

2021年2月期 第2四半期決算説明会

(2020年3月1日～2020年8月31日)

2020年10月14日(水)
株式会社 マックハウス

第1部

2021年2月期上半期の決算概況

取締役管理本部長 風見 好男

新型コロナウイルス感染症の影響・当社の対応

当社従業員の感染者は現時点で確認されておりません。

[月末店舗数]	[休業店舗数]	[営業時間短縮店舗数]
4月末時点: 373	52	314
5月末時点: 372	0	361
9月末時点: 365	0	225

当社では、お客様と従業員の安全を最優先に考え、マスクの着用、飛沫感染防止シート及び除菌剤の設置、ソーシャルディスタンスの確保等、感染症拡大防止に努めております。

本部に新型コロナウイルス対策本部を設置しました。

- ・ サテライト及びテレワークを推奨
- ・ 時差出勤を推奨

お客様へ

当店では新型コロナウイルス感染拡大防止の為に下記対策をおこなっております。

3密(密閉・密集・密接)を避けるために



店内でのマスク着用にご協力をお願いいたします



除菌剤の店内設置是非ご利用ください



レジや試着室には間隔をあけてお並びくださいようご協力をお願いいたします

混雑時は入場制限をさせて頂く場合がございます。

当店のスタッフ対応



従業員のマスク常時着用



除菌剤を使用した店内設備の清掃



従業員のこまめな手洗いうがい、手指の消毒



接客時のお客様との一定距離の確保

- 従業員の勤務前の検温および体調確認
- ご精算時、トレーでの金銭授受
- レジカウンター内に飛沫感染防止シートの設置

お客様ならびに従業員の安全を第一に考え、感染拡大防止に努めてまいりますので、ご理解、ご協力の程、宜しくお願い致します。

「九州豪雨」熊本県被災地へ支援物資提供 7月に九州で記録的な大雨。球磨川などが氾濫。



Mac-House

株式会社マックハウス
2020年7月22日

「九州豪雨」熊本県被災地へ支援物資提供

株式会社マックハウス(本社:東京都杉並区/代表取締役社長:北原 久巳)は、令和2年7月に発生した「九州豪雨」で甚大な被害を受けた熊本県の被災地へ、以下支援物資を提供いたしました。

<支援物資の内容>

- (1) 熊本県人吉市へ (届け先: 熊本県人吉市防災安全課/防災安全係)
ソックス 2,600足
下着類 1,100点
- (2) 熊本県八代市へ (届け先: 熊本県八代市商工・港湾振興課)
パック入りTシャツ 2,139点

※尚、今回の支援にあたり、弊社株主いちごアセットマネジメント様にご協力いただいております。

被災地の一日も早い復旧・復興を心よりお祈り申し上げます。

マックハウス人吉REX店は、7月4日から休業し、8月29日に営業再開

1. 損益計算書の要旨 (2020.3~2020.8)

単位: 百万円、%

	実績	売上比	計画	売上比	計画比	計画差異	前期	売上比	前期比
売上高	9,255	100.0%	9,743	100.0%	95.0%	▲488	13,364	100.0%	69.3%
売上総利益	4,562	49.3%	4,795	49.2%	95.1%	▲233	6,321	47.3%	72.2%
販管費	5,307	57.3%	5,511	56.6%	96.3%	▲204	6,856	51.3%	77.4%
営業利益	▲744	-	▲715	-	-	▲29	▲535	-	-
経常利益	▲719	-	▲712	-	-	▲7	▲501	-	-
特別損失	231	2.5%	175	1.8%	131.6%	56	215	1.6%	107.4%
当期純利益	▲1,021	-	▲971	-	-	▲50	▲792	-	-

- 売上高 : 既存店前年比は、77.0%の計画に対して、73.2%となった。
5月下旬の緊急事態宣言解除後に一時的なお客様の戻りがあったものの、その後の感染症再拡大により、旅行や帰省などの外出需要が減少した。特に関東地区、SCで苦戦。
- 売上総利益 : 売上が低水準となったことにより、売上総利益額は大幅な減少。売上総利益率は商品供給リードタイム短縮による仕入コントロール、売価変更抑制により、計画線。
- 販管費 : 折込チラシ削減による販売費減、営業時間短縮による勤務シフト調整による人件費減等により、経費コントロール。販促施策は、インスタ及びモバイル会員様向けプロモーションに注力。
- 特別損失 : 収益性が悪化したと認識した店舗について減損損失を計上した。

