



2020年3月期 第1四半期 決算補足資料

2019年8月9日(金)
株式会社ジーンズメイト
代表取締役社長 富澤 茂
(東京証券取引所1部 証券コード7448)

1. **事業の構造改善が進み、2期連続での第1四半期
営業黒字化を達成(営業利益率:6.4%)**
2. **継続的に注力しているレディース&雑貨部門で、
着実な増収を達成(前年同期間対比102.3%)**
3. **タイムリーな売価変更、仕入精度向上により、在庫
削減達成(第1四半期末在庫原価対比:77.4%)**

第1四半期決算概要

2020年3月期 <損益計算書>

稼働店舗数減と在庫コントロールへの注力により、
1Q期間は減収減益となるも、**着実に利益を獲得**

(単位：百万円)
下段は構成比

	2019年3月期 第1四半期累計 (18年4月1日～6月30日)	2020年3月期 第1四半期累計 (19年4月1日～6月30日)	前期比・差
売上高	2,276 (100.0%)	2,161 (100.0%)	95.0% / △114
売上総利益	1,207 (53.0%)	1,113 (51.5%)	92.3% / △93
販管費	1,012 (44.5%)	976 (45.2%)	96.5% / △35
営業利益	195 (8.6%)	137 (6.4%)	70.4% / △57
税引前利益	182 (8.0%)	138 (6.4%)	75.8% / △44
当期純利益	157 (6.9%)	124 (5.7%)	79.0% / △33

2020年3月期 <貸借対照表>

自己資本比率は**78.7%**と、健全な水準を維持

(単位：百万円)

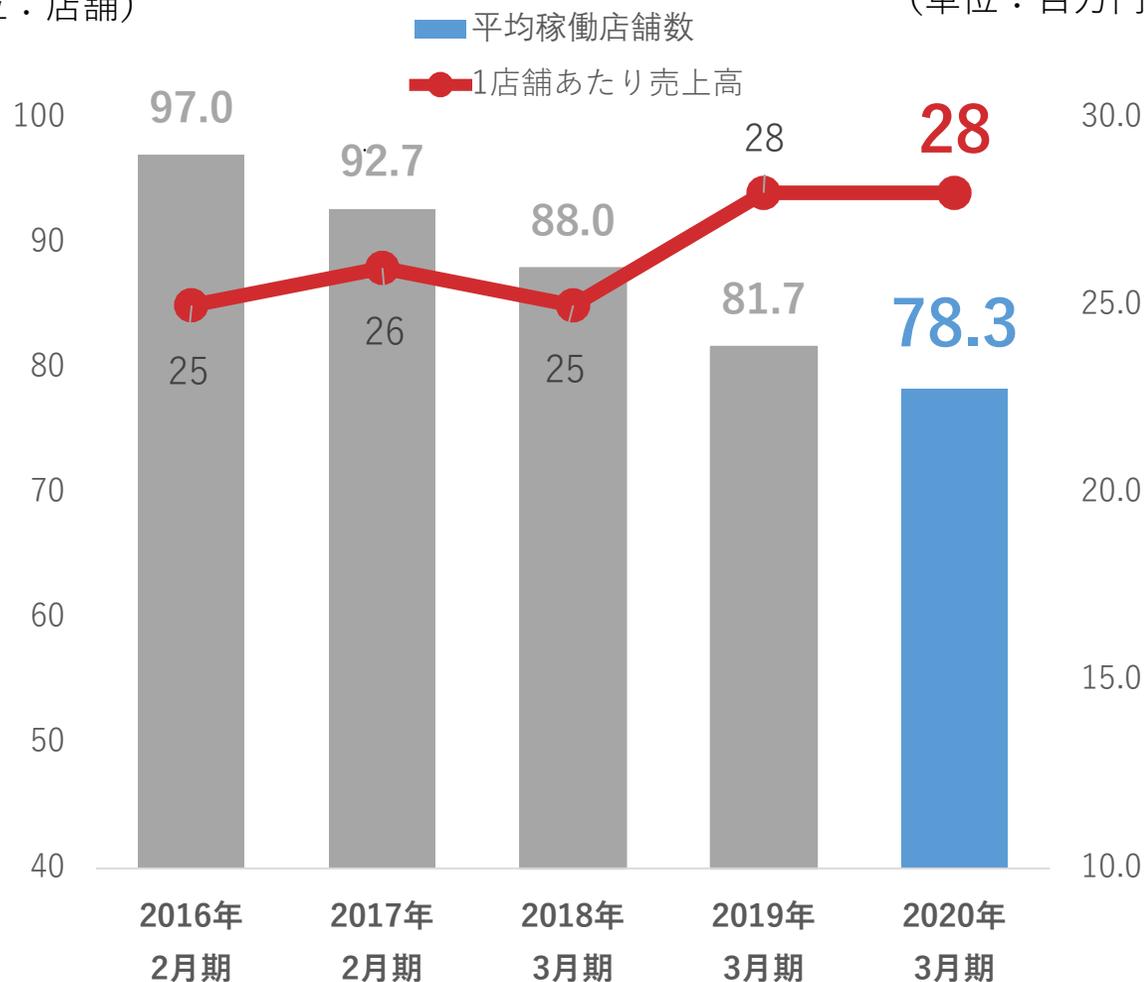
	2019年 3月末	2019年 6月末		2019年 3月末	2019年 6月末
現預金	1,474	1,265	流動負債合計	932	593
売掛金	285	273	固定負債合計	374	367
商品	1,504	1,461	負債合計	1,306	960
流動資産合計	3,377	3,128	株主資本合計	3,416	3,540
固定資産合計	1,345	1,372	純資産合計	3,416	3,540
資産合計	4,722	4,500	負債・純資産合計	4,722	4,500

