



Festaria Holdings Business Report 2024

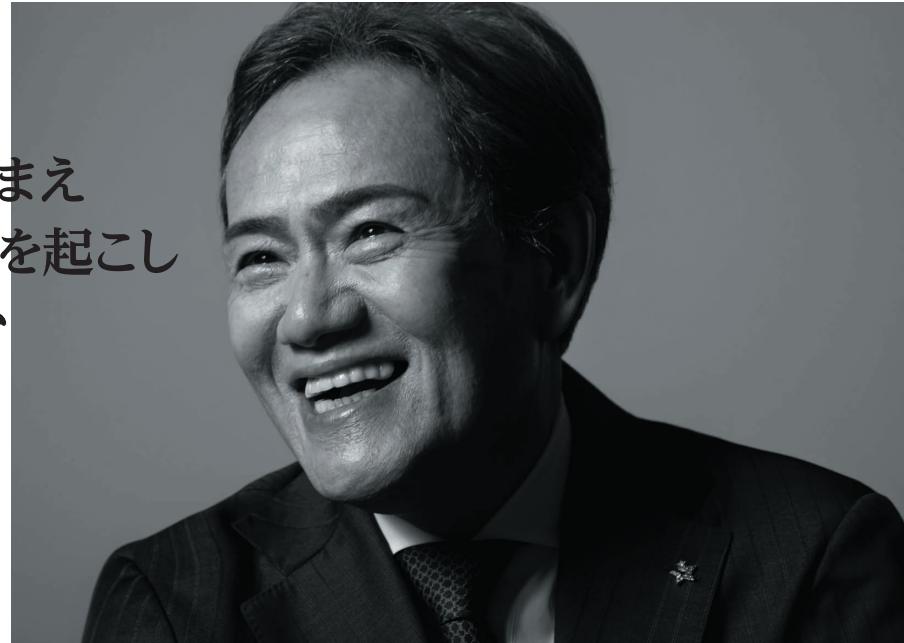
第61期 2023.9.1▶2024.8.31

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

証券コード 2736

ブランド価値の変化を踏まえ 常識を覆すイノベーションを起こし 事業モデルの刷新に挑む

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、 想いを未来につなぐコミュニティ企業へ

コロナ禍を経て、モノよりコト、コトより心を求める傾向が強まりました。それは即物的な選択が人を喚起する時代は終わり、生きる上で大事にしたい本質的な想いを満たすことに意識が向いたことを意味します。

共感者が増え、コミュニティ化して初めて成り立つインフルエンサーの存在が示すように、「こんなのいいよね」という「想いの投げかけ」に共感性が育まれる今、ブランドマーケティングも商品ブランド（プロダクト価値）、ショップブランド（イメージ価値）からコミュニティブランド（経験共創価値）へと軸を移行しつつあります。まさに「ミッションこそが最高の商品」となる時代の到

来です。

これまでも当社は、ミッション「bijou de famille（ビジュドファミーユ）」と、大小ふたつの星が浮かぶ“Wish upon a star®”ダイヤモンドに込められたストーリーに自らの想いを重ねるお客様と共感を育み、継続的な心のつながりを意識した接客を強みとしてきました。業界最後発の存在ながら、独自の成長の軌跡を描いてこられた根源はこの強みにあると言っても過言ではありません。

この共感と信頼の関係性を育む力がさらに活かされるコミュニティブランドとしての新たな事業モデルの構築へと進むにあたり、共感喚起の軸となるミッションを再解釈し、「夢を叶える生き方を広め、豊かで幸せな人生を

未来に伝えていくこと」と再定義しました。

仕事を通じて、自らの夢を叶える生き方を選んだ社員たちがインフルエンサーとして投げかける想いに共感し、豊かで幸せな生き方を選ぶ人たちが集い、夢を叶える経験を共創する、それが、私たちが目指すコミュニティブランド時代の事業のあり方です。

重点方針7つの柱を推進

新たな事業モデルとしてコミュニティブランドを確立するために重点方針として7つの柱を掲げました。

共感の輪を広げるには、想いをともにする【①人財力の強化】が大切です。当社は1店舗あたりではなく、メンバー1人あたりの顧客管理人数が売上の源泉であり、そのアベレージの高さは、接客を数値化し、接客の工程管理を分析するノウハウによって実現しています。採用人数の拡大と、「接客を科学する」顧客管理の習熟度を高める育成に並行して、愛されるインフルエンサーであるために、大切なものの考え方や姿勢のあり方を再認識できるよう、行動基準「festaria Group エンゲージメントルール」も規定し直しました。メンバー自身によるコーディネート提案など、インフルエンサーとしてのWeb発

