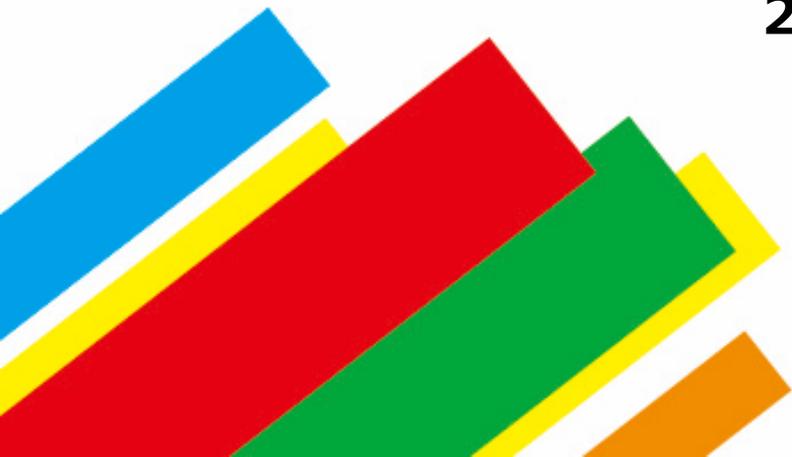


2024年2月期 上期 決算説明会資料

2023年9月29日



A D A S T R I A
— *Play fashion!*

1. 2024年2月期 上期総括

- ・ 2024年2月期上半期の振り返り 4
- ・ 人への投資の進捗 5

2. 2024年2月期 上期業績

- ・ 2024年2月期 上期振り返り 7
- ・ 連結損益計算書 サマリー 9
- ・ アダストリア単体・主要国内子会社 11
- ・ WEB事業 12
- ・ 海外事業 13
- ・ 連結貸借対照表 14
- ・ 出退店実績・計画 15
- ・ 2024年2月期 通期連結業績予想 16
- ・ 2024年2月期 通期単体業績予想 17
- ・ 外部環境に対する当社の考え 18

3. 中期経営計画の進捗

- ・ 中期経営計画の進捗 21
- ・ マルチブランドプラットフォーム 22
- ・ 成長戦略Ⅰ.
マルチブランド、カテゴリー 23
- ・ 成長戦略Ⅱ.
デジタルの顧客接点、サービス 26
- ・ 成長戦略Ⅲ.
グローバル 28
- ・ 成長戦略Ⅳ.
新たな収益モデルへの挑戦 29
- ・ サステナビリティへの取り組み 30
- ・ 統合報告書2023を発行 31
- ・ 中期経営計画の定量目標の進捗 32

1. 2024年2月期 上期総括

代表取締役会長 福田 三千男



成果

- 経済正常化と企業努力により、上期として過去最高の連結売上と利益を達成
- 通期でも過去最高の売上、利益となる見通しで、中期経営計画の達成確度が高まっている

重点分野の進捗

- デジタル：SNS活用、オープン化、メタバースなど新しい取り組み
- グローバル：20周年を迎えた台湾が非常に好調
- サステナビリティ：2年目となる統合報告書を発行



- 織研新聞社実施のファッション専門学生への就職意識調査で、アダストリアが「就職したい企業」1位
- 新卒、若手社員を中心に、平均6%の賃上げを実施
- スタッフボードのインセンティブ制度を充実
- タウンミーティングで役員が全国を回り、社員とのコミュニケーションを強化

70周年ロゴデザインについて

- ・ Aのアンダーラインに縦線を加えて「+（プラス）」にすることで、様々な相手と組んでいく姿勢を表しています。
- ・ 2本の線で出来た「70th」マークは、私たちと共創相手を表し、共に並走しこの一年間を作っていくことを意味しています。



