

2025 年 2 月期決算説明会質疑応答サマリー

質疑応答

Q1: 2025 年 2 月期の(株)羅針の単体の損益及び連結業績に与える影響について。

A1: 2025 年 2 月期の(株)羅針の業績は売上高約 239 億円、営業利益約 17 億円の大幅増収増益を達成。

連結業績への取り込みは第 4 四半期の 3 ヶ月分であり、売上高約 64 億円、営業利益約 4 億 50 百万円となるが、連結により発生する費用であるのれんの償却、M&A関連費用を差し引くと、営業利益で約 2 億 50 百万円の増加要因となった。

Q2: 4°CMD 改革の重点管理指標(女性客売上高伸長率、販売単価、10 大都市成長率)の 2025 年 2 月期実績と、(株)FDC プロダクツの 2025 年 2 月期の苦戦要因について。

A2: 重点管理指標の 2025 年 2 月期の実績、女性客売上高は前期比 106.8%、特に自家需要が 115%と大きく伸長し、販売単価は 104%、10 大都市成長率は 101.6%となった。

女性客の支持拡大に向けたMD改革として、テイストと価格帯の幅を広げ、クリスマス商戦では過去にない「女性の自家需要・THE TIDAL」のプロモーションを実施したが全体の業績は厳しい結果となった。要因は、男性客、ブライダル、クリスマスの落ち込みにあり、これまで4°Cを支持していた客層・イベントに対するアプローチ不足があった。女性がマジョリティをとったとはいえ、男性客 32%、カップル 29%の構成比があるなか、異なるニーズへの提案バランスに偏りがあったことを反省とし、2026 年 2 月期の改善に活かしていく。

Q3: ジュエリービジネスの業績回復に対する手応え感について。

A3: 4°Cブランド 53 年の歴史の中で、まさに変革期と捉えている。背景には消費行動と価値観が大きく変換し、ファッションジュエリーも外見的な価値から内面的・情緒的な価値を大切に、人と同じものを好み、購入する消費行動から多様性の時代に移ったことが挙げられる。

マーケットのニーズとのギャップが生じており、この危機感に対し、将来に向けたリブランディングとして、主要顧客を男性ギフト客から女性のリピート客へ大きく変える事業構造の改革を進行中。

歴史のなかで培われた、「SPA 事業の高い収益性」、「ものづくり・品質へのこだわり」という強みは現在も確実に存在しており、この財産を活かしながら、女性の支持・共感を得られる「MD改革の更なる推進」、「デジタル戦略アプローチ」、「接客提案力の向上」に取り組み、女性客とリピート客の拡大にスピードを上げて進めていく。

高い収益構造が確立するまでには少し時間がかかることを想定するも、足元の業績回復に対し、未来のお客様を育てながら、今のお客様である、男性、ブライダルの既存顧客に丁寧なアプローチを施し、確実な損益改善を図っていく。

Q4: (株)羅針の成長見込み及び想定されるリスクと対策について

A4: (株)羅針は売上高と在庫の相関関係が非常に強く、在庫を拡充することで既存店の伸長、売上高の拡大を図っていく。また、ビジネスの特徴として、キャッシュで買い取るため、先んじて資金が必要となるが、盤石な当社グループの資金を活用し、15億円の在庫拡大を計画している。

新規出店については、2025年1月に新宿店をオープンしており、この状況を見ながら東京、大阪、名古屋など都市部において今後計画を検討していきたい。

リスクについては、都市型百貨店に非常に近いと考えている。具体的には、株価・不動産等の下落による富裕層の消費マインドの減退、為替変動によるインバウンド需要の影響、高級腕時計のリユース価格の下落をリスクとして認識している。リスクへの対応について、羅針の在庫回転率は60日程度と比較的高く、2024年8月に株価が4,400円下落した際には在庫を値下げして販売し、新たに原価の下がった商品の買い取りを進め、2~3ヶ月で在庫を入れ替えた。在庫回転率の高さを活かし、在庫を入れ替えることで、リユース価格の下落に対応していく。

Q5: 2025年2月期の営業利益、経常利益の減益要因。また、当期純利益の増加要因。ホールディングス体制以降の過去最高売上高、営業利益、経常利益、当期純利益の時期と金額について。

A5: 2025年2月期の営業利益、経常利益について、(株)FDCプロダクツでは男性顧客、ブライダルジュエリーの苦戦により、前年差約▲3億50百万円となった。また、アパレルも僅かに減益となった。

当期純利益、特別利益は投資有価証券の売却益が増加、特別損失は減損損失等の費用が減少した。特別利益・特別損失を差し引きすると、前年差約+3億50百万円、税引き後で約+2億40百万円となる。

ホールディングス体制発足以降の最高業績は、売上高は2016年2月期の約528億円、営業利益は2017年2月期の約65億円、経常利益は2017年2月期の約77億円、当期純利益は2018年2月期の約52億円である。

Q6: アパレル事業の減益の要因について。

A6: アパレル事業の減益は(株)アージュによるもの。前提として、(株)アージュは出店拡大を進めているが、出店後、黒字化するまでに3~5年の時間がかかる。そのうえで、2025年2月期には、気候変動の影響、長い夏への対応不足により10月単月で約50百万円の減益となったこと、また、利益店舗3店舗がディベロッパの事情により閉店となり約70百万円のマイナス影響となったことによる。

以上