

2022年1月14日

株式会社アダストリア

2022年2月期 第3四半期決算 FAQ

12月27日（月）の2022年2月期 第3四半期決算発表後、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3四半期の総括と業績予想とのギャップについて、教えて欲しい。

A.当社の第3四半期は9月～11月の3ヶ月となります。9月は緊急事態宣言や気温の影響、自社ECサイトメンテナンスなどの要因で計画の利益水準には届かなかったものの、10月後半からの気温低下で秋冬物の販売が伸長し、外出需要も回復し始めたことで10月、11月は計画を上回る利益を確保することができました。第3四半期までの累計で、利益は計画を下回っていますが、11月、12月の営業状況が順調に推移したことから、現時点では通期業績予想を据え置きとしております。

■売上総利益について

Q.第3四半期で売上総利益率が前年比2.5ポイント減少となった主な原因と今後の対処について、教えて欲しい。

A.昨年は、新型コロナウイルスの影響によって晩夏の仕入れを抑制した結果、第3四半期の売上総利益率が通常よりも高い状態でした。前年との差の要因としては、主に8月天候不順で残った夏物在庫を9月に消化したことと、為替の影響となります。為替の影響については、現時点では春夏物からは解消できる見込みです。また、新型コロナウイルスの影響で一時的に中国大陸に集中していた生産工場を、ASEAN地域に分散することなどによって吸収していく予定です。

■販管費について

Q.販管費の状況について知りたい。

A.緊急事態宣言の解除によって店舗の営業時間が正常化し、残業代などの人件費が増加しました。一方設備費は、家賃減免の影響はなくなったものの、家賃条件の改善などによって減少しました。

引き続き不要不急のコストは抑制していますが、今後の成長に向けた自社EC（ドットエスティ）のプロモーションや、中国大陸での出店拡大などは、計画どおりに実施いたしました。

■ECについて

Q.自社ECを強化するメリットを教えてください。

A.実店舗と自社ECの会員システムを共通化しており、お客さまの利便性の向上や楽しいお買い物体験の提供を通じて、より売上利益を成長させることが可能であると考えております。実店舗とECを融合したOMO型店舗（ドットエスティストア）の出店や、オムニチャネルサービスの提供をはじめ、蓄積されたデータを商品開発や在庫管理などにも活用しております。

■海外について

Q.第3四半期の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、7月～9月です。香港と米国は、増収増益を継続しました。台湾は、8月まで新型コロナウイルスの影響が続き、減収減益となりましたが、9月以降は復調しております。投資フェーズである中国大陸では、上海2号店の出店とブランディング戦略で増収となりましたが、9月以降の新店オープン準備費用により、赤字が若干増加しております。第3四半期累計では、海外事業全体で黒字を維持しています。

■株式会社ゼットンとの資本業務提携について

Q.資本提携の理由と将来に生み出せるシナジーを教えてください。

A.当社では従来より実店舗の魅力向上や、総合的なライフスタイル提案の実現を目指し

て飲食事業を展開しておりますが、より迅速な事業の確立を目的としております。シナジーについては、下記を想定しております。

- ① 両社のノウハウ、人材、ネットワークを生かした、アフター・コロナの新しいライフスタイル提案
- ② 両社での新たなプロモーション展開（デジタル、サステナブル、アフター・コロナを踏まえ）
- ③ 国内における両社の事業、商品、ブランド力の強化
- ④ 海外における両社の事業・商品展開と、ブランド力の向上
- ⑤ アダストリアの海外ネットワークを活用したゼットンの海外進出の加速化

通期決算発表の際に、飲食事業の計画についてもお示しする予定です。

以 上