

質疑応答要旨

2025年2月期 期末決算説明会（アナリスト・機関投資家向け/Zoom ウェビナー形式）

2025年4月1日（火）10:00~11:10

決算説明会における質疑応答の要旨です。ご理解いただきやすいように、内容は加筆・修正しています。

Q. 経済環境の影響について

A. 日本経済は不透明な状況にありますが、ここ数年、大幅な賃上げが続いており、値上げに対する理解が高まっていると考えています。しかし、個人消費に関してはエネルギーや食料品価格の高騰などにより、消費者の節約志向が依然として続くと予想されます。当社でも、買上点数が一昨年から減少しており、昨年も同様に減少しているため、消費者の節約志向が表れていると考えています。今期の1点あたりの単価は、通年で3~4%上がる見込みです。単に値上げを行うのではなく、商品に新たな価値を加えることで、価値と価格のバランスをとり、お客様に受け入れられる商品を展開します。また、消費が鈍化している中で商品の購入意義が重要となるため、購買動機を促進するような販促活動も強化していきます。

Q. 現状の課題について

A. 国内事業に関してアパレルの市場シェアは10%に達しておらず、まだ成長の余地はあると考えています。しかし、各事業の売上構成比を見ると、しまむら事業の構成比が高いことが課題です。しまむら以外の事業をどのように成長させるかが今後の重要な課題となります。また、中長期的には国内人口の減少が進むことから、現在出店している台湾以外への海外進出も重要な課題です。

Q. アベイル・バースデイ事業の中期経営計画 2027 の進捗状況について

A. アベイル事業については、JBのトレンド施策やキャラクター施策が好調を維持し、売上が伸びるとともに営業利益も当初の計画を上回っています。一方、バースデイ事業は前年を上回る売上でしたが、営業利益は当初の計画に比べると若干の遅れが見られます。その要因として、雑貨商品のNB比率が高いため、NBの値上げが影響し、値入率が十分に確保できていないことが挙げられます。今後は、アベイルのさらなる成長を図りながら、バースデイについては得意とするアウター衣料の拡大に注力することで、当初目標としている営業利益の確保に努めていきます。

Q. 販促への取り組み、上手くいった背景について

A. 販促に関しては、ここ数年で見直しを図り、さまざまな施策を実施してきました。従来は、テレビCMや紙チラシなどの不特定多数を対象としたマスマーケティングを中心としていましたが、現在はデジタル化の進展にともない、スマートフォンで情報を得るスタイルが確立されています。そのため、Webチラシやデジタル販促を活用し、セグメント別の配信を行うことで、売上の向上に成功しました。今後は、アプリ会員から得られる購買データを活用し、お客様一人ひとりに最適化された販促を行っていきます。

Q. ROE 9.0%以上達成に向けて

A. 昨年の決算発表の際、ROEの目標を8.0%程度と開示していましたが、取締役会や経営計画策定委員会で議論を重ねた結果、9.0%以上を新たな目標として掲げることにしました。基本的には、売上および利益の向上に注力します。また、必要に応じて、株主還元を含む資本政策の見直しについても議論していきます。

Q. 経営体制の変更について

A. 社会の変化のスピードが格段に高まっている中、柔軟性と機動性の高い経営を行うには、代表取締役2名体制が必要であると判断しました。環境の変化に迅速に対応するとともに、さまざまな課題への解決スピードを向上させることで、今後の成長を一層加速させていきます。分担としては、社長が営業全般や会社内部の業務執行を担い、会長は経営基盤を中心に、出店や海外事業に関連する渉外業務をバックアップする役割を担います。