2. 貸借対照表の要旨

単位：百万円

	2020年8月期	2019年8月期	増減
資産合計	13,703	16,749	▲3,046
流動資産	9,398	11,883	▲2,485
固定資産	4,305	4,866	▲560
負債合計	6,741	7,282	▲541
流動負債	4,049	4,496	▲447
固定負債	2,692	2,786	▲94
株主資本	6,935	9,447	▲2,512
自己資本比率 (%)	50.6	56.4	▲5.8

<主な変動項目>

流動資産： 現金及び預金 11億円減少(8月末43億円) 商品 9.7億円減少

固定資産： 有形固定資産 2.5億円減少

流動負債： 支払い債務 0.6億円減少

株主資本： 25億円減少

3. 商品在庫の推移

単位：百万円

	2020年8月 実績	2019年8月 実績	前期比	2018年8月 実績	前々期比
在 庫 価 原	4,243	5,212	81.4%	7,799	54.4%
1 店 当 り 在 庫 価 原	11.6	13.7	84.5%	18.9	61.2%

4. 出退店数及び設備投資

	2020年8月期 実績	計画	計画比増減
出店数	9	9	+0
移転店舗数	1	1	+0
退店数	13	12	+1
期末店舗数	367	368	△1
改装店舗数	10	40	△30

単位：百万円

	2020年8月期 実績	計画	計画比増減
設備投資	239	363	△124
(出店)	216	233	△17
(移転)	13	33	△20
(改装)	10	97	△87

