

株式会社コックス 2025年2月期 決算説明会

代表取締役社長 三宅 英木

2025年4月14日

2025年2月期 業績

(要約) 連結損益計算書

増収・営業増益 店舗・ECの売上増、販管費削減が奏功

(単位: 百万円)

	実績	前年比	前年差	前年実績
売上高	15,302	102.8%	+416	14,885
売上総利益	9,568	102.5%	+237	9,330
売上総利益率	62.5%	—	▲0.2p	62.7%
販管費	8,304	102.1%	+173	8,131
営業利益	1,263	105.4%	+64	1,199
経常利益	1,323	94.8%	▲73	1,396
当期純利益	1,196	104.8%	+54	1,142

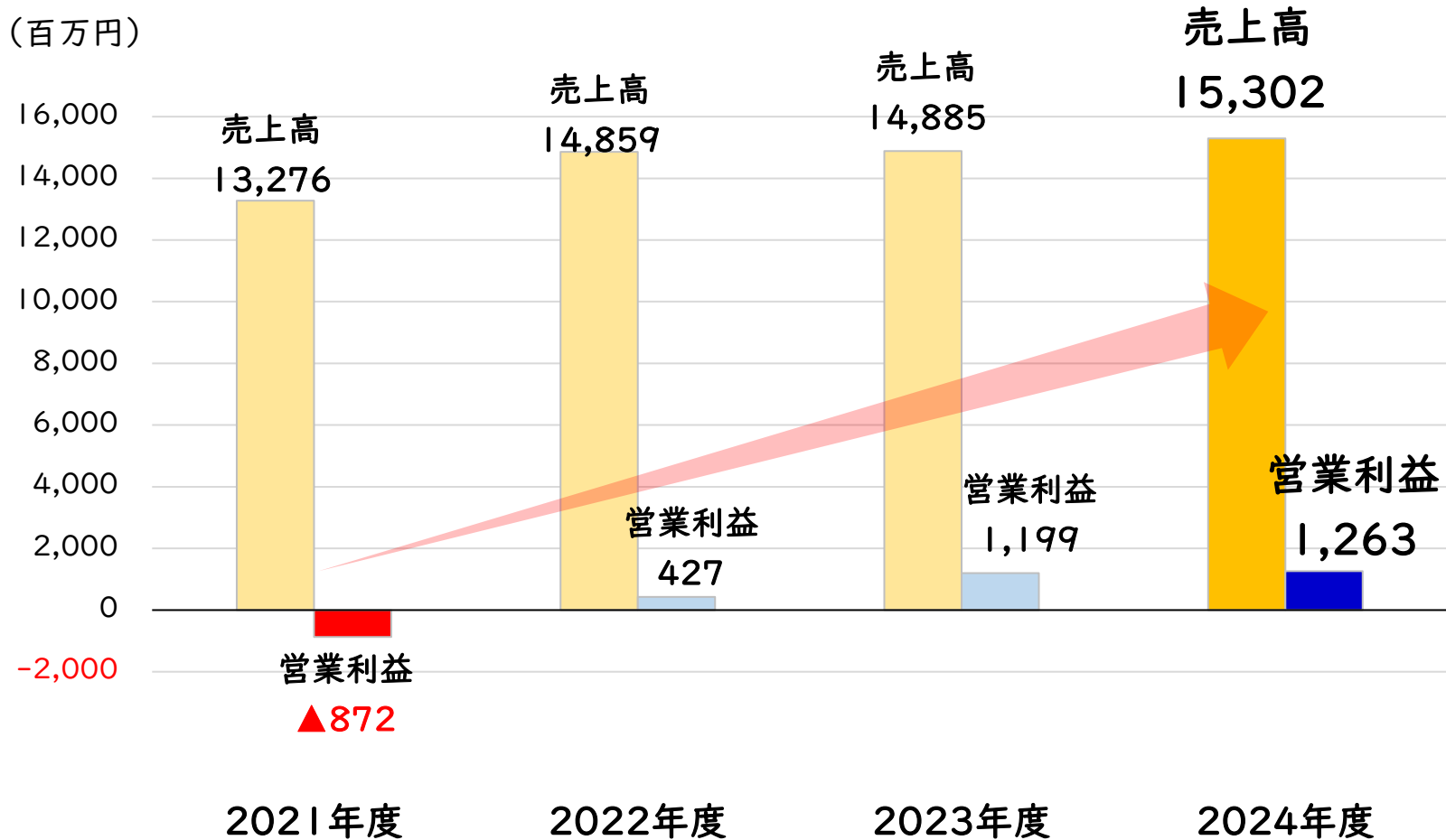
※当年は、特別利益 0百万円、特別損失 2.2百万円を計上

※前年は、特別利益 6.8百万円、特別損失 11.9百万円を計上。

新店	2店舗	閉店	3店舗	期末店舗数	175店舗
----	-----	----	-----	-------	-------

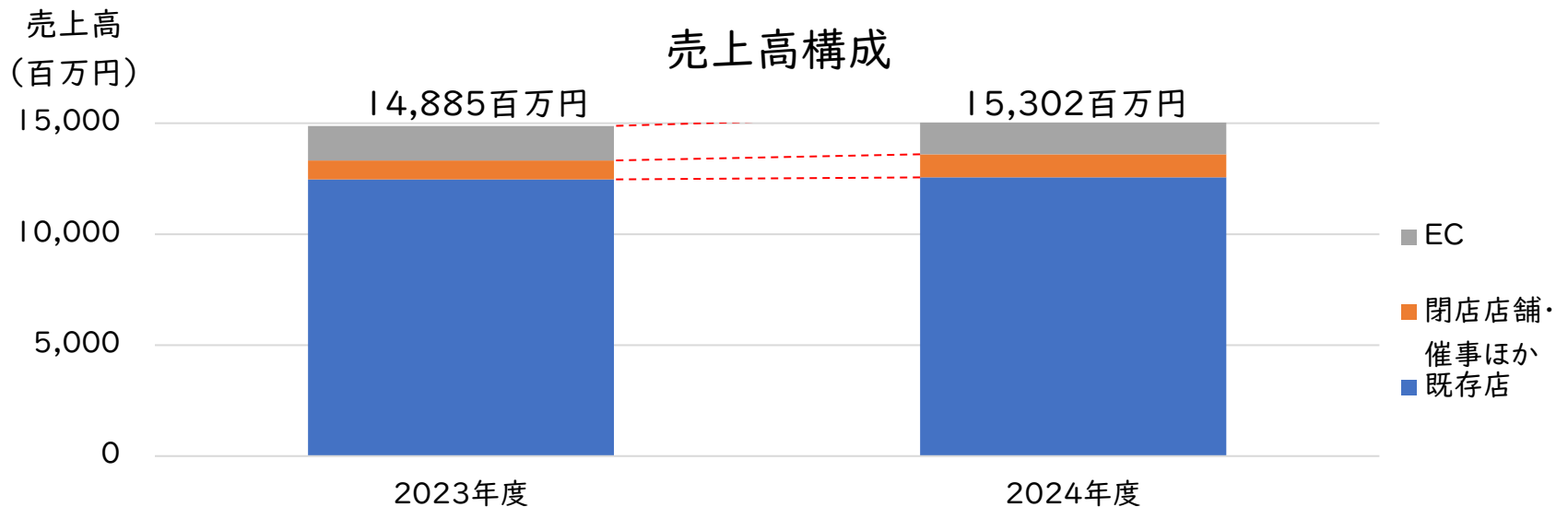
売上増・利益微増

増収・増益、営業黒字の利益構造確立



チャンネル別販売実績

既存店（前年比100.7%）とEC伸長（前年比109.0%）が奏功し、増収



ikka THE BEAUTIFUL LIFE GREEN STORE
イオンモール新潟亀田インター店(旧新潟南)
(2024年4月5日改装オープン)

