



2023年1月期 第2四半期 決算説明会資料

クロスプラス株式会社
証券コード：3320

(C) CROSS PLUS. All Rights Reserved.

色が交わる。夢が加わる。

 CROSS PLUS

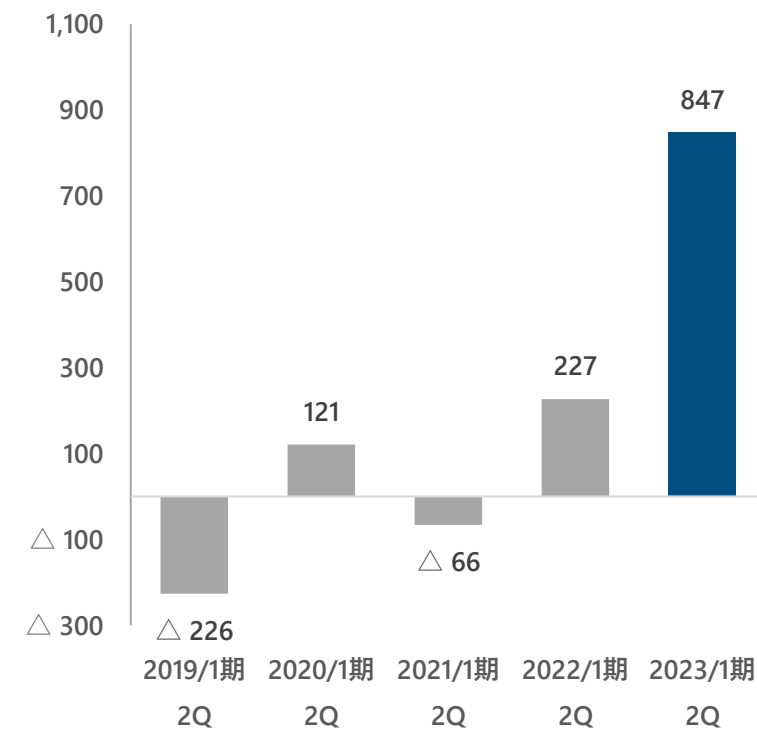
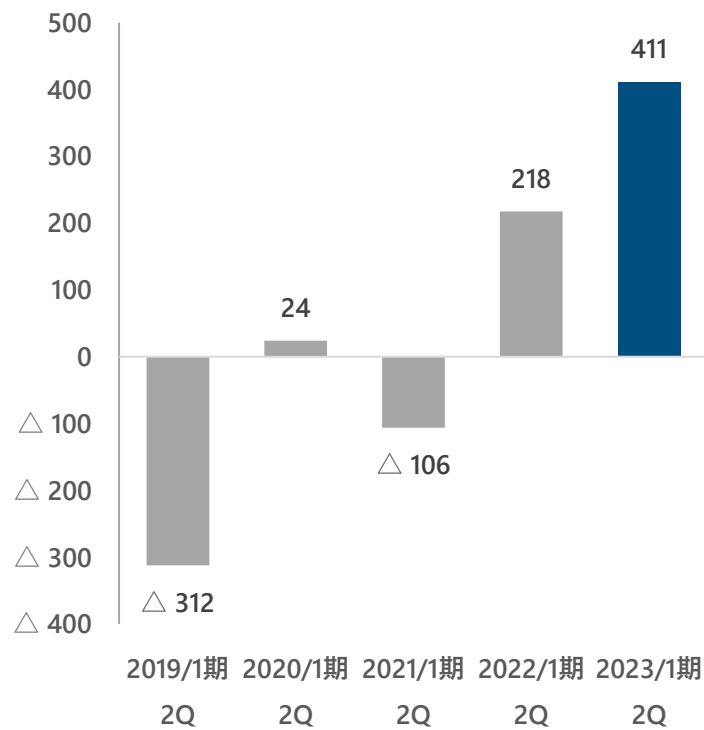
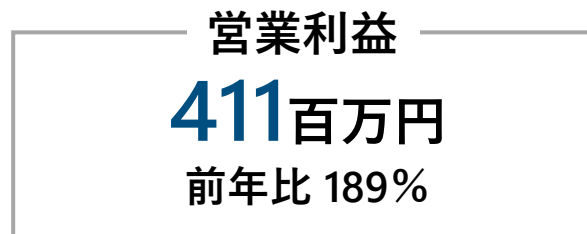
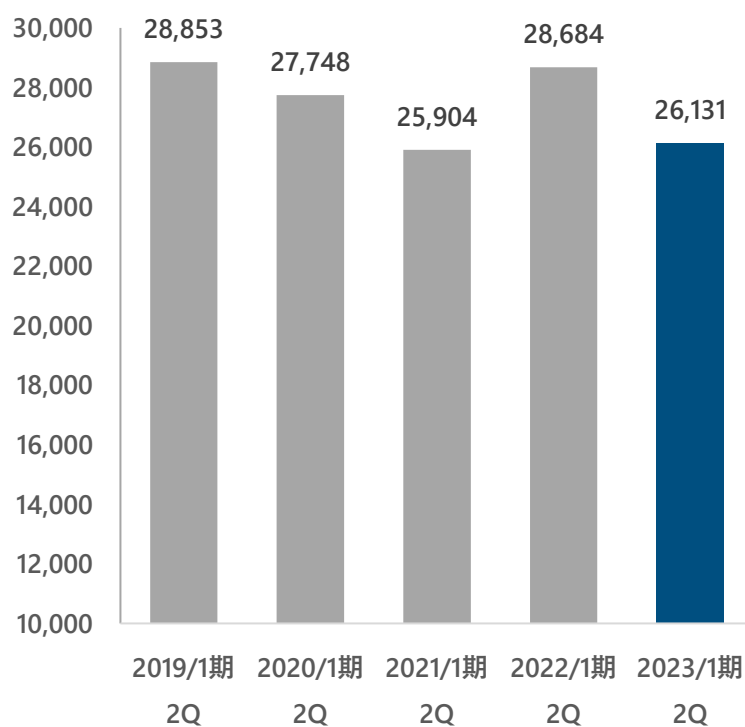


