

株式会社コックス 2023年2月期 決算説明会

代表取締役社長 三宅 英木

2023年4月13日

(要約) 連結損益計算書

増収・増益、黒字化：既存店の回復、売上総利益率の改善、販管費の削減が奏功

(単位:百万円)

	前年実績	実績	前年比	前年差
売上高	13,276	14,859	111.9%	+1,582
売上総利益	7,625	8,591	112.6%	+966
売上総利益率	57.4	57.8	—	+0.4p
販管費	8,498	8,164	96.1%	▲333
営業利益	▲872	427	—	+1,299
経常利益	▲832	421	—	+1,254
当期純利益	▲1,370	207	—	+1,578

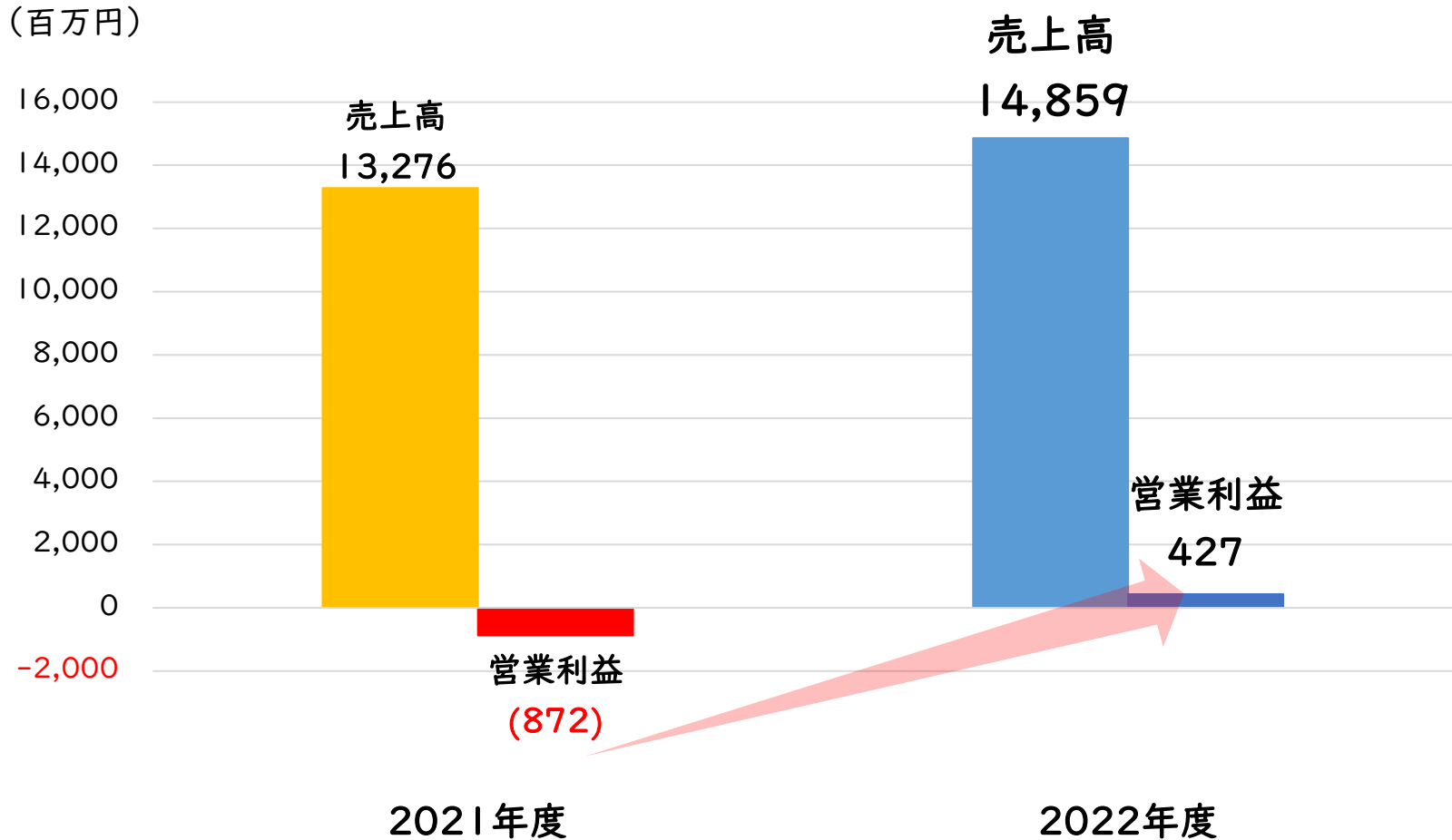
※当年は、特別利益 25百万円、特別損失 22百万円を計上。

※前年は、特別利益 97百万円、特別損失480百万円を計上。

閉店	9店舗	期末店舗数	179店舗
----	-----	-------	-------

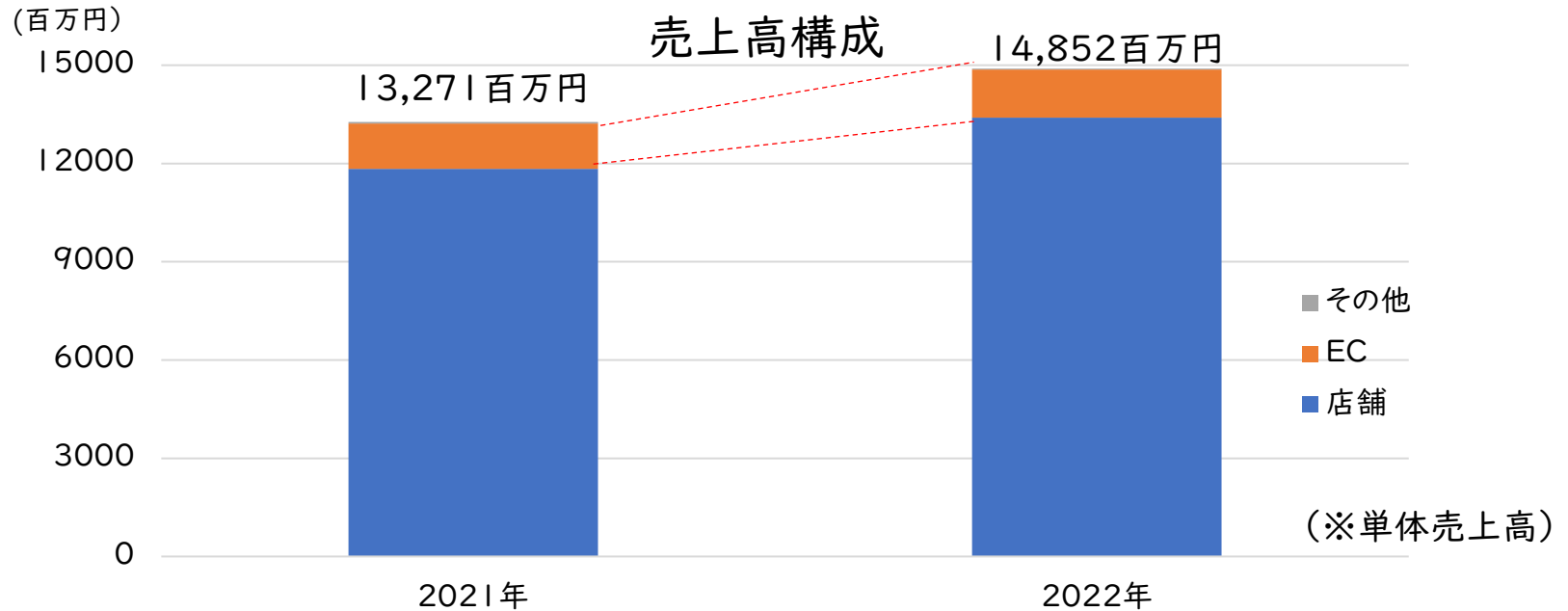
営業利益大幅改善、黒字化達成

年間 営業黒字化達成 (2015年2月期以来8期ぶり)



チャンネル別販売実績

既存店回復により店舗売上は大幅増収。利益改善を進めたEC売上も増加。



ikka ニューライフスタイルショップ
(ikka ゆめタウン廿日市店 3/4移転改装)

