



 CROSS PLUS

2027年1月期 第2四半期 決算報告

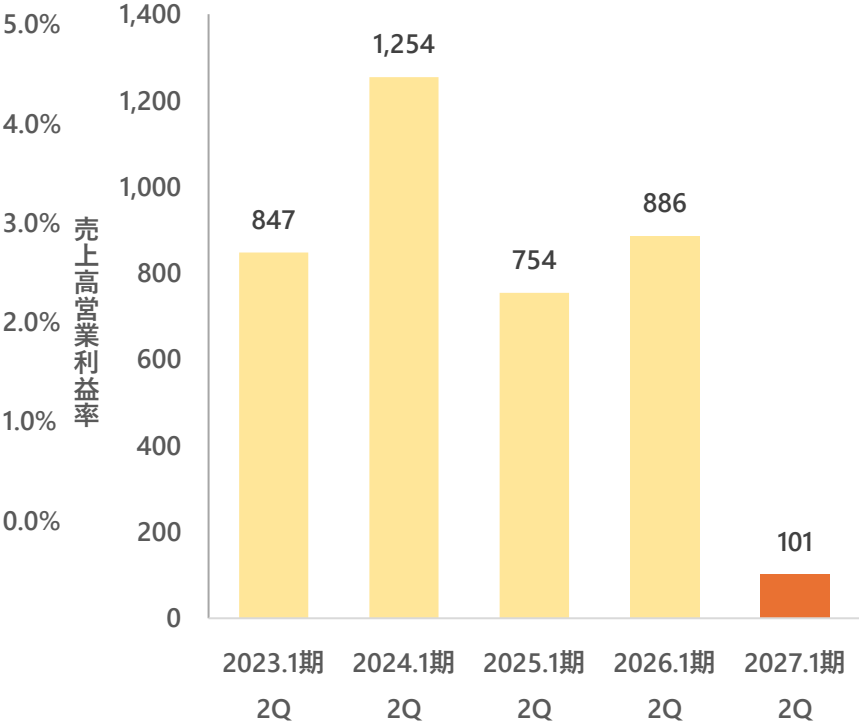
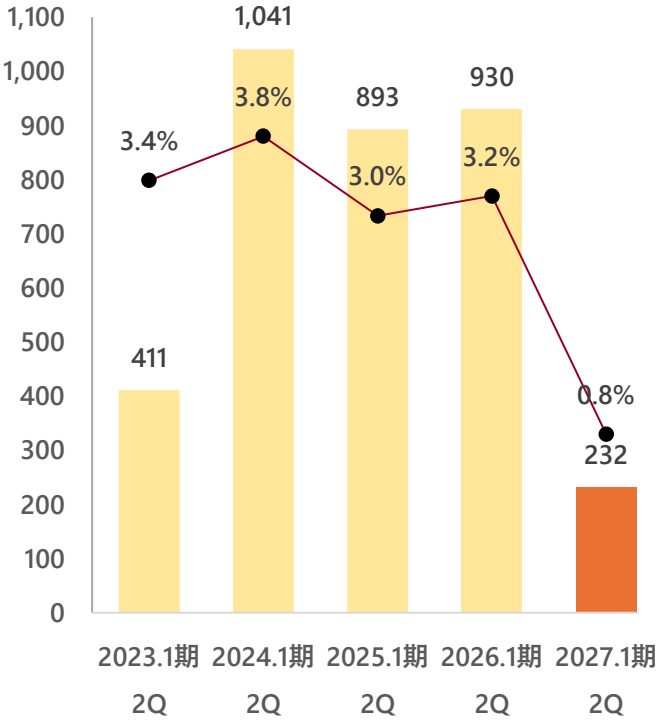
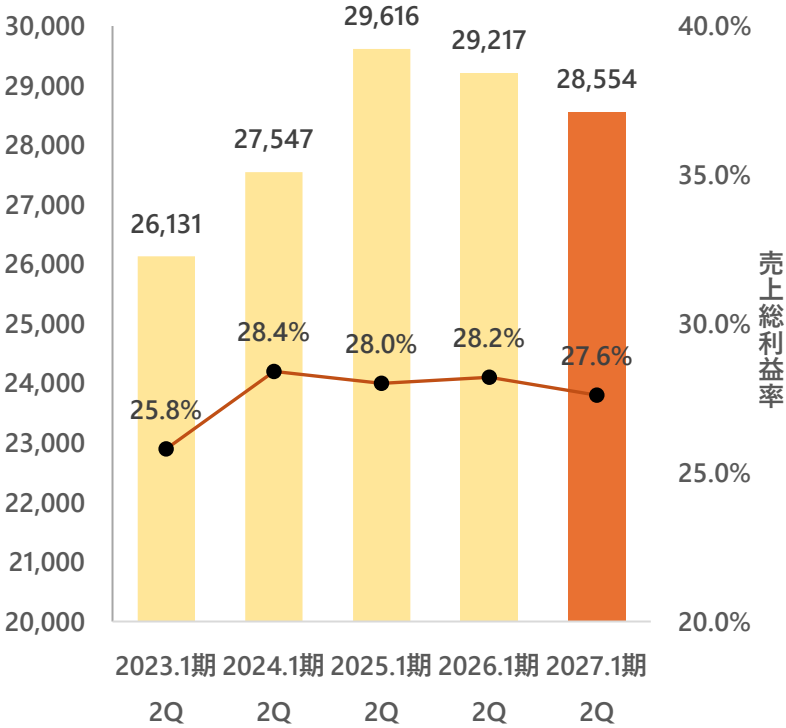
Be Colorful, Be Happy!

クロスプラス株式会社
証券コード：3320

2027年1月期
第2四半期(中間期)
決算概況

決算総括

前年に対し減収減益。
売上面は、小売やライフスタイル卸売は伸長したものの、アパレル卸売の専門店向け低調により減収。
利益面では、円安影響による仕入原価上昇や販管費増加で減益。



アパレル卸売

全体低調ながら
機能性素材は好調持続

売上高
前年比**93%**



機能性ファッション
“CROSS FUNCTION”

ライフスタイル卸売

“Yoki”と“-TEN”の
売上伸長

売上高
前年比**124%**



シーズン雑貨
“Yoki”

冷感帽子
“-TEN”

小売

雑貨拡大で“DECOY”が好調

売上高
前年比**109%**



アパレル＋雑貨
“DECOY”

株式会社シャルズの株式取得（子会社化）

2026年6月2日付で株式会社シャルズの株式取得を実行。

シャルズ・・・レディスカジュアルを中心としたブランド「スカラー」の企画・製造・販売



1

ブランド価値の向上

独自の世界観と固定ファン基盤を獲得

2

EC販売の強化

SNS活用やライブ販売のノウハウを融合

3

販路拡大

卸売・小売およびライセンス事業を組み合わせた安定的な事業基盤を構築



“ScoLar（スカラー）”

