



2023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

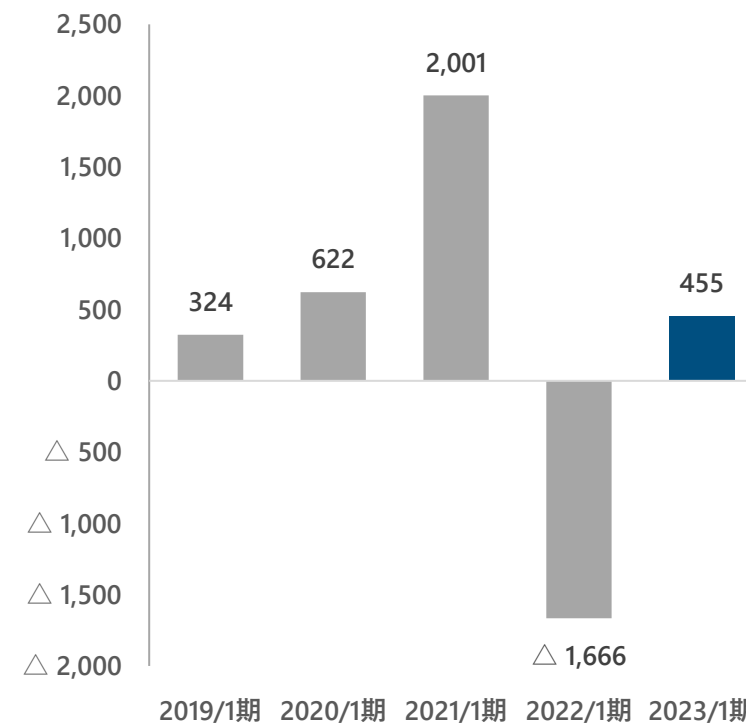
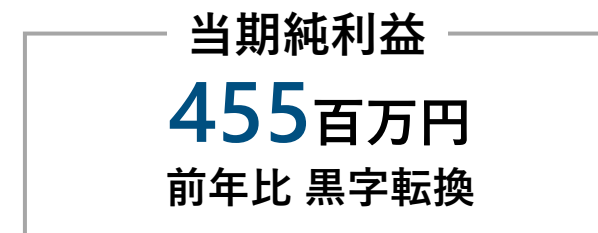
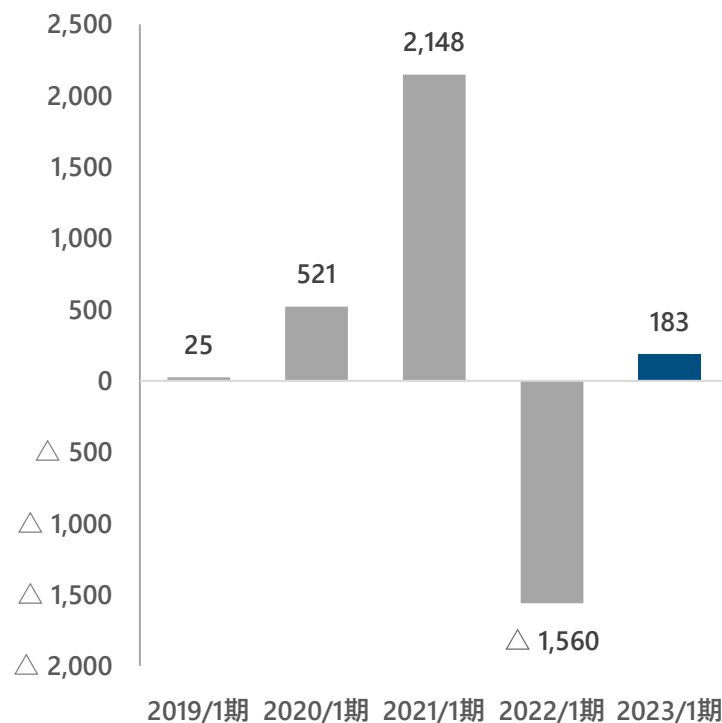
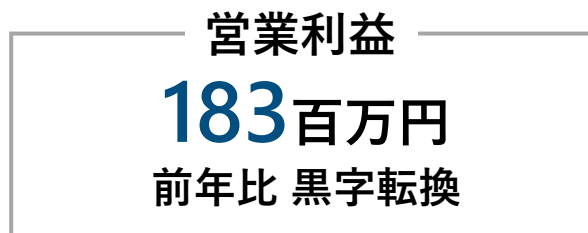
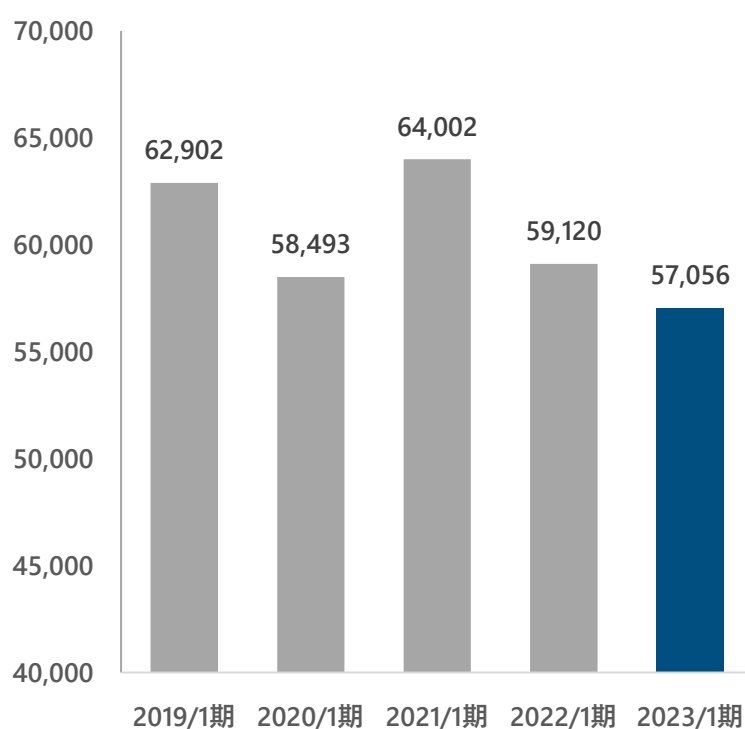


