

---

# 2024年8月期 第2四半期 決算説明会

---

2024年4月10日

**Right-on**<sup>®</sup>

1. 2024年8月期 第2四半期決算概要 P. 2
2. 2024年8月期 業績予想の修正 P.16
3. 中期経営計画の重点施策について P.21

---

# 1. 2024年8月期 第2四半期決算概要

---

- 当年度は、抜本的な収益構造の転換を図るための「戦略見直しステージ」と位置づけ、当上期については店頭在庫の大幅な圧縮を実行した
- 天候不順などによる秋冬商品の売上苦戦や、在庫消化を加速度的に実施したことによる売上総利益率の大幅低下により、期初計画を大きく下回る業績となったものの、在庫適正化により収益構造改善への基盤づくりは着実に進捗した

## 業績動向

### 売上高

- 売上高は期初計画比 **90.6%** となった（前年同期比 **86.6%**）
  - ➔収益構造改善に向けた店頭在庫の大幅圧縮や商品MD見直し等の過渡期中、厳しい残暑や記録的な暖冬による天候不順も重なり、客数や買上げ点数は伸び悩み、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 **83.2%** となった（前年同期比 **76.6%**）
  - ➔天候不順により秋冬商品の売れ行きが低調に推移し、プロパー消化率が低迷。また、在庫適正化に向けた大幅な在庫圧縮を進めていく中で、売上苦戦に伴い想定以上に値引き幅が拡大し、売上総利益率は計画に対して4.0ポイント下落し、**44.3%**となった。

### 期末在庫原価

- 期末在庫原価は前年同期比 **65.1%** となった
  - ➔店頭の在庫消化を加速度的に実施したことに加え、発注数量の抑制と期中の売れ行きに応じた柔軟な仕入れを行ったことで、期末在庫の圧縮を実現した。

# 2024年8月期 第2四半期業績

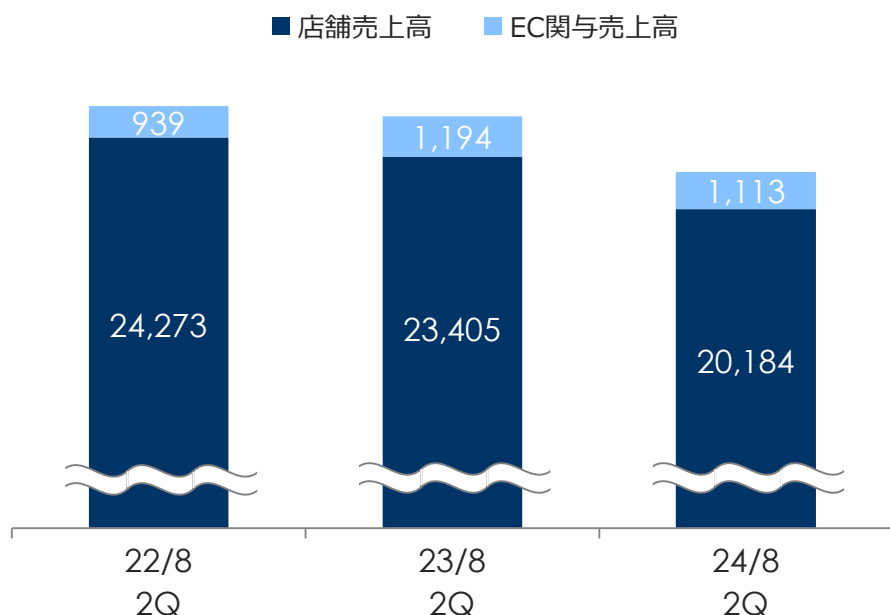
単位（百万円） 下段は構成比

	23/8 2Q 実績	24/8 2Q 実績	前年同期比 増減額	前年同期比	24/8 2Q 期初計画	期初計画 達成率
売上高	24,600 (100.0%)	21,298 (100.0%)	△3,302	86.6%	23,500 (100.0%)	90.6%
売上総利益	12,314 (50.1%)	9,438 (44.3%)	△2,875	76.6%	11,350 (48.3%)	83.2%
販売費及び一般管理費	12,059 (49.0%)	10,770 (50.6%)	△1,289	89.3%	11,270 (48.0%)	95.6%
営業利益	254 (1.0%)	△1,331 (-)	△1,586	-	80 (0.3%)	-
経常利益	191 (0.8%)	△1,353 (-)	△1,545	-	50 (0.2%)	-
特別利益	11 (0.0%)	207 (1.0%)	196	1767.8%	- (-)	-
特別損失	202 (0.8%)	376 (1.8%)	174	185.9%	100 (0.4%)	376.8%
税引前四半期純利益	1 (0.0%)	△1,522 (-)	△1,523	-	△50 (-)	-
四半期純利益	△95 (-)	△1,617 (-)	△1,521	-	△150 (-)	-
店舗数	387店舗	361店舗	△26店舗	-	362店舗	-

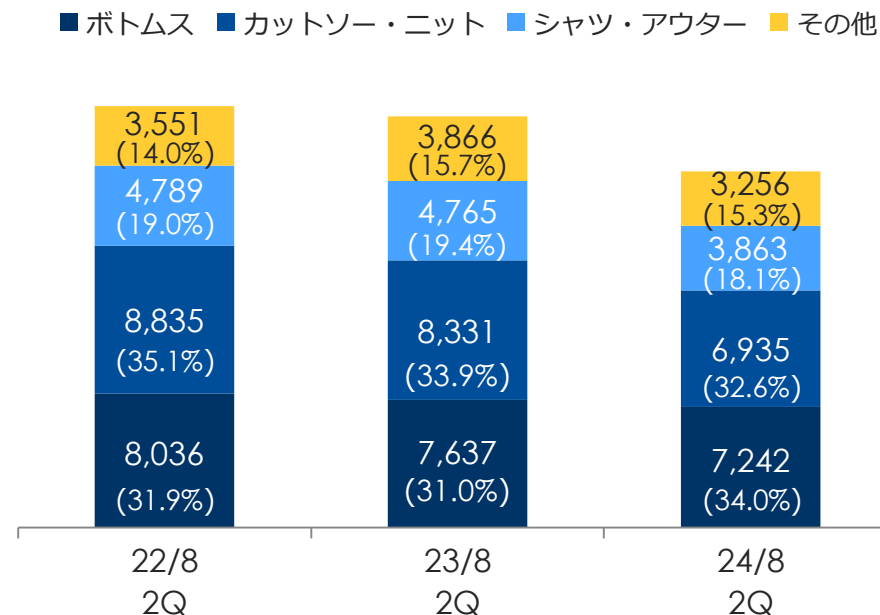
# 売上高

- 売上高は**21,298百万円**で期初計画比**90.6%**（前年同期比**86.6%**）となった
- 販売チャネル別では店舗売上高は**20,184百万円**（前年同期比**86.2%**）、EC関与売上高※は外部モールの苦戦が響き**1,113百万円**（前年同期比**93.2%**、EC化率**5.2%**）となった
- ボトムスは販売強化が奏功し、NBのジーンズを中心に堅調に推移し、売上高構成比は前年同期比を上回った
- スウェットや防寒アウター等のトップスのシーズン商品の苦戦が続いたため、カットソー・ニット部門、シャツ・アウター部門の売上高構成比は前年同期比でダウン

