

株式会社コックス

2021年2月期 第2四半期決算発表

代表取締役社長 寺脇 栄一

2020年10月7日

目 次

- 1. 2021年2月期 第2四半期業績**
- 2. 重点施策における下期取り組み**
- 3. SDGsへの取り組み**
- 4. 2021年2月期 連結業績予想**

1. 2021年2月期 第2四半期業績

(要約) 連結損益計算書

新しい生活様式に対応した商品展開により
減収となるものの増益を確保

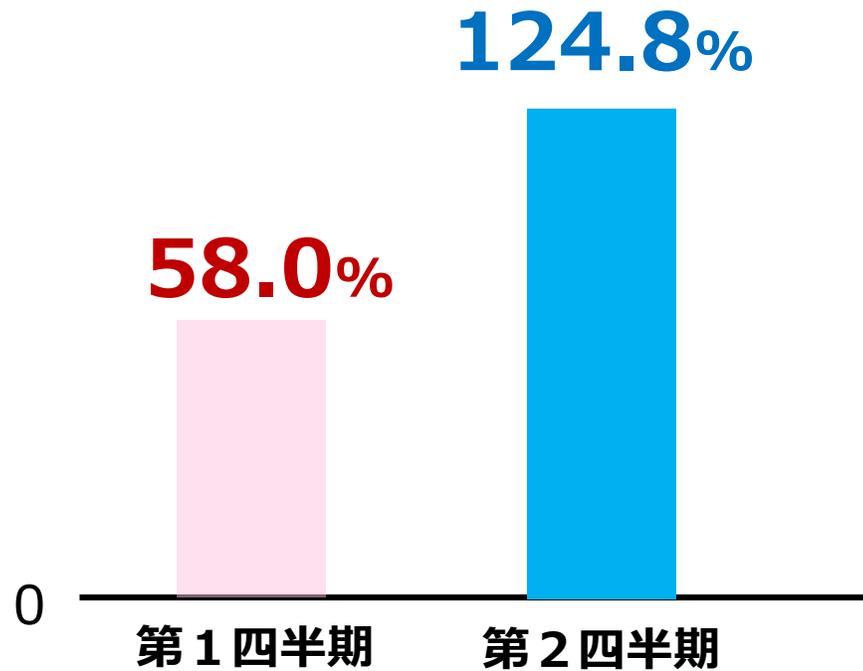
(単位：百万円、%)

	実績	前年比	前年差	前年実績
売上高	7,815	90.9	▲781	8,596
営業利益	▲329	—	+21	▲350
経常利益	▲245	—	+9	▲254
当期純利益	867	—	+1,233	▲366
閉店	2店舗	8月末店舗数	220	

時系列推移

第1四半期は店舗休業等により苦戦 第2四半期は増収・増益・黒字にて着地

■ 全社売上高前年比



※既存店…前期期首から期末まで通年で稼働した店舗
(前期に改装等した店舗を除く)

【第1四半期】

全社前年比 **58.0%** 既存店前年比 **45.9%**

- ・店舗 5月度は8割の店舗が休業し苦戦。
- ・EC 感染拡大によるマスク需要の高まりを受け、ファッションマスクの販売を開始。売上高前年比 189.4% と大きく伸長。

【第2四半期】

全社前年比 **124.8%** 既存店前年比 **88.7%**

- ・店舗 外出自粛の影響を受け減収となるが、生活雑貨カテゴリーの売上高は拡大し既存店前年比129.8%と伸長。
- ・EC ファッションマスクをフックに公式サイトファーストにて取組を強化し、増収・増益にて着地。

