

個人投資家様向けオンラインセミナー

2023年9月19日
株式会社キューブ

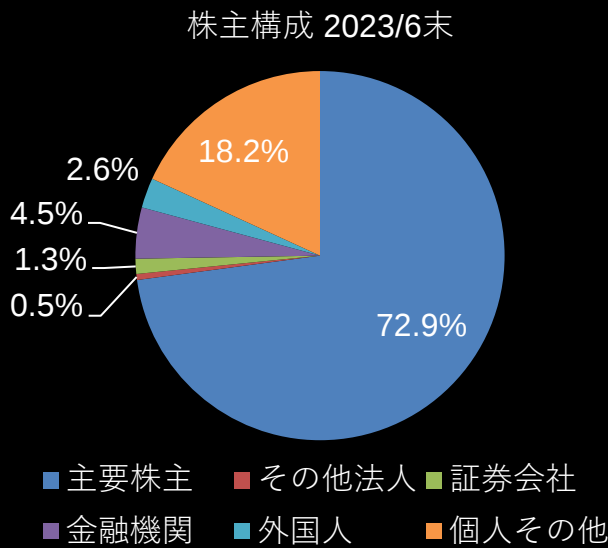
証券コード：7112

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6月末時点）
従業員数	84名（2023年6月末時点）
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



1994

1998

2003

2004

2009

2013

2014

有限会社キューブ
コーポレーション創業
湘南エリアにアクション
リテイ爾 SPINY を開業

セレクトショップを展開
ブランドコンサルタントや
輸入代理店業務を開始
オリジナルブランドの展開を開始

株式会社キューブに
商号変更
自社ブランドの
開発、卸売を本格的に開始

HORN GARMENT DEBUT

2006

MARK & LONA DEBUT

2008

MARK & LONA
表参道ヒルズ
TOKYO

MARK & LONA
オンラインストア

MARK & LONA
韓国
KOREA

MARK & LONA
松坂屋名古屋
AICHI

2016

2017
NXCとの
資本業務提携

MARK & LONA
福岡岩田屋
FUKUOKA

2018

HOLLYWOOD
by MARK & LONA
六本木ヒルズ
TOKYO

MARK & LONA
銀座シックス
TOKYO

MARK & LONA
阪急うめだ

MARK & LONA 10th Anniversary

ヘッドオフィスを港区赤坂へ移転

2019

MARK & LONA
大丸札幌
SAPPORO

MARK & LONA
心斎橋大丸

2020

MARK & LONA
World Market

2022

イタリア・米国
海外卸事業展開

Market Store
by MARK & LONA
表参道ヒルズ
TOKYO

2023

フラッグシップ
ストアオープン

MARK & LONA
青山
TOKYO

MARK & LONA 15th Anniversary

VISION

時代の顔を創る

STRATEGY

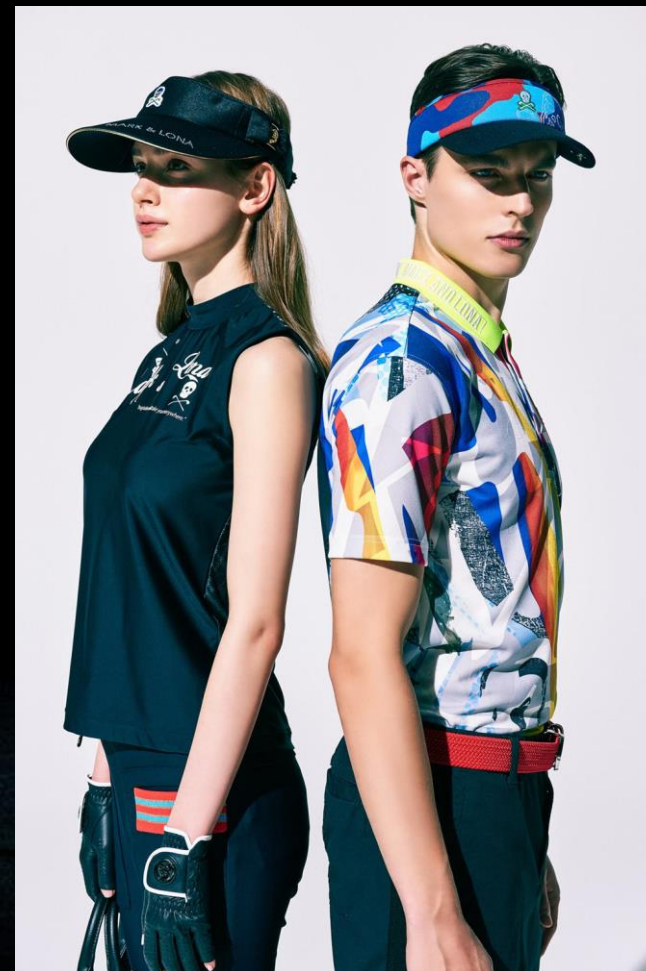
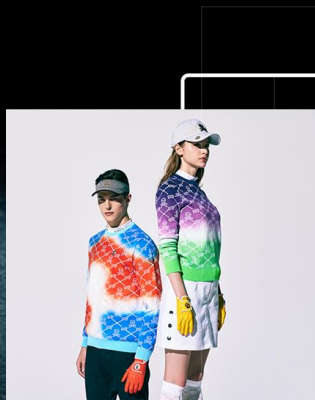
プレミアムラグジュアリーブランドの創造

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



販売先	事業区分	展開地域	主要販路	店舗運営 形態	展開店舗数※1
B2C 	国内リテール	主要都市部 札幌・東京・名古屋 大阪・福岡	GINZA SIXなど 商業施設 全国の主要百貨店	直営・販売代行	10店舗
	国内EC	日本全国	国内向け 公式オンラインストア ZOZOTOWN	直営	1店舗
	海外EC	全世界	海外向け 公式オンラインストア	直営	1店舗
B2B 	韓国卸	韓国	韓国 (総代理店)	—	50店舗※2
	海外卸	イタリア・米国	イタリア・米国 (卸先)	—	13店舗※2
	国内卸	日本全国	卸先各ショップ	—	75店舗※2

