

株式会社ダブルエー



# 2025年1月期 決算補足説明資料



2025年3月24日

東証プライム  
証券コード：7683



- I 2025年1月期決算概要
- II 成長戦略における施策
- III 2026年1月期業績予想

APPENDIX



全販売形態が好調に推移し売上高は過去最高を達成するも、円安の影響で減益

売上高

228.0 億円

前期比

+7.2%

営業利益

16.7 億円

前期比

△5.2%

## オンライン 販売強化

- オンライン限定商品を拡大し、各ECサイトでの販売を強化
- オンライン比率が順調に拡大中

## ブランド拡大

- 「卑弥呼」で、イタリア発祥の高級スニーカーブランドとのコラボスニーカーの発売を開始
- 新ブランド「ORIENTAL TRAFFIC」を立上
- アパレルブランド「31 Sons de mode」の事業譲受契約を締結

## BtoB拡大

- ASBeeでの取り扱い店舗が拡大など、BtoBが拡大

# 経営成績（連結）



- 過去最高の売上高を達成
- 香港の景気悪化の影響による香港子会社の売上未達のため通期予想は未達
- 急激な円安による仕入原価の高騰や賃上げによる人件費の上昇の影響で減益

連結 (単位：百万円)	2024年1月期		2025年1月期		前期比		(参考) 2025年1月期 通期予想
	金額	売上比率	金額	売上比率	増減額	増減率	
売上高	21,260	—	22,800	—	+1,540	+7.2%	23,485
売上原価	7,859	37.0%	8,779	38.5%	+919	+11.7%	—
売上総利益	13,400	63.0%	14,021	61.5%	+620	+4.6%	—
販管費	11,637	54.7%	12,350	54.2%	+712	+6.1%	—
営業利益	1,762	8.3%	1,670	7.3%	△91	△5.2%	2,380
経常利益	1,692	8.0%	1,587	7.0%	△104	△6.2%	2,369
当期純利益	1,163	5.5%	996	4.4%	△166	△14.3%	1,512
1株当たり 当期純利益(円)※	61.06	—	52.28	—	—	—	79.33

※ 当社は、2024年9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。  
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。

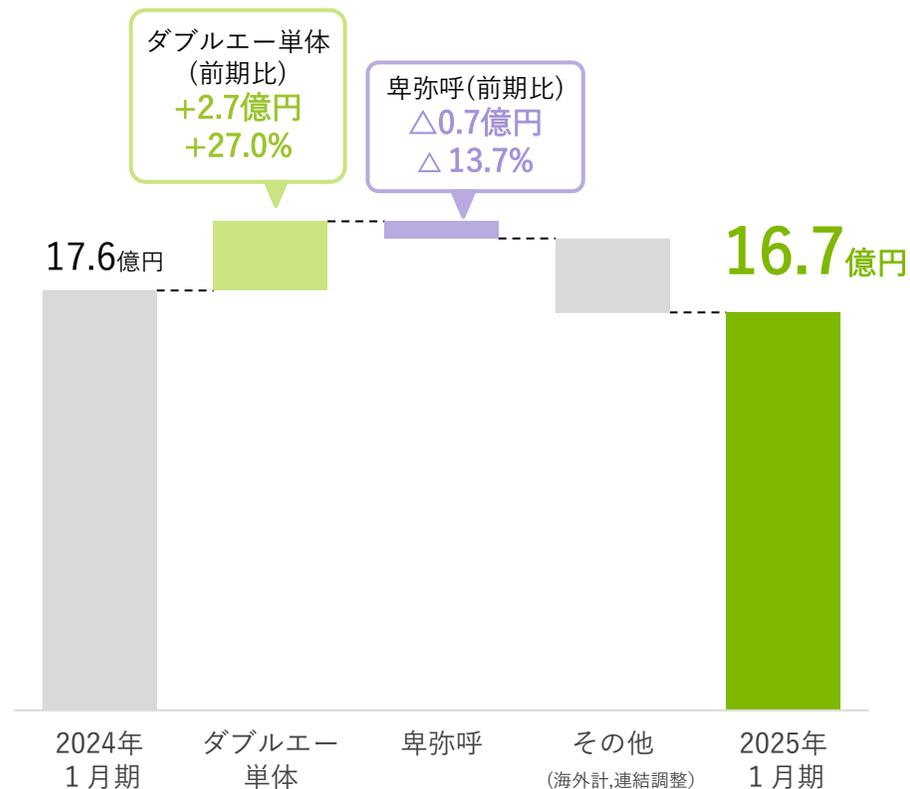
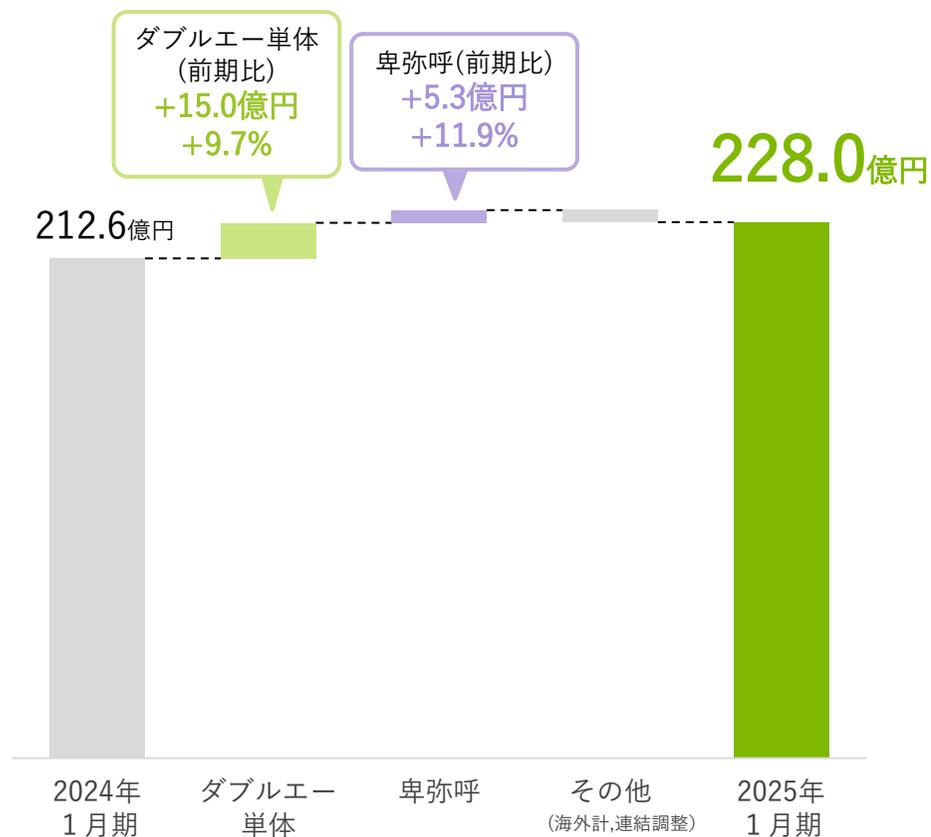
# 2025年1月期 売上高・営業利益 前期比



