



# 2009年3月期 第2四半期決算説明会

2008年11月19日

株式会社AOKIホールディングス

*Fashion*



AOKI  
オリヒカ  
エムエックス

*Bridal*



ラヴィス

*Entertainment*



ヴァリック

# 目次

<b>2009年3月期 第2四半期業績の概要</b>	<b>3</b>	<b>アニヴェルセル・ブライダル事業—実績と見通し</b>	<b>27</b>
グループの構成	4	2009年3月期第2四半期業績概要	28
2009年3月期第2四半期業績報告	5	分析指標	29
連結損益の状況	6	受注回復への取組み	30
事業別売上高・営業利益実績	7	2009年3月期下期の方針	31
連結貸借対照表の主な増減科目	8	2009年3月期下期の計画	32
連結キャッシュ・フロー計算書	9	<b>エンターテインメント事業—実績と見通し</b>	<b>33</b>
出退店実績	10	2009年3月期第2四半期業績概要	34
<b>2009年3月期通期業績予想</b>	<b>11</b>	分析指標	35
連結損益の見通し	12	2009年3月期下期の方針	36
事業別売上高・営業利益見通し	13	2009年3月期下期の計画	37
出退店の見通し	14	<b>補足資料</b>	<b>38</b>
<b>ファッション事業—実績と見通し</b>	<b>15</b>	2009年3月期第2四半期連結営業実績	39
2009年3月期第2四半期業績概要	16	2009年3月期第2四半期販売費及び一般管理費の主な内訳	40
既存店売上高・客数・客単価推移	17	2009年3月期通期 連結業績見通し	41
AOKI:上期の取組み及び実績	18	2009年3月期通期 販売費及び一般管理費の主な内訳	42
ORIHICA:上期の取組み及び実績	19	ご参考:ファッション事業2009年3月期第2四半期実績	43
M/X:上期の取組み及び実績	20	ご参考:ファッション事業2009年3月期通期計画	46
2009年3月期下期の方針	21		
AOKI:下期の取組み	22		
ORIHICA:下期の取組み	24		
M/X:下期の取組み	25		
2009年3月期通期の収益見通し	26		

# 2009年3月期 第2四半期業績の概要

---

# グループの構成: 2008年4月より純粋持株会社へ

## AOKIグループ

2008年3月期

単体

(株)AOKIホールディングス

AOKIカンパニー

ORIHICAカンパニー

メンズを中心としたファッション商品等の販売

アニヴェルセルカンパニー

記念日を軸とした商品の販売並びにサービスの提供他

(株)エムエックス

カジュアル衣料の販売

(株)ラヴィス

結婚式場及び披露宴会場の運営

(株)ヴァリック

カラオケルーム、複合カフェ、フィットネスクラブ等施設の運営

連結子会社

2009年3月期

持株会社

(株)AOKIホールディングス

純粋持株会社

グループ会社の経営管理、並びにそれに付帯する業務

アニヴェルセルカンパニー

記念日を軸とした商品の販売並びにサービスの提供他

100%連結子会社

ファッション事業

(株)AOKI

メンズを中心としたファッション商品等の販売

(株)オリヒカ

メンズを中心としたファッション商品等の販売

(株)エムエックス

カジュアル衣料の販売

ブライダル事業

(株)ラヴィス

エンターテイメント事業

(株)ヴァリック

# 2009年3月期第2四半期業績報告

新規出店により小幅増収だが、  
販売管理費及びのれん償却額の増加により減益

## ■ファッション事業

### ◆ AOKI

- 50周年記念セール実施、クールビズなど企画の奏功により、既存店は前年を下回るほぼ計画通り
- 新規出店は17店舗、新規客獲得に向けて店舗リニューアルを活発化

### ◆ ORIHICA

- 新規出店は1店舗に抑える一方で、AOKI独自のスタイリスト制度を浸透

### ◆ M/X

- 高収益体質への変革のため、プロタイプ確立のプロセス

## ■アニヴェルセル・ブライダル事業

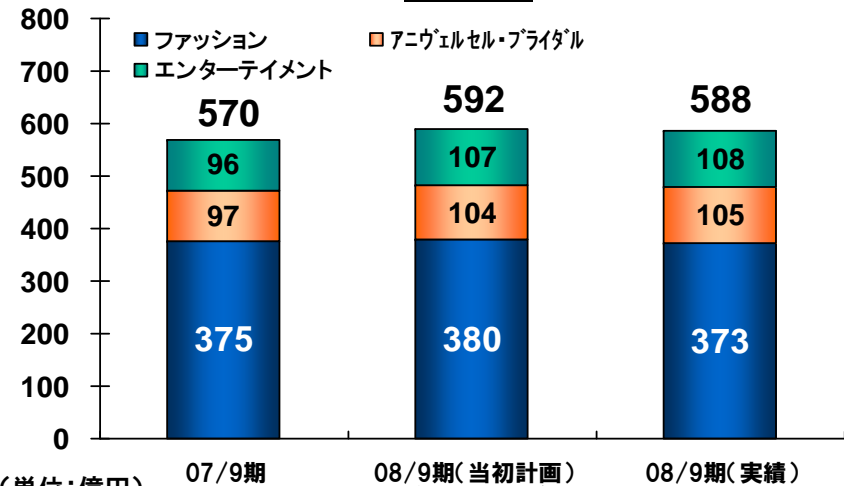
- ◆ 2施設をリニューアル

## ■エンターテイメント事業

- ◆ 出店はカラオケ事業、複合カフェ事業で18店
- ◆ 全面改装を含む21店舗をリニューアル

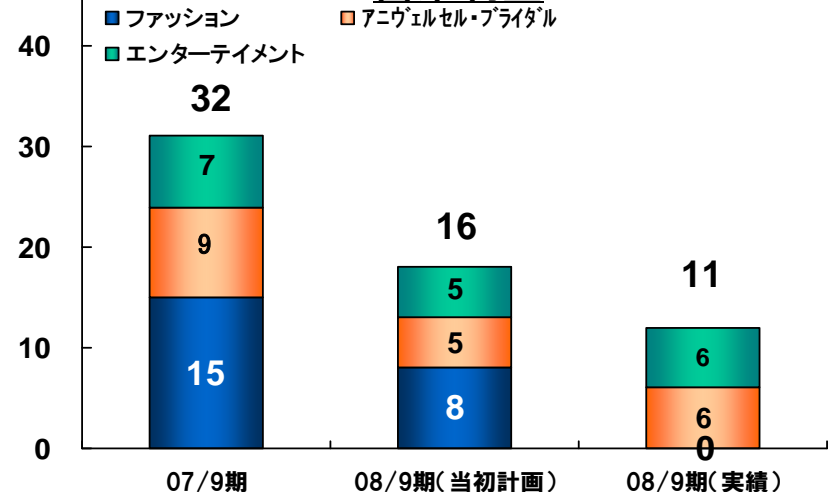
(単位:億円)

### 売上高



(単位:億円)

