

AOKI Holdings

2008年3月期

中間決算説明会

2007年11月16日

株式会社AOKIホールディングス



AOKI'



ANNIVERSAIRE
D'HOTEL SANDO



目次

| | |
|-----------------------------|-----------|
| AOKIグループの現状と今後の経営方針 | 3 |
| グループ再編のお報せ | 4 |
| 2008年3月期中間報告 | 6 |
| 中期経営計画の概要 | 7 |
| 各事業の中期経営方針 | 8 |
| 連結中期収益計画:売上高 | 9 |
| 連結中期収益計画:営業利益 | 10 |
| 2008年3月期中間業績の概要 | 11 |
| 連結損益の状況 | 12 |
| 事業別売上高・営業利益実績 | 13 |
| アニヴェルセル・ブライダル事業 | 14 |
| エンターテイメント事業 | 15 |
| 連結貸借対照表の主な増減科目 | 16 |
| 連結キャッシュ・フロー計算書 | 17 |
| 出退店実績 | 18 |
| 2008年3月期通期業績予想 | 19 |
| 連結損益の見通し | 20 |
| 事業別売上高・営業利益見通し | 21 |
| アニヴェルセル・ブライダル事業:2008年3月期の計画 | 22 |
| エンターテイメント事業:2008年3月期の計画 | 23 |
| 出退店の見通し | 24 |

| | |
|------------------------------|-----------|
| ファッション事業の現状と今後の展開 | 25 |
| ファッション事業(連結)2008年3月期中間の実績 | 26 |
| ファッション事業:既存店売上高・客数・客単価推移 | 27 |
| AOKI:上期の取組み及び実績 | 28 |
| ORIHICA:上期の取組み及び実績 | 29 |
| 2008年3月期下期の方針 | 30 |
| AOKI:2008年3月期下期の取組み | 31 |
| ORIHICA:2008年3月期下期の取組み | 32 |
| M/X:上期の実施事項、下期の取組み課題 | 33 |
| 出店戦略 | 34 |
| 2008年3月期通期の収益見通し | 35 |
| 補足資料 | 36 |
| 2008年3月期中間 連結営業実績 | 37 |
| 2008年3月期中間 販売費及び一般管理費の主な内訳 | 38 |
| 2008年3月期通期 連結業績見通し | 39 |
| 2008年3月期計画 販売費及び一般管理費の主な内訳 | 40 |
| ご参考:ファッション事業(単体)2008年3月期中間実績 | 41 |
| ご参考:ファッション事業(単体)2008年3月期計画 | 44 |

