2022年2月期
通期決算説明会資料

2022年4月13日

ADASTRIA
Play fashion!

目次

1．2022年2月期　総括

・2022年２月期の振り返り 4
・今後の展望と方針 5

2．2022年2月期　通期業績

・2022年2月期 振り返り 7
・連結損益計算書 サマリー 9
・アダストリア単体 10
・WEB事業 11
・自社ECの取り組み 12
・海外事業 13
・中国大陸の売上拡大 14
・連結貸借対照表 15
・出退店実績・計画 16
・M&Aを通じたさらなる成長の実現 17
・足元の外部環境への対応状況 18
・2023年2月期 通期連結業績予想 19
・投資計画 21
・株主還元 22

ADASTRIA
Play fashion!

1．2022年2月期 総括

代表取締役会長　福田 三千男

2022年２月期の振り返り

- 外部環境は期初想定より厳しかったが、適時・適価・適量で**利益計画を達成**
- 2020年に企図した通り、コロナ禍から3年目の**成長に目途**を付けられた
- **為替や原料高などの逆風**もあったが、企業努力で対応を進めた
- コロナ禍前に整えた**企画や生産の仕組み**が、うまく回り始めた手応えがある
- **サステナビリティ**についても、一定の進捗があった
- **M&A戦略**による非連続な成長も実現できた

各分野で一定の成果

グローバル	海外事業の黒字化
デジタル	EC拡大への投資継続
サステナブル	ファッションロスゼロ(商品の一次流通において) アダストリア健保の設立 準なでしこ・なでしこ銘柄選出

ADASTRIA
Play fashion!

今後の展望と方針

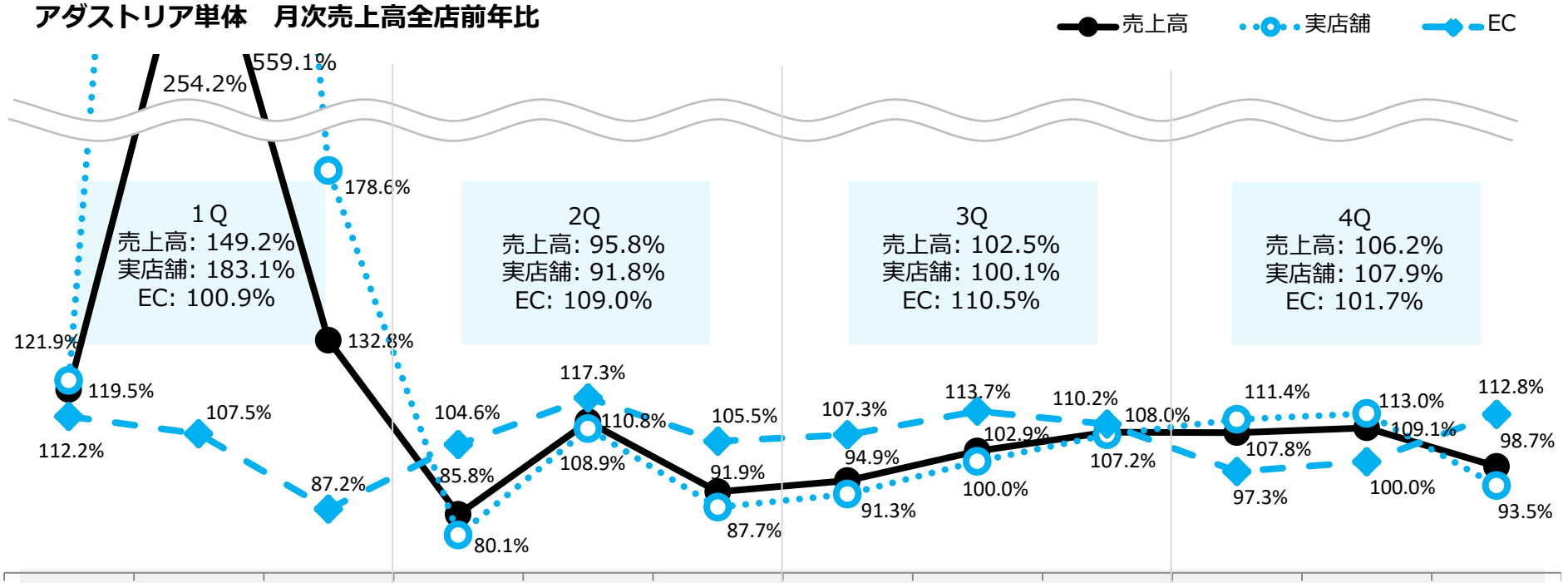
- 春夏以降は、消費の戻りを想定し、**十分な商品を準備**した
- **国際情勢の変化**により、ものづくりの環境はさらに厳しさを増している
- 品質を落とさないことを第一に、**商品の価値と価格のバランス**を見定める
- コスト上昇を単に価格に転嫁するのではなく、**お客様の感じる価値**を総合的に高めていく
- **グローバル、デジタル、サステナブル**の重要性はさらに高まった
- 持続可能な成長に向け、2025年に向けた成長戦略を再議論し、**中期経営計画を策定**した
- 不透明な事業環境下でも、**成長を続けられると確信**している