### 営業利益

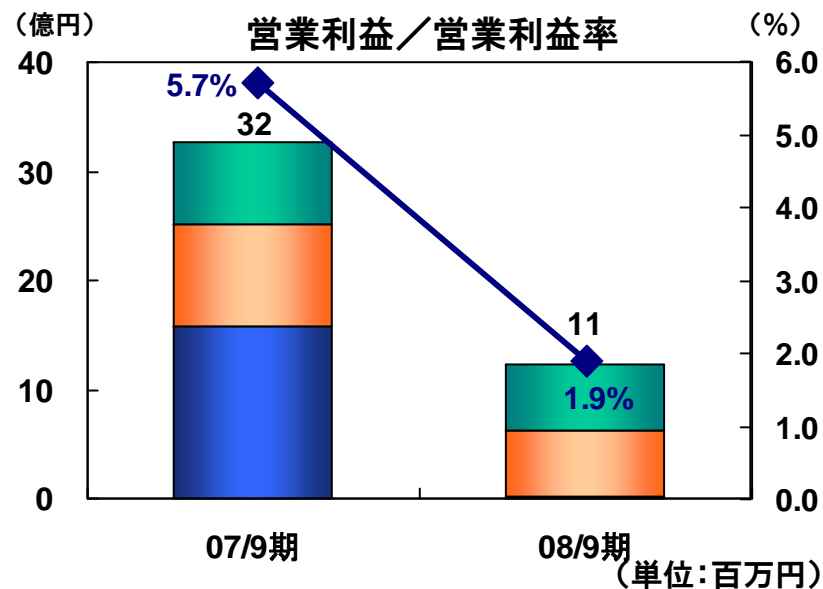
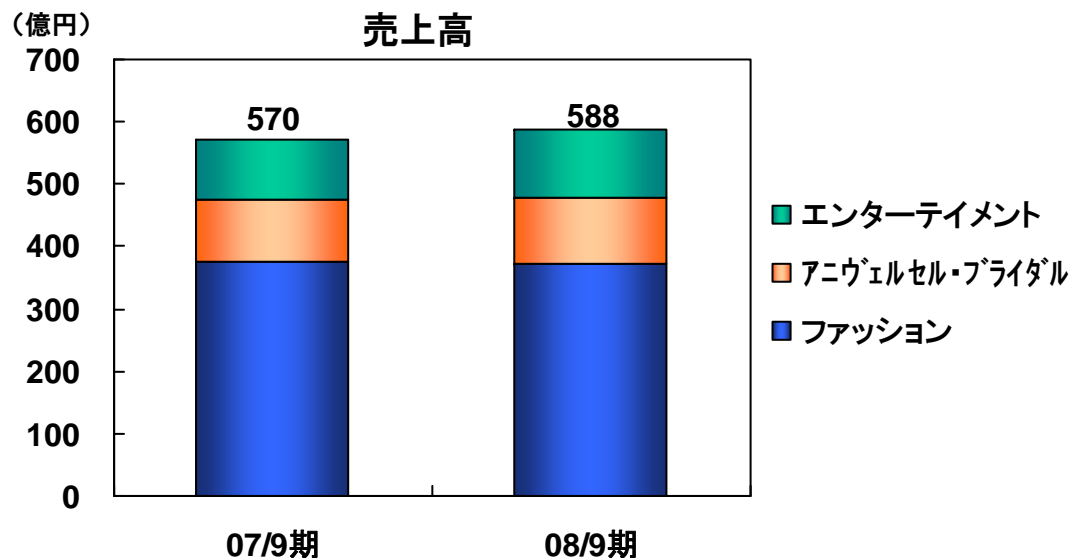


# 連結損益の状況

(単位:百万円)

科目／期別	08/9期	07/9期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	58,803	57,063	1,740	103.0	ファッション事業の既存店の減少を各事業の新規出店でカバー
売上総利益 売上総利益率	26,091 44.4%	25,781 45.2%	310 △0.8ポイント	101.2	ファッション事業は改善、他事業がやや軟調に
販売費・一般管理費	24,945	22,543	2,401	110.7	50周年記念セールの販促費・イベント費用、リニューアル費用、新規出店に伴う経費増。のれん償却額の計上
営業利益 営業利益率	1,145 1.9%	3,237 5.7%	△2,091 △3.8ポイント	35.4	販売管理費の増加により減益
営業外収益	1,252	1,116	135	112.1	
営業外費用	780	806	△25	96.8	
経常利益	1,616	3,547	△1,930	45.6	
特別利益	13	4	8	284.1	
特別損失	535	491	44	109.0	
当期純利益	121	1,470	△1,349	8.2	一部繰延税金資産の取崩し等による税金費用の増加

# 事業別売上高・営業利益実績



## [ 事業別売上高 ]

事業	08/9期	07/9期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	58,803	57,063	1,740	103.0	
ファッション	37,343	37,573	△229	99.4	前期下期以降新規出店34店舗、既存店の減少
アニヴェルセル・ブライダル	10,567	9,795	772	107.9	前期出店2店舗が寄与
エンターテイメント	10,891	9,693	1,198	112.4	前期下期以降新規出店31店舗

## [ 事業別営業利益 ]

(単位:百万円)

事業	08/9期	07/9期	増減	対比 (%)
計	1,145	3,237	△2,091	35.4
ファッション	19	1,573	△1,554	1.2
アニヴェルセル・ブライダル	603	944	△340	64.0
エンターテイメント	603	750	△147	80.3

# 連結貸借対照表の主な増減科目

(単位:百万円)

科目/期別	08/9期	08/3期	増減	主な増減要因
流動資産	30,181	42,420	△12,239	
現金・預金	8,163	17,454	△9,290	設備投資約63億円及び法人税等の支払い
たな卸資産	15,737	15,124	612	新規出店による増加
固定資産	114,137	110,098	4,038	
有形固定資産	75,279	72,432	2,847	新規出店による増加が減価償却費と相殺
無形固定資産	4,205	4,041	163	
投資その他の資産	34,652	33,624	1,027	新規出店による保証金、敷金の増加
資産合計	144,318	152,519	△8,200	
流動負債	30,550	35,036	△4,486	
支払手形・買掛金	11,037	14,759	△3,721	季節的要因により減少
固定負債	17,514	22,977	△5,463	
社債・借入金	11,130	14,337	△3,207	約定返済により減少
負債合計	48,064	58,014	△9,949	
資本金	23,282	23,282	-	
資本剰余金	24,788	22,748	2,039	株式交換等による増加
利益剰余金	50,857	51,397	△540	
自己株式	△3,187	△5,968	2,780	株式交換等による減少
その他有価証券評価差額金	148	472	△324	
新株予約権	364	267	97	
少数株主持分	-	2,303	△2,303	株式交換等による減少
純資産合計	96,253	94,504	1,748	
負債純資産合計	144,318	152,519	△8,200	

# 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目／期別	08/9期	07/9期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	△2,841	1,640	△4,481	税金等調整前四半期純利益の減少1,966百万円及び法人税等の支払いの増加1,891百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△5,735	△6,541	806	前期の子会社取得による支出の減少
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,013	△2,744	1,730	借入金が25億円増加する一方、借入金の返済及び社債の償還が7億円増加
現金及び現金同等物の 増減額	△9,590	△7,645	△1,944	
期首残高	17,254	18,862	△1,608	
期末残高	7,663	11,217	△3,553	

# 出退店実績

(単位:店、百万円)

店舗名	セグメント	08/9期			07/9期		
		期末店舗数	出店	退店	期末店舗数	出店	退店
AOKI	ファッション	397	17	1	370	15	2
ORIHICA	ファッション	38	1	—	34	3	4
M/X	ファッション	33	—	1	40 ※1	2	3
アニヴェルセル・ウエディングビレッジ、 パルティーレ迎賓館	アニヴェルセル・ ブライダル	12	—	—	11	1	—
コート・ダジュール	エンターテイメント	107	8	4	97	5	—
快活CLUB他※2	エンターテイメント	113	10	—	99	11	1
合 計		700	36	6	651	37	10
設 備 投 資 額		6,313			6,617		

※1 M/Xは07/8/20現在

※2 快活スパCLUB、快活フィットネスCLUBが含まれております。

設備投資額内訳: 08/9期 ファッション 4,679、アニヴェルセル・ブライダル 445、エンターテイメント 1,172  
07/9期 ファッション 3,379、アニヴェルセル・ブライダル 1,881、エンターテイメント 1,353

# 2009年3月期通期業績予想

---

# 連結損益の見通し

(単位:百万円)

科目/期別	09/3期 予	08/3期	増減	対比 (%)	主な増減要因
売上高	132,300	130,653	1,646	101.3	ファッション事業の既存店△4.6%を新規出店66店舗による増加でカバー
売上総利益 売上総利益率	60,200 45.5%	60,819 46.5%	△619 △1.0ポイント	99.0	売上総利益率はファッション事業で横ばい、他事業がやや軟調に
販売費・一般管理費	51,900	48,257	3,642	107.5	新規出店に伴う経費及びのれん償却額等が増加
営業利益 営業利益率	8,300 6.3%	12,561 9.6%	△4,261 △3.3ポイント	66.1	利益率低下の主因は既存店の減収と、新規出店、リニューアル投資の高水準
営業外収益	2,270	2,187	82	103.8	
営業外費用	1,570	1,717	△147	91.4	
経常利益	9,000	13,031	△4,031	69.1	
特別利益	10	263	△253	3.8	
特別損失	2,010	2,414	△404	83.3	
当期純利益	3,000	5,595	△2,595	53.6	

