



大切な想いの、すぐそばに。

決算説明資料

| 2026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

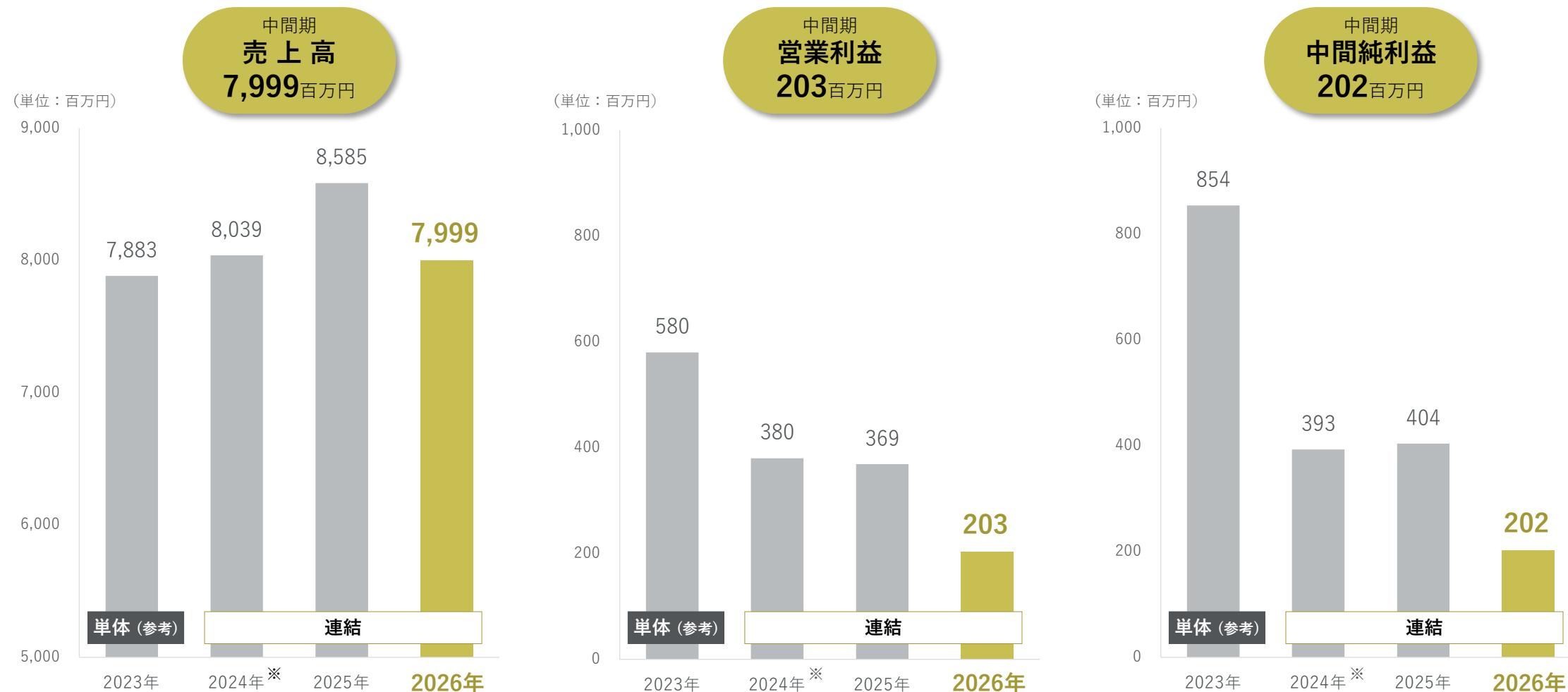
3. その他データ

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、主要販路である卸売事業の伸び悩みにより減収となりました。営業利益は、販管費の抑制に努めたものの売上減少の影響を吸収できず減益となりました。



