CUBE CO.,LTD.

2026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

01 第3四半期決算報告
［ 2026年12月期 ］

02 事業進捗
［ 2026年12月期 ］

03 APPENDIX

- 会社概要＆ビジネス概要
- プロダクト

© 2026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

CUBE CO.,LTD.

2026年12月期
第3四半期決算報告

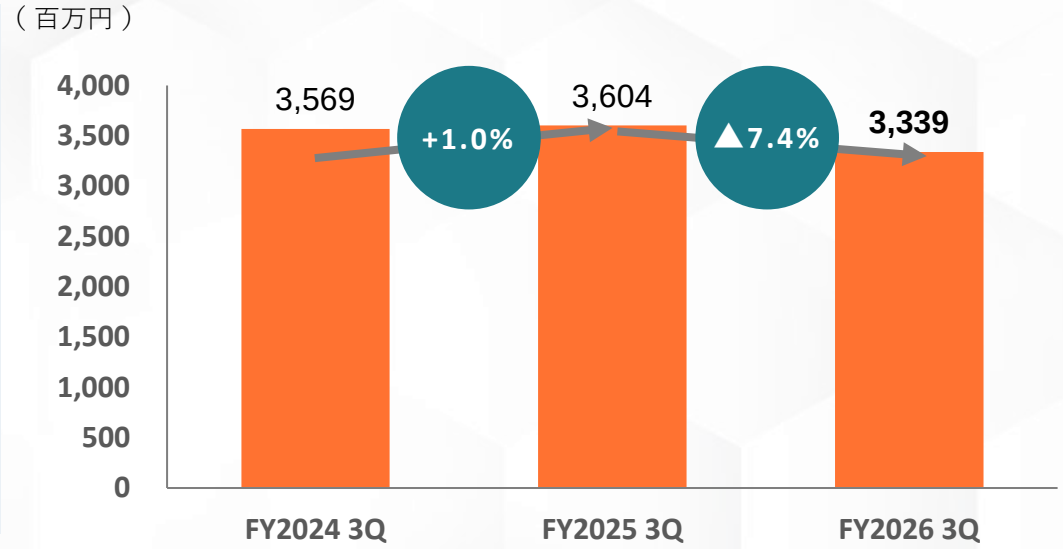
© 2026年12月期 第3四半期決算説明補足資料 株式会社キューブ 証券コード：7112

2026年12月期第3四半期　決算サマリー

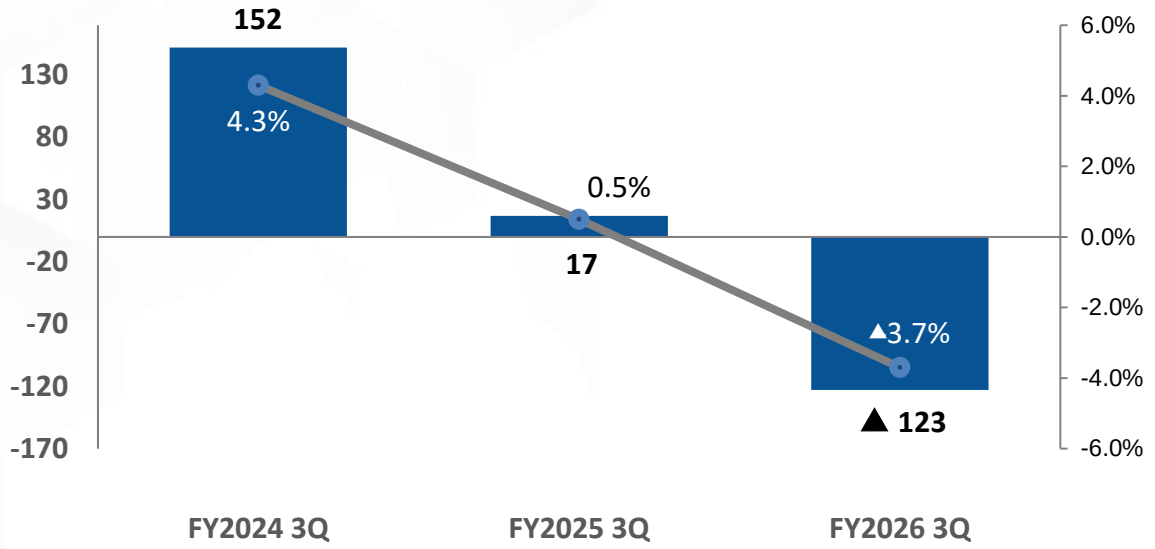
CUBE CO.,LTD.

売上高33.4億円、営業損失1.6億円。収益構造改革を進め、国内リテールを中心にD2C売上は順調に増収となっているものの、韓国向けの売上高減少の影響が大きく、営業損失の計上となった。

