

# 2026年 2 月期 第 2 四半期 決算説明会資料

2025年9月30日

and **ST HD**

# 目次

1. 2026年2月期 上期実績	
• 連結損益計算書：サマリー	4
• アダストリア単体およびグループ会社	8
• グローバル事業 / ブランドリテール事業	10
• 連結貸借対照表	12
• 出退店実績・計画	13
• 通期業績予想	14
• 下期の方向性と外部環境	16
2. 中期経営計画の進捗	
• 中期経営計画、事業別進捗サマリー	19
• 事業別トピックス	21
• ロジスティクス戦略 / サステナビリティの取り組み 統合報告書の発行	30
• ホールディングス体制への移行	33

# 1. 2026年 2 月期 上期業績

専務取締役 福田 泰己

全体概要

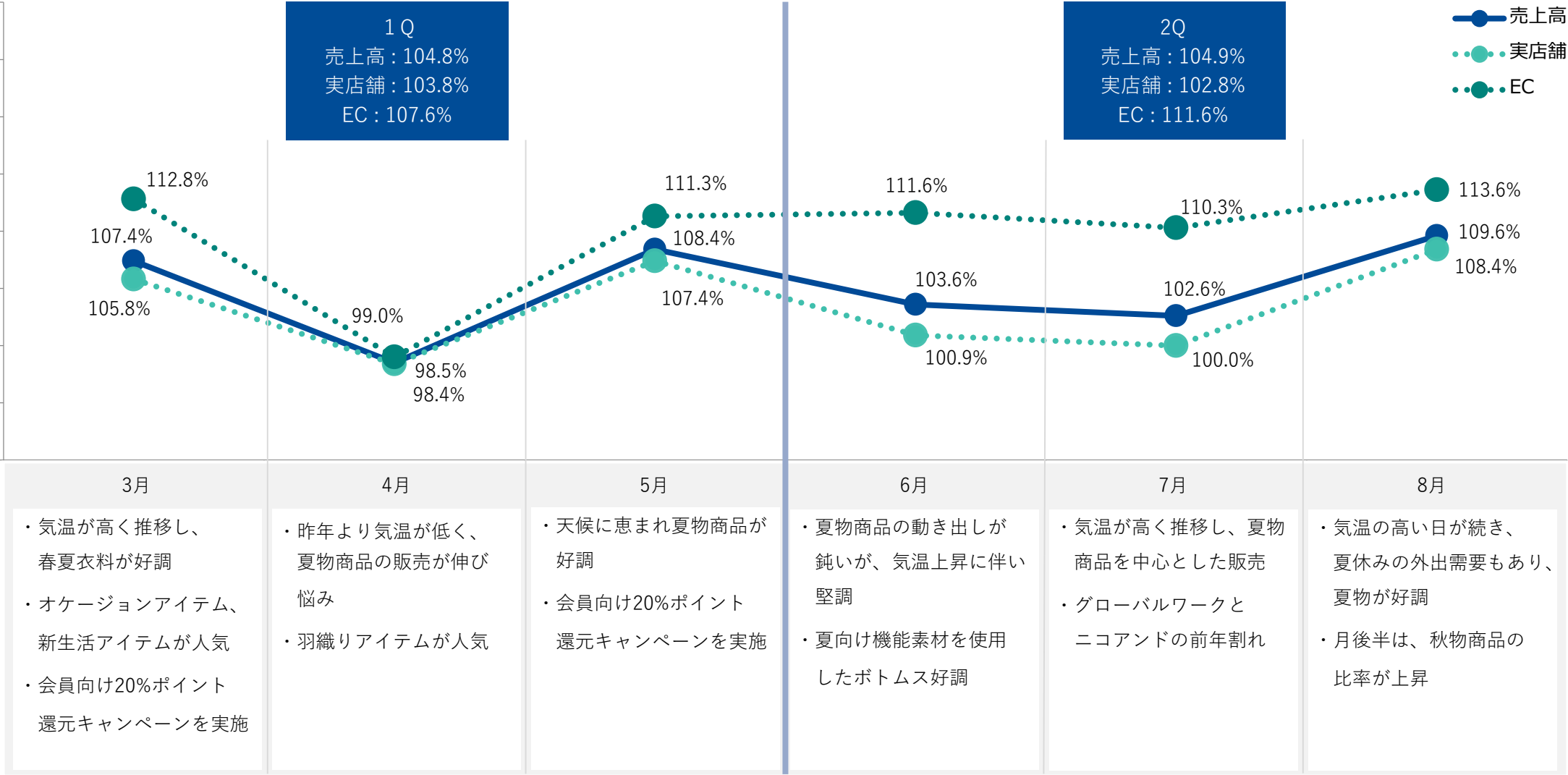
上半期の売上高は過去最高を記録し計画通り、2Q3ヶ月では若干の計画未達  
売上総利益率が低下し、販管費は抑制したが、営業利益は計画に届かなかった

(百万円)

	2025/2期 上期				2026/2期 上期					
	上期累計		3ヶ月		上期累計			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	144,203	100.0%	70,201	100.0%	149,345	100.0%	103.6%	71,880	100.0%	102.4%
売上総利益	80,320	55.7%	38,714	55.1%	82,372	55.2%	102.6%	38,534	53.6%	99.5%
販管費	70,424	48.8%	34,832	49.6%	74,399	49.8%	105.6%	36,165	50.3%	103.8%
広告宣伝費	3,958	2.7%	1,897	2.7%	4,665	3.1%	117.8%	1,889	2.6%	99.6%
人件費	26,335	18.3%	13,245	18.9%	27,152	18.2%	103.1%	13,382	18.6%	101.0%
設備費*	24,924	17.3%	12,330	17.6%	26,919	18.0%	108.0%	13,241	18.4%	107.4%
その他	15,205	10.5%	7,359	10.5%	15,662	10.5%	103.0%	7,652	10.6%	104.0%
営業利益	9,895	6.9%	3,881	5.5%	7,973	5.3%	80.6%	2,369	3.3%	61.0%
経常利益	10,297	7.1%	4,008	5.7%	7,790	5.2%	75.7%	2,366	3.3%	59.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,939	4.8%	2,533	3.6%	5,987	4.0%	86.3%	1,613	2.2%	63.7%
EBITDA	15,139	10.5%	6,640	9.5%	13,800	9.2%	91.2%	5,377	7.5%	81.0%
減価償却費	5,090	3.5%	2,660	3.8%	5,610	3.8%	110.2%	2,894	4.0%	108.8%
のれん償却費	153	0.1%	98	0.1%	216	0.1%	141.2%	113	0.2%	115.1%

