

2027年 2 月期 上期 決算説明会資料

2026年9月30日

目次

1. 2027年2月期 上期 総括	
• 2027年2月期 上期の振り返り	4
2. 2027年2月期 上期 業績	
• 連結損益計算書	6
• 新アダストリア社+アンドエスティ社+ アンドエスティHDおよびグループ会社 売上高・営業利益	10
• グローバル事業	11
• ブランドリテール事業	12
• 出退店実績・計画	13
• 連結貸借対照表	14
• 通期連結業績予想	15
3. 2027年2月期 上期 営業概況	
• プラットフォーム事業	17
• 事業別トピックス	19
• 下期の方向性と外部環境	24

1. 2027年2月期 上期 総括

代表取締役社長 福田 泰生

成果

- 期初計画を上回り、上期として過去最高の売上・営業利益を創出
- 値入の改善と在庫コントロールによる値引の抑制で、粗利率が向上
- 特に主力のアダストリアが好調、プラットフォーム事業も順調な推移、海外出店も継続
- Z世代ターゲットのM&A、新たなBtoB事業など、将来に向けた挑戦も実現

今後の見通し

- 為替環境や原価上昇の逆風があるが、堅調な売上と原価・販管費のコントロールで下期 6 ヶ月間も計画を超えた売上・利益の創出を目指す
- 来期以降に向けた取り組みを加速し、持続的な成長性を示したい

