

2022年8月期(第59期) 決算説明会資料



本資料は2022年10月14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。

フェスタリアホールディングス株式会社
〒141-0031
東京都品川区西五反田7丁目20-9
KDX西五反田ビル5階
TEL:03-6633-6869 FAX:03-6633-7092
<https://www.festaria.co.jp/>

STANDARD
(証券コード: 2736)

売上

(22/4Q)

■ 連結売上高: 87.8億円 (前期比0.7%増)

- ・コロナ長期化により、客数低調も、高額商品の販売拡大による単価UPで増収を確保
- ・期末比較で3店舗減少も、1店舗当たりの生産性向上に注力し、国内既存店は5.9%増加

利益

(22/4Q)

■ 連結売上総利益: 55.8億円 (前期比0.9%増)

- ・原材料価格高騰も、プライスラインの引き上げ効果もあり、売上総利益率は同水準を維持
- ・“Wish upon a star®”が引き続き下支えとなり、売上総利益は僅かながらも増加

■ 連結営業利益: 4.0億円 (前期比6.4%増)

- ・DX投資を実行も、ローコストオペレーションの徹底により、販管費は微増で推移
- ・海外子会社の業績改善も貢献し、増収増益を達成

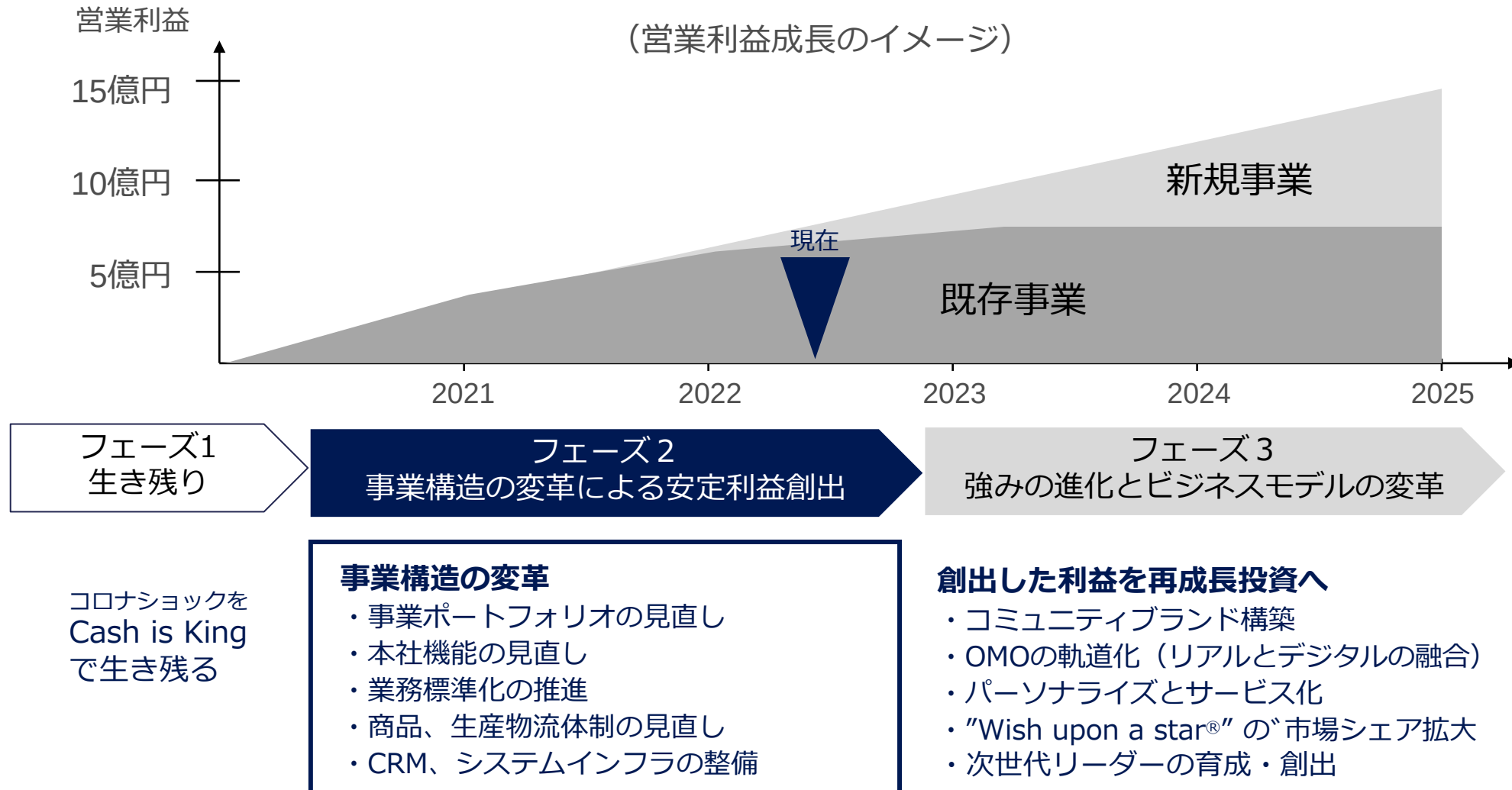
23/8月期 通期予想

■ 連結売上高: 92.0億円 (前期比4.8%増)

■ 連結営業利益: 4.8億円 (前期比17.8%増)

- ・経営資源の好循環により増収増益を維持しながら、事業構造の変革を断行する
- ・人材力強化に向けた人的資本投資と並行してDX戦略を推進し、成長軌道の確立を目指す

