

2015年2月期 第2四半期 決算説明会

2014年9月30日

株式会社アダストリアホールディングス
<http://www.adastria.co.jp/>

I . 決算説明

取締役 宮本 英範

連結損益計算書

ADASTRIA

(百万円)

(連結)	2014/2期 2Q(累計)		2015/2期 2Q (累計)				
	実績		期初予想	8/20修正予想	実績		前期比
		構成比				構成比	
売上高	63,749	100.0%	86,900	86,900	88,051	100.0%	138.1%
営業利益	3,767	5.9%	2,300	1,400	2,038	2.3%	54.1%
経常利益	3,980	6.2%	2,300	1,400	2,174	2.5%	54.6%
純利益	2,090	3.3%	500	▲ 400	109	0.1%	5.2%

EBITDA	6,490	10.2%	6,600	-	6,517	7.4%	100.4%
減価償却費	2,318	3.6%	3,200	-	3,271	3.7%	141.1%
のれん償却費	404	0.6%	1,200	-	1,207	1.4%	298.5%

*旧ナチュラルナインは2014/2期2Q～、トリニティアーツは2014/2期3Q～から新規連結

- 売上高：880億円 前年同期比138.1% トリニティアーツの新規連結効果
既存小売事業でも103%と増収
- 営業利益：20億円 前年同期比54.1% 国内外で売上総利益率が低下
広告宣伝費・人件費・のれん償却費が増加
- EBITDA：65億円 前年同期比100.4%
- 海外事業の赤字拡大を主要因として、期初予想に対して営業利益で▲3億円の未達

連結損益計算書

(百万円)

(連結)	2014/2期 2Q(累計)		2015/2期2Q(累計)	
		構成比		構成比
売上高	63,749	100.0%	88,051	100.0%
売上総利益	36,678	57.5%	49,536	56.3%
㊦ ポイント*	33,373	59.0%	33,024	57.9%
㊦ トリニティアーツ*	-	-	13,908	55.5%
㊦ 海外小売業*	2,013	58.5%	2,567	53.3%
販管費	32,911	51.6%	47,498	53.9%
広告宣伝費	1,525	2.4%	3,589	4.1%
人件費	11,139	17.5%	16,270	18.5%
設備費	13,960	21.9%	18,779	21.3%
のれん償却費	404	0.6%	1,207	1.4%
その他	5,881	9.2%	7,650	8.7%
営業利益	3,767	5.9%	2,038	2.3%
EBITDA	6,490	10.2%	6,517	7.4%

* ポイント・トリニティアーツ・海外小売業の構成比は、各事業の売上総利益率を記載

➤ 売上総利益率：56.3% 前年同期比▲1.2p

- ポイント：▲1.1p
- トリニティアーツの新規連結
- 海外小売業：▲5.2p

➤ 販管費率：53.9% 前年同期比+2.3p

- 広告宣伝費：+1.7p
トリニティアーツのTVCM
グローバルワークの20周年イベント
- 人件費：+1.0p
トリニティアーツを除く既存事業でも+1.0p
- のれん償却費：+0.7p
トリニティアーツののれん償却分が増加

➤ 営業利益率：2.3% 前年同期比▲3.6p

➤ EBITDAマージン：7.4% 前年同期比▲2.8p

事業別損益

(百万円)

(連結)	2014/2期 2Q (累計)	2015/2期 2Q (累計)	前期比 /
			増減額
売上高	63,749	88,051	138.1%
ポイント	56,553	57,071	100.9%
トリニティアーツ	-	25,069	-
海外 *1	3,440	4,814	139.9%
その他	3,755	1,097	29.2%
営業利益 *2	3,767	2,038	▲ 1,729
ポイント	4,803	5,263	460
トリニティアーツ	-	717	717
海外 *1	▲ 353	▲ 755	▲ 402
N9&PG *3	▲ 83	113	196
グループ経費等	-	▲ 2,034	▲ 2,034
のれん償却費	▲ 404	▲ 1,207	▲ 803
その他	▲ 194	▲ 57	136

*1：海外は5法人（香港・台湾・中国・シンガポール・韓国）の単純合算

*2：各社営業利益はHDに支払うグループ運営費等計上前

*3：N9&PGの2014/2期2Q(累計) は、旧ボジックと2014/2期2Qより新規連結した旧ナチュラルナインの単純合算

➤ 事業別の主な増減益要因(実態ベース*)

トリニティアーツ	+	7億円
N9&PG	+	2億円
ポイント	▲	6億円
グループ経費等	▲	9億円
のれん償却費	▲	8億円
海外事業	▲	4億円

*ポイントからHD及びアダストリアネットワークに移管した組織のコストを戻し、前年と比較可能なベースに修正したもの

ポイント

(百万円)

(単体)	2014/2期 2Q (累計)	2015/2期 2Q (累計)	前期比
売上	56,553	57,071	100.9%
既存店前年比	102.5%	98.9%	-
売上総利益	33,373	33,024	99.0%
売上総利益率	59.0%	57.9%	▲1.1p
販管費	28,570	27,760	97.2%
販管費率	50.5%	48.6%	▲1.9p
営業利益*	4,803	5,263	109.6%
営業利益率	8.5%	9.2%	+0.7p