業績概況 2027年1月期 前年比較および予想比較

前年に対し減収減益。

売上高は、小売がEC含め増収ながら、アパレル卸売の苦戦により減収。

営業利益は、減収と仕入原価上昇による売上総利益減や人件費、小売増収に伴う販売手数料等の販管費の増加により減益。

中間純利益は、前年の有価証券売却益が剥落したことにより減益。

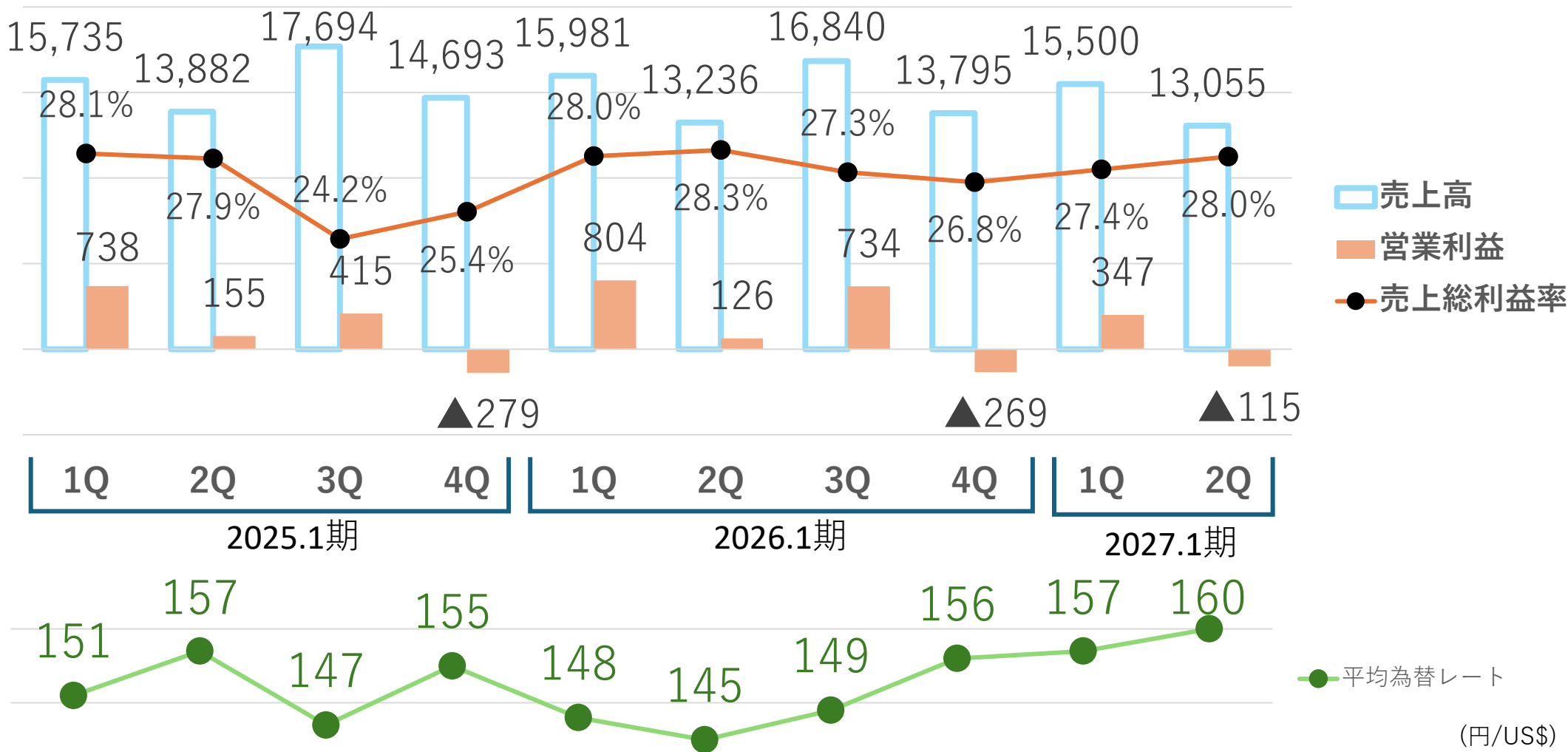
単位：百万円

	2026年 1月期 2Q	2027年 1月期 2Q	前年比較		期初予想比較	
	実績	実績	増減	比率	期初予想	増減
売上高	29,217	28,554	▲663	97.7%	29,500	▲946
売上総利益	8,226	7,894	▲332	96.0%	8,150	▲256
売上総利益率	28.2%	27.6%	▲0.6p	—	27.6%	▲0.0
販管費	7,295	7,662	+ 367	105.0%	7,550	+ 112
営業利益	930	232	▲698	25.0%	600	▲368
経常利益	1,074	357	▲717	33.3%	700	▲343
中間純利益	886	101	▲785	11.5%	550	▲449

四半期別業績推移

第1、第2四半期ともに前年同期比で減収減益。
売上総利益率は前年同期を下回り、平均為替レートは円安傾向。

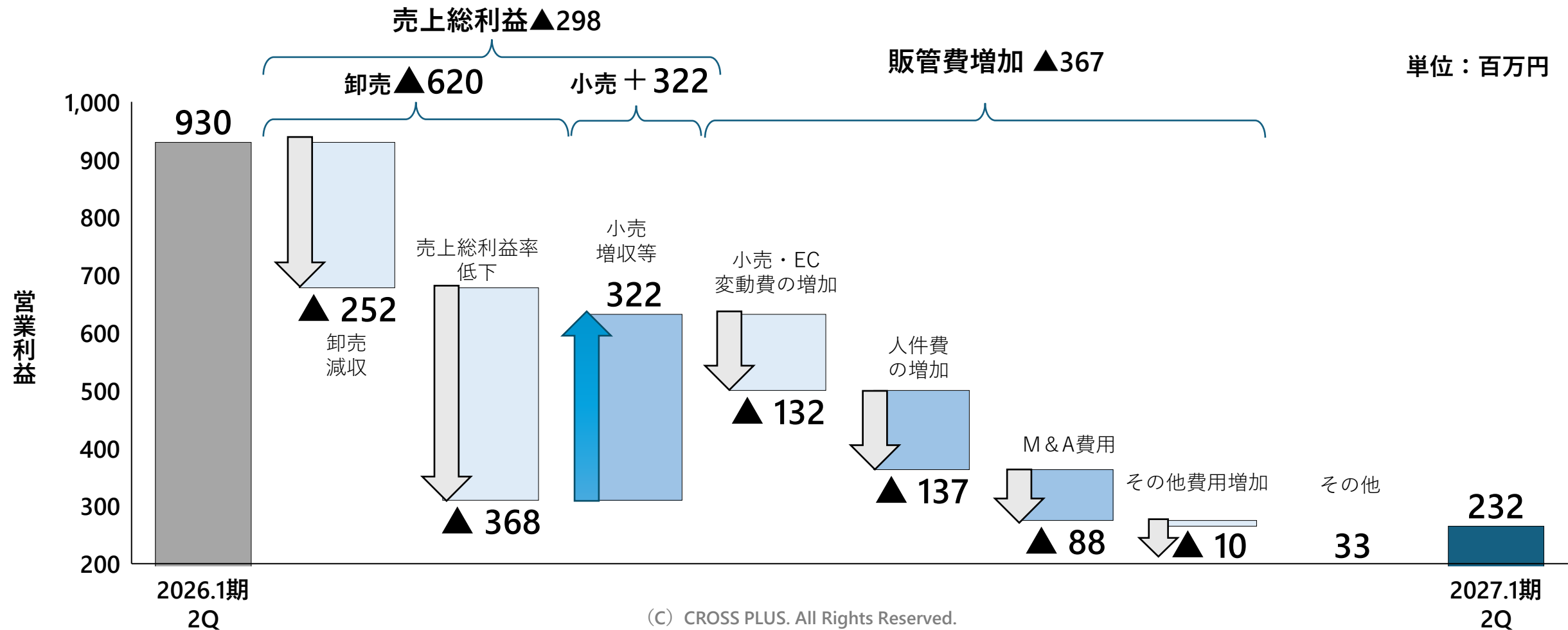
単位：百万円、%



為替

営業利益の増減要因

アパレル卸売での専門店向け伸び悩みによる減収影響と仕入原価上昇で売上総利益減少。
小売は店舗・ECとも好調による増収で売上総利益が増加。
販管費は、人件費増や小売・ECの増加による販売手数料等の変動費が増加したことに加え、シャルズのM&A費用など一過性経費が発生。



