

2023年2月期 第3四半期 決算説明会資料

2022年12月29日



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。
2023年2月期 第3四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	・店舗数・出退店実績	12
・アダストリア単体	6	・新規出店状況	13
・WEB事業	7	・ライセンス事業	14
・自社ECの取り組み	8	・サステナビリティ経営への取り組み	15
・海外事業	9	・今後の外部環境に対する当社の見方	16
・中国大陸の事業進捗	10	・通期連結業績予想	17
・連結貸借対照表	11	・通期単体業績予想	18

2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

(百万円)

	2022/2期 第3四半期				2023/2期 第3四半期					
	9ヶ月累計		3ヶ月		9ヶ月累計			3ヶ月		
		構成比		構成比		構成比	前年同期比		構成比	前年同期比
売上高	146,731	100.0%	54,120	100.0%	177,026	100.0%	120.6%	64,448	100.0%	119.1%
アダストリア単体	127,435	86.8%	47,631	88.0%	144,913	81.9%	113.7%	52,575	81.6%	110.4%
国内子会社 *1*2	12,384	8.4%	4,194	7.7%	14,942	8.4%	120.7%	5,529	8.6%	131.8%
海外子会社 *3	9,242	6.3%	3,156	5.8%	12,528	7.1%	135.5%	4,762	7.4%	150.9%
ゼットン (飲食子会社)	-	-	-	-	7,303	4.1%	-	2,616	4.1%	-
売上総利益	81,673	55.7%	30,895	57.1%	99,787	56.4%	122.2%	37,007	57.4%	119.8%
販売費	77,189	52.6%	27,043	50.0%	88,622	50.1%	114.8%	31,412	48.7%	116.2%
広告宣伝費	6,347	4.3%	2,328	4.3%	6,060	3.4%	95.5%	2,333	3.6%	100.2%
人件費	27,625	18.8%	9,518	17.6%	32,105	18.1%	116.2%	10,993	17.1%	115.5%
設備費 *4	27,508	18.7%	9,788	18.1%	31,685	17.9%	115.2%	11,258	17.5%	115.0%
のれん償却費	44	0.0%	14	0.0%	191	0.1%	432.2%	69	0.1%	474.6%
その他	15,664	10.7%	5,393	10.0%	18,580	10.5%	118.6%	6,756	10.5%	125.3%
営業利益	4,483	3.1%	3,851	7.1%	11,165	6.3%	249.0%	5,594	8.7%	145.2%
アダストリア単体	4,041	2.8%	3,844	7.1%	9,948	5.6%	246.2%	5,352	8.3%	139.2%
国内子会社 *1*2	▲ 235	-	▲ 13	-	405	0.2%	-	214	0.3%	-
海外子会社 *3	66	0.0%	▲ 116	-	218	0.1%	327.9%	58	0.1%	-
アダストリア・ロジスティクス	407	0.3%	123	0.2%	148	0.1%	36.5%	▲ 16	-	-
ゼットン (飲食子会社) *5	-	-	-	-	485	0.3%	-	2	0.0%	-
経常利益	5,725	3.9%	4,172	7.7%	11,805	6.7%	206.2%	5,648	8.8%	135.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,534	2.4%	3,085	5.7%	7,616	4.3%	215.5%	3,722	5.8%	120.6%
EBITDA	9,213	6.3%	5,548	10.3%	17,116	9.7%	185.8%	7,708	12.0%	138.9%
減価償却費	4,685	3.2%	1,681	3.1%	5,760	3.3%	123.0%	2,043	3.2%	121.5%
のれん償却費	44	0.0%	14	0.0%	191	0.1%	432.2%	69	0.1%	474.6%

*1: (株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creations・(株)ADOORLINKの単純合算 (2月~10月期)

*2: (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

*3: 海外法人(香港・中国大陸・台湾・米国)の単純合算 (1月~9月期)

