

2025年2月期  
上期 決算説明会資料

2024年9月30日



A D A S T R I A  
— *Play fashion!*

## 1. 2025年2月期 上期総括

---

- 2025年2月期 上半期の振り返り 4

## 2. 2025年2月期 上期業績

---

- 2025年2月期 上期振り返り 7
- 連結損益計算書 8
- 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（国内） 12
- 海外事業 13
- 連結貸借対照表 14
- 出退店実績・計画 15
- 2025年2月期 通期連結業績予想(再掲) 16
- 2025年2月期 通期単体業績予想(再掲) 17
- 今後の外部環境に対する当社の考え方 18

## 3. 中期経営計画の進捗

---

- 中期経営計画（再掲） 20
- マルチブランドプラットフォーム 21
- 成長戦略Ⅰ.  
マルチブランド、カテゴリー 22
- 成長戦略Ⅱ.  
デジタルの顧客接点、サービス 24
- 成長戦略Ⅲ.  
グローバル 25
- 成長戦略Ⅳ.  
新たな収益モデルへの挑戦 26
- サステナビリティへの取り組み 27
- 統合報告書2024を発行 28
- 中期経営計画の定量目標の進捗 29
- 自社ECサービス名称の変更  
(10月23日より) 30

# 1. 2025年2月期 上期総括

---

代表取締役会長 福田 三千男



## 成果

リオープン一巡、円安、人件費上昇などの困難の中にあっても、  
計画を上回る連結売上高・営業利益を創出できた

2件のM&Aを実施し、新たなグループ会社加わるなど、  
将来に向け新たな事業づくりを進められた

## 課題

下期に向け、引き続き売上総利益率の向上に取り組む  
一部のグループ会社については、業績の改善を急ぐ

- 織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「注目している企業」1位、「就職したい企業」2位
- 日本経済新聞社の「社員が働く幸せを感じている企業」ランキングでも10位に入った
- 2年連続6%の給与改善に加え、経営陣と社員の対話や研修制度の充実により、社員の満足度・定着率が上昇している
- 引き続き中期経営計画の営業利益の達成を目指しながら、**株主価値の向上と、長期成長の両立**を実現する

## 2. 2025年2月期 上期業績

---

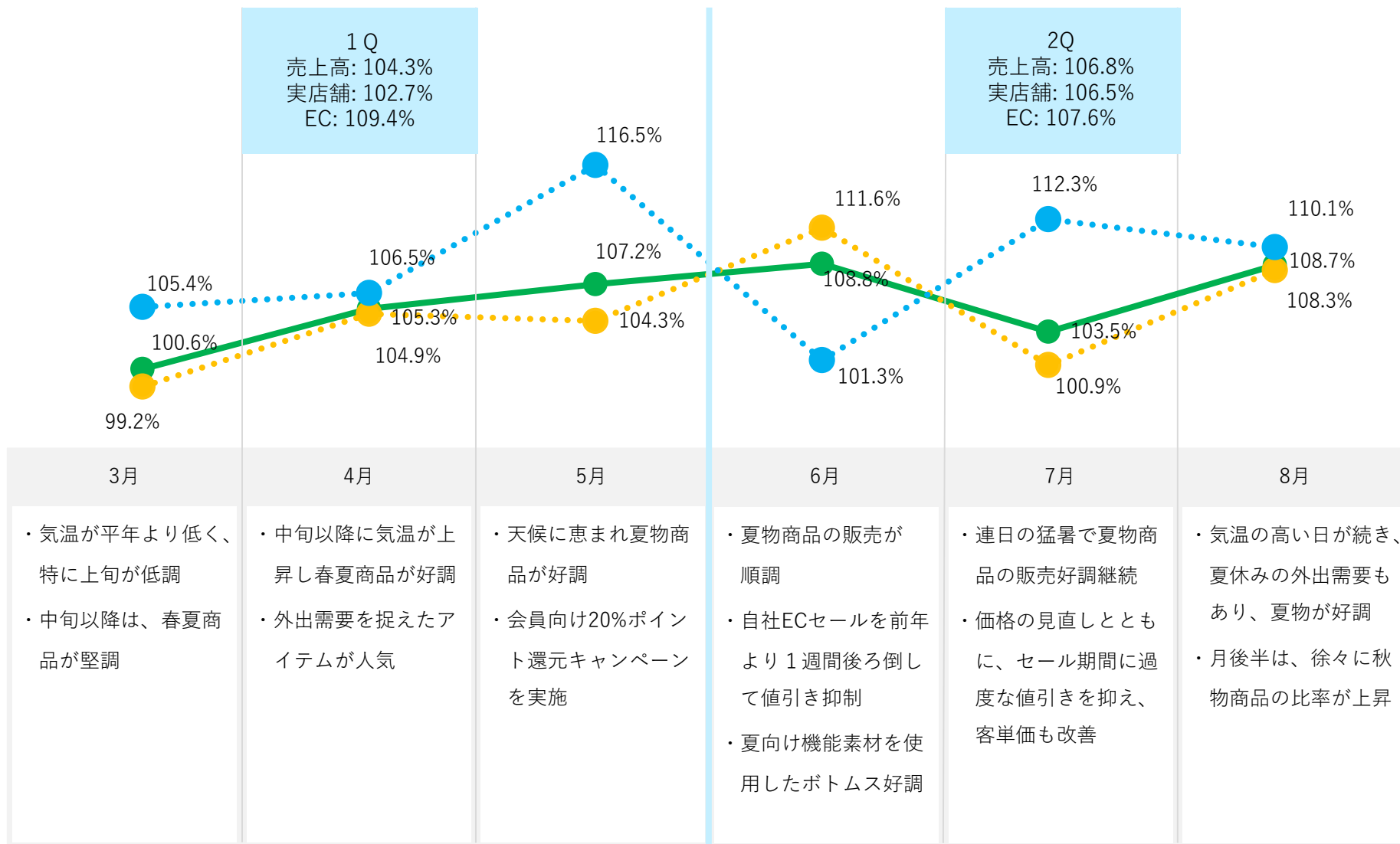
専務取締役 福田 泰己



# 2025年2月期 上期振り返り

アダストリア単体 月次売上高全店前年比

●売上高 ●実店舗 ●EC



# 連結損益計算書

(百万円)