2020年3月期 <生産性向上の取組み>

【1Q平均稼働店舗・1店舗あたり売上高推移】

(単位：店舗)

(単位：百万円)



スクラップアンドビルドの
推進により、平均稼働
店舗数純減傾向となるも、
1店舗あたり売上高は
増加傾向

《単位当たり売上高数値》

- ✓ 1㎡あたり売上高：102%
- ✓ 1人あたり売上高：104%

※比較期間

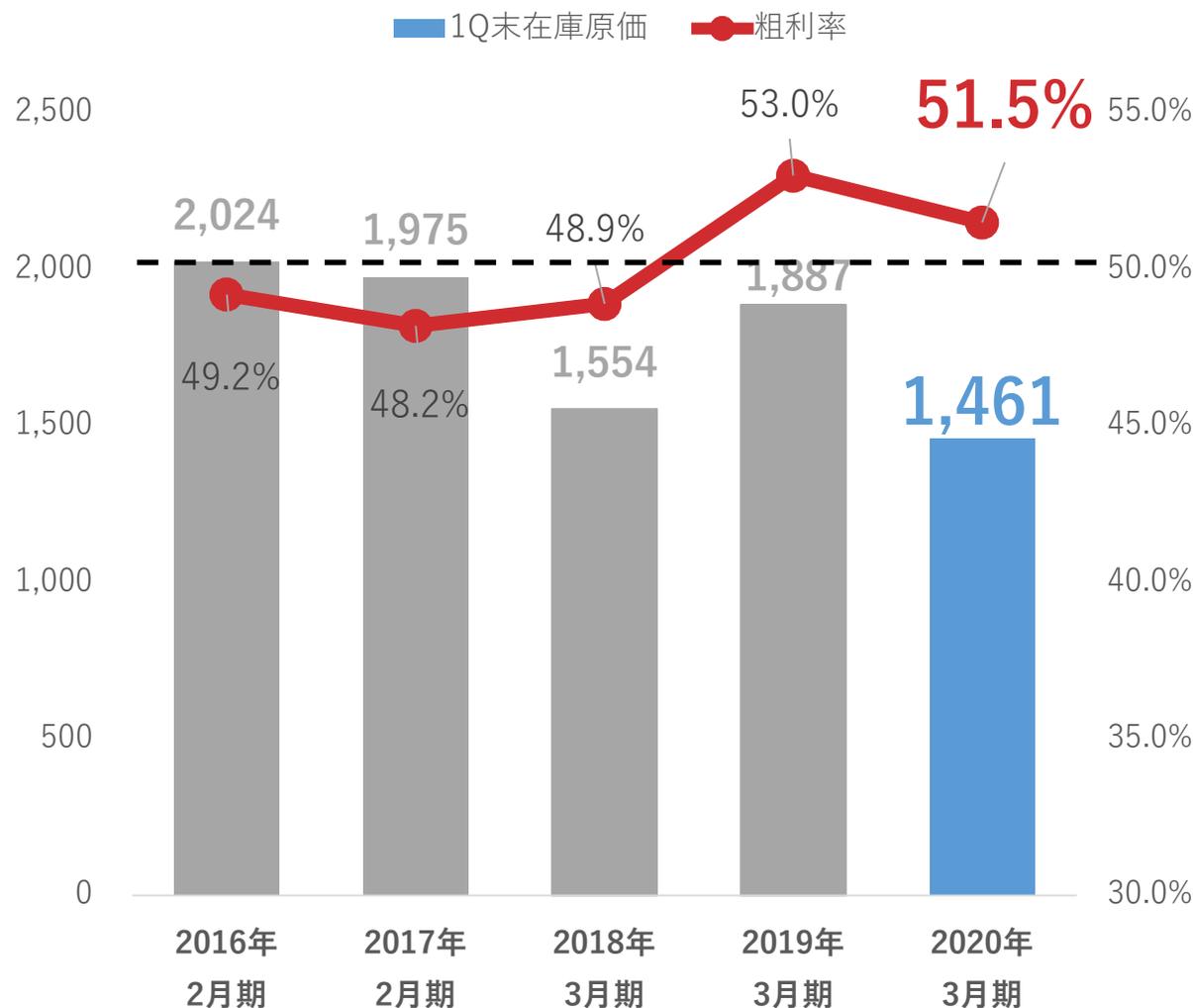
2019~2020年3月期：4/1~6/30

2016~2018年2or3月期：3/21~6/20

2020年3月期 <粗利率改善と在庫削減の取組み>

【1Q末在庫原価・粗利率推移】

(単位：百万円)



