



2025年1月期 決算説明資料

2025年3月17日



目次

1. 会社概要・事業概要
2. 2025年1月期 業績ハイライト
3. 2026年1月期 業績予想
4. 補足情報



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	797名（2025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134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（128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

120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) 2025年1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79店舗

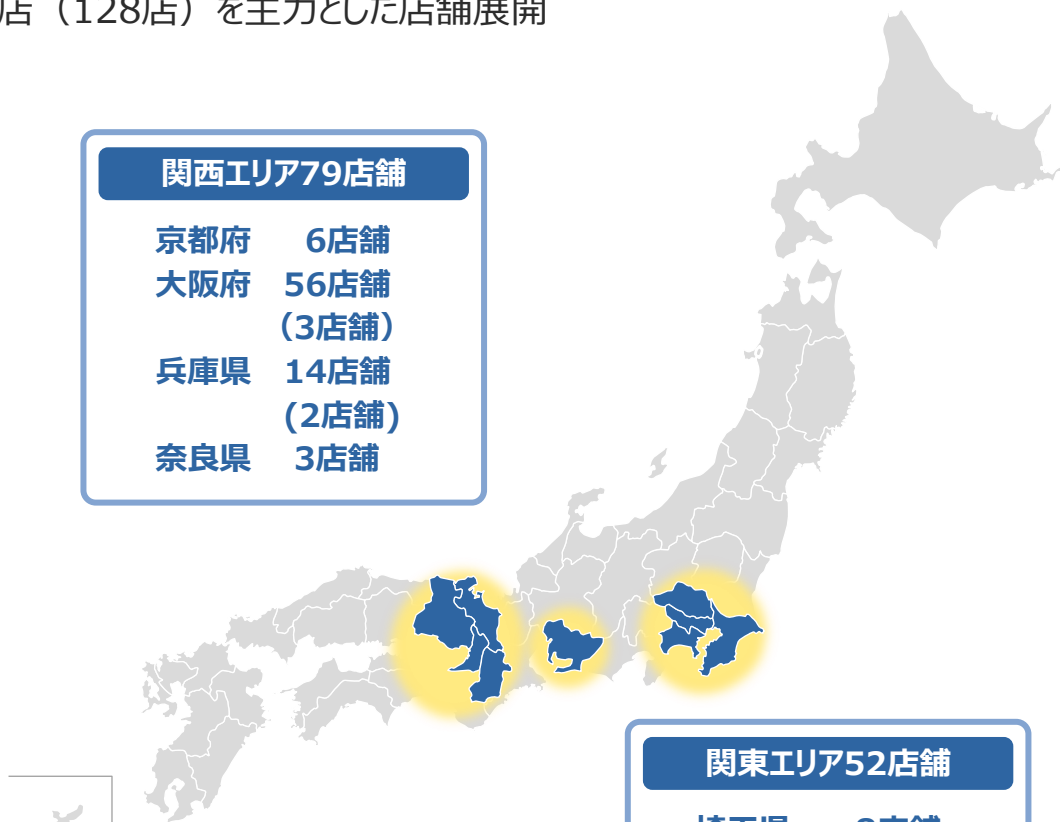
京都府	6店舗
大阪府	56店舗 (3店舗)
兵庫県	14店舗 (2店舗)
奈良県	3店舗

関東エリア52店舗

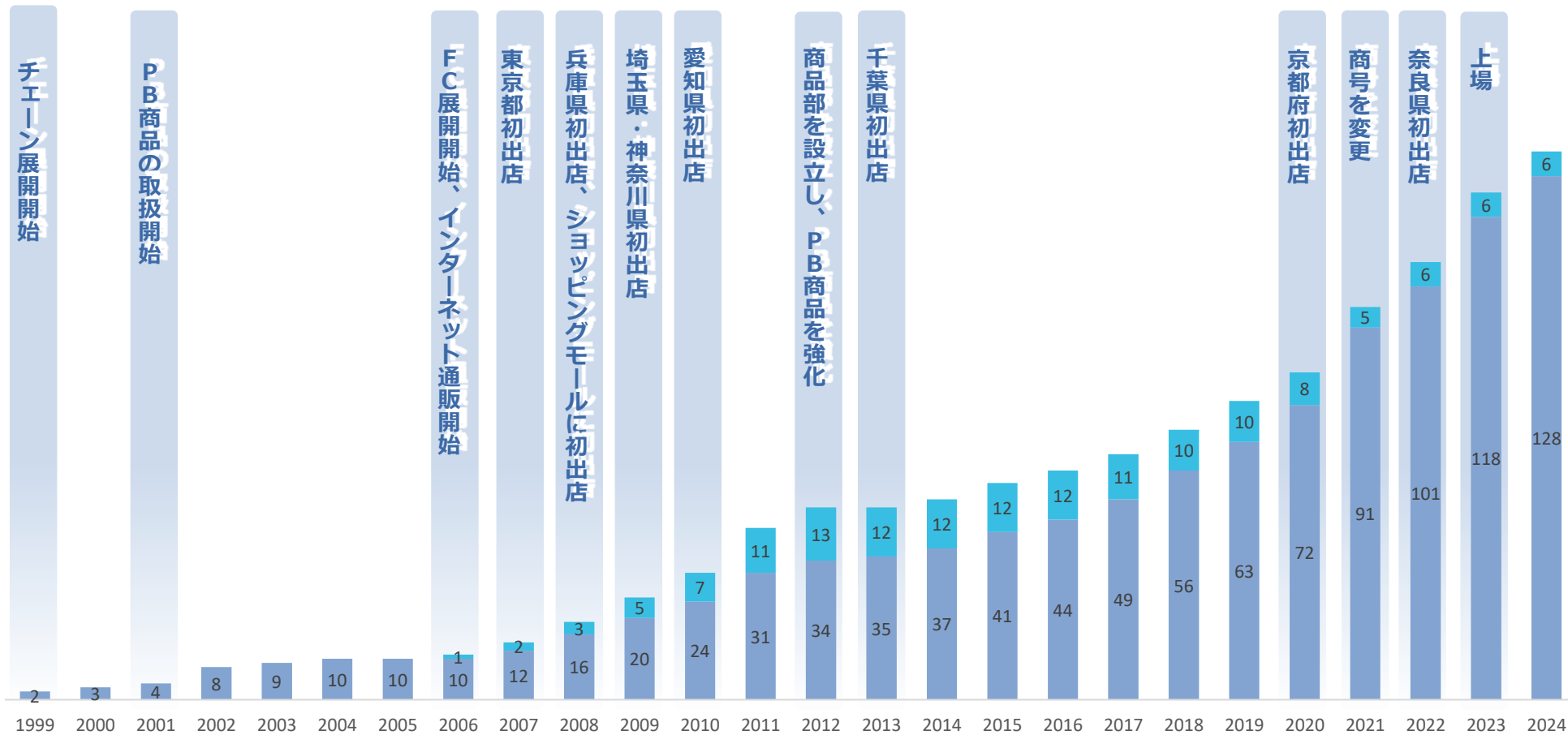
埼玉県	8店舗 (1店舗)
千葉県	9店舗
東京都	22店舗
神奈川県	13店舗

