

2019年8月15日

各位

会社名 株式会社アミファ
代表者名 代表取締役社長 藤井 愉三
(コード：7800、東証JASDAQ)
問合せ先 取締役管理部長 村山 和治
(TEL. 03-6432-9500)

2019年9月期の業績予想について

2019年9月期（2018年10月1日～2019年9月30日）における当社の業績予想は、次のとおりであります。

【個別】		(単位：千円、%)							
項目	決算期	2019年9月期 (予想)			2019年9月期 第3四半期累計期間 (実績)			2018年9月期 (実績)	
		対売上 高比率	対前期 増減率		対売上 高比率		対売上 高比率		
売上高		4,835,775	100.0	2.1	3,851,625	100.0	4,736,780	100.0	
営業利益		271,224	5.6	47.2	346,735	9.0	184,308	3.9	
経常利益		252,137	5.2	26.8	350,192	9.1	198,897	4.2	
当期(四半期)純利益		164,669	3.4	△37.8	233,333	6.1	264,740	5.6	
1株当たり当期(四半期)純利益		59円64銭			85円00銭			96円44銭	
1株当たり配当金		16円00銭			—			19円00銭	

- (注) 1. 当社は連結財務諸表を作成しておりません。
2. 2018年9月期(実績)及び2019年9月期第3四半期累計期間(実績)の1株当たり当期(四半期)純利益は期中平均発行済株式数(自己株式を除く)により算出しております。2019年9月期(予想)の1株当たり当期純利益は自己株式の処分予定株式数(455,000株)を含めた予定期中平均発行済株式数により算出しております。
3. 2018年2月26日付で、株式1株につき50株の株式分割を行っております。上記では、2018年9月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算出しております。

【2019年9月期業績予想の前提条件】

1. 当社全体の見通し

当社は、「アートやデザインを日常の暮らしに気軽に取り入れる」ライフスタイルの提案を目的に、ギフトラッピング、デザイン文具、キッチン・テーブルウェア、フラワー関連商品等を中心としたライフスタイル雑貨の企画・仕入・卸販売を主要な内容として事業を展開しております。販売先は、国内の100円ショップを主とした国内外の小売業者や卸売業者であります。

当社の商品は、手頃な価格にもかかわらず、手にした人が思わず心温まるようなデザイン性、ファッション性を訴求しており、年齢層を問わず女性を中心とした多くの消費者に商品を提供しております。

また当社のもう一つの特徴は、ギフトラッピング、ペーパークラフト、フラワーアレンジ等、色や柄を

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2019年8月15日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

選ぶ楽しみばかりでなく、購入した後に消費者が自ら手を加える楽しみを提供するため、いわゆる半製品を数多く販売しているという点であります。

現在の主たる販売先である均一価格ショップへの販売数は年間約8千万個に及びます。そのため、当社の業績は100円ショップ業界の動向に左右されると考えられることから、ここでは同業界における動向や今後の見通しについて記載しております。

100円ショップ業界は主に大手4社により構成されており、当社は4社すべてと取引を行っております。国内においてデフレ脱却がなかなか進まない中、消費者の低価格指向、コストパフォーマンス重視の傾向を追い風に、各社とも比較的順調に業績を伸ばしています。また、各社それぞれ独自性を打ち出した店舗・商品展開を行い、差別化を図っております。

大手4社の店舗数合計は、2018年9月末時点における各社公表数値(上場企業は直前期の各社決算説明会資料を、非上場企業は会社ホームページを参照)によると、国内外併せて8,900店を超えており、各社前期末店舗数より4社合計で約400店増加しております。また、翌期にかけて、4社合計で国内約300店の増加が計画されております。

各種報道によれば、100円ショップ各社はいずれも女性客・若者の需要を取り込むため今後もより一層「おしゃれ」な商品や「カワイイ」商品を戦略的に強化していく方針であることが伝えられていますが、当社でも同様の見方を致しております。「おしゃれ」、「カワイイ」商品は元々当社の得意とする分野であり、既に大手顧客から高い評価を得ている当社の強みであると共に、近年は「複数の素材による異種商品を統一された『世界観』(デザイン・イメージ)のもとにセットで提供することができる」という当社の総合力に対する顧客の評価も向上し、その評価がまた、新たな商談へと繋がっております。

かかる状況認識の下、当期第3四半期累計期間の売上高が前期比1.7%増の3,851百万円であることに鑑み、2019年9月期の当社の売上高は、4,835百万円(前期比2.1%増)、売上総利益は2,013百万円(同5.2%増)、営業利益は271百万円(同47.2%増)、経常利益は252百万円(同26.8%増)、当期純利益は164百万円(同37.8%減)を見込んでおります。

2. 個別の前提条件

(1) 売上高

当社はライフスタイル雑貨事業の単一セグメントですが、売上高は4つの取扱商品群別(「ワンプライス商品」、「OEM商品」、「フルール商品」、「その他商品」)に管理しており、今期は前期比2.1%増の4,835百万円を見込んでおります。

「ワンプライス商品」

当社の主力事業で、顧客は100円ショップ業界の大手4社を始めとする専門店・小売店です。100円ショップ大手4社への販売に注力しています。

当社のワンプライス商品は、通年販売を行う「定番商品」と、ハロウィン・クリスマス向け等の季節的な商品や短期集中的に販売する個別のテーマ商品など、販売期間が限定的な「スポット型商品」との2つの商品タイプに分かれており、例年、売上高の約75~80%を「定番商品」、約20~25%を「スポット型商品」が占めております。

