

株式会社アダストリア 第75期経営報告会

2024年11月9日



A D A S T R I A
— *Play fashion!*

I. ご挨拶

II. 2025年2月期上期業績・通期業績予想

III. 中期経営計画の進捗状況

IV. 株主の皆様からのご質問

1. ご挨拶

代表取締役会長 福田 三千男



成果

- リオープン一巡、円安、人件費上昇などの困難の中にあっても、**計画を上回る連結売上高・営業利益**を創出できた
- 2件のM&Aを実施し、新たなグループ会社加わるなど、**将来に向け新たな事業づくり**を進められた

課題

- 引き続き売上総利益率の向上に取り組む
- 一部のグループ会社については、業績の改善を急ぐ

- 織研新聞社実施のファッション専門学生への就職意識調査で、アダストリアが「注目している企業」1位、「就職したい企業」2位
- 日本経済新聞社の「社員が働く幸せを感じている企業」ランキングでも10位
- 2年連続6%の給与改善に加え、経営陣と社員の対話や研修制度の充実により、社員の満足度・定着率が上昇している
- 引き続き中期経営計画の営業利益の達成を目指しながら、**株主価値の向上と、長期成長の両立**を実現する

2025年2月期 II. 上期業績・通期業績予想

専務取締役 福田 泰己



堅調な需要、販売・商品戦略が奏功し増収
一部子会社の苦戦により減益するも
計画を上回る着地で1Qのビハインドを取り戻した

(百万円)	2024/2 上期		2025/2 上期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前年比
売上高	132,896	-	144,203	-	108.5%
売上総利益	74,861	56.3%	80,320	55.7%	▲0.6P
販管費	64,549	48.6%	70,405	48.8%	109.1%
営業利益	10,311	7.8%	9,915	6.9%	▲0.9P
経常利益	10,639	8.0%	10,316	7.2%	▲0.8P
純利益	7,094	5.3%	6,948	4.8%	▲0.5P

売上高

1,442 億円（前年同期比：108.5%）

- 単体**
 - 前年比107.9%、増収増益 卸売事業売上は約30億円で計画線
 - グローバルワーク、ニコアンドなど主力ブランドの堅調、ラコレの出店が全体を牽引
- 国内子会社**
 - 前年比107.6%、エレメントルール社は前年不調ブランドの回復で増収増益
BUZZWIT社は減収減益も2Qは回復基調
7月新規連結のトゥデイズスペシャル社は純増
- 海外子会社**
 - 前年比114.7%、中国大陸は消費軟調も増収で赤字縮小
香港・台湾は出店と新ブランドの展開で増収増益
アメリカは卸売事業の減速で減収減益
- 飲食事業**
 - 前年比111.8%、国内市況の回復により増収も、新規出店費用・人件費増により減益

売上総利益率

55.7%（前年同期比：▲0.6p）

- 卸売事業の増加による押し下げ(▲0.5p)に対し、円安影響の中で小売事業はおおむね横ばいを維持
- 前年第2四半期の一過性利益約6億円の反動は、今期も一過性利益が5億円発生したことで僅少

販管費率

48.8%（前年同期比：+0.2p）

広告宣伝費

- **2.7%**（同▲0.3p）（同▲0.0億円）
プロモーション費用の効率化

人件費

- **18.3%**（同+0.3p）（同+24.2億円）
従業員の処遇改善、人員不足解消のための採用増、売上増加に伴う稼働時間増加

設備費

- **17.3%**（同+0.3p）（同+22.7億円）
前期および今期出店の減価償却費、建築費の坪単価上昇に伴う保敷償却費、売上増加に伴う家賃の増加

その他

- **10.4%**（同▲0.1p）（同+11.3億円）
カード手数料、業務委託関連費用、店舗関連費用などの増加

営業利益

99 億円（前年同期比：96.2%）

営業利益率 6.9% EBITDA率 10.5%

経常利益

103 億円（前年同期比：97.0%）

営業外収益 • 為替差益3億円など

親会社株主に 帰属する 当期純利益




69 億円（前年同期比：98.0%）


特別損益 • 店舗減損0.4億円

- **棚卸資産** : 第2四半期末時点で前年同期末比102.4%と適正な水準
- **有形固定資産** : リアル店舗の新規出店による増加など（使用権資産を含む）
- **無形固定資産** : トゥデイズスペシャル社M&Aによるのれんの増加など
- **投資その他資産** : 繰延税金資産の増加など
- **純資産** : 純資産比率は57.5%、前年同期末比+1.6p
ZT社との株式交換により自己株式が減少

