



株式会社ダブルエー 2021年1月期 決算 補足説明資料



2021年3月23日



東証マザーズ
証券コード：7683



I	決算概要	P.3
II	直近の取組について	P.12
III	業績予想について	P.21
	APPENDIX	P.23

■連結業績

- 世界的な新型コロナウイルス感染拡大の影響により、連結売上高は13,081百万円（前期比△6.6%）
経常利益311百万円（前期比△77.6%）。
- 一方、客数減に対応した客単価を重視する販売戦略を実施し、当初業績予想に対し
営業利益+49.9%、経常利益+71.4%。
- 生活様式の変容により、ECの需要が増加。EC売上高が前期比+66.3%と大きく伸長。

■出店状況

- 2021年1月期で8店舗出店、8店舗退店。
- 2020年5月1日に子会社化した卑弥呼では、新たな販路の出店が実現し、顧客との接点が強化。
今後は情勢を見極めた上で慎重に判断し、効率を重視した店舗展開を実施。

I 決算概要

年間の出来事

1Q	2月	新型コロナウイルス感染拡大の影響により各テナントが2月より営業時間の短縮や土日祝営業停止を実施	例年通りのスケジュールで秋冬商品の企画・開発を実施
	3月		
	4月		
2Q	5月	緊急事態宣言発出 4月7日～5月31日 全店舗営業停止 緊急事態宣言解除 6月3日 全店舗営業再開	2020年5月1日 株式会社卑弥呼 子会社化 <ul style="list-style-type: none"> ・マスクの無料配布 ・山手線ラッピング広告の実施 ・医療従事者支援としてシューズを提供【第1回】
	6月		
	7月		
3Q	8月		YouTube・SNSインフルエンサープロモーションの実施
	9月		
	10月		
4Q	11月	緊急事態宣言発出 1月7日～3月21日	<ul style="list-style-type: none"> ・福袋販売を12月に前倒し ・客単価を重視したセットフェアの販売強化
	12月		
	1月		

