



大切な想いの、すぐそばに。

決算説明資料

| 2025年12月期 第2四半期



1. 決算概況

- 業績ハイライト
- 損益計算書の詳細
- 貸借対照表の詳細
- 重要財務指標の実績

2. 当期レビュー

- 事業概況
- 重点施策の進捗状況

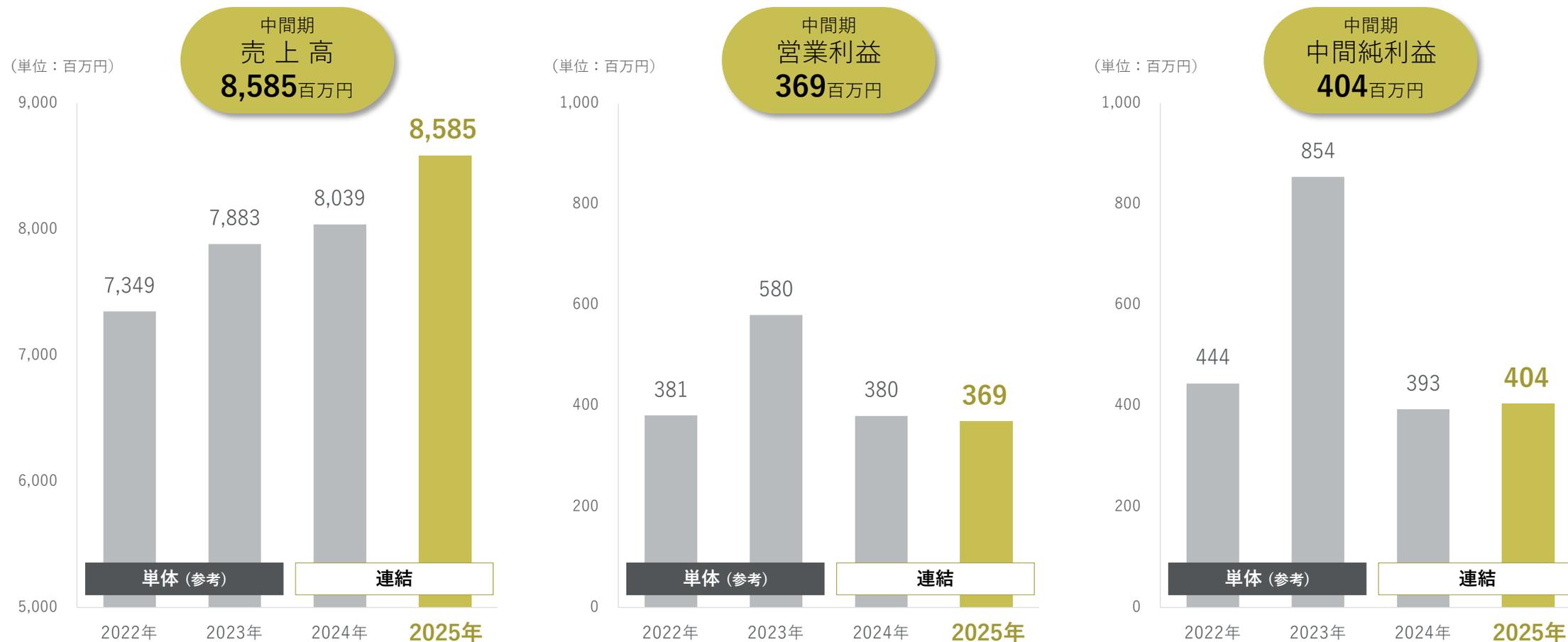
3. その他データ

- 販売チャネル別売上高
- 実店舗数の推移
- EC売上高及びEC化率の推移

1. 決算概況

1. 決算概況 業績ハイライト

売上高は、子会社が連結対象となったこともあり増収となりました。営業利益は、フォーマル事業における販管費比率の上昇で、わずかながら減益となりました。



※前中間連結会計期間より、株式会社キャナルジーン的全株式を取得し子会社化したことに伴い同社を連結の範囲に含めております。ただし、前中間連結会計期間においては貸借対照表のみを連結しており、損益計算書につきましては子会社株式の取得関連費用のみをセグメント利益の調整額として計上しております。

