



2019年12月期 決算説明資料

第2四半期

2019年8月19日（月）
株式会社ワールドホールディングス
東証1部（2429）

I. 2019年12月期 第2四半期決算概要

- ・ 決算サマリー … P3
- ・ セグメント別業績概況（前年同期比） … P4
- ・ 各セグメント詳細 … P5
- ・ 財政状態 B/S … P14
- ・ キャッシュフロー … P15

II. 2019年12月期 業績見通し

- ・ 2019年12月期 通期業績見通し … P17
- ・ 2019年12月期 営業利益増減要因 … P18
- ・ セグメント別 通期業績見通し … P19
- ・ 四半期業績見通し … P20
- ・ 株主還元 … P22

III. 新・中期経営計画2021 ローリングプラン

- ・ 2017年～2019年上期までの振り返り … P24
- ・ 新・中期経営計画2021 ローリングプランの策定 … P27
- ・ 新・中期経営計画2021 ローリングプラン コンセプト … P28
- ・ 2021年数値目標 … P29

I. 2019年12月期 第2四半期決算概要



決算サマリー

- 前年同期比で増収増益。不動産ビジネスを主因に、**特に利益が当初予算を大幅に上回ったことから上方修正**。なお、通期業績予想は据え置き
- 好調を持続している基幹の人材・教育ビジネスをはじめ、すべてのセグメントで当初予算を上回る利益を達成

(単位: 百万円)

	2018/2Q 実績	2019/2Q 当初予算 (※)	2019/2Q 実績	実績vs予算 超過額	前年同期比	
					増減額	増減率
売上高	64,379	66,514	66,827	+ 312	+2,447	+3.8%
営業利益	2,005	1,057	2,529	+ 1,472	+524	+26.2%
経常利益	2,001	992	2,529	+1,537	+528	+26.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,079	605	1,685	+1,080	+606	+56.2%

※2019年2月12日発表

セグメント別 業績概況（前期比）

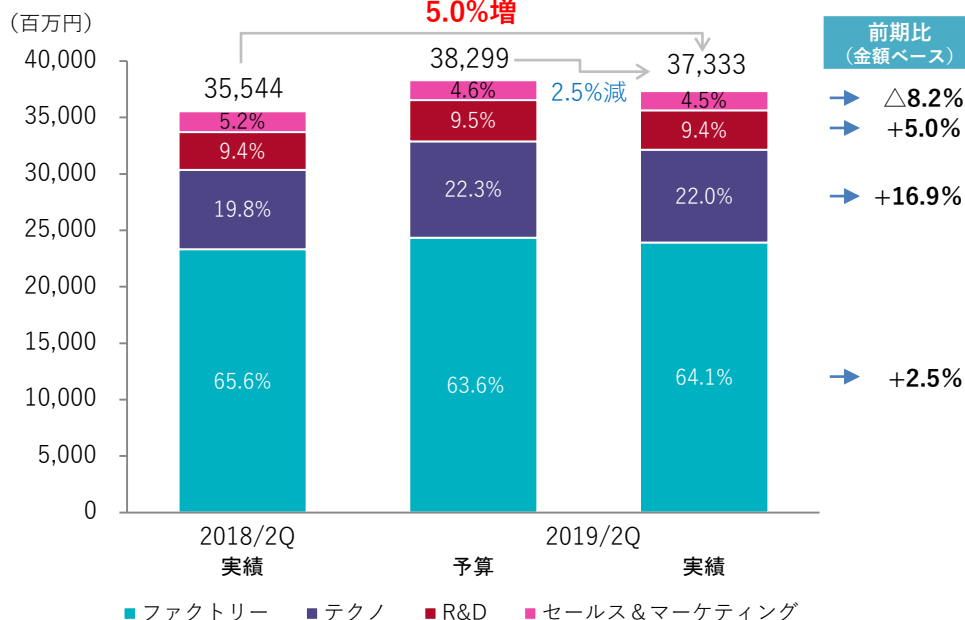
単位：百万円			2018/2Q 実績 (利益率)		2019/2Q 実績 (利益率)		前年同期比	
							増減額	増減率(%)
人材・教育ビジネス	ファクトリー事業	売上高	23,332		23,913		580	2.5
		セグメント利益	1,392	(6.0%)	1,137	(4.8%)	△ 254	△ 18.3
	テクノ事業	売上高	7,029		8,220		1,191	16.9
		セグメント利益	604	(8.6%)	774	(9.4%)	170	28.1
	R & D 事業	売上高	3,336		3,504		167	5.0
不動産ビジネス		セグメント利益	247	(7.4%)	263	(7.5%)	16	6.7
	セールス&マーケティング事業	売上高	1,847		1,695		△ 151	△ 8.2
		セグメント利益	△ 60	—	△ 33	—	26	—
	計（参考）	売上高	35,544		37,333		1,789	5.0
		セグメント利益	2,183	(6.1%)	2,142	(5.7%)	△ 40	△ 1.8
情報通信ビジネス	計（参考）	売上高	20,416		20,377		△ 39	△ 0.2
		セグメント利益	784	(3.8%)	1,227	(6.0%)	443	56.5
その他	情報通信事業	売上高	6,741		6,999		257	3.8
		セグメント利益	73	(1.1%)	48	(0.7%)	△ 24	△ 33.4
その他	その他事業	売上高	1,675		2,117		441	26.4
		セグメント利益	△ 130	—	196	(9.3%)	327	—
合計		売上高	64,379		66,827		2,447	3.8
		消去又は全社	△ 905		△ 1,086		△ 180	—
		営業利益	2,005	(3.1%)	2,529	(3.8%)	524	26.2
<参考数値>								
不動産ビジネス	デベロップメント・戸建	売上高	11,861		10,807		△ 1,054	△ 8.9
		セグメント利益	550	(4.6%)	1,013	(9.4%)	463	84.2
	リノベーション・ユニットハウス	売上高	8,555		9,570		1,015	11.9
		セグメント利益	234	(2.7%)	214	(2.2%)	△ 20	△ 8.5

セグメント全体

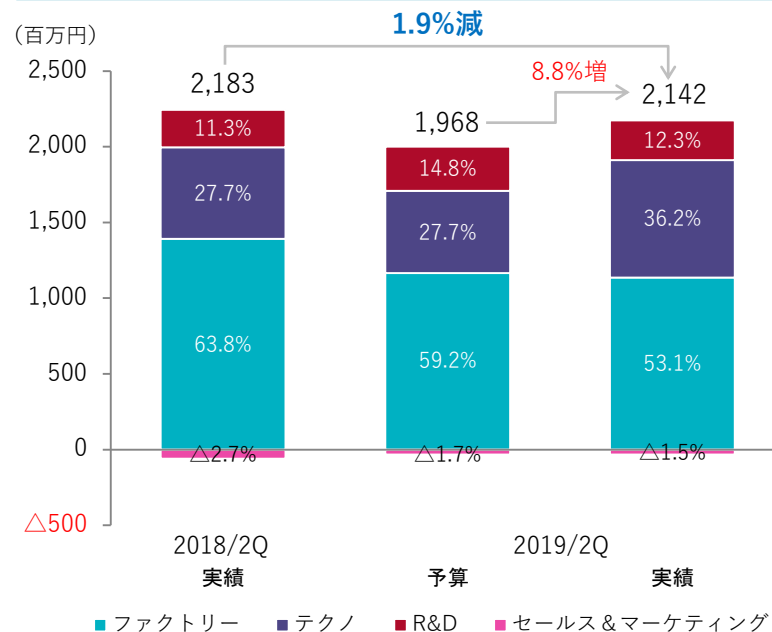
<売上高およびセグメント利益の事業別構成比>

- 法改正等、変化する外部環境への対応
⇒ブランド力（集まる力）を高める中長期的目線での施策、先行投資を順調に推進
- 海外環境の影響によるIT関連需要の低迷
⇒ファクトリー事業で一部影響を受けるものの、テクノ、R&Dには大きな影響はなし

◆ 売上高 構成比



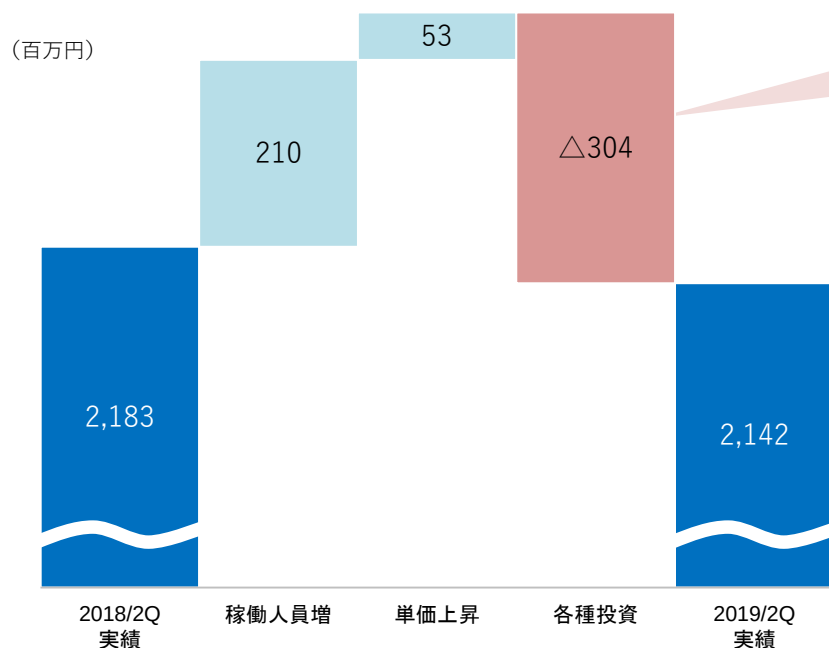
◆ セグメント利益 構成比



セグメント全体

<セグメント利益の変動要因>

- 高度なエンジニアリング集団として業界での新たなポジションを確立すべく、人材育成に関する先行投資を積極的に実行
⇒ 将来的なクライアントの広がり、チャージアップ、新事業への基礎固め実現を目指す



- ファクトリー事業
“技術テクニカルセンター”での研修充実化
⇒ 設備メンテ等の高領域人材の輩出
“ロジ新拠点立ち上げ”に向けた管理者層育成
- テクノ事業
“3D-CAD研修” “生産技術研修”
“各種プログラミング研修” “インフラ研修”の枠拡大
資格取得援助
- R&D事業
提携大学 共同研究ラボでの高領域人材の育成
“ホスピタリティマインドを中心とした研修”
- キャリア形成支援の制度・仕組の構築と運用
- 10年間の新卒フォローアップ研修実施

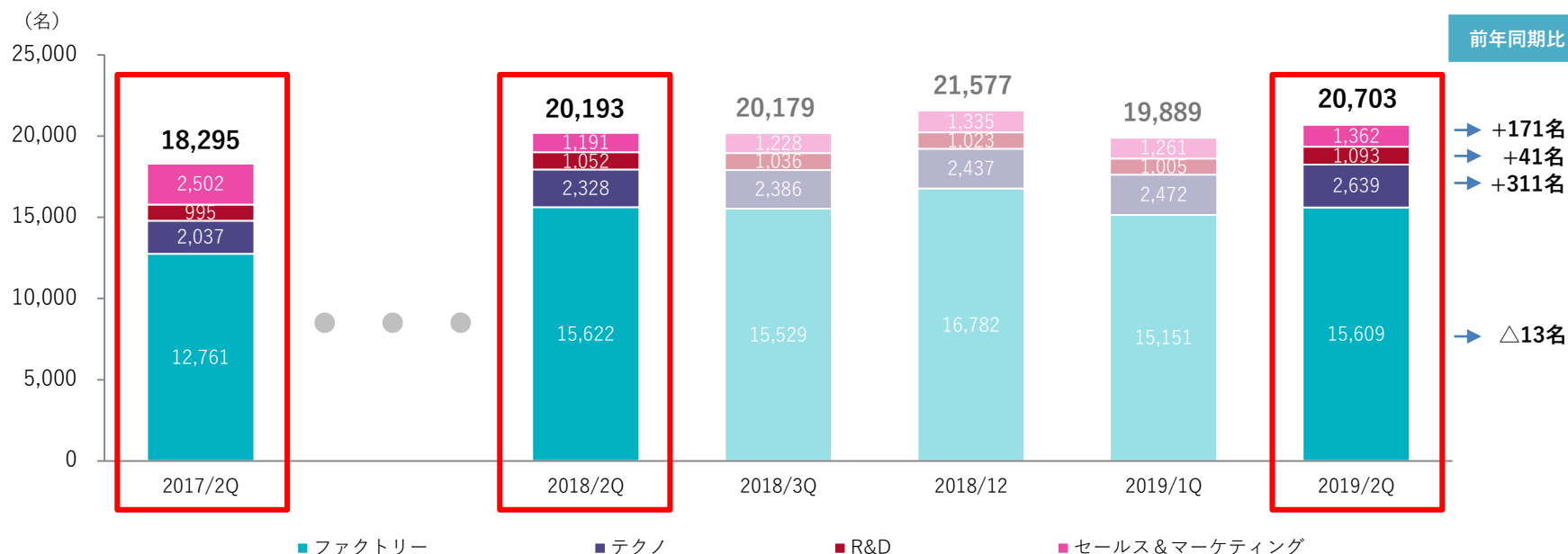
ブランド力アップによる
採用人数増・定着率改善
高エンジニアリング集団の形成
(高領域の開拓 + チャージアップの実現)

