

2021年8月期(第58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

京急建設イマビル2階

TEL:03-5768-9969 FAX:03-5768-9958

<https://www.festaria.co.jp/>



本資料は2021年4月26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。

売上

(21/2Q)

■ 連結売上高: 47.6億円 (前年同期比6.9%減)

- ・コロナの影響で商業施設を中心に客数が大幅に低下も、客単価は23.3%上昇。
- ・オンライン消費の活性化を追い風にEC事業が前年同期比137.1%増と大きく伸長。

利益

(21/2Q)

■ 連結売上総利益: 30.3億円 (前年同期比2.3%減)

- ・価格ラインの引き上げ効果もあり売上総利益率は前年同期比3.0ポイント上昇。
- ・高付加価値商品“Wish upon a star”が堅調に推移し、増益に寄与。

■ 連結営業利益: 2.6億円 (前年同四半期営業損失1.6億円)

- ・徹底的なコスト効率化を進めたことから、販管費は前年同期比で501百万円の減少。
- ・販管費の大幅な減少に加え、海外事業の業績改善も貢献し、営業利益は大幅に改善。

21/8月期 通期予想

■ 連結売上高: 92.0億円 (前期比9.2%増)

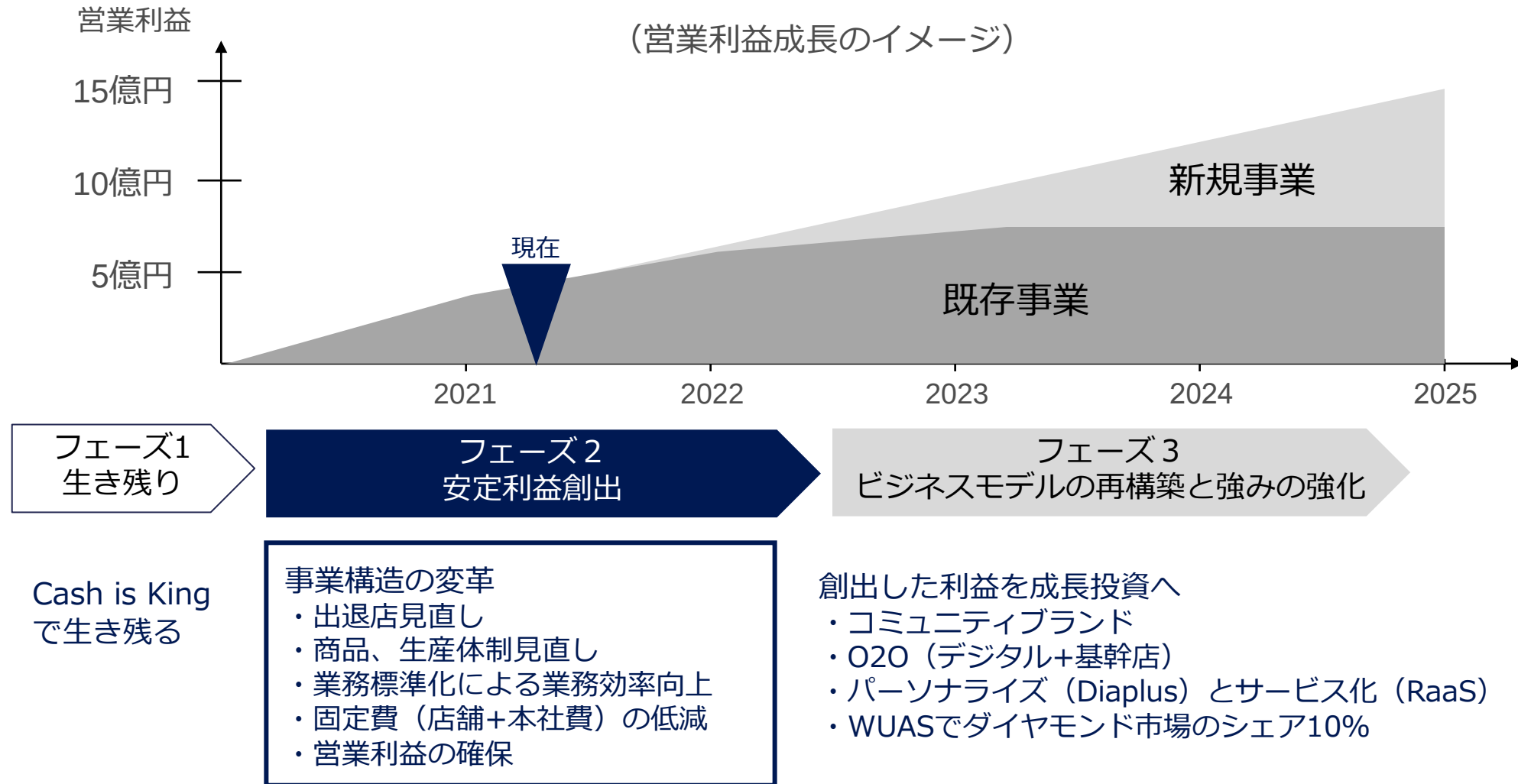
■ 連結営業利益: 2.8億円 (前期営業損失4.3億円)

- ・2Qでは大幅な上方修正を実施も、先行き不透明な状況を踏まえ通期予想を据え置き。
- ・ポストコロナを見据えたビジネスモデルの再構築に向け、デジタル戦略投資への環境整備を実施。

