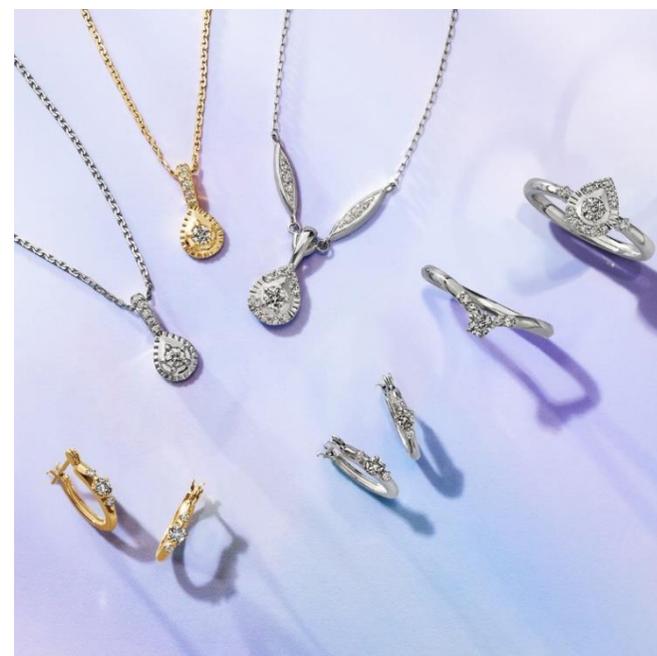


2024年8月期(第61期) 第2四半期 決算説明会資料



本資料は2024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。

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

(24/2Q)

■ 連結売上高: 44.4億円 (前年同期比1.7%増)

- ・ブライダルの低迷や人材不足の影響もあり前半苦戦も、後半は改善傾向で推移
- ・催事を中心に高価格帯のファッションジュエリーが好調で、増収を達成

利益

(24/2Q)

■ 連結売上総利益: 28.4億円 (前年同期比1.8%増)

- ・主な原材料となる金価格が19.7%増加するなど、売上原価を圧迫する状況が継続
- ・一方、価格戦略の推進により売上総利益率は同水準を維持し、売上総利益は増加

■ 連結営業利益: 0.6億円 (前年同期比42.1%減)

- ・人件費や販促費の増加に加え、DX外注費の継続投下もあり販管費は94百万円の増加
- ・12月商戦以降は大きく挽回するも、1Qの大幅な落ち込みが響き、減益

24/8月期 通期予想

■ 連結売上高: 90.0億円 (前期比3.9%増)

■ 連結営業利益: 3.0億円 (前期比55.2%増)

- ・2Qは下方修正も、1月から計画を上回るペースで進捗しており、通期予想は据え置き
- ・下期は利益改善への取り組みと並行して人財投資を中心に成長投資を継続

I. 損益について

1. 連結業績概要(前年同期比及び計画比)

課題の人材不足が段階的に解消も、上期前半の損失拡大が響き、下方修正を実施

(単位:百万円)

連結	2023/2Q		2024/2Q					
	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	4,373	100.0%	4,447	100.0%	74	101.7%	4,500	98.8%
売上総利益	2,792	63.9%	2,842	63.9%	50	101.8%	2,900	98.0%
販売費及び一般管理費	2,687	61.4%	2,782	62.5%	94	103.5%	2,720	102.3%
営業利益	104	2.4%	60	1.4%	△44	57.9%	180	33.3%
経常利益	74	1.7%	51	1.2%	△22	69.8%	150	34.0%
四半期純利益	48	1.1%	34	0.8%	△14	71.6%	90	37.8%

- 国内事業は、増収確保も、成長投資の拡大や一過性の費用計上もあり減益。売上利益ともに計画下振れで推移。
- 海外事業は、台湾小売事業はブライダル低迷も黒字を継続。ベトナム生産工場は大手メーカーからの製造受注が実現。

2. 四半期連結業績の概要(四半期推移)

1Qは大幅な営業損失を計上も、2Qはコロナ禍以降で最高益を更新

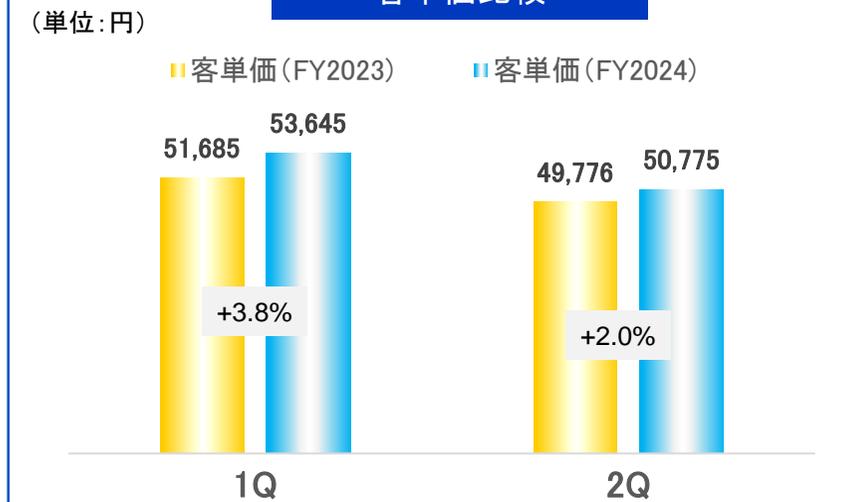
(単位:百万円)

連結	24/1Q会計 (9月~11月)			24/2Q会計 (12月~2月)			24/2Q累計 (9月~2月)		
	実績	売上比	前年比	実績	売上比	前年比	実績	売上比	前年比
売上高	1,904	100.0%	100.1%	2,543	100.0%	102.9%	4,447	100.0%	101.7%
売上総利益	1,210	63.5%	99.5%	1,632	64.2%	103.6%	2,842	63.9%	101.8%
販売費及び 一般管理費	1,387	72.9%	108.3%	1,395	54.8%	99.2%	2,782	62.5%	103.5%
営業利益	△177	△9.3%	—	238	9.4%	139.9%	60	1.4%	57.9%
経常利益	△176	△9.3%	—	228	8.9%	152.5%	51	1.2%	69.8%
四半期純利益	△157	△8.3%	—	192	7.6%	167.6%	34	0.8%	71.6%

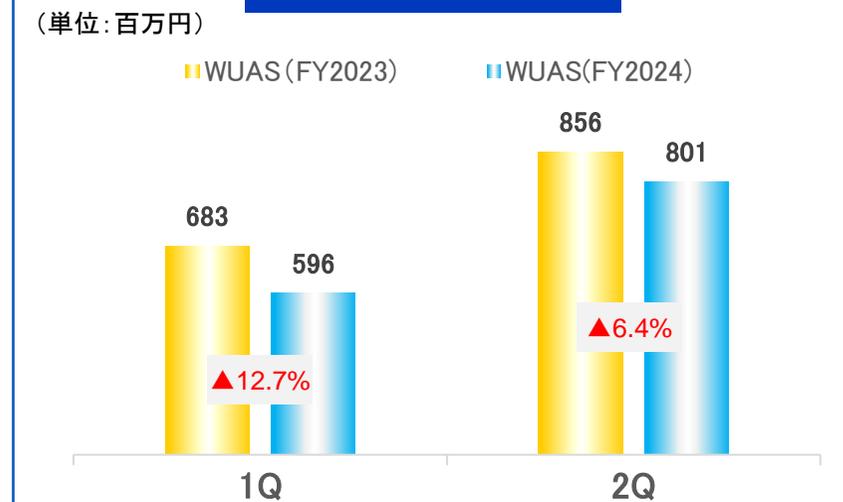
- 1Qは店頭スタッフの確保が進まず、店舗生産性は低下。加えて、DX投資やプロモーション費用の増大もあり損失が拡大。
- 2Qは人員不足が段階的に解消し、育成強化で生産性が改善。コスト効率の改善もあり、大幅な収益改善を実現。

