

2019年2月期 第3四半期 決算補足資料

2018年12月28日

株式会社アダストリア

A D A S T R I A
—
Play fashion!

A D A S T R I A
—
Play fashion!

目次

I. 2019年2月期 第3四半期業績

・ 連結損益計算書	3
・ アダストリア単体	5
・ 海外事業	6
・ 連結貸借対照表	7
・ 店舗数	8
・ 通期連結業績予想	9

II. 営業報告

・ 国内ブランド事業	11
・ WEB事業	14

I . 2019年2月期 第3四半期業績

連結損益計算書

(百万円)

	2018/2期 第3四半期				2019/2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	163,269	100.0%	55,476	100.0%	162,345	100.0%	99.4%	57,339	100.0%	103.4%
アダストリア単体	147,297	90.2%	49,972	90.1%	142,305	87.7%	96.6%	51,179	89.3%	102.4%
国内子会社 *1	6,961	4.3%	1,903	3.4%	11,135	6.9%	160.0%	2,967	5.2%	155.9%
海外子会社 *2	10,190	6.2%	3,959	7.1%	11,376	7.0%	111.6%	4,128	7.2%	104.3%
売上総利益	92,176	56.5%	32,076	57.8%	89,749	55.3%	97.4%	33,100	57.7%	103.2%
販管費	85,436	52.3%	29,127	52.5%	84,048	51.8%	98.4%	27,929	48.7%	95.9%
広告宣伝費	6,037	3.7%	2,576	4.6%	6,299	3.9%	104.3%	2,317	4.0%	90.0%
人件費	28,116	17.2%	9,470	17.1%	29,329	18.1%	104.3%	9,748	17.0%	102.9%
設備費	33,512	20.5%	11,187	20.2%	32,504	20.0%	97.0%	11,047	19.3%	98.7%
のれん償却費	1,961	1.2%	683	1.2%	1,229	0.8%	62.7%	57	0.1%	8.4%
その他	15,809	9.7%	5,208	9.4%	14,685	9.0%	92.9%	4,758	8.3%	91.3%
営業利益	6,739	4.1%	2,949	5.3%	5,700	3.5%	84.6%	5,171	9.0%	175.3%
アダストリア単体 (のれん償却前)	9,267	-	3,821	-	6,938	-	74.9%	4,629	-	121.1%
国内子会社(のれん償却前) *1	▲ 160	-	▲ 266	-	▲ 275	-	-	89	-	-
海外子会社(のれん償却前) *2	▲ 1,325	-	▲ 193	-	▲ 1,260	-	-	▲ 223	-	-
アダストリア・ロジスティクス	558	-	157	-	575	-	102.9%	187	-	118.7%
経常利益	7,087	4.3%	3,187	5.7%	5,832	3.6%	82.3%	5,232	9.1%	164.2%
純利益	6,444	3.9%	1,649	3.0%	3,081	1.9%	47.8%	3,636	6.3%	220.4%
EBITDA	13,587	8.3%	5,249	9.5%	11,787	7.3%	86.8%	6,892	12.0%	131.3%
減価償却費	4,886	3.0%	1,616	2.9%	4,857	3.0%	99.4%	1,663	2.9%	102.9%
のれん償却費	1,961	1.2%	683	1.2%	1,229	0.8%	62.7%	57	0.1%	8.4%

*1：(株)アリシア・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creationsの単純合算。なお、2018年8月より(株)アリシアは(株)BUZZWITに商号変更

*2：海外法人(香港・中国・台湾・韓国・米国)の単純合算

前期末において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定（PPA：取得原価の配分）を行い、2018/2期の実績にその結果を反映

連結損益計算書については、次ページのサマリーを用いてご説明します。

連結損益計算書（第3四半期3ヶ月）

■ 売上高：573億円（前年同期比103.4%）

- ・ 単体：既存店売上高前年同期比は103.6%
基幹ブランドのグローバルワーク、ローリーズファームが復調。
ニコアンド、ジーナシスなどが好調を維持。
- ・ 国内子会社：エレメントルール社のバンヤードストーム、バビロンが好調に推移。
- ・ 海外子会社：香港・中国の事業整理を進行中。台湾、韓国、米国は増収。