1. 決算概況 損益計算書の詳細

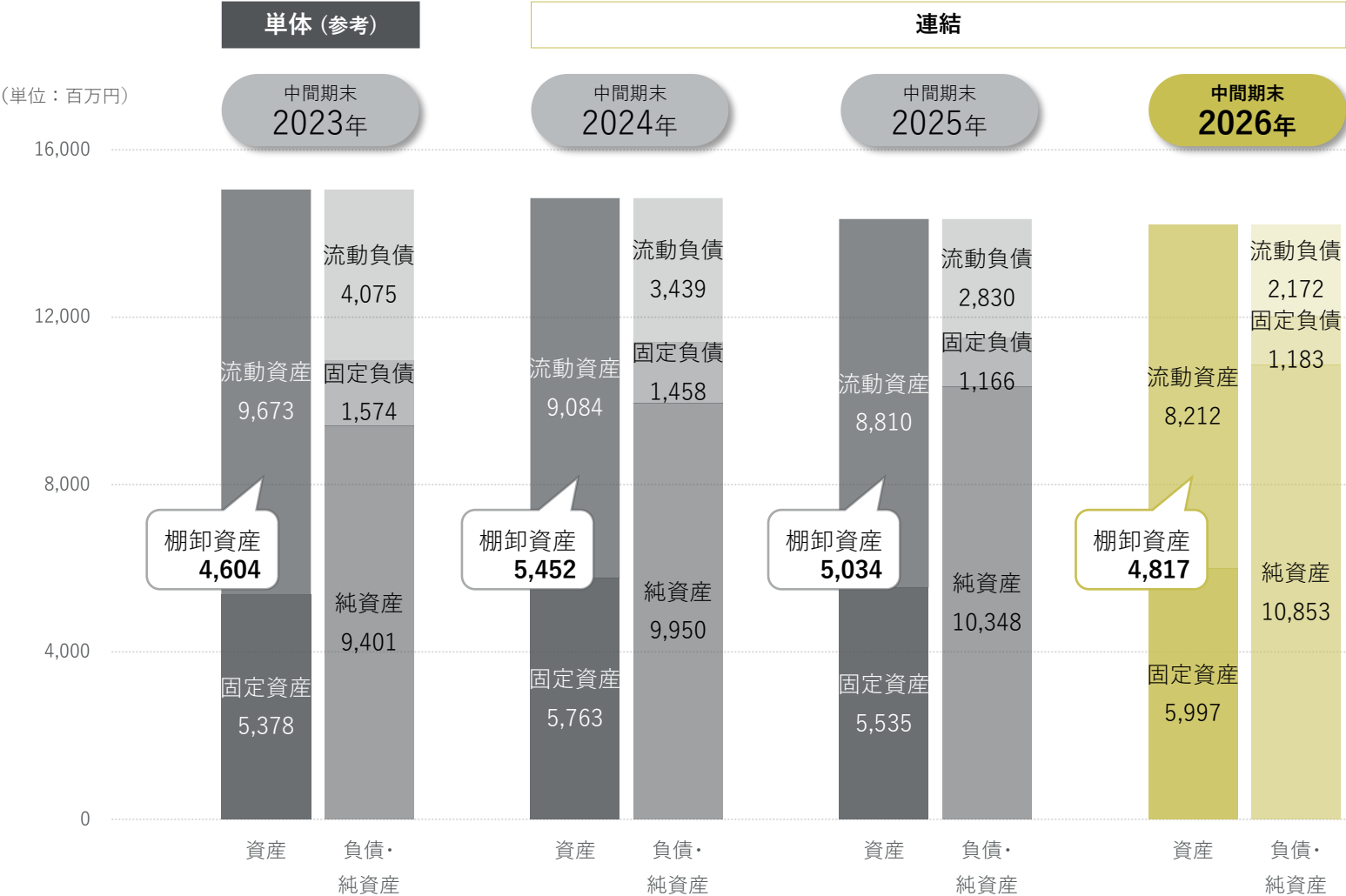
売上減少の影響により営業利益は減少したものの、粗利益率の高い事業の強化を進めたことに加え、売上構成の変化もあり売上総利益率は改善しました。

(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 2023年	中間期 2024年※	中間期 2025年		
売上高	7,883	8,039	8,585	7,999	▲586 ▲6.8%
売上総利益	4,165	4,158	4,499	4,344	▲154 ▲3.4%
(率)	52.8	51.7	52.4	54.3	+1.9% -
販管費	3,585	3,777	4,130	4,141	+11 +0.3%
(率)	45.5	47.0	48.1	51.8	+3.7% -
営業利益	580	380	369	203	▲166 ▲45.0%
(率)	7.4	4.7	4.3	2.5	▲1.8% -
中間純利益	854	393	404	202	▲202 ▲49.9%