(参考) 主要指数比較

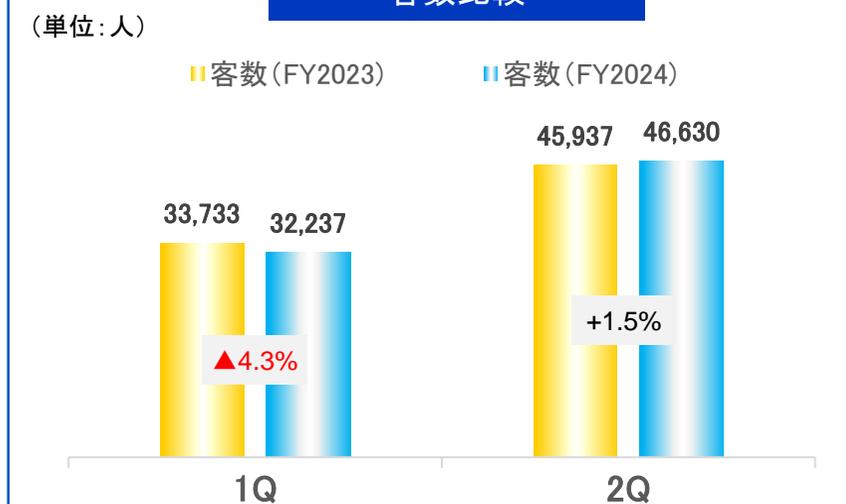
客単価比較



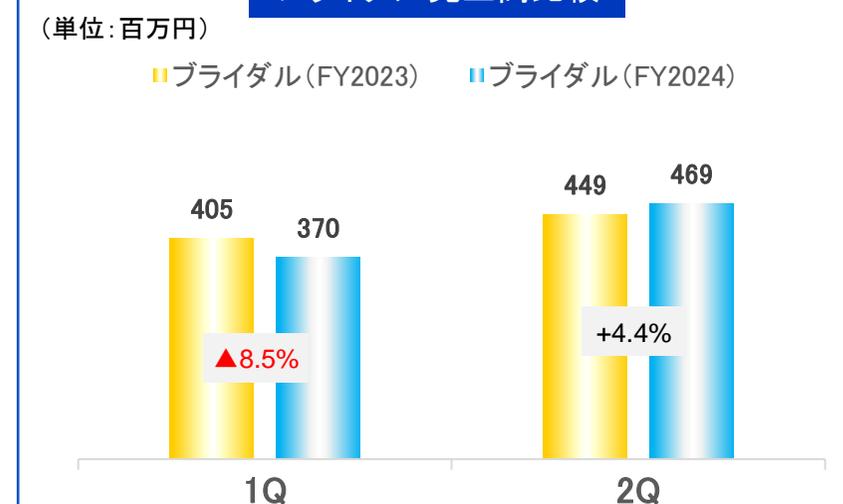
WUAS売上高比較



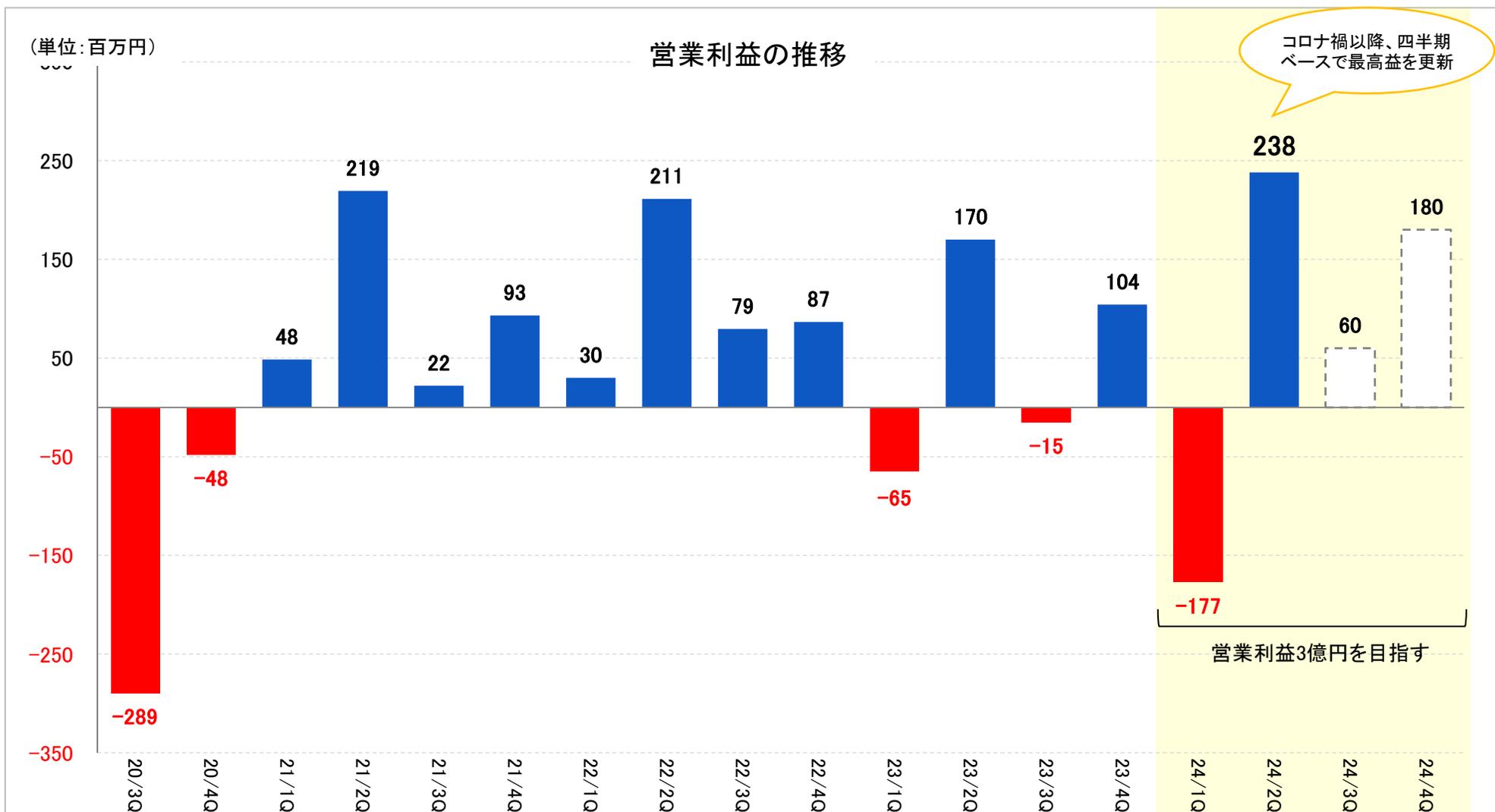
客数比較



ブライダル売上高比較



(参考) コロナ禍以降の連結営業利益の推移



■ 2024年1Qは大幅な営業損失を計上も、2024年2Q会計期間では、コロナ以降で最高益となり、V字回復を達成。

■ 2024年2Q以降の業績改善トレンドを踏まえ、下期以降も利益改善に注力することで通期業績予想の達成を目指す。

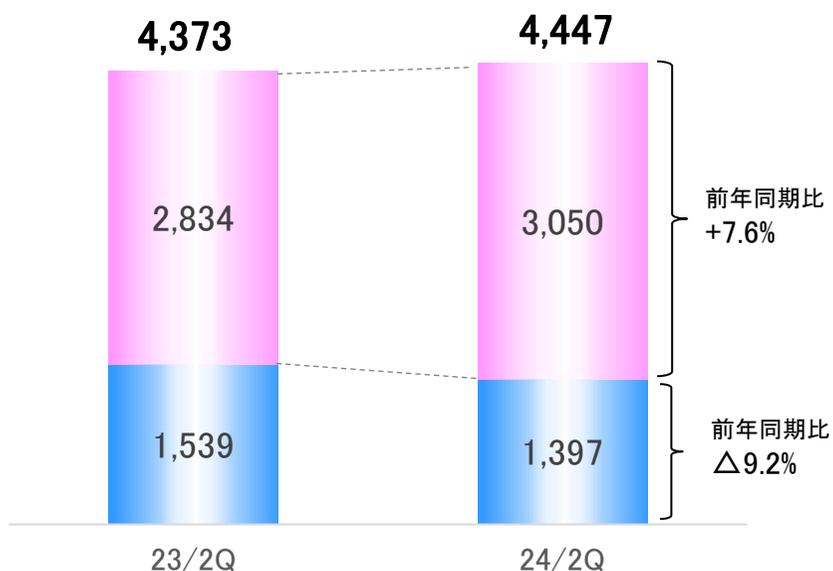