2021年1月期 連結 実績サマリー

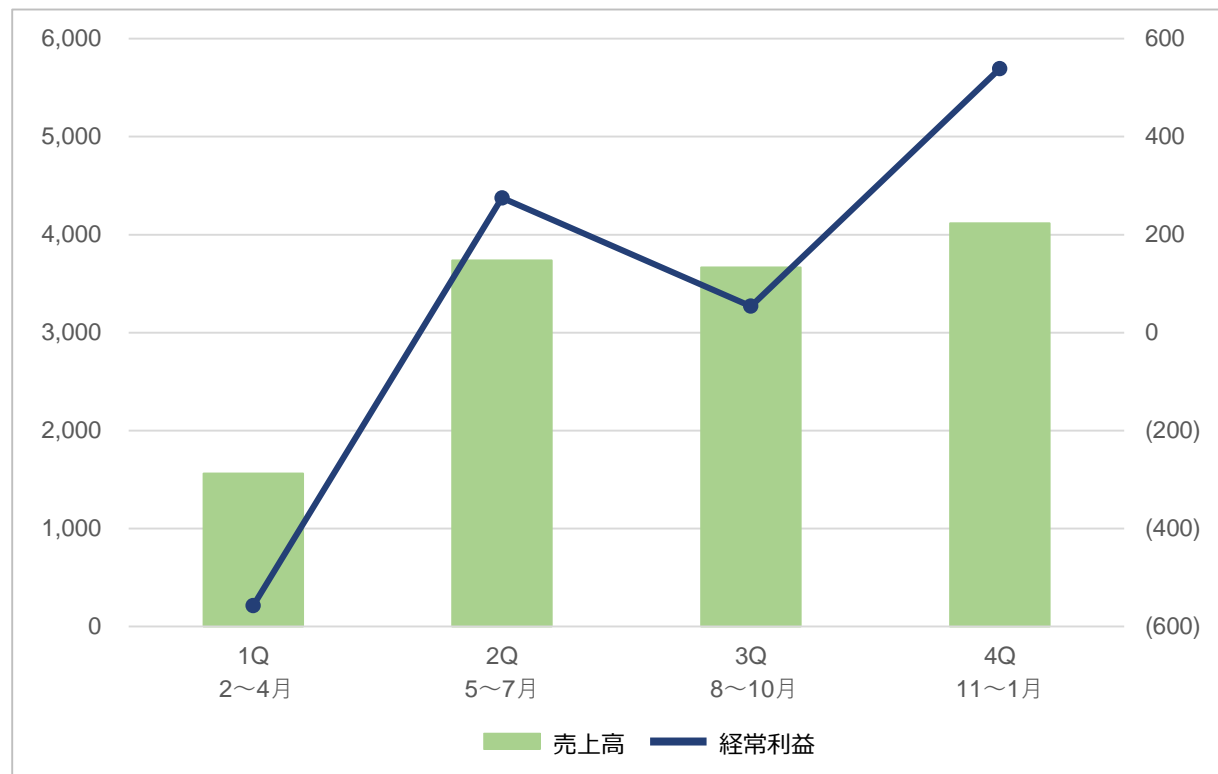
単位：百万円（百万円未満切捨て）

	2020/1期	2021/1期	増減率	当初業績予想値※	増減率
売上高	14,009	13,081	△6.6%	13,398	△2.4%
営業利益	1,364	300	△78.0%	200	49.9%
経常利益	1,390	311	△77.6%	181	71.4%
当期純利益	757	239	△68.3%	160	49.3%

※2020年9月14日公表値

- ・新型コロナウイルス感染拡大の影響による緊急事態宣言解除後、営業を再開。季節商材のブーツ等が好調に実売に繋がるも、2021年1月7日に発出された二度目の緊急事態宣言により、繁忙月である1月に各ディベロッパーの入館者数が減少し、売上高は前年同期比で△6.6%。
- ・コロナ禍に対応した客単価を重視した販売戦略・ECの伸長により、第2四半期決算発表時に開示した業績予想に対し、営業利益+100百万円（+49.9%）、経常利益+129百万円（+71.4%）、当期純利益+79百万円（+49.3%）。

2021年1月期 四半期別 連結業績推移



前期比		1Q 2~4月	2Q 5~7月	3Q 8~10月	4Q 11~1月
売上高	2021/1期	1,562	3,736	3,666	4,115
	2020/1期	2,779	4,264	3,148	3,816
経常利益	2021/1期	△557	275	54	539
	2020/1期	121	605	183	480

連結貸借対照表

単位：百万円（百万円未満切捨て）

資産				負債			
科目	2020/1期末	2021/1期末	増減額	科目	2020/1期末	2021/1期末	増減額
流動資産	6,387	6,336	△50	流動負債	1,695	1,139	△556
現金及び預金	3,886	2,714	△1,172	買掛金	285	345	59
売掛金	698	918	220	短期借入金	60	—	△60
たな卸資産	1,636	2,373	736	未払法人税等	506	9	△496
固定資産	2,891	2,670	△221	固定負債	451	523	71
資産合計	9,278	9,006	△271	負債合計	2,147	1,663	△484
				純資産			
				純資産合計	7,130	7,343	212
				負債純資産合計	9,278	9,006	△271

連結販売実績 店舗・EC売上内訳

EC売上高が伸長

単位：百万円（百万円未満切捨て）

	2020/1期		2021/1期		増減率（%）
	売上高	構成比	売上高	構成比	
店舗販売	11,275	80.5%	9,310	71.2%	△17.4%
EC販売	1,643	11.7%	2,734	20.9%	66.3%
その他※	1,090	7.8%	1,036	7.9%	△5.0%
合計	14,009	100.0%	13,081	100.0%	△6.6%

※他社コラボ販売等

- 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、ECの需要増加。
- 販売形態別の売上高でECは+1,090百万円、前年同期比+66.3%

