



Festaria Holdings Business Report 2025

第62期 2024.9.1▶2025.8.31

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

証券コード 2736

共感を生む「人」と「情報」を軸に ブランド体験を提供する 新たな事業モデルの創造へ

代表取締役社長

貞松 隆弥 TAKAYA SADAMATSU



精神価値No.1のSPA企業から

想いを未来へつなぐコミュニティ企業へ

従来、当社が進めてきたエモーショナルな価値に重きをおいた精神価値No.1のSPA企業としての事業展開は、モノよりコト、ココロという時代の流れと連動し、大きな成長を生み出してきました。

しかしながら、コロナ禍を機に大きく加速した価値観の多様化・多極化、マス市場の縮小、トレンドの消滅、所得の二極化・三極化など、社会の潮流や消費行動の大きな変化を鑑み、いかにビジネスモデルを進化させるか検討してきました。またAIやブロックチェーンなどの技術が新しい価値集合体を生み出す未来を見据え、持つべきは在庫ではなく情報との認識に至り、顧客・社員から熱く支持される「想いを未来へつなぐコミュニティ企業」として、今までのビジネスモデルを更に進化させ新しい価値創造の道を進む一歩を踏み出しました。その道筋を示したのが、中期5カ年経営計画 festaria 2030です。物語の共有を軸とした価値観に共感するコミュニティの有機的な成長を意図し、強みのさらなる強化+様々な新

規チャンネル（EC/アジアを中心とした海外展開/高感度駅ビル/富裕層/リ・ジュエリー領域など）の創造・構築を通じて、「共感を生む象徴」「参加する場」を新たに作り上げていく考えです。

そもそもfestariaという社名は、イタリア語のfesta（特別な）とaria（場所・空間）の造語であり、今まさに、社名を体現するステージに入ったと言えます。単なるジュエリーブランドとしてではなく、人がつながり、エモーショナルな体感と価値観を共感し合う場を創造するコミュニティブランドへの転換です。ブランドは製品を超えた文化を象徴する存在であり、ジュエリーは長きにわたり、夢を叶える、人生を輝かせる象徴です。その精神価値を中心に、女性が自分らしく生きるためのあらゆる体験を提供するコミュニティを構築する、これがコミュニティ企業化宣言の核心です。

情報を資産化する festaria ONEを礎に

感情を満たす最後のラストワンマイルを充実

この新しいビジネスモデルの中核を支えるのが、共感

型プラットフォーム festaria ONEです。お客様情報のみならず、取引先在庫も含めた在庫データを一元管理し、リアル店舗、ECサイト、SNSなど、どのタッチポイントからでも一貫したブランド体験を提供する360°型CRMを実現する新基幹システムで、2026年6月の本稼働に向け、現在、投資を継続中です。リアルとデジタルの垣根を越え、ブランドを横断して情報を共有するだけでなく、新たな収益構造創出の可能性を拓くインフラであり、この実現により、リアル店舗も顧客接点、接客の場という役割のみならず、情報拠点・倉庫など複合的な機能を担う場、タッチポイントの1つとして再定義されることになります。

AIにより、販売という仕事の形が変わると言われる中、当社は販売の価値は感情を満たす最後のラストワンマイルにあると位置付け、お客様が胸襟を開いてくださる魅力ある人材、想いを形にするコンシェルジュ的な役割を果たせる人材の育成に再注力しています。コロナ禍後、少し時間はかかったものの、その成果は確実に現れはじめ、スタッフDXツール STAFF SNAPにより

スタッフのインフルエンサー化も進んでいます。今後はオンライン上での接客を可能にし、またパーソナルカラー&骨格診断などの資格の取得により、ジュエリーだけでなくファッション全般の提案ができるよう、人材成長を加速させていきたい考えです。また3Dデジタルカスタマイズシステムは、顧客一人ひとりの指の形に合わせた調整・提案が可能となり、プライダリングの成約率を7~8割という高水準に押し上げるに至っています。人の感性とテクノロジーを融合させたこれら2つの取り組みは、当社の強みである感情を満たす体験価値を象徴する、共感型プラットフォームのタッチポイントとして、着実に育ちはじめています。