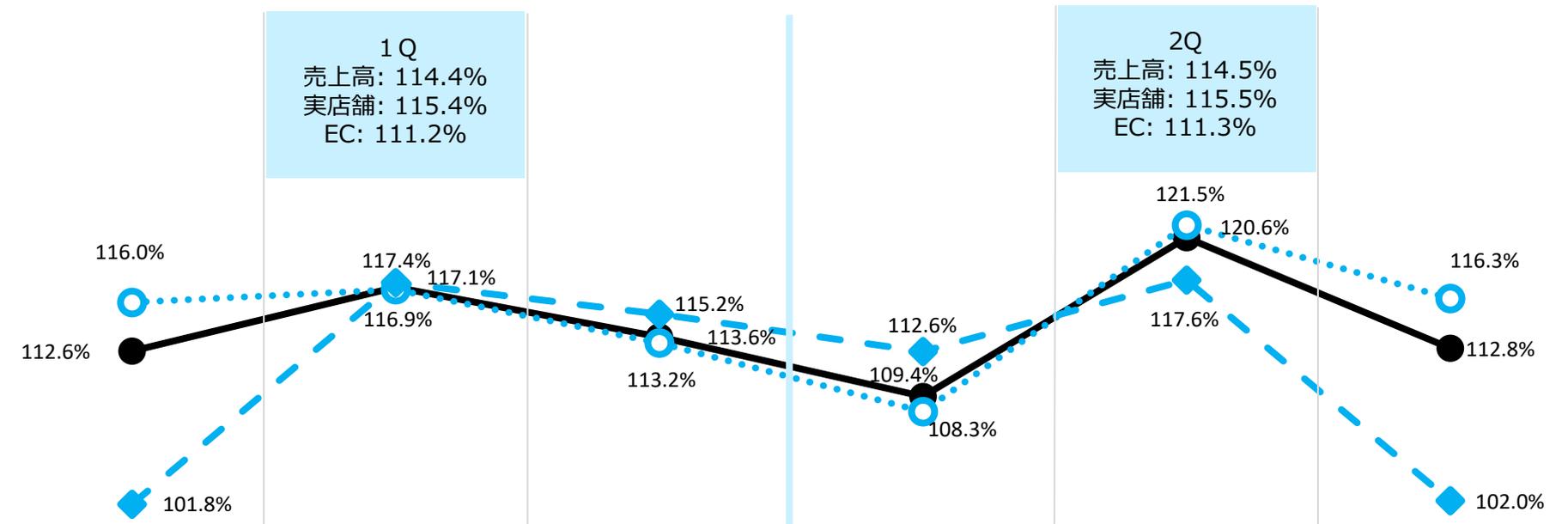
2. 2024年2月期 上期業績

常務取締役 金銅 雅之



アダストリア単体 月次売上高全店前年比

● 売上高 ● 実店舗 ◆ EC



1Q
売上高: 114.4%
実店舗: 115.4%
EC: 111.2%

2Q
売上高: 114.5%
実店舗: 115.5%
EC: 111.3%

| 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 |
|--|---|---|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 気温が上昇し、春夏商品の販売が好調 入園・入学向けオケージョン商品の需要が増加 月末から20%ポイント還元を実施 | <ul style="list-style-type: none"> 上旬まで20%ポイント還元を実施 グローバルワークの「さらさらリラックス」新テレビCMを実施 | <ul style="list-style-type: none"> ゴールデンウィークは昨年以上に人流が回復 天候も良く、夏商品の販売が好調 | <ul style="list-style-type: none"> 下旬からサマーセールがスタート 値引きの抑制や価格の見直しで、客単価が改善 下旬の大雨でリアル店舗の客数は低調 | <ul style="list-style-type: none"> 気温の上昇や天候に恵まれ、客数が増加 価格の見直しとともに、セール期間に過度な値引きを抑え、客単価が改善を継続 | <ul style="list-style-type: none"> 夏休みや帰省などの外出で、夏物が好調 晩夏商品（夏素材、秋カラー商品）への移行も順調 ECは昨年よりもクーポンを抑制 |

(百万円)

| | 2023/2 上期 | | 2024/2 上期 | | |
|-----------------|-----------|--------|-----------|--------|--------|
| | 実績 | | 実績 | | |
| | | 構成比 | | 構成比 | 前年同期比 |
| 売上高 | 112,578 | 100.0% | 132,896 | 100.0% | 118.0% |
| アダストリア単体 | 92,337 | 82.0% | 106,611 | 80.2% | 115.5% |
| 国内子会社 *1*2 | 9,412 | 8.4% | 11,491 | 8.6% | 122.1% |
| 海外子会社 *3 | 7,765 | 6.9% | 10,686 | 8.0% | 137.6% |
| ゼットン (飲食子会社) *4 | 4,687 | 4.2% | 6,210 | 4.7% | 132.5% |
| 売上総利益 | 62,780 | 55.8% | 74,861 | 56.3% | 119.2% |
| 販管費 | 57,210 | 50.8% | 64,549 | 48.6% | 112.8% |
| 広告宣伝費 | 3,727 | 3.3% | 3,961 | 3.0% | 106.3% |
| 人件費 | 21,111 | 18.8% | 23,917 | 18.0% | 113.3% |
| 設備費 *5 | 20,426 | 18.1% | 22,630 | 17.0% | 110.8% |
| のれん償却費 | 121 | 0.1% | 112 | 0.1% | 93.0% |
| その他 | 11,823 | 10.5% | 13,926 | 10.5% | 117.8% |
| 営業利益 | 5,570 | 4.9% | 10,311 | 7.8% | 185.1% |
| アダストリア単体 | 4,596 | 4.1% | 9,284 | 7.0% | 202.0% |
| 国内子会社 *1*2 | 161 | 0.1% | 119 | 0.1% | 73.5% |
| 海外子会社 *3 | 159 | 0.1% | 653 | 0.5% | 408.8% |
| アダストリア・ロジスティクス | 165 | 0.1% | 70 | 0.1% | 42.6% |
| ゼットン (飲食子会社) *4 | 483 | 0.4% | 206 | 0.2% | 42.6% |
| 経常利益 | 6,157 | 5.5% | 10,639 | 8.0% | 172.8% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 3,893 | 3.5% | 7,094 | 5.3% | 182.2% |

| | | | | | |
|--------|-------|------|--------|-------|--------|
| EBITDA | 9,408 | 8.4% | 14,588 | 11.0% | 155.1% |
| 減価償却費 | 3,716 | 3.3% | 4,163 | 3.1% | 112.0% |
| のれん償却費 | 121 | 0.1% | 112 | 0.1% | 93.0% |

| | | |
|------|-------|-------|
| 設備投資 | 6,195 | 7,310 |
|------|-------|-------|

*1：(株)BUZZWIT(連結)・(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期上期は2月～7月、2024/2期上期は3月～8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～6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期上期は3月～8月、2024/2期上期は2月～7月

*5：設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算

■ **全体概要**：外部環境の好調と企業努力の成果で、上期として過去最高の売上・利益を達成、期初計画を大きく上回り通期見通しを上方修正

■ **売上高：1,328億円**（前年同期比118.0%）

単体：前年比115.5%、トレンドをとらえた商品展開や高付加価値化による価格見直しが寄与
主力商品が好調なグローバルワーク、出店を進めたラコレがけん引

国内子会社：前年比122.1%、上期では決算期変更の影響はほぼなし、エレメントルール、BUZZWIT
ともに増収、オープンアンドナチュラルの連結も寄与

海外子会社：前年比137.6%、中国大陸は経済の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、アメリカは増収も利益横ばい

飲食事業：ゼットン、来店客数の回復傾向の継続により増収

■ **売上総利益率：56.3%**（前年同期比+0.5p）

円安のマイナス影響を、商品価値を高めながら価格の見直しや値引きの抑制をしたことで相殺

自社ポイント制度の変更などによる一過性要因の影響で+0.5p（約6億円）

*（株）BUZZWIT（連結）・（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）ゼットン以外は上期：前期2月～7月、当期3月～8月、（株）ゼットンは上期：前期3月～8月、当期2月～7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：48.6%（前年同期比▲2.2p）

売上連動により額では増加も、増収効果で率は改善

| | | | | |
|-------|---------|----------|-----------|----------------------|
| 広告宣伝費 | ： 3.0% | （同▲0.3p） | （同+2.3億円） | プロモーションの一部延期あり |
| 人件費 | ： 18.0% | （同▲0.8p） | （同+28億円） | 従業員の処遇改善と積極採用、稼働時間増加 |
| 設備費 | ： 17.0% | （同▲1.1p） | （同+22億円） | 売上増に伴う家賃、出店や物流施設の償却 |
| その他 | ： 10.6% | （同▲0.0p） | （同+21億円） | カード手数料・電気料など |

■ 営業利益：103億円（前年同期差+47.4億円）

営業利益率7.8%、EBITDA率11.0%

一過性要因：国内子会社の決算期変更*▲3億円、プロモーションの一部延期+2億円

自社ポイント制度の変更+6億円

■ 経常利益：106億円（前年同期差+44.8億円）

営業外損益：為替差益2.1億円など

■ 親会社株主に帰属する当期純利益：70億円（前年同期差+32億円）

特別損益：店舗の減損 ▲0.5億円

*（株）BUZZWIT（連結）・（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）ゼットン以外は上期：前期2月～7月、当期3月～8月、（株）ゼットンは上期：前期3月～8月、当期2月～7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

