

AOKI Holdings

2007年3月期

決算説明会

2007年5月18日

株式会社AOKIホールディングス



AOKI'



ANNIVERSAIRE
OMOTESANDO



目次

AOKIグループの現状と今後の経営方針	3
2007年3月期決算報告	4
ファッション事業:商品・販促策がトータルに奏効	5
中期経営計画の概要	6
各事業の中期経営方針	7
連結中期収益計画:売上高	8
連結中期収益計画:営業利益	9
2007年3月期通期業績の概要	10
連結損益の状況	11
事業別売上高・営業利益実績	12
アニヴェルセル・ブライダル事業	13
エンターテイメント事業	14
連結貸借対照表の主な増減科目	15
連結キャッシュ・フロー計算書	16
出退店実績	17
2008年3月期通期業績予想	18
連結損益の見通し	19
事業別売上高・営業利益見通し	20
アニヴェルセル・ブライダル事業:2008年3月期の計画	21
エンターテイメント事業:2008年3月期の計画	22
出退店の見通し	23

ファッション事業の現状と今後の展開	24
ファッション事業 2007年3月期通期の実績	25
2007年3月期の分析:商品・販促策がトータルに奏効	26
ファッション事業の好調:スタイリスト制度の定着	27
ファッション事業:既存店売上高・客数・客単価推移	28
AOKI:2007年3月期の取組み及び実績	29
ORIHICA:2007年3月期の取組み及び実績	30
2008年3月期の方針	31
AOKI:2008年3月期の取組み 1	32
AOKI:2008年3月期の取組み 2	33
ORIHICA:2008年3月期の取組み	34
マルフル:2008年3月期からグループに参加	35
マルフル:地域に根ざした『M/X』ブランド	36
マルフル:AOKIにもたらすシナジー効果	37
出店戦略	38
2008年3月期の収益見通し	39
補足資料	40
2007年3月期 連結営業実績	41
2007年3月期 販売費及び一般管理費の主な内訳	42
2008年3月期 連結業績見通し	43
2008年3月期計画 販売費及び一般管理費の主な内訳	44
ご参考:ファッション事業2007年3月期実績	45
ご参考:ファッション事業2008年3月期計画	48

AOKIグループの現状と 今後の経営方針

2007年3月期決算報告

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19店

◆ORIHICA

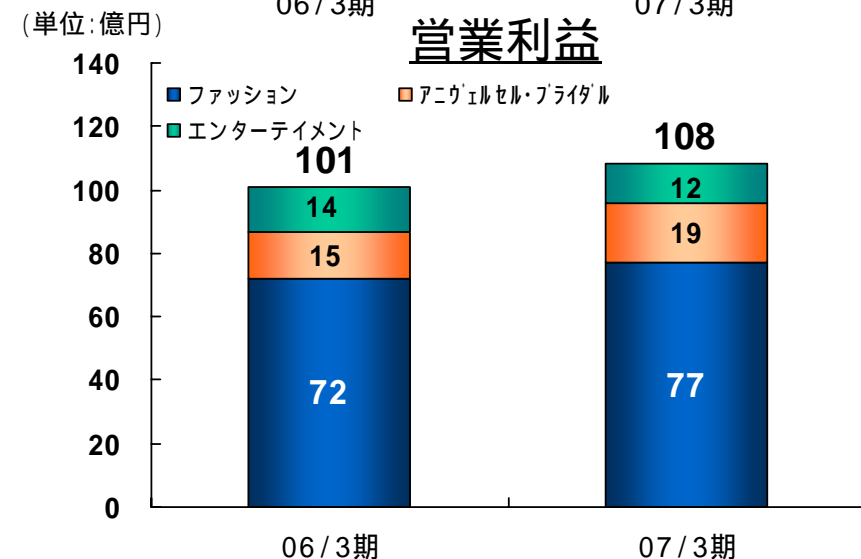
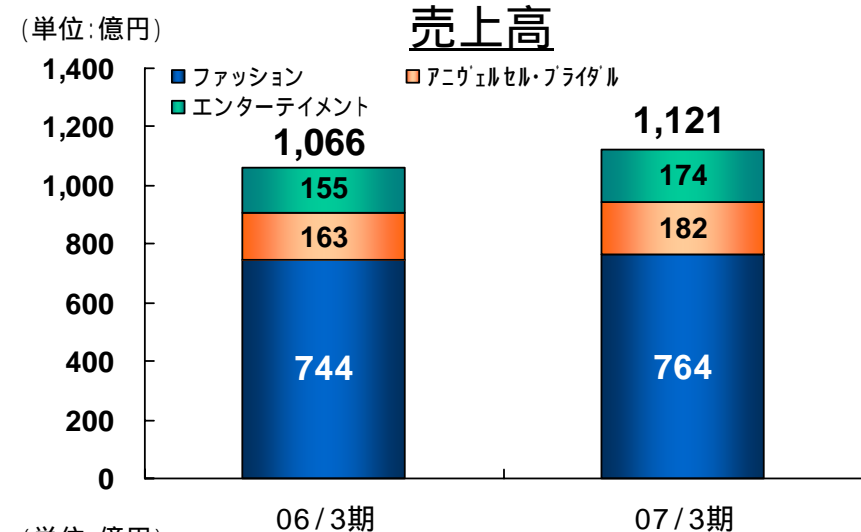
- 出店は期初計画通り15店

■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111.6%に
- ◆多店舗展開に向け、期初計画の3店をオープン

■エンターテイメント事業

- ◆将来収益への投資、積極的出店を開始
 - カラオケ事業：コート・ダジュール 4店出店
 - 複合カフェ事業：快活CLUB等 26店出店
 - フィットネス事業：第2号店をオープン



ファッション事業：商品・販促策がトータルに奏効

- 2007年3月期連結営業利益は計画比113.4%：
計画上ぶれ要因の約70%がファッション事業によるもの

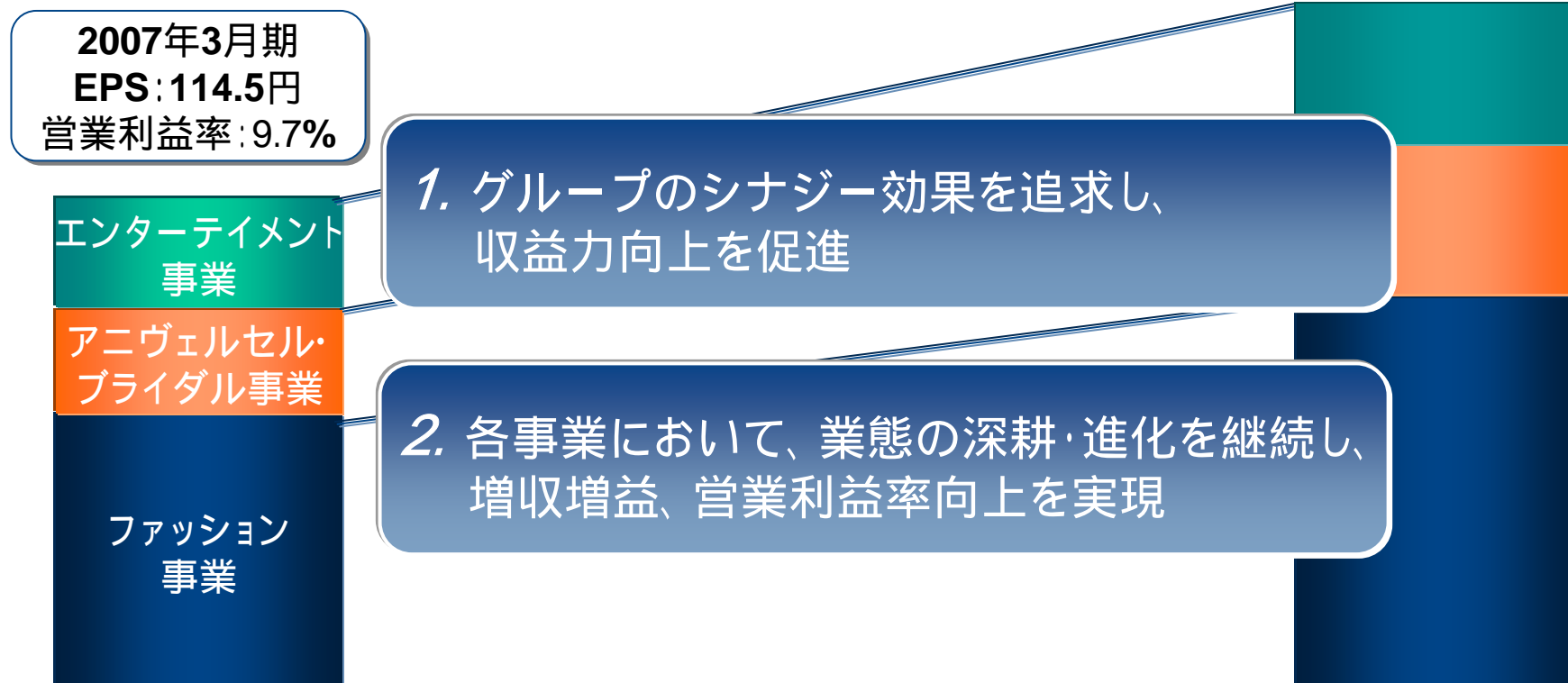
(単位：百万円)

