

2015年3月期 第2四半期 決算説明会資料



2014年10月31日

ヤマトホールディングス株式会社

免責事項：この内容は、投資判断の参考となる情報の提供を目的としたもので、投資勧誘を目的としたものではありません。提供情報の内容については万全を期しておりますが、完全性、正確性を保証するものではありません。いかなる情報も、不的確な記載や誤植等を含む可能性があります。銘柄の選択、投資の最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。当社としては一切の責任を負いかねますのでご承知ください。

ヤマトホールディングス(株) 取締役社長の木川でございます。
本日は、決算説明会にご参加いただきましてありがとうございます。

それでは、PPT資料に沿って、ご説明させていただきます。
よろしくお願い申し上げます。

1. 決算概要

2015年3月期第2四半期 決算のポイント

2015年3月期第2四半期の営業収益は、デリバリー市場における適正料金收受の進展と、ノンデリバリー事業の堅調な推移により、対前年で増収となりました。
営業費用は、備車費等の増加はあるものの、人件費を中心としたコスト管理を徹底しました。
その結果、営業利益は、期首時点の想定とほぼ同水準の212億円の着地となり、第2四半期(7～9月の3か月間)では前年に対して増収増益を達成しました。

デリバリー事業の動向

- 2015年3月期第2四半期(累計)の宅急便取扱個数は、景気回復の遅れに加え、一部荷物の他社への流出が影響し、前年比0.9%の減少となりました。
単価は、適正料金收受の交渉が着実に進展し、対前年で3.3%の上昇となりました。
- 2015年3月期第2四半期(累計)のクロネコメール便取扱冊数は、競争環境の激化と、ターゲットとしているダイレクトメール市場の縮小により、対前年で8.6%の減少となりました。

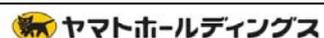
ノンデリバリー事業の動向

- BIZ-ロジ事業 通販関連サービスや製品の修理等に係るサービスが堅調に推移し、増収増益となりました。
- ホームコンビニエンス事業 住宅用設備の配送・設置サービスが堅調に推移したことにより増収となり、利益面では赤字幅が縮小しました。
- e-ビジネス事業 通販市場、並びに通信機器関連のサービスが堅調に推移したことにより増収となったものの、事業拡大に伴う費用が先行し、利益はほぼ前年並みとなりました。
- フィナンシャル事業 車両リース事業は好調な推移となりましたが、宅急便コレクト事業の減収により、増収微減益となりました。
- オートワークス事業 車両整備台数が着実に増加し、増収増益となりました。

はじめに、2015年3月期 第2四半期決算の概要でございます。

- ① 2015年3月期 第2四半期決算は、前年に対して増収減益となりました。
- ② 第2四半期(7月～9月)に入り、消費増税後の反動減による影響は徐々に和らぎつつありますが、依然として個人消費が低迷する中、営業収益は、デリバリー事業における適正料金收受とノンデリバリー事業の堅調な推移により、増収となりました。
- ③ 一方、労働需給の逼迫や原油高といったコスト環境が悪化する中、第1四半期(4月～6月)においては、消費増税による駆け込み需要に伴う、急激な業務量の変動も影響し、輸送体制の整備コストが嵩んだことで前年に対して減益となりましたが、第2四半期(7月～9月)においては、デリバリー事業を中心に生産性向上施策の推進等、コスト管理を徹底したことで、増収増益を達成しました。
- ④ その結果、期首時点での会社計画比では、210億円の営業利益を若干上回り、212億円の着地となりました。
- ⑤ 各セグメントの動向につきましては、後のスライドにてご説明いたしますが、記載の通りとなっております。

2. 2015年3月期第2四半期決算の業績



(単位:億円)	2015年3月期 第2四半期 実績	2014年3月期 第2四半期 実績	2015年3月期 第2四半期予想 (1Q時予想)	前年比較		予想比較	
				増減	伸率 (%)	増減	伸率 (%)
営業収益							
デリバリー事業	5,328	5,248	-	79	1.5	-	-
ノンデリバリー事業	1,403	1,309	-	94	7.2	-	-
合計	6,732	6,558	6,880	174	2.7	▲ 147	▲ 2.1
営業利益	212	233	210	▲ 20	▲ 8.8	2	1.4
(利益率)	3.2%	3.6%	3.1%	-	-	-	-
経常利益	223	239	215	▲ 15	▲ 6.6	8	3.8
(利益率)	3.3%	3.6%	3.1%	-	-	-	-
当期純利益	121	123	115	▲ 2	▲ 1.8	6	5.6
(利益率)	1.8%	1.9%	1.7%	-	-	-	-

