

株式会社ダブルエー

# 2024年1月期 決算補足説明資料



2024年3月21日

東証グロース  
証券コード：7683



- I 2024年1月期決算概要
- II 中期経営計画の進捗
- III 2025年1月期業績予想

APPENDIX



大幅な増収増益、売上高・営業利益ともに過去最高を達成

売上高

212.6 億円

前期比

+20.8 %

営業利益

17.6 億円

前期比

+48.5%

大幅増収

- ダブルエー月次売上が前年同月比平均約120%以上で推移し、大幅な増収
- 自社サイトおよび主なオンラインサイトも大きく成長
- 卑弥呼が成長を大きく牽引
- MISCH MASCHの吸収合併が売上に寄与

大幅増益

- 円安の影響を受けるなか、大幅増収およびオンライン販売拡大により営業利益も大幅に増益
- 卑弥呼の営業利益が前期比+40%と、大きく増益に寄与
- テレビCMを前期ほど実施しなかったため広告費が前期比で減少

# 経営成績（連結）



- 前期および期初予想に対して売上が大幅に上振れ、利益も円安影響のなか上振れ
- 修正予想に対しては、暖冬による売上伸長の遅れや円安影響により未達

連結 (単位：百万円)	2023年1月期		2024年1月期		前期比		(参考)	
	金額	売上比率	金額	売上比率	増減額	増減率	期初予想 (2023/3/17 開示)	修正予想 (2023/9/14 開示)
売上高	17,598	—	21,260	-	3,662	+20.8%	20,691	21,265
原価	6,292	35.8%	7,859	37.0%	1,567	+24.9%	-	-
売上総利益	11,306	64.2%	13,400	63.0%	2,094	+18.5%	-	-
販管費	10,119	57.5%	11,637	54.7%	1,518	+15.0%	-	-
営業利益	1,186	6.7%	1,762	8.3%	576	+48.5%	1,602	2,030
経常利益	1,084	6.2%	1,692	8.0%	607	+56.0%	1,581	1,961
純利益	689	3.9%	1,163	5.5%	474	+68.9%	964	1,205
1株当たり 当期純利益 (円)	72.37	-	122.12	-	49.75	+68.7%	101.27	126.39

※：当社は2023年7月31日を基準日として普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。  
したがって、前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、「1株当たり当期純利益」を算定しております。

