2024年2月期 上期
決算説明会資料

2023年9月29日

ADASTRIA
Play fashion!

目次

1．2024年2月期 上期総括

・2024年２月期上半期の振り返り 4
・人への投資の進捗 5

2．2024年2月期 上期業績

・2024年2月期 上期振り返り 7
・連結損益計算書 サマリー 9
・アダストリア単体・主要国内子会社 11
・WEB事業 12
・海外事業 13
・連結貸借対照表 14
・出退店実績・計画 15
・2024年2月期 通期連結業績予想 16
・2024年2月期 通期単体業績予想 17
・外部環境に対する当社の考え 18

3．中期経営計画の進捗

・中期経営計画の進捗 21
・マルチブランドプラットフォーム 22
・成長戦略Ⅰ. 23
　マルチブランド、カテゴリー
・成長戦略Ⅱ. 26
　デジタルの顧客接点、サービス
・成長戦略Ⅲ. 28
　グローカル
・成長戦略Ⅳ. 29
　新たな収益モデルへの挑戦
・サステナビリティへの取り組み 30
・統合報告書2023を発行 31
・中期経営計画の定量目標の進捗 32

1．2024年2月期 上期総括

代表取締役会長　福田 三千男

2024年２月期上半期の振り返り

ADASTRIA
Play fashion!

成果

- 経済正常化と企業努力により、上期として過去最高の連結売上と利益を達成
- 通期でも過去最高の売上、利益となる見通しで、中期経営計画の達成確度が高まっている

重点分野の進捗

- デジタル：SNS活用、オープン化、メタバースなど新しい取り組み
- グローバル：20周年を迎えた台湾が非常に好調
- サステナビリティ：2年目となる統合報告書を発行

人への投資の進捗

- 繊研新聞社実施のファッション専門学生への就職意識調査で、アダストリアが「就職したい企業」１位
- 新卒、若手社員を中心に、平均６%の賃上げを実施
- スタッフボードのインセンティブ制度を充実
- タウンミーティングで役員が全国を回り、社員とのコミュニケーションを強化

70周年ロゴデザインについて

・Aのアンダーラインに縦線を加えて「+（プラス）」にすることで、様々な相手と組んでいく姿勢を表しています。

・２本の線で出来た「70th」マークは、私たちと共創相手を表し、共に並走しこの一年間を作っていくことを意味しています。

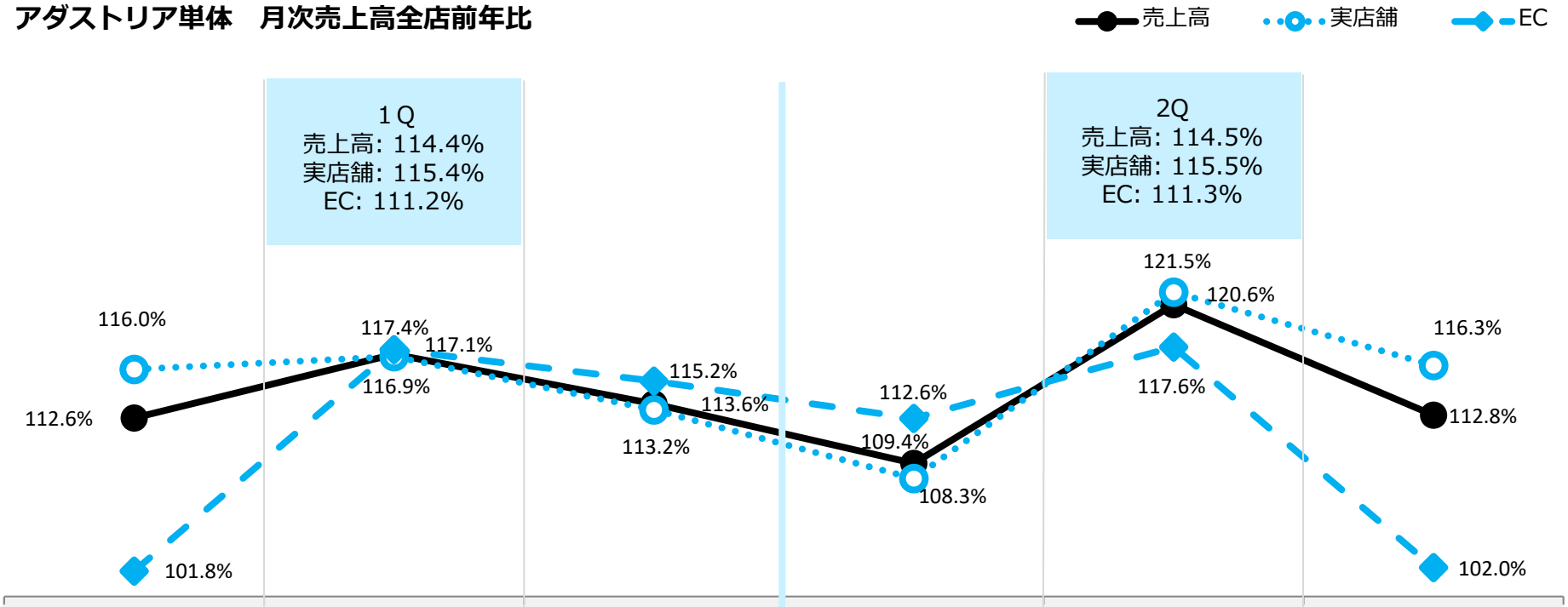
2．2024年2月期 上期業績

常務取締役　金銅 雅之

2024年2月期 上期振り返り

ADASTRIA Play fashion!