* HDに支払うグループ運営費等計上前

出店	50	51
退店	22	15
改装	35	25
期末店舗数	813	843

- 売上高：前年同期比100.9%
グローバルワーク (109.0%) ・レゾナンス
ローリーズファーム (113.6%) が売上を牽引
- 売上総利益率：57.9% 前年同期比▲1.1p
グローバルワーク + 2.2p
中堅ブランド** ▲4.0p
**レゾナンス・ジーンズ・ハザー・ル
- 自社生産比率は40%に上昇(前年同期29%)
グローバルワーク 54%(同31%)
- 販管費率：48.6% 前年同期比▲1.9p
実態ベース***の販管費率は横這い
 - 広告宣伝費 +0.8p
 - 人件費 +0.1p
 - 設備費 ▲0.2p***ポイントからHD及びアダストリアネットワークに移管した組織のコストを戻し、前年と比較可能なベースに修正したもの
- 営業利益率：9.2% 前年同期比+0.7p
実態ベース***の営業利益率は7.3%で▲1.2p

(百万円)

(単体)	2014/2期 2Q (累計)	2015/2期 2Q (累計)	
			前期比
売上	17,694	25,069	141.7%
既存店前年比	116.9%	98.5%	-
売上総利益	9,648	13,908	144.1%
売上総利益率	54.5%	55.5%	+1.0p
販管費	8,704	13,191	151.5%
販管費率	49.2%	52.6%	+3.4p
営業利益*	943	717	76.0%
営業利益率	5.3%	2.9%	▲ 2.5p

出店	60	67
退店	4	6
改装	10	9
期末店舗数**	240	390

* HDに支払うグループ運営費等計上前

**2014/4にバビロンと合併により、49店舗増加

- 売上高：前年同期比141.7%
スタディオクリップ（140.6%）・バンヤードストーム（152.5%）が売上を牽引
- 売上総利益率：55.5% 前年同期比+1.0p
値下げロスを削減
- 販管費率：52.6% 前年同期比+3.4p
- 広告宣伝費+0.5p：TVCM費用の増加
- 人件費+0.7p：出店に備えた人員増強
- 設備費+1.7p：資材高騰による出店費用の増加
- 営業利益率：2.9% 前年同期比▲2.5p
- スタディオクリップ27店、バンヤードストーム9店、ベイフロア12店など、積極出店を継続

海外事業

(百万円)

(海外現法単純合算)	2014/2期 2Q (累計)	2015/2期 2Q (累計)	前期比	
			(円ベース)	(現地通貨ベース)
売上	3,440	4,814	139.9%	130.8%
香港	2,043	3,127	153.1%	142.8%
中国	411	569	138.5%	126.6%
韓国	-	-	-	-
台湾	691	656	95.0%	90.0%
シンガポール	294	460	156.2%	147.6%
営業利益*	▲353	▲755	-	-
香港	▲21	▲175	-	-
中国	▲194	▲263	-	-
韓国	-	▲54	-	-
台湾	▲2	▲28	-	-
シンガポール	▲135	▲234	-	-

* HDに支払うグループ運営費等計上前

香港	23	25
中国	21	25
韓国	0	0
台湾	25	21
シンガポール	8	10
期末店舗数	77	81

- 2003年の海外初出店以来、順調に業容を拡大するも、2013/2期から業績悪化
 - 大型店の出店費用
 - 業容拡大に向けた体制強化による固定費の増加
 - 主として中国・シンガポールで売上予算未達店舗が増加
- 2015/2期2Q (累計) 全地域で赤字幅が拡大
海外別注商品の売上不振が要因

連結貸借対照表

ADASTRIA

(百万円)

(連結)	2014年2月末		2014年8月末		
		構成比		構成比	増減額
流動資産	31,525	40.0%	32,215	38.8%	+690
現預金	8,540	10.8%	7,101	8.5%	▲1,439
棚卸資産	13,914	17.6%	14,101	17.0%	+187
固定資産	47,315	60.0%	50,896	61.2%	+3,580
有形固定資産	14,095	17.9%	14,736	17.7%	+641
のれん	10,606	13.5%	9,650	11.6%	▲956
総資産	78,841	100.0%	83,111	100.0%	+4,270
負債	34,054	43.2%	38,208	46.0%	+4,153
有利子負債	4,734	6.0%	9,269	11.2%	+4,535
純資産	44,786	56.8%	44,903	54.0%	+117

- 棚卸資産：ポイント77億円（前年同期比120.1%）トリニティアーツ43億円（同147.6%）
- 有利子負債：93億円
- 純資産：449億円 自己資本比率54.0%

連結通期業績予想

ADASTRIA

(百万円)

(連結)	2014/2期実績			2015/2期						
	上期	下期	通期	期初予想	修正予想 (8/20発表)				構成比	前期比
					上期実績	下期予想	通期予想	前期比		
売上高	63,749	89,523	153,273	185,900	88,051	97,800	185,900	100.0%	121.3%	
営業利益	3,767	1,995	5,762	6,000	2,038	3,100	5,100	2.7%	88.5%	
経常利益	3,980	2,047	6,027	6,000	2,174	2,900	5,100	2.7%	84.6%	
純利益	2,090	▲ 6,822	▲ 4,731	1,600	109	600	700	0.4%	-	

