

2024年12月期 第1四半期 決算説明補足資料

株式会社キューブ

証券コード：7112

01

第1四半期決算報告

[2024年12月期]

02

事業進捗

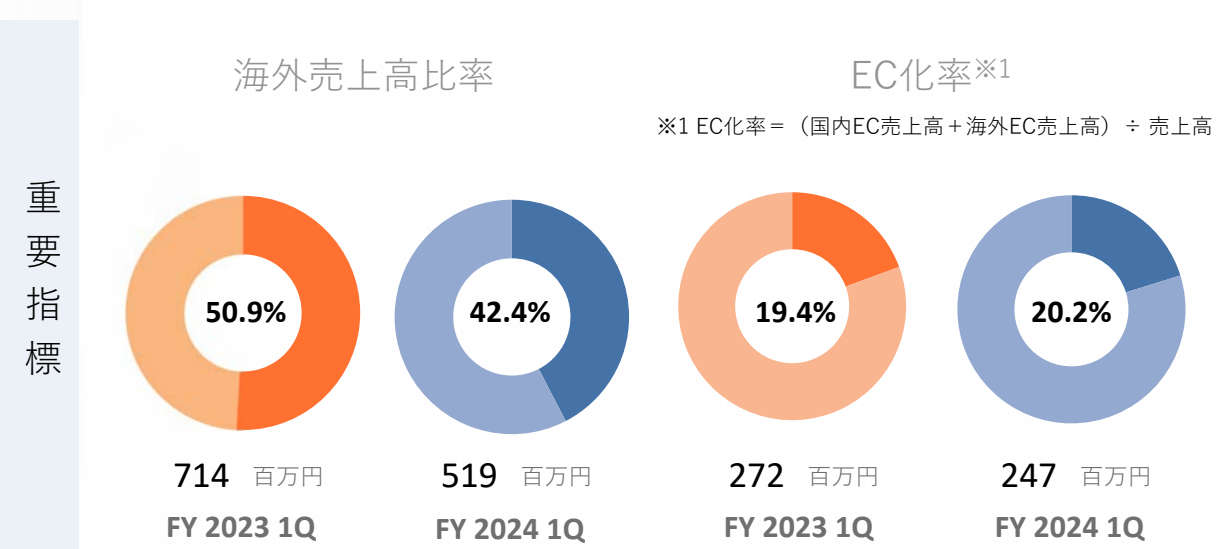
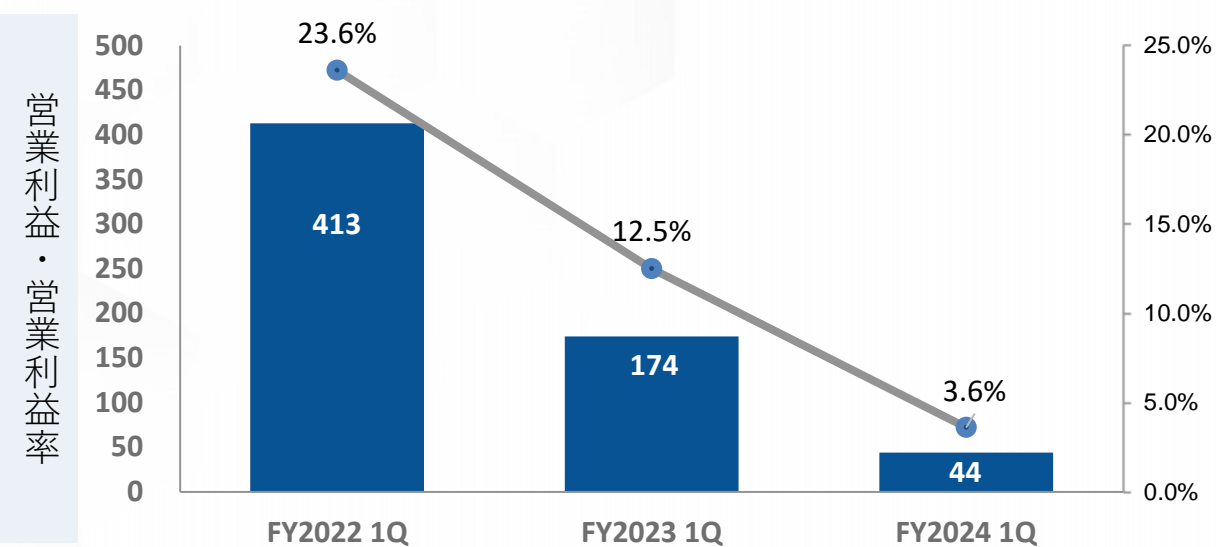
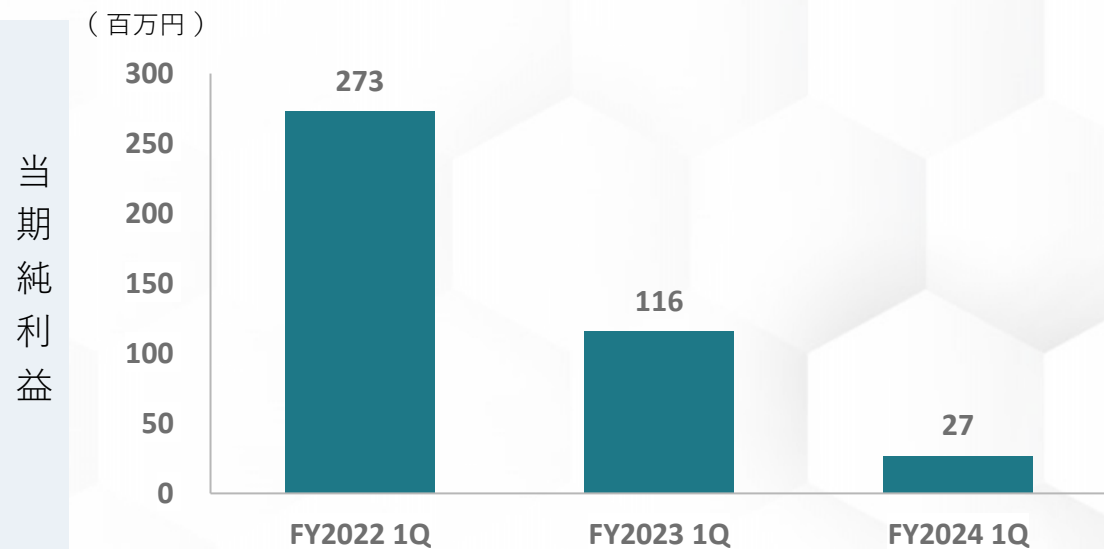
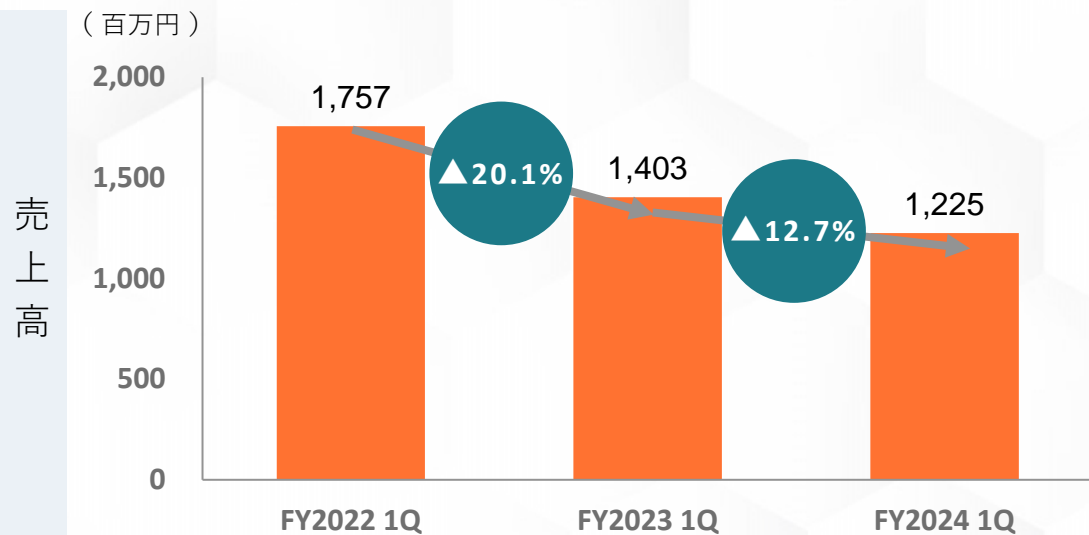
[2024年12月期]