■ 売上総利益率：57.7%（前年同期比▲0.1p）

- ・ 商品価格の一部見直しにより原価率は上昇したものの、値引き率は改善。

■ 販管費率：48.7%（前年同期比▲3.8p）

- ・ 広告宣伝費：4.0%（同▲0.6p）TVCM関連費用の減少。
- ・ 設備費：19.3%（同▲0.9p）店舗数の前年同期比減少や、本部移転費用が当期は発生しないことの影響。
- ・ のれん償却費：0.1%（同▲1.1p）トリニティアーツの連結子会社化に伴うのれん償却が第2四半期末で完了。
- ・ その他：8.3%（同▲1.1p）業務委託料などの減少。

■ 営業利益：51億円（前年同期比175.3%）

- ・ 営業利益率9.0%（同+3.7p）、EBITDAマージン12.0%（同+2.5p）

■ 純利益：36億円（前年同期比220.4%）

- ・ 投資有価証券売却益2億円を計上。

4

A D A S T R I A
Play fashion!

<連結損益計算書>

ここでは主に第3四半期3ヶ月の業績についてご説明します。

当第3四半期の連結売上高は、前年同期比103.4%となる573億円でした。
アダストリア単体の既存店売上高前年同期比は103.6%となりました。
基幹ブランドのグローバルワーク、ローリーズファームが復調したことに加え、
ニコアンド、ジーナシスなどが引き続き好調を維持しております。

国内子会社では、エレメントルール社のバンヤードストーム、バビロンが継続して好調です。
海外子会社では、香港・中国の不採算店舗の退店など、事業整理が進行中です。
台湾、韓国、米国は増収で推移しております。

売上総利益率は、57.7%と前年同期比▲0.1Pと微減となりました。
商品価格の一部見直しを行った結果、原価率は上昇しましたが、
6月、7月に積極的に在庫を消化し、8月に速やかに店頭を秋物商品に切り替えたことにより、
当期は値引き率を着実に改善しました。

販管費率は、48.7%と前年同期比▲3.8Pとなりました。
広告宣伝費率は、テレビコマーシャル関連費用の減少により、▲0.6Pとなりました。
設備費率は、店舗数の前年同期比減少や、
前期発生した本部移転費用が当期は発生しないことなどにより、▲0.9Pとなりました。
トリニティアーツの連結子会社化に伴うのれん償却が当第2四半期末で完了したことにより、
のれん償却費は▲1.1Pとなりました。
その他販管費率は、システム構築に係る業務委託料などの減少により、▲1.1Pとなりました。

結果として、営業利益は前年同期比175.3%となる51億円、
営業利益率は9.0%、EBITDAマージンは12.0%となりました。

純利益は、営業利益の増加に加え、投資有価証券売却益2億円を計上したことなどにより、
前年同期比220.4%の36億円となりました。

アダストリア単体

(百万円)

	2018/2期 第3四半期		2019/2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	147,297	49,972	142,305	96.6%	51,179	102.4%
(既存店前年比)	99.7%	99.2%	98.3%	-	103.6%	-
グローバルワーク *1	29,644	9,978	29,641	100.0%	10,915	109.4%
ニコアンド	20,820	7,211	22,914	110.1%	7,790	108.0%
スタディオクリップ	18,024	5,620	17,628	97.8%	5,745	102.2%
ローリーズファーム *1	17,921	5,879	16,109	89.9%	5,808	98.8%
レブシム	11,413	3,969	11,070	97.0%	3,896	98.2%
売上総利益	82,673	28,913	77,689	94.0%	29,280	101.3%
売上総利益率	56.1%	57.9%	54.6%	▲ 1.5p	57.2%	▲ 0.6p
販管費 (のれん償却前)	73,405	25,091	70,750	96.4%	24,651	98.2%
販管費率	49.8%	50.2%	49.7%	▲ 0.1p	48.2%	▲ 2.0p
営業利益 (のれん償却前)	9,267	3,821	6,938	74.9%	4,629	121.1%
営業利益率	6.3%	7.6%	4.9%	▲ 1.4p	9.0%	+1.4p
出店	98	27	62		26	
退店	24	8	47		14	
吸収分割増減 *2	-	-	14		0	
改装	59	29	28		9	
期末店舗数	1,317	1,317	1,303		1,303	