3. 売上高の状況(カテゴリー別)

“Wish upon a star®”が低調でブライダルは減収も、高額ファッションでカバー

売上高 (“Wish upon a star®”/その他)

(単位:百万円)

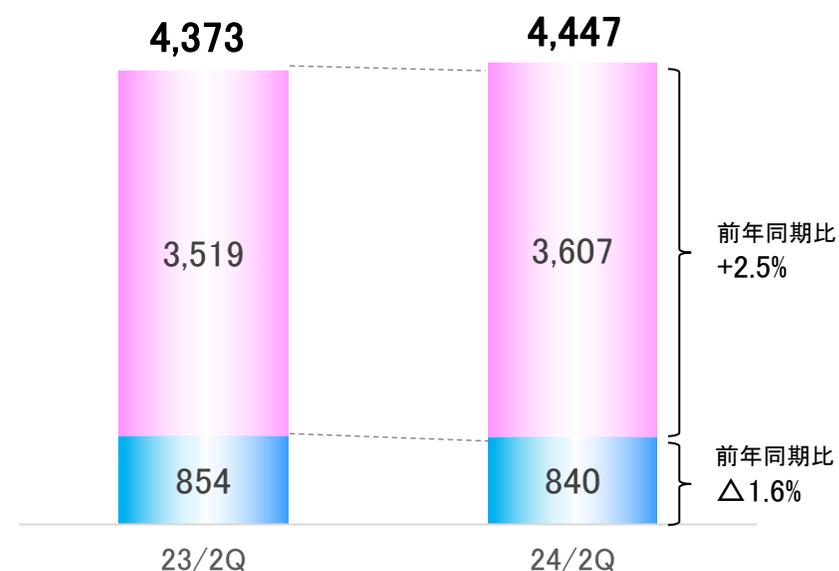
■ WUAS ■ その他



売上高 (ブライダル/ファッション)

(単位:百万円)

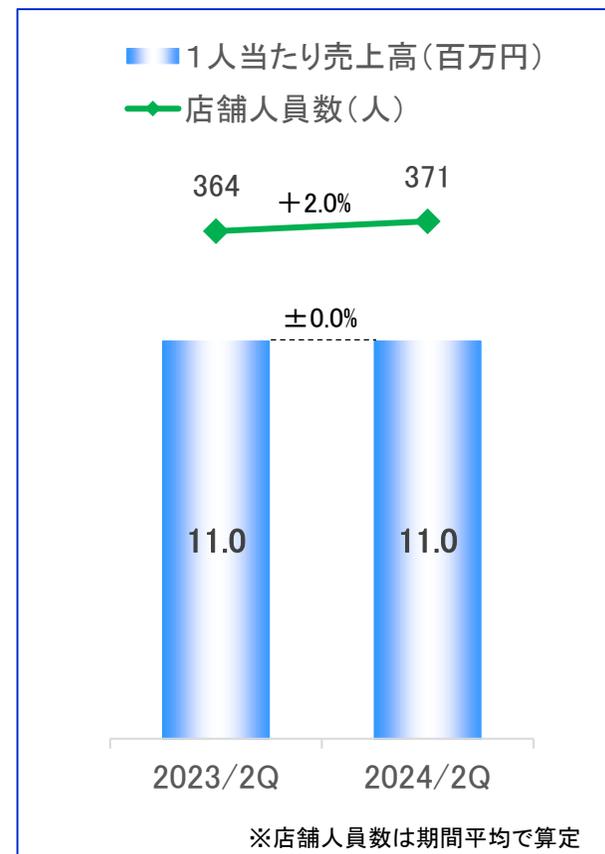
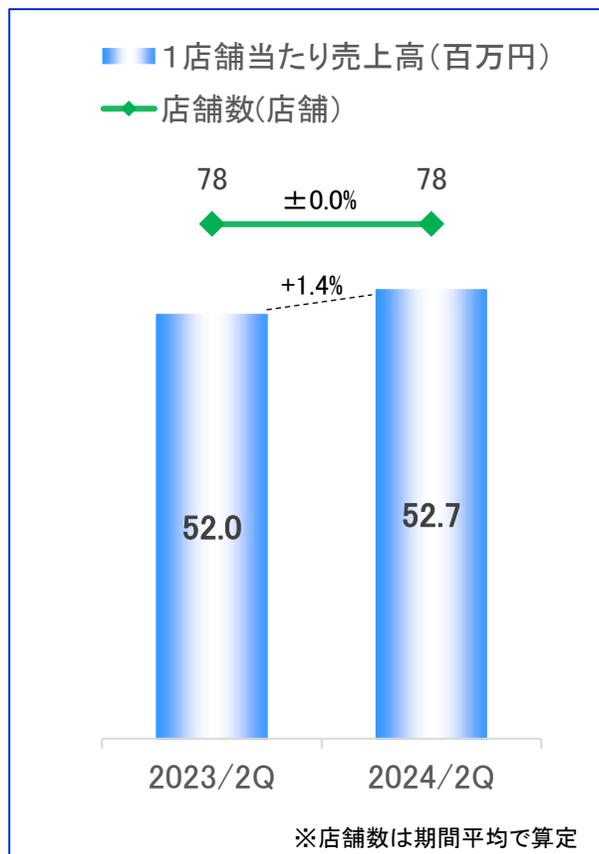
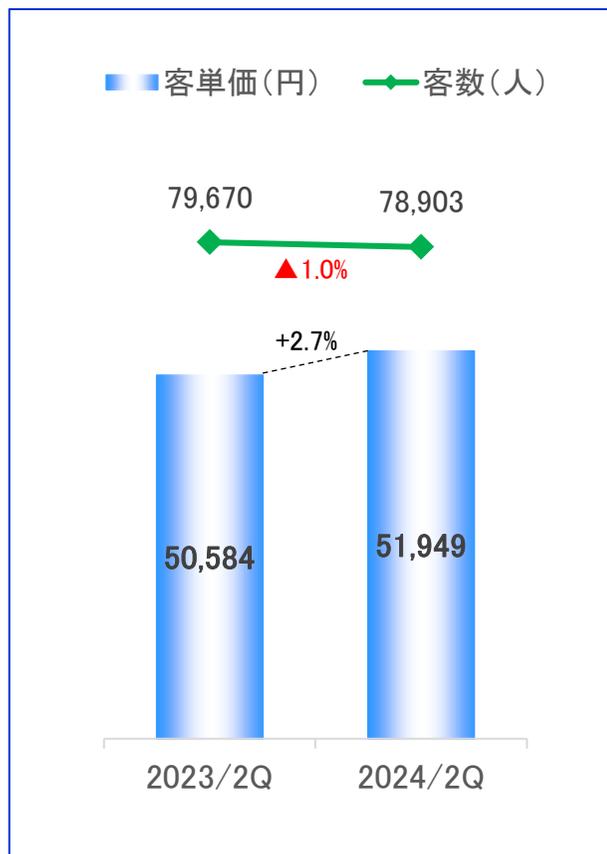
■ BR ■ FA



