

2021年2月期 第3四半期 決算補足資料

2020年12月29日

A D A S T R I A
— *Play fashion!*

目次

I. 2021年2月期 第3四半期業績

・ 連結損益計算書	4
・ アダストリア単体	6
・ WEB事業	7
・ 海外事業	8
・ 連結貸借対照表	9
・ 店舗数	10
・ 2021年2月期 通期連結業績予想	11

II. 営業報告

・ 国内事業 成長ブランドの進捗	13
・ 国内ECの強化	14
・ 中国事業が好調に推移	15
・ サステナブル経営へのチャレンジ	16

I . 2021年2月期 第3四半期業績

連結損益計算書

(百万円)

	2020/2期 第3四半期				2021/2期 第3四半期					
	9ヶ月累計		3ヶ月		9ヶ月累計			3ヶ月		
		構成比		構成比		構成比	前年同期比		構成比	前年同期比
売上高	164,280	100.0%	55,299	100.0%	132,833	100.0%	80.9%	53,168	100.0%	96.1%
アダストリア単体	146,495	-	49,423	-	116,896	-	79.8%	46,900	-	94.9%
国内子会社 *1	10,780	-	3,535	-	10,636	-	98.7%	4,250	-	120.2%
海外子会社 *2	9,466	-	3,267	-	7,479	-	79.0%	2,782	-	85.2%
売上総利益	93,805	57.1%	32,544	58.9%	73,949	55.7%	78.8%	31,677	59.6%	97.3%
販管費	81,834	49.8%	27,738	50.2%	72,841	54.8%	89.0%	26,158	49.2%	94.3%
広告宣伝費	6,066	3.7%	2,284	4.1%	5,343	4.0%	88.1%	1,983	3.7%	86.8%
人件費	29,363	17.9%	9,819	17.8%	27,329	20.6%	93.1%	9,096	17.1%	92.6%
設備費	30,823	18.8%	10,411	18.8%	26,175	19.7%	84.9%	9,963	18.7%	95.7%
のれん償却費	127	0.1%	39	0.1%	118	0.1%	93.0%	39	0.1%	99.7%
その他	15,453	9.4%	5,183	9.4%	13,873	10.4%	89.8%	5,075	9.5%	97.9%
営業利益	11,970	7.3%	4,805	8.7%	1,108	0.8%	9.3%	5,519	10.4%	114.8%
アダストリア単体	11,293	-	4,708	-	1,756	-	15.6%	5,486	-	116.5%
国内子会社 *1	415	-	94	-	▲ 572	-	-	▲ 7	-	-
海外子会社 *2	▲ 508	-	▲ 189	-	▲ 753	-	-	▲ 180	-	-
アダストリア・ロジスティクス	559	-	149	-	473	-	84.6%	140	-	94.0%
経常利益	11,871	7.2%	4,884	8.8%	3,116	2.3%	26.3%	5,847	11.0%	119.7%
純利益	6,908	4.2%	2,498	4.5%	1,228	0.9%	17.8%	3,690	6.9%	147.7%
EBITDA	17,133	10.4%	6,576	11.9%	6,147	4.6%	35.9%	7,276	13.7%	110.6%
減価償却費	5,035	3.1%	1,731	3.1%	4,920	3.7%	97.7%	1,718	3.2%	99.2%
のれん償却費	127	0.1%	39	0.1%	118	0.1%	93.0%	39	0.1%	99.7%

*1：(株)エレメントルール・(株)BUZZWIT・(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>

次ページのサマリーをご参照ください。

連結損益計算書（第3四半期3ヶ月）

■ 売上高：531億円（前年同期比96.1%）

- ・ 単体：外出自粛の影響が一定程度残る中、上期までと比較し客数が改善
- ・ 国内子会社：都心部店舗主体のエレメントルール社は苦戦、EC専門のBUZZWIT社が大幅伸長
- ・ 海外子会社：中国・台湾は増収、香港・韓国・米国は新型コロナウイルスの影響が続き減収