	連結営業利益
2007.3期(計画)	9,600
2007.3期(実績)	10,889
差異	1,289

	ファッション事業 営業利益
2007.3期(計画)	6,800
2007.3期(実績)	7,705
差異	905

- ◆ 商品企画から販売までの一貫したマーケティング戦略を深耕、徹底
- ◆ 新ブランドスーツ(「MAJI」、「JEAN RENO」)の寄与、「もてスリム」による若年層取り込みで、粗利の大きなスーツが売上好調
- ◆ 「スタイリスト制度」を積極的に推進し、ライフスタイルを表現するトータルコーディネート提案(客単価の上昇)

中期経営計画の概要



《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

- 重点エリアを中心に年間**20**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、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

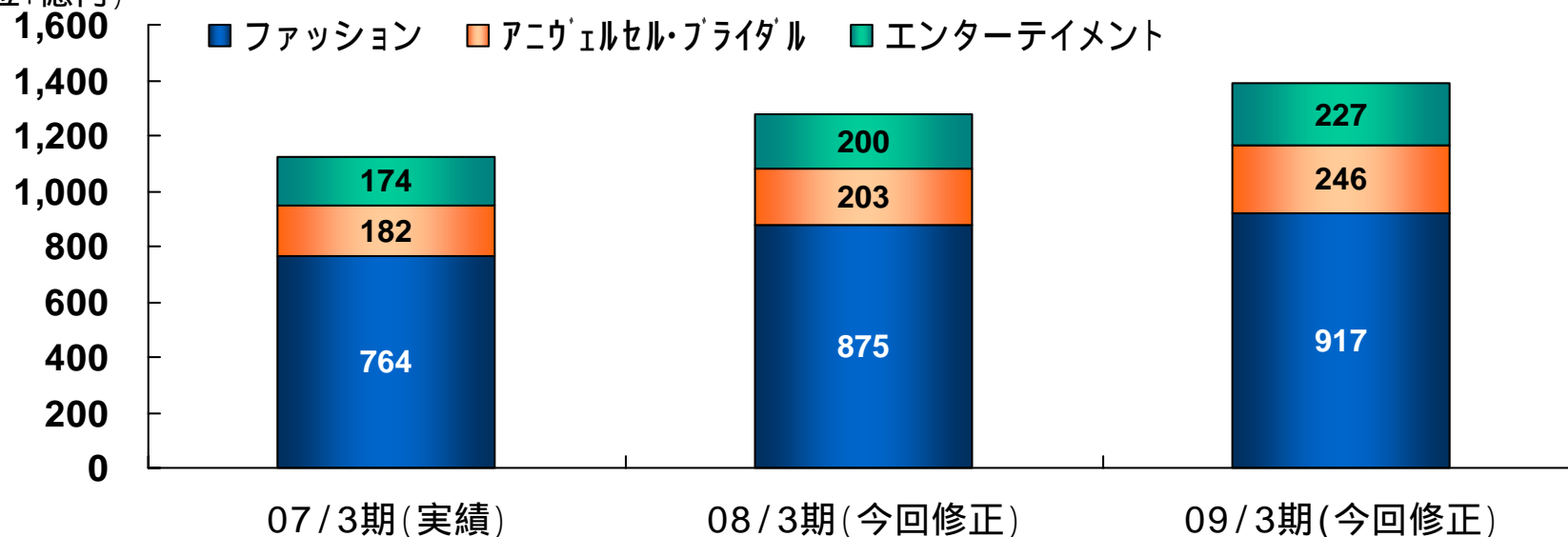
- ◆独自の研修プログラムに基づく、高度なスキルと高いサービスマインドを持つ人材育成を実施
- ◆首都圏、関西圏を中心とした主要都市へのエリア展開による出店を実施
(**2007年3月期:3**店舗、**2008年3月期以降:2~3**店舗以上)
- ◆エリア展開の出店により「人材・仕入・販促」**3**つの経営効率化の追求

■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)

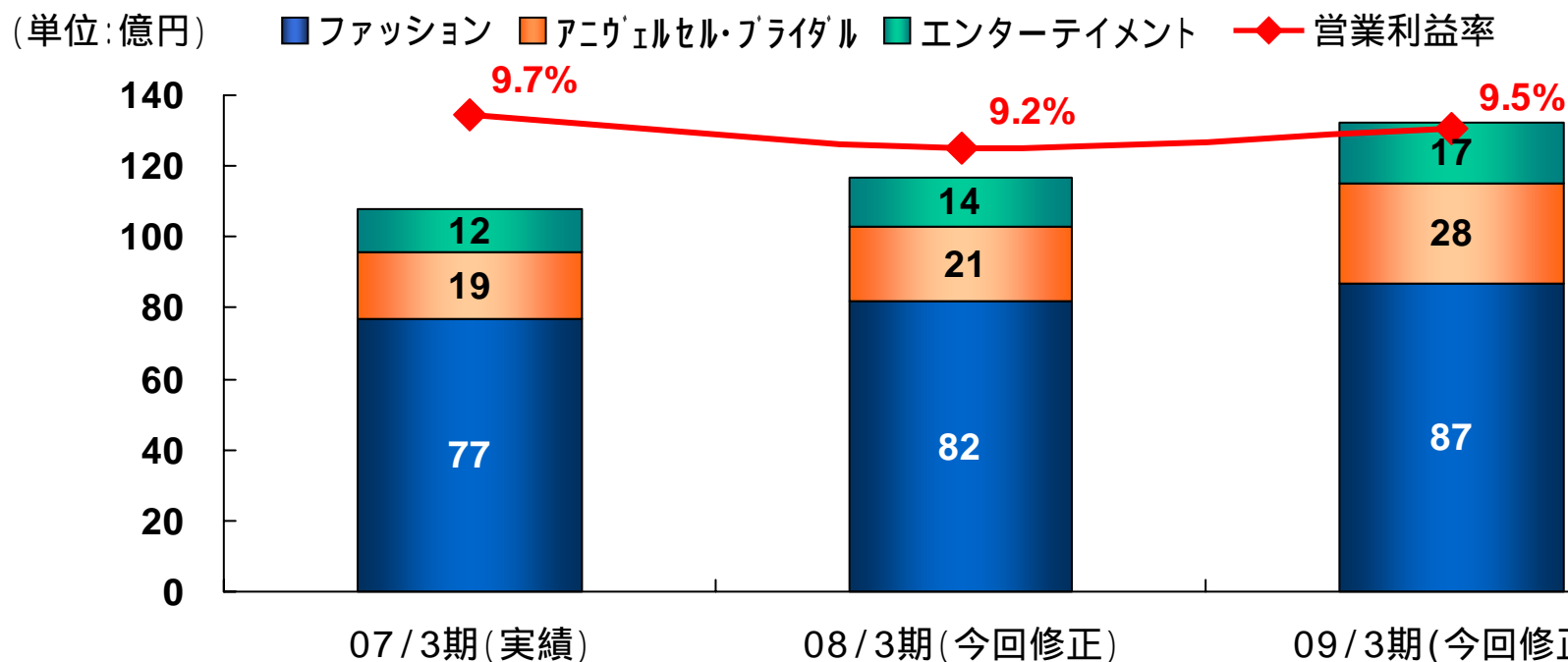


(単位:百万円、%、店)

	07/3期 (実績)	前期比	08/3期 (今回修正)	前期比 (修正後)	09/3期 (今回修正)	前期比 (修正後)
売上高	112,143	105.1	127,800	114.0	139,000	108.8
ファッション	76,448	102.7	87,500	114.5	91,700	104.8
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	20,000	114.9	22,700	113.5
期末店舗数	583	+59	676	+93	737	+61
ファッション	392	+29	458	+66	490	+32
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	206	+25	232	+26

* 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算入

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 (今回修正)	前期比 (修正後)
営業利益	10,889	107.1	11,700	107.4	13,200	112.8
ファッション	7,705	105.8	8,290	107.6	8,780	105.9
AVS・ブライダル	1,938	122.9	2,130	109.9	2,800	131.5
エンターテイメント	1,239	82.8	1,400	113.0	1,770	126.4
当期純利益	5,151	94.8	5,450	105.8	6,500	119.3