*1: 2018/2期3Qよりアウトレット12店舗をアウトレット営業部から各ブランドに移管したため、売上高を過去に遡って変更
*2: 「その他増減」内訳・・・(株)エレメントルールへ移管▲68店舗、(株)アリスアより移管+82店舗

<アダストリア単体 損益計算書>

当第1四半期より、バンヤードストーム、バピロンの2ブランドを、アダストリア単体から国内子会社であるエレメントルール社に移管しました。また、8月より、ページボーイ、ミスティウーマン、ラボラトリーワークの3ブランドを子会社からアダストリア単体に移管しました。これらの移管に伴う影響を除くと、3ヶ月間の売上高前年同期比は103.7%、9ヶ月累計では99.5%となります。

なお、その他項目の基本的な増減要因については、連結損益計算書と概ね重複するため、説明は割愛させていただきます。

店舗数につきまして、単体第3四半期末の店舗数は1,303店となり、前年同期末比14店舗減少しました。

海外事業

(百万円)

(海外現法単純合算)	2018/2期 第3四半期		2019/2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 (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)		
売上高	10,190	3,959	11,376	111.6%	112.8%	4,128	104.3%	104.5%
香港	4,519	1,536	3,967	87.8%	90.2%	1,351	87.9%	87.9%
中国	1,410	515	1,133	80.3%	78.5%	339	66.0%	67.2%
台湾	1,207	400	1,739	144.1%	144.6%	590	147.3%	148.4%
韓国	714	282	925	129.6%	126.7%	320	113.5%	112.1%
米国	2,338	1,224	3,610	154.4%	156.4%	1,526	124.7%	124.8%
営業利益 (のれん償却前)	▲ 1,325	▲ 193	▲ 1,260	-	-	▲ 223	-	-
香港	▲ 517	▲ 174	▲ 605	-	-	▲ 191	-	-
中国	▲ 224	▲ 17	▲ 543	-	-	▲ 173	-	-
台湾	84	14	89	105.8%	106.2%	1	9.7%	10.6%
韓国	▲ 133	▲ 39	▲ 119	-	-	▲ 24	-	-
米国 (のれん償却前)	▲ 534	23	▲ 81	-	-	165	698.1%	720.9%

第3四半期3ヶ月：

- 香港・中国は、不採算店舗の退店など事業の整理・再構築を推進中。
- 台湾・韓国は、ニコアンドが好調を維持。台湾のグローバルワークも復調。
- 米国は、有力取引先との提携拡大や、オペレーション改善効果により増収増益。

<海外事業>

海外事業の第3四半期は、7～9月の3ヶ月間となります。

第3四半期の円ベースの売上高は、前年同期比104.3%となる41億円、のれん償却前営業損失は▲2.2億円となりました。

香港・中国では、不採算店舗の退店を計画通り進めており、その影響もあって売上高が減少しました。

韓国では、ニコアンドが好調を維持しており、台湾では、ニコアンドの好調に加え、グローバルワークも復調しております。

米国では、有力取引先との提携を拡大した卸事業や、EC事業の好調に加え、小売事業においては、当社のノウハウと現地オペレーションがうまく融和し始めた結果、売上高と営業利益を共に伸ばしております。

連結貸借対照表

(百万円)

