



# 2023年2月期 第1四半期 決算説明会資料

2022年7月8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1四半期の決算について、ご説明します。

# 目次

---

・連結損益計算書 サマリー	4	・海外各地域の状況	12
・アダストリア単体	6	・連結貸借対照表	13
・プロダクトプロモーションの取り組み	7	・店舗数・出退店実績	14
・WEB事業	8	・出店の進捗	15
・自社EC認知獲得プロモーション	9	・サステナビリティ経営への取り組み	16
・自社ECのオープン化戦略進捗	10	・足元の外部環境への対応状況	17
・海外事業	11	・通期連結業績予想（再掲）	18

# 連結損益計算書

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 1Q		2023/2期 1Q		
	実績		実績		
		構成比		構成比	前年同期比
売上高	46,387	100.0%	58,006	100.0%	125.0%
アダストリア単体	39,918	86.1%	48,540	83.7%	121.6%
国内子会社 *1	4,145	8.9%	4,268	7.4%	103.0%
海外子会社 *2	3,068	6.6%	3,983	6.9%	129.8%
ゼットン (飲食子会社)	-	-	1,943	3.4%	-
売上総利益	26,382	56.9%	33,303	57.4%	126.2%
販管費	25,757	55.5%	28,729	49.5%	111.5%
広告宣伝費	2,308	5.0%	2,175	3.8%	94.2%
人件費	9,152	19.7%	10,313	17.8%	112.7%
設備費 *3	9,005	19.4%	10,206	17.6%	113.3%
のれん償却費	14	0.0%	51	0.1%	347.5%
その他	5,276	11.4%	5,983	10.3%	113.4%
営業利益	624	1.3%	4,574	7.9%	732.1%
アダストリア単体	487	1.1%	4,171	7.2%	855.1%
国内子会社 *1	▲ 94	-	64	0.1%	-
海外子会社 *2	▲ 21	-	96	0.2%	-
アダストリア・ロジスティクス	128	0.3%	116	0.2%	90.8%
ゼットン (飲食子会社) *4	-	-	114	0.2%	-
経常利益	961	2.1%	4,926	8.5%	512.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	269	0.6%	3,313	5.7%	1227.5%
EBITDA	2,091	4.5%	6,357	11.0%	304.0%
減価償却費	1,451	3.1%	1,731	3.0%	119.3%
のれん償却費	14	0.0%	51	0.1%	347.5%

\*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~4月期)

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

\*3: 設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算

\*4: (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。今期より、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。

# 連結損益計算書 サマリー①

■ **全体概要**：売上回復とコストコントロールで売上・利益ともに計画を上回って進捗

■ **売上高：580億円**（前年同期比125.0%）

- ・単体：前年比121.6%、行動制限の緩和による外出需要回復、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、積極出店しているラコレが全体をけん引
- ・国内子会社：前年比103%、エレメントルール社は高価格帯ブランドの伸長により利益が改善  
EC専業のBUZZWIT社は、リアル店舗に需要が戻る中、前年売上を維持
- ・海外子会社：前年比129.8%、台湾は新規ブランドの導入、アメリカは卸事業の好調で増収増益  
中国大陸は新店が寄与し増収もコロナ影響で赤字、香港はコロナ影響で減収減益
- ・飲食事業：新規連結のゼットンが純増、営業環境は徐々に正常化

収益認識会計基準の影響	連結売上高 ▲637百万円（前年比換算▲1.4%）
-------------	---------------------------

M&Aによる増加	連結売上高 +1,943百万円（前年比換算+4.2%）
----------	-----------------------------

■ **売上総利益率：57.4%**（前年同期比+0.5p）

- ・為替や原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、前年とほぼ同水準（前年同期比▲0.2p）

収益認識会計基準の影響	売上総利益率 ▲0.4%
-------------	--------------

飲食事業増加の影響	売上総利益率 +0.7%
-----------	--------------

2023年2月期第1四半期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125%の580億円でした。

前年は新型コロナウイルスの影響による店舗休業などがあったのに対し、今年は3月後半から行動制限が緩和され、天候も良く、  
また積極的なプロモーションの実施、外出需要を捉えた商品展開などにより、売上高は大きく回復しました。

主力ブランドであるグローバルワークの好調、成長ブランドとして積極出店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の好調で利益が改善、EC専業のBUZZWIT社はリアル店舗への需要が戻る中、前年売上を維持しました。

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株式会社ゼットンのPLを連結したことにより、前年比換算で4.2%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1.4%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0.5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0.4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、ほぼ横ばいの水準に維持することができました。

