



2025年2月期
第1四半期決算説明会資料

2024年6月28日



A D A S T R I A
— *Play fashion!*

• 連結損益計算書 サマリー	4	• 連結貸借対照表	12
• アダストリア単体・主要国内子会社	6	• 店舗数・出退店実績	13
• WEB事業	7	• M&Aを通じたさらなる成長	14
• プロダクトの付加価値向上	8	• BtoB事業の開拓	15
• 顧客接点の広がり	9	• 今後の外部環境に対する当社の考え方	16
• 海外事業	10	• 通期連結業績予想（再掲）	17

連結損益計算書

(百万円)

	2024/2期 1Q 実績		2025/2期 1Q 実績		
		構成比		構成比	前年同期比
売上高	68,478	100.0%	74,001	100.0%	108.1%
アダストリア単体	55,377	80.9%	59,814	80.8%	108.0%
国内子会社 *1	6,450	9.4%	6,353	8.6%	98.5%
海外子会社 *2	5,096	7.4%	6,053	8.2%	118.8%
ゼットン (飲食子会社) *3	2,535	3.7%	2,985	4.0%	117.7%
売上総利益	39,094	57.1%	41,605	56.2%	106.4%
販管費	32,816	47.9%	35,591	48.1%	108.5%
広告宣伝費	2,193	3.2%	2,060	2.8%	93.9%
人件費	11,738	17.1%	13,090	17.7%	111.5%
設備費 *4	11,604	16.9%	12,593	17.0%	108.5%
のれん償却費	57	0.1%	54	0.1%	95.4%
その他	7,222	10.5%	7,792	10.5%	107.9%
営業利益	6,278	9.2%	6,014	8.1%	95.8%
アダストリア単体	5,787	8.5%	5,841	7.9%	100.9%
国内子会社 *1	437	0.6%	416	0.6%	95.3%
海外子会社 *2	137	0.2%	31	0.0%	22.7%
アダストリア・ロジスティクス	24	0.0%	80	0.1%	330.8%
ゼットン (飲食子会社) *3	▲ 117	-	▲ 305	-	-
経常利益	6,349	9.3%	6,288	8.5%	99.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,464	6.5%	4,405	6.0%	98.7%
EBITDA	8,340	12.2%	8,498	11.5%	101.9%
減価償却費	2,005	2.9%	2,429	3.3%	121.2%
のれん償却費	57	0.1%	54	0.1%	95.4%

*1：2024年2月期1Q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1Qは、(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADOORLINKの単純合算

*2：海外法人(香港・中国大陸・台湾・タイ・米国)の単純合算 (1月~3月)

*3：(株)ゼットンは、連結調整後。(2月~4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

堅調な需要の継続、4月5月の天候の良さと販売・商品戦略により増収
営業利益は一部子会社の苦戦により減益

売上高

740億円（前年同期比108.1%）

単体

- 前年比108.0%、増収増益
- グローバルワークなど主力ブランドは堅調、ラコレの出店と卸売事業が全体を押し上げ

国内子会社

- 前年比98.5%、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、EC専門のBUZZWIT社は主力ブランドの苦戦で減収減益

海外子会社

- 前年比118.8%、中国大陸は消費軟調の中増収で赤字縮小、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117.7%、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

56.2%（前年同期比▲0.9p）

- 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、円安の影響によりアパレル小売事業はほぼ横ばい。卸売事業の増加による押し下げ（0.7p）で全体では低下。

販管費率

48.1%（前年同期比+0.2p）

広告宣伝費

- ・ **2.8%**（同▲0.4p）（同▲1.3億円）
プロモーション費用の効率化

人件費

- ・ **17.7%**（同+0.6p）（同+13.5億円）
従業員の処遇改善の継続と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