2023年1月期 第2四半期 決算概況

決算総括

前年比で減収ながらも増益。

利益重視の事業構造転換により、売上総利益率の改善と経費削減で増益。



2023年1月期 第2四半期 業績概況

売上高は、非衣料品が減少したことや、商品を選別し取り扱いを減らしたことで減収。

営業利益は、小売の在庫消化率が改善したことや、卸売の仕入原価の上昇に対し価格転嫁を進めたこと、物流費や固定費などの経費を削減したことで増益。

当期純利益は、投資有価証券や固定資産の売却益を計上した結果、増益。

単位：百万円

	2022年 1月期 2Q	2023年1月期 2Q (※)					
	実績	3/11 期初予想	実績	前年差額	前年比	3/11 予想差額	旧基準
売上高	28,684	27,000	26,131	▲2,552	91.1%	▲868	25,366
売上総利益	6,637	7,000	6,754	+117	101.8%	▲245	5,996
売上総利益率	23.1%	25.9%	25.8%	+2.7p	—	▲0.1P	23.6%
販管費	6,419	7,300	6,342	▲76	98.8%	▲957	5,629
営業利益	217	▲300	411	+194	189.3%	+711	366
経常利益	374	▲200	569	+194	151.8%	+769	524
当期純利益	227	▲200	847	+619	371.7%	+1,047	802

※2023年1月期より、「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。

ビジネス別売上高

アパレル卸売、アパレル小売ともに減収。（旧基準比較）
特に非衣料品は、マスク需要の落ち込みにより大幅に減収。

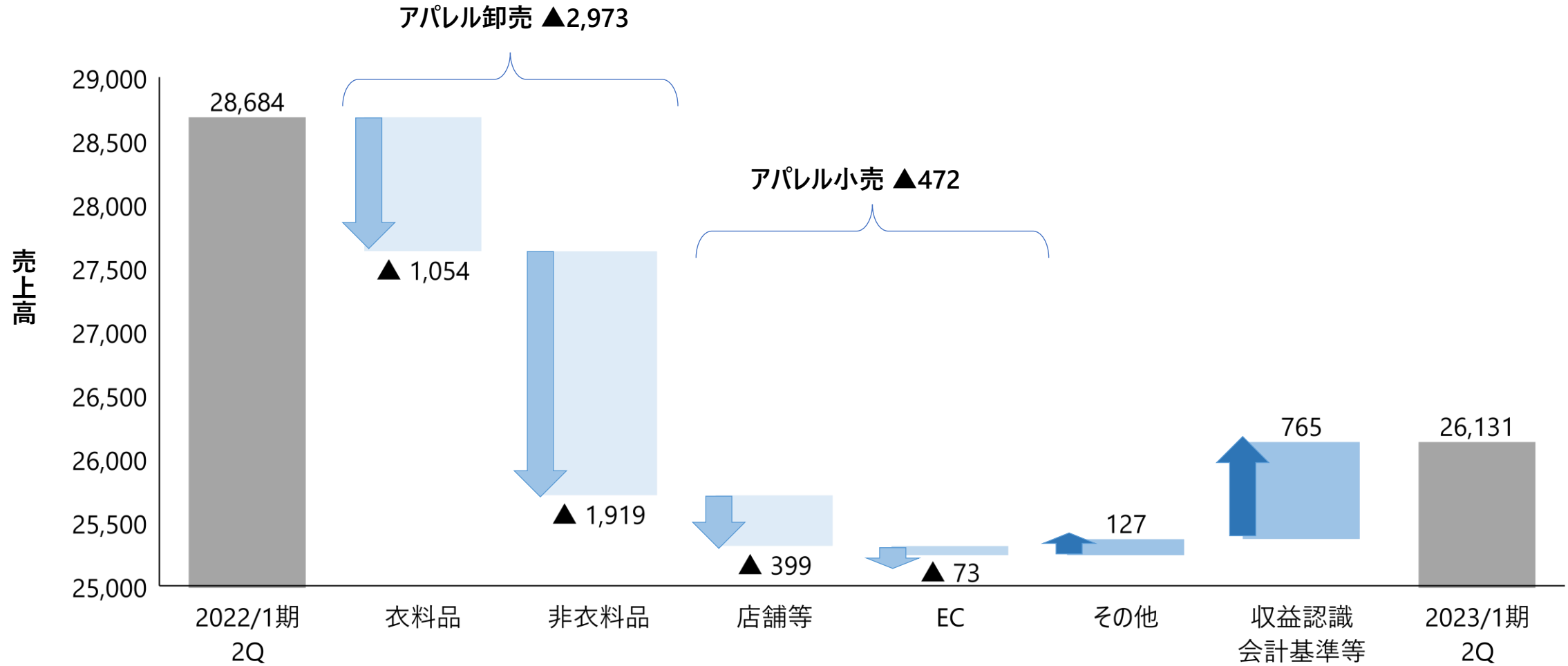
単位：百万円

	2022年1月期 2Q		2023年1月期 2Q (※)				
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年差額	前年比	旧基準
衣料品	22,184	77.3%	21,182	81.1%	▲1,002	95.5%	21,130
非衣料品	2,657	9.3%	738	2.8%	▲1,919	27.8%	738
アパレル卸売 計	24,841	86.6%	21,920	83.9%	▲2,921	88.2%	21,868
店舗等	2,713	9.5%	3,059	11.7%	+ 346	112.8%	2,314
EC	1,045	3.6%	941	3.6%	▲104	90.0%	972
アパレル小売 計	3,759	13.1%	4,000	15.3%	+ 241	106.4%	3,287
その他・連結調整	83	0.3%	210	0.8%	+ 127	—	210
合計	28,684	100.0%	26,131	100.0%	▲2,553	91.1%	25,366

