



 CROSS PLUS

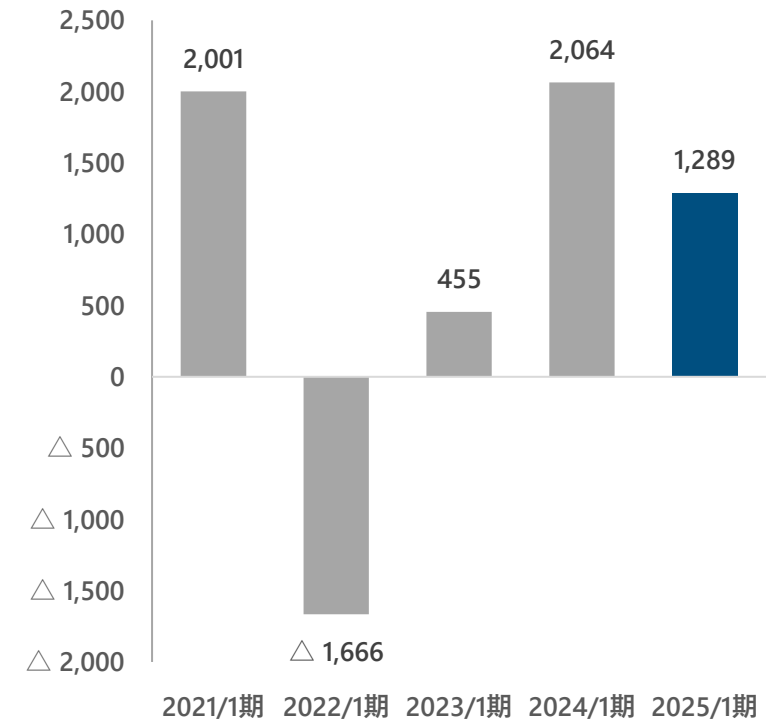
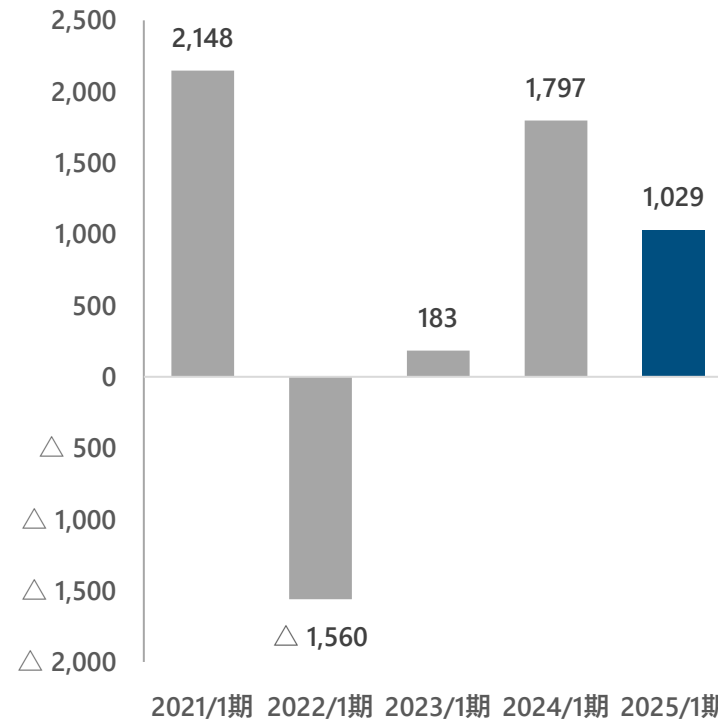
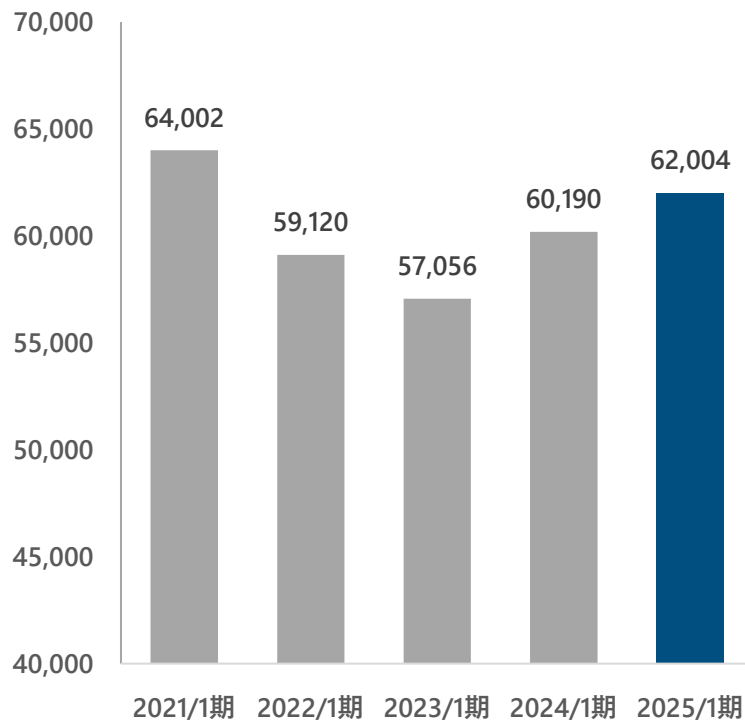
2025年1月期 決算説明会資料

