

2024年2月期
第3四半期決算説明会資料

2023年12月29日



A D A S T R I A
—
Play fashion!

みなさんこんにちは。常務取締役の金銅です。
2024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	4	• 台湾のマルチブランド戦略が進捗	12
• アダストリア単体・主要国内子会社	6	• 連結貸借対照表	13
• プロダクトプロモーションの強化	7	• 店舗数・出退店実績	14
• WEB事業	8	• 出店計画の考え方	15
• 自社ECの取り組み	9	• 通期連結業績予想（変更なし）	16
• 海外事業	11	• 今後の外部環境に対する当社の対応方針	17

連結損益計算書

(百万円)

	2023/2期 第3四半期				2024/2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
売上高	177,026	100.0%	64,448	100.0%	203,252	100.0%	114.8%	70,355	100.0%	109.2%
アダストリア単体	144,913	81.9%	52,575	81.6%	161,683	79.5%	111.6%	55,072	78.3%	104.7%
国内子会社 *1*2	14,942	8.4%	5,529	8.6%	18,422	9.1%	123.3%	6,930	9.9%	125.3%
海外子会社 *3	12,528	7.1%	4,762	7.4%	16,667	8.2%	133.0%	5,980	8.5%	125.6%
ゼットン (飲食子会社) *4	7,303	4.1%	2,616	4.1%	9,788	4.8%	134.0%	3,578	5.1%	136.8%
売上総利益	99,787	56.4%	37,007	57.4%	115,324	56.7%	115.6%	40,462	57.5%	109.3%
販管費	88,622	50.1%	31,412	48.7%	99,017	48.7%	111.7%	34,467	49.0%	109.7%
広告宣伝費	6,060	3.4%	2,333	3.6%	6,527	3.2%	107.7%	2,565	3.6%	109.9%
人件費	32,105	18.1%	10,993	17.1%	36,216	17.8%	112.8%	12,298	17.5%	111.9%
設備費 *5	31,685	17.9%	11,258	17.5%	34,861	17.2%	110.0%	12,231	17.4%	108.6%
のれん償却費	191	0.1%	69	0.1%	168	0.1%	88.1%	55	0.1%	79.4%
その他	18,580	10.5%	6,756	10.5%	21,244	10.5%	114.3%	7,317	10.4%	108.3%
営業利益	11,165	6.3%	5,594	8.7%	16,306	8.0%	146.0%	5,994	8.5%	107.1%
アダストリア単体	9,948	5.6%	5,352	8.3%	14,504	7.1%	145.8%	5,219	7.4%	97.5%
国内子会社 *1*2	405	0.2%	214	0.3%	583	0.3%	144.0%	464	0.7%	216.3%
海外子会社 *3	218	0.1%	58	0.1%	790	0.4%	361.0%	136	0.2%	231.6%
アダストリア・ロジスティクス	148	0.1%	▲ 16	-	77	0.0%	52.1%	7	0.0%	-
ゼットン (飲食子会社) *4	485	0.3%	2	0.0%	362	0.2%	74.6%	156	0.2%	7770.3%
経常利益	11,805	6.7%	5,648	8.8%	16,708	8.2%	141.5%	6,068	8.6%	107.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	7,616	4.3%	3,722	5.8%	11,541	5.7%	151.5%	4,447	6.3%	119.5%
EBITDA	17,116	9.7%	7,708	12.0%	22,970	11.3%	134.2%	8,381	11.9%	108.7%
減価償却費	5,760	3.3%	2,043	3.2%	6,495	3.2%	112.8%	2,331	3.3%	114.1%
のれん償却費	191	0.1%	69	0.1%	168	0.1%	88.1%	55	0.1%	79.4%

*1: (株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creations・(株)ADOORLINK・(株)Gate Winの単純合算

*2: 前期末に決算期変更したため、2023/2期 第3四半期は2月～10月、2024/2期 第3四半期は3月～11月

*3: 海外法人(香港・中国大陸・台湾・タイ・米国)の単純合算 (1月～9月)

