



## 2025年1月期中間期 決算説明資料

2024年9月13日



# 目次

1. 会社概要・事業概要
2. 2025年1月期中間期業績ハイライト
3. 2025年1月期業績予想 **(修正)**



# 会社概要・事業概要

## Section 1



|                        |   |
|------------------------|---|
| 会社名                    | DAIWA CYCLE株式会社                               |
| 本社所在地                  | 大阪府吹田市江坂町 1丁目12番38号                           |
| 設立                     | 1990年8月（創業：1980年1月）                           |
| 代表者                    | 代表取締役社長 涌本宜央                                  |
| 事業内容                   | 自転車店DAIWA CYCLE（ダイワサイクル）の運営                   |
| 従業員数                   | 698名（2024年1月末時点）                              |
| 沿革                     | 1980年 近鉄八尾駅前において、駐輪場経営を開始                     |
|                        | 1982年 自転車の販売と修理業務を併営し、小売業開始                   |
|                        | 1999年 自転車専門量販店のチェーン展開を目指し、大阪府八尾市に1号店となる青山店を出店 |
|                        | 2001年 プライベートブランド商品の取扱開始                       |
|                        | 2006年 インターネット店を開設し、全国販売開始                     |
|                        | 2007年 関東エリアに進出                                |
|                        | 2008年 ショッピングモールに進出                            |
|                        | 2010年 中部エリアに進出                                |
|                        | 2022年 店舗数が100店舗を突破                            |
| 2023年 東京証券取引所グロース市場に上場 |   |



代表取締役社長 **涌本 宜央**

お客様の買い物がECによって効率化されるとともに飲食店ではロボットが活用されるようになり、経営の効率化が叫ばれるようになってきています。しかし、そこに物を提供する以上の価値はあるのでしょうか。

私たちは効率化が求められる時代だからこそ、自転車のプロとして人にしかできない真心のこもったサービスが、最大の差別化になると考えています。DAIWA CYCLEは人の可能性を最大限に発揮して感動を呼び、購入から修理、廃棄するまでの自転車にまつわる全てで、記憶に残る体験をしていただくことを目指しています。

## 経営理念

### 自転車の「新しいアタリマエ」を創る

#### Cycle Life Innovation

私たちは、これまでの当たり前にとらわれない柔軟な発想で、これまでにない満足を生み出します。  
私たちが目指すのは、新しい満足がみんなの当たり前になる日。  
その日に向かって、私たちは走り続けます。

## ビジョン

### 私たちの想いは、自転車が宝物になること

私たちは、新しい自転車のかかわり方をお客様に提案し、自転車とお客様の絆を深めて自転車の価値を向上させます。

### 私たちの誇りは、記憶に残る仕事の追求

私たちは、磨き上げられた技術を強みとして、モノ作りから販売、メンテナンスまで自転車のプロフェッショナルとして妥協せず、期待を超える仕事で応えます。

### 私たちの約束は、今までにない満足の提供

私たちは、お客様が思ってもみなかったものやサービスを見出し、自転車ショップの運営を通じて最良の形で提供します。

- 東名阪に直営店中心に129店舗のネットワークを構築
  - 郊外ロードサイド型の「DAIWA CYCLE」中心に、直営店（123店）を主力とした店舗展開
  - 大阪を中心に店舗展開しており、関東への展開を強化

## 115店舗



メイン店舗。主に郊外ロードサイドに立地。売場面積100坪～250坪と、店舗が広く豊富な品揃え。地域特性に合わせた商品構成で生活必需品としての自転車を販売。出張修理サービスをはじめとした修理・メンテナンスを提供し、自転車で生活を支えることを重視

## 14店舗



ショッピングモール又は都心部の駅近くに立地。売場面積40坪～100坪。出張修理サービスは対象外。実用性に「好き」「楽しい」をミックスした新しい価値観を提案し、いつもの暮らしの中にワクワクを取り入れることを目指す店舗

## 1店舗



スポーツバイク中心のプロショップ。初めてスポーツバイクに乗られる方をメインターゲットに、風を切って走る爽快感を体験していただくことを目指す。バイクフィッティングサービスを提供し、お客様の体型や用途に合わせた人輪一体となる最良の一台を提案

(注) 2024年7月末現在

( ) 内はFC店で、内数

ダイワサイクルプロは、ダイワサイクル川崎野川店内に併設されているため、合わせて1店舗としています

## 関西エリア77店舗

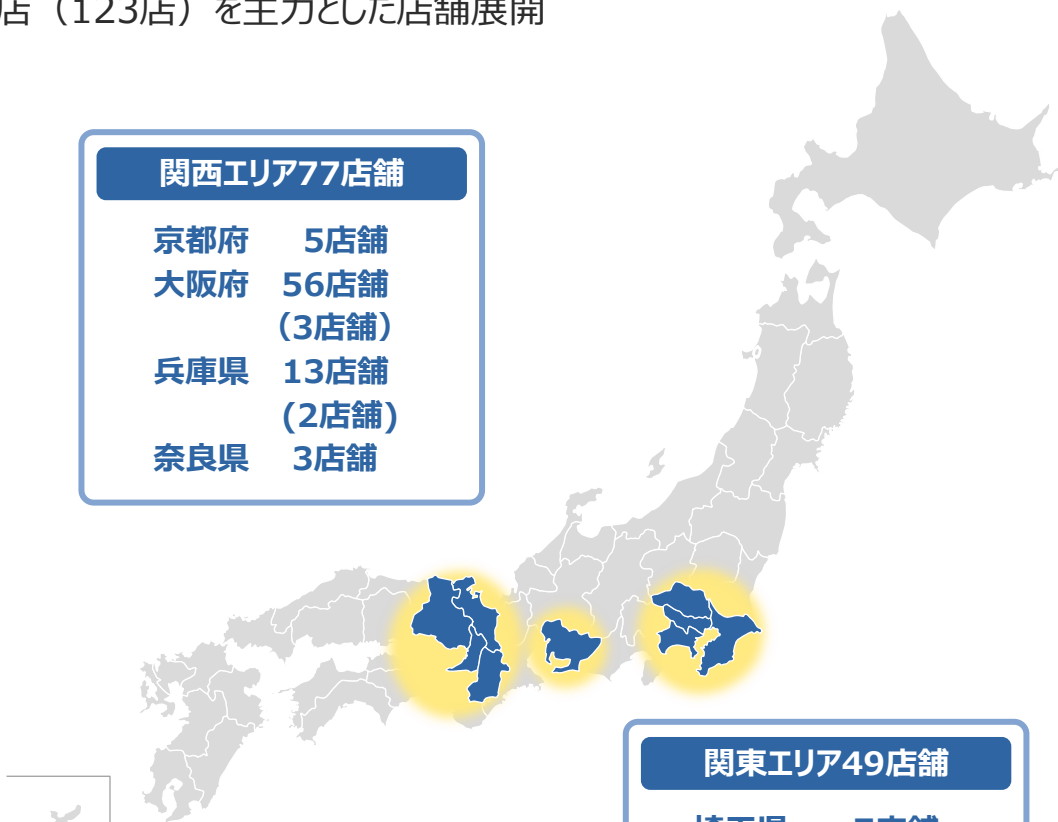
|     |               |
|-----|---------------|
| 京都府 | 5店舗           |
| 大阪府 | 56店舗<br>(3店舗) |
| 兵庫県 | 13店舗<br>(2店舗) |
| 奈良県 | 3店舗           |