AOKIグループの現状と 今後の経営方針

グループ再編のお報せ：純粹持株会社体制へ

AOKIホールディングスは純粹持株会社へ移行
子会社「ラヴィス」、「ヴァリック」を完全子会社化

■ ファッション事業の枠に留まらない《高度サービス企業》への脱皮を図る

■ 4つの側面からシナジー効果を具体化へ：

i .人材の育成

ii .戦略的意思決定の強化

iii .機動力の向上

iv .効率性の追求

■ スキームが投資家にもたらす意義：

● 成長加速による企業価値の向上

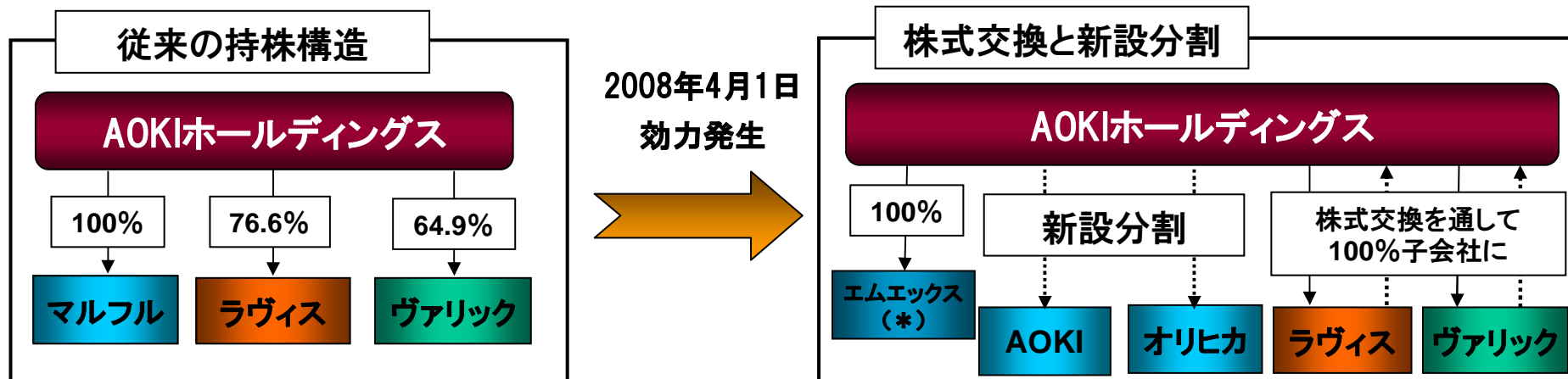
● 単一事業運営に伴う事業リスクを排除、

事業ポートフォリオ最適化による投資対象としてのクオリティ向上



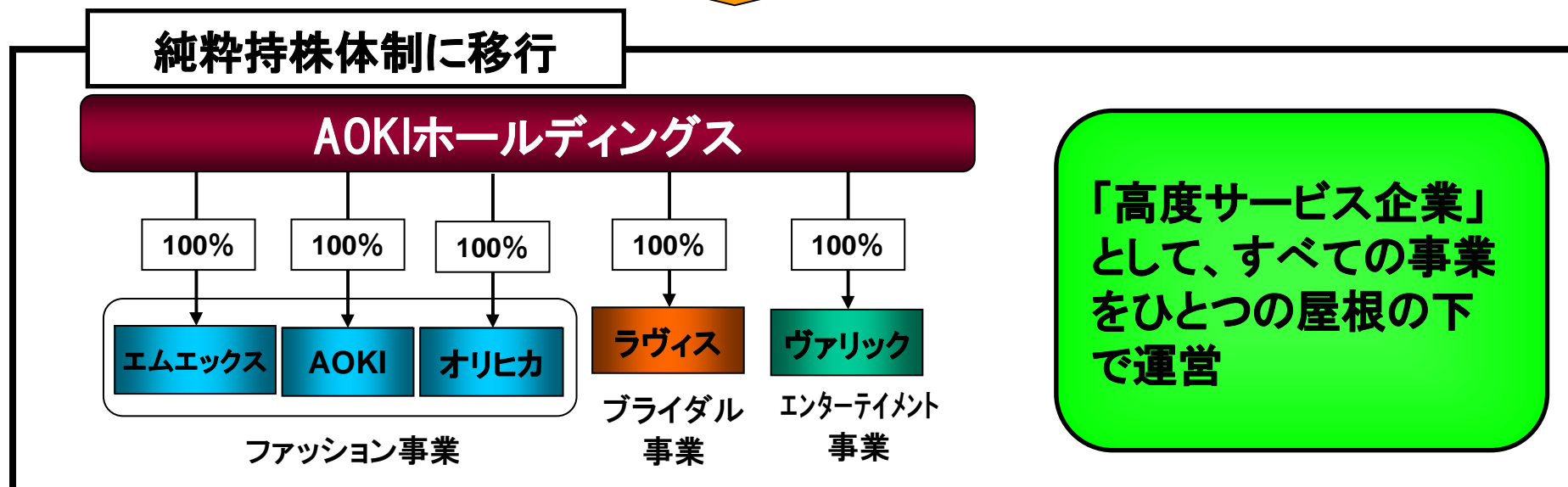
グループ連結業績の最大化を図る

グループ再編のお報せ：持株構造の図解



ラヴィス (Code2465):JASDAQ市場
 ヴァリック(Code2387):JASDAQ市場

* (株)マルフルは08/3/1付けで(株)エムエックスに商号変更



「高度サービス企業」
 として、すべての事業
 をひとつの屋根の下
 で運営

2008年3月期中間報告

中間業績として過去最高を更新：
ファッション事業を始め、全事業が計画超過

■ファッション事業

◆ AOKI

- スーツが好調、客単価上昇で収益向上
- 出店はほぼ計画通りの15店

◆ ORIHICA

- 出店は期初計画通り3店

◆ M/X

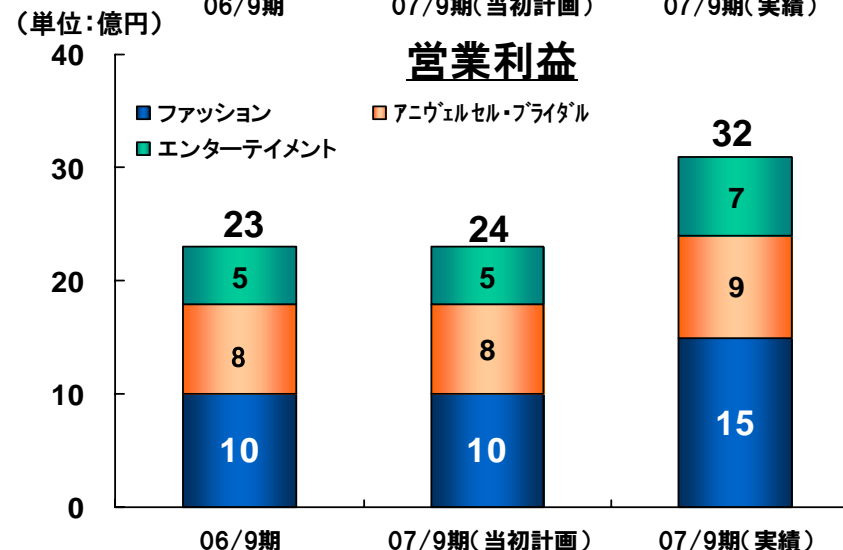
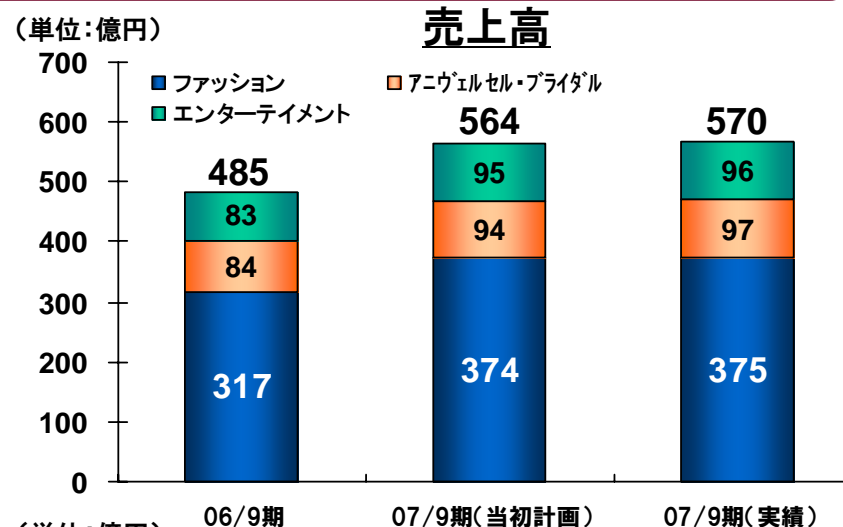
- 効率化を目指し店舗統廃合が進行

■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年同期比115.7%に
- ◆ パルティーレ江坂ウエディングビレッジと、アニヴェルセル表参道3階ザ グランドをオープン

■エンターテイメント事業

- ◆ 営業施策がトータルに奏効し、既存店が好調、収益上ぶれ
- ◆ 出店はカラオケ事業、複合カフェ事業で16店



中期経営計画の概要

2008年3月期(予想)
EPS:122.0円
営業利益率:9.4%

エンターテイメント
事業

アニヴェルセル・
ブライダル事業

ファッション
事業

1. グループのシナジー効果を追求し、
収益力向上を促進

2. 各事業において、業態の深耕・進化を継続し、
増収増益、営業利益率向上を実現

《経営指標の中期目標》

1株当たり当期純利益**140円**、株主資本当期純利益率**6.6%**、総資産経常利益率**9.0%**

- ◆ 収益力の向上(目標:営業利益率 10%)と継続的な利益成長
- ◆ 資本効率や投資効率を高め株主価値の最大化をはかる

各事業の中期経営方針

■ファッション事業

◆AOKI

- 全国でのシェアNo1を目指して年間25店舗以上の新規出店を継続
- 既存店売上高の安定化
 - ・団塊ジュニア・ミドル世代の仕事マーケットと団塊世代に向けた旅行マーケットの対策を強化、客数アップ、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

◆ORIHICA

- 新規SC、既存SCに新規出店を継続しながら、プロトタイプの磨き上げを実施し、既存店売上げの安定化を図る
- 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

- 採算を重視した店舗展開の最適化を図りつつ業態を確立し、近い将来に100店舗体制への布石を打つ

■アニヴェルセル・ブライダル事業

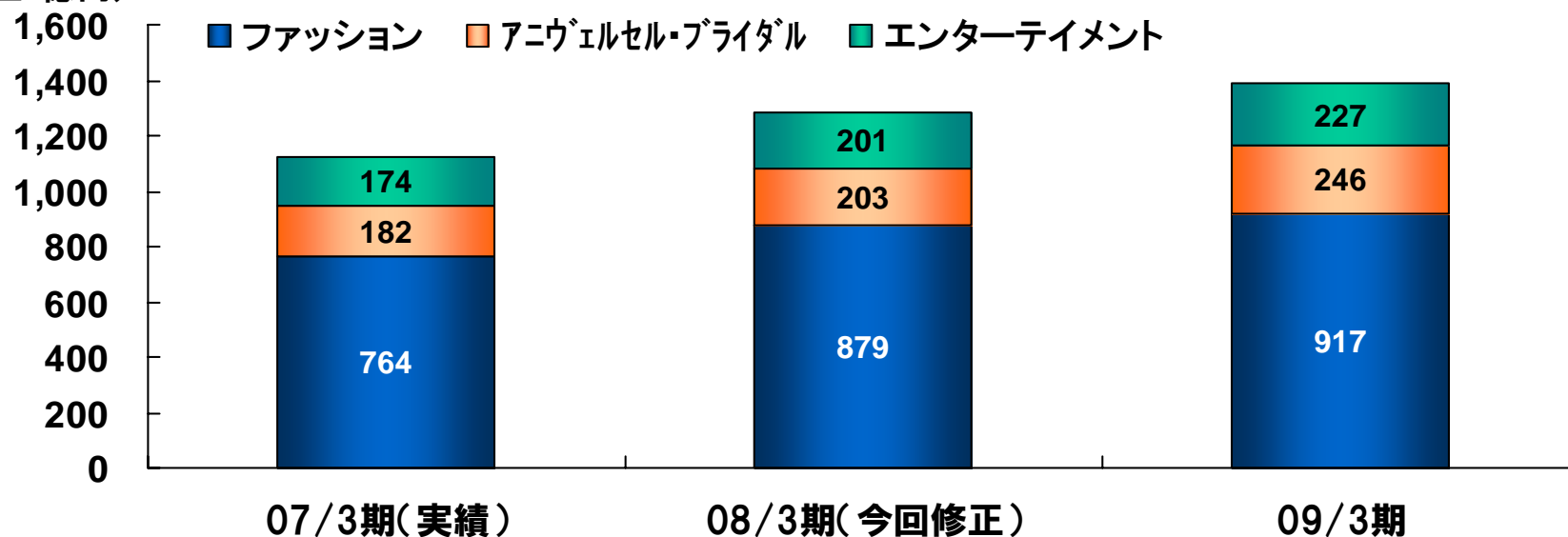
- ◆独自の研修プログラムに基づく、高度なスキルと高いサービスマインドを持つ人材育成を実施
- ◆首都圏、関西圏を中心とした主要都市へのエリア展開による出店を継続
(2008年3月期:2店舗、2009年3月期以降:3店舗)
- ◆多店舗化に対応した管理体制の強化とエリア展開による「人材・販促・仕入」3つの経営効率化を追求

■エンターテイメント事業

- ◆質を重視した出店により成長基盤を形成し、安定成長を図る
- ◆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材の採用と教育

連結中期収益計画：売上高

(単位:億円)

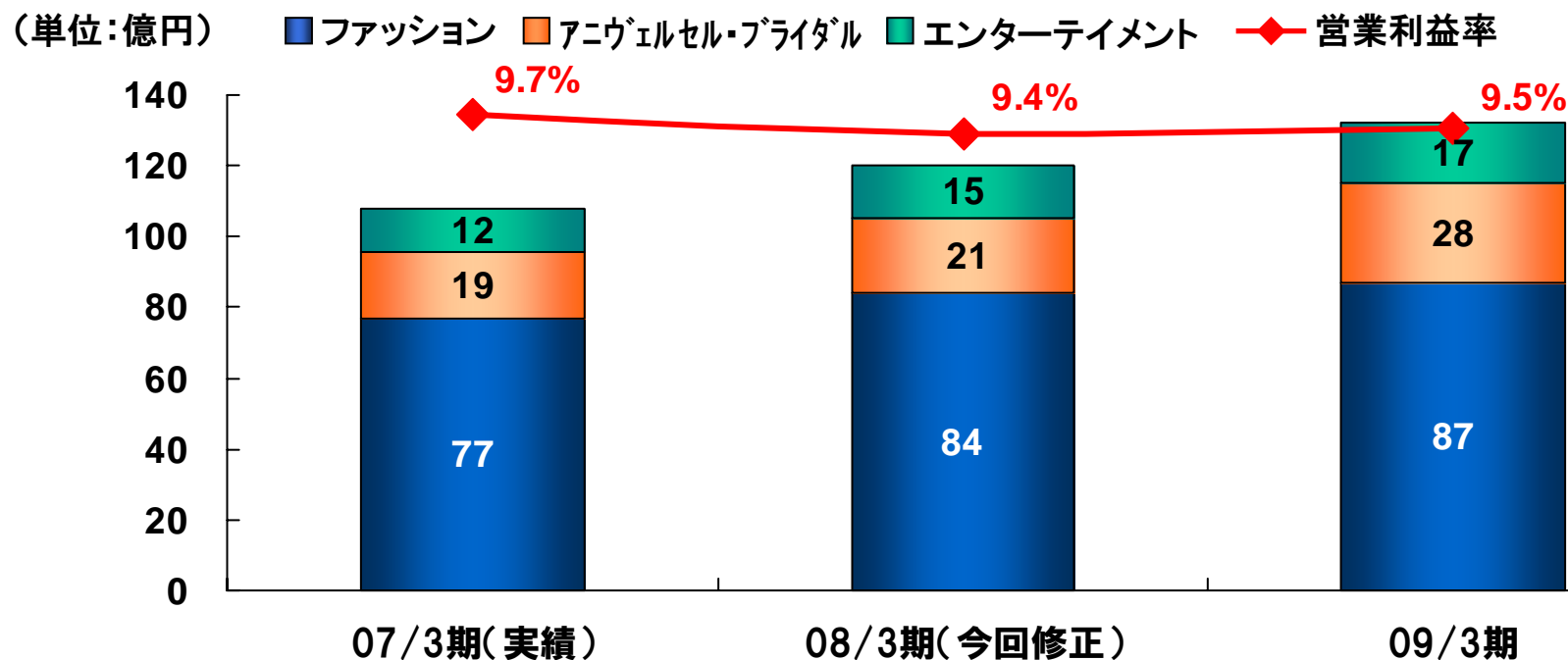


(単位:百万円、%、店)

| | 07/3期 (実績) | 前期比 | 08/3期 (今回修正) | 前期比 (修正後) | 09/3期 | 前期比 (修正後) |
|---------------|---------------|-------|-----------------|--------------|---------|--------------|
| 売上高 | 112,143 | 105.1 | 128,300 | 114.4 | 139,000 | 108.3 |
| ファッション | 76,448 | 102.7 | 87,900 | 115.0 | 91,700 | 104.3 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 18,291 | 111.6 | 20,300 | 111.0 | 24,600 | 121.2 |
| エンターテイメント | 17,403 | 112.0 | 20,100 | 115.5 | 22,700 | 112.9 |
| 期末店舗数 | 583 | +59 | 673 | +90 | 737 | +64 |
| ファッション | 392 | +29 | 454 | +62 | 490 | +36 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 10 | +2 | 12 | +2 | 15 | +3 |
| エンターテイメント | 181 | +28 | 207 | +26 | 232 | +25 |