中長期の成長イメージの中での位置づけ

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

フェーズ3を意識しつつも、現状は「安定利益創出」を最優先とする



I . 損益について

1. 連結業績概要

コロナの影響を受けつつも、売上利益ともに当初計画を上回って進捗

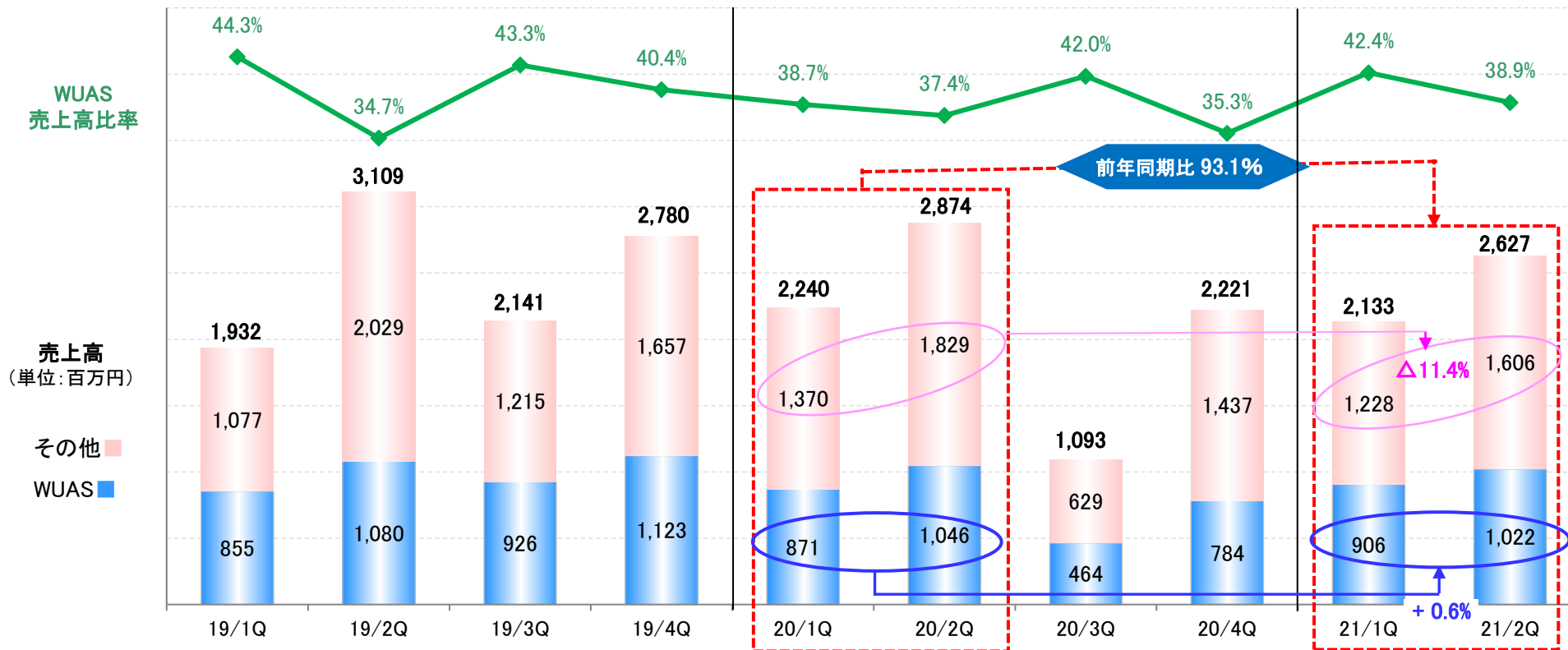
（単位：百万円）

連結	2020/2Q		2021/2Q					
	前期実績	売上比	当期実績	売上比	増減額	前期比	当初計画	計画比
売上高	5,114	100.0%	4,760	100.0%	△354	93.1%	4,700	101.3%
売上総利益	3,103	60.7%	3,031	63.7%	△72	97.7%	—	—
販売費及び一般管理費	3,265	63.8%	2,763	58.0%	△501	84.6%	—	—
営業利益	△161	—	267	5.6%	429	—	135	198.3%
経常利益	△172	—	251	5.3%	424	—	115	218.8%
四半期純利益	△149	—	184	3.9%	333	—	50	368.2%

- 国内事業は、8店舗減少により減収も、売上総利益率の改善と徹底したコスト効率化で利益面は大幅に改善。
- 海外事業は、台湾子会社のコロナ影響は軽微。グループマネジメントの強化で業績は改善傾向で推移。

2. 売上高の状況

コロナの影響により減収も、“Wish upon a star”の売上構成比は拡大

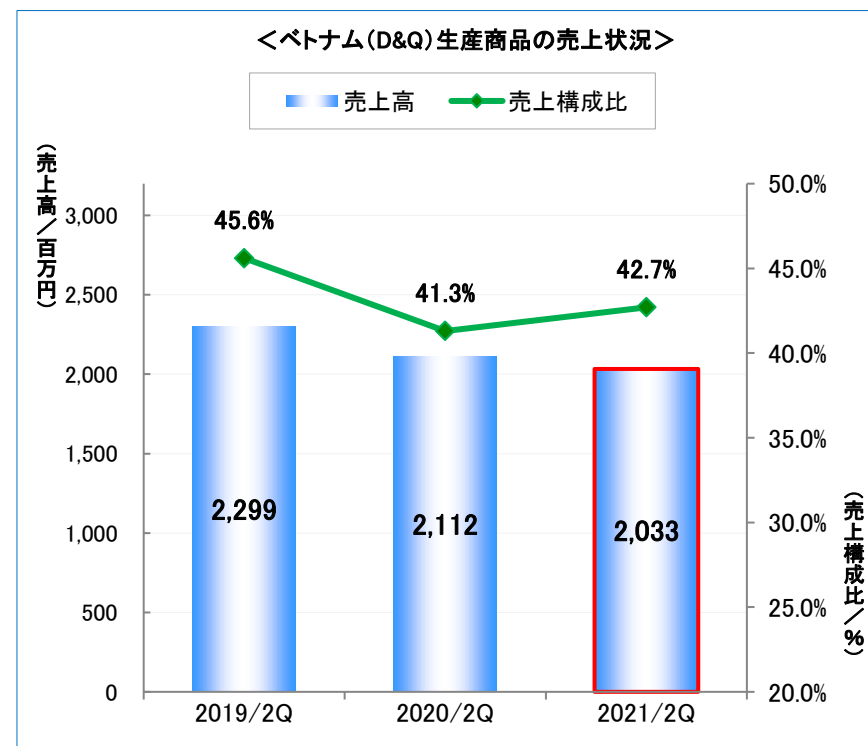
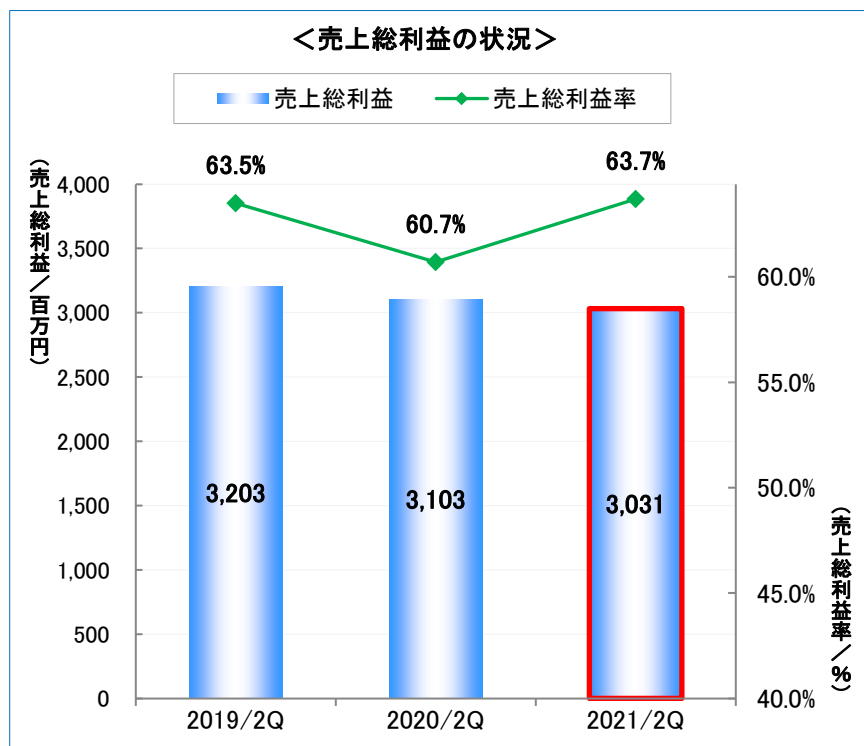


