

平成30年8月期(第55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
<http://www.festaria.co.jp/>

売上

(18/4Q)

■ 連結売上高：96.9億円（前期比1.2%増）

- ・ EC事業の大幅な計画未達がある中、スクラップアンドビルドによる店舗集客力の向上に加え、主力商品の“Wish upon a star”が前期比7.9%増、ブライダルが11.4%増と増収を牽引。

利益

(18/4Q)

■ 連結売上総利益：61.5億円（前期比0.6%増）

- ・ “Wish upon a star”の売上は堅調に推移したものの、ベトナム子会社製品の売上構成比が減少した影響を受け、売上総利益率が0.4ポイント低下。

■ 連結営業利益：0.5億円（前期比81.4%減）

- ・ 基幹システムの二度に渡る運用延期に伴う追加改修費用や、新旧二重の保守費用を計上。
- ・ 新規出店や増床に伴い、販売費及び一般管理費が増加。

19/8月期 通期予想

■ 連結売上高：101.0億円（前期比4.2%増）

■ 連結営業利益：2.5億円（前期比332.6%増）

- ・ 構造改革を柱とした収益改善に向けた取り組みを着実に実践しながら、成長投資と収益拡大の好循環体制の構築に取り組む。

I . 決算概要

1. 連結業績(損益概要)

増収を継続も、販売費及び一般管理費の拡大により
営業利益は大幅に減少

(単位:百万円)

| 連結 | 2017年度 | | 2018年度 | | | | | |
|----------------|--------|--------|--------|--------|------|--------|--------|--------|
| | 前期実績 | 売上比 | 当期実績 | 売上比 | 増減額 | 前期比 | 当期計画 | 計画比 |
| 売上高 | 9,578 | 100.0% | 9,695 | 100.0% | 117 | 101.2% | 10,000 | 96.9% |
| 売上総利益 | 6,118 | 63.9% | 6,157 | 63.5% | 38 | 100.6% | 6,420 | 95.9% |
| 販売費及び 一般管理費 | 5,807 | 60.6% | 6,099 | 62.9% | 292 | 105.0% | 6,100 | 100.0% |
| 営業利益 | 311 | 3.3% | 57 | 0.6% | △253 | 18.6% | 320 | 18.0% |
| 経常利益 | 316 | 3.3% | 32 | 0.3% | △284 | 10.2% | 260 | 12.4% |
| 当期純利益 | 169 | 1.8% | 5 | 0.1% | △164 | 3.2% | 100 | 5.4% |

■当初計画に対しては、売上高未達に加え、売上高総利益率の低下による売上総利益の未達もあり、営業利益以下は大幅な下振れ。

■経常利益は大幅な減少となった一方で、持株会社体制移行に伴う法人税等調整額の減少もあり、当期純利益は5百万円とかなり黒字を確保。

2. 連結業績(財政状態)

新規出店に伴う設備投資・在庫投資により、総資産は増加

(単位:百万円)

| 連結 | 2017年度 | 2018年度 | 増減額 | |
|-------------|--------------|--------------|------------|---|
| 現預金 | 623 | 636 | 13 | |
| たな卸資産 | 4,413 | 4,557 | 144 | 国内外の新規出店や増床等に伴う在庫投資のため、たな卸資産は144百万円(前期比3.2%増)の増加。 |
| その他流動資産 | 1,173 | 1,223 | 50 | |
| 固定資産 | 1,930 | 2,078 | 148 | SC(ショッピングセンター)を中心とした新規出店に伴う店舗設備投資が影響し、固定資産は148百万円(前期比7.6%増)の増加。 |
| 総資産 | 8,140 | 8,496 | 356 | |
| 流動負債 | 4,873 | 5,135 | 262 | 短期借入金が増加したことが主要因となり、流動負債は262百万円(前期比5.3%増)の増加。 |
| 固定負債 | 1,593 | 1,658 | 65 | |
| 負債合計 | 6,466 | 6,794 | 328 | |
| 純資産 | 1,673 | 1,701 | 28 | 純資産は増加したものの、総資産の増加により自己資本比率は19.5%と、前期末から0.6ポイントの減少。 |

3. 連結業績(キャッシュ・フロー)

投資継続もフリーキャッシュフローは大幅に改善

(単位: 百万円)

| 連結 | 2017年度 | 2018年度 | 増減額 | 当期実績の主な要因 |
|----------------|--------|--------|------|--|
| 営業キャッシュ・フロー | △520 | 270 | 790 | たな卸資産の増加: △151百万円、 減価償却費: 282百万円、仕入れ債務の増加: 164百万円 |
| 投資キャッシュ・フロー | △234 | △312 | △78 | 有形固定資産の取得: △243百万円 差入保証金の差入: △58百万円 |
| 財務キャッシュ・フロー | 536 | 57 | △479 | 新株予約権行使に伴う株式発行による収入: 50百万円 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | △200 | 12 | 212 | |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 623 | 636 | 13 | |
| フリー・キャッシュ・フロー | △754 | △42 | 712 | 基盤構築に向けた投資を実行したものの、フリーCF(営業CF+投資CF)は前期比712百万円の改善。 |

