

2023年12月期 第3四半期
決算説明補足資料

株式会社キューブ

証券コード：7112

① – 2023年12月期 第3四半期決算報告

② – 事業進捗

③ – Appendix
– 会社概要 & ビジネス概要
– 販売チャネル別売上推移

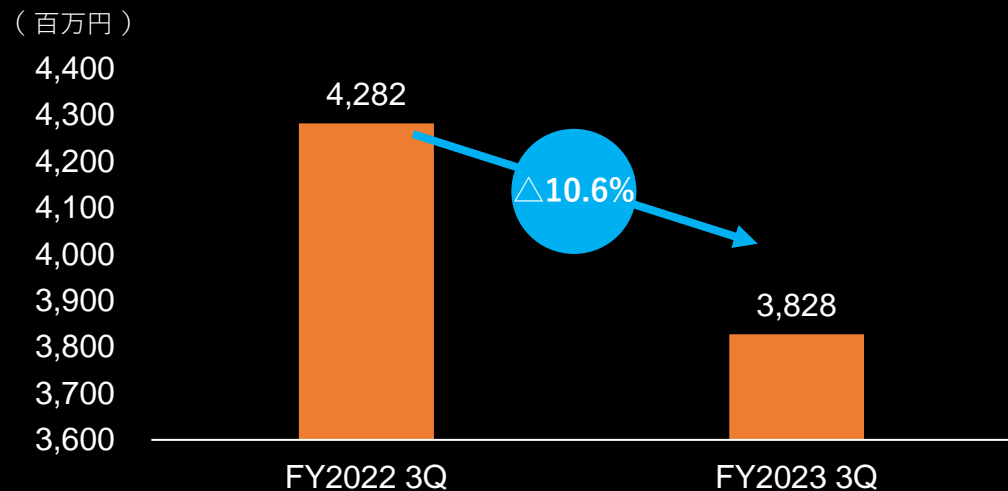




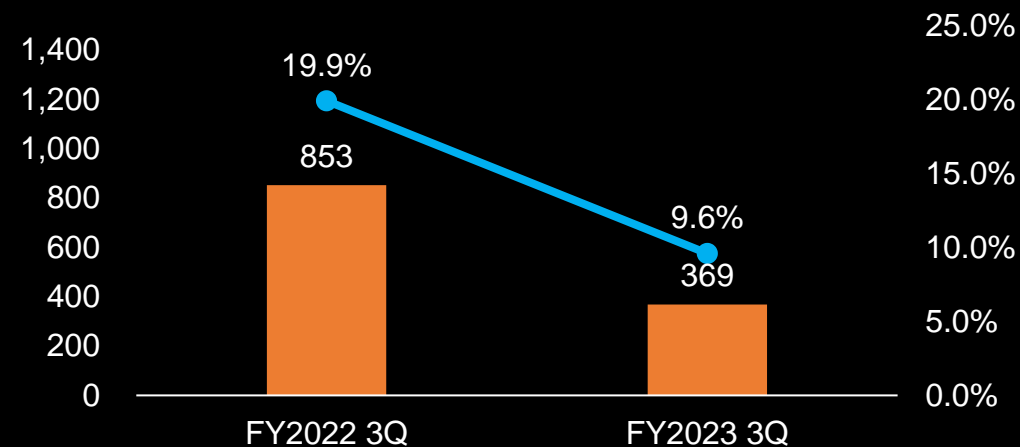
2023年12月期
第3四半期決算報告

CUBE CO.,LTD.

