



# 2021年1月期 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

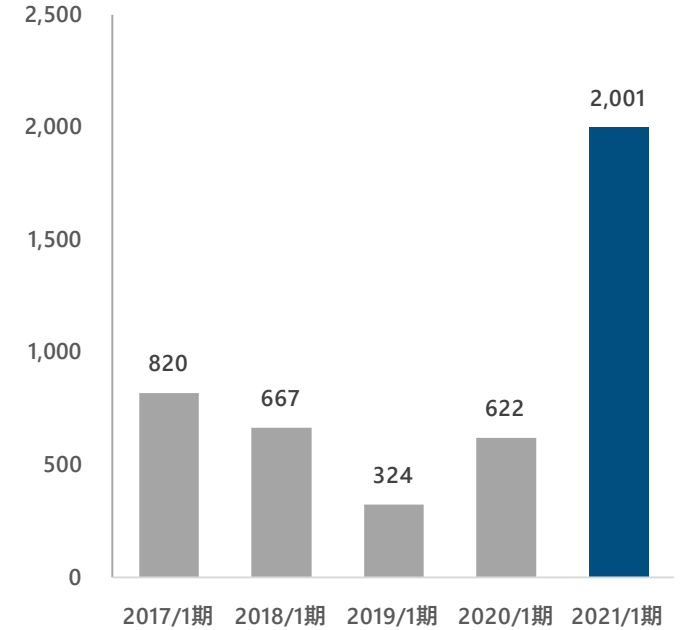
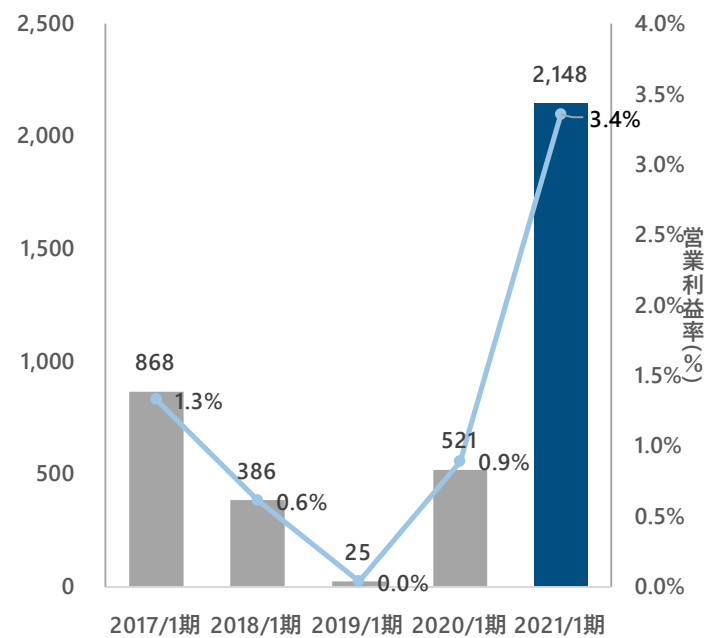
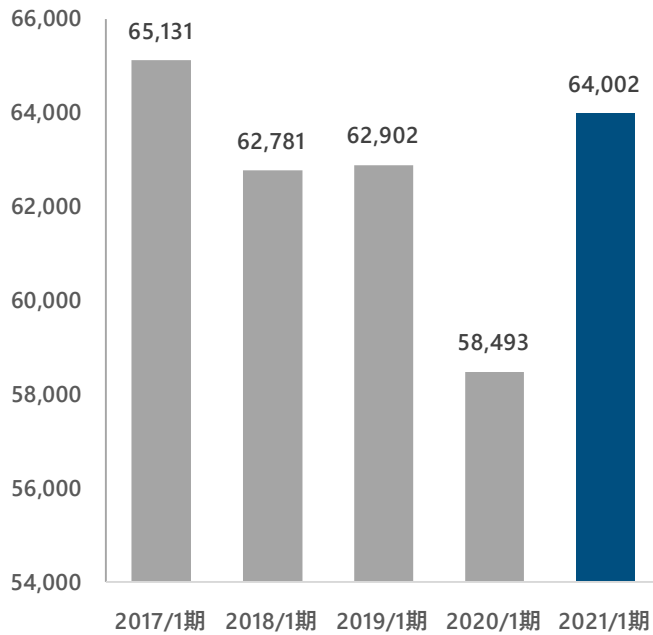


# 2021年1月期 決算概況

(C) CROSS PLUS. All Rights Reserved.

# 決算総括

ニューノーマルアパレルの強化を進めたこと及び、マスクを中心とした非衣料品の販売拡大により、増収増益。2004年の上場以来、営業利益と当期純利益で最高益を達成。



## 2021年1月期業績概況

上期は、店舗休業で衣料品販売が減少し、非衣料品販売で補うも減収。

下期は、衣料品販売が回復基調となり、非衣料品の販売も拡大し、売上高は前年から大幅に増収。

通期では増収増益。12月11日に修正した業績予想より上振れ。

単位：百万円

	2020年1月期			2021年1月期							
	上期	下期	通期	上期	前年比	下期	前年比	通期	前年比	12/11 業績修正	差額
売上高	27,748	30,745	58,493	25,904	93.4%	38,098	123.9%	64,002	109.4%	62,500	+1,502
売上総利益	5,986	6,983	12,969	5,628	94.0%	9,694	138.8%	15,322	118.1%	15,100	+222
売上総利益率	21.6%	22.7%	22.2%	21.7%	+0.1p	25.4%	+2.7p	23.9%	+1.7p	24.2%	▲0.3p
販管費	5,961	6,486	12,447	5,734	96.2%	7,439	114.7%	13,173	105.8%	13,000	+173
営業利益	24	497	521	▲106	—	2,254	453.5%	2,148	411.6%	2,100	+48
経常利益	125	576	701	198	158.4%	2,332	404.9%	2,530	360.6%	2,400	+130
当期純利益	121	501	622	▲66	—	2,067	412.6%	2,001	321.4%	1,900	+101

