

Festaria Holdings Business Report 2026

第63期　2025.9.1▶2026.8.31

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

証券コード 2736

想いを未来につなぐコミュニティ企業へ
人とデジタルの力を融合し、
新たな顧客価値の創造と持続的な成長を
目指します。



代表取締役社長
貞松 隆弥 TAKAYA SADAMATSU

「想いを未来につなぐコミュニティ企業」への進化

当社グループは、企業理念「ビジュ ド ファミーユ（家族の宝石）」のもと、ジュエリーを通じて人と人との絆を深め、大切な想いを未来へつなぐことを使命としております。

2025年10月に発表した中期経営計画「festaria 2030」では、これまでの「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」への進化を掲げました。ジュエリーには、装う喜びや資産としての価値に加え、大切な人への想いや人生の記憶を形にし、世代を超えて受け継がれるという特別な価値があります。

当社グループは、こうした精神的価値を事業の原点とし、お客様との長期的な信頼関係を築いてまいりました。今後は、お客様と社員、ブランドに共感する人々が継続的につながるコミュニティを育み、共感と信頼を基盤とした持続的な成長と企業価値の向上を目指してまいります。

連結売上高100億円を突破。成長の成果と収益性の改善

中期経営計画の初年度となる2026年８月期は、国内店舗、EC、富裕層ビジネス、海外事業の全領域で増収を達成し、連結売上高は前期比9.7％増の103億15百万円と、初めて100億円を突破いたしました。

国内店舗では、主力商品“Wish upon a star®”ダイヤモンドを中心にブライダル関連商品や定番商品、地金商品が堅調に推移しました。スタッフの育成強化やCRM戦略の推進も奏功し、一人当たり売上高は前期比5.3％増と伸長しました。また、ECビジネスは同42.5％増、富裕層ビジネスは同36.7％増と大きく成長し、顧客接点の拡充が成果につながっております。

一方、金・プラチナ価格の高騰による粗利率の低下に加え、人材育成や新基幹システム導入に伴う費用増加により、営業利益は前期比17.2％減の２億39百万円となりました。今後は、売上成長を持続させながら、原材料調達や価格戦略の最適化、在庫の適正化を進め、成長投資の成果を着実に収益へ結び付けてまいります。

インゴットの戦略的活用と実質キャッシュ・フロー経営

金・プラチナなどの地金価格が高騰するなか、原材料の安定調達と収益性の確保が重要な経営課題となっております。

当社グループでは、地金（インゴット）を価格変動リスクに備える戦略資産と位置付け、計画的な調達・保有を通じて、原材料価格の変動への対応力を高めるとともに、安定調達と収益性の向上を両立する体制の構築を進めております。また、従来のキャッシュ・フロー指標に加え、保有するインゴットを時価評価した当社独自の「実質キャッシュ・フロー」を経営指標に導入いたしました。

これは、現金収支だけでなく、保有する地金の経済的価値も踏まえて経営資源を把握し、より適切な経営判断につなげる取り組みです。今後は、地金の戦略的な調達・保有と適正な在庫管理を通じて、価格変動リスクへの対応力を高め、キャッシュ創出力と資本効率の向上を図ってまいります。

新基幹システムの導入とCRMの高度化

2026年９月、新基幹システムの本番運用を開始いたしました。今回のシステム刷新は、店舗・EC・物流・生産拠点をつなぎ、商品・在庫・販売情報を一元管理することで、経営管理の高度化と業務効率化を図る重要な取り組みです。

在庫の最適配置やリードタイムの短縮を通じて、販売機会の拡大と在庫回転率の向上を目指してまいります。また、コミュニティ基盤「festaria ONE」の構築を進め、店舗とECの連携や顧客情報の活用を強化することで、お客様一人ひとりのニーズに応じた提案と継続的な関係づくりを推進いたします。

こうしたデジタル基盤を活かすうえで欠かせないのが、当社の強みである「人」の力です。ジュエリーに込められた想いを伝え、お客様の人生に寄り添う接客力とデジタルを融合させることで、顧客体験の向上とCRMの高度化を実現してまいります。