※2024年の損益計算書において株式会社キャナルジーンが連結対象となっていなかったため、上記の2024年実績は同社分を含んでおりません。

1. 決算概況 貸借対照表の詳細

在庫コントロールの強化により棚卸資産の圧縮を進めました。一方で、売上減少等に伴い売上債権および現金・預金は減少しました。



【流動資産】	
対前年増減比	▲597百万円
現金・預金	▲233
棚卸資産	▲217
売上債権	▲179
【固定資産】	
同	+ 462百万円
投資有価証券	+ 695

【流動負債】	
同	▲657百万円
仕入債務	▲455
仕入債務の減少は主に仕掛・仕入の減少によるもの	
【固定負債】	
同	+ 16百万円
【純資産】	
同	+ 505百万円
その他有価証券評価差額金	+ 502

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 2023年	中間期 2024年	中間期 2025年		
棚卸資産回転率 の改善	1.84回転	1.53回転	1.73回転	1.70回転	▲0.03回転 売上減少の影響を受けたものの、在庫コントロールの強化により、前年並みを維持しました(対前年増減比▲0.03回転)。
売上総利益率 の向上	52.8%	51.7%	52.4%	54.3%	+ 1.9 _{ポイント} 原材料価格や縫製工賃の上昇の影響はありましたが、販売価格の見直しや高粗利益率事業の強化等により同+1.9 _{ポイント} となりました。
販管費比率 の改善	45.5%	47.0%	48.1%	51.8%	+ 3.7 _{ポイント} 経費コントロールを徹底したものの、売上減少により固定費負担が相対的に増加し、同3.7 _{ポイント} 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 –

小売事業及び新規事業の拡大を着実に進めることで、収益基盤の強化に向けた事業構成への転換が進みました。

(単位：%)	単体 (参考)	連結			対前年 増減比
	中間期 2023年	中間期 2024年※	中間期 2025年	中間期 2026年	
小売事業 SC・EC・CANAL JEAN	15.4	16.4	26.4	30.4	+ 3.9 _{ポイント} 売上高対前年増減比7.0%増。ECが同17.4%増と大きく伸長した他、SC・CANAL JEANも堅調に推移し、構成比は+ 3.9 _{ポイント} となりました。
卸売事業 百貨店・量販店	69.1	68.1	60.4	60.0	▲ 0.4 _{ポイント} 同7.4%減。百貨店・量販店向け販売が伸び悩んだことに加え、閉店や不採算店舗からの撤退等の影響もあり減収となりました。一方、構成比は▲ 0.4 _{ポイント} と前年並みを維持しました。
新規事業 レンタル・kuros'	0.7	0.7	1.0	1.9	+ 0.9 _{ポイント} 同70.2%増。新規出店(期間限定の出店を含む)による売上増に加え、既存店も着実に伸長し、構成比は+ 0.9 _{ポイント} となりました。
その他 専門店・通販	14.8	14.8	12.1	7.7	▲ 4.4 _{ポイント} 同40.7%減。前年下期に実施した収益性の低い販路からの撤退の影響等により、構成比は▲ 4.4 _{ポイント} となりました。

※2024年の損益計算書において株式会社キャナルジーンが連結対象となっていなかったため、上記の2024年実績は同社分を含んでおりません。

2. 当期レビュー 事業概況 – 商品別売上高 –

売上構成比の約6割を占める主力商品のブラックフォーマルが前年を下回り、全社売上の減少要因となりました。一方、その他のアイテムは概ね前年並みに推移しました。

(単位：百万円)		単体 (参考)	連結		対前年 増減率
		中間期 2023年	中間期 2024年※	中間期 2025年	
フォー ー マ ル 事 業	ブラック フォーマル	5,167	5,294	5,027	4,429▲11.9%
	カラー フォーマル	1,451	1,489	1,439	1,4601.4%
	アクセサリー	1,263	1,255	1,268	1,247▲1.7%
ライフスタイル事業 CANAL JEAN		-	-	849	8621.5%