EBITDA	6,490	7,370	13,861	15,300	6,517	8,100	14,600	7.9%	105.3%
減価償却費	2,318	3,649	5,968	6,900	3,271	3,800	7,100	3.8%	119.0%
のれん償却費	404	1,725	2,130	2,400	1,207	1,200	2,400	1.3%	112.6%

*旧ナチュラルナインは2014/2期2Q～、トリニティアーツは2014/2期3Q～から新規連結

設備投資	3,176	4,762	7,938	11,100	6,998	4,900	11,870
------	-------	-------	-------	--------	-------	-------	--------

- 通期営業利益：51億円（前期比88.5%）と前期比▲7億円の減益となる見込み
 増益要因：トリニティアーツ・N9&PG
 減益要因：海外事業・のれん償却費の増加・グループ経費等の増加
- 通期EBITDA：146億円（前期比105.3%）と増益を予想

ポイント通期業績予想

ADASTRIA

(百万円)

(単体)	2014/2期実績			2015/2期予想			
	上期	下期	通期	上期実績	下期予想	通期予想	前期比
売上	56,553	61,465	118,019	57,071	63,500	120,600	102.2%
既存店前年比	102.5%	97.1%	99.6%	98.9%	99.5%	99.2%	-
売上総利益	33,373	33,808	67,181	33,024	35,900	68,900	102.6%
売上総利益率	59.0%	55.0%	56.9%	57.9%	56.5%	57.1%	+0.2p
販管費	28,570	29,202	57,773	27,760	30,100	57,900	100.2%
販管费率	50.5%	47.5%	49.0%	48.6%	47.4%	48.0%	▲ 0.9p
営業利益*	4,803	4,605	9,408	5,263	5,800	11,100	118.0%
営業利益率	8.5%	7.5%	8.0%	9.2%	9.1%	9.2%	+1.2p

* HDに支払うグループ運営費等計上前

出店	50	21	71	51	26	77
退店	22	27	49	15	19	34
改装/変更	35	52	87	25	31	56
期末店舗数	813	807	807	843	850	850

- 売上高：1206億円 前期比102.2% プロパー販売を強化
- 売上総利益率：57.1% 前期比+0.2p 自社生産体制の進化・プロパー売上の強化
- 営業利益：111億円 前期比118.0% 組織移管の影響を除いた実態ベースでは横這い

トリニティアーツ通期業績予想

ADASTRIA

(百万円)

(単体)	2014/2期実績			2015/2期予想			
	上期	下期	通期	上期実績	下期予想	通期予想	前期比
売上	17,694	19,921	37,616	25,069	26,900	51,900	138.0%
既存店前年比	116.9%	103.3%	109.1%	98.5%	98.5%	98.5%	-
売上総利益	9,648	10,872	20,521	13,908	14,800	28,700	139.9%
売上総利益率	54.5%	54.6%	54.6%	55.5%	55.0%	55.3%	+0.7p
販管費	8,704	10,149	18,854	13,191	13,000	26,200	139.0%
販管费率	49.2%	50.9%	50.1%	52.6%	48.3%	50.5%	+0.4p
営業利益*	943	723	1,666	717	1,800	2,500	150.1%
営業利益率	5.3%	3.6%	4.4%	2.9%	6.7%	4.8%	+0.4p

出店	60	41	101	67	27	94
退店	4	1	5	6	2	8
改装/変更	10	8	18	9	3	12
期末店舗数**	240	280	280	390	415	415

* HDに支払うグループ運営費等計上前

**2014/4にバビロンと合併により、49店舗増加

- 売上高：519億円 前期比138.0% 出店による増収効果
- 販管费率：50.5% 前期比+0.4p 下期は販促費の削減・店舗稼働人員の効率化
- 営業利益：25億円 前期比150.1%

通期出店計画

	2014/2期実績			2015/2期計画				期末店舗数
	出店	退店	期末店舗数	出店等		退店		
				上期実績	下期予想	上期実績	下期予想	
グローバルワーク	9	8	173	7	2	3	2	177
ローリーズファーム	18	8	159	7	0	6	2	158
レプシムローリーズファーム	3	4	110	6	9	0	0	125
ジーナシス	4	3	82	1	2	1	2	82
レイジブルー	4	4	62	2	1	0	0	65
ヘザー	6	5	76	4	3	3	4	76
その他	27	17	145	24	9	2	9	167
ポイント合計	71	49	807	51	26	15	19	850

ニコアンド	23	1	100	8	10	1	0	117
スタディオクリップ	45	0	129	27	6	0	0	162
その他	35	4	54	32	11	6	2	89
トリニティアーツ合計*	103	5	283	67	27	7	2	417

香港	7	4	30	0	2	5	3	24
中国	9	5	21	8	14	4	3	36
台湾	4	14	21	2	5	2	0	26
シンガポール	5	0	9	1	0	0	3	7
韓国	0	0	0	0	7	0	0	7
海外合計	25	23	81	11	28	11	9	100

バビロン	6	2	42	7
------	---	---	----	---

連結合計	205	79	1,213	136	81	33	30	1,367
------	-----	----	-------	-----	----	----	----	-------

*2015/2期末のトリニティアーツ（含、フレンズ）店舗数には、2014/4に合併したバビロンの49店を含む

株主還元

(百万円)