セグメント全体

< 在籍数の推移 >

- ファクトリー事業は、スマートフォン・半導体関連等の一部減産の影響があったものの、物流分野の伸長がカバー
- テクノ事業は、エンジニアの育成・配属を目的に推し進めてきたスキームの充実、新卒社員の早期配属、営業強化による大手取引先の増加等で在籍数を大きく拡大

◆ 在籍数※（3ヶ月平均）の推移



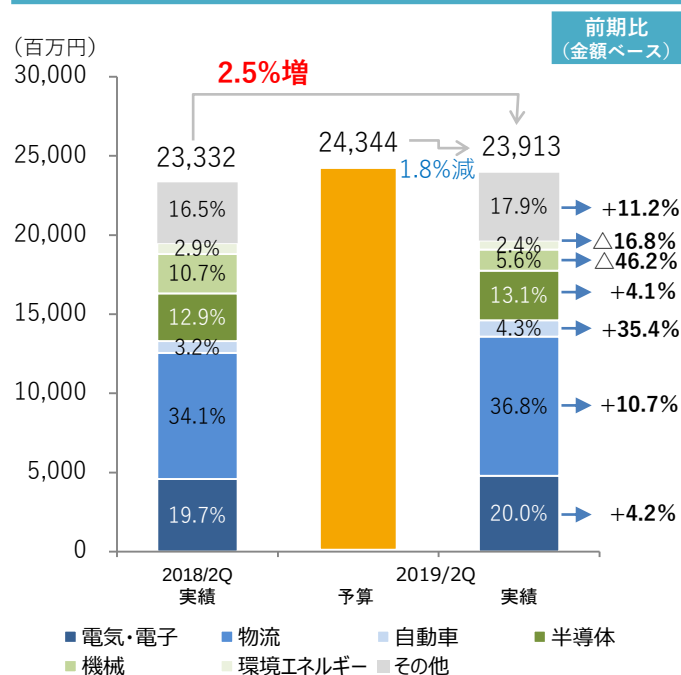
※ ファクトリーの在籍者数については他社受入の外部人員を含む

ファクトリー事業

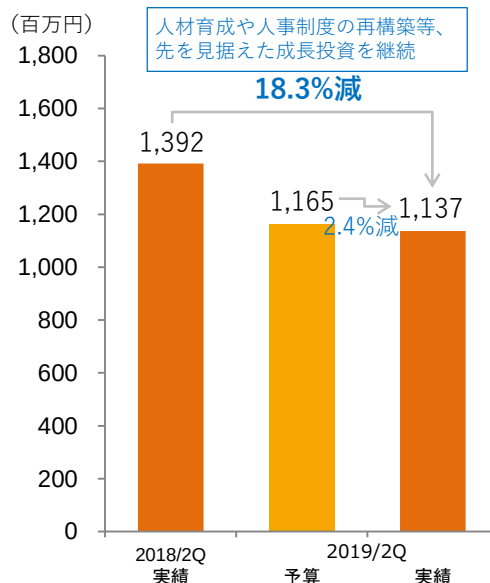
< 分野別売上高・構成比と在籍数 >

- スマートフォン・半導体関連等の一部で減産の影響はあったものの、強みである物流分野で確実に伸長を実現、また、さらなる横展開を見据えてリーダー層の育成に注力
- 設備メンテ等のFC技術の高領域人材の育成・配属に注力
- 同一労働同一賃金の適用を見据え、顧客への新たなソリューションパッケージを構築
⇒ 潜在需要の掘り起こしによる来期以降の案件獲得を実現

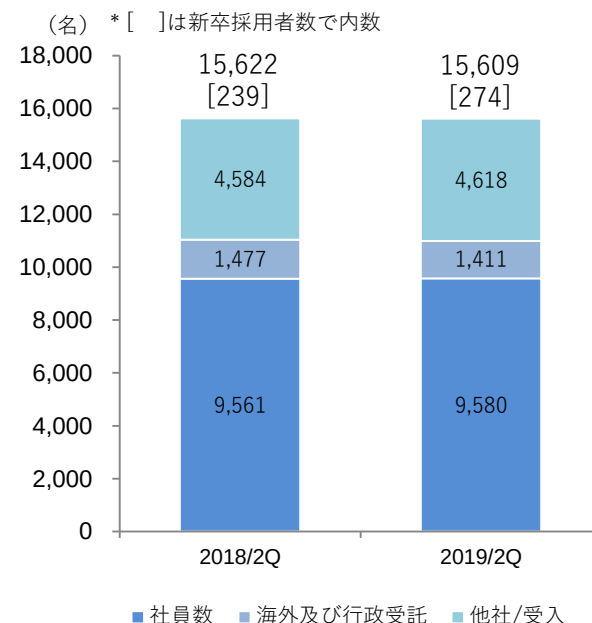
◆ 分野別売上高と売上高構成比



◆ セグメント利益



◆ 在籍数の推移 (3ヶ月平均)



※売上高の予算は分野別に開示しておりません

※在籍は3か月平均 他社受入の外部人員を含む
※在籍数は現業社員のみ

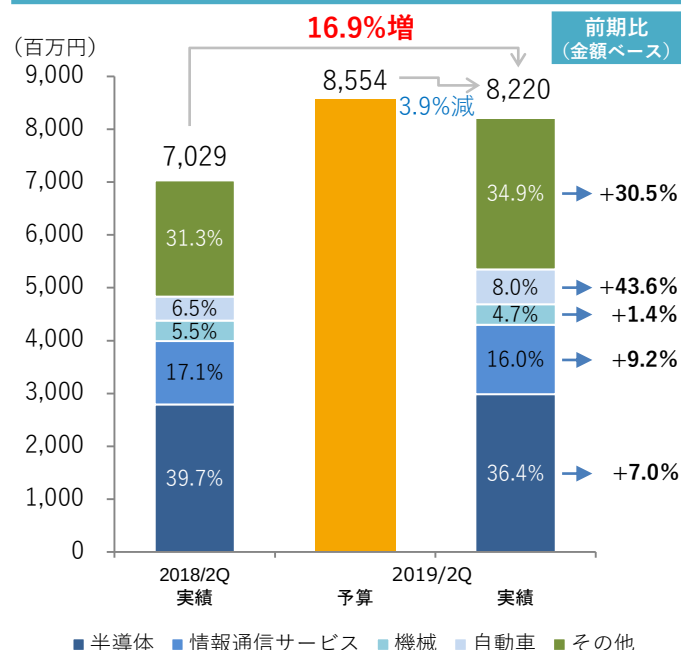
テクノ事業

< 分野別売上高・構成比と在籍数 >

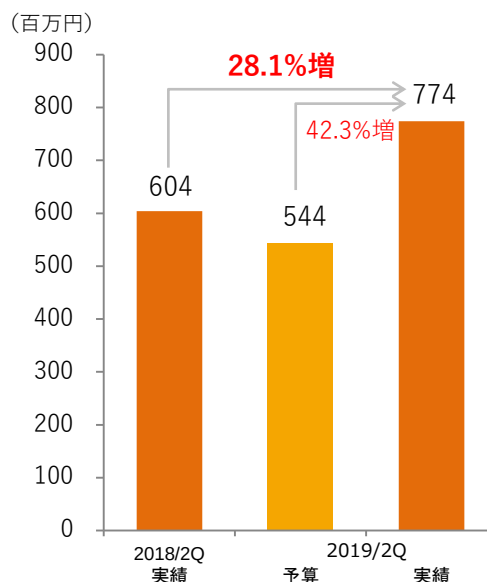
- エンジニアの育成・輩出スキーム『人が活きるカタチ アカデミア』※が奏功、主に自動車関連の機械設計技術者の輩出が順調に推移し、取引先が拡大。また、営業強化により情報通信サービス関連の取引先も拡大

※ 既存社員に対しては、キャリアチェンジのための教育や保有技術のさらなる深化、未経験者については、「デザインセンター」での3D-CAD研修、「プロダクションエンジニアリングセンター」での生産技術研修、(株)アドバンと連携したプログラミング研修、ネットワークインフラ研修等が主な内容

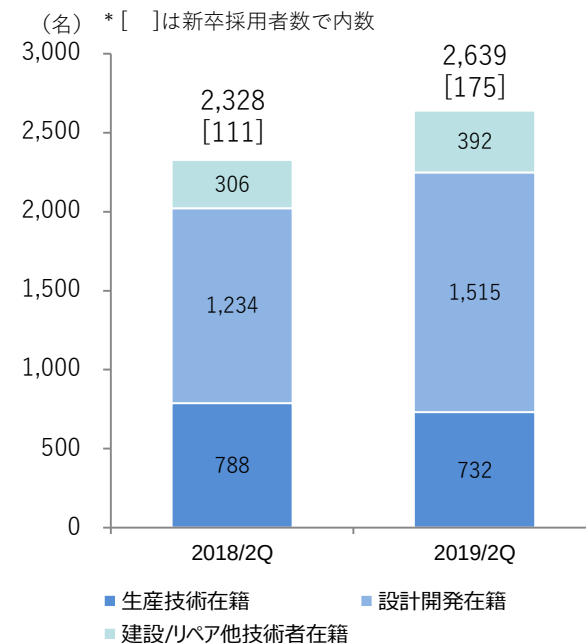
◆ 分野別売上高と売上高構成比



◆ セグメント利益



◆ 在籍数の推移 (3ヶ月平均)



※売上高の予算は分野別に開示しておりません

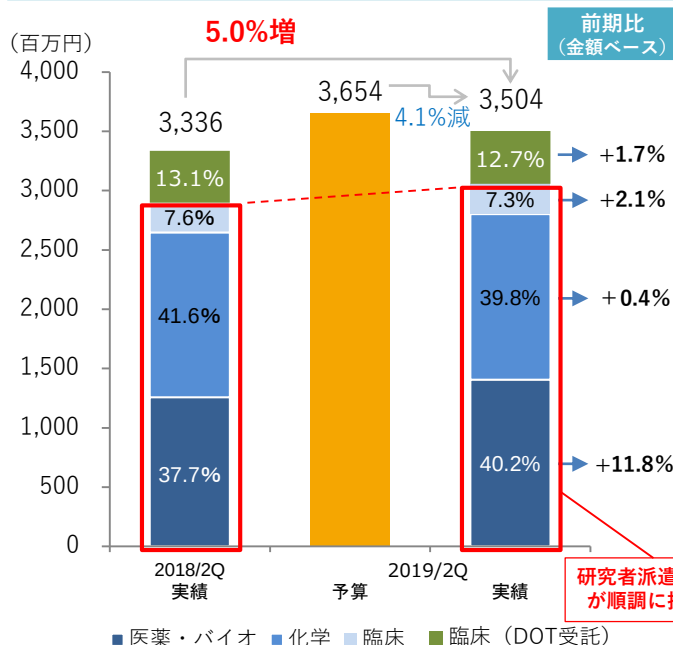
※在籍は3か月平均
※在籍数は現業社員のみの数字

R & D事業

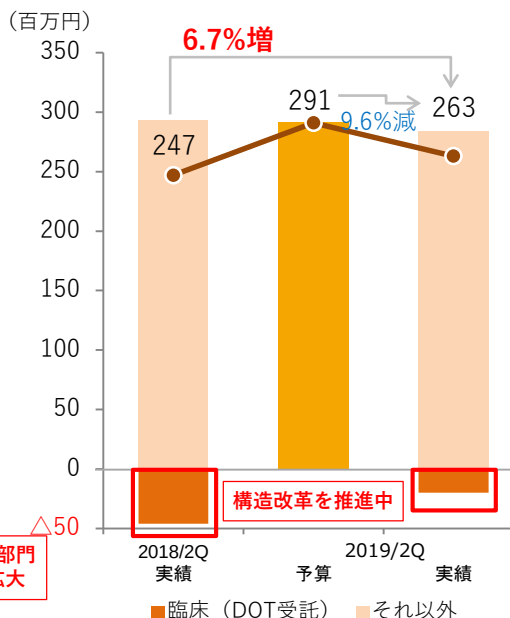
< 分野別売上高・構成比と在籍数 >

- 研究者派遣部門は、素材・化学合成・分析等バイオ関連の既存クライアントと取引を拡大
- 「派遣会社」から「技術支援企業」へのポジション深化を目指し、優秀な研究社員の厳選採用や、提携大学の共同研究ラボでの高領域人材の育成をはかる
- 臨床試験受託事業（CRO）部門は、DOTワールド(株)における構造改革を進める中で、企業治験の受託案件を確実に遂行

