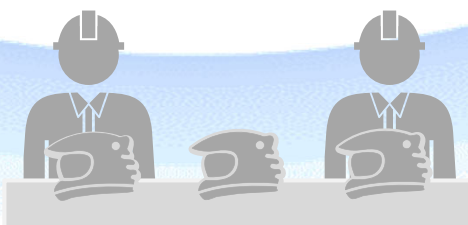
- SHOEIの身の丈に合ったことを見極め、出来ることからスピード感を持って推進
 - 本社勤務者は社長以下全員公共交通機関で通勤。
 - 社有車を順次HV車に置き換える
 - 工場生産に必要な購入電力のエコ比率の向上（現在約13%）
 - 工場従業員通勤用自家用車としてエコカーを購入した際の補助等について具体的に検討。決定。
- CO2排出量の少ない二輪車の普及促進

燃費 (km/ℓ) 二輪車とHV、ガソリン車の燃費比較 (WMTCEード値)



(出所) 国土交通省データ等をもとに当社作成

豊かな創造力と誇れる品質



ガバナンス (Governance)

コーポレートガバナンス/コンプライアンス

- プライム市場移行に際し求められるガバナンス要求項目に対応する
- 改訂CGCへの適切な対応
- 取締役会
 - 全6名、うち社外2名
- 監査役・監査役会
 - 全3名、うち社外2名



社会 (Society) ~事業を通じた社会課題への貢献

地域社会との調和

- 企業版ふるさと納税として茨城県稲敷市と岩手県一関市に各1億円を寄付
- ふるさと納税への協力



従業員還元

- 8期連続従業員給与4%アップ
- 従業員譲渡制限付株式報酬制度創設による従業員還元強化



安全技術の発展・貢献

- 安全・快適なヘルメットの開発を通じ事業を通じた消費者の安全・健康を促進



Appendix. 会社概要



1. 会社概要



会社名	株式会社SHOEI / SHOEI Co.,Ltd.
本社	東京都台東区台東一丁目31番7
設立	1959年3月17日
事業内容	オートバイ用ヘルメットを中心に、 官公庁用（防衛省用、警察庁用）ヘルメットの製造・販売
売上高	23,752百万円（連結/2021年9月期）
経常利益	6.024百万円（連結/2021年9月期）
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,407百万円（連結/2021年9月期）
資本金	1,394百万円（連結/2021年9月末）
従業員数	696名 [※] （連結/2021年9月末） <small>※内、嘱託・パートタイマー193名</small>
証券コード	7839 東証第一部

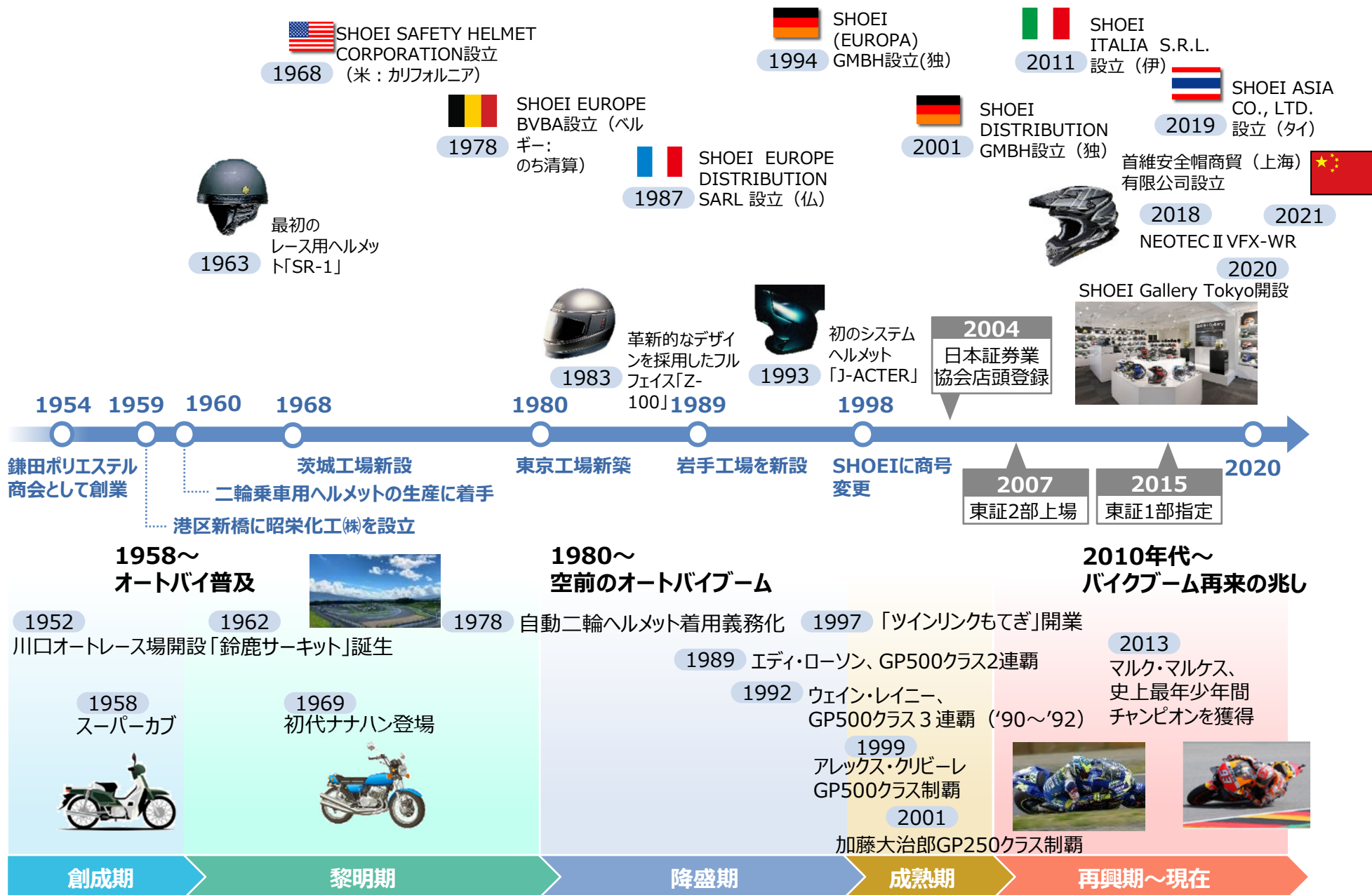
2. 事業内容



- オートバイ用を中心にヘルメットを製造、一部に航空機用や装甲車用なども製造
- 販売網は日本をはじめ、欧州、北南米、オセアニア、アジア等世界60カ国以上を網羅し、プレミアムヘルメットの分野ではほとんど全ての国でシェアNo.1



3. 会社沿革



4. 国内・海外拠点



岩手工場



本社



茨城工場



IRに関する
お問い合わせ先

株式会社SHOEI

電話

03-5688-5160

e-mail

ir@shoeihelmet.co.jp

将来見通し等に関する注意事項

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成していますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。



<RF-1400_PROLOGUE_TC-1>

スポーティー、軽量、コンパクトの進化系

北米 (RF-1400)

販売開始：2020年12月

希望小売価格：US\$499.99～US\$599.99

ヨーロッパ (PROLOGUE)

販売開始：2021年9月

希望小売価格：EUR479.00～EUR639.00

日本 (TC-1)

販売開始：2021年3月

希望小売価格：56,100円～66,000円 (税込み)