* マルフル店舗「M/X」は、08/3期からファッション事業店舗数に加わります

連結中期収益計画：営業利益



(単位:百万円、%)

| | 07/3期 (実績) | 前期比 | 08/3期 (今回修正) | 前期比 (修正後) | 09/3期 | 前期比 (修正後) |
|--------------|---------------|-------|-----------------|--------------|--------|--------------|
| 営業利益 | 10,889 | 107.1 | 12,100 | 111.1 | 13,200 | 109.1 |
| ファッション | 7,705 | 105.8 | 8,480 | 110.1 | 8,780 | 103.5 |
| AVS・ブライダル | 1,938 | 122.9 | 2,190 | 113.0 | 2,800 | 127.9 |
| エンターテイメント(*) | 1,239 | 82.8 | 1,550 | 125.1 | 1,770 | 114.2 |
| 当期純利益 | 5,151 | 94.8 | 5,500 | 106.8 | 6,500 | 118.2 |

*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

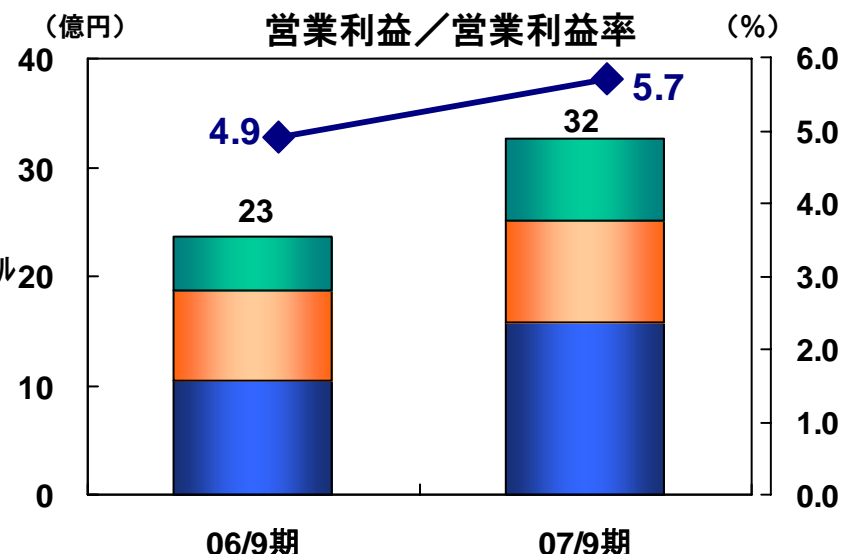
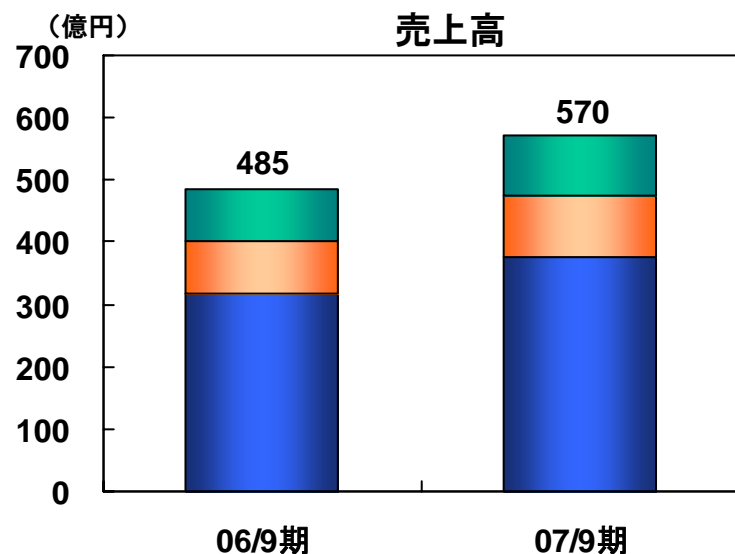
2008年3月期 中間業績の概要

連結損益の状況

(単位:百万円)

| 科目／期別 | 07/9期 | 06/9期 | 増減 | 対比(%) | 主な増減要因 |
|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|-------|--|
| 売上高 | 57,063 | 48,556 | 8,506 | 117.5 | 各事業の新規出店及び(株)マルフルの新規連結による増加 |
| 売上総利益 売上総利益率 | 25,781 45.2% | 21,613 44.5% | 4,167 0.7ポイント | 119.3 | ファッション事業0.7ポイント及び、エンターテイメント事業1.4ポイント改善 |
| 販売費・一般管理費 | 22,543 | 19,253 | 3,290 | 117.1 | 販管費比率は0.2ポイント改善 |
| 営業利益 営業利益率 | 3,237 5.7% | 2,359 4.9% | 877 0.8ポイント | 137.2 | |
| 営業外収益 | 1,116 | 1,399 | △282 | 79.8 | 直接契約による不動産賃貸収入の減少及び受取手数料の減少 |
| 営業外費用 | 806 | 908 | △102 | 88.7 | 転貸不動産費用の減少 |
| 経常利益 | 3,547 | 2,850 | 696 | 124.4 | |
| 特別利益 | 4 | 4 | — | 117.1 | |
| 特別損失 | 491 | 464 | 26 | 105.7 | |
| 当期純利益 | 1,470 | 1,142 | 328 | 128.7 | |

事業別売上高・営業利益実績



[事業別売上高]

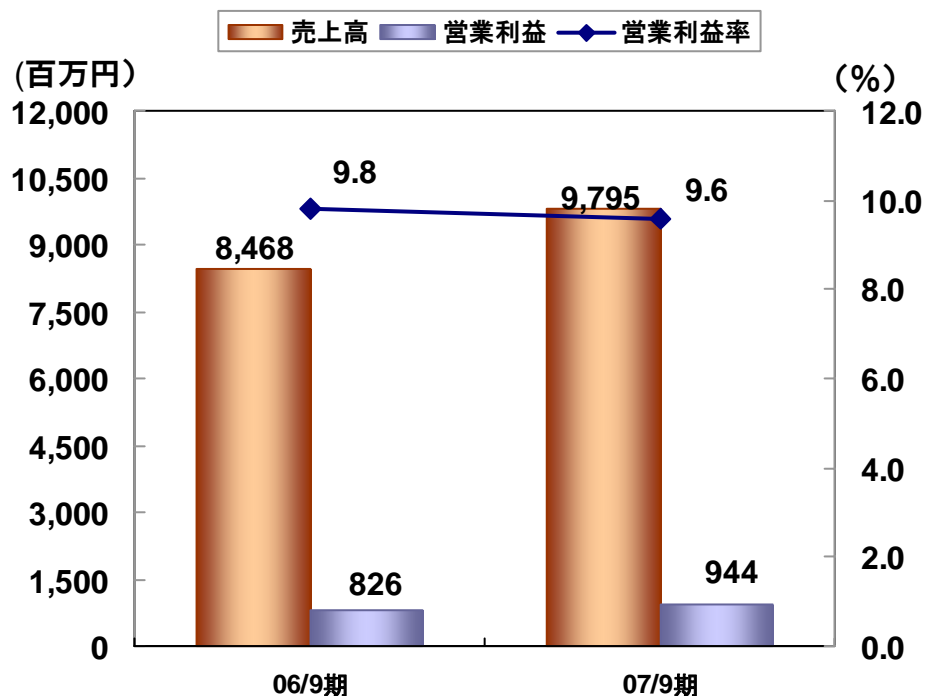
| 事業 | 07/9期 | 06/9期 | 増減 | 対比 (%) | 主な増減要因 |
|---------------|--------|--------|-------|--------|------------------------------|
| 計 | 57,063 | 48,556 | 8,506 | 117.5 | |
| ファッション | 37,573 | 31,741 | 5,832 | 118.4 | 前期、当上期の新規出店及び(株)マルフルの連結による増加 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 9,795 | 8,468 | 1,326 | 115.7 | 前期の新規出店が寄与 |
| エンターテイメント | 9,693 | 8,346 | 1,346 | 116.1 | 前期及び当上期の新規出店が寄与 |

[事業別営業利益]

(単位:百万円)

| 事業 | 07/9期 | 06/9期 | 増減 | 対比 (%) |
|---------------|-------|-------|-----|--------|
| 計 | 3,237 | 2,359 | 877 | 137.2 |
| ファッション | 1,573 | 1,037 | 535 | 151.6 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 944 | 826 | 117 | 114.2 |
| エンターテイメント | 750 | 502 | 248 | 149.4 |

