



2026 年 9 月 14 日

各 位

会 社 名 クラシコ株式会社
代表者名 代表取締役社長 大和 新
(コード：442A、東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 相馬 知明
(TEL. 03-6427-4767)

特別損失の計上及び業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、下記のとおり特別損失を計上することを決定いたしました。また、これに伴い、2025 年 12 月 15 日に公表いたしました 2026 年 10 月期（2025 年 11 月 1 日～2026 年 10 月 31 日）の業績予想を修正いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 特別損失の計上について

（上場時に示した成長戦略の振り返り）

当社は、2025 年 11 月の上場に際して公表した「事業計画及び成長可能性に関する事項」において、①国内成長戦略、②海外成長戦略、③利益率向上戦略を柱とする成長戦略をお示しし、上場後はその実行に取り組んでまいりました。

①国内成長戦略

白衣・スクラブを販売するメディカルアパレルにつきましては、自社 EC において、マーケティングの高度化・効率化を図るうえでシステム基盤に制約があったことから、販売施策が値引きやクーポン等の短期的な販売促進に依存する状況となり、売上総利益率が悪化いたしました。他方、新規顧客層獲得に向けては、エントリー商品を積極的に展開する販路として楽天市場や Amazon へ新規出店し、着実な成長を実現いたしました。

また、患者衣 lifte につきましては、資本業務提携先かつ主要株主である株式会社エランと共同開発した商品であり、成長ドライバーの一つと位置づけ、拡大に取り組んでまいりました。もっとも、同商品は同社への卸売取引であり、当社の売上高が病院への導入の進捗に連動するビジネスモデルとなっております。前期は病院への導入が大きく進捗し、売上高が大幅に伸長いたしました。当期につきましては、過去の受注実績に基づく季節変動及び前期の実績を踏まえ、下期にかけて新規導入に伴う受注が積み上がるとの想定のもと、下期偏重の受注計画としておりました。しかしながら、インフレ・中東情勢による物価高騰を背景に新規導入の買い控えが生じ、新規導入件数が減少しております。この結果、当期の受注は前年を大きく下回る見込みとなりました。

②海外成長戦略

2025 年 11 月より米国、カナダ及びオーストラリア向けに越境 EC での販売を開始し、展開国・地域は 17 に拡大いたしました。もともと、各国とも事業規模が小さく立ち上げ期にあることから、多くの国・地域において収益化は途上にあります。特に中国においては、日中関係の悪化や中国国内の景気減速を背景に、医療機関において予算抑制や調達厳格化が進み、下期に計画していた法人向け大型案件の成約が後ろ倒しとなりました。海外事業の今後の対応方針につきましては、下記（経営方針の転換の内容）をご参照ください。

③利益率向上戦略

資本業務提携先である MN インターファッション株式会社を通じ、生産・物流・調達体制の高度化に取り組んでおります。同社への調達の切り替えによる商品原価率の低減を図るなど協業を加速させておりますが、販促施策に伴う値引率の上昇や商品評価損の計上による影響がこれを上回り、その効果の十分な発現には至っておりません。

当社は、上記①～③の状況を重く受け止めており、現在の経営方針を前提としたままでは、持続的な収益の改善及び成長の実現は困難であるとの危機感を強めております。加えて、中東情勢や日中間の情勢の変化等、事業計画の公表後に顕在化した外部環境の変化も踏まえ、経営方針及び事業運営の見直しが急務であると判断するに至りました。

（認識した構造的な課題）

当社は、上記のとおり、成長戦略の実行状況が計画から乖離したこと及び外部環境の変化を契機として、当事業年度における事業運営を詳細に精査した結果、当社事業構造には次の構造的な課題が存在するとの認識に至りました。

第一に、一貫したブランド・コミュニケーションの確立が途上であったことから、過去に生産した商品の一部にブランド・ガイドラインに十分に適合しないものが生じ、値引販売による値引率の上昇や商品評価損の計上を通じて、売上総利益率及びブランド価値に影響を及ぼしていた。