■ “Wish upon a star”は、販売本数が前年同期比9.8%減も、販売単価が15.5%上昇したため、0.6%の増収を確保。

■ その他商品は、店頭客数の減少や催事縮小に加え、ブランド統廃合に伴う商品政策の見直しもあり、前年同期比11.4%減。

3. 売上総利益の状況

減収や地金価格の高騰に伴い売上総利益は前年同期比2.3%減少



- “Wish upon a star”を中心とした高付加価値商品の売上構成比拡大により売上総利益率は3.0ポイントの上昇。
- 主な原材料となる金価格が期間平均で18.8%上昇も、ベトナム(D&Q)構成比改善や価格改定の効果により原価率は低下。

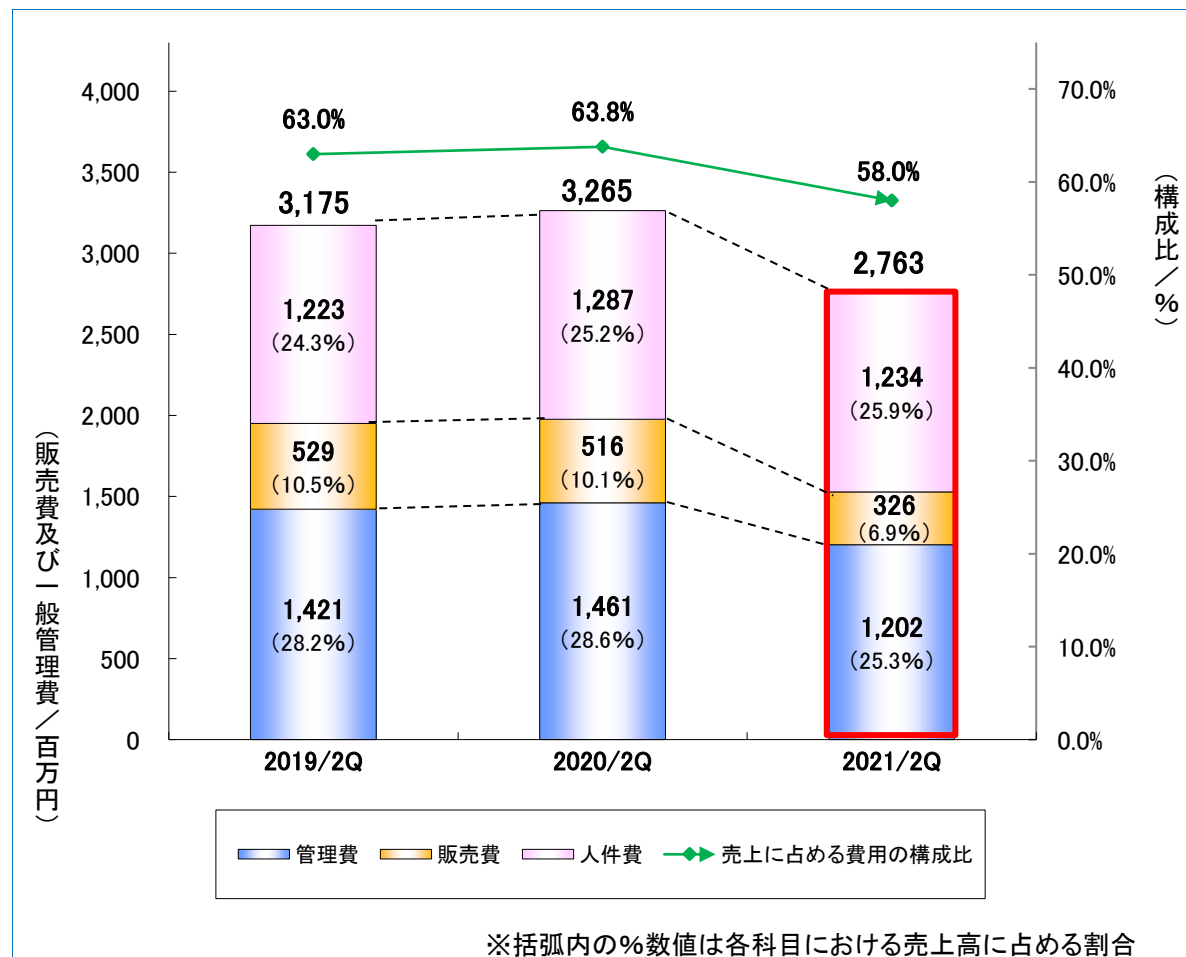
4. 販売費及び一般管理費の状況

徹底したコスト効率化を図ったことから、売上高販管費率は大きく減少

■人件費は、賞与引当金の増額計上も、店舗数の減少による人員減に加え、本社人員の見直しやコロナ禍での営業活動制限に伴う労務費の削減を推進したため、前年同期比53百万円の減少（△4.1%）。

■販売費は、SNSやWEBを中心に主にブライダル関連広告の一部継続も、12月商戦向けや催事関連を中心に大幅な販促費用の見直し・削減を図ったため、前年同期比189百万円の減少（△36.7%）。

■管理費は、物流機能集約による外注費の削減・効率化に加え、家賃や減価償却費などの店舗関連費用、出張費等が大幅に減少したことが主な要因となり、前年同期比258百万円の減少（△17.7%）。

