



Mac-House

2024年2月期 第2四半期

決算説明会

— 2023年10月20日 —

© 2013 MAC HOUSE CO.,LTD.

株式会社 **マックハウス**

2024年2月期 第2四半期 決算説明会

■ 第1部 2024年2月期上半期の決算概況

■ 第2部 2024年2月期下半期の戦略

■ 終了後 質疑応答

presenter

代表取締役会長兼社長 舟橋 浩司

取締役管理部長 坂下 和志

管理部 経理グループ長 小林 大介

セールスプロモーション
&ブランディング室課長 堀池 恵

目次

■ 第1部

1. 売上の推移
2. 損益計算書の要旨
3. 貸借対照表要旨
4. キャッシュフローの要旨
5. 在庫の推移
6. 出退店数、及び設備投資
7. 新規出店

■ 第2部

1. 収益体質の改善に向けた取り組みの柱
2. マルチブランド戦略によるMD改革
3. 売場改革プロジェクト
4. 人材活性・キャリア形成プラン
5. 商品開発×スタッフ活躍の場
6. オンラインストア現状
7. 業績予想

第1部

2024年2月期上半期の決算概況

presenter

管理部 経理グループ長 小林 大介

1. 売上の推移

		3月	4月	5月	第1四半期	6月	7月	8月	第2四半期	上半期計
既存店	売上高	105.1	95.7	92.9	97.3	94.7	100.9	95.9	97.3	97.3
	客数	101.4	91.8	92.5	94.7	90.8	98.2	90.6	93.5	94.1
	客単価	103.6	104.2	100.4	102.7	104.3	102.7	105.8	104.1	103.4
	点単価	107.2	108.4	105.3	107.1	105.1	105.4	111.2	106.8	107.0
全 店	売上高	100.0	89.1	86.6	91.3	88.0	92.8	88.6	102.7	90.6
	客数	97.2	85.8	86.1	89.1	84.3	90.5	84.0	99.9	87.7
	客単価	102.8	103.9	100.6	102.5	104.5	102.5	105.5	102.9	103.3
	点単価	106.7	109.4	106.0	107.6	105.5	105.8	111.0	107.2	107.5
店舗数	新店	2	2	0	4	0	1	0	1	5
	退店	4	2	4	10	5	2	11	18	28
	店舗数	318	318	314	314	309	308	297	297	297

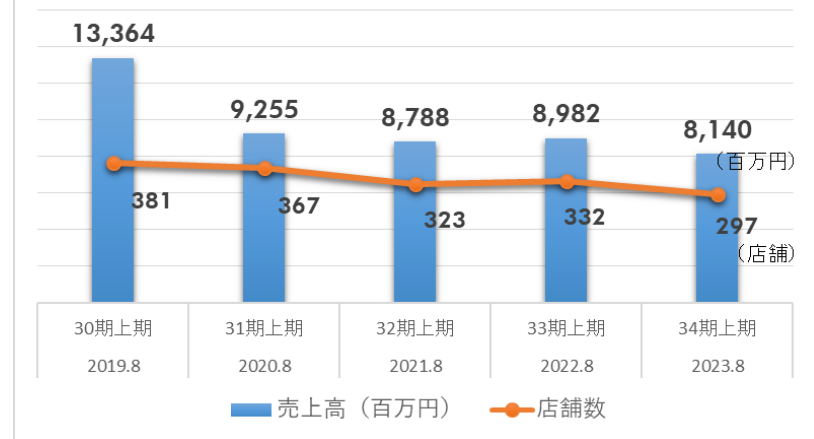
売上概況

第2四半期累計期間における売上は、春から初夏にかけての気温変動に対し、気温調節する羽織物に好調アイテムはあったものの、主力となる半袖Tシャツやナショナルブランドボトムスの販売点数がゴールデンウィーク以降も伸ばすことが出来ず売上に大きく影響しました。また、盛夏シーズンにおいては、「涼」や「夏休みのお出かけ」などをテーマに商品を提案したクリアランスセールを開催し、客単価は前年を上回ることができましたが、残暑対応の季節商材不足やレディースの商品鮮度不足などが要因となり、客数が前年未達となり、上半期の既存店売上前年比は97.3%、既存店客数前年比94.1%と振るわず、業績予想を9.5%下回りました。

これらの結果、当第2四半期累計期間における売上高は、8,140百万円（前年比90.6%）となりました。

- 2024年2月期上半期（2023年3月1日～2023年8月31日）：
既存店売上2.7%減、既存店客数5.9%減、既存店客単価3.4%増

< 売上高 / 店舗数推移 >



2. 損益計算書の要旨

	実績	売上比	計画	売上比	計画比	前期	売上比	前期比
売上高	8,140	100.0%	9,000	100.0%	90.5%	8,982	100.0%	90.6%
売上総利益	3,967	48.7%	4,321	48.0%	91.8%	4,365	48.6%	90.9%
販管費	4,359	53.6%	4,691	52.1%	92.9%	4,700	52.3%	92.7%
営業利益	▲ 392	—	▲ 370	—	—	▲ 335	—	—
経常利益	▲ 361	—	▲ 340	—	—	▲ 277	—	—
特別損失	70	0.9%	45	0.5%	156.5%	171	1.9%	41.2%
当期純利益	▲ 495	—	▲ 450	—	—	▲ 515	—	—

売上高：既存店売上高は、前年比2.7%減、全店売上高は、前年比9.4%減となりました。
また、期末の店舗数は、前年同四半期末比35店舗減となりました。

売上総利益：店舗数減、客数減による売上高の減少により、売上総利益は前年に対して9.1%減、計画に対して8.2%減となりました。
また、粗利率は、完全閉店セールの影響により、前年比0.1ポイント増に止まりました。