【アダストリア単体】

(百万円)

| | 2023/2期 上期 | 2024/2期 上期 | |
|------------|------------|------------|--------|
| | 実績 | 実績 | |
| | | | 前年同期比 |
| 売上高 | 92,337 | 106,611 | 115.5% |
| (既存店前年同期比) | 115.0% | 112.7% | |
| グローバルワーク | 21,587 | 25,231 | 116.9% |
| ニコアンド | 14,442 | 16,321 | 113.0% |
| スタディオクリップ | 9,854 | 11,215 | 113.8% |
| ローリーズファーム | 10,017 | 11,141 | 111.2% |
| レプシム | 6,267 | 6,735 | 107.5% |
| ジーナシス | 4,707 | 5,680 | 120.7% |
| ベイフロー | 4,845 | 5,277 | 108.9% |
| ラコレ | 3,541 | 5,263 | 148.6% |
| 売上総利益 | 50,317 | 58,892 | 117.0% |
| 売上総利益率 | 54.5% | 55.2% | +0.7p |
| 販管費 | 45,721 | 49,607 | 108.5% |
| 販管費率 | 49.5% | 46.5% | ▲ 3.0p |
| 営業利益 | 4,596 | 9,284 | 202.0% |
| 営業利益率 | 5.0% | 8.7% | +3.7P |

【主要国内子会社】

| | | | | |
|-----|----------|-------|-------|--------|
| 売上高 | BUZZWIT | 4,085 | 5,526 | 135.3% |
| | エレメントルール | 4,929 | 5,311 | 107.8% |

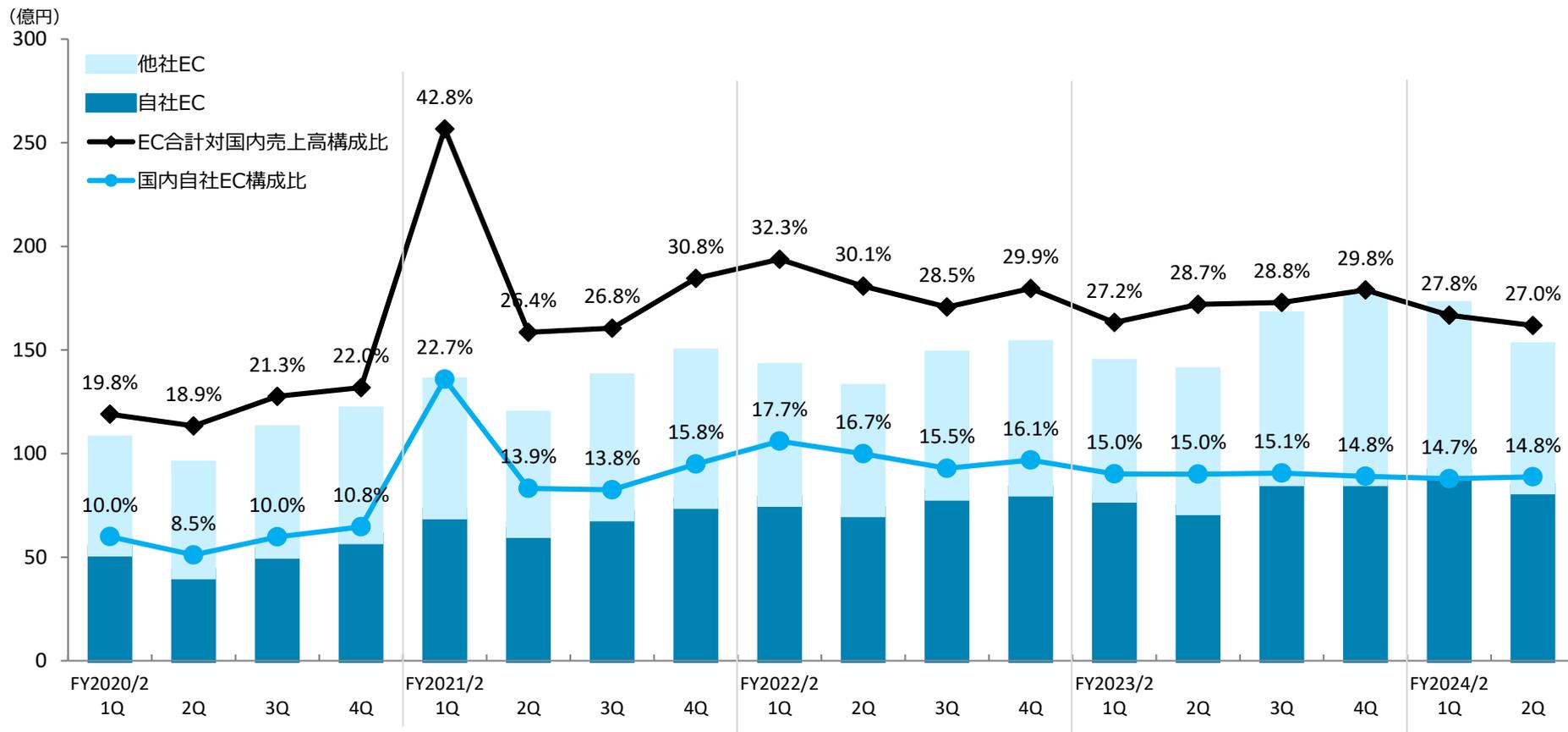
* : アダストリア単体のれん償却費 (2023/2期上期 : 29百万円、2024/2期上期 : -百万円)

* : 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)

■ 2024年2月期上期 国内EC売上高：323億円（前年同期比114.1%）

- 対国内売上高構成比：27.4%（うち自社EC約14.7%）
- 自社ECドットエステイ会員数：約1,650万人（前期末比+100万人）



*：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

(百万円)

| (海外現法単純合算) | 2022/12 上期 | 2023/12 上期 | | |
|------------|------------|-----------------|--------------------|--------|
| | 実績 | 実績 | | |
| | | 前年同期比 (円ベース) | 前年同期比 (現地通貨ベース) | |
| 売上高 | 7,765 | 10,686 | 137.6% | 128.4% |
| 香港 | 1,368 | 1,745 | 127.5% | 116.4% |
| 中国大陸 | 1,065 | 2,241 | 210.3% | 204.8% |
| 台湾 | 1,834 | 2,769 | 151.0% | 146.2% |
| タイ | - | 83 | - | - |
| 米国 * | 3,497 | 3,846 | 110.0% | 100.2% |
| 営業利益 | 159 | 653 | 408.8% | 342.0% |
| 香港 | 52 | 148 | 280.8% | 256.3% |
| 中国大陸 | ▲ 498 | ▲ 306 | - | - |
| 台湾 | 297 | 557 | 187.8% | 181.9% |
| タイ | - | ▲ 50 | - | - |
| 米国 * | 308 | 305 | 98.8% | 90.0% |

