



2025年9月26日

各位

上場会社名 株式会社ダブルエー  
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 執行役員 丹下 祐二  
(TEL.03-5423-3601)

## 2026年1月期第2四半期決算に関する質疑応答集

この質疑応答集は、2025年9月12日に発表しました2026年1月期第2四半期決算について、当社で想定しておりました質問と株主、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. 2026年1月期第2四半期において、売上高は前年同期比+4.3%となる一方、営業利益は△16.8%となりました。その要因についてご説明ください。

A. 第1四半期は旗艦店舗の改装に伴い売上高が減少しましたが、第2四半期においては、新店舗の本格稼働開始に加え、「MISCH MASCH」のオンライン販売をはじめとする各ECチャンネルが好調に推移したこと、また、テレビ通販チャンネルにおける「卑弥呼」等の販売が堅調であったことが、売上高増加に貢献いたしました。しかし、事業譲受を行った「31 Sons de mode」が、当社企画・生産による商品の展開前であったため、前年同期比での大幅な増収には至りませんでした。

一方、営業利益は、旗艦店舗改装費用の影響や「31 Sons de mode」事業譲受による初期費用の発生、人件費や物流費の増加などにより減益となりました。

### Q2. 猛暑によりプロパーで秋冬商品を販売できる期間が短期化すると想定されますが、今年の秋冬商品や販売方法について、どのように対応されるのかお聞かせください。

A. 近年は気温の高い期間が長期化しており、特に本年は真夏日が多く見られました。そのため、秋冬商品の展開時期について、従来は8月後半からの切替を見直し、当該時期においても気温・需要動向に即した商品構成とすることで、販売機会の最大化を図りました。

具体的には、靴に関しては昨年からは展開している夏用のリカバリーサンダルを7月後半から投入し、大変好調に推移したことから、夏物商品を継続して販売することができました。また、例年8月後半に実施している「ORiental TRaffic 感謝祭」については、本年は実施時期を2週間遅

らせることで、需要の高まるタイミングに合わせたプロモーション展開を行い、9月の売上を前年および前々年と同水準に維持することに努めました。

アパレルに関しては、気温の変化が需要に与える影響が大きいため、今後も気候動向を注視しつつ、柔軟かつ機動的な商品展開を進めてまいります。

**Q3. 第2四半期時点の通期予想に対する進捗率は、売上高 44.3%、営業利益 28.6%となっています。下期の業績比重が大きい中で、通期業績予想を達成するためのポイントを教えてください。**

A. 下期は新規出店や改装した旗艦店の本格的な寄与に加え、重衣料の販売増加が見込まれており、12月・1月のセールを例年どおり実施できれば、通期計画の達成に近づけると考えております。また、気温動向を注視しながら、需要に応じた商品を適切に投入することが重要と考えております。特に、中間商品として安定的に売上を確保できる商品の開発・拡充が重要であると認識しております。具体的には、特許を取得済みの新商品「瞬間フィットスニーカー」を今後の主力商品のひとつとして、全面的な展開を進めていく予定です。こうした取り組みを通じて、通期業績予想の達成を目指してまいります。

**Q4. 香港における直近の業況について教えてください。**

A. 香港市場ではパンプスの需要が低下する一方、スニーカーの人气が拡大傾向にあります。当社も「瞬間フィットスニーカー」を含むスニーカーラインの拡充を進めており、これを機に若年層向けのデザイン性重視の商品から、履き心地や機能性を重視した商品構成へと転換してまいります。秋冬シーズンにおいても、型数を拡充した新商品の投入を予定しており、市場ニーズの変化に的確に対応してまいります。

また、香港の小売業全般の売上低迷を背景に、テナント料については低減傾向が見られます。今後は不採算店舗の見直しを検討するとともに、新規出店ニーズも勘案しながら、収益性を踏まえた店舗構成の最適化を検討してまいります。

**Q5. 小売各社の決算を見ると、消費者がかなり価格に対してシビアな印象があります。御社は商品ミックス、品揃え、広告などで、どんな工夫をされていますでしょうか。また、上期は計画どおりのことでしたが、下期にかけての利益面での達成のポイントを教えてください。**

A. 消費者の価格に対する感度の高まりを踏まえ、当社ではブランドごとに異なるアプローチで対応を進めております。

「ORiental TRaffic」では、手頃な価格帯というブランド特性を活かしつつ、2足セット販売やバッグとのセット販促などを展開することで、購買単価の向上を図っております。

一方、「卑弥呼」では、機能性や履き心地の良さを重視した商品設計が支持されており、価格訴求ではなく価値訴求によって、値下げを抑えた販売を継続しております。

当社が重視しているのは、お客様に「欲しい」と思っただけの商品を提供することです。特に履き心地や履きやすさなどの機能性にこだわった商品開発を進めており、代表例として「跳べるパンプス」は、パンプス全体の需要が減少傾向にある中でも好調に推移し、定価販売を維持しております。今後もこのような機能性と訴求力を兼ね備えたヒット商品の創出が重要だと考えております。広告については、ターゲットの消費者に対して直接的かつ双方向的なコミュニケーションが可