販管費：収益構造の変革を進めており、不採算店舗の閉鎖、抜本的な本部構造改革による徹底したコストの圧縮を図った結果、
販管費は、計画比で7.1%減、前年比は7.3%減となりました。

3. 貸借対照表の要旨

単位: 百万円

	2024年2月期 上半期	2023年2月期 上半期	増減
資産合計	8,754	10,717	▲ 1,963
流動資産合計	5,863	7,396	▲ 1,533
固定資産合計	2,890	3,321	▲ 431
負債合計	5,390	6,317	▲ 927
流動負債合計	2,989	3,783	▲ 794
固定負債合計	2,401	2,534	▲ 133
株主資本合計	3,362	4,399	▲ 1,037
自己資本比率 (%)	+ 38.4	+ 41.1	▲ 2.6

< 主な変動項目 >

流動資産	:	現金及び預金 14.7 億円減少
固定資産	:	敷金及び保証金 2.99 億円減少
流動負債	:	買掛金 4.0 億円減少
固定負債	:	資産除去債務 1.1 億円減少
株主資本	:	10 億円減少

4. キャッシュ・フローの要旨

単位：百万円

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物の 期末残高
2024年2月期 上半期	▲ 1,296	3	▲ 5	1,410
2023年2月期 上半期	▲ 1,121	▲ 69	▲ 5	2,887

▶ 営業キャッシュ・フロー

税引前四半期純損失 4 億円計上、仕入債務の減少による支出 1 3 億円、棚卸資産減少による収入 5 億円

▶ 投資キャッシュ・フロー

敷金及び保証金の回収による収入 1 億 3 千万円計上、有形固定資産の除却による支出 6 千万円

▶ 財務キャッシュ・フロー

リース債務の返済による支出等

▶ 現金及び現金同等物の期末残高

1 4 億円 1 4 億円減少

5. 在庫の推移

単位（金額：百万円、点数：千点）

	2023年8月 実績	2022年8月 実績	前期比	2021年8月 実績	前々期比
在庫原価	3,778	3,802	99.3%	3,560	106.1%
在庫点数	3,777	4,377	86.3%	4,452	84.8%
1店舗あたり 在庫原価	12	11	111.0%	11	115.4%
1店舗あたり 在庫点数	12	13	96.4%	14	92.2%

※キャリア商品(シーズン持越し商品)点数前年比170.3%

- シーズン商品における持越し在庫比率が高く、主力アイテムの仕掛け不足や売場鮮度低下を招く結果となりました。
- 売上予算の未達が、仕入在庫計画に影響し、1店舗あたりの在庫原価は前年を上回りました。
- COOL機能素材など猛暑対策アイテムに不足が生じ、期中対応をおこなったが売上の底上げには至りませんでした。
- 残暑が続いたことにより、持越し在庫を含む夏物商品の消化率は例年を上回りました。

6. 出退店数、及び設備投資

	2024年2月期 上半期	上半期計画	計画比増減
出店数	5	5	0
退店数	28	27	1
期末店舗数	297	298	▲ 1
改装店舗数	0	0	0

単位:百万円

	2024年2月期 上半期	上半期計画	計画比増減
設備投資額	73	72	1
(出店)	60	72	▲ 12
(改装・修繕)	13	0	13

※ 設備投資は、店舗設備のみ(保証金・敷金を含む)でシステム投資は除きます。

※ (改装・修繕)設備投資は修繕のみでございます。

7. 新規出店

愛知県

■ NAVYイオンモール豊川店 (64坪)



2023年4月OPEN

アメリカンカジュアルをベースに人気ブランドのトレンド商品を多数ラインナップ。

愛知県

■ Mac-House豊田GAZA店 (73坪)



2023年10月OPEN

ターミナル立地の特性を活かしメンズとレディースで構成。インナーと服飾雑貨の品揃えを強化。

第2部

2024年2月期下半期の戦略

presenter

代表取締役会長兼社長 舟橋 浩司

セールスプロモーション
&ブランディング室課長 堀池 恵

誰もが人生の主役になれる服を

私たちの願いは、
お客様一人ひとりが人生を愉しみ、そして笑顔になれること。

季節やシーンにぴったりマッチする服、
心地よく過ごしていただくための快適な素材や仕立て、
すべての人が「人生の主人公」として輝けるために、
年齢も、シーンも、ライフスタイルも超えた多くの選択肢を
「価値あるプライス」でご用意しています。

