

BUSINESS REPORT 2015

第65期 年次報告書 2014.3.1～2015.2.28

株主のみなさまへ



平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

当社の第65期(2014年3月1日から2015年2月28日まで)における
事業のご報告をするにあたり、ご挨拶を申し上げます。

代表取締役会長 兼
最高経営責任者(CEO)

福田 三幸男

ポイント、トリニティアーツと合併し、 新生「アダストリア」へ

私たちは、2013年9月1日、ポイント、トリニティアーツ、バピロンの小売3社と商品企画・生産を担うナチュラルナインを持株会社アダストリアホールディングスの下に統合し、本格的に世界に挑戦すべく経営基盤を整えてまいりました。そして、さらに進化・成長するために、2015年3月1日、アダストリアホールディングス、ポイント、トリニティアーツの3社が合併し、2015年6月1日をもって、「株式会社アダストリア」に商号変更いたします。

これまで、グループ各社の企業文化を尊重しながら統合効果を発揮することを考えてまいりましたが、昨今の少子高齢化、消費行動の変化、IT技術の進化など、劇的に変化する事

業環境に対して的確に対応するために、より一層の経営効率化と意思決定のスピードアップが必要であると判断し、今回の合併に踏み切りました。新たな体制の下、コーポレート・ガバナンスのさらなる強化により、企業価値の向上を目指してまいります。

継続的な利益の拡大に向けて

2015年2月期の業績につきましては、2013年9月に実施したトリニティアーツの連結子会社化の影響もあり、売上高が1,845億円(前期比20.4%増)と大きく伸長いたしました。アウトレット機能の見直しなど来期以降の成長に向けたビジネスモデルの変更に伴う損失を計上いたしました。値下げ販売を削減した結果、営業利益は59億円(同3.8%増)となりました。なお、特別損失として、店舗資産・のれんの減損損失、

保有資産の売却損の計19億円を計上いたしました^が、当期純利益は5億円の黒字を確保いたしました。さらなる利益拡大を目指して、新中期経営計画の実行に邁進いたします。

新中期経営計画「ACE18」への想い

このたび、2018年2月期を最終年度とする新中期経営計画「ACE18」を策定いたしました。「ACE18」では、“Change” “Challenge” “Collaboration”の3つの“C”をキーワードに掲げております。

2013年9月の経営統合後、一つのグループとしていかに融合していくかという課題を最優先してまいりました。しかしながら、今一度原点に立ち返り、現場である店頭の力を強化することが必要だと考えております。「ACE18」の3カ年においては、今後長期に渡って企業価値を向上させ、株主のみならず皆様のご期待に応えるための施策を積極的に実行してまいります。個々のブランドの戦略を明確にすることで営業力・ブランド力を磨き、将来の成長市場に主戦場を広げていくための最適な投資を行ってまいります。また、他社と差別化された優位性ある商品づくりを可能にする店頭起点の小売型SPA^{*1}体制を構築し、OEM/ODM^{*2}体制についてもさらに精度を高めることで、「旬な商品」を、「良質」かつ「手頃な価格」で提供できる仕組みを整えてまいります。

これからの私たちの成長のためには、新しい企業文化・風土の醸成、すなわちアダストリアとしての新たな社風が必要です。私たちは共有・共働・共感を社風として一つとなり、お客様の幸せを行動の目標として、さらなる成長を目指しグループ全社を上げて取り組んでまいります。

株主のみならず皆様におかれましては、引き続きご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

^{*1} SPA：企画から生産、販売までを一貫して自社で行うビジネスモデル。

^{*2} OEM/ODM：企画、生産を取引先に委託し、仕入れた商品を販売するビジネスモデル。

Adastria Change
Challenge
Collaboration for Evolution 2018.