2．2022年2月期 通期業績

常務取締役　金銅 雅之

2022年2月期 振り返り

アダストリア単体　月次売上高全店前年比



- 緊急事態宣言発令による店舗の休業や時短営業があるも、前年同期よりは状況が改善
- 自社EC（ドットエスティ）のテレビCM実施
- 在庫コントロールに注力

- 緊急事態宣言による外出自粛や天候不順の影響でリアル店舗の客数が停滞
- ECでの販売に注力
- 値引き抑制により客単価と荒利確保

- 自社EC（ドットエスティ）のテレビCMを再実施
- 9月から10月中旬まではコロナと天候の悪影響があったが、10月下旬から気温の低下と外出需要の回復で秋冬物販売が順調

- 冬物販売が順調
- 過度のセールを抑制したことにより客単価が改善
- 1月以降まん延防止等重点措置により、客数が減少

*：上期決算説明会資料に掲載した前年比は速報ベースのため、通期と若干差異があります。

ADASTRIA Play fashion!

連結損益計算書

（百万円）

	2021/2期		2022/2期		
	実績		実績		
		構成比		構成比	前期比
売上高	183,870	100.0%	201,582	100.0%	109.6%
アダストリア単体	160,940	87.5%	174,065	86.3%	108.2%
国内子会社 *1	15,030	8.2%	17,275	8.6%	114.9%
海外子会社 *2	10,778	5.9%	13,352	6.6%	123.9%
売上総利益	100,125	54.5%	111,012	55.1%	110.9%
販管費	99,358	54.0%	104,448	51.8%	105.1%
広告宣伝費	7,163	3.9%	8,153	4.0%	113.8%
人件費	36,761	20.0%	37,226	18.5%	101.3%
設備費	36,544	19.9%	37,830	18.8%	103.5%
のれん償却費	157	0.1%	58	0.0%	37.4%
その他	18,730	10.2%	21,178	10.5%	113.1%
営業利益	766	0.4%	6,564	3.3%	856.1%
アダストリア単体	1,521	0.8%	5,533	2.7%	363.6%
国内子会社 *1	▲ 799	-	▲ 106	▲0.1%	-
海外子会社 *2	▲ 898	-	385	0.2%	-
アダストリア・ロジスティクス	634	0.3%	504	0.3%	79.5%
経常利益	2,981	1.6%	8,166	4.1%	273.9%
純利益	▲ 693	▲0.4%	4,917	2.4%	-

EBITDA	7,766	4.2%	13,302	6.6%	171.3%
減価償却費	6,841	3.7%	6,679	3.3%	97.6%
のれん償却費	157	0.1%	58	0.0%	37.4%

設備投資	9,298		9,974

*1：(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creations・ (株)ADOORLINKの単純合算
*2：海外法人(香港・中国大陸・台湾・韓国・米国)の単純合算

