平成30年8月期(第55期） 第2四半期
決算説明会資料

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2丁目6番20号　京急建設イマスビル2階
TEL:03-5768-9969 FAX:03-5768-9958
http://www.festaria.co.jp/

本資料は2018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。

エグゼクティブサマリー（平成30年8月期　第2四半期）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

売上（18/2Q）

■連結売上高：48.5億円（前年比1.3%増）

・EC販売等の新規ﾁｬﾈﾙは低迷も、国内既存店売上高は1.8%増と増収を確保。

・主力商品の“Wish upon a star” が前年比8.6%増、ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙが18.2%増と増収を牽引。

利益（18/2Q）

■連結売上総利益：31.0億円（前年比0.4%増）

・新規ﾁｬﾈﾙの低迷からｾｰﾙ施策を拡大したことにより、粗利率が0.6ﾎﾟｲﾝﾄ低下。

・ﾍﾞﾄﾅﾑ子会社製品の売上高構成比は46.0%と高水準で、売上総利益を下支え。

■連結営業損失：1.7億円（前年同四半期営業利益1.0億円）

・WEB関連や新基幹ｼｽﾃﾑ運用延期に伴う費用拡大により、販管費は前期比9.8%の増加。

・売上総利益が微増の中、販管費の大幅増加により営業損益はﾏｲﾅｽを計上。

18／8月期 通期予想

■連結売上高：100.0億円（前年比4.4%増）

■連結営業利益：3.2億円（前年比2.8%増）

・当第2四半期は利益ﾍﾞｰｽで下方修正も、構造改革の断行や投資効果獲得による下期以降の利益改善を見据え、通期では引き続き期首予想を目指す。

Ⅰ．損益について

1．損益概要

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

増収もEC下振れで計画未達、利益面は各種費用負担が響きマイナスを計上

（単位：百万円）

連結	2017/2Q		2018/2Q					
	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	4,790	100.0%	4,854	100.0%	64	101.3%	4,950	98.1%
売上総利益	3,090	64.5%	3,101	63.9%	11	100.4%	3,192	97.2%
販売費及び一般管理費	2,987	62.4%	3,279	67.5%	291	109.8%	3,092	106.1%
営業利益	102	2.1%	△177	△3.7%	△280	－	100	－
経常利益	120	2.5%	△183	△3.8%	△303	－	80	－
四半期純利益	88	1.8%	△153	△3.2%	△241	－	30	－

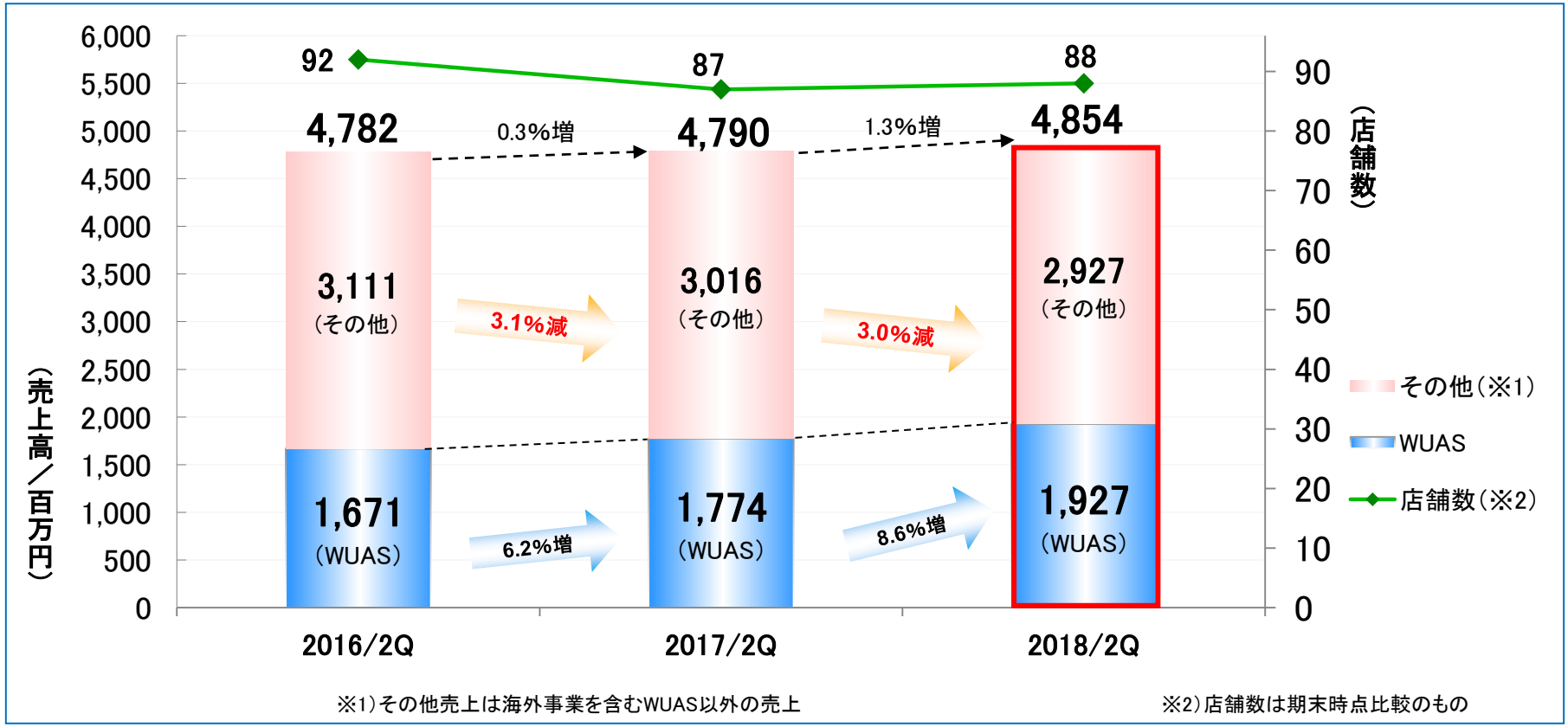
■銀座路面店のﾌﾞﾗﾝﾄﾞ波及により、国内外での店舗政策は大幅に進展し、店舗収益力は大きく向上。

