

2019年8月期(第56期) 第2四半期 決算説明会資料

本資料は2019年4月12日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、予告なしに変更されることがあります。



フェスタリアホールディングス株式会社
(証券コード: 2736)

〒153-0061

東京都目黒区中目黒二丁目6番20号

京急建設イマビル2階

TEL:03-5768-9969 FAX:03-5768-9958

<https://www.festaria.co.jp/>

JASDAQ

売上

(19/2Q)

■ 連結売上高: 50.4億円 (前年同期比3.9%増)

- ・国内既存店売上高は0.1%増と同水準も、新規店舗が堅調で売上伸長に寄与。
- ・ブライダル市場の競争激化も、ブライダル売上が0.4%増となり、全体売上を下支え。

利益

(19/2Q)

■ 連結売上総利益: 32.0億円 (前年同期比3.3%増)

- ・主力商品の“Wish upon a star”は成長鈍化も、引き続き売上総利益を牽引。
- ・ブランド統廃合に伴う改装セールを実施したことも影響し、売上総利益率は0.4ポイント低下。

■ 連結営業利益: 0.2億円 (前年同四半期営業損失1.7億円)

- ・本社スリム化や販促費の効率化により、販管費は前年同期に比べ1.0億円の減少。
- ・販管費の減少に加え、売上総利益の増加により営業損益は黒字に転換。

19/8月期 通期予想

■ 連結売上高: 101.0億円 (前年比4.2%増)

■ 連結営業利益: 2.5億円 (前年比332.6%増)

- ・当第2四半期は利益ベースで下振れも、前年同期比では大幅に改善していることから、引き続き構造改革を柱に通期業績予想の達成を目指す。

I . 損益について

1. 損益概要

店舗政策の効果や構造改革の推進により売上、利益ともに前期から大きく改善

（単位：百万円）

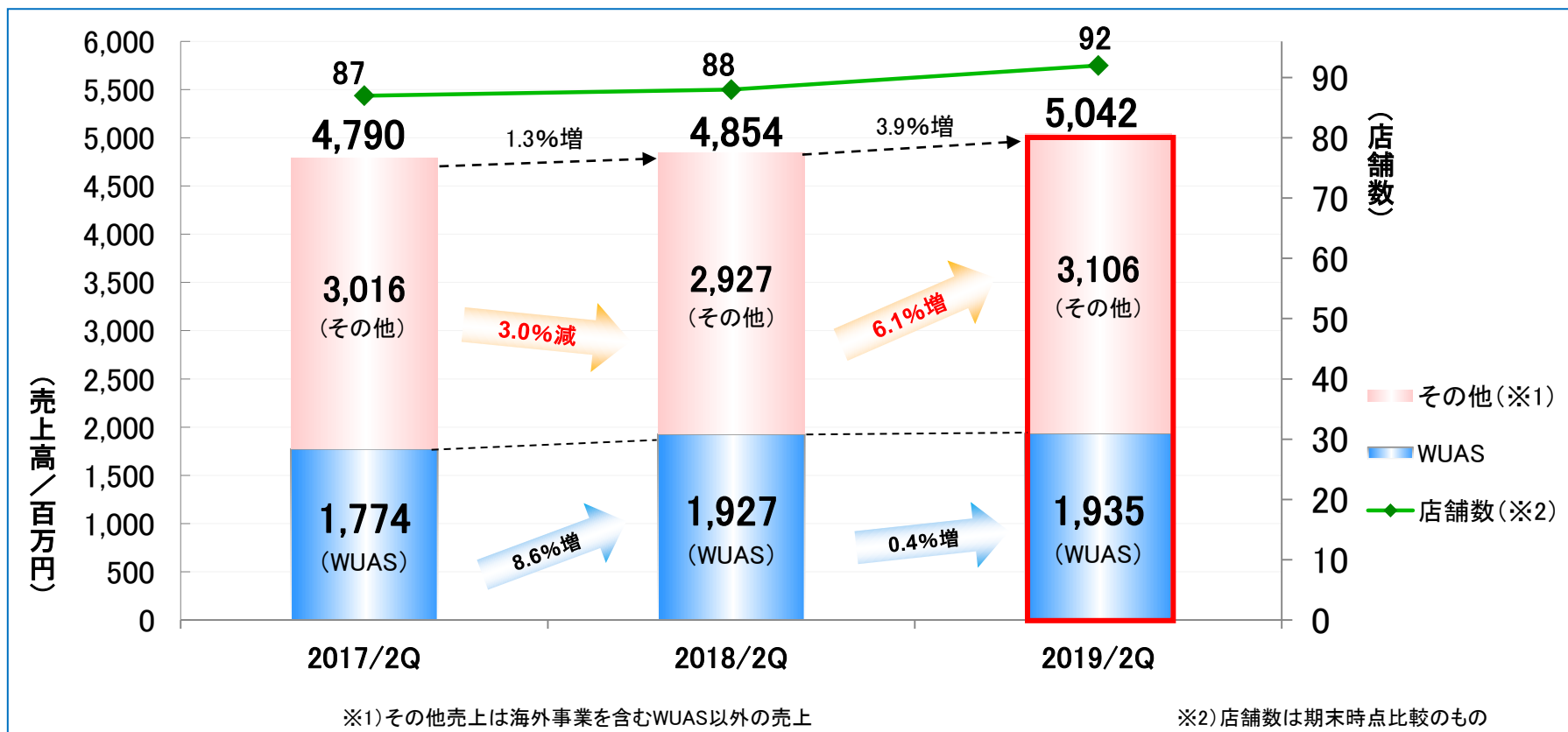
連結	2018/2Q		2019/2Q					
	前期実績	売上比	当期実績	売上比	増減額	前期比	当期計画	計画比
売上高	4,854	100.0%	5,042	100.0%	187	103.9%	4,950	101.9%
売上総利益	3,101	63.9%	3,203	63.5%	101	103.3%	3,217	99.6%
販売費及び一般管理費	3,279	67.5%	3,175	63.0%	△104	96.8%	3,157	100.6%
営業利益	△177	△3.7%	28	0.6%	205	—	60	47.1%
経常利益	△183	△3.8%	16	0.3%	200	—	45	37.7%
四半期純利益	△153	△3.2%	1	0.0%	154	—	15	12.9%

