



証券コード:2588

**WATER DIRECT**

# 第9期決算説明会 (2015年3月期)

株式会社ウォーターダイレクト  
2015年5月19日(水)

1. 第9期 決算概要

2. 新たなステージに向けて

Appendix

1. 第9期 決算概要

2. 新たなステージに向けて

Appendix

## 第9期決算 サマリー(P/L)



CLYTIA

(百万円)

	第7期	第8期	第9期(連結)			
	実績	実績	予算	実績	前年比 (%)	予算比 (%)
売上高	7,194	8,772	10,000	10,051	114.6	100.5
売上総利益	5,532	6,710	-	7,816	116.5	-
一般管理費	5,086	6,242	-	7,657	122.7	-
うち物流費	1,180	1,510	-	1,999	132.4	-
営業利益	446	467	450	159	34.0	35.3
経常利益	387	407	400	130	31.9	32.5
当期純利益	358	249	150	27	10.8	18.0
EBITDA ※1	980	1,170	-	1,116	95.4	-
1株当たり純利益 ※2	59円71銭	35円20銭	18円49銭	3円32銭	-	-
累計顧客数(千人)	217	264	-	341	-	-

※1 EBITDA=経常利益+減価償却費+金融費用

注:第9期より連結決算へ移行

※2 1株当たり純利益は、株式分割(2012年12月26日付 1:100、2013年10月1日付 1:3)を考慮しております。

Copyright (c) 2015 waterdirect, Inc. All rights reserved.

WATER DIRECT

第9期より、(株)光通信との合併会社である「(株)アイディール・ライフ」および当社100%子会社である「(株)ディー・アクション」を含んだ連結決算に移行しております。

グループ全体での実績では、新規顧客獲得が順調だったことから売上高については前年比114.6%の10,051百万円となったものの、新規顧客獲得に係る販促費用の増加、各宅配事業者の料金体系改定の影響等による物流費の増加により、当期純利益は前年比10.8%の27百万円となり、増収・減益となりました。

## 第9期決算 単体サマリー(P/L)



CLYTIA

(百万円)

	単体				連結調整	連結
	ウォーター ダイレクト	ディー・ アクション	アイディール・ ライフ	その他		
売上高	9,740	504	619	6	-819	10,051
売上総利益	7,450	504	396	6	-541	7,816
営業利益	362	-144	-61	-1	0	156
経常利益	347	-142	-67	-2	-3	130
当期純利益	210	-143	-67	-2	29	27

Copyright (c) 2015 waterdirect, Inc. All rights reserved.

5

WATER DIRECT

会社単体としては、ウォーターダイレクトについては累計契約者数が順調に増加したことに伴い、水の販売本数も増加しているため増収となりましたが、税金費用の増加により若干の減益となりました。

アイディール・ライフについては今期より本格的に営業を開始したため、新規顧客獲得に係る販促費用の負担が大きく、当期純損失となったものの、営業開始初年度より619百万円の売上高を上げられる規模に成長いたしました。ただし、当初より当期純損失を見込んでいたため、当初の計画通りの着地となりました。

# 第9期決算 サマリー(B/S)



	第7期		第8期			第9期(連結)		
		構成比(%)		構成比(%)	前年比(%)		構成比(%)	前年比(%)
流動資産	2,990	57.9	3,622	53.3	121.1	※1 4,403	52.9	121.6
固定資産	2,175	42.1	2,938	46.7	135.1	※2 3,926	47.1	133.6
総資産	5,165	100.0	6,561	100.0	127.0	8,330	100.0	127.0
流動負債	1,942	37.6	2,285	34.8	117.7	3,134	37.6	137.2
固定負債	1,822	35.3	2,083	31.7	114.3	2,942	35.3	141.2
純資産	1,400	27.1	2,192	33.4	156.6	2,253	27.0	102.8
有利子負債	2,412	46.7	2,593	39.5	107.5	※3 4,091	49.1	157.8
ROA	6.95%	-	3.81%	-	-	0.32%	-	-
ROE	25.60%	-	11.56%	-	-	1.23%	-	-
DER(Gross)	1.7	-	1.2	-	-	1.8	-	-
DER(Net)	0.6	-	0.2	-	-	0.9	-	-
自己資本比率	27.11%	-	32.94%	-	-	26.38%	-	-

