2023年８月期(第60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
〒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）

本資料は2023年4月13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。

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

売上（23/2Q）

■連結売上高：43.7億円（前年同期比2.4%減）

・都市部の百貨店は堅調も、地方SC（ショッピングセンター）の売上が低調に推移

・地方における人材不足や採用難も影響。ブライダルの低迷もあり、減収

利益（23/2Q）

■連結売上総利益：27.9億円（前年同期比2.3%減）

・原材料価格の高騰に対応した価格戦略の推進により売上総利益率は同水準を維持

・ブライダルを中心に“Wish upon a star®”の落ち込みが響き、売上総利益は減少

■連結営業利益：1.0億円（前年同期比56.5%減）

・販促費及びDX外注費が増加した等により販管費は前年同期比で66百万円の増加

・売上総利益の減少、販管費の増加により連結営業利益は大幅な減少

23/8月期 通期予想

■連結売上高：86.5億円（前期比1.5%減）

■連結営業利益：1.5億円（前期比63.2%減）

・通期業績の下方修正を実施。人材の採用・育成を中心に下期以降の立て直しに注力

・成長軌道の確立に向け、人的資本投資と並行してDX戦略の推進など成長投資は継続

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

上期の振り返り（2023年8月期　第2四半期）

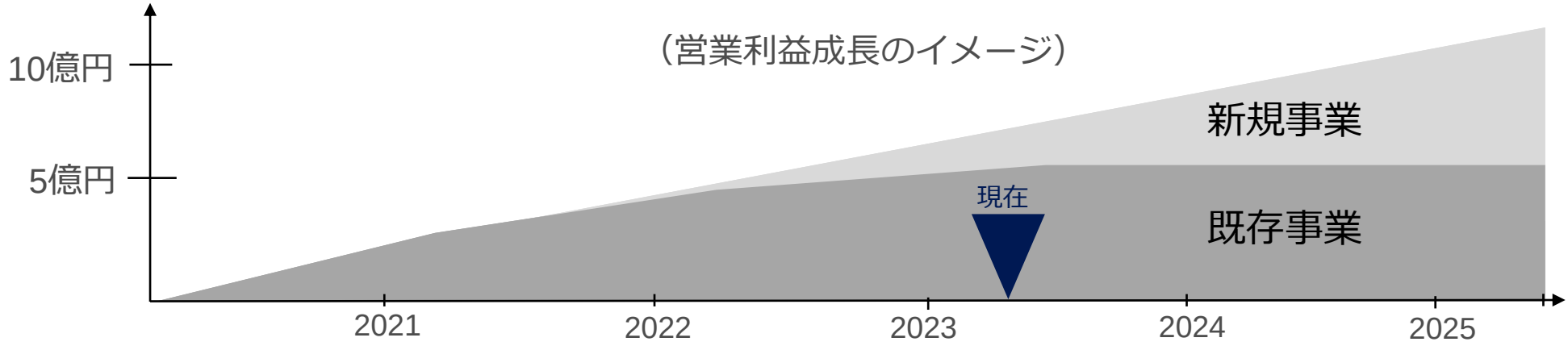
festaria HOLDINGS Co., Ltd.

外部環境	■光熱費の値上げや物価上昇等を背景とした消費者の節約志向の高まり ■消費の二極化（都市部百貨店と地方SC、高額需要と節約）が想定以上に進行 ■海外情勢や為替の影響により地金やダイヤモンドなどの原材料価格の高騰 ■地方部を中心に業界として人手不足が深刻化（採用難と人材流動性の高まり）
内部状況	■都市部の百貨店業態はファッションを中心に売上は堅調に推移 ■SC業態は消費動向の変化や人材不足も影響し、計画を大きく下回る ■ブライダルを中心に高付加価値商品の“Wish upon a star®” が低調 ■原価高騰もあり、粗利率が計画に届かず百貨店の限界利益確保に影響 ■DX推進に伴う投資（成長戦略投資）を拡大 ■コロナ禍で停止したブランディング投資（成長戦略投資）を再開

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

中長期の成長イメージの中での位置づけ

構造改革は道半ば。フェーズ３の着手と並行してフェーズ２の完遂を目指す



フェーズ１ 生き残り	フェーズ２ 構造改革による安定利益創出	フェーズ3 強みの進化とビジネスモデルの変革
コロナショックを Cash is King で生き残る	**構造改革** ・事業ポートフォリオの見直し ・本社機能の見直し ・業務標準化の推進 ・商品、生産物流体制の見直し ・CRM、システムインフラの整備	**創出した利益を再成長投資へ** ・コミュニティブランド構築 ・OMOの軌道化（リアルとデジタルの融合） ・パーソナライズとサービス化 ・”Wish upon a star®” の市場シェア拡大 ・次世代リーダーの育成・創出

構造改革により利益の積み増しは
不十分な状況

フェーズ２を継続
積み残した構造改革の完遂を目指す

利益積み増しに注力
（投資余力の確保）

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

Ⅰ．損益について

1. 連結業績概要

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

SC業態の苦戦、原材料高や人材不足も重なり業績の下方修正を実施

（単位：百万円）

連結	2022/2Q		2023/2Q					
	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	4,479	100.0%	4,373	100.0%	△106	97.6%	4,680	93.4%
売上総利益	2,861	63.9%	2,792	63.9%	△69	97.6%	3,000	93.1%
販売費及び一般管理費	2,620	58.5%	2,687	61.4%	66	102.5%	2,720	98.8%
営業利益	241	5.4%	104	2.4%	△136	43.5%	280	37.1%
経常利益	246	5.5%	74	1.7%	△172	30.1%	245	29.6%
四半期純利益	159	3.6%	48	1.1%	△110	30.5%	160	30.0%

- 国内事業は、都市部百貨店が堅調も地方SCが低迷。限界利益の減少や成長投資による費用拡大もあり減収減益。
- 海外事業は、台湾小売事業は収益性が改善し、黒字を継続。ベトナム生産工場の稼働率も改善傾向で推移。

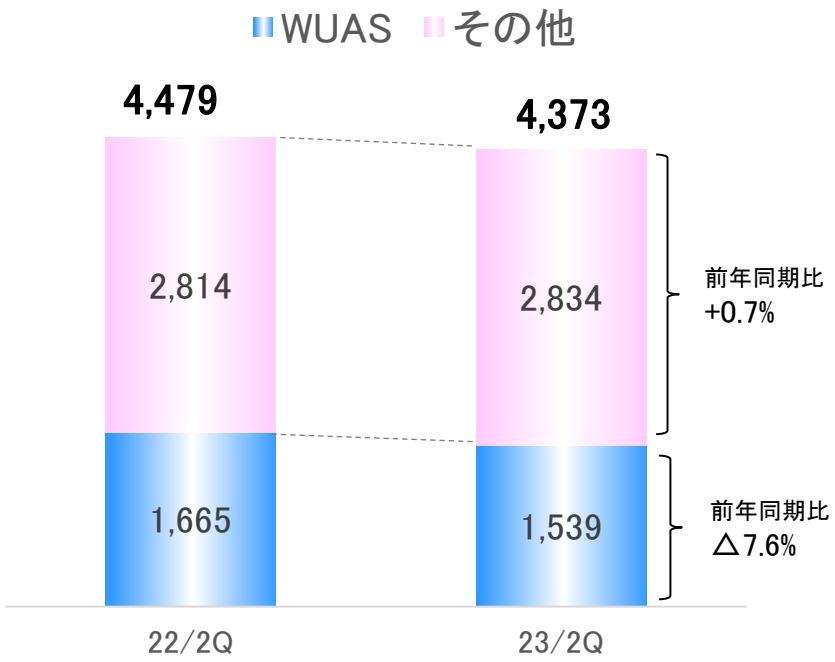
2. 売上高の状況(カテゴリー別)

