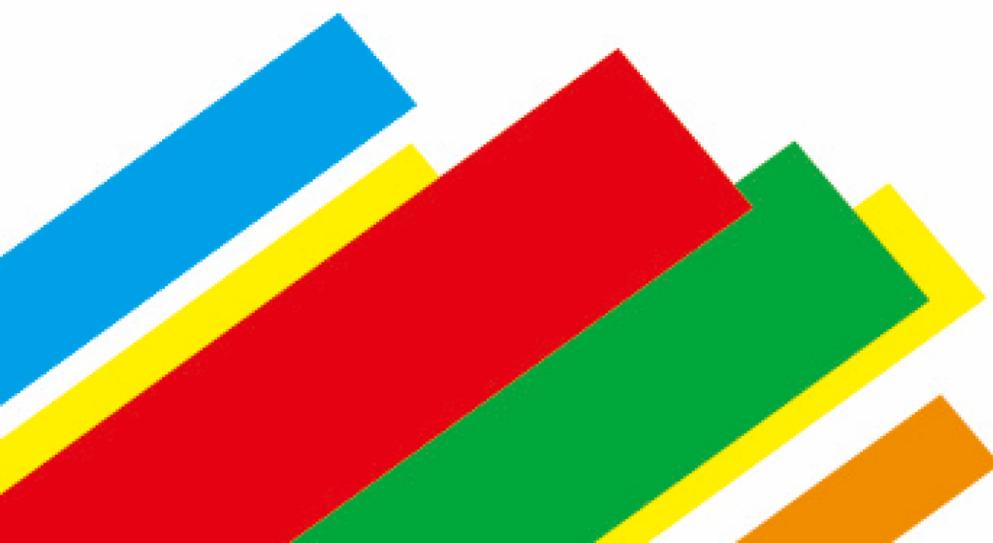


2026年2月期  
第1四半期 決算説明会資料

2025年6月30日



A D A S T R I A  
— *Play fashion!*

---

• 連結損益計算書 サマリー	2	• 固定資産の売却と今期業績への影響	15
• 単体及び子会社売上高・営業利益	6	• 連結貸借対照表	16
• アダストリア単体・ アダストリア+アンドエスティ社 (分割前ベース)	7	• 店舗数・出退店実績	17
• プラットフォーム事業	9	• 各社・事業の計上範囲の変遷	18
• グローバル事業	11	• 通期連結業績予想 (再掲)	19
• ブランドリテール事業	13		

## 全体概要

売上高は前年を上回り、1Qとして過去最高を更新。営業利益は減益も、期初計画通り。

(百万円)

	2025/2期 1Q 実績		2026/2期 1Q 実績		
		構成比		構成比	前年同期比
売上高	74,001	100.0%	77,464	100.0%	104.7%
売上総利益	41,605	56.2%	43,837	56.6%	105.4%
販管費	35,591	48.1%	38,233	49.4%	107.4%
広告宣伝費	2,060	2.8%	2,775	3.6%	134.7%
人件費	13,090	17.7%	13,770	17.8%	105.2%
設備費*	12,593	17.0%	13,677	17.7%	108.6%
その他	7,846	10.6%	8,010	10.3%	102.1%
営業利益	6,014	8.1%	5,603	7.2%	93.2%
経常利益	6,288	8.5%	5,423	7.0%	86.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,405	6.0%	4,374	5.6%	99.3%
EBITDA	8,498	11.5%	8,423	10.9%	99.1%
減価償却費	2,429	3.3%	2,716	3.5%	111.8%
のれん償却費	54	0.1%	103	0.1%	188.3%

\*: 設備費は、地代家賃・リース料・減価償却費の合算

新中計で取り組むプラットフォーム、グローバル、ブランドリテールの各事業はいずれも計画線で進捗。  
売上総利益率は、新中計の方針通り各事業のミックスにより連結で改善。

## 売上高

**774 億円**（前年同期比：104.7%）

• **プラットフォーム事業**

\*連結消去前

**39 億円**

and STへの外部ブランドの参画が順調、卸売も計画線

• **グローバル事業**

**64 億円**

アジアの各国・地域はいずれも堅調で、海外全体では計画線  
売却プロセス中の米国は、期初計画を下振れ

• **ブランドリテール事業**

\*連結消去前

**704 億円**

堅調な需要が支えとなり、各社計画線。特にエレメントルール社が好調

## 売上総利益率

**56.6%**（前年同期差：+0.4p）

- ECのオープン化売上増加と、相対的に粗利率が高い子会社の売上増加により、連結で改善
- アパレル小売では円安進行下でも値入は維持できたが、春物の値引きにより前年対比で若干の悪化