クロスプラス株式会社
証券コード：3320

2025年1月期 決算概況

決算総括

前年に対し増収減益。中期経営計画に対し、売上高が届かずも、営業利益は達成。
残暑影響でアパレル卸売が第3四半期苦戦し、営業利益が減少。



トピックス

卸売



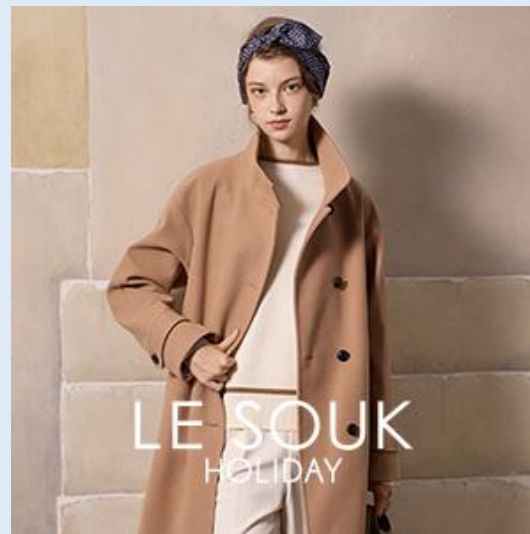
機能性素材ブランド
「CROSS FUNCTION」



シーズン雑貨
防寒アイテム

売上高
前年比**111%**

小売



店舗等
LE SOUK HOLIDAY



EC
サステナブルブランド
「for/c」

売上高
前年比**113%**

2025年1月期 業績概況

売上高は、卸売、小売共に伸長し増加。

売上総利益は、価格転嫁が進まず、円安や材料費の高騰に伴う仕入原価増加により減少。

販管費は、人件費、物流費が増加。

営業利益は、売上総利益が減少し、販管費が増加したことで減少。

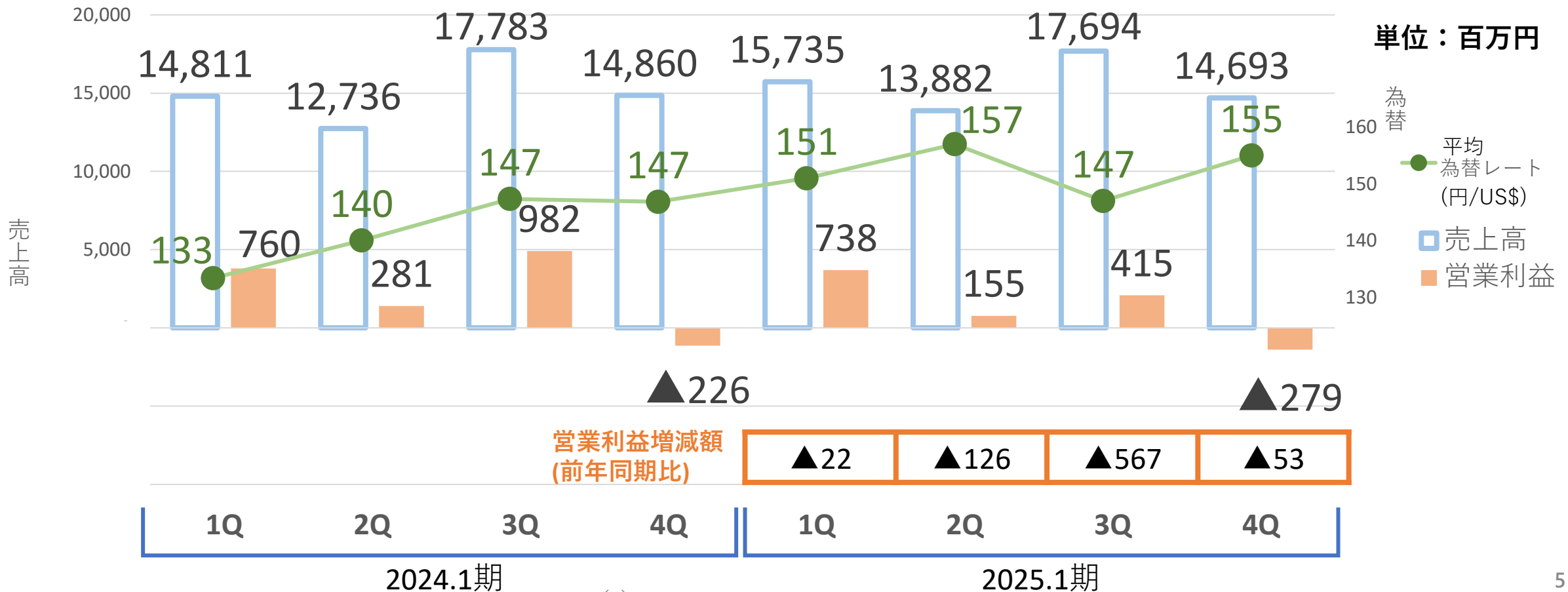
当期純利益は、投資有価証券売却益を特別利益に計上。

単位：百万円

	2024年1月期			2025年1月期						
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	前年差	前年比	2025/2/14 業績予想	予想差
売上高	27,547	32,643	60,190	29,616	32,388	62,004	+1,814	103.0%	61,950	+54
売上総利益	7,810	8,822	16,632	8,302	8,008	16,310	▲322	98.1%	16,250	+60
売上総利益率	28.4%	27.0%	27.6%	28.3%	24.7%	26.3%	▲1.3pt	—	26.2%	+0.1pt
販管費	6,769	8,066	14,835	7,409	7,871	15,280	+445	103.0%	15,370	▲90
営業利益	1,041	756	1,797	893	136	1,029	▲768	42.7%	880	+149
経常利益	1,144	830	1,974	997	278	1,275	▲699	35.4%	1,120	+155
当期純利益	1,254	810	2,064	754	535	1,289	▲775	37.5%	1,210	+79

四半期別業績推移

- ・為替は円安が進み、アパレルの仕入原価上昇により全四半期において前年同期比で営業利益が減少。
- ・第3四半期は、残暑に対し、夏物商品不足と秋冬物の販売が進まず、大きく減益。