2023年1月期 決算概況

決算総括

前年に対し減収ながらも、黒字転換を達成。

前年の在庫評価損がなくなり、売上総利益率の改善と経費削減により営業利益は大きく改善。



2023年1月期 業績概況

売上高は、非衣料品の減少や、低採算商品の取り扱いを減らしたことで減収。

営業利益は、仕入原価の上昇があった一方で、価格転嫁の進展やアパレル小売の在庫適正化による売上総利益率の改善、物流費や固定費の経費削減で黒字転換。

当期純利益は、システム障害の損失を計上するも、投資有価証券や固定資産の売却益で予想を上回る。

単位：百万円

	2022年1月期			2023年1月期 (※)						
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	前年比 (差)	2022/3/11 業績予想	予想比 (差)	旧基準
売上高	28,684	30,436	59,120	26,131	30,925	57,056	96.5%	58,000	98.4%	55,445
売上総利益	6,637	4,805	11,442	6,754	6,640	13,394	117.1%	14,700	91.1%	11,794
売上総利益率	23.1%	15.8%	19.3%	25.8%	21.5%	23.5%	(+ 4.2p)	25.3%	(▲1.8p)	21.3%
販管費	6,419	6,584	13,003	6,342	6,869	13,211	101.6%	14,500	91.1%	11,656
営業利益	217	▲1,777	▲1,560	411	▲228	183	(+ 1,744)	200	(▲16)	138
経常利益	374	▲1,670	▲1,296	569	▲156	413	(+ 1,709)	400	(+ 13)	368
当期純利益	227	▲1,893	▲1,666	847	▲392	455	(+ 2,122)	200	(+ 255)	410

※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

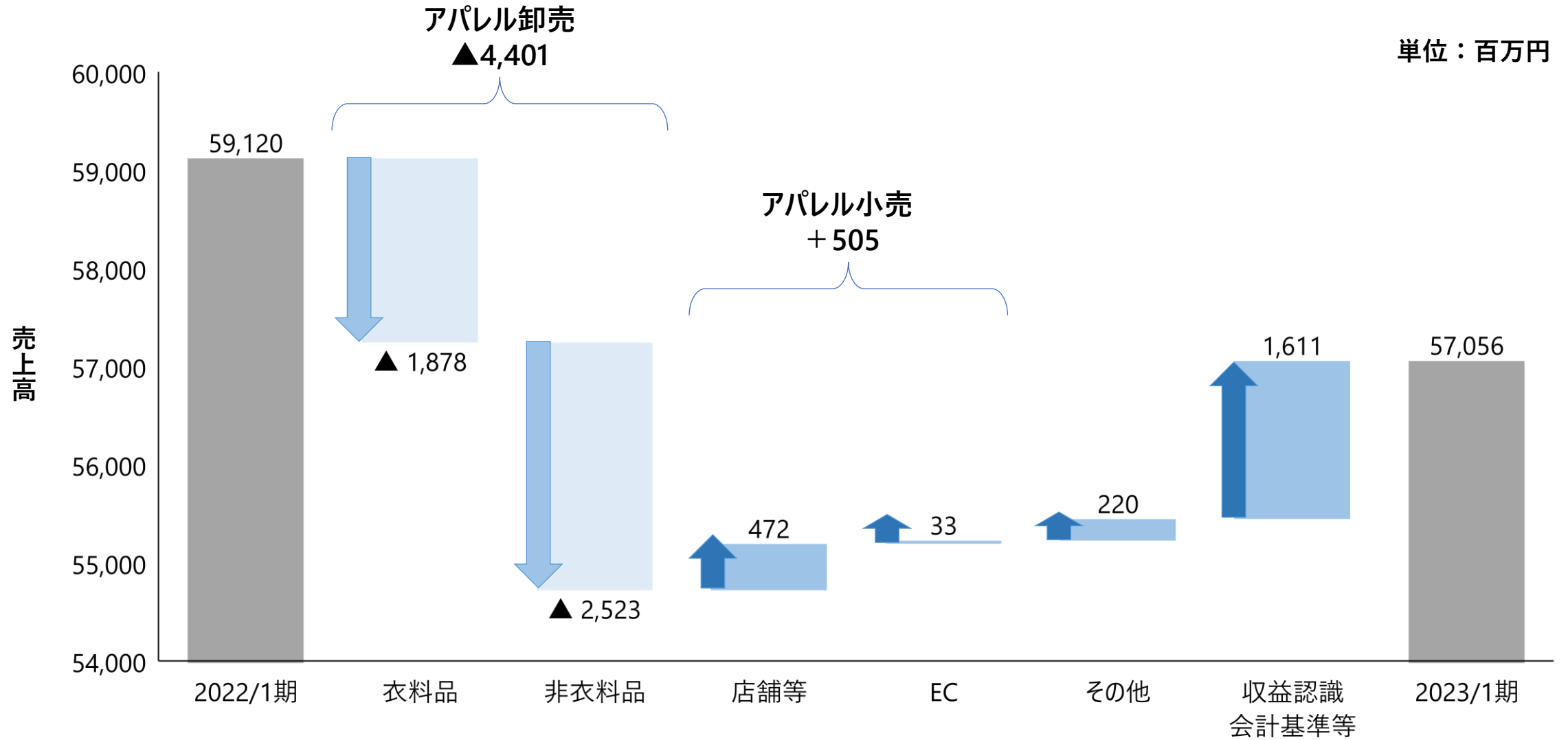
アパレル卸売は、非衣料品でのマスク需要の落ち込みにより減収。
アパレル小売は、店舗等が回復基調で増収。

単位：百万円

	2022年1月期		2023年1月期 (※)				
	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	46,287	78.3%	44,465	77.9%	▲1,822	96.0%	44,409
非衣料品	4,676	7.9%	2,153	3.8%	▲2,523	46.0%	2,153
アパレル卸売 計	50,963	86.2%	46,618	81.7%	▲4,345	91.5%	46,562
店舗等	5,628	9.5%	7,759	13.6%	+ 2,131	137.9%	6,100
EC	2,164	3.7%	2,094	3.7%	▲70	96.8%	2,197
アパレル小売 計	7,792	13.2%	9,853	17.3%	+ 2,061	126.5%	8,297
その他・連結調整	364	0.6%	584	1.0%	+ 220	—	584
合計	59,120	100.0%	57,056	100.0%	▲2,064	96.5%	55,445