※2024年の損益計算書において株式会社キャナルジーンが連結対象となっていないため、上記の2024年実績は同社分を含んでおりません。

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)

顧客体験価値の向上



直営店の出店による顧客接点の拡大

- ・ フォルムフォルマは、出店を加速し、初出店となる九州エリア(福岡)を含む4店舗をオープン。
- ・ レンタルドレスは、お問い合わせが増加傾向にある東海エリア(名古屋)に、青山店に次ぐ2店舗目をオープン。

顧客接点の強化



サイトリニューアルによる顧客満足度の向上(CANAL JEAN)

- ・ オフィシャルECサイトをリニューアルし、スタッフスタイリングやライブコマース機能を導入。デジタル接客を強化し、顧客体験を向上。
- ・ 店舗とオフィシャルサイトのポイントを共通化し、店舗・サイト間の相互送客を促進。利便性を高め、シームレスな購入体験を実現。

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)

ブランド認知度の向上 / 顧客接点の強化



厳選した地域への出店による顧客接点の拡大(kuros')

- ・注目度の高い大型商業施設「ニューマン高輪」に期間限定(25年10月～26年5月)で出店。新たな顧客接点を創出し、ブランドの認知拡大を推進。
- ・アパレルだけでなく生活雑貨やキッチン用品など幅広い商品を展開し、「黒」を軸としたライフスタイルブランドの世界観を発信。



法人・大口需要の開拓による顧客接点の拡大(kuros')

- ・法人・個人の大口受注に対応し、飲食店・ホテル、クリニック・美容サロン、記念品需要などの新たな顧客層との接点を拡大。
- ・燕三条のカトラリー、美濃焼皿、京黒紋付染めのタオルなど、地域の優れた技術を活かした「黒」の商品を多様な利用シーンへ提案。

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)

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）



KAZENOA™ 素材性能比較

項目	当社通年用 フォーマル素材	新素材 KAZENOA™	比較値
 通気性 cm/(cm・s)	87.8	128.7	46%向上
 目付け 1㎡当たりの質量 (g/㎡)	194.9	139.6	28%軽量

リトルオケージョンの訴求によるニーズの掘り起こし

- ・卒入学式シーズンに教職員に向けたキャンペーンを実施し、「礼服」としてのブラックフォーマルを訴求。
- ・小柄人気インフルエンサーcahoさんを監修に迎え、低身長で小柄な方のお悩みに応えるセレモニースーツを開発。

オリジナルアイテムの展開拡充

- ・東レとの協業により、通気性と軽量性を大幅に向上させた機能素材「KAZENOA™」を採用したブラックフォーマルを展開。気候変動による「二季化」に対応し、現代の環境に則した新たな価値を提案。
- ・アクセサリーブランド「HARIO Lampwork Factory」とのコラボレーションで、修理しながら永く使えるガラスアクセサリーを展開。

2. 当期レビュー 重点施策の進捗状況

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

- 社名を冠したブランド「TOKYO SOIR(トウキョウ ソワール)」を昨年10月から展開し、「何を着ればいいのか分からない」というお客様の悩みに応える“新しいスタンダード”を提案。
- デビュー以来の好調な販売を背景に、展開店舗を76店舗から213店舗へ拡大し、ブランド認知の向上と販売機会の拡大を推進。

