



2020年1月期第2四半期 決算説明会資料  
第67期／2019年2月1日～2019年7月31日



クロスプラス株式会社 (証券コード 3320)



# 目次



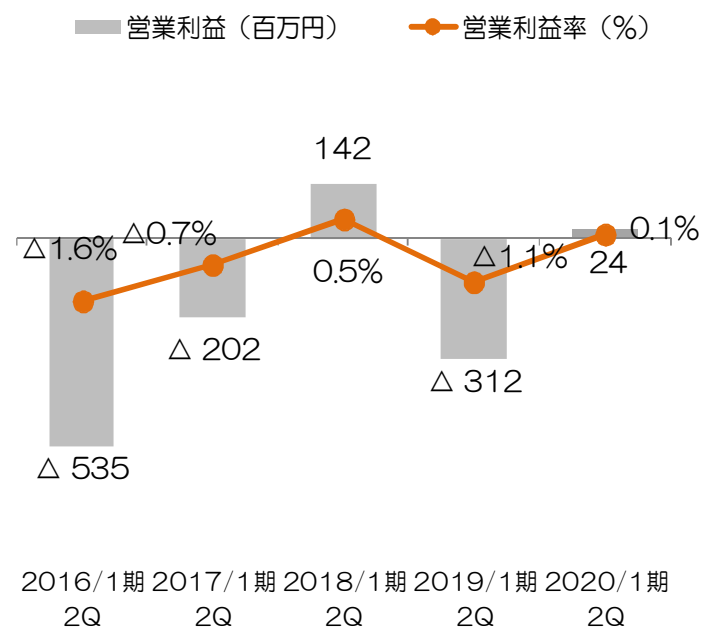
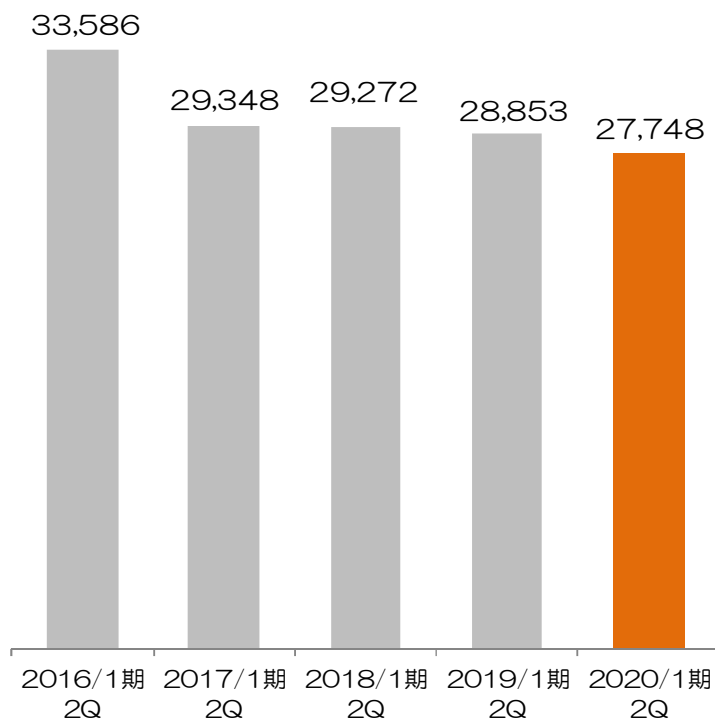
1. 2020年1月期 第2四半期決算概況	3
2. 2020年1月期 計画	18
Appendix	22



# 1. 2020年1月期 第2四半期決算概況



- 上期としては、2年ぶりに営業利益が黒字化
- アパレル卸売の採算性の見直しにより粗利益率が向上
- 中期経営計画に基づき、アパレルの業態転換を推進中



# 【連結】 損益計算書



単位：百万円

	2019/1期 2Q		2020/1期 2Q					
	実績	構成比	期初予想	実績	構成比	前年差額	前年比	期初予想比
売上高	28,853	100.0%	29,300	27,748	100.0%	△ 1,105	96.2%	94.7%
売上総利益	5,550	19.2%	5,900	5,986	21.6%	436	107.9%	101.5%
販管費	5,862	20.3%	6,100	5,961	21.5%	99	101.7%	97.7%
営業利益	△ 312	-	△ 200	24	0.1%	336	-	-
経常利益	△ 203	-	△ 150	125	0.5%	328	-	-
当期純利益	△ 226	-	△ 150	121	0.4%	347	-	-

# 【連結】ビジネス別売上高実績



単位：百万円

	2019/1期 2Q		2020/1期 2Q			
		構成比		構成比	前年差額	前年比
アパレル卸売	24,864	86.2%	23,611	85.1%	△ 1,253	95.0%
アパレル小売	4,037	14.0%	4,118	14.8%	81	102.0%
内 EC	209	0.7%	416	1.5%	208	199.7%
その他・連結調整	△ 47	△0.2%	20	0.1%	67	—
合計	28,853	100.0%	27,748	100.0%	△ 1,105	96.2%

(注) 今期よりビジネス別売上を記載しています。(詳細はAppendix(30ページ)ご参照)

