

2026年 2 月期
第1四半期 決算説明会資料

2025年 6 月30日



A D A S T R I A
— *Play fashion!*

みなさんこんにちは。専務取締役の福田です。
2026年2月期 第1四半期の決算について、ご説明します。

• 連結損益計算書 サマリー	2	• 固定資産の売却と今期業績への影響	15
• 単体及び子会社売上高・営業利益	6	• 連結貸借対照表	16
• アダストリア単体・ アダストリア+アンドエスティ社 (分割前ベース)	7	• 店舗数・出退店実績	17
• プラットフォーム事業	9	• 各社・事業の計上範囲の変遷	18
• グローバル事業	11	• 通期連結業績予想 (再掲)	19
• ブランドリテール事業	13		

全体概要 売上高は前年を上回り、1Qとして過去最高を更新。営業利益は減益も、期初計画通り。

(百万円)

	2025/2期 1Q 実績		2026/2期 1Q 実績		
		構成比		構成比	前年同期比
売上高	74,001	100.0%	77,464	100.0%	104.7%
売上総利益	41,605	56.2%	43,837	56.6%	105.4%
販管費	35,591	48.1%	38,233	49.4%	107.4%
広告宣伝費	2,060	2.8%	2,775	3.6%	134.7%
人件費	13,090	17.7%	13,770	17.8%	105.2%
設備費 *	12,593	17.0%	13,677	17.7%	108.6%
その他	7,846	10.6%	8,010	10.3%	102.1%
営業利益	6,014	8.1%	5,603	7.2%	93.2%
経常利益	6,288	8.5%	5,423	7.0%	86.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,405	6.0%	4,374	5.6%	99.3%
EBITDA	8,498	11.5%	8,423	10.9%	99.1%
減価償却費	2,429	3.3%	2,716	3.5%	111.8%
のれん償却費	54	0.1%	103	0.1%	188.3%

*：設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算

こちらは、連結損益計算書です。

まず全体概要をお伝えしますと、2026年2月期第1四半期3ヶ月間の連結売上高は、前期比104.7%の774億円となり、1Qとして過去最高の売上高を更新しました。

営業利益面では減益となっておりますが、広告宣伝費など戦略的に販管費を投入した結果であり、期初の計画通りの着地となりました。

新中計で取り組むプラットフォーム、グローバル、ブランドリテールの各事業はいずれも計画線で進捗。
売上総利益率は、新中計の方針通り各事業のミックスにより連結で改善。

売上高

774 億円（前年同期比：104.7%）

- プラットフォーム事業 **39** 億円 and STへの外部ブランドの参画が順調、卸売も計画線
*連結消去前
- グローバル事業 **64** 億円 アジアの各国・地域はいずれも堅調で、海外全体では計画線
売却プロセス中の米国は、期初計画を下振れ
- ブランドリテール事業 **704** 億円 堅調な需要が支えとなり、各社計画線。特にエレメントルール社が好調
*連結消去前

売上総利益率

56.6 %（前年同期差：+0.4p）

- ECのオープン化売上増加と、相対的に粗利率が高い子会社の売上増加により、連結で改善
- アパレル小売では円安進行下でも値入は維持できたが、春物の値引きにより前年対比で若干の悪化

FY2026/02 1Q

4

連結損益計算書のサマリーをご説明いたします。

連結売上高は、新中期経営計画で発表した3つの事業、
プラットフォーム事業・グローバル事業・ブランドリテール事業のそれぞれが計画を超過し、
前年を上回ることができました。

プラットフォーム事業の売上高は、連結消去前で39億円となりました。
ECサイト「and ST」への外部ブランドの新たな参画が順調で、卸売事業も計画線で推移しました。
グローバル事業の売上高は、64億円となりました。
売却プロセス中の米国事業が計画を下振れしましたが、アジアの各国・地域がいずれも好調に推移し、
グローバル事業全体では計画を超えることができました。
ブランドリテール事業の売上高は、連結消去前で704億円となりました。
堅調な消費環境が下支えとなり、特に高価格帯のエレメントルール社が好調で、
国内子会社、アダストリア単体ともに計画を上回りました。

売上総利益率については、前年に比べて0.4ポイント改善し56.6%となりました。
ECサイト「and ST」でのオープン化売上が増加したことで、粗利の高い家賃収入が増えたことに加え、
相対的に粗利率が高いゼットンやエレメントルールなど子会社の売上増加により、連結で改善しました。
新中計でお示した、事業ミックスの結果として利益率を改善する方針に沿った進捗と考えています。

アダストリア単体については、円安が進行している環境においても
値入率を維持することはできましたが、春物商品の値引きにより前年対比で若干悪化しました

旗艦店出店やブランド認知向上のため、戦略費用として広告宣伝費・設備費が増加しているが、販管費全体では計画範囲内でコントロール。各利益は減益だが、期初計画通りの進捗。