■ 当初計画に対して粗利率減と販管費増が影響し利益面は下振れも、新店効果もあり売上高は計画上振れ。

■ 海外事業は銀座店波及効果により台湾有力物件への出店加速も、現時点では設備投資が先行で収益化が課題。

2. 売上高の状況: Wish upon a starの推移

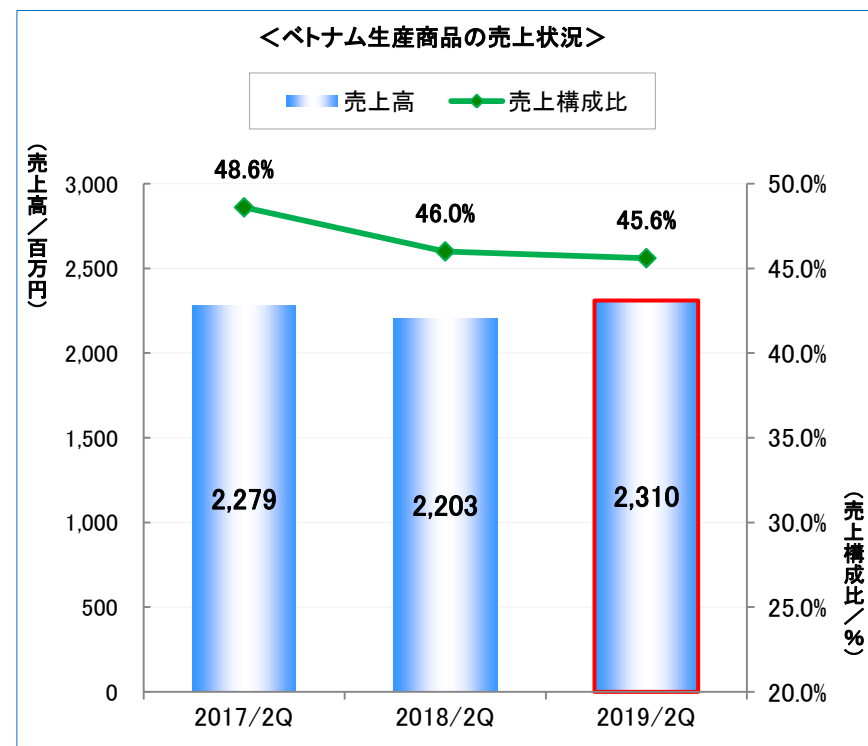
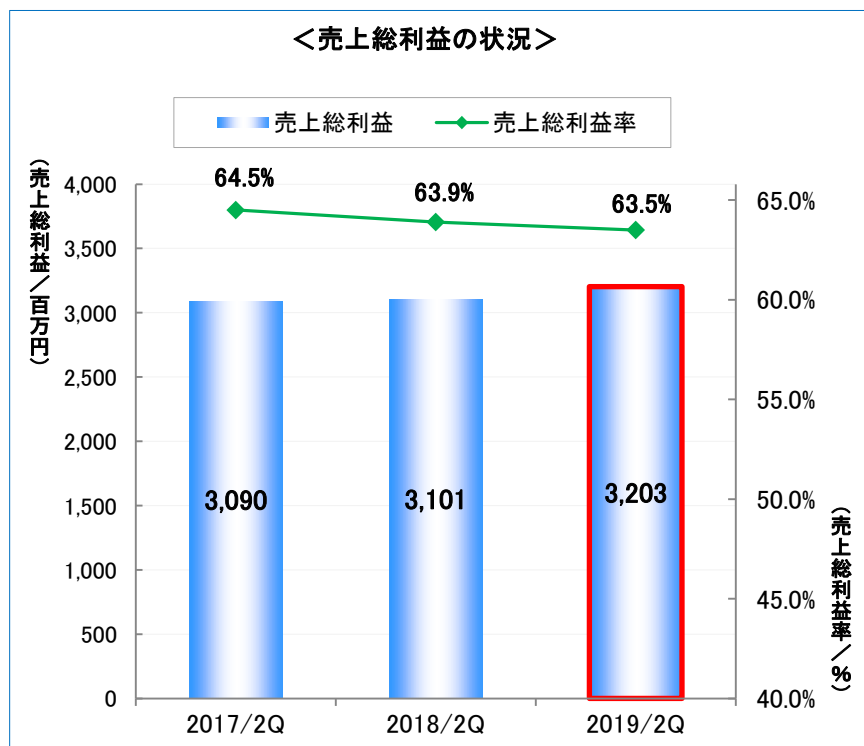
“Wish upon a star”は引き続き業績を牽引も、成長率は鈍化