連結損益計算書　サマリー

■ **売上高：2,015億円**（前期比109.6%）

・単体　　：店舗営業状況の改善や外出需要の回復、自社ECへの継続投資で増収
　　主力商品が好調なグローバルワーク、積極出店したラコレが全体をけん引

・国内子会社：エレメントルール社は、EC化率の上昇と高価格帯ブランドの好調により増収
　　EC専業のBUZZWIT社は、新規ブランドの立ち上げで増収を継続

・海外子会社：香港と台湾は増収増益、中国大陸はサテライト店舗出店による売上成長を継続
　　アメリカはEC直営店舗の売上高の伸長と卸事業の回復で増収

■ **売上総利益率：55.1%**（前期比+0.6p）

・適正な在庫コントロールにより過度な値引き販売を抑制し、荒利率が改善

■ **販管費率：51.8%**（前期比▲2.2p）

・広告宣伝費　：4.0%　(同+0.1p) (同+9.9億円)　自社ECのプロモーション実施
・人件費　　：18.5% (同▲1.5p) (同+4.6億円)　店舗営業時間の正常化で金額は増加も、率は抑制
・設備費　　：18.8% (同▲1.1p) (同+12億円)　増収に伴い家賃の金額は増加も、率は改善
・その他　　：10.5% (同+0.3p) (同+24億円)　EC拡大によりカード手数料、配送費などが増加

■ **営業利益：65億円**（前期差+57億円）営業利益率3.3%、EBITDA率6.6%

■ **経常利益：81億円**（前期差+51億円）

・営業外収益として時短協力金等の助成金収入6.7億円、雇用調整助成金5.4億円を計上

■ **純利益：　49億円**（前期差+56億円）

・特別利益として貸倒引当金戻入益2.6億円、特別損失として減損損失6億円を計上

アダストリア単体

（百万円）

		2021/2期	2022/2期	
		実績	実績	
				前期比
売上高		160,940	174,065	108.2%
	（既存店前年比）	80.7%	107.0%	
	グローバルワーク	33,845	37,762	111.6%
	ニコアンド	26,092	27,227	104.3%
	ローリーズファーム	19,436	20,374	104.8%
	スタディオクリップ	18,558	18,970	102.2%
	レプシィム	11,132	11,790	105.9%
	ジーナシス	9,932	10,526	106.0%
	ベイフロー	8,446	9,122	104.7%
	レイジブルー	5,431	5,801	106.8%
売上総利益		87,401	95,437	109.2%
	売上総利益率	54.3%	54.8%	+0.5p
販管費		85,879	89,904	104.7%
	販管費率	53.4%	51.6%	▲ 1.7p
営業利益		1,521	5,533	363.6%
	営業利益率	0.9%	3.2%	+2.2p

