



2008年3月期 決算説明会

2008年5月21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



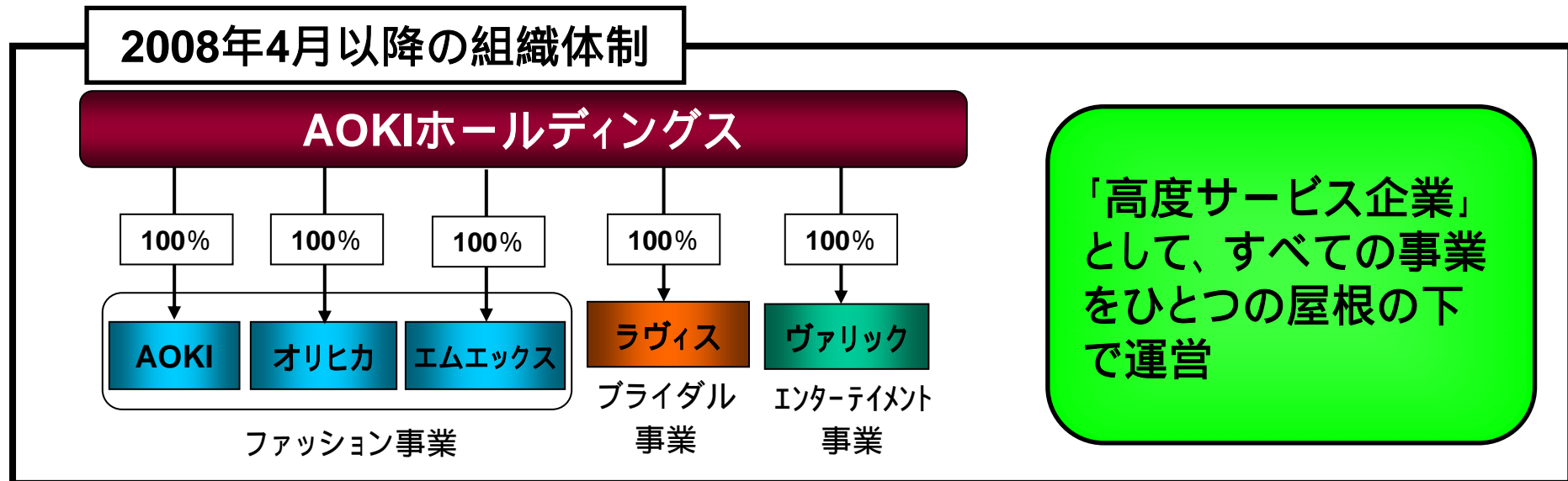
目次

AOKIグループの現状と今後の経営方針	3	M/X: 2009年3月期の取組み	27
グループ再編について	4	2009年3月期の収益見通し	28
各事業の中期経営方針	5	アニヴェルセル・プライダル事業—実績と見通し	29
2008年3月期通期業績の概要	6	2008年3月期業績概要	30
2008年3月期連結決算報	7	分析指標	31
連結損益の状況	8	2009年3月期の方針	32
事業別売上高・営業利益実績	9	2009年3月期業績見通し	33
連結貸借対照表の主な増減科目	10	インターネット事業—実績と見通し	34
連結キャッシュ・フロー計算書	11	2008年3月期業績概要	35
出退店実績	12	分析指標	36
2009年3月期通期業績予想	13	2009年3月期の方針	37
連結損益の見通し	14	2009年3月期業績見通し	38
事業別売上高・営業利益見通し	15	補足資料	39
出退店の見通し	16	2008年3月期 連結営業実績	40
ファッション事業—実績と見通し	17	2008年3月期 販売費及び一般管理費の主な内訳	41
2008年3月期通期の実績	18	2009年3月期 連結業績見通し	42
既存店売上高・客数・客単価推移	19	2009年3月期計画 販売費及び一般管理費の主な内訳	43
AOKI: 2008年3月期の取組み及び実績	20	ご参考: ファッション事業 2008年3月期 実績	44
ORIHICA: 2008年3月期の取組み及び実績	21	ご参考: ファッション事業 2009年3月期 計画	47
M/X: 2008年3月期の取組み及び実績	22		
2009年3月期の方針	23		
AOKI: 2009年3月期の取組み	24		
ORIHICA: 2009年3月期の取組み	26		

AOKIグループの現状と 今後の経営方針

グループ再編について：2008年4月から純粋持株会社に

- 株式会社AOKIホールディングスは2008年4月1日を以って、連結子会社である(株)ラヴィス、及び、(株)ヴァリックを完全子会社化し、同時に「AOKI」と「オリヒカ」を新設分割することによって各事業子会社を100%保有する純粋持株会社に移行しました。
- 本資料では、2008年3月31日までの従来体制におけるグループ業績の状況をご報告するとともに、今2008年度の新体制における事業計画について説明させていただきます。このため、前2007年度のアニヴェルセル・ブライダル、及びエンターテイメント事業の業績については、従来どおりに(株)AOKIホールディングスの連結数字に基づいた数値でご報告いたします。(株)ラヴィス、及び(株)ヴァリックの単体業績数値につきましては、別添の各社財務諸表をご参照いただけますようお願いいたします。



各事業の中期経営方針

■ ファッション事業

◆ AOKI

- 首都圏、中京圏、関西圏を最重要エリアとし、年間**30**店舗前後の新規出店を継続
- 既存店売上高の安定化
 - 重衣料(スーツ・礼服)の販売強化による売上高・売上総利益高の拡大
 - 品種毎の核商品開発とスタイリング提案の強化による客単価アップ
 - スタイリスト制度の深耕による固定客化、及び客単価アップと安定した人時生産性を確保し続けられる人財の育成

◆ ORIHICA

- 優良**SC**への堅実出店を継続しながら、プロトタイプの磨き上げと着回しを追求(商品・店舗・接客)することによって独自の強みを獲得し、既存店売上高の安定化を図る
- 販促費、人件費の経費構造を見直し、営業利益率**10%**以上が継続して達成できる仕組みを確立する

◆ M/X

- プロトタイプの構築、オリジナル商品開発による売上総利益高の確保
- ドミナント出店による多店舗化、人財教育により**100**店舗達成のための基盤作り

■ アニヴェルセル・ブライダル事業

- ◆ 独自の研修プログラムに基づく、高度なスキルと高いサービスマインドを持つ人財育成を実施
- ◆ 既存店の磨き上げと関東、関西、中部エリアへの安定的出店
- ◆ グループのシナジー効果を活かした店舗開発・経営効率化の追求

■ エンターテインメント事業

- ◆ 成功事例に基づく重点エリアへの新規出店の継続
- ◆ 事業間のシナジー効果を最大限に発揮し、経営基盤を強化する
- ◆ 安定成長及び経営基盤の強化を遂行する優秀な人財の採用と教育