2. 2027年2月期 上期 業績

取締役 林 正武

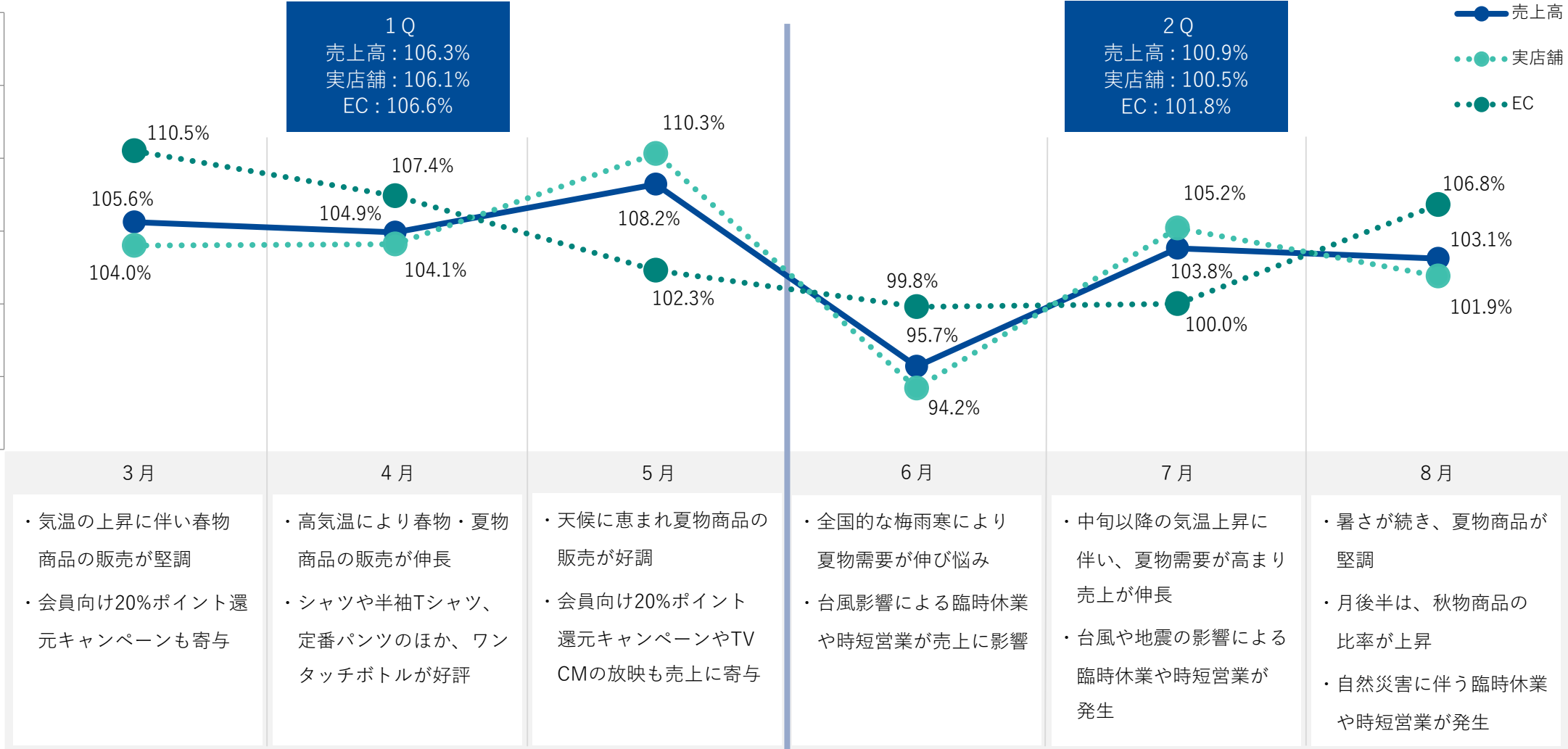
全体概要

売上高・営業利益ともに上期として過去最高を達成、営業利益率も改善
当期純利益は 1 Qの一過性費用で上期では前年同水準も、2 Qは増益し期初計画も超過

	2026/2期				2027/2期					
	上期累計		第2四半期 3ヶ月		上期累計			第2四半期 3ヶ月		
		構成比		構成比		構成比	前年同期比		構成比	前年同期比
売上高	149,345	100.0%	71,880	100.0%	152,110	100.0%	101.9%	71,792	100.0%	99.9%
売上総利益	82,372	55.2%	38,534	53.6%	85,996	56.5%	104.4%	39,522	55.1%	102.6%
販管費	74,399	49.8%	36,165	50.3%	75,265	49.5%	101.2%	36,666	51.1%	101.4%
広告宣伝費	4,665	3.1%	1,889	2.6%	4,037	2.7%	86.5%	1,815	2.5%	96.1%
人件費	27,152	18.2%	13,382	18.6%	28,092	18.5%	103.5%	13,801	19.2%	103.1%
設備費 *	26,919	18.0%	13,241	18.4%	27,546	18.1%	102.3%	13,383	18.6%	101.1%
その他	15,662	10.5%	7,652	10.6%	15,588	10.2%	99.5%	7,666	10.7%	100.2%
営業利益	7,973	5.3%	2,369	3.3%	10,731	7.1%	134.6%	2,856	4.0%	120.6%
経常利益	7,790	5.2%	2,366	3.3%	11,066	7.3%	142.0%	3,019	4.2%	127.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,987	4.0%	1,613	2.2%	5,951	3.9%	99.4%	2,042	2.8%	126.6%
EBITDA	13,800	9.2%	5,377	7.5%	16,504	10.9%	119.6%	5,802	8.1%	107.9%
減価償却費	5,610	3.8%	2,894	4.0%	5,681	3.7%	101.3%	2,900	4.0%	100.2%
のれん償却費	216	0.1%	113	0.2%	90	0.1%	42.0%	45	0.1%	40.1%

*：設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算

アダストリア単体 月次売上高全店前年比



*上記数値は原則として毎月初第2営業日に発表した速報値

売上高は好調なアダストリアが米国事業の撤退や卸売の減少をカバーし増収
売上総利益は値入改善と値引抑制が奏功、率・額ともに計画を上回る改善を実現

売上高

1,521億円 (前年同期比：101.9%)

・ プラットフォーム事業

*連結消去前

63億円

and STへの外部ブランド参画は伸長
卸売が減少

・ グローバル事業

110億円

中国大陆・香港・台湾・東南アジア全エリアで増収
2025年7月に米国事業から撤退したため海外合計では減収

・ ブランドリテール事業

*連結消去前

1,414億円

引き続きアダストリアの好調が牽引

売上総利益率

56.5% (前年同期差：+1.3p)

在庫コントロールによる値引抑制、原価低減による値入改善など

広告宣伝の効率化などにより収益性が改善、人件費などが上昇も販管費全体で計画通りにコントロール
営業利益は計画を上回る増益、当期純利益は一過性費用により前年同水準

販管費率

49.5% (前年同期差：▲0.3p)

- 広告宣伝費 **2.7 %** (同：▲0.4p ▲6.2億円)
- 人件費 **18.5 %** (同：+0.3p +9.4億円)
- 設備費 **18.1 %** (同：+0.1p +6.2億円)
- その他 **10.2 %** (同：▲0.3p ▲0.7億円)

前年1Qの旗艦店オープンの反動と、広告宣伝の効率化で低減
従業員の処遇改善により増加
売上の伸長により増加、設備費率の低い米国の撤退で率が上昇
のれんの減少や米国の撤退などで低減

営業利益

107億円 (前年同期比：134.6%)

営業利益率：7.1% EBITDA率：10.9%

経常利益

110億円 (前年同期比：142.0%)

営業外損益 為替差益2.1億円、支払利息1.2億円など

当期純利益

59億円 (前年同期比：99.4%)

特別利益 固定資産（商標）売却1.3億円
特別損失 特別功労金12億円、店舗減損1.2億円、
災害による損失0.6億円

- 旧アダストリア単体に相当する 3 社連結（新アダストリア社+アンドエスティ社+アンドエスティHD）は増収増益
- 国内グループ会社は、M&Aで増加したカリマー社の純増で増収も、エレメントルール社の不調で減益
- 海外グループ会社は米国撤退で減収も、それを除くアジア事業では増収、台湾の好調や米国の赤字減で増益
- 飲食のゼットン は、天候不順はあったが増収を確保、利益は新店費用で微減も計画通りの進捗

(百万円)

	2026/2期		2027/2期					
	上期累計	第2四半期 3ヶ月	上期累計			第2四半期 3ヶ月		
				増減額	前年同期比		増減額	前年同期比
売上高	149,345	71,880	152,110	2,765	101.9%	71,792	▲ 87	99.9%
新アダストリア+AST+HD ^{*1}	118,454	56,994	122,431	3,976	103.4%	57,498	504	100.9%
国内グループ会社 ^{*2}	12,576	5,906	12,828	251	102.0%	5,913	6	100.1%
海外グループ会社 ^{*3}	12,425	5,926	11,014	▲ 1,410	88.6%	5,335	▲ 590	90.0%
ゼットン（飲食グループ会社） ^{*4}	7,958	4,132	8,042	83	101.1%	4,155	23	100.6%
連結調整等	▲ 2,070	▲ 1,079	▲ 2,205	▲ 135	-	▲ 1,110	▲ 31	-
営業利益（HD化影響除く）	7,973	2,369	10,731	2,758	134.6%	2,856	487	120.6%
新アダストリア+AST+HD ^{*1}	6,255	1,631	8,831	2,575	141.2%	2,088	457	128.0%
国内グループ会社 ^{*2}	838	125	740	▲ 98	88.3%	16	▲ 109	12.8%
海外グループ会社 ^{*3}	644	474	923	279	143.3%	646	171	136.1%
ゼットン（飲食グループ会社） ^{*4}	235	176	219	▲ 15	93.2%	162	▲ 14	92.0%
連結調整等	▲ 1	▲ 39	16	18	-	▲ 57	▲ 18	-