※1 2023年6月末現在

※2 当社の取引先が展開する店舗数

ブランドの世界観や限定コレクションを世界へ向けて発信



MARK & LONA

青山店

2023年4月22日オープン



ラグジュアリーブランドとしての個性を表現できる主要都市部の商業施設・路面店での出店を強化



MARK & LONA ギンザシックス 店



MARK & LONA 表参道ヒルズ 店



Market Store by MARK & LONA 表参道ヒルズ 店



MARK & LONA 六本木ヒルズ 店



MARK & LONA 岩田屋福岡 店



MARK & LONA 大丸心斎橋 店



MARK & LONA 阪急うめだ本店



MARK & LONA 松坂屋名古屋 店

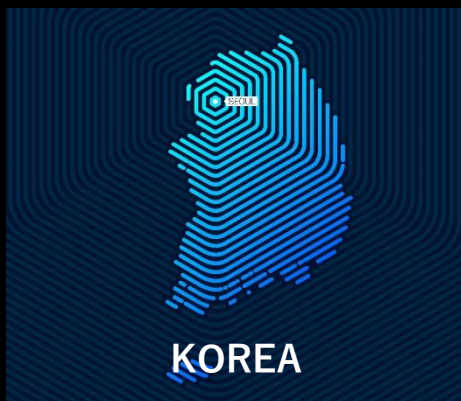


MARK & LONA 大丸札幌 店

韓国の主要都市においては旗艦店や百貨店を多数出店

欧米ではイタリアを中心にラグジュアリーブランドを取り扱う高級ブティックで卸売を展開。

米国、アジアを中心にE - コマースが拡大中



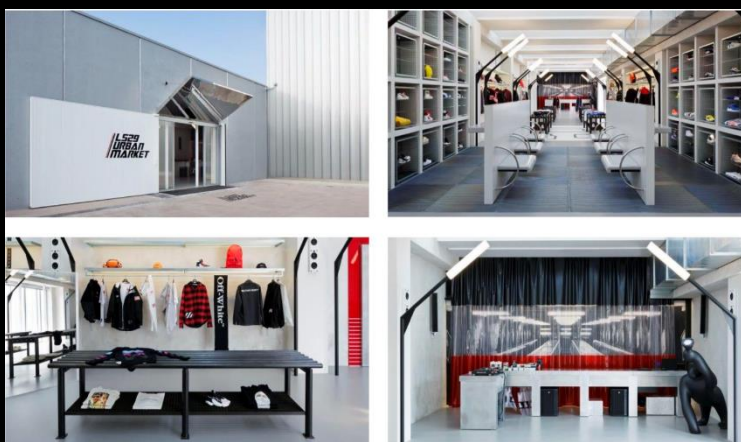
KOREA



ITALY



U.S



成長戦略
&
中期ビジョン

CUBE CO.,LTD.

1 グローバル展開

1

デジタルB2Bツール、越境ECを軸とした
グローバルチャネルの確立

OMOストアの展開

デジタルB2Bツールを使用した
オンラインマーケティング強化
と合同展示会による
パートナー開拓

海外マーケティング戦略投資を
通じた越境ECの強化

新規ジャンルの開拓に向けた
商品展開とブランド開発

大型旗艦ショップストアによる
世界に向けたブランド発信と出店開発

環境に配慮した富裕層向け
商品カテゴリーを開発

企業やブランドとコラボレーションを
行い持続可能で安定したブランド開発
を行う

CUBE
CO.,ltd.

2 MARK&LONAブランドの深化

2

店舗開発、カテゴリー強化・新規ジャンルの開拓

3 コラボレーションによるブランド開発

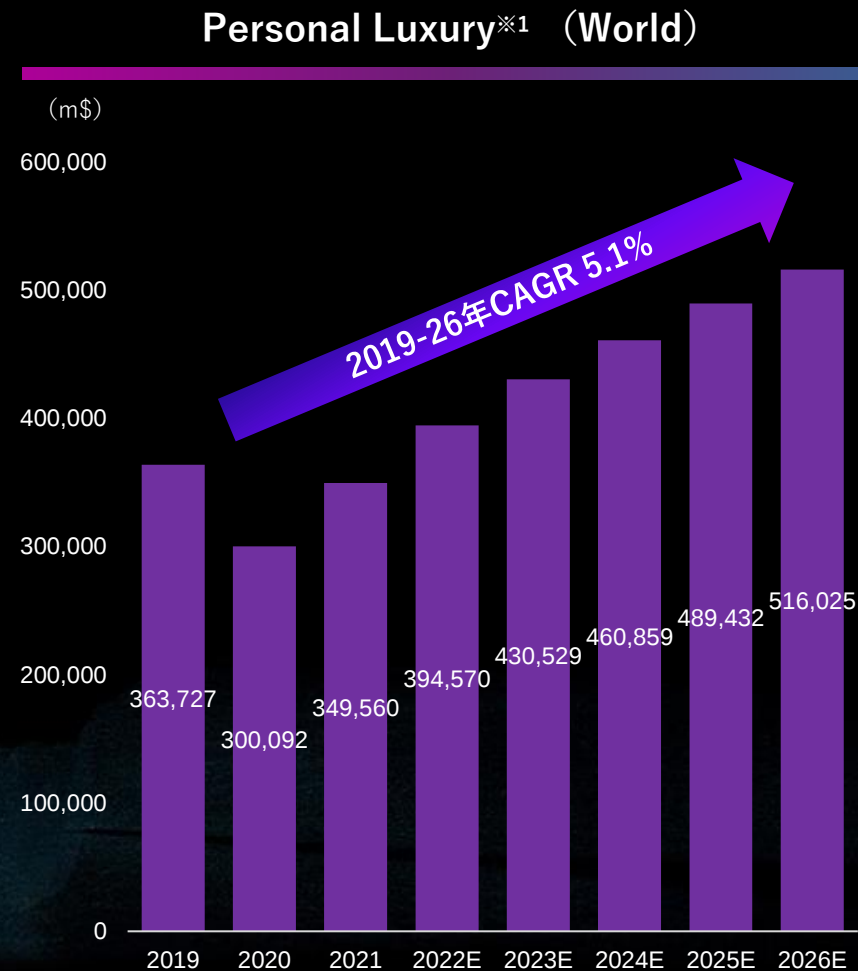
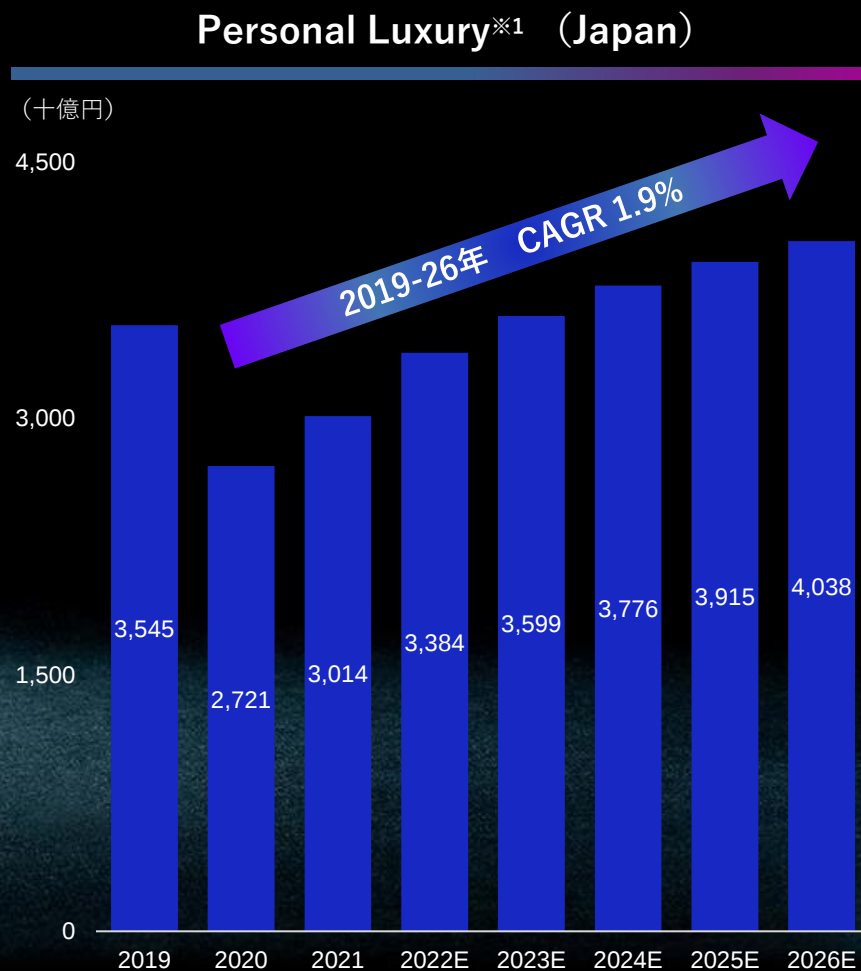
3

