

2027 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）

2026 年 9 月 29 日（月）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. 都市部への出店方針について

- A. 京都の土地取得は、国内外から多くの観光客が訪れる立地を活用し、将来の海外出店も見据えて、外国人観光客に対するしまむらグループの認知度向上を図ることを目的としています。また、サミット（株）からコルモピア事業の譲受けにより、都内の店舗網を拡大します。EC では都心部における店舗受取りの利用が多いことから、都心部には出店余地があると考えており、今後も出店を強化します。

Q. 中東情勢や為替対応について

- A. 商品原価への影響は、中東情勢よりも為替の影響が大きいとみています。一部原材料の価格は上昇していますが、現時点では吸収可能な範囲です。一方、建築コストについては、中東情勢などの影響による上昇を懸念しています。こうした環境を踏まえ、商品価格は下期の秋冬商品からプライスラインそのものを見直しており、今後も商品の価値と価格のバランスを重視しながら販売を進めます。

Q. 客数増加の背景について

- A. キャラクター商品などをきっかけに来店する新規顧客が増え、その後 PB や他の商品を購入する動きにつながっています。また、毎週のチラシの打ち出し強化や、個人向けの販促強化などにより、既存顧客の来店頻度も高まっています。

Q. PB の商品戦略と新商品発表会について

- A. PB は売上を伸ばしている一方、ブランドや商品の認知度には向上の余地があります。競合商品との差別化や、商品の価値をより分かりやすく伝えるため、今回初めて新商品の発表会を開催しました。各メディアにも取り上げられ、売上は好調に推移していますので、今後も PB を中心としたオリジナル商品の強化を進めます。

Q. 「しまボイス」の活用について

- A. お客様の声を商品開発に反映するため、「しまボイス」の取り組みを開始しました。購入されたお客様へのアンケートで既存商品の評価や今後の商品ニーズを把握するほか、SNS を活用して発売前の商品について必要な機能などを確認しています。導入済みの商品と今後開発する商品に、お客様の声を活用していきます。