*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。

- 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、消費動向は軟調も徐々に赤字縮小
- 台湾：新ブランドの展開、新店オープン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：商品力の向上や新店で増収も、景気の不透明感で卸売事業がやや減速

連結貸借対照表

(百万円)

| | 2022年8月末 | | 2023年2月末 | | 2023年8月末 | | | | |
|---------|----------|--------|----------|--------|----------|------------------|------------------|------------------|---------|
| | | 構成比 | | 構成比 | 構成比 | 2022年8月末比 増減額 | 2022年8月末比 増減率 | 2023年2月末比 増減額 | |
| 流動資産 | 53,534 | 49.4% | 55,772 | 50.1% | 63,718 | 52.4% | +10,183 | 119.0% | +7,945 |
| 現預金 | 16,671 | 15.4% | 16,380 | 14.7% | 21,299 | 17.5% | +4,627 | 127.8% | +4,919 |
| 棚卸資産 | 21,550 | 19.9% | 24,679 | 22.2% | 26,248 | 21.6% | +4,697 | 121.8% | +1,568 |
| 固定資産 | 54,916 | 50.6% | 55,619 | 49.9% | 57,805 | 47.6% | +2,888 | 105.3% | +2,185 |
| 有形固定資産 | 21,573 | 19.9% | 22,065 | 19.8% | 24,078 | 19.8% | +2,505 | 111.6% | +2,013 |
| 無形固定資産 | 11,844 | 10.9% | 11,908 | 10.7% | 12,224 | 10.1% | +380 | 103.2% | +316 |
| のれん | 1,473 | 1.4% | 1,331 | 1.2% | 1,219 | 1.0% | ▲253 | 82.8% | ▲111 |
| 投資その他資産 | 21,499 | 19.8% | 21,645 | 19.4% | 21,501 | 17.7% | +2 | 100.0% | ▲143 |
| 総資産 | 108,451 | 100.0% | 111,392 | 100.0% | 121,523 | 100.0% | +13,072 | 112.1% | +10,131 |
| 負債 | 49,117 | 45.3% | 50,629 | 45.5% | 53,567 | 44.1% | +4,449 | 109.1% | +2,938 |
| 借入金 | 1,201 | 1.1% | 1,128 | 1.0% | 930 | 0.8% | ▲271 | 77.4% | ▲198 |
| 純資産 | 59,333 | 54.7% | 60,762 | 54.5% | 67,956 | 55.9% | +8,622 | 114.5% | +7,193 |
| 自己株式 | ▲7,285 | ▲6.7% | ▲7,286 | ▲6.5% | ▲6,795 | ▲5.6% | +490 | 93.3% | +491 |

- 棚卸資産 : 出店や秋冬の売上増を見込み、8月末時点では前年比121.8%とやや高い水準も、次のシーズンの先行発注によるもの
- 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55.9%、前年同期末比+1.2p

出退店実績・計画

| | 2023/2期 | 2024/2期 上期実績 | | | | 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 | 8 | 0 | ▲ 2 | 211 | 213 |
| ニコアンド | 141 | 2 | 0 | ▲ 1 | 142 | 141 |
| スタディオクリップ | 174 | 7 | 0 | ▲ 1 | 180 | 178 |
| ローリーズファーム | 129 | 2 | 0 | ▲ 2 | 129 | 128 |
| レブシム | 114 | 1 | 0 | ▲ 1 | 114 | 111 |
| ジーナシス | 71 | 0 | 0 | 0 | 71 | 71 |
| ベイフロー | 61 | 1 | 0 | ▲ 1 | 61 | 61 |
| ラコレ | 63 | 8 | 0 | 0 | 71 | 77 |
| その他 | 264 | 6 | 0 | ▲ 4 | 266 | 252 |
| アダストリア合計 | 1,222 | 35 | 0 | ▲ 12 | 1,245 | 1,232 |
| (うちWEBストア) | (63) | (2) | (0) | (0) | (65) | (63) |
| 国内子会社合計 *1*2 | 118 | 10 | 0 | ▲ 5 | 123 | 131 |
| (うちWEBストア) | (52) | (4) | (0) | (▲ 2) | (54) | (55) |
| 国内合計 | 1,340 | 45 | 0 | ▲ 17 | 1,368 | 1,363 |
| (うちWEBストア) | (115) | (6) | (0) | (▲ 2) | (119) | (118) |
| 香港 | 21 | 1 | 0 | ▲ 1 | 21 | 22 |
| 中国大陸 | 13 | 1 | 0 | 0 | 14 | 17 |
| 台湾 | 52 | 12 | 0 | 0 | 64 | 74 |
| タイ | - | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 米国 | 9 | 1 | 0 | 0 | 10 | 11 |
| 海外合計 | 95 | 16 | 0 | ▲ 1 | 110 | 125 |
| (うちWEBストア) | (18) | (2) | (0) | (0) | (20) | (19) |
| ゼットン (飲食子会社) *3 | 71 | 4 | 0 | ▲ 1 | 74 | 74 |
| ADASTRIA eat Creations | 3 | 0 | 0 | ▲ 3 | 0 | 3 |
| 連結合計 | 1,509 | 65 | 0 | ▲ 22 | 1,552 | 1,565 |
| (うちWEBストア) | (133) | (8) | (0) | (▲ 2) | (139) | (137) |

2024年2月期、上期連結で改装14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

- 売上高、営業利益、経常利益、純利益について、通期連結業績予想を上方修正
- 連結配当性向30%の基本方針のもと、通期配当予想も65円→80円に引き上げ
- 中期経営計画期間中の下限配当65円を大きく上回る還元を実施予定

(百万円)

| | 2023/2期 | 2024/2期 | | | | |
|-----------------|---------|---------|--------------|--------|--------|--------|
| | 実績 | 期初予想 | 2023年9月29日予想 | | | |
| | | | 構成比 | 前期比 | 期初予想比 | |
| 売上高 | 242,552 | 260,000 | 270,000 | 100.0% | 111.3% | 103.8% |
| 売上総利益 | 132,664 | 146,000 | 151,800 | 56.2% | 114.4% | 104.0% |
| 販管費 | 121,149 | 132,000 | 133,800 | 49.6% | 110.4% | 101.4% |
| のれん償却費 | 263 | 313 | 270 | 0.1% | 102.6% | 86.3% |
| 営業利益 | 11,515 | 14,000 | 18,000 | 6.7% | 156.3% | 128.6% |
| 経常利益 | 12,026 | 14,000 | 18,200 | 6.7% | 151.3% | 130.0% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 7,540 | 9,400 | 12,000 | 4.4% | 159.1% | 127.7% |
| ROE | 13.3% | 15.0% | 18.6% | - | +5.3p | +3.6p |

| | | | |
|--------------|-------|-------|-------|
| 一株当たり配当金 (円) | 60 | 65 | 80 |
| (中間配当金) | (25) | (30) | (35) |
| 配当性向 | 36.1% | 31.4% | 30.3% |