* 1：2026年2月期は(株)アダストリアと(株)アンドエスティの連結消去、2027年2月期は(株)アンドエスティと新(株)アダストリアと(株)アンドエスティHDとの連結消去を加味
* 2：(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・カリマーインターナショナル(株)の単純合算、カリマーインターナショナル(株)は2月～7月、2025年4月末から連結開始
* 3：海外法人(中国大陸・香港・台湾・タイ・フィリピン・米国)は1月～6月、売上高は内部取引消去後、営業利益は単純合算
* 4：(株)ゼットンは、米国事業ZETTON, INC.を含む。

- 中国大陸

冬商戦の不調で上期は減益も、2Q3ヶ月では黒字
- 香港

冬物の不調で上期は減益も、春夏は回復傾向
- 台湾

出店と新ブランド展開の継続により増収増益
- タイ

昨年度の新店出店により増収
- フィリピン

1号店が増収、新店オープン準備のため減益
- 米国

2025年7月に売却を完了

(百万円)

	2025/12期		2026/12期					
	上期累計	第2四半期 3ヶ月		上期累計			第2四半期3ヶ月	
				前年同期比 (円ベース)	前年同期比 (現地通貨ベース)		前年同期比 (円ベース)	前年同期比 (現地通貨ベース)
売上高	12,425	5,926	11,014	88.6%	83.1%	5,335	90.0%	82.5%
米国を除く売上高	9,046	4,320	11,014	121.8%	112.6%	5,335	123.5%	111.9%
中国大陸 ^{*1}	2,233	1,094	2,774	124.2%	111.7%	1,496	136.7%	117.3%
香港	2,272	1,061	2,640	116.2%	109.6%	1,269	119.6%	108.5%
台湾	4,259	2,027	5,219	122.5%	113.9%	2,384	117.6%	109.8%
タイ	213	105	303	142.3%	128.1%	145	138.6%	124.1%
フィリピン	67	31	76	113.4%	112.1%	39	124.8%	122.9%
米国 ^{*2}	3,378	1,606	-	-	-	-	-	-
営業利益 (HD化影響除く) ^{*1}	644	474	923	143.3%	132.6%	646	136.1%	129.2%
米国を除く営業利益	818	471	923	112.9%	105.6%	646	137.0%	128.8%
中国大陸	▲ 75	▲ 2	▲ 124	-	-	61	-	-
香港	137	98	98	72.0%	67.9%	102	103.3%	96.1%
台湾	853	421	1,093	128.1%	119.2%	547	129.9%	121.1%
タイ	▲ 63	▲ 27	▲ 83	-	-	▲ 32	-	-
フィリピン	▲ 33	▲ 17	▲ 60	-	-	▲ 32	-	-
米国 ^{*2}	▲ 173	2	-	-	-	-	-	-

*1：売上高は内部取引消去後、営業利益は内部取引消去前を表記しております
*2：米国には、(株)ゼットンの米国事業は含まれておりません

- アダストリア

グローバルワークはセール抑制で売上は横ばいも、粗利率改善と広告宣伝効率化で利益は増加
ニコアンド、ローリーズファーム、スタディオクリップ、レプシムは引き続き好調、ラコレは盛夏雑貨が低調
- エレメントルール

複数ブランドで春夏のMDが不調、昨年ヒットした商品の反動もあり減収
- BUZZWIT

セールの抑制により上期売上は減収も 2 Qでは増収に転換、増益も確保
- ◆ 国内EC

EC比率：27.3%、自社EC比率：14.3%

		売上高(百万円) *						店舗数	
		2026/2期		2027/2期				2026/2期	2027/2期
		上期累計	第2四半期3ヶ月	上期累計	前年比	第2四半期3ヶ月	前年比	上期末	上期末
国内グループ会社	アダストリア	114,123	54,576	118,416	103.8%	54,992	100.8%	1,322	1,323
	エレメントルール	6,793	3,079	6,500	95.7%	2,937	95.4%	82	82
	BUZZWIT	5,545	2,531	5,437	98.0%	2,565	101.3%	26	32
アダストリア ブランド別	グローバルワーク	26,094	11,549	26,124	100.1%	11,237	97.3%	222	230
	ニコアンド	17,786	8,552	19,348	108.8%	9,363	109.5%	146	149
	ローリーズファーム	12,123	5,886	13,105	108.1%	6,209	105.5%	126	131
	スタディオクリップ	12,169	6,273	12,819	105.3%	6,336	101.0%	188	189
	レプシム	8,719	4,143	9,915	113.7%	4,493	108.5%	116	120
	ラコレ	7,281	3,742	7,566	103.9%	3,673	98.2%	96	102
	ジーナシス	5,463	2,623	5,433	99.5%	2,446	93.2%	68	64
	ベイフロー	5,545	2,708	5,331	96.2%	2,607	96.3%	63	64