## 前提条件

- ◆設備投資額:10,250百万円 (ファッション7,335百万円 アニヴェルセル・ブライダル 1,270百万円 エンターテイメント 1,623百万円)
- ◆減価償却額: 5,000百万円
- ◆ファッション既存店売上高伸び率 上期 △1.9% 下期 △6.5% 通期 △4.6%

# 事業別売上高・営業利益見通し

## [ 事業別売上高 ]

(単位:百万円)

事業	09/3期 予	08/3期	増減	対比(%)
計	132,300	130,653	1,646	101.3
ファッション	88,000	89,731	△1,731	98.1
アニヴェルセル・ブライダル	22,700	20,923	1,776	108.5
エンターテイメント	21,600	19,997	1,602	108.0

## [ 事業別営業利益 ]

(単位:百万円)

事業	09/3期 予	08/3期	増減	対比(%)
計	8,300	12,561	△4,261	66.1
ファッション	5,630	8,898	△3,268	63.3
アニヴェルセル・ブライダル	1,740	2,268	△528	76.7
エンターテイメント	933	1,417	△484	65.8

# 出退店の見通し

(単位:店、百万円)

店舗名	セグメント	09/3期 予			08/3期		
		期末店舗数	出店	退店	期末店舗数	出店	退店
AOKI	ファッション	414	36	3	381	28	4
ORIHICA	ファッション	43	6	—	37	6	4
M/X	ファッション	37	5	2	34	2	9
アニヴェルセル・ウエディングビレッジ・ パルティール迎賓館	アニヴェルセル・ ブライダル	12	—	—	12	2	—
コート・ダジュール	エンターテイメント	108	9	4	103	11	—
快活CLUB他※	エンターテイメント	111	10	2	103	18	4
合 計		725	66	11	670	67	21
設 備 投 資 額		10,250			11,406		

※ 快活スパCLUB、快活フィットネスCLUBが含まれております。

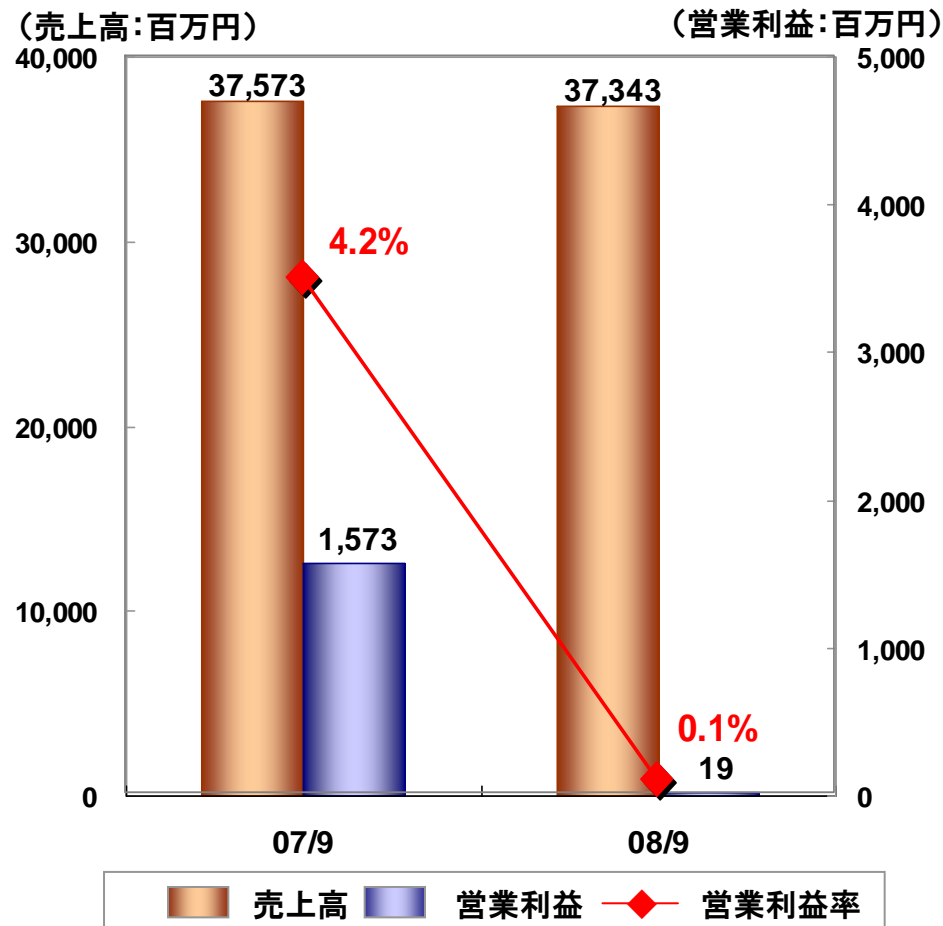
設備投資額内訳: 09/3期予 ファッション 7,335、アニヴェルセル・ブライダル1,270、エンターテイメント 1,623  
08/3期 ファッション 6,135、アニヴェルセル・ブライダル2,739、エンターテイメント 2,509

# ファッション事業

---

2009年3月期第2四半期業績と通期の見通し

## M/Xの店舗数減による減収、及び、 AOKIの販売管理費の増加により減益



### ■ 売上高: 前年同期比 99.4 %

#### ◆ AOKI+ORIHICA

売上高: 前年同期比103.0%

既存店売上高: 前年同期比98.1%

(08/3期上期既存店売上高: 前年同期比101.8%)

#### ◆ AOKI期末店舗数: 397店(08/3期末381店舗)

- ・出店 17店舗、退店1店舗

#### ◆ ORIHICA期末店舗数: 38店(08/3期末37店舗)

- ・出店 1店舗

#### ◆ M/X期末店舗数: 33店(07/8期末40店舗)

- ・店舗数▲7店舗
- ・夏物衣料苦戦による売上減

### ■ 営業利益: 前年同期比△1,554百万円

#### ◆ 売上総利益高: 前年同期比 100.4%

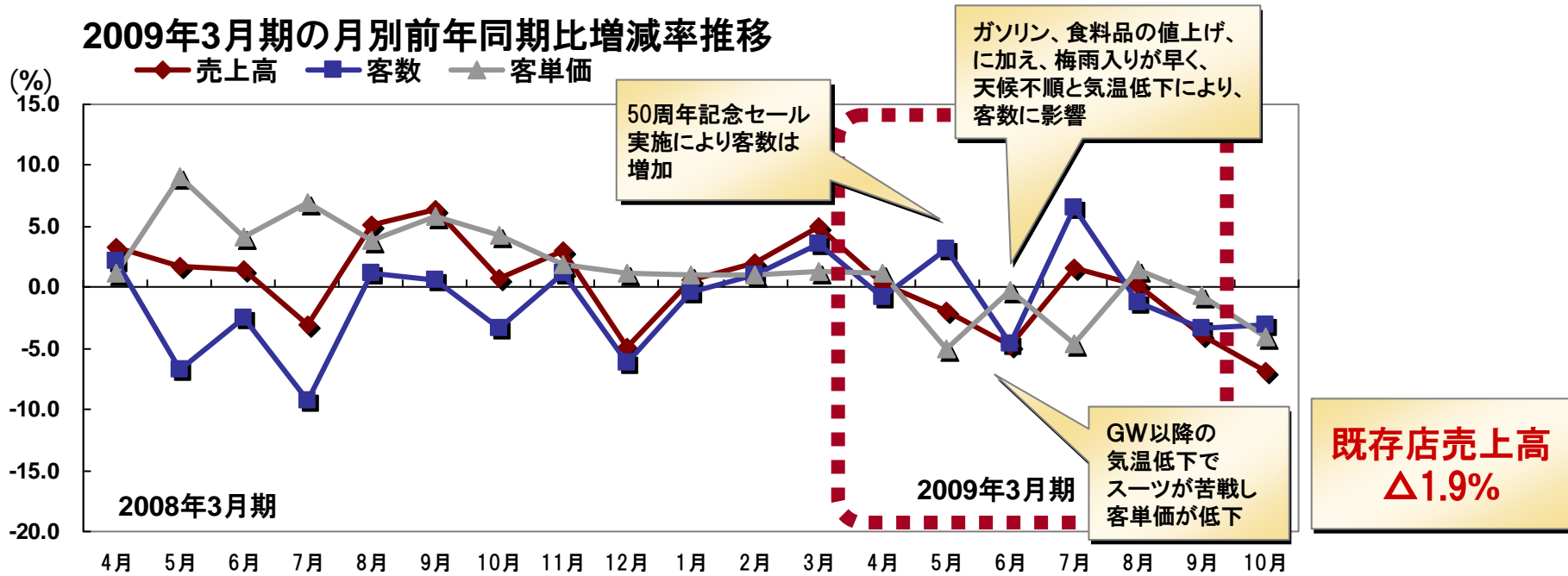
- ・スーツの1品単価は減少するも、スーツ・礼服の売上数が増加し全体の売上総利益率は0.6ポイント改善

