

グローブライド株式会社

証券コード：7990

2026年3月期 決算および 中期経営計画 説明資料

2026年5月22日

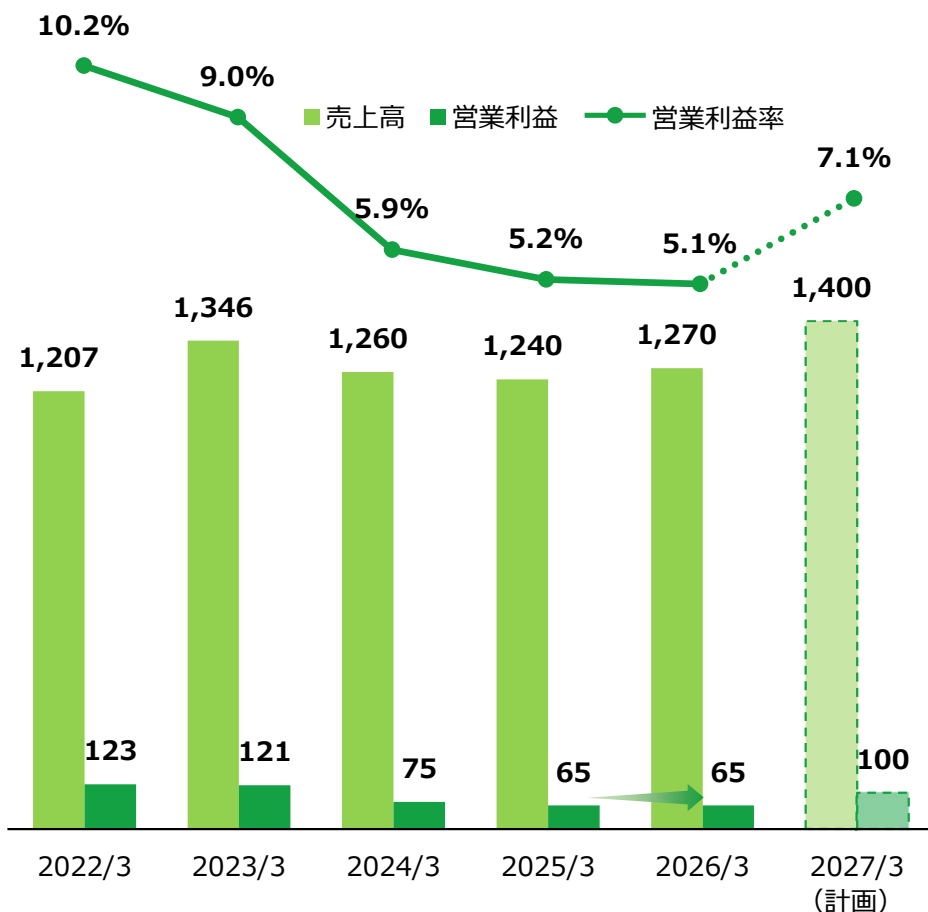


A Lifetime Sports Company

中期経営計画2030について

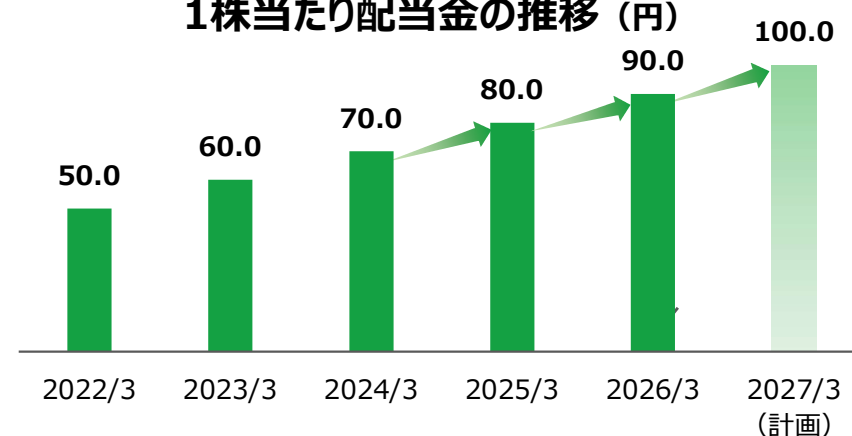
2026/3期は市場に底打ち感が出始め増収、物価高等の影響を受けるも利益は維持。株主への還元は着実な増配を実施。設備投資は厳選して実施

売上高、営業利益の推移（億円）



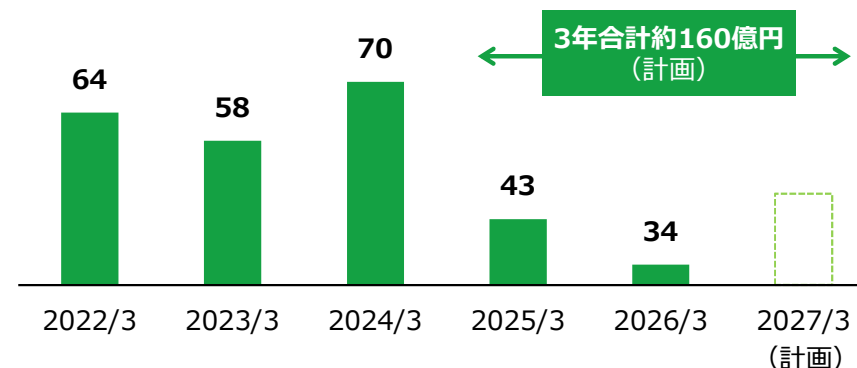
中期経営計画2026

1株当たり配当金の推移（円）



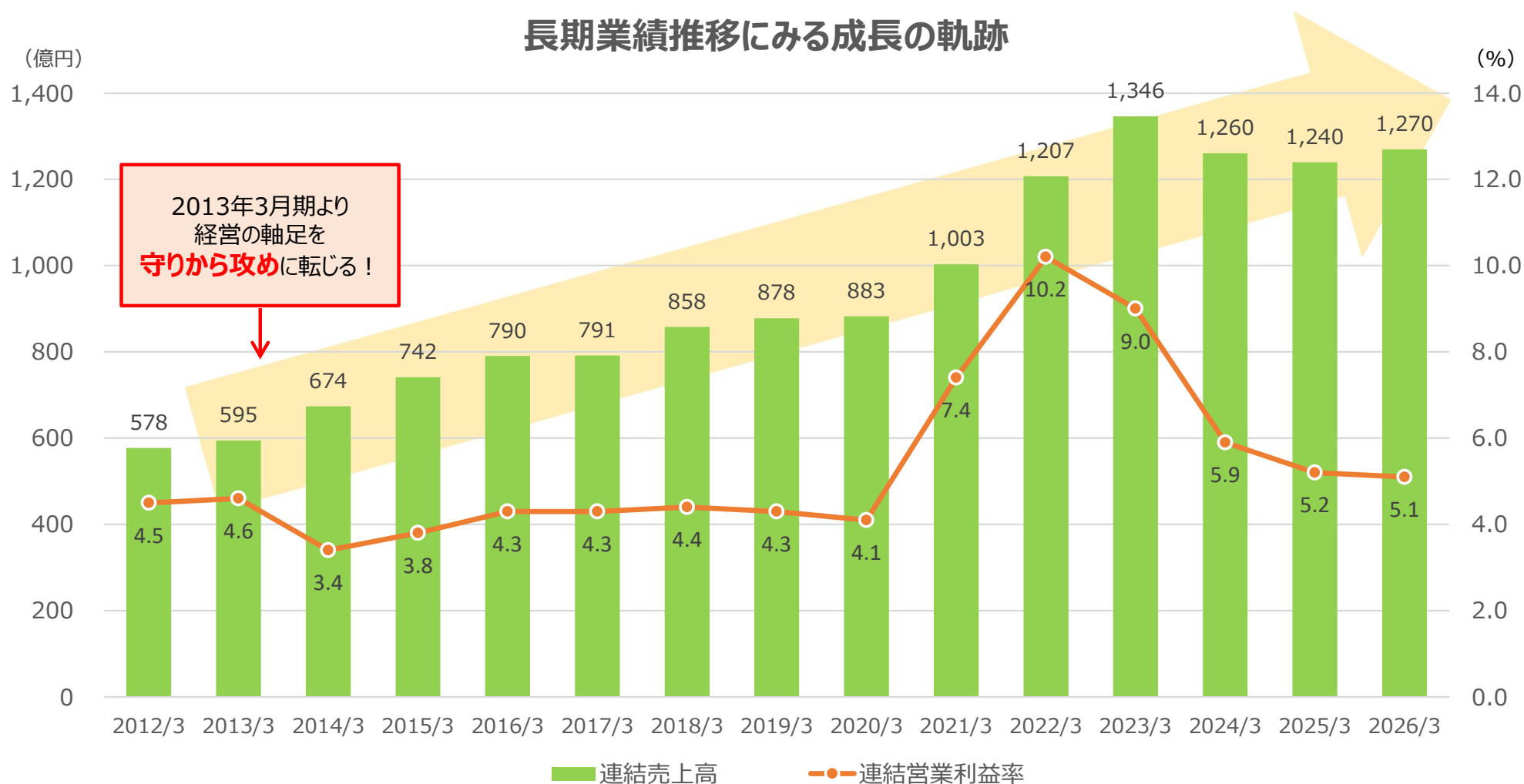
中期経営計画2026

設備投資額（億円）



中期経営計画2026

長期レンジで見ると、海外強化を始めた2013/3期以降は着実に売上は伸長。
利益率の向上がこれからの課題



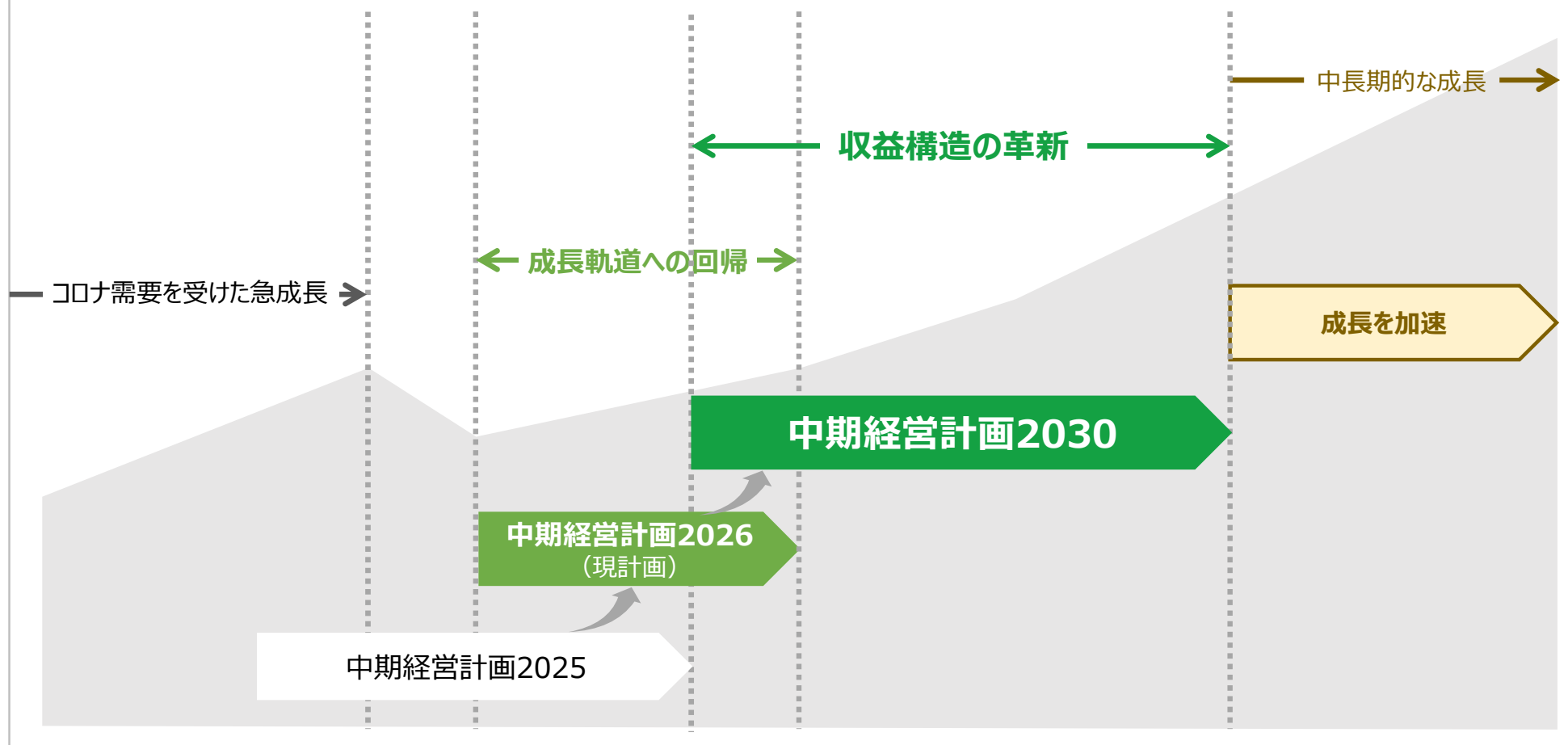
- 中期経営計画2026（2025/3期～2027/3期）策定時の想定より市況の足取りは重く、2026/3期は当初公表値は下回るものの修正計画は達成
- 2027/3期は計画未達の見通しも前年を上回り、成長路線回帰へ
- 市場環境やみらいフィールドプロジェクトの取り組みを踏まえ、計画を見直し