ビジネス別売上高

アパレル卸売は専門店向けが苦戦。ライフスタイル卸売はシーズン商品好調で増収。
小売は店舗、ECとも伸長し、増収。

単位：百万円

		2026年1月期 2Q		2027年1月期 2Q		前年比較	
		売上高	構成比	売上高	構成比	増減	比率
	アパレル卸売	21,456	73.4%	19,941	69.8%	▲1,515	92.9%
	ライフスタイル卸売	1,433	4.9%	1,745	6.1%	+ 313	121.8%
卸 売		22,889	78.3%	21,687	75.9%	▲1,202	94.7%
小 売		6,100	20.9%	6,669	23.4%	+ 569	109.3%
その他・連結調整		228	0.8%	197	0.7%	▲31	86.3%
合計		29,217	100.0%	28,554	100.0%	▲663	97.7%

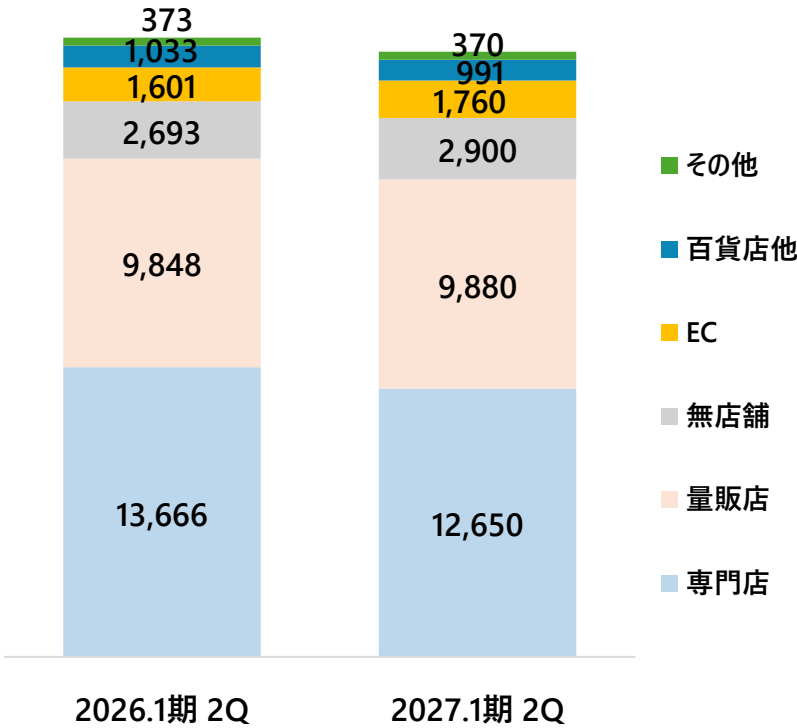
販売チャネル別売上高

5月以降の全国的な天候不順により夏物店頭状況は低調。
専門店は郊外型専門店向けの苦戦で減少。
量販店はGMS向けが堅調。
無店舗はカタログ通販好調で増加。
ECは自社ECではメルマガ配信などリピート率アップ施策を実施。自社・外部モールとも伸長。

単位：百万円

	2026年1月期 2Q		2027年1月期 2Q		前年比較	
	売上高	構成比	売上高	構成比	増減	比率
専門店	13,666	46.8%	12,650	44.3%	▲ 1,016	92.6%
量販店	9,848	33.7%	9,880	34.6%	+ 32	100.3%
無店舗	2,693	9.2%	2,900	10.2%	+ 207	107.7%
EC	1,601	5.5%	1,760	6.2%	+ 158	109.9%
百貨店他	1,033	3.5%	991	3.5%	▲42	96.0%
その他	373	1.3%	370	1.3%	▲3	99.3%
合計	29,217	100.0%	28,554	100.0%	▲664	97.7%

単位：百万円



連結貸借対照表の概要

前連結会計年度末比較で、

総資産は、投資有価証券の減少などにより、290億95百万円。

負債合計は、有利子負債の減少などにより、97億49百万円。

純資産は、その他有価証券評価差額金の減少などにより、193億45百万円。

単位：百万円

		2026年1月期2Q	2026年1月期	2027年1月期2Q	前連結会計 年度末増減
	現金及び預金	5,337	5,004	4,819	▲185
	商品	3,141	3,098	3,157	+ 59
流動資産		18,031	18,561	17,443	▲1,118
固定資産		10,532	11,116	11,651	+ 535
資産合計		28,563	29,678	29,095	▲583
	有利子負債	2,390	3,033	2,706	▲327
負債合計		10,296	10,204	9,749	▲454
純資産		18,267	19,474	19,345	▲128
負債純資産合計		28,563	29,678	29,095	▲583

連結キャッシュ・フロー計算書の概要

現金及び現金同等物は、前年同期末より5億18百万円減少し、47億88百万円。
営業活動では、売上債権減少10億42百万円、未払金・法人税等5億52百万円等で8億8百万円のプラス。
投資活動では、固定資産取得や子会社株式取得、未収入金の減少等で4億55百万円のマイナス。
財務活動では、借入金返済3億37百万円、配当金2億2百万円等で5億43百万円のマイナス。

単位：百万円

	2026.1期2Q	2027.1期2Q	前年同期比
現金及び現金同等物の期首残高	4,307	4,973	+ 666
営業活動によるC/F	1,603	808	▲795
投資活動によるC/F	51	▲455	▲506
財務活動によるC/F	▲639	▲543	+ 96
現金及び現金同等物の期末残高	5,306	4,788	▲518



