
2023年8月期 決算説明会

2023年10月11日

Right-on[®]

1. 2023年8月期 決算概要 P. 2
2. 2024年8月期 通期業績予想 P.18

1. 2023年8月期 決算概要

消費マインドの持ち直し期待から、PB強化やECビジネスの拡大による売上の増収を目指したが、魅力的な品揃えが実現できず売上は伸び悩んだ
また、増収を期して仕入れが先行したことで、期中の在庫が膨らみ、在庫消化のための値引き販売が増え、売上総利益率が悪化し、営業損失となった

業績動向

売上高

- 売上高は期初計画比**90.2%** となった（前期比 **97.3%**）

→ 秋冬では最大商戦期の11月12月に苦戦したことや、春夏では3月から6月のプロパー期の販売に苦戦したことにより売上高は計画を下回った

売上総利益

- 売上総利益は期初計画比**87.5%** となった（前期比 **95.0%**）

→ 売上高の減少により売上総利益も計画を下回った
また、期中の過剰在庫消化のための値引き販売が増加したことで売上総利益率は前期**49.3%**から**48.1%**へ低下した

販管費

- 販管費は期初計画比**93.2%** となった（前期比 **99.9%**）

→ 費目ごとに効率運用に努めたものの、デジタル広告宣伝の強化による販売促進費の増額が影響し、前期と同水準となった

外的要因

■ 食品、ガソリン及び電気料金等の相次ぐ物価上昇による、個人消費の足踏み

新型コロナウイルス感染症の収束に伴う規制緩和等により人流は回復傾向にあるものの、不安定な海外情勢や急激な為替変動による食品等の相次ぐ値上げ、エネルギー価格高騰による電気料金やガソリン価格高騰の長期化等による節約志向の高まりから、慎重な購買行動が続いた

内的要因

売上高

- ・ 秋冬は、年間定番のボトムスやシーズン定番のスウェットが値上げ等の影響もあり販売に苦戦し、また前年と比較しセール売上比率が高まるなど客単価が下落し、主力の定番商品の売上が伸び悩んだ
- ・ 年末以降は気温低下とともに冬物需要が本格化したことで後半の防寒衣料のセール販売は好調に推移したが、前半は気温が高く推移したことから冬物全体の出足が鈍く、特に防寒アウターのプロパー販売が大きく落ち込んだ
- ・ 春夏は、気温が早くから上昇したこともありスウェットや薄手のアウターなどの春物の販売に苦戦したことに加え、夏物も清涼素材の主力PB商品の販売が振るわず苦戦した

営業利益

- ・ プロパー期における販売苦戦や、期中での過剰在庫を消化するための値引き販売が大幅に増加したことで売上総利益が減少した
- ・ 差別化戦略と収益性向上のエンジンとしてPBシェア拡大を進めてきたが、価格やデザイン等で商品競争力を高めることができず、結果としてプロパー消化率が低迷し、PBの粗利率は前期比で悪化した

2023年8月期 業績

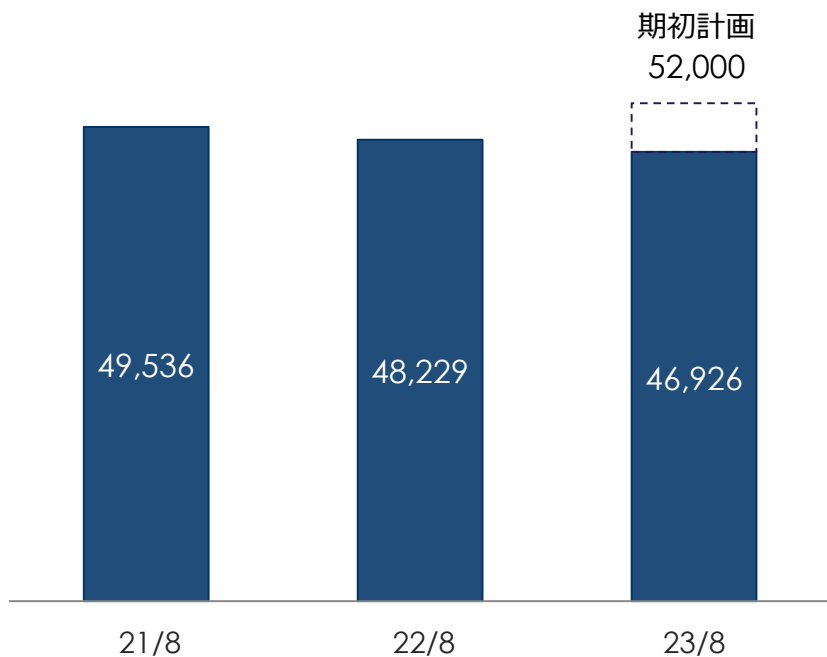
単位（百万円） 下段は構成比

	22/8 実績	23/8 実績	前期比	23/8 期初計画	期初計画 達成率	23/8 修正計画 (2023/4/1修正)	修正計画 達成率
売上高	48,229 (100.0%)	46,926 (100.0%)	97.3%	52,000 (100.0%)	90.2%	47,800 (100.0%)	98.2%
売上総利益	23,762 (49.3%)	22,570 (48.1%)	95.0%	25,800 (49.6%)	87.5%	23,880 (50.0%)	94.5%
販売費及び一般管理費	23,523 (48.8%)	23,492 (50.1%)	99.9%	25,200 (48.5%)	93.2%	23,730 (49.6%)	99.0%
営業利益	239 (0.5%)	△922 (-)	-	600 (1.2%)	-	150 (0.3%)	-
経常利益	7 (0.0%)	△1,048 (-)	-	500 (1.0%)	-	50 (0.1%)	-
特別利益	276 (0.6%)	47 (0.1%)	17.3%	0 (0.0%)	-	15 (0.0%)	318.2%
特別損失	716 (1.5%)	1,360 (2.9%)	190.0%	150 (0.3%)	907.2%	420 (0.9%)	324.0%
税引前当期純利益	△432 (-)	△2,361 (-)	-	350 (0.7%)	-	△355 (-)	-
当期純利益	△1,166 (-)	△2,545 (-)	-	100 (0.2%)	-	△550 (-)	-
店舗数	394店舗	373店舗	△21店舗	379店舗	-	373店舗	-