## ビジネス別売上高

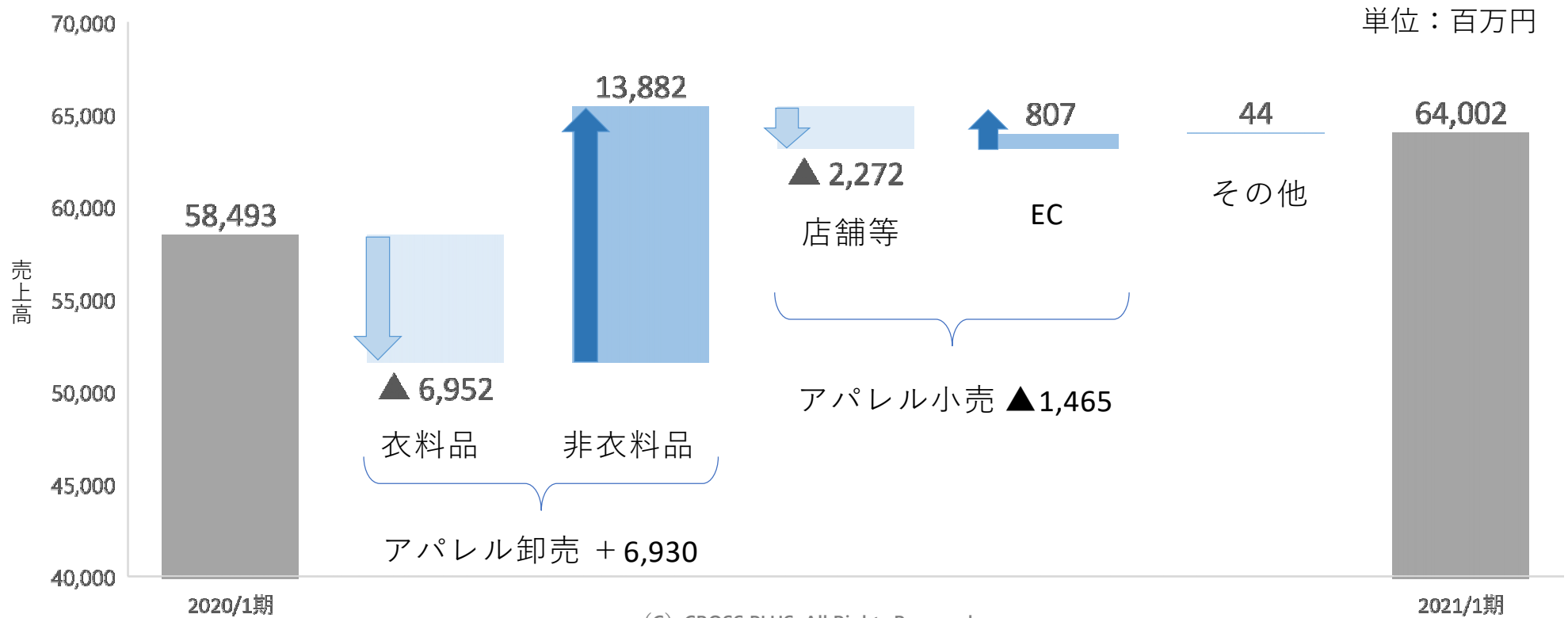
アパレル卸売は、衣料品販売は落ち込んだものの、新規の非衣料品の販売が拡大し大幅な増収。  
アパレル小売は、EC販売は伸長したものの、店舗が苦戦し減収。

単位：百万円

		2020年1月期		2021年1月期			
		売上高	構成比	売上高	構成比	前年差額	前年比
	衣料品	49,493	84.6%	42,539	66.4%	▲6,954	85.9%
	非衣料品	—	—	13,882	21.7%	+13,882	—
アパレル卸売 計		49,493	84.6%	56,421	88.1%	+6,928	114.0%
	店舗等	7,926	13.6%	5,594	8.8%	▲2,333	70.5%
	EC	1,003	1.7%	1,873	2.9%	+870	186.7%
アパレル小売 計		8,929	15.3%	7,467	11.7%	▲1,462	83.6%
その他・連結調整		69	0.1%	113	0.2%	+44	163.5%
合計		58,493	100.0%	64,002	100.0%	+5,509	109.4%

## 売上高の増減要因

新しい取り組みであるファッションマスク等の非衣料品販売が、138億82百万円と大きく伸びたことで増収。  
重点強化したECは、外部モールへの販売が拡大。



## 非衣料品でのパステルマスクが大ヒット

昨年5月より販売を開始したパステルマスクは、全国の量販店・ドラッグストア・ホームセンター・ECで販売し、13色のカラーバリエーションと、子供から大人までの4サイズ、「呼吸しやすい、耳が痛くならない、柔らかな肌触り」の機能が好評で、累計販売枚数が7,500万枚を突破する大ヒット商品となった。