■EC事業の売上未達に加え、WEB広告投資やｼｽﾃﾑ投資などの販管費増が影響し、利益面は大幅に悪化。

2. 売上高の状況：Wish upon a starの推移

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

“Wish upon a star”はブライダルを中心に堅調に推移し、全体売上を牽引



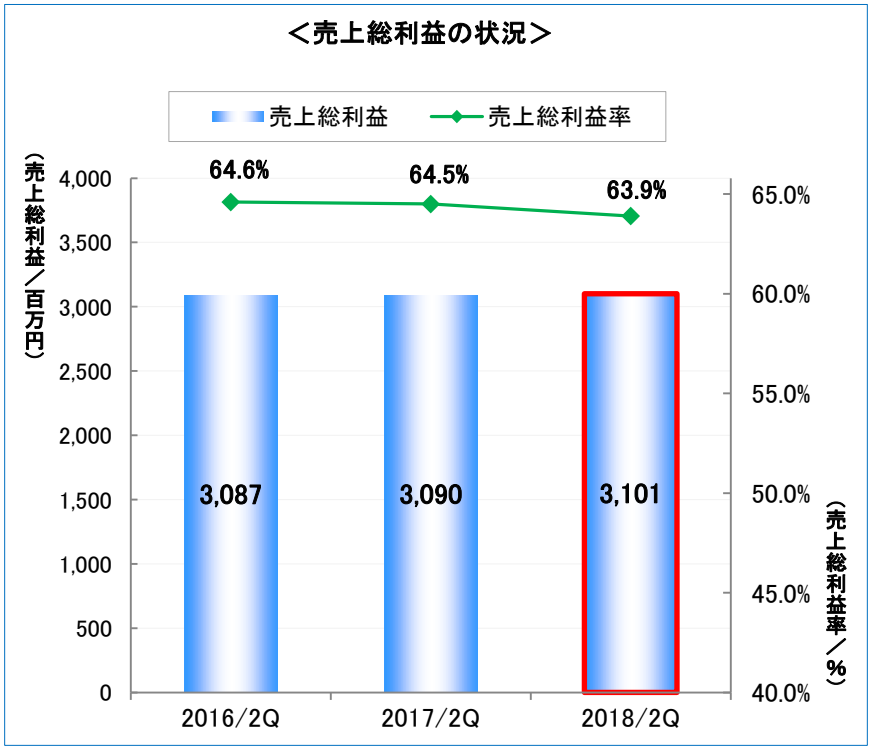
■“Wish upon a star”を基軸とした販促施策の強化が奏功し、同商品の売上は前年比8.6%増と好調を維持。