ビジネス別売上高

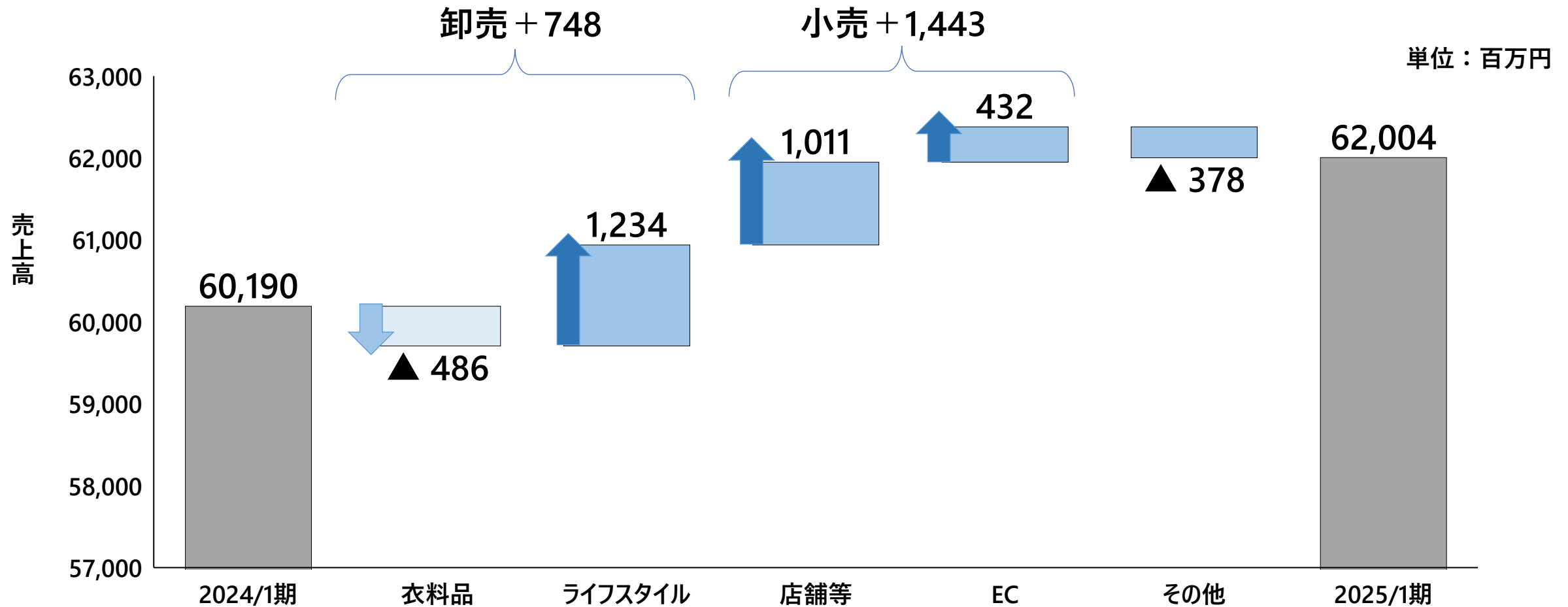
卸売は衣料品の減少分をライフスタイルで補う。
小売は店舗等、ECともに増収。

単位：百万円

	2024年1月期		2025年1月期			
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年差額	前年比
衣料品	46,979	78.1%	46,493	74.9%	▲486	99.0%
ライフスタイル	1,583	2.6%	2,817	4.5%	+1,234	177.9%
卸売計	48,562	80.7%	49,310	79.5%	+748	111.5%
店舗等	8,430	14.0%	9,441	15.2%	+1,011	112.0%
EC	2,361	3.9%	2,794	4.5%	+432	118.3%
小売計	10,791	17.9%	12,234	19.7%	+1,443	113.4%
その他・連結調整	836	1.4%	458	0.7%	▲378	45.2%
合計	60,190	100.0%	62,004	100.0%	+1,814	103.0%

売上高の増減要因

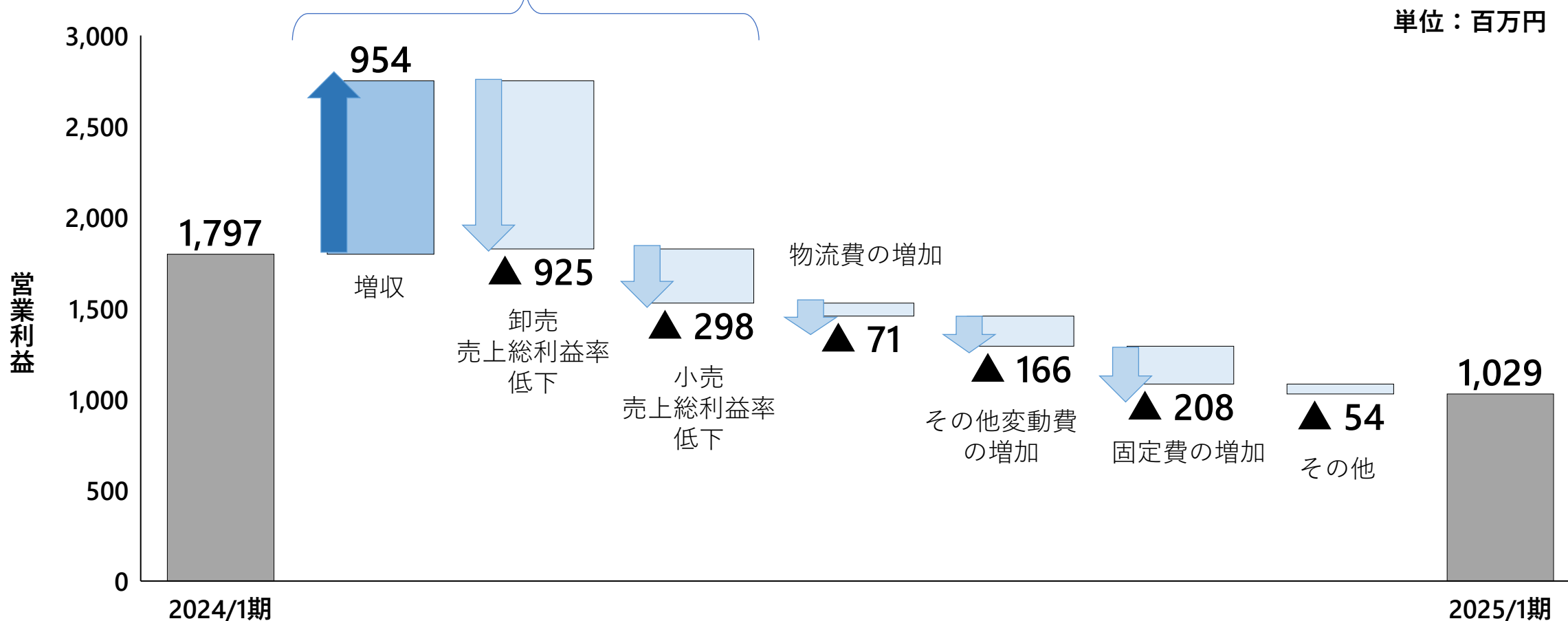
卸売は、衣料品が残暑での夏物供給不足により減収となるも、アイエスリンクのグループ化により増収。
小売は、店舗等が服飾雑貨ショップ“ジョインパーク”の開始により増収。ECは外部モール向け販売伸長で増収。