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



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 (Blue square) FC店 (Cyan square)

(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。

- 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

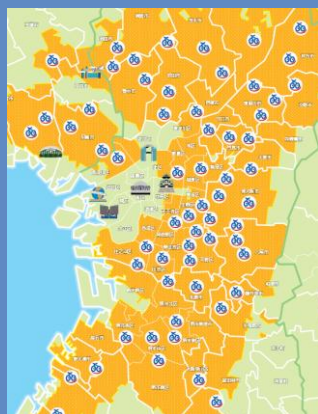


入口の外に
エアースを設置



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

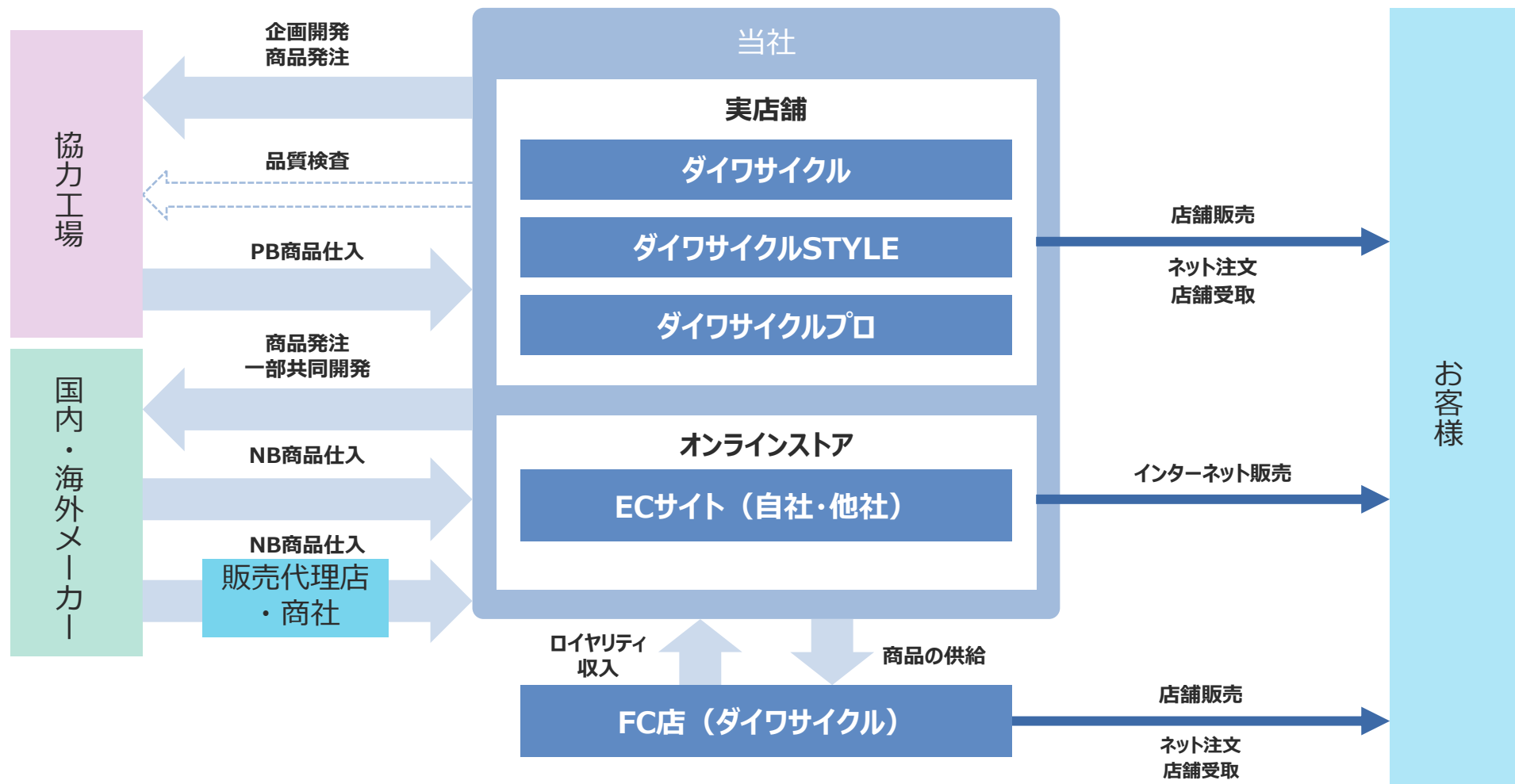
大阪では切れ目ないドミナント体制を構築

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

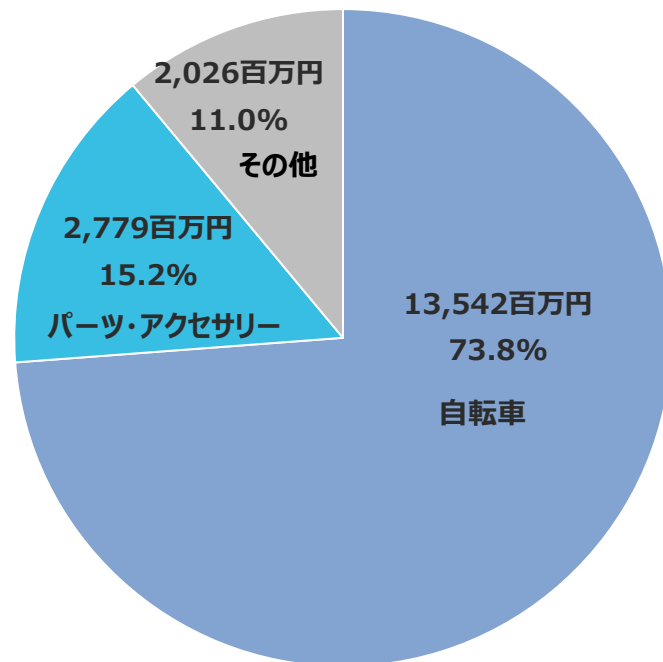
- 主に店舗において自転車及び自転車パーツ・アクセサリ等の商品販売、自転車の整備及び修理サービスを提供
- 当社が企画・開発しメーカーに生産委託したPB（プライベートブランド）商品に加え、国内自転車メーカー等のNB（ナショナルブランド）商品も取り扱う



■ 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15%、修理サービスや保険、サポートパック等のその他が約11%を占める

