

2021年2月期 上期 決算補足資料

2020年9月30日

A D A S T R I A
— *Play fashion!*

目次

1. 2021年2月期上期 総括

・ 2021年2月期上期 総括	3
-----------------	---

2. 2021年2月期 上期業績 2021年2月期 通期業績予想

・ 2021年2月期上期 振り返り	6
・ 連結損益計算書	7
・ 2021年2月期上期 増減益分析	9
・ アダストリア単体	10
・ WEB事業	11
・ 海外事業	12
・ 連結貸借対照表	13
・ 出退店実績・計画	14
・ 2021年2月期 通期連結業績予想	15
・ アダストリア単体業績予想	16
・ 株主還元	17

3. 成長戦略の進捗

・ 2025年 に向けた成長戦略	19
・ I. マルチブランドで 顧客の人生に長く寄り添う	20
・ II. サービスやコトを取り入れ 顧客接点を最大化する	22
・ III. 世界を舞台に 各地域と共創した価値を提供する	23
・ IV. 楽しいライフスタイルを 新たな事業とする	25
・ サステナブル経営へのチャレンジ	26

1. 2021年2月期上期 総括

代表取締役会長兼社長 福田 三千男

ファッション業界は転換点に

世界中で価値観・生活様式が劇的に変化、企業の姿勢と対応力が問われる

グローバル

- ✓ グローバリゼーションの変容
- ✓ 各地域の“ローカル”を知り、最適化をすすめる

デジタル

- ✓ 消費行動の変化、働き方の変化
- ✓ デジタル時代の新しい顧客接点・働き方をつくる

サステナブル

- ✓ サステナブルな事業構造への進化
- ✓ ステークホルダーに対する責任を果たす



2025年の社会を見据えた事業構造へ

2. 2021年2月期 上期業績 2021年2月期 通期業績予想

取締役 金銅 雅之

2021年2月期上期 振り返り

■ 新型コロナウイルス感染症の影響で前年同期比減収減益

- ・ 外出自粛、及び商業施設の休業・営業時間短縮等により第1四半期は大幅減収
- ・ 第2四半期も外出需要の減少などにより減収が続いたものの第1四半期から改善

■ 迅速な在庫コントロールと経費削減対策により、第2四半期3ヶ月は営業利益黒字に回復

- ・ 夏物商品の仕入れを抑制した結果、7月以降の値引き販売が減少し客単価が改善
上期末棚卸資産前年同期末比88.8%
- ・ 経費予算を見直し、不要不急の支出を削減

■ 自社EC強化の取り組みを加速、EC売上高が更に伸長

- ・ 実店舗休業中のEC集客を強化、およびwithコロナを見据えた体制にシフト
- ・ STAFF BOARD（スタッフボード）の強化、オンライン接客の拡大などで
国内EC売上高が前年同期比25.2%増。自社EC会員数は1,090万人に到達

連結損益計算書

(百万円)

	2020/2 上期		2021/2 上期		
	実績		実績		
		構成比		構成比	前年同期比
売上高	108,981	100.0%	79,664	100.0%	73.1%
アダストリア単体	97,071	89.1%	69,995	87.9%	72.1%
国内子会社 *1	7,244	6.6%	6,385	8.0%	88.1%
海外子会社 *2	6,199	5.7%	4,697	5.9%	75.8%
売上総利益	61,261	56.2%	42,271	53.1%	69.0%
販管費	54,096	49.6%	46,682	58.6%	86.3%
広告宣伝費	3,781	3.5%	3,360	4.2%	88.9%
人件費	19,544	17.9%	18,232	22.9%	93.3%
設備費	20,411	18.7%	16,212	20.4%	79.4%
のれん償却費	87	0.1%	79	0.1%	90.1%
その他	10,269	9.4%	8,798	11.0%	85.7%
営業利益	7,164	6.6%	▲ 4,410	-	-
アダストリア単体	6,584	-	▲ 3,730	-	-
国内子会社 *1	320	-	▲ 564	-	-
海外子会社 *2	▲ 319	-	▲ 573	-	-
アダストリア・ロジスティクス	409	-	332	-	81.2%
経常利益	6,987	6.4%	▲ 2,730	-	-
純利益	4,410	4.0%	▲ 2,461	-	-

EBITDA	10,557	9.7%	▲ 1,129	-	-
減価償却費	3,304	3.0%	3,202	4.0%	96.9%
のれん償却費	87	0.1%	79	0.1%	90.1%

設備投資	4,794	4,633
------	-------	-------

*1：(株)BUZZWIT・(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

ADASTRIA
Play fashion!