私たちマックハウスは、お客様の輝く毎日と笑顔のために
挑戦し続けます。

不採算店舗の閉店 による収益体質改善

- 利益貢献度の低い店舗を閉鎖
- 閉店セールを活用
- ・ 在庫効率の悪い大型店舗の縮小
- ・ 持越し商品の早期現金化

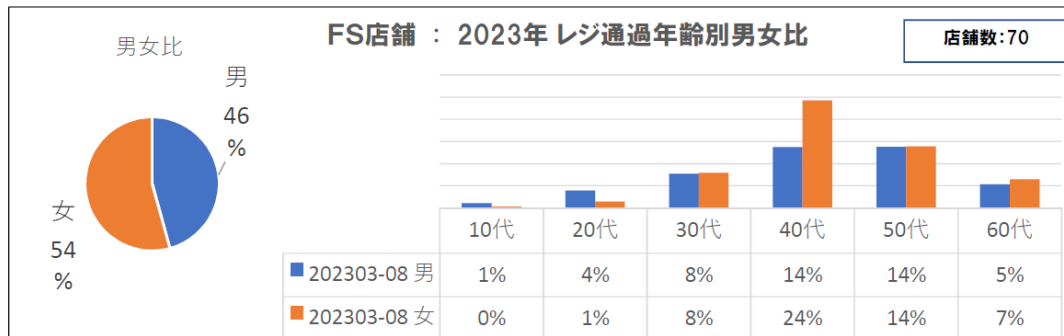
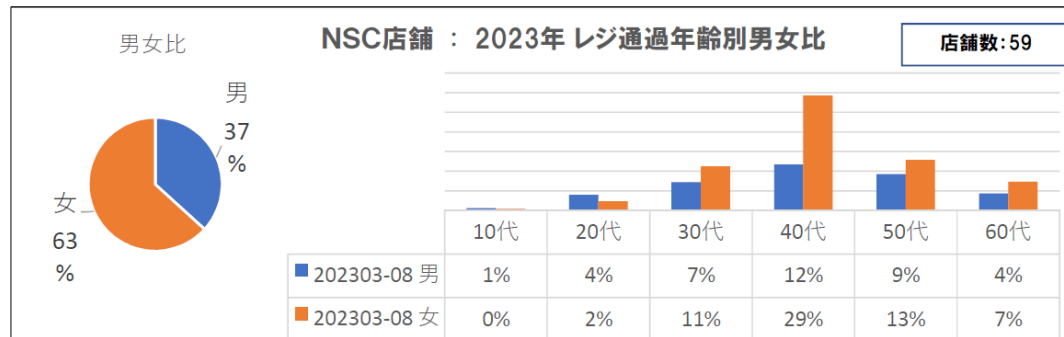
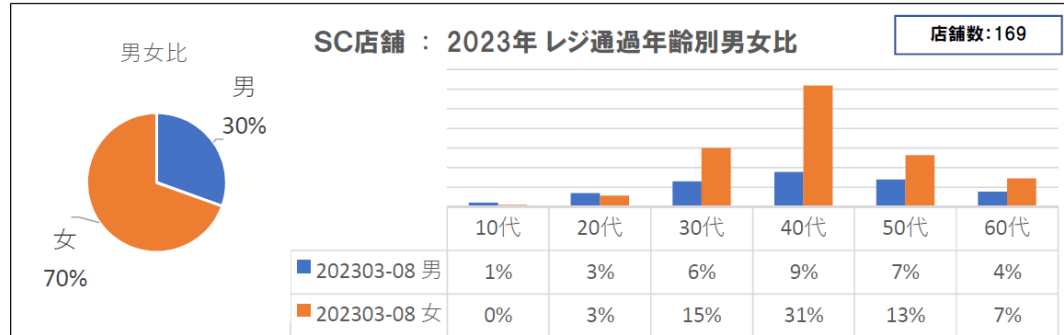
人財活性化・業務改革 による収益体質改善

- 動画配信（クリップライン）を活用
- 働き方改革による時間の有効活用
- ・ サテライトワーク推進による通勤時間の最小化、業務効率向上

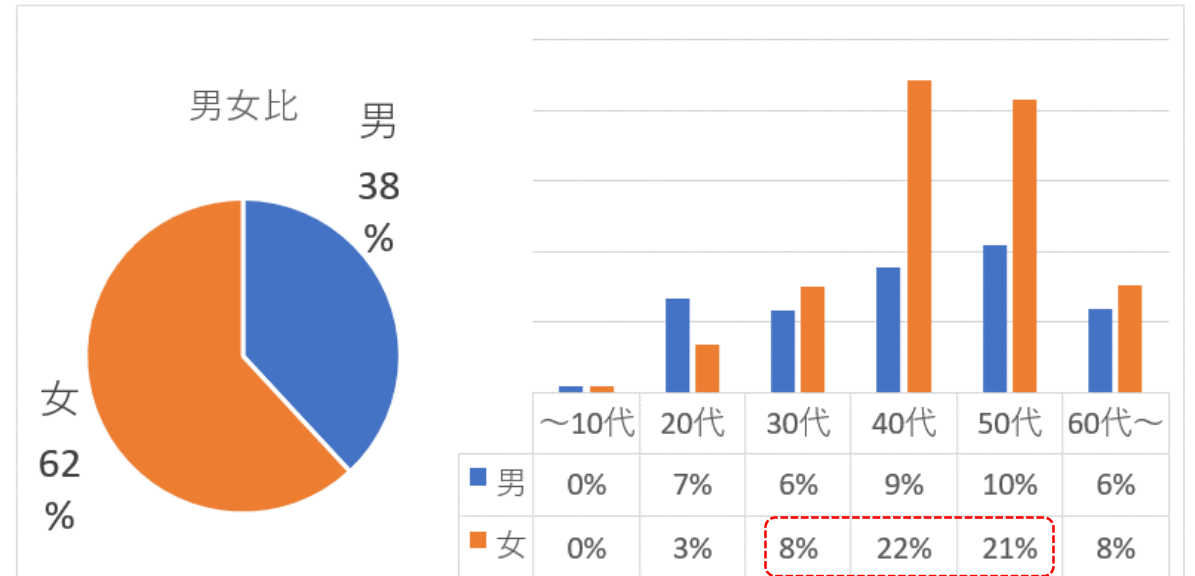
販管費コントロール による収益体質改善

- 業務内製化による外注費の削減
- IT関連費用の見直し
- ・ ECささげ業務 ⇒ 時間短縮・クオリティ向上
- ・ ヘルプデスク ⇒ 社内に精通する担当者が対応
- ・ 低稼働ITシステム見直し、統合
- ・ データセンター移行によるコスト改善