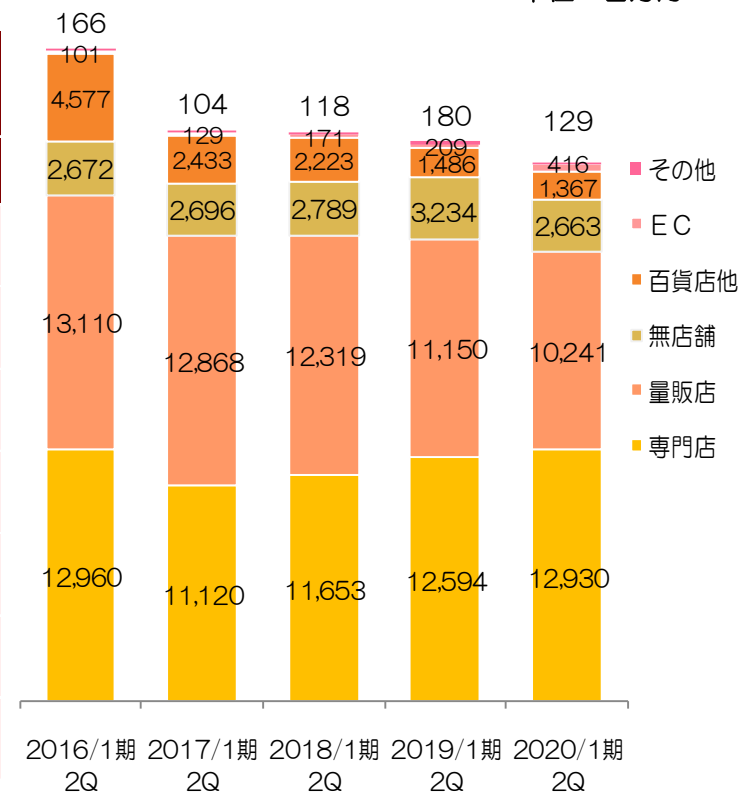
# 【連結】販売チャネル別売上高実績



単位：百万円

	2019/1期 2Q		2020/1期 2Q			
		構成比		構成比	前年差額	前年比
専門店	12,594	43.6%	12,930	46.6%	336	102.7%
量販店	11,149	38.6%	10,241	36.9%	△ 908	91.9%
無店舗	3,234	11.2%	2,663	9.6%	△ 571	82.3%
百貨店他	1,486	5.2%	1,367	4.9%	△ 119	92.0%
EC	209	0.7%	416	1.5%	208	199.7%
その他	180	0.6%	129	0.5%	△ 51	71.7%
合計	28,853	100.0%	27,748	100.0%	△ 1,105	96.2%