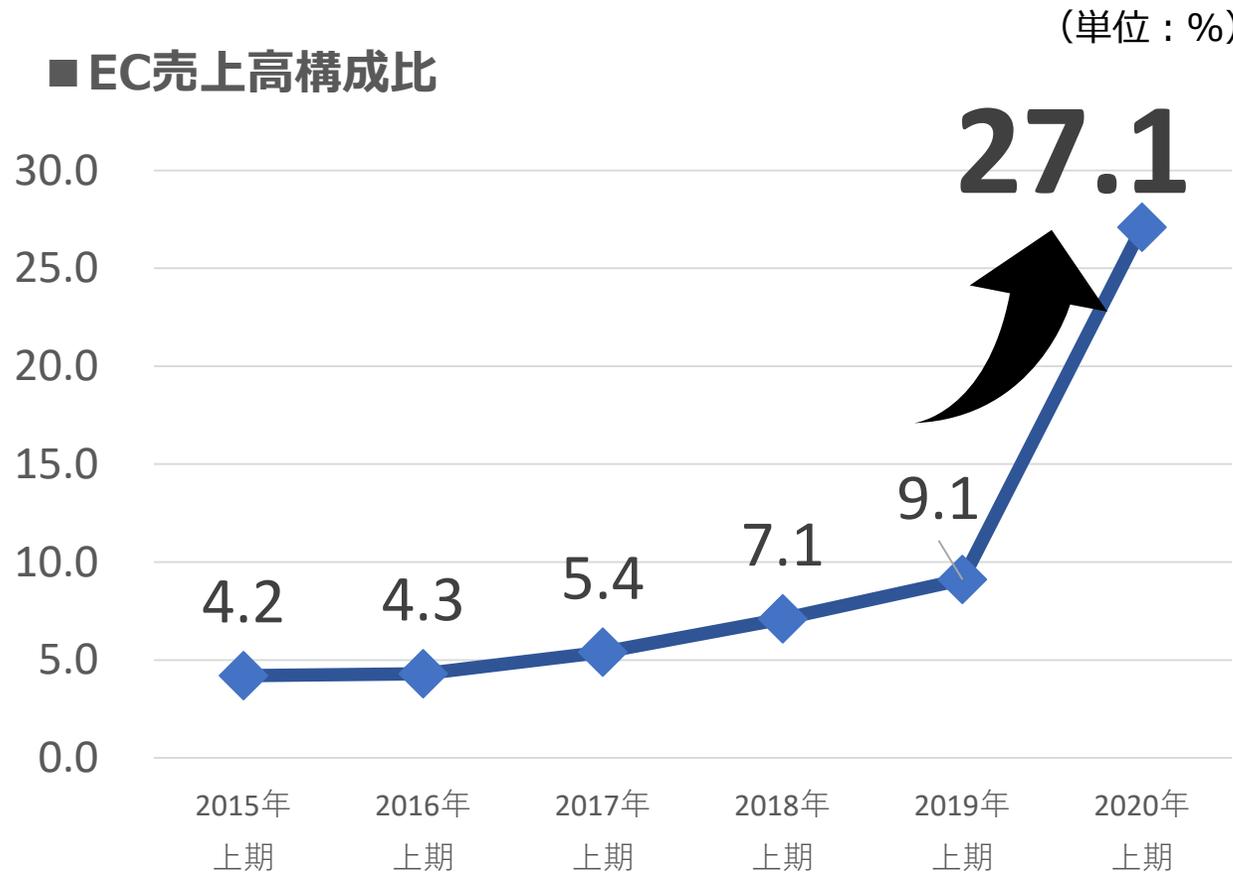
ブランド別実績

ikka・VENCE share styleは増益
EC限定ブランドnotch.は増収・増益・黒字で着地

	売上高	営業利益
	減収	増益・赤字
	減収	減益・赤字
	減収	増益・赤字
	増収	増益・黒字

EC売上高

外出自粛によりEC売上高が伸長し、
売上高構成比が**27.1%**と拡大



■ 自社サイト売上高が伸長 売上高前年比**892.4%**

- ・4月から販売開始したファッションマスク、アウトドア関連商品、巣ごもり需要に対応した商品等が牽引

■ CMC会員数 (メンバーズクラブ会員) 新規会員数**38万人**

- ・新規会員の顧客化に向けたアプローチを継続的に実施

(要約)連結貸借対照表

(単位：百万円)

資産の部	実績	前期末差	負債の部	実績	前期末差
流動資産	9,775	4,734	流動負債	5,919	3,207
			固定負債	1,433	▲598
			負債合計	7,353	2,609
固定資産	4,825	▲2,535	純資産の部	実績	前期末差
			純資産合計	7,247	▲410
資産合計	14,600	2,198	負債・純資産合計	14,600	2,198

(要約)連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	実績	前年実績	前年差
営業活動によるキャッシュ・フロー	507	▲919	+1,426
投資活動によるキャッシュ・フロー	1,919	157	+1,762
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,900	▲0	+1,900
現金及び現金同等物の増減額	4,323	▲764	+5,088
現金及び現金同等物の期首残高	1,990	3,302	▲1,312
現金及び現金同等物の期末残高	6,314	2,538	+3,776

2. 重点施策における下期取り組み

2021年2月期 重点施策

S P A 改革を実現し収益構造改革を果たします

■ 具体的施策

1. ファッションテックの推進に向けた投資のシフト
2. 既存事業の収益構造改革
3. EC事業の推進・拡大

1. ファッションテックの推進に向けた投資シフト

ファッションテックの推進に向け、店舗投資から
IT・物流投資に大きくシフトし、収益構造を改革

2020年度投資

(1) コックス公式オンラインストアのリニューアル

- ・「スマホファースト」のサイトへ刷新

(2) 店舗のデジタル化

- ・SNS強化に向けた顧客接点の拡大に向けた取り組みの導入

2. 既存事業の収益構造改革

新しい生活様式に対応した商品を展開し 既存店の活性化を図る



【既存店活性化】

- ・「心装」「品装」「販装」について
上期に続いて取り組みを継続

【新たなカテゴリーの導入】

- ・新しい生活様式に合わせた商品展開へシフト
 - キーワード
「リラクシング」「テレワーク」
「アウトドア」「スポーツ」等



2. 既存事業の収益構造改革



ライフスタイルブランド LBC をリブランディング

▼グランエミオ所沢に1号店をオープンし好調に推移



How Beautiful!