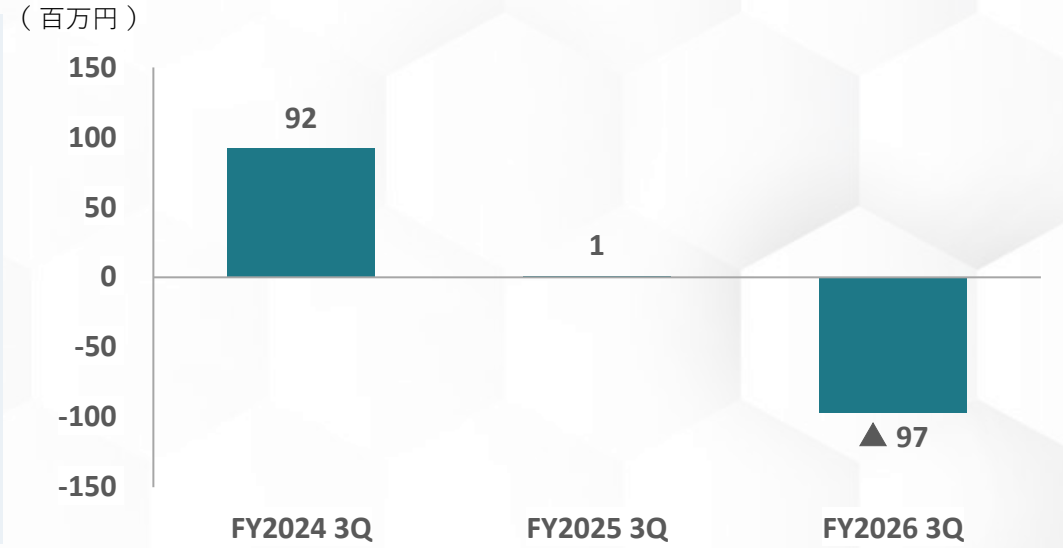
売上高



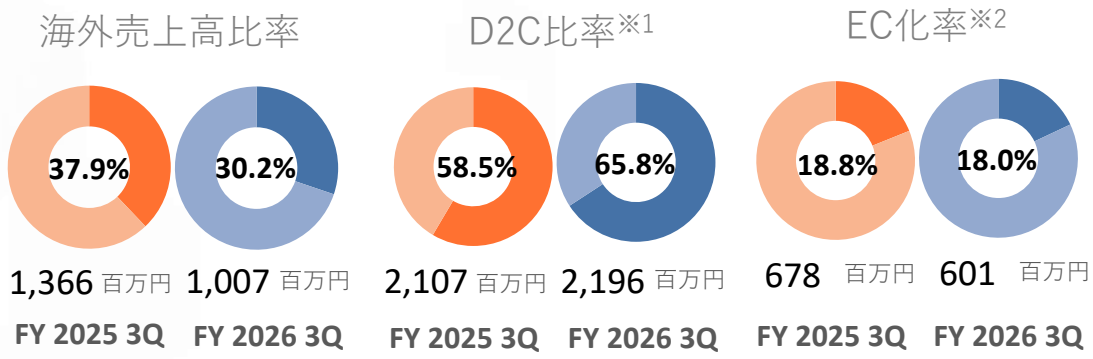
営業利益・営業利益率



当期純利益



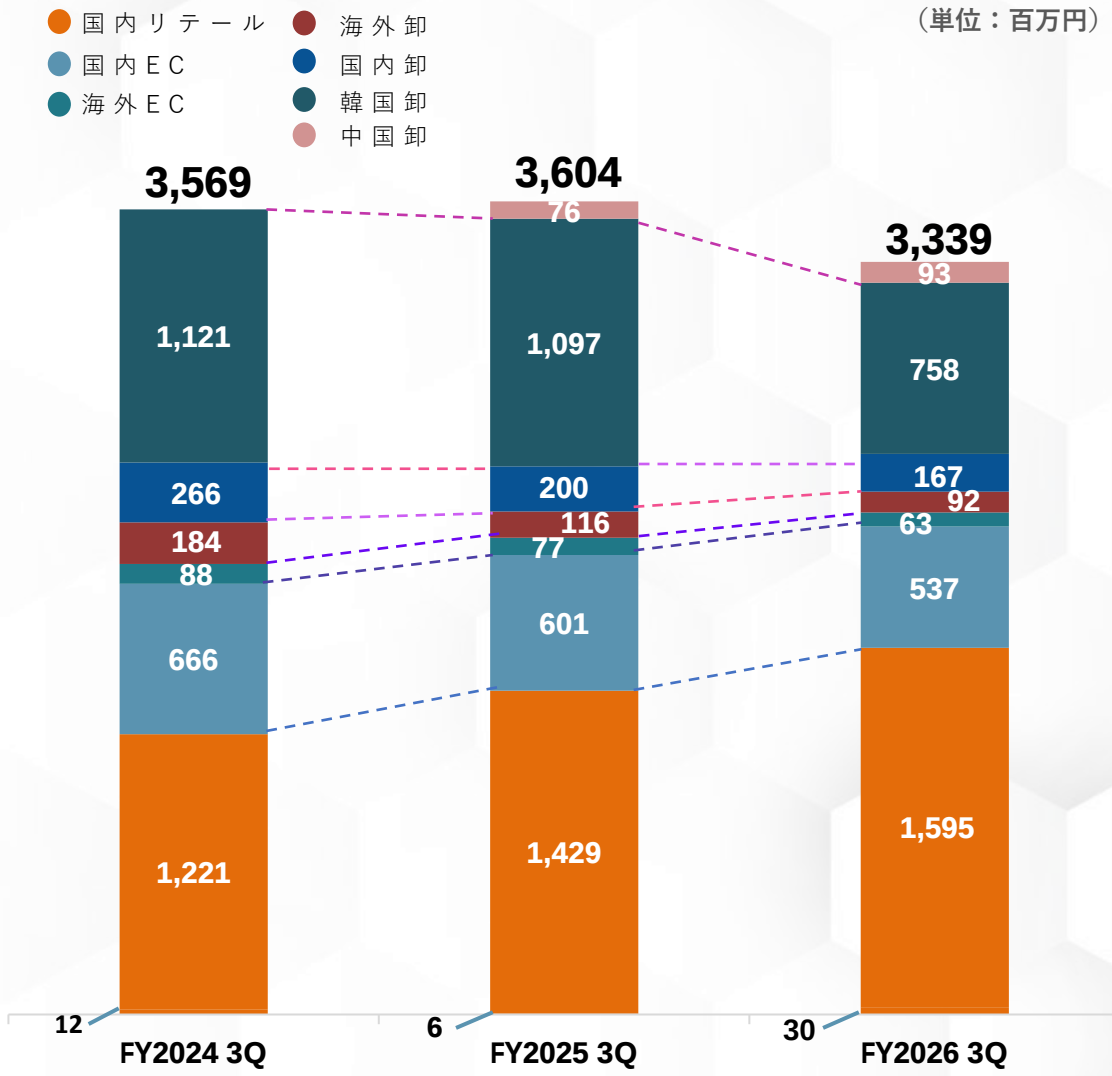
重要指標



※1 D2C比率＝（国内リテール売上高+国内EC売上高＋海外EC売上高）÷ 売上高

※2 EC化率＝（国内EC売上高＋海外EC売上高）÷ 売上高

販売チャネル別売上推移



業績ハイライト

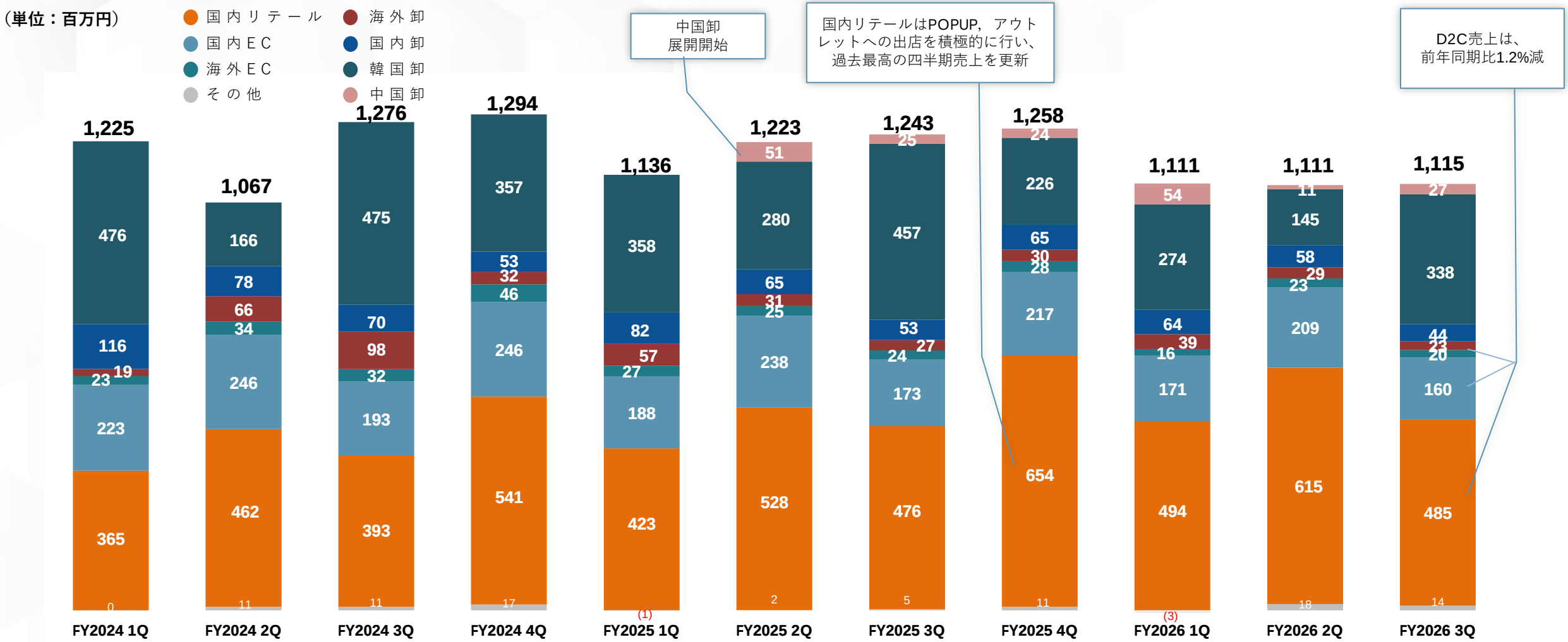
- **総括：**直営店（D2C）売上は、気候変動による天候不順の影響を受けたものの堅調に推移。事業構造改革中の韓国卸は、韓国出身の女性アンバサダーによるブランディング強化を図っているものの、業績改善に至らず。売上全体は前年比265百万円減となった。
- **国内リテール**は、天候不順で伸び率は緩やかになるも、前年比＋11％の成長を維持。
- **韓国卸**は、前年比338百万円の減少。韓国経済環境の冷え込みと、アフターコロナ以降においてゴルフウェア市場が調整局面となっている状況に大きな変化はない。韓国事業の構造改革を進めるとともに、ブランディングの強化やロイヤルティ施策の展開で、売上の再拡大を図っている。
- **中国卸**は引き続き前年比＋23％の成長。 今年度はゴルフ場を中心に計4店舗を出店、加えて、EC事業もローンチした。会員制ゴルフ場を中心とした出店スピードを加速し、事業拡大を進めていく。

販売チャネル別四半期売上推移

CUBE CO.,LTD.

第3四半期期間においては、国内リテールの成長は続いているものの、国内リテールと国内および海外のECを合計したD2C売上は665百万円、前年同期比8百万円の減収となった。出店が進む中国卸は、前年対比で引き続き増収となっている。

