



2025 年 10 月 24 日

各 位

会 社 名 フェスタリアホールディングス株式会社
代 表 名 代表取締役社長 貞 松 隆 弥
(コード番号：2736 東証スタンダード市場)
問い合わせ先 常 務 取 締 役 姉 川 清 司
電 話 番 号 03-6633-9869

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2026 年～2030 年度の 5 ヶ年を対象とする中期経営計画「festaria 2030」を策定しましたので、お知らせいたします。

記

当社は、「愛する人にジュエリーを」という企業理念のもと、ジュエリーを通じて人と人の絆を深め、世代を超えて受け継がれる価値を届けることを使命としております。

本計画では、理念の実現に向け、「精神価値 No.1 の SPA 企業」から「想いを未来につなぐコミュニティ企業」への進化を目指します。

第 1 段階では、ジュエリーSPA 事業のオーガニック成長に注力します。科学的分析に基づく接客力とオリジナル商品「Wish upon a star®」の強化を軸に、「集客」「育成」「熟成」の 3 ステージによる当社独自のイベント設計や顧客体験の深化を通じてブランドロイヤルティを高めてまいります。

第 2 段階では、2026 年春導入予定の新基幹システムを中核に、共感型プラットフォーム「festaria ONE」の実装を進めてまいります。「festaria ONE」は、中期経営計画「festaria2030」における中核として、顧客・取引先・株主・社員がつながり、共に価値を創出する独自のコミュニティ基盤を実現するものです。

第 3 段階では、自社の生産・デジタル基盤を活用した新たな事業を展開します。ベトナム子会社の高い技術力を基盤に、外部向け製造提供（RaaS）を拡大し、収益基盤の多様化を図ります。

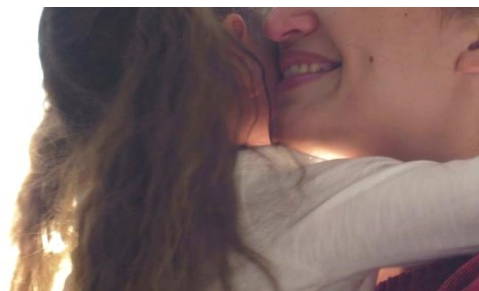
また、コロナ禍での教訓を踏まえ、在庫や店舗依存の高い従来型 SPA モデルを見直し、ライトアセット×高 LTV 型への転換を進めます。国内店舗は、店舗数の拡大よりも顧客 LTV の最大化を重視しながら、一人当たり生産性の向上による収益基盤の強化を進める方針です。加えて、新チャネルの創出とアジアを中心とした海外展開により、持続的な成長基盤を構築してまいります。

なお、詳細につきましては、添付資料をご参照下さい。

以上

中期経営計画「festaria 2030」

ジュエリーに愛と夢を込めて
bijou de famille（ビジュ ド ファミーユ）
わたしたちの使命は
夢を叶える生き方を広め
豊かで幸せな人生を未来に伝えていくことです



“bijou de famille”が紡ぐ絆と愛

festaria HOLDINGS Co., Ltd.



