

2020年2月期 上期 決算説明会

2019年9月30日

A D A S T R I A
— *Play fashion!*

目次

I. 2020年2月期上期 総括

・ 2020年2月期上期 総括	3
-----------------	---

II. 2020年2月期上期業績 2020年2月期連結通期業績予想

・ 2020年2月期上期 振り返り	5
・ 連結損益計算書	6
・ 2020年2月期上期 増減益分析	8
・ アダストリア単体	9
・ 海外事業	10
・ 連結貸借対照表	11
・ 上期出退店実績・通期出退店計画	12
・ 自社EC「ドットエスティ」の状況	13
・ 2020年2月期 連結通期業績予想	14
・ 株主還元	15

III. 成長戦略の進捗状況

・ 成長戦略の進捗状況まとめ	17
・ 基幹ブランドが好調を継続	18
・ WEB事業	19
・ アジア事業 今後の展開	20
・ アラフィー世代向け 新規ブランド開発	21
・ サステナブル経営へのチャレンジ	22

I . 2020年2月期上期 総括

代表取締役会長兼社長 福田 三千男

グローバル

- ✓ 成長市場への挑戦
- ✓ 各国の“ローカル”の重要性

テクノロジー

- ✓ IoTによる顧客体験向上とデータ分析・活用
- ✓ デジタル時代のビジネス構造への進化

サステナビリティ

- ✓ CSR活動をはじめとする社会的課題への取り組み強化
- ✓ 継続的に利益ある成長を目指す



2025年の社会を見据えた事業構造へ

Ⅱ. 2020年2月期 上期業績 2020年2月期 連結通期業績予想

取締役 金銅 雅之

2020年2月期上期 振り返り

■ 増収増益

- ・ コアとするターゲット層の明確化や商品ラインアップの見直しにより、グローバルワーク・ローリーズファームなどの前上期苦戦した基幹ブランドの回復が確実なものとなり、総じて売上高が好調に推移。連結売上高は上期としては過去最高を更新
- ・ 加えて、売上総利益率の上昇、及び販管費比率の低下により大幅増益

■ 「適時・適価・適量」の徹底

- ・ 販売苦戦によりセール販売を増加した前上期に対し、今上期は「適時・適価・適量」の徹底が進展
- ・ 値引き販売の抑制、適正な在庫水準の維持を実現

■ 自社ECの新システムへの切り替えに伴い不具合が発生

連結損益計算書

(百万円)

	2019/2期 上期		2020/2期 上期		
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比
売上高	105,005	100.0%	108,981	100.0%	103.8%
アダストリア単体	91,125	86.8%	97,071	89.1%	106.5%
国内子会社 *1	8,167	7.8%	7,244	6.6%	88.7%
海外子会社 *2	7,247	6.9%	6,199	5.7%	85.5%
売上総利益	56,649	53.9%	61,261	56.2%	108.1%
販管費	56,119	53.4%	54,096	49.6%	96.4%
広告宣伝費	3,981	3.8%	3,781	3.5%	95.0%
人件費	19,581	18.6%	19,544	17.9%	99.8%
設備費	21,456	20.4%	20,411	18.7%	95.1%
のれん償却費	1,172	1.1%	87	0.1%	7.5%
その他	9,927	9.5%	10,269	9.4%	103.4%
営業利益	529	0.5%	7,164	6.6%	1352.6%
アダストリア単体	1,305	-	6,584	-	504.6%
国内子会社 *1	▲ 509	-	320	-	-
海外子会社 *2	▲ 1,050	-	▲ 319	-	-
アダストリア・ロジスティクス	387	-	409	-	105.6%
経常利益	600	0.6%	6,987	6.4%	1164.5%
純利益	▲ 554	-	4,410	4.0%	-

EBITDA	4,895	4.7%	10,557	9.7%	215.6%
減価償却費	3,194	3.0%	3,304	3.0%	103.5%
のれん償却費	1,172	1.1%	87	0.1%	7.5%

設備投資	8,575	4,794
------	-------	-------

*1：(株)BUZZWIT (旧(株)アリシア)・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creationsの単純合算