2008年3月期通期 業績の概要

2008年3月期連結決算報告

ファッション事業が業績を牽引：
売上高、営業利益、経常利益、当期純利益で過去最高を更新

■ファッション事業

◆AOKI

- 商品・販促策がトータルに奏効、収益上ぶれ
- 出店はほぼ計画通りの28店

◆ORIHICA

- 計画通りの6店舗出店と不採算店4店舗の撤退

◆M/X

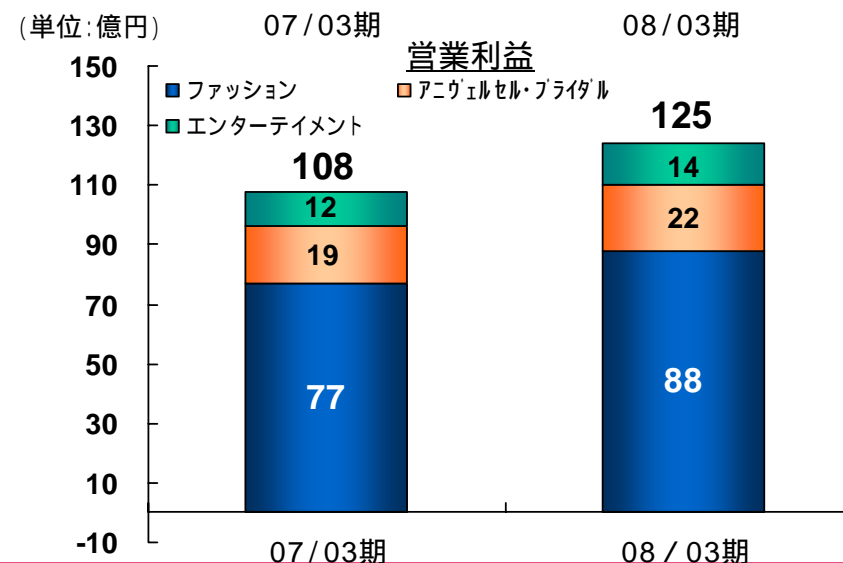
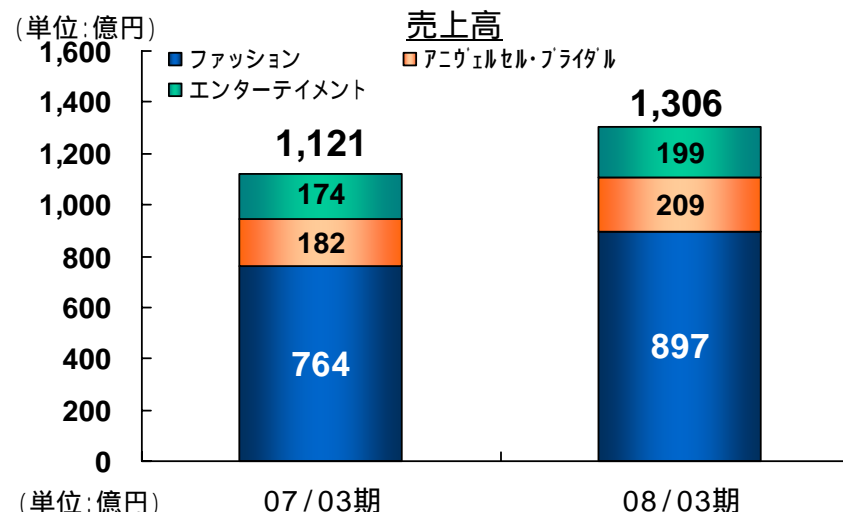
- 2店舗の出店と、不採算店9店舗の撤退

■アニヴェルセル・ブライダル事業

- ◆売上高は計画を上回る前期比114.4%に
- ◆2店舗の新規出店

■エンターテイメント事業

- ◆将来収益への投資、積極的出店の継続
 - カラオケ事業：コート・ダジュール 11店出店
 - 複合カフェ事業：快活CLUB 18店出店

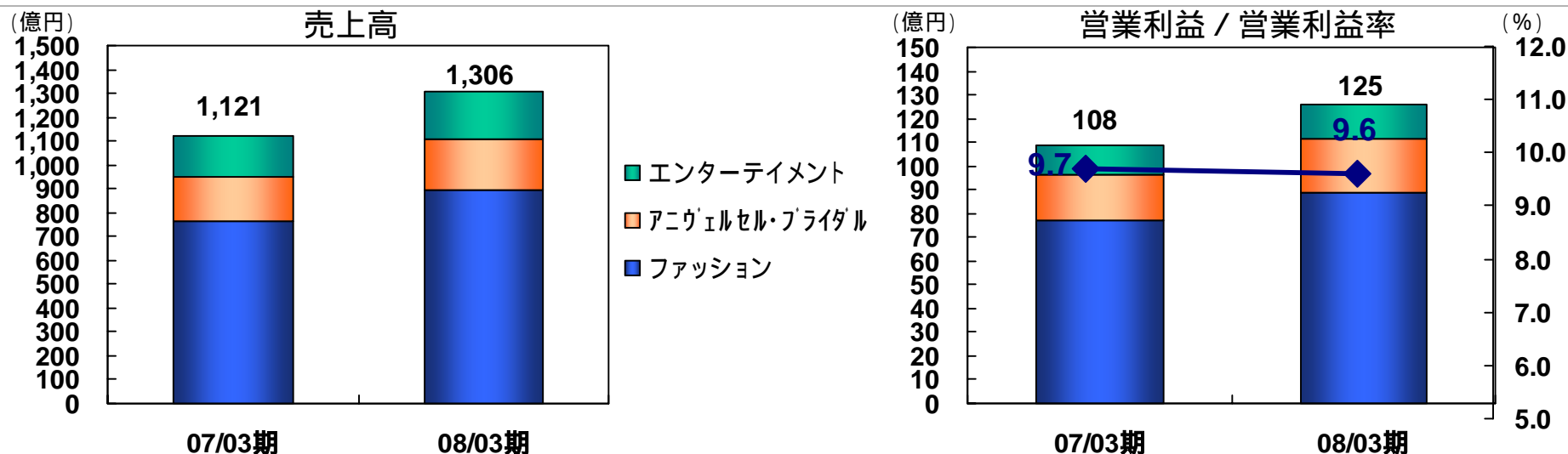


連結損益の状況

(単位:百万円)

科目 / 期別	08/3期	07/3期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	130,653	112,143	18,510	116.5	各業態の新規出店と(株)エムエックスの新規連結による増加
売上総利益 売上総利益率	60,819 46.5%	51,730 46.1%	9,088 +0.4ポイント	117.6	重衣料が好調に販売できたことによるAOKI、ORIHICAの改善1.4ポイント
販売費・一般管理費	48,257	40,841	7,416	118.2	売上高の増減要因と同様
営業利益 営業利益率	12,561 9.6%	10,889 9.7%	1,671 0.1ポイント	115.4	
営業外収益	2,187	2,685	497	81.5	取引先からの物流センター使用料を売上原価と相殺する処理に変更
営業外費用	1,717	1,825	107	94.1	転貸店舗の減少
経常利益	13,031	11,749	1,281	110.9	
特別利益	263	168	95	156.5	子会社の新株予約権戻入益148百万円の増加
特別損失	2,414	1,575	838	153.2	減損損失の増加890百万円
当期純利益	5,595	5,151	443	108.6	

事業別売上高・営業利益実績



[事業別売上高]

(単位: 百万円)

事業	08/3期	07/3期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	130,653	112,143	18,510	116.5	
ファッション	89,731	76,448	13,282	117.4	エムエックスの新規連結と新規出店34店舗
アニヴェルセル・ブライダル	20,923	18,291	2,632	114.4	新規出店2店舗
エンターテイメント	19,997	17,403	2,594	114.9	新規出店29店舗

[事業別営業利益]

(単位: 百万円)

事業	08/3期	07/3期	増減	対比 (%)
計	12,561	10,889	1,671	115.4
ファッション	8,898	7,705	1,193	115.5
アニヴェルセル・ブライダル	2,268	1,938	330	117.0
エンターテイメント	1,417	1,239	178	114.4

連結貸借対照表の主な増減科目

(単位:百万円)