- ・ **17.0%**（同+0.1p）（同+9.9億円）
前期および今期出店の減価償却費の増加、売上増加に伴う家賃の増加

その他

- ・ **10.5%**（同+0.0p）（同+5.7億円）
カード手数料、業務委託関連費用、店舗関連費用などが増加

営業利益

60億円（前年同期比95.8%）

営業利益率

8.1% EBITDA率 **11.5%**

経常利益

62億円（前年同期比99.0%）

営業外収益

- ・ 為替差益2.2億円など

親会社株主に 帰属する 当期純利益

44億円（前年同期比98.7%）

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1Q 実績	2025/2期1Q 実績	
			前期比
売上高	55,377	59,814	108.0%
(卸売事業を除く全店前年比)	114.4%	104.3%	-
(既存店前年比)	112.3%	102.6%	-
グローバルワーク	13,831	14,574	105.4%
ニコアンド	8,135	8,593	105.6%
ローリーズファーム	5,778	6,148	106.4%
スタディオクリップ	5,423	5,625	103.7%
レプシム	3,579	3,823	106.8%
ラコレ	2,674	3,185	119.1%
ジーナシス	2,989	2,942	98.4%
ベイフロー	2,670	2,834	106.2%
売上総利益	31,222	33,101	106.0%
売上総利益率	56.4%	55.3%	▲ 1.1p
販管費	25,435	27,259	107.2%
販管费率	45.9%	45.6%	▲ 0.3p
営業利益	5,787	5,841	100.9%
営業利益率	10.5%	9.8%	▲ 0.7p

● 主要国内子会社

売上高	BUZZWIT	3,212	3,036	94.5%
	エレメントルール	2,888	3,190	110.5%

* : アダストリア単体のれん償却費 (2024/2期1Q : -百万円、2025/2期1Q : -百万円)