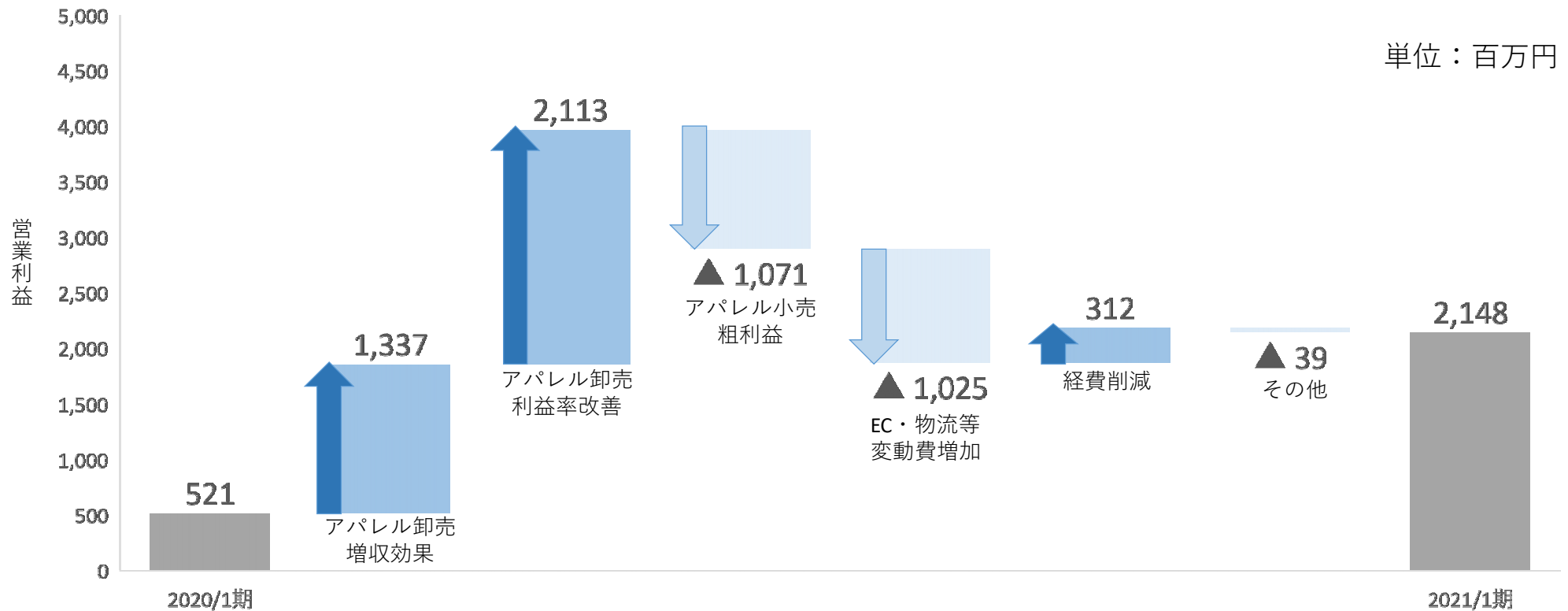
(C) CROSS PLUS. All Rights Reserved.

## 営業利益の増減要因

営業利益は、主にアパレル卸売の売上総利益改善で大きく増益。

粗利益は、アパレル卸売の増収と利益率改善に伴い増加、アパレル小売では減少。

経費は、旅費交通費減少等による経費削減はあるものの、広告宣伝費やEC、物流等の変動費が増加。





## 販売チャネル別売上高

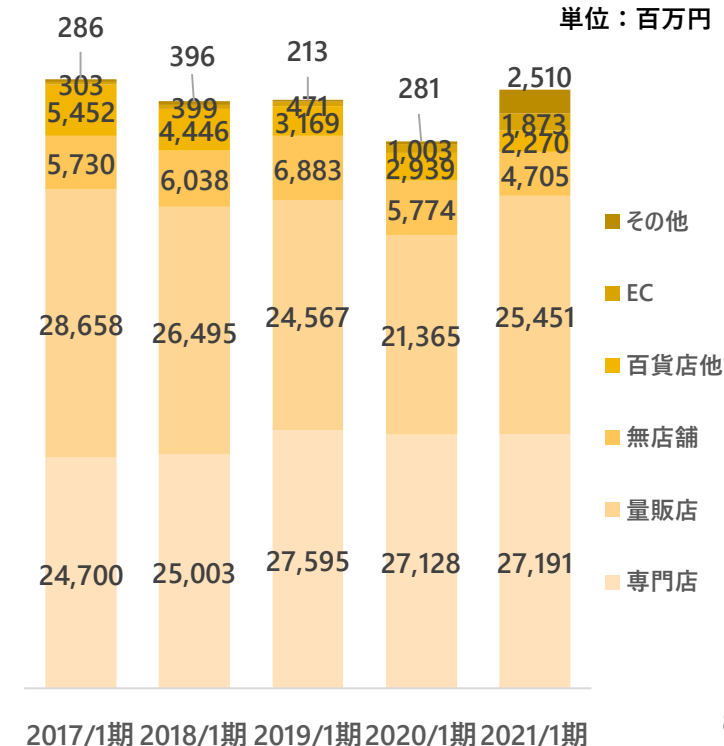
専門店は、衣料品の落ち込みを、ドラッグストアやホームセンター等への非衣料品販路の開拓が進みほぼ前年並み。  
 量販店は、新設されたマスクコーナーへの販売など、非衣料品販売が好調で拡大。  
 無店舗および百貨店他では、衣料品販売が落ち込み前年割れ。

単位：百万円

	2020年1月期		2021年1月期			
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年差額	前年比
専門店	27,128	46.4%	27,191	42.5%	+ 63	100.2%
量販店	21,365	36.5%	25,451	39.8%	+ 4,086	119.1%
無店舗	5,774	9.9%	4,705	7.4%	▲1,069	81.5%
百貨店他	2,939	5.0%	2,270	3.5%	▲669	77.2%
EC	1,003	1.7%	1,873	2.9%	+ 870	186.6%
その他	281	0.5%	2,510	3.9%	+ 2,229	892.2%
合計	58,493	100.0%	64,002	100.0%	+ 5,509	109.4%