販管費率	49.4%	(前年同期差：+1.3p)		
・ 広告宣伝費	3.6%	(同：+0.8p +7.1億円)	and STとグローバルワークの旗艦店に合わせたPR強化	
・ 人件費	17.8%	(同：+0.6p +6.7億円)	従業員の処遇改善	
・ 設備費	17.7%	(同：+0.7p +10.8億円)	旗艦店出店と売上増加に伴う家賃、減価償却費の増加	
・ その他	10.3%	(同：▲0.3p +1.8億円)	カード手数料、小口配送費などが増加も、率としては抑制	
営業利益	56億円	(前年同期比：93.2%)	営業利益率：7.2%	EBIDTDA率：10.9%
経常利益	54億円	(前年同期比：86.2%)	営業外損益	為替差損2.3億円など
当期純利益	43億円	(前年同期比：99.3%)	特別損失	店舗減損0.5億円など

販管費率は49.4%と、前期から1.3ポイント増加しましたが、計画内に抑えられています。

広告宣伝費は、旗艦店の出店にタイミングを合わせて実施した、and STやグローバルワークのCM放映を含むプロモーションで7億円増加しておりますが、計画通りの遂行です。

人件費につきましては、従業員の処遇改善により人件費率が上昇しました。ただし、年度の後半に向けて、比率の上昇幅はゆるやかになる見通しです。

設備費は、グローバルワークの銀座店とand ST TOKYOの旗艦店を始めとする新規出店や売上の増加に伴い、家賃と減価償却費が増加しました。その他費用は、売上増加にともないカード手数料や小口配送費などが増加しましたが、売上比率では抑えることができました。

これらの結果、営業利益は前期比93.2%の、56億円となりました。営業外損益として為替差損2.3億円などを計上し経常利益は54億円、特別損失として店舗減損を計上し、当期純利益は43億円となりました。各利益は減益ですが、期初の計画通りの進捗となっております。

- 2024年12月より、自社ECアンドエスティのモール事業をアダストリア単体からアンドエスティ社に分割、2025年3月からBtoB事業も分割
- アンドエスティ社の売上は、ECモールへの出店手数料とBtoBの卸売上、プロデュース費用など
- 単体の減益は、戦略的な広告宣伝費・設備費の増加の他、アンドエスティへの出店費用支払いの影響
- 子会社は総じて好調、飲食のゼットン は決算期変更による対象月の違いもあるが、同月対比の実質でも約110%の伸び

(百万円)

	2025/2期 1Q 実績		2026/2期 1Q 実績		
		構成比		増減	前年同期比
売上高	74,001	100.0%	77,464	3,463	104.7%
アダストリア単体 *1	59,814	80.8%	59,913	99	100.2%
アダストリア+アンドエスティ *2	-	0.0%	61,460	1,645	102.8%
国内子会社 *3	6,353	8.6%	6,670	316	105.0%
海外子会社 *4	5,900	8.0%	6,498	598	110.1%
ゼットン（飲食子会社）*5	2,985	4.0%	3,826	840	128.2%
営業利益	6,014	8.1%	5,603	▲ 410	93.2%
アダストリア単体 *1	5,841	7.9%	3,511	▲ 2,330	60.1%
アダストリア+アンドエスティ *2	-	0.0%	4,624	▲ 1,217	79.2%
国内子会社 *3	416	0.6%	713	296	171.2%
海外子会社 *4	31	0.0%	169	138	542.5%
ゼットン（飲食子会社）*5	▲ 305	▲ 0.4%	59	364	-

*1：2026年2月期は(株)アンドエスティ分社後の数値

*3：2025年2月期は、(株)BUZZWIT・(株)エレメントール・(株)ADOORLINKの単純合算

2026年2月期は、(株)BUZZWIT・(株)エレメントールの単純合算

*2：2026年2月期は(株)アンドエスティ社とアダストリア社との連結消去を加味した2024年2月期と同じ基準の数値

*4：海外法人(中国大陸・香港・台湾・タイ・フィリピン・米国)は1月～3月、売上高は内部取引消去後、営業利益は単純合算

*5：(株)ゼットンは、連結調整後。2025年2月期は2月～4月、2026年2月は3月～5月

アダストリア単体と子会社の売上高と営業利益です。

2024年12月よりand STのECモール事業をアダストリア単体からアンドエスティ社に分割し、2025年3月からは、卸売やブランドプロデュースなどのBtoB事業もアンドエスティ社に分割しました。