信を強化するスタッフDXもスタートさせています。

詳しくはP.2、P.5

その上で【②CRMの高度化】の一環として、いずれのタッチポイントから入ってきたお客様にもご不便をおかけしないよう情報をメンバーにつなぎ、関係性をフォローできる顧客情報の一元化に向けた取り組みを進めています。また新たに導入した「festaria Members Club」はインタラクティブなタッチポイントにしていきたいと考えています。

【③商品力の強化】という視点では、ハイブランドを手掛ける有名デザイナーとのコラボレーションによる特別コレクションの展開や最強の定番商品をテーマとしたベーシックラインの再構築を通じて、当社の象徴である“Wish upon a star®”ダイヤモンドが有する本質的価値を物語る商品展開を進めているほか、マーケットが2極化する中で、想いを永遠に受け継いでいく「bijou de famille」の世界観はそのままに、セカンドブランドやローブランドによるプライスラインを揃えていく考えです。

詳しくはP.4

また、【④DX戦略の推進】の一環として進めてきた「3Dデジタルカスタマイズ」が成長し始めました。店舗で

DXの推進

WEBシミュレーション
「3Dデジタル
カスタマイズシステム」

オーダーメイド需要の高まりを背景としたマーケティング戦略を推進、全店展開によるプライダグ成約率の向上とプロモーション強化による送客強化を図ります。

スタッフDXツール
「STAFF SNAP」

販売スタッフが自らジュエリーを着用してオンラインに投稿することでEC売上の拡大や顧客のファン化を促進し、EC化率の向上と同時に1店舗あたりの収益拡大を図ります。



の成功例を横展開した成果であり、その鍵は今の時代の「オリジナリティ」に応えることにありました。目の前にあるものを自分の感性でアレンジし、自分流に変えることにオリジナリティの魅力を求める世代にとっては、ベトナム自社工場との直結により、商品に感じている問題点がある場で解消され、お客様自らが創作に加わり、接客スタッフ、ベトナム工場スタッフと共同作業で作る上げる参加型商品であることが決定率を上げる大きな魅力となりました。生産拠点のベトナム工場の体制を整え、納期を大幅に縮められたことも結果につながりました。

詳しくはP.2

また、今後はベトナム自社工場で地金に戻し、新たな商品として生まれ変わらせた再利用に加え、リフォームやオーダーメイド等、多様なタッチポイントとの掛け合わせによるビジネスへと広げていくための【⑤リ・ジュエリープロジェクト】を立ち上げました。【⑥富裕層

コミュニティブランド価値を創出する 重点方針7つの柱

1. 人財力の強化
2. CRMの高度化
3. 商品力の強化
4. DX戦略の推進
5. リ・ジュエリープロジェクトの推進
6. 富裕層ビジネスの軌道化
7. インバウンド

ビジネスの軌道化】に向けてのシナジーも大きく、玉石混交のマーケットの中で信頼されるエシカル商品としての展開を検討していきます。

【⑦インバウンド】月の売上の3~4割がインバウンドとなる店舗が現れてきたことから、今後は国境や商圏の垣根を越えたタッチポイントを実現するため、インバウンド売上の多い店舗と海外店舗をひとつのチームとしたマーケティングの実施やWebの多言語展開等への取り組みを進め、台湾に続く海外出店も視野に入れていきます。

株主の皆様へのメッセージ

2024年8月期は、大幅な増収増益での着地となりました。想定以上の地金高騰があり利益率は計画に届かなかったものの、トップラインを伸ばすことができたことは、コロナ禍で緊縮したマインドを前向きに転換できたことは非常に大きい成果だと総括しています。

360度タッチポイント戦略で顧客接点が増える中、商品在庫の持ち方はROAの視点からも一層の課題です。2025年8月期は、新しいビジネスモデルに対応すべく基幹システムの入替えに向けて準備を進めていきます。サプライチェーン構築へのDX投資も継続するほか、売上の商品構成を変えつつ、スクラップ&ビルドにより店舗数が減少する中でも前期売上・利益水準を維持し、2026年8月期の営業利益5億円達成の土台作りとする1年にしていきます。

