



2024年2月期 第1四半期 決算説明会資料

2023年6月30日
(※18:00修正版(P15))



A D A S T R I A
—
Play fashion!

みなさんこんにちは。常務取締役の金銅です。
2024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	4	・海外事業	12
・アダストリア単体・主要国内子会社	6	・東南アジアに出店を開始	13
・プロダクトプロモーションの取り組み	7	・台湾のマルチブランド戦略が進捗	14
・FOREVER21の実店舗をオープン	8	・連結貸借対照表	15
・WEB事業	9	・店舗数・出退店実績	16
・BUZZWITが自社ECをリニューアル オープン	10	・サステナビリティのイベントを開催	17
・デジタルの顧客接点 メタバース/Vtuberコラボ	11	・今期の見通しについての考え方	18
		・通期連結業績予想（再掲）	19

(百万円)

	2023/2期 1Q		2024/2期 1Q		
	実績		実績		
		構成比		構成比	前年同期比
売上高	58,006	100.0%	68,478	100.0%	118.1%
アダストリア単体	48,540	83.7%	55,377	80.9%	114.1%
国内子会社 *1 *2	4,268	7.4%	6,450	9.4%	151.1%
海外子会社 *3	3,983	6.9%	5,096	7.4%	127.9%
ゼットン (飲食子会社) *4	1,943	3.4%	2,535	3.7%	130.5%
売上総利益	33,303	57.4%	39,094	57.1%	117.4%
販管費	28,729	49.5%	32,816	47.9%	114.2%
広告宣伝費	2,175	3.8%	2,193	3.2%	100.8%
人件費	10,313	17.8%	11,738	17.1%	113.8%
設備費 *5	10,206	17.6%	11,604	16.9%	113.7%
のれん償却費	51	0.1%	57	0.1%	112.3%
その他	5,983	10.3%	7,222	10.5%	120.7%
営業利益	4,574	7.9%	6,278	9.2%	137.2%
アダストリア単体	4,171	7.2%	5,787	8.5%	138.7%
国内子会社 *1 *2	64	0.1%	437	0.6%	673.6%
海外子会社 *3	96	0.2%	166	0.2%	173.3%
アダストリア・ロジスティクス	116	0.2%	24	0.0%	20.9%
ゼットン (飲食子会社) *4	114	0.2%	▲ 117	-	-
経常利益	4,926	8.5%	6,349	9.3%	128.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,313	5.7%	4,464	6.5%	134.7%
EBITDA	6,357	11.0%	8,340	12.2%	131.2%
減価償却費	1,731	3.0%	2,005	2.9%	115.8%
のれん償却費	51	0.1%	57	0.1%	112.3%

*1: (株)BUZZWIT(連結)・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creations・(株)ADOORLINK・(株)Gate Winの単純合算

*2: 前期末に決算期変更したため、2023/2期1Qは2月~4月、2024/2期1Qは3月~5月

*3: 海外法人(香港・中国大陸・台湾・米国)の単純合算(1月~3月)

*4: (株)ゼットンは、連結調整後。また、前期末に決算期変更したため、2023/2期1Qは3月~5月、2024/2期1Qは2月~4月

*5: 設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算

まず連結損益計算書です。次ページからのサマリーをご参照ください。

■ **全体概要**：外出需要・天候の追い風と商品戦略の成果で、第1四半期として過去最高の売上・営業利益を達成、期初計画を上回って推移

■ **売上高：684億円（前年同期比118.1%）**

単体：前年比114.1%、需要をとらえた商品展開や価格見直しが寄与

主力商品が好調なグローバルワーク、出店を進めたラコレがけん引

国内子会社：前年比151.1%、前期の決算期変更の影響を除くと、エレメントルールは若干の増収

BUZZWITはオープンアンドナチュラルの連結や新ブランドで増収

海外子会社：前年比127.9%、中国大陸は新店により増収も経済の回復が遅れ減益、香港は前年のコロナ

ナから回復で増収増益、台湾は出店と既存店の伸長、アメリカは卸事業の好調で増収増益

飲食事業：ゼットン、来店客数が徐々に回復傾向で増収

■ **売上総利益率：57.1%（前年同期比▲0.3p）**

商品価値を引き上げながら商品価格を見直し、値引き販売の抑制に継続して取り組んだが、

為替や原材料高の影響により売上総利益率は微減

*（株）BUZZWIT（連結）・（株）エレメントルール・（株）ADASTRIA eat Creations・（株）ADOORLINK・（株）Gate Win・（株）ゼットンは前期に決算期を変更