フェスタリアHDは

今まで

精神価値No.1の
SPA企業



これから

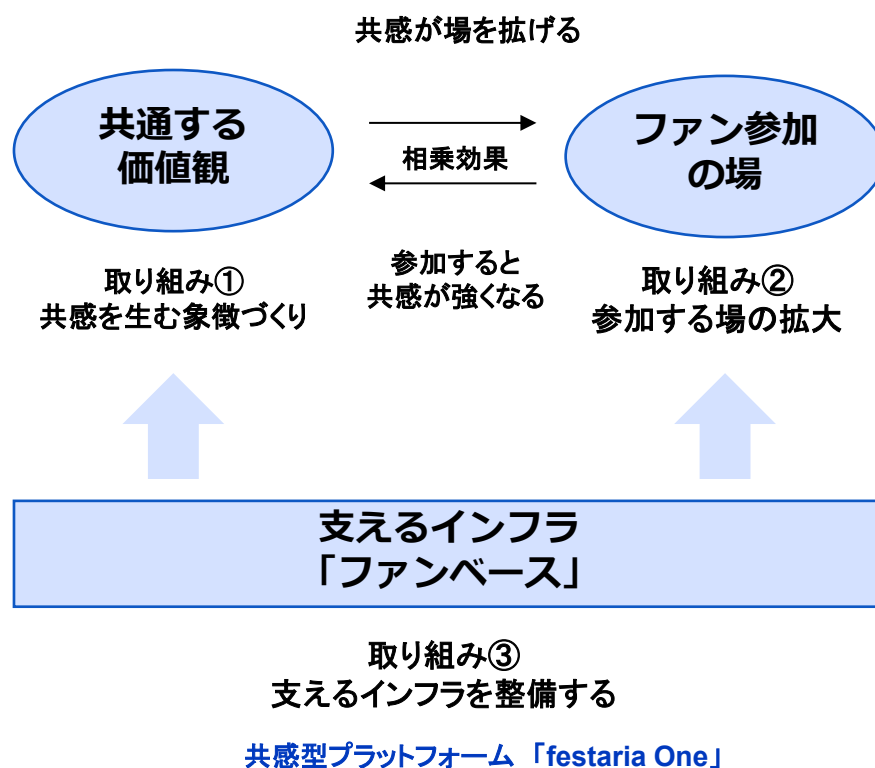
想いを未来につなぐ
コミュニティ企業

「festaria 2030」 中期経営計画の概要

顧客、社員に熱く支持される「コミュニティ企業」へ

目指す姿：コミュニティ企業
「価値観に共感するコミュニティの有機的な成長」

参考：過去の取り組み(例)