*2：海外法人(香港・中国・台湾・韓国・米国)の単純合算

連結損益計算書

■ 売上高：1,089億円（前年同期比103.8%）

- ・ 単体：グローバルワーク・ローリーズファーム・ニコアンド・ベイフローなどが牽引
- ・ 国内子会社：エレメントルール社、BUZZWIT社が好調に推移（旧アリシア社の3ブランドを前下期より単体に移管）
- ・ 海外子会社：香港・中国は前期の不採算店舗閉鎖の影響で減収。米国は二桁増収

■ 売上総利益率：56.2%（前年同期比+2.3p）

- ・ 値引き販売の抑制、適正な在庫コントロールにより値引き率が大きく改善

■ 販管費率：49.6%（前年同期比▲3.8p）

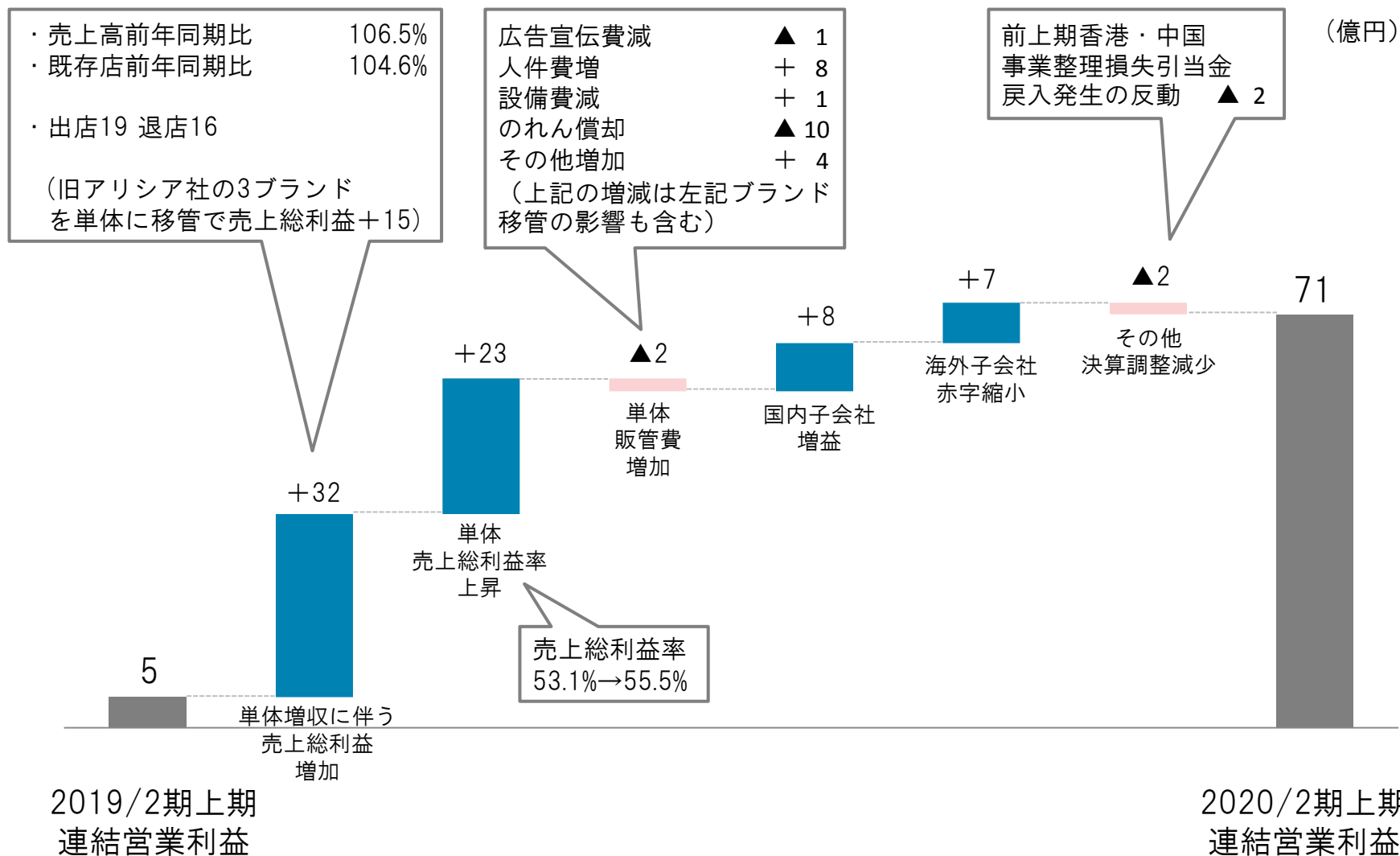
- ・ 広告宣伝費 3.5%（同▲0.3p）EC関連販促費用の減少
- ・ 人件費：17.9%（同▲0.7p）金額は横ばい、増収により比率が低下
- ・ 設備費：18.7%（同▲1.7p）店舗数の前年同期比減少に伴う家賃減
- ・ のれん償却費 0.1%（同▲1.0p）旧トリニティアーツ社ののれん償却が前上期末で完了