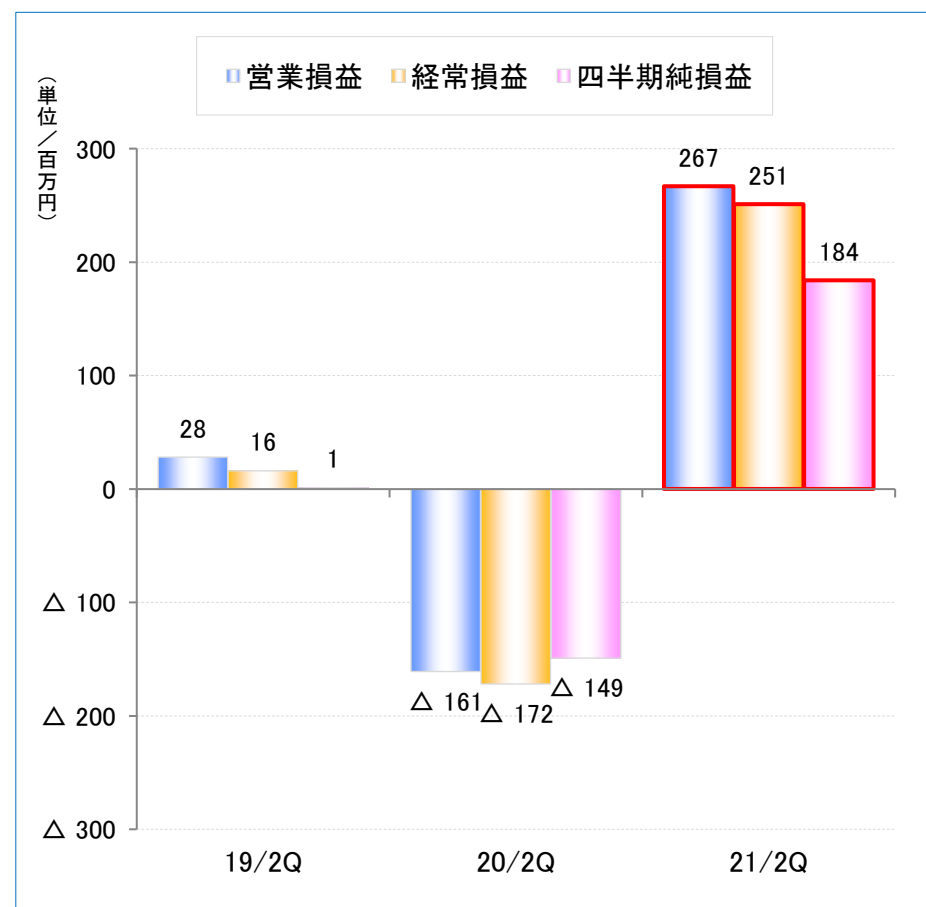


5. 営業損益、経常損益、当期純損益の状況

利益が各段階で大幅に改善し、当初の上期計画を大幅に超過して進捗

（単位：百万円）

		2019/2Q	2020/2Q	2021/2Q	前年同期 増減率
営業損益		28	△161	267	—
	営業外収益	14	23	17	72.9%
	営業外費用	25	34	33	95.1%
経常損益		16	△172	251	—
	特別利益	—	10	28	266.2%
	特別損失	13	34	33	98.6%
税金等調整前 四半期純損益		3	△196	246	—
	法人税等	1	△47	62	—
四半期純損益		1	△149	184	—



Ⅱ. その他業績について

1. 財政状況

ROAの改善と手元流動性比率の適正化を推進し、財務健全性は向上

(単位:百万円)

連結	2020/2Q	2020/4Q	2021/2Q	増減額
流動資産	7,122	6,056	6,167	110
固定資産	2,167	1,972	1,772	△200
総資産	9,290	8,028	7,939	△89
流動負債	5,665	4,231	3,993	△238
固定負債	2,098	2,936	2,900	△36
負債合計	7,764	7,167	6,893	△274
純資産	1,525	860	1,045	185

仕入、在庫効率の向上により「商品及び製品」が135百万円、「原材料」が45百万円減少した一方で、「現金及び預金」が263百万円増加したことが主な要因となり110百万円の増加。

退店等に伴う有形固定資産の減少に加え、店舗にかかる契約条件の見直しにより差入保証金の減少が影響し、固定資産は200百万円の減少。

「買掛金」、「前受金」、「賞与引当金」が増加した一方で、「短期借入金」が630百万円減少し、流動負債は238百万円の減少。

資本性劣後ローンによる資金調達800百万円の実行と並行して、その他の「長期借入金」を返済したことに加え、リース債務が減少したため、固定負債は同水準で推移。

純資産が185百万円増加し、自己資本比率は12.6%と、前期末から2.5ポイント上昇。

2. キャッシュフローの状況

仕入・在庫を中心とした資産効率の向上によりフリーキャッシュフローが大幅に改善

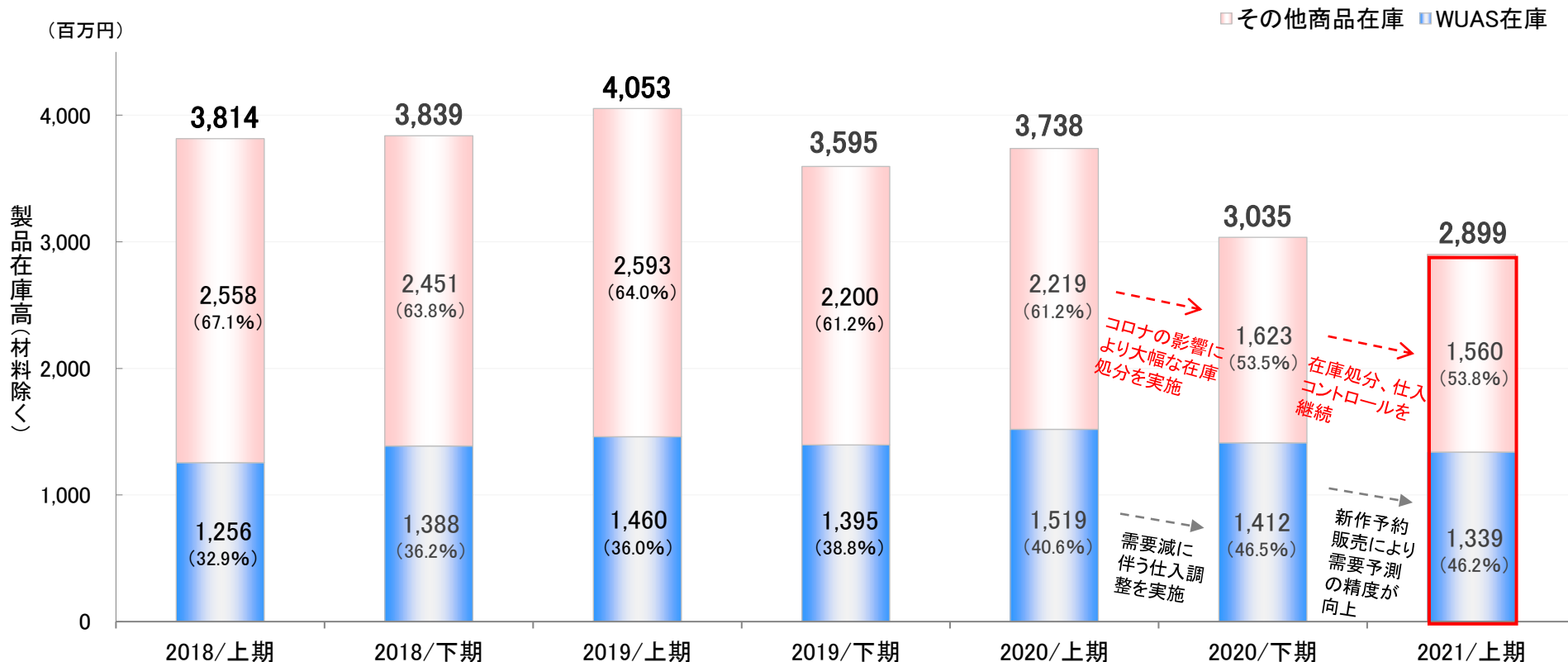
(単位:百万円)

