



2026年5月19日

各位

会社名 HUMAN MADE 株式会社
代表者名 代表取締役 CEO 兼 COO 松沼 礼
(コード番号：456A 東証グロース)
問合せ先 取締役 CFO 柳澤 純一
(TEL. 03-6823-7801)

(訂正) 「事業計画及び成長可能性に関する事項」の一部訂正について

当社は、2026年3月26日に開示いたしました「事業計画及び成長可能性に関する事項」の一部に訂正すべき事項がございましたので、下記の通り訂正いたします。

記

1. 訂正の理由

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の記載内容の一部に誤りがあることが判明したため、訂正するものです。

2. 訂正の内容

詳細は添付の別紙をご確認ください。訂正箇所には下線を付しております。また、訂正後の「事業計画及び成長可能性に関する事項」については、当社ホームページに掲載いたします。

※当社ホームページ「事業計画及び成長可能性に関する事項」掲載 URL

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS04974/aaaa1206/ba95/42aa/9c5b/79e5eb320bc4/20260519154345029s.pdf>

以上

<別紙>

「事業計画及び成長可能性に関する事項」15 ページ

【訂正前】

販売チャネルー国内直営店舗

店舗において、高い面積当たり販売効率を実現

国内直営店8店舗は良質なブランド体験を提供する主要都市店舗と都心商業施設の高効率店舗を戦略的に展開

店舗	OFFLINE STORE	HARAJUKU	SHIBUYA PARCO	1928	SHINSAIBASHI PARCO	SAPPORO	FUKUOKA	KOBE
オープン	2021年7月	2020年7月	2021年7月	2021年7月	2021年7月	2021年7月	2021年7月	2026年2月
所在地	東京都渋谷区神宮前	東京都渋谷区神宮前	東京都渋谷区宇田川町	京都府京都市中京区弁慶石町	大阪府大阪市中央区心斎橋筋	北海道札幌市中央区南三条西	福岡県福岡市中央区大名	兵庫県神戸市中央区海岸通
店舗面積	151.51㎡	26.01㎡	42.51㎡ (Part1/2の合計)	190.8㎡	23.47㎡	32.84㎡	181.79㎡	264.95㎡
売上高/前年比成長率	約12.1億円/110%	約12.4億円/178%	約12.4億円/132%	約7.8億円/135%	約14.9億円/160%	約5.0億円/152%	約11.7億円/182%	-
㎡売上(26/1期)	約8.0百万円	約47.8百万円	約29.2百万円	約4.1百万円	約63.5百万円	約15.4百万円	約6.5百万円	-