(注)2025年第3四半期会計期間末において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2025年2月期上期末において、暫定的な会計処理の確定による取得原価の当初配分額の見直しが反映されております  
\*：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



新中計のプラットフォーム、グローバル、ブランドリテールの各事業の売上は、いずれも計画通り進捗  
売上総利益率は昨年の一過性利益の反動減と、夏物在庫の消化により前年を下回った

## 売上高

**1,493 億円**（前年同期比：103.6%）

- プラットフォーム事業

\*連結消去前

**66 億円**

and STへの外部ブランドの参画が順調、卸売も計画通り

- グローバル事業

**124 億円**

アジアの各国・地域はいずれも堅調で計画線、  
撤退した米国の不調で海外全体では若干下振れ

- ブランドリテール事業

\*連結消去前

**1,367 億円**

天候に苦戦も、IPコラボやスタッフ企画商品が牽引  
グループ会社では特にエレメントルール社が好調

## 売上総利益率

**55.2%**（前年同期差：▲0.5p）

- 悪化要因：夏物商品の在庫消化の値引きと昨年のポイント利用率変動による一過性利益の反動減
- 改善要因：ECのオープン化売上増加と、相対的に粗利率が高い子会社の売上増加
- 横ばい：円安進行下でも値入は維持

販管費は増加したが、金額・売上高比率ともに計画範囲内でコントロールした  
営業利益・経常利益は計画未達も、当期純利益は計画を上回って進捗

## 販管費率

**49.8%**（前年同期差：+1.0p）

- ・ 広告宣伝費 **3.1%**（同：+0.4p +7.0億円） 1 Qに実施した旗艦店出店に合わせたPR強化、2 Qは抑制
- ・ 人件費 **18.2%**（同：▲0.1p +8.1億円） 効率化などによる改善
- ・ 設備費 **18.0%**（同：+0.7p +19.9億円） 旗艦店出店と他社ECの伸長、システムなどの減価償却
- ・ その他 **10.5%**（同：▲0.0p +4.5億円） カード手数料、小口配送費などが増加も、率としては抑制

## 営業利益

**79 億円**（前年同期比：80.6%）

営業利益率：5.3% EBITDA率：9.2%

## 経常利益

**77 億円**（前年同期比：75.7%）

営業外損益 為替差損2.3億円など

## 当期純利益

**59 億円**（前年同期比：86.3%）

特別損失 店舗減損1.4億円など

- アダストリアとアンドエスティ社の連結（前期はアダストリア単体）は増収も、売上総利益率の悪化と、戦略費用増加のため減益
- 国内子会社は実質106%増収、2Q3 か月間も実質105%増収（前年に合併前のトゥデイズスペシャル社が含まれており、表面上減収）
- 飲食のゼットン は決算期変更による対象月の違いがあり、同月対比の実質では約106%の増収

(百万円)

	2025/2期 上期		2026/2期 上期					
	上期累計	3ヶ月	上期累計			3ヶ月		
				増減額	前年同期比		増減額	前年同期比
売上高	144,203	70,201	149,345	5,141	103.6%	71,880	1,678	102.4%
アダストリア+アンドエスティ*1	115,010	55,196	118,454	3,444	103.0%	56,994	1,798	103.3%
国内グループ会社 *2	12,361	6,007	12,576	215	101.7%	5,906	▲ 100	98.3%
海外グループ会社 *3	11,953	6,053	12,425	471	103.9%	5,926	▲ 126	97.9%
ゼットン（飲食グループ会社）*4	6,942	3,957	7,958	1,015	114.6%	4,132	174	104.4%
連結調整	▲ 2,065	▲ 1,013	▲ 2,070	▲ 4	-	▲ 1,079	▲ 66	-
営業利益	9,895	3,881	7,973	▲ 1,922	80.6%	2,369	▲ 1,512	61.0%
アダストリア+アンドエスティ *1	9,363	3,521	6,255	▲ 3,107	66.8%	1,631	▲ 1,890	46.3%
国内グループ会社 *2	399	▲ 17	838	439	210.2%	125	143	-
海外グループ会社 *3	341	310	644	303	188.7%	474	164	153.0%
ゼットン（飲食グループ会社）*4	▲ 173	131	235	409	-	176	45	134.6%
連結調整	▲ 35	▲ 64	▲ 1	33	-	▲ 39	25	-

\* 1：2025年2月期は(株)アダストリアの数値、2026年2月期は、(株)アンドエスティとアダストリア社との連結消去を加味した2025年2月期と同じ基準の数値  
\* 2：2025年2月期は、(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADOORLINK・(株)トゥデイズスペシャルの単純合算。2026年2月期は、(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  
\* 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。2025年2月期は2月～7月、2026年2月期は3月～8月



- 4月の低気温、7月のグローバルワークとニコアンドの不調などはあったが、それ以外は全体として堅調な推移で、売上は計画通り
- 売上総利益率は、値入は維持したが夏物在庫消化の値引きと昨年のポイント利用率変動による一過性利益の反動で、前年比悪化
- 広告宣伝費、設備費は増加したが、販管費全体では計画範囲内でコントロール
- 減益計画であったものの、売上総利益の未達により、計画も下回った

(百万円)

	2025/2期 上期		2026/2期 上期			
	上期累計	3ヶ月	上期累計		3ヶ月	
				前期比		前期比
売上高	115,010	55,196	118,454	103.0%	56,994	103.3%
（卸売事業を除く全店前年比）＊	105.5%	106.8%	104.8%	-	104.9%	-
（既存店前年比）＊	103.4%	104.2%	101.0%	-	100.8%	-
売上総利益	62,477	29,376	63,155	101.1%	29,066	98.9%
売上総利益率	54.3%	53.2%	53.3%	▲ 1.0p	51.0%	▲ 2.2p
販管費	53,114	25,854	56,899	107.1%	27,434	106.1%
販管費率	46.2%	46.8%	48.0%	+1.8p	48.1%	+1.3p
営業利益	9,363	3,521	6,255	66.8%	1,631	46.3%
営業利益率	8.1%	6.4%	5.3%	▲ 2.8p	2.9%	▲ 3.5p
経常利益	10,195	3,925	7,598	74.5%	1,769	45.1%
経常利益率	8.9%	7.1%	6.4%	▲ 2.5p	3.1%	▲ 4.0p