2027年1月期 通期業績予想と株主還元



2027年1月期 通期業績予想

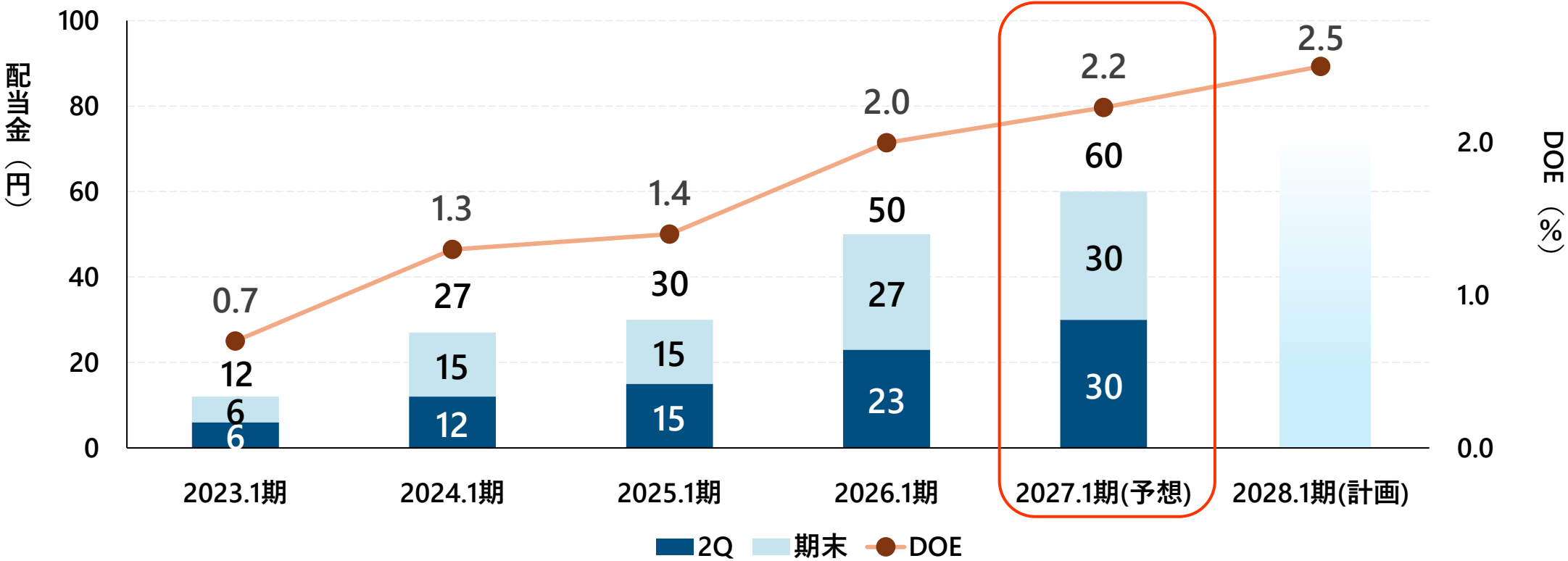
連結業績予想（通期）は期初予想から変更し、9/4に修正開示。
下期は、小売とライフスタイル卸売の成長継続やシャルズの連結効果を織り込む一方、アパレル卸売の回復は前年同水準と想定。下期営業利益は、円安と小売増加に伴う経費増加を想定し、前年並みと予想。

単位：百万円

	2026年1月期実績			2027年1月期(9/4予想)				2027年1月期(期初予想)		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	期初比 (差)	上期	下期	通期
売上高	29,217	30,635	59,852	28,554	32,446	61,000	▲3.2%	29,500	33,500	63,000
売上総利益	8,226	8,290	16,516	7,894	8,721	16,616	▲3.4%	8,150	9,050	17,200
売上総利益率	28.2%	27.1%	27.6%	27.6%	26.9%	27.2%	(▲0.1p)	27.6%	27.0%	27.3%
販管費	7,295	7,826	15,121	7,663	8,253	15,916	+ 0.7%	7,550	8,250	15,800
営業利益	930	465	1,395	232	468	700	▲50.0%	600	800	1,400
経常利益	1,074	562	1,636	357	542	900	▲45.5%	700	950	1,650
当期純利益	886	873	1,759	101	799	900	▲37.9%	550	900	1,450

株主還元

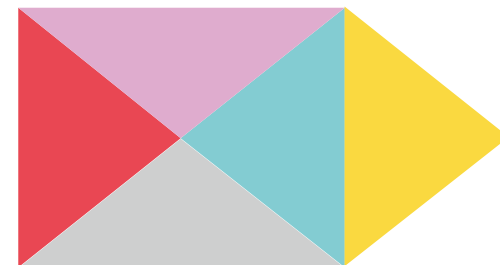
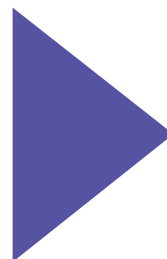
配当金は1株当たり60円で、10円増配を予想。
2028.1期までにDOE2.5%への引き上げを目指し毎年増配を計画。
9/4に3億50百万円を上限とする自己株式取得を決議、資本効率向上を図る。



基本方針：今後の事業展開及び財務体質の強化に必要な内部留保を確保しつつ、安定的な配当の継続。



2027年1月期 中期経営計画の進捗



中計重点施策の進捗

ビジネス区分	重点施策	2028.1期 売上高目標	2027.1期 修正計画	2026.7 実績	2026.7 進捗	評価
アパレル卸売	専門店チャネルの拡大	330億円	260億円	126億円	郊外型専門店で伸び悩み	×
	機能性ファッション “CROSS FUNCTION”	100億円	87億円	46億円	気温MD訴求・UV商品好調、 プレミアム企画展開	○
	メンズ拡大	30億円	13億円	7億円	新規得意先開拓推進。 bizカジカテゴリー強化	△
ライフスタイル卸売	商品開発、最適販売 ブランド育成	50億円	34億円	17億円	シーズン雑貨“Yoki”、 冷感帽子“-TEN”が好調	△
小売	EC	50億円	38億円	18億円	“for/c”中心に販売拡大	○
	店舗ビジネス拡大	DECOY 25億円	23億円	12億円	雑貨品揃え拡大で“DECOY” 好調	○
全体	デジタル化	—	—	—	売れるEC・店舗のためのAI活 用、店頭データ可視化	△

(※) 尚、上記施策の一部は、2027.1期当初計画より、9/4発表の業績予想にあわせて見直しをしております。

重点施策 【アパレル卸売①】 専門店チャネル拡大

Point

- ・郊外型専門店向けの商品企画見直しと対象年齢拡大
- ・ファッション専門店向けは服種拡大と新規販路開拓の強化

【郊外型専門店向け】

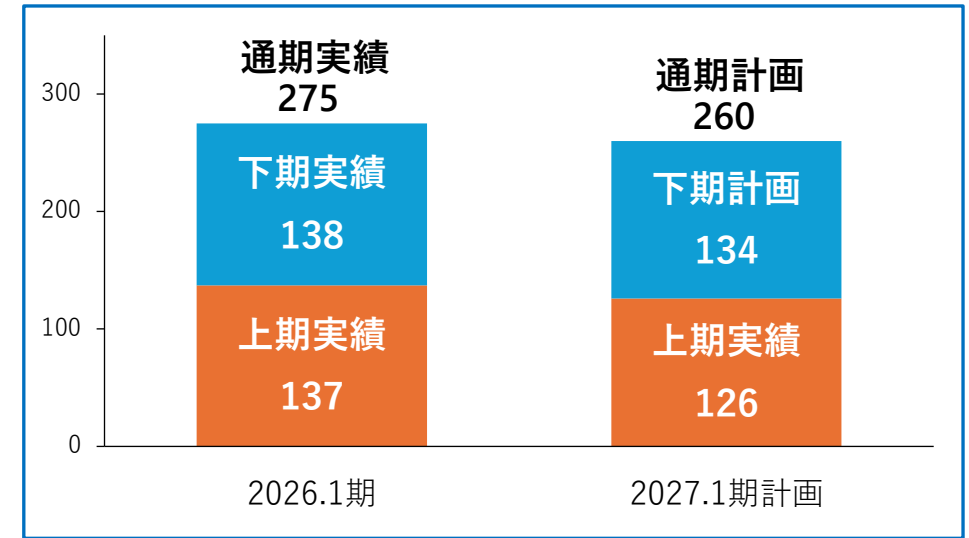
- ・上期は上質素材を用いたキレイ目商品で企画の若返り強化。
- ・下期は寒春企画、高付加価値商品の提案とともに、キレイ目企画の浸透を目指す。

【ファッション専門店向け】

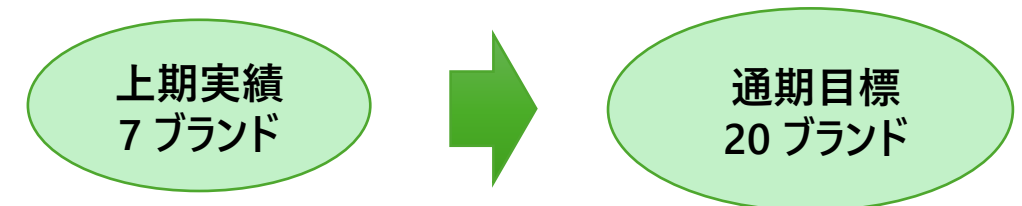
- ・上期はプレミアム企画、得意先ブランド別MDで新規専門店との取引開始
- ・下期はビジネス、カジュアルなど服種拡大で中高価格帯ブランドの新規開拓の強化