アダストリア単体　月次売上高全店前年比



3月	4月	5月	6月	7月	8月
• 気温が上昇し、春夏商品の販売が好調 • 入園・入学向けオケージョン商品の需要が増加 • 月末から20%ポイント還元を実施	• 上旬まで20%ポイント還元を実施 • グローバルワークの「さらさらリラックスブラウス」新テレビCMを実施	• ゴールデンウィークは昨年以上に人流が回復 • 天候も良く、夏商品の販売が好調	• 下旬からサマーセールがスタート • 値引きの抑制や価格の見直しで、客単価が改善 • 下旬の大雨でリアル店舗の客数は低調	• 気温の上昇や天候に恵まれ、客数が増加 • 価格の見直しとともに、セール期間に過度な値引きを抑え、客単価が改善を継続	• 夏休みや帰省などの外出で、夏物が好調 • 晩夏商品（夏素材、秋カラー商品）への移行も順調 • ECは昨年よりもクーポンを抑制

連結損益計算書

（百万円）

	2023/2 上期		2024/2 上期		
	実績		実績		
		構成比		構成比	前年同期比
売上高	112,578	100.0%	132,896	100.0%	118.0%
アダストリア単体	92,337	82.0%	106,611	80.2%	115.5%
国内子会社 *1*2	9,412	8.4%	11,491	8.6%	122.1%
海外子会社 *3	7,765	6.9%	10,686	8.0%	137.6%
ゼットン（飲食子会社）*4	4,687	4.2%	6,210	4.7%	132.5%
売上総利益	62,780	55.8%	74,861	56.3%	119.2%
販管費	57,210	50.8%	64,549	48.6%	112.8%
広告宣伝費	3,727	3.3%	3,961	3.0%	106.3%
人件費	21,111	18.8%	23,917	18.0%	113.3%
設備費 *5	20,426	18.1%	22,630	17.0%	110.8%
のれん償却費	121	0.1%	112	0.1%	93.0%
その他	11,823	10.5%	13,926	10.5%	117.8%
営業利益	5,570	4.9%	10,311	7.8%	185.1%
アダストリア単体	4,596	4.1%	9,284	7.0%	202.0%
国内子会社 *1*2	161	0.1%	119	0.1%	73.5%
海外子会社 *3	159	0.1%	653	0.5%	408.8%
アダストリア・ロジスティクス	165	0.1%	70	0.1%	42.6%
ゼットン（飲食子会社）*4	483	0.4%	206	0.2%	42.6%
経常利益	6,157	5.5%	10,639	8.0%	172.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,893	3.5%	7,094	5.3%	182.2%

EBITDA	9,408	8.4%	14,588	11.0%	155.1%
減価償却費	3,716	3.3%	4,163	3.1%	112.0%
のれん償却費	121	0.1%	112	0.1%	93.0%

設備投資	6,195		7,310

*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期上期は2月～７月、2024/2期上期は3月～８月
*3：海外法人(香港・中国大陸・台湾・タイ・米国)の単純合算（1月～６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期上期は3月～８月、2024/2期上期は2月～７月
*5：設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算

連結損益計算書　サマリー①

ADASTRIA Play fashion!

■ **全体概要**：外部環境の好調と企業努力の成果で、上期として過去最高の売上・利益を達成、期初計画を大きく上回り通期見通しを上方修正

■ **売上高：1,328億円**（前年同期比118.0%）

単体　　：前年比115.5%、トレンドをとらえた商品展開や高付加価値化による価格見直しが寄与
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122.1%、上期では決算期変更の影響はほぼなし、エレメントルール、 BUZZWITともに増収、オープンアンドナチュラルの連結も寄与

海外子会社：前年比137.6%、中国大陸は経済の回復遅れも新店により増収と赤字縮小、香港は前年のコロナの反動、台湾は出店と既存店の伸長で増収増益、アメリカは増収も利益横ばい

飲食事業　：ゼットンは、来店客数の回復傾向の継続により増収

■ **売上総利益率：56.3%**（前年同期比＋0.5p）

円安のマイナス影響を、商品価値を高めながら価格の見直しや値引きの抑制をしたことで相殺

自社ポイント制度の変更などによる一過性要因の影響で＋0.5p （約６億円）

*(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)ゼットン以外は上期：前期2月~7月、当期3月~8月、(株)ゼットンは上期：前期3月~8月、当期2月~7月
*(株)オープンアンドナチュラルは、2023年7月に(株)BUZZWITが吸収合併している

連結損益計算書　サマリー②

ADASTRIA Play fashion!

■ **販管費率：48.6%**（前年同期比▲2.2p）

売上連動により額では増加も、増収効果で率は改善

広告宣伝費	：3.0%	(同▲0.3p) (同+2.3億円)	プロモーションの一部延期あり
人件費	：18.0%	(同▲0.8p) (同+28億円)	従業員の処遇改善と積極採用、稼働時間増加
設備費	：17.0%	(同▲1.1p) (同+22億円)	売上増に伴う家賃、出店や物流施設の償却
その他	：10.6%	(同▲0.0p) (同+21億円)	カード手数料・電気料など

■ **営業利益：103億円**（前年同期差+47.4億円）

営業利益率7.8%、EBITDA率11.0%

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

自社ポイント制度の変更＋６億円

■ **経常利益：106億円**（前年同期差+44.8億円）

営業外損益：為替差益2.1億円など

■ **親会社株主に帰属する当期純利益： 70億円**（前年同期差+32億円）

特別損益：店舗の減損　▲0.5億円

*(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)ゼットン以外は上期：前期2月~7月、当期3月~8月、(株)ゼットンは上期：前期3月~8月、当期2月~7月

*(株)オープンアンドナチュラルは、2023年7月に(株)BUZZWITが吸収合併している

アダストリア単体・主要国内子会社

【アダストリア単体】

（百万円）

		2023/2期 上期 実績	2024/2期 上期 実績	前年同期比
売上高		92,337	106,611	115.5%
	（既存店前年同期比）	115.0%	112.7%	
	グローバルワーク	21,587	25,231	116.9%
	ニコアンド	14,442	16,321	113.0%
	スタディオクリップ	9,854	11,215	113.8%
	ローリーズファーム	10,017	11,141	111.2%
	レプシィム	6,267	6,735	107.5%
	ジーナシス	4,707	5,680	120.7%
	ベイフロー	4,845	5,277	108.9%
	ラコレ	3,541	5,263	148.6%
売上総利益		50,317	58,892	117.0%
	売上総利益率	54.5%	55.2%	+0.7p
販管費		45,721	49,607	108.5%
	販管費率	49.5%	46.5%	▲ 3.0p
営業利益		4,596	9,284	202.0%
	営業利益率	5.0%	8.7%	+3.7P