取り組み①
共感を生む象徴

- ・星の王子さま×WUAS
- ・東京大神宮の星守り
- ・伊勢丹新宿ザ・ステージ

取り組み②
参加する場の拡大

- ・東京大神宮ワークショップ
- ・パーソナルジュエリー診断
- ・エンゲージメントデイ

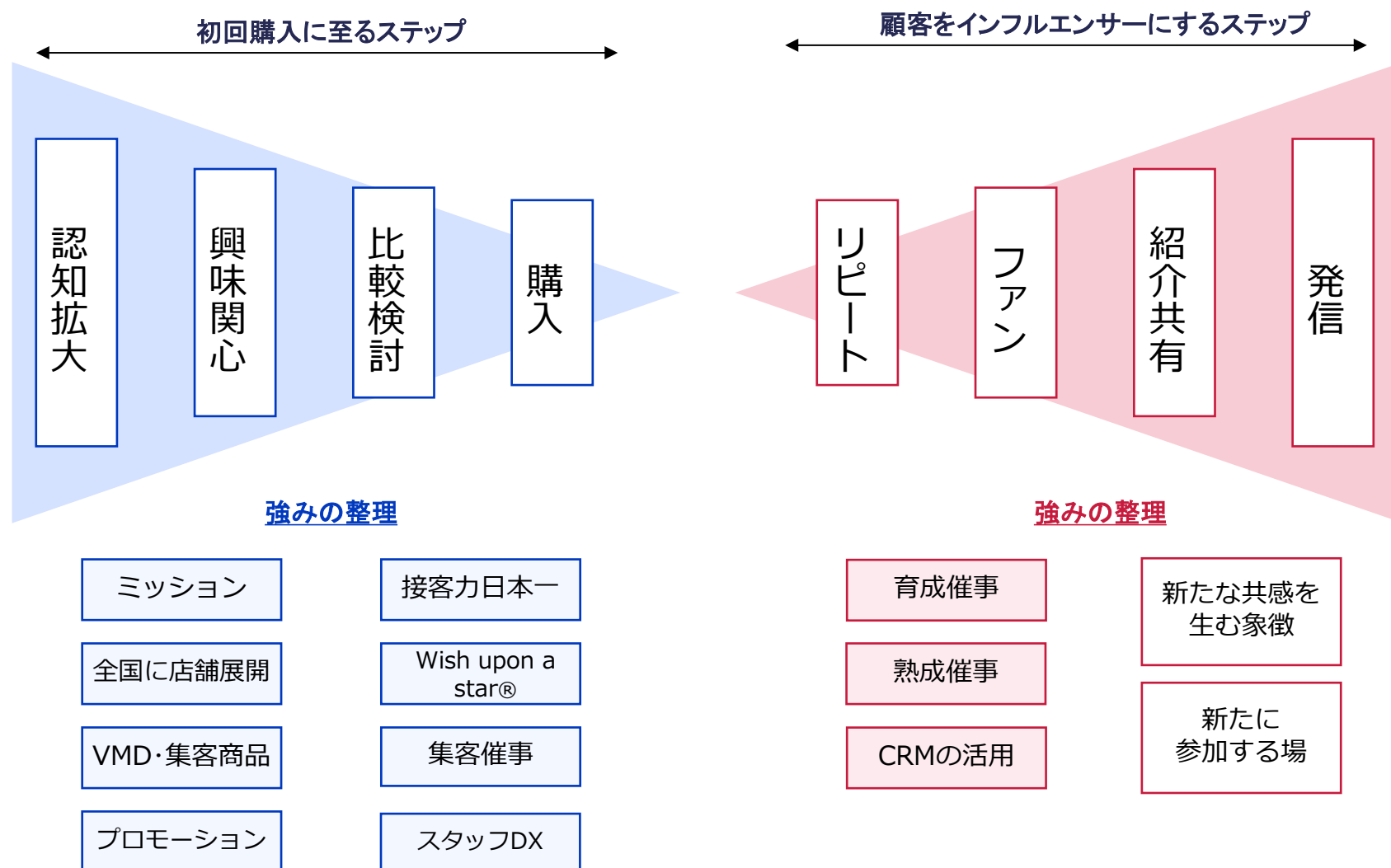
取り組み③
支えるインフラ整備

- ・CRMプロジェクトによる顧客データベース整備
- ・STAFF SNAP
- ・festaria公式アプリ

顧客がファン・インフルエンサー化する取り組み

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

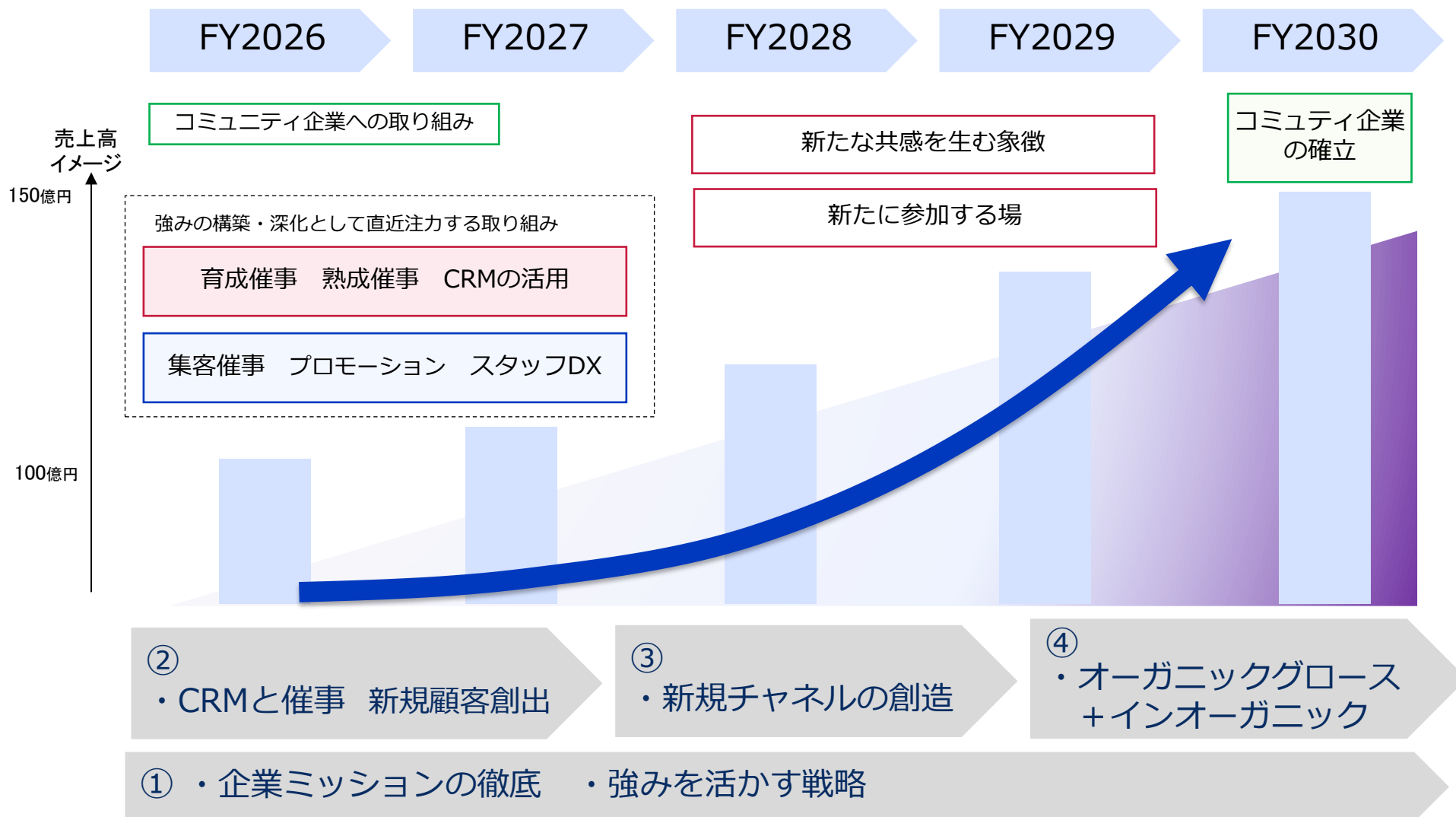
今後、新たな「共感を生む象徴」「参加する場」を作っていく



「festaria 2030」 中期経営計画の概要

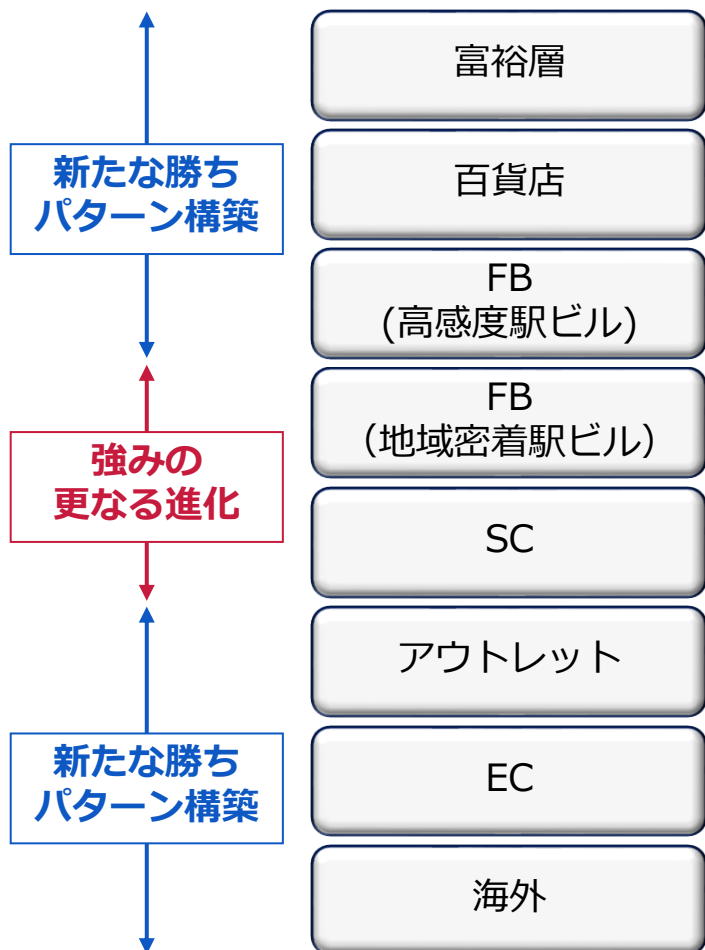
festaria HOLDINGS Co., Ltd.

「コミュニティ企業」確立に向けた5カ年ステップ



中期経営計画 チャンネル戦略

強みの更なる進化 + 新たな「勝ちパターン」の構築



取り組み方針

- ・営業力強化
- ・アライアンス強化
- ・シャワー効果の維持 と より筋肉質な店舗網へ
- ・粗利率向上へモデルアップデート
- ・新規チャネルの創造
(トレンド感度の高い顧客中心の館への出店を検討)
- ・既存チャネルの進化と展開拡大
(強みを活かした出店)