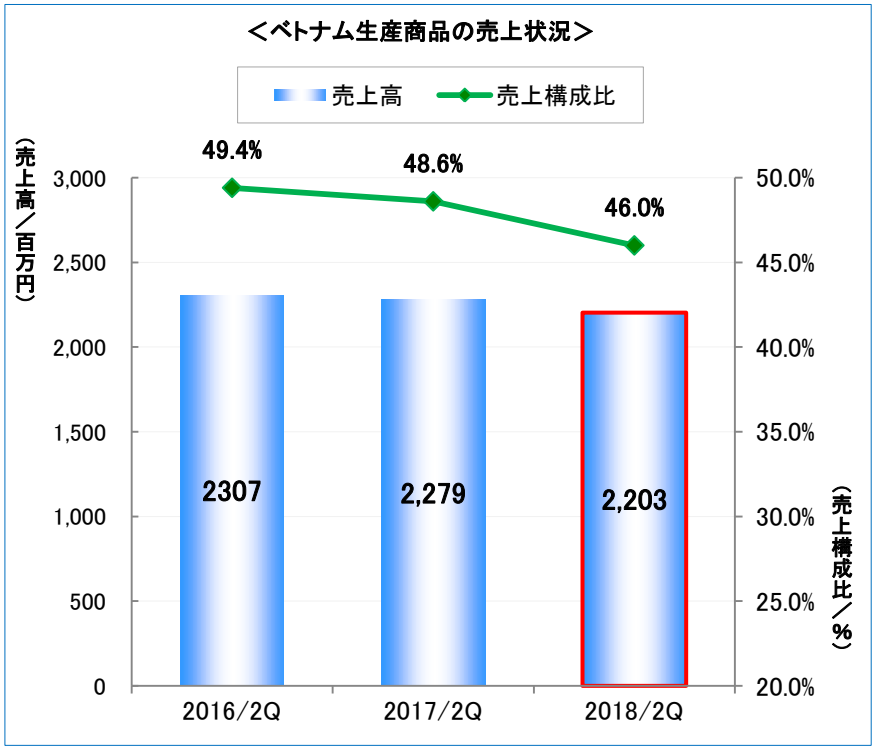
■ “Wish upon a star”構成比は39.7%まで拡大した一方で、その他商品の売上は減少。

3. 売上総利益の状況

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

“Wish upon a star”の売上拡大により売上総利益は前年比0.4%の増加





■ﾍﾞﾄﾅﾑ製品での売上構成比は46.0%と高水準を維持も、SCMの有効性追求は継続課題。

■WUAS売上は引き続き堅調も、ECを含めたｾｰﾙ策の実施やﾍﾞﾄﾅﾑ製品比率の低下もあり、粗利率は0.6ﾎﾟｲﾝﾄの低下。

4. 販売費及び一般管理費の状況

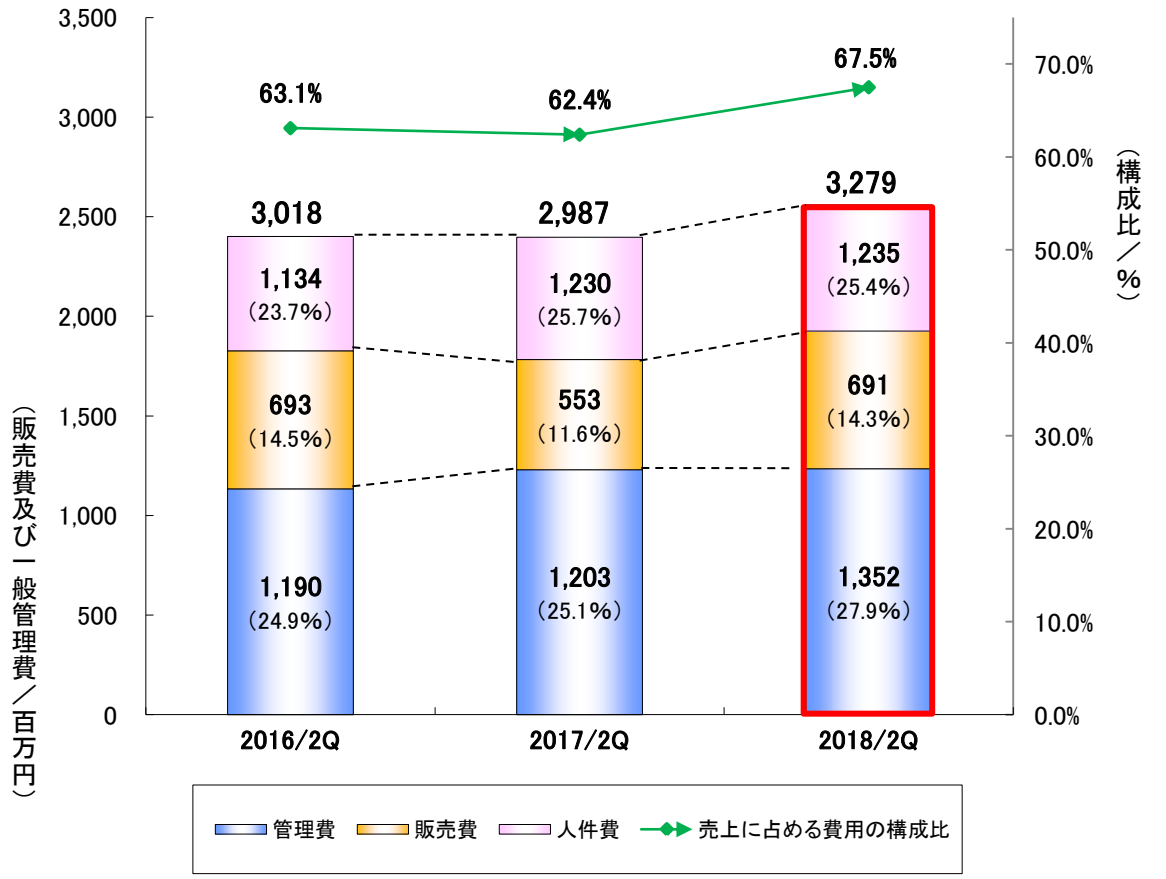
festaria HOLDINGS Co., Ltd.