連結損益計算書

■ 売上高：796億円（前年同期比73.1%）

- ・ 単体：外出自粛、及び商業施設の休業・営業時間短縮等により大幅減収
- ・ 国内子会社：エレメントルール社は単体と同様に実店舗の休業により減収、一方でEC専業ブランドのBUZZWIT社は堅調維持
- ・ 海外子会社：中国・台湾は増収、香港・韓国・米国はコロナウイルスの影響により減収

■ 売上総利益率：53.1%（前年同期比▲3.1p）1Q ▲5.2p→2Q ▲0.9pに改善

- ・ 春物商品の在庫消化を図るため、値引き販売の増加で前年同期比低下

■ 販管費率：58.6%（前年同期比+9.0p）金額は前年同期比▲74億円

- ・ 広告宣伝費：4.2%（同+0.7p）（同▲4億円）販促費用の全般的な抑制
- ・ 人件費：22.9%（同+5.0p）（同▲13億円）店舗休業や時短営業に伴う減少
- ・ 設備費：20.4%（同+1.7p）（同▲41億円）賃料減免措置に伴う家賃の減免
- ・ その他：11.0%（同+1.6p）（同▲14億円）カード手数料、包装費、イベント開催形式変更や出張自粛などによる諸経費の削減

■ 営業利益：▲44億円

- ・ EBITDA▲11億円

■ 経常利益：▲27億円