連結		2020/2Q	2021/2Q	増減額	当第2四半期実績の主な要因
	営業キャッシュフロー	139	931	792	税引前利益が大幅なプラスを計上したことに加え、たな卸し資産が大幅に減少したことが主な要因。
	投資キャッシュフロー	△113	△11	102	上期は、現行資産の活用促進に注力し、投資活動を大幅に抑制したことが要因で支出が縮小。
	財務キャッシュフロー	562	△654	△1,217	資本性劣後ローン800百万円の資金調達と並行して長期借入金772百万円の返済を実施したことに加え、短期借入金630百万円の返済を実施したことが主な要因。
現金及び現金同等物の増減額		591	263	△328	
現金及び現金同等物の四半期末残高		1,290	1,214	△76	
フリーキャッシュフロー		26	920	894	フリーCF(営業CF + 投資CF)は前年同期比で894百万円増加し、既存事業でのキャッシュ創出力は大きく向上。

3. 在庫の推移(WUAS／その他商品構成比及び商品在庫の推移)

需給予測の精度向上に伴う仕入コントロールの適正化により在庫は減少

<連結>



■ WUAS在庫は、現品販売の強化に加え、クリスマス限定商品を中心とした予約販売の強化で仕入の最適化が進み、減少。

■ その他商品在庫は、前期末の大幅な在庫処分及び評価損の実施から、さらに踏み込んだ在庫処分施策を実施し、減少。

4. 出退店の状況

コロナ禍での出店抑制を継続。前年同期比では国内外7店舗の減少

チャネル	2020/2Q 四半期末店舗数	2020年3月1日～2021年2月28日			2021/2Q 四半期末店舗数
		出店	退店	増減数	
路面店／SC／FB	53	0	4	△4	49
百貨店	33	0	4	△4	29
アウトレット	5	0	0	0	5
国内店舗 合計	91	0	8	△8	83
海外(台湾) 合計	7	1	0	1	8

- ・ 2021/2Q累計期間における新規出店は、日本、台湾ともに実績なし。
- ・ 2021/2Q累計期間における退店実績は、日本国内での5店舗。
- ・ デジタル化の進展を踏まえ、次の成長への新たなビジネスモデルの構築に向けたリソースシフトの一環として、旗艦店であるフェスタリア ビジュソフィア ギンザ(銀座本店)を2020年12月25日付で閉店。

Ⅲ. 通期の見通し

1. 当社を取り巻く環境と下期の重点方針

コロナ長期化を踏まえ、構造改革を柱としたキャッシュフロー経営を継続

■ 外部環境予測

- コロナのワクチン供給が開始されるも、社会・経済活動の正常化には一定の時間を要する想定で先行きは不透明。
- 加えて、足元では感染拡大に歯止めが止まらず、3度目の緊急事態宣言発令により社会・経済活動が大きく制限。
- コロナがもたらした新しい生活様式の浸透を背景に、消費者の価値観や消費者行動の変化が進行。
- 様々な分野でデジタルシフトが進展し、DX起点での新しいビジネスモデルの構築に向けた投資が加速。

■ 下期重点施策

守りの構造改革

■ 本社機能の向上

- ・ 採算性、将来性を見越した事業のリストラクチャリングを検討
- ・ 組織のスリム化と本社人員の適正化をもう一段踏み込んで実施
- ・ 業務標準化の推進強化による業務効率の向上
- ・ 販売・生産管理システムの改修、リプレイスの検討

■ 固定費の削減

- ・ 不採算店舗の撤退
- ・ 各ディベロッパーとの交渉による契約条件の見直し
- ・ 本社人員削減、テレワーク推進による本社オフィスの移転、縮小

攻めの構造改革

■ 1店舗・1スタッフ当たりの生産性向上

- ・ 店長、スタッフ教育の再強化
- ・ CRM再構築、顧客リレーション強化による生涯顧客の創出拡大
- ・ 顧客価値を創造する商品開発とVMDの強化
- ・ 生産管理機能の向上とディストリビューションの強化