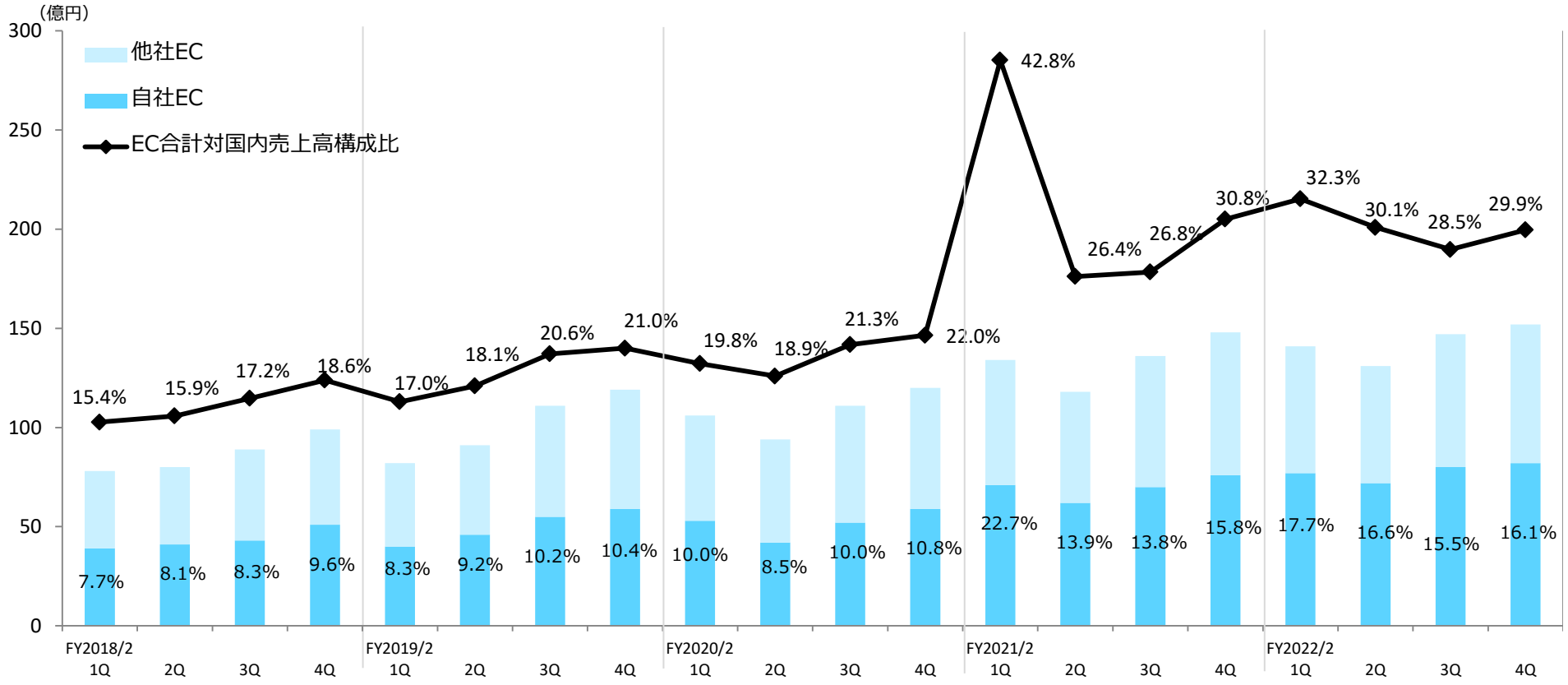
＊ ：単体のれん償却費
・2021/2期：114百万円、2022/2期：58百万円
＊ ：単体売上高は、内部取引消去前を表記

WEB事業

国内WEB事業が継続成長

■ 2022年2月期 国内EC売上高：**574**億円（前期比106.8%）

- 対国内売上高構成比：30.1%（うち自社EC約16.4%）
- 自社ECドットエスティ会員数：約1,360万人（前期末比+190万人）



＊：2018/2期より、単体に加え、(株)アリシアを合算
＊：2019/2期より、単体・(株)アリシアに加え、(株)エレメントルールを合算。なお、2018年8月より、（株)アリシアは（株）BUZZWITに商号変更
＊：2022/2期より、(株)ADOORLINKを合算

ADASTRIA
Play fashion!