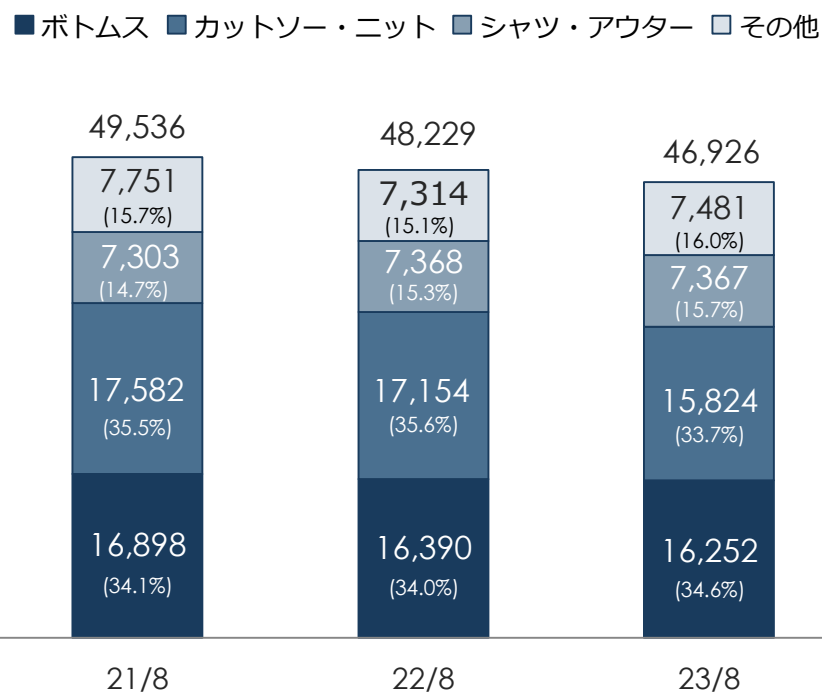
売上高及び部門別売上高構成比について

- 売上高は期初計画比**90.2%**（前期比**97.3%**）の減収となった
- カットソー・ニット部門の売上高は、スウェットを中心に春先の気温が早くから高く推移したことや期初の値上げの影響により苦戦し、売上高構成比は前期比で**1.9ポイント**低下した