今期のアンドエスティ社の売上高には、ECモールへの出店手数料と、BtoBの卸売上高、プロデュース料などが含まれています。
表の中の「アダストリア+アンドエスティ」は、昨年と同様の基準で比較するために、2社を連結調整した数値です。
詳細につきましては、次のページでご説明します。

アダストリア単体の23億円の減益理由は、先ほどもご説明したプロモーション強化や旗艦店出店などによる戦略的な広告宣伝費と設備費の増加のほか、ECモール「and ST」への出店費用を家賃としてグループ内で支払っているためです。

子会社は、国内・海外ともに、総じて好調です。
飲食子会社のゼットンは決算期変更による対象月の違いもありますが、同月対比でも実質約110%の成長となり黒字転換いたしました。

- ・ 4月は気温が低く伸び悩んだが、3月・5月は順調に推移し、既存店・全店ともに増収。買収した2ブランドが新店に含まれる
- ・ 単体の売上総利益率は、値入は維持できたが春物の値引きにより前年対比で若干の悪化
- ・ 分割前ベースでの売上総利益率は、オープン化売上の拡大と、相対的に粗利の低い卸売事業の比率低下により改善も、計画は届かず
- ・ 広告宣伝費、設備費は増加したが、販管費全体では計画範囲内でコントロール。営業利益は計画線で着地

	2025/2期1Q 実績	2026/2期1Q 実績			
		アダストリア		アダストリア+アンドエスティ	
			前期比		前期比
売上高	59,814	59,913	100.2%	61,460	102.8%
（卸売事業を除く全店前年比）*	104.3%	104.8%	-	-	-
（既存店前年比）*	102.6%	101.1%	-	-	-
売上総利益	33,101	32,953	99.6%	34,089	103.0%
売上総利益率	55.3%	55.0%	▲ 0.3p	55.5%	+0.2p
販管費	27,259	29,442	108.0%	29,464	108.1%
販管費率	45.6%	49.1%	+3.5p	47.9%	+2.3p
営業利益	5,841	3,511	60.1%	4,624	79.2%
営業利益率	9.8%	5.9%	▲ 3.9p	7.5%	▲ 2.3p
経常利益	6,270	5,118	81.6%	5,828	93.0%
経常利益率	10.5%	8.5%	▲ 2.0p	9.5%	▲ 1.0p

*：月次発表ベースでの試算

アダストリア単体の損益計算書です。

表の左側が分社後の現在のアダストリア社の数値、
右側の「アダストリア+アンドエスティ」が2社連結です。
前期比較では、右側の数値を元にご説明します。

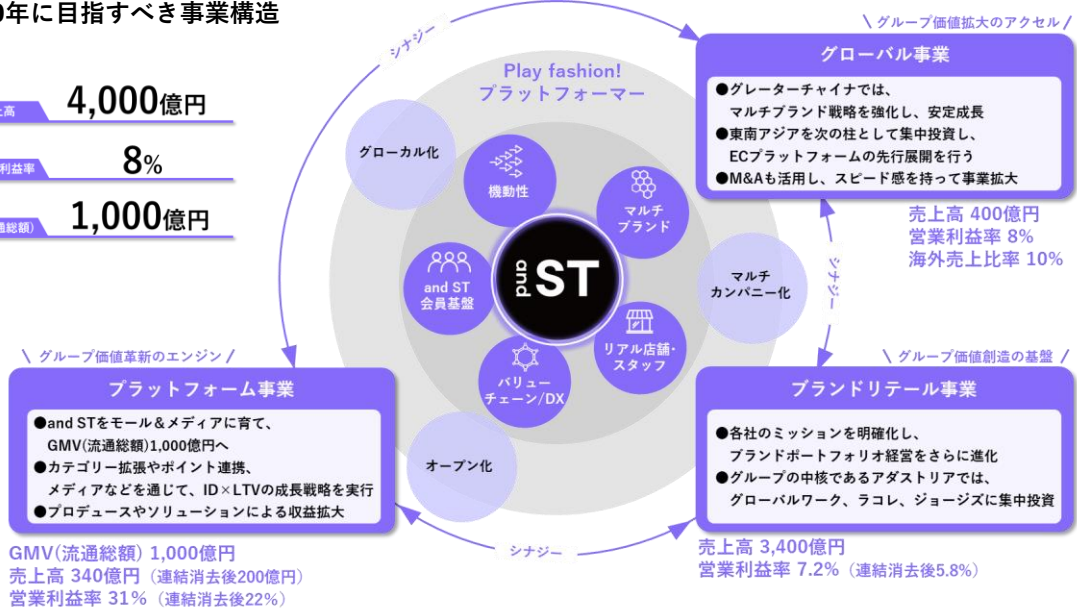
4月は気温が低く売上は伸び悩みましたが、3月と5月は順調で、既存店・全店共に増収となり、前期比は102.8%でした。
なお、昨年7月に買収したトゥデイズスペシャルとジョージズを今年3月より単体に吸収しており、この2ブランド分の売上高が新店に含まれています。