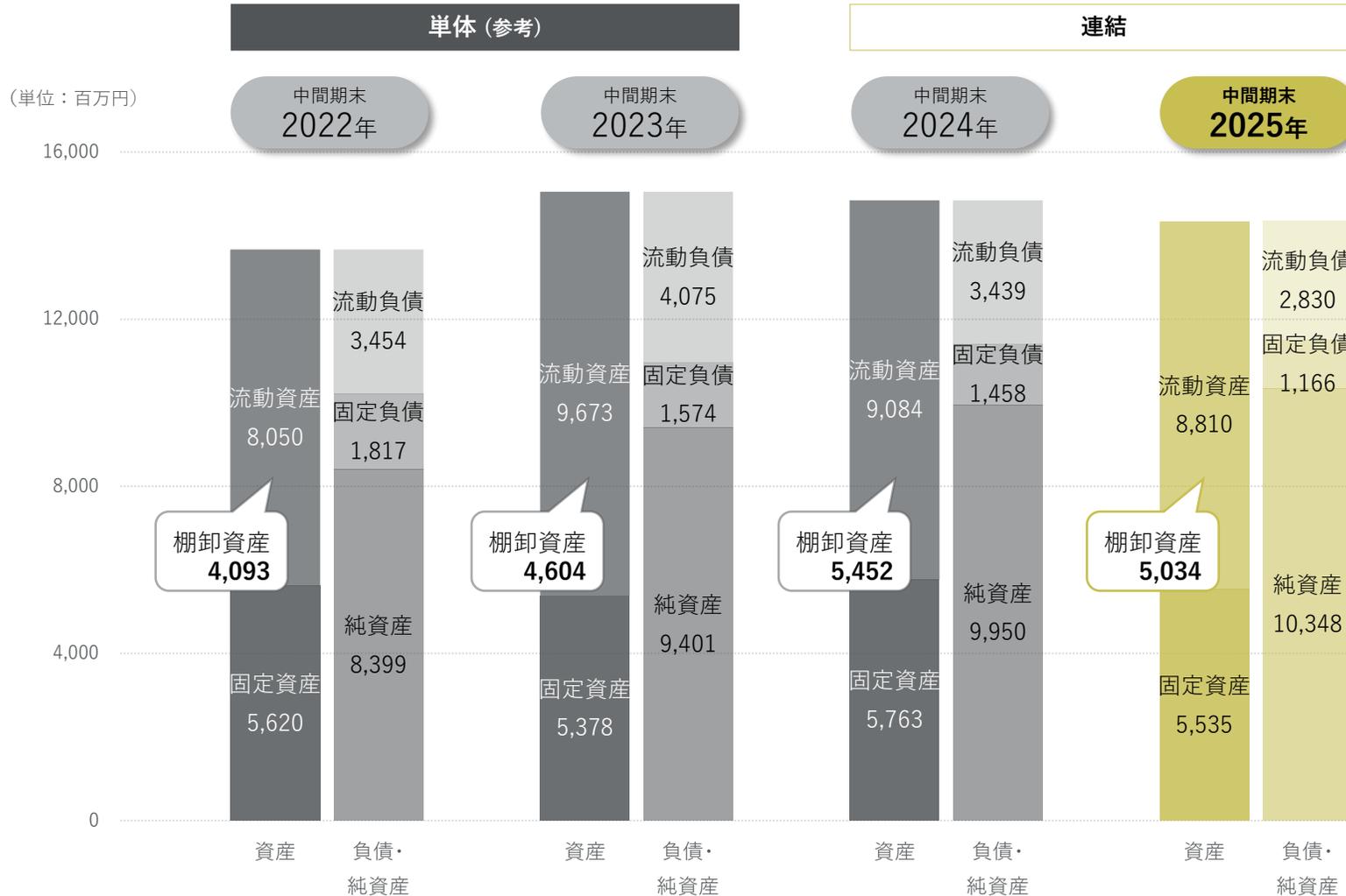
1. 決算概況 損益計算書の詳細

粗利率の高い小売の売上構成比の上昇もあり、売上総利益率は対前年+0.7[㊦]改善しました。また投資有価証券売却益計上により中間純利益は微増となりました。

(単位:百万円/%)	単体 (参考)		連結		対前年 増減比	対前年 増減率
	中間期 2022年	中間期 2023年	中間期 2024年	中間期 2025年		
売上高	7,349	7,883	8,039	8,585	+545	+6.8%
売上総利益	3,753	4,165	4,158	4,499	+341	+8.2%
(率)	51.1	52.8	51.7	52.4	+0.7 [㊦]	-
販管費	3,371	3,585	3,777	4,130	+352	+9.3%
(率)	45.9	45.5	47.0	48.1	+1.1 [㊦]	-
営業利益	381	580	380	369	▲10	▲2.9%
(率)	5.2	7.4	4.7	4.3	▲0.4 [㊦]	-
中間純利益	444	854	393	404	+11	+2.9%

