



2027年2月期 上半期

決算説明会

2026年10月16日

ジーエット 株式会社

STANDARD
TOKYO

証券コード：7603



2027年2月期 上半期

決算説明会

- 第1部
上半期業績と通期業績予想
- 第2部
収益改善と事業変革の方向性
- 終了後 質疑応答

Presenter

代表取締役社長
木村 竜哉

取締役管理統括本部長
小林 大介

取締役営業統括本部長
内野 伸彦



PART

01

第1部

上半期業績と通期予想

上半期の結果と、通期予想の前提をご説明します。



上半期業績と公表予想との差異

売上高は予想を52百万円上回り、営業損失は103百万円縮小。

連結／単位：百万円

科目	公表予想	上半期実績	予想との差額
売上高	8,500	8,552	+52
売上総利益	—	4,142	—
販管費	—	4,899	—
営業利益	▲860	▲757	+103
経常利益	▲730	▲709	+21
特別利益	—	674	—
特別損失	—	93	—
親会社株主に帰属する 中間純利益	▲200	▲182	+18

売上総利益率 48.4%

当中間期から連結財務諸表を作成。前年同期比較は掲載なし。

特別利益674百万円には、コーエン子会社化に伴う負ののれん発生益664百万円（暫定算定）を含みます。

予想は2026年8月20日公表値。差額は表示額の差引。金額は百万円未満切り捨て。—は公表予想なし。

主要2社の売上状況

対象期間 ジーイエット：3～8月／コーエン：3～7月

主要2社を掲載 | 単位：百万円

GYET

ジーイエット

マックハウスを中心に、EC・移動販売「クルふく」等を展開

売上高（3～8月） **4,503**

当期テーマ マックハウスの閉店・在庫の効率化（P14）

中期テーマ 顧客・商品・販路の検証（P15）

COEN

コーエン

ブランド・IPを軸とした商品企画と
店舗・EC・卸での販売

売上高（3～7月） **4,049**

当期テーマ 商品構成・値引きの見直し

中期テーマ 商品・IP、新カテゴリー・販路開拓
（P15・P16）



貸借対照表の要旨

連結／単位：百万円
上半期末（2026年8月31日）

科目	上半期末
資産合計	9,684
流動資産合計	5,398
固定資産合計	4,285
負債合計	6,548
流動負債合計	3,295
固定負債合計	3,253
純資産合計	3,135
うち 株主資本合計	2,882

現金及び預金 1,364 ／ 商品 2,648 ／ 借入金 1,900
自己資本比率 32.4％（決算短信）

資金管理の考え方

財務基盤の安定性を確保しながら、
持続的な成長に向けた
戦略的な資金配分を推進

暗号資産の保有・会計上の取扱い

ファンド運用への移行に伴い、暗号資産関連
収益を売上高・売上総利益に計上しない取扱
いに変更。
上半期は暗号資産評価益93百万円を
営業外収益に計上。

金額は百万円未満切り捨て。端数処理により、内訳の合計と一致しない場合があります。



キャッシュ・フローの要旨

連結／2026年3月1日～8月31日
単位：百万円

区分	金額
期首残高 2026年3月1日	1,756
営業キャッシュ・フロー	▲1,825
投資キャッシュ・フロー	81
財務キャッシュ・フロー	1,350
期末残高 2026年8月31日	1,364

営業CFの主な増減要因

仕入債務の減少 ▲1,247百万円 ／ 棚卸資産の減少 +429百万円

残高は現金及び現金同等物。百万円未満切り捨てのため、各CFの合計と残高の増減額は一致しない場合があります。



通期業績予想と下半期の前提

連結／単位：百万円
公表日：2026年8月20日

科目	上半期実績	下半期 参考差引	通期 公表予想
売上高	8,552	9,448	18,000
営業利益	▲757	▲973	▲1,730
経常利益	▲709	▲891	▲1,600
親会社株主に帰属する 純利益	▲182	▲998	▲1,180

下半期参考差引＝通期公表予想－上半期実績（表示額）。独立した下半期予想ではありません。

主要2事業の出退店計画（コーエンの期末は2027年1月末）

事業	上半期 新店／退店	下半期 新店／退店（計画）	期末店舗数（計画）
マックハウス	0店／25店	0店／28店	127店
コーエン	0店／0店	0店／1店	73店