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

ブライダルを中心に主力商品“Wish upon a star®”の落ち込みが影響し減収

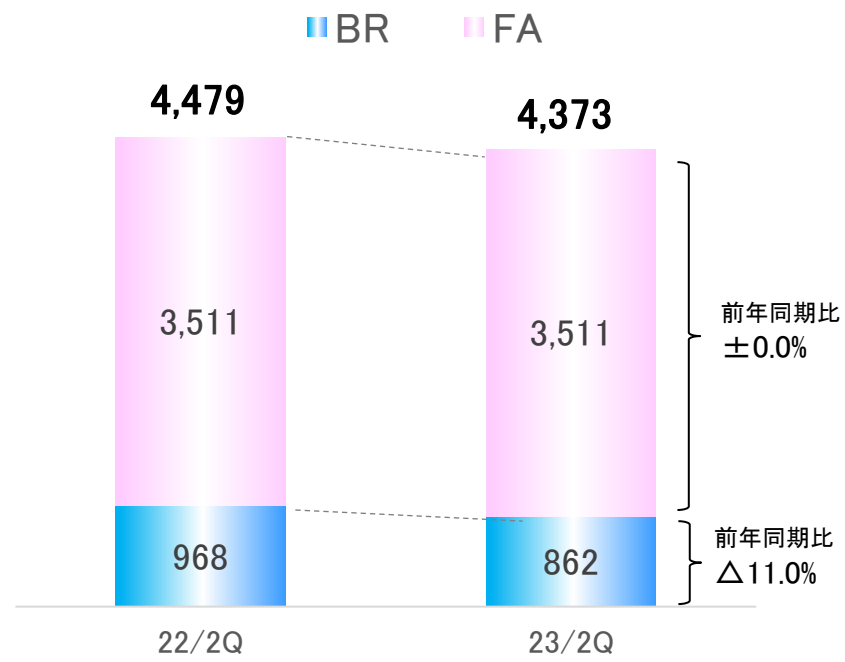
売上高（“Wish upon a star®”／その他）

（単位：百万円）



売上高（ブライダル／ファッション）

（単位：百万円）



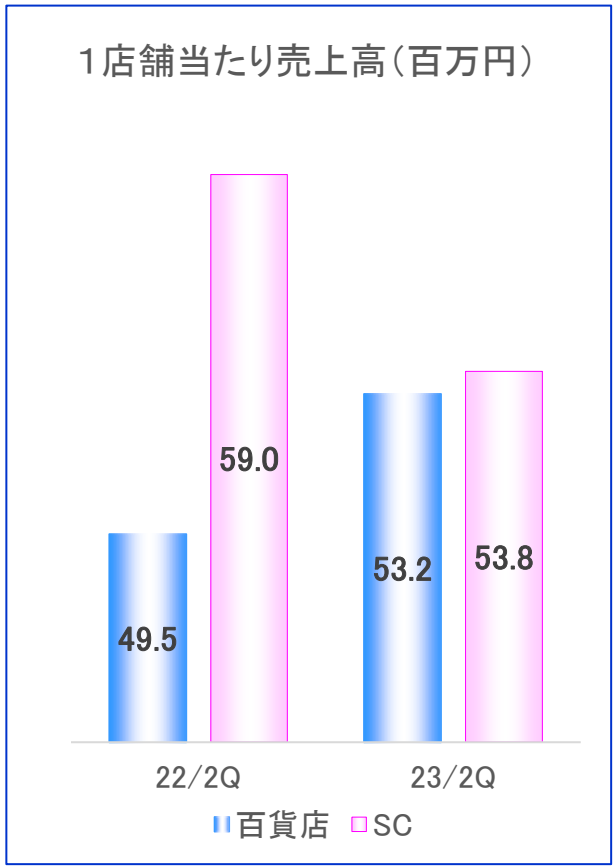
■“Wish upon a star®” は、ブライダル販売の落ち込みが響き、前年同期比7.6%減と伸び悩む状況。

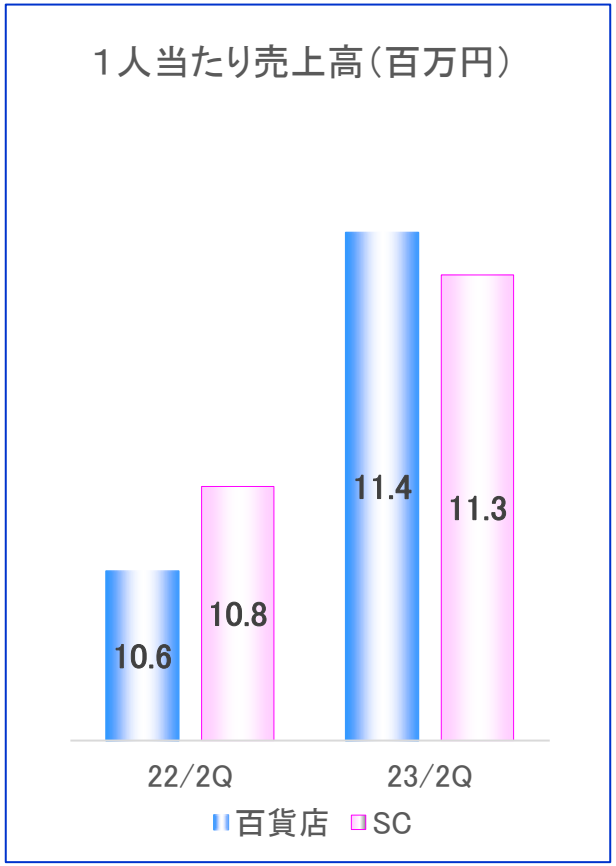
■その他商品は、富裕層ビジネスや催事販売の強化もあり、高額ファッションが堅調に推移。結果、前年同期比0.7%の増収。