#### ◆ 販売管理費: 前年同期比 108.2%

- ・新規出店及びリニューアルに伴う経費が増加
- ・新規出店を加味した新卒採用に伴う人件費が増加
- ・50周年記念セールに伴う販促費・イベント費用が増加

# ファッション事業(AOKI+ORIHICA): 既存店売上高・客数・客単価推移

ガソリン高騰・食料品の値上げ等による、消費マインドの低迷、及び、天候与件等により、既存店売上高は前年を下回る



	07/10	07/11	07/12	08/1	08/2	08/3	08/4	08/5	08/6	08/7	08/8	08/9	上半期	08/10
既存店売上高 (%)	0.8	3.0	$\Delta 4.9$	0.6	2.0	5.0	0.3	$\Delta 2.0$	$\Delta 4.8$	1.6	0.2	$\Delta 3.9$	$\Delta 1.9$	$\Delta 6.9$
客数 (%)	$\Delta 3.4$	1.1	$\Delta 6.1$	$\Delta 0.4$	1.0	3.6	$\Delta 0.8$	3.1	$\Delta 4.6$	6.5	$\Delta 1.3$	$\Delta 3.3$	$\Delta 0.5$	$\Delta 3.0$
客単価 (%)	4.3	1.9	1.2	1.0	1.0	1.3	1.1	$\Delta 5.0$	$\Delta 0.2$	$\Delta 4.6$	1.5	$\Delta 0.6$	$\Delta 1.4$	$\Delta 4.0$
平年気温との差異(°C)(東京)	+0.8	+0.3	+0.6	+0.1	-0.6	+1.8	+0.3	-0.2	-0.5	+1.6	-0.3	+0.9	-	+1.2

# AOKI: 上期の取組み及び実績

チェーンストアとして原点回帰し、  
厳しいときこそお客様に当てにされるAOKIをアピール

## ■取組み

- ◆新規出店の成功及び出店エリア・出店形態の拡大
- ◆クールビズスタイルの提案強化
- ◆テレビCMを軸に、販促、売場作り、演出を統一した創業50周年セールの実施
- ◆スタイリスト制度の拡充による顧客満足度の向上と、固定客様の増加
- ◆業務改善活動の深耕による業務の効率化と人件費分配率の低下

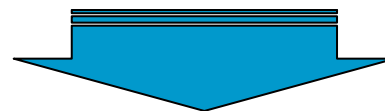


## ■実績

- ◆新規出店17店舗は、好調に推移(計画比 20%増)  
(九州3店舗...約2倍、駅ビル(ミーナ町田・大阪肥後橋...約1.5倍)
- ◆スラックス、ワイシャツ、シューズ、バッグ、ベルト等の小物の売上拡大(前年同期比10%前後増)
- ◆客数獲得には寄与したが、客単価ダウンにより売上高微減
- ◆スタイリストは全店で1,500名体制へ。  
2009/3月期には、全従業員の半数目標  
(効果としてお客様からのお褒めハガキ、毎週400~500通)
- ◆棚卸し業務を含めた業務効率化はアップしたが、今後の出店戦略を踏まえた新入社員の大幅増加により、人件費分配率は上昇(07/9月期32.9%⇒08/9月期35.5%)



AOKI春日(福岡)店



新入社員教育プログラムに、  
スタイリスト講座を導入。  
下半期以降、19店舗の新規出店への配属、  
及び、既存店のスタイリストとして  
売上高アップに大きく貢献

# ORIHICA: 上期の取組み及び実績

時代に合ったビジネス・ビジカジ商品企画の磨き上げと、  
販促企画の実行で、収益力を向上

## ■ 取組み

- ◆ 『着回し』を重視したビジネス・ビジカジ商品企画の強化
- ◆ レディースキャリア向け商品の品揃え強化
- ◆ プロトタイプ店舗改善の継続実施により「女性が入りやすい店舗」を追求
- ◆ お客様の満足度を高めるための「接客力強化」の取組み継続



## ■ 実績

- ◆ クールビズの浸透とビジカジ需要拡大で、シャツ・スラックス・シューズの売上拡大  
(前年同期比約20%増)
- ◆ セットアップ、シャツが20代OL、30代主婦の人気を集め、売上拡大(レディース売上高前年同期比約70%増)
- ◆ 女性の入店増加により、メンズのシャツ・カジュアル等の代理購入が増加
- ◆ スタイリスト制度の運用により、接客力アップ  
(一人当たりの買上点数2.90点、差異+0.23点)



ORIHICAミーナ町田店



# M/X: 上期の取組み及び実績

## 商品構成、及び、コスト構造の見直しにより、 新生M/Xに向けての改革を実施

### ■取組み

- ◆商品構成の徹底的な見直し
- ◆適正売場面積の基準の見直し
- ◆売上総利益率向上のためのオリジナル商品の開発
- ◆営業・人事・教育については、AOKIグループとのシナジーを追求し、基盤整備
- ◆不採算店舗の改廃



### ■実績

- ◆メンズ・レディス・キッズの商品構成の基準設定  
(商品構成:メンズ50%、レディス43%、キッズ7%)
- ◆ワンフロア 150坪を適正売場面積に設定
- ◆オリジナル商品「ENTRY」の開発(右下写真)  
オリジナル比率10%→35%が目標(11/3期まで)
- ◆AOKIの職位別ライセンス制度を参考に基盤作り、業務改善活動の継続により、業務の効率化を推進
- ◆閉店:上期1店舗  
下期1店舗(予定)



# 2009年3月期下期の方針

## ■ 今後の事業環境の変化に対する認識

### 市場・消費者の動向

- ◆ 世界的な金融不安による消費マインドの減退
- ◆ 必要な物かどうかを見極める目が厳しい消費者が増加
- ◆ 買物回数を減らし、トータルで安くなるようなまとめ買いの増加
- ◆ 円高による、商品コストの低下
- ◆ 「クールビズ」、「ウォームビズ」キャンペーンによる新しいスタイリングビジネスの拡大
- ◆ 紳士服洋品市場に占める専門店シェアは拡大予想  
(専門店シェア 2007年49.3%、2010年(予)50.3%、2015年(予)50.8%  
矢野経済研究所「繊維白書 2008」より)

### ファッションの動向

- ◆ 団塊ジュニアの職場における服装のカジュアル化(ビジカジスタイル)と細身スタイルの浸透、そして3つボタンスーツから2つボタンスーツへのニーズの拡大
- ◆ ミドル層(35~50歳)は、「高品質で買いやすい価格」へのニーズが更に高まる
- ◆ 団塊世代のライフスタイルシーンに合わせたビジカジ衣料のニーズの高まり

### 競合の動向

- ◆ 郊外型紳士服専門店の優勝劣敗の鮮明化
- ◆ レディス衣料の取り組み強化
- ◆ 高品質・高付加価値商品の開発
- ◆ ショッピングセンター・駅ビル向けの業態開発と出店
- ◆ ニューファミリー層に向けた新業態の開発

# AOKI: 下期の取組み(1)

お客様にとって厳しいときこそAOKIの出番と捉え、  
「時代にあった思い切った施策」を実行し、売上高・営業利益高を達成

## ◆商品・・・「高品質でお値打ち価格」

- < 団塊ジュニア＝ファッション > 「もてスリム」スーツの更なる充実、及び「もてコート」の展開拡大
- < ミドル層＝機能 > 「シャワーウォッシュスーツ」「デオドラントスーツ」等機能スーツの充実
- < 団塊世代＝スタイリング > 旅行ウェア(ジャケット)のビジカジウェアとしての着回し、トータルスタイリングの磨き上げ
- 各世代毎の核商品の価格政策の明確化