売上高の内訳 (2025/1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

実際のアクシデントに商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）

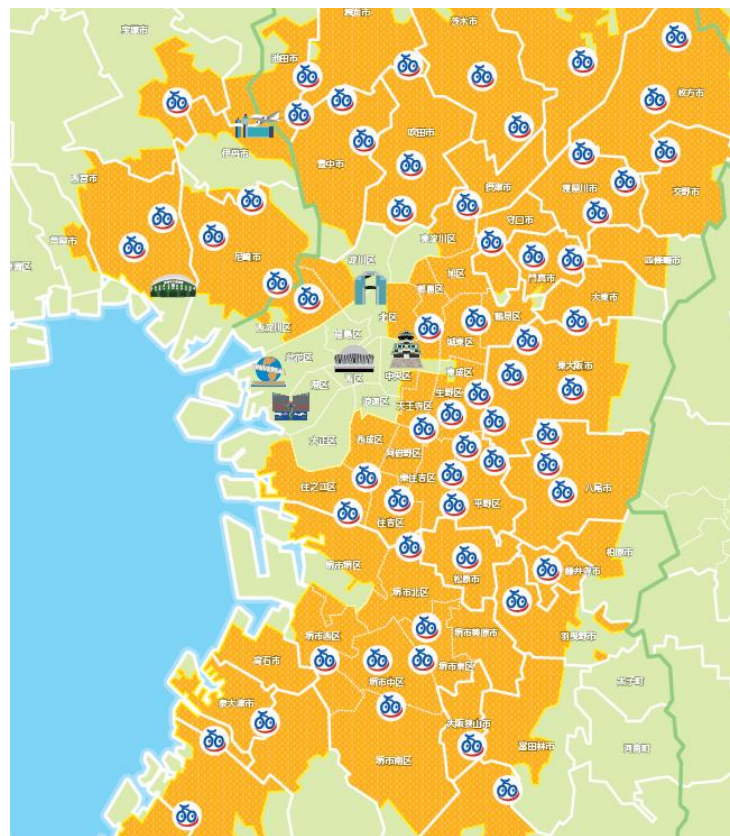


走れなくなった自転車を現地まで伺ってその場で修理

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）

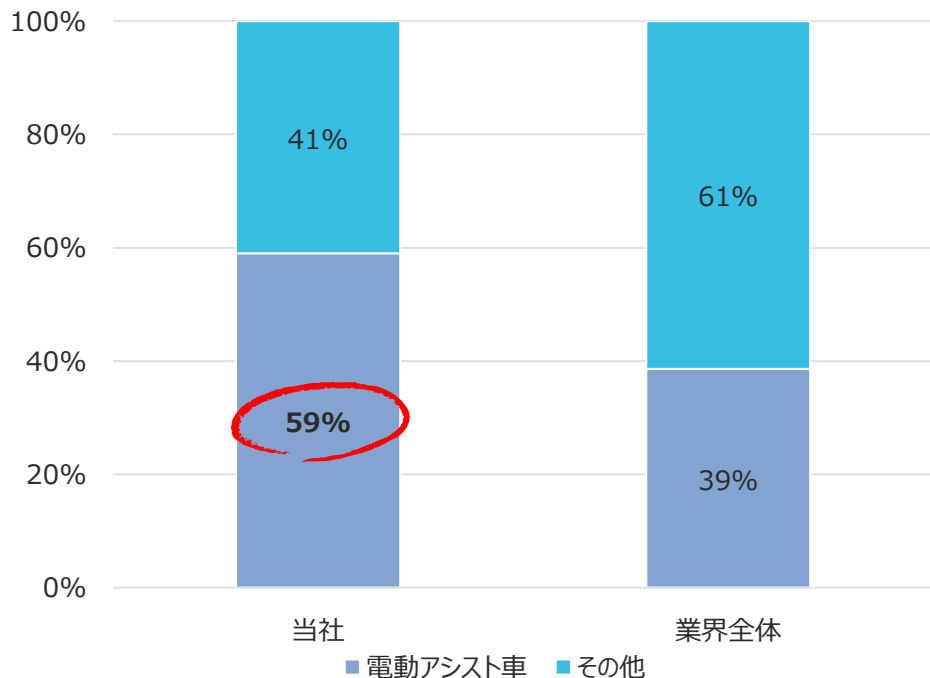
継続的な収益及び顧客とのリレーション構築にも貢献

- ▶ 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

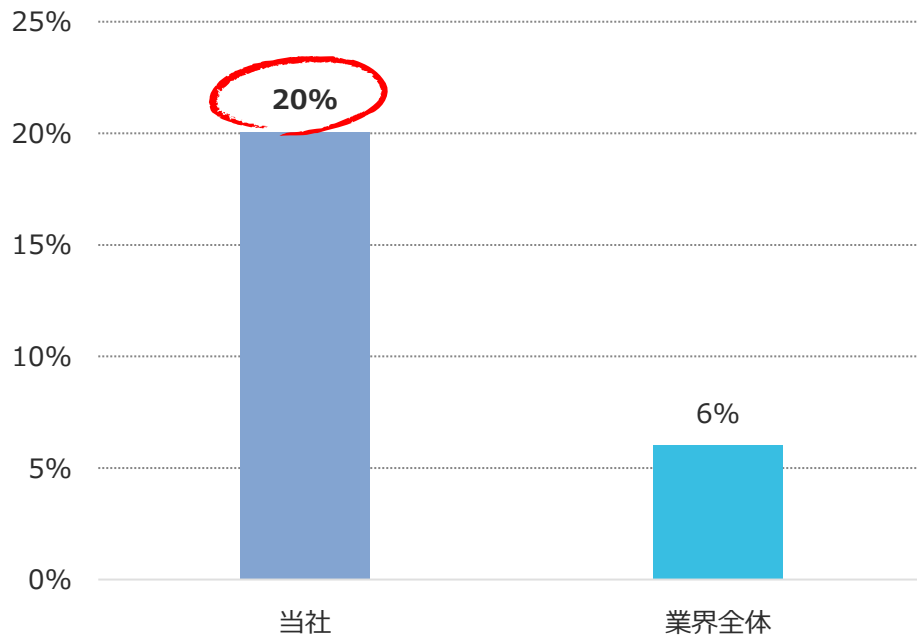
■ 30-40代の子育世代が5割超

- 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⁽¹⁾は59%で、業界全体（国内流通金額⁽²⁾）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）⁽¹⁾⁽²⁾



電動アシスト車売上成長率（2023/1期までの3期CAGR）⁽³⁾



(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 業績ハイライト

Section 2



売上高、営業利益ともに過去最高を更新

売上高

183.4億円

(+19.6%)

売上総利益

81.4億円

(+20.9%)

出退店数

+10店

(出店10、退店0)

営業利益

13.7億円

(+72.6%)

当期純利益

8.9億円

(+79.2%)

PB比率

34.6%

(前期累計 34.6%)

※ 売上高・売上総利益・営業利益・当期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

2025年1月期 業績（累計）

- 売上高は、コロナ禍から回復や好天、電動アシスト車販売の好調により増収
- 店舗あたり売上高の増加により営業利益は大幅に増加

	2024年1月期	2025年1月期		2025年1月期	
	(百万円) 通期実績	通期実績	増減率(%)	通期業績予想	予想比(%)
売上高	15,339	18,349	+19.6	18,312	100.2
売上総利益	6,731	8,141	+20.9	-	-
売上高総利益率	43.9%	44.4%	+0.5pt	-	-
販売管理費	5,934	6,765	+14.0	-	-
営業利益	797	1,375	+72.6	1,335	103.0
売上高営業利益率	5.2%	7.5%	+2.3pt	7.3%	-
経常利益	804	1,386	+72.3	1,340	103.4
当期純利益	501	898	+79.2	868	103.4

- 新店+10店舗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ービスや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 通期	2025年1月期 通期	増減率(%)
自転車	11,309	13,542	+19.7
パーツ・アクセサリ	2,440	2,779	+13.9
その他	1,589	2,026	+27.5
売上高計	15,339	18,349	+19.6

