



# Festaria Holdings Business Report 2023

第60期 2022.9.1▶2023.8.31

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

証券コード 2736

# 価値観の二極化が進む中 改めて「価値とは何か」その本質を追求します

代表取締役社長

貞松 隆弥

TAKAYA SADAMATSU



この1年、価値観のさらなる二極化が進み、特に購買行動においては、ハレの商品はハレにふさわしい場所で、日用品は身近な場所でとお客様が購入場所を選び、同じ商品であっても、高額なジュエリーを身近なSC（ショッ

ピングセンター）でお求めになる方は減っている印象です。

こうした影響もあり、2023年8月期の売上高は、SC業態は低調、都市部の一部の百貨店内店舗は非常に堅調と

いった現象が顕著でした。前期比若干減はコロナ禍後の人手不足が要因です。そこで人材力強化の取組として、対面研修が叶わなかったコロナ禍の3年間で弱った販売力の強化を意図した研修、および専門チームによる細やかなフォローアップを精力的に実施したことに加え、当社の行動基準「festaria Group エンゲージメントルール」への共感を重視した「エンゲージメント採用」を強化しました。社員の自信とプライドを養い精神価値への共感を高めたことは、その他インフラ整備と相まって、当期より結果となって現れてくると見込んでいます。

利益面については、1年間で金価格が16%上昇するなど、材料費高騰の事態に見舞われ、また資源高を背景に様々な経費も急騰したことにより粗利の確保しにくい事業構造となったことは否めません。資源の高騰傾向は今後も続くと見込まれ、期末予想はこの影響を織り込んだ数字としています。

## レッドオーシャンを避け、精神価値を追求

すでにレッドオーシャンと化した低価格帯のジュエリーを扱うブランドは、シルバー・ステンレス等の異素材によるデザイン重視のアクセサリーブランドの道を選び、金やプラチナ素材にこだわるブランドは、ボリューム感を落とした華奢なデザインを選ばざるを得なくなっています。当社は、金やプラチナ素材へのこだわりを諦めるか、一層の価値訴求をするかの二択において、これまで大切に築いてきたブランディングの観点から、迷わず強みを徹底的に強化し、付加価値の創出を続けていくという決断をしました。SC・地方店でお求めやすいジュエリーとして、シルバーのペアリングやユニセックスな大ぶりのアイテムを選ばれる方たちの精神価値にいかに応えていくかがこれから私たちの新しい挑戦の一つになってくると捉えています。

その一方で富裕層ビジネスは順調に拡大し、カナダ王

## CLOSE-UP ジュエリーコラボレーション petit usagi SHINSUKE KAWAHARA for festaria —伊勢丹新宿店にて 10/4~10/10 ポップアップストアを開催—



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、企業、ブランドとのコラボレーションでも作品を多く創出。エルメスとの取組は多岐にわたり、2023年4月大阪中之島美術館にて開催された「エルメスのpetit hーブティック」展覧会に於いて、空間とコンテンツの領域を超えたアーティスティックなセノグラフィーも手がけた。

パリ在住アーティスト河原シンスケ氏初のジュエリーがfestariaとのコラボレーションで実現。場所や時代が変わっても、永遠に輝き続ける想いをジュエリーに託すというフィロソフィーに河原氏が共感し、「ジェンダーレス・ボーダーレスなジュエリーを作りたい」「日本のクリエイションを世界へ届けたい」という想いのもと、今回のコラボレーションがスタート。古代ローマから着想を得たコインジュエリーは好評を博し、ポップアップストアには連日多くのお客様、セレブリティの皆さんにご来場いただきました。

## CLOSE-UP WISH UPON A STAR® 新たなステージへ —伊勢丹新宿店にオンラインショップをオープン—



W I S H   U P O N   A   S T A R ®  
D I A M O N D

2023年10月、新たなステージのはじまりとしてfestariaのシグネチャーピースを再解釈し、モダンに昇華した自分のためのライフスタイルジュエリー〈WISH UPON A STAR®〉がデビューしました。“Wish upon a star” ダイヤモンドの誕生から12年、bijou de familleを継承しつつ、これまでのfestariaにはない世界観・デザインで新境地に臨みます。