※2023年1月期より、「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。

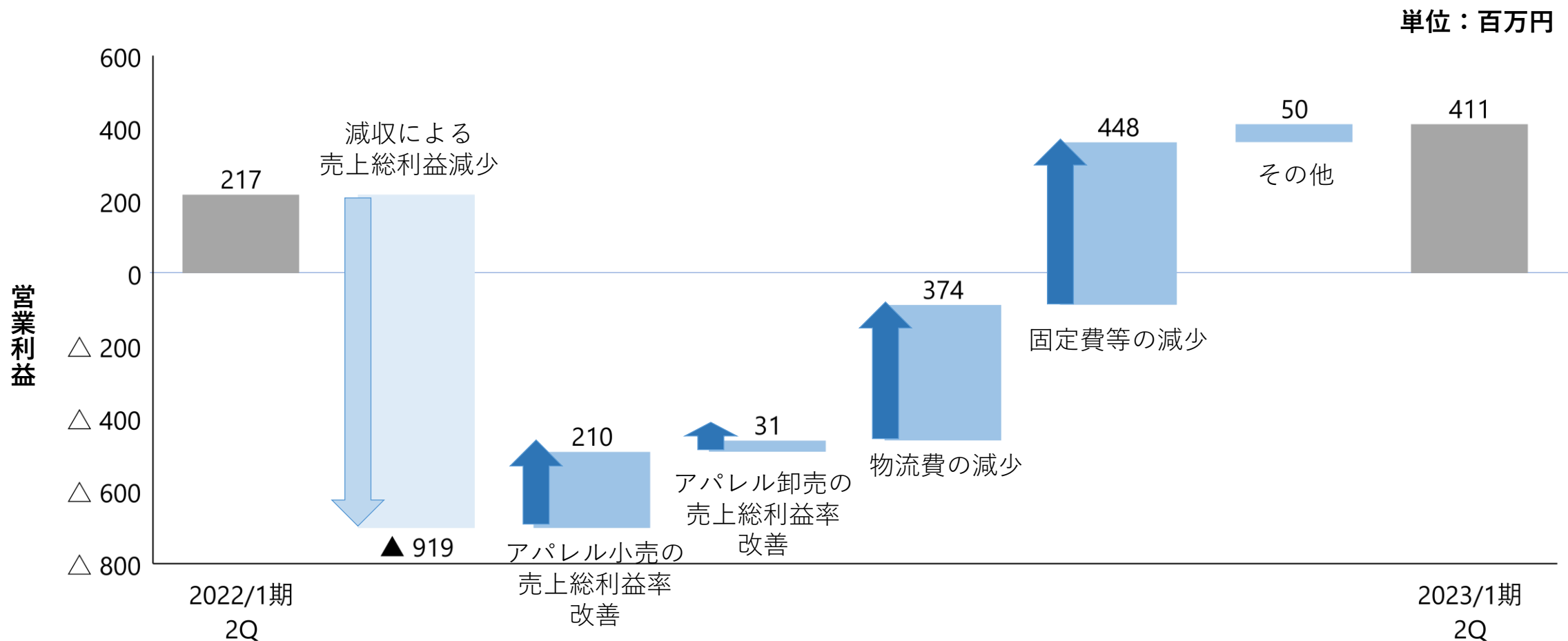
売上高の増減要因

単位：百万円



営業利益の増減要因

営業利益は、アパレル小売の収益性改善、アパレル卸売での価格転嫁、経費削減により増益。
アパレル小売は、余剰在庫を減らし、セールによる在庫処分を削減したことで収益効率が上昇。
アパレル卸売は、仕入原価の上昇に対し価格転嫁を進めたものの、非衣料品の減収などにより減益。