## 売上高（百万円）

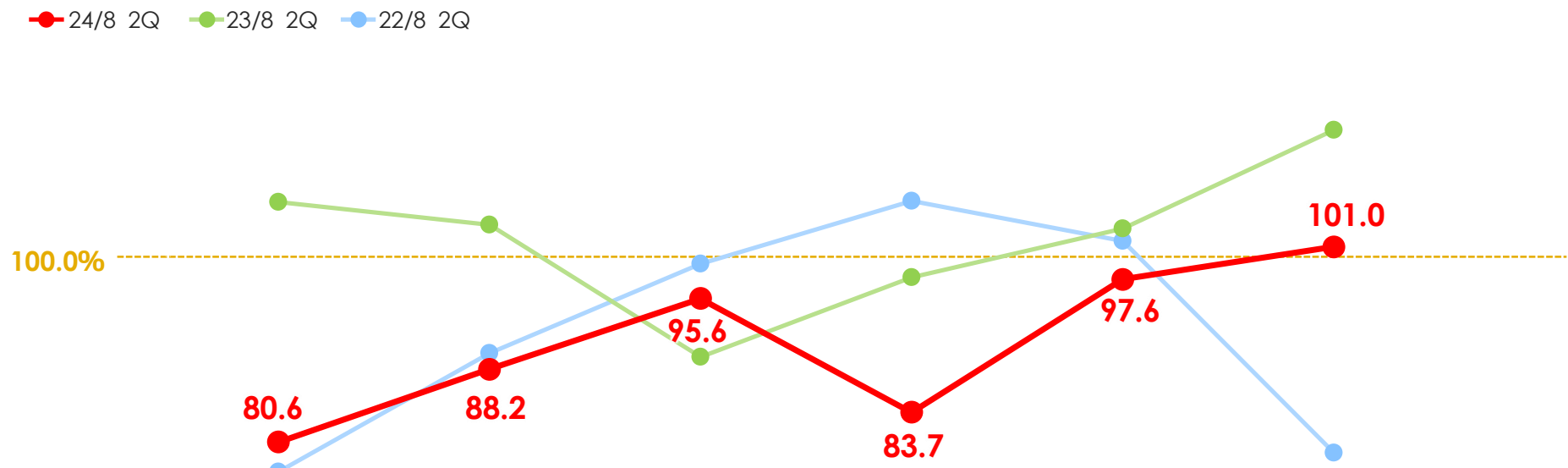


## 売上高構成比（百万円・%）



※ EC関与売上高  
EC売上とECサイトで注文した商品を店舗で受け取り、支払いをした売上の合計

## 既存店売上高 (%)

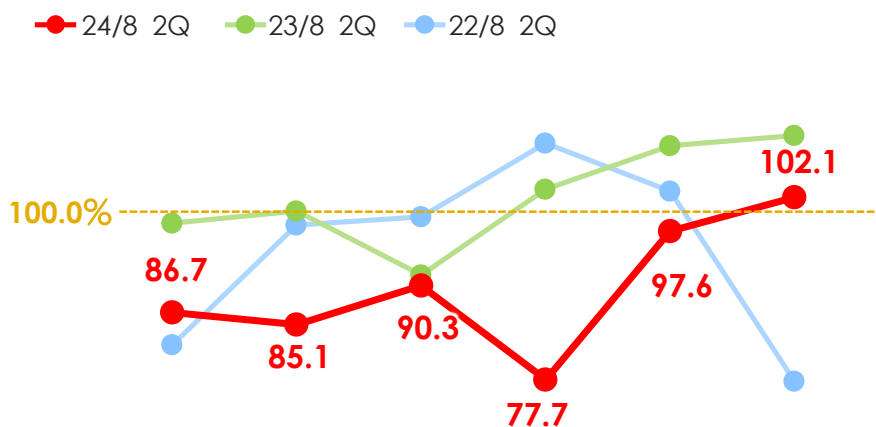


	9月	10月	11月	12月	1月	2月	上期計
24/8 2Q	80.6	88.2	95.6	83.7	97.6	101.0	90.3
23/8 2Q	105.7	103.3	89.5	97.8	102.9	113.2	100.1
22/8 2Q	77.5	89.9	99.2	105.8	101.6	79.5	94.5

# 客数・客単価 – 既存店前年比

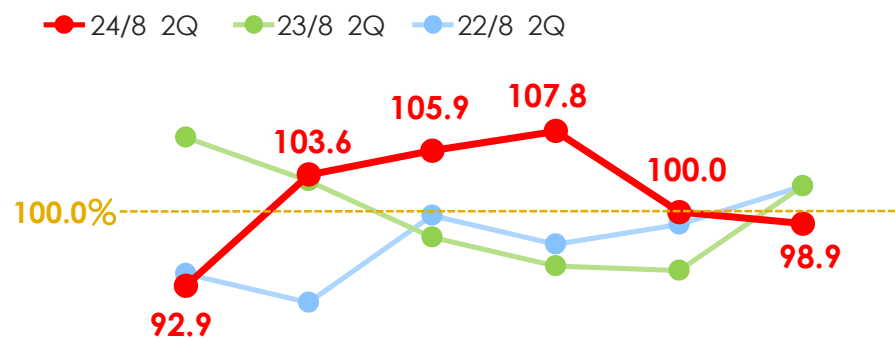
- 客数は既存店前年比**88.0%**、客単価は既存店前年比**102.6%**となった
- プロパー消化促進を目的に過度な値引きイベントを抑制し、客数減を客単価増で補う計画としていたが、特に12月度は天候不順による冬物需要が低迷し、想定外の客数下落を招いた
- 客単価前年比は、セール期に値引き幅が拡大したことで小幅な上昇にとどまった

## 既存店客数 (%)



	9月	10月	11月	12月	1月	2月	上期計
24/8 2Q	86.7	85.1	90.3	77.7	97.6	102.1	88.0
23/8 2Q	98.6	100.3	91.7	103.2	109.0	110.4	101.4
22/8 2Q	82.4	98.4	99.5	109.3	102.9	77.5	97.3