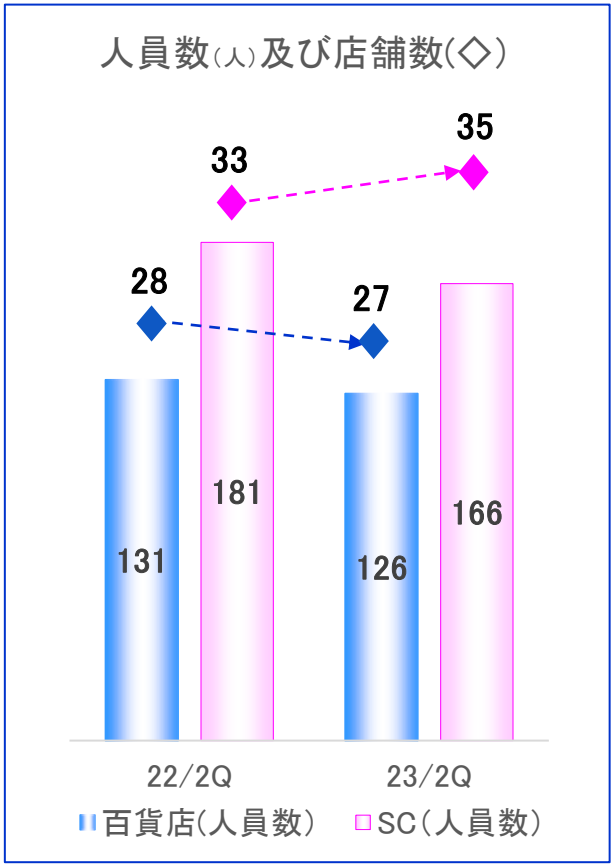
3. 売上高の状況((百貨店とSC(ショッピングセンター)の状況)

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

好調な都市部百貨店と低迷する地方SCによる二極化が想定以上に拡大







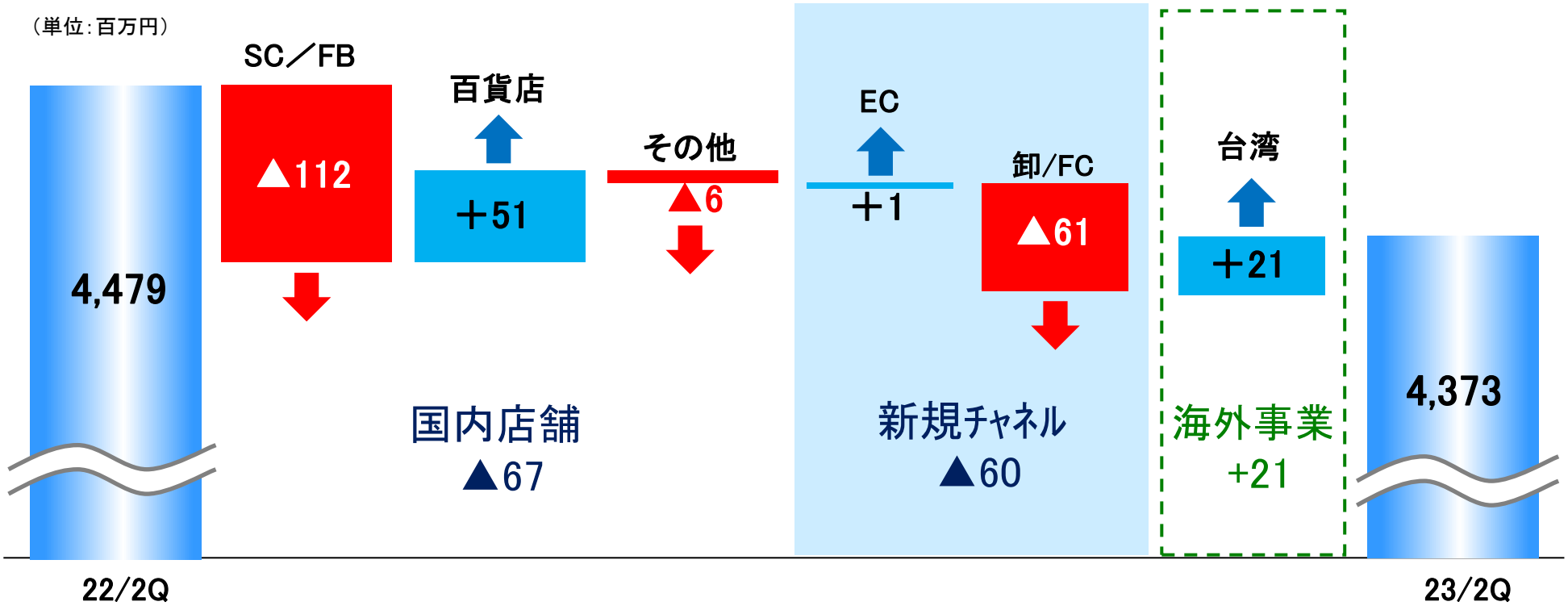
■百貨店は都市部を中心に売上は堅調に推移。店舗数は減少も外部環境を追い風に1店舗、1人当たり売上は順調に拡大。

■SCは人材不足が影響し1店舗当たり売上高は減少。1人当たり売上高は拡大しており、回復には人材不足の解消が急務。

4. 売上高の状況（チャネル別の前期比差異分析）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

百貨店と台湾が好調。一方、SC業態の落ち込みと卸事業縮小の影響で減収



■百貨店は都市部を中心に売上が伸長。富裕層ビジネスとして百貨店外商との座組も開始。台湾は円安効果もあり好調を継続。

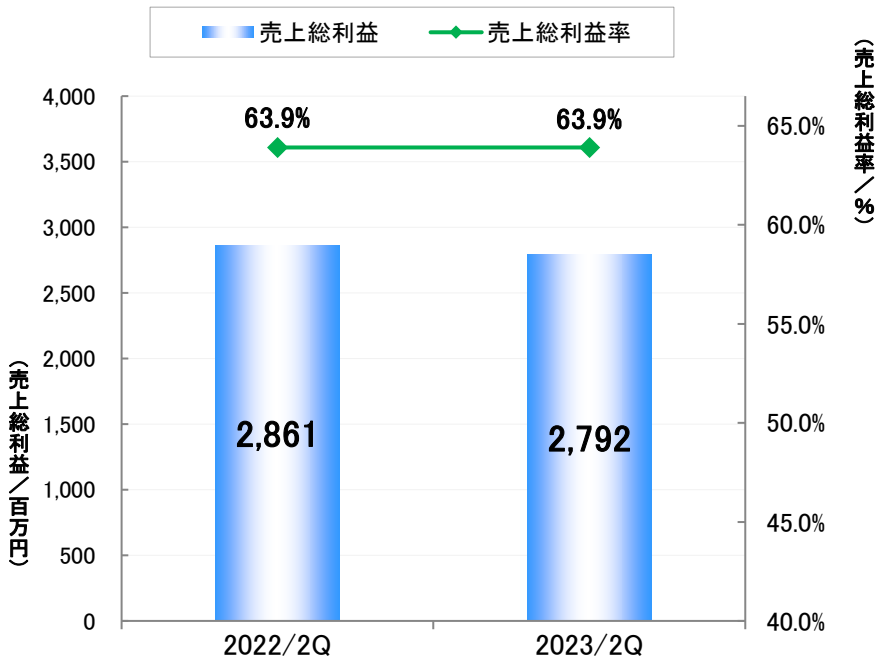
■SC業態は人材不足の影響もあり地方の大型店舗が苦戦。卸／フランチャイズ事業は選択と集中により取組先を大幅に縮小。

