

ADASTRIA

<http://www.adastria.co.jp/>



**PROJECT-
With the Earth**

この冊子の印刷・製本に係るCO₂は
PROJECT- With the Earth を
通じてオフセット(相殺)しています。

株式会社アダストリアホールディングス

〒100-6610 東京都千代田区丸の内1-9-2 グラントウキョウサウスタワー 10F

Tel. 03-6895-6000(代表) Fax. 03-6895-6080

BUSINESS REPORT 2014

第64期 年次報告書 2013.3.1～2014.2.28



平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。
当社の第64期(2013年3月1日から2014年2月28日まで)における事業のご報告をするにあたり、ひとことご挨拶を申し上げます。

世界で戦える企業グループに向かって グループ経営資源の最適化に努めました。

当社グループは、2013年9月1日にアダストリアホールディングスとして新たなスタートを切りました。それぞれ世界観の異なる多彩なブランドと、企画・生産・物流などのブランドを支える機能の融合により、世界中のお客様からのご期待にお応えできる基盤が整いました。私たちが考えるファッションを軸とした「マルチブランド」「マルチカテゴリー」の展開、さらに企画から生産・販売までを一貫して実現する「バリューチェーン」の整備を通じて、磐石かつ柔軟なビジネスの展開を推し進めております。

経営統合後は、早期に統合シナジーを発現させるため、グループ再編に着手いたしました。海外市場においては、グローバル展開をさらに加速させるため、2013年9月にポイント、トリニティアーツの香港現地法人の経営統合によりアダストリアアジアを設立しました。さらに、2014年4月にはその他の地域の現地法人をアダストリアアジアの傘下とし、海外事業推進体制を整えました。また、当社グループの物流機能を担うボジックと、商品企画・生産管理機能を担うNATURAL NINEを合併し、海外を含めた生産から物流までの商品供給機能を統合しました。

さらに、トリニティアーツとパビロンの合併や、グループ全体の事務

センター機能を統合してアダストリア・ゼネラルサポートを設立するなど、グループ内における経営資源の最適化に努めました。

3つの変革テーマでさらなる成長ステージへ。

業績につきましては、売上高は1,532億73百万円(前期比26%増)と大きく伸長しました。これは主にトリニティアーツの連結子会社化によるものですが、この影響を除いても前期比6.8%の増収となりました。利益面では、円安による原価率の上昇や値下げ販売の増加による売上総利益率の低下、経営統合に伴うのれん償却額の計上などにより、営業利益は57億62百万円(同40.7%減)、経常利益は60億27百万円(同39.4%減)となりましたが、EBITDA※は前期比4.3%減と小幅な減益に留まっております。なお、のれんの一時償却として61億96百万円を特別損失に計上したことから、47億31百万円の当期純損失(前期は55億8百万円の当期純利益)となりました。

当期は、期初の業績予想を下回るとともに当期純損失という結果となり、株主の皆様からのご期待に添えなかったことを、ここにお詫び申し上げます。

この数年売上高は増収を続けていますが、営業利益は2010年2月期をピークとして4期連続で減益となっています。これは、急速に消費者ニーズが多様化するなかで、私たちのブランドや商品による差別化が困難になっており、売上計画の未達成や値下げロスが拡大する一方、将来に向けた成長基盤・ビジネスモデル構築のための投資を続けていることによるものです。

そこで、第65期は次の3つを変革の柱として、事業を推進してまいります。1つ目は、ブランド戦略です。各ブランドの役割・戦略を見直し、グループの成長に向けてブランドポートフォリオを再構築します。2つ目は、商品・ビジネスモデルの差別化です。ディレクションに基づいた商品企画を進めるとともに、独自の商品企画から販売までのバリューチェーンを進化させます。3つ目は、グループシナジーの最大化です。WEBやシステムなど機能面でのシナジー発揮に向けた取り組みを進め、コスト面におけるシナジーも併せて追求してまいります。

やるべきこと、改革すべき問題は見えています。さらなる成長に向けて、グループをあげて全力で取り組んでまいります。

株主の皆様におかれましては、引き続きご支援、ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。

※「EBITDA」 営業利益+減価償却費+のれん償却額(販売費及び一般管理費)