売上総利益率と販管費については、連結のご説明と被りますので、割愛させていただきます。

結果として、営業利益は前年から12億円減少しましたが、当初の計画通りで着地しています。
経常利益については、営業外にグループ会社からの受取配当金などを計上し、前年から4億円の減少となりました。

■ 2030年に目指すべき事業構造

連結売上高 **4,000億円**
連結営業利益率 **8%**
GMV(流通総額) **1,000億円**



こちらは、今年4月に発表いたしました「新中期経営計画2030」のサマリとなります。

当社は、アンドエスティを中心とした我々の強みを活かし、プレイファッションプラットフォーマーとして売上利益を拡大することを目指しております。

プラットフォーム事業・グローバル事業・ブランドリテール事業の3つの事業区分で戦略を策定しており、ここからは、各事業ごとにトピックスを交えて、第一四半期のご説明をいたします。

■ オープン化（ECモール事業）へのグループ外のブランド参画数と販売は、計画を上回る推移

and ST GMV

117億円

（第1四半期3ヶ月）

（前年同期比：113.5%）

and ST 総会員数

約2,020万人

（5月31日時点）

（前期末比：+50万人）

内、自社グループ販売

107億円

（前年同期比：105.2%）

構成比

91.2%

アクティブ会員数

約760万人

（前期末比：+10万人）

内、グループ外販売

10億円

（前年同期比：614.6%）

構成比

8.8%

グループ外
ショップ数

33ショップ

（5月31日時点）

（前年同期比：+24ショップ）

1Q参画グループ外ショップ

Brighte

DEAN & DELUCA



San-ai Resort
northerly

まず、プラットフォーム事業のKPIの進捗をご説明します。

and STのGMVは、1Q3か月間で、前年同期比113.5%の117億円となりました。
内訳としては、自社グループ販売で107億円、グループ外の販売で10億円です。
グループ外の構成が8.8%となり、前期通期実績3%弱から大きく伸ばすことができます。

ECとリアル店舗共通の会員制度であるand STの総会員数は、前期末比50万人増加し、
2,000万人を突破する会員基盤となりました。

アクティブ会員数は前期末比10万人増加の約760万人となっております。

グループ外で新たに参画したショップは、こちらの記載6ショップで、
前年同期比では24ショップ増加し、1Q末時点で合計33ショップがand STに出店しています。

■ and ST TOKYO（旗艦店）4月24日 原宿駅前にオープン

- ・ アダストリアの若年層向けブランドに加え、IPコラボ商品、人気スタッフによる企画商品、インバウンドや観光客向けの限定商品を販売
- ・ オープン化に参画いただいている他社ブランド商品のポップアップも展開
- ・ 人気スタッフの来店イベント、IPコラボキャラクターのイベントなどが盛況で、集客数は目標を上回る推移



Cath Kidston



KiU



オンラインとリアル店舗の連携を強化し、OMO戦略を加速させていくため、4月24日に、旗艦店and ST TOKYOを原宿駅前にオープンしました。

アダストリアの若年層向けブランドに加え、IPコラボ商品、人気スタッフによる企画商品、インバウンドや観光客向けの限定商品を販売し、オープン化企業として参画いただいている他社ブランド商品のポップアップも展開しています。

オープン時には人気スタッフの来店イベントやIPコラボキャラクターのイベントなどが盛況でした。年間来店客数100万人を目標として掲げていますが、現状ではそれを上回る集客を実現しています。

(百万円)				
	2024/12期 1Q 実績	2025/12期 1Q 実績		
			前期比 (円ベース)	前期比 (現地通貨 ベース)
売上高 *1	5,900	6,498	110.1%	109.1%
中国大陸	938	1,139	121.4%	119.1%
香港	1,151	1,210	105.2%	101.9%
台湾	1,926	2,232	115.9%	119.3%
タイ	78	108	138.1%	128.0%
フィリピン	-	35	-	-
米国 *2	1,805	1,772	98.1%	95.6%
営業利益 *1	31	169	542.5%	1287.7%
中国大陸	▲ 194	▲ 72	-	-
香港	46	38	82.5%	79.9%
台湾	345	432	125.2%	128.8%
タイ	▲ 31	▲ 36	-	-
フィリピン	-	▲ 15	-	-
米国 *2	▲ 134	▲ 176	-	-