- “Wish upon a star®” は、ブライダル、ファッションともに低調で前期比9.2%減と伸び悩む状況。
- その他商品は、富裕層への販売強化や催事を中心に高額ファッションが堅調に推移し、前期比7.6%の増加。

4. 売上高の状況(国内店舗の状況)

客数は若干減少も、高額需要の拡大で客単価が増加し、増収を確保

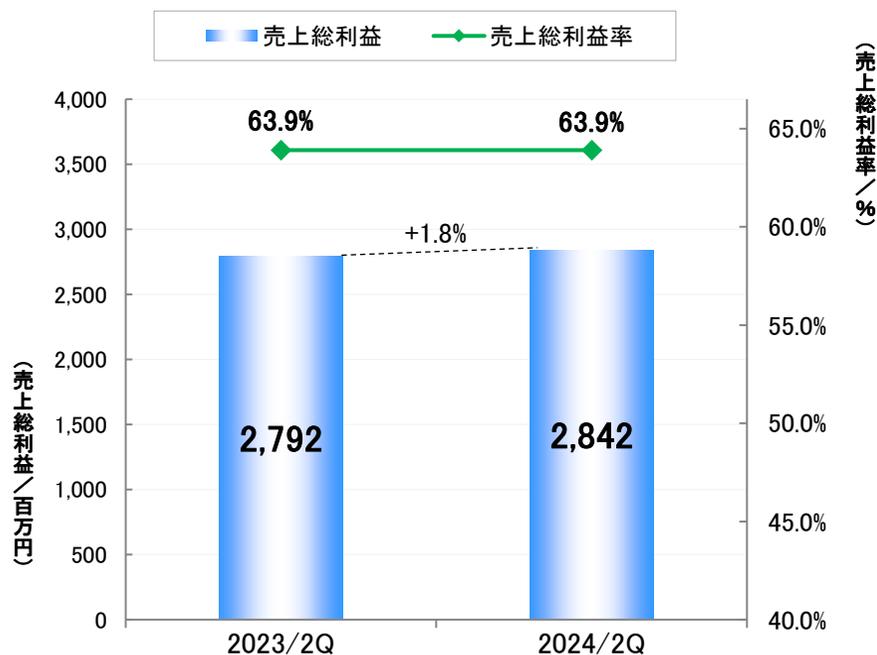


- ブライダルが低調も、インバウンド需要の拡大や催事を中心に高額品が好調に推移し、1店舗当たり売上高は増加。
- 採用強化により人材不足が段階的に解消。早期戦略化に向けた人材育成の推進により1人当たり売上高は同水準を確保。