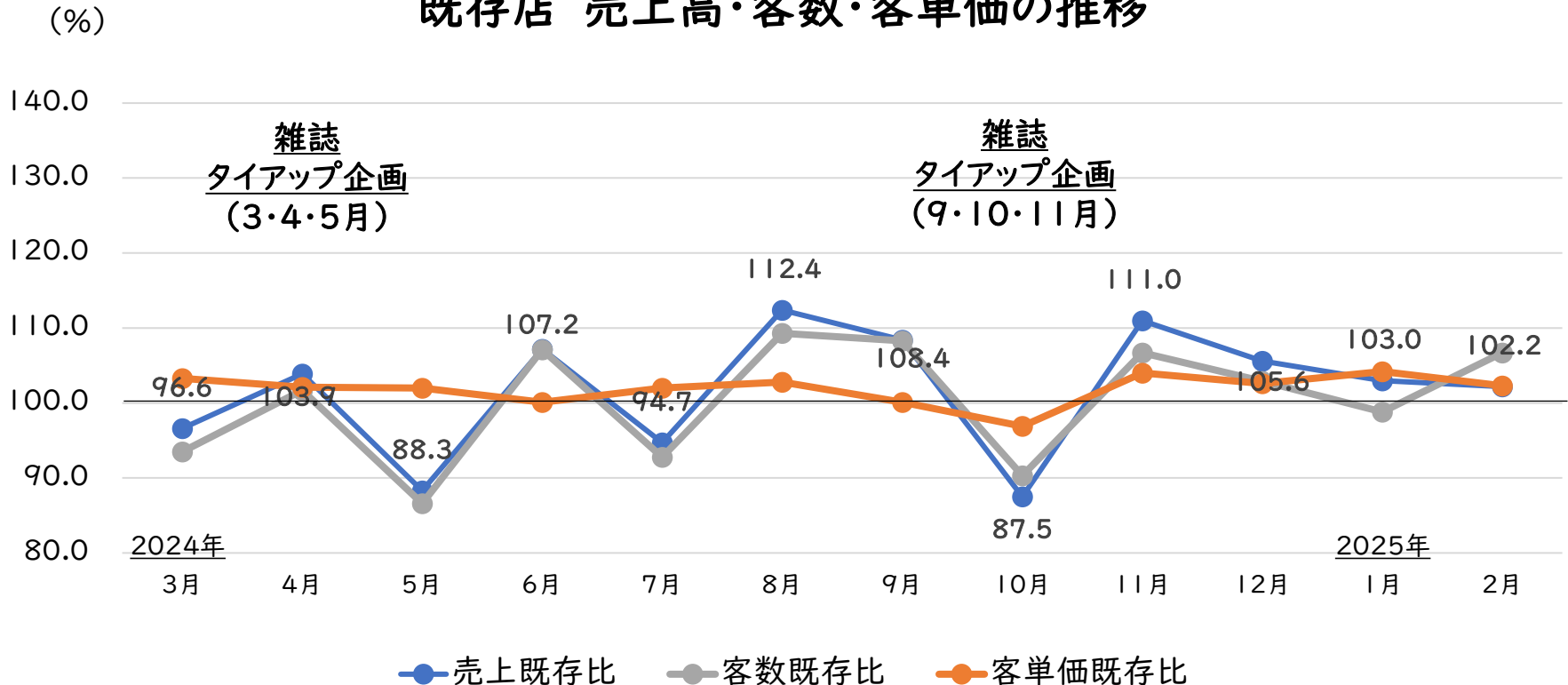


雑誌掲載連動販促企画
(著名タレント着用紙面タペストリー掲示: 左側メンズ・右側レディース)