科目 / 期別	08/3期	07/3期	増減	主な増減要因
流動資産	42,420	42,309	111	
現金・預金	17,454	19,062	1,608	
たな卸資産	15,124	14,599	524	エムエックスの増加とAOKIの減少
固定資産	110,098	103,447	6,650	
有形固定資産	72,432	67,692	4,739	新規出店による増加、エムエックスの増加
無形固定資産	4,041	4,025	16	
投資その他の資産	33,624	31,728	1,895	新規出店による保証金、敷金の増加
資産合計	152,519	145,756	6,762	
流動負債	35,036	29,056	5,979	
支払手形・買掛金	14,759	11,911	2,848	エムエックスの増加と仕入高増加に伴う増加
固定負債	22,977	25,026	2,048	
社債・借入金	14,337	16,393	2,055	定期返済による減少
負債合計	58,014	54,083	3,930	
資本金	23,282	23,282	-	
資本剰余金	22,748	22,586	162	
利益剰余金	51,397	47,149	4,247	当期純利益による増加
自己株式	5,968	4,490	1,478	当社における自己株式取得100万株
その他有価証券評価差額金	472	1,075	602	
新株予約権	267	149	117	
少数株主持分	2,303	1,919	384	
純資産合計	94,504	91,673	2,831	
負債純資産合計	152,519	145,756	6,762	

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目 / 期別	08/3期	07/3期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	15,428	7,311	8,116	前期における一部買掛金支払方法の変更と法人税等の支払額の増加によるもの
投資活動による キャッシュ・フロー	12,608	10,509	2,099	新規出店の増加による有形固定資産及び保証金敷金の支払額の増加
財務活動による キャッシュ・フロー	4,428	2,148	2,280	長期借入金の返済額及び自己株式取得の増加により支出の増加
現金及び現金同等物の 増減額	1,608	5,346	3,737	
期首残高	18,862	24,113	5,251	
新規連結に伴う現金及び 現金同等物の増加額	-	94	94	
期末残高	17,254	18,862	1,608	

出退店実績

(単位:店、百万円)

店舗名	セグメント	08/3期			07/3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	381	28	4	357	19	4
ORIHICA	ファッション	37	6	4	35	15	1
M/X	ファッション	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	2	-	10	3	1
コート・ダジュール	エンターテイメント	103	11	-	92	4	1
快活CLUB他	エンターテイメント	103	18	4	89	26	1
合 計		670	67	21	583	67	8
設 備 投 資 額		11,406			9,257		

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: 08/3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
07/3期 ファッション 4,649、アニヴェルセル・ブライダル 2,655、エンターテイメント 1,952

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	136,850	130,653	6,196	104.7	新規出店59店舗による増加
売上総利益 売上総利益率	63,910 46.7%	60,819 46.5%	3,090 +0.2ポイント	105.1	ファッション事業が改善
販売費・一般管理費	51,310	48,257	3,052	106.3	のれんの増加547百万円
営業利益 営業利益率	12,600 9.2%	12,561 9.6%	38 0.4ポイント	100.3	のれんの増加 0.4ポイント
営業外収益	2,100	2,187	88	96.0	
営業外費用	1,400	1,717	318	81.5	転貸店舗の減少及び08/3期のグループ再編関係費用の減少
経常利益	13,300	13,031	268	102.1	
特別利益	-	263	263	-	
特別損失	1,600	2,414	815	66.3	減損損失の減少
当期純利益	6,100	5,595	504	109.0	

前提条件

- ◆設備投資額: 8,100百万円 (ファッション5,058百万円 アニヴェルセル・ブライダル 1,222百万円 エンターテイメント 1,623百万円)
- ◆減価償却額: 4,500百万円
- ◆ファッション既存店売上高伸び率 上期 1.7% 下期 0.0% 通期 0.7%

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	136,850	130,653	6,196	104.7
ファッション	91,950	89,731	2,218	102.5
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	22,200	19,997	2,202	111.0

[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	12,600	12,561	38	100.3
ファッション	9,499	8,898	600	106.7
アニヴェルセル・ブライダル	1,981	2,268	286	87.4
エンターテイメント	1,372	1,417	45	96.8

(注)上記アニヴェルセル・ブライダル事業及びエンターテイメント事業には、のれん償却額がそれぞれ238百万円及び308百万円含まれます

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	410	30	1	381	28	4
ORIHICA	ファッション	43	6	-	37	6	4
M/X	ファッション	36	4	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	8	3	103	11	-
快活CLUB他	エンターテイメント	114	11	-	103	18	4
合 計		723	59	6	670	67	21
設 備 投 資 額		8,100			11,406		

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 5,058、アニヴェルセル・ブライダル 1,222、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

2008年3月期実績と2009年3月期の見通し

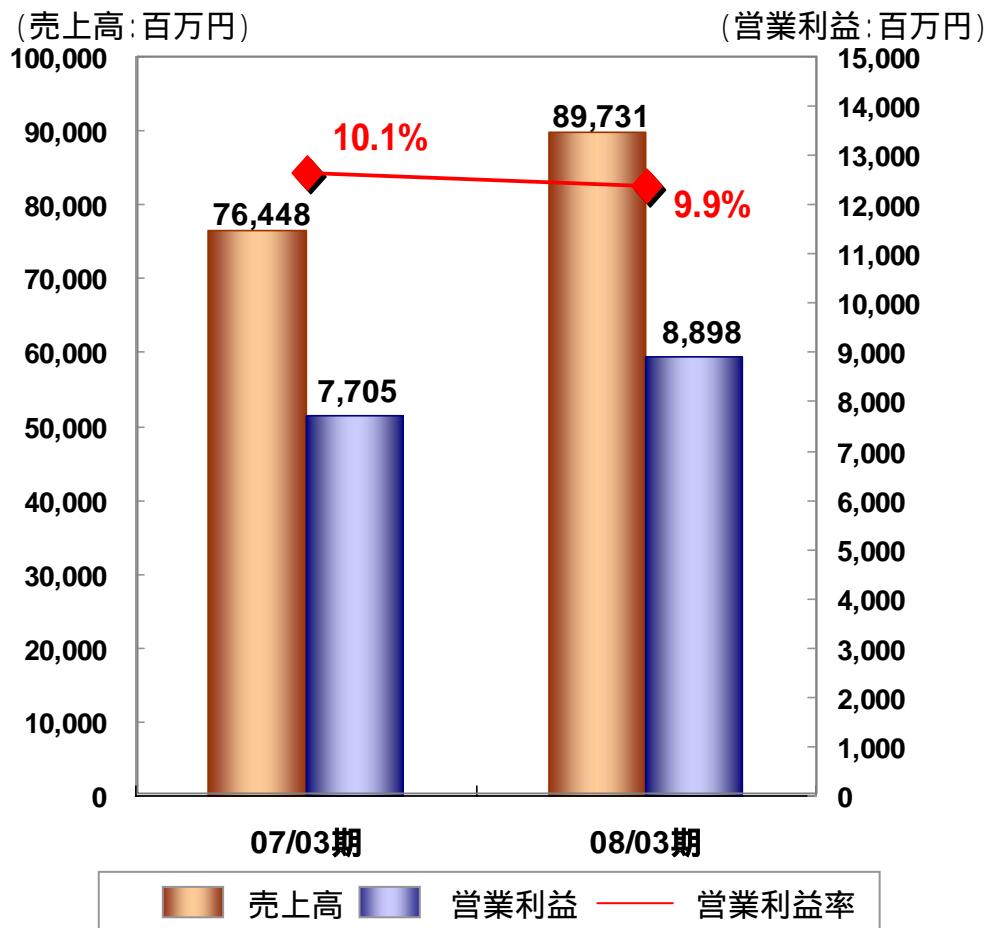
ファッション事業：**AOKI+ORIHICA**

+株式会社エムエックス

(2007/2/21 ~ 2008/3/31の13ヶ月11日分)