成長戦略における3段階の進化

その上で、festaria ONEの構築を通じて描く、当社の成長戦略は、大きく3段階に分けられます。

第1段階は、ジュエリーSPA事業のオーガニック成長です。科学的分析に基づく日本一の接客力とオリジナル

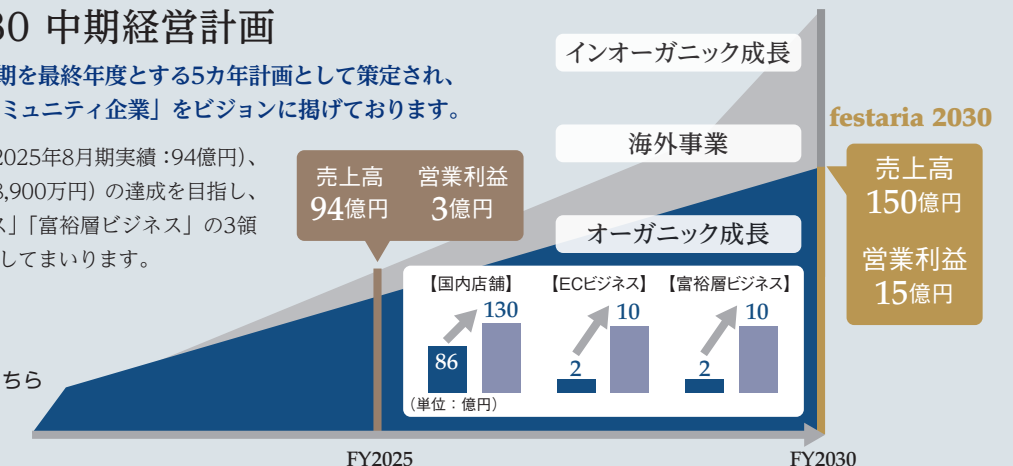
festaria 2030 中期経営計画

本計画は、2030年8月期を最終年度とする5カ年計画として策定され、「想いを未来につなぐコミュニティ企業」をビジョンに掲げております。

連結売上高150億円（2025年8月期実績：94億円）、営業利益15億円（同2億8,900万円）の達成を目指し、「国内店舗」「ECビジネス」「富裕層ビジネス」の3領域を成長の柱として推進してまいります。



◀ 詳細はこちら



商品“Wish upon a star®”ダイヤモンドという当社の強みのバリューアップを軸に、イベントを「集客」「育成」「熟成」の3ステージで設計し、顧客満足にとどまることなく、ブランドロイヤルティを高めていく計画です。

第2段階が、festaria ONEを軸とした新規ドメインの軌道化です。ジュエリーを核としながら、スキンケアやファッション、ギフト領域など、ライフスタイル提案にも踏み出します。M&Aやアライアンス、コラボレーションを通じ、新しい価値の共創を目指します。

そして第3段階が、自社の生産・デジタルインフラを外部提供するプラットフォーム事業による成長です。特に、ベトナム子会社D&Q JEWELLERYの工場は、20年にわたる技術移転の成果により、日本品質を超えるレベルに到達し、3Dデジタルカスタマイズにも対応しています。

詳しくはP.5

クラフツマンシップとコスト競争力の両立により、海外ラグジュアリーブランドからの製造依頼も増加しており、こうした事業基盤をRaaS (Retail as a Service) として提供しながら、収益基盤の拡大を目指します。

コロナ禍で得た教訓から、在庫や店舗を多く抱える従来のSPAモデルを見直し、ライトアセット型×高LTV型の経営へ舵を切りました。国内店舗数は100拠点を上限に店舗以外の新チャンネルを小さく生んで大きく育てる方

針のもと、事業基盤を拡大させるとともに、台湾の事例を踏まえ、アジアを中心とした海外展開も視野に入れながら、事業構造の転換を目指します。

株主の皆様へのメッセージ

この成長戦略を中期経営計画 festaria 2030として、発表できる段階にまで進み、進化の第1段階である既存事業のオーガニック成長だけで売上高150億円を目標に掲げることができました。第2、第3段階は、まだ数値化できない要素が多いところですが、5年間でその解像度を確実に高め、実像として示してまいります。