レジ通過客層



メールマガジン会員属性（270万人）



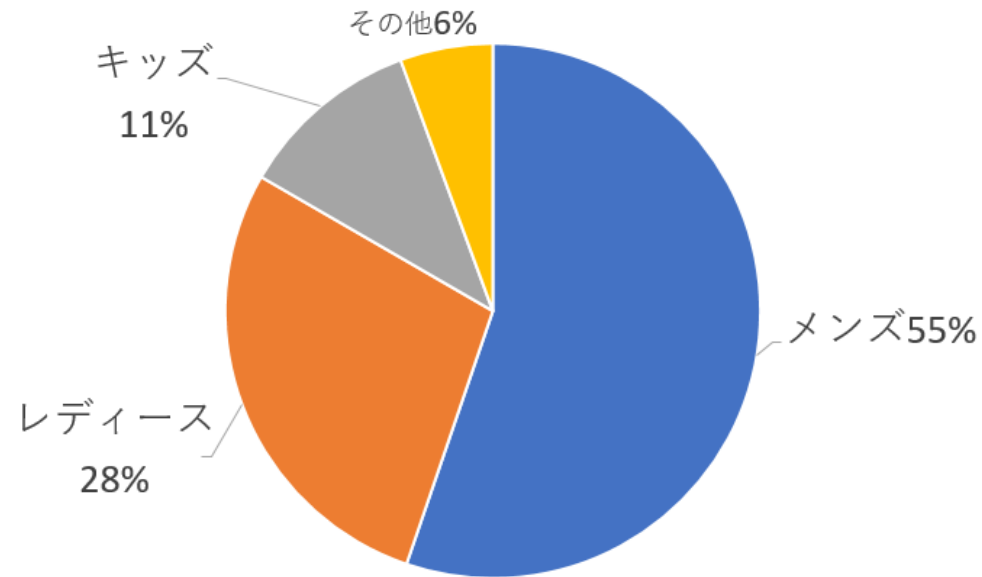
属性分析

購買客層、メルマガ会員属性ともに6割以上が女性客。
特に過半数を占めるショッピングセンターでは7割が女性客。

メルマガ会員では、30代~50代の女性客が全体の51%と過半数を占める。

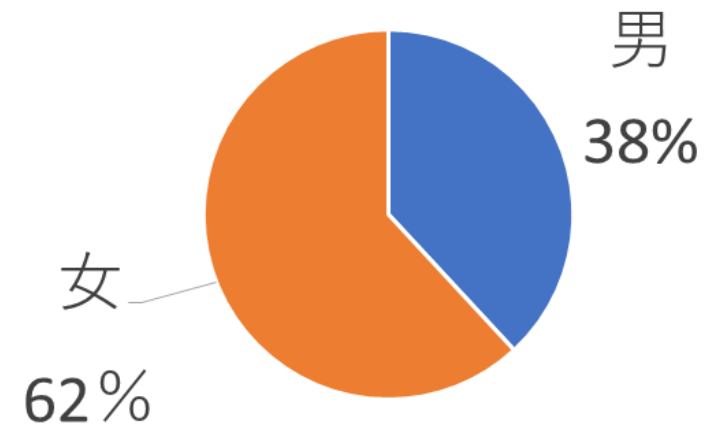
商品カテゴリー別 売上構成比

<2023年3月~9月>



メールマガジン会員属性

男女比



購買客層、メルマガ会員属性ともに6割以上が女性客占める。ショッピングセンターでは7割が女性客。

商品カテゴリー構成比では、メンズが中心。レディースは28%と低く、客層と売上の構成比にズレが生じている。

レディースMD改善 = 客数増加策

- ・レディース強化
- ・テイスト分布の見直し
- ・客層にマッチした着こなし提案

2. マルチブランド政策によるMD改革

■ ブランド政策

- ・ 当社の強みとなるPB・NPB、認知度の高いNBとの融合(ブランドミックス型MD)
→ NBボトムス・機能性PBボトムスを基点に、トップス・インナー・グッズに至るまで価値あるPBとブランドMIX型MDを構築
- ・ 主力PB「NAVY」=現状維持ではなく、付加価値（機能性）をつけてアップデート