営業利益の増減要因

営業利益は、売上総利益率低下と販管費の増加により減益。
卸売は円安影響に対し価格転嫁が進まず、小売は値下げ販売の増加で売上総利益が低下。
販管費は、物流費、小売の販売手数料および人件費が増加。

売上総利益の減少



販売チャネル別売上高

専門店、量販店、およびECチャネルが伸長。

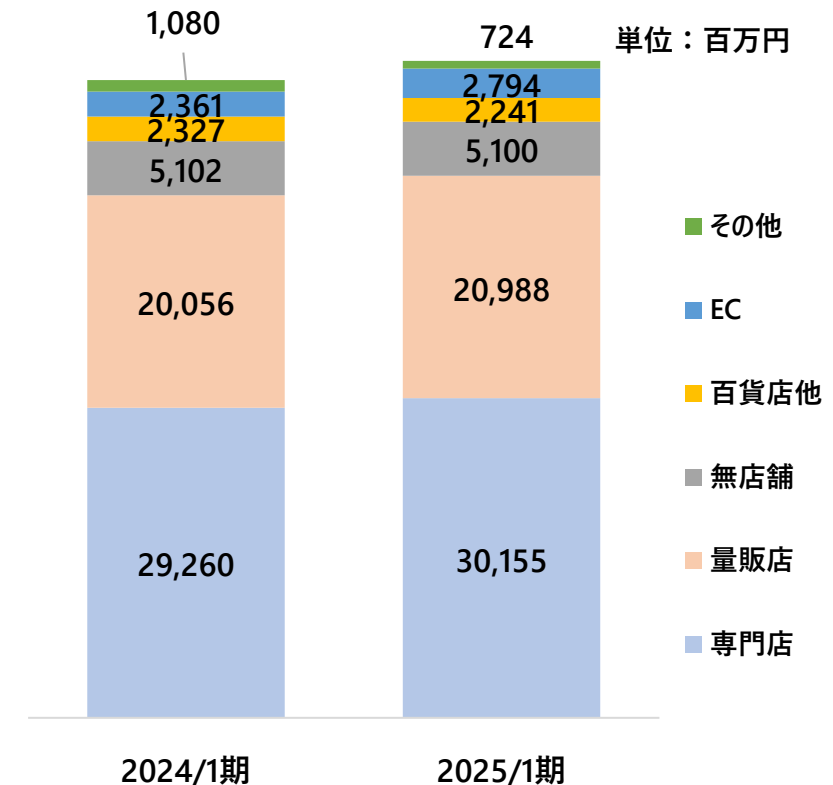
専門店は、SC向け・都市型専門店で衣料品が減少したものの、ビューティーなどのライフスタイル商品が増加。