*4: 設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算

*5: (株)ゼットンの営業利益は、連結調整後

まず連結損益計算書です。今会計年度より、収益認識に関する会計基準を適用しております。次ページからのサマリーをご参照ください。

■ **全体概要**：主カブランドの好調と成長ブランドの出店が寄与し、売上・利益ともに堅調

■ **売上高：644億円**（前年同期比119.1%）

- 単体：前年比110.4%、外出需要の増加に対応した商品展開やプロモーションが寄与
主力商品が好調なグローバルワーク、積極出店中のラコレが全体を押し上げ
- 国内子会社：前年比131.8%、エレメントルール社は高価格帯ブランドがけん引し増収増益
EC専業のBUZZWIT社は、オープンアンドナチュラル社の連結や新ブランドで増収増益
- 海外子会社：前年比150.9%、中国大陸は新店が寄与し増収もコロナ影響で赤字、香港は電子商品券の
配布で復調、台湾はリアル店舗の回復、アメリカは卸事業の好調で増収増益
- 飲食事業：新規連結したゼットンが純増

収益認識会計基準の影響	連結売上高 ▲488百万円（前年比換算▲0.9%）
-------------	---------------------------

M&Aによる増加	連結売上高 +3,346百万円（前年比換算+6.2%）
----------	-----------------------------

■ **売上総利益率：57.4%**（前年同期比+0.3p）

為替や原材料高のマイナス影響は続くものの、「適時・適価・適量」の商品提供と値引き販売の抑制で、
アパレル・雑貨関連事業の売上総利益率は、一過性要因を除くと前年とほぼ同水準

収益認識会計基準の影響	売上総利益率 ▲0.3%
-------------	--------------

飲食事業増加の影響	売上総利益率 +0.6%
-----------	--------------

2023年2月期第3四半期、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119%の644億円でした。

9月から11月は、昨年、一昨年ともに国内では新型コロナウイルスの影響が比較的落ち着いていた時期で、前年ハードルは低くないものの、外出需要を捉えた商品展開や、自社ECドットエスティのプロモーションなどにより、売上高の成長を継続しました。
平年よりも気温の低下が遅れ、冬物の出足が鈍かった中であっても、売上・利益ともに期初計画を上回っており、まずまずの結果と考えております。

主カブランドであるグローバルワークによるTVCMを含む積極的なプロモーションや、成長ブランドとして出店を加速しているラコレが寄与しました。

国内子会社では、エレメントルール社は高価格帯ブランドが順調に成長、EC専業のBUZZWIT社もリアル店舗への需要が戻る中、M&Aも貢献し増収増益となりました。

海外子会社については、後ほどご説明します。

M&Aにより今期から飲食事業のゼットンと、子供服ECのオープンアンドナチュラルを連結したことにより、前年比換算で6.2%の売上純増となりました。

また今期から収益認識会計基準を適用したことで、前年比換算で0.9%の売上減影響がありました。

売上総利益については、前年同期比0.3ポイント増加し、57.4%となりました。

収益認識会計基準の適用により押し下げ効果が0.3ポイントあり、また為替のマイナス影響も続いたものの、値引き販売の抑制などによりアパレル・雑貨関連事業の売上総利益率は、一過性要因を除くとほぼ横ばいとなっています。

加えて、収益構造の異なる飲食事業を連結した影響で0.6ポイントの押し上げ効果がありました。

■ 販管費率：48.7%（前年同期比▲1.3p）

広告宣伝費：3.6%（同▲0.7p）（同+5百万円） プロモーション増加したが、収益認識会計基準で相殺
 人件費：17.1%（同▲0.5p）（同+14.7億円） 売上増加に伴う給与・賞与の増加
 設備費：17.5%（同▲0.6p）（同+14.7億円） 売上増加に伴う変動家賃増、M&Aした2社のPPA*に
 よる無形固定資産の償却増加55百万円を含む
 その他：10.5%（同+0.5p）（同+13.6億円） カード手数料・配送費・電気料などの増加

収益認識会計基準の影響	販管費 ▲460百万円（売上高販管費率▲0.3%）
飲食事業増加の影響	売上高販管費率+1.1%

■ 営業利益：55億円（前年同期差+17.4億円）

営業利益率8.7%、EBITDA率12.0%

■ 経常利益：56億円（前年同期差+14.7億円）

営業外損益：助成金収入29百万円など

■ 親会社株主に帰属する当期純利益：37億円（前年同期差+6.3億円）

特別損益：店舗の減損損失39百万円

*PPA(Purchase Price Allocation):M&Aにおいて会社を買収した際の取得原価を、買収会社の資産・負債の全てを公正価値（時価）で評価し、配分する手続のこと