外部環境	アウトドア・スポーツ・レジャー市場	・ポストコロナ禍の需要変化や市場在庫過多の状況については一段落 ・物価高や金利高等の影響を受け、生活防衛の意識が高まり、アウトドア・スポーツ・レジャーへの消費支出の伸びは鈍いものの、参画意識は堅調に推移
	資本コスト・株価を意識した経営	・足下のPBRは1.0倍を下回る状況が継続 ・資本コストや株価を意識した経営の実現に向け、収益性を一層高めるなど経営意識を転換する必要性を再認識
内部環境	みらいフィールドプロジェクト	・本社隣接地に新棟の建設を計画 ・建設費及び諸費用は150億円、新規生産設備や既存棟の改修費用などで65億円を予定 ・キャッシュアロケーションを精査の上で見直し

環境変化を踏まえ、『中期経営計画2030』を策定

経営基盤を整え、成長軌道に回帰。収益構造の革新に向け、中期経営計画2030を策定。2027/3期～2031/3期の5年間で筋肉質な経営体質へ

中期経営計画2026と中期経営計画2030の関係性



売上成長とともに、収益構造の革新に取り組む。
株主還元については、安定的かつ継続的な増配の実施とともに、期間を通じて総還元性向50%を目安に強化する

■ 今期予想と2031/3期の数値目標（百万円）

	2026/3期 実績	2027/3期 予想	2031/3期 計画	CAGR (年平均成長率)
売上高	126,956	134,000	160,000	4.7 %
営業利益	6,501	7,000	16,000	19.7 %
営業利益率	5.1 %	5.2 %	10.0%	-
経常利益	7,184	6,400	15,500	16.6 %
経常利益率	5.7 %	4.8 %	9.7%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,409	5,500	12,000	17.3 %
当期純利益率	4.3 %	4.1 %	7.5%	-
総還元性向	87.4%	期間を通じて50%を目安とする		
1株当たり配当金	90円	100円	安定的かつ継続的な増配の実施	

SLOGAN

Feel the earth.

地球を感じ、生きていく。

VISION

A Lifetime Sports Company

人生を豊かにするスポーツ。

PROMISE

5 Key Promises

Make it Wow!

自ら楽しみ、人生の新たな感動 "Wow!" を世界中にとどける。

Open Our Minds

自由な発想、多様な価値観で、これからの豊かさを生み出す。

Be Innovative

テクノロジー、アイデア、感性で、未知をデザインする。

Be Earth-Friendly

地球を想い、世界中の仲間と豊かな自然を未来へつなぐ。

Play Fair

常にフェアであり続け、人とその先の社会に貢献する。

経営基本方針に基づく重点戦略を推進することにより、収益構造の革新を目指し
持続的な成長に繋げる

【経営基本方針】 (3つの進化)

感動提供企業への進化

付加価値を創造する領域、お客様に貢献する領域、
Wow!な感動領域を拡大する

日本発グローバル企業への進化

日本で培った技術や製品で、付加価値を創造する
エリア、お客様に貢献するエリアを拡大する

サステナブルな事業基盤への進化

DXによる業務革新やSDGsなど時代の要請に
応える事業基盤を整備する

【重点戦略】

事業戦略

財務戦略・資本政策

経営基盤強化

さらなる成長に向けて収益性を高め、持続的な企業価値の向上を目指す

重点戦略	概要
事業戦略	- フィッシング事業は、販売・マーケティングは世界市場を4つに分けた4ブロック戦略を推進し、地域に合った製品やサービスを提供し、日本を起点とした<u>収益構造の革新</u>に努める - みらいフィールドプロジェクトを通じて、<u>生産性や技術力の革新</u>を実現するマザー工場として、将来に亘る持続的な成長に資する生産拠点を構築する - ゴルフ/スポーツ事業は、独自の世界観のあるブランド力を向上し、<u>収益力の向上</u>に努めるとともに、拡大が期待できるピックルボールへの取り組みを加速させる
財務戦略・資本政策	- 株主資本コストを上回る水準として、2031/3期までに<u>ROE12%以上</u>を達成する 5年間で<u>総還元性向50%を目安</u>とし、安定的かつ継続的な増配を実施する <u>資本コストの低減</u>に向け、市場との対話を推進する
経営基盤強化	- 当社の人材ポリシーに基づき、人材への積極的な投資を行うことで人材活躍推進を強化するとともに、「Wow!」の可能性に取り組み続ける人材を育み、<u>企業価値向上</u>を図る - 地球環境を始めとしたサステナビリティ課題を重要な経営課題と認識し「人と地球が共に生きる持続可能な社会づくり」に貢献するとともに、ライフタイムスポーツ文化の進化と発展に取り組む - DX推進による<u>生産性向上や新たな価値創出</u>を通じて、将来に亘る持続的な成長を支える

株主価値向上に向けた3つの重要経営指標を設定。ROE向上と株主還元の充実により、継続的にPBRが1.0倍を上回る状態を目指す

■重要経営指標

資本収益性

ROE

2031/3期
までに **12**%以上

市場評価

PBR

継続して **1.0**倍以上

株主還元

総還元性向

期間を
通じて **50**%目安

安定的かつ継続的な
増配の実施

事業戦略

フィッシングのトップブランドとして、グローバルNo. 1 の地位を確固たるものにすべく
「DAIWA」ブランドの訴求を図り、将来に亘って世界をリードする

BRAND MARK



SLOGAN

Feel Alive.

最高の瞬間を感じる。

PROMISE

モノづくりを極めるDAIWAへ

ライフスタイルを提案するDAIWAへ

環境とともに進む DAIWAへ

当社ならではの差別化された取り組み強化に加え、グループ内の強みを発揮して圧倒的に優位性のある事業基盤を構築するとともに、需要の開拓を目指す

当社ならではの差別化された取り組み

D.Y.F.C (ダイワヤングフィッシングクラブ)

自然との対話を大切に活動している
子どもたちのための釣りクラブ
1976年創設から今年50周年

DAIWA PIER 39 (ダイワピア 39)

都市生活を満喫するためのデザインと
フィッシングを楽しむためのアイデアが
共存するアパレルコレクション

DAIWA SAFETY (ダイワセーフティ)

水辺の安全・安心に繋がる活動

グループ・シナジーの発揮

キャストイング (株ワールドスポーツ)

「釣りがつなぐ笑顔の先へ」を企業
理念に掲げる釣具チェーン店

SLP WORKS (株スポーツライフプラネット)

DAIWA製品のオフィシャルオプション
パーツブランド
様々なカスタムサービスも展開

ロジスポ (株ロジスポ)

釣具共同物流センターとして取扱
量No. 1 を誇る釣具業界の総合ソ
リューション企業

圧倒的に優位性のある事業基盤の構築と需要の開拓を目指す



DYFC
DAIWA YOUNG FISHING CLUB

DAIWA PIER 39



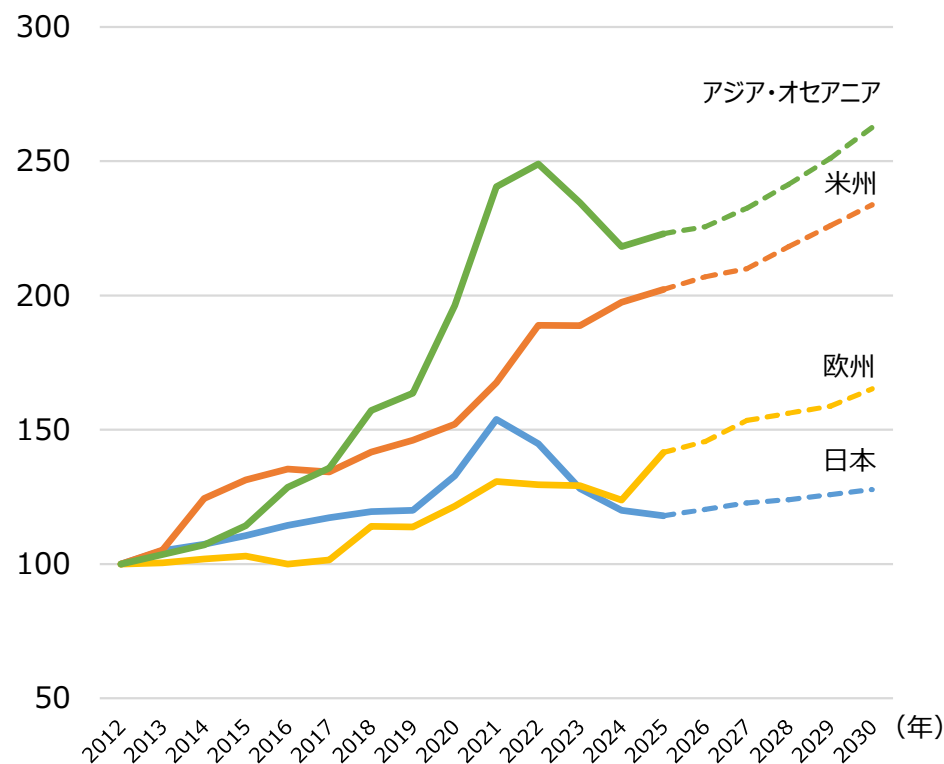
DAIWA SAFETY
水辺の安全・安心に繋がる活動

SLP WORKS

世界のフィッシング市場は、エリアによるばらつきはあるものの、概ね底打ちして緩やかな回復基調。今後の地政学リスクの影響や、物価や金利等の動向を注視

ブロック別市場の状況

フィッシング市場 地域別推移



※各地域とも2012年の市場規模を100として指数化（当社調べ）

日本

- ・経済の先行き不透明感や物価高に伴い生活防衛意識が見受けられるものの、高級品中心に引き続き需要は堅調
- ・市場在庫は落ち着き、足下の市況は底打ち感が出てきており緩やかな回復が見込まれる

米州

- ・関税政策の影響により、フィッシング市場も各社が価格改定を行うなどの対応が見られる
- ・物価高や金利等の影響により個人消費は足取りの重さが見られるが経済全体としては堅調に推移し、引き続き市況は安定が見込まれる

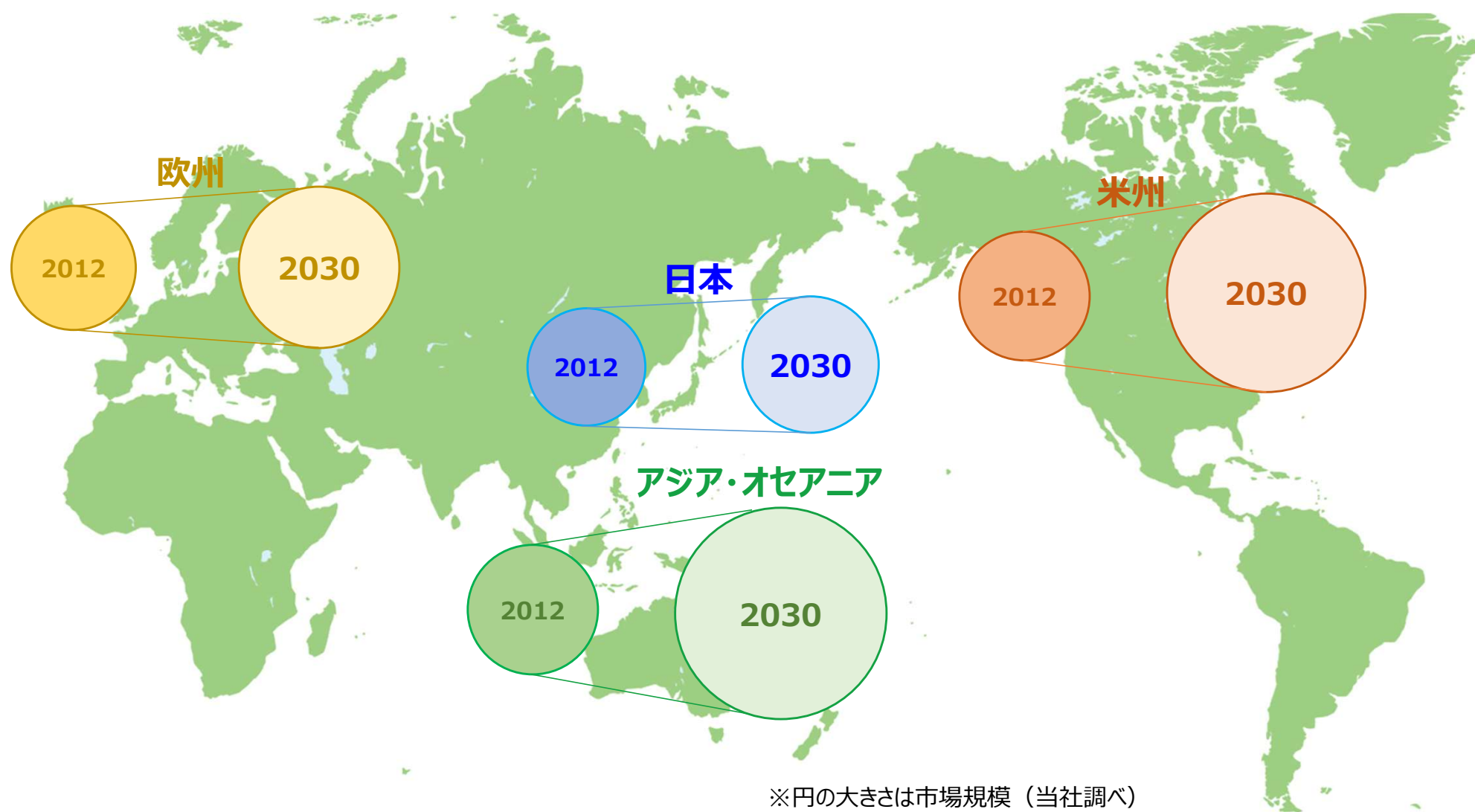
欧州

- ・地政学的リスクや物価・金利等の先行き不透明感から個人消費は足取りが重いものの、全体としては底堅い状況にある
- ・フィッシング市場は堅調に推移しており、緩やかな回復基調を見込む