旗艦店出店やブランド認知向上のため、戦略費用として広告宣伝費・設備費が増加しているが、販管費全体では計画範囲内でコントロール。各利益は減益だが、期初計画通りの進捗。

## 販管費率

**49.4%** (前年同期差：+1.3p)

- 広告宣伝費 3.6%** (同：+0.8p +7.1億円) and STとグローバルワークの旗艦店に合わせたPR強化
- 人件費 17.8%** (同：+0.6p +6.7億円) 従業員の処遇改善
- 設備費 17.7%** (同：+0.7p +10.8億円) 旗艦店出店と売上増加に伴う家賃、減価償却費の増加
- その他 10.3%** (同：▲0.3p +1.8億円) カード手数料、小口配送費などが増加も、率としては抑制

## 営業利益

**56 億円** (前年同期比：93.2%)

営業利益率：7.2%      EBIDTDA率：10.9%

## 経常利益

**54 億円** (前年同期比：86.2%)

営業外損益 為替差損2.3億円など

## 当期純利益

**43 億円** (前年同期比：99.3%)

特別損失 店舗減損0.5億円など

# 単体及び子会社売上高・営業利益

- 2024年12月より、自社ECアンドエスティのモール事業をアダストリア単体からアンドエスティ社に分割、2025年3月からBtoB事業も分割
- アンドエスティ社の売上は、ECモールへの出店手数料とBtoBの卸売上、プロデュース費用など
- 単体の減益は、戦略的な広告宣伝費・設備費の増加の他、アンドエスティへの出店費用支払いの影響
- 子会社は総じて好調、飲食のゼットンは決算期変更による対象月の違いもあるが、同月対比の実質でも約110%の伸び

(百万円)

	2025/2期 1Q 実績		2026/2期 1Q 実績		
		構成比		増減	前年同期比
<b>売上高</b>	74,001	100.0%	77,464	3,463	104.7%
アダストリア単体 *1	59,814	80.8%	59,913	99	100.2%
アダストリア+アンドエスティ *2	-	0.0%	61,460	1,645	102.8%
国内子会社 *3	6,353	8.6%	6,670	316	105.0%
海外子会社 *4	5,900	8.0%	6,498	598	110.1%
ゼットン（飲食子会社） *5	2,985	4.0%	3,826	840	128.2%
<b>営業利益</b>	6,014	8.1%	5,603	▲ 410	93.2%
アダストリア単体 *1	5,841	7.9%	3,511	▲ 2,330	60.1%
アダストリア+アンドエスティ *2	-	0.0%	4,624	▲ 1,217	79.2%
国内子会社 *3	416	0.6%	713	296	171.2%
海外子会社 *4	31	0.0%	169	138	542.5%
ゼットン（飲食子会社） *5	▲ 305	▲ 0.4%	59	364	-

\*1：2026年2月期は(株)アンドエスティ分社後の数値

\*3：2025年2月期は、(株)BUZZWIT・(株)エレメントルール・(株)ADOORLINKの単純合算  
2026年2月期は、(株)BUZZWIT・(株)エレメントルールのみ単純合算

\*2：2026年2月期は(株)アンドエスティ社とアダストリア社との連結消去を加味した2024年2月期と同じ基準の数値

\*4：海外法人(中国大陸・香港・台湾・タイ・フィリピン・米国)は1月～3月、売上高は内部取引消去後、営業利益は単純合算  
\*5：(株)ゼットンは、連結調整後。2025年2月期は2月～4月、2026年2月は3月～5月

- 4月は気温が低く伸び悩んだが、3月・5月は順調に推移し、既存店・全店ともに増収。買収した2ブランドが新店に含まれる
- 単体の売上総利益率は、値入は維持できたが春物の値引きにより前年対比で若干の悪化
- 分割前ベースでの売上総利益率は、オープン化売上の拡大と、相対的に粗利の低い卸売事業の比率低下により改善も、計画は届かず
- 広告宣伝費、設備費は増加したが、販管費全体では計画範囲内でコントロール。営業利益は計画線で着地