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

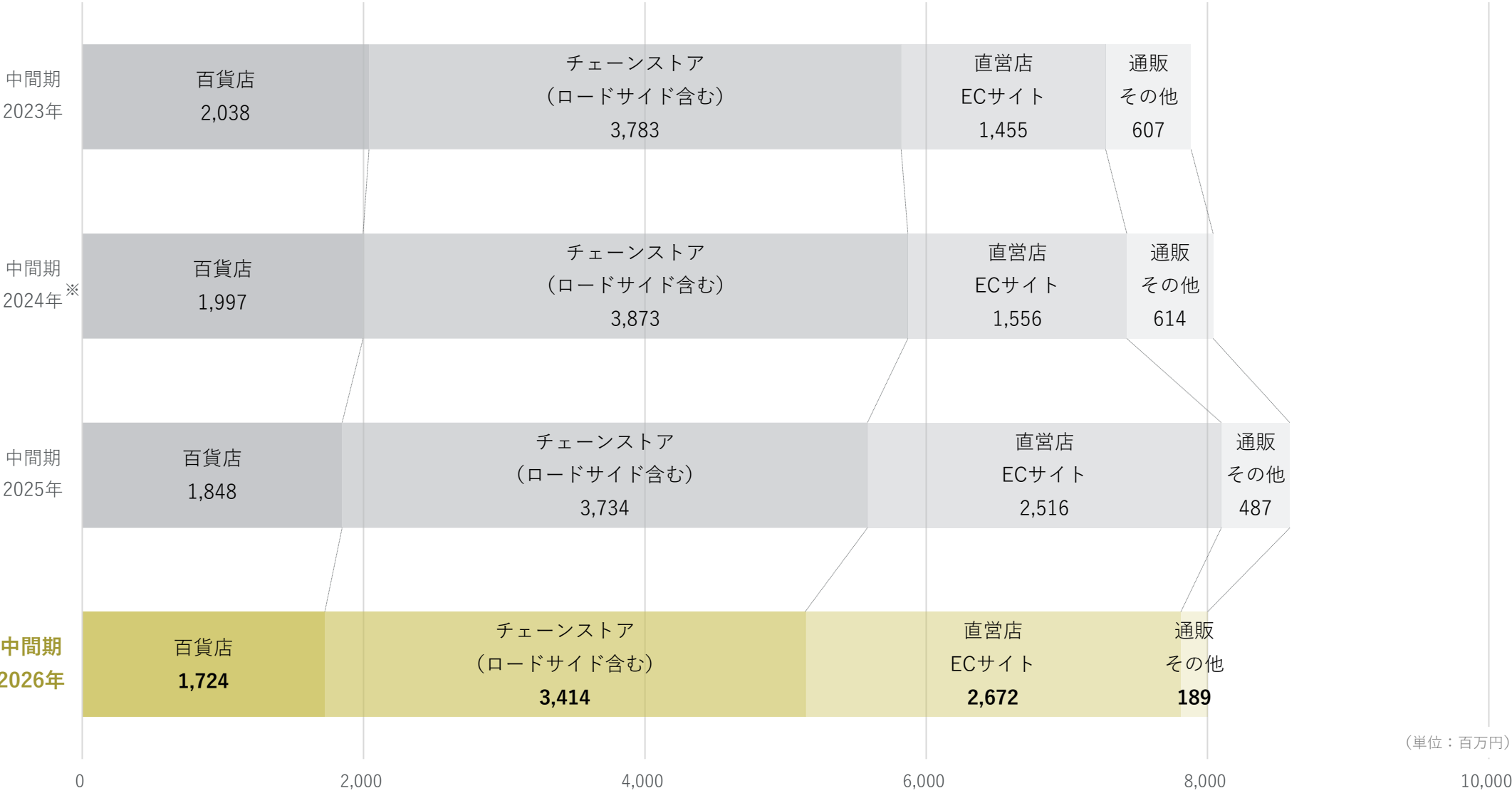
- 造形作家「イマイサヤカ」とコラボレーションし、役目を終えたフォーマルウェアを素材にして作成したぬいぐるみを販売するアップサイクルの活動を実施。
- 製品の一部に石川県産のジャカード生地を使用していることから、令和6年能登半島地震で被災した石川県の繊維産業の復興と技術・文化の継承に貢献するため「石川応援プロジェクト」に参加。

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年の損益計算書において株式会社キャナルジーンが連結対象となっていなかったため、上記の2024年実績は同社分を含んでおりません。