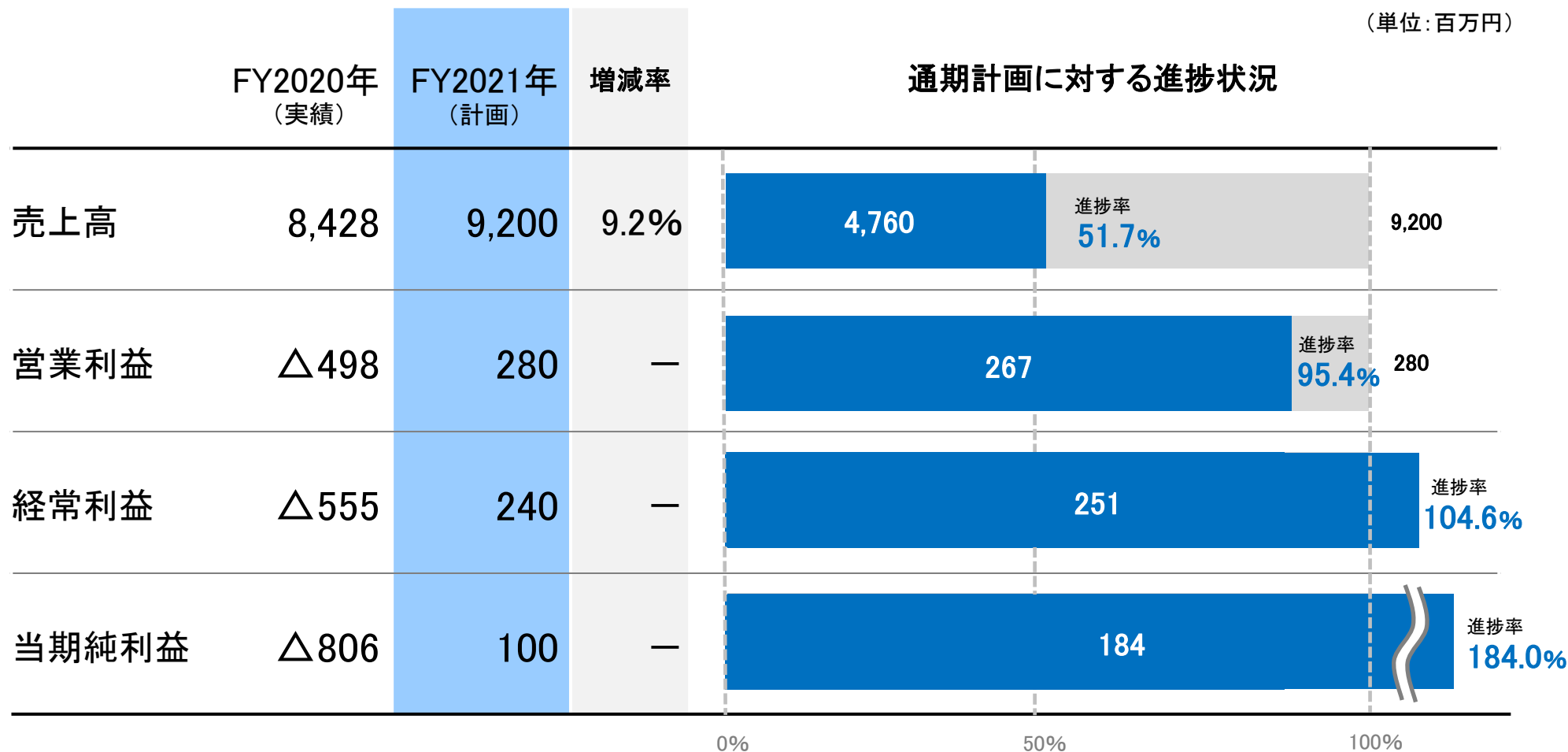
■ デジタル戦略投資の検討準備

- ・ バックエンドに力点を置いた投資ロードマップの策定
- ・ フロントエンドはスモールスタートで規律ある投資を実行
- ・ Diaplus、公式アプリの軌道化に注力
- ・ 自社オンラインサイトのリプレイスを検討

2. 通期(2021年8月期)の業績見通し

上期計画は上振れも、コロナの影響が未知数のため、通期計画は据え置き

(単位: 百万円)



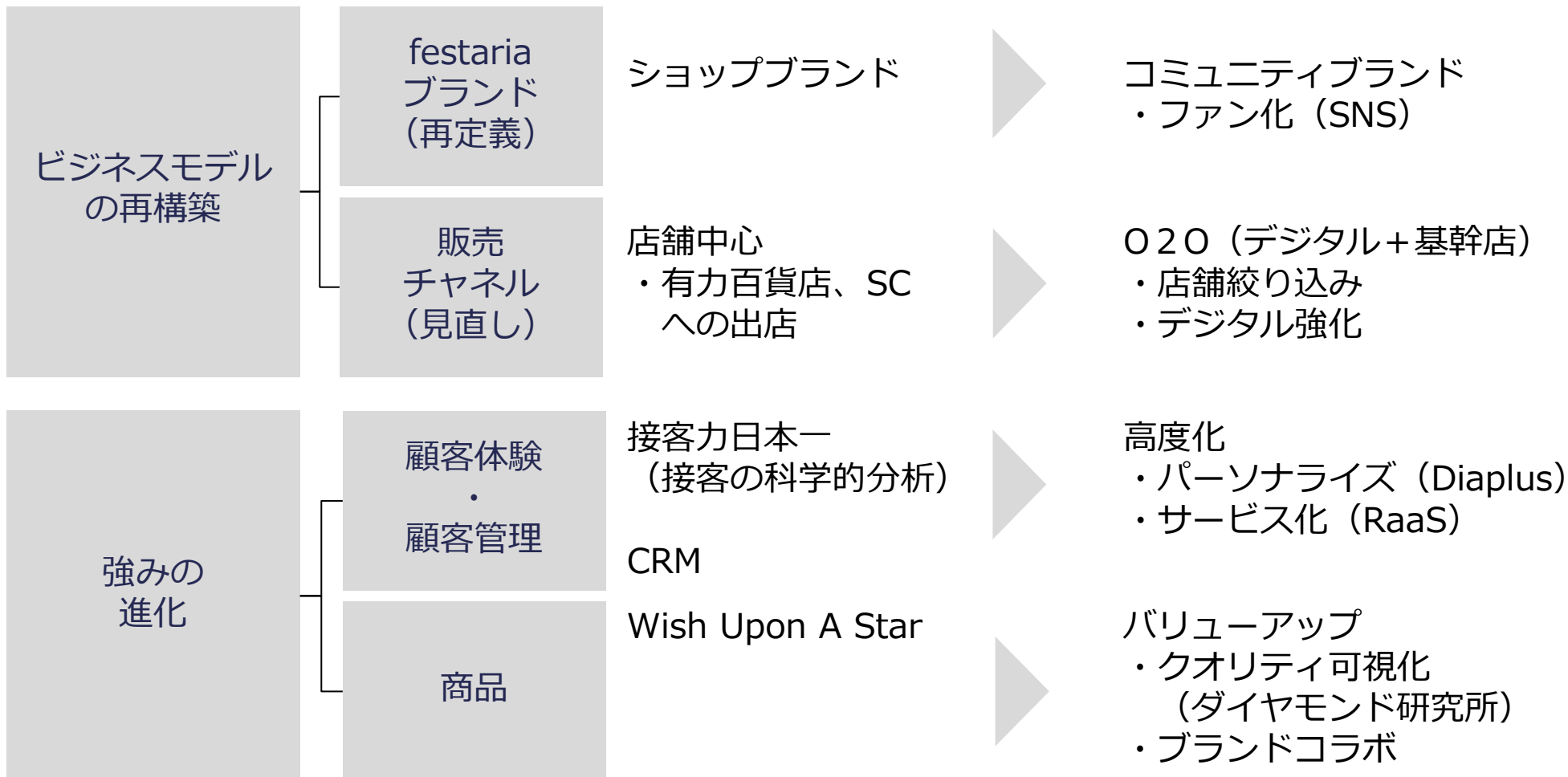
IV. 成長戦略

1. 足元の利益創出に向けた取り組み(2021年8月期)