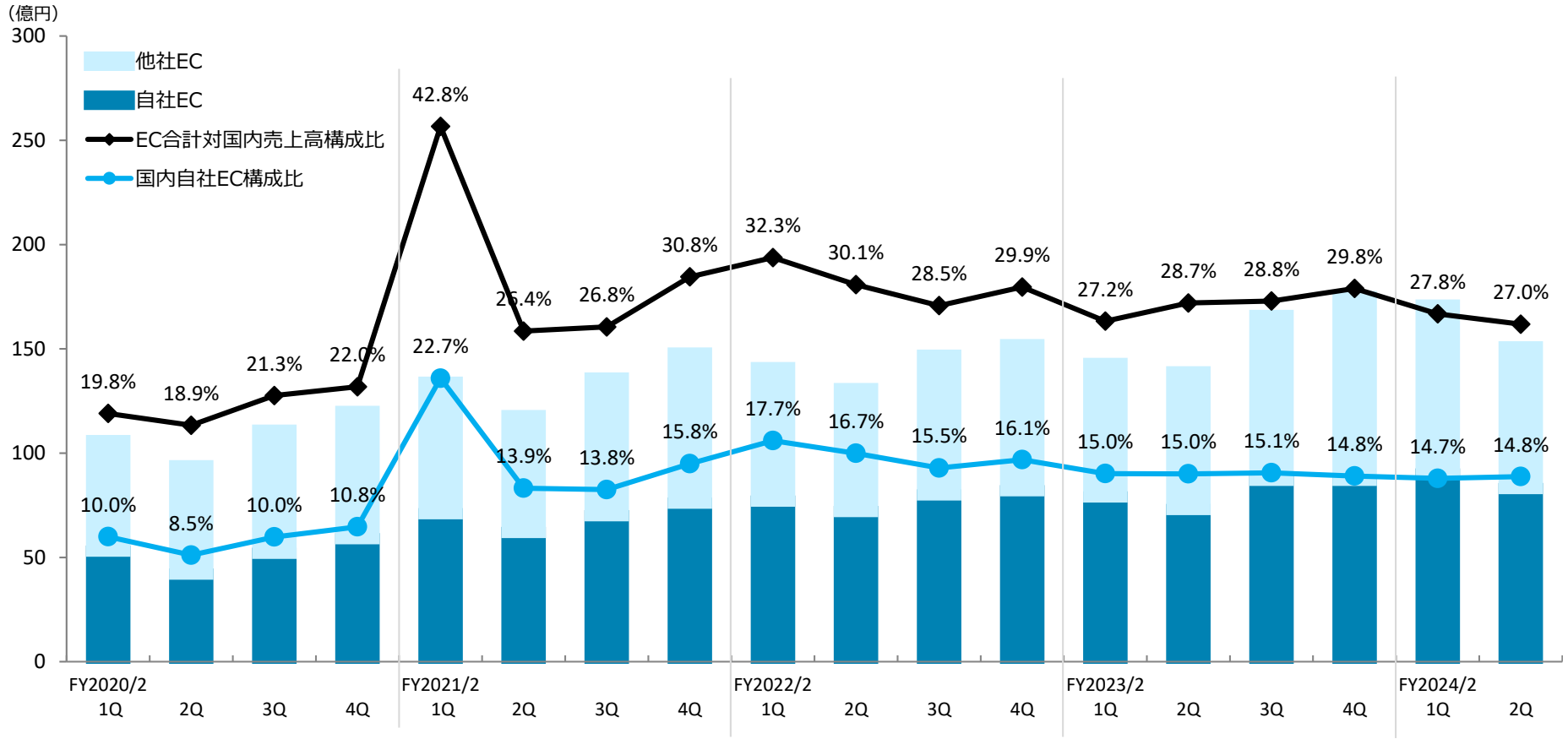
【主要国内子会社】

売上高	BUZZWIT	4,085	5,526	135.3%
	エレメントルール	4,929	5,311	107.8%

＊ ：アダストリア単体のれん償却費（2023/2期上期：29百万円、2024/2期上期：-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（2023年7月2社合併）

■ 2024年2月期上期 国内EC売上高：**323**億円（前年同期比114.1%）

- 対国内売上高構成比：27.4%（うち自社EC約14.7%）
- 自社ECドットエスティ会員数：約1,650万人（前期末比+100万人）



＊：2020/2期、2021/2期は、アダストリア単体・(株)BUZZWIT・(株)エレメントルールを合算
＊：2022/2期より、(株)ADOORLINKを合算
＊：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（2023年7月2社合併）、4Qより(株)Gate Winを合算

海外事業

（百万円）

（海外現法単純合算）	2022/12 上期 実績	2023/12 上期 実績	前年同期比 (円ﾍﾞｰｽ)	前年同期比 (現地通貨 ﾍﾞｰｽ)
売上高	7,765	10,686	137.6%	128.4%
香港	1,368	1,745	127.5%	116.4%
中国大陸	1,065	2,241	210.3%	204.8%
台湾	1,834	2,769	151.0%	146.2%
タイ	-	83	-	-
米国 *	3,497	3,846	110.0%	100.2%
営業利益	159	653	408.8%	342.0%
香港	52	148	280.8%	256.3%
中国大陸	▲ 498	▲ 306	-	-
台湾	297	557	187.8%	181.9%
タイ	-	▲ 50	-	-
米国 *	308	305	98.8%	90.0%

*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と新規出店により、増収増益
- 中国大陸：前期の新規出店により増収、消費動向は軟調も徐々に赤字縮小
- 台湾：新ブランドの展開、新店オープンなど好調が続き増収増益
- タイ：2023年4月niko and ... BANGKOK初出店
- 米国：商品力の向上や新店で増収も、景気の不透明感で卸売事業がやや減速

連結貸借対照表

（百万円）

	2022年8月末		2023年2月末		2023年8月末				
		構成比		構成比		構成比	2022年8月末比 増減額	2022年8月末比 増減率	2023年2月末比 増減額
流動資産	53,534	49.4%	55,772	50.1%	63,718	52.4%	+10,183	119.0%	+7,945
現預金	16,671	15.4%	16,380	14.7%	21,299	17.5%	+4,627	127.8%	+4,919
棚卸資産	21,550	19.9%	24,679	22.2%	26,248	21.6%	+4,697	121.8%	+1,568
固定資産	54,916	50.6%	55,619	49.9%	57,805	47.6%	+2,888	105.3%	+2,185
有形固定資産	21,573	19.9%	22,065	19.8%	24,078	19.8%	+2,505	111.6%	+2,013
無形固定資産	11,844	10.9%	11,908	10.7%	12,224	10.1%	+380	103.2%	+316
のれん	1,473	1.4%	1,331	1.2%	1,219	1.0%	▲253	82.8%	▲111
投資その他資産	21,499	19.8%	21,645	19.4%	21,501	17.7%	+2	100.0%	▲143
総資産	108,451	100.0%	111,392	100.0%	121,523	100.0%	+13,072	112.1%	+10,131
負債	49,117	45.3%	50,629	45.5%	53,567	44.1%	+4,449	109.1%	+2,938
借入金	1,201	1.1%	1,128	1.0%	930	0.8%	▲271	77.4%	▲198
純資産	59,333	54.7%	60,762	54.5%	67,956	55.9%	+8,622	114.5%	+7,193
自己株式	▲7,285	▲6.7%	▲7,286	▲6.5%	▲6,795	▲5.6%	+490	93.3%	+491

- 棚卸資産　：出店や秋冬の売上増を見込み、8月末時点では前年比121.8%とやや高い水準も、次のシーズンの先行発注によるもの
- 有形固定資産：リアル店舗の新規出店による増加など
- 無形固定資産：システム投資によるソフトウェアの増加など
- 純資産　：純資産比率は55.9%、前年同期末比＋1.2p

出退店実績・計画

ADASTRIA Play fashion!