3.その他データ 実店舗数の推移

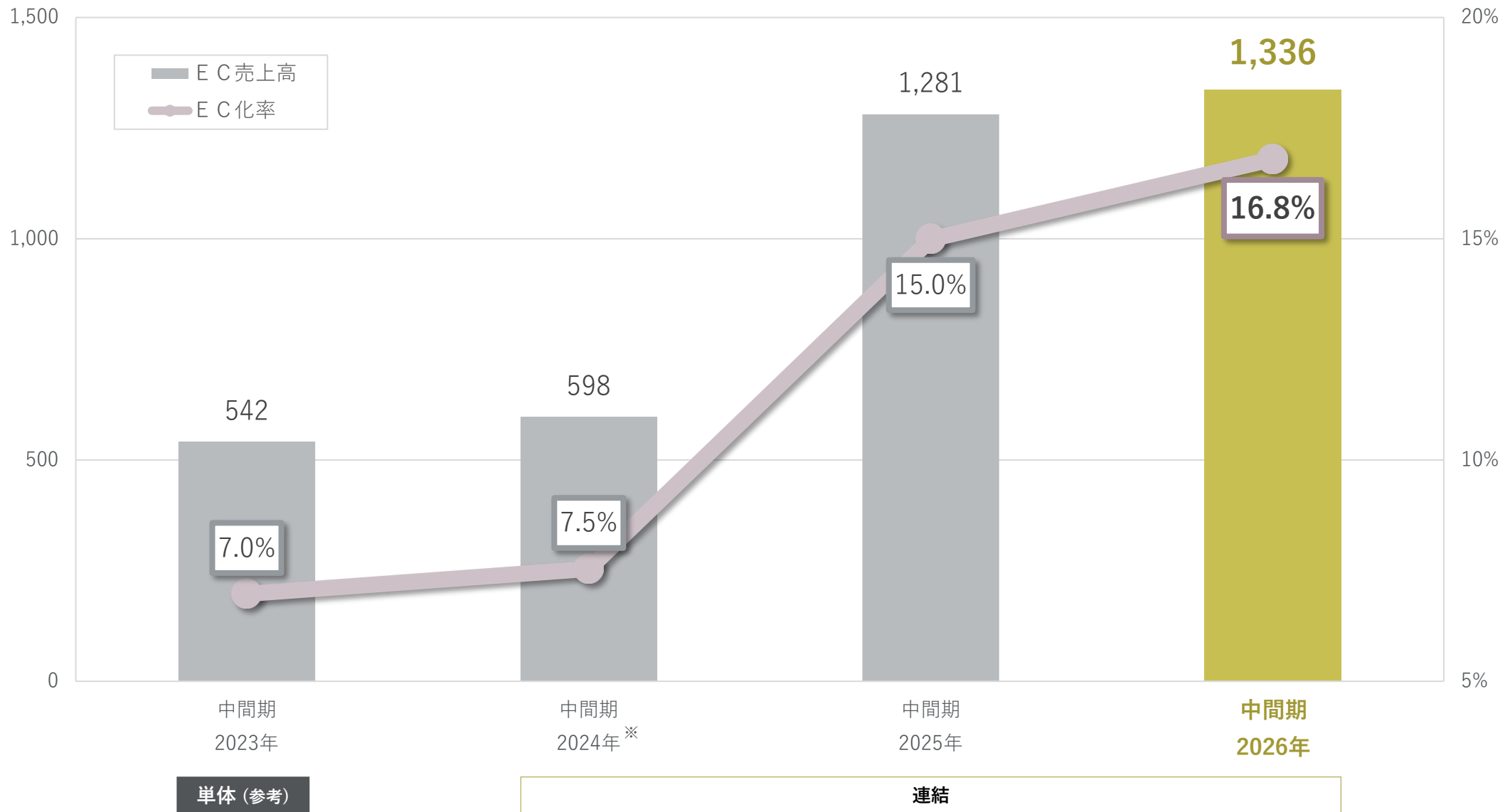
		中間期末 2023年	中間期末 2024年	中間期末 2025年	中間期末 2026年	中間期末 増減比
実店舗数	百貨店	111	111	102	93	▲9
	（うち、モノポリー）	49	52	50	50	-
	量販店	546	531	506	498	▲8
	（うち、モノポリー）	248	241	231	225	▲6
	フォルムフォルマ	26	28	30	35	+5
	アウトレット	8	7	7	5	▲2
	レンタル	1	1	1	2	+1
	kuros'	1	1	1	1	-
	CANAL JEAN	-	-	3	3	-
計		693	679	650	637	▲13

※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年の損益計算書において株式会社キャナルジーンが連結対象となっていなかったため、上記の2024年実績は同社分を含んでおりません。

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。