



 CROSS PLUS

## 2024年1月期 第2四半期 決算説明会資料

クロスプラス株式会社  
証券コード：3320

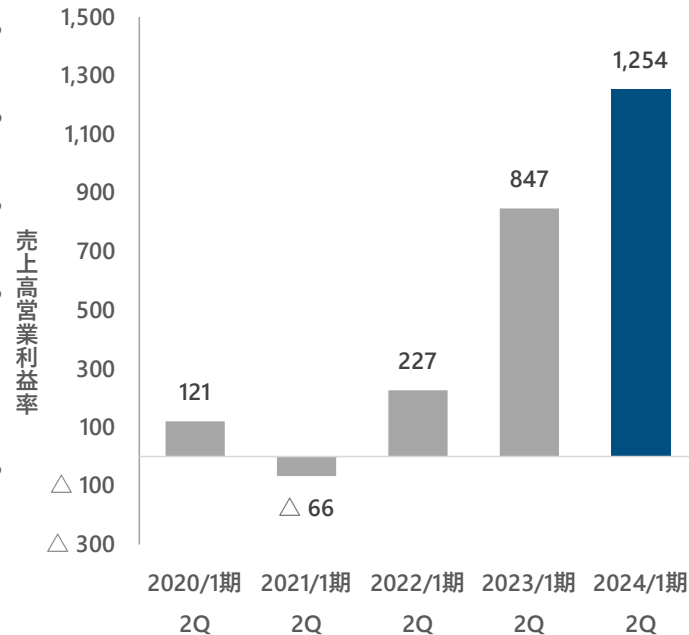
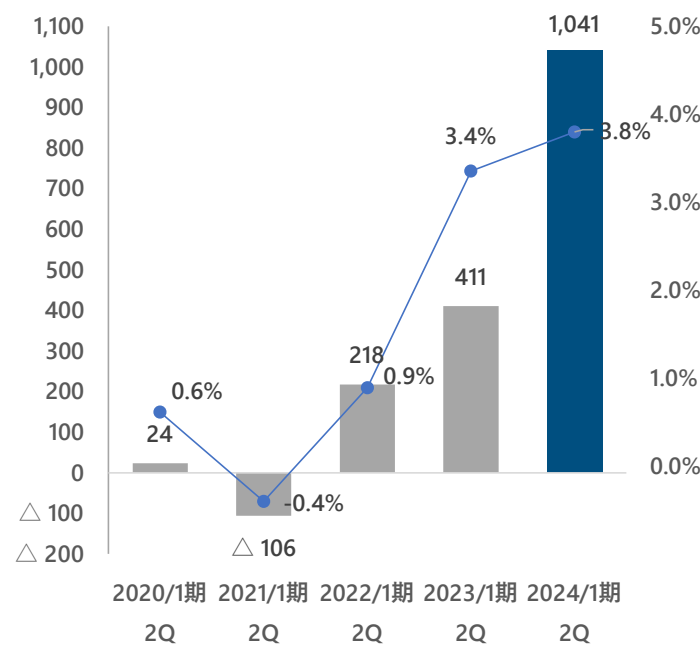
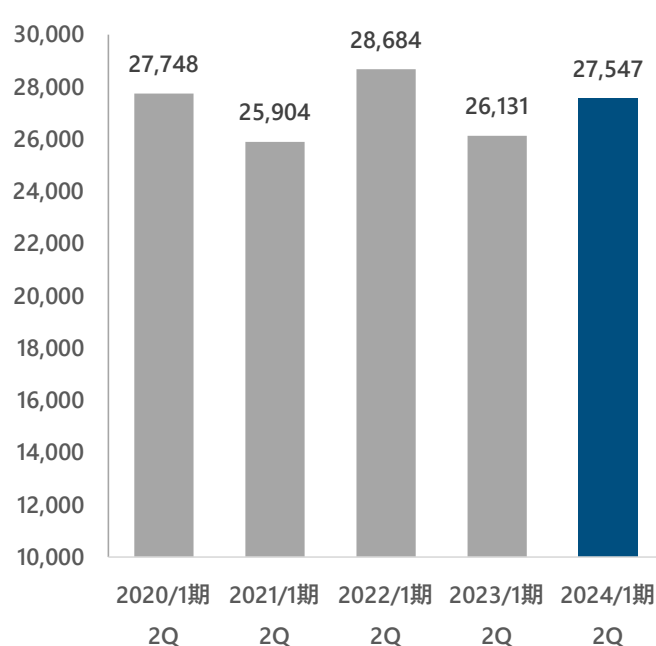
## 目次

- 2024年1月期 第2四半期決算概況 ……P3
- 2024年1月期 通期業績予想と施策 ……P12
- 企業価値向上のための取組 ……P21
- Appendix ……P27

# 2024年1月期 第2四半期 決算概況

## 決算総括

前年に対し増収増益。営業利益および四半期純利益は第2四半期累計として上場来最高益。  
アパレル市場環境が好調に推移した中、アパレル卸売の収益力向上により営業利益は大きく改善。



## 2024年1月期2Q 業績概況

売上高は、アパレル卸売・小売ともに好調で増収。

営業利益は、アパレル卸売で価格転嫁、商品力強化による収益力向上が寄与し増益。

四半期純利益は、投資有価証券売却益と前年のシステム障害に対する保険金収入で増益。

単位：百万円

	2023年 1月期 2Q	2024年1月期 2Q				
	実績	7/19 予想	実績	前年差額	前年比	7/19 予想差額
売上高	26,131	27,000	27,547	+1,416	105.4%	+ 547
売上総利益	6,754	7,600	7,810	+1,056	115.6%	+ 210
売上総利益率	25.8%	28.1%	28.4%	+2.6p	—	+ 0.3P
販管費	6,342	6,700	6,769	+ 427	106.7%	+ 69
営業利益	411	900	1,041	+630	252.8%	+ 141
経常利益	569	1,000	1,144	+575	201.0%	+ 144
四半期純利益	847	1,100	1,254	+407	148.1%	+ 154