※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

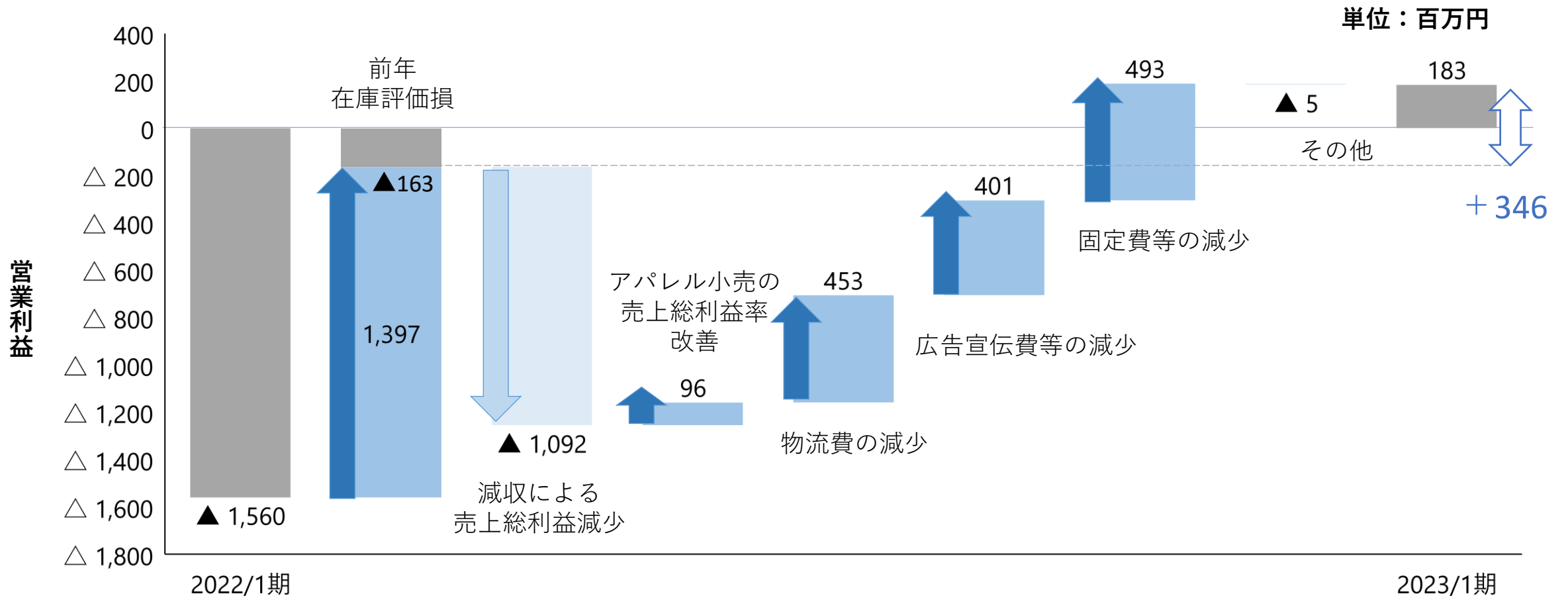


営業利益の増減要因

営業利益は、前年の在庫評価損を除いて増益。

アパレル卸売は、売上総利益率を同水準に維持。アパレル小売は、在庫を減らし販売消化率を上げたことで売上総利益率が改善。

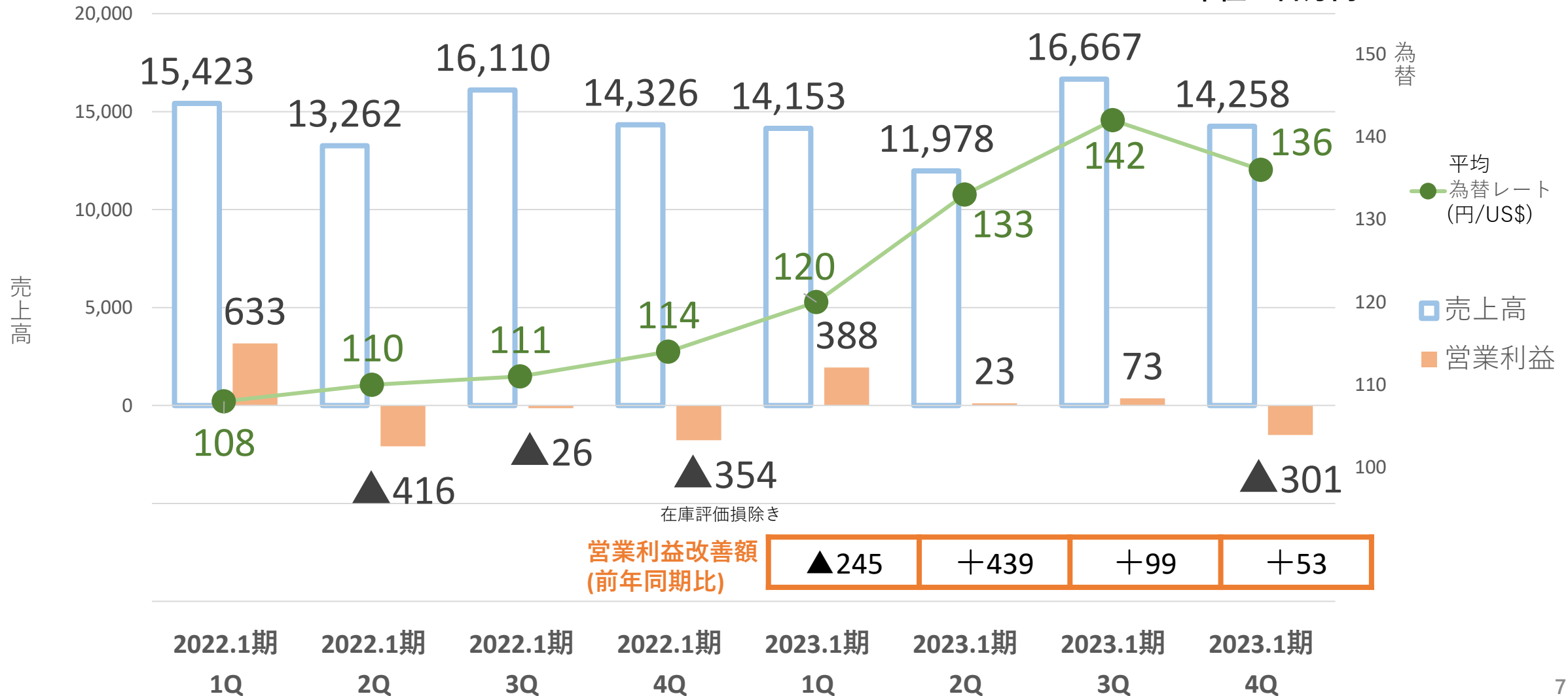
販管費は、海外直送を増やし物流費が減少し、店舗退店で固定費が減少。



四半期別業績推移と為替レート

円安が進む中、第2四半期以降は前年同期比で営業利益を改善。

単位：百万円

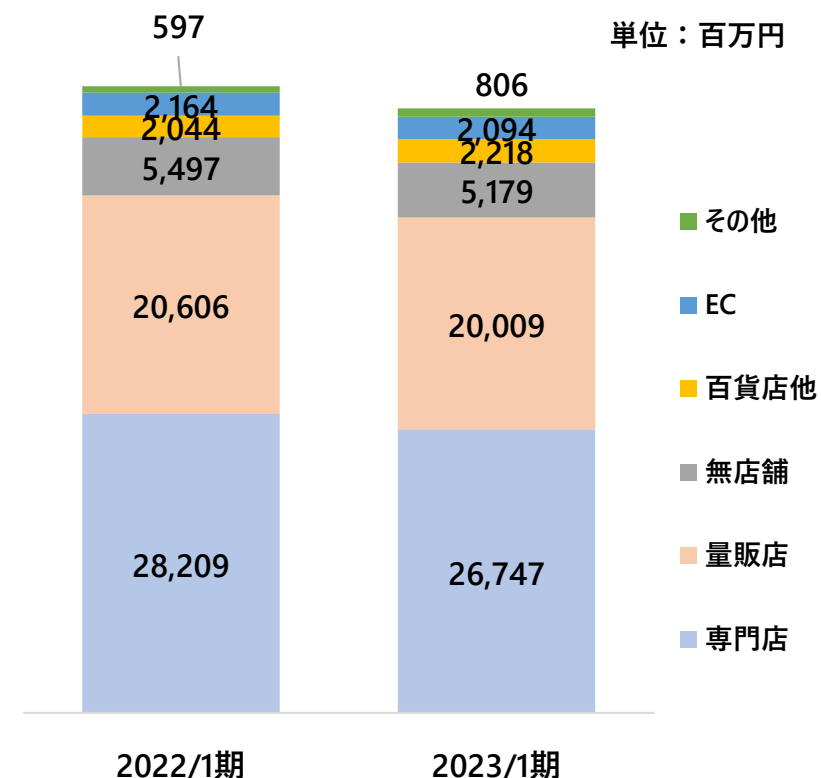


販売チャネル別売上高

百貨店他を除く販売チャネルで売上高が減少。
 専門店は、郊外型は好調に推移したものの、ドラッグストアが減少。
 量販店は、衣料品は伸長したもののマスク販売が減少。

単位：百万円

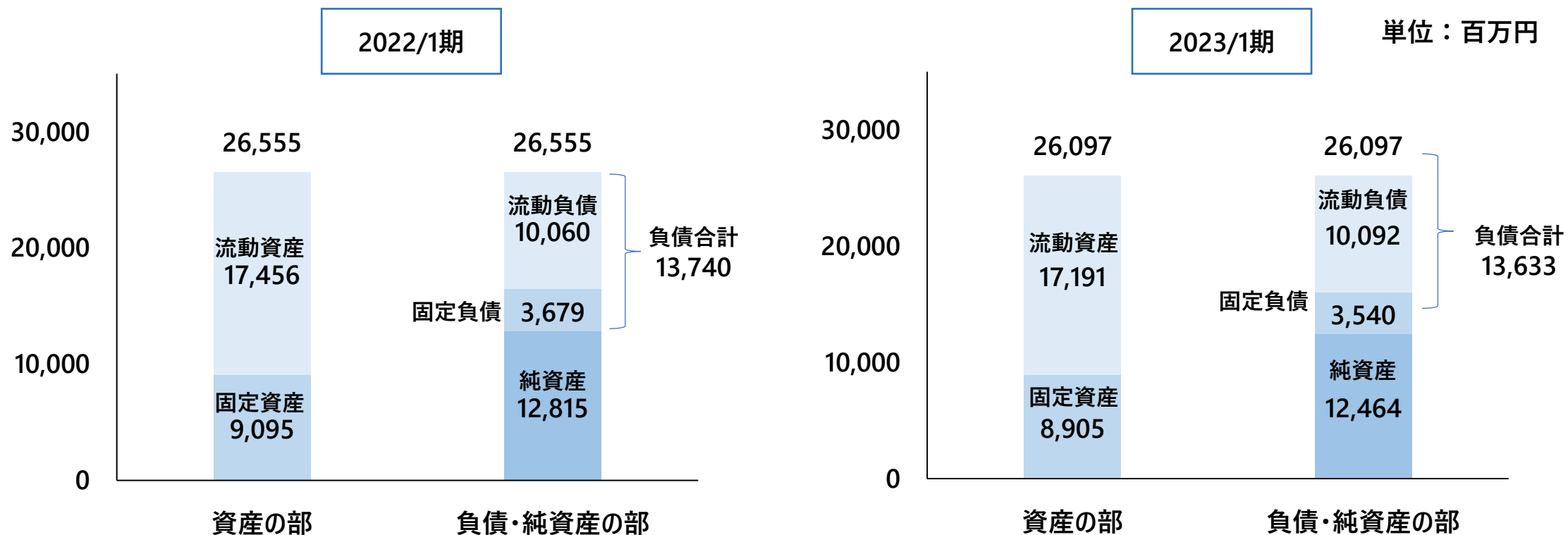
	2022年1月期		2023年1月期（※）			
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年差額	前年比
専門店	28,209	47.7%	26,747	46.9%	▲1,462	94.8%
量販店	20,606	34.9%	20,009	35.1%	▲597	97.1%
無店舗	5,497	9.3%	5,179	9.1%	▲318	94.2%
百貨店他	2,044	3.5%	2,218	3.9%	+174	108.6%
EC	2,164	3.7%	2,094	3.7%	▲70	96.8%
その他	597	1.0%	806	1.4%	+209	—
合計	59,120	100.0%	57,056	100.0%	▲2,064	96.5%



※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などにより、260億97百万円。
負債合計は、借入金が増加したことなどにより、136億33百万円。
純資産は、繰延ヘッジ損益の減少などにより、124億64百万円。



