

株式会社ダブルエー

# 2023年1月期 決算補足説明資料



2023年3月24日

東証グロース  
証券コード：7683





- I 2023年1月期決算概要
- II 今期重点施策
- III 2024年1月期業績予想

# エグゼクティブ・サマリー



大幅な増収増益、当初の減益予想から利益が大きく上振れし**前期比14.4%の増益**

通期、四半期とも  
**過去最高売上**  
を更新

売上高

**175.9**億円

前期比 **+12.1%**

- コロナによる行動自粛制限の緩和により消費者の購買行動の高まった市場環境の元、当社ブランドの訴求力向上が進み**売上高が増加**
- **オンライン販売**は、前期比 **15.0%増加**
- 子会社**卑弥呼**は前期比**+23.9%増**と大きく売上に貢献
- 中国本土はコロナ禍の影響を受けるも、香港での売上は堅調

**大幅な増益**

営業利益

**11.8**億円

前期比 **+14.4%**

- 円安による原材料などの高騰の影響も**SPA方式の強み**を生かした製造、仕入のコントロールが大きく寄与し、**営業利益が大きく上昇**
- 当社ブランドの付加価値向上により、**一部商品の値上げに成功した**ことも増収に大きく寄与
- プロパー価格での販売に注力したことで**大幅な増益**

**店舗拡大中**

WA単体店舗数

前期比 **+9**店舗

(15店舗出店※、6店舗退店)

※EC店舗への出店1を含む

- 各ブランドの高い訴求性から順調な出店
- 中価格帯ブランド NICALではブランド認知度向上のために**今期8店舗出店**
- 2021年1月期にM&Aで取得した卑弥呼ブランドは、**店舗採算性の見直しにより**前期比3店減した結果、**大幅増益達成**。
- コロナによる影響で中国1店舗、香港2店舗を退店。しかしながら、3Q以降に香港がV字回復。



- I 2023年1月期決算概要
- II 今期重点施策
- III 2024年1月期業績予想

## 2023年1月期 PLサマリー（累計・連結）



- 売上高175.9億円(前期比+12.1%)、営業利益11.8億円(前期比+14.4%)の大幅な増収増益
- 円安等により商品仕入原価が大幅に上昇したが、CM効果等による商品ブランド価値の浸透に伴い、一部商品の値上げに成功
- プロパー価格での販売に注力したことで増益に寄与

(単位：百万円)

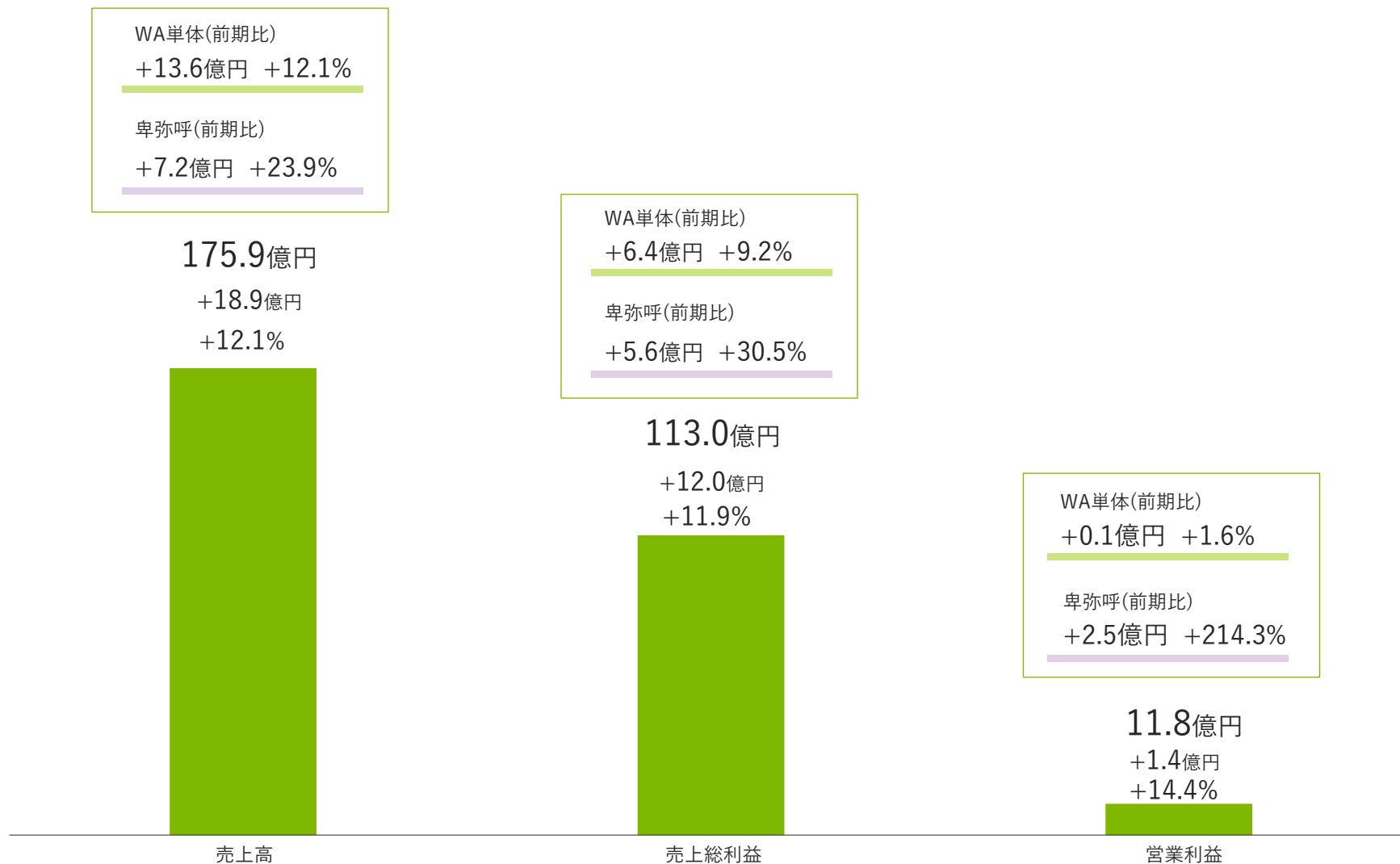
連結	2022年 1 期		2023年 1 期			(参考)	
	実績	売上比率	実績	売上比率	前期比	期初計画	達成率
売上高	15,701	-	17,598	-	+12.1%	17,397	101.2%
原価	5,596	35.6%	6,292	35.8%	+12.4%	-	-
売上総利益	10,105	64.4%	11,306	64.2%	+11.9%	-	-
販管費	9,067	57.7%	10,119	57.5%	+11.6%	-	-
営業利益	1,037	6.6%	1,186	6.7%	+14.4%	901	131.6%
経常利益	1,031	6.6%	1,084	6.2%	+5.1%	887	122.2%
純利益	707	4.5%	689	3.9%	△2.6%	479	143.8%
1株当たり 当期純利益 (円)	148.76	-	144.73	-	△2.7%	100.43	-