売上高（百万円）

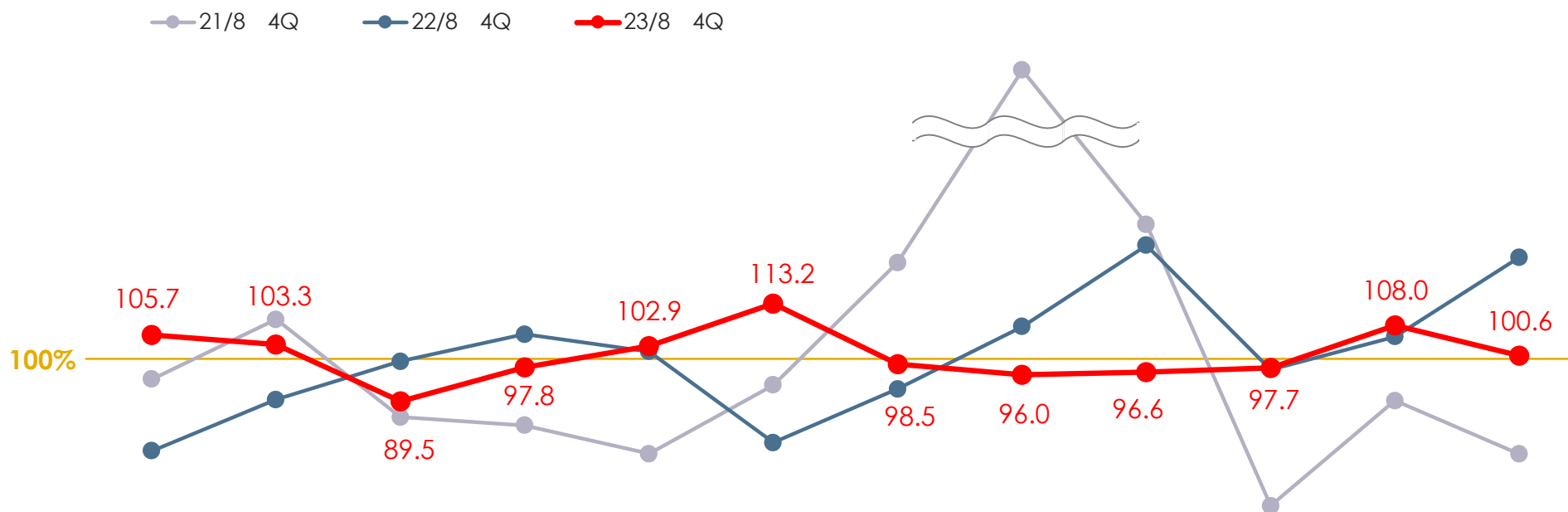


売上高構成比（百万円・%）



売上高 – 既存店前年比

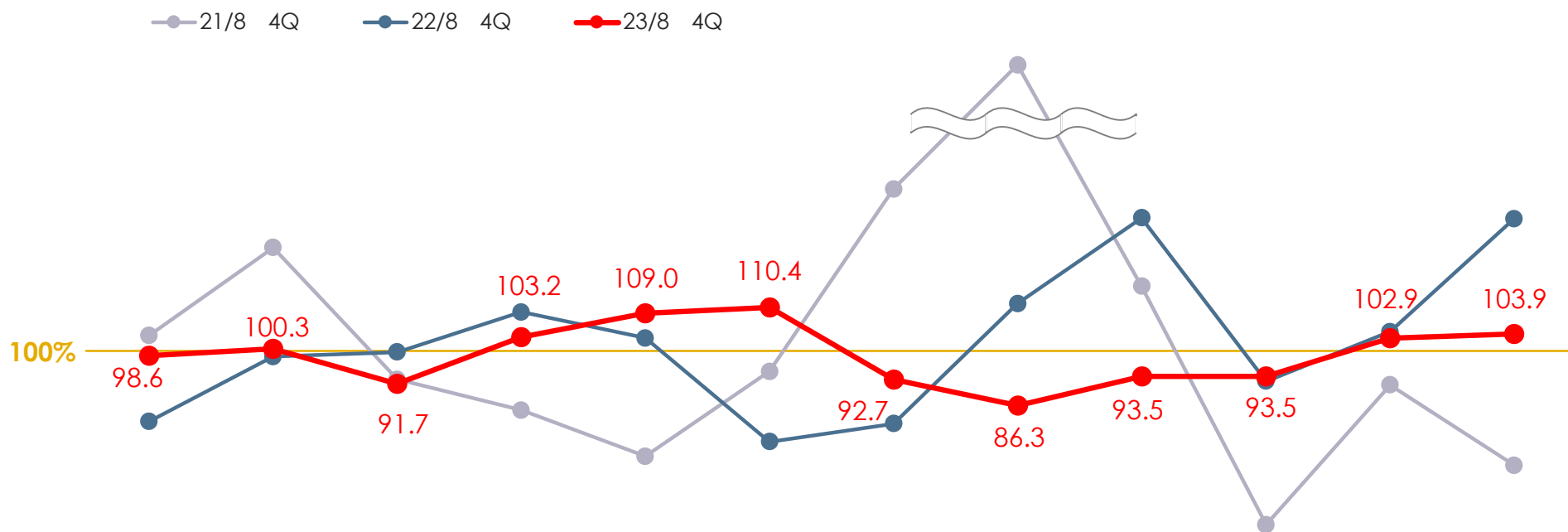
既存店売上高 (%)



	9月	10月	11月	12月	1月	2月	上期計	3月	4月	5月	6月	7月	8月	下期計	通期計
23/8	105.7	103.3	89.5	97.8	102.9	113.2	100.1	98.5	96.0	96.6	97.7	108.0	100.6	99.4	99.8
22/8	77.5	89.9	99.2	105.8	101.6	79.5	94.5	92.5	107.7	127.4	97.2	105.2	124.5	107.4	100.2
21/8	94.9	109.4	85.7	83.7	76.8	93.5	89.4	123.2	341.1	132.5	64.1	89.7	76.7	107.3	96.6

客数 – 既存店前年比

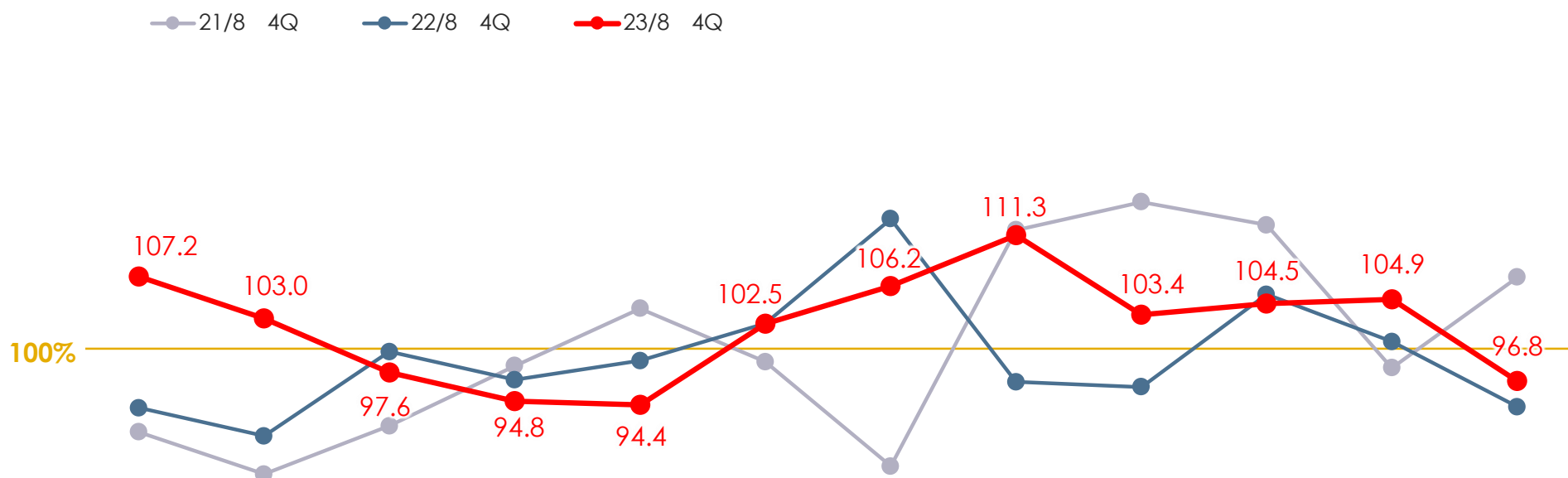
既存店客数 (%)



	9月	10月	11月	12月	1月	2月	上期計	3月	4月	5月	6月	7月	8月	下期計	通期計
23/8	98.6	100.3	91.7	103.2	109.0	110.4	101.4	92.7	86.3	93.5	93.5	102.9	103.9	95.3	98.3
22/8	82.4	98.4	99.5	109.3	102.9	77.5	97.3	81.9	111.4	132.4	92.3	104.5	132.2	106.3	101.7
21/8	103.5	125.1	92.8	85.2	73.9	94.7	93.3	139.5	305.1	115.6	57.1	91.4	71.7	100.7	96.8