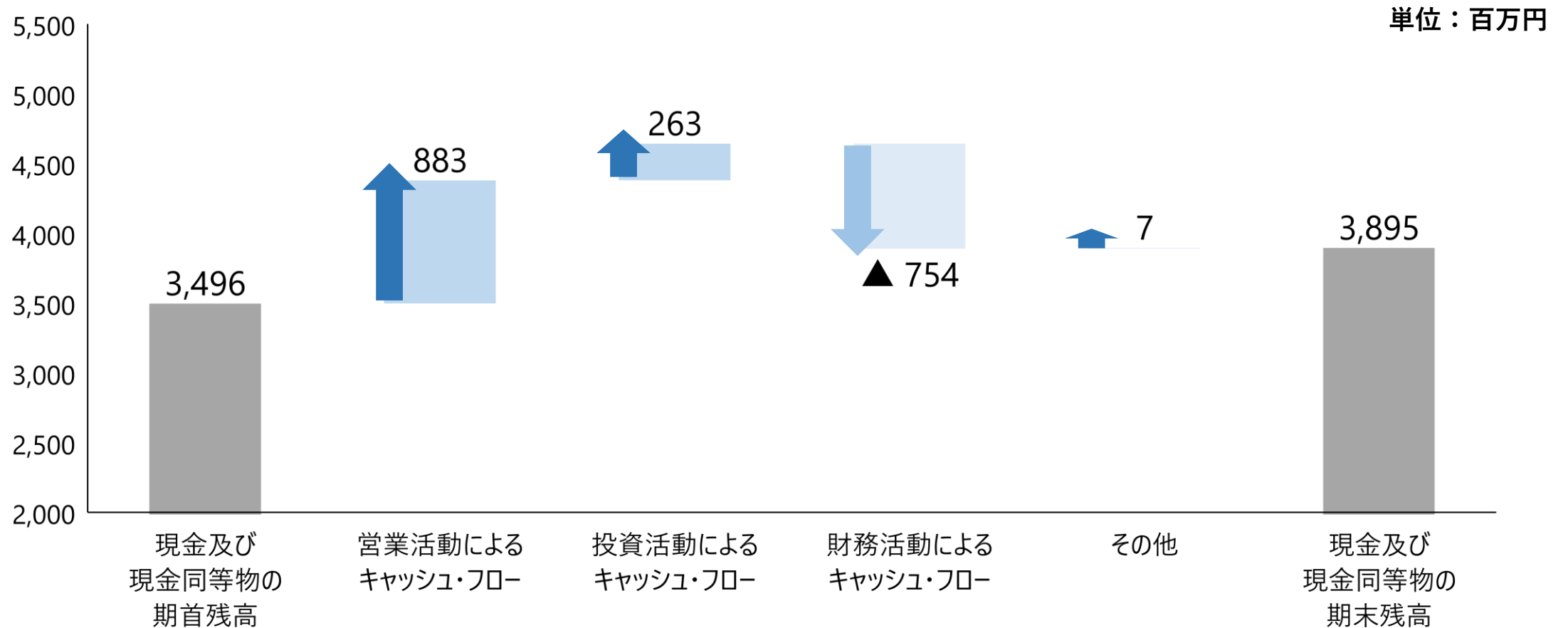
連結キャッシュ・フロー計算書の概要

現預金は、前期末から3億99百万円増加し、38億95百万円。

営業CFは、売上債権の減少などで、8億83百万円の収入。

投資CFは、投資有価証券や固定資産の売却などで、2億63百万円の収入。

財務CFは、借入金の減少などで、7億54百万円の支出。





2024年1月期 業績予想と施策

2024年1月期計画

通期は増収増益を予想。

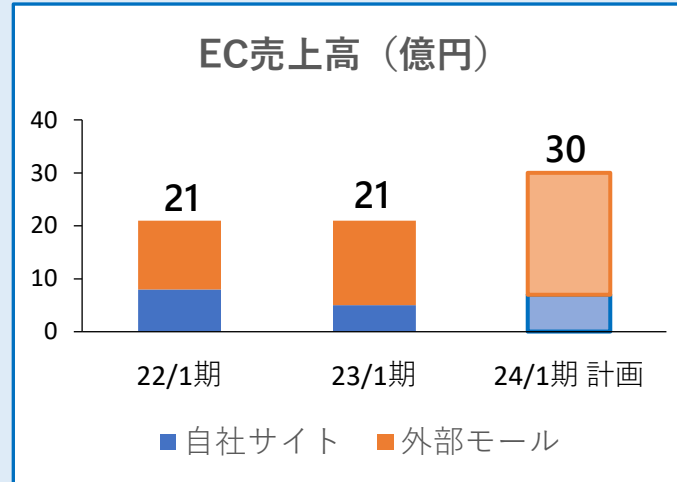
上期は円安継続で減益予想。

単位：百万円

	2023年1月期			2024年1月期(計画)			
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	前年比 (差)
売上高	26,131	30,925	57,056	26,000	32,000	58,000	101.7%
売上総利益	6,754	6,640	13,394	6,250	7,750	14,000	104.5%
売上総利益率	25.8%	21.5%	23.5%	24.0%	24.2%	24.1%	(+ 0.6p)
販管費	6,342	6,869	13,211	6,500	7,200	13,700	103.7%
営業利益	411	▲228	183	▲250	550	300	(+ 116)
経常利益	569	▲156	413	▲150	650	500	(+ 86)
当期純利益	847	▲392	455	0	500	500	(+ 44)

重点施策 【① E C の推進】

- ・自社サイトの活性化と外部モールの拡大でEC売上30億円を目指す



サステナブルブランド for/c



〈自社サイト〉

■ 自社公式サイトの活性化

- ・顧客管理システムの導入による顧客の見える化でWEB接客を改善
- ・ECと実店舗を連動し、アプリ会員数の倍増を計画

■ 購入率の改善

- ・ライブコマース、WEB広告の活用
- ・WEB接客を強化し、2回目購入率を改善

〈外部モール〉

■ 外部モールの売上拡大

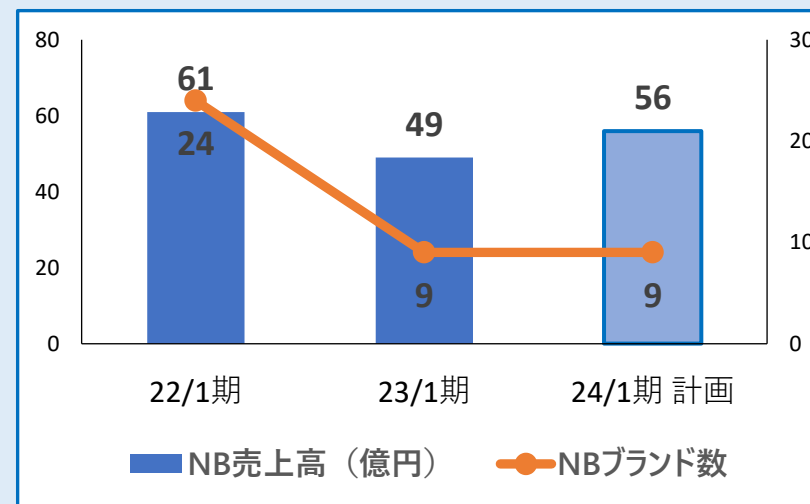
- ・前期に立ち上げた for/c が好調に推移、取り扱い商品を拡大
- ・外部モール向け新ブランドELLE girlを販売
- ・EC専用のライフスタイル商品を拡大

ルームウェア LAFUKU



重点施策 【②商品のNB化】

- ・シーン別のトータル提案により、取り扱い店舗の拡大を指向
- ・企画精度の上がった単品の販売数量増を目指す



Amourire(アムリール)

コスパ重視で選ぶZ世代向け
カジュアルトレンドの提案



Oeillet(ウイエ)

30-40代の流行に敏感な女性に
向けたタウントレンドの提案



BLANC+ (ブランプラス)

30-40代働くママのための、
時短コーディネート提案



Do femme(ドゥファム)

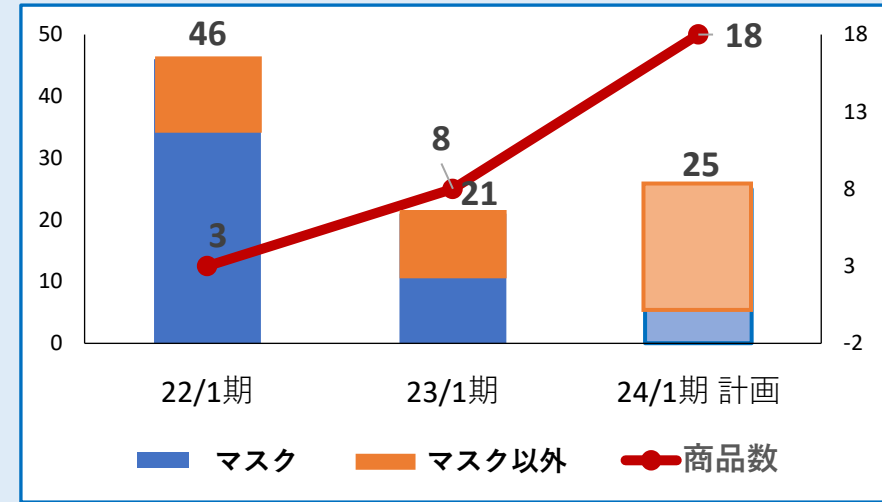
50-60代の令和シニアに向け、
着心地良くこだわりの色使いを提案



重点施策 【③ライフスタイル商品の拡大】

- ・マスクを補うため、4カテゴリでの商品開発を加速
- ・商品開発は社員のアイデアとデータ分析を活用
- ・オンラインショップ、バラエティストア等の新規販路を活用