- “Wish upon a star”は前年同期比0.4%増も、売上高構成比は38.4%と前年同期と比べ1.3ポイント低下。
- 業態変更に伴うセール施策や催事による高額品を中心としたオーダーメイド施策の強化により、その他売上が拡大。

3. 売上総利益の状況

売上総利益は前年同期比3.3%増加も、売上総利益率は0.4%減少



■ WUASの成長鈍化もあり、ベトナム製品での売上構成比は45.6%と減少傾向で推移し、SCMの有効性追求が課題。

■ アウトレット戦略の見直しや業態変更に伴うセール施策の実施が影響し、売上高は伸長も売上総利益率は0.4ポイントの低下。

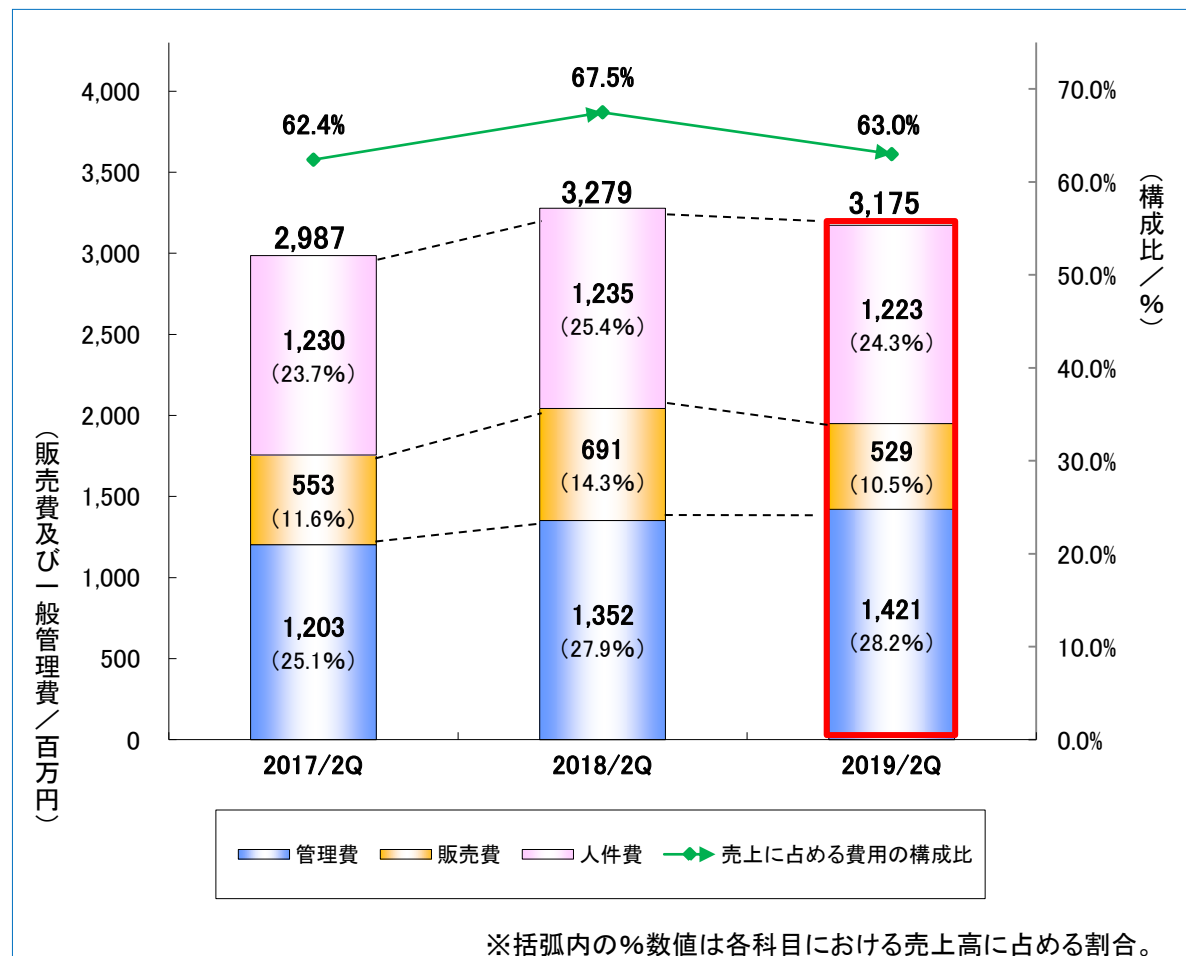
4. 販売費及び一般管理費の状況

本社スリム化や販促施策の効率化推進により販管費は前年同期比3.2%の減少

■ 人件費は、店舗増に伴う店舗人員が拡大も、専門人材の見直しや物流機能の外部委託を含めた本社スリム化を実施したため、前年同期比11百万円の減少(△0.9%)。

■ 販売費は、ブライダル戦略を中心にWEBマーケティングの強化として積極的な広告投資を実施したものの、その他販促施策の合理化を図ったため、前年同期比161百万円の減少(△23.4%)。

■ 管理費は、新規出店や店舗改装に要する費用に加え、物流機能の外部委託に伴う費用等の発生が影響し、前年同期比68百万円の増加(+5.1%)。

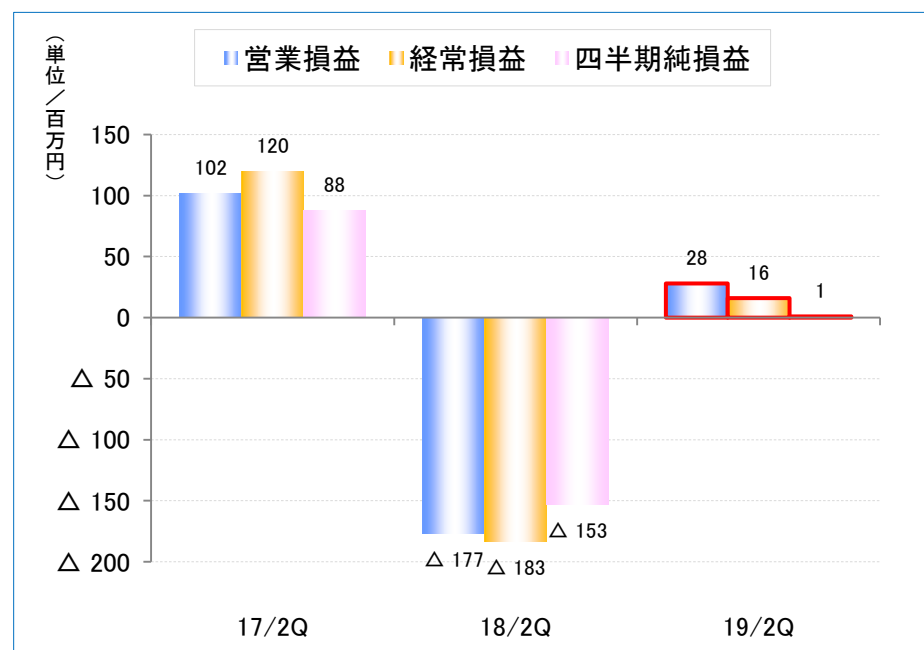


5. 営業損益、経常損益、当期純損益の状況

営業損益が黒字を確保したことにより、経常損益、四半期純損益もプラスに転換

(単位:百万円)