客単価 – 既存店前年比

既存店客単価 (%)

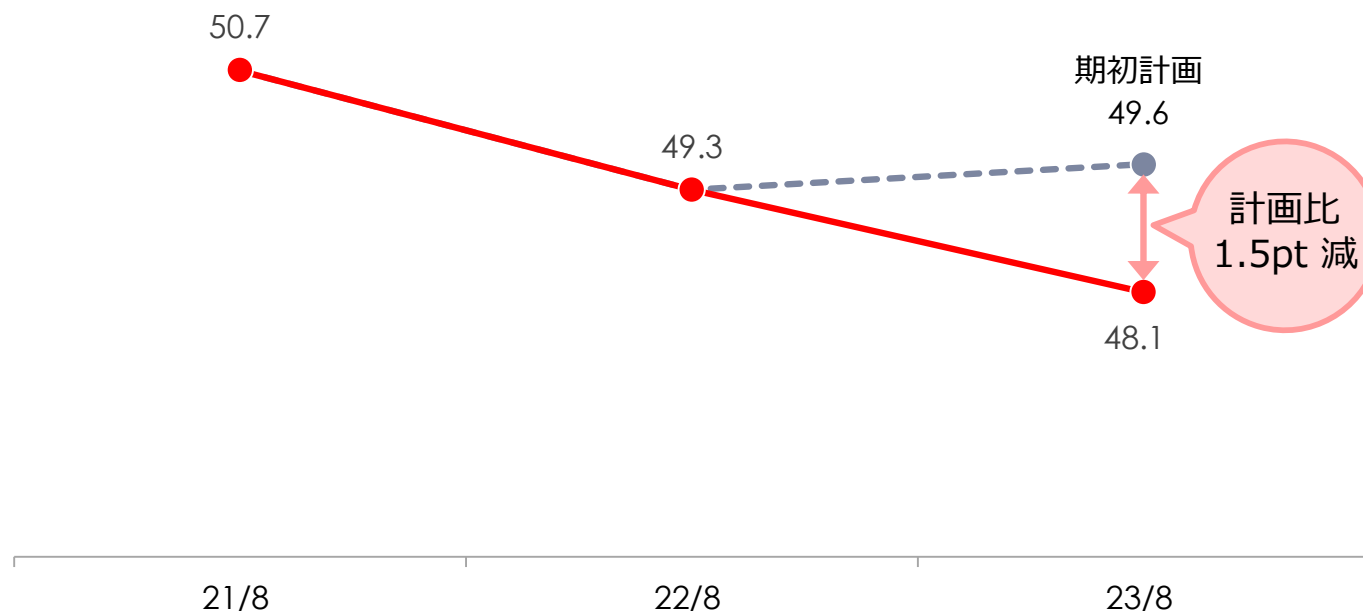


	9月	10月	11月	12月	1月	2月	上期計	3月	4月	5月	6月	7月	8月	下期計	通期計
23/8	107.2	103.0	97.6	94.8	94.4	102.5	98.7	106.2	111.3	103.4	104.5	104.9	96.8	104.3	101.5
22/8	94.1	91.3	99.7	96.9	98.8	102.5	97.1	112.9	96.7	96.2	105.4	100.7	94.2	101.0	98.5
21/8	91.7	87.5	92.3	98.3	104.0	98.7	95.8	88.3	111.8	114.6	112.3	98.1	107.1	106.6	99.8

売上総利益率

- 売上総利益率は**48.1%**と期初計画比**1.5ポイント**下回った（前期比**1.2ポイント**減）
- 売上総利益率悪化の主な要因は、プロパー期における販売苦戦や、期中での過剰在庫を消化するための値引き販売が大幅に増加したことで売上総利益が減少したことによる

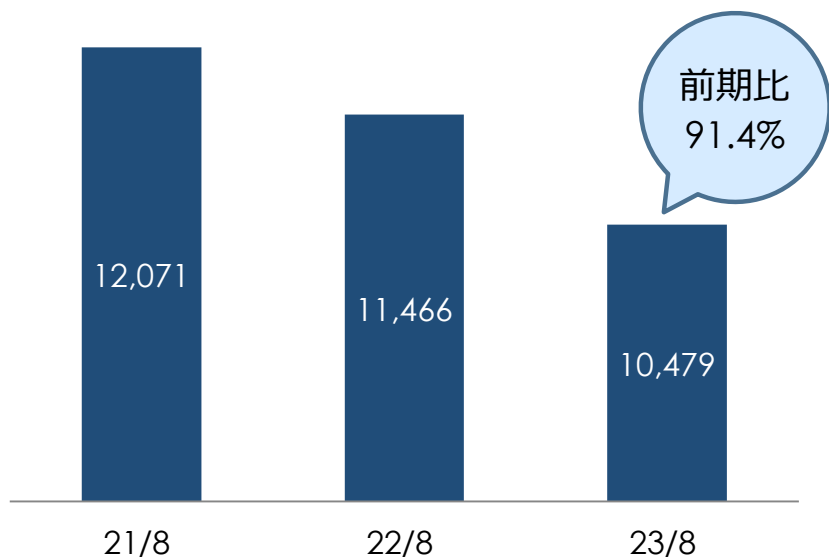
売上総利益率 (%)