	2023/2期	2024/2期　上期実績				2024/2期
	期末店舗数	出店	変更	退店	期末店舗数	期初計画期末店舗数
グローバルワーク	205	8	0	▲ 2	211	213
ニコアンド	141	2	0	▲ 1	142	141
スタディオクリップ	174	7	0	▲ 1	180	178
ローリーズファーム	129	2	0	▲ 2	129	128
レプシィム	114	1	0	▲ 1	114	111
ジーナシス	71	0	0	0	71	71
ベイフロー	61	1	0	▲ 1	61	61
ラコレ	63	8	0	0	71	77
その他	264	6	0	▲ 4	266	252
アダストリア合計	1,222	35	0	▲ 12	1,245	1,232
（うちWEBストア）	(63)	(2)	(0)	(0)	(65)	(63)
国内子会社合計 *1*2	118	10	0	▲ 5	123	131
（うちWEBストア）	(52)	(4)	(0)	(▲ 2)	(54)	(55)
国内合計	1,340	45	0	▲ 17	1,368	1,363
（うちWEBストア）	(115)	(6)	(0)	(▲ 2)	(119)	(118)
香港	21	1	0	▲ 1	21	22
中国大陸	13	1	0	0	14	17
台湾	52	12	0	0	64	74
タイ	-	1	0	0	1	1
米国	9	1	0	0	10	11
海外合計	95	16	0	▲ 1	110	125
（うちWEBストア）	(18)	(2)	(0)	(0)	(20)	(19)
ゼットン（飲食子会社）*3	71	4	0	▲ 1	74	74
ADASTRIA eat Creations	3	0	0	▲ 3	0	3
連結合計	1,509	65	0	▲ 22	1,552	1,565
（うちWEBストア）	(133)	(8)	(0)	(▲ 2)	(139)	(137)

2024年2月期、上期連結で改装14店舗
*1：(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・ (株)ADOORLINK ・ (株)Gate Win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（2023年7月2社合併）
*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

2024年2月期 通期連結業績予想

ADASTRIA Play fashion!

- **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**
- **連結配当性向30%の基本方針のもと、通期配当予想も65円→80円に引き上げ**
- **中期経営計画期間中の下限配当65円を大きく上回る還元を実施予定**

（百万円）

	2023/2期	2024/2期				
	実績	期初予想	2023年9月29日予想			
				構成比	前期比	期初予想比
売上高	242,552	260,000	270,000	100.0%	111.3%	103.8%
売上総利益	132,664	146,000	151,800	56.2%	114.4%	104.0%
販管費	121,149	132,000	133,800	49.6%	110.4%	101.4%
のれん償却費	263	313	270	0.1%	102.6%	86.3%
営業利益	11,515	14,000	18,000	6.7%	156.3%	128.6%
経常利益	12,026	14,000	18,200	6.7%	151.3%	130.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	7,540	9,400	12,000	4.4%	159.1%	127.7%
ROE	13.3%	15.0%	18.6%	-	+5.3p	+3.6p

一株当たり配当金（円）	60	65	80
（中間配当金）	(25)	(30)	(35)
配当性向	36.1%	31.4%	30.3%

*詳細につきましては、「2024年２月期通期連結業績予想の修正および剰余金の配当（中間配当）ならびに年間配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」をご参照ください。

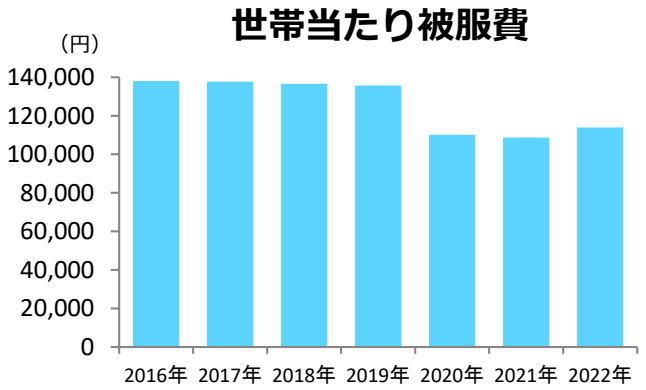
2024年2月期 通期単体業績予想

（百万円）

	2023/2期	2024/2期			
	実績	期初予想	2023年9月29日予想		
				前期比	期初予想比
売上高	196,727	205,000	214,000	108.8%	104.4%
売上総利益	105,281	111,900	116,900	111.0%	104.5%
売上総利益率	53.5%	54.6%	54.6%	+1.1p	+0.0p
販管費	94,896	100,300	101,600	107.1%	101.3%
販管費率	48.2%	48.9%	47.5%	▲ 0.7p	▲ 1.4p
営業利益	10,384	11,600	15,300	147.3%	131.9%
営業利益率	5.3%	5.7%	7.1%	+1.8p	+1.4p

外部環境に対する当社の考え

Q	A
為替やインフレの影響	■ 今期下期は既に追加分以外の為替予約が済んでいる ■ 足元の円安は来期春夏商品に影響するが、前年比での円の下落幅は今期よりも縮小 ■ 高付加価値化を進め、適正価格での販売により利益を確保する ■ 為替以外のコスト（物流、原材料）の価格は落ち着いている
今後のアパレル市況	■ 気温が高く秋物の動き出しは遅い ■ アパレル支出全体はまだコロナ前を回復しておらず、需要一巡の反動減は大きくない