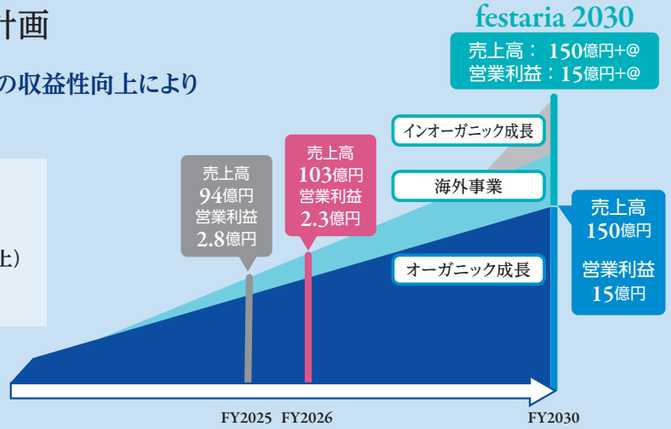
新ブランド「+Aiii festaria」による新市場への挑戦

2026年９月10日、NEWoMan横浜に新ジュエリーブランド「+Aiii festaria（アイ フェスタリア）」の１号店をオープンし、都市型ファッションビルという新たな市場への進出を実現いたしました。「Feeling First」をコンセプトに、香りを通じて感性を言語化するAI技術などを活用し、お客様の気持ちや感性を起点とした新しいジュエリー選びを提案しております。

festaria 2030 中期経営計画

出店計画を見直す一方、店舗当たりの収益性向上により
FY2030の業績目標を維持。

- オーガニック成長による中期目標
- 高収益店舗の拡大（営業利益率の向上）
- DXによる生産性向上（営業利益率の向上）
- 海外・インオーガニック成長の位置付け



これまでの百貨店やショッピングセンターを中心とした店舗展開に加え、新たな販売チャネルを開拓することで、次世代顧客との接点を拡充してまいります。また、新ブランドで培う顧客体験やマーケティングの知見を既存ブランドにも展開し、グループ全体の顧客基盤の拡大とブランド価値の向上につなげてまいります。

台湾・ベトナムを軸とした海外事業の成長

海外事業では、台湾における小売事業の拡大と、ベトナムにおける製造・OEM事業の強化を推進しております。

台湾では、日本国内で培った接客・CRMのノウハウを活かし、ブランド認知度の向上と顧客基盤の拡充を進めております。今後は、店舗収益性の改善とブランド力の強化を図り、アジア市場における小売事業の成長拠点として育成してまいります。

ベトナム子会社D&Q JEWELLERY Co., Ltdでは、伊勢丹との共同開発コレクションなどの実績を背景に、製造技術や品質に対する評価が高まり、外部からのOEM受注も堅調に推移しております。今後は、品質・生産性のさらなる向上と生産体制の強化を通じて、外部受注の拡大と収益力の向上を図ってまいります。

台湾の販売力とベトナムの製造力を両輪として、海外事業の収益基盤を強化し、グループ全体の持続的な成長につなげてまいります。

株主の皆様へのメッセージ

2027年８月期は、中期経営計画「festaria 2030」の２年目として、「CRMの高度化」「商品戦略の強化」「人材力の向上」を重点テーマに掲げております。

CRMの高度化では、新規顧客の獲得からロイヤル顧客の育成まで、一貫した顧客戦略を推進し、顧客生涯価値（LTV）の最大化を目指します。

商品戦略では、主力商品の競争力強化に加え、原材料調達や価格戦略の最適化、在庫回転率の向上を通じて収益力を高めてまいります。また、人材面では、採用・育成への投資を継続し、接客力や専門性、マネジメント力の向上を図ってまいります。

これらの取り組みにより、2027年８月期は連結売上高106億円、営業利益３億50百万円を計画し、増収増益を目指してまいります。

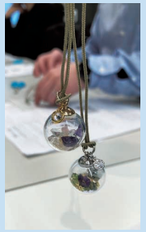
今後も企業理念「ビジュ ド ファミーユ」を経営の原点として、人の力とデジタルを融合させながら、「想いを未来につなぐコミュニティ企業」の実現に挑戦してまいります。株主の皆様におかれましては、引き続き一層のご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