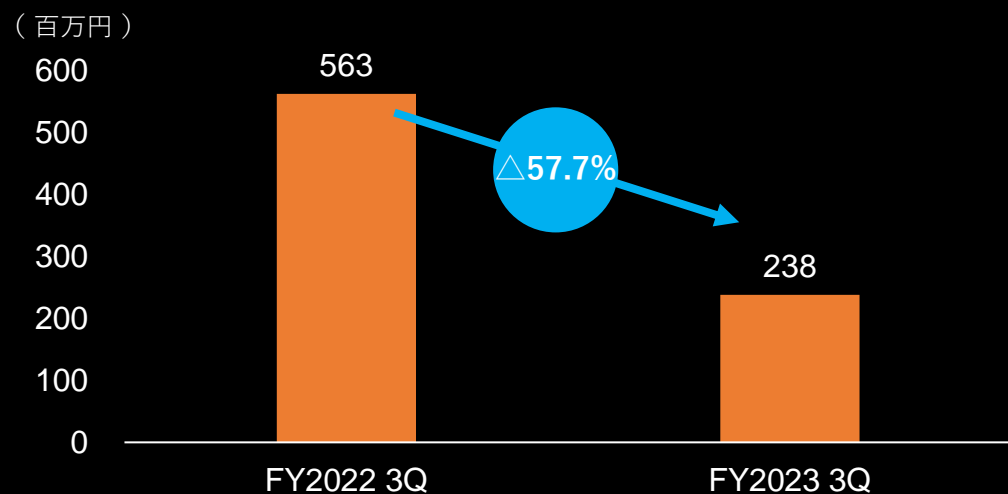
売上高



営業利益・営業利益率

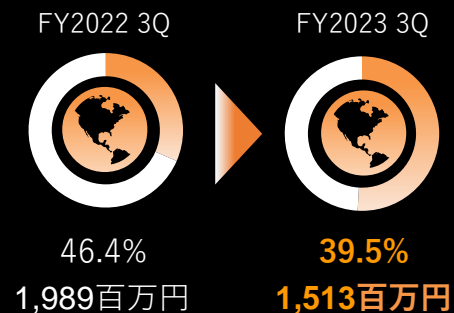


当期純利益

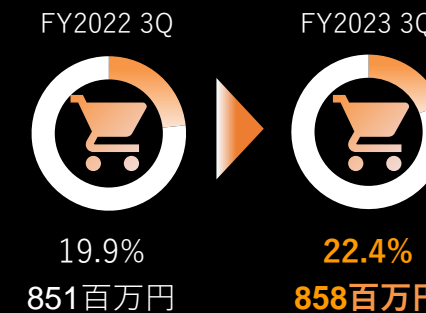


重要指標

海外売上高比率



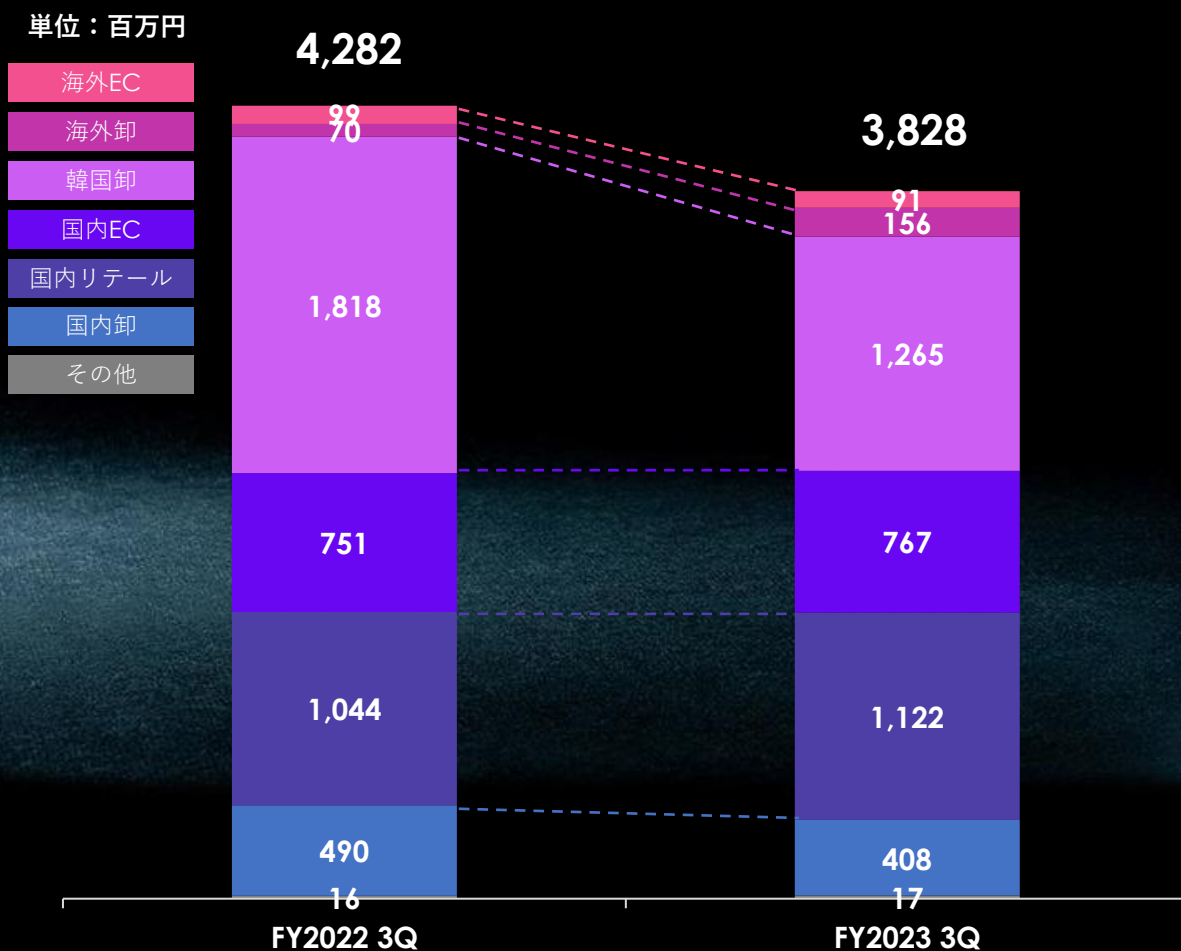
EC化率※1



※1 EC化率 = (国内EC売上高 + 海外EC売上高) ÷ 売上高

市場環境の変化に伴い、特に韓国卸における前年の特需の反動により売上が大きく減少。
今後も引き続き海外向け卸とECを通じたグローバルでの収益力獲得体制を引き続き強化。