“Change”

将来の成長市場に主戦場を広げていく

“Challenge”

店頭起点の小売型SPAとなり、オリジナリティを高める

“Collaboration”

共有・共働・共感を社風とし、お客様の幸せを行動の目標とする

基本戦略

戦略
1

基幹ブランドの育成

戦略
2

ミドル～シニアマーケットの積極的開拓

戦略
3

マルチブランド戦略の深化

戦略
4

WEBを通じた顧客拡大

戦略
5

ライフスタイル新カテゴリー開発

小売型SPA体制構築 OEM/ODM体制の推進
「旬な商品」を「良質」かつ「手頃な価格」で提供する

企業文化・風土
共有・共働・共感

新中期経営計画「ACE18」基本戦略

アダストリアが新しいステージを目指すための、5つの基本戦略をご紹介します。

		2015年/2期実績	2016年/2期予想	2018年/2期目標
数値目標	売上高	1,845億円	1,898億円	2,100億円
	営業利益	59億円	70億円	148億円
	営業利益率	3.2%	3.7%	7.0%
	EBITDA	157億円	163億円	240億円
	ROE	1.1%	5.2%	13.8%

戦略1

基幹ブランドの育成

グローバルワーク、ニコアンドを、世界で通用するメジャーブランドに育成いたします。

グローバルワーク



新内装への改装を進め、店頭のビジュアルを統一いたします。品揃えが充実して買いやすい、お客さまにとって居心地の良い場所を実現いたします。



従来得意とするカジュアルを中心に、スポーツ等の新たなカテゴリーを広げ、世界で戦うことを可能にする品揃えを強化してまいります。

ニコアンド



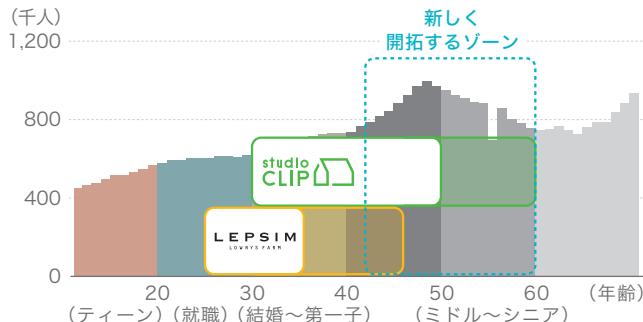
ブランドの世界観を充分に表現できる大型店の展開を可能にする、飲食や家具などの新しいカテゴリーの開発に着手しております。

戦略2

ミドル～シニアマーケットの積極的開拓

人口構成の変化に対応して、スタディオクリップ、レプシムローリーズファームのターゲット顧客を拡大してまいります。

2020年女性の人口分布と新規マーケット開拓イメージ



スタディオクリップ



キッチン&グロッサリー、カフェ、ガーデンなどのカテゴリーごとにカセット化した売場を組み合わせることで、多彩な店舗づくりを実現いたします。お客さまの生活エリア内に、品揃えが異なる複数の店舗の出店が可能になります。

戦略
3

マルチブランド戦略の深化

ブランドごとのポジションを明確にし、ブランド特性や役割に合った戦略を実行してまいります。



グローバルブランドに育成する基幹ブランドや、国内で成長ポテンシャルのあるブランドが投資の中心となります。立ち上げ期にあるブランドへの投資も選択と集中を進め、メリハリある投資戦略を進めてまいります。

戦略
4

WEBを通じた顧客拡大

自社ECサイトを、衣料物販サイトから顧客が集まるコミュニティサイトへと進化させてまいります。



2014年11月に統合した自社ECサイト[.st] (ドットエスティ)をプラットフォームとして、顧客データを活用した新たなコンテンツの開発を進めてまいります。お客さまとの接点を拡大・多様化し、WEBと実店舗のシナジー効果を生む、新しい小売りの在り方を追求いたします。

戦略
5

ライフスタイル新カテゴリー開発

お客さまの求めるライフスタイル(衣食住)に対応すべく、新たなカテゴリーを積極的に取り入れてまいります。



トピックス

グローバルワーク

生誕20周年 世界人キャンペーン

グローバルワークは、2014年春、ブランド生誕20周年を迎えたことを機に、世界展開していくブランドヘリブランディングを実施いたしました。全国でオンエアとなったTV-CMでは、自らの夢を追及し、日本から世界へ歩みを進め、その生き方に誇りを持ち清々しい風を吹かせている日本人を「世界人」と位置づけ、キャンペーンの主人公としております。2015年も引き続き、彼らの幸せの価値、幸せの在り方を通じて、ブランドテーマである“幸せを紡ぐこと”をTV-CM、店頭ツール、WEBなどで表現してまいります。