2025年2月に実施した1:3の株式分割により流動性が高まり、個人株主を中心に株主数が大幅に増加するなど、着実な共感基盤の広がりを感じています。今後は企業としての成長の物語を発信するKPI経営を通じて、ステークホルダーの皆様との対話を強化し、未来期待値と捉えるPERを指標として、企業価値向上と市場理解の促進に努めてまいります。

当社規模の企業がまだこの世に存在しないビジネスモデル創造の絵を描き、チャレンジでき、成し遂げられるチャンスが目の前にあるのが、今という激動の時代です。その可能性にける想いに期待に寄せていただき、一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

社員の声を経営へ—— 社長AI「AIさだちゃん」運用開始

フェスタリアホールディングスでは、社員の意見や課題意識をより迅速に経営へ反映するため、社長のAIチャットボットAIさだちゃんを社内向けに導入しました。

リリースから約2か月で寄せられた問い合わせは322件に上り、内容は「接客・商品知識」「DXによる業務効率化」「キャリア・評価制度」「組織力強化」など、会社の重点テーマと一致していました。

このAIを通じて集約された現場の声を分析し、経営方針や人材育成、業務プロセス改善に活かすことで、お客様に選ばれる体験価値と社員がいきいきと働ける環境の両立を目指してまいります。



社長のAIチャットボット AIさだちゃん

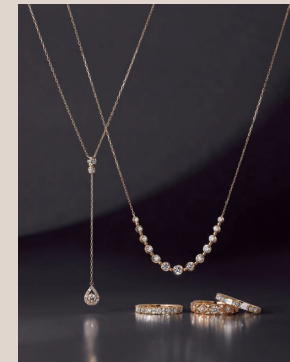
11年連続受賞 織研新聞社主催「2024年度百貨店バイヤーズ賞」

基幹ブランド festaria bijou SOPHIA がレディス部門グッドパートナー賞を受賞。昨年に続く受賞で、11年連続の栄誉となります。本賞は、全国の百貨店バイヤーや販売担当者の推薦により、売上や顧客支持の向上に貢献したブランドや商品を表彰するものです。長年にわたり信頼と支持をいただいていることへの感謝とともに、今後もお客様に選ばれるブランドを目指してまいります。



百貨店バイヤーズ賞授賞式にて

LUX eternal —ルクス エターナル— 時代を超えて想いをつなぐ、色褪せることのない永遠のスタンダード D&Q JEWELLERYのクラフツマンシップが光る新コレクション 伊勢丹との共同開発でデビュー



その名には、ラグジュアリーの語源「luxus」、光を意味する「lux」、そして永遠を象徴する「eternal」の想いが込められています。上質さと不変の価値を体現するこのコレクションは、自社工場D&Q JEWELLERYの職人技の結晶です。“Wish upon a star®”ダイヤモンドをはじめ、精緻な細工はすべて熟練の職人が丁寧に施し、一つひとつ自社工場で作られています。企画・デザイン・素材調達から製造まで一貫して手がけることで、festariaならではの技術と美意識を余すところなく注ぎ込みました。伊勢丹との共同開発を経て誕生したLUX eternalは、現代における真のラグジュアリーを体現する新コレクションです。



7月2日～7月8日までのプロモーション期間中、伊勢丹新宿店にて先行お披露目を行いました。

2025 Autumn / Winter Limited Jewelry

Eternize

その永遠性を「水」で表現したジュエリーコレクション。かけがえのない生命の源である「水」を象徴する「しずく」のフォルムで“Wish upon a star®”ダイヤモンドを包み込むデザイン。海や雲、雨、川をたどり、再び海へと戻る永遠の巡りの中で、その姿を変えながらも私たちに寄り添い、多くの恵みをもたらす「水」のように、身に着ける人の心を癒し、力を与えてくれるジュエリーをお届けします。



フェスタリアホールディングスの製造を担うベトナム自社工場D&Q JEWELLERYと、アジアマーケットの重要拠点・台湾貞松がグループの躍進を支えています。

フェスタリアの品質を支える、 D&Q JEWELLERYのものづくり

D&Q JEWELLERY (以下、D&Q) は、2026年4月に創業20周年を迎えます。社名の「D&Q」はDesign (デザイン) とQuality (クオリティ) ——その名の通り、卓越したデザインと確かな品質の両立を追求し続けてきた姿勢を象徴しています。こうした飽くなき探求と努力の積み重ねにより、D&Qが手掛けるジュエリーを展開するフェスタリアホールディングスは、日本全国の百貨店バイヤーが

