

2025年2月期  
第3四半期決算説明会資料

2024年12月27日



A D A S T R I A  
—  
*Play fashion!*

みなさんこんにちは。専務取締役の福田です。  
2025年2月期 第3四半期の決算について、ご説明します。

• 連結損益計算書 サマリー	3	• 海外事業	12
• アダストリア単体・主要国内子会社	6	• 連結貸借対照表	14
• WEB事業	7	• 店舗数・出退店実績	15
• グローバルワークの成長強化	8	• 通期連結業績予想（再掲）	17
• and STの成長加速と狙い・取組み	9		

# 連結損益計算書

(百万円)

	2024/2期 第3四半期				2025/2期 第3四半期					
	9ヶ月累計		3ヶ月		9ヶ月累計			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
<b>売上高</b>	<b>203,252</b>	<b>100.0%</b>	<b>70,355</b>	<b>100.0%</b>	<b>220,089</b>	<b>100.0%</b>	<b>108.3%</b>	<b>75,886</b>	<b>100.0%</b>	<b>107.9%</b>
アダストリア単体	161,683	79.5%	55,072	78.3%	173,775	79.0%	107.5%	58,764	77.4%	106.7%
国内子会社 *1	18,422	9.1%	6,930	9.9%	20,486	9.3%	111.2%	8,125	10.7%	117.2%
海外子会社 *2	16,667	8.2%	5,980	8.5%	18,101	8.2%	108.6%	5,843	7.7%	97.7%
ゼットン（飲食子会社）*3	9,788	4.8%	3,578	5.1%	11,556	5.3%	118.1%	4,614	6.1%	129.0%
<b>売上総利益</b>	<b>115,324</b>	<b>56.7%</b>	<b>40,462</b>	<b>57.5%</b>	<b>122,897</b>	<b>55.8%</b>	<b>▲ 0.9p</b>	<b>42,577</b>	<b>56.1%</b>	<b>▲ 1.4p</b>
<b>販管費</b>	<b>99,017</b>	<b>48.7%</b>	<b>34,467</b>	<b>49.0%</b>	<b>108,127</b>	<b>49.1%</b>	<b>109.2%</b>	<b>37,722</b>	<b>49.7%</b>	<b>109.4%</b>
広告宣伝費	6,527	3.2%	2,565	3.6%	6,454	2.9%	98.9%	2,495	3.3%	97.3%
人件費	36,216	17.8%	12,298	17.5%	40,092	18.2%	110.7%	13,756	18.1%	111.9%
設備費 *4	34,861	17.2%	12,231	17.4%	38,435	17.5%	110.3%	13,539	17.8%	110.7%
のれん償却費	168	0.1%	55	0.1%	274	0.1%	163.3%	112	0.1%	202.6%
その他	21,244	10.5%	7,317	10.4%	22,870	10.4%	107.7%	7,817	10.3%	106.8%
<b>営業利益</b>	<b>16,306</b>	<b>8.0%</b>	<b>5,994</b>	<b>8.5%</b>	<b>14,770</b>	<b>6.7%</b>	<b>▲ 1.3p</b>	<b>4,854</b>	<b>6.4%</b>	<b>▲ 2.1p</b>
アダストリア単体	14,504	7.1%	5,219	7.4%	13,583	6.2%	93.6%	4,219	5.6%	80.8%
国内子会社 *1	583	0.3%	464	0.7%	1,243	0.6%	213.1%	844	1.1%	181.8%
海外子会社 *2	790	0.4%	136	0.2%	283	0.1%	35.8%	▲ 58	▲ 0.1%	-
アダストリア・ロジスティクス	77	0.0%	7	0.0%	51	0.0%	66.8%	▲ 75	▲ 0.1%	-
ゼットン（飲食子会社）*3	362	0.2%	156	0.2%	▲ 181	▲ 0.1%	-	▲ 8	▲ 0.0%	-
<b>経常利益</b>	<b>16,708</b>	<b>8.2%</b>	<b>6,068</b>	<b>8.6%</b>	<b>14,967</b>	<b>6.8%</b>	<b>▲ 1.4p</b>	<b>4,650</b>	<b>6.1%</b>	<b>▲ 2.5p</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>11,541</b>	<b>5.7%</b>	<b>4,447</b>	<b>6.3%</b>	<b>9,907</b>	<b>4.5%</b>	<b>▲ 1.2p</b>	<b>2,958</b>	<b>3.9%</b>	<b>▲ 2.4p</b>
<b>EBITDA</b>	<b>22,970</b>	<b>11.3%</b>	<b>8,381</b>	<b>11.9%</b>	<b>22,881</b>	<b>10.4%</b>	<b>▲ 0.9p</b>	<b>7,741</b>	<b>10.2%</b>	<b>▲ 1.7p</b>
減価償却費	6,495	3.2%	2,331	3.3%	7,836	3.6%	120.6%	2,774	3.7%	119.0%
のれん償却費	168	0.1%	55	0.1%	274	0.1%	163.3%	112	0.1%	202.6%