ブランド・プロダクトコラボレーション
環境に配慮した新規商品開発

01

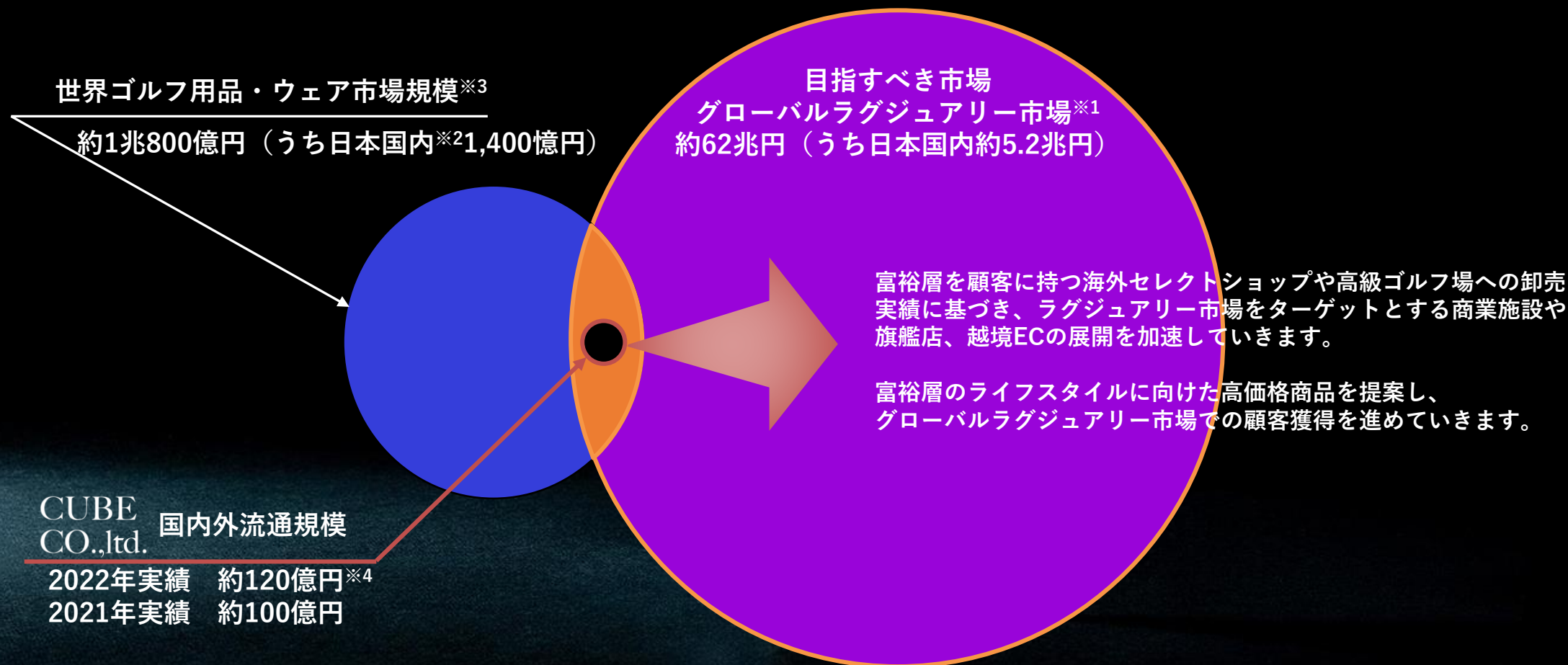
グローバル展開

堅調なラグジュアリー市場の需要を反映した商品開発と展開の強化



※1 Personal Luxuryはデザイナーアパレルとフットウェア、ラグジュアリーアイウェア、ラグジュアリージュエリー、ラグジュアリーレザーグッズ、ラグジュアリーポータブルコンシューマーエレクトロニクス、ラグジュアリー時計、ラグジュアリーステーションナリー、スーパープレミアムビューティーとパーソナルケア
出所：Euromonitor（地域World, Japan/カテゴリーPersonal Luxury）