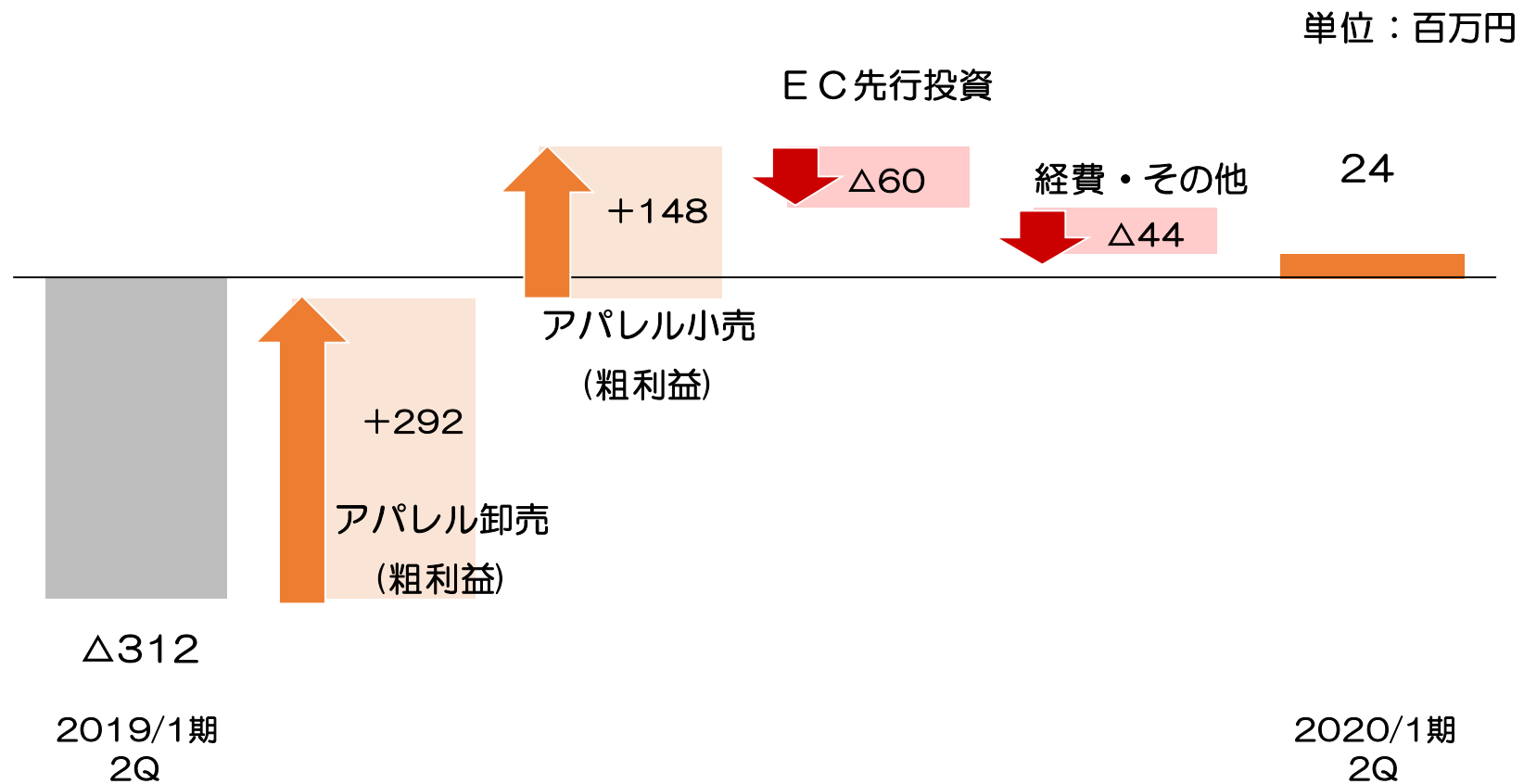
単位：百万円



今期より販売チャネルの区分にECを追加しています。

# 【連結】 営業利益の増減要因

- 採算性の見直しと専門店向け販売の拡大により  
アパレル卸売の粗利益が増加
- EC販売を拡大、販促費等の先行投資を優先





# 【アパレル卸売(国内)】業績指標



- 販売単価が上昇し、売上総利益率が改善

単位：百万円

	2019/1期 2Q	2020/1期 2Q		
			前年差額	前年比
売上高	24,637	23,501	△ 1,136	95.4%
売上総利益率	16.7%	18.8%	2.1%	112.7%
販売単価	944円	987円	43円	104.6%
仕入単価	761円	786円	25円	103.3%
販売枚数	2,608万枚	2,380万枚	△228万枚	91.3%

# 【連結】貸借対照表・指標



## ・有利子負債の返済や投資有価証券の売却を実施

	2019/1期 2Q		2019/1期		2020/1期 2Q		
		構成比		構成比		構成比	2Q 前年差額
<b>流動資産</b>	<b>17,218</b>	<b>64.4%</b>	<b>18,677</b>	<b>66.9%</b>	<b>14,787</b>	<b>63.0%</b>	<b>△ 2,431</b>
現預金	3,821	14.3%	4,226	15.1%	3,366	14.3%	△ 455
受取手形及び売掛金	10,969	41.0%	11,822	42.3%	9,108	38.8%	△ 1,861
商品	1,834	6.9%	2,173	7.8%	1,906	8.1%	72
<b>固定資産</b>	<b>9,516</b>	<b>35.6%</b>	<b>9,225</b>	<b>33.0%</b>	<b>8,675</b>	<b>37.0%</b>	<b>△ 841</b>
有形固定資産	4,097	15.3%	4,171	14.9%	4,124	17.6%	27
投資有価証券	4,544	17.0%	4,051	14.5%	3,521	15.0%	△ 1,023
<b>資産合計</b>	<b>26,734</b>	<b>100.0%</b>	<b>27,920</b>	<b>100.0%</b>	<b>23,477</b>	<b>100.0%</b>	<b>△ 3,257</b>
<b>負債合計</b>	<b>14,873</b>	<b>55.6%</b>	<b>16,138</b>	<b>57.8%</b>	<b>11,860</b>	<b>50.5%</b>	<b>△ 3,013</b>
支払手形及び買掛金	7,535	28.2%	8,782	31.5%	6,740	28.7%	△ 795
有利子負債	4,120	15.4%	3,906	14.0%	2,399	10.2%	△ 1,721
<b>純資産合計</b>	<b>11,861</b>	<b>44.4%</b>	<b>11,781</b>	<b>42.2%</b>	<b>11,617</b>	<b>49.5%</b>	<b>△ 244</b>
株主資本	10,098	37.8%	10,626	38.1%	10,736	45.7%	638
<b>1株当たり純資産 (BPS)</b>		1618.07円		1606.81円		1582.7円	△35.37円
<b>1株当たり純利益 (EPS)</b>		-30.98円		44.22円		16.63円	47.61円
<b>自己資本比率</b>		44.3%		42.1%		49.4%	5.1%
<b>株主資本利益率 (ROE)</b>		-1.9%		2.8%		1.0%	2.9%
<b>総資産利益率 (ROA)</b>		-0.7%		0.8%		0.5%	1.2%

# 【連結】キャッシュ・フロー計算書



- ・収益性の改善により営業活動によるキャッシュ・フローは改善

単位：百万円

	2019/1期 2Q	2020/1期 2Q	
			前年差額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 195	551	746
投資活動によるキャッシュ・フロー	150	142	△ 8
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 361	△ 1,534	△ 1,173
現金及び現金同等物の増減	△ 416	△ 848	△ 432
現金及び現金同等物の期末残高	3,592	3,115	△ 477
減価償却費	93	99	6
設備投資	48	28	△ 20