新たなステージに向かって

当社グループは、2013年9月1日にアダストリアホールディングスを持株会社とするグループ体制へと移行し、新たなステージに向かってスタートを切りました。

それぞれ世界観の異なる多彩なブランドと、それを支える商品企画・生産・物流機能の力を結集し、私たちが考えるファッションをお客様に提供してまいります。

アダストリアホールディングス

ポイント

「ローリーズファーム」、「グローバルワーク」、「ジーナシス」、「レプシムローリーズファーム」など、SPA型ファッションカジュアルブランドを国内外で展開しています。

トリニティアーツ

「ニコアンド」、「スタディオクリップ」を中心に、「バンヤードストーム」、「バビロン」などのブランドを展開し、ライフスタイルを提案しています。

※株式会社トリニティアーツと株式会社バビロンは、2014年4月1日付で合併しました。

海外現地法人

2003年に台湾への進出を開始して以来、海外事業を推進し、「グローバルワーク」、「ローリーズファーム」、「ニコアンド」を中心に出店を行っています。

※2014年1月、韓国に現地法人Adastria Korea Co., Ltd.を設立しました。

N9&PG

アジア各地に生産拠点を構え、オリジナルの素材開発から、パターンや商品企画、生産管理、物流および品質管理までをトータルに手がけています。

※物流機能を担う株式会社ボジックと商品企画・生産管理機能を担う株式会社NATURAL NINEは、2014年2月28日付で合併し、株式会社N9&PGに商号変更しました。

アダストリア・ゼネラルサポート

アダストリアグループ全体の事務センター機能をひとつにまとめ、業務の効率化を推進します。

23ブランド 1,133店舗〈国内〉

- お客様一人ひとりが“自分らしさ”をたくさんの選択肢から選べるいま、アダストリアグループはお客様の創造的な感性と暮らしに、マルチブランドでお応えし、現在23ブランドを展開しています。
- アパレルに加え、バッグ、シューズ、キッチン雑貨、家具などのマルチカテゴリーで、ファッションを軸としたアイテムをご提案します。
- お客様との接点をより充実させるため、国内に1,133店舗を展開するとともに、WEBストアの充実も図っています。

5地域 79店舗〈海外〉

- 東アジア・中国・東南アジアを3大エリアとして設定し、それぞれのエリアで確固たるポジションを築くべく、事業を推進しています。

物流拠点5拠点 生産拠点10拠点

- 商品企画から生産管理、物流および販売までを含む一貫したグループバリューチェーンを構築し、物流業務およびアパレル製品・雑貨の企画・製造・輸出入を一元的に担っています。

※2014年2月末日現在

お客様の創造的な感性と暮らしにお応

えるアダストリアグループのブランド

グローバルワーク



GLOBAL WORK



新しさのあるベーシックとシーズントレンドをMIXし、新鮮で着やすいファッションを買いやすい価格で世界中の人々に提案します。

ターゲット 20～30歳代の男女
2～6歳の子供
国内店舗数 173店舗(2014/2末)
海外店舗数 9店舗(2014/2末)
<http://www.point.jp/globalwork/>

ニコアンド



niko and ...



人は、生まれてきたままでは何かならない。niko and...は、人や、暮らしに[スタイル]を加えることで、自分らしさを創造するしあわせを提案します。

ターゲット 25～35歳の男女
国内店舗数 100店舗(2014/2末)
海外店舗数 4店舗(2014/2末)
<http://www.nikoand.jp/>

ローリーズファーム

LOWRYS
FARM



クオリティ&リラックスをテーマに、普通の生活感覚を持った女性へ、飽きのこないベーシックアイテムと、シーズントレンドアイテムをミックスした清潔なコーディネート提案します。

ターゲット 20～30歳代の女性
国内店舗数 138店舗(2014/2末)
海外店舗数 19店舗(2014/2末)
<http://www.point.jp/lowrysfarm/>

スタジオクリップ studioCLIP



「今日の日を、忘れられない一日に。」特別じゃないなんでもない一日だったとしても、ちょっとした出来事も大切に、見逃さずに、暮らしていきたい。スタジオクリップは、「わたしの家」をコンセプトに私らしいライフスタイルをご提案します。

