

2020年2月期 第1四半期 決算補足資料

2019年6月28日

A D A S T R I A
— *Play fashion!*



目次

I. 2020年2月期 第1四半期業績

| | |
|------------|---|
| ・ 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 | 13 |

I . 2020年2月期 第1四半期業績

連結損益計算書

(百万円)

| | 2019/2期 1Q | | 2020/2期 1Q | | |
|----------------|------------|--------|------------|--------|---------|
| | 実績 | 構成比 | 実績 | 構成比 | 前年同期比 |
| 売上高 | 51,392 | 100.0% | 56,290 | 100.0% | 109.5% |
| アダストリア単体 | 44,760 | 87.1% | 50,303 | 89.4% | 112.4% |
| 国内子会社 *1 | 3,670 | 7.1% | 3,668 | 6.5% | 100.0% |
| 海外子会社 *2 | 3,808 | 7.4% | 3,123 | 5.5% | 82.0% |
| 売上総利益 | 29,521 | 57.4% | 32,882 | 58.4% | 111.4% |
| 販管費 | 28,243 | 55.0% | 27,660 | 49.1% | 97.9% |
| 広告宣伝費 | 2,376 | 4.6% | 2,127 | 3.8% | 89.5% |
| 人件費 | 9,526 | 18.5% | 9,754 | 17.3% | 102.4% |
| 設備費 | 10,520 | 20.5% | 10,270 | 18.2% | 97.6% |
| のれん償却費 | 570 | 1.1% | 48 | 0.1% | 8.4% |
| その他 | 5,249 | 10.2% | 5,459 | 9.7% | 104.0% |
| 営業利益 | 1,278 | 2.5% | 5,221 | 9.3% | 408.4% |
| アダストリア単体 | 1,809 | - | 4,964 | - | 274.4% |
| 国内子会社 *1 | ▲ 189 | - | 235 | - | - |
| 海外子会社 *2 | ▲ 641 | - | ▲ 270 | - | - |
| アダストリア・ロジスティクス | 172 | - | 183 | - | 106.0% |
| 経常利益 | 1,358 | 2.6% | 5,119 | 9.1% | 376.9% |
| 純利益 | 239 | 0.5% | 3,267 | 5.8% | 1366.2% |
| EBITDA | 3,387 | 6.6% | 6,863 | 12.2% | 202.6% |
| 減価償却費 | 1,538 | 3.0% | 1,593 | 2.8% | 103.6% |
| のれん償却費 | 570 | 1.1% | 48 | 0.1% | 8.4% |

*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

次ページのサマリーをご参照ください。

連結損益計算書

■ 売上高：562億円（前年同期比109.5%）

- ・ 単体：グローバルワーク・ローリーズファーム・スタディオクリップニコアンドが牽引
- ・ 国内子会社：エレメントルール社、BUZZWIT社が好調に推移
- ・ 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：58.4%（前年同期比+1.0p）

- ・ 「適時・適価・適量」の徹底で値引き率が改善

■ 販管費率：49.1%（前年同期比▲5.9p）

- ・ 広告宣伝費：3.8%（同▲0.8p）EC関連販促費用の減少
- ・ 人件費：17.3%（同▲1.2p）賃金が増加したものの、増収により比率が低下
- ・ 設備費：18.2%（同▲2.3p）店舗数の前年同期比減少
- ・ 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：52億円（前年同期比408.4%）