*（株）ゼットン以外は1Q：前期2月～4月、当期3月～5月、（株）ゼットンは、1Q：前期3月～5月、当期2月～4月

2024年2月期第1四半期、3か月間の連結損益計算書についてご説明します。
連結売上高は、前期比118%の684億円でした。

外出需要の一段の増加や、春先からの気温の上昇、ニーズを捉えた商品戦略により、第1四半期としては過去最高の売上・営業利益を達成し、期初計画も上回って推移しました。
売上が好調だったことに加えて、販管費も抑えられました。

ブランド別では引き続き、主力商品が好調なグローバルワーク、積極的に出店をしているラコレが寄与しました。

国内子会社は、昨年度に決算期変更を実施し、昨年第1四半期が2月から4月であるのに対し、今期は売上の大きい3月から5月であることから、前年比が高く出ています。

この影響を除くと、エレメントルール社は若干の増収、EC専門のBUZZWIT社は、昨年5月から連結したオープンアンドナチュラルの貢献もあり、増収となりました。

海外子会社については、後ほどご説明します。

売上総利益については、前年同期比0.3ポイント低下し、57.1%となりました。

商品価格の見直しや値引販売の抑制などに取り組み、一定の成果がありました。が、為替や原材料高の影響を吸収しきれず、微減となりました。

ただ売上総利益の額は目標を超えており、期初計画においても、上期は前期とほぼ同水準の売上総利益率を見込んでおり、計画と大きな乖離はないものと考えております。

■ 販管費率：47.9%（前年同期比▲1.6p）

売上運動により額では増加も、増収効果で率は改善

広告宣伝費	：3.2%	（同▲0.5p）	（同+0.1億円）	プロモーションの一部延期あり
人件費	：17.1%	（同▲0.6p）	（同+14.2億円）	従業員の処遇改善と積極採用
設備費	：16.9%	（同▲0.6p）	（同+13.9億円）	売上増に伴う家賃、前期の出店や物流施設の償却
その他	：10.5%	（同+0.2p）	（同+12.3億円）	カード手数料・電気料など

■ 営業利益：62億円（前年同期差+17.0億円）

営業利益率9.2%、EBITDA率12.2%

一過性要因：国内子会社の決算期変更* +1億円、プロモーションの一部延期+2億円 合計3億円

■ 経常利益：63億円（前年同期差+14.2億円）

営業外損益：為替差益0.6億円など

■ 親会社株主に帰属する当期純利益：44億円（前年同期差+11.5億円）

特別損益：店舗の減損損失0.3億円

*（株）BUZZWIT（連結）・（株）エレメントルール・（株）ADASTRIA eat Creations・（株）ADOORLINK・（株）Gate Win・（株）ゼットンは前期に決算期を変更

*（株）ゼットン以外は1Q：前期2月～4月、当期3月～5月、（株）ゼットンは、1Q：前期3月～5月、当期2月～4月

販管費率は47.9%と、前期から1.6P低下しました。

売上の増加に伴い、人件費や設備費の変動部分が増加しましたが、増収効果が上回り、率は改善しました。

広告宣伝費は、前期のシステム停止の対応を優先し、ドットエステのTVCMを見送ったため、2億円強の未消化となりました。この分は、下期に消化予定です。

その他では、キャッシュレス化によるカード手数料、電気料などが増加しました。

結果として、営業利益は62億円、営業利益率は9.2%でした。

なお、子会社の決算期変更により、1億円程度の押上げがありました。

営業外損益として為替差益など、特別損益に店舗の減損損失を計上し、当期純利益は44億円となりました。

【アダストリア単体】 (百万円)

	2023/2期 1Q	2024/2期 1Q	
	実績	実績	
			前年同期比
売上高	48,540	55,377	114.1%
(既存店前年比)	119.0%	112.3%	-
グローバルワーク	12,099	13,831	114.3%
ニコアンド	7,319	8,135	111.2%
ローリーズファーム	5,403	5,778	106.9%
スタディオクリップ	4,803	5,423	112.9%
レブシム	3,407	3,579	105.0%
ジーナシス	2,421	2,989	123.5%
ラコレ	1,866	2,674	143.3%
ベイフロー	2,481	2,670	107.6%
売上総利益	27,654	31,222	112.9%
売上総利益率	57.0%	56.4%	▲ 0.6p
販管費	23,482	25,435	108.3%
販管費率	48.4%	45.9%	▲ 2.4p
営業利益	4,171	5,787	138.7%
営業利益率	8.6%	10.5%	+1.9p