4. 出退店実績の状況

海外を含めたスクラップアンドビルド政策により、国内外2店舗の純増

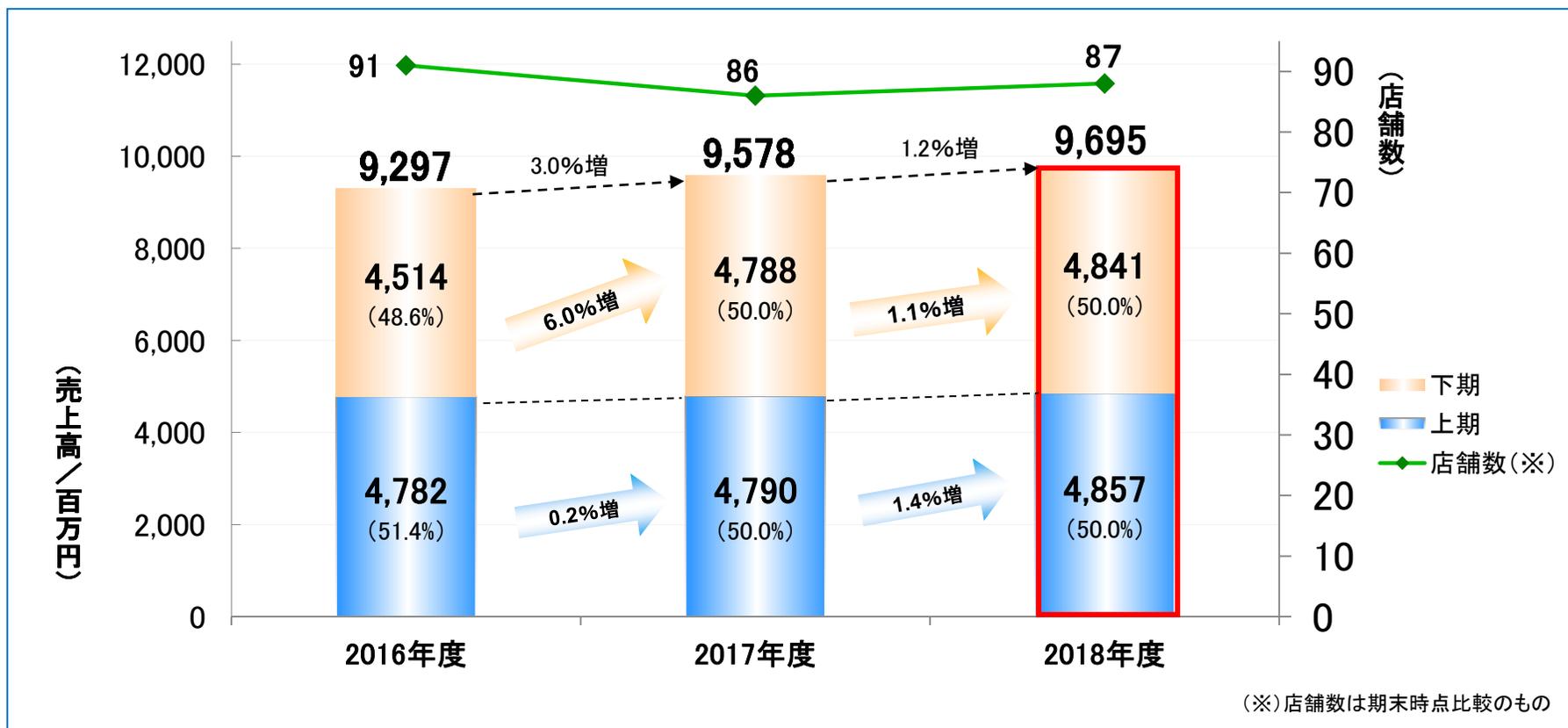
| チャンネル | 2017年度 期末店舗数 | 2018年度 出退店 | | | 2018年度 期末店舗数 |
|-----------|-----------------|------------|----|-----|-----------------|
| | | 出店 | 退店 | 増減数 | |
| 路面店／SC／FB | 46 | 5 | 1 | 4 | 50 |
| 百貨店 | 30 | 0 | 0 | 0 | 30 |
| アウトレット | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| 国内店舗 合計 | 80 | 5 | 1 | 4 | 84 |
| 海外(台湾) 合計 | 6 | 0 | 3 | 0 | 3 |

- 出店実績では、FB1店舗、SC4店舗の計5店舗(いずれも国内)を出店。
- 退店実績では、国内は不採算店舗としてSC1店舗を退店。
海外(台湾)はスクラップ&ビルドの過程とし3店舗を先行して退店。(2018年9月に3店舗オープン)
- 既存店における店舗効率の向上を目的として、国内6店舗の増床を実現。
- ブランド戦略変更に伴い、業態の統廃合を実施。