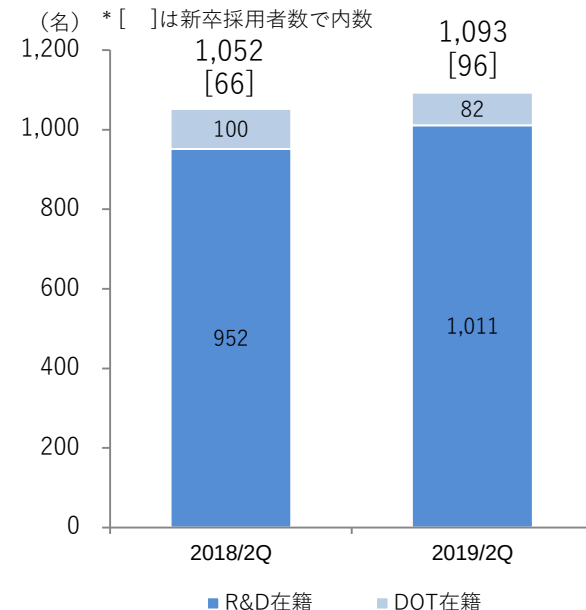
◆ 分野別売上高と売上高構成比



◆ セグメント利益



◆ 在籍数の推移（3ヶ月平均）



※売上高の予算は分野別に開示しておりません

※在籍は3か月平均
※在籍数は現業社員のみの数字

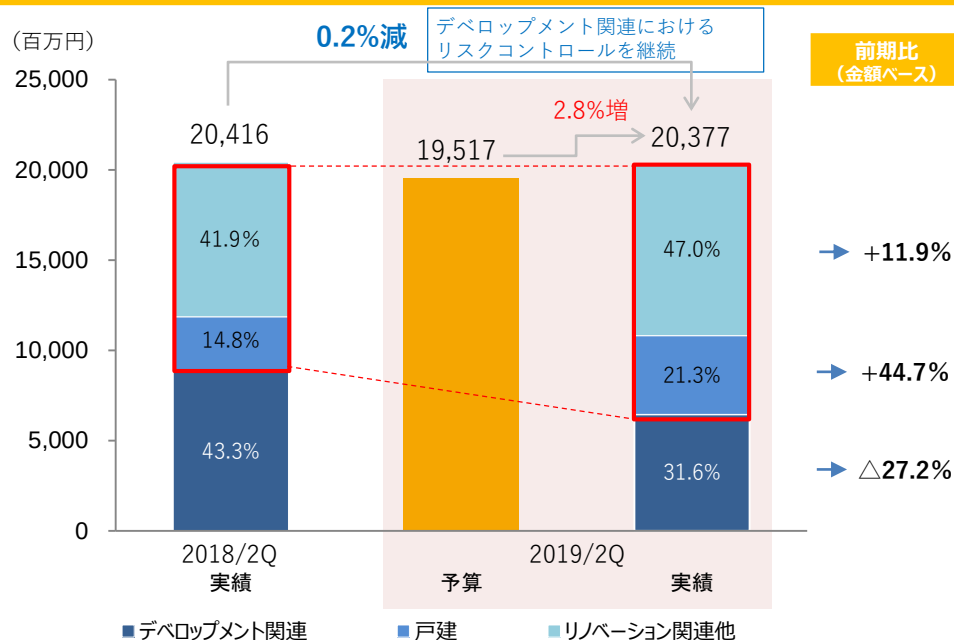
不動産事業

※ 不動産事業に関しては、事業の特性を鑑み、年間予算対比の動向を重視した経営を行っている

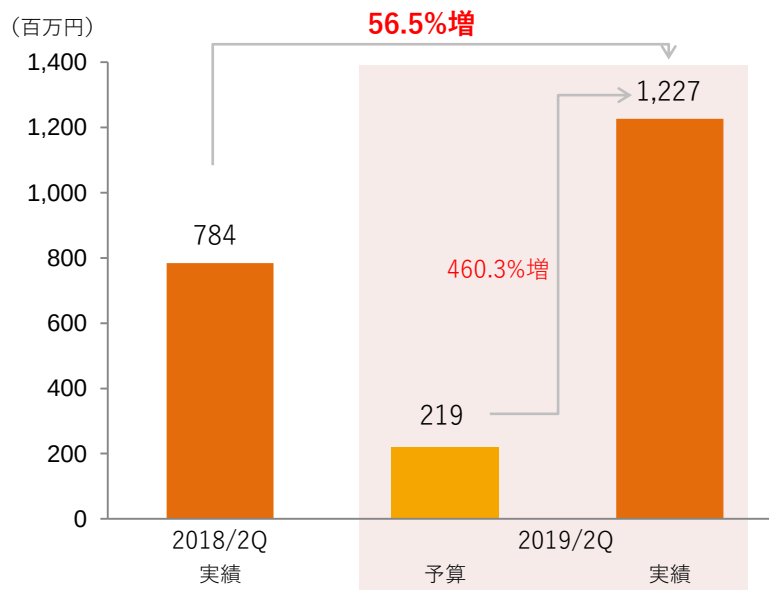
< 業態別売上高・構成比と引渡し戸数 >

- リノベーション関連を中心に、ブランディングの強化に注力
- デベロップメント関連は、利益確保に主眼を置き、情報力・ネットワーク力を活かした適切なタイミングでの仕入れおよび引渡しスタンスを維持する一方で、一部物件の引き渡し時期を前倒し
- 次期以降を見据え、コンバージョン等の新たな取り組みに向けて準備

◆ 業態別売上高と売上高構成比



◆ セグメント利益

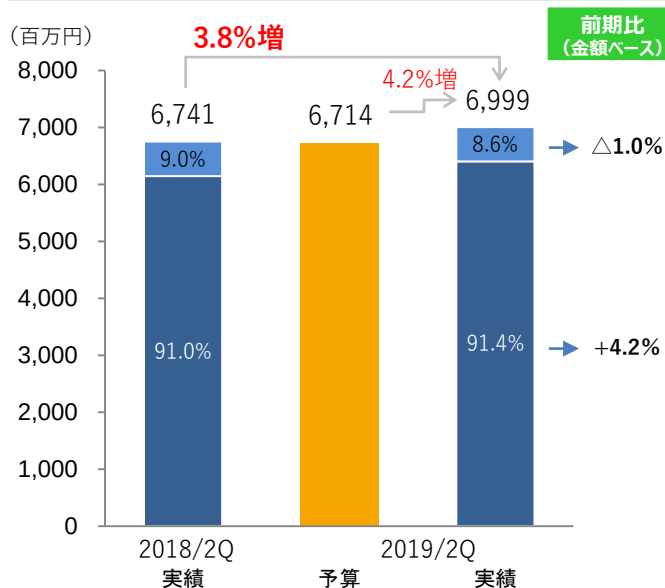


情報通信事業

<仕向け別売上高とセグメント利益>

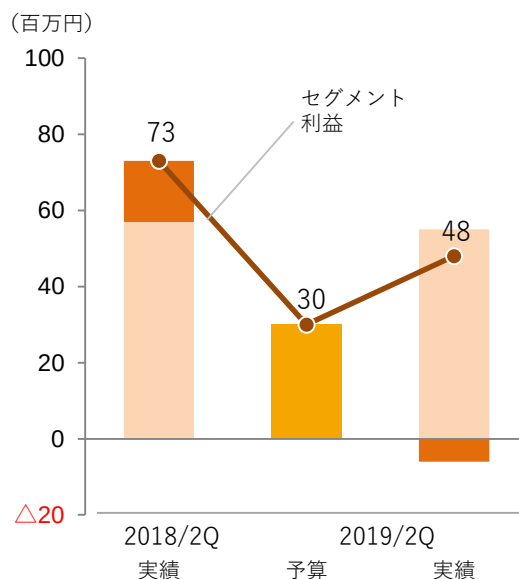
- 残存者メリットの享受に向け、柱となるショップ事業の強化に重点をおいて投資（接遇力・知識力向上に向けた人材育成、店舗支援施策の実施等）。その一方で、優良店舗網の構築を企図し、店舗の統廃合を推進（直営は2Q末で43店舗）
- 注力する法人向けソリューション事業では下期以降の販売体制を強化。新規商材販売のためのコールセンター整備等を実施

◆仕向け別売上高



※売上高、およびセグメント利益の予算は仕向けごとに開示しておりません

◆セグメント利益



◆法人向けソリューション



LED照明

業務用エアコン

スマートフォン

複合機

PC

ネット回線

ビジネスフォン

モニターカメラ

UTM・サーバー

新電力

節水コマ

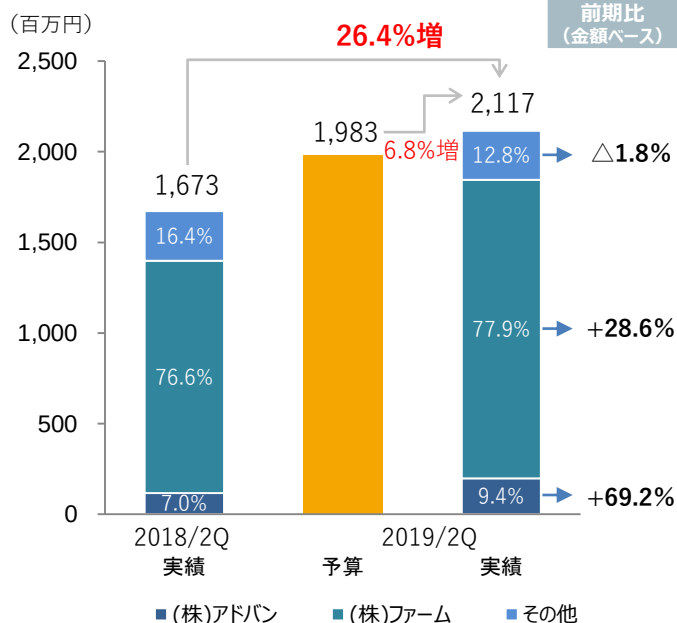
ウォーターサーバー

その他事業

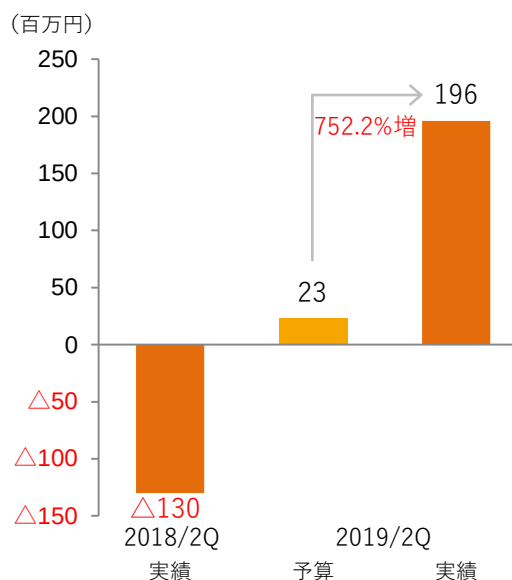
<売上高と主な取り組み>

- 農業公園事業を行う(株)ファームは、3月に巨大アスレチック施設「アルプスジム」をオープンさせた『滋賀農業公園ブルーメの丘』（滋賀）で入園者数が前年同期比65%の増加。前期の『こもれび森のイバライド』（茨城）の「シルバニアパーク」（入園者数は同+33%）を含め、施設の再整備といった集客施策が確実に効果を発揮
- (株)アドバンは、グループ内外への教育ビジネスを通じて想定以上の売上・営業利益を実現