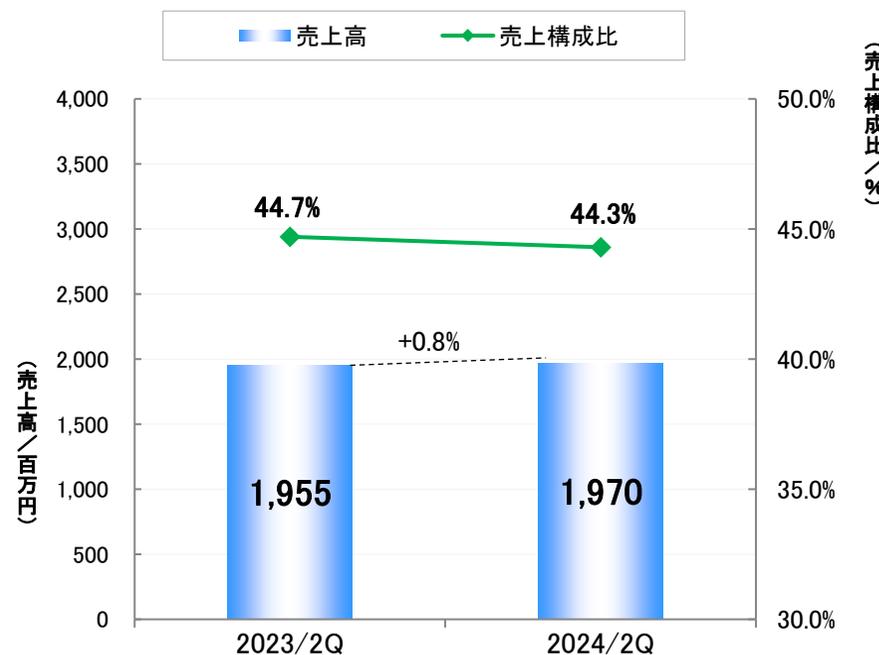
5. 売上総利益の状況

原材料価格が高騰も、各種施策の推進により売上総利益は拡大

売上総利益の状況



ベトナム(D&Q)生産商品の売上状況



■ D&Q製品の売上構成比は若干低下も製品売上高は拡大。ベトナム工場による大手ジュエリーメーカーのOEM生産が実現。

■ 期間平均で金価格が19.7%上昇したものの、調達機能の強化や機動的な価格戦略の推進により原価上昇への影響を抑制。

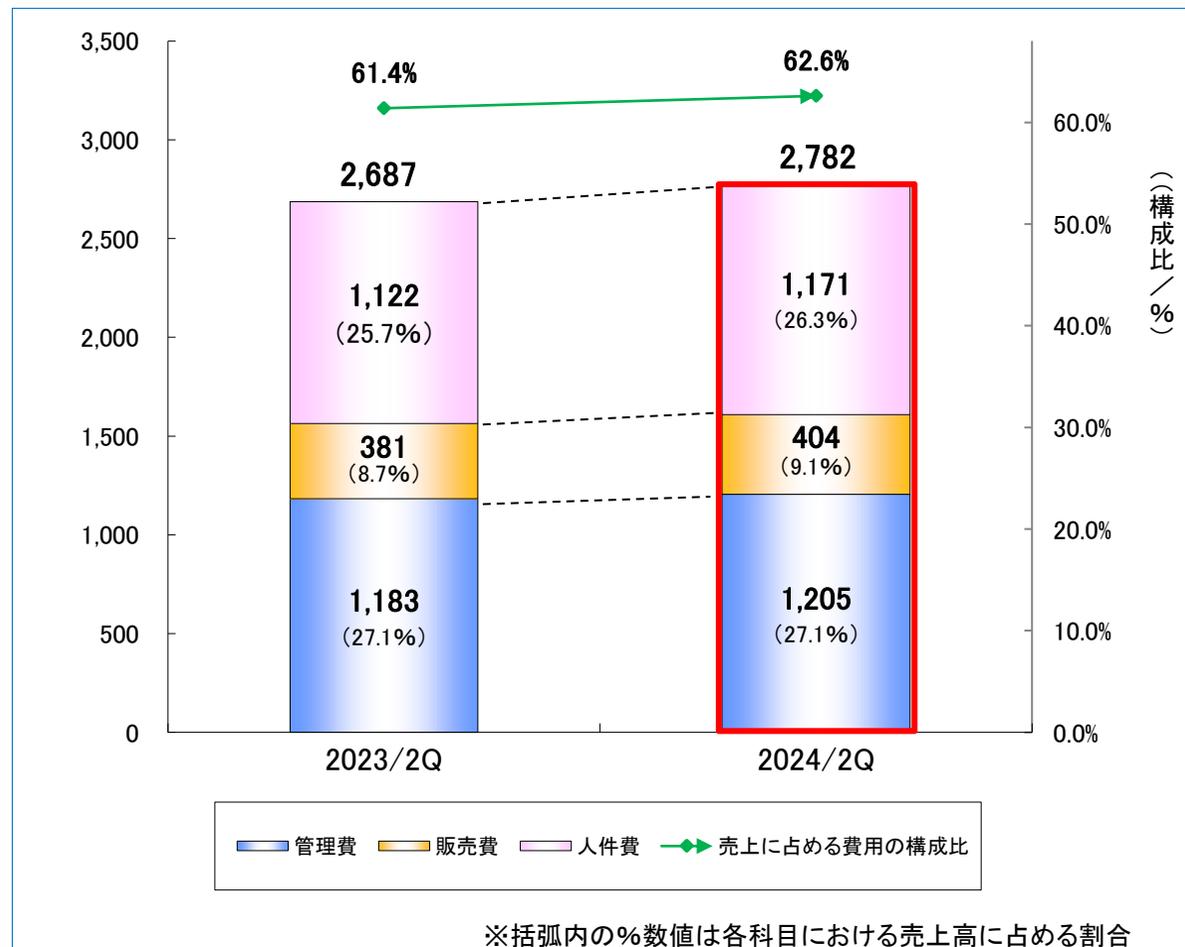
6. 販売費及び一般管理費の状況

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、賃上げの実施、賞与や福利厚生の充実を含め、人材の確保、定着に向けた対応を強化したため、前期比49百万円の増加(+4.4%)。

■ 販売費は、ブランド強化に向けたプロモーション施策の実施に加え、出店改装に伴う販促費用が拡大したため、前期比23百万円の増加(+6.1%)。

■ 管理費は、DX推進に伴う外注費の継続投下に加え、各種研修費、旅費交通費等が増加したため、前期比22百万円の増加(+1.9%)。



7. 営業外収支の状況

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)

	2023/2Q	2024/2Q	前期 増減率
営業損益	104	60	△42.1%
営業外収益	20	39	96.8%
営業外費用	50	48	△0.4%
経常損益	74	51	△30.2%
特別利益	0	0	—
特別損失	0	0	—
税金等調整前 当期純損益	74	51	△30.2%
法人税等	25	17	△33.5%
当期純損益	48	34	△28.4%

【主な要因】

為替差益37百万円を計上

【主な要因】

支払利息40百万円を計上

【主な要因】

有価証券売却益等、特別利益の計上はなし

【主な要因】

減損損失等、特別損失の計上はなし

Ⅱ. その他業績について

1. 財政状況

純資産の増加により自己資本比率は前年同期比で0.4pt上昇

(単位:百万円)

連結	2023/2Q	2023/4Q	2024/2Q	増減額
流動資産	5,480	5,252	5,639	387
固定資産	1,550	1,466	1,478	12
総資産	7,031	6,718	7,117	399
流動負債	3,778	3,205	3,688	483
固定負債	1,893	2,104	2,017	△87
負債合計	5,671	5,309	5,705	396
純資産	1,359	1,408	1,412	4

「商品及び製品」が193百万円、「原材料及び貯蔵品」が94百万円が主な要因となり、流動資産は前期末から387百万円の増加。

有形固定資産は前期末から53百万円の増加。無形固定資産は前期末から15百万円の減少。その他では、差入保証金が18百万円の減少。

「支払手形及び買掛金」が48百万円、「借入金」が228百万円、「前受金」が80百万円増加したことが主な要因となり、流動負債は483百万円の増加。

「社債」が10百万円、「長期借入金」が122百万円減少したことが主な要因となり、固定負債は87百万円の減少。

純資産が4百万円の増加に留まった一方で、総資産が399百万円増加したことから自己資本比率は19.3%と、前期末から1.1ポイント低下。

自己資本比率はQoQで0.4pt上昇

2. キャッシュフローの状況

成長投資の継続により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	2023/2Q	2024/2Q	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	△71	△37	34	税引前利益51百万円をプラス計上も、売上債権の増加、棚卸資産の増加、利息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	△117	△71	46	新規出店や店舗改装に伴う有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	202	178	△24	機動的な意思決定を支える経営の安定化を目的に短期借入金を増加したことが主な要因。
現金及び現金同等物の増減額	14	44	30	
現金及び現金同等物の四半期末残高	999	1,011	12	
フリーキャッシュフロー	△189	△108	81	フリーCF(営業CF + 投資CF)はマイナスも、前年同期比では81百万円の改善。

3. 出退店の状況

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

チャンネル	2023/2Q 四半期末店舗数	2023年3月1日～2024年2月29日			2024/2Q 四半期末店舗数
		出店	退店	増減数	
路面店/SC/FB	47	2	2	0	47
百貨店	27	1	1	0	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	8	0	0	0	8

- ・ 2024年8月期2Qにおける新規出店は、2023年11月に大丸京都店(百貨店)及びアミュプラザ長崎店(FB)、2024年2月にイオンモール橿原店(SC)をオープン。
- ・ 2024年8月期2Qにおける退店は、2023年9月にイオンモール京都桂川店(SC)、2024年1月にららぽーと和泉店(SC)を閉店。
- ・ 既存店舗では、9店舗の改装に加え、商業施設等との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。

Ⅲ. 下期重点施策と通期業績の見通し

1. 下期重点施策のポイント - ①

①国内既存事業の収益力強化

店舗人材

- 店舗人員は4月に27名の新卒入社もあり概ね充足
- 階層別研修の充実を図るとともに人員配置の最適化を推進
- 早期戦力化の推進による一人当たり生産性の向上

商品戦略

- “Wish upon a star®”の再成長戦略を推進
- 予算帯別価格戦略の推進(上代設定の見直し)
- 地金価格高騰に伴う新素材の開発・投入による粗利率確保

販売戦略

- 3Dカスタマイズシステムの本格展開→ブライダル販売の改善
- 従来型顧客管理に加え、テックタッチ型新規CRMシステムの導入
- 展示会型販売戦略の強化、選択と集中による販促費の絞り込み

1. 下期重点施策のポイント - ②

②新規・海外事業の軌道化

EC

- スタッフDXツール導入による顧客体験の向上(OMO強化)
- 広告運用やUI・UXの改善など多面的、機動的な改善の実行
- ECモール向け商品開発の強化や運用最適化の推進

富裕層 ビジネス

- 希少性や資産性の高い商品ラインナップの確保
- アーガイル閉山記念コイン独占販売権取得による優位性
- 金融機関ウェルスマネジメント部門や百貨店外商との連携強化