5. 売上総利益の状況

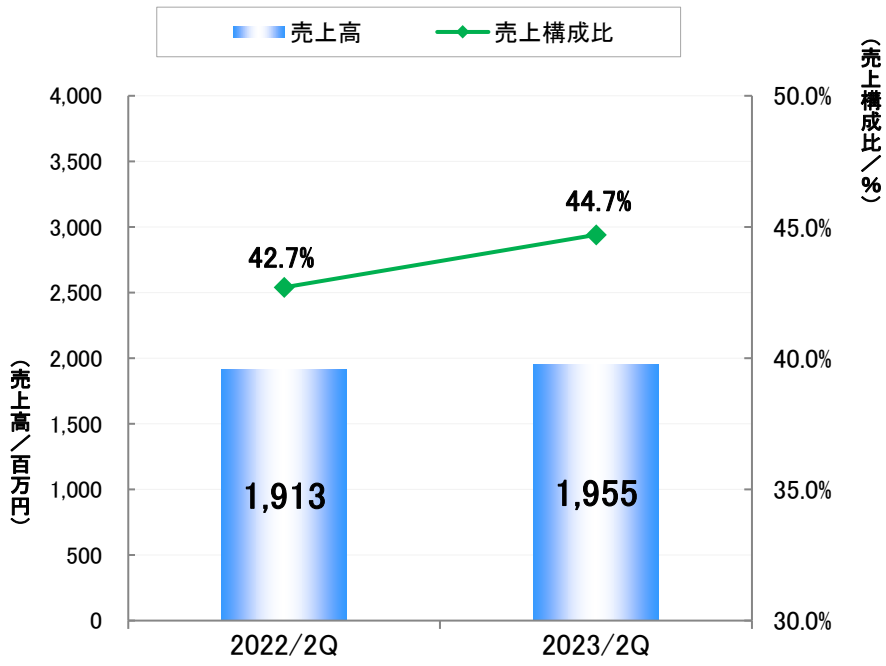
festaria HOLDINGS Co., Ltd.

減収に加え、原材料価格の高騰の影響もあり売上総利益は2.4%減少

売上総利益の状況



ベトナム生産商品の売上状況



- “Wish upon a star®” が低調も、ベトナム工場の稼働率改善によりD&Q製品の売上構成比は拡大。
- 期間平均で主な原材料である金価格が19.3%、プラチナ価格が16.9%上昇したものの、調達機能の強化と価格戦略の推進により 売上総利益率は同水準を維持。

6. 販売費及び一般管理費の状況

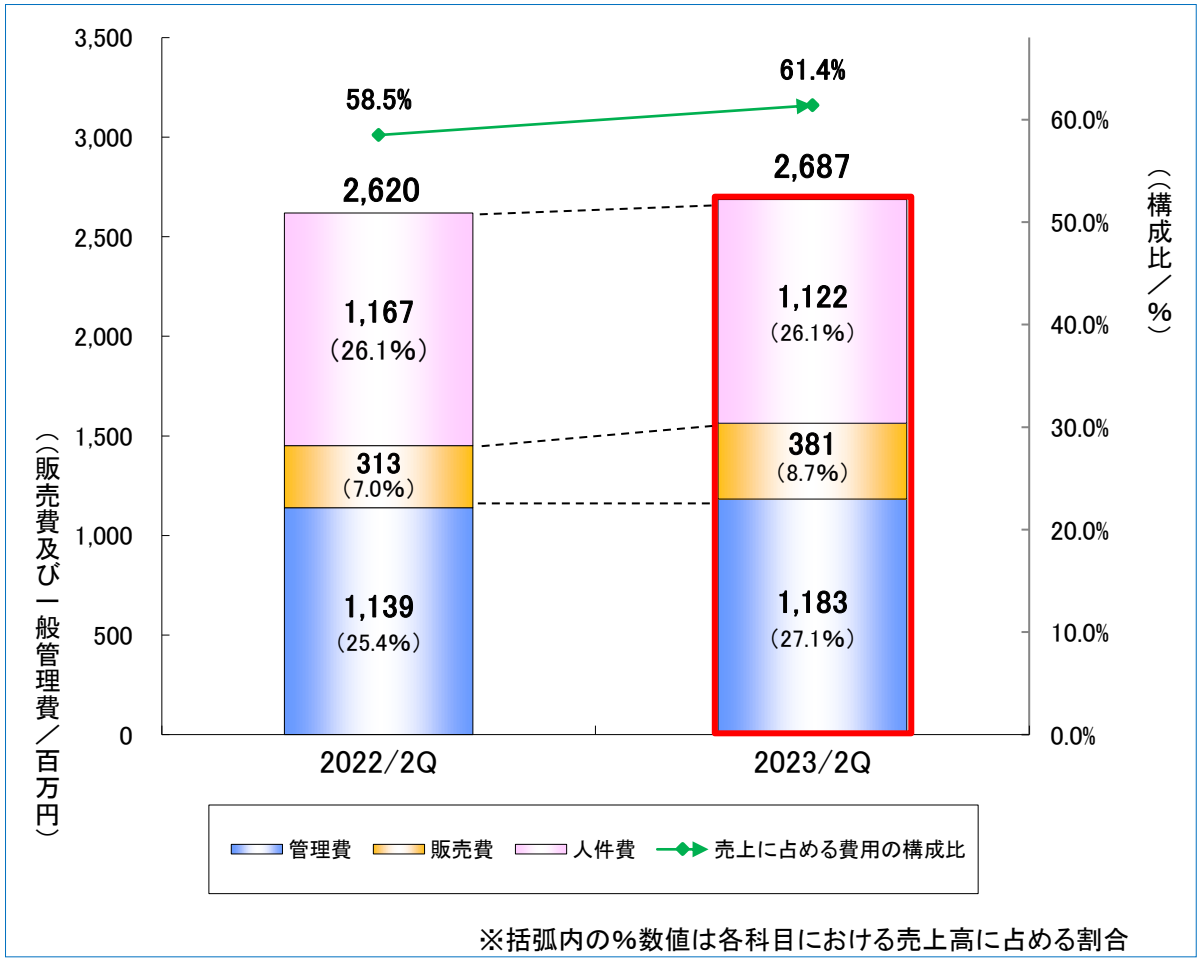
festaria HOLDINGS Co., Ltd.