＊：月次発表ベース

- 中国大陸 引き続きEC販売が好調で増収、赤字縮小
  - 香港 増収。若干の減益ではあるが、計画線
  - 台湾 出店と新ブランド展開の継続により増収増益  
and ST会員100万人達成
- タイ 前第3四半期に2号店、今期に3号店を出店により増収
  - フィリピン 前期に1号店を出店
  - 米国 卸売事業の不振が継続、減収減益。7月に売却済

(百万円)

	2024/12期 上期		2025/12期 上期					
	上期累計	3ヶ月	上期累計			3ヶ月		
				前期比 (円ベース)	前期比 (現地通貨ベース)		前期比 (円ベース)	前期比 (現地通貨ベース)
売上高 *1	11,953	6,053	12,425	103.9%	106.7%	5,926	97.9%	104.1%
中国大陸	2,148	1,209	2,233	104.0%	107.5%	1,094	90.5%	97.6%
香港	2,214	1,063	2,272	102.6%	104.8%	1,061	99.8%	108.2%
台湾	3,610	1,683	4,259	118.0%	121.5%	2,027	120.4%	124.0%
タイ	141	63	213	150.6%	146.1%	105	166.0%	171.2%
フィリピン	-	-	67	-	-	31	-	-
米国 *2	3,839	2,033	3,378	88.0%	90.2%	1,606	79.0%	84.9%
営業利益 *1	341	310	644	188.7%	196.0%	474	153.0%	150.4%
中国大陸	▲ 286	▲ 92	▲ 75	-	-	▲ 2	-	-
香港	171	125	137	79.8%	81.5%	98	78.8%	82.1%
台湾	706	361	853	120.8%	124.4%	421	116.6%	120.1%
タイ	▲ 82	▲ 51	▲ 63	-	-	▲ 27	-	-
フィリピン	▲ 10	▲ 10	▲ 33	-	-	▲ 17	-	-
米国 *2	▲ 157	▲ 22	▲ 173	-	-	2	-	-

\*1：今期より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。この変更に合わせて、前期も同様の表記にしております

\*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

- **エレメントルール** 全ブランドが前年売上を上回り、粗利率も改善し増収増益
- **バズウィット** 主要ブランドが復調し利益率改善、増収増益
- **ゼットン** 決算期変更影響を加味した同月対比でも売上前年比106%、稼働管理により人件費効率が改善し増益
- **アダストリア** グローバルワークは主力商品がニーズを捉えきれず、秋冬に向けMDを修正中  
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、ラコレは出店が進捗

◆ **国内EC**                    EC比率：28.3%、自社EC比率：14.7%

		売上高(百万円) *						店舗数	
		2025/2期		2026/2期				2025/2期	2026/2期
		上期累計	3ヶ月	上期累計	前年比	3ヶ月	前年比	上期末	上期末
国内グループ会社	エレメントルール	6,104	2,913	6,793	111.3%	3,079	105.7%	81	82
	BUZZWIT	5,482	2,445	5,545	101.2%	2,531	103.5%	30	26
	ゼットン	6,909	3,943	7,919	114.6%	4,114	104.4%	74	75
アダストリア ブランド別	グローバルワーク	26,608	12,033	26,094	98.1%	11,549	96.0%	216	222
	ニコアンド	17,558	8,965	17,786	101.3%	8,552	95.4%	143	146
	スタディオクリップ	11,653	6,027	12,169	104.4%	6,273	104.1%	186	188
	ローリーズファーム	11,614	5,465	12,123	104.4%	5,886	107.7%	125	126
	レプシム	7,483	3,659	8,719	116.5%	4,143	113.2%	115	116
	ラコレ	6,452	3,267	7,281	112.8%	3,742	114.5%	85	96
	ベイフロー	5,629	2,794	5,545	98.5%	2,708	96.9%	64	63
	ジーナシス	5,609	2,667	5,463	97.4%	2,623	98.4%	69	68

\*グループ内取引消去後

- 棚卸資産 前年同期末比106.8% カリマーが純増
- 有形固定資産 リアル店舗の新規出店による増加
- 無形固定資産 M&Aによる商標権や、ソフトウェアの増加など
- 負債 M&Aによる一時的な借入金増加など
- 純資産 純資産比率は57.7%、前年同期末比+0.2p

(百万円)

	2024年8月末		2025年2月末		2025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	65,444	49.4%	67,173	50.5%	71,200	51.1%	+5,756	+4,027
現預金	20,631	15.6%	21,143	15.9%	22,435	16.1%	+1,803	+1,292
棚卸資産	26,869	20.3%	29,082	21.8%	28,699	20.6%	+1,829	▲383
固定資産	67,019	50.6%	65,935	49.5%	68,208	48.9%	+1,189	+2,273
有形固定資産	27,090	20.5%	26,864	20.2%	27,533	19.8%	+443	+669
無形固定資産	15,683	11.8%	14,683	11.0%	15,868	11.4%	+185	+1,185
のれん	3,337	2.5%	2,673	2.0%	2,765	2.0%	▲571	+91
投資その他資産	24,245	18.3%	24,387	18.3%	24,806	17.8%	+560	+419
総資産	132,463	100.0%	133,108	100.0%	139,409	100.0%	+6,945	+6,301
負債	56,311	42.5%	55,908	42.0%	58,960	42.3%	+2,648	+3,052
借入金	1,101	0.8%	-	-	4,726	3.4%	+3,625	+4,726
純資産	76,151	57.5%	77,200	58.0%	80,448	57.7%	+4,297	+3,248
自己株式	▲ 5,627	▲4.2%	▲ 5,627	▲4.2%	▲ 6,097	▲4.4%	▲470	▲470