リングのロウ付け：金とプラチナを溶接する工程



選出する「織研新聞 百貨店バイヤーズ賞」を11年連続で受賞。日本を代表するジュエリーSPA企業として、取引先およびお客様から高い信頼と評価をいただいています。

すべての工程を自社で完結する、 全工程一貫製造の強み

D&Qの最大の特長は、ジュエリー製造に関わるすべての工程を一つの拠点で完結できる、全工程一貫製造体制を実現していることです。

一般的なジュエリー工場では、鋳造やメッキなど一部の工程を外部に委託するケースも少なくありません。しかしD&Qでは、企画・原型製作・鋳造・仕上げ・検品に至るまで、すべてを自社内で行う体制を整備。

各工程において一切の妥協を許さず、常に高品質なD&Qクオリティを生み出しています。

技術を磨き、継承し続ける—— グローバルな技術交流

この20年間、D&Qは品質向上を目的に、国内外での技術研鑽に積極的に取り組んできました。ベトナム国内だけでは得られない高度な技術を習得するため、日本の協力工場での長期研修を実施。日本の熟練職人から製造技術を学び、その知見を持ち帰って現地に展開することで、技術レベル



精密なCADの操作、リングのサイズ調整を行う熟練マイスター

を着実に高めてきました。また、日本から技術者をベトナムに派遣して直接指導を行うほか、特許技術を含む独自の製造技法を技術移転するなど、グループ内での技術共有を積極的に推進。またある時は、ニューヨーク在住のハイジュエリー職人を招聘し、現地で高度な技術指導を実施しました。D&Qの職人たちは技術向上への意欲が非常に高く、新たな技法の習得が早いことも大きな強みです。この不断の努力が、D&Qのものづくりを支える礎となっています。

誇りと責任が生む、本物の品質

D&Qのジュエリーが高く評価される理由——

それは、一人ひとりの職人が高い誇りを持ち、それぞれが任された工程を丁寧に、妥協なく仕上げているからです。その真摯な姿勢が積み重なり、最終的に美しさと信頼性を兼ね備えたジュエリーが完成します。

フェスタリアの想いを、かたちに。

D&Qのものづくりの根底には、フェスタリアホールディングスのミッションである「ビジュドファミーユ (家族の宝石)」を未来へつなぐという想いが息づいています。株式会社サダマツ、台湾貞松と同じ志のもと、D&Qは長く愛される高品質のジュエリーを創り続け、想いを受け継ぐジュエリーというフェスタリアの理念を、確かな技術で支えています。

Quality is our pride.
想いを、品質にかえて。D&Q JEWELLERY



台湾貞松股份有限公司

ともに成長し、次のステージへ

台湾貞松は、常に自己成長し続け、挑戦を恐れないチームづくりを目指しています。全9店舗体制となった今、採用・育成のさらなる強化、生産性の向上に注力してまいります。また、台北地区ではブランド認知が着実に進んでいる一方で、今後は中南部エリアでのブランド価値向上を重点課題とし、地域全体での発信力を高めていきます。

店長会風景(山口新司総経理、各店舗の店長)



株主優待制度を拡充

株式分割に合わせて、株主優待の内容を大きく見直しました。
コミュニティ企業を目指し、株主の皆様にも当社の商品をご覧いただき、お買物を楽しみながらファンになっていただけるよう、株主優待としてfestaria ONLINE SHOPのクーポンを充実させました。

100株以上	割引クーポン (1万円分)
300株以上	A. 割引クーポン(1万5千円分) B. 自社オリジナルジュエリー(1万円相当)
500株以上	A. 特別優待券(2万円分) B. 自社オリジナルジュエリー(1万円相当)と割引クーポン(1万5千円分)
1,000株以上	A. 特別優待券(3万円分) B. 自社オリジナルジュエリー(1万円相当)と特別優待券(2万円分)
2,000株以上	A. 特別優待券(5万円分) B. 自社オリジナルジュエリー(1万円相当)と特別優待券(4万円分)

※株主優待の海外発送は行っておりません。日本国内の発送先住所をご指定ください。

ご保有の株数に応じて、なんと最大5万円分!! 特別なジュエリーをお選びください

指定店舗の優待券(紙・WEB)は利用率が低かったため廃止しました

◆ お好きなジュエリーを選べる割引クーポンと特別優待券

割引クーポンと特別優待券の違いは?