予想修正の背景（8月20日公表）

店舗減少・販売計画未達、新規事業の貢献遅れ、
暗号資産関連収益の計上区分見直し

下半期の対応

不採算店舗整理、商品・販売施策・値引き見直し、
販管費適正化

第2部

収益改善と 事業変革の方向性

既存事業の課題と方針、今後の事業領域、
ホールディングス化の方向性をご説明します。

既存事業の3つの課題と対応方針

課題

対応方針

顧客接点の減少

01

店舗数の減少に伴う顧客接点の縮小

上期実績 マックハウス：上期25店退店／8月末155店



顧客接点の再構築・拡大

顧客・商品・販路の組合せを見直す

重点顧客層の明確化

店舗とECの役割

卸などの新販路

採算性の低下

02

売上高・粗利率の変動で粗利額が減少
商品構成・値引き・仕入条件等の見直しが課題

上期実績 単体粗利額：前年同期比 約8.2億円減



採算性の改善

商品価値と、価格・仕入・値引きを見直す

定価で選ばれる商品

仕入・出店条件の見直し

セール依存からの脱却

事業構造の課題

03

調達・在庫・管理の仕組みに見直しが必要

重点課題 在庫の適正化・本部費用の見直し



事業構造の見直し

調達・在庫・IT・管理の仕組みを見直す

調達の方針

在庫の持ち方

共通化・外部活用と比較

既存事業における主な取り組みと進捗

商品・ブランド施策に加え、コーエンとの統合に向けた進捗を示します。

施策	01 これまでの取り組み	02 現在の進捗	03 今後の対応・狙い
新ブランド・IP クラシカルエルフ、ニッセン MOVIEシリーズ、モンチッチ SLAP SLIP（ベベ）	外部ブランド・IP商品を 導入。店舗・ECでの 品揃えを拡充	クラシカルエルフを 複数店舗で展開。 ECでも売上が好調	店舗での顧客接点を広げ、 販売動向を踏まえて 商品・販路の展開を検討
レディース強化 ミリデラール、イドネス	自社レーベルを展開し、 レディースの品揃えを拡充	自社レーベルは 販売・発注精度に課題。 品揃えの見直しが必要	好調な外部ブランドを活用し、 品揃えを見直す。在庫効率と 粗利の改善を図る
コーエンとのPMI 買収後の事業・管理体制の統合	コーエンをグループ化。 買収後の統合を推進	システム統合と 管理部門の統合が進行中	システム・管理部門の統合を 進め、業務効率化と 管理コストの削減を図る

今後の事業領域と投資の位置付け

BtoC・BtoBの両領域で事業を展開し、既存事業の改善と新たな事業機会の検討を進めます。



別の軸	投資の取り組み	資産運用等を、BtoC・BtoBの事業運営とは別の軸で行う
-----	---------	-------------------------------

事業領域の展開を支えるホールディングス化

2026年10月9日

持株会社体制への移行の検討開始を決議

移行の目途

2028年2月期中

ホールディングスの役割

移行後に目指す役割

採算・責任

各事業会社が自らの計画に責任を持ち、ホールディングスは管理と支援を行う

管理機能・コスト

共通機能の持ち方を比較し、各社保有・共通化・外部活用を機能ごとに選ぶ

事業の選択・資金配分

新規事業・M&Aを案件ごとに検討し、採算・資金・リスクを踏まえて判断する

BtoC

消費者向け事業の運営・展開

BtoB

企業向け事業の運営・展開

投資の取り組み

資産運用等は、事業運営とは別の軸で判断

収益回復に向けた対応と残る課題

領域	当期の対応	残る課題	今後の対応
マックハウス			
店舗	不採算店舗の閉店を実行 店舗の改善・転換を検討	不採算店舗の整理が 継続課題	店舗ごとの採算・改善余地を確認し、 運営改善と閉店を判断
商品・在庫	在庫の効率化・適正化を実行 商品構成・値引きの見直し	調達・在庫の改善を 利益回復につなげる必要	販売動向に応じて品揃え・投入量を見直し、 値引きを抑制
本部費用	本部費用の見直し	店舗縮小に伴い、 本部固定費の相対負担が重い	統合・管理機能の分担を見直し、 事業規模に合う費用構造に見直す
コーエン			
商品・在庫 費用	在庫数量を削減 商品構成・値引きを見直し	在庫は減少したが、 値引き販売が継続。 売上・粗利の改善が課題	必要な在庫数量を見直し、 定価販売を強化。 商品・固定費のコスト管理を強化