(百万円)	2023/8月末		2024/8月末		前年同期末比増減額
		構成比		構成比	
現預金	21,299	17.5%	20,631	15.6%	▲667
棚卸資産	26,248	21.6%	26,869	20.3%	+620
固定資産	57,805	47.6%	67,029	50.6%	+9,223
うち、のれん	1,219	1.0%	3,800	2.9%	+2,580
総資産	121,523	100.0%	132,473	100.0%	+10,949
負債	53,567	44.1%	56,311	42.5%	+2,744
純資産	67,956	55.9%	76,161	57.5%	+8,205

国内事業別売上高 (百万円)

アダストリア単体	売上高	前年比
A D A S T R I A	115,010	107.9%
 GLOBAL WORK	26,608	105.5%
niko and ...	17,558	107.6%
 studio CLIP	11,653	103.9%
 LOWRYS FARM	11,614	104.3%
LEPSIM	7,483	111.1%
LAKOLE	6,452	122.6%
BAYFLOW	5,629	106.7%
JEANASIS	5,609	98.8%

主要国内子会社	売上高	前年比
BUZZWIT	5,482	99.2%
 ELEMENT RULE	6,104	114.9%

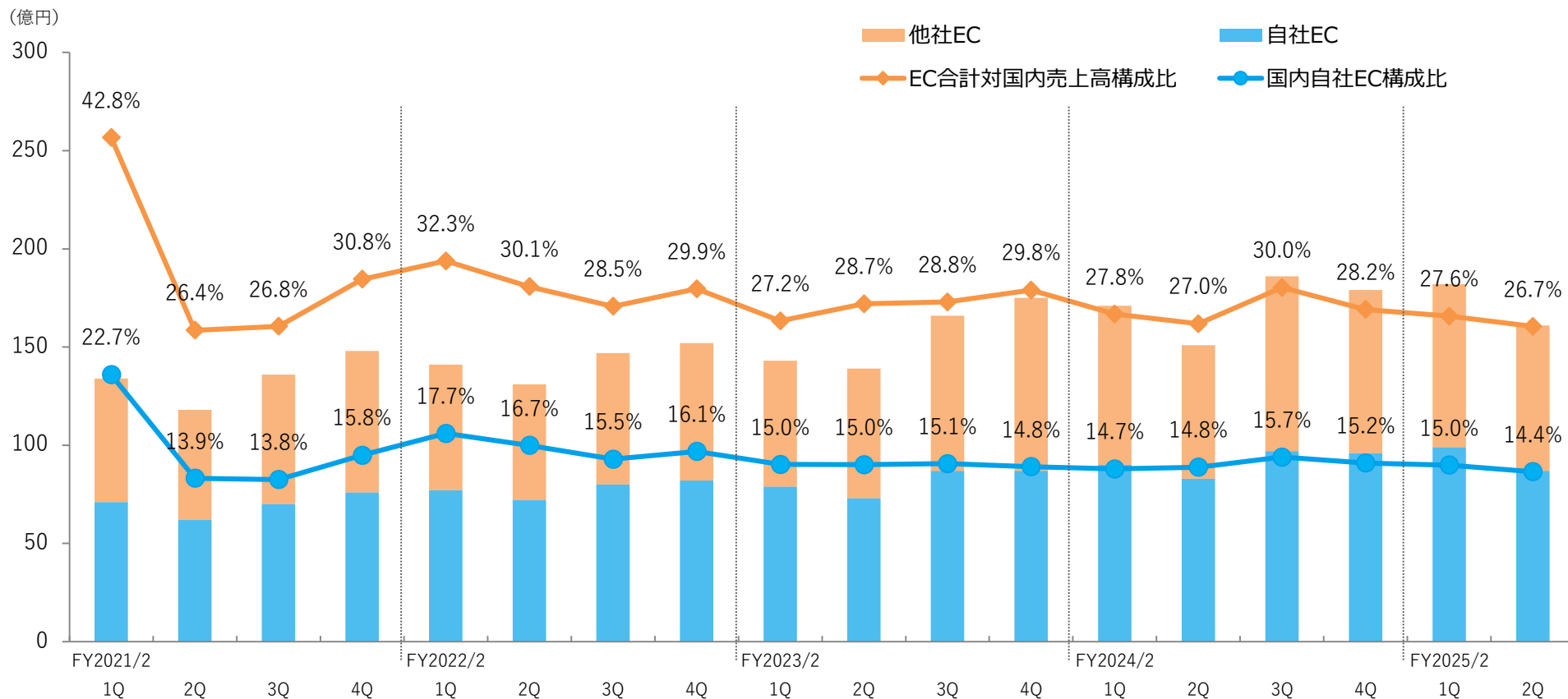
飲食子会社	売上高	前年比
zetton®	6,942	111.8%

*株式会社ゼットンは、連結調整後。(2月~7月)