03

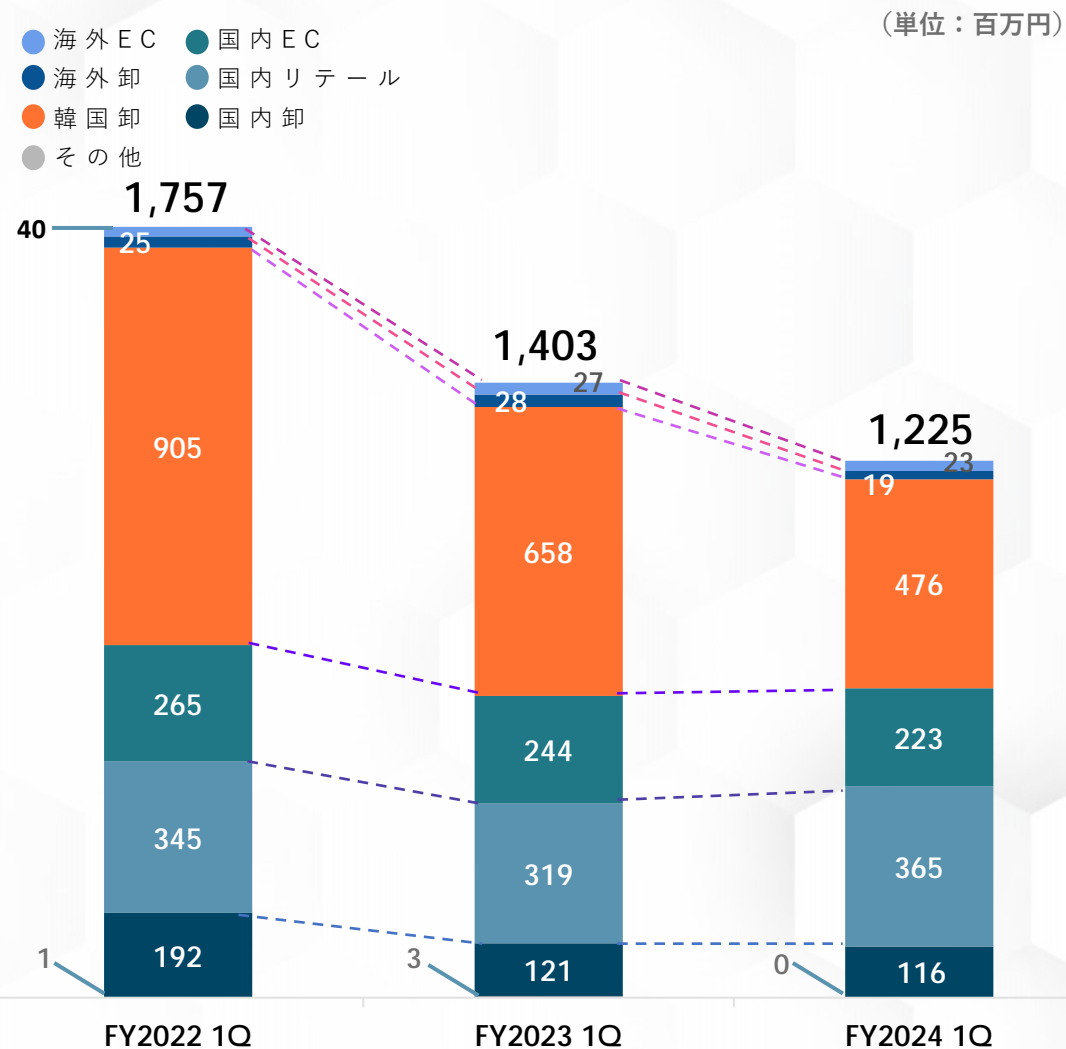
APPENDIX

- 会社概要 & ビジネス概要
- プロダクト
- 販売チャネル別売上推移

2024年12月期 第1四半期決算報告



販売チャネル別売上推移



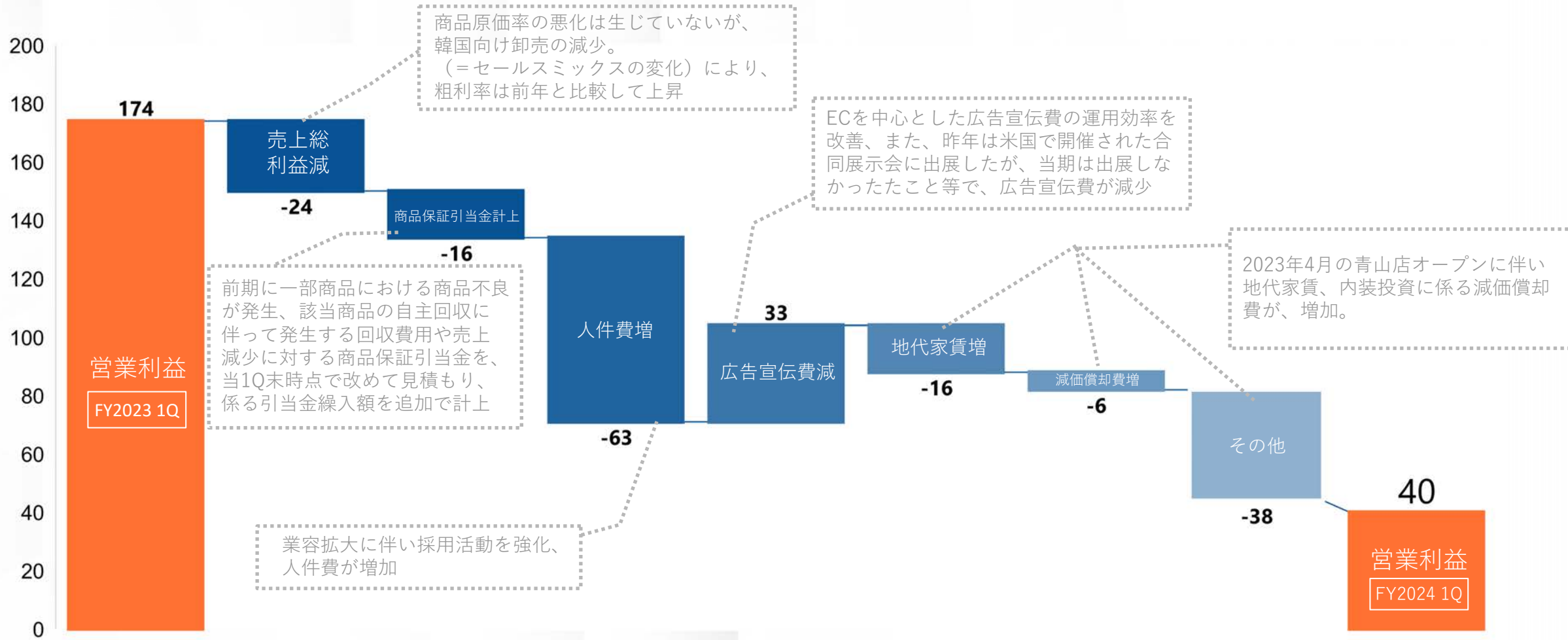
業績ハイライト

- 2020年の新型コロナウイルス感染症拡大以降、世界的にゴルフ市場が活性化したが、その過熱感は緩やかとなる。
- 韓国卸については、2022年におけるゴルフへの過熱感が特に顕著であり、その反動の影響で、引き続き卸売上は減少だが、現地でのエンドユーザーへの売上は回復傾向にある。
- 国内ECについては、3月は天候不順等の影響を受け、春夏物の新商品販売が伸び悩んだが、国内リテールは、2023年4月の青山店オープンやインバウンド需要等もあり、前年比で売上は順調に増加している。
- 国内卸については、ゴルフブームの落ち着いた影響で、卸先における在庫が一時的に膨れたが、その調整も収束に向かいつつあり、前期と比較するとほぼ同水準の売上となった。
- 海外卸については、ASEAN・東アジア地域で拡大中だが、上期における納品時期が第2四半期に集中しているため、第1四半期時点での前年比はマイナスとなっている。

(単位：百万円)

	FY2023 1Q	FY2024 1Q(当期)	前年同期比	業績予想	進捗率
売上高	1,403	1,225	▲178 (▲12.7%)	5,120	23.9%
営業利益 (営業利益率)	174 (12.5%)	44 (3.6%)	▲130 (▲74.5%)	236 (4.6%)	18.8%
経常利益 (経常利益率)	175 (12.5%)	43 (3.5%)	▲131 (▲75.2%)	230 (4.5%)	18.8%
当期純利益 (当期純利益率)	116 (8.3%)	27 (2.2%)	▲89 (▲76.8%)	151 (3.0%)	17.9%