成長戦略投資の拡大もあり、売上高販管費率は増加傾向で推移

■人件費は、採用難やスクラップアンドビルドに伴う店舗再編の影響により地方SCの人材が減少したため、前年同期比45百万円の減少（▲3.9%）。

■販売費は、ブランド強化施策を含め、一部販促費用の投下を拡大したため、前年同期比68百万円の増加（+21.7%）。

■管理費は、百貨店売上の拡大に伴う変動家賃の増加に加え、DX推進に伴うシステム関連等の外注費が増加したことが主な要因となり、前年同期比44百万円の増加（+3.8%）。



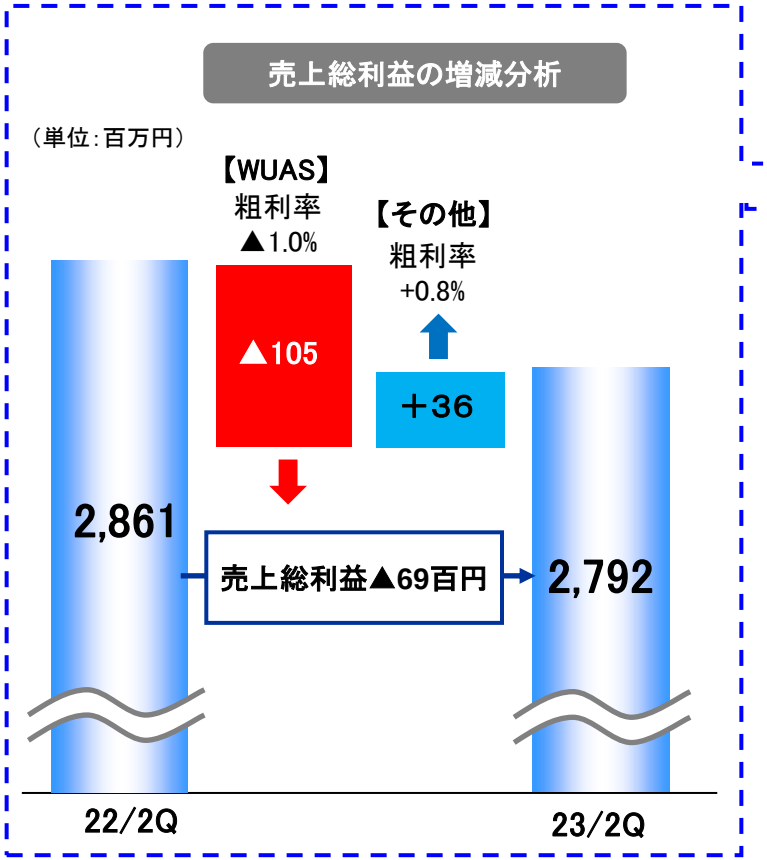
※括弧内の%数値は各科目における売上高に占める割合

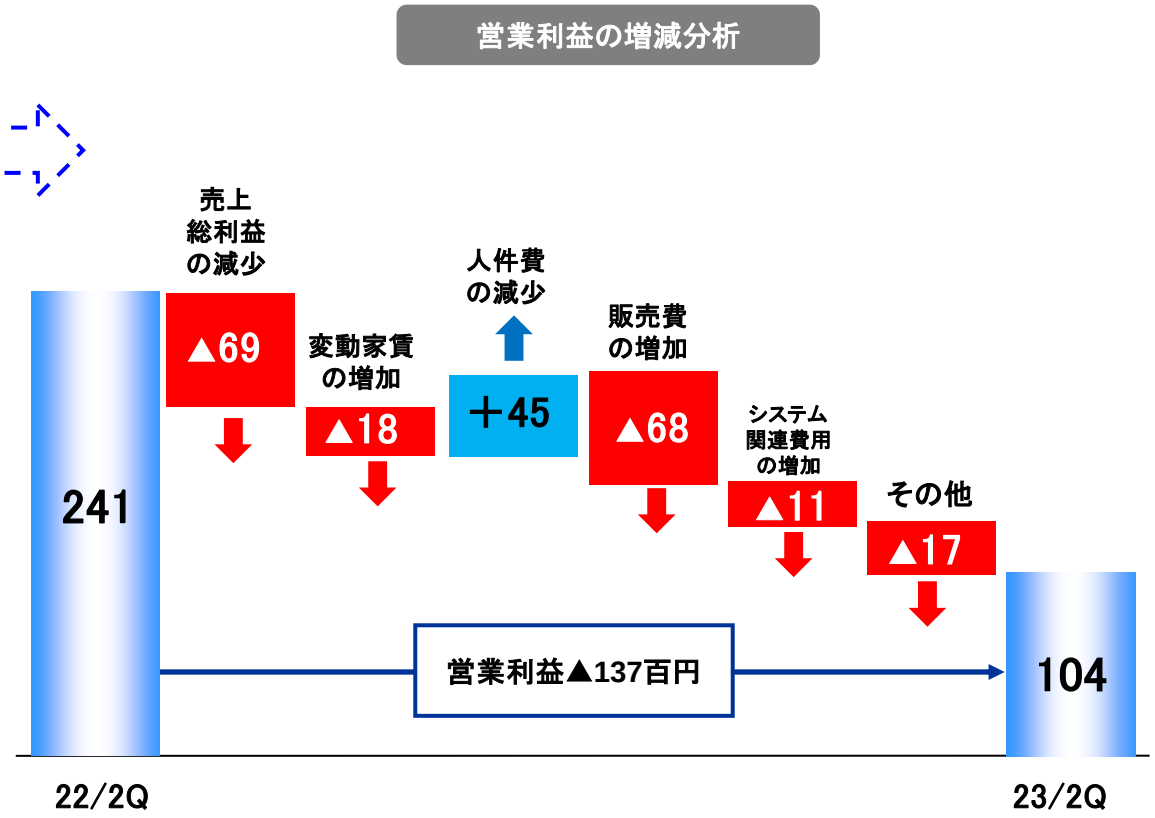
All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

7. 売上総利益と営業利益の前期比差異分析

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

“Wish upon a star®”の下振れに加え、費用の増加が主な要因となり減益





■百貨店の売上拡大に伴い変動家賃が増加。一方、売上総利益の減少により限界利益が想定より増加しなかったことが課題。

■人件費の減少は地方での人員不足の影響で計画外。販売費やシステム関連費用は成長投資での位置付けで継続投下。

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

8. 営業外収支の状況

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

厳しい事業環境下、積極的な先行投資の実施もあり減益も黒字は確保

（単位：百万円）

	2022／2Q	2023/2Q	前期増減率
営業損益	**241**	**104**	△56.5%
営業外収益	42	20	△52.2%
営業外費用	36	50	37.5%
経常損益	**246**	**74**	△69.9%
特別利益	20	0	―
特別損失	27	0	―
税金等調整前当期純損益	**239**	**74**	△69.0%
法人税等	79	25	△67.9%
当期純損益	**159**	**48**	△69.5%

【主な要因】
為替差益19百万円を計上

【主な要因】
支払利息39百万円を計上

【主な要因】
雇用調整助成金の計上等、特別利益の計上はなし

【主な要因】
臨時休業等に伴う休業手当等、特別損失の計上はなし

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

Ⅱ．その他業績について

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

1. 財政状況

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

自己資本比率は前年同期比で2.4pt上昇し、財務健全性は改善

（単位：百万円）

連結	2022/2Q	2022／4Q	2023/2Q	増減額
流動資産	5,336	5,477	5,480	3
固定資産	1,541	1,472	1,550	78
総資産	6,877	6,949	7,031	82
流動負債	3,434	3,756	3,778	22
固定負債	2,267	1,904	1,893	△11
負債合計	5,701	5,661	5,671	10
純資産	1,176	1,288	1,359	71