## 関東エリア49店舗

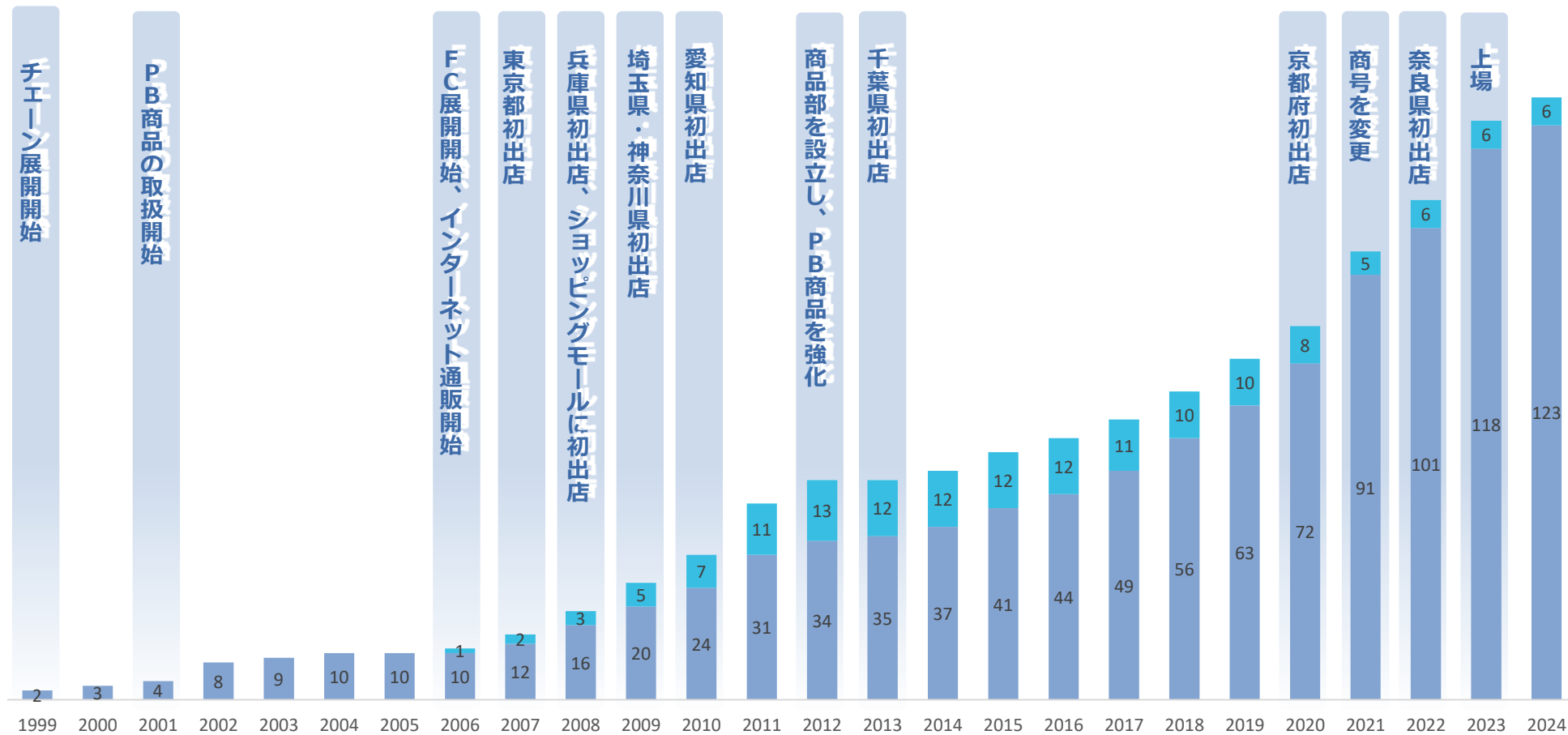
|      |              |
|------|--------------|
| 埼玉県  | 7店舗<br>(1店舗) |
| 千葉県  | 9店舗          |
| 東京都  | 20店舗         |
| 神奈川県 | 13店舗         |