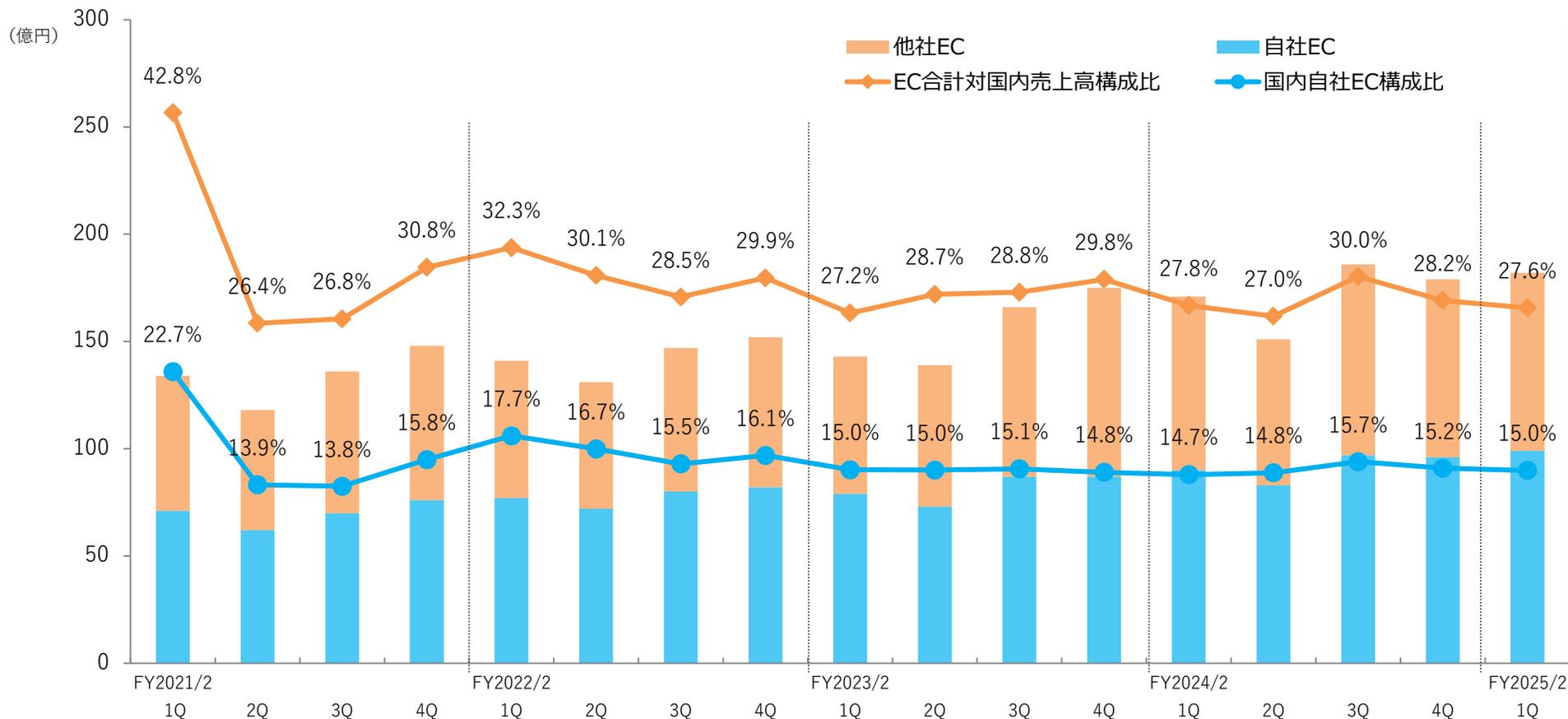
* : アダストリア単体の売上高は、内部取引消去前を表記

* : 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 国内EC売上高

182億円（前期比107.3%）

- 対国内売上高構成比：27.6%（うち自社EC約15.0%）
- ドットエスティ会員数：約1,820万人（前期末比+70万人）



*：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

*：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）

■ グローバルワークのコアプロダクトが伸長

- プロダクトプロモーションにより、主力商品群の認知度が向上
- 「シワになりにくい」「マシンウォッシュブルなどのイージーケア素材」「楽なのにシルエットがきれい」といった商品ベネフィットが顧客のニーズとマッチ
- 今期からメンズのプロモーションも強化、『エアかるイージーパンツ』を軸に売上が伸長

エアかる EASY PANTS

軽量
思わず動き出したくなる、驚きの軽さ!

ストレッチ
伸びるから、いつでも動きやすい。

イージーケア
洗濯シワになりにくい、お手入れ簡単。

接触冷感
伸びるから、いつでも動きやすい。

吸水速乾
乾きやすいから、サラッと爽快。

エアかる EASY PANTS

Air Karu Easy Pants

Interview with **HIO MIYAZAWA**

エアかるイージーパンツのTVCMに出演中の宮沢氷魚さんに仕事に対する思いやプライベートについて語ってもらった。

エアかるイージーパンツ

sala sala relax

さらさらリラックス
まぢがない服

吉高由里子さんがさらさらリラックスで訪れる初夏の海辺。

さらさらリラックスブラウス

スッキレイニット

Beautiful style. Clean look.

体型、年代、問わずに選ばれるスッキレイニット

スッキレイニット

ウツクシルエット

徹底解剖 2024 春

ウツクシルエット

ウツクシルエットパンツ

URBAN SLACKS days

宮沢氷魚がほきこなす一週間のパンツコーデ

アーバンスラックス

MELTY KNIT

人気ウケを徹底解剖

たから長く使える、とろける着ごころメルティニット

アパレル ニットのドリセツ

メルティニット

■ ドットエスティストアの新規出店

- ・ 今期新規出店8店舗中、4店舗を出店

■ スタッフボードの人気スタッフ来店イベントの実施

- ・ 顧客との濃い繋がりを継続的に構築し、リアル店舗とECの相互の往来を促進



ドットエスティストア 3つの特徴

短い時間で、迷わない

ドットエスティ上の人気商品、
スタッフボードの人気コーデを厳選

「あなた」に合ったサービス

購入履歴や来店予約・
試着予約でパーソナルな提案

お店でも、ネットでも、ラクラク

お店で買った商品の自宅受け取りや、
お店に置いていない商品の購入も可能

- **香港** 新店とECの販売ブランド追加により増収増益
- **中国大陸** 消費動向軟調の中、増収を確保し、赤字縮小
- **台湾** 新店オープン、既存店増収など好調が続き増収増益
- **タイ** 前期第2四半期オープンの1号店が純増
- **米国** 景気の先行き不透明感で卸売事業が減速し、減収減益