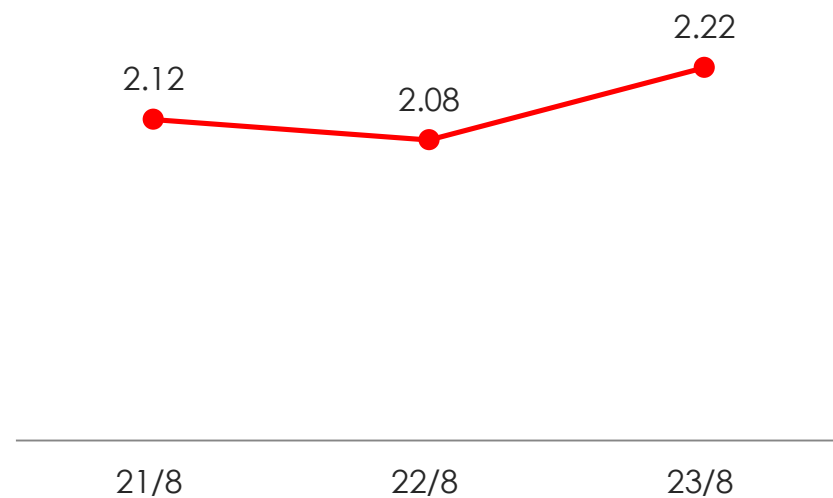
在庫・在庫回転率

- 期末在庫原価は、前期比**91.4%**。在庫回転率は**2.22**となった
- 在庫消化のための値引きロスが増加したことで売上総利益率は低下したものの、翌期への持ち越し在庫は大幅に低減することができ、また在庫回転率も改善した

期末在庫原価の推移 (百万円)



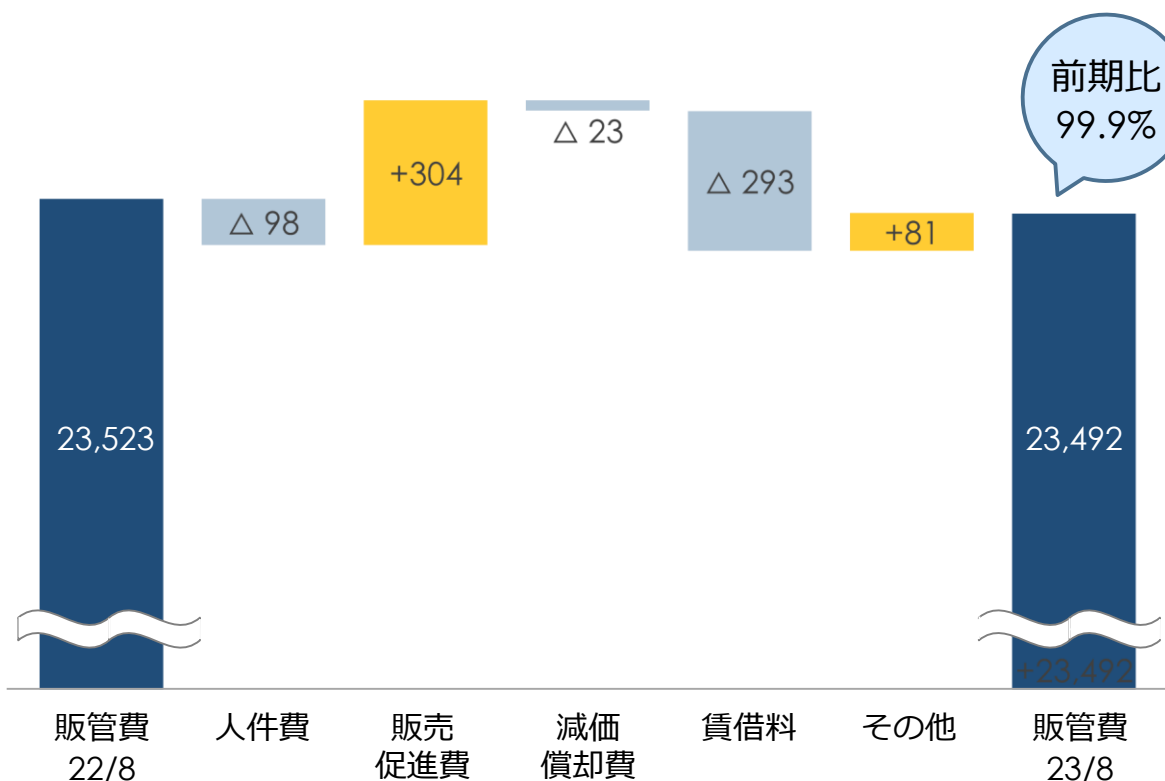
在庫回転率の推移



販売費及び一般管理費

- 販管費は期初計画比**93.2%**（前期比**99.9%**）となった
- 費目ごとに効率運用に努めたが、デジタル広告宣伝の強化による販売促進費の増額が影響し、前期と同水準となった