フェーズ3の実現に向け、事業構造の変革による安定利益創出を最優先とする



I . 損益について

1. 損益概要

コロナの影響やDX投資を実施しつつも、収益構造の改善により増収増益を確保

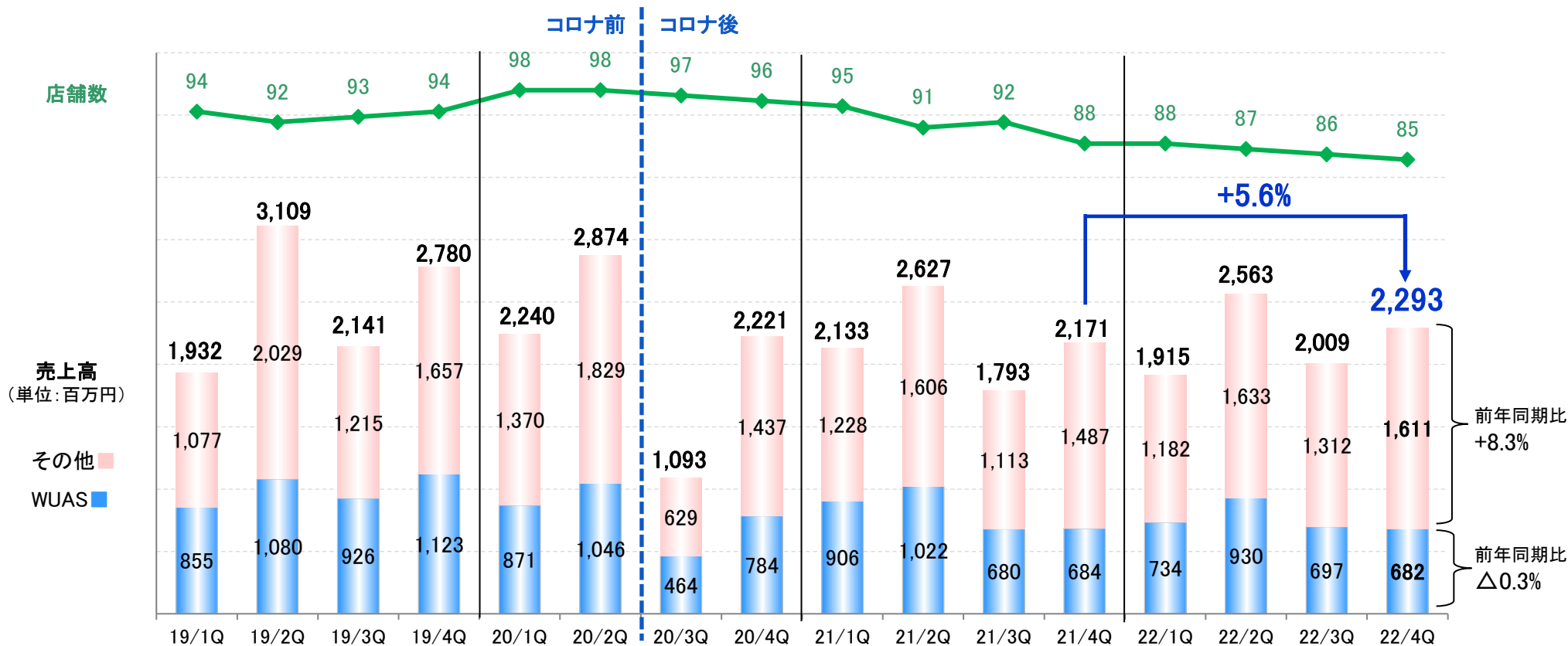
（単位：百万円）

連結	FY2021		FY2022					
	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	8,724	100.0%	8,781	100.0%	57	100.7%	9,000	97.6%
売上総利益	5,528	63.4%	5,580	63.5%	51	100.9%	—	—
販売費及び一般管理費	5,145	59.0%	5,172	58.9%	27	100.5%	—	—
営業利益	382	4.4%	407	4.6%	24	106.4%	480	84.8%
経常利益	379	4.3%	435	5.0%	56	114.9%	420	103.6%
親会社に帰属する当期純利益	128	1.5%	259	3.0%	130	202.2%	240	107.9%

- 国内事業は、厳しい外部環境もあり計画未達も、1店舗当たり生産性は拡大。富裕層対象の新規ビジネスも成長。
- 海外事業は、グループマネジメントの強化で回復傾向で推移。特に台湾小売事業の収益性が改善し、業績に寄与。

2. 売上高の状況

店舗数減少も、営業制限の緩和もあり、4Q会計期間では売上高は5.6%増加

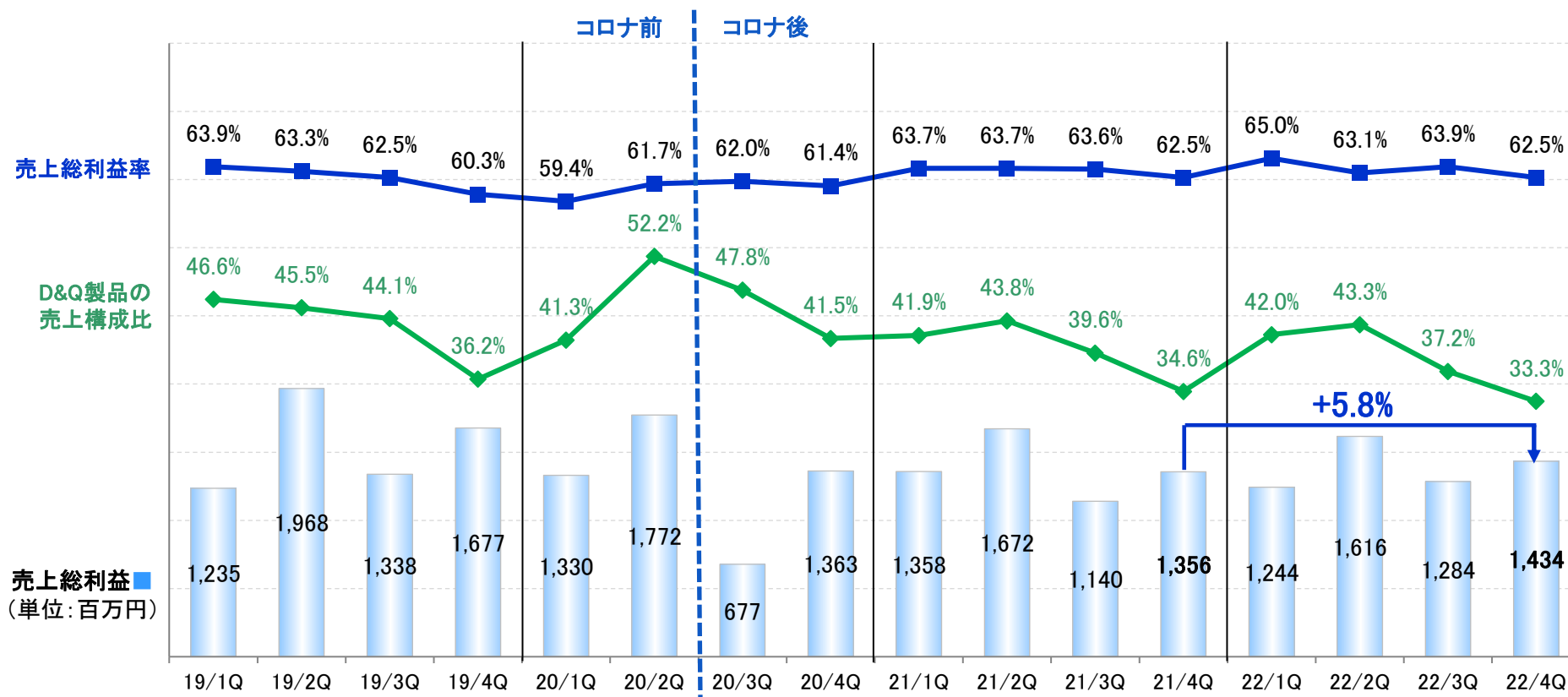


■“Wish upon a star®” は、販促費の削減やブライダル需要の低迷を受け、QoQで0.3%減と伸び悩む状況で推移。

■その他は、価格ラインの引き上げ効果に加え、催事や富裕層ビジネス推進によりQoQで8.3%増と改善。

3. 売上総利益の状況

円安の進行や原材料価格の高騰が継続も売上総利益率は同水準を維持



■“Wish upon a star®”が低調で、D&Q製品の売上構成比も低下したものの、増収効果もあり稼働率は前年並みを維持。

■急激な円安に加え、期間平均で金価格が13.1%上昇したほか、プラチナやダイヤモンドなどの原材料価格の高騰による利益圧迫要因が懸念されたものの、機動的な価格戦略の推進により原価上昇を吸収。