	サマリー	アクション項目
出店・営業	■ 店舗数削減 ■ 1店舗・1スタッフあたりの生産性向上	■ 出店：原則、新規出店なし（4/23アミュプラザくまもと店+1店舗のみ） ■ 退店：生産性の低い店舗及び経済条件の不利な店舗の退店（△10店舗） ■ 営業計画：新型ｺﾛﾅによる消費意欲低下も加味（平時既存店△3～5%）
商品	■ 商品力・生産体制の見直しによる、粗利率向上	■ 商品力の向上：プライスラインの見直し、デザイン等の商品力向上 ■ D&Qの生産性向上：稼働率向上、OEM検討、多品種小ロット化 サプライチェーンの短縮化
販売管理費	■ 5億円～6億円程度削減	■ 店舗：3億円削減（ｺﾛﾅ前の状況を想定） ・ 店舗家賃交渉 ・ 退店にともなう人件費自然減 ・ 既存店舗スタッフ生産性向上→人員数減少 ・ 銀座店舗退店 ■ 本社：3億円削減（ｺﾛﾅ前の状況を想定） ・ 販売費見直し（ゼロベース検討） ・ 本社移転ないし、半分返却 ・ 一部本社人員の店舗配置転換 ■ 物流・システムの見直し ■ 外注業務見直し ■ 一括償却
営業利益	■ 業績予想の達成	■ 上記取り組みを着実に実施

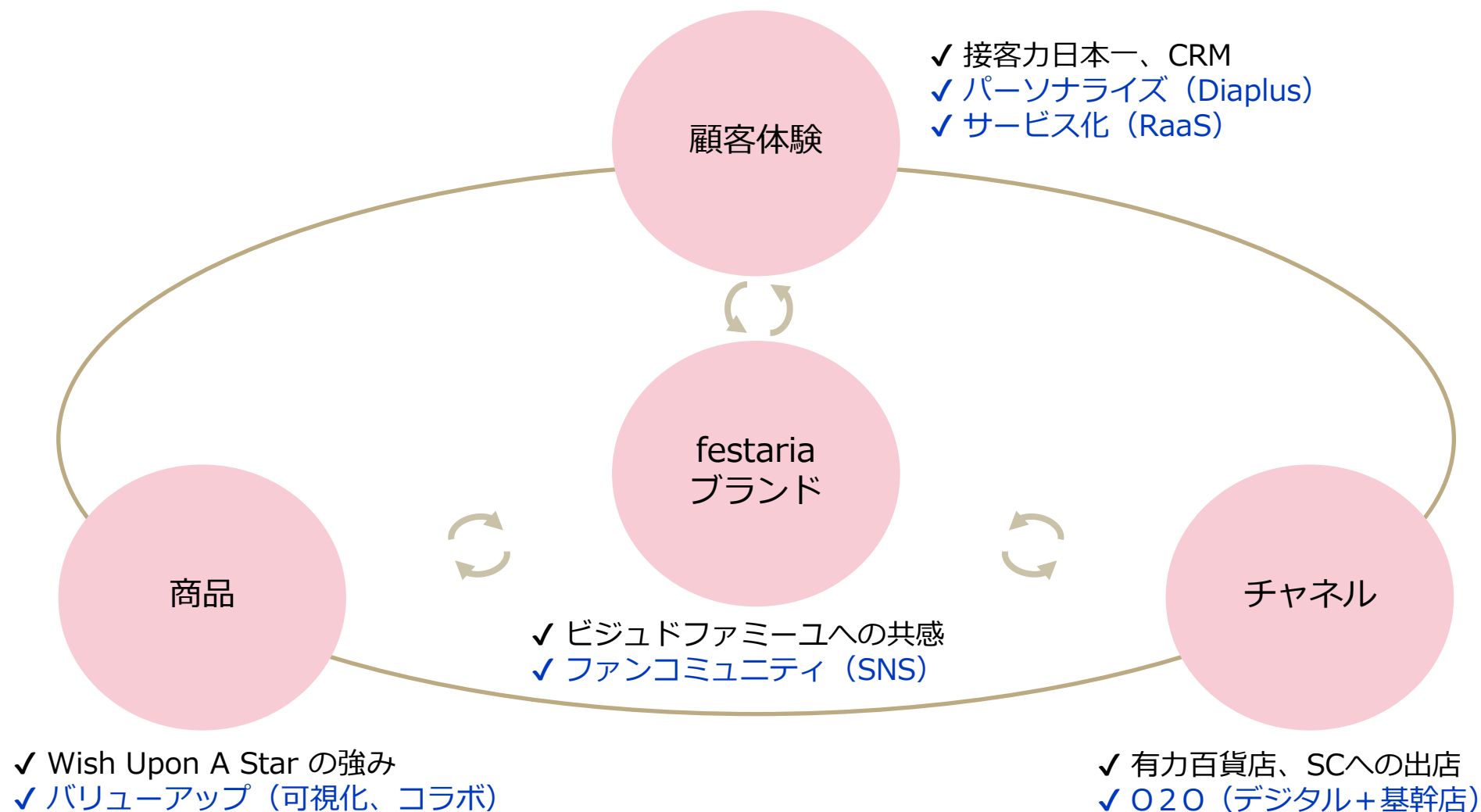
2. 事業戦略(中長期)

ビジネスモデルの再構築 と 強みの進化



3. 顧客への提供価値(バリュープロポジション)

