

事業計画及び 成長可能性に関する説明資料

JELLY BEANS

株式会社アマガサ

2024年4月22日

本資料における将来の展望に関する記述は、現時点において入手可能な情報に基づいておりますが、様々なリスクや不確かさにより、結果が将来の展望と著しく異なることもありえます。

- 1 . 事業概要
- 2 . 事業再生に向けたこれまでの取り組み
- 3 . 今後の発展と飛躍に向けた施策

1. 事業概要

- 会社概要

商号 株式会社アマガサ

本社 〒110-0005 東京都台東区上野1-16-5

代表者 代表取締役社長 早川 良一

従業員数 39名 (2024年1月末日現在)

事業内容 婦人ノンレザーシューズの卸、小売

店舗数 直営3店 (2024年1月末日現在)



- 主カブランド

JELLY BEANS

「私がわたしらしく素敵になれる」いちばん身近なデイリーシューズ

"可愛い"をファッションマインドにしたデイリーフェミニンシューズの提案

1984年のブランドデビューから時代に応じたファッション性を取り入れ、

デイリーからドレスアップまで“いま”を生きる女性の様々なライフスタイルに

合わせ、バリエーション豊かに展開しています

JELLY BEANS

1. 事業概要

沿革

1976年 6月	ノンレザー素材を使用した婦人靴の卸売を目的として、東京都台東区浅草において有限会社天笠を設立。
1985年 4月	自社ブランド「JELLY BEANS」(ジェリービーンズ)を冠したノンレザー婦人靴の企画・開発、卸売販売を開始。
1990年 4月	有限会社天笠より営業の全部を譲り受け、株式会社アマガサを設立。
2000年 7月	東京都台東区浅草に新本社ビル竣工、本社を移転。
2001年 3月	小売事業への進出を図り、インショップ形態の小売店舗 1 号店を開店。「JELLY BEANS 渋谷パルコ店」の開店。
2002年 6月	東京都台東区浅草に新本社ビル竣工、本社を移転。
2005年 9月	通販部門から分離し、自社W E B 販売を本格化。
2007年 2月	大阪証券取引所ニッポン・ニュー・マーケット「ヘラクレス」市場に株式を上場。
2009年 6月	東京都台東区浅草に新本社ビル竣工、本社を移転。
2009年 7月	中国上海市に天笠靴業(上海)有限公司(現・連結子会社)を設立。
2010年10月	大阪証券取引所の各市場の統合に伴い、大阪証券取引所 J A S D A Q (グロース)に株式を上場。
2013年 7月	東京証券取引所と大阪証券取引所の統合に伴い、東京証券取引所 J A S D A Q (グロース)に株式を上場。
2021年 2月	東京都台東区上野に本社を移転。
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分見直しにより、東京証券取引所グロース市場に移行。

株式について

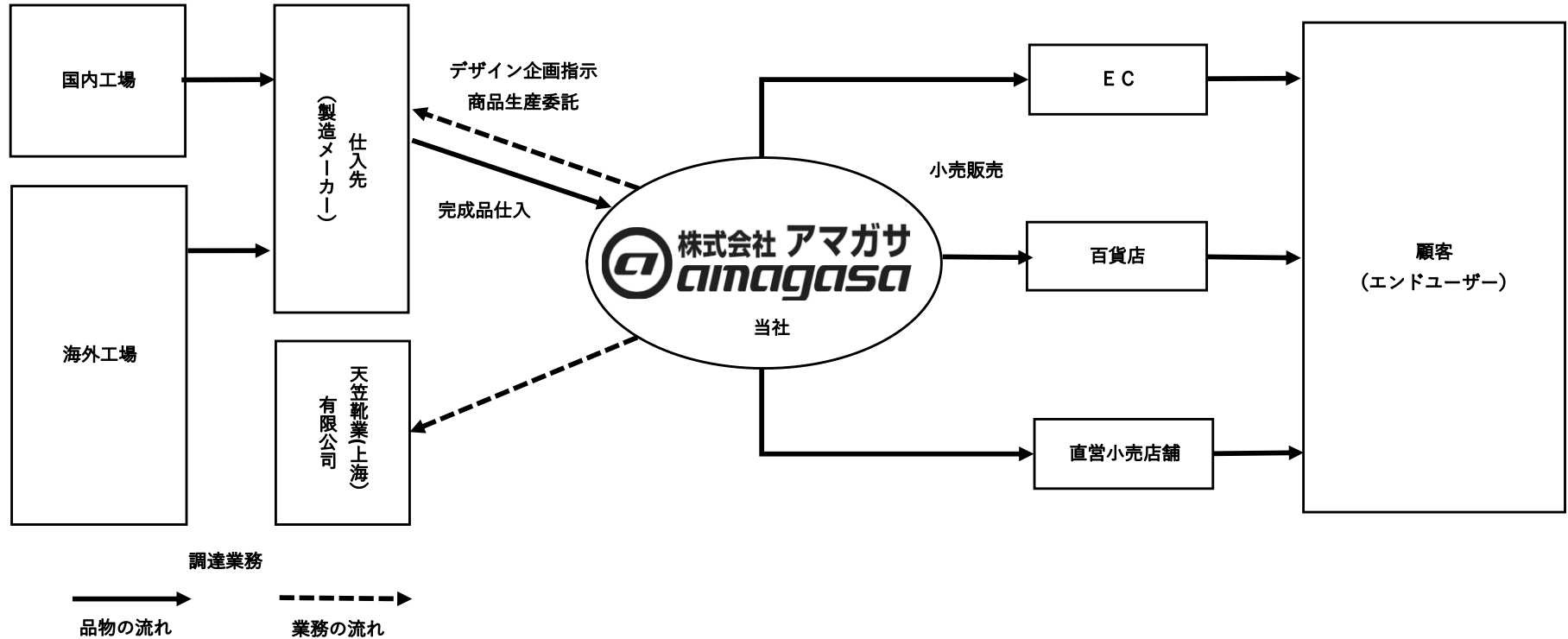
所有者区分	所有者区分別比率(%)
個人・その他	82.8
政府・地方公共団体	0.0
金融機関	0.3
その他国内法人	10.3
外国法人等	1.0
証券会社	5.1
自己名義株式	0.5