アジア・オセアニア

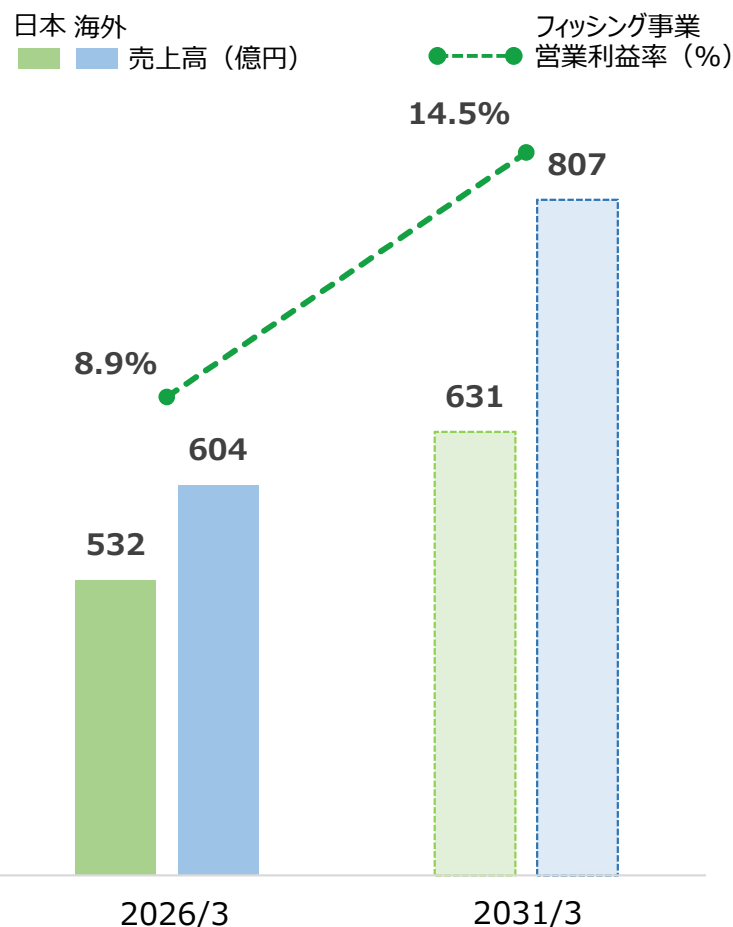
- ・アジア市場は、中華圏は経済が低迷している影響を受けているが、他のアジア各国は回復基調にある
- ・オセアニア市場は物価高や自然災害の影響を受け、経済の足取りは重い、フィッシング市場は新規参入者の増加などもあり好調に推移

全世界を4ブロックに分けて、グローバル販売体制を展開



世界を4ブロックに分け、各地域の特徴に応じた戦略を実行。売上高の成長と利益率の改善に取り組む

売上高・営業利益率目標



世界4ブロック戦略

日本

- 市場優位性のある製品・サービスの提供により着実に売上拡大と収益性の改善を図る
- 釣りファンへの体感機会創出やD.Y.F.C活動を通じた自然と一体になる喜びの発信などにより需要の喚起に取り組む

米州

- 主力のバス釣り用品に加え、海釣り用品などを展開し、コア製品のシェア拡大と販売基盤の強化に努める
- 専門店の取引拡大を軸としたチャネル別戦略を推進する

欧州

- 伝統的な釣り市場においてプレゼンスを高めていく
- 東欧等の重点攻略エリアにおいて拡販に努める

アジア・オセアニア

- 中国・韓国を中心に日本製品を供給するとともに、現地の釣りに合った専用品を投入しシェア拡大を目指す
- 東南アジアにおける釣り文化の創造やチャネルの開拓・育成に努める

スマートフォンとつながるリール（DAIWA CONNECTED）により、そこから得られる全く新しい情報をもとに、新たなWow!を切り拓く

※現在、日本国内だけの販売・サービス提供です

ONの楽しみのみならず、OFFの楽しみも提供

- ・釣行前のワクワク
- ・釣行日には思い切り釣りを楽しむ
- ・釣行後には得られたデータを使って仲間とワイワイ盛り上がり、スキルアップ
- ・次の釣行につながるデータを見て、これまで以上にワクワク

釣り人の動作を数値で可視化する



釣り人のデータを集計する



ログデータで競いあう



アップデートでリールが進化する



コア・コンピタンスであるカーボン技術の幅を広げ、ONLY ONE 製品を開発

カーボン技術の進化

1970年代～

釣り竿素材・設計 ～ 高弾性 ～ 軽量 ～ ハイブリッド素材 ※パワー・感度 ～ スムーズな曲がり ※一体成型 ～

ゴルフカーボン技術 ～ シャフト ～ 打球面 ～ ヘッド ～ 軽量高強度 ※ねじれ・しなりコントロール ～

基盤技術の
展開

2000年代～

釣り用パーツ応用 ～ 軽量・高感度ガイド・ハンドル ～ 剛性UP ～

2010年代～

産業用パイプ、軽量傘、脊椎内固定具用ロッド …

釣り竿



※ 軽量・好感度を追求するカーボンテクノロジー三位一体の設計思想

ゴルフシャフト



※ スムーズで心地よいしなり感と、左右方向への打球のブレを軽減

コア・コンピタンスであるカーボン技術の価値を高め、事業拡大に寄与

カーボン技術の進化

1970年代～

釣り竿素材・設計 ～ 高弾性 ～ 軽量 ～ ハイブリッド素材 ～ パワー・感度 ～ スムーズな曲がり ～ 一体成型 ～

ゴルフカーボン技術 ～ シャフト ～ 打球面 ～ ヘッド ～ 軽量高強度 ～ ねじれ・しなりコントロール ～

基盤技術の
展開

2000年代～

釣り用パーツ応用 ～ 軽量・高感度ガイド・ハンドル ～ 剛性UP ～

2010年代～

産業用パイプ、軽量傘、[※]脊椎内固定具用ロッド …

A Lifetime Sports Company として医療を通じて人々の健康に貢献

※ 三社の医工連携プロジェクトに参画 ～ 脊柱管狭窄症用医療器具開発～

➡ 医療器具のカーボン化により、従来の金属製医療器具が抱える課題の解決を目指す

- ・金属疲労で折れやすい
- ・CTやMRIでノイズが発生しやすい

▶ カarbonの特性：「X線透過性」や「耐疲労性」を活用



SPINE-TECH

【東京慈恵会医科大学発スタートアップ】



【特殊ネジメーカー】



※ 当社はロッド部の開発担当として参画



本社隣接地に2029年供用開始予定の新棟を建設。マザー工場としてグローバル最適生産の実現と、研究開発機能による「Wow!」創出を強化

新棟の開発計画の概要

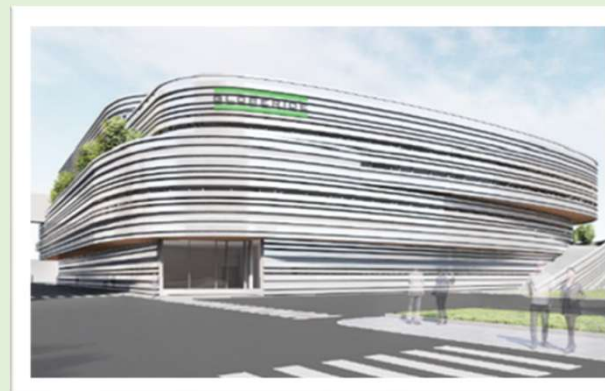
所在地	東京都東久留米市
新棟の敷地面積	約9,000㎡（予定）
工事期間	2026年～2032年（予定）
供用開始	2029年（予定）

【新棟】

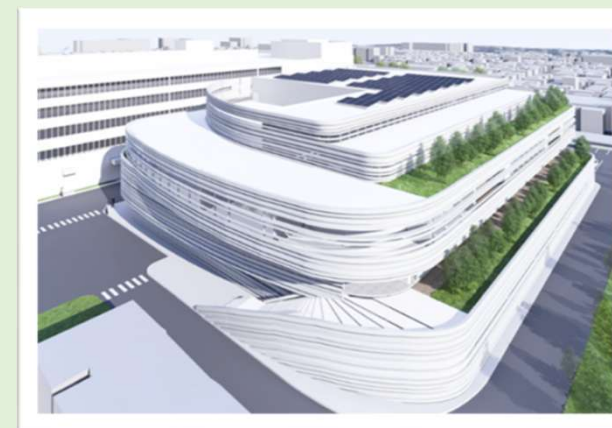
- ・地球環境や地域、従業員などに配慮した拠点を目指す
- ・既存工場の生産機能を移転し、生産性が高い、高度なグループ・グローバルの最適生産を実現する
- ・新製品と生産技術の研究開発機能等を強化するとともに「Wow!」を創出する空間を拡充する
- ・カーボン技術を始めとしたDAIWA TECHNOLOGYの応用による新たな価値創出を実現する

【水槽試験室】

- ・水槽試験室により、フィールドに近い状態で製品性能評価を極めるとともに、釣りを科学することを加速させる

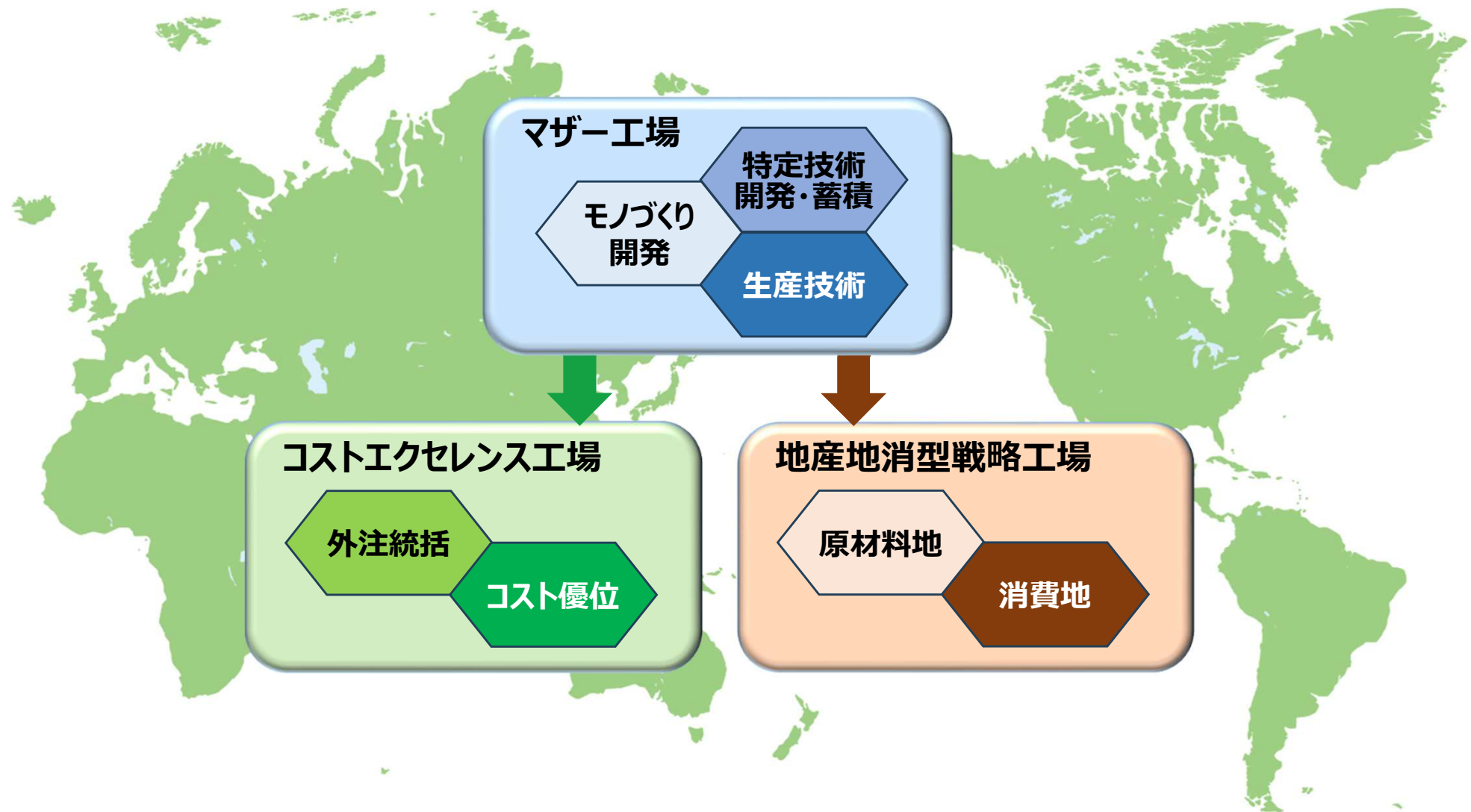


正門付近からの完成イメージ図



南東方向からの鳥観図

日本をマザー工場としたグローバル生産体制を展開する



PSI管理やSKU、プライシングやコスト、生産性などグローバルで最適化を図り、フィッシング事業全体で収益構造の革新を実現する

- グループ本社機能改革により、フィッシング事業の全体最適を実現
- もの作り力の強化と原価低減による売上ー利益最大化サイクルの構築
- 収益管理システムの構築
- SKU最適化や生産平準化による生産性向上



原価改善

【2031/3期 目標】
(2026/3期対比)

△5%

2026/3

2031/3

独自の世界観を守りながら、上質な製品やサービスを提案し、ブランド価値を高めることにより安定した売上と利益を確保する

3ブランドを中心に、洗練された独自の
世界観のあるブランディングを推進

ONOFF
(オノフ)

Create Good Golf.