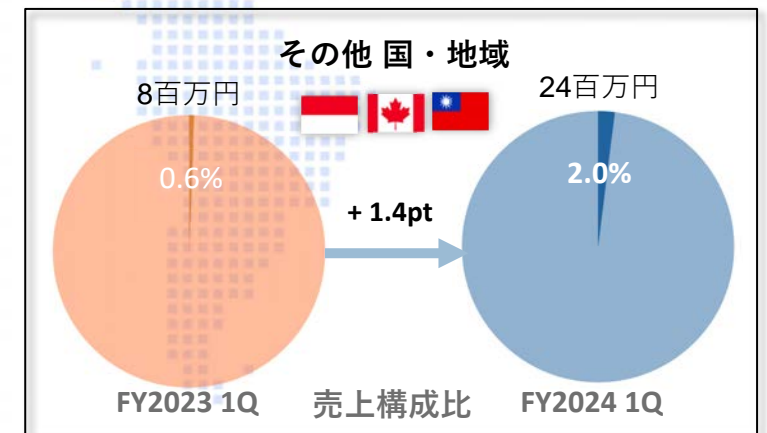
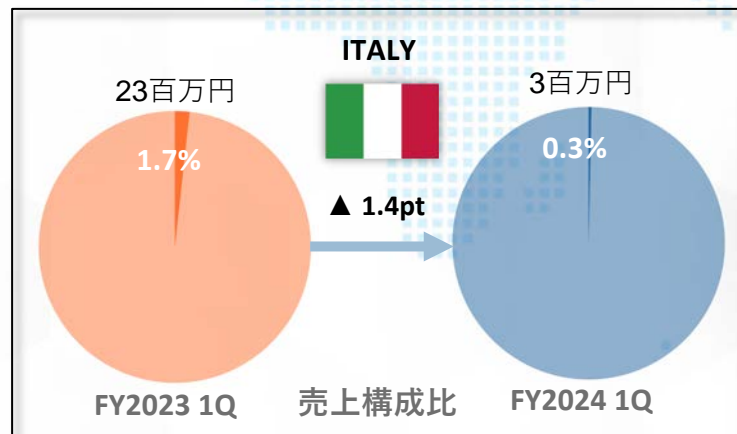
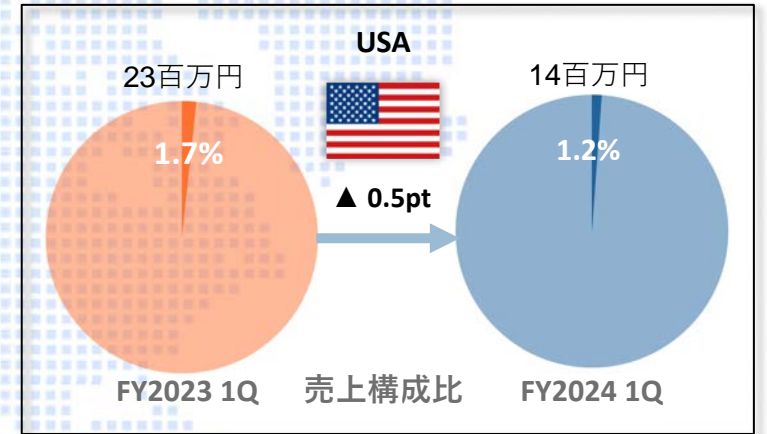
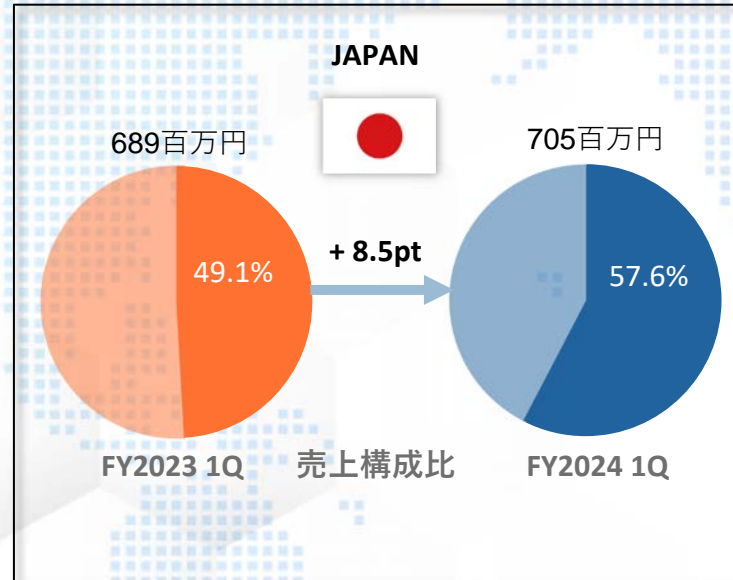
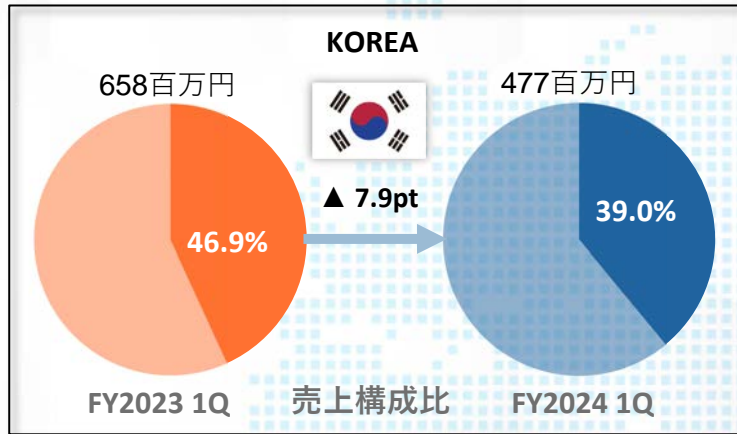
前期と比較して韓国卸の売上が減少していることに加え、業容拡大に伴う人件費増加の影響、また一部商品の不良に伴う自主回収の影響で商品保証引当金の追加計上もあり、営業利益が大きく減少。



BSについては、流動資産と流動負債が仕入増加に伴いそれぞれ増加している。

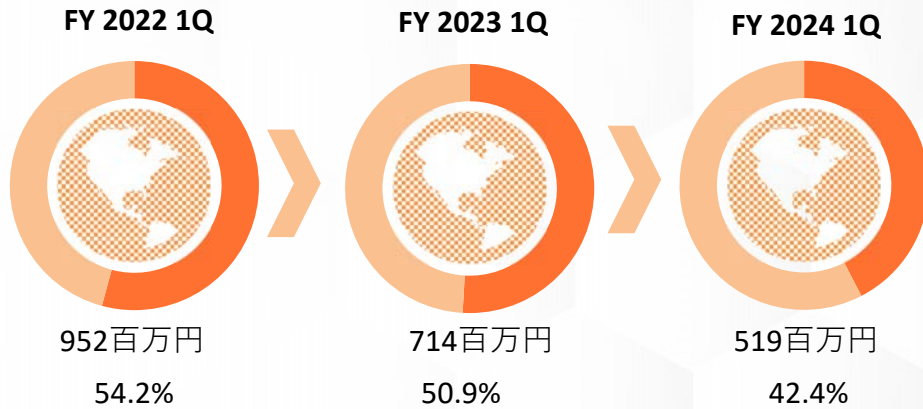
(単位：百万円)	FY2023 4Q	FY2024 1Q	構成比	前期末比	主な増減要因
総資産	4,507	4,809	100.0%	+301	
流動資産	3,719	3,935	81.8%	+216	<ul style="list-style-type: none">仕入の増加に伴う商品の増加決算月の売上増加に伴う売掛金の増加
固定資産	788	873	18.2%	+85	<ul style="list-style-type: none">ギンザシックス店の新装開店に伴う有形固定資産の取得による増加
流動負債	530	797	16.6%	+266	<ul style="list-style-type: none">決算月の仕入増加に伴う買掛金の増加ギンザシックス店の新装開店に伴う内装費用等の未払金の増加
固定負債	115	123	2.6%	+7	<ul style="list-style-type: none">ギンザシックス店の新装開店に伴う資産除去債務の増加
純資産	3,861	3,888	80.9%	+27	<ul style="list-style-type: none">利益の増加

コロナ禍におけるゴルフブームの過熱感は世界的に落ち着き、日本市場はプラス、韓国市場は売上減少。その他国・地域での展開は順調に進み増加傾向にあるが、海外売上比率は韓国市場の影響を受け、42.4%に減少。

