

■ 大手カジュアル専門店の動向（1）

※敬称略、順不同
2019.2. 現在

【1】 コックス

最近決算年商	201億円
同営業利益	△4.1億円
(次期予想) 19年2月	
売上	207.5億円
営業利益	20億円
店舗数	252店舗

既存店の昨対割れ顕著、見切り処分で利益率悪化。
その中でも、「イッカラウンジ」業態でのメンズボトムス、キッズ、雑貨、ビジネスカジュアル系の服種は健闘。

- ・Eコマースは成長中。18年8月半期で昨対約130%。
オムニチャンネル時代志向し、クラブ会員は24万人、30万人狙う。
- ・Eコマース専用ブランド「notch」は成長軌道に乗る。
- ・新社長寺脇栄一氏（イオンから）の課題は既存店の立て直し。

【2】 ジーンズメイト

最近決算年商	97.3億円
同営業利益	△6億円
(次期予想) 19年3月	
	92億円
純利益は黒字化確定	
店舗数	75店舗
	2018年8月

(決算を3月に変更、18年は12.3ヶ月と変則数値)

RIZAP社の子会社化の効果本格化。

18年半期、昨対で売上利益率プラス約3%、販管費はマイナス約7%、計約10%の営業利益率改善実現した。
(主因は値引き乱発の抑制と経費見直し)。

- ・新業態「JEM」が好発進（マルチブランドの商品統合店）。
- ・最近是集客力の回復顕著。
- ・インバウンド免税店増強、27店舗、売上全社比5%へ。

【3】 マックハウス

最近決算年商	308.5億円
同営業利益	2.2億円
(次期予想) 19年2月	
売上	302億円
営業利益	2.2億円
店舗数	413店舗
	2018年8月

既存店売上9.5%減、同客単価4.1%減、同客数5.6%減
理由はNB商品の説得不足とコメント。

- ・店舗の大型化は推進継続する。
「マックハウス スーパーストア」。
- 「マックハウス スーパーストアフューチャー」6店舗出店
- ・一方で実験的にキッズ、雑貨の店
「マックハウス アーバンストア」を開店。
- ・メルマガなど情報配信による 会員数は300万人達成へ。

【4】 ライトオン

最近決算年商	768億円
同営業利益	12.0億円
次期(19年8月)予想	
売上	800億
営業利益	20億
店舗数	498店舗
	2018年8月

売上は4%減だが断一気に黒字へ復帰達成。
粗利率+3.7%、経費率-1.5%、計+5.2%改善と明快。

- ・「見切り処分」の減少で在庫回転も好転。
- ・今後NBブランドとの協力を強化。
メーカーとコラボの「別注アイテム」で顧客心理をつかむ方針。
- ・下期実績のECは昨対170%の伸び、eコマース順調。
- ・ZOZOに続き「楽天」との協業を強化。
- ・今後も「ジーンズのセレクトショップ」を推進。

【5】 ファーストリテイリング

(全世界ベース2018年8月)	
年商	2兆1,300億円
同営業利益	2,524億円
(その内国内ユニクロ)	
年商	8,647億円
営業利益	1,190億円
国内店舗数	827店
	2018年8月

ついに海外ユニクロ売上が国内ユニクロを抜く。
(海外8,963億円、営業利益も国内部門に迫る)。

- ・海外ユニクロ売上の約半分は中国圏。
アメリカの事業赤字は減少。
- ・国内ユニクロは冬場の寒さで防寒ヒートテック販売効率順調、期末の猛暑によりトップスの見切り減少で粗利益上昇した。
- ・国内eコマースは630億円達成、昨対129.4%、売上比7.3%

■ 大手カジュアル専門店の動向（2）

※敬称略、順不同

【6】しまむら

最近決算年商 5,651億円
同営業利益 429億円

(次期予想) 19年2月
売上 5,700億円
営業利益 394億円
店舗数 2,154店舗
2018年8月

主力の「しまむら」業態に暗雲発生

- ・集客力のパワーダウン、今期直近18年11月までで、既存店-8%全店で-5%のダウン。
- ・今後EC事業を本格化し出遅れを挽回。
- ・主要業態売り上げ（18年年8月までの半期）
しまむら（中高年婦人） 2,148億円 1,419店
アベイル（若年婦人） 255億円 318店
バースデイ（幼児） 268億円 274店
シャンブル（雑貨） 49歳億円 97店

【7】ハニーズ

最近決算年商 524億円
同営業利益 26億円

次期19年5月予想
売上 482億円
営業利益 34億円
店舗数 870店舗(国内)
海外店舗含むと1,049店舗
2018年5月

中国店の全店舗撤退進行中。

次期19年決算の第一四半期の国内展開も苦戦。

国内18年8月（3ヶ月）売上-1.7%、営業利益-40.4%。
（在庫見切りロス多い）

- ・中国撤退による損失は約11億円を予想。
- ・ソゾタウンにも出店し、ECの売上は好調。
- ・今後服飾雑貨の強化（MD業務を衣服商品企画に統合）

【8】パル

最近決算年商 1,232億円
同営業利益 70億円

(次期予想) 19年2月
売上 1,335億円
営業利益 89.9億円
店舗数 947店舗
2018年8月

18年8月までの半期は一部（109系トレンド）業態苦戦も経費削減などで昨対増収、増益。

- ・同半期売上と昨対伸び率
衣料分野 465億円 +8.2%
雑貨分野 179億円 +4.7%
- ・継承した「オリーブ・デ・オリーブ」（33店）も売上増に寄与。
- ・EC売り上げはさらに伸びて通期で140億円（衣料部門の16%狙う）。

【9】パレモ

最近決算年商 233億円
同営業利益 7.4億円

(次期計画) 19年2月
売上 234億円
営業利益 6.7億円
店舗数 470店舗
2018年8月

ユニーグループから離れ約2年余経過した。不採算店舗の閉鎖は沈静化。

- ・18年8月中旬 衣料78億（比率65.9%）
雑貨38億（比率31.8%）など。
- ・衣料分野ではエレガンスファッションからの離脱を努力。
- ・中期計画 2021年目標は売上262億円、営業利益10億円。
- ・今後課題はアパレル事業での新規ショップブランド開発と育成

【10】アダストリア（ポイント）

最近決算年商 2,228億円
同営業利益 50億円

(次期予想) 19年2月
売上 2,270億円
営業利益 84億円
店舗数 1,456店舗
2018年8月

直近上期は販売不振、処分増で大幅な未達。

純利益マイナスに転落、唯一「ニコアンド」のみ好調持続。

- ・今後は業態を3区分する個別戦略へシフト、グローバルブランド（世界へ出店）ニコアンド、グローバルワーク
国内コアブランド（利益性優先）ジーナシス、HAREなど
国内メジャーブランド（競争力強化）ローリーズ、LEPSIMなど。
- ・Eコマースに強み、上期売上高174億、前年比112%。
自社ECサイト[.st]会員数780万人突破。