## ビジネス別売上高

アパレル卸売は、ライフスタイルが減少するも、衣料品の復調より増収。

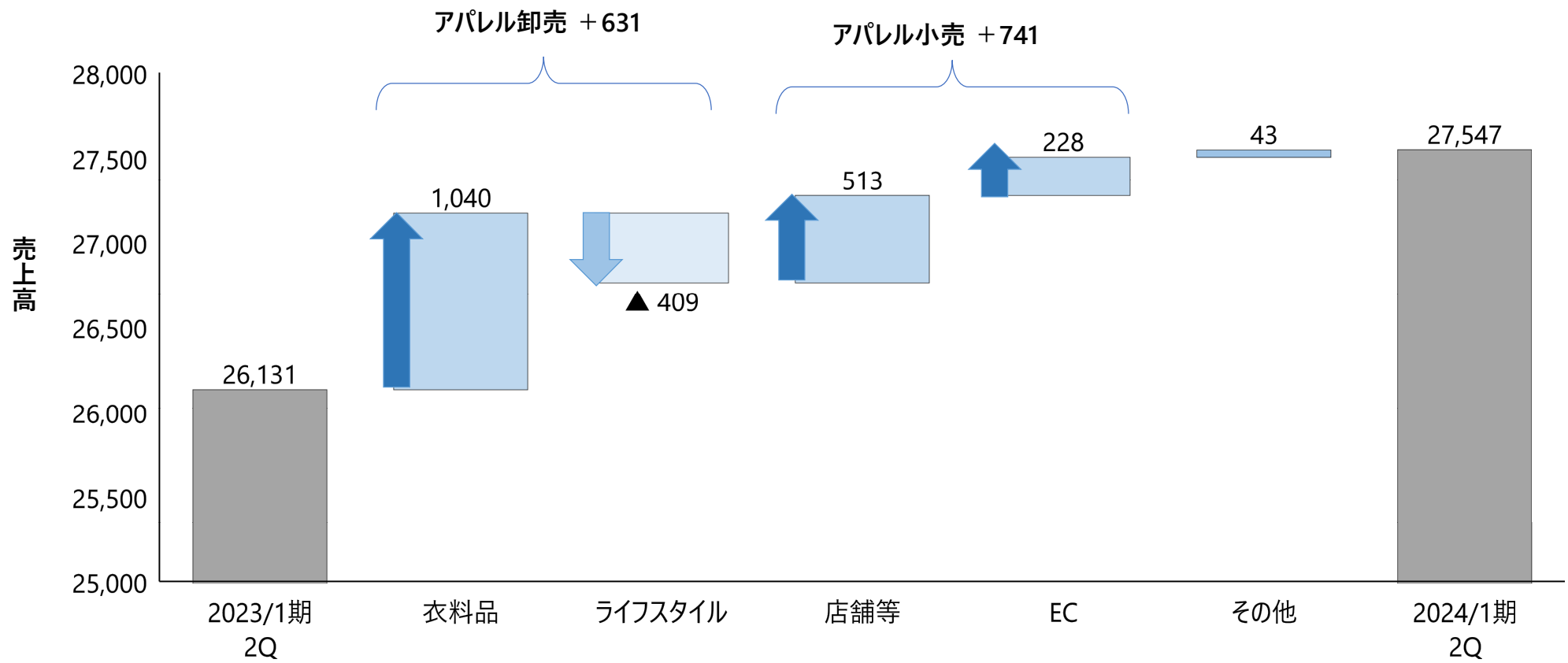
アパレル小売は、店舗等が外出機会の増加に伴い増収。ECは商品カテゴリーの増加で増収。

単位：百万円

	2022年1月期 2Q		2023年1月期 2Q			
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年差額	前年比
衣料品	20,133	77.1%	21,173	76.9%	+1,040	105.2%
ライフスタイル	1,359	5.2%	950	3.4%	▲409	69.9%
アパレル卸売 計	21,492	82.3%	22,123	80.3%	+631	102.9%
店舗等	3,488	13.3%	4,001	14.6%	+513	114.7%
EC	941	3.6%	1,169	4.2%	+228	124.3%
アパレル小売 計	4,429	16.9%	5,170	18.8%	+741	116.7%
その他・連結調整	210	0.8%	253	0.9%	+43	120.4%
合計	26,131	100.0%	27,547	100.0%	+1,416	105.4%