FOURTEEN
(フォーティーン)

ゴルフをする喜びをつくる

RODDIO
(ロッドディオ)

独創的なプレミアムゴルフパーツ
を提供

各ブランディングの最適化と日本市場に
適合した商品・サービスの開発を推進

Prince
(プリンス)

新たなラケットスポーツライフ
を提案

DIADEM
(ダイアデム)

ツアー選手による選手のため
のモノづくり

WINDSOR
(ウインザーラケットショップ)

上質なテニスラケットの提供がコン
セプトのラケット・スポーツ専門店

ブランド価値の向上

【主要ブランド】

ONOFF
golf matters

FOURTEEN
The clubs for the Discerning Golfer.

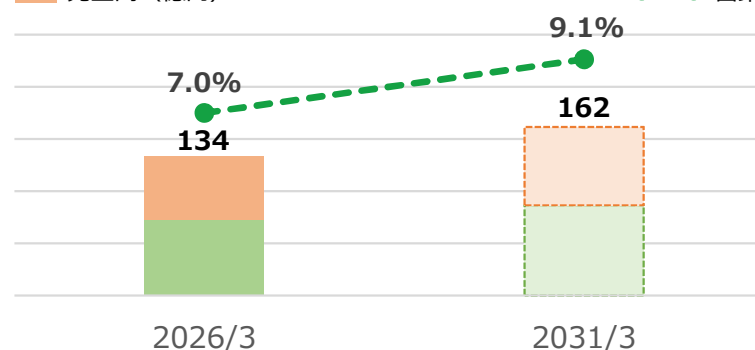
RODDIO

ラケット
スポーツ ゴルフ

売上高 (億円)

売上高・利益率の推移

営業利益率 (%)



【主要ブランド】

prince

DIADEM

WINDSOR
RACKET SHOP

成長著しいピックルボール市場において、国内トップシェアを誇るDIADEMブランドによるさらなる市場と売上の拡大を図り、トップブランドの地位を確固たるものにする

コートの支援や連携の拡大



DIADEM PICKLEBALL COMPLEX KOBÉ
日本最大級のインドアピックルボール専用コート



選手育成サポート

DIADEM ブランドアンバサダー契約
・日本人初の
米国メジャーリーグピックルボール選手

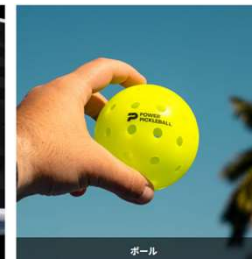


船水雄太選手

革新的な製品展開



パドル



ボール



バッグ

DIADEM社との連携強化

・DIADEM JP公式アカウント

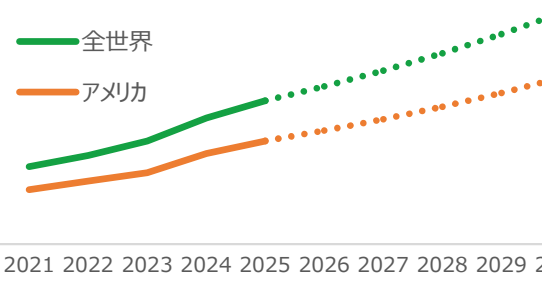


diademsportsjp ...
diademsportsjp

DIADEM（ダイアデム）の日本公式アカウントになります。
商品に関する投稿を行っております。是非フォローよろしくお願いいたします。
diademsports.jp

世界的に成長が見込まれる市場

ピックルボール 市場推移予想



世界は
年10～15%で安定成長

アメリカは
世界の7割を占める市場

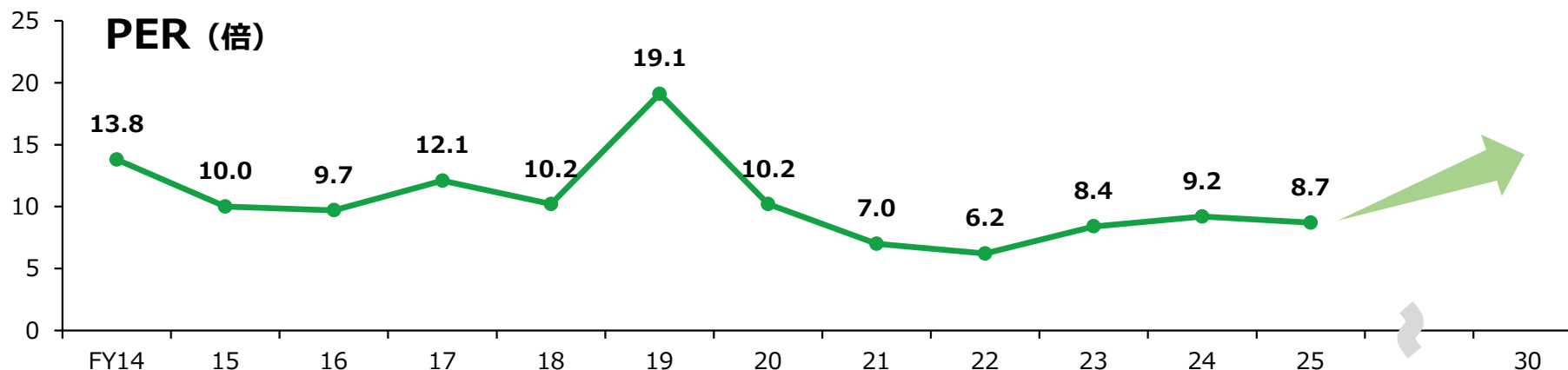
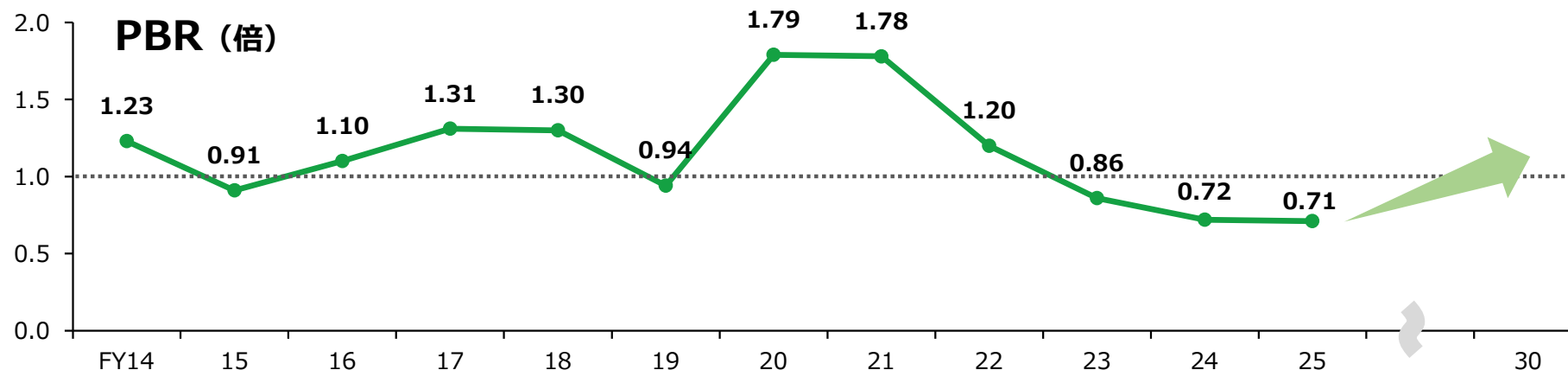
日本は
年50～80%で急拡大中

2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030
(年)

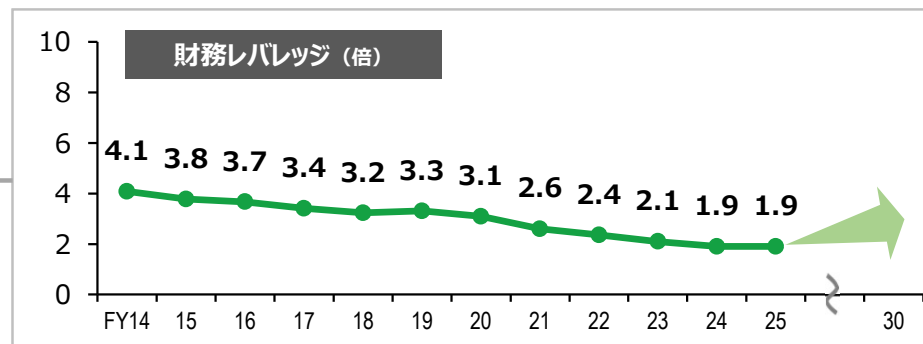
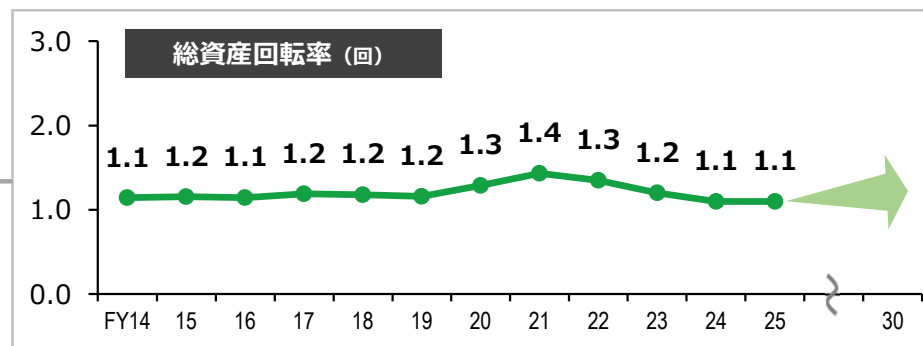
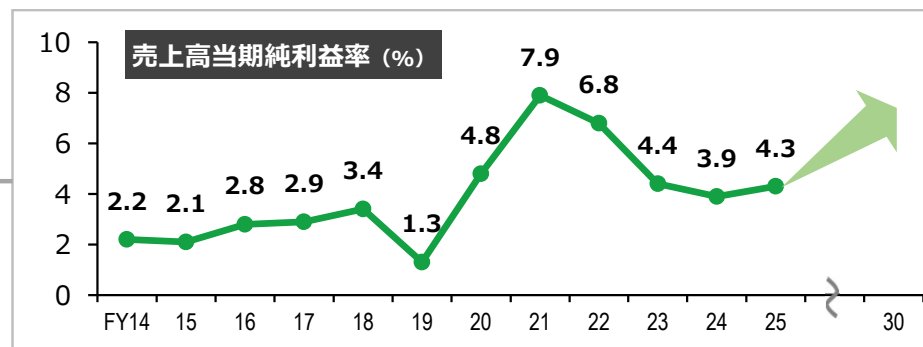
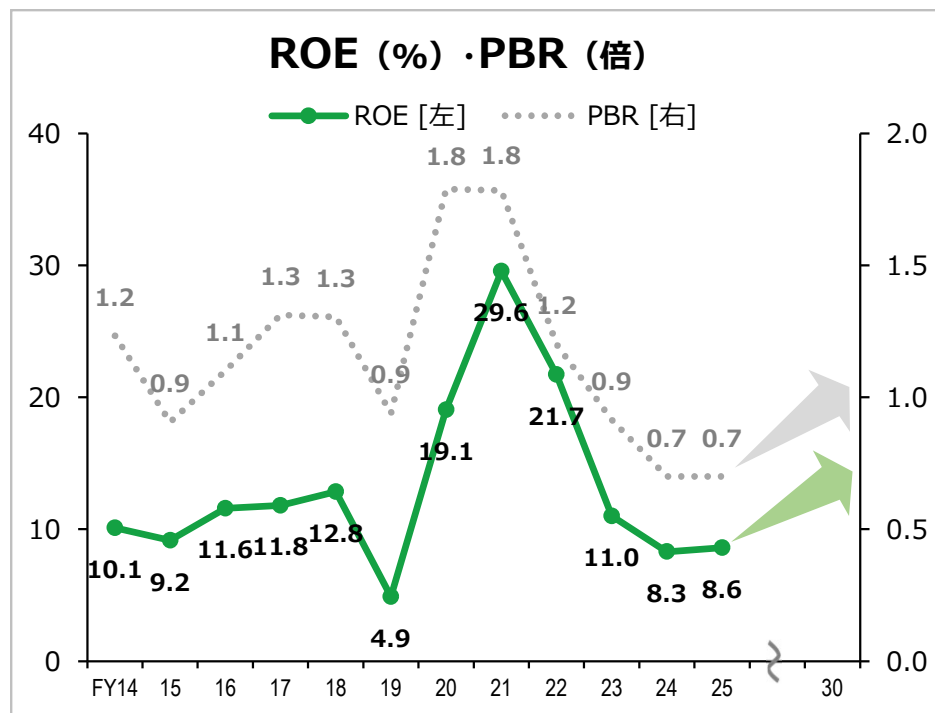
財務戦略・資本政策