仕入精度向上と、
タイムリーな売価変更
実施により、
在庫削減と
粗利率改善を
同時に達成

※比較期間

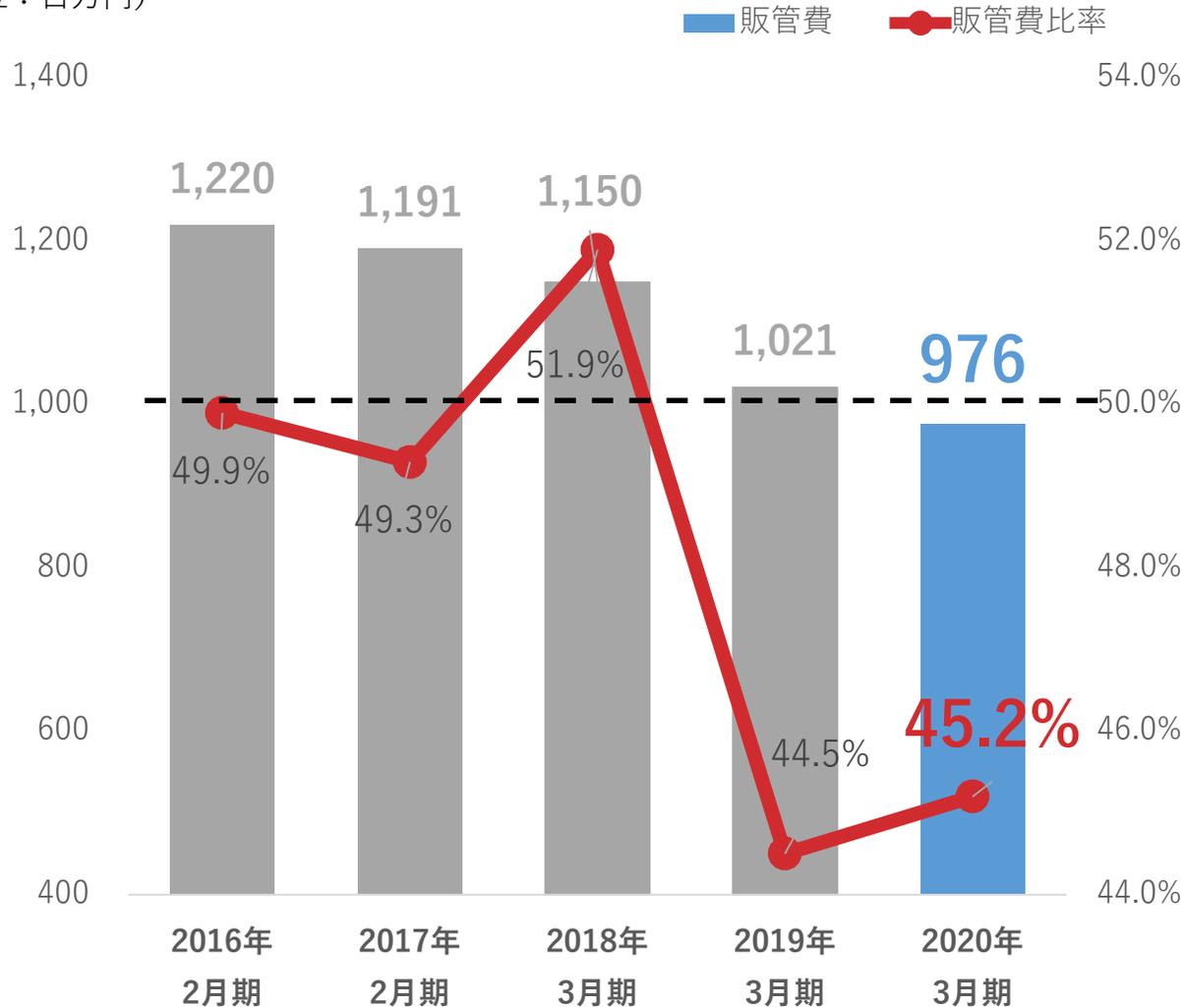
2019~2020年3月期：4/1~6/30

2016~2018年2or3月期：3/21~6/20

2020年3月期 <販管費削減の取組み>

【1Q累計販管費・販管費比率推移】

(単位：百万円)