第二に、マーケティングの高度化・効率化を図る上でシステム基盤に大きな制約があり、一貫した顧客理解やデータに基づく効率的なマーケティングが十分に行えていなかった。その結果、新規に獲得した顧客の継続購入や顧客価値の最大化よりも、値引きやクーポン等による短期的な売上獲得に依存する構造となっていた。

第三に、患者衣 lifte、海外（特に中国）及び国内法人チャネルは、特定の取引先や大型案件への依存度が高い収益構造となっており、当該取引先及び案件の受注動向の変化によって業績が大きく左右される状態にあった。

第四に、売上成長を前提として成長投資（人材採用、海外展開及び販売促進等）を計画に沿って実行してきたものの、売上高が想定を下回ったことにより、販売費及び一般管理費の売上高比率が悪化した。

当社は、これらの課題に対応し、持続的な成長を実現する事業体制を構築するため、経営方針を転換することを決定いたしました。その具体的な内容は次のとおりです。

（経営方針の転換の内容）

（1）Action Program 2027 の全体像

当社は、特定チャネルの構成比率が高い収益構造からの脱却を図り、持続的に利益を生み出す経営基盤を確立するため、経営方針の転換を決定いたしました。この転換を担う取り組みとして「Action Program 2027」を抜本的な変革プログラムと位置づけ、経営と事業の「質」を変革してまいります。当事業年度（2026 年 10 月期）をフェーズ 1（守り）と定めて財務の健全化と収益基盤の強化を断行し、翌事業年度（2027 年 10 月期）をフェーズ 2（攻め）と定めて、成長に向けた施策へと軸足を移してまいります。

フェーズ 1（守り）：財務基盤の健全化及び収益基盤の強化

当事業年度中に、構造的な経営課題に対し、負の要素を一括で処理する抜本的な施策を断行し、財務基盤の健全化と収益基盤の強化を図ります。具体的には、以下の取り組みにより損益分岐点を引き下げ、環境変化に耐えうる強固な収益構造へと転換いたします。

守り① 選択と集中

収益性の低いチャネル及び事業の撤退又は縮小を進め、成長が見込まれるチャネルへ経営資源を集中してまいります。具体的な実施事項は、次項「（2）事業体制の見直しの具体的な実施事項」①及び②に記載のとおりです。

守り② コスト構造の抜本的な見直し

業務プロセスの見直しや AI 活用等を通じて固定費を圧縮し、生産性の向上を推進することで損益分岐点の引き下げに取り組んでまいります。具体的な実施事項は、次項（2）③に記載のとおりです。

守り③ 在庫の戦略的リセット

既存在庫の一部について、当社が目指すブランドの方向性に照らした見直しを行います。これにより、翌事業年度以降の商品評価損の発生を抑制し、売上総利益率の改善とブランド価値の維持につなげるとともに、健全な財務基盤の構築と成長投資の原資の確保を図ります。具体的な実施事項は、次項（2）④に記載のとおりです。

フェーズ 2（攻め）：持続的に利益を生み出す経営体制への転換

翌事業年度（2027 年 10 月期）以降、以下の取り組みを通じて、持続的に利益を生み出す経営を実現し、再現性ある黒字化とグローバルブランドへの再成長を目指します。

攻め① ブランド基盤の再構築

市場のニーズに即した商品開発体制を確立するとともに、当社のブランド基盤を再構築し、一貫したブランドコミュニケーションを徹底いたします。

攻め② 成長基盤への投資

ブランド、EC、生産管理、グローバルでの商標及び情報システム等、持続的な成長を支える基盤への投資を進めてまいります。具体的な実施事項は、次項（2）⑤に記載のとおりです。