来期売上計画 ▶ PB_NPB : NB = 59% : 41%

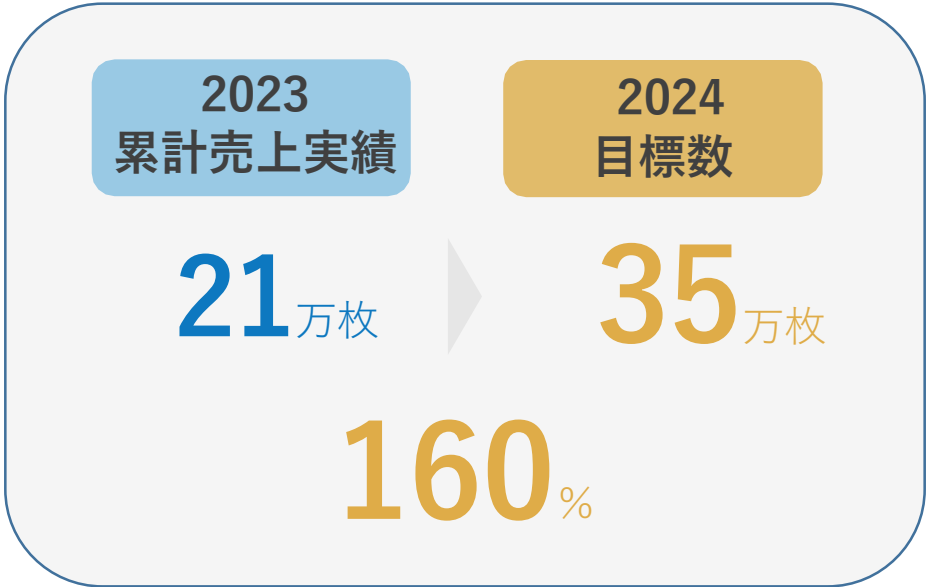




- 温暖化対策
- 客層拡大を狙う
- 販売期間の拡張

【キーワード】
冷感・ドライ・UV対策・
汗染み対策・匂い対策

インナー通年化
重点販売期間9カ月



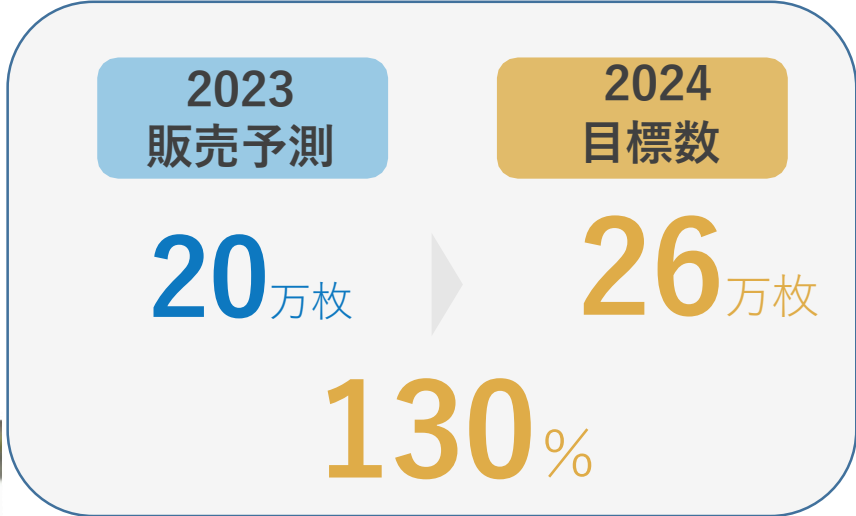
熱を吸収・放出する冷感機能、菌の増殖を抑制する
抗菌防臭機能など暑い季節の快適さを高める機能を盛り込みました。





【オンドシー】

【キーワード】
発熱・保温・静電防止・
ウォッシュャブル・軽量



温°C
アイテムの拡充



あったかボトムス
おしゃれしながら、しっかり暖か。
もたつかないのに、しっかり暖かな裏地で
家でも外でも、おしゃれで快適。



■アスレジャーファッションを普段着に。

NAVYブランドから高機能なアイテムを移管し、ブランディングをしていきます。

【キーワード】
ストレッチ・軽量
動きやすい・リラックス
ドライ・はっ水
イージーケア

販売構成比

目標

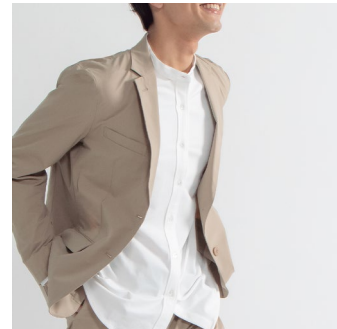
4%

NAVYブランドより
約120~130%単価アップを目指す

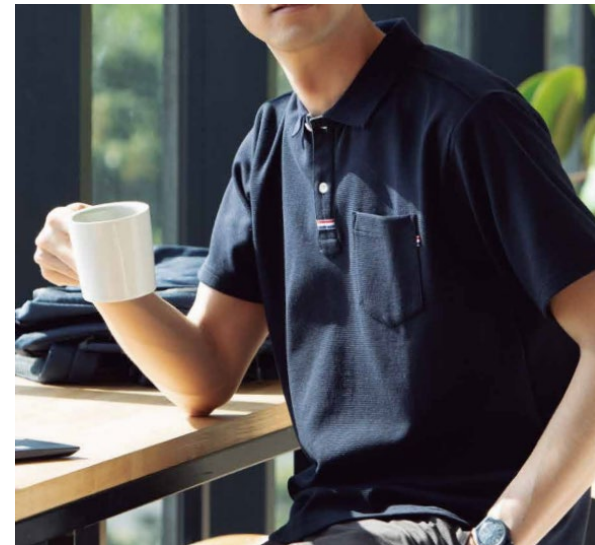
商社提供の機能素材が進化する中、マックハウスは商品に適した素材を採用します。



ネイビーフィット



LIFESTYLE
BUSINESS
SPORTS
OUTDOOR
RELAXING
DRIVE
TRAVEL





ネイビーフィット

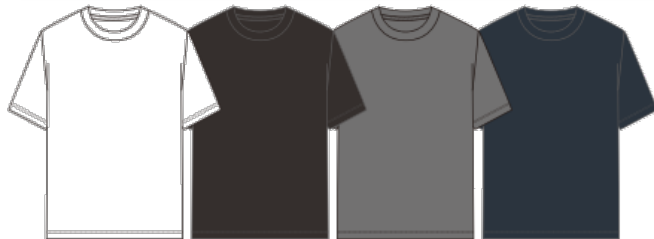
伸縮性の高い素材を使用し、
軽くて動きやすい
日常着を提案いたします

Tシャツ



一度着たらやみつきになる、 夏の新定番Tシャツ

1. 白でも肌が透けない
2. UVカット(99.7%の紫外線をカット)
3. 優れた吸汗速乾性(すぐ乾く)
4. 洗濯してもへこたれない
5. アンチピリング(毛玉ができない)
6. 超軽量(着ている感覚なし)
7. しわにならない
8. 吸汗速乾