2017年7月より
継続的に各種販管費の
削減に取組み、
販管費を抑制し、
販管費率を改善

※比較期間

2019~2020年3月期：4/1~6/30

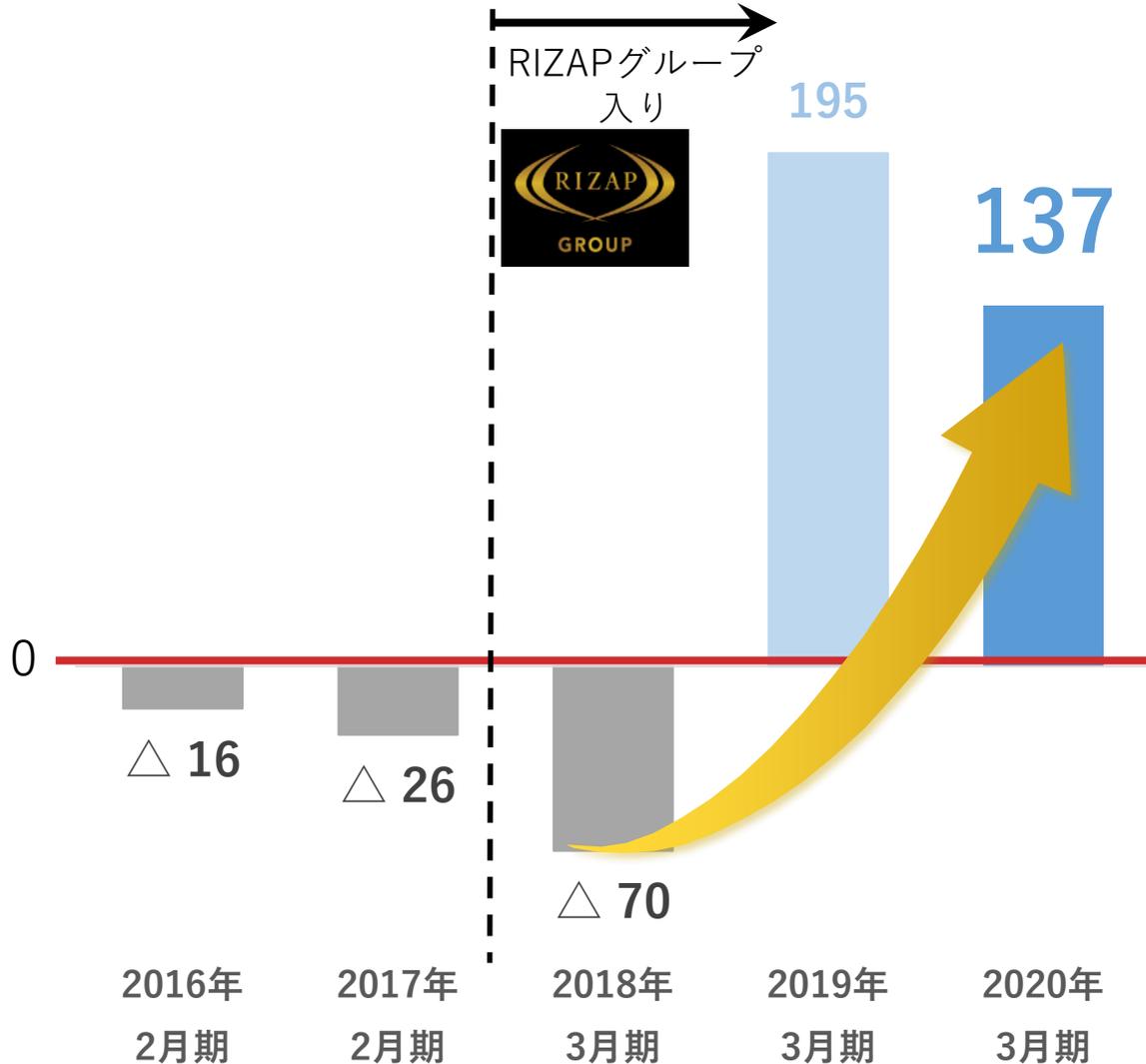
2016~2018年2or3月期：3/21~6/20

2020年3月期 <第1四半期営業利益比較>

60th
JEANS *mate*
1960-2020

(単位：百万円)

【第1四半期営業利益】



2期連続となる 第1四半期 営業黒字達成

※比較期間

2019~2020年3月期：4/1~6/30

2016~2018年2or3月期：3/21~6/20

1Q重点施策報告と2Q以降計画

- ① 出退店戦略 ～新店状況、立地別MD強化～
- ② MD改革 ～アウトドアMD改革、レディース&雑貨強化継続～
- ③ チャンネル別戦略 ～インバウンド、EC強化継続～
- ④ 60周年イヤーに向けた取組み

① 出退店事例：新店“ODイオンモール熊本”

