

2025年5月29日

株式会社アダストリア

75期（2025年2月期）株主懇談会 質疑応答要約

5月29日（木）に開催しました75期（2025年2月期）株主懇談会での、株主の皆さまとの質疑応答をまとめました。

■ 事前に株主さまより頂戴した質問およびご回答

Q. 4月に原宿駅前にオープンした「and ST TOKYO」の状況について教えてください。

A. 4月24日にオープンしたand ST TOKYOは、当初の集客目標を上回るペースで多くのお客さまにご来店いただいております。「すきとつながる」をコンセプトに当社人気ブランド商品だけでなく、サンリオやハイキューなどとのIPコラボ商品、当社人気スタッフによって企画された商品、インバウンドや観光客に向けたお土産になるようなand ST TOKYO限定商品、他社ブランドの商品もポップアップスペースで展開しています。おかげさまで、オープン当日は開店前から多くのお客さまがお待ちになるなど、連日盛況となっております。当社人気スタッフの来店イベント、IPコラボのキャラクター来店イベントも多くのお客さまに来店いただきました。引き続き、皆さまからのご意見、ご提案を大切にしながら、より一層魅力あるフラッグシップストアとして成長していけるよう、取り組んでまいります。

Q. 株主優待制度の変更内容とその意図を説明してください。

A. アダストリアでは、株主の皆さまからの日頃のご支援に感謝するとともに、アダストリアブランドのファンとなっていただくため、株主優待制度を導入しております。この度、新中期経営計画の策定にあたり、当社株式の投資魅力をより高め、長期的にご支援いただきたいと考え、株主優待制度の内容を変更することとしました。株主優待制度の変更点は3つです。

①保有株式数基準に、500株以上1,000株未満を新設しました。また、10,000株以上の優待内容を1,000株以上の株主さまに適用し、優待額の増額をいたしました。

②優待券の送付回数を年1回から年2回に変更いたします。春夏、秋冬の年間を通して当社の店舗をご利用いただきたいと考えております。なお、それぞれの有効期限は1年間で、変更はございません。

③長期保有の継続期間要件を2年以上から3年以上に変更いたします。長期的にご支援いただきたいという思いから、期間要件を変更しました。なお、本株主優待制度の変更は、2026年2月末基準日からの適用を基本としておりましたが、長期保有の継続期間の年数変更は、2028年2月末からの適用とします。4月4日開示以前にご購入された一部の株主さまは、ご購入時の想定よりも長期保有対象となる時期が延びてしまう点を考慮しました。

優待制度については、多くのご意見を頂戴しておりますが、今後ともご支援を賜ればと思っております。

■当日の会場・オンラインからのご質問およびご回答

Q. 株主優待の拡充に伴う費用負担はどれぐらいになるのか教えてください

A. 多くの株主さまがいらっしゃるので、優待金額としての規模はありますが、実際には売上・粗利にも貢献し、コストとしては捉えておりません。株主の皆さまにアダストリアグループの店舗でお買い物を体験いただくことができる貴重な機会だと考えております。

Q. 英国カリマーブランドの株式取得比率、今後の事業展開について教えてください

A. 当社は日本事業の過半数の株式を取得しています。今後は海外事業も含めて、歴史があるブランドを持って事業を進めていくことが重要だと感じています。カリマーは伝統あるイギリスのアウトドアブランドで、当社と一緒に取り組むことでよりファッション領域を強化し、成長できると考えています。

Q. 健康経営のこれまでと今後の取り組みについて教えてください

A. 健康診断の受診促進や、社員の大半を占める女性特有の課題に対応するため、アダストリア健康保険組合を立ち上げました。また、産休育休を男性も取得しやすいような環境づくりが、健康優良法人の認定に繋がっています。「なくてはならぬ人となれ」という企業理念の通り、人材は非常に重要だと捉えており、アダストリアで働いて良かったと従業員が感じることができるよう環境づくりを続けていきたいと考えています。

Q. 人口が多い40~50代向け商品の拡充を検討していますか。

A. スタディオクリップやエルーラなどは40代50代の方々を対象としておりますが、グローバルワークなどは、幅広い年齢層の方々にご利用いただけるように取り組んでおります。年齢を区分したブランド育成ではなく、皆さまに楽しんでいただける幅広いブランド作りを、グループ全体で目指していきたいと考えています。

Q. 新中期経営計画にてプラットフォーム事業のグループ外売上を40%に引き上げることだが、実店舗での取り扱いについて教えてください。

A. 実店舗での他社ブランド商品の販売については、全国に約30店舗あり当社複数ブランドの商品を揃えたand ST STOREや、原宿のand ST TOKYOを中心に展開していく予定です。

Q. 新NISAを踏まえた個人株主増加に向けた動きや、投資単位引下げ要請についてどのように考えていますか。

A. アダストリアを知っていただく貴重な機会が増えたと認識しており、業績・株価・配当の向上により投資対象としての魅力を高めていきたいと考えています。投資単位については、社内でも議論していきます。

Q. グローバルワーク銀座旗艦店の状況について教えてください

A. 「GLOBAL WORK GINZA」は、グローバルワークが売上1,000億円を目指すうえで重要な海外事業の拡大に向け、インバウンド顧客の獲得を一つの目的としています。現在のところ、客単価・購買率などは非常に高いものの、インバウンド需要の獲得は計画に届いていません。引き続きブランドの認知度を高め、商品価値をご理解いただくことが大事だと考えております。

Q. 価格決定戦略について教えてください

A. お客さまに購入いただける価格を考え、商品価値と価格が見合っているかを毎回検証しながら、決定しております。

Q. 社外取締役からみたアダストリアの強みについて聞かせてください

A. アダストリアは自由な空気があり、社員同士がダイレクトに意見を交わすことがき、風通しが良い会社です。そのため、世の中が非常に早いスピードで変化していく中で、素早く軌道修正できることが強みだと思います。

A. マルチブランド経営において、各ブランドのイメージを確立し、お客さまのニーズを捉えた商品開発・価格設定により、利益を確保するマネジメントが強みだと感じています。

以 上