- ・更なる勝ちパターンの強化
- ・アウトレット戦略の再構築
(有カアウトレットへの出店)
- ・MD、マーケティング戦略の見直し
- ・スタッフDXの活用強化
- ・台湾は勝ちパターン強化
- ・ベトナム等アジアマーケットへの進出検討

中期経営計画 チャンネル戦略（既存チャンネル）

LTVの最大化を中核とした、「強みの進化」と「ビジネスモデルの変革」



中期経営計画 チャンネル戦略（新規チャンネル）

柱となる新規チャンネルの創造 様々な挑戦「小さく生んで大きく育てる」

EC



5年で売上10億円
目指し再構築

FB（高感度駅ビル）



立ち上げ開始済。
5年で10店舗
の出店を計画

富裕層向け



5年で売上10億円
目指し再構築

リ・ジュエリー



5年で売上10億円
目指し体制強化

インバウンド・越境EC

- ・台湾との相互送客による収益力の向上
- ・ジャパンプランドの訴求強化

海外市場進出

- ・ベトナムでの卸、小売り市場の進出を検討
- ・その他アジアマーケットの進出を検討

中期経営計画 商品戦略

「Wish upon a star®」のバリューアップ + 開発体制の強化

「Wish upon a star®」のバリューアップ

- ・ WUASの再成長
 - デザイン、素材、価格戦略見直し
 - マーケティング戦略の再構築
- ・ ブランド：他ブランドコラボ
- ・ 商品：ハイエンドライン強化
- ・ チャネル：シャワー効果の再構築
（例：旗艦店、ポップアップ店、コミュニティの活用）
- ・ 店舗：WUAS接客の再構築

