

2016年2月期 第1四半期 決算補足資料

株式会社アダストリア
<http://www.adastria.co.jp/>

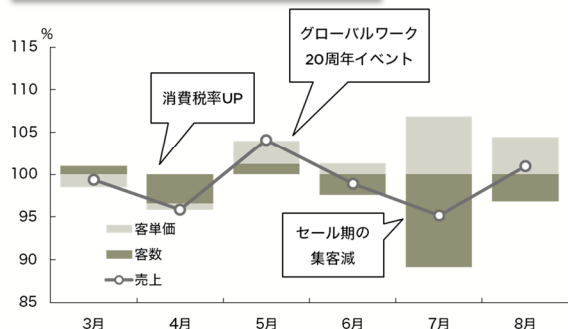
Copyright © 2015 Adastria Co., Ltd. All rights reserved.

2016年2月期 第1四半期決算についてご説明いたします。

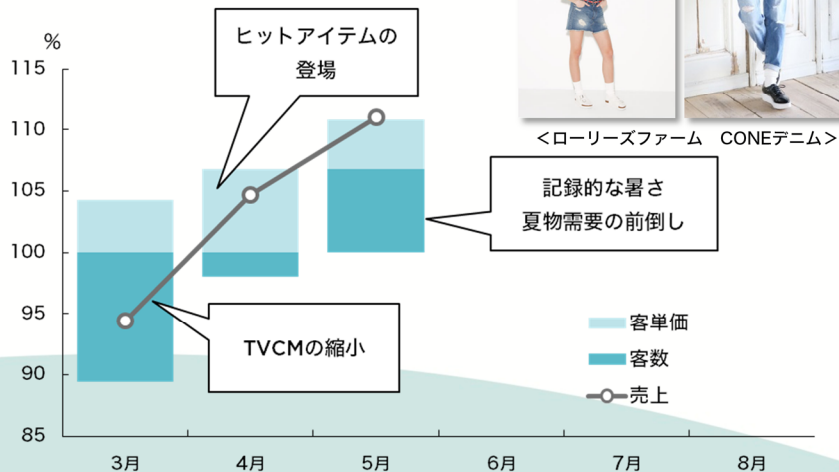
▶ 1Qは好調なスタート

- WEB売上の大幅伸長
- ベーシックアイテムの品質・販売力向上
- ヒットアイテム（デニム・ワイドパンツ）の登場
- 好天に恵まれ、夏物需要が前倒し
- 前年の消費税増税による買い控えの反動

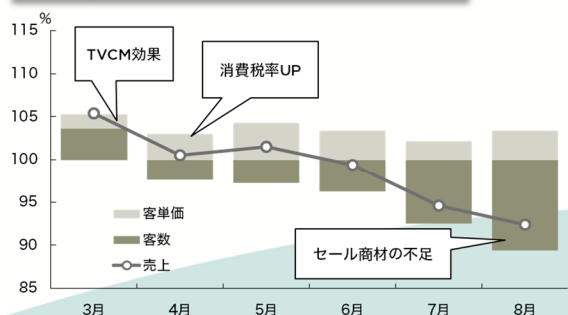
2015/2期 ポイント既存店前年比



当期 アダストリア既存店前年比



2015/2期 トリニティアーツ既存店前年比



Copyright © 2015 Adastria Co., Ltd. All rights reserved.

第1四半期の営業実績についてご報告いたします。

第1四半期は売上高が前年同期比108.7%となり、好調なスタートを切りました。

好調の要因としては、

- ①自社ECサイトのリニューアル効果、他社ECサイトでの運営会社との共同企画強化によってWEB事業売上が大幅に伸長したこと
- ②主力ブランドのベーシックアイテムの品質が自社生産機能を使って改善し、販売計画から店頭表現までが一体運営されて販売力も向上したこと
- ③デニムやワイドパンツなどヒットアイテムが生まれたこと
- ④好天に恵まれ、夏物需要が前倒しとなったこと
- ⑤前年の消費税増税による買い控えの反動

などが挙げられます。

▶ グローバルワーク

売上高 : 前年同期比115.4%
 売上総利益額 : 前年同期比112.6%

- 自社生産機能を活用したバリューある商品の開発
- 商品開発から販売計画・店頭表現まで一体運営による販売力向上
- 増床リニューアル
 イオンレイクタウンでは、
 最大売場面積で豊富な品揃えと居心地の良い空間を実現
- TVCM 認知度のさらなる向上



Copyright © 2015 Adastria Co., Ltd. All rights reserved.