	2024/2期 上期				2025/2期 上期					
	上期累計		3ヶ月		上期累計			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
<b>売上高</b>	<b>132,896</b>	<b>100.0%</b>	<b>64,418</b>	<b>100.0%</b>	<b>144,203</b>	<b>100.0%</b>	<b>108.5%</b>	<b>70,201</b>	<b>100.0%</b>	<b>109.0%</b>
アダストリア単体	106,611	80.2%	51,233	79.5%	115,010	79.8%	107.9%	55,196	78.6%	107.7%
国内子会社 *1	11,491	8.6%	5,041	7.8%	12,361	8.6%	107.6%	6,007	8.6%	119.2%
海外子会社 *2	10,686	8.0%	5,590	8.7%	12,257	8.5%	114.7%	6,204	8.8%	111.0%
ゼットン（飲食子会社）*3	6,210	4.7%	3,675	5.7%	6,942	4.8%	111.8%	3,957	5.6%	107.7%
<b>売上総利益</b>	<b>74,861</b>	<b>56.3%</b>	<b>35,767</b>	<b>55.5%</b>	<b>80,320</b>	<b>55.7%</b>	<b>▲ 0.6P</b>	<b>38,714</b>	<b>55.1%</b>	<b>▲ 0.4P</b>
<b>販管費</b>	64,549	48.6%	31,733	49.3%	70,405	48.8%	109.1%	34,813	49.6%	109.7%
広告宣伝費	3,961	3.0%	1,768	2.7%	3,958	2.7%	99.9%	1,897	2.7%	107.3%
人件費	23,917	18.0%	12,179	18.9%	26,335	18.3%	110.1%	13,245	18.9%	108.7%
設備費 *4	22,630	17.0%	11,025	17.1%	24,896	17.3%	110.0%	12,302	17.5%	111.6%
のれん償却費	112	0.1%	55	0.1%	162	0.1%	143.9%	107	0.2%	194.6%
その他	13,926	10.5%	6,704	10.4%	15,052	10.4%	108.1%	7,260	10.3%	108.3%
<b>営業利益</b>	<b>10,311</b>	<b>7.8%</b>	<b>4,033</b>	<b>6.3%</b>	<b>9,915</b>	<b>6.9%</b>	<b>▲ 0.9P</b>	<b>3,901</b>	<b>5.6%</b>	<b>▲ 0.7P</b>
アダストリア単体	9,284	7.0%	3,497	5.4%	9,363	6.5%	100.9%	3,521	5.0%	100.7%
国内子会社 *1	119	0.1%	▲ 317	▲ 0.5%	399	0.3%	335.2%	▲ 17	▲ 0.0%	-
海外子会社 *2	653	0.5%	515	0.8%	341	0.2%	52.3%	310	0.4%	60.2%
アダストリア・ロジスティクス	70	0.1%	46	0.1%	127	0.1%	180.6%	46	0.1%	101.5%
ゼットン（飲食子会社）*3	206	0.2%	324	0.5%	▲ 173	▲ 0.1%	-	131	0.2%	40.6%
<b>経常利益</b>	<b>10,639</b>	<b>8.0%</b>	<b>4,290</b>	<b>6.7%</b>	<b>10,316</b>	<b>7.2%</b>	<b>▲ 0.8p</b>	<b>4,028</b>	<b>5.7%</b>	<b>▲ 1.0p</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>7,094</b>	<b>5.3%</b>	<b>2,629</b>	<b>4.1%</b>	<b>6,948</b>	<b>4.8%</b>	<b>▲ 0.5p</b>	<b>2,543</b>	<b>3.6%</b>	<b>▲ 0.5p</b>
<b>EBITDA</b>	<b>14,588</b>	<b>11.0%</b>	<b>6,247</b>	<b>9.7%</b>	<b>15,139</b>	<b>10.5%</b>	<b>▲ 0.5P</b>	<b>6,640</b>	<b>9.5%</b>	<b>▲ 0.2P</b>
減価償却費	4,163	3.1%	2,158	3.4%	5,062	3.5%	121.6%	2,632	3.7%	121.9%
のれん償却費	112	0.1%	55	0.1%	162	0.1%	143.9%	107	0.2%	194.6%

\*1：2024年2月期上期は、(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADASTRIA eat Creations・(株)ADOORLINK・(株)Gate Winの単純合算

2025年2月期上期は、(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADOORLINK・(株)トゥデイズスペシャルの単純合算

\*2：海外法人(香港・中国大陸・台湾・タイ・フィリピン・米国)の単純合算(1月~6月)

\*3：(株)ゼットンは、連結調整後。(2月~7月)

\*4：設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算



## 全体概要

堅調な消費と天候、外出需要に加え、販売・商品戦略が奏功し増収  
営業利益は当初から減益想定も、計画を上回る着地で1Qのビハインドを取り戻した

## 売上高

**1,442億円**（前年同期比108.5%）

### 単体

- 前年比107.9%、増収増益 卸売事業売上は約30億円で計画線
- グローバルワーク、ニコアンドなど主力ブランドの堅調、ラコレの出店が全体を牽引

### 国内子会社

- 前年比107.6%、エレメントルール社は前年不調ブランドの回復で増収増益  
BUZZWIT社は減収減益も2Qは回復基調、7月新規連結のトゥデイズスペシャル社は純増