# 売上高の増減要因

単位：百万円

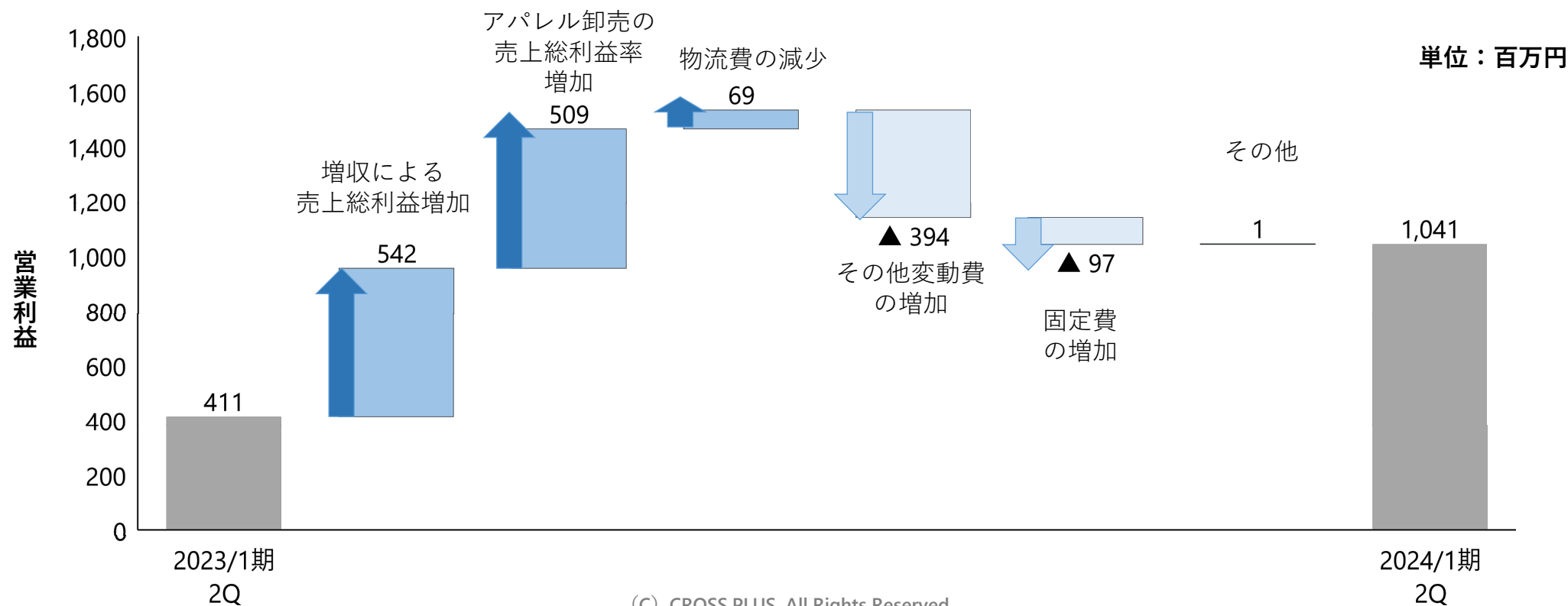


## 営業利益の増減要因

営業利益は、増収とアパレル卸売の売上総利益率増加により増益。

アパレル卸売の売上総利益率は、販売価格の転嫁、NB化による商品力強化、アセアン生産拡大により増加。

変動費は、物流費が減少したものの、アパレル小売の販促費やブランドロイヤリティ、旅費交通費が増加。



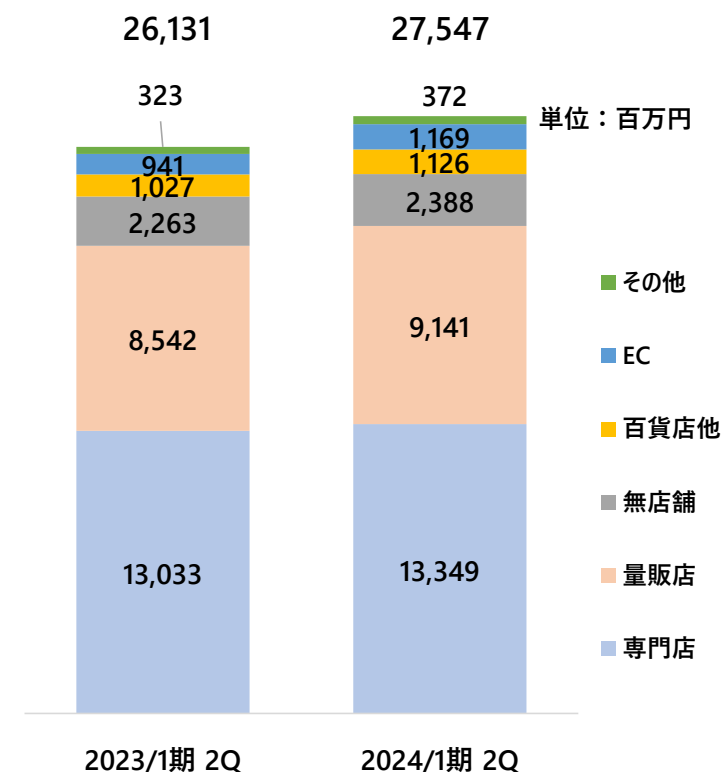


## 販売チャネル別売上高

全ての販売チャネルで売上高が伸長。  
 専門店は、郊外型を中心に衣料品が増加。コンビニエンスストアへのライフスタイル商品が増加。  
 量販店は、ライフスタイル商品が減少したものの衣料品が伸長。  
 ECは、外部モールでの販売が好調。

単位：百万円

	2023年1月期 2Q		2024年1月期 2Q			
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年差額	前年比
専門店	13,033	49.9%	13,349	48.5%	+ 316	102.4%
量販店	8,542	32.7%	9,141	33.2%	+ 599	107.0%
無店舗	2,263	8.7%	2,388	8.7%	+ 125	105.5%
百貨店他	1,027	3.9%	1,126	4.1%	+ 99	109.5%
EC	941	3.6%	1,169	4.2%	+ 228	124.3%
その他	323	1.2%	372	1.4%	+ 49	115.3%
合計	26,131	100.0%	27,547	100.0%	+ 1,416	105.4%



