

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

2025 年 9 月 30 日（火）10：00～11：00

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. しまむら事業の粗利益率について

A. 第 1 四半期では、冬物値下げの縮小により、粗利益率が大きく改善しました。 第 2 四半期は、長い夏に対応するため夏物の仕入れを拡大しましたが、市場動向や当社の夏物在庫の状況を踏まえ、夏物の値下げを前倒したことにより、粗利益率は前年より低下しました。 四半期別では前年度との差がみられますが、上期全体では計画通りに推移しました。

Q. 販管費について

A. 概ね計画通りです。 人件費が賃上げ等の影響で前期比 8.4%増加しておりますが、元々計画に織り込んでいる内容です。

Q. 夏物在庫について

A. 今年度も、残暑が続く予報が出ていたため、計画的に夏物在庫を多く持っていました。 しかし、8 月が異常な暑さになったことにより、外出を控える傾向が見られたため、夏物在庫を早期に値下げしました。

Q. タイのポップアップ店舗について

A. 海外での知名度向上のため、オンラインストアとポップアップ店舗でテスト販売をおこないます。 出店場所として、タイのバンコクを選んだ理由は 2 つあります。 一つ目は、ファッション市場が成熟しており、注目市場のひとつとなっている点です。 二つ目は、観光客が多い点です。 当社は世界的には知名度が低いため、ここでの成功が、重要だと考えています。 また、しまむらだけでなく、アベイルやバースデイなどの商品を幅広く品揃えし、当社の強みである、商品のバラエティさを前面にアピールして、競合との差別化を図ります。

Q. オンラインストアの統合について

A. 集客力向上のため、事業別に分かれているオンラインストアを一つに統合します。 リリース時期は 10 月下旬を予定しており、1 つのサイトで 5 事業全ての商品を 1 度に注文することが可能になります。 また、どの事業の商品であっても、店舗で試着したうえで支払いできるサービスを提供します。 これにより、複数事業の商品を一度に閲覧・注文して、店舗で支払いできるようになりますので、お客様の利便性向上と、しまむら以外の事業の認知度向上により、実店舗とオンラインストア双方の集客力が上がると考えています。