*グループ内取引消去後

	2026/ 2期	2026/ 2期	2027/2期 上期末 〈実績〉			前年 同期末比 増減数
	上期末 店舗数	期末 店舗数	出店	退店	期末 店舗数	
グローバルワーク	222	226	4	0	230	8
ニコアンド	146	147	2	0	149	3
ローリーズファーム	126	128	3	0	131	5
スタディオクリップ	188	188	2	▲ 1	189	1
レブシム	116	119	2	▲ 1	120	4
ラコレ	96	100	2	0	102	6
ジーナシス	68	68	1	▲ 5	64	▲ 4
ベイフロー	63	64	1	▲ 1	64	1
その他	297	283	2	▲ 11	274	▲ 23
アダストリア合計（うちWEBストア）	1,322 (65)	1,323 (62)	19 (0)	▲ 19 (▲ 1)	1,323 (61)	1 (▲ 4)
国内グループ会社合計（うちWEBストア）	120 (46)	121 (49)	10 (6)	▲ 1 (0)	130 (55)	10 (9)
国内合計（うちWEBストア）	1,442 (111)	1,444 (111)	29 (6)	▲ 20 (▲ 1)	1,453 (116)	11 (5)
中国大陸	14	18	3	▲ 1	20	6
香港	31	32	1	0	33	2
台湾	91	98	5	▲ 1	102	11
タイ	4	6	1	0	7	3
フィリピン	1	3	0	0	3	2
米国	11	-	-	-	-	▲ 11
マレーシア	-	-	-	-	-	-
海外合計（うちWEBストア）	152 (26)	157 (29)	10 (0)	▲ 2 (0)	165 (29)	13 (3)
ゼットン	75	73	3	▲ 2	74	▲ 1
連結合計（うちWEBストア）	1,669 (137)	1,674 (140)	42 (6)	▲ 24 (▲ 1)	1,692 (145)	23 (8)

*2027/ 2 期 上期累計連結で改装16店舗

2027/2期 〈通期修正計画〉			2027/2期 〈期初計画〉 期末店舗数
出店	退店	期末 店舗数	
8	▲ 1	233	237
5	0	152	152
5	▲ 1	132	132
5	▲ 5	188	190
12	▲ 1	130	127
5	0	105	110
2	▲ 5	65	65
1	▲ 2	63	67
17	▲ 30	270	273
60 (0)	▲ 45 (▲ 1)	1,338 (61)	1,353 (62)
11 (6)	▲ 3 (▲ 1)	129 (54)	126 (51)
71 (6)	▲ 48 (▲ 2)	1,467 (115)	1,479 (113)
10	▲ 1	27	27
6	0	38	39
10	▲ 3	105	114
1	0	7	10
0	0	3	8
-	-	-	-
2	0	2	1
29 (0)	▲ 4 (0)	182 (29)	199 (30)
4	▲ 5	72	74
104 (6)	▲ 57 (▲ 2)	1,721 (144)	1,752 (143)

- 棚卸資産 前年同期末比102.5%と適正水準
- 有形固定資産 福岡物流センターと米国事業の売却などによる減少
- 無形固定資産 のれんの減損などによる減少
- 純資産 純資産比率は62.3%、前年同期末比 + 4.6p

(百万円)								
	2025年8月末		2026年2月末		2026年8月末			
		構成比		構成比		構成比	前年同期末比 増減額	前期末比 増減額
流動資産	71,200	51.1%	77,644	55.6%	75,946	54.9%	+4,746	▲1,697
現預金	22,435	16.1%	24,912	17.8%	24,990	18.1%	+2,554	+77
棚卸資産	28,699	20.6%	30,526	21.9%	29,419	21.3%	+720	▲1,106
固定資産	68,208	48.9%	62,043	44.4%	62,368	45.1%	▲5,840	+325
有形固定資産	27,533	19.8%	24,727	17.7%	25,085	18.1%	▲2,448	+357
無形固定資産	15,868	11.4%	12,579	9.0%	12,862	9.3%	▲3,006	+282
のれん	2,765	2.0%	566	0.4%	1,175	0.8%	▲1,589	+609
投資その他資産	24,806	17.8%	24,736	17.7%	24,421	17.7%	▲384	▲314
総資産	139,409	100.0%	139,688	100.0%	138,315	100.0%	▲1,093	▲1,372
負債	58,960	42.3%	57,864	41.4%	52,094	37.7%	▲6,866	▲5,769
借入金	4,726	3.4%	-	-	129	0.1%	▲4,597	+129
純資産	80,448	57.7%	81,823	58.6%	86,221	62.3%	+5,772	+4,397
自己株式	▲ 6,097	▲4.4%	▲ 6,098	▲4.4%	▲ 5,486	▲4.0%	+611	+612

- 通期業績予想は据え置くが、それを上回る着地を目指していく
- 上期時点で営業利益は計画を15億円程度上回って推移
- 下期 6 ヶ月間も計画を超えた売上・利益の創出を目指し、下期の業績悪化を想定した据え置きではない