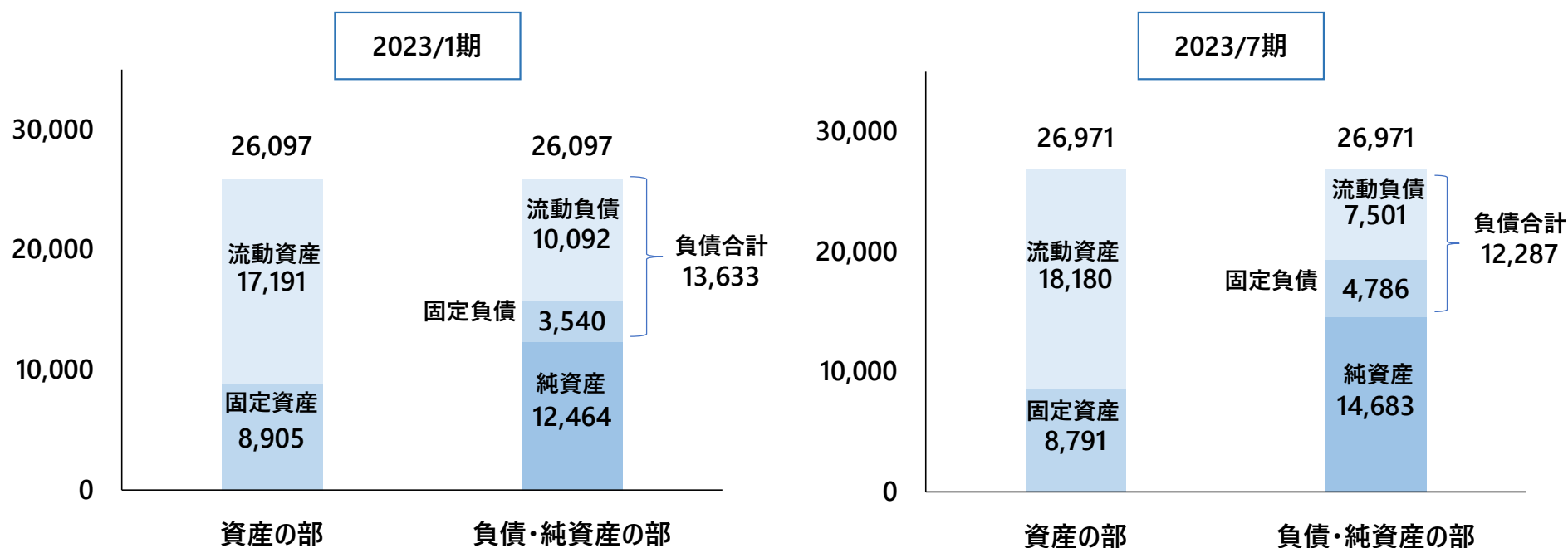
## 連結貸借対照表の概要

総資産は、現金及び預金が増加したことなどにより、269億71百万円。

負債合計は、借入金が増加したことなどにより、122億87百万円。

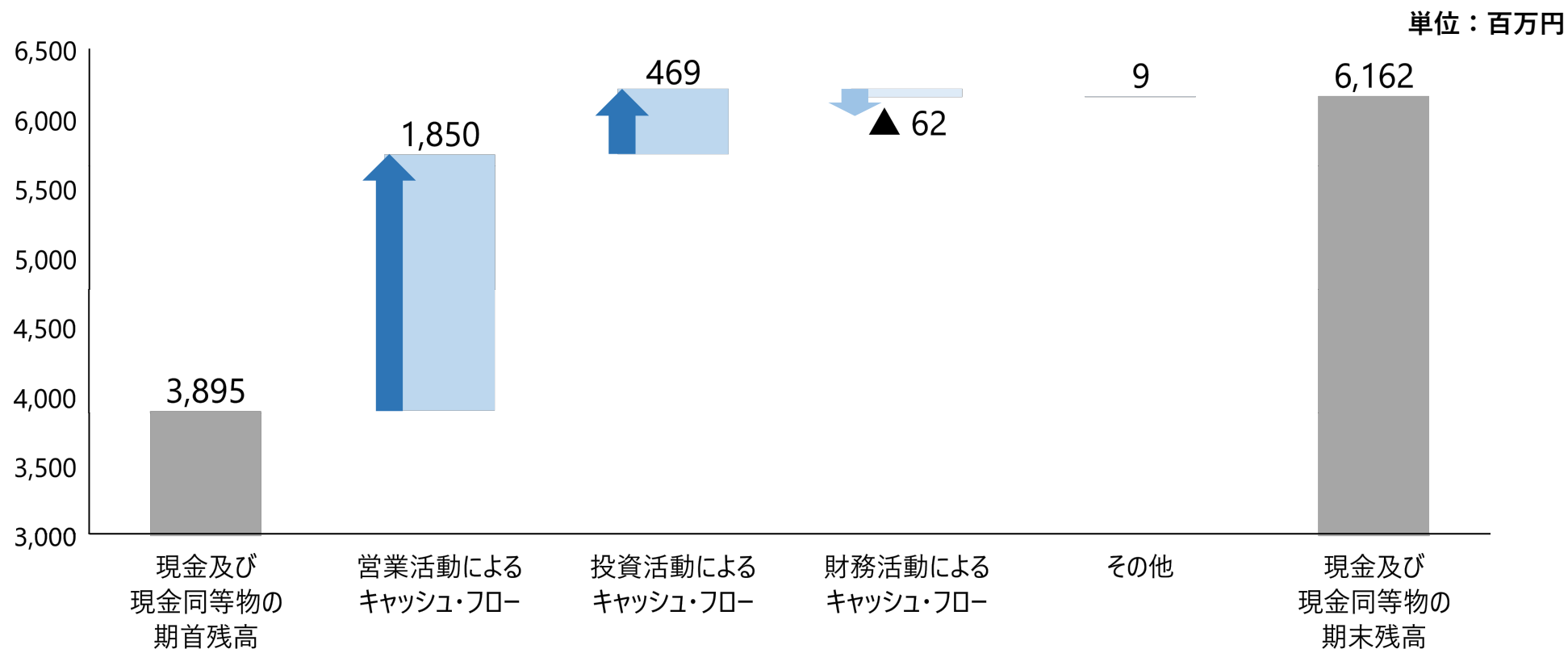
純資産は、利益剰余金の増加、繰延ヘッジ損益の増加などにより、146億83百万円。

単位：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22億66百万円増加し、61億62百万円。  
営業CFは、税金等調整前四半期純利益などで、18億50百万円の収入。  
投資CFは、投資有価証券の売却などで、4億69百万円の収入。  
財務CFは、借入金の減少などで、62百万円の支出。



(C) CROSS PLUS. All Rights Reserved.

# 2024年1月期 通期業績予想と施策

## 2024年1月期計画

通期連結業績予想は、2023年7月19日に修正数値を公表済み。

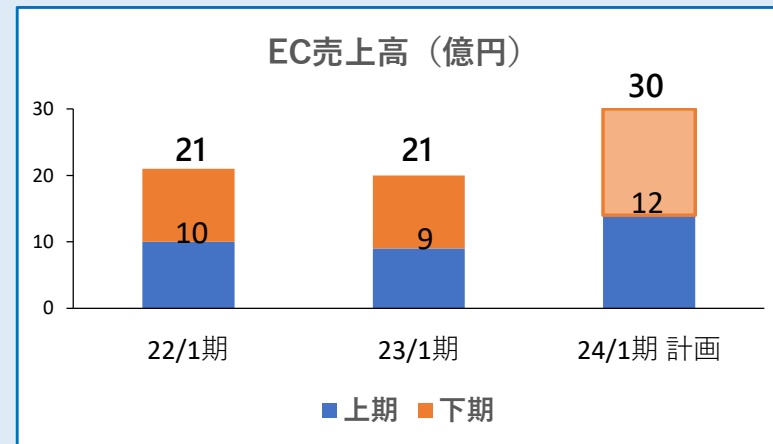
下期業績は、円安による仕入原価の上昇や、新規ブランドの初期費用、M&A費用などを考慮。

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	27,547	31,453	59,000	103.4%
売上総利益	6,754	6,640	13,394	7,810	7,690	15,500	115.7%
売上総利益率	25.8%	21.5%	23.5%	28.4%	24.4%	26.3%	(+ 2.8p)
販管費	6,342	6,869	13,211	6,769	7,431	14,200	107.5%
営業利益	411	▲228	183	1,041	159	1,200	(+ 1,017)
経常利益	569	▲156	413	1,144	256	1,400	(+ 987)
当期純利益	847	▲392	455	1,254	46	1,300	(+ 845)

## 重点施策 【① E C の推進】

- ・上期は、サステナブルブランド「for/c」の好調と外部モール販売の増加により前年から伸長
- ・下期は、積極的な投資を進め、新規5ブランドの立ち上げにより、EC売上30億円を目指す



ELLE girl (エルガール)



Amourire girl (アムリアルガール)

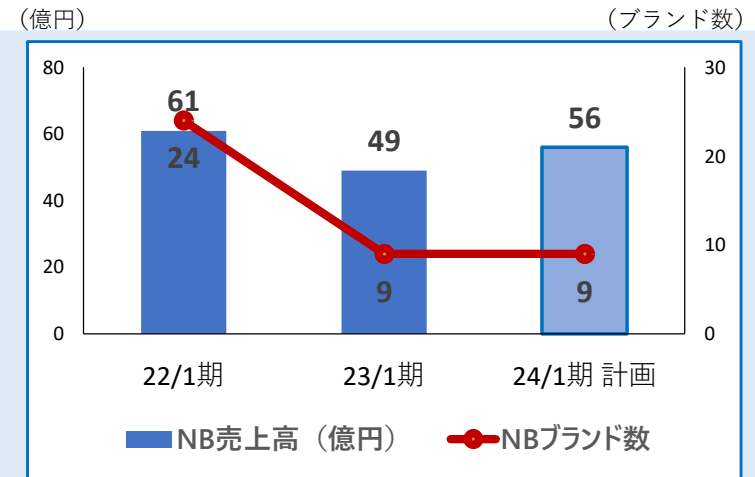


PIPING HOT (パイピングホット)



## 重点施策 【②商品のNB化】

- ・シーン別のコーディネート提案に加え、  
素材軸での単品提案を行うことで、取り扱い店舗を拡大
- ・洗えるニット素材等、企画精度の高い単品商品の開発  
により販売数量増を目指す



### ■販売先に対応した提案

- ・シーン別 コーディネート提案



- ・素材軸での単品提案

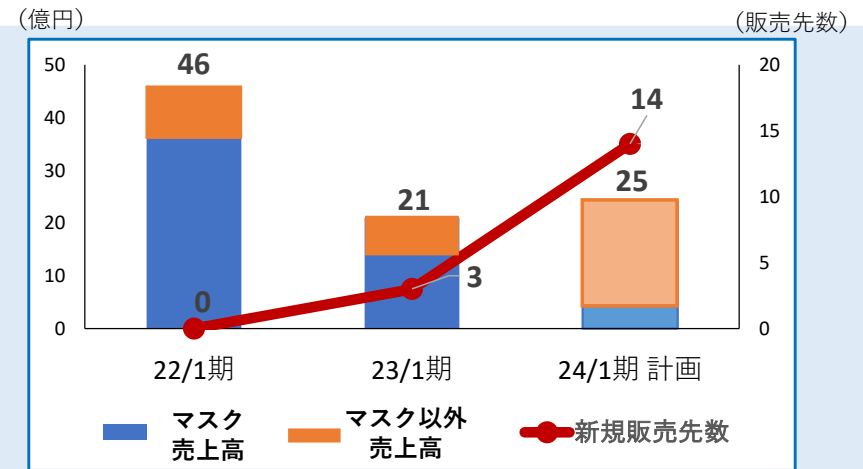


(C) CROSS PLUS. All Rights Reserved.