販管費 費目別の削減額（百万円）



■ 減額要因

①人件費

- ・ 店舗の組織編成の見直し
- ・ 売上規模に応じた店舗人員の調整
→**人員配置の適正化・効率運用**
- ・ 店舗数減による減少

②賃借料

- ・ 不採店舗の退店による賃料減
- ・ デベロッパとの交渉による賃料減額

■ 増額要因

①販売促進費

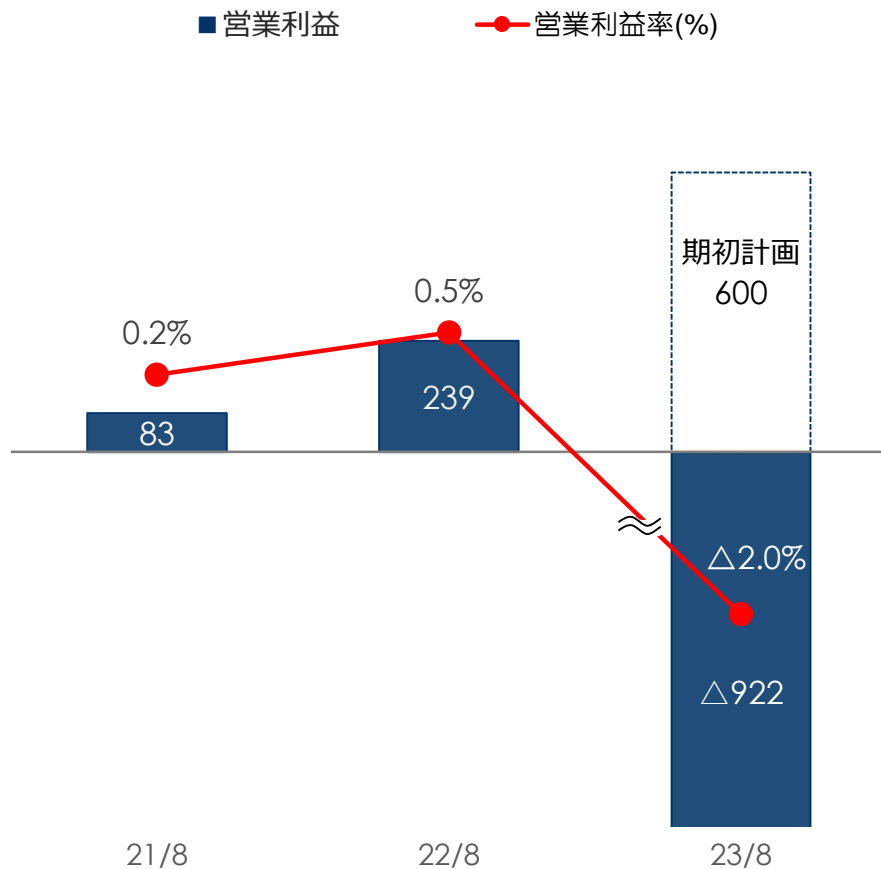
- ・ 売上拡大を目指したデジタル広告宣伝活動の強化による増額

②その他

- ・ 効率運用による経費削減が光熱費の高騰の影響により相殺

営業利益および販管費の内訳

営業利益（百万円）



販管費の内訳 (%)

	22/8 実績	23/8 実績
売上高比	48.8	50.1
内) 人件費	16.7	17.0
販売促進費	1.9	2.5
減価償却費	1.5	1.5
賃借料	17.3	17.2
その他	11.4	11.9

特別損失

- 特別損失として**1,360百万円**を計上。前期比で**644百万円**の増加
- 主な内訳として、閉店を決定した店舗及び収益性の低下がみられた店舗の減損損失**1,198百万円**を計上

特別損失の内訳（百万円）

	22/8 実績	23/8 実績	増減
特別損失	716	1,360	644
固定資産除却損	35	87	52
店舗閉鎖損失	8	33	24
減損損失	571	1,198	627
新型コロナウイルス関連	70	1	△69
その他	29	39	10

貸借対照表

- 現預金は前期末比で**4,736百万円**の減少…借入金**3,233百万円**を返済したことなどによる
- 商品は前期末比で**987百万円**の減少…在庫消化を積極的に進めたことなどによる
- 純資産は前期末比で**2,469百万円**の減少…純資産比率は**46.5%**、前期比で**2.3ポイント**上昇した

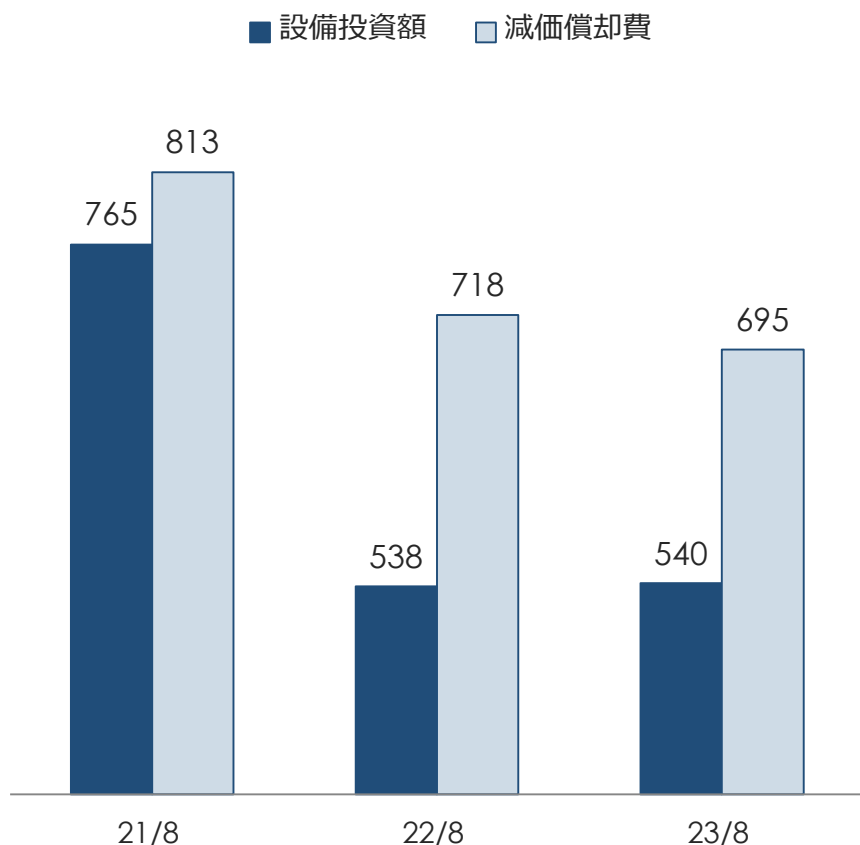
(百万円)

	22/8 4Q 実績		23/8 2Q 実績		23/8 4Q 実績			
		構成比		構成比	構成比	22/8 4Q実績との増減	23/8 2Q実績との増減	
流動資産	21,412	62.9%	21,015	63.0%	15,773	58.4%	△5,638	△5,242
現預金	8,218	24.1%	6,725	20.2%	3,482	12.9%	△4,736	△3,243
商品	11,466	33.7%	12,798	38.3%	10,479	38.8%	△987	△2,319
固定資産	12,627	37.1%	12,362	37.0%	11,228	41.6%	△1,399	△1,133
資産合計	34,040	100.0%	33,378	100.0%	27,002	100.0%	△7,038	△6,375
負債合計	19,003	55.8%	18,388	55.1%	14,435	53.5%	△4,568	△3,952
有利子負債	7,679	22.6%	6,024	18.1%	5,145	19.1%	△2,533	△879
純資産	15,036	44.2%	14,989	44.9%	12,566	46.5%	△2,469	△2,422

