

2010年 3月期 決算説明会

2010年 5月28日

株式会社AOKIホールディングス



目次

2010年3月期AOKIグループの事業ポートフォリオ	3	AOKI:2011年3月期に向けた取組み	27
事業ポートフォリオを構成する3事業	4	ORIHICA:2011年3月期に向けた取組み	29
2010年3月期の業績推移について	5	2011年3月期の収益見通し	30
AOKIグループの事業別収益構成	6	AOKIの商品開発への姿勢	31
2010年3月期通期業績の概要	7	アニヴェルセル・プライダル事業—実績と見通し	32
2010年3月期連結決算報告	8	業界動向と会社のポジション	33
連結損益の状況	9	2010年3月期業績概要	35
事業別売上高・営業利益実績	10	分析指標	36
連結貸借対照表の主な増減科目	11	2011年3月期業績見通し	37
連結キャッシュ・フロー計算書	12	さらなる進化へ	38
出退店実績	13	エンターテイメント事業—実績と見通し	41
2011年3月期通期業績予想	14	業界動向と会社のポジション	42
連結損益の見通し	15	2010年3月期業績概要	45
事業別売上高・営業利益見通し	16	分析指標	46
出退店の見通し	17	2011年3月期業績見通し	47
ファッション事業—実績と見通し	18	今後の出店戦略について	48
2010年3月期通期の実績	19	補足資料	50
既存店売上高・客数・客単価推移	20	2010年3月期 連結営業実績	51
AOKI:2010年3月期の取組み及び実績	21	2010年3月期 販売費及び一般管理費の主な内訳	52
ORIHICA:2010年3月期の取組み及び実績	23	2011年3月期計画 連結業績見通し(第2四半期、通期)	53
2011年3月期の事業環境	24	2011年3月期計画 販売費及び一般管理費の主な内訳	55
ファッション事業の機構改革と経営方針	25	ご参考:ファッション事業2010年3月期実績	56
AOKIとORIHICAの違い	26	ご参考:ファッション事業2011年3月期計画	59

2010年3月期AOKIグループの事業ポートフォリオ

事業ポートフォリオを構成する3事業

ファッション事業

“装う楽しみ”

AOKIグループの創業事業。スーツに始まり、カジュアル、レディスまで、お客様のオンからオフまでの多彩なファッション生活を彩ります。

AOKI



ロードサイドのチェーンストア展開で発展してきたが、近年都心出店をスタート(写真はAOKI銀座店)。商品に対する徹底したこだわりと、高い専門知識を持ったスタイリストが提案するトータル・コーディネートが特色。

ORIHICA



20代-30代のメンズ&レディスを中心に、新しいビジネス・ビジカジスタイルを提案。ショッピングセンターへの出店が主体。

アニヴェルセル・ブライダル事業

輝く“祝福のとき”を彩る

ゲストハウスウエディングを中心に、お客様の人生の中で最も輝くウエディングシーンを演出。

アニヴェルセル表参道



1998年に「記念日」をコンセプトに誕生。表参道の中心地にチャペル、パーティースペース、ショップを兼ね備えたセレモニーの館。多くの有名人の結婚式でも知られるウエディングの一大ブランド。

ウエディングビレッジ/パーティーレ迎賓館



全国11カ所に展開する、花と緑に囲まれたヨーロピアンテイストのチャペルとガーデンを備えたゲストハウスウエディング施設。「自分らしいウエディング」というお客様の要望を最大限に実現。