Ⅱ. 連結業績の詳細について

1. 売上高の状況-1: 上期／下期の推移

スクラップアンドビルド政策が奏功し、上期・下期ともに増収を継続

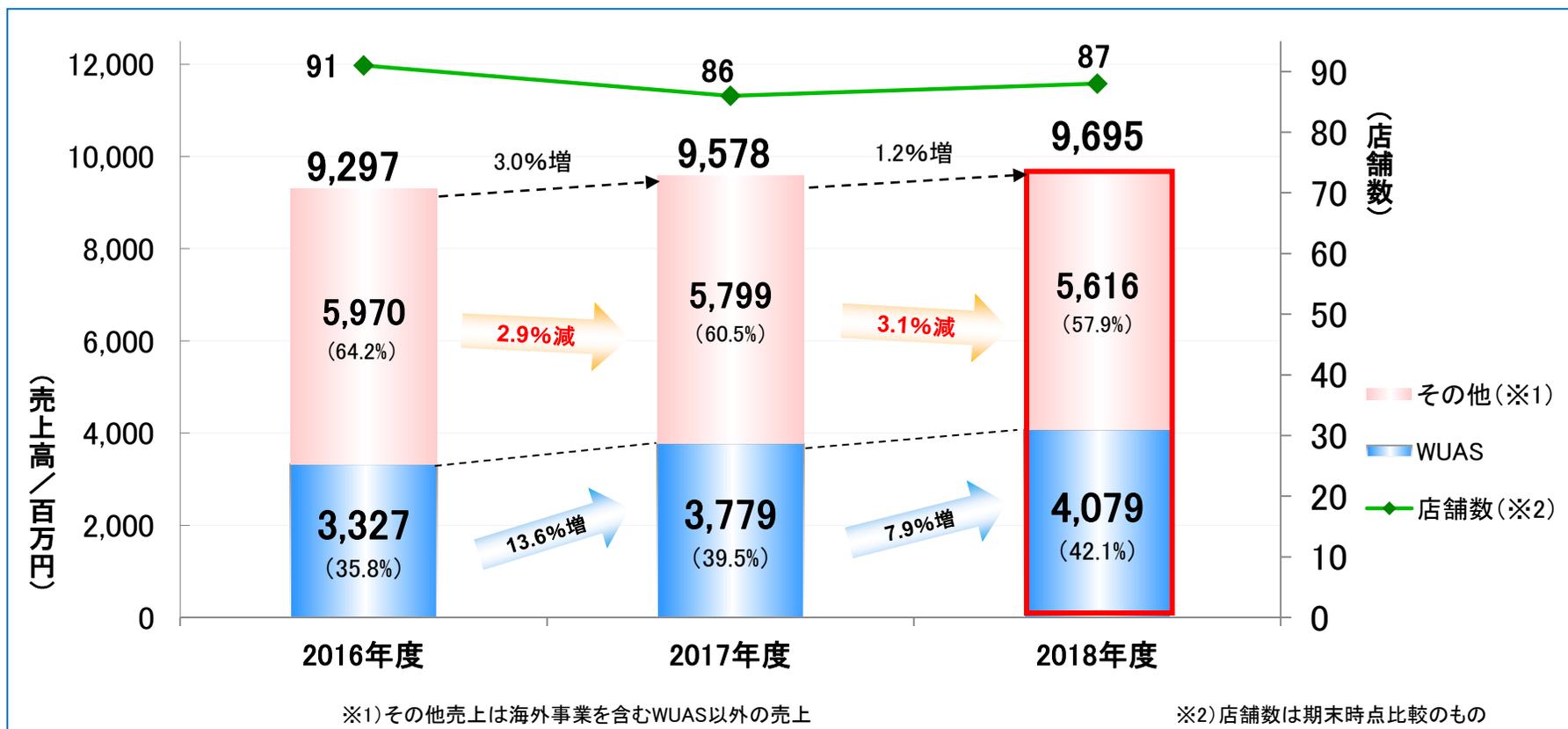


■ 上期は、戦略的な販促投資により販売費は抑えつつ12月商戦の予算を達成し、増収を確保。

■ 下期は、地震や豪雨、台風などの天候要因の影響を受けながらも、有力店舗の増床と新規出店により増収を確保。

1. 売上高の状況-2: Wish upon a starの推移

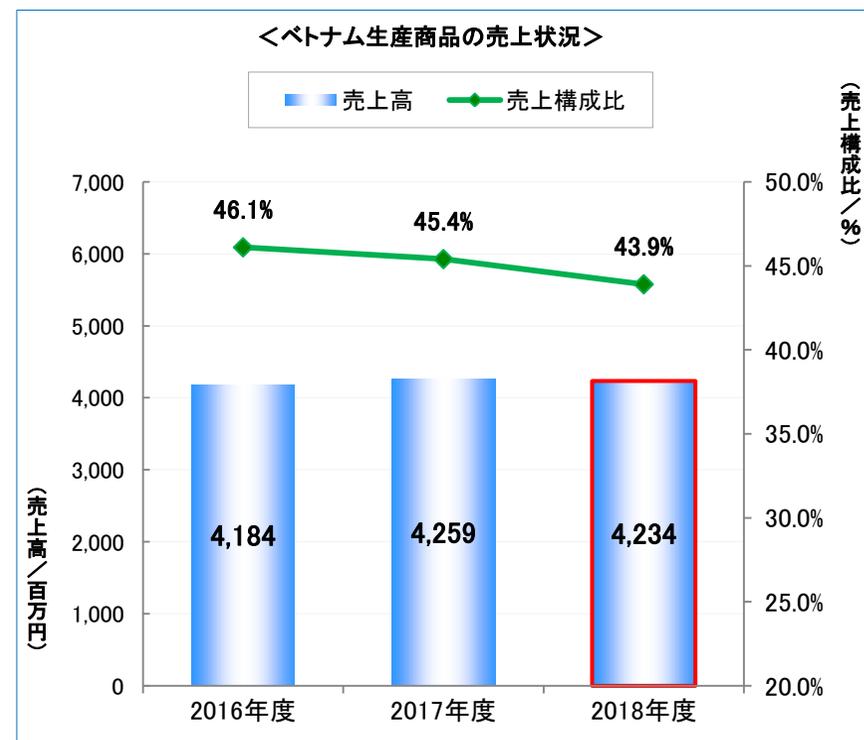
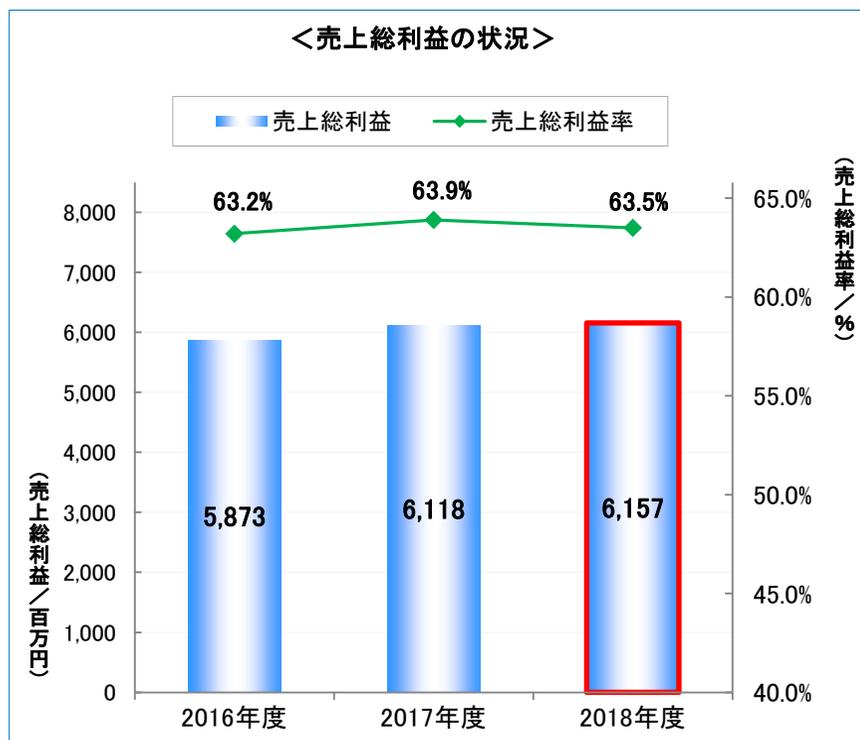
“Wish upon a star”はブライダルを中心に好調を維持し、全体売上を牽引