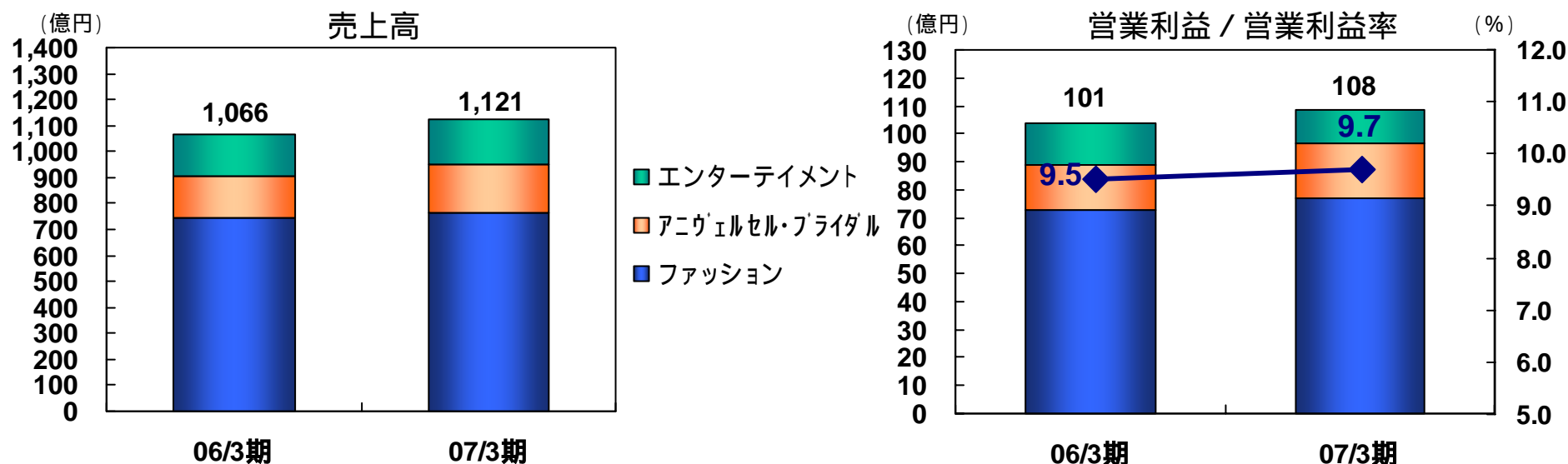
2007年3月期 通期業績の概要

連結損益の状況

(単位:百万円)

科目 / 期別	07/3期	06/3期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	112,143	106,686	5,456	105.1	新規出店効果などで各事業が増収に寄与、増収率では特にエンターテインメント部門の伸びが大きい。
売上総利益 売上総利益率	51,730 46.1%	48,941 45.9%	2,789 +0.2ポイント	105.7	売上高に伴う増加 スーツの売上構成比増加
販売費・一般管理費	40,841	38,777	2,064	105.3	新規出店コスト増加の一方で、 効率的広告戦略を推進
営業利益 営業利益率	10,889 9.7%	10,163 9.5%	725 +0.2ポイント	107.1	増収効果に加えて、販促策の奏効 でAOKIが利益に貢献
営業外収益	2,685	3,002	317	89.4	転貸店舗の直接契約増加に伴う 不動産賃貸収入の減少
営業外費用	1,825	2,055	230	88.8	転貸不動産費用の減少
経常利益	11,749	11,110	638	105.7	営業利益と並んで過去最高を更新
特別利益	168	1,098	929	15.3	06/3期の子会社上場に際し発生し た持分変動差額の減少
特別損失	1,575	2,643	1,067	59.6	減損損失の減少
当期純利益	5,151	5,431	280	94.8	

事業別売上高・営業利益実績



[事業別売上高]

(単位: 百万円)

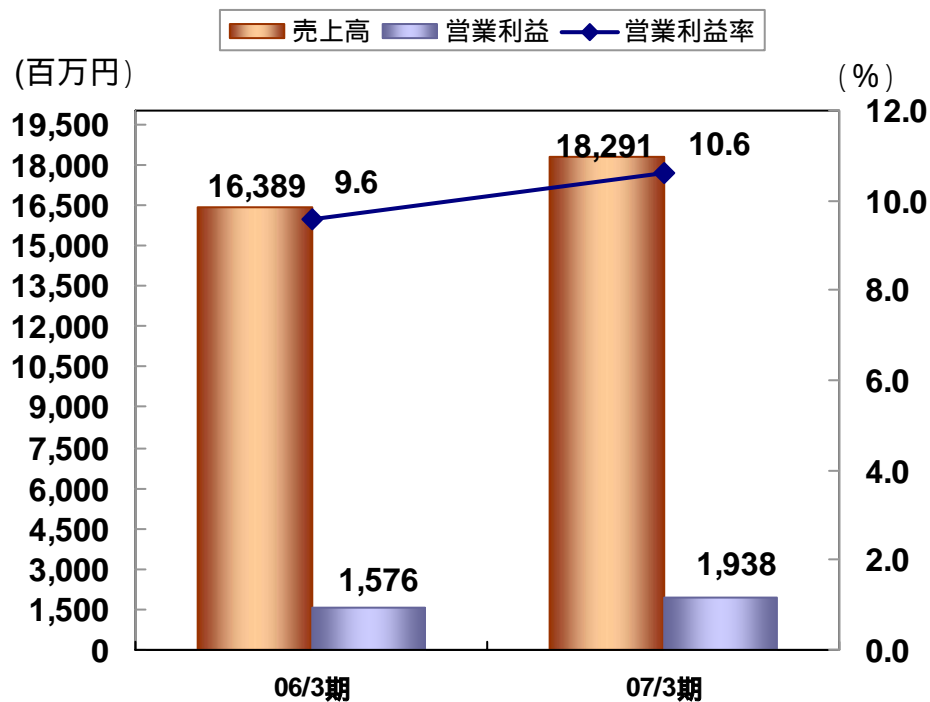
事業	07/3期	06/3期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	112,143	106,686	5,456	105.1	
ファッション	76,448	74,403	2,045	102.7	新規出店に加え、客単価が上昇傾向
アニヴェルセル・ブライダル	18,291	16,389	1,901	111.6	新規出店効果
エンターテイメント	17,403	15,539	1,863	112.0	複合カフェの新規出店効果

[事業別営業利益]

(単位: 百万円)

事業	07/3期	06/3期	増減	対比 (%)
計	10,889	10,163	725	107.1
ファッション	7,705	7,280	425	105.8
アニヴェルセル・ブライダル	1,938	1,576	361	122.9
エンターテイメント	1,239	1,496	257	82.8

出店効果と高水準の成約率が寄与して増収増益



(単位: 百万円)

	07/3期		
		前年同期比%	売比%
売上高	18,291	111.6	100.0
売上総利益	5,310	115.5	29.0
販売管理費	3,372	111.6	18.4
営業利益	1,938	122.9	10.6

2007年3月期通期実績

■ 売上高: 前年同期比 111.6%

- ◆ 新規出店(大阪、神戸、立川)による増収
- ◆ 前期出店のパーティーレ柏迎賓館の寄与

■ 営業利益: 前年同期比 122.9%

- ◆ 業界他社と比べた成約率の高さ
- ◆ 総合サービス産業としてのノウハウで差別化

パーティーレ立川ウエディングビレッジ

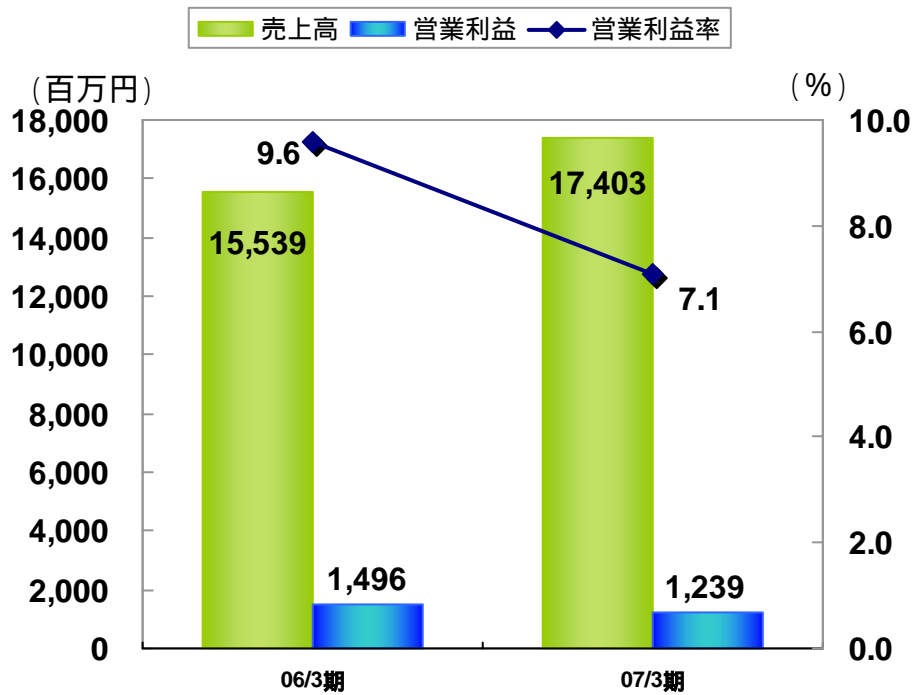
< 07年3月オープン >



=施設概要=

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

複合カフェの積極出店経費で減益、08/3期以降収益に貢献



(単位:百万円)

	07/3期		
		前年同期比%	売比%
売上高	17,403	112.0	100.0
売上総利益	2,895	105.7	16.6
販売管理費	1,656	133.3	9.5
営業利益	1,239	82.8	7.1
期末店舗数	181		

* 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

2007年3月期通期実績

■売上高: 前年同期比 112.0%

- ◆ 新規出店30店舗(コート・ダジュール 4、快活CLUB:フィットネス・スパ含む26)
 - ◆ 前期出店22店舗(コート・ダジュール 8¹、快活CLUB 14²)が寄与
- 1うち7店はゼビオより営業譲受、²うち2店はゼビオより営業譲受