【ライフスタイル商品売上（億円）・商品数】



自社社員の声×Webデータ分析

こういうのが欲しい！
商品化したい！



SNS、Web 検索



スピーディーな商品開発



推し活「推部屋plus」



メンテック「KEEP GUARD」



シーズン雑貨「温活本舗」

非アパレル商品数UP×新規販路拡大



オンラインショップ



バラエティストア



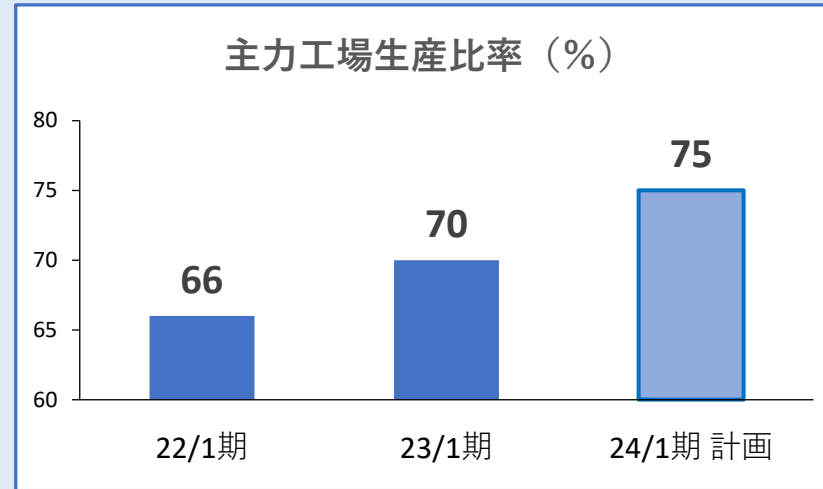
コンビニ



ドラッグストア

重点施策 【④サプライチェーンの再構築】

- ・素材や工場の集約による原価低減を継続
- ・アセアン生産の拡大と品質向上を加速
- ・トレーサビリティの強化を継続



■主力工場生産比率の拡大

- ・取引工場の見直しを行い品質指導を強化
- ・主力工場の生産比率を上げることで、不良品を削減

■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
- ・工場生産中に検品を行うことで品質を向上

■工場の監査

- ・主力工場の監査を実施
- ・労働環境、安全性の確保



重点施策 【⑤新規事業の創出】

・アパレルでの協業を起点に企業や自治体と連携し、新規ビジネスの創出を進める

企業や自治体との
共同プロジェクト



新しいニーズへの対応



ジェンダーフリースーツの企画



©NGE
サッカーチームと商品コラボ

地域社会との共創



企業ユニフォームの作成



障がい者との共同開発



新規ビジネス
の創出

重点施策 【⑥サステナビリティの取り組み】

■ 環境 Environment [環境に配慮するものづくり]

- ・ 環境配慮型素材の利用促進
- ・ 資材、副資材の循環利用の促進

■ 社会 Social [暮らしと社会の架け橋]

- ・ 自治体との地方創生
- ・ 工場の監査

■ 人 People [一人一人が輝くワークライフ]

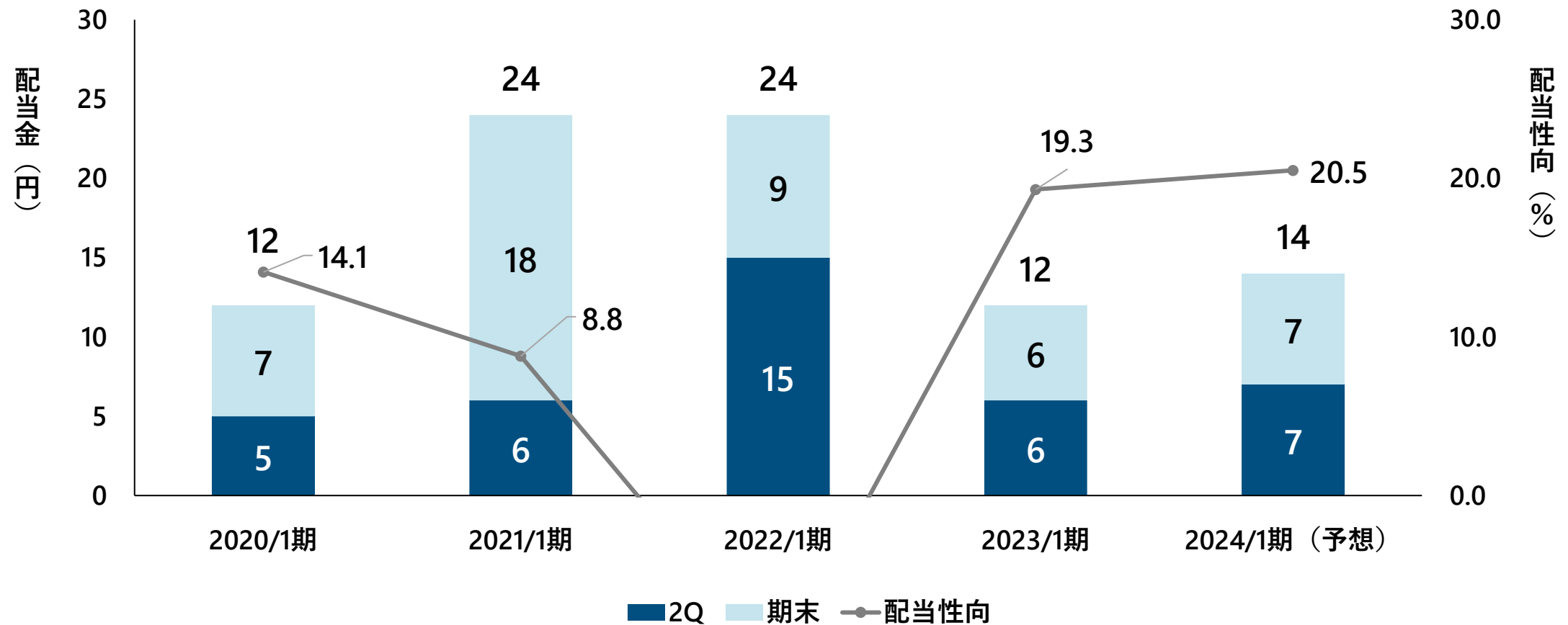
- ・ ワークライフバランスの推進、QOLの向上
- ・ 働きがいの向上、挑戦し易い環境の整備