※1 うちiL→マーケティングエー前払費用+580

※2 うちウォーターサーバー+664、iL→マーケティングエー長期前払費用+337

※3 うちiL借入金+768

注:第9期より連結決算へ移行

流動資産、固定資産ともに前期より大幅に増加している要因として、アイディール・ライフが光通信グループに対して支払っている顧客獲得費用の前払計上があり、長期・短期合計で900百万円以上となっております。

流動負債、固定負債には、同顧客獲得費用の対価分の光通信グループからの借入金が768百万円計上されております。

## 第9期 利益について①



### 新規顧客獲得費用

(百万円)

	第7期		第8期		第9期(連結)		
		売上高比率		売上高比率		売上高比率	前年比
売上	7,194	100.0%	8,772	100.0%	10,051	100.0%	114.6%
営業利益	446	6.2%	467	5.3%	159	1.6%	34.0%
EBITDA	980	13.6%	1,170	13.3%	1,116	11.1%	95.4%
新規獲得コスト	<b>913</b>	12.7%	<b>993</b>	11.3%	<b>1,495</b>	14.9%	150.6%
新規獲得顧客(千人) ※アイディール・ライフ含む	56.1	-	60.4	-	102.8	-	170.2%

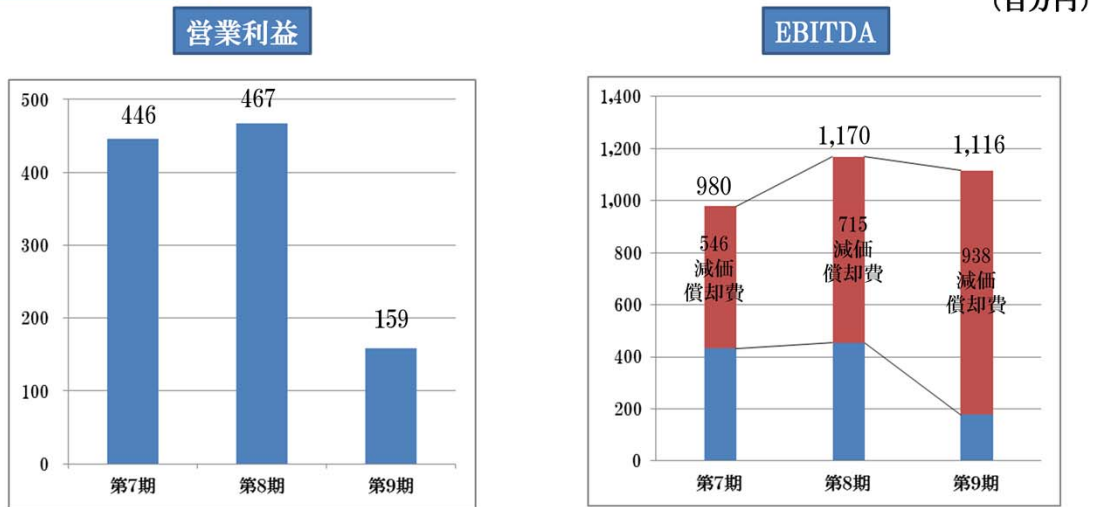
新規販促活動のため販管費、新規獲得への積極投資は継続する。

第9期は子会社2社を中心として営業活動を強化し、新規顧客獲得費用が大幅に増加いたしました。

これは市場の成長性を考慮し、増益よりも成長を優先させた結果であります。

## 第9期 利益について②

### 営業利益とEBITDA



積極的先行投資のため減価償却費が大きく、EBITDAの伸長率が高い。

営業利益が第7期、第8期に比べ減少したものの、新規顧客獲得による賃貸用資産（レンタル用ウォーターサーバー）の購入や製造コストを削減するための富士吉田工場への設備導入等積極的な設備投資を行い減価償却費が大きく増加したことにより、EBITDAについては第8期ほとんど変わらないことから、販促費用や物流費が増加し営業利益が減少したものの、利益の獲得能力については減少していないことがわかります。