## 販売チャネル別売上高推移

単位：百万円

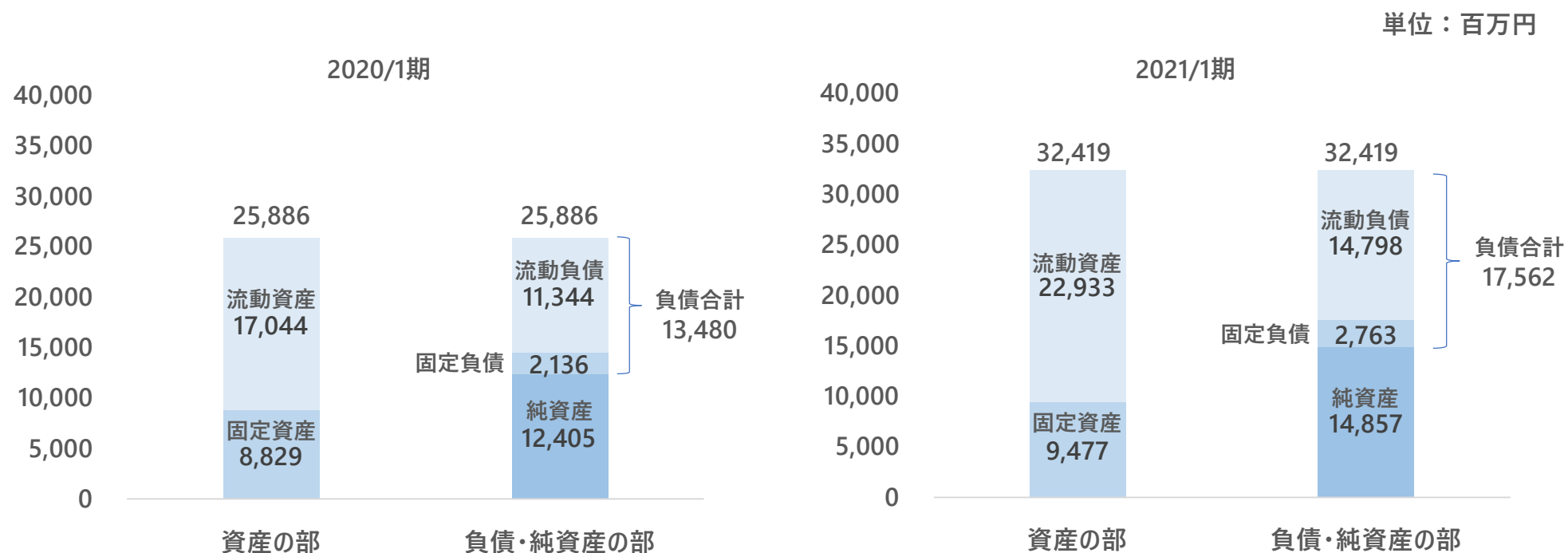


## 連結貸借対照表の概要

総資産は、商品在庫や売上債権が増加したこと等により、324億19百万円。

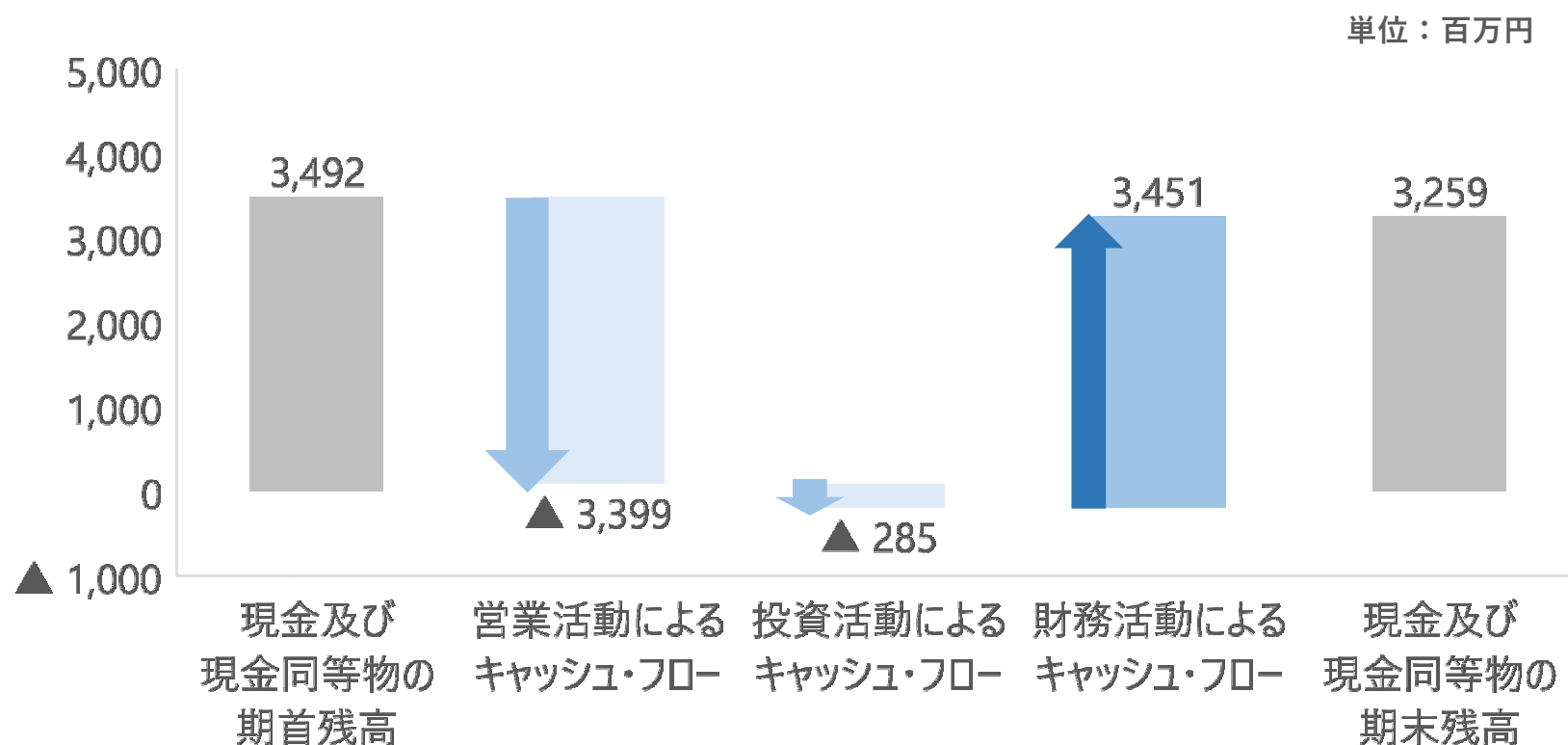
負債合計は、借入金が増加したこと等により、175億62百万円。

純資産は、利益剰余金の増加等により、148億57百万円。



## 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

現預金は、営業活動の支出や財務活動の収入により、前年から2億33百万円減少し、32億59百万円。





# 2022年1月期 業績予想と施策

(C) CROSS PLUS. All Rights Reserved.

## 2022年1月期計画

売上高は、前年の不織布マスク等の一過性売上を除き、減収と予想。  
衣料品の売上総利益率の改善や経費削減により増益を予想。

単位：百万円

	2021年1月期			2022年1月期(計画)					
	上期	下期	通期	上期	前年比	下期	前年比	通期	前年比
売上高	25,904	38,098	64,002	29,500	113.9%	32,500	85.3%	62,000	96.9%
売上総利益	5,628	9,694	15,322	6,900	122.6%	8,100	83.6%	15,000	97.9%
販管費	5,734	7,439	13,173	6,300	109.9%	6,500	87.4%	12,800	97.2%
営業利益	▲106	2,254	2,148	600	—	1,600	71.0%	2,200	102.4%
経常利益	198	2,332	2,530	700	353.5%	1,750	75.0%	2,450	96.8%
当期純利益	▲66	2,067	2,001	550	—	1,550	75.0%	2,050	102.4%

## 2022年1月期計画の補足

衣料品は、上期は前年を上回る予想。前年下期からの市場の回復傾向が継続する前提。  