\*1：2024年2月期3Qは、(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADOORLINK・(株)Gate Winの単純合算  
2025年2月期3Q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・(株)アンドエステティの単純合算  
\*2：海外法人(中国大陸・香港・台湾・タイ・フィリピン・米国)の単純合算（1月～9月）  
\*3：(株)ゼットンは、連結調整後。（2月～11月）  
\*4：設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算

まず連結損益計算書です。  
次ページのサマリーでご説明します。

## 全体概要

10月の残暑に苦戦も、販売・商品戦略により増収し売上は過去最高を継続  
ポイント利用率の変動と海外や飲食の不調もあり営業減益も、4Qでカバーを目指す

## 売上高

**758億円**（前年同期比107.9%）

### 単体

- 前年比106.7%、10月の残暑に苦戦も、主要ブランドを中心に増収を維持し売上は計画線  
秋物の消化やポイント利用率変動による粗利率の低下で減益も、11月以降は堅調に推移中

### 国内子会社

- 前年比117.2%、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、  
EC専門のBUZZWIT社は上期不調から回復傾向、粗利率改善などにより増収増益

### 海外子会社

- 前年比97.7%、中国大陸は消費軟調で減収も赤字縮小、香港・台湾は出店と新ブランド展開を  
継続も残暑に苦戦で減益、アメリカは卸売事業の不調が続き減収減益

### 飲食事業

- 決算期変更により4ヶ月決算となり前年比129.0%、3ヶ月間対比では実質105.8%  
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

**56.1%**（前年同期比▲1.4p）

商品単価は上昇も、秋物在庫消化や円安による悪化の他、卸売事業の増加による押し下げにより▲0.6p、  
ポイントの利用率の変動により▲0.4p（約7億円）

2025年2月期第3四半期、3ヶ月間の連結売上高は、前期比107.9%の758億円と過去最高となりました。

10月の残暑で苦戦したものの、ニーズをとらえた販売・商品戦略により、  
主要ブランドを中心に売上高を伸ばし、連結売上高は前年を上回ることができました。  
一方、営業利益は秋物商品の消化やポイント利用率の変動による粗利率の低下、海外子会社や飲食子会社の  
苦戦により減益となりました。

国内子会社につきまして、高価格帯のエレメントルールは主力ブランドが引き続き好調を維持し増収増益、  
上期まで不調だったEC専門のバズウィットは、在庫管理やプロモーションを見直すことにより、  
粗利率を改善し増収増益となりました。  
7月より連結対象となったトゥディズスペシャル社の純増分も加わり、国内子会社全体で売上高前期比117.2%、  
営業利益も増益となりました。

海外子会社については後ほど詳細をご説明しますが、  
アメリカの卸売事業の不調が継続し、東アジアにおいても夏商戦で苦戦した結果、  
海外事業全体で減収減益となりました。

飲食事業は、ゼットンの決算期変更により今期が4ヶ月分となったことで、売上高前年比が押し上げられていますが、  
3ヶ月間対比でも105.8%と増収となりました。  
しかし、新規出店費用や人件費の増加により減益となりました。

売上総利益率については、前年に比べて1.4ポイント低下し56.1%となりました。  
商品単価は上昇したものの、秋物在庫消化に向けた値引きの影響や円安による悪化、  
相対的に粗利率の低い卸売事業の増加で0.6ポイントの押し下げ、  
ポイント利用率の変動による0.4ポイントの押し下げが影響しました。