2008年3月期通期の実績

新店、並びに既存店も好調に推移し、売上、利益共に計画を上回る



■ 売上高: 前期比 117.4%

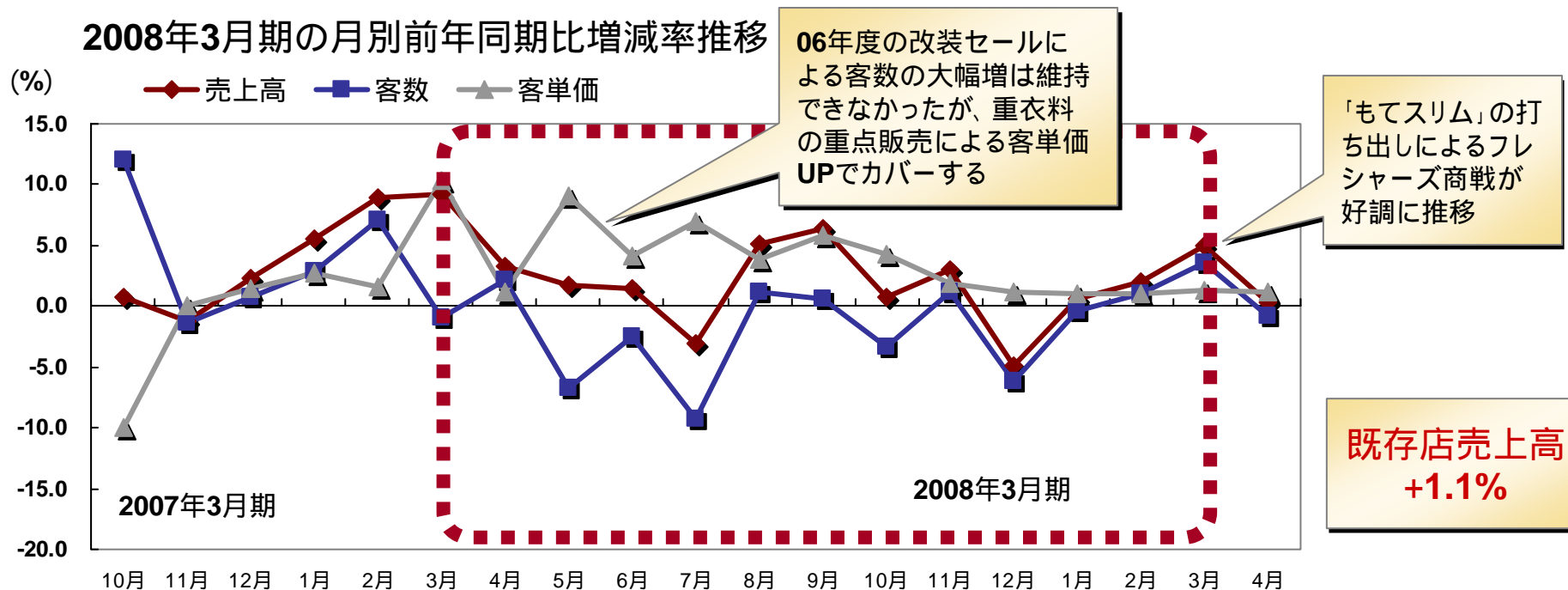
- ◆ 既存店 (AOKI、ORIHICA) の増収 +1.1% (計画: +0.1%)
 - ・スーツ、礼服、コートなど重衣料の好調
- ◆ AOKI期末店舗数: 381店 (07/3期末357店舗)
 - ・出店 28店舗、退店 4店舗、
リニューアル・看板変更実施 150店舗
- ◆ ORIHICA期末店舗数: 37店 (07/3期末35店舗)
 - ・出店 6店舗、退店 4店舗
- ◆ エムエックス (13ヶ月11日分) の寄与
期末店舗数: 34店舗

■ 営業利益: 前期比115.5%

- ◆ 売上総利益高: 前期比118.6%
 - ・スーツ、礼服の売上拡大による売上総利益率・高のアップ
(売上総利益率: 56.9% 57.5%)
- ◆ 販売管理費: 前期比 119.3%
 - ・新規出店に伴う販促費・人件費が増加
 - ・AOKIのロゴ変更・店舗改装に伴う経費増加

既存店売上高・客数・客単価推移 (AOKI, ORIHICA)

重衣料の積極的販売により、客数のダウン分を客単価でカバーし、既存店売上高は前年をクリアー



	07/4	07/5	07/6	07/7	07/8	07/9	07/10	07/11	07/12	08/1	08/2	08/3	通期	08/4
既存店売上高 (%)	3.3	1.7	1.5	3.1	5.1	6.4	0.8	3.0	4.9	0.6	2.0	5.0	1.1	0.3
客数 (%)	2.1	6.8	2.5	9.3	1.2	0.6	3.4	1.1	6.1	0.4	1.0	3.6	1.8	0.8
客単価 (%)	1.1	9.1	4.1	6.9	3.9	5.8	4.3	1.9	1.2	1.0	1.0	1.3	2.9	1.1
平年気温との差異()(東京)	-0.7	+1.1	+1.4	-1.0	+1.9	+1.7	+0.8	+0.3	+0.6	+0.1	-0.6	+1.8	-	+0.3

AOKI: 2008年3月期の取組み及び実績

「あってよかったAOKI!!」顧客満足地域一番店の構築

■ 取組み

- ◆ 新規出店、及び改装セール店、そして既存店を含めたエリアマーケティングの実施
- ◆ 重中衣料のスタイリングでの商品開発と販売強化
- ◆ TVCFを軸に商品・販促・売場・販売まで連動したセール企画の実施
- ◆ 階層別教育体系の整備、確立
- ◆ 社内スタイリスト制度の拡充により、お客様のご満足度を追及
- ◆ 業務改革の深耕による、人時生産性の向上



■ 実績

- ◆ 新店28店舗の売上は計画通り推移
- ◆ スーツ・礼服の販売高が好調に推移
- ◆ 「もてスリム」シリーズ、「極上」シリーズ等、連動したセール企画の実施
- ◆ 店舗の階層別教育体系の整備を実施
- ◆ シルバーライセンス取得スタイリスト
08/3期:1,300名(07/3期:800名) 結果お客様からのおほめの件数が大幅増
- ◆ 人時生産性は前期に比べて+167円の改善

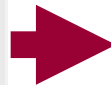


ORIHICA : 2008年3月期の取組み及び実績

AOKIとのシナジーを追求し、利益改善を実現

■ 取組み

- ◆商品企画・開発の体制強化
- ◆販促効果の向上とORIHICAの認知度アップ
- ◆プロトタイプの磨き上げの継続と堅実出店
- ◆AOKIとの教育研修制度共有による人財育成力の強化



■ 実績

- ◆物流・組織改革を含む商品企画・開発体制の更なる強化
- ◆ビジネス・ビジカジスタイルのコーディネート提案力強化による売上高・売上総利益率の大幅改善
- ◆費用対効果の高い販促媒体(ダイレクトメール)への集中による客数増加
- ◆注目度の高いSC中心への継続出店による認知度アップ
- ◆プロトタイプ店舗の改善継続
- ◆堅実出店の継続と同時に不採算店舗を閉鎖
出店数:6 退店数:4 期末店舗数:37
- ◆AOKIとの社内スタイリスト制度の共有によるスタッフの販売力向上