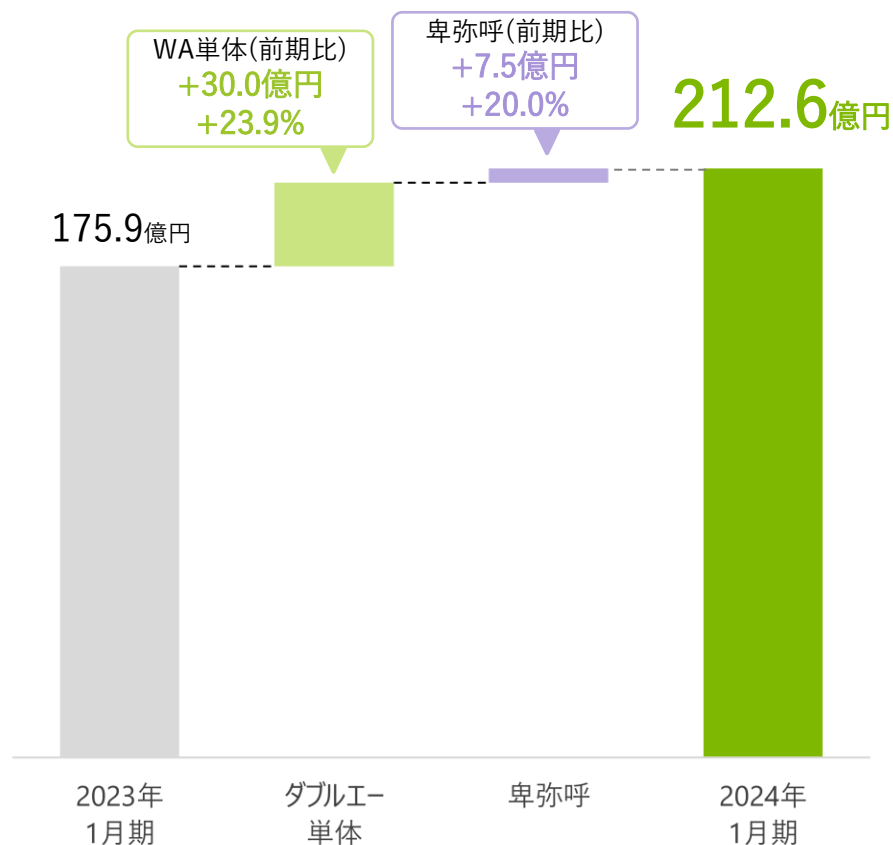


# 2024年1月期 売上高・営業利益 前期比

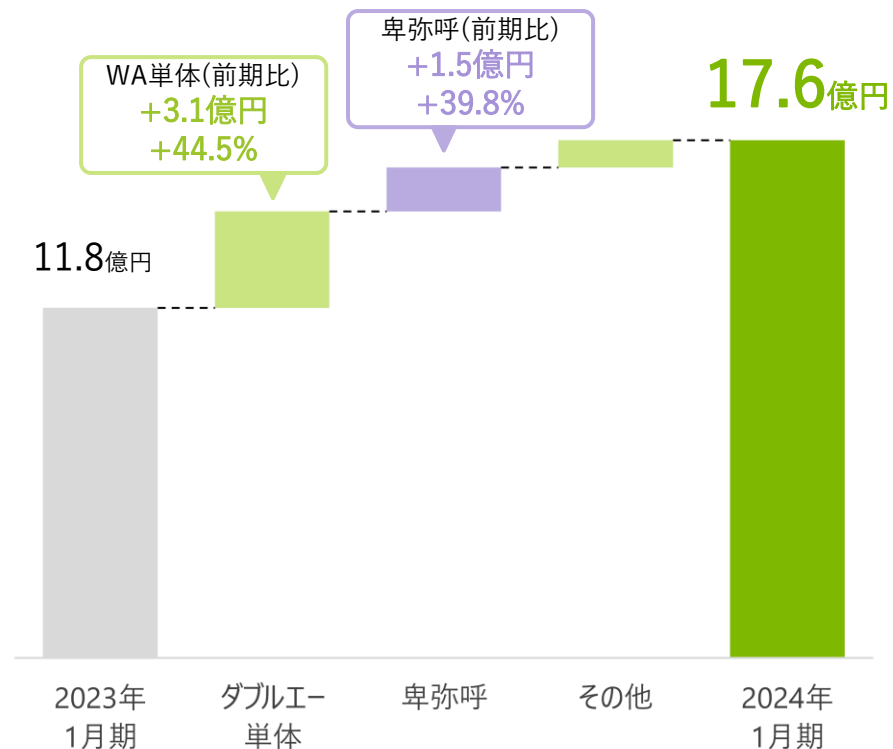


- ダブルエー、卑弥呼ともに前期比で大幅な増収増益
- ダブルエーは増収効果、およびオンライン販売拡大により、大きく増益

## 売上高



## 営業利益





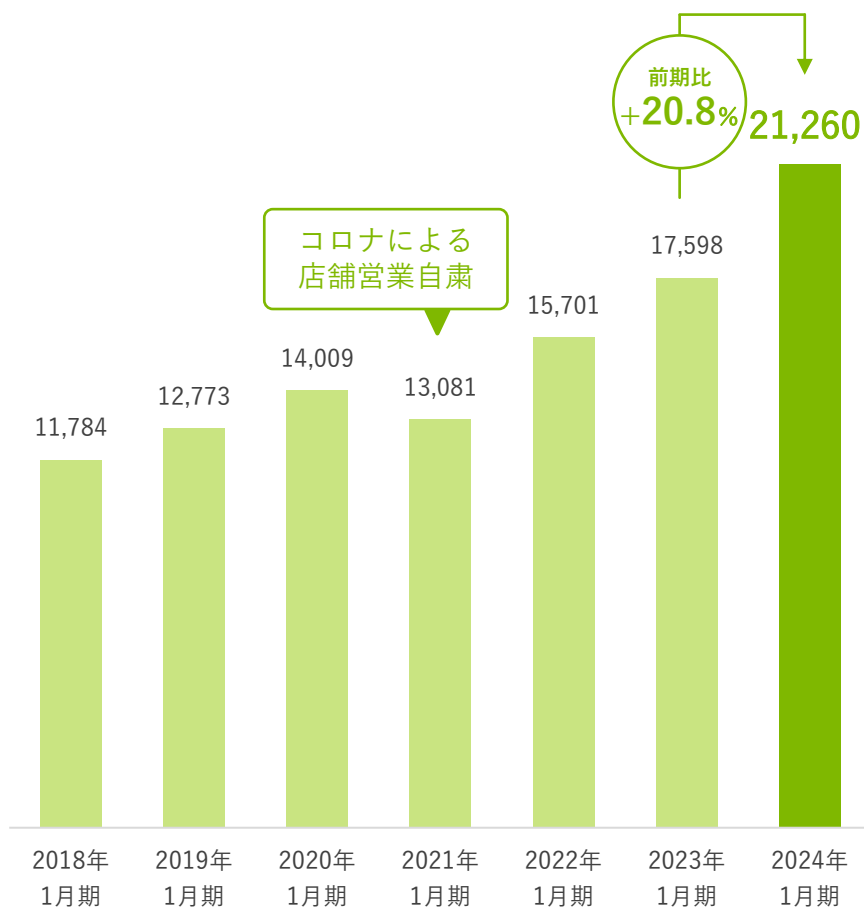
# 業績推移



- 売上高、営業利益ともに順調に拡大中
- 増収効果により、営業利益率も8.3%と前期より大幅改善

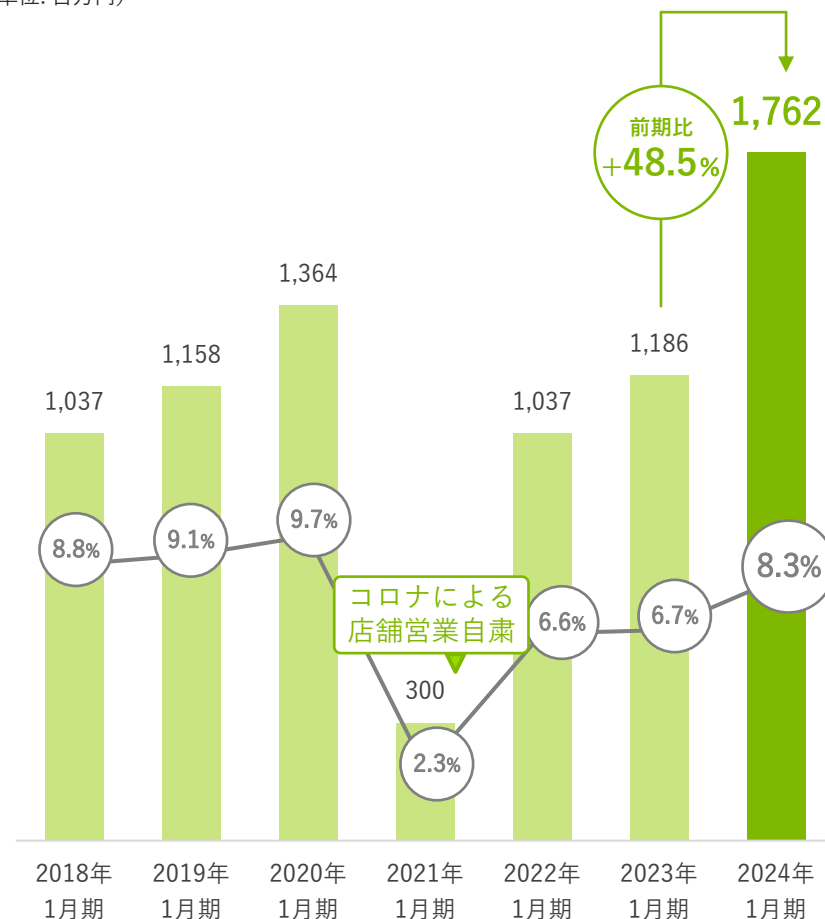
## 売上高

(単位: 百万円)



## 営業利益

(単位: 百万円)