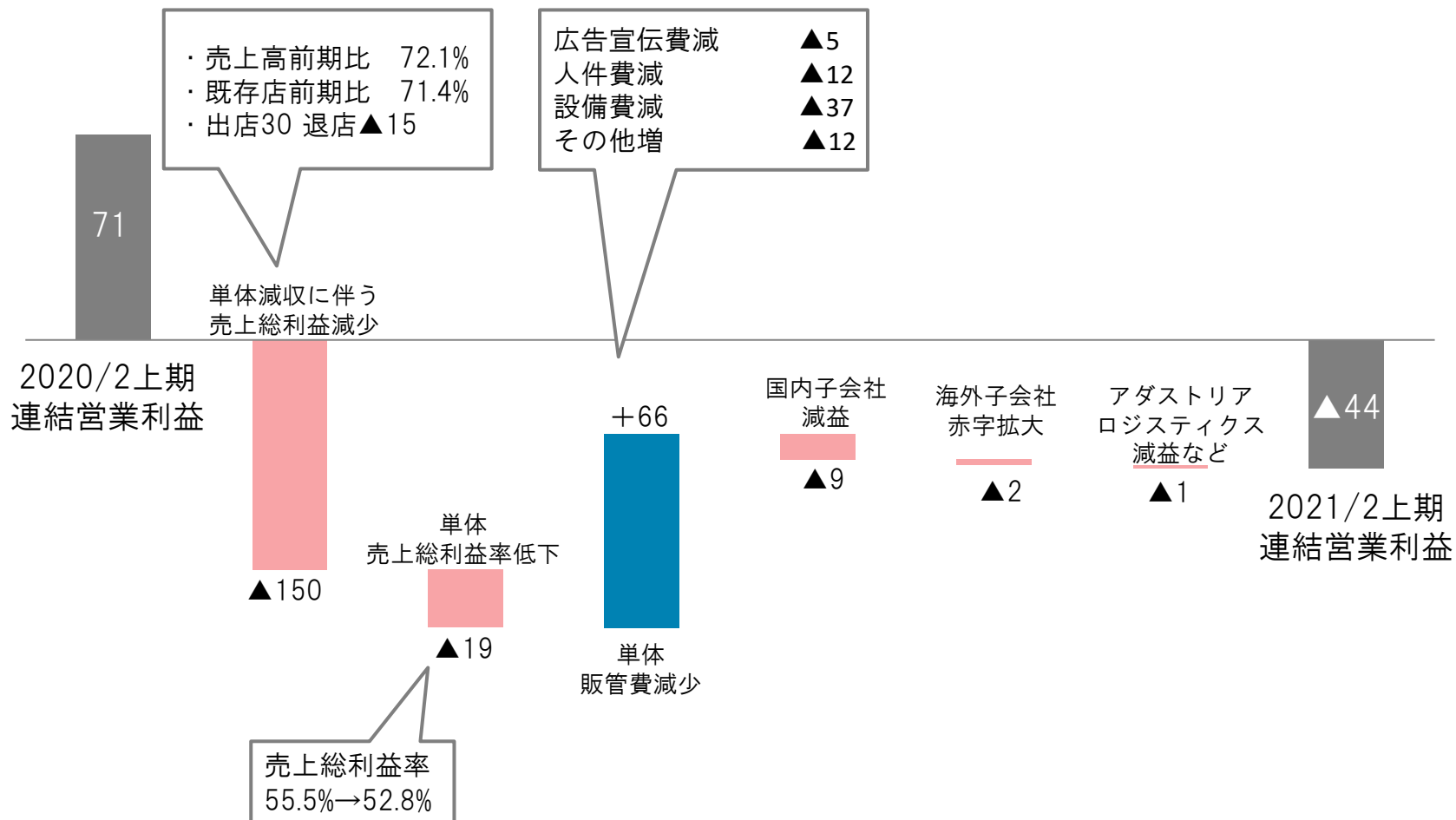
- ・ 営業外収益として雇用調整助成金16億円を計上

■ 純利益：▲24億円

2021年2月期上期 増減益分析

増益要因 減益要因

(億円)



アダストリア単体

(百万円)

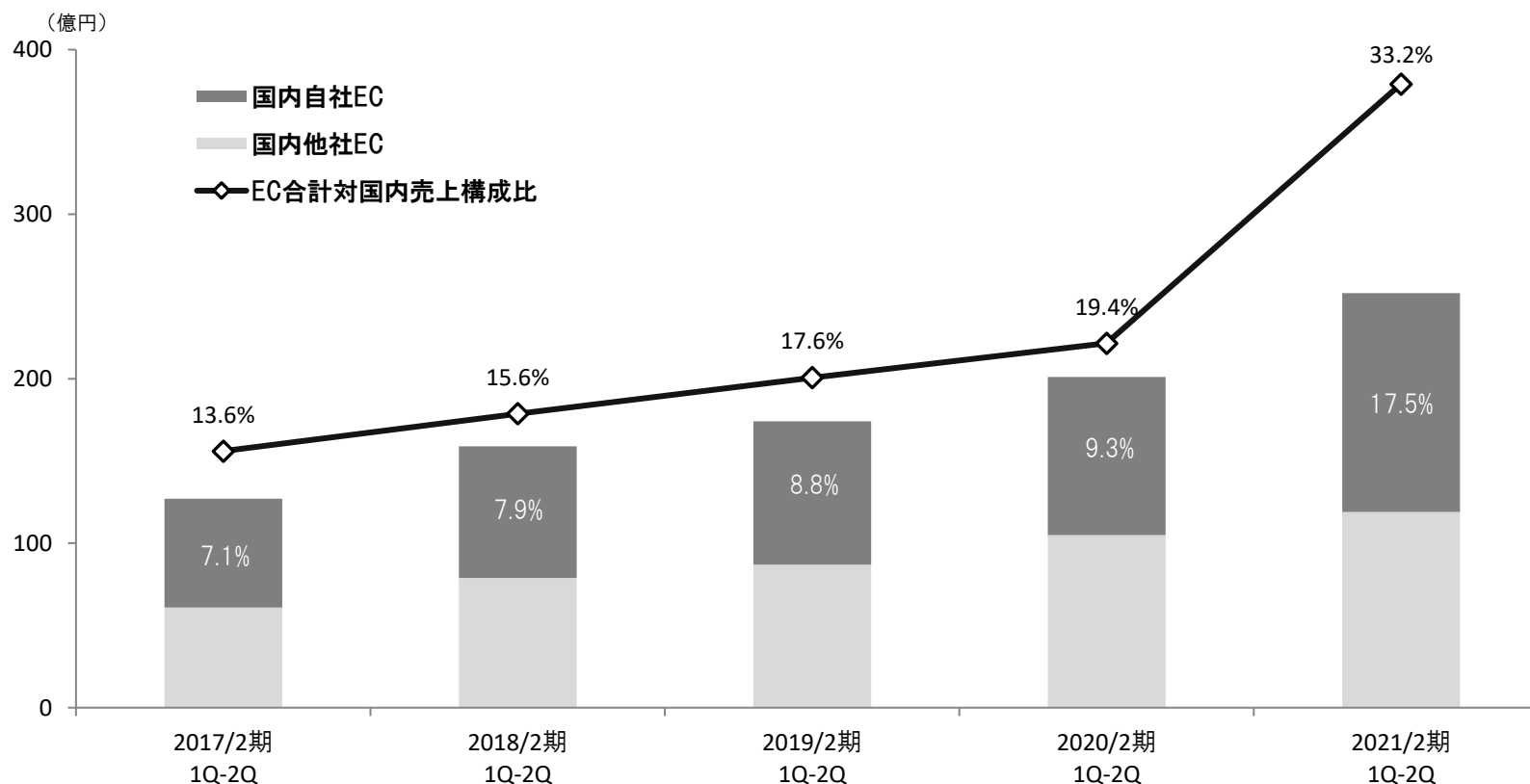
		2020/2期 上期	2021/2期 上期	
		実績	実績	
			前年同期比	
売上高		97,071	69,995	72.1%
	(既存店前年比)	104.6%	71.4%	
	グローバルワーク	19,887	14,422	72.5%
	ニコアンド	15,731	11,281	71.7%
	ローリーズファーム	11,919	8,608	72.2%
	スタディオクリップ	11,475	8,569	74.7%
	レプシム	7,127	4,930	69.2%
売上総利益		53,908	36,923	68.5%
	売上総利益率	55.5%	52.8%	▲ 2.7p
販管費		47,323	40,653	85.9%
	販管費率	48.8%	58.1%	+9.3p
営業利益		6,584	▲ 3,730	-
	営業利益率	6.8%	-	-