EPIX®

特殊な捲縮糸を使ったストレッチ性、
適度な張りとおソフトな肌触りが特徴です。
動きやすく、快適なフィット感が生まれ
吸水速乾性にも優れた高機能素材です。



MORIRIN
The Standard

モリリン (株) 提供

* 開発中 画像はイメージです

ブルゾン



気温の寒暖差に重宝する 万能ブルゾン

1. 360° ストレッチ(快適なフィット感)
2. UVカット(99.7%の紫外線をカット)
3. 優れた吸汗速乾性(すぐ乾く)
4. 洗濯してもへこたれない
5. アンチピリング(毛玉ができない)
6. 軽量(持ち運びラク)
7. しわにならない
8. 吸汗速乾



EDWINブランド 強化販売



C17
C-SEVENTEEN

Z 新シリーズ『ZED JEANS』登場!
マックハウス 先行販売

EDWIN

お値段以上の価値がある“ホンモノ”を創りたい。そんな
ジーンズづくりへの想いをカタチにした新しいシリーズ。

快適なはき心地のストレッチデニムを採用。



メインターゲットである中高年のお客様向けに、(株)エドウィンと協業し、ジーンズブランドで認知度の高い『EDWIN』『C-17』ブランドをボトムスだけでなく、トップス、グッズ、インナー・レッグに至るまでアイテムの幅を広げ、ブランドの強みを拡大していきます。

販売構成比
12% ⇒ **17%**



C17
C-SEVENTEEN

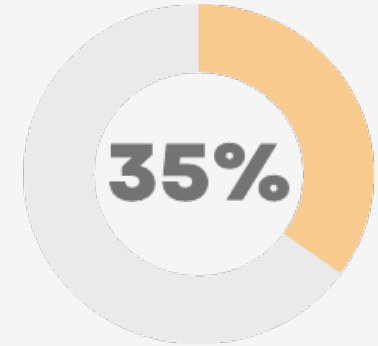
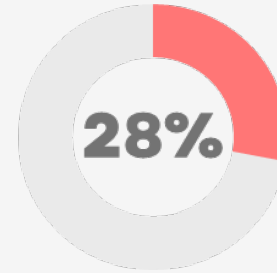
美脚革命
史上最高!
美脚な
勝負デニム



■レディース 新ブランド 導入

【キーワード】
時短・イージーケア
体型カバー・楽チン
リラックスおしゃれ

女性のお客様 買い上げ率アップ
売上構成比28%⇒35%へ



Howdy Marie

フェミニン寄りテイスト



URBAN COLLECTION

ノームコア リラックス



GOOD crew

デニム・ビンテージ風



Howdy Marie

重点商品

『INDIA RAYON』

(インドレーヨン)

- レーヨンの素材独特の涼感で快適に過ごせます。また、紫外線もカットするなど春夏シーズンに重宝。
- 発色が良く、艶のある色合いが魅力の一つ。
- 木材パルプを原料にした再生繊維。土に還る地球にやさしい素材。

《高温多湿な日本の気候に適したインドファブリック》

高温多湿な日本の気候に適したレーヨン素材を中心に、機能的でありながら着心地の良い風合いの生地でオールシーズン快適に過ごせます。



* 開発中 画像はイメージです。

アパレルメーカー『株式会社ワールド』との取り組み

(本社：兵庫県神戸市、代表取締役 社長執行役員：鈴木 信輝氏)



ワールドグループでプラットフォーム事業のマネジメント及びコンサルタント事業を行う株式会社ワールドプラットフォームサービスとコラボレーションし、ワールドのMDとVMDのノウハウをマックハウスに導入することで、お客様のニーズに沿った魅力ある店舗の提案を行ってまいります。

コラボアイテム：レディースアパレル・雑貨
販売開始時期：2024年 3月末 ローンチ予定





■店頭VMDの改善

ロケーションや販売時期によって、「店舗の顔」となるファサードのVMDを変更し、入店の動機付けを促進します。店舗に、新商品や重点販売商品の売場作成ポイントやセール演出の具体的な指示など速やかに画像配信で情報を共有し、施策の具現化と徹底を図ります。



<シーズン商品提案による足止め効果>



<セール演出による足止め効果>

- 1) **社内資格『グッドスタイルアドバイザー』 人財の待遇アップ 【2023年10月～】**
従来の資格手当に加え、それぞれキャリア、能力に合わせて時給アップ

- 2) **販売コンテストの再開 【2024年度～】**
全国のグッドスタイルアドバイザーが接客技術を競うコンテストでの入賞者は等級アップ

- 3) **STAFF START(スタッフスタート) インセンティブ制度導入 【2023年7月～】**
自社ECサイトのコーディネート投稿の月額売上に応じてインセンティブ支給
また、自社スタジオ撮影のコーデモデル採用者にもインセンティブ支給

- 4) **サテライトワーク強化 【2023年9月～】**
週1回のサステナブルデー(本部出社ゼロ)を設定、本部員は現場の課題を吸い上げ、迅速に対応

- 5) **社内報『Good Style Book』発行 【2023年11月～】**
社内コミュニケーションツールとして社内報発行

グッドスタイルアドバイザー 総人数 262名

お客様の暮らしに役立つ商品や最旬コーディネートをご提案いたします。
豊富な商品知識と高い接客技術を身につけ、お客様をサポートさせていただきます。

社内資格制度

★総人数262名、年齢62～21歳、平均勤続12年2ヶ月
(2023年8月現在)



スタッフコーディネート 登録者数 401名

STAFF START (バニッシュスタンダード社提供) は、店舗スタッフをDX化させ、自社ECサイトでオンライン接客を可能にします。
コーディネート投稿を通じて店舗スタッフがお客様に接客を行い、その売上や貢献を可視化し評価につなげます。



5. 店舗スタッフ活躍の場 <商品開発への参画>

👍 グッドスタイルアドバイザー

GOOD STYLE ADVISER

私たちが考えました!