■ 売上総利益率：59.6%（前年同期比+0.7p）1Q ▲5.2p、2Q ▲0.9p

- ・ 在庫コントロールの徹底でセールを抑制し、値引き率が改善

■ 販管費率：49.2%（前年同期比▲1.0p）金額は前年同期比▲15億円

- ・ 広告宣伝費：3.7%（同▲0.4p、▲3億円）販促計画の見直しによる費用抑制
- ・ 人件費：17.1%（同▲0.7p、▲7億円）業績に応じた賞与支給額の変動
- ・ 設備費：18.7%（同▲0.1p、▲4億円）家賃減免を継続
- ・ その他：9.5%（同+0.1p、▲1億円）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：55億円（前年同期比114.8%）

- ・ 営業利益率10.4%（同+1.7p）、EBITDAマージン13.7%（同+1.8p）

■ 経常利益：58億円（前年同期比119.7%）

■ 純利益：36億円（前年同期比147.7%）

韓国現地法人の清算に伴う事業整理損失引当金繰入額1億円を特別損失として計上

ADASTRIA
Play fashion!

5

<連結損益計算書>

ここでは主に第3四半期3か月の業績についてご説明します。

当第3四半期の連結売上高は、前年同期比96.1%となる531億円でした。

アダストリア単体では、外出自粛の影響が一定程度残ったものの、上期までと比較して客数が改善しました。
国内子会社では、都心部店舗主体のエレメントルール社は苦戦しましたが、EC専門のBUZZWIT社は上期に引き続き大幅に伸長しております。
海外子会社では、中国・台湾は増収となりましたが、新型コロナウイルスの影響が続く香港・韓国・米国は減収となりました。

売上総利益率は、59.6%と前年同期比+0.7Pとなりました。
上期までに春物商品の在庫消化を順調に進めてきたこと、夏物以降の仕入れについては、販売の状況を見極めながらコントロールに努めたこと等により、過度な値下げ販売をすることなく、値引き率が改善しました。

販管費率は、49.2%と前年同期比▲1.0Pとなりました。
広告宣伝費率は、販促計画を見直し費用を抑制したことで、▲0.4Pとなりました。
人件費率は、業績に応じた賞与支給額の変動により、▲0.6Pとなりました。
設備費率は、店舗家賃の減免等により、▲0.1Pとなりました。
その他販管費率は、前期比微増となりましたが、引き続き諸経費の削減に努めました。

結果として、第3四半期3か月の営業利益は前年同期比114.8%となる55億円、営業利益率は10.4%、EBITDAマージンは13.7%となりました。

特別損失として韓国現地法人の清算に伴う撤退費用として1億円などを計上した結果、純利益は36億円となりました。（※前期は特別損失としてソフトウェア減損損失15億円を計上）

アダストリア単体

(百万円)

	2020/2期 第3四半期		2021/2期 第3四半期			
	9ヶ月累計	3ヶ月	9ヶ月累計	前年同期比	3ヶ月	前年同期比
売上高	146,495	49,423	116,896	79.8%	46,900	94.9%
（既存店前年比）	102.4%	98.3%	79.1%	-	94.1%	-
グローバルワーク	30,599	10,712	24,515	80.1%	10,092	94.2%
ニコアンド	23,703	7,972	18,813	79.4%	7,532	94.5%
ローリーズファーム	17,642	5,723	14,312	81.1%	5,703	99.7%
スタジオクリップ	16,789	5,314	13,683	81.5%	5,113	96.2%
レブシム	10,755	3,628	8,172	76.0%	3,241	89.4%
売上総利益	82,809	28,901	65,040	78.5%	28,117	97.3%
売上総利益率	56.5%	58.5%	55.6%	▲ 0.9p	60.0%	+1.5p
販管費	71,516	24,192	63,284	88.5%	22,631	93.5%
販管費率	48.8%	49.0%	54.1%	+5.3p	48.3%	▲ 0.7p
営業利益	11,293	4,708	1,756	15.6%	5,486	116.5%
営業利益率	7.7%	9.5%	1.5%	▲ 6.2p	11.7%	+2.2p
出店	29	10	50		20	
退店	▲ 30	▲ 14	▲ 19		▲ 4	
改装	19	5	35		9	
期末店舗数	1,261	1,261	1,257		1,257	