## <新業態の確立>

- ①ECの強化
- ②ブランドコーナーの拡大

## <アパレルの機能強化>

- ③専門店販路の拡大
- ④商品企画機能の強化
- ⑤生産管理の強化

## <消費税増税対策>

- ⑥アパレル卸売では10月以降の短納期生産を確立
- ⑦アパレル小売では9月までに重衣料の早期販売

## 施策① ECの強化

- 自社オンラインショップをリニューアルし、顧客情報を集約
- レディース衣料「N.O.R.C」、アクセサリー「ROOM」のネット専門ブランドが拡大中
- SNS広告の増加や期間限定ショップで新規顧客の拡大を進める

N.O.R.C

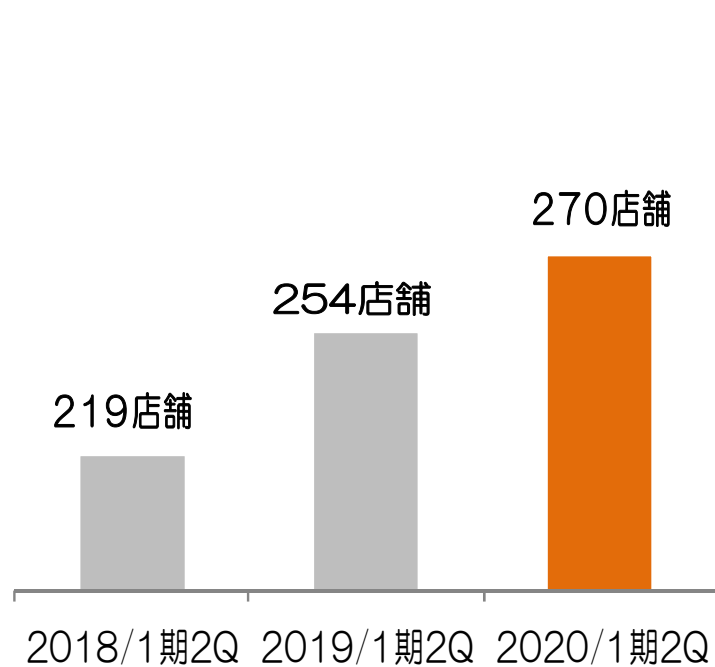


ROOM



## 施策② ブランドコーナーの拡大

- 関東、東北エリアを中心に全国で出店が進み、270店に増加
- 短納期生産を強化し、トレンド性のある商品開発



## 施策③ 専門店販路の拡大

- ショッピングセンター向けブランドを開拓
- 大手チェーンは、SNS企画の拡大
- 衣料品専門店以外の新規販路への開拓を進める

総合展示会



メンズ





## 施策④ 商品企画機能の強化

- 親子コーディネート企画等、売場コーナーを取る企画
- 企画開発室による全社横断での企画
- 商品開発にAIをテスト導入

親子コーディネート企画



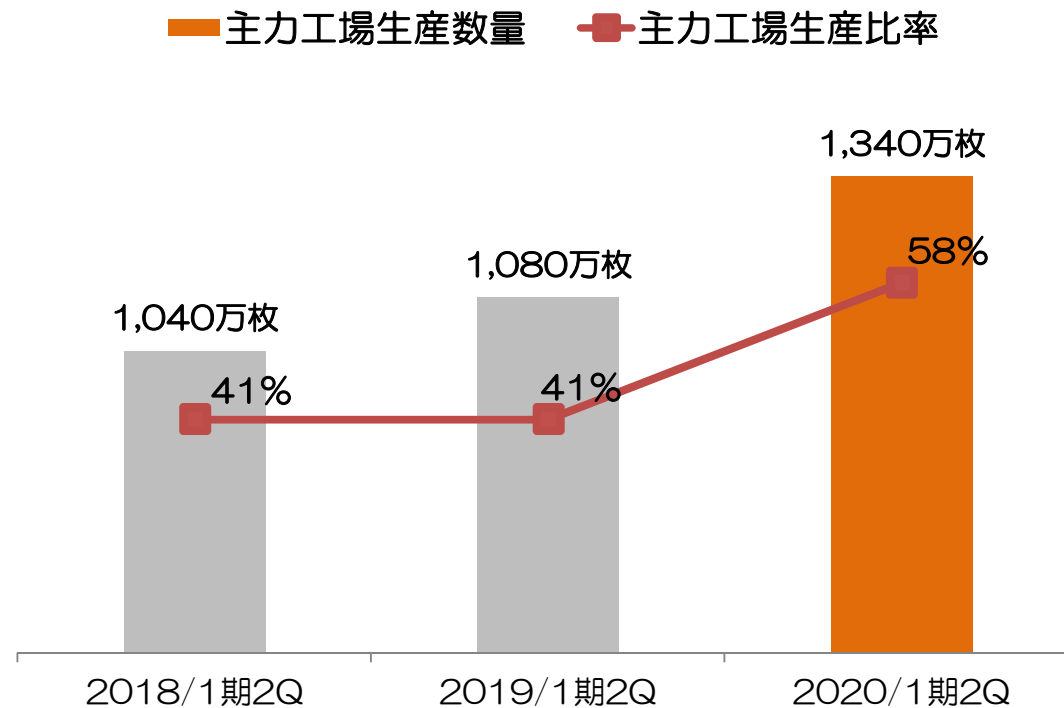
新ブランド「ブランプラス」