大株主の状況 (2024年1月31日現在)

株主名	所有株式数	持株比率
G A D 有限責任事業組合	1,500,000株	11.97%
株式会社ネットプライス	1,200,000株	9.57%
天笠 悦藏	549,100株	4.38%
楽天証券株式会社	254,600株	2.03%
マネックス証券株式会社	139,901株	1.12%
天笠 民子	119,400株	0.95%
横川 武史	90,000株	0.72%
寺川 勲雄	70,000株	0.56%

1. 事業概要

・ ビジネスモデル



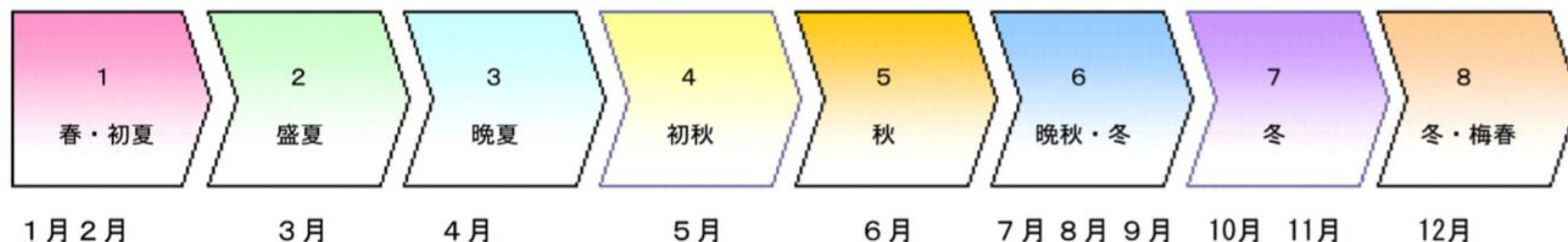
・自社オリジナルブランド「JELLY BEANS」等を冠したノンレザ－婦人靴の小売販売を展開しています。

・商品は、百貨店等の取引先店頭や直営小売店舗での一般消費者を対象にした小売販売に加え、WEB通販による販売を行っています。

・商品は20代から30代の女性をコアターゲットに設定し、自社内の商品開発部門においてターゲットユーザーのおしゃれ心を満たす商品の具現化に努めており、仕入先メーカーの協力を得て、多種多様な商品を開発し、それら商品の迅速かつ戦略的な市場投入を実行しています。なお、中国国内における商材の調達を主たる目的として2009年7月に設立した天笠靴業（上海）有限公司は、中国の仕入先からの供給ルートが安定したこと等により清算手続き中であります。

1. 事業概要

- 商品について



- ・当社グループの主な取扱商品は、ノンレザー素材を使用したカジュアル婦人靴
- ・ノンレザー素材を使用した商品は、皮革素材を使用した場合に比べ素材コストが低く製造コストが抑えられるため、販売価格を低めに設定できることに加え、素材の加工が容易であるため多彩なデザインを表現できることや手入れが簡単
- ・商品は1年を8シーズンに区分し、上記時期に商品調達、手配を開始し適切なタイミングで市場に投入、年間で約22万足相当（2024年1月期当社実績）を販売
- ・商品構成は主に以下の3種類
①商品開発部門でデザイン・企画したものを取引メーカーに生産委託した商品（オリジナル商品）、②メーカーの提案商品にアレンジを加えた商品（アレンジ商品）、③メーカー提案商品の中から選別した商品（セレクト商品）。

市場環境について

- ・日本の履物市場規模は1兆3,680億円と過去十数年間横ばい傾向（2018年まで）（経済産業省製造産業局「履物産業を巡る最近の動向」より）
- ・その中でも婦人靴業界はスポーツトレンドの台頭により市場規模の縮小が進行（経済産業省製造産業局「履物産業を巡る最近の動向」より）
- ・厳しい環境が続いていたなか新型コロナウイルス感染症の拡大による影響で履物市場は大きく縮小し、国内生産が減少する一方で輸入は増加しており、各社生き残りをかけた大変厳しい経営環境となっている。