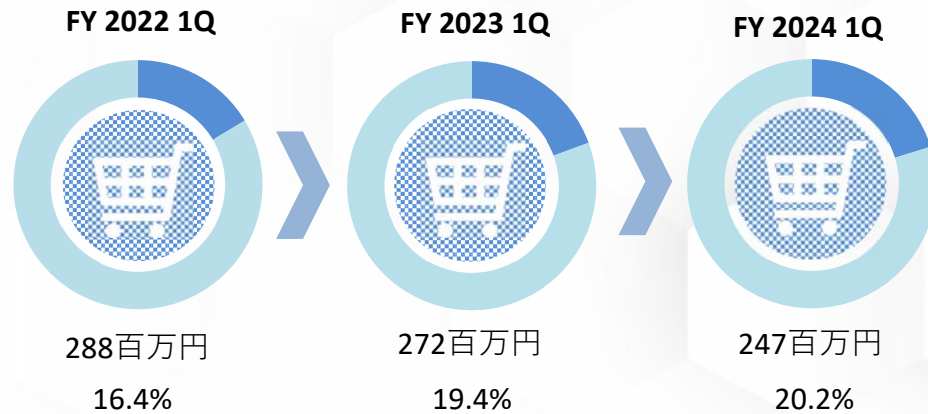


重要指標

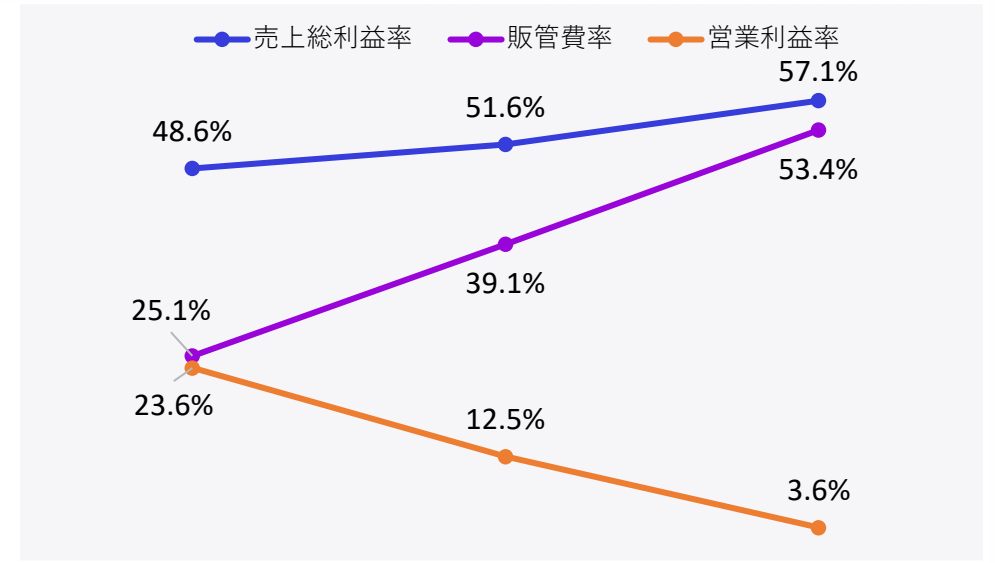
海外売上比率



EC比率



財務KPI



	FY 2022 1Q	FY 2023 1Q	FY 2024 1Q
ROE	15.5%	3.1%	0.7%
自己資本比率	63.5%	82.2%	80.9%
EPS	51.15円	19.18円	4.46円
BPS	353.69円	623.47円	640.17円

2024年12月期 事業進捗

✓ 本第1四半期決算発表時点

		FY2024				FY2025				FY2026				
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
アジア ASEAN等	<ul style="list-style-type: none"> • 代理店・FC展開 • 韓国ビジネスの拡大・安定運用 • ポップアップストア 	<p>継続的に展示会等への出展を行い、新規顧客の獲得を進める</p>												
				新規国代理店	新規国代理店	新規国代理店	新規国代理店	新規国代理店	新規国代理店	新規国代理店	新規国代理店	新規国代理店		
		中国・香港・ASEAN・中東等での卸売開始												
欧米	<ul style="list-style-type: none"> • 新規卸売先の開拓 • POP UP/ OMOストアの出店 	<p>イタリア・米国における取引量増加、その他欧米諸国における新規卸売先の獲得</p>												
								POP UP/OMOストア 新規出店						
韓国	<ul style="list-style-type: none"> • 代理店を通じた韓国市場での売上拡大 	<p>安定した成長に向けた代理店とのパートナーシップ強化</p>												
オンライン	<ul style="list-style-type: none"> • 海外向けECの拡大 • 日本国内ECの拡大 	<p>デジタルマーケティングを活用し、グローバルにおける認知度の拡大を進め、海外向けECの拡大と次なるビジネスモデル展開</p>												
日本	<ul style="list-style-type: none"> • フラッグシップストア開発 • 既存店舗の大型化 • FC展開 	銀座シックス 店改装			関西エリア 新規出店			北日本エリア 新規出店	関西エリア 新規出店	東海エリア 新規出店	九州エリア 新規出店	地方都市 FC店舗出店	地方都市 FC店舗出店	地方都市 FC店舗出店
		アウトレット ポップアップ出店				アウトレット 新規出店								

都内主力店である銀座シックス店を大型化しリニューアル、インバウンドをはじめとした海外へのブランド発信を強化



2024年3月、台湾の新光三越A9館にMARK&LONA店舗をオープン
2025年には台中においても同様の店舗を出店予定



Shin Kong Mitsukoshi Place A9
No. 9, Songshou Rd, Xinyi District, Taipei City



韓国最大のDUAL コンセプト型 フラッグシップストアが狎鷗亭地区にて開店。
本格的なカフェやシュミレーションゴルフ、フィッティングスタジオも完備しブランディングの強化を進める。



고객센터
1:1 게시판 이용시 빠른 상담이 가능합니다.

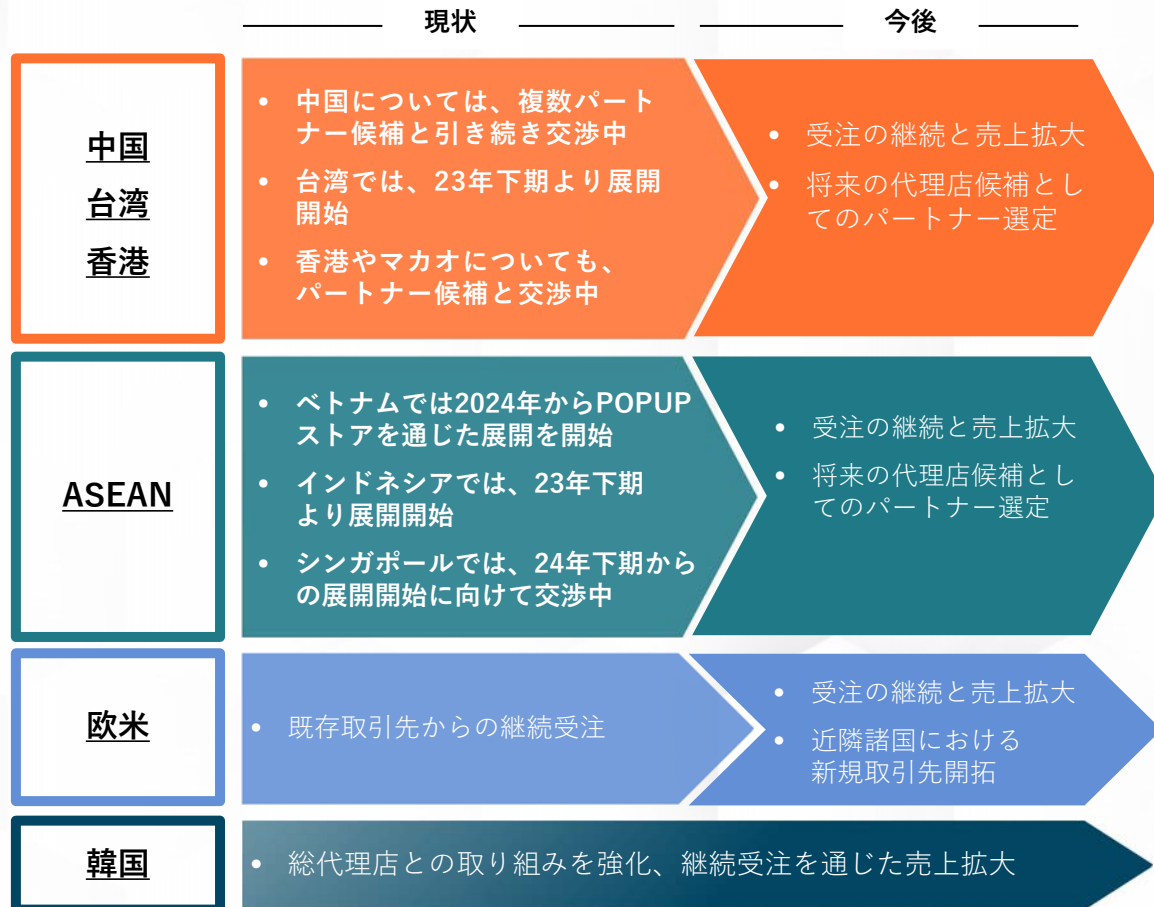
高級百貨店内のプレミアムショップや、会員制ゴルフコース等の5箇所において、SHOP IN SHOP形式での展開を開始