(百万円)

	2025/2期1Q 実績	2026/2期1Q 実績			
		アダストリア		アダストリア+アンドエスティ	
			前期比		前期比
売上高	59,814	59,913	100.2%	61,460	102.8%
（卸売事業を除く全店前年比）*	104.3%	104.8%	-	-	-
（既存店前年比）*	102.6%	101.1%	-	-	-
売上総利益	33,101	32,953	99.6%	34,089	103.0%
売上総利益率	55.3%	55.0%	▲ 0.3p	55.5%	+0.2p
販管費	27,259	29,442	108.0%	29,464	108.1%
販管费率	45.6%	49.1%	+3.5p	47.9%	+2.3p
営業利益	5,841	3,511	60.1%	4,624	79.2%
営業利益率	9.8%	5.9%	▲ 3.9p	7.5%	▲ 2.3p
経常利益	6,270	5,118	81.6%	5,828	93.0%
経常利益率	10.5%	8.5%	▲ 2.0p	9.5%	▲ 1.0p

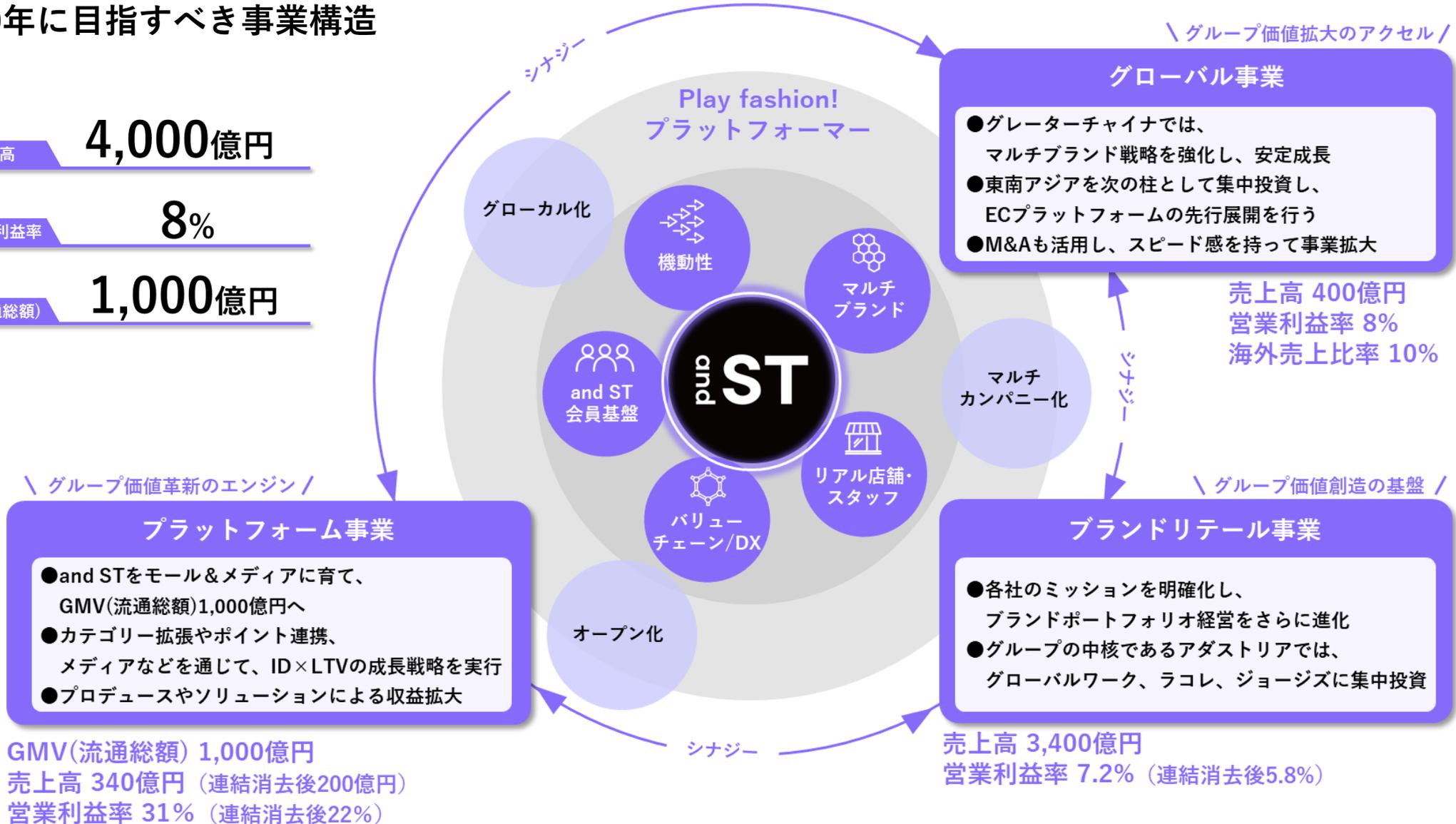
\*：月次発表ベースでの試算

## 2030年に目指すべき事業構造

連結売上高 **4,000億円**

連結営業利益率 **8%**

GMV(流通総額) **1,000億円**



■ オープン化（ECモール事業）へのグループ外のブランド参画数と販売は、計画を上回る推移

and ST GMV

(第1四半期3ヶ月)

117億円

(前年同期比：113.5%)

and ST 総会員数

(5月31日時点)

約2,020万人

(前期末比：+50万人)

内、自社グループ販売

107億円

(前年同期比：105.2%)

アクティブ会員数

約760万人

(前期末比：+10万人)

構成比

91.2%

内、グループ外販売

10億円

(前年同期比：614.6%)

グループ外  
ショップ数

(5月31日時点)

33ショップ

(前年同期比：+24ショップ)

構成比

8.8%

1Q参画グループ外ショップ

Brighte

DEAN & DELUCA



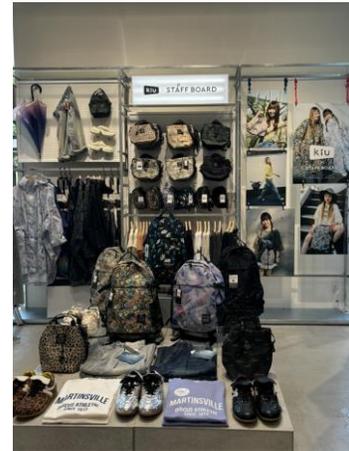
San-ai Resort  
northerly

## ■ and ST TOKYO（旗艦店）4月24日 原宿駅前にオープン

- アダストリアの若年層向けブランドに加え、IPコラボ商品、人気スタッフによる企画商品、インバウンドや観光客向けの限定商品を販売