室造幣局世界限定の新たなコインの取り扱いも始まりました。こうした2年間の取組を通じて、フェスティアはファンション&ブライダルのベーシックブランド以外にも、新しいハイグレード商品を有するユニークな会社だと評価が高まり、10月11日には、伊勢丹新宿店ラグジュアリーゾーンに、既存のフェスティアブランドでは取り扱いのない、プレステージライン <WISH UPON A STAR®> を誕生させました。世界のラグジュアリーブランドと並ぶ出店であり、戦略的に私たちに足りないものを一つひとつ埋めていくパイロットショップとして、またシャワー効果を全国に広げていくフラッグシップとして、次なる成長への礎としてまいります。

#### IT技術で強みを最大化する

フェスティアのEコマース平均購入単価は、一般的な価格帯より極端に高い傾向にあり、これは店舗で購入している

お客様がWebでお求めになる機会が増えたためと捉えています。そこで、今後はWeb購入のお客さまと店頭購入のお客さま情報を一元化するCRM (Customer Relationship Management) を構築し、お客様のLTV (Life Time Value) を高めることが大きなテーマになると考えています。近い将来、Webでジュエリーを購入された際にも、店舗の担当者からお礼状を届け、アフターケアも承る接客のあり方を実現するとともに、ベーシックブランドからプレステージラインへと、よりbijou de famille (精神価値) が伝わる商品を手にしていただける道筋を示すような仕組みにしていきたいと考えています。

また、3Dデジタルカスタマイズサービスもようやく動き始め、カスタム需要の潜在的な可能性を改めて確認できています。具体的にお客さまとデザインを作り上げていくスキルが必要であり、そのあり方を先行店で確立しながら、2023年末の全店展開に向けて準備を進めています。



#### BEAUTEOUS

- ◆数量10枚(世界限定)
- ※日本での販売予定枚数1枚限定
- ◆上代価格  
¥22,000,000(税込)

#### HARMONIOUS

- ◆数量25枚(世界限定)
- ※日本での販売予定枚数3枚限定
- ◆上代価格  
¥11,000,000(税込)

#### CLOSE-UP Opulence Coins Collection – The Royal Canadian Mint – — アガイル鉱山閉山記念コイン第二弾国内独占販売権を取得 —



2022年に発売された「アガイル鉱山閉山記念コイン」は、世界限定数のすべてが発売と同時に完売しました。この限られた特別なコレクションを購入できるのは、2023年に発売されるこの記念コインが最後の予定です。当社は、カナダ王室造幣局（ロイヤルカナディアンミント）より、日本における販売総代理店の指名を受け2種類4枚のコインの販売を行います。現時点での日本の販売はこの4枚のみとなります。

婚姻組数減に伴い、ブライダルマーケットが縮小を続ける中、特にブライダル需要のオーダーメイドスタイルへの移行は、お客様にとっての精神価値の醸成と当社ビジネスモデルの適正化の両立が叶うスタイルであり、早期に軌道に乗せてていきたい考えです。

#### 株主の皆さまへのメッセージ

コロナ禍の3年間の中で、改めて当社の強み、足りていないもの、今、投資すべきこと等、様々なことに気付かされました。その一つとして、人的資本投資の視点からも「いい会社とは何か」を考え、人をコストではなく投資と位置づけ、しっかりリターンを生み出す会社を目指すという意図を込め、賃上げおよび働き方改革に連動した福利厚生の拡充を実施しました。

引き続き、「人」「ノウハウ」「仕組み」を競争優位性の源泉と捉えた「強みの進化」と一層の付加価値創出を軸とした「ビジネスモデルの再構築」を進めながら、精神価値による訴求を極めてまいります。引き続きご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

