



2022_2Q | Result

株式会社スノーピーク [証券コード：7816]

Mission Statement

The Snow Peak Way



私達スノーピークは、
一人一人の主体性が最も重要であると自覚し、
同じ目標を共有する真の信頼で力を合わせ、
自然指向のライフバリューを提案し実現する
グローバルリーダーになろう。

私達は、常に進化し、革新を起こし、
時代の流れを変えていきます。

私達は、自らもユーザーであるという立場で考え、
お互いが感動できる体験価値を提供します。

私達は、地球上の全てのものに
良い影響を与えます。

INDEX

- ➔ 2022_2Q 決算概要
- ➔ ビジネスハイライト
- ➔ 業績予想修正
- ➔ Appendix

2022_2Q | 決算概要



2022_2Q | ハイライト

- FY22.2Qの売上は**前年同期比 + 34.5%増**、**営業利益が + 58.6%増**と大幅増収増益を達成。
- 日本では、引続き高いキャンプ需要が継続。3月下旬のまん延防止等重点措置解除以降、**直営店舗への来店客数の増加**や**卸売先の新規オープンに伴う納品の増加**により販売が伸長したことで好調さを維持。
- 海外拠点では、**ブランド認知の浸透と高いキャンプ需要**を背景に全地域にて増収を達成。昨年から各拠点において物流の混乱影響が確認されていたが、**在庫の供給状況が徐々に改善**。

2022_2Q | 連結業績概要（対 前年実績）

- FY22.2Q累計の売上は15,696百万円と前年比4,023百万円増加、営業利益は2,559百万円と前年比945百万円の増加、当期純利益は1,712百万円と前年比580百万円の増加。
- 昨年から継続する世界的なキャンプ需要の高さを背景に大幅増収増益。

項目 (単位：千円)	第2四半期 (累計)				※ご参考 第2四半期 (単期)			
	FY22.12 (実績)	FY21.12 (実績)	前年同期比		FY22.12 (実績)	FY21.12 (実績)	前年同期比	
売上	15,696,307	11,673,187	+ 4,023,120	+ 34.5%	8,612,158	6,627,283	+ 1,984,875	+ 30.0%
売上原価	6,892,561	5,271,482	+ 1,621,079	+ 30.8%	3,582,788	2,948,639	+ 634,149	+ 21.5%
売上総利益	8,803,745	6,401,704	+ 2,402,041	+ 37.5%	5,029,369	3,678,644	+ 1,350,725	+ 36.7%
売上総利益率	56.1%	54.8%	+ 1.2%		58.4%	55.5%	+ 2.9%	
販管費	6,244,615	4,788,342	+ 1,456,273	+ 30.4%	3,405,426	2,625,365	+ 780,061	+ 29.7%
営業利益	2,559,130	1,613,361	+ 945,769	+ 58.6%	1,623,943	1,053,278	+ 570,665	+ 54.2%
営業利益率	16.3%	13.8%	+ 2.5%pt		18.9%	15.9%	+ 3.0%pt	
税前当期純利益	2,545,379	1,717,127	+ 828,252	+ 48.2%	1,572,492	1,083,601	+ 488,891	+ 45.1%
当期純利益※	1,712,377	1,131,382	+ 580,995	+ 51.4%	1,070,327	720,954	+ 349,373	+ 48.5%
当期純利益率	10.9%	9.7%	+ 1.2%pt		12.4%	10.9%	+ 1.5%pt	

※ 当第1四半期連結会計期間の期首から「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」）等を適用
前期以前の数値については、収益認識会計基準を遡及適用していない為、前年同期比については参考値（次ページ以降同様）

※ 非支配持分控除後の親会社株主に帰属する四半期純利益を「当期純利益」と記載

2022_2Q | 販売費及び一般管理費（対前年実績）

- FY22.2Q累計の販売費及び一般管理費は6,244百万円と前年比1,456百万円の増加。
- 新規店舗のオープン及びスパリゾート施設の開業に伴い減価償却費が増加。

(単位：千円)	FY21 2Q			※ご参考		
	FY21 2Q (累計)	前年同期比		FY21 2Q (単期)	前年同期比	
人件費	2,770,976	+ 617,515	+ 28.7%	1,500,146	+ 290,625	+ 24.0%
地代家賃	453,729	+ 44,081	+ 10.8%	241,689	+ 34,803	+ 16.8%
減価償却費	471,302	+ 137,309	+ 41.1%	265,077	+ 93,105	+ 54.1%
発送配達費	441,490	+ 89,254	+ 25.3%	239,824	+ 37,681	+ 18.6%
備品消耗品	303,166	+ 95,185	+ 45.8%	163,668	+ 52,710	+ 47.5%
販売促進費	198,665	+ 10,302	+ 5.5%	96,923	▲ 8,201	▲ 7.8%
広告宣伝費	225,907	+ 56,012	+ 33.0%	136,090	+ 58,551	+ 75.5%
旅費交通費	102,662	+ 55,190	+ 116.3%	63,692	+ 35,342	+ 124.7%
販管費	6,244,615	+ 1,456,273	+ 30.4%	3,405,426	+ 780,061	+ 29.7%

2022_2Q | 連結BS概要

- 棚卸資産は今後の物流混乱の影響を踏まえたグローバルでの在庫の積み増しに伴い5,522百万円と前年比1,448百万円の増加。
- 上記に伴い、運転資金が増加したことで有利子負債は6,335百万円と前年比1,710百万円の増加。

項目 (単位：千円)	FY22.12		FY22.12			FY21.12		
	2Q	構成比	1Q	直前四半期比		4Q	前期末比	
総資産	28,506,338	100.0%	25,391,008	+ 3,115,330	+ 12.3%	21,318,711	+ 7,187,627	+ 33.7%
流動資産	14,486,999	50.8%	11,410,255	+ 3,076,744	+ 27.0%	9,890,063	+ 4,596,936	+ 46.5%
棚卸資産	5,522,915	19.4%	4,074,496	+ 1,448,419	+ 35.5%	3,089,323	+ 2,433,592	+ 78.8%
固定資産	14,019,339	49.2%	13,980,753	+ 38,586	+ 0.3%	11,428,647	+ 2,590,692	+ 22.7%
流動負債	9,716,748	34.1%	7,550,917	+ 2,165,831	+ 28.7%	5,098,528	+ 4,618,220	+ 90.6%
固定負債	3,973,046	13.9%	3,885,910	+ 87,136	+ 2.2%	2,370,507	+ 1,602,539	+ 67.6%
有利子負債	6,335,000	22.2%	4,625,000	+ 1,710,000	+ 37.0%	3,510,000	+ 2,825,000	+ 80.5%
純資産	14,816,543	52.0%	13,954,179	+ 862,364	+ 6.2%	13,849,674	+ 966,869	+ 7.0%
自己資本比率	51.9%		54.8%		▲3.0pt	64.9%		▲13.0pt
D/Eレシオ	0.43x		0.33x		+0.10x	0.20x		+0.23x
ネットD/Eレシオ	0.14x		0.07x		+0.07x	▲0.08x		+0.22x