富裕層に向けたラグジュアリーゴルフブランドとして新たな市場を形成



※1 ラグジュアリー市場規模は、Euromonitorに記載のPersonal Luxury（Personal Luxuryはデザイナーアパレルとフットウェア、ラグジュアリーアイウェア、ラグジュアリージュエリー、ラグジュアリーレザーグッズ、ラグジュアリーポータブルコンシューマーエレクトロニクス、ラグジュアリー時計、ラグジュアリーステーショナリー、スーパープレミアムビューティーとパーソナルケア）数値を参照。為替は1ドル144.99円換算（2023年6月30日時点）

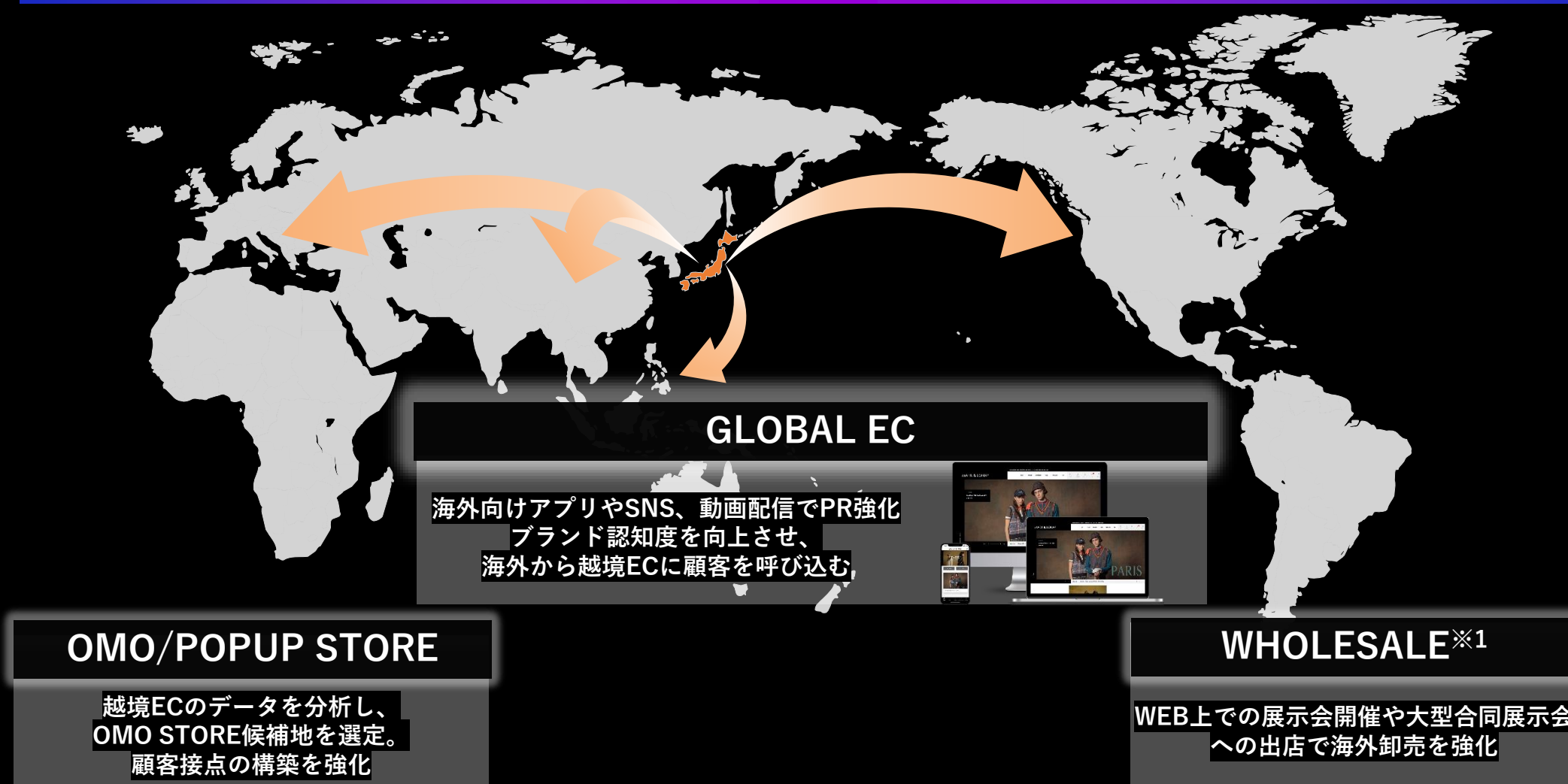
※2 国内ゴルフ用品・ウェア市場規模は、矢野経済研究所「2022年度版ゴルフ産業白書」に記載の数値を参照

※3 世界ゴルフ用品・ウェア市場規模は、Arizton「GOLF PRODUCTS MARKET2019」の数値を参照

※4 当社の商品小売価格ベースの売上と韓国におけるライセンス商品生産金額の合計数値として弊社が算定したもの

デジタルツールを用いたWEB展示会やOMO STOREを通じGLOBAL展開を加速

海外売上高比率とEC化率を引き上げ世界市場での売上拡大を図っていく



※1 WHOLESALE：欧州で開催される大型展示会やWEB上での展示会開催、SNS等のデジタルツールを駆使した海外卸売展開を通じ世界各国オフラインでの販路開拓とPRを強化

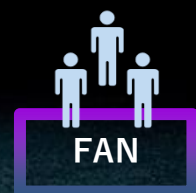
オンラインとオフラインを用いた顧客獲得戦略

OMO STORE※1

体験型ストアを通じたPR展開



主要都市部の富裕層向け商業施設、
高級百貨店等にOMOストアや
SHOP in SHOP等集中的に出店。
アセットライトに利益体質化を実現し
新規顧客を獲得し、越境ECへの
誘致と更なる売上の拡大に繋げる。