WEB関連投資や新基幹システム費用の拡大により販管費は前年比9.8%の増加

■**人件費は、**派遣社員費の削減を実施も、本社専門人材の人員強化に伴う費用が拡大したため、**前年比5百万円の増加（+0.4%）。**

■**販売費は、**ブランド認知度の向上に向けたプロモーション費用の拡大に加え、SNSやWEB広告を中心に12月商戦に向けて積極的な販促費用を投下したため、**前年比137百万円の増加（+24.9%）。**

■**管理費は、**銀座路面店出店による固定家賃の負担増等に加え、新基幹システム導入に伴う減価償却費が増加するなか、本稼働延期に伴う追加費用等が影響し、**前年比148百万円の増加（+12.4%）。**



※括弧内の%数値は各科目における売上高に占める割合。

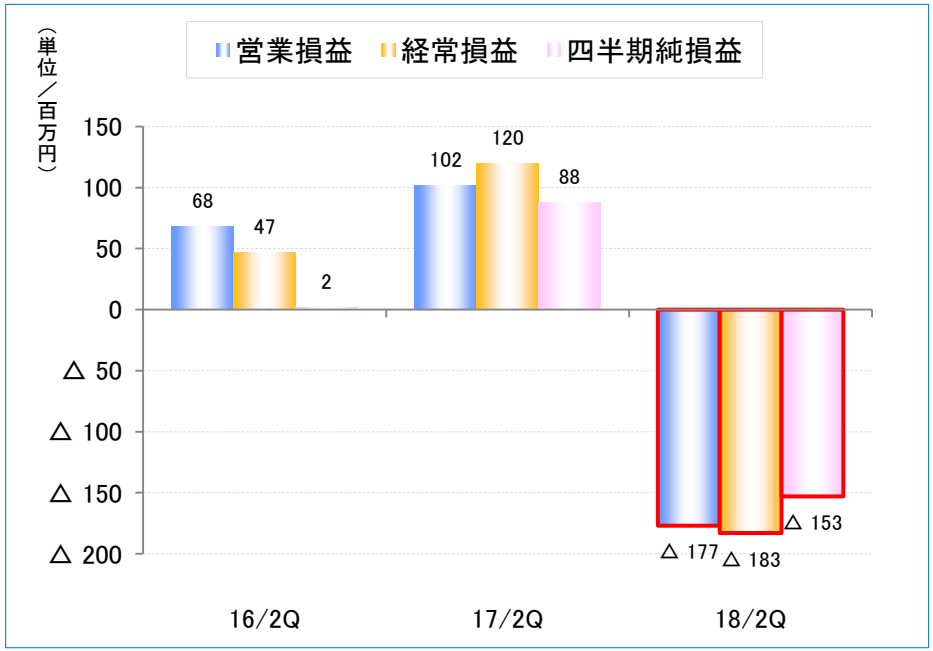
5. 営業損益、経常損益、当期純損益の状況

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

営業損失の計上により、経常損益、四半期純損益もマイナスを計上

（単位：百万円）

		2016／2Q	2017／2Q	2018／2Q	前年比増減率
営業損益		68	102	△177	－
	営業外収益	7	39	18	△53.2%
	営業外費用	29	21	24	11.2%
経常損益		47	120	△183	－
	特別利益	－	26	4	△81.0%
	特別損失	26	9	4	△49.1%
税金等調整前四半期純損益		20	137	△182	－
	法人税等	18	48	△29	－
四半期純損益		2	88	△153	－



■営業損益は、売上総利益が微増も、販管費が大きく増加したため、△177百万円（前年同四半期営業利益102百万円）を計上。

■経常損益は、営業損失の計上に伴い、△183百万円（前年同四半期経常利益120百万円）とマイナスに転落。

■四半期純損益は、経常損失の大幅計上に伴い、△153百万円（前年同四半期当期純利益88百万円）とマイナスを計上。

Ⅱ．その他業績について

1．連結業績（財政状態）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

スクラップ＆ビルドへの対応や新基幹システムの導入により総資産は増加

（単位：百万円）

連結	2017／2Q	2017／4Q	2018／2Q	増減額
流動資産	6,310	6,209	6,678	469
固定資産	1,549	1,930	2,051	121
総資産	7,860	8,140	8,730	590
流動負債	4,827	4,873	5,376	503
固定負債	1,491	1,593	1,797	203
負債合計	6,319	6,466	7,173	706
純資産	1,541	1,673	1,557	△116