# 第9期 顧客数推移(自社ブランド(代理店含む))



※第8期まではWD単体にて算出。  
第9期よりWDグループ(CLYTIA、iDEAL WATER)にて算出

営業活動を強化した結果、大幅な新規顧客増加となり、グループ全体では前年比43千人の顧客数増となりました。

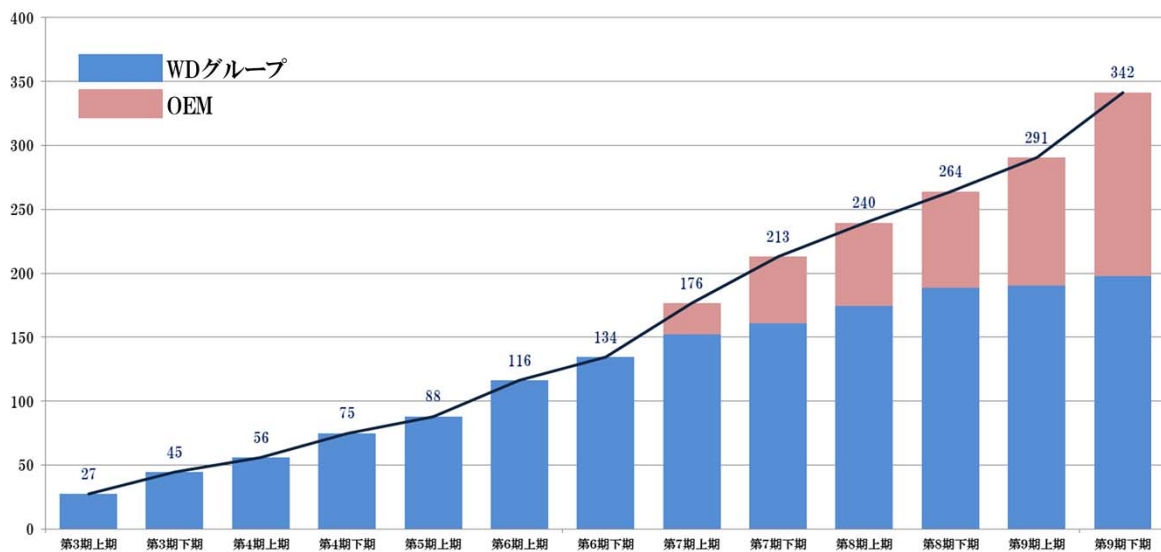
そのうちアイディール・ライフの新規顧客数は34千人となっております。

## 第9期 顧客数推移(WDグループ+OEM)



CLYTIA

(単位:千人)



※第9期よりWDグループ(CLYTIA, iDEAL WATER)

Copyright (c) 2015 waterdirect, Inc. All rights reserved.