2019.6.8
OPEN



館内の好立地出店により、OPEN月度で
売上予算比123%と好調。



① 出退店戦略：立地別MD強化

立地別MDを推進し、各店舗タイプで**売上最大化**を実現

都心路面型立地



- ✓ インバウンド需要も意識した、和テイストのアイテム拡充
- ✓ マルチブランドのユニセックス訴求に継続注力

SC型立地



- ✓ レディースMDを見直し、親子で楽しめる品揃えに変更
- ✓ PB商品は小ロット&クイック対応に注力し、ロープライスアイテムの品揃えも充実

OUTDOOR業態



- ✓ MDを見直し、メンズ商品の開発強化及びVMDへ注力
- ✓ Bagの在庫を適正量に絞り、アパレルの比重を高める事で売場鮮度と商品回転率を向上

②MD改革：アウトドアプロダクツMD刷新

メンズ強化に向け、新MDアイテムを8月度より導入開始

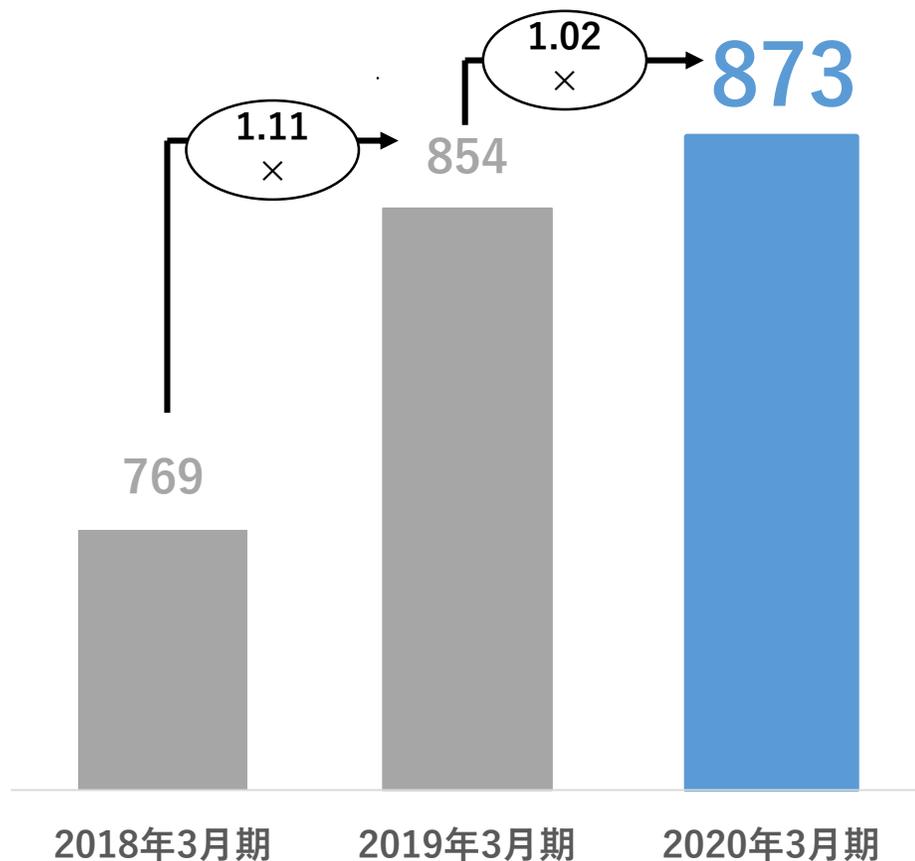


※画像はイメージです。実際の商品とは異なる場合があります。

②MD改革:レディース&雑貨への注力

【1Q累計レディース&雑貨部門売上高】

(単位:百万円)