2025年2月期上期 国内EC売上高

345億円 (前期比106.8%)

- 対アパレル国内売上高構成比：27.2% (うち自社EC約14.7%)
- ドットエスティ会員数：約1,860万人 (前期末比+110万人)



*2021/2期は、(株)アダストリア・(株)BUZZWIT・(株)エレメントルールを合算
 *2022/2期より、(株)ADOORLINKを合算
 *(株)トゥデイズスペシャルを除く

*2023/2期2Qより、(株)オープンアンドナチュラルを合算 (2023年7月(株)BUZZWITと合併)
 *2023/2期4Qより、(株)Gate Winを合算 (2024年3月アダストリアと合併)

- **中国大陸** : 軟調な消費動向のなか、EC売上により増収を確保し赤字縮小
- **香港** : 新規出店とECの販売ブランド追加により増収増益
- **台湾** : 新店オープンとECの好調により増収増益
- **タイ** : 1号店は順調、2号店の出店準備のため増収減益
- **米国** : 景気の不透明感で卸売事業が苦戦、インフレによるコスト増もあり減収減益

(百万円)	売上高				営業利益			
	2023/12 上期	2024/12 上期	前年同期比		2023/12 上期	2024/12 上期	前年同期比	
	実績	実績	(円ベース)	(現地通貨ベース)	実績	実績	(円ベース)	(現地通貨ベース)
海外合計	10,686	12,257	114.7%	103.5%	653	341	52.3%	47.2%
中国大陸	2,241	2,451	109.4%	100.0%	▲ 306	▲ 286	-	-
香港	1,745	2,214	126.9%	112.1%	148	171	115.8%	102.3%
台湾	2,769	3,610	130.3%	120.9%	557	706	126.6%	117.5%
タイ	83	141	170.2%	159.7%	▲ 50	▲ 82	-	-
フィリピン	-	-	-	-	-	▲ 10	-	-
米国	3,846	3,839	99.8%	88.4%	305	▲ 157	-	-

出退店実績・計画

	2024/2期		2025/2期 上期実績				前年 同期末比 増減数	2025/2期 通期修正計画		
	上期末 店舗数	期末 店舗数	企業 結合等	出店	退店	期末 店舗数		出店	退店	期末 店舗数
アダストリア単体	1,245	1,242	6	45	▲ 11	1,282	37	62	▲ 40	1,270
(うち、WEBストア)	(65)	(61)	(2)	(3)	(▲1)	(65)	(0)	(3)	(▲1)	(65)
国内子会社合計 *1	123	128	24	4	▲ 9	147	24	7	▲ 9	150
(うち、WEBストア)	(54)	(58)	(7)	(1)	(▲6)	(60)	(6)	(3)	(▲6)	(62)
海外合計	110	122	0	9	▲ 4	127	17	29	▲ 8	143
(うち、WEBストア)	(20)	(22)	(0)	(7)	(▲2)	(27)	(7)	(11)	(▲3)	(30)
ゼットン (飲食子会社) *2	74	71	0	5	▲ 2	74	0	9	▲ 5	75
連結合計	1,552	1,563	30	63	▲ 26	1,630	78	107	▲ 62	1,638
(うち、WEBストア)	(139)	(141)	(9)	(11)	(▲9)	(152)	(13)	(17)	(▲10)	(157)

2025/2期上期累計連結で改装22店舗

*1：2025/2月期上期末は、(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店舗数合算
2025/2月期上期より、M&Aにて取得した(株)トゥデイズスペシャルの30店舗を「企業結合等」に記載

*2：(株)ゼットンの店舗数は、同社の連結子会社であるZETTON,INC. (米国事業)を合算

2025年2月期 通期連結業績予想

(百万円)	2024/2期		通期予想	2025/2期	
	実績	売上高比		売上高比	前期比
売上高	275,596	-	290,000	-	105.2%
売上総利益	152,354	55.3%	162,300	56.0%	106.5%
販管費	134,339	48.7%	143,300	49.4%	106.7%
営業利益	18,015	6.5%	19,000	6.6%	105.5%
経常利益	18,389	6.7%	19,000	6.6%	103.3%
純利益	13,513	4.9%	12,700	4.4%	94.0%
ROE	20.9%	-	16.9%	-	▲ 4.0P
EBITDA	27,763	10.1%	28,830	9.9%	103.8%
減価償却費	9,525	3.5%	9,600	3.3%	100.8%
のれん償却費	223	0.1%	230	0.1%	103.1%
設備投資	11,807	-	13,800	-	116.9%