<イオンレイクタウン店（ベビーカーやカップルでも利用しやすい広いフィッティングルーム、休憩スペースを設置）>

ブランド別の状況です。

グローバルワークは売上高が115.4%と、引き続き全社業績を牽引しています。
 自社生産機能を活用してバリューある商品を開発し、
 販売計画と連動しながら店頭で商品の魅力をアピールしていく仕組みが定着してきたことで
 販売力がアップしています。

また、昨年に引き続きブランドの世界観を伝えるTVCMを放映し、
 新しいグローバルワークの認知度向上も図っています。

4/24にリニューアルオープンしたイオンレイクタウン店では、
 ブランド最大売場面積の旗艦店として、豊富な品揃え、
 通路を広く取りカートやベビーカーでも利用しやすいゆったりとした売場、
 ワークショップ等にも使える休憩スペースを用意して、居心地の良い空間を実現し、
 お客さまに選ばれる店舗作りのモデルとなっています。

➤ ニコアンド

売上高 : 前年同期比107.1%

売上総利益額 : 前年同期比104.9%

- “脱ナチュカジ”
従来の「ニコアンドらしさ」の枠にとらわれず、お客さまのニーズに応える品揃えを充実
- ブランディング強化
メンズを始めとするアパレルラインナップの拡充
各カテゴリー・ラインを統括するクリエイティブディレクターを配置
- 家具・カフェカテゴリーの進化



くらぼーと富士見店 (カフェ併設・家具取扱店舗) >

Copyright © 2015 Adastria Co., Ltd. All rights reserved.

次にニコアンドです。

第1四半期は、全体としては従来の“ニコアンド”のイメージから脱却できず、
 昨年のTVCM効果の反動もあってやや苦戦しましたが、
 徐々に“脱ナチュカジ”を図るべく、新しいアイテムにもチャレンジしています。

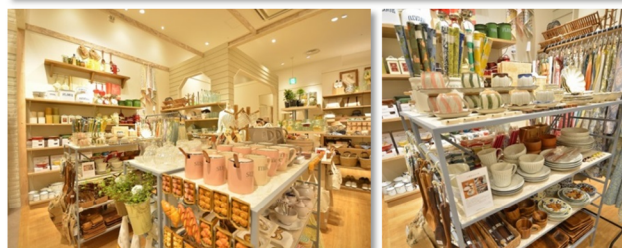
さらにブランディングを強化するために、
 カテゴリーごとにディレクター、デザイナー、生産チームを再配置し、
 全体をクリエイティブディレクターが統括するという、売上規模にふさわしい体制づくりを
 進めました。

新体制のもと秋冬の商品をお届けしますので、ご期待下さい。

▶ スタディオクリップ

売上高 : 前年同期比110.4%
 売上総利益額 : 前年同期比109.1%

- 生活雑貨のオリジナル化
- カテゴリー特化店舗の出店



<イオンモール草津店（キッチン&グロサリー特化店舗）>

▶ ジーナシス

売上高 : 前年同期比118.9%
 売上総利益額 : 前年同期比128.8%

- WEBを使った販促策により、店頭も含めた販売が好調



<WEBストア 先行予約アイテム>

スタディオクリップは、
 地方TVCMを放映しましたが、昨年の全国TVCMと比較すると効果が小さかったこと、
 アイテム数が増え、買い難い売場となってしまったことなどの反省点が挙げられました。