	2017/2Q	2018/2Q	2019/2Q	前年同期 増減率
営業損益	102	△177	28	—
営業外収益	39	18	14	79.5%
営業外費用	21	24	25	106.1%
経常損益	120	△183	16	—
特別利益	26	4	—	—
特別損失	9	4	13	299.5%
税金等調整前 四半期純損益	137	△182	3	—
法人税等	48	△29	1	—
四半期純損益	88	△153	1	—



■ 営業損益は、売上総利益の増加に加え、販管費が減少したため、28百万円(前年同四半期営業損失177百万円)に改善。

■ 経常損益は、営業利益の計上に伴い、16百万円(前年同四半期経常損失183百万円)と黒字に転換。

■ 四半期純損益は、経常利益の計上に伴い、1百万円(前年同四半期当期純損失153百万円)とプラスを計上。

Ⅱ. その他業績について

1. 連結業績(財政状態)

新規出店に伴う設備投資や商品・原材料の増加により総資産は拡大

(単位:百万円)

連結	2018/2Q	2018/4Q	2019/2Q	増減額
流動資産	6,678	6,370	6,714	344
固定資産	2,051	2,125	2,258	132
総資産	8,730	8,496	8,972	476
流動負債	5,376	5,135	5,003	△132
固定負債	1,797	1,658	2,283	624
負債合計	7,173	6,794	7,286	492
純資産	1,557	1,701	1,685	△15

売掛金が131百万円減少も、下期の出店・改装に備え、現預金で187百万円、商品及び製品で214百万円、原材料で84百万円増加したことが要因となり、344百万円の増加。