既存店 売上高・客数・客単価の状況

天候・気温の影響で、好不調の波はあったが、売上既存比100.7%

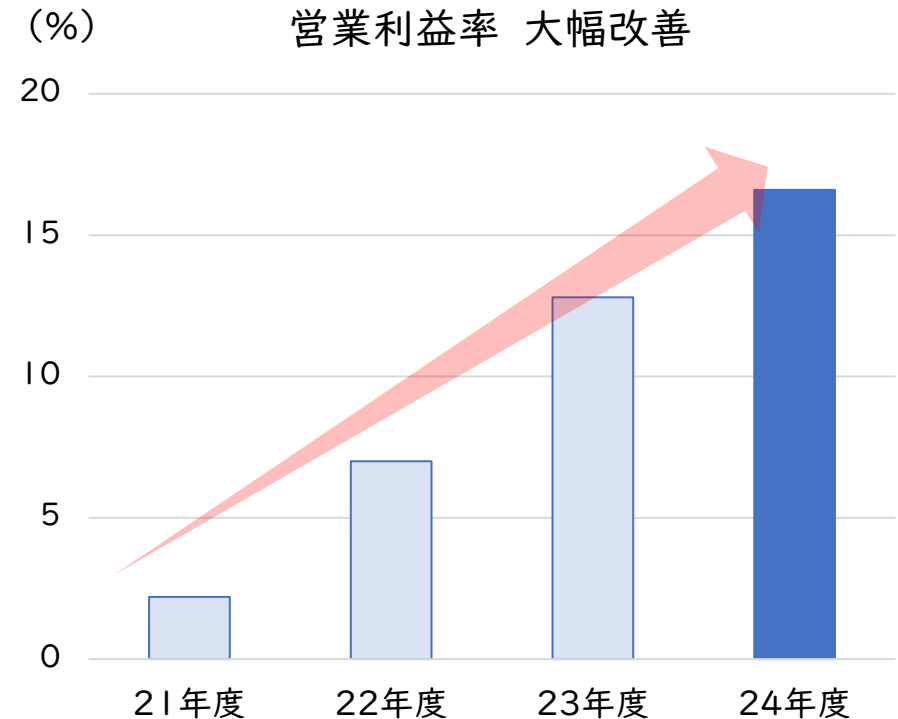
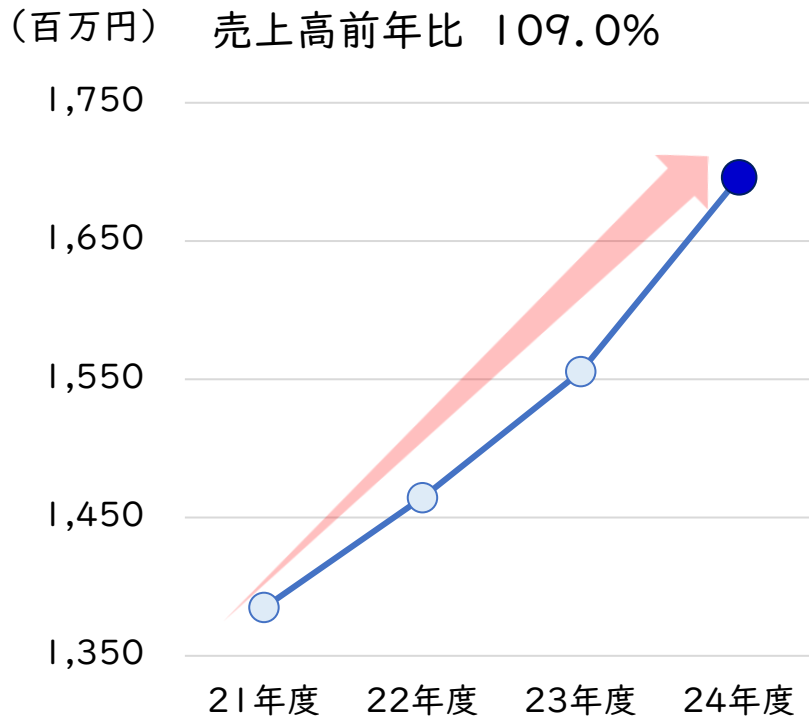
既存店 売上高・客数・客単価の推移



- ・上期は、雑誌タイアップ企画（3・4・5月）を実施するものの、気温の影響等で苦戦
- ・下期は、10月が低迷するものの、下期は総じて好調に推移し、回復基調
 （既存店売上前年比：上期99.6% → 下期102.4%）

ECの状況について

ECも増収。利益重視の運営を徹底し、利益率大幅改善。



売上総利益率の改善

円安の為替影響による原価率上昇を、セール荒利率の改善でカバー

	実績	前年差
売上総利益率	62.5%	▲0.2p

在庫の増加

暑い夏対応による在庫増加および販売期間を逸した秋物在庫過多により増加

(単位:百万円)

	実績	前年差
棚卸資産	1,949	+276

(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	8,073	+1,284
固定資産	5,173	+129
資産合計	13,247	+1,413