- ダブルエーは過去最高額を達成、営業利益も堅調に拡大
- 卑弥呼は増収ながらも、原材料等の高騰および人件費増加により減益

## 売上高

## 営業利益



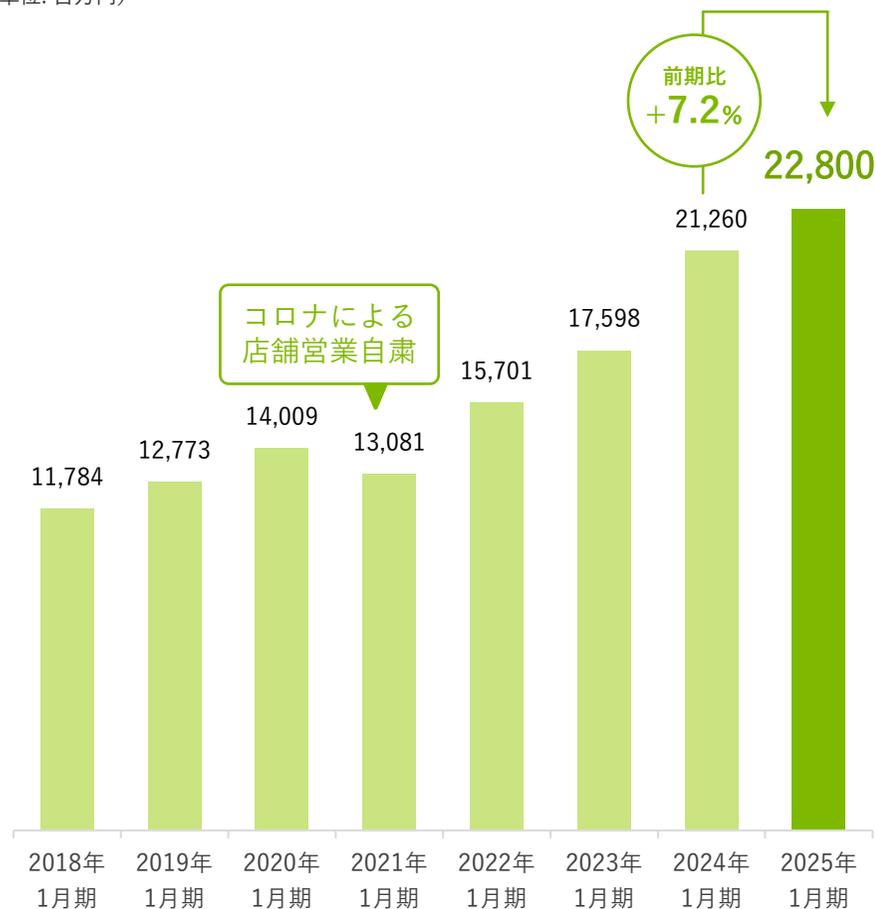
# 業績推移



- 全販売形態が好調に推移し、順調に事業拡大中
- 増収ながらも円安の影響および人件費増加により減益

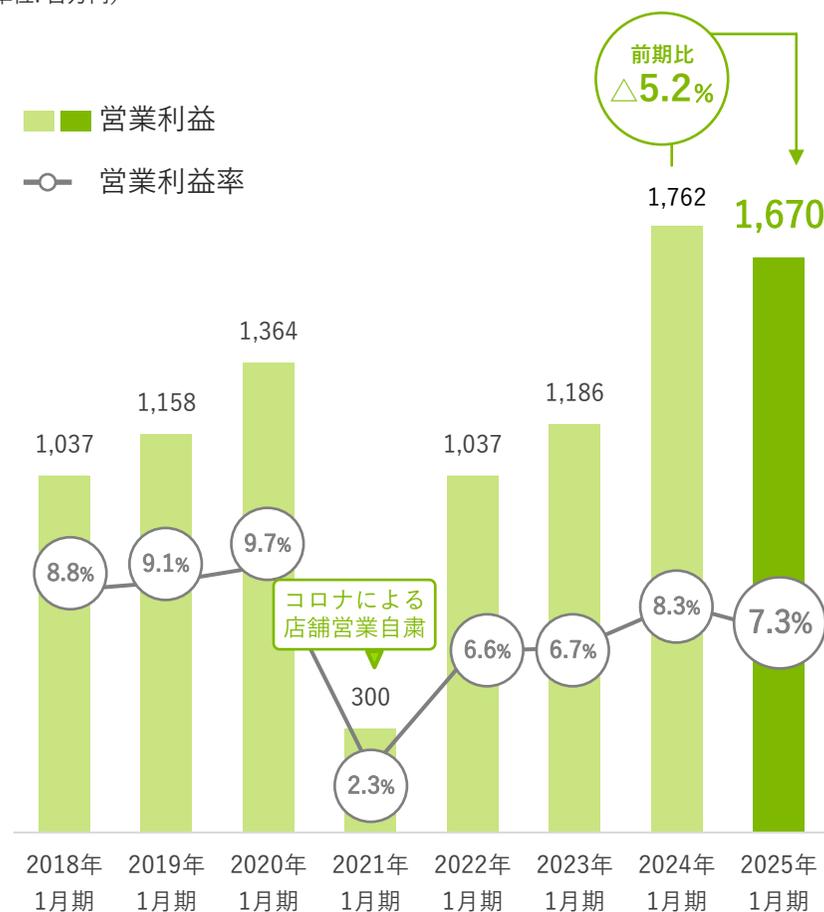
## 売上高

(単位: 百万円)



## 営業利益

(単位: 百万円)