Wish in a Ball ― festaria 20th Anniversary Workshop ―

想いをかたちに、20周年を記念したワークショップを開催

2026年1月、「festaria bijou SOPHIA」ブランド誕生20周年を記念し、オリジナルアクセサリーづくりを楽しむワークショップを開催しました。新たな一年への願いを込めて、自分だけのお守りのようなアクセサリーを制作。会場には多くのお客様の笑顔が広がり、ジュエリーを通じて想いをかたちにする特別なひとときとなりました。





創立20周年を迎えたベトナムの自社工場D&Q JEWELLERYと、台湾で9店舗へと展開を広げる台湾貞松。ものづくりと市場開拓、それぞれの強みを生かし、次の成長へ歩みを進めています。

D&Q JEWELLERY Co., Ltd
創立20周年



2006年5月にベトナム・ハイフォン市に設立したD&Q JEWELLERY Co., Ltdが創立20周年を迎え、記念式典を開催。日本のものづくりの技術を受け継ぎながら品質を磨き続け、現在では国内外のブランドからも製造を受託する生産拠点へと成長しています。勤続10年、20年を超える社員も多く、人とともに受け継がれてきた技術と経験は、D&Qの大きな財産です。

comment



20周年を迎え、売上・利益ともに大きく伸長することができました。21年目からも新素材の研究開発に挑戦し、価格競争力と品質をさらに高めていきます。20年かけて培った技術と人材を強みに、付加価値の高いジュエリーを生み出し、グループのさらなる成長に貢献してまいります。

キム・アン マネージングディレクター

festaria TOKYO 高雄夢時代店
新規オープン



2026年9月1日、台湾9店舗目となる「festaria TOKYO 高雄夢時代店」を、高雄の大型商業施設「夢時代」にオープン。グローバルブランドが集まるエリアから、“Wish upon a star®”を軸にfestariaならではの魅力を発信し、台湾市場でのさらなるブランド認知・価値向上を目指します。



comment



変化する台湾市場において、より高い価値を求めるお客様から選ばれるブランドを目指します。私たちの強みである接客力をさらに高め、店舗だからこそできる提案や心に残る体験をお届けすることで、台湾でfestariaのファンを広げてまいります。

山口新司 台湾総経理

「人」がつくる、festariaの強さ

一人ひとりの輝きが、フェスタリアの未来をつくる。

**ジュエリーを通じて、お客様の人生に寄り添うフェスタリア。
その原動力は、日々の接客を通じて成長し続けるスタッフ一人ひとりの力です。**



熱戦が繰り広げられた社内ロープレコンテスト決勝大会
審査員と参加者が笑顔で記念撮影

フェスタリアが大切にする「接客力」

販売するのではなく、想いに寄り添う

商品知識や提案力を磨くだけでなく、お客様の想いや背景を深く理解し、一人ひとりにふさわしいジュエリーを提案できる人財の育成に取り組んでいます。

学び、競い、高め合う

社内ロープレコンテスト

年に1回、全国の全店舗を対象に予選を実施。勝ち抜いた3 店舗が東京での決勝大会に進出し、日頃磨いてきた接客力と提案力を競い合います。
コンテストは、互いの接客から学び、自身の強みや課題を発見する貴重な機会。そこで得た学びを各店舗で共有し、全社の接客力向上につなげています。





磨き続けた接客力が、確かな評価へ

2025年度 九州・沖縄イオン同友店会 接客ロールプレイング大会 最優秀賞

九州・沖縄エリアの770名から選抜された21名が決勝に進出。お客様一人ひとりに寄り添う誠実な接客と、ユーモアあふれる温かなコミュニケーションが高く評価されました。
お客様一人ひとりの生活や気持ちに寄り添い、選ぶ時間からジュエリーを楽しんでいただき、購入後まで幸せを感じていただけるような接客を心がけています。ジュエリーが自信や心の支えとなり、「買ってよかった」とご自身の決断を誇れるようなご提案を大切にしております。
小澤 稔店長(受賞当時 ビジュソフィア イオン那覇店)