販売チャネル別売上推移



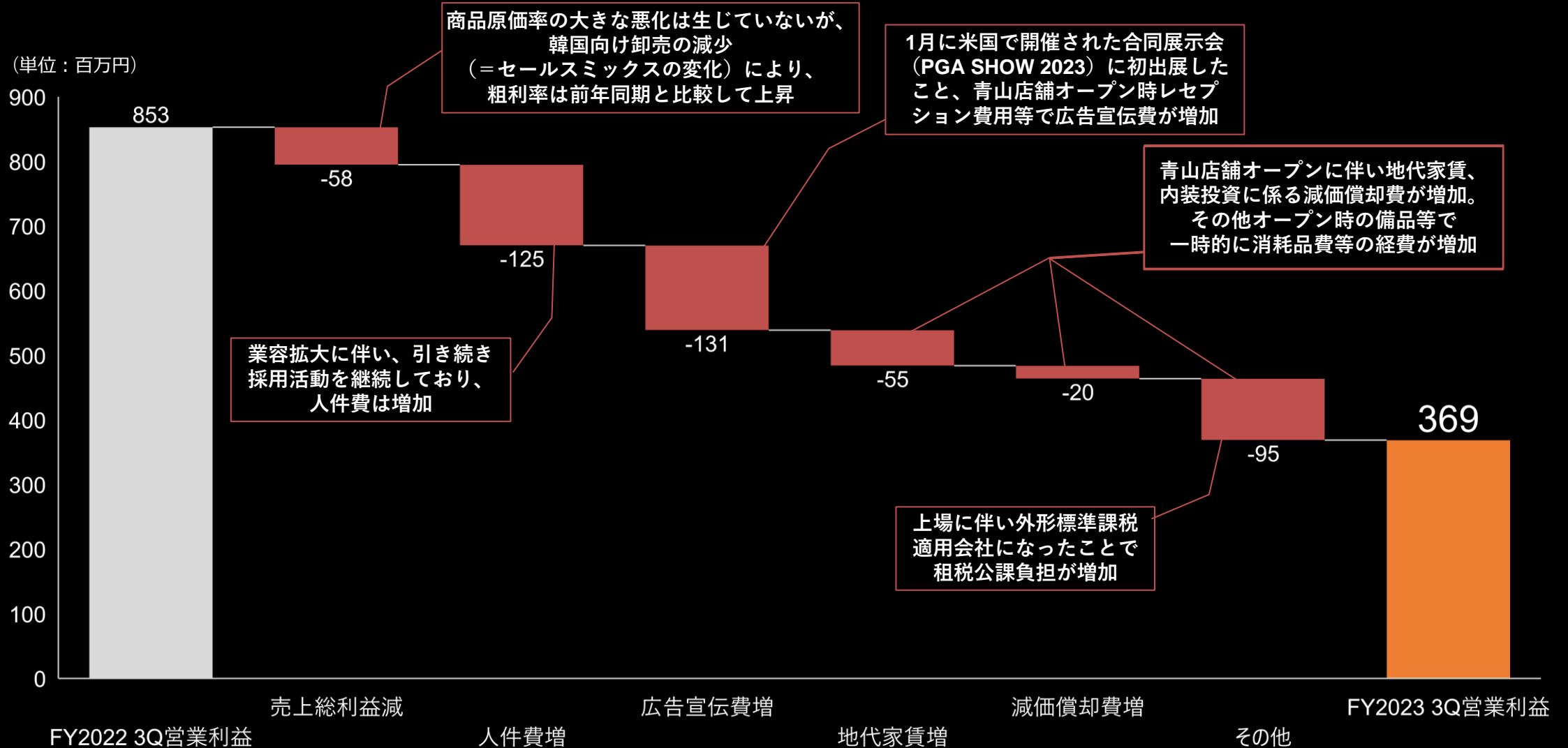
業績ハイライト

- 2020年の新型コロナウイルス感染症拡大以降、世界的にゴルフ市場が活性化したが、その過熱感が落ち着いている。
- 当社においてはOMO※1によるチャネル間のシナジー創出を通じ、ブランディングの浸透を継続して図っている。
- 韓国については、上述の過熱感が特に顕著であり、それに連動する形で韓国卸において前3Qと比較すると売上は大きく減少。
- 夏までの猛暑と、秋に至っても平年比で気温が高い状況が続いていることで、秋冬物の新商品販売は伸び悩みがあるものの、新店舗オープン等の施策効果もあって、国内ECと国内リテールは、前年比で売上は増加している。
- その他海外では、2022年にイタリア・米国向けから開始した卸売展開が当3QからASEAN・東アジア地域にも徐々に拡大。

※1 OMO：オンラインとオフラインを融合させて、新たな顧客体験を生み出すこと

単位：百万円	FY2022 3Q	FY2023 3Q（当期）	前年同期比	FY2023修正予算	進捗率
売上高	4,282	3,828	△454 (△10.6%)	5,060	75.7%
営業利益 (営業利益率)	853 (19.9%)	369 (9.6%)	△484 (△56.7%)	440 (8.7%)	83.8%
経常利益 (経常利益率)	854 (20.0%)	372 (9.7%)	△481 (△56.4%)	444 (8.8%)	83.8%
当期純利益 (当期純利益率)	563 (13.2%)	238 (6.2%)	△324 (△57.7%)	299 (5.9%)	79.6%

当第3Qにおいては、前3Qと比較して売上が韓国卸を主として減少していることに加え、業容拡大に伴う人件費増加や広告宣伝費の増加等の影響もあり、営業利益も前3Q比で減少