1. 決算概況 貸借対照表の詳細

非事業資産の圧縮・棚卸資産回転率の改善等の効率化を推し進め、総資産は対前年増減比▲503百万円となる143億45百万円となりました。



【流動資産】	対前年増減比	▲274百万円
	棚卸資産	▲418
	売上債権	▲203
	現金・預金	+359
【固定資産】	同	▲228百万円
	投資有価証券	▲118

【流動負債】	同	▲609百万円
	仕入債務	▲497
	仕入債務の減少は主に仕掛・仕入の減少によるも	
【固定負債】	同	▲291百万円
	繰延税金負債	▲163
【純資産】	同	+397百万円
	利益剰余金	+343

1. 決算概況 重要財務指標の実績

効率的な財務体質の構築を実現するための指標として、以下の3項目を重要財務指標と位置付けています。

	単体 (参考)		連結		対前年 増減比	
	中間期 2022年	中間期 2023年	中間期 2024年	中間期 2025年		
棚卸資産回転率 の改善	1.69回転	1.84回転	1.53回転	1.73回転	+0.20回転	対期首増減比では棚卸資産額が増加しているものの、売上が伸長したことで回転率是对前年増減比+0.20回転となりました。
売上総利益率 の向上	51.1%	52.8%	51.7%	52.4%	+0.7 [㊦]	原材料価格や縫製工賃の上昇の影響はありましたが、製造コストの維持・抑制や販売価格の見直し等の対策によって同+0.7 [㊦] となりました。
販管費比率 の改善	45.9%	45.5%	47.0%	48.1%	+1.1 [㊦]	効率化のための経費コントロールの徹底は継続しているものの、春商戦以降はフォーマル事業が伸び悩み、同+1.1 [㊦] となりました。

2. 当期レビュー

2. 当期レビュー 事業概況 – 事業別売上構成比 –

卸売から小売へのシフトを進めており、事業別売上構成比は想定通りの進捗となっています。

(単位：%)	単体 (参考)		連結		対前年 増減比	
	中間期 2022年	中間期 2023年	中間期 2024年	中間期 2025年		
小売事業 SC・EC・CANAL JEAN	15.2	15.4	16.4	26.4	+10.1 ^{割合}	CANAL JEANが本年より連結対象となったことに加えて、フォーマル事業でもECは売上高対前年増減率8.5%増、SCは同7.1%増と伸長したことで、構成比は大きく上昇。
卸売事業 百貨店・量販店	67.9	69.1	68.1	60.4	▲7.7 ^{割合}	百貨店は主力大型店舗を含む閉店等の影響で同7.5%減、量販店で同3.9%減となり、構成比は低下。
新規事業 レンタル・kuros'	0.4	0.7	0.7	1.0	+0.3 ^{割合}	レンタルは同17.8%増、kuros'は同96.7%増と堅調に推移。
その他 専門店・通販	16.5	14.8	14.8	12.1	▲2.7 ^{割合}	主力販路の不振もあり、同12.6%減と厳しい状況で、構成比も低下。

2. 当期レビュー 事業概況 – 商品別売上高 –

ブラックおよびカラーフォーマルの売上高は、春商戦のキャンペーン強化等の対策を講じましたが、主力大型店舗を含む閉店の影響もあり前年を下回りました。

(単位：百万円)	単体 (参考)		連結		対前年 増減率	
	中間期 2022年	中間期 2023年	中間期 2024年	中間期 2025年		
フォーマル事業	ブラック フォーマル	4,769	5,167	5,294	5,027	▲5.0%
	カラー フォーマル	1,409	1,451	1,489	1,439	▲3.4%
	アクセサリー	1,170	1,263	1,255	1,268	1.0%
ライフスタイル事業 CANAL JEAN	-	-	-	849	-	