しかしながらその中でも、生活雑貨のオリジナル化が進んだことで雑貨の値入が改善したこと、
 イオンモール草津店を筆頭に、ひとつのカテゴリーに特化した店舗を出店し、
 手ごたえを得られたことは成果であり、今後の展開につなげてまいります。

ジーナシスは売上高で118.9%、売上総利益で128.8%と、
 過去1~2年の不振から脱却して大きく回復しました。

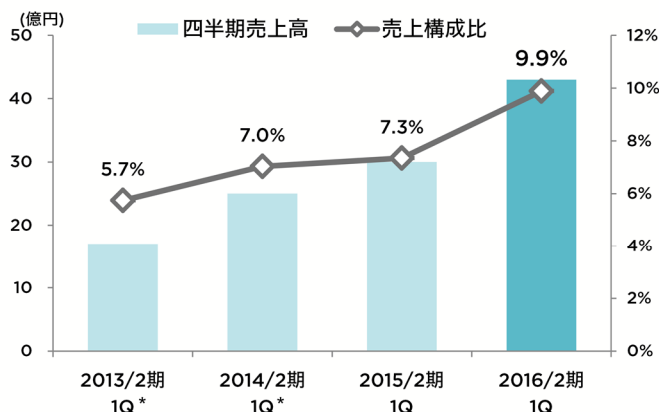
WEBストアで先行予約を実施し、WEB上での露出が増えることで店頭のお客さまも増え、
 ブランド全体が活性化するというサイクルで、好循環を生み出しました。

WEB事業

売上高 : 前年同期比144.9%
 売上構成比 : 9.9%

- 会員数 330万人突破
- 自社ECサイト・他社ECサイトともに好調
- 自社ECアプリ[.st]に、WEB接客ツールを導入
顧客情報を元に、
WEB上でのパーソナルな接客サービスを実現

WEB事業 売上高



* 合併前トリニティアーツ実績を合算済

購入履歴やページ遷移動作の内容に応じて、アプリ画面にポップアップを表示します。

- ・ 最近の購入商品を使用したスタイリングの提案
- ・ お気に入りブランドの新作情報
- ・ 会計画面でのチョイスアイテムのご紹介 等



タップすると...

ポップアップをタップすると、お客さま一人ひとりに合わせたご提案内容が表示されます。

Copyright © 2015 Adastia Co., Ltd. All rights reserved.

WEB事業は売上高で前年同期比145%となり、アダストリア単体に占める割合は9.9%となりました。

昨年11月にポイント・トリニティアーツのECサイトを統合した効果で自社サイトが大きく伸長しただけでなく、他社サイトも運営会社との共同企画を強化することで大きく伸びました。

また、自社ECアプリ[.st]（ドットエスティー）には、お客さまの購入履歴やサイト内のページ移動履歴をもとに、一人ひとりに最適なスタイリング提案などをするWEB接客ツールを導入しています。これは業界内でも新しい取り組みとして注目されています。

(百万円)

(連結)	2015/2期 1Q		2016/2期 1Q		
	実績		実績		
		構成比		構成比	前年同期比
売上高	43,591	100.0%	47,394	100.0%	108.7%
売上総利益	25,954	59.5%	28,787	60.7%	110.9%
販管費	24,519	56.2%	24,027	50.7%	98.0%
広告宣伝費	2,674	6.1%	1,729	3.7%	64.7%
人件費	8,056	18.5%	8,104	17.1%	100.6%
設備費	9,262	21.2%	9,590	20.2%	103.5%
のれん償却費	599	1.4%	563	1.2%	93.9%
その他	3,926	9.0%	4,039	8.5%	102.9%
営業利益	1,435	3.3%	4,759	10.0%	331.6%
経常利益	1,478	3.4%	4,928	10.4%	333.4%
純利益	256	0.6%	2,337	4.9%	911.5%
EBITDA	3,585	8.2%	6,778	14.3%	189.0%
減価償却費	1,550	3.6%	1,455	3.1%	93.9%
のれん償却費	599	1.4%	563	1.2%	93.9%

- 第1四半期は主力ブランドの商品力・販売力向上に加え、好天に恵まれたこともあって国内売上が好調に推移し、売上高473億円(前年同期比108.7%)、営業利益47億円(前年同期比331.6%)、EBITDA67億円(前年同期比189.0%)と大幅増益を達成。
- 営業利益率10.0%(前年同期比+6.7p)、EBITDAマージン14.3%(前年同期比+6.1p)と収益性指標も大きく改善。

Copyright © 2015 Adastria Co., Ltd. All rights reserved.