## 重点施策 【③-1 ライフスタイル商品の拡大】

- ・上期は暑さ対策グッズ等のシーズン雑貨が好調
- ・下期は防寒グッズ、ヘルスケア商品を  
コンビニ、ドラッグストア等の新規販路に拡大

【ライフスタイル商品売上高・新規販売先数】



### ■ シーズン 防寒グッズ 「温活本舗」



### ■ ヘルスケア メンテック 「KEEP GUARD」



(C) CROSS PLUS. All Rights Reserved.



## 重点施策 【③-2 ライフスタイル商品の拡大】

- ・株式会社アイエスリンクをグループ化し、  
ライフスタイル商品のビューティーカテゴリー及び販路拡大

### 株式会社 アイエスリンクの主力美容商品

#### ellips（ヘアオイル）

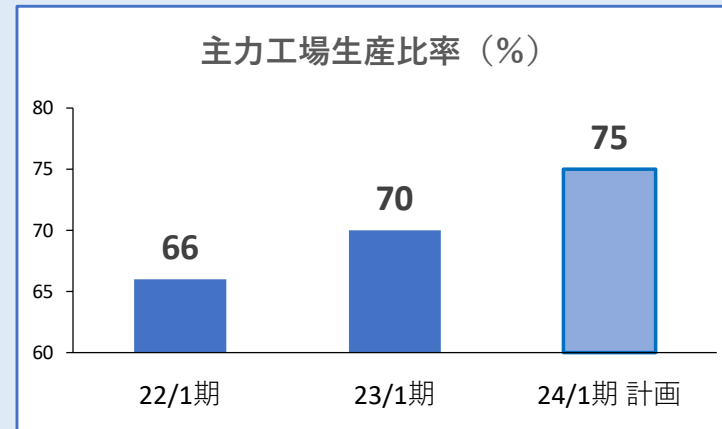


#### BEAUTY AVENUE（ジェルネイルシール）



## 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品質向上
- ・アセアン生産の拡大
- ・トレーサビリティの確保



### ■主力工場生産比率の拡大

- ・工場生産中の検品、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

- ・生産国分散化によるリスクヘッジを強化
- ・工場生産中に検品を行うことで品質を向上

### ■トレーサビリティの確保

- ・主力工場の監査を実施中
- ・素材の産地、加工の工程を記録

# サステナブル①

## 【環境に配慮するものづくり】

### 脱CO<sub>2</sub>の取組を推進

- ・環境配慮型素材の使用  
再生ポリエステル、オーガニックコットン等の利用促進
- ・資材・副資材の循環利用  
循環配送箱(エコビズBOX)を導入し段ボール利用を削減
- ・利用エネルギーの切り替え  
東京事業所の使用電力を  
再生可能エネルギーに変更

【再生ポリエステルを使用した  
UVニットカーディガン】



【循環配送箱(エコビズBOX)】



## サステナブル②

### 【暮らしと社会の懸け橋】

#### 企業、自治体、学校法人との取組が拡大

- ・インターンシップ、学校法人との取組拡大  
ファッション専門学生の就業体験機会の創出
- ・地域発エシカル取組への参画  
未利用繊維素材を材料に、  
学生が企画した作品を障がい者作業所で商品化する取組
- ・ジェンダー取組の拡大  
女性アスリートブランドへの企画生産

【名古屋モード学園×クロスプラス】

LE SOUK  
HOLIDAY

STYLING MOVIE



【Rebolt】  
ジェンダー  
セットアップスーツ

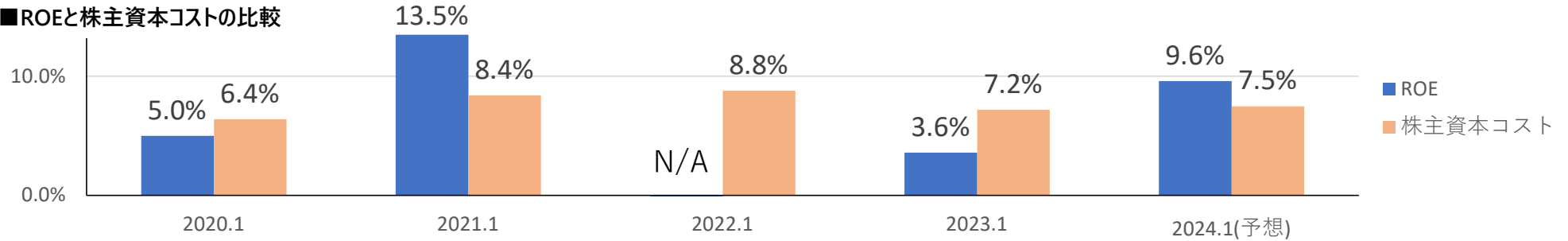


# 企業価値向上のための取組

## 現状分析：経営指標および株価指標の推移

- 資本収益性は安定的に資本コストを上回ることができていない。
- PBRは1倍を下回る低い水準で推移。

■ ROEと株主資本コストの比較



	2020.1期	2021.1期	2022.1期	2023.1期	2024.1期(予想)
売上高(億円)	585	640	591	570	590
営業利益(億円)	5.2	21.5	▲ 15.6	1.8	12.0
当期純利益(億円)	6.2	20.0	▲ 16.6	4.5	13.0
ROE	5.0%	13.5%	—	3.6%	(※1) 9.6%
ROIC	2.4%	7.0%	—	0.8%	(※2) 4.7%
期末株価	758 円	1,232 円	681 円	775 円	(※3) 1,124 円
PBR(倍)	0.45	0.61	0.39	0.46	(※3) 0.61
PER(倍)	8.9	4.5	—	12.6	(※3) 6.3

(※1) 株主資本コストは7~9%と認識  
(※2) WACCは3~4%と認識  
(※3) 2023/9/6終値

# 対策：ROE改善策

- 売上高営業利益率を向上させることでROEを高める。
- アパレル卸売の収益力向上により投資資金を生み出し、EC・ライフスタイルといった成長分野への投資を実施し続けることで企業価値向上を目指す。
- 資産のスリム化を図ると共に、成長投資が継続可能な財務健全性を維持する。