### 海外子会社

- 前年比114.7%、中国大陸は消費軟調も増収で赤字縮小、香港・台湾は出店と新ブランドの展開で増収増益、アメリカは卸売事業の減速で減収減益

### 飲食事業

- 前年比111.8%、国内市況の回復により増収も、新規出店費用・人件費増により減益

## 売上総利益率

**55.7%**（前年同期比▲0.6p）

- 卸売事業の増加による押し下げ（▲0.5p）に対し、円安影響の中で小売事業はおおむね横ばいを維持
- 前年第2四半期の一過性利益約6億円の反動は、今期も一過性利益が5億円発生したことで僅少

## 販管費率

**48.8%**（前年同期比+0.2p）

### 広告宣伝費

- **2.7%**（同▲0.3p）（同▲0.0億円）  
プロモーション費用の効率化

### 人件費

- **18.3%**（同+0.3p）（同+24.2億円）  
従業員の処遇改善、人員不足解消のための採用増、売上増加に伴う稼働時間増加

### 設備費

- **17.3%**（同+0.3p）（同+22.7億円）  
前期および今期出店の減価償却費、建築費の坪単価上昇に伴う保敷償却費、売上増加に伴う家賃の増加

### その他

- **10.4%**（同▲0.1p）（同+11.3億円）  
カード手数料、業務委託関連費用、店舗関連費用などの増加

## 営業利益

**99億円**（前年同期比96.2%）

営業利益率 6.9%    EBITDA率 10.5%

## 経常利益

**103億円**（前年同期比97.0%）

### 営業外収益

- 為替差益3億円など

## 親会社株主に 帰属する 当期純利益

**69億円**（前年同期比98.0%）

### 特別損益

- 店舗減損0.4億円

## ● アダストリア単体

(百万円)

	2024/2期 上期		2025/2期 上期			
	上期累計	3ヶ月	上期累計		3ヶ月	
				前年同期比		前年同期比
<b>売上高</b>	<b>106,611</b>	<b>51,233</b>	<b>115,010</b>	<b>107.9%</b>	<b>55,196</b>	<b>107.7%</b>
(卸売事業を除く全店前年比)	114.4%	114.5%	105.5%	▲ 8.9P	106.8%	▲ 7.7p
(既存店前年比)	112.7%	113.1%	103.4%	▲ 9.3P	104.2%	▲ 8.9p
グローバルワーク	25,231	11,400	26,608	105.5%	12,033	105.6%
ニコアンド	16,321	8,185	17,558	107.6%	8,965	109.5%
スタディオクリップ	11,215	5,792	11,653	103.9%	6,027	104.1%
ローリーズファーム	11,141	5,362	11,614	104.3%	5,465	101.9%
レプシム	6,735	3,156	7,483	111.1%	3,659	115.9%
ラコレ	5,263	2,588	6,452	122.6%	3,267	126.2%
ベイフロー	5,277	2,606	5,629	106.7%	2,794	107.2%
ジーナシス	5,680	2,690	5,609	98.8%	2,667	99.1%
<b>売上総利益</b>	<b>58,892</b>	<b>27,669</b>	<b>62,477</b>	<b>106.1%</b>	<b>29,376</b>	<b>106.2%</b>
売上総利益率	55.2%	54.0%	54.3%	▲ 0.9p	53.2%	▲ 0.8p
<b>販管費</b>	<b>49,607</b>	<b>24,172</b>	<b>53,114</b>	<b>107.1%</b>	<b>25,854</b>	<b>107.0%</b>
販管费率	46.5%	47.2%	46.2%	▲ 0.3p	46.8%	▲ 0.4p
<b>営業利益</b>	<b>9,284</b>	<b>3,497</b>	<b>9,363</b>	<b>100.9%</b>	<b>3,521</b>	<b>100.7%</b>
営業利益率	8.7%	6.8%	8.1%	▲ 0.6p	6.4%	▲ 0.4p

## ● 主要国内子会社

売上高	BUZZWIT	5,526	2,314	5,482	99.2%	2,445	105.7%
	エレメントルール	5,311	2,423	6,104	114.9%	2,913	120.2%

\* : アダストリア単体のれん償却費 (2024/2期上期 : -百万円、2025/2期上期 : -百万円)