前期出店店舗及び既存店の維持により増収増益



(単位:百万円)

| | 07/9期 | | |
|-------|-------|--------|-------|
| | | 前年同期比% | 売比% |
| 売上高 | 9,795 | 115.7 | 100.0 |
| 売上総利益 | 2,698 | 109.4 | 27.6 |
| 販売管理費 | 1,754 | 106.9 | 17.9 |
| 営業利益 | 944 | 114.2 | 9.6 |

2008年3月期中間実績

■ 売上高: 前年同期比 115.7%

- ◆ 新規出店(江坂、アニヴェルセル表参道3階)による増収
- ◆ 前期出店(大阪、神戸、立川)の寄与

■ 営業利益: 前年同期比 114.2%

- ◆ 前期出店(大阪、神戸、立川)の寄与
- ◆ 業界他社と比べた成約率の高さ

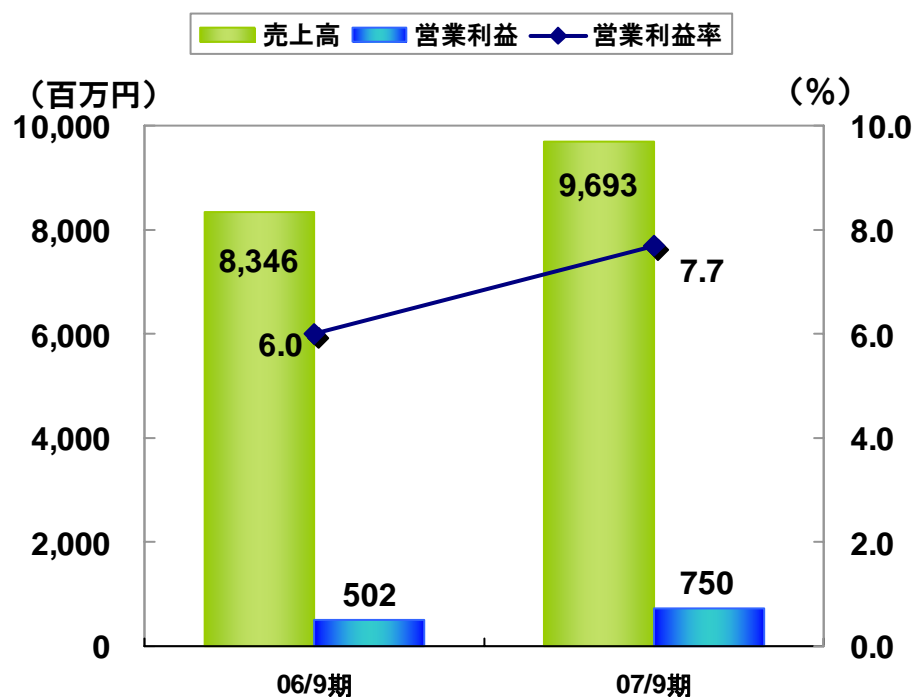
パルティール江坂ウエディングビレッジ
 <07年9月オープン>



=施設概要=

- チャペル: 着席120名
- パーティースペース:
- フランス館 収容人数 100名
- イタリア館 収容人数 100名

既存店の好調及び前期出店分の寄与により増収増益



(単位:百万円)

| | 07/9期 | | |
|-------|-------|--------|-------|
| | | 前年同期比% | 売比% |
| 売上高 | 9,693 | 116.1 | 100.0 |
| 売上総利益 | 1,674 | 126.4 | 17.3 |
| 販売管理費 | 924 | 112.4 | 9.5 |
| 営業利益 | 750 | 149.4 | 7.7 |
| 期末店舗数 | 196 | | |

* 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

2008年3月期中間実績

■ 売上高: 前年同期比 116.1%

- ◆ 新規出店16店舗(コート・ダジュール 5、快活CLUB 11)
- ◆ 前期出店30店舗(コート・ダジュール 4、快活CLUB 26)が寄与
- ◆ 既存店の増収
 - カラオケ :+1.9%
 - 複合カフェ:+5.9%

■ 営業利益: 前年同期比149.4%

- ◆ 既存店の好調及び前期出店分の寄与
- ◆ 店舗の地域特性を考慮した広告宣伝媒体の選択
- ◆ 効率的な店舗リニューアルの実施

連結貸借対照表の主な増減科目

(単位:百万円)

| 科目/期別 | 07/9期 | 07/3期 | 増減 | 主な増減要因 |
|--------------|---------|---------|--------|-----------------------|
| 流動資産 | 33,120 | 42,309 | △9,188 | |
| 現金・預金 | 11,417 | 19,062 | △7,645 | 設備投資及び季節的要因による減少 |
| たな卸資産 | 15,208 | 14,599 | 609 | (株)マルフルの連結による増加833百万円 |
| 固定資産 | 109,361 | 103,447 | 5,914 | |
| 有形固定資産 | 72,643 | 67,692 | 4,950 | 新規出店による増加 |
| 無形固定資産 | 4,004 | 4,025 | △21 | |
| 投資その他の資産 | 32,714 | 31,728 | 985 | (株)マルフルの連結による増加 |
| 資産合計 | 142,482 | 145,756 | △3,274 | |
| 流動負債 | 27,196 | 29,056 | △1,860 | |
| 支払手形・買掛金 | 10,474 | 11,911 | △1,437 | 季節的要因による減少 |
| 固定負債 | 22,190 | 25,026 | △2,836 | |
| 社債・借入金 | 13,228 | 16,393 | △3,164 | 定期返済による減少 |
| 負債合計 | 49,387 | 54,083 | △4,696 | |
| 資本金 | 23,282 | 23,282 | — | |
| 資本剰余金 | 22,766 | 22,586 | 180 | |
| 利益剰余金 | 47,949 | 47,149 | 799 | 中間純利益による増加 |
| 自己株式 | △4,195 | △4,490 | 294 | |
| その他有価証券評価差額金 | 905 | 1,075 | △170 | |
| 新株予約権 | 275 | 149 | 125 | |
| 少数株主持分 | 2,112 | 1,919 | 192 | |
| 純資産合計 | 93,095 | 91,673 | 1,421 | |
| 負債純資産合計 | 142,482 | 145,756 | △3,274 | |

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

| 科目/期別 | 07/9期 | 06/9期 | 増減 | 主な増減要因 |
|----------------------|--------|---------|--------|--|
| 営業活動による キャッシュ・フロー | 1,640 | △2,693 | 4,333 | 中間純利益の増加及び仕入債務の支払額の減少 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | △6,541 | △5,731 | △810 | 設備投資の増加による支払額の増加 |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | △2,744 | △2,357 | △386 | 借入金の返済による減少1,119百万円と自己株式取得の減少885百万円が相殺 |
| 現金及び現金同等物の 増減額 | △7,645 | △10,782 | 3,136 | |
| 期首残高 | 18,862 | 24,113 | △5,251 | |
| 期末残高 | 11,217 | 13,331 | △2,114 | |

出退店実績

(単位:店、百万円)

| 店舗名 | セグメント | 07/9期 | | | 06/9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 | 370 | 15 | 2 | 349 | 10 | 3 |
| ORIHICA | ファッション | 34 | 3 | 4 | 26 | 6 | 1 |
| M/X | ファッション | 40 | 2 | 3 | — | — | — |
| 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 | 11 | 1 | — | 9 | 1 | — |
| コート・ダジュール | エンターテイメント | 97 | 5 | — | 91 | 2 | — |
| 快活CLUB他* | エンターテイメント | 99 | 11 | 1 | 83 | 19 | — |
| 合 計 | | 651 | 37 | 10 | 558 | 38 | 4 |
| 設 備 投 資 額 | | 6,617 | | | 5,755 | | |

※ 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: 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
06/9期 ファッション 2,883、アニヴェルセル・ブライダル 1,654、エンターテイメント 1,217

2008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 | 08/3期 予 | 07/3期 | 増減 | 対比(%) | 主な増減要因 |
|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------|-------------------------------|
| 売上高 | 128,300 | 112,143 | 16,156 | 114.4 | 各事業の新規出店及び(株)マルフルの連結が寄与 |
| 売上総利益 売上総利益率 | 59,720 46.5% | 51,730 46.1% | 7,989 0.4ポイント | 115.4 | ファッション事業が0.5ポイント改善 |
| 販売費・一般管理費 | 47,620 | 40,841 | 6,778 | 116.6 | 各事業の新規出店費用及び(株)マルフルの増加 |
| 営業利益 営業利益率 | 12,100 9.4% | 10,889 9.7% | 1,210 △0.3ポイント | 111.1 | 全事業で増益を見込むが、(株)マルフル連結の効果は翌期以降 |
| 営業外収益 | 2,020 | 2,685 | △665 | 75.2 | 直接契約による不動産賃貸収入及び受取手数料の減少 |
| 営業外費用 | 1,470 | 1,825 | △355 | 80.5 | 転貸不動産費用の減少 |
| 経常利益 | 12,650 | 11,749 | 900 | 107.7 | |
| 特別利益 | — | 168 | △168 | — | |
| 特別損失 | 1,405 | 1,575 | △170 | 89.2 | |
| 当期純利益 | 5,500 | 5,151 | 348 | 106.8 | |

前提条件

- ◆設備投資額:11,000百万円 (ファッション5,127百万円 アニヴェルセル・ブライダル 3,420百万円 エンターテイメント 2,451百万円)
- ◆減価償却額: 4,100百万円
- ◆ファッション既存店売上高伸び率 上期 1.8 % 下期 △1.1 % 通期 0.1%