HUMAN MADE Inc. Copyright© HUMAN MADE Inc. ALL RIGHTS RESERVED. 15

【訂正後】

販売チャネルー国内直営店舗

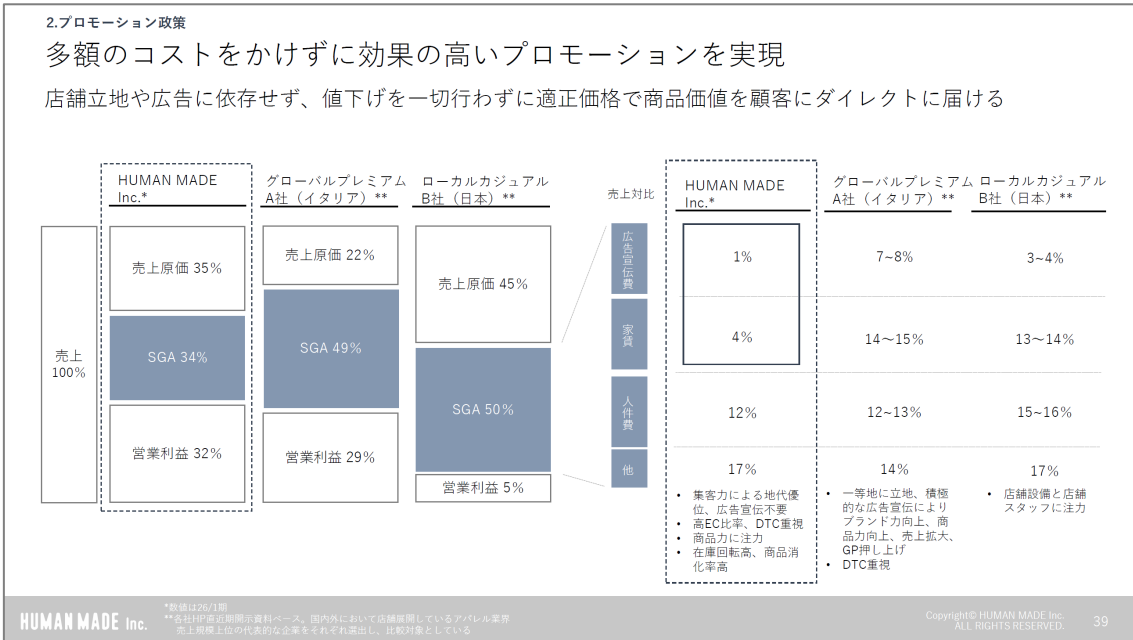
店舗において、高い面積当たり販売効率を実現

国内直営店8店舗は良質なブランド体験を提供する主要都市店舗と都心商業施設の高効率店舗を戦略的に展開

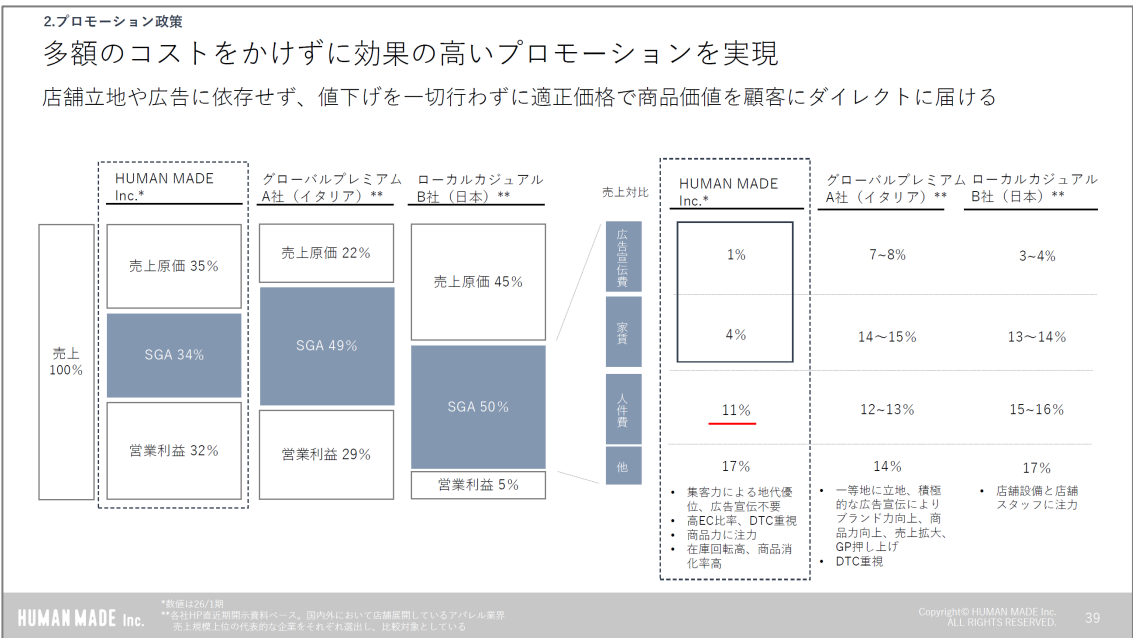
店舗	OFFLINE STORE	HARAJUKU	SHIBUYA PARCO	1928 (KYOTO)	SHINSAIBASHI PARCO	SAPPORO	FUKUOKA	KOBE
オープン	2021年7月	2020年7月	2019年11月	2019年5月	2022年11月	2023年8月	2024年4月	2026年2月
所在地	東京都渋谷区神宮前	東京都渋谷区神宮前	東京都渋谷区宇田川町	京都府京都市中京区弁慶石町	大阪府大阪市中央区心斎橋筋	北海道札幌市中央区南三条西	福岡県福岡市中央区大名	兵庫県神戸市中央区海岸通
店舗面積	151.51㎡	26.01㎡	42.51㎡ (Part1/2の合計)	190.8㎡	23.47㎡	32.84㎡	181.79㎡	264.95㎡
売上高/前年比成長率	約12.1億円/110%	約12.4億円/178%	約12.4億円/132%	約7.8億円/135%	約14.9億円/160%	約5.0億円/152%	約11.7億円/182%	-
㎡売上(26/1期)	約8.0百万円	約47.8百万円	約29.2百万円	約4.1百万円	約63.5百万円	約15.4百万円	約6.5百万円	-