- ・ 営業利益率9.3%（同+6.8p）、EBITDAマージン12.2%（同+5.6p）
- ・ 単体、国内子会社は増益、海外子会社は赤字縮小

■ 純利益：32億円

<連結損益計算書>

当第1四半期の連結売上高は、前年同期比109.5%となる562億円でした。

単体では、基幹ブランドのグローバルワーク、ローリーズファーム、スタディオクリップ、ニコアンドが牽引しました。

国内子会社では、エレメントルール社、BUZZWIT社が好調に推移しております。

海外子会社では、香港・中国は前期の不採算店舗閉鎖の影響で減収となりましたが、卸事業が安定した米国は二桁増収でした。

売上総利益率は、58.4%と前年同期比+1.0Pとなりました。

お客様の購買意欲を高める商品を「適時・適価・適量」提供することを徹底したことで、値引き率が着実に改善しました。

販管費率は、49.1%と前年同期比▲5.9Pとなりました。

広告宣伝費率は、クーポン発行などEC関連販促費用の減少により▲0.8Pとなりました。

人件費率は、賃金が増加したものの、増収により比率が低下したため▲1.2Pとなりました。

設備費率は、店舗数の前年同期比減少により▲2.3Pとなりました。

旧トリニティアーツ社ののれん償却が前上期末で完了したことにより、

のれん償却費率は▲1.0Pとなりました。

結果として、営業利益は前年同期比408.4%となる52億円、営業利益率は9.3%、

EBITDAマージンは12.2%となりました。

単体・国内子会社はともに増益となり、海外子会社は赤字が縮小いたしました。

純利益は32億円となっております。

アダストリア単体

(百万円)

| | 2019/2期 1Q | | 2020/2期 1Q | |
|-----------|------------|--------|------------|--|
| | 実績 | 実績 | 実績 | |
| | | | 前年同期比 | |
| 売上高 | 44,760 | 50,303 | 112.4% | |
| （既存店前年比） | 92.8% | 109.6% | - | |
| グローバルワーク | 9,325 | 10,634 | 114.0% | |
| ニコアンド | 7,393 | 7,850 | 106.2% | |
| ローリーズファーム | 5,324 | 6,146 | 115.4% | |
| スタディオクリップ | 5,372 | 5,635 | 104.9% | |
| レプシム | 3,461 | 3,708 | 107.1% | |
| 売上総利益 | 25,609 | 29,222 | 114.1% | |
| 売上総利益率 | 57.2% | 58.1% | +0.9p | |
| 販管費 | 23,799 | 24,257 | 101.9% | |
| 販管費率 | 53.2% | 48.2% | ▲ 4.9p | |
| 営業利益 | 1,809 | 4,964 | 274.4% | |
| 営業利益率 | 4.0% | 9.9% | +5.9p | |

| | | |
|-------|-------|-------|
| 出店 | 30 | 13 |
| 退店 | 5 | 3 |
| 改装 | 18 | 13 |
| 期末店舗数 | 1,232 | 1,272 |

*：単体のれん償却費 2019/2期1Q：497百万円、2020/2期1Q：36百万円

- 既存店売上高前年比109.6%、うちWEBストア114.5%
- 2018年8月より、旧アリシア社の3ブランドを単体に移管

<アダストリア単体 損益計算書>

「グローバルワーク」「ローリーズファーム」などの前期苦戦した基幹ブランドの回復や、「ニコアンド」及び、その他のブランドも総じて好調に推移した結果、当第1四半期の既存店売上高前年同期比は109.6%となり、うちWEBストアは114.5%でした。

基幹ブランドの回復の要因としましては、リブランディングを含め、コアとするターゲット層を明確化し、商品ラインアップを見直したことによります。

また、2018年8月より、旧アリシア社の3ブランドを単体に移管しましたが、この移管の影響もあり、売上高前年同期比は112.4%となる503億円でした。

売上総利益と販管費については、連結業績と説明が重なりますので割愛させていただきます。

出退店については、当第1四半期で13店舗を出店し、3店舗を退店しました。詳細の店舗数については9ページに記載していますのでご確認ください。

海外事業

(百万円)

| (海外現法単純合算) | 2019/2期 1Q | 2020/2期 1Q | | |
|------------|------------|------------|--------|-----------|
| | 実績 | 実績 | 前年同期比 | |
| | | | (円ベース) | (現地通貨ベース) |
| 売上高 | 3,808 | 3,123 | 82.0% | 82.2% |
| 香港 | 1,492 | 884 | 59.3% | 58.4% |
| 中国 | 428 | 149 | 35.0% | 36.5% |
| 台湾 | 624 | 623 | 99.9% | 103.1% |
| 韓国 | 282 | 278 | 98.5% | 101.7% |
| 米国 | 979 | 1,186 | 121.1% | 119.0% |
| 営業利益 | ▲ 641 | ▲ 270 | - | - |
| 香港 | ▲ 240 | ▲ 113 | - | - |
| 中国 | ▲ 216 | ▲ 92 | - | - |
| 台湾 | 22 | 39 | 173.9% | 179.3% |
| 韓国 | ▲ 80 | ▲ 51 | - | - |
| 米国 | ▲ 127 | ▲ 53 | - | - |