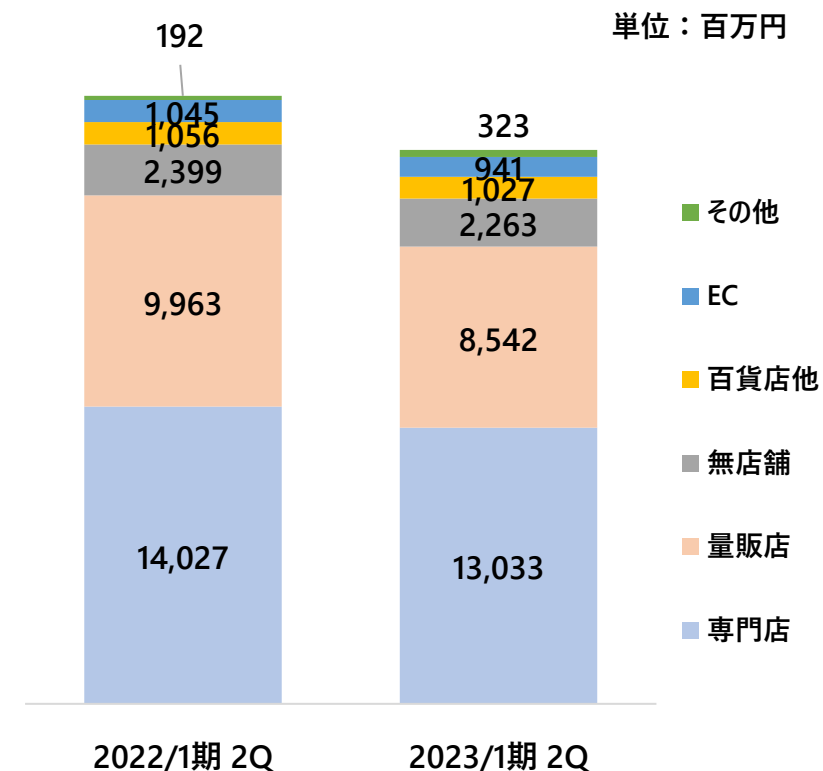
販売チャネル別売上高

全ての販売チャネルで売上高が減少。

専門店は、ショッピングセンター系、都市型専門店向け販売は伸長したものの、郊外型やドラッグストアは減少。
量販店は、マスクなど非衣料品の販売が減少。

単位：百万円

	2022年1月期 2Q		2023年1月期 2Q (※)			
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年差額	前年比
専門店	14,027	48.9%	13,033	49.9%	▲994	92.9%
量販店	9,963	34.7%	8,542	32.7%	▲1,421	85.7%
無店舗	2,399	8.4%	2,263	8.7%	▲136	94.3%
百貨店他	1,056	3.7%	1,027	3.9%	▲29	97.3%
EC	1,045	3.6%	941	3.6%	▲104	90.0%
その他	192	0.7%	323	1.2%	+131	—
合計	28,684	100.0%	26,131	100.0%	▲2,553	91.1%



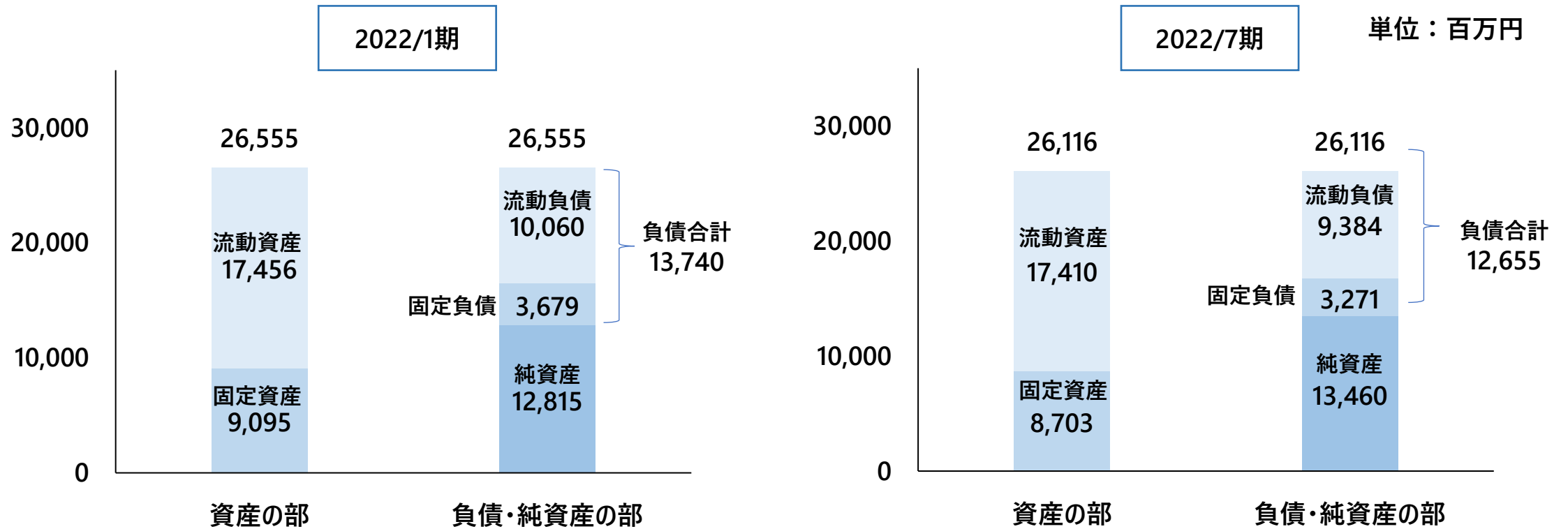
※2023年1月期より、「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。