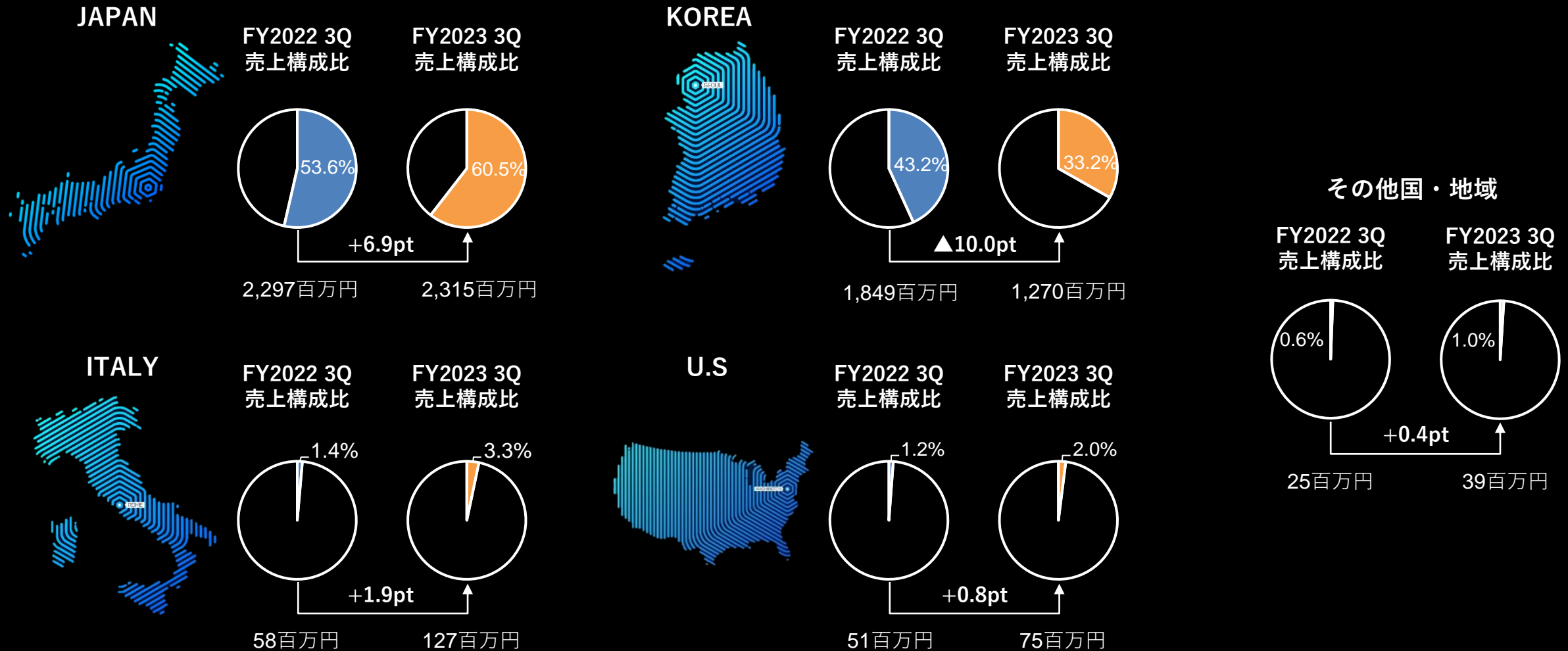


BSについては前期末から大きな変化は生じていないが、4月に開店した新店関係の固定資産等が増加

(単位：百万円)

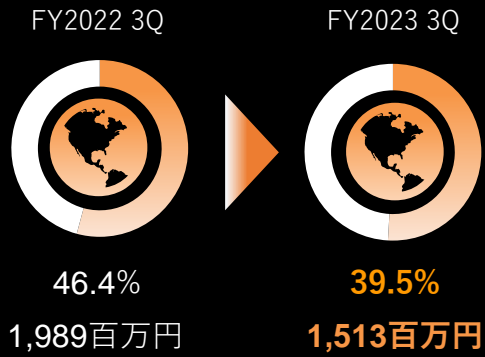
	FY2022 4Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q	構成比	前四半期 末比	主な増減要因
総資産	4,619	4,547	4,559	100.0%	+12	
流動資産	4,079	3,796	3,842	84.3%	+46	<ul style="list-style-type: none"> 仕入の増加に伴う商品の増加 秋冬シーズン投入開始に伴う、売掛金・在庫の増加
固定資産	539	751	716	15.7%	△35	<ul style="list-style-type: none"> 減価償却による減少
流動負債	880	634	536	11.8%	△98	<ul style="list-style-type: none"> 法人税等の支払による未払法人税等の減少 仕入の増加に伴う買掛金の増加
固定負債	67	110	113	2.5%	+3	
純資産	3,670	3,802	3,908	85.7%	+106	<ul style="list-style-type: none"> 四半期純利益の計上による繰越利益剰余金の増加

コロナ禍におけるゴルフブームの過熱感は世界的に落ち着き、日本市場はほぼ横ばいながら、韓国市場は売上減少
 イタリアや米国など新規国での展開は順調に進み増加傾向にあるが、海外売上比率は韓国市場の影響を受け39.5%に減少