SNSやメルマガ等
コンテンツ配信で販促

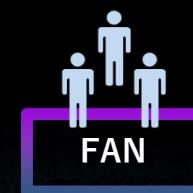
CONTENTS

圧倒的なクリエイティブ



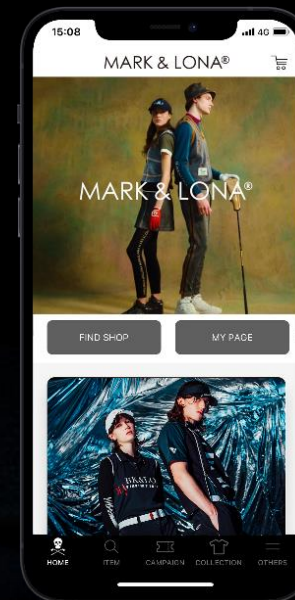
斬新なコラボレーション

アンバサダーの起用

SNSやメルマガ等
コンテンツ配信で販促

EC

コアユーザーの獲得



※1 OMO STORE：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店舗

02

MARK&LONAブランドの深化

世界に向けたブランド発信と国内における収益力強化のため大型出店開発を推進

世界に向けたブランド発信として、2023年4月にラグジャリーブランドとしてふさわしい国内最大級の大型路面店の出店を行いました。同様に、その他の主要都市における大型店舗の出店や既存店のリニューアルや増床等を行い、より強固なブランディングを店舗開発を通じて発信していきます。



高消化率カテゴリーのブランド化と専門店展開へ

Z世代に向けたブランドの多様化

CODE COLLECTION

FER・ALARM COLLECTION

高価格・高消化率を背景に、富裕層向けの売上増加を狙う

ライフスタイルウェアの展開を強化
次世代向けの新たな提案を仕掛け、新たな顧客層の開拓を狙う



米PGA SHOW発表の新規コレクション”T-LINE”の展開を通じ新たな顧客層の開拓を進める



03

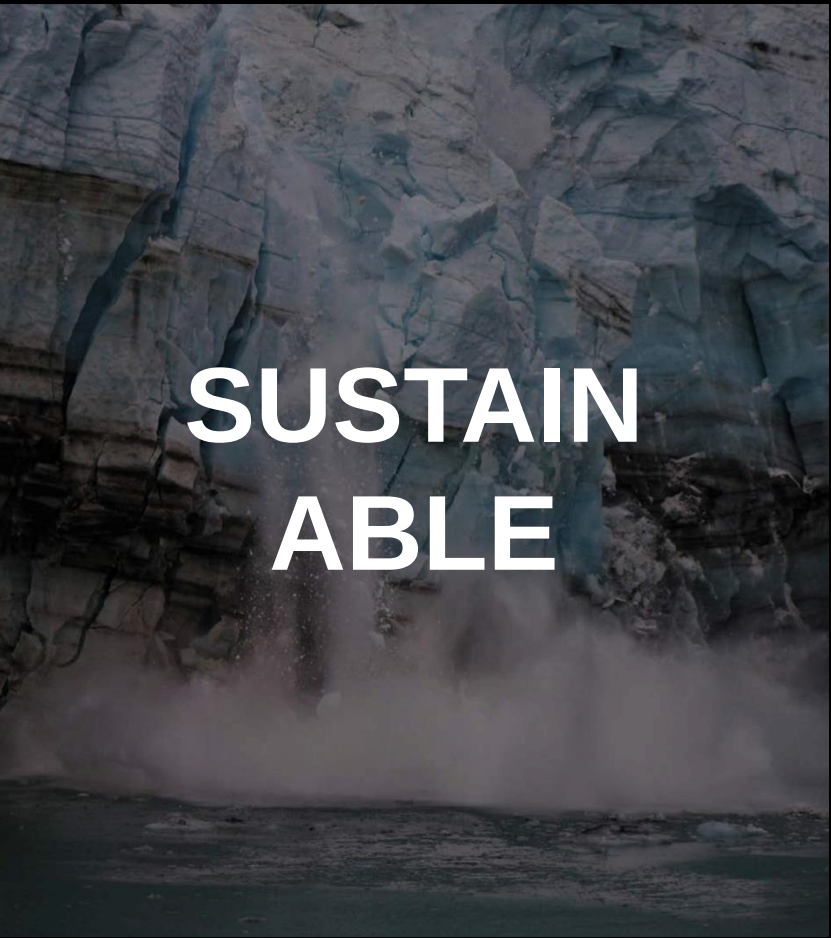
コラボレーションによるブランド開発

我々のクリエイティブを軸にグローバルに活躍する企業やブランドとコラボレーション

我々のクリエイティブを軸に世界の優れた企業やブランドとコラボレーションを行い、
未曾有の事態にも備えた協業開発を行い持続可能で安定したブランド開発を行う



COLLABO
RATION



SUSTAIN
ABLE



DEVELOP
MENT

サステナブルをテーマにプレミアムライフスタイルに関連する新商品を開発しクロスセルを狙う

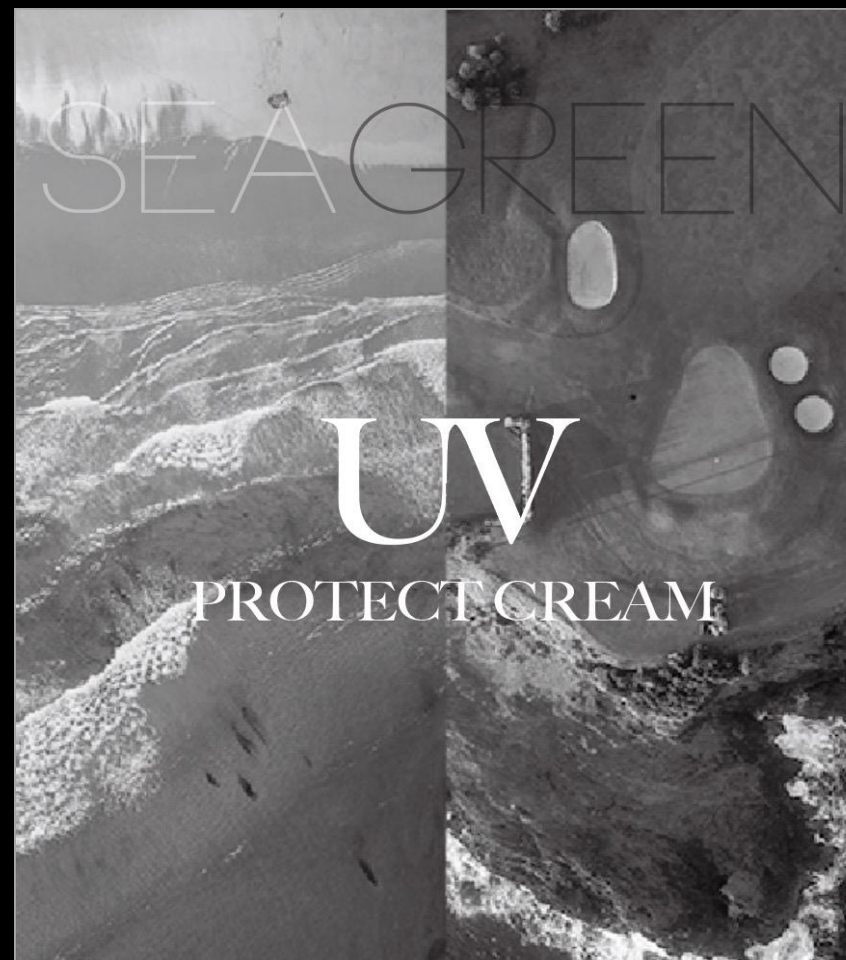
環境に配慮したこのサンケアプロダクトは、地球温暖化からサンゴ礁を守りCO2を削減するため最も高い基準をクリアしています。