■営業利益: 前年同期比82.8%

- ◆ 期初計画比では、89百万円の改善
 - 既存店の好調及び前期出店分の寄与
 - 今期の出店経費分を前期出店店舗の営業利益でカバーしきれなかった

<複合店舗>
コート・ダジュール
快活フィットネスCLUB
長野昭和通り店

(2006年9月オープン)



連結貸借対照表の主な増減科目

(単位:百万円)

科目 / 期別	07/3期	06/3期	増減	主な増減要因
流動資産	42,309	45,831	3,522	
現金・預金	19,062	24,313	5,251	新規出店など設備投資に伴うもの
たな卸資産	14,599	14,157	442	
固定資産	103,447	99,680	3,767	
有形固定資産	67,692	64,320	3,372	全事業で新規出店を積極的に推進
無形固定資産	4,025	4,354	328	
投資その他の資産	31,728	31,005	723	
資産合計	145,756	145,511	245	
流動負債	29,056	30,232	1,175	支払債務、未払法人税等の減少
支払手形・買掛金	11,911	13,862	1,950	一部支払方法の変更
固定負債	25,026	26,572	1,546	負ののれん、及び社債等の減少
社債・借入金	16,393	16,898	505	
負債合計	54,083	56,805	2,721	
資本金	23,282	23,282	-	
資本剰余金	22,586	22,610	24	
利益剰余金	47,149	43,200	3,949	当期末処分利益によるもの
自己株式	4,490	3,439	1,050	
其他有価証券評価差額金	1,075	1,491	415	
新株予約権	149	-	149	
少数株主持分	1,919	1,560	358	
純資産合計	91,673	88,706	2,966	利益剰余金の増加
負債純資産合計	145,756	145,511	245	

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目 / 期別	07/3期	06/3期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	7,311	14,236	6,924	法人税等の支払額増加、及び 仕入債務の減少
投資活動による キャッシュ・フロー	10,509	9,983	526	有形固定資産取得による支出増 加の一方、投資有価証券取得に よる支出が減少
財務活動による キャッシュ・フロー	2,148	659	1,489	06/3期の子会社の増資に伴う 収入が減少
現金及び現金同等物の 増減額	5,346	3,593	8,939	
期首残高	24,113	20,519	3,593	
新規連結に伴う現金及び 現金同等物の期末残高	94	-	94	(株)ソレイユの連結
期末残高	18,862	24,113	5,251	

出退店実績

(単位:店、百万円)

店舗名	セグメント	07/3期			06/3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	357	19	4	342	31	3
ORIHICA	ファッション	35	15	1	21	4	-
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	10	3	1	8	2	-
コート・ダジュール	エンターテイメント	92	4	1	89	8	1
快活CLUB他	エンターテイメント	89	26	1	64	14	4
合 計		583	67	8	524	59	8
設 備 投 資 額		9,257			8,458		

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: 07/3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
06/3期 ファッション 4,607、アニヴェルセル・ブライダル 2,325、エンターテイメント 1,400

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	127,800	112,143	15,656	114.0	マルフル連結などファッション事業の寄与
売上総利益 売上総利益率	58,730 46.0%	51,730 46.1%	6,999 0.1ポイント	113.5	マルフル連結によりファッション事業が 0.1ポイント
販売費・一般管理費	47,030	40,841	6,188	115.2	各事業の新規出店費用の増加
営業利益 営業利益率	11,700 9.2%	10,889 9.7%	810 0.5ポイント	107.4	全事業で増益を見込むが、マルフル連結の効果は来期以降
営業外収益	2,340	2,685	345	87.1	
営業外費用	1,590	1,825	235	87.1	
経常利益	12,450	11,749	700	106.0	
特別利益	-	168	168	-	
特別損失	1,250	1,575	325	79.3	
当期純利益	5,450	5,151	298	105.8	

前提条件

- ◆設備投資額: 10,637百万円 (ファッション4,780百万円 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 2,437百万円)
- ◆減価償却額: 3,900百万円
- ◆ファッション既存店売上高伸び率 上期 1.5% 下期 1.1% 通期 ±0%

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	127,800	112,143	15,656	114.0
ファッション	87,500	76,448	11,051	114.5
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	20,000	17,403	2,596	114.9

[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	11,700	10,889	810	107.4
ファッション	8,290	7,705	584	107.6
アニヴェルセル・ブライダル	2,130	1,938	191	109.9
エンターテイメント	1,400	1,239	160	113.0

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
- ◆ ドミナントエリア形成での店舗展開による経営効率化の追求

■ 2008年3月期計画

■ 売上高: 前期比 111.0%

- ◆ 新規出店(パルティーレ江坂ウエディングビレッジ、パルティーレ白壁ウエディングシャトー(仮称))による増収

■ 営業利益: 前期比 109.9%

- ◆ 増収効果プラス効率的経営による収益力アップ

(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	5,760	108.5	28.4
販売管理費	3,630	107.6	17.9
営業利益	2,130	109.9	10.5

パルティーレ江坂(大阪)ウエディングビレッジ < 07年9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:
- 収容人数
- ・フランス館 100名
- ・イタリア館 100名

パルティーレ白壁(名古屋)ウエディングシャトー(仮称) < 07年秋オープン予定 >

=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 各100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28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 114.9%

- ◆ 新規出店・前期出店店舗寄与による増収

■ 営業利益: 前期比 113.0%

- ◆ 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	20,000	114.9	100.0
売上総利益	3,270	112.9	16.4
販売管理費	1,870	112.9	9.4
営業利益	1,400	113.0	7.0
期末店舗数	206		

* 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	380	25	2	357	19	4
ORIHICA	ファッション	42	10	3	35	15	1
M/X	ファッション	36	2	7	(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	105	17	1	89	26	1
合 計		676	67	15	583 ²	67	8
設 備 投 資 額		10,637			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参入いたします。

設備投資額内訳: 08/3期 予 ファッション 4,780、アニヴェルセル・ブライダル 3,420、エンターテイメント 2,437
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

2006年3月期 ファッション事業(連結)

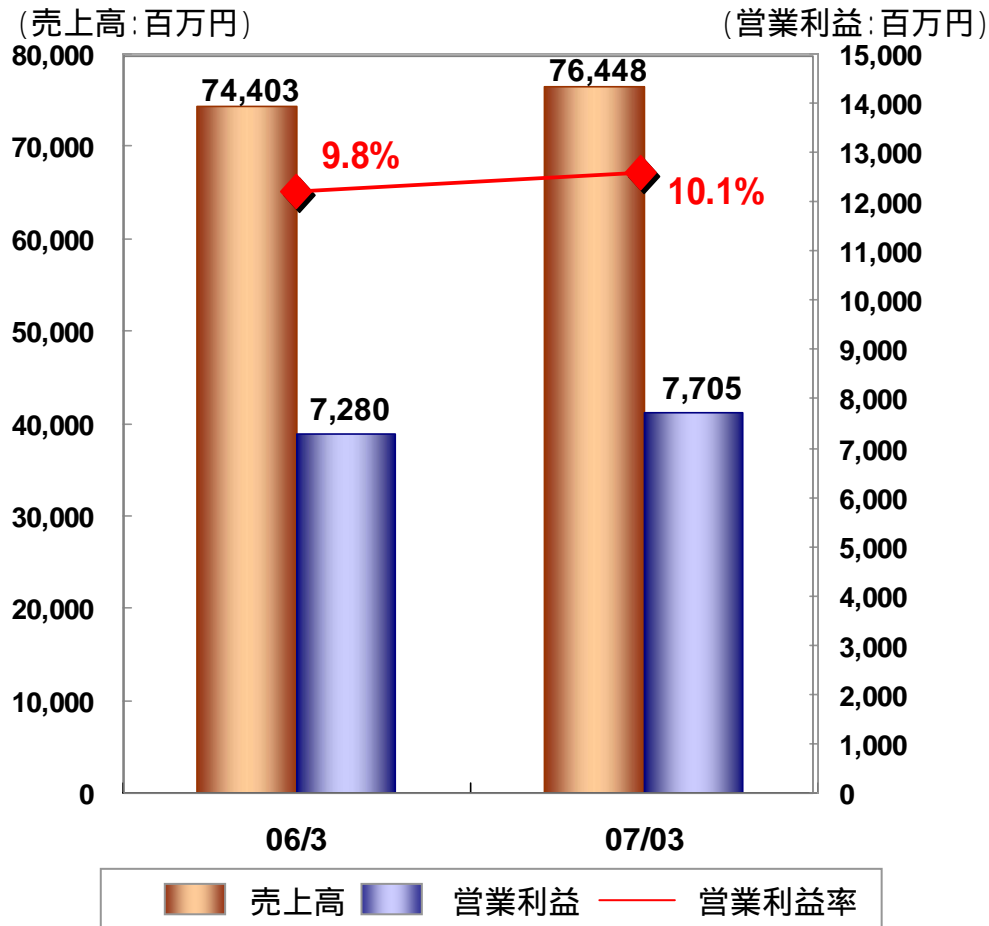
AOKI+ORIHICA+トリイ(05/3月～05/9月までの7ヶ月決算)