負債の部	実 績	前期末差
流動負債	3,390	+236
固定負債	944	▲122
負債合計	4,334	+114
純資産の部	実 績	前期末差
純資産合計	8,912	+1,299
負債・純資産 合 計	13,247	+1,413

(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
営業活動によるキャッシュ・フロー	990	1,221
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲40	▲17
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に係る換算差額	+3	+0
現金及び現金同等物の増減額	953	1,204
現金及び現金同等物の期首残高	4,435	3,231
現金及び現金同等物の期末残高	5,389	4,435

中期経営計画

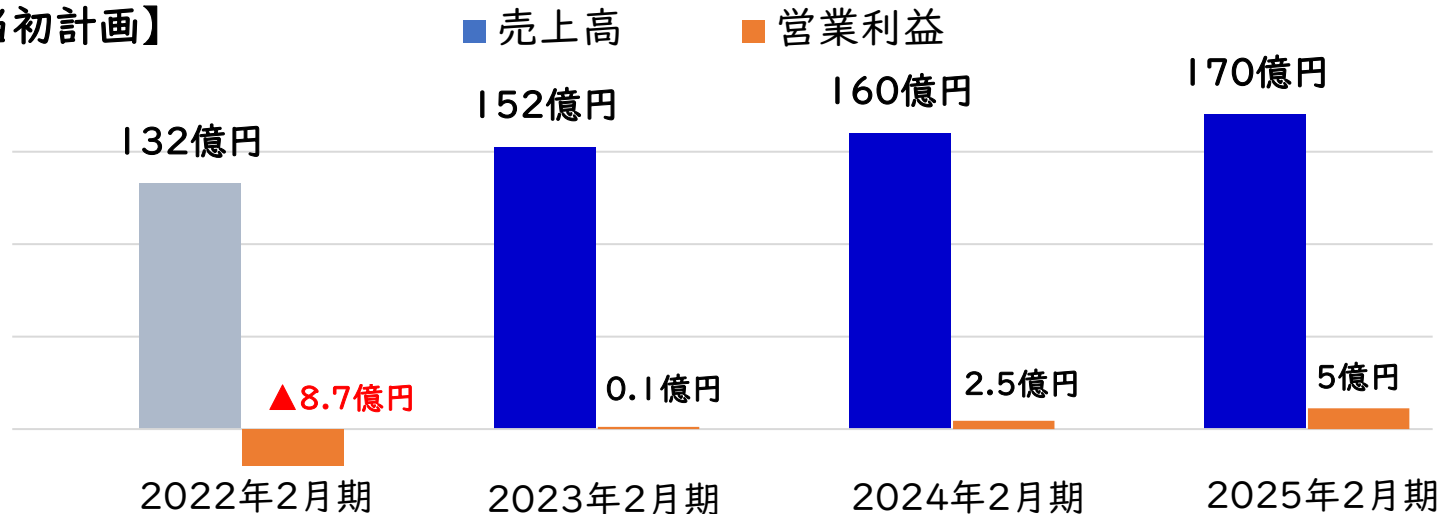
(2026年2月期～2028年2月期)