（単位：百万円）

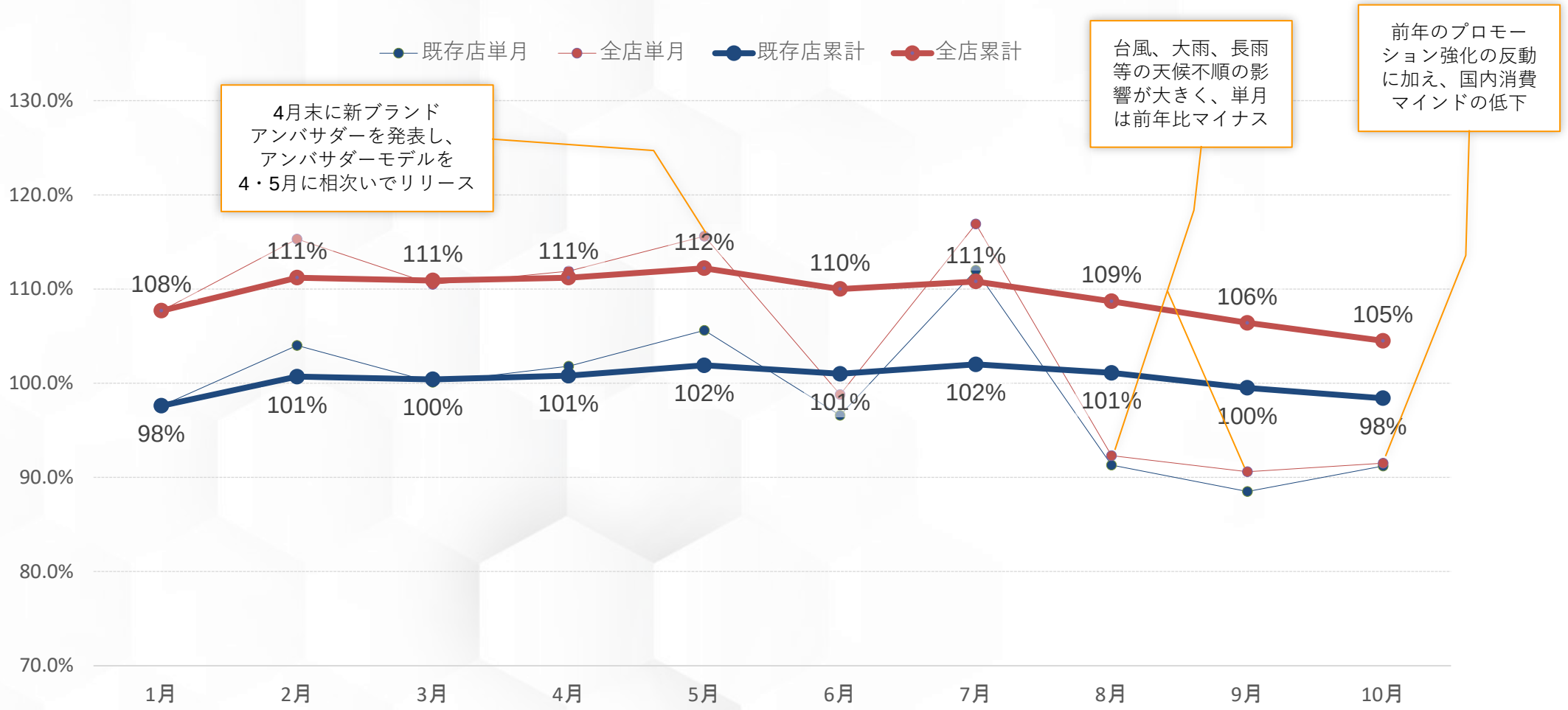


※1Qと3Qは国内外向け卸出荷タイミングのため、2Qと4Qと比較して売上が多くなる傾向にあり、3Qと4Qは重衣料等秋冬物の展開時期のため、1Qと2Qと比較して売上が多くなる傾向となります。

2026年12月期 直営店月次売上高推移（前年同月比）

CUBE CO.,LTD.

7月まで全店累計は前年比111%で推移していたが、8月から9月にかけての台風、大雨、長雨、低温等の天候不順が続いたことで商品ラインナップとの乖離が生じ、国内消費マインドの低下も重なり、前年比105%、既存店は98%での推移となっている。



業績概要（対前年実績）

国内リテールの成長がけん引するD2C比率の向上と、サプライチェーン見直しによる収益構造改革は引き続き進捗し、売上総利益率は63.5％まで上昇。夏以降の天候不良や国内消費マインドの低下の影響が大きく、売上高は年間計画を下回って進捗した。

（単位：百万円）

	FY2025 3Q	FY2026 3Q（当期）	前年同期比（増減率）	業績状況等
売上高	3,604	3,339	▲265 （▲7.4%）	• 国内リテールの成長は続いているものの、日本国内における天候不良や消費マインド低下に対して、商品ラインナップの一部乖離が発生した。
売上総利益 （売上総利益率）	2,143 （59.5%）	2,121 （63.5%）	▲22 （▲1.0%）	• D2C比率の向上（前年同期比+7.3pt）と直接貿易の推進による売上原価率の低減により、売上総利益率は前年同期比+4.0ptの上昇となった。
営業利益 又は営業損失 （営業利益率）	17 （0.5%）	▲123 （▲3.7%）	▲140 （－）	• 販管費は、外部委託費用の削減を進めたことで人件費は減少 • 3Q期間においては13百万円の営業利益を計上
経常利益 又は経常損失 （経常利益率）	21 （0.6%）	▲111 （▲3.3%）	▲133 （－）	―
当期純利益 又は当期純損失 （当期純利益率）	1 （0.1%）	▲97 （▲2.9%）	▲99 （－）	―

業績予想の修正

CUBE CO.,LTD.

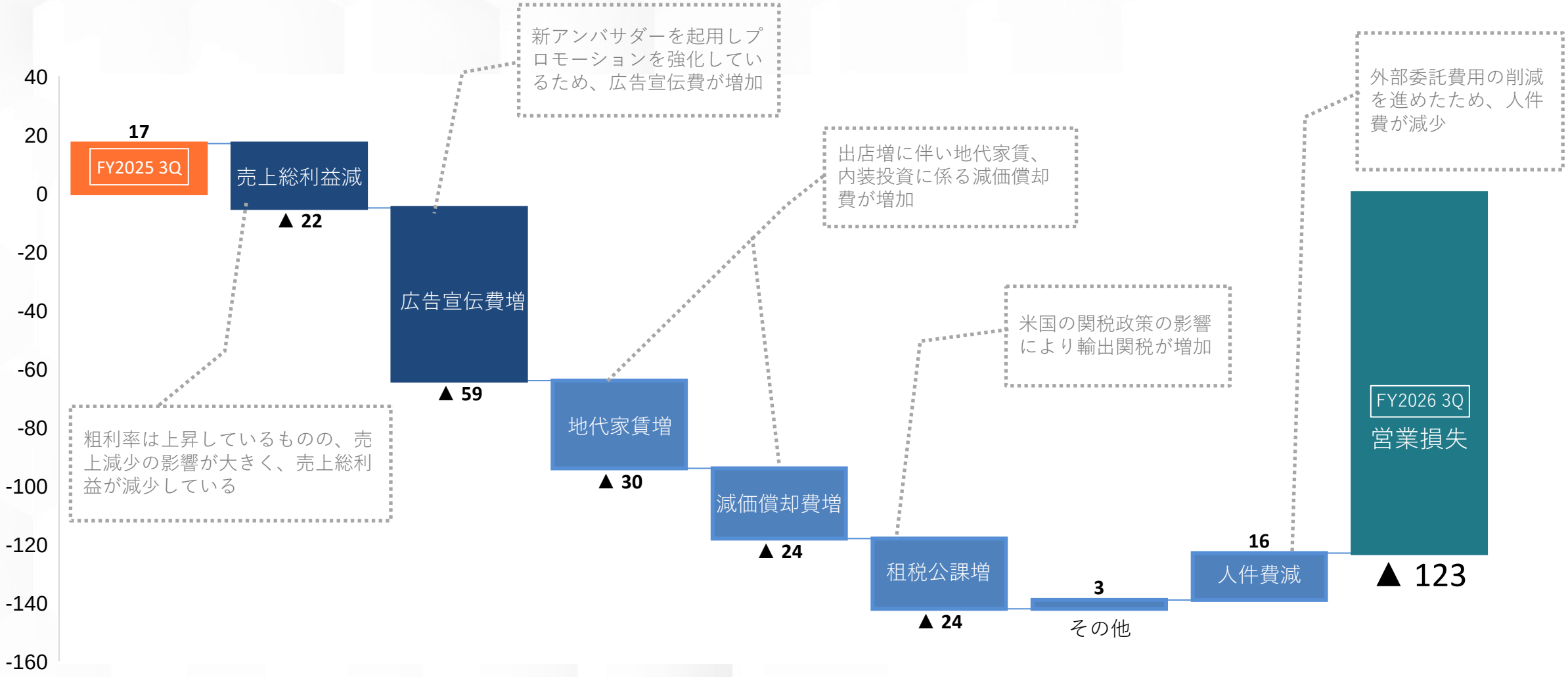
第3四半期決算を受け、2026年2月16日に公表した2026年12月期の業績予想を以下の通り修正。