全国のマックハウスに在籍している「グッドスタイルアドバイザー」
ジーンズなどお客様のお買い物をサポートしております。
その中でもお客様のご要望とスタッフ自身の「ほしい!」という声を集めて
オリジナルジーンズを発売しました。
この春はトレンドを意識した新商品も入荷!ぜひお試しください。



デザイン・フィット感・着心地など、接客からのお客様の声を商品開発にフィードバック

■ 店内POP

GOODSTYLE JEANS

NAVY

販売の現場から、ものづくりの現場へ

配色アドバイザー
 商品の色味や素材感を、お客様の肌色や髪色に合わせて提案し、最適なコーディネートをご提案いたします。

補完アドバイザー
 お客様の体型や好みに合わせて、最適なアイテムを提案し、全体のバランスを整えます。

コーディネート
 お客様のライフスタイルやシーンに合わせて、最適なコーディネートをご提案いたします。

トップアドバイザー
 お客様の体型や好みに合わせて、最適なトップスを提案し、全体のバランスを整えます。



お客様の「ほしいスタイル」に
 応えるジーンズを。
 期待以上の完成度を目指し、
 私たちが作っています。

お客様の「ほしいスタイル」に
 応えるジーンズを。
 期待以上の完成度を目指し、
 私たちが作っています。





**グッドスタイルアドバイザーの
おすすめアイテム**

ウエストゴムではき心地らくちん

プロの
アドバイザーが
教えます!

Good Point!
 ニットはお家で洗えるのもポイント

- ・キレイめカジュアル♡
- ・着回ししやすい
- ・いろんなスタイルに合います。

当店スタッフまでお気軽にお声掛けください



**グッドスタイルアドバイザーの
おすすめアイテム**

NAVYストレッチスカート

プロの
アドバイザーが
教えます!

Good Point!
 ストレッチがよくきいての楽ちん

- ・パーカーはビッグサイズで着回ししやすい
- ・ウエストゴムで履きやすい
- ・この秋に1着ぜひおすすめ

当店スタッフまでお気軽にお声掛けください



**グッドスタイルアドバイザーの
おすすめコーデ**

トップス
 ×
 インナー
 ×
 ボトムス

プロの
アドバイザーが
教えます!

Good Point!

- ・柔らかく心地良いレーヨン素材ワイド
- ・さらっと履きやすい冷感テーパーード
- ・かわいいデザインボーチ付きショルダー

コーディネートのご相談はお気軽に!

■ メールマガジン

気温別コーデを現地スタッフがおすすめ♪

シルバーウィークのご旅行・お出かけ服はコレで決まり

もう迷わない!“気温別”おすすめコーデ

20℃ 25℃ 30℃

9月の各地の気温

	最高気温	最低気温
札幌	22.8℃	14.8℃
東京	27.5℃	20.3℃
大阪	28.6℃	21.6℃
福岡	29.5℃	21.9℃

北海道旅行・お出かけ編

現地スタッフおすすめコーデ

20℃
秋風を楽しむなら
ニットカーディガン
が最適!

コーデを見る>

スタッフ名:もりた / アルティモール東神楽店 / 北海道

近畿旅行・お出かけ編

現地スタッフおすすめコーデ

25℃
十分涼しく感じる気温
にはサラッと着れる
カーデがベスト!

コーデを見る>

スタッフ名:モリ キミ / ビブレ新長田店 / 兵庫県

九州旅行・お出かけ編

現地スタッフおすすめコーデ

30℃
湿気が引いてくる
タイミングに
涼やか素材が◎

コーデを見る>

スタッフ名:藤絵 / イオンタウン日向店 / 宮崎県

LINE公式

スタッフのお出かけコーデ ♪

秋、どこ行く?

STAFF COORDINATE

シルバーウィーク
お出かけコーデ

START!

CODE 01 秋、どこ行く?

おしゃれカフェに!

USコットン 7分袖Tシャツ (メンズ)

こっくり深みのある赤のトッスは秋にぴったり。ゆったりシルエットでトレンド感もUP!

ミリタリースカート

1枚で主役級のアイテム! ベージュカラーは着回し力抜群で使いやすい。足元はコンパクトにするとメリハリが出て◎

yui / 身長164cm

CODE 03 秋、どこ行く?

美術館に!

プチハイネック プルオーバー

シアー感と裾のメロウが大人可愛いアイテム。落ち着いた印象にしたいなら甘すぎない黒が◎

ベルト付き スラプスカーチョ

秋感たっぷりフラウン。女性らしく上品なふわっとシルエット。スニーカーでカジュアルダウンしてこなれ感を♪

Yuumi / 身長167cm

CODE 02 秋、どこ行く?

アウトドアに!

デニムシャツワンピース

羽織としても使えて、秋に大活躍! ポーターTと合わせてボーイッシュに着こなすのも洒落♥

ベルト付き スラプスカーチョ

スカート見えるワイドパンツははき心地抜群! 全体のトーンを合わせて大人カジュアルに。

yumi / 身長153cm

CODE 04 秋、どこ行く?

