

2025年2月期（2024年度）決算説明会

【質疑応答要旨】

日時：2025年4月3日（木）16:30-17:30
説明者：代表取締役社長 保元 道宣
取締役財務・経理・IR担当 吉田 昌平

Q1. 売上高の計画値を下回った要因に、気候要因以外で個人消費の影響があったか。

A1. 既存店売上高が前年を下回ったのは10月と2月だけであり、他は前年を上回っていることから個人消費が弱くなっているとは感じていない。

Q2. 25年度黒字化を目指すアメリカ事業において、トランプ政権の関税政策はどう影響するか。

A2. 関税政策による景況感の悪化などは別として、アメリカのJ.PRESS事業は大半がアメリカ製であり、直接的な影響はほとんどないと考えている。

Q3. WEGOの東南アジアへの拡大方法を教えて欲しい。ミャンマーでの地震の影響はあるか。

A3. WEGOは、まずは常設店ではなく、ポップアップの販売イベントと越境ECでの展開を中心に考えている。中国を中心に、そこから波及させていく。ミャンマーでの地震の影響について、現時点では特に問題は生じていない。

Q4. 2024年度は気候の影響を受けたが、シーズンMD含め今後の対策を教えて欲しい。

A4. 資料に掲載しているシーズンレスMDについては現在様々に検討している。洋品（ニット）を中心としたアイテムや機能性の高い素材を用いた商品開発がキーワードになる。

Q5. 23区のグローバルブランド戦略は、海外出店を強化か、国内インバウンドの強化か。

A5. まずは国内において23区のブランドの世界観をしっかりと表現できる拠点作りを優先した上で、グローバルに対応したオンラインも活用していきたい。

Q6. オンワードパーソナルスタイルが成長している背景や要因は何か。

A6. 若いお客様にエントリープライスのお値打ち感、スマホで注文し 1 週間でご自宅に届く、手軽さと短納期に魅力を感じていただいております、客数が増加していると考えています。

Q7. 人口構成で若年層が減少していく中で、WEGO ブランドをどのように成長させるのか。

A7. WEGO ブランドはティーンズのファッション領域で現時点でも大きなシェアがあるが、更に拡大したい。インバウンドを含めた店舗展開やターゲット層の拡大で国内でも成長可能。心齋橋や原宿は外国人観光客も多く、グローバルでの成長ポテンシャルも高いと考えています。

以上