加えて、収益構造の異なる飲食事業を連結した影響で0.7ポイントの押し上げ効果がありました。

# 連結損益計算書 サマリー②

## ■ 販管費率：49.5%（前年同期比▲6.0p）

- ・ 広告宣伝費：3.8%（同▲1.2p）（同▲1.3億円） 収益認識会計基準の適用により減少
- ・ 人件費：17.8%（同▲1.9p）（同+11.6億円） 店舗営業正常化による給与・賞与の増加
- ・ 設備費：17.6%（同▲1.8p）（同+12億円） 売上増加に伴う家賃増、ゼットンPPA\*による無形固定資産の償却増加0.4億円を含む
- ・ その他：10.3%（同▲1.1p）（同+7億円） 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 ▲605百万円（売上高販管費率▲0.5%）

### M&Aによる増加（償却含む）

販管費 +1,464百万円（売上高販管費率+0.8%）

## ■ 営業利益：45億円（前年同期差+39.4億円）

- ・ 営業利益率7.9%、EBITDA率11.0%

## ■ 経常利益：49億円（前年同期差+39.6億円）

- ・ 営業外収益：時短協力金等の助成金収入1億29百万円、雇用調整助成金50百万円、為替差益2億74百万円
- ・ 営業外費用：韓国事業の撤退に関連したデリバティブ評価損1億6百万円

## ■ 親会社株主に帰属する当期純利益：33億円（前年同期差+30.4億円）

\*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49.5%と、前期から6P低下しました。

店舗の営業時間が正常化したことから、残業代など人件費の変動費部分や設備費が増加しましたが、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広告宣伝費は減少しました。

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、前期末に一旦のれんとして計上されていた、ゼットン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4千7百万円を含んでおります。

結果として、営業利益は45億円、営業利益率は7.9%でした。

営業外収益として時短協力金1億2千9百万円や雇用調整助成金、為替差益2億7千4百万円を計上し、営業外費用として韓国事業の撤退に関連したデリバティブ評価損1億6百万円を計上しました。

デリバティブは、韓国ウォンの為替ヘッジのためのもので、清算の際に為替差益が出たために、損失となりました。

特別損益は僅かでしたので、記載を省略しています。

以上の結果、純利益は33億円となりました。

# アダストリア単体

(百万円)

	2022/2期 1Q	2023/2期 1Q	
	実績	実績	
			前年同期比
売上高	39,918	48,540	121.6%
（既存店前年比）	145.7%	119.0%	-
グローバルワーク	9,001	12,099	134.4%
ニコアンド	5,963	7,319	122.7%
ローリーズファーム	4,594	5,403	117.6%
スタディオクリップ	4,427	4,803	108.5%
レプシム	3,041	3,407	112.0%
ベイフロー	2,141	2,481	115.9%
ジーナシス	2,271	2,421	106.6%
ラコレ	948	1,866	196.9%
売上総利益	22,784	27,654	121.4%
売上総利益率	57.1%	57.0%	▲ 0.1p
販管費	22,297	23,482	105.3%
販管费率	55.9%	48.4%	▲ 7.5p
営業利益	487	4,171	855.1%
営業利益率	1.2%	8.6%	+7.4p

\* : 単体のれん償却費 : 2022/2期1Q : 14百万円、2023/2期1Q : 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119%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。

# プロダクトプロモーションの取り組み

## ■ GLOBAL WORKの主力商品のTVプロモーションを実施

- 女優/モデルの本田翼さんを起用し、シリーズ累計200万本を販売している定番ヒットアイテム「ウツクシルエットパンツ」のプロダクトCMを放映
- お客様のコメントや購買データを分析し商品やマーケティングに反映することで、リピート購買を獲得
- 販売数量が増えることで、原価低減につながる好循環を実現