■ 営業利益：71億円（前年同期比1352.6%）

- ・ 営業利益率6.6%（同+6.1p）、EBITDAマージン9.7%（同+5.0p）
- ・ 単体は大幅増益、国内子会社は増益、海外子会社は赤字縮小

■ 純利益：44億円

2020年2月期上期 増減益分析



アダストリア単体

(百万円)

	2019/2期 上期	2020/2期 上期	
	実績	実績	
			前年同期比
売上高	91,125	97,071	106.5%
(既存店前年比)	95.8%	104.6%	
グローバルワーク	18,726	19,887	106.2%
ニコアンド	15,124	15,731	104.0%
ローリーズファーム	10,300	11,919	115.7%
スタディオクリップ	11,883	11,475	96.6%
レプシム	7,174	7,127	99.3%
売上総利益	48,408	53,908	111.4%
売上総利益率	53.1%	55.5%	+2.4p
販管費	47,103	47,323	100.5%
販管費率	51.7%	48.8%	▲ 2.9p
営業利益	1,305	6,584	504.6%
営業利益率	1.4%	6.8%	+5.4p

出店	36	19
退店	33	16
改装	19	14
期末店舗数	1,292	1,265

*: 単体のれん償却費：2019/2期上期：1,004百万円、2020/2期上期：65百万円

- 既存店売上高前年同期比104.6%、うちWEBストア105.0%
- 2018年8月より、旧アリシア社の3ブランドを単体に移管

海外事業

(百万円)

(海外現法単純合算)	2019/2期 上期	2020/2期 上期		
	実績	実績		
			前期比 (円ベース)	前期比 (現地通貨 ベース)
売上高	7,247	6,199	85.5%	86.1%
香港	2,616	1,687	64.5%	63.7%
中国	793	273	34.4%	36.1%
台湾	1,149	1,164	101.3%	105.0%
韓国	605	600	99.3%	104.5%
米国	2,083	2,474	118.8%	117.3%
営業利益	▲ 1,050	▲ 319	-	-
香港	▲ 413	▲ 140	-	-
中国	▲ 369	▲ 187	-	-
台湾	87	78	89.3%	92.6%
韓国	▲ 94	▲ 51	-	-
米国	▲ 260	▲ 17	-	-

*: 米国のれん債却費：2019/2期上期：13百万円、2020/2期上期：12百万円

- 香港・中国では、不採算店舗閉鎖により減収となるも赤字幅は縮小
- 台湾では、グローバルワークが堅調で、自社EC「dot st Taiwan」も成長中
- 米国では、商品鮮度の向上などにより、卸事業・小売事業ともに順調に推移

連結貸借対照表

(百万円)

	2018年8月末		2019年2月末		2019年8月末			
		構成比		構成比		構成比	2018年8月末比 増減額	2019年2月末比 増減額
流動資産	45,059	50.7%	48,050	52.7%	50,472	52.2%	+5,413	+2,422
現預金	15,702	17.7%	18,726	20.5%	21,649	22.4%	+5,946	+2,923
棚卸資産	17,814	20.0%	17,592	19.3%	16,865	17.5%	▲949	▲726
固定資産	43,793	49.3%	43,213	47.3%	46,142	47.8%	+2,348	+2,929
有形固定資産	13,708	15.4%	13,440	14.7%	15,092	15.6%	+1,384	+1,651
のれん	781	0.9%	648	0.7%	555	0.6%	▲226	▲93
投資その他資産	24,374	27.4%	23,882	26.2%	23,804	24.6%	▲570	▲78
総資産	88,852	100.0%	91,263	100.0%	96,615	100.0%	+7,762	+5,351
負債	39,201	44.1%	38,303	42.0%	40,558	42.0%	+1,356	+2,254
有利子負債	2,536	2.9%	2,552	2.8%	2,344	2.4%	▲191	▲208
純資産	49,650	55.9%	52,959	58.0%	56,056	58.0%	+6,405	+3,097
自己株式	▲4,574	▲5.1%	▲4,575	▲5.0%	▲4,371	▲4.5%	+202	+203