## 販管費率

**49.7%**（前年同期比+0.7p）

### 広告宣伝費

・ **3.3%**（同▲0.3p）（同▲0.6億円）  
プロモーション費用の効率化

### 人件費

・ **18.1%**（同+0.6p）（同+14.5億円）  
従業員の処遇改善の継続と採用増加、飲食事業の決算期変更影響（4億円）など

### 設備費

・ **17.8%**（同+0.4p）（同+13.0億円）  
飲食事業の家賃比率の増加、新規出店の減価償却費など

### その他

・ **10.3%**（同▲0.1p）（同+5.0億円）  
カード手数料、店舗関連費用、EC配送費などが増加

## 営業利益

**48億円**（前年同期比81.0%）

営業利益率 **6.4%**      EBITDA率 **10.2%**

## 経常利益

**46億円**（前年同期比76.6%）

### 営業外損益

・ 為替差損2.4億円など

## 親会社株主に 帰属する 当期純利益

**29億円**（前年同期比66.5%）

### 特別損益

・ 投資有価証券売却損0.5億円    ・ 店舗減損0.2億円

FY2025/02 3Q

5

販管費率は49.7%と、前期から0.7ポイント増加しました。

広告宣伝費はプロモーション費用を効率化し、売上比率だけでなく額でも抑制しました。

従業員の処遇を2期連続で6%ずつ引き上げたことに加え、店舗スタッフの増加、飲食事業の決算期変更影響などで人件費が上昇しました。

設備費は、新規出店に伴う減価償却費の増加、飲食事業の家賃比率の増加により、売上比率・額共に上昇しました。

その他費用は、売上増加にともなうカード手数料の増額のほか、店舗関連費用・ECの配送費などが増加しましたが、売上比率は抑えることができました。

これらの結果、営業利益は前期比81.0%の、48億円となりました。営業外損失として為替差損2.4億円などを計上し経常利益は46億円、特別損失として投資有価証券売却損5千万円、店舗の減損2千万円を計上し、当期純利益は29億円となりました。

## ● アダストリア単体

(百万円)

	2024/2期 第3四半期		2025/2期 第3四半期			
	9ヶ月累計	3ヶ月	9ヶ月累計		3ヶ月	
			前年同期比		前年同期比	
<b>売上高</b>	<b>161,683</b>	<b>55,072</b>	<b>173,775</b>	<b>107.5%</b>	<b>58,764</b>	<b>106.7%</b>
(卸売事業を除く全店前年比)	111.0%	105.1%	105.6%	-	105.9%	-
(既存店前年比)	109.6%	104.2%	103.3%	-	103.3%	-
グローバルワーク	38,178	12,947	39,683	103.9%	13,075	101.0%
ニコアンド	24,671	8,349	26,547	107.6%	8,989	107.7%
スタディオクリップ	16,670	5,454	17,348	104.1%	5,694	104.4%
ローリーズファーム	16,667	5,526	17,322	103.9%	5,708	103.3%
レプシム	10,114	3,378	11,223	111.0%	3,740	110.7%
ラコレ	7,886	2,622	9,559	121.2%	3,106	118.4%
ジーナンス	8,994	3,314	8,738	97.1%	3,128	94.4%
ベイフロー	7,912	2,635	8,449	106.8%	2,820	107.0%
<b>売上総利益</b>	<b>90,140</b>	<b>31,248</b>	<b>94,410</b>	<b>104.7%</b>	<b>31,933</b>	<b>102.2%</b>
売上総利益率	55.8%	56.7%	54.3%	▲ 1.5p	54.3%	▲ 2.4p
<b>販管費</b>	<b>75,636</b>	<b>26,028</b>	<b>80,827</b>	<b>106.9%</b>	<b>27,713</b>	<b>106.5%</b>
販管費率	46.8%	47.3%	46.5%	▲ 0.3p	47.2%	▲ 0.1p
<b>営業利益</b>	<b>14,504</b>	<b>5,219</b>	<b>13,583</b>	<b>93.6%</b>	<b>4,219</b>	<b>80.8%</b>
営業利益率	9.0%	9.5%	7.8%	▲ 1.2p	7.2%	▲ 2.3p

## ● 主要国内子会社

売上高		2024/2期 第3四半期	2025/2期 第3四半期	2024/2期 第3四半期	2025/2期 第3四半期	2024/2期 第3四半期	2025/2期 第3四半期
	BUZZWIT	9,166	3,640	9,258	101.0%	3,776	103.7%
	エレメントルール	8,322	3,011	9,539	114.6%	3,435	114.1%

\* : アダストリア単体のれん償却費 (2024/2期3Q : -百万円、2025/2期3Q : -百万円)  
 \* : アダストリア単体の売上高は、内部取引消去前を表記  
 \* : 2025年2月期1Qに(株)アダストリアと(株)Gate Winが合併