【主要国内子会社】

売上高	BUZZWIT	1,718	3,212	186.9%
	エレメントルール	2,375	2,888	121.6%

- * : アダストリア単体のれん償却費 (2023/2期1Q: 14百万円、2024/2期1Q: -百万円、)
- * : アダストリア単体の売上高は、内部取引消去前を表記
- * : (株)BUZZWITに、同社連結子会社の(株)オープンアンドナチュラルを合算
- * : (株)BUZZWIT (連結)・(株)エレメントルールは前期末に決算期変更したため、2023/2期1Qは2月~4月、2024/2期1Qは3月~5月

アダストリア単体の損益計算書です。

単体既存店売上高前期比は112.3%となりました。

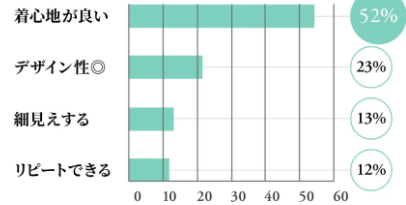
売上総利益、販管費、営業利益については、連結損益計算書と重なりますので、説明を割愛します。

■ GLOBAL WORKの主力商品 第2弾

- ヒットアイテムの「ウツクシルエットパンツ」に続く、コアプロダクトの育成が進行
- 女優/モデルの本田翼さんを継続起用し、「さらさらリラックスブラウス」のTVCMを放映
- データ分析を商品デザインに反映し、シリーズ累計150万着の販売を突破



お客様の声：この商品の好きどころ



オンオフ着られる豊富なバリエーション、
環境に配慮したオリジナルのレーヨン素材を使用

主力ブランドのグローバルワークでは、単品に焦点を当てた、プロダクトプロモーションを継続しました。

昨年から実施していたヒットアイテムのウツクシルエットパンツに加え、今期はさらさらリラックスブラウスも本田翼さんによるTVCMを放映しました。

さらさらリラックスシリーズは、ウツクシルエットパンツと同様に毎年定番で販売しており、シリーズ累計で150万着を販売しています。

グローバルワークの成長戦略である、コアとなる商品の育成が順調に進捗しています。

■ライセンス事業によるブランドの日本再上陸が本格化

- 4/17 日本再上陸1号店をららぽーと門真（大阪）に、6/2 関東初出店をららぽーとTOKYO-BAY（千葉）にオープン
- Z世代の新規顧客を獲得し、5年でリアル15店舗、EC化率6割、売上高100億円を目指す