ハノイのショッピングモールで4月よりポップアップストアを展開開始、ホーチミンの百貨店においても展開予定



アジア・ASEAN地域を中心に新規取引先開拓が進捗、グローバルECの集客を引き続き強化
 オフライン・オンライン双方から、世界に向けたブランディング展開の素地と収益力強化基盤を構築中



デジタルツールを用いたマーケティングを通じGLOBAL展開を加速、海外売上高比率とEC化率を引き上げ世界市場での売上拡大を図っていく。



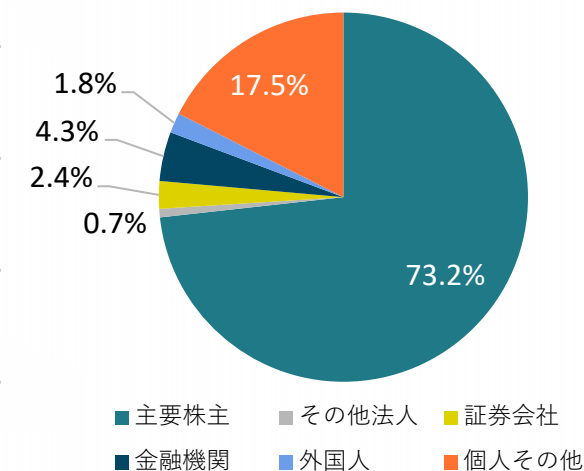
※1 WHOLESALE：欧州で開催される大型展示会やWEB上での展示会開催、SNS等のデジタルツールを駆使した海外卸売展開を通じ世界各国オフラインでの販路開拓とPRを強化

会社概要とビジネス概要

APPENDIX

社名	株式会社キューブ [英文名：CUBE CO., LTD.]
本社	東京都港区赤坂2-17-7
代表者	代表取締役 松村 智明 / Tomoaki Matsumura
設立	1994年12月
資本金	828,800,638円 (2024年4月末時点)
従業員数	91名 (2024年3月末時点、臨時雇用者を含む)
事業内容	衣服・雑貨の企画・製造・販売 / ライセンス事業 (ライセンサー)
取扱ブランド	MARK&LONA、HORN GARMENT、Gravis golf
主要取引先	(株)阪急阪神百貨店、(株)大丸松坂屋百貨店、(株)岩田屋三越、森ビル(株)、(株)ZOZO、(株)ヴィクトリア