## 中部エリア3店舗

|     |     |
|-----|-----|
| 愛知県 | 3店舗 |
|-----|-----|



## 着実に出店エリアを拡大、組織力を強化、積極的な直営店の出店により第二次成長期へ



チェーン展開開始

PB商品の取扱開始

FC展開開始、インターネット通販開始

東京都初出店

兵庫県初出店、ショッピングモールに初出店

埼玉県・神奈川県初出店

愛知県初出店

商品部を設立し、PB商品を強化

千葉県初出店

京都府初出店

商号を変更

奈良県初出店

上場

**基盤構築期**  
自転車小売りのチェーン展開を目指して、企業の継続性を確保

**第一次成長期**  
積極的な新規出店

**組織強化期**  
更なる出店を見据え、人員増強等、組織を強化

**第二次成長期**  
200店舗を目指し、新規出店

直営店 FC店

(注) グラフの西暦は年度表示であり、当社の決算期は1月末日です。2024年度は7月末現在。

- 当社の商品・サービスをより生かす店舗立地、店舗レイアウト、出店戦略、商品ラインアップ

## ロードサイド



自転車や歩行者の数が多く、地域住民の日常生活で使用されることが多い生活道路に出店。立ち寄りやすい店舗立地に

## 自転車を持ち込みやすい店舗レイアウト

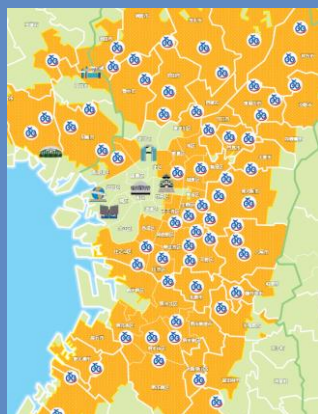


入口の外に  
エアースを設置



入口のすぐ側に  
修理場を設置

## ドミナント出店



お客様の「困った」を1秒でも短くする出張修理サービスのエリアをつなぐドミナント出店戦略

大阪では切れ目ないドミナント体制を構築

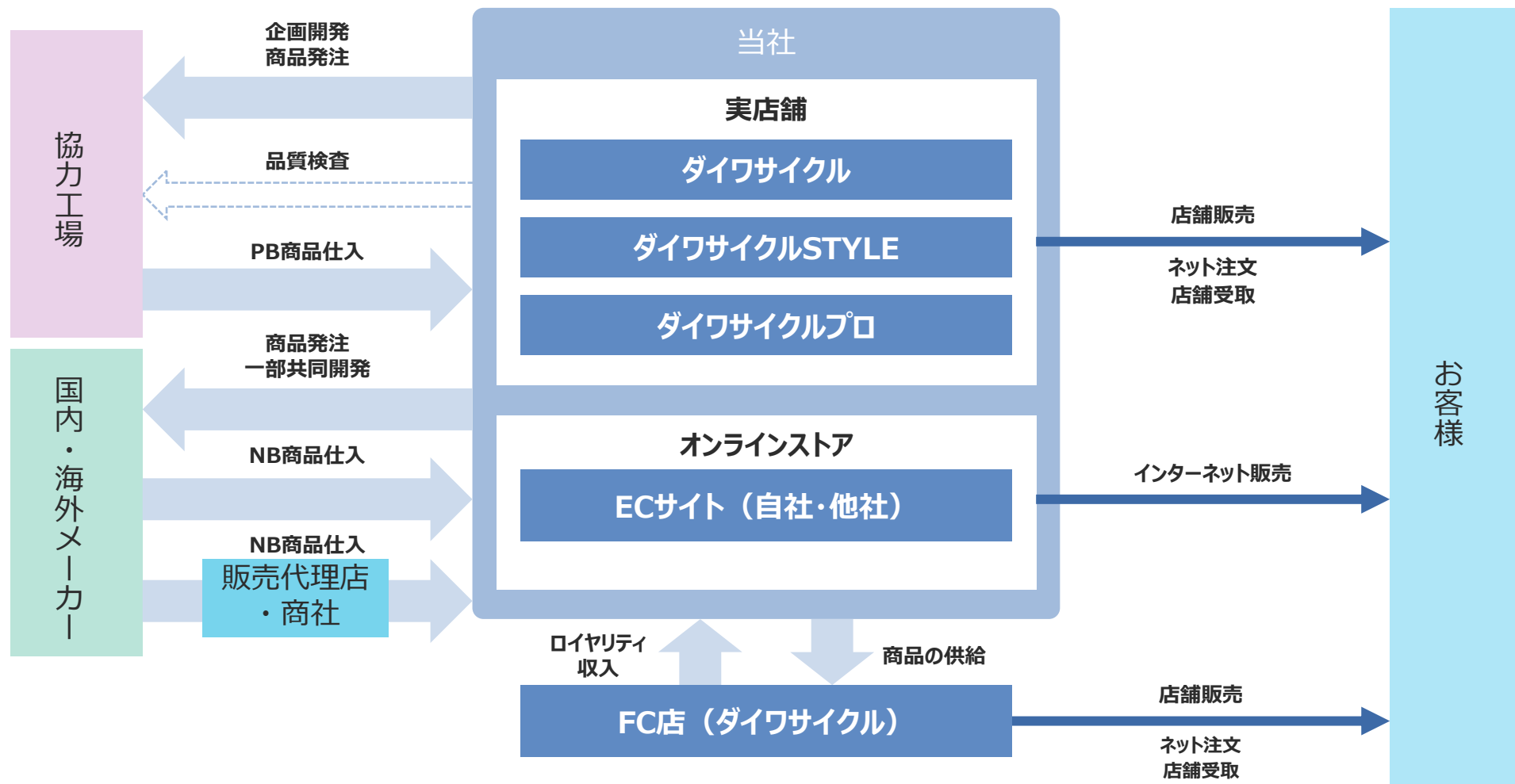
## 豊富な品揃え



約500台の自転車を展示し、展示している自転車は全て試乗可能



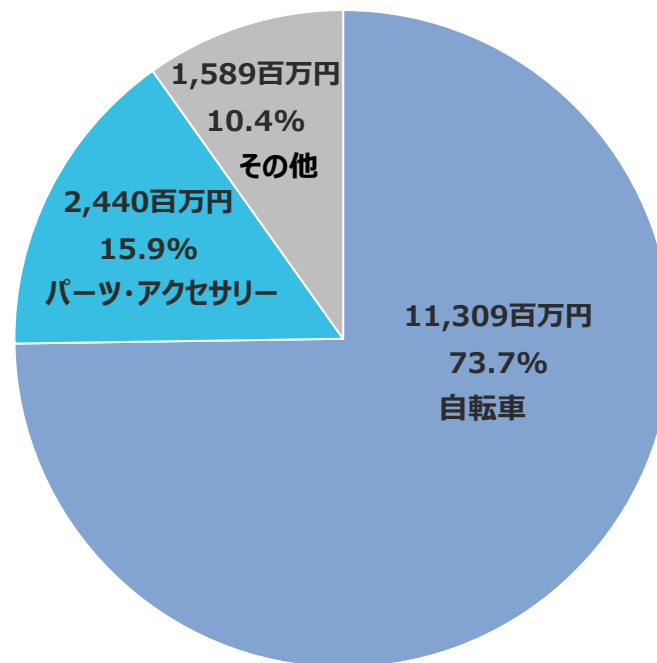
- 主に店舗において自転車及び自転車パーツ・アクセサリ等の商品販売、自転車の整備及び修理サービスを提供
- 当社が企画・開発しメーカーに生産委託したPB（プライベートブランド）商品に加え、国内自転車メーカー等のNB（ナショナルブランド）商品も取り扱う



## ■ 取り扱い商品・サービス

- 売上高の約74%は自転車販売。一般車から幼児・子供車、スポーツ車、電動アシスト車等と自転車専門店としてフルラインアップ
- 自転車の中では電動アシスト車の販売比率が高いのが特徴
- ヘルメット等パーツは約16%、修理サービスや保険、サポートパック等のその他が約10%を占める

売上高の内訳 (2024/1期)



### その他

#### 出張修理 サービス

タイヤの  
パンク

チェーン  
汚れ

カギの  
紛失

実際のアシスト車に電装品一本で駆けつけます。



ダイワサポートパック

### パーツ・アクセサリ



ヘルメット



バッテリー



タイヤ



バスケット

### 自転車

一般車



幼児車



スポーツ車



電動アシスト車



- 一般車、幼児車はPB自転車が大半を占め、NB自転車はごく一部
- スポーツ車はNB自転車／PB自転車ともに幅広く取りそろえる
- 電動アシスト車は多くがNB自転車であるがPB自転車も開発済みであり、今後ラインアップを拡充予定

## NB自転車

一部、  
自転車メーカー  
からの仕入品

一部、  
自転車メーカー  
からの仕入品

**スポーツ車** NB、オリジナル品（NBメーカーとの共同開発モデル）、PBと多様な品揃え

自転車メーカーからの仕入品

**電動アシスト車** 大手メーカーの売れ筋商品はすべて網羅し、多様なニーズに応える

自転車メーカーからの仕入品

## PB自転車

### 一般車

長年売れ筋のベーシックモデル  
に加え、派生モデルも人気  
PBで、200種以上の品揃え



### 幼児車

ロングセラー商品であるシルバー  
リングキュートシリーズに加え、  
ジュニアマウンテンバイクも人気  
が高い



## ■ お客様の「困った」を1秒でも短くする、当社の特徴的サービスである「出張修理サービス」

- 店舗から約2km以内のエリアで、お客様が修理自転車を店舗に持ち込まずとも従業員が出張してその場で修理するサービスであり、当社で購入した自転車については出張費無料（ただし修理費やパーツ代は別途必要）