配当方針

連結配当性向30%を基本方針とし、配当の安定性、成長投資と還元のバランスを考慮

2025/2期 — **年間配当予想 90円**

(百万円)	2022/2期	2023/2期	2024/2期	2025/2期 (予想)	2年合計
一株当たり配当金 (円)	55	60	85	90	175
(中間配当金)	(25)	(25)	(35)	(35)	—
配当総額	2,510	2,739	3,880	4,211	8,091
連結純利益	4,917	7,540	13,513	12,700	26,213
配当性向*	50.6%	36.1%	28.5%	32.9%	30.6%

*株式会社ゼットンの完全子会社化に関する株式交換により配当対象となる株式数の増加を考慮しています。

株主様ご優待券に関するお知らせ

2024年11月1日より株式会社ゼットンが運営する店舗でのお食事にも利用できることになりました。

*新たに利用可能となる店舗は、海外店舗を除く右記二次元バーコード掲載飲食店舗のみでございます。

〈<http://www.zetton.co.jp/shop/>〉



外部環境

為替の影響と 価格戦略

- 今期秋冬商品はほぼ為替予約が済んでいるため、今期下期業績への直近為替の影響は僅少。
- 今夏の円高は来期春夏商品の売上総利益率には好影響が期待できるが、現時点での定量的な見通しは難しい。
- 円高が進んでも販売価格の引き下げはせず、商品の高付加価値化により適正な利益を確保する。

物価と賃金の動向と 消費の見方

- 外出需要やオフィス出社の回復などを背景に、ファッション関連の消費は底堅く、需要の減速は見られていない。
- 総務省の家計調査による2024年3月から7月までの被服費は前年から105%の伸びとなり、若年層を中心とした名目賃金の上昇が追い風と見ている。