(百万円)			
	2026/2期 〈実績〉	2027/2期 通期 〈予想〉	
			前期比
売上高	304,351	314,000	103.2%
売上総利益	166,108	172,850	104.1%
売上総利益率	54.6%	55.0%	+0.4p
販管費	149,583	155,650	104.1%
販管費率	49.1%	49.6%	+0.5p
営業利益	16,524	17,200	104.1%
営業利益率	5.4%	5.5%	+0.1p
経常利益	16,827	17,200	102.2%
経常利益率	5.5%	5.5%	+0.0p
親会社株主に帰属する当期純利益	9,498	10,500	110.5%
親会社株主に帰属する当期純利益率	3.1%	3.3%	+0.2p
ROE	12.0%	12.4%	+0.4p
EBITDA	28,939	27,880	96.3%
減価償却費	11,971	10,500	87.7%
のれん償却費	443	180	40.6%

3. 2027年2月期 上期 営業概況

専務取締役 北村 嘉輝

■ and STのGMVは、計画を上回る推移

and ST GMV

(上期累計)

248億円

(前年同期比：110.9%)

内、自社グループ販売

210億円

(前年同期比：104.0%)

構成比

84.7%

内、グループ外販売

37億円

(前年同期比：177.7%)

構成比

15.1%

and ST 総会員数

(8月31日時点)

約2,270万人

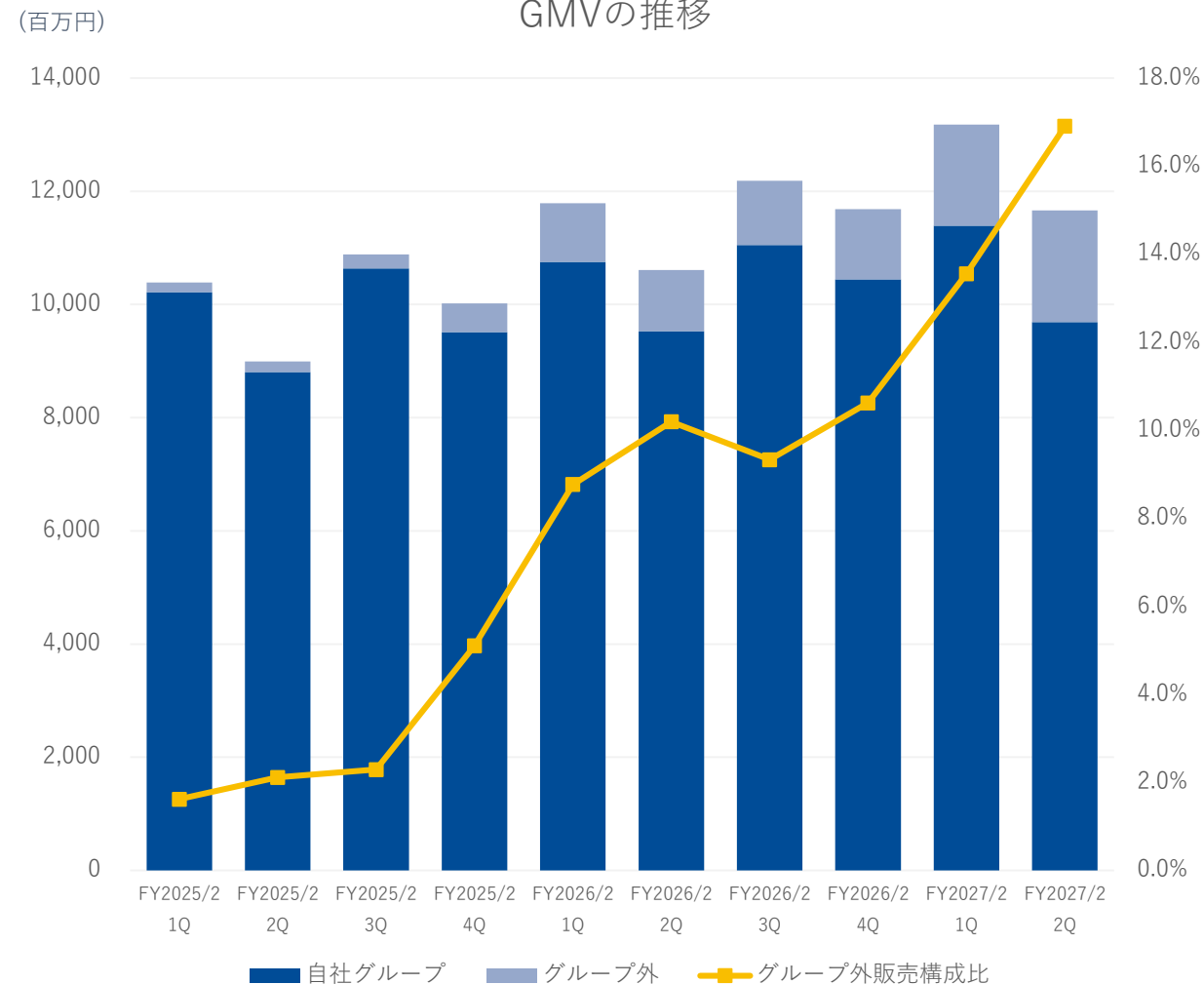
(前期末比：+100万人)

アクティブ会員数

約810万人

(前期末比：+30万人)