※設備投資は店舗設備のみ(保証金・敷金を含む)で、システム投資等を除く

第2部

2021年2月期下半期の戦略 及び、今後の取り組み

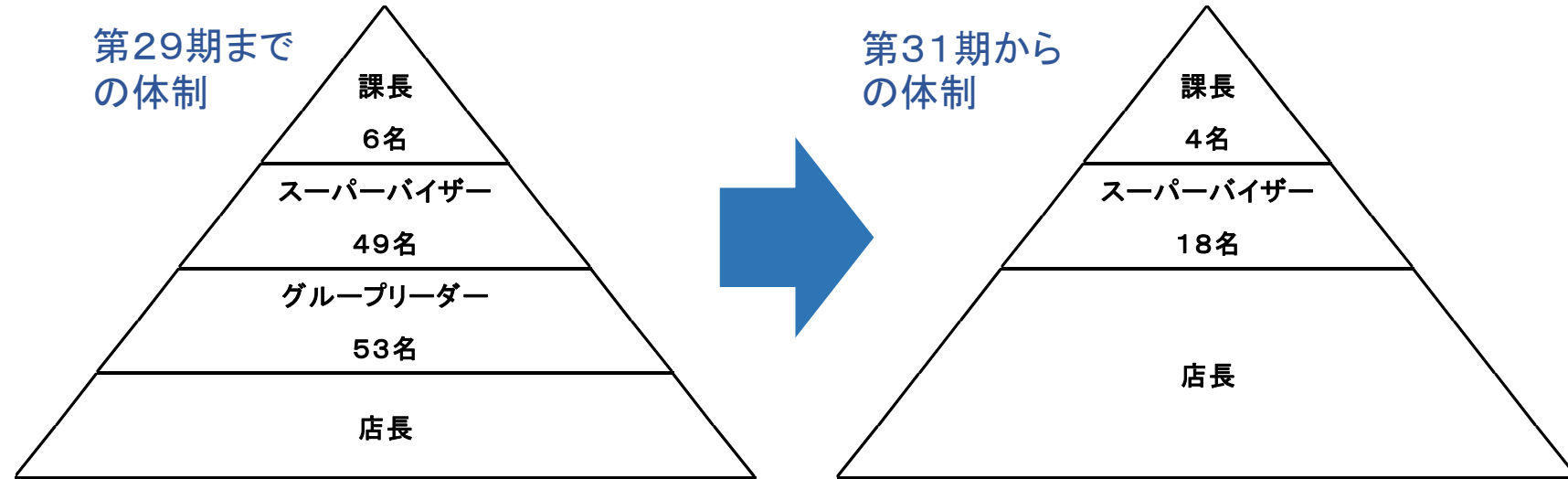
代表取締役社長 北原 久巳

スローガン

「多くのお客様に信頼され、魅力あるお店」づくり

4つの方針

- ① 企業風土・企業文化の再構築
- ② 商品改革
- ③ 店舗運営改革
- ④ 店舗開発の方向転換



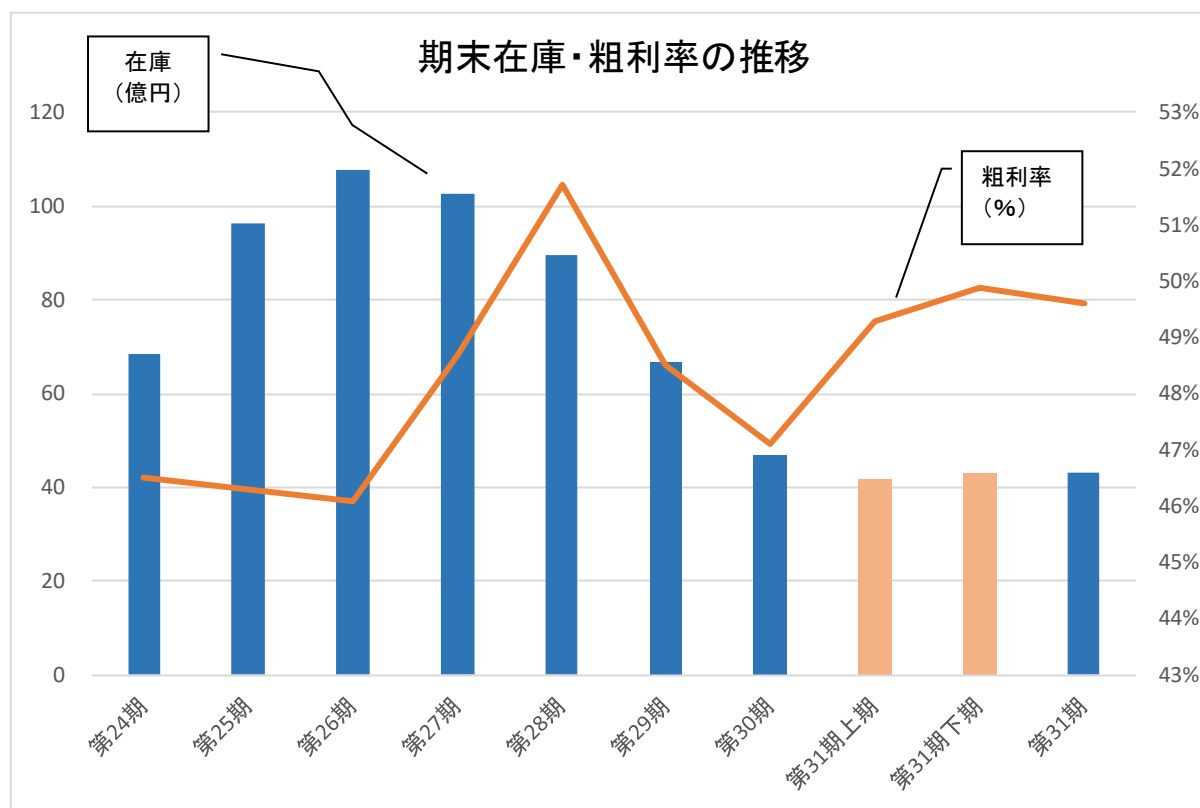
シンプルな階層に変更

風通しの良い組織

縦・横のコミュニケーションの活性化が図られた。
(スピーディに指示が届き、現場の多くの意見が届くようになった。)

在庫削減、粗利益率向上、店舗作業改善

- ・ 商品供給リードタイム短縮等により在庫効率改善。
- ・ プロパー消化率の向上により粗利改善。
- ・ 適正在庫により、店舗作業の効率化が図られるとともに、提案力が向上。