#### 3Dカスタマイズシステム稼働

最先端の3Dプリンターを使用し、指先一つでカスタマイズできる新しいオーダーメイドシステムが2023年12月よりフェスティアの店舗にてスタート予定。



#### 【企業理念】

ジュエリーに愛と夢を込めて  
**bijou de famille**  
ビジュ ド ファミユ

ジュエリーに「想い」を託し 世代を超えて受け継いでいく  
bijou de famille ビジュ ド ファミユは  
ヨーロッパに古く伝わる慣習です  
大切な人から人へ 家族から家族へ  
世代を超える 場所や時代が変わっても想いは永遠に輝き続けます  
bijou de famille ビジュ ド ファミユを掲げ  
フェスティアはそんな想いをジュエリーに込めています

#### Brand Mission [ミッション]

ジュエリーに 愛と夢を込めて  
bijou de famille  
ビジュ ド ファミユ  
豊かな気持ち  
かけがえのない想い出  
ずっと持ち続けていたい夢  
わたしたちの使命は  
「想い」をジュエリーというかたちに込めて  
愛と夢をお届けしていくことです

#### Brand Vision [ビジョン]

人々の幸せを願い  
愛と夢に満ちた  
コミュニティの中核となる  
企業として成長する

#### Impersonal Dream [インパーソナルドリーム]

ブランドの成長に相応しい  
職への哲学とプライドを持ち  
自らの仕事を通じて  
文化の発展向上に寄与し  
社会に貢献する

フェスタリア ホールディングスの製造、販売を担う  
海外グループ企業をご紹介します。

## ◆ D&Q JEWELLERY CO.,Ltd.

### フェスタリアグループを支えるフルスペック型工場

2006年5月、ベトナムハイフォン市に設立。SPA企業として企画～製造～販売まですべて自社で行うフェスタリアグループの商品製作を担っているのがベトナムのD&Q JEWELLERYです。

プラチナからシルバーまであらゆる素材の鋳造が可能で、石留め、メッキ、仕上げまですべての製作工程に対し、量産から1点物まで対応できる、日本国内でも数少ないフルスペック型の大規模工場です。現在マネージングディレクター キム アンを工場責任者として、従業員80名で工場の運営を行っています。



### 株主優待品もここで製造しています！

毎年好評を博している株主優待品も、このD&Q JEWELLERYで製造しています。デザイナーのイメージを忠実に再現することはもちろん、日本人のモノ作りへのこだわりを十二分に理解をした上で、身に着けた時の見え方や着け心地まで考えながら、一つひとつ丁寧に作り上げています。



### ベトナム工場では多くの女性が活躍

D&Q JEWELLERYはさらなる発展を目指しています。世界的にも品質基準の厳しい日本の市場でも評価されているその技術力を活かし、自社グループからの受注のみならず、世界各国からのオーダーを受けられる世界的な工場を目指して日々品質強化に努めています。

D&Q JEWELLERY  
マネージングディレクター  
キム アン



## ◆ 台湾貞松股份有限公司

### アジアにおける「festaria TOKYO」展開の玄関口

アジアマーケットの重要な拠点となる台湾貞松は、展開ブランド festaria TOKYO のインターナショナルブランドとしてのポジションを確立し、さらなる収益の拡大を目指します。

現在、新光三越百貨店内に6店舗（信義A8店、台北南西店、台北站前店、台中中港店、台南西門店、高雄左営店）、三井アウトレットパーク台中港店、高雄漢神アリーナ店の合計8店舗を展開。販売員と本社スタッフを含めて合計30名体制で運営を行っており、価格競争が激しい台湾市場において、「提案接客」「顧客管理」「ブランド力」を強みに、主力商品 “Wish upon a star®” ダイヤモンドをはじめとする、ジュエリーの精神的価値にフォーカスした商品を提供しています。