データとして見える世界だけで物事を測るのではなく、時代の変化を肌で感じ、世の中に先駆けて取り組む勇気を持つ、それが夢を叶える第一歩です。今はまだこの世に存在していない、新しい時代にふさわしいブランドのあり方、コミュニティブランド創造に挑むフェスタリアに一層のご支援をお願い申し上げます。

コラボレーション第2弾

アーティスト河原シンスケ氏とのコラボレートジュエリー

<petit usagi SHINSUKE KAWAHARA for festaria>

オリジナルの物語を吹き込んだ新作をお披露目

物語を体験できる期間限定店舗オープン&11月20日よりfestaria公式オンラインショップにて販売を開始



伊勢丹新宿店プロモーションエリア

ポップアップストアOpen: 伊勢丹新宿店(10/30~11/5)を皮切りに順次開催、次回はジェイアール名古屋タカシマヤ店(12/4~12/10)、銀座三越店(2025年1/22~1/28)にて開催されます。and more…!

河原シンスケ 武蔵野美術大学卒業。1980年代よりパリ在住のマルチアーティスト。ブリュッセルのELEVEN STEENSでの個展のほか、パリ造幣局博物館、パリ工芸美術館、西本願寺伝道院など国内外数々の展覧会で作品を発表。また、エルメスをはじめとするハイブランドや、企業とのコラボレーションでも作品を多量に創出。

2024 Autumn/Winter Collection



PLEASURE (プレジャー)

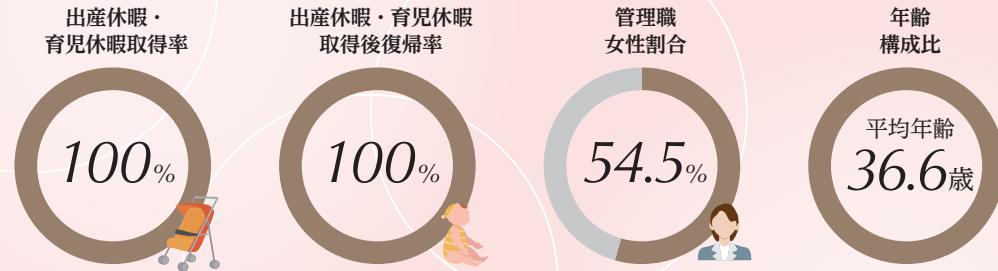
移りゆく世界の中で、決して変わることはない想い
輝かしい未来に向けた夢や希望
日々変化する自分をしなやかに受け入れ
心躍る“喜び”を感じ見いだす
その先にあるものは
一人ひとり、かけがえのない唯一無二の美しさ

詳細はこちら▶



フェスタリアの女性活躍への取り組み

女性の活躍促進については、公平な機会提供はもとより、ライフステージの変化に柔軟に対応しながら継続的にキャリア形成への支援を行うなど、安心して挑戦・活躍できるような福利厚生制度を導入しております。当社商品のユーザーは圧倒的に女性が多く、女性の登用は積極的に推進しており、管理職に占める女性の割合は約54.5%です。



◆ 充実した制度

『カムバック制度』：フェスタリア独自のこの制度では、正社員が出産・育児のために一時的にパートタイマー勤務に切り替え、育児が一段落した後に再び正社員として復帰できる仕組みです。

『ライフサポート短時間勤務制度』：11月より育児・介護・不妊治療・やむを得ない私傷病の場合、勤務日数や勤務時間の変更が可能となる新たな制度が導入されました。



綾部 貴子
Takako Ayabe
1994年入社
営業本部 営業部長
教育グループ部長

女性活躍推進 社員一人ひとりが輝ける職場へ

当社は、出産や育児に対する支援制度が非常に充実しており、ここ数年、常に20名前後の社員が産休・育休を取得しています。ほぼ100%が復帰し、復帰後、時短店長やトレーナーとして活躍するなど、多様なキャリアパスも用意されています。

ジュエリー販売では、販売員の人柄とコミュニケーション力が何よりも大切です。出産を経て、制度を利用しながら仕事と育児を両立するなかで、改めてこの仕事の素晴らしさとやりがいを実感する声も多く聞かれます。