	2017年11月末		2018年2月末		2018年11月末			
		構成比		構成比		構成比	2017年11月末比 増減額	2018年2月末比 増減額
流動資産	53,933	54.4%	49,785	54.6%	55,983	56.6%	+2,050	+6,198
現預金	11,580	11.7%	19,446	21.3%	11,425	11.5%	▲ 154	▲8,020
棚卸資産	23,371	23.6%	18,073	19.8%	23,917	24.2%	+545	+5,843
固定資産	45,265	45.6%	41,338	45.4%	42,976	43.4%	▲ 2,289	+1,638
有形固定資産	12,614	12.7%	12,324	13.5%	14,938	15.1%	+2,324	+2,614
のれん	4,721	4.8%	1,959	2.2%	730	0.7%	▲ 3,991	▲1,228
投資その他資産	23,469	23.7%	22,799	25.0%	22,274	22.5%	▲ 1,195	▲524
総資産	99,199	100.0%	91,123	100.0%	98,959	100.0%	▲ 239	+7,836
負債	42,720	43.1%	40,092	44.0%	46,675	47.2%	+3,955	+6,583
有利子負債	2,862	2.9%	2,657	2.9%	5,615	5.7%	+2,752	+2,957
純資産	56,478	56.9%	51,030	56.0%	52,284	52.8%	▲ 4,194	+1,253
自己株式	▲ 4,650	▲4.7%	▲ 4,652	▲5.1%	▲ 4,574	▲4.6%	+76	+77

前期末において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定（PPA：取得原価の配分）を行い、2018/2期の実績にその結果を反映

- **現預金**：前年同期末比で、ネットキャッシュは29億円の減少。
- **棚卸資産**：前年同期末比で102.3%。
- **固定資産**：前年同期末比で22億円の減少。有形固定資産は増加、のれん及び投資有価証券は減少。
- **純資産**：純資産比率は52.8%。

<連結貸借対照表>

2018年11月末のネットキャッシュは58億円であり、上半期の減益や有利子負債の増加などにより、前年同期末比で29億円減少しました。棚卸資産は前年同期末比102.3%の水準です。

固定資産は、物流センターの拡張及びシステムの稼働などに伴い増加した一方、のれんの減少や投資有価証券の売却により、前年同期末比で22億円減少しました。

純資産は522億円、純資産比率は52.8%です。

店舗数

	2018/2期	2019/2期 3Q累計実績				期末店舗数
	期末 店舗数	吸収分割 *1	出店等	変更	退店	
グローバルワーク	210	-	8	0	▲ 3	215
ニョアンド	132	-	8	0	▲ 1	139
スタディオクリップ	195	-	3	0	▲ 4	194
ローリーズファーム	149	-	3	0	▲ 8	144
レブシム	138	-	2	0	▲ 4	136
ジーナシス	76	-	1	0	▲ 3	74
ベイフロー	39	-	10	0	0	49
レイジブルー	57	-	4	0	▲ 2	59
その他	279	14	23	▲ 1	▲ 22	293
アダストリア合計 *1	1,275	14	62	▲ 1	▲ 47	1,303
(うちWEBストア)	(45)	(1)	(8)	(0)	(▲2)	(52)
国内子会社合計 *1	100	▲ 14	14	2	▲ 20	82
(うちWEBストア)	(7)	(▲1)	(8)	(0)	(0)	(14)
国内合計	1,375	-	76	1	▲ 67	1,385
(うちWEBストア)	(52)	-	(16)	(0)	(▲2)	(66)
香港	24	-	2	0	▲ 2	24
中国	49	-	0	0	▲ 24	25
台湾	31	-	7	0	▲ 3	35
韓国	11	-	0	0	0	11
米国	11	-	0	0	▲ 1	10
海外合計	126	-	9	0	▲ 30	105
(うちWEBストア)	(8)	-	(5)	(0)	(0)	(13)
連結合計	1,501	-	85	1	▲ 97	1,490
(うちWEBストア)	(60)	-	(21)	0	(▲2)	(79)

*1：2019/2期1Qより68店舗を(株)アダストリアから(株)エレメントルールに移管、2018年8月より82店舗を(株)アリスから(株)アダストリアに移管

<店舗数>

国内1,385店舗、海外105店舗、グループ全体で1,490店舗（うちWEBストア79店舗）です。

通期連結業績予想

変更なし

(百万円)