出店	19	30
退店	▲ 16	▲ 15
改装	14	26
期末店舗数	1,265	1,241

*単体のれん償却費：2020/2期上期：65百万円、2021/2期上期：57百万円

自社EC強化の取り組みを加速、EC売上高が更に伸長

- 2021年2月期上期 国内EC売上高：252億円（前年同期比125.2%）
 - ・ 対国内売上高構成比：33.2%（うち自社EC約17.5%）
- 自社ECドットエスティ会員数：約1,090万人（前期末比+60万人）



*：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)BUZZWIT（旧(株)アリシア）に加え、(株)エレメントルールを合算

海外事業

(百万円)

(海外現法単純合算)	2019/12 上期	2020/12 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	6,199	4,697	75.8%	76.8%
香港	1,687	1,222	72.5%	72.9%
中国	273	422	154.9%	163.9%
台湾	1,164	1,169	100.5%	98.6%
韓国	600	351	58.6%	62.7%
米国	2,474	1,530	61.8%	62.9%
営業利益	▲ 319	▲ 573	-	-
香港	▲ 140	▲ 64	-	-
中国	▲ 187	▲ 149	-	-
台湾	78	42	54.2%	53.2%
韓国	▲ 51	▲ 71	-	-
米国 *	▲ 17	▲ 330	-	-

*:米国のれん償却費：2019/12 上期：12百万円、2020/12 上期：12百万円

- 香港・韓国では、コロナウイルスの影響及び退店により減収
- 米国では、実店舗の休業により減収減益
- 中国では、ニコアンド上海旗艦店の堅調により増収

連結貸借対照表

(百万円)

	2019年8月末		2020年2月末		2020年8月末			
		構成比		構成比		構成比	2019年8月末比 増減額	2020年2月末比 増減額
流動資産	50,472	52.2%	53,234	54.4%	42,468	48.1%	▲ 8,004	▲10,766
現預金	21,649	22.4%	26,462	27.0%	14,438	16.3%	▲ 7,211	▲12,024
棚卸資産	16,865	17.5%	15,008	15.3%	14,981	17.0%	▲ 1,883	▲27
固定資産	46,142	47.8%	44,689	45.6%	45,852	51.9%	▲ 290	+1,162
有形固定資産	15,092	15.6%	15,265	15.6%	14,650	16.6%	▲ 441	▲614
のれん	555	0.6%	478	0.5%	396	0.4%	▲ 158	▲81
投資その他資産	23,804	24.6%	23,146	23.6%	24,463	27.7%	+659	+1,317
総資産	96,615	100.0%	97,924	100.0%	88,320	100.0%	▲ 8,294	▲9,604
負債	40,558	42.0%	40,883	41.7%	34,886	39.5%	▲ 5,672	▲5,996
有利子負債	2,344	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	▲ 2,344	0
純資産	56,056	58.0%	57,041	58.3%	53,434	60.5%	▲ 2,622	▲3,607
自己株式	▲4,371	▲4.5%	▲4,372	▲4.5%	▲4,244	▲4.8%	+127	+128