## 既存店客単価 (%)



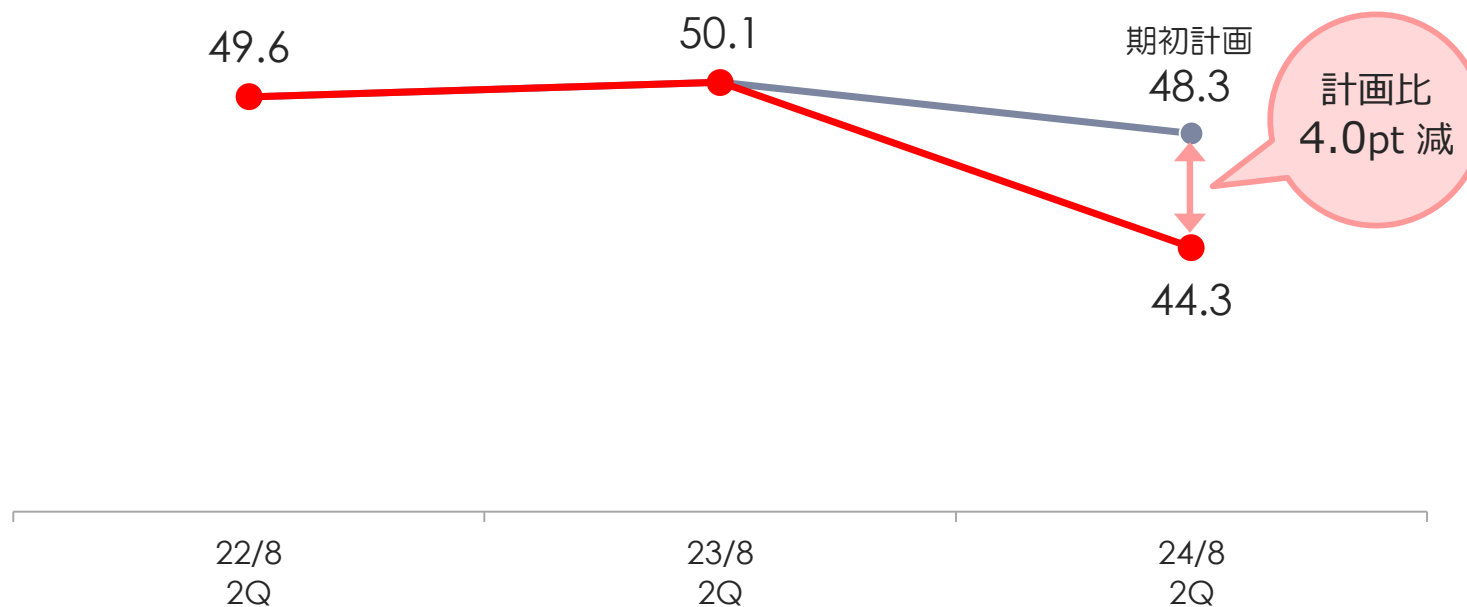
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	上期計
24/8 2Q	92.9	103.6	105.9	107.8	100.0	98.9	102.6
23/8 2Q	107.2	103.0	97.6	94.8	94.4	102.5	98.7
22/8 2Q	94.1	91.3	99.7	96.9	98.8	102.5	97.1



# 売上総利益率

- 売上総利益率は**44.3%**と期初計画を**4.0ポイント**下回った（前年同期比**5.8ポイント**減）
- 在庫適正化に向けた大幅な在庫圧縮を進めていく中で、天候不順などによる売上苦戦に伴い想定以上に値引き幅が拡大し、売上総利益率は期初計画を下回った