販管費率は48.7%と、前期から1.3P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、増収効果により率は改善しました。また自社ECや商品のTVCMなどのプロモーションは予定通り実施しましたが、収益認識会計基準の適用により相殺され、広告宣伝費はほぼ横ばいとなりました。

設備費については、地代家賃とリース料、減価償却費を合計しておりますが、M&A後に一旦のれんとして計上されていた、ゼットンとオープンアンドナチュラルの取得原価を資産に配分する、いわゆるPPAにより、一部が無形資産となったことで増加した減価償却5千5百万円を含んでおります。

結果として、営業利益は55億円、営業利益率は8.7%でした。

営業外損益としては、助成金収入などを計上し、第3四半期3か月間で差し引き約5千万円のプラス、特別損益には店舗の減損損失3千9百万円を計上しています。

以上の結果、当期純利益は37億円となりました。

(百万円)

	2022/2期 第3四半期		2023/2期 第3四半期			
	9ヶ月累計	3ヶ月	9ヶ月累計		3ヶ月	
				前年同期比		前年同期比
売上高	127,435	47,631	144,913	113.7%	52,575	110.4%
（既存店前年比）	108.3%	99.8%	112.7%		109.0%	
グローバルワーク	27,606	10,496	33,455	121.2%	11,868	113.1%
ニコアンド	19,802	7,315	21,930	110.7%	7,488	102.4%
ローリーズファーム	14,872	5,734	15,927	107.1%	5,910	103.1%
スタディオクリップ	14,361	4,911	15,074	105.0%	5,220	106.3%
レブシム	8,837	3,157	9,453	107.0%	3,186	100.9%
ジーナシス	7,543	2,926	8,037	106.6%	3,330	113.8%
バイフロー	6,654	2,384	7,554	113.5%	2,708	113.6%
ラコレ	3,437	1,463	5,682	165.3%	2,141	146.3%
売上総利益	70,836	27,281	80,214	113.2%	29,897	109.6%
売上総利益率	55.6%	57.3%	55.4%	▲ 0.2p	56.9%	▲ 0.4p
販管費	66,795	23,436	70,266	105.2%	24,544	104.7%
販管費率	52.4%	49.2%	48.5%	▲ 3.9p	46.7%	▲ 2.5p
営業利益	4,041	3,844	9,948	246.2%	5,352	139.2%
営業利益率	3.2%	8.1%	6.9%	+3.7p	10.2%	+2.1p

* : 単体のれん償却費
 ・ 2022/2期第3四半期9ヶ月累計：44百万円、2023/2期第3四半期9か月累計：44百万円
 ・ 2022/2期第3四半期3ヶ月：14百万円、2023/2期第3四半期3か月：14百万円
 * : 単体売上高は、内部取引消去前を表記