機能性や素材特性を生かした 商品開発に注力

グローバルワークは、ブランドの高いファッション性を重視しつつ、現状の価格帯で出来る最高の品質を提供し、その価値を日本から世界へ発信する世界展開ブランドとしての飛躍を目指しております。当期は、素材パターンを見直し、着心地の良さに注力したベーシックアイテムを拡充いたしました。

そして、ブランド初のスポーツラインとして『ACTIVE』をリリースいたしました。『ACTIVE』は、「ADAPT（適応する）」をコンセプトとした、スポーツにも普段使いにも適応するアイテムを提案しております。

ニコアンド

原宿・明治通りにグローバル旗艦店 「niko and ... TOKYO」オープン

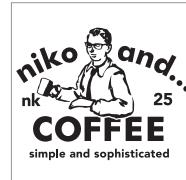
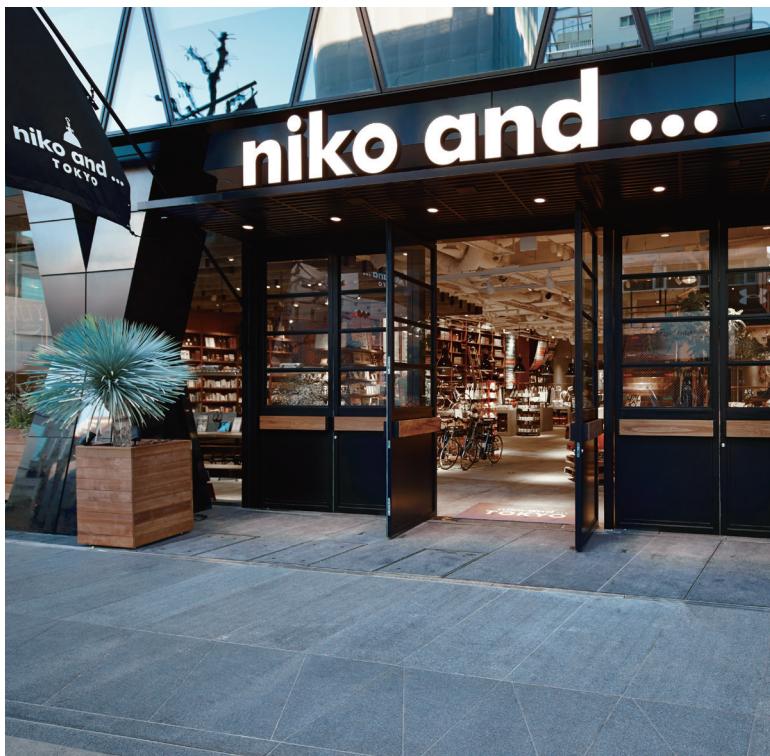


「niko and ... TOKYO」のコンセプトは、「雑誌のように編集し、特集と連載を持つお店」。入り口付近に展開するエディトリアルスペース(編集コーナー)は雑誌の特集と位置づけ、45~60日のサイクルで編集テーマを変えております。

当期は、最初のテーマとして「45日のポートランド」と称し、全米で最も住みたい街と言われるポートランドをピックアップし、ポートランダーのスタイルに着目したアイテムやライフスタイルを紹介いたしました。また第2弾「旅と朝食」では、慌ただしい日常から抜け出して訪れた異国の地で出会う小物や、“あったらいいな”と思う少し贅沢なアイテムをセレクトし展開いたしました。

特集と連載を持ちながら雑誌のようにショップを編集することで、お客さまが立ち寄るたびに、様々な発見や体験を提供いたします。

また、1Fに「niko and ... COFFEE」、2Fに日本初上陸の「navarre」を展開し、お客さまが飲食をしながら自由にくつろいでいただける空間を提供しております。今後も、新型ライフスタイルショップとして新たなステージへとチャレンジしてまいります。



トピックス

スタディオクリップ

ブランドデビュー35周年 スペシャルサイトと店頭フェア



スタディオクリップは、2014年10月、ブランドデビューから35周年を迎えました。35のコンテンツが並ぶスペシャルサイトや店舗でのアニバーサリーアイテムの販売で35周年を盛り上げました。

また、当期においてはワークショップの開催にも力を入れ、計19回の開催で452名のお客さまにご参加いただきました。お買い物だけではなく、お客さまとの新しい接点となる場を今後も創出してまいります。