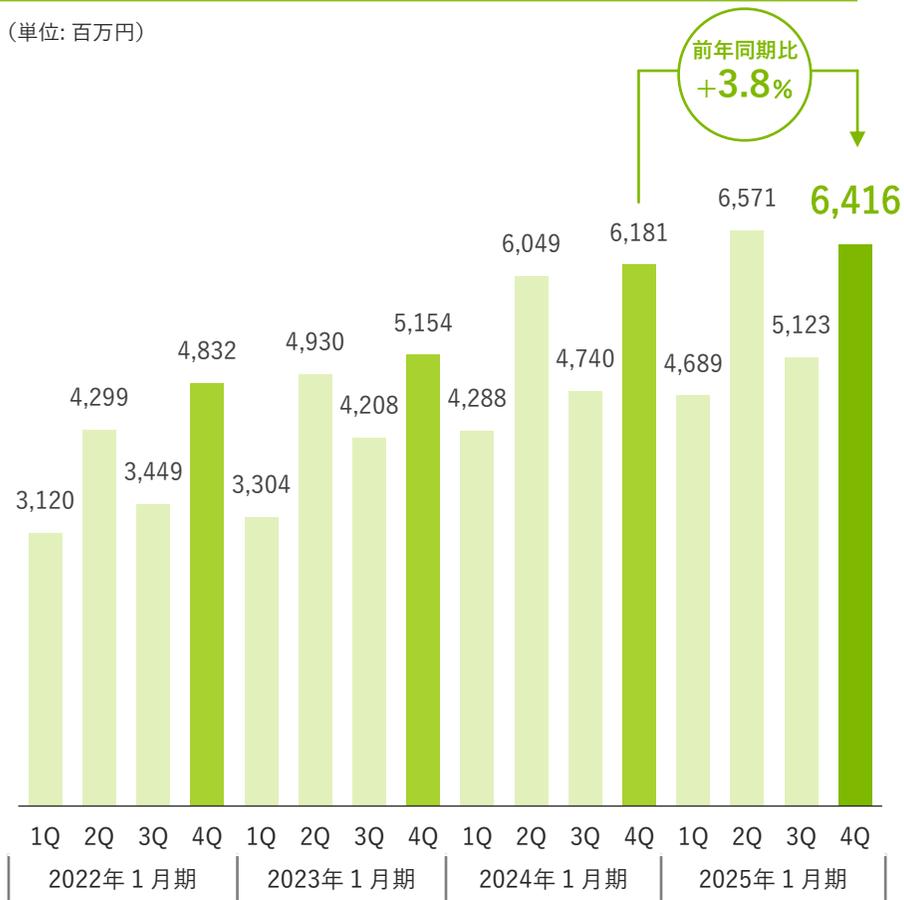
# 四半期推移



- 売上高は第4四半期で過去最高を達成
- 円安の影響および人件費増加により営業利益は前年同期で減益

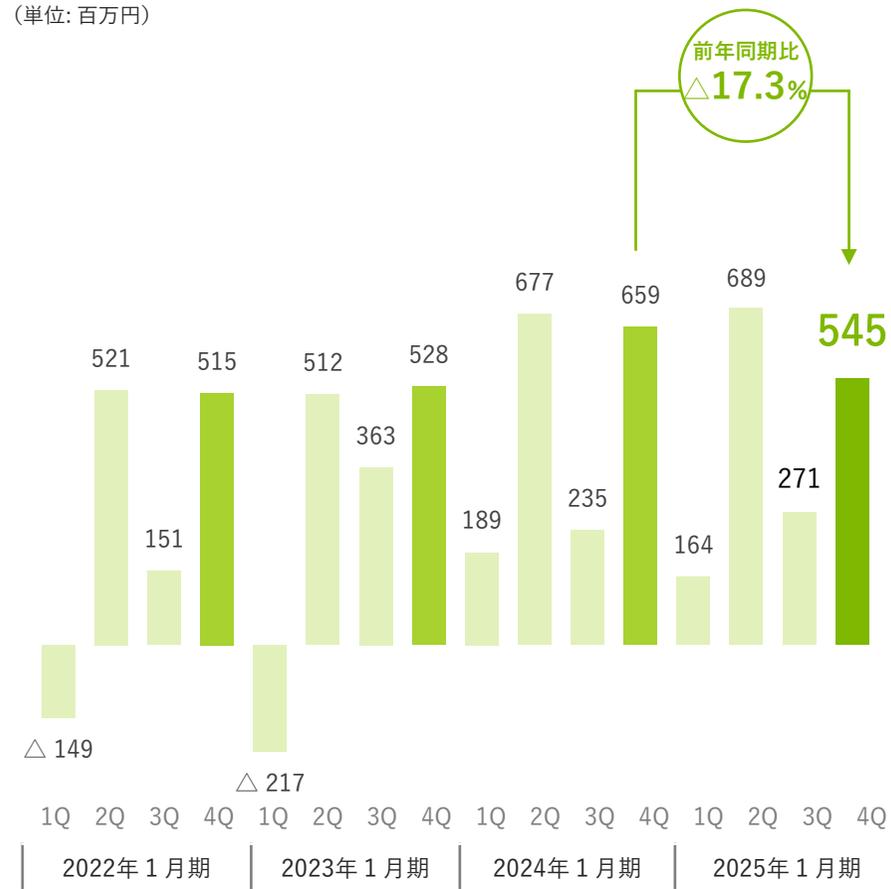
## 売上高

(単位: 百万円)



## 営業利益

(単位: 百万円)

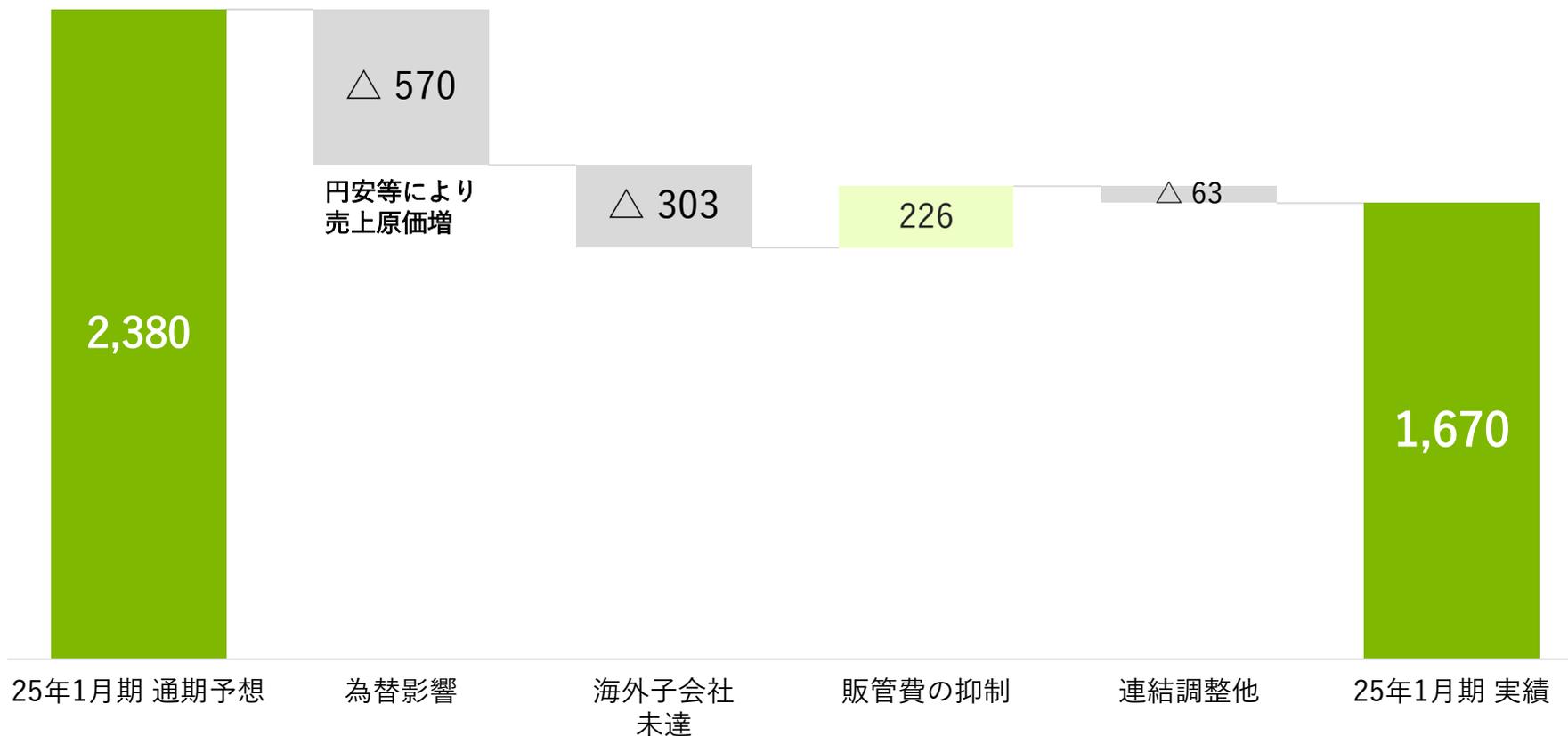


# 営業利益 要因分析（通期予想比較）



- 営業利益の予想未達は、急激な円安による仕入原価の高騰、および香港の景気悪化の影響による香港子会社の売上未達等が主な要因

(単位: 百万円)