*4: (株)ゼットンは、連結調整後。また、前期末に決算期変更したため、2023/2期 第3四半期は3月～11月、2024/2期 第3四半期は2月～10月

*5: 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

残暑や暖冬の影響はあったが、企業努力により修正計画をやや上回って進捗

売上高

703億円（前年同期比109.2%）

単体

- 前年比104.7%、残暑や暖冬などの気候変化への適応や高付加価値化による価格見直しが寄与
- 家具などの多様な商品展開が好調なニコアンド、積極出店中のラコレが全体を押し上げ

国内子会社

- 前年比125.3%、決算期変更の影響を除くと5%程度の伸び

海外子会社

- 前年比125.6%、中国大陸は回復遅れも新店により増収と赤字縮小、香港は前年のコロナの反動、台湾は出店と既存店の伸長で増収増益、アメリカは卸事業の減速で減収減益

飲食事業

- 前年比129.4%、国内市況の回復と決算期変更により増収増益

売上総利益率

57.5%（前年同期比+0.1p）

- 円安がマイナスに影響したが、商品価値を高めながら価格の見直しや値引きの抑制により若干の改善
- 海外事業の売上総利益率改善も寄与

*（株）BUZZWIT・（株）エレメントルール・（株）ADASTRIA eat Creations・（株）ADOORLINK・（株）Gate Win・（株）ゼットン は前期に決算期を変更

*（株）ゼットン 以外は3Q（3ヶ月）：前期8月～10月、当期9月～11月、（株）ゼットンは3Q（3ヶ月）：前期9月～11月、当期8月～10月

*（株）オープンアンドナチュラルは、2023年7月に（株）BUZZWITが吸収合併している

2024年2月期第3四半期、3か月間の連結売上高は、前期比109%の703億円でした。

9月から11月は、残暑や暖冬の影響により、秋物、冬物ともに出足が鈍く、特に冬物アウターの販売が軟調でした。

その中であっても、極力値引きを抑えながら、長い季節に渡って着られる商品の訴求や、シーズンを問わない雑貨や家具などに注力し、売上・利益ともに9月に発表した修正計画を、上回ることができました。

気温が高くアパレルが苦戦した時期に、雑貨などに強みのあるニコアンドやラコレが好調を維持し、全体を牽引しました。

国内子会社は25%の増収となりましたが、決算期変更の影響が大きく、その影響をのぞくと、高価格帯のエレメントルール社、EC専門のBUZZWIT社ともに5%程度の伸びでした。

海外子会社については、後ほどご説明します。

飲食事業でも決算期変更の影響による押し上げはありますが、その影響をのぞいても国内市況の回復により、大きく増収増益となりました。

売上総利益については、前年同期比0.1ポイント増加し、57.5%となりました。

円安による原価上昇のマイナス影響がありましたが、商品価値を高めながら価格の見直しを行ったことや、値引の抑制により若干の改善を実現しました。

また、海外事業の売上総利益率改善も寄与しました。

価格の見直しにつきまして、月次でも開示しております通り、第3Qの単価の上昇は上期に比べて緩やかになっており、約3%弱の引上げとなりましたが、暖冬により冬物商材の動き出しが遅かったことが要因であり、上代設定の段階では上期と同程度の、約5%の引上げを行っております。

販管費率

49.0% (前年同期比+0.3p)

広告宣伝費

・ **3.6%** (同+0.0p) (同+2.3億円)
プロダクトプロモーションの増加、上期未消化分の一部実施

人件費

・ **17.5%** (同+0.4p) (同+13.0億円)
従業員の処遇改善と人手不足解消のための採用増、売上増加に伴う稼働時間増加、賞与の増加

設備費

・ **17.4%** (同▲0.1p) (同+9.7億円)
変動家賃が増加したが、売上増により率は改善

その他

・ **10.4%** (同▲0.1p) (同+5.6億円)
カード手数料、業務委託関連費用、交通費などが増加したが、売上増により率は改善

営業利益

59億円 (前年同期比107.1%)

