

2023年11月30日
株式会社アダストリア

74期（2024年2月期）経営報告会 質疑応答要約

11月11日（土）に開催しました74期（2024年2月期）経営報告会にて、株主のみなさまとの質疑応答をまとめました。

■経営報告会の開催方法について

Q. 経営報告会の開催方法について、録画配信やリアル会場での開催を検討していただけますか。

A. 今回は録画配信は行えませんが、当日ご視聴いただけなかった方のため、資料と質疑応答の書き起こしを後日、当社ホームページに掲載いたします。リアル会場での開催については、次年度以降の検討課題とさせていただきます。

■株主優待券および株主還元について

Q. 株主優待について、魅力的な優待だと思いますが、保有株数の区分に500株・2,000株などの追加や、WEB店舗でも利用できるようにしていただけますか。

A. 株主優待は、株主さまに当社の商品やサービスをご体験いただき、事業の魅力をご理解いただくために実施しています。保有株数の区分については、株式事務の観点などから現時点では、変更を検討していません。

また、優待券のWEB利用についてのご要望をいただいておりますが、事務手続きのみならずシステム開発の負担も大きく、お客さまへのサービスの改良を優先させていただくため、直近では予定していません。ご了承ください。

Q. 株主還元について、業績好調につき、配当金をもっと増やしてほしいですが、今後の方針を教えてください。

A. 現在の還元の基本方針は、当期純利益の30%を配当としてお支払いすることとしています。中長期的な企業価値と、株主価値の向上のためには、一定の成長投資を行っていく必要がありますので、現状の還元方針についてご理解をいただけますと幸いです。一方、上期決算を終えて上方修正した通り、通期120億円の純利益の見通しとしています。下期のさらなる成長で120億円以上を目指してまいりますので、その際には同方針に沿った還元を行ってまいりますので、ご理解いただけますようお願いいたします。

■事業の全般について

Q. 飲食事業の状況、ゼットンとの取り組みの全体像を教えてください。

A. ゼットンがグループに加わったことを受け、アダストリアの飲食事業の成長はゼットンが担っていく方針です。ゼットンは、中期経営計画で2026年1月期に売上高150億円、営業利益10.5億円（営業利益率7%）を計画しています。中長期的な飲食事業の成長に向け、国内・海外ともに、出店エリアの拡大を目指しています。国内・海外でゼットンがまだ進出していない地域において、アダストリアとデベロッパーとの関係を活かして出店を検討するなどの取り組みを行っています。

Q. 中国大陸が不況だと言われていますが、現在の経済環境を教えてください。

A. 中国大陸の経済状況は、今期の期初想定よりも回復が遅れているのは事実です。今期は、経済状況をしっかりと見極めつつ、コロナ禍の間に新店した店舗の収益性を見極め、来年以降の出店戦略の最適化を図る一年としています。

Q. 物流における2024年問題について、当社への影響や取り組みを教えてください。

A. 一番の課題は、お客さまや店舗に確実に荷物を届けられるよう、配送の枠を確保することですが、これはパートナー企業との連携によって、すでに担保できています。

また、輸配送の効率化によって、コスト的な影響はある程度吸収できると考えています。昨年は物流倉庫へのロボット導入などの投資を行ったほか、包装サイズの最適化により、今年度の売上高物流費は若干の改善を実現しています。また、ヤマト運輸さまとの共同の取り組みで、中長期的な物流の効率化を図っています。現時点では、今期、来期の業績影響は軽微であると考えています。

Q. 9月は気温が高く、秋物、冬物の動きを心配していました。秋冬の状況と対応策などを教えてください。

A. 10月前半は、朝晩の気温の低下とともに秋物がしっかりと販売できました。10月の下旬は例年よりも気温が高く、アウターの動き出しはやや遅いものの、ニットなどは好調です。暖冬の見通しですが、当社はダウンなどいわゆる重衣料の比率は高くないので、軽めのアウターなど気候に合わせた商品戦略、仕入戦略で対応していきたいと考えています。

Q. 少子高齢化が進むこれからの日本での経営戦略と、海外進出の計画について教えてください。

A. 少子高齢化によって、日本のアパレル市場は将来的に緩やかな縮小が予想されていますが、それでも市場規模は大きく、当社のシェアはまだ2～3%です。取扱い商品のカテゴリーの拡張や、アパレル周辺領域の拡大により、日本市場でもまだ、シェアを高めながら成長することが出来ると考えています。同時に、グローバルではアパレルは成長市場であり、日本でしっかりと基盤を整えながら、海外事業の確立を急いでいます。我々の海外事業は2年連続黒字を達成し、今後も成長軌道にあり、長年の取り組みと日本における商品力強化が実を結びつつあります。今後も、中華圏や東南アジアに力を入れていきます。

Q. アウトレットへの出店で出会うことができたブランドばかりです。今後も、継続をお願いします。

A. 貴重なご意見ありがとうございます。アウトレットは、今後も重要な出店先と認識しています。今まさにインバウンド需要も高まっており、お客さまも入っていますので、期待できる商業施設です。ららぽーと門真など、アウトレット併設型のショッピングモールにも積極的に出店しています。

Q. FOREVER 21の戦略について教えてください。

A. ブランドポートフォリオ全体を俯瞰して、足りないピースを補うために、ライセンス事業は重要だと考えています。FOREVER21はその先行事例となるもので、ブランドとしての成長はもちろんですが、ライセンス事業のビジネスモデルを確立するために実施しています。

Q. AI活用について、当社での最近の具体例と、今後の展望、商品企画への応用や業務効率向上などを教えてください。

A. AIの活用事例では、グローバルワークの一部商品にAIによる需要予測を導入済みです。商品在庫の店舗への分配をAIで実施し、欠品による売り逃しを低減しながら、人による作業の削減を実現しています。精度を高めて、対象商品、対象ブランドを広げていきます。また、近年話題になっているChatGPTに代表される生成AIについては、既に社内で検証を行い、業務に取り入れる試みを進めています。まずは、ECの商品説明の作成や、カスタマーサービスでの導入を検討しています。説明資料にありましたメタバースなども含め新しいデジタル技術については、今後も全社をあげて積極的に取り組んでいきます。

■社外取締役の機能やダイバーシティについて

Q. 社外取締役は、経営に対する方向性を改善する機能を果たしていますか。また、事例を紹介してください。

A. 定時取締役会においてはもちろん、中長期的な経営戦略について包括的な議論を行うフリーディスカッションなどを定例的に開催し、様々な意見を経営に反映させています。具体的には企業経営者の方々から、自身が社長だったらどう判断するか、具体的な意見や、異なった視点での考え方、モノの見方が示されるなど、当社の中長期的な成長に向けた、非常に建設的な議論が来ています。

Q. ダイバーシティについて、従業員の女性比率、幹部の女性比率、役員の女性比率、また、それらの予定を教えてください。

A. 正社員に占める女性比率は72.6%、管理職の女性比率33.8%、役員の女性比率21.4%です。約7割が女性であることからすると、まだまだギャップがあると考えており、当社の目標は、管理職の女性比率45%以上、上級管理職の女性比率30%以上です。そのための施策として、経営会議への女性社員の参画や、女性社員の活躍に向けた幹部社員を含む勉強会など、様々な取り組みを進め、より一層多様性を尊重し、生き生きと働ける環境づくりに努めていきたいと考えています。女性役員に関しては社外取締役1名、社外監査役2名がおり、役員構成においては、多様性の中で議論できる環境が構築出来ていると考えています。

以 上