非衣料品は、不織布マスク等の一過性分が減収となる予想。

単位：百万円

	2020.1期		2021.1期		2022.1期（計画）	
	上期	下期	上期	下期	上期	下期
衣料品	23,611	25,883	17,990	24,550	22,400	24,600
非衣料品	—	—	4,829	9,053	3,500	3,500
アパレル卸売	23,611	25,883	22,819	33,063	25,900	28,100
アパレル小売	4,118	4,812	3,038	4,429	3,500	4,200
その他	20	49	47	66	100	200
連結	27,748	30,745	25,904	38,098	29,500	32,500

## 重点施策

### アパレル事業の強化

- ・ニューノーマルアパレルの強化
- ・ECの強化
- ・デジタル活用

### 非衣料品の施策

- ・ファッションマスクの継続
- ・新規販路の開拓
- ・新規商品の開発

### ワークスタイル変革

- ・オフィス環境の整備
- ・デジタル化

## アパレル事業の強化①



### 【ニューノーマルアパレルの強化】

- ・ニューノーマルのビジネススタイルに合わせたテレワークウェアを強化。
- ・限定された生活シーンに対応し、近所とアウトドアを軸としたカジュアル商品を強化。



## アパレル事業の強化②

LE SOUK  
HOLIDAY



ReNorm  
by A.T



### 【ECの強化】

- ・「LE SOUK HOLIDAY」、「ReNorm by A.T」等、インフルエンサーやSNSと連動したECブランドの増加。
- ・小売では、不採算の実店舗の撤退を進め、EC販売に広告費を投入し、EC化率アップに注力。

## アパレル事業の強化③



### 【デジタル活用】

- AIを活用したビッグデータ分析を行うことで、衣料品の商品企画を強化。
- 海外工場の生産管理にWEB動画を使用し、管理効率をアップして、不良品の発生を低減。
- 3Dソフトウェアの導入によるサンプルレスを進め、商品企画のリードタイムを短縮。