各事業の収益改善・成長に向けた重点テーマ

領域	マックハウス 店舗を基盤とする小売	コーエン ブランド・IPを軸とした商品企画
顧客・ブランド	対象とする顧客の再検証 重点顧客層を明確化し、品揃えに反映	ブランド価値を起点にした顧客層の広げ方 ブランド価値が届く顧客層を明確化
商品・IP	粗利が残る商品構成への見直し 粗利額を重視した商品構成へ見直し	コーエンベア等のキャラクターを活かした商品企画 独自キャラクターの活用によるブランド認知と顧客接点の拡大
販路 店舗・EC・卸	立地に応じた店舗の役割とECの位置付け 限定店舗でのテストによる検証	店舗・ECの役割整理と、新たな販路 販路別の採算性を検証し、展開を判断
新たな提供価値 MD・新カテゴリー	新たなMDの構築 お客様への提供価値を見直し、品揃えを再構築する	コスメ事業の開始を決議 2027年6月の開始に向け、商品・販路を具体化
共通基盤	調達・在庫・IT・管理の持ち方を、機能ごとに比較する	

コーエンのコスメ事業と商品企画・協業

衣料以外の商品カテゴリーと、卸売を含む新たな販路への展開を進めます。

コスメ事業の開始を決議

Pickit

商標出願中

2027年6月 事業開始予定

株式会社i.Dとの基本合意書締結

- BtoB

ドラッグストア等への卸売を中心に展開
- BtoC

コーエン店舗・EC等での販売、関連商品の展開を検討

2027年2月期への影響は軽微。翌期以降は精査中。

商品企画・協業の実施事例



DOD × coen

2026年秋冬
コラボ第2弾
2026年9月18日 発売



DOMDOM × coen

2026年夏
商品企画・協業事例

今後の中期経営計画について

本日も説明した事業・経営の方向性を踏まえ、正式な中期経営計画を策定します。

PLAN

策定・公表方針

正式な中期経営計画を策定し公表

中期経営計画で示すこと

01

中期ビジョン

中期的に目指すグループの姿

02

主要戦略・重点施策

ビジョンの実現に向けた戦略と
具体的な取り組み

03

年度計画と進捗指標（KPI）

各年度の数値目標と達成状況の管理

当期の損失抑制に取り組み、収益力の回復と持続的な成長につなげる



PART

03

參考資料

主要事業の位置付け

主要2事業

GYET GROUP

各事業の収益責任と
グループ全体の管理・
資金配分（P13）



マックハウス

店舗を基盤とする
カジュアル衣料の小売

当期の対応

不採算店舗の閉店・在庫の効率化

中期の検証テーマ

顧客・商品・販路の検証（P15）

コーエン

ブランド・IPを軸とした 商品企画と
マルチチャネル販売

当期の対応

在庫数量・商品構成の見直しと
定価販売の強化

中期の検証テーマ

商品・IP、新カテゴリー・
販路（P15）

主要2事業の店舗数・出退店推移

上半期3～8月

指標／単位	3月	4月	5月	6月	7月	8月
マックハウス 店舗数／店	177	173	169	165	162	155
マックハウス 新店／店	0	0	0	0	0	0
マックハウス 退店／店	3	4	4	4	3	7
コーエン 店舗数／店	74	74	74	74	74	74
コーエン 新店／店	0	0	0	0	0	0
コーエン 退店／店	0	0	0	0	0	0