## 1. 収益力の向上

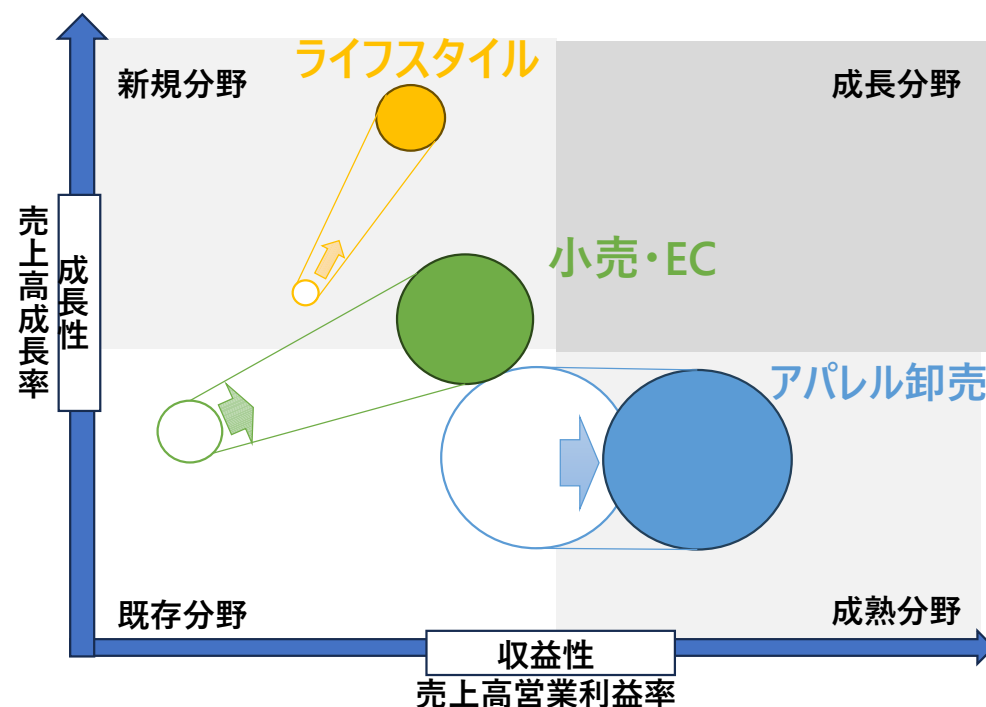
- 既存のアパレル卸売は、商品力強化と効率化によって収益性を高める
- EC、ライフスタイルは、新商品開発と販路開拓により成長性を高める
- 事業領域を拡大するためのM&Aでの成長投資を継続

## 2. 資産のスリム化

- 棚卸資産回転期間の短縮等による資金収支の改善
- 資本コストを意識した投資の実行
- 政策保有株式の段階的縮減、資産圧縮

## 3. 最適な資本構成

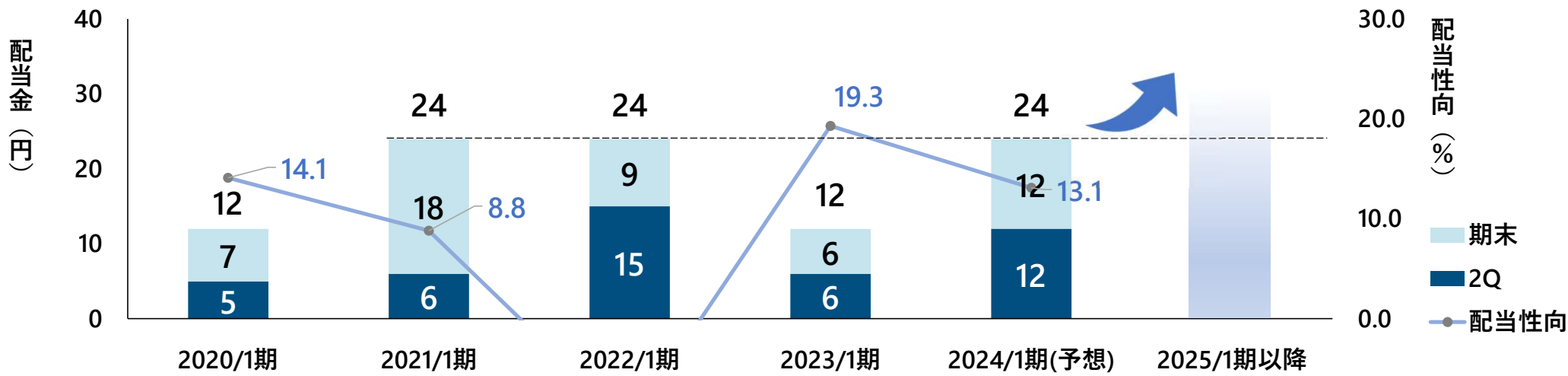
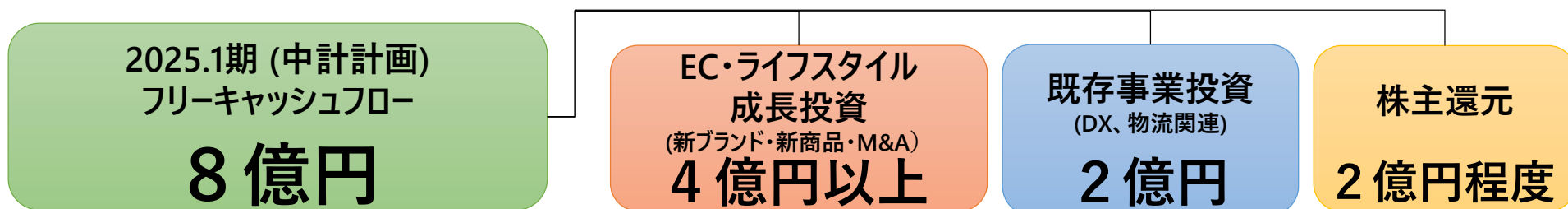
- 成長投資とリスクに備えた自己資本水準を確保



(注)上図の○の大きさは売上規模を表す

# 方針：キャピタルアロケーションと株主還元方針

- フリーキャッシュフローを元に将来の投資を決定。資金使途は、株主還元を維持しつつ、ECやライフスタイルなど成長投資に振り分ける計画。
- 株主還元の基本方針は、株主に対する利益還元を重要な経営政策とし、安定的な配当を継続。株主還元は、1株当たり年間配当金24円を下限とし、収益力に応じて還元拡大を図る。



(C) CROSS PLUS. All Rights Reserved.