連結貸借対照表の概要

総資産は、売上債権が減少したこと等により、261億16百万円。

負債合計は、仕入債務や借入金が減少したこと等により、126億55百万円。

純資産は、利益剰余金の増加等により、134億60百万円。



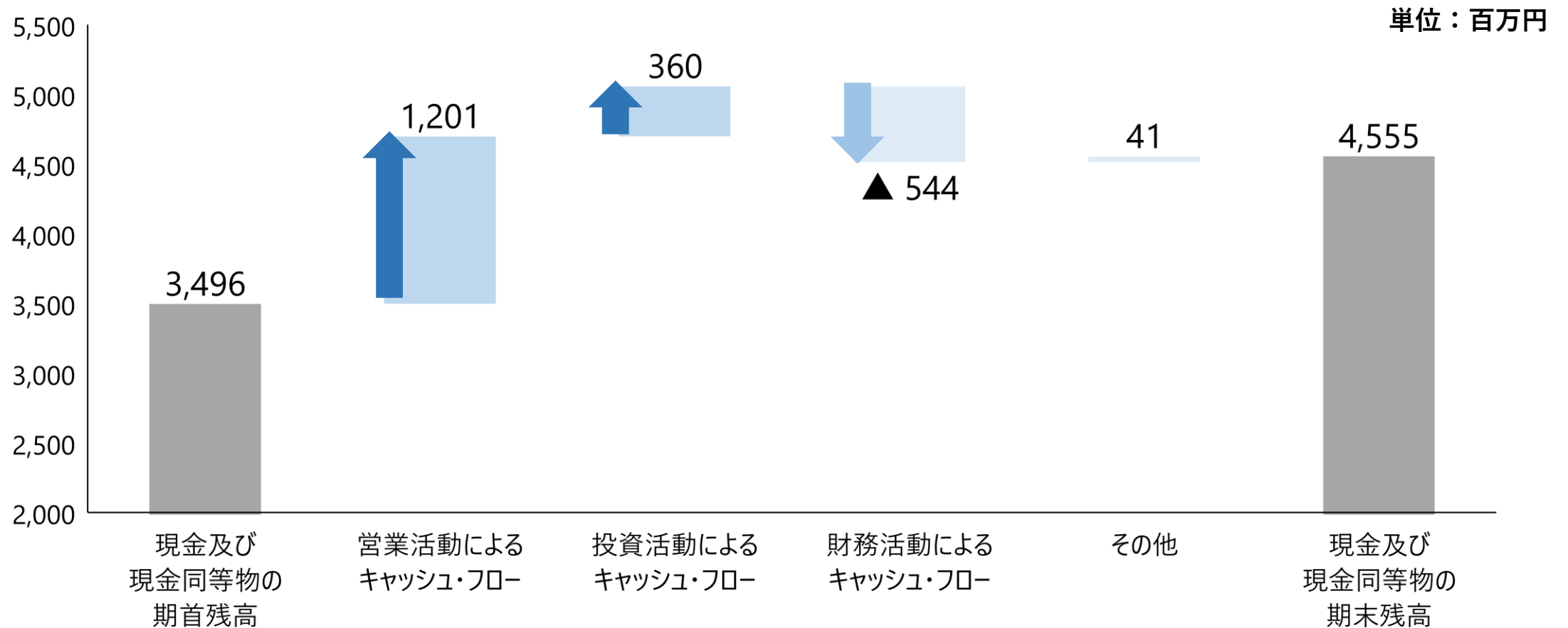
連結キャッシュ・フロー計算書の概要

現預金は、前期末から10億58百万円増加し、45億55百万円。

営業CFは、売上債権の減少などで、12億1百万円の収入。

投資CFは、投資有価証券や固定資産の売却などで、3億60百万円の収入。

財務CFは、借入金の減少などで、5億44百万円の支出。



当社サーバーへの不正アクセスについて

■概要

- ・2022年7月19日に、第三者による当社サーバーへの不正アクセスにより、システム障害が発生。
- ・基幹システムや会計システムに被害を受け、一時的に業務が停止。
- ・サーバー内に保有していたデータ（個人情報等の一部を含む）が暗号化された。

■再発防止策

- ・外部の専門家の助言を受け、原因調査と再発防止を策定。
- ・多要素認証の導入や機密データを別領域にするなど、システム構成を見直し。
- ・EDR の導入や監視体制を強化するなど、さらなるセキュリティの強化を図る。

■業績への影響

- ・基幹システムが11月に復旧する第3四半期までは、物流や管理業務に影響が残る。
- ・第2四半期に特別損失16百万円を計上。下期の影響額については、システム復旧費用や保険適用も含め精査中だが、当社グループの連結業績への重要な影響は無い見通し。

■個人情報漏えいの対応

- ・個人情報等の漏えいの可能性がある方に通知案内文を発送。併せて弊社ホームページに開示するほか、コールセンターを設置し、9月14日から12月23日まで、お問い合わせに対応。



2023年1月期 業績予想と施策

2023年1月期計画

通期連結業績予想は、2022年3月11日公表の予想数値を据え置き。

下期業績は、足元の急激な円安局面や原材料費の高騰による仕入原価の上昇、経費増などを考慮。

単位：百万円

	2022年1月期			2023年1月期（※）					
	上期	下期	通期	上期 (実績)	前年比	下期	前年比	通期	前年比
売上高	28,684	30,436	59,120	26,131	91.1%	31,868	104.7%	58,000	98.1%
売上総利益	6,637	4,805	11,442	6,754	101.7%	7,945	165.3%	14,700	128.4%
売上総利益率	23.1%	15.8%	19.3%	25.8%	+2.7p	24.9%	+9.1p	25.3%	+5.9p
販管費	6,419	6,584	13,003	6,342	98.8%	8,157	123.8%	14,500	111.5%
営業利益	217	▲1,777	▲1,560	411	189.2%	▲211	—	200	—
経常利益	374	▲1,670	▲1,296	569	151.7%	▲169	—	400	—
当期純利益	227	▲1,893	▲1,666	847	371.6%	▲647	—	200	—

※2023年1月期より、「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。

重点施策

ライブコマースの強化

CROSS LIVE

ライブ配信で新しいお買い物体験を。



NORC NORC

～身長別～秋ボトムスの着こなし方
2022.08.26 19:00



49AV JUNKO SHIMADA

晩夏にぴったりのチェックシリーズとWEB限定ニットのPRE ORDER商品のご紹介！
2022.08.09 19:00



NORC NORC

本格デニムを徹底解説！
2022.07.29 19:00



NORC NORC

ついに販売開始！
大人気 刺繍シリーズ
2022.07.15 19:00

公式アプリ導入

CROSS PLUS

公式アプリが新登場！
最新情報・クーポン・スタンプ
お買い物をアプリひとつで。



サステナブルブランド for/c



【① E C の推進】

■商品力の強化

- ・インフルエンサーコラボでの商品開発の強化
- ・ライブコマースによる商品提案の充実

■購買頻度を上げる施策

- ・CP公式アプリを導入し店舗顧客とECを連動

- ・自社サイトをリニューアル、非アパレル拡大に向けてお客様の導線を改善

- ・顧客管理システムの導入による顧客情報の管理、分析

■アパレル販売の強化

- ・外部ECモールの販路拡大

- ・サステナブルブランド「for/ c」の販売強化

重点施策

働く女性の時短コーデ「BLANC+」



ニューミセス向け「Do femme」



サステナブル素材の活用



【②商品のNB化】

■売場シェアの拡大

- ・働く女性向けブランド「BLANC+」、ニューミセス向けブランド「Do femme」の売場拡大

■環境配慮型素材の活用

- ・リサイクルポリエステル、オーガニックコットンの使用

【③サプライチェーンの再構築】

■アセアン生産比率の拡大

- ・ミャンマー、バングラデシュの生産拡大
- ・海外出張の再開による新規工場の開拓

重点施策

パステルマスク 不織布タイプ



シーズン企画



POTATO × 推部屋plus
コラボ商品が誕生!!

