

2026 年 2 月期 第 1 四半期決算説明会（アナリスト・機関投資家向け）

2025 年 6 月 30 日（月） 17 : 15～18 : 00

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. 粗利益率改善について

A. 粗利率の改善については、2つの要因があります。1つ目は、各事業で値入率が昨年に比べ上昇している点です。しまむら事業では、販売が好調な高価格帯 PB の「CLOSSHI PREMIUM（クロッシープレミアム）」の仕入れを拡大し、値入を確保しました。また、社内貿易部の活用を拡大し、さらに ASEAN 生産の比率を上げることで原価を抑制しました。2つ目は、しまむら事業の値下げが大きく減少した点です。前年度の第 4 四半期の冬物の販売が好調だったことにより、第 1 四半期の値下率は前年度より 1.3%減少しました。

Q. 販管費について

A. 全体は、概ね計画通りです。広告宣伝費については、前期比 100.8%となっていますが、PB 商品の販売が想定以上に好調だったため、経費計画を下回りました。

Q. ポップアップストアについて

A. ポップアップストアは、都市部出店の足場固めとして非常に手ごたえを感じています。一方で、インフルエンサー企画のイベントは好調ですが、PB のみの展開では売上が伸び悩むなどの課題もあるため、施策の改善を進めます。また、ポップアップストアからオンラインストアへの誘導は好調で、相互の認知度向上が進んでいます。

Q. 消費税免税店について

A. 4 月 21 日より 17 店舗で消費税免税販売を開始したところ、博多や京都の店舗では免税売上の構成比が 10%を超え、想定以上のスタートとなりました。また、6 月中旬からは 120 店舗に拡大しました。沖縄のバースデイでは免税売上が 30%を超える店舗もあり、今後、このデータを活かしていきます。