*1：今期より売上高は内部取引消去後、営業利益は内部取引消去前を表記しております。
この変更に合わせて、前期も同様の表記にしております。

*2：米国には、(株)ゼットン米国事業は含まれておりません。

- 中国大陸
EC販売の好調により増収、赤字縮小
- 香港
冬物販売が好調で増収。若干の減益ではあるが、計画線
- 台湾
冬物と春物の好調に加え、
出店と新ブランド展開の継続により増収増益
- タイ
前第3四半期に2号店出店により純増、
当期3月末にニコアンド3号店を出店
- フィリピン
前期に1号店を出店
- 米国
景気の先行き不透明感で卸売事業の不振が継続、減収減益
売却交渉中

次に、グローバル事業です。
グローバル事業の連結対象期間は、1月から3月となります。

円ベースの売上高は、前期比**110.1%**の**64億円**、営業利益は**1億6千万円**となり、増収増益となりました。

中国大陸は、消費動向の不透明感は続いていますが、EC販売が好調で売上を拡大でき、赤字幅も大幅に縮小することができました。

香港は、冬物商品の販売が好調で増収しました。出店費用の計上などにより若干減益となりましたが、計画線で推移しています。

台湾は、春物商品の販売が好調であったことに加え、出店と新ブランド展開を継続できたことで、引き続き増収増益となりました。

タイは、前期7月にオープンした2号店により増収。当期3月にはニコアンドの3号店を出店しました。

フィリピンは前期**12月**の1号店出店分で純増しています。

米国は売却交渉中ですが、前期に引き続き苦戦しており、計画を下振れて減収減益となりました。

■ 台湾にグランドオープンした施設に、ラコレ海外1号店を含む10ブランドを出店

- 3月20日、台湾「三井ショッピングパーク ららぽーと南港」にアダストリアブランド10店舗をオープンし、マルチブランド戦略が進捗
- ライフスタイルブランドのラコレは、海外リアル店舗を初出店。アダストリア台湾アンバサダーを店舗に招いたオープンイベント実施



ららぽーと南港（ナンガン）

〈出店ブランド〉

GLOBAL
WORK

niko and ...

LOWRYS
FARM

studio
CLIP

LAKOLE

JEANASIS

HARE

RAGEBLUE

Heather

repipi armario

グローバル事業のトピックスをお話します。

台湾にグランドオープンした「三井ショッピングパーク ららぽーと南港（ナンガン）」に、アダストリアの自社ブランド10店舗を3月20日に出店しました。ライフスタイルブランドであるラコレも、海外でのリアル店舗1号店として出店し、マルチブランド戦略が進捗しています。

オープン時にはアダストリア台湾のアンバサダーを店舗に招いたイベントを実施し、好調に立ち上がり、現在も計画を上回って推移しており、台湾現地のお客さまにもご好評いただいております。

- **エレメントルール** 全ブランドが前年売上を上回り、粗利率も改善し増収増益
- **バズウィット** 在庫抑制により減収も、主要ブランドは好調で利益率改善、増益
- **ゼットン** 決算期変更影響を戻した同月対比でも売上前年比110%、稼働管理により人件費効率が改善し増益
- **アダストリア** グローバルワークはベーシックライン「グローバルワーク スマイルシードストア」の展開休止による一時的影響があり、それを除くと101%。低気温で春物がやや苦戦
ニコアンドとレブシムは春夏商材も引き続き好調、ラコレは出店が進捗
- ◆ **国内EC** EC比率：28.1%、自社EC比率：14.4%

		売上高(百万円)			店舗数	
		2025/2期1Q	2026/2期1Q	前年比	2025/2期1Q末	2026/2期1Q末
国内子会社	エレメントルール	3,190	3,714	116.4%	85	82
	BUZZWIT	3,036	3,014	99.3%	30	29
	ゼットン	2,965	3,804	128.3%	74	77
アダストリア	グローバルワーク	14,574	14,545	99.8%	216	222
	ニコアンド	8,593	9,234	107.5%	142	145
	ローリーズファーム	6,148	6,237	101.4%	126	126
	スタジオクリップ	5,625	5,896	104.8%	186	188
	レブシム	3,823	4,576	119.7%	116	116
	ラコレ	3,185	3,538	111.1%	85	94
	ジーナシス	2,942	2,839	96.5%	69	68
	ベイフロー	2,834	2,836	100.1%	64	62

次にブランドリテール事業のご説明です。

高価格帯のエレメントルールは、前年の不振ブランドにおいて商品展開の見直しにより復調の兆しが見え、売上高前年対比**116.4%**と伸長しました。利益についても昨年から好調ブランドの価格適正化を図り、値引きを抑え粗利率を改善し、増益となっています。

EC専業のバズウィットは、一部ブランドの撤退や在庫抑制により売上高前年対比**99.3%**の減収となりましたが、値引率を抑制することで利益率を改善し、増益を確保しております。

