

株式会社コックス 2019年2月期 第2四半期 決算発表

代表取締役社長 寺脇 栄一

2018年10月10日

2019年2月期 第2四半期の業績

(要約) 連結損益計算書

(単位：百万円)

| | 実績 | 前年比 | 前年差 | 前年実績 |
|-------|-------|-------|------|--------|
| 売上高 | 9,934 | 98.8% | ▲121 | 10,055 |
| 営業利益 | ▲577 | — | ▲417 | ▲160 |
| 経常利益 | ▲458 | — | ▲394 | ▲64 |
| 当期純利益 | ▲578 | — | ▲399 | ▲178 |

既存店の前年未達が減収の主要因

| | 売上高前年差 |
|-------|--------|
| 既存店 | ▲ 3 億円 |
| 新店・改装 | + 4 億円 |
| 閉店 | ▲ 4 億円 |
| ECマース | + 2 億円 |
| 計 | ▲ 1 億円 |

上半期を通じて EC限定ブランドは好調に推移

| | 売上高 | 営業利益 |
|---|-----|-------|
|  | 増収 | 減益・赤字 |
|  | 減収 | 減益・赤字 |
|  | 減収 | 減益・赤字 |
|  | 増収 | 増益・黒字 |

ikka事業 強化カテゴリーは堅調に推移

ikka事業強化カテゴリー売上高前年比 (%)

| | ボトム | ニューライン | 雑貨 | キッズ |
|--------|-------|--------|-------|-------|
| ikka事業 | 105.9 | 116.4 | 100.8 | 108.8 |

「展開店舗の拡大」「ヒット商品の確立」
「新たなテイストへのチャレンジ」を実施

LBC・VENCE事業 新たな取り組みに着手

Lbc with Life

ジェンダーレスで使える
雑貨の強化



一部店舗にて実験開始

VENCE EXCHANGE

三位一体によるブランド開発

ブランド・ディレクター

4月より開始

取引先

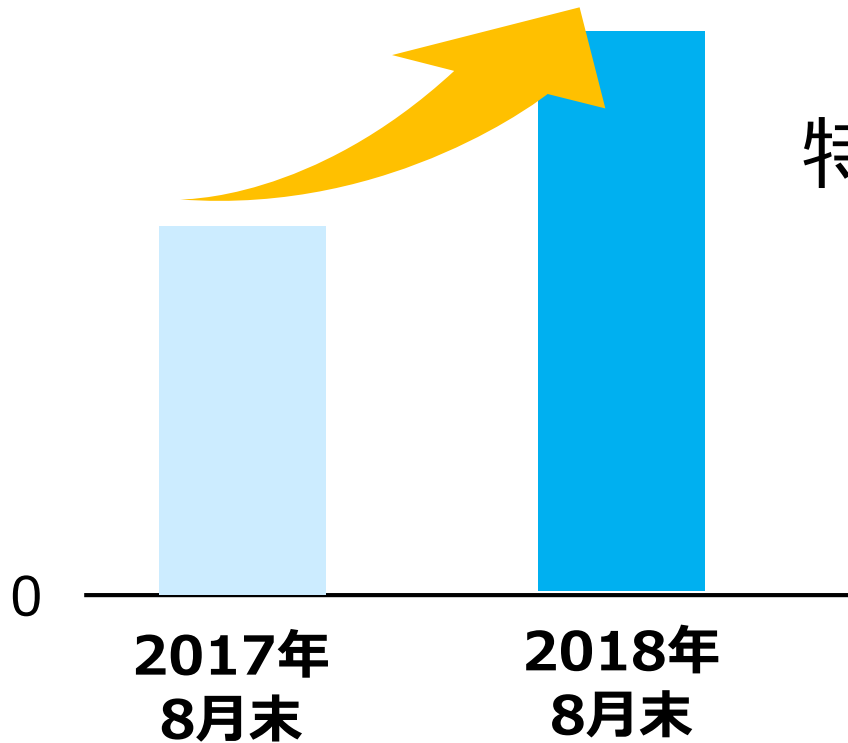
インフルエンサー



ECマースは計画通り好調に推移

EC売上高前年比

129.9%



ECマース売上高前年比が
129.9%と大幅に伸長
 特にEC限定ブランド「notch.」は
売上高前年比**178.4%**
 と好調に推移



(要約) 連結貸借対照表

(単位：百万円)