営業利益率 8.5% EBITDA率 11.9% 国内子会社の決算期変更による影響 + 6億円

経常利益

60億円 (前年同期比107.5%)

営業外収益

・ 為替差益0.9億円など

親会社株主に 帰属する 当期純利益

44億円 (前年同期比119.5%)

特別損益

・ 店舗減損0.7億円など

* (株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creations・
(株)ADOORLINK・(株)Gate Win・(株)ゼットン は前期に決算期を変更
*(株)ゼットン以外は3Q(3ヶ月)：前期8月~10月、当期9月~11月、(株)ゼットン
は3Q(3ヶ月)：前期9月~11月、当期8月~10月
*(株)オープンアンドナチュラルは、2023年7月に(株)BUZZWITが吸収合併している

販管費率は49.0%と、前期から0.3P増加しました。
従業員の処遇改善、店舗の人手不足解消のための採用増、売上増加にともなう稼働時間増加、賞与の増加などにより、人件費率が上昇しました。
広告宣伝費は、上期に未消化だったプロモーションの一部を実施しました。
設備費は売上に連動して増加しましたが、売上高比率は改善しました。
その他費用では売上増にともなうカード手数料の増加のほか、業務委託関連費用などが増加しましたが、率では改善しました。

これらの結果、営業利益は59億円となりました。
国内子会社の決算期変更によって、3Q3ヶ月で6億円程度のプラス要因があったと見積もっております。
営業外収益として為替差益9千万円などを計上し経常利益は60億円、特別損失として店舗の減損7千万円などを計上し、当期純利益は44億円となりました。

● アダストリア単体

(百万円)

	2023/2期 第3四半期		2024/2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
売上高	144,913	52,575	161,683	111.6%	55,072	104.7%
(既存店前年比)	112.7%	109.0%	109.6%		104.2%	
グローバルワーク	33,455	11,868	38,178	114.1%	12,947	109.1%
ニコアンド	21,930	7,488	24,671	112.5%	8,349	111.5%
スタディオクリップ	15,074	5,220	16,670	110.6%	5,454	104.5%
ローリーズファーム	15,927	5,910	16,667	104.6%	5,526	93.5%
レブシム	9,453	3,186	10,114	107.0%	3,378	106.0%
ジーナシス	8,037	3,330	8,994	111.9%	3,314	99.5%
ベイフロア	7,554	2,708	7,912	104.7%	2,635	97.3%
ラコレ	5,682	2,141	7,886	138.8%	2,622	122.5%
売上総利益	80,214	29,897	90,140	112.4%	31,248	104.5%
売上総利益率	55.4%	56.9%	55.8%	+0.4p	56.7%	▲0.1p
販管費	70,266	24,544	75,636	107.6%	26,028	106.0%
販管费率	48.5%	46.7%	46.8%	▲1.7p	47.3%	+0.6p
営業利益	9,948	5,352	14,504	145.8%	5,219	97.5%
営業利益率	6.9%	10.2%	9.0%	+2.1p	9.5%	▲0.7p

● 主要国内子会社

売上高	BUZZWIT	6,855	2,769	9,166	133.7%	3,640	131.4%
	エレメントルール	7,482	2,553	8,322	111.2%	3,011	117.9%

* : アダストリア単体のれん借却費 (2023/2期3Q : 44百万円、2024/2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

* : (株)BUZZWITに、同社連結子会社の(株)オープンアンドナチュラルを合算 (2023年7月2社合併)