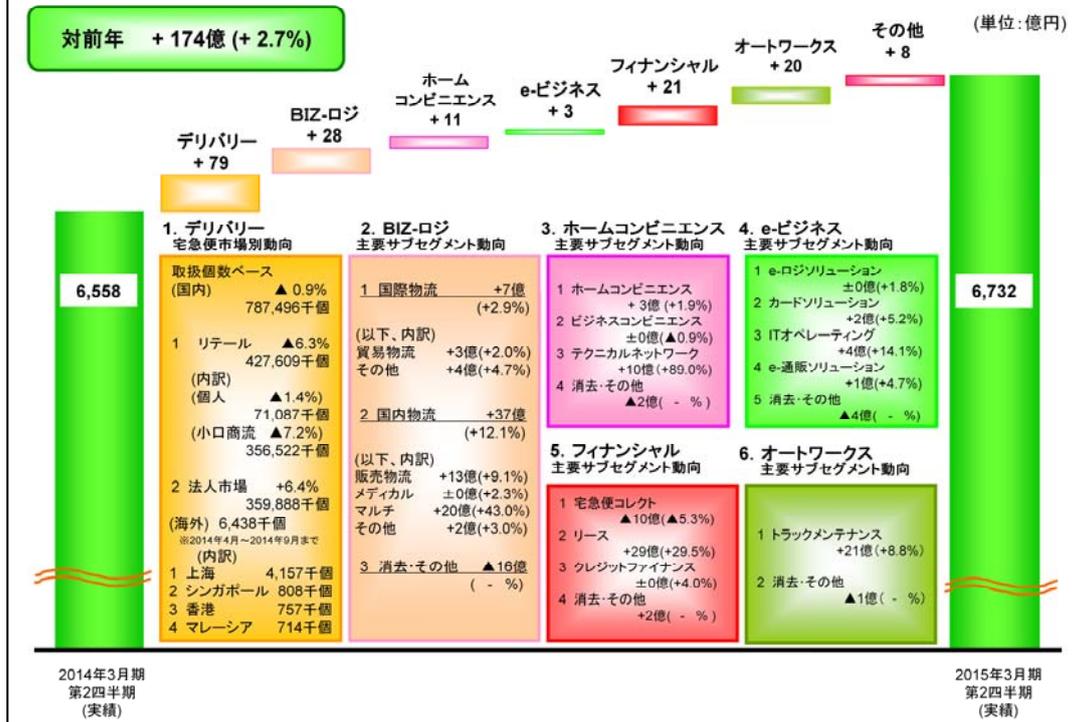
(注記)

当期より、e-ビジネス事業に含めていたコンタクトサービスをデリバリー事業に含めております。
このセグメント移管に伴い、デリバリー事業とe-ビジネス事業の前期の数値を組み替えております。

次に、業績数値でございます。

- ① 営業収益・営業利益以下、前年対比・予想対比でご覧の表に纏めております。
- ② 当期純利益は、前年対比△2億円の121億円となりました。
- ③ 第2四半期において、子会社の事業所売却に伴う特別利益が出ておりますが、その他、特筆すべき事項はございません。

3. 連結営業収益増減分析(対前年)