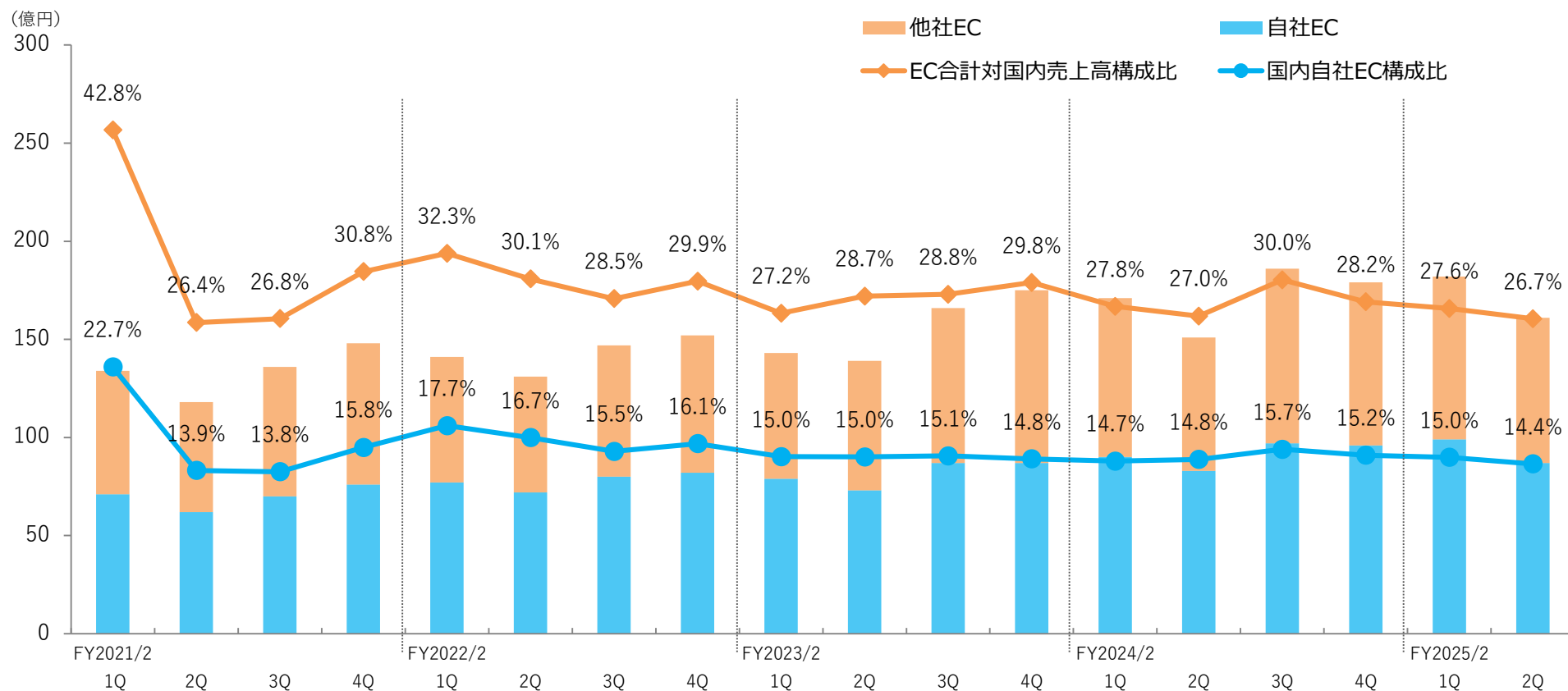
\* : アダストリア単体の売上高は、内部取引消去前を表記

\* : 2025年2月期1Qに(株)アダストリアと(株)Gate Winが合併

2025年2月期上期 国内EC売上高

**345**億円 (前期比106.8%)

- 対アパレル国内売上高構成比：27.2% (うち自社EC約14.7%)
- ドットエステイ会員数：約1,860万人 (前期末比+110万人)



\* : 2021/2期は、(株)アダストリア・(株)BUZZWIT・(株)エレメントルールを合算  
 \* : 2022/2期より、(株)ADOORLINKを合算  
 \* : (株)トゥデイズスペシャルを除く

\* : 2023/2期2Qより、(株)オープンアンドナチュラルを合算 (2023年7月(株)BUZZWITと合併)  
 \* : 2023/2期4Qより、(株)Gate Winを合算 (2024年3月アダストリアと合併)

- **中国大陸** : 軟調な消費動向のなか、EC売上により増収を確保し赤字縮小
- **香港** : 新規出店とECの販売ブランド追加により増収増益
- **台湾** : 新店オープンとECの好調により増収増益
- **タイ** : 1号店は順調、2号店の出店準備のため増収減益
- **米国** : 景気の不透明感で卸売事業が苦戦、インフレによるコスト増もあり減収減益

(百万円)

(海外現法単純合算)	2023/12期 上期		2024/12期 上期					
	上期累計	3ヶ月	上期累計		3ヶ月			
			前年同期比 (円ベース)	前年同期比 (現地通貨ベース)	前年同期比 (円ベース)	前年同期比 (現地通貨ベース)		
<b>売上高</b>	<b>10,686</b>	<b>5,590</b>	<b>12,257</b>	<b>114.7%</b>	<b>103.5%</b>	<b>6,204</b>	<b>111.0%</b>	<b>99.6%</b>
中国大陸	2,241	1,246	2,451	109.4%	100.0%	1,360	109.1%	98.3%
香港	1,745	922	2,214	126.9%	112.1%	1,063	115.2%	101.3%
台湾	2,769	1,399	3,610	130.3%	120.9%	1,683	120.3%	111.8%
タイ	83	83	141	170.2%	159.7%	63	76.1%	71.4%
フィリピン	-	-	-	-	-	-	-	-
米国	3,846	1,937	3,839	99.8%	88.4%	2,033	104.9%	92.5%
<b>営業利益</b>	<b>653</b>	<b>515</b>	<b>341</b>	<b>52.3%</b>	<b>47.2%</b>	<b>310</b>	<b>60.2%</b>	<b>54.8%</b>
中国大陸	▲ 306	▲ 68	▲ 286	-	-	▲ 92	-	-
香港	148	142	171	115.8%	102.3%	125	88.4%	78.1%
台湾	557	302	706	126.6%	117.5%	361	119.2%	110.8%
タイ	▲ 50	▲ 21	▲ 82	-	-	▲ 51	-	-
フィリピン	-	-	▲ 10	-	-	▲ 10	-	-
米国	305	161	▲ 157	-	-	▲ 22	-	-

# 連結貸借対照表

- **棚卸資産** : 第2四半期末時点で前年同期末比102.4%と適正な水準
- **有形固定資産** : リアル店舗の新規出店による増加など（使用権資産を含む）
- **無形固定資産** : トゥデイズスペシャル社M&Aによるのれんの増加など
- **投資その他資産** : 繰延税金資産の増加など
- **純資産** : 純資産比率は57.5%、前年同期末比+1.6p ZT社との株式交換により自己株式が減少

(百万円)