M/X: 2008年3月期の取組み及び実績

店舗統廃合を推進、プロトタイプ構築に着手し、 新生M/Xが始動

■ 取組み

- ◆ AOKIとのシナジーを追求
- ◆ プロトタイプの見直し
- ◆ 不採算店舗の閉店
- ◆ 新生M/Xの始動



■ 実績

- ◆ 経営理念の共有
- ◆ 両社プロジェクトメンバーによる課題対応と改善活動の積極的推進
- ◆ プロトタイプ作りのための実験と検証の実施
- ◆ 不採算店舗の閉店
(上期:3 下期:6 年間:9 期末店舗数:34)
- ◆ 08/3/1付けで商号を株式会社マルフルから株式会社エムエックスに変更(社名と店舗名を一致)
- ◆ 看板及び店内外サインの変更
- ◆ 「創業72年さようならセール」「新生M/X誕生セール」による集客効果



『Meet the Exciting Style』

ワクワク感、ドキドキ感、常に新しい発見のある(進化し続ける)ショップをめざす



2009年3月期の方針

■今後の事業環境の変化に対する認識

市場・ 消費者の 動向	<ul style="list-style-type: none">◆ 所得間格差の広がり◆ 原材料費、ガソリン代や食料品の値上げによる消費マインドの低下が懸念材料◆ 「お値打ち感」「セール感」が集客のポイント◆ 団塊世代に向けた新しいビジネススタイル、及び余暇利用のカジュアル市場の増大◆ 「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傾向続く
ファッション の動向	<ul style="list-style-type: none">◆ 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、3つボタンスーツから2つボタンスーツへのニーズの変化 関連して、ショートポイントのシャツ、ナロータイ等の新しい商品へのニーズの変化◆ ミドル層(35～50歳)は、「価格の二極化傾向拡大」、及び「機能性商品への関心度増加」◆ 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へのニーズの高まり
競合の 動向	<ul style="list-style-type: none">◆ 郊外型紳士服専門店の棲み分けの進行◆ レディス商品の取組み強化◆ 高品質・高付加価値商品、並びに新ブランドの開発◆ 首都圏集中出店、シェア獲得競争の激化◆ 新業態(団塊ジュニア向け業態・パターンオーダー専門店舗)への取り組み

AOKI: 2009年3月期の取組み: 1

原点回帰をし、チェーンストアとして、そして
ベストなスタイリング専門店としてあてにされる店を目指す

◆商品

- 品種毎の核商品開発と周辺商品も含めたスタイリング提案の強化
- 価格競争商品群の計画的生産と販売
- 商品計画支援システムの導入による売れ筋商品のサイズ切れ、及び、機会損失の防止、売上高拡大
- 適地適品での生産の取組みによる品質とコストの安定化

◆営業

- ゾーン・エリア単位での活性化を図り、既存店の底上げを図る
- チェーンストアとしての業務の標準化・単純化・個性化作り
- 完全作業の実施、及び明確なマニュアル作り
- スタイリスト制度のさらなる深耕による固定客様増加

◆販促

- お客様のお顔を明確にしたセール企画の深耕
- AOKIのストアブランド化の為の新規客獲得戦略の進化



AOKI: 2009年3月期の取組み: 2

原点回帰をし、チェーンストアとして、そして
ベストなスタイリング専門店としてあてにされる店を目指す

■ 出店

- ◆ 首都圏、中京圏、関西圏を最重要出店エリアとし、年間30店舗以上の出店を実施
- ◆ 150坪、250坪、450坪のプロタイプの磨き上げ
- ◆ 出店エリア、及び出店形態の拡大
- ◆ 九州出店スタート(右上より福岡長住店、春日店、筑紫野店)



■ 新業態開発

- ◆ 駅ビル、縦積みSC内への出店実験、検証
- ◆ 複合店舗の出店実験、検証



■ 人事・組織

- ◆ 新規出店拡大に向けた人財採用の強化
- ◆ 本社、並びに店舗の教育体系の整備・運用
- ◆ パート社員(パートナーさん)の戦力UPの為の教育制度の構築
- ◆ スタイリスト制度のさらなる深耕



ORIHICA: 2009年3月期の取組み

ORIHICAの強みを磨き上げ、 プロトタイプ改善の継続による収益力の向上

◆商品

- 『着回し』を重視した、ビジネス・ビジカジ商品企画体制の強化
- 品種別商品構成の磨き上げ・商品フォロー体制の整備

◆販促

- 成約率アップと顧客化の推進のための販促強化・・・セット販売企画充実
- ブランドイメージ向上のための取組み強化・・・ゲイナー等雑誌での広告展開

◆店舗企画・開発

- 都心型プロトタイプ店舗(名駅店)の磨き上げ
- 「投資回収5年以内、営業利益率10%以上」の基準に沿った堅実出店の継続

◆営業・人事・教育

- 1店舗当たり顧客比率をアップさせるための接客力の向上
- 新卒の積極採用による、店舗人財力の底上げ

◆経費

- 改善活動の継続による店舗業務効率の向上

ORIHICA名駅店



M/X：：2009年3月期の取組み

プロトタイプの構築、オリジナル商品開発による売上総利益高確保
およびドミナント出店による多店舗化に向けた基盤整備

◆商品

- オリジナル商品(ENTRY)開発による、売上総利益率の改善
- M/XならではのスタイリングMDの構築

◆店舗企画・開発

- プロトタイプ作りのための実験・検証の継続
(レイアウト・什器・内装・外観)
- ドミナント出店による多店舗化の再開
今期新規出店4店舗(年間)