※2024年中間期においては、株式会社キャナルジーンは損益計算書上の連結対象となっていない(P.4参照)ため、上記の売上高には同社分は含んでおりません。

事業領域の拡大(長期ビジョンへの挑戦)

狙うべきマーケットの拡張 (フォーマルライフマーケットでの価値提案)



フォーマルの枠を超えたオリジナルアイテムの展開

- ・フォーマルと日常服の中間に位置する、着用シーンにとらわれない「オケージョンウェア」を展開。
- ・「たためる・洗える」ブラックフォーマルのブランドや素材や着心地にこだわったストレスフリーなドレスブランド等、当社にしかないオリジナルアイテムを開発。



リトルオケージョンの訴求によるニーズの掘り起こし

- ・春の卒入学シーズンに、全社キャンペーン「心も胸もハレる服 - Ceremony 2025-」を実施。販路共通の店頭ビジュアルやサイト上の特集ページにコンテンツを準備し、セレモニー需要を喚起。
- ・レンタルにおいて、クルーズ会社「プリンセス・クルーズ」とのパートナーシップを締結。

事業領域の拡大(長期ビジョンへの挑戦)

顧客体験価値の向上



様々な販路・業態の出店による顧客接点の拡大

- ・ オケージョンやアイテムに特化した、新しい形のコンセプトショップの期間限定展開。
(セレモニー特化「心も胸もハレル服」、ドレス特化「THE DRESS PARK」)
- ・ 直営店フォルマフォルマの新規出店を強化。
(イオンモール川口前川(4月)、イオンモール水戸内原(5月))
- ・ ECモールへの新規出店を強化。

選択したモデルの着用イメージ



オフィシャルECサイトのサービス拡充

- ・ FaceChange(モデルの着用画像をユーザーの顔に置き換えることができるAIを活用したサービス)の導入で、より個人的な新しい購入体験を実現。
- ・ 商品面では、予約販売や限定商材の展開等のオフィシャルECサイトならではの施策を強化。

2. 当期レビュー 重点施策の進捗状況

事業領域の拡大(長期ビジョンへの挑戦)

ライフスタイル事業の拡大 **CANAL JEAN**



厳選した地域への出店による顧客接点の拡大

- リアル店舗では大阪・神戸の関西圏での2店舗展開だったキャナルジーンが、首都圏では初となる常設店舗を「ルミネエスト新宿」にオープン。



ブランド認知度の向上

- kuros' KITTE丸の中で、期間限定商品の紹介・販売等のインショップイベントを実施。
- kuros' オフィシャルECサイト内のコンテンツで、商品にこめられた作り手の想い等、ブランドのアイデンティティを発信

事業基盤の強化(環境変化への対応)

コーポレートブランドの浸透



新たな顧客基盤の構築

- “目的買い”が多いフォーマルを購入されたお客様との接点をLINE上で構築し、リピーターの創出とLTV(顧客生涯価値)の向上を目指す取組を開始。
- 公式Instagramのコンテンツを見直し、より消費者が求めるフォーマルのルールとマナー等のお役立ち情報を拡充。