アダストリア単体の損益計算書です。

単体の売上高前期比は106.7%、卸売事業を除くアパレル事業の全店前年比は105.9%、既存店前年比は103.3%となりました。

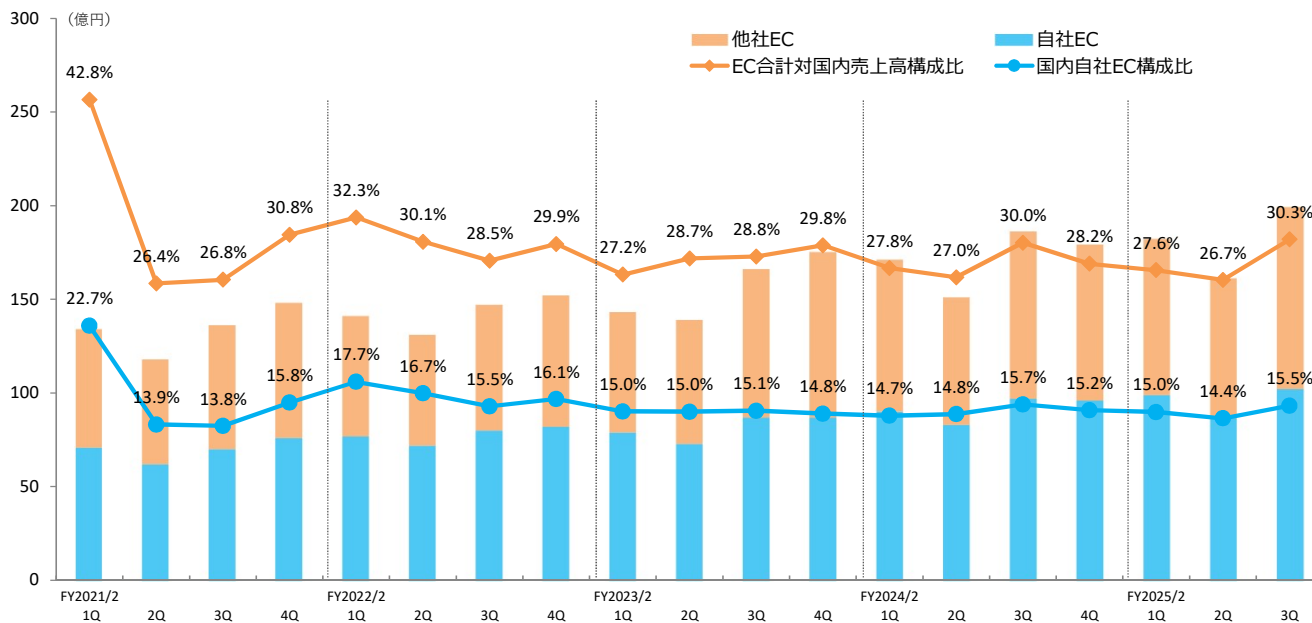
売上総利益率については、連結と同様に、秋物消化に向けた値引き・円安、卸売事業・ポイント利用率の変動により悪化しました。一方、販管費については増額していますが、広告費の抑制などにより販管費率は抑制できました。

その結果、営業利益率は2.3ポイント悪化し、額としては前年対比80.8%で減益となりました。

2025年2月期(9ヶ月累計) 国内EC売上高

545億円 (前期比107.2%)

- 対国内売上高構成比：28.3% (うち自社EC約15.0%)
- and ST会員数：約1,920万人 (前期末比+170万人)



\* : 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

\* : 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)

FY2025/02 3Q

7

次にWEB事業です。

2025年2月期9ヶ月間の国内EC売上高は545億円、前期比107.2%となりました。  
 10月は前年を下回ったものの、天候変化に合わせて時期をずらしたポイント還元セールが好調で、3Q全体で計画をやや上回ることができました。  
 EC売上比率は28.3%となっております。

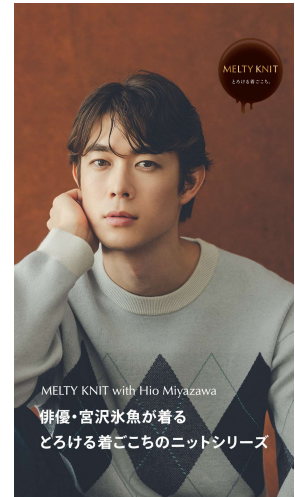
自社ECと、店舗の共通ポイント制度である「and ST」の会員数は前期末比170万人増加し、1,900万人を突破しました。