■専門店チャネル売上高（連結）

単位：億円



■ファッション専門店の販路開拓 新規ブランド数



重点施策 【アパレル卸売②】 機能性ファッション・メンズ拡大

Point

- ・機能性ブランド“CROSS FUNCTION”はシーズンMDから気温MD訴求を強化
- ・メンズは新規取引先開拓とビジネスカジュアルカテゴリーの強化

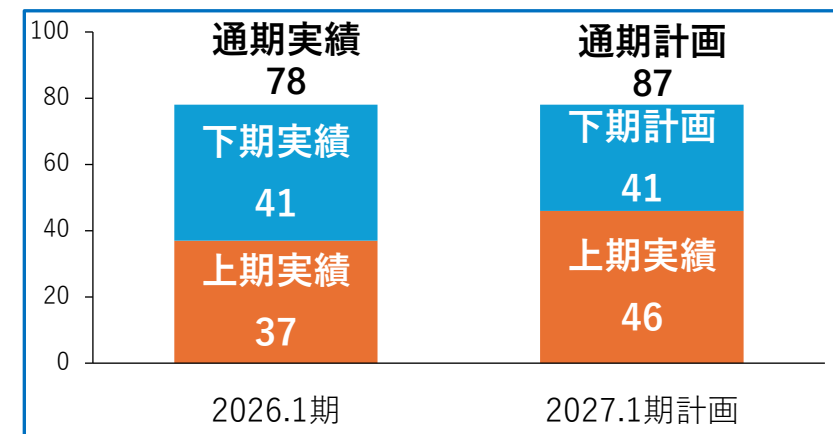
【CROSS FUNCTION】

- ・上期は気温MD強化、「爽快シリーズ」などUV企画やリネン商品が好調
- ・下期は防寒ボトム、寒春アウター等で素材×気温MD訴求を更に強化

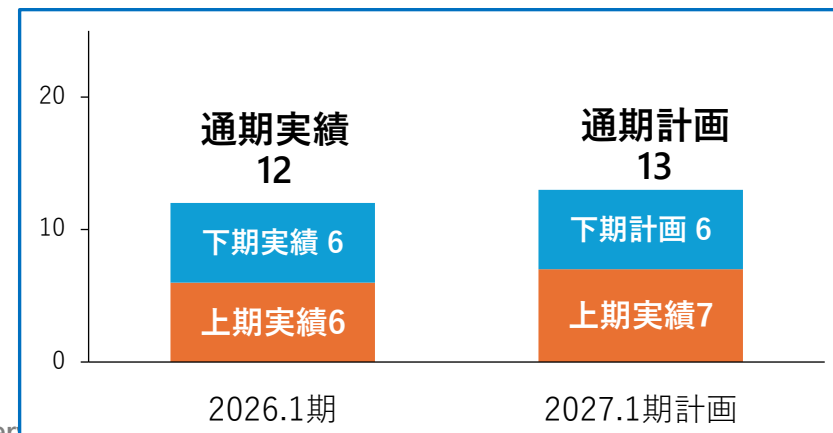
【メンズ拡大】

- ・上期は布帛・カットソーの組み合わせが好調で新規顧客獲得するも、既存専門店中心に伸び悩み。
- ・下期は ビジネスカジュアル(ビジカジ)カテゴリーを軸とした商品提案強化

■ CROSS FUNCTION売上高 単位：億円



■ メンズ売上高 単位：億円



重点施策 【ライフスタイル卸売】 商品開発・最適販売

Point

- ・シーズン雑貨“Yoki”と“-TEN(マイナステン)”を商品拡充し、通年展開へ
- ・ビューティーはネイルブランド“DASHING DIVA”の認知拡大

【シーズン】

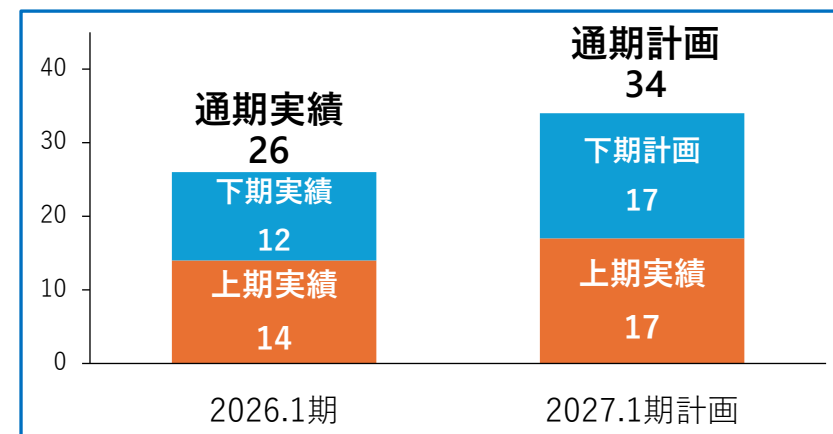
- ・上期は“Yoki”のパーカー、サングラスなどUV対策商品が好調
- ・下期は防寒や花粉対策商品の強化

【ビューティー】

- ・上期はネイルの新ブランド“DASHING DIVA”をバラエティショップ、ドラッグストアなどで展開開始
- ・下期は自社・外部モールでEC販売開始

■ライフスタイル売上高

単位：億円

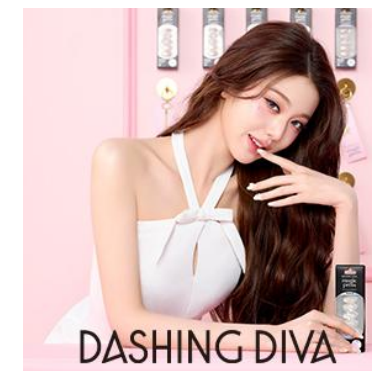


■シーズン



“Yoki”

■ビューティー



” DASHING DIVA”

重点施策 【小売①】 EC

Point

- ・定番商品の構築
- ・SNSでの顧客接点強化

【販促】

- ・ブランドのInstagram総フォロワー数を昨比1.2倍に増加

【商品】

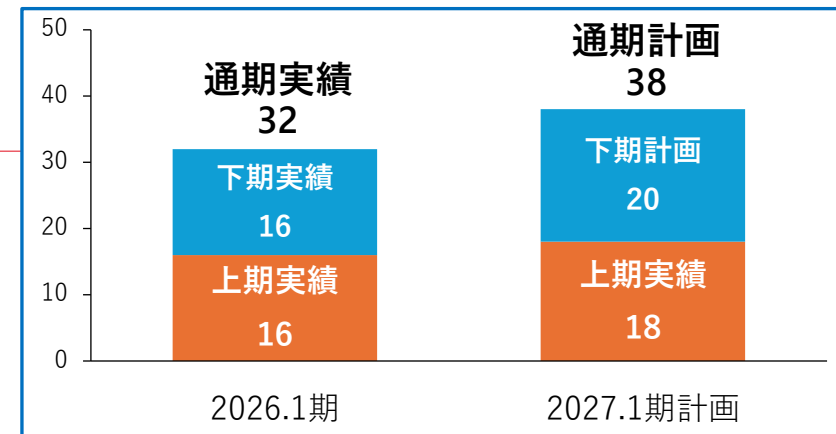
- ・定番商品の拡充（新色の追加・コーディネート提案の強化）

【ブランド】

- ・上期は主力ブランド“for/C”はSNS活用による認知拡大
- ・下期は新ブランド・子供服“JENNI”スタート、NORCも長期POP UP店舗を展開・顧客との接点を強化

