



2025年4月1日

各位

上場会社名 株式会社ダブルユー
代表者名 代表取締役 肖俊偉
(コード番号：7683 東証プライム)
問合せ先 取締役 丁 蘊
(TEL.03-5423-3601)

2025年1月期 決算に関する質疑応答集

この質疑応答集は、2025年3月17日に発表しました2025年1月期決算について、当社で想定していました質問と株主、投資家などの方々との質疑応答の主なものをまとめております。なお、本開示は、市場参加者の皆様のご理解を一層深めることを目的に当社が自主的に実施するものであります。

決算内容の詳細につきましては、末尾<ご参考>に記載しております決算短信及び決算説明資料をご覧ください。

Q1：2025年1月期は増収・減益、通期予想に未達との結果でしたが、その要因を教えてください。

A：売上高については、ダブルユーや卑弥呼は堅調に推移いたしました。しかし、香港の景気悪化による小売業全体の低迷が影響し、香港子会社の売上高が減少したことから、前期比では増収となりましたが、通期予想は未達となりました。

営業利益は、香港子会社の売上高の減少に加え、急激な円安による仕入原価の高騰及び材料費や賃上げによる人件費の上昇の影響が重なったため、前期比では減収となり通期予想も未達となりました。

Q2：香港の景気悪化により香港子会社が不調とのことですが、中期経営計画の中で挙げている海外事業の強化についてはどうお考えでしょうか。今後の海外事業の戦略を教えてください。

A：香港の景気が悪化している要因としては、為替の影響があります。香港ドルは米ドルに固定されているため、他国通貨に対し香港ドル高となった結果、香港以外の中国本土や日本などでの買い物客が増加し、香港全体で小売業が不調になっています。

今後の香港での店舗運営については、コロナ禍明けに上昇したテナント料の低減交渉の実施により販売費及び一般管理費の削減を実施していく予定です。香港全体で小売業が不調なことから、コロナ禍の時期と同様にテナント料は下がる傾向にあります。テナント料が下がることで、2025年1月期と同水準の売上高でも利益を出せると見込んでおります。

また、2025年1月期に MISCH MASCH を香港で2店舗出店いたしました。まずは、顧客のファン化を目指して店舗運営を行ってまいります。洋服は靴よりも年間での購入点数や商品単価が高いことから、商品はもちろんのこと、質の良いサービスを提供し、顧客のファン化を図っていくことで、売上拡大が

可能だと考えております。

Q3： 卑弥呼でイタリアの高級ブランド Atlantic STARS とのコラボスニーカーの販売を開始しましたが、感触はいかがでしょう。

A： 2024 年春にスニーカー・スポーツサンダルのシリーズ「HIMIKO Lite」を発売し、大変好調な売れ行きとなりました。「HIMIKO Lite」のスニーカーは価格帯の中心が2万円前後となっています。スニーカーとしては高価格帯にはなりますが、卑弥呼ブランドの中では、他の靴と比較すると相対的に安い価格帯になります。そこで、Atlantic STARS とのコラボによって価格帯が3～4万円のスニーカーを創出し、より高価格帯のスニーカーに参入しました。販売開始後の感触としては問い合わせも多数頂いており好調なスタートが切れていると思っております。

Q4： ダブルエー単体の既存ブランドの出店は純減となっていますが、今後の出店方針について教えてください。

A： 2025 年1月期は、ダブルエー単体での店舗数は減少いたしました。今後の店舗展開としては、実店舗やオンラインなどの販路に対する戦略や、靴及び洋服に対する戦略など総合的に検討を行っております。

現在の市場環境としては、優秀な人材を採用するのが難しくなっていることや、内装費や人件費の高騰により出店費用が増加していること及び人手不足による工期の延伸などもあり、以前に比べ新規出店が難しくなっています。このような環境のもと、オンライン販売や BtoB 販売などでの売上が拡大してきていることから、店舗数を増やすことを追求するのではなく、不採算店舗は閉店し、収益性の高い店舗に経営資源を投下することで、資本効率を意識した店舗展開を行っていく方針です。

また、4月1日から婦人服ブランドの 31 Sons de mode (トランテアン ソン ドゥ モード) が事業譲受により新しいブランドとして加わります。譲り受ける 13 店舗について、早期に採算性高めていく必要があると考えております。

Q5： 2023 年6月に立てた中期経営計画に対する現時点での自己評価はいかがでしょう。また、今期予想を見る限り目標未達となる見込みですが、新しい計画の策定はいつごろを考えていますか。

A： 2023 年6月に開示した3年間の中期経営計画では、2026 年1月期の業績目標は、売上高 260 億円、営業利益 40 億でした。今期が中期経営計画の最終年度になりますが、通期予想で売上高 265 億円、営業利益が 24.8 億円ですので、売上高は中期経営計画対して5億円増、営業利益は約15億円減の予想になっています。

当初の中期経営計画は 135 円/ドル前提で作成しており、円安が進む中で、商品価格への転嫁や SPA による企画・生産・販売の効率化、在庫調整によるロスの減少を進めました。しかし、円安の影響を完全に吸収することが難しく、また、材料費や物流費の上昇、賃上げによる人件費の上昇の影響が重なり、計画策定時点と比較してコストが増加した結果、当初営業利益を下回る目標となりました。