| 資産の部 | 実績 | 前期末差 | 負債の部 | 実績 | 前期末差 |
|------|--------|--------|----------|--------|--------|
| 流動資産 | 6,617 | ▲1,338 | 流動負債 | 3,258 | ▲904 |
| | | | 固定負債 | 2,499 | ▲164 |
| | | | 負債合計 | 5,757 | ▲1,069 |
| 固定資産 | 10,137 | ▲627 | 純資産の部 | 実績 | 前期末差 |
| | | | 純資産合計 | 10,996 | ▲897 |
| 資産合計 | 16,754 | ▲1,966 | 負債・純資産合計 | 16,754 | ▲1,966 |

(要約) 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

| | 実績 | 前年実績 | 前年差 |
|------------------|--------|-------|--------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | ▲953 | ▲358 | ▲594 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▲140 | ▲113 | ▲26 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | ▲0 | ▲0 | ▲0 |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | ▲3 | ▲1 | ▲1 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | ▲1,097 | ▲474 | ▲622 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 4,757 | 5,145 | ▲388 |
| 現金及び現金同等物の四半期末残高 | 3,660 | 4,671 | ▲1,011 |

2019年2月期 下半期の重点施策

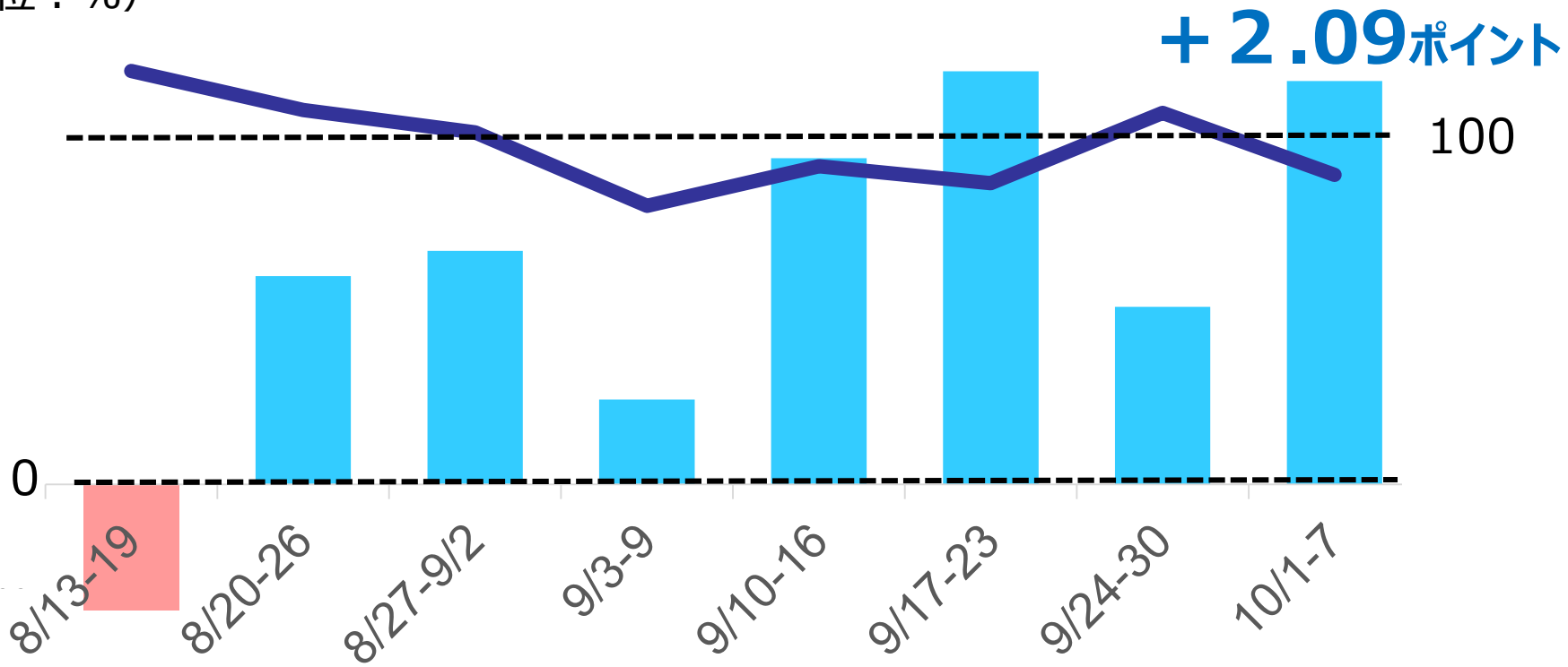
既存店の立て直し、Eコマースで増収

| | 売上高前年差 |
|-------|--------|
| 既存店 | +11億円 |
| 新店・改装 | + 3 億円 |
| 閉店 | ▲ 5 億円 |
| Eコマース | + 4 億円 |
| 計 | + 13億円 |

9月度の回復状況

9月以降、秋・冬商品の 売上総利益率が回復

売上総利益率前年差推移と売上高前年比
(単位：%)