10

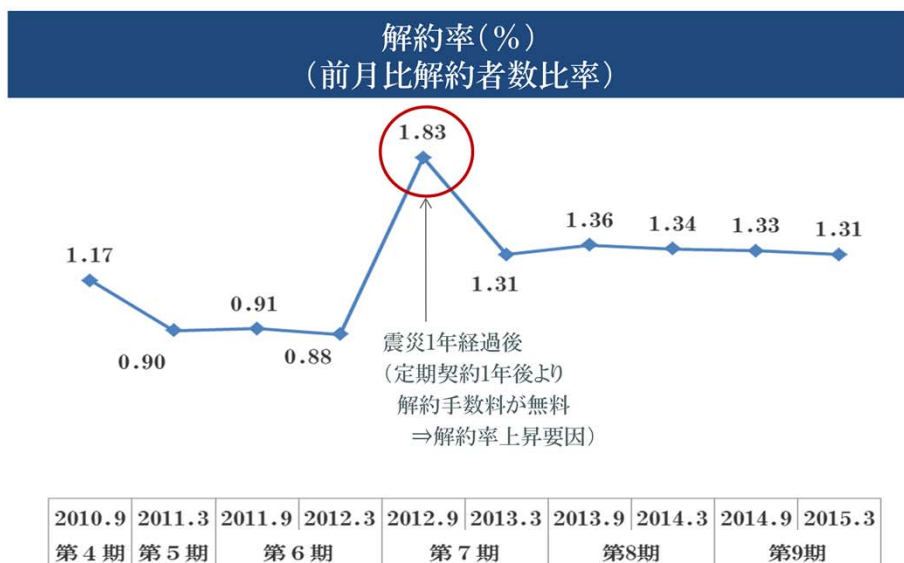
WATER DIRECT

OEM供給先を含んだ顧客数も順調に増加しており、前年比51千人増の342千人となっております。

## 第9期 解約率



2012年の9月期は、震災後に急増した顧客の解約数が一時的に増えたことにより上昇したが、徐々に落ち着き、第7期末以降は1.3~1.4%の範囲内で推移している。



解約率(当月解約数÷前月末顧客数)は東日本大震災での顧客数急増の1年後にあたる2012年9月期には一時的に上昇いたしましたが、その後は1.3%前後に落ち着いており、ここ2年間ほどは大きな変動も無く推移しております。

## 第10期業績予測



CLYTIA

(百万円)

	第9期(連結)			第10期(連結)	
	予算	実績	予算比 (%)	予算	前年実績比 (%)
売上高	10,000	10,051	100.5	12,500	124.4
営業利益	450	159	35.3	150	94.3
経常利益	400	130	32.5	100	76.9
当期純利益	150	27	18.0	20	74.1

第10期の業績について、第9期に引き続き営業の強化に注力し、さらなる成長を見込んでおります。

売上高は前年比124.4%の12,500百万円を見込んでおりますが、新規顧客獲得の強化により引き続き先行費用が発生することから、当期純利益は20百万円と減益予想となっております。

**1**  
販売力  
強化

直販部門を分社化し(株)ディー・アクションを設立  
(株)光通信と合弁会社(株)アイディール・ライフを設立

**2**  
リスク分散と  
物流コストの削減

新たな水源開発を行い地産地消を推進  
リスク分散・物流コストを削減

**3**  
3つの天然水を  
展開

「阿蘇」「金城」2つの採水地を追加  
地域に根差した『地産地消』戦略

### 株式会社ディー・アクション



設立： 2014年5月  
資本金： 1,000万円(当社100%出資)

- 当社直販部門を分社化し設立
- 10月より、営業部長(35歳)が  
執行役員社長就任、新体制へ
- 社員は**20代**が中心、**活気ある**職場環境
- 販売スタッフの**正社員化**  
⇒販売現場の**レベルUP**

### 株式会社アイディール・ライフ



設立： 2014年1月  
資本金： 4,500万円(当社51%出資)

- **(株)光通信**(東証一部 9435)との合弁会社
- 4月より**アイディール・ウォーター**の  
販売開始(当社よりOEM供給)
- **(株)光通信**の強みである**テレマーケティング**や**法人営業**を主たる営業手法として  
営業活動展開中