豊富なサイズ・カラー展開が好評

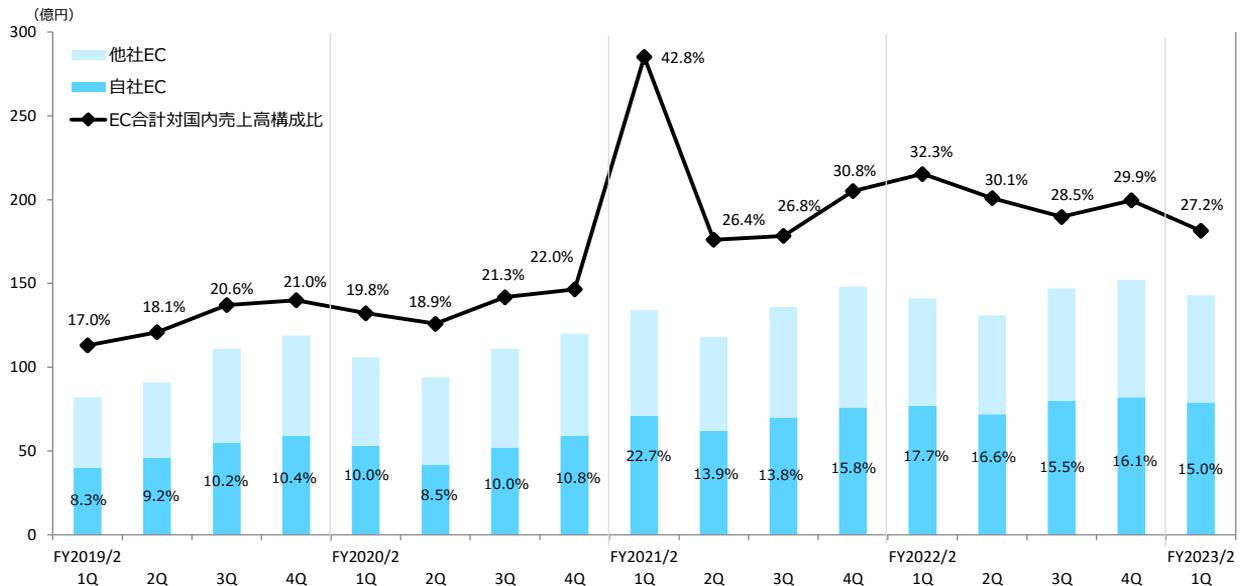
主力ブランドのグローバルワークにおける、取り組みのご紹介です。  
今期から当社では初めての取り組みとして、毎シーズン好評の、ウツクシルエットパンツという、特定商品にフォーカスしたTVCMを実施しました。  
グローバルワークでは、お客様のコメントや購買データを分析し、商品やマーケティングに反映することでリピート購買の増加を実現しています。  
販売数量が増えることで、原価効率も改善する好循環ができています。

# WEB事業

## ■ 国内EC売上高 **143**億円（前期比100.9%）

- 対国内売上高構成比：27.2%（うち自社EC約15.0%）

- 自社ECドットエスティ会員数：約1,410万人（前期末比+50万人）



\*：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

8

**A D A S T R I A**  
Play fashion!

つぎにWeb事業です。

国内EC売上高は143億円で、前期比100.9%となりました。

リアル店舗での需要が回復したことで、EC売上比率はほぼ前年同水準となり、EC比率は27.2%と若干低下しました。

「ドットエスティ」の会員数は1,410万人となりました。

# 自社EC認知獲得プロモーション

## ■ 自社EC (.st) プロモーション

- 長期的な自社ECの認知度向上を目的とし、広告宣伝施策を継続
- 昨年に引き続きテレビCMを放映し、CM期間に合わせ自社ECと実店舗のクロスチャネルで展開



ドットエスティ



### 実施内容

- ①テレビCM放映  
3/16~4/27に国内 12エリアで放送
- ②20%ポイント還元  
3/16~4/1に自社EC (.st) と全国の実店舗で実施

### 期間中における効果

3/16~4/27 テレビCM放映期間

アプリダウンロード 33万件  
前年比 120%

EC受注金額 前年比 108%

自社ECの認知度獲得のため、第1四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。昨年第3四半期に続き、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ました。

リアル店舗への来客が増加した時期であり、店頭でのご案内も強化したことで、特にアプリのダウンロード数や新規登録に効果がありました。

# 自社ECのオープン化戦略進捗

## ■ 中期経営計画に沿って、自社EC（.st）で展開する他社商材を拡大

- 5月末時点で参画企業が4社に拡大し、取扱いカテゴリが充実
- 当社スタッフが利用シーンに合わせた訴求内容を投稿し、ライフスタイル提案を強化
- モール型ビジネスとして、相互送客と新たな収益モデルを実現
- 約50%が当社商品とセットで買い上げ、30代~40代の会員による購買が多く、ECターゲット層とマッチ

食品



家電



美容機器



Love,  
Bonito

海外アパレル

自社ECにおける取り組みとして、中期経営計画でお示しした、モール型ビジネスであるオープン化戦略も進捗しました。

他社商材の取り扱いによるカテゴリの充実やライフスタイル提案を目的として、4月から新たに家電のシロカや美容機器のヤーマンに参画頂き、日本初進出となるシンガポールのラブボニートの取り扱いも開始しました。