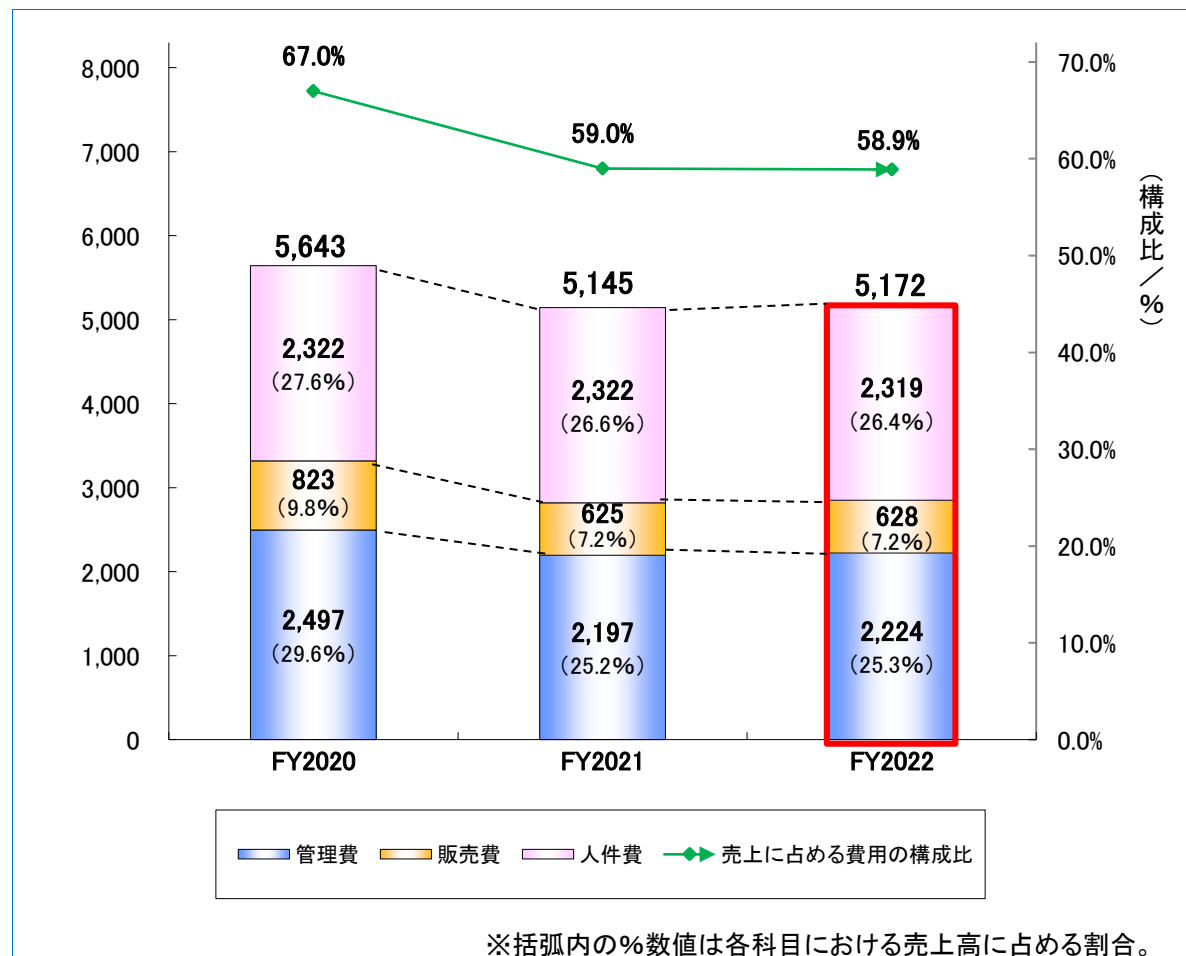
4. 販売費及び一般管理費の状況

ローコストオペレーションの推進により、売上高販管費率は改善傾向で推移

■ 人件費は、店舗数の減少に伴い店舗人件費が減少したものの、前期の業績改善を考慮した本社マネジメントラインの人件費が増加したため、前期比同水準（▲0.1%）で推移。

■ 販売費は、コロナ禍による不安定な状況下、ブライダル販促を中心に広告費用を前期同様の最低ラインで運用したため、前期比同水準（+0.4%増）で推移。

■ 管理費は、店舗家賃を中心とした店舗関連費用が減少したものの、DXを中心とした外注費などのシステム関連費用が増加したことが要因となり、前期比27百万円の増加（+1.2増%）。



5. 営業外収支の状況

厳しい事業環境下、利益体質の強化により、利益面は各段階で増加

（単位：百万円）

	FY2020	FY2021	FY2022	前期 増減率
営業損益	△498	382	407	106.4%
営業外収益	37	57	110	191.2%
営業外費用	95	61	82	133.8%
経常損益	△555	379	435	114.9%
特別利益	166	102	25	△75.5%
特別損失	732	267	61	△77.2%
税金等調整前 当期純損益	△1,121	214	400	186.6%
法人税等	△314	86	140	163.5%
当期純損益	△806	128	259	202.2%