量販店は、大手GMS向けに衣料品、服飾雑貨が増加。

ECは、外部モールでfor/cなどEC専用ブランドが増加。

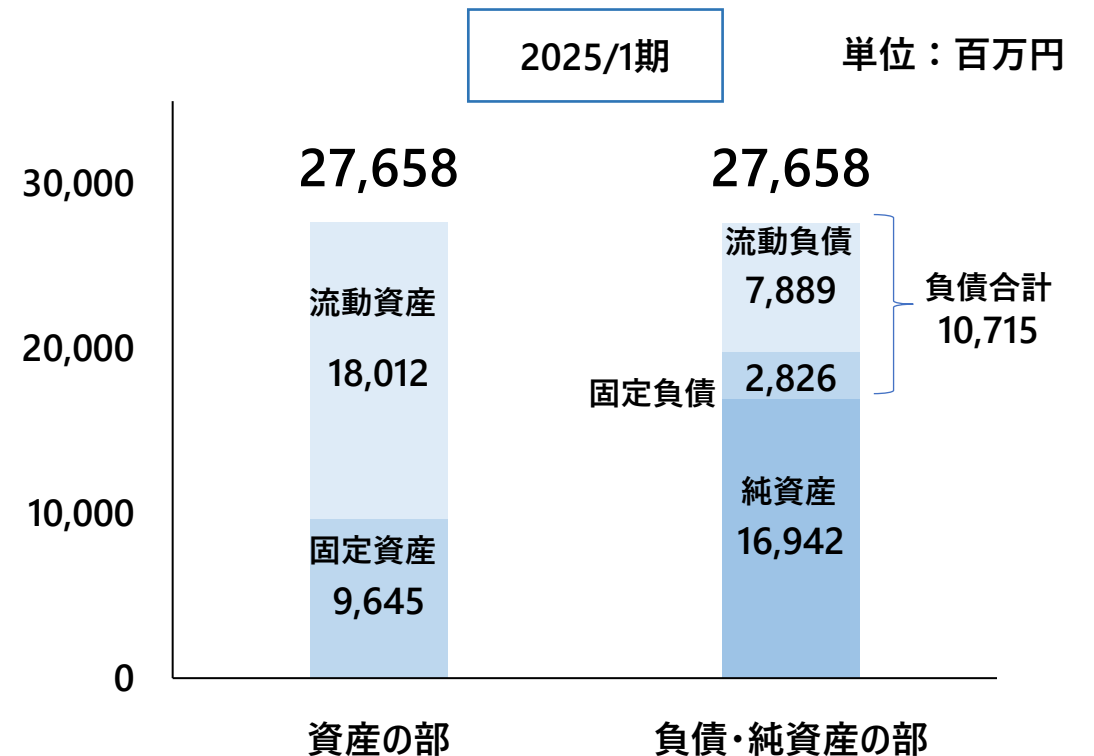
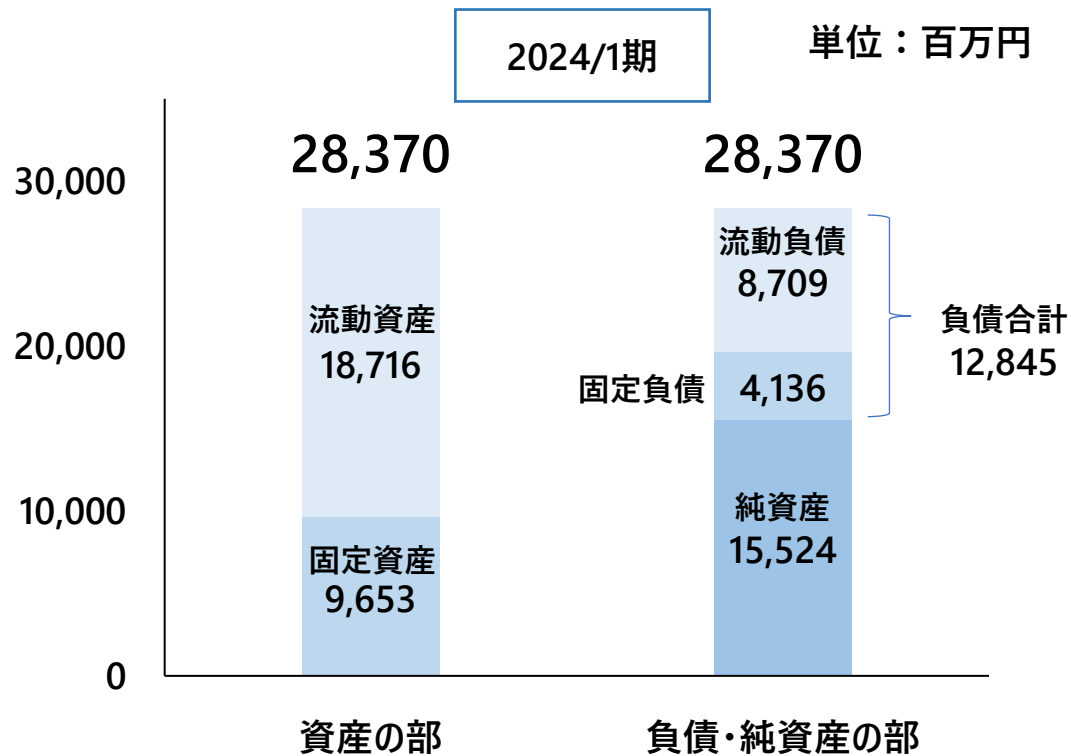
単位：百万円

	2024年1月期		2025年1月期			
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年差額	前年比
専門店	29,260	48.6%	30,155	48.6%	+ 894	103.1%
量販店	20,056	33.3%	20,988	33.8%	+ 932	104.6%
無店舗	5,102	8.5%	5,100	8.2%	▲2	100.0%
百貨店他	2,327	3.9%	2,241	3.6%	▲86	96.3%
EC	2,361	3.9%	2,794	4.5%	+ 432	118.3%
その他	1,080	1.8%	724	1.2%	▲355	67.1%
合計	60,190	100.0%	62,004	100.0%	+ 1,814	103.0%



連結貸借対照表の概要

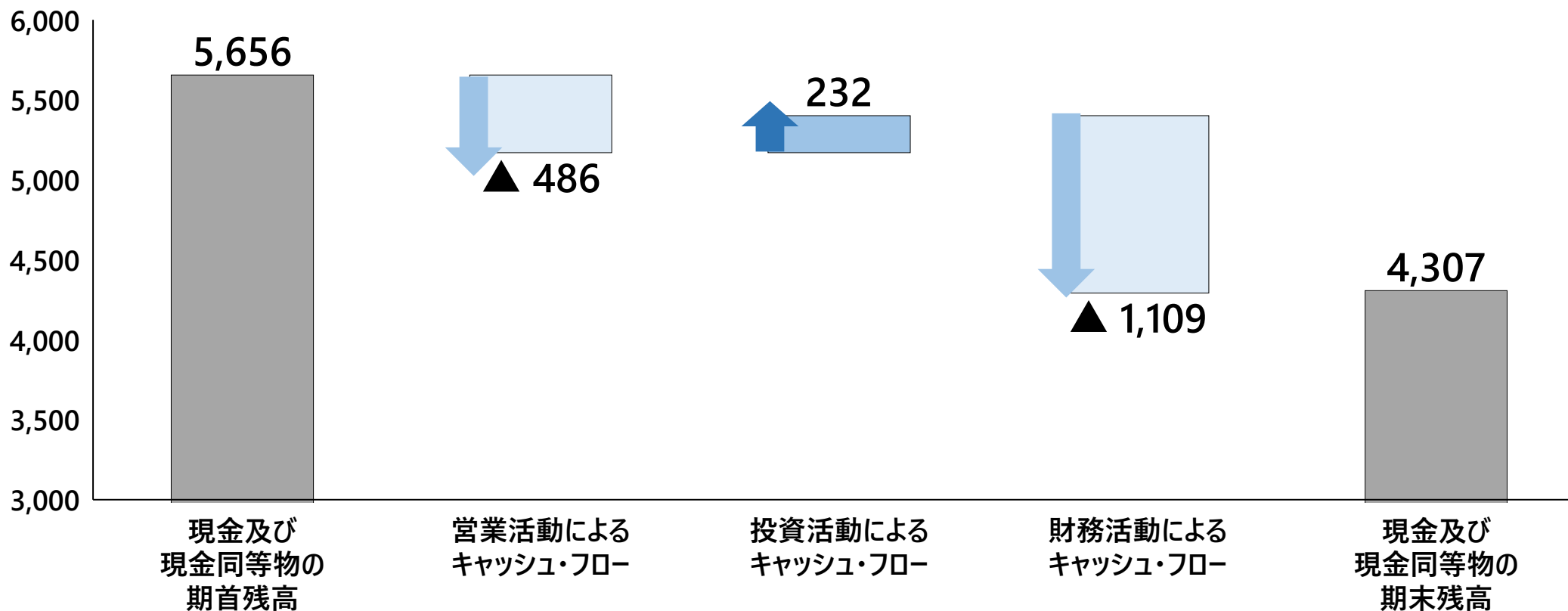
総資産は、現金及び預金が減少したことなどにより、276億58百万円。
負債合計は、長期借入金が減少したことなどにより、107億15百万円。
純資産は、利益剰余金が増加したことなどにより、169億42百万円。