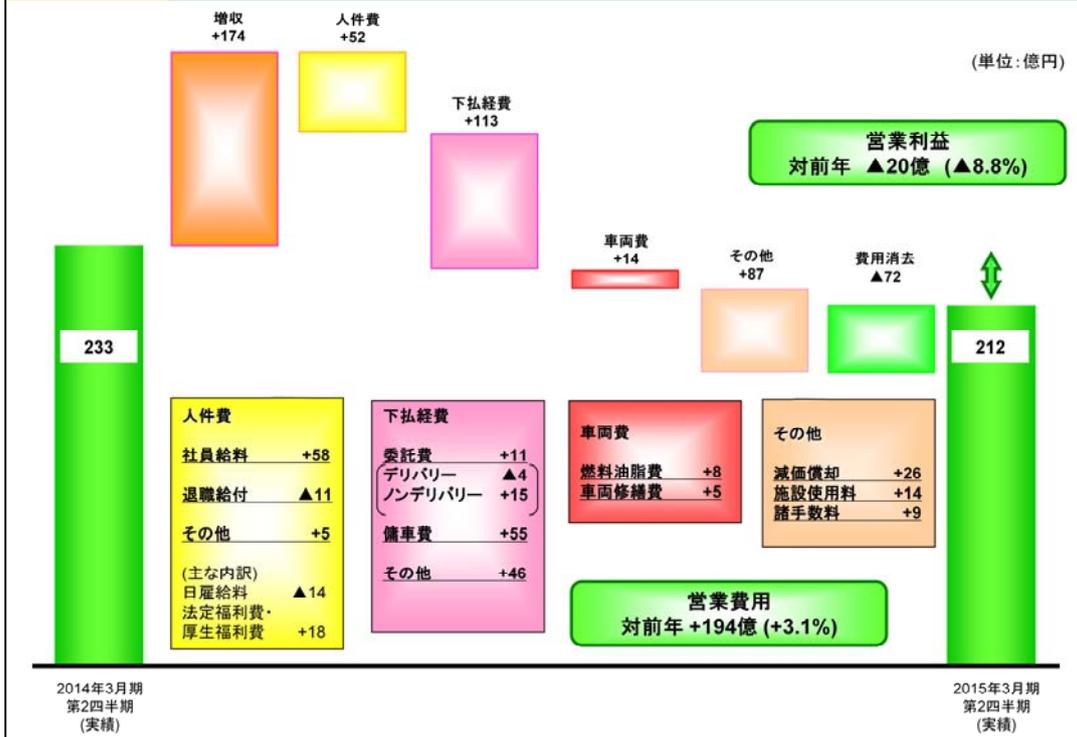
次に、連結営業収益の増減分析でございます。

- 各セグメントの収益状況としては、記載の通りです。
第2四半期においては、個人消費をはじめ、当社を取り巻く環境は厳しいものとなりましたが、デリバリー事業における適正料金収受とノンデリバリー事業が堅調に推移した結果、御覧の通り、全てのセグメントで増収となりました。
- デリバリー事業におきましては、対前年+79億円の増収となりました。
宅急便・クロネコメール便につきましては、後のスライドにてチャートをご用意しておりますので、ポイントのみご説明いたしますと、宅急便取扱個数は、個人消費の低迷、ならびに適正料金収受に伴う一部荷物の他社への流出が影響し、対前年△0.9%となりました。

一方、単価については、適正料金収受施策が着実に進展し、3.3%の上昇となりました。

クロネコメール便の取扱冊数につきましては、第1四半期から大きなトレンドの変化はなく、対前年△8.6%となりました。単価は、第2四半期(7月～9月)の3ヶ月間より、前年対比で上昇に転じております。
- BIZ-ロジ事業におきましては、特に販売物流・マルチメンテナンスにおける新規受注に伴い、営業収益は大きく増加しました。
- ホームコンビニエンス事業におきましては、家財宅急便が好調に推移したことに加え、当期より事業化いたしました住宅・業務用設備関連も好調に推移し、大幅な増収となりました。
費用面では、人的関連費用の管理を徹底したことや生産性向上に努めた結果、営業損失を抑え、赤字幅を縮小することができました。
- フィナンシャル事業におきましては、宅急便取扱個数の減少に伴い、コレクト手数料収入は減収となりましたが、リース事業における新規契約等の増加により、増収となりました。
利益面では、宅急便コレクトの減少分を補うには至らず、微減益となりました。
- e-ビジネス事業におきましては、これまでの収益トレンドと比較すると、やや物足りなさを残す結果となりましたが、オートワークス事業同様、想定範囲内で推移しています。

4. 連結営業費用増減分析(対前年)



次に、連結営業費用の増減分析でございます。

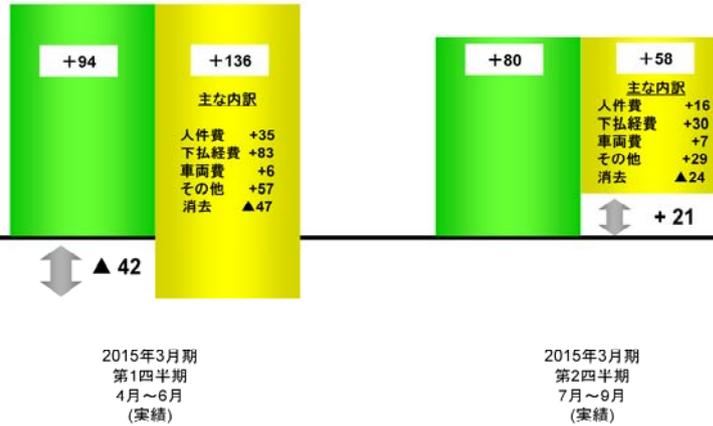
- ① 冒頭申し上げました通り、第2四半期は、原油高や労働需給の逼迫といった外部環境の変化や消費増税による駆け込み需要に伴い、急激に業務量が増加する中で、サービス品質向上のための輸送体制の整備コストが増加し、連結営業費用は対前年+3.1%となりました。
- ② 営業費用の増減明細については、記載の通りとなっております。

詳細については、スライド12の連結営業費用の増減分析ならびにスライド13のデリバリー事業営業費用の増減分析のページにて、常務の芝崎よりご説明させていただきます。

5. 四半期別連結営業利益動向(対前年)

2015年3月期第2四半期(7~9月の3か月間)は、デリバリー市場における適正料金収受の進展と、人件費を中心としたコスト管理の徹底により、前年に対して増収増益を達成しました。

(単位:億円)