株主構成 2023年12月末



VISION

時代の顔を創る

我々の提供するブランドやサービス、それらが時代の象徴やトレンドとなり、記憶に乗り続けていくことを弊社の企業理念としています。

STRATEGY

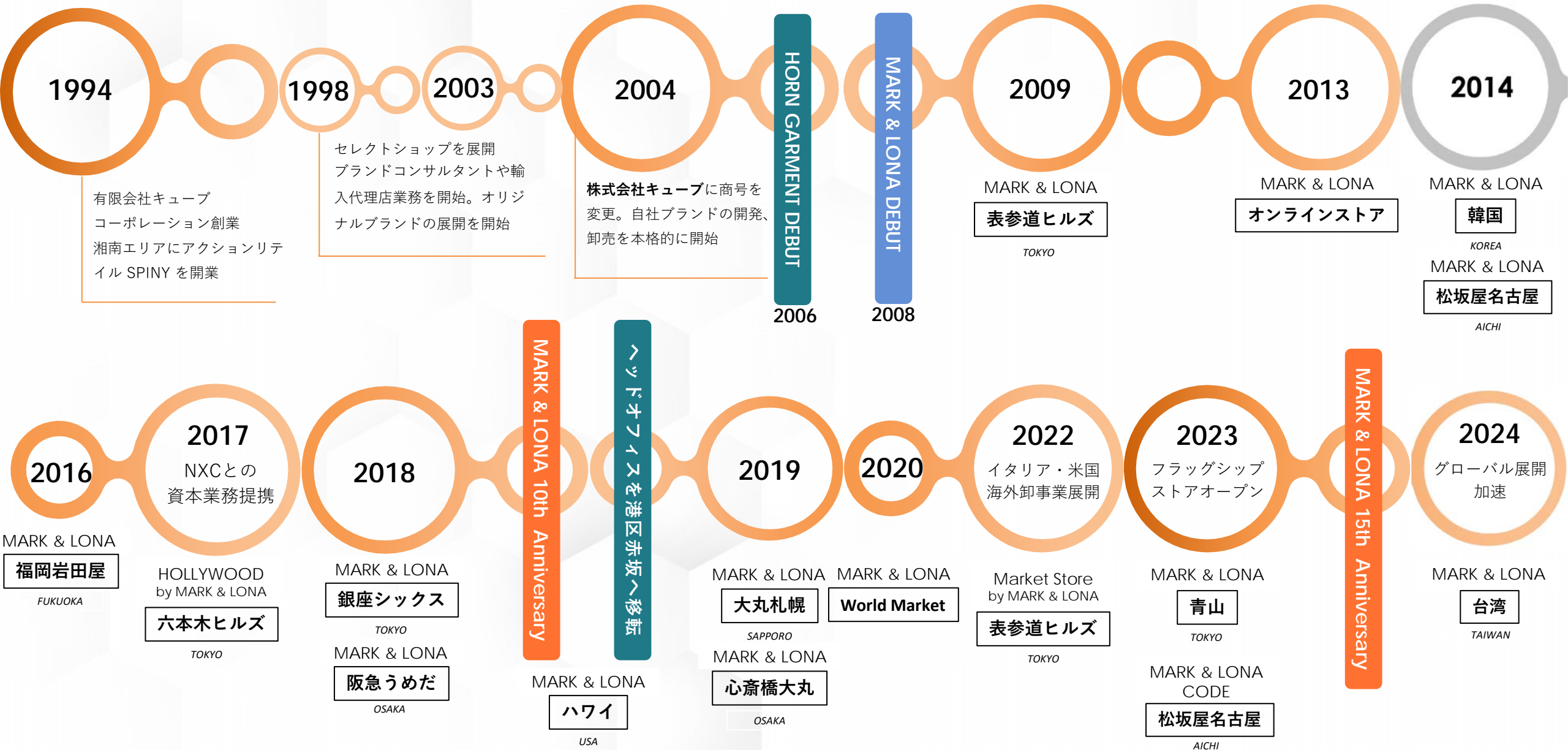
プレミアムラグジュアリーブランドの創造

そして、その、ビジョンを実現していく戦略が、日本初の プレミアムラグジュアリーブランドの創造となります。

MISSION

ゴルフに、自由を

ゴルフが多様化し、ファッションナブルなスポーツとして”自由にゴルフ”を楽しんで頂く、そしてその優雅なライフスタイルを共にするパートナーとなることを我々のミッションとしています。



代表取締役社長 松村 智明



TOMOAKI MATSUMURA

専務取締役 橋本 和武

KAZUTAKE HASHIMOTO

取締役 高橋 勇介

YUSUKE TAKAHASHI

取締役 波多野 奨

SUSUMU HATANO

取締役 福岡 裕太

YUTA FUKUOKA

社外取締役 吉成和彦

KAZUHIKO YOSHINARI

社外取締役 大西秀亜

HIDETSUGU ONISHI

社外監査役 掛橋幸喜

KOKI KAKEHASHI

社外監査役 大塚あかり

AKARI OTSUKA

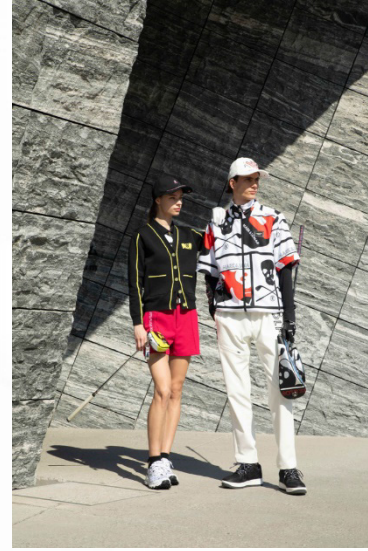
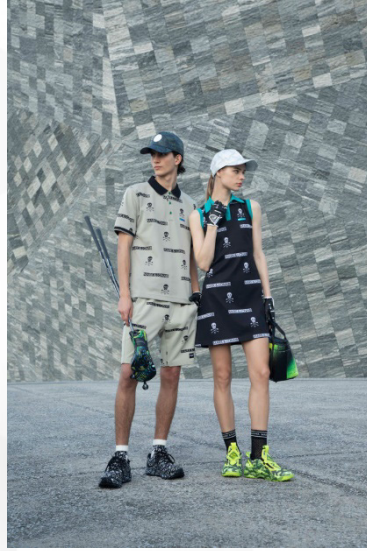
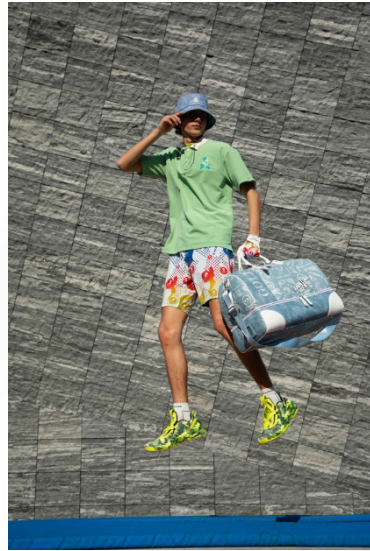
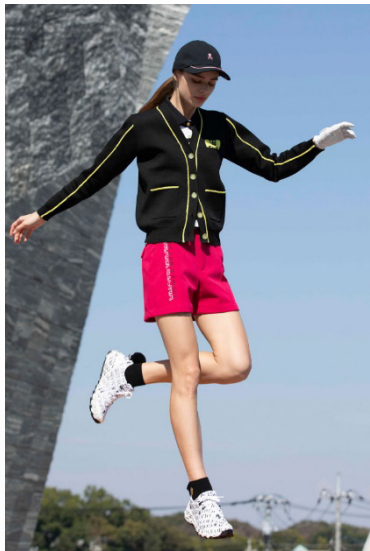
社外監査役 高安彰子