攻め③ Operational Excellence × AI

システム基盤への投資及び AI の全社的な活用により、少人数で高い実行力を発揮できる体制を構築し、再現性と拡張性を備えた成長基盤を確立してまいります。

具体的な実施事項は、次項「（２）事業体制の見直しの具体的な実施事項」のとおりです。

（２）事業体制の見直しの具体的な実施事項

①横浜店舗の撤退

選択と集中によるチャネル・事業ポートフォリオの見直しの一環として、横浜店舗につきましては、賃貸人との間で当期中の合意解約による早期撤退について合意に至り、本日開催の取締役会において、その内容に係る覚書の締結を決議いたしました。今後、当該決議に基づき、賃貸人との間で覚書を締結する予定です。これに伴う違約金等につきましては、特別損失として 21 百万円を計上いたします。なお、横浜店舗以外の店舗（丸の内、大阪及び名古屋）につきましては、認知度の向上及び来店顧客の定着が進んでいることから、引き続き運営を継続する方針です。

②海外販路の見直し

選択と集中によるチャネル・事業ポートフォリオの見直しの一環として、海外の一部販路につきましては、収益性を踏まえた事業規模の適正化を実施いたします。特に、中国における個人向けチャネル（toC）につきましては、赤字先行となる立ち上げ期の投資に優先順位を付ける中で、撤退を決定いたしました。その他の一部地域につきましては、越境 EC チャネル自体は維持しつつ、広告投資等の抑制を進めてまいります。

③コスト構造の抜本的な見直し

業務プロセス全般の見直し及び AI 活用等による生産性向上プロジェクトを、全社横断で推進いたします。広告宣伝費につきましては、費用対効果の低い新規獲得施策から、既存顧客の価値向上を重視した運用へと転換を進めてまいります。あわせて、システム導入による生産管理及び在庫管理の高度化、業務委託の内製化、物流の最適化等に取り組み、固定費の圧縮を通じて損益分岐点の引き下げを図ります。

④在庫の戦略的リセット

当社が進めるブランド基盤の再構築の観点から、保有する商品の一部に、ブランドとして目指す方向性に十分に適合しないものが生じております。これらの商品は原価を上回る価格での値引き販売も可能ですが、値引き販売はブランド価値に影響を与え、将来の収益性を圧迫するおそれがあることから、売上総利益率の改善及びブランド価値の維持を図るため、当該商品の処分を決定いたしました。処分に当たっては、可能な限り再資源化（リサイクル）を行う方針であり、2026 年 10 月 31 日までに完了する予定です。当該処分に伴う損失は、棚卸資産処分に伴う損失 425 百万円を特別損失として 2026 年 10 月期第 3 四半期に計上済みです。当該金額は、廃棄処分の対象となる商品の帳簿価額に、処分の実行に伴い発生する再資源化（リサイクル）費用の見積額を加えたものであります。処分自体は同年 10 月 31 日までに完了する予定であり、処分完了をもって処分費用は確定額となります。上記見積額と確定額との間に差異が生じた場合には、当該差異相当額を第 4 四半期において特別損失として追加で計上し、又は既に計上した特別損失を減額する予定です。

⑤成長基盤への投資

ブランド基盤の再構築及び一貫したブランド・コミュニケーション体制の整備、新規に獲得した顧客の継続購入及び顧客価値の最大化に向けた EC 成長基盤の導入、グローバルでの商標取得、並びに AI 活用を前提とした業務プロセス及び情報システム基盤の刷新を進めてまいります。

上記経営方針の転換に伴う事業体制の見直しにより発生する損失につきましては、下記のとおり特別損失を計上いたします。

内訳	損益区分	計上期	金額
①棚卸資産処分に伴う損失	特別損失	2026 年 10 月期第 3 四半期	425 百万円
②横浜店舗撤退関連費用	特別損失	2026 年 10 月期第 3 四半期	21 百万円
③減損損失	特別損失	2026 年 10 月期第 3 四半期	28 百万円
④繰延税金資産の取崩し	法人税等調整額	2026 年 10 月期第 3 四半期	166 百万円
合計			642 百万円

(注) ①及び②の費用は、決算短信における表示区分に従い「事業構造改善費用」として記載しております。

①棚卸資産処分に伴う損失は、売上総利益率の改善及びブランド価値維持の観点から在庫を能動的にコントロールする経営判断として、対象商品の処分を決定したことによるものであり、処分にあたっては可能な限り廃棄によらず再資源化（リサイクル）する方針としております。臨時性及び金額の重要性の観点から特別損失として計上するものです。