- ・ 「その他」は修理サービスや保険、サポートパック等の売上

売上総利益率

(%)	2024年1月期 通期	2025年1月期 通期	増減率(pt)
売上総利益率	43.9	44.4	+0.5

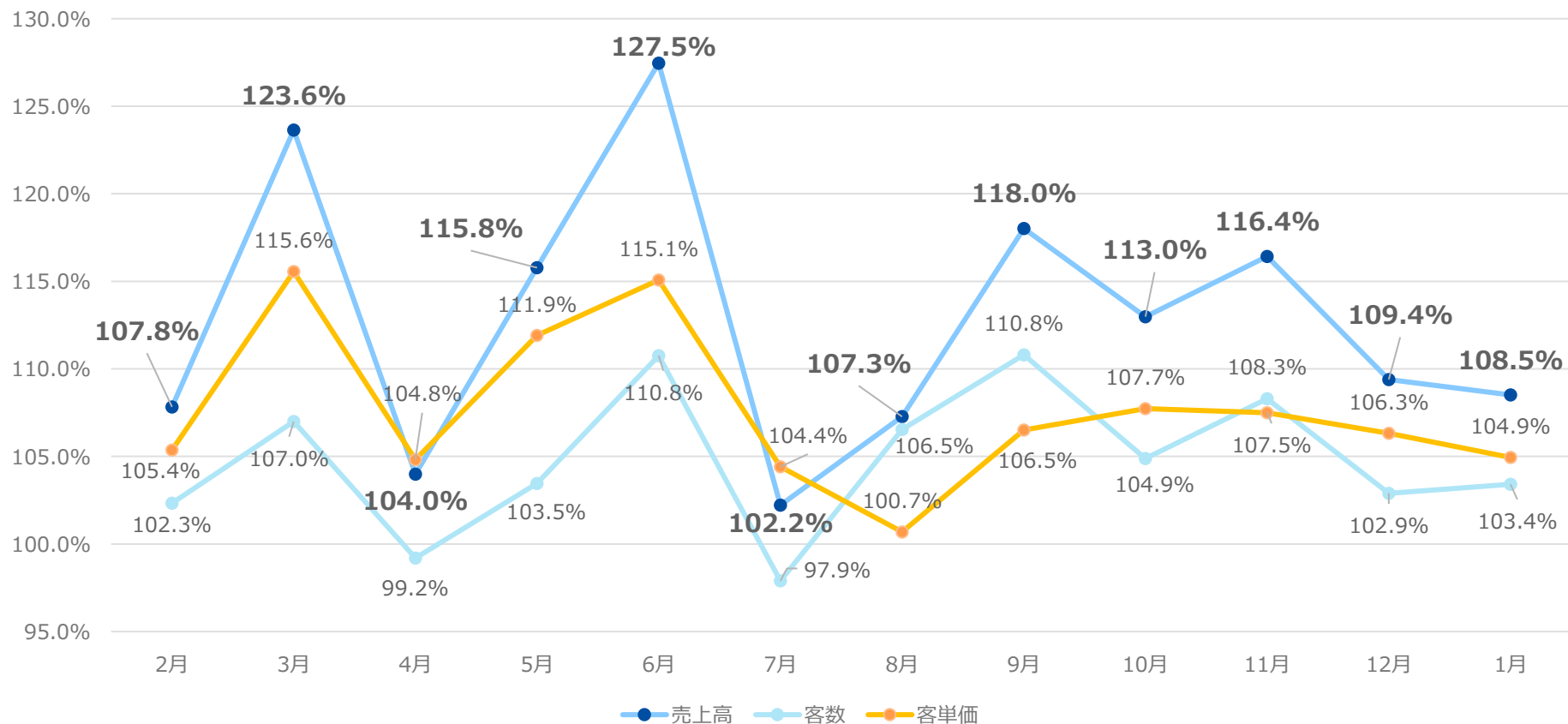
- ・ 【参考】2025/1期 売上総利益実績
1Q : 41.6%、2Q : 45.0%、3Q : 46.3%、4Q : 45.0%
- ・ 第1四半期は、自転車購入の最需要期であり、売上高に対する自転車売上割合が高くなる傾向があります。一方、自転車の売上総利益率は他の品目に比べて低いことから、他の四半期に比べて売上総利益率が低くなる傾向があります。

店舗数

(店)	2024年1月期 1月末	2025年1月期 1月末	増減
直営店	118	128	+10
FC店	6	6	0

2025年1月期 売上高・客数・客単価の推移（既存店・対前年同月比）

- 対前年比既存店累計売上高112.7%、客数104.8%、客単価107.5%と好調に推移
- 好天や上場に伴う認知度の向上等により客数が増加、電動アシスト車の販売割合増加等により客単価が上昇