売上は概ね目標通りに進捗しており、今後も徐々に参画企業を増やして参ります。

# 海外事業

(百万円)

(海外現法単純合算)	2021/12期 1Q	2022/12期 1Q		
	実績	実績		
		前年同期比 (円ベース)	前年同期比 (現地通貨ベース)	
売上高	3,068	3,983	129.8%	117.6%
香港	679	614	90.4%	82.9%
中国大陸	576	736	127.8%	113.4%
台湾	830	1,064	128.1%	115.7%
米国 *	981	1,568	159.8%	145.7%
営業利益	▲ 21	96	-	-
香港	6	▲ 36	-	-
中国大陸	▲ 41	▲ 167	-	-
台湾	108	194	178.5%	161.3%
米国 *	▲ 87	105	-	-

\* : 米国には、(株)ゼットンの米国事業は含まれておりません。

次に、海外事業です。

海外事業の第1四半期は、1月から3月となります。

3か月間の円ベースの売上高は、前期比129.8%の39億円、営業利益は約1億円となりました。

各国の状況については、次のスライドでご説明します。

# 海外各地域の状況

## ■ 各地域の店舗営業状況と取り組み進捗

### 香港

- 営業状況
- ・1月中旬 コロナ感染数増加
  - ・2/25～ 全店舗時短営業
  - ・4/21～ 通常営業に回復
- 取り組み
- ・自社EC (.st) のローンチ準備中
  - ・新規1店舗出店

### 中国大陸

- 営業状況
- ・2月下旬～ コロナ感染数増加
  - ・3/13～ 一部店舗時短営業
  - ・4/1～ 全店舗休業
  - ・6/6～ 全店舗営業再開
- 取り組み
- ・上海3店舗と、成都、重慶の出店準備中
  - ・T-mallの多ブランド化（現在6ブランド）

### 台湾

- 営業状況
- ・ほぼ通常営業（数日間の時短・休業）
- 取り組み
- ・自社EC (.st) のマルチブランド展開（5月末時点で10ブランド）
  - ・新規展開ブランドを含む6店舗出店

### アメリカ

- 営業状況
- ・通常営業、経済環境は好調が続く
- 取り組み
- ・卸事業の春夏商品が好調、大口受注
  - ・ポップアップストアの展開準備
  - ・WEB事業の成長ためのサイト改修

海外各地域の状況についてまとめております。

香港は新型コロナウイルスの影響を受け、第1四半期は赤字となりましたが、足元では復調しています。

中国大陸は新店の寄与などで増収となりましたが、2月から上海のコロナ拡大の影響が出始め、時短営業などにより、若干赤字が増加しました。

台湾は、新規ブランドの投入が寄与し増収増益、米国でも経済の好調とECやプロモーションの取り組みにより、増収増益となりました。

# 連結貸借対照表

(百万円)

	2021年5月末		2022年2月末		2022年5月末			
		構成比		構成比		構成比	2021年5月末比 増減額	2022年2月末比 増減額
流動資産	48,128	51.8%	48,169	49.2%	53,715	50.1%	+5,587	+5,545
現預金	17,212	18.5%	16,976	17.3%	17,045	15.9%	▲167	+68
棚卸資産	18,157	19.5%	19,259	19.7%	19,095	17.8%	+937	▲164
固定資産	44,760	48.2%	49,787	50.8%	53,402	49.9%	+8,642	+3,615
有形固定資産	14,854	16.0%	16,005	16.3%	20,002	18.7%	+5,147	+3,997
無形固定資産	7,653	8.2%	10,836	11.1%	11,676	10.9%	+4,022	+839
のれん	98	0.1%	922	0.9%	1,726	1.6%	+1,627	+803
投資その他資産	22,251	24.0%	22,945	23.4%	21,724	20.3%	▲527	▲1,221
総資産	92,888	100.0%	97,957	100.0%	107,118	100.0%	+14,229	+9,161
負債	42,624	45.9%	42,994	43.9%	49,434	46.1%	+6,810	+6,440
借入金	-	-	1,447	1.5%	4,548	4.2%	+4,548	+3,100
純資産	50,264	54.1%	54,963	56.1%	57,684	53.9%	+7,419	+2,720
自己株式	▲7,634	▲8.2%	▲7,636	▲7.8%	▲7,395	▲6.9%	+239	+240