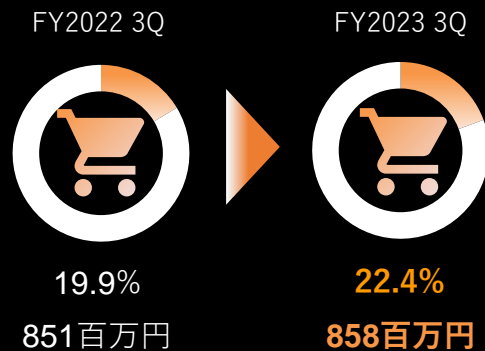
重要指標

海外売上高比率



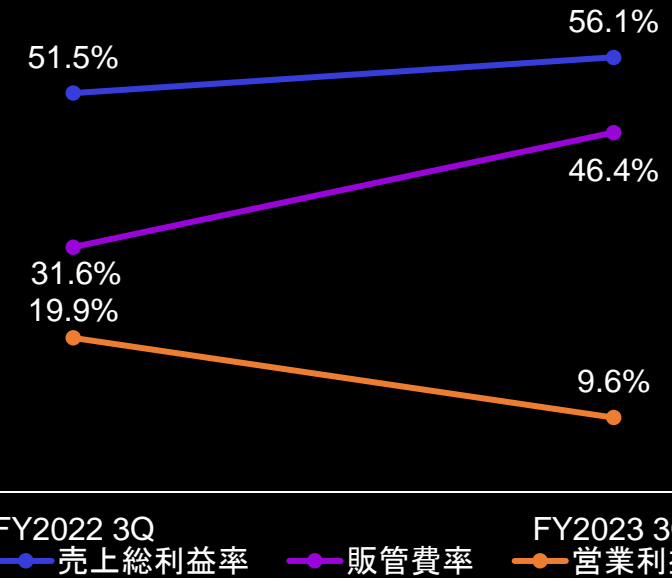
海外売上高

EC化率



EC売上高

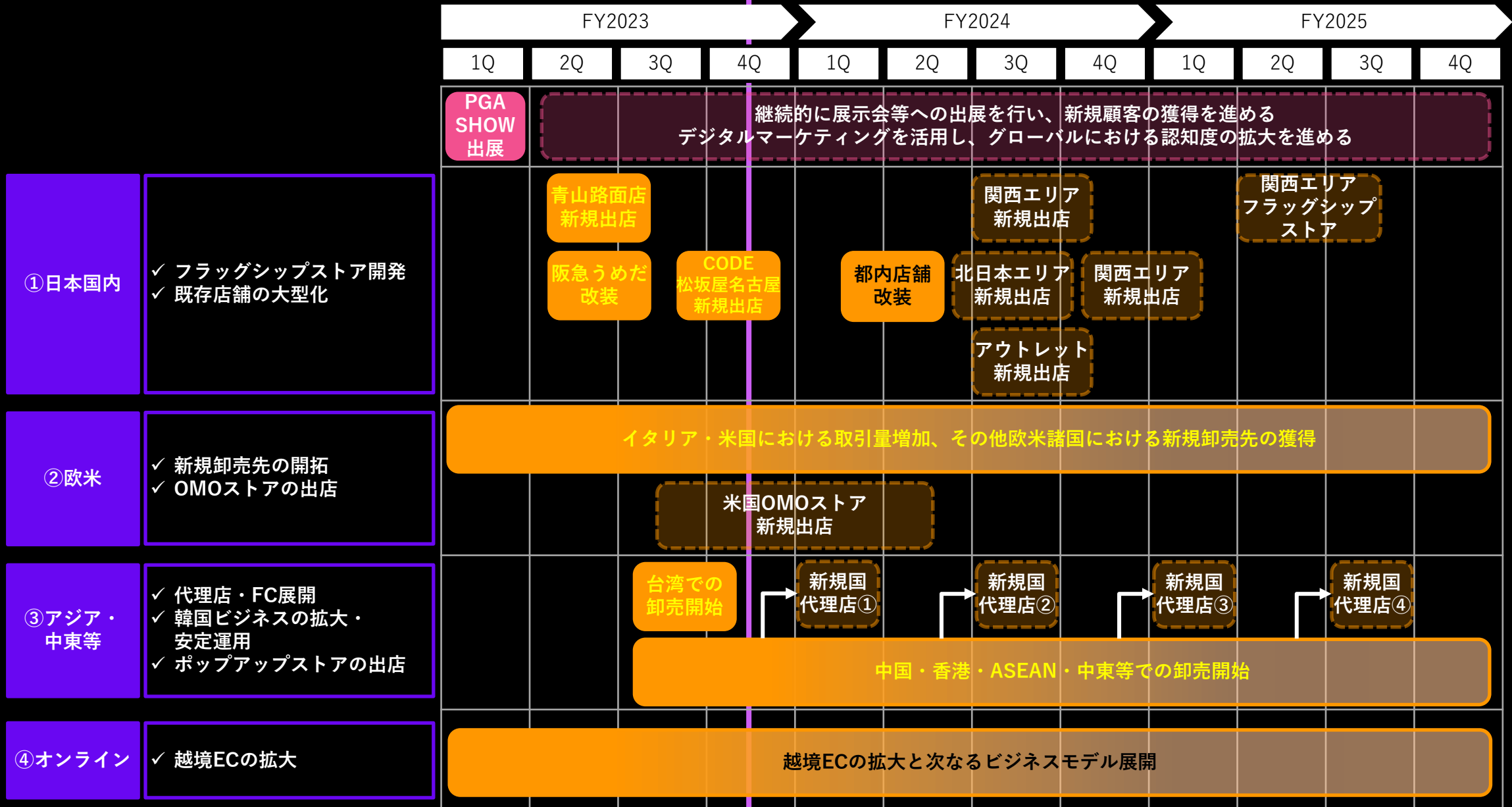
財務KPI



	FY2022 3Q	FY2023 3Q
ROE	29.6%	6.3%
自己資本比率	63.3%	85.7%
EPS	105.50円	39.27円
BPS	408.03円	643.56円

事業進捗

CUBE CO.,LTD.



“CODE”コレクション初の単独旗艦店「MARK & LONA CODE」



MARK & LONA
CODE

松坂屋名古屋

2023年10月21日オープン



アジア・ASEAN地域を中心に新規取引先開拓が進捗、グローバルECの集客を引き続き強化
 オフライン・オンライン双方から、世界に向けたブランディング展開の素地と収益力強化基盤を構築中

GLOBAL NETWORK

WEB上での展示会開催や大型合同展示会への出展を通じ海外卸売を強化。
 現地パートナーと連携した出店開発を進める。



GLOBAL ONLINE STORE

海外向けアプリやSNS動画配信でPR強化
 ブランド認知度を向上させ海外から越境ECに顧客を呼び込む。

現状

今後

中国・
台湾・香港

- 中国・香港について、パートナー候補と交渉中
- 台湾では、23年下期より順次出荷開始

- 受注の継続と売上拡大
- 将来の代理店候補としてのパートナー選定

ASEAN・
中東

- シンガポール、タイ・ベトナム・UAEについて、パートナー候補と交渉中
- インドネシアでは、23年下期より順次出荷開始

- 受注の継続と売上拡大
- 将来の代理店候補としてのパートナー選定

欧米

- 既存取引先からの継続受注
- 23年下期より新規取引先へ順次出荷予定

- 受注の継続と売上拡大
- 近隣諸国における新規取引先開拓

韓国

- 総代理店との取り組みを強化、継続受注を通じた売上拡大





Appendix 1

会社概要
&
ビジネス概要

CUBE CO.,LTD.