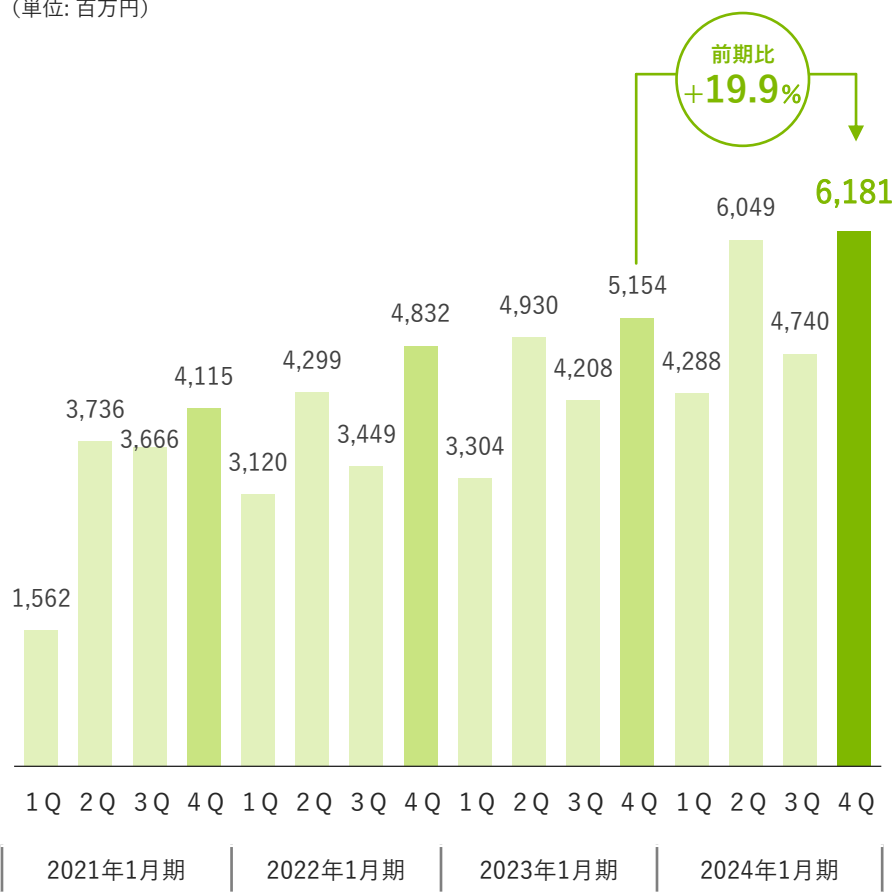
# 四半期推移



- 順調に成長拡大
- 暖冬や円安の影響を受けつつも、前年同期比で大幅に増収増益

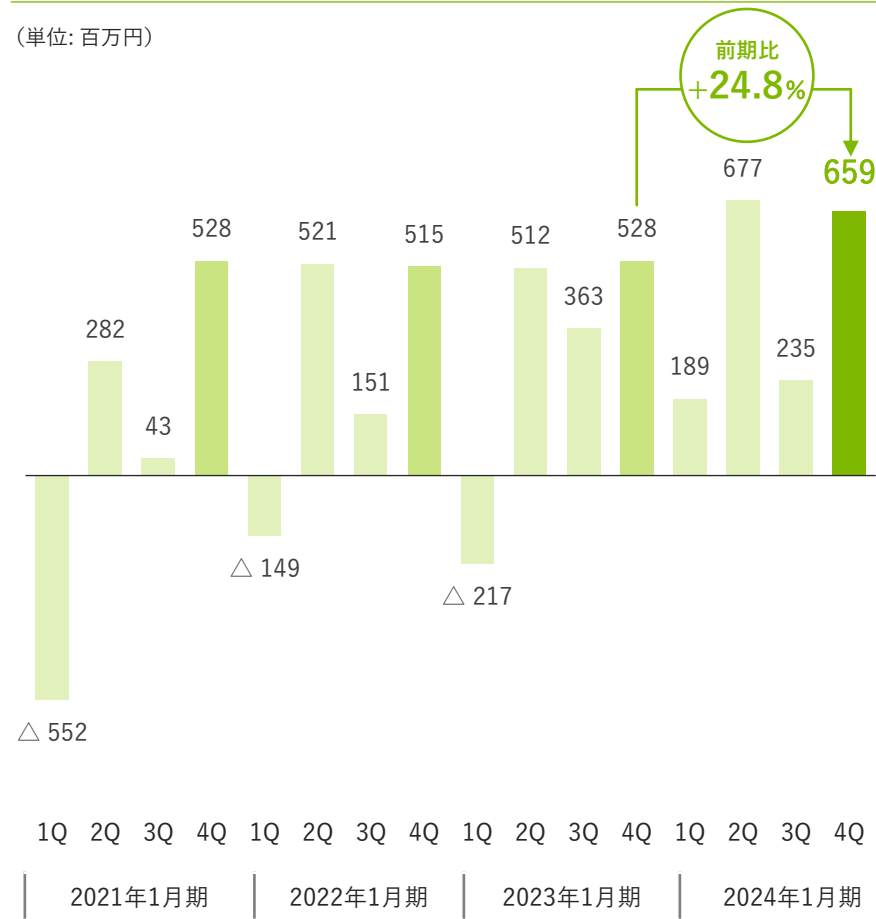
## 売上高

(単位: 百万円)



## 営業利益

(単位: 百万円)



# ダブルエー単体 販売形態別 売上内訳

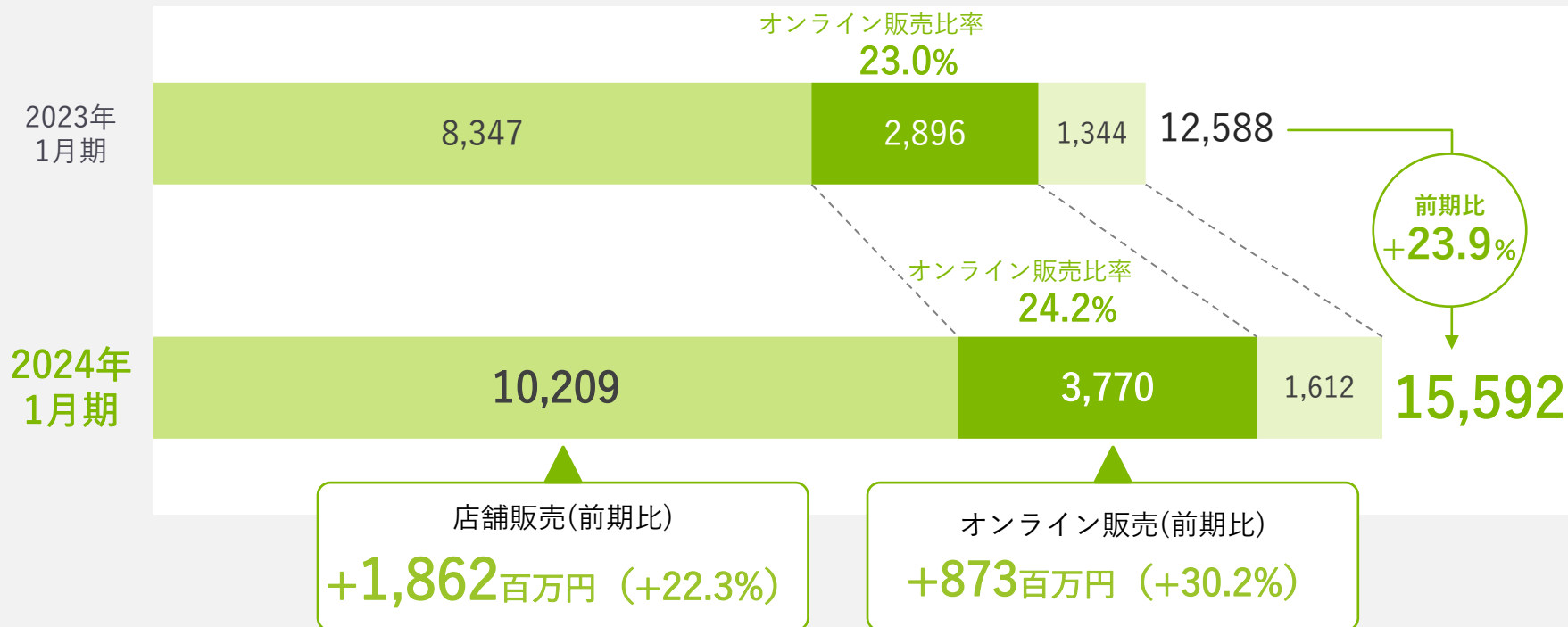


- 店舗、オンラインともに大幅に拡大し、売上高は前年同期比+23.9%の増収
- 各オンラインサイトでの販売も好調に推移、前期比+30.2%の大幅増加

## ダブルエー単体 売上高

(単位: 百万円)