- “Wish upon a star”を基軸とした販促施策の強化が奏功し、同商品の売上は前期比7.9%増と好調を維持。
- “Wish upon a star”構成比は42.1%まで拡大した一方、その他商品の売上減少や在庫効率も引き続き課題。

2. 売上総利益の状況

“Wish upon a star”の売上拡大が下支えし、売上総利益は前期比0.6%の微増



- ベトナム製品での売上構成比は43.9%と低下傾向も、引き続き高水準で推移し、売上原価の低減に寄与。
- 売上総利益は増加も、卸事業の拡大やベトナム製品の売上構成比低下の影響で、売上総利益率は0.4ポイント低下。

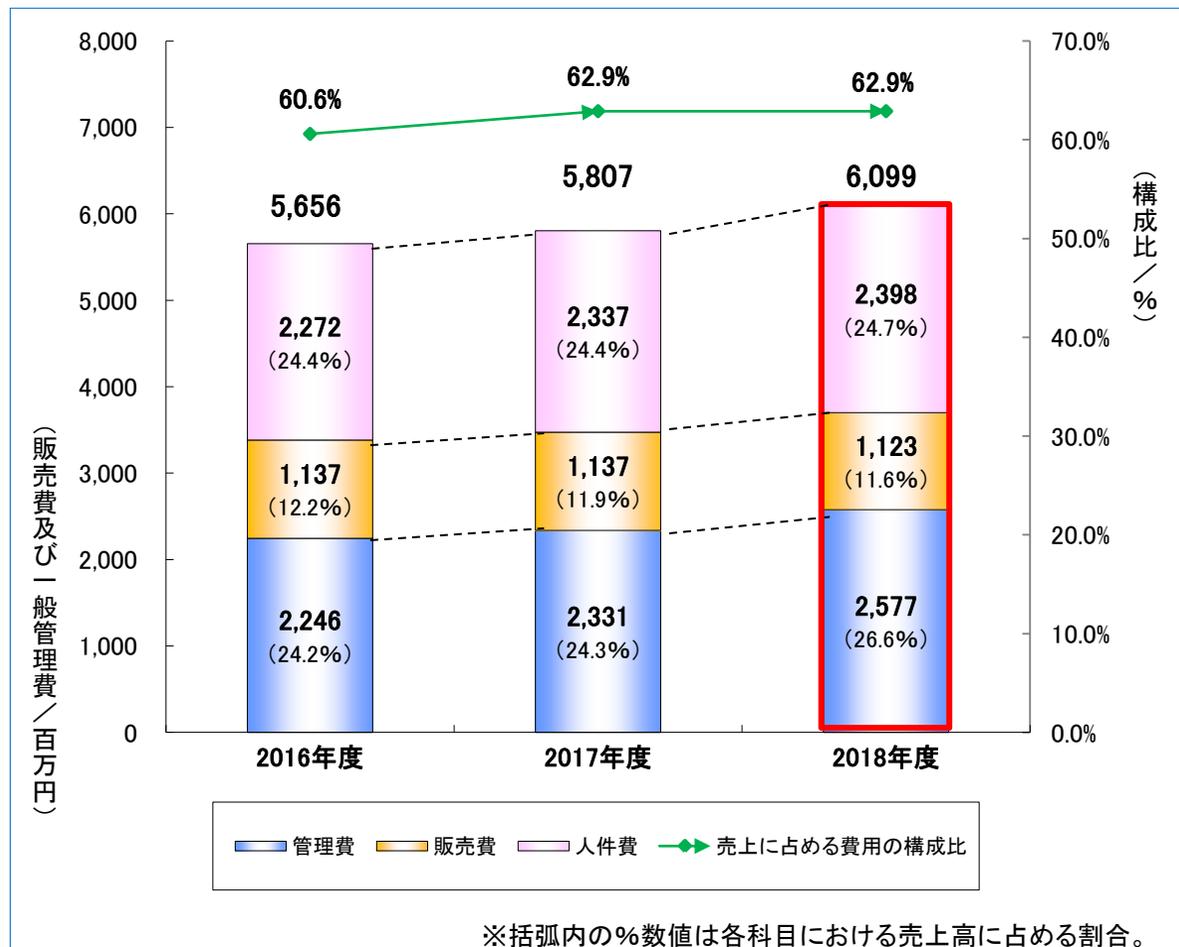
3. 販売費及び一般管理費の状況

将来成長の基盤確立に向けた投資により販管費は増加

■ 人件費は、新規出店および増床による増加と人材教育費の増加に加え、本社専門機能の人員強化に伴う費用が拡大したため、前期比61百万円の増加(+2.6%)

■ 販売費は、12月商戦に向けた重点的な販促施策を実施するも、投下効率の見直しにより、前期比14百万円減少(△1.2%)

■ 管理費は、基幹システムの運用延期に伴う費用増や、スクラップアンドビルドに伴う固定家賃の負担増等が影響し、前年同期比246百万円の増加(+10.5%)