サステナブル経営の実践



持続可能な社会の発展に貢献する取り組みの推進

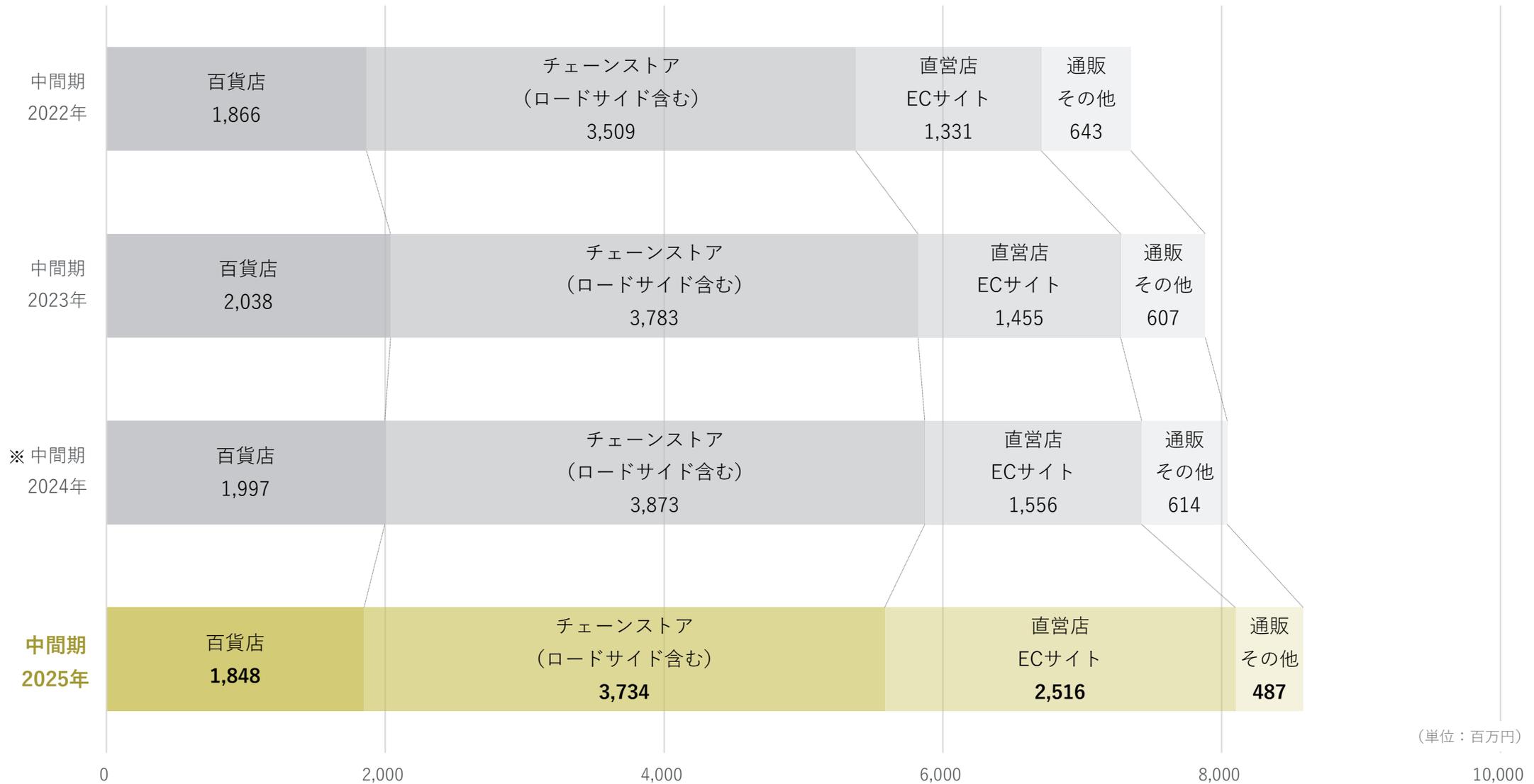
- 24年11月、公益財団法人東京都ひとり親家庭福祉協議会の「七五三を祝う会」に参加。参加されたお付き添いのお母様にフォーマルウェアを無償で貸し出し、コーディネートを担当。
- 一部ショッパーのバイオ素材への切り替えや回収キャンペーンBRINGを通じた継続的な衣料品回収等、地球環境へ配慮した取り組みを強化。

3.その他データ

3.その他データ 販売チャネル別売上高

単体
(参考)