ターゲット 30～40歳の女性
国内店舗数 129店舗(2014/2末)
<http://www.studio-clip.co.jp/>

レプシムローリーズファーム L EPSIM

LOWRYS FARM



SIMPLEでありながら新しさを感じる。日常生活の中に自然に溶け込む気取らないカジュアルスタイルを提案します。

ターゲット 20～30歳代の女性
国内店舗数 110店舗(2014/2末)
<http://www.point.jp/lepsim/>

バビロン



BABYLONE



フェミニン、エッジ、ソフィスティケートドをコンセプトにしたセレクトショップ。文化や理念を越えて新たなファッションを取り入れることで、新しい価値観を提案します。

ターゲット 25～35歳の女性
国内店舗数 26店舗(2014/2末)
<http://babylone.jp/>

■ 統合効果の早期発現のために

グループ企業の再編を行い、経営資源の最適配置・共通インフラの効率的活用・事業基盤の強化など、統合効果の早期発現に努めました。

- ・衣料品・服飾雑貨・生活雑貨等を扱うライフスタイル提案型ブランドを有するトリニティアーツと、主に駅ビル・ファッションビルを中心に高価格帯ブランドを有するバビロンの合併を決定しました。
- ・各国現地法人をアダストリアアジアの傘下とすることを決定し、海外事業の基盤強化を図りました。
- ・ポジックとNATURAL NINEを統合し、物流および生産管理機能を担うN9&PGとして、グループバリューチェーンにおけるインフラ機能を整備しました。

■ ポイント

- ・レプシムローリーズファームが、リブランディングにより大幅な増収となりました。基幹ブランドであるグローバルワークが堅調に推移し、レピピアルマリオなどの新興ブランドも順調に成長しています。
- ・自社生産比率が大きく上昇し、売上を牽引するヒット商品が数多く生まれました。
- ・自社ポイントサービス「collect point MEMBERS」の会員登録数が200万人に達したほか、WEBを通じた売上が前期比20%超の増収となるなど、WEB事業が大きく成長しました。

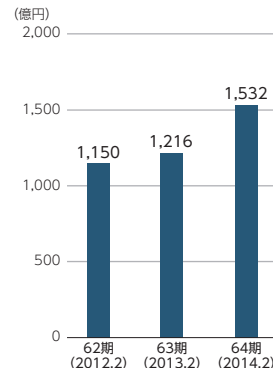
■ トリニティアーツ

- ・年間101店舗とハイペースで出店を進め、業容拡大を加速させています。
- ・ニコアンドとスタディオクリップはTVCM効果で客数が増加し、売上を牽引しました。

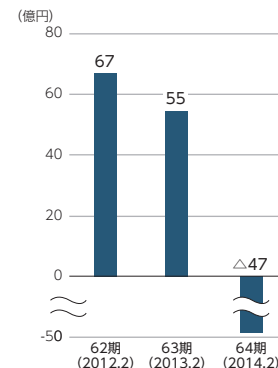
■ 海外事業

- ・中国では、沿岸部大都市から、成都など地方中核都市にも進出を開始しました。
- ・2012年に出店を開始したシンガポールでは、グローバルワーク1号店を出店するなど、東南アジア進出への足がかりとしています。
- ・2014年中に、ニコアンドを韓国へ初出店する予定です。

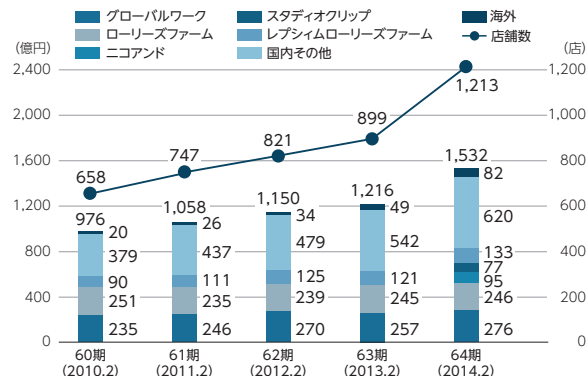
■ 売上高



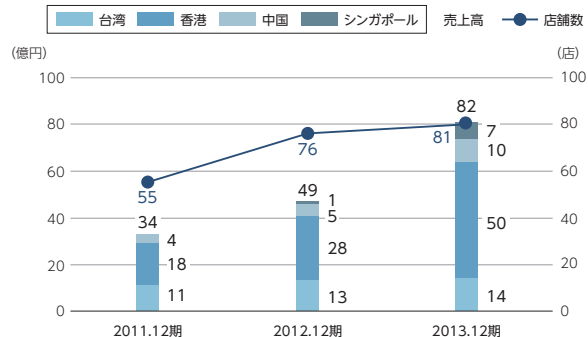
■ 当期純利益



■ 店舗数およびブランド別売上高の推移 (国内・海外連結)