■EC売上高

単位：億円



JENNI



“JENNI”



“NORC” POPUP店舗

重点施策 【小売②】 店舗ビジネスの拡大

Point

- ・雑貨拡充による“DECOY”の拡大
- ・上位店舗のVMD強化による売上UP

【DECOY】

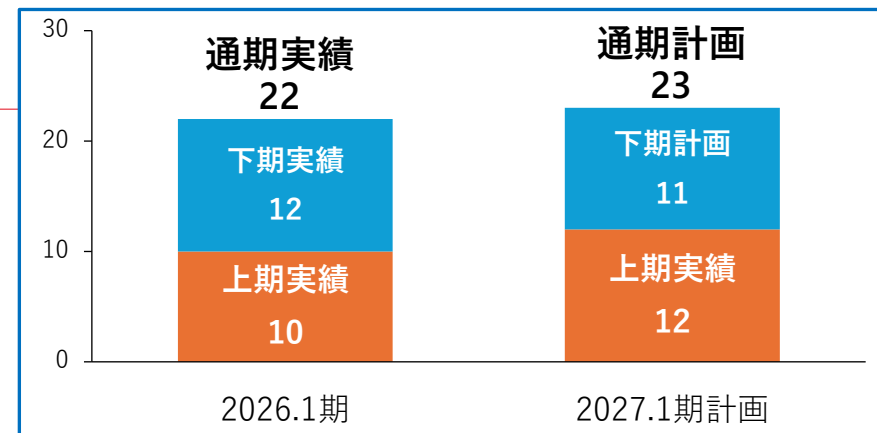
- ・上期はオリジナル雑貨の拡充によるアパレルとの複合提案の強化
- ・下期は、秋の『旅企画』・冬の『ホリデー企画』実施と上位店舗のVMDの刷新

【アルファキュービック】

- ・上期はオンスタイルの復調目途
- ・下期は秋冬主力商品『定番パンツ』『ライトアウター』の早期生産、安定供給による販売ロスの削減

■DECOY売上高

単位：億円



“DECOY” ホリデー企画



“アルファキュービック”

重点施策 【全体】 DX・サステナビリティ・人的資本投資

Point

- ・DXは、業績向上に繋がるAI活用と生産性の拡大を目指す
- ・サステナビリティは、リサイクル・リユース推進や地域交流を進める

【DX】

- ・得意先の店頭販売データを可視化
- ・AI活用による売上拡大とコスト削減
- ・物流センターでのAGVソーター活用による生産性の向上

【サステナビリティ】

- ・リサイクル・リユースの推進
- ・海津市の子ども向けイベントへの支援

【人的資本投資】

- ・若手社員・女性管理職・部門長の育成強化
- ・職場環境改善によるエンゲージメントの向上



AGV ソーター



海津市イベント

重点施策 【全体】 IR活動

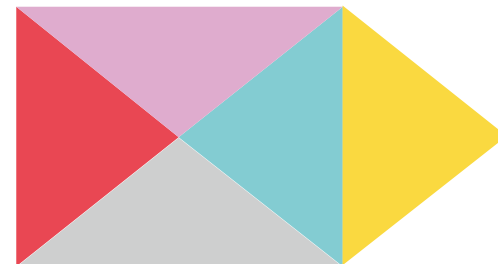
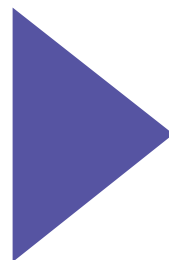
Point

- ・投資家拡大のための投資家説明会やIRイベント参加を積極化
- ・社内で中期経営計画の浸透を図り、全社員が企業価値向上を意識

実施事項	2026.2～2026.7 実績	2026.8～2027.1 計画
決算説明会 [対応者：社長・IR担当]	3/17 開催 (参加社数) 国内投資家等 3社 金融機関等 9社	9/14 開催
個別投資家面談 [対応者：社長・IR担当]	国内外投資家 8回	12回実施計画
個人投資家向け説明会/IRイベント	3/22 東京開催 8/28～29 日経東証IR参加	11/30 大阪開催予定 12/4～5 名証IRエキスポ参加



Appendix



目指すべき企業像

ビジョン

ファッションの力で、
ライフスタイルの新たな可能性を開く。

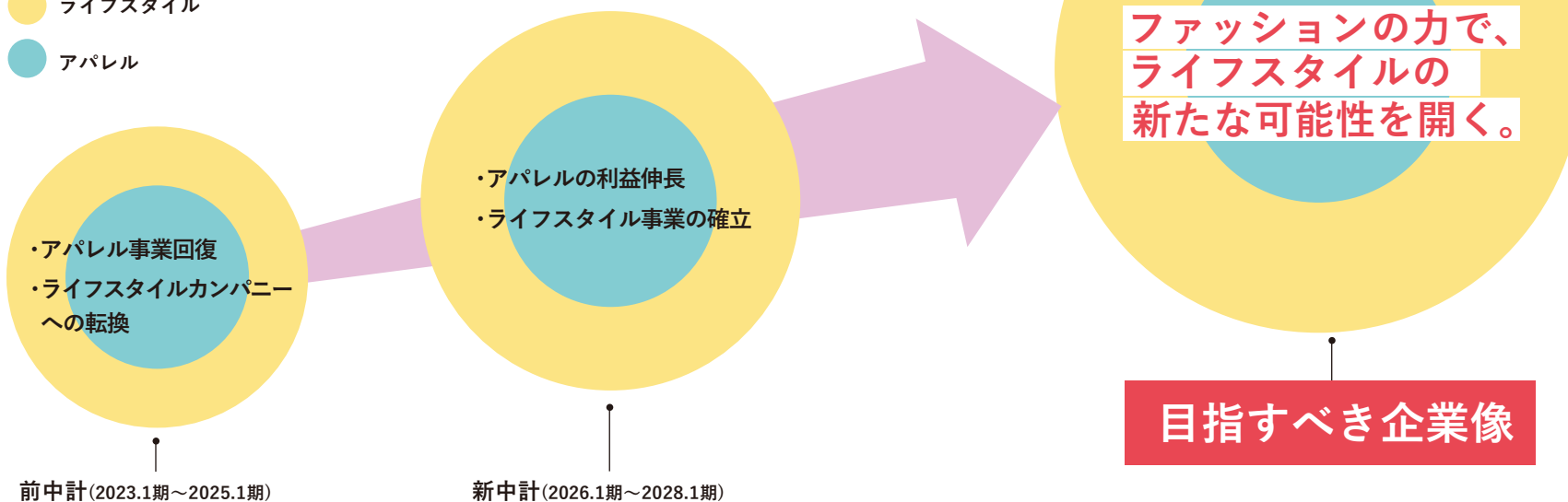
コーポレート
スローガン

いつもの毎日に、彩りとよろこびを。

Be Colorful, Be Happy!