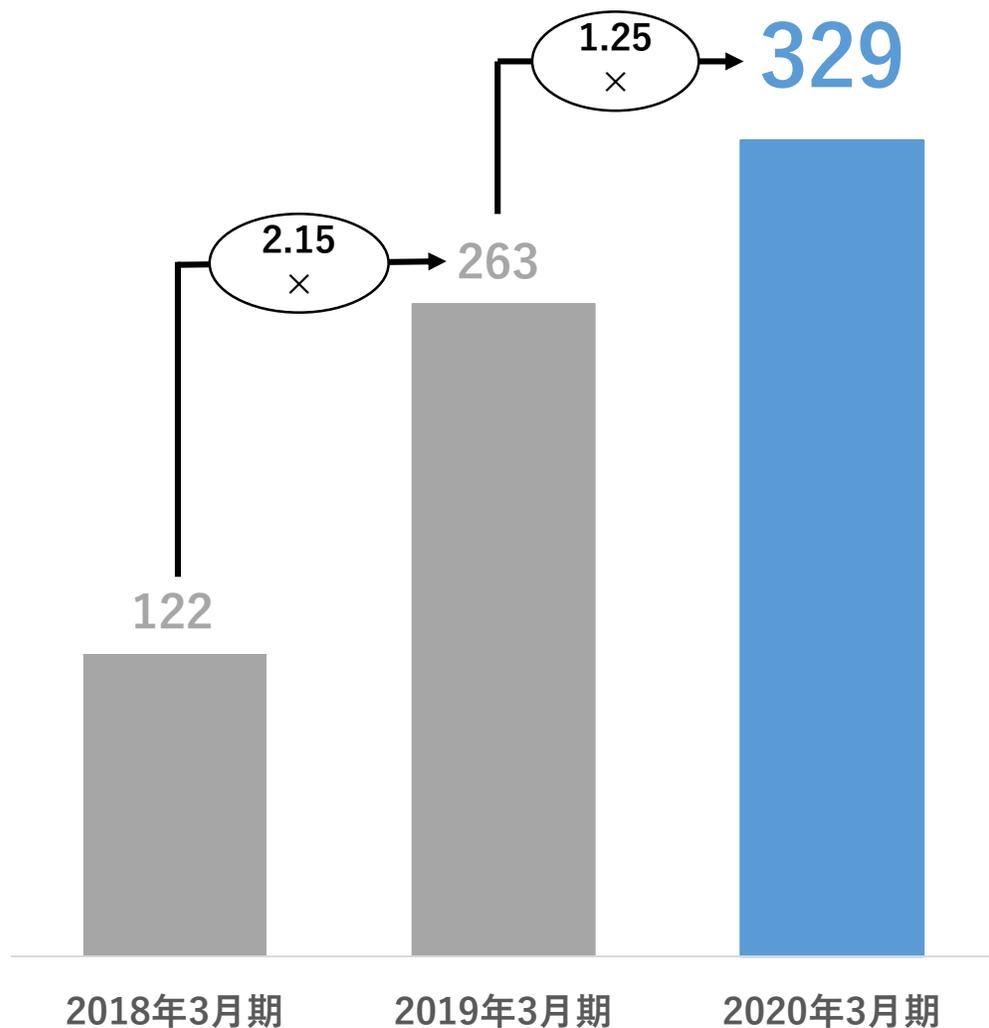
対比期間:4/1-3/31

アウトドアプロダクツとナショナル
ブランドのアイテム群を拡充し、
都心・SC系店舗中心に
着実な売上増を達成



③チャンネル別戦略：インバウンド強化継続

(単位：百万円) 【1Q累計 免税売上高】



対比期間:4/1-3/31

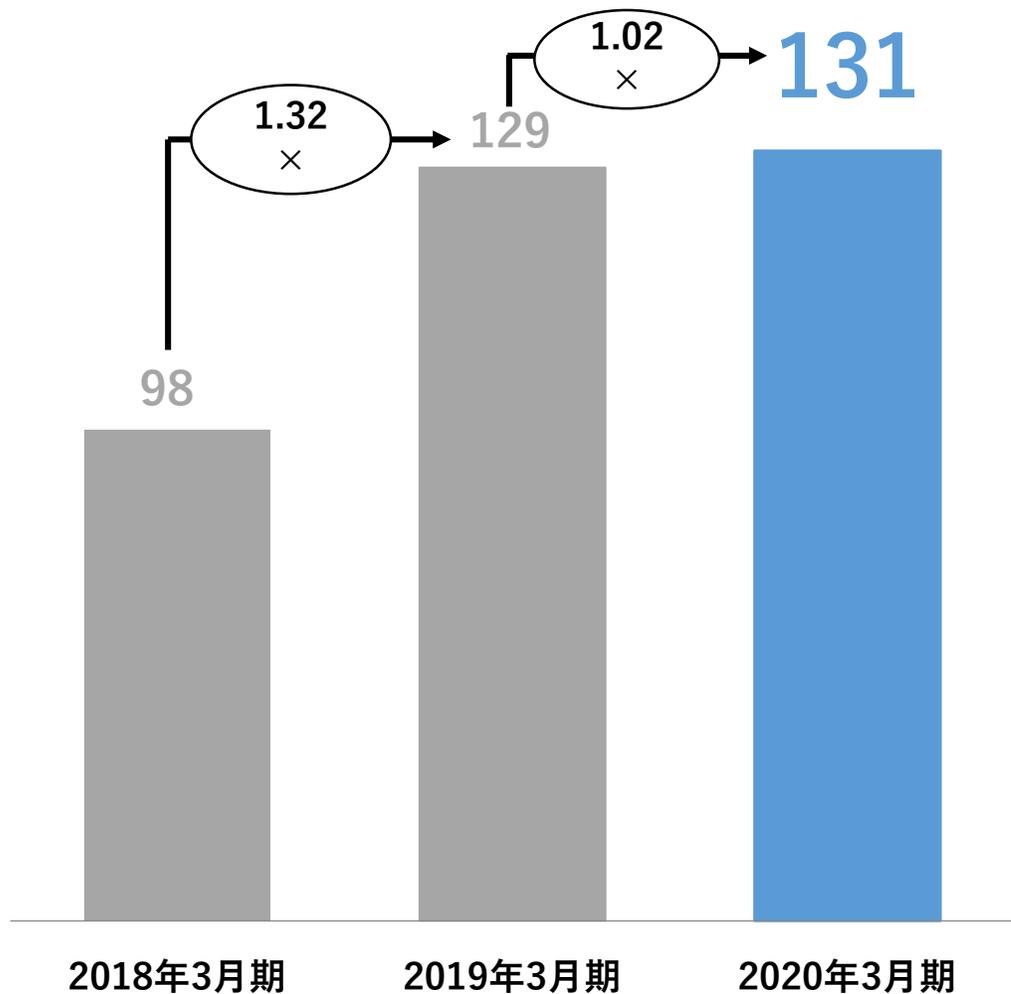
昨年迄の爆買いは落ち着くも、
対象店舗数を更に拡大し、
継続的な売上増を達成

※期末店舗数推移:16→19→32店舗



③チャンネル別戦略:EC強化継続

(単位:百万円) 【1Q累計 EC売上高】



対比期間:4/1-3/31

ZOZOの画像変更、 楽天ブランドアベニュー出店、 ヤフーショッピング広告等、 着実な売上増を達成

【Before】



【After】



Rakuten BRAND AVENUE

**ヤフーショッピング
ストアマッチ運用代行サービス** 効果測定
レポート付

ヤフーショッピングで売上を上げるならストアマッチ広告!
広告のプロが低コストで運用をすべて代行いたします。

- 商品、出稿キーワード選定までプロが代行!
- 時間に応じて広告予算を調整
- 費用対効果が分かる分析レポート

ヤフーショッピングのモール内検索対策にあわせて広告運用のご提案!
御社の手間を軽減し、効率よく運用させていただきます!