- **現預金** : ネットキャッシュは前年同期末比48億円の減少
- **棚卸資産** : 在庫コントロールの徹底で前年同期末比88.8%
- **負債** : 電子記録債務、有利子負債の減少
- **純資産** : 純資産比率は60.5%、前年同期末比+2.5p

主要取引銀行4行と、3年間・総額300億円のコミットメントラインを設定

新型コロナウイルス感染症の影響の長期化に備え、中長期の機動的かつ安定的な資金調達手段を確保

出退店実績・計画

	2020/2期	2021/2期 上期実績				
	期末店舗数	吸収分割 *2	出店等	変更	退店	期末店舗数
グローバルワーク	210	-	1	▲ 1	▲ 1	209
ニコアンド	144	-	2	0	▲ 1	145
ローリーズファーム	136	-	0	0	0	136
スタディオクリップ	183	-	4	0	0	187
レブシム	128	-	0	0	▲ 2	126
ジーナシス	73	-	0	0	▲ 1	72
ベイフロー	54	-	2	0	▲ 1	55
レイジブルー	54	-	1	0	▲ 2	53
その他	247	▲ 3	20	1	▲ 7	258
アダストリア合計	1,229	▲ 3	30	0	▲ 15	1,241
(うちWEBストア)	(54)	(▲ 2)	(13)	(0)	(▲ 1)	(64)
国内子会社合計 *1	86	3	13	0	▲ 3	99
(うちWEBストア)	(16)	(2)	(5)	(0)	(0)	(23)
国内合計	1,315	-	43	0	▲ 18	1,340
(うちWEBストア)	(70)	-	(18)	(0)	(▲ 1)	(87)

香港	16	-	0	0	▲ 2	14
中国	1	-	1	0	0	2
台湾	37	-	3	0	0	40
韓国	13	-	0	0	▲ 6	7
米国	10	-	0	0	0	10
海外合計	77	-	4	0	▲ 8	73
(うちWEBストア)	(13)	-	(1)	(0)	(▲ 3)	(11)

連結合計	1,392	-	47	0	▲ 26	1,413
(うちWEBストア)	(83)	-	(19)	0	(▲ 4)	(98)

2021/2期 計画				
吸収分割 *2	出店等	変更	退店	期末 店舗数
-	3	▲ 1	▲ 2	210
-	3	0	▲ 3	144
-	0	0	▲ 1	135
-	4	0	▲ 1	186
-	0	0	▲ 4	124
-	2	0	▲ 3	72
-	5	0	▲ 2	57
-	1	0	▲ 4	51
▲ 3	34	1	▲ 24	255
▲ 3	52	0	▲ 44	1,234
(▲ 2)	(15)	(0)	(▲ 1)	(66)
3	25	0	▲ 5	109
(2)	(13)	(0)	(0)	(31)
-	77	0	▲ 49	1,343
-	(28)	(0)	(▲ 1)	(97)

-	0	0	▲ 2	14
-	2	0	0	3
-	4	0	▲ 1	40
-	0	0	▲ 6	7
-	1	0	0	11
-	7	0	▲ 9	75
-	(1)	(0)	(▲ 3)	(11)

-	84	0	▲ 58	1,418
-	(29)	(0)	(▲ 4)	(108)

*1：(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creationsの合算

*2：2020年3月より、パティエラ事業合計3店舗を(株)アダストリアから(株)エレメントルールに移管

2021年2月期 通期連結業績予想

7月16日公表数値から変更なし

(百万円)

	2020/2期	2021/2期			
	実績	予想			
			売上構成比	売上構成比 前期差	前期比
売上高	222,376	189,000	100.0%	-	85.0%
売上総利益	123,383	103,800	54.9%	▲ 0.6p	84.1%
販管費	110,497	104,800	55.4%	+5.7p	94.8%
営業利益	12,885	▲ 1,000	-	-	-
経常利益	12,843	▲ 1,100	-	-	-
純利益	6,363	▲ 2,200	-	-	-
ROE	11.6%	-4.0%	-	-	-
EBITDA	20,357	5,660	3.0%	▲ 6.2p	27.8%
減価償却費	7,304	6,500	3.4%	+0.2p	89.0%
のれん償却費	167	160	0.1%	+0.0p	95.8%
設備投資	11,170	8,000			