# MISCH MASCH事業の業績



- 海外への出店やオンライン販売の強化により売上高は大幅伸長
- 営業利益も売上高の伸長に加え、効率的な仕入による原価低減等のため増加

	売上高	営業利益
	百万円	百万円
2025年1月期	2,336	85
2024年1月期	1,614	24

(注) 前期業績は2023年3月1日から2024年1月31日までの11カ月の業績となります。

- 旗艦店のリニューアルを進め、収益性の高い店舗に経営資源を投下する
- SNSを利用したイメージ戦略に注力

## MISCH MASCHブランドの更なる売上拡大を図る

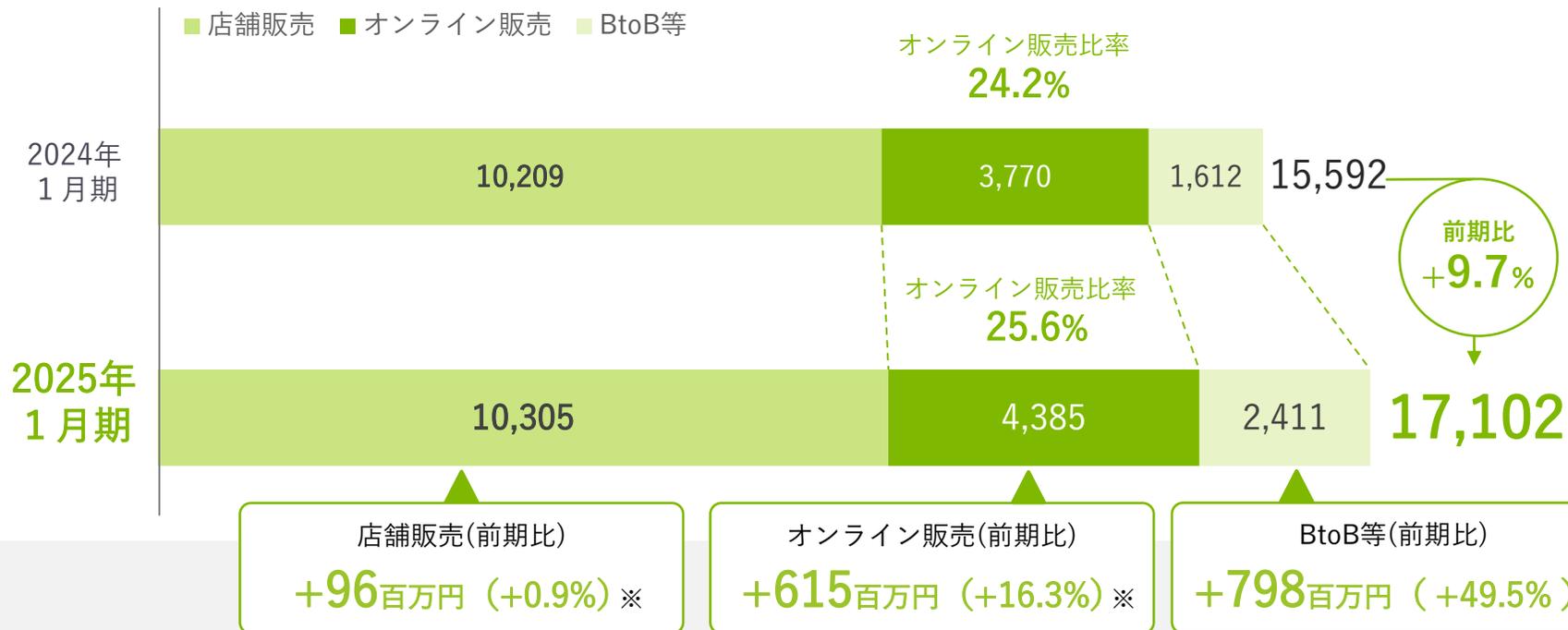
# ダブルエー単体 販売形態別 売上内訳



- オンライン販売、BtoBなどが拡大し、売上高は前期比+9.7%の増収

## ダブルエー単体 売上高

(単位: 百万円)



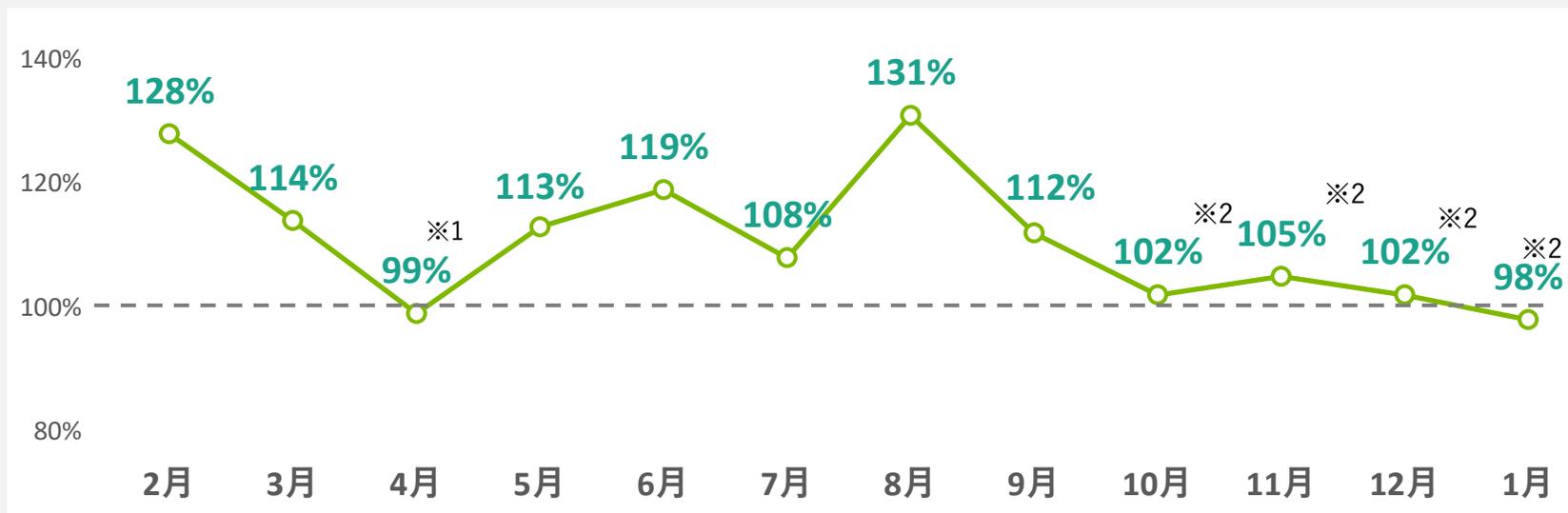
※：9月1日より「NICAL」ブランドの販売に関するすべての権限を株式会社卑弥呼に完全委譲し、実店舗およびECサイト計10店舗を移管

# ダブルエー単体 月次売上高推移



- 平均で前期比約109%と良好に推移
- 10月以降の店舗売上減は、「NICAL」ブランドを子会社卑弥呼に移管したことによるもの

ダブルエー単体 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	平均
合計	128%	114%	99%	113%	119%	108%	131%	112%	102%	105%	102%	98%	109%
店舗	128%	107%	95%	104%	112%	96%	115%	100%	84%	98%	100%	95%	101%
オンライン	139%	126%	100%	120%	135%	117%	112%	123%	118%	105%	111%	101%	116%
その他 (BtoBなど)	109%	140%	123%	201%	125%	178%	213%	150%	229%	151%	94%	113%	152%