（単位：百万円）	当初業績予想	業績予想修正	増減	増減率	業績予想の達成に向けた、取組について
売上高	4,965	4,414	▲551	▲11.1%	・受注済限定商品の納品による、売上の計上 ・キャラクターIP、米国のパターブランドとのコラボ商品等を追加で投入 ・ゴルフ最盛期に合わせ、ロイヤリティ施策の実施
売上総利益 （売上総利益率）	3,179 （64.0%）	2,794 （63.3%）	▲385	▲12.1%	・粗利率が高い直営店チャネルにおける販売を強化し、粗利の最大化を図る ・アウトレット店舗におけるプロパー商品の販売強化
営業利益 又は営業損失 （営業利益率）	115 （2.3%）	▲171 （▲3.9%）	▲286	―	・広告宣伝費の見直しにより、さらなる削減の実施 ・業務委託内容の厳選により、人件費のさらなる削減 ・海外ECに関わる輸出関税につき、見直しを実施 ・不要不急な旅費交通費や消耗品費の支出抑制 ・業務効率の向上による、物流費の低減
経常利益 又は経常損失 （経常利益率）	120 （2.4%）	▲158 （▲3.6%）	▲279	―	同上
当期純利益 又は当期純損失 （当期純利益率）	66 （1.3%）	▲138 （▲3.1%）	▲204	―	同上

営業利益増減要因

CUBE CO.,LTD.

販管費については、外部委託費の削減により人件費が減少した一方、女性向け商品の売上拡大を目的とした新アンバサダーの起用とプロモーション強化に伴い、広告宣伝費が増加したことから、営業損失を計上した。



© 2026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

BS概要

流動負債が増加したが季節要因によるものであり、BSに大きな変動はない。

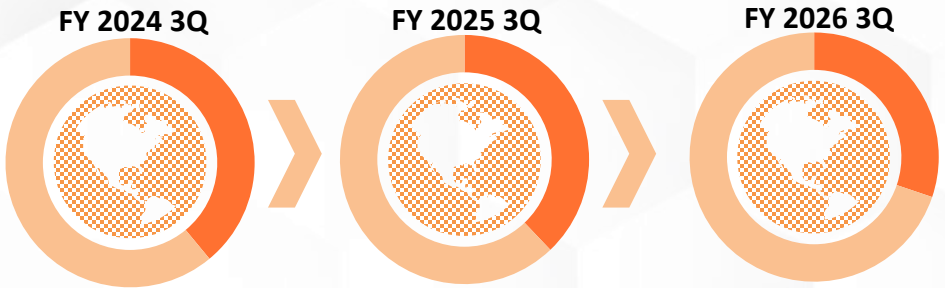
（単位：百万円）	FY2025 4Q	FY2026 2Q	FY2026 3Q	構成比	前期末比	主な増減要因（前期末比）
総資産	4,611	4,474	4,626	100.0%	+15	
流動資産	3,258	3,070	3,272	70.7%	+14	
固定資産	1,352	1,403	1,354	29.3%	+2	
流動負債	405	379	526	11.4%	+120	・下期シーズン向けの商品仕入の増加に伴う買掛金の増加
固定負債	163	154	154	3.3%	▲8	
純資産	4,042	3,940	3,944	85.3%	▲98	・繰越利益剰余金の減少

重要指標と財務KPI

CUBE CO.,LTD.

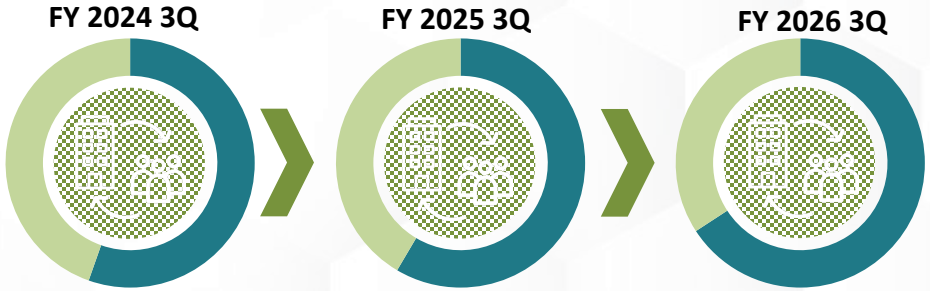
重要指標

海外売上比率



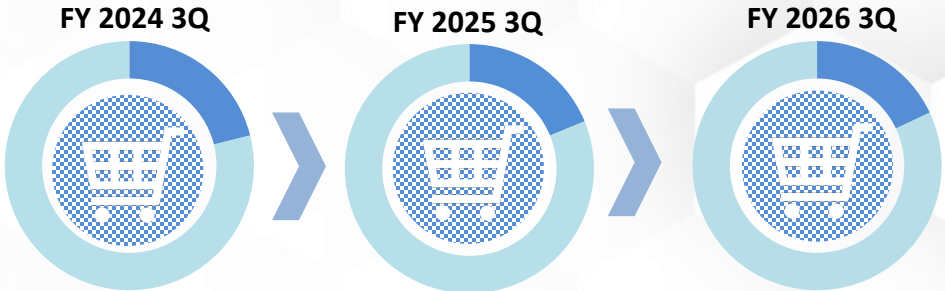
FY 2024 3Q	FY 2025 3Q	FY 2026 3Q
1,393百万円 39.0%	1,366百万円 37.9%	1,007百万円 30.2%