● ライフスタイル

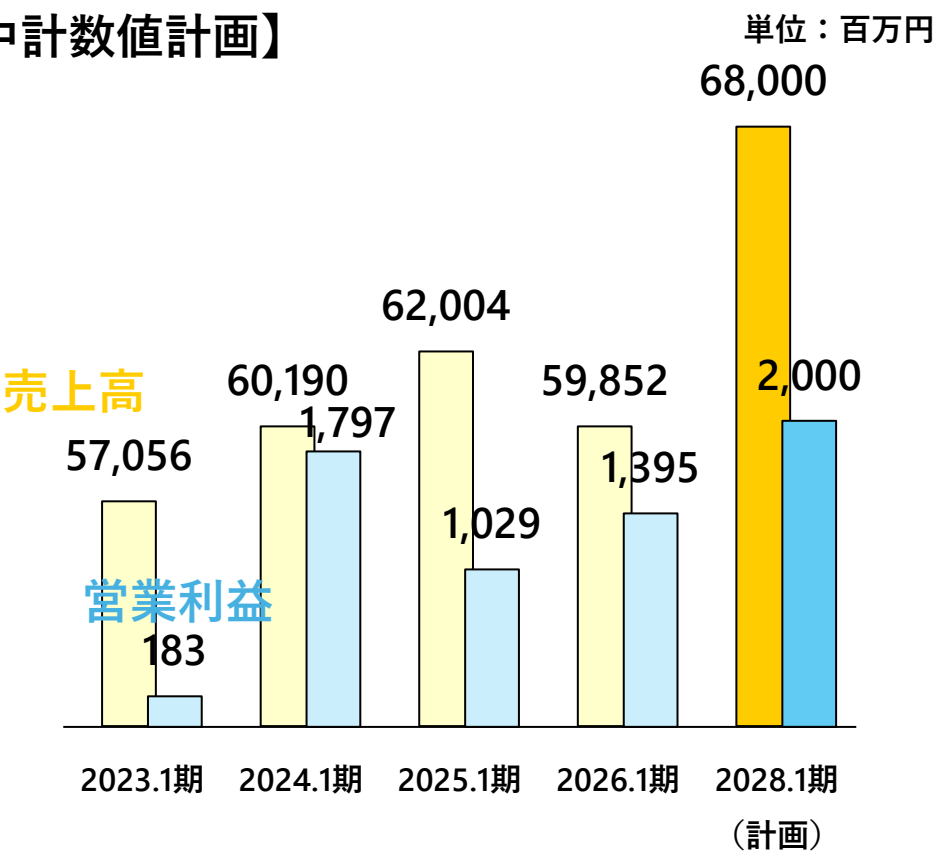
● アパレル



• 中期経営計画 数値目標

- Point
- ・売上高680億円、営業利益20億円、ROE9.0%以上を目指す
 - ・アパレル卸売の収益性向上とライフスタイル卸売・小売の成長を目指す

【中計数値計画】



ROE	3.6%	14.8%	8.0%	～	9.0%
-----	------	-------	------	---	------

【中計目標売上高内訳】

単位：億円

	2026.1期	2028.1期	指標
アパレル卸売	465	490	専門店売上高330億円 メンズ売上高 30億円
ライフスタイル卸売	28	50	
小売	122	140	EC売上高 50億円
連結	620	680	

企業価値向上の取り組み キャッシュアロケーション・株主還元の強化

Point

- ・ 営業利益率改善に向けて成長分野への投資とM&Aを実施
- ・ 株主還元を強化し、2028.1期にDOE2.5%への引き上げを目指し毎年増配

【キャッシュアロケーション】

- ・ 中計3年間のキャッシュインは50億円を想定
- ・ 成長投資はEC・ライフスタイルへのブランド開発とM&Aを推進
- ・ 自社成長だけでなくM&Aによる事業拡大を目指す
- ・ 既存事業は物流効率改善やデジタル投資を行う

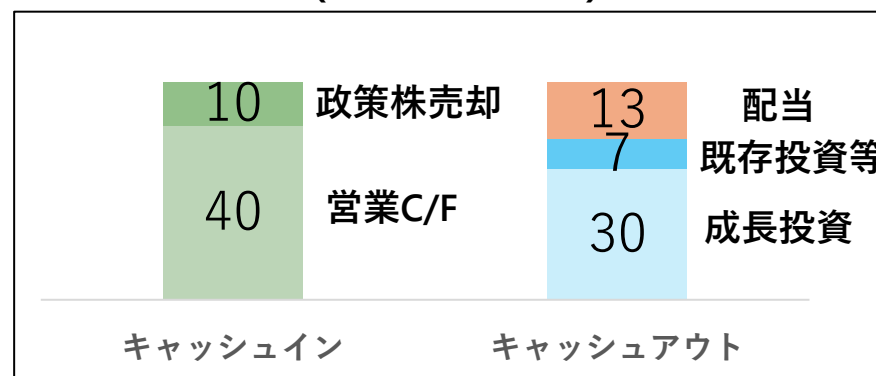
【株主還元】

- ・ 株主還元を強化する方針に変更
- ・ 株主還元は新たにDOE基準を設け、2028.1期にDOE2.5%を目指し、毎年増配する

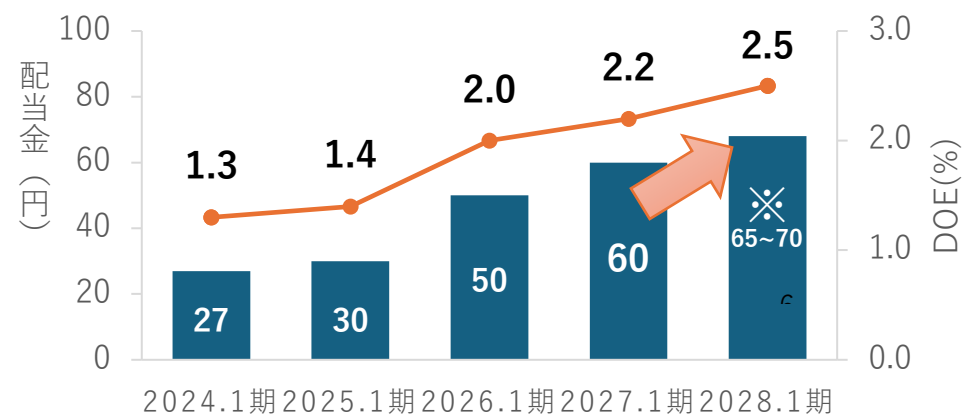
【キャッシュアロケーション】

中計3か年想定(2025～2027)

単位：億円



【配当金、DOE推移】



※現時点推定値

・株主優待のご紹介

Point

1月末に100株以上を保有の株主様にオンラインストアクーポンを贈呈します

対象	オンラインストアクーポン	
	2年未満保有	2年以上継続保有
100株以上500株未満	3,000円分	5,000円
500株以上1000株未満	5,000円分	7,000円
1000株以上	10,000円分	12,000円



さらに…、旅行券 30万円分が当たるチャンス！



特別優待を株主様の中から抽選で12名様に旅行券を贈呈

①100株以上を1年以上継続して保有する株主様から10名 ②100株以上を3年以上継続して保有する株主様から2名



会社概要



CROSS PLUS

● 社名の由来

「×」はCloth（衣服）と掛け算を、
「+」はプラス志向と足し算を意味しています。

従業員数 (2026年1月31日現在)

705名

単体 595名



売上高 (2026年1月31日現在)

598億52百万円

単体 573億06百万円



設立

1953年4月



資本金 (2026年1月31日現在)