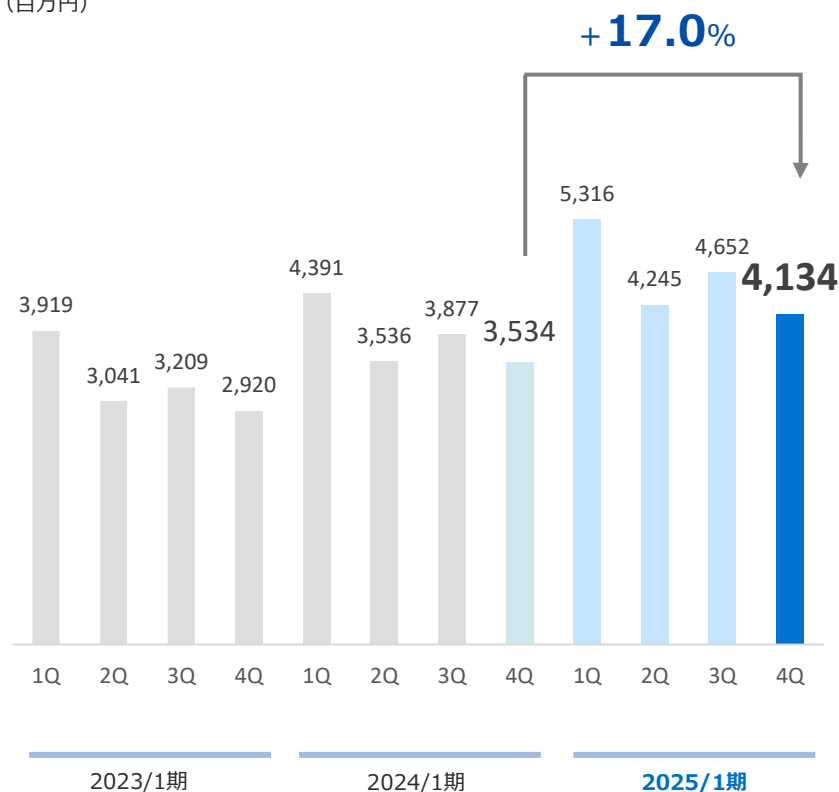


※既存店を各月末時点に開店日から13か月以上営業が継続している店舗と定義し、既存店の各月の売上高を前年同月の売上高と比較しております。

- 第4四半期（11月～1月）の前年同期比売上高は、引き続き新店効果に加えて既存店売上も増加