飲食事業のゼットンは、決算期変更影響を戻した同月対比でも売上高前年対比**110%**の増収となりました。昨年は新店出店費用の計上や人件費の増加により不調でしたが、今期は稼働管理により人件費率を改善することができ、増益となりました。

アダストリアのブランド別では高低がありますが、主要ブランドの大半が前年を上回りました。グローバルワークは低気温で春物が苦戦したことに加え、ベーシックラインである「グローバルワーク スマイルシードストア」を展開休止したことに伴うECサイト売上の減少も起因し、前年対比**99.8%**となりました。スマイルシードストア休止の一過性影響を除くと、前年対比は**101%**でした。ニコアンドやレブシムは春夏商材が好調で引き続き好調に推移しています。

国内アパレルの第1四半期3か月間で、EC売上比率は**28.1%**で、自社EC比率は**14.4%**となっております。

■ グローバルワークの旗艦店を銀座にオープン

- 都市部への展開加速に向け、「GLOBAL WORK GINZA」をマロニエゲート銀座3にオープン
- 海外展開本格化の準備として、インバウンド顧客へのブランド認知向上も目指す



FY2026/02 1Q

■ ジョージズが流山おおたかの森S・Cにオープン

- 昨年7月にグループ入りしたジョージズが、主軸の雑貨に加え、アパレルを強化した新フォーマット店舗をオープン
- ライフスタイルブランドとして、大型商業施設も含めた積極的な出店により、前年対比130%の売上拡大を計画



14

ブランドリテール事業のトピックスをご説明します。

グローバルワークの都市部への展開を加速化するために、「GLOBAL WORK GINZA」をマロニエゲート銀座3にオープンしました。2030年売上高1,000億円に向けた海外展開本格化の準備として、インバウンド顧客へのブランド認知向上も目指しています。

昨年7月にグループ入りしたジョージズは、新中期経営計画で注力ブランドとしており、主力の雑貨カテゴリーに加え、アパレルを強化した新しいフォーマットの店舗を「流山おおたかの森S・C（ショッピングセンター）」にオープンしました。ライフスタイルブランドとして、大型商業施設も含めた積極的な出店を図り、前年対比130%の売上拡大を目指しています。

■ 物流効率化と投資効率の改善に向け福岡物流センターを売却、他DCの機械化を進める

- 「新中期経営計画2030」には、オープン化を含めた売上拡大を支える物流キャパシティの拡大、将来的な労働力不足に対応する庫内業務の機械化・効率化に向けた投資計画を織り込んでいる。
- 投資効果の観点から、拠点の集約・大型化・機械化が物流戦略の基本方針。
- 福岡物流センターは規模が小さく機械化投資が難しいため閉鎖を進め、2025年9月に売却し、今期第3四半期に特別利益34億円(税引き前)を計上する予定。



先日、6月18日に開示した、固定資産の売却と今期業績への影響をご説明します。

「新中期経営計画2030」では、and STのオープン化を含めた売上拡大を支える物流キャパシティの拡大、将来的な労働力不足に対する庫内業務の機械化・効率化に向けた投資計画を織り込んでいます。2022年にはEC物流の機械化をスタートし、店舗向け物流についても機械化を進めています。

今回売却を発表した福岡物流センターは、規模が小さく機械化投資が難しいため、閉鎖することとしました。2025年9月に売却を予定しており、今期第3四半期に税引き前で特別利益34億円を計上予定です。

なお、機械化に向けた投資や、今後の物流再編については、随時お知らせしていきます。

連結貸借対照表

- 棚卸資産 前年同期末比111.0% トゥデイズスペシャル、ジョージズ、カリマーが純増
- 有形固定資産 リアル店舗の新規出店による増加
- 無形固定資産 M&Aによるのれんと無形資産、商標権の増加など
- 負債 M&Aによる一時的な借入金増加など
- 純資産 純資産比率は53.2%、前年同期末比▲3.4p

(百万円)