アダストリア単体の損益計算書です。

単体既存店売上高前期比は104.2%となりました。

売上総利益、販管費、営業利益については、連結損益計算書と重なりますので、説明を割愛します。

残暑と暖冬の影響で、3Qの営業利益は前年を下回る結果となりましたが、修正計画の前提は上回っています。

■ GLOBAL WORKの主力商品育成が進む

- ・ シリーズ販売累計数180万着の人気商品「メルティニット」の新TVCMを放映
- ・ 女優／モデルの本田翼さんを継続起用し、ブランディングにも効果



なめらかな肌ざわり



イージーケア（洗濯機可）

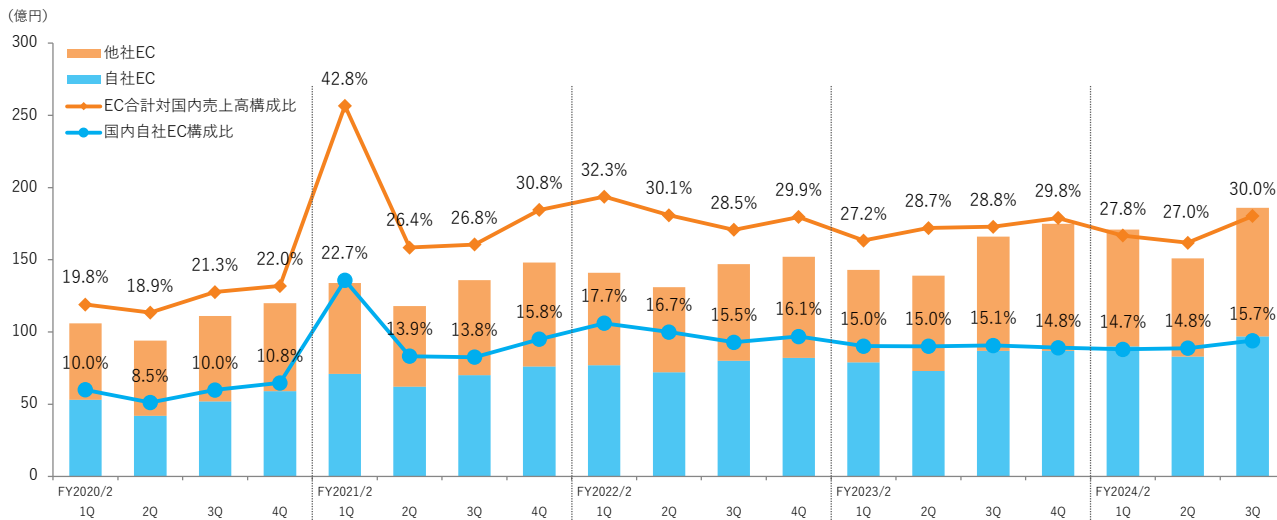


メンズ、キッズ向けや、セットアップなど
豊富な商品バリエーション

主力ブランドのグローバルワークでは、コアとなる商品群を育成する戦略が順調に進みました。定番人気のボトムに加え、春夏はブラウスのシリーズのTVCMを実施しました。この秋冬も、定番商品として人気の高い「メルティニット」の新CMを放映し、プロダクトプロモーションを行っています。メンズやキッズ向けの商品も展開し、好評を頂いています。

2024年2月期（9か月累計）国内EC売上高 **509**億円（前期比113.1%）

- 対国内売上高構成比：28.3%（うち自社EC約15.0%）
- 自社ECドットエステ会員数：約1,710万人（前期末比+160万人）



*：2020/2期、2021/2期は、アダストリア単体・(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)BUZZWITに、同社連結子会社の(株)オープンアンドナチュラルを合算（2023年7月2社合併）、4Qより(株)Gate Winを合算

つぎにWeb事業です。

国内の9か月累計のEC売上高は509億円で、前期比113%となりました。EC専門のオープンアンドナチュラルの連結化なども寄与しております。

3Q3ヶ月間のEC売上比率は30%でした。

プロモーションなどの成果により、「ドットエステ」の会員数は1,700万人を突破しました。

■ プロモーションの実施による売上拡大と新規若年層獲得

- 「ドットエスティフェス」として、TVCMの放映と、自社ECと実店舗での20%ポイント還元
- Z世代に人気のタレントや多様なインフルエンサーを起用し、新規若年層へのリーチを確保



実施内容 TVCM放映
20%ポイント還元

10/25～11/6 期間中における効果

新規会員登録	14万人
EC受注金額	前年比105%

▶【ドットエスティ限定コラボ企画】

Ado × HARE
歌い手「Ado」のコラボ企画
日常でもライブでも着られる
本気服!