(百万円)

(海外現法単純合算)	2023/12期1Q 実績	2024/12期1Q 実績		
		前期比 (円ベース)	前期比 (現地通貨ベース)	
売上高	5,096	6,053	118.8%	107.8%
香港	822	1,151	139.9%	124.3%
中国大陸 *1	995	1,091	109.7%	102.3%
台湾	1,369	1,926	140.6%	130.1%
タイ	-	78	-	-
米国 *2	1,908	1,805	94.6%	84.2%
営業利益	137	31	22.7%	19.9%
香港	6	46	741.0%	658.3%
中国大陸	▲ 238	▲ 194	-	-
台湾	254	345	135.4%	125.3%
タイ	▲ 29	▲ 31	-	-
米国	144	▲ 134	-	-

*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。

■ 東南アジアにおける堅調な事業推進

- フィリピン現地法人（JV）「Adastria Philippines Inc.」が4/1に設立
- 2025年中に1号店出店予定
- タイ2号店目が、7月にオープン予定

■ マルチブランド戦略での台湾新規出店継続

- 4/3に台湾東部沖地震が発生したものの、出店計画は予定通りの進捗
「新光三越」にローリーズファーム、ジーナシスを出店



台湾：新光三越

■ IPコラボによるブランド認知拡大



中国大陸：New & Retro初音ミク



タイ：呪術廻戦

■ ラコレの米国テストマーケティング



米国：New Yorkでのラコレの展示



連結貸借対照表

- **棚卸資産** 第1四半期末時点で前年比108.6%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
- **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56.6%、前年同期末比+2.7p

(百万円)

	2023年5月末		2024年2月末		2024年5月末			
		構成比		構成比		構成比	2023年5月末比 増減額	2024年2月末比 増減額
流動資産	61,545	51.7%	68,731	53.7%	69,960	53.3%	+8,414	+1,229
現預金	16,818	14.1%	23,371	18.3%	20,156	15.4%	+3,337	▲3,215
棚卸資産	24,822	20.8%	26,839	21.0%	26,956	20.6%	+2,134	+117
固定資産	57,524	48.3%	59,184	46.3%	61,214	46.7%	+3,689	+2,029
有形固定資産	23,094	19.4%	23,901	18.7%	25,091	19.1%	+1,996	+1,189
無形固定資産	12,197	10.2%	12,376	9.7%	12,590	9.6%	+392	+214
のれん	1,274	1.1%	1,109	0.9%	1,054	0.8%	▲219	▲54
投資その他資産	22,232	18.7%	22,906	17.9%	23,532	17.9%	+1,300	+626
総資産	119,070	100.0%	127,915	100.0%	131,174	100.0%	+12,104	+3,258
負債	54,857	46.1%	56,334	44.0%	56,921	43.4%	+2,063	+586
借入金	3,192	2.7%	905	0.7%	1,216	0.9%	▲1,976	+310
純資産	64,213	53.9%	71,581	56.0%	74,253	56.6%	+10,040	+2,672
自己株式	▲7,050	▲5.9%	▲7,516	▲5.9%	▲7,384	▲5.6%	▲334	+131