アダストリア単体の損益計算書です。

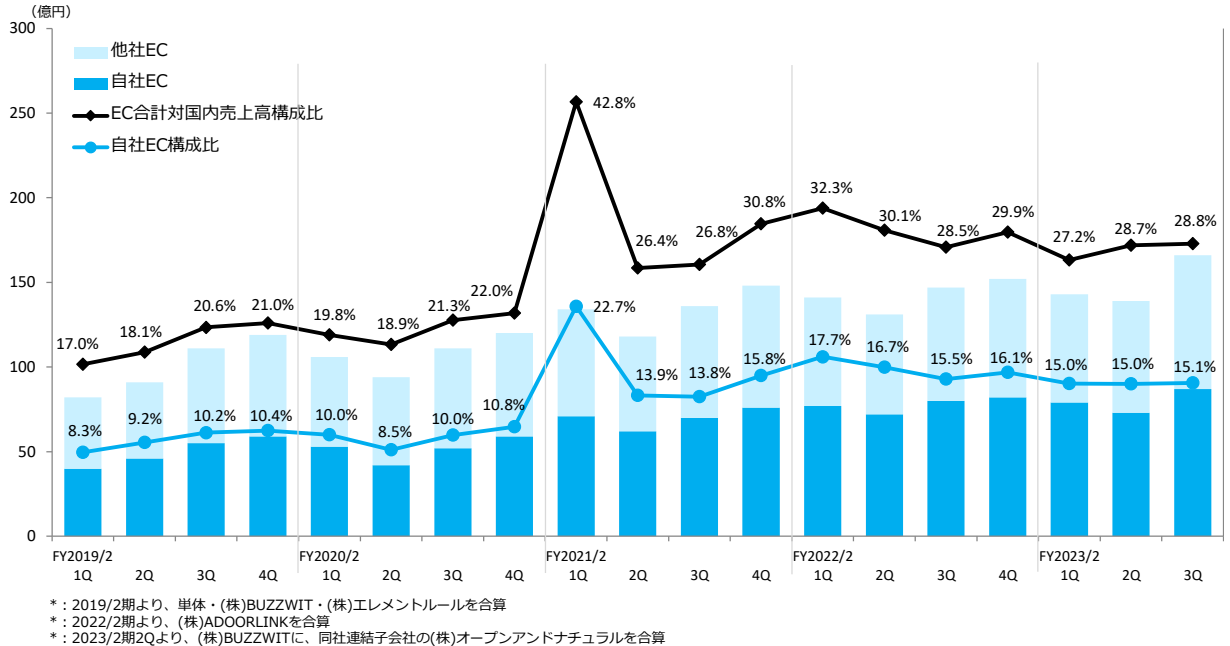
単体既存店売上高前期比は109%となりました。

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。

■ 2023年2月期（9ヶ月累計）国内EC売上高：450億円（前期比106.9%）

- 対国内売上高構成比：28.2%（うち自社EC約15.1%）

- 自社ECドットエスティ会員数：約1,510万人（前期末比+150万人）



つぎにWeb事業です。

国内の9か月累計のEC売上高は450億円で、前期比106.9%となりました。EC専門のオープンアンドナチュラルの連結化なども寄与しております。

3Q3ヶ月間のEC売上比率は28.8%と、前年とほぼ同水準となりました。

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1,500万人を突破しました。

■ 認知度向上へ広告を継続

- 昨年と同様に、TVCMの放映と合わせて自社ECと実店舗でのキャンペーンを実施

実施内容 → TVCM放映：10/26～11/27
20%ポイント還元：10/26～11/7

期間中における効果（10/26～11/27）

新規会員登録	29万人／前年比106% (会員数累計1,500万人突破)
EC受注金額	前年比105%



■ 他社商材の取り扱い拡大

- 11/24に、オープン化6社目としてタビオ株式会社が展開する靴下専門店「靴下屋」が自社EC(.st)に出店開始
- 好調なスタート、9割が自社商品との併売



当社人気スタッフとのコラボ商品も発売



「スタッフボード」を他企業に開放
(靴下屋スタッフの皆さまによる投稿)

自社ECの認知度獲得のため、第3四半期においても継続的なプロモーションを実施しました。昨年の同時期と同様に、テレビCMを放映し、同時に店頭でもポイント還元キャンペーンを行い、新規登録会員が増加しました。

また他社商材の取り扱いによる品ぞろえの拡充を目的に進めているオープン化の取り組みでは、新たに靴下専門店の靴下屋さまに参画頂きました。当社の人気スタッフとのコラボ商品も販売し、好調なスタートとなっています。また初の取り組みとして、当社のスタッフボードを他企業のスタッフの皆さまに開放し、投稿して頂くことで、相互送客にトライアルしています。

(百万円)