	2025/ 2期		2026/2期 上期末				前年 同期末比 増減数	2026/2期 通期修正計画				2026/2期
	上期末 店舗数	期末 店舗数	出店	変更	退店	期末 店舗数		出店	変更	退店	期末 店舗数	期初計画 期末店舗数
グローバルワーク	216	216	7	0	▲ 1	222	6	13	0	▲ 1	228	229
ニコアンド	143	145	1	0	0	146	3	2	0	0	147	147
スタディオクリップ	186	187	1	0	0	188	2	4	0	▲ 2	189	187
ローリーズファーム	125	125	2	0	▲ 1	126	1	3	0	▲ 1	127	128
レプシム	115	115	1	0	0	116	1	6	0	▲ 2	119	120
ラコレ	85	91	6	0	▲ 1	96	11	10	0	▲ 2	99	102
ペイフロー	64	62	1	0	0	63	▲ 1	2	0	0	64	64
ジーナシス	69	69	1	0	▲ 2	68	▲ 1	1	0	▲ 2	68	69
その他 *1	279	270	10	23	▲ 6	297	18	19	23	▲ 26	286	278
アダストリア合計（うちWEBストア）	1,282 (65)	1,280 (65)	30 (0)	23 (3)	▲ 11 (▲ 3)	1,322 (65)	40 (0)	60 (0)	23 (3)	▲ 36 (▲ 3)	1,327 (65)	1,324 (69)
国内子会社合計 *2（うちWEBストア）	147 (60)	135 (48)	9 (1)	▲ 20 (0)	▲ 4 (▲ 3)	120 (46)	▲ 27 (▲ 14)	14 (4)	▲ 20 (0)	▲ 4 (▲ 3)	125 (49)	119 (45)
国内合計（うちWEBストア）	1,429 (125)	1,415 (113)	39 (1)	3 (3)	▲ 15 (▲ 6)	1,442 (111)	13 (▲ 14)	74 (4)	3 (3)	▲ 40 (▲ 6)	1,452 (114)	1,443 (114)
中国大陸	14	14	1	0	▲ 1	14	0	4	0	▲ 1	17	17
香港	28	29	2	0	0	31	3	4	0	▲ 2	31	32
台湾	73	81	12	0	▲ 2	91	18	19	0	▲ 2	98	103
タイ	2	3	1	0	0	4	2	2	0	0	5	5
フィリピン	-	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	5
米国 *3	10	11	1	0	▲ 1	11	1	1	▲ 11	▲ 1	0	11
海外合計（うちWEBストア）	127 (27)	139 (28)	17 (0)	0 (0)	▲ 4 (▲ 2)	152 (26)	25 (▲ 1)	30 (0)	▲ 11 (▲ 1)	▲ 6 (▲ 2)	151 (25)	173 (30)
ゼットン	74	76	2	0	▲ 3	75	1	3	0	▲ 5	74	76
連結合計（うちWEBストア）	1,630 (152)	1,630 (141)	58 (1)	3 (3)	▲ 22 (▲ 8)	1,669 (137)	39 (▲ 15)	107 (4)	▲ 8 (2)	▲ 51 (▲ 8)	1,678 (139)	1,692 (144)

2026/ 2 期 上期累計連結で改装20店舗

\* 1：2025/ 2 期まで国内子会社合計に集計していた(株)トゥデイズスペシャルの店舗を、2026/ 2 期 1 Qより(株)アダストリアの「その他」に合算

\* 2：2026/ 2 期 1 Qより株式を取得したカリマーインターナショナル(株)の3店舗を「変更」に記載

\* 3：米国の通期修正計画の「変更」は米国事業譲渡に伴う減少を記載

■ 通期業績予想は修正なし

- 米国事業売却による特別損失約 5 億円が第 3 四半期、福岡物流センター売却による特別利益約34億円が今期中に発生する予定
- FOUND GOODの卸販売と、FOREVER21事業を今期中に終了予定。業績予想への影響は軽微。
- グループ会社の元従業員による横領影響も軽微

(百万円)

	2025/2期 実績	2026/2期 通期 予想	前期比
売上高	293,110	305,000	104.1%
売上総利益	160,282	170,000	106.1%
売上総利益率	54.7%	55.7%	+1.0p
販管費	144,771	151,000	104.3%
販管費率	49.4%	49.5%	+0.1p
営業利益	15,510	19,000	122.5%
営業利益率	5.3%	6.2%	+0.9p
経常利益	15,964	19,000	119.0%
経常利益率	5.4%	6.2%	+0.8p
親会社株主に帰属する当期純利益	9,614	12,400	129.0%
親会社株主に帰属する当期純利益率	3.3%	4.1%	+0.8p
ROE	13.1%	15.3%	+2.2p
EBITDA	26,692	30,260	113.4%
減価償却費	10,785	10,850	100.6%
のれん償却費	395	410	103.8%

■ アンドエスティ分割・ホールディングス化の影響を除いた、前期実績と同じ範囲で、業績予想に変更なし

アンドエスティ社分割・HD化の影響を考慮した、  
アダストリア単体＋アンドエスティ社＋HD＋各社間連結調整

(百万円)

	2025/2期 実績	2026/2期 予想	前期比
売上高	231,464	244,500	105.6%
売上総利益	122,637	134,500	109.7%
売上総利益率	53.0%	55.0%	+2.0p
販管費	108,330	118,300	109.2%
販管费率	46.8%	48.4%	+1.6p
営業利益	14,306	16,200	113.2%
営業利益率	6.2%	6.6%	+0.4p
経常利益	15,342	16,500	107.5%
経常利益率	6.6%	6.7%	+0.1p