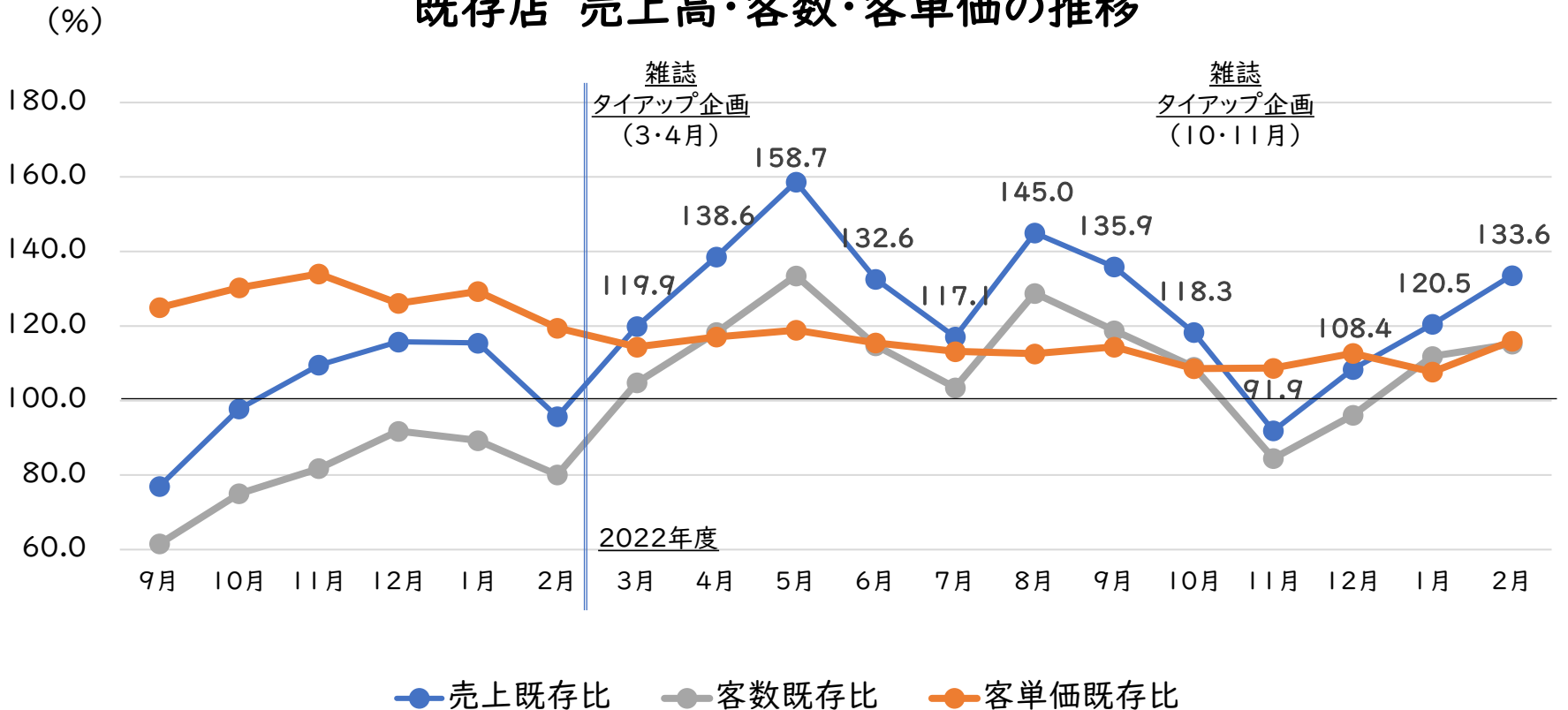


雑誌掲載連動販促企画
(著名タレント着用紙面タペストリー掲示)

既存店 売上高・客数・客単価の状況

3月度以降客数回復、11ヵ月で既存売上前年を超過(122.4%)