(海外現法単純合算)	2021/12期 第3四半期		2022/12期 第3四半期					
	9ヶ月累計	3ヶ月	9ヶ月累計			3ヶ月		
			前年同期比 (円 [△] -)	前年同期比 (現地通貨 [△] -)	前年同期比 (円 [△] -)	前年同期比 (現地通貨 [△] -)		
売上高	9,242	3,156	12,528	135.5%	116.8%	4,762	150.9%	129.9%
香港	1,997	695	2,309	115.6%	98.8%	941	135.3%	115.6%
中国大陸	1,862	595	1,888	101.4%	88.1%	822	138.2%	120.1%
台湾	1,852	617	2,921	157.7%	140.2%	1,087	176.0%	156.5%
米国*	3,529	1,247	5,408	153.2%	129.8%	1,911	153.3%	129.9%
営業利益	66	▲ 116	218	327.9%	250.0%	58	-	-
香港	119	28	166	139.2%	119.0%	114	399.9%	341.9%
中国大陸	▲ 159	▲ 110	▲ 809	-	-	▲ 310	-	-
台湾	64	▲ 41	467	722.9%	642.6%	170	-	-
米国*	49	6	393	796.3%	674.7%	84	1278.3%	1083.1%

*: 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：店舗オペレーションの安定化による販売好調と、政府の電子商品券配布の効果で増収増益
- 中国大陸：新規出店により増収も、ロックダウンの影響で赤字増加
- 台湾：昨年同時期のコロナ影響からの回復や、新店オープン、新ブランドの展開で増収増益
- 米国：消費環境の恩恵と商品力の向上により、卸売事業の受注が好調に推移

次に、海外事業です。

海外事業の第3四半期は、7月から9月となります。

3か月間の円ベースの売上高は、前期比150.9%の47億円、営業利益は5千8百万円となりました。

香港は、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、政府の電子商品券配布などにより増収増益となりました。

中国大陸は、新規出店を進めているため売上は増加しましたが、ロックダウンの影響が続き利益面では赤字が増加しました。

台湾は、昨年同時期のコロナ影響から回復し、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、卸売事業が好調に推移しました。

■ 上海に加え、成都へ出店エリアを拡大

- 旗艦店でブランドを形成し、サテライト店で収益性を高める旗艦店ドミナント戦略を継続
- 足元はコロナの感染拡大により不安定な状況が続くが、経済正常化に備え準備を進める



「成都旗艦店」オープン初日は開店前から行列ができる盛況となった

成都エリアの出店

- 10/29 成都旗艦店
- 11/4 成都大魔方店

旗艦店ドミナント戦略



中国大陸では、足元ではコロナの影響が続いていますが、経済正常化後に備えて出店を進めております。

10月には初の上海以外のエリアへの本格展開として、成都に旗艦店を出店し、オープン初日は写真でご覧いただける通り、多くのお客様で行列ができる盛況となりました。

(百万円)

	2021年11月末		2022年2月末		2022年11月末			
		構成比		構成比		構成比	2021年11月末比 増減額	2022年2月末比 増減額
流動資産	55,760	55.0%	48,169	49.2%	66,211	53.5%	+10,450	+18,041
現預金	15,916	15.7%	16,976	17.3%	16,441	13.3%	+525	▲535
棚卸資産	21,643	21.4%	19,259	19.7%	29,119	23.5%	+7,475	+9,859
固定資産	45,559	45.0%	49,787	50.8%	57,641	46.5%	+12,082	+7,853
有形固定資産	14,538	14.3%	16,005	16.3%	22,996	18.6%	+8,457	+6,991
無形固定資産	8,230	8.1%	10,836	11.1%	12,078	9.8%	+3,847	+1,241
のれん	68	0.1%	922	0.9%	1,404	1.1%	+1,335	+482
投資その他資産	22,790	22.5%	22,945	23.4%	22,566	18.2%	▲223	▲378
総資産	101,320	100.0%	97,957	100.0%	123,853	100.0%	+22,533	+25,895
負債	48,885	48.2%	42,994	43.9%	62,683	50.6%	+13,798	+19,689
借入金	6,000	5.9%	1,447	1.5%	6,568	5.3%	+568	+5,121
純資産	52,434	51.8%	54,963	56.1%	61,169	49.4%	+8,734	+6,206
自己株式	▲7,636	▲7.5%	▲7,636	▲7.8%	▲7,285	▲5.9%	+350	+350