■ 海外売上高と店舗数の推移



BRAND

[ブランド]

1 ブランディングの成果で 各ブランドの売上が伸長

ニコアンドおよびスタディオクリップが出店を加速、TVCMによる認知度アップ効果もあって客数を増やし、高い成長率を示しました。レプシムローリーズファームは、よりトレンドを意識した都会的なテイストにシフトするリブランディングを実施。商品のディレクション、店舗デザインも都会的な印象に変更したことによって、多くのお客様のご評価をいただき、売上が伸長しました。また、雑貨事業部の本格稼働に伴い、各ブランドの雑貨売上や雑貨ブランドも順調に推移しています。2014年に20周年を迎えるグローバルワークは、プロモーションの強化と海外展開を意識したMDIに刷新することによって、さらなる成長を目指してまいります。



グローバルワーク くずはモール店

2 ニコアンド こだわりのコーヒースタンド 併設ショップをオープン

2013年11月23日に、ニコアンド「イオンモール鹿児島店」を増床してオープンしました。180坪の広い店内に、レディス・メンズアパレル、生活雑貨、家具という従来のカテゴリーに加え、コーヒースタンドを併設し、“衣・食・住”のライフスタイルを提案する構成といたしました。コーヒースタンドでは、世界トップクラスの品評会で入賞した



ニコアンド イオンモール鹿児島店

コーヒーなど常時5種類の豆をご用意し、厳選された豆から淹れたこだわりのコーヒーをお楽しみいただけます。

店内はあえてカフェスペースとショップスペースに分けておらず、美味しいコーヒーをカウンターで楽しみながらゆったりとくつろいだり、カップを片手に店内をめぐってお買い物を楽しんだり、自由に時間を過ごしていただくことができます。

まるでお家でお買い物を楽しむ感覚に似た、新しいお買い物スタイルをご提案しています。

3 新ブランドが相次いでデビュー

「スクオーバル」は、結婚や子育てというライフステージの転機を迎えても、いつまでも高感度のファッションを楽しみたいお客様のために、旬でおしゃれなモノやここでしか出会えない希少性の高いモノ、そして洋服から派生するコトを提案するセレクトショップです。「ベイフロー」は、自然を愛し、ファッションを愛する大人の女性・男性に向けて「上質なデイリーカジュアルウェア+生活雑貨」を展開し、健康的でスタイリッシュなライフスタイルを提案します。新たなブランドで、さらに幅広いお客様からのご支持を獲得してまいります。



スクオーバル ららぽーと船橋店



ベイフロー cocoti SHIBUYA店

GLOBAL

[海外展開]

1 アダストリアアジアを核とする、 海外事業推進体制を強化

アダストリアグループでは、海外事業展開地域として東アジア・中国・東南アジアを3大エリアとして設定し、それぞれのエリアで確固たるポジションを築くという方針を掲げています。2003年台湾にグループ初の海外出店を果たして以来、香港・中国・シンガポールに展開を拡げ、2014年1月にはアダストリアアジアの全額出資で韓国にアダストリアコリアを設立し、進出エリアは5地域に拡大しました。グローバルワーク、ローリーズファーム、ニコアンドを海外展開の中心として、グローバルブランド化を推進しています。

また、体制面の強化も進めております。2013年9月、ポイント、トリニティアーツの香港現地法人の経営統合によりアダストリアアジアを設立いたしました。アダストリアアジアは、前述のアダストリアコリアに加え、2014年4月には上海と同様に台湾、シンガポールの現地法人も傘下とし、グループの海外事業統括会社となりました。アダストリアアジアを核とする海外事業推進体制の整備を進め、グローバル展開をさらに加速させてまいります。

展開エリアを着実に拡大



2 シンガポール初出店! グローバルワーク Westgate店 2013年12月オープン

2013年12月、グローバルワークとしてシンガポール進出第1号店となる「Westgate店」をオープンしました。

シンガポール西部のジュロン地区に新設された大型モール「Westgate」は、MRTジュロン・イースト駅やバスのインターチェンジ、さらには2013年6月にオープンした商業施設「JEM(ジェム)」と直結し、新たなランドマークとして注目されている施設です。