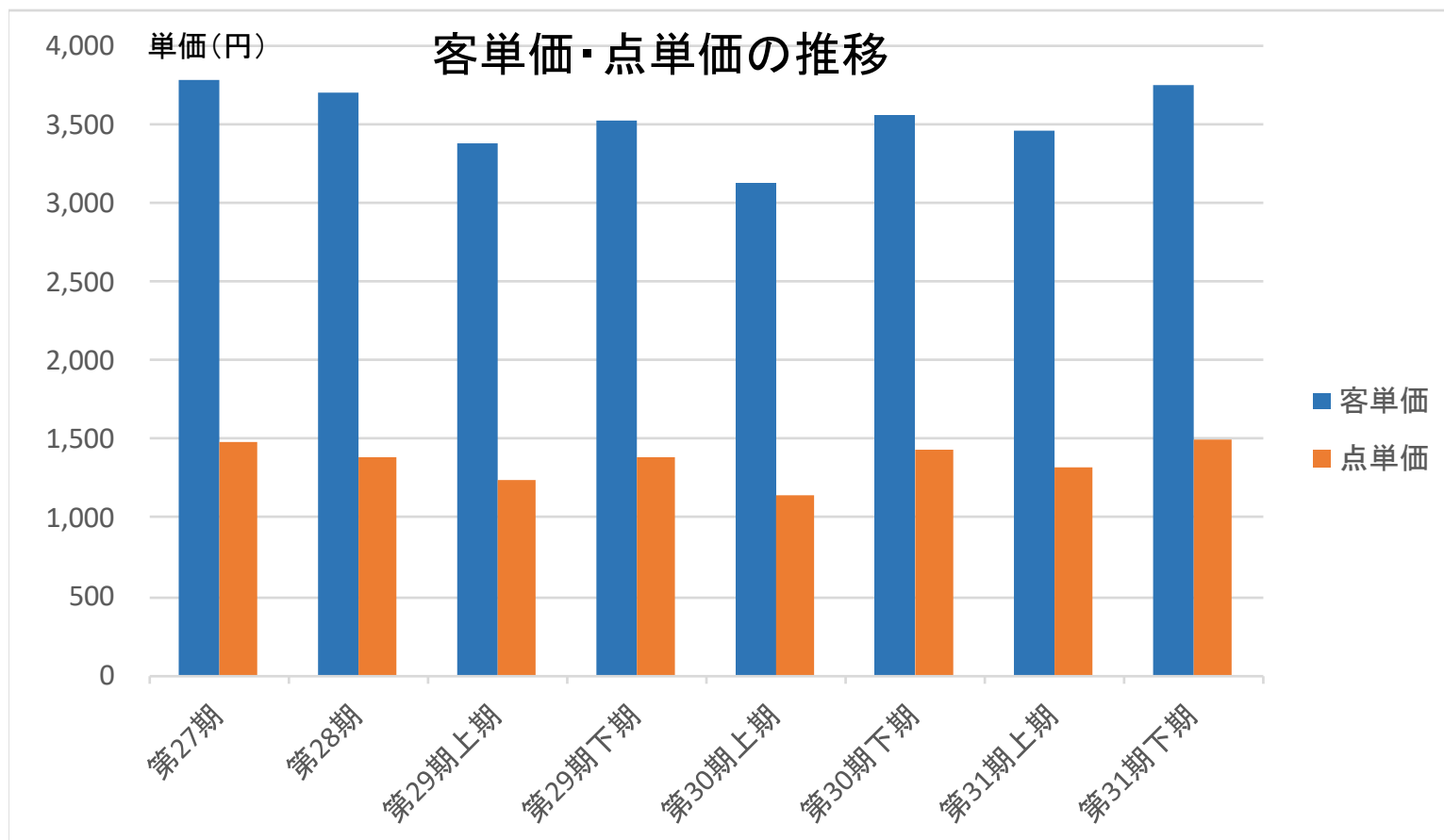


(百万円)