	2007/2期	2008/2期	2009/2期	2010/2期	2011/2期	2012/2期	2013/2期	2014/2期	2015/2期 (予想)
一株当たり 配当金 (円)	60	80	100	120	120	120	120	75	75
(中間配当金)	(20)	(30)	(40)	(50)	(50)	(50)	(50)	(50)	(30)
配当総額	1,520	1,994	2,450	2,919	2,879	2,851	2,679	1,697	1,821
連結純利益	6,877	7,488	8,089	9,516	8,400	6,789	5,508	▲4,731	700
のれん償却費*	0	0	0	0	0	0	64	8,327	2,400
配当性向 (のれん償却除き)	22.1%	26.8%	30.4%	30.7%	34.5%	42.0%	49.7%	- (47.8%)	260.2% (58.7%)
自社株買い	3,577	2,500	2,000	0	1,886	0	5,947	4,000	0

*2014/2期ののれん償却費には特別損失に計上した一時償却分を含む

- 配当方針：(のれん償却費除き)連結配当性向3割を目処としつつ、安定性も考慮
- 2015/2期については通期業績予想を下方修正したが、一株当たり年間75円の配当金予想は変更なし

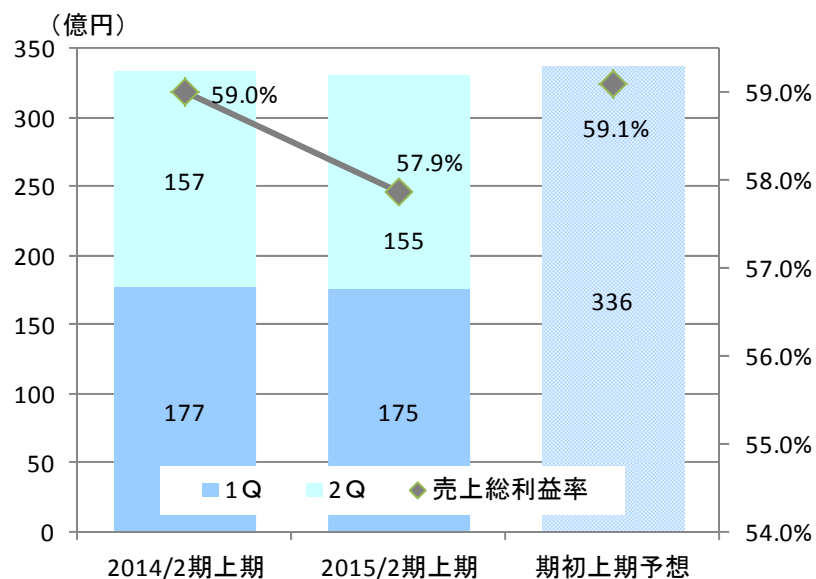
II. 営業戦略

取締役 木村 治

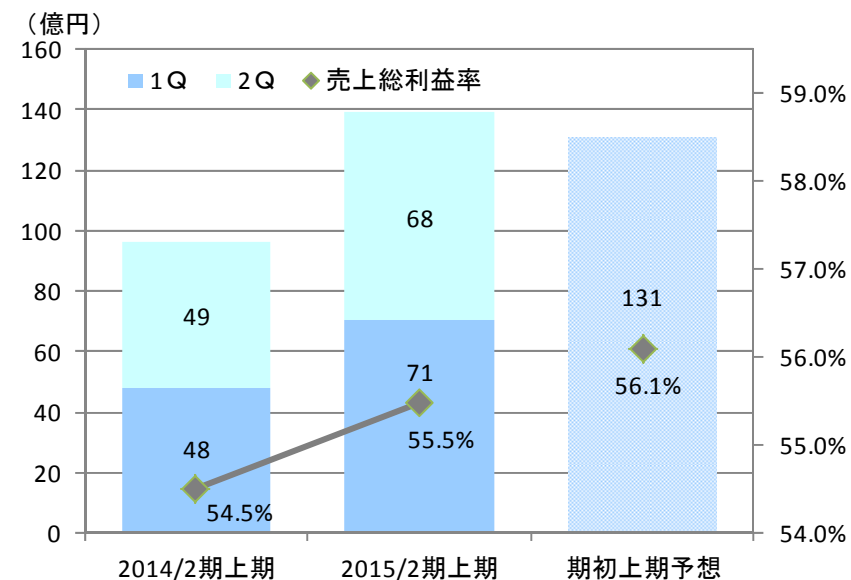
上期営業実績

- ▶ ポイントの売上総利益額は前年同期比99.0%、期初予想に対して、▲6億円の未達。グローバルワーク・レプシムローリーズファームなどは好調に推移したものの、中堅ブランドの不振が足枷となった。
- ▶ トリニティアーツ売上総利益額は前年同期比144.1%、期初予想に対して、8億円の
上振れ。売上総利益率は未達であったものの、出店前倒しで売上高が上振れた。