グローバルワークは、2012年香港への海外初出店以来、現在までに香港に5店舗、台湾に4店舗を出店し、海外展開を進めています。

今回のシンガポール出店を足がかりに、東南アジアにおける事業展開を推進し、グローバルブランドとしての価値を高めてまいります。



グローバルワーク Westgate店

3 ニコアンド 海外出店を加速 2014年 韓国出店予定

2013年12月、ニコアンドとして海外4号店・ブランド最大店舗となる「Grand Century Place店」を、香港・旺角(モンコック)にオープンしました。ニコアンドは、2012年10月に香港に海外初出店して以来、2013年8月に2号店・3号店と相次いで出店し、海外展開を加速させています。2014年中には、グループとしても初となるニコアンド韓国1号

店をソウル市に出店予定です。日本発のグローバルブランドとして、今後もグループのスピード感ある海外展開を牽引してまいります。



ニコアンド Grand Century Place店

PROMOTION

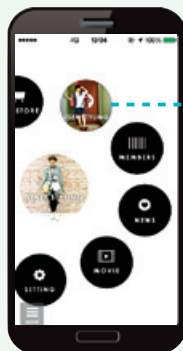
【プロモーション】

1 WEBとリアル店舗を融合させた、魅力的なコンテンツづくりを推進

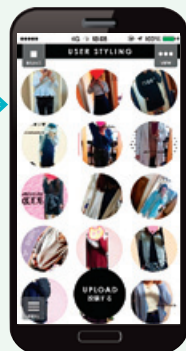
WEBやSNSを活用したキャンペーンの実施、店舗におけるイベントなど、多彩な手法を用いたお客様へのアプローチを強化しています。特に、スマートフォンアプリの開発や、LINEなどの新たなツールの活用など、WEBマーケティングの強化によるブランド力向上を図っています。

2014年1月、iPhone、Androidスマートフォンアプリ「collect point (コレクトポイント)」のデザインをリニューアルしました。

スマートフォンアプリ「collect point」は、ローリーズファームやグローバルワークなど計12ブランドのショップスタッフより、毎週1,500以上のスタイリングが投稿されることから、多くのお客様にご利用いただいています。お客様ご自身もスタイリングの投稿ができる機能を追加し、さらなるユーザビリティ向上や、ソーシャルメディアとの連携など楽しみながら投稿できる仕組みの構築を進めるなど、継続的に機能の充実を図ってまいりました。2014年2月期、WEBストア売上は前期比20%を超える増収を達成し、自社ポイントサービス「collect point MEMBERS」会員登録数は200万人を突破しました。今後もさらなる拡大を目指し、魅力的なコンテンツづくりを推進してまいります。



スマートフォンアプリ「collect point」トップ



お客様がスタイリングを投稿できる機能を追加し、さらに多くのお客様にご利用いただいています。

2 ニコアンド・スタジオクリップとともにTVCMによって認知度が向上

ニコアンドでは、2013年10月から第3弾となるTVCMを放映し、それに連動するキャンペーンを展開しました。J-WAVEをはじめとした全国主要FM局のラジオCM、渋谷駅前交差点の屋外ビジョンや福岡天神ソラリアビジョンにも展開したほか、SNSでの拡散の仕組みも充実させました。

また、スタジオクリップでも同じく2013年10月から、ブランド初となるTVCMを放映。CM内で使用されたアイテムの紹介やプレゼントキャンペーンのほか、店頭ビジュアルも連動して展開したことで認知度が向上、客数の増加が売上を大きく牽引しました。2014年春からも、両ブランドとも店頭ビジュアルと連動させた新TVCMを放映し、ブランドが提案するライフスタイルをさらに広め、ブランド認知度の向上を図っています。

■ ニコアンド



斉藤和義さんの“歩いて帰ろう”の楽曲に乗せて、風のように軽やかに、雲のように自由に、新生活を意識した爽やかでHAPPYな気分を表現しました。

■ スタジオクリップ



貫地谷しほりさんを起用したCMのコンセプトは「今日の日を、忘れられない一日に。」ピクニックやキャンプなど春の風をかんじるもので、「わたしの家」から少し飛び出したシーンを描きました。