競合環境について

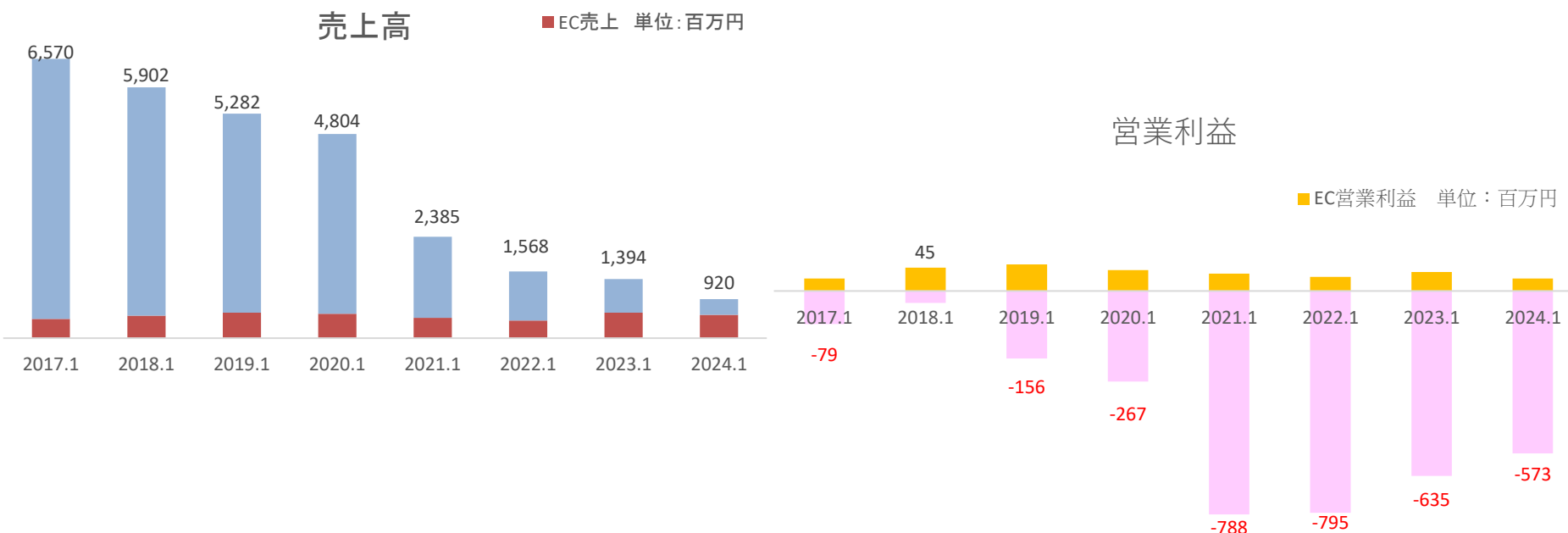
- ・婦人靴業界全体が市場縮小の影響を受け、特に卸売などでは新型コロナウイルス感染症をきっかけとして廃業を決断する会社も相次ぐ。そのような中、低価格でトレンドをおさえた商品をタイムリーに投入したり、ネット通販に特化することで顧客の支持を集める企業が台頭するなど、一部の勝ち組とそれ以外に分類される状況。またIoTを活用してサプライチェーンの効率化や新たな価値創造を図る企業や、環境に配慮した素材の開発などサステナビリティに向けた取り組みも多くみられる。

婦人靴関連をテーマとした企業（上場会社）

社名	事業内容	売上高（直近事業年度）
株式会社ダブルエー	婦人靴企画・販売	212億
東邦レマック株式会社	各種シューズ(婦人靴・紳士靴・子供各種シューズ 他)の専門商社	50億
ジェイドグループ株式会社	ECサービス（B2C、B2B）	133億
株式会社リーガルコーポレーション	紳士靴、婦人靴、その他各種靴の製造、販売、修理	225億

1. 事業概要

業績推移



- ・2016年1月期以降は売上・利益ともに低迷が続く。
- ・2019年9月には業績不振の中、旧経営陣と最大株主である創業者一族の間で、経営権をめぐる争いが勃発。
- ・2020年3月、第1回新株予約権の行使により、資本が充足され、旧経営陣は退任。新型コロナウイルス感染症の影響により経営環境が激変する中、新経営陣のもと、業績回復に向けた取り組みが始まる。
- ・新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大と長期化する影響の中、2021年4月および2022年4月に第三者割当による新株予約権の発行を行い資本の充実を図る。
- ・2023年3月に筆頭株主となった株式会社ネットプライスを事業パートナーにむかえEC事業や多角化事業の拡大に向けた業務提携や人的支援を含む各種施策の実施について、同社と業務提携に関する契約を締結した。
- ・2024年2月に個人投資家が資本参加し、筆頭株主となった。

- 1 . 事業概要
- 2 . 事業再生に向けたこれまでの取り組み
- 3 . 今後の発展と飛躍に向けた施策

2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

・2020年1月期～2024年1月期

資本増強

(新株予約権)



経営合理化の推進

事業モデルの変革

コロナ前の経営不振による財務の悪化への対応として実施、結果的にコロナ禍での事業継続が可能となる

継続的な売上の減少、コロナ禍での事業運営を踏まえ、下記施策を実施

■ 第1回新株予約権 (割当日：2020年2月17日)

・新株予約権の総数	3,500,000個
・資金調達額	約9.24億円 (約9.24億円)

■ 第2回新株予約権 (割当日：2021年4月28日)

・新株予約権の総数	480個
・資金調達額 ※1	約6.64億円 (約10.53億円)

■ 第3回新株予約権 (割当日：2022年4月28日)

・新株予約権の総数	800個
・資金調達額 ※1	約10.54億円 (約14.79億円)

※ 資金調達額の括弧書きは調達予定額

※1 当初行使価額を変更しております (23.12.15 開示)

- ① 資産売却による資金化と債務の圧縮
- ② 不採算店舗の閉鎖・希望退職の実施
- ③ 在庫の圧縮と適正化
- ④ 物流コストの圧縮
- ⑤ 国内販売の改革
- ⑥ 海外展開の本格化
- ⑦ 事業の多角化
- ⑧ 小売事業の規模縮小化
- ⑨ EC事業の加速化
- ⑩ 新規事業の収益化

- ・ ①～⑩の詳細は次ページ以降に記載しております。
なお、下線の⑧～⑩は新規追加項目です。
- ・ 併せて2024年4月22日付で別途開示しております「上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況について」もご参照ください。

2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

資本増強

資金調達状況（2024年3月末時点）

第2回新株予約権による資金調達

具体的な用途	金額 (百万円)	充当額 (百万円)	支出(予定)時期
① 運転資金	763	350	2021年4月～2024年4月
② 不採算店の撤退及び店舗改装費用	100	21	2021年4月～2022年7月
③ 事業領域拡大資金	250	43	2021年4月～2024年4月
④ 有利子負債弁済資金	250	250	2021年9月～2024年4月

第3回新株予約権による資金調達

具体的な用途	金額 (百万円)	充当額 (百万円)	支出(予定)時期
① 運転資金	1,066	1,035	2022年4月～2025年4月
② SDGs 商品販売事業資金	160	16	2022年4月～2025年4月
③ 美術品販売事業資金	316	10	2022年4月～2025年4月
④ ゲーム事業・デジタルコンテンツ投資資金	450	25	2022年4月～2025年4月