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13億49百万円減少し、43億7百万円。
営業CFは、法人税等の支払額などで、4億86百万円の支出。
投資CFは、投資有価証券の売却などで、2億32百万円の収入。
財務CFは、長期借入金の減少などで、11億9百万円の支出。

単位：百万円



サステナビリティ

【環境に配慮するものづくり】

- ・環境配慮等素材の利用は 全商品の6%、前年比124%
- ・リサイクルステーションの設置

【暮らしと社会の懸け橋】

- ・地域、福祉との連携
障がい者の社会活動支援

【一人一人が輝くワークライフ】

- ・男性育休の促進
- ・1日の勤務時間の柔軟化

【当社リサイクルステーション】



2026年1月期 業績予想

2026年1月期計画

通期は増収増益を予想。

売上高は、アパレル卸売での専門店・メンズ拡大と、ライフスタイル卸売・ECの強化により増収を図る。

売上総利益率は、卸売で夏物商品の拡充、小売での値下げロスを抑制し、改善を図る。

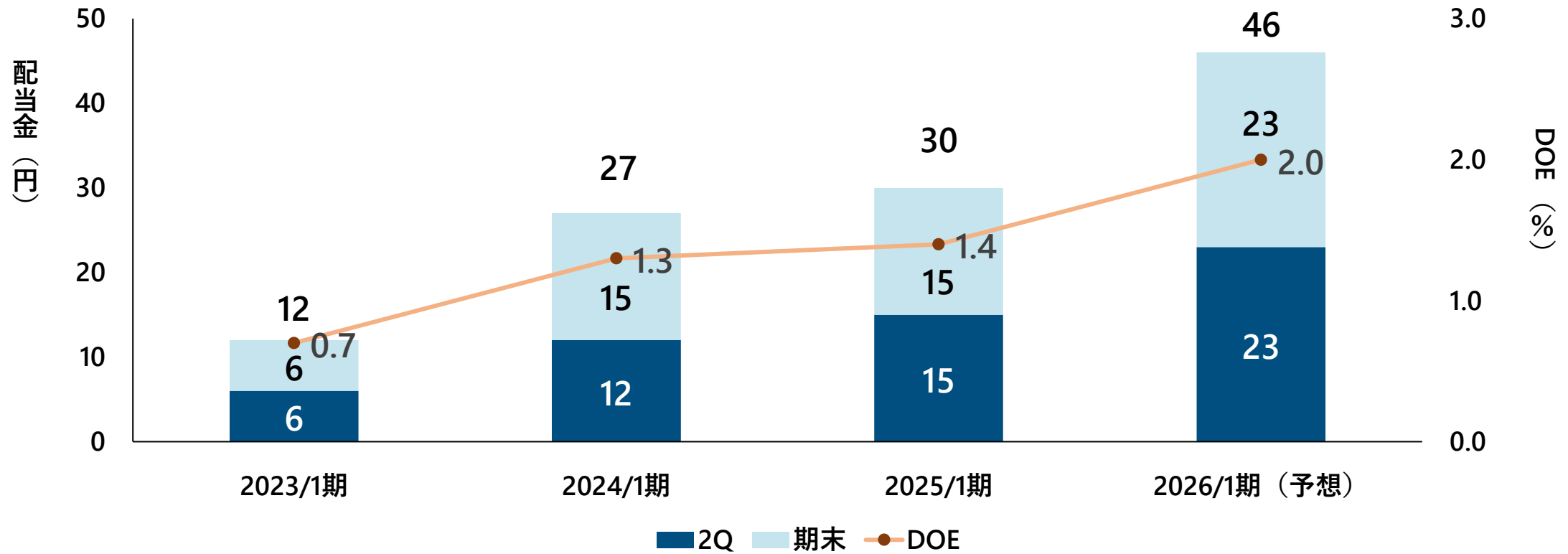
販管費は、賃上げによる人件費の増加と、物流費上昇で、増加の見込み。

単位：百万円

	2025年1月期			2026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	29,616	32,388	62,004	30,500	33,500	64,000	103.2%
売上総利益	8,302	8,008	16,310	8,400	8,600	17,000	104.2%
売上総利益率	28.0%	24.7%	26.3%	27.5%	25.7%	26.6%	(+0.3p)
販管費	7,409	7,871	15,280	7,600	8,200	15,800	103.4%
営業利益	893	136	1,029	800	400	1,200	116.6%
経常利益	997	278	1,275	900	500	1,400	109.8%
当期純利益	754	535	1,289	700	500	1,200	93.1%