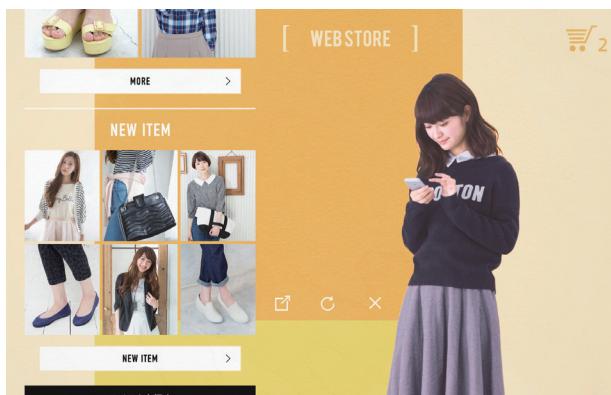


WEB事業

統合WEBストア [.st]がオープン

グローバルワーク、ローリーズファーム、ニコアンドなど18ブランドの直営WEBストアを集結し、2014年11月に[.st] (ドットエスティー)が誕生いたしました。

[.st]は誕生以来、大幅増収を継続しており、当期グループWEB売上高156億円(前期比25%増)を達成いたしました。会員数も当期末に300万人となり、スマートフォンアプリも当期末において100万ダウンロードに達しております。



社会的責任に対する取り組み

アダストリアグループは、国内・海外で約1,300店舗を展開しており、ファッションを通じてお客さまの生活を自分らしく彩るべく企業活動を行っております。そのため、お客さまにより良い商品をより良いサービスでお届けすることが使命であり、支えてくださる多くのステークホルダーとの信頼関係が重要であると考えております。良好な信頼関係を築くために、生産から商品の提供に至るまでの多くの過程において、社会的責任を果たしていくことに努めてまいります。

また、健全な社会形成に寄与するために、自社の経営資源を活かした様々な社会貢献活動にも取り組んでおります。取り組む社会的課題は本業との関連性を考慮し、3つの重点テーマを設定いたしました。

重点テーマ1

環境を守る



健全な企業活動を遂行するためには、地球環境の存続が重要です。地球の持続可能な発展に向けて、環境保全に繋がる活動を行ってまいります。

重点テーマ2

人を輝かせる



継続的に企業が成長していくためには、従業員やお客さまをはじめとする『人』の支えが必要です。ファッションを通じて、多くの人々の未来への希望に繋がる活動を行ってまいります。

重点テーマ3

地域に 貢献する

BEYOND
Tomorrow



商品を生産・販売するためには、国内外の地域との関わりが必要です。地域の継続的な発展と活性化のために、様々なかたちで支援活動を行ってまいります。

マイバッグ推進プロジェクトを開始

地球環境に配慮するため、お会計時にショッピングバッグを辞退されたお客さまに対して、自社ポイントサービス「.st[id] (ドットエスティーアイディー)」のポイントを2ポイント付与する取り組みをスタートいたしました。余分なショッピングバッグを配布しないことで廃棄物とCO₂の削減に貢献いたします。



女性支援活動

性別に関係なくすべての従業員が働きやすい環境を目指し、継続して女性支援活動を行っております。女性のキャリアに関する講演会、社内での女性活躍推進コミットィの発足、「ウィメンズ・エンパワメント・イン・ファッション(WEF)」への参画など様々な活動を実施いたしました。

また、日本財団と協働しスタディオクリップゆめタウン広島店で地域のママたちと交流する「ママカレッジ」を開催いたしました。



65期決算レビュー (2015年2月期)

売上高	184,588 百万円
営業利益	5,981 百万円
経常利益	6,452 百万円
当期純利益	503 百万円

詳しい決算情報については

アダストリアホールディングス [検索 http://www.adastria.co.jp/](http://www.adastria.co.jp/)