設備投資額および減価償却費、キャッシュ・フロー

- 新規出店および既存店の改装投資等により、設備投資額は前期と同水準の**540百万円**となった

設備投資額および減価償却費（百万円）

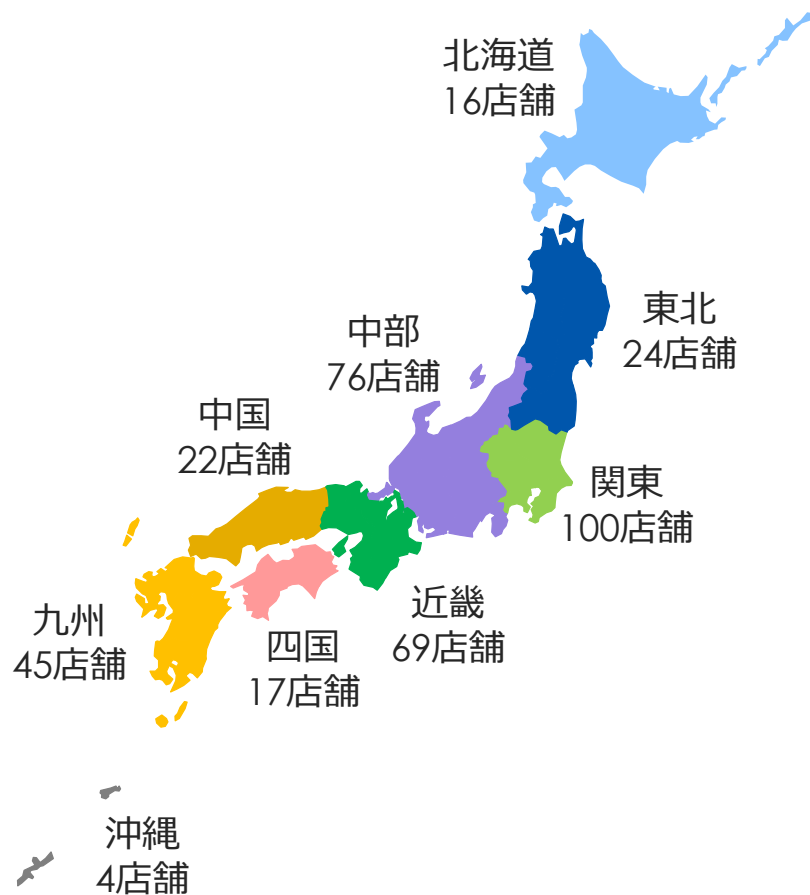


キャッシュ・フロー（百万円）

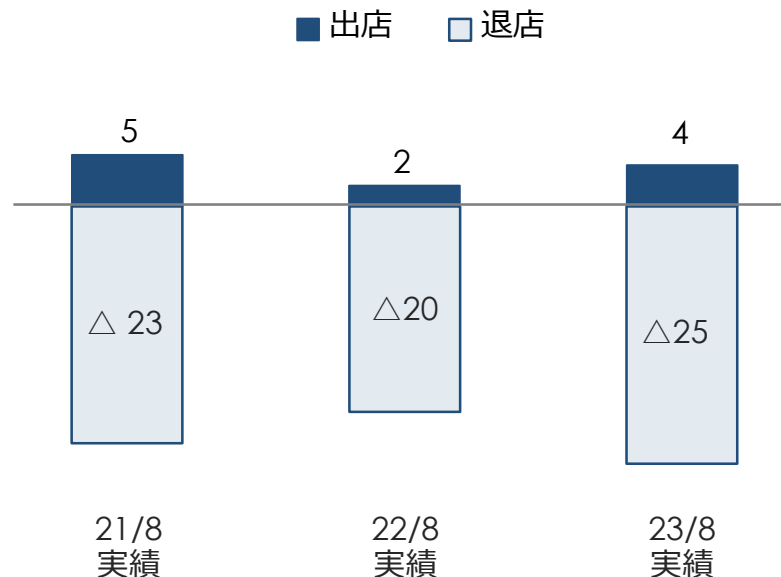
	22/8 実績	23/8 実績
営業活動による キャッシュ・フロー	682	△1,719
投資活動による キャッシュ・フロー	△287	△460
財務活動による キャッシュ・フロー	1,669	△2,556
現金及び現金同等物の 増減額	2,065	△4,736
現金及び現金同等物の 期首残高	6,153	8,218
現金及び現金同等物の 期末残高	8,218	3,482

店舗状況

- 退店は当初計画の**19店舗**に対し、**25店舗**の退店を実施（計画比+6店舗）
- 出店は当初計画のとおり**4店舗**の出店を実施
- 期末店舗数は**373店舗**となった



期末出退店状況



2. 2024年8月期 通期業績予想

2024年8月期 通期業績計画

- 2023年8月期の業績を踏まえ、既存店の売上高伸長率は保守的に見通し、在庫コントロールを徹底して適正在庫水準を保ち、売上総利益率を向上させる計画を立案
また、不採算店舗の整理を通じた販管費の削減により収益力を高める
- 売上高は前期比**94.8%**、営業利益は**150百万円**の見込み

	23/8 実績	24/8 計画	
		前期比	下段は構成比
売上高	46,926 (100.0%)	44,500 (100.0%)	94.8%
売上総利益	22,570 (48.1%)	22,050 (49.5%)	97.7%
販売費及び一般管理費	23,492 (50.1%)	21,900 (49.2%)	93.2%
営業利益	△922 (-)	150 (0.3%)	-
経常利益	△1,048 (-)	100 (0.2%)	-
当期純利益	△2,545 (-)	△400 (-)	-
1株当たり当期純利益 (円)	△86.06	△13.52	-