割引クーポン

1回のご注文で、税抜2万円以上の商品1点のみご購入いただけます。

特別優待券

1回のご注文で複数商品のご購入も可能です。特別優待券を適用した後に1円以上のお支払いが必要です。

◆ 自社オリジナルジュエリーも引き続きお選びいただけます

毎年ご好評をいただいていたオリジナルジュエリーも選択肢の1つとして継続しております!
今回は優待拡充記念でネックレスとブレスレットのセット。縁起の良い干支モチーフをぜひお楽しみください。



※写真はサンプルのため実際の商品とは一部異なります

【商品名】ローレル・ラック

2026年の干支にちなんだホースシューデザイン

「幸運と栄光」ふたつの力をあなたの胸にリバーシブルでお楽しみいただけます。

リズムカルにキラキラと光を反射するチェーンはネックレスとブレスレットをセットアップでお使いいただくほか、連結すると頭からかぶれて便利な62cmのロングネックレスとしてご使用いただけます。

今年はトップにも変色しにくいステンレス素材を採用しました

◆ 株主様マイページのご案内

<https://admin.prius-pro.jp/m/festariaHD/>



株主番号と郵便番号(ハイフンなし7桁)でログインできます

2025/12/31 までにお申込みください

株主様マイページでできること

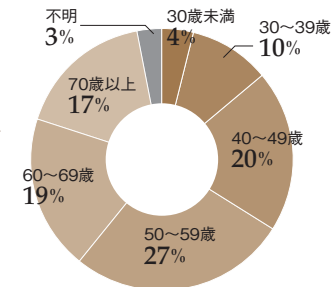
- ◆ 株主優待のお申込み
- ◆ 発送されたオリジナルジュエリーのお問い合わせ番号の確認
- ◆ 発行されたクーポンコードの取得

割引クーポン・特別優待券のコードは株主様マイページにご自身でアクセスして取得いただけます。メール送付ではないのご注意ください。

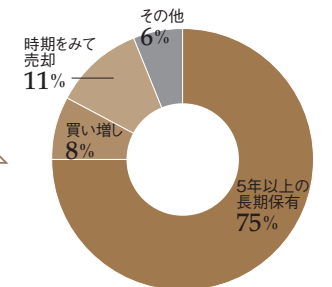
株主アンケート結果報告

昨年度のアンケートには多くの株主様にご回答いただきました。ご協力ありがとうございました。株主様のお声は取締役会、経営会議に報告しています。また今回の株主優待制度の見直しでも参考にさせていただきました。お寄せいただいた貴重なご意見の一部をご紹介します。

株主様のご年齢では、40~50代の比率が高いことが当社の特徴です



当社の株式に対する今後のお考えでは75%の株主様が5年以上の長期保有と回答



◆ 自由コメント コメントの約60%が優待商品に関する内容でした。

- 今後も、顧客第一の堅実な経営を期待しております
- アニスのクリアとブラックの両面使いが面白いと思いました
- 株価の上昇に期待しております
- 毎年ネックレスですが株主にも優待商品を選ばせて欲しい
- 増配をお願いします
- 使う人の年齢で好みが変わるので、複数種類から選択ができるといい
- 毎年、家内が楽しみにしています
- 株主優待いつも楽しみにしています。ぜひ継続してください
- ネックレス以外の優待をお願いしたいです
- 毎年、株主優待が届くとクリスマスプレゼントを戴いた気分がとても嬉しいです