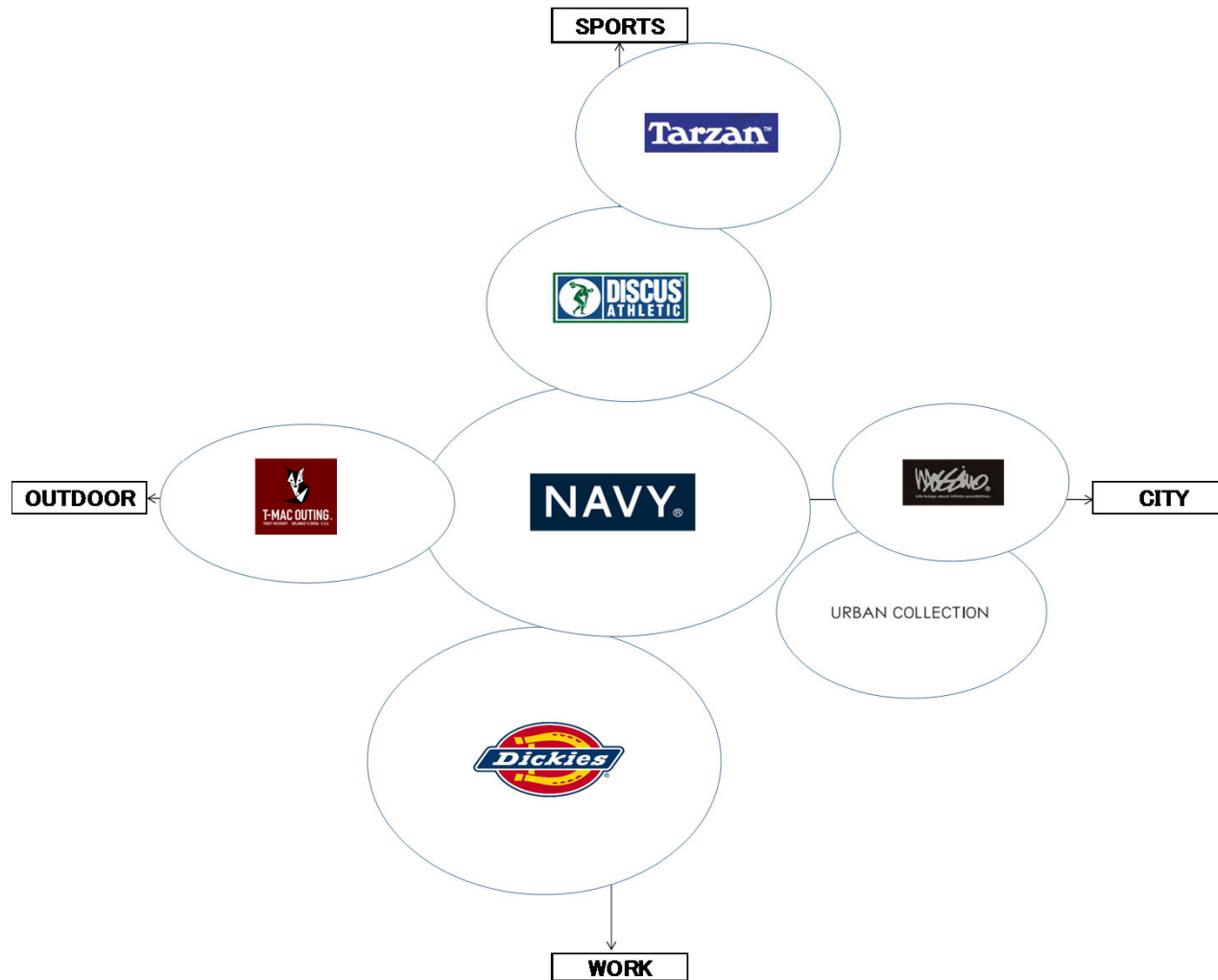
売上高	36,749	35,952	35,971	33,727	30,852	28,009	25,610	9,255	12,193	21,448
-----	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------	--------	--------