JJA主催 第9回 ジュエリーコーディネーター接客コンテスト 準優勝

初出場の第5回大会から、5大会連続で上位入賞を達成。優勝者と同ポイントの大接戦の末、準優勝に輝きました。
お客様がジュエリーを選ぶこの時間を、少しでも心地よく楽しんでいただきたいという想いで、「人」だからこそ生み出せる温かな接客を心がけています。これからもお客様との出逢いに感謝し、日々精進してまいります。高橋 香朱(フェスタリア ビジュソフィア 伊勢丹新宿店)





お客様に選ばれ続けるブランドへ

繊研新聞主催 2025年度「百貨店バイヤーズ賞」12年連続受賞

日々お客様と向き合い、磨き続けてきた接客力と提案力。その積み重ねが、お客様からの支持と、ブランドへの確かな信頼につながっています。

Our Journey ― festariaの軌跡 ―

「bijou de famille」の想いとともに、人と人とのつながりを育んできたfestaria　その20年の歩みを振り返ります

20周年特別サイト

2006

festaria bijou SOPHIA 誕生

表参道ヒルズから、festariaの物語がスタート

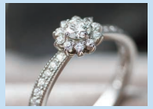


2011

Wish upon a star® 誕生

大小ふたつの星が輝く、オリジナルカットダイヤモンドが誕生





ジュエリーつながりあいキャンペーン

東日本大震災をきっかけに、人と人とのつながりに感謝する「エンゲージメントデー」が誕生

2014

「星の王子さま」ジュエリー

正規製造・販売店契約を締結
今もなお、愛され続けている人気シリーズ





Wish upon a star® ダイヤモンド 出雲大社に奉納

現代アート作品「新・風土記」の一部となり、縁結びの出雲大社へ奉納

2016

チェルシーフラワーショー

平和への願いを込めた「星灯り」を世界へ



2017

10th 銀座本店オープン

10周年の節目に、銀座本店をオープン





日本一美しい星空阿智村との取り組み

長野県阿智村と “Wish upon a star®” への共感をきっかけにマーケティングパートナーシップを締結

2023

WISH UPON A STAR® 新ブランド誕生

“Wish upon a star®”の世界観を、新たなブランドへ



2026

20th THE FESTA

20年の感謝を胸に、festariaの新たな未来へ

20th THE FESTA
festaria

新たな市場へ、festariaの次の挑戦

新ジュエリーブランド「+Aiii festaria」誕生

2026年9月、NEWoMan横浜に「+Aiii festaria（アイフェスタリア）」1号店をオープン。ライフスタイルや価値観が多様化し、ジュエリーの選び方も変化するなか、フェスタリアは新たなお客様との接点を求め、これまでの百貨店・ショッピングセンターに加え、高感度なファッションビル・駅ビルへと出店領域を拡大しています。



感覚を重ね、自分と出会う場所

+Aiii festariaが提案するのは、誰かの価値観ではなく、自分自身の「好き」を起点にジュエリーと出会う、新しい体験。
香りや音、色、質感、そしてジュエリー。五感を通して自分の感性に向き合い、自由に見て、触れて、試しながら、自分らしいジュエリーとの出会いを楽しめる空間をつくりました。





公式Instagram

香りから「好き」をひらく、KAORIUM

店内には、香りと言葉をつなぐ「KAORIUM（カオリウム）」を導入。直感で選んだ香りから、自分でも気づかなかった好みや感覚を引き出し、スタッフとの対話を通して、一人ひとりの感性に響くジュエリーとの出会いを生み出します。



新しい出会いを、festaria全体の成長へ

NEWoMan横浜から始まった、新たな挑戦。ここで生まれる新しい顧客との出会いや接客、マーケティングの知見を既存ブランドにも広げ、+Aiii festariaを起点に、フェスタリア全体の新たな成長を目指します。