*: 米国のれん償却費: 2019/2期1Q: 6百万円、2020/2期1Q: 6百万円

- 香港・中国では、前期の不採算店舗閉鎖により赤字縮小
- 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、商品投入回数の増加により商品鮮度が向上し、好調に推移

<海外事業>

円ベースの売上高は、前年同期比82.0%となる31億円、営業損失は▲2.7億円となりました。

香港・中国では、前期に進めた不採算店舗閉鎖の結果、売上高は前期比で減少しましたが、営業損失が縮小しました。

台湾では、グローバルワークが堅調に推移し、当社初の海外自社ECサイト「dot st Taiwan」も引き続き成長しております。

米国では、商品投入回数を増やしたことにより売場の商品鮮度が向上し、卸事業・小売事業・EC事業ともに好調に推移しております。

連結貸借対照表

(百万円)

| | 2018年5月末 | | 2019年2月末 | | 2019年5月末 | | | |
|---------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|------------------|------------------|
| | | 構成比 | | 構成比 | | 構成比 | 2018年5月末比 増減額 | 2019年2月末比 増減額 |
| 流動資産 | 46,118 | 51.1% | 48,050 | 52.7% | 50,466 | 52.3% | +4,347 | +2,416 |
| 現預金 | 12,409 | 13.8% | 18,726 | 20.5% | 17,321 | 17.9% | +4,912 | ▲1,404 |
| 棚卸資産 | 19,908 | 22.1% | 17,592 | 19.3% | 17,901 | 18.5% | ▲2,006 | +309 |
| 固定資産 | 44,064 | 48.9% | 43,213 | 47.3% | 46,088 | 47.7% | +2,024 | +2,875 |
| 有形固定資産 | 13,406 | 14.9% | 13,440 | 14.7% | 15,781 | 16.3% | +2,375 | +2,341 |
| のれん | 1,373 | 1.5% | 648 | 0.7% | 599 | 0.6% | ▲773 | ▲48 |
| 投資その他資産 | 24,746 | 27.4% | 23,882 | 26.2% | 24,182 | 25.0% | ▲563 | +300 |
| 総資産 | 90,182 | 100.0% | 91,263 | 100.0% | 96,555 | 100.0% | +6,372 | +5,291 |
| 負債 | 39,742 | 44.1% | 38,303 | 42.0% | 41,635 | 43.1% | +1,892 | +3,331 |
| 有利子負債 | 2,775 | 3.1% | 2,552 | 2.8% | 2,333 | 2.4% | ▲442 | ▲219 |
| 純資産 | 50,439 | 55.9% | 52,959 | 58.0% | 54,919 | 56.9% | +4,479 | +1,959 |
| 自己株式 | ▲4,575 | ▲5.1% | ▲4,575 | ▲5.0% | ▲4,426 | ▲4.6% | +149 | +149 |

*: 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資産の項目に含む。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53億円の増加
- **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89.9%
- **固定資産** : 有形固定資産が前年同期末比23億円の増加
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56.9%、前年同期末比+1.0p