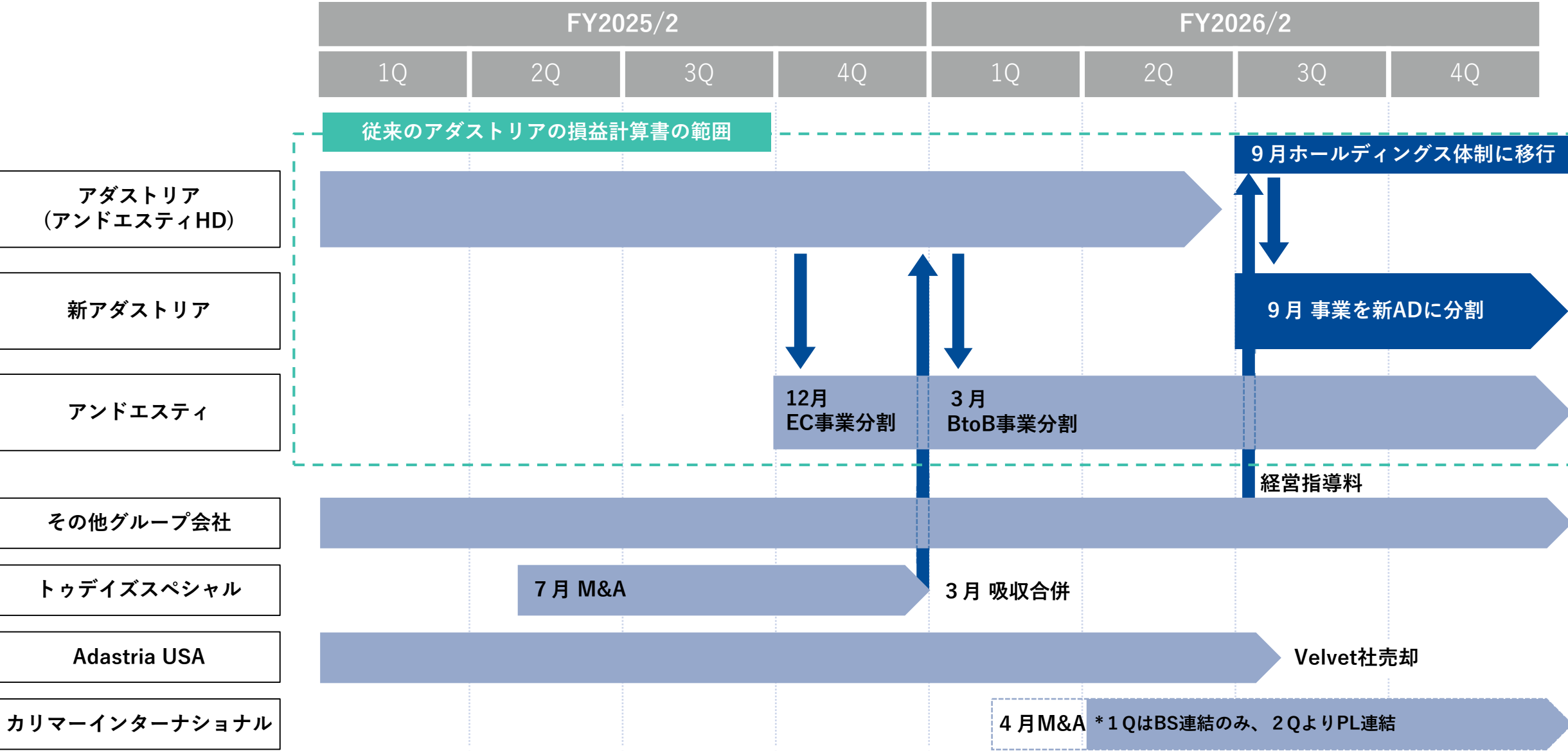
## 下期方向性

- 9月1日よりホールディングス体制へ移行、グループ各社の強みをより発揮していく
- 主力ブランドの復調を図りながら、堅調な他ブランドやグループ各社の伸びを加速
- 秋冬商戦は前期の経験を活かし、売れ筋を見極めて十分な在庫を持つ方針  
9月前半は残暑に苦戦も、気温が低下した下旬の立ち上がりは堅調

## 外部環境

- 為替予約の前年対比は、上期は円安が継続していたが、下期は円高に転じる見通し
- 値上げ余地は大きくないが、ファッション市場ではインフレによる消費押し下げ影響は限定的

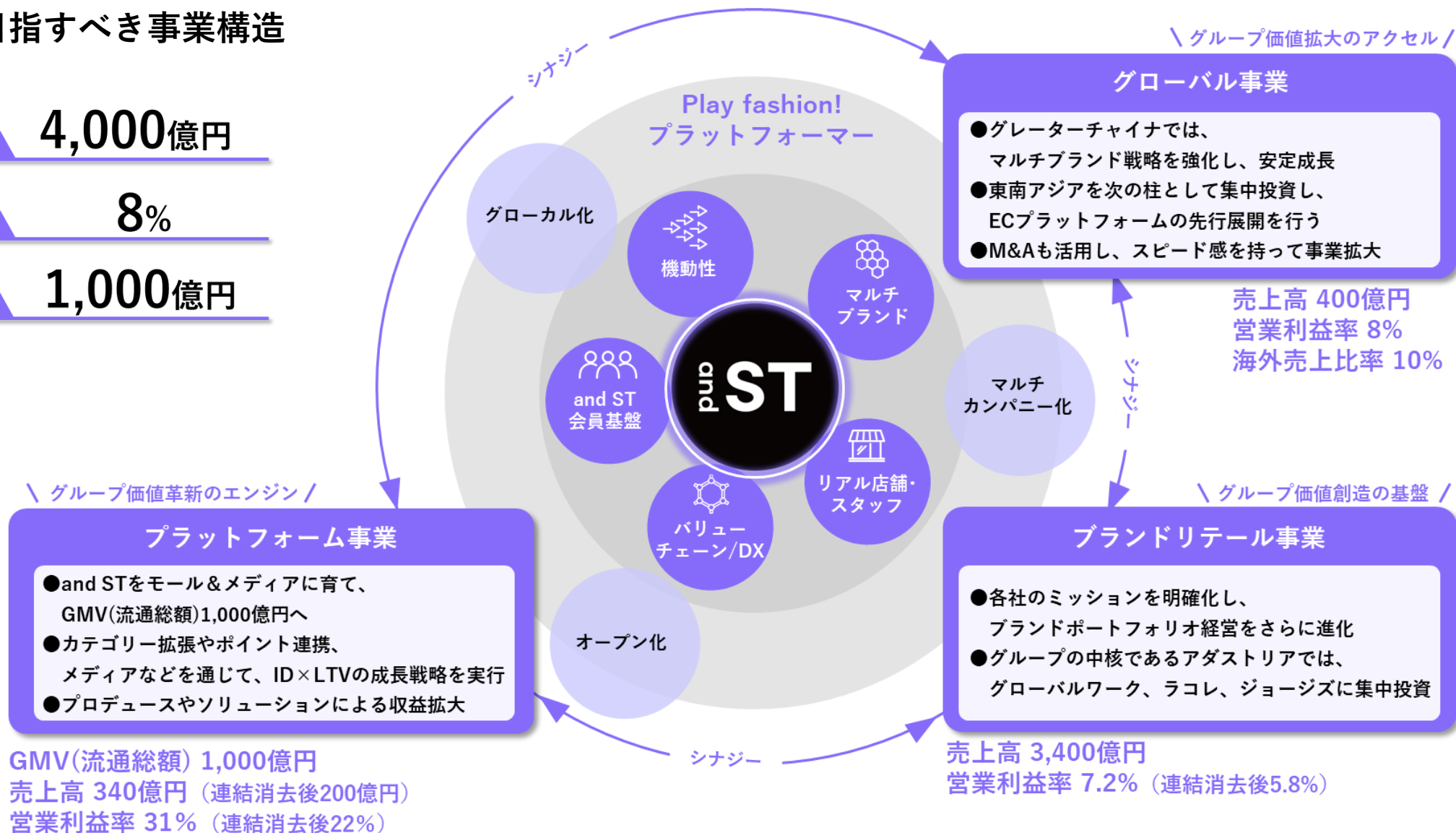
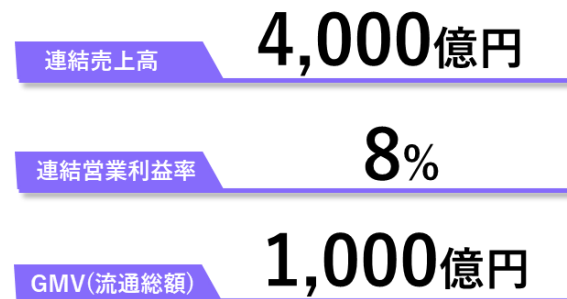