しかしながら、売上高は目標に届く見込みで推移しております。これを踏まえ、今後も円安が続くことを前提に、円安の状況下でも利益を確保できる仕組みを整備した上で、さらなる売上拡大に取り組みたいと考えております。

また、中期経営計画の目標に近づけるため、まずは今期の計画達成に注力することを最優先と考えて

おります。そのため、新しい中期経営計画につきましては、来期（2027年1月期）中の発表を予定しております。

Q6：過去にはテレビCMやYouTubeでの広告などもされていましたが、2026年1月期での広告宣伝費の方針について教えてください。

A：テレビCMについては今のところ実施の予定はありません。YouTubeなどのSNS広告については顧客にダイレクトにリーチできるため今期も継続予定です。今後はコラボ商品に注力することを考えております。既にスヌーピーとのコラボ商品を発表しておりますが、インフルエンサーとのコラボなども企画しております。多額の広告宣伝費を使うのではなく、コラボ商品など広告効果の高い施策を実施し売上拡大に努めたいと考えております。

Q7：2026年1月期の業績予想について、営業利益が前期比で48.7%プラスの予想となる前提を教えてください。

A：今期は店舗の収益性を考慮しながら実店舗を出店するとともに、オンライン販売やBtoB販売によって売上高を拡大する計画としております。それにより、人件費や販売費及び一般管理費の増加を抑制しながら売上拡大を図っていくことが可能です。

また、MISCH MASCHも今期で3年目になりますので、これまで以上に利益貢献が期待できると考えております。さらに、前期(2025年1月期)から、BtoB販売が好調になってきております。BtoB販売は人件費やテナント料を抑えて、これまで出店していない地域にも商品展開が可能のため顧客体験が拡大し、それをきっかけにオンライン販売へつなげることも期待できます。以上のような施策の積み重ねで、前期比48.7%増の営業利益を予想しております。

Q8：アパレルブランド、31 Sons de mode 事業を譲り受けることになったとのことですが、本ブランドの2026年1月期における業績貢献度はどのようにみているのでしょうか。また、本ブランドに対する成長戦略を教えてください。

A：31 Sons de mode（トランテアン ソン ドゥ モード）は、現在13店舗の実店舗を構え、新宿、池袋、銀座などの都心部などの好立地に出店しています。また、ブランドとしても固定ファンがいる確立したブランドであります。MISCH MASCH 事業で培った商品企画やオペレーションの見直し、リブランディングなどのブランド再建ノウハウを活用し、31 Sons de mode（トランテアン ソン ドゥ モード）の更なる成長を実現し、ブランド価値の最大化を図ってまいります。

また、都心部などの好立地に出店している知名度を最大限活用しながら、自社サイトや、他のオンラインサイトへ展開していくことで、将来的にオンライン売上高の比率を高めていきたいと考えております。

今期の秋冬シーズンから当社の企画・生産した商品を中心に投入可能なため、早期の黒字化を目指していきます。

Q9: ブランド数を着実に拡大させていますが、今後の店舗展開及びオンライン販売の戦略などありましたら教えてください。

A: 当社グループではこれまで婦人靴ブランドの ORiental TRaffic を中心に展開し、そこに高価格帯の卑弥呼が加わりました。その間、中価格帯ブランドの NICAL を新規に立ち上げたり、スニーカーブランドとしての ORTR や子供向けブランドの ORKIDS を立ち上げたりしてきました。また、婦人服ブランドとして MISCH MASCH、そして 31 Sons de mode (トランテアン ソン ドゥ モード) と拡大してきております。

今後も、婦人靴と婦人服の両分野でブランドや商品ラインナップのさらなる拡充を図り、お客様のニーズを的確に捉えながら企業規模を拡大していきたいと考えています。

当社グループは、全国に約百数十店舗の婦人靴店舗を展開するとともに、婦人服の店舗も都心などの好立地な場所に出店しています。お客様には、店舗で試着していただけるだけでなく、オンラインで購入し店舗で受け取ることで新たな商品との出会いを提供しています。このように、オンラインとオフラインの双方を活用したブランドとしての競争優位性を生かしながら、店舗展開を進めるとともに、オンライン販売のさらなる拡大を目指してまいります。

<ご参考>

- ・ 2025 年 1 月期 決算短信〔日本基準〕(連結) 2025 年 3 月 17 日公表
- ・ 2025 年 1 月期 決算補足説明資料 2025 年 3 月 24 日公表

以上

免責事項

- ・ 本資料は、当社の企業説明、決算説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券への投資を勧誘することを目的としたものではありません。
- ・ 本資料は、2025 年 3 月 17 日公表の 2025 年 1 月期決算の内容に関して頂戴したお問合せ、感想などの内容に基づき、一部表現を修正して公表するものであります。
- ・ 本資料に記載される情報は、いわゆる見通し情報を含んでおり、当該情報は本資料公表時点における当社の見解であり、将来に関する記述につきましては、今後様々な要因により変動する可能性があることをご承知おきください。