2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

経営合理化の推進

①資産売却による資金化と債務の圧縮

- 経営再建開始以後、旧本社ビルなど資産売却を進め、合計で約2,375百万円を資金化。2024年1月末の有利子負債を214百万円まで圧縮

売却時期	対象	所在地	売却により得られた資金（概算）
2019年4月	神戸事務所	兵庫県神戸市	約17百万円
2019年6月	第3ビル	東京都台東区	約630百万円
2019年9月	第2ビル	東京都台東区	約400百万円
2019年9月	ショールームビル	東京都台東区	約200百万円
2020年4月	旧本社ビル	東京都台東区	約1,128百万円

・有利子負債残高の推移（百万円）

	21/01期	22/01期	23/01期	24/01期
短期借入金	206	—	—	—
1年以内返済予定の 長期借入金	312	33	33	33
長期借入金	338	247	214	181
有利子負債 合計	857	280	247	214

・主要な借入先の状況（2024年1月31日現在）

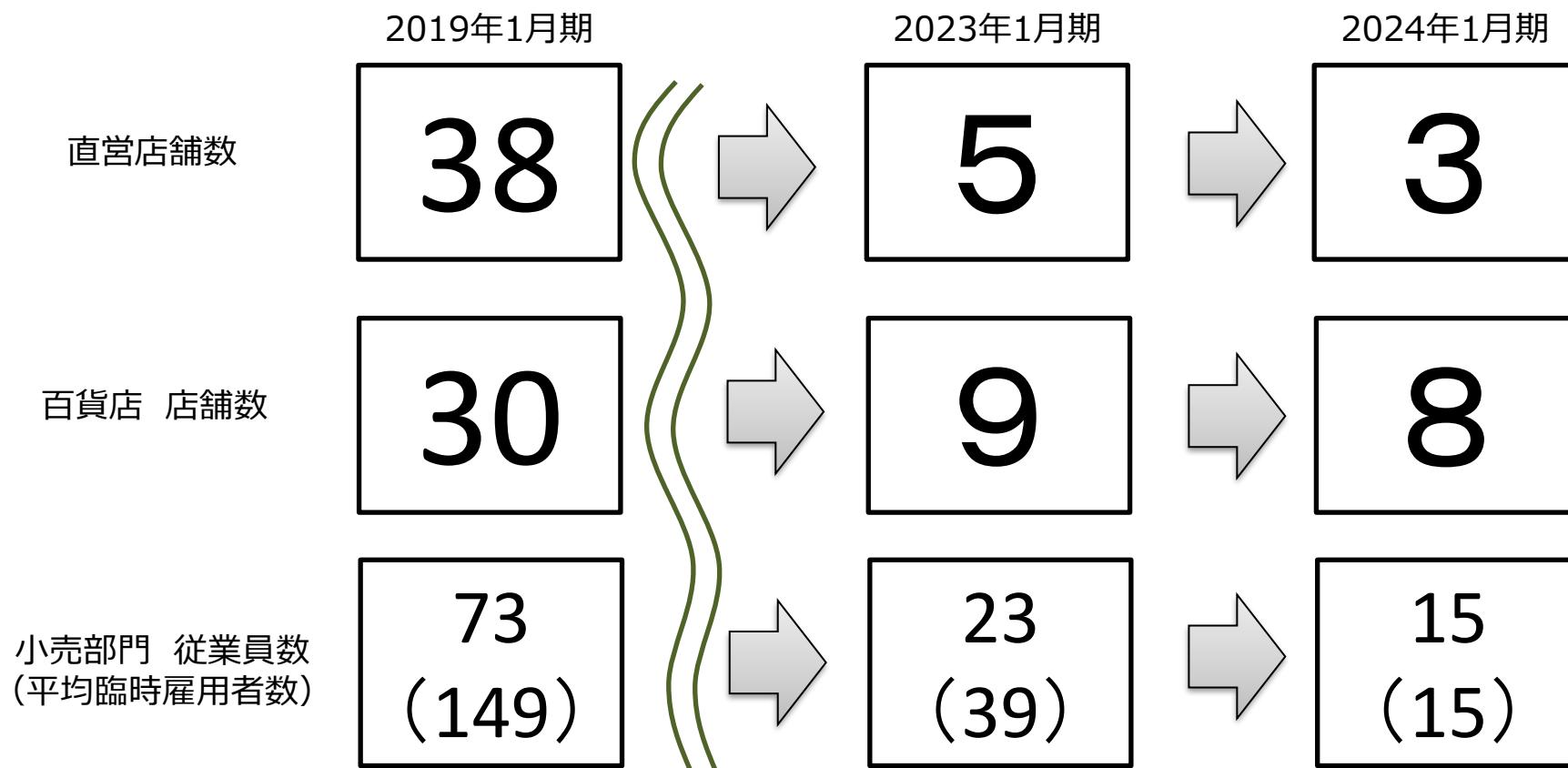
借入先	借入額（百万円）
株式会社商工組合中央金庫	214
合計	214

2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

経営合理化の推進

②不採算店舗の閉鎖・希望退職の実施

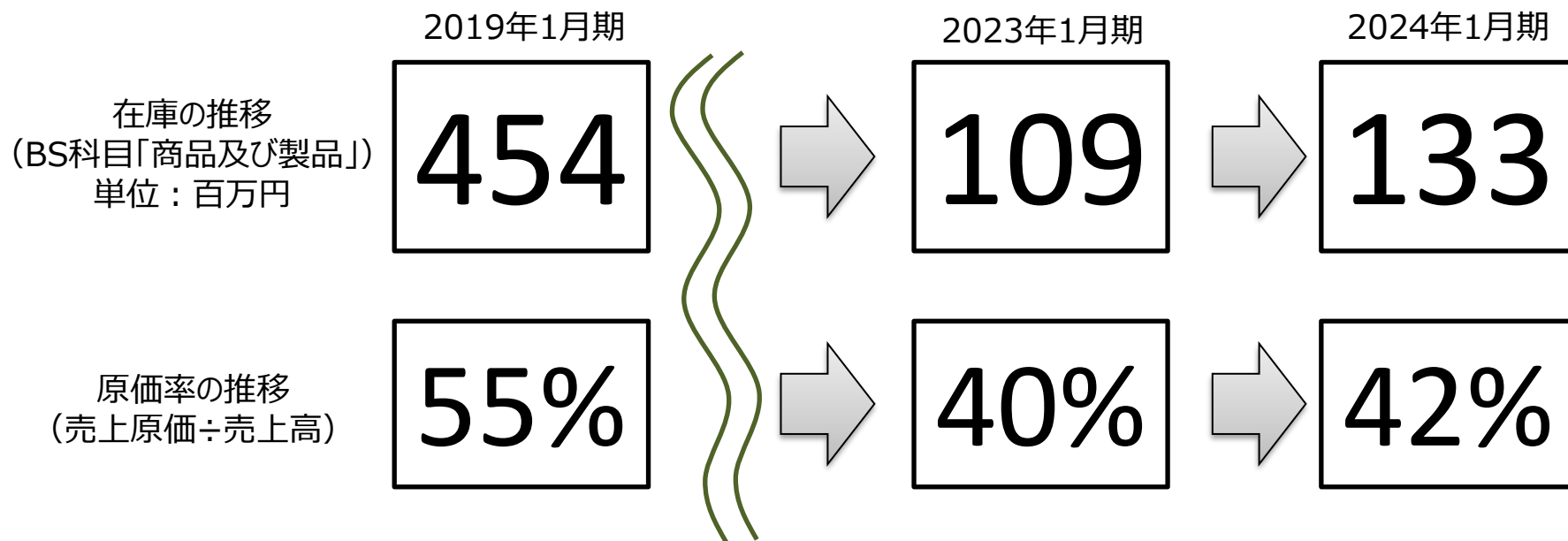
- ・直営店、百貨店の店舗を再編・集約し、人件費・店舗賃料を削減
- ・2024年1月末までに不採算店舗を閉鎖し、直営3店舗、百貨店8店舗、小売部門の従業員数15名まで削減



経営合理化の推進

③在庫の圧縮と適正化

- ・在庫を圧縮し、廃棄ロスや評価損をコントロール
- ・在庫一元管理とチャネル連携によるオムニチャンネル化体制の構築
→小売事業及びE C事業の物流の外部委託を実行し、在庫一元管理を実現
2024年1月期の在庫は133百万円となった
原価率も取扱件数を減らして、売れ筋商品に集中することで、直近の2期は40%の前半で推移するまでに改善



2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

経営合理化の推進

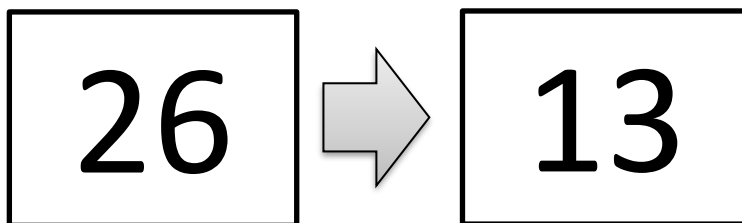
④物流コストの圧縮

- ・2020年6月、物流倉庫を相模原 SHOPLIST 物流センター（神奈川県相模原市）から袋井流通センター（静岡県袋井市）に移転。直近の荷造運賃の月額は、13百万円まで削減