- 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

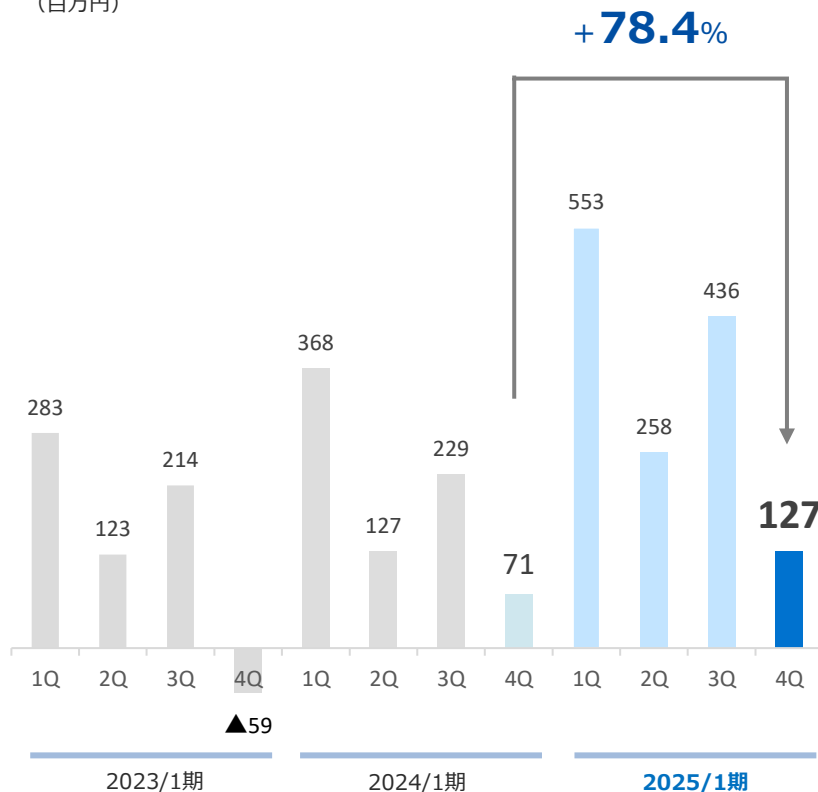
四半期売上高

(百万円)



四半期営業利益

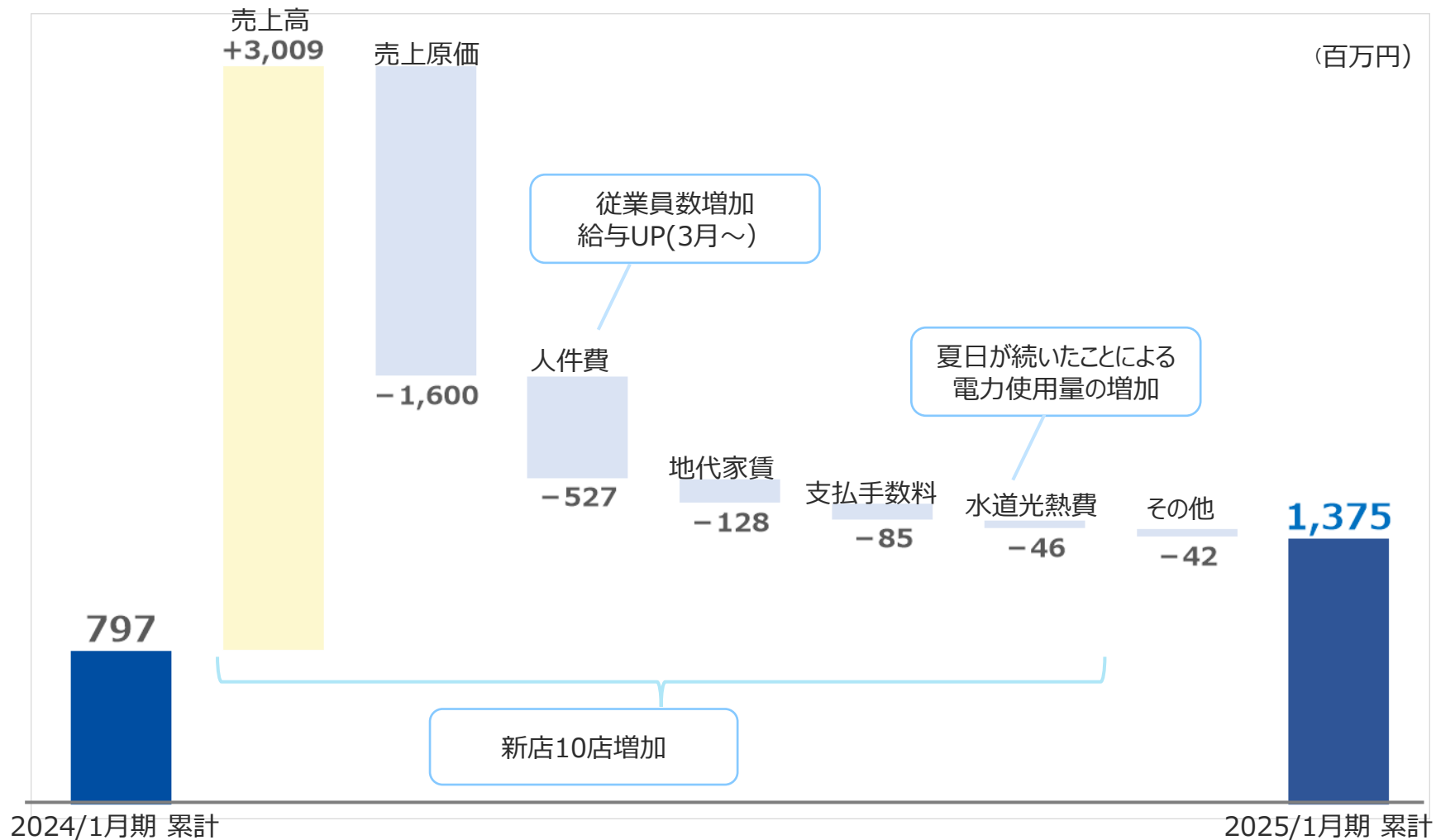
(百万円)