	2018/2期	2019/2期 予想		
	通期	通期		前期比
			構成比	
売上高	222,787	227,000	100.0%	101.9%
営業利益	5,005	8,400	3.7%	167.8%
経常利益	5,428	8,700	3.8%	160.3%
純利益	863	4,400	1.9%	509.4%
ROE	1.6%	8.5%	-	+6.9p
EBITDA	15,141	16,000	7.0%	105.7%
減価償却費	7,488	6,300	2.8%	84.1%
のれん償却費	2,648	1,300	0.6%	49.1%
設備投資	13,247	11,000		

<通期連結業績予想>

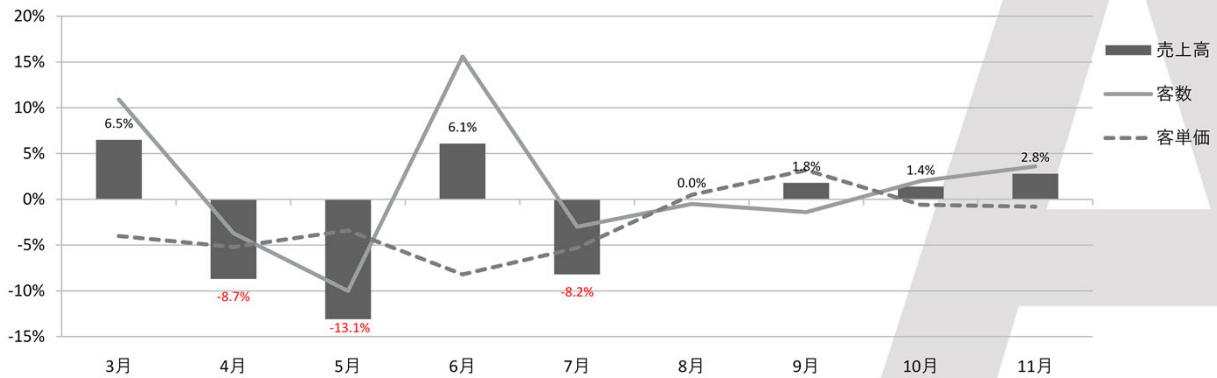
4月公表の通期連結業績予想に変更はありません。

II. 營業報告



国内ブランド事業 第3四半期概況

全店月次売上高前年比増減 (アダストリア単体)



*: 2017年3月～2018年2月はバンヤードストーム・バビロンを含む
 *: 2018年3月～5月はバンヤードストーム・バビロンを除く

■ 第1四半期からの対策が奏功、商品・運営の改善により下期から回復基調

- ①商品力強化のための意思決定・情報共有のスピードを上げる環境整備
- ②メリハリある価格設定により値下げ販売を抑制
- ③基幹ブランドが全社を牽引：ニコアンドが好調を維持

グローバルワーク・ローリーズファームの回復

<国内ブランド事業 第3四半期概況>

前述のとおり、当第3四半期3か月間は前年同期を上回る水準で推移いたしました。

これは、

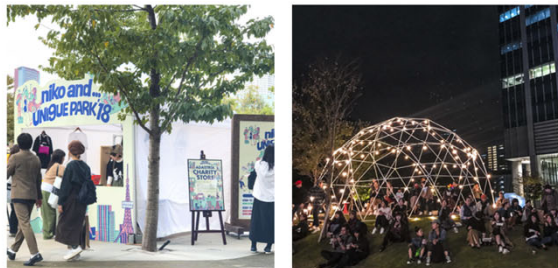
- ・ 第1四半期の夏物販売苦戦を受けて、商品力強化のための対策を講じてきたこと
- ・ 価格設定を一部見直し、メリハリをつけたことで、結果的に無駄な値下げ販売を抑制できたこと
- ・ 上期より好調を継続しているニコアンドはもとより、前期の反省を活かして改善した商品が入荷したこと等により、グローバルワーク、ローリーズファームが復調し、基幹ブランドが全社を牽引したことによるものです。

国内ブランド事業 トピックス

niko and ...