持株会社体制への円滑な移行に努め、
グループ内の協業を深化させました。

業績

売上高はトリニティアーツの新規連結に伴い
前期比26.0%の増収、利益面ではのれんの
一時償却を実施し、特別損失を計上しました。

下期からトリニティアーツを新規連結したことに伴い、売上高は
1,532億73百万円(前期比26.0%増)となりました。ブランド別で
は、グローバルワーク、レプシムローリーズファーム、ニコアンドが好
調に推移しました。利益面では、円安による原価率の上昇や値下げ販
売の増加などによる売上総利益率の低下、経営統合に伴うのれん償
却額の計上などにより、営業利益率は3.8%(前期比4.2ポイント減)
となりました。また、のれんの一時償却として61億96百万円を特別
損失に計上しました。

財務

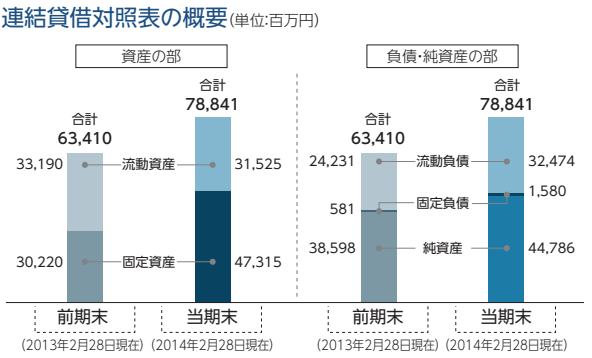
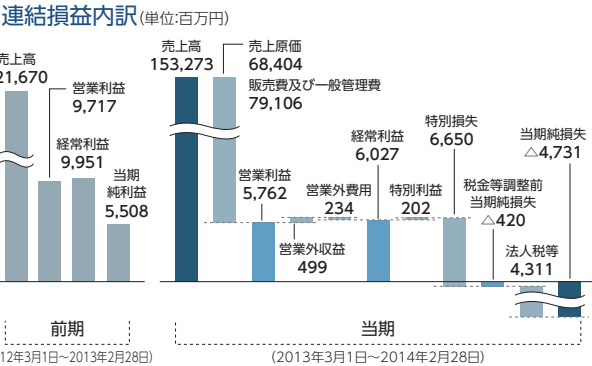
経営統合を経て、引き続き安定かつ健全な
財務体質を維持しています。

総資産は、経営統合により、棚卸資産やのれん、敷金及び保証金が増
加したこと等により、前期末比154億30百万円増加しました。
負債は、短期借入金や未払金が増加したこと等により、前期末比92
億42百万円増加しました。
純資産は、株式交換に伴う資本剰余金の増加等により、前期末比61
億87百万円増加しました。自己資本比率は56.8%と、引き続き健全
な水準を維持しています。

来期

- 【ブランド戦略】
- ・ブランドの役割・戦略を見直し、グループの成長に向けてブランド
ポートフォリオを再構築します。
 - ・顧客層の拡大(海外・年齢・ライフスタイル)を積極的に推進します。
- 【商品・ビジネスモデルの差別化】
- ・ディレクションに基づいた商品企画を進め、N9&PGの機能を活用する
ことで、商品の差別化を追求します。
 - ・商品企画から販売までのバリューチェーンの進化を図ります。

詳しい決算情報については
アダストリアホールディングス [検索 http://www.adastria.co.jp/](http://www.adastria.co.jp/)



【グループシナジーの最大化】

- ・WEB・システム等、機能面でのシナジー発揮を目指します。
- ・前期に行ったグループ内再編を踏まえ、コストシナジーの発現に努めます。

2014年2月期	実績	来期見通し	前期比
売上高	153,273百万円	185,900百万円	(21.3%増)
営業利益	5,762百万円	6,000百万円	(4.1%増)
経常利益	6,027百万円	6,000百万円	(0.5%減)
当期純利益	△4,731百万円	1,600百万円	-

CSV活動

グループCSV 方針 ファッションは世界を変える力をもっている

アダストリアグループは、国内・海外で約1,200店舗を展開しており、商品を製造現場からお客様の手にお届けするまでの様々な場面において、多くの人々や社会の支えを必要としています。アダストリアグループの成長には、健全な社会の存続が必要不可欠であり、本業に即した形で社会的課題を解決することにより、あらゆるステークホルダーにとっての価値を創造していく、すなわち『共通価値の創造=CSV (Creating Shared Value)』への取り組みが極めて重要だと考えます。