開発体制の強化

- ・ デザイン力の強化
- ・ 素材調達力と品質管理の強化
- ・ デジタル技術と伝統技術の融合
- ・ 次世代ビジネスモデルに対応できる企画体制の強化
- ・ 様々な客層・チャネルに合わせた商品ラインナップの整備
- ・ 地金相場に応じた商品企画・開発体制の整備（変色しづらい素材開発等）
- ・ 注力商品の重点化
- ・ 在庫の適正化
（新商品の開発余力を生み出す）

中期経営計画 DX推進

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

業務効率化・戦略的リソース再配置および企業価値向上

FY2026

FY2027

FY2028

FY2029

FY2030

企業価値向上

投資回収と
ROI

戦略的リソース
再配置

業務効率化効果

企業価値向上

「festaria ONE」によるコミュニティ企業への転換→持続的成長による企業価値向上を実現

投資回収とROI

システム運用コスト：年間2,400万円削減
投資回収3年以内、4年目以降は利益創出

戦略的リソース再配置

創出された工数は、より付加価値の高い業務に移行

業務効率化効果

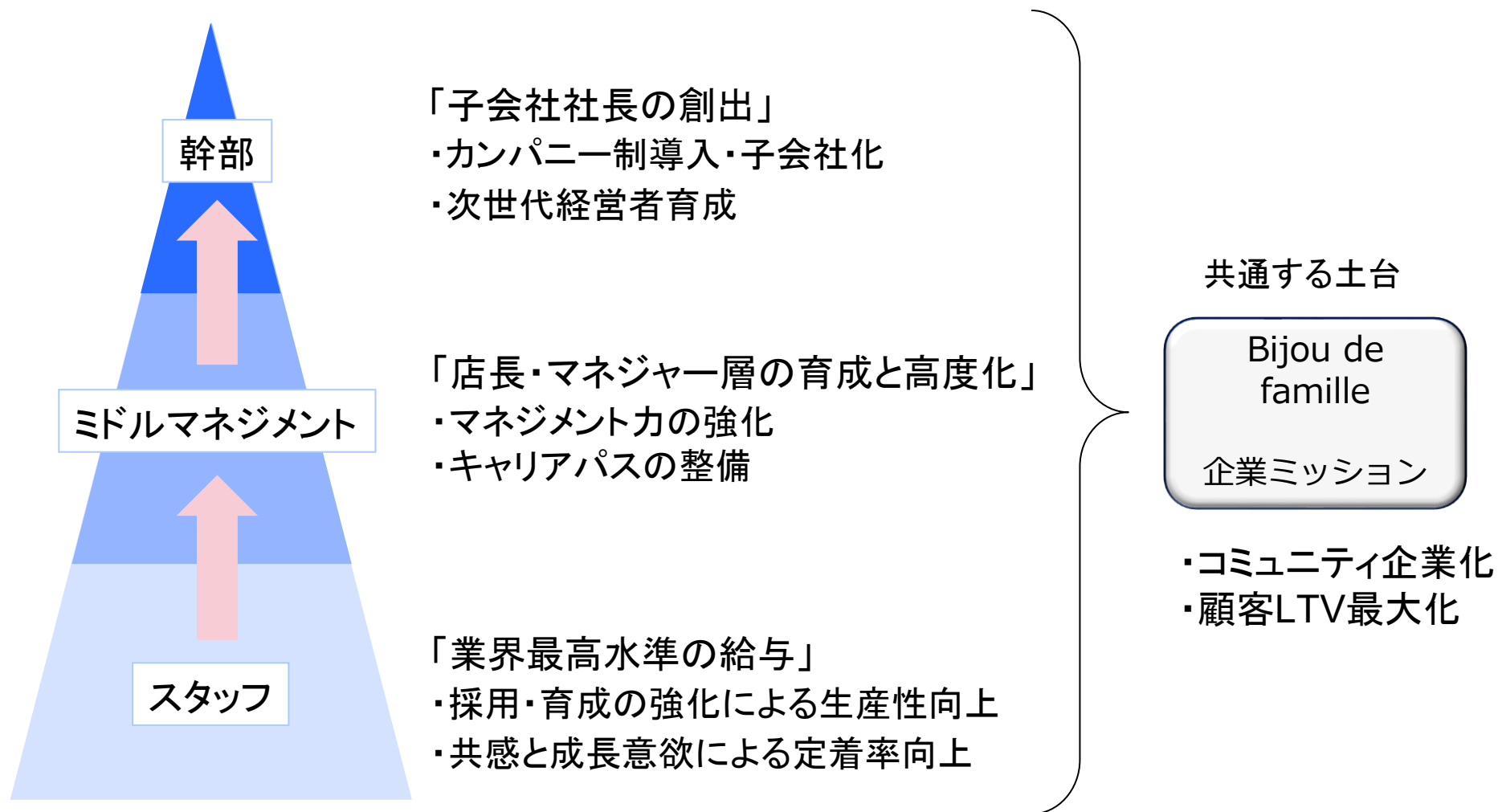
システム連携、自動化、RFID導入により本社／店舗業務を効率化
【本社】 ・年間約1.5万時間削減（約0.3億円効果）
【店舗】 ・年間約12.0万時間削減（約2.4億円効果）