自社ECの取り組み

■サンマルクとの協業

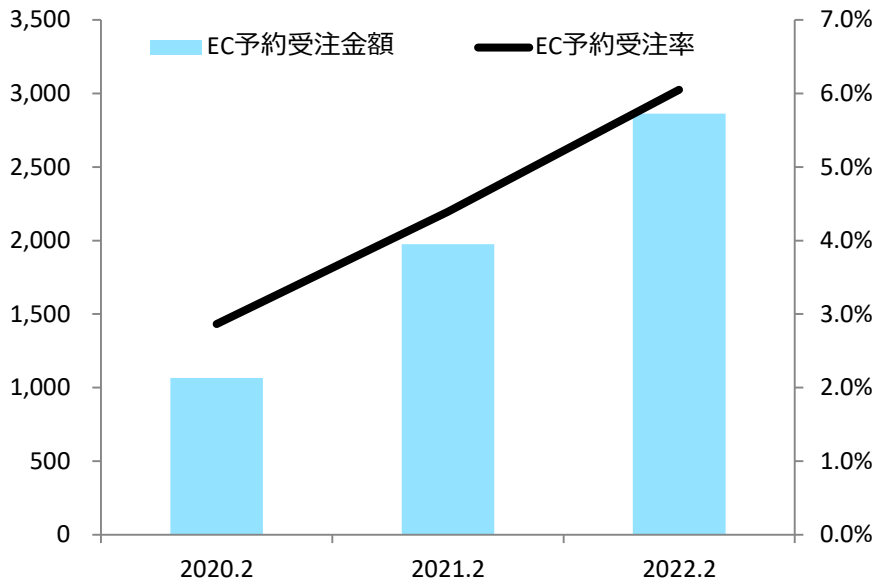
- 2022年1月、サンマルクカフェの人気商品「チョコクロ」などの取り扱いを開始
- 自社EC初の食品展開で、自社EC既存会員の購入回数の増加を狙う
- スタッフボードの人気スタッフが食品と生活雑貨などを組み合わせて投稿し、ライフスタイルの中で商品の魅力を紹介
- 当社サイトへ他社が出店するモール型ビジネス

店舗スタッフからの投稿

■予約販売の強化

- 自社ECで先行予約販売する商品を増やし、予約での販売データを発注に活用することで、在庫コントロールの精度を向上
- 決済方法の多様化など、利便性を向上し利用を推進

予約受注推移



*アダストリア単体

ADASTRIA Play fashion!

海外事業

（百万円）

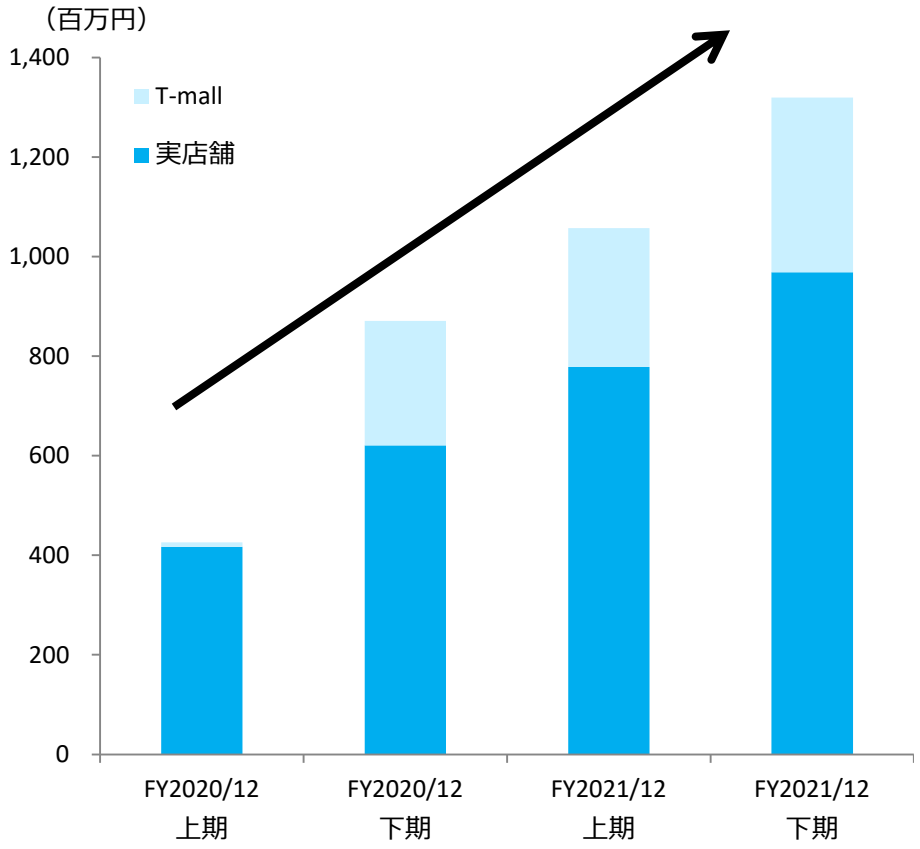
（海外現法単純合算）	2020/12期 実績	2021/12期 実績	前期比 (円ﾍﾞｰｽ)	前期比 (現地通貨 ﾍﾞｰｽ)
売上高	10,778	13,352	123.9%	117.5%
香港	2,589	2,820	108.9%	106.1%
中国大陸	1,293	2,774	214.5%	194.7%
台湾	2,743	3,053	111.3%	101.7%
韓国	710	-	-	-
米国	3,440	4,703	136.7%	133.0%
営業利益	▲ 898	385	-	-
香港	▲ 99	242	-	-
中国大陸	▲ 289	▲ 214	-	-
台湾	245	389	158.6%	145.6%
韓国	▲ 127	▲ 7	-	-
米国	▲ 627	▲ 25	-	-