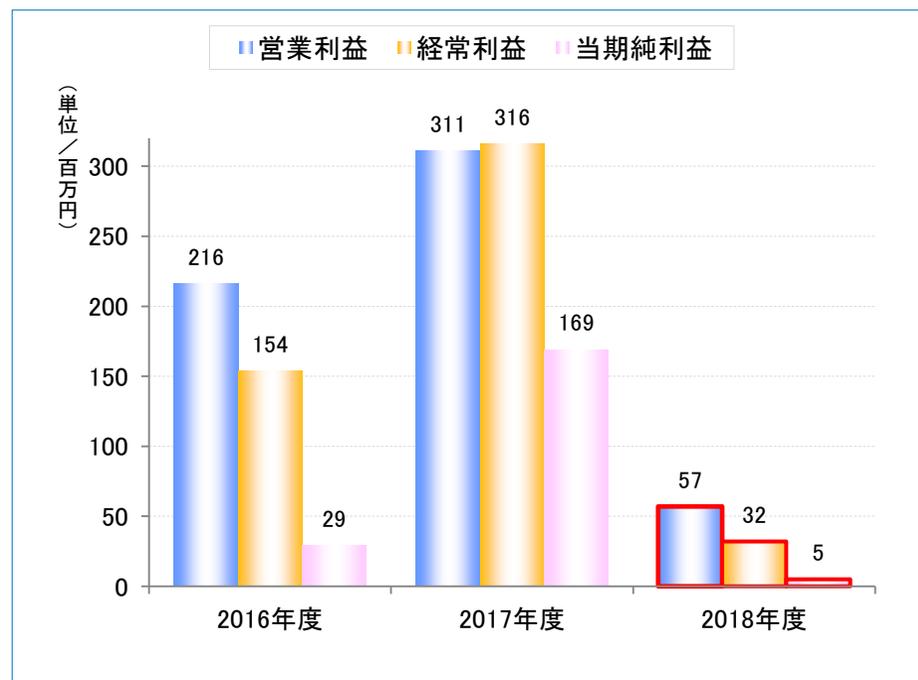


4. 経常利益、当期純利益の状況

営業利益は売上総利益率の低下と販管費の増加により、大幅に減少

（単位：百万円）

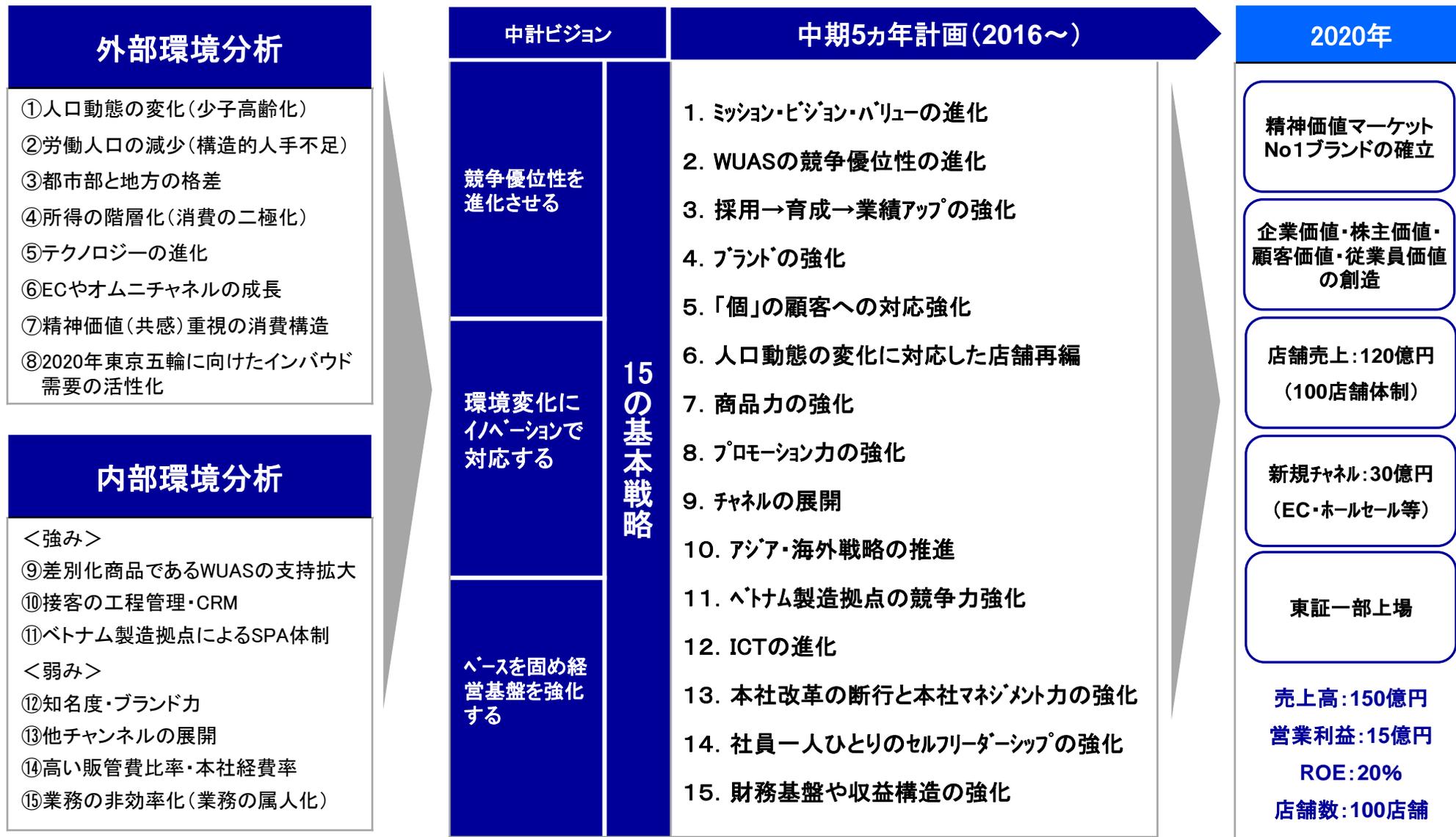
| | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 | 前期比 |
|-----------------|--------|--------|--------|-------|
| 営業利益 | 216 | 311 | 57 | 18.6% |
| 営業外収益 | 6 | 60 | 25 | 42.7% |
| 営業外費用 | 68 | 55 | 51 | 92.7% |
| 経常利益 | 154 | 316 | 32 | 10.2% |
| 特別利益 | — | 25 | 20 | 79.0% |
| 特別損失 | 35 | 52 | 8 | 15.8% |
| 税金等調整前 当期純利益 | 118 | 289 | 44 | 15.2% |
| 法人税等 | 89 | 119 | 38 | 32.3% |
| 当期純利益 | 29 | 169 | 5 | 3.2% |