* 単体のれん/償却費

・ 2020/2期第3四半期9ヶ月累計：94百万円、2021/2期第3四半期9ヶ月累計：85百万円

・ 2020/2期第3四半期3ヶ月：28百万円、2021/2期第3四半期3ヶ月：28百万円

A D A S T R I A
Play fashion!

＜アダストリア単体 損益計算書＞

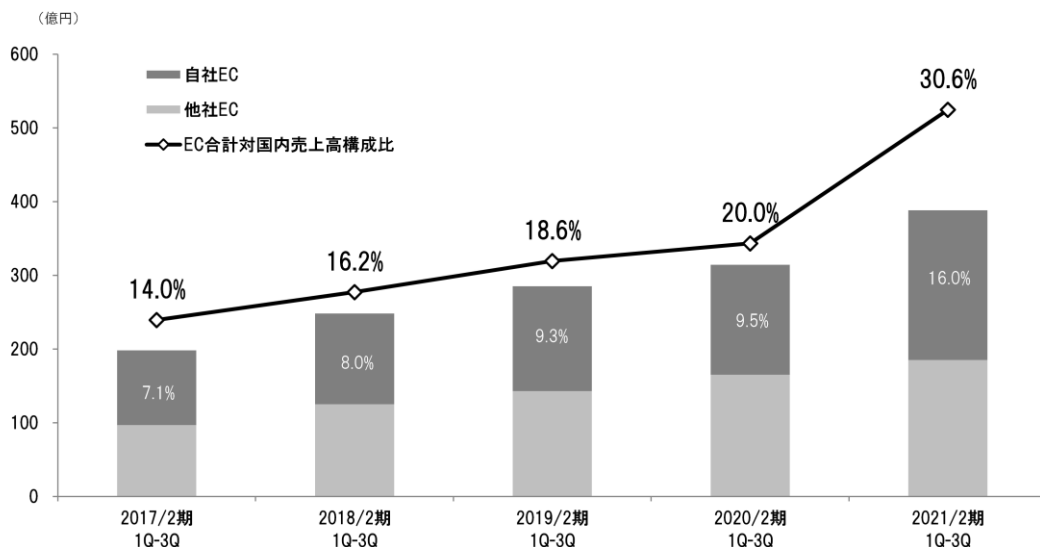
アダストリア単体の損益計算書は、基本的な増減要因の説明が連結損益計算書の説明と重なりますので、説明を割愛させていただきます。

出退店については、当第3四半期の3ヶ月間で20店舗を出店し、4店舗を退店しました。ブランドごとの内訳については、10ページに記載しておりますのでご確認ください。

WEB事業

引き続き自社ECを強化、EC売上高が更に伸長

- 2021年2月期（9ヶ月累計）国内EC売上高：**389億円**（前年同期比123.8%）
・ 対国内売上高構成比：30.6%（うち自社EC約16%）
- 自社ECドットエスティ会員数：約1,130万人（前期末比+100万人）



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

<WEB事業>

第3四半期までの累計で、国内EC売上高は389億円となりました。
外出を控えた方の利用増及び、EC強化の取り組みが奏功し、
前年同期比123.8%と大幅に伸長しました。

国内売上高に占める比率は30.6%、
そのうちの半分強の16%が、自社EC「ドットエスティ」による売上です。
ドットエスティの会員数は1,130万人で、前期末比100万人増と引き続き増加を続けています。

海外事業

(百万円)