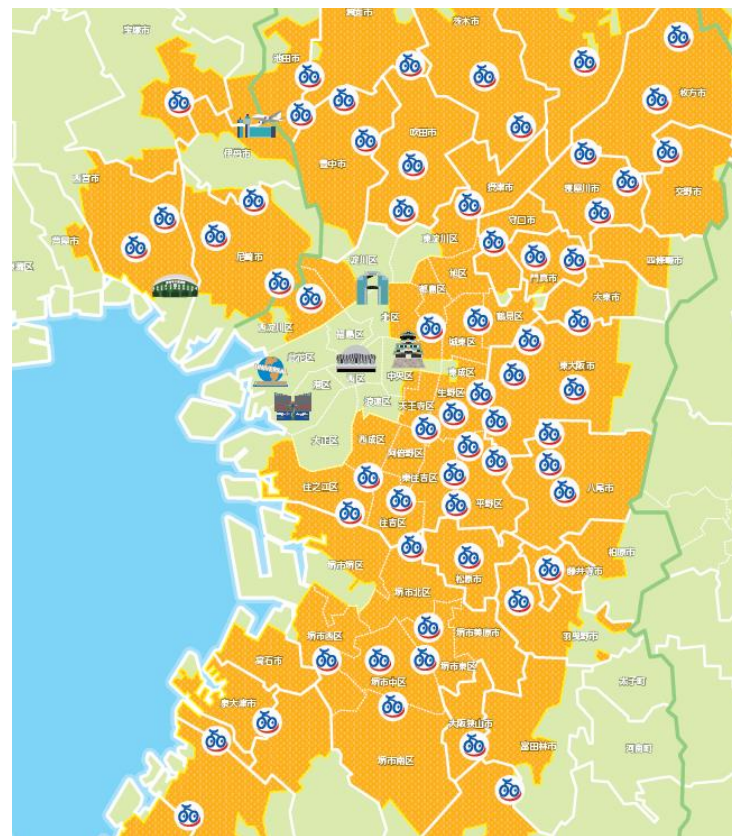


走れなくなった自転車を現地まで伺ってその場で修理

お客様は走れない自転車を持ち込む必要がなく、  
時間を効率よく使える

## 出張修理対応エリア（大阪の状況）

大阪では切れ目なく出張修理サービスを提供できるドミナント体制を構築し、お客様の自転車トラブルを迅速に解決



- 自転車購入時にのみ加入可能な有料の総合アフターサービスパック（サポートパック）
  - 最大5年間の充実したアフターフォローを提供
  - 当社の自転車購入者の半数以上が加入



## サポートパック

### 盗難補償

- 3年間有効
- 無償で代替車を再購入（メーカー盗難補償と併用した場合）

### 無料点検

- 3年間で6回の無料点検

### 修理工賃割引

- 3年間、修理工賃を10%割引

### 自転車保険

- 1年間の損害賠償保険（1年後、更新可能）

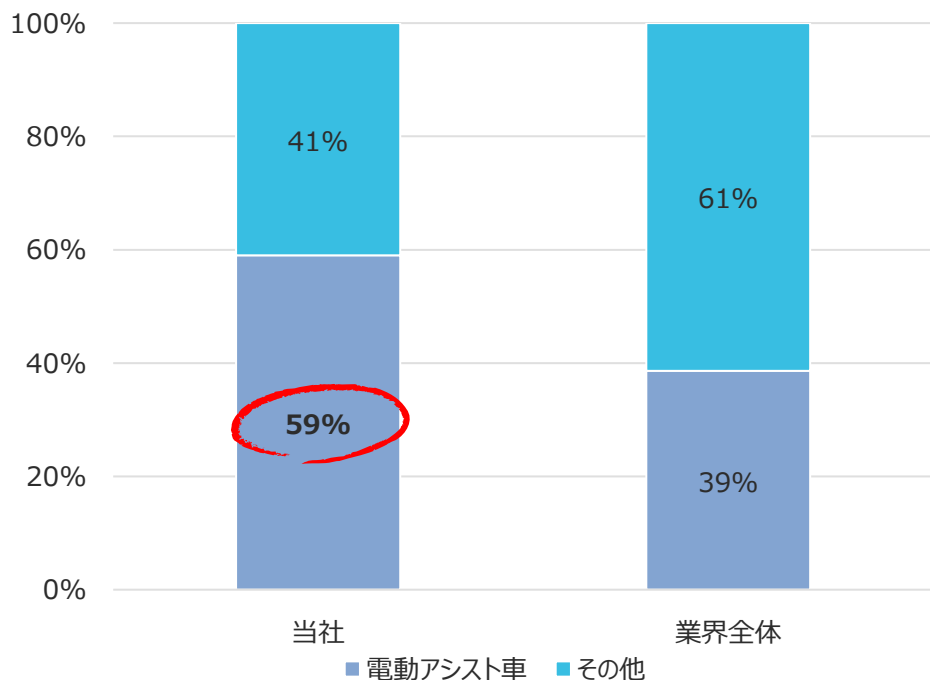
## 継続的な収益及び顧客とのリレーション構築にも貢献

- ▶ 点検・修理や追加パーツ購入など、新車販売後も売上に貢献
- ▶ 手厚いサポートにより購入後の満足度が高まり、家族の自転車も当社での購入に繋がる

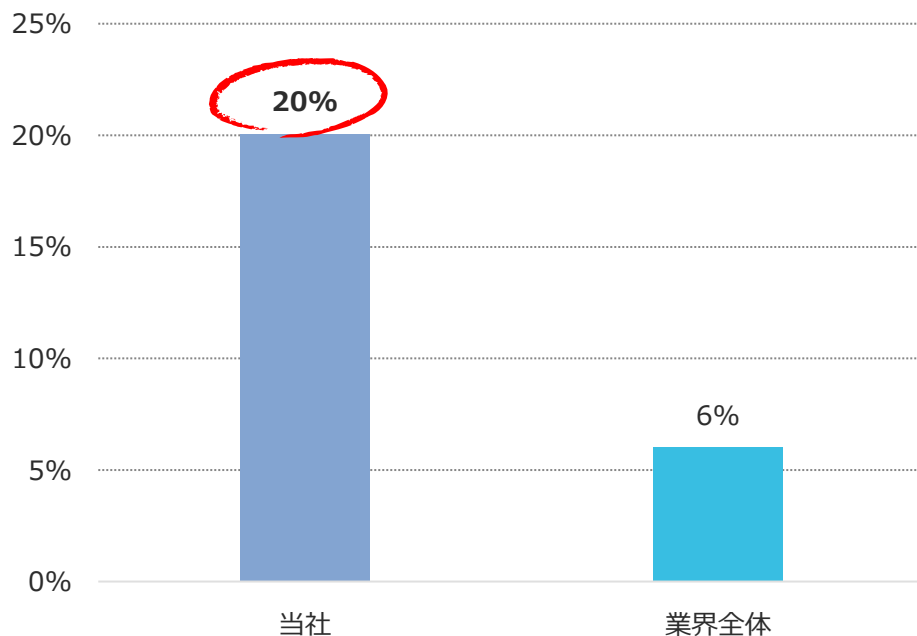
## ■ 30-40代の子育て世代が5割超

- 育児に使う電動アシスト車の購入をキッカケに当社のサポートを体験いただくことでお子様やご家族の自転車販売にも繋がっている
- お子様に乗る「初めての自転車」、その後の通学・通勤用自転車、趣味や運動のためのスポーツ車などの購入、手厚いアフターフォローを通じて当社のファンになっていただくことで、長期的な利益に貢献
- そのため、電動アシスト車の売上比率<sup>(1)</sup>は59%で、業界全体（国内流通金額<sup>(2)</sup>）の39%を上回る
- 電動アシスト車の売上成長率は、業界を大きく上回る