- オープン化に参画いただいている他社ブランド商品のポップアップも展開
- 人気スタッフの来店イベント、IPコラボキャラクターのイベントなどが盛況で、集客数は目標を上回る推移



Cath Kidston



KiU



(百万円)

	2024/12期 1Q 実績	2025/12期 1Q 実績		
		前期比 (円ベース)	前期比 (現地通貨ベース)	
売上高 *1	5,900	6,498	110.1%	109.1%
中国大陸	938	1,139	121.4%	119.1%
香港	1,151	1,210	105.2%	101.9%
台湾	1,926	2,232	115.9%	119.3%
タイ	78	108	138.1%	128.0%
フィリピン	-	35	-	-
米国 *2	1,805	1,772	98.1%	95.6%
営業利益 *1	31	169	542.5%	1287.7%
中国大陸	▲ 194	▲ 72	-	-
香港	46	38	82.5%	79.9%
台湾	345	432	125.2%	128.8%
タイ	▲ 31	▲ 36	-	-
フィリピン	-	▲ 15	-	-
米国 *2	▲ 134	▲ 176	-	-

\*1：今期より売上高は内部取引消去後、営業利益は内部取引消去前を表記しております。  
この変更に合わせて、前期も同様の表記にしております。

\*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。

- **中国大陸**  
EC販売の好調により増収、赤字縮小
- **香港**  
冬物販売が好調で増収。若干の減益ではあるが、計画線
- **台湾**  
冬物と春物の好調に加え、  
出店と新ブランド展開の継続により増収増益
- **タイ**  
前第3四半期に2号店出店により純増、  
当期3月末にニコアンド3号店を出店
- **フィリピン**  
前期に1号店を出店
- **米国**  
景気の先行き不透明感で卸売事業の不振が継続、減収減益  
売却交渉中

## ■ 台湾にグランドオープンした施設に、ラコレ海外1号店を含む10ブランドを出店

- 3月20日、台湾「三井ショッピングパーク ららぽーと南港」にアダストリアブランド10店舗をオープンし、マルチブランド戦略が進捗
- ライフスタイルブランドのラコレは、海外リアル店舗を初出店。アダストリア台湾アンバサダーを店舗に招いたオープンイベント実施



ららぽーと南港 (ナンガン)

〈出店ブランド〉

GLOBAL  
WORK

niko and ...