ジュエリーに求める価値について、台湾では資産価値を重視するお客様が日本に比べて多い印象です。最近では、台湾のお客様の多様化が進み、資産価値のみならず、ファッショントレンドや精神価値を重視する方も増えてきています。顧客層は、30代前後が一番多く、50代～60代まで幅広く受け入れられています。



### メンバー一人ひとりの夢の実現に向けて

festaria TOKYO(台湾貞松)の強みは、従業員エンゲージメントの高さにあります。これは、すぐに実現できるものではなく、上司、メンバー間の信頼関係を地道に築き上げ、同じ目標達成に向けて協働する1チームに成長できた結果であると自信しております。企業ミッションを実現するために、台湾貞松ではメンバー一人ひとりの夢の達成に真摯に向き合い、夢の実現に向けたサポートを続けてきました。一人ひとりの力は小さくとも力が集結され同じ方向に向かって進めば、そこには企業ミッションを中心とした新しい文化ができると信じています。夢を叶える素晴らしい世界になると信じ今日も沢山のお客さまに接客をさせていただいています。



台灣貞松股份有限公司  
董事長兼總經理  
貞松 豊三

## 01 「接客ロールプレイングコンテスト」W受賞の快挙

当社スタッフが三井不動産商業マネジメント主催「接客ロールプレイングコンテスト」全国大会において入賞、あわせてSC協会（日本ショッピングセンター協会）主催ロールプレ大会北海道支部大会においても優勝を果たしました。当社の強みである提案接客の優位性を再認識し、人材育成の取組みを強化してまいります。



## 02 織研新聞社主催「2022年度百貨店バイヤーズ賞」受賞

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9年連続の受賞となります。



## 03 「SMBC なでしこ融資」認定取得 女性活躍のグロース企業として評価



## 04 埼玉りそな SDGs推進私募債発行



## 2023 Autumn/Winter Collection



This is LOVE! 「わたし」へ「大切な人」へ 愛を贈るすべての人に祝福を



詳細はHPをご覧ください

美しいふたつの星がきらめく“Wish upon a star®” ダイヤモンドをメインストーンに使用した  
ジュエリーをはじめ、「わたし」の笑顔とともに、人生を彩るジュエリーをお届けします。

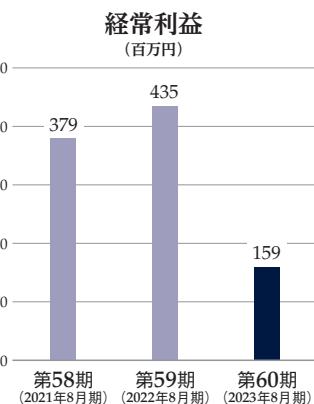
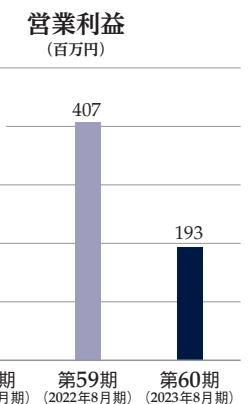
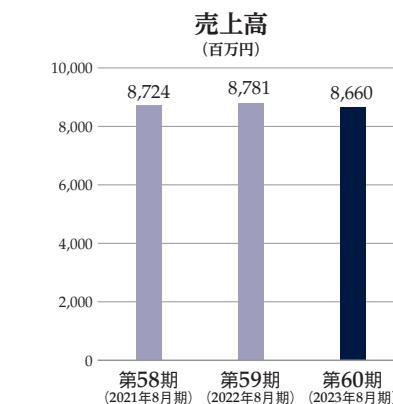
インバウンド需要の回復、高額品の堅調な売上があった一方、原材料価格や人材不足など  
厳しい事業環境が続く中、人材力強化やDXを推進したものの、減収減益での着地。