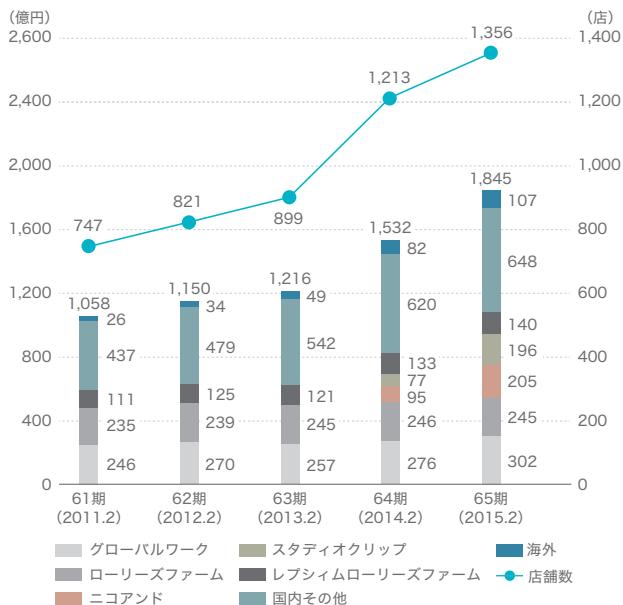
業績 トリニティアーツの新規連結効果もあり 前期比20.4%の増収、 当期純利益も黒字を確保いたしました。

売上高は、前下期よりトリニティアーツを新規連結したこともあり、1,845億円(前期比20.4%増)と大幅に伸ばいたしました。利益面では、アウトレット機能の見直しに伴う在庫処分損、不採算ブランドの休止とシンガポール現地法人撤退に伴う損失で、計16億円の損失を計上したものの、売価コントロールの精度向上による値下げ販売の削減によって、国内小売業の売上総利益率が改善し、営業利益は59億円と前期比3.8%の増益で着地いたしました。店舗減損など19億円の特別損失を計上した結果、当期純利益は5億円の黒字となりました。

ブランド別では、グローバルワーク、ニコアンド、およびスタジオオクリップが好調に推移いたしました。

- ・グローバルワーク 品質と着心地の良さを追求した商品が支持され、グループ初の売上高300億円を達成
- ・ニコアンド 原宿・明治通りにグローバル旗艦店「niko and ... TOKYO」を出店
- ・スタジオオクリップ 積極的な出店による売上増と値下げ販売抑制による収益性改善

店舗数およびブランド別売上高の推移(国内・海外)



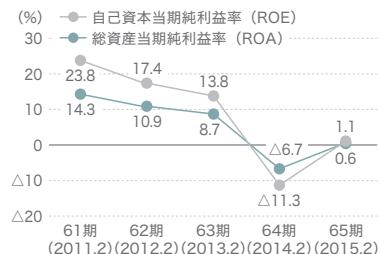
売上高・営業利益



経常利益・当期純利益



自己資本当期純利益率(ROE) 総資産当期純利益率(ROA)



財務

引き続き安定かつ健全な
財務体質を維持しております。

総資産は、売上債権のほか、出店により敷金及び保証金が増加した結果、前期末比49億円増加しました。純資産は、14億円増加し、純資産比率は55.2%と引き続き健全な水準を維持しております。

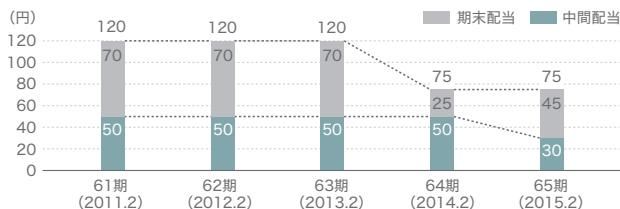
総資産・純資産



株主還元

株主のみなさまへの還元については、のれん償却前連結配当性向30%を目処としつつ、安定性も考慮して実施してまいります。当期の期末配当金につきましては、通期業績を鑑み、当初予定通り1株当たり45円とさせていただきます。この結果、中間配当金の30円と合わせ、年間配当は1株当たり75円となり、のれん償却前連結配当性向は52.9%となりました。

配当金の推移



来期

新中期経営計画の初年度として、
より一層の企業価値の向上を目指してまいります。

【3社合併】

アダストリアホールディングス、ポイント、トリニティアーツは2015年3月に合併し、新生「アダストリア」となりました。(2015年6月1日付で株式会社アダストリアに商号変更)

さらなる経営効率化と迅速な意思決定を可能にし、より一層の企業価値の向上を目指してまいります。

【66期業績見通し】

売上高	189,800百万円
営業利益	7,000百万円
経常利益	7,000百万円
当期純利益	2,400百万円

株主優待制度

株主のみなさまには、株主であると同時に当社ブランドのファンであっていただきたいという思いから、当社の株主優待制度は、商品引換券といたしております。当社株式をご所有の株主のみなさまに、下記内容にて全国の当社店舗でご利用可能な商品引換券を贈呈させていただきます。ご利用可能なお店を店舗検索ページよりご確認ください。