2007年3月期 ファッション事業

AOKI(トリイはAOKIと合併)+ORIHICA

ファッション事業 2007年3月期通期の実績

新ブランドスーツの寄与に加えて、スタイリスト制度が本格的な貢献を開始、売上、利益とも計画を上回る



■ 売上高: 前期比 102.7%

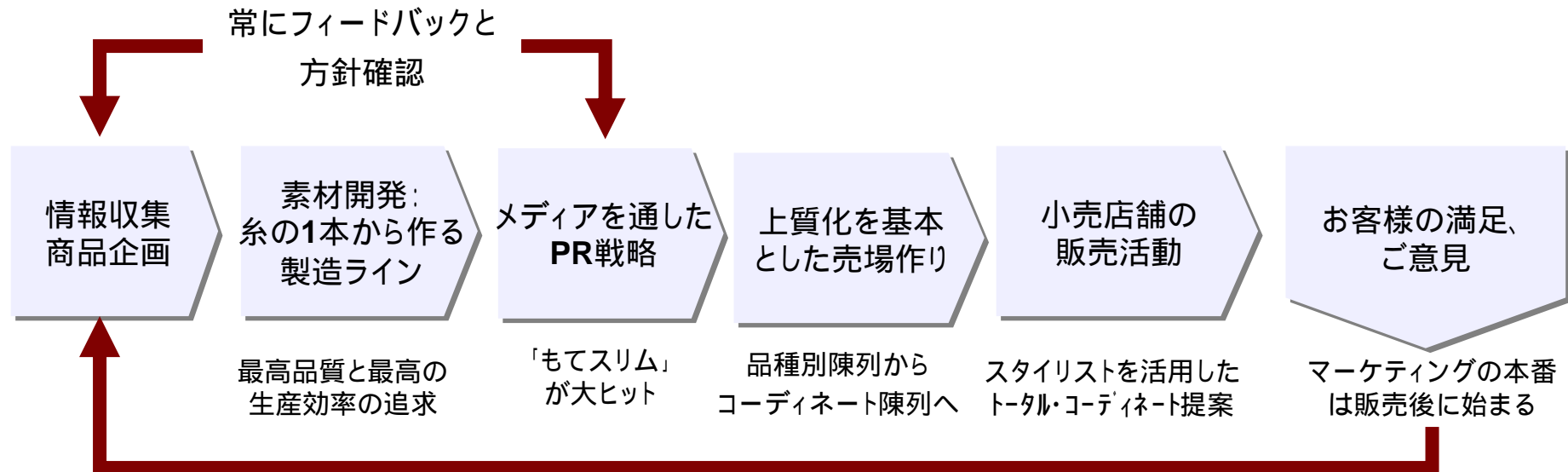
- ◆ 既存店の増収 2.8% (計画: 0.7%)
 - ・新ブランドスーツ、「もてスリム」のヒット
- ◆ AOKI期末店舗数: 357店 (06/3期末342店舗)
 - ・出店 19店舗、退店 4店舗、看板変更実施 172店舗
- ◆ ORIHICA期末店舗数: 35店 (06/3期末21店舗)
 - ・出店 15店舗、退店 1店舗

■ 営業利益: 前期比 105.8%

- ◆ AOKI既存店営業利益 前期比 110.0%
- ◆ 売上総利益高: 前期比 104.6%
 - ・売上総利益率アップ 55.9% 56.9%
 - ・スーツの売上拡大による売上総利益率の改善
 - ・トリイの完全閉店セールの影響がなくなったことによる売上総利益率の改善
- ◆ 販売管理費: 前期比 104.3%
 - ・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

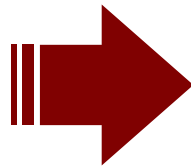
2007年3月期の分析：商品・販促策がトータルに奏効

■『糸からつくるAOKI』：バーティカルマーチャンダイジングの磨き上げ



一連のプロセスに一貫して関わることがマーケティング戦略の基本

- “目に見える部分”の販促策
 - ◆ 2つの新ブランド
 - ◆ メディアを通した「もてスリム」、「フレッシュズ」キャンペーン
 - ◆ スタイリストによるトータルコーディネート提案



トータルな販促策

“目に見えない部分”も含めて
生産・流通・販売の
全サイクルに関与

* バーティカルマーチャンダイジング：材料段階から消費者の手元にわたるまでの一貫したマーケティング計画

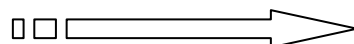
ファッション事業の好調：スタイリスト制度の定着

■ スタイリスト制度

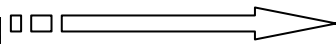
2004年4月スタート。販売担当の全社員に対して、単品(例えばスーツのみ)だけを販売するのではなく、用途・目的に合わせた最適なコーディネートを提供し商品販売に結び付けられるスキルを指導し、試験合格者を「スタイリスト」に認定する。2007年3月末の有資格者は870名。さらにスキルアップを続けている。



■ スタイリスト制度の浸透と売上効果



□ □ スーツ売場：
コーディネートを提供するスペースに



□ □ ジャケット売場：
ライフスタイルを提供するスペースに



スタイリストによるアドバイス

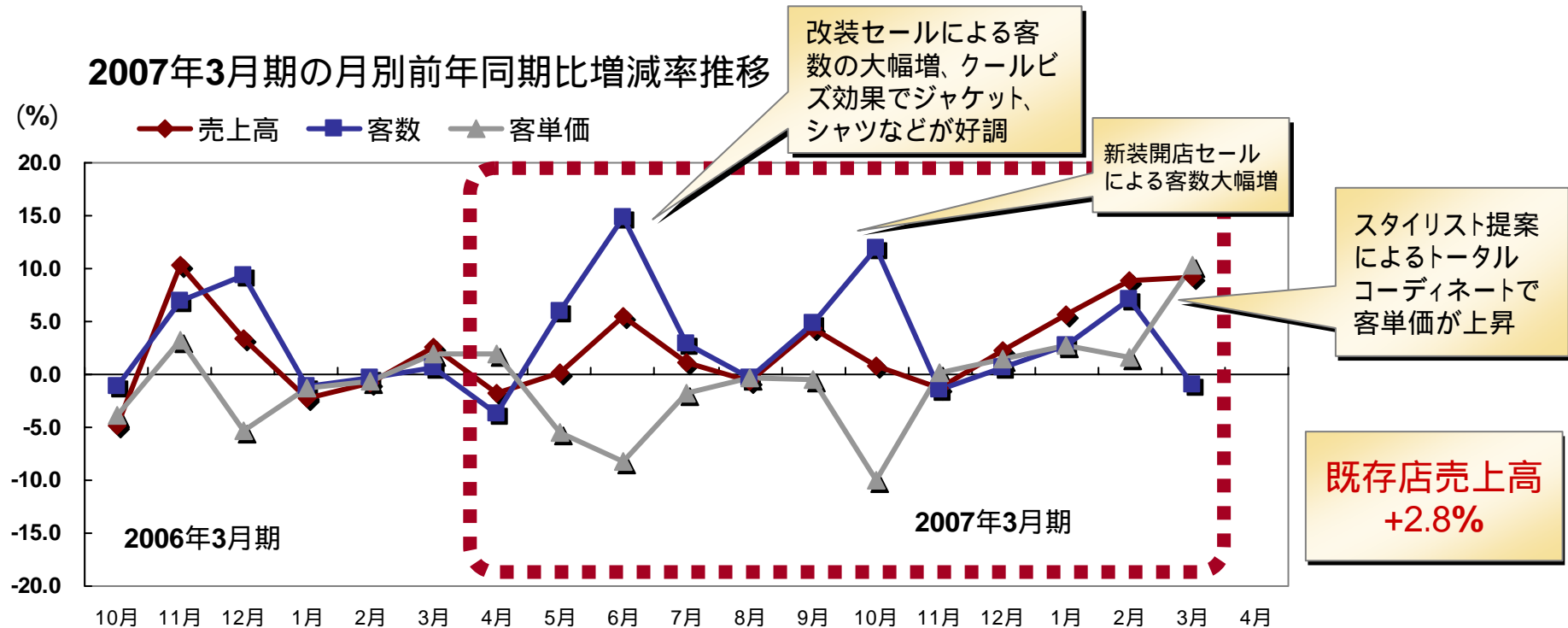


	2006年10月	2006年11月	2006年12月	2007年1月	2007年2月	2007年3月
既存店客単価 (前年同月比、%)	90.0	100.1	101.5	102.7	101.6	110.3

スタイリスト制度の浸透と客単価の上昇

ファッション事業：既存店売上高・客数・客単価推移

AOKIを中心に販促策がトータルに奏効、客数アップと客単価の上昇効果で既存店売上は計画を上回る前期比+2.8%に



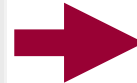
	06/4	06/5	06/6	06/7	06/8	06/9	06/10	06/11	06/12	07/1	07/2	07/3	通期	07/4
既存店売上高 (%)	1.8	0.1	5.5	1.1	0.6	4.4	0.8	1.3	2.3	5.6	8.9	9.2	2.8	3.3
客数 (%)	3.7	5.9	14.9	2.9	0.3	4.9	12.0	1.4	0.7	2.8	7.1	1.0	3.5	2.1
客単価 (%)	2.0	5.5	8.2	1.7	0.3	0.5	10.0	0.1	1.5	2.7	1.6	10.3	0.7	1.1
平年気温との差異 () (東京)	-0.8	+0.3	+0.7	+0.2	+0.4	0.0	+1.3	+1.4	+1.1	+1.8	+2.5	+1.9	-	-0.7