【主な要因】

為替差益83百万円を計上
助成金収入24百万円を計上

【主な要因】

支払利息69百万円を計上

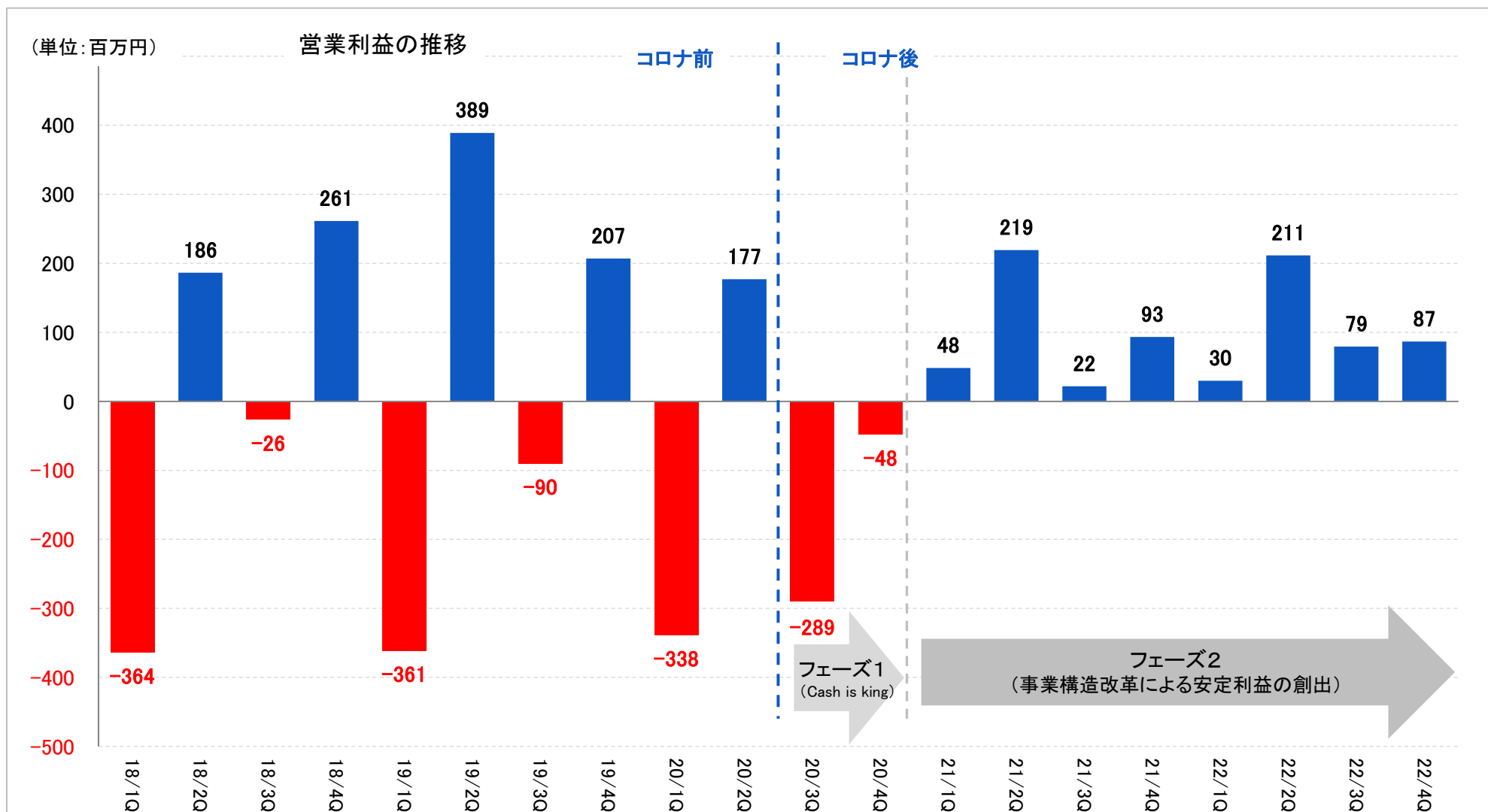
【主な要因】

補助金収入として雇用調整助成金25百万円を計上

【主な要因】

臨時休業等に伴う休業手当37百万円を計上
収益性の低下がみられる一部店舗にかかる減損損失として23百万円を計上

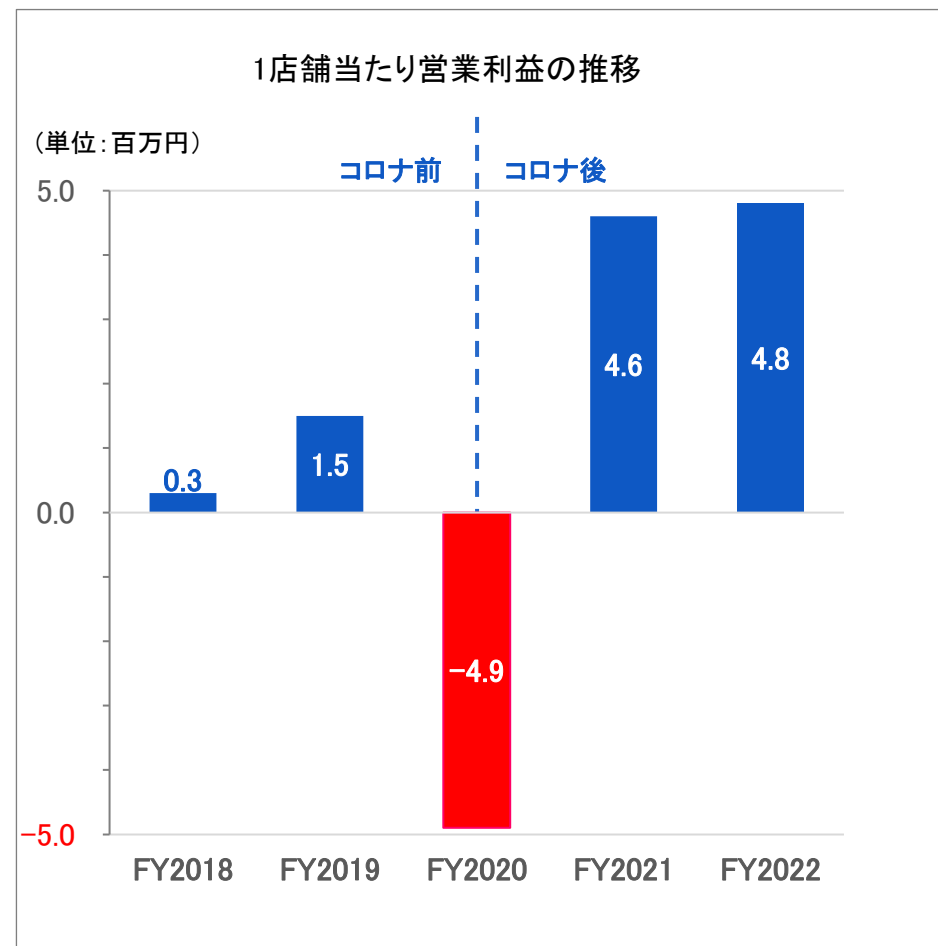
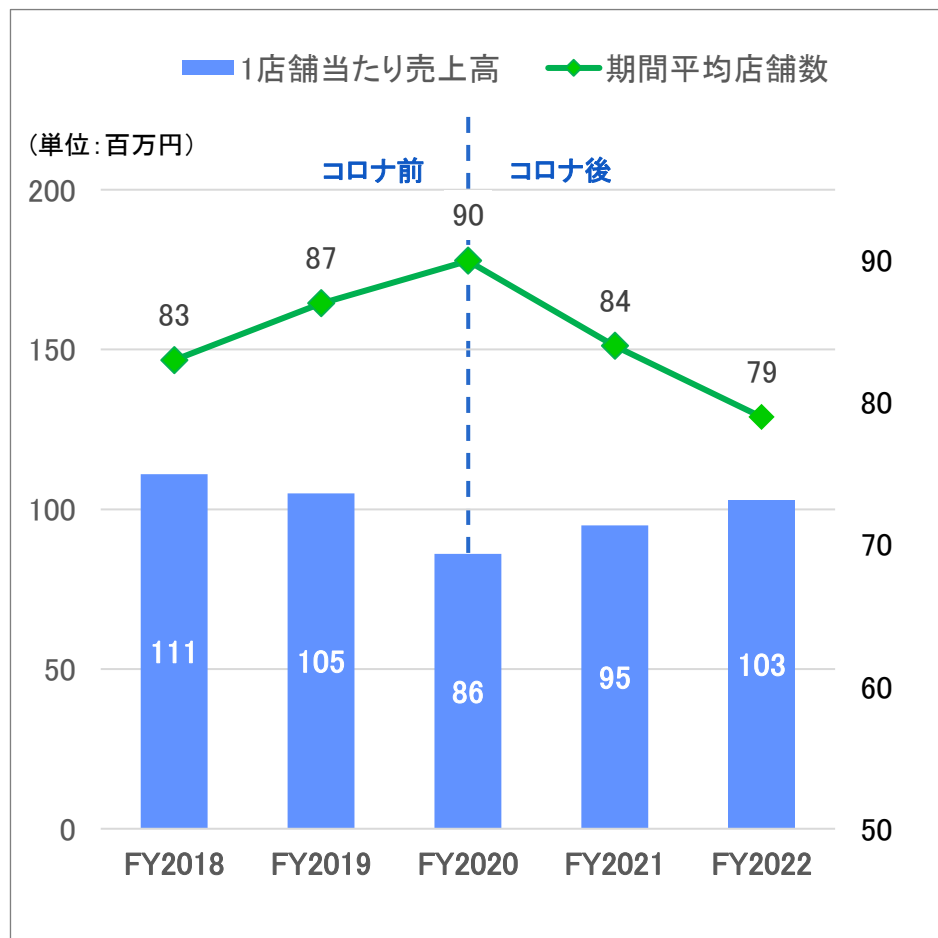
6. (参考) コロナを契機とした営業利益の推移