■ 店舗販売 ■ EC販売 ■ その他



※: 今期の売上高には、ミッシュマッシュ事業 1,614百万円を含む



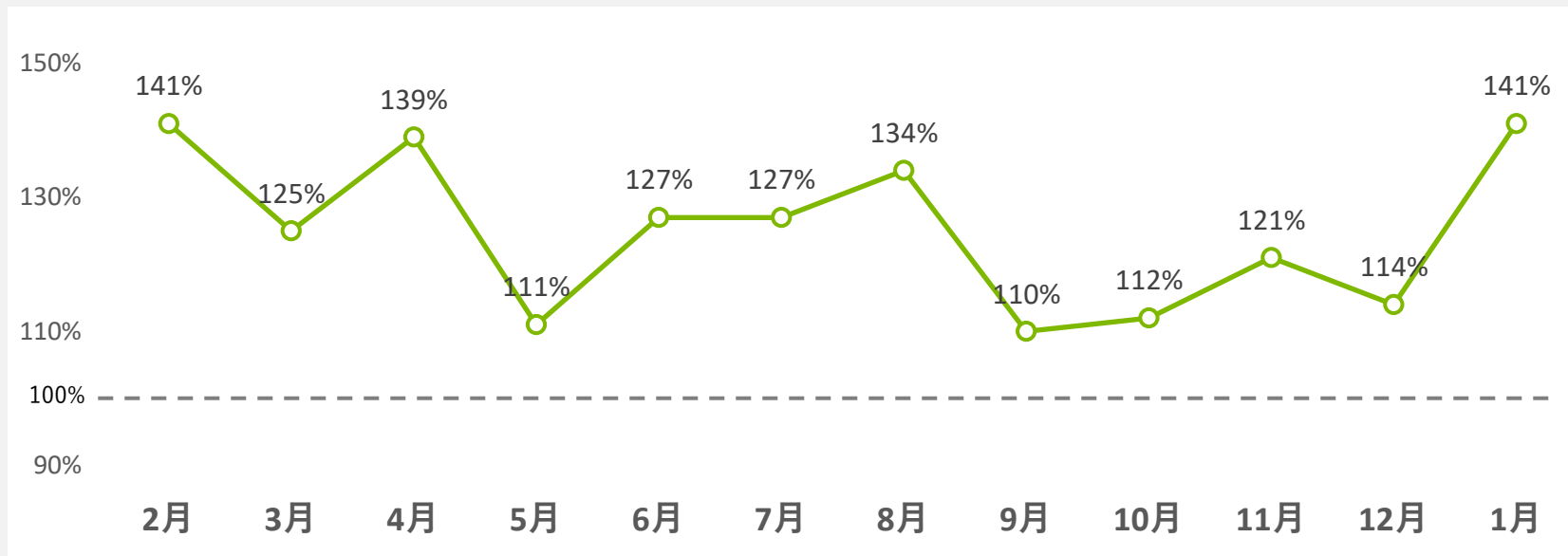


# ダブルエー単体 月次売上高推移



- 全ての月で前年同月を大きく上回り良好に推移
- 冬物好調により 1月は前年同月比141%と大幅に増収

## WA単体 月次売上高 対前年同月比



ダブルエー単体	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	合計
合計	141%	125%	139%	111%	127%	127%	134%	110%	112%	121%	114%	141%	124%
店舗	143%	117%	126%	117%	136%	130%	119%	104%	117%	113%	113%	145%	122%
オンライン	114%	127%	141%	118%	136%	132%	153%	105%	110%	151%	129%	142%	130%



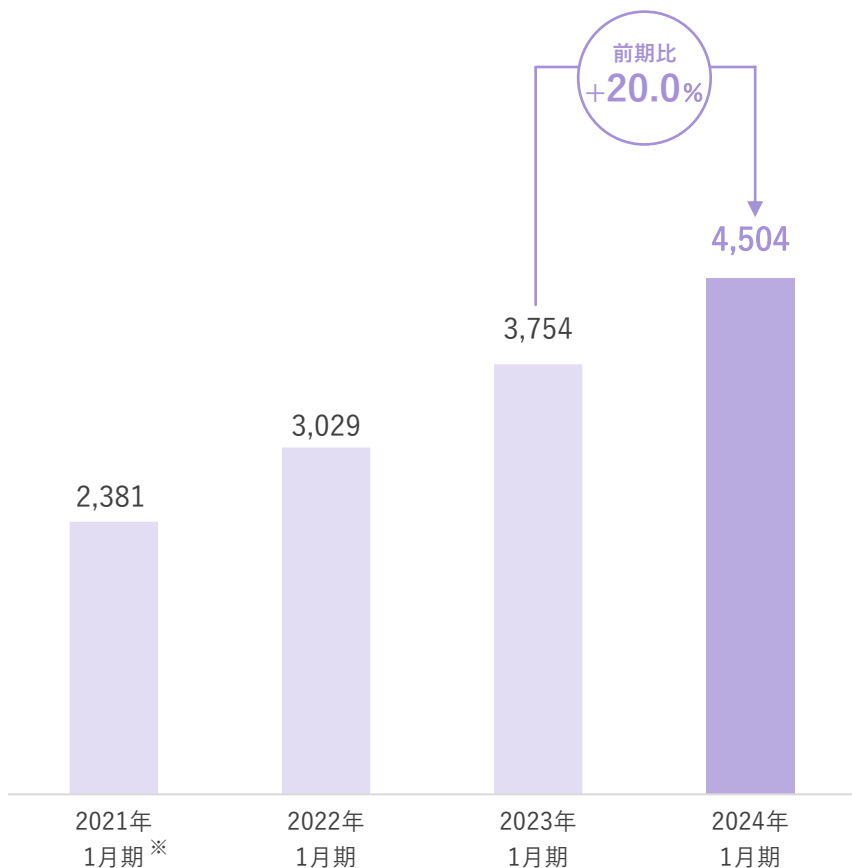
# 株式会社卑弥呼単体実績サマリー



- 50周年記念の広告宣伝によりブランド力が向上し、商品価値へ適正な価格を転嫁
- 既存店舗およびオンライン販売拡大により経常利益は 前期比+40.1%の5.2億円に

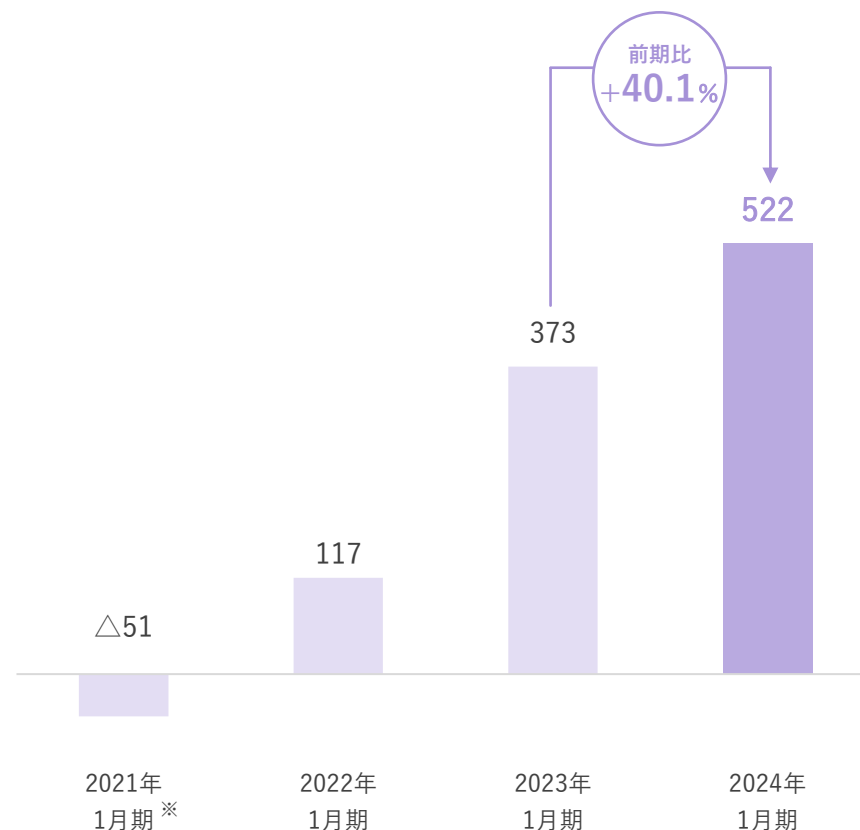
## 売上高

(単位: 百万円)



## 経常利益

(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



## 2023年3月1日吸収合併後、初年度で黒字化を達成

	売上高	営業利益
	百万円	百万円
当期業績	1,614	24

(注) 「セグメント情報等の開示に関する会計基準」に準じた金額を記載しております。

- 好条件・好立地な店舗に出店
- オンライン販売の強化
- イメージ戦略に注力

## MISCH MASCHブランドの復活を図る

# 出退店状況



## 国内

### ダブルイー単体

2023年1月期末

125店舗



2024年1月期末

155店舗

- 純増 30 店
  - 11店舗出店、3店舗退店
  - MISCH MASCH 承継 (17店舗、EC 5店舗)