(権利確定日：毎年2月末日)



所有株式数	商品引換券贈呈額
10株以上100株未満	2,000円
100株以上1,000株未満	5,000円
1,000株以上5,000株未満	10,000円
5,000株以上	20,000円

会社概要 (2015年5月28日現在)

名称	株式会社アダストリアホールディングス (2015年6月1日付で株式会社アダストリアに商号変更)
本部住所	東京都千代田区丸の内1-9-2 グラントウキョウサウスタワー 10F
電話番号	03-6895-6000(代表)
設立	1953年10月22日
資本金	2,660百万円
事業内容	衣料品・雑貨等の企画・製造・販売
主要取引銀行	三菱東京UFJ銀行 常陽銀行 みずほ銀行 三井住友銀行
社員数	正社員4,852名(グループ合算)*
店舗	国内:1,250店舗/海外:100店舗*
グループ会社	株式会社FRIENDS Adastria Asia Co., Ltd. 方針(上海)商貿有限公司 波茵特股份有限公司 Adastria Korea Co., Ltd. 株式会社N9&PG 株式会社アダストリア・ゼネラルサポート

物流・生産拠点 国内物流:5拠点 海外生産:10拠点

※2015年2月28日現在

取締役・監査役 (2015年5月28日現在)

代表取締役会長 兼 最高経営責任者(CEO)	福田 三千男	常勤監査役	廣田 滋
取締役 最高執行責任者(COO)	松下 正	監査役	横山 哲郎
取締役上席執行役員	木村 治	監査役	前川 渡
取締役	倉重 英樹	監査役	岩崎 直樹
取締役	松井 忠三		
取締役	阿久津 聡		

※取締役のうち、倉重 英樹、松井 忠三、阿久津 聡は、会社法第2条第15号に定める社外取締役です。

※監査役のうち、廣田 滋、横山 哲郎、前川 渡は、会社法第2条第16号に定める社外監査役です。



株式会社アダストリアホールディングス [証券コード:2685]
〒100-6610
東京都千代田区丸の内1-9-2 グラントウキョウサウスタワー 10F
Tel. 03-6895-6000(代表) Fax. 03-6895-6080

株式の状況 (2015年2月28日現在)

発行可能株式総数	75,000,000株	※2015年5月28日現在
発行済株式総数	24,400,000株	
当事業年度末株主数	26,924名	

大株主(上位10名)

株主名	所有数(千株)	持株比率(%)
株式会社フクソウ	6,619	27.1
豊島株式会社 名古屋本社	1,000	4.1
福田 三千男	720	3.0
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	693	2.8
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	679	2.8
株式会社テツカンパニー	644	2.6
BBH FOR FIDELITY LOW-PRICED STOCK FUND (PRINCIPAL ALL SECTOR SUBPORTFOLIO)	606	2.5
BBH FOR FIDELITY PURITAN TR: FIDELITY SR INTRINSIC OPPORTUNITIES FUND	569	2.3
株式会社良品計画	554	2.3
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	464	1.9

所有者別株式分布状況

所有者	株主数(名)	株式数(千株)	構成比(%)
外国人	175	5,291	21.7
個人・その他	26,516	6,437	26.4
金融機関	32	3,073	12.6
事業会社・その他法人	179	9,400	38.5
金融商品取引業者	22	197	0.8
合計	26,924	24,400	100.0

※個人・その他には自己株式を含めて表示しています。

※株式数は千株未満を切り捨て、構成比は小数点第二位を四捨五入して表示しています。

株主メモ

事業年度	3月1日～翌年2月末日
期末配当金受領株主確定日	2月末日
中間配当金受領株主確定日	8月31日
定時株主総会	毎年5月
株主名簿管理人および 特別口座の口座管理機関 同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂7-10-11 Tel. 0120-232-7111(通話料無料)
上場証券取引所 公告の方法	東京証券取引所 第一部 電子公告により行う 公告掲載URL: http://www.adastria.co.jp/ir/koukoku/ (ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載して行います。)

(ご注意)

- 株主さまの住所変更、単元未満株式の買取請求その他各種お手続きにつきましては、口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に登録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にでもお取次ぎいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。