1. 建値消化率の向上

ー推進体制の変革・商品決定プロセスの変更・重点販売商品管理ー

2. E C事業の拡大・推進

ー自社 E Cの強化・CMC会員獲得、活用の強化ー

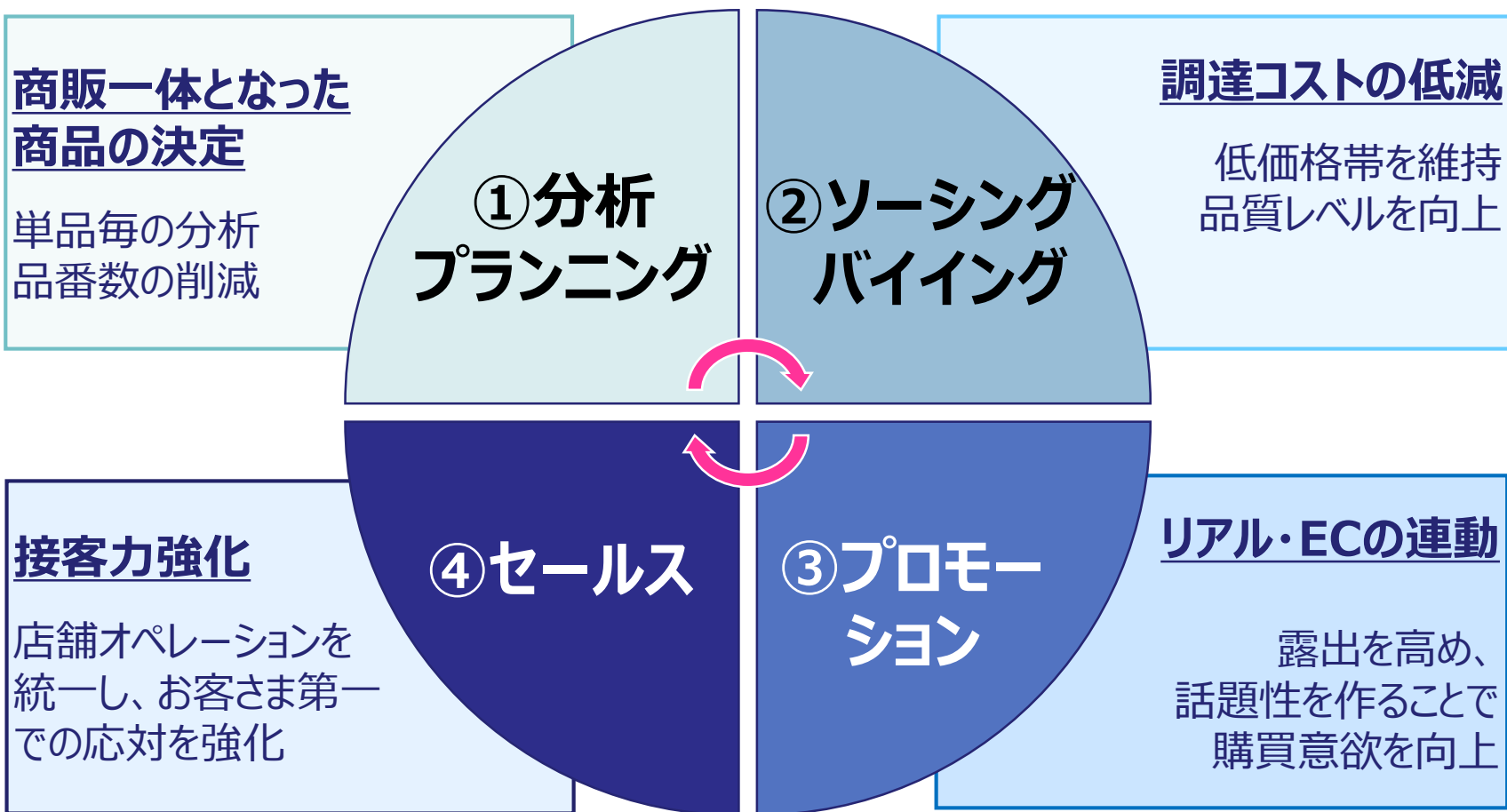
3. プロモーションの強化

ーイベントを活用した新たな施策・企業価値向上への取り組みー

4. 収益構造改革

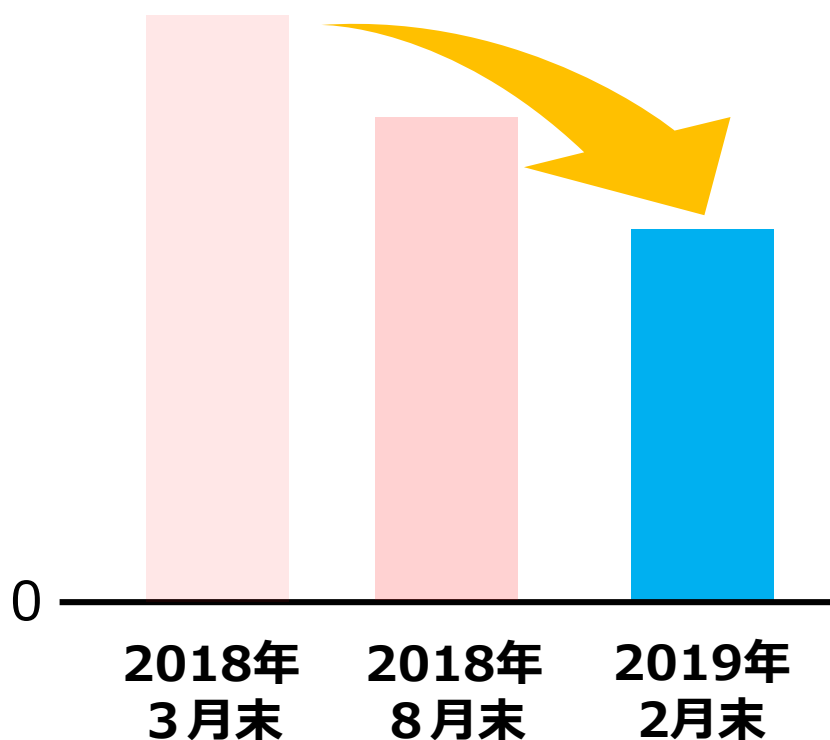
ー聖域なきコスト構造の改革ー

推進体制の変革・MDプロセスの見直し



品番数削減による重点販売商品の強化

品番数推移



品番数前年比**60%に削減**
重点販売商品を明確化



プロモーションと連動させ
建値消化率

前年差 + 6%改善
を目指す

店舗間格差の是正による営業力強化

「eラーニングの導入」「教育トレーナーの配置」

「社内販売競争イベントの開催」

お客さま対応が必要なカテゴリーの販売強化を実施



強化カテゴリー

「アウター」「ボトム」「ニット」「雑貨」

