

2027年 2 月期
上期 決算説明会資料

2026年9月30日

andSTHD

Copyright© and ST HD Co., Ltd. All rights reserved.

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

andSTHD

Copyright© and ST HD Co.,Ltd.All rights reserved

3

代表取締役の福田です。
私からは、2027年2月期 上期の振り返りについて、ご説明いたします。

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

当上期は、期初の計画を上回って好調な推移となり、第1四半期に引き続き、過去最高の売上高・営業利益を創出することができました。特に売上総利益においては、値入率の改善と、在庫コントロールによる値引の抑制により、大きく改善することができました。

主力事業のアダストリアが好調に推移したことに加え、中期経営計画で今後の成長の要と位置づけたプラットフォーム事業も着実に成長しています。海外では、好調な台湾を筆頭に、出店やエリア拡大を進めました。また、Z世代との接点を強化するM&Aの実施や、セブン-イレブン・ジャパンさま向けのBtoB事業の開始など、新たな成長機会にも挑戦しています。

天候不順や自然災害など厳しい事業環境でもありましたが、商品力の向上や店舗運営の改善を積み重ね、何より、現場の従業員たちがお客さまに真摯に向き合い続けてくれた成果として、この過去最高益を実現することが出来ました。足元の成果には一定の手ごたえを感じています。

下期にかけては、円安の進行や中東情勢などを背景に、原価上昇は、期初想定よりも厳しくなると見えています。それでも売上の堅調な推移に加え、粗利改善と販管費コントロールを継続することで、下期についても、計画を上回る売上・利益の創出を目指します。

同時に、私がより重要だと考えているのはその先です。今期の利益創出のみならず、プラットフォーム、海外、新規事業などへの取り組みを更に加速し、来期以降も持続的に成長できることを、市場の皆さまにお示ししたいと考えています。

まずは今期業績予想以上の結果を残し、その先の成長につながる1年にすることで、中長期的な企業価値の向上につなげてまいります。

2. 2027年2月期 上期 業績

取締役 林 正武

and **STHD**

Copyright© and ST HD Co.,Ltd.All rights reserved

5

取締役の林です。
私からは、2027年2月期 上期業績について、ご説明いたします。

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1Qの一過性費用で上期では前年同水準も、2Q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

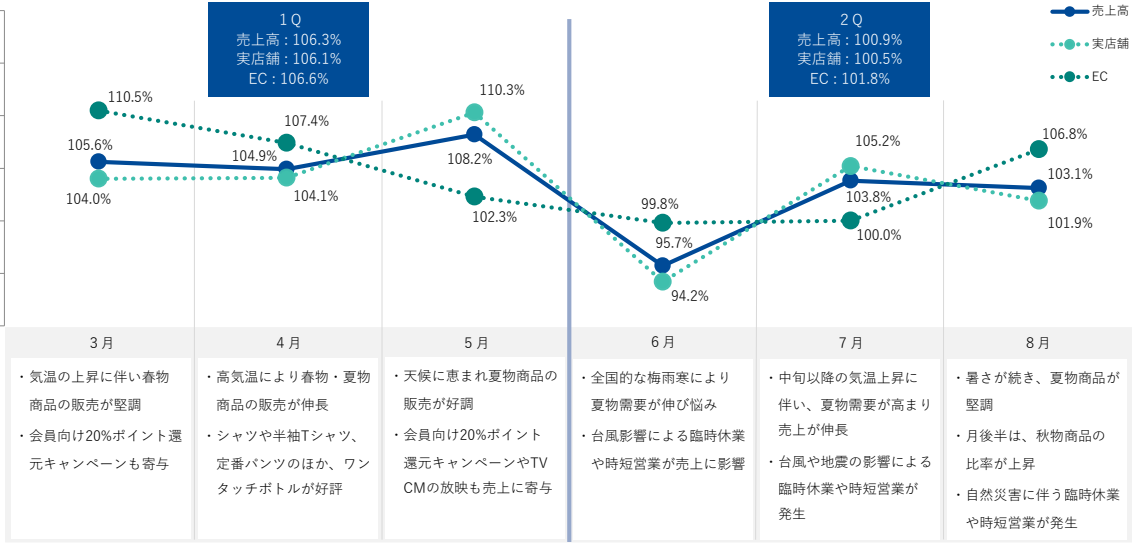
まず連結損益の全体概要をご説明いたします。

2027年2月期上期の連結売上高は1,521億円と、前年同期から27億円増加しました。
連結営業利益は107億円と、27億円の増益となり、
売上高・営業利益ともに上期として過去最高を達成しました。