- ・2021年1月、旧本社（浅草）における荷捌きを廃止し、同業務を袋井流通センターにて対応（これにより旧本社からの移転も可能となり、2021年2月に上野に本社を移転）

移転前
(2020年2月～2020年6月の平均)

現在
(2023年2月～2024年1月の平均)

PL科目 荷造運賃 月額
(単位：百万円)



2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

事業モデルの変革

⑤国内販売の改革

主カブランドのJELLY BEANSについて、実店舗販売からEC販売に軸足を移しながら、各種施策を実施

施策	詳細	2024年1月期
1. 販売手法の転換	Instagram等SNS経由での販売、SNSと各店舗のオムニチャンネル化、スタッフスタイリング（店舗販売員が自らコーディネートし、販売）の導入、SNSにおける広告宣伝の強化など	継続してメールマガジンやLINE配信を積極的に行い、Instagram等SNS経由で頻繁に商品情報を発信しました。また、商品に対するスタッフレビューやユーザーレビューの活性化に努め、購入までの利便性を強化。
2. 通販チャンネルの展開	大手通販会社との提携を検討（2022年1月期）	2022年1月期に通販会社と提携し海外ブランドのテレビ販売を実施。2023年1月期以降は実施していないが、今後の実施可能性について継続して検討。
3. 小売店舗の削減	不採算店舗の削減をさらに進める （2021年1月末は直営29店舗、百貨店25店舗 → 2023年1月までに直営18店舗、百貨店10店舗まで縮小）	2024年1月期は、直営店2店舗を閉鎖。 2024年1月末 直営店…3店舗、百貨店…8店舗
4. 自社ECサイトの集客強化	株主優待による新規顧客の獲得、親密取引先などの職域販売	自社サイトに靴の選び方や収納のガイドなど商品以外のコンテンツを充実。
5. 本社直営店の新設	本社ショールームを直営店とし、企画部門が直接販売したり、お客様の声を商品開発に活かす場として活用	2022年1月期に本社（東京都台東区）1Fに店舗を設置し、2024年1月期も継続中。また、免税販売店を併設し、インバウンド顧客向け販売を強化。
6. 海外生産商品の活用	海外生産商品比率を高め、原価率の圧縮を図る	原価率を圧縮 2019年1月期55% ⇒2024年1月期42%
7. ゲーム	2023年より新たな取り組み	ゲーム事業に特化した100%出資の子会社を設立。タイムマネジメントゲームはリリース時期を見込めず減損処理。

