

ナイキ B (NKE)

【セクター】 アパレル

【市場】 NYSE

【企業概要】

スポーツ用品の世界的企業です。ナイキブランドのスポーツ用シューズが売上高全体のうち67%を占め、アパレルが26%、その他がスポーツ用品やコンバースブランド、ブランドライセンス事業などとなっています（20年5月期）。プロスポーツ選手との契約を通じた市場開拓に強みを持つほか、技術革新に積極的で多数の特許を取得し、最近では同社の厚底シューズを着用したマラソン選手が活躍していることが話題になっています。

【業績】（単位：売上高、純利益は百万ドル、EPS、1株配当、BPSはドル、ROE、自己資本比率は%、純利益、EPSは調整後ベース）

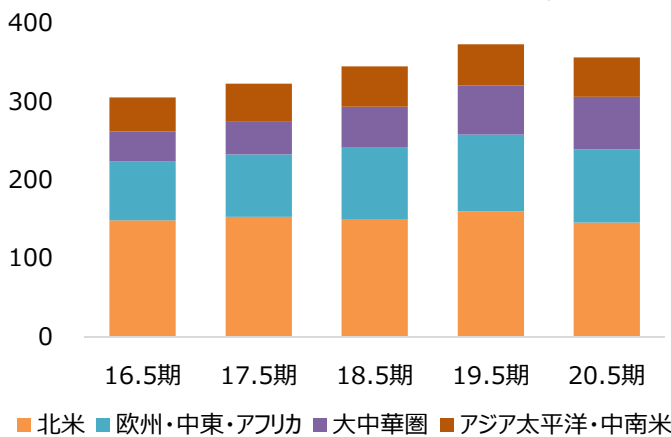
決算期	売上高	純利益	EPS	1株配当	BPS	ROE	自己資本比率
19.5期	39,117	4,029	2.49	0.86	5.8	42.7	38.1
20.5期	37,403	2,891	1.82	0.96	5.2	29.7	25.7
21.5期（予）	41,773	4,476	2.83	1.03	6.0	49.1	-

※EPS：1株当たり利益、BPS：1株当たり純資産、ROE：株主資本利益率

（出所）BloombergのデータよりSBI証券作成

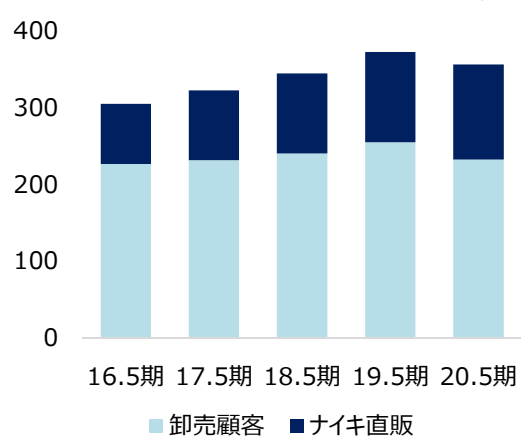
【主要指標】

ナイキブランドの地域別売上高（億ドル）



（出所）会社資料よりSBI証券作成

ナイキブランドの流通経路別売上（億ドル）



（出所）会社資料よりSBI証券作成

【会社の見方】

2017年に公表された新たな戦略である「トリプル・ダブル・ストラテジー（イノベーションのスピードとインパクト、製品発売までのスピード、消費者との直接のつながりの3つを倍増させる戦略）」が奏功し、新型コロナの影響もあり2020年5月期は減収となったものの、売上高の基調は右肩上がりとなっています。20年1月に就任した新CEO（最高経営責任者）のジョン・ドナヒュー氏はIT企業サービスナウのCEOを務めた人物で、ナイキのデジタル戦略への注力がうかがえます。

【見通し・注目点】

3-5月期は新型コロナの影響を受け多くの実店舗が閉鎖されるなか、売上高は前年同期比38%減となりました。しかしながら、6-8月期の売上高は同1%減にとどまり、同社は新型コロナによる売上高の落ち込みへの耐性を示すことができました。また、ネット販売のナイキ直販が大きく伸びたことで、全体の粗利益率は新型コロナのパンデミック前の水準へと回復しています。

（SBI証券 投資情報部 中川 潤一）

（更新日 2020/9/25）

本資料は投資判断の参考となる情報提供のみを目的として作成されたもので、個々の投資家の特定の投資目的、または要望を考慮しているものではありません。投資に関する最終決定は投資家ご自身の判断と責任でなされるようお願いいたします。万一、本資料に基づいてお客様が損害を被ったとしても当社及び情報発信元は一切その責任を負うものではありません。本資料は著作権によって保護されており、無断で転用、複製又は販売等を行うことは固く禁じます。本資料の内容は作成時点のものであり、信頼できると判断した情報源からの情報に基づいて作成したものです。正確性、完全性を保証するものではありません。本資料に記載の情報、意見等は予告なく変更される可能性があります。