当社の考え方

Ⅲ. 中期経営計画の進捗状況

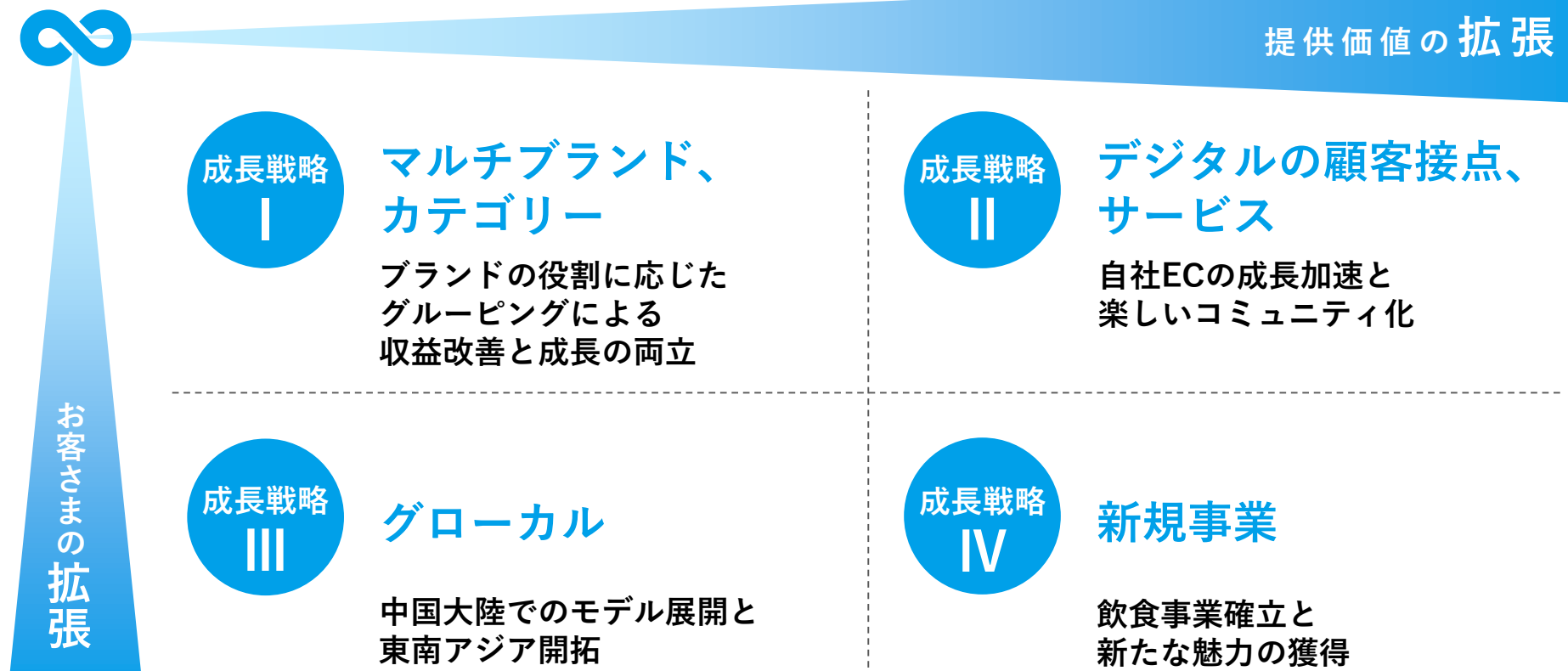
代表取締役社長 木村 治



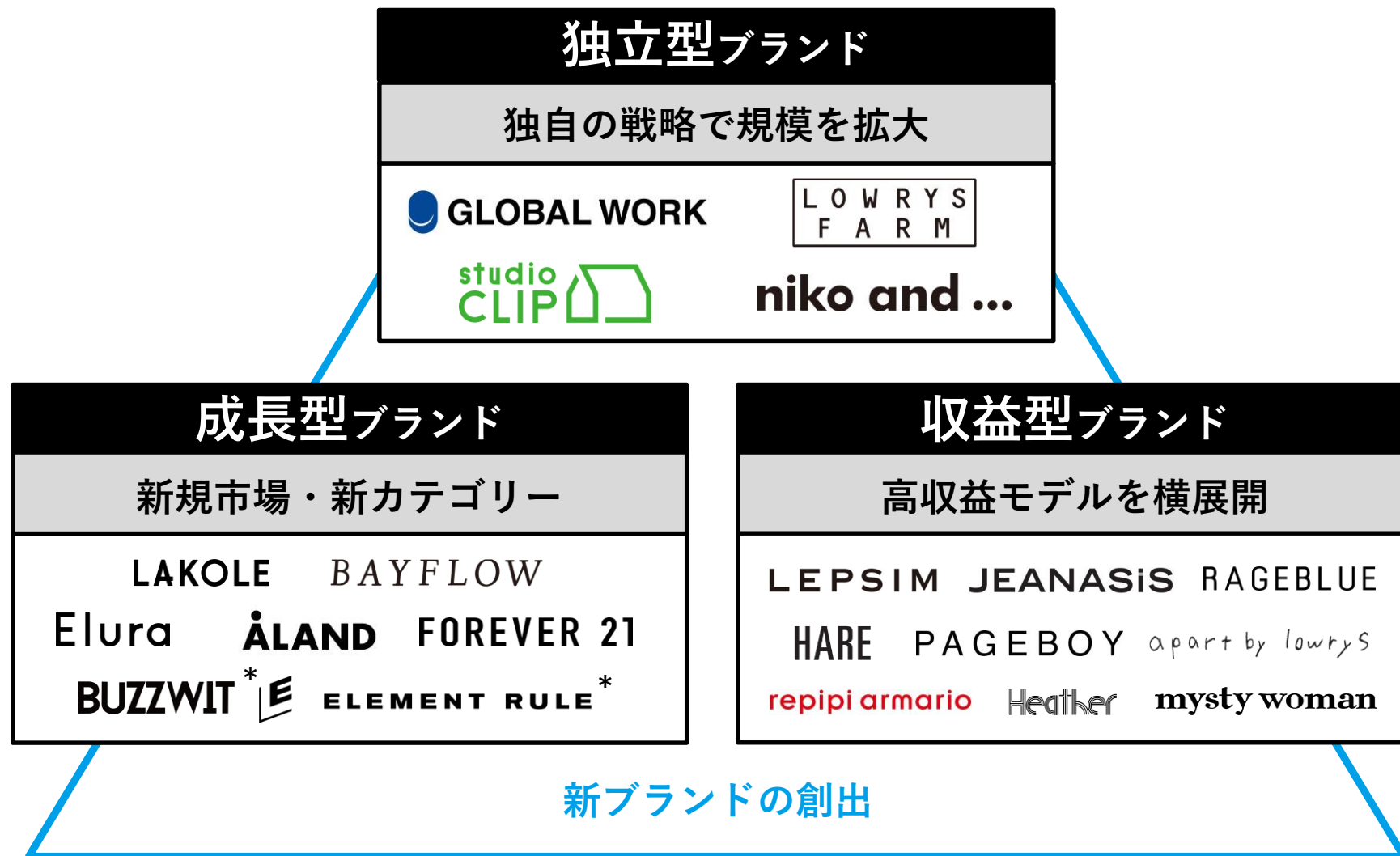
■ 2024年2月期決算発表時に目標数値の連結売上高を上方修正、営業利益を維持

サステナビリティと収益性を融合させ、2026年2月期に 連結売上高 **3,100** 億円
営業利益率 **7.2** % 営業利益 **224** 億円

サステナブル経営の実現



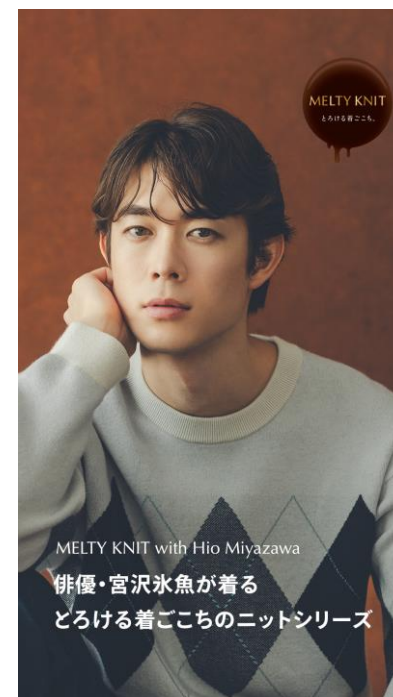
- 国内既存ブランドを3つに分類し、ポートフォリオ全体でブランドを育成



* (株)BUZZWITと(株)エレメントルールは、国内子会社

■ 独立型ブランド「グローバルワーク」がブランド設立30周年

- 2024年春より吉高由里子さん、宮沢氷魚さんをブランドアンバサダーに起用
- どんなシチュエーションにも合う「まちがない服。」として、デザインだけでなく、着心地や素材など商品のこだわりを表現したプロダクトプロモーションを展開
- 主力商品群の育成が進捗。今冬も昨年につき「メルティニット」のCMを放映



■ 「スタッフボード」参加スタッフのインフルエンサー化が伸展

- 教育制度の拡充や分析ツールの導入など、スタッフのサポートを強化し、総フォロワー数が伸長