車種別売上構成比（2023/1期）<sup>(1)(2)</sup>



電動アシスト車売上成長率（2023/1期までの3期CAGR）<sup>(3)</sup>



(注) 1.当社の売上構成比は自転車販売に対する比率  
 2.業界全体は国内生産金額+輸入金額（2022年暦年）  
 3.業界全体は国内生産金額で暦年ベース。2024年は1-6月  
 出所：経済産業省「生産動態統計」財務省「貿易統計」

# 2025年1月期 中間期 業績ハイライト

## Section 2



## 中間期（2月～7月）は順調に推移

売上高

**95.6**億円

(+20.6%)

売上総利益

**41.2**億円

(+21.1%)

出退店数

**+5**店

(出店5、退店0)

営業利益

**8.1**億円

(+63.7%)

中間純利益

**5.0**億円

(+52.8%)

PB比率

**34.4%**

(前期中間 34.5%)

※ 売上高・売上総利益・営業利益・中間純利益の括弧内は前年同期比の増減率  
PB比率は自転車売上高に対するPB車体売上高の割合



- 前期比では、コロナ禍から回復したこと及び上場感謝祭や電動アシスト車の販売が好調だったことから、増収増益を達成
- 前回発表予想に対しても大きく上回ったため、業績予想を修正

前回発表  
予想

|          | 2024年1月期     | 2025年1月期 |        | 2025年1月期 |        |
|----------|--------------|----------|--------|----------|--------|
|          | (百万円)<br>中間期 | 中間期      | 増減率(%) | 通期業績予想   | 進捗率(%) |
| 売上高      | 7,927        | 9,562    | +20.6  | 17,059   | 56.1   |
| 売上総利益    | 3,407        | 4,125    | +21.1  | -        | -      |
| 売上高総利益率  | 43.0%        | 43.1%    | +0.1pt | -        | -      |
| 販売管理費    | 2,911        | 3,313    | +13.8  | -        | -      |
| 営業利益     | 496          | 811      | +63.7  | 827      | 98.1   |
| 売上高営業利益率 | 6.3%         | 8.5%     | +2.2pt | 4.9%     | -      |
| 経常利益     | 510          | 813      | +59.2  | 840      | 96.7   |
| 中間純利益    | 333          | 509      | +52.8  | 505      | 100.8  |

# 2025年1月期 中間期 売上高構成・売上総利益率

- 新店+10店舗(2023年7月末比)に加えて既存店の売上高も大きく増加
- 利益率の高い修理・サポートパック等の売上増加により、売上総利益率は改善

## 品目別売上高

| (百万円)     | 2024年1月期<br>中間期 | 2025年1月期<br>中間期 | 増減率(%) |
|-----------|-----------------|-----------------|--------|
| 自転車       | 5,962           | 7,230           | +21.3  |
| パーツ・アクセサリ | 1,214           | 1,384           | +14.0  |
| その他       | 750             | 947             | +26.3  |
| 売上高計      | 7,927           | 9,562           | +20.6  |

- ・ 「その他」は修理サービスや保険、サポートパック等の売上

## 既存店売上高 前年同月比

| (%) | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 7月    |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 売上高 | 107.8 | 123.6 | 104.0 | 115.8 | 127.5 | 102.2 |
| 客数  | 102.3 | 107.0 | 99.2  | 103.5 | 110.8 | 97.9  |
| 客単価 | 105.4 | 115.6 | 104.8 | 111.9 | 115.1 | 104.4 |

- ・ 既存店を月末現在に開店日から13か月以上営業が継続している店舗と定義し、既存店の当月の売上高を前年同月の売上高と比較しております。

## 売上総利益率

| (%)    | 2024年1月期<br>中間期 | 2025年1月期<br>中間期 | 増減率(pt) |
|--------|-----------------|-----------------|---------|
| 売上総利益率 | 43.0            | 43.1            | +0.1    |

- ・ 【参考】2025/1期1Q(2月~4月) 41.6%、2Q(5月~7月) 45.0%
- ・ 第1四半期は、自転車購入の最需要期であり、売上高に対する自転車売上割合が高くなる傾向があります。一方、自転車の売上総利益率は他の品目に比べて低いことから、他の四半期に比べて売上総利益率が低くなる傾向があります。

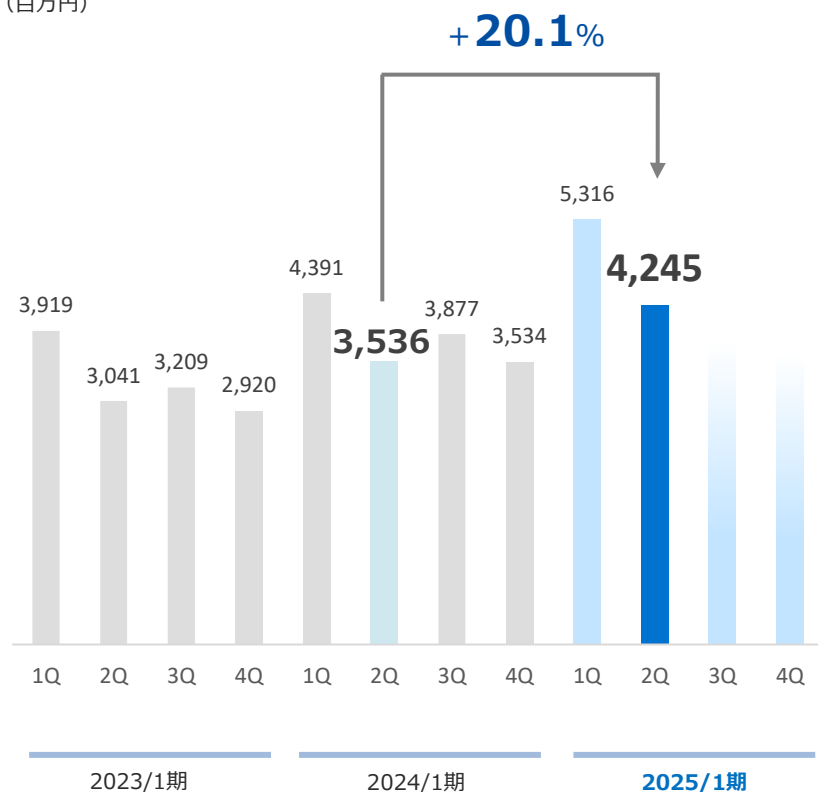
## 店舗数

| (店) | 2024年1月期<br>7月末 | 2025年1月期<br>7月末 | 増減  |
|-----|-----------------|-----------------|-----|
| 直営店 | 113             | 123             | +10 |
| FC店 | 6               | 6               | 0   |