(資本コストや株価を意識した経営の実現)

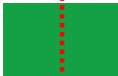
コロナ禍で市場が伸長した2021/3期にPBRは大きく上昇も、足下では1.0倍を下回り、PERも低位で推移



アウトドア・スポーツ・レジャー業界の市況悪化に伴う利益率の低下と財務レバレッジの低下によりROEが低下



CAPM基準の株主資本コストは7.6%～9.6%程度と想定

		推計資本コスト	備考
株主資本コスト	CAPM基準	ROE8.6% (2026/3) 7.6%  9.6%	- リスクフリーレート：10年日本国債金利2.37%^{*1} - マーケットリスクプレミアム：6.0% - ベータ：過去5年間の対TOPIXでの感応度1.04^{*2} - 上記より算定した株主資本コスト8.6%から、±1%のレンジを設けて資本コストを認識
	市場期待		2026年3月末のPERは8.7倍 - PER = 1/(r - g)であり、当社の成長率(g)を加味すると、市場が認識する資本コスト(r)はCAPM基準よりも高いと認識
WACC	CAPM基準	ROIC5.9% (2026/3) 5.5%  6.8%	- 負債コスト：2026年3月期の平均利子率2.0% - 有利子負債比率：35.2% - 株主資本コスト：上記より7.6%～9.6% - 株主資本比率：64.8%
	市場期待		上記株主資本コストをふまえると、WACCも上昇

*1 2026年3月末時点 *2 2026年3月末起算、頻度は週次

ROE12%以上を達成し、市場の成長期待に応え、資本コストを低減することにより、企業価値の向上（PBR1.0倍以上の達成）に取り組む

R O E 改 善	ROA 改善	利益率 の向上 (収益性)	- 売上高の向上 - 生産性の向上 - 収益性の革新
		資産効率 の向上 (効率性)	- 総資産の効率化 - 運転資本の効率化
	財務 レバレッジ	自己資本 最適化 (財務構成)	- 自己資本と負債の最適なバランスの構築 - 資本の効率的な活用と最適化に向けた施策の推進
P E R 向 上	成長期待の明確化		- 中期経営計画の実践 - 市場シェア拡大
	資本コストの低減 ・ガバナンス向上		- IR活動強化 - サステナビリティ推進 - ガバナンスの強化
	株主還元の強化		総還元性向への取り組み

P
B
R
改
善

資本政策 基本方針

収益構造の革新によりキャッシュ創出力を高め、成長投資と株主還元を両立する

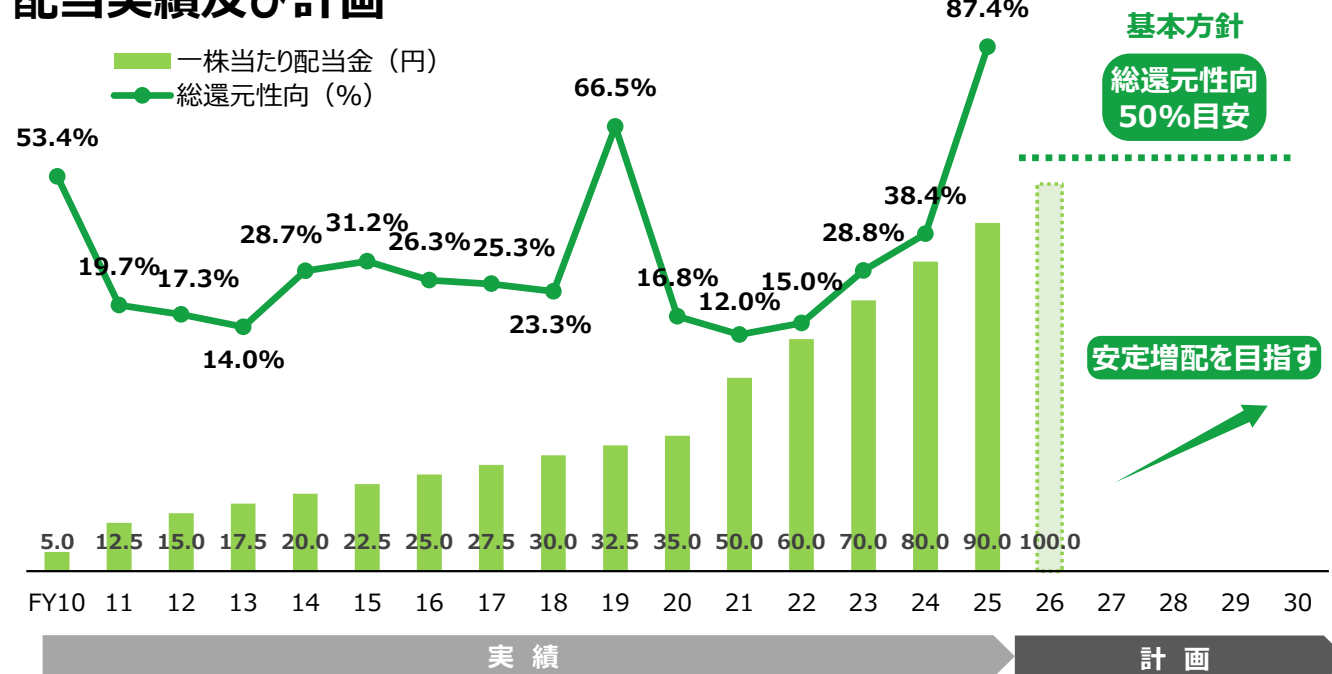
財務目標

ROE12%以上をターゲットとし、
最適な資本構成を継続的に確認

株主還元

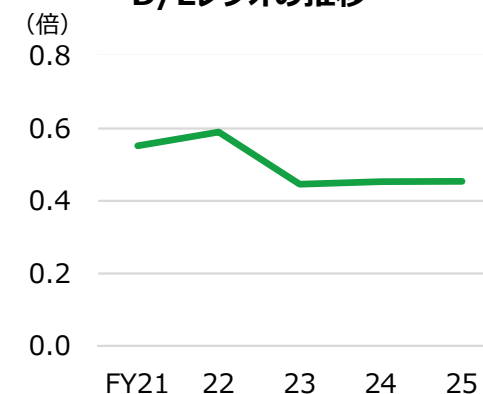
総還元性向（期間を通じて）**50%**
を目安とし、安定的かつ継続的な増配を実施

配当実績及び計画

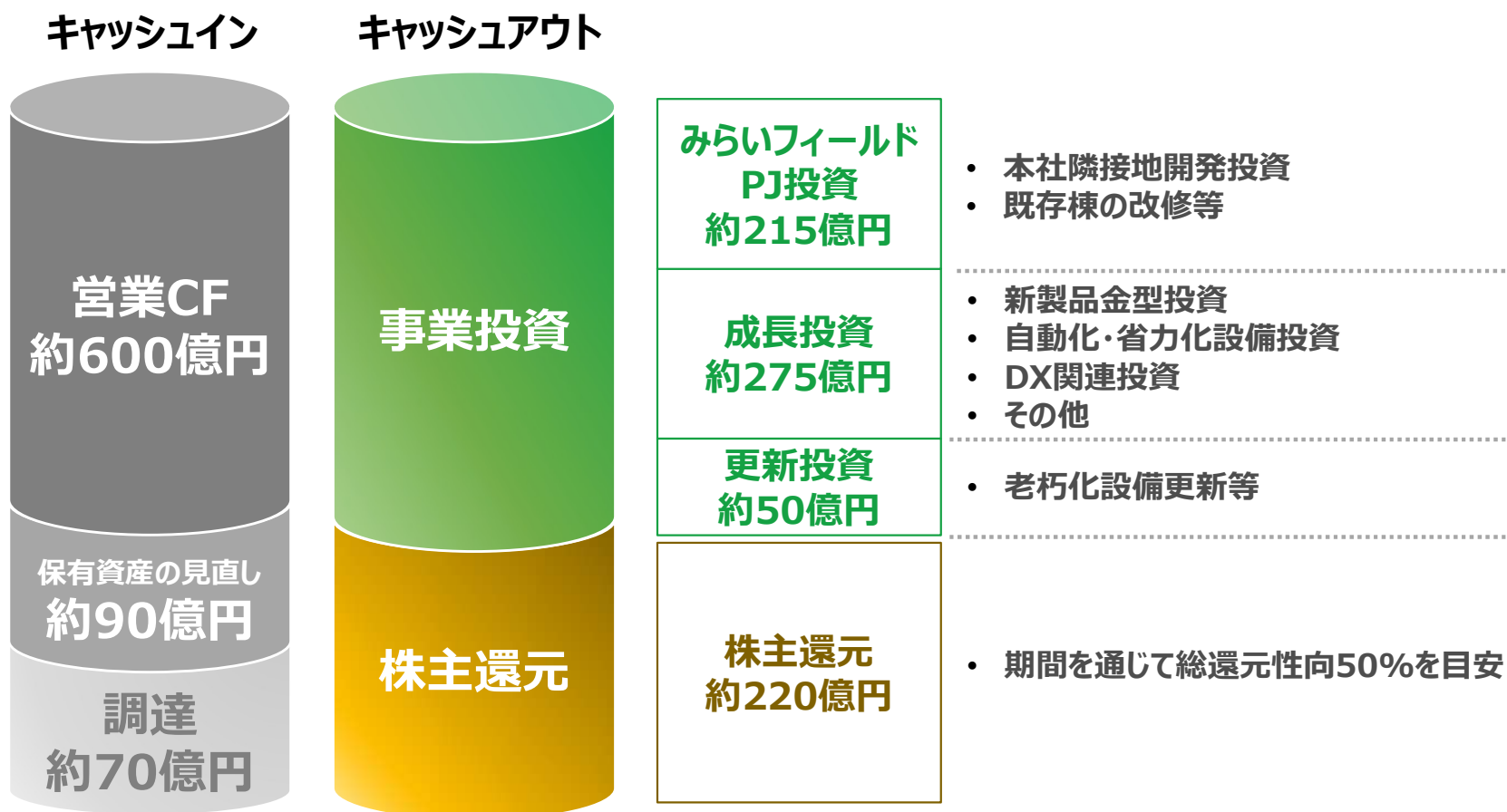


D/Eレシオは、有利子負債の管理
と純資産の継続的な増加により
0.4-0.5倍程度で推移

D/Eレシオの推移



中長期的な企業価値向上に向けた事業投資、並びに期間を通じて総還元性向50%を目安とする目標を両立する



資本コストの低減に向け、株主・投資家の皆さまとのエンゲージメントを強化

資本コスト低減に向けた取り組み

IR推進体制の整備

- 総務部IR・SR課を中心に、経理部、広報室などと連携して株主・投資家の皆さまと建設的な対話を行う



情報開示の充実化

- 透明性の高い経営と株主・投資家の皆さまとのより良い対話に向けた情報開示の充実と質の向上に努める
- 決算説明会の充実を図り、株式の流動性を高める



IR活動の社内 フィードバック強化

- IRの内容を社内フィードバックする体制を強化し、経営施策に活かす
- 対話で得たインプットについて開示する



株主・投資家の皆さまから見た当社経営の不確実性の極小化に取り組む

2025年度は、事業環境の見通しや業績見通し等をテーマに対話・面談を65回実施

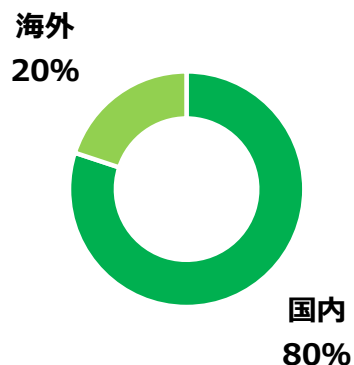
株主・機関投資家との面談状況

■ 2025年度の対話・面談実績

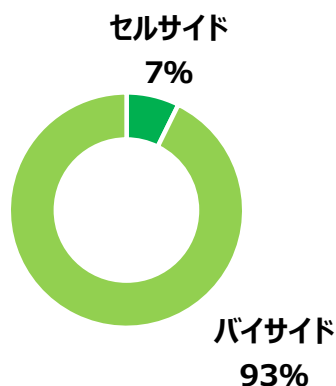
- 決算説明会 : 2回（延べ58社^{*1}）
- スモールMTG : 8回（延べ24社^{*1}）
- 1on1 MTG : 55回

■ 面談した株主・機関投資家の状況^{*2}

国内/海外



セルサイド/バイサイド



主な対応者・対話テーマ

■ 主な対応者

決算説明会

- 代表取締役社長執行役員
- 取締役常務執行役員管理本部長

スモールMTG

- 取締役常務執行役員管理本部長

1on1MTG

- 取締役常務執行役員管理本部長
- 経理部長

■ 対話の主なテーマや株主の関心事項

- 当社グループ全体の業績見通し
- 各地域毎の事業環境や今後の見通し
- 市場における競争環境
- 資本収益性向上に向けた取り組み
- 資本政策や株主還元方針
- 米国通商政策に伴うフィッシング市場への影響