## 方針：IR活動強化と株式取引の流動性向上

- IR活動を強化し、投資家向けの情報提供や適時開示を徹底。認知度の向上と投資魅力の周知を行う。
- 株主構成は、個人株主割合を増やし、機関投資家の参入も促進する。
- 認知度を向上し流動性を高めることで株価の安定化と株式市場価値のより正確な反映を図る。

### 市場認知度の向上

- 投資家に対して会社の存在と株式の価値を広く宣伝
- 株主との対話を推進し株主総数を増加

### 株主優待や 配当魅力の周知

- 投資家の関心を高める優待の宣伝や、株主還元方針の発信
- 株主優待の利便性向上

### 新商品・新ブランド の発表

- 成長戦略に沿った新商品・新ブランドの宣伝発表
- 広報機能を強化しニュースリリース発信数を増加

### 開示の適時性や 透明性の確保

- 投資家の信頼性を高めるESG、人的資本、非財務情報開示の実施
- IR資料のホームページ掲載の継続

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
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

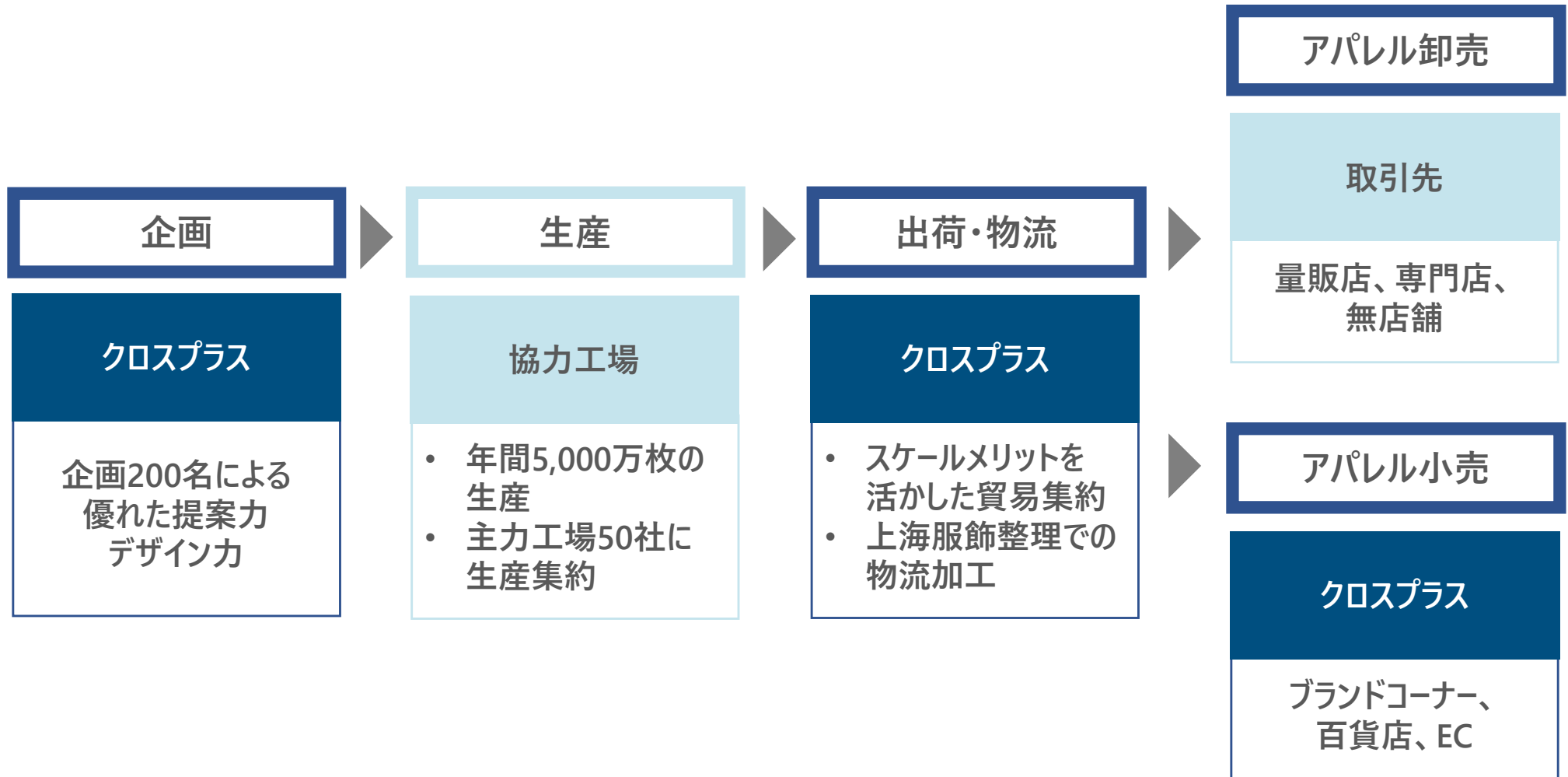
### 婦人アパレル売上高（2022年度）

単位：百万円

順位	会社名	売上高
1	ワールド（※）	90,698
2	オンワードホールディングス（※）	87,163
3	T S Iホールディングス（※）	77,321
4	ルックホールディングス	54,159
5	クロスプラス（※）	49,404
6	ジュン	39,811
7	三陽商会	33,000
8	イトキン（※）	28,422
9	小泉グループ（※）	24,650
10	タキヒヨー	24,598

（※）連結またはグループ合算 出所：織研新聞 2023年8月2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
（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
（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

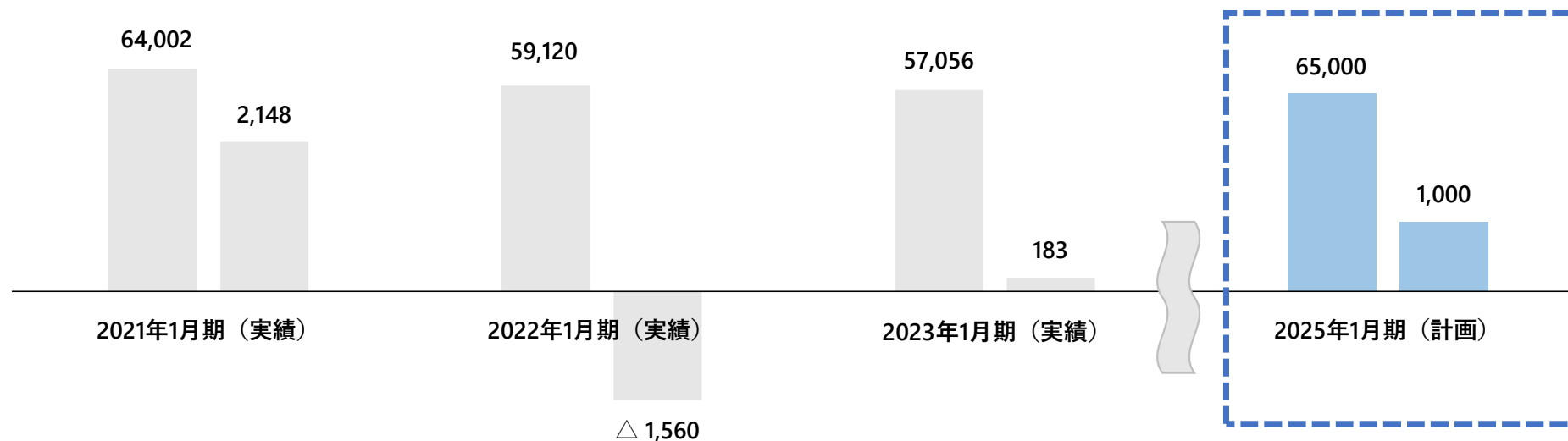
販売チャネル	販売先	ビジネス区分
量販店	ブランドコーナー	アパレル小売
	PB	アパレル卸売
	平場	アパレル卸売
専門店	ファッションビル	アパレル卸売
	ショッピングセンター	
	ロードサイド	
	ドラッグストア/ホームセンター	
無店舗	カタログ通販	アパレル卸売
	TVショッピング	
	インターネット通販	
百貨店	百貨店	アパレル小売
EC	自社サイト/ECモール	アパレル小売