New Open



◆ festaria bijou SOPHIA
ジェイアール名古屋タカシマヤ店



◆ bijou SOPHIA　天王寺ミオ店

◆ bijou SOPHIA
イオンモール須坂店(2025.10.3)
◆ bijou SOPHIA
ニューポートひたちなか
ファッションクルーズ店(2025.11.21)
◆ bijou SOPHIA
サンエー西原シティ店(2026.4.24)
◆ festaria TOKYO
高雄夢時代(2026.9.30)



◆ bijou SOPHIA
イオンモール KAGOSHIMA BAY店

Renewal Open

◆ festaria
bijou SOPHIA
横浜高島屋店
(2026.2.4)
◆ bijou SOPHIA
ゆめタウン高松店
(2026.9.18)



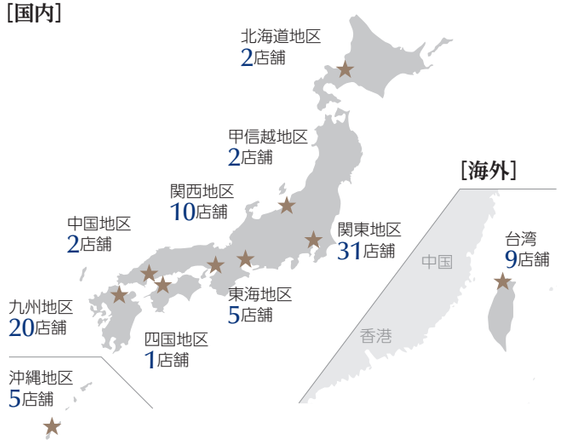
◆ bijou SOPHIA
ららぽーとTOKYO-BAY店



◆ bijou SOPHIA
セレオ八王子店

店舗の状況（2026年11月末日現在）

［国内］



［ブランド出店数］
（国内店舗数78店舗
海外店舗数　9店舗）

festaria bijou SOPHIA	27店舗（※）
festaria VOYAGE	15店舗
bijou SOPHIA	36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。

店舗・EC・富裕層・海外事業の全領域で増収となり、初の連結売上高100億円を突破。
一方、原材料高騰による粗利率の低下や人件費・システム関連費用の増加により減益。

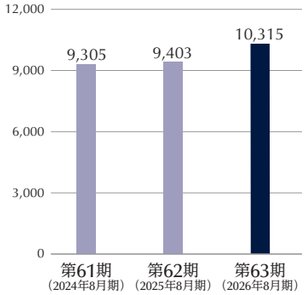
連結売上高
103.1億円
（前年比 9.7%増）

国内店舗では、主力商品"Wish upon a star®"ダイヤモンドを中心にブライダル関連商品が好調に推移し、売上高は前期比8.1%増、一人当たり売上高も同5.3%増と伸長。EC・富裕層・海外事業も揃って増収を達成。

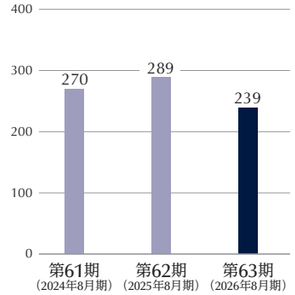
連結営業利益
2.3億円
（前年比 17.2%減）

主原材料である金・プラチナ価格の高騰に伴う売上原価の上昇により、粗利率は前期比2.5ポイント低下。加えて、人材確保・定着に向けた人件費や新基幹システム導入に伴うシステム関連費用の増加等により、販管費は前期比6.6%増となり、減益。