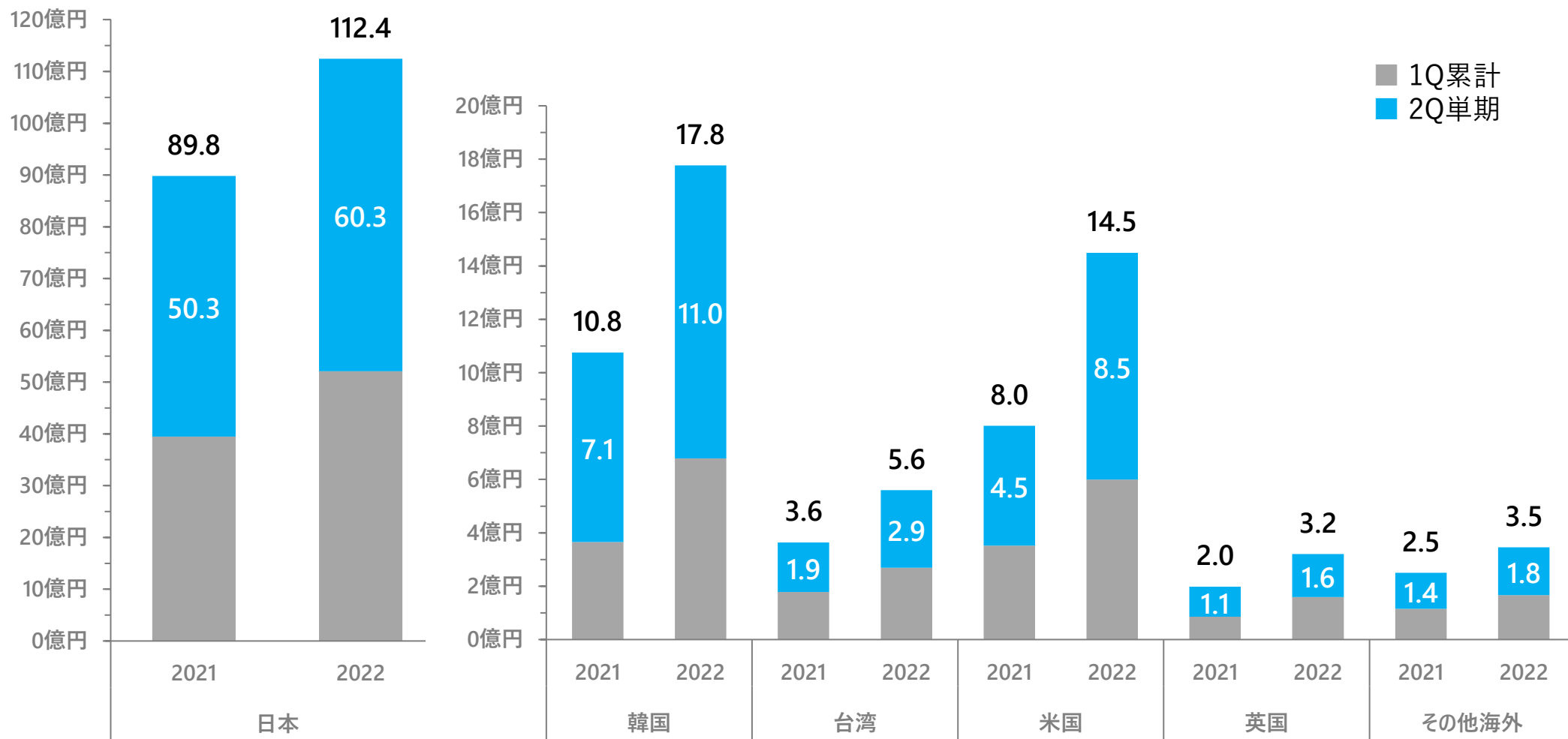
※ 当第1四半期連結会計期間の期首から米国会計基準を適用している米国子会社において「新リース会計基準（ASC第842号）」を適用
新リース会計基準に基づき使用権資産1,110,354千円及びリース債務979,527千円を計上

2022_2Q | 連結キャッシュ・フロー概要

単位：千円	FY22 2Q実績	FY21 2Q実績	増減	当期実績の主な内訳
営業活動による キャッシュ・フロー	▲928,358	+1,407,044	▲2,335,403	税金等調整前当期純利益 +828,252 棚卸資産の増加 ▲1,697,215
投資活動による キャッシュ・フロー	▲1,632,967	▲1,310,045	▲322,922	有形固定資産の取得による支出 ▲140,955
財務活動による キャッシュ・フロー	+2,723,805	+869,287	+1,854,517	短期借入金の純増減額 +2,616,161 長期借入金の返済による支出 ▲105,000 配当金の支払額 ▲142,595
現金及び現金 同等物の増減	+438,354	+1,058,335	▲619,981	
現金及び現金 同等物の期末残高	4,252,932	3,752,100	+500,832	
フリーキャッシュ・ フロー	▲2,561,325	+96,999	▲2,658,324	