アウトドアやスポーツ、人と人との
つながりや自然といった屋外への
アプローチもイメージできる
ブランドへ転換

ブランドロゴはデジタル視認性を
改善し目を引くアイコンを加えた
デザインに刷新

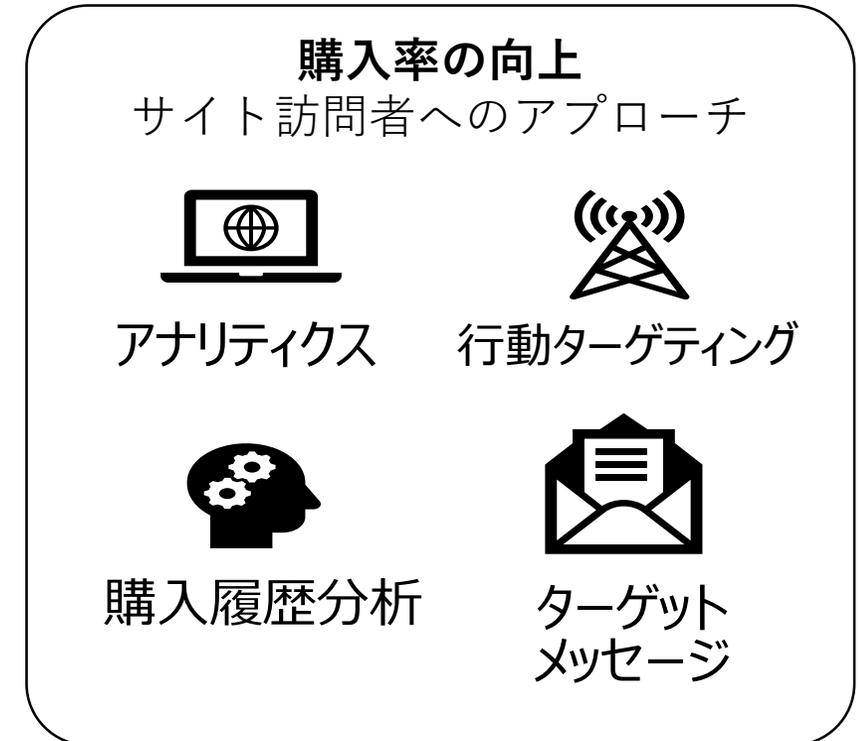
9月2日(水) オープン

3. EC事業の推進・拡大

サイト別戦略を明確にし、利益拡大を図る

■コックス公式オンラインファーストにて取り組みを実施

- (1) ・商品プロモーションの拡大
・SNSの活用による顧客接点の拡大
- (2) 公式サイト訪問者へのアプローチ
サイト訪問者の行動を解析し、客観的なデータに基づくリアルタイムオファーで売上の拡大・収益構造を改革



3. EC事業の推進・拡大

COVID-19 MUTUAL AID JAPAN

日本を元気にしようプロジェクト

日本を元気にしようプロジェクトの一環として



ファッションマスク専門店「Mask.com」を始動



Mask.com

▼コックス公式オンライン

▼八重洲地下街



これまで体験したことのないマスク選びをお客さまにご提供いたします。

年齢・性別などを越えて「あなたに合うマスク」をご提案します。

機能性マスクからファッションマスクまで豊富に取り揃えています。

店舗では、マスクコンシェルジュがお客さま一人一人に合ったマスクをご提案いたします。

3. SDGsへの取り組み

取り組み事項

SDGs SLOGAN

スローガン

Be Better COX

SDGsは『誰一人取り残さない』という理念のもとに17のゴールなどを掲げていますが、これはCOXが掲げる方針である『環境負荷の低減』、『地域社会との共生』、『お客さまに本質的なゆたかさを提供する』と合致しています。

そこでCOXは、国際社会の一員としてSDGsのゴール達成に向け、ファッションテック企業としての経験や、蓄積された知見が活用できる生産、環境保護、雇用といった課題を入口とし、目標達成に向けて積極的に取り組むことで「ステークホルダーへの貢献」「事業成長」「企業価値向上」で、持続可能な社会への貢献へと繋がります。

わたしたちができる
6つのコト



今後の方向性

ファッション小売業から ファッションテック企業へ生まれ変わる

コックスの強みを活かし
新たな顧客創造の実現へ

4. 2021年2月期連結業績予想

2021年2月期連結業績予想

(単位：百万円)

	連 結	前年比・差
売上高	16,400	95.7%
営業利益	▲470	+125
経常利益	▲370	+74
当期純利益	580	+1,477

ご静聴頂き誠にありがとうございました。
ご意見・ご質問につきましては、
下記にお問い合わせ頂きます様お願い致します。

□業績予想に関するご注意

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する事項は、当社が資料作成時点で
入手した情報に基づき判断した見込みであり、その情報の正確性を保証するものではありません。
今後、様々な要因の変化により、実際の業績とは異なる可能性があることをご承知置きください。

□数値表記について

資料内の数値は百万円未満を切り捨て、比率は小数点第2位を四捨五入して表示しております。

<お問い合わせ先>

財経・物流本部長 高橋

TEL : 03-5821-6070 / FAX : 03-5821-1031

<http://www.cox-online.co.jp/>