- 営業利益は、売上総利益率の低下と販管費の増加により、大幅に減少。
- 経常利益は、営業利益の減少に加え、為替差益が前期比33百万円減少したことにより、32百万円に減少。
- 当期純利益は、経常利益の減少があったものの、持株会社体制移行に伴う法人税等調整額の減少もあり5百万円で着地。

Ⅲ. 中期5カ年計画の概要

1. 中期5カ年計画の概要



IV. 55期振り返りを踏まえた次期(56期)の見通し

1. 55期の振り返り

組織の実行力不足により、課題の積み残しが多数発生

55期は、成長投資のための様々な施策に着手するも、組織の実行力不足により十分な成果が得られず。

| 55期 構造改革 | | 主な取り組み内容 | 評価 |
|----------|-----------|--|-----|
| 全社施策 | 組織再編 | 持株会社体制へ移行。 | ○ |
| | スクラップ&ビルト | 2017年3月、銀座中央通りに基幹店をオープン。 その波及効果による国内・国外店舗のスクラップ&ビルトを実施。 | ○～△ |
| | ブランド再編 | 業態ブランドの統廃合を開始。 | △ |
| 直管比率 | 本社経費 | 成長に向けた専門人材の積極登用も、売上未達で効率化は進まず。 | × |
| | 人員効率化 | 店舗本社間の人事交流を計画するも進まず。 | × |
| | 基幹システム | 新基幹システムを導入するもITリテラシーの欠如により二度に渡る運用延期が発生。 | × |
| 店頭送客 | デジタル強化 | WEB来店予約が増加も、経費効率は改善余地ありと認識。 | △ |
| 新規事業 | EC | 当初計画に対して大幅な未達。 | × |
| | 卸 | ワンチャイブ展開に向けての具体的取り組み開始。 | △～× |

2. 56期の取り組み内容

56期は、前期構造改革の結果を踏まえ、実施期限をより厳格に設定して今期中に断行する。

| 56期 構造改革 | | 主な取り組み内容 |
|----------|-------------|---|
| 全社施策 | スクラップ & ビルド | E-ス人材の重要店舗への配置および立地環境の改善に合わせた教育の強化。 |
| | | 不振エリアへ有能なマネジメント人材を、有力店舗へ優秀な販売員を配置。 |
| | ブランド再編 | 業態ブランドの統廃合は56期中に終了予定。 |
| 直間比率 | 組織改革 | 本社組織の抜本の見直しにより責任の所在を明確化。 |
| | 業務標準化 | 組織風土改革として、業務の仕組化・標準化プロジェクトを本格始動。 |
| | 物流外注化 | 外注化することで経費の効率化を図る。 |
| | 人員効率化 | 本社人員の30%を店舗及び営業部門へ配置転換。一方、店舗の人材も本社へ配置転換。 |
| | 予算管理 | 予算管理システムの導入により予算管理の厳格化を推進。 |
| サプライチェーン | 基幹システム | 新基幹システムの運用を開始し、更なる改善に着手。 |
| | 在庫適正化 | リードタイムの短縮やアウトレット店舗の見直し・活用による在庫圧縮を推進。 |
| | 物流外注化 | 物流機能を段階的に外部物流会社へ委託することによる、物流リソースの取り込み。 |
| | バトナム本社化 | 日本人スタッフ配置による生産効率の向上と、本社機能の一部移設による効率性の追求。 |
| 店頭送客 | デジタル強化 | 好調なWEB来店予約に加え、法人営業部門を立ち上げBtoB送客を強化する。 |
| 新規事業 | EC | 責任の所在を明確にし、人事を一新。 |
| | フランチャイズ | フランチャイズを志向した新規事業を開始。商品卸に加え、各種ノウハウ提供の収益化を実現。 |

3. 次期(56期:平成31年8月期)の業績見通し

構造改革を柱とした基本戦略の実行により収益の改善を目指す

■ 外部環境予測

- 景気回復が期待される一方、国内では消費税増税の動向や人材不足問題が深刻化。
- 海外経済の不確実性や金融資本市場の変動によるリスク要因から先行きは依然不透明な状況。
- AI、IoT化の加速、地域や所得の二極化に加え、価値観の多様化が一層進行すると予想。

(単位:百万円)

| 連結 | 2018年度 | 売上比 | 2019年度 | 売上比 | 前期比 | 増減額 |
|-------|--------|--------|--------|--------|---------|-----|
| 売上高 | 9,695 | 100.0% | 10,100 | 100.0% | 104.1% | 405 |
| 営業利益 | 57 | 0.6% | 250 | 2.4% | 432.6% | 193 |
| 経常利益 | 32 | 0.3% | 210 | 2.0% | 650.9% | 178 |
| 当期純利益 | 5 | 0.1% | 100 | 1.0% | 1823.4% | 95 |

V. トピックス

店舗戦略（国内：新規出店）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.



festaria
VOYAGE

フェスタリア ボヤージュ 高崎オーパ店
(2017年10月オープン)



bijou SOPHIA

ビジュ ソフィア ゆめタウン佐賀店
(2017年11月オープン)



bijou SOPHIA

ビジュ ソフィア ららぽーと富士見店
(2018年3月オープン)



bijou SOPHIA

ビジュ ソフィア ららぽーと海老名店
(2018年3月オープン)