【ポイント 売上総利益額】

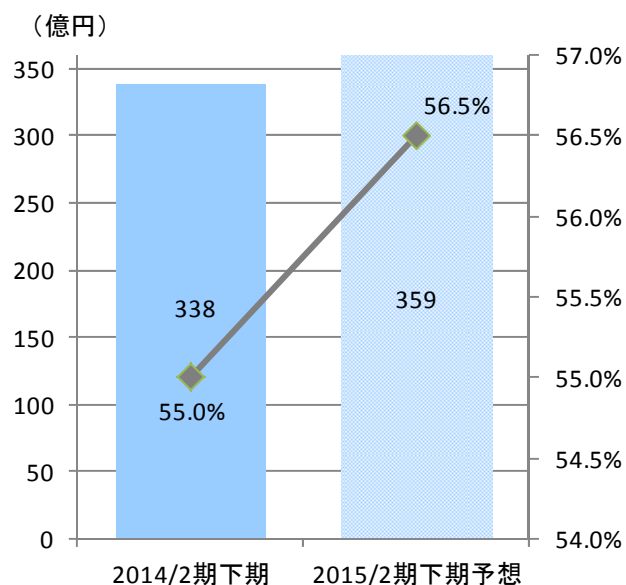


【トリニティアーツ売上総利益額】

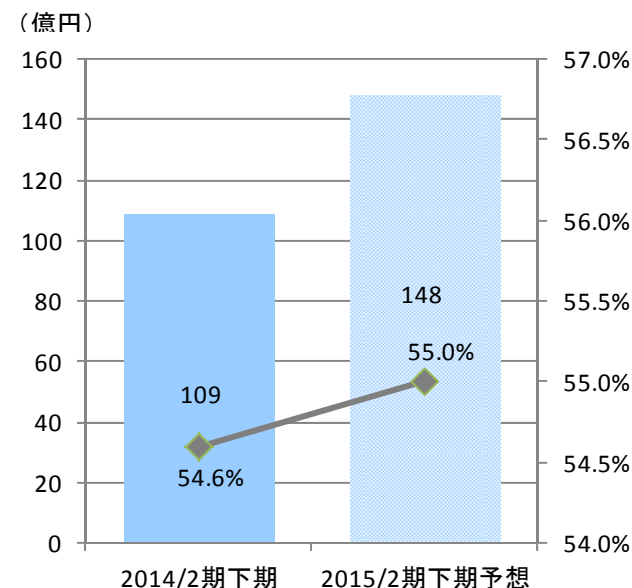


- 下期売上総利益額は、ポイントで359億円（前年同期比106%）、トリニティアーツで148億円（前年同期比136%）を見込む。
- ポイントは前下期の商品企画体制の混乱により大幅に売上総利益率が下落したが、体制の混乱は収束したことと、プロパー売上を重視していくことによって売上総利益率の改善を狙う。
- トリニティアーツは店舗数増加による増収効果と、上期同様、在庫コントロールに注力して値下げロスを削減することにより、売上総利益率も改善を見込む。

【ポイント 売上総利益額】



【トリニティアーツ売上総利益額】



グローバルワーク

➤ 上期の振り返り：売上高 前年同期比109.0% 売上総利益額 前年同期比113.1%

- 20周年を契機として、『世界で通用するブランド』を目指して進化中。
脱アメカジ・脱ナチュラルでファッション性を強化。
グローバルSPA化のベースとなる商品企画体制を確立。

- CM・店頭・WEBのビジュアルを連動。

- オフ施策に頼った販促の見直しにより
値下げロスが減少し、売上総利益率が2.2p改善。

➤ 下期施策

- セール期の振り返りを活かし、プロパー期の
販売を強化。

- 販売機会ロスを是正するため、適性な在庫
水準を模索。

TVCM、BS-TBSミニ番組



店頭VMD



PRイベント



キャンペーンサイト



ニコアンド

- 上期の振り返り：売上高 前年同期比113.4% 売上総利益額 前年同期比114.9%
 - CM第3弾を放映（3月～4月）。
 - 1QはCM効果もあって堅調に推移したものの、2Qはセール商材不足でやや苦戦。
 - 香港に続く2カ国目の海外出店として、韓国に進出。
- 下期施策
 - 原宿に旗艦店をオープン（10月下旬）。衣食住プラスカルチャーを融合したライフスタイル空間を創造し、情報発信拠点とする。
 - WEBストア統合によるネット事業強化。



(ニコアンド 韓国江南店)

ローリーズファーム

- 上期の振り返り：ヤングに偏ったMD・ベーシック商品の不足を徐々に是正。
⇒売上高前年同期比は1Q：91.7%から、2Q：101.1%に改善。
売上総利益額前年同期比は1Q：88.1%から、2Q：102.1%に改善。
- 下期施策
引き続き、ヤングだけでなくより広い顧客層に向けたラインを充実。

レイジブルー・ジーナシス・ヘザー・ハレ

- 上期の振り返り：競合との差別化が図れず、在庫消化のための値引き販売が続いた結果、
売上高 前年同期比88.7% 売上総利益額 前年同期比82.7%と苦戦。
- 下期施策
ディレクター体制の一部本格稼働。
自社生産の拡大は目標とせず、主力取引先と連携した商品生産体制とのバランスを重視。
ブランド価値の向上を追求し、積極的なS & Bを推進。