「ららぽーと門真店」

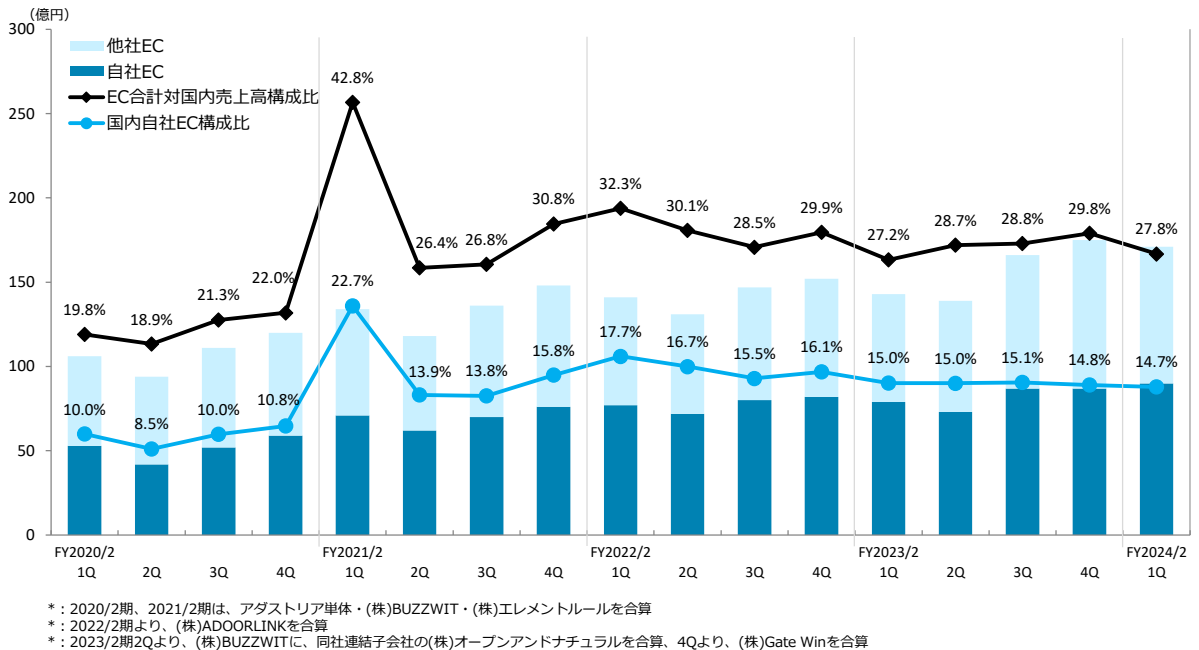


「ららぽーとTOKYO-BAY店」

ライセンス事業として取り組んでいるフォーエバー21では、4月に日本再上陸の1号店をららぽーと門真に、6月に2号店をららぽーとTOKYO-BAYにオープンしました。まだ売上貢献としては小さいですが、初速は順調に推移しています。今後も、リアル店舗でお客様の声を聞き、さらに精度を高め、優良物件を厳選しながら出店していきます。

■ 国内EC売上高：171億円（前期比119.6%）

- 対国内売上高構成比：27.8%（うち自社EC約14.7%）
- 自社ECドットエスティ会員数：約1,600万人（前期末比+50万人）



Web事業の状況です。

国内のEC売上高は171億円で、前期比119.6%となりました。昨年の第2四半期に連結を開始した、EC専門のオープンアンドナチュラルも寄与しております。

EC売上比率は27.8%と、前年とほぼ同水準です。

プロモーションなどの成果により、「ドットエスティ」の会員数は1,600万人を突破しました。

なお、6月27日の日経新聞に、当社のECアプリの利用者数が低下しているとの記事が掲載されましたが、

確認したところ日経が参照しているデータの精度が低いため、実際にはアプリ利用者数も増加していますので、念のため申し添えます。

■会員ポイントプログラムを開始、社内外のインフルエンサーをサポート

- 自社EC「favclo. (ファブクロ)」をリニューアル、経由販売強化により収益性の向上を図る
- 自身のブランドを作りたいインフルエンサーを、BUZZWITがサポートするプロジェクトも始動
- 5月末時点で23ブランドに拡大、今期も新たにブランドを立ち上げ

BUZZWITの自社EC「favclo. (ファブクロ)」



URL:<https://store.favclo.jp/>

今期新ブランド



「ルオシー」

ECについての取り組みです。

EC専業の子会社BUZZWITでは、自社ECのリニューアルを実施し、「ファブクロ」としてオープンしました。

現在、BUZZWITの主な販売チャネルはZOZOTOWNなどのECモールですが、自社ECでの販売も強化することで、収益性の一層の向上を図ります。

また、同社はスタッフの作りたいブランドを小規模で機動的に立ち上げるノウハウを持っており、これを外部のインフルエンサーなどにも提供し、ブランド立ち上げをサポートする事業も開始しました。スクラップアンドビルドで常にブランドは見直しをしています、現在23ブランドを運営しており、今期も新たにブランドを立ち上げます。

■ Z世代との新たな接点としてメタバースとVTuberコラボを実施

- オリジナルアバターやスキン（服）、リアル連動のアイテムを販売
- 人気VTuber“にじさんじ”の7名が夏のおすすめファッションを紹介
- 人気クリエイターとのコラボで、Z世代に人気の新領域でノウハウを蓄積

にじさんじVTuberが

この夏着たい！お出かけコーデを発表



葛葉
RAGEBLUE

椎名唯華
Heather

魔界ノリりむ
LOWRYS FARM

不破湊
JEANASIS

メタバース上でイベントを開催し、想定を超える集客

VTuberの紹介アイテムは、受注が20倍に

デジタルの顧客接点の開発として、Z世代に人気のメタバースや、VTuberとのコラボも実施しております。

メタバース上でのオリジナルアバターやスキンと、実物の洋服を連動させたアイテムを販売し、メタバース上のイベントには多くの参加を頂きました。

またVTuberとのコラボでは、紹介アイテムの受注が20倍になるなどの反響があり、従来の顧客層とは異なるZ世代のお客様との接点として、今後も積極的に協業していきます。