	2023年8月末		2024年2月末		2024年8月末			
		構成比		構成比		構成比	前年同期末比 増減額	2023/2期末比 増減額
<b>流動資産</b>	<b>63,718</b>	<b>52.4%</b>	<b>68,731</b>	<b>53.7%</b>	<b>65,444</b>	<b>49.4%</b>	<b>+1,725</b>	<b>▲3,287</b>
現預金	21,299	17.5%	23,371	18.3%	20,631	15.6%	▲667	▲2,739
棚卸資産	26,248	21.6%	26,839	21.0%	26,869	20.3%	+620	+30
<b>固定資産</b>	<b>57,805</b>	<b>47.6%</b>	<b>59,184</b>	<b>46.3%</b>	<b>67,029</b>	<b>50.6%</b>	<b>+9,223</b>	<b>+7,844</b>
有形固定資産	24,078	19.8%	23,901	18.7%	27,090	20.4%	+3,011	+3,188
無形固定資産	12,224	10.1%	12,376	9.7%	15,453	11.7%	+3,228	+3,077
のれん	1,219	1.0%	1,109	0.9%	3,800	2.9%	+2,580	+2,691
投資その他資産	21,501	17.7%	22,906	17.9%	24,485	18.5%	+2,983	+1,578
<b>総資産</b>	<b>121,523</b>	<b>100.0%</b>	<b>127,915</b>	<b>100.0%</b>	<b>132,473</b>	<b>100.0%</b>	<b>+10,949</b>	<b>+4,557</b>
<b>負債</b>	<b>53,567</b>	<b>44.1%</b>	<b>56,334</b>	<b>44.0%</b>	<b>56,311</b>	<b>42.5%</b>	<b>+2,744</b>	<b>▲22</b>
借入金	930	0.8%	905	0.7%	1,101	0.8%	+171	+196
<b>純資産</b>	<b>67,956</b>	<b>55.9%</b>	<b>71,581</b>	<b>56.0%</b>	<b>76,161</b>	<b>57.5%</b>	<b>+8,205</b>	<b>+4,580</b>
自己株式	▲6,795	▲5.6%	▲7,516	▲5.9%	▲5,627	▲4.2%	+1,167	+1,888

# 出退店実績・計画

	2024/2期		2025/2期 上期実績				前年 同期末比 増減数	2025/2期 通期修正計画			2025/2期 期初計画 期末店舗数
	上期末 店舗数	期末 店舗数	企業結合等	出店	退店	期末 店舗数		出店	退店	期末 店舗数	
グローバルワーク	211	214	0	2	0	216	5	4	0	218	219
ニコアンド	142	141	0	4	▲2	143	1	7	▲2	146	146
スタディオクリップ	180	179	0	9	▲2	186	6	10	▲2	187	188
ローリーズファーム	129	126	0	0	▲1	125	▲4	1	▲1	126	126
レブシム	114	115	0	1	▲1	115	1	1	▲1	115	114
ラコレ	71	78	0	8	▲1	85	14	12	▲1	89	87
ベイフロー	61	62	0	2	0	64	3	3	0	65	65
ジーナシス	71	68	0	1	0	69	▲2	1	0	69	69
その他 *1	337	327	6	19	▲4	348	11	23	▲33	255	244
アダストリア合計	1,245	1,242	6	45	▲11	1,282	37	62	▲40	1,270	1,258
(うちWEBストア)	(65)	(61)	(2)	(3)	(▲1)	(65)	(0)	(3)	(▲1)	(65)	(65)
国内子会社合計 *2	123	128	24	4	▲9	147	24	7	▲9	150	126
(うちWEBストア)	(54)	(58)	(7)	(1)	(▲6)	(60)	(6)	(3)	(▲6)	(62)	(58)
国内合計	1,368	1,370	30	49	▲20	1,429	61	69	▲49	1,420	1,384
(うちWEBストア)	(119)	(119)	(9)	(4)	(▲7)	(125)	(6)	(6)	(▲7)	(127)	(121)
中国大陸	14	15	0	1	▲2	14	0	6	▲4	17	21
香港	21	23	0	5	0	28	7	8	▲1	30	27
台湾	64	72	0	2	▲1	73	9	11	▲2	81	95
タイ	1	2	0	0	0	2	1	0	0	2	3
フィリピン	-	-	0	0	0	0	0	1	0	1	1
米国	10	10	0	1	▲1	10	0	3	▲1	12	11
海外合計	110	122	0	9	▲4	127	17	29	▲8	143	158
(うちWEBストア)	(20)	(22)	(0)	(7)	(▲2)	(27)	(7)	(11)	(▲3)	(30)	(26)
ゼットン (飲食子会社) *3	74	71	0	5	▲2	74	0	9	▲5	75	78
ADASTRIA eat Creations	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
連結合計	1,552	1,563	30	63	▲26	1,630	78	107	▲62	1,638	1,620
(うちWEBストア)	(139)	(141)	(9)	(11)	(▲9)	(152)	13	(17)	(▲10)	(157)	(147)

2025/2期上期累計連結で改装22店舗

\*1：2024/2期まで国内子会社合計に集計していた(株) Gate Winの店舗を、2025/2期1Qより(株)アダストリアの「その他」に合算

\*2：2025/2期上期末は、(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADOORLINK・(株)トゥデイズスペシャルの店舗数合算  
2025/2期上期より、M&Aにて取得した(株)トゥデイズスペシャルの30店舗を「企業結合等」に記載

\*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

## ■ 期初業績予想を据え置き

(百万円)

	2024/2期 実績	2025/2期 通期	
		予想	前期比
売上高	275,596	290,000	105.2%
売上総利益	152,354	162,300	106.5%
売上総利益率	55.3%	56.0%	+0.7p
販管費	134,339	143,300	106.7%
販管费率	48.7%	49.4%	+0.7p
営業利益	18,015	19,000	105.5%
営業利益率	6.5%	6.6%	+0.0p
経常利益	18,389	19,000	103.3%
経常利益率	6.7%	6.6%	▲ 0.1p
親会社株主に帰属する当期純利益	13,513	12,700	94.0%
親会社株主に帰属する当期純利益率	4.9%	4.4%	▲ 0.5p
ROE	20.9%	16.9%	▲ 4.0p
EBITDA	27,763	28,830	103.8%
減価償却費	9,525	9,600	100.8%
のれん償却費	223	230	103.1%
設備投資	11,807	13,800	