これからも、社員一人ひとりのライフステージに応じた働き方をサポートし、長期的に活躍できる環境を整えていきます。

W受賞の快挙

三井不動産商業マネジメント主催
「第15回 接客ロールプレイングコンテスト」
全国大会優勝

接客No.1の栄冠を勝ち取りました。全国の各施設での予選会を勝ち抜いたファッション・物販部門、食品・飲料・サービス部門の代表40名が接客技術を競い合う中での総合優勝となります。あわせてSC協会(日本ショッピングセンター協会)主催「第30回接客ロールプレイングコンテスト」北海道支部大会において優勝を果たしました。



festaria bijou SOPHIA 三井アウトレットパーク札幌北広島店店長

これらの結果は、当社が注力してきた教育・研修プログラムの成果であり、また、提案力の優位性を再確認するものであります。今後も付加価値のある提案接客を軸に人財力強化に努め、さらなる業績拡大につなげてまいります。

10年連続受賞

織研新聞社主催「2023年度
百貨店バイヤーズ賞」

基幹ブランド「festaria bijou SOPHIA」が百貨店バイヤーズ賞レディス部門グッドパートナー賞を受賞。昨年の受賞に続き10年連続の受賞となります。



4大会連続優勝

日本ジュエリー協会主催
「第8回 ジュエリーコーディネーター接客コンテスト」優勝

4大会連続で日本一の栄冠に輝きました。初参加となる第5回出場から優勝のバトンをつなぎ、ジュエリーコーディネーター約3万人の頂点に立つ快挙を、いずれも異なるスタッフによって達成しました。



festaria bijou SOPHIA 東急百貨店たまプラーザ店店長

「ポジティブ・インパクト・ファイナンス」 契約締結

2024年9月30日 商工組合中央金庫と「ポジティブ・インパクト・ファイナンス」に関する融資契約を締結しました。

※ポジティブ・インパクト・ファイナンスとは、国連環境計画・金融イニシアティブ(UNEPFI)が策定したポジティブ・インパクト金融原則に基づき、企業活動が環境(Environment)・社会(Social)・経済(Governance)に及ぼすインパクト(ポジティブな影響とネガティブな影響)を包括的に分析・評価し、該当活動の継続的な支援を目的とした融資です。

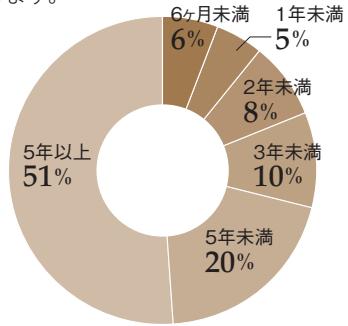
株主アンケート結果報告

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、事業運営や商品開発、また株主優待品の企画に活用させていただきます。お寄せいただいた貴重なご意見の一部をご紹介します。

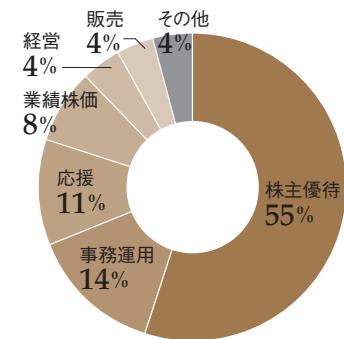
◆ 当社株式の保有期間

70%以上の株主様が3年以上保有して下さっており、保有期間は年々増加傾向にあります。



◆ 自由コメント

コメントの55%は優待商品に関する内容でした。お喜びの声やご期待を伺えるのはとても嬉しくなります。



◆ 好まれる優待商品

ネックレスを希望される方が圧倒的に多く、デザインは小ぶりでシンプル、エレガントなものが好まれます。

アイテム	デザイン	サイズ感
リング 421	丸形 278	小ぶり 998
ネックレス 1,524	角型 90	大ぶり 463
ブレスレット 586	個性的 380	45cm ネックレス 373
ピアス 340	シンプル 965	50cm ネックレス 414
イヤリング 308	かわいい 562	60cm ネックレス 241
イヤカフ 209	エレガントな 914	
ブローチ 504		

クリスマス時期の優待を毎年楽しみにしています

毎年デザインの違うネックレスをいただいで楽しませていただいています

妻や娘がとても喜んでくれる品物です

株価の上昇を期待するのみです

配当を増やせるよう頑張ってください

シルバーが変色してしまう

Answer

シルバーの変色を防ぐため、プラチナメッキを施すなど工夫を行っておりますが、たとえ未使用であっても空気中の硫黄成分等により、経年変化は免れません。ただ定期的なメンテナンスにより輝きを保つことができます。店頭では無料でクリーニングさせていただきますので、いつでもお気軽に当社店舗に商品をお持ちいただき、株主優待品であることをスタッフにお伝えください。