みとゆな × FOREVER 21
みともトリップスクワッド
みとゆなに会える
来店イベントも開催!

長州力 × RAGEBLUE
レイジブルーにキ・ラリアット
直撃サイン入り
アートワークも当たる!?

莉犬くん × ころんくん × ST ドットエスティ
カップルコーデ対決!
オリジナル
書き下ろしイラストもゲット♪

▶【Z世代顧客の獲得】

10/1～11/30 期間中における効果

29歳以下の お客様のEC受注	前年比118%
--------------------	---------

昨年に続き、第3四半期に自社ECのプロモーションを実施しました。
今回は主に若年層の新規顧客獲得を目的とし、Z世代に人気のタレントやインフルエンサーを起用し、テレビCM、20%ポイント還元キャンペーンとともに、様々なコラボ企画を実施しました。

施策の結果、29歳以下のお客様のEC受注が前年比118%となるなど、一定の成果があったと考えております。

■ 他社商材の取り扱い拡大

- 11/22に、オープン化8社目としてペットグッズ専門店の「P2 DOG and CAT」が自社EC (.st) に出店開始



スタッフが自身のペットを投稿（ライフスタイル提案）

■ フリマサイト「ドットシィ」をスタート

- 人気スタッフの愛用した服が購入できる
- 顧客との濃い繋がり構築と、サステナビリティの向上を実現



スタッフがスタイリングと合わせて投稿

他社商材の取り扱いによる品ぞろえの拡充を目的に進めているオープン化の取り組みでは、新たにペットグッズの専門店がオープンしました。

また、新たな取り組みとして、当社のスタッフが着用した商品を出品するフリマサイト「ドットシィ」をオープンしました。

お客様とスタッフの繋がりをより深めるとともに、商品の二次流通に自社で取り組むことで、サステナビリティや、従業員満足の向上にも寄与すると期待しています。

- 香港 前年同期のコロナ影響からの回復と新規出店により増収増益
- 中国大陸 前期の新規出店により増収、消費動向は軟調も赤字縮小
- 台湾 新ブランドの展開、新店オープン、既存店増収など好調が続き増収増益
- タイ 2023年4月niko and ... BANGKOK初出店
- 米国 景気の先行き不透明感で卸売事業が減速し、減収減益

(百万円)

(海外現法単純合算)	2022/12期 第3四半期		2023/12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 [△] -)	前年同期比 (現地通貨 [△] -)	前年同期比 (円 [△] -)	前年同期比 (現地通貨 [△] -)		
売上高	12,528	4,762	16,667	133.0%	147.2%	5,980	125.6%	144.6%
香港	2,309	941	2,995	129.7%	120.2%	1,250	132.8%	126.3%
中国大陸 *1	1,888	822	3,416	180.9%	177.8%	1,174	142.8%	141.2%
台湾	2,921	1,087	4,381	149.9%	146.1%	1,611	148.2%	145.8%
タイ	-	-	146	-	-	63	-	-
米国 *2	5,408	1,911	5,727	105.9%	98.2%	1,881	98.4%	94.0%
営業利益	218	58	790	361.0%	196.7%	136	231.6%	155.6%
香港	166	114	267	160.5%	148.7%	119	104.8%	95.9%
中国大陸 *1	▲ 809	▲ 310	▲ 488	-	-	▲ 181	-	-
台湾	467	170	813	174.0%	169.5%	255	150.0%	147.1%
タイ	-	-	▲ 78	-	-	▲ 27	-	-
米国 *2	393	84	275	70.0%	64.9%	▲ 29	-	-

*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か月間の円ベースの売上高は、前期比125%の59億円、営業利益は1億3千万円の黒字となりました。