- 第2四半期（5月～7月）の前年同期比売上高は、好天の中、人材育成や在庫コントロールが実を結び増加
- 営業利益も原価率の低下及び店舗あたり売上高が増加したことに伴い大きく増加

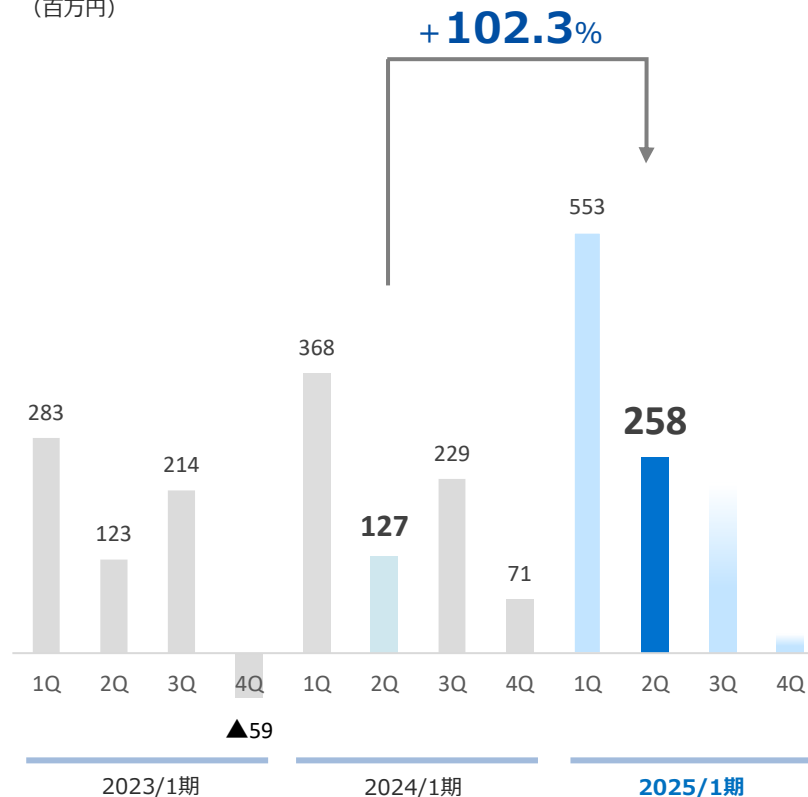
## 四半期売上高

(百万円)



## 四半期営業利益

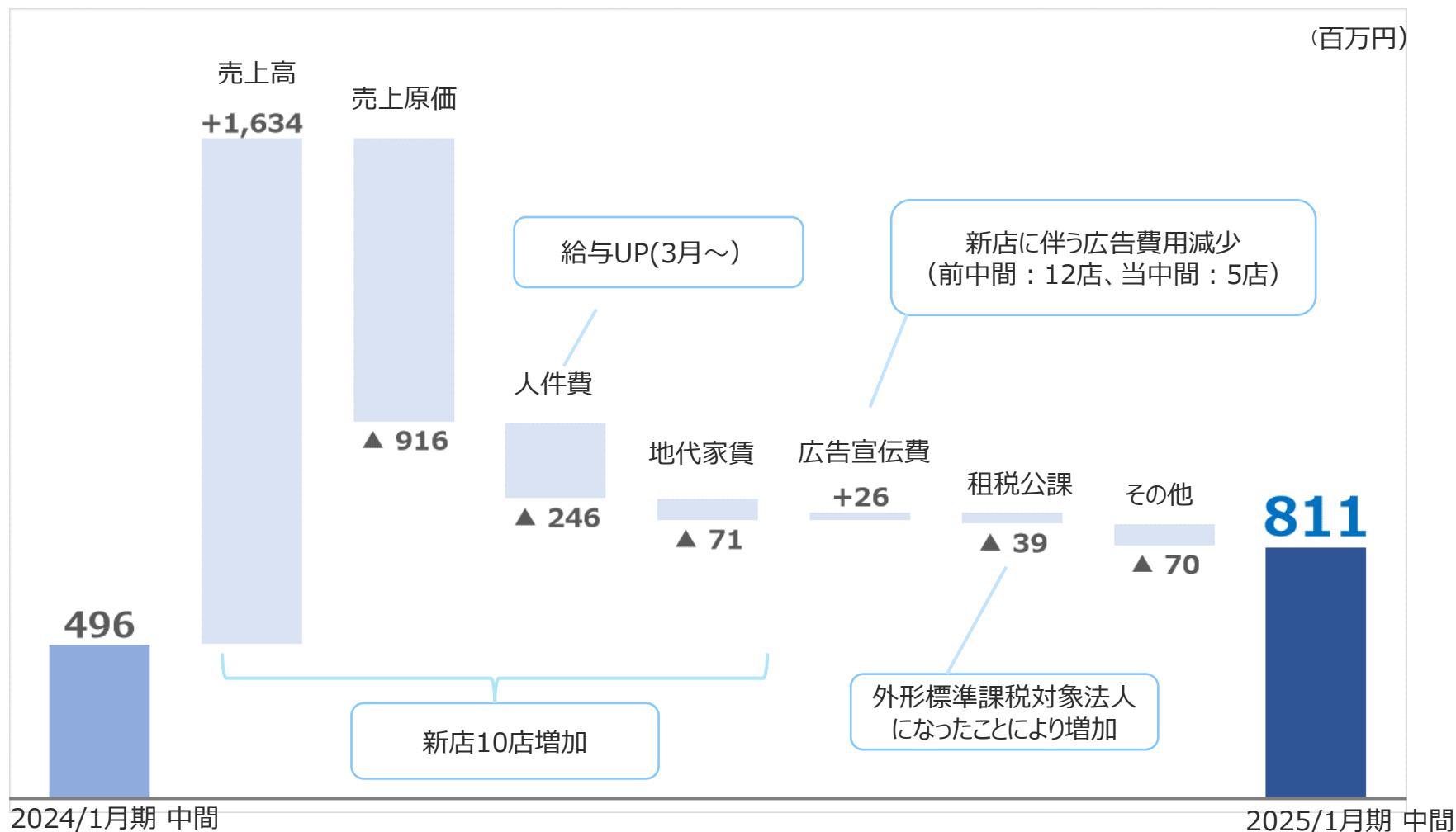
(百万円)