次に、第1四半期の決算の概要についてご説明いたします。

7ページは連結損益計算書の概要、

8ページは売上・売上総利益率・営業利益を事業別にブレイクダウンして記載しております。

先述の通り、第1四半期は

主力ブランドでのベーシックアイテムの商品力・販売力の向上、

WEB事業の大幅伸長、ヒットアイテムの貢献に加え、好天に恵まれたこともあって、

売上高は前年同期比108.7%となる473億円、営業利益は3.3倍の47億円、

EBITDAは189.0%の67億円と大幅な増益を達成しました。

また、大きな赤字子会社も無いことから、連結実効税率も低下し、

純利益は前年同期の9倍の23億円となりました。

営業利益率は10.0%と前年同期比+6.7p改善、EBITDAマージンは14.3%、+6.1p改善と、

収益性指標も大きく改善しております。

(百万円)

(連結)	2015/2期 1Q		2016/2期 1Q		
	実績		実績		
		構成比		構成比	前年同期比 / 増減額
売上高	43,591	100.0%	47,394	100.0%	108.7%
アダストリア単体 *1	40,980	94.0%	44,025	92.9%	107.4%
海外 *2	2,609	6.0%	3,204	6.8%	122.8%
売上総利益	25,954	59.5%	28,787	60.7%	110.9%
アダストリア単体 *1 *3	25,070	61.2%	26,939	61.2%	107.5%
海外 *2 *3	1,224	46.9%	1,577	49.2%	128.9%
営業利益	1,435	3.3%	4,759	10.0%	3,324
アダストリア単体 (のれん償却費除き) *1 *3	2,588	6.3%	5,334	12.1%	2,745
海外 *2	▲ 426	-	▲ 305	-	121
N9&PG	▲ 82	-	▲ 9	-	73
のれん償却費	▲ 599	-	▲ 563	-	36
その他	▲ 44	-	302	-	347

*1：アダストリア単体の前年業績は、ポイント・トリニティアーツ・バビロン・ホールディングス単体を合算して比較可能としたもの

*2：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

*3：アダストリア単体・海外の構成比は、各事業の売上高に対する利益率を記載

➤ **売上高：473億円**（前年同期比108.7%）

- アダストリア単体：440億円（同107.4%）

*アダストリア単体の前年業績はポイント・トリニティアーツ・パピロン・ホールディングス単体を合算して比較可能としたもの。以下同様。

- 海外：32億円（同122.8%）

➤ **売上総利益率：60.7%**（前年同期比+1.2p）

- アダストリア単体：61.2%（同±0.0p）原価上昇の影響を値下げロス削減で相殺

- 海外：49.2%（同+2.3p）売価コントロール力向上により改善

➤ **販管費率：50.7%**（前年同期比▲5.5p）

- 広告宣伝費率：3.7%（同▲2.4p）認知度上昇により、ニコアンド・スタディオクリップのTVCMを大幅縮小

- 人件費率：17.1%（同▲1.4p）売上好調・人員効率化

- 設備費率：20.2%（同▲1.0p）売上好調・出店数減少

➤ **事業別営業利益**

アダストリア単体をはじめ、全事業で損益改善。
在庫水準低下による未実現利益消去額の減少も寄与。

（売上高）

売上高の内訳としましては、

ポイント・トリニティアーツ・アダストリアホールディングスが合併して誕生した

アダストリア単体の売上が、前年同期比107.4%の440億円、

残りは海外事業売上で、前年同期比122.8%の32億円となりました。

（売上総利益率）

売上総利益率は、アダストリア単体は原価上昇の影響を主として旧ポイントの中堅ブランドの値下げロス削減で相殺して61.2%と横這い、海外は各地で売価コントロール力が向上した結果、前年同期比+2.3p改善して49.2%となりました。