売掛金が242百万円減少も、3月の出店・改装に備え、現預金660百万円、商品及び製品が65百万円増加したことが要因となり、469百万円の増加。

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新基幹システムの導入に伴うリース資産等の増加が影響し、固定資産は121百万円の増加。

「支払い手形及び買掛金」ならびに短期借入金の増加が主な要因となり、流動負債は503百万円の増加。

長期借入金の増加が主な要因となり、固定負債は203百万円の増加。

利益剰余金が176百万円減少したこともあり、自己資本比率は17.3%と、前期末から2.8ポイント低下。

2. 連結業績（キャッシュ・フロー）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

現金及び現金同等物の期末残高は623百万に減少

（単位：百万円）

連結	2017／2Q	2018／2Q	増減額	当期実績の主な要因
営業キャッシュ・フロー	△495	158	653	税引前四半期純損失：△182百万円、 減価償却費：125百万円、売上債権の減少：242百万円 たな卸資産の増加：△92百万円
投資キャッシュ・フロー	△111	△171	△60	有形固定資産の取得：△130百万円 差入保証金の差入：△42百万円
財務キャッシュ・フロー	492	671	179	短期借入金の純増額：＋450百万円 長期借入金による収入：＋700百万円 長期長期借入金の返済：△452百万円
現金及び現金同等物の増減額	△91	660	752	
現金及び現金同等物の四半期末残高	733	1,284	551	

フリー・キャッシュ・フロー	△606	△13	593	営業CFがプラスとなり、フリーCF（営業CF ＋ 投資CF）は前期比で593百万円の増加。

3. 出退店実績の状況

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

2018年2Qでは2店舗ｵｰﾌﾟﾝし、前年比では1店舗の増加

チャネル	2017／2Q 四半期末店舗数	2017年3月1日～2018年2月28日			2018／2Q 四半期末店舗数
		出店	退店	増減数	
路面店／SC／FB	46	4	2	2	48
百貨店	31	0	1	△1	30
ｱｳﾄﾚｯﾄ	4	0	0	0	4
国内店舗　合計	81	4	3	1	82
海外（台湾）　合計	6	0	0	0	6

■2018／2Q累計期間における出店実績では、2017年10月に高崎ｵｰﾊﾟ店（FB）、11月にゆめﾀｳﾝ佐賀店（SC)をそれぞれ新規ｵｰﾌﾟﾝ。

■2018／2Q累計期間における退店実績は無し。

■2018／3Q以降では、新店はららぽーと富士見（3/9）、ららぽーと海老名（3/20）、ららぽーと新三郷（6月下旬）の3店舗、移設増床でそごう横浜（3/2）、ｱﾐｭﾌﾟﾗｻﾞ大分（3/2）、ﾗｿﾞｰﾅ川崎（3/20）、 新潟伊勢丹（4/28）、そごう千葉（5/1）を予定。

Ⅲ. 通期の見通し

1. 既存事業：現状認識と下期方針のﾎﾟｲﾝﾄ

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

既存事業（店舗販売）

現状認識

- 「ﾌｪｽﾀﾘｱ ﾋﾞｼﾞｭｿﾌｨｱ ｷﾞﾝｻﾞ」の波及効果に基づくﾌﾞﾗﾝﾄﾞ戦略を推進
- ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ戦略と連動したｽｸﾗｯﾌﾟ&ﾋﾞﾙﾄﾞ政策の推進により店舗効率は向上
- 厳しい事業環境下、国内既存店売上高は前年比1.8%増と増収を確保

下期方針のﾎﾟｲﾝﾄ

- これまで以上に収益の源泉である既存事業に注力し、大幅な収益拡大を目指す
  - 店舗を柱とした販売活動に経営資源を傾斜配分し、経営効率の改善を図る。
  - 売上に直結しないﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝｺｽﾄを徹底的に削減し、利益改善を図る。
  - きめ細かい店舗ﾏﾈｼﾞﾒﾝﾄを推進し、接客ﾌﾟﾛｾｽの再強化を図る。
  - CRM深化による催事への取り組み強化を推進し、販売単価の向上を図る。
  - 「ﾌｪｽﾀﾘｱ ﾋﾞｼﾞｭｿﾌｨｱ ｷﾞﾝｻﾞ」の波及効果によりﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ来店予約の拡大を図る。
  - 高付加価値商品のWUASの販売に注力し、売上総利益の改善を図る。