■コロナ前までは、大きな赤字と黒字を繰り返し、不安定な収益構造。結果として営業利益が残らない事業構造。

■コロナ直後は赤字を計上も、構造改革による利益体質の強化に注力することで安定利益の創出が段階的に実現。

7. (参考) 1店舗当たりの売上・利益の推移 (国内)



- コロナを契機に事業構造改革を推進。1店舗当たりの生産性向上に注力し、不採算店舗の圧縮を段階的に実行。
- 1店舗当たり営業利益(本社コスト含む)はコロナ直後は赤字転落も、収益構造改革の推進により現状はコロナ前より改善。

Ⅱ. その他業績について

1. 財政状況

利益改善に伴う負債の圧縮と在庫減が実現し、ROA及び自己資本比率は向上

(単位:百万円)

連結	FY2020	FY2021	FY2022	増減額
流動資産	6,056	5,530	5,477	△53
固定資産	1,972	1,573	1,472	△101
総資産	8,028	7,103	6,949	△154
流動負債	4,231	3,574	3,756	182
固定負債	2,936	2,518	1,905	△612
負債合計	7,167	6,092	5,661	430
純資産	861	1,011	1,288	277

「売掛金」が69百万円増加した一方で、「現金及び預金」が55百万円、「商品及び製品」が44百万円、「原材料」が44百万円減少したことが主な要因となり、流動資産は53百万円の減少。

繰延税金資産の減少に加え、店舗にかかる退店及び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101百万円の減少。

「買掛金」、「短期借入金」、「未払費用」の増加が主な要因となり、流動負債は182百万円の減少。

資本性劣後ローンによる資金調達800百万円を実行したものの、業績の回復によりその他の「長期借入金」を返済したため、固定負債は612百万円の減少。

純資産が277百万円増加し、自己資本比率は17.9%と、前期末から4.3ポイント上昇。

2. キャッシュフローの状況

前期一過性の在庫評価減を考慮すると、キャッシュフローの健全性は維持

(単位:百万円)

連結		FY2021	FY2022	増減額	当期実績の主な要因
	営業キャッシュ・フロー	1,337	707	△630	税引前当期純利益:400百万円 減価償却費:211百万円 仕入債務の増加:131百万円 たな卸資産の減少:181百万円
	投資キャッシュ・フロー	△7	△155	△148	有形固定資産の取得:△145百万円 差入保証金の回収:33百万円
	財務キャッシュ・フロー	△1,235	△583	652	短期借入金の増加:250百万円 長期借入金の返済:△715百万円 リース債務の返済:△96百万円
現金及び現金同等物の増減額		89	△55	△144	
現金及び現金同等物の期末残高		1,040	984	△55	
フリー・キャッシュ・フロー		1,330	552	778	フリーCFは前期比で778百万円の減少も税前利益は214百万円→400百万円と大きく拡大し、稼ぐ力は向上

3. 出退店の状況

ビジネスモデルの変革に向けた地固めとして、前期比では国内外3店舗の減少

	チャネル	2021/4Q 期末店舗数	2021年9月1日～2022年8月31日			2022/4Q 期末店舗数
			出店	退店	増減数	
	路面店／SC／FB	47	1	3	△2	45
	百貨店	28	0	1	△1	27
	アウトレット	4	0	0	0	4
	国内店舗 合計	79	1	4	△3	76
	海外(台湾) 合計	9	0	0	0	9

- ・ 2022/4Q累計期間における新規出店は、ららぽーと福岡店の1店舗。海外は出店なし。
- ・ 2022/4Q累計期間における退店実績は、日本国内での4店舗。
- ・ 既存店舗では、商業施設等との立地及び経済条件の見直しを継続的に実施し、収益性の更なる向上を推進。

Ⅲ. 次期の見通し

1. 次期の業績見通し

**「強みの進化」と「ビジネスモデルの変革」を中期方針に掲げ、
人的資本投資と並行してDX戦略を推進することで次なる成長軌道の確立を目指す**

■ 外部環境予測

- コロナ感染再拡大の懸念は残存も、感染抑制と経済活動の両立により社会経済活動の正常化が期待。
- 資源・エネルギー価格の高騰、円安の進行、世界的なリセッション懸念など、先行きは依然不透明な状況。
- 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。

(単位: 百万円)

連結	FY2022	売上比	FY2023	売上比	前期比	増減額
売上高	8,781	100.0%	9,200	100.0%	4.8%	419
営業利益	407	4.6%	480	5.2%	17.8%	73
経常利益	435	5.0%	440	4.8%	0.9%	5
当期純利益	259	3.0%	260	2.8%	0.4%	1

2. 継続施策

各事業の採算性・成長性と事業シナジーの両面でポートフォリオの最適化を検討

- ・リアル店舗の優位性、信頼性を基軸とし、事業シナジーによるコアコンピタンスの進化を推進
- ・ノンコア事業は、抜本的な見直しを図るとともに、撤退、売却を厳しい基準で実施