社名 株式会社キューブ [英文名：CUBE CO., LTD.]

本社 東京都港区赤坂2-17-7

代表者 代表取締役 松村 智明 / Tomoaki Matsumura

設立 1994年12月

資本金 822,549,600円 (2023年9月末時点)

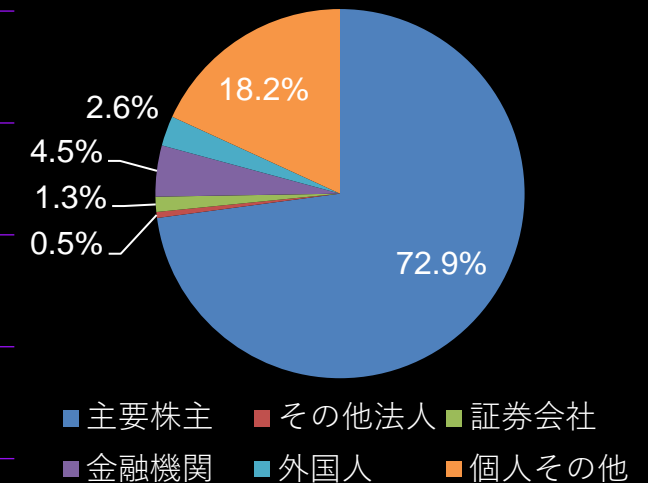
従業員数 85名 (2023年9月末時点、臨時雇用者を含む)

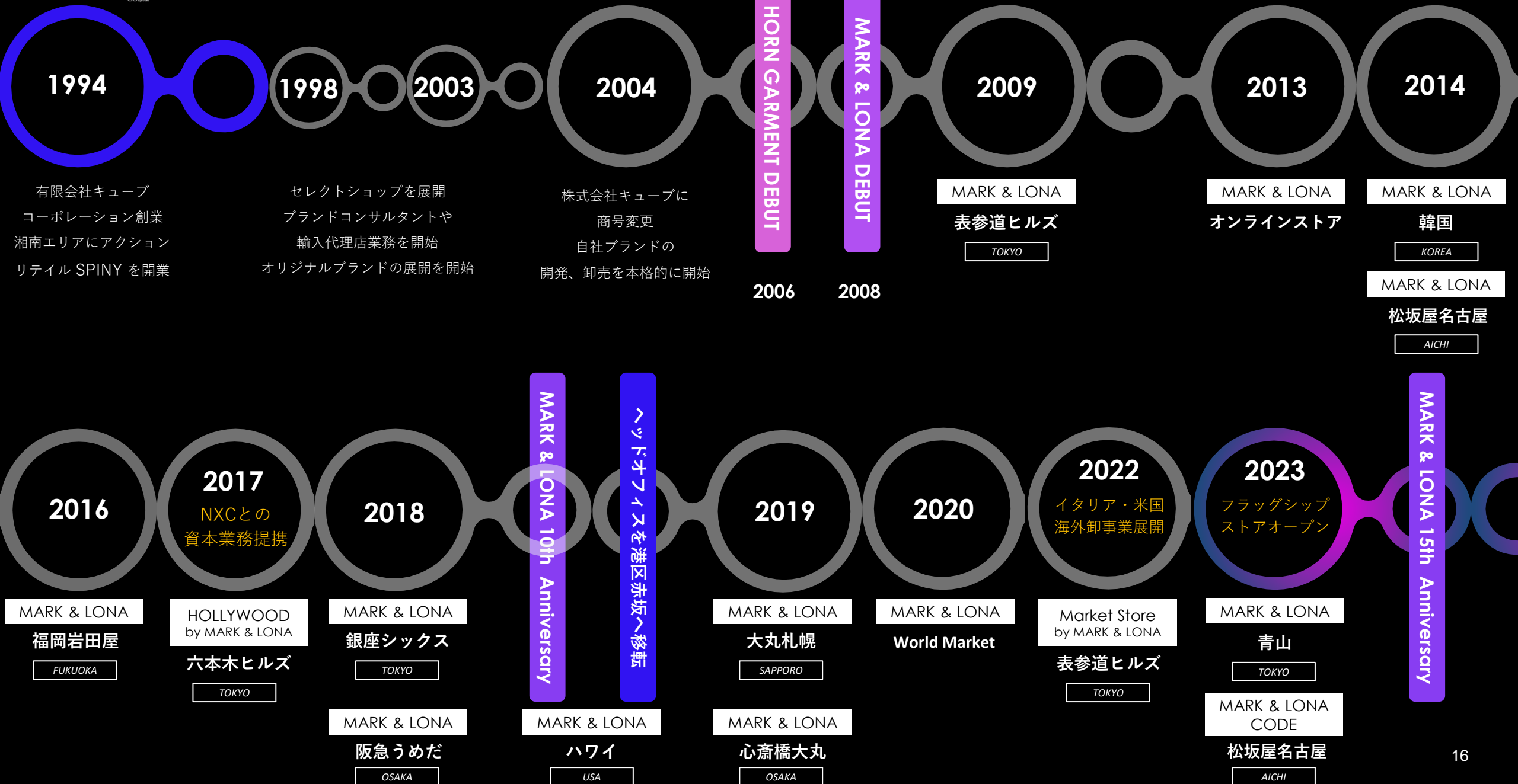
事業内容 衣服・雑貨の企画・製造・販売 / ライセンス事業 (ライセンサー)