AOKI: 2007年3月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
- ◆ 販促媒体の見直しによるスーツの販売強化
- ◆ 新ブランド「JEAN RENO」・「MAJI」デビュー
- ◆ 出店基準に沿った19店舗を新規出店
- ◆ 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



■ 実績

- ◆ 172店舗で実施した看板変更・改装セールによる集客効果
- ◆ スーツ販売強化により、売上総利益率が改善
- ◆ 売上予想の約1.3倍を達成
- ◆ 首都圏8店舗、東海5店舗、北陸・関西5店舗、北海道1店舗を新規出店
- ◆ スタイリストの固定客数は、前期比113.1%
- ◆ 業務改善への取組みにより、経費分配率が改善

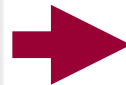


ORIHICA : 2007年3月期の取組み及び実績

多店舗展開を開始

■ 取組み

- ◆商品企画・開発の体制強化
- ◆プロトタイプの磨き上げによる業態確立
- ◆ORIHICAの認知度アップ



■ 実績

- ◆メンズ
 - ・顧客像(SCへご来店される30代)が明確になり、
 - ・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
- ◆レディース
 - ・ORIHICAらしいレディースのスーツスタイルを確立
- ◆プロトタイプの完成により、積極出店を継続
 - ・出店:15店舗 退店:1店舗 期末店舗数:35店舗
- ◆ORIHICAの認知度向上のための施策実施
 - ・注目度の高いSCへの出店による業界認知度アップ
 - ・ファッション雑誌への掲載等によるブランドイメージアップ



2008年3月期の方針

「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">◆所得間格差の広がり◆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
ファッションの 動向	<ul style="list-style-type: none">◆メンズファッションへの関心度の高まり◆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◆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優勝劣敗の鮮明化◆カジュアル衣料、レディス商品の取組み強化◆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◆新業態(団塊ジュニア向け業態・団塊向けカジュアルショップ・パターンオーダー専門店舗) への取組み

AOKI: 2008年3月期の取組み 1

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
 - ・新ブランド「MAJI」(右下写真)の展開、及びファッション感度の高い層に向けた商品開発
 - ・18,000円、28,000円の「もてスリム」スーツの更なる充実、及び新ブランド「JOURNAL WORKS」の投入
- ミドル層(30代後半～50代)
 - ・おしゃれを楽しむ大人の男性向け新ブランド「JEAN RENO」の展開・拡大
 - ・機能商品の開発継続、及び店内訴求の更なる強化「極上クールキャンペーンスタート」
- 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トータルスタイリング磨き上げ



◆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を活用した商品訴求企画の進化
- 新たな販促媒体の活用による新規オープン店舗の認知度向上策
- 顧客管理の深耕、及びRFM分析の精度向上によるきめ細かなDM企画

AOKI: 2008年3月期の取組み 2

人材育成・業務改善を通じ、更なる収益性の向上を図る

◆ 営業・人事・教育

- 事業規模拡大に向けての業務改善への取組み
- 営業組織の細分化による、個店毎のきめ細かい対応の実施
- 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
- パートナー社員の戦力向上に向けた役割等級制度の確立、及び教育制度スタート
- 新卒、中途、高齢者の採用、及び社員の再雇用制度の確立
- 実践ノウハウの共有による営業力強化体制の確立



◆ 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
- 重衣料の販売強化による売上総利益率の向上
- 賃料減額交渉の継続実施



➡ 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月期の取組み

AOKIとのシナジーを発揮し、積極出店と利益改善の両方を追及

◆商品

- 社内組織体制を含む商品企画・開発体制の更なる強化
- 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
- ブランドイメージ向上のための取組み強化

◆店舗企画・開発

- プロトタイプ店舗の磨き上げ
- 積極的出店による事業規模の拡大 今期新規出店**10**店舗(年間)

◆営業・人事・教育

- AOKIとの教育研修制度の共有による、人財育成力強化
- 積極出店継続に向けた、店舗マネージャー候補者の育成

◆経費

- 営業利益率**10%**を実現するためのコストの最適化



マルフル:2008年3月期からグループに参加

■会社概要

社名 :株式会社 マルフル
MARUFURU Co.,Ltd

事業内容 :カジュアルウェア専門チェーン

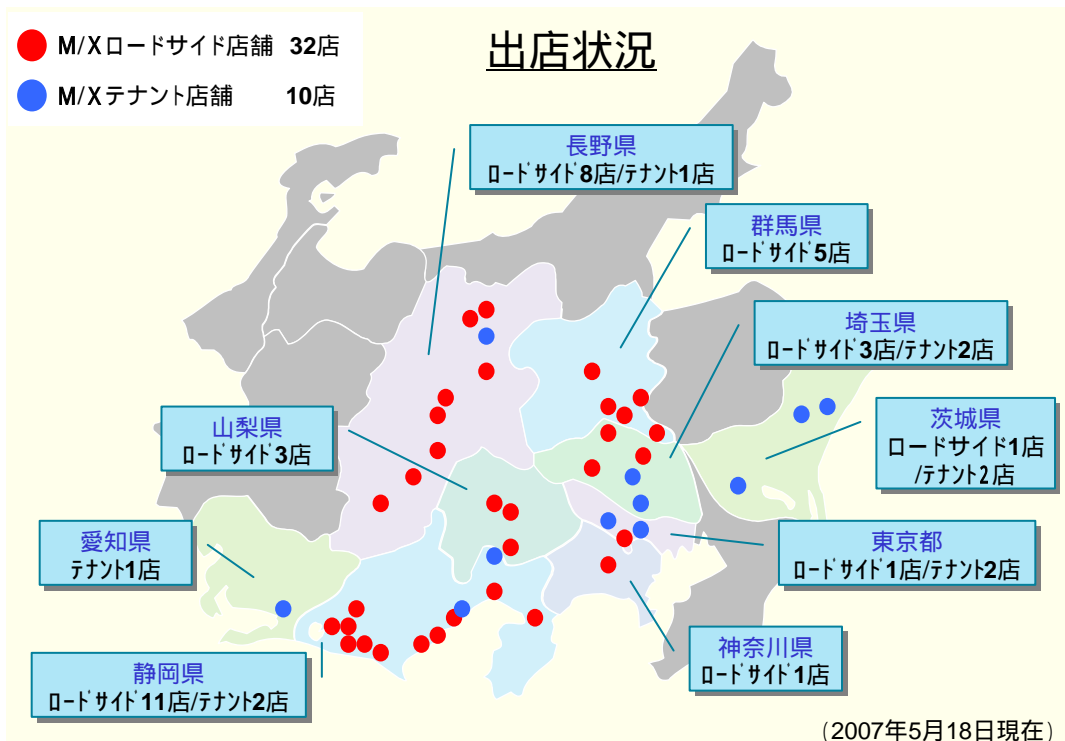
店舗ブランド :『M/X』

本社 :〒401-0301 山梨県南都留郡
富士河口湖町船津4932

創業 :1935年(設立1976年)

AOKI HDとの関係:

JASDAQ市場に公開していた同社が、AOKI HDによる友好的TOBで、2007年4月に子会社化。2007年6月に株式交換で完全子会社化。



店舗外観
(埼玉、北本店)