^{*1} 重複カウントあり

^{*2} 1on1 MTG55回の投資家属性を集計

經營基盤強化

人材ポリシーを定め、「Wow!」の可能性を信じる人材に選ばれ続ける企業を目指す

【人材マネジメント方針】

- 社内における「Wow!」の可能性や多様性を最適化させ、新たな創造に繋がるような機会を作るとともに、採用・配置・登用等の人事施策を工夫します
- 国籍・性別・年齢にとらわれず、「グローブライドの普遍的人材定義」を目指して体現できる人材を評価し、積極的に登用します
- 『プレイヤーとして「Wow!」を極める人材』と『マネージャーとして「Wow!」を組織的に運営する人材』が、ともに輝く会社になります

【グローブライドの普遍的人材定義】

- ① 地球を舞台に「Wow!」の可能性を発掘し、育て、拓き、伝道する人材
- ② 多様な「Wow!」を認め、高め合い、シナジーを生み出す人材
- ③ 「Wow!」の可能性を信じ、実現に向けてやりぬく人材

【中期経営計画2030達成に向けた重点人材像】

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| ・固定観念にとらわれず柔軟に挑戦する人材 | ・広い視野をもって将来を構想する人材 |
| ・サステナビリティへの感度が高い人材 | ・グローバル経営を支える人材 |
| ・リーダーシップや専門性を発揮して成果を出す人材 | ・自身の役割にコミットしやりぬく人材 |

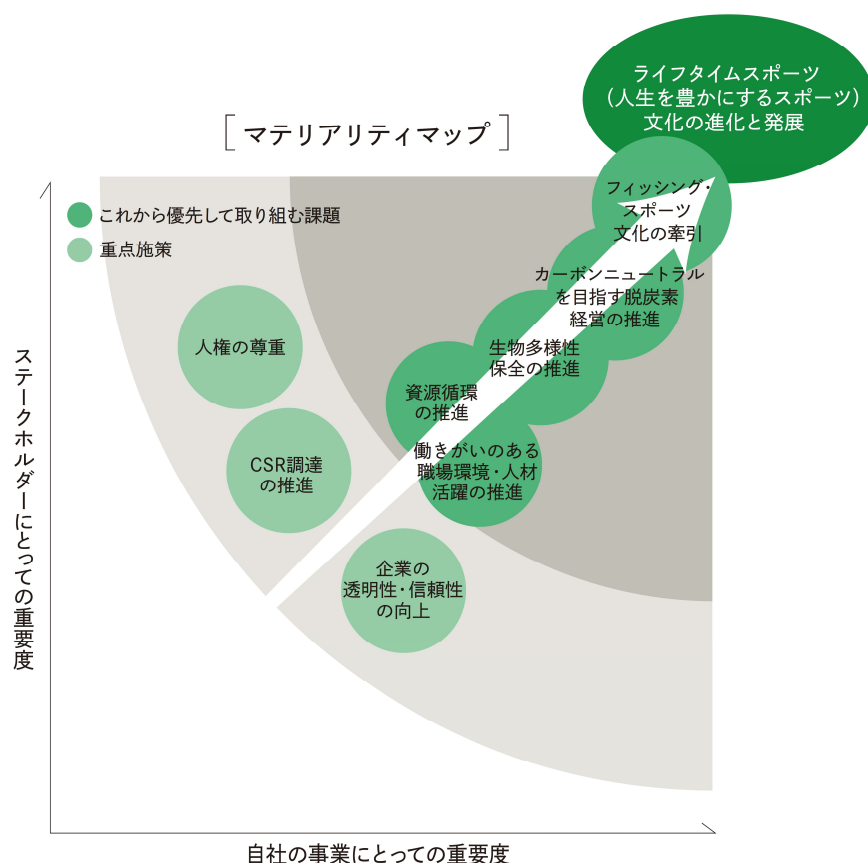
気候変動などの地球環境問題への配慮、人的資本などサステナビリティ課題を重要な経営課題であると認識し、組織的に推進する

※ SUSTAINABILITY REPORT 2025 (<https://www.globeride.co.jp/sustainability/report/>)



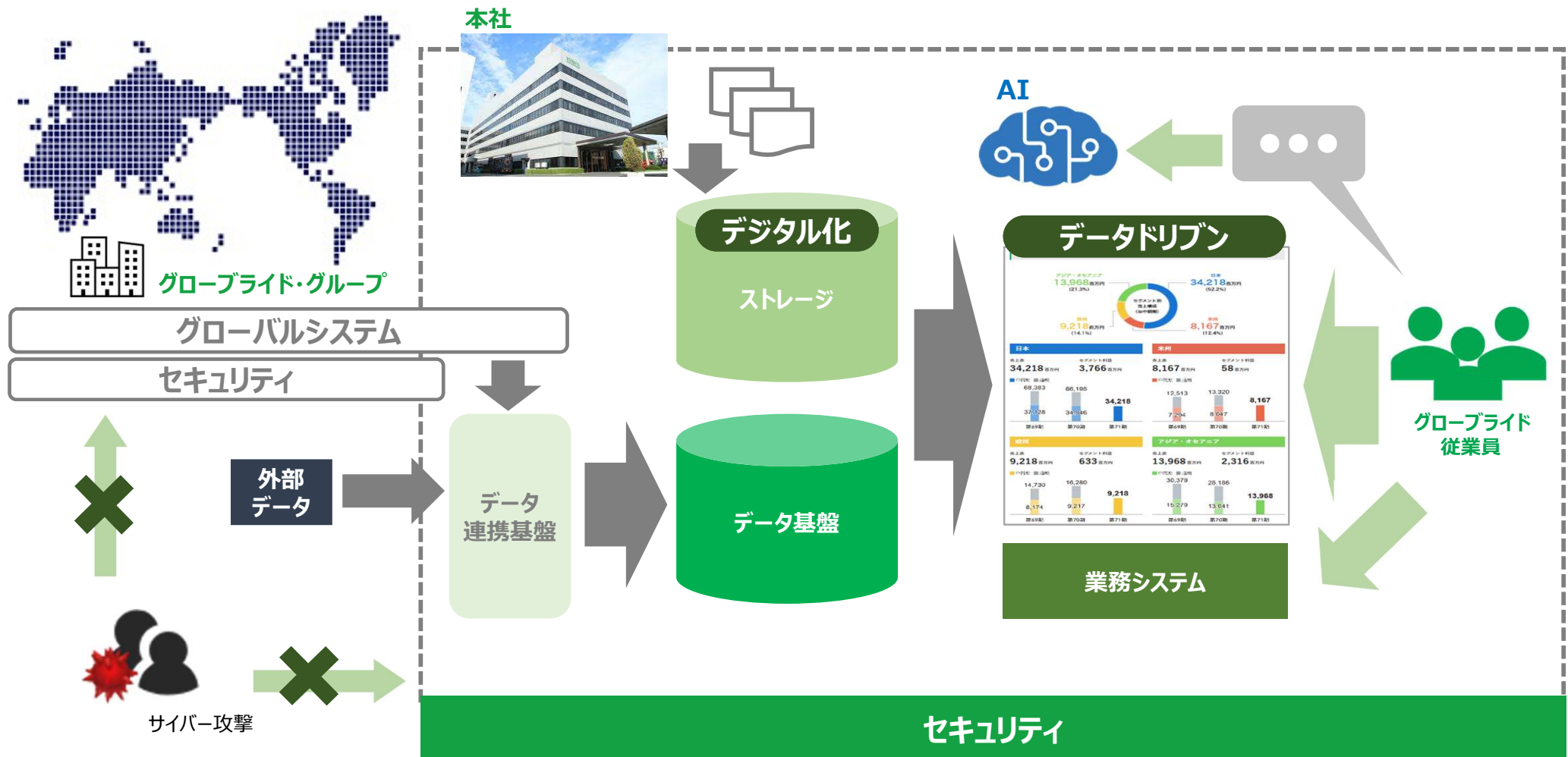
サステナビリティ基本方針

当社は、ライフタイムスポーツ(人生を豊かにするスポーツ)文化の進化と発展に努め、当社の技術と事業活動を通じて、カーボンニュートラルを目指す脱炭素経営の推進、豊かな森林や水辺の保全、サステナブルな製品・サービスづくり、自然体験を通じた環境学習機会の提供、働きがいのある職場環境・人材活躍の推進に取り組み、「人と地球が共に生きる持続可能な社会づくり」に貢献します。



マテリアリティ	該当するSDGs	取り組みテーマ	リスク
01 カーボン ニュートラルを 目指す脱炭素 経営の推進	7 再生可能エネルギー 13 気候変動	- 中長期Scope1・2排出量目標の設定と削減の推進 - Scope3排出量の算定 - カーボンニュートラルを推進する仕組みづくり	- 気候変動に伴う原材料調達の不安定化 - 規制対応コストの増加
02 生物多様性 保全の推進	6 安全な水と衛生 14 海の豊かさ 15 陸の豊かさ	森・川・湖沼・海保全の促進	- 生息環境の変化による事業への影響 - 自然環境に配慮しない活動への社会的批判
03 資源循環の推進	9 産業・インフラ 12 持続可能な消費と生産 14 海の豊かさ	- サーキュラーエコノミーに向けた活動の推進 - プラスチック廃棄物削減の推進 - グリーンファクトリーの推進	- 廃棄物規制強化による処理コストの上昇 - リサイクル義務化への対応負担
04 フィッシング・ スポーツ文化の 牽引	4 質の高い教育 14 海の豊かさ 15 陸の豊かさ	- 心身健全なライフスタイルの提案 - 釣り環境の整備・環境保全コミュニティの形成	- レジャー離れによる需要減少 - 従来型サービスの陳腐化
05 働きがいのある 職場環境・ 人材活躍の推進	3 健全な生活 5 性別平等 8 豊か	働きやすい職場づくり	- 人材確保の困難化、離職率の上昇 - 多様性欠如によるイノベーションの停滞