## 2. 中期経営計画の進捗

代表取締役社長 木村 治

■ 2030年に目指すべき事業構造



## プラットフォーム事業

- オープン化（ECモール事業）の参画企業増加、計画を上回る推移
- 旗艦店and ST TOKYOが好調、オープン化参画企業とのコラボを積極的に実施

## グローバル事業

- 米国は撤退完了し、重点エリアの東南アジアでの市場開拓を順次開始
- 香港、台湾は順調。中国大陆は予定を上回るペース

## ブランドリテール事業

- グローバルワークは伸び悩んだが、秋冬からQR（短納期生産）も活用し、トレンドを捉えた商品や、エントリープライス商品の投入により回復を目指す
- 大型ブランドのローリーズファームが再成長軌道に、注力ブランドのラコレ、ジョージズは堅調に出店
- エレメントルールは高付加価値化で店舗数、店舗あたり売上ともに伸長

■ オープン化（ECモール）へのグループ外のブランド参画数は計画を上回る推移

グループ外  
ショップ数

37ショップ

（8月31日時点）

（前年同期比：+28ショップ）

and ST 総会員数

約2,070万人

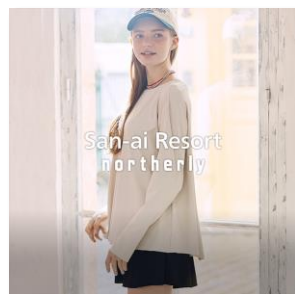
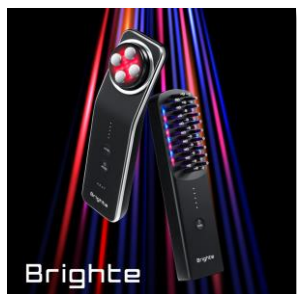
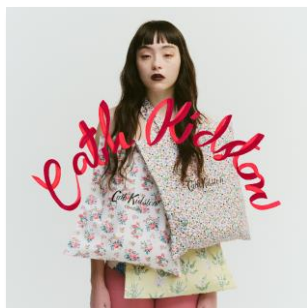
（8月31日時点）

（前期末比：+100万人）

アクティブ会員数

約760万人

（前期末比：+10万人）



■ 10月中旬に新たな参画ブランドを発表予定

■ and STのGMVは、計画を上回る推移

and ST GMV

(第2四半期6ヶ月)

223億円

(前年同期比：115.5%)

内、自社グループ販売

構成比

202億円

(前年同期比：106.6%)