株主還元（配当について）

基本方針は、従来通り、株主に対する利益還元を重要な経営政策とし、安定的な配当を継続。

次期の配当金は14円で、2円増配を予想。



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> 667名 <単体> 553名 (2023年1月31日現在)
資本金	1,944百万円 (2023年1月31日現在)
発行株式数	7,718,800株 (2023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 スタイルリンク（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
- 2022年 東証スタンダード市場・名証メイン市場に移行

婦人アパレル業界でのポジション

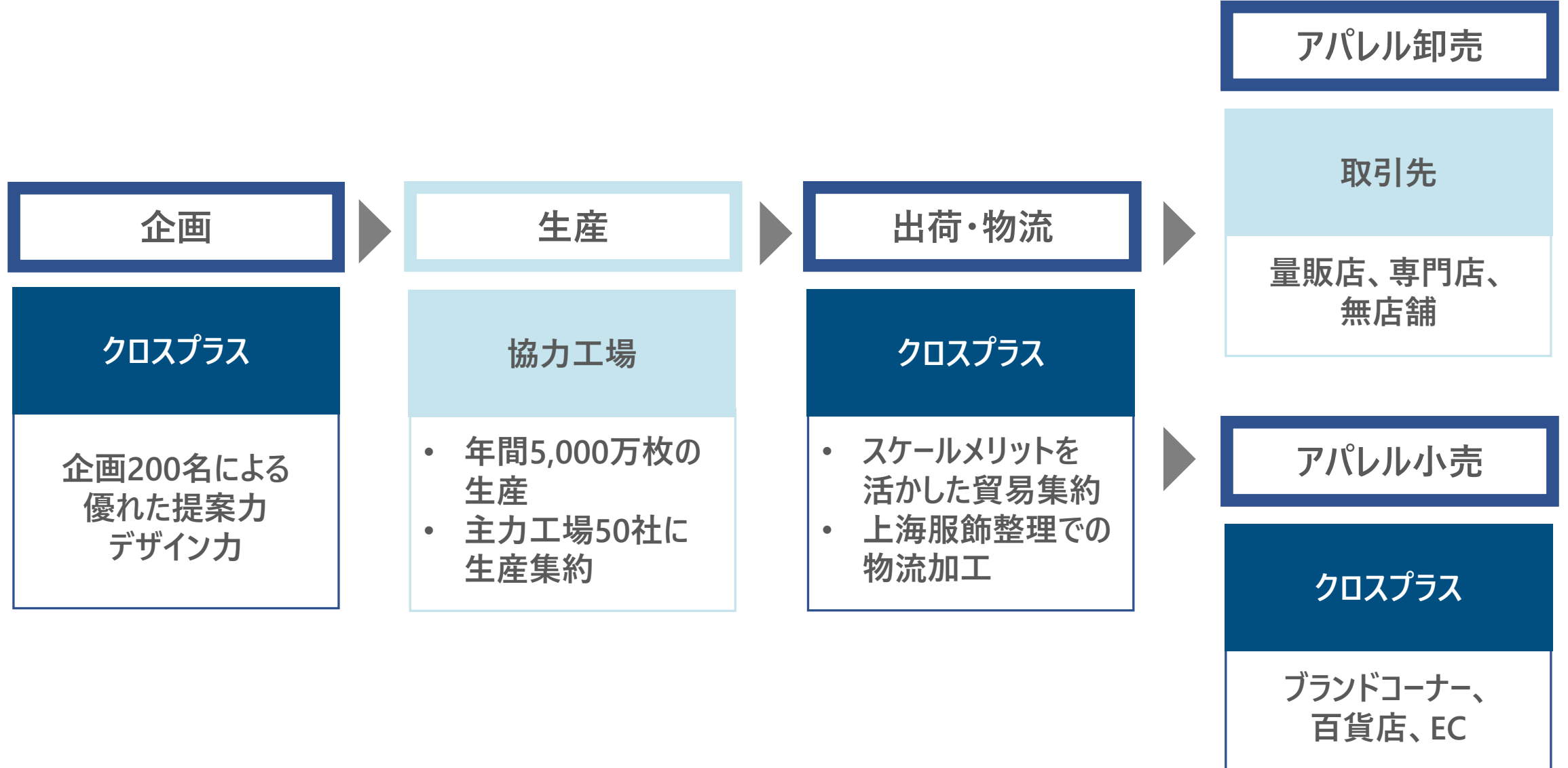
婦人アパレル売上高（2021年度）

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

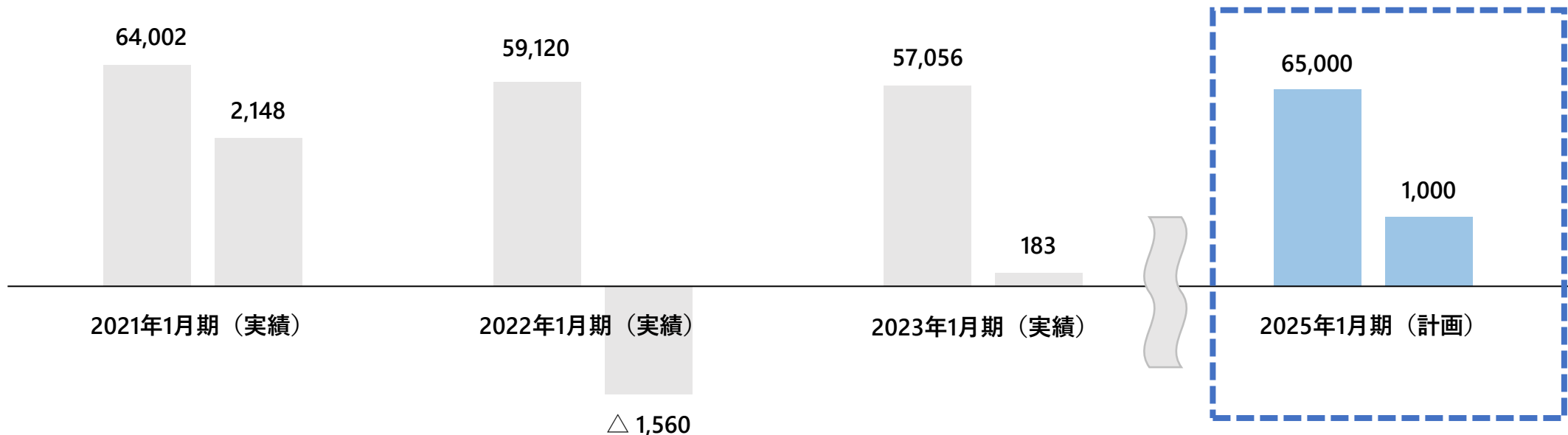
販売チャネル	販売先	ビジネス区分
量販店	ブランドコーナー	アパレル小売
	PB	アパレル卸売
	平場	アパレル卸売
専門店	ファッションビル	アパレル卸売
	ショッピングセンター	
	ロードサイド	
	ドラッグストア/ホームセンター	
無店舗	カタログ通販	アパレル卸売
	TVショッピング	
	インターネット通販	
百貨店	百貨店	アパレル小売
EC	自社サイト/ECモール	アパレル小売