店舗数・出退店実績

	2024/2期		2025/2期 1Q末			
	1Q末 店舗数	期末 店舗数	出店	変更	退店	期末 店舗数
グローバルワーク	210	214	2	0	0	216
ニコアンド	142	141	1	0	0	142
ローリーズファーム	129	126	0	0	0	126
スタディオクリップ	179	179	7	0	0	186
レプシム	115	115	1	0	0	116
ラコレ	68	78	7	0	0	85
ジーナシス	71	68	1	0	0	69
ベイフロー	62	62	2	0	0	64
その他 *1	270	259	14	6	▲1	278
アダストリア合計	1,246	1,242	35	6	▲1	1,282
（うちWEBストア）	(65)	(61)	(2)	(2)	(▲1)	(64)
国内子会社合計 *1*2	123	128	4	▲6	▲3	123
（うちWEBストア）	(53)	(58)	(1)	(▲2)	(▲3)	(54)
国内合計	1,369	1,370	39	0	▲4	1,405
（うちWEBストア）	(118)	(119)	(3)	(0)	(▲4)	(118)
香港	21	23	5	0	0	28
中国大陸	14	15	1	0	▲2	14
台湾	55	72	2	0	▲1	73
タイ	-	2	0	0	0	2
フィリピン	-	-	0	0	0	0
米国	10	10	1	0	▲1	10
海外合計	100	122	9	0	▲4	127
（うちWEBストア）	(20)	(22)	(7)	(0)	(▲2)	(27)
ゼットン（飲食子会社）*3	71	71	4	0	▲1	74
ADASTRIA eat Creations	3	-	-	-	-	-
連結合計	1,543	1,563	52	0	▲9	1,606
（うちWEBストア）	(138)	(141)	(10)	(0)	(▲6)	(145)

2025/2期1Q累計連結で改装10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変更。

*2：2025/2期1Q末は、(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADOORLINKの店舗数合算

*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

■ 「TODAY'S SPECIAL」「GEORGE'S」の両事業を持つウェルカムより、100%子会社である「株式会社トゥデイズスペシャル」全株式をアダストリアが譲受

- 雑貨業態に強い2ブランドの獲得と、商品ラインナップの拡充により、ライフスタイル分野を拡大する
- 2ブランド独自の世界観を活かして、ドットエスティでの販売を開始予定。EC比率の上昇を図る
- GEORGE'Sは、アダストリアの店舗開発力と生産背景の有効活用により、出店を加速
- TODAY'S SPECIALは、地方都市を含めた厳選した場所へ出店し、海外展開も視野に、独自性のあるMDを更に強化

TODAY'S SPECIAL

ブランドコンセプト

“今日が特別になるような発見”“旬を贈る楽しみ”に出会える「食と暮らしの商店」です。

商品：キッチン用品、食品、植物、雑貨、洋服、書籍など

立地：都内、都内近郊、関西など



GEORGE'S

ブランドコンセプト

みんなが集う場所、ようこそわが家へ。
こころを豊かにしてくれる日用品から
大切な人に贈りたいギフトまで幅広くそろうお店です。

商品：キッチン用品、食品、キッズ雑貨、洋服、植物、家具など

立地：都内、都内近郊、東海など



■ GMS（総合小売業）へのブランドプロデュース

- イトーヨーカ堂へのブランドプロデュース開始。6月末までで63店舗オープン。



■ 制服やプロダクトのプロデュース

- 学校法人大藤学園・アクアワールド茨城県大洗水族館の制服や、飲食店のプロダクトをプロデュースするなど、アダストリアのケイパビリティを活かしたライフスタイル提案



学校法人大藤学園



アクアワールド茨城県大洗水族館



ニコアンドがデザインした
Gong cha（ゴンチャ）のデザインボトル

外部環境

当社の考え方

円安の影響と 価格戦略

- 第1四半期は、天候による3月の不振の影響を除いた春夏商品では約2%の価格上昇となった。上期は同水準での着地となる見通し。
- 直近の一段の円安を受け、今期秋冬商品については高付加価値化による更なる価格の見直しと、値引きの抑制による売上総利益の改善を目指す。

インフレ下における 消費の動向

- 外出需要や服装のカジュアル化を背景に、ファッション関連の消費は底堅く、春夏商品の需要の後退は見られない。
- 若年層を中心に名目賃金は上昇し、当社においても顧客の消費抑制の影響は見られていない。被服費支出の伸びは緩やかだが、当社を含む大手企業の前年比は市場の伸びを上回っており、シェア拡大が進んでいると見ている。

■ 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	

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!*