## ◆販促・・・「販促戦術の変化対応力アップ」

- 毎週の市場・お客様のお顔の変化に合わせた、翌週の販促対応を実施
- 現状の景況感に合った、大胆なセール企画の実施 例)新セットセール企画の実践・検証

## ◆営業・人事・教育・・・「販売力向上による現場力アップ」

- スタイリスト制度の深耕による、パートナー社員を含む全販売員のレベルアップ
- 世話人、店長、及び、パートナー社員全員が改善を継続できる体制づくり



シャワーウォッシュスーツ

# AOKI:下期の取組み(2)

お客様にとって厳しいときこそAOKIの出番と捉え、  
「時代にあった思い切った施策」を実行し、売上高・営業利益高を達成

## ◆店舗企画・開発・・・「投資回収5年以内、営業利益率10%以上の基準に合った出店の厳守」

- 九州出店の継続(熊本への初出店と、九州全店での「開店協賛セール」による大成功)
- 複合店舗の出店(AOKIとM/Xでの初出店と、大成功のためのプロトタイプ作り)
- 東京都区内に大型店出店(大田区千鳥町 売場面積250坪での出店)

## ◆経費・・・「分配率管理による経費コントロールカアップ」

- 人件費分配率・人時生産性向上のための、適正人員の明確化
- 費用対効果の検証による、効率的経費配分を実施
- 売上に寄与しない経費の大胆なカット



AOKIとM/Xの融合店舗  
(静岡県藤枝市)

# ORIHICA: 下期の取組み

将来の事業規模拡大に備えた人財育成と、  
プロタイプ改善の継続による収益力の向上

## ◆商品・・・「商品企画の更なる強化」

- 「着回し」を重視したビジネス、ビジカジ商品強化の継続  
(スーツ・シャツ・スラックス・シューズ・レディス全般)
- MDの改善(品番絞込み～奥行き)による機会損失の低減



## ◆販促・・・「適正な販促分配率へのコントロール」

- 費用対効果の高い販促媒体への集中による販促効率の向上  
(DM強化・チラシ維持・雑誌縮小)

## ◆店舗企画・開発・・・「標準化の磨き上げ」

- プロタイプ店舗の品揃え・売場の磨き上げ
- 店舗標準化へ向けた取組みの強化  
(レイアウト・VMDの店舗タイプ別の標準化、マニュアル作り、  
及び、バックヤードの標準化)\*VMD:ビジュアルマーチャンダイジング
- 下期5店舗の出店予定



仙台泉パークタウンタピオ店

## ◆営業・人事・教育・・・「グループシナジーを活かした教育制度確立」

- AOKIのノウハウを活かした、スタイリスト接客教育の強化
- 今後の出店加速に向けた、店舗マネジャー候補者の育成

# M/X: 下期の取組み

## オリジナル商品開発拡大による収益力拡大、及び、 多店舗化に向けた出店再開

### ◆商品・・・「商品部組織強化」

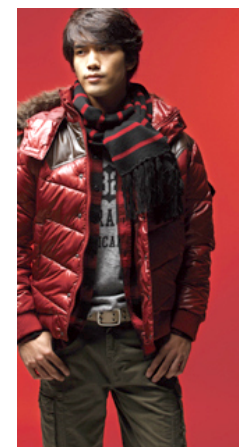
- オリジナル商品(ENTRY)開発拡大による、  
売上総利益率の改善  
＜メンズ＞春夏:Tシャツ・シャツ+秋冬:セーター・ブルゾン  
＜レディース＞春夏:チュニック・ジャケット+秋冬:ジャケット・コート
- M/XならではのスタイリングMDの構築

### ◆店舗企画・開発・・・「出店基準の明確化」

- 150坪のモデル店舗での出店再開
- AOKIとの複合店舗での出店と検証
- ドミナント出店による多店舗化の再開  
⇒新規出店5店舗(年間)

### ◆営業・人事・教育・・・「多店舗化に向けた体制作り」

- 新卒の積極採用と店舗人財の育成
- M/Xのライセンス制度確立による、店長の能力向上
- 店舗業務の改善による人時生産性の向上  
(売場作り・レイアウト・POP取り付けの簡素化等の新店での検証と既存店への波及)



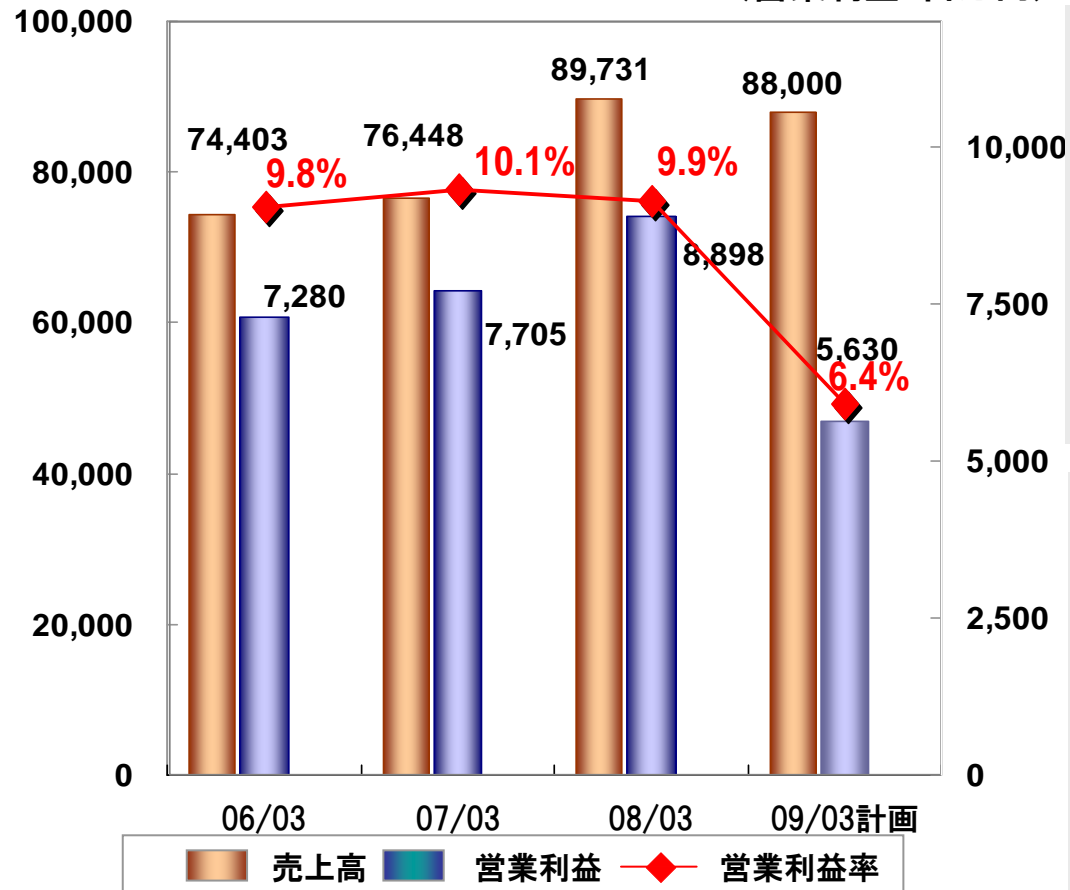
M/X穂高店

# 通期の収益見通し

既存店売上高の減少、及び、  
先行投資による経費増加により、減収減益を予測

(売上高:百万円)

(営業利益:百万円)



## ■売上高: 前年同期比 98.1%

- ◆ AOKI、ORIHICA売上高: 前年同期比100.8%  
AOKI:30店舗⇒36店舗予定(上期:17、下期:19)  
ORIHICA:6店舗予定(上期:1、下期:5)
- 既存店売上高: 前年同期比95.4%
- 当初下期計画100.0%⇒修正計画93.5%
- ◆ M/X売上高 大幅減
- 前年下期の大型セールによる反動
- 期末店舗数: 37店舗(08/3期末34店舗)