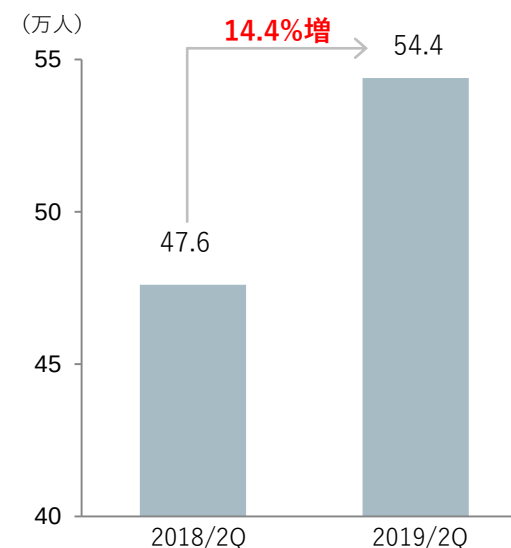
◆売上高の内訳



◆セグメント利益



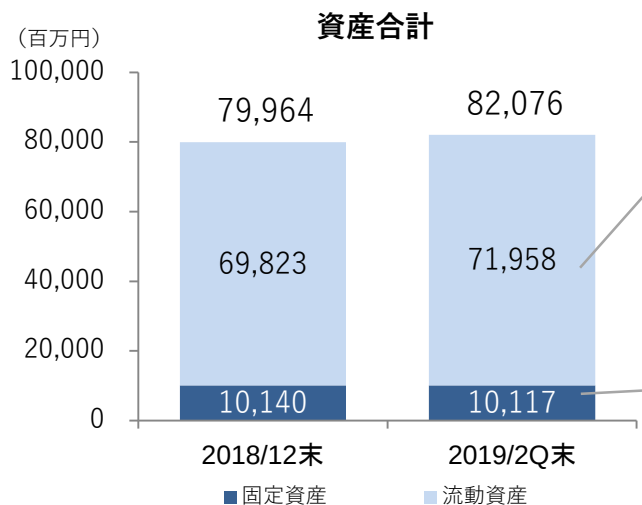
◆入園者数



※売上高、およびセグメント利益の予算の内訳は開示しておりません

財政状態 B/S

- 慎重な仕入れスタンスのもとで販売用不動産が増加、資産・負債は拡大

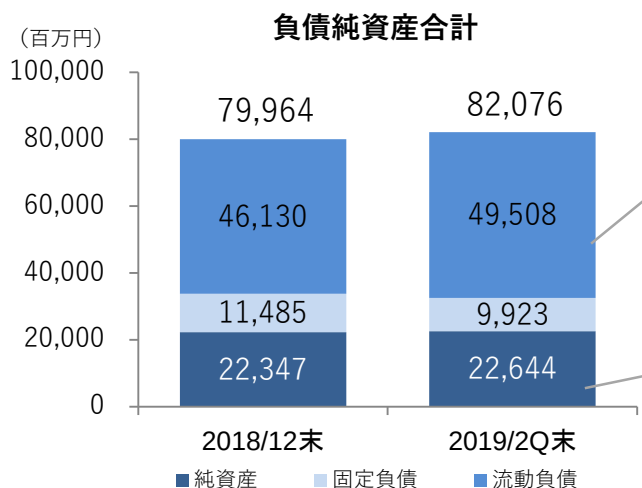


流動資産 71,958 (+2,135)

- ・ 現金及び預金 $\Delta 3,299$ 百万円
- ・ 販売用不動産 + 4,509百万円
- ・ 仕掛販売用不動産 + 2,319百万円

固定資産 10,117 ($\Delta 23$)

- ・ 有形固定資産合計 + 246百万円
- ・ のれん $\Delta 306$ 百万円



負債 59,432 (+1,815)

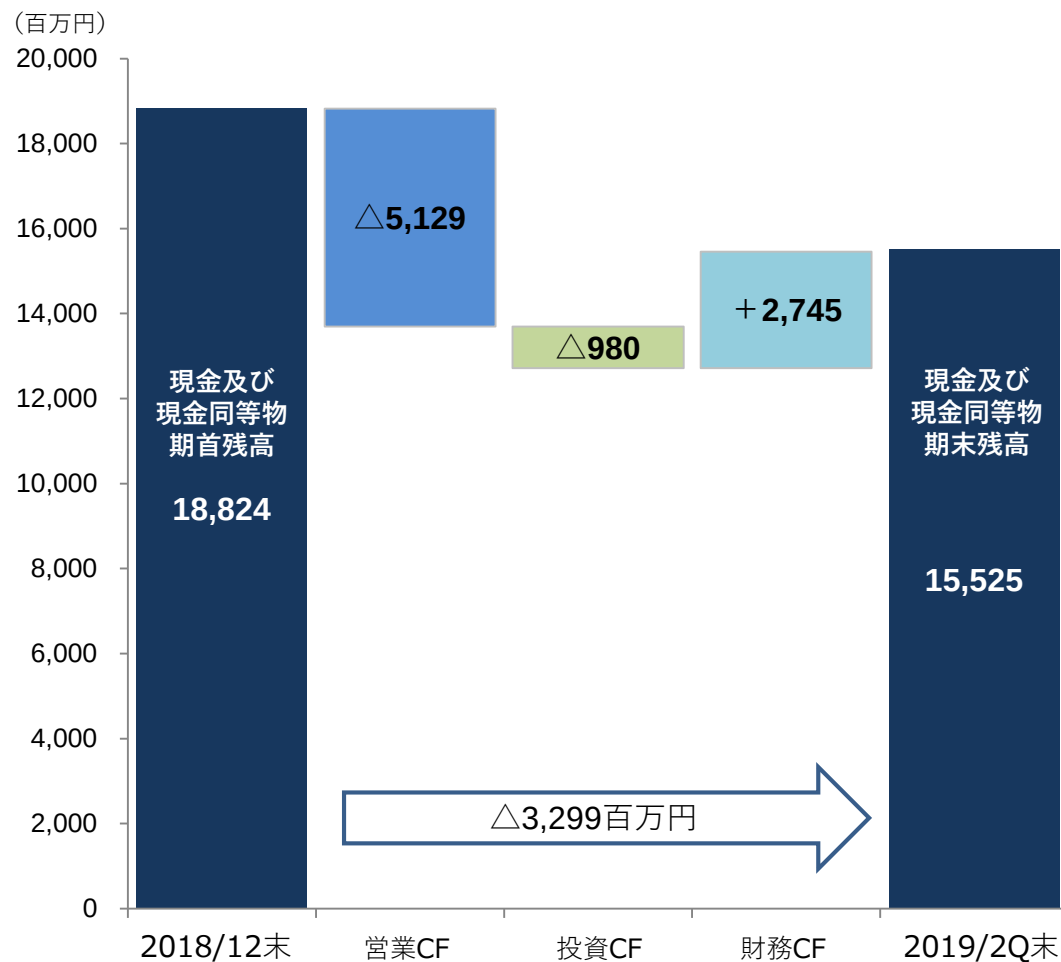
- ・ 短期借入金 + 5,328百万円
- ・ 不動産事業未払金 $\Delta 568$ 百万円
- ・ 未払法人税等 $\Delta 834$ 百万円
- ・ 長期借入金 $\Delta 1,131$ 百万円

純資産 22,644 (+296)

- ・ 利益剰余金 + 305百万円

キャッシュフロー

- 営業C F は5,129百万円の資金流出、投資C F は980百万円の資金流出、財務C F は2,745百万円の資金流入



営業CF

・税金等調整前四半期純利益	2,596百万円
・販売用不動産の増減額	△6,828百万円
・法人税等の支払額	△1,701百万円
・法人税等の還付額	847百万円

投資CF

・有形固定資産の取得による支出	△592百万円
・非連結子会社株式の取得による支出	△174百万円
・無形固定資産の取得による支出	△118百万円

財務CF

・短期借入金の増加	3,551百万円
・長期借入れによる収入	2,535百万円
・長期借入金の返済による支出	△1,887百万円
・配当金の支払額	△1,397百万円

Ⅱ． 2019年12月期 業績見通し



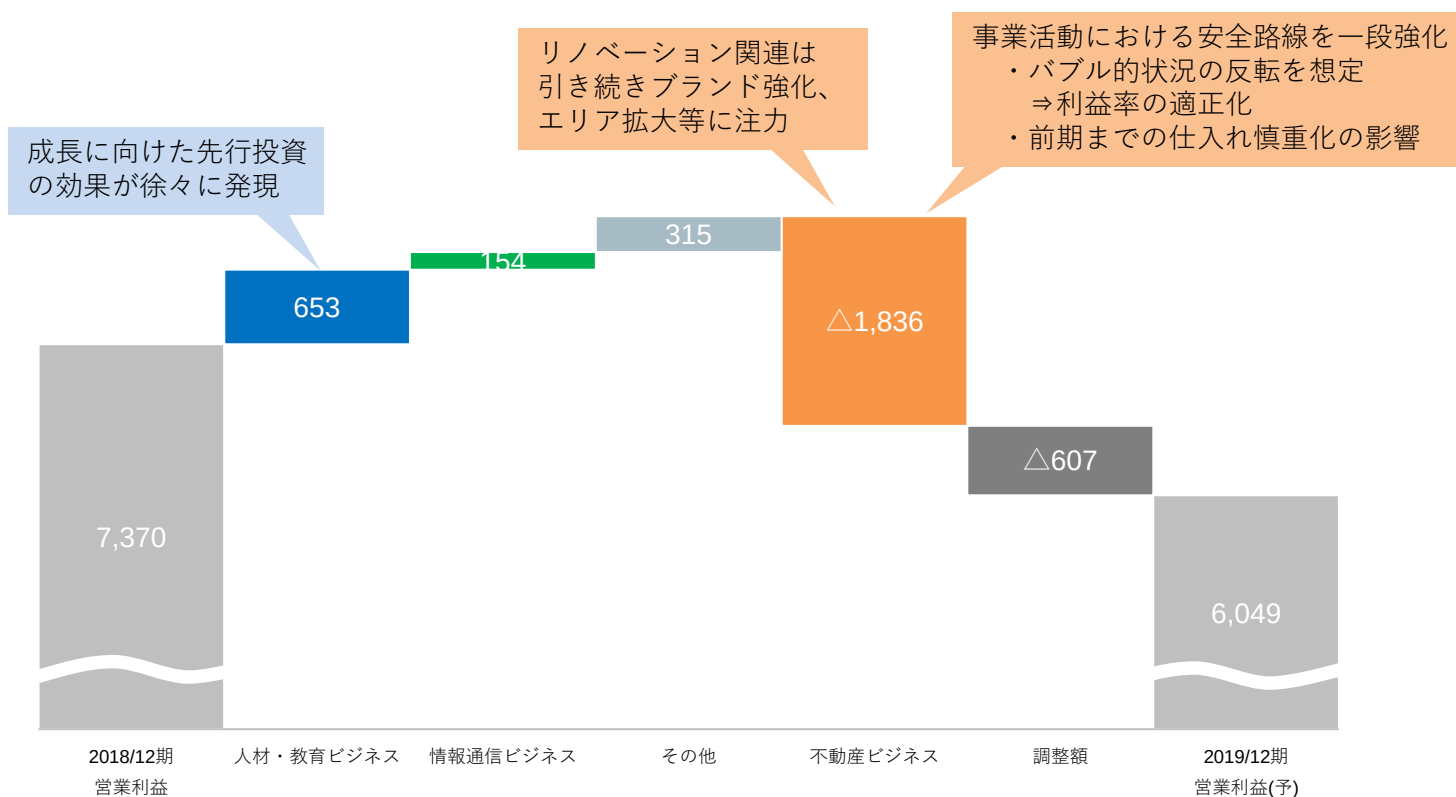
2019年12月期 通期業績見通し

- 新中期経営計画にそった戦略の遂行により人材・教育ビジネスの成長が持続、同ビジネスの5カ年計画策定当初を上回る売上拡大に伴い、バブル的な外部環境の反転も想定した不動産ビジネスは、従前にも増して安全重視の戦略へ

単位：百万円、%	2018/12 実績	2019/12 見通し	前期比	
			増減額	増減率
売上高	142,894	155,452	12,557	8.8
営業利益	7,370	6,049	△1,321	△ 17.9
経常利益	7,357	5,910	△1,446	△ 19.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,650	3,672	△978	△ 21.0
一株当たり利益（円）	276.38	218.11	△58.27	△ 21.1
一株当たり配当金（円）	83.0	65.5	△17.5	△ 21.1

2019年12月期 営業利益増減要因

- 不動産事業ビジネスは外部環境への耐性を強める収益構造変化の過程にあり、デベロップメント関連の仕入れ慎重化などを予算に反映。一方でリノベーション関連については拡大継続を見込む