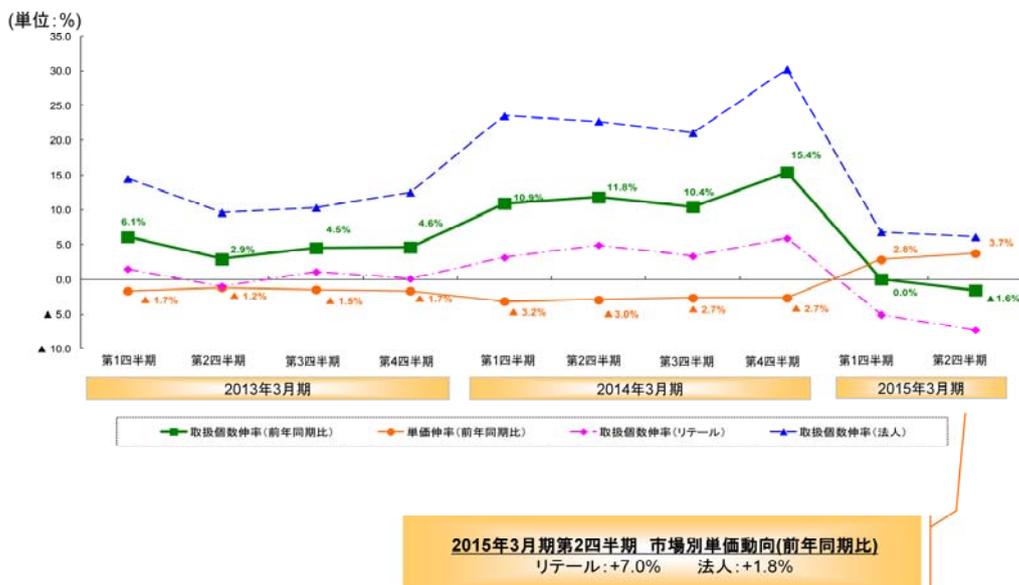
営業収益増減額(前年同期比) 営業費用増減額(前年同期比)

四半期別連結営業利益の動向でございます。

- ① 前年差で収益・費用をチャート化いたしますと記載の通りとなります。
- ② コストコントロール力がついてきていることについて、第1四半期(4月~6月)と第2四半期(7月~9月)の対比の中でご確認頂けるものと思います。

6. 宅急便取扱個数・単価動向の推移(対前年)

2015年3月期第2四半期(7~9月の3か月間)の宅急便取扱個数は、景気回復の遅れに加え、一部荷物の他社への流出が影響し、前年比1.6%の減少となりました。
単価は、適正料金収受の交渉が着実に進展し、対前年で3.7%の上昇となりました。



四半期別宅急便取扱個数・単価動向の推移でございます。

- ① 第2四半期の3ヶ月間における取扱数量については、 Δ 1.6%となりましたが、適正料金収受の進展により、宅急便単価は+3.7%上昇しております。
- ② 単価上昇率を市場別に分解いたしますと、記載の通り、リテール市場で+7.0%、法人市場では+1.8%となっております。

リテール市場は、小口商流市場と個人市場(C2C)の2つで構成されておりますが、小口商流市場における上昇(+8.7%)が主因であり、個人市場では、ほぼ前年並みの着地となっております。

7. クロネコメール便取扱冊数・単価動向の推移(対前年) ヤマトホールディングス

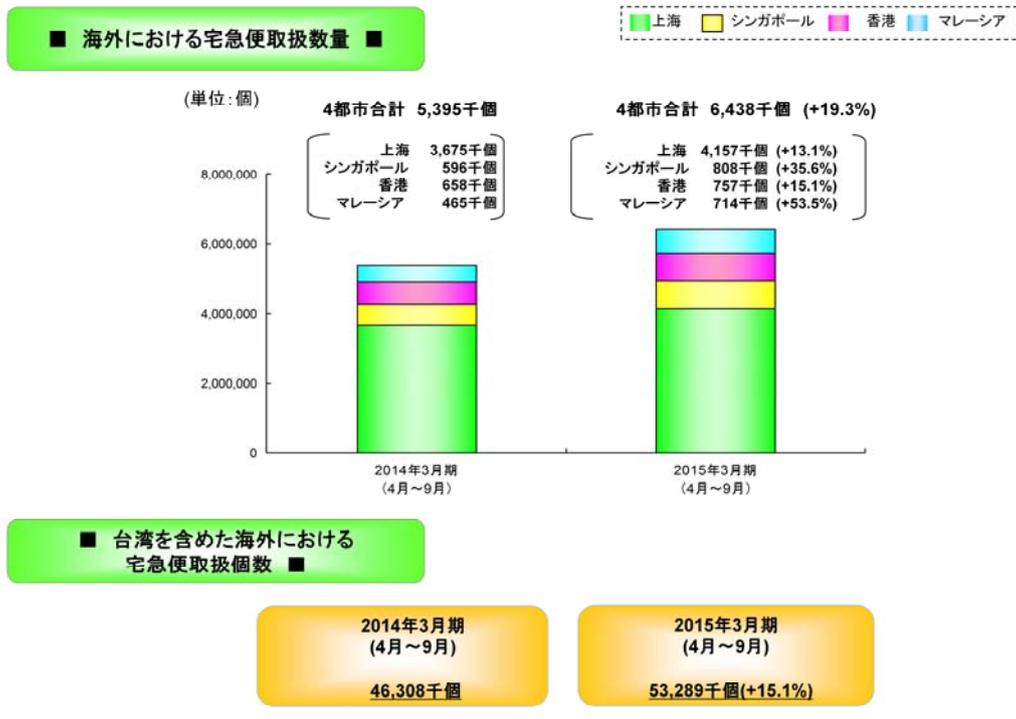
2015年3月期第2四半期(7~9月の3か月間)のクロネコメール便取扱冊数は、競争環境の激化と、ターゲットとしているダイレクトメール市場の縮小により、冊数は対前年で8.0%の減少となりました。
単価は、対前年で1.6%の上昇となりました。