- 当社の主要販売商品である自転車及び自転車関連商品は、春の入学・入社シーズンが最需要期となるため、上期までの売上高は下期と比べ多くなる傾向があります。一方、固定費は売上高に比べて年度を通して変動が小さいことから、営業利益の割合は上期に偏る傾向があります（P.26参照）。
- 2023/1期以前の各四半期会計期間の数値については、監査法人の四半期レビューを受けておりません。

# 2025年1月期 中間期 営業利益の増減分析

- 出店に伴う人員増及び採用コスト増により人件費が増加するも、既存店売上が好調に推移したため、売上高営業利益率は上昇（6.3%→8.5%）



- 出店拡大（+ 5 店舗）に伴い資産・負債が増加

|          | 2024年1月期<br>(百万円) | 2025年1月期<br>中間 | 増減額  | 主な増減等          |
|----------|-------------------|----------------|------|----------------|
| 流動資産     | 5,161             | 5,582          | +420 | 商品の増加          |
| 固定資産     | 2,206             | 2,325          | +119 |                |
| 資産合計     | 7,367             | 7,907          | +540 |                |
| 流動負債     | 2,543             | 2,702          | +158 | 契約負債・未払法人税等の増加 |
| 固定負債     | 70                | 75             | +5   |                |
| 純資産      | 4,754             | 5,130          | +375 |                |
| 負債・純資産合計 | 7,367             | 7,907          | +540 |                |

- 当期2Q（5月～7月）において、3店舗を出店（画像参照）



2024/6/28出店  
ダイワサイクル堺百舌鳥店（大阪府）



2024/7/26出店  
ダイワサイクル十日市場店（神奈川県）



2024/7/12出店  
ダイワサイクル横浜西寺尾店（神奈川県）

- 当期2Q（5月～7月）において、3車種を新発売

## 新発売



2024年5月 新発売  
買い物用自転車 KNOSEL-S

- ①前カゴが大きい買い物用自転車  
たくさんの買い物をしても安心
- ②ステンレスハンドルで長く使える  
錆びにくく、いろいろな道でも楽に走れる
- ③こだわりの使い勝手  
リアキャリアの形状を工夫して取り回ししやすい



2024年7月 新発売  
通勤・通学自転車 Lumina GC

- ①ワイドな前カゴの通勤・通学用自転車  
幅広のビジネスバッグでもスッポリ入る
- ②明るい前後ライト搭載  
車からの視認性がよく、夜でも安心
- ③太いタイヤで快適走行  
乗り心地が良く、長距離でも安心



2024年7月 新発売  
カスタムできるシティサイクル Fit'z+ 27インチ

- ①自分のアイデアをプラスしてカスタムできる  
用途に合わせて前カゴ、リアキャリア、両立スタンドなどでアップグレードできる
- ②変速機、ライトの仕様も選べる  
変速機の有無、暗くなったら自動で光るオートライト仕様
- ③より男性に向けたスポーツバイク風デザイン  
スポーティで軽快に走れる雰囲気演出

# 2025年1月期 業績予想(修正)

## Section 3





# 2025年1月期 業績予想の修正（通期）

- 上期の業績好調を受け、業績予想を修正

| (百万円) | 前回発表予想 | 修正予想   | 増減額  | 増減率    | (ご参考)前期実績 |
|-------|--------|--------|------|--------|-----------|
| 売上高   | 17,059 | 17,745 | +685 | +4.0%  | 15,339    |
| 営業利益  | 827    | 1,085  | +257 | +31.1% | 797       |
| 経常利益  | 840    | 1,091  | +250 | +29.8% | 804       |
| 当期純利益 | 505    | 659    | +153 | +30.3% | 501       |

|                | 前回発表予想       | 修正予想         | 増減額        | (ご参考)前期実績    |
|----------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| 店舗数<br>(直営店舗数) | 144<br>(138) | 136<br>(130) | ▲8<br>(▲8) | 124<br>(118) |

# 2025年1月期 業績予想の修正（下期）

## ■ 下期業績予想

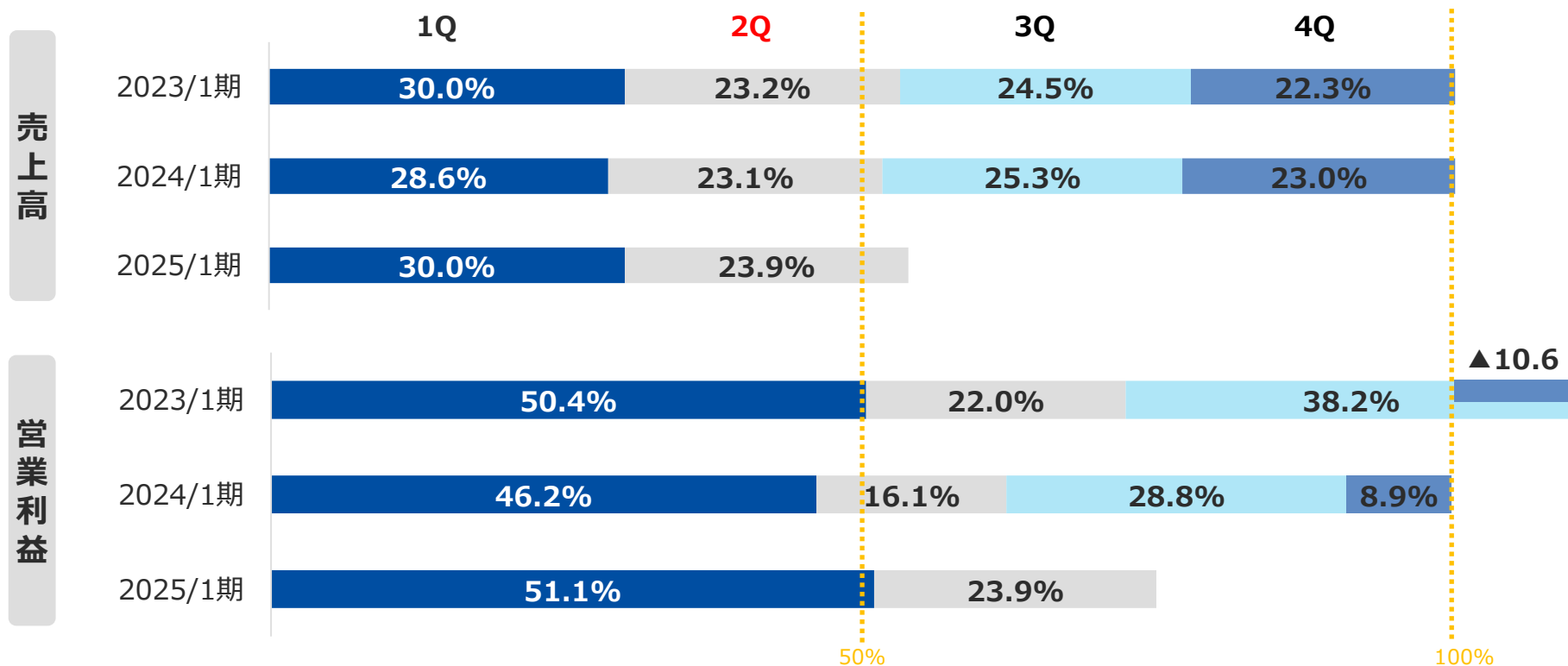
| (百万円)  | 前回発表予想 | 修正予想  | 増減額 |
|--------|--------|-------|-----|
| 売上高    | 8,141  | 8,182 | +40 |
| 営業利益   | 252    | 273   | +21 |
| 経常利益   | 258    | 278   | +19 |
| 当期純利益  | 145    | 149   | +4  |
| 出店数(店) | +13    | +7    | ▲6  |