セグメント別 通期業績見通し

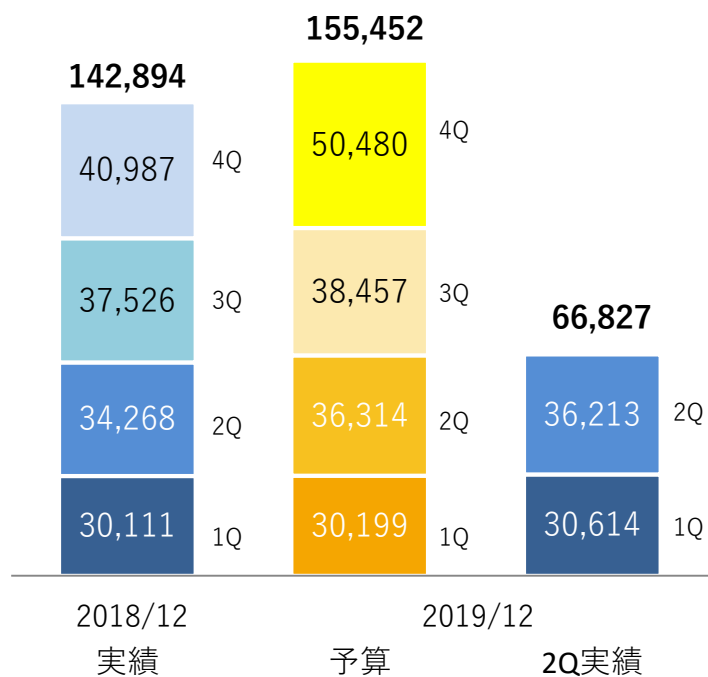
- 基幹事業の人材・教育ビジネスにおいては、全事業が増収増益の見込み

単位：百万円、％			2018/12 実績 (利益率)		2019/12 見通し (利益率)		前期比	
							増減額	増減率
人材・教育ビジネス	ファクトリー事業	売上高	49,524		53,427		3,903	7.9
		セグメント利益	3,169	(6.4%)	3,309	(6.2%)	140	4.4
	テクノ事業	売上高	15,200		18,228		3,028	19.9
		セグメント利益	1,337	(8.8%)	1,548	(8.5%)	211	15.8
	R & D 事業	売上高	6,779		7,638		859	12.7
		セグメント利益	559	(8.3%)	719	(9.4%)	160	28.6
	セールス&マーケティング事業	売上高	3,533		4,066		533	15.1
セグメント利益		△ 100	—	40	(1.0%)	140	(—)	
計 (参考)		売上高	75,038		83,361		8,323	11.1
		セグメント利益	4,964	(6.6%)	5,617	(6.7%)	653	13.2
不動産ビジネス	不動産事業	売上高	52,011		56,063		4,052	7.8
		セグメント利益	4,589	(8.8%)	2,753	(4.9%)	△ 1,836	△ 40.0
情報通信ビジネス	情報通信事業	売上高	12,376		12,019		△ 357	△ 2.9
		セグメント利益	3	(0.0%)	157	(1.3%)	154	5,133.3
その他	その他事業	売上高	3,467		4,008		541	15.6
		セグメント利益	△ 270	—	45	(1.1%)	315	(—)
合 計		売上高	142,894		155,452		12,558	8.8
		消去又は全社	△ 1,917		△ 2,525		(—)	(—)
		営業利益	7,370	(5.2%)	6,049	(3.9%)	△ 1,321	△ 17.9