*詳細につきましては、「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」をご参照ください。

2024年2月期 通期単体業績予想

(百万円)

| | 2023/2期 | 2024/2期 | | | |
|--------|---------|---------|--------------|--------|--------|
| | 実績 | 期初予想 | 2023年9月29日予想 | | |
| | | | | 前期比 | 期初予想比 |
| 売上高 | 196,727 | 205,000 | 214,000 | 108.8% | 104.4% |
| 売上総利益 | 105,281 | 111,900 | 116,900 | 111.0% | 104.5% |
| 売上総利益率 | 53.5% | 54.6% | 54.6% | +1.1p | +0.0p |
| 販管費 | 94,896 | 100,300 | 101,600 | 107.1% | 101.3% |
| 販管費率 | 48.2% | 48.9% | 47.5% | ▲ 0.7p | ▲ 1.4p |
| 営業利益 | 10,384 | 11,600 | 15,300 | 147.3% | 131.9% |
| 営業利益率 | 5.3% | 5.7% | 7.1% | +1.8p | +1.4p |

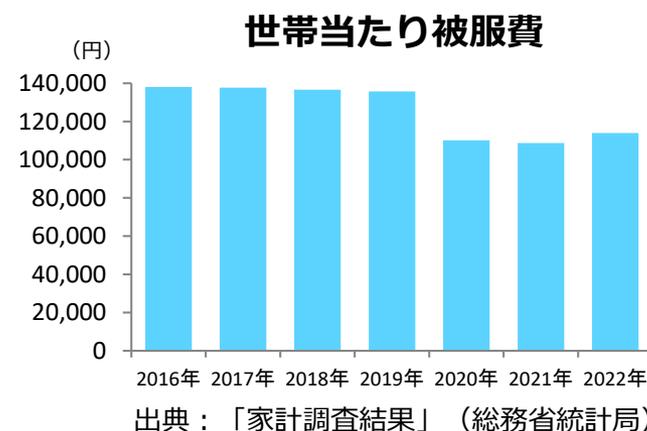
Q

為替やインフレの影響

- A
- 今期下期は既に追加分以外の為替予約が済んでいる
 - 足元の円安は来期春夏商品に影響するが、前年比での円の下落幅は今期よりも縮小
 - 高付加価値化を進め、適正価格での販売により利益を確保する
 - 為替以外のコスト（物流、原材料）の価格は落ち着いている