# 2023年1月期 P/L前期比



- 卑弥呼が増収増益に大きく寄与



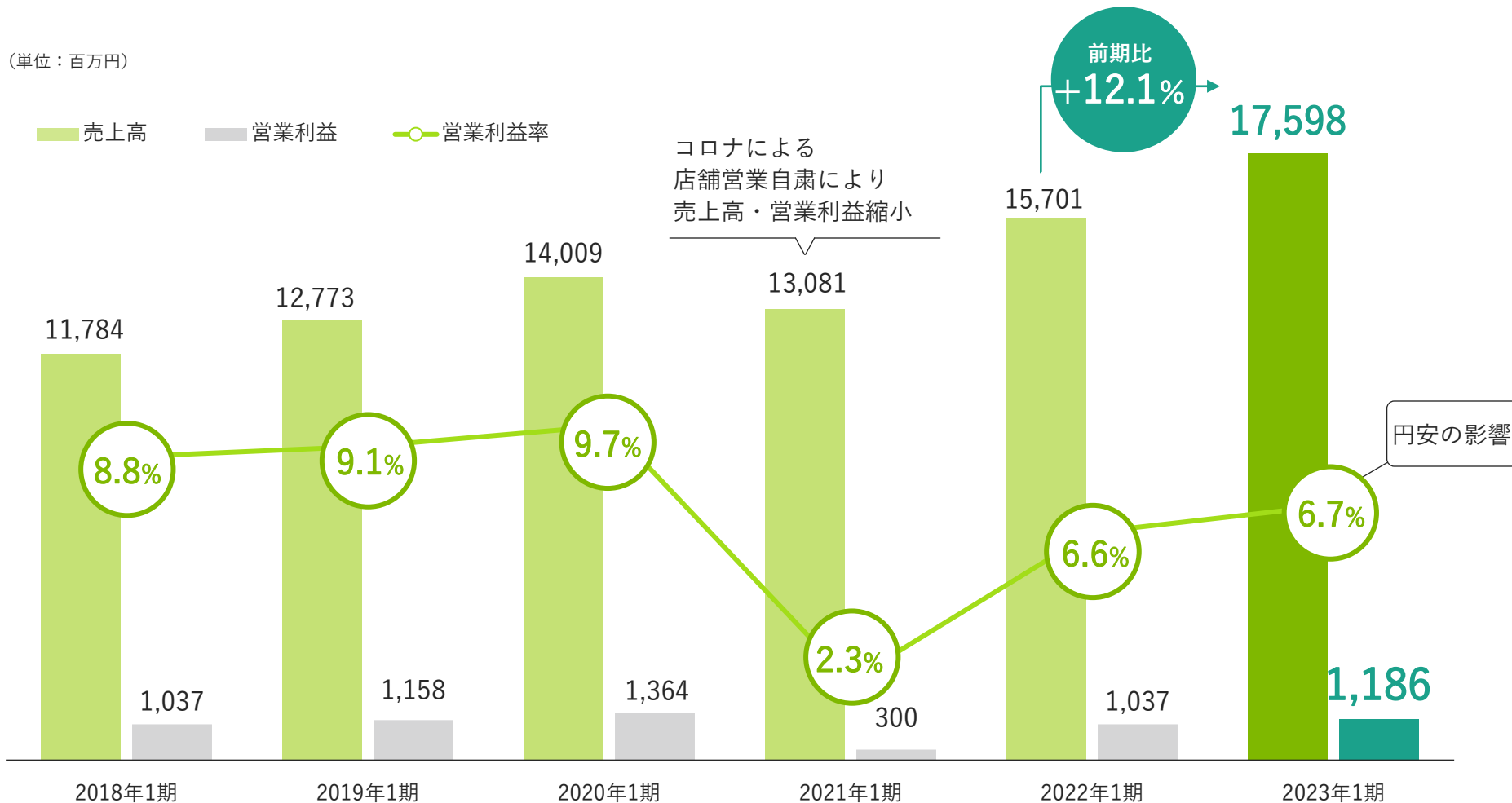


# 業績推移



● コロナ禍の影響が残る中、過去最高の売上高を達成

(単位：百万円)