※1：前年はCM放映により4月が好調であり、今期4月は通常の売上

※2：9月1日より「NICAL」ブランドの販売に関するすべての権限を株式会社卑弥呼に完全委譲し、計10店舗を移管したことによる減少



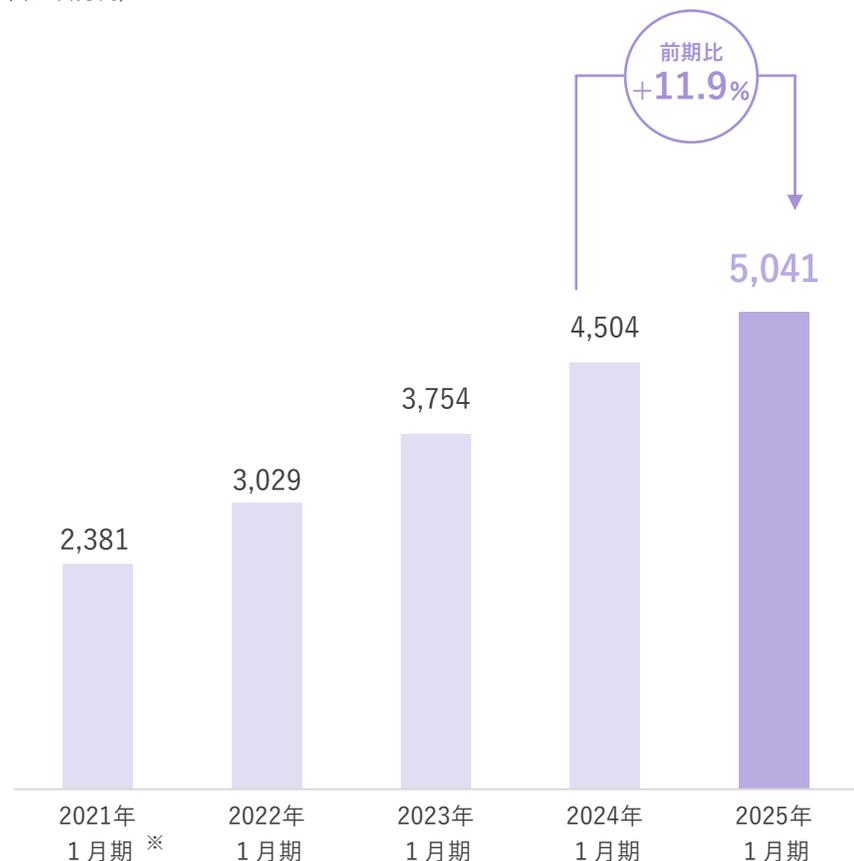
# 株式会社卑弥呼 単体実績サマリー



- 新ラインナップの展開およびオンライン販売好調により売上高伸長
- 人件費増加および原材料等の高騰により減益

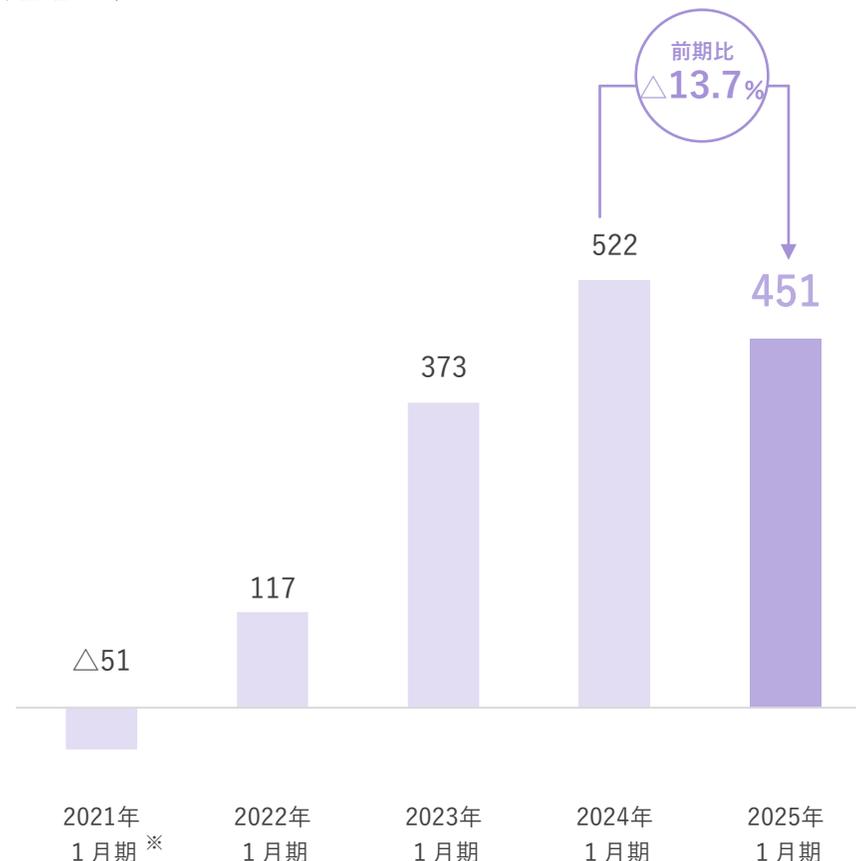
## 売上高

(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

# 出退店状況



## 国内

### ダブルイー単体

2024年1月期末

155店舗



2025年1月期末

142店舗

#### ■ 純減 13 店

- 12 店舗出店、25 店舗退店
- \* NICAL 卑弥呼へ移管 10店舗

### 卑弥呼

2024年1月期末

55店舗



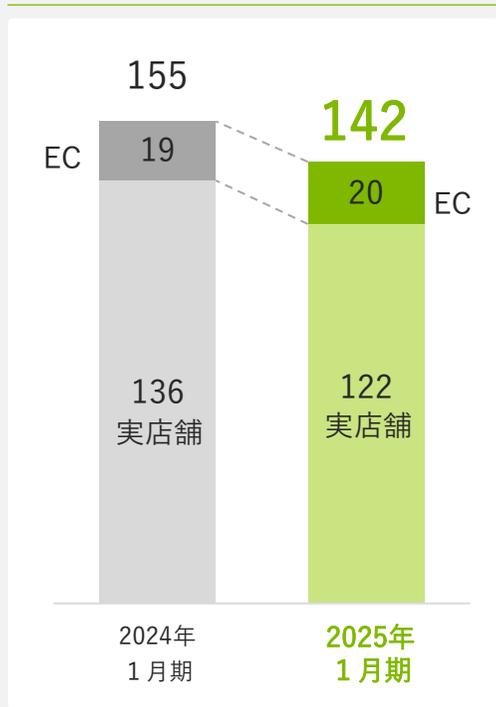
2025年1月期末

62店舗

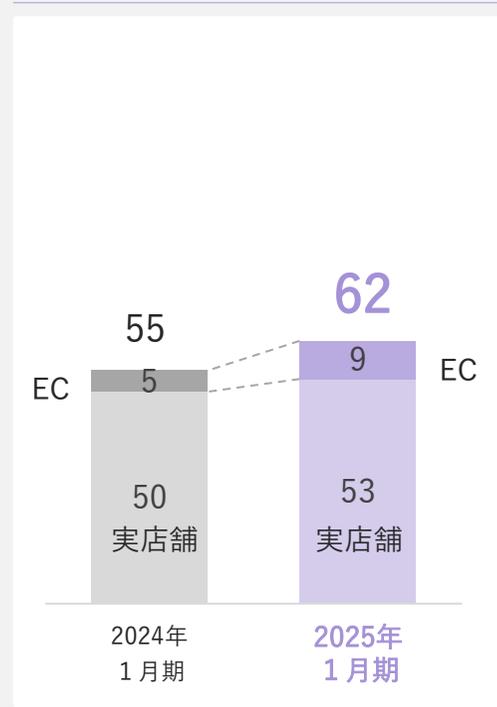
#### ■ 純増 7 店

- 12 店舗出店、5 店舗退店
- \* NICAL 移管 10店舗(内、3 店舗は既存店と統合)

### ダブルイー単体



### 卑弥呼



## 海外

2024年1月期末

21店舗



2025年1月期末

25店舗

- 香港 4 店舗出店、1 店舗退店 中国 EC 1 店舗出店



※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は除く

# 財政状態

(単位: 百万円)



	2024年1月期末	2025年1月期 期末	増減
<b>流動資産</b>	<b>9,390</b>	<b>10,001</b>	<b>+610</b>
現預金	3,226	2,895	△330
売上債権	1,505	2,002	+497
棚卸資産	4,413	4,582	+169
その他	245	520	+275
<b>固定資産</b>	<b>2,986</b>	<b>3,133</b>	<b>+146</b>
有形固定資産	1,251	1,342	+90
無形固定資産	44	25	△18
投資その他資産	1,690	1,765	+74
<b>資産合計</b>	<b>12,377</b>	<b>13,134</b>	<b>+757</b>
<b>負債合計</b>	<b>2,438</b>	<b>2,385</b>	<b>△53</b>
流動負債	1,847	1,819	△27
固定負債	591	565	△25
<b>純資産合計</b>	<b>9,938</b>	<b>10,749</b>	<b>+811</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>12,377</b>	<b>13,134</b>	<b>+757</b>
<b>自己資本比率</b>	<b>80.3%</b>	<b>81.8%</b>	<b>+1.5pt</b>



- I 2025年1月期決算概要
- II 成長戦略における施策
- III 2026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

### 成長戦略

- 1 | 店舗とオンラインストアのシナジー強化
- 2 | 高価格帯ブランドおよ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



- ショールーム的な位置づけとして、フラッグシップショップをオープン
- シューズに加えバッグも豊富に取り揃え、幅広い商品を展開

2024

2/1

ORiental TRaffic

## 「ORiental TRaffic」の フラッグシップショップオープン

東急プラザ表参道「オモカド」



2024

6/21

卑弥呼 HIMIKO

## 卑弥呼 関西初の フラッグシップショップオープン

関西最大級の大型店舗 ディアモール大阪



# オンライン販売強化

- オンライン限定商品を拡大し、各ECサイトでの販売を強化
- 楽天限定のパンプスは販売初日で楽天市場店のパンプスランキングで1位を獲得
- 顧客層拡大を目指し、2024年11月よりand STでの「卑弥呼」の販売開始