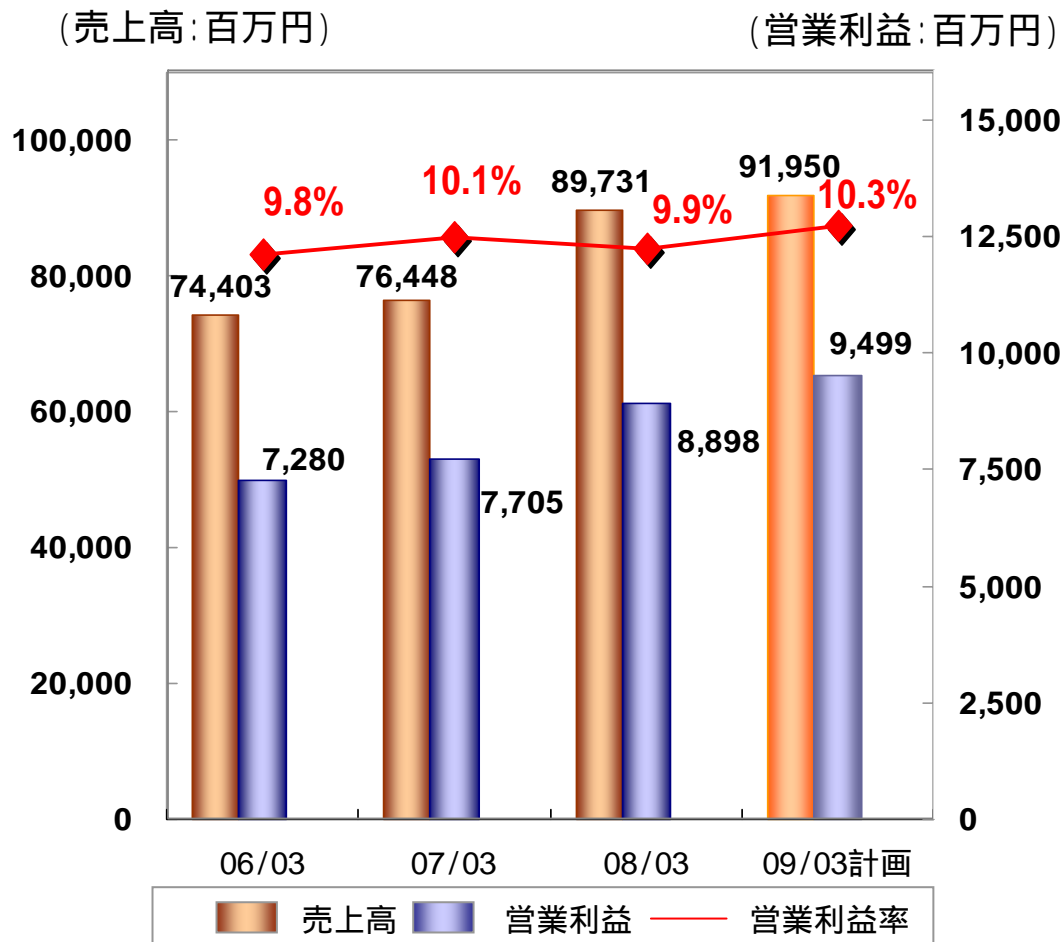
◆営業・人事・教育

- 新卒の積極採用と店舗人財の育成
- ライセンス制度確立による、店長の能力向上
- 業務改善(役割・数責・明確化)の継続



2009年3月期の収益見通し

出店攻勢、及び核商品のスタイリング開発、
さらに重衣料の販売強化継続により6期連続の増収増益を目指す



■ 売上高: 前期比 **102.5%**

◆ 新規出店: 40店舗

◆ 既存店(AOKI、ORIHICA)売上高: 0.7%

■ 営業利益: 前期比 **106.7%**

◆ 既存店は増益の見込み

◆ 売上総利益率は改善の見込み

(98/3期:57.5% 99/3期:58.5%)

◆ 販売管理費の増加: 前期比 **103.6%**

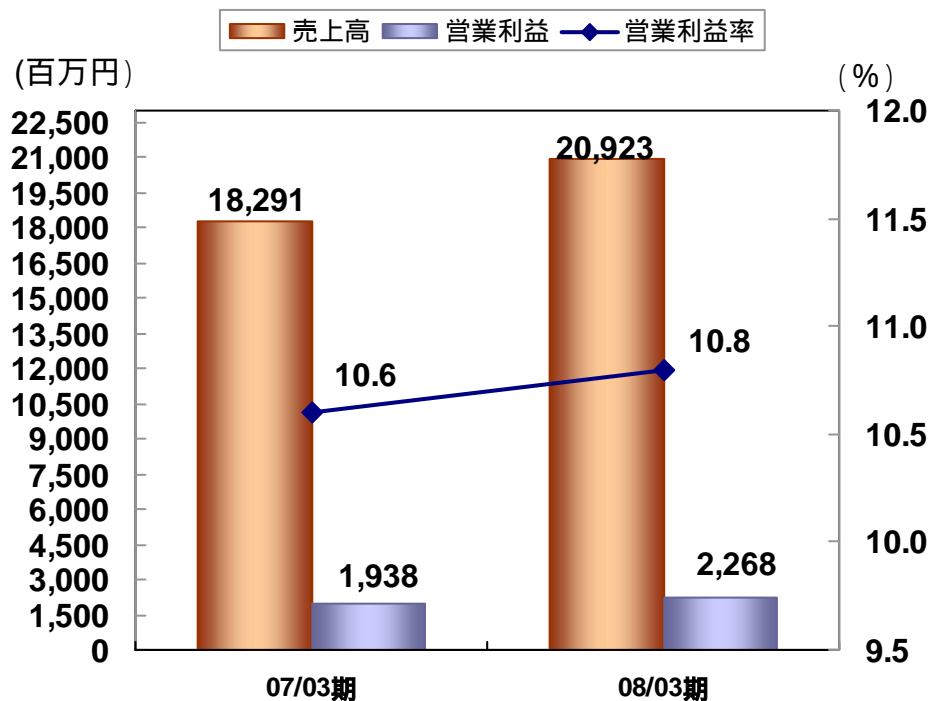
・新規出店増に伴う販促費、人件費の増加

09/3期 出店計画

		上期	下期	年間
AOKI	出店	16	14	30
	退店	1	-	1
	期末	396	410	410
ORIHICA	出店	1	5	6
	退店	-	-	-
	期末	38	43	43
M / X	出店	-	4	4
	退店	2	-	2
	期末	32	36	36
合計	期末	466	489	489

アニヴェルセル・ブライダル事業
2008年3月期実績と2009年3月期の見通し

出店効果と単価アップが寄与し増収増益



(単位: 百万円)

	08/3期		
		前年同期比%	売比%
売上高	20,923	114.4	100.0
売上総利益	5,894	111.0	28.2
販売管理費	3,626	107.5	17.3
営業利益	2,268	117.0	10.8

* 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

2008年3月期通期実績

■ 売上高: 前年同期比 114.4%

- ◆ 新規出店(江坂店、白壁店)による増収
- ◆ 前期出店の神戸店、大阪店、立川店の通年稼働による寄与
- ◆ 商品提案力の強化による1組当たり単価のアップ(前年比 +69千円)

■ 営業利益: 前年同期比 117.0%

- ◆ 売上高の増加に伴う営業利益の増加
- ◆ 平均組単価の上昇により収益効率が上昇

分析指標

	2007/3期	2008/3期	前年差	前期比
期末店舗数	10店舗	12店舗	+2店舗	120.0%
期末会場数	26会場	32会場	+6会場	123.1%
施行組数	4,369組	4,993組	+624組	114.3%
稼働率	77.2%	75.5%	1.7ポイント	97.7%
平均組単価	3,877千円	3,946千円	+69千円	101.8%
< 既存店 >				
施行組数	3,618組	3,574組	44組	98.8%
稼働率	79.3%	75.5%	3.9ポイント	95.1%
平均組単価	3,948千円	4,038千円	+90千円	102.3%

- ◆ 江坂店、白壁店の新規開業と表参道店の1会場新設により、前期に対し6会場、624組の増加。
- ◆ 商品提案力の強化により、平均組単価は前期に対し69千円増加。

パルティール白壁迎賓館(名古屋)

< 07年11月オープン >

=施設概要=

チャペル: 着席120名
披露宴会場数: 3会場
収容人数 最大130名



2009年3月期の方針

■今後の事業環境の変化に対する認識

市場・ 消費者の 動向	<ul style="list-style-type: none">◆ 挙式披露宴市場は約2兆円(年間婚姻件数730,971件×全国平均単価319万円)◆ 婚姻件数は年間70万件台で推移◆ 一組単価は婚姻年齢の上昇等により上昇傾向◆ 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	<ul style="list-style-type: none">◆ ゲストハウスウェディングのシェア拡大(05年14.2% 07年19.0%)◆ 外資系ホテルの進出◆ 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、二極化の傾向が更に強まる
競合の 動向	<ul style="list-style-type: none">◆ サービス力・商品提案力の向上へ向けた人材育成強化◆ 競合出店対策としてリニューアルや修繕を強化◆ 海外挙式やブライダル関連事業への進出◆ 再生ビジネスへの進出

2009年3月期の計画

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
(新卒採用及び教育強化)
- ◆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%	構成比%
売上高	22,700	108.5	100.0
売上総利益	6,275	106.5	27.6
販売管理費	4,293	118.4	18.9
営業利益	1,981	87.4	8.7