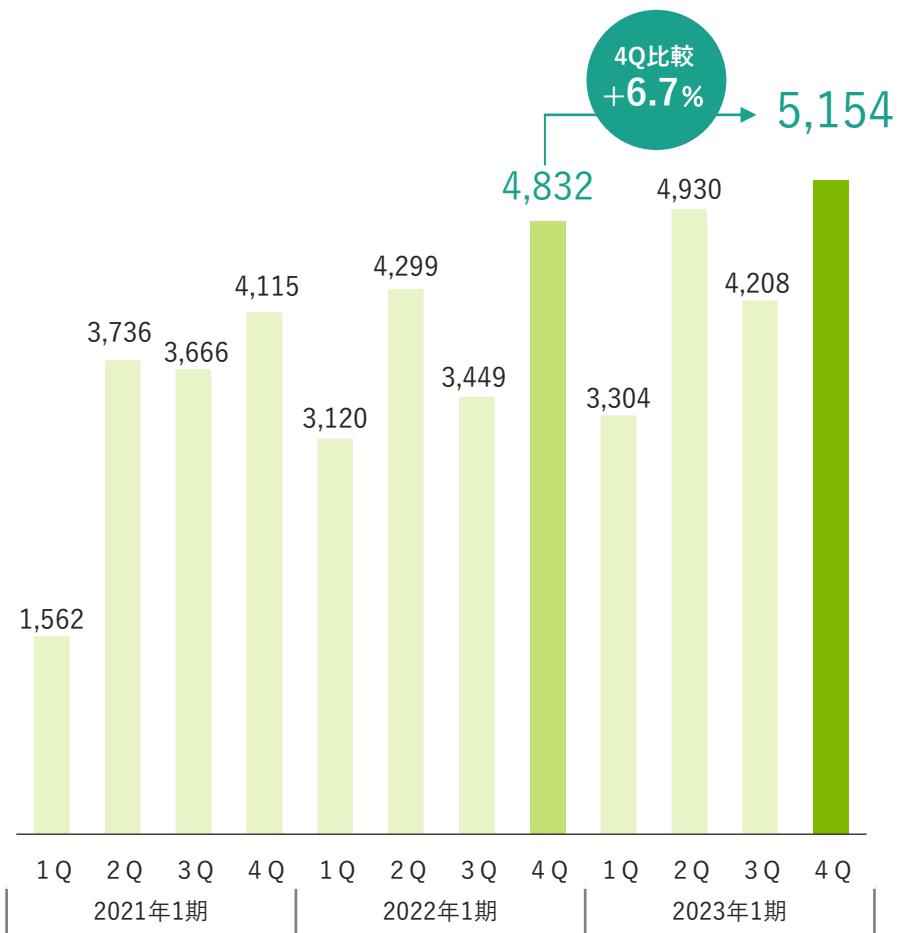
# 四半期推移



- 四半期単位でも、昨年比で大幅な増収

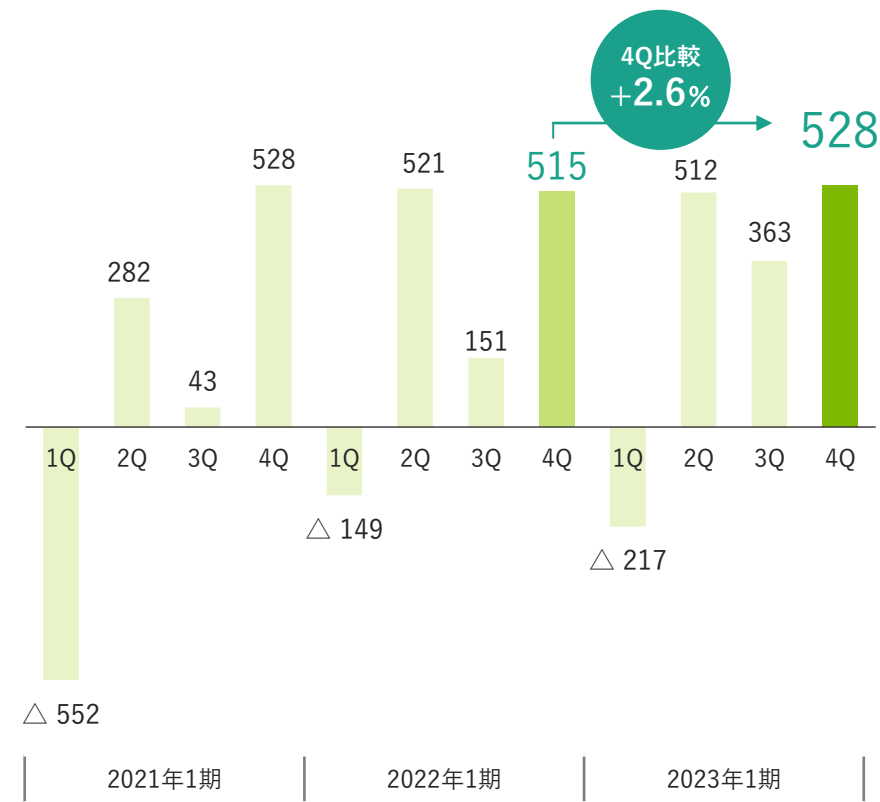
## 売上高

(単位: 百万円)