総資産の減少と純資産の増加により自己資本比率はQoQで2.4pt上昇

「商品及び製品」が131百万円増加した一方で、「原材料及び貯蔵品」が101百万円減少したため、流動資産は前期末からほぼ同水準で推移。

有形固定資産は前期末から同水準。
無形固定資産は3Dカスタマイズシステムの追加投資の影響により69百万円の増加。

「支払手形及び買掛金」、「賞与引当金」が減少した一方で、「短期借入金」及び「前受金」の増加が主な要因となり、流動負債は22百万円の増加。

「社債」が80百万円増加した一方で、「長期借入金」が97百万円減少したことが主な要因となり、固定負債は11百万円の減少。

純資産が71百万円増加したことに加え、総資産が82百万円増加したことから自己資本比率は18.8%と、前期末から0.9ポイント上昇。

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

2. キャッシュフローの状況

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

厳しい事業環境下も成長投資継続でフリーキャッシュフローはマイナスを計上

（単位：百万円）

連結	2022／2Q	2023／2Q	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	398	△71	△469	税引前利益74百万円をプラス計上も、棚卸資産の増加、仕入債務の減少、利息の支払、法人税等の支払などが影響し、営業CFはマイナスを計上。
投資キャッシュフロー	△73	△117	△44	システム導入による無形固定資産の取得による支出が影響。
財務キャッシュフロー	△349	202	551	経営安定化を目的として短期借入金の増加や社債の発行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	△29	14	43	
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,010	999	11	
フリーキャッシュフロー	324	△189	△514	フリーCF（営業CF ＋ 投資CF）は前年同期比で514百万円の減少。創出利益による投資サイクルの確立が急務。

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

3. 出退店の状況

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

国内店舗数は前年同期比では変わらずもスクラップアンドビルドは引き続き検討

チャネル	2022／2Q 四半期末店舗数	2022年3月1日～2023年2月28日			2023/2Q 四半期末店舗数
		出店	退店	増減数	
路面店／SC／FB	46	3	2	1	47
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	78	3	3	0	78
海外（台湾）　合計	9	0	△1	△1	8

- 2023/2Q累計期間における新規出店として、2022年10月にららぽーと愛知東郷店（SC）を直営化したことに加え、那覇メインプレイス店（SC）をオープン。
- 2023/2Q累計期間における退店実績は、2022年9月に新光三越台南中山店（台湾）を閉店。
- 既存店舗では、商業施設等との家賃交渉など経済条件の見直しを継続的に実施し、収益性の改善を推進。

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

Ⅲ. 下期重点施策と通期の見通し

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

1. 下期の修正計画

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

下期は来期以降の立て直しと再成長に向けた取り組みに注力

（単位：百万円）

連結	2022/下期		2023/下期					
	実績	売上比	当初計画	売上比	修正計画	前期比	期初計画からの増減	期初計画比
売上高	4,302	100.0%	4,520	100.0%	4,276	100.0%	△244	94.6%
売上総利益	2,718	63.2%	2,900	63.9%	2,726	63.8%	△174	94.0%
販売費及び一般管理費	2,552	59.3%	2,700	61.4%	2,681	62.7%	△19	99.3%
営業利益	166	3.9%	200	2.4%	45	1.1%	△155	22.5%
経常利益	189	4.4%	190	1.7%	25	0.6%	△165	13.2%
四半期純利益	99	2.3%	100	1.1%	△18	△0.4%	△118	－

- 下期もSC業態の苦戦が継続する見込み。卸／FC事業の縮小もあり、下期も減収の見通しで修正計画を策定。
- 人材不足解消に向け採用強化も、育成による戦力化には一定の時間を要する見込み。

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

2. 下期重点施策-①

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

取り組み領域		課題	下期重点施策	期待する効果
既存事業の収益力強化	SC	人材不足	■採用強化→人材不足解消→育成→戦力化の推進→顧客様の積み上げ ・採用コスト、人件費増、育成投資の拡大を予算化	・売上拡大 ・人材力の向上
	百貨店	限界利益	■粗利率を重視した商品戦略、販売戦略の実施 ・4月に大規模な価格改定を実施。対象商品は5%以上の粗利率改善を想定 ・予算帯別価格戦略とMD戦略の実施により売上を維持しつつ粗利率の向上を図る	・単価UP ・限界利益の最大化
新規事業の軌道化	EC	CVR（ｺﾝﾊﾞｰｼﾞｮﾝ率） CPA（顧客獲得単価）	■OMO戦略を基軸とした勝ちパターンの創出 ・ターゲティングによる広告運用の見直しやUI/UXの改善など多面的、機動的な改善を実行し、顧客価値の最大化を図る	・黒字化 ・相互送客の拡大
	卸／FC	採算性、事業効率	■事業の選択と集中による経営効率の向上を目的とした事業の縮小を推進 ・富裕層ビジネスへのリソースシフトを進める	・コスト低減 ・収益力の向上
海外事業	台湾	１店舗当たり売上	■フェスタリアGの強みに立脚した事業基盤の整備を進める ・１店舗当たり生産性を日本並みに引き上げる（現状、日本の55%程度）	・収益力の向上 ・海外展開の足掛かり
	ベトナム	ベトナム製品の生産性	■ベトナム生産工場の有効活用で原価低減に繋げる ・品質の向上と並行して工程安定化の推進による稼働率向上で工賃の低減を図る	・原価低減 ・品質向上

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

2. 下期重点施策−②

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

取り組み領域		課題	下期重点施策	期待する効果
構造改革	事業ポートフォリオの見直し	経営効率	■各事業の採算性・成長性と事業シナジーの両面で最適化を検討する ・コア事業の明確化によるリソースシフトを実施 ・事業の選択と集中と連動した本社人員の最適化を検討	・経営効率の向上 ・本社コストの低減
	業務標準化	店舗・人材間格差	■業務標準化プロジェクトを通じた業務改革の推進 ・店舗マニュアル（フェスイズム）の活用による仕組化とノウハウの蓄積 ・業務の可視化による属人化の排除とジョブローテーションの実施	・業務効率の向上 ・人材育成
成長投資	人材	採用 リテンション	■下期最も注力すべき領域として以下に経営リソースを投入する ・エンゲージメント採用の強化 ・賃上げの実施やキャリアプランの浸透によるモチベーション向上 ・従業員の能力開発に向けた環境整備 ・多様な人材が活躍できる働きやすい環境の整備	・収益力の向上 ・従業員エンゲージメントの向上
	ブランド	認知度 精神価値訴求	■高付加価値商品の“Wish upon a star®”の価値訴求を中心に投資を継続する方針 ・上期の効果検証を踏まえ、有効性の高い媒体に絞った広告運用を実施 ・付加価値ビジネスに対応した接客力の向上	・売上の拡大 ・粗利率の向上
	DX	生産性向上	■ビジネスモデルの変革に向け、DX推進投資を継続 ・3Dカスタマイズシステムの本格稼働に向けた対応を強化 ・強みを活かしたCRMシステムの再構築によりLTV（ライフタイムバリュー）の最大化に注力（顧客ロイヤルティの向上） ・基幹システムのリプレイス(在庫一元化）に向け業務フロー（商品マスタ）の整備を含めた要件定義の作成に着手	・売上の拡大 ・粗利率の向上 ・コストの低減 ・CFの改善