期初に発表した業績予想に対し、営業利益は約15億円程度上回って推移しています。

当期純利益は、第1四半期に発生した一過性の特別損失により前年と同水準となりましたが、
第2四半期では増益し、期初計画も上回っています。

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

アダストリアの月別売上高の振り返りです。

第1四半期3ヶ月は、天候にも恵まれ好調に推移しました。

第2四半期に入り、6月は低気温により夏物需要が伸び悩み前年割れしたものの7月と8月は自然災害の影響もありましたが売上を伸ばすことが出来、第2四半期3ヶ月では前年を超過しました。

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

連結損益計算書のサマリーをご説明いたします。

売上高については、主力のアダストリアが好調で、
米国事業の撤退や卸売事業の減少など50億円弱の減収要因をカバーし増収となりました。
上期としては計画線で推移しています。

プラットフォーム事業の売上高は、連結消去前で63億円となりました。
卸売が10億円程度減少しましたが、
自社ECモール「and ST」への外部ブランドの参画は、順調に増加しました。

グローバル事業の売上高は、110億円となりました。
中国大陆・香港・台湾・東南アジアの全てのエリアで増収しました。
2025年7月に米国事業から撤退した影響で、グローバル事業合計としては減収しています。

ブランドリテール事業の売上高は、連結消去前で1,414億円となりました。
アダストリアの好調により、計画を上回りました。

売上総利益率は56.5%と前年から1.3ポイント改善し、計画を上回りました。
在庫コントロールによる値引の抑制、原価低減による値入の改善が主な要因です。

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)	前年 1 Qの旗艦店オープンの反動と、広告宣伝の効率化で低減
・ 人件費	18.5 % (同：+0.3p +9.4億円)	従業員の処遇改善により増加
・ 設備費	18.1 % (同：+0.1p +6.2億円)	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
・ その他	10.2 % (同：▲0.3p ▲0.7億円)	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

販管費率は49.5%と、前年同期から0.3ポイント抑制しました。
売上比率、金額ともに計画内にコントロールしています。

広告宣伝費は、前年第 1 四半期に旗艦店オープンに合わせたプロモーションを実施した反動と
効率化により低減しました。

人件費は、従業員の処遇改善により増加しました。

設備費は、売上の伸長により増加しました。
設備費率の低い米国事業の撤退により率としても若干上昇しました。

その他費用は、のれん償却費の減少や米国の撤退などで、金額・売上比率ともに低減しました。

以上の結果、営業利益は前年同期比134.6%の107億円となりました。

経常利益は110億円です。

特別利益に、使用していない地域での商標の売却益1.3億円、
特別損失に、退任した 2 名の取締役への特別功労金12億円、店舗減損1.2億円、
令和 8 年熊本地震に伴う災害損失 6 千万円を計上し、
当期純利益は59億円となりました。

- 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、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月期は旧アダストリアと旧アンドエスティの連結消去、2027年2月期は旧アンドエスティと新旧アダストリアと旧アンドエスティHDとの連結消去を加味
*2：旧BUZZWIT・旧エレメントルール・カリマーインターナショナルの単独合算、カリマーインターナショナルは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、営業利益は単独合算
*4：旧ゼットンは、米国事業ZETTON, INC.を含む。

グループ会社毎の実績です。

旧アダストリアとの比較のために開示しております、
新アダストリア、アンドエスティ、アンドエスティHDの3社連結では、増収増益となりました。

国内グループ会社は、M&Aで昨年第2四半期から加わったカリマーの純増などで増収しましたが、エレメントルールの不調で減益となりました。

海外グループ会社は、売上高が前年から減少していますが、
前年に米国事業から撤退した影響であり、それを除くと大きく増収しています。
営業利益は、米国の赤字減と台湾の好調で増加しました。