2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

事業モデルの変革

⑥海外展開の本格化

インドネシア及び台湾のEC販売を2021年より開始しましたが、2022年度において想定した販売見込みを達成することができず、赤字が継続したことから、海外展開から撤退することを決定した。

施策	詳細	2024年1月期
1. インドネシア EC販売	業務提携先（E GOGO）と2021年6月にE C販売を開始 今後は、SNS等による販売拡充を図る	収益とコストを総合的に勘案 して2023年2月に撤退。
2. 台湾	業務提携先（D & I パートナース、アジアブリッジ）と2021年 3月よりEC販売を開始 今後は、SNSの強化及びE Cサイトのユーザビリティの改善を 図り、更なる売上拡充を図る	収益とコストを総合的に勘案 して2023年3月に撤退。

2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

事業モデルの変革

⑦事業の多角化

ニッチ市場、オーダー靴市場、個別ブランドの受託など、事業の多角化を進める。

施策	詳細	2024年1月期
1. ニッチ市場向け展開の拡大	ニッチ市場（大きな靴、小さな靴）向けの専用ブランド（「JB LINE（ジェービーライン）」）の強化 2024年1月期の販売目標 1,000足	2022年1月期に大きな靴シリーズとして「JB AKINO」をリリースし、2023年1月期以降はシーズン毎に新作を投入するなど一定の売上を確保するものの、「JB AKINO」シリーズは2024年1月期で販売終了。
2. オーダー靴市場への参入	主に富裕層へ訴求、3Dスキャナー技術をもつ株式会社crossDs japanと協業し、オーダーシューズブランド「Shuui」を展開 2024年1月期の販売目標 500足	オーダーシューズ「Shuui」は当初の見込みどおりの展開が難しいと判断し2023年1月期に撤退するも、自社ブランドによるカスタムオーダーシューズの販売は好調に推移。
3. 個別ブランドの製造・デザイン受託	海外ブランドの日本での展開支援	2022年1月期にテレビ販売による販売支援を実施したが、2023年1月期以降は実施していない。
4. 婦人靴以外の商品展開	村松孝尚株式会社と業務提携、生活関連領域のSDGs 関連商品を主力とした新規事業を展開。 アートをテーマとした美術品業への進出	2022年1月期はアート事業、NFTアートの販売、SDGs商品の販売を開始し、2023年1月期は個展の開催や、インバウンド顧客向けの免税販売店を開業。2024年1月期も事業の多角化に向け試行錯誤している。

2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

事業モデルの変革

⑧小売事業の規模縮小化

既存店舗における不採算店舗のさらなる整理及びブランド発信拠点としての活用

施策	詳細	2024年1月期
1. 既存店舗の整理	直営店5店舗、百貨店9店舗について、各店舗の採算性を考慮して退店等を行う。	直営店3店舗、百貨店8店舗までに整理が進む。
2. ブランド発信拠点としての活用	残された店舗については、旗艦店として、お客様との接点を活かしながら、ブランド発信拠点として活用する（関東エリアは有楽町マルイ店、関西エリアは天王寺MIO店が中心）。	引き続き残された店舗については、ブランド発信の拠点として活用する。上野本店では、雑貨など取扱商品の見直しを随時行っており、お客様との接点を増やす事に注力している。

ジェリービーンズ
有楽町マルイ店

ジェリービーンズ直営店
有楽町マルイ2F

JELLY BEANS



2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

事業モデルの变革

⑨EC事業の加速化

株式会社ネットプライス（以下、ネットプライス社）とともに、EC事業の更なる強化を図る

施策	詳細	2024年1月期
1. ネットプライス社による事業支援	<p>ネットプライス社が保有する顧客基盤や、EC事業のノウハウを活用し、当社の顧客層の拡大と多様化を図る。</p> <p>①ネットプライス社の300万人超の会員への告知により、当社商品の販売支援を行う。また、同社は、そのサプライヤー商品のうちから、ファッション、美容関連等、当社顧客層に適した商品を当社サイトで販売する。</p> <p>②ネットプライス社は、当社ECサイトにおける消費者購買行動分析を行い、適切なアドバイスを当社へ提供するとともに、必要に応じて専門人材を当社に派遣する。</p> <p>③当社は、ECサイトで受注した婦人靴の発送に際して、必要に応じてネットプライス社のプロモーションアイテムを同梱することによって、ネットプライス社の販売を支援する。また、当社のLINE会員等デジタルでの告知が可能な顧客に対してもネットプライス社が販売する商品への購買誘致を支援する。</p>	<p>・2023年4月ネットプライス社と「業務提携」に関する契約を締結。新たな取締役を含む4名の取締役が選任され新体制がスタート</p> <p>・EC事業において人材交流が行われ、ネットプライス社が保有する顧客基盤とEC事業のノウハウを活用した取り組みを開始</p> <p>・2024年1月期のEC事業の売上高は、台湾・インドネシアのEC事業から撤退するなど前年同期比8.5%減となるも、売上全体にしめる割合は、60.0%まで上昇</p> <p>・株主優待制度については、株主専用サイトにおいて、保有株式数に応じて発行されたクーポンを使用し、商品を購入できるかたちへ変更。商品ラインナップには、ネットプライス社から提供される化粧品や一般食品なども予定</p> <p>・2024年2月ネットプライス社は、投資家である個人に株式を譲渡するも、当社への事業支援は継続</p>

2. 事業再生に向けたこれまでの取り組み

事業モデルの变革

⑩新規事業の収益化

靴以外の新たな事業を育成し、今後の収益源とする

施策	詳細	2024年1月期
1. SDGs関連商品の販売	生活関連のマーチャンダイジングを実行し、新たな収益化を目指す。	サステナビリティに配慮した、生活を豊かにするための日用雑貨などを展開。
2. アートビジネス	新進気鋭の現代美術家を中心とした芸術家の育成とそのマネジメント、美術品の販売によるキャピタルゲインを目指す。	2023年1月期には、女性日本画家の個展を開催、以降は芸術家の育成・マネジメントの実績はなく、美術品の販売に注力している。
3. インバウンド関連事業	インバウンドの需要回復を見込み、お土産や地方の名産品など商品ラインナップを充実させる。	インバウンド需要を見極めながら、取り扱い商品の見直しを随時行っている。
4. ゲーム	靴をテーマにしたタイムマネージメント型のゲームを2024年1月期中にリリース予定。	一定水準まで開発は進んでいるもののリリース時期の見通しが見つからないため、会計上は減損処理を行った。