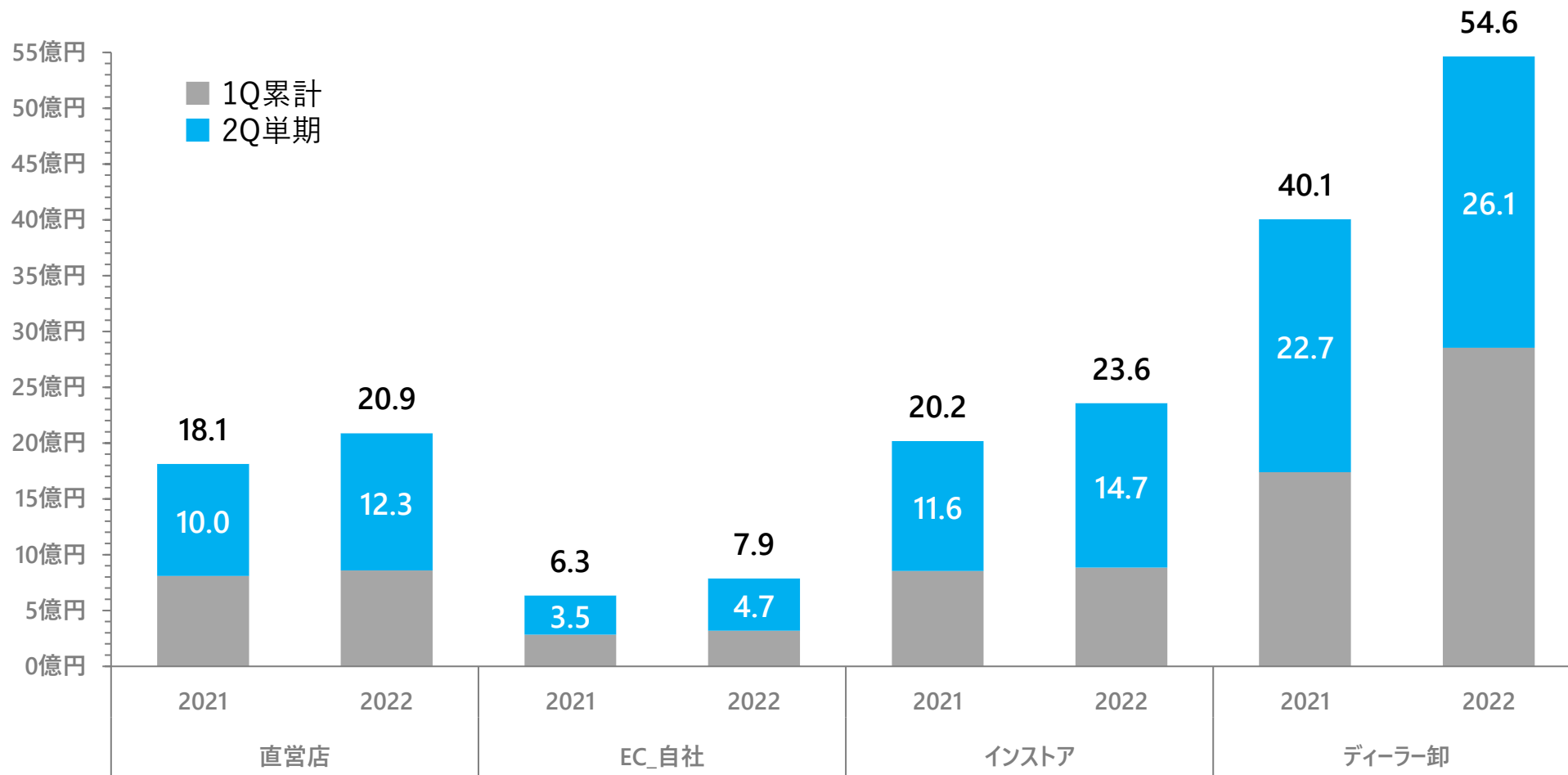
2022_2Q | 売上高（累計） 国・地域別

- 世界的なキャンプ需要の高まりとブランド認知浸透に伴い全ての地域で大幅増収を達成。
- 韓国・台湾は高いキャンプ需要が継続し全ての販売チャネルにて売上が伸長。
- 韓国から越境EC及び卸売り形態で販売強化を図っている中国についても、売上は3.2億円と前年を上回る実績。
- 米国・英国は物流混乱の影響が改善し卸売り形態の売上が大幅に伸長。



2022_2Q | 売上高販売形態別：日本

- 3月下旬の行動制限解除以降、来店客数の回復により直営店の売上が伸長。
- 卸売先の新規店舗オープンに伴う納品の増加によりディーラー卸の売上が大幅に伸長。



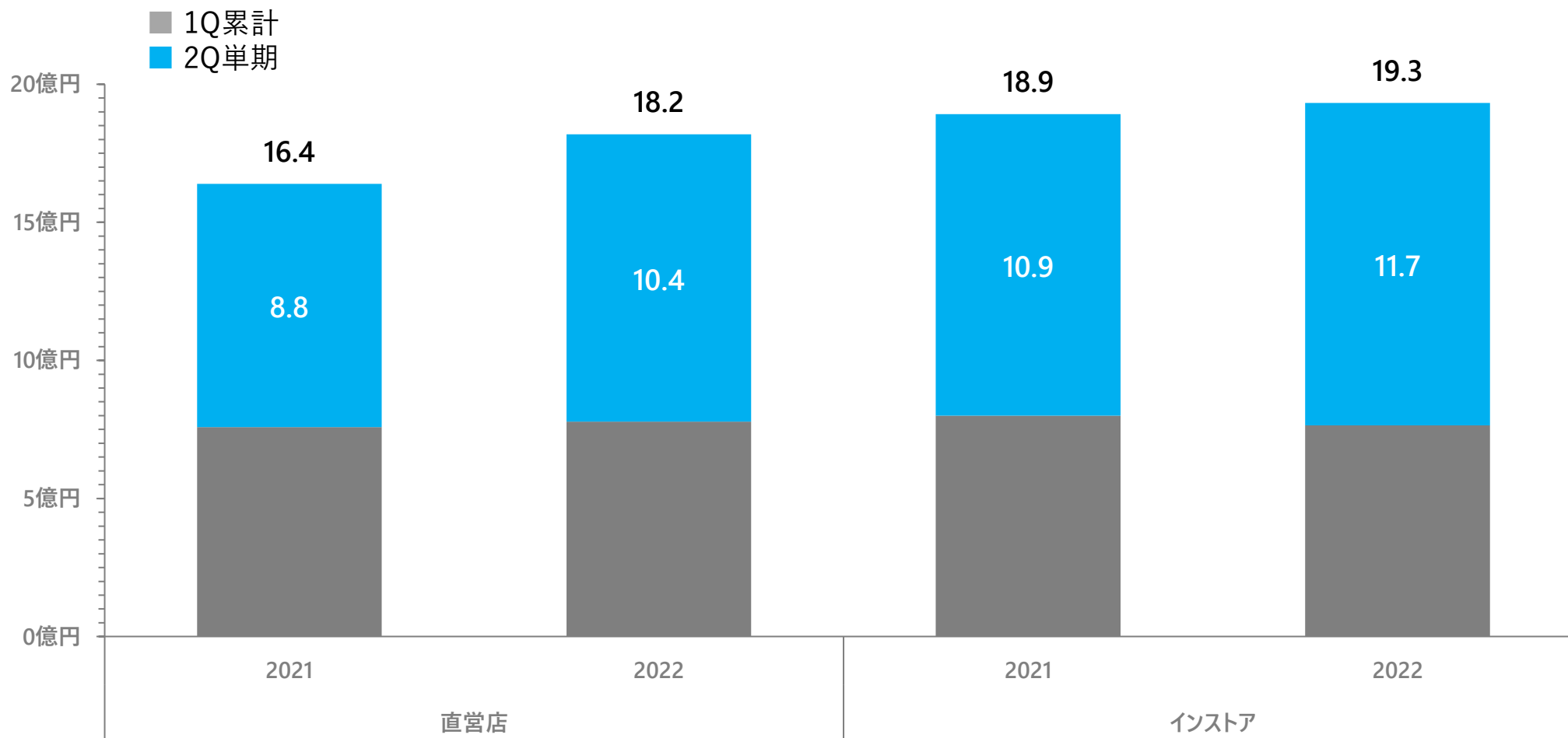
※ EC_卸で開示していた売上をディーラー卸に計上項目を変更

※ スノーピーク単体の売上高から、海外への売上、子会社への卸売上を控除した数字

※ 各販売形態の売上は、収益認識会計基準に基づき計上される自社ポイント及び製品保証に関する売上の影響を反映する前の数値

2022_2Q | 既存店売上高：日本

- 3月下旬のまん延防止等重点措置解除以降、来店客数が回復。前年と比較してテントやタープといった幕体系商材の売上が好調に推移したことにより既存直営店舗の売上が増加。