SC(ショッピングセンター)を中心とした新規出店に伴う店舗設備や差入保証金の増加が影響し、固定資産は132百万円の増加。

「前受金」が62百万円増加も、短期借入金が大きく減少したことが主な要因となり、流動負債は132百万円の減少。

長期借入金の増加が主な要因となり、固定負債は625百万円の増加。

利益剰余金が21百万円減少したこともあり、自己資本比率は18.3%と、前期末から1.2ポイント低下。

2. 連結業績(キャッシュ・フロー)

現金及び現金同等物の期末残高は824百万円に減少

(単位:百万円)

連結	2018/2Q	2019/2Q	増減額	当第2四半期実績の主な要因
営業キャッシュ・フロー	158	△14	△173	税引前四半期純利益:3百万円、 減価償却費:160百万円、売上債権の減少:130百万円 たな卸資産の増加:△302百万円
投資キャッシュ・フロー	△171	△161	9	有形固定資産の取得:△104百万円 差入保証金の差入:△60百万円
財務キャッシュ・フロー	671	365	△306	短期借入金の純減額:△264百万円 長期借入金による収入:+1,150百万円 長期長期借入金の返済:△439百万円
現金及び現金同等物の増減額	660	187	472	
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,284	824	460	
フリー・キャッシュ・フロー	△13	△176	△163	営業CFがマイナスとなり、フリーCF(営業CF + 投資CF)は前年同期比で163百万円の減少。

3. 出退店実績の状況

2019／2Q累計期間では出店9店舗、退店4店舗で前年同期比では4店舗の増加

チャネル	2018／2Q 四半期末店舗数	2018年3月1日～2019年2月28日			2019／2Q 四半期末店舗数
		出店	退店	増減数	
路面店／SC／FB	48	5	3	2	50
百貨店	30	2	1	1	31
アウトレット	4	1	1	0	4
国内店舗 合計	82	8	5	3	85
海外(台湾) 合計	6	4	3	1	7

- ・2019/2Q累計期間の国内出店として、2018年9月にららぽーとEXPOCITY店(SC)、同年10月にセオ八王子(FB)、FKDインターパーク店(百貨店)、同年11月に三井アウトレットパーク入間店(アウトレット)、2019年2月に横浜高島屋店(百貨店)をそれぞれオープン。
- ・2019/2Q累計期間の海外(台湾)出店として、2018年9月に新光三越台中中港店、新光三越台北南西店、新光三越台南中山店、同年12月に三井アウトレット台中港店をそれぞれオープン。
- ・2019/2Q累計期間における退店実績は、国内店舗が4店舗で海外は無し。

Ⅲ. 通期の見通し

1. 当社を取り巻く環境と重点方針

先行き不透明な経済情勢など当社を取り巻く事業環境を踏まえ、
下期以降も当事業年度の重点方針に基づく施策を実行する

■ 外部環境認識

- 企業収益や雇用・所得環境の改善が見られたものの、海外経済の不確実性もあり、景気の先行きは不透明な状況。
- 地域や所得環境を背景とした消費の二極化に加え、消費者の生活防衛意識が根強く、個人消費の回復は緩慢。
- 人材不足に伴う人件費の高騰や業種業態を超えた企業間競争の激化も重なり事業環境は厳しい局面で推移。

■ 当事業年度の重点方針

本社機能
の強化



店舗戦略
の強化

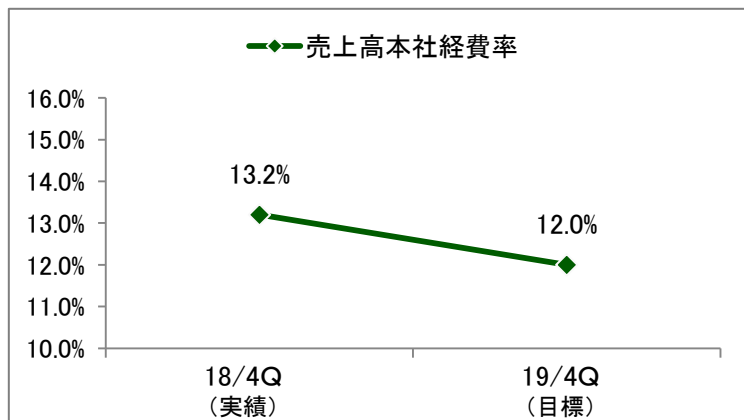
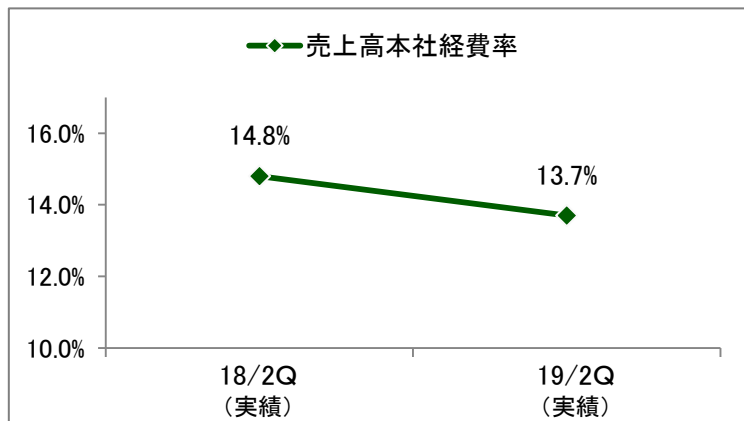