黒字化を達成

単位：百万円（百万円未満切捨て）

	2020年5月1日 ～ 2021年1月31日
売上高	2,027
経常利益	79
当期純利益	72

2020年5月1日に株式会社卑弥呼の全株式を取得したため、第2四半期連結会計期間より連結の範囲に含む。

出店状況【実店舗】

より効率化を図った既存店舗の見直し・スクラップアンドビルドにより在庫・資源の効率化

		実店舗数				
		20/1期末	2020年2月～2021年1月			21/1期末
			出店	退店	その他	
	ダブルエー	103	5	△4	－	104
	卑弥呼	－	1	△3	52	50
国内合計		103	6	△7	52	154
	香港	19	1	△1	－	19
	中国	1	－	－	－	1
	マカオ	1	1	－	－	2
海外合計		21	2	△1	－	22
グループ合計		124	8	△8	52	176



マカオ星皓広場店



三井アウトレットパーク幕張店
※卑弥呼 初のアウトレット業態

- ・2021年1月末時点 176店舗（国内154店舗・海外22店舗※）
- ・グループインした卑弥呼の新たな販売形態店舗への出店により、顧客との接点を強化。
 今後は情勢を見極めた上で慎重に判断し、効率を重視した店舗展開を実施。
 出退店は迅速な意志決定を行い、利益の最大化を狙う。

※ 海外販売ライセンス契約に基づき展開されている台湾店舗は除く

出店状況【EC】

新たに2サイトに出店し 新規顧客獲得を狙う

		サイト数※				
		20/1期末	2020年2月～2021年1月			21/1期末
			出店	退店	その他	
	ダブルエー	8	2	△1	－	9
	卑弥呼	－	－	－	5	5
国内合計		8	2	△1	5	14
	中国	2	－	－	－	2
	海外合計	2	－	－	－	2
グループ合計		10	2	△1	5	16



客層：三井系列のカード会員・顧客会員多



客層：トレンドに敏感な10～20代がメイン

- ・ smarby サイトクローズにより、2020年8月3日に退店。
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大の影響に伴い、生活様式の変化→ECでの販売経路の強化。
- ・ EC上での新規顧客層の獲得を図るため、異なる顧客層の獲得が狙えるサイトへの出店を実施。

※ 海外販売ライセンス契約に基づき展開されている台湾店舗は除く

Ⅱ 直近の取組について

CSRの取組 医療従事者・介護従事者へシューズプレゼント



日々最前線で治療に当たられている医療従事者・介護従事者の方を対象にレディースシューズの提供をさせて頂く施策を実施いたしました。

■応募期間 第2回 2021年2月8日～21日 97,815件の応募に対し58,000名に提供
ニュース・メディア等に取り上げて頂き、多くの反響を頂戴いたしました。



※田中理恵さんYouTube 2月8日公開



※日本テレビ系列「news every.」 2月8日放送



※ twitter 2月9日トレンド入り1位

ダブルエー全店舗のレジシステムを刷新

旧来のPOSレジからタブレット型レジに変更し 店舗とECの融和を狙う



- 2021年4月より店舗に一斉導入
- アップデートが可能なクラウド型レジの投入により、時代に即した販売形態に対応。
→販売実績等、分析が瞬時に視認化できることにより、適時的確な店舗のオペレーションの構築が可能に。
- 出店時のイニシャルコストの大幅削減
- 今後実店舗とECでのCRM共通化を目指す→店舗とECの相互送客を行い、お客様に寄り添った商品提案により更なる売上最大化を狙う。

株式会社卑弥呼の取り組み

■ブランドロゴを変更・複数のブランドを集約 → わかりやすく知名度の高い「卑弥呼」の再構築



履き心地とデザインの美しさから
長く愛され続ける定番デザインを中心に展開。



ファッション好きの女性に向けて、
トレンド感のある洗練されたシューズを展開。



“はだしのつぎにきもちいい。”をコンセプトに
水様液が入った特許取得のインソールを搭載。

■ダブルエー成功事例である「オムニチャンネル」を展開→在庫欠品による販売機会ロスの解消



グループ全体として更なるお客様満足度の向上

株式会社卑弥呼の出店

今までと異なる形態のショップへの出店



SOGO台北忠孝館店
※海外初出店



SOGO台湾新竹店



銀座三越店

- 今まで未出店だったエリア・業種への出店がグループ化によって可能に。
- アウトレット店への出店を実施し、在庫効率と回転率の向上を目指す。
- 海外への出店を実施し、快適な履き心地・機能性・デザイン性を持つ日本ブランドの商品である卑弥呼の認知拡大を狙う。