# 2025年2月期 通期単体業績予想（再掲）

(百万円)

	2024/2期 実績	2025/2期 予想	
			前期比
売上高	220,078	229,000	104.1%
売上総利益	118,989	125,000	105.1%
売上総利益率	54.1%	54.6%	+0.5p
販管費	102,642	109,200	106.4%
販管費率	46.6%	47.7%	+1.1p
営業利益	16,346	15,800	96.7%
営業利益率	7.4%	6.9%	▲ 0.5p

## 外部環境

### 直近の円高の影響と 価格戦略



- 今期秋冬商品はほぼ為替予約が済んでいるため、今期下期業績への直近の円高の影響は僅少。
- 来期春夏商品の売上総利益率には好影響が期待できるが、現時点での定量的な見通しは難しい。
- 円高が進んでも販売価格の引き下げはせず、商品の高付加価値化により適正な利益を確保する。

### 物価と賃金の動向と 消費の見方



- 外出需要やオフィス出社の回復などを背景に、ファッション関連の消費は底堅く、需要の減速は見られていない。
- 総務省の家計調査による2024年3月から7月までの被服費は前年から105%の伸びとなり、若年層を中心とした名目賃金の上昇が追い風と見ている。

## 当社の考え方

# 3. 中期経営計画の進捗

---

代表取締役社長 木村 治



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 **3,100** 億円  
営業利益率 **7.2** % 営業利益 **224** 億円