- 棚卸資産 : 冬商戦への準備で、11月末時点では前年比134.5%と若干高い水準
12月以降の気温低下に伴い、適正水準への回復が進んでいる（12/25時点前年比123%）
- 有形固定資産 : 米国事業においてASC第842号*適用により使用権資産27億円を計上
- 無形固定資産 : ゼットンとオープンアンドナチュラルのPPA**によるその他無形固定資産15億円
- のれん : ゼットン7.6億円、オープンアンドナチュラル6.3億円
- 純資産 : 純資産比率は49.4%、前年同期末比▲2.4p

*ASC第842号（米国 新リース基準）:オペレーティング・リースについて使用権資産およびリース負債を貸借対照表上で計上するもの

**PPA(Purchase Price Allocation):M&Aにおいて会社を買収した際の取得原価を、買収会社の資産・負債の全てを公正価値（時価）で評価し、配分する手続のこと

11

続いて、連結貸借対照表です。

棚卸資産は11月末時点で前年同期比134%と増加しており、若干高い水準にあります。11月の気温が高く冬物の動き出しが鈍かったため、12月以降は順調に消化が進んでおり、適正水準に近づいています。

12月25日時点で、速報ベースの在庫の前年比は約123%まで低下しております。

固定資産につきましては、上期時点から大きな動きはありませんので、説明を割愛させていただきます。

負債につきましては、短期借入金を55億円、長期借入金6億円を計上しております。

純資産は611億円、純資産比率は49.4%と、引き続き健全な水準であると考えております。

	2022/2期	2023/2期 3Q累計実績				
	期末 店舗数	増加	出店	変更	退店	期末 店舗数
グローバルワーク	206	-	3	0	▲ 2	207
ニコアンド	144	-	4	0	▲ 1	147
ローリーズファーム	136	-	2	0	▲ 4	134
スタディオクリップ	184	-	2	0	▲ 6	180
レブシム	120	-	1	0	▲ 4	117
ジーナシス	73	-	3	0	▲ 2	74
ベイフロー	60	-	2	0	0	62
ラコレ	47	-	18	0	0	65
その他	275	-	16	0	▲ 10	281
アダストリア合計	1,245	-	51	0	▲ 29	1,267
(うちWEBストア)	(66)	-	(2)	(0)	(▲ 1)	(67)
国内子会社合計 *1*2	105	7	14	0	▲ 11	115
(うちWEBストア)	(42)	(7)	(8)	(0)	(▲ 7)	(50)
国内合計	1,350	7	65	0	▲ 40	1,382
(うちWEBストア)	(108)	(7)	(10)	(0)	(▲ 8)	(117)
香港	14	-	6	0	0	20
中国大陸	6	-	3	0	0	9
台湾	43	-	8	0	▲ 2	49
米国	10	-	0	0	▲ 1	9
海外合計	73	-	17	0	▲ 3	87
(うちWEBストア)	(12)	-	(8)	(0)	(▲ 2)	(18)
ゼットン (飲食子会社) *3	-	73	4	0	▲ 5	72
ADASTRIA eat Creations	5	-	0	0	▲ 2	3
連結合計	1,428	80	86	0	▲ 50	1,544
(うちWEBストア)	(120)	(7)	(18)	(0)	(▲ 10)	(135)

2023年2月期 3Q累計、グループ連結で改装24店舗

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

*2: 2023/2期2Qより、(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

*3: (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。

2022年11月末におきまして、飲食事業を除く店舗数は、国内1,382店舗、海外87店舗となりました。新規連結したゼットンの純増分も含め、連結では合計1,544店舗となり、前期末比116店舗増加しました。

中国大陸で出店の遅れが発生していますが、国内は概ね計画通りの進捗です。

■ 成長ブランドとOMOストアの出店が進捗

LAKOLE 【成長ブランド】

- 今期18店舗を出店、11月末時点で65店舗展開
- 10月からグロサリー（食料品）商品約200品を新規販売



「イオンモール福津店」

.st ドットエスティ 【OMOストア】

- 今期6店舗を出店、11月末時点で9店舗展開
- WEBと実店舗の融合と、地域に合わせたブランド展開をすすめる



「ゆめモール西条店」

新規出店のトピックスです。

出店については、中期経営計画に沿って、特に成長ブランドと、OMOストアに力を入れています。成長ブランドのラコレは、今期に入って18店舗を出店し、11月末時点で65店舗となりました。10月からは、新たに食料品の展開を開始し、ライフスタイル全体の品ぞろえを拡充しています。OMO型のドットエスティストアは、今期6店舗を出店しております。ゆめモール西条店は、初となるカフェを併設した大型店です。今期は色々な形態を試しながら、来期以降徐々に出店を加速していく計画です。