## ■ グローバルワークのコアプロダクトが伸長

- どんなシチュエーションにも合う「まちがいない服。」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。今冬も昨年に続き「メルティニット」のCMを放映

## ■ 来春、銀座に旗艦店を出店予定



国内での成長戦略の状況についてご説明します。

昨年度、年間売上500億円を達成した主力ブランドのグローバルワークは、どんなシチュエーションにも合う「まちがいない服。」として、デザインだけでなく、着心地や素材なども差別化した付加価値の高い商品を作り、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し、お客さまにしっかりと価値を伝えることができています。

昨年に引き続き、メルティニットなどの主力商品群の育成も進捗し、今年もCMを放映しました。

来春には、銀座に旗艦店を出店予定であります。

ここでメルティニットのCMをご覧ください。



## ■ and STの流通総額を2030年までに1,000億円にすることをめざす

- ECモール運営とB to B事業の独立運営及び成長加速を目指し、新会社「株式会社アンドエスティ」に対象事業を会社分割にて事業承継
- リアル店舗やスタッフを擁する強みを活かし、デジタルとリアルを融合して、お客さまへより良い購買体験を提供。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、新たな価値を生み出す

## 目標

2030年

流通総額

1,000  
億円

and

BtoB向け  
サービスユーザー向け  
サービス

次に、自社ECサイトをはじめとするデジタル戦略についてです。

今年10月に自社ECサービスの名称を「ドットエスティ」から「and ST」に変更しました。また、ECモール運営とBtoB事業の成長加速と独立運営を目指して、株式会社アンドエスティをアダストリアの子会社として設立し、12月より事業を行っています。

自社ECのand STは、他モールと異なり、アダストリアグループでリアル店舗と販売スタッフを擁していることが強みです。これらの強みを活かし、デジタルとリアルを融合して、ECサイトからファッションプラットフォームへと進化させ、お客さまに新たな価値・購買体験を提供していきます。

そして、現在360億円の流通総額を2030年までに1000億円まで伸ばすことを目指します。

## ■ 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

- ・ コスメ・下着を始めとする新規パートナー企業の出店加速、多様なジャンルで商品カテゴリーの拡大
- ・ 人気スタッフによるパートナー企業とのライブ配信



## ■ ブランドプロデュースの拡大

- ・ and STに出店している「PEACH JOHN」のアパレルライン「PEACH JOHN FASHION」をプロデュースし、10月30日より販売



パートナー企業に参画いただくオープン化は、大きく進んでおり、この秋にもコスメや下着をはじめとする企業・ブランドに続々出店いただいております。

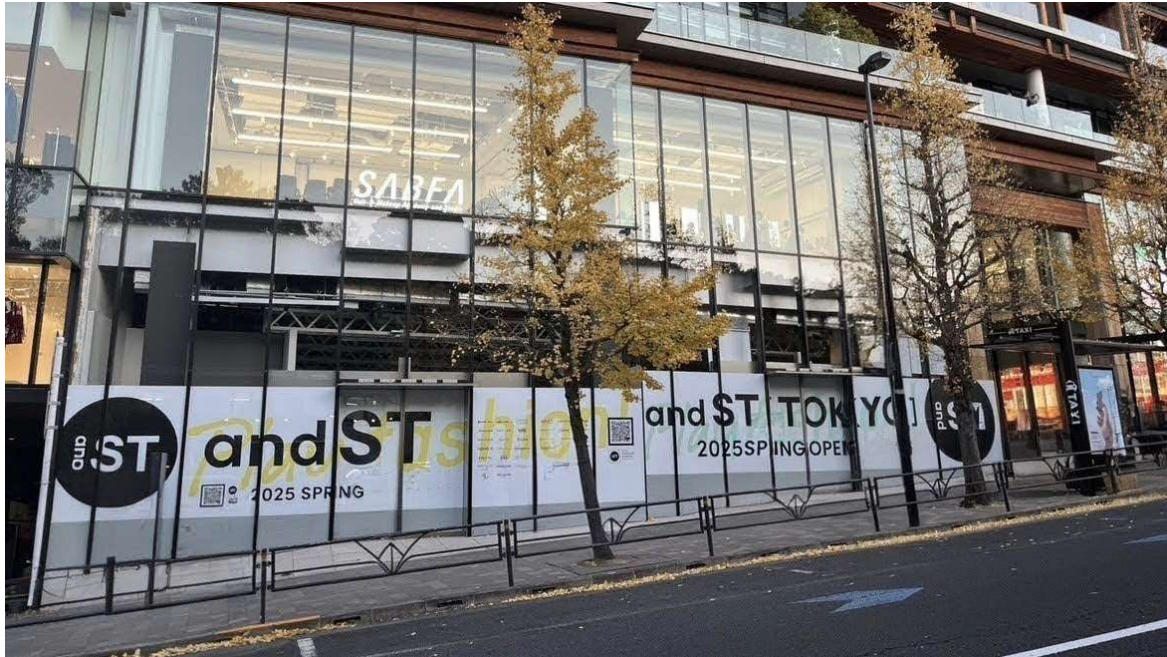
スタッフボードの人気スタッフが、パートナー企業と一緒にライブ配信を行うなど、シナジーの創出に取り組んでいます。多様なジャンルでの商品カテゴリーを拡充し、お客さまの利便性や体験価値を向上して、モール&メディアとしての価値を拡大していきます。