## 非衣料品の施策①



### PASTEL MASK

楽しく”素敵”に着こなすマスク



### 【ファッションマスクの継続】

- ・パステルマスクは、TVCMやWEB広告、SNSを活用したマーケティングを強化。
- ・ファッションマスクはキャラクターや柄等の品揃えを強化。

## 非衣料品の施策②



### 【新規販路の開拓】

- マスクの販売を契機に、DgS、HC、CVS等の新規販売先を拡大。

### 【新規商品の開発】

- EC、クラウドファンディング等のテスト販売で、新規商品開発を積極化。

## ワークスタイル変革



### 【オフィス環境の整備】

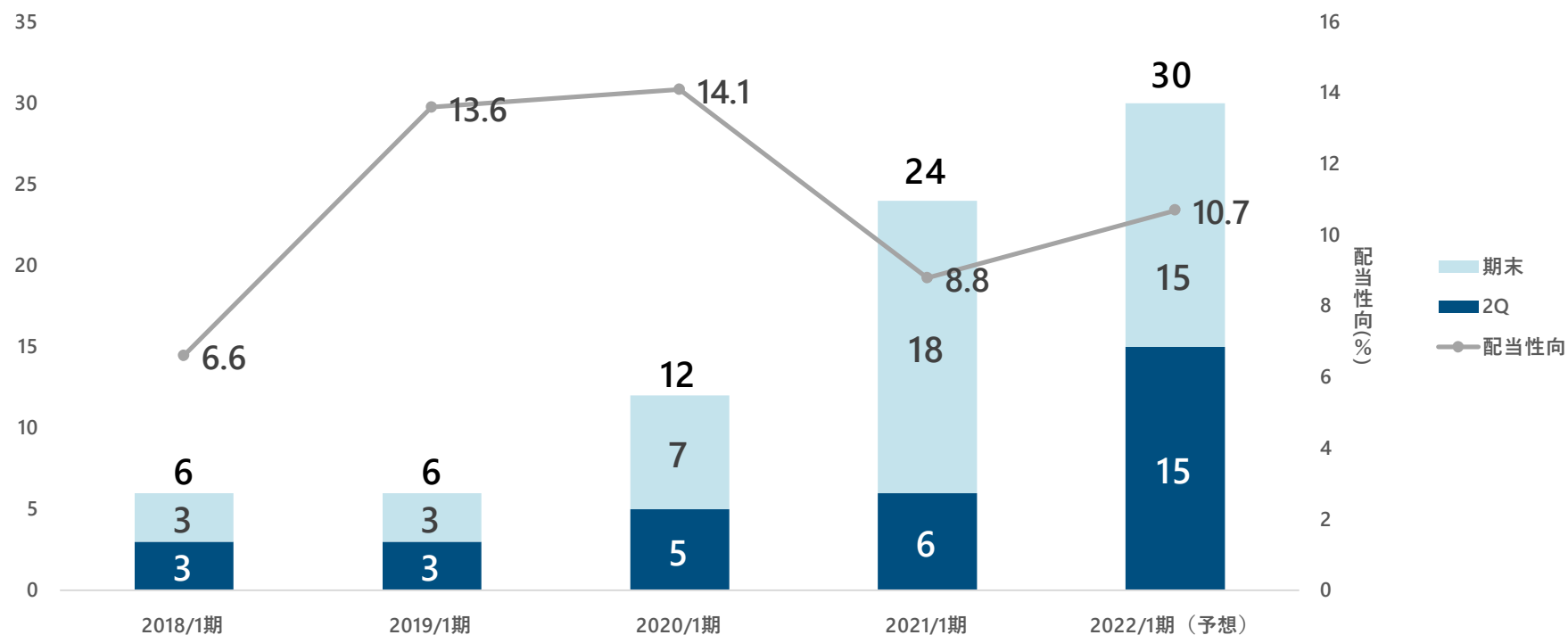
- フリーアドレス化やグループウェアの活用により、企画や販売の機動的な運営。

### 【デジタル化】

- データ分析やRPAの活用により、業務効率化を推進。

## 株主還元（配当について）

基本方針は、株主に対する利益還元を重要な経営政策とし、安定的な配当の継続。  
次期の配当金は30円で、6円増配を予想。





色が交わる。夢が加わる。

 CROSS PLUS

(C) CROSS PLUS. All Rights Reserved.



# Appendix



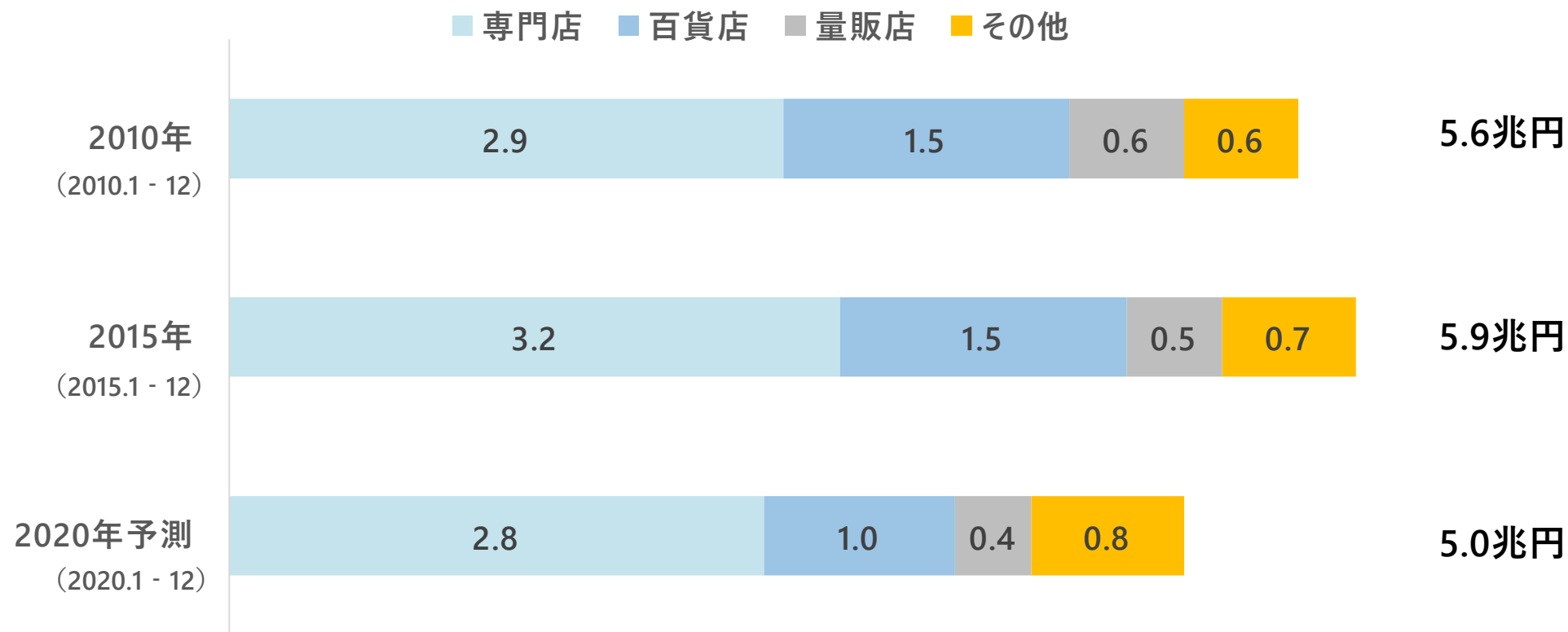
## 会社概要

商号	クロスプラス株式会社
設立	1953年4月
販売単価	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 > 752名      < 単体 > 611名      (2021年1月31日現在)
資本金	1,944百万円 (2021年1月31日現在)
発行株式数	7,718,800株 (2021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