今後のアパレル市況

- 気温が高く秋物の動き出しは遅い
- アパレル支出全体はまだコロナ前を回復しておらず、需要一巡の反動減は大きくない





3. 中期経営計画の進捗

代表取締役社長 木村 治



サステナビリティと収益性を融合させ、2026年2月期に連結売上高 **2,800**億円
営業利益率 **8%** うちEC売上高 **800**億円

サステナブル経営の実現

提供価値の拡張

成長戦略
I

**マルチブランド、
カテゴリー**

ブランドの役割に応じた
グルーピングによる
収益改善と成長の両立

成長戦略
II

**デジタルの顧客接点、
サービス**

自社ECの成長加速と
楽しいコミュニティ化

成長戦略
III

グローバル

中国大陸でのモデル展開と
東南アジア開拓

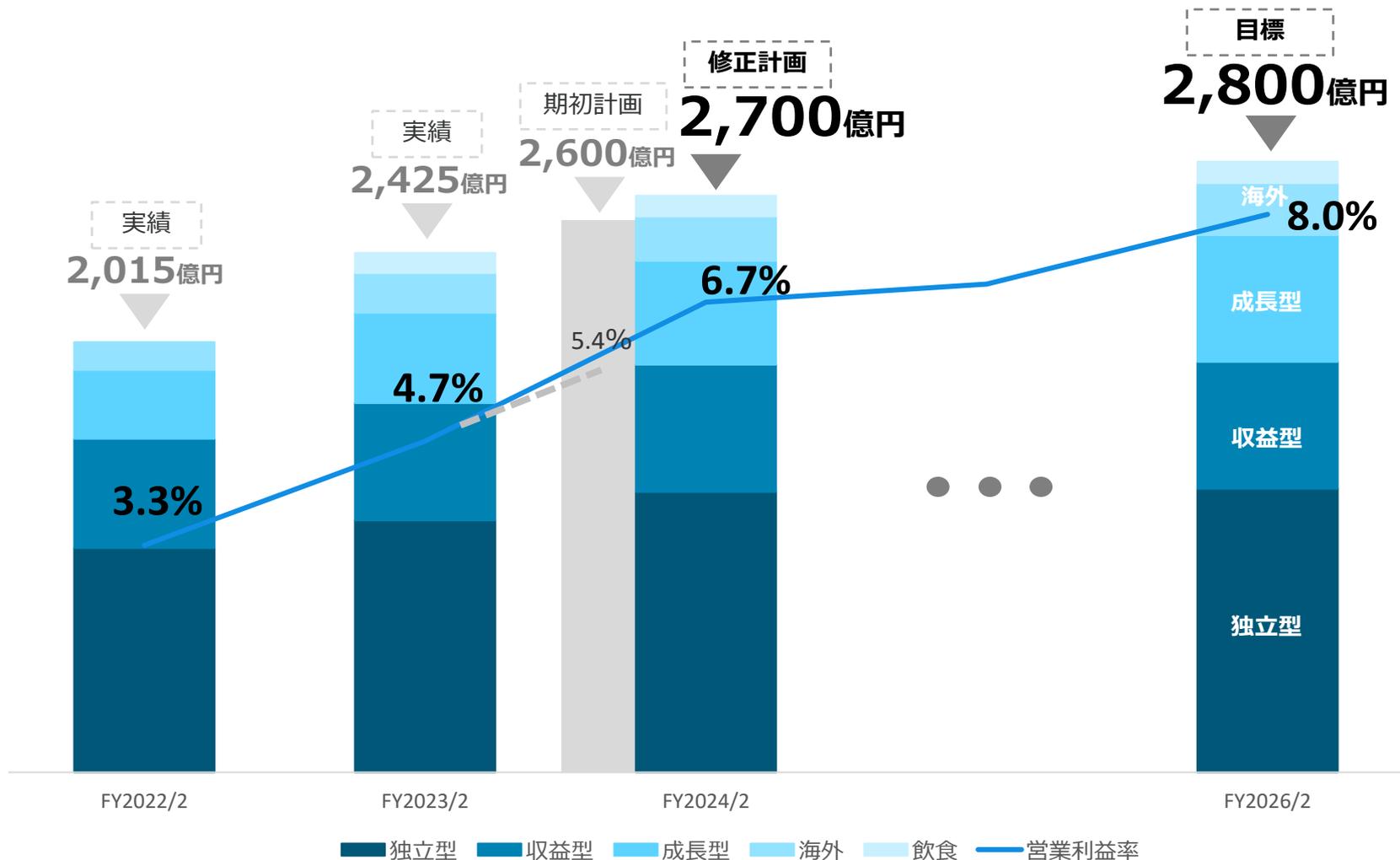
成長戦略
IV

新規事業

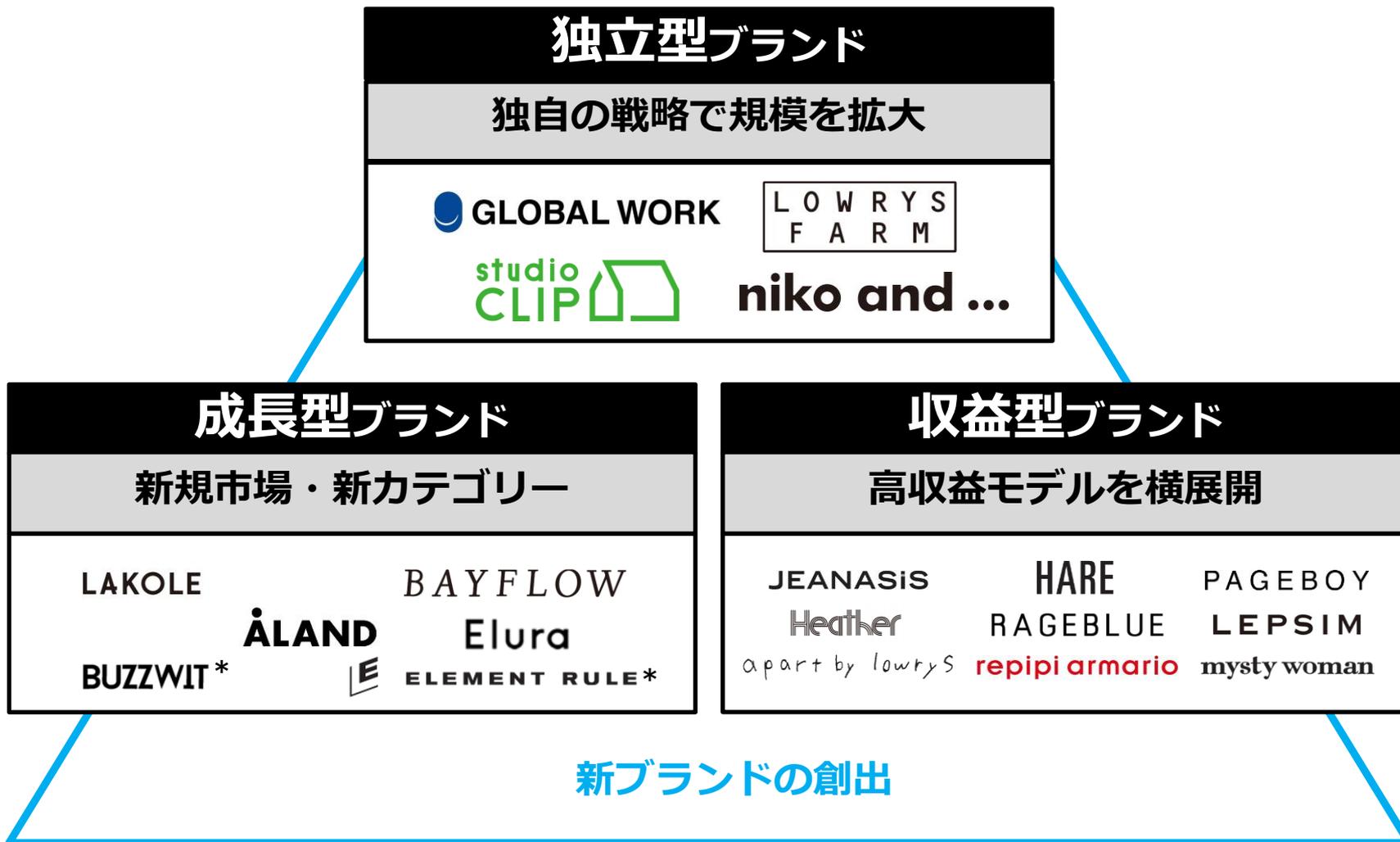
飲食事業確立と
新たな魅力の獲得

お客さまの
拡張

■ 今期の好調を受け、中期経営計画の達成確度が一層高まった



- 国内既存ブランドを3つに分類し、ポートフォリオ全体でブランドを育成

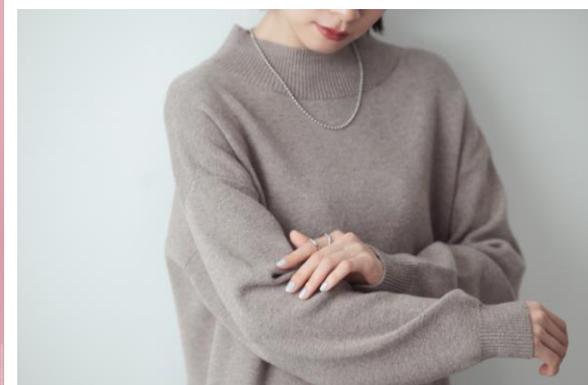
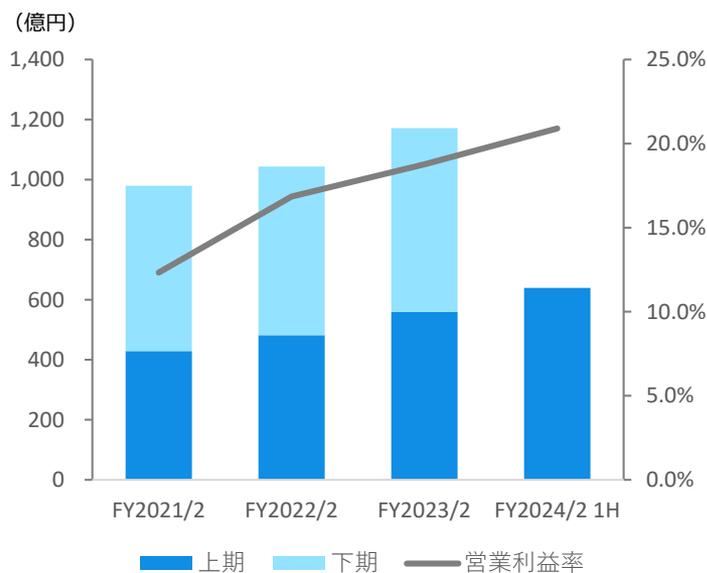