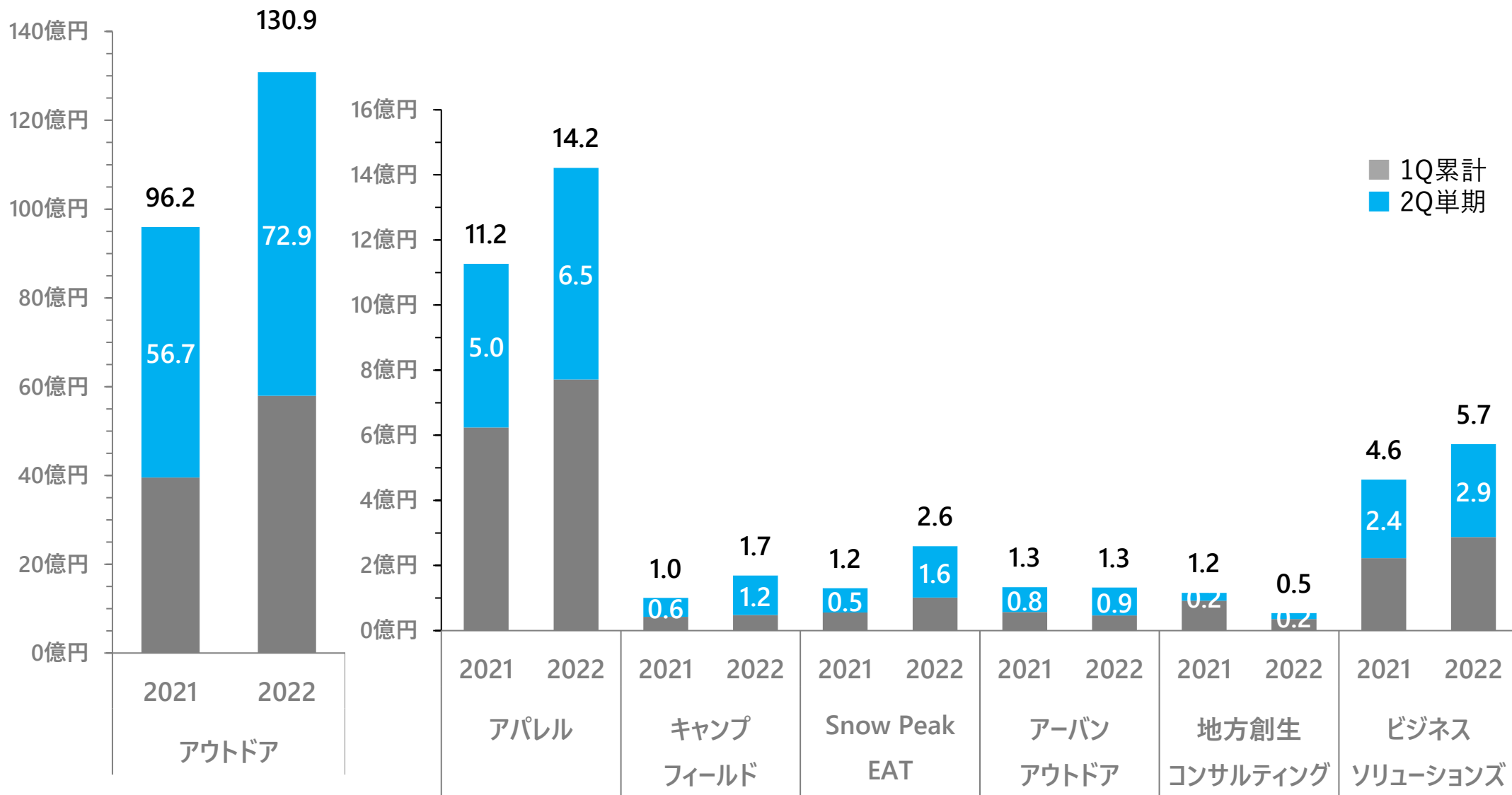


※ 既存店とはオープン年の翌年から1年経過した店舗を指す

※ 各販売形態の売上は、収益認識会計基準に基づき計上される自社ポイント及び製品保証に関する売上の影響を反映する前の数値

2022_2Q | 売上高（累計） 事業別

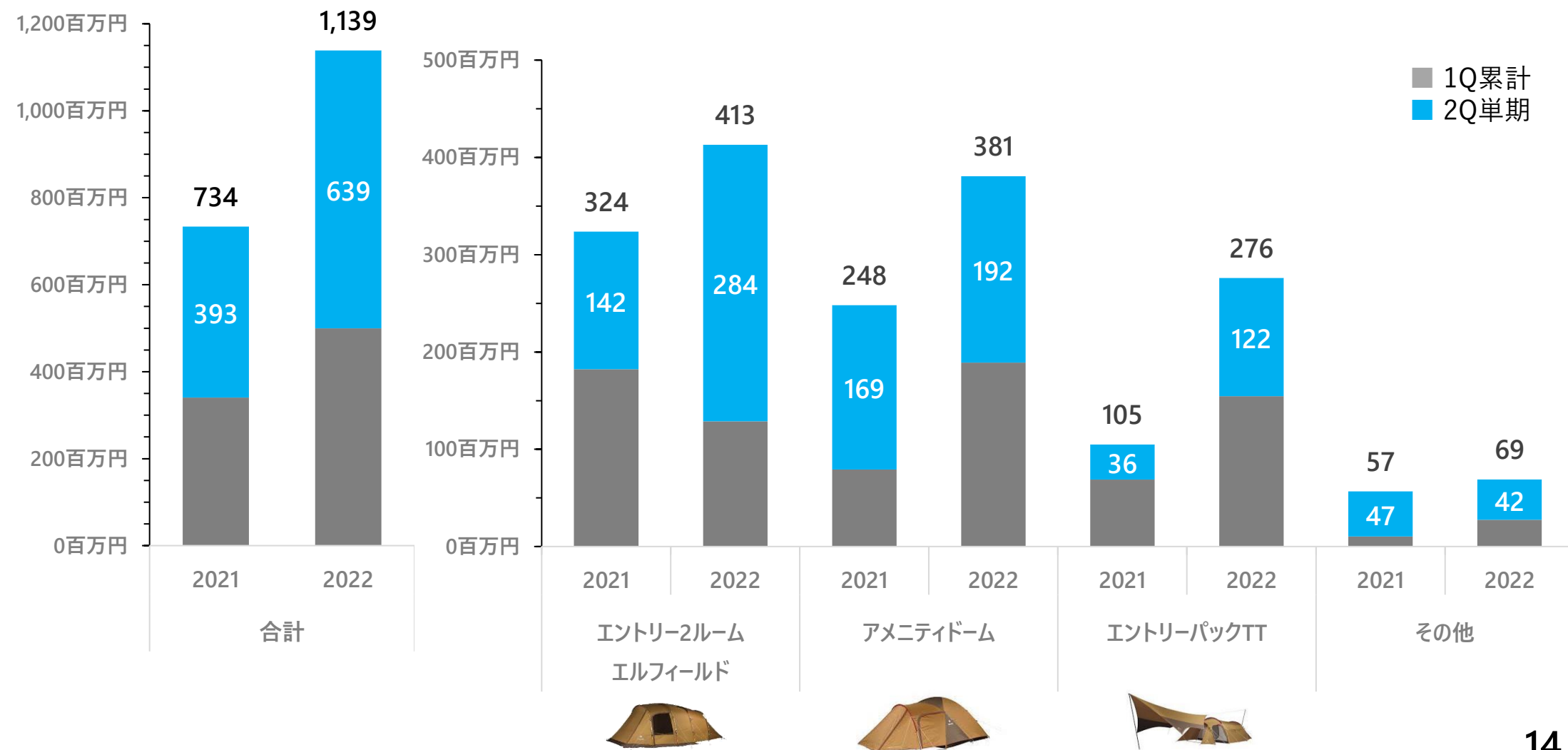
- 世界的に高いキャンプ需要が継続していることから、アウトドア事業が成長。
- アパレル事業についても、ブランド認知の進展に伴い業界環境が厳しい中においても前年以上の売上を達成。