株主還元（配当について）

- ・基本方針を変更し、株主還元を一層強化。
- ・中計最終年度である2028/1期までにDOE2.5%への引き上げを目指し段階的に毎年増配。
- ・配当金は1株当たり46円で、16円増配を予想。



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

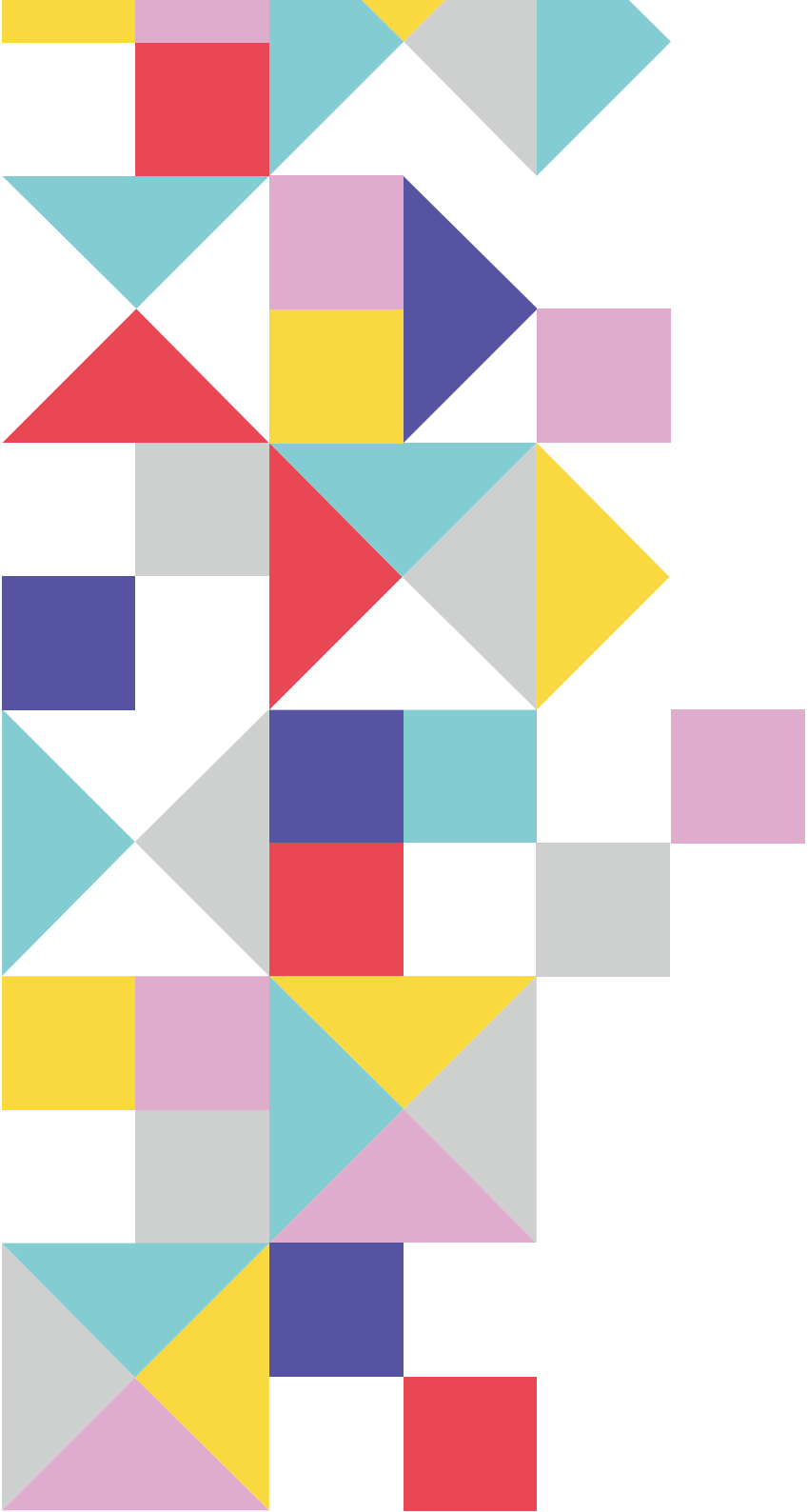
クロスプラス株式会社 経営企画部

TEL：052-532-2211（代表）

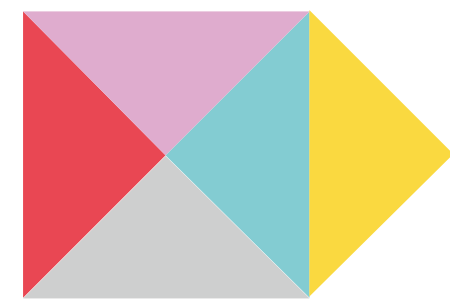
e-mail：ir-info@crossplus.co.jp

Be Colorful, Be Happy!

 CROSS PLUS



Appendix





会社概要

• 社名の由来

「クロス」はCloth（衣服）と掛け算を、「プラス」はプラス志向と足し算を意味しています。



従業員数 (2025年1月31日現在)

699名

単体 590名



売上高 (2025年1月31日現在)

620億04百万円

単体 592億21百万円



設立

1953年4月



資本金 (2025年1月31日現在)

1,944百万円



▶ 企業情報

本 社 名古屋市西区花の木三丁目9番13号
東京店 東京都中央区日本橋浜町3-3-2
トルナーレ日本橋浜町13F

代表者 山本 大寛

事業内容 衣料品・ライフスタイル雑貨の企画製造、店舗等への卸売、EC・百貨店等での小売

連結子会社 (株)サードオフィス、(株)アイエスリンク、客楽思普勒斯(上海)服飾整理有限公司、(株)ディスカバリープラス、(株)スタイルプラス



▶ 沿革

- 1951年 8月 故名誉会長辻村重治が婦人ブラウス製造卸を目的に名古屋にて櫻屋商店創業
- 1953年 4月 櫻屋商店を改組し櫻屋商事(株)を設立
- 1963年 12月 本社を名古屋市西区に移転
- 1978年 2月 現本社ビル完成
- 2001年 8月 商号をクロスプラス(株)に変更
- 2004年 4月 東京証券取引所、名古屋証券取引所に株式を上場
- 2018年 2月 (株)サードオフィスをグループ会社化
- 2023年 9月 (株)アイエスリンクをグループ会社化