取扱ブランド MARK&LONA、HORN GARMENT、Gravis golf

主要取引先 (株)阪急阪神百貨店、(株)大丸松坂屋百貨店、(株)岩田屋三越、森ビル(株)、(株)ZOZO、(株)ヴィクトリア

株主構成 2023/6末





代表取締役社長 松村 智明

TOMOAKI MATSUMURA



専務取締役 小澤 拓

TAKU OZAWA



取締役 高橋 勇介

YUSUKE TAKAHASHI



取締役 波多野 奨

SUSUMU HATANO



執行役員 福岡 裕太

YUTA FUKUOKA

社外取締役 吉成 和彦

KAZUHIKO YOSHINARI

社外取締役 大西 秀亜

HIDETSUGU ONISHI

社外取締役 武藤 貴宣

TAKANOBU MUTO

社外監査役 掛橋 幸喜

KOKI KAKEHASHI

社外監査役 大塚 あかり

AKARI OTSUKA

社外監査役 高安 彰子

AKIKO TAKAYASU

VISION

時代の顔を創る

STRATEGY

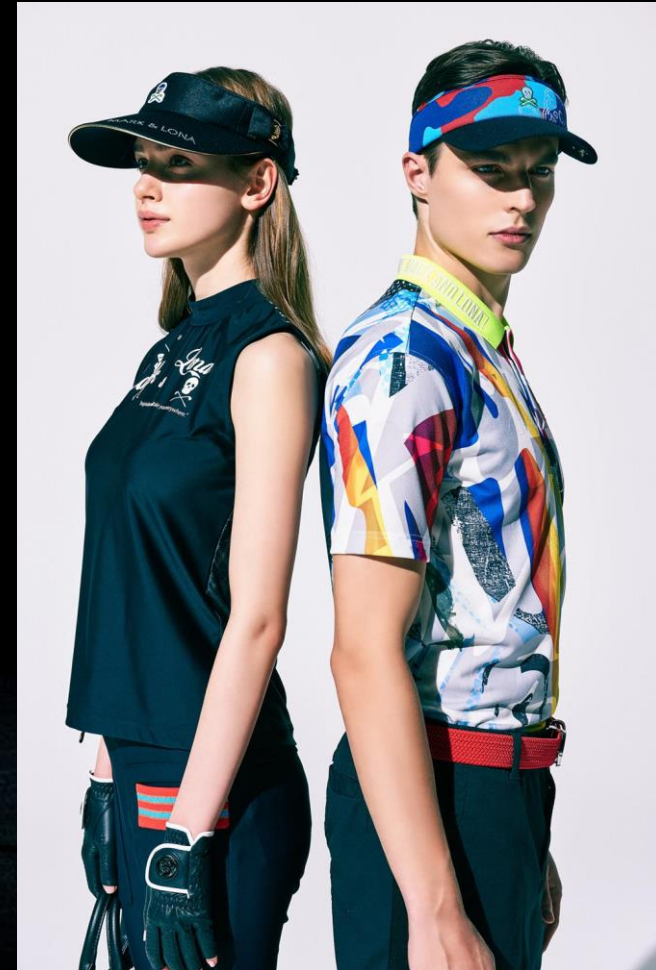
プレミアムラグジュアリーブランドの創造

MISSION

ゴルフに、自由を

MARK & LONA[®]

没個性的で保守的なスタイルが常識だったゴルフウェアの世界に独特なデザイン感覚を持ち込み、世界に類のない“Luxury”※1というコンセプトを築いたMARK&LONA。米ロサンゼルスでスタートと同時にユニークなコレクションを発表し、ゴルフアパレルとは思えない斬新なデザインでありながらも、上質な素材と高い機能性を追求し、妥協のないモノ作りを行ってきました。また、毎シーズン展開されるユニークなコラボレーションは、世界的に著名なキャラクターやミュージシャン、マニアックなゴルフギアからフィギュアまで幅広く展開。ブランド設立から10年以上経った今でもファッションゴルフの代名詞として注目され続けているものと自負しています。2018年の“10 YEARS ANNIVERSARY”を機にブランド初のアンバサダーを迎え“ゴルフに自由を”をスローガンに、世界に向け更なる挑戦と改革を発信し続けています。



※1 “Luxury”とは、他の著名ブランド等の顧客でもある富裕層に向けて、当該富裕層を顧客に持つ卸売先の開発や富裕層をターゲットとする商業施設での旗艦店展開を通じ、富裕層のライフスタイルに向けた高価格商品を展開すること

GENERAL・CODEを中心に幅広いコレクションを展開



GENERAL COLLECTION

MARK&LONAの核となるジェネラルコレクション。
ラグジャリーゴルフをコンセプトに優れたクリエイティブと
機能性を武器に幅広いアイテムを展開。
「ゴルフに自由を」をスローガンに世界に向け更なる挑戦と
改革を発信し続けています。



『Efficient』をコンセプトにゴルフにモードを取り入れた
”CODE”コレクション。
上質な素材を用い細部に至るまで妥協のないデザインと高い
機能性を有したハイエンドラグジュアリースポーツアパレル
を提案します。