【④ライフスタイル商品の拡大】

■ヘルスケア

- ・パステルマスク、不織布タイプの定番化
- ・リカバリーウェアHOGUSUの用途拡大
- ・シーズン日用雑貨の開発

■エンタメ

- ・アイドル雑誌とのタイアップによる
推し活商品の強化

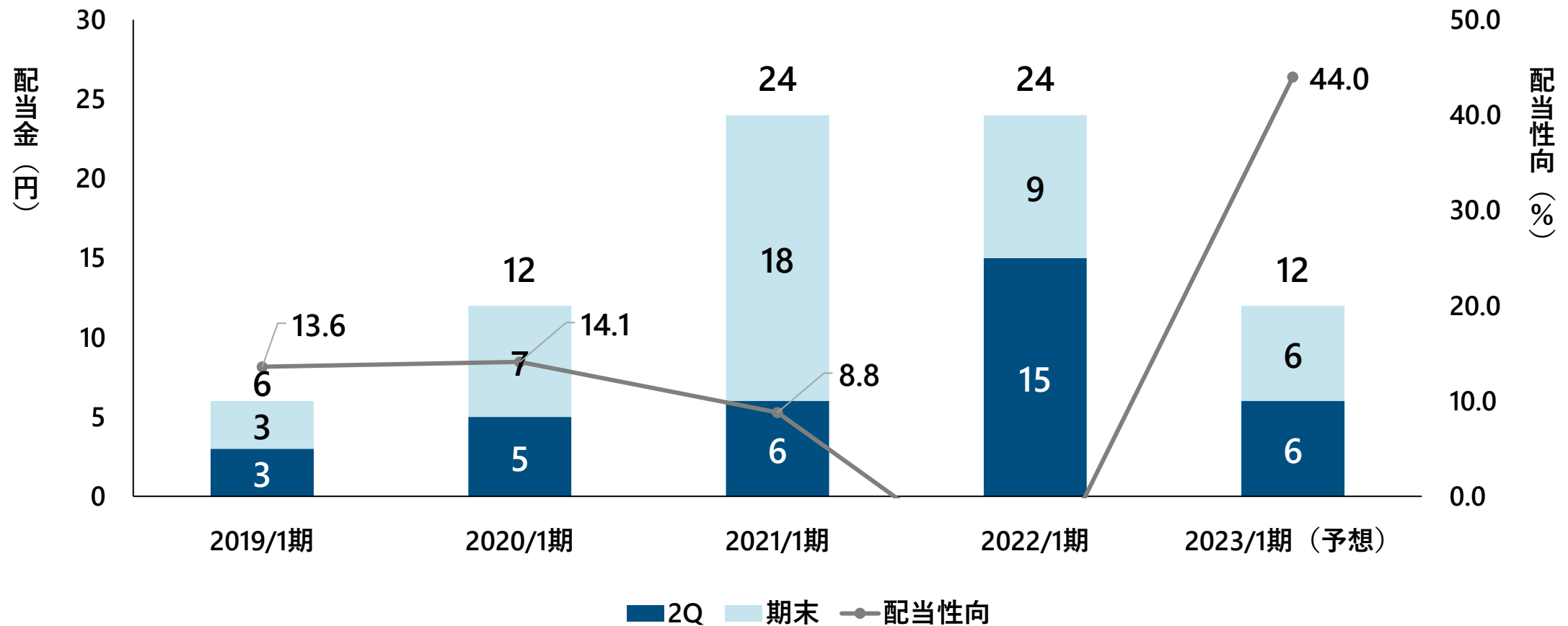
【⑤新規事業の創出】

■異業種とのコラボ

- ・アクセルエンターメディアとの業務提携による
アーティストグッズの共同開発
- ・他社ブランドとのコラボによる商品開発

株主還元（配当について）

当期の配当金は12円を予想し、期初予想から変更無し。



色が交わる。夢が加わる。

 CROSS PLUS



Appendix

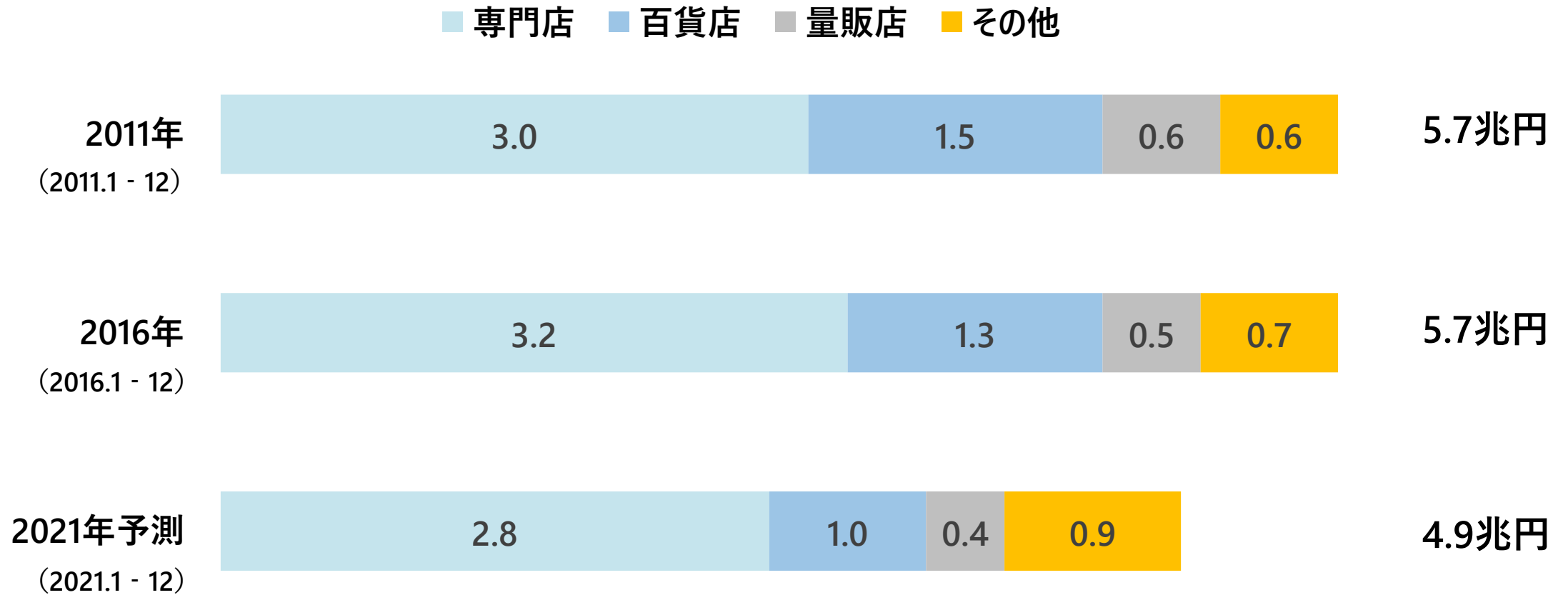
会社概要

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> 697名 <単体> 576名 (2022年1月31日現在)
資本金	1,944百万円 (2022年1月31日現在)
発行株式数	7,718,800株 (2022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、(株) ディスカバリープラス (株) スタイルプラス、客楽思普勒斯(上海)服飾整理有限公司

沿革

- 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
- 2020年 （株）ローズマダムからマタニティウェアの事業譲受