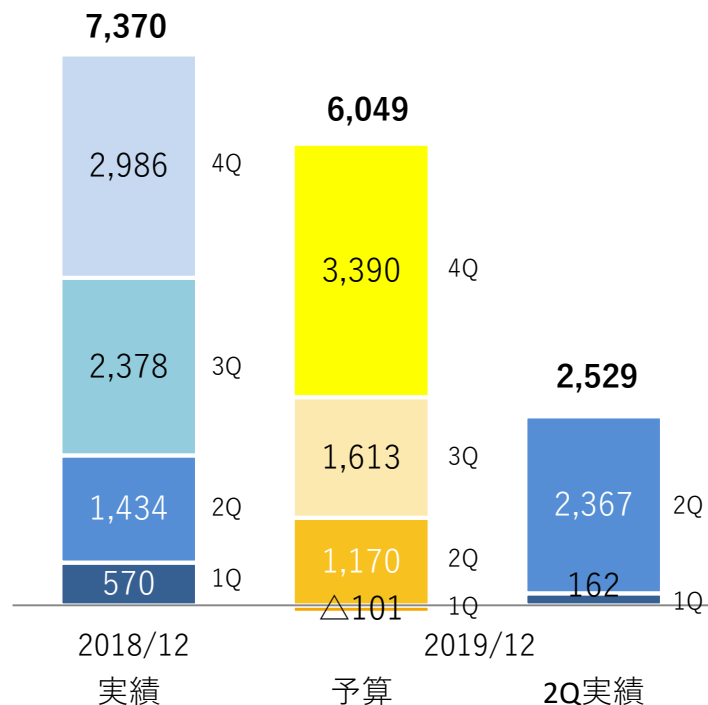
四半期業績見通し

- 経営の透明性向上を図り、株主・投資家の投資判断に資するため、引き続き四半期ベースの業績予想を開示

売上高



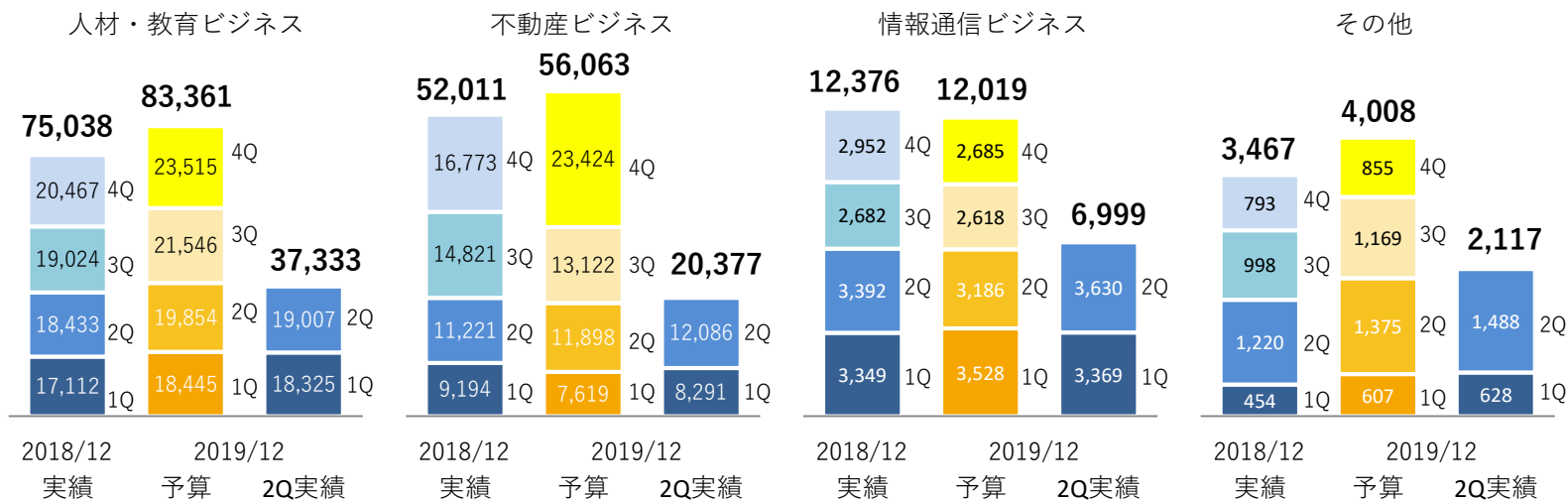
営業利益



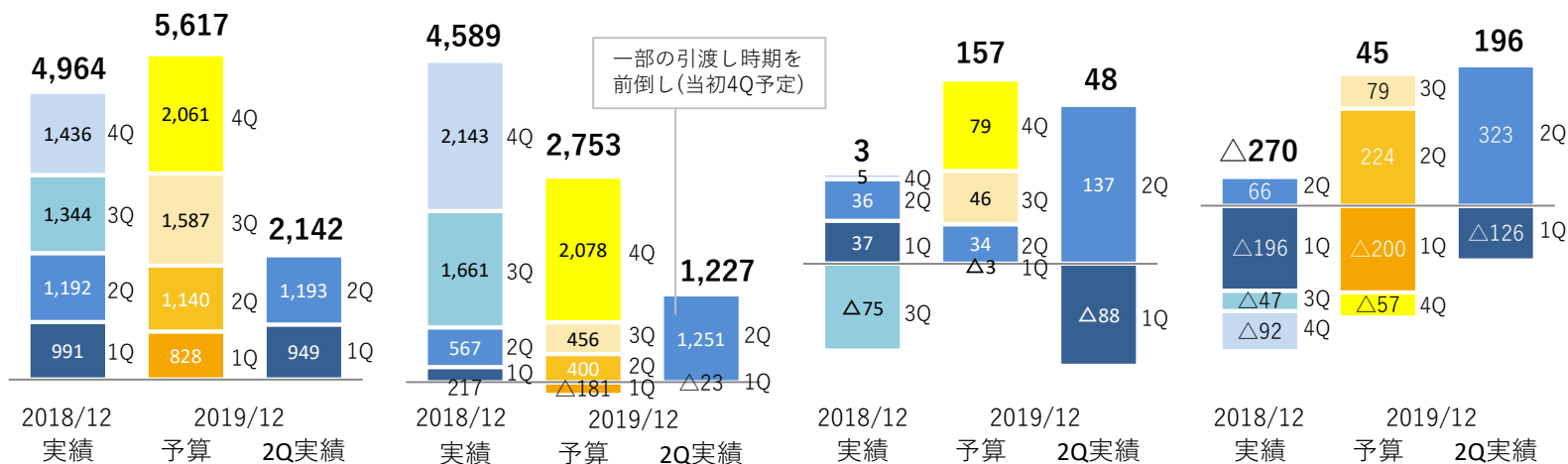
1Q
 2Q
 3Q
 4Q

セグメント別 四半期業績見通し

売上高

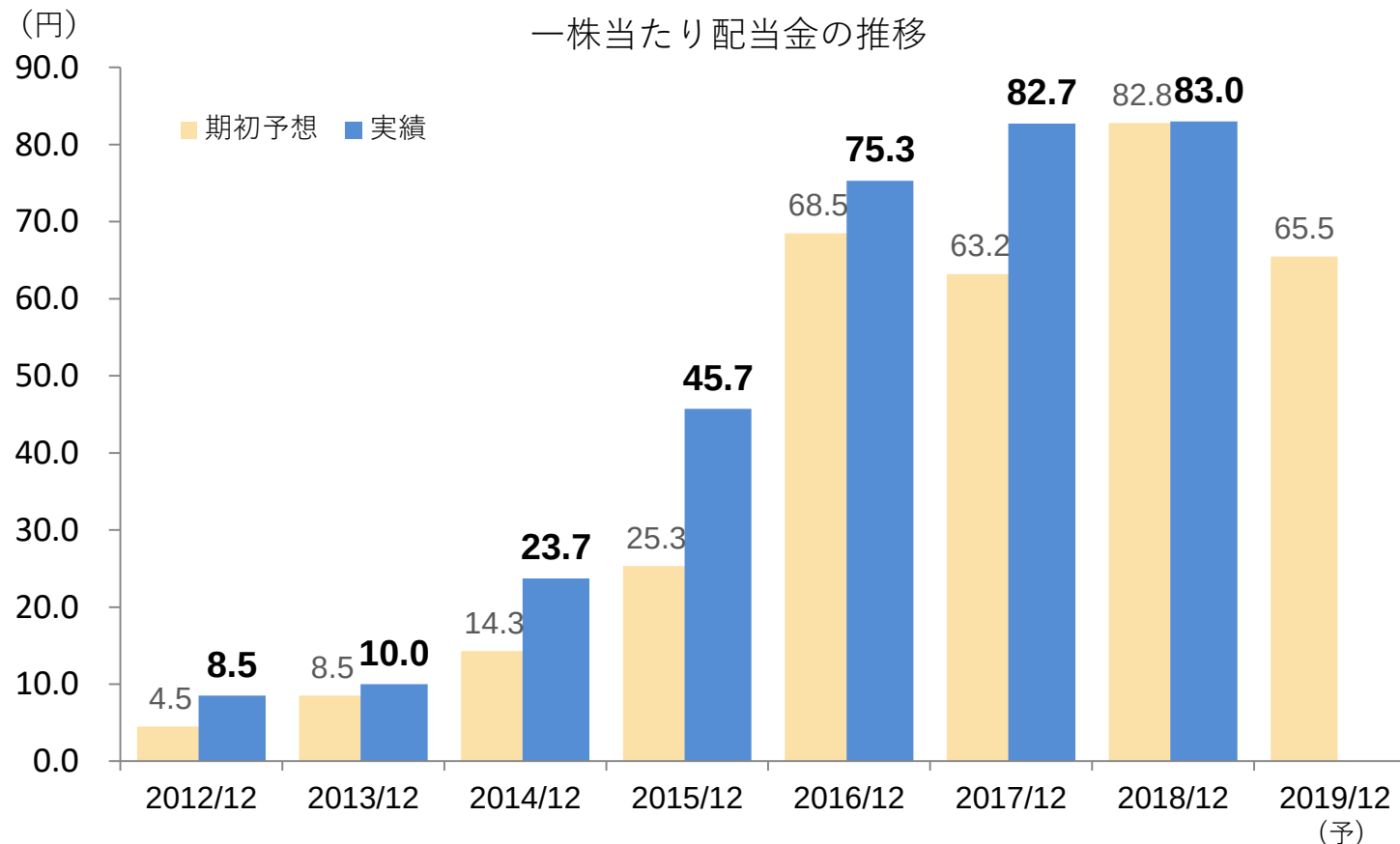


セグメント利益



株主還元

配当性向30%を目安とし、安定的かつ継続的な配当成長を目指す



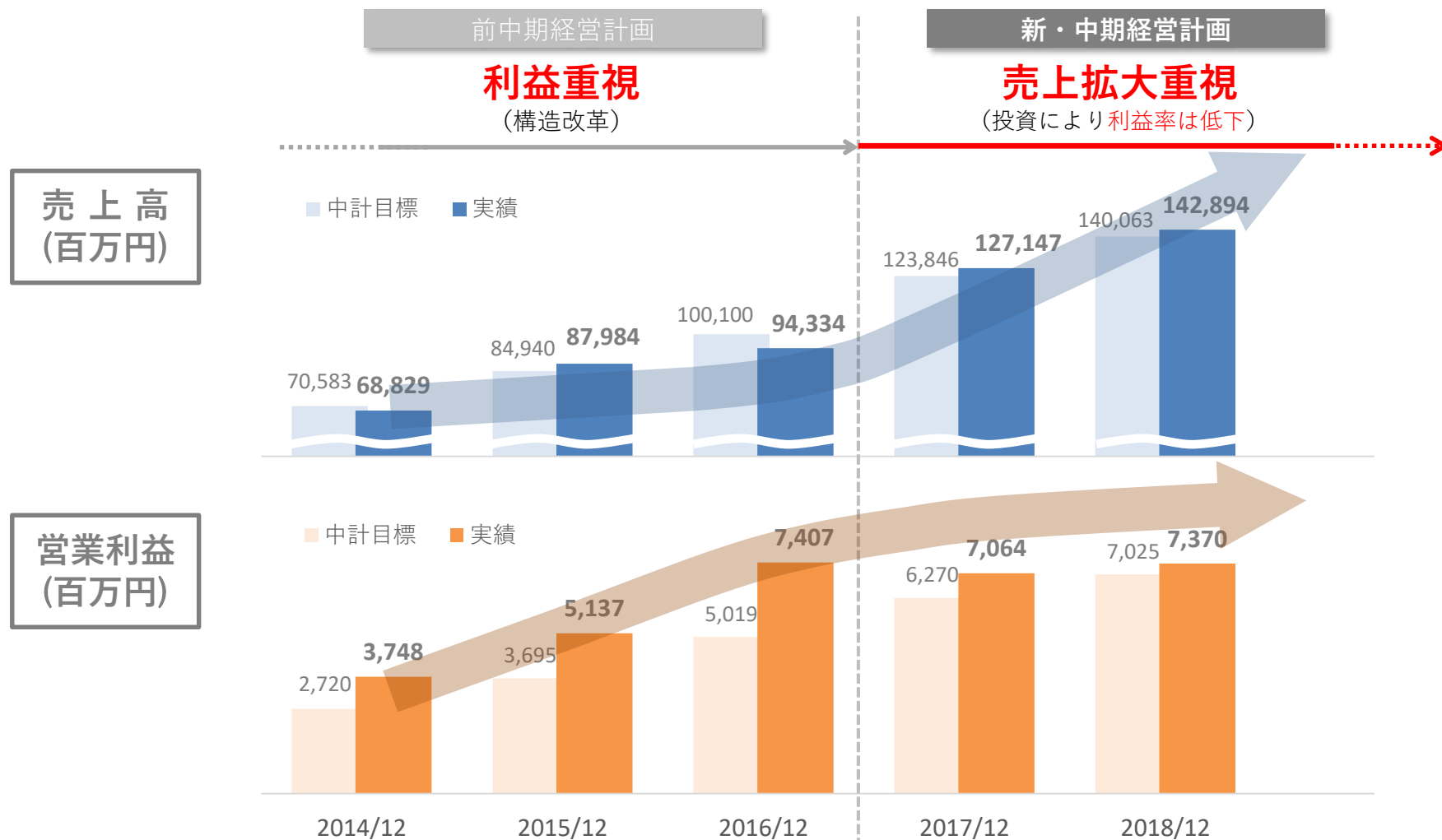
※業績予想及び配当予想につきましては、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

Ⅲ. 新・中期経営計画2021 ローリングプラン



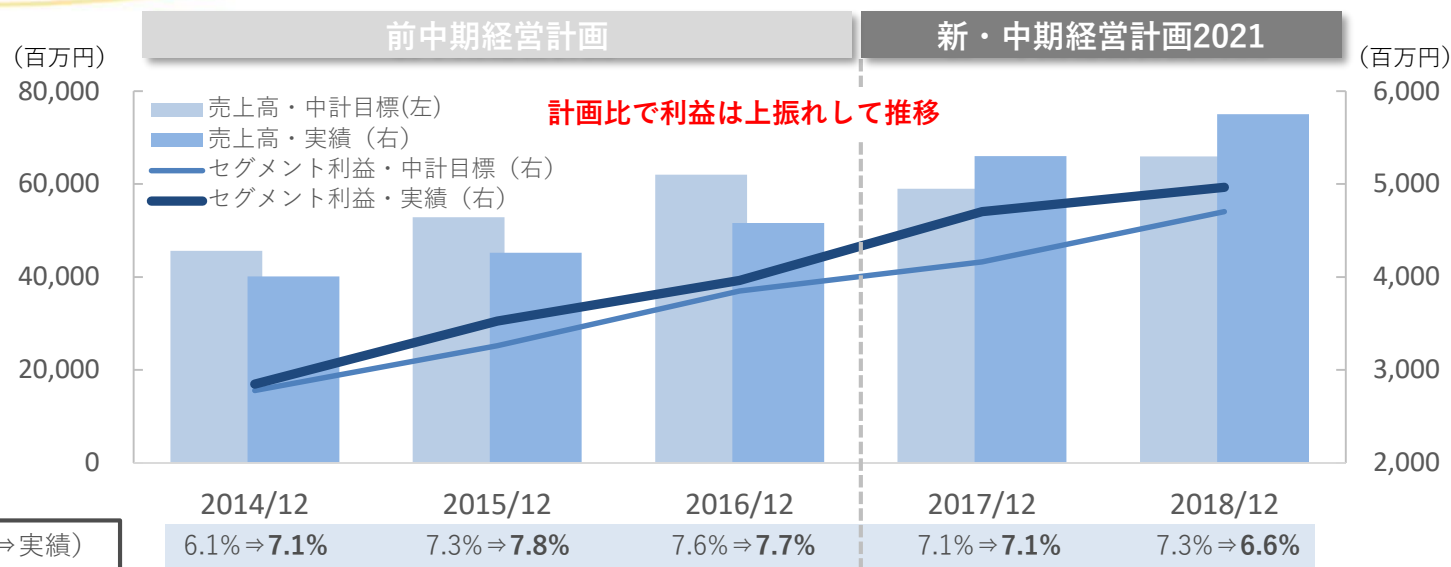
2017年～2019年上期までの振り返り①

ここまでは新・中期経営計画2021（**売上拡大重視**）に概ね沿った進捗



2017年～2019年上期までの振り返り②

人材・教育 ビジネス



【これまでの取り組み】

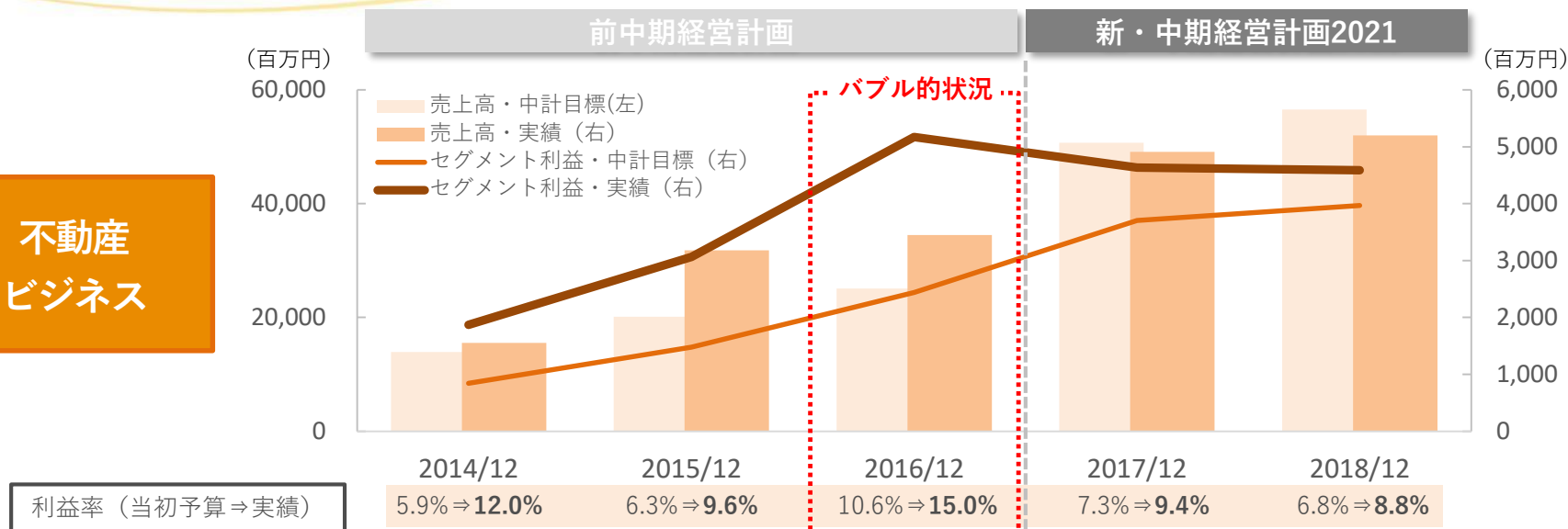
将来の成長を見据えた各種先行投資の実施

⇒ 人材育成体制の強化、評価制度改革、組織づくり
 = 技術・技能の強化と成長に向けた仕組みづくりが進捗
 次なるステージへの準備が整った

売上：○
 利益：○

2017年～2019年上期までの振り返り③

不動産
ビジネス



【これまでの取り組み】

デベロップメント関連は適正規模の範囲で着実な推移
その他の領域強化に注力し、リノベーションを伸長
＝バブル期の中で確実に大きな利益を確保した

売上：△
利益：◎

ローリングプラン策定の背景

M&A市場が高騰し加速エンジンとしてのM&Aが高リスクと判断
不動産市況のバブルが想定以上に長期化



環境の変化に対応し、**無理な拡大路線はとらない**



基本戦略を一部修正し、堅実な成長を目指す

基本戦略を遂行する中で『当社らしさ』を追求

ワールドホールディングスの『当社らしさ』とは…

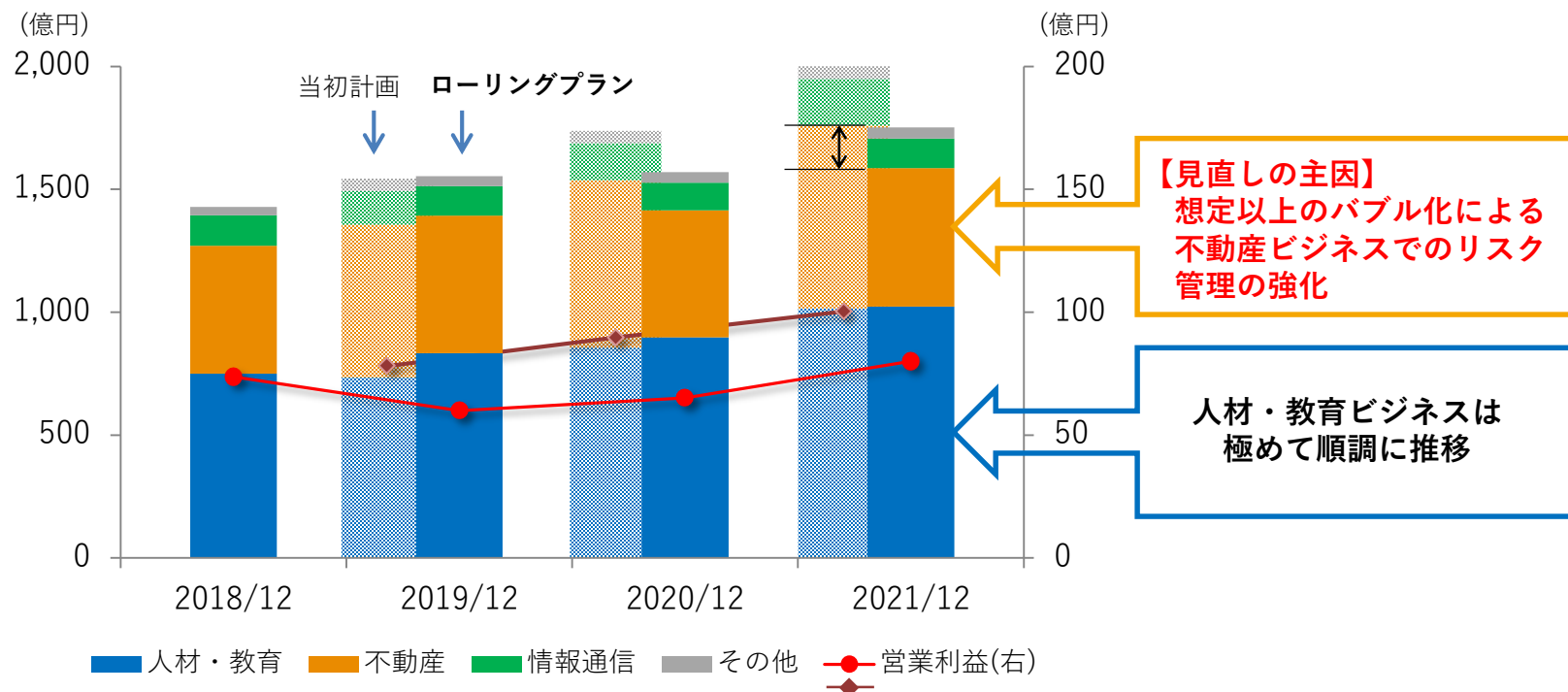
中長期的な将来性を的確に見据えた上で…

- ・ 各事業の適正規模を適宜見直し、自力成長をベースに拡大。短期的な経済動向のみを追わずリスクマネジメントにより安定成長を図る
- ・ M&Aによる規模拡大は追わない。ただし、戦略上必要な機能は企業価値と価格を冷静に判断した上でM&Aを実施
- ・ イノベーションを起こしながら業界内での独自ポジションを追求