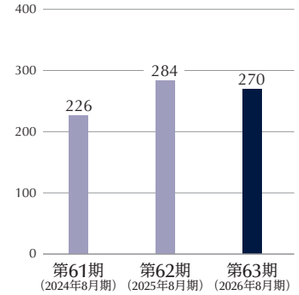
売上高
（百万円）



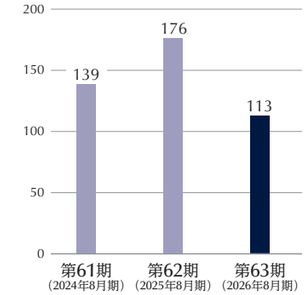
営業利益
（百万円）



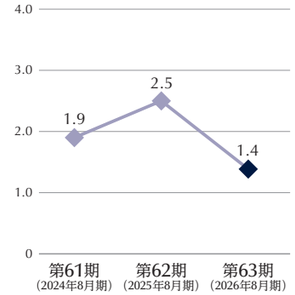
経常利益
（百万円）



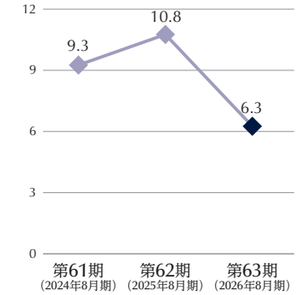
親会社株主に帰属する当期純利益
（百万円）



総資産利益率（ROA）
（%）



自己資本利益率（ROE）
（百万円）



会社概要（2026年11月26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	8億1,317万円（2026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524名（2026年8月31日現在）
事業内容	宝飾品(貴金属類、宝石類、アクセサリー)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　鈴木 康弘 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

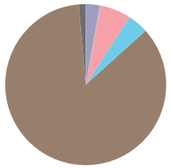
主な子会社

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・アクセサリーの製造
会社名	台灣貞松股份有限公司
事業内容	宝飾品の輸入・販売

株式の状況（2026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	3,634,500株
1単元の株式数	100株
株主数	4,070名

株式分布状況



金融機関	108,100株	2.97%
金融商品取引業者	11,882株	0.3%
その他の法人	214,700株	5.91%
外国法人等	153,901株	4.23%
個人・その他	3,097,068株	85.21%
自己名義株式	48,849株	1.34%

大株主

株主名	所有株式数	持株比率
貞松 隆弥	717,290株	20.00%
貞松 豊三	422,935株	11.80%
有限会社隆豊	168,000株	4.69%
BNYM AS AGT/CLTS NON TREATY JASDEC	137,100株	3.82%
貞松 佑哉	125,640株	3.50%

※ 持株比率は自己株式48,849株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

株主の皆様へ、感謝をかたちに
株主優待制度を拡充しました

株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、festariaのジュエリーをより身近に感じていただけるよう、株主優待制度を実施しています。
今期は、株主様からいただいたご意見・ご要望を踏まえ、**500株以上ご保有の株主様を対象に、全国の当社直営店舗（一部を除く）や主催催事会場でご利用いただける「特別優待券」**を新たにご用意。
オンラインショップに加え、実際に商品を手に取りながらお選びいただけるよう、優待の楽しみ方を広げました。

株主様の声を、より魅力ある優待へ

前回の株主様アンケートでは、株主優待の継続を希望する声や、オンラインショップで好きな商品を選べることへの好意的なご意見を多数いただきました。
一方で、「店頭で実際に商品を見て選びたい」「クーポンをもっと使いやすくしてほしい」といったご要望も寄せられ、今回の優待制度の拡充につながりました。

2026年8月期株主優待　自社オリジナルジュエリー（10,000円相当）

Ruban de bulles（リュバン ドゥ ビュル）

株主様のためにご用意した、festariaオリジナルの限定ジュエリーです。

グラスの底から静かに立ち上る一筋の泡をイメージしてデザインされた立体感のあるネックレス。
この泡はフランスで「幸せの粒」と呼ばれ、途切れることのない祝福のしるしです。
胸元で湧き上がる、上へ上へと昇っていく輝きに、幸せな未来への願いを込めてお届けいたします。

素材　ペンダントトップ・チェーン：ステンレス　ストーン：キュービックジルコニア
　　チェーン全長：45cm（アジャスター5cm含む）



前期は想定を上回る約**82**%の株主様に、オリジナルジュエリーをお選びいただきました。

お申し込み方法

同封の「株主優待のご案内」をご確認のうえ、お早めにお申し込みください。
株主優待の詳細は、当社ホームページでもご確認いただけます。

festaria HOLDINGS Co., Ltd.