		2024年5月末		2025年2月末		2025年5月末			
		構成比		構成比		構成比		2024年5月末比	2025年2月末比
流動資産	69,960	53.3%	67,173	50.5%	78,078	53.1%	+8,117	+10,904	
現預金	20,156	15.4%	21,143	15.9%	23,566	16.0%	+3,410	+2,423	
棚卸資産	26,956	20.6%	29,082	21.8%	29,921	20.4%	+2,964	+838	
固定資産	61,214	46.7%	65,935	49.5%	68,848	46.9%	+7,633	+2,912	
有形固定資産	25,091	19.1%	26,864	20.2%	27,384	18.6%	+2,293	+520	
無形固定資産	12,590	9.6%	14,683	11.0%	16,093	11.0%	+3,503	+1,409	
のれん	1,054	0.8%	2,673	2.0%	2,881	2.0%	+1,827	+208	
投資その他資産	23,532	17.9%	24,387	18.3%	25,369	17.3%	+1,837	+982	
総資産	131,174	100.0%	133,108	100.0%	146,926	100.0%	+15,751	+13,817	
負債	56,921	43.4%	55,908	42.0%	68,719	46.8%	+11,798	+12,811	
借入金	1,216	0.9%	0	0.0%	10,737	7.3%	+9,521	+10,737	
純資産	74,253	56.6%	77,200	58.0%	78,206	53.2%	+3,953	+1,006	
自己株式	▲ 7,384	▲ 5.6%	▲ 5,627	▲ 4.2%	▲ 6,177	▲ 4.2%	+1,207	▲ 549	

続いて、連結貸借対照表です。

棚卸資産は2025年 5 月末時点で前年同期比111.0%と増えていますが、昨年グループ入りしたトゥデイズスペシャルとジョージズ、今年4月にグループ入りしたカリマーインターナショナルの純増もあり、売上高の伸びを考慮すると、適正な水準だと捉えています。

有形固定資産は、アダストリア単体の新規出店により増加しました。
無形固定資産はM&Aによるのれんと無形資産、商標権が増加しました。
カリマーインターナショナルのM&Aもあり借入金が一時的に増加していますが、期末までに返済予定です。

純資産は782億円、純資産比率53.2%と、引き続き健全な水準であると考えております。

店舗数・出退店実績

	2025/ 2期		2026/2期 1Q末			
	1Q末 店舗数	期末 店舗数	出店	変更	退店	期末 店舗数
グローバルワーク	216	216	6	0	0	222
ニコアンド	142	145	0	0	0	145
ローリーズファーム	126	125	2	0	▲ 1	126
スタディオクリップ	186	187	1	0	0	188
レプシム	116	115	1	0	0	116
ラコレ	85	91	4	0	▲ 1	94
ジーナシス	69	69	1	0	▲ 2	68
ペイフロー	64	62	0	0	0	62
その他 *1	278	270	9	23	▲ 2	300
アダストリア合計	1,282	1,280	24	23	▲ 6	1,321
(うちWEBストア)	(64)	(65)	(0)	(3)	(0)	(68)
国内子会社合計 *2	123	135	8	▲ 20	0	123
(うちWEBストア)	(54)	(48)	(1)	(0)	(0)	(49)
国内合計	1,405	1,415	32	3	▲ 6	1,444
(うちWEBストア)	(118)	(113)	(1)	(3)	(0)	(117)

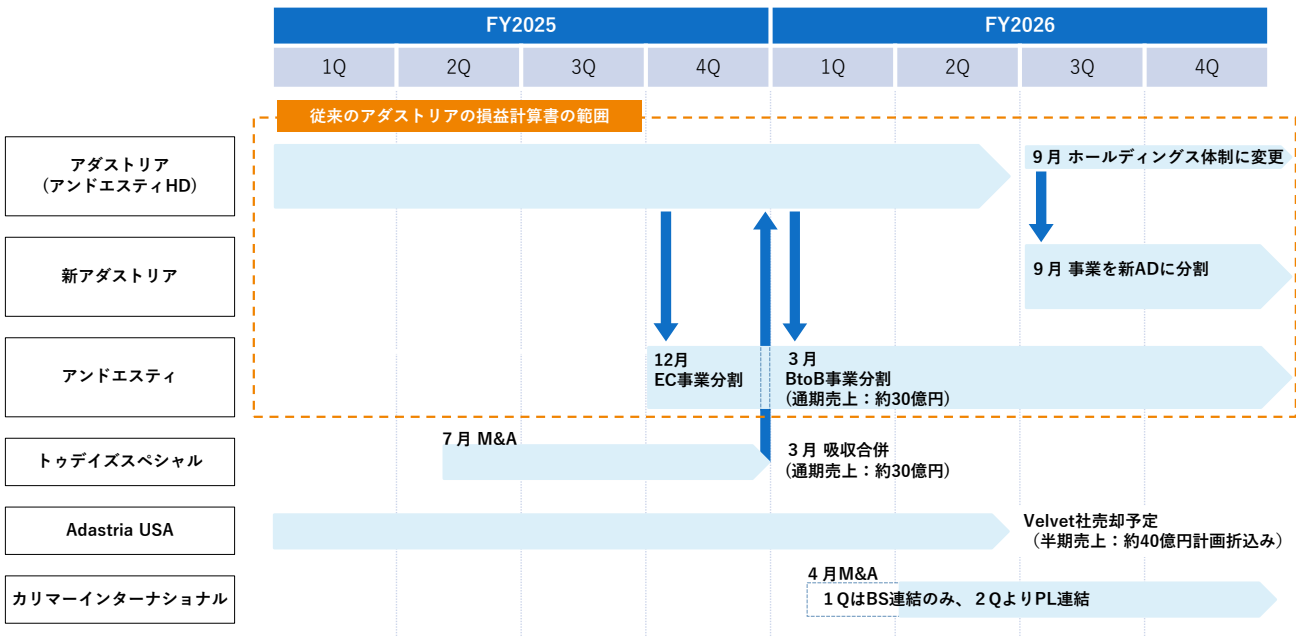
	2025/ 2期		2026/2期 1Q末			
	1Q末 店舗数	期末 店舗数	出店	変更	退店	期末 店舗数
中国大陸	14	14	0	0	▲ 1	13
香港	28	29	0	0	0	29
台湾	73	81	10	0	▲ 1	90
タイ	2	3	1	0	0	4
フィリピン	-	1	0	0	0	1
米国	10	11	0	0	0	11
海外合計	127	139	11	0	▲ 2	148
(うちWEBストア)	(27)	(28)	(0)	(0)	(0)	(28)
ゼットン (飲食子会社)	74	76	1	0	0	77
連結合計	1,606	1,630	44	3	▲ 8	1,669
(うちWEBストア)	(145)	(141)	(1)	(3)	(0)	(145)