株式会社卑弥呼グループイン後の評価

21年ぶりの「百貨店バイヤーズ賞」レディス ベストセラー賞 靴部門 第一位受賞

20年度百貨店バイヤーズ賞レディス部門賞 ※

カテゴリー	受賞ブランド	企業名
ヤング・アダルト	①ジェラートピケ	マッシュスタイルラボ
	②アニエスベー	アニエスベー・ジャパン
	③ダブルスタンダード・クロージング	フィルム
	③ブルーレーベル・クレストブリッジ	三陽商会
ミドル	①45R	フォーティファイブアールピーエムスタジオ
	②ピンクハウス	メルローズ
	③ポロ・ラルフローレン	ラルフローレン
アップ・ミドル	①レリアン	レリアン
	②ピースリー	バリューブランニング
	③レオナルド	三共生興ファッションサービス
特選	ルイ・ヴィトン	ルイ・ヴィトン・ジャパン
	ジョンストンズ	オーロラ
アイテム集積	ハイドロ銀チタンソフトガーゼマスク	DR. C医薬/タオル美術館グループ
	ワコール	ワコール
バッグ	①コーチ	タベストリー・ジャパン
	②ロエベ	LVMHファッション・グループ・ジャパン・ロエベ・ジャパン
	③ペレポルサ	コンコルディア
靴	①卑弥呼	卑弥呼
	②ドクターマーチン	ドクターマーチン・エアウエア・ジャパン
	③ルカグロッシ	ダニユウ
アクセサリ	①ヴァンドーム青山	ヴァンドームヤマダ
	②スワロフスキー	スワロフスキー・ジャパン
	③ジュエッテ	ミルク
化粧品	①デオール	バルファン・クリスチャン・デオール・ジャポン
	②ジョー・マローン ロンドン	ELCジャパン
グッドパートナー賞	エムズグレイシー	エムズグレイシー
	スキヤバ	ルック
	センソユニコ	マツオインターナショナル
プロポーズ賞	フェスタリア・ビジュンフィア	フェスタリアホールディングス
	エンフォルド	パロックジャパンリミテッド
新人賞	ミズイロインド	マザーズインダストリー
	マッカージュ	ジェイプラスインターナショナル



織研新聞社が主催する「2020年度百貨店バイヤーズ賞レディス ベストセラー賞 靴部門 第一位」を受賞いたしました。

ベストセラー賞とは、売上や集客、店頭・販売など総合的な面で百貨店からの評価による賞です。
2020年度春夏と秋冬の結果をもとに、全国の百貨店バイヤーの方々から優良ブランドとして選出頂きました。

インフルエンサープロデュースブランドとのコラボシューズの展開

EDNA

チャンネル登録者数154万人※を有するYouTuber「エミリン」のプロデュースするアパレルブランド



【BRANDコンセプト】

等身大でおしゃれをコンセプトに、幅広い女性をターゲットに背伸びしすぎずに着れるオシャレなアイテムを提案。

■取扱店舗：全店舗

■2021年3月17～31日まで
ORiental TRaffic明治神宮前店で
POPUPSHOP OPEN

- 2020年12月福袋販売実施時、YouTuberエミリンとのコラボ動画を公開し、EC販売・店頭来店の販促キャンペーンを実施。→実績として過去最大の福袋受注を獲得。
- 2021年3月16日にエミリンプロデュースアパレルブランド「EDNA」のシューズ3型を生産販売を実施。