能なインターネットおよび SNS 広告を中心に継続的に推進していく方針です。

利益面については、香港での収益改善に加え、「31 Sons de mode」における秋冬シーズンの当社企画・生産商品の本格販売が、利益達成の鍵になると見込んでいます。

**Q6. オンラインと BtoB の売上比率が伸長していますが、今後の目標比率や戦略について、またブランド力向上策やリアル店舗との相乗効果について教えてください。**

A. BtoB においては、他社店舗にて当社商品を展開することで、新たな顧客接点の創出が可能となり、オンラインストアへの送客にもつながるものと考えております。直近では株式会社リーガルコーポレーションの店舗およびオンラインショップにおいて「卑弥呼」および「NICAL」の取り扱いが開始されており、今後の成長に向けた大きな一歩となりました。今後も、こうした取り組みを積極的に拡大してまいります。

リアル店舗においては、新商品の試着や接客を通じた訴求効果が高く、顧客との接点強化に寄与しております。一方、オンラインでは、過去の購入実績に加え、レビューやランキングなどの情報が購買を後押しする役割を果たしております。

今後は、新商品をリアル店舗で展開することで顧客体験の創出と初期需要の獲得を図り、一定の需要が継続的に見込める商品についてはオンラインを中心に販売を強化してまいります。これにより、両チャネルの特性を活かした効率的な運営を図り、リアル店舗とオンライン双方の相乗効果の最大化を目指してまいります。

**Q7. コロナ禍以降、売上総利益率がコロナ前と比べて伸び悩んでいる印象があります。原材料・人件費・物流費のインフレを踏まえ、価格転嫁やセール頻度を含めた今後のプライシング方針についてお聞かせください。**

A. 売上総利益率に最も大きな影響を与えているのは為替水準の変動です。2020 年のコロナ禍当時には 1 ドル 110 円前後で推移していた為替レートは、現在では 140~150 円台と大幅な円安となっております。こうした為替の影響を吸収すべく、販売価格の見直しを実施してまいりましたが、主力カテゴリーであるパンプスの販売が伸び悩む中、価格転嫁には一定の限界がある状況です。

一方、オンライン販売は人件費・物流費の負担が比較的軽いため、売上総利益率の改善に寄与しています。今後はオンライン販売や BtoB 売上の拡大を図ることで、販売チャネルの効率化を進め、収益力の一層の強化を目指してまいります。

アパレルについては気温動向に大きく左右されるため、需要期に適切な商品を投入することで、売上総利益率の改善を図ってまいります。

**Q8. 第 2 四半期までを振り返り、各ブランドの売れ筋商品の変化を含め、好調な点と課題について教えてください。**

A. まず、「ORiental TRaffic」においては、リカバリーサンダルが店舗・オンラインともに好調に推移しており、来年以降の夏商戦に向けて商品戦略および販売体制の強化を進めてまいります。

「卑弥呼」では、スポーツサンダルがヒット商品となり、値下げを抑えた販売を実現しました。また、テレビ通販チャンネルでも大きな販売実績を上げることができ、新たな商品力を示すことができました。

「MISCH MASCH」では、オンライン専用商品の販売が好調に推移しており、今後も同様の取り組みを拡大してまいります。

一方で、「31 Sons de mode」に関しては、「MISCH MASCH」で培ったノウハウも活用しながら、店頭およびオンライン双方での商品動向を継続的に検証し、顧客ニーズに即した商品開発およびラインアップの改善を図ってまいります。

**Q9. 2025年4月に事業を譲り受けた「31 Sons de mode」の運営状況と黒字化の見込みについて教えてください。**

- A. 店舗数は限定的であるものの、2023年に吸収合併した「MISCH MASCH」と類似した状況にあると考えております。「MISCH MASCH」の吸収合併の際も夏場は厳しい市況が続いたものの、当社が企画・生産した商品が本格的に投入される秋冬シーズンから業績が改善しました。今回も同様の推移となる可能性を想定しつつ、引き続き動向を注視してまいります。

また、店舗数が限られていることから、オンラインを中心とした売上拡大が重要であると考えております。オンライン販売については「MISCH MASCH」で培ったノウハウを活用し、販売強化を進めてまいります。現時点では目に見える成果には至っておりませんが、短期的な黒字化にこだわるのではなく、まずはブランドの基盤を着実に再構築することを優先し、中期的な収益化を目指してまいります。

<ご参考>

- ・2026年1月期第2四半期（中間期）決算短信〔日本基準〕（連結） 2025年9月12日公表
- ・2026年1月期第2四半期決算補足説明資料 2025年9月17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9月12日公表の2026年1月期第2四半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。