共感型プラットフォーム「festaria ONE」の構築

2026年春 新基幹システム稼働

中期経営計画 組織人事戦略

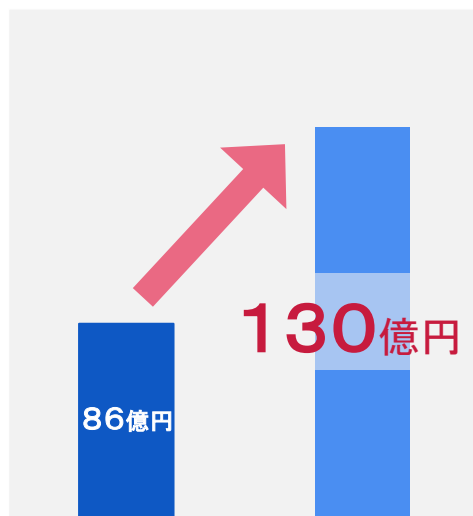
積極的な登用 と それを可能にする仕組みづくり



中期経営計画 各セグメントの成長イメージ

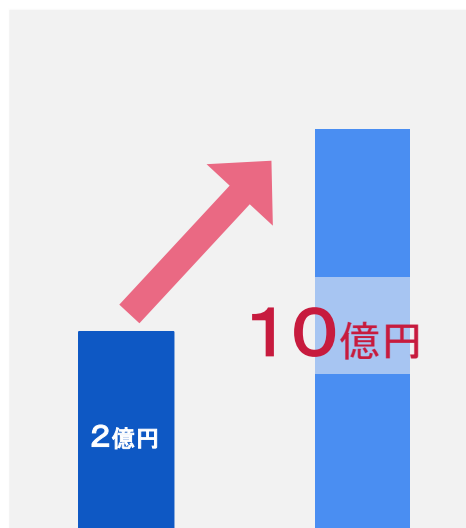
既存ドメインのオーガニック成長を基盤に、新規事業への成長投資を強化

国内店舗



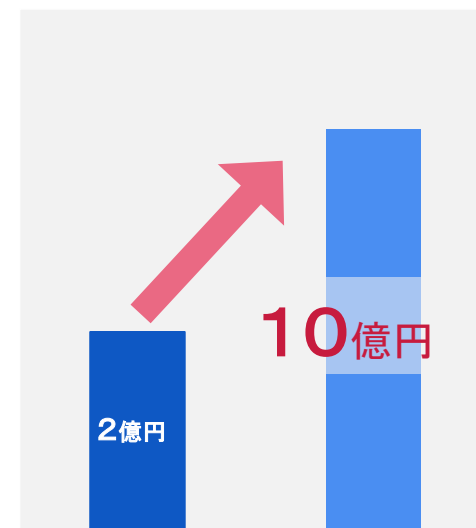
店舗については、顧客LTV重視の出退店戦略に基づき、1店舗当たりの売上拡大を図る。リ・ジュエリーは店舗や催事による付加価値ビジネスとして位置付け、店舗収益として計画。

ECビジネス



ECビジネスについては、自社サイトおよび他社モールを合わせて10億円以上の売上を目標とし、人材や商品力の強化に加え、スタッフDXプロダクトの導入やマーケティング投資を実行。