## ■営業利益: 前年同期比 63.3%

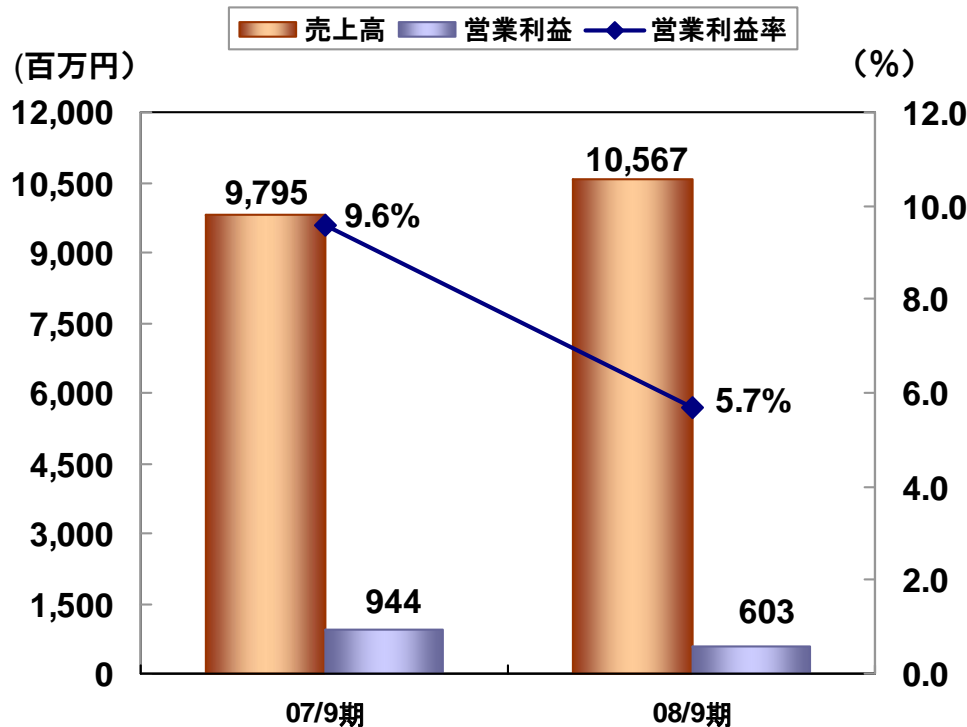
- ◆ 売上総利益高: 前年同期比98.1%
- 景況感に伴う重衣料苦戦による、売上総利益率の当初計画に対しての低下 当初年間58.5%⇒修正計画57.5%
- ◆ 販売管理費 前年同期比105.3%
- 新規エリア、新形態へのチャレンジ等の新規出店に伴う経費の増加
- 新規出店、及び既存店接客力向上のための人件費の増加
- 創業50周年記念に伴う販促費、イベント費用の増加

# **アニヴェルセル・ブライダル事業**

---

**2009年3月期第2四半期業績と通期の見通し**

# 人財育成と既存店の磨き上げを実施



(単位:百万円)

	08/9期		
		前年同期比%	売上比%
売上高	10,567	107.9	100.0
売上総利益	2,749	101.9	26.0
販売管理費	2,145	122.3	20.3
営業利益	603	64.0	5.7



## 2009年3月期上期業績

■ **売上高: 前年同期比 107.9%**

◆ 前期出店(江坂、白壁、アニヴェルセル表参道3階)による増収

■ **営業利益: 前年同期比 64.0%**

◆ 株式交換に伴うのれん償却額182百万円の計上

◆ 次期出店を見据えた人財育成の強化

◆ 2店舗(大宮、福岡)のリニューアルによる経費増加



パーティーレ大宮ウエディングビレッジフランス館

## 分析指標

	2008/9期	2007/9期	差	前年同期比
期末店舗数	12店舗	11店舗	+1店舗	109.1%
期末会場数	32会場	29会場	+3会場	110.3%
施行組数	2,533組	2,360組	+173組	107.3%
稼働率	68.2%	75.2%	△7.0ポイント	90.7%
平均組単価	3,956千円	3,907千円	+49千円	101.3%
<b>&lt;既存店&gt;</b>				
施行組数	2,204組	2,345組	△141組	94.0%
稼働率	70.4%	75.8%	△5.4ポイント	92.9%
平均組単価	3,976千円	3,907千円	+69千円	101.8%

- ◆ 施行組数は、休日数が1日減少したこと、競合店舗の出店・リニューアルの影響により、前年同期に対し既存店で141組減少。
- ◆ 平均組単価は、商品提案力の強化(勉強会・ノウハウ共有)により前年同期に対し49千円増加。

# 受注回復への取り組み

既存店の受注は前年を上回るペースに回復

## ■施設の磨き上げ

### ◆3店舗リニューアル実施

上期:大宮店、福岡店

下期:アニヴェルセル表参道5階

### ◆魅力ある施設づくり

装飾・家具入れ替えによる

感動ポイントの創出

## ■地域性に合わせたプライス変更

## ■販促活動の強化

## ■新規獲得勉強会の継続実施

## ■人財育成の強化



## ■既存店受注獲得状況

(2008年9月末時点)

前年同期比

100.1%

## ■施行組数計画に対する受注状況

(2008年9月末時点)

93.9%

前年同期差+0.2ポイント

# 2009年3月期下期の方針

## ■今後の事業環境の変化に対する認識

### 市場・消費者の動向

- ◆ 挙式披露宴市場は約2兆円
- ◆ 婚姻件数は年間70万件台で推移
- ◆ 挙式披露宴に対するニーズの多様化、クオリティの追求

### ブライダル業界の動向

- ◆ ゲストハウスウエディングの2008年シェアは19.1%（ゼクシー結婚トレンド調査2008より）
- ◆ ホテル及び専門式場の大規模な改装、ゲストハウスへの進出
- ◆ 施設の売却や再生が多く行われ、勝ち組・負け組が明確化

### 競合の動向

- ◆ サービス力・商品提案力の向上へ向けた人財育成強化
- ◆ 競合出店対策としてリニューアルや修繕を強化
- ◆ 再生ビジネスへの進出

# 2009年3月期下期の計画

次期出店戦略に備えるための基盤整備として  
人財育成の強化と既存店の磨き上げの実施

## ■ 今後の戦略

- ◆ 既存店稼働率の維持向上
- ◆ 人財育成の強化
- ◆ AOKIグループのシナジー効果による店舗開発、経営効率化の追求

(単位:百万円)

	09/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	22,700	108.5	100.0
売上総利益	6,140	104.2	27.0
販売管理費	4,400	121.3	19.4
営業利益	1,740	76.7	7.7

\* 連結上の調整により(株)ラヴィス単体数値と差異があります

## ■ 2009年3月期計画

■ 売上高: 前年同期比 108.5%

- ◆ 前期出店による増収  
(江坂、白壁、アニヴェルセル表参道3階)

■ 営業利益: 前年同期比 76.7%

- ◆ 株式交換に伴うのれん償却額299百万円の計上
- ◆ 人財育成の強化による積極投資
- ◆ 3店舗のリニューアルに伴う経費増  
(大宮、福岡、アニヴェルセル表参道5F)



次期出店戦略の基盤を整備

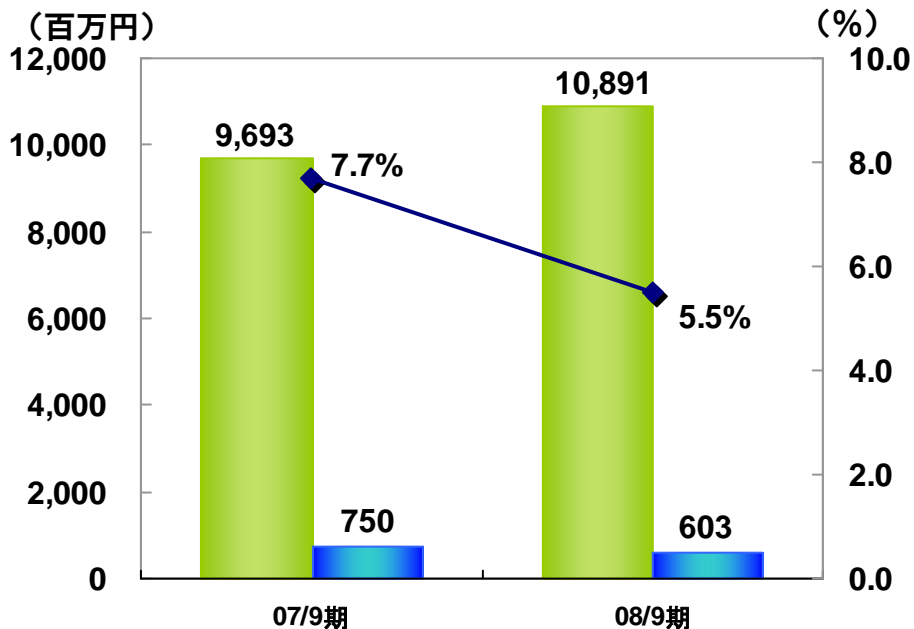
# エンターテイメント事業

---

2009年3月期第2四半期業績と通期の見通し

# 新規出店、前期出店が寄与し増収、のれん償却額の増加により減益

売上高 営業利益 営業利益率



(単位:百万円)