LOWRYS  
FARM

studio  
CLIP

LAKOLE JEANASiS HARE

RAGEBLUE Heather repipi armario

- **エレメントルール** 全ブランドが前年売上を上回り、粗利率も改善し増収増益
- **バズウィット** 在庫抑制により減収も、主要ブランドは好調で利益率改善、増益
- **ゼットン** 決算期変更影響を戻した同月対比でも売上前年比110%、稼働管理により人件費効率が改善し増益
- **アダストリア** グローバルワークはベーシックライン「グローバルワーク スマイルシードストア」の展開休止による一時的影響があり、それを除くと101%。低気温で春物がやや苦戦  
ニコアンドとレプシムは春夏商材も引き続き好調、ラコレは出店が進捗
- ◆ **国内EC** EC比率：28.1%、自社EC比率：14.4%

		売上高(百万円)			店舗数	
		2025/2期1Q	2026/2期1Q	前年比	2025/2期1Q末	2026/2期1Q末
国内子会社	エレメントルール	3,190	3,714	116.4%	85	82
	BUZZWIT	3,036	3,014	99.3%	30	29
	ゼットン	2,965	3,804	128.3%	74	77
アダストリア	グローバルワーク	14,574	14,545	99.8%	216	222
	ニコアンド	8,593	9,234	107.5%	142	145
	ローリーズファーム	6,148	6,237	101.4%	126	126
	スタディオクリップ	5,625	5,896	104.8%	186	188
	レプシム	3,823	4,576	119.7%	116	116
	ラコレ	3,185	3,538	111.1%	85	94
	ジーナシス	2,942	2,839	96.5%	69	68
	ベイフロー	2,834	2,836	100.1%	64	62

## ■ グローバルワークの旗艦店を銀座にオープン

- 都市部への展開加速に向け、「GLOBAL WORK GINZA」をマロニエゲート銀座3にオープン
- 海外展開本格化の準備として、インバウンド顧客へのブランド認知向上も目指す



## ■ ジョージズが流山おおたかの森S・Cにオープン

- 昨年7月にグループ入りしたジョージズが、主軸の雑貨に加え、アパレルを強化した新フォーマット店舗をオープン
- ライフスタイルブランドとして、大型商業施設も含めた積極的な出店により、前年対比130%の売上拡大を計画



# 固定資産の売却と今期業績への影響

## ■ 物流効率化と投資効率の改善に向け福岡物流センターを売却、他DCの機械化を進める

- 「新中期経営計画2030」には、オープン化を含めた売上拡大を支える物流キャパシティの拡大、将来的な労働力不足に対応する庫内業務の機械化・効率化に向けた投資計画を織り込んでいる。
- 投資効果の観点から、拠点の集約・大型化・機械化が物流戦略の基本方針。
- 福岡物流センターは規模が小さく機械化投資が難しいため閉鎖を進め、2025年9月に売却し、今期第3四半期に特別利益34億円(税引き前)を計上する予定。



# 連結貸借対照表

- 棚卸資産 前年同期末比111.0% トゥデイズスペシャル、ジョージズ、カリマーが純増
- 有形固定資産 リアル店舗の新規出店による増加
- 無形固定資産 M&Aによるのれんと無形資産、商標権の増加など
- 負債 M&Aによる一時的な借入金増加など
- 純資産 純資産比率は53.2%、前年同期末比▲3.4p

(百万円)