②横浜店舗撤退関連費用は、横浜店舗を中途解約することに伴う違約金等の追加的な費用によるものです。

③減損損失は、ソフトウェア及びソフトウェア仮勘定並びに本社資産等について、事業体制の見直しを踏まえた将来キャッシュ・フローに基づき回収可能性を検討した結果、帳簿価額を回収可能価額まで減額するものです。

④繰延税金資産の取崩しについては、重要な経営環境の変化により将来の課税所得の見積りを見直したことに伴い、繰延税金資産の回収可能性を再度検討した結果、全額取崩しを行うものです。

2. 業績予想の修正について

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想 (A)	4,250	233	214	150	72.71
今回修正予想 (B)	2,919	△552	△561	△1,201	△581.90
増減額 (B－A)	△1,331	△786	△776	△1,351	－
増減率 (%)	△31.30%	－	－	－	－
(参考) 前期実績 (2025年10月期)	3,631	164	138	169	129.24

※「1株当たり当期純利益」の算定上の基礎となる期中平均株式数については、2026年7月31日現在の発行済株式数を使用しております。

3. 修正の理由

(売上高について)

当期の売上高は、前回発表予想を大幅に下回る2,919百万円（前回発表予想4,250百万円、前期比80.4%）となる見込みです。メディカルアパレルにつきましては、楽天市場及びAmazonへの新規出店や新商品の投入等により新規チャネルでの売上は成長したものの、自社ECにおいて販売施策が想定どおりの成果に至らず、また海外販路においては、中東情勢や日中関係の変化に伴い中国チャネルの収益化の前提が変わったことから、売上高は計画を下回る推移となりました。

患者衣lifteにつきましては、当期は下期偏重の受注計画としておりましたが、計画していた受注を得られず、前年同期を大幅に下回る見込みとなりました。

(売上原価・売上総利益について)

当期の売上原価率は48.2%（前期比+0.8ポイント）、売上総利益率は51.8%となる見込みです。メディカルアパレルにつきましては、保有する在庫の一部について商品評価損を計上したことに加え、自社ECを中心とした販売施策を実施したこと等により、原価率が前期比で上昇いたしました。なお、上記の商品評価損は売上原価に含まれるものであり、上記「1. 特別損失の計上について」に記載の事業体制の見直しに伴う特別損失（棚卸資産処分に伴う損失）とは区分して計上しております。

また、患者衣lifteにつきましては、相対的に売上原価率の高い商品の売上構成比が高まったことにより、売上原価率が当初想定を上回りました。

(販売費及び一般管理費について)

当期の販売費及び一般管理費は2,063百万円（前期比+319百万円）となり、売上高に対する比率は前期比で大幅に上昇する見込みです。期初予算の範囲内で規律ある運用に努めてまいりましたが、中長期的な企業価値の向上に向けた人材採用や海外展開等の成長投資を計画どおり実施したことに加え、新規顧客の獲得に向けた広告宣伝費等について、既存のシステム基盤の制約から効率的な運用が十分に行えませんでした。この結果、売上高が想定を大きく下回る中で売上高対比の比率が大きく悪化いたしました。以上の結果、営業利益は前回発表予想233百万円から△552百万円

（786 百万円の悪化）、経常利益は前回発表予想 214 百万円から△561 百万円（776 百万円の悪化）となる見込みです。

（当期純利益について）

上記「1. 特別損失の計上について」に記載の特別損失の計上及びこれに伴う法人税等調整額（繰延税金資産の取崩し）の計上により、当期純利益は前回発表予想 150 百万円から△1,201 百万円（1,351 百万円の悪化）となる見込みです。

（今後の収益性について）

本見直しの実行により、在庫の戦略的リセットをはじめとする財務基盤の健全化が完了することから、来期以降は商品評価損及び減価償却費等の負担が軽減され、収益性の改善に寄与するものと見込んでおります。

（注）上記の業績予想は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

今後、開示すべき事項が生じた場合には、速やかにお知らせいたします。

以 上