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650億円 営業利益10億円

単位：百万円



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

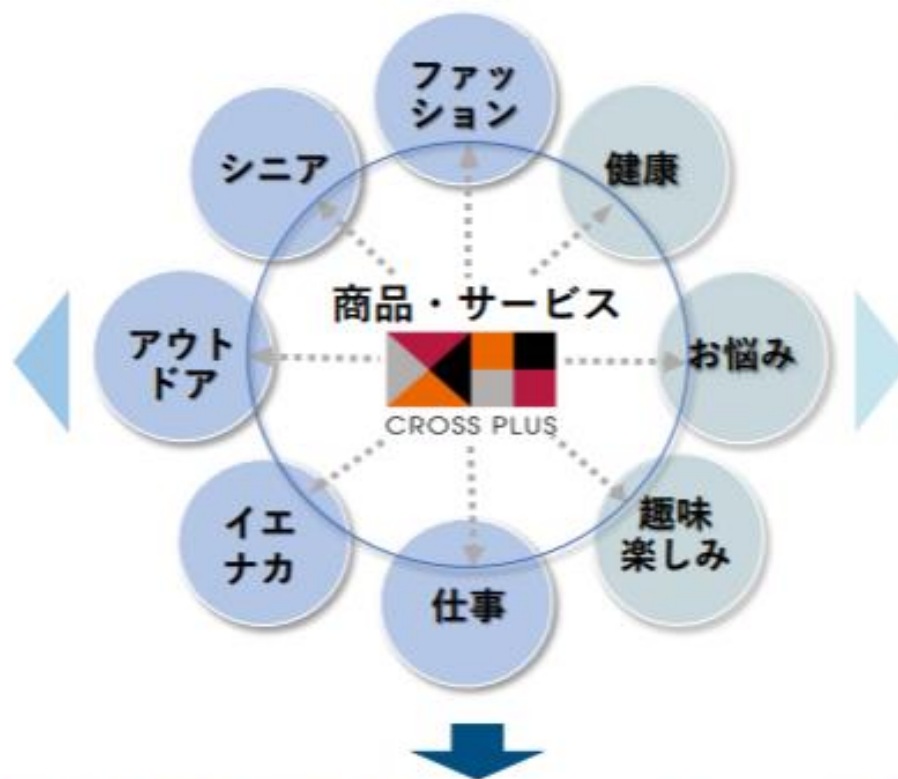
私たちは、衣・食・住の商品・サービスを通じて、若者からシニアまであらゆる世代が、
元気に活躍し続け豊かに暮らすことができる、人生100年時代のライフシーンを支えていきます。
また、一人ひとりの生活を豊かにデザインしていく“ウェルビーイングの実現”を目指します。

顧客の拡張と提供価値のラインアップ拡充を図る

アパレル事業

深化

- ・ 企画の視点を、外出シーンから生活シーン別への提案に変更
- ・ 人生100年時代を見据えたシニアカテゴリーの強化
- ・ ニューノーマルで定着したアウトドアやイエナカ需要の取り込み



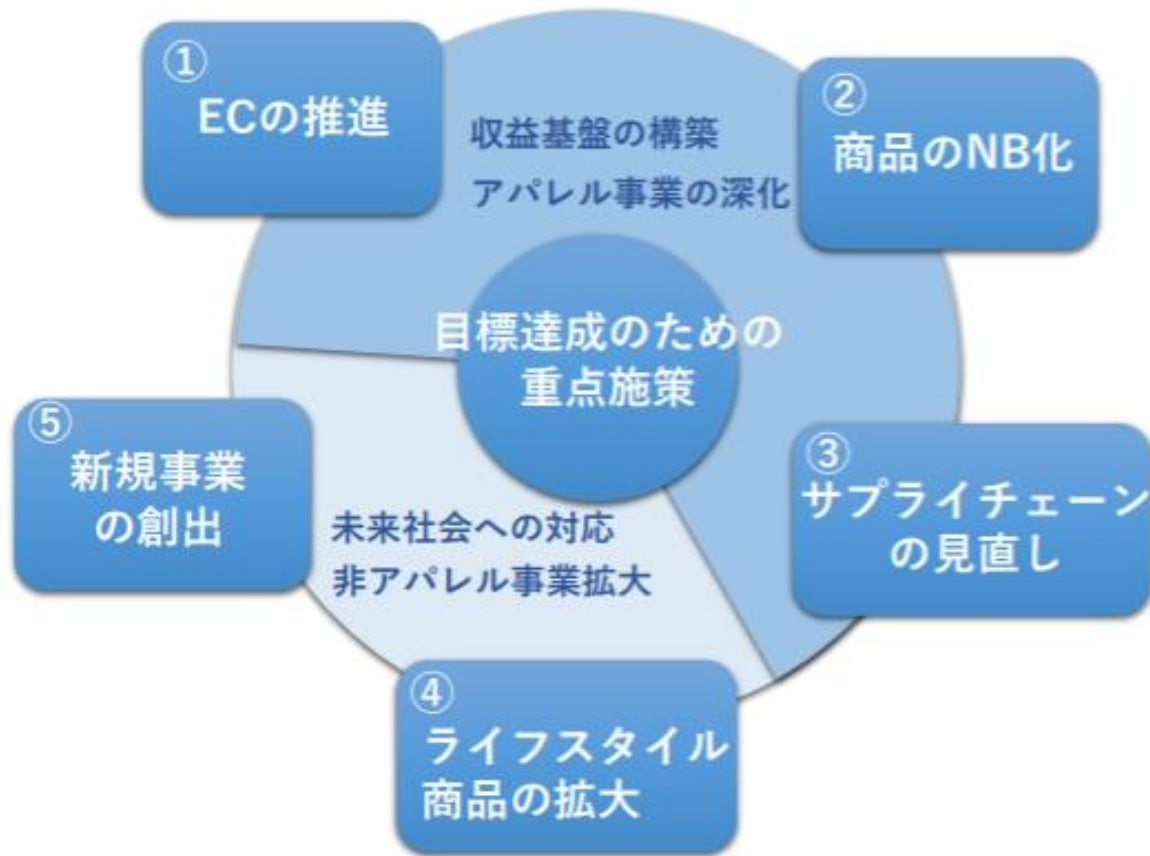
非アパレル事業

創出

- ・ 健康、悩み解決、楽しみのカテゴリーで生活雑貨開発
- ・ ライフスタイル領域での新事業創出

一人ひとりの生活を豊かにデザインしていくウェルビーイングを実現

中期経営計画 5つの重点施策



① EC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

※NB: 自社ブランドの総合提案

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