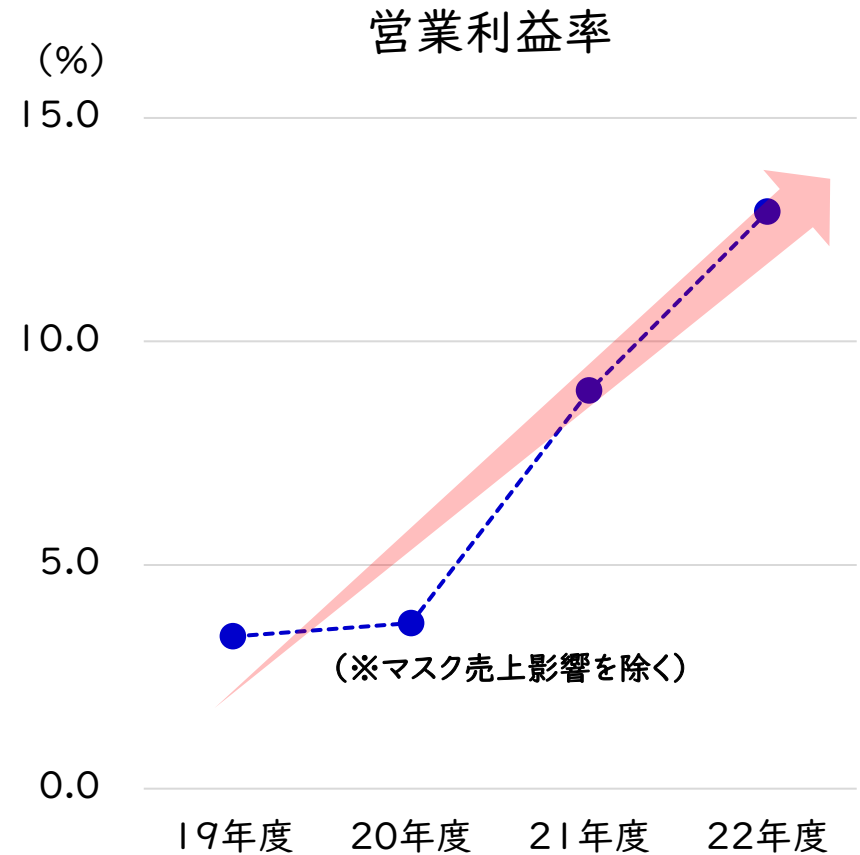
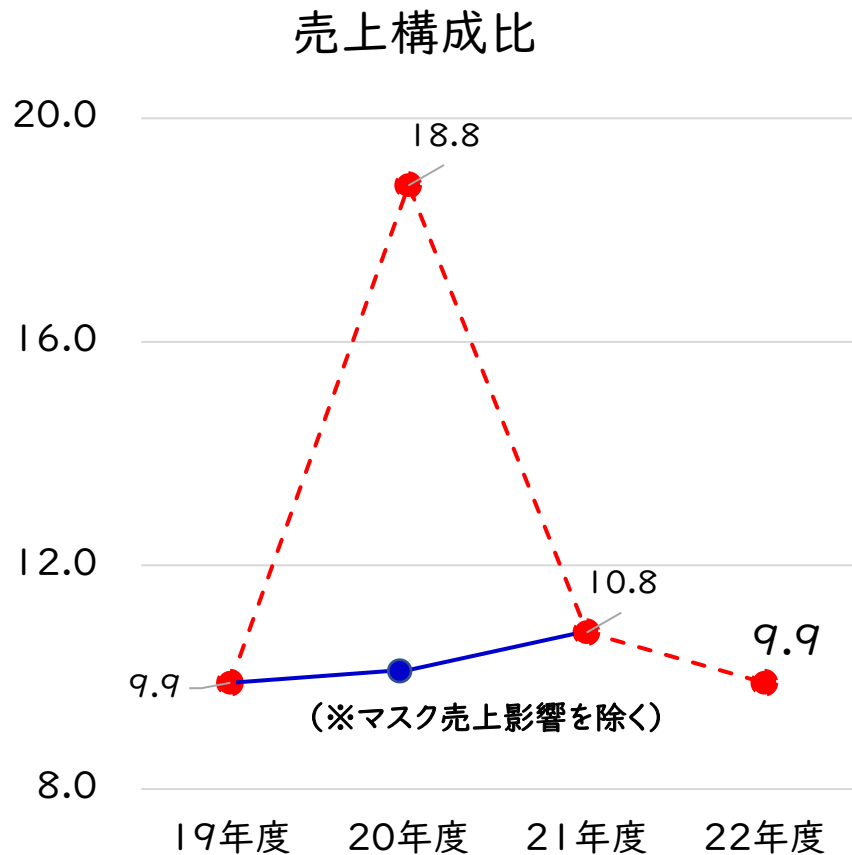
既存店 売上高・客数・客単価の推移



- ・雑誌タイアップ企画(年4ヵ月)により、既存店は19年ベースまで回復(98.8%)
- ・営業利益の黒字化に大きく貢献

ECの状況について

利益重視の運営体制に見直しにより、利益は大幅改善。



売上総利益率の改善

仕入コントロールとプロパー販売重視の売り方改善により、前年から改善

	実績	前年差
売上総利益率	57.8%	+0.4p (※前々年差+6.0p)

在庫の圧縮

棚卸資産(期末在庫)の削減

(単位:百万円)

	実績	前年差
棚卸資産	1,447	▲454

(要約) 連結貸借対照表

(単位:百万円)

資産の部	実績	前期末差
流動資産	5,361	+681
固定資産	4,848	+72
資産合計	10,209	+754

負債の部	実績	前期末差
流動負債	2,817	+439
固定負債	1,127	▲15
負債合計	3,944	+423
純資産の部	実績	前期末差
純資産合計	6,264	+331
負債・純資産合計	10,209	+754