## 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
- 2019年 スタイリンク（株）を解散
- 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（2020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2016、2020」

## 婦人アパレル業界でのポジション

婦人アパレル売上高（2019年度）

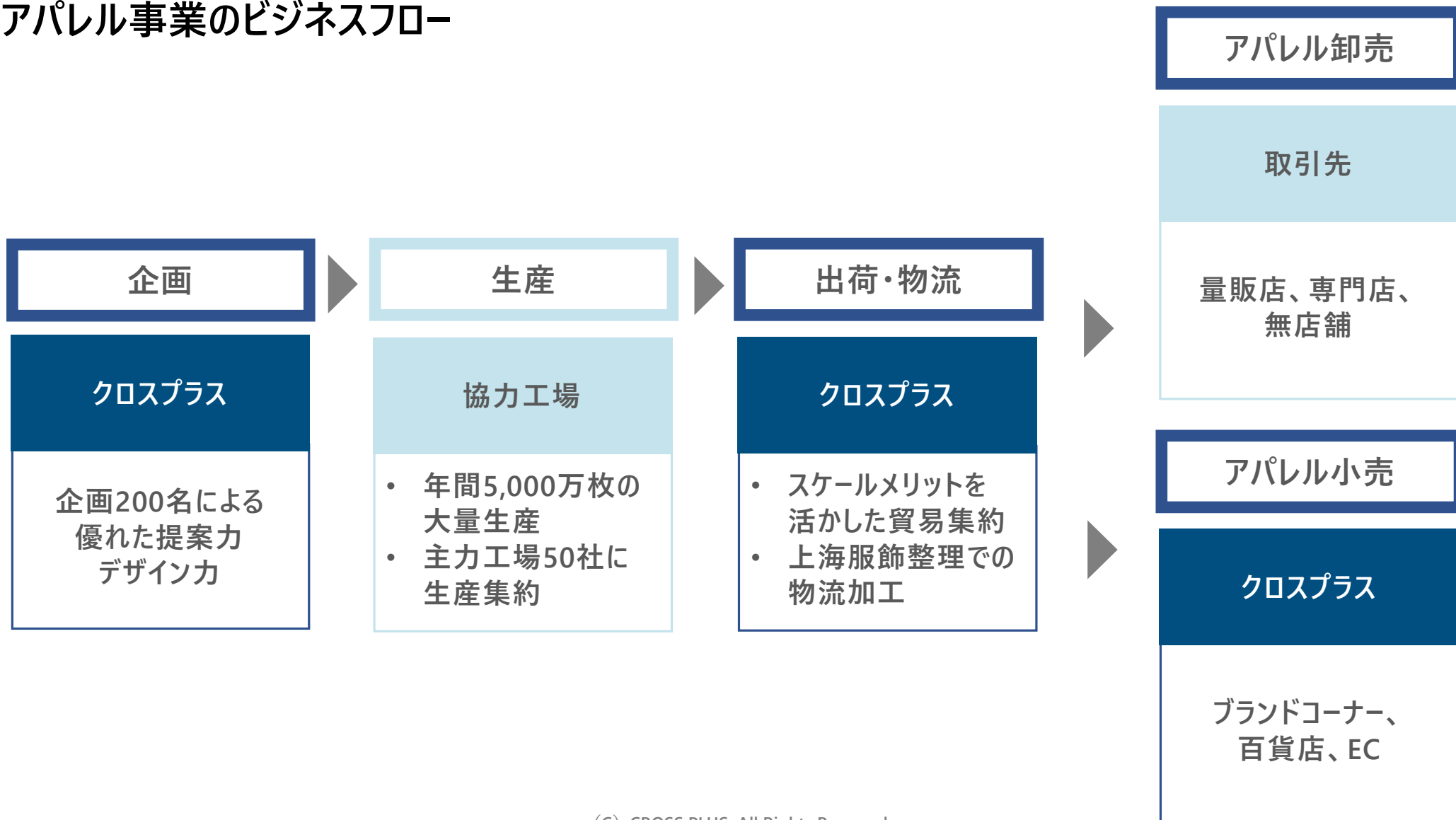
単位：百万円

順位	会社名	売上高
1	ワールド（※）	148,113
2	オンワードホールディングス（※）	125,061
3	T S Iホールディングス（※）	101,772
4	クロスプラス（※）	52,543
5	ジュン（※）	48,919
6	ルックホールディングス（※）	43,237
7	イトキン（※）	39,034
8	サンラリーグループ（※）	33,282
9	4°Cホールディングス（※）	32,282
10	ファイブフォックス（※）	31,851

（※）連結またはグループ合算

出所：織研新聞 2020年8月6日

# 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	レディース、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
	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

