

2021年7月16日

株式会社アダストリア

2022年2月期 第1四半期決算 FAQ

6月30日(水)の2022年2月期 第1四半期決算発表後、メディア、アナリスト、機関投資家のみなさまからいただいた主なご質問をまとめました。

■業績について

Q.第1四半期の業績についての見方を教えて欲しい。

A.緊急事態宣言により、一部の店舗が休業や時短営業を余儀なくされたため、客数が減少し、期初発表の業績予想と比較すると売上は下振れました。一方で、在庫を適正な水準にコントロールしたことで、セール販売を抑制することができ、客単価と粗利率は維持できました。

■販管費について

Q.販管費の削減状況について知りたい。

A.第1四半期の販管費は、期初の想定よりも減少しており、その主な要因は売上の減少に伴う家賃と人件費の減少です。売上連動家賃の減少、店舗休業や時短営業による固定家賃減免、残業の減少による人件費の減少に加えて、カード手数料、包装費、配送費なども減少しました。一方で、自社EC(ドットエスティ)のプロモーションなど、今後の成長に向けた施策は、計画どおりに実施いたしました。

■ECについて

Q.ECの成長についての考え方を知りたい。

A.今年度は、前期比でのEC売上高成長率がやや鈍化しましたが、これは昨年新型コロナウイルスの影響で一時期実店舗が全店休業となり、販売経路がECに限られていたことの反動であり、ECの成長は堅調です。四半期での自社EC売上高は、過去最高を更新しました。

Q. ECプロモーションの効果について知りたい。

A. 自社ECのプロモーションについては、テレビCMを実施し、同時に実店舗やSNSでも連動したキャンペーンを展開しました。結果として、実施期間中の新規会員登録の獲得数、アプリダウンロード数、売上が大きく伸長しました。

■海外について

Q. 海外各国別の業績状況について知りたい。

A. 海外事業の連結対象期間は、1月～3月です。中国では、1月、2月に新型コロナウイルスの影響で売上がやや落ち込みましたが、上海2号店の売上が寄与し、四半期では増収を維持しました。3月以降は、順調に客足が回復しております。香港と台湾は新型コロナウイルスの影響が小さく、堅調に推移しました。米国では新型コロナウイルスの影響が続きましたが、ECの拡大や販促の見直しにより、赤字幅が縮小しました。

以 上