HUMAN MADE Inc. Copyright© HUMAN MADE Inc. ALL RIGHTS RESERVED. 15

【訂正前】



【訂正後】



【訂正前】

グローバル戦略-日本

国内では増大する需要に対応する大型店舗がないことがボトルネック

店舗を4タイプに分けて、基準や定義を明確化し、ブランド価値を毀損することのないように展開する方針
現状、大型店舗を出せておらず販売面積がボトルネックになっている

社内基準			既存店舗情報*1				
	定義	想定SKU数	想定面積	既存店舗	面積	月商	年間売上/㎡
旗艦店 (大型店舗) 未出店	HUMAN MADEを代表するブランディングが望める店 フルラインナップの品揃えが可能 東京に2~3、大阪に1~2程度	アパレル：100以上 グッズ：100以上	330~660 ㎡	—	—	—	—
			↑ 2.5~4倍				
標準店	通常通りのアイテムリリースを行う、標準となる店	アパレル：40以上 グッズ：40以上	100~260 ㎡	オフラインストア 福岡	152㎡ 182㎡	101M 98M	8M 6M
小型店	HUMAN MADEの定番商品を中心に高回転で販売していく店 Tシャツなど、一部のカテゴリのみの品揃え	アパレル：30以上 グッズ：30以上	30~100 ㎡	渋谷バルコ ラフォーレ原宿 心齋橋バルコ 札幌	43㎡ 26㎡ 23㎡ 33㎡	103M 104M 124M 42M	29M 48M 63M 15M
コンセプト店	“The Future Is In The Past”を体現するような物件を基準とした店 商品ではなく、ブランドの世界観を提供することが目的	—	100~330 ㎡	京都1928 神戸	191㎡ 365㎡	65M —	4M —

HUMAN MADE Inc. *数値は26/1期 Copyright© HUMAN MADE Inc. ALL RIGHTS RESERVED. 46

【訂正後】

グローバル戦略-日本

国内では増大する需要に対応する大型店舗がないことがボトルネック

店舗を4タイプに分けて、基準や定義を明確化し、ブランド価値を毀損することのないように展開する方針
現状、大型店舗を出せておらず販売面積がボトルネックになっている

社内基準			既存店舗情報*1				
	定義	想定SKU数	想定面積	既存店舗	面積	月商	年間売上/㎡
旗艦店 (大型店舗) 未出店	HUMAN MADEを代表するブランディングが望める店 フルラインナップの品揃えが可能 東京に2~3、大阪に1~2程度	アパレル：100以上 グッズ：100以上	330~660 ㎡	—	—	—	—
			↑ 2.5~4倍				
標準店	通常通りのアイテムリリースを行う、標準となる店	アパレル：40以上 グッズ：40以上	100~260 ㎡	オフラインストア 福岡	152㎡ 182㎡	101M 98M	8M 6M
小型店	HUMAN MADEの定番商品を中心に高回転で販売していく店 Tシャツなど、一部のカテゴリのみの品揃え	アパレル：30以上 グッズ：30以上	30~100 ㎡	渋谷バルコ ラフォーレ原宿 心齋橋バルコ 札幌	43㎡ 26㎡ 23㎡ 33㎡	103M 104M 124M 42M	29M 48M 63M 15M
コンセプト店	“The Future Is In The Past”を体現するような物件を基準とした店 商品ではなく、ブランドの世界観を提供することが目的	—	100~330 ㎡	京都1928 神戸	191㎡ <u>265㎡</u>	65M —	4M —

HUMAN MADE Inc. *数値は26/1期 Copyright© HUMAN MADE Inc. ALL RIGHTS RESERVED. 46

以上