「定番商品」の売上高予算は、顧客別に、ラッピング/キッチン/文具/クラフト(手芸)などの商品カテゴリー毎の売上高を積算して策定しております。販売数に関しては前期実績をベースに、大手顧客各社の出店計画、当社のマーケットリサーチや業界情報、足元の商談状況等を加味して算出しており、これに過去実績等を踏まえた一商品あたりの販売金額を乗じて売上高予算を策定しております。

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2019年8月15日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

「スポット型商品」の場合、売上の大宗を為すハロウィン、クリスマス等の季節商品は、予算策定段階で次年度の販売計画について顧客との合意が得られている状況にあり、当該販売計画を基に予算を策定しております。

2019年9月期は、大手顧客各社のニーズと、流行に沿ったデザインを用いた商品を数多く投入すると共に、新たな素材による商品開発にも注力致しました。中でも、近年のC2Cハンドメイドマーケットプレイスの拡大・定着によりクラフト分野において需要の高まりが予想されたことから、当社の主力商品であるマスキングテープの他、各種ハンドメイド素材等において新商品を強化しております。

以上の取組みにより、ワンプライス商品の当期第3四半期累計期間の売上高は前期比5.9%増となる3,421百万円となっております。当期第4四半期につきましては、ほぼ顧客との合意に基づく売上高を計画として見込んでおりますが、前期第4四半期と比べて好調が見込まれることから、2019年9月期の通期売上高は前期比6.5%増となる4,325百万円と見込んでおります。

「OEM商品」

当該商品は、総合スーパーや製菓メーカーといった固定顧客を中心として、ラッピングやギフト用装飾などの受託生産を展開しております。

OEM商品の受注及び売上高は、顧客のビジネス展開方針や予算規模、同業他社との競合状況等の影響を受けますが、近年、継続的に顧客の予算規模が縮小傾向を辿っていることもあり、2019年9月期は売上高の減少を見込み260百万円（前期比11.8%減）としております。

「フルール商品」

プリザーブドフラワーや花器などの商品やハンドメイド用素材、「ハーバリウム」（透明なガラス瓶に特殊な液体〔ハーバリウムオイル〕とドライフラワー等を封入した鑑賞用インテリア）の完成品やハンドメイド用素材を、フラワーショップやフลาวースクールなどのほか、一部はWeb販売を通じて消費者にも直接販売を行っております。特に、フラワーショップやフลาวースクールに向けては、当社は資材品や花材の販売元となっております。

主力であったプリザーブドフラワーはかつてのブームが沈静化し、ここ数年売上高が漸減しているとともに、2018年9月期の売上を牽引したハーバリウムが2019年9月期に入って間もなくブームの沈静化を迎えたことから2019年9月期の売上高は低位に止まり、236百万円（前期比35.2%減）と大幅減を見込んでおります。

「その他商品」

「エメルスタイル」ブランドにて発売している食器、デザイン文具等の高価格帯商品の販売が中心で、海外有名デザイナーのデザインテイストを活かした少量生産品という稀少性が、一部のファン層の根強い支持を得ています。

エメルスタイル商品は、以前は当社の「世界観」を象徴すると共に海外有名デザイナーとの協業のためのシンボリックな商品でありましたが、海外有名デザイナーとの協業関係は、現在ではワンプライス商品に引き継がれ発展的に維持されていることから、より売上高の見込めるワンプライス商品に経営資源を集中することとし、現在、このセクターは、デザイン性の高い高価格帯商品の開発のためのインキュベーションセクターの位置付けとしております。当期においてもこの運営方針の下、大手スーパーマーケット向けにデザイン性の高い保冷袋等の商品への参入を果たし、2019年9月期の売上高は13百万円（前期比11.0%減）を見込んでおります。

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2019年8月15日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」（及び訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」（及び訂正事項分）は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

(2) 売上原価・売上総利益

売上総利益については、当期第3四半期累計期間の実績に、第4四半期の売上高予算に対応した売上総利益の見込を加えて通期の予算を策定しております。

2019年9月期は、売上増、原材料市況の安定、仕入先の複線化による仕入価格競争環境強化等の原価削減努力が奏功し、売上原価は前期並みの2,822百万円、売上総利益は前期比5.2%増となる2,013百万円を見込んでおります。

(3) 販売費及び一般管理費

販売費に関しては、売上高に見合う増加があるものの、商品サイズの小型化を中心とした物流コスト削減努力等の成果が出始めている点を考慮し、前期比0.7%減の1,007百万円を見込む一方、一般管理費は従業員の増加による人件費増を反映し、前期比2.7%増となる734百万円を見込みました。人件費以外の事務所維持費用、減価償却費ほかは概ね前期並みとなっております。

以上を踏まえ、販売費及び一般管理費は、前期比0.7%増の1,742百万円を見込んでおります。

(4) 営業利益及び経常利益

前期に比べて売上高が2.1%増加する一方、売上原価はほぼ横ばい、販売費及び一般管理費が前期比0.7%の微増に止まったことから、2019年9月期の営業利益は前期比47.2%増の271百万円を見込んでおります。営業外費用には株式上場関連費用等を計上しておりますが、経常利益は前期比26.8%増の252百万円を見込んでおります。

(5) 当期純利益

当期純利益は、前期比37.8%減の164百万円を見込んでおります。

前期比で減少している理由は、前期には生命保険の返戻金による特別利益200百万円が計上されていたことによります。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている当社の業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は、経営環境の変化等の様々な要因によって異なる場合があります。

以 上

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2019年8月15日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。