## 営業利益

(単位: 百万円)





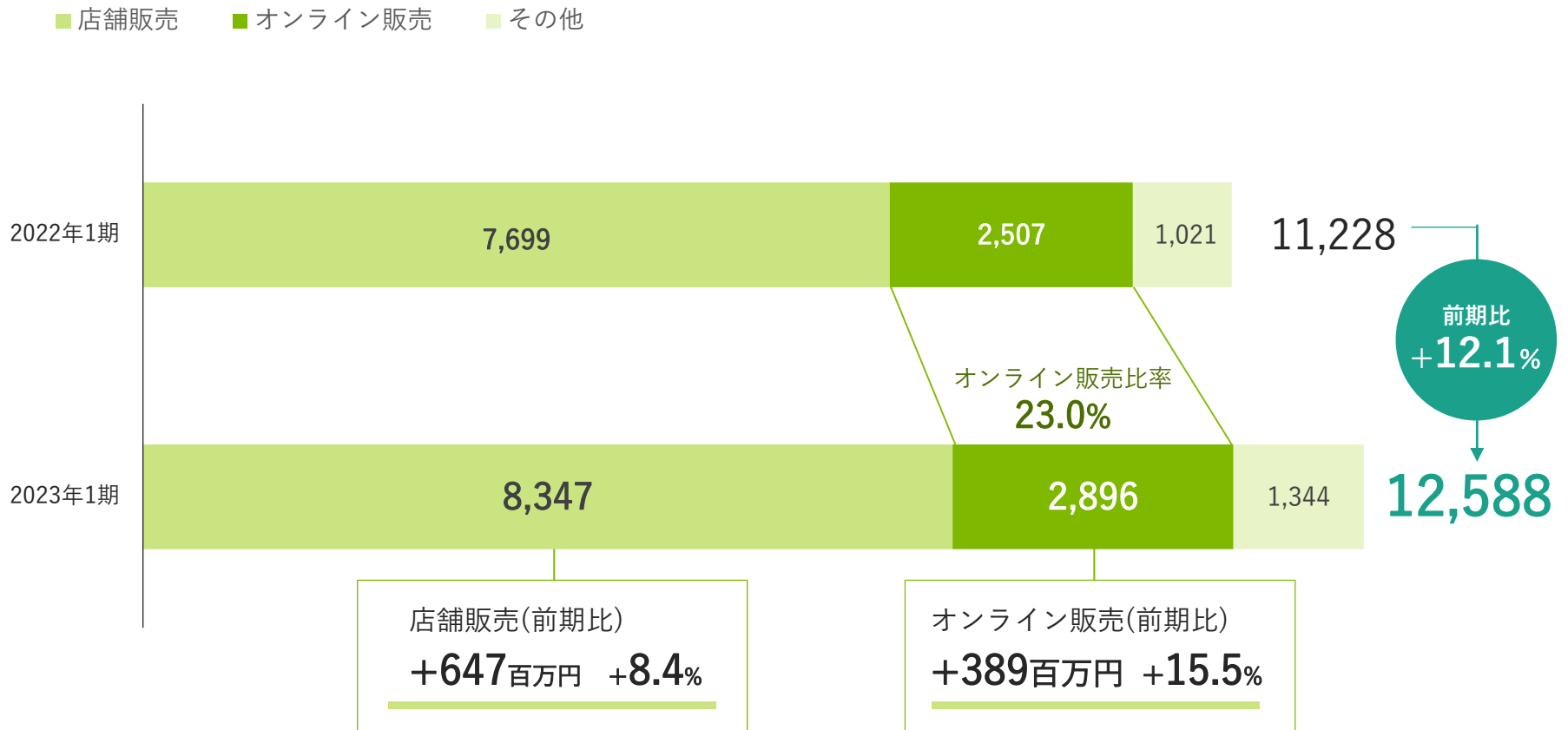


# WA単体 販売形態別 売上内訳

- 店舗販売、オンライン販売ともに売上高が増加
- オンライン販売は全体の23%まで成長

WA単体 売上高（単体）

（単位: 百万円）



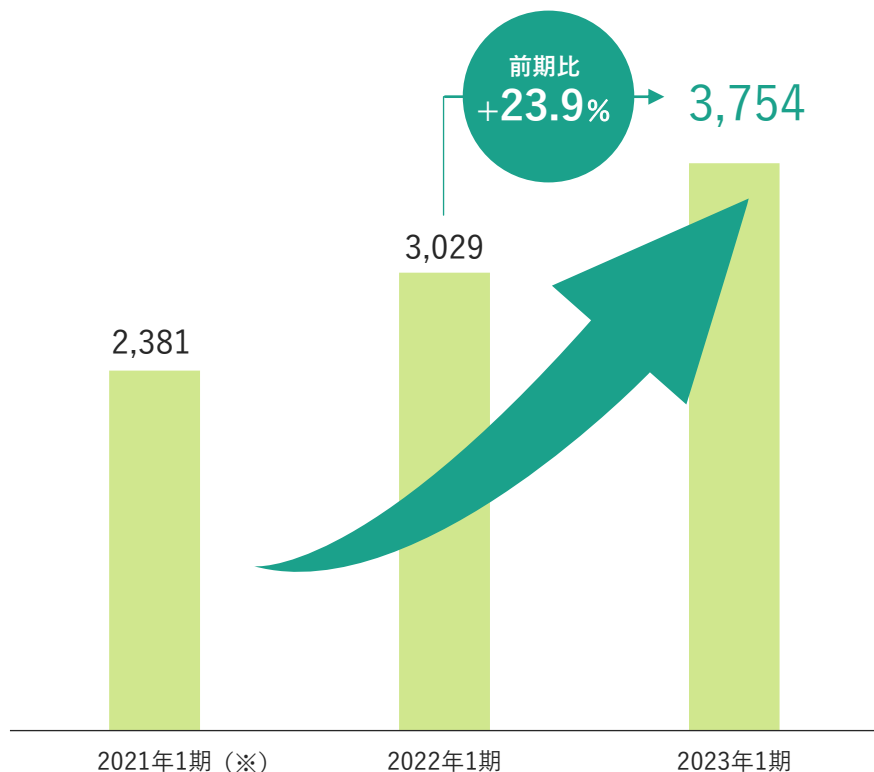
# 株式会社卑弥呼単体実績サマリー



- 店舗のスクラップ&ビルド、新ラインナップ展開により売上高伸長  
(2020年5月～2023年1月：出店11店舗、退店13店舗、純減2店舗)
- 店舗オペレーション改善等により営業利益は 前期比+214.3%の3.7億円に

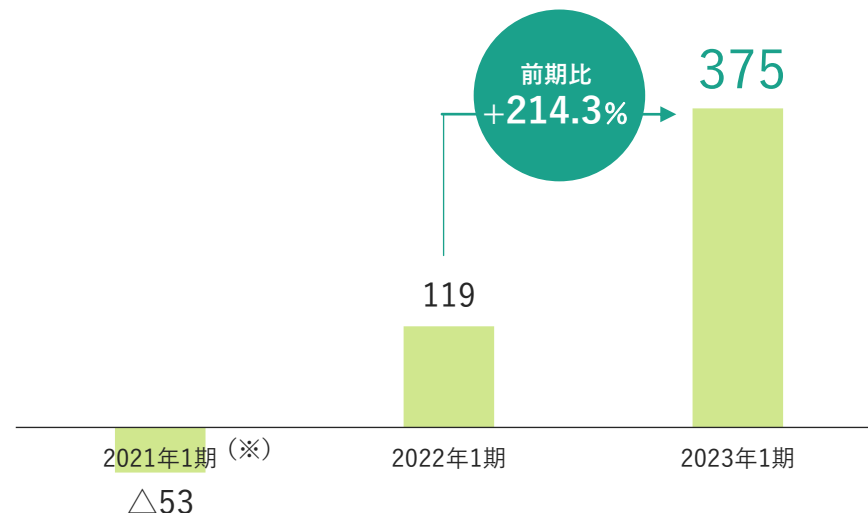
## 売上高

(単位: 百万円)



## 営業利益

(単位: 百万円)