D2C比率 ※1



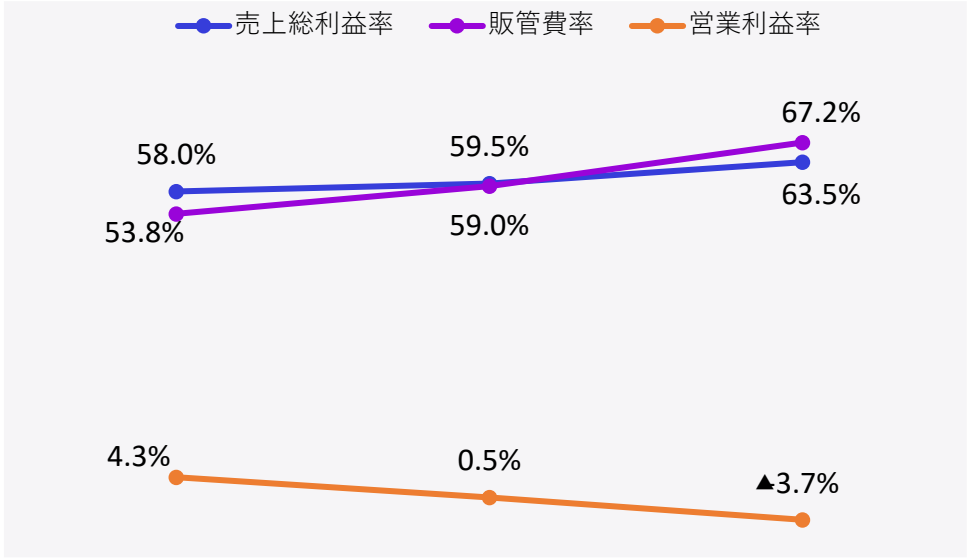
FY 2024 3Q	FY 2025 3Q	FY 2026 3Q
1,975百万円 55.4%	2,107百万円 58.5%	2,196百万円 65.8%

EC化率



FY 2024 3Q	FY 2025 3Q	FY 2026 3Q
754百万円 21.1%	678百万円 18.8%	601百万円 18.0%

財務KPI



	FY 2024 3Q	FY 2025 3Q	FY 2026 3Q
ROE	2.3%	0.4%	▲2.5%
自己資本比率	81.2%	82.3%	85.3%
EPS	15.19円	0.30円	▲15.99円
BPS	651.52円	653.04円	644.11円

※1 D2C比率＝（国内リテール売上高+国内EC売上高＋海外EC売上高）÷ 売上高

© 2026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

2026年12月期
事業進捗

チャネル計画と進捗

CUBE CO.,LTD.

✓ 本第3四半期決算発表時点

			FY2026 1Q	FY2026 2Q	FY2026 3Q	FY2026 4Q
D2C	国内 リテール	• 2026年第3四半期決算発表時点まででは、MARK & LONAブランド常設店2店舗を出店、1店舗の既存店リニューアル、のべ5拠点でのPOPUP出店を行った • MODE COMMUTERブランドは、のべ3拠点でPOPUP出店を行った	POPUP出店による　新規常設店出店マーケティング			
			横浜髙島屋・大阪髙島屋・東京大丸で展開中			
			長島アウトレット・岡崎アウトレットで展開中			
			百貨店・商業施設　リニューアル（1～2店舗程度）			
				増床リニューアル（阪急うめだ本店）実施		
			常設店新規出店（1～2店舗程度）			
				ふかや花園アウトレット出店実施		
						神戸三田アウトレット出店
			MODE COMMUTERブランド　POPUP出店　展開実績			
			ルミネエスト	阪急うめだ	西武渋谷	
	ＥＣ	• 自社サイト • プラットフォーム出店	自社サイト、アプリ等のオウンドメディアとSNS連携の強化			MODE COMMUTER ZOZO店　新規出店実施
B2B	韓国	• 総代理店との連携強化 • TECH SKIN代理店契約締結				TECH SKIN Amazon店 新規出店実施
			既存店における構造改革の推進			
					ゴルフアクセサリー「TECH SKIN」日本国内取扱開始	
	中国・香港・マカオ	• JV事業を通じた出店	ゴルフ場店舗3店舗出店実施			ゴルフ場店舗 新規出店準備中
			EC店舗出店実施			
	その他海外	・代理店を通じた出店	台湾新規出店　検討中			
			インドネシア新規出店　検討中			
					インドネシア　POPUP出店実施中	
			ベトナム新規出店　検討中			
	日本	・卸売販売を継続	取扱商材の強化と、新規卸先アカウントの開拓			

© 2026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

グローバル展開 – 中国

10月には、アジア有数のラグジュアリーゴルフリゾートである「HIDDEN GRACE GOLF CLUB」（広東省深圳市）および「Spring City Golf & Lake Resort」（雲南省昆明市）に相次いで出店し、中国における常設店舗数は6店舗に拡大した。







国内リテール ー 神戸三田アウトレットオープン

10月には、関西エリア最大級のアウトレットモール「神戸三田プレミアム・アウトレット」に新店舗をオープン。アウトレット店舗限定の特別なアイテムを多数展開し、新たな顧客層の獲得を図る。







グローバル展開

中国では、10月にゴルフ場内へ2店舗を新規出店し、常設店舗数は計6店舗に拡大。今期中にさらに1店舗の開店を予定しており、販売網の拡充を進めている。インドネシアでは、新たな代理店契約の締結により市場展開を開始。ポップアップストアを通じたブランド認知の向上と、新規顧客の獲得に取り組んでいる。

	現状	今後
韓国	• 市場環境を踏まえ、商品在庫・店舗等選択と集中を推進 • ゴルフアクセサリーブランドTECH SKINの国内展開を推進 • ゴルフギアブランドとの新たな正規代理店契約を引き続き進行中	• 選択と集中を進めながら、ブランディング強化によりブランド浸透を図る • ゴルフアクセサリーブランドTECH SKINの国内EC・卸販売を推進 • ゴルフギアブランドとの新たな商品販売に向けた準備を進行中
中国 香港 台湾	• 中国について、JVにより、HIDDEN GRACE GOLF CLUBと、Spring City Golf & Lake Resortへ新規出店。 • 台湾について、専門店2店舗にて売上が順調に成長	• 中国について、引き続きJVによるゴルフ場への新規店舗の出店開発を準備中 • MODE COMMUTERブランドのZOZO出店、卸売展開の強化 • 台湾では引き続き新たな専門店出店に向けリサーチ中
ASEAN	• ベトナムについて、 2店舗目の専門店出店に向けリサーチ中 • インドネシアにおいて、代理店によるポップアップ出店を実施	• ベトナムについて、引き続き2店舗目の専門店出店、ポップアップ出店に向けリサーチ中 • 引き続き、インドネシアにおけるポップアップ出店を継続 • タイにおけるパートナー開拓
欧米 その他	• 受注の継続と売上拡大 • 近隣諸国での新規取引先開拓 • 新規展開へのパートナー開拓	• 受注の継続と売上拡大 • 近隣諸国での新規取引先開拓 • 新規展開へのパートナー開拓