私たちアダストリアグループは、経営理念の実践と事業活動を通じて社会的課題を解決し、継続的で豊かな世界へと変えていくことを目指してまいります。



健全な企業活動を遂行するためには、地球環境の存続が必要です。

当社グループは、従業員参加型の環境活動や太陽光発電システムによる電力提供、LED照明への切り替えなどの活動を通じて、地球の持続可能な発展に向けて、環境保全に繋がる活動を行っています。



継続的に企業が成長していくためには、従業員やお客様をはじめとする「人」の支えが必要です。

当社グループは、ワークライフバランスの推進や中高生へのキャリア支援、障がい者の社会参加支援などの活動を通じて、多くの人々の未来への希望に繋がる活動を行っています。



商品を生産・販売するためには、国内外の地域との関わりが必要です。

当社グループは、東日本大震災への継続的支援やペットボトルキャップのリサイクルによる途上国支援、創業の地・水戸への貢献などの活動を通じて、地域の継続的な発展と活性化のために、様々なかたちで支援活動を行っています。

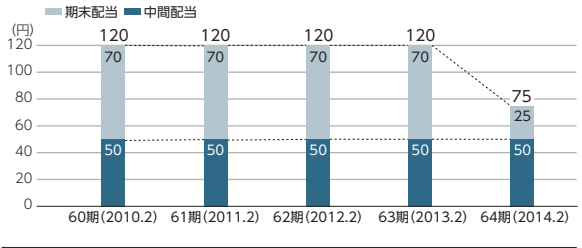
株主還元

株主様への還元について

当社は、株主の皆様への還元については、のれん償却前連結配当性向30%を基準に実施してまいります。

当期の期末配当金につきましては、通期業績を鑑み、当初予定金額より減額し、1株当たり25円とさせていただきます。この結果、中間配当金の50円と合わせ、年間配当は1株当たり75円となり、のれん償却前連結配当性向は47.8%となりました。

配当金の推移



株主優待制度のご案内

株主の皆様には、株主であると同時に当社ブランドのファンであってほしいという思いから、当社の株主優待制度は、商品引換券といたしております。当社株式をご所有の株主の皆様へ、下記内容にて全国の当社店舗でご利用可能な商品引換券を贈呈させていただいております。

(権利確定日:毎年2月末日)



所有株式数	商品引換券贈呈額
10株以上100株未満	2,000円
100株以上1,000株未満	5,000円
1,000株以上5,000株未満	10,000円
5,000株以上	20,000円

経営報告会の開催

当社では、株主の皆様へ当社の経営陣から経営方針・事業計画進捗状況等をご報告させていただくとともに、株主の皆様からのご意見を直接頂戴する貴重な場として、経営報告会を開催しております。

より多くの株主の皆様との交流を図るため、当期は11月の週末に東京と大阪にて開催いたしました。

会社概要

名称	株式会社アダストリアホールディングス Adastria Holdings Co., Ltd.
本部住所	東京都千代田区丸の内1-9-2 グラントウキョウ サウスタワー 10階
電話番号	03-6895-6000
設立	1953年10月22日
資本金	2,660百万円
発行済株式数	24,400千株
代表者	代表取締役会長 福田 三千男 代表取締役社長 遠藤 洋一
事業内容	衣料品・雑貨等の企画・製造・小売各事業を中心とした 企業グループの経営管理業務
主要取引銀行	三菱東京UFJ銀行 常陽銀行 みずほ銀行 三井住友銀行
社員数	正社員4,334名(グループ合算)

取締役・監査役 (2014年5月22日現在)

代表取締役会長	福田 三千男
代表取締役社長	遠藤 洋一
取締役	宮本 英範
取締役	木村 治
取締役	倉重 英樹
取締役	松井 忠三
取締役	阿久津 聡
常勤監査役	廣田 滋
監査役	横山 哲郎
監査役	前川 渡
監査役	高橋 惇

※取締役のうち、倉重 英樹、松井 忠三、阿久津 聡は、会社法第2条第15号に定める社外取締役であります。
※監査役のうち、廣田 滋、横山 哲郎、前川 渡は、会社法第2条第16号に定める社外監査役であります。