2026/ 2期 1Q連結で改装15店舗
*1：2025/ 2期まで国内子会社合計に集計していた(株)トゥデイズスペシャルの店舗を、2026/ 2期 1Qより(株)アダストリアの「その他」に合算
*2：2026/ 2期 1Qより株式を取得したカリマーインターナショナル株式会社の店舗数3店舗を「変更」に記載

出退店の状況です。

2025年5月末におきまして、飲食事業を除く店舗数は、国内1,444店舗、海外148店舗となりました。
ゼットンの店舗77店舗を含めると、
グループ連結では合計1,669店舗となり、前年同期比で63店舗増加しました。

各社・事業の計上範囲の変遷



前期、今期に渡って、組織再編に伴って発生しているアダストリア単体の業績数値の変動について、改めて図にまとめました。

前期12月にECモールの事業をアンドエスティ社に事業分割し、今期3月にBtoB事業も分割しました。同じく3月にトゥディズスペシャル社を吸収合併しており、トゥディズスペシャルとジョージズのブランド売上が単体に追加されました。また、9月1日のアンドエスティホールディングス体制への移管に伴い、現在の事業を新アダストリア社に分割し、管理本部の一部がHDに残る予定です。

従来のアダストリア単体の範囲は、オレンジ色の点線でお示ししています。継続的に前期と同じ基準で比較できるように、今後もし説明して参ります。

■ 通期業績予想を据え置き

	2025/2期 実績	2026/2期 通期 予想	
			前期比
売上高	293,110	305,000	104.1%
売上総利益	160,282	170,000	106.1%
売上総利益率	54.7%	55.7%	+1.0p
販管費	144,771	151,000	104.3%
販管費率	49.4%	49.5%	+0.1p
営業利益	15,510	19,000	122.5%
営業利益率	5.3%	6.2%	+0.9p
経常利益	15,964	19,000	119.0%
経常利益率	5.4%	6.2%	+0.8p
親会社株主に帰属する当期純利益	9,614	12,400	129.0%
親会社株主に帰属する当期純利益率	3.3%	4.1%	+0.8p
ROE	13.1%	15.3%	+2.2p
EBITDA	26,692	30,260	113.4%
減価償却費	10,785	10,850	100.6%
のれん償却費	395	410	103.8%

〈計画変動要因〉

- 6月18日に、物流効率化に向けた福岡物流センターの売却を開示、今期約34億円の特別利益計上を予定（税引前）
- 米国事業は譲渡予定のため、上期6か月分を織り込みも、現時点で売却未完了で若干の変動要因である。
- 9月1日からのHD化の単体への影響も含め、中間決算にて計画を精査

最後に、今期の通期業績予想ですが、4月に発表した計画から変更はありません。

但し、今後の変動要因がいくつかあります。
先ほどお伝えしたとおり、福岡物流センターの売却に伴い、第3四半期に34億円の特別利益を計上予定です。
米国事業については6月までの売却を想定し、1月～6月の上期6か月分を業績予想に織り込んでいましたが、現時点で売却が完了していないため、業績が若干変動する可能性があります。

また、9月1日からのホールディングス体制への移行に伴うアダストリア単体への影響も現在精査中であり、通期業績予想については、中間決算にて改めてお伝えしたいと考えております。

私からのご説明は以上になります。

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。