* 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: 前期比 108.5%

- ◆前期出店(江坂店、白壁店)の通年稼働

■営業利益: 前期比 87.4%

- ◆人財育成の強化による積極投資
- ◆既存店の磨き上げによるリニューアル
及び修繕の実施と本社移転
(販売管理費:前期比118.4%)
- ◆株式交換に伴うのれん償却額238百万円
(これを除外すれば営業利益は前期比97.4%に)

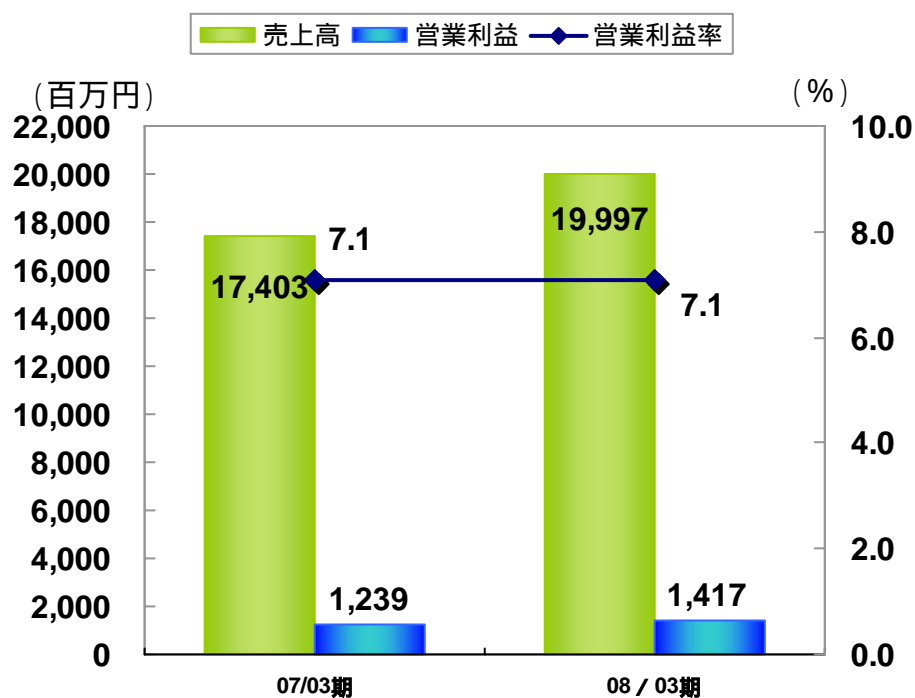


次期出店戦略の基盤を整備

エンターテインメント事業

2008年3月期実績と2009年3月期の見通し

積極出店、08/3期以降収益に貢献



(単位:百万円)

	08/3期		
		前年同期比%	売比%
売上高	19,997	114.9	100.0
売上総利益	3,284	113.4	16.4
販売管理費	1,866	112.7	9.3
営業利益	1,417	114.4	7.1
期末店舗数	206		

* 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

2008年3月期通期実績

■売上高: 前年同期比 114.9%

- ◆ 新規出店29店舗
(カラオケ 11、複合カフェ18)
- ◆ 前期出店30店舗
(カラオケ 4、複合カフェ 26¹) が寄与
¹フィットネス、スパ含む

■営業利益: 前年同期比114.4%

- ◆ 既存店の好調及び前期出店分の寄与
- ◆ 複合カフェ事業の利益伸長

分析指標

		2007/3期	前期比	2008/3期	前期比
カラオケルーム運営事業					
売上高		10,536	103.2	11,451	108.7
既存店	ルーム売上構成比	53.2	0.7	53.4	+0.2
	飲食売上構成比	45.7	+0.8	45.5	0.2
	その他売上構成比	1.1	0.1	1.1	±0.0
営業利益*1		1,277	103.7	1,186	92.8
既存店売上高			100.7		101.7
複合カフェ運営事業					
売上高		6,866	128.8	8,546	124.5
既存店 *2	ブース売上構成比	86.3	1.2	85.1	1.2
	飲食売上構成比	8.9	+2.3	10.5	+1.6
	その他売上構成比	4.8	1.1	4.4	0.5
営業利益*1		25	9.2	282	1,113.9
既存店売上高			101.7		102.3

*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増益と好調に推移
- ◆ カラオケ事業、新規出店11店舗(前期比+7)、全面改装を含むリニューアル29店舗実施による経費増
- ◆ 複合カフェ事業、前期出店26店舗が寄与

< 複合店舗 >
コート・ダジュール /
快活CLUB
海浜幕張店
(2008年3月オープン)



2009年3月期の方針

■今後の事業環境の変化に対する認識

市場・ 消費者の 動向	<ul style="list-style-type: none">◆経済先行き不透明感により消費マインドが低下し、カラオケ・複合カフェ等身近な余暇市場の増大◆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の増大◆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は拡大予想
各業界 の動向	<ul style="list-style-type: none">◆他業種との複合出店◆原材料価格高騰、配送コストの上昇により飲食メニュー価格の見直しを実施◆[カラオケ]青少年育成条例遵守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)解消に向けた厚生労働省等への協力
競合の 動向	<ul style="list-style-type: none">◆[カラオケ]新規出店減、リニューアル増の傾向◆[複合カフェ]新規出店速度の鈍化◆青少年育成条例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

- ◆ 年間19店舗の出店計画
- ◆ 出店については業態の市場動向、物件内容により判断し、決定
- ◆ 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

- ◆ 複合カフェの食比率を高めることによる売上の底上げ
- ◆ カラオケのランチ、宴会利用等既存サービスの見直しによるリピート率アップ及び新サービスの企画・開発による新規需要の掘り起こし

■ 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: 前期比 111.0%

- ◆ 新規出店・前期出店店舗寄与による増収

■ 営業利益: 前期比 96.8%

- ◆ ヴァリックとしては前期出店店舗が収益に貢献
- ◆ 株式交換に伴うのれん償却額308百万円
(これを除外すれば営業利益は前期比118.6%に)

(単位: 百万円)

	09/3期 予		
		前期比%	構成比%
売上高	22,200	111.0	100.0
売上総利益	3,870	117.8	17.4
販売管理費	2,497	133.8	11.3
営業利益	1,372	96.8	6.2
期末店舗数	222		

* 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

2008年3月期 連結営業実績

(単位:百万円、%)

	08/3期実績	百分比(%)	08/3期計画	百分比(%)	07/3期実績	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売上高	130,653	100.0	128,300	100.0	112,143	100.0	18,510	116.5
ファッション	89,731	100.0	87,900	100.0	76,448	100.0	13,282	117.4
アニヴェルセル・ブライダル	20,923	100.0	20,300	100.0	18,291	100.0	2,632	114.4
エンターテイメント	19,997	100.0	20,100	100.0	17,403	100.0	2,594	114.9
売上総利益	60,819	46.5	59,720	46.5	51,730	46.1	9,088	117.6
ファッション	51,615	57.5	50,310	57.2	43,521	56.9	8,093	118.6
アニヴェルセル・ブライダル	5,894	28.2	5,820	28.7	5,310	29.0	584	111.0
エンターテイメント	3,284	16.4	3,420	17.0	2,895	16.6	388	113.4
販売管理費	48,257	36.9	47,620	37.1	40,841	36.4	7,416	118.2
ファッション	42,716	47.6	42,000	47.8	35,816	46.9	6,900	119.3
アニヴェルセル・ブライダル	3,626	17.3	3,630	17.9	3,372	18.4	253	107.5
エンターテイメント	1,866	9.3	1,870	9.3	1,656	9.5	209	112.7
営業利益	12,561	9.6	12,100	9.4	10,889	9.7	1,671	115.4
ファッション	8,898	9.9	8,310	9.5	7,705	10.1	1,193	115.5
アニヴェルセル・ブライダル	2,268	10.8	2,190	10.8	1,938	10.6	330	117.0
エンターテイメント	1,417	7.1	1,550	7.7	1,239	7.1	178	114.4
経常利益	13,031	10.0	12,650	9.9	11,749	10.5	1,281	110.9
当期純利益	5,595	4.3	5,500	4.3	5,151	4.6	443	108.6
1株当たり 当期純利益	124.66	-	121.69	-	114.47	-	10.19	-
期末発行済株式総数	44,099千株	-	44,785千株	-	44,785千株	-	686	-