- 上期はコロナウイルスの影響で大幅減収、下期から徐々に回復を見込み、通期連結売上高は1,890億円（前期比85.0%）
- 通期の営業利益は単体1億円、連結営業利益は▲10億円
- 設備投資は新規ブランドの出店及びEC・デジタル分野の投資を優先

※本連結業績予想については、感染症の再拡大による再度の大規模な経済活動の停滞を想定しておらず、実際の業績等は大きく異なる可能性がある

2021年2月期 アダストリア単体業績予想

(百万円)

	2020/2期	2021/2期	
	実績	予想	
			前期比
売上高	197,451	166,500	84.3%
(既存店前年比)	101.0%	83.3%	
売上総利益	108,354	89,800	82.9%
売上総利益率	54.9%	53.9%	▲ 1.0p
販管費	96,343	89,700	93.1%
販管費率	48.8%	53.9%	+5.1p
営業利益	12,010	100	0.8%
営業利益率	6.1%	0.1%	▲ 6.0p

出店	33	52
退店	▲ 66	▲ 44
改装	27	40
期末店舗数	1,229	1,234

■ 売上高：1,665億円（前期比84.3%）

- ・ 既存店売上高前年比：83.3%
（上期実績71.4%、下期前提93.5%）

■ 売上総利益率：53.9%（前期比▲1.0p）

- ・ 下期在庫量最適化による値引き率の低減

■ 販管費率：53.9%（前期比+5.1p）

- （金額は前期比▲66億円）
- ・ 新ブランドなどの成長戦略経費約10億円計上

■ 出退店

- ・ 出店は市場環境も考慮しつつ慎重に判断

株主還元

	(百万円)					
	2016/2期	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期 (予想)
一株当たり 配当金 (円) *1	65	75	50	50	50	40
（中間配当金）	(20)	(35)	(35)	(20)	(25)	(15)
配当総額	3,138	3,608	2,379	2,379	2,382	1,906
連結純利益	9,122	11,575	863	3,890	6,363	▲ 2,200
のれん償却費 *2	2,213	2,184	4,712	1,306	167	160
配当性向	34.5%	30.9%	272.3%	60.5%	37.0%	-
（のれん償却前）	(27.8%)	(26.0%)	(42.2%)	(45.3%)	(36.1%)	-
自社株買い	1,395	2,564	0	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
- 2021/2期の中間配当15円及び期末配当予想25円(年間配当40円)、公表予想通りとする

3. 成長戦略の進捗

取締役 北村 嘉輝

2025年に向けた成長戦略

「お客さまの拡張」×「提供価値の拡張」に取り組む

Play fashion!

一人ひとりの毎日に「もっと楽しい」選択肢を

提供価値の拡張

成長戦略 I

マルチブランドで
顧客の人生に長く寄り添う

成長戦略 II

サービスやコトを取り入れ、
顧客接点を最大化する

成長戦略 III

世界を舞台に
各地域と共創した価値を提供する

成長戦略 IV

楽しいライフスタイルを
新たな事業とする

お客さまの拡張

I. マルチブランドで顧客の人生に長く寄り添う

年齢層の拡大

■50代以上向け新ブランドの開発

2020年現在、日本の女性人口の半分以上が占める(※1)

健康寿命が延びていく将来の市場変化に対応するブランド開発を進行

Elura

[エルーラ]

アラフィー(50代前後)世代女性向けアパレル

2019年10月 販売スタート

EC、GLOBAL WORK一部店舗でのコーナー展開

好評を受けて2020年3月より実店舗出店開始

2021年2月期 上期4店舗／下期3店舗を出店

WEB3店舗と合わせ 計10店舗に拡大



<Elura相鉄ジョイナス店 2020年9月オープン>

Utano:

[ウタオ]

60代女性向けアパレル

従来の「シニア」とは違った若々しい感覚を持つ今の60代へ向けた日常着

2020年9月 デビュー

EC、studioCLIP一部店舗でのコーナー展開をスタート
準郊外SC、ターミナルへの出店を展望



『素敵なおのり』2020年11月号 ©宝島社



『素敵なおのり』2020年11月号 ©宝島社

※1:出典:「人口推計2020年(令和2年)8月報」(総務省統計局)
<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/202008.pdf>