(要約) 連結キャッシュ・フロー計算書

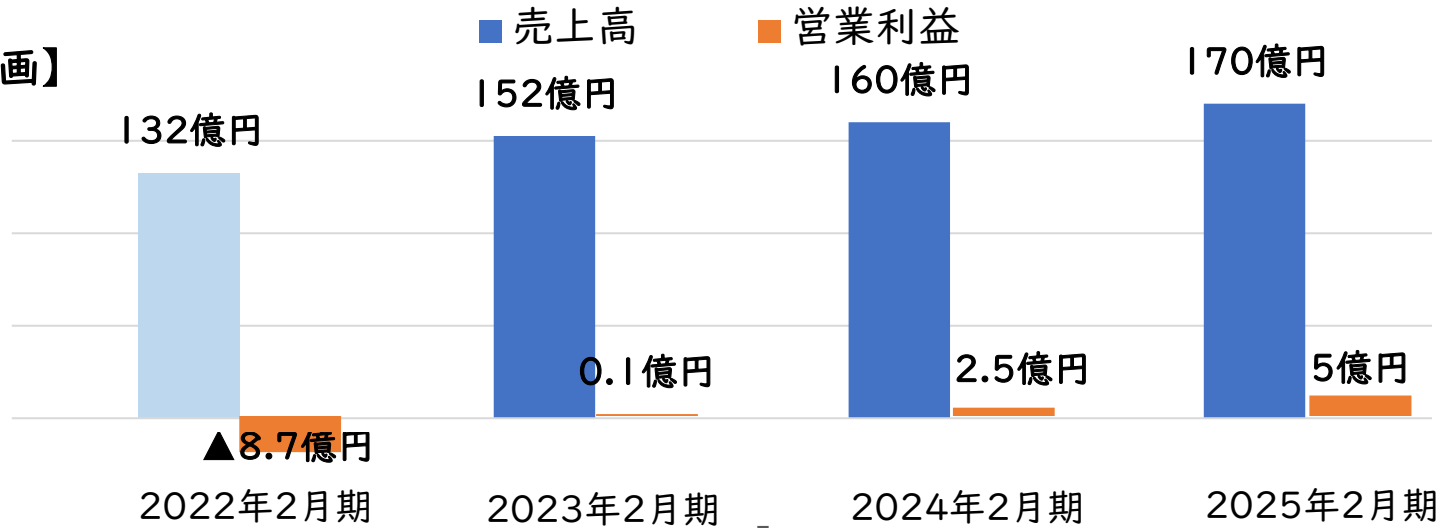
(単位:百万円)

	実績	前年差
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,207	+3,737
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲45	▲12
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲0	+0
現金及び現金同等物の増減額	1,153	+3,704
現金及び現金同等物の期首残高	2,078	▲2,551
現金及び現金同等物の四半期末残高	3,231	+1,153

中期経営計画の進捗と 2024年2月期 重点戦略

中期経営計画の進捗状況

【当初計画】



【進捗状況】



3つの重点戦略の進捗状況

2022年計画

2022年進捗

2023年計画

売上総利益率57.5%

売上総利益率57.8%

売上総利益率58.7%

ブランド力強化・
MD改革による
荒利率の改善

- ・雑誌掲載タイアップ企画
- ・ikkaブランドリニューアル

- ・雑誌掲載年4回実施
- ・22年にikka40店舗をライフスタイル化改装

- ・雑誌掲載年6回に拡大
- ・23年最大64店舗改装予定

EC化率15.1%

EC化率9.9%

EC化率15.4%

EC運営改善・
DtoCブランド
強化による
EC売上の拡大

- ・DtoCの強化
- ・公式:会員数拡大強化(広告)
- ・公式:会員売上拡大

- ・体制整備進まず苦戦
- ・店舗業績評価制度変更による会員獲得増
- ・MAツール導入による自動案内メール送付
- ・広告代理店変更による広告経由売上拡大
- ・快眠ブランドローンチ