2. 新規事業：現状認識と下期方針のﾎﾟｲﾝﾄ

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

新規事業（EC等）

現状認識

・**EC事業は大幅な計画未達でｾﾞﾛﾍﾞｰｽで見直し**

－自社ECｻｲﾄのｲﾝﾌﾗ面（画面構成・導線設計）や社内ｵﾍﾟﾚｰｼｮﾝは試行錯誤で整備途上。

－自社EC売上拡大を狙ったWEB広告の傾斜投入を実行も、効果小。

－自社EC専用在庫を積み増しも販売計画の大幅未達により在庫増を誘引。

下期方針のﾎﾟｲﾝﾄ

・**実店舗の強みを活かしたEC戦略の見直し**

－有力百貨店・SCでの店舗展開、「ﾌｪｽﾀﾘｱ ﾋﾞｼﾞｭｿﾌｨｱ ｷﾞﾝｻﾞ」による安心感を訴求。

・**全体戦略との整合性を重視したWEBﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞの見直し**

－ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ予約の拡大、020施策の強化等、相互送客を見据えた戦略に重点をｼﾌﾄ。

－ｵﾑﾆﾁｬﾈﾙ化を踏まえた在庫戦略、物流体制、販売員評価制度の見直し等。

卸事業を含め、引き続き成長戦略と位置付けるものの、投下ｺｽﾄを最小限に留め、体制整備に注力する

3. 経営基盤：現状認識と下期方針のﾎﾟｲﾝﾄ

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

経営基盤（財務状態等）

現状認識

- 売上高本社経費率は大幅に拡大し、本社生産性の向上が急務な状況
- 全社的なﾃﾞｼﾞﾀﾙﾘﾃﾗｼｰの欠如から新基幹ｼｽﾃﾑの運用延期が発生
- 在庫高止まりの中、積極投資による有利子負債の拡大で自己資本比率は低下

下期方針のﾎﾟｲﾝﾄ

- 本社構造改革として本社経費削減に向けた具体的な取り組みを断行
  - 既存事業の強化を柱とした選択と集中により本社人員の大幅な配置転換を検討。
  - 業務の仕組化・標準化をｽﾋﾟｰﾄﾞに上げて取り組み、本社生産性の改善を図る。
- 新基幹ｼｽﾃﾑの慣熟に全社を上げて取り組むことで、早期の本格運用を目指す
- 来期以降の財務体質改善の布石として在庫圧縮に向けた取り組みを検討
  - ｱｳﾄﾚｯﾄ戦略の見直しを図り、在庫圧縮の活性化を図る。
  - BtoC以外の在庫処分施策として、潜在利益の活用を検討。

4. 通期（平成30年8月期）の業績見通し

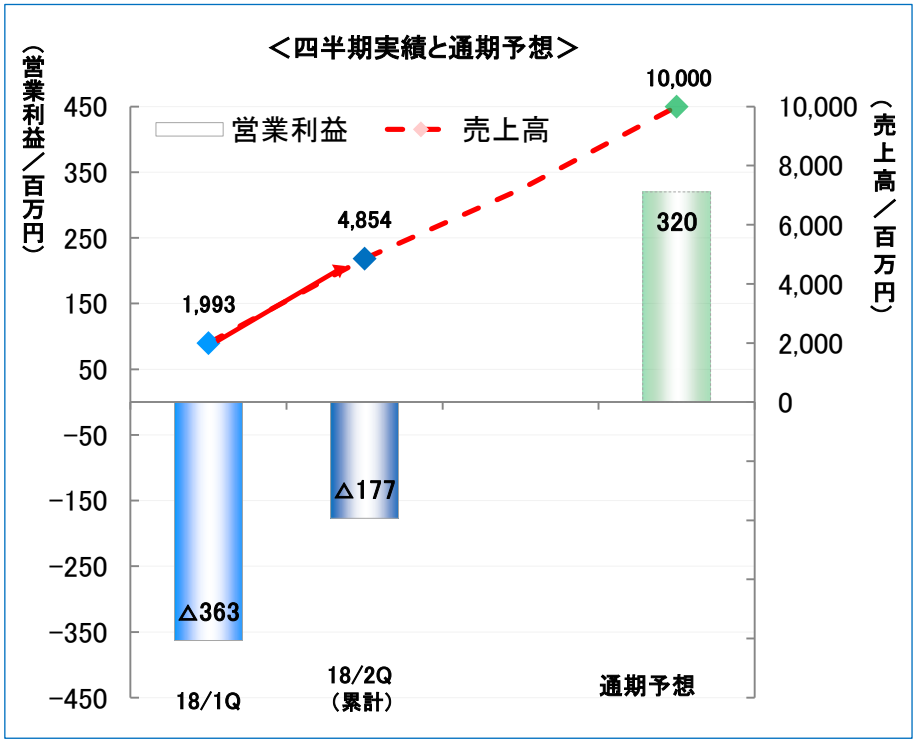
festaria HOLDINGS Co., Ltd.