出典：「家計調査結果」（総務省統計局）

3．中期経営計画の進捗

代表取締役社長　木村 治

中期経営計画（再掲）

サステナビリティと収益性を融合させ、2026年2月期に連結売上高 **2,800**億円
営業利益率 **8**% うちEC売上高 **800**億円

サステナブル経営の実現

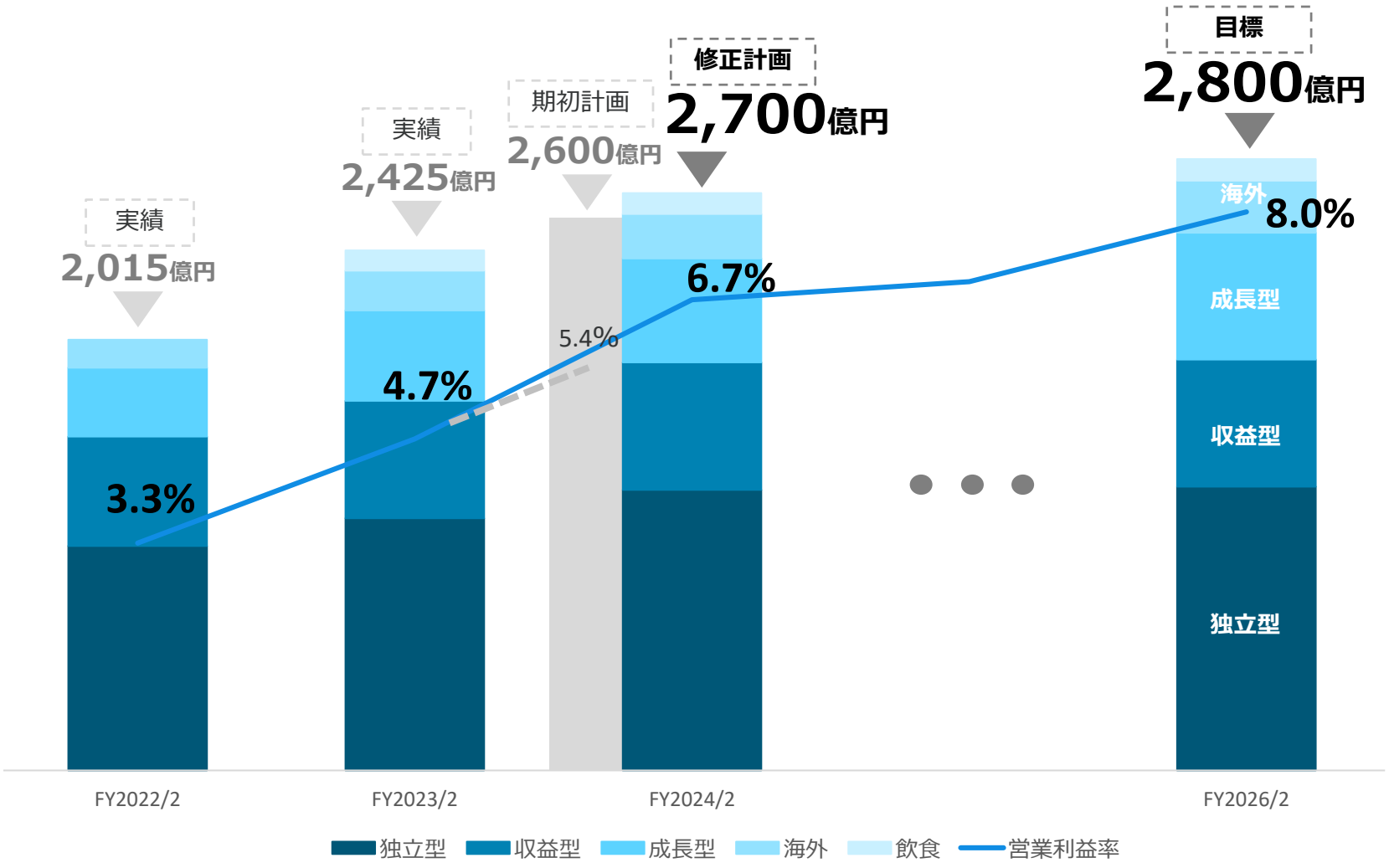
提供価値の拡張

お客さまの拡張

成長戦略 Ⅰ **マルチブランド、カテゴリー** ブランドの役割に応じたグルーピングによる収益改善と成長の両立	成長戦略 Ⅱ **デジタルの顧客接点、サービス** 自社ECの成長加速と楽しいコミュニティ化
成長戦略 Ⅲ **グローカル** 中国大陸でのモデル展開と東南アジア開拓	成長戦略 Ⅳ **新規事業** 飲食事業確立と新たな魅力の獲得