### 卑弥呼

2023年1月期末

55店舗

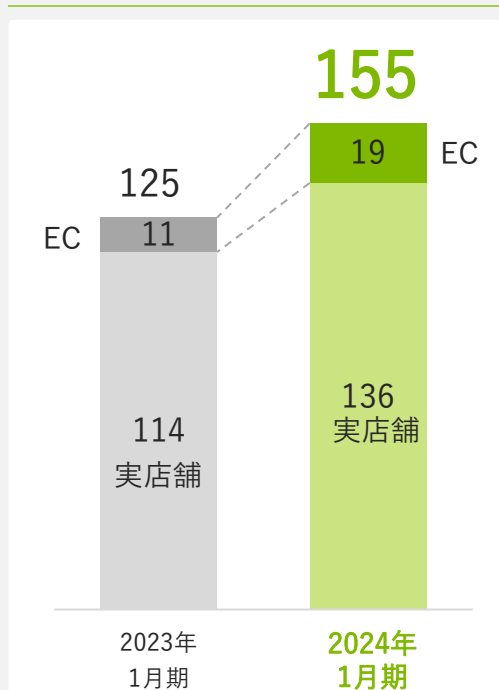


2024年1月期末

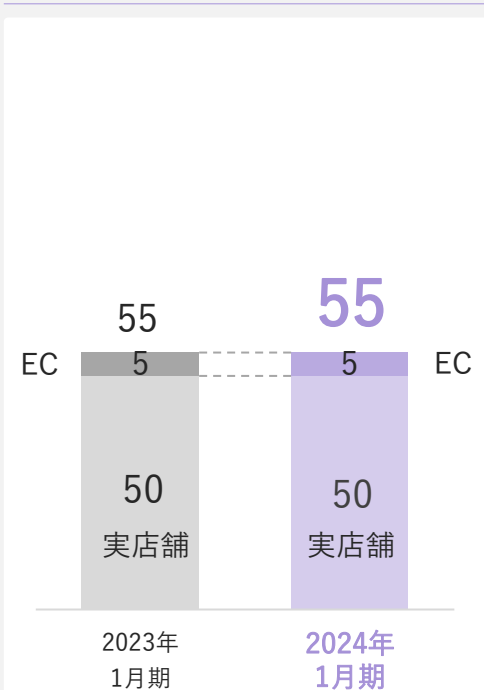
55店舗

- 純増 0 店
  - 2店舗出店、2店舗退店

### ダブルイー単体



### 卑弥呼



## 海外

2023年1月期末

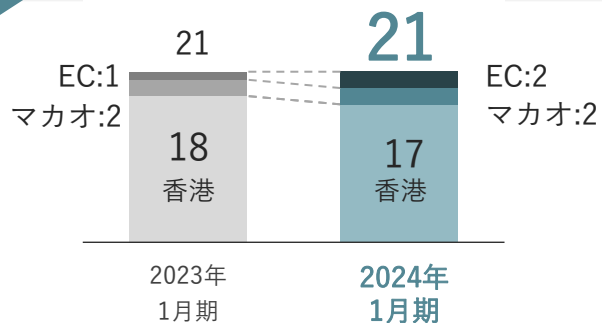
21店舗



2024年1月期末

21店舗

- 3店舗出店、3店舗退店



※海外販売ライセンス契約に基づき展開されている台湾店舗は除く



# 財政状態



(単位: 百万円)

	2023年1月期	2024年1月期	増減
<b>流動資産</b>	<b>8,148</b>	<b>9,390</b>	<b>1,242</b>
現預金	3,413	3,226	△186
棚卸資産	3,368	4,413	1,045
<b>固定資産</b>	<b>2,686</b>	<b>2,986</b>	<b>300</b>
有形固定資産	1,227	1,251	24
無形固定資産	61	44	△17
投資その他資産	1,397	1,690	293
<b>資産合計</b>	<b>10,834</b>	<b>12,377</b>	<b>1,542</b>
<b>負債合計</b>	<b>2,074</b>	<b>2,438</b>	<b>364</b>
流動負債	1,460	1,847	386
固定負債	613	591	△22
<b>純資産合計</b>	<b>8,760</b>	<b>9,938</b>	<b>1,178</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>10,834</b>	<b>12,377</b>	<b>1,542</b>
<b>自己資本比率</b>	<b>80.9%</b>	<b>80.3%</b>	<b>△0.6pt</b>