香港は、前年のコロナ影響からの回復、新規出店により増収増益となりました。

中国大陸は、軟調な消費動向が続きましたが、前年の新規出店により売上が増加し、赤字も縮小しています。

台湾は、新ブランドの展開や新店のオープンに加え、既存店も好調で増収増益となりました。

タイは、新店の立ち上げ中のため若干の赤字です。

米国では、景気の先行き不透明感により卸売事業が減速しており、減収減益となりました。

■ 既存優良施設の好区画や、新規施設のオープンで出店を拡大

- 現在台湾で11ブランドを展開、一施設あたりの出店が増え好条件での出店が可能に
- 現法設立20周年に合わせ、台湾の人気俳優を起用したドットエステ台湾のプロモーションを実施

9月に8店舗を新規出店

- 新規オープン施設 誠品生活新店に3店舗



- 既存施設内の新規出店

新竹遠東BIG CTIY (1店舗出店) ⇒ 合計2店舗
 統一時代 (2店舗出店) ⇒ 合計6店舗
 新莊宏匯広場 (2店舗出店) ⇒ 合計2店舗

人気俳優を起用したYouTube広告

- 認知拡大と新規会員獲得

9月新規登録1.4万人 / 前年比 176%



海外の中でも、最も好調な台湾におけるマルチブランド戦略についてご説明します。
 今期新たに投入したブランドを含め、現在台湾では11ブランドを展開しており、マルチブランド戦略が軌道にのっています。
 日本と同様に、一つの商業施設に複数の店舗を出店することで、好条件・好区画の獲得や、店舗オペレーションの効率化に繋がっています。
 9月には新規オープンの施設と既存施設に、合わせて8店舗を出店しました。
 また、自社ECドットエステ台湾も拡大しており、台湾で人気の俳優を起用したプロモーションの実施などにより、新規会員の獲得を進めました。

- 棚卸資産 3Q末時点で前年比106.8%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 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53.7%、前年同期末比+4.3p

(百万円)

	2023/2期 第3四半期末		2023/2期末		2024/2期 第3四半期末			
		構成比		構成比	構成比	前年同期末比 増減額	2023/2期末比 増減額	
流動資産	66,211	53.5%	55,772	50.1%	71,557	55.0%	+5,346	+15,784
現預金	16,441	13.3%	16,380	14.7%	17,890	13.7%	+1,448	+1,510
棚卸資産	29,119	23.5%	24,679	22.2%	31,092	23.9%	+1,973	+6,412
固定資産	57,641	46.5%	55,619	49.9%	58,623	45.0%	+982	+3,004
有形固定資産	22,996	18.6%	22,065	19.8%	24,096	18.5%	+1,100	+2,031
無形固定資産	12,078	9.8%	11,908	10.7%	12,283	9.4%	+205	+375
のれん	1,404	1.1%	1,331	1.2%	1,164	0.9%	▲240	▲166
投資その他資産	22,566	18.2%	21,645	19.4%	22,243	17.1%	▲323	+597
総資産	123,853	100.0%	111,392	100.0%	130,181	100.0%	+6,328	+18,789
負債	62,683	50.6%	50,629	45.5%	60,309	46.3%	▲2,373	+9,680
借入金	6,568	5.3%	1,128	1.0%	1,827	1.4%	▲4,740	+699
純資産	61,169	49.4%	60,762	54.5%	69,871	53.7%	+8,702	+9,109
自己株式	▲7,285	▲5.9%	▲7,286	▲6.5%	▲7,516	▲5.8%	▲230	▲229

13

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106%で、在庫は適正にコントロールできています。固定資産は、出店とシステム投資によって増加しております。