I. マルチブランドで顧客の人生に長く寄り添う

ファッション領域の拡大

■ ライフスタイル・ウェルネス領域のコンテンツ拡充 既存ブランドの派生ライン・インブランドとして展開



サブラーマドル
雑貨部運営のシューズ・バッグ



イーアールエム
apart by lowrys ルームウェア



ヘレイアム
BAYFLOW ウェルネスウェア



エル
JEANASIS 大人世代向けライン



アールイー
HARE リメイクアイテム



ヌメラルズ
niko and ... 都市部スポーツスタイル



ジーナシスヨガ
JEANASIS ヨガウェア

Ⅱ. サービスやコトを取り入れ、顧客接点を最大化する

Withコロナ時代の顧客の行動変化・働き方の変化を見据え、
オンライン上の顧客体験価値を上げるためのサービス進化を優先対応

■ 1対Nの動画配信

STAFF BOARD



LIVE配信で多数に対して一度に
コミュニケーション

アーカイブの視聴も可能

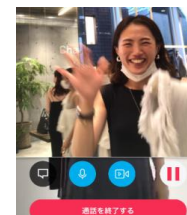
EC購入時の参考や来店きっかけに



■ 1対1の接客予約サービス



来店接客



オンライン接客

エレメントルール社で
8月～トライアル開始

高単価商品や
まとめ買いなど、
よりパーソナルな
接客を求める客層に
向けたリアルタイムの
サービス

スタッフ指名で日時予約

■ データ基盤の可視化と活用

お客様の声
/インタビューレポート



.st会員データ



Ⅲ. 世界を舞台に各地域と共創した価値を提供する

グレーターチャイナでのブランド発信・認知拡大

■niko and ... SHANGHAIが好調

2020年6月 T mallへ出店、インフルエンサーを起用したライブ配信が好評

2020年8月 上海市黄浦区商務委員会「2018～2020年 黄浦区優秀店舗賞」を受賞

■ニコアンド上海2号店 2020年12月オープン決定

南京西路 in point店 2階建て約1,500㎡

上海を代表する商圈の一つ「南京西路」の中心に位置する四季坊（in point）へ出店



＜1号店 niko and ... SHANGHAI は4月以降客足が回復＞



＜2号店 niko and ... 南京西路 in point 店舗イメージ＞

Ⅲ. 世界を舞台に各地域と共創した価値を提供する

海外人気ブランドを日本へ誘致 オペレーション力を活かし国内展開

ÅLAND

[エーランド]

■韓国発人気セレクトショップを2020年10月8日渋谷にオープン

2005年設立。韓国の若者、日本の10～20代から絶大な人気を誇る
日本初進出を手掛け、最旬の韓国カルチャーを体験できる発信地とする



ÅLAND
2020 秋 日本上陸



＜韓国の新進デザイナーやサブカルチャーをセレクト＞



＜ÅLAND TOKYO 店舗イメージ＞

IV. 楽しいライフスタイルを新たな事業とする

飲食事業

■ ADASTRIA eat Creations

有力企業・ブランドとの協業により、スピーディな事業成長を目指す

ms.
CASABLANCA [ミズカサブランカ]

表参道「Mimosa」のミシュランシェフ・南俊郎氏
監修のカジュアルチャイニーズレストラン

2020年6月 ニュウマン横浜にオープン

「Mimosa」人気メニューのラインアップに加え、
カジュアルで上質なオリジナルメニューを開発



<MS. CASABLANCA ニュウマン横浜店>

jamba [ジャンバジュース]

1990年米国創業のスムージー専門店
米国36の州、韓国、台湾、ASEAN諸国に展開
日本独占展開権を取得

2020年8月 **MIYASHITA PARK店**
南町田グランベリーパーク店



<jamba juice南町田グランベリーパーク店>

サステナブル経営へのチャレンジ

事業を通じて業界課題・社会課題の解決に取り組む

■2020年7月 50万枚のエコバッグを配布する「REBAGシュウカン」を実施

容器包装リサイクル法改正（レジ袋有料化）に合わせ、
「マイバッグを持ち歩くショッピングスタイル」をお客さまへ提案

■2025年までに100%サステナブルコットンへの切り替えを宣言

コットン、ポリエステル、レーヨンの社内独自サステナブル基準を設定
オリジナルマークの表示で可視化に取り組む（下期以降、順次店頭展開予定）



＜エコバッグを使ったファッションコーディネートの特設サイトに掲載＞



＜自社ECドットエスティ内にサステナブル関連商品特集ページを開設、可視化を進める＞

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!*