(百万円)

(海外現法単純合算)	2022/12期 1Q	2023/12期 1Q		
	実績	実績		
		前年同期比 (円ベース)	前年同期比 (現地通貨ベース)	
売上高	3,983	5,096	127.9%	116.5%
香港	614	822	133.8%	118.1%
中国大陸 *1	736	995	135.0%	128.1%
台湾	1,064	1,369	128.7%	122.7%
米国 *2	1,568	1,908	121.7%	106.9%
営業利益	96	166	173.3%	156.7%
香港	▲ 36	6	-	-
中国大陸 *1	▲ 167	▲ 238	-	-
台湾	194	254	131.2%	125.1%
米国 *2	105	144	136.3%	119.7%

*1: 中国大陸は、内部取引消去前を表記しております。

*2: 米国には、(株)ゼットンの米国事業は含まれておりません。

- 香港：前年同期のコロナ影響からの回復により、増収増益
- 中国大陸：前期の新規出店により増収も、コロナ影響の長期化により赤字が拡大
- 台湾：年始の好調、新ブランドの展開、新店オープンなどで増収増益
- 米国：消費環境の恩恵と商品力の向上により、卸売事業の堅調が継続

12

次に、海外事業です。

海外事業の第1四半期は、1月から3月となります。

3か月間の円ベースの売上高は、前期比127.9%の51億円、営業利益は1億6千6百万円となりました。

香港は、前年のコロナ影響からの回復、店舗オペレーションの安定による販売好調などにより増収増益となりました。

中国大陸は、前期に新規出店を進めたため売上は増加しましたが、コロナによる経済停滞が長引き続いており、利益面では赤字が増加しました。

台湾は、年始のセール期が好調だったことや、新店オープンや新ブランドの投入を続けており、増収増益となりました。

米国でも、消費環境の恩恵や商品力の向上により、卸売事業の好調が持続しました。

タイ事業は、第1四半期は出店準備期間でした。

■タイ・バンコク市に旗艦店「niko and ... BANGKOK」をオープン

- 4/22、市の中心的ファッション街・サイアムスクエアにオープンし、順調な立ち上がり
- イベントスペースを備え、現地ブランドとのコラボレーションによる限定商品も販売するなど、地域に根付いたブランディングを図る



4月に、当社として初めて、タイのバンコクに、旗艦店ニコアンドバンコクをオープンしました。若者が集まるファッション街であるサイアムスクエアに位置し、地下1階地上3階、約300坪の店舗となります。イベントスペースを備え、現地のブランドやインフルエンサーとのコラボレーションを実施するなど、グローバル戦略にそって地域に根付いたブランディングを行っており、立ち上がりは順調です。

■ 計画通りに出店が進み、リアル初出店ブランドも投入

- 台中三井ららぽーとの新規オープンにあわせ、HARE、LEPSIMが台湾にリアル店舗を初出店
- 2024年2月期には22店舗の出店を計画し、計74店舗となる見込み（EC含む）
- ECでは、次の新規投入ブランドのテストマーケティングを継続

「ららぽーと台中」に6ブランドを出店



台湾でも、マルチブランド戦略に沿って、新店舗のオープンが進んでいます。

台中三井ららぽーとの新規オープンに合わせて6店舗を同時に出店し、このうちハレとレプシムは、台湾に初出店となります。

台湾は既存店の好調も継続しており、今期はトータルで22店舗の出店を計画しています。

ECでは次の新規投入ブランドのテストマーケティングも継続しており、今後も新たなブランドの展開により、成長の継続を目指しています。

(百万円)