	08/9期		
		前年同期比%	売上比%
売上高	10,891	112.4	100.0
売上総利益	1,833	109.5	16.8
販売管理費	1,230	133.2	11.3
営業利益	603	80.3	5.5
期末店舗数	220		

\*連結上の調整があるため(株)ヴァリック単体とに差があります



## 2009年3月期上期業績

### ■売上高: 前年同期比 112.4%

- ◆ 新規出店18店舗(カラオケ「コート・ダジュール」8、複合カフェ「快活CLUB」等 10)
- ◆ 前期出店29店舗(コート・ダジュール 11、快活CLUB 18)が寄与
- ◆ 既存店の増収  
カラオケ :+0.5%  
複合カフェ:+0.9%

### ■営業利益: 前年同期比 80.3%

- ◆ 株式交換に伴うのれん償却額151百万円の計上
- ◆ 既存店の好調及び前期出店分の寄与
- ◆ 効率的な店舗リニューアルの実施

# 分析指標

(単位:百万円、%)

		2008/9期	2007/9期	前期比
<b>カラオケルーム運営事業</b>				
売上高		6,066	5,389	112.6
既存店	ルーム売上構成比	53.2	54.3	△1.3
	飲食売上構成比	45.7	44.6	+1.3
	その他売上構成比	1.1	1.1	±0.0
営業利益*1		487	463	105.1
既存店売上高		—	—	100.5
<b>複合カフェ運営事業</b>				
売上高		4,825	4,303	112.1
既存店 2 *	ブース売上構成比	84.8	85.5	△0.3
	飲食売上構成比	11.2	10.1	+0.9
	その他売上構成比	4.0	4.4	△0.6
営業利益*1		258	313	82.4
既存店売上高		—	—	100.9

\*1 (株)ヴァリック単体数字です \*2 複合カフェのみの実績となります

- ◆ カラオケ、複合カフェ事業とも既存店が増収と好調に推移
- ◆ カラオケ事業、新規出店8店舗(前期比+3)、全面改装を含むリニューアル14店舗、複合カフェ事業、新規出店10店舗(快活CLUB9店舗、フィットネス1店舗)、リニューアル7店舗実施による経費増

コート・ダジュール  
相模原星ヶ丘店 (08/4/11)



複合カフェ  
富山掛尾店 (08/8/28)



# 2009年3月期下期の方針

## ■今後の事業環境の変化に対する認識

### 市場・消費者の動向

- ◆経済先行き不透明感が増したことによる消費マインド低下。カラオケ・複合カフェ等身近なレジャー需要への成長期待
- ◆余暇の過ごし方における「個人化」の進行
- ◆団塊世代の利用による余暇市場増大のチャンス
- ◆カラオケ、複合カフェ市場に占める大手チェーン展開企業のシェア拡大、競争激化

### 各業界の動向

- ◆[カラオケ]消費マインドの低下による社会人利用減。青少年育成条例遵守、飲酒運転の激罰化による夜間利用客数の減少
- ◆[カラオケ]団塊世代、ファミリー、ヒトカラ(ひとりでカラオケ)等ご利用シーンの変化
- ◆[複合カフェ]風評被害(ネットカフェ難民、個室ビデオ店との混同)解消に向けた取組み実施
- ◆[複合カフェ]業界イメージ悪化及び大手FCチェーン展開企業の業績不振によるオーナーの不足

### 競合の動向

- ◆[カラオケ]駅前を中心とした新規出店の再開、リニューアル実施
- ◆[複合カフェ]新規出店速度の鈍化
- ◆青少年育成条例、消防法等各種法的規制への対応
- ◆タレントやキャラクターを起用したキャンペーン及びイベントの実施
- ◆携帯、Webを活用したプロモーションの強化

# 2009年3月期下期の計画

カラオケルーム運営事業と複合カフェ運営事業とのシナジー効果を最大限に発揮し、業態の進化と収益性向上に向けた基盤作りに注力

- 出店の施策
  - － カラオケ1店舗(11/21 浜松有楽街店)の出店計画
  - － 出店については市場予測、物件条件の吟味を徹底
  - － ドミナント化による知名度向上及び運営コスト効率化
  
- 食の強化
  - － カラオケの宴会(忘新年会、歓送迎会)需要取り込み、及びランチ利用等既存サービスによるリピート率アップ、新サービスの企画・開発による新規需要の掘り起こし
  - － 複合カフェの滞在時間を長くすること、及び食比率を高めることによる売上の底上げ
  
- 経営の効率化
  - － メニュー開発、食材仕入れ、備品購入等の一元化
  - － 運営ノウハウの共有による管理コストの削減

## 2009年3月期計画

■ **売上高: 前年同期比108.0%**

◆ 新規出店・前期出店店舗寄与による増収

■ **営業利益: 前年同期比65.8%**

◆ 株式交換に伴うのれん償却額302百万円の計上

(単位:百万円)

	09/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	21,600	108.0	100.0
売上総利益	3,365	102.5	15.6
販売管理費	2,432	130.3	11.3
営業利益	933	65.8	4.3
期末店舗数	219		

\* 連結上の調整により(株)ヴァリック単体数値と差異があります

# 補足資料

---

# 2009年3月期第2四半期 連結営業実績

(単位:百万円)

	08/9期実績	百分比(%)	08/9期計画	百分比(%)	07/9期実績	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売上高	58,803	100.0	59,250	100.0	57,063	100.0	1,740	103.0
ファッション	37,343	100.0	38,060	100.0	37,573	100.0	△229	99.4
アニヴェルセル・ブライダル	10,567	100.0	10,490	100.0	9,795	100.0	772	107.9
エンターテイメント	10,891	100.0	10,700	100.0	9,693	100.0	1,198	112.4
売上総利益	26,091	44.4	26,570	44.8	25,781	45.2	310	101.2
ファッション	21,472	57.5	22,060	58.0	21,393	56.9	79	100.4
アニヴェルセル・ブライダル	2,749	26.0	2,740	26.1	2,698	27.6	50	101.9
エンターテイメント	1,833	16.8	1,770	16.5	1,674	17.3	158	109.5
販売管理費	24,945	42.4	24,940	42.1	22,543	39.5	2,401	110.7
ファッション	21,452	57.4	21,175	55.6	19,819	52.7	1,633	108.2
アニヴェルセル・ブライダル	2,145	20.3	2,229	21.2	1,754	17.9	390	122.3
エンターテイメント	1,230	11.3	1,268	11.9	924	9.5	306	133.2
営業利益	1,145	1.9	1,630	2.5	3,237	5.7	△2,091	35.4
ファッション	19	0.1	885	1.3	1,573	4.2	△1,554	1.2
アニヴェルセル・ブライダル	603	5.7	510	4.9	944	9.6	△340	64.0
エンターテイメント	603	5.5	502	4.7	750	7.7	△147	80.3
経常利益	1,616	2.7	2,000	3.4	3,547	6.2	△1,930	45.6
当期純利益	121	0.2	740	1.2	1,470	2.6	△1,349	8.2
1株当たり 当期純利益	2.63	-	15.93	-	32.71	-	△30.08	-
期末発行済株式総数	46,500千株	-	46,466千株	-	45,064千株	-	1,435千株	-

(注) 1. 1株当たり当期純利益は、自己株式を除く期中平均株式数で除して算出しております。

2. 記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。(以下同様)

# 2009年3月期第2四半期 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位:百万円、%)

	08/9期実績								07/9期実績			
	全社		ファッション		アニヴェルセル・ブライダル		エンターテイメント		全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント
	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比						
広告宣伝費	3,655	112.0	2,867	105.9	613	136.4	122	120.3	3,264	2,706	449	101
人件費	9,457	111.5	7,519	102.0	458	90.6	637	118.8	8,482	7,375	506	537
賃借料	5,009	106.3	4,914	105.7	22	137.8	50	110.7	4,712	4,647	16	45
減価償却費	1,351	116.5	1,069	98.1	55	92.7	7	115.2	1,160	1,090	60	6