売上高前年比**115.3%**を目指す

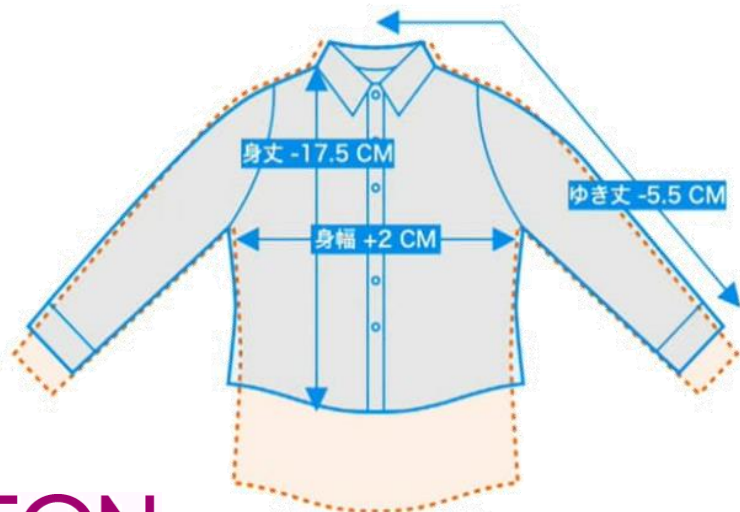
公式オンライン利便性の強化



お客さまの手持ちの
アイテムと比較

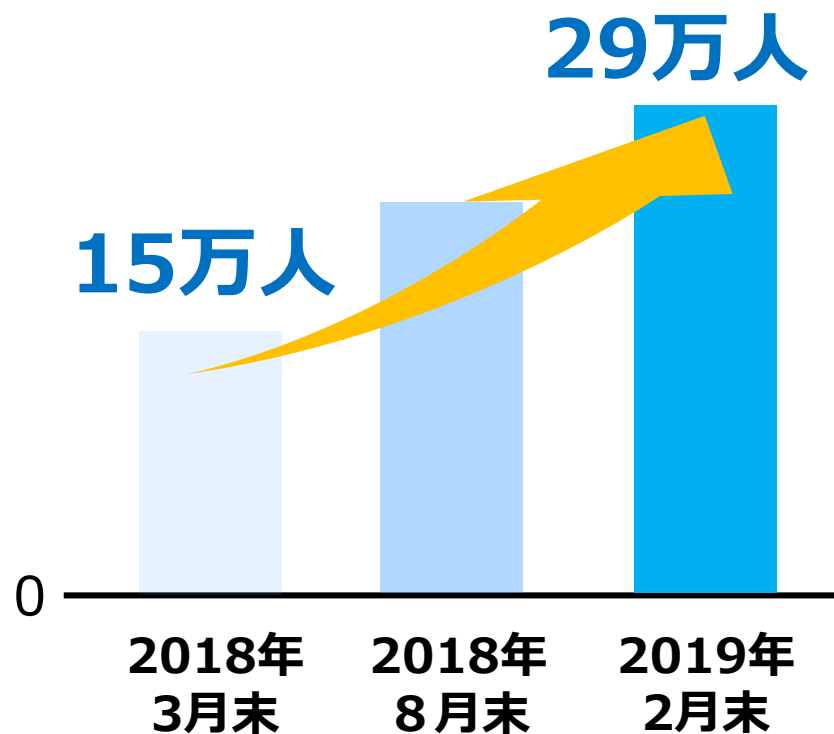


具体的にフィット感をイメージ
お客さまのサイズに合う
商品を提供することで
サイズへの「不の解消」を実施



コックスメンバーズクラブの活用

CMC新規会員獲得者数推移



客単価 : 一般客単価 + 2,032円

CMC新規会員
獲得者数が
計画以上に推移

下半期更に
5万人増加
を目標に取り組む

SNS・イベントを活用した施策の実施

(1) インスタグラムを活用した先行受注会の開催

**(2) SCイベント・ECセール等を活用した新たな
施策の実施**

(3) 他業種とのコラボレーション

3. プロモーションの強化

SDG s への取り組みを推進



7つの社会貢献活動



一体感のあるものへと進化させることで
ブランドの認知度向上
 を図る

聖域なきコスト構造改革