GMVの推移



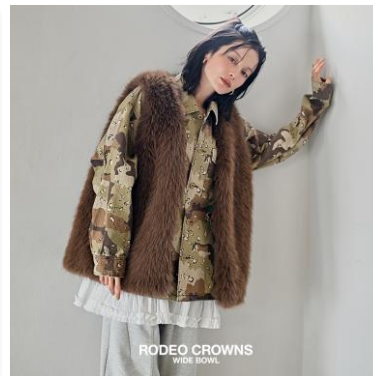
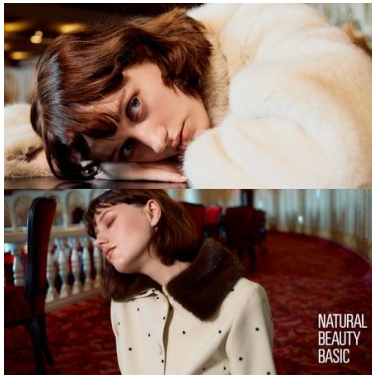
■ 第2四半期のグループ外のブランド参画数は11ショップ

グループ外ショップ数

82ショップ

(8月31日時点)

(前年同期比：+45ショップ)



■ 株式会社セブン-イレブン・ジャパンとの共同開発、コンビニで新しいファッションの在り方を提案

- ・ コンビニの売場特性・生活動線に合わせて共同開発したファッション雑貨を全国のセブン-イレブン店舗にて9月25日以降、順次発売
- ・ セブン-イレブンの「近さ・安心感・手軽さ」×アンドエスティの「編集力・企画力」により、コンビニにおけるファッションを従来の「緊急購買」から、「気分を上げる買い物」「目的を持って選ばれるファッション」へシフト
- ・ 女性や若年層に向けてニコアンド、ローリーズファームの展開に加え、「ハローキティ」等のコラボを組み合わせ鮮度と話題性を創出



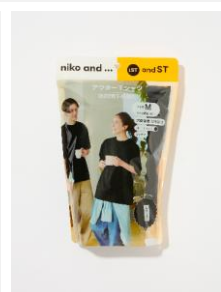
EDIT FASHION

試着の難しいコンビニでの選びやすさを考慮し、パッケージを雑誌に見立て、連載のように「レギュラー」、特集のように「シーズン」、話題性のある「コラボ」を組み合わせ展開



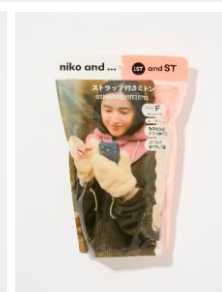
【レギュラーアイテム】

年間を通じて展開するベーシック商品



【シーズンアイテム】

春夏/秋冬の年2回で差し替えをする季節商品



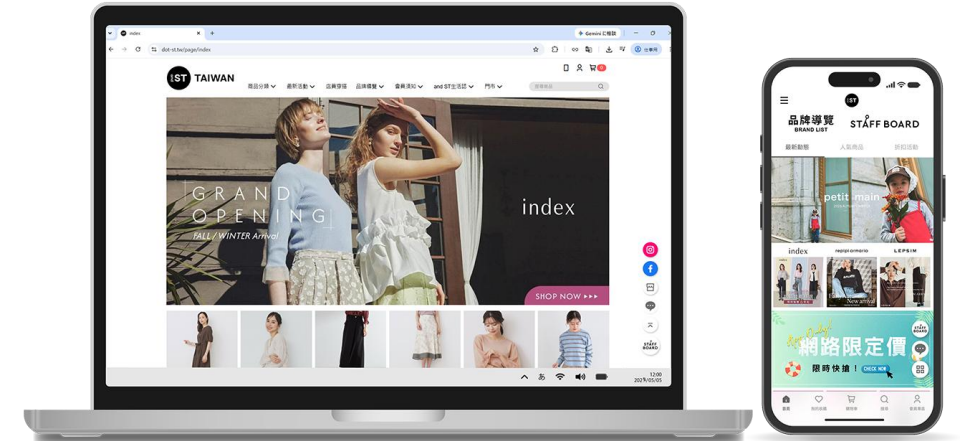
【コラボアイテム】

話題性・視認性に優れた企画商品



■ 台湾：「and ST 台湾」オープン化による成長加速

- ・ 好調なマルチブランド展開を基盤に、ECプラットフォーム「and ST 台湾」のオープン化（モール事業）を開始
- ・ 外部ブランドの参画により、ファッションプラットフォームとしての価値を最大化



■ 中国大陆：標準型店舗の好調と、クロスチャネル戦略による収益化

- ・ 新エリア開拓に向けた標準型店舗が各地で好調に推移、効率的な出店と顧客の拡大を両立
- ・ リアル店舗でのブランド認知獲得とECを連動させるクロスチャネル戦略が奏功し、店舗単位では収益化を実現



ニコアンド：佛山万象天地店

■ 東南アジアでの出店加速と、新エリア開拓の進展



※店舗数は2026年6月時点、EC 4 店舗含む

タイ

6月にバンコク郊外の人気施設「ファッションアイランド」にニコアンドをオープン。ブランドらしさがありながら、ローカライズした新内装が好評。カフェの新業態「FISHS EDDY COFFEE」を併設