中期経営計画の進捗

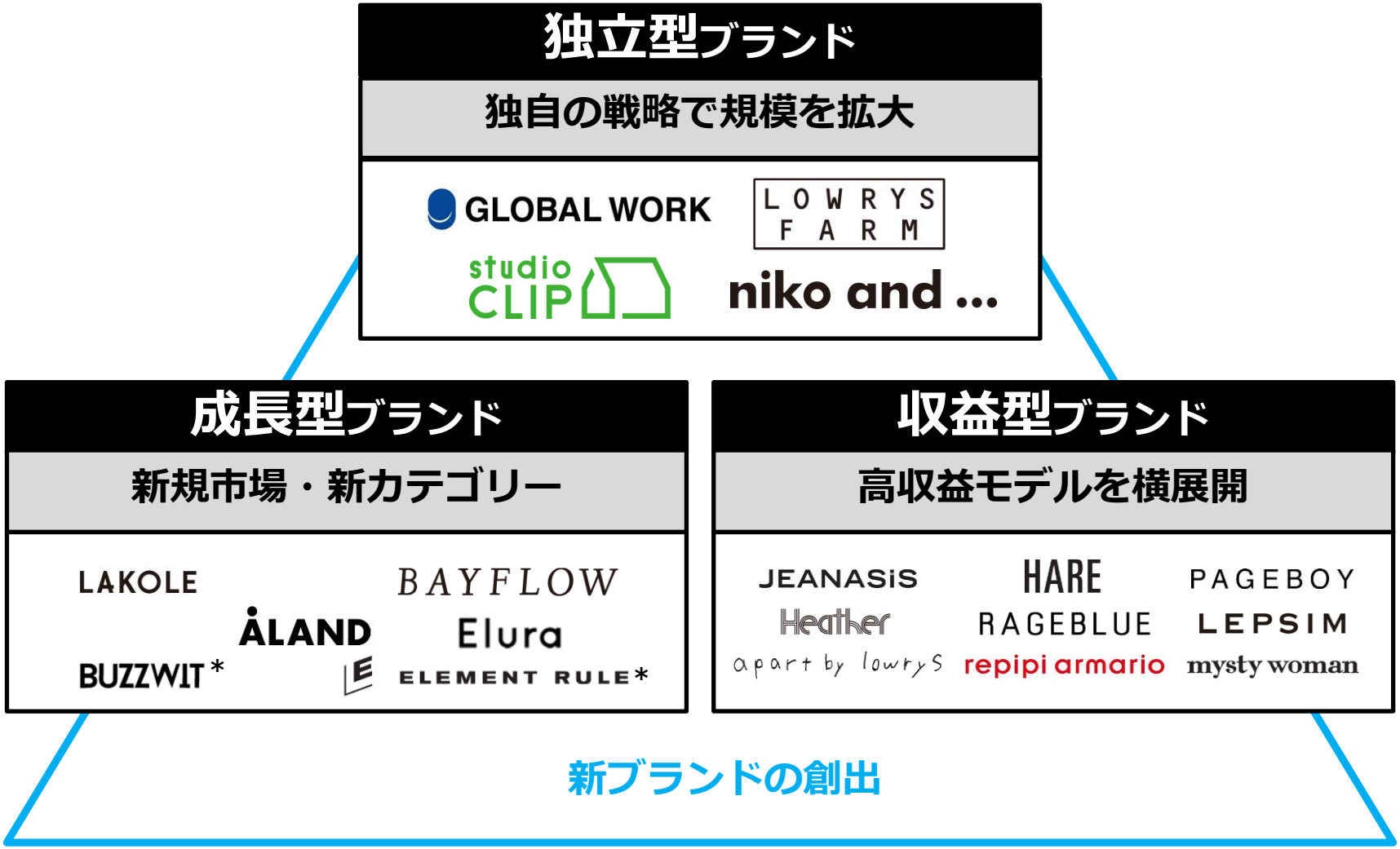
■今期の好調を受け、中期経営計画の達成確度が一層高まった



マルチブランドプラットフォーム

ADASTRIA Play fashion!

■国内既存ブランドを３つに分類し、ポートフォリオ全体でブランドを育成



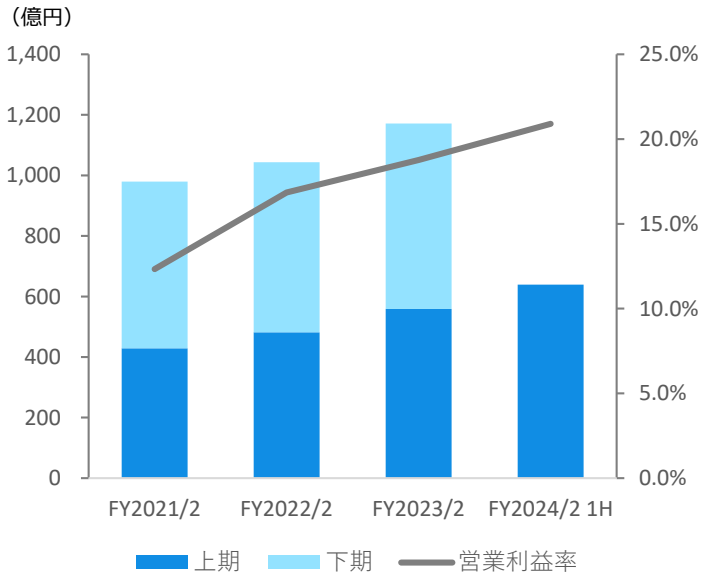
* (株)BUZZWITと(株)エレメントルールは、国内子会社

成長戦略Ⅰ．マルチブランド、カテゴリー

■独立型ブランド「グローバルワーク」のコアプロダクト創出が進展

- 春夏に続き、秋素材の「ウツクシルエットパンツ」シリーズのテレビCMを実施
- 夏の「さらさらリラックス」に続き、秋冬も主力商品の確立が進んでおり、売上のブレを抑制