四半期別クロネコメール便取扱冊数・単価動向の推移でございます。

- ① クロネコメール便取扱冊数全体は、消費増税による買い控えを見越したダイレクトメール発送の減少と競争の激化により、対前年△8.0%となりました。
- ② 市場別の取扱については、記載の通り、ダイレクトメールを中心とした物流支店発送で△9.3%、宅急便センター発送の小口商流市場において、△5.5%となりました。
- ③ クロネコメール便の単価につきましては、第2四半期(7月~9月)から上昇に転じ、62円となりました。

8. 海外宅急便事業の進捗状況

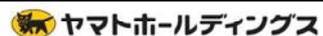


海外宅急便事業の進捗状況でございます。

取扱個数につきましては、記載の通り、着実に伸ばしております。

台湾を含めた数値につきましても、記載の通り、ご報告させていただきます。

9. 2015年3月期業績予想(1)



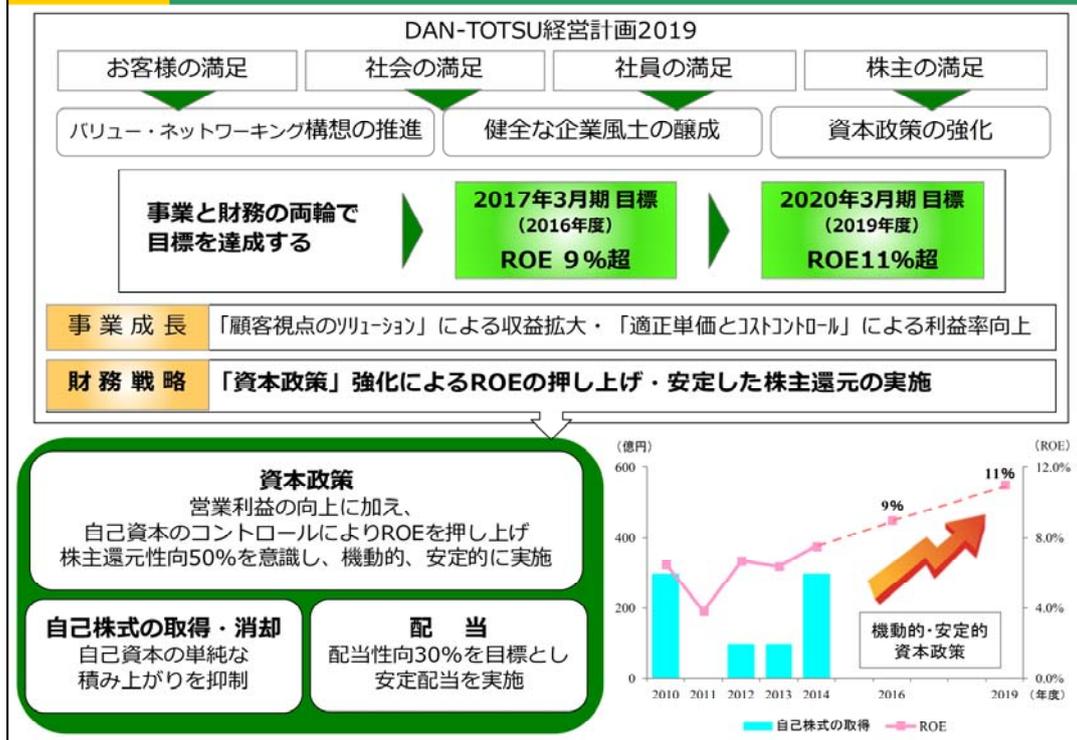
(単位:億円)	2015年3月期 今回予想	2014年3月期 実績	2015年3月期 1Q時予想	前年比較		予想比較	
				増減	伸率(%)	増減	伸率(%)
営業収益	14,000	13,746	14,370	253	1.8	▲ 370	▲ 2.6
営業利益	700	630	700	69	10.9	0	0.0
(利益率)	5.0%	4.6%	4.9%	-	-	-	-
経常利益	710	646	710	63	9.8	0	0.0
(利益率)	5.1%	4.7%	4.9%	-	-	-	-
当期純利益	410	347	410	62	17.9	0	0.0
(利益率)	2.9%	2.5%	2.9%	-	-	-	-