(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)

2008年3月期 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位:百万円、%)

	08/3期実績								07/3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	8,352	122.7	7,357	125.8	747	99.9	230	117.1	6,808	5,847	747	197
人件費	17,435	117.6	15,340	118.7	992	105.6	1,060	122.8	14,824	12,926	940	864
賃借料	9,618	115.6	9,483	116.0	45	78.1	85	96.3	8,320	8,173	58	89
減価償却費	2,495	116.7	2,443	119.5	119	75.9	12	85.4	2,138	2,044	157	14

(注) 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しない場合があります。

2009年3月期 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	136,850	100.0	130,653	100.0	6,196	104.7
ファッション	91,950	100.0	89,731	100.0	2,218	102.5
アニヴェルセル・フライダル	22,700	100.0	20,923	100.0	1,776	108.5
エンターテイメント	22,200	100.0	19,997	100.0	2,202	111.0
売上総利益	63,910	46.7	60,819	46.5	3,090	105.1
ファッション	53,765	58.5	51,615	57.5	2,149	104.2
アニヴェルセル・フライダル	6,275	27.6	5,894	28.2	380	106.5
エンターテイメント	3,870	17.4	3,284	16.4	585	117.8
販売管理費	51,310	37.5	48,257	36.9	3,052	106.3
ファッション	44,266	48.1	42,716	47.6	1,549	103.6
アニヴェルセル・フライダル	4,293	18.9	3,626	17.3	667	118.4
エンターテイメント	2,497	11.3	1,866	9.3	631	133.8
営業利益	12,600	9.2	12,561	9.6	38	100.3
ファッション	9,499	10.3	8,898	9.9	600	106.7
アニヴェルセル・フライダル	1,981	8.7	2,268	10.8	286	87.4
エンターテイメント	1,372	6.2	1,417	7.1	45	96.8
経常利益	13,300	9.7	13,031	10.0	268	102.1
当期純利益	6,100	4.5	5,595	4.3	504	109.0
1株当たり 当期純利益	131.28	-	124.66	-	6.62	-
期末発行済株式総数	46,466千株	-	44,099千株	-	2,367千株	-

(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あります。

2009年3月期計画 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・プライダル		エンターテイメント		全社	ファッション	アニヴェルセル・プライダル	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	8,960	107.3	7,400	100.6	1,230	164.7	220	95.2	8,352	7,357	747	230
人件費	18,625	106.7	14,750	96.2	955	96.2	1,300	122.5	17,435	15,340	992	1,060
賃借料	10,130	105.3	9,835	103.7	60	131.5	85	98.9	9,618	9,483	45	85
減価償却費	2,660	106.6	2,240	91.7	105	87.6	25	207.1	2,495	2,443	119	12

(注) 全社はその他の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しない場合があります。

グループ再編に関わる影響について

純粋持株会社化に伴い、上記各事業の他、全社にはAOKIホールディングスの費用を計上しております。

【ご参考：ファッション事業 2008年3月期実績】

(1) ファッション事業(AOKI、ORIHICA)の既存店増収率 (単位:%)

	上半期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期	通期
08/3期	1.8	0.8	3.0	4.9	0.6	2.0	5.0	0.6	1.1
07/3期	1.6	0.8	1.3	2.3	5.6	8.9	9.2	3.9	2.8

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

		上半期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期	通期
客数	08/3期	3.1	3.4	1.1	6.1	0.4	1.0	3.6	0.8	1.8
	07/3期	5.2	12.0	1.4	0.7	2.8	7.1	1.0	2.6	3.5
客単価	08/3期	5.1	4.3	1.9	1.2	1.0	1.0	1.3	1.5	2.9
	07/3期	3.4	10.0	0.1	1.5	2.7	1.6	10.3	1.2	0.7

(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	08/3期	53.0	109.6	75.0	104.7	128.0	106.7
	07/3期	48.3	118.0	71.7	111.1	120.0	113.8
販売 単価	08/3期	25.0	101.6	24.6	102.1	24.8	102.1
	07/3期	24.6	100.0	24.1	100.4	24.3	100.4

(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)

	08/3期 実績	(%) 百分比	08/3期 計画	(%) 百分比	07/3期 実績	(%) 百分比	対前年増減	(%) 対比
重衣料	44,698	49.8	43,950	50.0	40,945	53.6	3,752	109.2
中衣料	7,606	8.5	7,850	8.9	7,897	10.3	291	96.3
軽衣料	35,495	39.6	34,250	39.0	25,814	33.8	9,681	137.5
その他	1,931	2.1	1,850	2.1	1,791	2.3	140	107.8
計	89,731	100.0	87,900	100.0	76,448	100.0	13,282	117.4

* 07/3期実績にはM/Xは含まれておりません

(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:m²)

08/3期	07/3期	対前期増減	対比(%)
266,875	226,607	40,268	117.8

* 07/3期実績にはM/Xは含まれておりません

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

(単位:店)

	08/3期			07/3期
	出店数(譲受け含む)	退店数	期末店舗数	期末店舗数
北海道	0	0	10	10
岩手県	0	0	2	2
宮城県	2	0	5	3
福島県	1	1	5(1/0)	5(1)
茨城県	2(0/1)	2(1/1)	17(1/2)	15(2)
栃木県	0	0	8(1/0)	8(1)
群馬県	1	2(0/2)	11(0/3)	7
埼玉県	5(0/1)	2(0/2)	53(4/3)	46(4)
千葉県	6(2/0)	2	46(7/0)	42(5)
東京都	6(3/0)	3(2/1)	57(7/2)	51(6)
神奈川県	1(1/0)	0	44(6/1)	42(5)
新潟県	0	0	8(1/0)	8(1)
富山県	0	0	7	7
石川県	1	1	7	7
福井県	0	0	2	2
山梨県	0	0	8(0/3)	5
長野県	0	0	31(0/9)	22
静岡県	1	3(0/3)	27(0/10)	16
岐阜県	0	0	5	5
愛知県	4	0	42(2/1)	37(2)
三重県	1	0	10	9
滋賀県	0	0	3	3
京都府	0	0	2	2
大阪府	4	0	25(3/0)	21(3)
兵庫県	1	1(1/0)	13(4/0)	13(5)
奈良県	0	0	1	1
広島県	0	0	3	3
合計	36(6/2)	17(4/9)	452(37/34)	392(35)

(注)1.()内書きはORIHICA、M/Xを表示しております。2.07/3期にはM/Xは含まれておりません。

【ご参考：ファッション事業 2009年3月期計画】

(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)	1.7	0.0	0.7
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	下半期	通期
客数	09/3期(計画)	0.5	0.0	0.2
	08/3期	3.1	0.8	1.8
客単価	09/3期(計画)	1.2	0.0	0.5
	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	45,980	50.0	44,698	49.8	1,281	102.9
中衣料	7,650	8.3	7,606	8.5	43	100.6
軽衣料	36,340	39.5	35,495	39.6	844	102.4
その他	1,980	2.2	1,931	2.1	48	102.5
計	91,950	100.0	89,731	100.0	2,218	102.5