AKIKO TAKAYASU

プロダクト APPENDIX

MARK & LONA®

没个性的で保守的なスタイルが常識だったゴルフウェアの世界に独特なデザイン感覚を持ち込み、世界に類のない“Luxury”※1というコンセプトを築いたMARK&LONA。米ロサンゼルスでスタートと同時にユニークなコレクションを発表し、ゴルフアパレルとは思えない斬新なデザインでありながらも、上質な素材と高い機能性を追求し、妥協のないモノ作りを行ってきました。また、毎シーズン展開されるユニークなコラボレーションは、世界的に著名なキャラクターやミュージシャン、マニアックなゴルフギアからフィギュアまで幅広く展開。ブランド設立から10年以上経った今でもファッションゴルフの代名詞として注目され続けているものと自負しています。2018年の“10 YEARS ANNIVERSARY”を機にブランド初のアンバサダーを迎え“ゴルフに自由を”をスローガンに、世界に向け更なる挑戦と改革を発信し続けています。



※1 “Luxury”とは、他の著名ブランド等の顧客でもある富裕層に向けて、当該富裕層を顧客に持つ卸売先の開発や富裕層をターゲットとする商業施設での旗艦店展開を通じ、富裕層のライフスタイルに向けた高価格商品を展開すること

GENERAL・CODE・T-LINEなどのゴルフカテゴリーに加え、ブランド初のカジュアルウェアコレクションのFERが追加、幅広いコレクションを展開します。



MARK & LONA®



GENERAL COLLECTION

MARK&LONAの核となるジェネラルコレクション。ラグジュアリーゴルフをコンセプトに優れたクリエイティブと機能性を武器に幅広いアイテムを展開。「ゴルフに自由を」をスローガンに世界に向け更なる挑戦と改革を発信し続けています。