GLOBAL NETWORK

各国のパートナーと連携した出店開発を進めるとともに、海外マーケティング活動を通じたPOPUPストアの展開、各地で行われる展示会への出展や、B2Bツールを使用し、海外卸売の強化を図る。

GLOBAL ONLINE STORE

各国でのタッチポイントを通じたブランドの認知を拡大。
SNSやメッセージアプリ、KOLを使用したパワーコンテンツでPRを強化し、インバウンド顧客のロイヤル化を進め越境ECに顧客を呼び込む。

株主還元方針

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）を継続してまいります。
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。
その中で、株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに当社のサービスを利用いただくことで事業内容をより一層ご理解いただくこと、また、当社株式に対する投資魅力を高め長期的に保有していただくことを目的に、株主優待制度を導入しております。
なお、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。

株主還元施策：株主優待制度

株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに当社のサービスを利用いただくことで事業内容をより一層ご理解いただくこと、また、当社株式に対する投資魅力を高め長期的に保有していただくことを目的に、株主優待制度を導入しています。

対象となる株主様

毎年12月末日の当社株式名簿に記載又は記録された200株（2単元）以上保有の株主様を対象といたします。

株主優待の内容

#	項目	説明
1	**優待内容**	当社の国内店舗・国内公式オンラインストアで利用できるクーポン（10,000円相当分）を進呈
2	**利用可能範囲**	国内店舗・国内公式オンラインストア ※海外向けオンラインストアは対象外です
3	**申込時期**	毎年3月上旬に発送予定の株主総会等資料と併せて具体的なご案内を同封いたします

将来見通しに関する注意事項

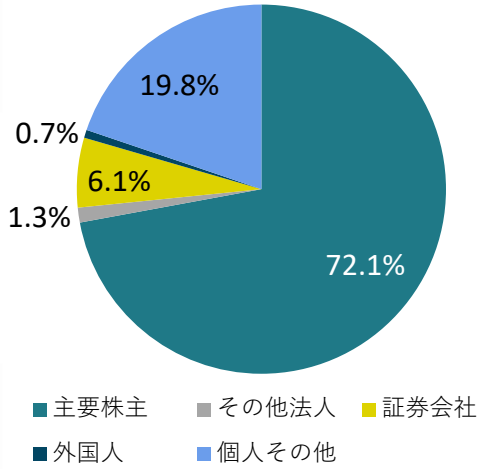
本発表において提供いたしました資料および情報は、「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの情報とは異なる結果を招き得る不確実性を含みます。それらリスクや不確実性には、一般的な業界および市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。本発表は、当社に関する情報提供を目的としたものであり、国内外を問わず、いかなる有価証券、金融商品または取引に関する募集、投資の勧誘または売買の推奨を目的としたものでもありません。本発表において提供い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

会社概要とビジネス概要
APPENDIX

会社概要

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	代表取締役会長兼社長　松村 智明 / Tomoaki Matsumura
設立	1994年12月
資本金	841,303,438円（2026年6月末時点）
従業員数	94名（2026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	㈱阪急阪神百貨店、㈱大丸松坂屋百貨店、㈱岩田屋三越、森ビル㈱、㈱ZOZO、㈱ヴィクトリア

株主構成 2026年6月末



VISION

時代の顔を創る

我々の提供するブランドやサービス、それらが時代の象徴やトレンドとなり、記憶に乗り続けていくことを弊社の企業理念としています。

STRATEGY

プレミアムラグジュアリーブランドの創造

そして、その、ビジョンを実現していく戦略が、日本発の　プレミアムラグジュアリーブランドの創造となります。

MISSION

ゴルフに、自由を

ゴルフが多様化し、ファッショナブルなスポーツとして”自由にゴルフ” を楽しんで頂く、そしてその優雅なライフスタイルを共にするパートナーとなることを我々のミッションとしています。

沿革

CUBE CO.,LTD.