事業ポートフォリオの見直し

■ OMOを見据えた構造改革

- 1店舗当たりの生産性向上(ネット×リアル、CRM)
- 公式アプリ、インスタライブの活用と活性化
- 3Dデジタルカスタマーサービスの本格導入

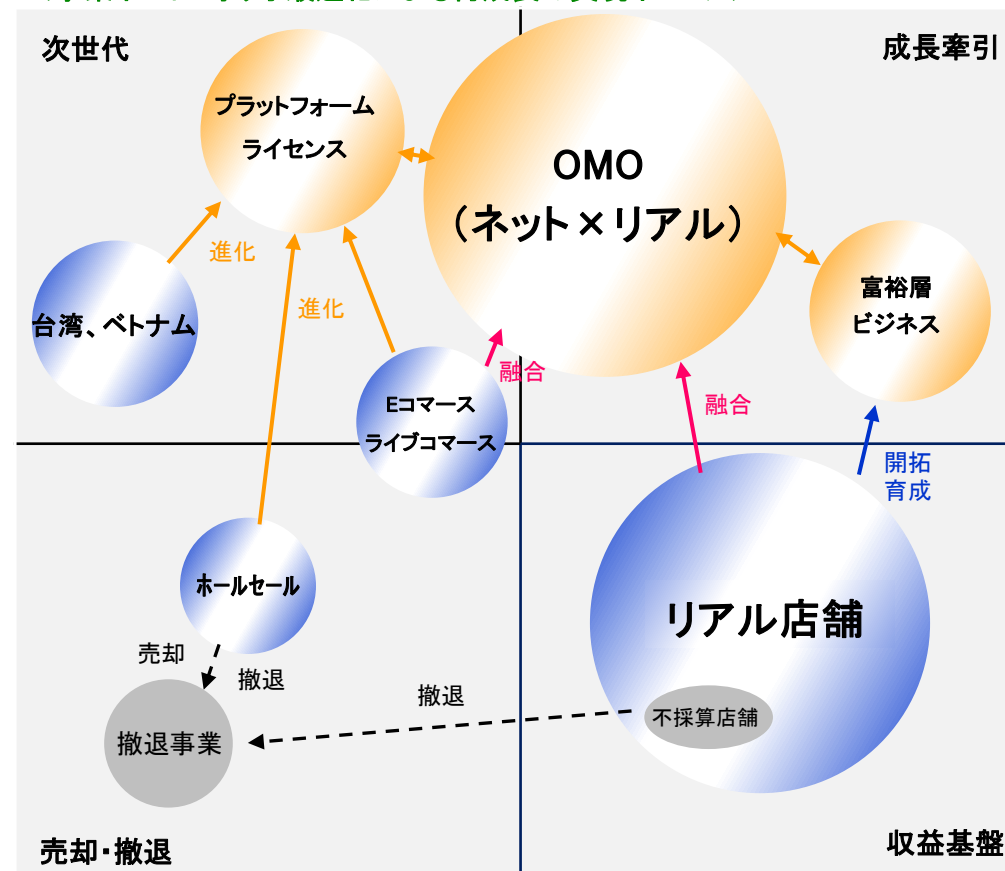
■ コア事業の明確化によるリソースシフト

- 卸／FC事業の集約による生産性向上
- 富裕層ビジネスの成長

■ プラットフォーム、ライセンスビジネスの検討

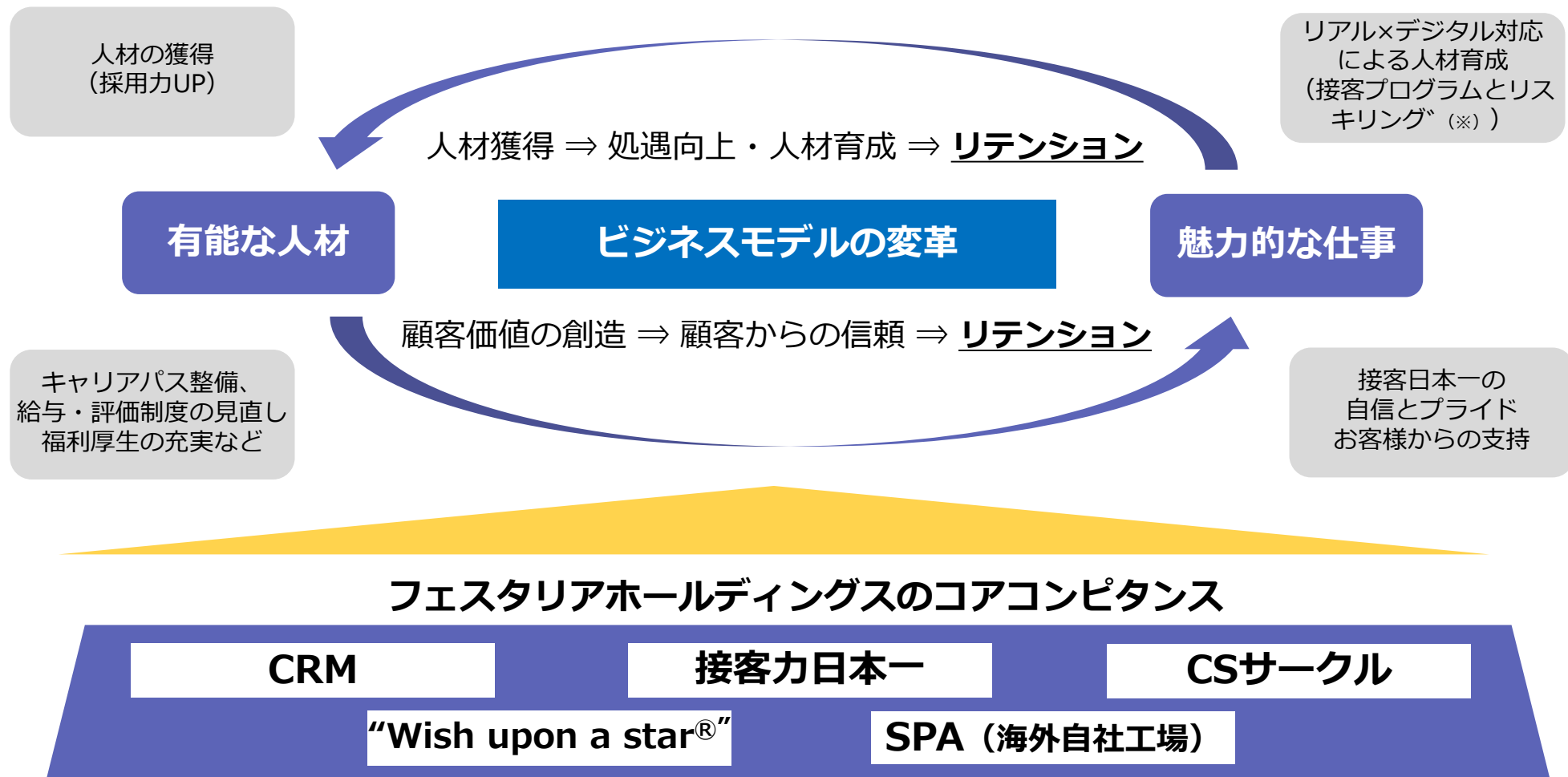
- 生産・販売プラットフォームの構築
- “Wish upon a star®”の海外向けライセンス事業