## サステナブル経営の実現



提供価値の拡張

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

グローバル

中国大陸でのモデル展開と  
東南アジア開拓

成長戦略

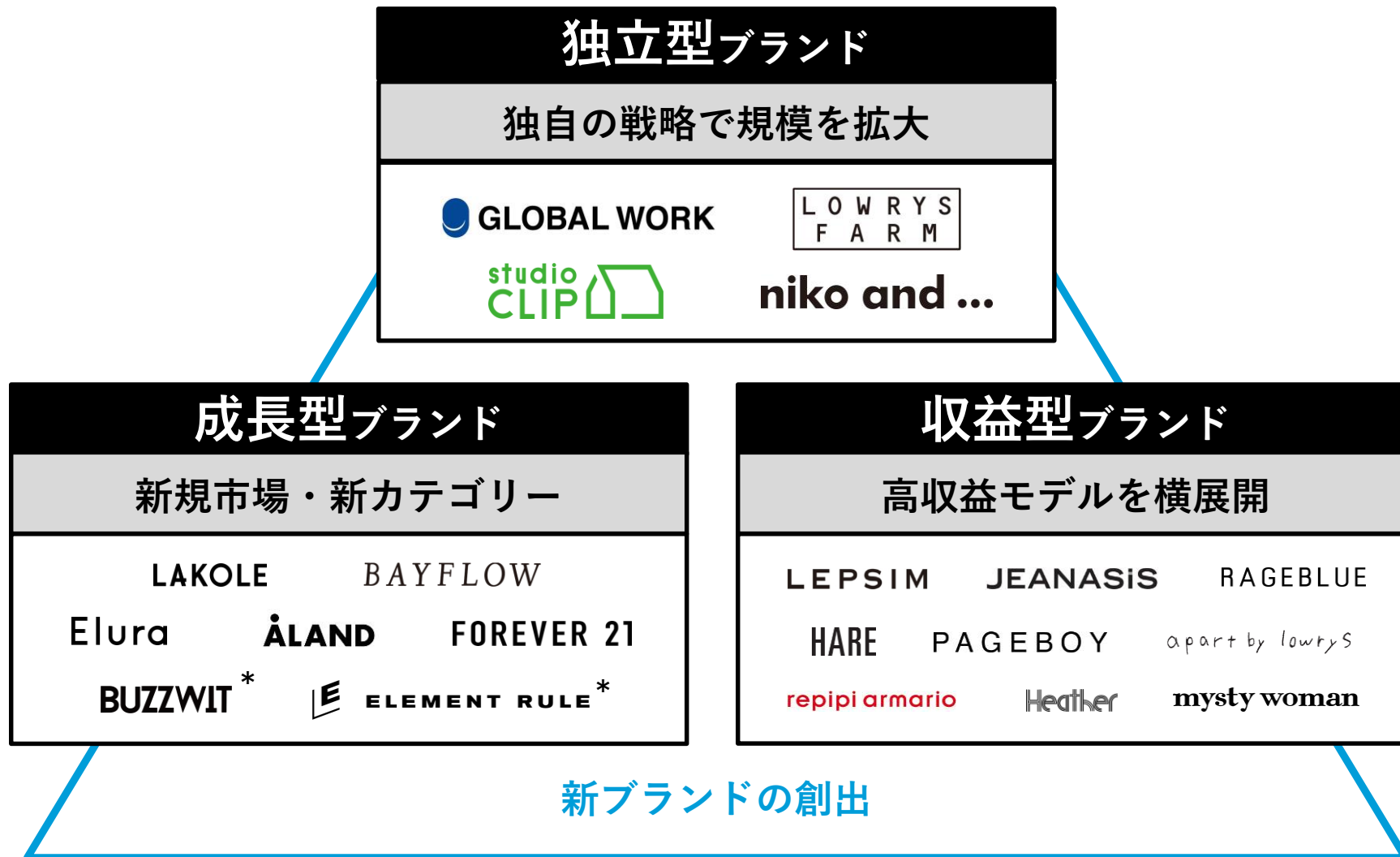
IV

新規事業

飲食事業確立と  
新たな魅力の獲得

お客さまの拡張

- 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



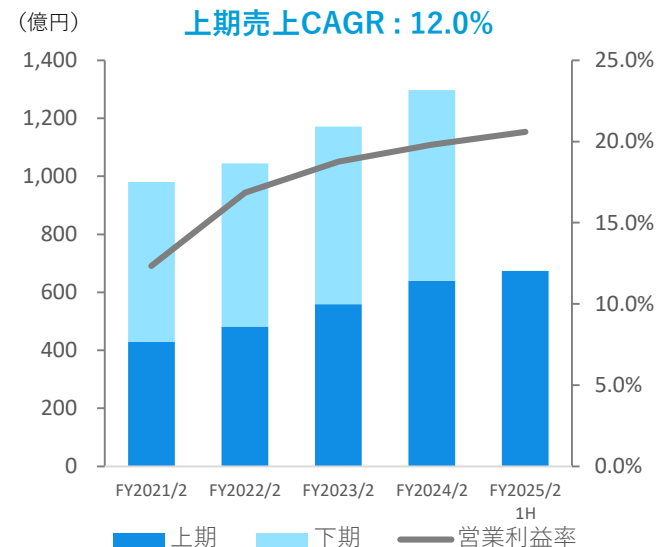
\* (株)BUZZWITと(株)エレメントルールは、国内子会社

## ■各ブランドの役割に応じた強化

※グラフの数字はアダストリア単体のみ、本社経費配賦前

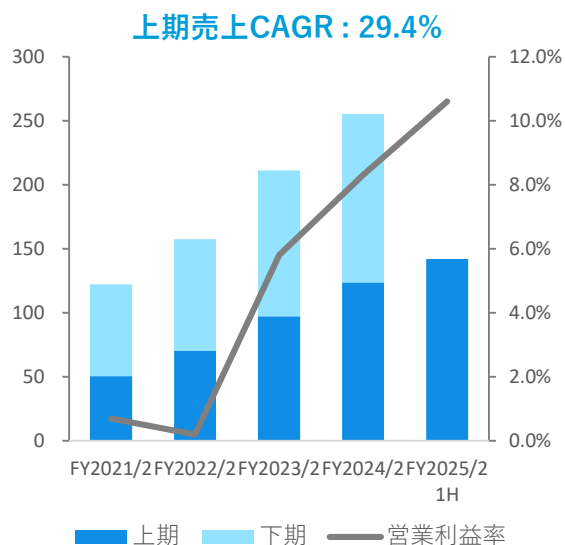
### 独立型ブランド

- ブランドごとの特色を活かし、安定的に増収を継続
- グローバルワークは30周年、ニコアンドは旗艦店開店10周年となり、多くのお客さまから長期的な支持を得ている



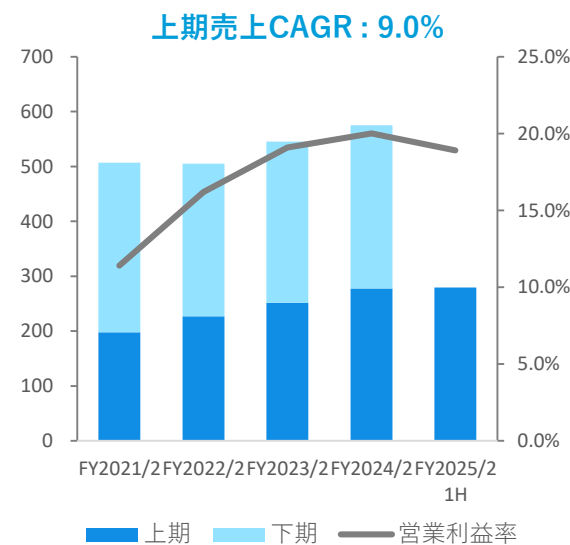
### 成長型ブランド

- ラコレを中心に商品カテゴリーと店舗数を拡大  
ラコレ上期8店舗出店



### 収益型ブランド

- 主カブランドは堅調も、一部ブランドの営業利益率が伸び悩んだ



## ■独立型ブランド「グローバルワーク」ブランド設立30周年

- 2024年春より吉高由里子さん、宮沢氷魚さんをブランドアンバサダーに起用
- どんなシチュエーションにも合う「まちがいない服。」として、デザインだけでなく、着心地や素材など商品のこだわりを表現したプロダクトプロモーションを展開
- 主力商品群の育成が進捗（スッキレイニット / さらさらリラックスブラウス / エアかるイージーパンツ等）



## ■ 「スタッフボード」参加スタッフのインフルエンサー化が伸展

- 教育制度の拡充や分析ツールの導入など、スタッフのサポートを強化し、総フォロワー数が伸長
- スタッフボードの参加スタッフをフォローしているお客さまの年間購入金額は、フォローしていないお客さまの年間購入金額と比較し、約2.5倍
- 各ブランドの人気スタッフが企画するプロデュースアイテムが好調

### 当社スタッフのSNSフォロワー数推移

	2019.2	2022.02	2023.02	2024.02
スタッフボード 参加人数	449人	3,920人	3,990人	4,098人
フォロワー 10万人以上	0人	0人	5人	11人
フォロワー 5万人以上	0人	4人	8人	13人
フォロワー 1万人以上	11人	56人	63人	74人
総フォロワー数	48万人	340万人	573万人	1,035万人