婦人服市場規模



(注) 国内婦人服・洋品の小売金額ベース、2020年は予測値（2021年9月現在）、百貨店および量販店チャンネルは経済産業省「商業販売統計」をもとに推計

出所：矢野経済研究所「アパレル産業白書2017、2021」

婦人アパレル業界でのポジション

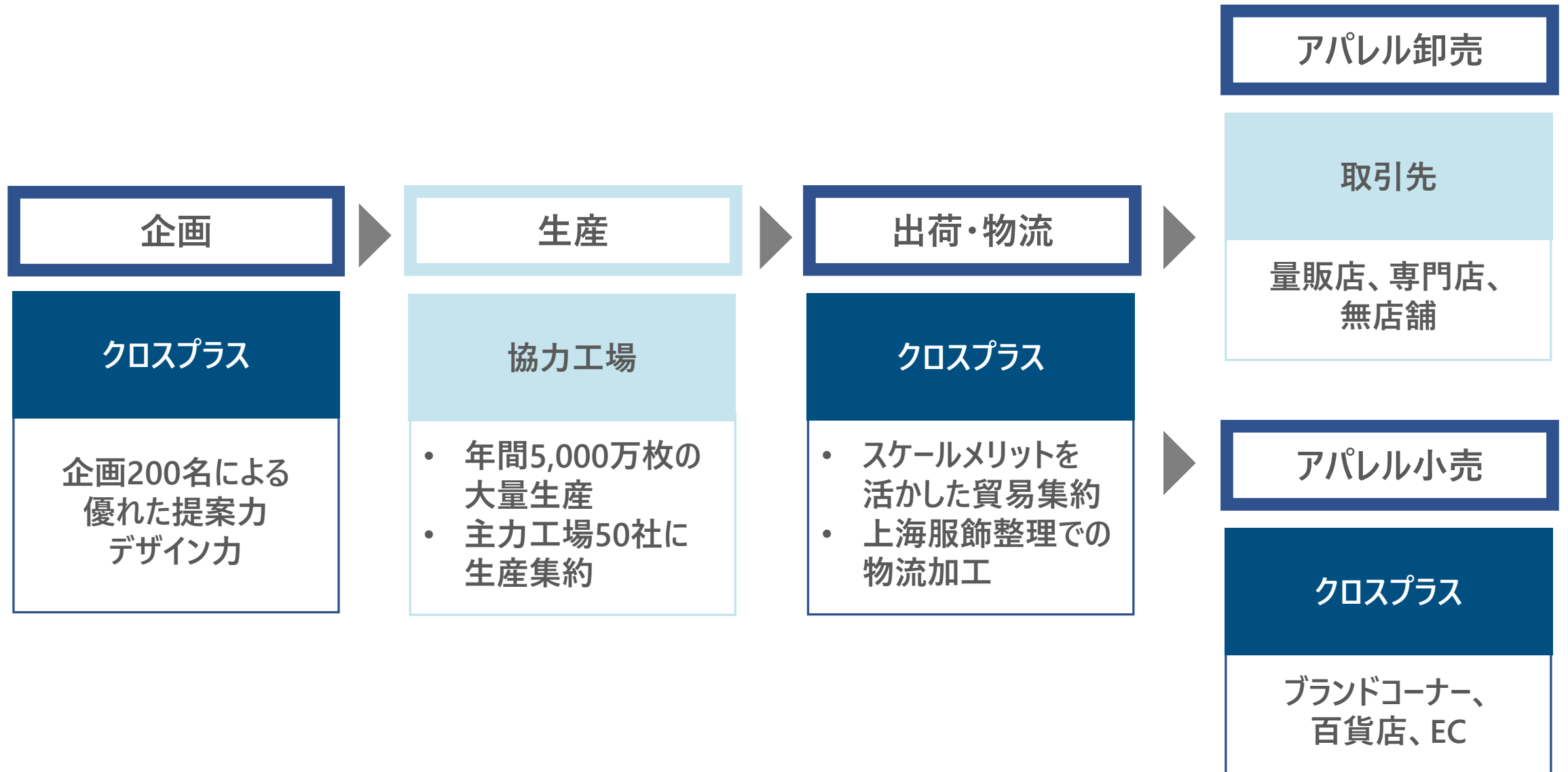
婦人アパレル売上高（2021年度）

単位：百万円

順位	会社名	売上高
1	オンワードホールディングス（※）	83,698
2	ワールド（※）	82,936
3	T S Iホールディングス（※）	74,236
4	クロスプラス（※）	49,325
5	ルックホールディングス	40,559
6	イトキン（※）	25,449
7	4℃ホールディングス（※）	24,247
8	タキヒヨー	23,440
9	小泉グループ（※）	23,180
10	三陽商会	22,050

（※） 連結またはグループ合算 出所：織研新聞 2022年8月1日付 <https://senken.co.jp/>

アパレル事業のビジネスフロー



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	レディス、キッズ、雑貨を専門店をはじめ全てのチャネルへ製造卸売
	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
（株）中初	アパレル卸売	レディスの帽子を中心とした製造卸売
（株）スタイルプラス	アパレル卸売	アパレル製品の企画
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