＜事業ポートフォリオ最適化による再成長の実現イメージ＞



3. コアコンピタンスを基軸としたビジネスモデルの変革

成長基盤となる有能な人材を確保するため、採用と育成環境の整備を進め、
ビジネスモデルの変革で魅力的な仕事を創出し、リテンションを促すサイクルを形成



※リスキリングとは、技術革新やビジネスモデルの変化に対応するために、業務上で必要とされる新しい知識やスキルを学ぶこと

4. ビジネスモデルの変革への中核的取り組み

当社の強みであり競争力の源泉である人材力強化に改めてフォーカスし、
「人的資本投資×DX戦略」を推進することで次なる成長軌道の確立を目指す

人を採用し、人が育つ会社にすることで

ビジネスモデルの変革を実現する

人的資本投資

- ・festaria Group エンゲージメントルールの全社的浸透
- ・festaria Group エンゲージメントルールの共感による採用強化
- ・新キャリアパス制度の導入による適正条件の明確化
- ・成長を促す教育・研修機会の継続的な提供
- ・女性が活躍できる職場環境の整備と経営を担う女性幹部の育成
- ・ワークライフバランスを重視した福利厚生や各種制度設計
- ・職制に応じたベースアップと業績連動型給与の実施
- ・変革や次世代経営を担う若手人材、ミドルリーダーの育成



DX戦略

- ・デジタル投資を見据えた業務フローの整備
 - 店舗及び本社業務の標準化推進
 - 商品開発・サプライチェーンの最適化
- ・OMO戦略の推進
 - CRMの再構築(顧客IDの統合とセキュリティ)
 - MD及びディストリビューションの最適化
 - 基幹システムのリプレイス(在庫一元化、商品マスタ整備)
 - EC及び3Dデジタルカスタマーサービスの軌道化

festaria Group

エンゲージメント ルール

企業理念

ジュエリーに愛と夢を込めて
bijou de famille

ビジュ ド ファミュー

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

わたしたちの使命は、
「思い」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

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

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

行動原則

- (1) 社は
会社はお客さまのためにあり、社員、株主と共に繁栄する
- (2) 社訓
私たちは仕事を通じて、お客さまの豊かな人生のお役に立つ
私たちは仕事を通じて、幸福（しあわせ）集団を築く
私たちは仕事を通じて、広く社会に貢献する

5つのクレド

- 1 感謝 常に周囲に感謝して行動する
- 2 モットー 明・元・楽・強・協
- 3 マナー より良いチームを築くために
約束を守る、嘘をつかない、人の悪口を言わない、挨拶や返事をする
- 4 幸と福
幸とは、
仕事を通じて自己の人間性を磨き
どんな困難でも乗り越える意志を持ち
真の意味で自立した社会人となること

福とは、
幸を磨いた結果として
自立した豊かな経済的基盤を築き
社会が平和で豊かであることを願うこと
- 5 夢を持つ 「夢は必ず叶う」
夢をもって生きることの素晴らしさ
目標をもち、一步一步進んでいくことを大切にする

IV. 成長戦略

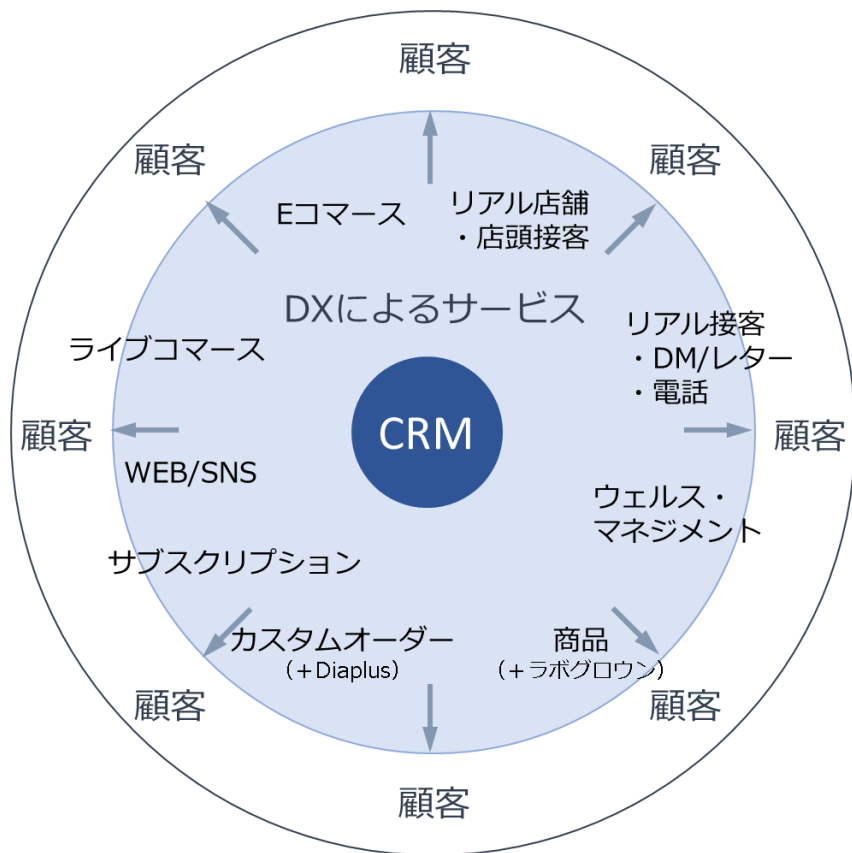
1. 強みの進化とビジネスモデルの変革

コア事業を重視した成長を図るとともに、「多角化」ではなく「進化」を軸とした事業変革を推進



2. 顧客への提供価値(バリュープロポジション)

DXで提供する、ハードによるサービスと 360度タッチポイント



DXで提供する、ソフトによる共感喚起と ファンコミュニティの育成



ミッション：
ジュエリーに愛と夢を込めて "bijou de famille"
豊かな気持ち、かけがえない思い出、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

V. トピックス

～GIAプロプライエタリーカットプログラム契約を締結～



“Wish upon a star®” ダイヤモンドが オリジナルプレミアムカットとしてGIAに認定されました

GIA

GIA NATURAL DIAMOND GRADING REPORT

October 13, 2022
 GIA Report Number 7441907372
 Shape and Cutting Style Wish Upon a Star
 (Round Modified Brilliant)
 Measurements 5.08 - 5.11 x 3.17 mm

GRADING RESULTS

Carat Weight 0.51 carat
 Color Grade D
 Clarity Grade VS2

ADDITIONAL GRADING INFORMATION

Polish Very Good
 Symmetry Very Good
 Fluorescence Medium Blue
 Inscription(s): GIA 7441907372
 Comments: An additional pinpoint is not shown.

PROPORTIONS

7441907372
 Wish Upon a Star
 (Round Modified Brilliant)
 5.08 - 5.11 x 3.17 mm
 0.51

Profile not to actual proportions

CLARITY CHARACTERISTICS

KEY TO SYMBOLS*

Crystal
 Pinpoint

FACSIMILE

This is a digital representation of the original GIA Report. This representation might not be accepted in lieu of the original GIA Report in certain circumstances. The original GIA Report includes certain security features which are not reproducible on this Facsimile.