エンターテイメント事業

“楽しさ、くつろぎ”を提供する

楽しさ、くつろぎ、ゆとりに満ちた心豊かな時間と空間を多彩な分野、スタイルで提供。複合カフェは業界でトップ企業。

コート・ダジュール



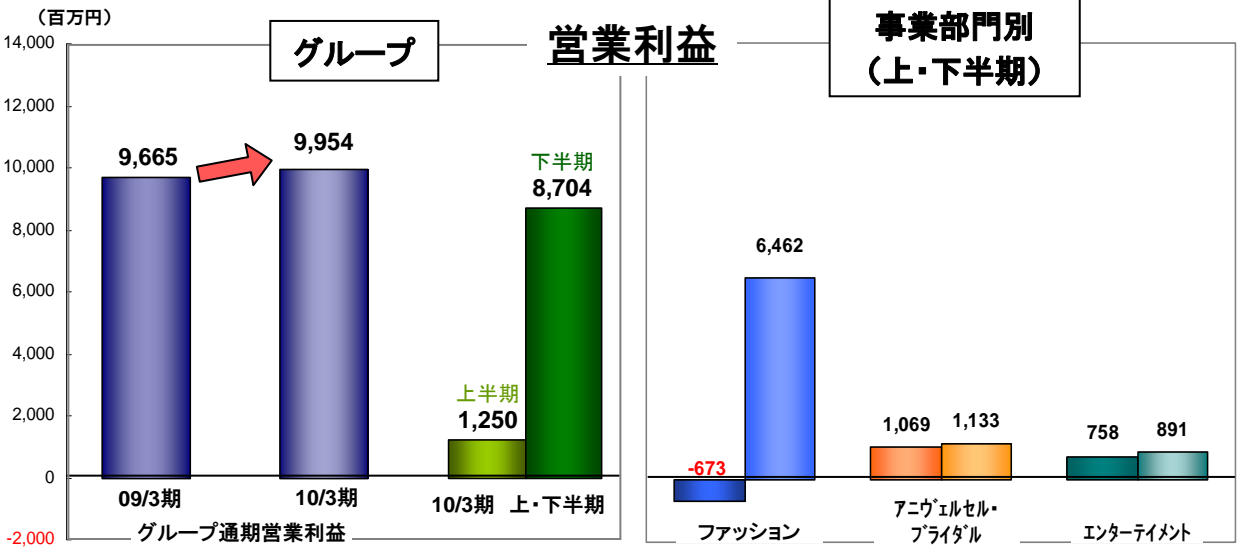
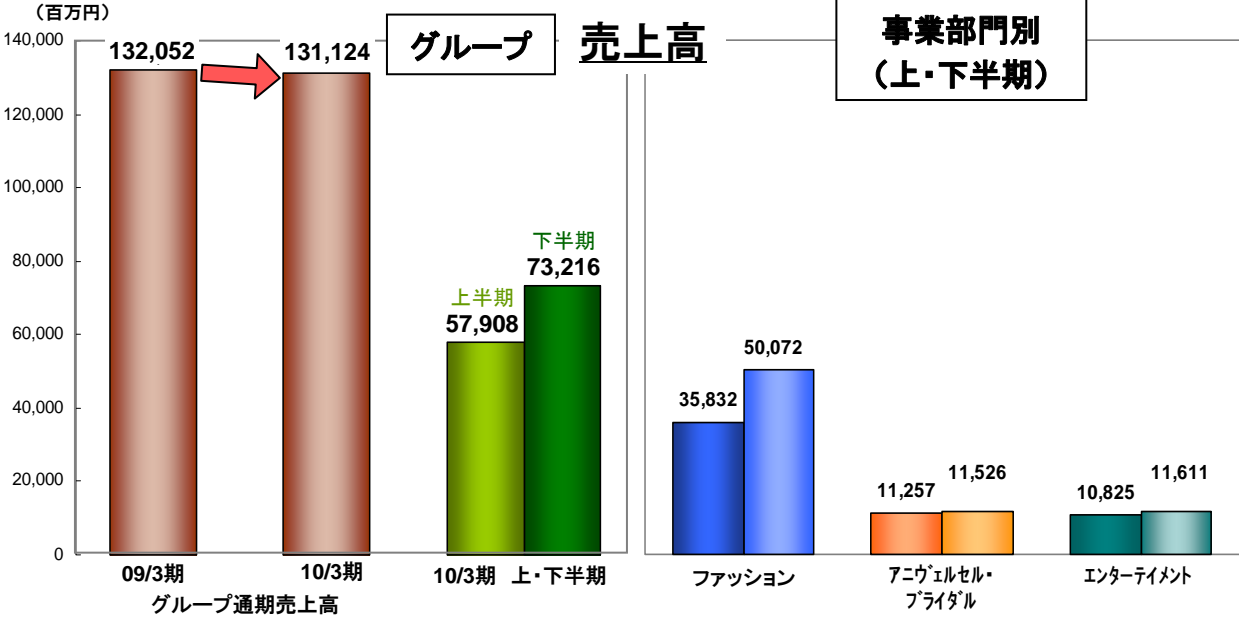
南仏の高級リゾート「コート・ダジュール」をテーマに、歌と語らいの爽やかなくつろぎ空間を提供するカラオケ・パーティースペース。毎日の暮らしに楽しいひと時を提供(右写真は下北沢店VIPルーム)。