90.6%

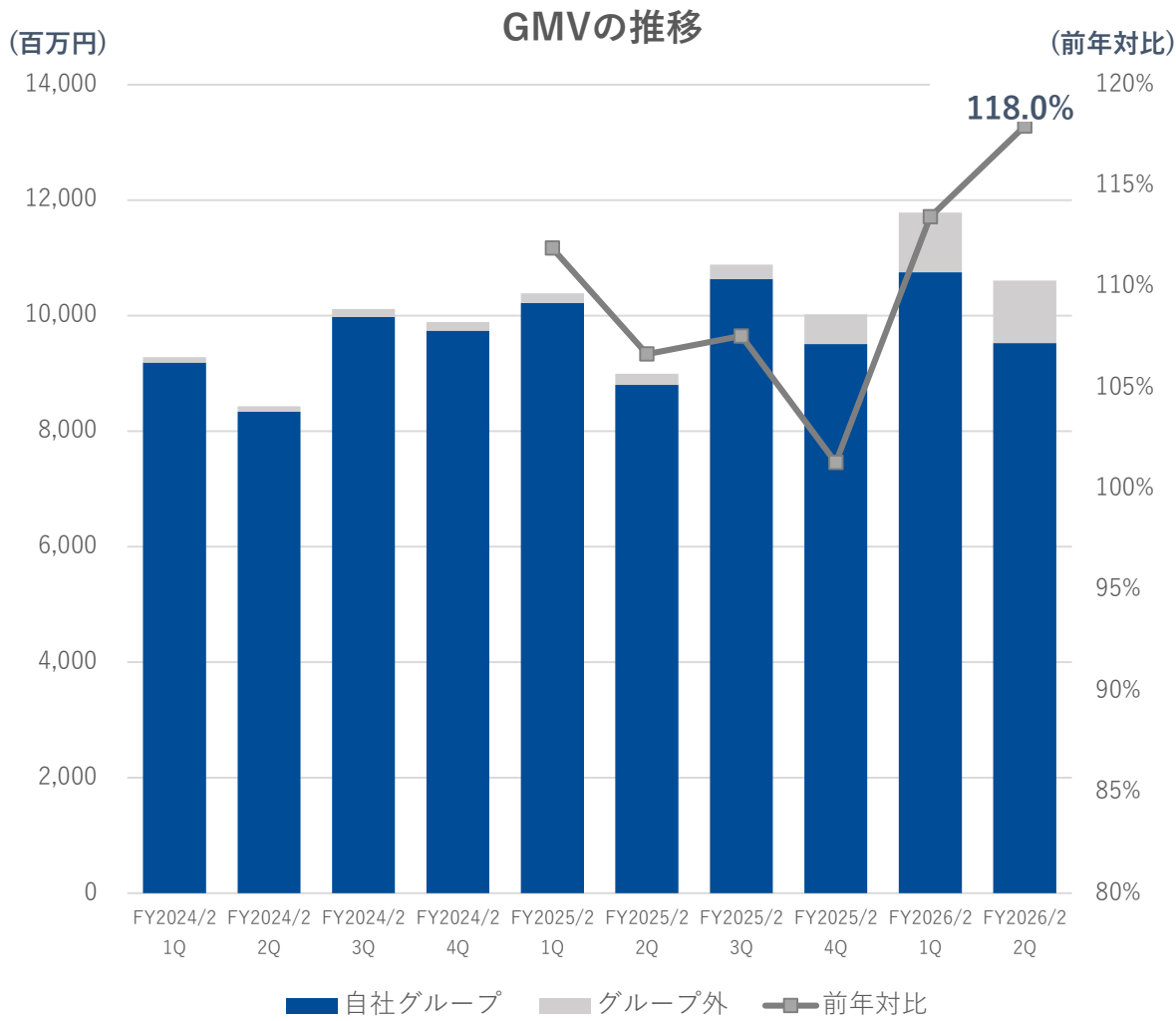
内、グループ外販売

構成比

21億円

(前年同期比：589.9%)

9.4%





## ■ and STオープン化参画ブランドによる、旗艦店and ST TOKYOでのPOP UP出店

- ・ 当社グループの強みを活かし、リアル×オンラインで新たな顧客接点を創出し、参画企業から好評を得ている



旗艦店 and ST TOKYO



Cath Kidston



PAUL&JOE



KiU



Ocean Pacific



kappa

## ■ 楽天ID連携を9月16日スタート、業界初のトリプルポイント実現

- and ST会員が、ECでもリアルでも3つのポイントが同時に貯まる・使える、トリプルポイントの制度がアパレル業界初でスタート
- and STポイント価値およびLTV拡大に向けて、会員さまのベネフィットの最大化を推進

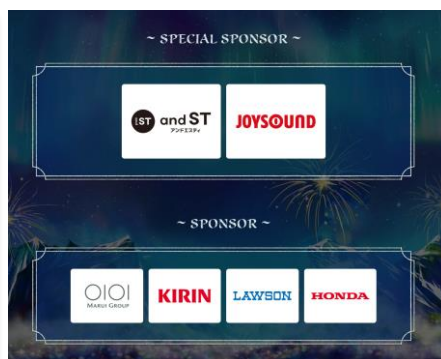
3つのポイントが **全部** 使える、貯まる。



2025.9.16 **START**

## ■ Mrs. GREEN APPLEとのコラボレーションを実施

- and STがMrs. GREEN APPLEのデビュー10周年を記念してコラボレーションを実施
- 7月にコラボサングラスをand STで販売。旗艦店のand ST TOKYOに特設コーナーを設置



10周年アニバーサリーライブに協賛



■ スタッフボード参加スタッフのインフルエンサー化は更に伸展

- ・ 研修制度や分析ツールなどにより、スタッフボード参加人数、フォロワー 1 万人以上のスタッフが大きく増加
- ・ 各ブランドの人気スタッフが企画するスタッフプロデュースアイテムが引き続き好調

スタッフボードの参加人数とSNSフォロワー数推移

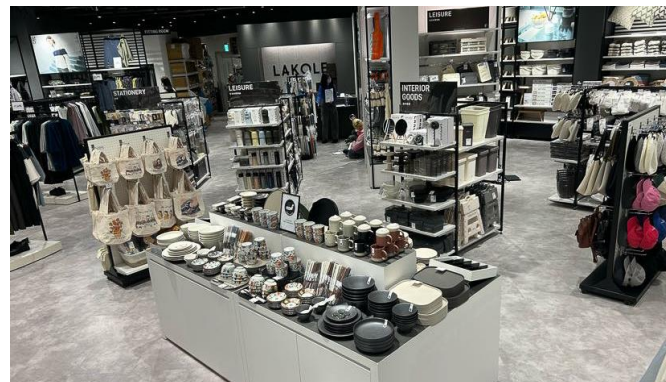
	2019.2	2023.02	2024.02	2025.02
スタッフボード 参加人数	449人	3,990人	4,098人	4,485人
フォロワー 10万人以上	0人	5人	11人	21人
フォロワー 5万人以上	0人	8人	13人	22人
フォロワー 1万人以上	11人	63人	74人	130人
総フォロワー数	48万人	573万人	1,035万人	1,322万人



\*2025.02の集計より、当社グループ外からの参加者67名を含む  
\*フォロワー数：スタッフボード、Instagram、TikTok、You tubeほかSNSフォロワー数 の延べ総計

## ■ 台湾でラコレの出店を加速

- ・ ライフスタイルブランドのラコレは、海外リアル店舗として3月に台湾で初出店し、好調に推移
- ・ 今期通期で4店舗出店。アジアのほかの地域・国での海外進出も目指す