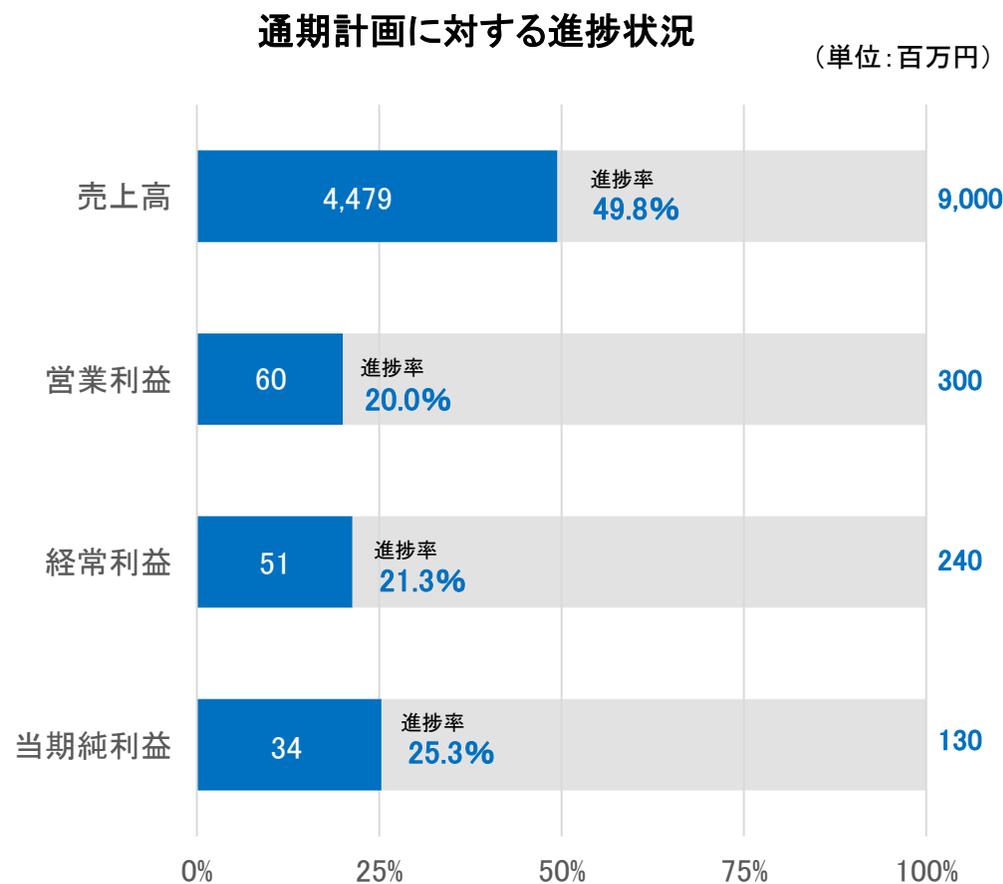
海外

- 【台湾】フェスタリアグループの強みに立脚した事業基盤の整備
- 【ベトナム】受託生産を目的とした営業体制、生産体制の強化
- インバウンド需要に即したMD構成や商品開発の検討

2. 通期(2024年8月期)の業績見通し

1Q苦戦も2Q以降の業績改善トレンドと下期重点施策を踏まえ、通期計画は継続

	FY2023年	FY2024年	増減率
売上高	8,660	9,000	3.9%
営業利益	193	300	55.2%
経常利益	159	240	50.1%
当期純利益	54	130	124.9%



IV. 成長戦略

1. ビジネスモデルの再構築に向けた事業ポートフォリオの見直し estaria 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、信頼性にデジタルを融合し、強みの進化を推進
- ・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判断

事業ポートフォリオの見直し

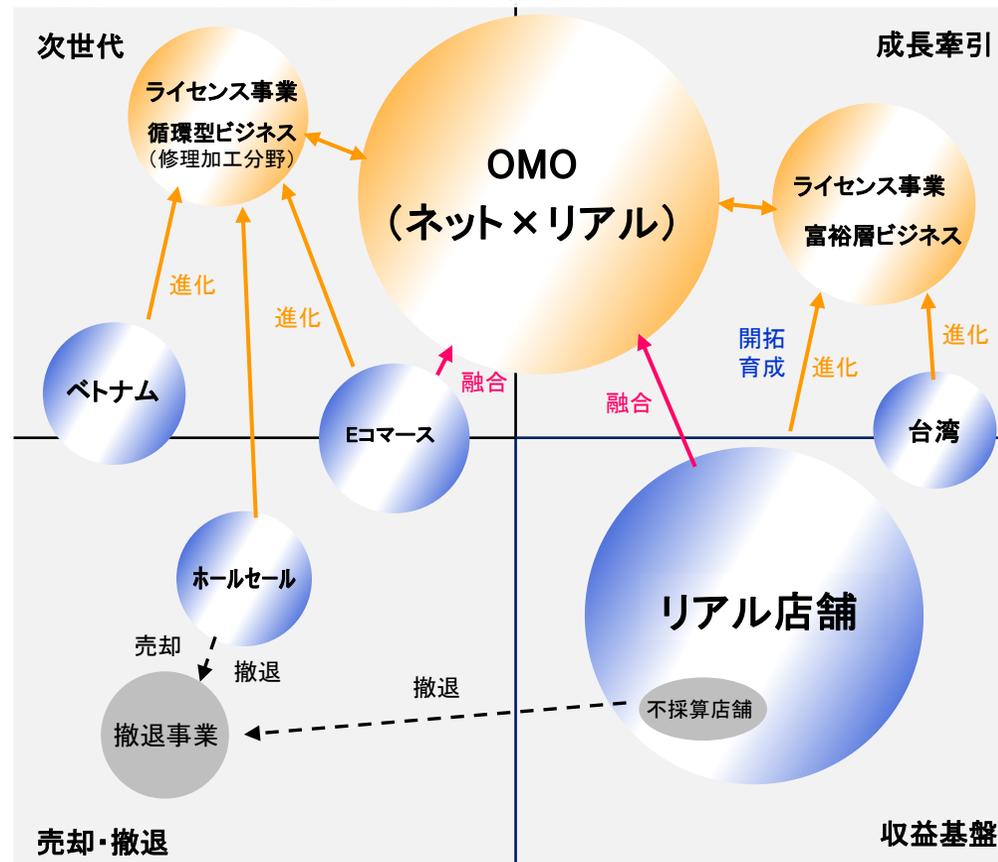
■ OMOを見据えた構造改革

- 強みである提案接客を軸にリアル×デジタルを融合した顧客体験を提供
- 3Dデジタルカスタマイズシステムの本格展開
- テックタッチによるCRMの基盤整備を推進

■ 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
- 富裕層ビジネスの推進強化
- サステナビリティを踏まえた循環型ビジネスの検討
- “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. 強みの進化とビジネスモデルの再構築

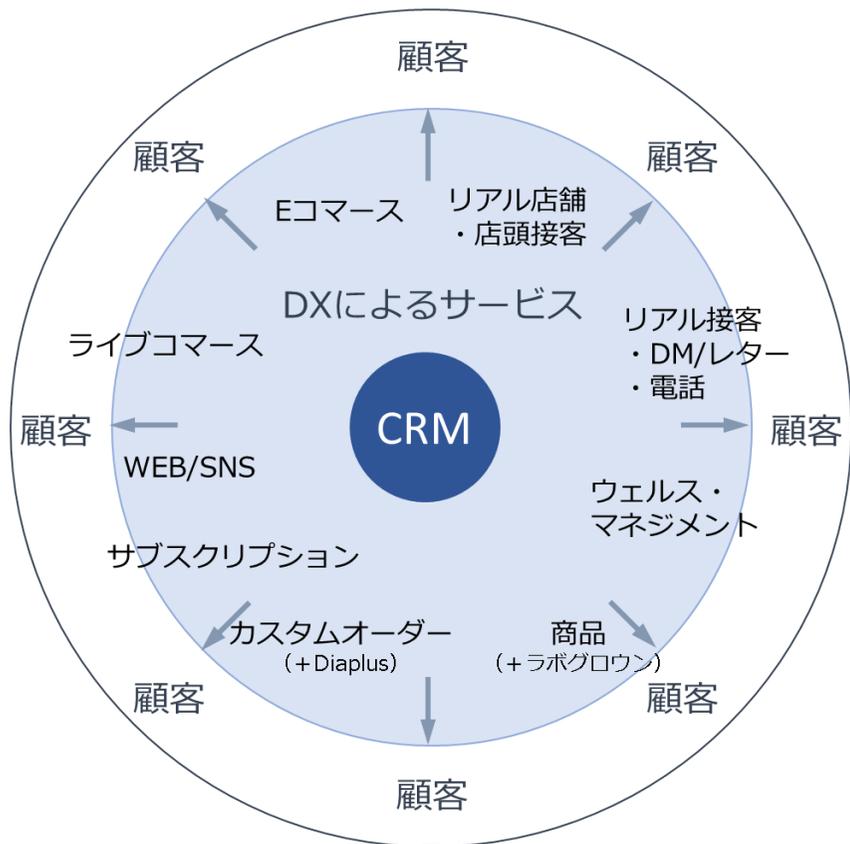
コア事業を重視した成長を図るとともに、「多角化」ではなく「進化」を軸とした事業変革を推進