	2022年5月末		2023年2月末		2023年5月末				
		構成比		構成比		構成比	2022年5月末比 増減額	2022年5月末比	2023年2月末比 増減額
流動資産	53,715	50.1%	55,772	50.1%	61,545	51.7%	+7,829	114.6%	+5,772
現預金	17,045	15.9%	16,380	14.7%	16,818	14.1%	▲226	98.7%	+438
棚卸資産	19,095	17.8%	24,679	22.2%	24,822	20.8%	+5,726	130.0%	+142
固定資産	53,491	49.9%	55,619	49.9%	57,524	48.3%	+4,032	107.5%	+1,905
有形固定資産	20,002	18.7%	22,065	19.8%	23,094	19.4%	+3,092	115.5%	+1,029
無形固定資産	11,773	11.0%	11,908	10.7%	12,197	10.2%	+424	103.6%	+289
のれん	1,542	1.4%	1,331	1.2%	1,274	1.1%	▲267	82.6%	▲56
投資その他資産	21,715	20.3%	21,645	19.4%	22,232	18.7%	+516	102.4%	+586
総資産	107,207	100.0%	111,392	100.0%	119,070	100.0%	+11,862	111.1%	+7,678
負債	49,523	46.2%	50,629	45.5%	54,857	46.1%	+5,333	110.8%	+4,228
借入金	4,548	4.2%	1,128	1.0%	3,192	2.7%	▲1,355	70.2%	+2,064
純資産	57,684	53.8%	60,762	54.5%	64,213	53.9%	+6,528	111.3%	+3,450
自己株式	▲7,395	▲6.9%	▲7,286	▲6.5%	▲7,050	▲5.9%	+345	95.3%	+236

■ 棚卸資産 : 出店増加や今後の売上増を見込み、5月末時点では前年比130.0%と高い水準も、夏物の先行発注などによるもの

■ 有形固定資産 : 出店と、物流施設の機械化投資による増加

■ 純資産 : 純資産比率は53.9%、前年同期と同水準

※2022年5月末の数値に軽微な修正あり (6月30日18時)

15

続いて、連結貸借対照表です。

棚卸資産は前年同期比130%と高い水準にありますが、一品あたり原価の上昇の影響もあり、数量ベースでは120%です。

出店や今後の売上増加を見込んで、夏物を厚めに先行発注しております。

固定資産につきましては、出店と、昨年度に実施した物流施設の機械化投資により増加しております。

純資産は642億円、純資産比率は53.9%と、引き続き健全な水準であると考えております。

	2023/2期	2024/2期 1Q末			期末 店舗数
	期末 店舗数	出店	変更	退店	
グローバルワーク	205	6	0	▲ 1	210
ニコアンド	141	2	0	▲ 1	142
ローリーズファーム	129	2	0	▲ 2	129
スタディオクリップ	174	6	0	▲ 1	179
レブシム	114	1	0	0	115
ジーナシス	71	0	0	0	71
ラコレ	63	5	0	0	68
バイフロー	61	1	0	0	62
その他	264	6	0	0	270
アダストリア合計	1,222	29	0	▲ 5	1,246
(うちWEBストア)	(63)	(2)	(0)	(0)	(65)
国内子会社合計 *1	118	5	0	0	123
(うちWEBストア)	(52)	(1)	(0)	(0)	(53)
国内合計	1,340	34	0	▲ 5	1,369
(うちWEBストア)	(115)	(3)	(0)	(0)	(118)
香港	21	1	0	▲ 1	21
中国大陸	13	1	0	0	14
台湾	52	3	0	0	55
米国	9	1	0	0	10
海外合計	95	6	0	▲ 1	100
(うちWEBストア)	(18)	(2)	(0)	(0)	(20)
ゼットン (飲食子会社) *2	71	1	0	▲ 1	71
ADASTRIA eat Creations	3	0	0	0	3
連結合計	1,509	41	0	▲ 7	1,543
(うちWEBストア)	(133)	(5)	(0)	(0)	(138)

2024年2月期 1Q累計、グループ連結で改装11店舗

*1：(株)BUZZWIT (連結)・(株)エレメントルール・(株)ADOORLINK・(株)Gate Winの店舗数合算

*2：(株)ゼットンの店舗数は、同社の連結子会社であるZETTON,INC. (米国事業) を合算

出退店の状況です。

2023年5月末におきまして、飲食事業を除く店舗数は、国内1,369店舗、海外100店舗となりました。

連結では合計1,543店舗となり、前期末比34店舗増加しました。

概ね計画通りの進捗となっています。

■ 創業の地・水戸へ感謝を込めて「ADASTRIA BAZAAR! 2023」を開催

- 在庫セール、衣料品回収&リサイクル、フリーマーケット、地元スポーツチームの選手達のトークショーなど、地域の人々が集う“楽しい場”を提供
- 取り組みを通じ、残在庫の焼却ゼロを実現

ADASTRIA
BAZAAR!