## 施策⑤ 生産管理の強化

- 主力工場の生産集約を進める
- アセアン生産の拡大
- グループ会社の検品体制強化





## 2. 2020年1月期 計画



# 【連結】2020年1月期 業績予想



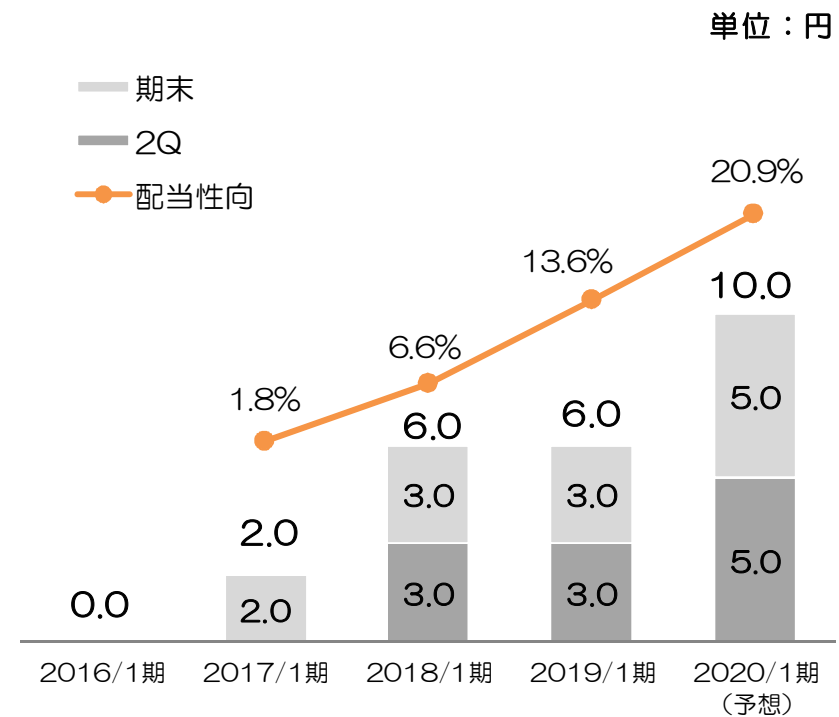
単位：百万円

	2019/1期			2020/1期					
	上期	下期	通期	上期 (実績)	前年比	下期 (予想)	前年比	通期 (予想)	前年比
売上高	28,853	34,048	62,901	27,748	96.2%	34,252	100.6%	62,000	98.6%
売上総利益	5,550	6,626	12,176	5,986	107.9%	7,014	105.9%	13,000	106.8%
販管費	5,862	6,289	12,151	5,961	101.7%	6,739	107.2%	12,700	104.5%
営業利益	△ 312	337	25	24	-	276	81.9%	300	-
経常利益	△ 203	441	238	125	-	275	62.4%	400	168.1%
当期純利益	△ 226	549	323	121	-	229	41.7%	350	108.4%

- 2020年1月期の1株当たり配当金は、10円を予想

単位：百万円

		2019/1期	2020/1期 (予想)
1株当たり 配当金	2Q	3.0円	5.0円
	期末	3.0円	5.0円
	年間	6.0円	10.0円
配当性向		13.6%	20.9%