and STに出店いただいたのち、パートナー企業のブランドプロデュースを実施した事例をご紹介します。

下着ブランドの「PEACH JOHN」さまには昨年よりand STに出店いただいております。その後、PEACH JOHNのアパレルラインのプロデュースを当社が行い、製造・企画などをお手伝いさせていただきました。このようにして出来た「PEACH JOHN FASHION」は10月30日より販売しております。

### ■ OMO店舗の旗艦店 and ST [TOKYO]を来春、原宿駅前にオープン

- 他社POP UP、リテールメディア、スタッフボード人気スタッフとの連動などを実施予定



オンラインとリアル連携を強化し、OMOを加速させていくために、OMO店舗の旗艦店 and ST [TOKYO]を来春、原宿駅前にオープンします。

他社のPOP UP出店や、スタッフボードの人気スタッフとの連動企画などリテールメディアとして位置付けていき、新たな体験価値の拡大と新規顧客の獲得を目指します。

- **中国大陸** 軟調な消費動向により減収も、EC販売の好調などで赤字縮小
- **香港・台湾** 出店と新ブランド展開を継続したが、夏商戦の苦戦により、売上は横ばい、減益となった
- **タイ** 前期第2四半期に1号店、当第3四半期に2号店を出店し純増
- **米国** 景気の先行き不透明感な中で卸売事業の不振が継続し、減収減益

(百万円)

(海外現法単純合算)	2023/12期 第3四半期		2024/12期 第3四半期					
	9ヶ月累計	3ヶ月	9ヶ月累計			3ヶ月		
			前年同期比 (円ベース)	前年同期比 (現地通貨ベース)	前年同期比 (円ベース)	前年同期比 (現地通貨ベース)		
<b>売上高</b>	<b>16,667</b>	<b>5,980</b>	<b>18,101</b>	<b>108.6%</b>	<b>100.6%</b>	<b>5,843</b>	<b>97.7%</b>	<b>95.1%</b>
中国大陸 *1	3,416	1,174	3,537	103.6%	96.2%	1,085	92.4%	88.6%
香港	2,995	1,250	3,492	116.6%	106.2%	1,278	102.2%	97.3%
台湾	4,381	1,611	5,236	119.5%	114.0%	1,625	100.9%	101.1%
タイ	146	63	233	158.9%	150.2%	91	144.0%	137.6%
フィリピン	-	-	-	-	-	-	-	-
米国 *2	5,727	1,881	5,601	97.8%	89.3%	1,762	93.7%	91.3%
<b>営業利益</b>	<b>790</b>	<b>136</b>	<b>283</b>	<b>35.8%</b>	<b>33.7%</b>	<b>▲ 58</b>	-	-
中国大陸	▲ 488	▲ 181	▲ 369	-	-	▲ 83	-	-
香港	267	119	257	96.1%	87.5%	85	71.6%	67.8%
台湾	813	255	910	111.9%	106.7%	204	79.8%	81.1%
タイ	▲ 78	▲ 27	▲ 108	-	-	▲ 25	-	-
フィリピン	-	-	▲ 16	-	-	▲ 6	-	-
米国	275	▲ 29	▲ 389	-	-	▲ 232	-	-

\*1：中国大陸は、内部取引消去前を表記しております。  
\*2：米国には、(株)ゼットン(株)の米国事業は含まれておりません。

次に、海外事業です。  
海外事業の第3四半期は、7月から9月となります。  
3ヶ月間の円ベースの売上高は、前期比97.7%の58億円、  
営業利益はマイナス5千8百万円と減収減益になりました。