連結ベースでは、前年同期比+1.2p改善の60.7%となっています。

（販管費）

販管費は、ブランドの認知度が上昇したことによりニコアンド・スタディオクリップのTVCMを大幅に縮小したため、広告宣伝費が前年同期比64.7%となったことに加え、

人件費も人員効率化によって前年同期比100.6%に抑制した結果、

販管費全体でも前年同期比98.0%、240億円となりました。

さらに、売上好調のため対売上比率は全費目で改善し、販管費率は前年同期比5.5P改善の、50.7%となりました。

（営業利益）

以上の結果として、営業利益は47億円、前年同期に比べて33億円の増益となりました。

アダストリア単体で27億円の増益となったことに加え、

海外・N9&PGも小幅な増益となっております。

(百万円)

(連結)	2015年2月末		2015年5月末		
		構成比		構成比	増減額
流動資産	34,488	41.2%	37,013	43.3%	+2,524
現預金	7,677	9.2%	6,526	7.6%	▲1,150
棚卸資産	14,488	17.3%	15,019	17.6%	+530
固定資産	49,253	58.8%	48,391	56.7%	▲861
有形固定資産	12,908	15.4%	12,789	15.0%	▲118
のれん	7,921	9.5%	7,357	8.6%	▲563
総資産	83,742	100.0%	85,405	100.0%	+1,663
負債	37,508	44.8%	36,244	42.4%	▲1,264
有利子負債	3,753	4.5%	7,637	8.9%	+3,884
純資産	46,233	55.2%	49,161	57.6%	+2,927

- **棚卸資産：150億円**（前期末比+5億円）
- アダストリア単体：135億円（前年同期末比 94.2%）
- **有利子負債：76億円**（前期末比+38億円）
増加は季節要因によるものであり、計画通りの推移。
- **純資産：491億円**（純資産比率57.6%）

連結貸借対照表のご説明をいたします。

季節性に加え、5月の売上が大変好調だったため売掛金が大幅に増加し、総資産は前期末比16億円増の854億円となりました。

棚卸資産は150億円で、アダストリア単体では前年同期末比94.2%と減少しております。

有利子負債は76億円で前期末比38億円増加しておりますが、季節性によるもので、概ね計画通り推移しております。

また純資産は491億円で、自己資本比率は57.6%となりました。

(百万円)

(単体)	2015/2期 1Q	2016/2期 1Q	
	実績 *1	実績	
		前年同期比	
売上高	40,980	44,025	107.4%
(既存店前年比)	-	103.3%	-
グローバルワーク	7,043	8,125	115.4%
ローリーズファーム	6,093	6,112	100.3%
ニコアンド	4,673	5,006	107.1%
スタディオクリップ	4,225	4,664	110.4%
レプシムローリーズファーム	3,515	3,724	105.9%
売上総利益	25,070	26,939	107.5%
売上総利益率	61.2%	61.2%	+0.0p
販管費 (のれん償却費除き)	22,481	21,604	96.1%
販管费率	54.9%	49.1%	▲ 5.8p
営業利益 (のれん償却費除き)	2,588	5,334	206.1%
営業利益率	6.3%	12.1%	+5.8p
出店	94	31	
退店	8	8	
改装	29	10	
期末店舗数	1,221	1,270	

*1：アダストリア単体の2015/2期業績は、ポイント・トリニティアーツ・パピロン・ホールディングス単体を合算して比較可能としたもの

Copyright © 2015 Adastria Co., Ltd. All rights reserved.