(海外現法単純合算)	2019/12期 第3四半期		2020/12期 第3四半期					
	9ヶ月累計	3ヶ月	9ヶ月累計			3ヶ月		
			前年同期比 (円ベース)		前年同期比 (現地通貨 ベース)	前年同期比 (円ベース)		前年同期比 (現地通貨 ベース)
売上高	9,466	3,267	7,479	79.0%	79.6%	2,782	85.2%	85.8%
香港	2,582	894	1,829	70.9%	71.2%	607	67.8%	68.1%
中国	336	63	822	244.9%	254.7%	400	635.0%	660.3%
台湾	1,796	632	1,859	103.5%	100.9%	690	109.1%	106.4%
韓国	883	282	504	57.1%	59.9%	152	53.9%	56.6%
米国	3,869	1,394	2,462	63.7%	64.6%	932	66.9%	67.8%
営業利益	▲ 508	▲ 189	▲ 753	-	-	▲ 180	-	-
香港	▲ 204	▲ 63	▲ 134	-	-	▲ 69	-	-
中国	▲ 380	▲ 192	▲ 167	-	-	▲ 18	-	-
台湾	105	27	57	54.3%	53.0%	14	54.5%	52.2%
韓国	▲ 89	▲ 38	▲ 104	-	-	▲ 32	-	-
米国	59	77	▲ 404	-	-	▲ 74	-	-

*米国のれん償却費:

・2019/12期第3四半期9ヶ月累計: 18百万円、2020/12期第3四半期9ヶ月累計: 18百万円

・2019/12期第3四半期3ヶ月: 6百万円、2020/12期第3四半期3ヶ月: 6百万円

- 香港・韓国・米国: 新型コロナウイルスの感染拡大の影響により減収
- 台湾: 出店及び自社EC展開により堅調に推移
- 中国: ニコアンド上海旗艦店の売上好調により増収

<海外事業>

海外事業の第3四半期は、7～9月の3ヶ月間となります。

当第3四半期3か月間の円ベースの売上高は、前年同期比85.2%となる27億円、営業損失は▲1.8億円となりました。

新型コロナウイルスの影響が続く香港・韓国・米国では減収となりましたが、比較的影響の小さかった中国・台湾では、ニコアンドの好調により増収となりました。

連結貸借対照表

(百万円)

		2019年11月末		2020年2月末		2020年11月末			
			構成比		構成比		構成比	2019年11月末比 増減額	2020年2月末比 増減額
流動資産		55,538	55.6%	53,234	54.4%	55,554	54.4%	+16	+2,319
	現預金	15,698	15.7%	26,462	27.0%	19,222	18.8%	+3,523	▲7,240
	棚卸資産	21,542	21.6%	15,008	15.3%	18,931	18.5%	▲2,611	+3,922
固定資産		44,375	44.4%	44,689	45.6%	46,650	45.6%	+2,275	+1,960
	有形固定資産	14,844	14.9%	15,265	15.6%	15,950	15.6%	+1,106	+685
	のれん	515	0.5%	478	0.5%	355	0.3%	▲160	▲123
	投資その他資産	23,581	23.6%	23,146	23.6%	23,449	22.9%	▲132	+303
総資産		99,913	100.0%	97,924	100.0%	102,204	100.0%	+2,291	+4,279
負債		42,565	42.6%	40,883	41.7%	48,099	47.1%	+5,533	+7,215
	有利子負債	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0
純資産		57,347	57.4%	57,041	58.3%	54,105	52.9%	▲3,242	▲2,936
	自己株式	▲ 4,371	▲4.4%	▲ 4,372	▲4.5%	▲ 6,342	▲6.2%	▲1,970	▲1,969

■ **棚卸資産**：在庫コントロールの徹底で引き続き健全な水準を維持（前年同期末比87.9%）

■ **負債**：法人税・消費税等の納付猶予特例制度を適用したため、前年同期末比で増加

■ **純資産**：純資産比率は52.9%、前年同期末比▲4.5p

2020年10月15日の取締役会において、自己株式の取得を決議

2020年11月末日時点で、取得総数1,162千株・取得総額20億円

※2020年12月25日で取得終了 取得総数2,000千株・取得総額36.7億円

A D A S T R I A
Play fashion!