※2021年3月23日現在

NICALへの注力

本革商品ブランド「NICAL」のPOPUSSHOPを出店

NICAL

常に新しい自分を表現し、自由にファッションを楽しむ女性に向けて。
“MODE”をキーワードに今の気分をさりげなく取り入れ、都会的で洗練されたデザインを提案。



■2021年3月29日～4月11日
ルミネ新宿 LUMINE 2 2階

.....
■2021年4月19日～7月28日
渋谷スクランブルスクエア 5階

NICALの位置づけ

今までにない立ち位置のブランドの成長を狙う

卑弥呼



高価格帯

価格帯：9,000～14,000円
ターゲット：20代半ば～30代
素材：本革が中心
モードで都会的なデザイン性のあるアイテムを提案



履き心地重視



ORTR



Oriental Traffic



トレンド重視

価格帯：5,500～7,500円
ターゲット：20代がメイン
素材：合成皮革が中心
遊び心のあるデザインでトレンドを意識した商品展開

WAIKARU



低価格帯

Ⅲ 業績予想について

業績予想について

単位：百万円（百万円未満切捨て）

	2022/1期 業績予想	2021/1期 実績	増減額	増減率
売上高	17,165	13,081	4,084	31.2%
営業利益	1,017	300	717	238.2%
経常利益	1,002	311	691	221.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	559	239	320	133.1%
1株当たり当期純利益	117.60	50.52		

業績予想に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づいて判断したものです。将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、今後の新型コロナウイルス感染拡大の影響による市場環境の変化等、様々な要因により実際の業績が予想数値と異なる可能性があります。

APPENDIX

BRAND

品質・価格・デザイン・サービスのバランスの良さで婦人靴ブランドとして高い支持



ORiental TRaffic

他とはちょっと違う
いつでも遊び心のあるデザインを提案



WA ORiental TRaffic

“ナチュラル & フェミニン”をコンセプトに
履き心地にもこだわったアイテムを展開



NICAL

トレンドをさりげなく取り入れ
都会的で洗練されたデザインを提案



ORTR

“機能性とファッション性”を融合し
毎日でも履きたくなるスポーツシューズを展開



WA!KARU

軽くてふわっとした履き心地が特徴の
機能性に特化したブランド

企業理念に基づいた独自サービスの展開

企業理念 いつでも想像以上に満足のできる商品・サービスを提供します。



SS / S / M / L / LL / 3L
[21.5cm] [22.0cm - 26.0cm] [26.5cm]

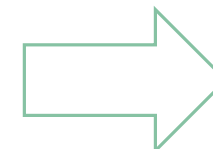
サイズ 22.0cm～26.0cm(S,M,L,LL) 展開

※オンラインストアにて一部商品 21.5cm～26.5cm (SS～3L)