※ 2020年5月に子会社化。  
売上高・営業利益の数値は子会社化前(2月～4月)の数値を含む通年の数値

# 出退店状況



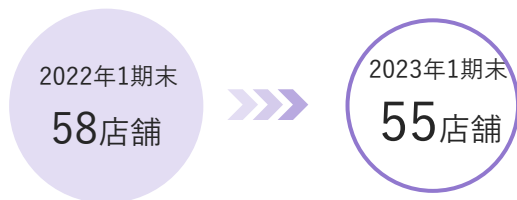
## 国内

WA単体



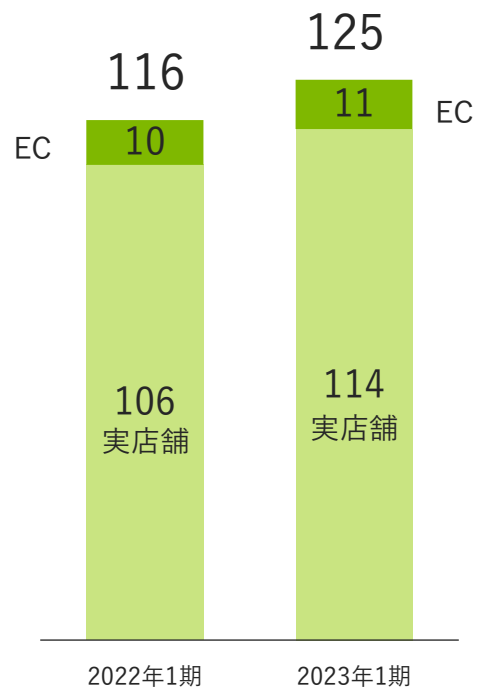
- 純増 **9** 店 (15店舗出店、6店舗退店)
- 各ブランドの高い訴求性から順調な出店

卑弥呼

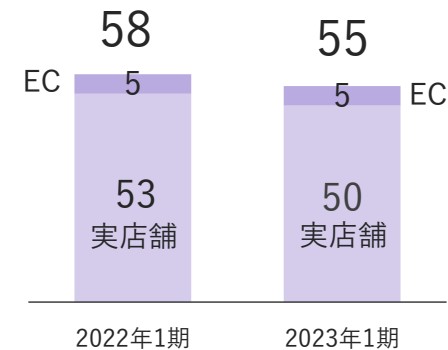


- 店舗のスクラップ&ビルドを実施 (2店舗出店、5店舗退店)

WA単体



卑弥呼



## 海外



- コロナによる影響で中国1店舗、香港2店舗を退店



※海外販売ライセンス契約に基づき展開されている台湾12店舗は除く



# 財政状態



(単位: 百万円)