ブライダル関
連需要の
獲得強化

➡ 構造改革を基軸とした当期重点方針の実行により通期業績目標の達成と将来の持続的成長に向けた経営基盤の構築を目指す。

2. 重点方針①本社機能の強化：現状認識と下期方針のポイント

本社機能の強化



現状認識

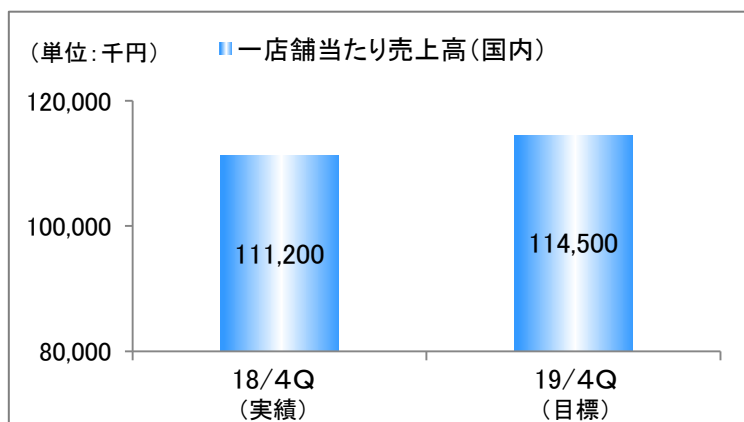
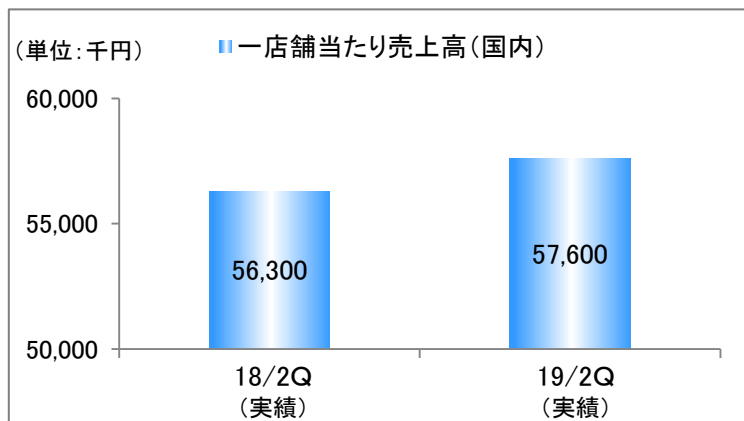
- 物流機能の外部委託
 - 2Qでは並行稼働に伴う一時的な移管費用が発生
- 本社スタッフの配置転換や専門人材の見直し
 - 本社スリム化によるコスト削減を断行
 - 本社スリム化により、特にMD面の体制弱体化が課題
- 売上高本社経費率は前年同期と比較して1.1ポイント改善

下期方針のポイント

- 物流機能移管に伴うコスト効率の改善
- 本社体制の強化・見直しによる本社主導での収益拡大を志向
- 店舗／本社の各種マニュアル整備による業務効率の向上
- これらの取り組みにより売上高本社経費率12%以下を目指す

2. 重点方針②店舗戦略の強化：現状認識と下期方針のポイント

店舗戦略の強化



現状認識

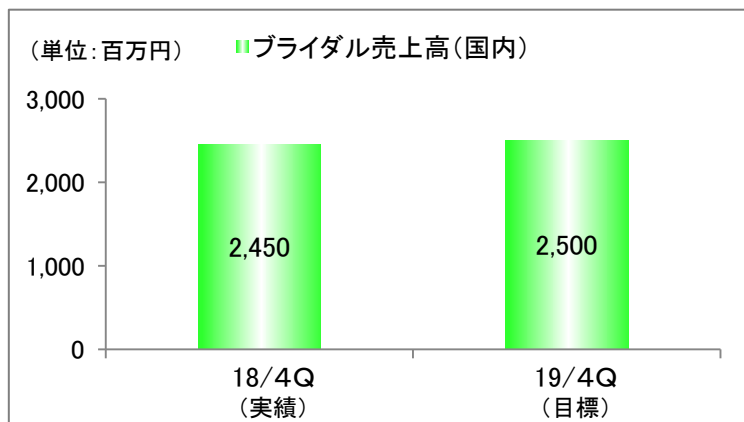
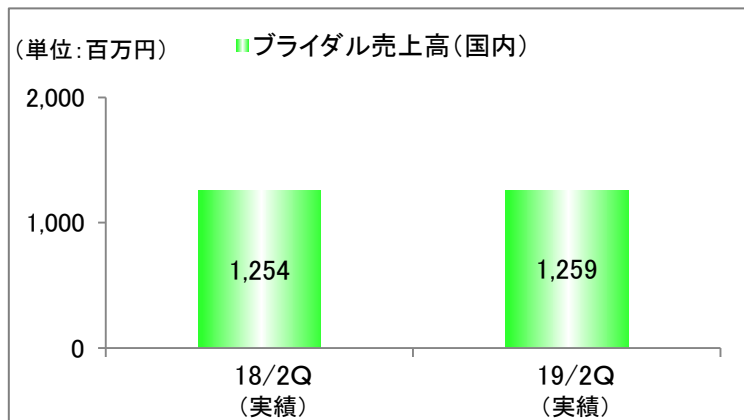
- ・国内外で有力商業施設への出店(国内5店舗、台湾4店舗)を実施
 - －銀座本店のブランド波及効果に基づく店舗戦略を推進
- ・新規店舗が総じて好調をキープし、売上伸長に大きく貢献
- ・地方SCの集客力低下が顕著
 - －業態変更によるセール施策でカバーし、国内既存店は0.1%増