クロスプラスのバリューチェーン

企画

企画スタッフ
200名以上の
高い企画力

年間2万品番を
生み出す企画力



生産

海外協力工場
9カ国60工場

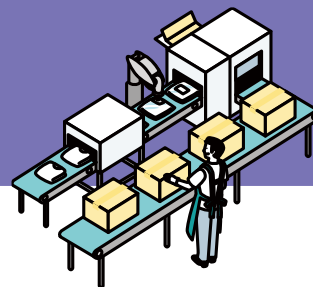
年間5,000万枚を
作り出す生産力



物流

物流加工

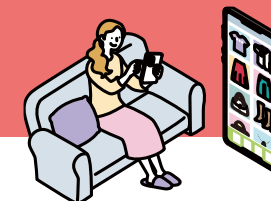
全国2万店舗
への配荷



販売

アパレル卸売・
ライフスタイル卸売・
小売

幅広い販路と
多様なブランド・商品
(得意先350社)



03 クロスプラスの事業

アパレル卸売

[特長]

- ▶ 企画から納品まで一貫して行うことで、サプライチェーンの最適化が可能。
- ▶ カットソー、ニット、ボトム、アウターなど幅広い商品供給。
- ▶ あらゆる世代・シーンを想定したトレンド提案力。

専門店

- ・ロードサイド
- ・ファッションビル
- ・ショッピングセンター

量販店 (GMS)

- ・平場コーナー
- ・スポーツコーナー

無店舗

- ・カタログ販売
- ・TVショッピング
- ・インターネット通販




CROSS FUNCTION

HEAD[®]

KANGOL  **SPORT**

03 クロスプラスの事業

ライフスタイル卸売

[特長]

- ▶クロスプラスならではの発想力で、ありそうでなかったライフスタイル商品を企画・生産。
- ▶ドラッグストアやコンビニなど新規取引先を拡大。

ドラッグストア

バラエティショップ

コンビニ



■ シーズン



■ ヘルスケア



■ ビューティー



■ ファッション雑貨

03 クロスプラスの事業

小売

[特長]

▶ 企画から生産・販売まで自社の売場運営により、
価格決定権を持てるビジネスを拡大。

量販店

- ・ブランドコーナー
- ・雑貨コーナー

百貨店

- ・インショップ

EC

- ・自社EC
(クロスプラスオンライン)
- ・他社モール
(大手ECモール)



■ 量販店ブランドコーナー



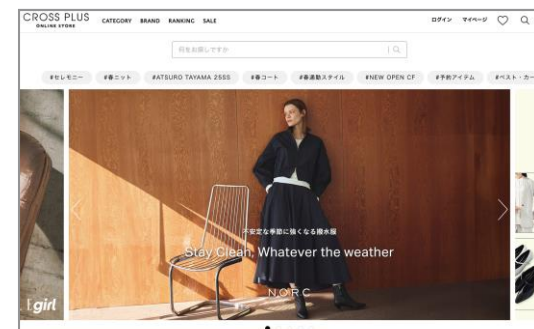
■ 量販店雑貨コーナー

DECOY
SINCE 1981

N.O.R.C
for/c



■ 百貨店インショップ



■ EC(クロスプラスオンライン)



クロスプラスの生産・物流

海外9カ国、60工場

Point

1 年間5,000万枚の生産力

Point

2 国内物流センター
出荷能力2,000万枚



岐阜県海津市：クロスプラス中部センター

Point

3 グループ会社 上海服飾整理での
物流加工

Point

4 輸入金額年間2億ドルの
スケールメリットを活かした
生産・貿易の効率化



05 グループ会社



(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)スタイルプラス

アパレル卸売

アパレル製品の企画・
コンサルティング



GROUP
COMPANY



(株)アイエスリンク

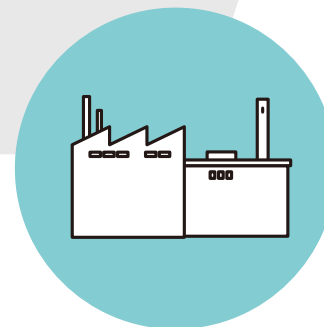
ライフスタイル卸売

ビューティー関連商品の製造・
卸売・輸入販売

(株)ディスカバリープラス

その他

児童発達支援スクールの運営



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



サステナビリティ

Environment

環境に配慮するものづくり



環境配慮型素材の利用促進



環境にやさしい素材を積極的に使用し、流通する衣類における環境負荷を軽減します。

リサイクル・リユースの促進



再生原料・残反を利用した服づくりの活動を推進し、製品の原料をムダなく活用します。

資材・副資材の循環利用の促進



循環利用可能な資材・副資材を積極的に使用し、環境負荷を軽減します。

Social

暮らしと社会の懸け橋



自治体との地方創生、企業とのコラボレーション企画



企業や地域社会とのコラボ案件を推進し、環境配慮型素材や廃材の活用、互いの特色を活かした事業への取り組みなど、新たな社会価値を共創します。

工場の監査、トレーサビリティ管理



サプライチェーンにおける人権監査・環境監査の継続と、生産や流通の履歴を追える仕組みづくりを推進。安心・安全で透明性があり、人権侵害がない工場からの原材料・商品調達を行います。

People

一人一人が輝くワークライフ



ワークライフバランスの推進、QOLの向上



共働きや育児、介護など、あらゆるライフシーンに柔軟に対応した勤務体制の整備を進めます。

働きがいの向上、挑戦しやすい環境の整備



社員一人ひとりの個性を尊重し、個々の能力を思う存分に発揮できる環境を整え、仕事への挑戦意欲を高めます。