- I 2024年1月期決算概要
- II 中期経営計画の進捗
- III 2025年1月期業績予想

APPENDIX

店舗・オンラインストアでの売上拡大と、ブランド力強化により大きく成長

売上高

260億円

営業利益

40億円

成長戦略

1. 店舗とオンラインストアのシナジー強化
2. 高価格帯ブランド及び中高価格帯ブランドの強化
3. アパレルブランドの強化
4. 海外事業の強化

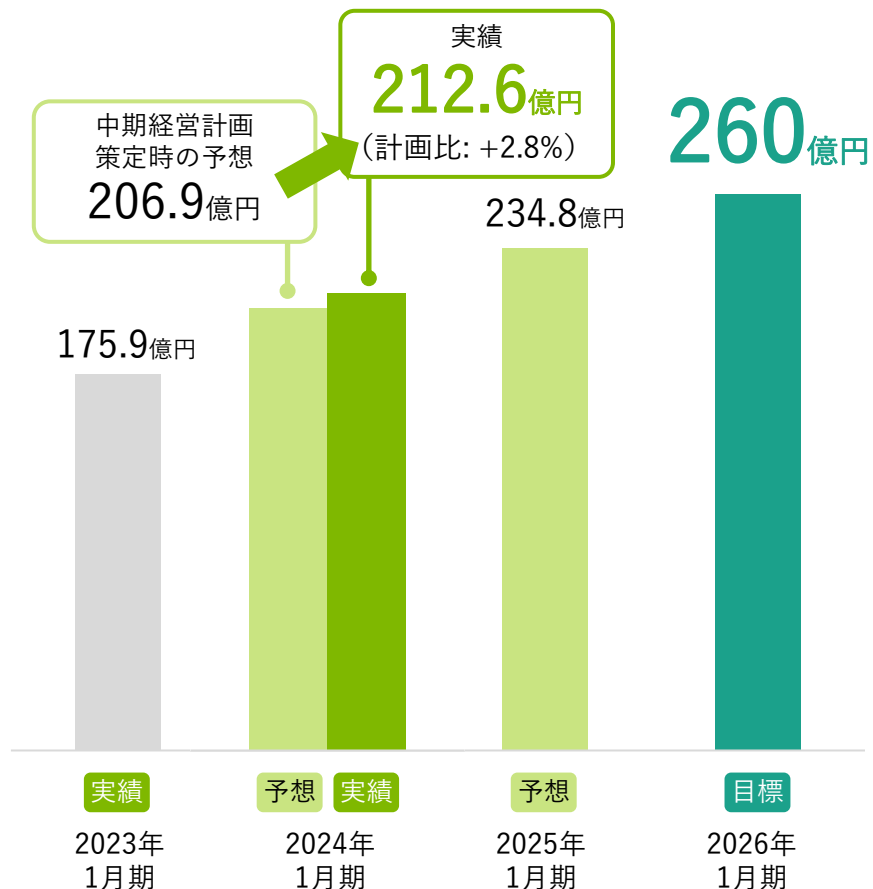


# 成長イメージ

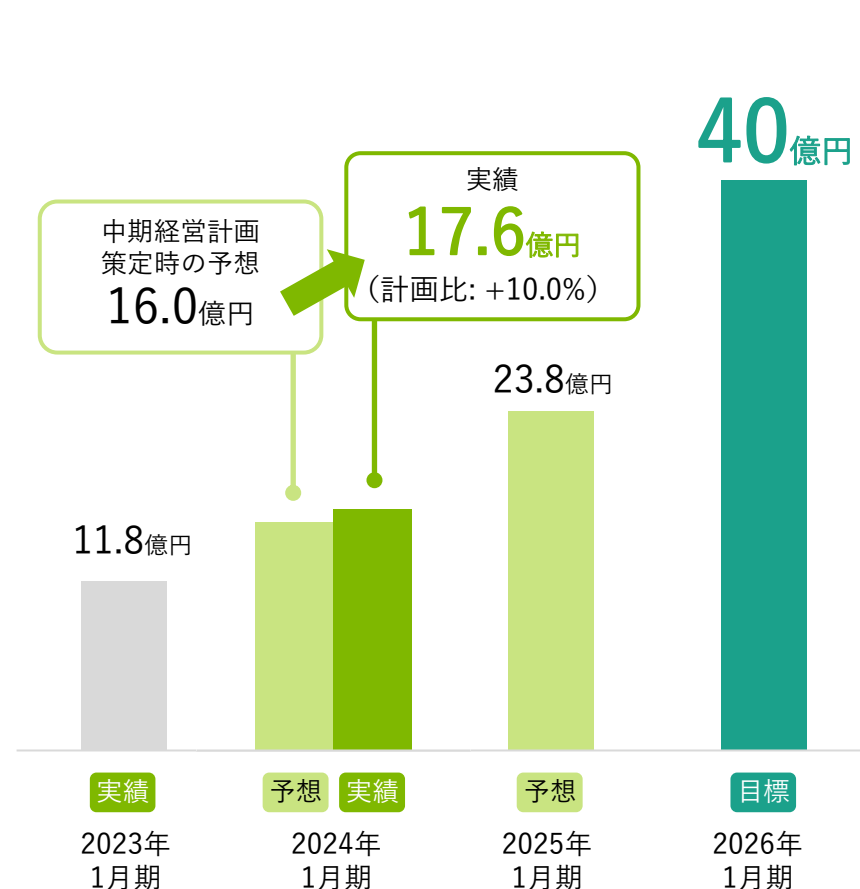


- 2024年1月期は、2023年6月14日に開示した中期経営計画に対して**計画以上の進捗**

## 売上高



## 営業利益





# 成長戦略1: 店舗とオンラインストアのシナジー強化



- 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・固定客の獲得

- ✓ 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

# 店舗販売強化



- 好立地で新規店舗を出店、既存店舗でのリニューアルオープンを実施
- 店舗販売の売上拡大により店舗販売での利益率向上

## 2024年1月期出店実績

### New Open

ORiental TRaffic



- 2023年2月 北海道 ORiental TRaffic札幌アピア店
- 2023年4月 岐阜 WA ORiental TRaffic イオンモール各務原店
- 2023年4月 大阪 ORiental TRaffic OUTLET大阪門真店
- 2023年4月 名古屋 ORiental TRaffic名古屋パルコ店
- 2023年4月 神奈川 ORiental TRaffic / THE OUTLETS SHONAN HIRATSUKA店

### NICAL

中高価格帯ブランド

- 2023年3月 名古屋 NICAL名古屋栄三越
- 2023年6月 神戸 NICAL神戸マルイ

### 卑弥呼

HIMIKO

高価格帯ブランド

- 2023年3月 東京 上野マルイ店
- 2023年12月 東京 日本橋三越本店

### Renewal Open

- 2023年3月 東京 ORiental TRafficルミネ池袋店
- 2023年3月 千葉 WA ORiental TRafficイオンモール幕張新都心店
- 2023年7月 東京 ORiental TRafficルミネ有楽町店
- 2023年8月 東京 WA ORiental TRaffic池袋サンシャインシティ店
- 2023年8月 埼玉 ORiental TRaffic浦和パルコ店



NICAL  
名古屋栄三越



ORiental TRaffic  
ルミネ有楽町店



## ドットエスティで取り扱い開始



- 株式会社アダストリアが運営する公式ファッション通販サイト「ドットエスティ」でORiental TRaffic と NICAL の販売を開始
- 会員数：約**1,700万人**
- 当社ブランドの認知度を高める効果大

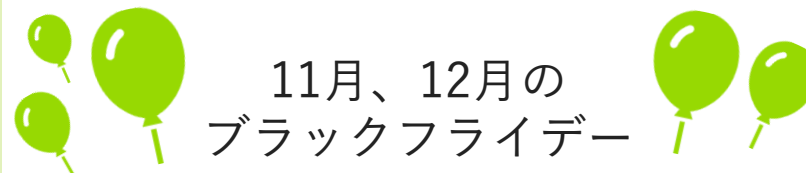
## Amazon での販売強化

Amazonでの取り扱い商品群を増強



- EC限定アイテム
- Kids商品
- 跳べるパンプス
- ムートンブーツ
- スニーカー等

6.7(水) NEW OPEN!