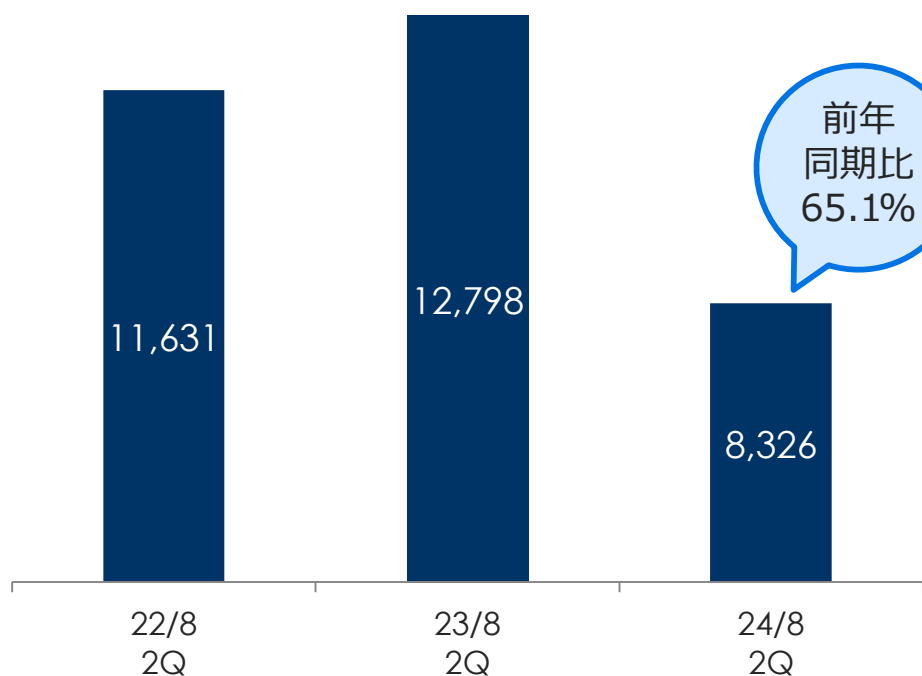
## 売上総利益率（%）



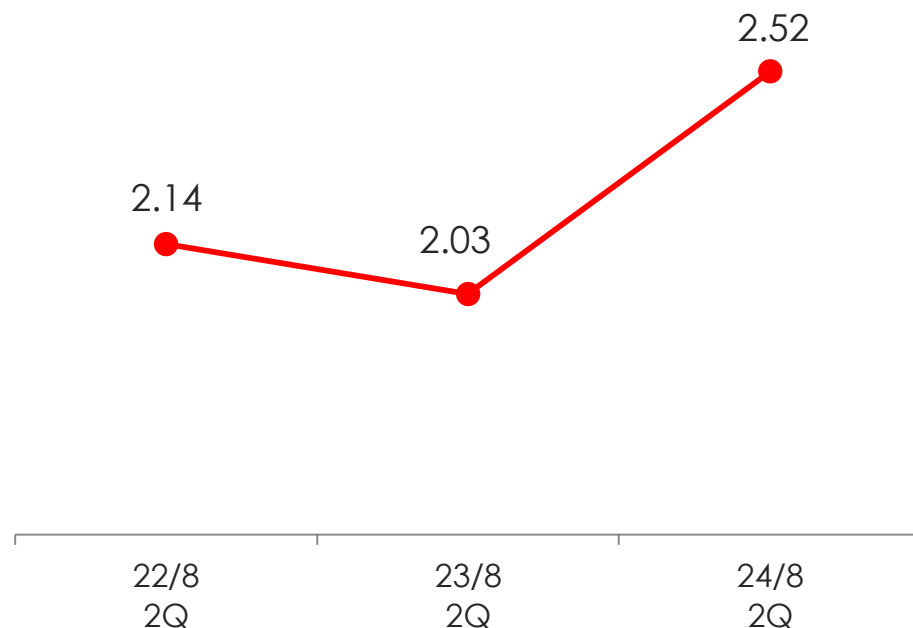
# 在庫・在庫回転率

- 期末在庫原価は前年同期比**65.1%**。在庫回転率は**2.52**となった
- 在庫の消化促進や発注数量の抑制など、在庫適正化に向けた取り組みが進んだことで、前年同期比で大幅な在庫削減が実現し、在庫回転率は大きく改善した。在庫回転率の向上とともに在庫の入れ替わりを早め、今後はプロパー商品を主体とする利益率の高い商品の販売比率を向上させていく計画

## 上期末在庫原価の推移（百万円）



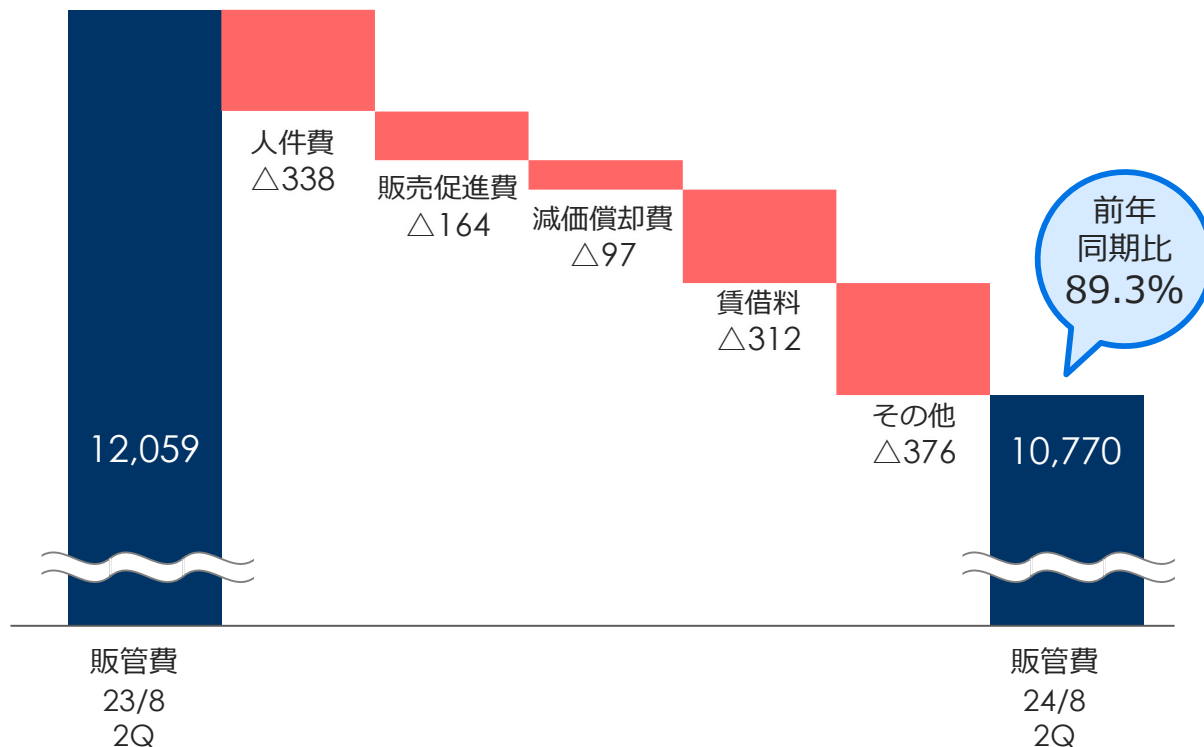
## 在庫回転率の推移



# 販管費

- 販管費は期初計画比**95.6%**（前年同期比**89.3%**）となった
- 各費目ごとに期中での販管費の効率運用に努め、計画を下回る支出に抑制することができたが、更なる効率化に向け、不採算店舗の撤退や固定費の圧縮を促進していく