* (株)BUZZWITと(株)エレメントルールは、国内子会社

■独立型ブランド「グローバルワーク」のコアプロダクト創出が進展

- 春夏に続き、秋素材の「ウツクシルエットパンツ」シリーズのテレビCMを実施
- 夏の「さらさらリラックス」に続き、秋冬も主力商品の確立が進んでおり、売上のブレを抑制

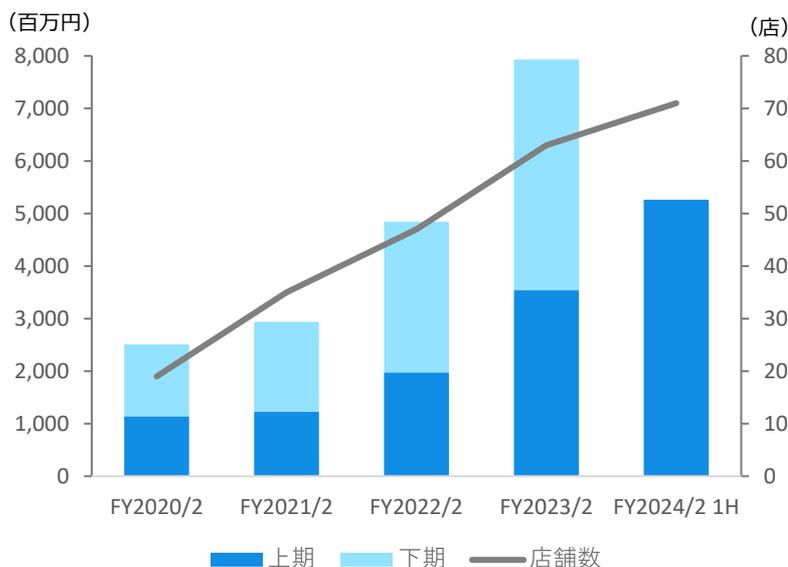
独立型4ブランドの売上高と営業利益率



■ 成長型ブランド「ラコレ」は出店とカテゴリー拡大を継続

- 今期15店舗の出店を計画し、8月時点で71店舗を展開（EC含む）
- 雑貨、ウィメンズアパレル、メンズアパレルを立地に合わせて組み合わせ、多様なフォーマットに対応
- デザイン性がありつつ、リーズナブルな価格の雑貨でポジションを確立

ラコレの売上高と店舗数



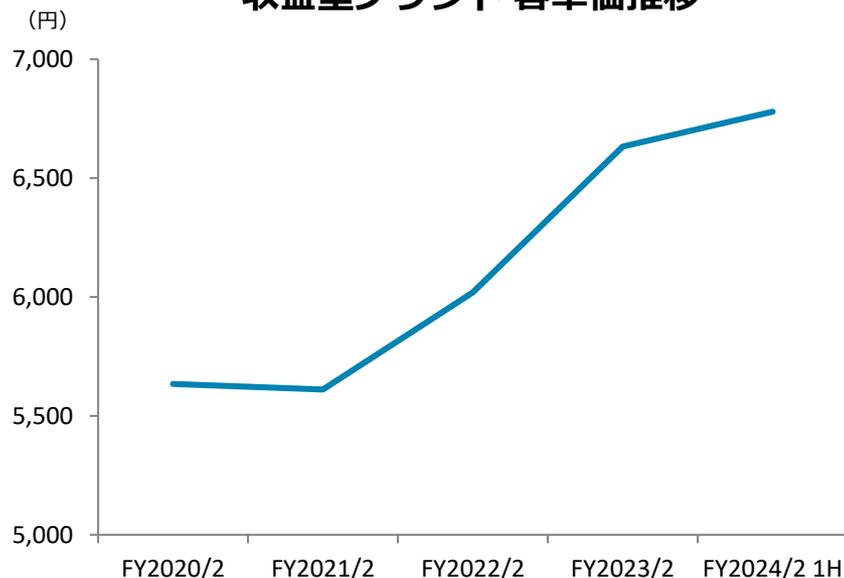
■ 収益型ブランド「ハレ」、「ジーナシス」を中心にビジネスモデルを強化

- トrendを捉えながらデザイン性とブランドの特色を磨き、商品の高付加価値化を継続
- 高い顧客ロイヤルティにより、EC比率が相対的に高い水準（収益型ブランドのEC比率 上期33%）
- 「ハレ」はブランド設立20周年を迎え、秋冬シーズンの展示会も好評



20周年ロゴは右のゼロを窓に見立て、夜明け（これからのスタート）を表す空の色を表現

収益型ブランド 客単価推移



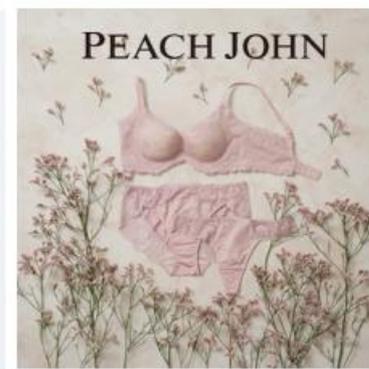
東京・代官山にて8月4日・5日の2日間に渡り
秋冬シーズンの展示会を開催

■ 自社EC（ドットエスティ）での他社商材展開（オープン化）が進展

- 6月にWA社のレディースシューズブランド「オリエンタルトラフィック」、「ニカル」の販売を開始
- 8/31に子会社BUZZWITの子供服ブランド「ペアマンオン」がドットエスティで販売スタート
- 9月からインナーウェアブランドの「ピーチ・ジョン」が参画
- 9月時点で展開企業が7社に拡大し、モール型ビジネスと商品カテゴリーの拡充が進展



.st
6.7(水) NEW OPEN!
Oriental Traffic, NICALが
ドットエスティに新登場!