- ・体制の再整備・販路拡大
- ・新規会員獲得キャンペーンの拡大
- ・MAツールの活用拡大
- ・雑誌画像のWeb広告使用開始

既存売上前年比119.2%

既存売上前年比122.4%

既存売上前年比101.0%

売り方改革・
売場改革による
店舗売上の回復

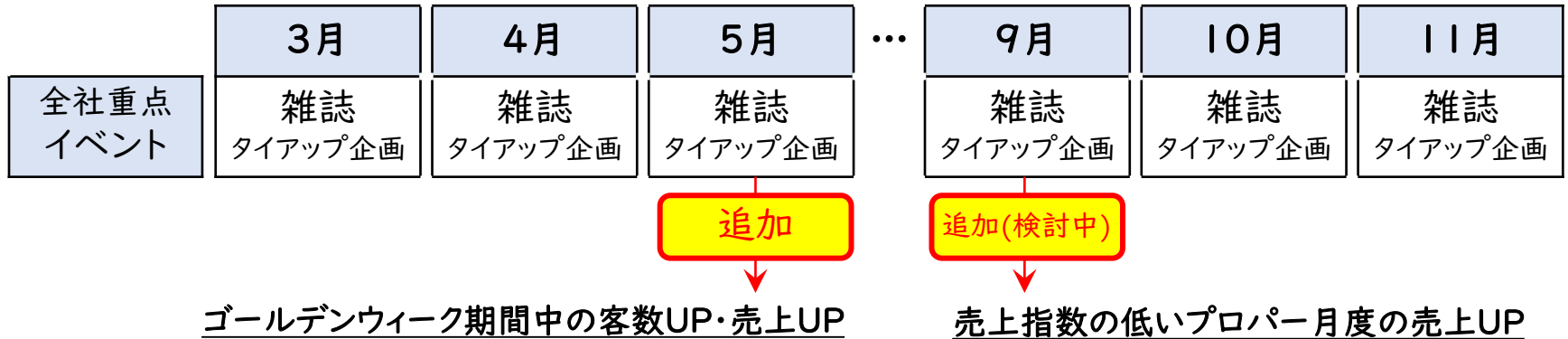
- ・売り方改革(プロパー強化)
- ・売場改革
- ・接客強化

- ・再来店型クーポン販促実施
- ・什器追加による売場面積拡大
- ・接客重視の評価制度変更による販売意識改革

- ・クーポン配布期間の拡大
- ・什器変更による売場体積拡大
- ・トレーナー増員による接客力強化

重点戦略① ブランド力強化・MD改革による荒利率の改善

ブランド発信強化の徹底・拡大



ikkaブランドリニューアル推進の継続



ikka LOUNGE イオンモール幕張新都心
(2月28日改装オープン)

ikka THE BEAUTIFUL LIFE GREEN STORE

ikka
アパレル
服飾雑貨

+

LBC
生活雑貨
(インテリア・グリーン等)

2月に15店舗改装実施済
以降、最大49店舗改装予定

重点戦略② EC運営改善・DtoCブランド強化によるEC売上の拡大

公式サイト強化とDtoC運営強化の2軸を推進

公式サイトの拡大・強化

- 会員数拡大 : 店頭でのCMC会員獲得強化継続
前年・・・店舗の業績評価変更
当年・・・店舗業績評価変更の効果を通年実現、会員獲得キャンペーン拡大(1→2回へ)

- 会員売上拡大 : メルマガ・広告経由の売上拡大
前年・・・MAツール導入、広告代理店を変更
当年・・・MAツール活用拡大
(新規) 雑誌タイアップ画像のWeb広告使用拡大

DtoCブランド運営強化：既存ブランド強化

- 販売チャネル拡大 : 新たなECサイトへの出店予定

- 予約販売の拡大 : 計画的な先行予約販売の実施・拡大

重点戦略③ 売り方改革・売場改革による店舗売上の回復

売り方改革

- プロパー売上拡大：再来店型クーポン販促施策（3～5月、9～11月）
 - 前年・・・クーポン配布期間 約1.5ヵ月
 - 当年・・・クーポン配布期間 約2.0ヵ月に延長、成功事例のマニュアル化

- セール販売抑制：期中値下げ抑制、キャリア品の丁寧な販売徹底継続

売場改革

- 売場面積・陳列在庫の拡大
 - 前年・・・店内通路縮小・什器追加 → 売場面積拡大
 - 当年・・・什器変更 → 売場体積拡大

- 陳列在庫量の拡大による坪効率の改善

（※新什器：2段什器）



2024年2月期 連結業績予想

2024年2月期連結業績予想

(単位:百万円)

	2023年2月期 実績	2024年2月期 業績予想	前年比・差
売上高	14,859	14,900	100.3% +41
営業利益	426	450	+24
経常利益	421	470	+49
当期純利益	207	215	+8

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>

財務部長 柳澤

TEL：03-5821-6070 / FAX：03-5821-1031

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