- 棚卸資産 : 海外の出店増加や販売増により前年同期比105.2%も、適正な水準を維持
- 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26億円を計上
- 無形固定資産 : ゼットンのPPA\*\*により、2022年2月末に遡ってその他無形固定資産14億円を計上
- のれん : ゼットン8.6億円、オープンアンドナチュラル8.5億円、ゼットンのPPA確定により、2022年2月末ののれんも変更
- 負債 : 短期借入金32億円、長期借入金12億円（1年内返済予定長期借入金4億円を含む）
- 純資産 : 純資産比率は53.9%、前年同期末比▲0.2p

\*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

続いて、連結貸借対照表です。

棚卸資産は前年同期比105%と若干増えていますが、売上回復に伴うもので、適正な水準です。有形固定資産につきまして、米国ベルベット社と、ゼットンの米国事業におけるASC第842号、いわゆる米国新リース基準の適用により、使用権資産が増加しております。無形固定資産につきまして、ゼットンのPPAが確定したことにより、取得価額の一部がその他無形固定資産に計上され、昨年度末にさかのぼってのれんとその他無形固定資産の金額が変更になりました。これによりゼットンののれんは8.6億円、加えて今期から新たに連結したオープンアンドナチュラルののれん8.5億円が計上されております。

負債につきましては、短期借入金を32億円、長期借入金12億円を計上しております。純資産は576億円、純資産比率は53.9%と、引き続き健全な水準であると考えております。

# 店舗数・出退店実績

	2022/2期	2023/2期 1Q末				期末 店舗数
	期末 店舗数	増加	出店	変更	退店	
グローバルワーク	206	-	0	0	▲ 1	205
ニコアンド	144	-	1	0	▲ 1	144
ローリーズファーム	136	-	1	0	▲ 1	136
スタディオクリップ	184	-	1	0	▲ 3	182
レブシム	120	-	1	0	0	121
ベイフロア	60	-	1	0	0	61
ジーナシス	73	-	0	0	▲ 1	72
ラコレ	47	-	6	0	0	53
その他	275	-	6	0	▲ 1	280
アダストリア合計	1,245	-	17	0	▲ 8	1,254
(うちWEBストア)	(66)	-	(0)	(0)	(0)	(66)
国内子会社合計 *1	105	-	7	0	▲ 9	103
(うちWEBストア)	(42)	-	(3)	(0)	(▲ 7)	(38)
国内合計	1,350	-	24	0	▲ 17	1,357
(うちWEBストア)	(108)	-	(3)	(0)	(▲ 7)	(104)
香港	14	-	1	0	0	15
中国大陸	6	-	1	0	0	7
台湾	43	-	6	0	▲ 1	48
米国	10	-	0	0	0	10
海外合計	73	-	8	0	▲ 1	80
(うちWEBストア)	(12)	-	(4)	(0)	(▲ 1)	(15)
ゼットン (飲食子会社) *2	-	73	1	0	0	74
ADASTRIA eat Creations	5	-	0	0	0	5
連結合計	1,428	73	33	0	▲ 18	1,516
(うちWEBストア)	(120)	(0)	(7)	(0)	(▲ 8)	(119)

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

\*2：(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

\*3：2023年2月期 1Q累計、グループ連結で改装 9 店舗

\*4：(株)オープンアンドナチュラルは、当第2四半期より店舗数を合算予定

出退店の状況です。

2022年5月末におきまして、飲食事業を除く店舗数は、国内1,357店舗、海外80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1,516店舗となり、前期末比88店舗増加しました。

出店につきましては、概ね計画通りに進捗しております。

# 出店の進捗

## ■ 成長ブランドの出店を加速



**ドットエスティストア 八戸ピアドゥ店**  
・近隣店舗が少ない環境でのOMO型複合店の出店  
・新たな商圈の開拓を目指す



**LAKOLE エキソアレ西神中央店**  
・ブランドとして最大の237坪  
・セルフレジやスタイリング投稿用撮影スペースも導入



**ドットエスティ ジアウトレット北九州店**  
・アウトレットとOMO型店舗の融合  
・デジタル活用と環境負荷低減のための残在庫縮小を両立



**ALAND mozoワンダーシティ店**  
・韓国の最先端のファッショントレンドを発信  
・242坪の大型店舗でブランドの世界観を表現

第1四半期においても、中期経営計画に沿って、特に成長ブランドやOMOストアの新規出店を進めました。

OMOストアのドットエスティストアでは、従来よりも小さい商圈での出店モデルや、アウトレットモデルの新店を出店いたしました。

成長ブランドのラコレでは、ブランドとして最大となる237坪の大型店を出店、韓国アパレルのALANDでも、名古屋地区に国内2店舗目を出店いたしました。

# サステナビリティ経営への取り組み

- 国連グローバル・コンパクトに署名
- ウクライナ避難民に衣料品提供、資金支援
- 地域の活性化のため、創業地の水戸で在庫セール開催
- Play Cycle! (使用済み衣類回収BOX) の常設店舗数拡大



