

2025年6月期 第1四半期決算説明会 質疑応答要旨

決算説明会における質疑応答（要旨）を記載しております。

ご理解いただきやすいように内容を一部加筆及び修正しております。

質問 1. 売上好調で粗利率も改善しているが、営業利益の内訳はどのように考えれば良いのか。

A：売上は、主に DS 事業において、夏物季節品が好調に推移したことで増収。粗利率は、計画よりも 0.5pt～0.6pt 程度の上振れ。利益率の高い季節品の上振れに加え、UNY 事業で価格戦略により一定粗利率が下がる計画があったことに対し、第 1 四半期では粗利率が想定より下がっていない状況もあり、結果的に粗利率の上振れに寄与。

質問 2. 販管費の期ずれの影響について教えて欲しい。

A：販管費は、第 1 四半期で計画していた新店の計画や IT への投資の一部が、第 2 四半期以降に後ろ倒しとなる（20 億円～25 億円程度）。これは第 2 四半期以降に費用として発生する見込み。

質問 3. DS 事業が好調だが、PB/OEM や majica 会員施策など取り組みの進捗を教えて欲しい。

A：PB/OEM は、定番商品を OEM 化していくフェーズにある。前期にスマホパーツや台所用品を OEM 化し、より良い商品を提供することができた。そのことで、利益の改善だけでなく、売上も想定以上に伸長。今後も、ペット用品やキャリーケースなどの定番商品の OEM 化を予定している。また、顧客獲得の観点では、日本の若年層(15～24 歳)の 20%が既に majica 会員化。さらに会員数を増やすべく様々な施策を打っている。テレビ CM、マイクロインフルエンサーの起用に加え、学割もスタートしており、若年層の majica 会員数は前年期末より 20 万人増加している。

質問 4. アジア事業はもう少し仮説検証が必要だという話だが、なにか大きな変化があったのか。

A：これは経営判断によるもので、これまでお伝えしてきた内容から大きく変化する訳ではない。2030年の目標値をゴールとするのではなく、大きな目標に向かうための覚悟を決めた。小さな改善策を駆使して、帳尻合わせをするのは当社らしくない。圧倒的に「収益が上がる」業態に変えていく必要がある。アジアのリーダーである、町田、下市、玉木が、アジア事業をより高いレベルに成長させ、スケールと利益の改善に貢献できると判断した。国内は今後3年間、問題なく成長できるが、将来成長がスローダウンした時に備え、今からアジア事業でさらなる利益を生み出せるような業態を作っておく必要がある。

質問 5. 決算資料の3ページにある「長期的(10年超)な大成長」とはどのような構想なのか。

A：小売業は今後、国内人口が減っていくため、商圈の考え方も変わり、総店舗数、総面積は一定減少すると考えている。そのため、この前提のもと、業界再編の可能性も含め、ビジネスモデルを作り変える必要があると考えている。

質問 6. 10月1日にDS事業のトップ人材40名がUNY事業に異動したということだが、その後のDS事業はどのような状況なのか。

A：本日登壇している役員たちも若い時に抜擢され、その後の飛躍につながった経験がある。DS事業では、商品部の責任者であるカテゴリーリーダー以外にも「自らの権限を剥奪しよう」という動きが出てきている。加えて、これまでの教育は、全てにおいてOJTによる実践型だったが、現在は外部によるトレーニングなども実施している。若手人材は、極めて学習意欲が高い傾向にある。

以上