2015年3月期通期の業績予想でございます。

- ① 足元のトレンドを鑑み、営業収益のみ保守的に織り込み、△370億円の下方修正をさせていただきます。

第2四半期実績で会社計画通りでしたので、営業利益以下は変更なく、最高益を更新するべくグループ一丸となって努力してまいります。

決算については、以上でございます。



- ① 昨日(10/30)、決算発表に加えて、300億円の自己株式の取得と同額分の消却について発表させていただきました。

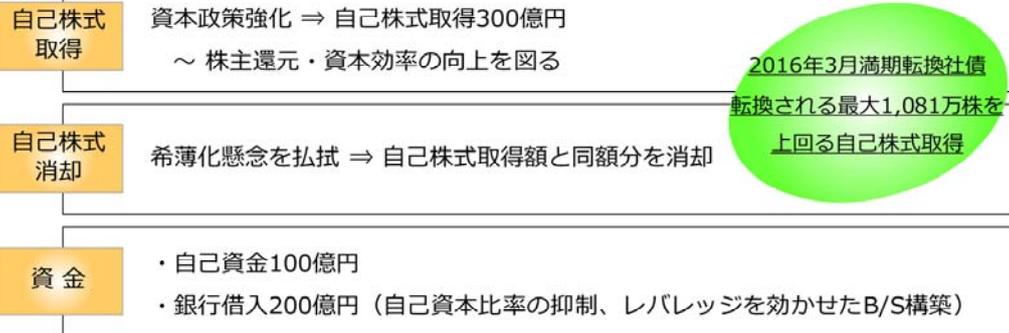
現在、2019年度(2020年3月期)を期限とする長期経営計画「DAN-TOTSU経営計画2019」の第2フェーズ(2015年3月期～2017年3月期)に当たりますが、改めて、長期経営計画における当社の資本政策・株主還元の考え方について整理させて頂きたいと思います。

- ② 長期経営計画における基本的な考え方としては、事業の成長はもちろんのこと、資本政策・株主還元についても強い拘りを持っており、とりわけROEについては、2017年3月期には9.0%超、長期経営計画の最終年度には、ROE11.0%超とターゲットを掲げております。

今回の自己株式の取得・消却の実行は、ターゲットROE達成に向けたものです。

11. 今回の自己株式取得・消却について

■実施内容（前提：当期純利益予想410億円）



今回の自己株式の取得・消却については、ご覧の通りとなっております。

今まで以上に資本政策を強化しており、財務レバレッジを効かせたバランスシートの構築を意識しております。

私からの説明は以上でございます。

**費用分析
業績予想の前提**

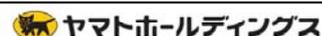
財務・IR担当の芝崎でございます。

本日は、決算説明会にご参加いただきましてありがとうございます。

それでは、PPT資料に沿って、ご説明をさせていただきます。

よろしくお願い申し上げます。

12. 連結営業費用の増減分析(対前年)



(単位:百万円)	2015年3月期 第2四半期 実績	2014年3月期 第2四半期 実績	前年比較	
			増減	伸率(%)
営業収益	673,237	655,818	17,418	2.7
営業費用	651,953	632,468	19,485	3.1
人件費	351,623	346,380	5,243	1.5
社員給料	242,132	236,316	5,815	2.5
退職給付費用	6,248	7,349	▲ 1,101	▲ 15.0
その他	103,242	102,714	528	0.5
下払経費	261,427	250,067	11,359	4.5
委託費	100,664	99,543	1,121	1.1
備車費	84,778	79,183	5,594	7.1
その他	75,984	71,340	4,643	6.5
車両費	24,464	23,060	1,404	6.1
燃料油脂費	14,657	13,827	830	6.0
その他経費	140,215	131,502	8,713	6.6
減価償却費	21,173	18,486	2,686	14.5
内部消去	▲ 125,777	▲ 118,541	▲ 7,235	6.1

- ① 第2四半期の営業費用実績につきましては、先程、木川よりスライド4でご説明した通りです。
原油高や労働需給の逼迫といった外部環境の変化や消費増税による駆け込み需要に伴い、物量が急激に変動する中で、特に第2四半期(7月～9月)に入って以降、コスト管理施策を徹底しました。
その結果、第1四半期(4月～6月)の営業費用は対前年+4.5%に対して、第2四半期(7月～9月)の営業費用は対前年+1.8%となり、上期の営業費用は対前年+3.1%となりました。
人件費・下払い(委託費)を中心として、コストコントロール力がついてきたと認識しています。
- ② 営業費用の増減明細については、記載の通りとなっております。
- ③ 人件費につきましては、対前年+52億円となりました。社員給料、退職給付費用は記載の通りです。
「人件費その他」は、対前年+5億円となりました。
内訳は、法定福利費の料率アップにより、**厚生福利/法定福利費関連** +18億円
取扱数量の減少ならびに外部戦力の社員化により、**日雇い** ▲14億円
となっております。
- ④ 下払い費用につきましては、対前年+113億円の増加となりました。
その内、委託費は対前年+11億円増加しておりますが、増加要因はノンデリバリー事業の増収に伴う増加となっており、デリバリー事業では減少しております。
備車費は、対前年+55億円の増加(対前年+7.1%)となりました。(第1四半期 対前年+10.3%・第2四半期 対前年+4.0%)
前期末から第1四半期にかけての急激な業務量の変動と急速な備車市場のタイト化の中、輸送体制の確保を優先させたことにより、デリバリー事業において増加しております。
「下払いその他」は、仕入原価/売上原価等を中心に、対前年+46億円の増加となっております。
これは、フィナンシャル事業におけるリース取引の増加や、オートワークス事業における燃料の仕入コストの増加といった、ノンデリバリー事業の増収に伴うものです。
- ⑤ 車両費は、前年に対して+14億円でした。内訳は、(1)燃料油脂費 +8億円となっており、単価の上昇に起因しております。
- ⑥ 「その他費用」につきましては、対前年+87億円の増加でした。その内、減価償却費は+26億円の増加です。
減価償却費を除いた「その他費用」は、ノンデリバリー事業の増収に伴う施設使用料等の増加等となっております。