CROSS PLUS



# Appendix

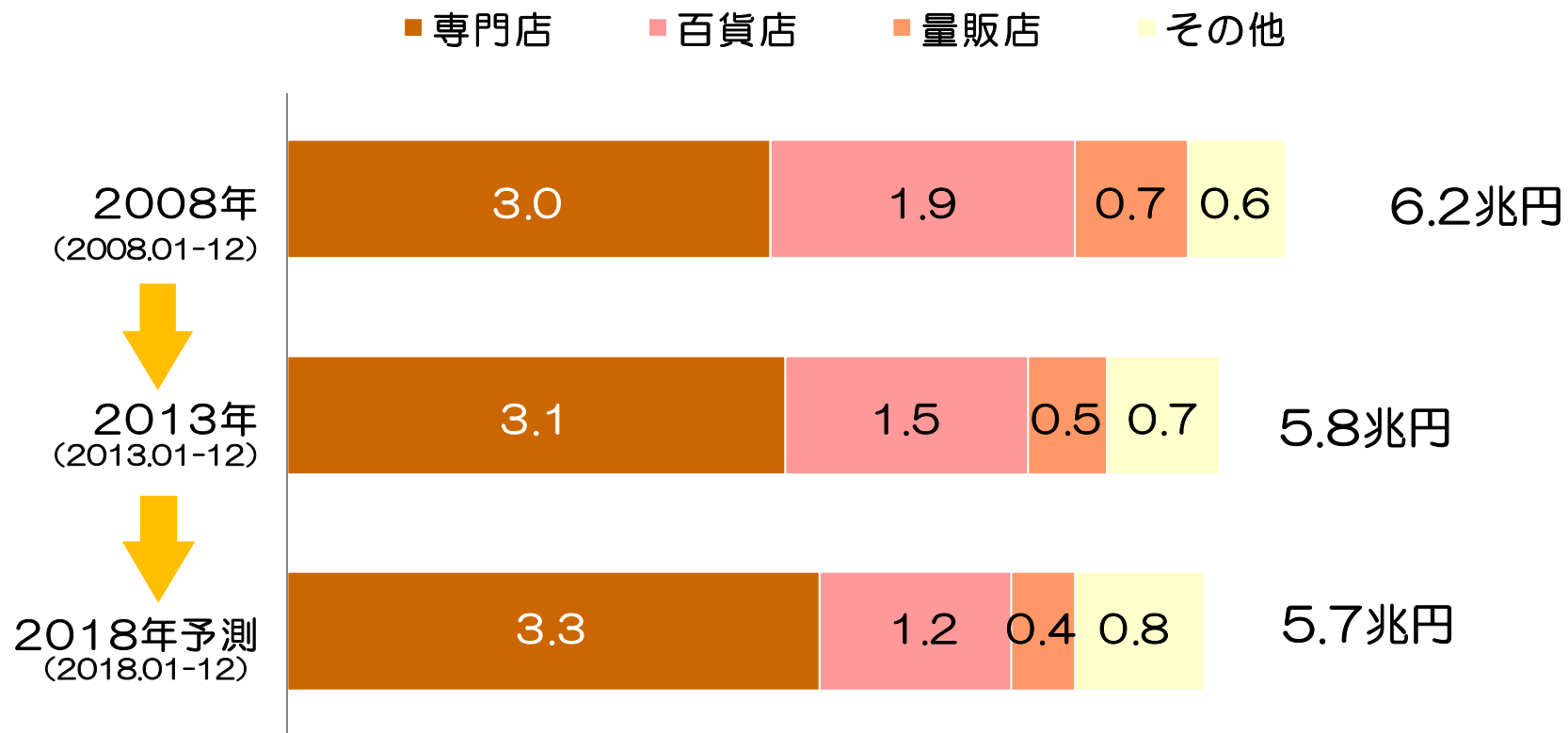


商号	クロスプラス株式会社
設立	1953年4月
本社	名古屋市西区花の木三丁目9番13号
代表者	山本 大寛
従業員数	<連結>748名 <単体>606名 (2019年1月31日現在)
資本金	1,944百万円 (2019年1月31日現在)
発行株式数	7,718,800株 (2019年1月31日現在)
事業内容	婦人服、子供服の企画、製造、及び全国の量販店、専門店等への販売
連結子会社	(株)サードオフィス、(株)中初  客楽思普勒斯(上海)服飾整理有限公司、(株)ディスカバリープラス

- 1951年 婦人ブラウスの製造卸売を目的として櫻屋商店を創業
- 1953年 櫻屋商店を改組し櫻屋商事（株）を設立
- 2001年 「クロスプラス」へ社名変更
- 2002年 スタイリンク（株）を設立
- 2004年 東証二部・名証二部に株式上場
- 2005年 客楽思普勒斯(上海)服飾整理有限公司を設立
- 2006年 （株）ヴェントインターナショナルを子会社化
- 2015年 （株）ヴェントインターナショナルの事業譲渡
- 2017年 （株）ディスカバリープラスを設立
- 2018年 （株）サードオフィスを子会社化  
（株）中初を子会社化
- 2019年 スタイリンク（株）を解散



# 婦人服市場規模



(注) 国内婦人服・洋品の小売金額ベース、2018年は予測値（2018年9月現在）、百貨店および量販店チャネルは経済産業省「商業販売統計」をもとに推計      表示桁未満四捨五入