- 上期好調を受け既存店売上を上方修正
- 物件調達軟調により、新店の出店計画数を見直し（下期13店→7店）
- 想定為替レートを1ドル145円から1ドル150円に見直し

- 出店計画数の見直しに伴い新店の設備投資及び広告宣伝費減

- 当社の主要販売商品である自転車及び自転車関連商品は、春の入学・入社シーズンが最需要期となるため、上期までの売上高は下期と比べ多くなる傾向があります。一方、固定費は売上高に比べて年度を通して変動が小さいことから、営業利益の割合は上期に偏る傾向があります。

<構成比率> ※ 2025/1期は通期業績予想（修正後）に対する割合



- 配当予想につきましては、現時点において2025年1月期の当期純利益が確定しておりませんので、2024年3月18日発表の予想から据え置いております。
- 当社の配当政策・方針（安定的かつ継続的な利益還元を経営の重要施策として、業績を勘案しながら年間配当性向20%を目途に配当する）に基づき配当する予定ですので、今後の業績の進捗を引き続き注視し、配当予想の修正が必要と判断した場合には、速やかに開示いたします。

# 想定されるご質問等に対する回答 (1/2)

- 想定されるご質問および過去、投資家様から多く寄せられた質問に対する回答は以下の通りです。

| カテゴリ | ご質問                                       | 回答   |
|------|---|--|
| 上方修正 | 業績予想の上方修正を行った経緯と修正の概要を教えてください             | 上期において、好天に恵まれたことや上場記念感謝祭が好調に推移したことで、当初予想よりも実績が大きく上回ったことによるものです。業績修正の概要は、本資料のP.25をご確認ください。  |
| 上方修正 | 上期実績の増益率に比べて下期修正予算の増益率が低い理由は              | 上期の対前年増益率が高かった要因の一つにコロナ禍から回復した点があります。一方、下期においては前年の下期の時点で既にコロナ禍から回復していると見立てており、上期ほどの増益率にはならないと考えております。また、出店計画が減少したことも影響しております。                                    |
| 業績   | 為替の変動に対する業績への影響はどの程度なのか                   | PB商品はドル又は円で仕入れていることから、円安の進行は原価上昇要因となります。ただし、過去において、急激な円安が進行した際には売価を値上するなど柔軟に対応することで業績への影響をなるべく受けない様に努めております。   |
| 業績   | 業績の季節変動について教えてください                        | 当社は入学・入社シーズンである春季が最需要期となるため、上期の売上高は下期の売上高に比べて高くなります。また、店舗運営に必要な賃料や人件費は固定的に発生するため、営業利益はさらに上期に偏ります。  |
| 業績   | 1Qに比べ2Qの売上総利益率が高いのは何故なのか                  | 本資料P.17のとおり、売上総利益率は2025/1期1Q（2月～4月）41.6%、2Q（5月～7月）45.0%です。1Qに売上総利益率が低くなるのは、春の最需要期において、自転車車体の販売割合が高くなるからです。他のカテゴリに比べて売上総利益率の低い自転車車体の販売割合が増えるため、会社全体の売上総利益率が低下します。 |
| 業績   | 売上速報（「月次開示」）について客単価が月により大きく変動する理由を教えてください | 当社のビジネスは、単価の高い自転車車体と単価の低い自転車パーツや修理の売上があります。そのため、月次売上に対する自転車車体の販売割合が上昇すると客単価が上昇します。   |
| 業績   | 自転車カテゴリ毎、PB/NB毎の売上総利益率を教えてください            | 具体的な売上総利益率は開示しておりませんが、概して電動アシスト車よりも一般車のほうが売上総利益率が高く、NBよりもPBのほうが売上総利益率が高くなります。  |

## 想定されるご質問等に対する回答 (2/2)

| カテゴリー   | ご質問                        | 回答  |
|---------|----------------------------|---|
| 市場      | 自転車小売業の現況を教えてください          | 自転車小売業の市場規模は3,700億円程度であると想定しており、近年、販売台数は減少傾向ではありますが、高単価商品である電動アシスト車等の販売割合が上昇しております。   |
| 市場      | 電動モビリティの台頭は当社にどの程度影響を及ぼすのか | 現時点では特定小型原動機付自転車に代表される電動モビリティは、都市部など一部地域でのシェア利用に留まっており、直ちに当社の業績に影響を及ぼすことは無いと考えております。  |
| 商品・サービス | 同業他社との違いを教えてください           | わかりやすいものとして、当社独自の出張修理サービスがあります。また、当社は対面接客を重視しており、お客様のニーズに応じた自転車を提案できるよう尽力するとともに、対面接客で入手したニーズを素早くPB自転車の開発・改良に活かしています。さらに車の通行が多い主幹線道路ではなく生活道路に立地することで気軽に立ち寄ってもらえるようにしております。 |
| 商品・サービス | 出張修理サービスについて教えてください        | 他社のように引き取りでの修理ではなく、バイクでその場に駆けつけてパンク修理などを行うことが当社のサービスの特徴です。自転車が日常生活に欠かせないものだからこそ、できるだけ早く修理をすることが重要だと考えております。   |
| 商品・サービス | PB比率が昨年同期に比べて下がったのはなぜか     | 本資料P.15のとおり、自転車売上に占めるPB売上比率は、2024/1期中間期が34.5%、2025/1期中間期が34.4%と若干低下しています。これはPB比率の低い電動アシスト車の販売割合が増えたためです。PB自転車の販売台数は増加しております。  |
| 出店      | 当期の出店計画を見直した理由は            | 居抜き物件の成約数が計画を下回った現状を鑑み、出店計画を下方修正しました。居抜き物件の成約率が下がったことが要因だと考えております。店舗開発体制を強化し、案件情報の獲得から交渉開始までの速度を上げることで成約率の向上を図ってまいります。  |
| 出店      | 1店舗当たりの出店コストを教えてください       | 物件のサイズや契約内容によって異なるので一概には言えませんが、約3,000万円から5,000万円程度を見込んでおります。  |
| 株主還元    | 増配や株主優待を実施しないのか            | 配当に関しましては本資料P.27をご参照ください。現時点において、株主優待の実施は考えておりません。  |

- 本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれていますが、これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる可能性があります。
- 当社は、記載内容に重要な変動がある場合を除き、本資料の記述を修正する予定はありません。本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

お問い合わせ: [daiwa-ir@daiwa-cycle.co.jp](mailto:daiwa-ir@daiwa-cycle.co.jp)

DAIWA CYCLE株式会社（証券コード：5888）