*:当期において、企業会計基準第28号「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」を適用したことにより、前期まで流動資産に含まれた繰延税金資産を固定資産の投資その他の資産の区分に、繰延税金負債は固定負債の区分に含む。なお、前年同期末及び前期末の数字も同じ基準を適用して変更

- **現預金** : ネットキャッシュは前年同期末比61億円の増加
- **棚卸資産** : 在庫量の最適化、及び香港・中国の店舗数減少により、前年同期末比94.7%
- **固定資産** : 有形固定資産は前年同期末比13億円の増加
アジア子会社においてIFRS第16号を適用したことにより、使用権資産などを計上
- **純資産** : 純資産比率は58.0%、前年同期末比+2.1p

上期出退店実績・通期出退店計画

	2019/2期	2020/2期 上期実績			
	期末 店舗数	出店等	変更	退店	期末店舗数
グローバルワーク	213	2	0	▲ 2	213
ニコアンド	139	5	0	▲ 1	143
ローリーズファーム	139	0	0	▲ 2	137
スタディオクリップ	190	3	0	▲ 1	192
レプシム	132	1	0	0	133
ジーナシス	73	0	0	0	73
ベイフロー	49	6	0	0	55
レイジブルー	58	0	0	▲ 1	57
その他	269	2	0	▲ 9	262
アダストリア合計	1,262	19	0	▲ 16	1,265
(うちWEBストア)	(52)	(5)	(0)	(0)	(57)
国内子会社合計 *1	80	6	0	▲ 2	84
(うちWEBストア)	(14)	(2)	(0)	(▲ 1)	(15)
国内合計	1,342	25	0	▲ 18	1,349
(うちWEBストア)	(66)	(7)	(0)	(▲ 1)	(72)

香港	20	0	0	▲ 2	18
中国	10	0	0	▲ 3	7
台湾	34	1	0	▲ 1	34
韓国	12	0	0	0	12
米国	9	0	0	0	9
海外合計	85	1	0	▲ 6	80
(うちWEBストア)	(13)	(0)	(0)	(0)	(13)

連結合計	1,427	26	0	▲ 24	1,429
(うちWEBストア)	(79)	(7)	0	(▲ 1)	(85)

2020/2期 通期計画			
出店等	変更	退店	期末店舗数
3	0	▲ 5	211
8	0	▲ 2	145
0	0	▲ 5	134
3	0	▲ 6	187
2	0	▲ 4	130
0	0	0	73
7	0	▲ 2	54
0	0	▲ 4	54
12	0	▲ 27	254
35	0	▲ 55	1,242
(5)	(0)	(▲ 7)	(50)
12	0	▲ 4	88
(3)	(0)	(▲ 2)	(15)
47	0	▲ 59	1,330
(8)	0	(▲ 9)	(65)

0	0	▲ 4	16
1	0	▲ 10	1
5	0	▲ 3	36
1	0	▲ 1	12
1	0	0	10
8	0	▲ 18	75
(3)	(0)	(▲ 3)	(13)