# 第9期総括：(2)リスク分散と物流コストの削減



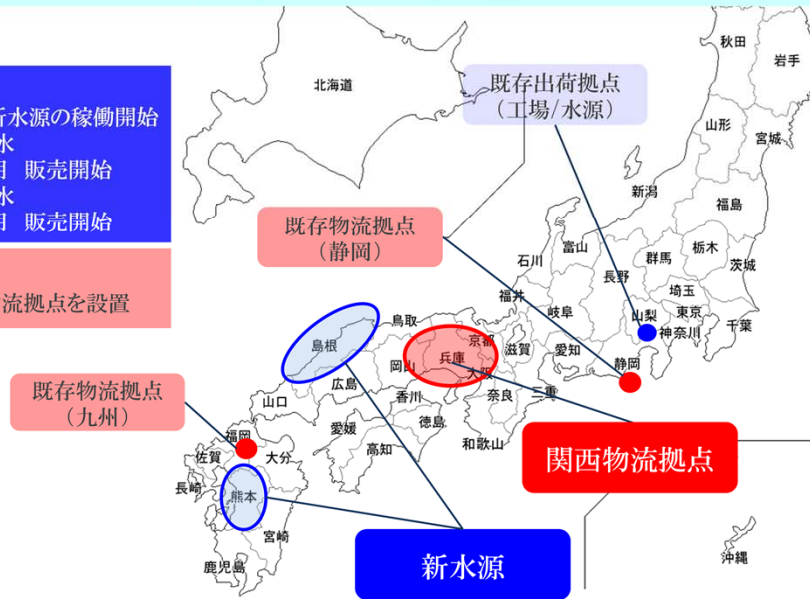
新たな水源開発を行い地産地消を推進することにより、  
リスク分散・物流コストを削減

## 【水源】

- ・中国地方、九州地方にて新水源の稼働開始
- 中国地方 - 金城のお水  
2014年11月 販売開始
- 九州地方 - 阿蘇のお水  
2014年12月 販売開始

## 【物流】

- ・新水源を考慮し、関西の物流拠点を設置



Copyright (c) 2015 waterdirect, Inc. All rights reserved.

15

WATER DIRECT

## 第9期総括：(3)3つの天然水を展開

「阿蘇」「金城」2つの採水地を追加することにより『地産地消』戦略を進め、地域に根差した商品ラインアップを増加。  
また、災害時における代替水源としての役割を担う体制を構築。

3つの採水地から  
選べる天然水

③阿蘇  
(2014年12月～)



②金城  
(2014年11月～)