## ■ 香港にスタジオクリップが初出店、マルチブランド戦略進捗

- ・ 昨年秋に開始した香港の自社WEBストアでの販売が好調であることを受け、4月にTsuen Wan Plazaに初出店

## ■ 中国大陆での売上好調

- ・ 旗艦店出店を中心とした“ドミナント戦略”から、標準型店舗の出店とECを連携する“クロスチャネル戦略”への転換



香港：スタジオクリップ1号店 Tsuen Wan Plaza



## ■ タイ・マレーシアでグローバルワークを展開し、東南アジア展開を遂行

- ・ 7月、タイのグローバルワーク1号店をバンコクの北の玄関口であるノンタブリー県に出店
- ・ マレーシアでのテストマーケティングも開始
- ・ 東京ブランドとしての認知獲得のため、海外向けキービジュアルで店頭ラッピング



マレーシア：ららぽーとBBCC



タイ：グローバルワーク1号店



## ■ ローリーズファームが新たな取り組みで過去最高水準の売上を達成

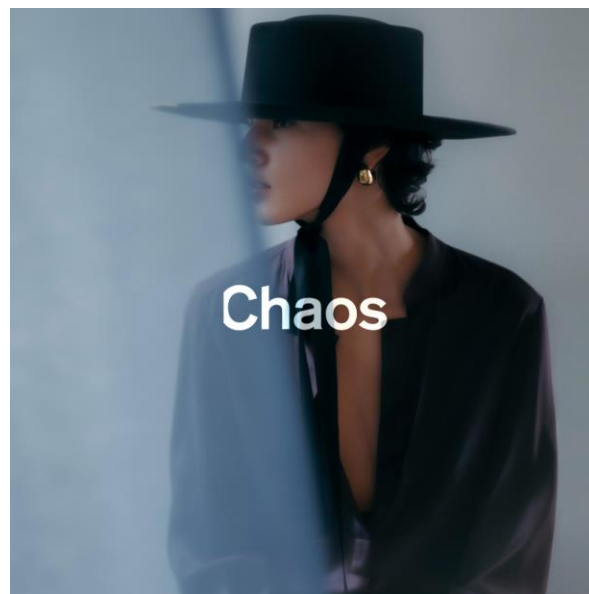
- ブランドコンセプトを「かわいい、かっこいい、かしこいといったイメージを内包する“カワイイ”」に刷新し、ブランディングを強化
- キャラクターとのIPコラボや人気スタッフによるプロデュース企画「more+me（モア・ミー）」も好評
- ユニセックスライン「LFM(U)（エルエフエムユー）」を今秋より展開開始





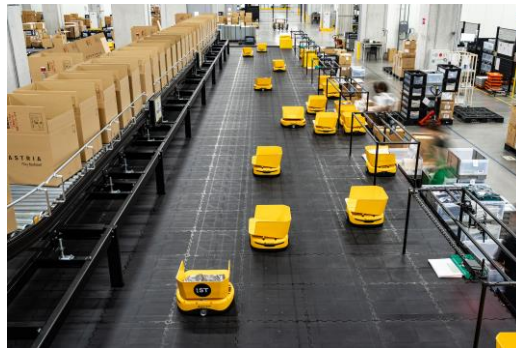
## ■ エレメントルール社は好調を維持、売上高前年対比111.3%

- 5ブランド全ての売上が伸長し、計画も上回った
- 特にブランドポートフォリオの中でも高価格帯のカレンソロジー・カオスが好調、新ブランドとして育成中のブリルも出店継続
- 品質にこだわったオリジナル商品が好評。ブランディングを強化し、値引き抑制や粗利の改善につながった
- ファン獲得のため、社内インフルエンサーの育成を推進。ブランド横断のEC施策も実施し、EC予約率は約25%



## ■ 中期経営計画2030の達成に向けた、グローバルバリューチェーンの構築を進行中

- バリューチェーン全体最適を実現するために、DX活用や川上から川下まで各業務の見直しを実施し、物流費をコントロールしている
  - and STのオープン化を含めた規模拡大を支える物流キャパシティの拡張、将来的な労働力不足に対応する庫内業務の機械化・効率化を進めており、現時点では6ヶ所7拠点に再編を実施
  - プラットフォーム事業拡大に向けた物流キャパシティ拡大のため、新ECDCを2027年に新設予定
- 
- 2025年7月 常総物流センターで店舗向け物流の機械化稼働開始
  - 2025年8月 西宮北DC新設（2026年7月機械化完了予定）
  - 2026年2月期中 福岡DC売却
  - 2027年5月 新ECDC新設（予定）



常総物流センターでの機械化の様子



西宮北DC(新設)

## ■ アパレル物流研究会の発足、共同配送の検討推進

## ■ サステナビリティステートメントを刷新、人権・環境方針を新たに策定

- ・ アンドエスティHDグループとしてサステナビリティに対する企業姿勢と意志を表明
- ・ グローバル基準に則り、バリューチェーン全体での環境および人権に対する考え方を策定し、取り組みを推進

## ■ 女性管理職比率の新目標を策定

- ・ グループにおける女性管理職比率の2030新目標を策定。国内外グループに対象を広げ、更に高い目標へとアップデート

国内外グループ全体における新目標

andSTHD

2030年2月期までに



上級管理職比率

30%以上



管理職比率

50%以上

ステートメントは以下URLよりご覧ください  
<https://www.andst-hd.co.jp/sustainability/>





■ 統合報告書2025を10月に発行、企業価値向上への取り組みを開示

- アンドエスティHDとしての統合報告書を初めて発行。
- 中期経営計画2030のテーマである「つながる ひろがる」に沿って、and STへご参画いただいているパートナー企業さまとの対談、取締役によるフリーディスカッションの様子など、アンドエスティHDグループへのご理解に役立つ情報を掲載



アンドエスティHDとして発行



参画パートナーとの対談

統合報告書2025 <[https://www.andst-hd.co.jp/ir/library/integrated\\_report/](https://www.andst-hd.co.jp/ir/library/integrated_report/)>

取締役フリーディスカッション



■ 2025年9月1日に、「株式会社アンドエスティHD」へ商号変更、ホールディングス体制への移行を完了  
グループ各社の強みを活かし、企業価値の更なる向上を目指す



## 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!*