※ ビジネスソリューションズの売上については、スノーピークグループ向けの売上を包括した数値

2022_2Q | エントリー商品の販売状況

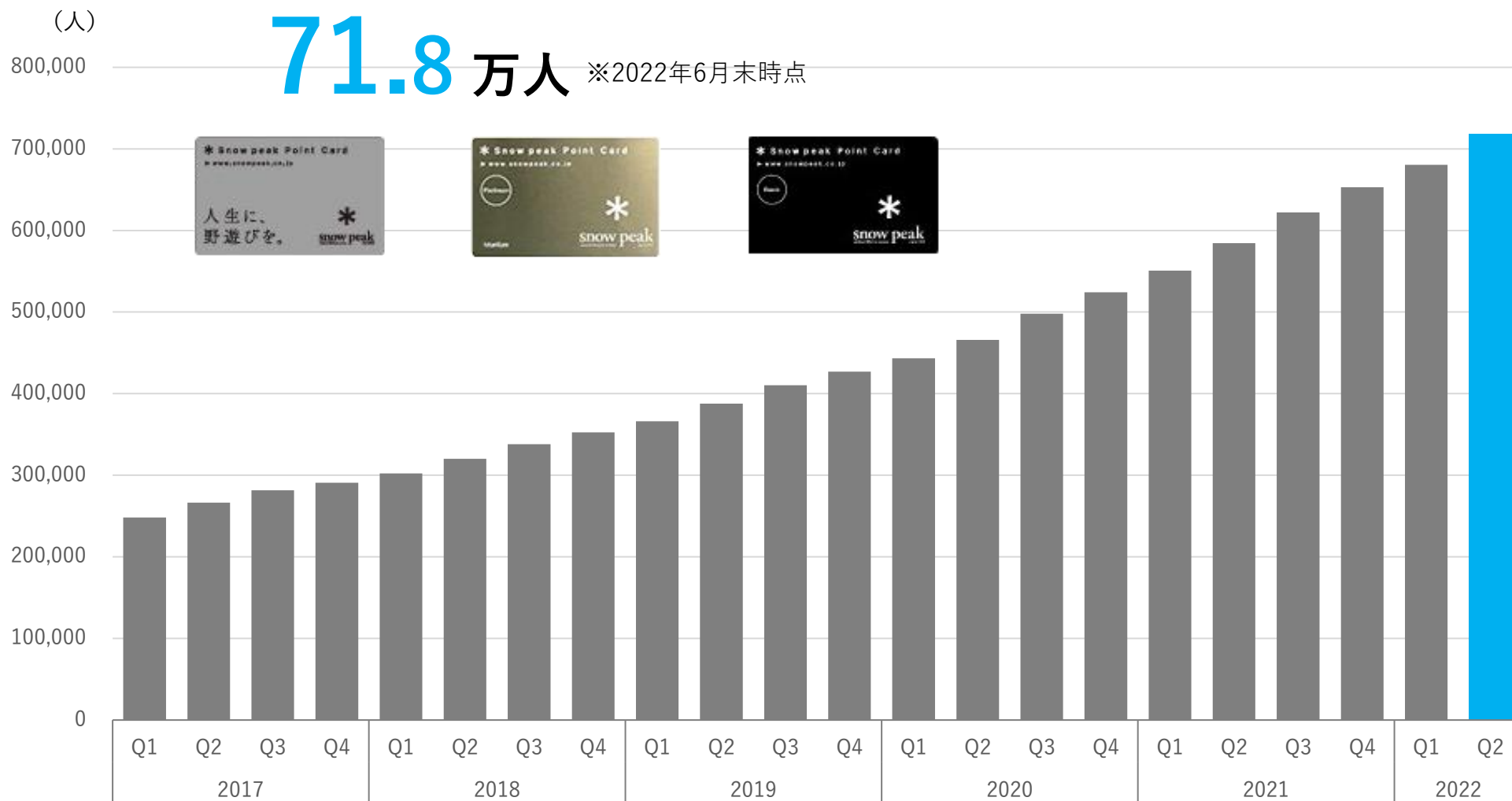
- エントリー商品の需要は高水準を維持。昨年欠品状態だった商品について供給状況が改善したことにより安定的に販売が推移。















ポイントカード会員数の推移（日本）

キャンプ需要の高まりを背景としてエントリー層を中心にポイントカード会員の会員数は引き続き順調に増加。

スノーピークポイントカード会員数



店舗数の状況

	販売形態	店舗形態	販売員	店舗数
小 売	直営店	 リアル店舗 40-150坪	 弊社スタッフ	45 (日本：35)
	EC_自社	 オンライン	 弊社スタッフ	日本・韓国 台湾・米国 英国
卸 売	EC_卸	 オンライン	 取引先スタッフ	(日本) Amazon.com 他
	インストア	 リアル店舗 30坪 占有売場	 弊社スタッフ	79 (日本：77)
	ショップインショップ	 リアル店舗 15坪 占有売場	 弊社研修を受けた 取引先スタッフ	241 (日本：213)
	エントリーストア	 リアル店舗 3坪 占有売場	 弊社研修を受けた 取引先スタッフ	260 (日本：255)

※店舗数 | 2022年6月30日時点

海外展開の状況

	国と地域	展開製品カテゴリ	事業拠点	店舗	EC	会員システム
アジア	日本	・アウトドア製品 ・アパレル製品 ・アーバンアウトドア製品	○	○	○	○
	韓国	・アウトドア製品 ・アパレル製品 ・アーバンアウトドア製品	○	○	○	○
	台湾	・アウトドア製品 ・アパレル製品	○	○	○	○
	中国	・アウトドア製品	-	○ 卸売り拠点のみ	韓国から 越境EC	-
欧米	米国	・アウトドア製品 ・アパレル製品	○	○	○	(準備中)
	英国	・アウトドア製品 ・アパレル製品	○	○	○	(準備中)
その他	25ヶ国で 製品流通	・アウトドア製品 ・アパレル製品	-	○ 卸売り拠点のみ	-	-

2022_2Q | 業績予想修正



2022年度 | 足元の環境についての見解

国内の状況

- キャンプ業界においては、キャンプ人口は継続的に純増しており、日本における新規キャンパー層の開拓が進展
- 一方で、アウトドア業界全般的には、急な人気化への対応の中で各ブランドでの在庫量を急激に増やしたことで、一時的な需給のゆるみが発生しセールを行うブランドも増加
- 上記の中で、ブランド別での優勝劣敗を徐々に確認。当社ブランドは品質や価格戦略の面で他社と比べてユニークなポジショニングになっていることから、優位性は高いと認識しており、卸先からのヒアリングでも他社比でセルスルーが進展している模様
- 今年の夏については新型コロナウイルスに起因する行動制限が無い3年ぶりの夏ということで、他のアクティビティが選好されたためか、テント類といった新規キャンパー向けの高単価商品の動きが鈍化。単価は下落したものの直営店での購買客数は前年比増加