- スタッフボードの参加スタッフをフォローしているお客さまの年間購入金額は、フォローしていないお客さまの年間購入金額と比較し、約2.5倍
- 各ブランドの人気スタッフが企画するプロデュースアイテムが好調

◎当社スタッフのSNSフォロワー数推移

	2019.2	2022.02	2023.02	2024.02
スタッフボード 参加人数	449人	3,920人	3,990人	4,098人
フォロワー 10万人以上	0人	0人	5人	11人
フォロワー 5万人以上	0人	4人	8人	13人
フォロワー 1万人以上	11人	56人	63人	74人
総フォロワー数	48万人	340万人	573万人	1,035万人

*フォロワー数：スタッフボード、Instagram、TikTokほかSNSフォロワー数の延べ総計。



ニコアンド『メイクスタッフ』



レプシム『LEPSTA PROJECT』

■ 株式会社アンドエスティを設立 and ST（旧ドットエスティ）事業承継（会社分割）

- 2024年10月23日、「.st」から「and ST」へ名称変更
- 新会社「株式会社アンドエスティ」に、ECモール運営を中心としたand ST（旧ドットエスティ）関連事業を承継（会社分割）



誰かと、世界と、ファッションと。

つながることで生まれる新しい発見やワクワクが、

毎日をもっと楽しくしてくれる。

Play fashion!