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 | 08/3期 予 | 07/3期 | 増減 | 対比(%) |
|---------------|---------|---------|--------|-------|
| 計 | 128,300 | 112,143 | 16,156 | 114.4 |
| ファッション | 87,900 | 76,448 | 11,451 | 115.0 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 20,300 | 18,291 | 2,008 | 111.0 |
| エンターテイメント | 20,100 | 17,403 | 2,696 | 115.5 |

[事業別営業利益]

(単位:百万円)

| 事業 | 08/3期 予 | 07/3期 | 増減 | 対比(%) |
|---------------|---------|--------|-------|-------|
| 計 | 12,100 | 10,889 | 1,210 | 111.1 |
| ファッション | 8,480 | 7,705 | 774 | 110.1 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 2,190 | 1,938 | 251 | 113.0 |
| エンターテイメント | 1,550 | 1,239 | 310 | 125.1 |

アニヴェルセル・ブライダル事業 2008年3月期の計画

売上高拡大と収益性向上の実現に向けて 業態確立と多店舗化による業容拡大を推進

■ 売上高の拡大

- ◆ 全国の主要都市エリアを中心とした多店舗展開
- ◆ 既存店稼働率の維持向上
- ◆ 新商品提案による料飲単価アップ

■ 収益性の向上

- ◆ 内装や調度品の標準化による投資コストの低減
- ◆ エリア形成での店舗展開による経営効率化の追求

(単位:百万円)

| | 08/3期 予 | | |
|-------|---------|-------|-------|
| | | 前期比% | 構成比% |
| 売上高 | 20,300 | 111.0 | 100.0 |
| 売上総利益 | 5,820 | 109.6 | 28.7 |
| 販売管理費 | 3,630 | 107.6 | 17.9 |
| 営業利益 | 2,190 | 113.0 | 10.8 |

■ 2008年3月期計画

■ 売上高: 前期比 111.0%

- ◆ 新規出店(アニヴェルセル表参道3階ザ グランド、パルティーレ江坂ウエディングビレッジ、パルティーレ白壁迎賓館)による増収
- ◆ 前期出店(大阪、神戸、立川)が通年稼働で寄与

■ 営業利益: 前期比113.0%

- ◆ 増収効果プラス効率的経営による収益カアップ

パルティーレ白壁迎賓館(名古屋)
＜07年11月オープン予定＞



=施設概要=

チャペル: 着席120名
パーティースペース:
3つのスペースで
収容人数 最大130名

2008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、業態の進化と経営基盤の強化を図る

■ 出店の施策

- ◆ 年間29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

- ◆ 快活CLUBの飲食比率を高めることによる売上の底上げ
- ◆ 既存サービスの磨き上げ、及び新コンテンツ・サービスの企画・開発によるリピート率の向上

■ 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

■ 2008年3月期計画

■ 売上高: 前期比 115.5%

- ◆ 新規出店・前期出店店舗寄与による増収

■ 営業利益: 前期比 125.1%

- ◆ 前期出店店舗が収益に貢献

(単位: 百万円)

| | 08/3期 予 | | |
|-------|---------|-------|-------|
| | | 前期比% | 構成比% |
| 売上高 | 20,100 | 115.5 | 100.0 |
| 売上総利益 | 3,420 | 118.1 | 17.0 |
| 販売管理費 | 1,870 | 112.9 | 9.3 |
| 営業利益 | 1,550 | 125.1 | 7.7 |
| 期末店舗数 | 207 | | |

* 連結上の調整があるため(株)ヴァリック単体とに差異があります

出退店の見通し

(単位:店、百万円)

| 店舗名 | セグメント | 08/3期 予 | | | 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 | 383 | 29 | 3 | 357 | 19 | 4 |
| ORIHICA | ファッション | 38 | 7 | 4 | 35 | 15 | 1 |
| M/X | ファッション | 33 | 2 | 10 | (41) | — | — |
| 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 | 101 | 11 | 2 | 92 | 4 | 1 |
| 快活CLUB他 ^{※1} | エンターテイメント | 106 | 18 | 1 | 89 | 26 | 1 |
| 合 計 | | 673 | 69 | 20 | 583 ^{※2} | 67 | 8 |
| 設 備 投 資 額 | | 11,000 | | | 9,257 | | |

※1 快活スパCLUB、快活フィットネスCLUBが含まれております。

※2 M/X店舗は08/3期から当社グループに加わりません。

設備投資額内訳: 08/3期予 ファッション 5,127、アニヴェルセル・ブライダル 3,420、エンターテイメント 2,451
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

ファッション事業の現状と 今後の展開

2007年3月期中間 ファッション事業

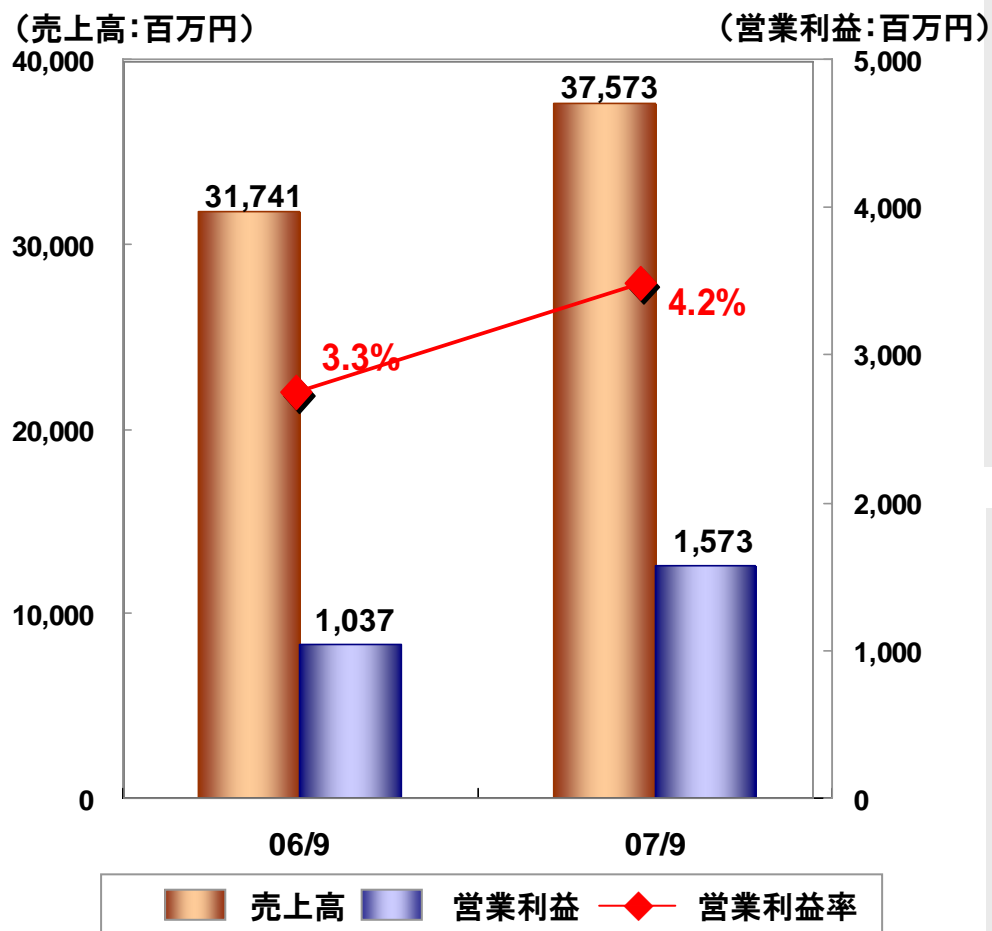
AOKI+ORIHICA

2008年3月期中間 ファッション事業(連結)

AOKI+ORIHICA+株式会社マルフル(M/X)(07/2/21~07/8/20が対象)

ファッション事業(連結)2008年3月期中間の実績

スーツ・礼服の売上が寄与し、売上・利益とも大幅増収増益を達成



■ 売上高: 前年同期比 118.4%

- ◆ 既存店の増収 1.8%(計画:1.5%)
 - ・新ブランドスーツ、「もてスリム」・「極上クール」スーツのヒット
- ◆ AOKI期末店舗数:370店(07/3期末357店舗)
 - ・出店 15店舗、退店 2店舗、看板変更実施 78店舗
- ◆ ORIHICA期末店舗数:34店(07/3期末35店舗)
 - ・出店 3店舗、退店 4店舗
- ◆ M/X(株式会社マルフル)の売上が寄与