④～60周年へ向けて店頭イベント開始～

2020年10月の60周年に向け、今年6月から訴求開始

【6/上 60周年創業感謝祭店頭訴求の様子】

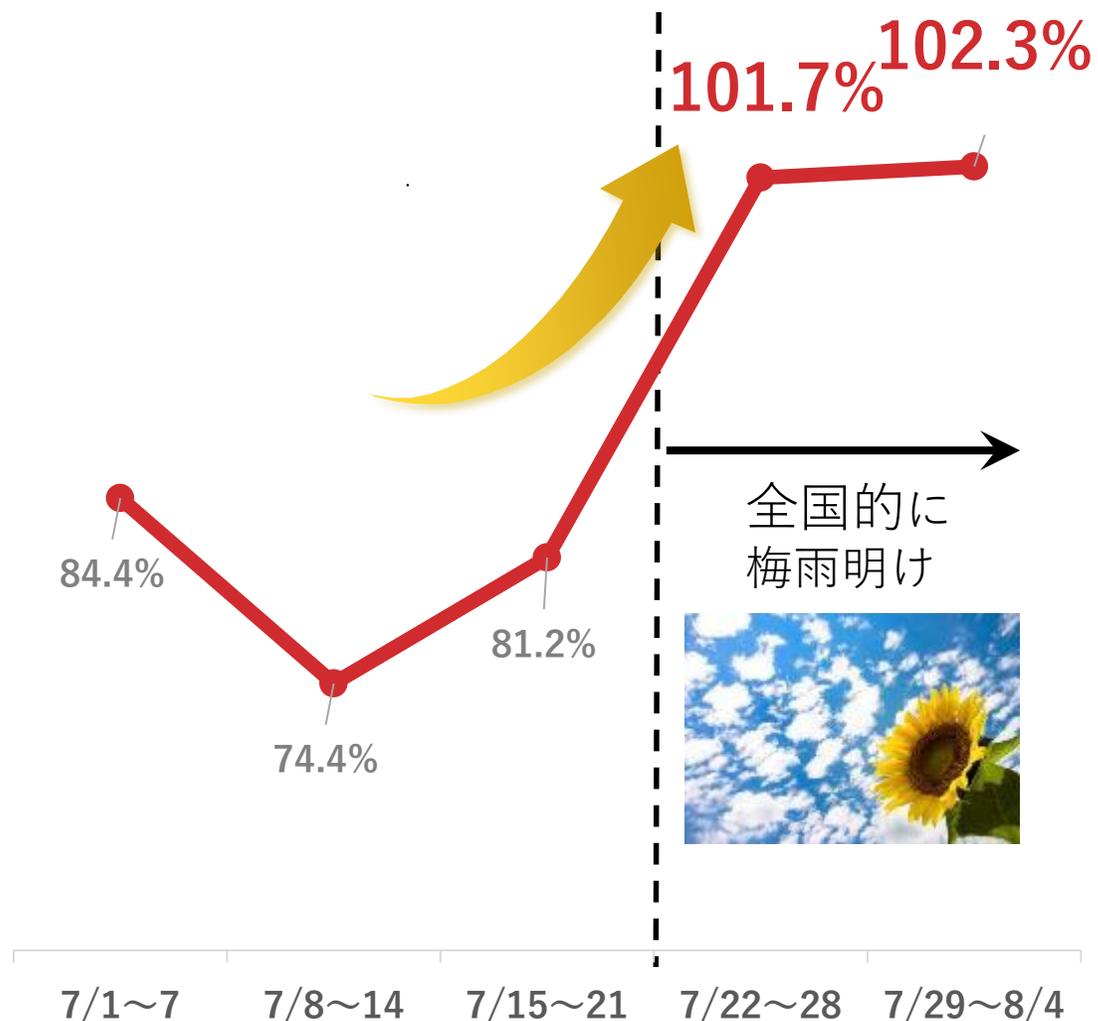


【NBノベルティ告知POP】

【5/30配信プレスリリース】

足もとの状況と通期業績見通し

【既存店週別前年比推移】



記録的な日照不足により、
7月度前半は苦戦するも、
後半にかけて売上高は
前年実績を上回る



より筋肉質な収益構造を確立し、**増収増益の達成へ**

(単位：百万円)

	2019年3月期 (18年4月1日～19年3月31日)	2020年3月期 通期見通し (19年4月1日～20年3月31日)	前期比・差
売上高	8,579	8,850	103.1% / + 270
営業利益	91	175	191.5% / + 83
税引前利益	64	135	208.1% / + 70
当期純利益	19	85	425.6% / + 65

免責事項

本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証または約束するものではなく、今後、予告なしに変更されることがありますので予めご了承ください。