- 香港：不採算店舗の整理や会員制度の強化により増収増益
- 中国大陸：旗艦店のブランディング戦略とサテライト店舗出店が寄与し、大きく増収
- 台湾：新型コロナウイルス感染状況の収束と新規ブランドの投入で、増収増益
- 米国：経済回復で卸事業、実店舗、ECの各チャネルでの売上が増加
- 韓国：前期に撤退済み

中国大陸の売上拡大

■ニコアンド旗艦店のブランディング戦略が奏功し、好調を維持

- 上海のショッピングモールに３店舗を出店し、売上が増加
- 上海２号店で「ジョジョの奇妙な冒険」と約１か月間の限定コラボイベントを実施
  遠方からもお客様が来店し、実施期間中売上に大きく寄与



実施概要

・2021年12月30日-2022年2月6日に実施
・店舗、カフェの装飾
・現地SNSで告知、スタンプラリー、AR
・限定商品、カフェ限定メニューの販売

ADASTRIA
Play fashion!

連結貸借対照表

（百万円）

	2021年2月末		2022年2月末		
		構成比		構成比	2021年2月末比増減額
流動資産	51,569	54.0%	48,169	49.2%	▲3,400
現預金	24,179	25.3%	16,976	17.3%	▲7,202
棚卸資産	15,718	16.5%	19,259	19.7%	+3,540
固定資産	43,880	46.0%	49,787	50.8%	+5,907
有形固定資産	14,577	15.3%	16,005	16.3%	+1,428
のれん	113	0.1%	1,897	1.9%	+1,784
投資その他資産	22,010	23.1%	23,375	23.9%	+1,364
総資産	95,449	100.0%	97,957	100.0%	+2,507
負債	44,747	46.9%	42,994	43.9%	▲1,753
有利子負債	0	0.0%	991	1.0%	991
純資産	50,701	53.1%	54,963	56.1%	+4,261
自己株式	▲7,917	▲8.3%	▲7,636	▲7.8%	+281

- 現預金　：ネットキャッシュは前期末比81億円減少、コロナによる納税猶予分を納付
- 棚卸資産　：前年比では増加も、春夏商戦に向けた在庫確保で、平年と同水準
- 負債　：ゼットン連結により借入金を計上、アダストリアの期末短期借入金は0
- 純資産　：純資産比率は56.1%、前年同期末比+3.0p