飲食事業のゼットンは、
天候不順はあったものの増収を確保し、利益は微減ですが計画通りとなりました。

- 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、微ゼットンの米国事業は含まれておりません

次に、グローバル事業です。
グローバル事業の連結対象期間は、1月から6月です。

円ベースの売上高は、前期に米国事業から撤退した影響により、前年同期比88.6%の110億円となりました。
米国の撤退影響を除くと、前年同期比121.8%となり、全エリアで売上が増加しました。
営業利益は9.2億円となりました。

中国大陸は売上は伸長したものの、
冬商戦の不調により第1四半期に赤字が拡大しました。第2四半期では回復し黒字を達成しております。
香港も、第1四半期の不調から上期は減益となりましたが、春夏商戦で回復し増益基調に戻っています。
台湾は、出店と新ブランド投入を継続し、増収増益となりました。

タイは前期の新店により増収、
フィリピンは増収しましたが、来期の新店オープンのコストが若干増加しました。

- 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LEMENT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LEMENT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
	ペイフロー	5,545	2,708	5,331	96.2%	2,607	96.3%	63	64

*グループ内取引消去後

次にブランドリテール事業です。

主力のアダストリアのブランド別では、
グローバルワークが前年に対して値引販売を抑制したことで、売上は横ばいでしたが、
粗利率改善が図れ、利益は増加しています。
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、引き続き好調に推移しました。
ラコレは昨年の猛暑の反動でハンディファンなどの盛夏雑貨が低調でした。

ハイブランドを展開するエLEMENTルールは、
第1四半期から引き続き、複数のブランドで春夏のMDが不調で、
昨年ヒットした商品の反動もあり、減収となりました。

EC専業のBUZZWITは、
セールの抑制により上期では若干の減収となりましたが、
第2四半期では増収に転換し、増益も確保しています。

国内アパレルのEC売上比率は27.3%、自社EC比率は14.3%となりました。

	2026/ 2期	2026/ 2期	2027/2期 上期末 (実績)			前年 同期末比 増減数	2027/2期 (通期修正計画)			2027/2期
	上期末 店舗数	期末 店舗数	出店	退店	期末 店舗数		出店	退店	期末 店舗数	(期初計画) 期末店舗数
グローバルワーク	222	226	4	0	230	8	8	▲ 1	233	237
ニコアンド	146	147	2	0	149	3	5	0	152	152
ローリーズファーム	126	128	3	0	131	5	5	▲ 1	132	132
スタディオクリップ	188	188	2	▲ 1	189	1	5	▲ 5	188	190
レブシム	116	119	2	▲ 1	120	4	12	▲ 1	130	127
ラコレ	96	100	2	0	102	6	5	0	105	110
ジーナシス	68	68	1	▲ 5	64	▲ 4	2	▲ 5	65	65
ベイフロー	63	64	1	▲ 1	64	1	1	▲ 2	63	67
その他	297	283	2	▲ 11	274	▲ 23	17	▲ 30	270	273
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)	60 (0)	▲ 45 (▲ 1)	1,338 (61)	1,353 (62)
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)	11 (6)	▲ 3 (▲ 1)	129 (54)	126 (51)
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)	71 (6)	▲ 48 (▲ 2)	1,467 (115)	1,479 (113)
中国大陸	14	18	3	▲ 1	20	6	10	▲ 1	27	27
香港	31	32	1	0	33	2	6	0	38	39
台湾	91	98	5	▲ 1	102	11	10	▲ 3	105	114
タイ	4	6	1	0	7	3	1	0	7	10
フィリピン	1	3	0	0	3	2	0	0	3	8
米国	11	-	-	-	-	▲ 11	-	-	-	-
マレーシア	-	-	-	-	-	-	2	0	2	1
海外合計 (うちWEBストア)	152 (26)	157 (29)	10 (0)	▲ 2 (0)	165 (29)	13 (3)	29 (0)	▲ 4 (0)	182 (29)	199 (30)
ゼットン	75	73	3	▲ 2	74	▲ 1	4	▲ 5	72	74
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)	104 (6)	▲ 57 (▲ 2)	1,721 (144)	1,752 (143)