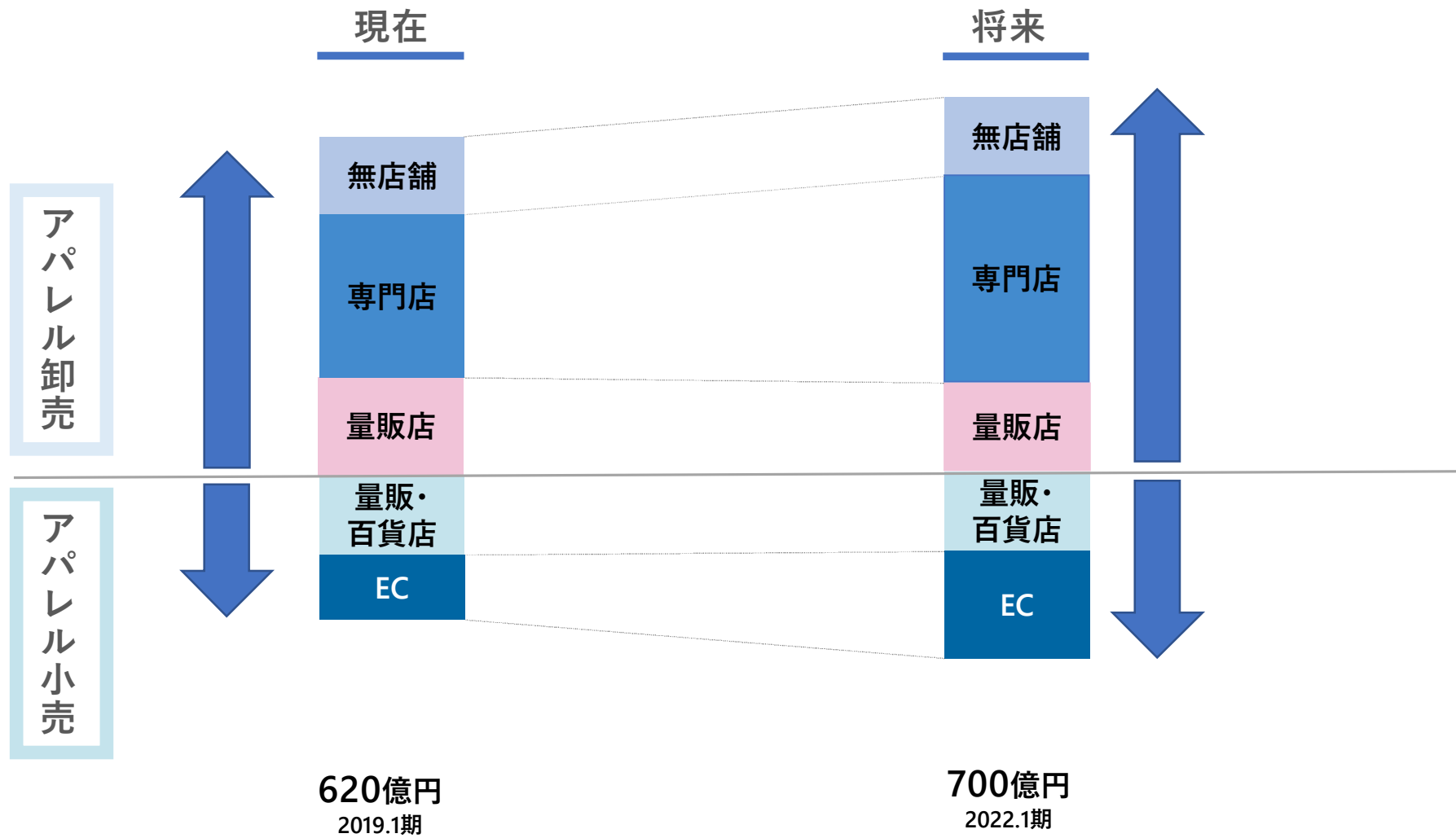
ビジネス区分	販売先	決定権	粗利益率	在庫負担
アパレル卸売	小売	小	低	なし
アパレル小売（EC含む）	消費者	大	高	あり

## 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



# 今後の販売チャネル



# 中期経営計画（2020年1月期～2022年1月期）2019年3月発表

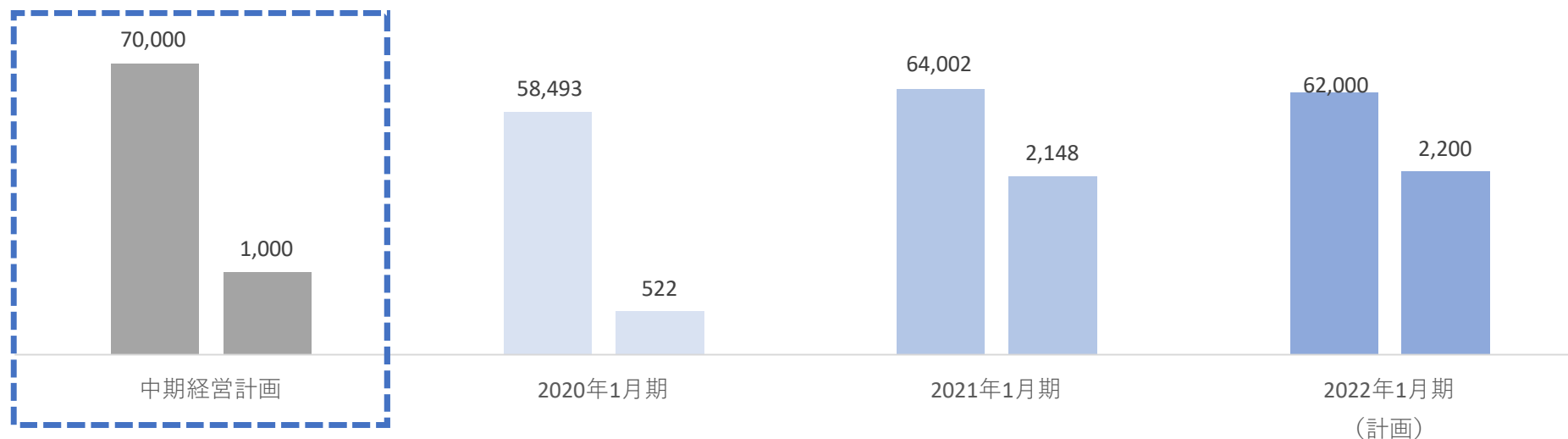
## ■ 中期経営計画

### 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

単位：百万円



# 中期経営計画方針

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

## 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室

TEL：052-532-2211（代表）

e-mail：ir-info@crossplus.co.jp