フィリピン

2027年に3店舗の出店が決定、今後さらに出店を加速

マレーシア

2026年12月の1・2号店出店に加え、2027年中にも1店舗の出店が決定

ベトナム

現地法人を設立、出店に向けた準備を進める

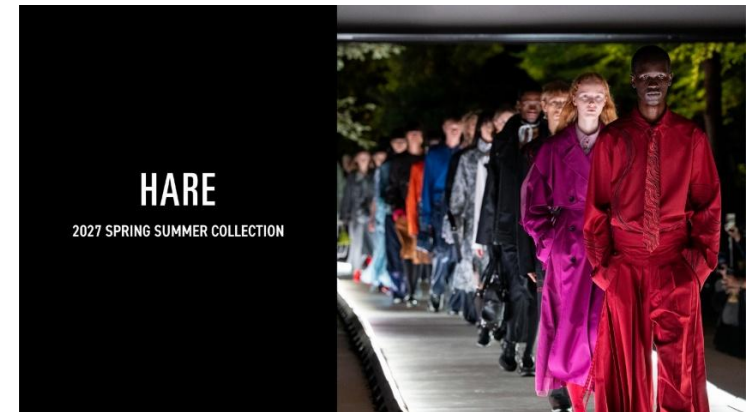
■ グローバルワーク：商品ラインアップ改革とトレンド提案の推進

- ・ 定番品中心の商品構成を見直し、トレンド品の割合を拡大。単品での商品開発から、ワードローブ全体のスタイル開発へ大きくシフト
- ・ メディア／デベロッパーに向けたトレンド品の展示会を開催



■ ハレ：東京・八芳園でランウェイショー、国内外へブランドの世界観を発信

- ・ 4年ぶりとなるランウェイショーで、アイデンティティであるモードへ原点回帰したコレクションを発表し、ブランドポジションを明確化
- ・ 価格競争力が高くモード色の強い商品という独自性や、インバウンド需要と台湾店舗の好調を背景に、グローバル展開を見据えて海外発信を強化



■ ラコレ：キャナルシティ博多にブランド最大級500坪・2フロア店舗を出店

- ・ 九州主要拠点への大型店出店により、新規顧客の獲得とブランド認知の拡大を推進
- ・ アパレルや生活雑貨、グロサリー、店舗限定アイテムまでカテゴリを拡充し、ライフスタイル全般を網羅する商品構成と空間演出でブランド体験価値を向上



■ AI共創の新アパレルブランド「ELMIRA（エルミラ）」をローンチ

- ・ 実在モデルをAI生成・IP化した「AI SHIHO」をモデルに起用し、AI技術活用による業務効率化などにより、高品質な大人女性向け商品を低価格で実現
- ・ 今後は市場データ分析や商品企画にもAI活用を拡大し、ブランド創出の基盤として次世代型ビジネスモデルの構築を図る



■ エーランド：Z世代顧客の獲得加速に向け、日本における商標権および営業権を取得

1 外部環境と前提（為替・気候）

為替動向 下期は想定より円安推移だが、来期は今期並みを想定

価格方針 為替・原料高の逆風下でも価格帯を維持する

2 利益率向上・コストコントロール（原価・在庫・経費）

値入改善 新規生産背景の開拓、工場集約、物流効率化により為替のマイナス影響を相殺

在庫適正化 適切な在庫管理を継続し、値引を抑制

経費効率化 広告宣伝費および人員稼働の最適化を継続

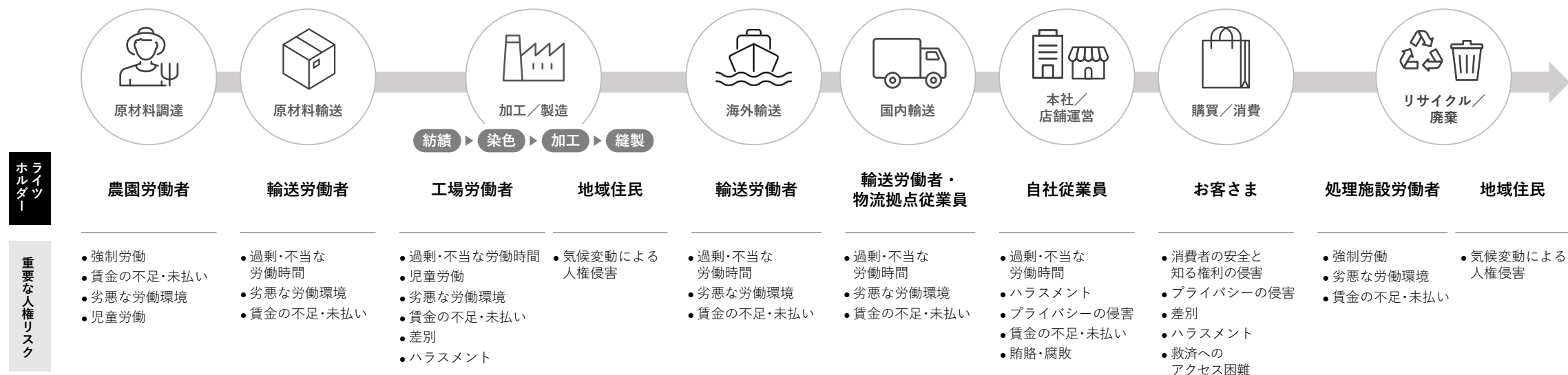
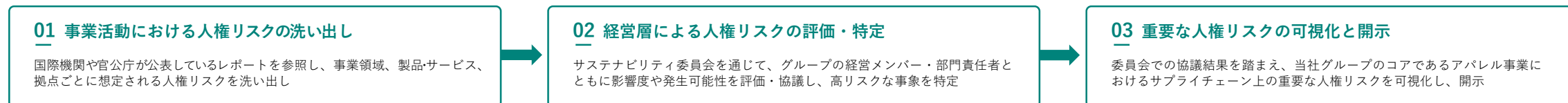
3 来期成長への投資