①富士山





1. 第9期 決算概要

2. 新たなステージに向けて

Appendix

### 顧客基盤 の強化

光通信・FLCとの3社間連携による新規顧客の獲得  
CRM施策による既存顧客の満足度向上

### 収益モデル の改革

新商品導入によるラインアップの拡充  
新料金プラン導入

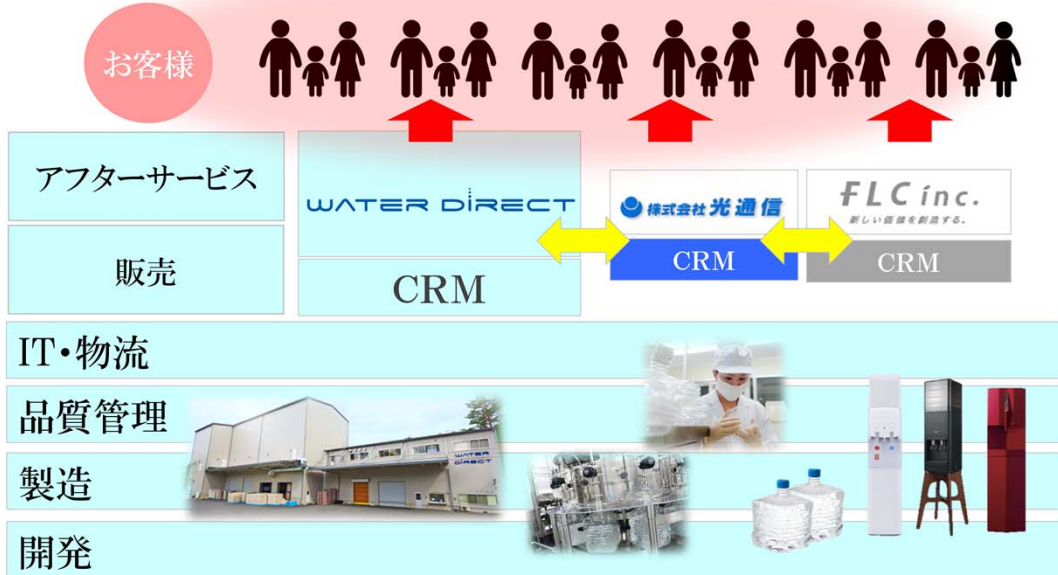
### コスト 競争力の 強化

設備投資および容器内製化による製造コスト効率化  
物流ネットワーク再最適化による物流コスト縮減

# 第10期重点施策：(1)顧客基盤の強化



光通信・FLC3社間連携による新規顧客の獲得と、  
CRM施策による既存顧客満足度向上で市場全体の拡大へ



# 第10期重点施策:(2)収益モデルの改革



## 新商品・新料金プランの導入による収益モデルの改革

新商品  
買取  
モデル

cado × CLYTIA

新料金  
プラン

ずっとクリティアプラン



お水 3年継続プラン

お水単価 1,450円/本  
(通常価格 1,750円/本)

3年契約でお水を毎月4本購入すれば  
買い取りのウォーターサーバーが

実質 ¥0

# 第10期重点施策:(3)コスト競争力の強化



設備投資  
富士吉田工場

## 設備投資による生産効率向上

お水ボトルのブロー成型機を追加導入し、計2ラインに



内製化  
新施設設置

## 新施設を設置し製造を内製化

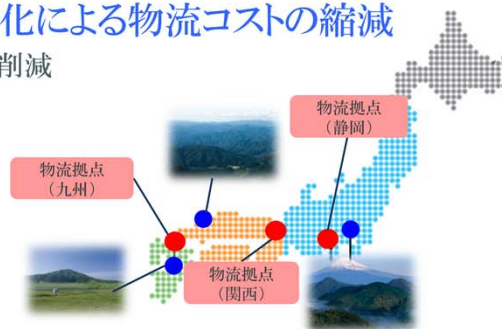
射出成型機を導入し、プリフォームの内製化による  
生産コストの削減



物流  
ネットワーク

## 物流ネットワーク再最適化による物流コストの縮減

さらなる物流の効率化とコストを削減



1. 第9期 決算概要

2. 新たなステージに向けて

Appendix

# 会社概要



CLYTIA

商号	株式会社ウォーターダイレクト																		
本社住所	東京都品川区大崎4-1-2 ウィン第2五反田ビル8F URL: <a href="http://www.waterdirect.co.jp">http://www.waterdirect.co.jp</a>																		
本店 富士吉田工場	山梨県富士吉田市上吉田 4597-1	設立	2006年10月13日																
役員	<table border="0"> <tr> <td>代表取締役 会長</td> <td>村口 和孝</td> </tr> <tr> <td>代表取締役 執行役員社長</td> <td>伊久間 努</td> </tr> <tr> <td>執行役員 副社長</td> <td>樋口 宣人</td> </tr> <tr> <td>取締役</td> <td>藤野 英人、湯浅 智之、平井 亮子</td> </tr> <tr> <td>常勤監査役</td> <td>加藤 次夫</td> </tr> <tr> <td>監査役</td> <td>南 裕史、手嶋 伸也</td> </tr> <tr> <td>執行役員常務</td> <td>武井 道雄</td> </tr> <tr> <td>執行役員</td> <td>加治木 博志、栗原 智晴</td> </tr> </table>			代表取締役 会長	村口 和孝	代表取締役 執行役員社長	伊久間 努	執行役員 副社長	樋口 宣人	取締役	藤野 英人、湯浅 智之、平井 亮子	常勤監査役	加藤 次夫	監査役	南 裕史、手嶋 伸也	執行役員常務	武井 道雄	執行役員	加治木 博志、栗原 智晴
代表取締役 会長	村口 和孝																		
代表取締役 執行役員社長	伊久間 努																		
執行役員 副社長	樋口 宣人																		
取締役	藤野 英人、湯浅 智之、平井 亮子																		
常勤監査役	加藤 次夫																		
監査役	南 裕史、手嶋 伸也																		
執行役員常務	武井 道雄																		
執行役員	加治木 博志、栗原 智晴																		
資本金	1,207,608,300円	発行済株式総数	8,128,400株																