## 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



## 中期経営計画

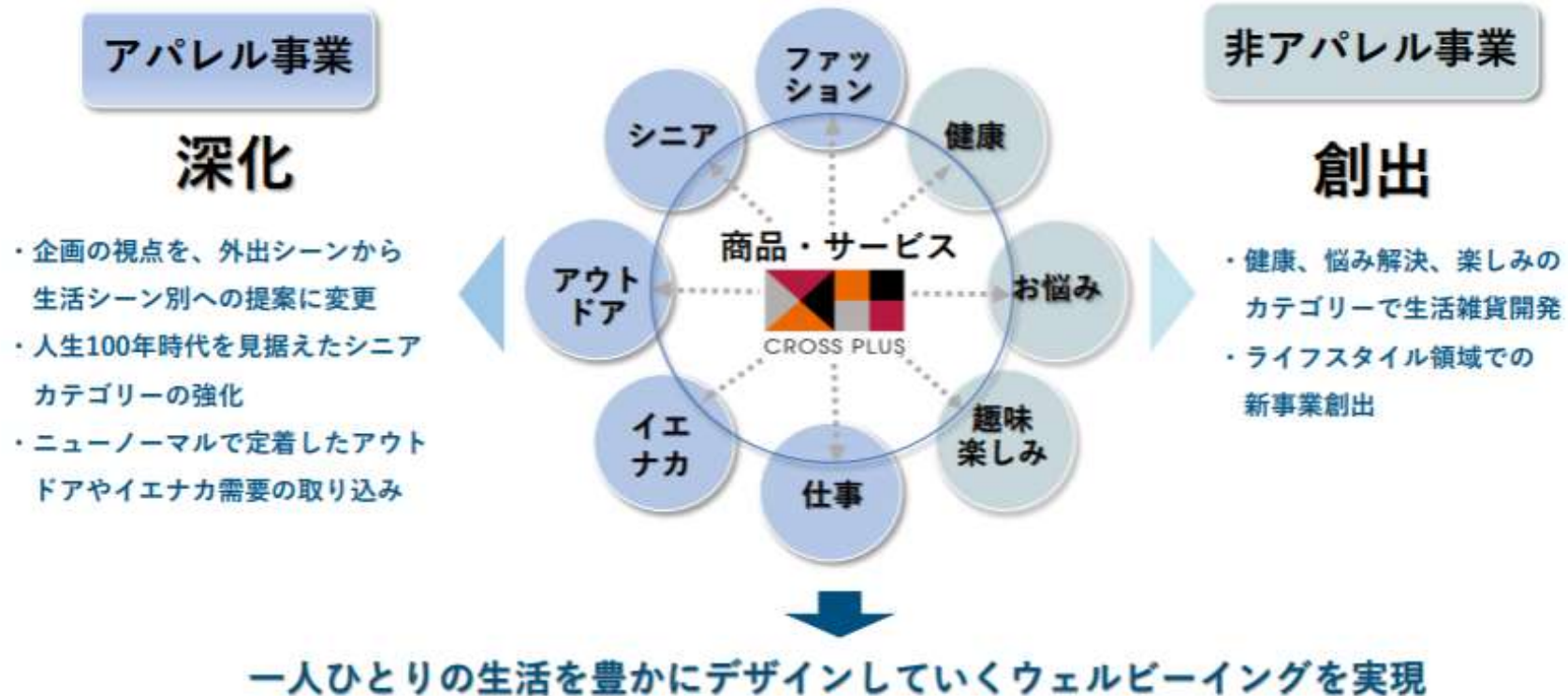
### 目指すべき企業像

# 人生100年時代の豊かなライフスタイルの創造

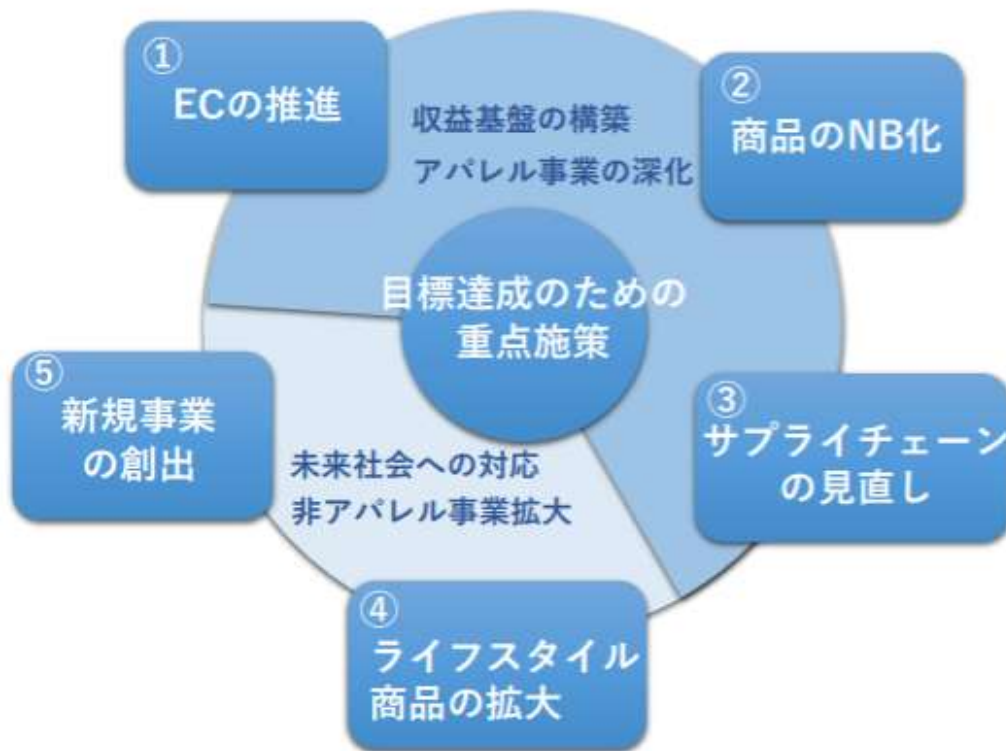
私たちは、衣・食・住の商品・サービスを通じて、若者からシニアまであらゆる世代が、  
元気に活躍し続け豊かに暮らすことができる、人生100年時代のライフシーンを支えていきます。  
また、一人ひとりの生活を豊かにデザインしていく“ウェルビーイングの実現”を目指します。

# 中期経営計画 成長戦略

顧客の拡張と提供価値のラインアップ拡充を図る



## 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](mailto:ir-info@crossplus.co.jp)