連結



※本データは「販売チャネル別の売上高を四捨五入で表示しており、合計が決算短信における全社の売上高と一致しない場合がございます。

また、本データにおける販売チャネルは、9ページの当社の事業別のセグメントとは異なります。

※2024年中間期においては、株式会社キャナルジーンは損益計算書上の連結対象となっていない(P.4参照)ため、上記の売上高には同社分は含んでおりません。

3.その他データ 実店舗数の推移

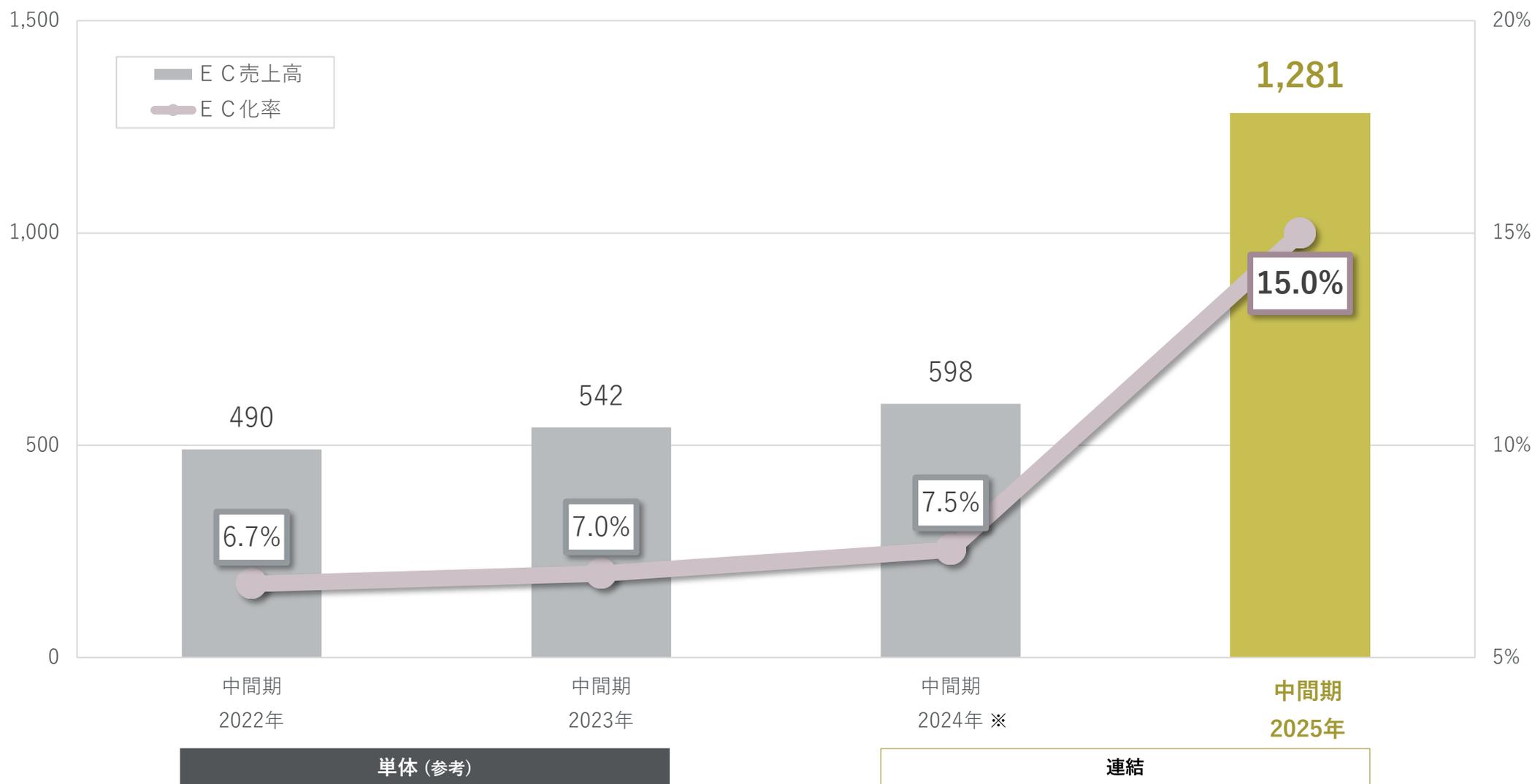
		中間期末 2022年	中間期末 2023年	中間期末 2024年	中間期末 2025年	中間期末 増減比
実店舗数	百貨店	121	111	111	102	▲9
	（うち、モノポリー）	54	49	52	50	▲2
	量販店	563	546	531	506	▲25
	（うち、モノポリー）	265	248	241	231	▲10
	フォルムフォルマ	25	26	28	30	+2
	アウトレット	8	8	7	7	-
	レンタル	1	1	1	1	-
	kuros'	1	1	1	1	-
CANAL JEAN	-	-	-	3	+3	
計		719	693	679	650	▲29

※店舗数は各年度の中間期末時点で店頭展開している売場数を参照しております（同一店舗に2か所売場がある場合は2店舗と換算）。

※期間限定展開等の催事及びロードサイドは除外しています。

※モノポリー店舗とは、当社1社体制の売場を指しています。

3.その他データ EC売上高及びEC化率の推移



※2024年中間期においては、株式会社キャナルジーンは損益計算書上の連結対象となっていない(P.4参照)ため、上記の売上高には同社分は含んでおりません。

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。