純資産は698億円、純資産比率は53.7%と、引き続き健全な水準です。

	2023/2期	2024/2期 3Q累計実績				2024/2期
	期末 店舗数	出店	変更	退店	期末 店舗数	期初計画 期末店舗数
グローバルワーク	205	13	0	▲ 3	215	213
ニコアンド	141	2	0	▲ 1	142	141
スタディオクリップ	174	8	0	▲ 3	179	178
ローリーズファーム	129	2	0	▲ 2	129	128
レブシィム	114	2	0	▲ 1	115	111
ジーナシス	71	0	0	0	71	71
ベイフロー	61	2	0	▲ 1	62	61
ラコレ	63	12	0	0	75	77
その他	264	10	0	▲ 6	268	252
アダストリア合計	1,222	51	0	▲ 17	1,256	1,232
(うちWEBストア)	(63)	(5)	(0)	(0)	(68)	(63)
国内子会社合計 *1*2	118	20	0	▲ 6	132	131
(うちWEBストア)	(52)	(9)	(0)	(▲ 2)	(59)	(55)
国内合計	1,340	71	0	▲ 23	1,388	1,363
(うちWEBストア)	(115)	(14)	(0)	(▲ 2)	(127)	(118)
香港	21	4	0	▲ 2	23	22
中国大陸	13	1	0	0	14	17
台湾	52	20	0	▲ 1	71	74
タイ	0	1	0	0	1	1
米国	9	1	0	0	10	11
海外合計	95	27	0	▲ 3	119	125
(うちWEBストア)	(18)	(2)	(0)	(0)	(20)	(19)
ゼットン (飲食子会社) *3	71	5	0	▲ 4	72	74
ADASTRIA eat Creations	3	0	0	▲ 3	0	3
連結合計	1,509	103	0	▲ 33	1,579	1,565
(うちWEBストア)	(133)	(16)	(0)	(▲ 2)	(147)	(137)

2024年2月期、3Q累計連結で改装19店舗

*1：(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADOORLINK・(株)Gate Winの店舗数合算

*2：2023/2期2Qより、(株)BUZZWITに、同社連結子会社の(株)オープンアンドナチュラルを合算 (2023年7月2社合併)

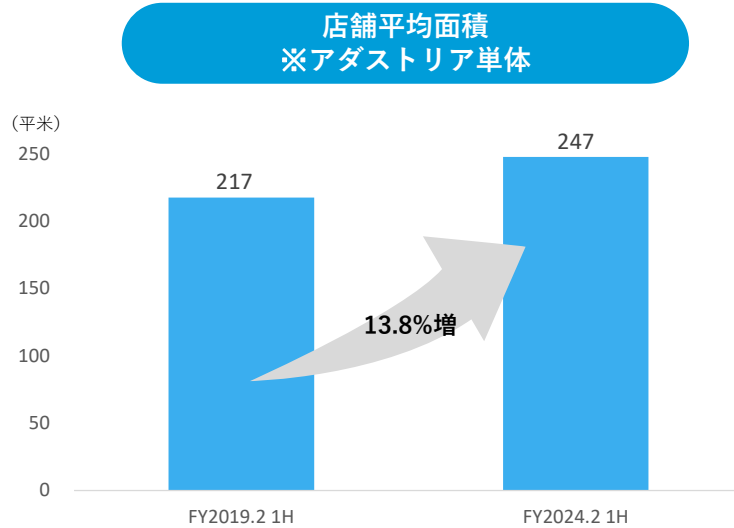
*3：(株)ゼットンの店舗数は、同社の連結子会社であるZETTON,INC. (米国事業) を合算

出退店の状況です。

2023年11月末におきまして、飲食事業を除く店舗数は、国内1,388店舗、海外119店舗となりました。ゼットンも含め、連結では合計1,579店舗となり、前期末比70店舗増加しました。

■ 今期出退店の進捗

- 出店数は概ね計画通り、退店は計画を下回って推移し、期末店舗数は計画を上回る見通し
- 新規出店店舗の平均面積が退店店舗を上回ること、店舗平均面積は継続的に拡大
- 店舗改装を積極的に進めており、今期は約50店舗を改装予定



出退店の進捗と考え方についてご説明します。

今期の出店数は概ね計画通りに推移していますが、退店は契約条件の改善などにより計画を下回り、期末店舗数は計画を上回る見通しです。

近年は相対的に大型の店舗を出店し、小型の店舗を退店する傾向にあり、店舗の平均面積は中期的に拡大し、5年間で約14%拡大しました。

また、店舗改装を積極的に実施しており、今期は約50店舗を改装する予定です。

■ 第3四半期は修正計画の通りに進捗

- 9月の残暑影響は概ね修正計画通り
- 11月は暖冬で苦戦、12月も前半は軟調だったが、下旬のセールは好調に推移

(百万円)