中国大陸は、軟調な消費動向のため減収しましたが、EC販売の強化が奏功し、赤字幅は縮小しました。  
香港と台湾は、マルチブランド戦略に基づいた出店と新ブランド展開を継続しておりますが、  
いずれも夏商戦で苦戦したことにより減益となりました。  
11月からの冬物商戦では回復してきています。

タイは、7月にオープンした2号店目が好調で増収となり、赤字も縮小できました。  
米国は、上期に引き続き卸売事業が苦戦しており、減収減益となりました。



## ■ 台湾でのEC戦略、マルチブランド戦略加速

- ・ 自社ECサイト会員獲得に向けてPR強化し、台湾現地スタッフによる台湾版スタッフボードも開始
- ・ 台湾自社ECサイトにLAKOLEが初出店、来期リアル店舗出店予定



## ■ フィリピン 1号店出店

- ・ マニラ最大規模の商業施設「SM Mall of Asia」に、niko and ...を12月13日出店



海外事業のトピックスをお話します。

台湾では従来よりEC戦略とマルチブランド戦略を加速させております。台湾版の自社ECサイトは会員獲得に向けてPR強化に取り組んでおり、現地の人気俳優を起用したプロモーションを行いました。

台湾現地スタッフによる台湾版スタッフボードも開始しており、好評をいただいております。さらに、成長ブランドの1つであるラコレが台湾版ECサイトに加わり、来期リアル店舗としても海外初出店することが決まっております。

また、当社では東南アジアへの展開を海外戦略の重要項目に掲げており、タイに引き続き、フィリピンにも出店することができました。12月13日にマニラ最大規模の商業施設「SM Mall of Asia」にニコアンドを出店し、お客さまから好評をいただいております。引き続き、東南アジアでの展開を注力したいと考えております。

- **棚卸資産** 第3四半期末時点で前年比105.2%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
- **無形固定資産** M&Aによるのれんと無形資産の増加、システム投資によるソフトウェアの増加など
- **純資産** 純資産比率は52.5%、前年同期末比▲1.2p

(百万円)

	2023年 第3四半期末		2024年2月末		2024年 第3四半期末			
		構成比		構成比	構成比	前年同期末比 増減額	2024/2期末比 増減額	
<b>流動資産</b>	<b>71,557</b>	<b>55.0%</b>	<b>68,731</b>	<b>53.7%</b>	<b>79,847</b>	<b>54.6%</b>	<b>+8,290</b>	<b>+11,116</b>
現預金	17,890	13.7%	23,371	18.3%	20,673	14.1%	+2,783	▲2,697
棚卸資産	31,092	23.9%	26,839	21.0%	32,709	22.4%	+1,617	+5,870
<b>固定資産</b>	<b>58,623</b>	<b>45.0%</b>	<b>59,184</b>	<b>46.3%</b>	<b>66,429</b>	<b>45.4%</b>	<b>+7,805</b>	<b>+7,244</b>
有形固定資産	24,096	18.5%	23,901	18.7%	26,178	17.9%	+2,081	+2,276
無形固定資産	12,283	9.4%	12,376	9.7%	15,534	10.6%	+3,250	+3,158
のれん	1,164	0.9%	1,109	0.9%	3,216	2.2%	+2,052	+2,107
投資その他資産	22,243	17.1%	22,906	17.9%	24,716	16.9%	+2,472	+1,809
<b>総資産</b>	<b>130,181</b>	<b>100.0%</b>	<b>127,915</b>	<b>100.0%</b>	<b>146,276</b>	<b>100.0%</b>	<b>+16,095</b>	<b>+18,361</b>
<b>負債</b>	<b>60,309</b>	<b>46.3%</b>	<b>56,334</b>	<b>44.0%</b>	<b>69,477</b>	<b>47.5%</b>	<b>+9,167</b>	<b>+13,143</b>
借入金	1,827	1.4%	905	0.7%	6,000	4.1%	+4,172	+5,094
<b>純資産</b>	<b>69,871</b>	<b>53.7%</b>	<b>71,581</b>	<b>56.0%</b>	<b>76,799</b>	<b>52.5%</b>	<b>+6,927</b>	<b>+5,218</b>
自己株式	▲7,516	▲5.8%	▲7,516	▲5.9%	▲5,627	▲3.8%	+1,888	+1,889