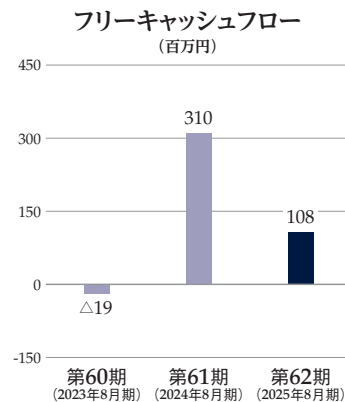
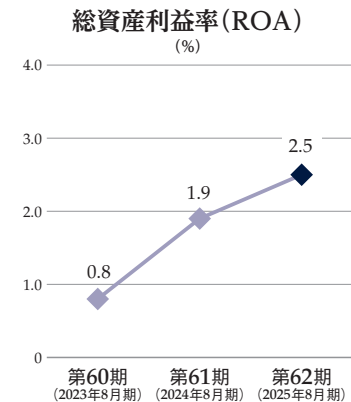
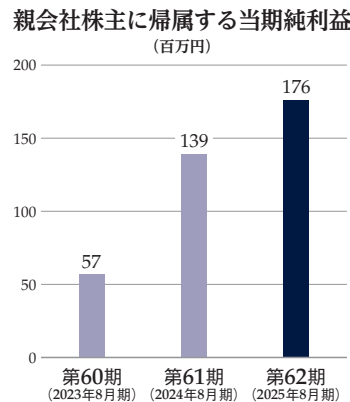
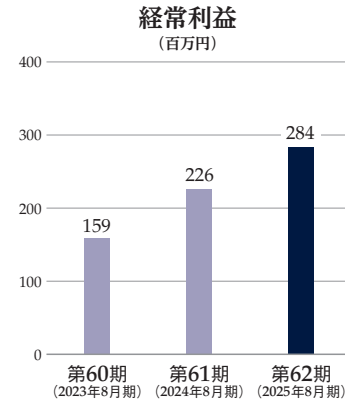
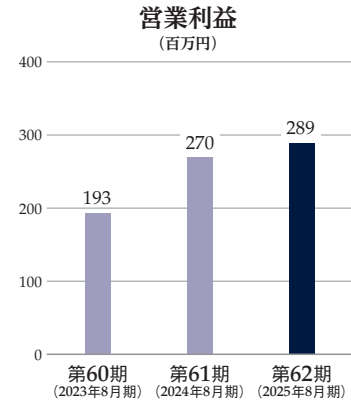
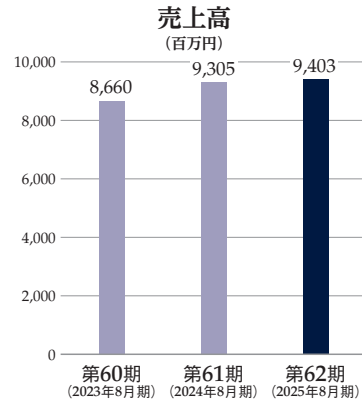
インバウンド減、金の高騰による売上原価増を
人材の戦力化、CRM戦略でカバーし、増収増益を達成。

連結売上高
94.0億円
(前年比 1.0%増)

下期にインバウンド売上が激減したものの、人材の戦力化、CRM戦略の推進により、一人当たり売上高は4.7%増と伸長。ブライダル販売では3Dデジタルカスタマイズシステムの全店導入が売上を下支えし、ECでの売上は30.8%増と急拡大。

連結営業利益
2.8億円
(前年比 7.0%増)

原材料価格の高騰による売上原価上昇で売上総利益率は微減するも売上高増加で補い、金額は前期並みを維持。CRM戦略との連動販促の拡充で販売費は増大したが、人件費削減、物流費・外注費の見直しで、販売費及び一般管理費は減少した。



◆ 会社概要 (2025年11月27日現在)

会社名	フェスタリアホールディングス株式会社
英文社名	Festaria Holdings Co., Ltd.
本社	東京都品川区西五反田7丁目20番9号
設立	昭和39年(1964年)3月
資本金	8億1,252万円(2025年8月31日現在)
決算期	8月31日
取引銀行	みずほ銀行／商工組合中央金庫／三菱UFJ銀行／埼玉りそな銀行／福岡銀行／十八親和銀行／三井住友銀行
従業員数	連結520名(2025年8月31日現在)
事業内容	宝飾品(貴金属類、宝石類、アクセサリ)の製造加工および販売
役員	代表取締役社長 貞松 隆 弥 常務取締役 姉川 清 司 取締役 貞松 豊 三 取締役 秋元 誠 三 社外取締役 松井 忠 三 社外取締役 酒井 美 穂 社外取締役 深田 しおり 常勤監査役 松村 彰 久 社外監査役 中川 義 宏 社外監査役 木下 陽 介