株主優待制度のご案内

お申込みいただいた100株以上保有の株主様に、自社オリジナルジュエリーをお届けいたします。300株以上保有の株主様へは、自社オリジナルジュエリーに加えて、お買物優待券をお届けいたしますので、株主様マイページで詳細をご確認のうえ、ご希望の優待券をお選びください。

保有株数	株主優待	
	①自社オリジナルジュエリー	②お買物優待券
100～299株	○	—
300～599株	○	1万円分
600株以上	○	2万円分

自社オリジナルジュエリー



【商品名】アニス

星やクロスを思わせる厚みのあるデザインは小粒ながら存在感があります。片面にはキュービックジルコニアのクリアな石を、もう片面には深みのあるブラックの石をあしらった装いに合わせてリバーシブルにお使いいただけます。

2024/12/31までにお申込みください

株主優待券

①～④から選択いただけます

- ①指定店舗で使える紙の優待券
- ②指定店舗で使えるWEBクーポン
- ③bijou SOPHIA 楽天市場店のクーポン
- ④festaria ONLINE SHOPのクーポン

保有株数300株以上の株主優待がさらに充実しました

◆人気の「指定店舗で使える優待券」のWEBクーポンが新登場！スマホで持ち歩いて便利。

◆お会計の際に店舗スタッフに画面をご提示のうえ、使用枚数をお伝えください。1回のお買物で複数枚お使いいただけます。

◆ご希望の多かった bijou SOPHIA 楽天市場店のクーポンが復活！

◆ festaria ONLINE SHOPには優待クーポンを使いやすい「株主優待好適品ページ」をご用意いたしました。



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(ハイファンなし7桁)でログインできます

- ・株主優待のお申込み(ハガキ申込より早くお手元に届きます)
- ・発送されたオリジナルジュエリーの追跡
- ・発行されたクーポンの取得
- ・優待券を使える店舗、ECサイトの確認

クーポンはメール送付ではなく、株主様マイページにアクセスして取得するかたちですのでご注意ください。



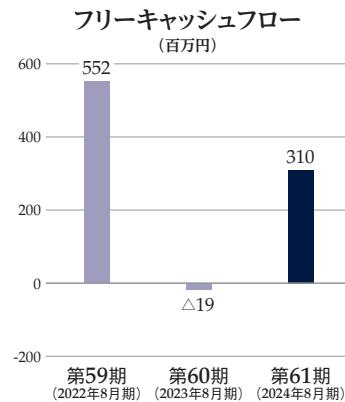
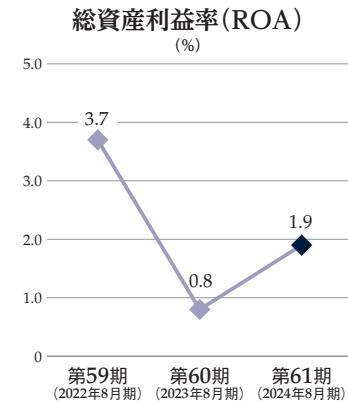
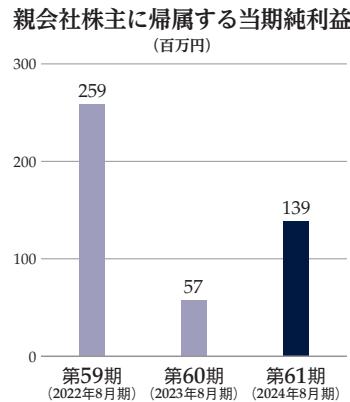
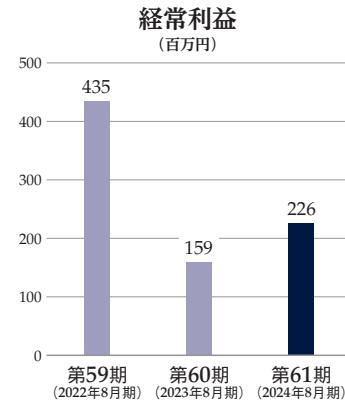
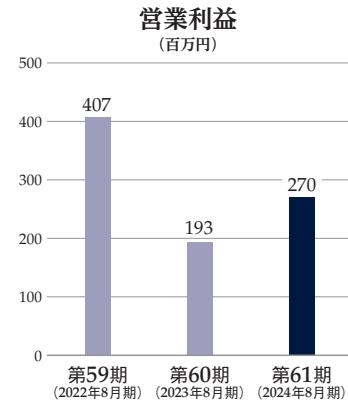
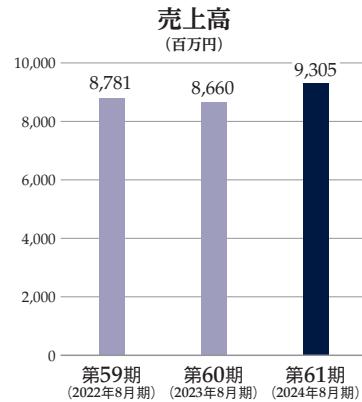
人材の採用・育成の好循環に加え、消費二極化への対応や
CRM強化施策も奏功し、大幅な増収を達成。