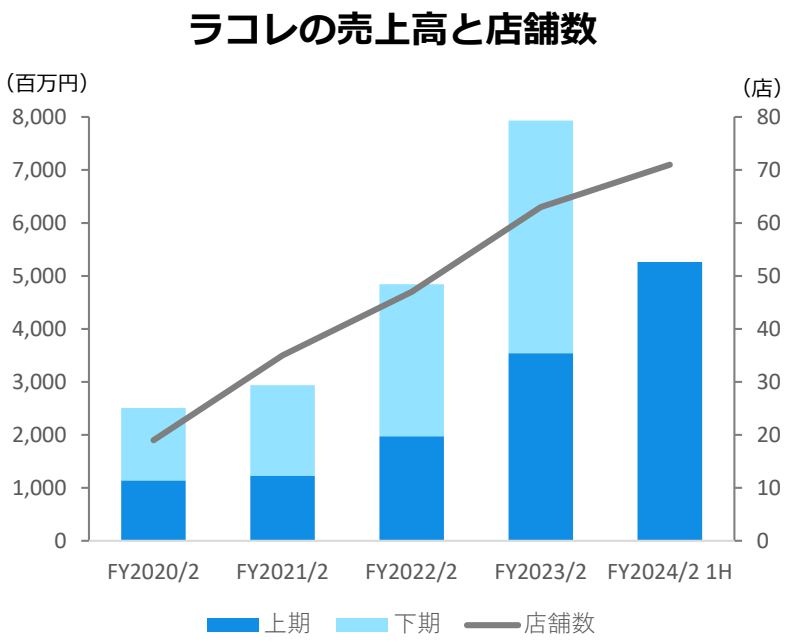
独立型４ブランドの売上高と営業利益率



成長戦略Ⅰ．マルチブランド、カテゴリー

■成長型ブランド「ラコレ」は出店とカテゴリー拡大を継続

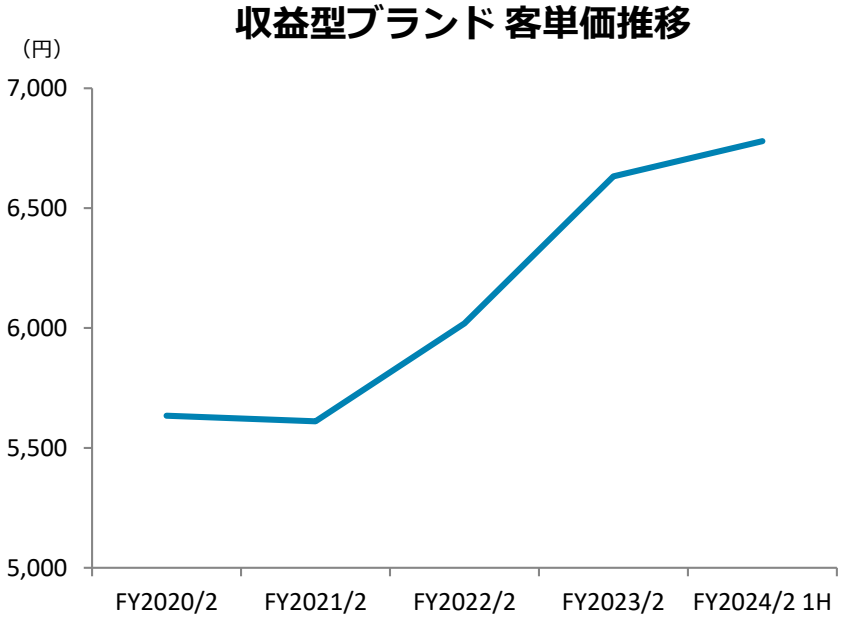
- 今期15店舗の出店を計画し、８月時点で71店舗を展開（EC含む）
- 雑貨、ウィメンズアパレル、メンズアパレルを立地に合わせて組み合わせ、多様なフォーマットに対応
- デザイン性がありつつ、リーズナブルな価格の雑貨でポジションを確立



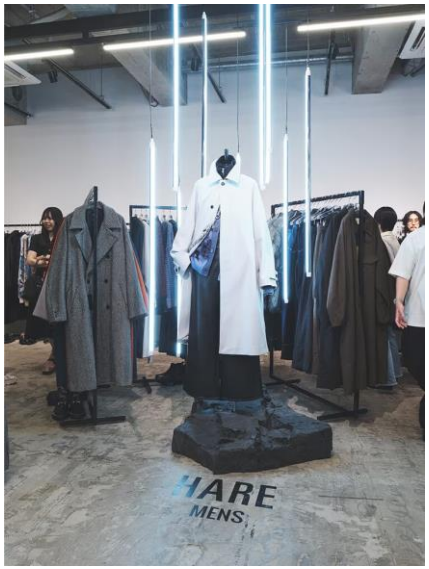
成長戦略Ⅰ．マルチブランド、カテゴリー

■収益型ブランド「ハレ」、「ジーナシス」を中心にビジネスモデルを強化

- トレンドを捉えながらデザイン性とブランドの特色を磨き、商品の高付加価値化を継続
- 高い顧客ロイヤルティにより、EC比率が相対的に高い水準（収益型ブランドのEC比率　上期33%）
- 「ハレ」はブランド設立20周年を迎え、秋冬シーズンの展示会も好評



20周年ロゴは右のゼロを窓に見立て、夜明け（これからのスタート）を表す空の色を表現



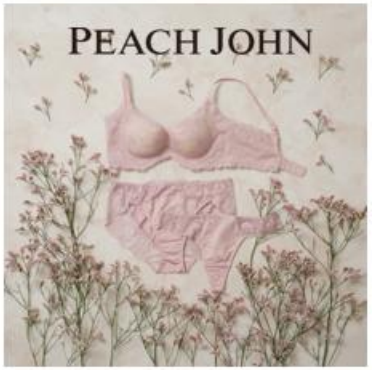
東京・代官山にて8月4日・5日の2日間に渡り
秋冬シーズンの展示会を開催

成長戦略Ⅱ．デジタルの顧客接点、サービス

ADASTRIA Play fashion!

■自社EC（ドットエスティ）での他社商材展開（オープン化）が進展

- 6月にWA社のレディースシューズブランド「オリエンタルトラフィック」、「ニカル」の販売を開始
- 8/31に子会社BUZZWITの子供服ブランド「ペアマノン」がドットエスティで販売スタート
- 9月からインナーウェアブランドの「ピーチ・ジョン」が参画
- 9月時点で展開企業が７社に拡大し、モール型ビジネスと商品カテゴリーの拡充が進展



成長戦略Ⅱ．デジタルの顧客接点、サービス

■スタッフ個人のSNSを強化

- SNS発信のインセンティブ制度を改善し、セミナーなどの教育制度も拡充
- 施策の結果、スタッフの個人のフォロワー数が大きく増加

（スタッフ個人）Instagramフォロワー数

FY2023/2	FY2023/8
251万人	**404万人**

2月末比 **+153万人 / 160%**

バヤコ（フォロワー 15万人）
GLOBAL WORK イオンモール新潟南店

Hinechi（フォロワー12.9万人）
PAGEBOY営業部

Rina（フォロワー 11.7万人）
LOWRYS FARM イオンモール松本店

■需要予測AIの導入による在庫の最適化

- ＡＩによる在庫配分で、業務量削減と精度向上を実現、機会損失が３%改善
- 店頭在庫の最適化で店舗間移動の配送回数も削減
- 「グローバルワーク」の定番商品を中心にテストし、今後他のブランドにも展開予定

■物流センターを増設（常総DC）

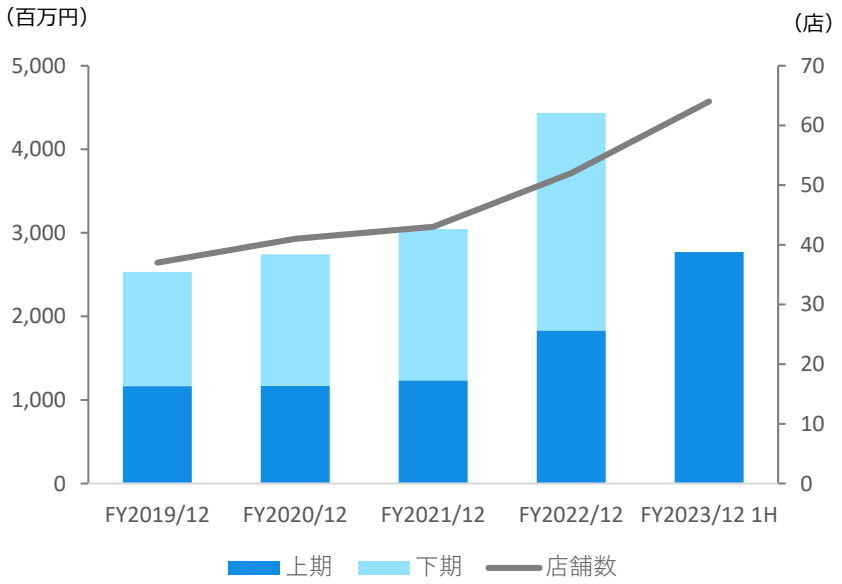
- ８月に茨城県常総市「グッドマン常総」内に7,700坪の物流センターを開設
- 中期経営計画の達成とＢtoＢ事業の拡大に備え、物流網の最適化とキャパシティー確保を図る