夏休みに伴う一時的な調整が見られたものの、成長維持。夏休みが終わった後以降には、売上の成長維持を見込む。ただし、他社でのセールの動きがあるなかで、需要のモメンタムを落とさないためにも、販売価格の見直しは今期は見送ることを想定。

海外の状況

- 世間的にはインフレの進展はあるものの、卸売り先でのセルスルーは他社比進展しており、加えて当社ブランドが新規キャンパー層獲得にも寄与していることから、当社ブランドの重要性は高まっている印象
- 巨大なグローバルの市場規模の中では当社シェアは僅少なため、成長余地は極めて高い

外部環境の変化には注視が必要ながらも、各地域での新しいキャンパー層の創造に繋がっており、引き続き業界における新規開拓での伸長を見込む。

2022年度 | 業績予想修正

足元の環境を踏まえて、前回公表予想を修正いたしました。

単位：百万円	FY22 業績予想	FY22 前回予想		FY21 実績	
			増減		増減
売上	31,800	32,700	▲900	25,713	+6,087
営業利益	3,850	5,232	▲1,382	3,819	+31
営業利益率	12.1%	16.0%	▲3.9pt	14.9%	▲2.8pt
経常利益	3,897	5,221	▲1,324	4,035	+138
経常利益率	12.3%	16.0%	▲3.7pt	15.7%	▲3.4pt
当期利益	2,480	3,300	▲820	2,727	▲247
当期利益率	7.8%	10.1%	▲2.3pt	10.6%	▲2.8pt

業績修正に係る主な要因及び前提条件

【売上】

- 特に7月においてファミリー層のお客様が新規でキャンプを始められる動きに鈍化が見られたことから、新規キャンパー向けの高単価商品の販売が減少し、全体の単価が下落。コロナ禍で初めての行動制限がない夏休みとなり、ファミリー層を中心にキャンプ以外の旅行等の需要が一時的に高まったことが要因であると想定。その影響額を見直し。
- 9月以降、感染が落ち着くことと仮定し、その後は売上の成長維持を想定。

【原価/粗利】

- 外貨建て仕入に係る想定為替レートを変更。135円/ドル（期初115円/ドル）に見直し。ドル建ての仕入れが増加する一方で、売上構成としては円建ての売上比率が高いために、円安時にはマイナス影響を見込む。
- 下期に想定される資材高騰の影響額を加味。
- 結果として粗利で約13億円程度をの減益を見込む。（うち、約6億円程度が為替による影響を想定）。
- 値上げについては今期は見送るものの、長期的な原価低減のための施策（輸送効率向上・仕入先の多様化・原価構造自体の見直し）は継続的に実施。

【販管費】

- 概ね計画通り。一部為替による増加分を織込み。

※ 当第1四半期連結会計期間の期首から「収益認識会計基準」を適用。前期の数値については、収益認識会計基準を適用する前の数値。

2022_2Q | ビジネスハイライト



総合展示会 | Snow Peak LIFEEXPO 2022

- スノーピークの目指す未来像と事業の広がりをステークホルダーに共有し、新たなビジネスにつなげる総合展示会「LIFE EXPO 2022」をHQで開催（開催日程 7/6 ~ 7/10）。
- 2022年度のコネプトは「社会人 地球人として、つながりたい」。



* snow peak

LIFE
EXPO
2022

総合展示会 | Snow Peak LIFEEXPO 2022

- 展開している各事業の取組みと現在進行している各パートナー企業との活動を紹介、来場者向けアンケートによると来場者(法人)の98%が「スノーピークの未来に共感した」と回答。
- LIFE EXPOの成果をデータ管理し、未来に向けた事業創造の支援・推進に繋げていく。



【参考事例】LIFE EXPOをきっかけとした取組み

日本製鉄社が開発した純チタンで世界初となる環境配慮型素材「TranTixxii® -Eco」の導入を開始。「TranTixxii® -Eco」は、原料の50%以上をスクラップリサイクルに置き換えることができ、製錬工程におけるCO2発生量を50%以上削減、環境に優しい商品開発が可能。



直営店 | Snow Peak SAPPORO FACTORY (5/28開業)

- 2022年5月28日、北海道 サッポロファクトリー（札幌中央区）に、スノーピークとして北海道札幌エリア初となる店舗「Snow Peak SAPPORO FACTORY（スノーピークサッポロファクトリー）」を開業。
- 「Snow Peak SAPPORO FACTORY」では、北海道の豊かな自然や周辺環境と連携し、お店を訪れるお客様に「モノ」と「コト」で新たな価値を提供。
- 隣接するサッポロファクトリー煙突広場を使った焚火体験やテントなどの設営イベントなどを開催。



直営店 | Snow Peak LAND STATION TOKYO (7/30開業)

- 直営店「Snow Peak Marunouchi (スノーピーク丸の内)」をリニューアルし、2022年7月30日より「Snow Peak Land STATION TOKYO (スノーピーク ランドステーション東京)」としてオープン。
- 「Snow Peak LAND STATION TOKYO」は、「都市のくらしが、自然に向かう。ここは野遊びの旅の始発駅。」がコンセプト、自然と都市在住者をつなぐ「野遊びのゲートウェイ」のような拠点を目指す。
- 豊かな自然の恵みや人とのつながりを感じられるカフェを併設。



大垣共立銀行と包括連携協定を締結（5/20締結）

2022年5月20日に当社は大垣共立銀行（頭取：境敏幸氏）と観光振興および地域活性化に向けた包括連携協定を締結。今回の連携はスノーピークが取り組んでいる地方創生の一環であり、地方自治体等との包括連携協定締結は25例目。

1. 協定の目的

この協定は、株式会社大垣共立銀行及び株式会社スノーピークが相互に連携し、株式会社大垣共立銀行の営業エリアにおける地域資源を活用した地方創生事業（地域の商品、サービス、イメージのブランド化等）を推進することで、持続的な地域活性化に資することを目的とする。

2. 協定で定める連携事項

1. 自然、文化、歴史、特産品などの地域資源とアウトドアを活かした取り組みにより、地域の魅力向上に資すること。
2. 自然、文化、歴史、特産品などの地域資源とアウトドアを活かした取り組みにより、人材育成に資すること。
3. 自然、文化、歴史、特産品などの地域資源とアウトドアを活かした取り組みにより、地域の産業振興に資すること。
4. その他、地方創生の推進に資すること。