## 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と売上規模に応じた店舗人員の調整による人員配置の適正化・効率運用
- ・店舗数減による減額

#### ② 販売促進費

- ・成長チャネルへの選択と集中による効率的な広告宣伝活動による減額

#### ③ 賃借料

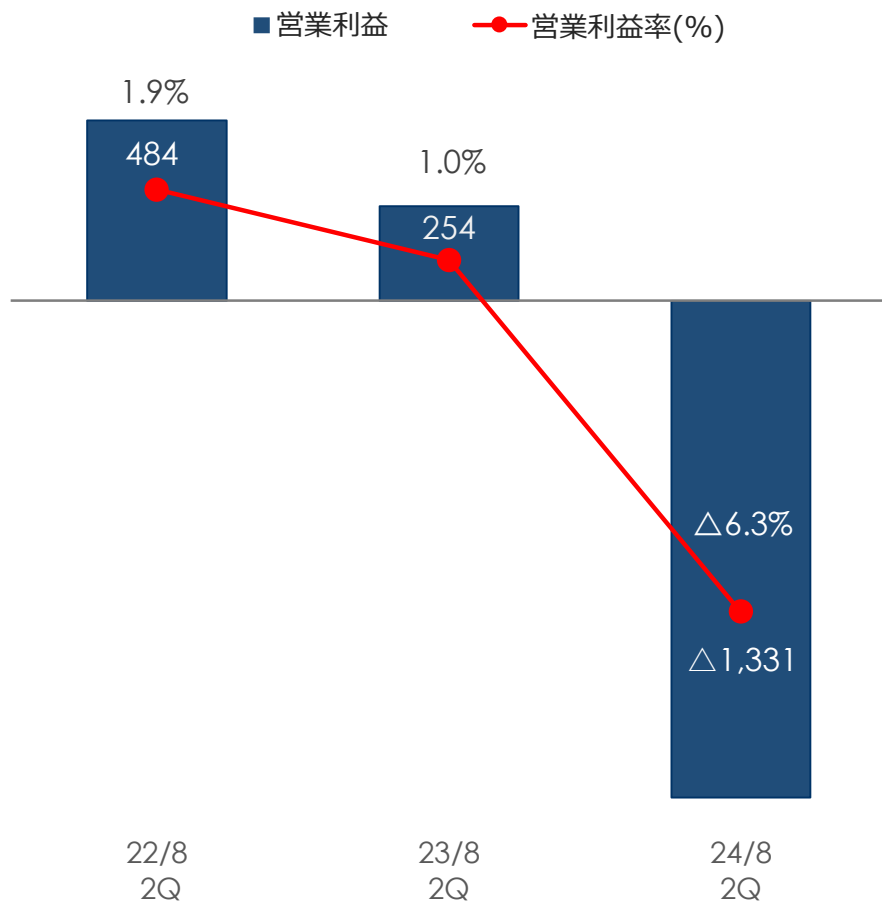
- ・不採店舗の退店による賃料減額
- ・デベロッパーとの交渉による賃料減額

#### ④ その他

- ・水道光熱費の圧縮、その他固定費などの効率運用による経費削減

# 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（%）

	23/8 2Q 実績	24/8 2Q 実績
売上高比	49.0	50.6
内) 人件費	16.5	17.5
販売促進費	2.5	2.1
減価償却費	1.4	1.2
賃借料	16.7	17.8
その他	11.9	12.0

# 特別損失

- 既存店の収益性が低下したことなどにより減損損失が増加し、特別損失として**376百万円**を計上。前年同期比で**174百万円**の増加
- 減損損失の内訳としては、退店予定店舗および収益性の厳しい店舗、また、固定資産の譲渡などの減損損失として**360百万円**を計上

## 特別損失の内訳（百万円）

	23/8 2Q 実績	24/8 2Q 実績	前年同期比 増減額
特別損失	202	376	174
固定資産除却損	38	0	△37
店舗閉鎖損失	12	6	△5
減損損失	144	360	216
その他	8	8	0

# 貸借対照表

- 商品は前期末比で**2,153百万円**の減少  
 …店頭在庫の大幅圧縮を進めたことに加え、発注数量の抑制や期中の売れ行きに応じた柔軟な仕入体制など、在庫適正化に向けた取り組みが進んだことによる
- 負債は前期末比で**1,215百万円**の減少  
 …返済により、借入金が**1,354百万円**減少したことなどによる
- 純資産は前期末比で**1,715百万円**の減少  
 …純資産比率は**45.1%**、前年同期比で**0.2ポイント**上昇

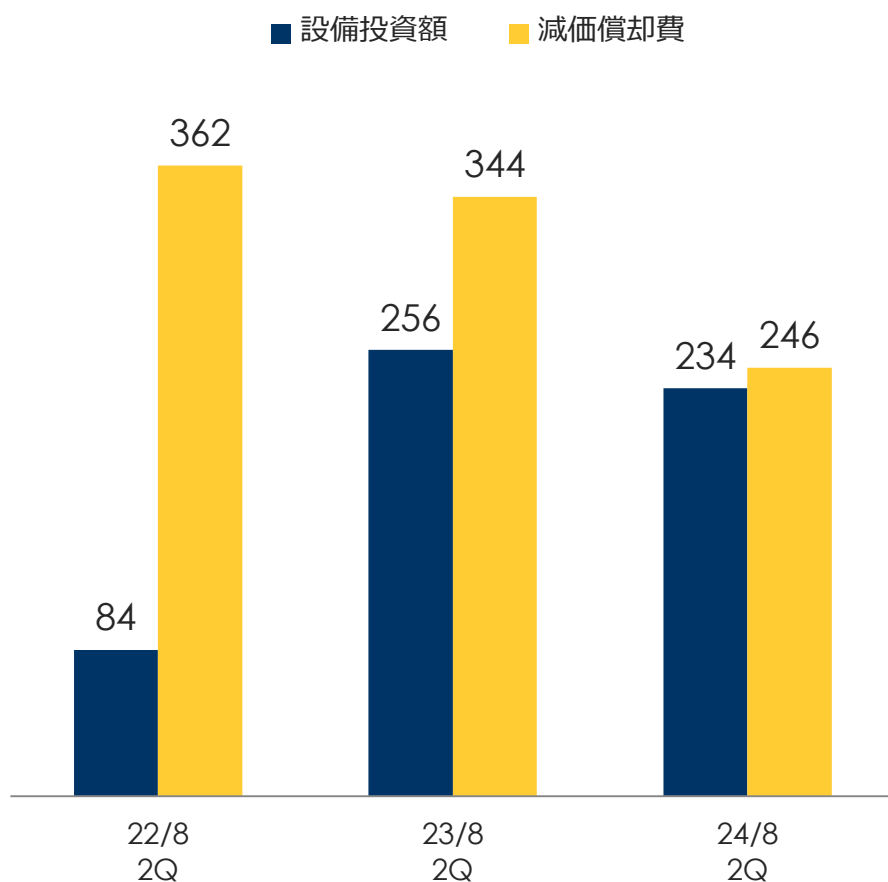
単位（百万円）

	23/8 2Q 実績		23/8 4Q 実績		24/8 2Q 実績			
		構成比		構成比		構成比	23/8 2Q実績 との増減	23/8 4Q実績 との増減
流動資産	21,015	63.0%	15,773	58.4%	13,711	57.0%	△7,304	△2,062
現預金	6,725	20.2%	3,482	12.9%	3,661	15.2%	△3,064	178
商品	12,798	38.3%	10,479	38.8%	8,326	34.6%	△4,472	△2,153
固定資産	12,362	37.0%	11,228	41.6%	10,360	43.0%	△2,001	△868
資産合計	33,378	100.0%	27,002	100.0%	24,071	100.0%	△9,306	△2,930
負債合計	18,388	55.1%	14,435	53.5%	13,219	54.9%	△5,168	△1,215
借入金	6,024	18.1%	5,145	19.1%	3,791	15.7%	△2,233	△1,354
純資産	14,989	44.9%	12,566	46.5%	10,851	45.1%	△4,137	△1,715

# 設備投資額および減価償却費、キャッシュ・フロー

- システム投資及び既存店の改装への投資等により、設備投資額は**234百万円**となった
- 在庫圧縮および仕入れコントロールによる在庫適正化の取り組みにより、営業キャッシュ・フローは改善