ニコアンド『メイクスタッフ』



レブシム『LEPSTA PROJECT』

\*フォロワー数：スタッフボード、Instagram、TikTokほかSNSフォロワー数の延べ総計。



## ■ タイ：ニコアンドの2号店を出店

- バンコク郊外の人気施設である「MEGA BANGNA (メガバンナ)」に7月に出店、多店舗化を開始



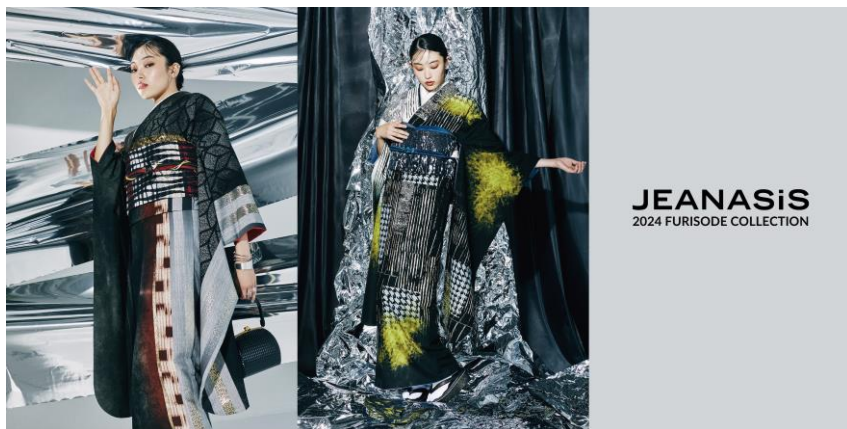
## ■ 香港：マルチブランド展開を加速

- 「Telford Plaza」にローリーズファーム、「K11 Art Mall」にジーナシスを出店、日本のスタッフボード人気スタッフの来店イベントも好評



## ■ 京都丸紅との協働プロデュース

- 老舗着物メーカー京都丸紅と人気ブランドの協働で知財ライセンスの可能性を広げる
- 日本の伝統技術の継承を目的に、魅力ある日本の伝統的なデザインを幅広いお客さまに発信



## ■ ADASTRIA SPACE PRODUCE

- 次世代賃貸マンション「SS.FLAT高円寺」の外観および共用部のリノベーションデザイン
- ニコアンド、ベイフロー、ラコレの家具を備えたモデルルームで多様なライフスタイルを訴求





## ■ GHG排出量可視化プラットフォーム「C-Turtle」を業界で初めて導入

- GHG排出量算出の効率化及び削減促進を目的とし、2024年4月よりGHG排出量可視化プラットフォーム「C-Turtle」を導入
- 排出量算定の効率化だけでなく、サプライヤーさまのGHG削減努力の反映、サプライチェーン排出量の算定・削減を実現し、リーディングカンパニーとして業界におけるGHG排出量削減のモデルケース構築を目指す



## ■ 健康経営優良法人（大規模法人部門）に2年連続で認定

- 健康経営の「土台作り」や「従業員への浸透」を図り、健康診断等における全従業員に対する疾病の発生予防などの取組を推進したことを評価



## ■ ビジネスの透明性向上を目指し、特定サプライヤーリストを初公開

- パートナー取引先として認定した自社の直接貿易を背景とする47社の社名を9月に公開。サプライヤーの皆さまとともに環境・人・地域にポジティブなサプライチェーンを構築し、透明性を高め、責任ある生産方法の確立を目指す

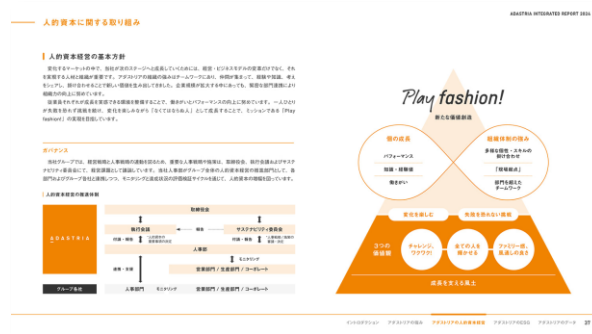
## ■ 統合報告書2024を発行、企業価値向上への取り組みを開示

- 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
- 人的資本経営の基本方針・指標とその戦略課題や、キーパーソンインタビューを通じたアダストリアの強み、サステナビリティ課題に対するお取引先様との対談など、事業理解に役立つ情報を掲載

# 持続的な *Play fashion!* の提供



アダストリアの強み



人的資本に関する取組



ESGセッション

< 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/>

## ■ 修正計画に沿った進捗、利益率の面でさらに改善を目指す

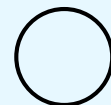
### 中期経営計画の定量目標

### 2025年2月期上期の進捗



売上 成長

ブランド  
ポートフォリオの拡大



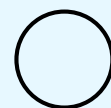
ブランドの成長、カテゴリーの拡大、  
新規事業が進捗

修正目標：2026年2月期 売上高3,100億円



売上総利益  
率 向上

値引抑制・高付加価値  
生産コスト最適化



円安影響を値引き抑制とASEAN生産  
拡大で押し返し、実質横ばいを維持



販管費 抑制

設備効率向上  
間接費コントロール

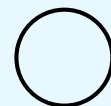


人件費や設備費の増加で売上高販管費  
率が上昇



資本効率 改善

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16.9%

目標：ROE15%以上

## ■ 「.st」 から 「and ST」 へ

みんなのSTyleと、人生のSToryを応援したい。

そんな想いを込めて、ファッションストア『.st』は誕生しました。

そして、2024年。

デジタルでもリアルでも、ひとりひとりが自分らしさを発揮して活躍する今、

『.st』は、『and ST』へと生まれ変わります。

あなたとだれかをつなぐ。

地域と世界をつなぐ。

ファッションと毎日をつなぐ。

『and ST』

あたらしい名前に込めたのは、あらゆる架け橋となり、

ファッションを通じてグットコミュニティをもっと盛り上げていきたい、という想い。

モノを売る場所から、ファッションでワクワクドキドキを生み出す

ファッショントータルプラットフォームへと、私たちは進化していきます。

*Play fashion!*



## ■ 認知拡大とオープン化戦略を加速

- グッドコミュニティのコンセプトに即した新たな機能やサービスを追加
- 認知拡大やBtoB営業を強化し、オープン化戦略を加速



## 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!*