依然として高収益ブランドであり、ブランドの進化を目指して本格的なリブランディングに取り組む。

III. 2015/2期下期方針

代表取締役社長 遠藤 洋一

2015/2期方針の進捗状況

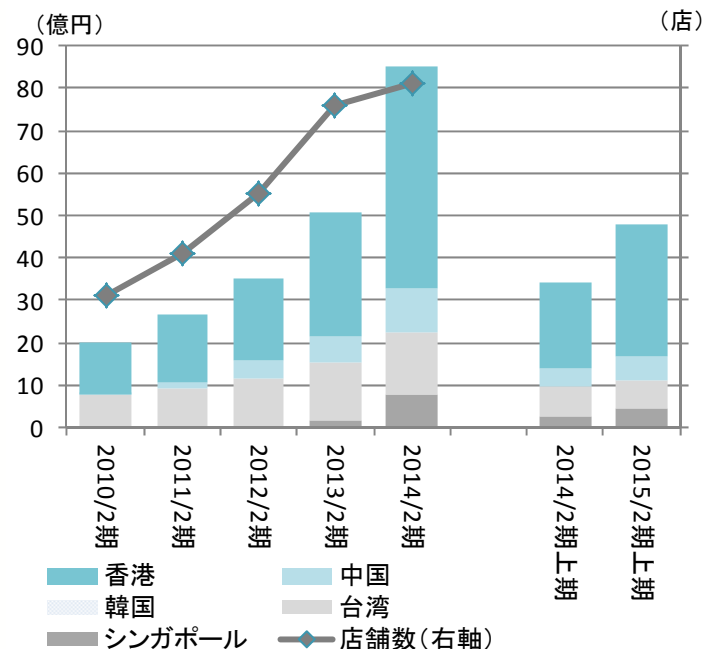
ブランド戦略	<ul style="list-style-type: none">• ブランドの役割・目指すべき方向性を確認• 役割に応じたメリハリある投資配分
海外戦略の再構築	<ul style="list-style-type: none">• 2016/2期黒字化を目指す
商品・ビジネスモデルの差別化	<ul style="list-style-type: none">• 自社生産体制の進化• バリューチェーンの進化
グループシナジー	<ul style="list-style-type: none">• アダストリアHD・ポイント・トリニティアーツの統合を決定• WEB事業の統合

- ▶ 全ブランドの競争力・成長ポテンシャルを徹底的に分析し、4カテゴリーに分類。カテゴリー毎の役割に応じた投資配分を行い、経営資源を有効活用する方針。
- ▶ 成長ドライバーとするグローバルワーク、ニコアンドについては、ビジネスモデルをレベルアップすべく戦略策定に着手。今後は経営資源を優先配分する方針。
- ▶ インキュベーションブランドについてはPL改善を進め、不採算店舗の見直し等を含めて経営資源の効率化を進める。

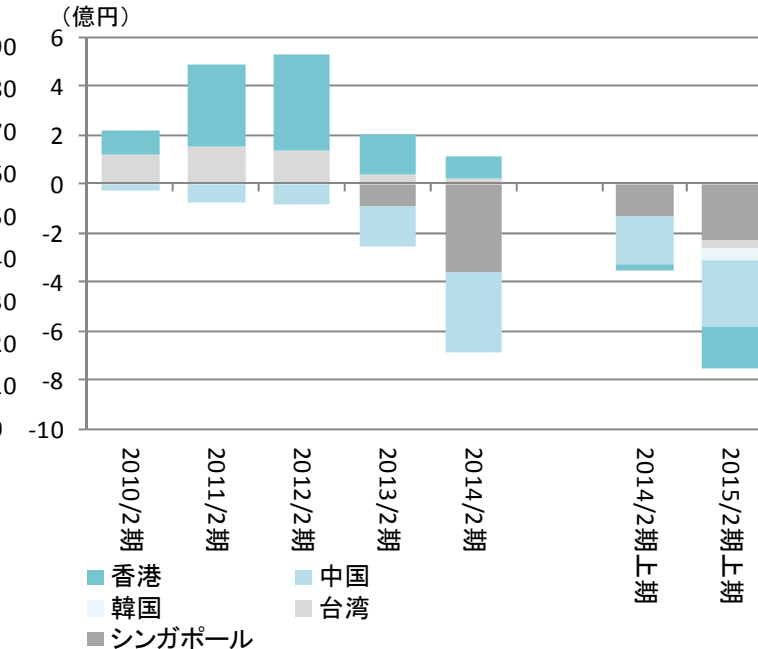
①グローバルブランド 役割：グローバルブランドへの成長 (成長性重視・優先投資ブランド)	②メジャーブランド 役割：国内市場におけるシェア向上 (成長と利益のバランス重視)
③コアブランド 役割：ブランド価値の向上を追求 (利益率重視)	④インキュベーションブランド 役割：空白市場の開拓 (明確な投資ルールを適用)

海外事業の業績推移

【売上の推移】



【営業利益の推移】



*売上・営業利益ともに海外現法単純合算

海外事業再構築

⇒ 2016/2期は黒字化を目指す。

- 中国・シンガポールの不採算店舗からの撤退。出店戦略の見直し。
- 海外別注商品比率見直し。
気候に対応した納期調整を行ったうえで、日本向け商品を中心とした商品構成とする。
- 中国では代理商ビジネスの展開を加速。

- ▶ ブランドディレクター、デザイナーの配置に続き、生産MDをブランド内に配置予定。N9 & PG機能のうち、商品企画機能をブランドに取り込むことで、自社生産機能の定着と進化を狙う。
- ▶ N9 & PGでは、自社オリジナル素材の企画を進行。グループ内展示会を開催する等、差別化への取り組みを着実に進める。
- ▶ グループの品質管理体制整備、システムによるバリューチェーンの可視化を推進。
- ▶ 自社生産推進により物流のコントロール範囲が拡大。検証を進めつつ物流コストの低減と、国内DCキャパシティの緩和を進める方針。