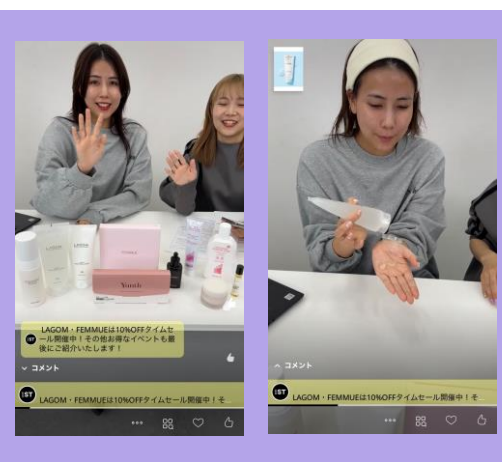
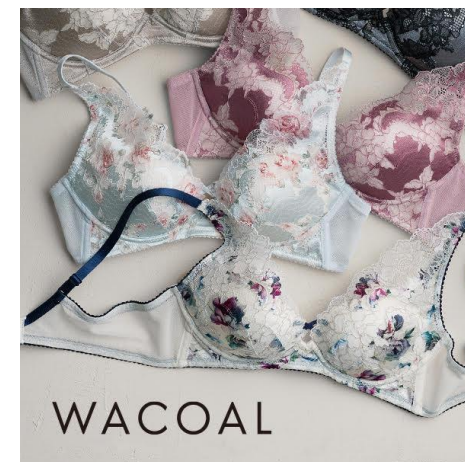
■ and STの流通総額を2030年までに1,000億円にすることを目指す

- ECサイトから「ファッショントータルプラットフォーム」へと進化させ、ファッション業界全に新たな価値と、デジタルとリアルを融合しお客さまへより良いショッピング体験を提供
- リアル店舗やスタッフをアダストリアグループで抱えていることが大きな強み
- リアルとデジタル（OMO）を統合し体験価値の拡大、多様なジャンルで商品カテゴリーの拡大
- 「and STポイント」「dポイント」「楽天ポイント」のトリプルポイント付与を実現する



■ 自社ECのオープン化（外部商材の取り扱いによるモール型事業）の加速

- 「美」を軸にし、コスメ・下着を始めとする新規パートナー企業の出店拡大
- パートナー企業と一緒にライブ配信



■ マーケット特性に合わせた戦略で、海外事業全体で増収増益

.st TAIWAN



**グレーターチャイナ
中国大陸**

上海のほか、成都と重慶に出店
現在13店舗まで拡大（EC含む）

香港

ローカルスタッフによる運営
自社ECでマルチブランドを展開

台湾

リアル出店、EC拡大
マルチブランド強化



**.st
HONG KONG**



niko and ... BANGKOK 旗艦店

ASEAN

**タイ
フィリピン**

バンコクの旗艦店に続き、
2024年7月に2号店を出店
1号店を12月出店予定

米国

Velvet社のブランドで、
OEMや卸売事業、
直営小売を拡大



■ 中国大陸はリアル出店を抑制、EC健闘

- 中国大陸はリアル店舗の出店は抑制し、ECの出店を拡大。Tモールや得物（POIZON）、WeChatミニプログラムなど、好調なECで増収を創出

■ 香港と台湾がマルチブランド戦略で好調を持続

- 香港と台湾は継続的に出店し、マルチブランド戦略を進展
- 「Telford Plaza」にローリーズファーム、「K11 ArtMall」にジーナシスを出店。日本のスタッフボード人気スタッフの来店イベントも好評



■ 東南アジアへの出店を推進

タイ

- バンコク郊外の人気施設である「MEGA BANGNA(メガバンナ)」に出店



- オープン施策の来店イベントやコラボ商品の販売などが奏功し、順調な立ち上がり

フィリピン

- フィリピンに現地法人を設立。ニコアンドの1号店を今期出店



■ 「株式会社トゥデイズスペシャル」をウェルカム社より買収（M&A）し、「TODAY'S SPECIAL」「GEORGE'S」の両事業を取得

- 雑貨業態に強い2ブランドの獲得と、商品ラインナップの拡充によりライフスタイル分野を拡大
- 2ブランド独自の世界観を活かして、and STでの販売を開始予定。EC比率の上昇を図る
- GEORGE'Sは、アダストリアの店舗開発力と生産背景の有効活用により、出店を加速
- TODAY'S SPECIALは地方都市を含め厳選した場所へ出店、海外展開も視野に独自性のあるMDを強化