1～4いずれの事業においても、まだ費用が先行する状態であり、早期の収益化をめざす。

- 1 . 事業概要
- 2 . 事業再生に向けたこれまでの取り組み
- 3 . 今後の発展と飛躍に向けた施策

3. 今後の発展と飛躍に向けた施策

・中期経営計画（2025年度～2027年度）（2024/4/22付）__事業施策

事業の安定化

①直営店舗および百貨店店舗の効率化と収益の確保

直営店舗や百貨店における不採算店舗の撤退を進めてきた事により一定の効果を得ているものの、引き続き各店舗の採算性を注視し効率化と収益の確保を目指す。

百貨店との取引においては、短期の催事への出店を積極的に検討し売上増大に取り組む。

E C事業の売上が婦人靴事業の中核となる中で、直営店舗および百貨店店舗については、お客様との接点を活かしながらブランドを発信する拠点として活用していく。

② E C事業を軸とした事業収益の改善

これまで、当社主力事業であった小売事業を縮小させ、E Cサイト販売を重視する方向で諸施策を展開した結果、E C事業は一定の伸びを示し、売上全体に占める割合も上昇。全社の事業収益の改善に向けて、E C事業を軸として、更なるオムニチャネル化体制及びセールスプロモーションの強化に取り組み積極的な販売活動を実施する。

③販売方法の見直しと強化、在庫管理の徹底

シーズン毎に提案し仕入れた商品の販売について、想定する販売期間内にてしっかり売り切れるよう販売戦略を見直し強化する。顧客の需要を分析しタイムリーな販売価格の決定と迅速な判断で翌シーズンへ持ち越す在庫数を極力少なくし在庫回転率を向上させる取り組みを行い、マーチャンダイザーや在庫コントローラーの役割を明確にし在庫管理を徹底する。

3. 今後の発展と飛躍に向けた施策

・中期経営計画（2025年度～2027年度）（2024/4/22付）__事業施策

財務基盤の安定化

継続した資金調達の実施による財務基盤の安定化

当社は、2024年1月期までに第三者割当による新株予約権の発行を行い、2,642,880千円の資金を調達し、事業領域拡大資金等に充当してきた。なお、2024年1月末時点の未行使新株予約権の調達可能額は813,460千円であり、継続して既存の新株予約権未行使分における行使状況の把握を行い、また、必要であると判断した場合は行使価額の引き下げや追加的な資本増強による資金調達を検討するなど財務基盤の安定化に取り組む。

事業領域拡大

既存の主力事業である婦人靴の小売事業及びE C事業だけでなく、主力事業に付随する新たな事業を模索・展開していくことで将来的な売上高の増加・収益確保を図る。既に取り組みを開始しているSDGs関連商品や美術品等の販売においては、取扱商品や顧客へのアプローチ方法等を再検討し、新たな事業の領域拡大を目指す。

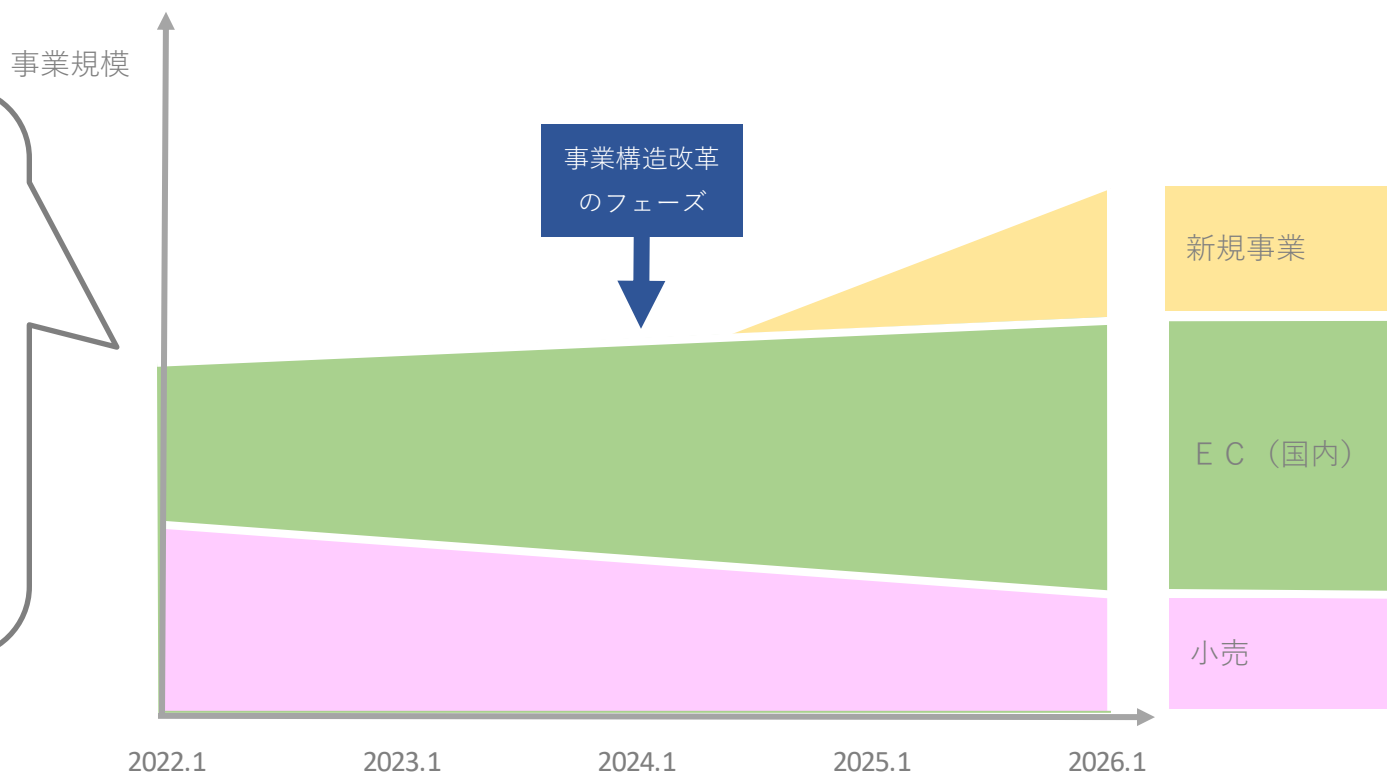
また、M&A等により婦人靴、女性向けファッションなど親和性のある会社をグループ化することで事業拡大を目指す。