パラオ禁止成分として指定される10種類の紫外線吸収剤、防腐剤などを排除した成分を用い日韓共同で開発。

MARK & LONA UV PROTECT

< Sunblock Cream >

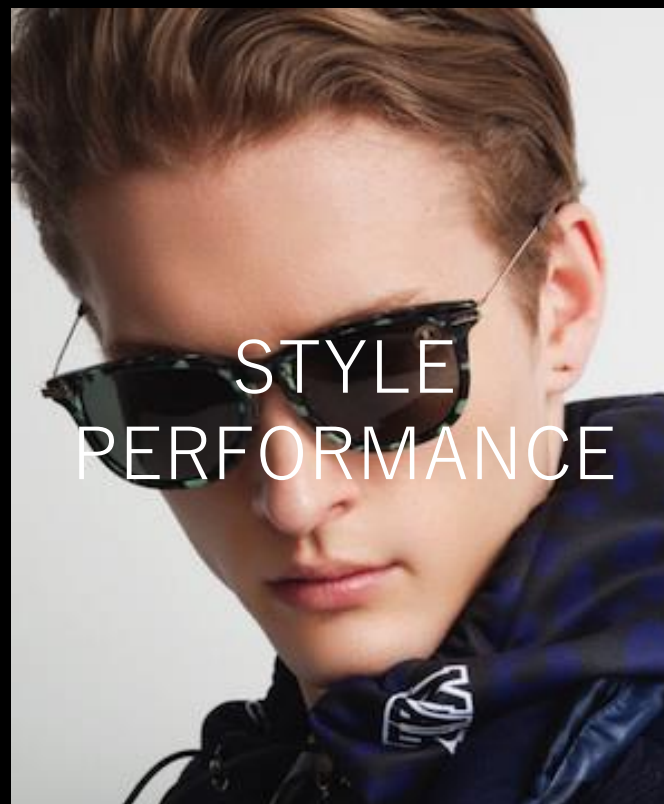
SPF50+/PA++++ 2.46 oz / 70g



コラボレーションやサステナブルをテーマに新商品を開発しクロスセルを狙う

パフォーマンス性の高い著名ブランドとのコラボレーションや、サステナブルなバイオ素材を用いたアイウェアを開発。

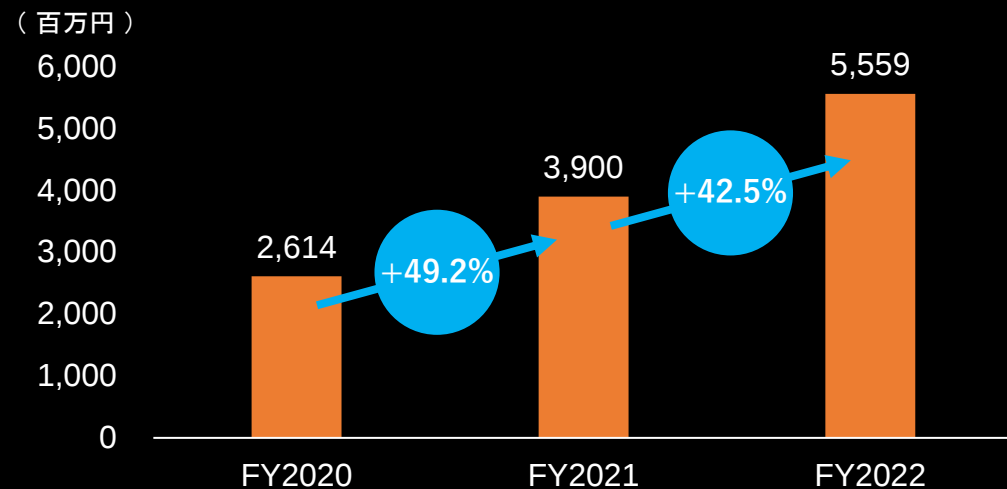
アスリートをサポートする機能性に特化したハイプライスゾーンのアイウェアブランドとのコラボレーションや再生ポリエステルレンズ、リサイクルされたスチール材など96%の素材が再生可能なサステナブルなアイウェアを開発しています。



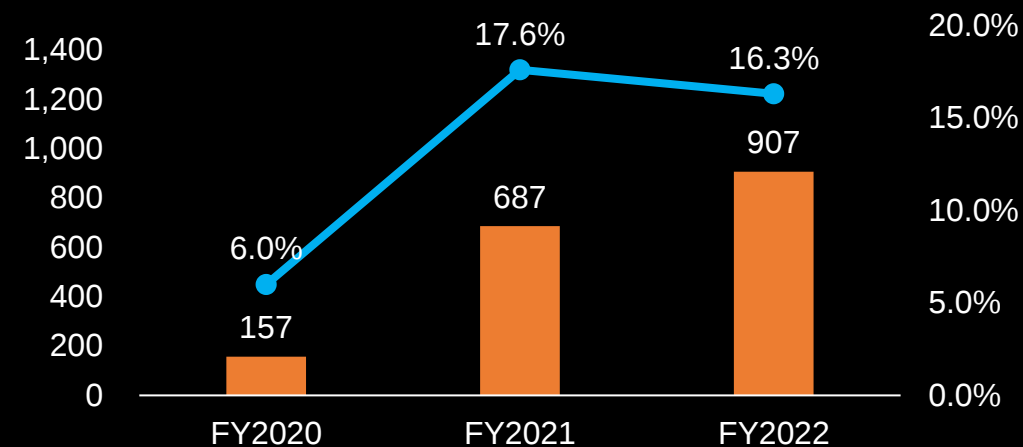
業績推移・予想

CUBE CO.,LTD.