快活CLUB



バリ島の雰囲気をもとに“癒し”を提供する複合カフェ。一人で静かに休みたい、気分転換をしたいという方に快適な空間を提供。横浜北山田の「快活スクエア(左写真)」では、フィットネス、岩盤浴、カラオケスペース、シミュレーションゴルフ練習場も展開。

2010年3月期の業績推移について

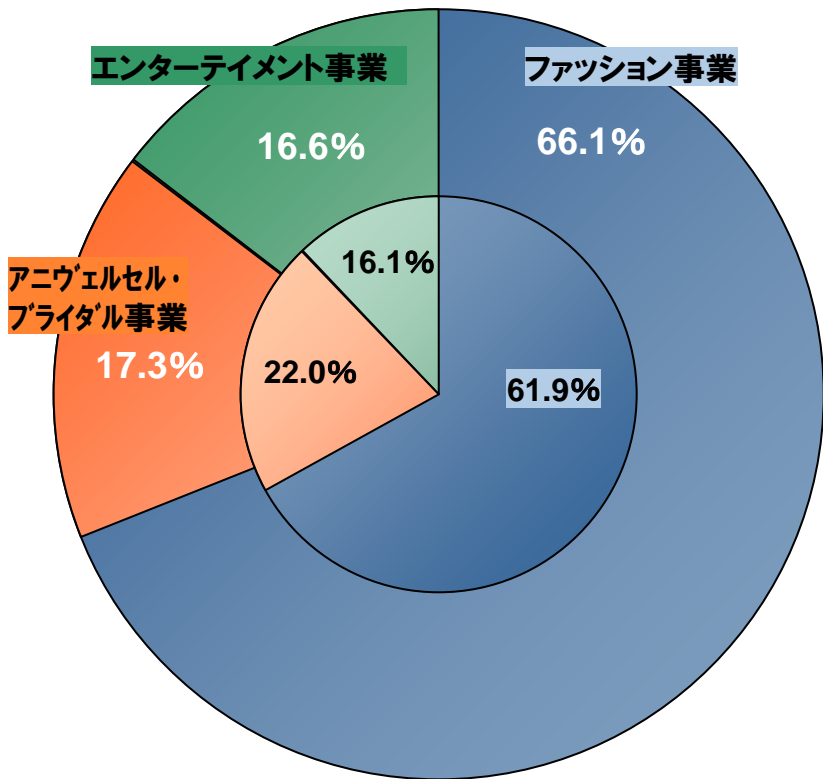


- グループ全体で、売上高は前期比微減収ながら小幅増益を確保
- 上半期に個人消費の落ち込み等の影響を受けたファッション事業が、第4四半期以降に大きく回復して収益ドライバーに
- アニヴェルセル・ブライダル、エンターテイメント両事業は安定した成長を継続