強みを生かしたバリュープロポジションの再構築



4. ファイナンス

みずほ銀行を中心に8億円の資本性ローンを組成

■ みずほ銀行、商工組合中央金庫、日本政策金融公庫の全3行より総額8億円の資本性劣後ローンを実行。

	株式会社みずほ銀行	株式会社日本政策金融公庫	株式会社商工組合中央金庫
(1) 借入金	4億円	2億円	2億円
(2) 借入実行日	2020年10月12日	2020年11月26日	2020年11月30日
(3) 借入期間	5年超		
(4) 資金使途	長期事業資金等		
(5) 担保／保証	無担保・無保証		
(6) その他	「資本性借入金」に該当し、金融検査上は自己資本とみなされる。そのため、株式を希薄化させることなく実質的な財務構成比率を改善し、財務の健全性を高めることが可能。		

■ 強固なBankフォーメーションを構築し、with/afterコロナに対応していく。

- 新型コロナウイルスの影響による中長期的な需要減退への備えと資本増強が目的。
- 資本性ローンによる資本増強を呼び水として、金融機関による強固なサポート体制を構築。
- 既存事業での創出利益と併せて、さらなる成長を遂げるためのデジタル戦略を軸とした投資を実行し、ビジネスモデルの再構築と強みの進化を推進。

V. トピックス

織研新聞主催 2020年度「百貨店バイヤーズ賞」 7年連続受賞

基幹ブランドであるフェスタリア ビジュソフィアが
百貨店バイヤーズ賞 (レディス) グッドパートナー賞を受賞しました。
昨年の受賞に続き、7年連続の受賞となります。

グッドパートナー賞

グッドパートナー賞は顧客からの支持が高く、売上げや集客、活性化などの成果が評価された。

「エムズグレイシー」は手作りのDMで丁寧な案内を送り、売上げにつなげるなどコロナ下でも顧客との結びつきの強さを示した。ブランドならではのお出かけ向け需要が減ったなかでも、買い物をすると元気になれるとファン的心をつかんで

いる。「スカヤバ」はオーセンティックながらもモダンなデザインに回帰し、コロナ下でも顧客だけでなく多くの客も集めたことが評価された。店頭では本画からテーマをウィードとフロールのミックススタイルで表現し、他ブランドと差別化。ウールコートやニットアウターなど作り込んだ冬物も良く売れた。「センソユニコ」はトレンドに添えないオリジナリティー、

独自のバターンやシルエットなどのブランド構成がミセスから支持されている。実店舗の空床化が問題となる中、新業態の「エルアルディーアルニューノーマル」「ヴォヤージュホーム」などを加えた新規出店を加速し、百貨店の活性化に寄与している。「フェスタリア・ビジュソフィア」は、高単価にシフトした商品政策が、クオリティを求めるアンバサダーの需要にマッチ。クリスマス商戦では競合が苦戦するなか、客単価上昇により前年実績を確保し存在感を示した。



スカヤバ



フェスタリア・ビジュソフィア

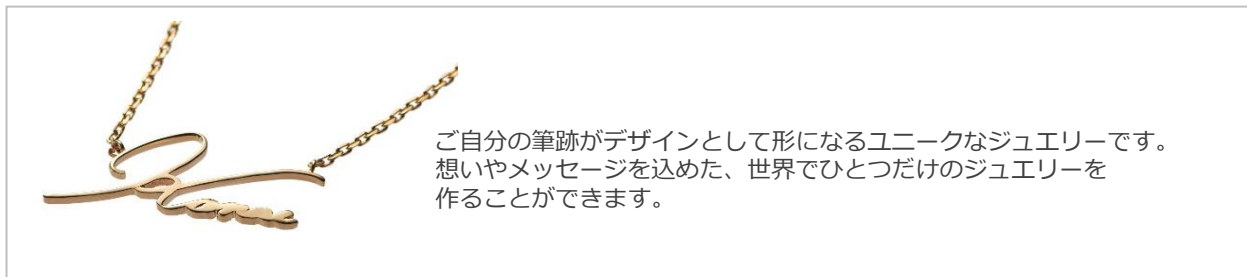
カテゴリ	受賞ブランド	企業名
ヤング・アダルト	①ジェラートピケ	マッシュスタイルラボ
	②アニエスベー	アニエスベージャパン
	③ダブルスタンダード・クロージング	フィルム
	④ブルーレーベル・クレストブリッジ	三陽商会
ミドル	①45R	フォーティファイブアールビーエムスタジオ
	②ピンクハウス	メルローズ
	③ボロ・ラルフローレン	ラルフローレン
アッパーミドル	①レリアン	レリアン
	②ピースリー	バリューブランニング
	③レオナール	三共生興ファッションサービス
特選	ルイ・ヴィトン	ルイ・ヴィトンジャパン
アイテム集積	ジョンストンズ	オーロラ
	ハイドロ銀チタンソフトガーゼマスク	DR. C 医薬/タオル美術館グループ
バッグ	ワコール	ワコール
	①コーチ	タベストリー・ジャパン
	②ロエベ	LVMHファッション・グループ・ジャパン・ロエベ・ジャパン
	③ベレボルサ	コンコルディア
靴	①卑弥呼	卑弥呼
	②ドクターマーチン	ドクターマーチン・エアウエア・ジャパン
	③ルカグロッシ	ダニウ
ジュエリー・アクセサリ	①ヴァンドーム青山	ヴァンドームヤマダ
	②スワロフスキー	スワロフスキー・ジャパン
	③ジュエッチ	ミルク
化粧品	①ディオール	バルファン・クリスチャン・ディオール・ジャポン
	②ジョー・マローン ロンドン	ELCジャパン
グッドパートナー賞	エムズグレイシー	エムズグレイシー
	スカヤバ	ルック
プロポーズ賞	エンフォールド	ハロックスジャパンリミテッド
	ミズイロインド	マザーズインダストリー
新人賞	マッカージュ	ジェイブラスインターナショナル

ジュエリーブランド「Diaplus」の本格展開

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

デジタルとリアルを融合した新ブランド「Diaplus produced by festaria」

～ディアプリュス プロデュースド バイ フェスタリア～



Diaplus オリジナルスマートフォン専用アプリ

昨年春デビューした「Diaplus」は1年間の試行錯誤の中で機能性を向上し、本格展開を始めます。

3DプリンターやCADデータを活用したデジタルオーダーシステムを通じ、自由で多彩なダイヤモンドジュエリーのカスタムオーダーを実現しました。店頭には、厳選された美しいダイヤモンドルースをはじめ、スマートフォン専用アプリを使用したバーチャルフィッティングなど多彩なサービスをご用意しております。ファッションからブライダルまで品質にこだわったパーソナルオーダーを自由にお楽しみいただけます。

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2丁目6番20号
資本金	802百万円(2021年2月28日現在)
従業員数	連結:550人(2021年2月28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・ファミリーユ」

豊かな気持ち、かけがえのない思い出、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。