(1) 事業の付加価値を生まないコストの削減

(2) 固定費の抜本的な見直し

働き方改革による生産性の向上

(1) 店舗オペレーションの標準化

曜日、繁閑に応じた人員配置を実現させ、
人時生産性の向上を図る

(2) 本社フリーアドレスの導入検討

本社業務の一部をRPA・AI化し、
コミュニケーションの向上・イノベーティブな環境の整備

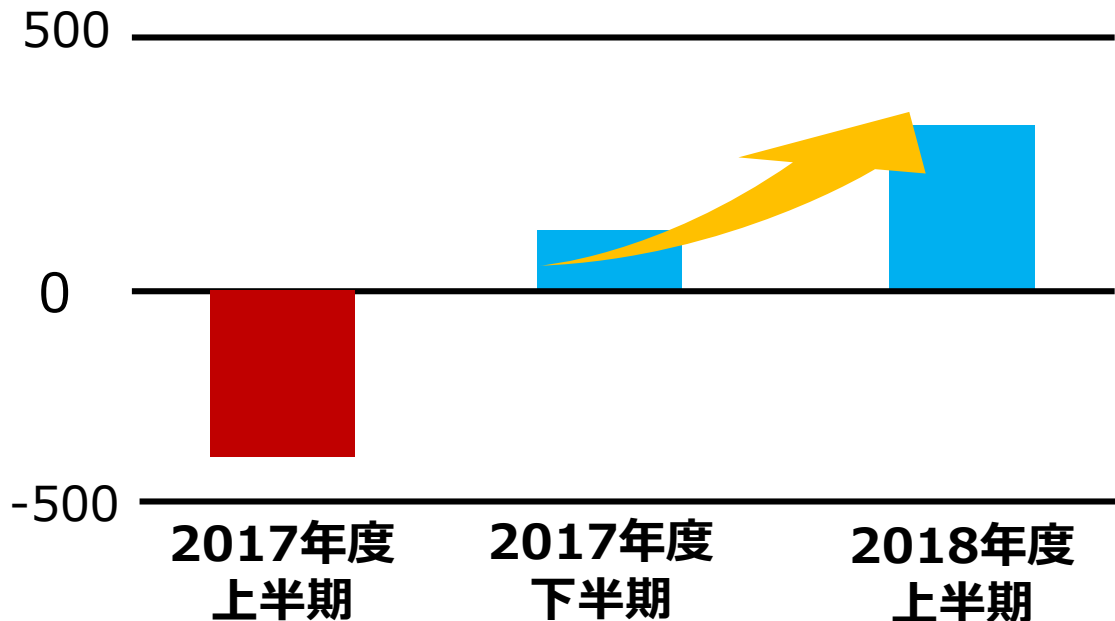
(3) テレワークの実験導入

時間や場所に囚われない働き方として実験導入

2017年度下半期 黒字化に成功 2018年度上半期 黒字拡大

中国事業 営業利益 推移

(単位：千元)



コストパフォーマンス
の高い商品・商材
の開発を更に強化

ファッション小売業から ファッションテック企業へ 生まれ変わる

コックスの強みを活かし
新たな顧客創造の実現へ

2019年2月期 連結業績予想

2019年2月期連結業績予想

(単位：百万円)

| | 連 結 | 前年比・差 |
|-------|--------|--------|
| 売上高 | 20,750 | 103.5% |
| 営業利益 | 200 | +614 |
| 経常利益 | 330 | +591 |
| 当期純利益 | 10 | +726 |

ご静聴頂き誠にありがとうございました。
ご意見・ご質問につきましては、
下記にお問い合わせ頂きます様お願い致します。

□業績予想に関するご注意

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する事項は、当社が資料作成時点で入手した情報に基づき判断した見込みであり、その情報の正確性を保証するものではありません。今後、様々な要因の変化により、実際の業績とは異なる可能性があることをご承知置きください。

□数値表記について

資料内の数値は百万円未満を切り捨て、比率は小数点第2位を四捨五入して表示しております。

<お問い合わせ先>

財務経理本部長 細川

TEL : 03-5821-6070 / FAX : 03-5821-1031

<http://www.cox-online.co.jp/>