13. デリバリー営業費用の増減分析(対前年)

(単位:百万円)	2015年3月期 第2四半期 実績	2014年3月期 第2四半期 実績	前年比較	
			増減	伸率(%)
営業収益	532,857	524,874	7,982	1.5
営業費用	524,763	513,437	11,326	2.2
人件費	298,241	294,604	3,637	1.2
社員給料	203,273	198,761	4,511	2.3
退職給付費用	5,151	5,987	▲ 835	▲ 14.0
その他	89,816	89,854	▲ 38	▲ 0.0
下払経費	152,924	149,821	3,103	2.1
委託費	54,439	54,864	▲ 424	▲ 0.8
借車費	80,602	75,791	4,811	6.3
その他	17,882	19,166	▲ 1,284	▲ 6.7
車両費	21,151	19,768	1,383	7.0
燃料油脂費	11,996	11,228	768	6.8
その他経費	101,115	96,381	4,734	4.9
減価償却費	15,159	13,473	1,685	12.5
内部消去	▲ 48,669	▲ 47,137	▲ 1,531	3.2

(注記)

- ① 当期より、e-ビジネス事業に含めていたコンタクトサービスをデリバリー事業に含めております。
このセグメント移管に伴い、デリバリー事業とe-ビジネス事業の前期の数値を組み替えております。
- ② 上記数値は海外宅急便事業にかかわる営業費用も含まれております。

デリバリー事業の営業費用明細でございます。

先ほどの説明と重複いたしますので、詳細は割愛させていただきます。

14. 2015年3月期業績予想(2)



(単位:百万円)	2015年3月期 今回予想	2014年3月期 実績	2015年3月期 1Q時予想	前年比較		予想比較	
				増減	伸率(%)	増減	伸率(%)
営業収益							
デリバリー事業	1,107,000	1,099,399	1,137,500	7,600	0.7	▲ 30,500	▲ 2.7
BIZ-ロジ事業	98,000	90,254	98,000	7,745	8.6	0	0.0
ホームコンビニエンス事業	51,000	48,723	51,000	2,276	4.7	0	0.0
e-ビジネス事業	43,000	40,831	46,000	2,168	5.3	▲ 3,000	▲ 6.5
フィナンシャル事業	66,000	62,727	69,000	3,272	5.2	▲ 3,000	▲ 4.3
オートワークス事業	27,500	25,650	28,000	1,849	7.2	▲ 500	▲ 1.8
その他	7,500	7,022	7,500	477	6.8	0	0.0
合計	1,400,000	1,374,610	1,437,000	25,389	1.8	▲ 37,000	▲ 2.6
営業利益							
デリバリー事業	41,000	35,784	41,000	5,215	14.6	0	0.0
BIZ-ロジ事業	4,700	3,403	4,700	1,296	38.1	0	0.0
ホームコンビニエンス事業	500	217	500	282	129.9	0	0.0
e-ビジネス事業	8,400	8,057	8,400	342	4.3	0	0.0
フィナンシャル事業	9,600	9,405	9,600	194	2.1	0	0.0
オートワークス事業	3,600	3,272	3,600	327	10.0	0	0.0
その他	22,700	24,956	22,700	▲ 2,256	▲ 9.0	0	0.0
小計	90,500	85,097	90,500	5,402	6.3	0	0.0
消去	▲ 20,500	▲ 22,000	▲ 20,500	1,500	▲ 6.8	0	0.0
合計	70,000	63,096	70,000	6,903	10.9	0	0.0
(利益率)	5.0%	4.6%	4.9%	-	-	-	-
経常利益	71,000	64,664	71,000	6,335	9.8	0	0.0
(利益率)	5.1%	4.7%	4.9%	-	-	-	-
当期純利益	41,000	34,776	41,000	6,223	17.9	0	0.0
(利益率)	2.9%	2.5%	2.9%	-	-	-	-

(注記)

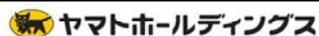
当期より、e-ビジネス事業に含めていたコンタクトサービスをデリバリー事業に含めております。

このセグメント移管に伴い、デリバリー事業とe-ビジネス事業の前期の数値を組み替えております。

2015年3月期通期のセグメント毎の営業収益・営業利益の通期予想でございます。

- ① 当期より、e-ビジネス事業に含めていたコンタクトサービスをデリバリー事業に含めております。
このセグメント移管に伴い、デリバリー事業とe-ビジネス事業の前期数値を組み替えて表示しております。
- ② 通期業績予想の全体感としては、資料記載の通り、第2四半期の実績を踏まえ、営業収益のみ370億円
下方修正させていただき、1兆4,000億円を予想しております。
営業利益・経常利益・当期純利益は、前回発表から変更はございません。
- ③ スライド15ならびに、補足資料P10以降に予想数値を記載させていただいておりますので合わせて
ご覧いただければと思いますが、簡単に予想策定の前提についてご説明いたします。
- ④ デリバリー事業の主力商品である宅急便は、消費増税後の反動減の影響は徐々に和らぎつつあるものの、
景気回復の遅れや適正料金収受に伴う一部荷物の他社への流出等を含めまして、数量ベースで、対前年
△1.3%の16億45百万個、前回予想からは5,500万個減少しております。
平均単価は、足元の状況を踏まえ、対前年+3.5%の594円を予想しております。
- ⑤ クロネコメール便につきましても、足元の状況を踏まえ、数量ベースで、対前年△7.2%の19億35百万冊、
前回予想からは、1,000万冊減少しております。単価は、前年並みの61円としております。