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

3. 通期（2023年8月期）の業績見通し

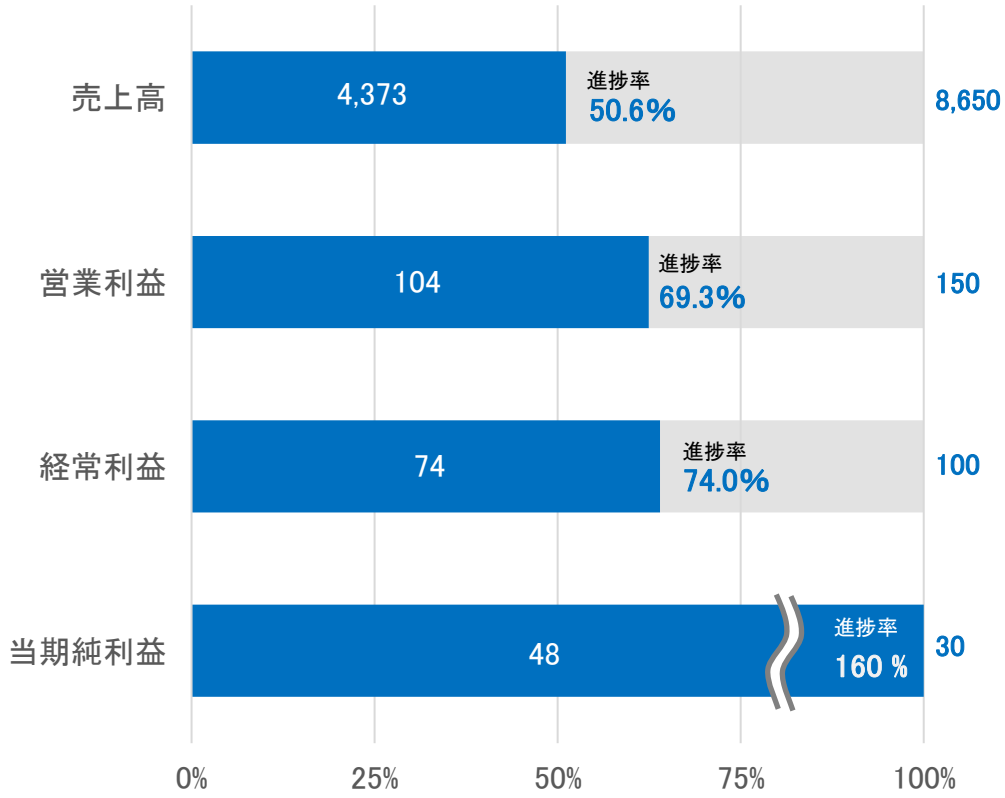
festaria HOLDINGS Co., Ltd.

上期実績と下期の戦略見直しを踏まえ、通期計画を下方修正

	FY2022年	FY2023年	増減率
売上高	8,781	8,650	△6.0%
営業利益	407	150	△63.2%
経常利益	435	100	△77.1%
当期純利益	259	30	△88.4%

通期修正計画に対する進捗状況

（単位：百万円）



All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

Ⅳ. 成長戦略

1. ビジネスモデルの変革に向けた事業ポートフォリオの見直し

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

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

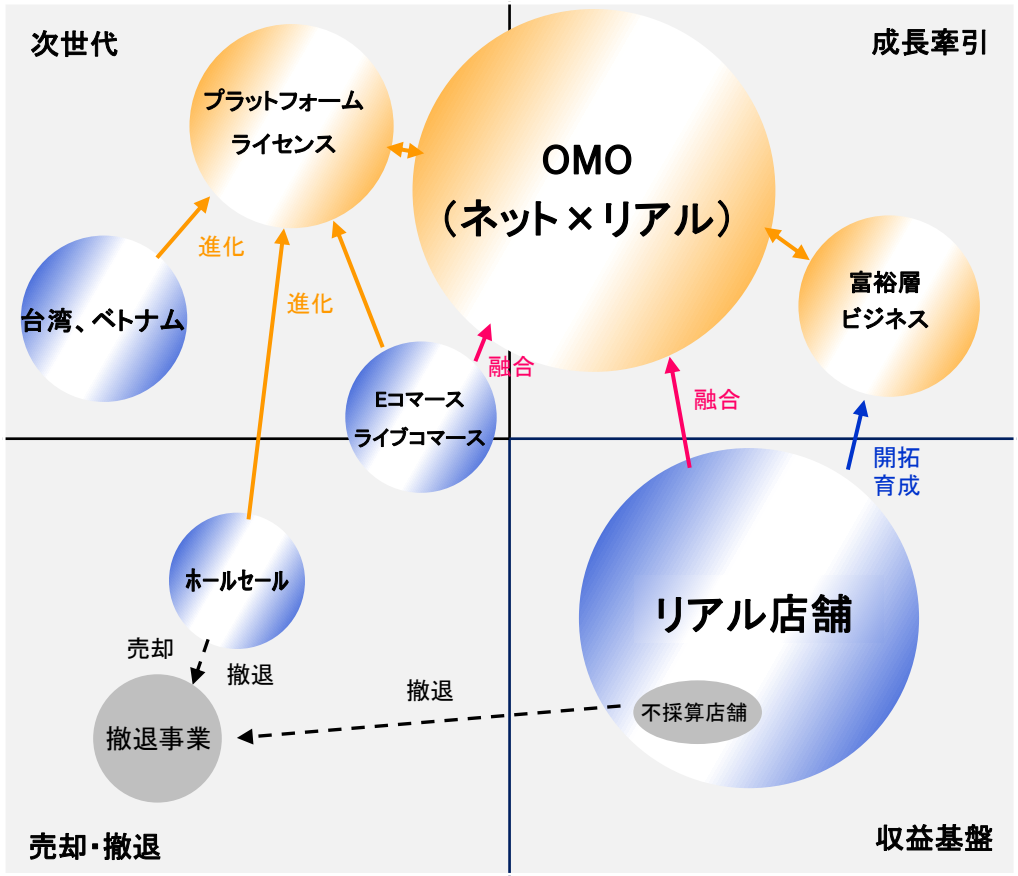
■ コア事業の明確化によるリソースシフト

- 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＞



2. コアコンピタンスを基軸としたビジネスモデルの変革

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

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

人材の獲得
（採用力UP）

リアル×デジタル対応
による人材育成
（接客プログラムと
リスキリング）

人材獲得 ⇒ 処遇向上・人材育成 ⇒ **リテンション**

有能な人材

ビジネスモデルの変革

魅力的な仕事

顧客価値の創造 ⇒ 顧客からの信頼 ⇒ **リテンション**

キャリアパス整備、
給与・評価制度の見直し
福利厚生の充実など

接客日本一の
自信とプライド
お客様からの支持

フェスタリアホールディングスのコアコンピタンス

CRM

接客力日本一

CSサークル

“Wish upon a star®”