客単価向上 …… 更に推し進める

- 品質向上、MDの見直しにより、魅力ある商品開発を実施。
- 離反したお客様を取り戻す。
- スタッフのモチベーション向上。



<展開ブランドポジショニングMAP>



立地別対応【レディース】

- SC立地対応 … レディース構成比の向上を図る。

[Howdy Marie]
多くの支持を得ている
新ブランド

[ORGANIC COTTON]
サステナビリティに
向けたアプローチ

[Dickies]
メンズで人気のブランド
レディースローンチ





・ キッズのMD改革

キッズの品揃えとして新たなテイスト及びカラー展開を追加する。

親子リンクコーデを提案

- ・ ボーイズ : メンズトレンド
- ・ ガールズ : レディーストレンド



立地別対応【ボトムス】

- ・ ボトムスコーナーの見直し
- ・ ジーンズ単体提案の売場からトータルコーディネート提案の売場に変更。

Before



After



アウトドアコーナー設置店舗拡大

- ・ 取扱い店舗を拡大（昨年5店舗で開始 → 現在27店舗）
- ・ アウトドア商品を取り扱っていることが認知されてきた。



- ・ アウトドアの世界観演出のためにギアを拡充する。



- グッズの取り扱いにより、ショップの世界観創出とともにライフスタイルを提案する。
- レディース構成比を上げ、SCの客層への訴求力を向上。



NAVY
川崎DICE店

- ・ 集客力のあるモールに出店。

NAVYイオンモール東員店



- ・ ホームウェア・ツーマイルウェアなどの巣ごもり需要に対応



シリーズ累計販売数15万枚のヒット商品

- ・ 安売りに頼ることなく、お客様に商品の魅力・価値をしっかりと伝える取り組み。

- ① 販売促進策を絞り込み、訴求力向上を図る。
- ② 販売促進媒体を見直す。(紙媒体からデジタルへ)

<モバイル会員数> 2020年8月末

378万人

1) インスタライブ

5月から開始、9回開催



LIVE

#INSTA LIVE
10/9 (Fri) 20:00 START

@mac_house_official

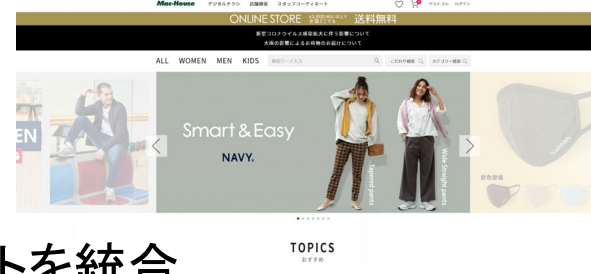


2) LINE公式アカウント開設

10月に再導入

3) ホームページリニューアル

9月にコーポレートサイトとECサイトを統合



① SNSを活用した販売促進強化

「STAFF START」で、リアル店舗のスタッフがNet上でコーディネート提案をすることで、来店促進、ECサイトでの販売に繋げる。既に効果が出ている。スタッフの参画意識が向上。

② 物流センターの統合 (9月に移転完了)