－ 高収益基盤の確立 －

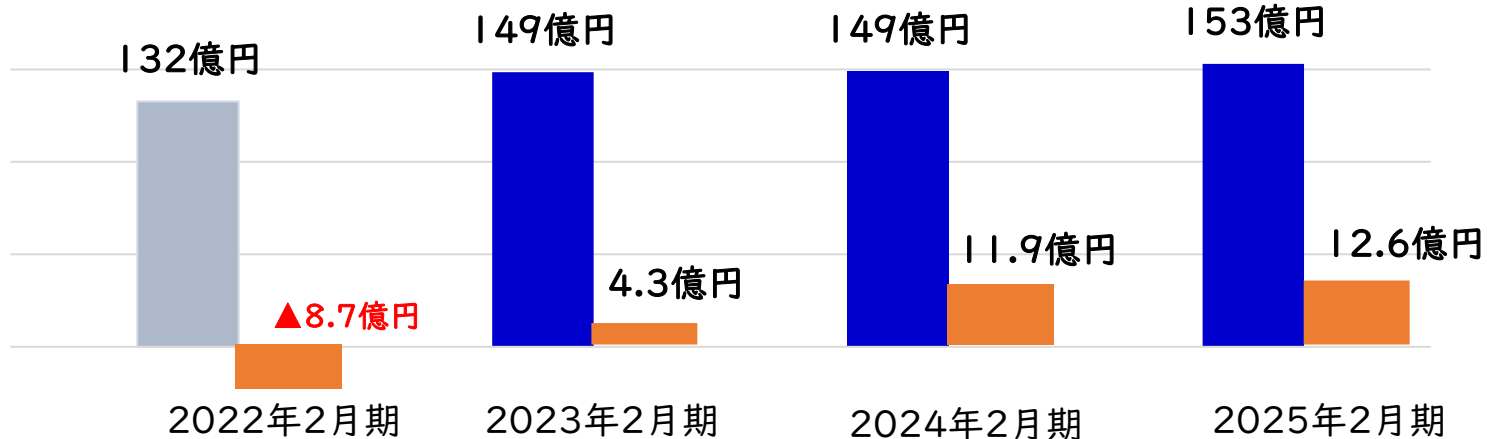
前中期経営計画(2022~2024年度)の進捗結果

営業利益は計画を大幅に超過、売上高に課題

【当初計画】



【実績進捗状況】



前中期経営計画の重点施策の進捗結果

荒利率は大幅に改善。EC売上は課題

重点戦略1：ブランド力強化・MD改革による荒利率の改善

荒利率 24年当初計画 58.5% → 実績 62.5% ◎

重点戦略2：EC運営改善によるEC売上の拡大

EC売上 24年当初計画 42億円 → 実績 17億円 ✕

重点戦略3：売り方改革・売り場改革による店舗売上の回復

店舗売上 24年当初計画 127億円 → 実績 136億円 ○

取り巻く環境の変化

ライフスタイルの変化により市場が激変、新生活に対応した事業運営が必要

⇒ 事業拡大には「市場変化への対応」「店舗網の再構築」「店舗販売力・EC運営力の強化」が必須

現状・課題

対策

市場

- ・消費市場の低迷・生活コストの増大
- ・アパレルEC市場の成長は堅調
- ・ライフスタイルは多様化
- ・インバウンド需要の拡大

〈市場変化への対応〉

- ・生活雑貨・服飾雑貨の再強化
- ・コスパ商品などによる差別化必須

競合

- ・SCアパレル市場の飽和状態継続
- ・SC内空床の発生
- ・企業倒産、ブランド撤退の拡大

〈店舗網の再構築〉

- ・スクラップ&ビルドによるI店舗当売上の拡大
- ・優良立地への移設・新規出店

自社

- ・全国的な人員不足
- ・既存店の成長不足
- ・EC売上拡大の遅れ

〈店舗販売力・EC運営力の強化〉

- ・人員体制の再整備による店舗販売力強化
- ・店舗坪効率の改善
- ・公式サイト・DtoCブランド売上の拡大 など

中期経営計画 目指す姿

『Beautiful Life Innovator (新生活提案企業) の深化』

VISION (目指す姿)

お客さまの新生活を応援する魅力No.1のBeautiful Life Innovator (新生活提案企業)