FY2025/02 3Q

14

続いて、連結貸借対照表です。

棚卸資産は11月末時点で前年同期比105.2%と増えていますが、売上高の伸びと比較して適正な水準だと捉えています。

有形固定資産は、アダストリア単体の新規出店、ゼットン社の米国事業の新規出店に伴う使用権資産が増加しました。

無形固定資産は、7月よりグループ入りしたトゥデイズスペシャル社ののれんと無形資産、システム投資により増加しました。

投資その他資産は、米国子会社などの繰延税金資産によって増加しました。

純資産は767億円、純資産比率52.5%と、引き続き健全な水準であると考えております。

	2024/2期		2025/2期 3Q累計実績				前年 同期末比 増減数	2025/2期 期末 店舗数
	3Q末 店舗数	期末 店舗数	出店	変更	退店	期末 店舗数		
グローバルワーク	215	214	4	0	0	218	3	218
ニコアンド	142	141	6	0	▲2	145	3	146
スタディオクリップ	179	179	10	0	▲2	187	8	187
ローリーズファーム	129	126	1	0	▲1	126	▲3	126
レブシム	115	115	1	0	▲1	115	0	115
ラコレ	75	78	12	0	▲1	89	14	89
ジーナシス	71	68	1	0	0	69	▲2	69
ベイフロー	62	62	2	0	0	64	2	65
その他*1	268	259	23	6	▲4	284	16	255
アダストリア合計	1,256	1,242	60	6	▲11	1,297	41	1,270
(うちWEBストア)	(68)	(61)	(5)	(2)	(▲1)	(67)	(▲1)	(65)
国内子会社合計*2	132	128	7	24	▲9	150	18	150
(うちWEBストア)	(59)	(58)	(3)	(7)	(▲6)	(62)	(3)	(62)
国内合計	1,388	1,370	67	30	▲20	1,447	59	1,420
(うちWEBストア)	(127)	(119)	(8)	(9)	(▲7)	(129)	(2)	(127)
中国大陸	14	15	1	0	▲3	13	▲1	17
香港	23	23	7	0	▲1	29	6	30
台湾	71	72	5	0	▲2	75	4	81
タイ	1	2	1	0	0	3	2	2
フィリピン	-	-	0	0	0	0	0	1
米国	10	10	1	0	▲1	10	0	12
海外合計	119	122	15	0	▲7	130	11	143
(うちWEBストア)	(20)	(22)	(7)	(0)	(▲3)	(26)	(6)	(30)
ゼットン (飲食子会社)*3	72	71	7	0	▲3	75	3	75
連結合計	1,579	1,563	89	30	▲30	1,652	73	1,638
(うちWEBストア)	(147)	(141)	(15)	(9)	(▲10)	(155)	8	(157)

2025/2期 3Q累計連結で改装33店舗

\*1: 2024/2期まで国内子会社合計に集計していた(株) Gate Winの店舗を、2025/2期1Qより(株)アダストリアの「その他」に合算

\*2: 2025/2月期3Q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「変更」に記載

\*3: (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

出退店の状況です。

2024年11月末におきまして、飲食事業を除く店舗数は、国内1,447店舗、海外130店舗となりました。ゼットンの店舗75店舗を含めると、グループ連結では合計1,652店舗となり、前期末比で89店舗増、前年同期比で73店舗増加しました。



## ■ 期初業績予想を据え置き

	2024/2期 実績	2025/2期 通期	
		予想	前期比
売上高	275,596	290,000	105.2%
売上総利益	152,354	162,300	106.5%
売上総利益率	55.3%	56.0%	+0.7p
販管費	134,339	143,300	106.7%
販管費率	48.7%	49.4%	+0.7p
営業利益	18,015	19,000	105.5%
営業利益率	6.5%	6.6%	+0.0p
経常利益	18,389	19,000	103.3%
経常利益率	6.7%	6.6%	▲ 0.1p
親会社株主に帰属する当期純利益	13,513	12,700	94.0%
親会社株主に帰属する当期純利益率	4.9%	4.4%	▲ 0.5p
ROE	20.9%	16.9%	▲ 4.0p
EBITDA	27,763	28,830	103.8%
減価償却費	9,525	9,600	100.8%
のれん償却費	223	230	103.1%
設備投資	11,807	13,800	

最後に、今期2025年2月期通期業績予想ですが、4月に発表した計画から変更ありません。

第3四半累計期の営業利益は計画を下回ったものの、引き続き通期業績予想の達成にむけて尽力する所存です。

私からのご説明は以上になります。

### 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。



**A D A S T R I A**

—

*Play fashion!*