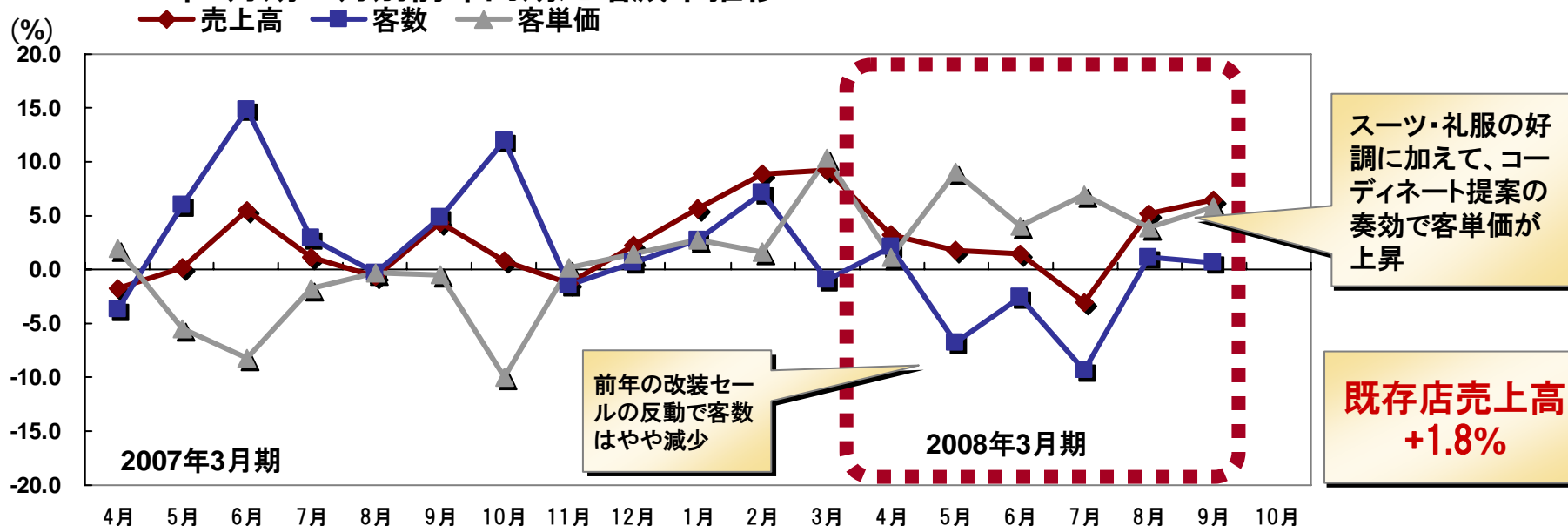
■ 営業利益: 前年同期比 151.6%

- ◆ AOKI既存店営業利益 前年同期比 128.5%
- ◆ 売上総利益高:前年同期比 120.0%
 - ・売上総利益率アップ 56.2%⇒56.9%
 - ・スーツの売上拡大による売上総利益率の改善
- ◆ 販売管理費: 前年同期比 118.1%
 - ・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

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

前年の大型店を中心とした改装セールスの反動で客数は足踏みするも、スーツ・礼服が好調に推移し客単価が大幅上昇: 既存店売上高は前年同期比1.8%プラス

2008年3月期の月別前年同期比増減率推移



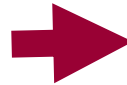
| | 06/10 | 06/11 | 06/12 | 07/1 | 07/2 | 07/3 | 07/4 | 07/5 | 07/6 | 07/7 | 07/8 | 07/9 | 上半期 | 07/10 |
|-----------------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 既存店売上高 (%) | 0.8 | Δ1.3 | 2.3 | 5.6 | 8.9 | 9.2 | 3.3 | 1.7 | 1.5 | Δ3.1 | 5.1 | 6.4 | 1.8 | 0.8 |
| 客数 (%) | 12.0 | Δ1.4 | 0.7 | 2.8 | 7.1 | Δ1.0 | 2.1 | Δ6.8 | Δ2.5 | Δ9.3 | 1.2 | 0.6 | Δ3.1 | Δ3.4 |
| 客単価 (%) | Δ10.0 | 0.1 | 1.5 | 2.7 | 1.6 | 10.3 | 1.1 | 9.1 | 4.1 | 6.9 | 3.9 | 5.8 | 5.1 | 4.3 |
| 平年気温との差異(℃)(東京) | +1.3 | +1.4 | +1.1 | +1.8 | +2.5 | +1.9 | -0.7 | +1.1 | +1.4 | -1.0 | +1.9 | +1.7 | - | +0.8 |

AOKI: 上期の取組み及び実績

積極攻勢により、新しいAOKIをアピール

■ 取組み

- ◆ 新しいAOKIへの看板変更、感覚年齢35歳に向けた店舗環境の整備
- ◆ 品揃え・販促媒体の見直しによるスーツの徹底販売
- ◆ 新規出店店舗の成功、及び近隣店舗を含めたエリアマーケティングの強化によるシェアNo1の奪取
- ◆ 社内スタイリスト制度の拡充により、顧客様のご満足度を追及し、固定客様になっていただく
- ◆ 業務改善活動の深耕による業務の効率化を図り、経費分配率を下げる



■ 実績

- ◆ 143店舗で実施した看板変更・改装セールによる集客効果(改装セール実施店舗の客数前年同期比102.6%)
 - ◆ スーツ販売点数は前年比109.6%と大幅増
 - ◆ 新規出店15店舗の計画達成、及び近隣店舗合同での協賛セール等の企画による売上増
 - ◆ スタイリストは全店で1,050名体制。全店での固定客(*)数が前年同期比112.7%と大幅増加
 - ◆ 人件費分配率(-1.4ポイント)、賃貸料分配率(-1.3ポイント)
- * 固定客・・・3年間3回以上ご来店、同一販売員から7万円以上ご購入のお客様

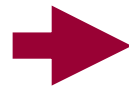


ORIHICA: 上期の取組み及び実績

顧客像の明確化とプロトタイプ磨き上げの継続

■ 取組み

- ◆ 商品企画・開発の体制強化
- ◆ プロトタイプ磨き上げの継続
- ◆ ORIHICAの認知度アップ



■ 実績

- ◆ メンズ
 - ・顧客像(SCへご来店される20~30代)を明確にし、商品企画が充実(客層に合った色柄・サイズ構成に変更)
 - ・ORIHICAらしいレディスのスーツスタイルを確立
 - ・AOKIとの共同仕入実施によるバイイングパワー発揮
- ◆ プロトタイプの磨き上げを継続しつつ堅実出店を実施
 - ・出店:3店舗 退店:4店舗 期末店舗数:34店舗
- ◆ ORIHICAの認知度向上のための施策実施
 - ・SCへの出店継続によるディベロッパからの認知度アップ
 - ・ターゲット客層に合った雑誌(Gainer・スーツカタログ・ベストギア)への掲載によるイメージアップ



2008年3月期下期の方針

「あってよかったAOKI !!」顧客満足地域一番店になるために
ベストスタイリングストアへの更なる進化

■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">◆原油高騰による原材料費の高騰◆2007年度問題の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予想 (専門店シェア 2005年46.5%、2010年(予)47.5%、2015年(予)48.3% 矢野経済研究所「繊維白書 2007」より) |
| 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、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優勝劣敗の鮮明化◆レディス衣料の取り組み強化◆女性タレントを起用した特定マーケット対応◆高品質・高付加価値商品並びに新ブランドの開発◆ツープライスショップの進化、及び出店加速◆ショッピングセンター向け業態開発 |

AOKI:2008年3月期下期の取組み

重衣料中心のトータルスタイリングでの商品提案・販売強化

◆商品

＜団塊ジュニア＞「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＞「極上スマート」スーツ、及び「極上礼服」の展開

＜団塊世代＞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

◆販促

●「糸からつくるAOKI」をWEB等で訴求し、高品質商品開発の企業姿勢強化

● TVCFを軸に商品・販促・売場・販売まで連動したセール企画立案

◆営業・人事・教育

● 県単位でのシェアNo1達成のための新店開発とエリアマーケティング強化

● スタイリスト制度の深耕により、パートナー社員を含む全販売員のレベルアップを目指す

● 世話人、店長育成、及び新規パートナー社員の教育制度の確立

◆店舗企画・開発

● 「投資回収5年以内、営業利益率10.0%以上」の基準に沿った出店の継続

● 大型店のプロトタイプ化(例:足立竹ノ塚・大都市の250坪ピロティー)

◆経費

● 業務改善の取組み強化による人時生産性数値の向上

● 費用対効果の高い販促媒体への集中による販促効率の更なる向上

● 賃料減額交渉の継続



分配率管理を徹底し、営業利益率10.0%以上の確保

ORIHICA:2008年3月期下期の取組み

AOKIとのシナジーを発揮し、今後の出店加速に向けた
更なる基盤整備と利益改善の両方を追求

◆商品

- 店舗数増加とAOKIのバイイングパワーを活用した仕入コストメリットの更なる発揮

◆販促

- 費用対効果の高い販促媒体への集中による販促効果の向上

◆店舗企画・開発

- プロトタイプ店舗の磨き上げ
- タイプ別に全店標準化の実施
- 年間7店舗の出店予定

◆営業・人事・教育

- AOKIのスタイリスト制度で培った教育ノウハウをORIHICA版として実施
- 今後の出店加速に向けた、店舗マネージャー候補者の育成



M/X: 上期の実施事項、下期の取組み課題

コンセプト: 30代を中心としたファミリーをターゲットに普段着をコーディネートで提供し、より豊かで楽しいカジュアルライフを創造する。

(連結対象期間 上半期:2007/2/21~2007/8/20、通期:2007/2/21~2008/3/31)

■ 上期の実施事項

◆ 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

(商品・営業・販促・店舗開発・物流・システム・
人事・総務・経理・経営企画の10部門)

◆ プロトタイプの見直し

◆ 不採算店舗の閉店

(上期:3店舗閉店)

■ 下期の取組み課題

◆ プロトタイプの実験と検証の実施

◆ 改善活動の積極的推進

◆ 販促活動の改善による集客力の向上

◆ 不採算店舗の閉店

(下期:7店舗予定、年間:10店舗予定)

◆ 「創業72年さようならセール」の実施

*08/3/1付けで商号を株式会社エムエックスに変更
(社名と店舗名を一致)

…将来の飛躍に向けて企業イメージを刷新し、質の高い商品
とサービスの提供を目指した事業展開を推進するため

出店戦略

営業利益率10%以上を確保し、市場シェア獲得のための店舗開発を継続

◆AOKI

- 新ロゴへの看板変更・店舗改装による新しいAOKI業態の確立・標準化
(2008年3月で全店看板変更完了予定)
- 新規出店25店以上の開発(全国的な新店開発を再開)
- 既存大型店の改装、及び魅力ある新規大型店の開発