	2022年1期	2023年1期	増減
<b>流動資産</b>	<b>7,477</b>	<b>8,148</b>	<b>670</b>
現預金	3,699	3,413	△286
棚卸資産	2,571	3,368	796
<b>固定資産</b>	<b>2,591</b>	<b>2,686</b>	<b>94</b>
有形固定資産	1,101	1,227	126
無形固定資産	86	61	△24
投資その他資産	1,403	1,397	△6
<b>資産合計</b>	<b>10,069</b>	<b>10,834</b>	<b>765</b>
<b>負債合計</b>	<b>1,955</b>	<b>2,074</b>	<b>118</b>
流動負債	1,441	1,460	18
固定負債	513	613	100
借入金	-	-	-
<b>純資産合計</b>	<b>8,113</b>	<b>8,760</b>	<b>646</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>10,069</b>	<b>10,834</b>	<b>765</b>
<b>自己資本比率</b>	<b>80.6%</b>	<b>80.9%</b>	<b>+0.3pt</b>



- I 2023年1月期決算概要
- II 今期重点施策
- III 2024年1月期業績予想



## 1. 店舗販売、オンライン販売をそれぞれ強化し、店舗とオンラインの連携によるシナジーを創出



■ 好立地での店舗展開拡大



■ デジタル・マーケティング強化による  
会員数拡大

### ショールーム的な位置づけの店舗

- ✔ ネットで見たものを実際に店舗で試着し、購入
- ✔ ネットで購入したものを店舗受取にすることで、店舗で別な靴に出会う

### リピーター獲得

- ✔ 店舗で履いたものと同じブランドは、安心してネットで購入してもらえる



## 2. ブランド力の向上、及び、同一ブランドでの商品ジャンルの拡充

高価格帯ブランド



HIMIKO

中価格帯ブランド



NICAL



ブランド力向上  
同一ブランド  
商品ジャンル拡充

- ブランド力を高める商品ラインナップを企画
- 商品企画から製造、販売までのSPAビジネスモデルの利点を生かし、同一ブランドでパンプスからスニーカー、レインシューズまで、幅広く展開