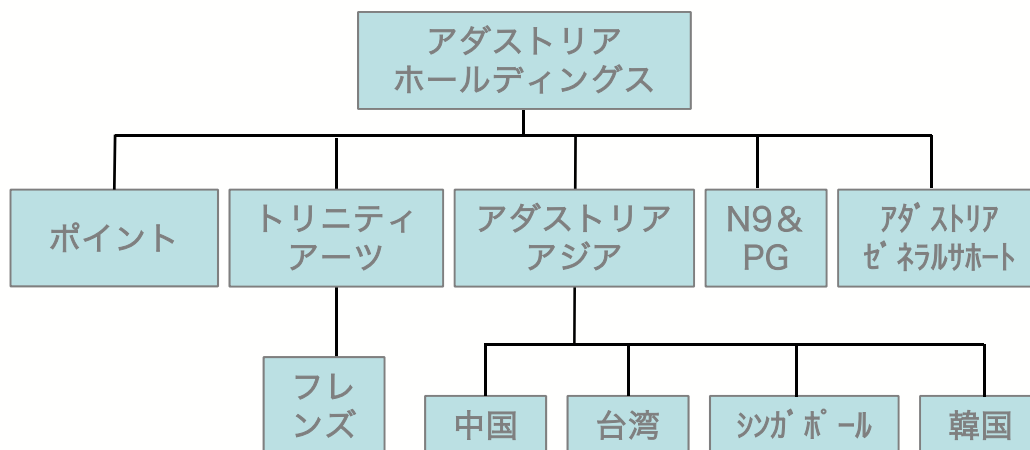
- ▶ 上記によりバリューチェーンの整備は今期中に概ね完了。
- ▶ 一方で自社生産を優先するブランドと主要取引先との協働を進めるブランドを分類し、競争優位性を重視した生産モデルを追及する方針。

グループシナジー（3社統合）

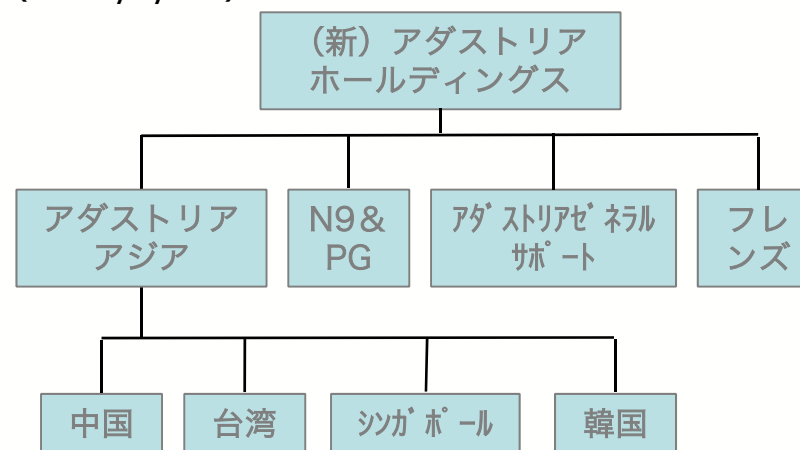
- 3社統合
2015年3月にアダストリアホールディングス・ポイント・トリニティアーツを統合を決定。

経営資源を集中させ、意思決定や実行のスピードを加速することで、さらなる企業価値向上を目指す。

(現在)



(2015/3/1~)