出所：矢野経済研究所「アパレル産業白書2014、2018」

# 婦人アパレル業界でのポジション



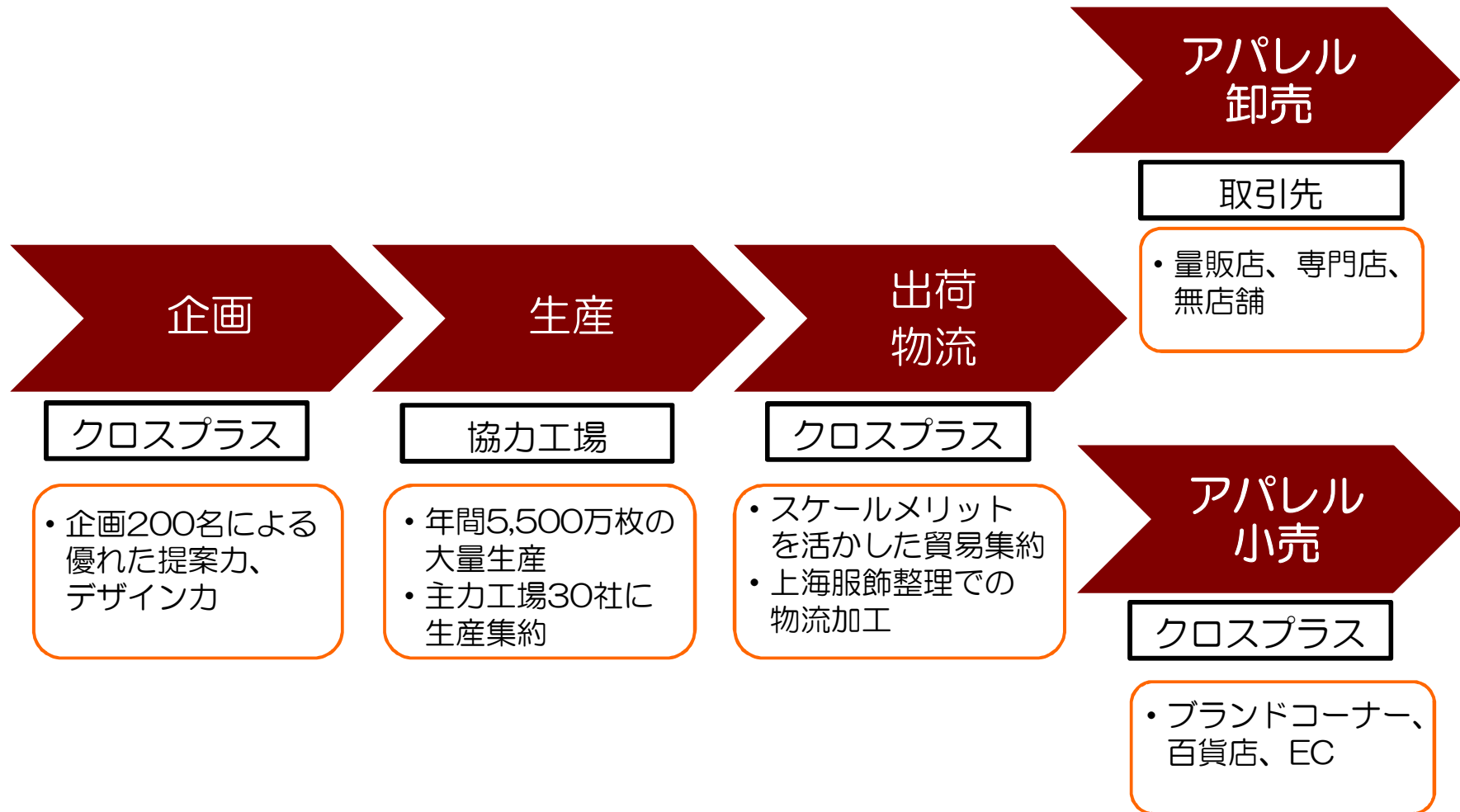
## 婦人アパレル売上高（2018年度）

単位：百万円

順位	社名	売上高
1	ワールド（※）	164,933
2	オンワードホールディングス（※）	141,640
3	T S Iホールディングス（※）	108,793
4	クロスプラス（※）	56,155
5	ジュン（※）	50,800
6	ルックホールディングス（※）	43,401
7	イトキン（※）	42,556
8	ファイブフォックス（※）	35,916
9	三陽商会	34,600
10	4℃ホールディングス（※）	34,266

（※）連結またはグループ合算

出所：織研新聞 2019年8月1日



# アパレル事業の内容と特徴

会社	ビジネス区分	事業内容
クロスプラス（株）	アパレル卸売	レディース、キッズ、雑貨を専門店をはじめ全てのチャンネルへ製造卸売
	アパレル小売	百貨店、量販店、ECサイトでの直販
（株）サードオフィス	アパレル卸売	メンズを主力に専門店のOEM・ODM
	アパレル小売	服飾雑貨のECサイトでの直販
（株）中初	アパレル卸売	レディースの帽子を中心とした製造卸売
上海服飾整理有限公司	アパレル卸売	中国での自社商品の検品・検針・物流加工