グローバルな情報システムと強固なセキュリティを基盤に、データとAIを戦略的に活用し、データドリブンな意思決定を通じて事業の付加価値創出を図る



現行のリスク管理体制の検証と再構築を行うと共に、リスク管理の新たな基本方針を策定し、またコンプライアンス遵守体制を整備することによりガバナンスの強化を図る

BCPの維持強化

- ・自然災害
- ・感染症パンデミック
- ・地政学的リスクへの対応
- ・大規模なシステム障害 など
事業活動に重大な影響を及ぼしうる
様々なリスクへの対応

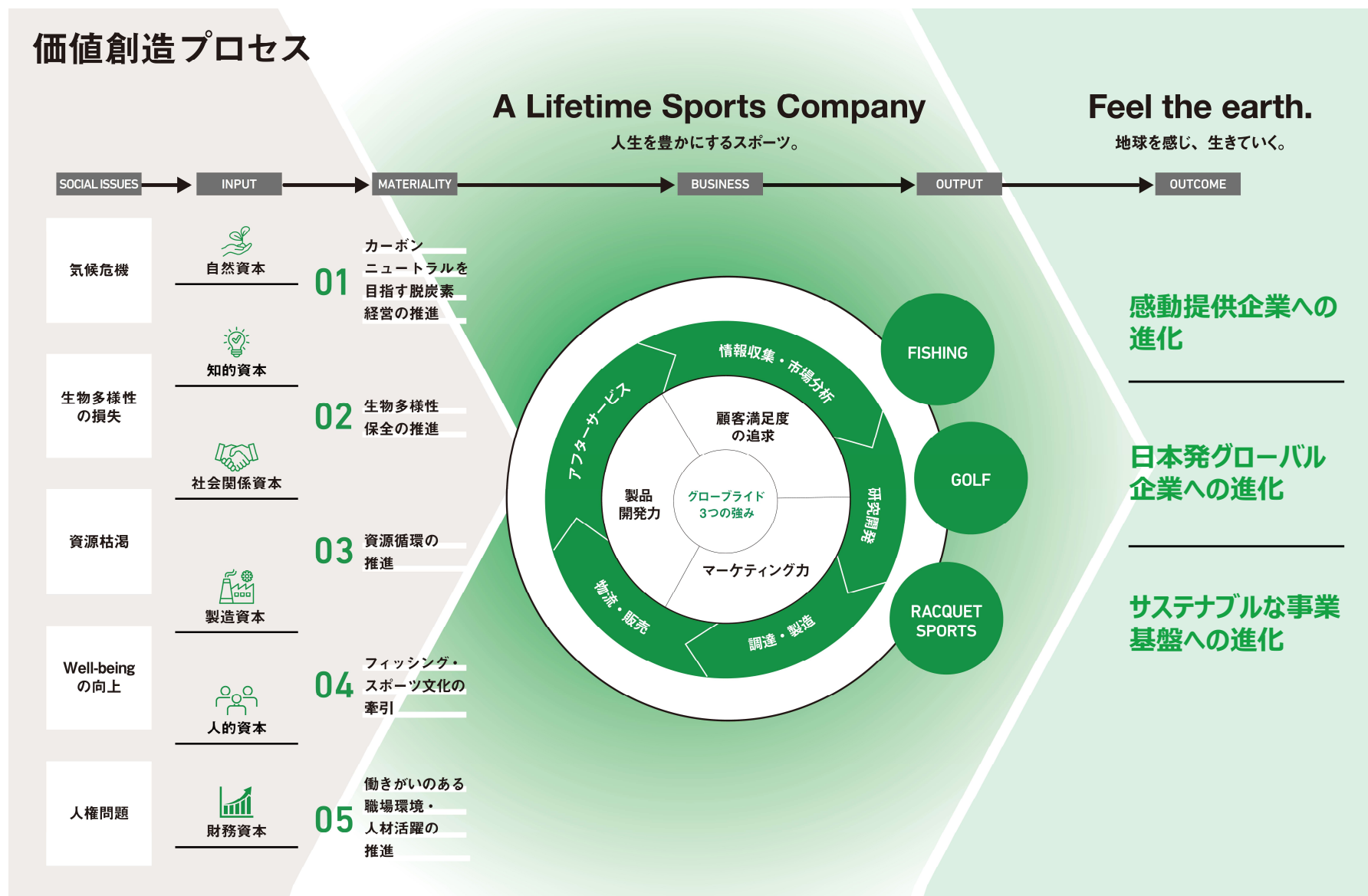
個人情報管理体制の確立

- ・グループ各社での法令順守の徹底
- ・組織的・人的・物理的および技術的セキュリティ対策の強化

情報セキュリティの維持強化

- ・サイバー攻撃からのシステム保護
- ・情報漏洩対策
- ・インシデント発生時の対応体制の強化

持続的な成長、企業価値向上を目指した価値創造プロセス





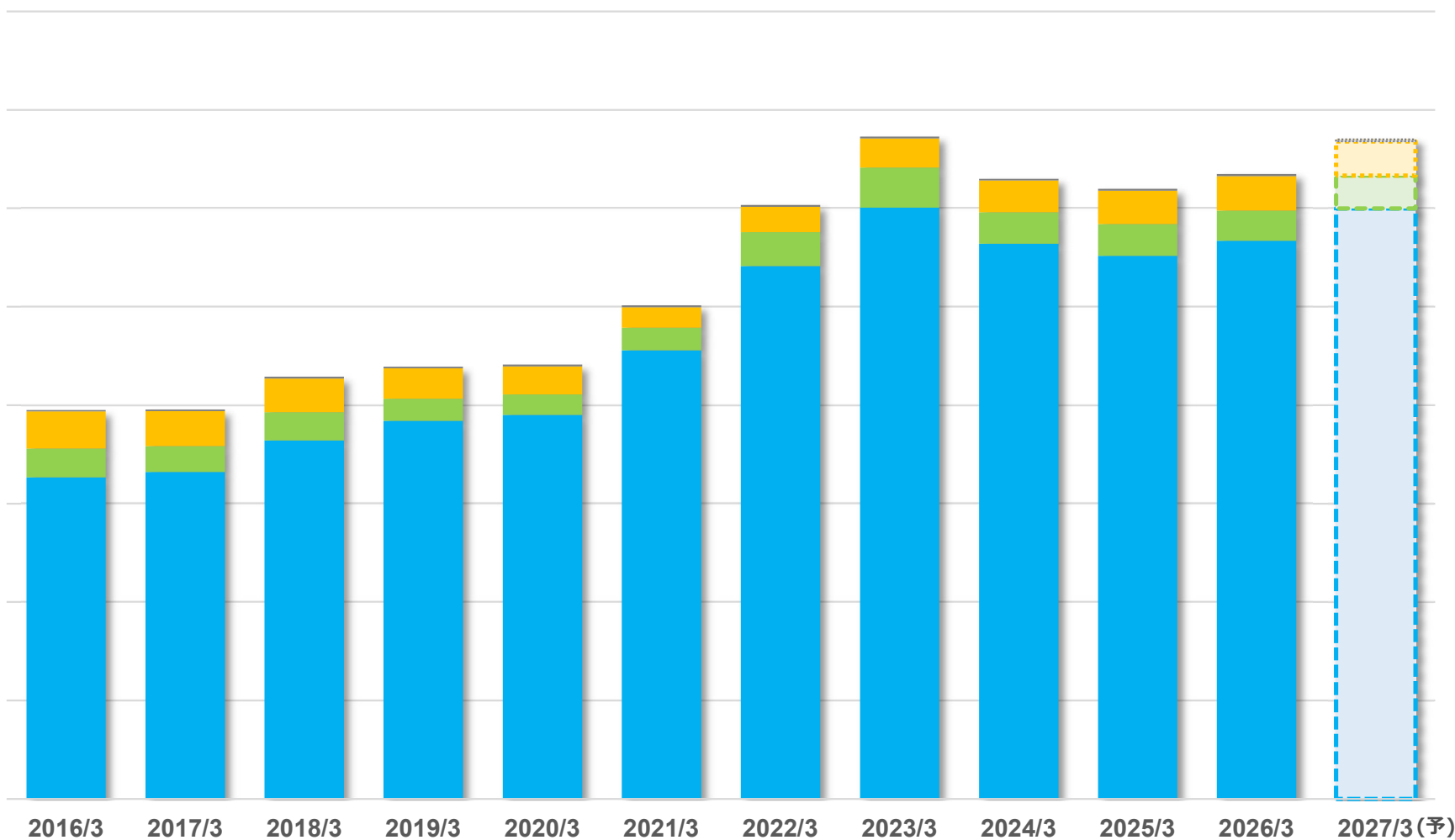
ご清聴ありがとうございました。

ご参考①：長期業績データ

事業別売上高の推移

GLOBERIDE

A Lifetime Sports Company

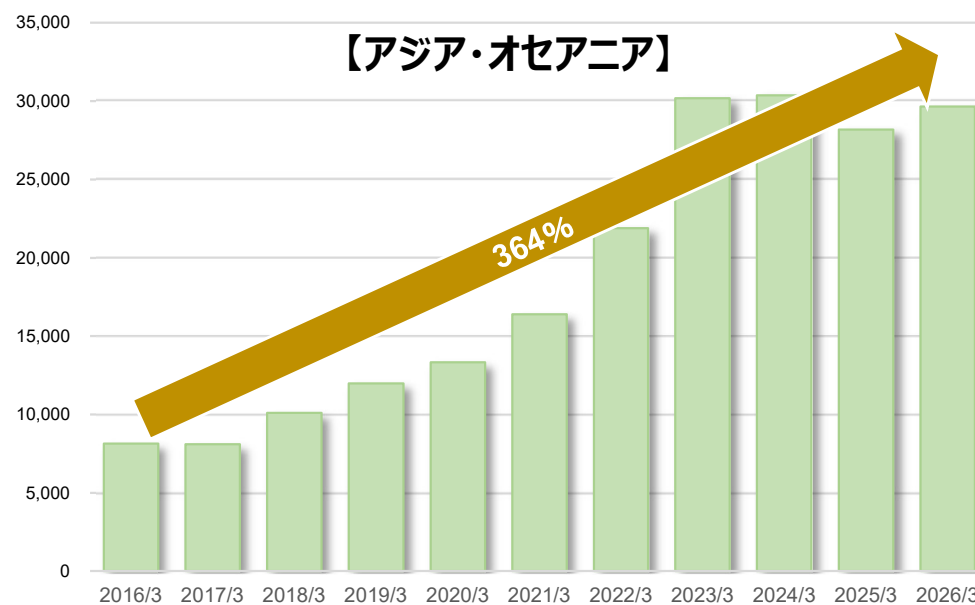
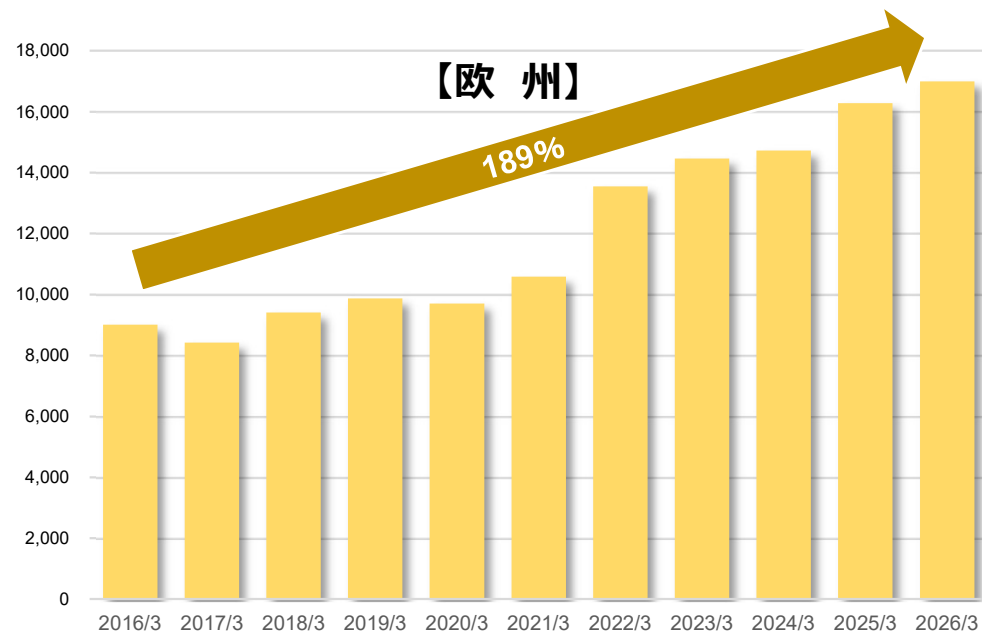
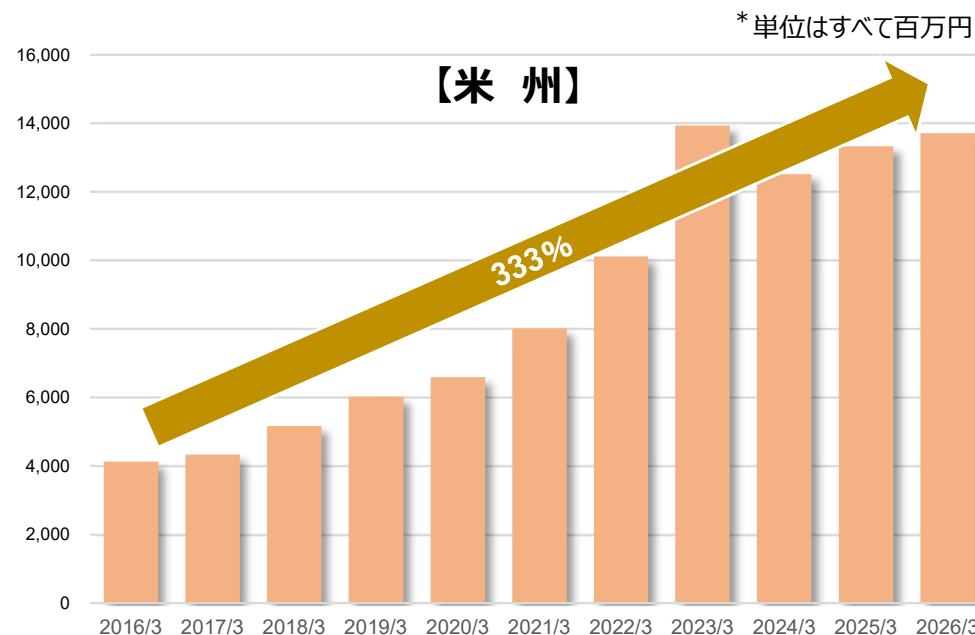
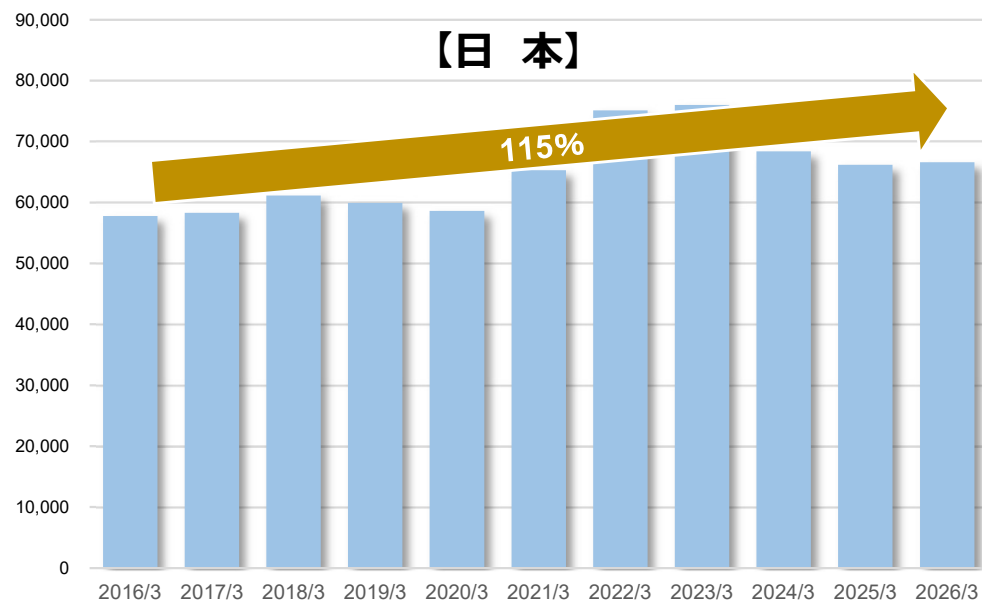


(百万円)

	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2026/3	2027/3 (予)
フィッシング事業	65,318	66,461	72,824	76,827	78,031	91,150	108,281	120,152	112,799	110,349	113,382	120,000
ゴルフ事業	5,852	5,247	5,760	4,471	4,176	4,576	6,886	8,138	6,421	6,444	6,131	6,500
スポーツ事業	7,556	7,108	6,845	6,169	5,683	4,184	5,109	5,911	6,429	6,809	7,024	7,100
その他の事業	298	324	355	343	366	392	406	380	358	380	419	400
合計	79,026	79,142	85,785	87,811	88,258	100,304	120,684	134,583	126,008	123,983	126,956	134,000