Appendix



Snow Peak LAND STATION TOKYO併設のカフェ

About Snow Peak



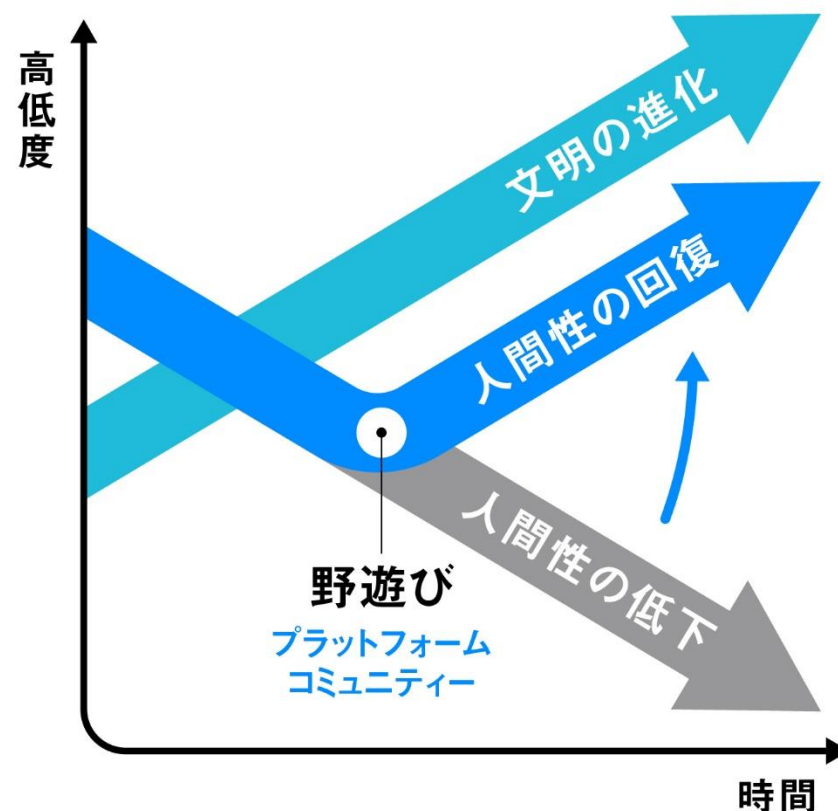
新潟県燕三条発の アウトドアブランド

燕三条が誇る金属加工技術を背景に機能的で、美しく、頑丈なアウトドアギアを次々と世に送り出し、日本のアウトドアシーンを牽引。

人間性の回復と、 自然指向のライフバリューの提供。

文明の進化が著しい現代社会は、
ストレスの増大など人間性の低下が危惧され、
人間性を回復させたい欲求が
高まり続けると当社は考えます。

自然の中で生きる力を育み、
家族や友人とのコミュニケーションを深めるなど、
「自然と人、人と人とのつながり」を提案しながら、
人間性の回復と自然指向の豊かなライフバリューを、
衣食住働遊のすべてにおいて提供します。



私たちは、
キャンプの力を
信じています。

私たちはキャンパーを幸せにできる。
しかし日本のキャンプ人口はおよそ7%。
大都市から大自然、地球上のあらゆる場所、
あらゆる人に、キャンパーの価値観を広めるため、