2024年8月期 通期業績計画のポイント

- 既存店売上高前年比は**98.9%**の計画
- 売上総利益率はPB比率の見直しや期中発注枠を拡大するなど、仕入れコントロールとプロパー消化率の改善に取り組み、前期比**+1.4**ポイントの改善
- 販管費は主に人員配置の適正化による人件費の減少と効率的な広告宣伝活動による販売促進費の減少を見込み、前期比**93.2%**の計画

既存店売上高前年比／売上総利益率 (%)

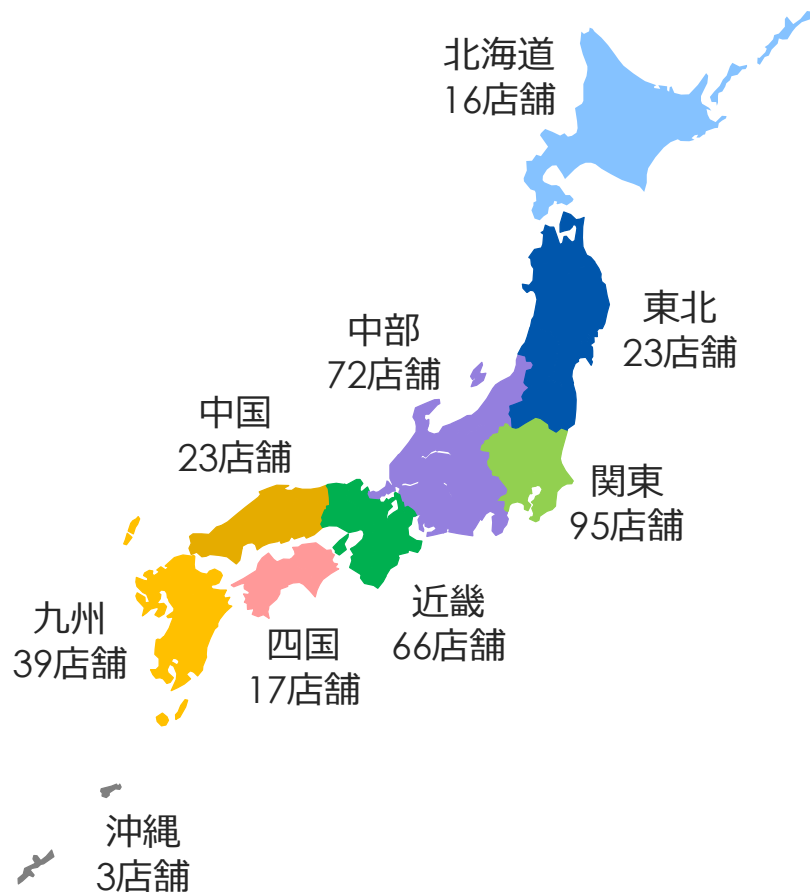
	23/8 実績	24/8 計画		
		上期	下期	通期
既存店 売上高前年比	99.8	98.9	98.9	98.9
売上総利益率	48.1	48.3	50.9	49.5

販管費の内訳 (百万円)

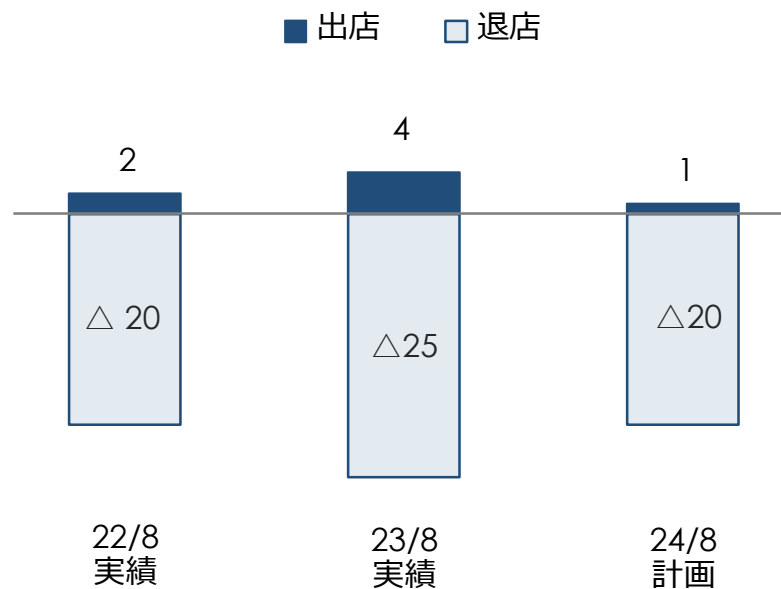
	23/8実績	24/8計画	前期比
販管費	23,492	21,900	93.2%
内) 人件費	7,953	7,520	94.6%
販売促進費	1,190	950	79.8%
減価償却費	695	500	71.9%
賃借料	8,058	7,540	93.6%
その他	5,596	5,390	96.3%

出退店店舗数計画

- 新規出店数は**1店舗**を予定
- 退店数は、引き続き不採算店舗の整理をすすめ、合計**20店舗**の退店を予定
- 期末店舗数は**354店舗**の見込み



期末出退店状況



当社は、株主の皆様への利益還元を経営の重要課題と位置付けております。

しかしながら、2023年8月期の配当につきましては純損失となったことから、誠に遺憾ながら無配とさせていただきます。

2024年8月期の配当につきましても、現状の業績見通しや先行き不透明な社会情勢を勘案し、現時点においては無配を予定しております。

株主の皆様には深くお詫び申し上げますとともに、皆様の株主還元のご期待に応えていけるよう新たに策定いたしました新中期経営計画の取り組みを進め、可能な限り早期の復配に努めてまいりますので、今後も継続したご支援を賜りたく、お願い申し上げます。

業績予想の適切な利用に関する説明

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が本資料の発表日現在において入手可能な情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により、大きく異なる可能性があります。

その他留意事項

資料内数値は百万円未満切捨て表示し、百分率は元データから算出しております。