11

アダストリア単体についてご説明いたします。

繰り返しになりますが、2015年3月にポイント・トリニティアーツ・ホールディングスが合併して「株式会社アダストリア」となっておりますので、前年実績は比較のために旧3社の業績を合算したもので、正式な監査を経たものではありませんのでご了承ください。

売上高は前年同期比107.4%となる440億円、既存店売上は103.3%と

通期業績前提の98.8%を上回って好調なスタートとなりました。

ブランド別では、最大ブランドであるグローバルワークが前年同期比115.4%と引き続き

全社売上を牽引し、ジーナシスも118.9%と大きく伸ばしました。

売上総利益率は、円安による原価上昇に加え、一部ブランドでは急激な気温上昇によって売り時を逃した春物の値下げ処分の影響がありましたが、旧ポイントの中堅ブランドを中心に値下げロスを削減した結果、61.2%とほぼ前年同期並みでした。

現在の体制では、旧トリニティアーツののれん代をアダストリア単体で償却をすることになっておりますがここでは小売事業会社としての実態に近づけるために、のれん償却費を除いたベースで販管費・営業利益を記載しております。

販管費は、連結損益計算書でもご説明の通り、TVCMの大幅縮小・出店数の減少・人員効率化によって、前年同期比96.1%の216億円となりました。金額の減少に加え、売上が好調だったこともあり、販管费率は49.1%、前年同期比5.8p低下しております。

この結果、のれん償却費計上前の営業利益は前年同期の2倍強の53億円、営業利益率も12.1%となりました。

- **売上高：440億円**（前年同期比107.4%）
既存店売上高前年同期比は103.3%（通期業績予想前提98.8%）と好調に推移。
ブランド別では、ジーナシス（全店売上高前年同期比118.9%）グローバルワーク（同115.4%）スタディオクリップ（同110.4%）が売上を牽引。
- **売上総利益率：61.2%**（前年同期比±0.0p）
原価上昇に加え、急激な気温上昇により売り時を逃した春物処分の影響はあったものの、旧ポイントの中堅ブランドを中心に値下げロスを削減。
- **販管費（のれん償却費除き）：216億円**（前年同期比96.1%）
TVCMの縮小・出店数の減少・人員効率化によって販管費総額が減少したことに加え、売上好調によって、販管費率は49.1%と前年同期比▲5.8p低下。
- **営業利益（のれん償却費除き）：53億円**（前年同期比206.1%）
営業利益率は12.1%と前年同期比+5.8pの改善。
- **出退店：概ね計画通り**
基幹ブランドを中心に出店。

(百万円)

(海外現法単純合算)	2015/2期 1Q	2016/2期 1Q		
	実績	実績	前年同期比	
			(円 [△] -)	(現地通貨 [△] -)
売上高	2,609	3,204	122.8%	107.3%
香港	1,681	1,875	111.5%	96.2%
中国	299	496	165.6%	143.8%
韓国	-	236	-	-
台湾	371	406	109.4%	98.1%
シンガポール	256	189	74.0%	68.2%
営業利益 *1	▲ 426	▲ 305	-	-
香港	▲ 118	▲ 64	-	-
中国	▲ 153	▲ 96	-	-
韓国	▲ 14	▲ 63	-	-
台湾	▲ 26	▲ 1	-	-
シンガポール	▲ 114	▲ 79	-	-

*1：2015/2期1Qの営業利益は、ホールディングスに支払うグループ運営費等計上前

- MD精度向上のための諸施策が奏功し、香港・中国の売上は好調に推移。台湾は値下げ販促抑制で売上は弱含むも、収益性は改善。
- 進出初年度である韓国を除き、赤字幅が縮小しており、概ね計画通りの進捗。
- シンガポールは2月中旬で営業を終了し、清算手続きへ移行。