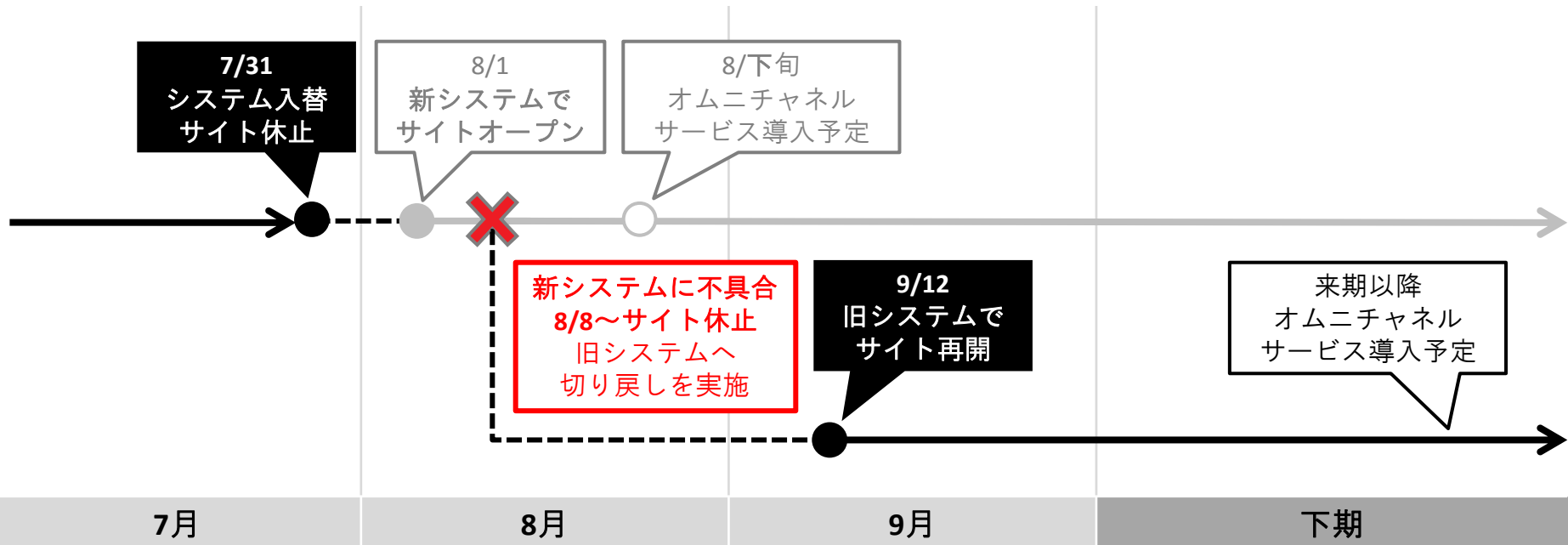
55	0	▲ 77	1,405
(11)	0	(▲ 12)	(78)

*1：(株)BUZZWIT (旧(株)アリシア)・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creationsの単純合算

自社EC「ドットエスティ」の状況

■ 8/8～9/12まで、自社EC「ドットエスティ」休止

- 経緯：当初、将来の売上増を見据えたキャパシティ拡大、サービス拡充を目的に7月末に新システムへの入れ替えを予定
新システムへの切り替えに伴い不具合が発生
- 対応：サイトの安定稼働・サービス再開を最優先とし、旧システムへの切り戻しを実施
休止期間中の失効ポイント・クーポンの再進呈および再開後の会員向けポイント20%還元セールを実施
- 影響：オムニチャネルサービス導入を来期以降に延期
現在、下期業績への影響を精査中



通期連結業績予想

変更なし

(百万円)

	2019/2期	2020/2期		
	実績	予想		
			構成比	前期比
売上高	222,664	225,000	100.0%	101.0%
営業利益	7,190	10,000	4.4%	139.1%
経常利益	7,345	10,000	4.4%	136.1%
純利益	3,890	6,000	2.7%	154.2%
ROE	7.5%	11.0%	-	+3.5p
EBITDA	15,317	16,520	7.3%	107.9%
減価償却費	6,820	6,400	2.8%	93.8%
のれん償却費	1,306	120	0.1%	9.2%
設備投資	12,201	10,300		

株主還元

(百万円)

	2015/2期	2016/2期	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期 (予想)
一株当たり 配当金 (円) *1	37.5	65	75	50	50	50
(中間配当金)	(15)	(20)	(35)	(35)	(20)	(25)
配当総額	1,821	3,138	3,608	2,379	2,379	2,382
連結純利益	503	9,122	11,575	863	3,890	6,000
のれん償却費 *2	2,937	2,213	2,184	4,712	1,306	120
配当性向	361.5%	34.5%	30.9%	272.3%	60.5%	39.2%
(のれん償却前)	(52.9%)	(27.8%)	(26.0%)	(42.2%)	(45.3%)	(38.5%)
自社株買い	0	1,395	2,564	0	0	-