*2027/ 2期 上期累計連結で改装16店舗

出退店の状況です。

2026年 8 月末において、飲食事業を除く店舗数は、国内1,453店舗、海外165店舗となりました。

ゼットンの店舗74店舗を含めると、
グループ連結では合計1,692店舗となり、前年同期末比で23店舗増加しました。

- 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

	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

連結貸借対照表の状況です。

棚卸資産は、前年同期末比102.5%と、在庫を適正化する期初計画に沿った運営ができています。

有形固定資産は、前期に福岡物流センターや、米国事業を売却したことなどにより前年同期末比減少しました。

無形固定資産は、前期ののれん減損などにより、前年同期末比減少しました。

純資産は862億円、純資産比率は62.3%と、健全な水準と考えております。

- 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%

2027年 2 月期の通期連結業績予想です。

連結業績予想は据え置きとしていますが、期初から業績予想を上回る着地を目指していくとご説明しており、その状況に変わりはありません。

上期時点で営業利益は計画を15億円程度上回って推移しています。

下期 6 ヶ月間も、計画を上回る売上・利益の創出を目指しており、下期の業績悪化を想定した据え置きではありません。

今期業績予想以上の結果を残し、来期以降の更なる成長に向けて、下期もしっかりと取り組んでまいります。

私からのご説明は以上です。

3. 2027年2月期 上期 営業概況

専務取締役 北村 嘉輝

and **STHD**

Copyright© and ST HD Co.,Ltd.All rights reserved

16

専務取締役の北村です。
私からは、営業概況についてご説明します。

■ 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

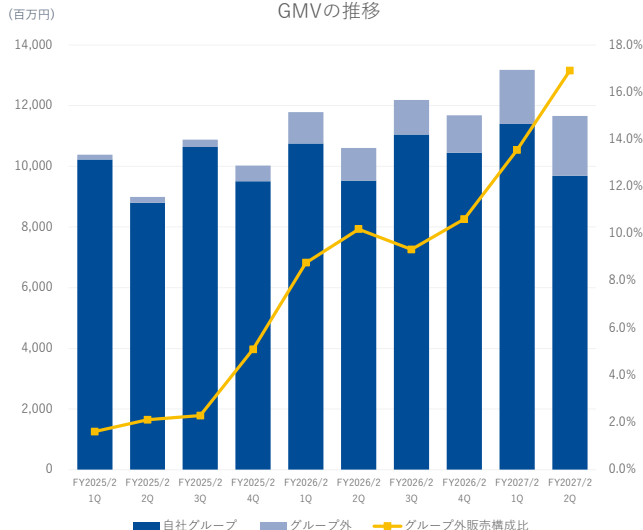
(前期末比：+100万人)

アクティブ会員数

約810万人

(前期末比：+30万人)

GMVの推移



事業別にご説明します。

プラットフォーム事業では、ECモール「and ST」に外部企業の出店を誘致するオープン化を進め、GMVは、前年同期比110.9%の248億円となりました。

内訳としては、自社グループ販売で210億円、グループ外の販売で37億円、グループ外の構成は15.1%と、前年上期の9.4%から増加しました。通期の目標であるGMV500億円に対して、計画を上回って進捗しています。

ECとリアル店舗共通の会員制度であるand STの総会員数は、前期末から100万人増加し、2,270万人となりました。アクティブ会員数は30万人増加し、810万人となっています。