<連結貸借対照表>

2020年11月末の棚卸資産は、在庫コントロールに努めた結果、前年同期末比87.9%と引き続き健全な水準を維持しております。

負債は、法人税等の納税猶予特例制度の適用により、前年同期末比で増加いたしましたが有利子負債は上期までに返済を完了しております。

純資産は541億円、純資産比率は52.9%で、前年同期末比▲4.5Pとなりました。

また、既に発表しておりますとおり、10月15日の取締役会において、自己株式の取得を決議しております。

第3四半期末である11月末日時点で、取得総数は116万2千株、取得総額は20億円となっております。

なお、この決議に基づく自己株式の取得は12月25日をもって終了しており、株式の取得総数は200万株、取得総額は36.7億円となりました。

店舗数

	2020/2期	2021/2期 3Q累計実績				
	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	-	3	▲ 1	▲ 2	210
ニコアンド	144	-	3	0	▲ 2	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	▲ 1	186
レブシム	128	-	0	0	▲ 2	126
ジーナシス	73	-	2	0	▲ 1	74
ペイフロー	54	-	5	0	▲ 1	58
レイジブルー	54	-	1	0	▲ 3	52
その他	247	▲ 3	32	1	▲ 7	270
アダストリア合計	1,229	▲ 3	50	0	▲ 19	1,257
（うちWEBストア）	(54)	(▲ 2)	(15)	(0)	(▲ 1)	(66)
国内子会社合計 *1	86	3	26	0	▲ 5	110
（うちWEBストア）	(16)	(2)	(14)	(0)	(0)	(32)
国内合計	1,315	-	76	0	▲ 24	1,367
（うちWEBストア）	(70)	-	(29)	(0)	(▲ 1)	(98)

香港	16	-	0	0	▲ 2	14
中国	1	-	1	0	0	2
台湾	37	-	4	0	0	41
韓国	13	-	0	0	▲ 6	7
米国	10	-	1	0	0	11
海外合計	77	-	6	0	▲ 8	75
（うちWEBストア）	(13)	-	(1)	(0)	(▲ 3)	(11)

連結合計	1,392	-	82	0	▲ 32	1,442
（うちWEBストア）	(83)	-	(30)	(0)	(▲ 4)	(109)

*1：(株)エレメントルール・(株)BUZZWIT・(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

ADASTRIA
Play fashion!

<店舗数>

当第3四半期末の店舗数は、国内1,367店舗、海外75店舗、
連結合計1,442店舗（うちWEBストア109店舗）です。

2021年2月期 通期連結業績予想

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			

※本連結業績予想については、新型コロナウイルス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、実際の業績等は予想と異なる結果となる可能性があります。