## 設備投資額および減価償却費（百万円）

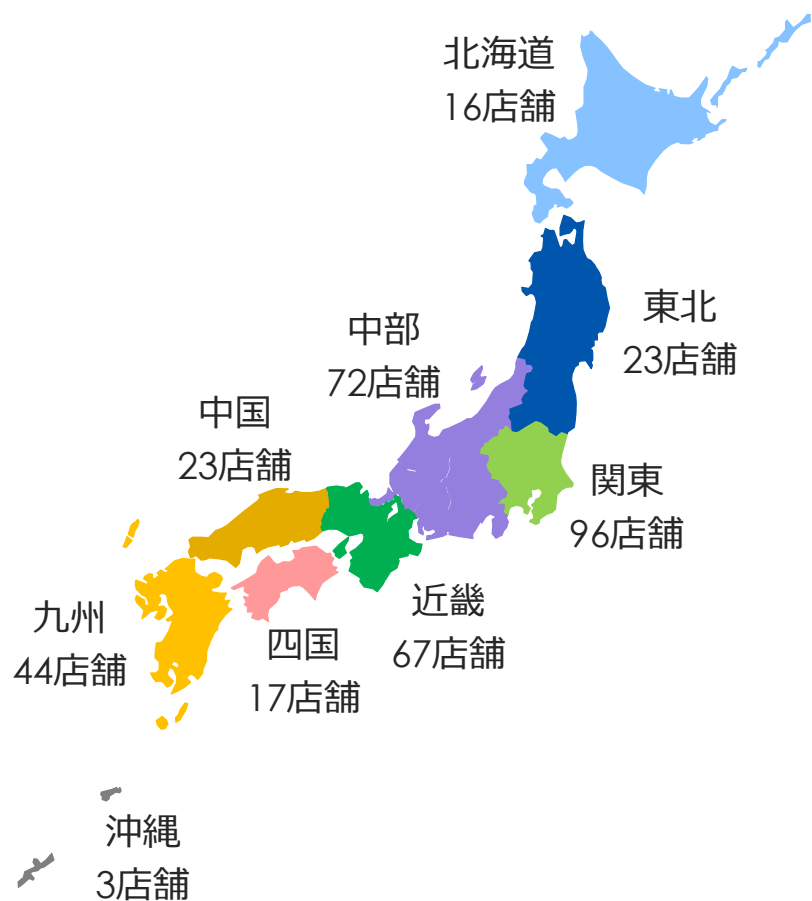


## キャッシュ・フロー（百万円）

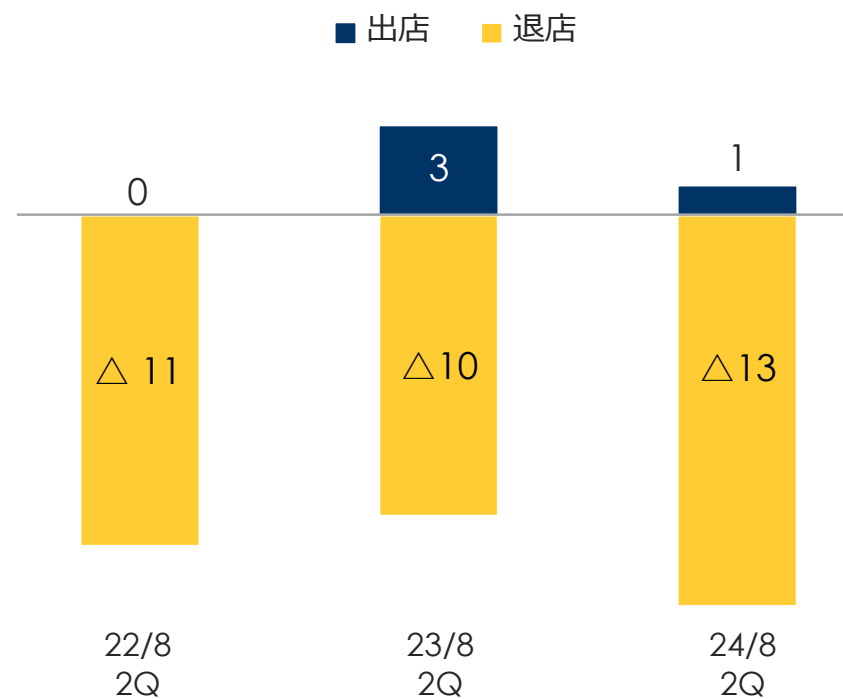
	23/8 2Q	24/8 2Q
営業活動による キャッシュ・フロー	401	1,417
投資活動による キャッシュ・フロー	△238	116
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,655	△1,355
現金及び現金同等物の 増減額	△1,492	178
現金及び現金同等物の 期首残高	8,218	3,482
現金及び現金同等物の 四半期末残高	6,725	3,661

# 店舗状況

- 当上期において、**1店舗**の新規出店と**13店舗**の退店を実施
- 当上期末店舗数は**361店舗**



## ■ 上期末出退店状況





---

## 2. 2024年8月期 業績予想の修正

---

# 2024年8月期 下期業績予想

- 当下期も引き続き、商品MDの見直しや更なる在庫適正化など収益構造の転換に向けた取り組みを推進していくものの、足元の売上状況や上期の売上総利益率低下を踏まえ、当下期の業績予想を下方修正
- 下期売上高は**19,701百万円**（期初計画比**93.8%**）、売上総利益は**9,391百万円**（期初計画比**87.8%**）、営業損失は**1,068百万円**の見通し

単位（百万円） 下段は構成比

	23/8 下期実績	24/8 下期計画			
		期初計画	修正計画	期初計画 からの増減	期初計画比
売上高	23,325 (100.0%)	21,000 (100.0%)	19,701 (100.0%)	△1,298	93.8%
売上総利益	10,255 (45.9%)	10,700 (50.9%)	9,391 (47.7%)	△1,308	87.8%
販売費及び一般管理費	11,433 (51.2%)	10,630 (50.6%)	10,459 (53.1%)	△170	98.4%
営業利益	△1,177 (-)	70 (0.3%)	△1,068 (-)	△1,138	-
経常利益	△1,239 (-)	50 (0.2%)	△1,146 (-)	△1,196	-
当期純利益	△2,450 (-)	△250 (-)	△1,582 (-)	△1,332	-
1株当たり当期純利益（円）	△82.84	△8.45	△53.51	△45.06	-

# 2024年8月期 通期業績予想

- 上期売上高が計画比**90.6%**となったこと及び下期売上高予想を下方修正したことにより、通期売上高予想は**41,000百万円**（期初計画比**92.1%**）の見通し
- 上期の売上総利益率の低下が大きく影響し、売上総利益は**18,830百万円**（期初計画比**85.4%**）の見通し
- 通期営業損失は**2,400百万円**の見通し。特別損失を織り込み、当期純損失**3,200百万円**を計上する見通し