海外事業についてご説明いたします。

前年から、MD精度向上に向けた取組みや大型不採算店の閉鎖を行ってきたことで、全エリア概ね計画通りに進捗しております。

	2016/2期 1Q実績				
	期首	出店等	変更	退店	期末店舗数
グローバルワーク	178	3	0	0	181
ローリーズファーム *2	168	2	0	▲2	168
ニコアンド	116	3	0	0	119
スタディオクリップ	162	4	0	0	166
レブシムローリーズファーム	125	4	0	▲1	128
ジーナシス *3	89	1	0	▲1	89
レイジブルー *4	71	2	0	▲1	72
ヘザー	75	1	0	0	76
その他	263	11	0	▲3	271
アダストリア合計	1,247	31	0	▲8	1,270
(うちWEBストア)	(45)	(0)	(0)	(0)	(45)
フレンズ	3	0	0	0	3
(うちWEBストア)	(1)	(0)	(0)	(0)	(1)
香港 *5	24	0	1	0	25
中国 *1	34	3	0	▲4	33
台湾	26	1	0	0	27
シンガポール	10	0	▲1	▲9	0
韓国	12	5	0	0	17
海外合計	106	9	0	▲13	102
(うちWEBストア)	(7)	(5)	(0)	(0)	(12)
連結合計	1,356	40	0	▲21	1,375

- *1：代理商（2016/2期首 12店舗、2016/2期1Q末 15店舗）を含む
- *2：営業部合計。ミコアローリーズファーム（18店舗）、ミィパーセント（10店舗）を含む
- *3：営業部合計。ジーナシスアウトレット（5店舗）を含む
- *4：営業部合計。スクオーバル（7店舗）を含む
- *5：シンガポール撤退に伴い、ローリーズファームイオンモールプノンペン（カンボジア）を移管

グループ全体の出退店の状況をお示ししております。

第1四半期は、出店40店、退店21店で
 基幹ブランドを中心に出店し、概ね計画通りの進捗となっております。
 期末店舗数は国内1273店、海外102店、合計1375店となりました。

(百万円)

(連結)	2015/2期			2016/2期				2016/2期				
	実績		通期	上期	期初予想		上期	修正予想		通期	期初予想 (変更なし)	
	上期	下期			前年同期比	前年同期比		前年同期比	構成比		前期比	
			前期比	前期比								
売上高	88,051	96,536	184,588	90,700	103.0%	92,400	104.9%	189,800	100.0%	102.8%		
営業利益	2,038	3,943	5,981	2,500	122.6%	4,000	196.2%	7,000	3.7%	117.0%		
経常利益	2,174	4,278	6,452	2,500	115.0%	4,300	197.8%	7,000	3.7%	108.5%		
純利益	109	394	503	600	548.4%	1,200	1096.7%	2,400	1.3%	476.4%		
EBITDA	6,517	9,215	15,732	7,000	107.4%	8,300	127.4%	16,300	8.6%	103.6%		
減価償却費	3,271	4,085	7,356	3,300	100.9%	3,200	97.8%	7,100	3.7%	96.5%		
のれん償却費	1,207	1,186	2,394	1,100	91.1%	1,100	91.1%	2,200	1.2%	91.9%		
設備投資			10,936					7,800				

- 第1四半期は売上好調で、営業利益・経常利益・純利益がそれぞれ上期期初予想を上回って着地。
- 第2四半期は夏物需要が第1四半期に前倒しとなった可能性に加え、セール期間の売上が弱含む傾向にあることからやや慎重な見方をするものの、上期予想を上方修正。
- 通期予想については、現段階では変更なしとするものの、修正の必要が生じた段階で速やかに公表する。

これまでご説明してきました通り、第1四半期は好調に推移し、
営業利益・経常利益・純利益はそれぞれ上期期初予想を上回って着地しました。

第2四半期につきましては、夏物需要が第1四半期に前倒しとなった可能性に加え、
お客さまの購買行動の変化から年々セール期間の売上が弱含んでいることもあって
やや慎重な見方をしているものの、
第1四半期業績の実績を踏まえ、上期業績予想を上方修正することとしました。

なお、通期予想については、現段階では期初予想から修正なしとするものの、
修正の必要が生じた段階で速やかに公表させていただきます。