	2023/2期		2024/2期	
	実績		2023年9月29日予想	
			構成比	前期比
売上高	242,552	270,000	100.0%	111.3%
売上総利益	132,664	151,800	56.2%	114.4%
販管費	121,149	133,800	49.6%	110.4%
のれん償却費	263	270	0.1%	102.6%
営業利益	11,515	18,000	6.7%	156.3%
経常利益	12,026	18,200	6.7%	151.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	7,540	12,000	4.4%	159.1%
ROE	13.3%	18.6%	-	+5.3p
一株当たり配当金 (円)	60	80		
(中間配当金)	(25)	(35)		
配当性向	36.1%	30.3%		

*2023年9月29日に「2024年2月期通期連結業績予想の修正および剰余金の配当（中間配当）ならびに年間配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」を開示しております。

2024年2月期通期業績予想は、9月に上方修正した計画から変更ありません。

9月の残暑影響は修正計画に織り込んだ通りでしたが、10月は気温の低下に伴って秋冬商材の販売が進みました。

また、11月は暖冬で特にアウターの動きが鈍く、厳しい状況でしたが、3か月トータルでは計画を上回って着地しております。

足元では、12月も前半は記録的な暖冬で軟調でしたが、下旬から気温が低下し、月末のセールは好調に推移しております。

外部環境

当社の対応

来期の価格や 出店の方向性

- 来期SS商品は、円安の影響と高付加価値商品の拡大により、**価格の見直しを続ける**が、上昇率は緩やかになる見通し。
- 出退店は今期と同程度の計画となる見通し。新規出店の他、**改装・増床による既存店の補強**も継続。

インフレ下における 消費の動向

- 外出需要や服装のカジュアル化を背景に、**ファッション関連の消費は底堅い**。当社の主要顧客である若年層・女性の賃金上昇も続く。
- 雑貨などライフスタイル分野は市場が拡大中、アパレルは**価格の安さだけでは選ばれない厳選購買**が続き、需要の取り込みを図る。

物流の2024年問題

- 主要配送パートナーと協議し、**必要な配送キャパシティは確保済**。
- グループ内に物流子会社を持ち、ある程度のコストコントロールが可能。自動化投資による効率化などで、**売上高物流費率を維持**することを目指す。

最後に、今後の外部環境に対する当社の方針をご説明します。

まず来期の価格や出店の方向性についてです。

足元では少し円高となりましたが、来期の春夏商品は円安の影響が続いております。高付加価値商品の拡大により、商品の価格は引き続き上方に見直しを続けます。

ただ、前年比での円安の進行は緩やかになるため、価格の上昇率は今期よりも緩やかになる見通しです。

出退店は今期と同程度の計画を見込んでいますが、建築費の高騰などもあり、既存店舗の改装や増床による既存店の補強も力を入れていきます。

次にインフレ下における消費動向ですが、ファッション関連の消費は底堅く推移しております。当社の主要顧客である若年層や女性の賃金上昇も続いており、来期も大きな基調の変化は今のところ想定していません。

雑貨などライフスタイル分野で広がった市場も取り込むことができ、またアパレルについても価格のやすさだけでは選ばれない厳選購買の傾向が続いており、しっかりと需要の取り込みを図ってまいります。

最後に、物流の2024年問題への対応ですが、既に主要な配送パートナーとは協議をし、必要な配送キャパシティは確保しております。

グループ内に物流子会社を持っていることで、ある程度はコストコントロールができ、自動化投資なども行って、売上高物流比率を悪化させないように、取り組んでいます。

私からのご説明は以上になります。暖冬で難しい状況ではありましたが、今期の業績予想はしっかりと達成を目指して参ります。

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!