下期方針のポイント

- ・店舗の収益ポテンシャルの向上と収益の最大化を並行推進
 - －銀座本店のブランド波及効果に基づく店舗戦略を継続推進
 - －採用・育成の強化による店舗人員の戦力UPを図る
- ・収益の柱となる店舗戦略を引き続き強化
 - －有力物件の出店と併せて不採算店舗の退店を検討・実行
- ・これらの取り組みにより一店舗当たり売上高の拡大を目指す

2. 重点方針③ブライダル関連需要の獲得強化：現状認識と下期方針のポイント future a HOLDINGS Co., Ltd.

ブライダル関連需要の獲得強化



現状認識

- ・ブライダル来店予約は前年同期比131.8%まで拡大
 - 銀座本店の波及効果が特に首都圏SCの来店数増加に寄与
 - WUASを中心としたWEBマーケティングに販促予算を傾注
- ・ブライダル売上高は前年同期比0.4%増と増収を確保
 - ブライダル市場が力強さを欠くなか、専門店を中心に競争は激化
 - WUASの接客を通じた精神価値の訴求を愚直に追求

下期方針のポイント

- ・銀座本店を中心にブライダル売上の拡大を志向
 - 銀座本店の売上拡大に加え、同店のブランド波及効果を追求
 - WUASを基軸としたWEBマーケティングを国内外で統一展開
- ・専門店対策として商品戦略強化によるシェア獲得
 - エンゲージとマリッジを兼ね備えた差別化商品のブラッヅリングを投入
 - 外部機関の評価証明を基にWUASの優位性・信頼性を再訴求
- ・これらの施策と併せて接客強化による成約率の向上を図る

3. その他取り組み：下期方針のポイント

その他取り組み状況・・・EC事業、海外事業、経営基盤



EC

- ・EC売上は引き続き低調で推移
 - 広告投資の選択と集中で、投資効率を改善
- ・実店舗の強みを活かしたEC戦略の見直し
 - 店舗SNSの戦略的活用強化
 - 店舗オペレーションの整備を踏まえた相互送客の活性化