- 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.29参照）。
- 2023/1期以前および2025/1期第3四半期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 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（5.2%→7.5%）



■ 出店拡大に伴い資産・負債が増加

	2024年1月期 (百万円)	2025年1月期	増減額	主な増減等
流動資産	5,161	6,126	+965	現金及び預金、売掛金、商品等の増加
固定資産	2,206	2,465	+259	
資産合計	7,367	8,592	+1,224	
流動負債	2,543	2,981	+437	契約負債・未払法人税等の増加
固定負債	70	80	+10	
純資産	4,754	5,530	+776	
負債・純資産合計	7,367	8,592	+1,224	

- 当期4Q（11月～1月）において、2店舗を出店。当期は計10店舗を出店（2024/1期は17店舗の出店）。

	1Q（2月～4月）	2Q（5月～7月）	3Q（8月～10月）	4Q（11月～1月）	計
関東	さいたま新都心店	横浜西寺尾店、十日市場店	北小岩店	与野本町店、八王子越野店	6店舗
関西	芦屋店	堺百舌鳥店	向日上植野店 兵庫駅南店	—	4店舗



2024/12/13出店
ダイワサイクル与野本町店（埼玉県）



2025/1/24出店
ダイワサイクル八王子越野店（東京都）

- 当期4Q（11月～1月）において、3車種を新発売、1車種をリニューアル

新発売

2024年12月 新発売

多目的リアキャリア搭載 小径自転車 BMME



① 走るときは荷物を載せて、停めるときはスタンドにもなる多目的リアキャリア搭載
折り畳みはもちろん、縦置きでも保管できるので、スペースが限られているマンションなどでも利用しやすい。

② 表面にクラッキング効果があるウェザリング塗装。
アウトドアを思わせるカラーで、落ち着いていながらも個性的なルックス
③ フロントキャリア付きなので、前かごの取り付けも可能。

- 当期4Q（11月～1月）において、3車種を新発売、1車種をリニューアル

リニューアル



2024年11月 リニューアル
レピピ・アルマリオ

- ①人気アパレルブランド repipi armarioがデザイン監修した自転車
オリジナルパイプキャリアを採用し、目を引くデザイン
- ②24、26インチでの展開
幅広い年齢層に乗れるように26インチのみでの展開から、24インチを追加
- ③習い事にも便利な充実した機能
夜や雨でも安心できる充実装備

新発売



2024年12月 新発売
MULCIA

- ①買い物や通勤通学まで幅広く活躍する、万人向けモデル
- ②誰にとっても乗りやすい、コンフォートジオメトリを採用
- ③2車種同時リニューアル
変速機なしのシングル仕様とアップダウンに対応する変速機付き仕様で発売



2024年12月 新発売
MULCIA-G

- ①買い物や通勤通学まで幅広く活躍する、万人向けモデル
- ②誰にとっても乗りやすい、コンフォートジオメトリを採用
- ③2車種同時リニューアル
変速機なしのシングル仕様とアップダウンに対応する変速機付き仕様で発売

2026年1月期 業績予想

Section 3



- 2026年1月期は、+20店舗、売上高20,586百万円（YoY+12.2%）を見込む
- 営業利益は1,389百万円（YoY+1.0%）を見込む

(百万円)	2025年1月期 実績	2026年1月期 業績予想	前期比	増減率
売上高	18,349	20,586	+2,237	+12.2%
営業利益	1,375	1,389	+13	+1.0%
経常利益	1,386	1,408	+22	+1.6%
当期純利益	898	930	+32	+3.6%

	2025年1月期 実績	業績予想	前期比	内訳
店舗数 (直営店舗数)	134 (128)	154 (148)	+20 (+20)	出店20、退店0

(百万円,%)

	2025年1月期 実績	売上高 比	2026年1月期 業績予想	売上高 比	増減率
売上高	18,349	—	20,586	—	+12.2%
営業利益	1,375	7.5	1,389	6.7	+1.0%
経常利益	1,386	7.6	1,408	6.8	+1.6%
当期純利益	898	4.9	930	4.5	+3.6%