SPA（海外自社工場）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

3. 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 × DX戦略

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

4. 強みの進化とビジネスモデルの変革

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

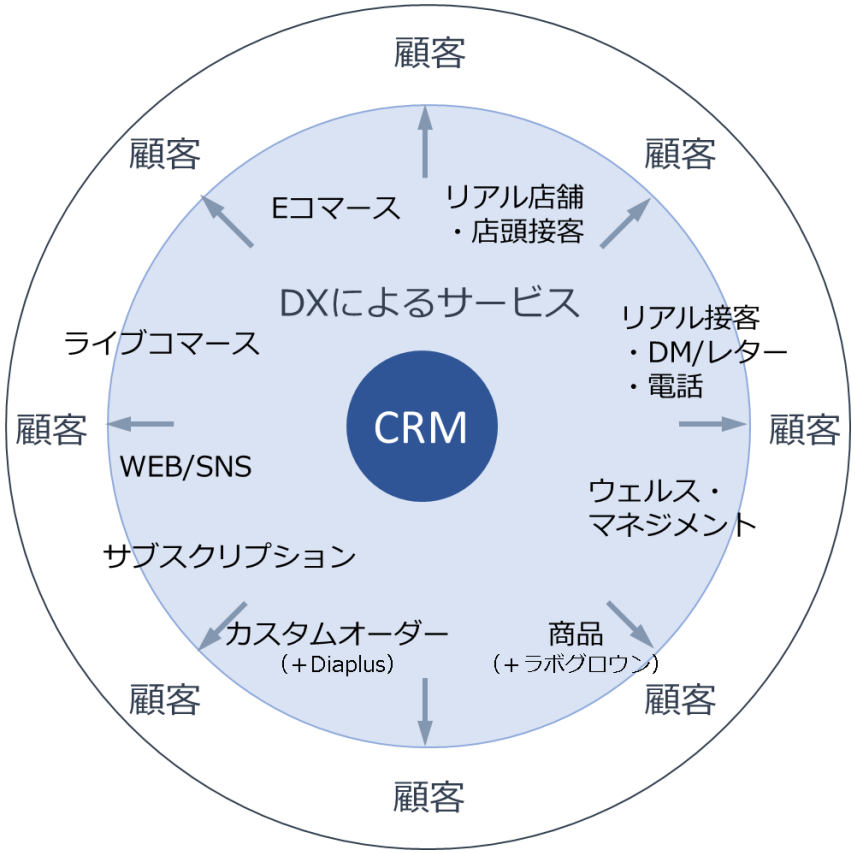
コア事業を重視した成長を図るとともに、「多角化」ではなく「進化」を軸とした事業変革を推進

強みの進化	顧客体験・顧客管理	接客力日本一 （接客の科学的分析） CRM	高度化 ・パーソナライズ（Diaplus） ・サービス化（RaaS） ・データドリブン
	商品	Wish upon a star®	バリューアップ ・クオリティ可視化 （ダイヤモンド研究所） ・ブランドコラボレーション
ビジネスモデルの変革	festaria ブランド（再定義）	ショップブランド	コミュニティブランド ・ファン化（SNS、platform）
	販売チャネル（見直し）	店舗中心 ・有力百貨店、SCへの出店	チャネル最適化 ・OMO（ネット×リアル） ・富裕層ビジネス ・ライセンスビジネス

5. 顧客への提供価値（バリュープロポジション）

SADAMATSU CO.,LTD.

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

Ⅴ. トピックス

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

受賞

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

接客コンテストで三年連続日本一の栄冠を獲得

2022年9月に開催された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。

All Rights Reserved. Copyright Festaria Holdings Co., Ltd.

受賞

繊研新聞主催 2022年度「百貨店バイヤーズ賞」 9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、9年連続の受賞となります。

Buyer's Prize

22

プロポーズ賞

エムズグレィシー

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強固な顧客や幅広いアイテムを持つブランドの推薦が目立った。「エムズグレィシー」は一貫した甘めのエレガンスティストの物作りで顧客から支持され、コロナ禍でも強みを発揮した。華やかなドレスに加え、ニットやデニム、カットソーなど単品アイテムの強化で着こなしの楽しさを提案し顧客の幅も広がり、さらに結びつきを深めている。

「フェスタリア・ビジュソフィア」は、都心店だけでなく、地方店においても高価格帯の商品をしっかり売り切る販売力の高さが評価された。これまで強みとしてきたダイヤモンドジュエリーに加え、春夏にはバリエーション豊富なカラーストーンをセットしたペンダントがヒット。商品の幅が広がり、新客を捉えた。

フェスタリア・ビジュソフィア

「セルフォード」はブランドの顔であるオケージョンドレスを今の時代感に合わせて切らさずに作り続け、顧客が定着。ストレスなく着られる素材や仕様に変えた。好印象服で、18年のデビューからハレの場面での支持を維持し続けている。「フォーマルで着られるニューエレガンススタイル」を求める施設の注目も高い。

ドレス以外に、コロナ下でテーパードパンツやチュニックブラウスの新たな定番も生まれ、好調を支えている。昨年は「ハナエモリ」との協業が好評だった。23年は5周年を迎え、ゴルフラインを発売したほか、「ユミカツラ」との協業など五つの企画を打ち出す。

自社ブランド「ミズイロインド」に、国内外のブランドを編集したセレクトショップ「マーコート」。ミズイロイ

22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	婦人服トータル	①23区	オンワード樫山
		②アナイ	ファーイーストカンパニー
		③レリアン	レリアン
		④アンタイトル	フィールズインターナショナル
		⑤マッキントッシュロンドン	三陽商会
	特選	ザ・ロウ	ザ・ロウ・ジャパン
		ポッテガ・ヴェネタ	ポッテガ・ヴェネタジャパン
	アイテム集積	晴雨兼用傘	ムーンバット
		帽子	カシラ、栗原、マキシン
	バッグ	①レスポートサック	レスポートサックジャパン
		②ロンシャン	ロンシャン・ジャパン
	靴	①卑弥呼	卑弥呼
		②スタッカート	バロックジャパンリミテッド
		②ランバン・オン・ブルー	モーダ・クレア
	ジュエリー・アクセサリー	①ヴァンドーム青山	ヴァンドームヤマダ
		②アガット	サザビーリーグ エーアンドエスカンパニー
		②エテ	ミルク
	化粧品	コスメデコルテ	コーセー
バイヤーズ賞プラス		該当なし	
グッドパートナー賞		エムズグレィシー	エムズグレィシー
		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
プロポーズ賞		セルフォード	マッシュスタイルラボ
		マーコート	マザーズインダストリー
新人賞		該当なし	
カムバック賞		アグ	デッカーズジャパン
キラリ賞		該当なし	
サステイナブル賞		ワールド	ワールド
ポップアップ賞		イッツインターナショナル	フランドル
		ポール＆チェーン	アトリエフォルマーレ

会社概要

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

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。