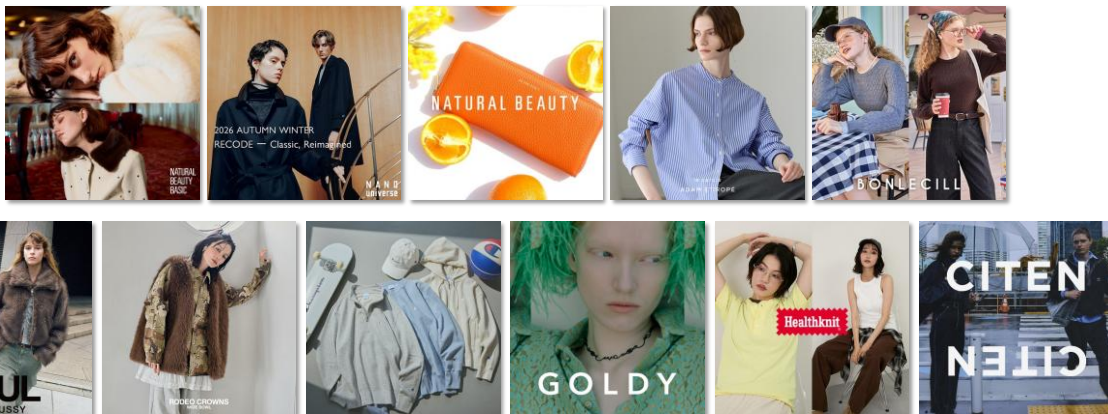
■ 第2四半期のグループ外のブランド参画数は11ショップ

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)



オープン化で「and ST」に出店している、グループ外のショップ数は、前年同期末比で45ショップ増加し、82ショップとなりました。

株式会社TSIホールディングスさまのナチュラルビューティーベーシックやナノユニバース、株式会社バロックジャパンリミテッドさまのアズールバイマウジーなど、新たなブランドにご出店をいただきました。

出店企業の皆さまと共に、引き続きモールとしての価値を高めていきます。

■ 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」を組み合わせで展開



【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

企業のお客さまと一緒にブランドを創出するプロデュースの取り組みでは、新たに株式会社セブン-イレブン・ジャパンさまとの共同開発で、コンビニでの新しいファッションの在り方を提案します。

コンビニの特性に合わせて開発したファッション雑貨を、9月25日から全国のセブン-イレブンの店舗で、順次発売しています。

両社の持つ強みを掛け合わせることで、コンビニにおけるファッションを緊急購買から目的をもって選ばれる、気分を上げるお買い物へとシフトします。女性や若年層のお客さまに人気のニコアンドやローリーズファームのブランド展開に加え、10月後半からはハローキティとのコラボ商品も販売予定です。

当社としても、これからセブン-イレブン・ジャパンさまと共に、ファッションのワクワク感をたくさんのお客さまにお届けできることを、楽しみにしています。

■ 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



■ 中国大陸：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

次にグローバル事業です。

台湾では、マルチブランド展開が順調に拡大し、ECプラットフォームである「and ST TAIWAN」も会員数115万人まで成長しています。これを活かして、台湾でもECのオープン化を開始しました。既に日系の数ブランドの販売を開始しており、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高めていきます。

中国大陸では、標準型店舗の新規エリアへの出店を継続しており、各地で好調に推移しています。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で、店舗単位では既に収益化を実現しており、出店の拡大とともに中国大陸での黒字化が視野に入ってきています。

■ 東南アジアでの出店加速と、新エリア開拓の進展



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

東南アジアです。

タイでは、6月にバンコクの人気施設「ファッションアイランド」に、カフェ併設の新店舗をオープンしました。ブランドらしさは残しながら、クールさを強調しローカライズした新内装で好評を得ています。

フィリピンは、今期は出店が遅れていましたが、来期に3店舗の出店が決定し、準備を進めています。

マレーシアは、今年12月に2店舗をオープン予定で、来期にも1店舗の出店が決まっています。

ベトナムにも現地法人を設立しました。

■ 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



次にブランドリテール事業のトピックスです。

最大ブランドのグローバルワークでは、定番品中心の商品構成から、トレンド品の割合を拡大しています。商品開発も単品ではなく、ワードローブ全体でのスタイル開発にシフトし、秋冬のトレンド品では、メディアやデベロッパーさまに向けた展示会も開催しました。