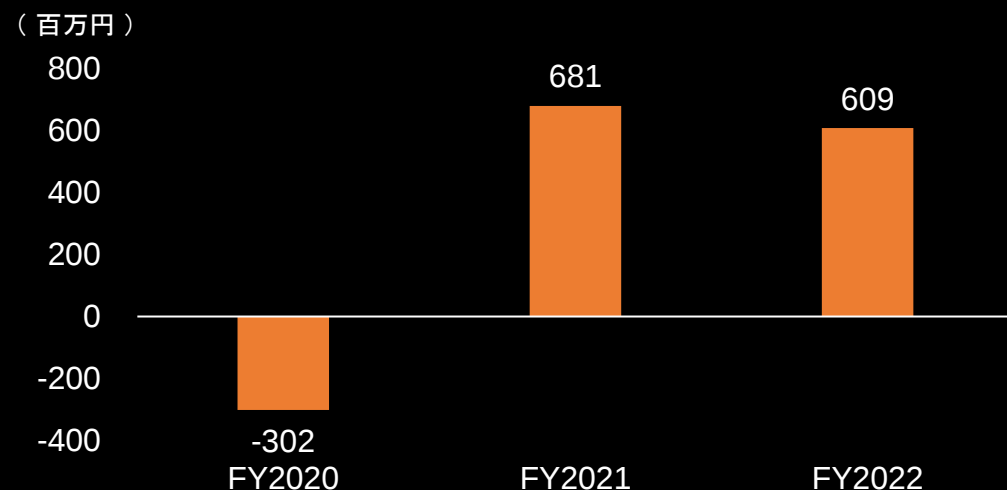
売上高



営業利益・営業利益率

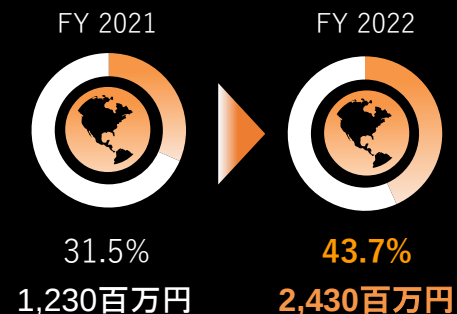


当期純利益

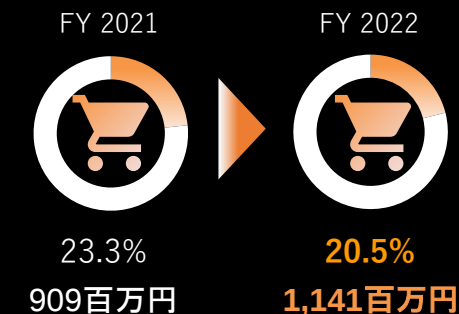


重要指標

海外売上高比率

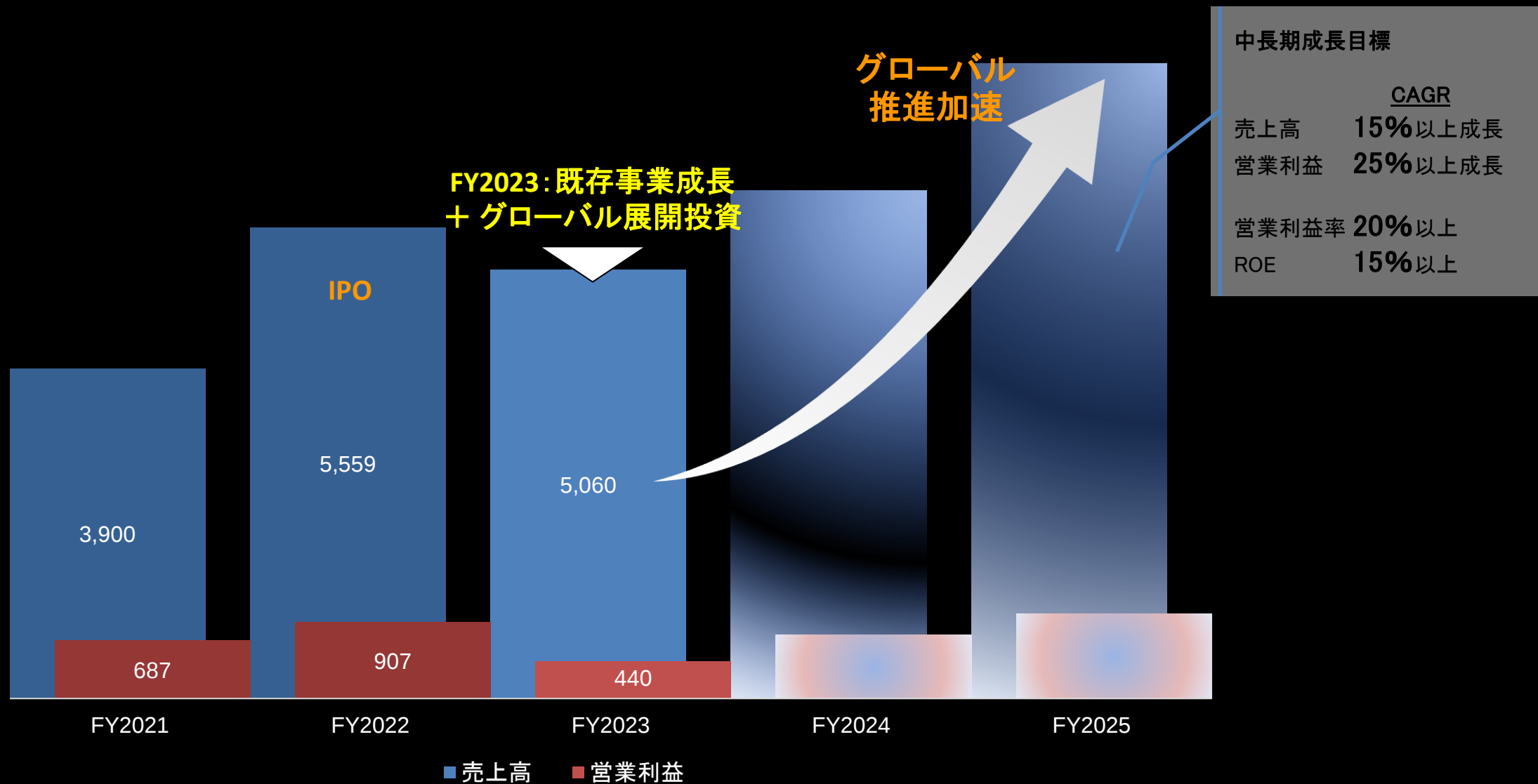


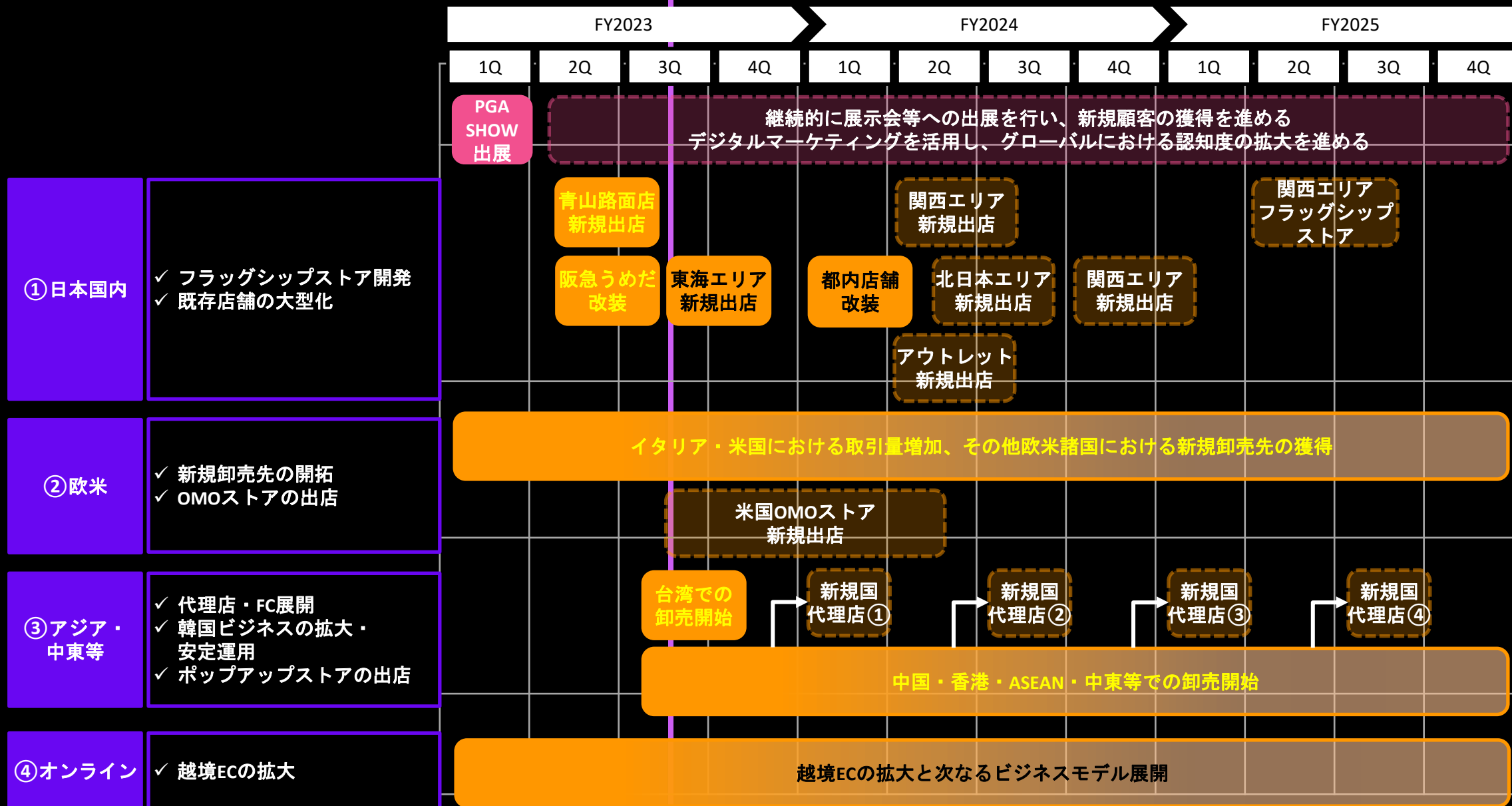
EC化率※1



※1 EC化率 = (国内EC売上高 + 海外EC売上高) ÷ 売上高

2022年度は海外売上の伸びが急激であったこともあり、短期的には減収となり成長率は鈍化するが、本年度は2024年度以降に向けた投資の1年と捉えており、中期的にはグローバル化の加速に伴う高い成長率確保に向けて準備を進めていく





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、現地新規パートナー候補と交渉中
- 台湾では、新規取引先へ23年下期より順次出荷予定

- 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・ベトナム等について、現地新規パートナー候補と交渉中
- インドネシア・UAEでは、新規取引先へ23年下期より順次出荷予定

- 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
- 米国では、新規取引先へ23年下期より順次出荷予定

- 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



持続的な売上と利益の拡大に向けて、
短期・中長期的に継続して国内外の顧客獲得と新規事業開発を進めていく

中期成長目標

CAGR

売上高 **15%以上成長**営業利益 **25%以上成長**営業利益率 **20%以上**ROE **15%以上**

新規商品、ブランドによるクロスセル

フラッグシップストアを始めとする出店開発
新規ジャンルの開拓に向けた商品展開とブランド開発Global ECを通じた海外顧客の獲得
OMOストアの海外展開
デジタルツールを用いたマーケティング強化

現状

新規事業

ブランドの深化

グローバル展開

当社は、成長途上企業であり、業容拡大を目指して投資（人財投資、システム投資、店舗（OMO）展開、M&A等）を継続していきます。株主還元方針は、投資による業容拡大による企業価値の拡大を当面優先して参ります。外部環境の急変時には、自社株買い等機動的な資本政策も視野に入れ、IRを強化し株主価値の拡大を図ってまいります。

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。