REPAIR



各店舗ではヒール先端部分(トップリフト)の修理を無料で承ります。



TRADE-IN

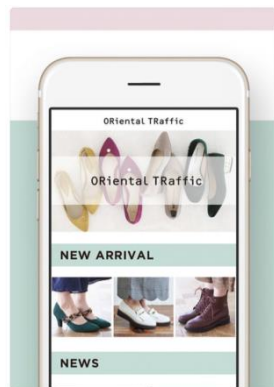
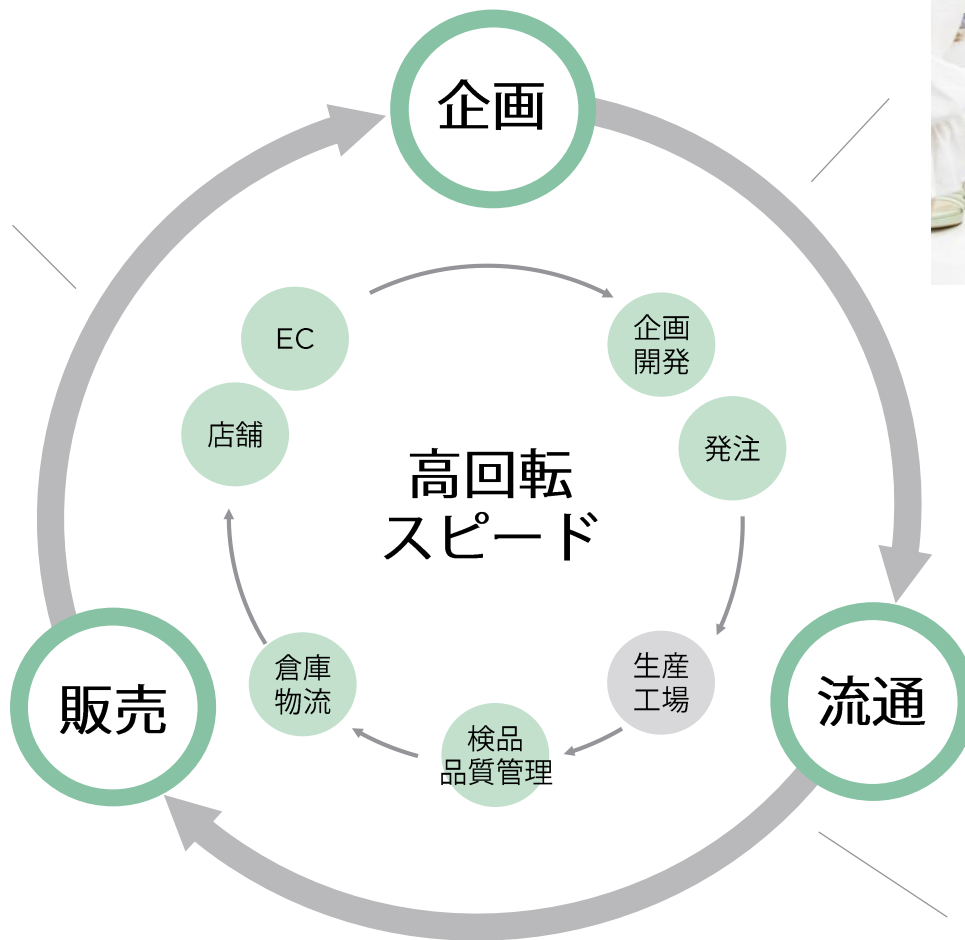


ご不要になった当社の靴をいつでも下取りし、1足につき ¥500クーポンと交換いたします。

再来店・リピータの獲得

当社の強み 高回転販売の源泉

企画～流通～販売のサイクルを高速回転させて高効率販売・高収益体制を構築



当社の強み 優れた商品企画開発力

徹底した現場主義により 売場・顧客の声を迅速に商品化に繋げる仕組みを確立

一般的な会社

販売・企画・生産の分業化により、意見が通らない

ダブルエー

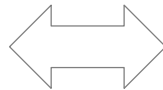
企画担当者が 販売・商品企画・生産品質管理 をワンストップで担当

本社 商品部 が一気通貫で担当



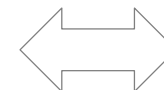
店舗

販売員として
毎週末店頭立ち
トレンド・売り場チェック



企画

商品企画担当者全員が店舗出身
お客様の声を商品に即反映が可能



工場視察

サンプル商品を製造
社内モニターの評価を踏まえ商品化

当社の強み 高度な流通体制

パートナー工場との連携により高回転を実現

一般的な会社

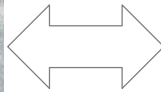
シーズン内での売れ筋商品の欠品・サイズ欠けが多い
シーズン終了後売れ残り在庫が多い

ダブルエー

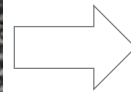
仲介業者を介さず工場との直接連携によりシーズン内の追加生産が可能に
売るべき最適なタイミングで店頭で販売