11月、12月の  
ブラックフライデー

売上高前年比

**+ 4,500 万円**

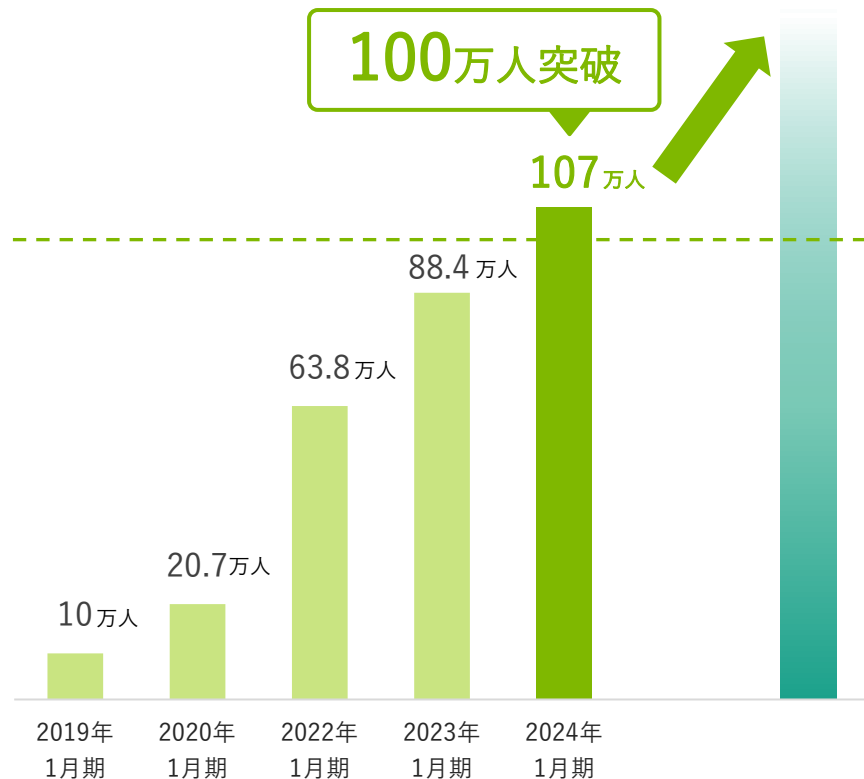


# オンライン販売強化

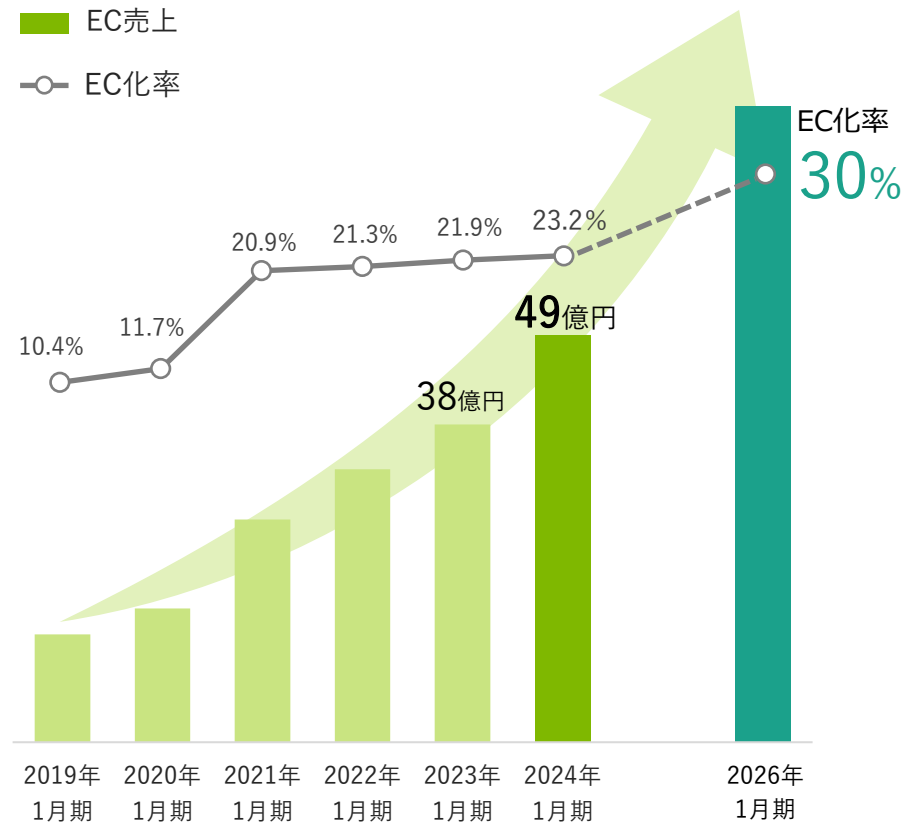


- YouTubeやSNSでの露出を増やし、自社サイトの会員登録の誘引を強化
- 店頭在庫に制限がないことを強みとし、オンラインでの販売商品を増やす
- 利益率の高いオンライン販売の比率を30%まで高める目標とする

## 会員登録数



## 連結EC(オンライン)売上高



目標

# 成長戦略2： 高価格帯ブランドおよび中高価格帯ブランドの強化



- ブランド力の向上および、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

卑弥呼 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



# 高価格帯ブランド「卑弥呼」強化

- ブランド力向上により、百貨店バイヤーズ賞を7回連続受賞
- ショップチャンネルでの販売好調

## 百貨店バイヤーズ賞 第1位※受賞



ベストセラー賞  
レディス靴部門 第1位

卑弥呼 HIMIKO

4年連続 第1位



## ショップチャンネルでの販売



2023年11月19日  
1時間の生放送を3回実施

1日で  
計**1.1億円**の  
売上



※：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で、受賞の『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。

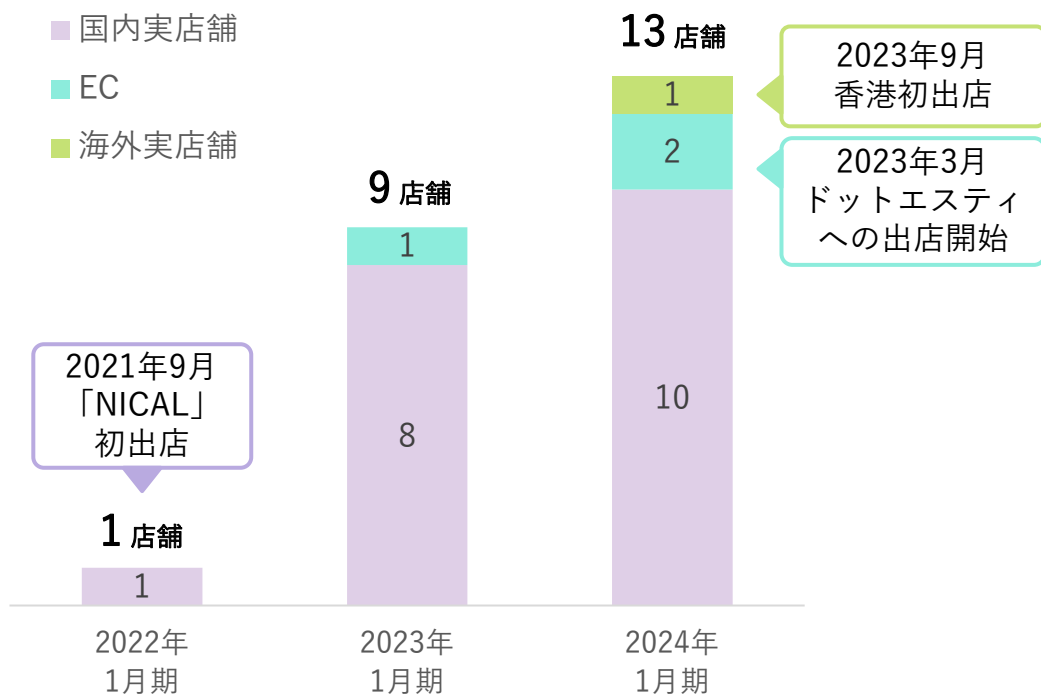
# 中価格帯ブランド「NICAL」強化



NICAL 価格帯: 10,800円 - 17,800円

名古屋、神戸での実店舗、香港やオンライン等、店舗を拡大

店舗数



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

# 成長戦略3: アパレルブランドの強化



- 当社の強みを生かした事業再生をおこない、吸収合併後1年以内で黒字化を実現

2024年1月期で**黒字化**を実現

MISCH MASCH

2023年3月1日 吸収合併

- 1 リブランディングを行いイメージの刷新
- 2 テレンドを捉えた商品提案により新たな顧客層獲得
- 3 オンライン販売の強化
- 4 商品生産・販売体制の見直し

## Topics1

当社主力の靴ブランドとのコラボ商品を展開



- 同一デザインコンセプトの、洋服/ドレスと靴を展開
- 両ブランド店舗/オンラインサイトで販売を実施
- ORiental TRafficオンライン公式サイト(会員数約107万人)から MISCH MASCH へ誘引