複数の新ブランド立ち上げ、海外での新規事業など

■ 持続可能なサプライチェーン構築に向け人権リスクの特定と可視化を実施

- ・ 国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、重要な人権リスクをサステナビリティ委員会で協議
- ・ 従業員へのグループ倫理基準の遵守やサプライヤーへのCSRモニタリング等を通じた人権リスクの予防・軽減への取り組みなど、既存の仕組みを人権デューデリジェンスのプロセスに沿って整理し、グループ全体の推進体制を強化

人権リスクの特定・評価のプロセス



*当社グループのコアとなるアパレル事業において重要な人権リスクを特定

*1 ライツホルダー：企業活動により人権が侵害されている、侵害される可能性がある人々

■ 統合報告書2026を10月上旬に発行

- 経営チームが一丸となって挑む新体制のビジョンと持続的な企業価値向上に向けた具体的なコミットメントを経営者自身の言葉でご説明
- 各事業の成長戦略をはじめ、ガバナンス強化やサステナビリティ経営の取り組みを掲載



andSTHD
INTEGRATED REPORT 2026

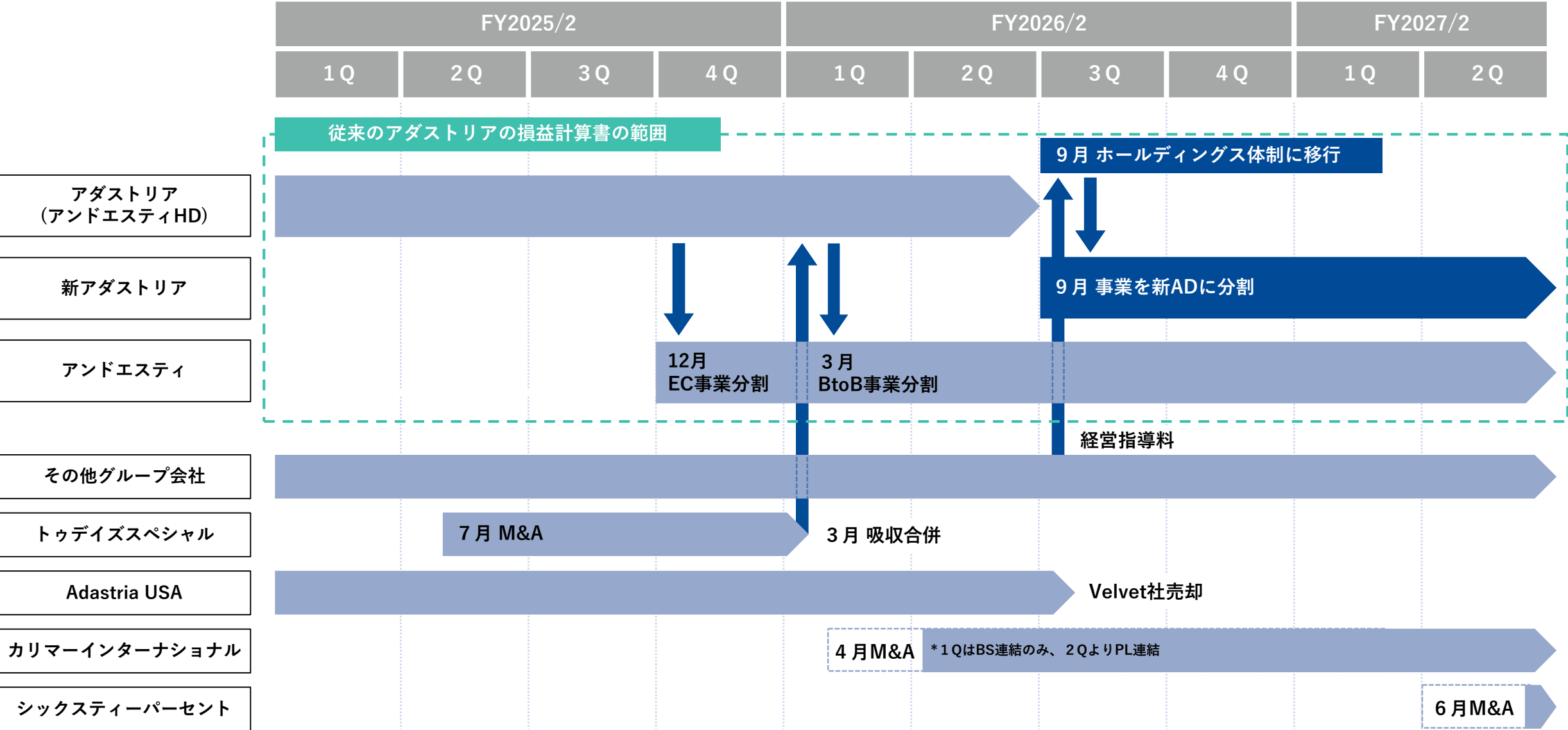


新たなマネジメントによるメッセージ



社外取締役対談

統合報告書アーカイブ <https://www.andst-hd.co.jp/ir/library/integrated_report/>



* 2 QはBS連結のみ、3 QよりPL連結

業績予想の適切な利用に関する説明

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述は、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、実際の業績等は今後様々な要因によって大きく異なる結果となる可能性があります。

その他留意事項

資料内の数値は百万円未満を切り捨て表示し、百分率は元データから算出しております。

Play fashion!