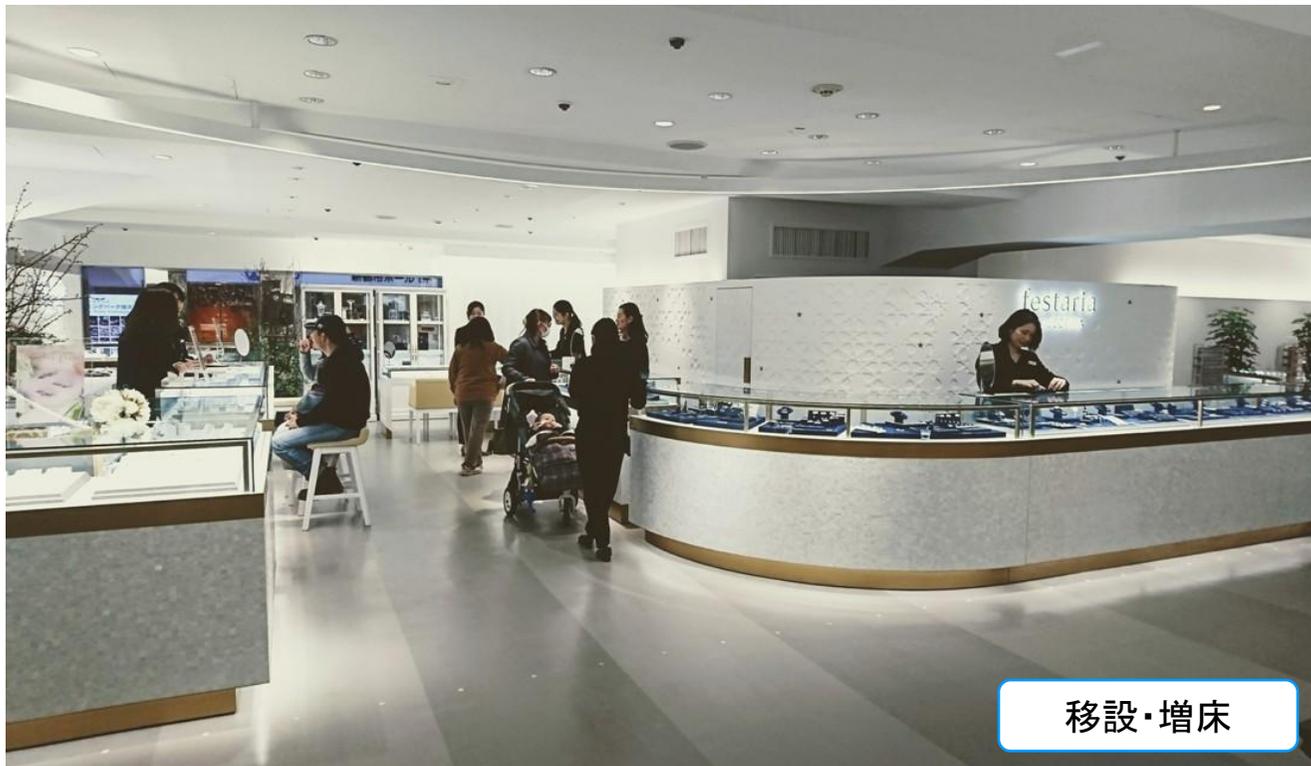


bijou SOPHIA

ビジュ ソフィア ららぽーと新三郷店
(2018年6月オープン)

店舗戦略（国内：移設・改装オープン）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.



移設・増床

festaria
bijou SOPHIA

フェスタリア ビジュ ソフィア そごう横浜店
(2018年3月オープン)



店舗戦略（国内：移設・改装オープン）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.



移設・増床

bijou
SOPHIA

ゆめタウン行橋店（2018年2月オープン）



移設・増床

festaria
bijou SOPHIA

伊勢丹新潟店（2018年4月オープン）



移設・増床

festaria
bijou SOPHIA

そごう千葉店（2018年5月オープン）



移設・増床

festaria
VOYAGE

ラゾーナ川崎プラザ店
（2018年3月オープン）



festaria VOYAGE アミュプラザおおいた店
（2018年3月オープン）

移設・増床



festaria VOYAGE アミュプラザ小倉店
（2018年3月オープン）

改装



festaria bijou SOPHIA 日本橋三越本店
（2018年4月オープン）

移設

2017年12月18日 festaria TOKYO 新光三越百貨信義A8店 “NEW Concept Store”がインターナショナルゾーンに移設・増床オープン

移設・増床



「新光三越百貨信義A8店」がフェスタリア トーキョーのニューコンセプトストアとして、台湾・台北信義エリアにオープンしました。

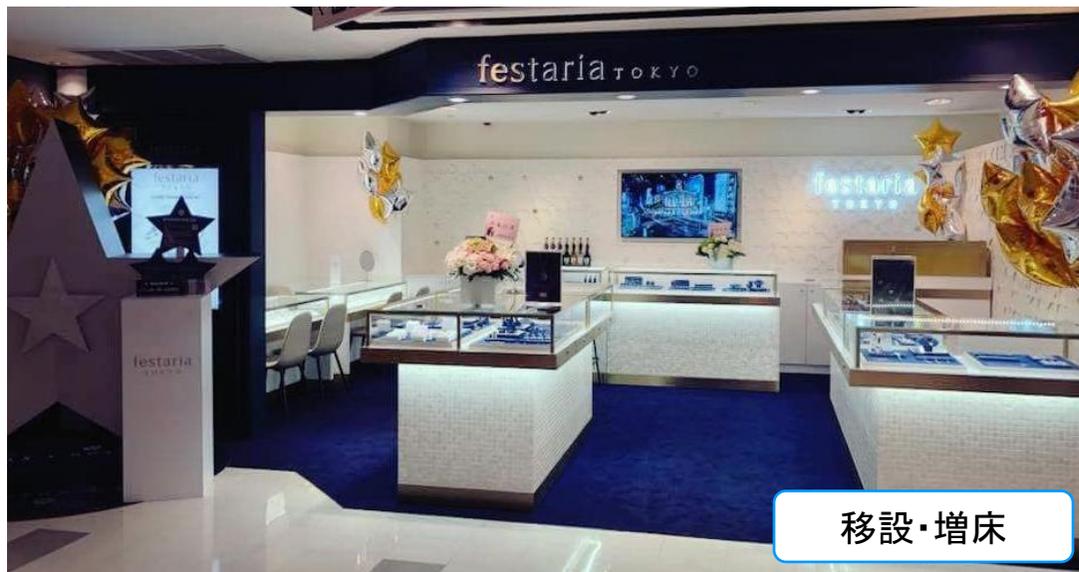
銀座中央通りの旗艦店「フェスタリア ビジュソフィア ギンザ」のコンセプトである“House of Star 夢を叶える星の館”を再現したショップは、大盛況のオープニングを迎えました。



店舗戦略（海外：リブランディングオープン）

festaria HOLDINGS Co., Ltd.