1994
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ル SPINY を開業

1998
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

2004
株式会社キューブに商号を変更。自社ブランドの開発、卸売を本格的に開始

2006
HORN GARMENT DEBUT

2008
MARK & LONA DEBUT

2009
MARK & LONA
表参道ヒルズ
TOKYO

2013
MARK & LONA
オンラインストア

2014
MARK & LONA
韓国
KOREA

MARK & LONA
松坂屋名古屋
AICHI

2016
MARK & LONA
福岡岩田屋
FUKUOKA

2017
NXCとの
資本業務提携

2018
MARK & LONA
銀座シックス
TOKYO

MARK & LONA
阪急うめだ
OSAKA

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
OSAKA

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

2024
グローバル展開
加速

MARK & LONA
台湾
TAIWAN

2025
中国JV始動

MARK & LONA
中国
CHINA

ベトナム
VIETNAM

プレミアム・アウトレット
御殿場
SHIZUOKA

プレミアム・アウトレット
りんくう
OSAKA

2026
プレミアム・アウトレット
ふかや花園
SAITAMA

プレミアム・アウトレット
神戸三田
HYOGO

© 2026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

マネジメントチーム

代表取締役会長兼社長　松村 智明



TOMOAKI MATSUMURA

取締役　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

執行役員　高橋 勇介

YUSUKE TAKAHASHI

執行役員　波多野 奨

SUSUMU HATANO

執行役員　國武 利充

TOSHIMICHI KUNITAKE

執行役員　齊藤 悟

SATORU SAITO

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　髙安 彰子

AKIKO TAKAYASU

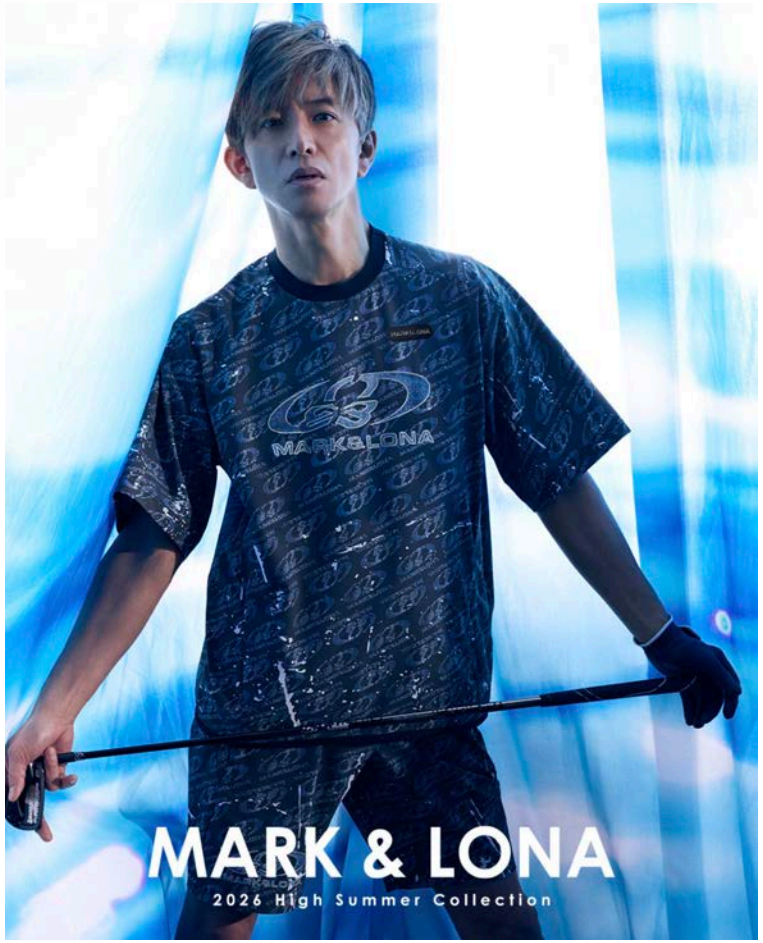
プロダクト
APPENDIX

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。



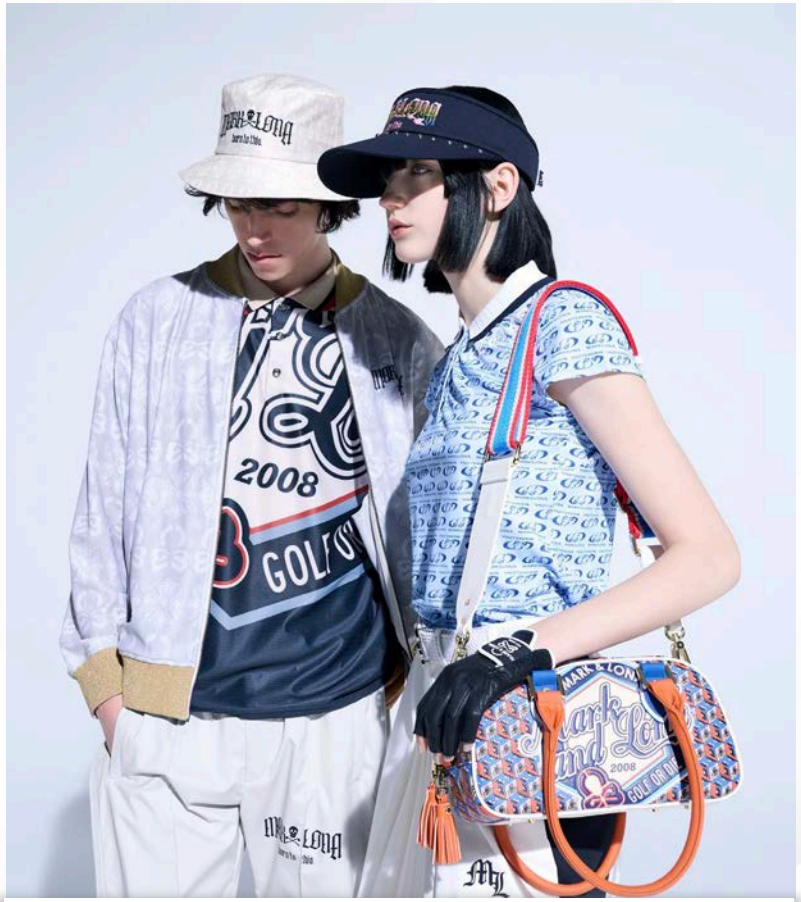




※1 ”Luxury”とは、他の著名ブランド等の顧客でもある富裕層に向けて、当該富裕層を顧客に持つ卸売先の開発や富裕層をターゲットとする商業施設での旗艦店展開を通じ、富裕層のライフスタイルに向けた高価格商品を展開すること

MARK & LONAコレクション

GENERAL・CODE・T-LINE・FER・DSTと幅広いコレクションを展開します。



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。



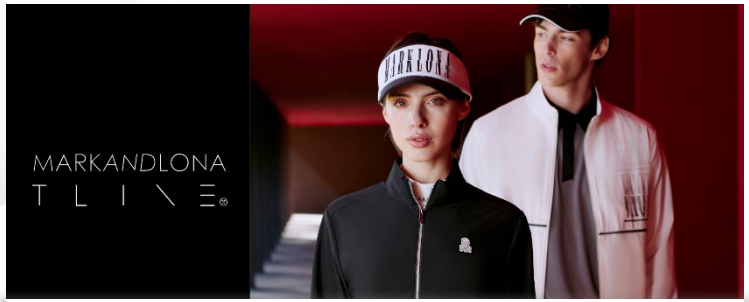
CODE COLLECTION

『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。



FER COLLECTION

アンバサダーのライフスタイルを落とし込んだマルチパーパスウェア”FER(ファー)”コレクション。ゴルフとサーフを楽しむ人たち、「GOL（FER）」と「SUR（FER）」に共通するワード “FER” をブランド名の由来としています。



T-LINE COLLECTION

15th Anniversaryの一環として、米国PGA SHOWにて発表されたカプセルコレクション「T-LINE」。
ゴルフウエアとしての高い機能性を備え、アジア圏のみならず欧米市場でもエッセンシャルウェアとして愛用。



DST COLLECTION

世界を旅するゴルフ愛好家のために開発されたシリーズ。軽量で高い機能性を兼ね備えたアパレルを中心に、ゴルフ用具を保護する耐久性と機能性に優れたトラベルケースなどのアクセサリーを展開。



E.O.F