■ ブランドの魅力を発信するイベント・コラボレーションを積極的に実施

- niko and ... UNI9UE PARK (ユニークパーク) '18
ブランドプロデュースの音楽フェスを開催
2日間で2,000名が来場し、食やアクティビティを体験



<イベントの様子@品川シーズンテラス>

- niko and ... 11collaborations
他業種、アーティスト、自治体等11の団体と連携
ブランド価値向上・コラボ先との相互送客を図る



<Jリーグ25周年を記念したコラボTシャツを販売>

ADASTRIA
Play fashion!

<国内ブランド事業 トピックス>

ニコアンドにつきましては、
ブランドの魅力を発信するイベントや、コラボレーションを積極的に実施いたしました。

代表的なものをご紹介しますと、
10月に、品川シーズンテラスにて、ニコアンドがプロデュースする音楽フェスを開催いたしました。
音楽ライブだけでなく、チャリティーストアや、アクティビティ、ワークショップなど
ニコアンドが提案する衣・食・住に加え、遊び・健康・音楽など9つのテーマに沿って様々な催しを用意。
2日間で述べ2000人以上のお客さまに、ブランドの世界観を存分にお楽しみいただきました。

また、11collaborations (イレブン・コラボレーションズ) として、
他業種やアーティスト、自治体等の11の団体と連携したコラボアイテムの販売も好評です。
Jリーグ25周年を記念したオリジナルのコラボTシャツは、
J1、J2のクラブチーム毎に異なるデザインで、
ブランドのファンだけでなく、サッカーファンの間でも大きな話題となりました。

国内ブランド事業 トピックス

GLOBAL WORK

■ プロダクトプロモーションの強化

- 「パワーアイテム」の明確化
- 生産・MD・店頭・WEB・広告宣伝まで一貫した訴求体制を整備

■ QRによるトレンド対応を強化

- ブランドSV増員による、早期情報共有と早期アクションの実現



LOWRYS
FARM

■ 商品MDの整理を着実に進行

- ファン年齢層の変化に合わせて、30代の女性が買いやすい商品構成へ移行中

■ OTB管理の徹底

- 価格・在庫の適正コントロールによる、客単価の改善



13

A DASTRIA
Play fashion!

<国内ブランド事業 トピックス>

グローバルワークでは、秋冬商戦よりプロダクトプロモーションの強化に取り組みました。

ブランドとしてそのシーズンの主力商品である「パワーアイテム」を明確にし、生産から、MD計画、店頭展開方法、WEBストアでの販売タイミング、雑誌やカタログを利用した広告宣伝まで、徹底して一貫した訴求体制を整えることで、計画的に売上を積み上げることができました。

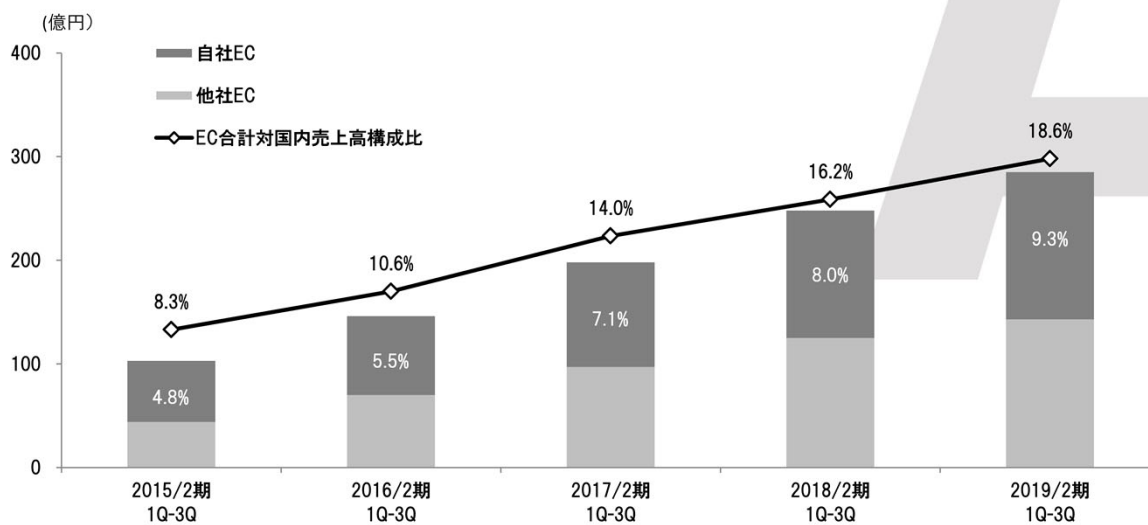
また、上期から全国に増員配置をしたブランドSVによる、店頭情報の早期共有が効果を発揮し、QR生産でのトレンド対応を強化するなど、早期アクションの実現につながっています。