ハレは、ここ数年非常に成長しており、次の100億円ブランドとして期待しています。8月には八芳園でランウェイショーを行い、ブランドの世界観を国内外に向けて発信しました。東京発のモードブランドとして、国内のお客さまはもちろん、インバウンド需要や台湾など海外での人気も高まってきており、今後グローバル展開にも力を入れていきます。

■ 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、グロスリー、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

ライフスタイルブランドのラコレは、キャナルシティ博多にブランド最大となる500坪の新店をオープンしました。力を入れている生活雑貨やグロスリーに加え、地元企業であるスターフライヤーさんとのコラボ商品などを取り扱い、ブランドの価値を体験していただける場となっています。

また、アダストリアでは新規ブランドの創出にも力を入れています。10月から、AI共創の新ブランド、エルミラをローンチします。実在のモデルであるSHIHOさんをAI生成でIP化した「AI SHIHO」をモデルに起用し、業務にもAI技術を全面的に活用して、高品質な大人女性向け商品を低価格で実現しました。このブランドを通じて、AIを使ったブランド創出の基盤を固め、ブランド開発における新たなビジネスモデルを構築したいと考えています。

今までライセンス事業として運営してきた韓国発セレクトショップのエーランドについて、日本における商標権と営業権を取得しました。2020年から国内でエーランド事業を行っていましたが、韓国ファッションブームの高まりで成長余地が拡大していると判断し、さらに事業を加速させていきます。

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

最後に、下期の方向性と外部環境に関する考え方です。

為替は、期初の想定よりも円安に推移していますが、価格帯は全体での引き上げはせず、維持していく方針です。

利益のコントロールについては上期に引き続き、生産背景の新規開拓などにより値入の改善に取り組み、為替のマイナス影響を相殺できる見通しです。在庫についても適正にコントロールしており、値引も抑えていきます。経費についても、広告宣伝費の効率化や、人員の稼働の最適化の効果が、下期も一定程度見られると考えています。

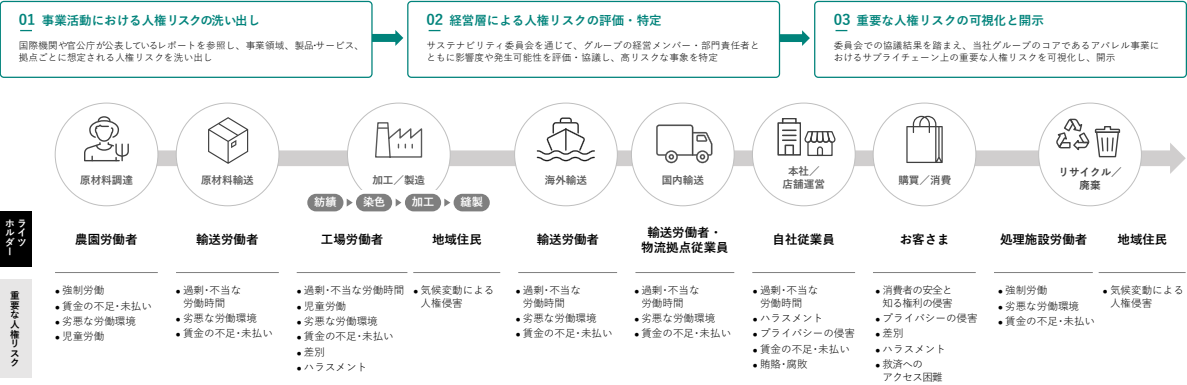
来期以降も持続的に成長するため、複数の新ブランドの立ち上げなどを計画しており、一定の投資は行いますが、事業は堅調さを維持しており、しっかりと期初計画を超える利益を作ることができると考えています。