3. 今後の発展と飛躍に向けた施策

経営指標

当社グループは、収益力の向上と財務体質の強化を経営目標の中心として重視しております。売上高及び経常利益、営業キャッシュ・フローの拡大を図ってまいりたいと考えております。

成長イメージ



3. 今後の発展と飛躍に向けた施策

2025年1月期の業績予想

2025年1月期の連結業績予想につきましては、本資料の発表日現在において、当社が進める多角化事業・新規事業の進捗が大きく影響するため、現時点では合理的な計画の策定・公表が困難であり未定としております。

2024年1月期 通期実績(前期比較)

(単位：百万円)	売上高	営業利益	経常利益	純利益
2024年1月期	919	△573	△578	△596
2023年1月期	1,393	△634	△671	△697
増減額	△473	61	93	101
前期比 (%)	△34.0	—	—	—

不採算の直営店舗の閉店を継続的に行ってきた結果（前期2023年1月期に16店舗、2024年1月期に2店舗を閉店）、売上高は前年同期比34.0%減の919百万円となりました。一方、経費削減の効果により営業利益・経常利益および純利益は前年を上回る結果となりました。

※ 当社は、2025年1月期～2027年1月期 中期経営計画に基づく目標数値は開示しておりません。

3. 今後の発展と飛躍に向けた施策

リスク情報 1

リスク項目	認識するリスク	リスク対応策
既存事業の収益力の低下	コロナ禍がもたらした消費者の購買行動の変容が続くなか、主力の靴事業における収益力が低下する可能性	<ul style="list-style-type: none"> ・直営店舗の採算性を見直すことによる固定費の削減及び不採算店舗の撤退 ・オムニチャネル化体制のより一層の強化とブランド展開の見直し等により事業収益の改善を図る ・成長エンジンとしてのE C事業の強化（プロモーション、ヒット率向上策、インフルエンサーマーケティングの強化等） ・既存の主力事業である婦人靴関連以外の新たな事業を模索・展開し事業領域の拡大を推進することにより、将来的な売上高の増加、収益向上を図る
在庫管理	商品の販売状況が想定外の結果となり、過剰在庫保有に伴うたな卸資産の評価減の発生の可能性	自社E C及び店頭での効率的な在庫運用を推進
仕入管理	為替相場・材料費の変動等による原価率が悪化する可能性、また特定のメーカーに調達を依存することにより、なんらかの障害や廃業等が発生した場合、仕入体制に影響を及ぼす可能性	<ul style="list-style-type: none"> ・原価率の圧縮と豊富なデザイン性の維持の両立 ・発注の分散や新規メーカーの開拓
財務管理	経常的な赤字による資金不足となり、事業継続に重大な影響を及ぼす可能性	<ul style="list-style-type: none"> ・有利子負債の圧縮、キャッシュ・フローの改善 ・営業収支の改善による財務基盤の健全化、安定化 ・既存の新株予約権未行使分における行使状況の管理

上記の各リスクはいずれも、顕在化の可能性は低～中程度、顕在化の時期は中長期と認識しております。

3. 今後の発展と飛躍に向けた施策

リスク情報 2

その他のリスク情報	認識するリスク	リスク対応策
流行・気候等	婦人靴は、流行性、季節性の高い商品であるため、ファッションの流行や気候・気温の変動により業績及び財政状態に影響が及ぶ可能性がある	流行の変化や気候要因による変動に備えるため、商品開発部門を設置、商品開発に努めるとともに靴事業に依存しない事業進出を図る
人口減少	当社の商品ターゲット層である20代から30代の女性の人口減少により業績に影響が及び可能性がある	市場規模の縮小による影響に備えるため、靴事業に依存しない事業進出を図る
T Q 枠（関税枠の撤廃）	T Q 枠が撤廃され完全自由化が実施された場合、ヨーロッパなど海外からの皮革靴の流入量が増加し、商品価格の低下等、靴業界に多大な影響をもたらす可能性がある	ノンレザー靴の差別化および価格設定の柔軟化
個人情報保護	不測の事態により個人情報の漏洩等の重大なトラブルが発生した場合、信用力の低下や、損害賠償請求等により、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある	小売、E Cの強化による取扱件数の増加に備えるため体制の整備、社内教育強化
知的財産	第三者により同一商標の登録がなされていた場合、商標の使用が制限または禁止される可能性がある	商標権管理、侵害リスクの管理
感染症の拡大	新型コロナウイルス感染症に限らず、感染症が拡大、継続した場合には、店舗の休業等による消費への影響に加え、プロモーション、生産スケジュール等へ影響し、ひいては業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある	衛生管理の徹底、柔軟な勤務体制の導入や事業の運営、事業拠点の分散化

上記の各リスクはいずれも、顕在化の可能性は低～中程度、顕在化の時期は中長期と認識しております。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」は2025年4月頃開示予定であります。その他のリスクについては有価証券報告書に記載の事業等のリスクをご参照ください。