*1：2016/3/1付で実施した1:2の株式分割を、2016/2期以前にも遡及して記載

*2：のれん償却費には、特別損失に計上した減損損失を含む

- 配当方針：のれん償却前連結配当性向30%を基本方針としつつ、安定性も考慮
- 2020/2期の中間配当25円及び期末配当予想25円(年間配当50円)、期初予想通りとする

Ⅲ. 成長戦略の進捗状況

取締役 営業統括本部長 北村 嘉輝

成長戦略の進捗状況まとめ

2019年2月期～2021年2月期

成長戦略

戦略1：
「収益」を継続的に
向上させる体制の実現

在庫量の最適化と
値引きコントロールの実現

当社独自のSPA体制構築による
商品企画力の向上

「適時・適量・適価」の徹底による
値引き販売の抑制

基幹ブランドが好調を継続
期中QR対応を強化

戦略2：
社会・お客様の変化が
もたらす成長機会の
「事業化」

デジタル活用による
魅力的な購買体験の提供

海外事業の再構築

新規領域における「事業化」

自社ECシステム更改を延期
将来へ向けた施策を継続

アジア事業を再構築中

戦略3：
変革と成長を支える
「経営基盤の構築」

グループマネジメント力の強化

サステナブル経営へのチャレンジ

2025年の社会を見据えた事業構造へ

基幹ブランドが好調を継続

GLOBAL WORK

■ ハイブリッド企画体制でレディースが伸長

- 閑散期／期中・QR生産のバランスを見直し、
- 適時・適量でトレンドに対応



＜トレンドアイテムを使用したコーディネート提案で訴求強化＞

LOWRYS FARM

■ 2019春リブランディングし好調に推移

- 拡充した30代女性向け商品が好調
- メリハリある価格設定により値引き率改善
- 既存店売上高前年同期比120%超の大幅回復



＜ブランドイメージキャラクターの長澤まさみさん・夏帆さん＞

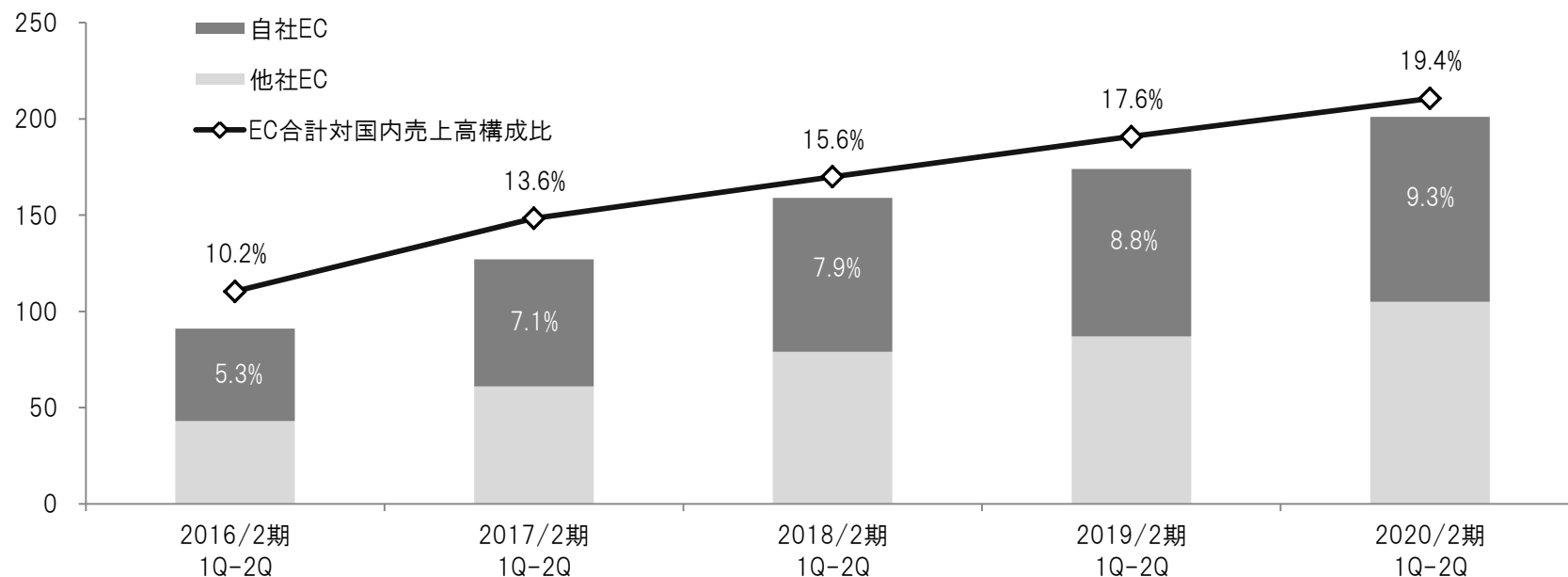
WEB事業

単体・国内子会社ともに、WEB事業が堅調に推移

■ 2020年2月期 上期 国内EC売上高：202億円（前期比116.0%）

- 対国内売上高構成比：19.4%（うち自社EC約9.3%）
- 自社ECドットエスティ会員数：約950万人（前期末比＋80万人）
- システム更改を延期するも、自社EC強化による顧客体験拡充の方針は継続

（億円）



*：2018/2期より、単体に加え、(株)アリシアを合算

*：2019/2期より、単体・(株)アリシアに加え、(株)エレメントルールを合算。なお、2018年8月より、(株)アリシアは(株)BUZZWITに商号変更

アジア事業 今後の展開

GLOCAL

GLOBAL

+

LOCAL