— For the Beautiful New Life、お客様の新生活を、健康で、楽しく、美しく!—

三つの重点施略

重点戦略1：店舗売上の拡大 …… 既存店の伸長、新店の出店

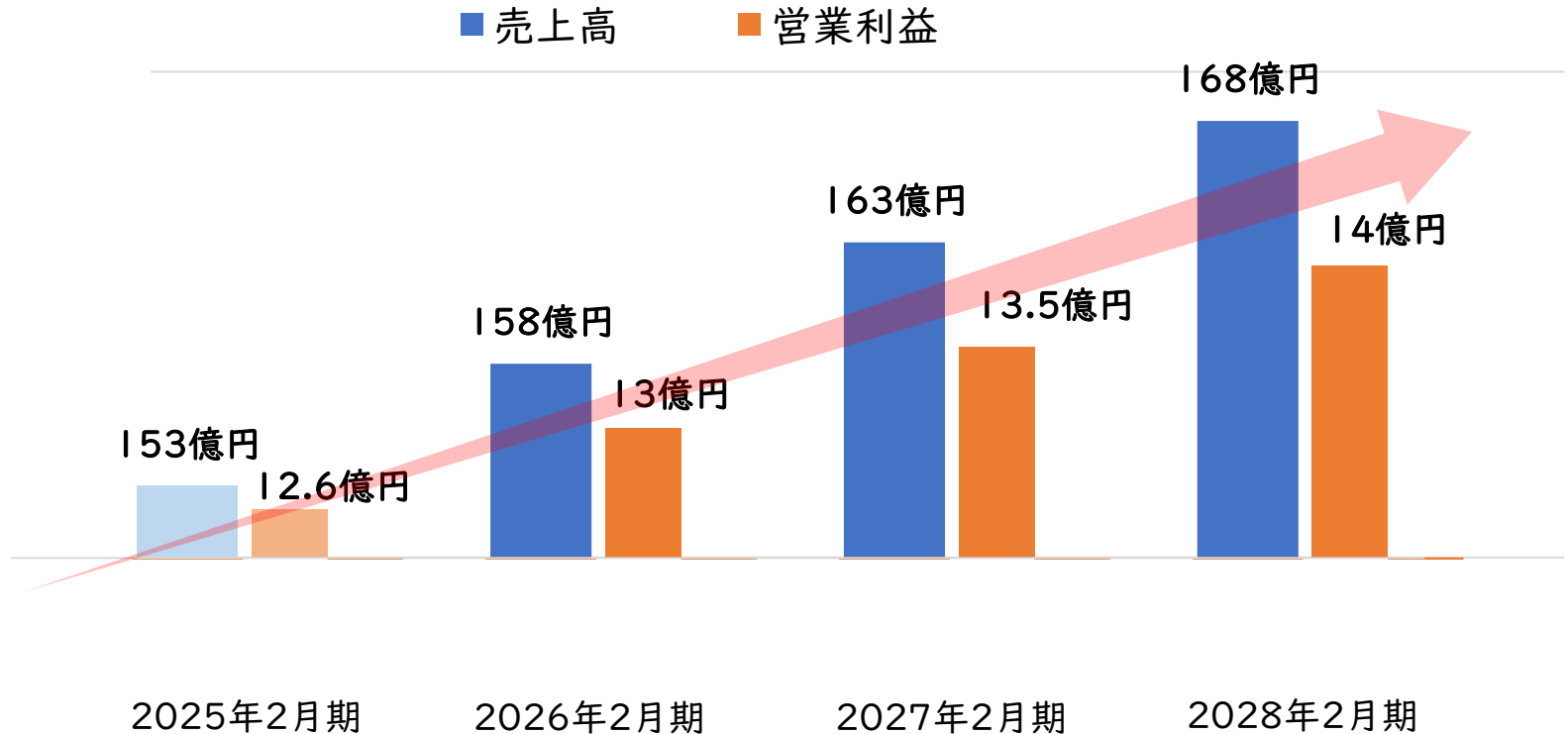
重点戦略2：EC売上の拡大 …… オムニチャネル施策の推進

重点戦略3：荒利率の維持・改善 …… 生産地シフトによる原価低減

新中期経営計画の数値目標

2028年2月期 売上高168億円、営業利益14億円(8.3%)