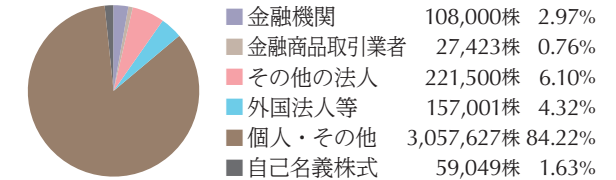
◆ 主な子会社

会社名	株式会社サゲマツ
所在地	東京都品川区西五反田7丁目20番9号
設立	平成29年(2017年)10月
事業内容	宝飾品の製造販売
会社名	D&Q JEWELLERY Co.,Ltd.
事業内容	宝飾品・アクセサリの製造
会社名	台湾貞松股份有限公司
事業内容	宝飾品の輸入・販売

◆ 株式の状況 (2025年8月31日現在)

発行可能株式総数	9,036,000株
発行済株式の総数	3,630,600株
1単元の株式数	100株
株主数	3,977名

◆ 株式分布状況



◆ 大株主

株主名	所有株式数	議決権比率
貞松 隆弥	728,490株	20.40%
貞松 豊三	421,335	11.80
有限会社隆豊	168,000	4.70
BNYM AS AGT/CLTS	137,100	3.84
NON TREATY JASDEC		
貞松 佑哉	109,440	3.06

※1. 上記のほか、自己株式59,049株があります。
2. 持株比率は自己株式を控除して計算しております。

<株主名簿管理人>
東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
三菱UFJ信託銀行株式会社

New Open



2025.
10.03

◆ bijou SOPHIA イオンモール須坂店



2025.
11.21

◆ bijou SOPHIA ニューポートひたちなかファッションコース店



2025.
03.20

◆ festaria TOKYO LaLaport南港店
台湾新店舗

Renewal Open



2024.
11.01

◆ bijou SOPHIA
流山おおたかの森店



2025.
04.25

◆ bijou SOPHIA
イオンモール沖縄ライカム店



2025.
06.13

◆ bijou SOPHIA
ららぽーと富士見店

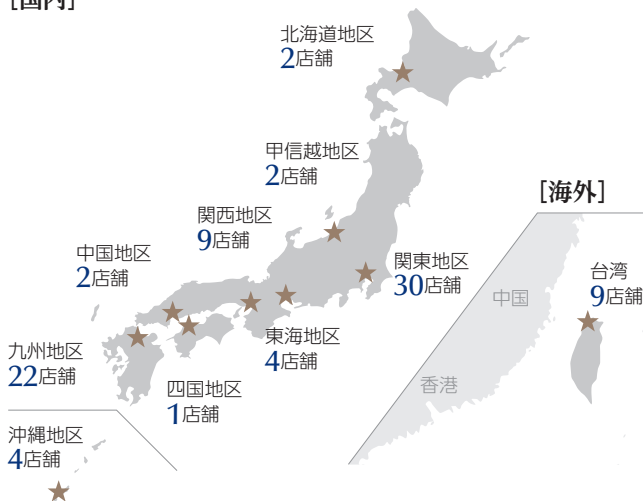
◆ festaria bijou SOPHIA
三井アウトレットパーク
多摩南大沢店 (2025.4.25)

◆ festaria bijou SOPHIA
三井アウトレットパーク
札幌北広島店 (2025.6.13)

◆ bijou SOPHIA
ららぽーとTOKYO-BAY店 (2025.10.31)
※北館立替え 移設オープン

店舗の状況 (2025年11月末日現在)

[国内]



[海外]

台湾 9店舗
中国
香港

[ブランド出店数]

(国内店舗数76店舗)
(海外店舗数 9店舗)

festaria
bijou SOPHIA 36店舗 (※)

festaria
VOYAGE 15店舗

bijou
SOPHIA 34店舗

(※) 海外 festariaTOKYO 9店舗含む

※店舗の状況は変更される場合があります。詳しくはホームページをご覧ください。