富裕層ビジネス

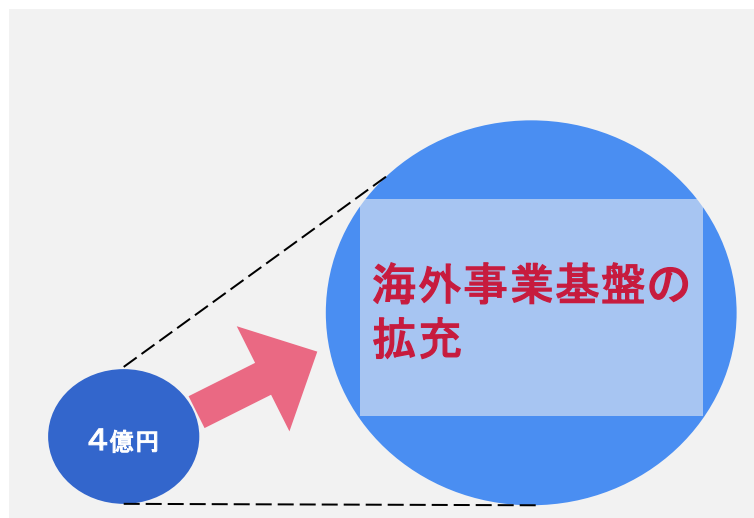


富裕層ビジネスについては、パートナー企業のさらなる拡大、富裕層顧客の紹介ルートの開拓を進め、将来的な分社化を見据え、軌道化を目指す。

中期経営計画 各セグメントの成長イメージ

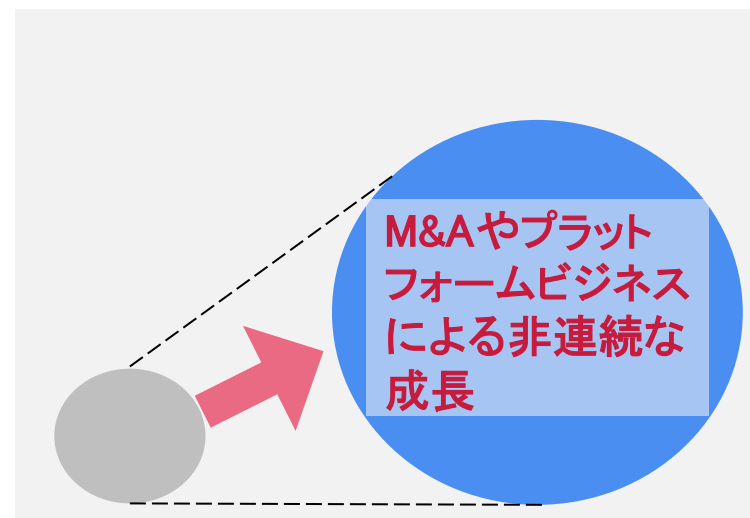
オーガニック成長を基盤に海外事業、インオーガニック領域への投資を加速する

海外事業



- ・ 海外事業は、生産・販売・流通による三位一体の拡大を推進。
- ・ リテールは、台湾の成功モデルを起点として、東南アジアを中心にアジア市場での展開拡大を推進。
- ・ ベトナム生産工場は、OEM生産の拡大に加え、ホールセール事業等への進出を視野に投資を拡大。