オンライン  
限定商品



楽天  
限定モデル



and  
ST

卑弥呼 HIMIKO

- 株式会社アンドエステイが運営する公式ファッション通販サイト and ST
- 2024年11月より卑弥呼の販売を開始





# オンライン販売強化

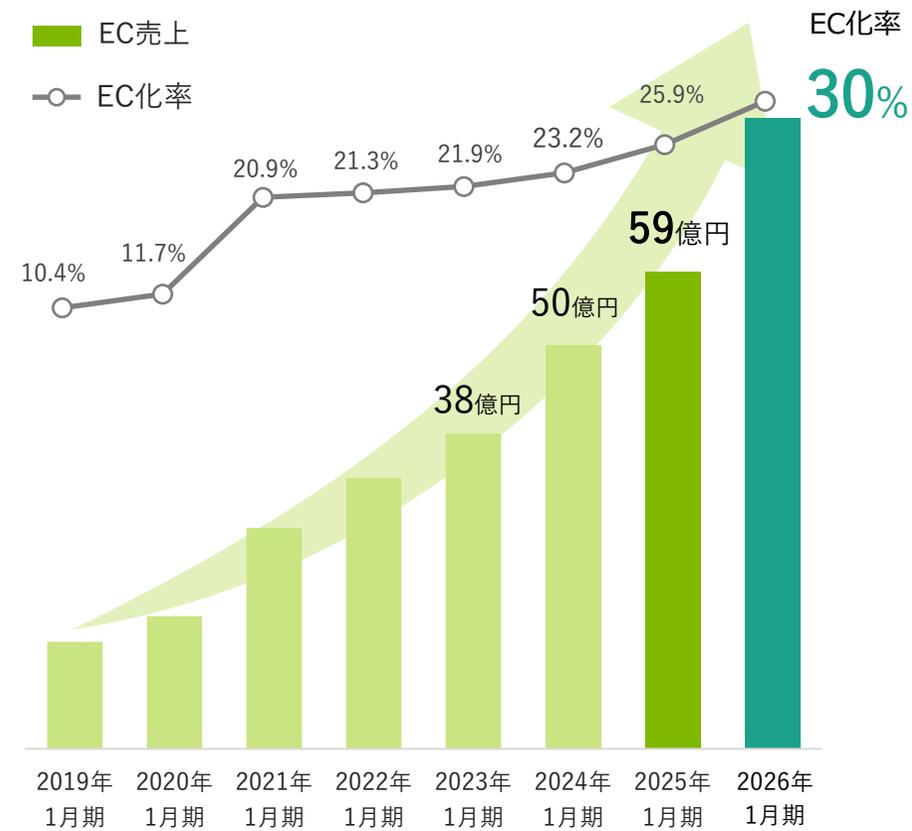


- オンライン限定商品を増やすなど、オンライン販売を強化
- 利益率の高いオンライン販売の比率を30%まで高める目標に向けて順調に進捗

## 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
- 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



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

## スニーカー・スポーツサンダルのシリーズを追加

2025年2月26日より販売を開始



スニーカー: 19,800円(税込)

パンプスのみならず、  
新しいジャンルとして  
**主力アイテムの  
確立に成功**



イタリア発祥の高級スニーカーとの  
コラボ商品



スニーカー: 33,000円(税込)

**Atlantic STARS**  
とは

イタリアのトスカーナ発祥の  
高級ファッションスニーカー  
ブランド

# 中価格帯ブランド「NICAL」を卑弥呼に移管することでブランド強化



- 「NICAL」ブランドの商品企画から販売に関するすべての権限を子会社の卑弥呼に移管
- 卑弥呼が50年以上に亘って培ってきた商品企画力や百貨店を中心とした販売チャネルでのノウハウを「NICAL」ブランドと融合することで、「NICAL」ブランドの更なる進化と発展を目指す

中価格帯ブランド

NICAL

実店舗およびECサイト 計10店舗



高価格帯ブランドで  
商品企画力や百貨店を中心とした  
販売チャネルのノウハウを保有

2024年8月1日  
商品企画から販売に関する  
全ての権限を移管

高価格帯ブランド

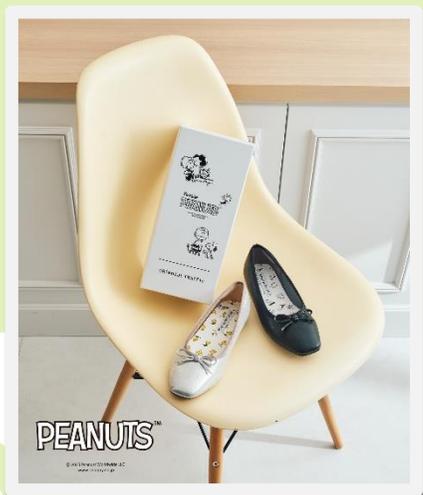
卑弥呼 HIMIKO

当社子会社 卑弥呼



## ORiental TRaffic スヌーピーデザイン商品 春より販売開始

スヌーピーデザイン第1弾として  
人気シリーズ 跳べるパンプスの2型を販売



バレエパンプス  
6,600円（税込）



ローファー  
7,700円（税込）



### ▶「ピーナッツ」とは

「ピーナッツ」のキャラクターおよび関連する知的財産権は、Peanuts Worldwideが所有し、WildBrainが41%、株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントが39%、チャールズ M.シュルツ氏のファミリーが20%を保有しています。チャールズ M.シュルツ氏が初めて「ピーナッツ」の仲間たちを世の中に紹介したのは、1950年。「ピーナッツ」が7つの新聞紙上でデビューを飾った時でした。それ以来、チャーリー・ブラウン、スヌーピーをはじめとするピーナッツ・ギャングは、ポップカルチャーに不滅の足跡を残してきました。Apple TV+で親しまれているピーナッツの番組や特番に加えて、世界中のファンの皆様には、多種多様な商品、アミューズメントパークのアトラクション、文化イベント、ソーシャルメディア、そして伝統的な紙媒体からデジタルまで各種媒体で掲載されている連載コミックなどを通して「ピーナッツ」を楽しんでいただいています。さらに2018年、「ピーナッツ」は、NASA とスペース・アクト・アグリーメントで複数年の提携をしました。このスペース・アクト・アグリーメントは、宇宙探査とSTEMへの情熱を啓発するよう次世代の子供たちに向けてデザインされたプログラムです。

日本のスヌーピー公式サイト | <http://www.snoopy.co.jp/>

# 新ブランド立上



## ● 新ブランドライン「ORIENTAL TRAFFIC」を立上

ブランド  
コンセプト

Brand  
Concept

思わず手に取りたくなる“Kawaii”を表現したデザインを提案するシューズショップ。  
トレンドに敏感なおしゃれを楽しみたい女性に向けた、特別感のあるアイテムを  
バリエーション豊富に取り揃えています。

- 実店舗では17店舗のみで販売
- ECサイトは3店舗のみで販売  
(自社ECサイト、ZOZOTOWN、and ST)



2月26日リニューアルオープンのリミネエスト店  
内装は今回新しいORIENTAL TRAFFICロゴと内装を使用

## 成長戦略3: アパレルブランドの強化



- ヒロタ株式会社から、2025年4月1日より31 Sons de mode (トランテアン ソン ドゥ モード)の事業を譲り受ける事業譲受契約を締結

### *31 Sons de mode* ♥

「女性の魅力を最大限に引き出し、日常のファッションを楽しむこと」

をコンセプトに、コンサバよりも華やかで上品、そして可愛らしいデザインを提案する「Sweet Eleganceスタイル」を提供

- 駅ビルやショッピングモールを中心に13店舗 + EC サイト 5 店舗
- 主に20代から40代前半の大人の女性がターゲット

#### 当社のM&A、事業買収実績

- 2020年5月: 株式会社卑弥呼を子会社化  
企業再生を成功させ高級靴ブランドとしての地位を確立
- 2023年3月: MISCH MASCH(ミッシュマッシュ)事業取得し、本格的にアパレル事業に参入  
1年で黒字化を達成

- MISCH MASCH事業で培ったアパレルブランド再建のノウハウを活用し、31 Sons de modeの更なる成長とブランド価値最大化を実現させる
- 当社顧客層の拡大およびシナジー効果も見込む



## 成長戦略4： 海外事業の強化



- 当社の海外での強みを活かし、香港、台湾でMISCH MASCHの出店を加速化

### 香港 計2店舗



1号店：THE SOUTH SIDE店  
(2024年6月オープン)



2号店：MOKO新世紀廣場店  
(2024年9月オープン)

### 台湾 計7店舗



統一時代百貨店 台北店  
(2024年9月オープン)



統一時代百貨店 高雄店  
(2024年9月オープン)



- I 2025年1月期決算概要
- II 成長戦略における施策
- III 2026年1月期業績予想

APPENDIX

## 2026年1月期 業績予想



- 2025年1月期実施のブランド強化およびBtoBが好調なこと、事業譲受による店舗数の増加から、**大幅な増収増益**を予想
- 売上高は、過去最高額の265億円（16.3%増収）を目指す