私からのご説明は以上です。

■ 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



原材料調達

原材料輸送

加工／製造

海外輸送

国内輸送

本社／店舗運営

購買／消費

リサイクル／廃棄

紡績

染色

加工

縫製

農園労働者

輸送労働者

工場労働者

地域住民

輸送労働者

輸送労働者・物流拠点従業員

自社従業員

お客さま

処理施設労働者

地域住民

●強制労働

●資金の不足・未払い

●劣悪な労働環境

●児童労働

●過剰・不当な労働時間

●児童労働

●劣悪な労働環境

●資金の不足・未払い

●差別

●ハラスメント

●過剰・不当な労働時間

●劣悪な労働環境

●資金の不足・未払い

●過剰・不当な労働時間

●劣悪な労働環境

●資金の不足・未払い

●過剰・不当な労働時間

●ハラスメント

●プライバシーの侵害

●資金の不足・未払い

●賄賂・腐敗

●消費者の安全と知る権利の侵害

●プライバシーの侵害

●差別

●ハラスメント

●救済へのアクセス困難

●強制労働

●劣悪な労働環境

●資金の不足・未払い

●気候変動による人権侵害

*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 ライフホルダー：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

(参考)

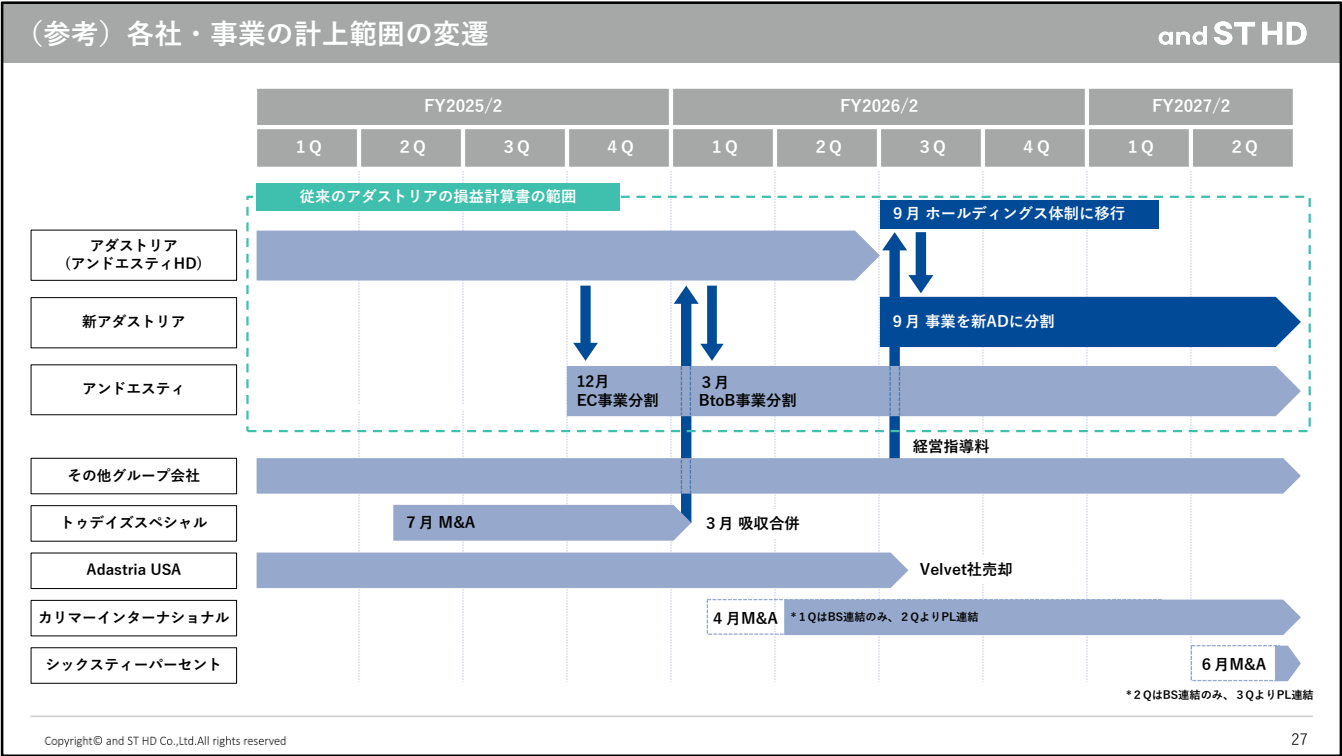
■ 統合報告書2026を10月上旬に発行

- ・ 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



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





(参考)

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!