2021年 数値目標

策定当初の売上高 2,000億円、営業利益100億円から見直し

	2021年	(ご参考) 2018年
売上高	1,750億円	1,428億円
営業利益	80億円	73億円
ROE	20%	23.9%
配当性向	30%	30.0%



人材・教育ビジネス（現状分析および今後の基本戦略）

当初 想定

- ・ 派遣法改正、人手不足感、アウトソーシングニーズの拡大
⇒ 法改正に対応できない企業の退出
⇒ コンプラアンス対応可能な人材企業へのニーズの集中

環境 変化

- ・ 業界淘汰の動きが緩やか
- ・ 働き方改革に向けた動きの本格化

基本 戦略

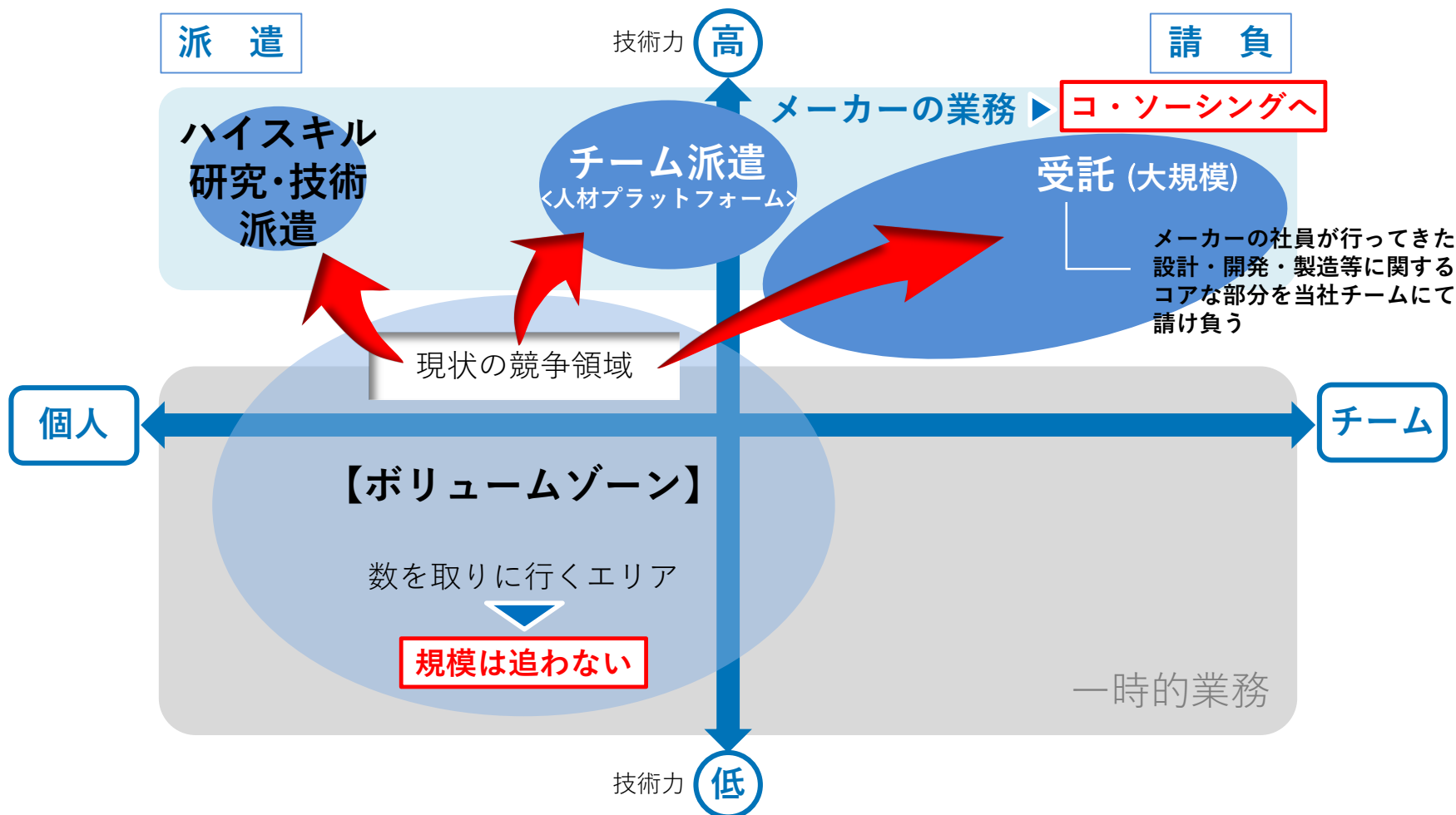
高リスクなM&Aはせず自力成長に注力

- ・ ものづくり領域でブランドNo.1へ
⇒ 目指すポジションをぶらさず明確に戦略を推進
⇒ イノベーションによって新たな領域を開拓・進出
- ・ 真の企業パートナー コ・ソーシング*へ
⇒ マネジメント力・ノウハウ・高いスキルを醸成し組織化
⇒ 中長期的な視点による人材・組織構築
- ・ セグメント間の連携強化と新たなニーズ対応
⇒ クライアントの深掘りと高齢者派遣や副業等の社会的ニーズ対応

*クライアント本来のビジネス上に必要なコアなノウハウとHR部分を切り分け、HR部分を全面的に支援することで、クライアントの経営課題に対し“共に”取り組んでいくハイレベルなアウトソーシングの姿

人材・教育ビジネス（基本戦略） ▶ ポジション

人材育成への戦略投資により、ものづくり領域でブランドNo.1へ
【景気変動に左右されない高領域への進出、強い人材集団の形成】



人材・教育ビジネス（基本戦略） ▶ 当社らしさ

コ・ソーシングを実現、企業の真のパートナーへ

当社らしさ

高

差別化領域

経営課題へのソリューション提供力
(市場動向分析、組織化された高度人材の提供)

人材プラットフォーム
(育成した高度人材の組織化)

差別化が図りにくい領域

(従来のアウトソーシング)

動員力

(人材を確保する力)

真の企業パートナーへ
(コ・ソーシング)

スキル+マネジメント教育
⇒PM/PLの輩出

育成

評価

組織化

自身のロードマップが
しっかりと描ける
人事評価制度の整備

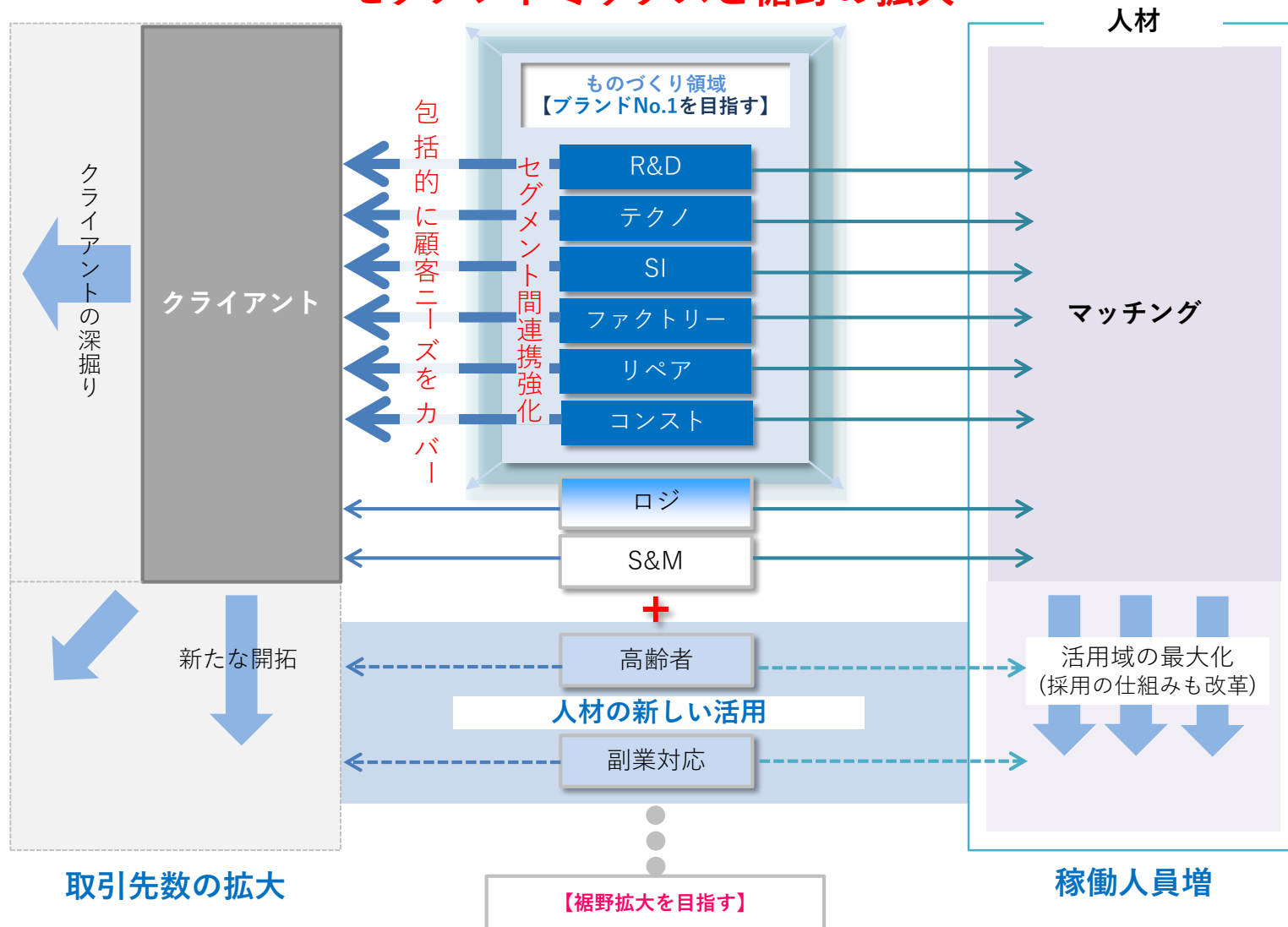
高度な組織を形成
請負・受託の幅拡張

低

競合度

人材・教育ビジネス（基本戦略） ▶ 方向性

セグメントミックスと裾野の拡大



不動産事業（現状分析および今後の基本戦略）

策定当初 想定

- ・マンション市場拡大、建設関連労働者の不足、インバウンド等
⇒ 地価、建築関連コストの高騰と販売価格の上昇
⇒ 旺盛なホテル（事業用地）需要、首都圏への強い不動産需要

環境 変化

不動産市況は想定以上にバブル状況が継続

基本 戦略

デベロップメント関連の仕入れはより慎重に対応、適正規模を見直し
投資領域を明確にし事業ドメインを増やす

- ・デベロップメント関連は新たな適正規模の範囲内で安定成長
- ・成長分野として再生事業（リノベーション、コンバージョン）に注力

再生 事業

リノベーションの強化継続

⇒ ブランド戦略の深化、更なるエリア拡大、営業強化

コンバージョン等の新分野の開拓

⇒ 働き方改革によるシェアオフィス、宿泊施設等の需要拡大に対応

新規 領域

新たな不動産事業への進出

情報通信事業（現状分析および今後の基本戦略）

環境
変化

- ・キャリアによる代理店選別スタンスが継続

今後の
見通し

- ・ARPUの低下によるストック収益の減少、買い替えサイクルの長期化
- ・5G商用サービス開始(2020年)により、顧客ニーズは多様化

基本
戦略

モバイルショップの統廃合の動きが長期化することを想定

- ・優良店舗網の構築に向けた投資の継続
⇒ ショップ運営の健全化および収益安定化を実現
- ・法人向けソリューションにおける商材拡大
⇒ モバイルショップの収益動向の影響度は低下