レディース品揃え

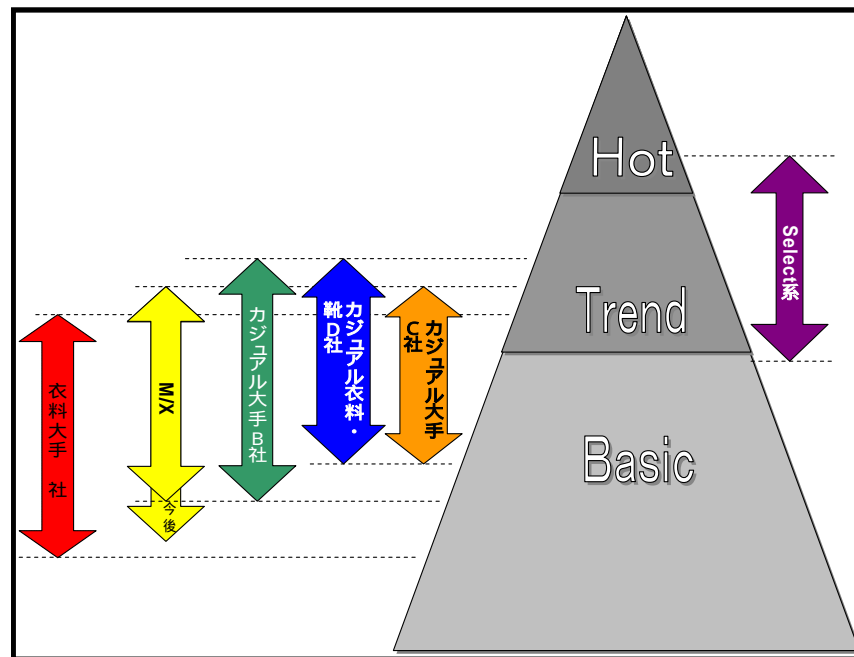
マルフル: 地域に根ざした『M/X』ブランド

事業コンセプト

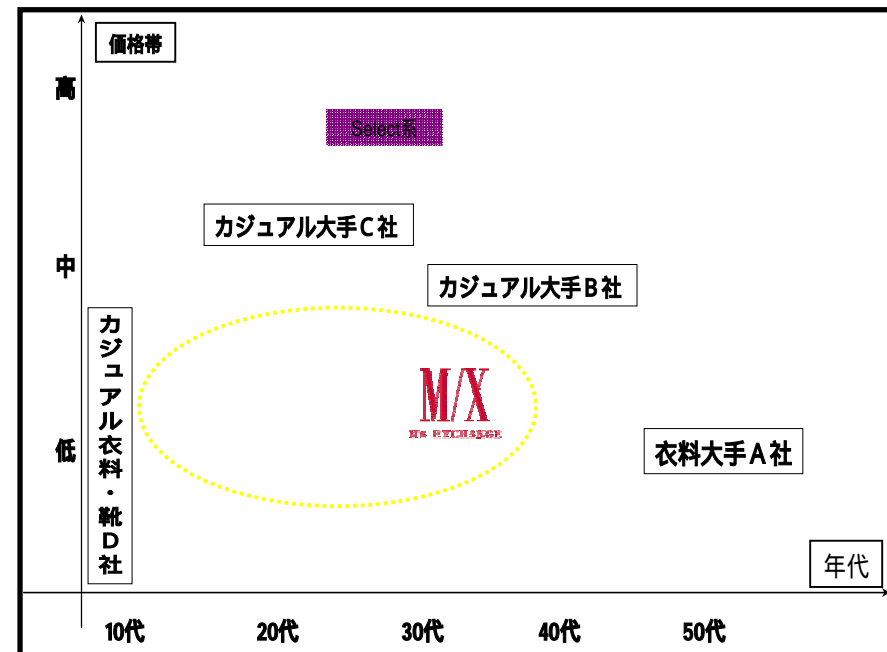
普段着をコーディネートファッションで提供し、より豊かで楽しいカジュアルライフを創造します。

ターゲット: 30歳代を中心としたファミリー

品揃え領域



年代と価格帯



HOT: 最新であること、Trend(mode): 傾向・動向・風潮・流行の先端

Basic: 基礎的・基本的

マルフル: AOKIにもたらすシナジー効果

■カジュアルウェアへの本格進出

< マルフルへの投資は“カジュアル人財”への投資 >

- ◆マルフルは中部地区で30年以上の歴史を持つカジュアルウェア専門チェーン
- ◆『M/X』という地域に根ざした確実なブランド価値と、それを支える専門分野の人材
- ◆人材を最大限に活用、AOKIはMDの企画、生産、物流システム、出店投資等でバックアップ

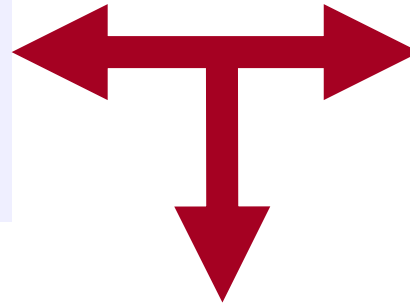
■2社のシナジー効果

◆マルフルの強み

- カジュアル分野の専門人材
- カジュアルとしてのブランド力
- 商品企画力

◆AOKIのサポート

- 自社ネットワークを活用した最適生産態勢の提供
- 効率的物流手段の提供



- マルフルの近未来のビジョン -

- 最適生産態勢によるマージンの大幅向上
- 100店舗体制を視野に捉えた更なるマーケットメリット追求
- AOKIの全国的カジュアル・ブランドとしてのポジション確立

出店戦略

営業利益率10%以上を確保できる店舗開発

◆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
- 新規出店25店以上の開発
- 既存大型店の改装、及び魅力ある新規大型店の開発



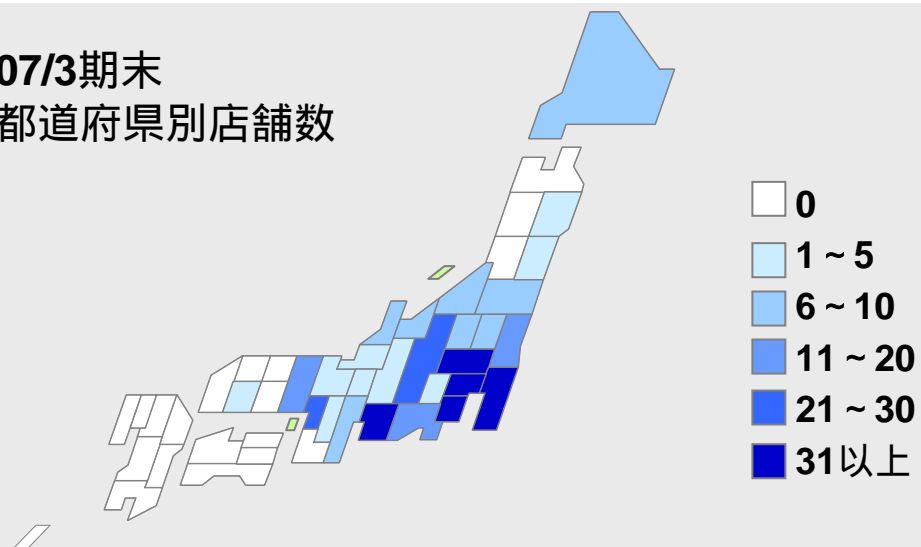
◆ORIHICA

- 首都圏、関西エリアの新規SC、既存SCへの出店拡大
- 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

07/3期末
都道府県別店舗数

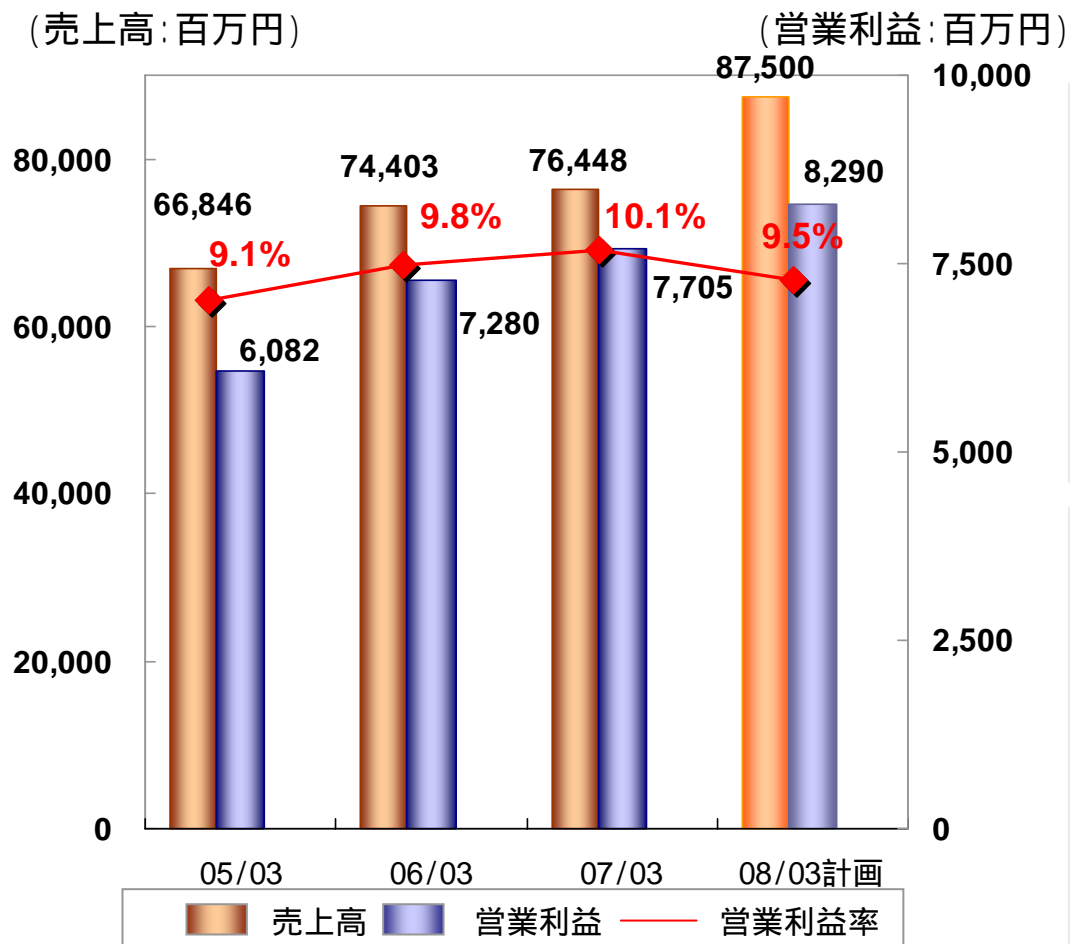


08/3期 出店計画

		上期	下期	年間
AOKI	出店	14	11	25
	退店	2	-	2
	期末	369	380	380
ORIHICA	出店	3	7	10
	退店	3	-	3
	期末	35	42	42
M / X	出店	2	-	2
	退店	未定		7
	期末		36	36
合計	期末	404	458	458