※この他に、主要取引銀行と300億円のコミットメントラインあり

出退店実績・計画

	2021/2期	2022/2期　実績				2023/2期　計画			
	期末店舗数	出店等	変更	退店	期末店舗数	出店	変更	退店	期末店舗数
グローバルワーク	209	1	0	▲ 4	206	2	0	▲ 2	206
ニコアンド	144	2	0	▲ 2	144	3	0	▲ 2	145
ローリーズファーム	134	4	0	▲ 2	136	3	0	▲ 2	137
スタディオクリップ	183	3	0	▲ 2	184	3	0	▲ 4	183
レプシィム	122	1	0	▲ 3	120	2	0	▲ 5	117
ジーナシス	72	3	0	▲ 2	73	1	0	▲ 4	70
ベイフロー	56	4	0	0	60	4	0	0	64
レイジブルー	49	1	0	▲ 2	48	0	0	▲ 3	45
その他	259	40	0	▲ 25	274	42	0	▲ 28	288
アダストリア合計	1,228	59	0	▲ 42	1,245	60	0	▲ 50	1,255
（うちWEBストア）	(66)	(3)	(0)	(▲ 3)	(66)	(0)	(0)	(0)	(66)
国内子会社合計 *	104	28	0	▲ 22	110	10	0	▲ 7	113
（うちWEBストア）	(32)	(23)	(0)	(▲ 13)	(42)	(2)	(0)	(▲ 4)	(40)
国内合計	1,332	87	0	▲ 64	1,355	70	0	▲ 57	1,368
（うちWEBストア）	(98)	(26)	(0)	(▲ 16)	(108)	(2)	(0)	(▲ 4)	(106)
香港	14	2	0	▲ 2	14	7	0	▲ 1	20
中国大陸	3	3	0	0	6	10	0	0	16
台湾	41	4	0	▲ 2	43	6	0	0	49
米国	10	1	0	▲ 1	10	2	0	▲ 1	11
海外合計	68	10	0	▲ 5	73	25	0	▲ 2	96
（うちWEBストア）	(10)	(2)	(0)	(0)	(12)	(3)	(0)	(▲ 1)	(14)
連結合計	1,400	97	0	▲ 69	1,428	95	0	▲ 59	1,464
（うちWEBストア）	(108)	(28)	(0)	(▲ 16)	(120)	(5)	(0)	(▲ 5)	(120)

*：(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creations・(株)ADOORLINKの合算
*：(株)ゼットンは含まない。2023年2月期から店舗数合算予定
*： 2022年2月期、グループ連結で改装14店舗

ADASTRIA
Play fashion!

M&Aを通じたさらなる成長の実現

■ 株式会社ゼットンに対する公開買付を完了

- 2022年2月17日、公開買付けが完了
- 当社の持分比率が51%となり、連結子会社化

➢ 2021年12月第三者割当増資
出資総額：1,292百万円

➢ 2022年2月17日公開買付完了
取得価格：1,584百万円

➢ 異動後取得株式数：3,289,400株
（議決権割合：51.00%）

➢ B/Sは2022年2月期末から連結開始

➢ PLは2023期2月期から連結予定

■ 子供服EC専業ブランドを連結化

- EC専業の子会社BUZZWITにおいて、ECで子供服ブランドを展開する株式会社オープンアンドナチュラルの株式を取得
（アダストリアの孫会社化）

概要 株式会社オープンアンドナチュラル

・2017 年設立
・2022 年 1 月期売上高 約 20億円
・2022 年 5 月から連結開始予定
EC 専業ブランド「PAIRMANON」を運営し、ローブライス、高品質で適度にトレンドを押さえた子供服を提供

ADASTRIA Play fashion!

足元の外部環境への対応状況

サプライチェーン	中国の停電に端を発したサプライチェーンの混乱については一旦落ち着いたものの、コロナ禍とロシア・ウクライナ情勢で更なる混乱の可能性も
原材料・輸送価格上昇	綿花の価格上昇が大きいため、再生繊維や合繊などの代替使用を促進
急速な円安進行	春夏商品、秋冬の主力商品先行発注分までは為替予約でカバー済み

原価高騰の中でも、しっかりと**顧客に価値を認識して頂ける**商品企画を進める

1	▶商品の価値と価格設定のバランスを重視 単なるコスト転嫁ではなく、顧客の感じる価値を総合的に高める
2	▶ ASEANを中心とした生産地の分散化 関税分約10%メリット、生産コスト低減　RCEP*活用
3	▶予約販売やデータ分析を活用した意思決定の早期化 生地（生機）の先行発注、**閑散期生産の活用**