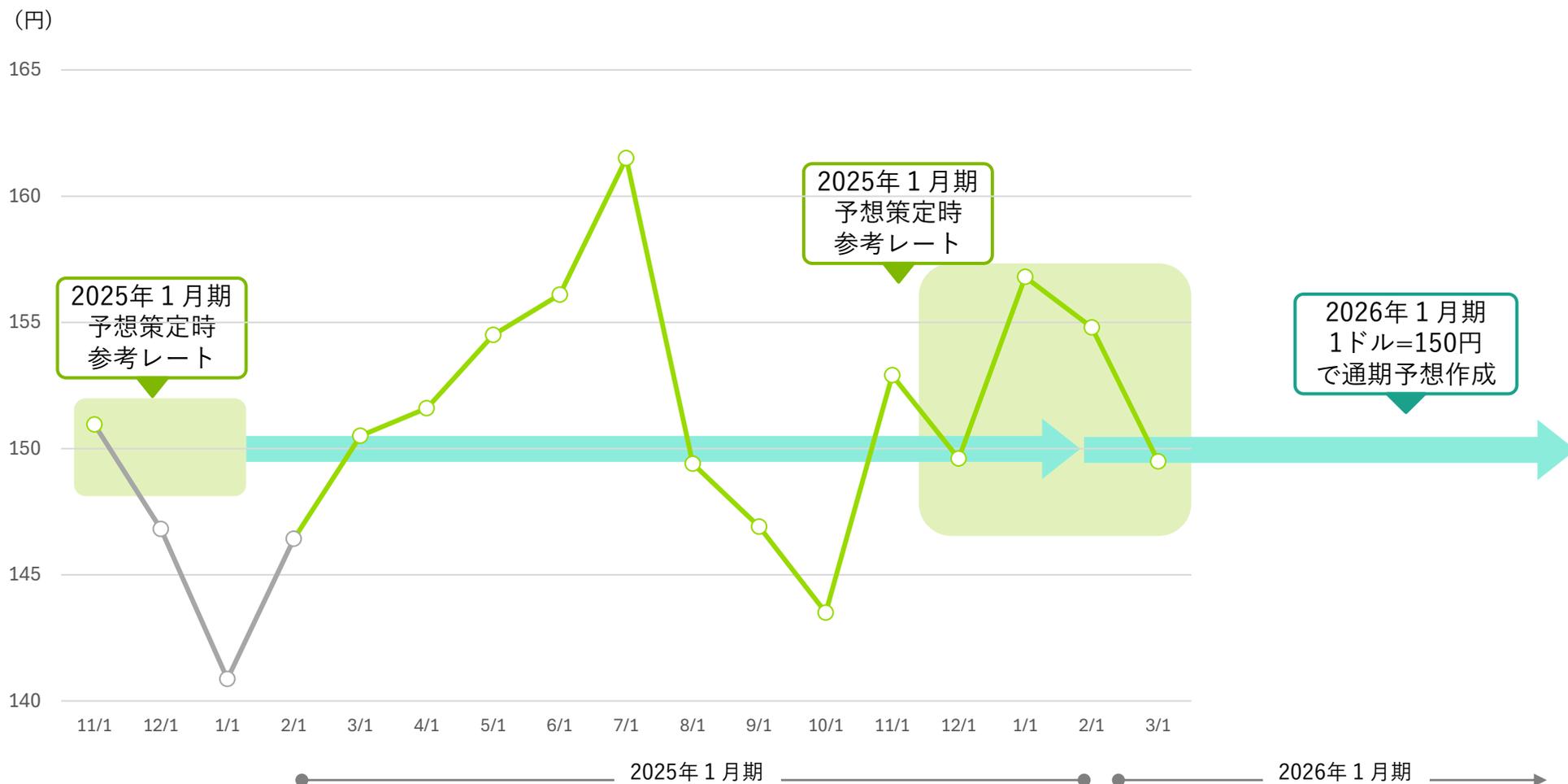
(単位: 百万円)

	2025年1月期 実績	2026年1月期 業績予想	前期比	
	実績	予想	増減	%
売上高	22,800	<b>26,527</b>	+3,726	+16.3%
営業利益	1,670	<b>2,484</b>	+813	+48.7%
経常利益	1,587	<b>2,483</b>	+895	+56.4%
当期純利益	996	<b>1,477</b>	+480	+48.2%
1株当たり 当期純利益 (円)	52.28	<b>77.44</b>	+25.16	—



# (参考) 為替推移

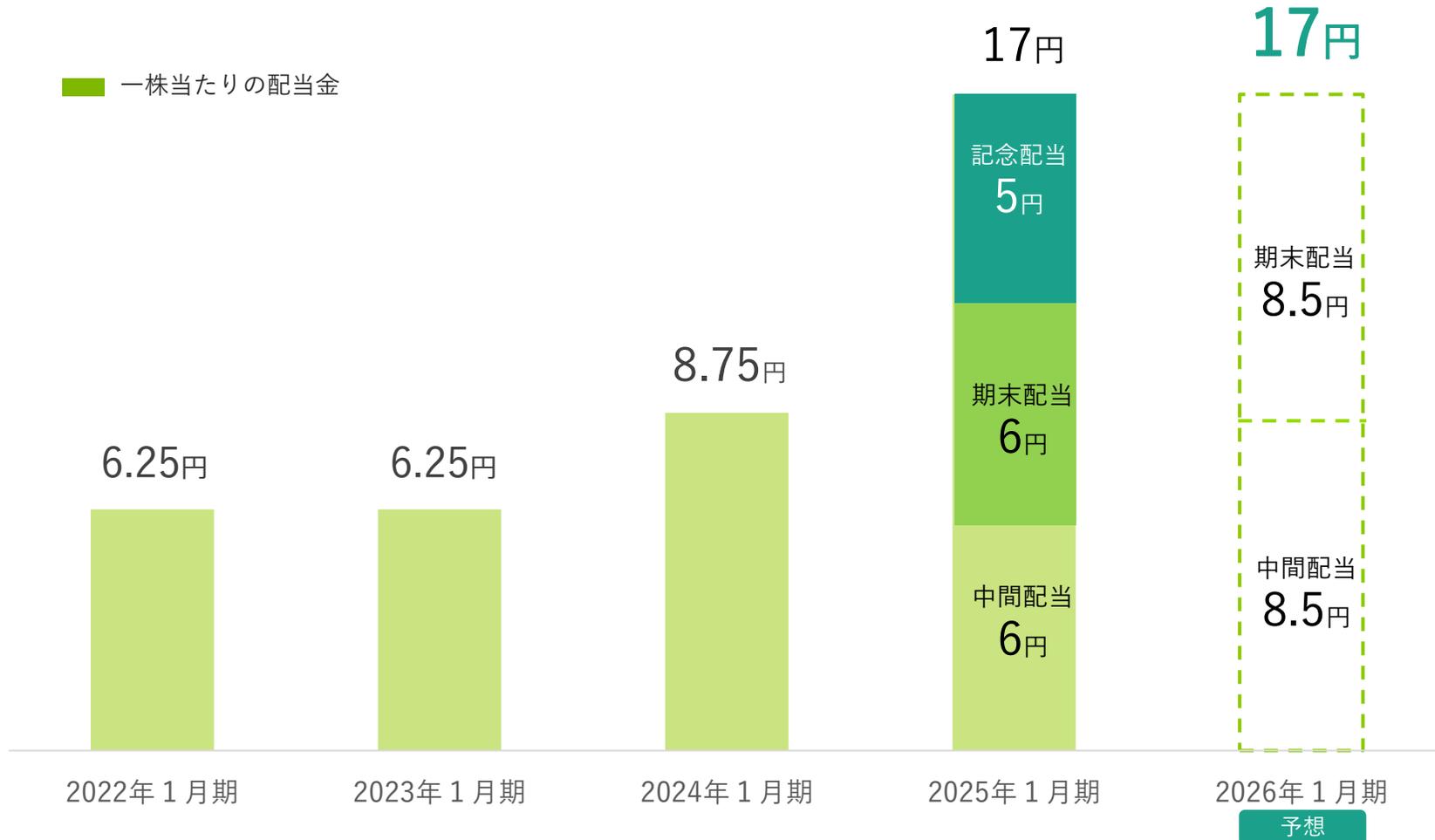
● 2026年1月期の通期予想は 1ドル = 150円前提で作成



※ 対ドル為替感応度(1円変動/年) 営業利益：約4,000万円～約5,000万円

# 株主還元

- 2025年1月期は、株式上場5周年を記念して1株当たり5円の記念配当を実施し、前期比8.25円の増配
- 2026年1月期の予想配当は、1株当たり年間17円を継続する予想



※ 当社は、2023年8月1日付、および2024年9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。過去における配当金額につきましては、今期配当に対する相対的な調整後の値となります。

- 株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社に対してのご理解を深めていただくため、また、当社株式への投資の魅力を高めるために株主優待制度を継続