<通期連結業績予想>

7月16日公表の通期連結業績予想に変更はありません。

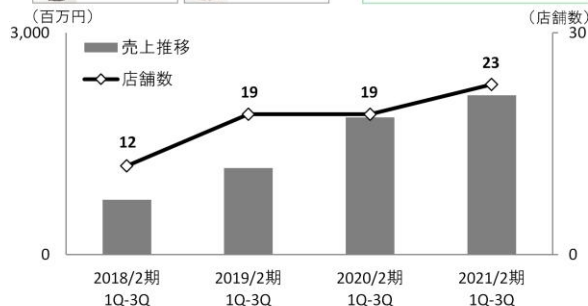
Ⅱ. 營業報告

国内事業 成長ブランドの進捗

LAKOLE 【ラコレ 2017年3月スタート】

■新しい生活様式の顧客需要に応じた商品を提供

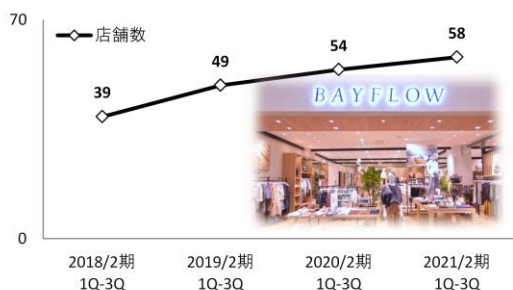
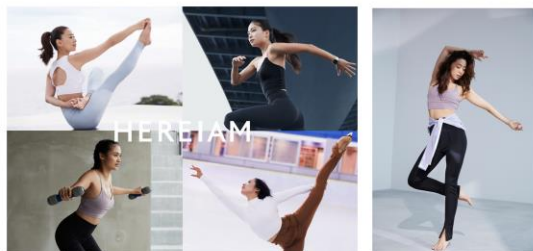
- ・生活雑貨を中心に。リモートワークや衛生グッズなど、時節柄に合わせた商品提案を行い売上が好調に推移



BAYFLOW 【ベイフロー 2014年3月スタート】

■ウェルネス領域の拡大、新規出店継続

- ・9月にインブランド「HEREIAM」がデビュー
- ・旗艦店でのヨガスクール運営など、親和性の高いウェルネス領域の提案力を拡充



ADASTRIA
Play fashion!

成長ブランドの状況についてご報告いたします。

スタート4年目のLAKOLE（ラコレ）は、リモートワークに合うアパレルのコーディネートや、デスク周りの生活雑貨、衛生グッズなど、新しい生活様式の顧客需要に合わせた商品提案により、売上を伸ばしております。

2014年にスタートし順調に成長を続けているBAYFLOW（ベイフロー）は、9月にインブランドとして

レディースのスポーツウエアブランド「HEREIAM（ヘレイアム）」をスタートしました。健康的でスタイリッシュなライフスタイルを提案するブランドコンセプトと親和性の高い、ウェルネス領域の提案力を拡充し、新規出店を継続しています。

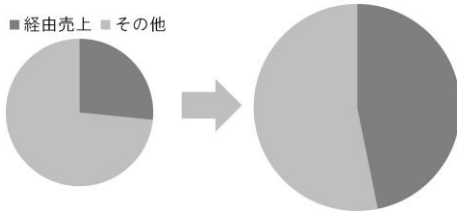
国内ECの強化

STAFF BOARD 【スタッフボード】

■参加スタッフを増員、経由売上が大幅伸長

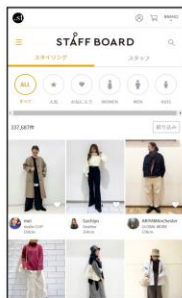
- ・ 自社EC売上高の約半分がスタッフボード経由売上

■ 経由売上 ■ その他



2020/2月末

2020/11月末



参加店舗数

494店⇒1,187店

参加スタッフ数

687名⇒2,912名

<STAFF BOARD: ショップスタッフがスタイリングやライフスタイルを発信する
自社ECドットエスティ内コンテンツ>
<https://sb.dot-st.com/staff-board/style/>

BUZZWIT 【バズウィット】

■EC専門ブランドの好調で成長を継続

- ・ 10代~20代向け低価格ブランドをECで展開
- ・ 自社開発ブランドに加え、韓国発人気ブランドやインフルエンサープロデュースブランドとの協業等で今期7ブランドを新設、現在12ブランドまで拡大

après jour **kutir** M nort *Kicori*

PairPair *après jour* SHEER **Perushu**

Ambre Neige **KIRSH** epnok **SCULPTOR**



ADASTRIA
Play fashion!