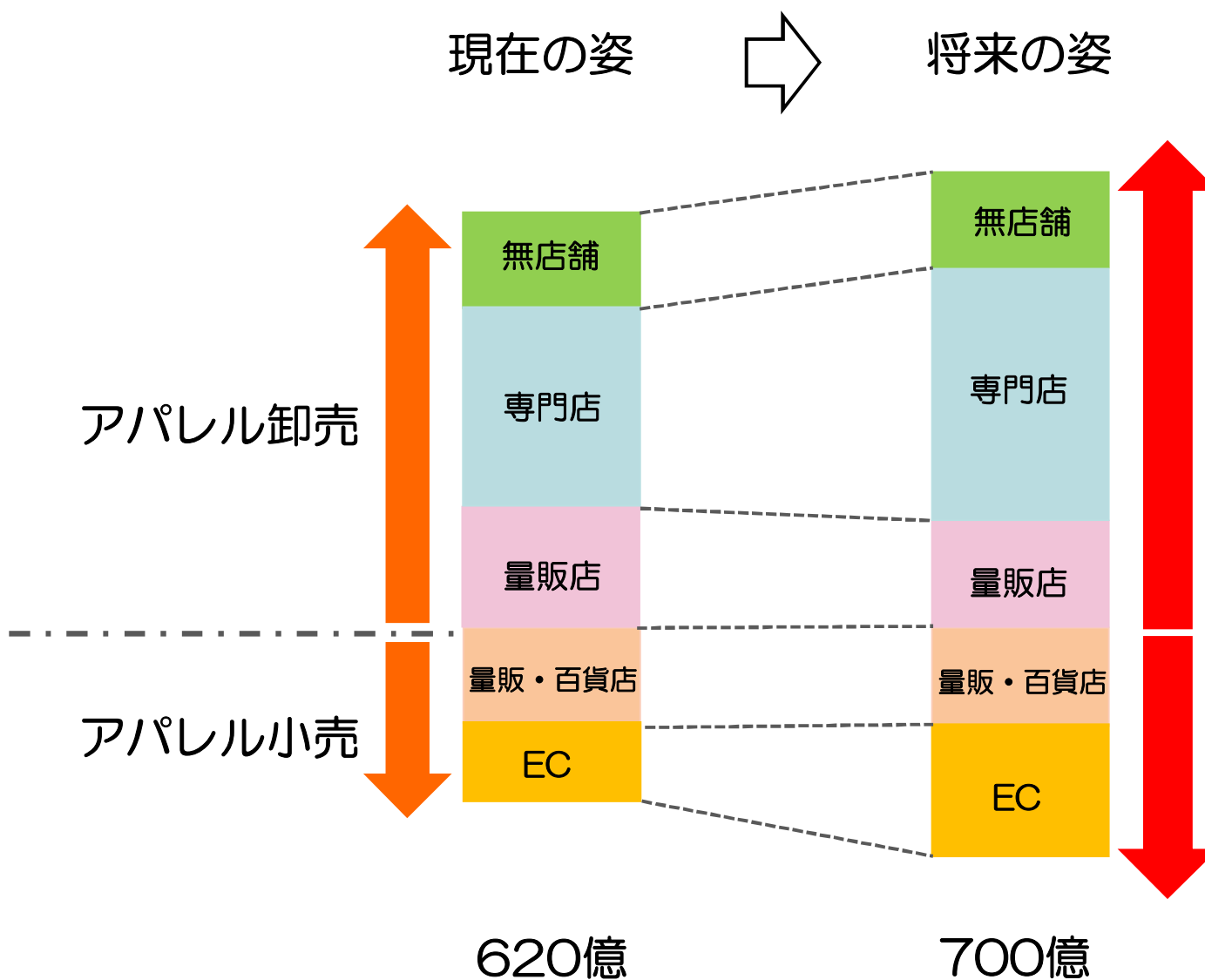
# ビジネス区分の特徴

ビジネス区分	販売先	決定権	粗利益率	在庫負担
アパレル卸売	小売	小	低	なし
アパレル小売 (EC)	消費者	大	高	あり

# ビジネス区分

販売 チャンネル	売場	ビジネス区分
量販店	ブランドコーナー	アパレル小売
	PB	アパレル卸売
	平場	アパレル卸売
専門店	ファッションビル	アパレル卸売
	ショッピングセンター	
	ロードサイド	
無店舗	カタログ通販	アパレル卸売
	TVショッピング	
	インターネット通販	
百貨店	百貨店	アパレル小売
EC	自社サイト/ECモール	アパレル小売

# 今後の販売チャネル

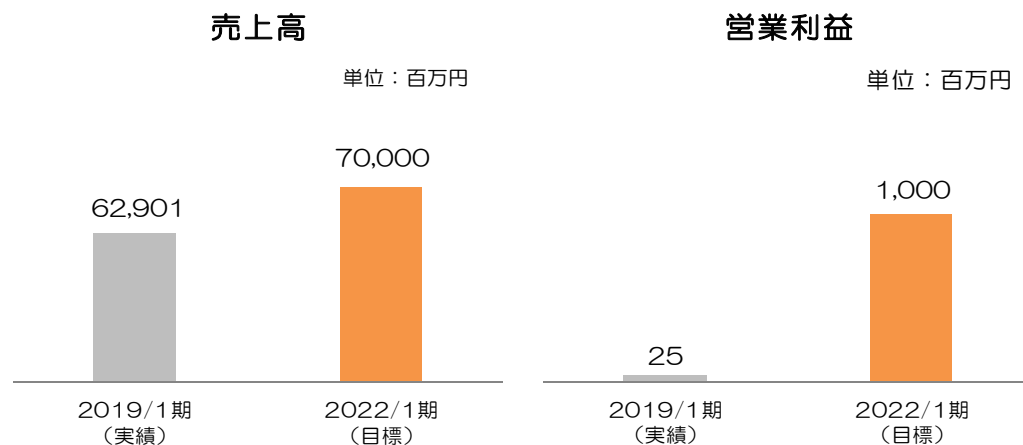


## ■ 中期経営計画

### 1. 戦略 創る力 × $\alpha$

（創る力をベースに業態・機能を掛け合わせる）

### 2. 数値目標 売上高700億円 営業利益10億円





戦略 創る力 ×  $\alpha$

方針

(1) 新業態の確立

- ① ECの強化
- ② ブランドビジネスの拡大

(2) アパレルの機能強化

- ① 専門店販路の拡大
- ② 商品企画機能の強化
- ③ 生産管理の強化

(3) 事業領域の拡大

- ① アパレル事業のM&A
- ② 非アパレル事業

- 本資料は、当社が入手している情報に基づいて、当社が本資料の作成時点において行った予測等を基に記載されています。これらの記述は将来の業績を保証するものではなく、一定のリスクや不確実性を内包しております。従いまして、将来の実績が本資料に記載された見通しや予測と大きく異なる可能性があります。
- また、本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。投資に関する決定はご自身のご判断において行われるようお願いいたします。

お問い合わせ先

クロスプラス株式会社 経営企画室

TEL : 052-532-2211 (代表)

e-mail : [ir-info@crossplus.co.jp](mailto:ir-info@crossplus.co.jp)