上半期合計：マックハウス 新店0店・退店25店／コーエン 新店0店・退店0店

店舗数は各月末。原資料の「ジーイエット」は、マックハウスの店舗数として表記。

共通機能の比較・判断基準

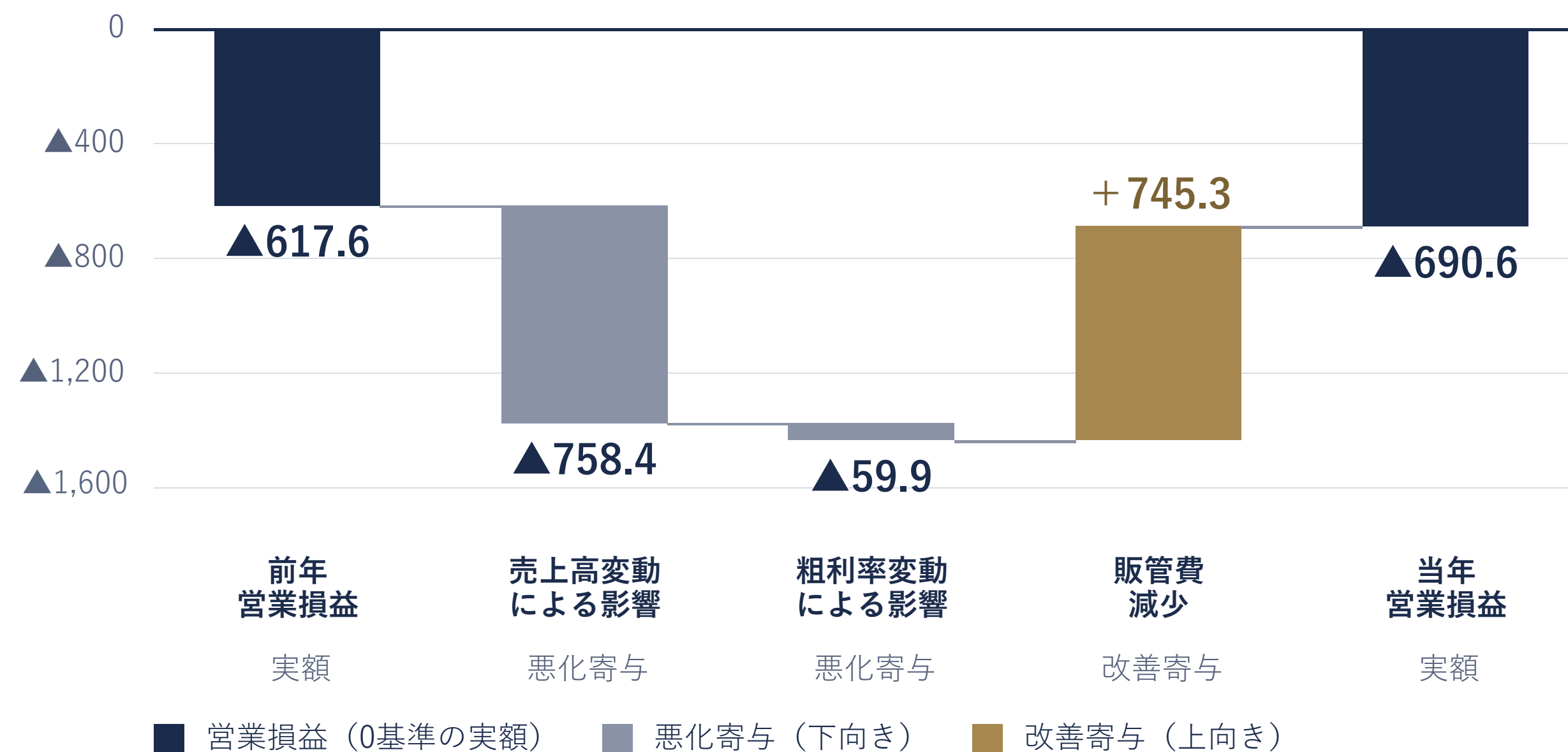
P10・P15の補足

持ち方	各社保有	共通化	外部活用	
向いている条件	事業間で条件の差が大きい	純効果が見込める	利用条件が合う	
機能ごとに確認する条件				
生産・調達	条件の差・対象範囲・費用を確認し、各社保有・共通化・外部活用を比較する			
店舗開発	現体制での連携の可否と条件、運用・成果指標を確認する			
IT・システム	システム統合を進め、継続費・移行費用と対象範囲を確認する			
管理・支援	管理部門の統合を進め、機能別の分担と業務効率化を具体化する			
判断軸	費用	効果	移行負荷	時期

営業損益の前年差分析（ジーエット単体）

単位：百万円

ジーエット単体の2025年・2026年各3～8月（上半期）を比較した参考分析です。連結実績とは集計範囲が異なります。



粗利額の減少を
販管費の減少では補い切れず、
営業損益は72.9百万円悪化

粗利額の減少 ▲818.2

売上高・粗利率変動の合計

販管費の減少 +745.3

営業損益への改善寄与

営業損益の前年差 ▲72.9

算術上の分解であり、経営上の原因は特定していません。