単位（百万円） 下段は構成比

	23/8 実績	24/8 計画			
		期初計画	修正計画	期初計画 からの増減	期初計画比
売上高	46,926 (100.0%)	44,500 (100.0%)	41,000 (100.0%)	△3,500	92.1%
売上総利益	22,570 (48.1%)	22,050 (49.5%)	18,830 (45.9%)	△3,220	85.4%
販売費及び一般管理費	23,492 (50.1%)	21,900 (49.2%)	21,230 (51.8%)	△670	96.9%
営業利益	△922 (-)	150 (0.3%)	△2,400 (-)	△2,550	-
経常利益	△1,048 (-)	100 (0.2%)	△2,500 (-)	△2,600	-
当期純利益	△2,545 (-)	△400 (-)	△3,200 (-)	△2,800	-
1株当たり当期純利益（円）	△86.06	△13.52	△108.18	△94.66	-

# 2024年8月期 通期業績計画ポイント

- 下期既存店売上高前年比は、上期売上実績と足元の売上動向を踏まえ**93.7%**と慎重に見通し
- 売上総利益率は、上期の売上総利益率の低下に伴い、期初計画値より**3.6**ポイント下回る**45.9%**へ前提条件を修正
- 販管費は、全体的に上昇傾向があるものの、売上下方修正に伴う変動費の減少に加え、売上規模に応じたコストコントロールの徹底に努め、**21,230百万円**（期初計画比**96.9%**）へ修正

既存店売上高前年比／売上総利益率 (%)

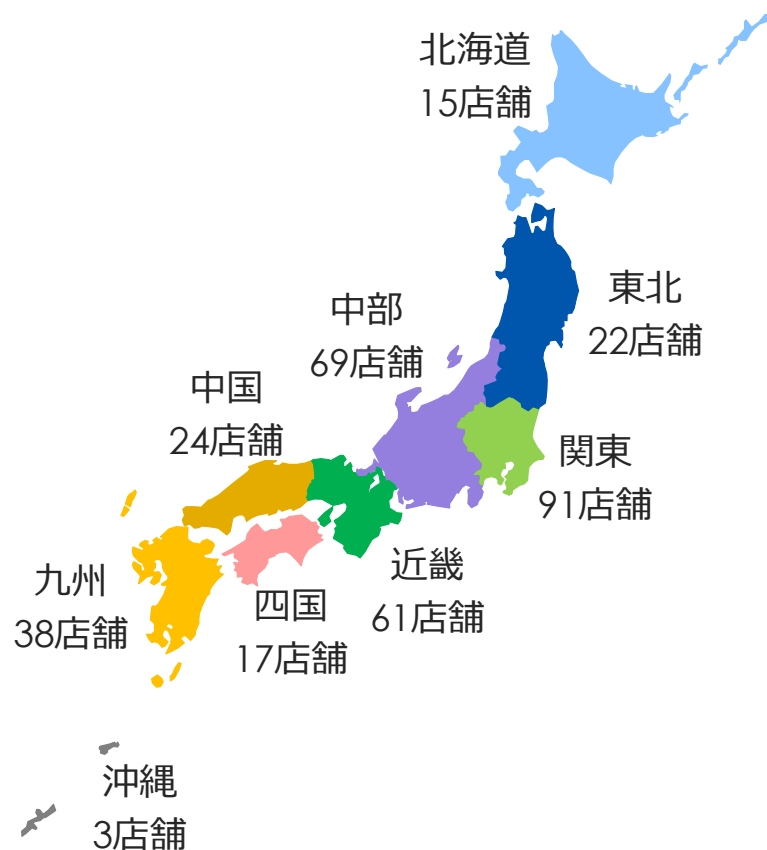
	23/8 実績	24/8 計画				
		上期 実績	下期 期初 計画	下期 修正 計画	通期 期初 計画	通期 修正 計画
既存店 売上高前年比	99.8	90.3	98.9	93.7	98.9	91.7
売上総利益率	48.1	44.3	50.9	47.6	49.5	45.9

販管費の内訳 (百万円)

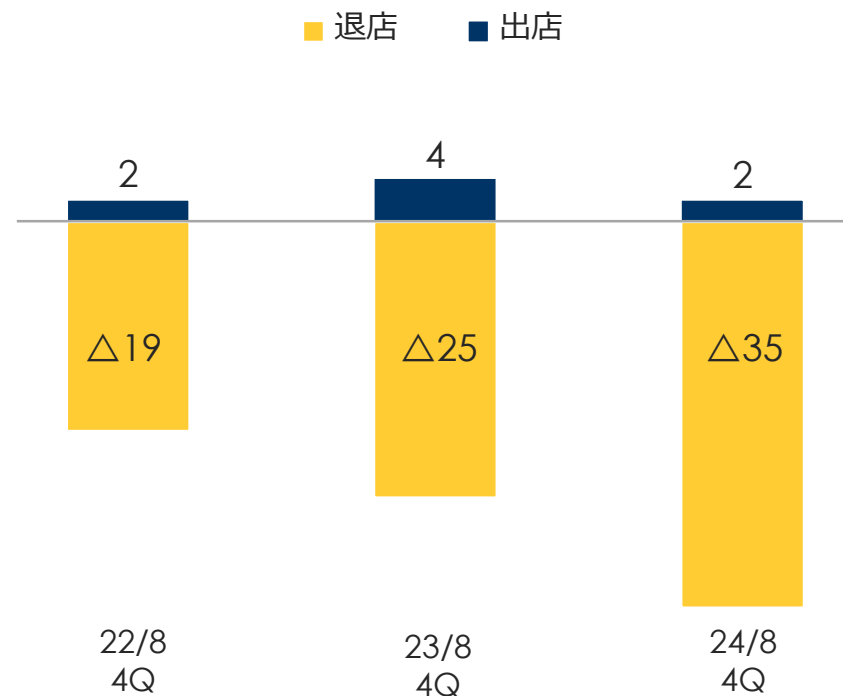
	23/8 実績	24/8 期初計画	24/8 修正計画
販売費及び 一般管理費	23,492	21,900	21,230
内) 人件費	7,953	7,520	7,440
販売促進費	1,190	950	940
減価償却費	695	500	500
賃借料	8,058	7,540	7,330
その他	5,596	5,390	5,020

# 出退店店舗数および期末出退店状況推移

- 新規出店数は**2店舗**を予定
- 退店数は期初計画の20店舗に対し、不採算店舗の撤退数を増加し、**35店舗**を予定
- 期末店舗数は**340店舗**の見込み