店舗用のDCセンターとEC専用のセンターを統合し、在庫切れによる販売機会ロスを防ぐとともに鮮度管理の向上を図る。

③ ZOZOTOWNに出店

④ ECオリジナル商品投入<モール別> ▪▪ 来期に向けての仕掛け

STAFF COORDINATE

スタッフコーディネート

検索結果：全9106件中 / 1 - 60件表示

性別

MEN

WOMEN

KIDS

カテゴリ

身長

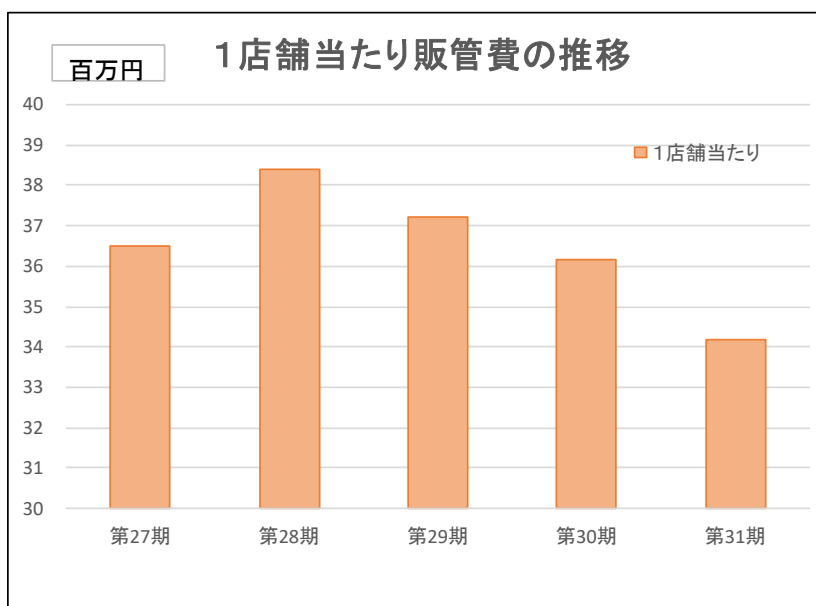
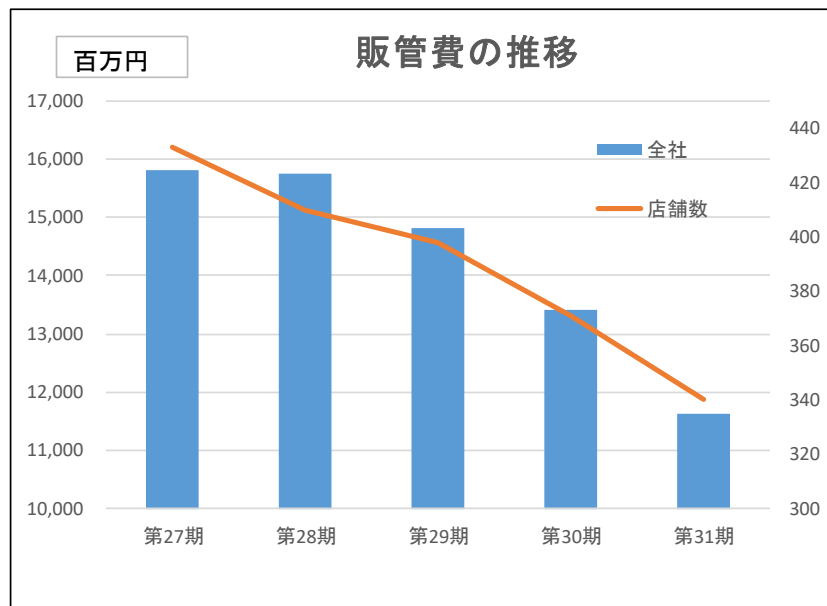
新着順
人気順

 Airi MOE: 168cm 川崎小田原店	 KASUMI MOE: 158cm アメリカ橋5C店	 yumi MOE: 153cm イオンモール三光店	 てんてん MOE: 174cm 伊達店
 愛 MOE: 151cm イオンモール船橋店	 chii MOE: 161cm アメリカ橋5C店	 COCO MOE: 153cm メガドンキホーテ船橋店	 aya MOE: 155cm イオンフードスタイル船橋店
 Kayo MOE: 155cm イオンモール三光店	 さむそん MOE: 156cm 阿佐ヶ谷パルセセンター店	 みいさん MOE: 153cm 阿佐ヶ谷パルセセンター店	 Ryuki MOE: 175cm イオンフードスタイル神戶学園

24

販管費コントロールの徹底

- 更に販管費コントロールの徹底を図る。



販管費の推移

単位: 百万円

	第27期	第28期	第29期	第30期	第31期
全社	15,807	15,749	14,811	13,417	11,621
1店舗当たり	37	38	37	36	34
店舗数	433	410	398	371	340

2021年2月期業績計画

(単位：百万円、%)

	前期実績	今期計画	前期比
売上高	25,610	21,448	83.7
(既存店前期比)	96.0	88.2	
売上総利益	12,059	10,646	88.3
(売上総利益率)	47.1	49.6	
販管費	13,417	11,621	86.6
(販管费率)	52.4	54.2	
営業利益	▲1,357	▲975	—
経常利益	▲1,338	▲944	—
当期純利益	▲2,129	▲1,480	—

<出退店計画>

出店：9店舗
退店：40店舗

期末店舗数：340店舗

<期末配当予想>

無配

マックハウス再生計画

聖域なき改革により筋肉質な体質とする。

- 経費コントロールの徹底
- 本部のスリム化
- 作業効率の改善（無駄を排除）
- 不採算店舗を積極的に閉鎖
- デジタル化
- O2Oマーケティング推進
- EC強化
- 新規業態へのチャレンジ

来期黒字化を目指す。

※ 来年4月に来期を含めた中期計画を発表予定

最後までご清聴いただき、誠に有難うございました。
引き続き質疑応答のお時間とさせていただきます。

 証券コード:7603

株式会社 **マックハウス**