*RCEP（地域的な包括的経済連携協定）繊維製品等を含む工業製品や農林水産品などへの関税の減免等が定められた経済連携。2022年1月発効。

2023年2月期 通期連結業績予想

（百万円）

	2022/2期	2023/2期 通期		
	実績	予想		
			構成比	前期比
売上高	201,582	230,000	100.0%	114.1%
売上総利益	111,012	129,500	56.3%	116.7%
販管費	104,448	119,500	52.0%	114.4%
営業利益	6,564	10,000	4.3%	152.3%
経常利益	8,166	10,000	4.3%	122.5%
純利益	4,917	6,300	2.7%	128.1%
ROE	9.4%	11.3%	-	+1.9p
EBITDA	13,302	17,400	7.6%	130.8%
減価償却費	6,679	6,900	3.0%	103.3%
のれん償却費	58	500	0.2%	862.1%
設備投資	9,974	13,200		

※設備投資は、(株)ゼットン分を含まない

■ 経済の正常化を前提に、通期連結売上高は2,300億円と予想（前期比114.1%）
■ 設備投資は132億円、新規出店、システム投資、海外投資、物流自動化など

2023年2月期 アダストリア単体業績予想

（百万円）

	2022/2期	2023/2期	
	実績	予想	
			前期比
売上高	174,065	190,000	109.2%
売上総利益	95,437	104,500	109.5%
売上総利益率	54.8%	55.0%	+0.2p
販管費	89,904	95,800	106.6%
販管費率	51.6%	50.4%	▲ 1.2p
営業利益	5,533	8,700	157.2%
営業利益率	3.2%	4.6%	+1.4p

■ **売上高：1,900億円**（前期比109.2%）

■ **売上総利益率：55.0%**（前期比+0.2p）

・適時・適価・適量による値引き率の低減
生産地の分散化など

■ **販管費率：50.4%**（前期比▲1.2p）

・金額は増加も、増収効果により改善

出店	59	60
退店	▲ 42	▲ 50
改装	9	24
期末店舗数	1,245	1,255

■ **出退店**

・成長ブランド、OMO店舗（ドットエスティストア）を中心に出店

投資計画

	2022年２月期			2023年２月期	
投資区分	計画	実績	総評	計画	主な使途
店舗開発（国内）	64億円	32億円	新型コロナウイルス感染症の影響により未消化	49億円	成長ブランドの新規出店、ドットエスティストア
システム	40億円	36億円	概ね計画通りに進捗も、効率化で抑制	40億円	自社ECの開発
海外	9億円	5億円	新型コロナウイルス感染症の影響により未消化	24億円	中国大陸と東南アジアの新市場開拓
その他	15億円	9億円	物流、オフィス効率化を実施	19億円	物流センター自動化等

株主還元

(百万円)

	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2022/2期	2023/2期（予想）
一株当たり配当金（円）	50	50	50	40	55	55
（中間配当金）	(35)	(20)	(25)	(15)	(25)	(25)
配当総額	2,379	2,379	2,382	1,856	2,510	2,510
連結純利益	863	3,890	6,363	▲ 693	4,917	6,300
のれん償却費 *	4,712	1,306	167	361	58	500
配当性向	272.3%	60.5%	37.0%	-	51.0%	39.8%
(のれん償却前)	(42.2%)	(45.3%)	(36.1%)	-	(50.5%)	(37.0%)
自社株買い	0	0	0	3,671	0	-

※のれん償却費には、特別損失に計上した一時償却分を含む

- 配当方針：のれん償却前連結配当性向30%を基本方針としつつ、配当の安定性、成長投資と還元のバランスを考慮
- 2022/2期は中間配当25円、及び期末配当30円(年間配当55円)とし、期初計画を上回る
- 2023/2期の配当予想は、中間配当25円、および期末配当30円（年間配当55円）とする

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。

ADASTRIA
Play fashion!