## ■ 期末出退店状況



---

## 3. 中期経営計画の重点施策について

---

# 中期経営計画の重点施策① プロパー消化率の向上

- 提供価値の最大化を目指し、「ジーニングカジュアル」への商品MD変更を推進中。ナショナルブランドとの連携を強化し、既存ブランドの活性化と新規取り扱いブランドの拡大を計画
- 在庫適正化と仕入れコントロールの徹底によってプロパー消化率の向上を図り、早期の売上総利益率の大幅改善を目指す

## 施策と進捗

### 商品構成の見直し

- 本来のライトオンの強みであるジーニングカジュアルの再強化
- NBとの戦略的パートナーシップの強化と取扱いブランドの拡大
- 品番数の大幅削減と、顧客ニーズと合致するブランド・テイストへの絞り込み

### 商品価値の打出し強化

- 有名俳優をはじめとして、様々な年齢・性別のインフルエンサーがジーンズを着こなし登場する『ジーンズ十色(といろ)』キャンペーンを継続中
- 店舗や商品の魅力を訴求するための視認性と仕掛けの強化

### 仕入れコントロールと適正在庫への取組み

- 期中発注枠を増やして市場変化に速やかに対応
- 店舗在庫水準の適正化 — 持ち越し在庫の大幅圧縮と在庫運用の見直し
- 在庫分析クラウド「FULL KAITEN(フルカイトン)」の導入による在庫配分・店間移動の精緻化

2024年1月販売開始  
『HOLLYWOOD ATHLETIC CO. (ハリウッド・アスレチック)』



2024年春「ジーンズ十色(といろ)」ムービー





# 中期経営計画の重点施策② 戦略店舗の収益力強化

- 成長潜在性が高い戦略店舗\*を中心に、店舗の魅力を深化させる施策を逐次実施
- お客様が価値の体験を実感できる「魅せ方」「売り方」「繋がり方」の実現を図る

\*戦略店舗：商業施設の規模や集客力、および当社店舗の販売実績をもとに、全店舗をグルーピングしたなかで、特に潜在的成長性が高い店舗群

## 施策と進捗

### 店舗限定商品の展開

- 商圏属性や顧客属性にもとづき、店舗グループごとに最適化された商品の導入
- 高価格帯商品の取り扱いを拡充

### 魅力的な店内環境の構築

- 有力NBのショップインショップ導入や、ブランドコーナー化の推進によってリアル店舗の魅力を深化

### 話題性の創出による集客力の強化

- 有名タレントやインフルエンサーとのコラボ商品導入や店舗イベントの随時開催

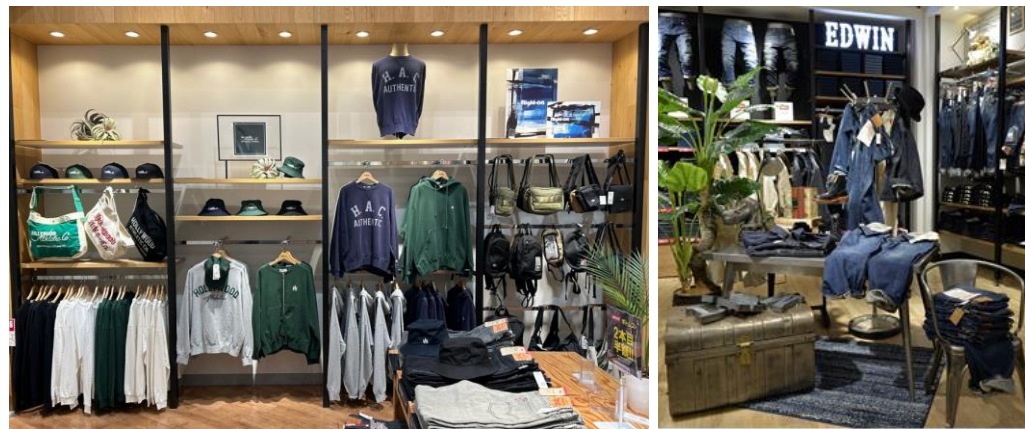
### 販売力強化と店舗利便性の訴求

- 販売力強化に向けて、研修機会の充実やマニュアルの最適化を進め、同時に店舗業務の削減と効率化を図る
- 豊富な専門知識と経験を持つジーンズソムリエによる上質な接客



#### ジーンズソムリエ

ジーンズに関するプロフェッショナルを育成するために誕生した『ジーンズソムリエ資格認定制度』の合格者。  
当社には国内最多数のジーンズソムリエが在籍





# 中期経営計画の重点施策③ 自社ECの強化

- 自社ECサイトのフルリニューアルをはじめとする顧客体験の向上、会員プログラムの刷新、デジタルマーケティングへの投資によって、2026年8月期にEC化率**9%超**を目指す

## 施策と進捗

### EC商品の充実化

- EC限定商品を充実するとともに、社内インフルエンサーによるSNSを利用した体験価値提供の取り組みを強化
- VOC（顧客の声）を収集・分析・活用した、品揃えの充実化

### 自社ECの顧客体験向上

- 24年秋のECサイトフルリニューアルをはじめとして、検索機能の抜本的改善やユーザーの好みや嗜好にもとづくレコメンド機能を実装
- ECサイトにおける消費者の行動分析にもとづき、「お客様目線」でショッピングのお手伝いをするWeb接客ツールを導入

### デジタルマーケティングの強化

- 顧客データ分析基盤の構築によって、コンテンツ配信のパーソナライゼーションを推進
- STAFF STARTを利用するスタッフの研修機会を充実させ、発信するコンテンツの質的向上に注力することで、集客強化を図る
- 新規顧客の獲得促進と優良顧客のインセンティブを高めるため、25年春に会員プログラムを刷新



**FJ（エフジェイ）** メンズバイヤー。アメリカンビンテージやアメカジファッションを配信しているファッションYouTuber  
登録者数約1.3万人

優れたカスタマーエクスペリエンスの提供

株式会社ライトオン

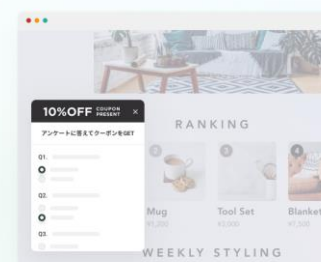
**Right-on**®



Web接客 | KARTE Web

ユーザー行動を理解し  
成果に繋がる  
Web接客を

KARTE



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づけております。

しかしながら、2024年8月期の配当につきましては  
既にお伝えさせていただいておりますとおり、現状の業績を勘案し、  
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中期経営計画の取組みを進め、  
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。