1,944百万円



▶ 企業情報

本社
東京店

名古屋市西区花の木三丁目9番13号
東京都中央区日本橋浜町3-3-2
トルナーレ日本橋浜町13F

代表者

山本 大寛

事業内容

衣料品・ライフスタイル雑貨の企画製造、
店舗等への卸売、EC・百貨店等での小売

連結子会社

(株)サードオフィス、(株)シャルズ、
(株)アイエスリンク、客楽思普勒斯(上海)
服飾整理有限公司、(株)ディスカバリー
プラス、(株)スタイルプラス



▶ 沿革

- 1951年 8月 故名誉会長辻村重治が婦人ブラウス製造卸を目的に
名古屋にて櫻屋商店創業
- 1953年 4月 櫻屋商店を改組し櫻屋商事(株)を設立
- 1963年 12月 本社を名古屋市西区に移転
- 1978年 2月 現本社ビル完成
- 2001年 8月 商号をクロスプラス(株)に変更
- 2004年 4月 東京証券取引所、名古屋証券取引所に株式を上場
- 2018年 2月 (株)サードオフィスをグループ会社化
- 2023年 9月 (株)アイエスリンクをグループ会社化
- 2026年 6月 (株)シャルズをグループ会社化



クロスプラスのバリューチェーン

企画

企画スタッフ
200名以上の
高い企画力

年間2万品番を
生み出す企画力



生産

海外協力工場
9カ国60工場

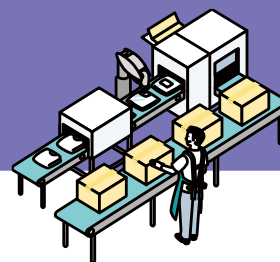
年間5,000万枚を
作り出す生産力



物流

物流加工

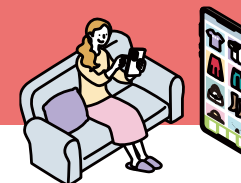
全国2万店舗
への配荷



販売

アパレル卸売・
ライフスタイル卸売・
小売

幅広い販路と
多様なブランド・商品
(得意先350社)





クロスプラスの事業

アパレル卸売

[特長]

- ▶ 企画から納品まで一貫して行うことで、サプライチェーンの最適化が可能。
- ▶ カットソー、ニット、ボトム、アウターなど幅広い商品供給。
- ▶ あらゆる世代・シーンを想定したトレンド提案力。

専門店

- ・ロードサイド
- ・ファッションビル
- ・ショッピングセンター

量販店 (GMS)

- ・平場コーナー
- ・スポーツコーナー

無店舗

- ・カタログ販売
- ・TVショッピング
- ・インターネット通販




CROSS FUNCTION

HEAD®

KANGOL SPORT

03 クロスプラスの事業

ライフスタイル卸売

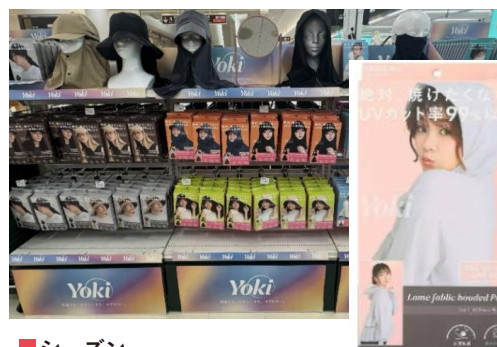
〔特長〕

- ▶ クロスプラスならではの発想力で、ありそうでなかったライフスタイル商品を企画・生産。
- ▶ ドラッグストアやコンビニなど新規取引先を拡大。

ドラッグストア

バラエティショップ

コンビニ



■ シーズン



■ ヘルスケア



■ ビューティー



■ ファッション雑貨

03 クロスプラスの事業

小 売

[特長]

▶企画から生産・販売まで自社の売場運営により、
価格決定権を持てるビジネスを拡大。

量販店

- ・ブランドコーナー
- ・雑貨コーナー

百貨店

- ・インショップ

EC

- ・自社EC
(クロスプラスオンライン)
- ・他社モール
(大手ECモール)



■量販店ブランドコーナー



■量販店雑貨コーナー

DECOY
SINCE 1981

N.O.R.C

for/c



■百貨店インショップ



■EC(クロスプラスオンライン)



クロスプラスの生産・物流

point

- ① 年間**5,000万枚**の生産力
日本人女性、1人1枚購入

point

- ② 国内物流センター
出荷能力**2,000万枚**



岐阜県海津市：クロスプラス中部センター

point

- ③ グループ会社 **上海服飾整理**での
物流加工

point

- ④ 輸入金額年間2億ドルの
スケールメリットを活かした
生産・貿易の効率化

海外9カ国、60工場





グループ会社

(株)スタイルプラス

アパレル卸売

アパレル製品の企画・
コンサルティング



(株)ディスカバリープラス

その他

児童発達支援スクールの運営



(株)サードオフィス

アパレル卸売

メンズを主にに専門店のOEM・ODM



(株)シャルズ

アパレル卸売・小売

レディスカジュアルを中心とした
ライセンスブランド
「スカラー (ScoLar)」
の企画、製造、販売



(株)アイエスリンク

ライフスタイル卸売

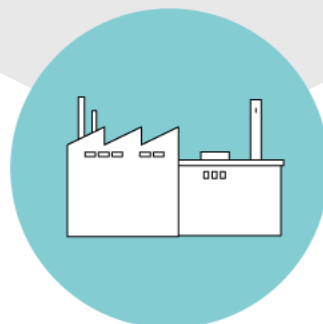
ビューティー関連商品の製造・
卸売・輸入販売



上海服飾整理有限公司

アパレル卸売

中国での自社商品の検品・検針・物流加工



GROUP
COMPANY

06 サステナビリティ

Environment

環境に配慮する ものづくり



環境配慮型素材の利用促進



環境にやさしい素材を積極的に使用し、流通する衣類における環境負荷を軽減します。

リサイクル・リユースの促進



再生原料・残反を利用した服づくりの活動を推進し、製品の原料をムダなく活用します。

資材・副資材の循環利用の促進



循環利用可能な資材・副資材を積極的に使用し、環境負荷を軽減します。

Social

暮らしと社会の 懸け橋



自治体との地方創生、 企業とのコラボレーション企画



企業や地域社会とのコラボ案件を推進し、環境配慮型素材や廃材の活用、互いの特色を活かした事業への取り組みなど、新たな社会価値を共創します。

工場の監査、 トレーサビリティ管理



サプライチェーンにおける人権監査・環境監査の継続と、生産や流通の履歴を追える仕組みづくりを推進。安心・安全で透明性があり、人権侵害がない工場からの原材料・商品調達を行います。

People

一人一人が輝く ワークライフ



ワークライフバランスの推進、 QOLの向上



共働きや育児、介護など、あらゆるライフシーンに柔軟に対応した勤務体制の整備を進めます。

働きがいの向上、 挑戦しやすい環境の整備



社員一人ひとりの個性を尊重し、個々の能力を思う存分に発揮できる環境を整え、仕事への挑戦意欲を高めます。

免責事項

- 本資料は、当社が入手している情報に基づいて、当社が本資料の作成時点において行った予測等を基に記載されています。これらの記述は将来の業績を保証するものではなく、一定のリスクや不確実性を内包しております。従いまして、将来の実績が本資料に記載された見通しや予測と大きく異なる可能性があります。
- また、本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。投資に関する決定はご自身のご判断において行われるようお願いいたします。

お問い合わせ先

クロスプラス株式会社 経営企画部

TEL：052-532-2211（代表）

e-mail：ir-info@crossplus.co.jp



CROSS PLUS

Be Colorful, Be Happy!