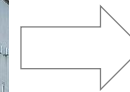
流通部



中国生産工場



物流倉庫



店舗

売上情報・在庫情報を
直接パートナー工場と共有

シーズン内でも
再生産・在庫補充
が可能なスキーム

年間を通じて製造ラインを
おさえ安定した生産
→トレンド品も追加生産が可能

当日15時までに売れた商品を
翌日朝店頭着で補充が可能

全国アウトレット店舗・ECで
翌年も販売→在庫消化

オムニチャネルの活用
店頭在庫が無い場合
EC在庫から商品をお客様宅に配送

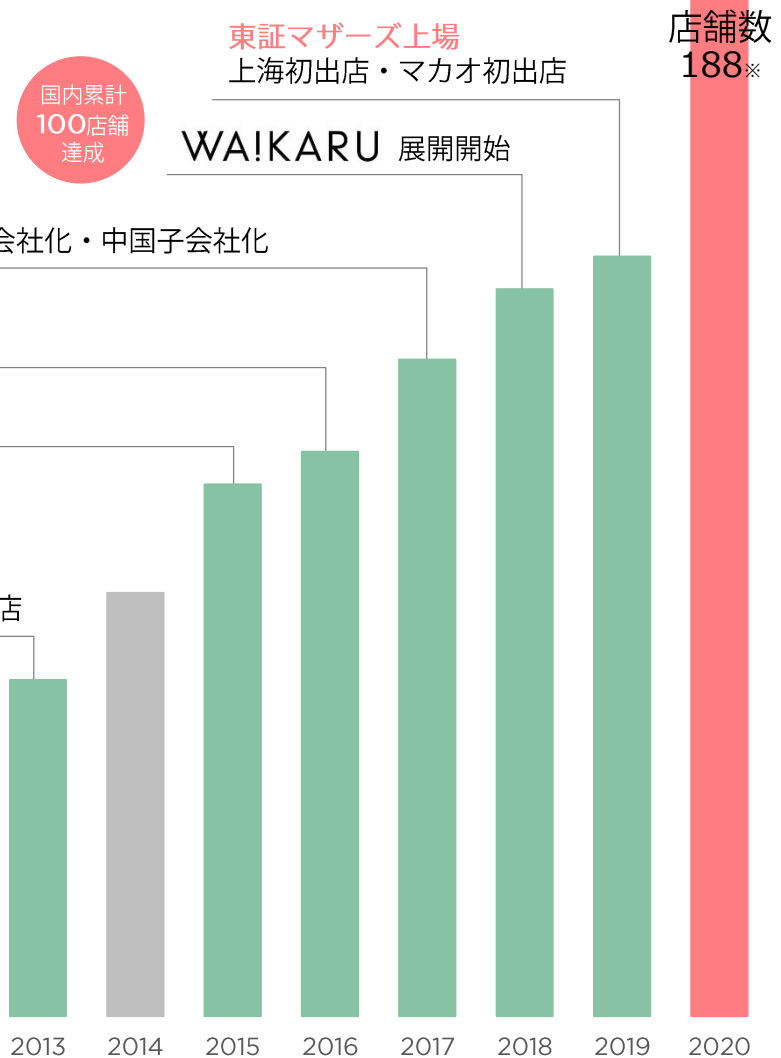


ヒストリー



ディベロッパーが選んだテナント大賞を12年連続受賞（織研新聞社主催）

ORTR 展開強化・株式会社卑弥呼 子会社化



東証マザーズ上場
上海初出店・マカオ初出店

国内累計
100店舗
達成

WA!KARU 展開開始

香港子会社化・中国子会社化

中国ECモール天猫店 出店

NICAL 展開開始

国内累計
50店舗
達成

WA
ORiental TRaffic 展開開始

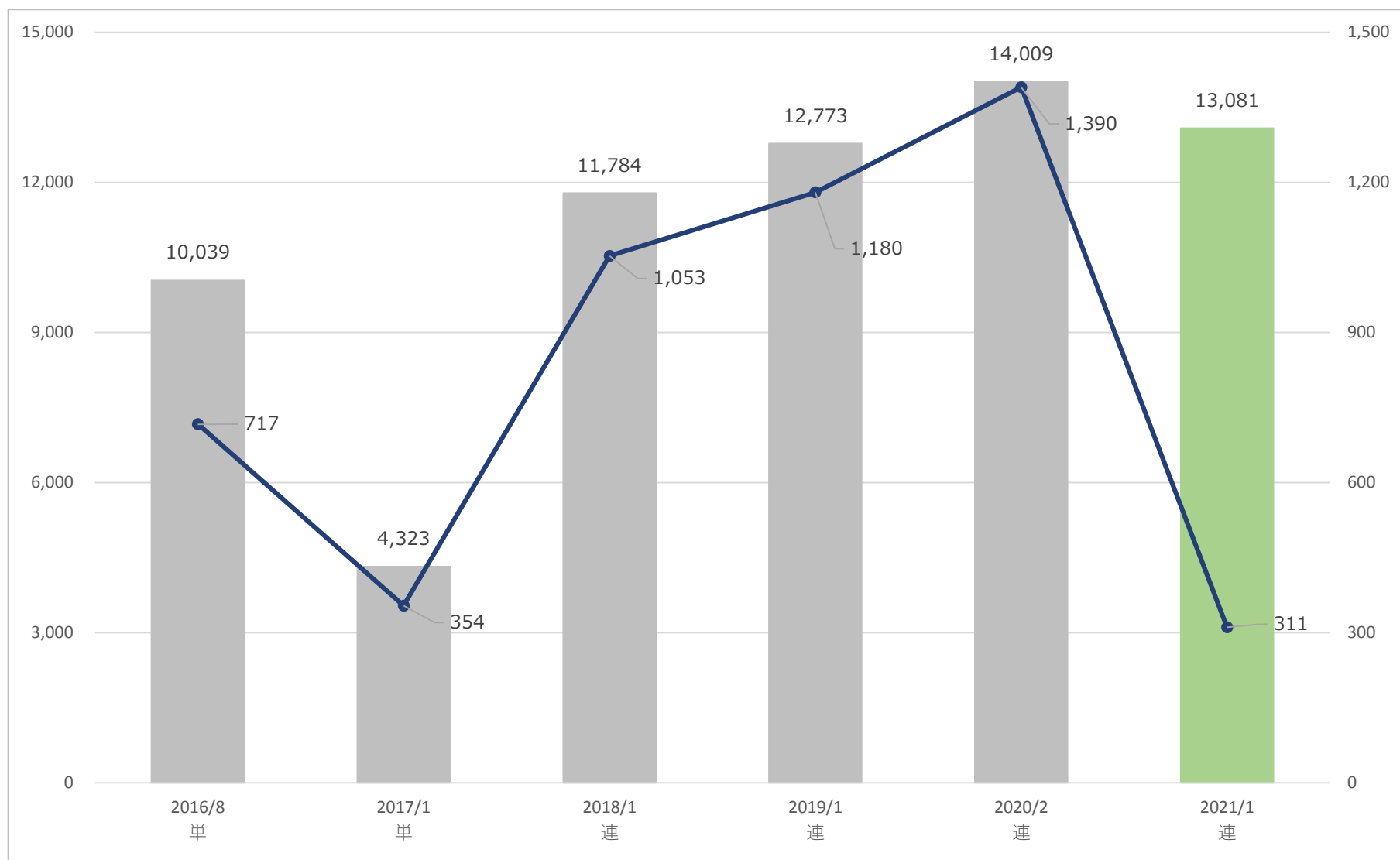
香港初出店・台湾初出店

創業 1号店出店
ORiental TRaffic

自社EC出店
駅ビル初出店

※海外販売ライセンス契約に基づき展開されている台湾店舗を含む
2021年1月31日現在 グループ店舗数

連結業績推移



2017/1期は決算期変更の為5ヶ月変則決算

単位：百万円（百万円未満切捨て）

■ 売上高 ■ 経常利益

会社概要

顧客目線に徹底的にこだわる婦人靴のSPA

※2021年1月31日現在

会社名	株式会社 ダブルエー
設立	2002年 2月
代表者	代表取締役 肖 俊偉
資本金	16億4,530万円
店舗数※	実店舗188店 (ダブルエー104店・香港19店・中国1店・マカオ2店・台湾12店 卑弥呼50店舗) EC 17店 (国内14店・中国2店・台湾1店)

【連結子会社】

株式会社卑弥呼

CAPITAL SEA SHOES COMPANY LIMITED

江蘇京海服装貿易有限公司

CAPITAL SEA SHOES LIMITED



- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

【お問い合わせ先】

株式会社ダブルエー

経営管理部

TEL 03-5423-3601

ホームページ <http://www.wa-jp.com/ir>