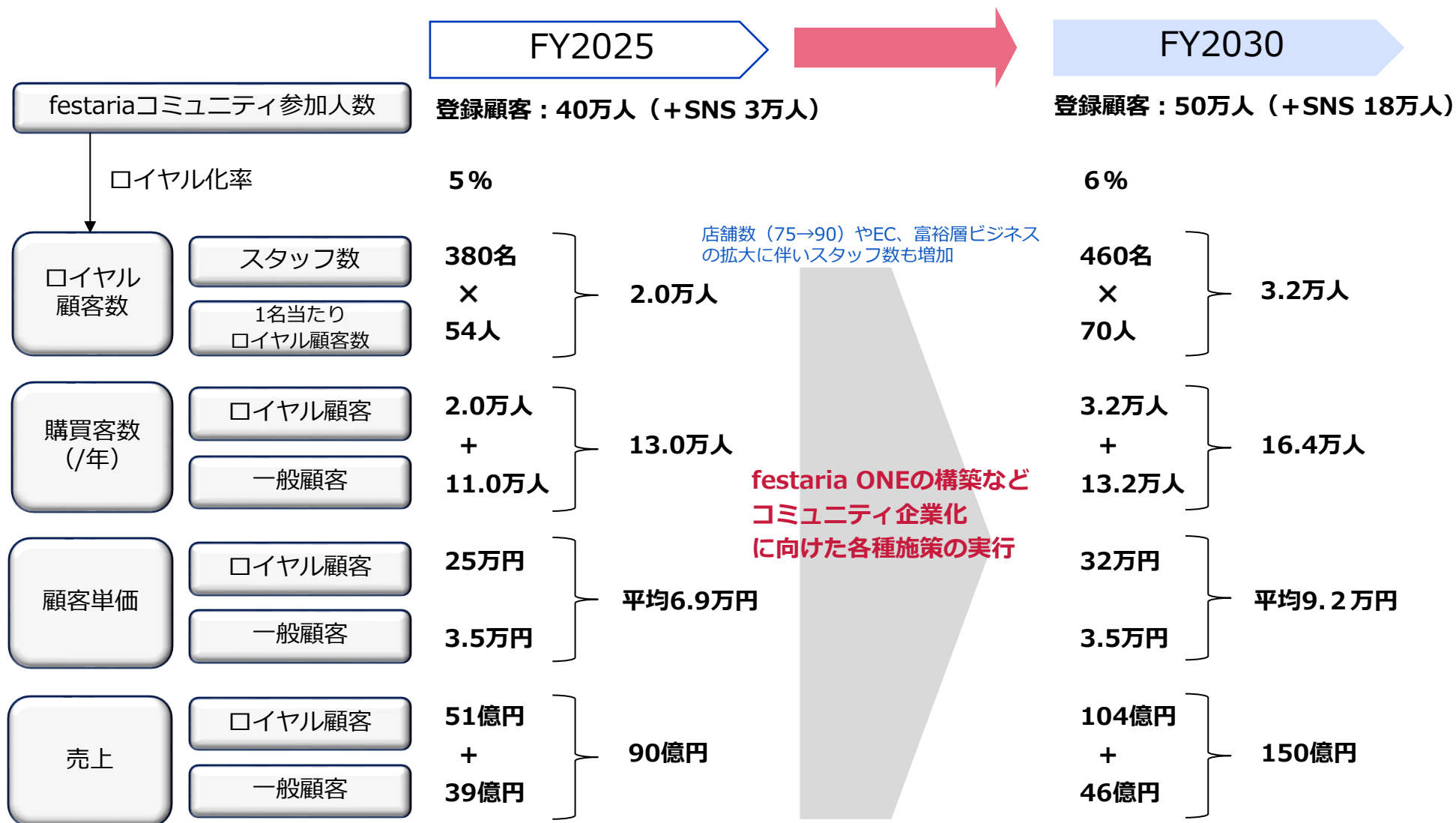
インオーガニック



- ・ オーガニック成長によるキャッシュ創出力を基盤に、M&Aを活用した非連続的な成長軌道の確立を推進。
- ・ これまでの事業で培った資産をDXで最大化し、プラットフォーム事業の推進を加速。

中期経営計画 オーガニック成長の主要KPI

festaria2030に向け、オーガニック成長による売上高150億円へのステップ



中期経営計画 数値計画

価値観に共感するコミュニティの有機的な成長を通じた収益力の向上を目指す

■ オーガニック成長による中期目標

FY2030に向け、売上高150億円、営業利益15億円の達成を目標に設定。

■ 高収益店舗の拡大（営業利益率の向上）

大型かつ高収益な店舗の比率を高め、店舗ポートフォリオの最適化を通じて事業全体の収益効率向上を見据えた計画。

■ DXによる生産性向上（営業利益率の向上）

DX推進を通じて業務効率を改善し、全社的な生産性向上と利益率の改善を見据えた計画。

■ 海外・インオーガニック成長の位置づけ

海外事業およびインオーガニック成長については、積極的な検討・取り組みを進めつつも、不確実性が高いため現時点での数値目標の設定は行わず。

festaria2030

売上高
150億円
営業利益
15億円

インオーガニック成長

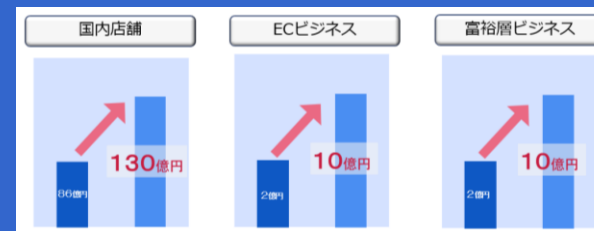
海外事業

オーガニック成長

売上高
94億円
営業利益
3億円

FY2025

FY2030



中期経営計画 キャピタル・アロケーションと株主還元

創出したキャッシュの戦略的活用を通じて、企業価値・株主価値の最大化を図る



- 株主還元(配当・株主優待の充実、自社株買い)
- 有利子負債の圧縮

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	812百万円(2025年8月31日現在)
従業員数	連結:520人(2025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

ビジュド ファミュー

わたしたちの使命は

夢を叶える生き方を広め

豊かで幸せな人生を未来に伝えていくことです