## Topics2

公式ONLINE STOREとアプリをリニューアル



MISCH MASCH の公式アプリ  
**RENEWAL**

さらに便利！  
使いやすい！

NEW  
共通ポイントサービス開始

お得な情報を GET

ラクラク店舗検索



## 成長戦略4: 海外事業の強化




- 世界的にコロナ禍が回復してきたことを踏まえ、当社ブランドの認知度が高い香港および台湾に対して販売ブランドを拡大し、事業を強化

# NICAL

中高価格帯ブランド

海外初出店

2023年9月10日

 香港: SOGO コーズウェイベイ店オープン




SOGO コーズウェイベイ店

# MISCH MASCH


婦人服ブランド

海外初出店

2023年10月15日

 台湾: 台北京站店オープン

2023年10月18日

 台湾: 遠東百貨竹北店オープン

オファー多数につき、  
3号店を現在検討中



台北京站店



- I 2024年1月期決算概要
- II 中期経営計画の進捗
- III 2025年1月期業績予想

APPENDIX

## 2025年1月期 業績予想



- 大幅な増収増益を予想
- 売上高は、過去最高額の234億円（10.5%増収）を目指す
- 営業利益は、過去最高額の23億円（35.0%増益）を目指す

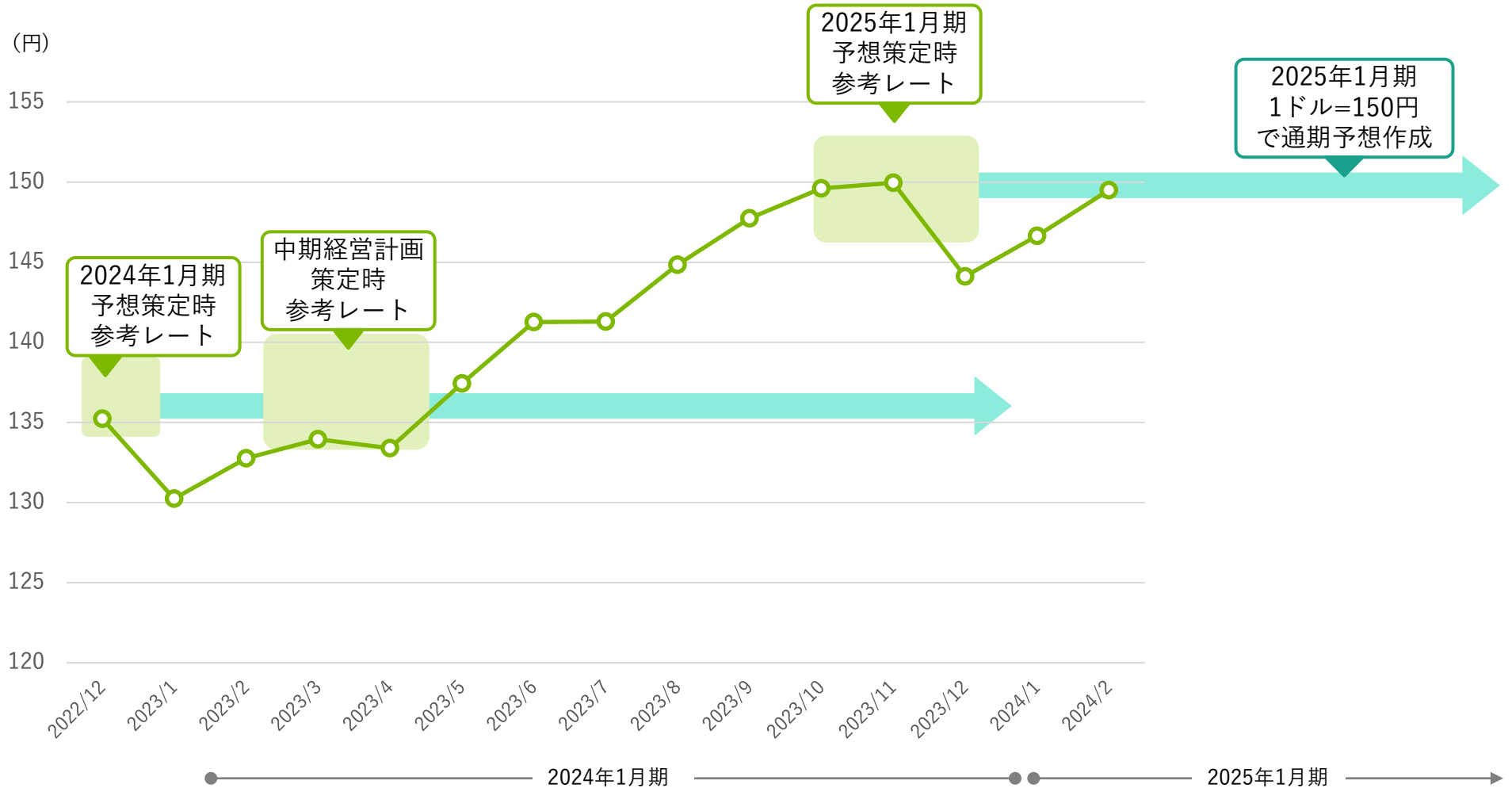
(単位: 百万円)

	2024年1月期 実績	2025年1月期 業績予想	前期比	
	実績	予想	増減	%
売上高	21,260	<b>23,485</b>	+2,224	+10.5%
営業利益	1,762	<b>2,380</b>	+617	+35.0%
経常利益	1,692	<b>2,369</b>	+677	+40.0%
当期純利益	1,163	<b>1,512</b>	+348	+30.0%
1株当たり 当期純利益 (円)	122.12	<b>158.67</b>	+36.55	+30.0%



# (参考) 為替推移

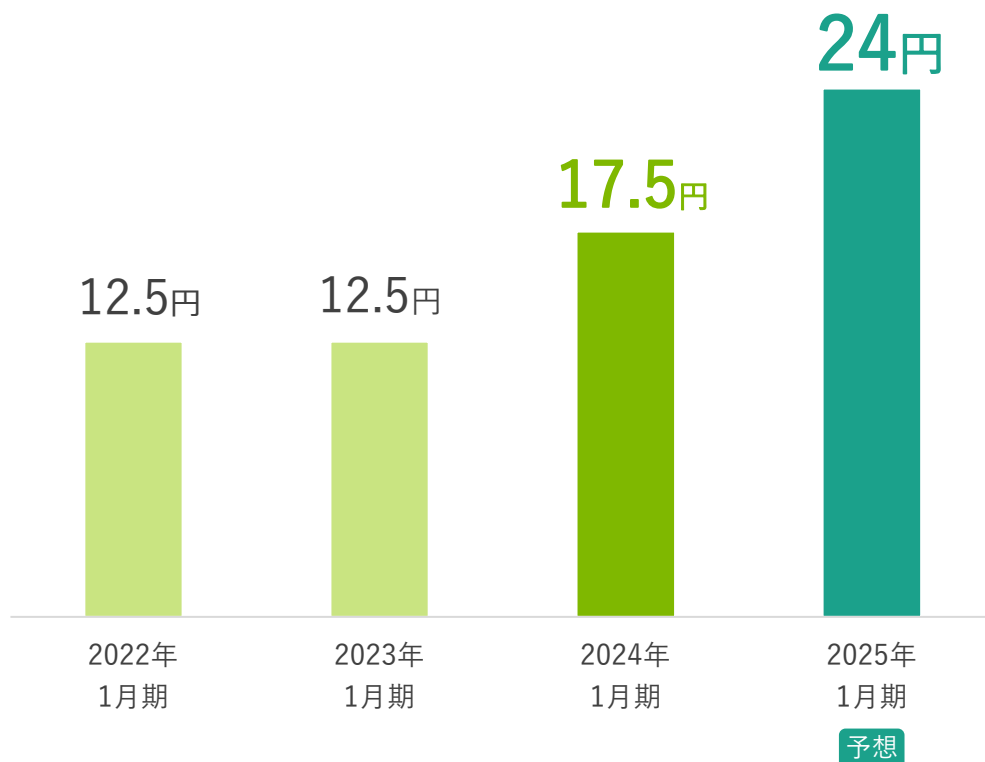
● 2025年1月期の通期予想は 1ドル = 150円前提で作成





- 2025年1月期は、前期比 **6.5円増配**を予定

■ 一株当たりの配当金



## 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。

※：当社は、2023年8月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。  
2022年1月期および2023年1月期につきましては、2022年1月期に当該株式分割が行われたと仮定して配当金を記載しております。



- I 2024年1月期決算概要
- II 中期経営計画の進捗
- III 2025年1月期業績予想

APPENDIX

# 会社概要



- 顧客目線に徹底的にこだわる婦人靴、婦人服のSPA

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	16億5,194万円
店舗数	実店舗205店 (国内186店・香港17店・マカオ2店) ※台湾除く オンライン店舗26店 (国内24店・香港1店・中国1店) ※台湾除く

## 【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



※：2024年1月31日現在



- 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



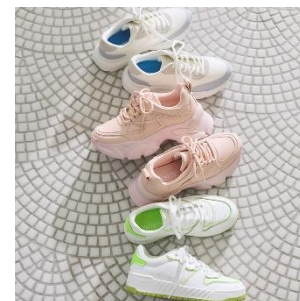
ORiental TRaffic

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



HIMIKO  
卑弥呼

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



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!





- 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/>