**連結売上高  
86.6億円**  
(前年比 1.4%減)

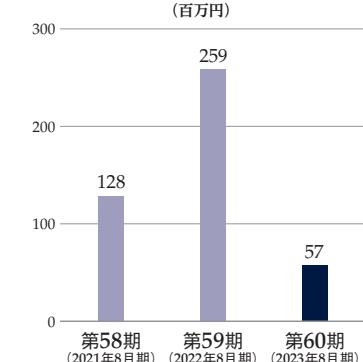
都市部の百貨店内店舗が堅調に推移したもの、地方のSCでの売上が低調であつたことに加え、主力商品“Wish upon a star®” ダイヤモンドを中心にブライダルジュエリーの売上が落ち込み、減収。

**連結営業利益  
1.9億円**  
(前年比 52.6%減)

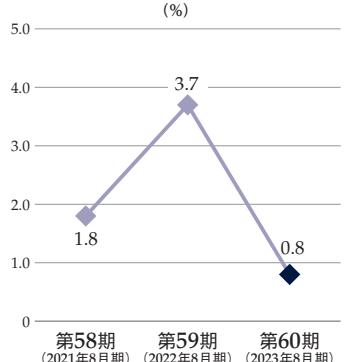
高騰した原材料価格の価格転嫁実施により原価率は前年比で同水準で推移。ブライダルジュエリーの低迷が響き減益となつたが、従来予想を上回って着地。



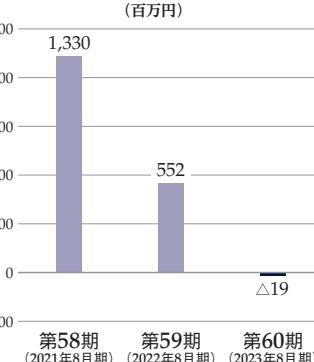
## 親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)



## 総資産経常利益率(ROA) (%)



## フリーキャッシュフロー (百万円)



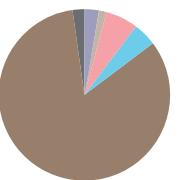
## ◆会社概要（2023年11月28日現在）

会社名	フェスティアホールディングス株式会社
英文社名	Festaria Holdings Co., Ltd.
東京本社	〒153-0061 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	8億1,142万円（2023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 日本政策金融公庫・三菱UFJ銀行 埼玉りそな銀行・福岡銀行 東京スター銀行・三井住友銀行 十八親和銀行・千葉銀行
従業員数	連結500名（2023年8月31日現在）
事業内容	当社グループは、当社および重要な子会社3社で構成されており、宝飾品(貴金属類、宝石類、アクセサリー)の製造加工および販売を主な事業の内容としております。
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 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

## ◆株式の状況（2023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	1,208,000株
1単元の株式数	100株
株主数	3,126名

## ◆株式分布状況



金融機関	36,000株	2.98%
金融商品取引業者	14,449株	1.20%
その他の法人	75,300株	6.23%
外国法人等	52,600株	4.35%
個人・その他	1,003,668株	83.09%
自己名義株式	25,983株	2.15%

## ◆大株主

株主名	所有株式数	議決権比率
貞松 隆弥	238,730株	20.2%
貞松 豊三	139,845	11.8
有限会社隆豊	56,000	4.7
BNYM AS AGT/CLTS NON TREATY JASDEC	45,700	3.8
貞松 佑哉	36,480	3.0

※1. 上記のほか、自己株式25,983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

## 株主優待制度のご案内

お申込いただいた100株以上保有の株主さまに、自社オリジナルジュエリーをお届けいたします。300株以上保有の株主さまへは、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。

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

お買物優待券は、

- ①店頭で使える優待券
  - ②festaria ONLINE SHOPで使えるクーポン
- どちらかをお選びいただけます！

## ①自社オリジナルジュエリー

【商品名】フラワリン(花ひらく)  
慎重さを残しつつも  
コロナ禍が明けた解放感を楽しむ  
そんな前向きな変化や  
生き生きとした華やぎを表現しました



## 【素材】

ペンダントトップ：  
キューピックジルコニア/エバーシャイン  
シルバー(※)PTメキ  
チェーン/留め具部分：  
ステンレス45cm(アジャスター5cm下)