GRADING SCALES

GIA COLOR SCALE		GIA CLARITY SCALE			
COLOR	D	FLAWLESS			
	E				
	F				
	G				
	CLARITY	H	INTERNALLY FLAWLESS	VVS ₁	
		I		VVS ₂	
		J	VS ₁	VS ₁	
		K		VS ₂	
		CLARITY	L	SI ₁	SI ₁
			M		SI ₂
N			I ₁	I ₁	
O				I ₂	
CLARITY			P	I ₃	I ₃
			Q		
	R				
	S				
	T				
	U				
	V				
	W				
	X				
	Y				
Z					

CLARITY CHARACTERISTICS

KEY TO SYMBOLS*

Crystal
 Pinpoint

GIA

※GIAは、世界最大で最も広く認められているアメリカの非営利の宝石学の研究機関で、宝石の科学的権威として長年の実績を誇っています。ダイヤモンドの品質評価における国際基準となっている「4C」や、「国際ダイヤモンドグレーディングシステム」を開発したことで知られています。



ダイヤモンド研究所
 Institute of Diamond
 Science and Technology
 festaria



織研新聞主催 「百貨店バイヤーズ賞」 8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
2021年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、8年連続の受賞となります。

グッドパートナー賞
百貨店への貢献度の高いブランドが受賞するグッドパートナー賞では、マドモアゼル・ノンノンへの推薦が目立った。各百貨店でも独自のブランド特性や品揃え、ゆるぎない顧客の支持の強さを共通して指摘した。アパレルはすべて国産で、細部のディテールまでこだわり、大人の上質なカジュアルを

「エムズグレイシー」は繊細なファンに支えられ、コロナ禍でもその強みを発揮した。ブランドを代表する華やかなドレスなどは継続しつつ、カジュアルに求められる機能的なドレス、ニットやデニムアイテム、おしゃれ雑貨など、常に寄り添った商品を充実させて、顧客との結びつきを継続し続けてきた。
「フェスタリア・ビジュソフィア」は、消費の二極化を捉え、この間高単価素材を拡充、コロナ禍で百貨店売り場の客数が減少する中、寄与度向上につなげ、売り上げに貢献した点が評価された。クリスマス商戦も前年を上回る実績を上げた。
「イビサ」は季節に合わせた素材の商品提案が好調だったほか、幾何のバックパックバッグなど、サステイナブルな取り組みも好評を得た。コロナ禍で来店が減ったミセス層の取り込みが評価された。



フェスタリア・ビジュソフィア

21年度百貨店バイヤーズ賞レディス部門賞

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	①ジェラートビケ ②セオリー	マッシュスタイルラボ リンク・セオリー・ジャパン
	ミドル	①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 ②ピースリー	レリアン バリュートランニング
	特選	セリーヌ ディオール	LVMHファッション・グループ・ジャパン・セリーヌジャパン クリスチャンディオール
	アイテム集積	靴下 ワコール	ナイガイ ワコール
	バッグ	①レスポートサック ②アニエスベー・ボヤージュ ③ベレボルサ	レスポートサックジャパン アニエスベージャパン コンコルディア
	靴	①卑弥呼 ②エコー	卑弥呼 エコージャパン
	アクセサリ	①アガット ②ヴァンドーム青山 ③エテ	エーアンドエス ヴァンドームヤマダ ミルク
	化粧品	①ディオール	パルファン・クリスチャンディオール・ジャポン
	グッドパートナー賞	イビサ	イビサ
		エムズグレイシー	エムズグレイシー
		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
		マドモアゼルノンノン	パパス
	プロポーズ賞	エンフォールド ミズイロインド	パロックジャパンリミテッド マザーズインダストリー
	キラリ賞	ジルスチュアート(財布)	ヤマニ
	話題賞	イツツインターナショナル	フランドル
	ESG賞	ピースリー	バリュートランニング
CFCIL		CFCIL	

接客コンテストで三年連続日本一の栄冠を獲得

日本ジュエリー協会主催、第7回ジュエリーコーディネーター接客コンテストにおいて、
当社のスタッフが約3万人の頂点となる日本一の栄冠に輝きました。

当社が初参加した第5回、第6回大会に続いて、3連覇の偉業を達成しました。
それぞれ別のスタッフで優勝しており、当社の強みである提案接客力の優位性を再認識する結果となりました。



アーガイル鉱山閉山記念コイン 国内独占販売権を取得 ～カナダ王室造幣局（ロイヤルカナディアンミント）発行～



Grandeur グランデュール

世界限定30枚 販売価格：968万円（税込）

※日本での販売予定枚数1枚限定



Treasure トレジャー

世界限定400枚 販売価格：220万円（税込）

※日本での販売予定枚数23枚限定

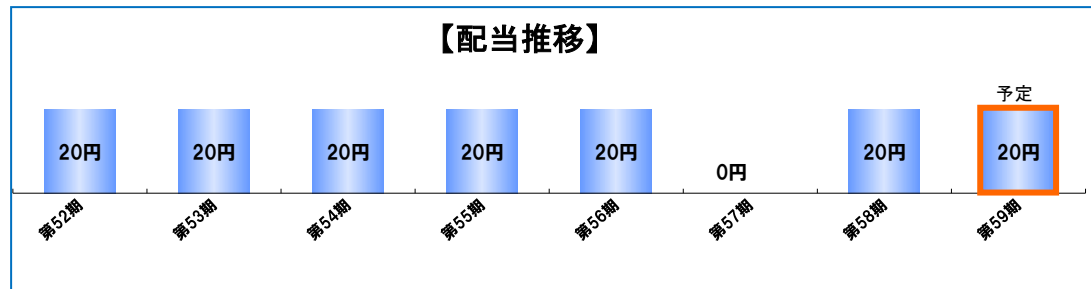
この記念コインは、ピンクダイヤモンドの産出で世界的に有名なアーガイル鉱山の閉山（2020年11月）を記念し、世界限定枚数で3種類435枚のみが発行されたものであり、当社は、カナダ王室造幣局より、日本における独占販売権の指名を受け、2種類24枚のコインの販売権を取得しました。

今回、日本における販売総代理店に指名されたことは大変名誉なことであり、当社が築き上げてきたジュエラーとしての実績が世界的に評価されたものと受け止めております。

配当

当社は経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、株主還元を重視した安定的な配当を継続して実施していくことを基本方針としています。

(2022年8月期(59期) 予定)
配当金額: **20円00銭**



※2018年3月1日付けで行った普通株式10株につき1株の割合での株式併合を考慮した金額を記載しております。

株主優待制度 (2022年8月期(59期) 予定)

◆対象: 2022年8月31日現在の株主名簿に記載された100株以上ご保有の株主様

◆優待内容

	①自社オリジナルジュエリー	②お買物優待券
100株以上	ダイヤモンド ネックレス	
300株以上		10,000円分
600株以上		20,000円分



ダイヤモンド ネックレス
～【商品名】 ルイペルタ ～

会社名	フェスタリアホールディングス株式会社
本社	東京都品川区西五反田7丁目20番9号
資本金	807百万円(2022年8月31日現在)
従業員数	連結:564人(2022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 スタンダード市場
証券コード	2736

～ミッション～

ジュエリーに愛と夢を込めて
“bijou de famille”

豊かな気持ち かけがえのない思い出 ずっと持ち続けたい夢

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。