3. 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入れて愛と夢をお届けしていくことです

V. トピックス

「接客ロールプレイングコンテスト」W受賞の快挙



2023年8月に開催された三井不動産商業マネジメント主催「接客ロールプレイングコンテスト」全国大会入賞、あわせて10月に開催されたSC協会（日本ショッピングセンター協会）主催ロープレ大会北海道支部大会において当社スタッフが優勝。2024年1月に開催された全国大会への出場を勝ち取りました。

festaria bijou SOPHIA 大丸梅田店 第16回フロンティアクラブにおいて 「Persons of The Year」を受賞



大丸松坂屋百貨店がその年の最優秀販売員を表彰する「第16回フロンティアクラブ」において、当社festaria bijou SOPHIA 大丸梅田店店長が、特に接客・サービスに優れているスタッフとして「Persons of The Year」を受賞しました。当社の強みである提案接客の優位性を再認識し、人材育成の取組みを強化してまいります。

3D「ブライダルカスタマイズシステム」本格稼働



オーダーメイドサンプル

— エンゲージリング —



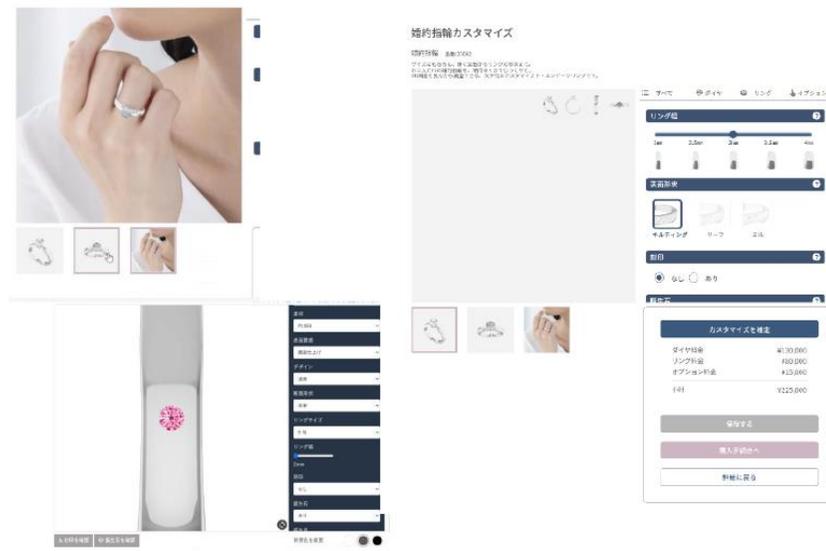
— マリッジリング —



2ステップで オーダーリングが叶う

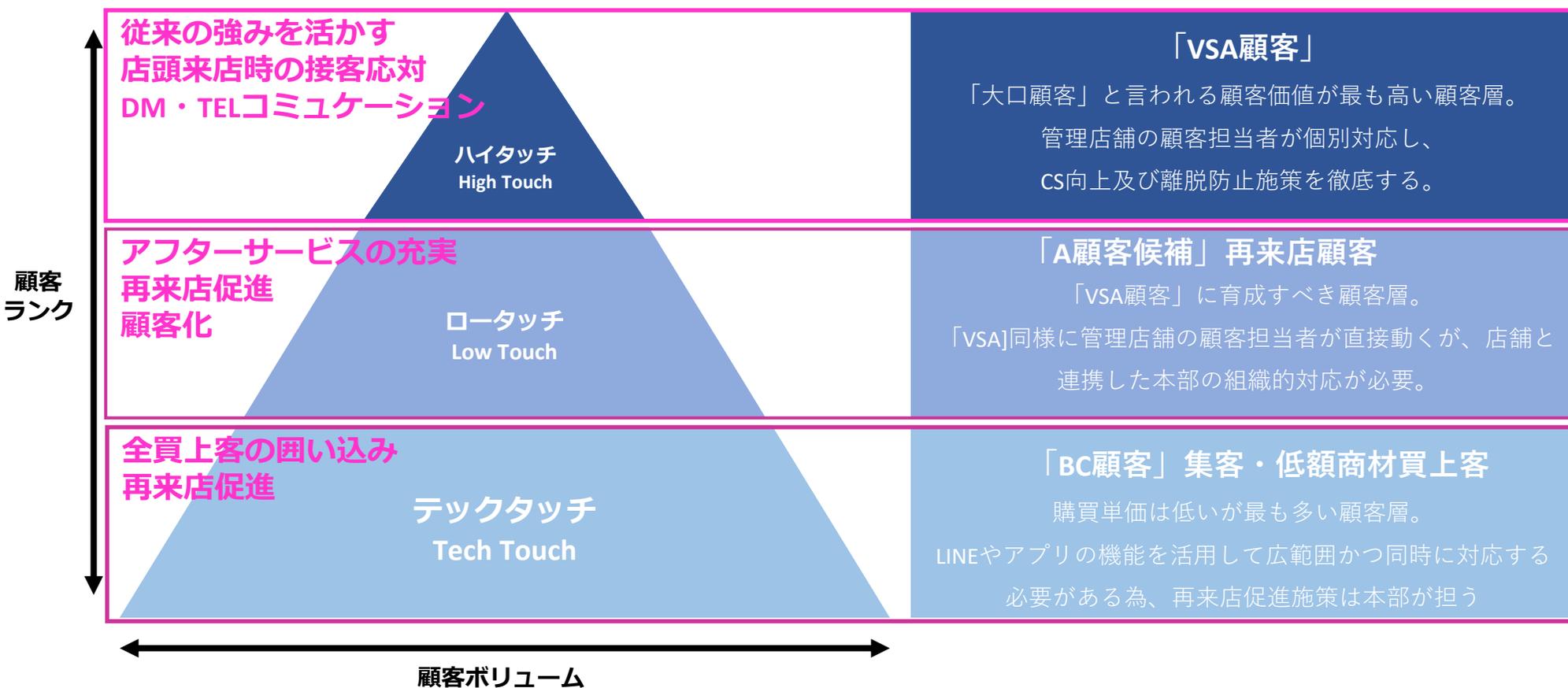
1. Webで3Dシミュレーション

2. お店でコンシェルジュに相談・決定

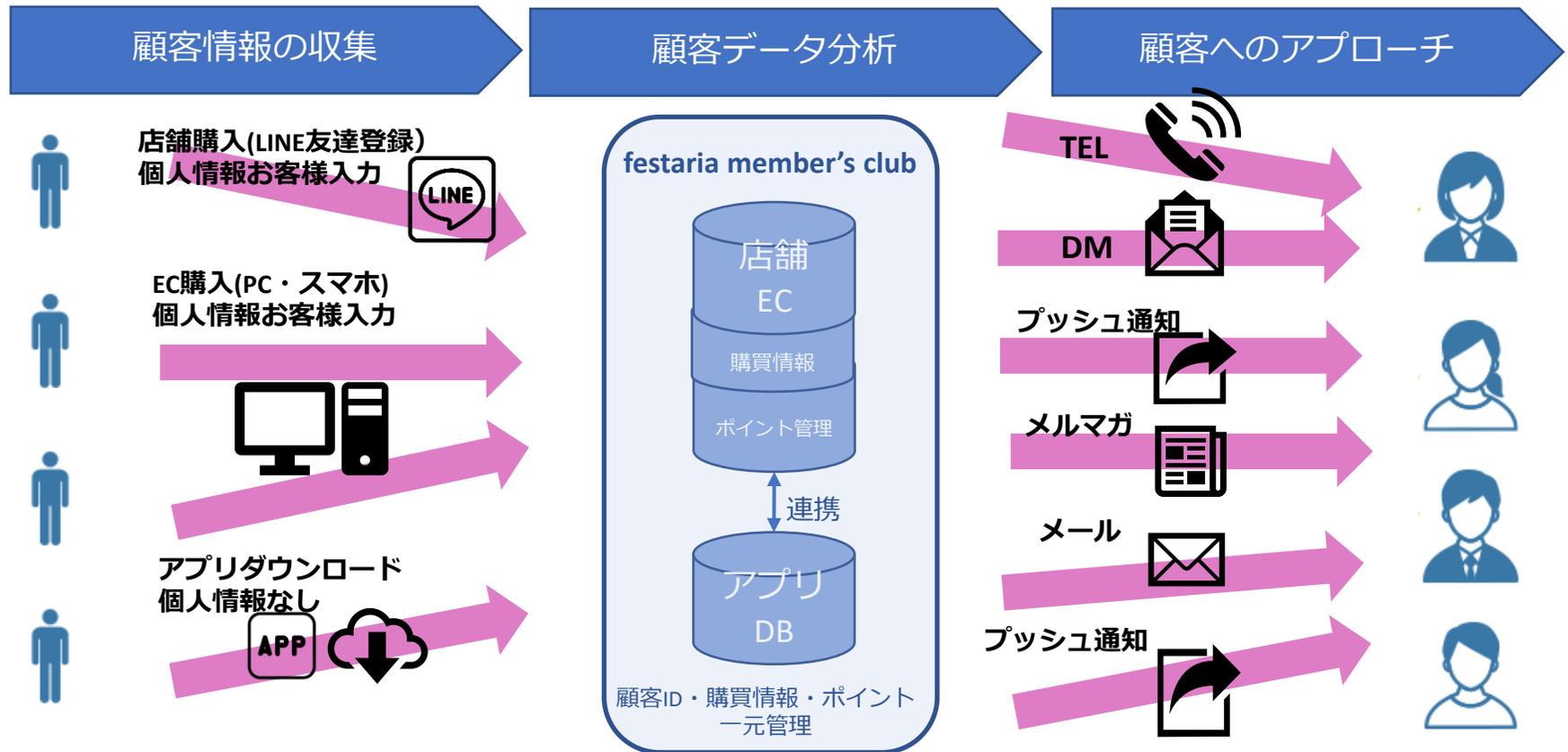


目的：新たなタッチポイントでフェスタリアの強みを活かし、来店顧客を増やす

従来のハイタッチ中心の顧客管理にテック&ロータッチ施策を付加し、顧客増加を図る



統合CRMシステムイメージ図



ジュエリーコラボレーション petit usagi SHINSUKE KAWAHARA for festaria

- 伊勢丹新宿店にて10/4~10/10ポップアップを開催 -



パリ在住アーティスト河原シンスケ氏初となるジュエリーコラボレーション。
festariaのフィロソフィーであるbijou de famille（ビジュ ド ファミュー）に河原氏が共感、双方の「ジェンダーレス・ボーダーレスなジュエリーを作りたい」、「日本のクリエイションを世界へ届けたい」という考えも一致しこのコラボレーションが実現。パリから駆けつけてくださった河原氏来店イベントは連日大盛況、多くのお客さま、セレブリティの皆さまにご来場いただきました。

「Opulence Coins Collection - The Royal Canadian Mint -」

アーガイル鉱山閉山記念コイン第二弾 国内独占販売権を取得



BEAUTEOUS

◆数量10枚（世界限定）

※日本での販売予定枚数1枚限定

◆上代想定価格（仮）

¥22,000,000（税込）



HARMONIOUS

◆数量25枚（世界限定）

※日本での販売予定枚数3枚限定

◆上代想定価格（仮）

¥11,000,000（税込）