ローリーズファームでは、ブランド設立から25年を越え、ファンの年齢層が変化してきたことに合わせて、30代の女性が買いやすい商品構成へと、MDの整理を着実に進行しております。

また、価格・在庫を適正にコントロールするOTB管理の基本を改めて見直し、無駄な値下げ販売を抑制できたことで、客単価が改善いたしました。

WEB事業

- 国内EC売上高（9ヶ月累計）：285億円（前年同期比114.6%）
- 対国内売上高構成比：18.6%（うち自社EC約9.3%）
- 自社EC[.st]会員数：約830万人（前期末比+130万人）



*：2018/2期より、単体に加え、国内子会社を合算

<WEB事業>

第3四半期までの累計国内EC売上高は285億円で、前年同期比114.6%となりました。

国内売上高に占める比率は18.6%、
そのうち約半分の9.3%が自社ECサイト[.st]（ドットエスティ）による売上です。

[.st]の会員数は830万人を突破し、前期末比130万人増と引き続き増加を続けています。

WEB事業 トピックス

■ 自社EC [.st] と実店舗の連動性を向上

- 先行予約による売筋商品の早期把握：ブランド全体の在庫コントロールに活用
- 商品の詳細情報掲載・販売開始時期の統一：ECと実店舗の相互送客を強化



予約販売とプロパー販売の売上構成が上昇

■ 会員向けサービスの拡充進捗状況

- 9月 dポイント導入：dポイント連携会員の客単価が高水準で推移
- 11月 [.st] アプリリニューアル：顧客行動を元にUIを刷新し利便性を向上



会員メリットの拡充を進め、優良会員を育成 ポイントを貯め易く・使い易い仕様で稼働率アップを目指す

<WEB事業 トピックス>

第3四半期は、自社EC[.st]と、実店舗の連動性を向上させる取り組みで一定の成果が見られました。

先行予約を積極的に実施し、売筋商品やカラーサイズ別の人気傾向などを早期に把握。ブランドへ情報を還元することで、実店舗も含めたブランド全体の在庫コントロールへ活かしています。

また、これまでECサイトでは、商品入荷後に撮影や計測など詳細情報掲載の作業を行っていた為、販売開始まで、実店舗と数日のタイムラグがありました。作業工程を見直し、実店舗とECの販売開始時期を統一することで、ECと実店舗の間での相互送客を強化しています。

これらの取り組みにより、予約販売やプロパー販売での売上構成が上昇し、セールに依存しない売上作りの一助となりました。

この他、会員向けサービスの拡充も着実に進行しております。

9月に導入したNTTドコモ社のdポイントは、dポイントと連携している会員様の客単価が高水準で推移しております。今後、更に利用者を拡大することで、ドコモ社と連携したマーケティング施策を検討したい考えです。

さらに11月には、アプリ上でのお客さまの画面遷移や購入傾向などのデータを元に、お客さまの利便性を上げるUIへと、アプリをリニューアルしました。

今後も会員メリットの拡充を進め、優良会員を育成するとともにポイントを貯め易く、使い易い施策を実施することで、さらなる会員稼働率向上を目指してまいります。

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。