ブランドのファン化

- ✔ ブランドへの信頼がブランドのファン化につながり、複数ジャンル商品の購入につながる

高収益化

- ✔ ブランド力を高めることで、プロパー価格での販売を増やすことが可能になり、高収益となる





# 今期重点施策



基本戦略に基づく今期の重点施策

## 重点施策 1

オンライン強化

## 重点施策 2

中・高価格帯ブランド強化

中価格帯:NICAL の店舗数拡大

高価格帯:卑弥呼ブランドの商品ラインナップ増強

## 重点施策 3

販路拡大

## 重点施策 4

海外(香港・マカオ)  
商品展開強化

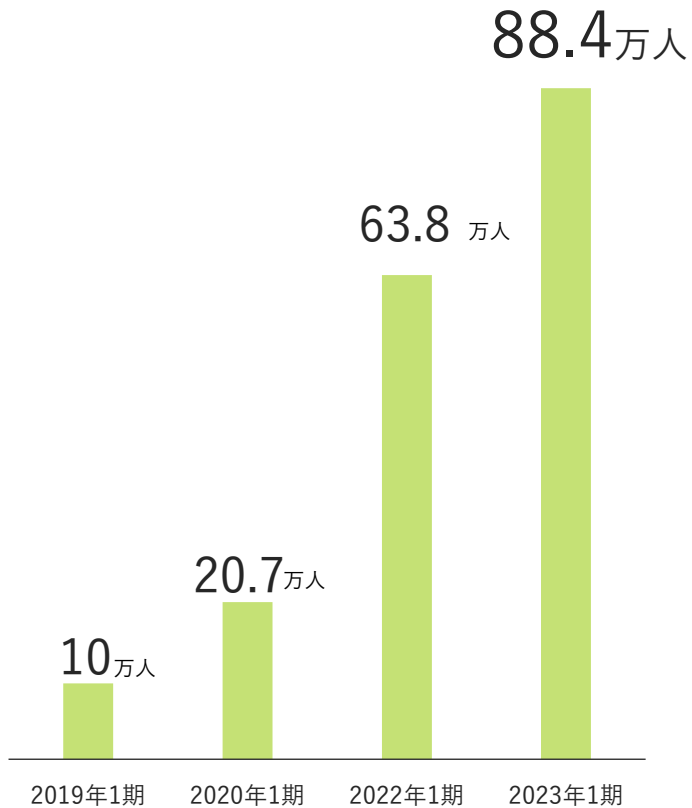


# 重点施策1： オンライン強化



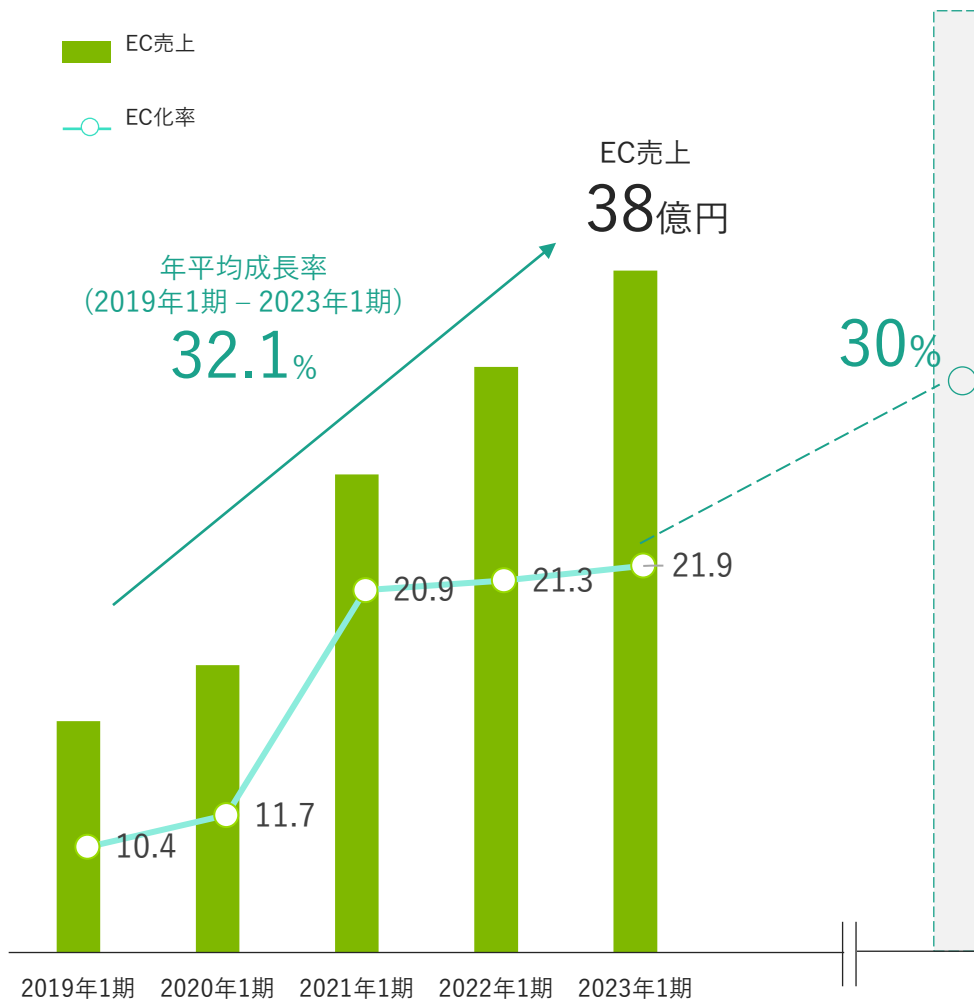
- YouTubeやSNSでの露出を増やし、公式サイトでの会員登録の誘因を強化
- 店頭在庫に制限がないことを強みとし、オンラインでの販売商品を増やす

会員登録数推移




連結EC売上高推移

■ EC売上  
○ EC化率



# 重点施策2： 中・高価格帯ブランドの強化



 卑弥呼 HIMIKO



高価格帯ブランド  
「卑弥呼」を  
2020年5月に子会社化

19,800円 - 41,800円

高価格帯

ORiental TRaffic と  
卑弥呼の間の価格帯  
層を補填し、トレン  
ド重視のブランドと  
しての確立狙う

10,800円 - 17,800円

NICAL



 ORiental TRaffic



履き心地  
重視





5,500円 - 10,800円

ORiental TRaffic



トレンド  
重視

低価格帯

## 重点施策2： 中価格帯 NICAL の店舗数拡大



# NICAL

価格帯: 10,800円 – 17,800円

2022年  
1月期

「NICAL」初出店

2021年9月

大阪：あべのハルカス近鉄本店に初出店

2023年  
1月期

東京、大阪、名古屋、京都

NEW  
OPEN

8店舗連続

2022年2月 名古屋：タカシマヤゲートタワーモール  
(2023年1月15日まで期間限定)

2022年3月 大阪：阪神梅田本店

2022年6月 東京：有楽町マルイ店

2022年8月 京都：ジェイアール京都伊勢丹

2022年8月 東京：小田急百貨店 町田店

2022年9月 大阪：大丸梅田本店

2022年10月 神奈川：そごう横浜店

2022年10月 東京：西武池袋本店

2023年3月 名古屋：名古屋栄三越

ネットショップ


2022年3月 ZOZOTOWNへの出店開始



さらにブランド認知度を拡大させ、主力ブランドへと成長させていく

## 重点施策2： 高価格帯 卑弥呼ブランド強化（1）



 卑弥呼 HIMIKO

価格帯: 19,800円 - 41,800円

### 商品ラインナップを増強

従来のパンプス以外に、スニーカーやレインシューズの展開を実施。  
新規顧客の獲得にも繋がり、販売数は好調に推移。

Sneakers



Rain shoes



今後もさらなるラインナップ拡充をおこなっていく



# 重点施策2： 高価格帯 卑弥呼ブランド強化（2）



## 卑弥呼50周年企画

特別ノベルティフェアを開催



50th Anniversary  
Novelty Present

モデル島袋聖南コラボ商品発売



50th ANNIVERSARY

開発に1年半をかけた 卑弥呼オリジナル  
「コンフィジェルサポートインソール」が  
2023年春にデビュー！



コンフィジェルサポートインソール

COMFY GEL SUPPORT INSOLES

2023年  
春  
デビュー



## 重点施策2： ブランド力強化

- ブランド力向上により、百貨店やテナント・ディベロッパー選出の各種賞を受賞



百貨店バイヤーズ賞 ※

ベストセラー賞レディス靴部門

卑弥呼 3年連続1位受賞



※ 織研新聞社が全国の百貨店バイヤーにアンケートを行い選定する賞『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。