衣食住働遊に沿った
体験価値を提供し、
自然指向のライフバリュー
を提供します。



About Snow Peak | 弊社が提供するライフバリュー

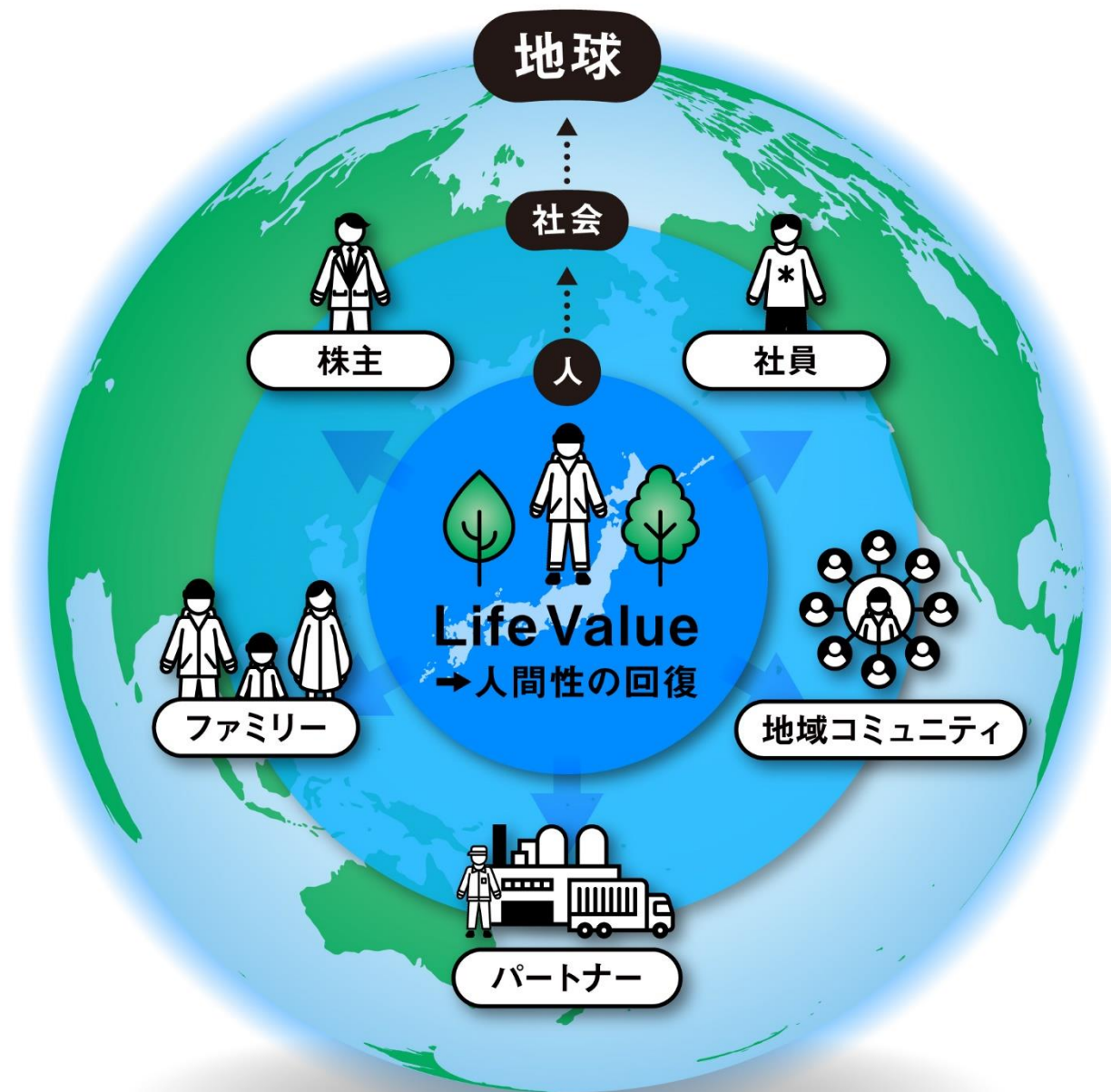
自然指向のライフバリューを、
すべてのライフステージへ。

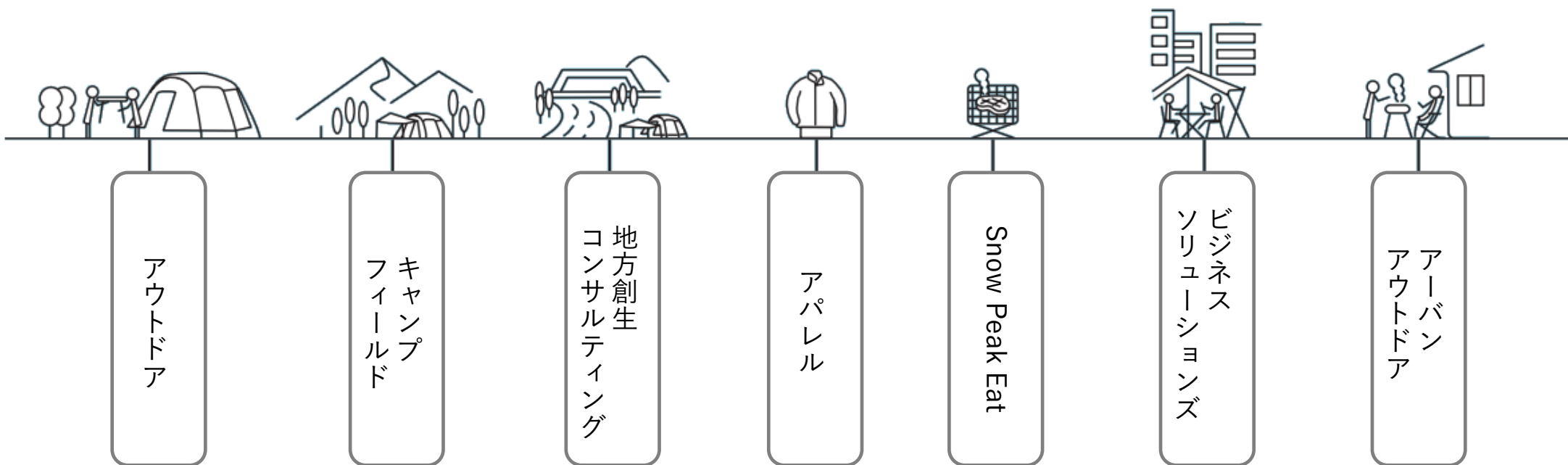


顧客生涯価値を提供してまいります。

Life Value の 提供を通じて、 自然と共生する 豊かな未来を。

個人、家族、地域社会、
そして私たちのフィールド
である地球のために、
これからも事業を通じて
貢献し続けていきます。





遊働住食衣

「野遊び」を軸にライフバリューブランドを展開

About Snow Peak | キャンプフィールド運営

スタッフや製品がそろったフィールド拠点はキャンプや野遊びの価値を伝えるリアルメディアとして機能。



Snow Peak 十勝ポロシリCF



Snow Peak Headquarters CF



Snow Peak Land Station Hakuba



Snow Peak 箕面CF



Snow Peak 奥日田CF



Snow Peak 土佐清水CF



Snow Peak おち仁淀川CF

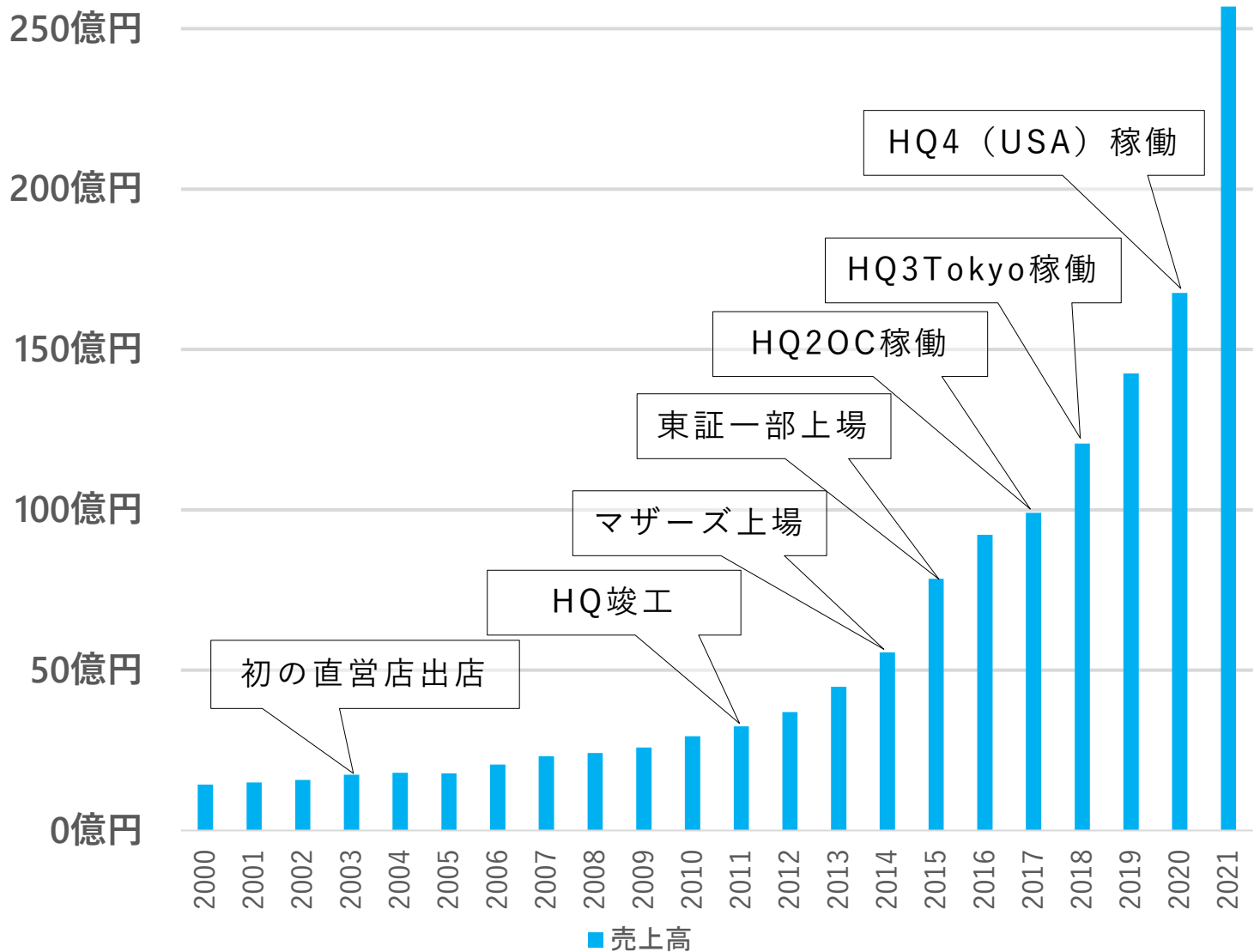


SPARKFIELD Snow Peak TOYOTA-KURAGAIKE



Snow Peak かわの駅おち

About Snow Peak | スノーピークの成長



2000年度以降

約 **20** 年に渡り
成長基調を継続

2005年度より

16 期連続での
増収を達成

本資料に関するご注意

本資料は、株式会社スノーピークの事業および業界動向に加えて、株式会社スノーピークによる現在の予定、推定、見込みまたは予想に基づいた将来の展望についても言及しています。

これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確実性がつきまといます。すでに知られたもしくは知られていないリスク、不確実性、その他の要因が、将来の展望に対する表明に含まれる事柄と異なる結果を引き起こさないとも限りません。株式会社スノーピークは、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することは出来ず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。

本資料における将来の展望に関する表明は、本資料を開示した直近決算発表日時点現在において、利用可能な情報に基づいて、株式会社スノーピークによりなされたものであり、直近決算発表日時点現在にて想定していない出来事や状況を反映して、本資料における将来の展望に関する表明の記載を遡って更新し、変更するものではございません。