■「FOREVER21」の2023年春夏商品を発表

- 米国のMDをベースに、全体の約8割をアダストリアが日本向けに改変
- 6つのテイストに分類し、客層やチャネルに合わせた編集を可能に



ベーシック



モード



ヴィンテージ



フェミニン



ポップ



ストリート

ライセンス事業の進捗です。

FOREVER 21において、春夏商品のラインナップを発表し、メディアやデベロッパー様向けの展示会を実施しました。

ベーシック、モードなど、FOREVER 21がもつファッションのテイストを6つに分類し、出店チャネルや客層に合わせて編集しながら出店していく計画です。

商品の販売開始は来年2月、リアル店舗は来年4月のオープンを予定しております。

■ PRIDE指標2022のゴールドを受賞

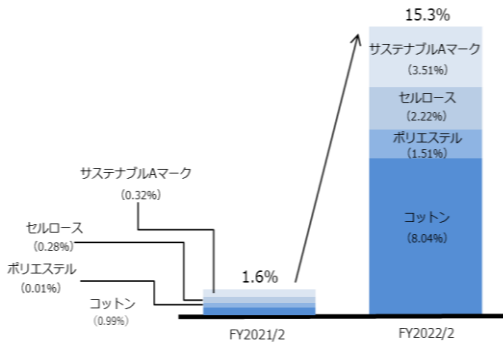
LGBTQ+など多様性に関する取り組みが評価され、4年連続で最高評価の「ゴールド」を受賞

work with Pride



■ 環境配慮素材の使用進捗

サステナブルマーク商品推移



※対象：国内グループ会社全商品

■ 高校生を対象とする公募型企業見学を開催

公募型企業見学 第1回 2022年10月22日
「Let's Play Fashion! 2022」 第2回 2022年12月3日



店舗見学 (niko and ... TOKYO店)



生産部によるサンプル修正体験

サステナビリティへの取り組みのご紹介です。
LGBTQなどの多様性に関する取り組みが評価され、プライド指標のゴールドを受賞致しました。
また統合報告書にも掲載しておりますが、環境配慮素材の使用について、2030年に50%とすることを目標としており、前期末で15%の進捗となっております。
地域社会への貢献として、高校生の職業教育に協力し、公募型企業見学を開催しました。

	市場の関心事項	当社の見方
1	リオープン後の需要一巡による反動減があるか	<ul style="list-style-type: none"> 2022年1月～10月の被服費支出は、2019年同期間比の82%*1。日本のアパレル市場は、まだ回復途上にある。 2021年は2019年比で80%だった。欧米でみられたような特需はなく、反動減はないと見込んでいる。
2	インフレによる可処分所得・消費意欲の低下があるか	<ul style="list-style-type: none"> 日本は欧米よりもインフレ率が低く、足元の物価上昇の中でも、被服費は回復を続けている。 日本では、20歳～34歳の45%程度が未婚で親と同居*2しており、必需品の物価上昇の若年層への影響は限定的と考えられる。
3	アパレルの価格引き上げによる消費者離れがあるか	<ul style="list-style-type: none"> 秋冬の値上げ率は平均3%程度で、当社では売れ行きへの影響は見られていない。 足元の為替動向に鑑み、短期的な価格上昇圧力は落ち着いている。商品の高付加価値化は、継続的に進める。

*1 出典：総務省統計局 家計調査より被服及び履物費（二人以上の世帯）

*2 出典：総務省統計研修所「親と同居の未婚者の最近の状況」（2016年）

次に、投資家の皆さまからのご質問の多い、今後の外部環境に対する当社の見方をご説明いたします。関心の高い点として、来年以降、リオープン後の需要が一巡したことによる反動減があるのかという点についてです。