成長戦略Ⅲ．グローカル

■台湾現法が20周年

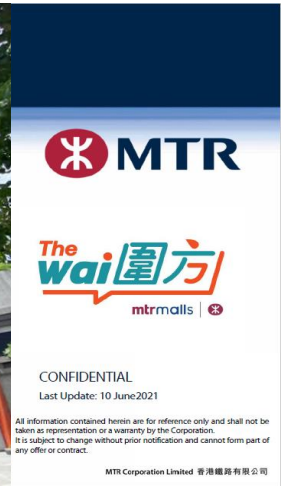
- 2003年の台湾進出から、マルチブランド戦略で現在11ブランド、64店を展開（EC含む）
- 組織やオペレーションが安定し、出店余地もあり成長フェーズが続く見通し
- 20周年に合わせ、プロモーションも強化

台湾現法の売上高、店舗数推移



■香港で新規出店

- 駅直結のショッピングモール「THE WAI」の新規オープンに合わせ、７月に３ブランドを出店
- 香港全体ではスクラップアンドビルドを継続し、収益性向上・ローカル化に取り組む



成長戦略Ⅳ．新たな収益モデルへの挑戦

ADASTRIA Play fashion!

■ゼットンによる公園再生事業

- Park-PFI（公募設置管理制度）を活用した、「ザ・ワーフハウス山下公園」が４月オープン
- 地域やパートナー企業との関係性を深め、人が集まる空間を創出

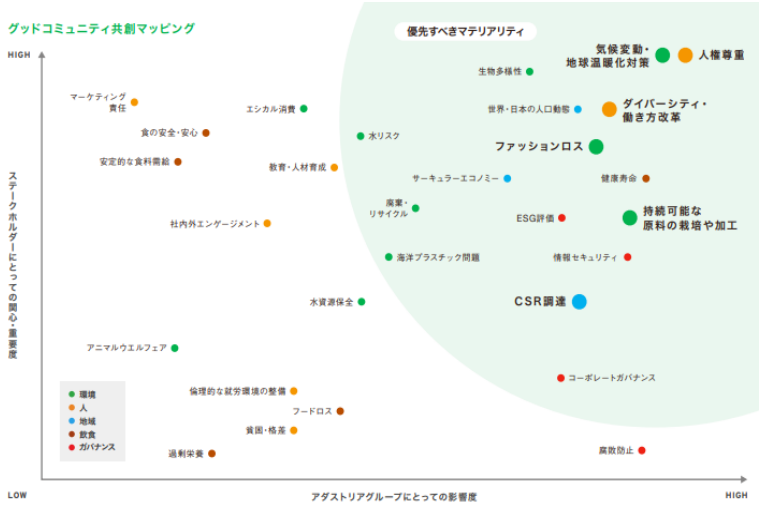
■ＢtoＢ事業の新たなと取り組みを開始

- niko and …が株式会社リブサービス様と協業し、新築戸建て住宅のIPライセンスビジネスを開始
- ファミリー層へのブランド力を活かし、ライフスタイル全体を提案することで、好評を得ている

サステナビリティへの取り組み

■ グッドコミュニティ共創マッピングの策定

- ESGにおける優先すべき課題（マテリアリティ）を、ステークホルダーの関心・重要度と事業への影響度の２軸で整理
- マッピングの優先順位に沿って活動方針を定めるとともに、情報開示の拡充を進める



■ ヤマト運輸とパートナーシップ協定を締結

- 物流業界の2024年問題に備え、ファッション業界全体の共同配送、共同物流を促進
- サステナブルなサプライチェーン構築のため、 GHG排出量の可視化や削減、システムの共通化、配送の効率化、コンテナ本数の削減等に取り組む

ヤマト運輸 × ADASTRIA Play fashion!

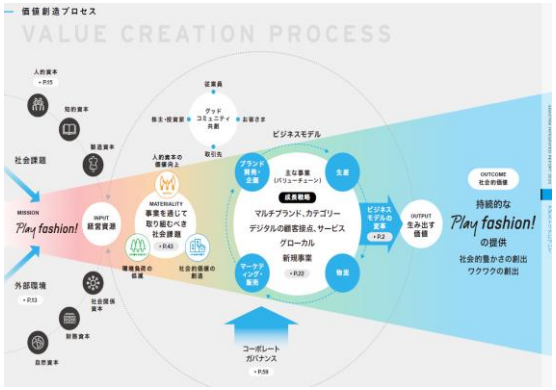
統合報告書2023を発行

■昨年に続き統合報告書2023を発行、企業価値向上への取り組みを開示

- ミッションであるPlay fashion!の実現に向けた戦略、企業価値向上への取り組みや自社の強みを発信
- 人的資本に関する戦略課題や、重点施策の責任者インタビューなど、事業理解に役立つ情報を掲載

持続的な *Play fashion!* の提供

【価値創造プロセス】



【バリューチェーンの再整理】

【事業責任者のインタビュー】

<統合報告書> ※以下URLよりご覧ください。
https://www.adastria.co.jp/ir/library/entry-15481/

中期経営計画の定量目標の進捗

ADASTRIA Play fashion!

■計画を上回って進捗し、利益率の面でさらに改善を目指す

中期経営計画の定量目標		2024年2月期上期の進捗
売上 成長 目標：年平均成長率8.5%	ブランド ポートフォリオの拡大	◎ ブランドの成長、カテゴリーの拡大がともに進捗
売上総利益率 向上 (*2022年2月期比) 目標：1.3%改善	値引抑制・高付加価値 生産コスト最適化	○ 円安による原価率の悪化を、値引きの抑制と価格の見直しで相殺できた
販管費抑制 (*2022年2月期比) 目標：3.4%改善	設備効率向上 間接費コントロール	◎ 増収が寄与し、比率が低下 売上高設備費率　▲1.1%(前年同期比) 売上高本社費率　▲1.3%(前年同期比)
資本効率 改善 目標：ROE15%以上	投資効率改善	◎ 投資をコントロールしつつ利益拡大 今期ROE見通し18.6%

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!