■ スタッフ個人のSNSを強化

- SNS発信のインセンティブ制度を改善し、セミナーなどの教育制度も拡充
- 施策の結果、スタッフの個人のフォロワー数が大きく増加

(スタッフ個人) Instagramフォロワー数



FY2023/2

251万人



FY2023/8

404万人

2月末比 **+153万人 / 160%**



バヤコ (フォロワー **15万人**)

GLOBAL WORK イオンモール新潟南店



Hinechi (フォロワー **12.9万人**)

PAGEBOY営業部



Rina (フォロワー **11.7万人**)

LOWRYS FARM イオンモール松本店

■ 需要予測AIの導入による在庫の最適化

- AIによる在庫配分で、業務量削減と精度向上を実現、機会損失が3%改善
- 店頭在庫の最適化で店舗間移動の配送回数も削減
- 「グローバルワーク」の定番商品を中心にテストし、今後他のブランドにも展開予定

■ 物流センターを増設 (常総DC)

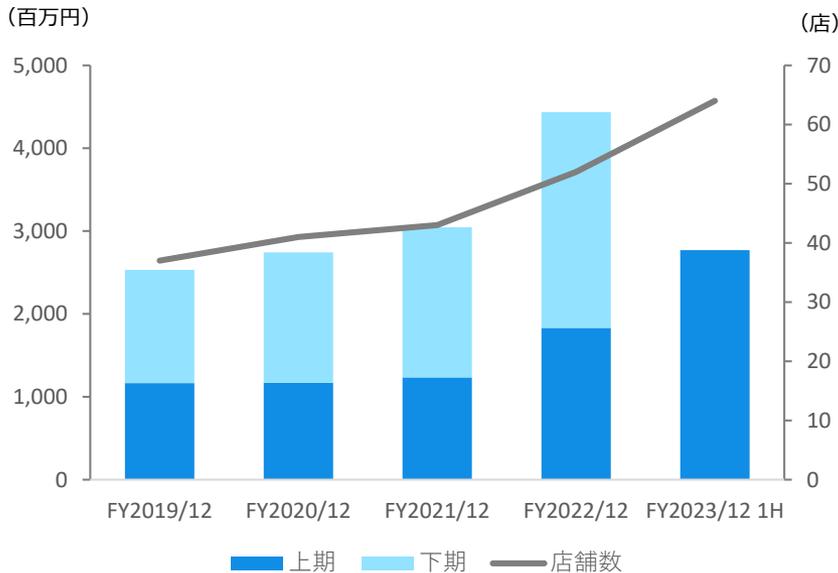
- 8月に茨城県常総市「グッドマン常総」内に7,700坪の物流センターを開設
- 中期経営計画の達成とB to B事業の拡大に備え、物流網の最適化とキャパシティー確保を図る



■台湾現法が20周年

- 2003年の台湾進出から、マルチブランド戦略で現在11ブランド、64店を展開（EC含む）
- 組織やオペレーションが安定し、出店余地もあり成長フェーズが続く見通し
- 20周年に合わせ、プロモーションも強化

台湾現法の売上高、店舗数推移



■香港で新規出店

- 駅直結のショッピングモール「THE WAI」の新規オープンに合わせ、7月に3ブランドを出店
- 香港全体ではスクラップアンドビルドを継続し、収益性向上・ローカル化に取り組む



■ゼットンによる公園再生事業

- Park-PFI（公募設置管理制度）を活用した、「ザ・ワーフハウス山下公園」が4月オープン
- 地域やパートナー企業との関係性を深め、人が集まる空間を創出



■ B to B 事業の新たな取り組みを開始

- niko and ...が株式会社リブサービス様と協業し、新築戸建て住宅のIPライセンスビジネスを開始
- ファミリー層へのブランド力を活かし、ライフスタイル全体を提案することで、好評を得ている

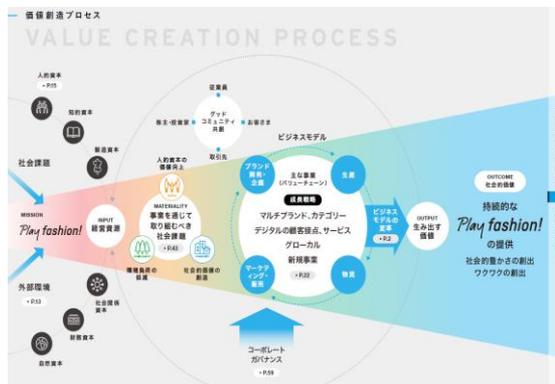


■ 昨年に続き統合報告書2023を発行、企業価値向上への取り組みを開示

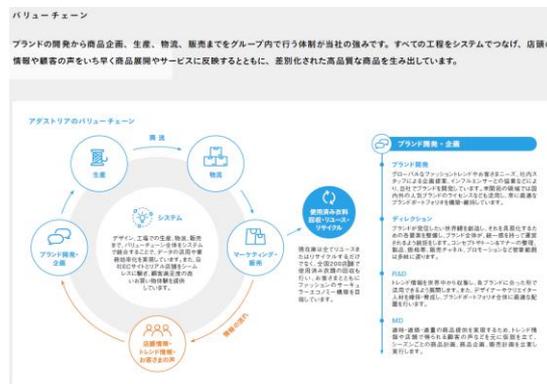
- ミッションであるPlay fashion!の実現に向けた戦略、企業価値向上への取り組みや自社の強みを発信
- 人的資本に関する戦略課題や、重点施策の責任者インタビューなど、事業理解に役立つ情報を掲載

持続的な Play fashion! の提供

【価値創造プロセス】



【バリューチェーンの再整理】



【事業責任者のインタビュー】

成長戦略1：マルチブランド、カテゴリ
GROWTH STRATEGY

「お客さまのため」を考え抜く、強い組織と人材が成長の源

執行役員 グローバルワーク推進部長 太田 朗

本日は2023年に迎えるADASTRIAグループの成長戦略について、2023年のグローバルワークについてお話しさせていただきます。2023年の成長戦略は「お客さまのため」を考え抜く、強い組織と人材が成長の源です。本日は2023年に迎えるADASTRIAグループの成長戦略について、2023年のグローバルワークについてお話しさせていただきます。2023年の成長戦略は「お客さまのため」を考え抜く、強い組織と人材が成長の源です。

<統合報告書> ※以下URLよりご覧ください。
<https://www.adastria.co.jp/ir/library/entry-15481/>

■ 計画を上回って進捗し、利益率の面でさらに改善を目指す

中期経営計画の定量目標

2024年2月期上期の進捗



売上成長

ブランド
ポートフォリオの拡大



ブランドの成長、カテゴリーの拡大が
ともに進捗

目標：年平均成長率8.5%



売上総利益
率 向上

値引抑制・高付加価値
生産コスト最適化



円安による原価率の悪化を、値引きの
抑制と価格の見直しで相殺できた

(*2022年2月期比) 目標：1.3%改善



販管費 抑制

設備効率向上
間接費コントロール



増収が寄与し、比率が低下
売上高設備費率 ▲1.1%(前年同期比)
売上高本社費率 ▲1.3%(前年同期比)

(*2022年2月期比) 目標：3.4%改善



資本効率 改善

投資効率改善



投資をコントロールしつつ利益拡大
今期ROE見通し18.6%

目標：ROE15%以上

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!*