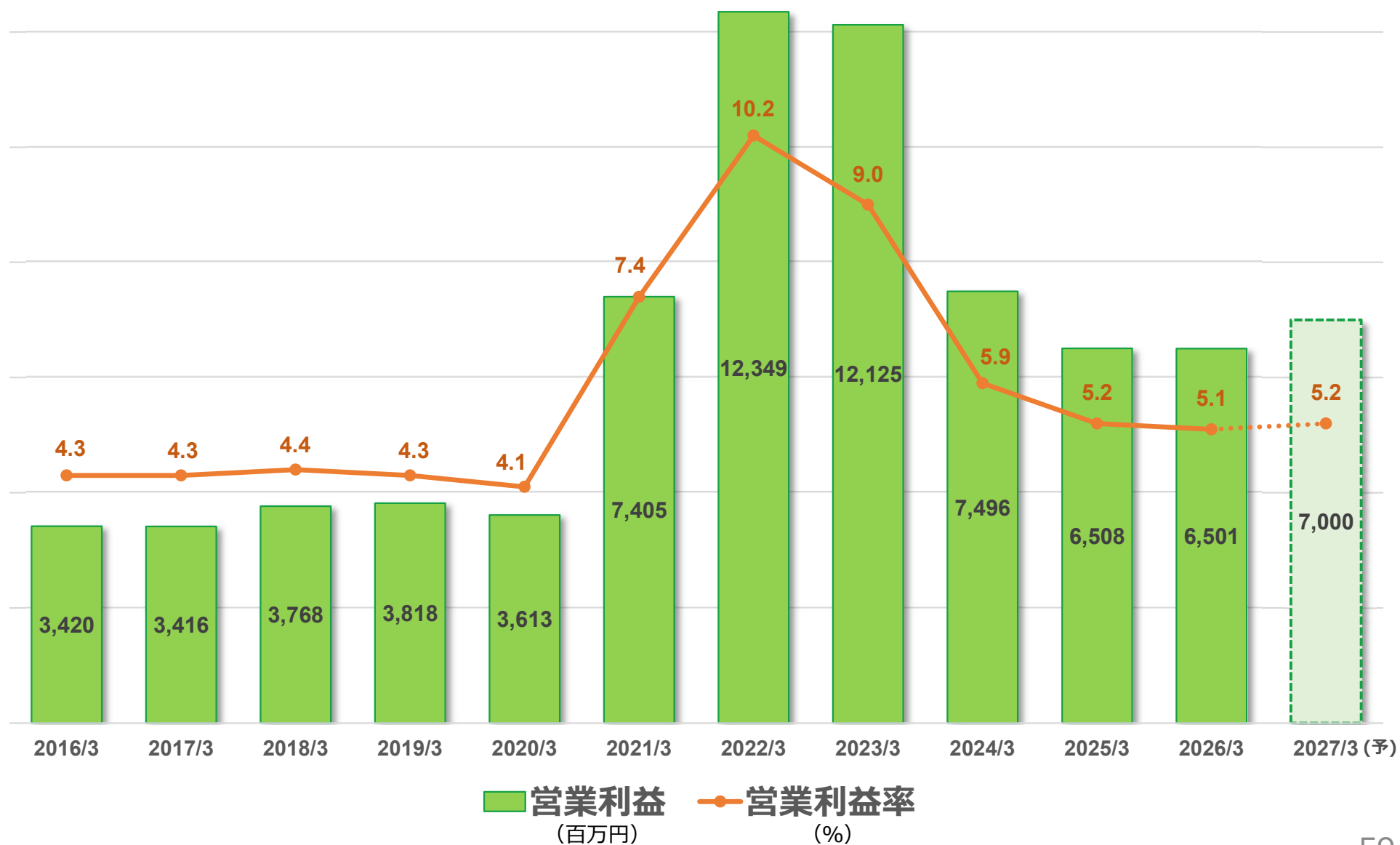
セグメント別（地域別）売上高の推移



営業利益・営業利益率の推移

GLOBERIDE

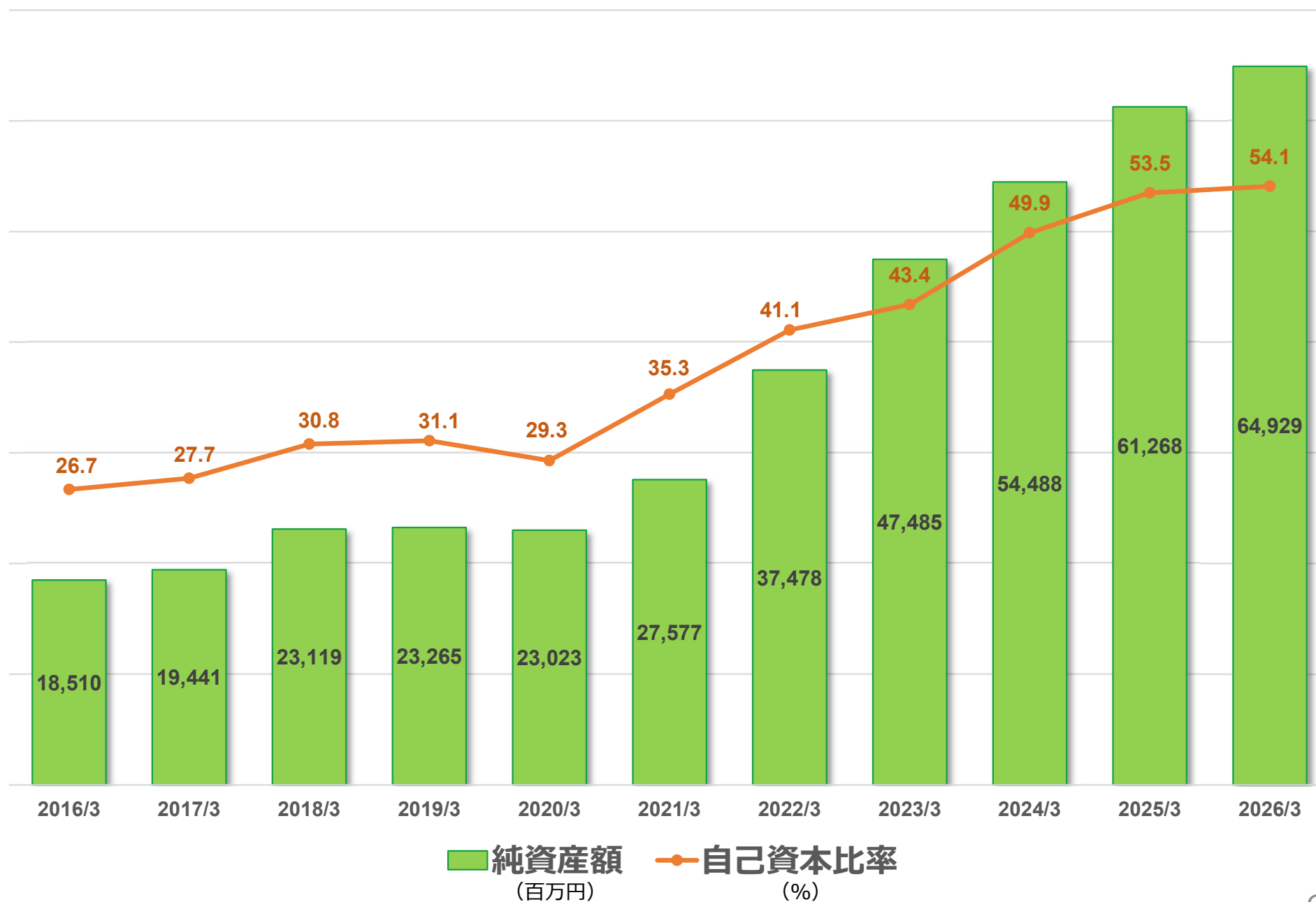
A Lifetime Sports Company



純資産・自己資本比率の推移

GLOBERIDE

A Lifetime Sports Company



ご参考②：基礎情報

世界のライフタイム・スポーツ・カンパニーへ

社名	グローブライド株式会社 (GLOBERIDE, Inc.)
----	-------------------------------

本社	東京都東久留米市前沢3丁目14番16号
----	---------------------

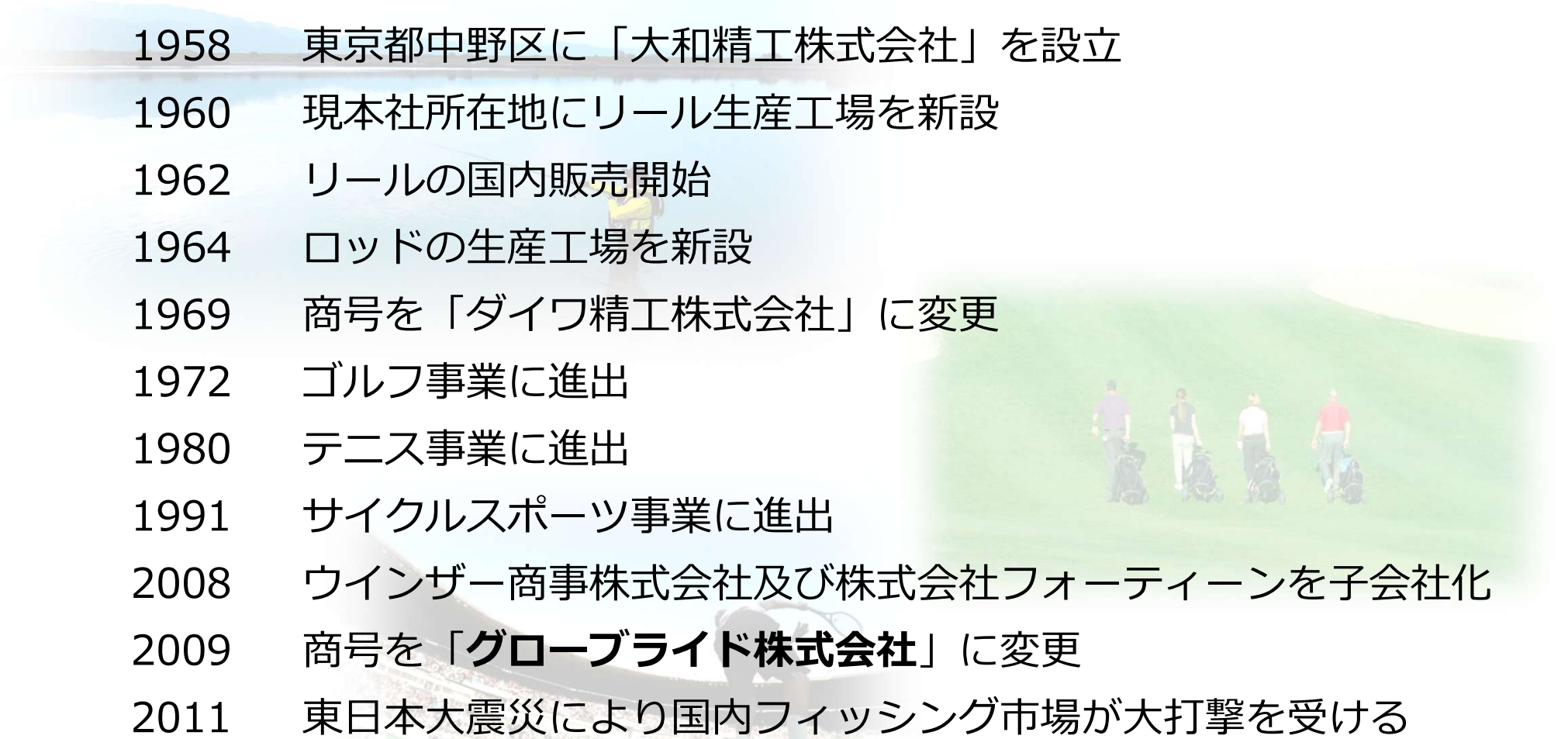
設立	1958年7月29日 ※登記上は1945年12月26日
----	-----------------------------

代表者	代表取締役社長執行役員 鈴木 一成
-----	-------------------

資本金	41億8,411万円 <2026年3月末>
-----	-----------------------

従業員数	連結 7,365名 / 個別 861名 <2026年3月末>
------	--------------------------------

関係会社	国内8社 / 海外21社
------	--------------

- 
- 1955 リール（主として輸出用）の製造開始（社名：松井製作所）
 - 1958 東京都中野区に「大和精工株式会社」を設立
 - 1960 現本社所在地にリール生産工場を新設
 - 1962 リールの国内販売開始
 - 1964 ロッドの生産工場を新設
 - 1969 商号を「ダイワ精工株式会社」に変更
 - 1972 ゴルフ事業に進出
 - 1980 テニス事業に進出
 - 1991 サイクルスports事業に進出
 - 2008 ウインザー商事株式会社及び株式会社フォーティーンを子会社化
 - 2009 商号を「**グローブライド株式会社**」に変更
 - 2011 東日本大震災により国内フィッシング市場が大打撃を受ける
 - 2012～ 軸足をフィッシングの海外市場に置き、グローバル展開を加速

【免責事項】

※本資料に記載している予想は、現時点において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後様々な要因によって予想数値と異なる可能性があります。