15. 2015年3月期業績予想(3)



(単位:百万円)	2015年3月期 今回予想	2014年3月期 実績	2015年3月期 1Q時予想	前年比較		予想比較	
				増減	伸率(%)	増減	伸率(%)
営業収益	1,400,000	1,374,610	1,437,000	25,389	1.8	▲ 37,000	▲ 2.6
営業費用	1,330,000	1,311,513	1,367,000	18,486	1.4	▲ 37,000	▲ 2.7
人件費	712,000	704,338	729,000	7,661	1.1	▲ 17,000	▲ 2.3
社員給料	491,000	484,094	500,000	6,905	1.4	▲ 9,000	▲ 1.8
退職給付費用	13,000	14,834	14,000	▲ 1,834	▲ 12.4	▲ 1,000	▲ 7.1
その他	208,000	205,408	215,000	2,591	1.3	▲ 7,000	▲ 3.3
下払経費	541,000	528,105	557,000	12,894	2.4	▲ 16,000	▲ 2.9
委託費	209,000	211,837	214,000	▲ 2,837	▲ 1.3	▲ 5,000	▲ 2.3
備車費	176,000	168,104	182,000	7,895	4.7	▲ 6,000	▲ 3.3
その他	156,000	148,163	161,000	7,836	5.3	▲ 5,000	▲ 3.1
車両費	48,500	46,288	48,500	2,211	4.8	0	0.0
燃料油脂費	29,500	27,622	29,500	1,877	6.8	0	0.0
その他経費	292,500	277,920	296,500	14,579	5.2	▲ 4,000	▲ 1.3
減価償却費	46,000	42,265	48,000	3,734	8.8	▲ 2,000	▲ 4.2
内部消去	▲ 264,000	▲ 245,140	▲ 264,000	▲ 18,859	7.7	0	0.0

業績予想の前提	
営業収益	
デリバリー事業	
・宅急便取扱数量(予想)	1,645,000(千個) (対前年▲1.3%)
・宅急便単価(予想)	594円 (対前年+3.5%)
・メール便取扱冊数(予想)	1,935,000(千冊) (対前年▲7.2%)
・メール便単価(予想)	61円 (対前年±0%)
人件費	
・社員給料	
連結(予想)	
合計	200,500人 (対前年 +7,354人)
	前年比 +3.8%
フル	89,100人 (対前年 +1,821人)
	前年比 +2.1%
パート	111,400人 (対前年 +5,533人)
	前年比 +5.2%
・その他	
社会保険料率の改定等による増加	
設備投資	
設備投資総額(予想) 75,000百万円	

最後のスライドになりますが、連結営業費用の通期予想でございます。

- ① 各費用の通期予想につきましても、第2四半期の実績を踏まえ、記載の通り修正を加えております。
- ② 前回からの修正箇所について、ポイントをご説明いたしますと、
 - (1)人件費

前回予想からは、人員数の見直しを踏まえ、総額170億円、減額しております。

退職給付費用につきましては、10億円減額しております。

人件費その他につきましても、人員数の見直しに合わせ、福利費等を減額しております。
 - (2)下払い費

前回予想から総額160億円を減額しております。

委託費・備車費については、宅急便数量の下方修正ならびに生産性向上推進により、記載の通り減額しております。

「下払いその他」は、ノンデリバリー事業の売上運動に伴い、減額しております。
 - (3)その他経費

減価償却20億円、その他経費で20億円の総額40億円減額しております。
- ③ なお、設備投資予想につきましては、車両10億円、建物 20億円、荷役機器 20億円、前回予想から総額50億円減額しており、750億円を計画しております。
- 項目別には補足資料P16に記載しておりますので、合わせてご覧いただければと思います。
- ④ 最後に、自己株式取得・消却についてですが、先程、木川からもご説明させていただいた通り、中長期的なROEのターゲットについては強い拘りを持っていることを皆様には改めてお伝えしたいと思います。

時期や規模感については、2011年に発行いたしました転換社債の満期が2016年3月期に迎えますので、転換による希薄化に対して先手を打つという趣旨も含んでおります。

私からの説明は以上でございます。

本資料(解説付き)および説明会質疑応答の議事録は、PDF形式で弊社ホームページ「株主・投資家情報」でご覧頂けます。

この内容は、投資判断の参考となる情報の提供を目的としたもので、投資勧誘を目的としたものではありません。銘柄の選択、投資の最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。当社としては一切の責任を負いかねますのでご承知ください。

Disclaimer: This material is intended for informational purposes only and is not a solicitation or offer to buy or sell securities or related financial instruments.