連結売上高
93.0億円
(前年比 7.5%増)

上期は苦戦したものの、店舗人材の採用・育成が下期に入って進展したことに加え、インバウンド需要や富裕層ビジネスの拡大もあり、高価格帯のファッションジュエリーが堅調に推移したため、前期に比べ増加。

連結営業利益
2.7億円
(前年比 39.9%増)

原材料価格の高騰が売上原価を圧迫も、売上の大幅伸長で売上総利益は増加。人件費や店舗家賃、販売手数料の増加に加え、DX推進など成長投資を継続もコストコントロールの徹底により増益を確保。



■会社概要 (2024年11月28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	8億1,192万円(2024年8月31日現在)
決算期	8月31日
取引銀行	みずほ銀行／工商組合中央金庫／三菱UFJ銀行／福岡銀行／埼玉りそな銀行
従業員数	連結515名(2024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 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	株式会社サダマツ
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 (2024年8月31日現在)

発行可能株式総数	3,012,000株
発行済株式の総数	1,209,000株
1単元の株式数	100株
株主数	3,178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	240,830株	19.91%
貞松 豊三	139,845	11.56
有限会社隆豊	56,000	4.63
BNYM AS AGT/CLTS	45,700	3.77
NON TREATY JASDEC		
貞松 佑哉	36,480	3.01

※1. 上記のほか、自己株式23,083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



2024.
08.22

◆ festaria bijou SOPHIA 東武百貨店 池袋店



2024.
03.22

◆ bijou SOPHIA イオンモール宮崎店

- ◆ bijou SOPHIA
イオンモール榎原店 (2024.02.22)
- ◆ festaria VOYAGE
アミュプラザ長崎店 (2023.11.10)
- ◆ festaria bijou SOPHIA
大丸京都店 (2023.11.01)



2024.
06.01

◆ festaria VOYAGE 京阪百貨店モール京橋店

Renewal Open

- ◆ bijou SOPHIA
ゆめタウン夢彩都店 (2023.10.13)
- ◆ bijou SOPHIA
モラージュ菖蒲店 (2023.10.06)
- ◆ festaria bijou SOPHIA
大丸東京店 (2023.09.17)

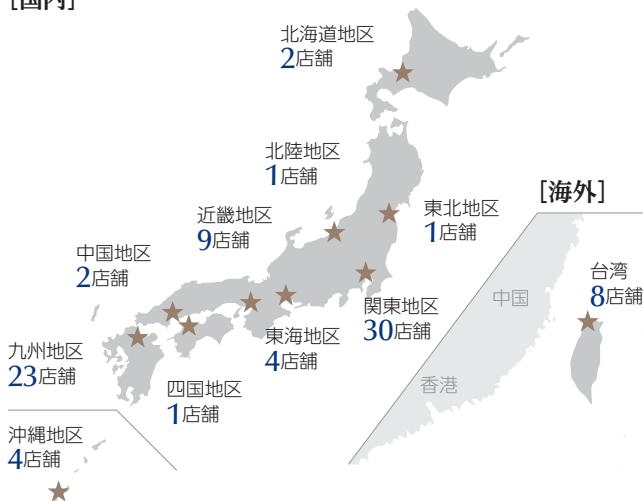


2024.
04.26

◆ bijou SOPHIA ゆめタウン久留米店

店舗の状況 (2024年11月末日現在)

[国内]



[ブランド出店数]

(国内店舗数77店舗)
(海外店舗数 8店舗)

festaria bijou SOPHIA	37店舗 (※)
festaria VOYAGE	17店舗
bijou SOPHIA	31店舗

(※) 海外 festariaTOKYO 8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。