GLOBAL WORK niko and ... LOWRYS FARM studio CLIP
BAYFLOW LAKOLE Elura LEPSIM JEANASIS
RAGEBLUE repipi armario mysty woman and more!

2023 5.27(土) 28(日)



ファミリーガレージセール

※開催内容URL:<https://www.adastria.co.jp/bazaar2023/>



着なくなった衣料品の回収
(2日間で355組、約3,500枚の衣料品を回収)

サステナビリティへの取り組みのご紹介です。

創業の地である水戸で、今年もアダストリアバザールを実施し、在庫セールや地元スポーツチームとのイベントなどを開催し、地域の人々が集う場を提供しています。

またこのような取り組みを通じ、アダストリアでは残在庫の焼却ゼロを実現しています。

	短期の変動要因	当社の見通し
1	海外事業の見通しと方針	<ul style="list-style-type: none"> • 中国大陸では、想定よりも経済全体の回復が遅れている。今後回復を見込むが、コロナ禍中に出店した店舗について、収益性を見極めて店舗網の最適化を図る。 • 米国は今後の景気後退を懸念し、慎重に事業を運営。 • その他地域は堅調を維持。
2	為替影響の見通し	<ul style="list-style-type: none"> • 足元では想定よりも円安の傾向にあり、今期下半期の売上総利益改善のリスクとなる可能性あり。
3	その他	<ul style="list-style-type: none"> • 春物の好調を受け、夏物在庫を厚めに保有している。今後市況に変調があった場合、在庫が重くなる可能性がある。 • 光熱費、配送費などが計画の水準を超えて上昇する可能性あり。 • 昨年度のシステム停止対応を優先し、1QのECプロモーションを延期した分、下期に手厚く実施する予定。

第1 四半期は非常に良い形で終わることができましたが、今期の見通しについて、現時点の変動要因についてご説明します。

1点目は海外事業の見通しです。

中国大陸は今期下期に経済が正常化していることを前提に期初予想を作成していますが、想定よりも経済の回復が遅れています。

ただ、大幅な赤字拡大は見込んでおらず、コストコントロールで予定通りの遂行を目指します。

また、好調が続いていた米国では、足元で景気後退の懸念が高まっています。在庫の持ち方など、慎重に事業を運営していきます。

2点目として、足元の為替です。

今期は、上期は円安影響を織り込んでいますが、下期は前年同期と同等程度の為替レートを想定しています。

足元の円安水準が続く場合、売上総利益率改善のリスクとなる可能性があります。

その他として、春物の好調を受け、夏物在庫を厚めに保有しております。

現時点では好調な市況が続いていますが、今後市況に変調がある場合、在庫が負担になる可能性があります。

光熱費、配送費なども、期初予想に一定の上昇を織り込んでいますが、計画を超えて上昇する可能性があります。

また、これはリスクではありませんが、広告費については上期から下期への期ずれが発生する見込みです。

■ 期初業績予想を据え置き

(百万円)

	2023/2期	2024/2月期 通期	
	実績	予想	
			前期比
売上高	242,552	260,000	107.2%
売上総利益	132,664	146,000	110.1%
売上総利益率	54.7%	56.2%	+1.5p
販管費	121,149	132,000	109.0%
販管費率	49.9%	50.8%	+0.8p
営業利益	11,515	14,000	121.6%
営業利益率	4.7%	5.4%	+0.6p
経常利益	12,026	14,000	116.4%
経常利益率	5.0%	5.4%	+0.4p
親会社株主に帰属する当期純利益	7,540	9,400	124.7%
親会社株主に帰属する当期純利益率	3.1%	3.6%	+0.5p
ROE	13.3%	15.0%	+1.7p
EBITDA	19,964	22,240	111.4%
減価償却費	8,185	7,927	96.8%
のれん償却費	263	313	119.0%
設備投資	12,600	14,000	
一株当たり配当金 (円)	60	65	
(中間配当金)	(25)	(30)	
配当性向	36.1%	31.4%	
(のれん償却前)	(34.8%)	(30.3%)	

2024年2月期通期業績予想です。

第1四半期は予想を上回って推移しておりますが、前述のような下期の不透明要素もあり、業績予想を据え置きとしております。

引き続き、これを超える業績を目指して参ります。

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。



A D A S T R I A

—

Play fashion!