映画館に!

USコットン ボーダー長袖Tシャツ

季節感のある色とトレンド感のあるシルエットだから、1枚でラフに着てもキマる。着心地もGOOD!

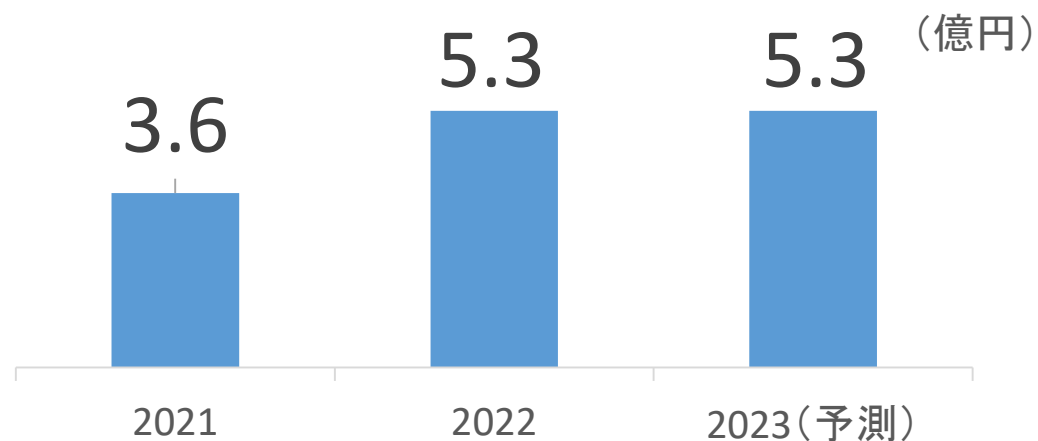
マイデニ ストレート

ストレスフリーなはき心地で毎日着たい! コーデに迷ったらコレ、王道ジーンズ。

たあぼ / 身長179cm

6. オンラインストア現状と売上計画

■ 売上高推移



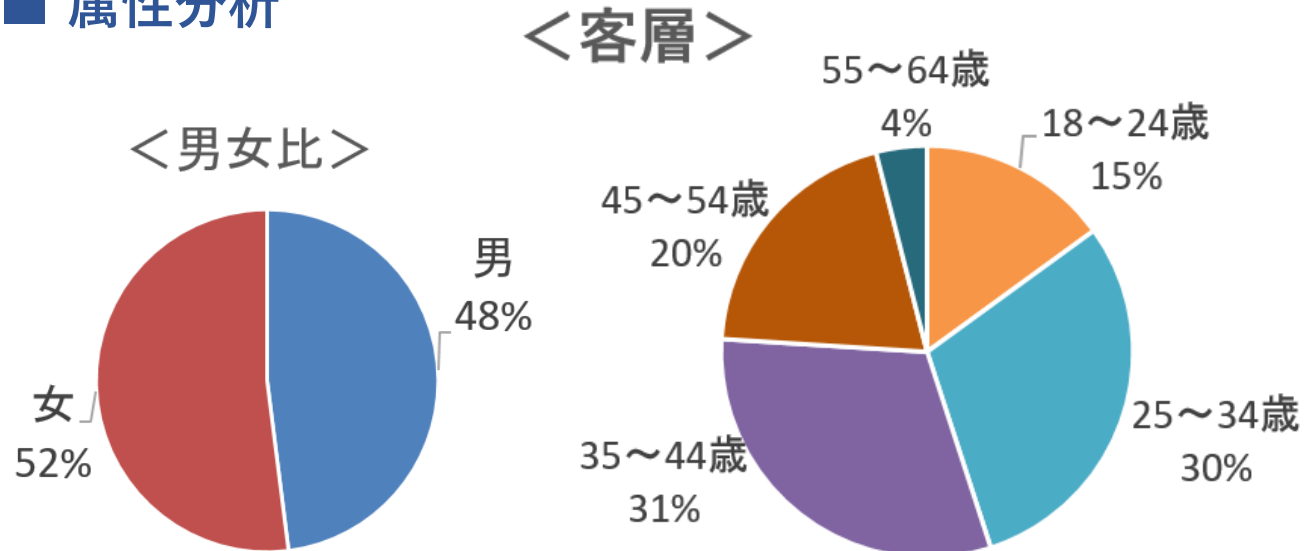
売上高は前年横ばいの5.3億予測。ECささげ業務の内製化を進め、経費圧縮により収益構造改善を図る。

店舗受取りは本年4月より全国サービスを開始。

9月直近の自社サイトの注文に対しての店頭受け取り比率は30%まで認知度が高まってきております。



■ 属性分析



話題のコンテンツ商品やナショナルブランドが売れ筋となり、リアル店舗に比べ、男性客比率が高い。また、SNSから流入があるため、リアル店舗に比べて年齢層も18~34歳の集客に繋がっている。



7. 2024年2月期 通期業績予想

(単位: 百万円、%)

	前期実績	今期計画	前期比
売上高	18,443	18,000	97.6%
営業利益	▲ 726	▲ 550	—
経常利益	▲ 617	▲ 500	—
当期純利益	▲ 1,056	▲ 750	—

《出退店計画》

出店 : 10店舗

退店 : 58店舗

期末店舗数 : 272店舗

《期末配当予想》

無配

企業理念に基づき、課題に対しての具体的な取り組みを実践し、業績回復を目指してまいります。

Mac-House