TODAY'S SPECIAL

ブランドコンセプト

“今日が特別になるような発見”“旬を贈る楽しみ”に出会える「食と暮らしの商店」です。

商品：キッチン用品、食品、植物、雑貨、洋服、書籍など
立地：都内、都内近郊、関西など



GEORGE'S

ブランドコンセプト

みんなが集う場所、ようこそわが家へ。
こころを豊かにしてくれる日用品から
大切な人に贈りたいギフトまで幅広くそろうお店です。

商品：キッチン用品、食品、キッズ雑貨、洋服、植物、家具など
立地：都内、都内近郊、東海など



■ GMS（総合小売業）へのブランドプロデュース事業が大きく進展

- イトーヨーカ堂へのブランドプロデュース開始。7月末までに64店舗オープン



■ プロダクトや制服のプロデュースでBtoB事業の可能性を広げる

- 飲食店のプロダクトや学校法人大藤学園の制服をプロデュースするなど、アダストリアのケイパビリティを活かしたライフスタイル提案



〈餃子の王将〉ノベルティエコバッグ



〈Gong cha（ゴンチャ）〉デザインボトル



〈学校法人大藤学園〉制服

■ サステナビリティに関する各KPIに対して一定の進捗

	活動ビジョン	KPI	進捗
 ENVIRONMENT 環境を守る	未来に繋がるものづくり	2030年までに全商品のうち半分以上をサステナブルな原料・加工へと切り替える	<ul style="list-style-type: none"> 独自のサステナブルマーク付与数：前年比129.5%
	環境への配慮と営業活動の両立	2050年カーボンニュートラルの実現	<ul style="list-style-type: none"> 国内連結ベースで温室効果ガス排出量の算定完了
	ファッションロスのない世界	衣料品在庫の焼却処分ゼロ	<ul style="list-style-type: none"> 衣料品在庫焼却処分ゼロの継続 回収BOX190店舗/回収量35t
 PEOPLE 人を輝かせる	心身ともに健康で、個性や能力を発揮できる組織	2025年までに女性の上級管理職を30%、女性管理職比率を45%以上に引き上げる	<ul style="list-style-type: none"> 女性の上級管理職：18.7% 女性の管理職：33.7%
		健康経営優良法人ホワイト500の認定	<ul style="list-style-type: none"> 健康経営優良法人2024認定（2年連続）
 COMMUNITY 地域と成長する	出店地域の活性化 生産地域の持続可能な発展	サプライヤーとのパートナーシップを拡充し、生産背景の可視化を進める	<ul style="list-style-type: none"> 認定済み49工場（自社生産背景仕入数の約7割） 工場モニタリング32件/年

■ ESGに関する外部評価



■ ビジネスの透明性向上を目指し、特定サプライヤーリストを初公開

- パートナー取引先として認定した自社の直接貿易を背景とする47社の社名を9月に公開。サプライヤーの皆さまとともに環境・人・地域にポジティブなサプライチェーンを構築し、透明性を高め、責任ある生産方法の確立を目指す

■ GHG排出量可視化プラットフォーム「C-Turtle」を業界で初めて導入

- GHG排出量算出の効率化及び削減促進を目的とし、2024年4月よりGHG排出量可視化プラットフォーム「C-Turtle」を導入
- 排出量算定の効率化だけでなく、サプライヤーさまのGHG削減努力の反映、サプライチェーン排出量の算定・削減を実現し、リーディングカンパニーとして業界におけるGHG排出量削減のモデルケース構築を目指す



■ ADOORLINKが社会・環境に配慮した企業に対する国際認証「B Corp」を取得

- サーキュラーエコノミーの実現と環境負荷の少ないファッションを提供するビジネスモデルが評価
- リユースやアップサイクルの体験を提供するコンセプトストア「OFFSTORE（オフストア）」などを展開



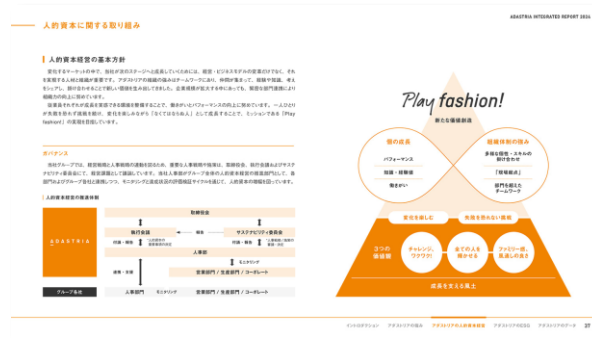
■ 統合報告書2024を発行、企業価値向上への取り組みを開示

- ミッションである「Play fashion!」の実現に向けた戦略、企業価値向上への取り組みや自社の強みを発信
- 人的資本経営の基本方針・指標とその戦略課題、キーパーソンインタビューを通じたアダストリアの強み、サステナビリティ課題に対するお取引先様との対談など、事業理解に役立つ情報を掲載

持続的な *Play fashion!* の提供



アダストリアの強み



人的資本に関する取組



ESGセッション

<統合報告書> ※以下URLよりご覧ください。
<https://www.adastria.co.jp/ir/library/entry-15481/>

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。



A D A S T R I A
— *Play fashion!*