

2026年2月期（2025年度）通期 決算説明会

【質疑応答要旨】

日時： 2026年4月10日（金） 10:00-11:00

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. 中東情勢の足元への影響と価格等への影響について教えてほしい。

消費マインドの面も含めて心配しているが、足元については3月の月次は非常に手応えのある状況で、また、4月の上旬についてもそういった影響はあまり感じていない。ただし、今後こういった状況が長引いた場合、まず川上の原材料の領域で影響が出てその後に製品領域までおよぶため、今期の冬物ぐらいから、コストアップによる商品プライシング等に影響が出る可能性は懸念している。

Q2. EC売上12.4%増の寄与した施策と、他社EC30.7%増の背景について教えてほしい。

自社ECに比べると金額規模が大きくないため、他社ECの増収率が大きくなる傾向がある。自社ECを重視する方針は変わらないが、新しいお客様との出会いという意味では他社モールにも価値がある。EC売上12%の成長は、リアル店舗とECを連動させるOMO施策を過去5年ほど強化しており、これが非常にスムーズにお客様に浸透してきた結果。これまでECでお買い物をしたことがなかったお客様がオンラインストアにも流れ込んできている。

Q3. 中東情勢は、今期計画に織り込み済みか。

具体的な影響額を見積もることは難しい。先ほど、中東情勢によっては下期の原料高の可能性に言及したが、他にも様々な施策を検討している。下期の利益率は昨年比横ばいの前提だが、中東情勢を含めた様々なプラス・マイナスを考慮し策定したもので、世界情勢に関わりなくこの数字は達成していきたい。

Q4. 中長期の営業利益率8%達成についてファッション領域の利益率の改善策の内容を教えてほしい。

ファッション以外の領域でも、営業利益率はもう一段階アップが必要と考えているが、ウエイトの高いファッション事業の利益率アップが最も重要と考えている。現状、数十のブランドを展開しているが単店舗の売上高は決して大きくない。単店舗売上を拡大し、ブランドを集中して展開していけば、ファッション事業の収益性も必ず高められると考える。

Q5. 成長投資に向けた投資金額を M&A を含めて教えてほしい。

5 年前から CAPEX として 700 億円という目標数字を発信しており、その枠はまだ使い切っていない。最大 700 億規模の投資を様々な形でやっていきたい。

Q6. ウィゴー社のシナジー効果について具体的に教えてほしい。

在庫管理の改善、EC の強化、グローバル展開のサポートが主なシナジー効果。在庫を十分に構えられるようになり販売機会ロスが改善した。EC についてはオンワードグループのチームが入り込んで改善を進めており、2026 年度以降効果が見えると思う。また、グローバル展開では台湾や上海のオンワードの拠点を活用している。

Q7. 『23 区』ブランドの若年層獲得への手応えと今後の戦略について教えてほしい。

百貨店以外の路面店、アウトレット、ショッピングセンターでの展開で、商品を手にとっていただくと非常に気に入っていただける方が多い。『23 区』を知らなかった、聞いたことはあるけれど商品に触ったことがなかったというお客様との出会いが着実に増えており、手応えを感じている。

Q8. 『アンフィーロ』ブランドの単独店出店計画について教えてほしい。

具体的な出店目標は開示していないが、250 億円の売上の約半分を E コマースで考えており、リアル店舗で 100 数十億。その半分以上をブランド単独店舗でやるとすると 60-70 億の売上をブランド単独店舗で作ることになる。よって、数十店舗のアンフィーロ単独店を全国のショッピングセンターを中心に展開していきたい。

Q9. 『しろたん』のライセンス事業の今後の施策について教えてほしい。

10 月から地上波のアニメがスタートするタイミングに合わせて様々なイベントを実施。ポップアップイベントや常設店舗の拡充、記念商品の展開などを 10 月に向けて進めていく予定。

Q10. 今後の M&A 戦略について教えてほしい。

ファッション領域とコーポレートデザイン領域は、基本的に自前主義を進める。ウェルネス領域については 40 年近く前にチャコットを連結化して以降、M&A でノウハウや人材を獲得してきた歴史があり、今後もこの方針は変わらない。

Q11. 『23 区』や『アンフィーロ』等のブランドもグローバル展開を計画しているのか。

『23 区』は以前から台湾や中国等で現地パートナーに卸売形式で展開している。『WEGO』やアメリカの『J.PRESS』ブランドの成長性が高いと考えており、まずはこのブランドに経営資源を投入。その他のブランドでもエリアを選びながらグローバル展開を進めるが、優先順位をつける。

Q12. ONWARD VISION 2030 において、『WEGO』の海外売上はどの程度を織り込んでいるのか。

約 20%を海外で稼ぐイメージで、約 90-100 億程度を海外、特に台湾や中国を中心に展開する。台湾はリアル店舗のウエイトが高く、中国大陸は EC のウエイトが高くなる見通し。

以上