ADASTRIA  
**BAZAAR!**  
アダストリアバザール 2022

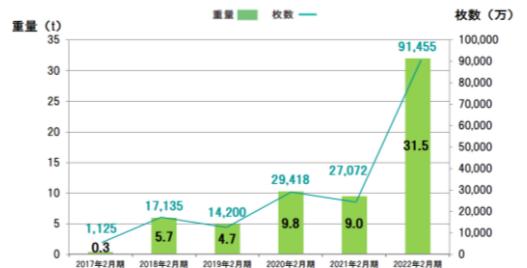
5/28・5/29 10:00  
SAT SUN 17:00

100 店舗 拡大 200 店舗  
2022年5月末 時点 2023年2月末 予定



※開催内容は、以下URLよりご覧いただけます。  
<https://www.adastria.co.jp/bazaar/>

Play Cycle! 回収実績



※6月より「グローバルワーク」の店舗以外に、新規に「レブシム」、「ベイフロー」、「レビビアルマリオ」が参画

ADASTRIA  
Play fashion!

サステナビリティに関する取り組みをご紹介します。  
当社は、サステナブルな社会の実現に向けた人権、労働、環境、腐敗防止に関わる10原則に賛同し、国連グローバル・コンパクトに署名致しました。  
ウクライナ避難民の皆様への衣料品や資金の支援も実施しました。

また、地域活性化と在庫の有効活用を目的に、水戸で大規模な在庫セールイベントを開催致しました。  
プレイ・サイクルという、使用済み衣料の回収BOXの常設店舗数も、大幅に拡大しております。  
これからも、衣料品廃棄量削減を目指して参ります。

# 足元の外部環境への対応状況

## サプライチェーン

1Qは上海ロックダウンに伴い一部商品の納期遅れがあったが、6月以降は徐々に正常化。足元では小康状態。

## 原材料・輸送価格上昇

上昇していた綿花の価格は足元で下落に転じたが、ブランド横断での素材使用や機能性素材の開発は継続。輸送価格については、コンテナ集約による積載率改善で対応。RCEP\*の効果も出てきている。

## 急速な円安進行

秋冬商品はほぼ発注、為替予約済み。2023年春/夏素材は、一部主力の先行投入分は為替済みながら、今後の発注で為替の影響は発生。

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

### ▶生産効率化の取り組み

生産軸で親和性のあるブランドをグルーピングし、**工場を集約**

2

### ▶生産地の分散化

自社生産の約**3割をASEANにシフト済み**、中国でも内陸生産・**RCEP\*活用**

3

### ▶素材面の工夫

ブランド横断した**素材集約**、**機能素材**の自社開発（再生素材を活用）

\*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。

足元の外部環境への対応についてご説明いたします。

まずサプライチェーンですが、第1四半期は、上海のロックダウンによる商品供給の遅れが一部発生致しましたが、6月以降は徐々に正常化しています。

原材料、輸送価格の上昇につきまして、上昇を続けていた綿花の価格が6月下旬に下落に転じております。

輸送価格は引き続き高止まりしていますが、コンテナ集約による積載率改善などを進め、抑制に努めております。

円安については、今期秋冬商材についてはほぼ発注し、為替予約済みです。

2023年春夏商材についても一部の発注を開始していますが、今後の発注においては為替の影響が出てくる見通しです。

当社としましては、工場集約などの生産効率化、ASEANへの生産地分散化、ブランド横断での素材集約や自社素材の開発などを通じ、引き続きコストを抑制すると同時に、高付加価値な製品の開発を進め、適正な価格設定に努めております。

# 通期連結業績予想（再掲）

- 1Qは計画を上回って推移したが、下期にかけて外部環境の不透明感が残り、期初業績予想を据え置き

(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		
一株当たり配当金 (円)	55	55		
(中間配当金)	(25)	(25)		

最後に、2023年2月期通期業績予想です。

第1四半期は売上・利益とも計画を上回って推移しておりますが、下期にかけて為替や経済環境の不透明要素があり、期初予想を据え置きとしております。

## 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!*