アンバサダーのライフスタイルを落とし込んだ”FER(ファー)”コレ
クション。
カジュアルウェアとしての汎用性を持ち合わせるストリートテイ
ストの”ALARM (アラーム)”コレクション。
ジャンルを超えクロスオーバーする事で生まれる個性的なデザイ
ンやコラボレーションはフィールドを限定しないリミットレスな
スポーツアパレルを提案します。



TOPS / KNIT

¥38,000	\$350	¥506,000
}	}	}
¥120,000	\$1,400	¥1,597,000



OUTER

¥39,000	\$400	¥575,000
}	}	}
¥125,000	\$1,650	¥1,842,000



SHOES

¥29,000	\$300	¥452,000
}	}	}
¥54,000	\$800	¥842,000



GOLF BAG

¥95,000	\$950	¥1,228,000
}	}	}
¥210,000	\$2,500	¥2,715,000



SHIRTS

¥23,000	\$250	¥306,000
}	}	}
¥33,000	\$450	¥439,000



BOTTOMS

¥35,000	\$350	¥433,000
}	}	}
¥65,000	\$750	¥803,000



ACCESSORY

¥23,000	\$250	¥295,000
}	}	}
¥72,000	\$850	¥924,000

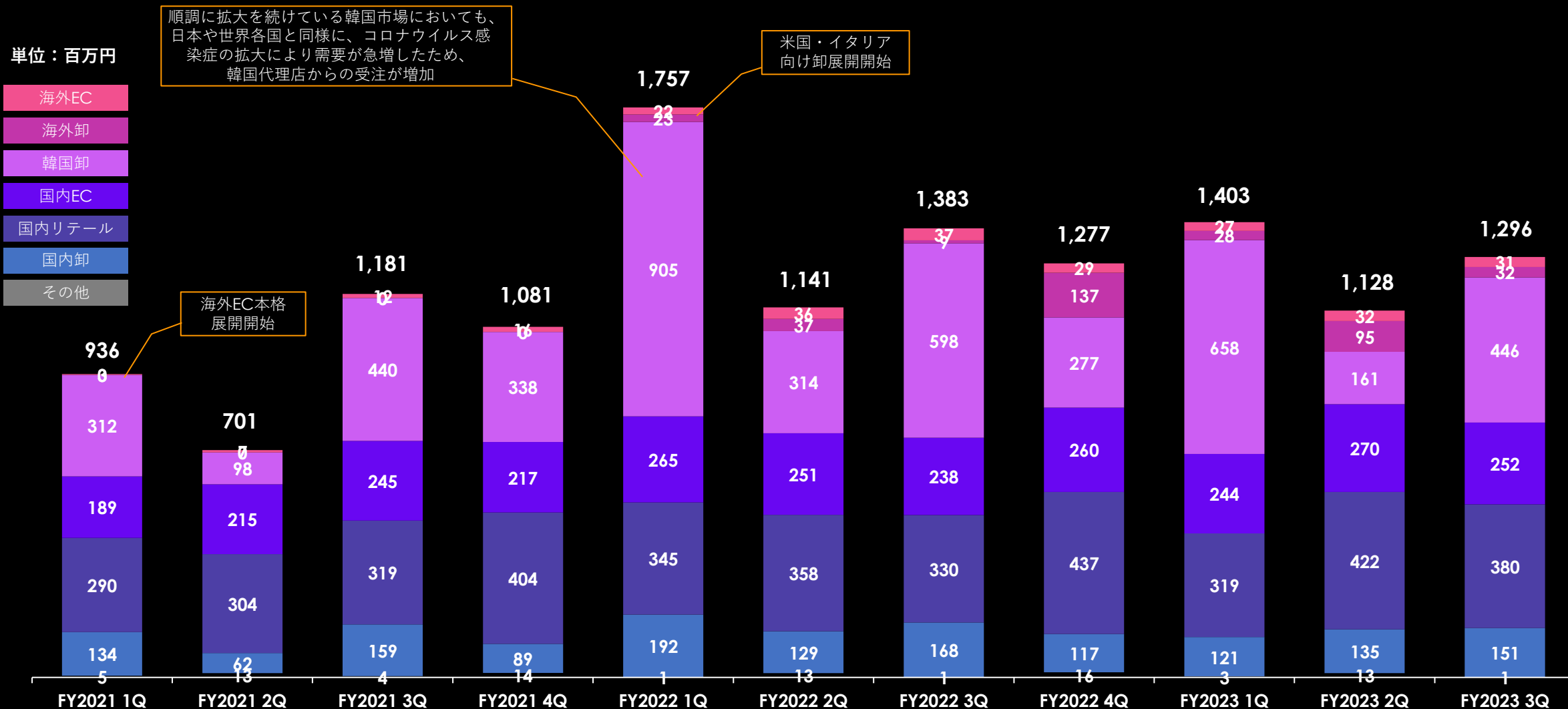


Appendix 2

販売チャネル別 売上推移

CUBE CO.,LTD.

1Qと3Qは国内外向け卸出荷タイミングのため、2Qと4Qと比較して売上が多くなる傾向にあり、3Qと4Qは重衣料等秋冬物の展開時期のため、1Qと2Qと比較して売上が多くなる傾向。



将来見通しに関する注意事項

本発表において提供いたしました資料および情報は、「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの情報とは異なる結果を招き得る不確実性を含みます。それらリスクや不確実性には、一般的な業界および市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。本発表は、当社に関する情報提供を目的としたものであり、国内外を問わず、いかなる有価証券、金融商品または取引に関する募集、投資の勧誘または売買の推奨を目的としたものでもありません。本発表において提供いたしました資料は、金融商品取引法またはその他の法令もしくは諸規則に基づく開示書類ではありません。