festaria TOKYO
新光三越台北南西店
(2018年9月オープン)



移設・増床

56期
参考情報



新規

festaria TOKYO 新光三越台南中山店
(2018年9月オープン)



新規

festaria TOKYO 新光三越台中中港店
(2018年9月オープン)

2018年に放映された人気ドラマに衣装協力、撮影協力をさせていただきました。



新木優子さん



吉瀬美智子さん



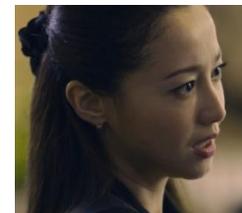
戸田恵梨香さん りょうさん



佐々木希さん



加藤綾子さん



沢尻エリカさん



戸田菜穂さん



本田翼さん

織研新聞主催 「百貨店バイヤーズ賞」 4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）特別賞を受賞しました。
昨年のグッドパートナー賞の受賞に続き、4年連続の受賞となります。



WWD「百貨店全国40店舗ビジネスレポート」 伸長率ランキングに、6店舗がランクイン



WWDから年2回発行される「ビジネスレポート」にて百貨店全国40店舗の伸長率ランキング上位3位にフェスタリア ビジュソフィアが5店舗、ビジュソフィアが1店舗ランクインしました。

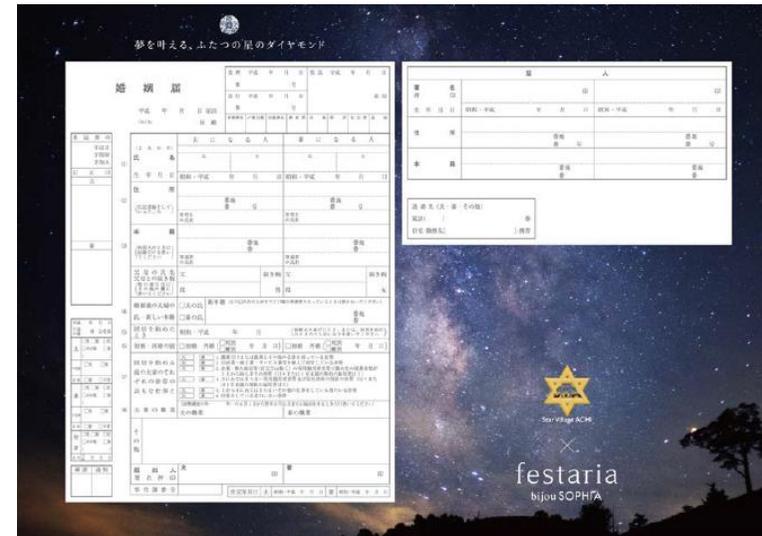
- ◆そごう千葉店 : フェスタリア ビジュソフィア 1位
- ◆大丸梅田店 : フェスタリア ビジュソフィア 1位
- ◆高島屋新宿店 : フェスタリア ビジュソフィア 2位
- ◆西武池袋本店 : フェスタリア ビジュソフィア 2位
- ◆そごう横浜店 : フェスタリア ビジュソフィア 2位
- ◆大丸福岡天神店 : ビジュソフィア 3位

「日本一美しい星空」長野県阿智村とコラボレーション



2017年11月、スタービレッジ阿智村誘客促進協議会と
オフィシャルマーケティングパートナー契約を締結。

ブライダル顧客向けの「夢を叶える、ふたつの星の婚姻届」作成や
「天空の樂園 Winter Night Tour」への参加、
溝端淳平主演によるショートムービー
「ふたつの星のおくりもの」の撮影などを行いました。





初のアーティスティック・ディレクターにNY在住のジュエリー・アーティストMIKKOが就任

2018年6月、基幹ブランド フェスタリア ビジュソフィア 初のアーティスティック・ディレクターとして、NYで活躍するジュエリー・アーティストMIKKO(ミッコ)を迎えました。

MIKKOは、フェスタリア ビジュソフィアにおけるプレステージラインのディレクションを手がけ、2019年春から本格的な展開をスタートします。

彼女の根底にあるのは、「宝石になりたい」という想い。

生み出すジュエリーはすべて「宝石」が主役であり、「宝石は石そのものがデザイン」。

MIKKOは、宝石をいかに美しく魅せるか、そして、その美しい宝石と装う人がいかに「一体化」出来るかを大切に、装う人が「宝石になれる」ジュエリーを作り上げています。

MIKKOのテイストである「石そのものの良さを活かしたデザイン」は、どこか日本的な感性をうかがわせる究極のシンプリシティ。

日本人としてのDNAに深く刻まれた彼女の本質、価値観、精神性が、彼女のクリエイションに表現されています。

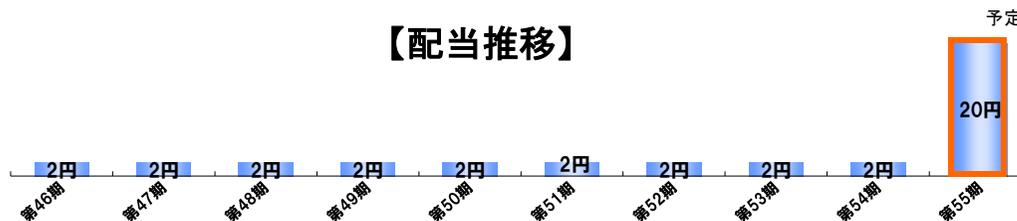
配当

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。

(平成30年8月期 予定)

配当金額: **20円00銭**

【配当推移】



※第55期配当予定は、平成30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の影響を受けた金額となっております。
 なお、株式併合前に換算した際の平成30年8月期の配当予想は2円00銭です。

株主優待制度 (平成30年8月期 実績)

◆対象: 平成30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 | Wish upon a star Twinkle ペンダント | |
| 300株以上 | | 10,000円分 |
| 600株以上 | | 20,000円分 |



Wish upon a star Twinkle
 ～ウイッシュ アポニア スター トwinkel ペンダント～

| | |
|---------|---------------------------|
| 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 | 790百万円(2018年8月31日現在) |
| 従業員数 | 連結:568人(2018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 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。