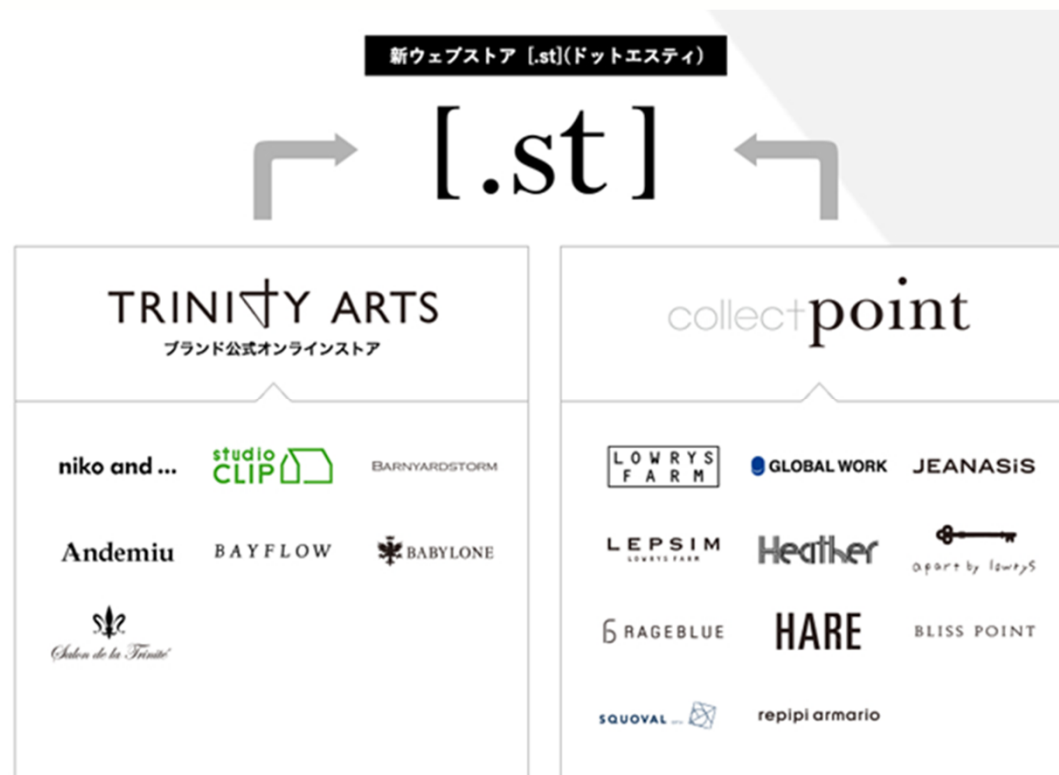


- * 管理部門は2014/11を目処に一本化。
- * 『アダストリアホールディングス』は、2015/5の株主総会を経て、『アダストリア』に社名変更する予定。

グループシナジー（WEBストア統合）

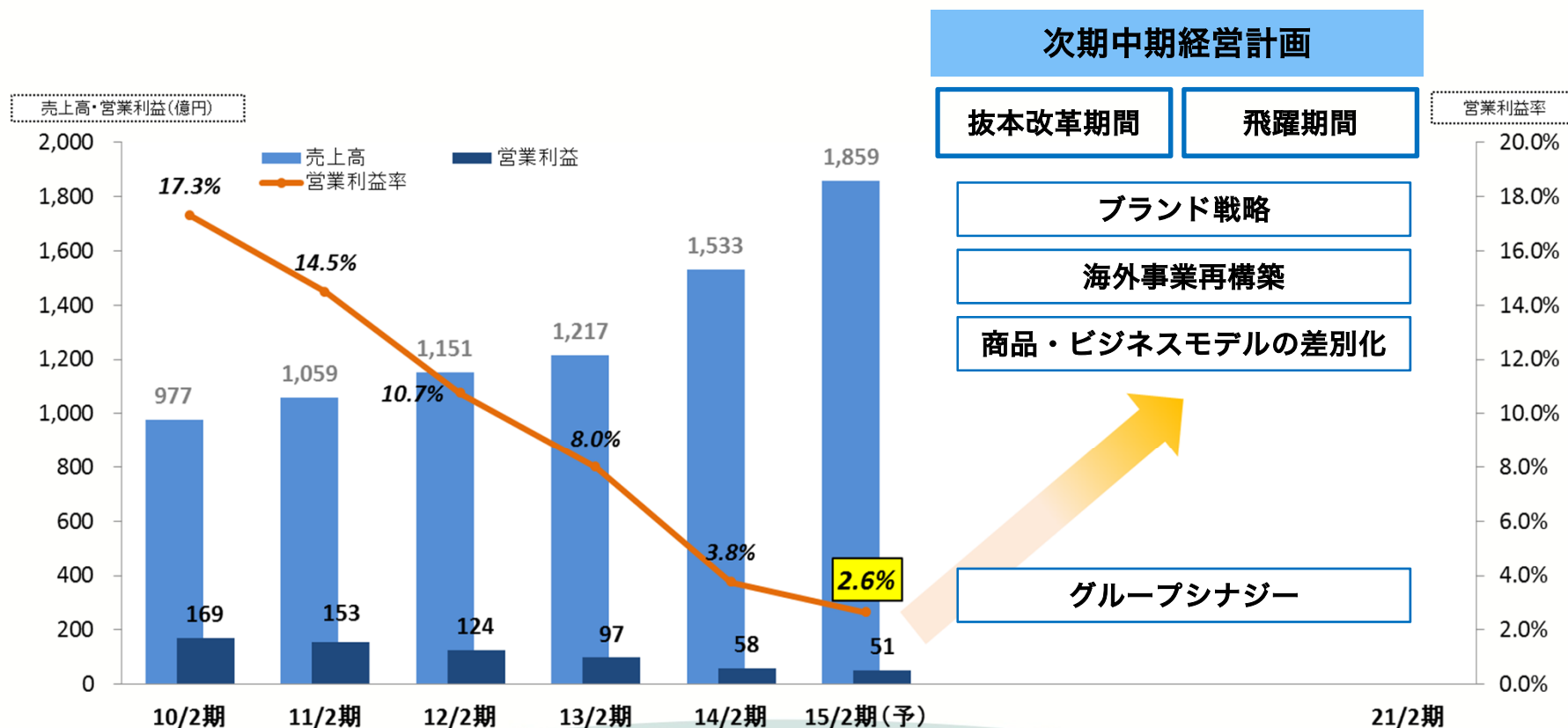
ADASTRIA

- 2014/11末にWEBストアを統合し、「[.st]（ドットエスティ）」としてサイトをリニューアル。
- ポイント約230万人・トリニティアーツ約30万人の会員が、一つのサイトで20ブランドの買い物が可能に。
- 両社のポイントサービスは新ポイントサービス、「.st[id]（ドットエスティアイディー）」として統合され、ネットとリアル店舗の双方で使用可能なポイントサービスとなる。



2016年2月期以降に向けて

- ①ブランド戦略、②商品・ビジネスモデルの差別化、③海外事業再構築 ④グループシナジーを徹底的に追及し、来期以降、収益のV字回復を図る方針とし、来年1月に中期経営計画として発表予定。



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。

ADASTRIA