<連結貸借対照表>

営業キャッシュフローの増加により、
2019年5月末のネットキャッシュは149億円、前年同期末比で53億円増加しました。

在庫量の最適化、及び香港・中国の店舗数の減少により、
棚卸資産は連結ベースで前年同期末比89.9%の水準となりました。

固定資産は、当期首にアジアの子会社においてIFRS第16号を適用したことにより、
使用権資産などを計上し、有形固定資産が前年同期末比23億円増加しました。

純資産は549億円、純資産比率は56.9%と前年同期末比+1.0Pとなりました。

店舗数

| | 2019/2期 | 2020/2期 1Q末 | | | |
|------------|-----------|-------------|-----|-------|-----------|
| | 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 | 1 | 0 | 0 | 214 |
| ニョアンド | 139 | 2 | 0 | 0 | 141 |
| ローリーズファーム | 139 | 0 | 0 | 0 | 139 |
| スタディオクリップ | 190 | 2 | 0 | ▲ 1 | 191 |
| レブシム | 132 | 1 | 0 | 0 | 133 |
| ジーナシス | 73 | 0 | 0 | 0 | 73 |
| ベイフロー | 49 | 5 | 0 | 0 | 54 |
| レイジブルー | 58 | 0 | 0 | 0 | 58 |
| その他 | 269 | 2 | 0 | ▲ 2 | 269 |
| アダストリア合計 | 1,262 | 13 | 0 | ▲ 3 | 1,272 |
| (うちWEBストア) | (52) | (5) | (0) | (0) | (57) |
| 国内子会社合計 *1 | 80 | 6 | 0 | ▲ 1 | 85 |
| (うちWEBストア) | (14) | (2) | (0) | (▲ 1) | (15) |
| 国内合計 | 1,342 | 19 | 0 | ▲ 4 | 1,357 |
| (うちWEBストア) | (66) | (7) | (0) | (▲ 1) | (72) |
| 香港 | 20 | 0 | 0 | ▲ 2 | 18 |
| 中国 | 10 | 0 | 0 | 0 | 10 |
| 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 | ▲ 3 | 83 |
| (うちWEBストア) | (13) | (0) | (0) | (0) | (13) |
| 連結合計 | 1,427 | 20 | 0 | ▲ 7 | 1,440 |
| (うちWEBストア) | (79) | (7) | (0) | (▲ 1) | (85) |

*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

<店舗数>

当第1四半期末の店舗数は、国内1,357店舗、海外83店舗、連結合計1,440店舗（うちWEBストア85店舗）です。

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 | | 前期比 |
| | | | 構成比 | |
| 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 | | |

<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 基幹ブランドの状況

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
- ワンピース・スカート等のトレンドアイテムが前年同期比約2倍の伸長



<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を行った>

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



<2019SS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>

<国内ブランド事業>

国内の基幹4ブランドの状況についてご説明申し上げます。

グローバルワークでは、昨年の秋冬より、閑散期生産と期中・QR生産のバランスを見直した、ハイブリッド型の企画体制の確立を目指しております。第1四半期においては、特に、トレンド需要の高いレディース商品について、期中・QR生産の比率を高めることで、実需に合わせてトレンド対応した商品を、適時・適量で提供することができました。

プロモーションにおいても、店頭・WEBでのコーディネート提案を強化したことにより、今期トレンドのワンピースやスカートなどは、前期比約2倍の伸長を見せております。

ローリーズファームでは、この春リブランディングを実施いたしました。30代以上の大人の女性に向けて商品展開を拡充した結果、業績が好調に推移しております。

価格設定においても、商品毎のクオリティや数量に見合った適切な価格を精査し、プロパー販売で売り切ることを前提とした適価・適量での在庫コントロールに注力いたしました。その結果、在庫消化のための値引き販売が減少し、値引き率が改善したことに加え、第1四半期のブランド売上高前年同期比は全店で115.4%、既存店は120%を超える大幅な回復となりました。

国内ブランド事業 基幹ブランドの状況

niko and ...

- 2019年中国事業展開開始をメディア発表
 - 上海グローバル旗艦店を2019年末出店予定
 - 上海にて中国メディア向け発表会を実施

- ライフスタイルカテゴリ開発を継続
 - レストラン業態「niko and ... KITCHEN」
 - 分譲マンションのデザイン監修



<中国メディア向け発表会の様子>



<niko and ... KITCHEN>

12



■ お客さまに寄り添うモノづくりを強化

- 顧客参加型商品開発プロジェクト
- “みんなでつくる HELLO! iDEA HELLO! New basic”
- dot st会員約1,000名のアンケート・座談会を元にデザインや色・素材を決定した商品がヒット



<アンケート・座談会の様子>

ADASTRIA
Play fashion!