これまでの海外事業展開の課題

- ・ 複合業態による規模優先の出店：ブランディングがしにくい
- ・ JAPANブランドへの過信：日本で考え、日本で決める



アダストリアが海外で事業を展開する意義

“出店する地域のお客さまの暮らしをファッションでゆたかにすること”

「お客さまは どの、誰なのか？」

カルチャーの違い → シーズン・トレンドの違い → お客さまの生活の違い



ローカルニーズに対応した商品を提供し商品精度を上げる

- ✓ 海外と日本の季節差、気温差に対応
- ✓ 各拠点のシーズントレンドに対応
- ✓ QR/各拠点のマーケットトレンド及び不足MD対応

アラフィー世代向け新規ブランド開発

■ グループ初の40代～50代向けブランドを開発

- 成人人口の70%が40代以上 ※総務省統計局人口推計2019年6月報より
- 得意とするヤングカジュアルに加え、“大人世代”マーケットへ戦場を拡大

Elura

[エルーラ]

体型や肌質、髪のパリュームなど、
年齢を重ねることで迎える大人女性の変化・悩み
今までの洋服で隠す・ごまかすのではなく、
機能とファッション性で悩みに”効く”価値を提案



一枚で
すべてが整う
華ありワンピース

¥8,900+tax

Elura



すっきりと、
暖かく
スマート
エアサーマル

¥12,900+tax

Elura



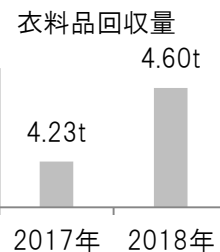
サステナブル経営へのチャレンジ

ファッションを通じて、社会課題を解決していける企業を目指す

■ ESGの重点取組み

E 持続可能な地球の発展に向けて、環境負荷の低減に繋がる活動を行う

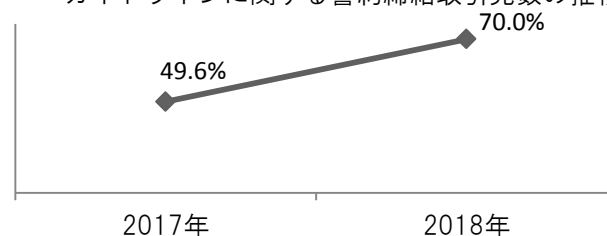
- Play Cycle Project
- REBAG PROJECT
- サステナブル素材使用の拡大
- 在庫廃棄減少の推進



S 就労者の人権や環境負荷に配慮した「グループ調達方針」及び「グループ調達ガイドライン」に基づき、取引先さまと誓約を締結し、アンケートや実際に足を運んでのモニタリングを実施



アダストリアグループ調達方針及び
ガイドラインに関する誓約締結取引先数の推移



G お客様のニーズや環境の変化、テクノロジーの進化に柔軟に対応し、意思決定を迅速にできる優れたコーポレートガバナンスの実現を目指す

多様性のある
マネジメント
体制

取締役	9名	監査役	4名
社外取締役比率 (社外取締役4名)	44.4%	女性取締役・監査役比率 (女性3名)	23.1%

*：2019年9月現在

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!