※2024年8月31日以降はいかなる理由でも返品交換には応じかねます。  
ご不便をお掛けしますが予めご了承ください

## ②お買物優待券

## 【店舗で使える優待券】

- ご利用可能店舗はホームページでご確認いただけます
- 有効期間は2023年12月1日～2024年11月30日の1年間です
- 1,000円の優待券を10枚もしくは20枚お届けします

## 【festaria ONLINE SHOPのクーポン】

- festaria ONLINE SHOPのご利用には会員登録が必要です
- 前年度と異なり、楽天市場店のクーポンではないのでご注意ください
- 有効期間は発行日から60日間です(ただし2024年12月1日以降は使用不可)
- 保有株数に応じて1万円もしくは2万円のクーポンをメールでお送りします  
予めsupport@festaria.co.jpからのメールを受信できるように設定をお願いいたします
- お買物優待券の種類が未選択の場合やメールアドレスに不備があった場合には、店舗で使える優待券をお届けいたします



オンラインショップ  
<https://onlineshop.festaria.jp/>

## お申し込み方法「専用サイト」または同封の「申込はがき」のどちらかでお申し込みください。



専用サイトQRコード

専用サイトのログインには株主番号が必要です。

株主番号は同封の期末配当金計算書に記載されていますのでご確認ください。

パスワードは株主さまご住所の郵便番号ハイフン抜きの数字7桁です。

※お申し込みから3週間経過しても商品が届かない場合は必ずお問い合わせください。

※60日以上経過でのお問い合わせには、運送委託先の情報保管状況によりお答えできない場合があります。

お申し込み  
締め切り  
2023年  
12月31日まで

## New Open

◆ festaria VOYAGE アミュプラザ長崎店



2023.11.10

◆ festaria bijou SOPHIA 大丸京都店



2023.11.1

## Renewal Open



2023.  
6.30



2023.  
9.17

◆ bijou SOPHIA  
ゆめタウン光の森店



2023.  
10.6

◆ bijou SOPHIA  
モラージュ菖蒲店



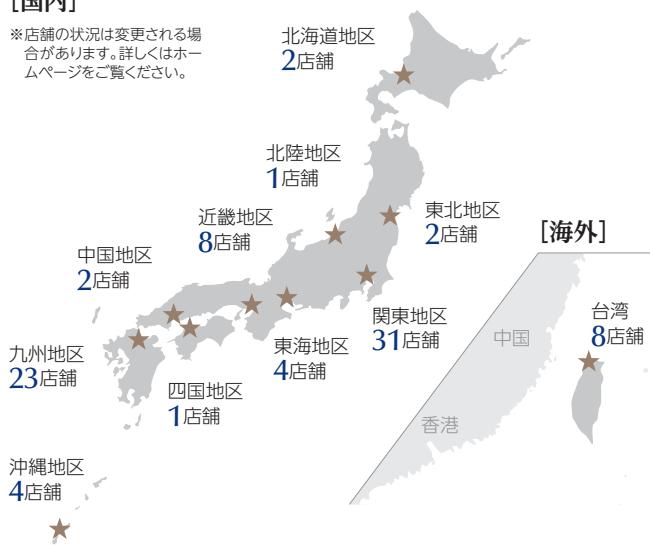
2023.  
10.13

◆ bijou SOPHIA  
ゆめタウン夢彩都店

## 店舗の状況 (2023年11月末日現在)

### [国内]

※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。



### [ブランド出店数]

(国内店舗数78店舗)  
(海外店舗数 8店舗)

festaria  
bijou SOPHIA 39 店舗 (※)

festaria  
VOYAGE 16 店舗

bijou  
SOPHIA 31 店舗

(※) 海外 festariaTOKYO 8店舗含む