◆ORIHICA

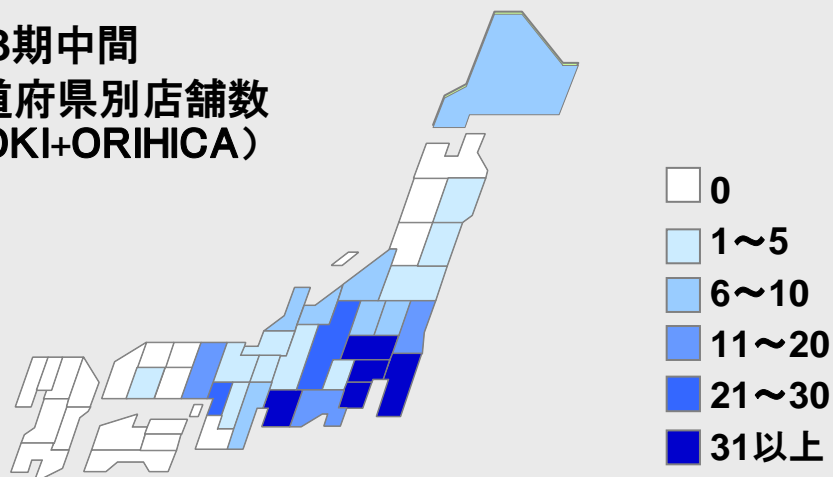
- 首都圏、関西エリアの新規SC、既存SCへの出店継続
- 新規SCへの出店による認知度向上、既存SCへの出店による利益率の高い店舗作りを目指す



◆AOKI + ORIHICAの両業態で出店し、エリアでメンズ市場シェアを拡大

08/3期 出店計画

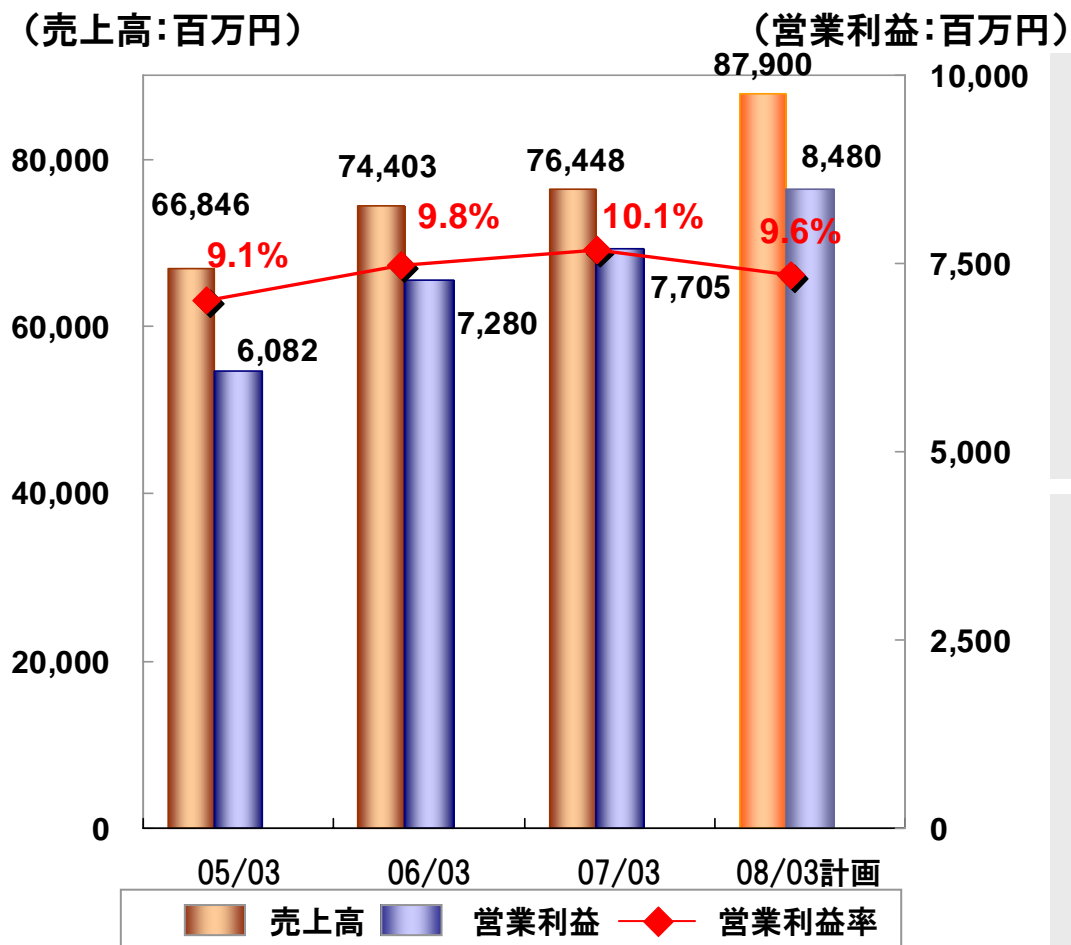
08/3期中間
都道府県別店舗数
(AOKI+ORIHICA)



| | | 上期 | 下期 | 年間 |
|---------|----|-----|-----|-----|
| AOKI | 出店 | 15 | 14 | 29 |
| | 退店 | 2 | 1 | 3 |
| | 期末 | 370 | 383 | 383 |
| ORIHICA | 出店 | 3 | 4 | 7 |
| | 退店 | 4 | — | 4 |
| | 期末 | 34 | 38 | 38 |
| M / X | 出店 | 2 | — | 2 |
| | 退店 | 3 | 7 | 10 |
| | 期末 | 40 | 33 | 33 |
| 合計 | 期末 | 444 | 454 | 454 |

通期の収益見通し

積極出店でコスト上昇するものの、重中衣料の販売強化により
6期連続の増収増益を目指す



■ 売上高: 前期比 115.0%

◆ 既存店売上高(AOKI+ORIHICA):

前期比+0.1%

◆ 新規出店

AOKI: 29店舗予定(上期:15、下期:14)

ORIHICA: 7店舗予定(上期:3、下期:4)

◆ M/X(株式会社マルフル)の売上高が寄与
(*)

■ 営業利益: 前期比 110.1%

◆ 売上総利益率のアップにより経費増を吸収し、
営業利益は増益

◆ 既存店は増益の見込み

◆ 売上総利益率アップ: 56.9%⇒57.4%

◆ 販売管理費の増加: 前期比 117.3%

- 新規出店増に伴う販促費、人件費の増加
- 看板変更に伴う改装経費の増加
- 株式会社マルフル連結による増加

* マルフルは07/2/21～08/3/31の13ヶ月10日決算

補足資料

2008年3月期中間 連結営業実績

(単位:百万円、%)

| | 07/9期実績 | 百分比(%) | 07/9期計画 | 百分比(%) | 06/9期実績 | 百分比(%) | 対前期増減 | 対比(%) |
|----------------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|-------|-------|
| 売上高 | 57,063 | 100.0 | 56,400 | 100.0 | 48,556 | 100.0 | 8,506 | 117.5 |
| ファッション | 37,573 | 100.0 | 37,400 | 100.0 | 31,741 | 100.0 | 5,832 | 118.4 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 9,795 | 100.0 | 9,490 | 100.0 | 8,468 | 100.0 | 1,326 | 115.7 |
| エンターテイメント | 9,693 | 100.0 | 9,510 | 100.0 | 8,346 | 100.0 | 1,346 | 116.1 |
| 売上総利益 | 25,781 | 45.2 | 25,250 | 44.8 | 21,613 | 44.5 | 4,167 | 119.3 |
| ファッション | 21,393 | 56.9 | 21,070 | 56.3 | 17,826 | 56.2 | 3,567 | 120.0 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 2,698 | 27.6 | 2,670 | 28.1 | 2,467 | 29.1 | 230 | 109.4 |
| エンターテイメント | 1,674 | 17.3 | 1,510 | 15.9 | 1,324 | 15.9 | 350 | 126.4 |
| 販売管理費 | 22,543 | 39.5 | 22,820 | 40.5 | 19,253 | 39.7 | 3,290 | 117.1 |
| ファッション | 19,819 | 52.7 | 19,990 | 53.4 | 16,788 | 52.9 | 3,031 | 118.1 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 1,754 | 17.9 | 1,830 | 19.3 | 1,641 | 19.4 | 113 | 106.9 |
| エンターテイメント | 924 | 9.5 | 950 | 10.0 | 822 | 9.9 | 101 | 112.4 |
| 営業利益 | 3,237 | 5.7 | 2,430 | 2.5 | 2,359 | 4.9 | 877 | 137.2 |
| ファッション | 1,573 | 4.2 | 1,080 | 2.9 | 1,037 | 3.3 | 535 | 151.6 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 944 | 9.6 | 840 | 8.9 | 826 | 9.8 | 117 | 114.2 |
| エンターテイメント | 750 | 7.7 | 560 | 5.9 | 502 | 6.0 | 248 | 149.4 |
| 経常利益 | 3,547 | 6.2 | 2,860 | 3.3 | 2,850 | 5.9 | 696 | 124.4 |
| 当期純利益 | 1,470 | 2.6 | 1,000 | 1.8 | 1,142 | 2.4 | 328 | 128.7 |
| 1株当たり 当期純利益 | 32.71 | - | 22.33 | - | 25.30 | - | 7.41 | - |
| 期末発行済株式総数 | 45,064千株 | - | 44,785千株 | - | 44,872千株 | - | 191千株 | - |

(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)