	2024年5月末		2025年2月末		2025年5月末			
		構成比		構成比		構成比	2024年5月末比	2025年2月末比
流動資産	69,960	53.3%	67,173	50.5%	78,078	53.1%	+8,117	+10,904
現預金	20,156	15.4%	21,143	15.9%	23,566	16.0%	+3,410	+2,423
棚卸資産	26,956	20.6%	29,082	21.8%	29,921	20.4%	+2,964	+838
固定資産	61,214	46.7%	65,935	49.5%	68,848	46.9%	+7,633	+2,912
有形固定資産	25,091	19.1%	26,864	20.2%	27,384	18.6%	+2,293	+520
無形固定資産	12,590	9.6%	14,683	11.0%	16,093	11.0%	+3,503	+1,409
のれん	1,054	0.8%	2,673	2.0%	2,881	2.0%	+1,827	+208
投資その他資産	23,532	17.9%	24,387	18.3%	25,369	17.3%	+1,837	+982
総資産	131,174	100.0%	133,108	100.0%	146,926	100.0%	+15,751	+13,817
負債	56,921	43.4%	55,908	42.0%	68,719	46.8%	+11,798	+12,811
借入金	1,216	0.9%	0	0.0%	10,737	7.3%	+9,521	+10,737
純資産	74,253	56.6%	77,200	58.0%	78,206	53.2%	+3,953	+1,006
自己株式	▲ 7,384	▲ 5.6%	▲ 5,627	▲ 4.2%	▲ 6,177	▲ 4.2%	+1,207	▲ 549

# 店舗数・出退店実績

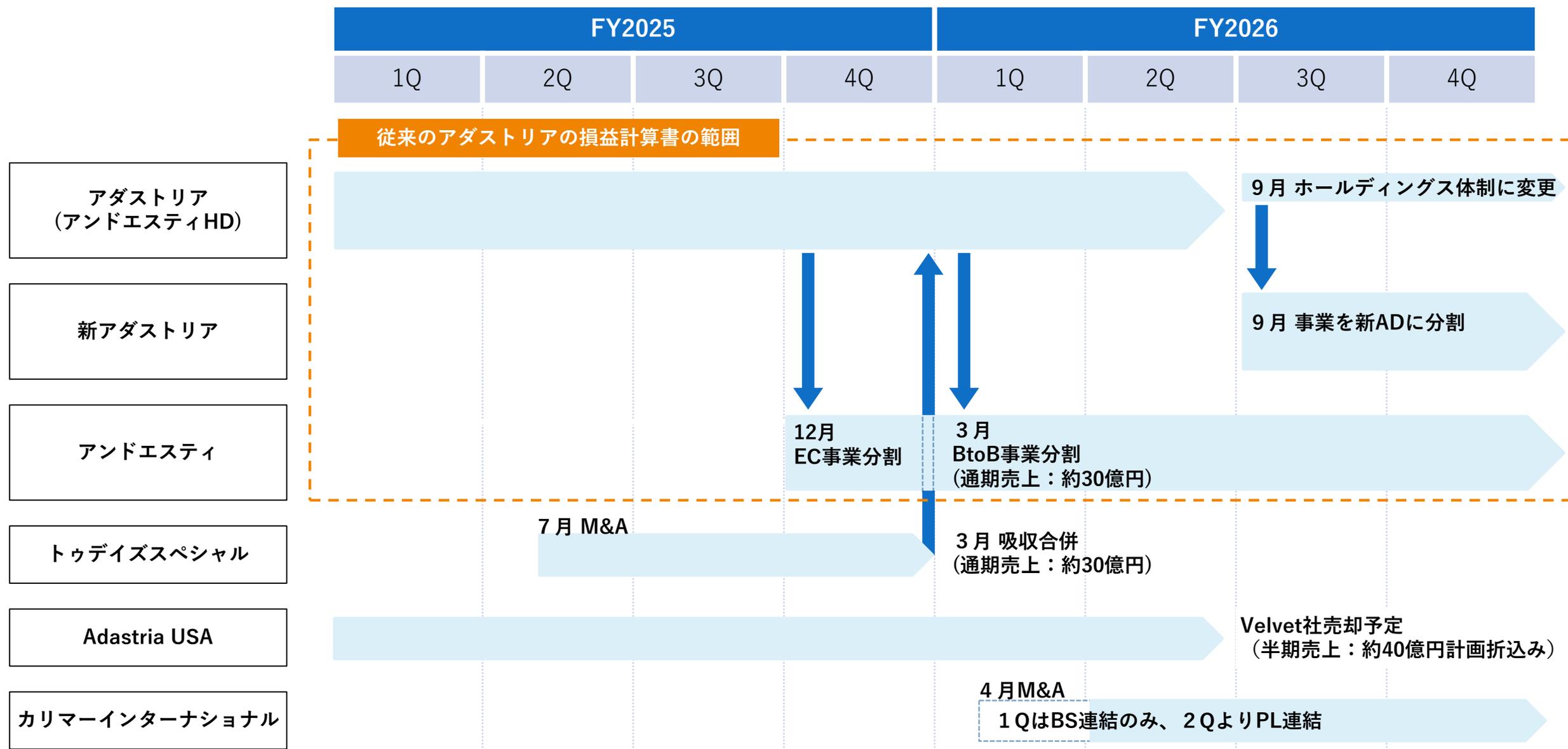
	2025/ 2期		2026/2期 1Q末			
	1Q末 店舗数	期末 店舗数	出店	変更	退店	期末 店舗数
グローバルワーク	216	216	6	0	0	222
ニコアンド	142	145	0	0	0	145
ローリーズファーム	126	125	2	0	▲1	126
スタディオクリップ	186	187	1	0	0	188
レブシム	116	115	1	0	0	116
ラコレ	85	91	4	0	▲1	94
ジーナシス	69	69	1	0	▲2	68
ベイフロー	64	62	0	0	0	62
その他 *1	278	270	9	23	▲2	300
<b>アダストリア合計</b>	<b>1,282</b>	<b>1,280</b>	<b>24</b>	<b>23</b>	<b>▲6</b>	<b>1,321</b>
(うちWEBストア)	(64)	(65)	(0)	(3)	(0)	(68)
<b>国内子会社合計 *2</b>	<b>123</b>	<b>135</b>	<b>8</b>	<b>▲20</b>	<b>0</b>	<b>123</b>
(うちWEBストア)	(54)	(48)	(1)	(0)	(0)	(49)
<b>国内合計</b>	<b>1,405</b>	<b>1,415</b>	<b>32</b>	<b>3</b>	<b>▲6</b>	<b>1,444</b>
(うちWEBストア)	(118)	(113)	(1)	(3)	(0)	(117)