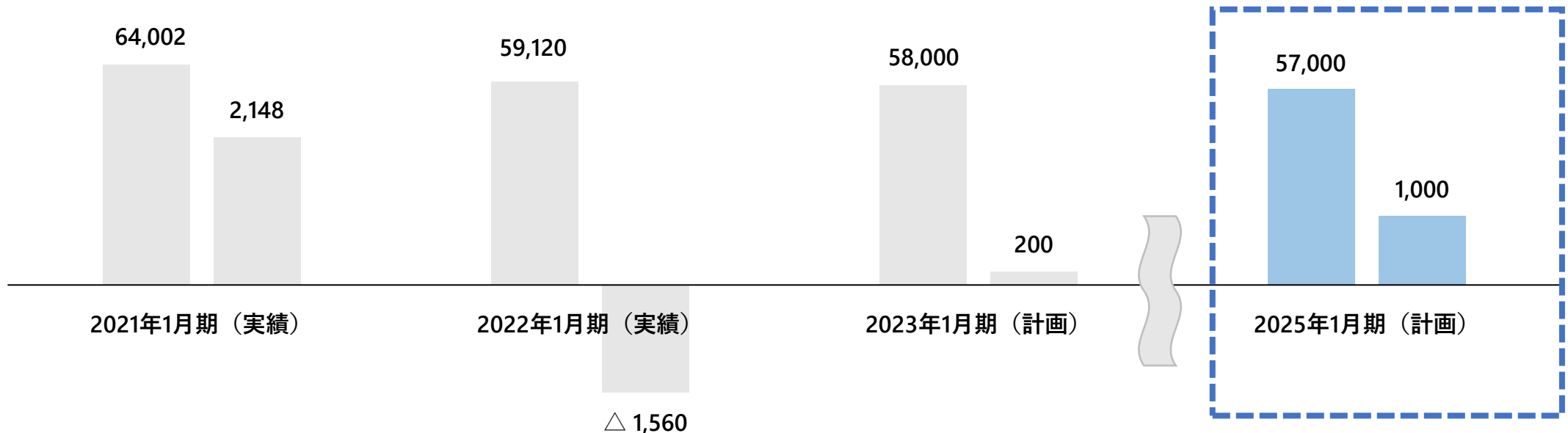
販売チャネル	販売先	ビジネス区分
量販店	ブランドコーナー	アパレル小売
	PB	アパレル卸売
	平場	アパレル卸売
専門店	ファッションビル	アパレル卸売
	ショッピングセンター	
	ロードサイド	
	ドラッグストア/ホームセンター	
無店舗	カタログ通販	アパレル卸売
	TVショッピング	
	インターネット通販	
百貨店	百貨店	アパレル小売
EC	自社サイト/ECモール	アパレル小売

中期経営計画（2023年1月期～2025年1月期） 2022年3月発表

■ 中期経営計画

1. 目指すべき企業像 人生100年時代の豊かなライフスタイルの創造
2. 成長戦略 アパレル事業の深化と非アパレル事業の創出
3. 数値目標 売上高570億円 営業利益10億円

単位：百万円



中期経営計画 5つの重点施策

①ECの推進

- ・顧客マーケティング強化
- ・取扱い品目の拡大とEC販路の拡大

②商品のNB化

- ・生活シーン別のトータル提案強化
- ・コア商品、定番商品の比率アップ

③サプライチェーンの見直し

- ・素材や工場の集約による原価低減
- ・生産国の分散とトレーサビリティの強化

④ライフスタイル商品の拡大

- ・健康、遊び、生活雑貨の開発
- ・非衣料品店舗への販売強化

⑤新規事業の創出

- ・企業や自治体との協業を促進
- ・アパレルの枠を超えた新規事業開発

免責事項

- 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 経営企画部

TEL : 052-532-2211 (代表)

e-mail : ir-info@crossplus.co.jp