2008年3月期中間 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位:百万円、%)

| | 07/9期実績 | | | | | | | | 06/9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 | | | | |
| 広告宣伝費 | 3,264 | 127.6 | 2,706 | 129.2 | 449 | 121.5 | 101 | 109.9 | 2,558 | 2,094 | 370 | 92 |
| 人件費 | 8,482 | 118.7 | 7,375 | 117.9 | 506 | 104.2 | 537 | 135.2 | 7,145 | 6,254 | 486 | 397 |
| 賃借料 | 4,712 | 115.0 | 4,647 | 115.3 | 16 | 67.0 | 45 | 102.8 | 4,099 | 4,029 | 24 | 44 |
| 減価償却費 | 1,160 | 115.2 | 1,090 | 117.8 | 60 | 80.3 | 6 | 91.4 | 1,007 | 925 | 74 | 7 |

(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。

2008年3月期通期 連結業績見通し

(単位:百万円、%)

| | 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 | 128,300 | 100.0 | 112,143 | 100.0 | 16,156 | 114.4 |
| ファッション | 87,900 | 100.0 | 76,448 | 100.0 | 11,451 | 115.0 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 20,300 | 100.0 | 18,291 | 100.0 | 2,008 | 111.0 |
| エンターテイメント | 20,100 | 100.0 | 17,403 | 100.0 | 2,696 | 115.5 |
| 売上総利益 | 59,720 | 46.5 | 51,730 | 46.1 | 7,989 | 115.4 |
| ファッション | 50,480 | 57.4 | 43,521 | 56.9 | 6,958 | 116.0 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 5,820 | 28.7 | 5,310 | 29.0 | 509 | 109.6 |
| エンターテイメント | 3,420 | 17.0 | 2,895 | 16.6 | 524 | 118.1 |
| 販売管理費 | 47,620 | 37.1 | 40,841 | 36.4 | 6,778 | 116.6 |
| ファッション | 42,000 | 47.8 | 35,816 | 46.9 | 6,183 | 117.3 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 3,630 | 17.9 | 3,372 | 18.4 | 257 | 107.6 |
| エンターテイメント | 1,870 | 9.3 | 1,656 | 9.5 | 213 | 112.9 |
| 営業利益 | 12,100 | 9.4 | 10,889 | 9.7 | 1,210 | 111.1 |
| ファッション | 8,480 | 9.6 | 7,705 | 10.1 | 774 | 110.1 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 2,190 | 10.8 | 1,938 | 10.6 | 251 | 113.0 |
| エンターテイメント | 1,550 | 7.7 | 1,239 | 7.1 | 310 | 125.1 |
| 経常利益 | 12,650 | 9.9 | 11,749 | 10.5 | 900 | 107.7 |
| 当期純利益 | 5,500 | 4.3 | 5,151 | 4.5 | 348 | 106.8 |
| 1株当たり 当期純利益 | 122.05 | - | 114.47 | - | 7.58 | - |
| 期末発行済株式総数 | 45,064千株 | - | 44,785千株 | - | 279千株 | - |

(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。

2008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、%)

| | 08/3期計画 | | | | | | | | 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 | 前期比 | 前期比 | | | | | | |
| 広告宣伝費 | 8,260 | 121.3 | 7,030 | 120.2 | 980 | 131.2 | 250 | 126.9 | 6,808 | 5,847 | 747 | 197 |
| 人件費 | 17,000 | 114.7 | 14,890 | 115.2 | 1,030 | 109.6 | 1,080 | 125.0 | 14,824 | 12,926 | 940 | 864 |
| 賃借料 | 9,703 | 116.6 | 9,590 | 117.3 | 23 | 39.7 | 90 | 101.1 | 8,320 | 8,173 | 58 | 89 |
| 減価償却費 | 2,595 | 121.4 | 2,450 | 119.9 | 132 | 84.1 | 13 | 92.9 | 2,138 | 2,044 | 157 | 14 |

(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。

【ご参考：ファッション事業(単体)2008年3月期中間実績】

(1)ファッション事業の既存店増収率

(単位：%)

| | 上半期 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 下半期 | 通期 |
|-------|-----|------|-----|-----|------|------|-----|-----|-----|
| 08/3期 | 1.8 | 3.3 | 1.7 | 1.5 | △3.1 | 5.1 | 6.4 | | |
| 07/3期 | 1.6 | △1.8 | 0.1 | 5.5 | 1.1 | △0.6 | 4.4 | 3.9 | 2.8 |

(2)ファッション事業既存店の客数・客単価

(単位：%)

| | | 上半期 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 下半期 | 通期 |
|-----|-------|------|------|------|------|------|------|------|-----|------|
| 客数 | 08/3期 | △3.1 | 2.1 | △6.8 | △2.5 | △9.3 | 1.2 | 0.6 | | |
| | 07/3期 | 5.2 | △3.7 | 5.9 | 14.9 | 2.9 | △0.3 | 4.9 | 2.6 | 3.5 |
| 客単価 | 08/3期 | 5.1 | 1.1 | 9.1 | 4.1 | 6.9 | 3.9 | 5.8 | | |
| | 07/3期 | △3.4 | 2.0 | △5.5 | △8.2 | △1.7 | △0.3 | △0.5 | 1.2 | △0.7 |

(3)ファッション事業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 | | | | |
| | 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 | | | | |
| | 07/3期 | 24.6 | 100.0 | 24.1 | 100.4 | 24.3 | 100.4 |

(4)ファッション事業の商品別売上状況

(単位:百万円)

| | 07/9期 実績 | (%) 百分比 | 07/9期 計画 | (%) 百分比 | 06/9期 実績 | (%) 百分比 | 対前年増減 | (%) 対比 |
|-----|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------|-----------|
| 重衣料 | 17,939 | 52.4 | 17,200 | 50.7 | 16,100 | 50.6 | 1,838 | 111.4 |
| 中衣料 | 4,168 | 12.2 | 4,350 | 12.8 | 4,188 | 13.2 | △20 | 99.5 |
| 軽衣料 | 11,215 | 32.8 | 11,500 | 33.9 | 10,636 | 33.5 | 579 | 105.4 |
| その他 | 881 | 2.6 | 850 | 2.5 | 815 | 2.6 | 66 | 108.1 |
| 計 | 34,205 | 100.0 | 33,900 | 100.0 | 31,741 | 100.0 | 2,463 | 107.8 |

(5) ファッション事業期中平均売場面積の推移

(単位:m²)

| 07/9期 | 06/9期 | 対前期増減 | 対比(%) |
|---------|---------|--------|-------|
| 235,724 | 223,076 | 12,648 | 105.7 |

(6) ファッション事業の都道府県別店舗数の推移

(単位:店)

| | 07/9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 | | | 10 | 10 |
| 岩手県 | | | 2 | 2 |
| 宮城県 | 1 | | 4 | 3 |
| 福島県 | 1 | 1 | 5(1) | 5(1) |
| 茨城県 | | 1(1) | 14(1) | 15(2) |
| 栃木県 | | | 8(1) | 8(1) |
| 群馬県 | 1 | | 8 | 7 |
| 埼玉県 | 2 | | 48(4) | 46(4) |
| 千葉県 | 3(1) | | 45(6) | 42(5) |
| 東京都 | 3(1) | 2(2) | 52(5) | 51(6) |
| 神奈川県 | 1(1) | | 43(6) | 42(5) |
| 新潟県 | | | 8(1) | 8(1) |
| 富山県 | | | 7 | 7 |
| 石川県 | 1 | 1 | 7 | 7 |
| 福井県 | | | 2 | 2 |
| 山梨県 | | | 5 | 5 |
| 長野県 | | | 22 | 22 |
| 静岡県 | | | 16 | 16 |
| 岐阜県 | | | 5 | 5 |
| 愛知県 | 1 | | 38(2) | 37(2) |
| 三重県 | | | 9 | 9 |
| 滋賀県 | | | 3 | 3 |
| 京都府 | | | 2 | 2 |
| 大阪府 | 3 | | 24(3) | 21(3) |
| 兵庫県 | 1 | 1(1) | 13(4) | 13(5) |
| 奈良県 | | | 1 | 1 |
| 広島県 | | | 3 | 3 |
| 合計 | 18(3) | 6(4) | 404(34) | 392(35) |

*M/Xは除く

(注) ()内書きはORIHICAを表示しております。

【ご参考:ファッション事業(単体) 2008年3月期計画】

(1)ファッション事業の既存店増収率

(単位:%)

| | 上半期実績 | 下半期 | 通期 |
|-----------|-------|------|-----|
| 08/3期(計画) | 1.8 | Δ1.1 | 0.1 |
| 07/3期 | 1.6 | 3.9 | 2.8 |

(2)ファッション事業の客数・客単価の増加率(既存店)

(単位:%)

| | | 上半期実績 | 下半期 | 通期 |
|-----|-----------|-------|------|------|
| 客数 | 08/3期(計画) | Δ3.1 | Δ3.0 | Δ3.1 |
| | 07/3期 | 5.2 | 2.6 | 3.5 |
| 客単価 | 08/3期(計画) | 5.1 | 2.0 | 3.3 |
| | 07/3期 | Δ3.4 | 1.2 | Δ0.7 |

(3) ファッション事業の商品別売上計画

(単位:百万円)

| | 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 | 43,950 | 54.6 | 40,945 | 53.6 | 3,004 | 107.3 |
| 中衣料 | 7,850 | 9.8 | 7,897 | 10.3 | △47 | 99.4 |
| 軽衣料 | 26,850 | 33.4 | 25,814 | 33.8 | 1,035 | 104.0 |
| その他 | 1,850 | 2.3 | 1,791 | 2.3 | 58 | 103.3 |
| 計 | 80,500 | 100.0 | 76,448 | 100.0 | 4,051 | 105.3 |