2022年に発売された「アーガイル鉱山閉山記念コイン」は、世界限定数のすべてが発売と同時に完売しました。この限られた特別なコレクションを購入できるのは、この記念コインが最後の予定です。当社は、カナダ王室造幣局（ロイヤルカナディアンミント）より、日本における販売総代理店の指名を受け2種類4枚のコインの販売を行います。現時点で日本の販売はこの4枚のみとなります。

織研新聞主催 2023年度「百貨店バイヤーズ賞」 10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、10年連続の受賞となります。

23年度百貨店バイヤーズ賞 レディス部門賞

カテゴリー	ブランド名	社名	
ベストセラー賞	婦人服トータル	①23区 ②レリアン ③マーガレット・ハウエル ④マッキントッシュロンドン ⑤アンタイトル ⑥ジェラートピケ	オンワード樫山 レリアン T S I 三陽商会 フィールズインターナショナル マッシュスタイルラボ
	特選	①シャネル ②ティファニー	シャネル ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク
	アイテム集積	晴雨兼用傘 帽子	オーロラ、ムーンバット マキシン
	バッグ	①レスポートサック ②ロンシャン	レスポートサックジャパン ロンシャン・ジャパン
	靴	①卑弥呼 ②エコー ③アグ	卑弥呼 エコー・ジャパン デッカーズジャパン
	ジュエリー・アクセサリー	①ヴァンドーム青山 ②スワロフスキー ③アガット	ヴァンドームヤマダ スワロフスキー・ジャパン サザビーリーグエアアンドエスカンパニー
	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	エムズグレイシー フェスタリア・ビジュソフィア	エムズグレイシー フェスタリアホールディングス
	プロポーズ賞	エンフォルド マーコート	パロックジャパンリミテッド マザーズインダストリー
新人賞	該当なし		
カムバック賞	カンパール	カンパールジャパン	
キラリ賞	ピンクハウス	メルローズ	
サステイナブル賞	オンワードホールディングス	オンワードホールディングス	
ポップアップ賞	セーブ・ザ・ダック	帝人フロンティア	

グッドパートナー賞

集客や顧客作り、売上げの貢献度、個性を押し出したブランドのニッチな商品や、推測が多かった「エムズグレイシー」は、お洒落なイメージと、新しいコンセプトの商品を提案し続けており、顧客からの支持が高い。華やかなドレスの軸は変わらないが、フロンティアは「顧客からの支持」を獲得し、評価を上げている。

「フェスタリア・ビジュソフィア」は、高い接客力を背景に、高価格帯のダイヤモンドジュエリーを販売している。



「フェスタリア・ビジュソフィア」は、高価格帯のダイヤモンドジュエリーを販売している。また、春夏ではドレスやイヤリングなどを売



会社名 本社	フェスタリアホールディングス株式会社 東京都品川区西五反田7丁目20番9号
資本金	811百万円(2023年8月31日現在)
従業員数	連結:500人(2023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