グループ会社

- 株式会社ポイント
婦人服、紳士服、子供服、雑貨等の企画・製造・販売
- 株式会社トリニティアーツ※1
婦人服、紳士服、雑貨等の企画・製造・販売
- 株式会社FRIENDS
「ミューバー」の企画・製造・販売
- Adastria Asia Co., Ltd.
グループの海外事業推進および香港におけるグループブランドの店舗運営と販売業務
- 方針(上海)商貿有限公司
中国におけるグループブランドの店舗運営と販売業務
- 波茵特股份有限公司
台湾におけるグループブランドの店舗運営と販売業務
- ADASTRIA SINGAPORE PTE. LTD.
シンガポールにおけるグループブランドの店舗運営と販売業務
- Adastria Korea Co., Ltd.
韓国におけるグループブランドの店舗運営と販売業務
- 株式会社N9&PG※2
物流業務およびアパレル製品・雑貨の企画・製造・輸出入
- 株式会社アダストリア・ゼネラルサポート
グループ各社への総合サービス提供

※1:株式会社トリニティアーツと株式会社パビロンは、2014年4月1日付で合併いたしました。
※2:株式会社ボジックと株式会社NATURAL NINEは、2014年2月28日付で合併し、株式会社N9&PGに商号変更しました。

国内店舗	1,133店舗	／	海外店舗	79店舗
国内物流拠点	5拠点	／	海外生産拠点	10拠点

※2014年2月末日現在

株式の状況

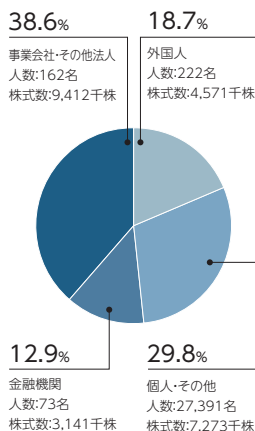
発行可能株式総数…………… 50,000,000株
 発行済株式の総数…………… 24,400,000株
 株主数…………… 27,848名

大株主(上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社フクゾウ	6,619	27.3
豊島株式会社名古屋本社	1,000	4.1
ピー・イー・エイチ ファイデリティ ビューリタン ファイデリティ シリーズ インタリシツク オポチユニティズ ファンド	750	3.1
福田 三千男	719	3.0
株式会社テツカンパニー	644	2.7
ピー・イー・エイチ フォー ファイデリティ ロー プライズド ストック ファンド(プリンシパル オールセクター サポートフォリオ)	635	2.6
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	558	2.3
株式会社良品計画	554	2.3
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	475	2.0
塩見 鉄弥	469	1.9

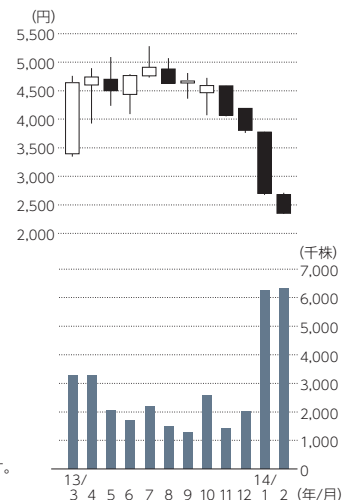
※持株比率は自己株式(117,588株)を控除して計算しております。

所有者別株式数分布状況



※金融機関には金融商品取引業者を含みます。
 ※個人・その他には自己株式を含みます。

株価・売買高の推移



株主メモ

事業年度	3月1日～翌年2月末日
期末配当金受領株主確定日	2月末日
中間配当金受領株主確定日	8月31日
定時株主総会	毎年5月
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都東区東砂七丁目10番11号 Tel. 0120-232-711 (通話料無料)
同連絡先	
上場証券取引所	東京証券取引所
公告の方法	電子公告により行う 公告掲載URL http://www.adastria.co.jp/ir/koukoku/ (ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載して行います。)

(ご注意)

1. 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
2. 特別口座に登録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にでもお取次ぎいたします。
3. 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

ホームページのご案内

詳細な財務データはホームページにも掲載しておりますのでご利用ください。

当社のホームページでは、企業情報、ニュース、株主・投資家情報など、当社および当社グループに関する各種情報を公開しています。特に、株主の皆様、投資家の皆様へのきめ細かな情報提供を目指し、IRニュースや売上速報などの迅速な情報開示や、動画による説明会の模様の配信など多彩なコンテンツをそろえておりますので、是非ご利用ください。



<http://www.adastria.co.jp/>