(注)1 全社はその他事業やセグメント間の取引が相殺されているため、各セグメントの合計とは一致いたしません。

(注)2 08/9期実績の全社には、AOKIホールディングスの費用が含まれております。

# 2009年3月期通期 連結業績見通し

(単位:百万円、%)

	09/3期計画	百分比(%)	08/3期実績	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売上高	132,300	100.0	130,653	100.0	1,646	101.3
ファッション	88,000	100.0	89,731	100.0	△1,731	98.1
アニヴェルセル・プライダル	22,700	100.0	20,923	100.0	1,776	108.5
エンターテイメント	21,600	100.0	19,997	100.0	1,602	108.0
売上総利益	60,200	45.5	60,819	46.5	△619	99.0
ファッション	50,630	57.5	51,615	57.5	△985	98.1
アニヴェルセル・プライダル	6,140	27.0	5,894	28.2	245	104.2
エンターテイメント	3,365	15.6	3,284	16.4	80	102.5
販売管理費	51,900	39.2	48,257	36.9	3,642	107.5
ファッション	45,000	51.1	42,716	47.6	2,283	105.3
アニヴェルセル・プライダル	4,400	19.4	3,626	17.3	773	121.3
エンターテイメント	2,432	11.3	1,866	9.3	565	130.3
営業利益	8,300	6.3	12,561	9.6	△4,261	66.1
ファッション	5,630	6.4	8,898	9.9	△3,268	63.3
アニヴェルセル・プライダル	1,740	7.7	2,268	10.8	△528	76.7
エンターテイメント	933	4.3	1,417	7.1	△484	65.8
経常利益	9,000	6.8	13,031	10.0	△4,031	69.1
当期純利益	3,000	2.3	5,595	4.3	△2,595	53.6
1株当たり 当期純利益	64.52	-	124.66	-	△60.14	-
期末発行済株式総数	46,500千株	-	44,099千株	-	2,401千株	-

(注) 1株当たり当期純利益は、自己株式を除く期中平均株式数で除して算出しております。

# 2009年3月期通期 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位:百万円、%)

	09/3期計画								08/3期実績			
	全社		ファッション		アニヴェルセル・ブライダル		エンターテイメント		全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント
		前期比		前期比		前期比		前期比				
広告宣伝費	9,092	108.9	7,505	102.0	1,242	166.3	235	102.2	8,352	7,357	747	230
人件費	18,889	108.3	15,029	98.0	930	93.8	1,260	118.9	17,435	15,340	992	1,060
賃借料	10,319	107.3	10,115	106.7	53	117.8	109	128.2	9,618	9,483	45	85
減価償却費	2,891	115.9	2,323	95.1	120	100.8	18	150.0	2,495	2,443	119	12

(注)1 全社はその他事業やセグメント間の取引が相殺されているため、各セグメントの合計とは一致いたしません。

(注)2 09/3期計画の全社には、AOKIホールディングスの費用が含まれております。

# 【ご参考：ファッション事業 2009年3月期第二四半期実績】

## (1)ファッション事業(AOKI、ORIHICA)の既存店増収率

(単位：%)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上半期	下半期	通期
09/3期	0.3	△2.0	△4.8	1.6	0.2	△3.9	△1.9		
08/3期	3.3	1.7	1.5	△3.1	5.1	6.4	1.8	0.6	1.1

## (2)ファッション事業(AOKI、ORIHICA)既存店の客数・客単価

(単位：%)

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	上半期	下半期	通期
客数	09/3期	△0.8	3.1	△4.6	6.5	△1.3	△3.3	△0.5		
	08/3期	2.1	△6.8	△2.5	△9.3	1.2	0.6	△3.1	△0.8	△1.8
客単価	09/3期	1.1	△5.0	△0.2	△4.6	1.5	△0.6	△1.4		
	08/3期	1.1	9.1	4.1	6.9	3.9	5.8	5.1	1.5	2.9

## (3)ファッション事業(AOKI、ORIHICA)スーツの販売数量と単価

(単位：万着、千円、%)

		上半期	前期比	下半期	前期比	通期	前期比
販売着数	09/3期	55.2	104.2				
	08/3期	53.0	109.6	75.0	104.7	128.0	106.7
販売単価	09/3期	24.3	97.2				
	08/3期	25.0	101.6	24.6	102.1	24.8	102.1

(4)ファッション事業(AOKI、ORIHICA、M/X)の商品別売上状況

(単位:百万円)

	08/9期 実績	(%) 百分比	08/9期 計画	(%) 百分比	07/9期 実績	(%) 百分比	対前年増減	(%) 対比
重衣料	18,112	48.5	18,260	48.0	17,939	47.7	173	101.0
中衣料	4,025	10.8	4,270	11.2	4,168	11.1	△142	96.6
軽衣料	14,268	38.2	14,590	38.3	14,584	38.8	△315	97.8
その他	936	2.5	940	2.5	881	2.3	55	106.2
計	37,343	100.0	38,060	100.0	37,573	100.0	△229	99.4

(5) ファッション事業(AOKI、ORIHICA、M/X)期中平均売場面積の推移

(単位:m<sup>2</sup>)

08/9期	07/9期	対前期増減	対比(%)
280,738	264,396	16,342	106.2

## (6) ファッション事業(AOKI、ORIHICA、M/X)の都道府県別店舗数の推移

(単位:店)

	08/9期			08/3期
	出店数	退店数	期末店舗数	期末店舗数
北海道	3	0	13	10
岩手県	0	0	2	2
宮城県	1	0	6	5
福島県	1	0	6(1/0)	5(1/0)
茨城県	1	0	18(1/2)	17(1/2)
栃木県	0	0	8(1/0)	8(1/0)
群馬県	0	0	11(0/3)	11(0/3)
埼玉県	0	1(0/1)	52(4/2)	53(4/3)
千葉県	0	0	46(7/0)	46(7/0)
東京都	2(1/0)	0	59(8/2)	57(7/2)
神奈川県	2	0	46(6/1)	44(6/1)
新潟県	0	0	8(1/0)	8(1/0)
富山県	0	0	7	7
石川県	0	0	7	7
福井県	0	0	2	2
山梨県	0	0	8(0/3)	8(0/3)
長野県	1	1	31(0/9)	31(0/9)
静岡県	0	0	27(0/10)	27(0/10)
岐阜県	1	0	6	5
愛知県	1	0	43(2/1)	42(2/1)
三重県	0	0	10	10
滋賀県	1	0	4	3
京都府	0	0	2	2
大阪府	1	0	26(3/0)	25(3/0)
兵庫県	0	0	13(4/0)	13(4/0)
奈良県	0	0	1	1
広島県	0	0	3	3
福岡県	3	0	3	0
合計	18(1/0)	2(0/1)	468(38/33)	452(37/34)

(注) ( )内書きはORIHICA、M/Xを表示しております。

# 【ご参考：ファッション事業 2009年3月期通期計画】

## (1)ファッション事業(AOKI、ORIHICA)の既存店増収率

(単位:%)

	上半期実績	下半期	通期
09/3期(計画)	Δ1.9	Δ6.5	Δ4.6
08/3期	1.8	0.6	1.1

## (2)ファッション事業(AOKI、ORIHICA)の客数・客単価の増加率(既存店) (単位:%)

		上半期実績	下半期	通期
客数	09/3期(計画)	Δ0.5	Δ3.1	Δ2.0
	08/3期	Δ3.1	Δ0.8	Δ1.8
客単価	09/3期(計画)	Δ1.4	Δ3.5	Δ2.6
	08/3期	5.1	1.5	2.9

### (3) ファッション事業(AOKI、ORIHICA、M/X)の商品別売上計画

(単位:百万円)

	09/3期 計画	(%) 百分比	08/3期 実績	(%) 百分比	対前年増減	(%) 対比
重衣料	44,300	50.3	44,698	49.8	△398	99.1
中衣料	7,250	8.2	7,606	8.5	△356	95.3
軽衣料	34,550	39.3	35,495	39.6	△945	97.3
その他	1,900	2.2	1,931	2.2	△31	98.4
計	88,000	100.0	89,731	100.0	△1,731	98.1