2008年3月期の収益見通し

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
5期連続の増収増益を目指す



■ 売上高: 前期比 114.5%

- ◆ 既存店売上高: ±0%
- ◆ 新規出店
 - AOKI: 25店舗予定(上期:14、下期:11)
 - ORIHICA: 10店舗予定(上期:3、下期:7)
- ◆ M/Xの売上高が寄与

■ 営業利益: 前期比 107.6%

- ◆ 既存店は増益の見込み
- ◆ 販売管理費の増加: 前期比 115.6%
 - 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

補足資料

2007年3月期 連結営業実績

(単位:百万円、%)

	07/3期実績	百分比(%)	07/3期計画	百分比(%)	06/3期実績	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売上高	112,143	100.0	110,120	100.0	106,686	100.0	5,456	105.1
ファッション	76,448	100.0	75,100	100.0	74,403	100.0	2,045	102.7
アニヴェルセル・ブライダル	18,291	100.0	17,560	100.0	16,389	100.0	1,901	111.6
エンターテイメント	17,403	100.0	17,460	100.0	15,539	100.0	1,863	112.0
売上総利益	51,730	46.1	50,500	45.9	48,941	45.9	2,789	105.7
ファッション	43,521	56.9	42,600	56.7	41,618	55.9	1,903	104.6
アニヴェルセル・ブライダル	5,310	29.0	5,014	28.6	4,598	28.1	711	115.5
エンターテイメント	2,895	16.6	2,876	16.5	2,738	17.6	156	105.7
販売管理費	40,841	36.5	40,900	37.1	38,777	36.3	2,064	105.3
ファッション	35,816	46.9	35,800	47.7	34,338	46.2	1,478	104.3
アニヴェルセル・ブライダル	3,372	18.4	3,359	19.1	3,021	18.4	350	111.6
エンターテイメント	1,656	9.5	1,726	9.9	1,242	8.0	413	133.3
営業利益	10,889	9.7	9,600	8.7	10,163	9.5	725	107.1
ファッション	7,705	10.1	6,800	9.1	7,280	9.8	425	105.8
アニヴェルセル・ブライダル	1,938	10.6	1,655	9.4	1,576	9.6	361	122.9
エンターテイメント	1,239	7.1	1,150	6.6	1,496	9.6	257	82.8
経常利益	11,749	10.5	10,600	9.6	11,110	10.4	638	105.7
当期純利益	5,151	4.5	4,850	4.4	5,431	5.1	280	94.8
1株当たり 当期純利益	114.47	-	108.08	-	116.33	-	1.86	-
期末発行済株式総数	44,785千株	-	44,873千株	-	45,267千株	-	482千株	-

(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)

2007年3月期 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位:百万円、%)

	07/3期実績								06/3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	6,808	103.2	5,847	103.5	747	114.1	197	132.3	6,598	5,651	654	149
人件費	14,824	106.4	12,926	105.0	940	106.6	864	136.7	13,929	12,314	881	632
賃借料	8,320	104.7	8,173	104.9	58	133.7	89	116.1	7,947	7,790	43	76
減価償却費	2,138	104.9	2,044	110.3	157	103.0	14	76.3	2,037	1,852	153	18

(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 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	127,800	100.0	112,143	100.0	15,656	114.0
ファッション	87,500	100.0	76,448	100.0	11,051	114.5
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	20,000	100.0	17,403	100.0	2,596	114.9
売上総利益	58,730	46.0	51,730	46.1	6,999	113.5
ファッション	49,700	56.8	43,521	56.9	6,178	114.2
アニヴェルセル・ブライダル	5,760	28.4	5,310	29.0	449	108.5
エンターテイメント	3,270	16.4	2,895	16.6	374	112.9
販売管理費	47,030	36.8	40,841	36.4	6,188	115.2
ファッション	41,410	47.3	35,816	46.9	5,593	115.6
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	9.4	1,656	9.5	213	112.9
営業利益	11,700	9.2	10,889	9.7	810	107.4
ファッション	8,290	9.5	7,705	10.1	584	107.6
アニヴェルセル・ブライダル	2,130	10.5	1,938	10.6	191	109.9
エンターテイメント	1,400	7.0	1,239	7.1	160	113.0
経常利益	12,450	9.7	11,749	10.5	700	106.0
当期純利益	5,450	4.3	5,151	4.5	298	105.8
1株当たり 当期純利益	121.69	-	114.47	-	7.22	-
期末発行済株式総数	44,785千株	-	44,785千株	-	-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				
広告宣伝費	7,730	113.5	6,495	111.1	985	131.8	250	126.7	6,808	5,847	747	197
人件費	16,940	114.3	14,840	114.8	1,030	109.6	1,070	123.8	14,824	12,926	940	864
賃借料	9,402	113.0	9,340	114.3	37	63.3	90	100.9	8,320	8,173	58	89
減価償却費	2,613	122.2	2,453	120.0	140	88.6	20	141.5	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2007年3月期実績】

(1) ファッション事業の既存店増収率

(単位：%)

	上半期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期	通期
07/3期	1.6	0.8	1.3	2.3	5.6	8.9	9.2	3.9	2.8
06/3期	0.6	4.9	10.4	3.4	2.3	0.8	2.6	1.7	0.7

(2) ファッション事業既存店の客数・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	07/3期	5.2	12.0	1.4	0.7	2.8	7.1	1.0	2.6	3.5
	06/3期	9.7	1.2	6.9	9.4	1.1	0.3	0.6	2.7	5.8
客単価	07/3期	3.4	10.0	0.1	1.5	2.7	1.6	10.3	1.2	0.7
	06/3期	9.4	3.8	3.2	5.4	1.3	0.6	1.9	1.0	4.8

(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	07/3期	48.3	118.0	71.7	111.1	120.0	113.8
	06/3期(単体)	40.9	96.8	64.5	116.4	105.4	107.9
販売 単価	07/3期	24.6	100.0	24.1	100.4	24.3	100.4
	06/3期(単体)	24.6	99.6	24.0	100.4	24.2	100.0

(4) ファッション事業の商品別売上状況

(単位:百万円)

	07/3期 実績	(%) 百分比	07/3期 計画	(%) 百分比	06/3期 実績	(%) 百分比	対前年増減	(%) 対比
重衣料	40,945	53.6	40,020	53.3	40,388	54.3	557	101.4
中衣料	7,897	10.3	8,202	10.9	8,214	11.0	317	96.1
軽衣料	25,814	33.8	25,106	33.4	24,005	32.3	1,808	107.5
その他	1,791	2.3	1,772	2.4	1,794	2.4	3	99.8
計	76,448	100.0	75,100	100.0	74,403	100.0	2,045	102.7

(5) ファッション事業期中平均売場面積の推移

(単位:m²)

07/3期	06/3期	対前期増減	対比(%)
226,607	211,654	14,953	107.1

(6) ファッション事業の都道府県別店舗数の推移

(単位:店)

	07/3期			06/3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	1		10	9
岩手県			2	2
宮城県			3	3
福島県	1(1)		5(1)	4
茨城県	3(2)		15(2)	12
栃木県	1		8(1)	7(1)
群馬県			7	7
埼玉県	3(1)	1	46(4)	44(3)
千葉県	4(3)	1	42(5)	39(2)
東京都	4(2)		51(6)	47(4)
神奈川県	3(2)	1(1)	42(5)	40(4)
新潟県	3(1)		8(1)	5
富山県			7	7
石川県	2		7	5
福井県			2	2
山梨県			5	5
長野県			22	22
静岡県	3		16	13
岐阜県			5	5
愛知県	2		37(2)	35(2)
三重県			9	9
滋賀県			3	3
京都府			2	2
大阪府	1	1	21(3)	21(3)
兵庫県	3(3)		13(5)	10(2)
奈良県			1	1
広島県			3	3
香川県		1	0	1
合計	34(15)	5(1)	392(35)	363(21)

(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 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)	1.5	1.1	0.0
07/3期	1.6	3.9	2.8

(注) 上記数値には、(株)マルフルの数字は含まれておりません。

(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	下半期	通期
客数	08/3期(計画)	0.9	1.7	0.6
	07/3期	5.2	2.6	3.5
客単価	08/3期(計画)	0.6	0.6	0.6
	07/3期	3.4	1.2	0.7

(注) 上記数値には、(株)マルフルの数字は含まれておりません。

(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	42,850	49.0	40,945	53.6	1,904	104.7
中衣料	8,090	9.2	7,897	10.3	192	102.4
軽衣料	27,310	31.2	25,814	33.8	1,495	105.8
その他	9,250	10.6	1,791	2.3	7,458	516.4
計	87,500	100.0	76,448	100.0	11,051	114.5