## 安心・安全なおいしい天然水を安定的に提供する プラットフォームを

3つのエリアより採水したナチュラルミネラルウォーターを宅配するホーム・オフィス・デリバリーを事業の基本として展開しています。





# HOD(ホーム・オフィス・デリバリー)業界のSPA



開発・製造・品質管理・販売・アフターサービスまでを  
自社グループで手がける製造小売・ダイレクトマーケティング



自社グループで開発からアフターサービスまでを一貫して行う  
企業活動の連鎖により新たな価値を創出し、お客様へ

# ワンウェイ方式について



従来の宅配方式(リターナブル方式)は、ボトルの配送と回収が必要です。  
ワンウェイ方式はこの点が不要となり、お客様からのご意見を解決するモデルとして、  
広く認知されています。



## リターナブル方式の懸念点を解消



ワンウェイ方式の優位性	
	エンドユーザー
宅配の利便性の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 時間指定・再配達可能</li> <li>● 空ボトルの保管不要</li> </ul>
衛生面の不安を解消	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 衛生的な使いきりボトル</li> <li>● ボトル内への空気混入なし</li> </ul>
普及しているペットボトル素材	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 馴染み深く、使い慣れている (匂いが気にならない)</li> <li>● リサイクルでき、環境にやさしい</li> </ul>
	事業者
手間を省く	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ボトルの配送、回収が不要</li> <li>● 空ボトルの洗浄、保管が不要</li> </ul>
収益性の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 物流の人員、設備が不要</li> <li>● 空ボトルの在庫・倉庫が不要</li> </ul>
物流の制約から解放	<ul style="list-style-type: none"> <li>● エリア制約なし</li> <li>● ECなど周辺事業も容易に</li> </ul>

# 本資料のお取り扱い上のご注意



## 1.掲載された情報についてご注意いただきたい点

当資料を通じ、財務情報、経営指標等の情報の開示を行います。当社は、当資料を通じて情報開示を行うにあたり細心の注意を払っておりますが、当資料に掲載した情報について内容の正確性等を保証いたしません。当資料による情報開示は、投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する最終的な決定は、ご自身の判断でお願い致します。当社は、当資料に掲載された情報を利用したことにより生じたいかなる損害についても、一切責任を負いません。

## 2.将来の見通しに関する事項について

当資料に掲載されている情報には、業績予測等の将来の見通しに関する記述が含まれていますが、これらはリスクや不確実性を内包するものです。業績予測等の将来の見通しに関する記述は、その実現性を保証するものではなく、当社を取り巻く経営環境や市場動向の変化等により、実現しない可能性があることにご注意ください。

## 3.当資料の運用について

当資料は予告なく配布の中止や内容の変更を行うことがあります。当社は、当資料を利用できなかったことにより生じたいかなる損害についても、一切責任を負いません。

以上



CLYTIA

おいしい天然水と、  
暮らそう。

<お問い合わせ先>

株式会社ウォーターダイレクト 広報・IR担当

メールアドレス: [ir@waterdirect.jp](mailto:ir@waterdirect.jp)