残存者メリットの享受と、新たな収益モデルの構築

その他事業

シルバニアパーク＜こもれび森のイバライド（茨城）＞
アルプスジム＜滋賀農業公園ブルーメの丘（滋賀）＞
の成功（入場者数増加）⇒ 他施設の再生プラン立案に活用し、早期の収益化を実現

シルバニアパーク



アルプスジム



成功要素を横展開

中心事業である農業公園事業＜(株)ファーム＞を通じて
地域の人、文化に貢献

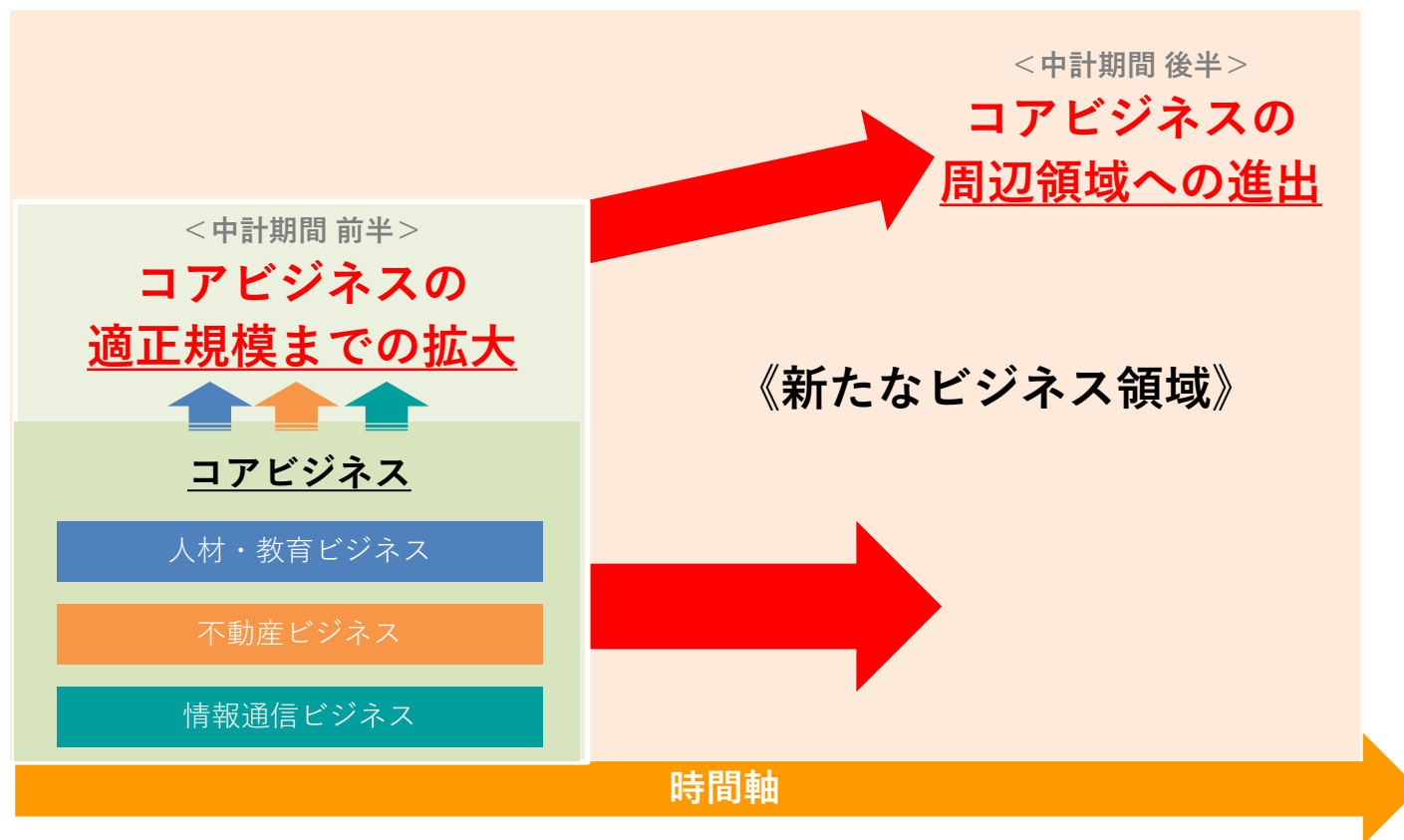
⇒ 施設を再生し、地域活性化を実現
（自然とのふれあいを通じた子供たちの育成や、幅広い雇用の創出）

IV. Appendix



バランス経営による拡大

コアビジネスを中心とし、適正規模によって最適な利益パフォーマンスを追求し、安定的な成長による既存事業の拡大を図る。さらにその周辺にある新たな領域へ適正規模で進出することによって、新たなサービスの提供を図る。



人材・教育ビジネス（基本戦略）補足

人材プラットフォームの構築をはじめとする人材育成プロセス
【既存社員に対する多彩なキャリア形成支援体制の強化】

未経験者にも
『学び直し』の機会提供

集める力

幅広い選択肢

R&D

テクノ

SI

FC

スタッフィング

スキルアップ

(FC⇒テクノなど、事業部をまたぐ転向も)

充実した人材育成プログラム

キャリア
アップ

人材プラットフォーム

高い技術力
高収入

安定した就業環境

『学び直し』を
サポートし
長期的に働く場を提供

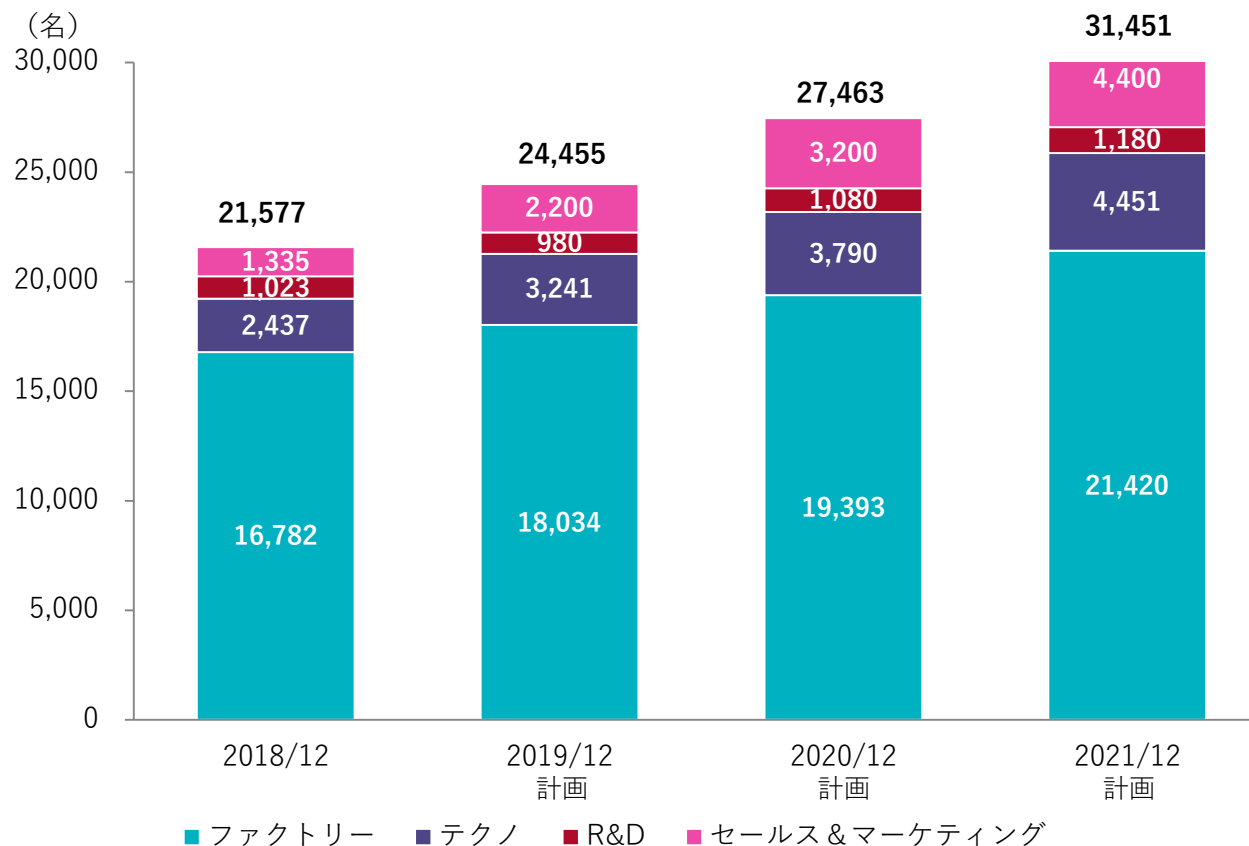
人事制度の整備による社員のロードマップの明確化

新たな
母集団の
創造

集まる力

ブランディング

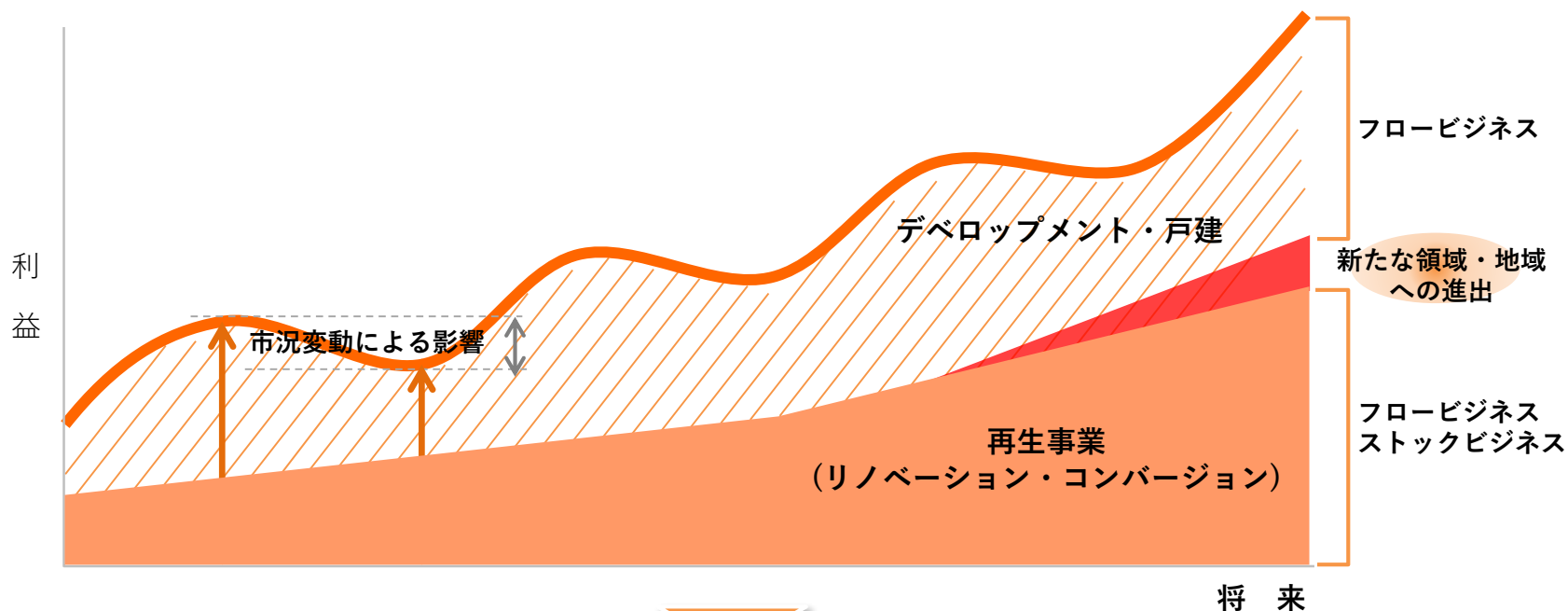
新・中期経営計画2021 ローリングプラン 在籍人数計画



※ ファクトリーの在籍者数については他社受入の外部人員を含む

不動産事業（基本戦略）補足

地域戦略の遂行を通じて実現を目指す事業ポートフォリオ
【景気変動に左右されにくい利益構造の実現】



ストックビジネスの強化に伴い、資金回転率も最適化

⇒適切なタイミングによる

①仕入れ積極化への転換、②新規事業への参入 等が可能に

本資料に関するお問い合わせ

株式会社ワールドホールディングス

経営管理本部 広報IR室 西原 範朗

TEL 03-3433-6005

E-MAIL irinfo@world-hd.co.jp

URL <http://www.world-hd.co.jp/>

本資料のいかなる情報も、弊社株式の購入や売却などを勧誘するものではありません。
また、本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での弊社の判断であり、
その正確性を保証するものではなく、今後、予告なしに変更される事があります。
万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、弊社及び情報提供者は一切
責任を負いませんのでご承知おきください。