上期の課題を踏まえた下期収益構造改革を実行し、大幅な利益改善を図る

＜経営成績（連結）＞

（単位：百万円）

	18／1Q（会計）	18／2Q（会計）	18／2Q（累計）	通期予想
売上高	1,993	2,861	**4,854**	9,800～10,000
営業損益	△363	186	**△177**	250～320
経常損益	△367	183	**△183**	200～260
純損益	△269	116	**△153**	70～100



- 上期：EC事業の計画未達に加え、WEB関連費用の拡大や新基幹システム運用延期に伴う負担増の拡大により下方修正。
- 下期：店舗を柱とした収益拡大に注力するとともに、プロモーション投資一巡による利益改善を図り、利益面は計画上ブレを想定。
- 通期：下期の利益改善を踏まえ通期業績は据え置くものの、進捗状況により修正が必要な場合は速やかに公表予定。

Ⅳ. トピックス

店舗戦略（国内：新規出店）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

festaria VOYAGE

フェスタリア ボヤージュ　高崎オーパ店
（2017年10月オープン：15.3坪））

bijou SOPHIA

ビジュ ソフィア　ゆめタウン佐賀店
（2017年11月オープン：18.3坪）

店舗戦略（国内：増床）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

festaria
bijou SOPHIA

フェスタリア ビジュ ソフィア　そごう横浜店
（2018年3月オープン：23.3坪）

店舗戦略（海外：リブランディングオープン）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

2017年12月18日 festaria TOKYO 新光三越百貨信義A8店
“NEW Concept Store”がインターナショナルゾーンに移設・増床オープン☆

台湾・台北信義エリアにオープンした、「新光三越百貨信義A8店」
フェスタリア トーキョーのオープニング。
銀座中央通りの旗艦店「フェスタリア ビジュソフィア ギンザ」のコンセプトである“House of Star 夢を叶える星の館”を再現したショップは、大盛況のオープニングを迎えました☆

コラボレーション（festaria bijou SOPHIA×阿智村）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

ショートムービー「ふたつの星のおくりもの」配信　（2017年11月）

溝端淳平さん主演のエモーショナル ムービー「ふたつの星のおくりもの」を公開しました。フェスタリア ビジュソフィアがマーケティングパートナーとなった「日本一の星空」で有名な長野県阿智村で撮りおろした美しい愛のストーリーです。

長野県阿智村「天空の楽園 Winter Night Tour」に出店（2017年12月）

フェスタリア ビジュソフィア期間限定コンテナショップ（12月9日～12月25日）「House of Star」を出展しました。

メディア露出１

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

全国放送 NHK「おはよう日本」：「けさのクローズアップ」に フェスタリア ビジュソフィア ギンザ店が取り上げられました(2018年１月）

メディア露出２

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

ラジオNIKKEI第１　：企業トップが語る！人生波乱万丈」コーナーに代表取締役社長 貞松隆弥が出演いたしました(2018年3月)

バイヤーズ賞

繊研新聞社主催、2017年度「百貨店バイヤーズ賞レディス部門」
フェスタリア ビジュソフィアが特別賞を受賞（2018年3月）

（1）　2018年（平成30年）3月1日　木曜日

基幹ブランドが秋冬健闘
部門賞に41ブランド
百貨店賞は8社・店決まる

17年度百貨店バイヤーズ賞レディス

繊研新聞社が主催する17年度百貨店バイヤーズ賞レディスの部門賞が決まった。17年の春夏、秋冬の結果を踏まえ、百貨店のバイヤーからの推薦が多かった41ブランドが選ばれた。百貨店市場は特に17～18年秋冬商戦が堅調に推移、各社の基幹ブランドの健闘を反映する内容となった。ベストセラー大賞は4月上旬に発表する。百貨店賞も各部門賞に8社・店が選定された。

＝詳細を27日付に

ベストセラー賞の顧客分類は年齢やライフステージによる区分だけでなく、顧客のファッション志向、関心による視点を選考に反映した。

年齢・ライフステージは団塊、団塊世代、ヤング・アダルトは次世代顧客である団塊孫世代を対象の中核に、ライフスタイルの変化による衣料品の買い方の違いに対応した。

顧客の志向、関心の分類は、コンテンポラリー、エスタブリッシュ、アドバンスの三つに分ける。コンテンポラリーはトレンドを意識した今の"旬"を取り入れたゾーンに設定、エスタブリッシュは「本物・上質」といった要素を軸とした。アドバンスは時代を先取りした「モード」を提案するファッション志向の強い顧客対象で区分した。