欧米ではそういった傾向もあるようですが、日本においては、統計の出ている今年1月～10月の被服費支出は、まだ2019年比で82%と、我々としてはまだ回復途上にあると考えております。

欧米でみられたような、リオープン特需が起こったわけではなく、来年も緩やかに、コロナ前に近い水準に近づいていくことを前提としております。

2つめの懸念事項として、インフレによる可処分所得や消費意欲の低下があるかという点についてです。

日本は欧米に比べインフレ率は低く、足元でも被服費は回復傾向が持続しています。

また、我々の主要顧客層である20～34歳の人口のうち、日本では半分近い方が未婚で親と同居しているという状況や、アルバイトの時給上昇などと合わせて、今のところ必需品の物価上昇が若年層の購買力に及ぼすマイナス影響は限定的とみています。

3点目として、アパレルの価格引き上げによる消費者離れについてです。

この秋冬の値上げ率は、平均して3%程度となっています。今のところ、売れ行きへの影響は見られていません。

足元の為替動向などから、短期的な価格上昇圧力は落ち着いており、今後も商品の高付加価値化は進めるものの、これ以上の大幅な価格引き上げが必要な状況ではないと考えております。

- 売上高、営業利益、経常利益、純利益について、通期連結業績予想を上方修正
- のれん償却前当期純利益に対する連結配当性向30%の基本方針のもと、通期配当予想を60円に引き上げ

(百万円)

	2022/2期	2023/2期			
	実績	期初予想	2022年12月29日予想		
				構成比	前期比
売上高	201,582	230,000	240,000	100.0%	119.1%
売上総利益	111,012	129,500	133,200	55.5%	120.0%
販管費	104,448	119,500	120,700	50.3%	115.6%
のれん償却費	58	500	260	0.1%	448.3%
営業利益	6,564	10,000	12,500	5.2%	190.4%
経常利益	8,166	10,000	13,000	5.4%	159.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,917	6,300	8,200	3.4%	166.8%
ROE	9.4%	11.3%	14.3%	-	+4.9p
一株当たり配当金 (円)	55	55	60		
(中間配当金)	(25)	(25)	(25)		
配当性向	51.0%	39.8%	33.2%		
(のれん償却前)	(50.5%)	(37.0%)	(32.2%)		

*上記の修正予想には連結子会社の決算期変更を織り込んでおります。

詳細につきましては、「2023年2月期通期連結業績予想の修正および通期個別業績予想、ならびに配当予想の上方修正に関するお知らせ」をご参照ください。

最後に、2023年2月期通期業績予想です。

第3四半期末時点で、売上・利益ともに計画を上回って推移したことを受け、売上高と各利益について、通期連結業績予想を上方修正いたしました。

修正した通期業績予想は、売上高2,400億円、営業利益125億円、当期純利益82億円の見通しです。また通期配当予想につきましては、60円に引き上げいたしました。

上期にご説明の通り、第1四半期の事業環境が良かったことや、値引き抑制に努めたことにより、上期時点で営業利益で20億円弱の超過があり、第3四半期においても計画を上回る遂行となったことを反映したものです。

第4四半期については、足元のコロナの感染拡大などの不透明要素もあり、若干保守的な見通しとしておりますが、経営陣の意思として、来期以降も中期経営計画に沿って、利益成長と増配を継続していきたいと考えております。

(百万円)

	2022/2期	2023/2期		
	実績	期初予想	2022年12月29日予想	前期比
売上高	174,065	190,000	196,000	112.6%
売上総利益	95,437	104,500	106,200	111.3%
売上総利益率	54.8%	55.0%	54.2%	▲ 0.6p
販管費	89,904	95,800	95,400	106.1%
販管費率	51.6%	50.4%	48.7%	▲ 3.0p
営業利益	5,533	8,700	10,800	195.2%
営業利益率	3.2%	4.6%	5.5%	+2.3p

通期単体業績予想につきましても、同様に引き上げております。こちらは参考情報となります。

以上で、私の説明を終わらせて頂きます。

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!