## ① ORiental TRaffic ONLINE STOREにて お好きな商品 1点無料



靴



バッグ



シューケア

ORiental TRaffic ONLINE STOREで使える  
お好きな商品（靴、バッグ、シューケア商品等）  
1点の無料券を贈呈（ただし洋服は除く）。

<https://ec.wa-jp.com>

## ② 大口保有特典

卑弥呼、NICALの商品が選べる  
無料券を追加贈呈※



卑弥呼 HIMIKO



NICAL

卑弥呼公式サイト/オンラインショップで使える  
お好きな靴1足の無料券を贈呈。

<https://himiko.jp/>

※：卑弥呼および NICAL の靴は、定価4万円（税込）以内

100株以上～600株未満 保有の株主様

中間、期末の  
年2回

×

①の無料券を  
1枚贈呈

600株以上 保有の株主様

中間、期末の  
年2回

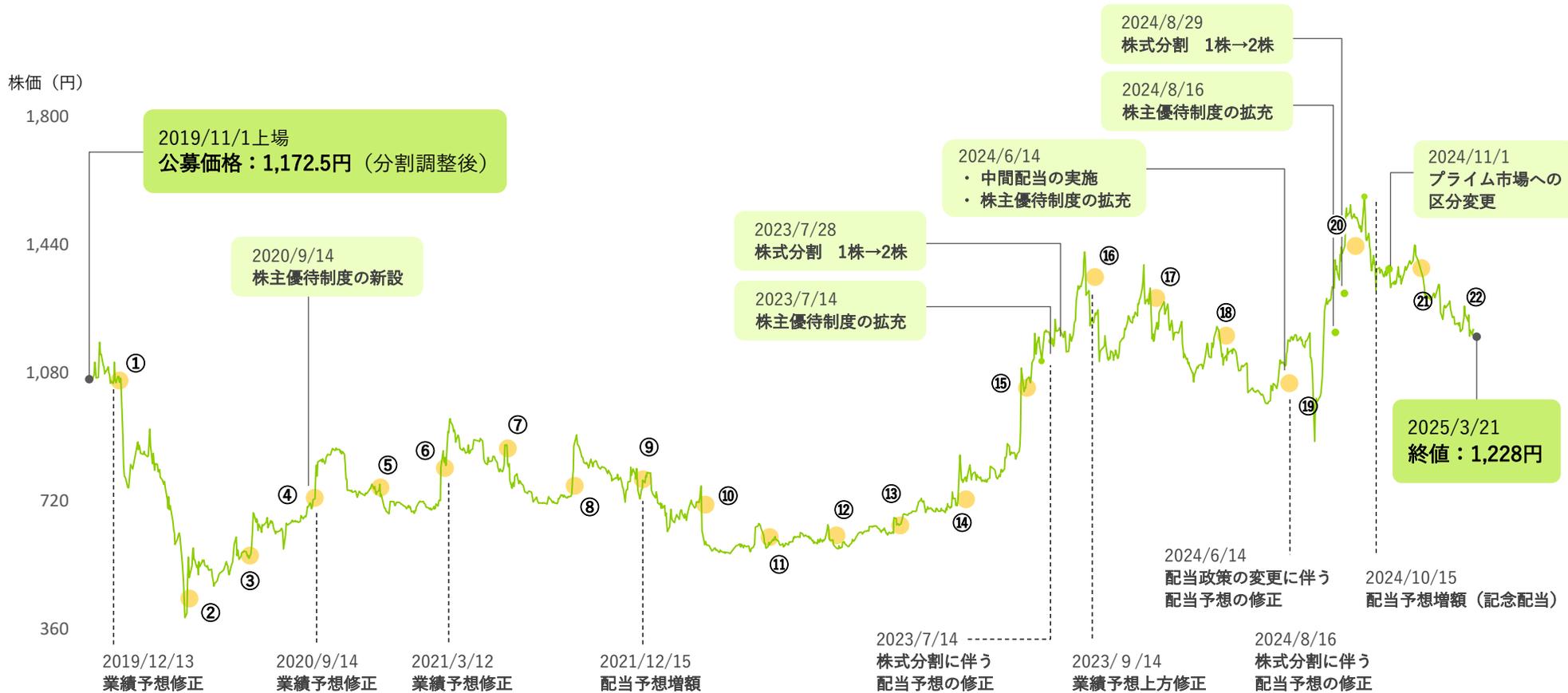
×

①と②の無料券を  
各1枚（計2枚）贈呈

# 株価推移



● コロナ禍中の株安から一転し、2025年1月期に株価最高値を更新



## 決算発表

① 3Q	2019/12/13	③ 1Q	2020/6/12	⑦ 1Q	2021/6/14	⑪ 1Q	2022/6/14	⑮ 1Q	2023/6/14	⑲ 1Q	2024/6/14
② 期末	2020/3/16	④ 2Q	2020/9/14	⑧ 2Q	2021/9/14	⑫ 2Q	2022/9/14	⑯ 2Q	2023/9/14	⑳ 2Q	2024/9/13
	2020年 1 月期	⑤ 3Q	2020/12/15	⑨ 3Q	2021/12/15	⑬ 3Q	2022/12/15	⑰ 3Q	2023/12/15	㉑ 3Q	2024/12/13
		⑥ 期末	2021/3/17	⑩ 期末	2022/3/17	⑭ 期末	2023/3/17	⑱ 期末	2024/3/15	㉒ 期末	2025/3/17
			2021年 1 月期		2022年 1 月期		2023年 1 月期		2024年 1 月期		2025年 1 月期

# 直近1年のIRニュース



## ● IRニュースを積極的にリリース

決算関連		IRニュース
2月		1日 : 月次速報
3月	15日 : 期末決算発表	1日 : 月次速報 15日 : 個別業績の前期実績との差異、監査等委員会設置会社への移行・定款の一部変更 18日 : 「卑弥呼」及び「MISCH MASCH」の業績開示 28日 : 期末決算に関する質疑応答集1
4月		1日 : 月次速報 4日 : 期末決算に関する質疑応答集2 26日 : 支配株主等について、独立役員届出書、内部統制システムの基本方針の一部改訂、コーポレートガバナンス報告書 30日 : 事業計画成長可能性について、内部統制報告書、臨時報告書
5月		1日 : 月次速報
6月	14日 : 1Q決算発表	3日 : 月次速報 14日 : 配当政策の変更、配当予想修正、株主優待制度の拡充 24日 : 1Q決算に関する質疑応答集
7月		1日 : 月次速報 19日 : 株式会社卑弥呼と「NICAL」ブランドライセンス契約締結
8月		1日 : 月次速報 16日 : 株式分割に伴う定款一部変更、配当予想修正、株主優待制度の拡充 29日 : 株式分割1株→2株
9月	13日 : 2Q決算発表	2日 : 月次速報 13日 : 中間配当実施について 26日 : 2Q決算に関する質疑応答集
10月		1日 : 月次速報 15日 : 株式売出しについて、プライム市場への区分変更承認について、配当予想修正（株式上場5周年記念配当） 23日 : 売出価格等決定
11月		1日 : 月次速報 1日 : プライム市場へ市場区分変更、コーポレートガバナンス報告書
12月	13日 : 3Q決算発表	2日 : 月次速報 23日 : 3Q決算に関する質疑応答集
1月		6日 : 月次速報
2月		3日 : 月次速報 26日 : 事業譲受に向けた基本合意書締結



- I 2025年1月期決算概要
- II 中期経営計画の進捗
- III 2026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	16億5,473万円
店舗数	実店舗197店 (国内175店・香港20店・マカオ2店) ※台湾除く オンライン店舗32店 (国内29店・香港1店・中国2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



※：2025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



NEW!

## ORIENTAL TRAFFIC

思わず手に取りたくなる  
“Kawaii”を表現した  
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



## 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



## 婦人靴ブランド



## 婦人服ブランド



## MISCH MASCH

自分らしくフェミニンスタイルを  
着こなしたいすべてのレディに  
向けて上質でデザインに  
こだわった大人可愛いアイテムが  
揃います



NEW!

## 31 Sons de mode ♡

華やかで上品、そして可愛い  
デザインを提案する  
「Sweet Eleganceスタイル」を  
提供



- 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/>