年齢・ライフステージ別、ファッションに対する志向のアプローチ、ゾーニングを通して、顧客のテイスト、ライフスタイルに合わせて受賞ブランドを選んだ。グッドパートナー賞は納品率や消化率の向上のほか、接客サービス、顧客管理に優れたブランド（商品企画）を選出した。今回はバイヤーズ賞プラス、カムバック賞、キラリ賞の該当はなかった。

百貨店賞のインペート賞は17年度に大規模改装を実施した店舗が相次いだ。地域で欠落したMDやサービスを再構築するとともに、グレード、テイストを引き上げたのが特徴。衣料品の売り上げ板が続いているが、顧客ニーズに合わせた品揃えの修正、売り方の改革でマーケット対応力を強化した。

対象顧客のライフスタイル、暮らし方の関心度に合わせたゾーニングが広がった。洋服のカテゴリーバランスを見直し、美・健・癒やしなどを切り口にした従来の商品領域を超えた品揃えに挑んだ。一方で、専門スタッフを配置したコンサルティング販売、体験型の情報発信拠点などサービスの充実も見逃せない。

17年度百貨店バイヤーズ賞レディスの部門賞

カテゴリー			受賞ブランド	企業名
ベストセラー賞	ヤング・アダルト	コンテンポラリー	①23区	オンワード樫山
			②アンタイトル	フィールズインターナショナル
			③ボッシュ	東京スタイル
		エスタブリッシュ	①ラルフローレン	ラルフローレン
			②マッキントッシュ・フィロソフィー	三陽商会
		アドバンス	①エンフォルド	バロックジャパンリミテッド
	ミドル	コンテンポラリー	①自由区	オンワード樫山
			②セオリーリュクス	リンク・セオリー・ジャパン
			③リフレクト	フィールズインターナショナル
		エスタブリッシュ	①マッキントッシュ・ロンドン	三陽商会
			②キース	ルック
		アドバンス	①プリーツプリーズ・イッセイミヤケ	イッセイミヤケ
	アッパーミドル	コンテンポラリー	①センソユニコ	マツオインターナショナル
		エスタブリッシュ	①レリアン	レリアン
			②マックレガー	双日インフィニティ
	特選		グッチ	グッチジャパン
			バレンシアガ	バレンシアガジャパン
			モンクレール	モンクレールジャパン
	アイテム集積		オーバーライド	葉原
			ゴコチ	ワコール
			ナチュラルベーシック	川辺
	バッグ		カナナプロジェクト	エース
			フルラ	フルラ・ジャパン
	靴		マーガレット・ハウエル・アイデア	モーダ・クレア
			ランバン・オン・ブルー	モーダ・クレア
			ロックポート	ロックポート・ジャパン
	アクセサリー		アーカー	アーカー
			アガット	エーアンドエス
			ヴァンドーム青山	ヴァンドームヤマダ
			スワロフスキー	スワロフスキー・ジャパン
	化粧品		クレドポーボーテ	資生堂
			ポーラ	ポーラ
プロポーズ賞			ジェラートピケ	マッシュスタイルラボ
			スーペリアクローゼット	フランドル
			ミズイロインド	マザーズインダストリー
グッドパートナー賞			イビサ	イビサ
			イマック	イマック
			エムズグレィシー	エムズグレィシー
			ゲンテン	クイーポ
特別賞			フェスタリアビジュソフィア	フェスタリアホールディングス
新人賞			モラビト・ブラン	キング
バイヤーズ賞プラス				該当なし
カムバック賞				該当なし
キラリ賞				該当なし

17年度百貨店賞

インペート賞	婦人服	JR名古屋高島屋
		博多阪急
	紳士服・スポーツ	大丸神戸店
	服飾雑貨	阪急うめだ本店
	イベント・販促部門	伊勢丹新宿本店
CS賞		高島屋新宿店
ES賞		三越伊勢丹（企業として受賞）
キラリ賞		高崎高島屋

化粧品	クレドポーボーテ	資生堂
	ポーラ	ポーラ
プロポーズ賞	ジェラートピケ	マッシュスタイルラボ
	スーペリアクローゼット	フランドル
	ミズイロインド	マザーズインダストリー
グッドパートナー賞	イビサ	イビサ
	イマック	イマック
	エムズグレィシー	エムズグレィシー
	ゲンテン	クイーポ
特別賞	フェスタリアビジュソフィア	フェスタリアホールディングス
新人賞	モラビト・ブラン	キング
バイヤーズ賞プラス		該当なし
カムバック賞		該当なし
キラリ賞		該当なし

特別賞

「フェスタリア・ビジュソフィア」は主力のダイヤモンドジュエリー"ウィッシュ・アポン・ア・スター"が高い伸び。大都市圏を中心に好調で、増床店舗では特に高い実績を残した。

大都市中心に

フェスタリア・ビジュソフィア

会社概要

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	770百万円（2017年年8月31日現在）
従業員数	連結：522人（2017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・ファミーユ」

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

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。