「ディベロッパーが選んだテナント大賞」 ※

プロポーズ賞受賞

ORiental TRaffic

テナント大賞 14年連続受賞



※ 織研新聞が主催し、年に一度、全国のディベロッパーからの投票によって決定する賞『プロポーズ賞』とは、ディベロッパーが出店の誘致をしたいショップとして支持を集めたテナントを表彰するもの。

## 重点施策3： 販路拡大



ブランドの認知度向上と売上拡大を目指し、以下の施策を実施

1. テレビショッピングでの販売
2. 全国網を持つ他社との協業による販売

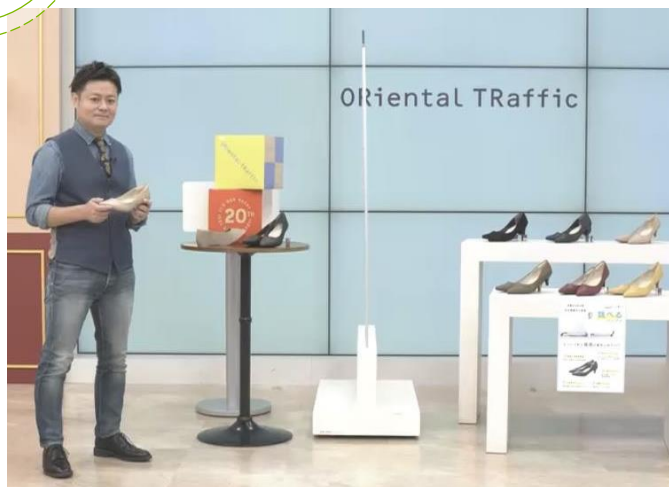
### 1 テレビショッピングでの販売

ショップチャンネル  
運営: ジュピターショップチャンネル株式会社

4,400足  
販売

2022年9月 生放送（1時間）

「ORiental TRaffic」跳べるパンプス



3,400足  
販売

2022年11月 生放送（1時間 x 3回）

「卑弥呼」



番組後のSNS等の口コミなどにより店舗への来店増、広告宣伝としての役割も果たす



# 重点施策 3 : 販路拡大



## 2 全国網を持つ他社との提携による販売を開始

### 「Right-on」の提携

- 株式会社ライトオン運営
- 全国約400店舗
- ジーンズを中核アイテムとした専門店

2020年10月より「ORiental TRaffic」の商品を  
全国**170**店舗のRight-onで販売



全国的に「ORiental TRaffic」の認知度が向上

New

2022年9月より

全国32店舗のRight-onで  
「ORTR」のスニーカー販売を開始



### 「ASBee」の提携

- 株式会社ジーフット運営
- 全国約700店舗
- ファッションとライフスタイルを提案する  
フットウェアショップ

ショップインショップ形式で、  
全国5店舗で販売を開始

「跳べるパンプス」と「ORTR」のスニーカーを中心に展開



# 重点施策4： 海外(香港)の商品展開強化



Oriental TRaffic

香港での  
優位性



Oriental  
TRaffic

20店舗

- 日本ブランドとして既に認知されている
- 香港で成功している数少ない日本の小売企業



コロナ対策緩和後に、順調に販売が回復

「跳べるパンプス」日本と同様に好調

日本価格の約**1.5**倍の  
プロパー価格での販売に成功



香港での商品展開を強化し、来期の売上拡大を狙う

ブランド力を高め付加価値の高い商品展開を行い、オンライン・オフラインともに拡大させる



品質・価格・デザイン・サービスのバランスの良さで女性ファッション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



**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



**卑弥呼**  
HIMIKO

履き心地にこだわり、上質な仕上がりで  
女性らしさと上品さを大切にしたい女性に向けて



**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



**NEW!**

婦人服ブランド

**MISCH MASCH**

ONもOFFもしなやかに楽しむ、  
愛される王道Feminine!



## MISCH MASCH

ONもOFFもしなやかに楽しむ、愛される王道Feminine！

2023年3月1日 吸収合併

### 今後の展望

今までダブルエーが培ってきたノウハウを活用

- ブランドイメージの確立
- 生産仕入れ
- 販売促進

上記に注力し、ダブルエー流の改革進行に取り組んでいく

マーチャндаイズの再構成を行い、今期後半で黒字化を目指す





- I 2023年1月期決算概要
- II 今期重点施策
- III 2024年1月期業績予想

## 2024年1月期 業績予想サマリー



- 大幅な増収増益を計画
- 売上高は、過去最高額の**206億円**（17.6%増収）を目指す

(単位: 百万円)

	2023年1期 実績	2024年1期 業績予想	前期比	
	実績	予想	増減	%
売上高	17,598	20,691	+3,093	+17.6%
営業利益	1,186	1,602	+416	+35.0%
経常利益	1,084	1,581	+497	+45.9%
当期純利益	689	964	+275	+40.0%
1株当たり 当期純利益 (円)	144.73	202.53	+58	+39.9%



# 株主還元

## 配当方針



当社は、経営基盤の安定に向けた財務体質の強化や事業拡大のための投資資金の確保に必要な内部留保の充実を図ることを重視しつつ、安定的な配当を継続して実施することで株主還元の充実に努めることを基本方針としております。

	2022年1期	2023年1期	2024年1期 (予想)
1株当たりの配当金	25円	25円	35円
連結配当性向	16.8%	17.3%	17.3%





- 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

ir@wa-jp.com

ホームページ <http://www.wa-jp.com/ir/>