2026/2期 1Q連結で改装15店舗

\*1 : 2025/2期まで国内子会社合計に集計していた(株)トゥデイズスペシャルの店舗を、2026/2期 1Qより(株)アダストリアの「その他」に合算

\*2 : 2026/2期 1Qより株式を取得したカリマーインターナショナル株式会社の店舗数3店舗を「変更」に記載

	2025/ 2期		2026/2期 1Q末			
	1Q末 店舗数	期末 店舗数	出店	変更	退店	期末 店舗数
中国大陸	14	14	0	0	▲1	13
香港	28	29	0	0	0	29
台湾	73	81	10	0	▲1	90
タイ	2	3	1	0	0	4
フィリピン	-	1	0	0	0	1
米国	10	11	0	0	0	11
<b>海外合計</b>	<b>127</b>	<b>139</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>▲2</b>	<b>148</b>
(うちWEBストア)	(27)	(28)	(0)	(0)	(0)	(28)
ゼットン (飲食子会社)	74	76	1	0	0	77
<b>連結合計</b>	<b>1,606</b>	<b>1,630</b>	<b>44</b>	<b>3</b>	<b>▲8</b>	<b>1,669</b>
(うちWEBストア)	(145)	(141)	(1)	(3)	(0)	(145)



## ■ 通期業績予想を据え置き

(百万円)

	2025/2期 実績	2026/2期 通期	
		予想	前期比
売上高	293,110	305,000	104.1%
売上総利益	160,282	170,000	106.1%
売上総利益率	54.7%	55.7%	+1.0p
販管費	144,771	151,000	104.3%
販管費率	49.4%	49.5%	+0.1p
営業利益	15,510	19,000	122.5%
営業利益率	5.3%	6.2%	+0.9p
経常利益	15,964	19,000	119.0%
経常利益率	5.4%	6.2%	+0.8p
親会社株主に帰属する当期純利益	9,614	12,400	129.0%
親会社株主に帰属する当期純利益率	3.3%	4.1%	+0.8p
ROE	13.1%	15.3%	+2.2p
EBITDA	26,692	30,260	113.4%
減価償却費	10,785	10,850	100.6%
のれん償却費	395	410	103.8%

## 〈計画変動要因〉

- 6月18日に、物流効率化に向けた福岡物流センターの売却を開示、今期約34億円の特別利益計上を予定（税引前）
- 米国事業は譲渡予定のため、上期6か月分を織り込みも、現時点で売却未完了で若干の変動要因である。
- 9月1日からのHD化の単体への影響も含め、中間決算にて計画を精査

## 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。