CODE COLLECTION

『Efficient』をコンセプトにゴルフにモードを取り入れた“CODE”コレクション。上質な素材を用い細部に至るまで妥協のないデザインと高い機能性を有したハイエンドラグジュアリースポーツアパレルを提案します。



MARK & LONA

T-LINE COLLECTION

15th Anniversaryの一環として、米国PGA SHOWにて発表されたカプセルコレクション「T-LINE」。ゴルフウェアとしての高い機能性を備え、アジア圏のみならず欧米市場でもエッセンスウェアとして愛用。



FER COLLECTION

アンバサダーのライフスタイルを落とし込んだマルチパーパスウェア“FER(ファー)”コレクション。ゴルフとサーフを楽しむ人たち、「GOL (FER)」と「SUR (FER)」に共通するワード“FER”をブランド名の由来としています。



ALARM COLLECTION

カジュアルウェアとしての汎用性を持ち合わせるストリートテイストの“ALARM”コレクション。ジャンルを超えクロスオーバーする事で生まれる個性的なデザインやコラボレーションはフィールドを限定しないリミットレスなスポーツアパレルを提案します。



TOPS / KNIT

円	¥38,000 ~ ¥120,000
ドル	\$350 ~ \$1,400
ポンド	¥506,000 ~ ¥1,597,000



POLO

円	¥23,000 ~ ¥33,000
ドル	\$250 ~ \$450
ポンド	¥306,000 ~ ¥439,000



GOLF BAG

円	¥95,000 ~ ¥210,000
ドル	\$950 ~ \$2,500
ポンド	¥1,228,000 ~ ¥2,715,000



OUTER

円	¥39,000 ~ ¥125,000
ドル	\$400 ~ \$1,650
ポンド	¥575,000 ~ ¥1,842,000



BOTTOMS

円	¥35,000 ~ ¥65,000
ドル	\$350 ~ \$750
ポンド	¥433,000 ~ ¥803,000



SHOES

円	¥29,000 ~ ¥54,000
ドル	\$300 ~ \$800
ポンド	¥452,000 ~ ¥842,000



ACCESSORY

円	¥23,000 ~ ¥72,000
ドル	\$250 ~ \$850
ポンド	¥295,000 ~ ¥9224,000



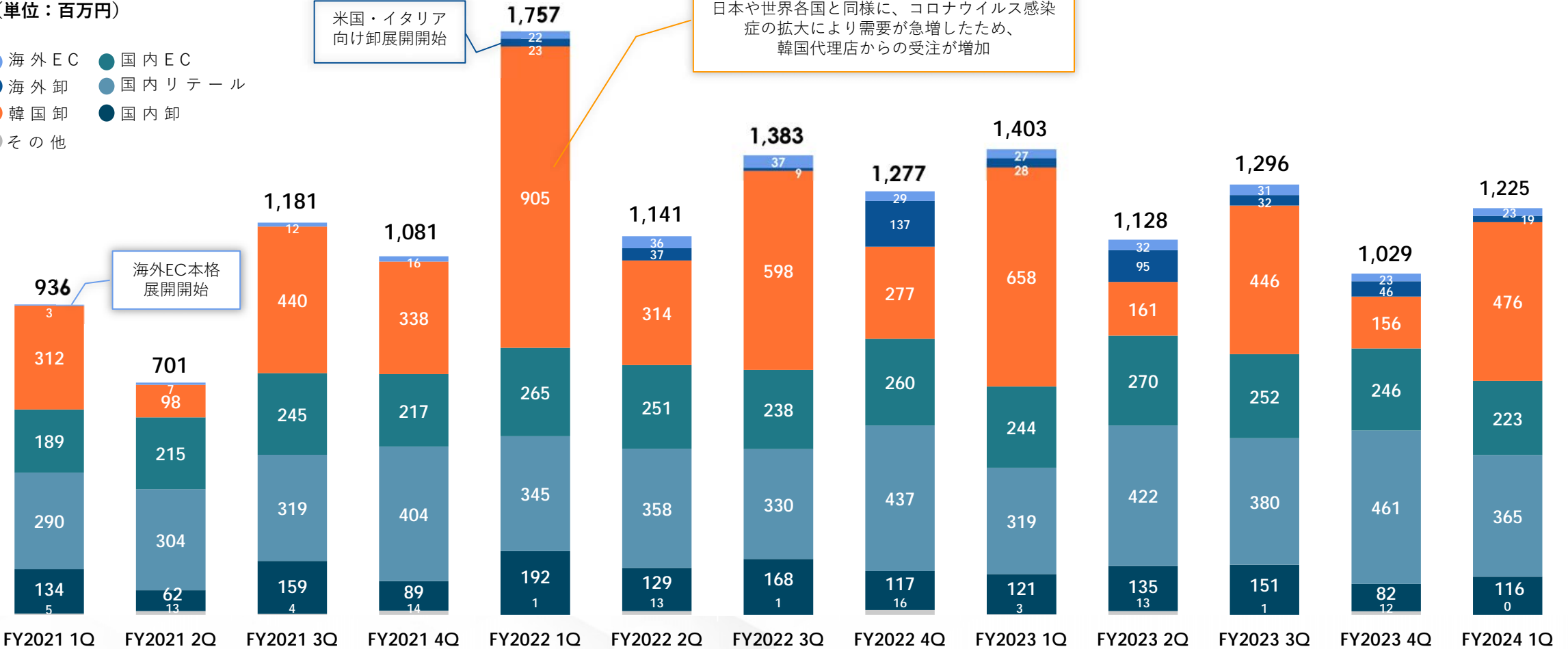
販売チャネル別売上推移

APPENDIX

1Qと3Qは国内外向け卸出荷タイミングのため、2Qと4Qと比較して売上が多くなる傾向にあり、3Qと4Qは重衣料等秋冬物の展開時期のため、1Qと2Qと比較して売上が多くなる傾向。

(単位：百万円)

- 海外EC
- 海外卸
- 韓国卸
- その他
- 国内EC
- 国内リテール
- 国内卸



将来見通しに関する注意事項

本発表において提供いたしました資料および情報は、「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの情報とは異なる結果を招き得る不確実性を含みます。それらリスクや不確実性には、一般的な業界および市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。本発表は、当社に関する情報提供を目的としたものであり、国内外を問わず、いかなる有価証券、金融商品または取引に関する募集、投資の勧誘または売買の推奨を目的としたものでもありません。本発表において提供いたしました資料は、金融商品取引法またはその他の法令もしくは諸規則に基づく開示書類ではありません。