国内ECの強化に引き続き注力しております。

ショップスタッフがスタイリングやライフスタイルを発信する「スタッフボード」は、期初700名弱であった参加スタッフ数を2900名以上に増員し、経由売上もドットエスティの約半分以上を占めるまで伸長しております。

また、EC専門ブランドを展開する連結子会社のBUZZWIT社は、自社開発ブランドに加えて、外部との協業も積極的に進めており、今期は7ブランドを新設し、現在取り扱いブランドを12ブランドまで拡大しております。

中国事業が好調に推移

■ニコアンド上海旗艦店の好調理由

- ・ 現地有力ブランド、飲食店やインフルエンサー等と協業企画を多数実現し、現地顧客の認知を拡大
- ・ T-mallへ出店。6月からトライアルを実施し、中国最大の商戦W11・W12へ参加



< NUMERALS x DarkRunners ランイベント / シルクスクリーンワークショップ >



< 上海トレンド発信サイト Shanghai WOWで 2020 Best50にランクイン >

< T-mallのniko and ...旗艦店ページ >

■12/19 ニコアンド上海2号店オープン

- ・ 上海を代表する商圈の一つ南京西路の中心にオープン
- ・ 初日約11,000人が来店
- ・ カップルやオフィスワーカーの多い客層に合わせ、オープンカフェやウェルネスウェア、ウィメンズのラインアップを充実



< 1階 Concept >
PLAY (遊) × CLOTHES (衣) × HEALTH (健)

< 2階 Concept >
CLOTHES (衣) × LIVE (住)

ADASTRIA
Play fashion!

中国事業では、昨年12月にオープンしたニコアンド上海旗艦店が好調を継続しております。

現地の有力ブランド、飲食店などとのコラボレーションや、KOLと呼ばれるインフルエンサーとの協働企画を積極的に実施し、上海のお客さまへの認知を順調に広げております。

6月からT-mallでのトライアルもスタートし、中国最大のEC商戦であるダブルイレブン、ダブルトゥエルブにも参加しております。

これらの成果を踏まえ、12月19日には上海市内に2号店をオープンしました。カップルやOLが多い客層に合わせて、オープンカフェの設置やレディースの品ぞろえを拡充するなど1号店とは異なる編集により差別化を図っております。

オープン初日には約1万1千人が来店し、順調なスタートをきっております。

サステナブル経営へのチャレンジ

■衣料品回収プロジェクト「Play Cycle！」

- ・お客さまのご不要な衣類を回収し、新しい資源にリサイクルする環境活動を実施
- ・グローバルワークの一部店舗に常設回収BOXを設置
- ・B.LEAGUE所属「茨城ロボッツ」の平尾充庸選手を公認アンバサダーに任命



＜「茨城ロボッツ」平尾充庸選手 公認アンバサダー任命式＞

■LGBTフレンドリー企業として「PRIDE指標」ゴールドを2年連続受賞

- ・社内制度の拡充や関連イベントへの参加を通じてダイバーシティの推進活動に取り組む
- ・ジェンダーフリーを謳うブランド「PAGEBOYLIM」がPAGEBOYの新ラインとしてデビュー
- ・渋谷区が主催するダイバーシティ講座に参加



＜渋谷区「男女平等・ダイバーシティセンター＜アイリス＞」主催講座「LGBTの視点から『ジェンダーレスファッション』を考えてみる」＞

ADASTRIA
Play fashion!

最後に、CSR活動についてご紹介します。

不要な衣料品を回収しバイオ燃料などに再生するプロジェクト

「Play Cycle！（プレイサイクル）」では、当社がスポンサードするBリーグの「茨城ロボッツ」の選手を公認アンバサダーに任命し、下期からはグローバルワーク店舗に常設の回収BOXを増やすなど、活動を拡げています。

また、渋谷区が主催するダイバーシティ関連のイベントへの参加や、

ジェンダーフリーブランドの展開などが評価され、

LGBTフレンドリー企業として本年も「プライド指標・ゴールド」を受賞いたしました。

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予想と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!*