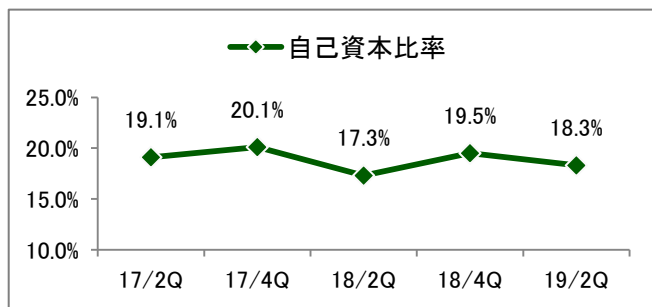
海外

台湾

- ・台湾の軌道化に向け、人事・商品・販促施策を中心にグループサポート体制を強化

ベトナム

- ・顧客起点のSCM構築を柱とした生産体制の質的向上で売上総利益率の改善に注力



経営基盤 在庫

- ・アウトレット戦略の見直し、WUASの販売強化、催事の活用、仕入コントロールの適正化、催事の活用等で在庫圧縮を図る

経営効率

- ・基幹システムの刷新に伴うIT経営の強化
- ・ガバナンス強化による経営の健全性確保

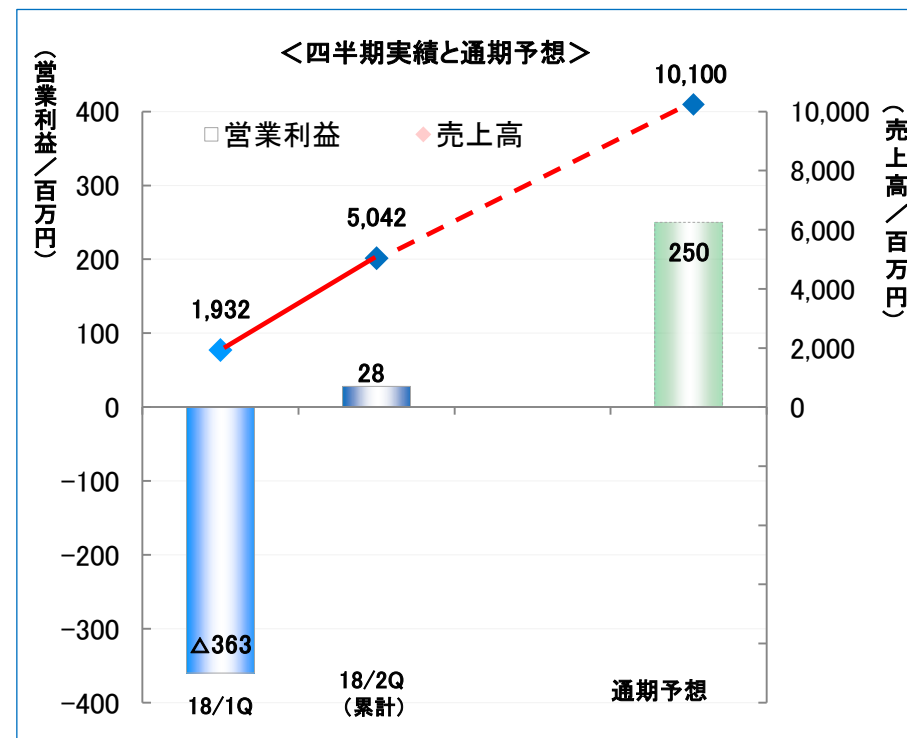
4. 通期(2019年8月期)の業績見通し

2Q会計期間における収益改善策を下期以降も継続し、通期業績の達成を目指す。

<経営成績(連結)>

(単位:百万円)

	19/1Q (会計)	19/2Q (会計)	19/2Q (累計)	通期予想
売上高	1,932	3,110	5,042	10,100
営業損益	△360	389	28	250
経常損益	△364	381	16	210
純損益	△242	244	1	100



➡ 構造改革を基軸とした当期重点方針の実行により通期業績目標の達成と将来の持続的成長に向けた経営基盤の構築を目指す。

IV. トピックス

店舗戦略：国内出店 (2019年8月期)



festaria
VOYAGE

フェスタリア ボヤージュ ららぽーとEXPOCITY店
(2018年9月オープン)



festaria
VOYAGE

フェスタリア ボヤージュ セレオ八王子店
(2018年10月オープン)



bijou SOPHIA

ビジュ ソフィア FKDインターパーク店
(2018年10月オープン)



festaria
bijou SOPHIA

フェスタリア ビジュソフィア 三井アウトレットパーク入間店
(2018年11月オープン)

店舗戦略：国内出店 (2019年8月期)



festaria
bijou SOPHIA



bijou
SOPHIA



festaria
VOYAGE

フェスタリア ビジュソフィア 横浜高島屋
(2019年2月オープン)

ビジュソフィア ゆめタウン高松店
(2019年3月オープン)

フェスタリア ボヤージュ 錦糸町パルコ店
(2019年3月オープン)

2018年12月12日 festaria TOKYO 三井アウトレットパーク台中港店グランドオープン☆



台湾第2の都市台中に出来た、
台湾最大のアウトレットモール
「三井アウトレットパーク台中港店」

数々の有名ブランドが軒を連ねる巨大モールの入口に
「festaria TOKYO」がオープンしました。



織研新聞主催 「百貨店バイヤーズ賞」 5年連続受賞

基幹ブランドであるフェスタリア ビジュソフィアが
百貨店バイヤーズ賞 (レディス) グッドパートナー賞を受賞しました。
昨年の特別賞の受賞に続き、5年連続の受賞となります。



festaria bijou SOPHIA GINZA が2周年を迎えました☆



銀座中央通に面する「フェスタリア ビジュソフィア ギンザ」が2019年3月14日に2周年を迎えました。

シーズナルテーマである“Blooming England”に合わせ花々が咲き誇る店内にて、日頃の感謝を込めた記念イベントを開催いたしました。



会社名	フェスタリアホールディングス株式会社
本社	東京都目黒区中目黒二丁目6番20号
資本金	796百万円(2018年年8月31日現在)
従業員数	連結:568人(2018年8月31日現在)
事業年度	毎年9月1日から翌年8月31日まで
定時株主総会	11月
基準日	8月31日
1単元の株式数	100株
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
上場取引所	東京証券取引所 ジャスダック市場
証券コード	2736

～経営理念～

ジュエリーに愛と夢を込めて 「ビジュ・ド・ファミリーユ」

豊かな気持ち、かけがえのない思い出、ずっと持ち続けていたい夢
私達の使命は、大切なあなたに、ジュエリーとともに愛と夢をお届けしていくことです。