<売上高>

- 既存店成長に加え、新店+20店舗想定

<営業利益>

- 新規出店コストの増加により（10店舗→20店舗計画）営業利益率が悪化
- 出店に伴う採用コスト等の人件費が増加
- 想定為替レート：1ドル150円

1株当たり配当額
(予想)

68.0円

配当性向

20.1%

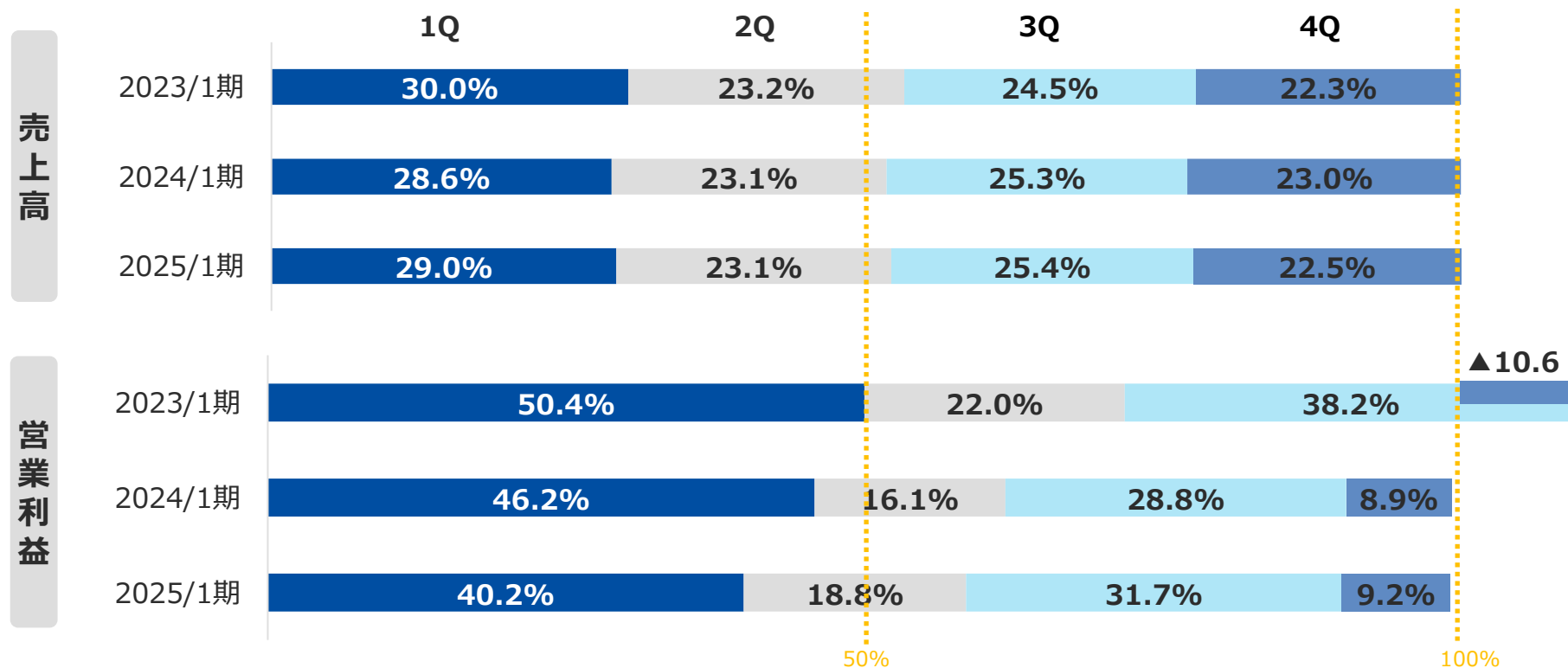
補足情報

Section 4



- 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>



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
業績予想	2026/1期の業績予想において、売上高が2025/1期比で二桁増収であるのに対し、営業利益の増益がわずかである理由は何か	2026年1月期は既存店の出店を20店舗とし、2025年1月期の10店舗から倍増させる計画です。新規出店には、初期費用として、新店のための備品購入や採用コスト、周辺顧客に認知してもらうための広告宣伝費などが発生します。また、出店初年度は売上高に対する修理割合が低く、これらの要因から、既存店に比べて利益率が低くなり、全体としても利益率の悪化要因となります。
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げ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	他の四半期に比べ、1Qの売上総利益率が低いのは何故なのか	売上総利益率は2025/1期1Q（2月～4月）41.6%、2Q（5月～7月）45.0%、3Q（8月～10月）46.3%、4Q（11月～1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。他のカテゴリー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	自転車カテゴリー毎、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。
市場	自転車の罰則強化に対する当社業績への影響は	2024年11月の道路交通法改正により、運転中のながらスマホが罰則の対象となり、また酒気帯び運転及び幫助等に対して新たに罰則が整備されましたが、現時点において業績への影響はほぼ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	わかり易いものとして、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	引き取りでの修理ではなく、バイクでご自宅等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。
出店	2025年1期の出店について、当初予想の20店舗に対して、実績が10店舗と大幅に減少した理由は	居抜き物件の成約数が計画を下回ったためです。居抜き物件の成約率が下がったことが主な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5,000万円程度です。しかし、今後の物価上昇等により出店コストが上昇していく可能性があります。
株主還元	株主優待を実施しないのか	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

DAIWA CYCLE株式会社（証券コード：5888）