<国内ブランド事業>

ニコアンドは、前期から引き続き堅調に成長を続けております。当期は、中国事業展開の開始を控えており、上海グローバル旗艦店の出店について、中国メディア向けに発表いたしました。

また、ライフスタイル提案の幅を広げるカテゴリ開発も、積極的に継続しております。4月には、横浜ベイクォーターにて、ブランド独自のレストラン業態である「ニコアンドキッチン」をオープンしました。この他、BtoB事業である分譲マンションのデザイン監修を手掛けるなど、ブランドの編集力・提案力を活かしたチャレンジを行っています。

スタディオクリップでは、お客さまに寄り添うモノづくりを強化するため、お客さま参加型の商品開発プロジェクトをスタートしました。

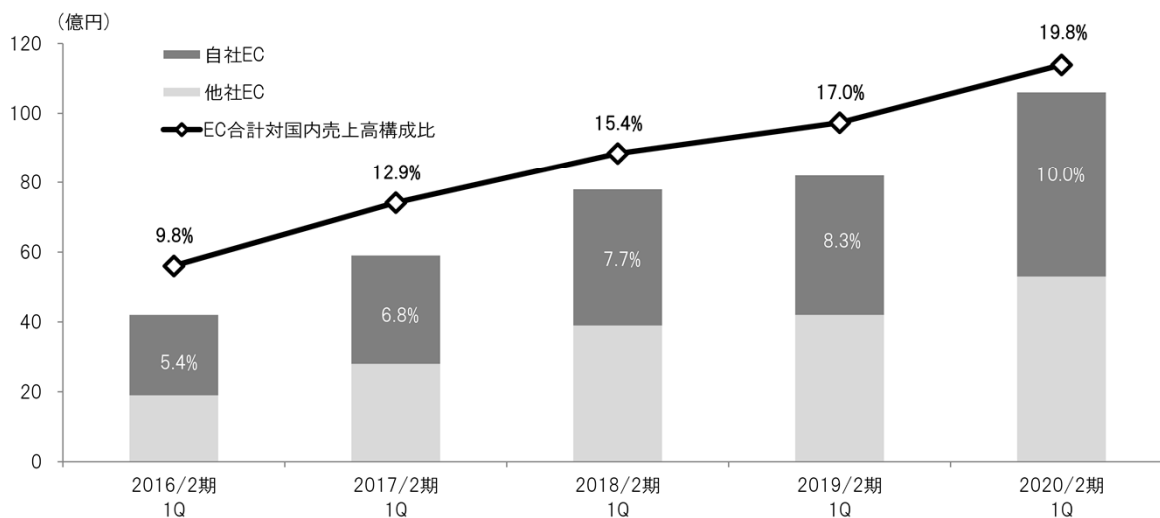
自社EC dot st会員の中で、ブランドと特に親和性の高い顧客層を抽出してアンケートや座談会を行い、日常の着用シーンでのお悩みや、色やデザインへの要望などお客さまの生の声を活かして商品企画へと反映しました。

第一弾のボーダートップスは発売後2週間で完売となる好評ぶり、第二弾はバッグ、第三弾はリネンシャツなど、この取り組みを継続的に行っていく予定です。

WEB事業

単体・国内子会社ともに、WEB事業が堅調に推移

- 国内EC売上高：107億円（前年同期比130.4%）
- 対国内売上高構成比：19.8%（うち自社EC約10.0%）
- 自社EC dot st 会員数：約920万人（前期末比+50万人）



*：2018/2期1Qより、単体に加え、(株)アリシアを合算
*：2019/2期1Q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

<WEB事業>

当第1四半期WEB事業の国内売上高は107億円で、前年同期比130.4%と堅調な成長を維持しております。

国内売上高に占める比率は19.8%、
そのうちの10%が自社ECサイト dot st（ドットエスティ）による売上です。
dot stの会員数は920万人を突破し、前期末比50万人増と引き続き増加を続けています。

なお、オムニチャネルサービスにつきましては、
クオリティ向上の為、導入時期を延期することといたしました。
今年中のリリースを予定しております。

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。

A D A S T R I A

—

Play fashion!