高収益基盤の確立



成長のマイルストーン

高収益体質への地盤固めの3年間

2026年2月期

売上高 158億円
営業利益 13億円

2027年2月期

売上高 163億円
営業利益 13.5億円

2028年2月期

売上高 168億円
営業利益 14億円

店舗
売上
拡大

新規出店6店舗
人員体制再整備

新規出店4店舗
SCI階への移設開始
販売トレーナー制度の拡充

新規出店4店舗
SCI階への移設拡大
接客教育の強化・継続

145億円
24年比
106.9%

EC
売上
拡大

自社：アプリ活用による売上拡大
外部：インフルエンサーコラボ拡大

自社：会員プログラムの刷新
外部：タレントコラボの開始

自社：会員プログラムの運用強化
外部：タレントコラボの拡大

22.6億円
24年比
133.2%

荒利率
維持
改善

アセアン生産比率の拡大
評価減済在庫のEC活用

アセアン生産比率の維持
評価減済在庫のEC・店頭活用拡大

アセアン生産比率の維持
ポストアセアン生産の開始

62.7%
24年差
+0.2p

2026年2月期 重点戦略

2026年2月期の3つの重点戦略

1. 店舗売上の拡大

(1) 既存店売上の伸長

- ① 移設による伸長
- ② 販売力強化による伸長
- ③ 出店による売上増
- ④ 催事店の売上増

- ・ショッピングセンター1階(70坪)への移設検証
- ・人員体制再整備、平日・土日祝の人員調整
- ・催事契約から本契約切替による正規出店
- ・催事店舗の出店拡大、販売効率の改善

(2) 新規店売上の拡大

2. EC売上の拡大

(1) 公式売上の拡大

- ⑤ 会員数の拡大
- ⑥ 会員売上の拡大
- ⑦ プロパー売上の拡大
- ⑧ セール売上の拡大

- ・入会インセンティブ強化、新規会員獲得強化
- ・アプリ運用強化、SNS広告運用の強化
- ・インフルエンサーコラボ強化、売れ筋商品開発
- ・評価減済在庫(1円在庫)の活用拡大

(2) 外部売上の拡大

3. 荒利率の維持・改善

(1) プロパー荒利率の維持

- ⑨ 生産地シフト
- ⑩ 評価減済在庫の活用

- ・アセアン生産構成比の拡大、直買・直流比率維持
- ・評価減済在庫のEC活用と店舗での活用開始

(2) セール荒利率の改善

重点戦略① 店舗売上の拡大

(1) 人員体制の再整備

- ①接客販売力の高いスタッフを売れる時間帯に配置
- ②売上指数の高い土日祝の人員体制を強化し、売上アップ

(2) 「店長兼販売トレーナー」による接客教育

- ①販売トレーナー増員による接客教育の進化・拡大

(3) ikkaライフスタイル化継続

ライフスタイル化 87店舗まで拡大
25年度は、最大49店舗改装予定



ikka THE BEAUTIFUL LIFE GREEN STORE
イオンモール長久手店 (2024.4.5 改装OPEN)

(4) 雑誌タイアップ企画の拡大

メンズを2回増やし、年4回に。
レディースは年6回を継続実施。

	3月	4月	5月	...	9月	10月	11月
雑誌 タイアップ	レディース	レディース	レディース		レディース	レディース	レディース
	メンズ	追加 メンズ				追加 メンズ	メンズ

重点戦略② EC売上の拡大

(1) アプリ運用強化による公式サイトの売上拡大

- ・会員数拡大 : アプリ登録の簡略化による店舗での会員獲得の再強化・継続
アプリダウンロードキャンペーンの実施
- ・会員売上拡大 : アプリプッシュの運用強化
インセンティブ強化とアプリコンテンツの強化

(2) 外部売上の拡大:インフルエンサーとの取り組み拡大・強化

①notch.インフルエンサーコラボ



サスペンダー付
ハイウエストスカート トラックジャケット

notch.

②NO NEED・VENCEへの インフルエンサーとの コラボ商品開発の拡大・開始

NO NEED

VENCE
share style

③ikka/LBC インフルエンサーブランドPR



ikka

× インフルエンサー

LBC with Life

× インフルエンサー

重点戦略③ 荒利率の維持・改善

(1) プロパー荒利率の維持

- ・アセアン生産構成比の拡大
- ・直貿・直流比率の維持・拡大
- ・取引先のさらなる絞り込み

(2) セール荒利率の改善

- ・評価減済在庫のECでの活用開始による荒利率の改善

2026年2月期 連結業績予想

2026年2月期連結業績予想

(単位:百万円)

	2026年2月期 業績予想	前年比・差	2025年2月期 実績
売上高	15,800	103.3% +498	15,302
営業利益	1,300	+37	1,263
経常利益	1,360	+37	1,323
当期純利益	1,028	▲169	1,197

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>

経理部長 柳澤

TEL：03-5821-6070 / FAX：03-5821-1031

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