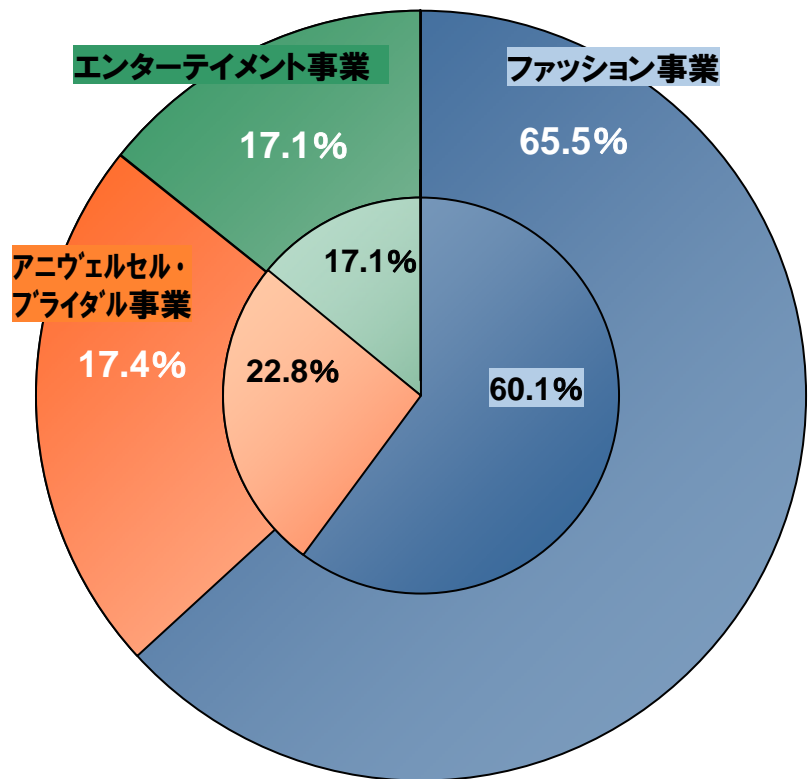
AOKIグループの事業別収益構成

売上高、営業利益ともほぼ4割をアニヴェルセル・ブライダル、エンターテイメント両事業で構成

2009年3月期



2010年3月期



* 外円が売上高、内円が営業利益の事業別構成比を表す
 営業利益の構成比は3事業の構成比を表示(ホールディングス他を除く)

2010年3月期通期 業績の概要

2010年3月期連結決算報告

多角化事業の成長継続に加えて、既存店減収が続いていたファッション事業が第4四半期以降に回復、さらに経費削減効果もあって微減収微増益

■ファッション事業

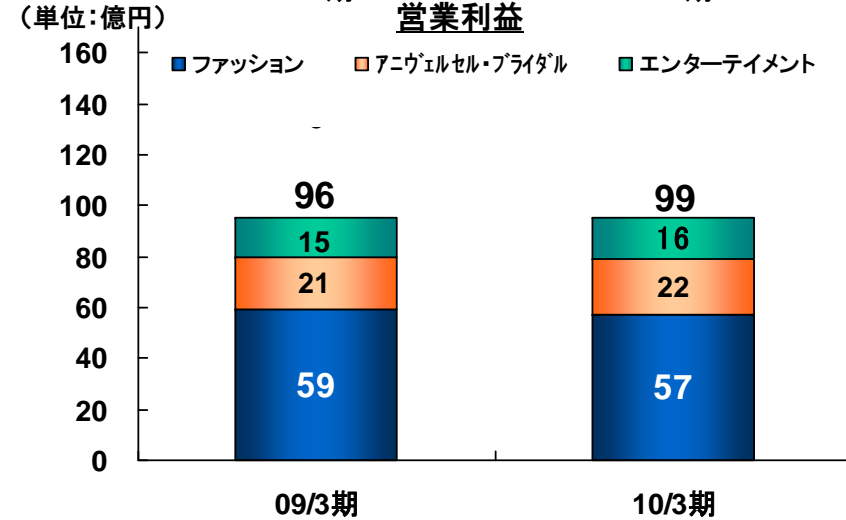
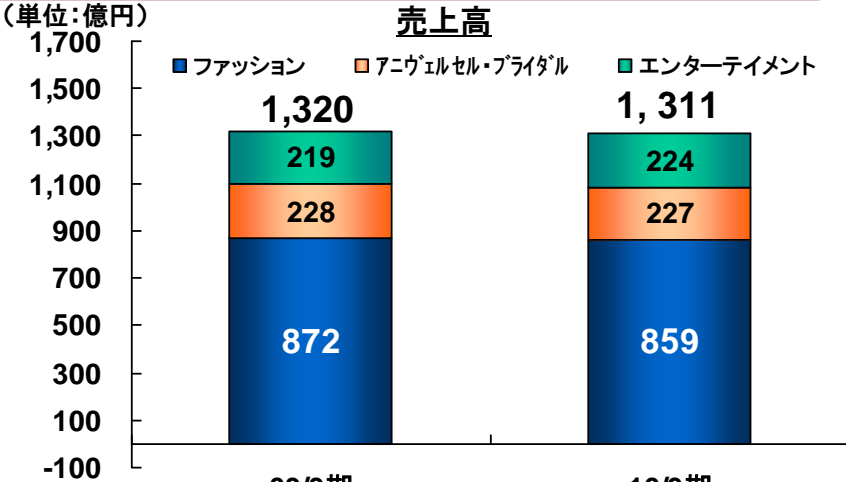
- ◆ スーツなどの1品単価低下等により
既存店減収
- ◆ 新規出店は、AOKI、ORIHICAで33店舗
- ◆ M/Xは35店舗を閉店

■アニヴェルセル・ブライダル事業

- ◆ 5施設のリニューアル
- ◆ 組数増加と組単価アップ

■エンターテイメント事業

- ◆ 複合カフェは30～40代の社会人利用が増え、既存店売上高はほぼ横ばい
- ◆ 新規出店はカラオケ、複合カフェで38店舗



連結損益の状況

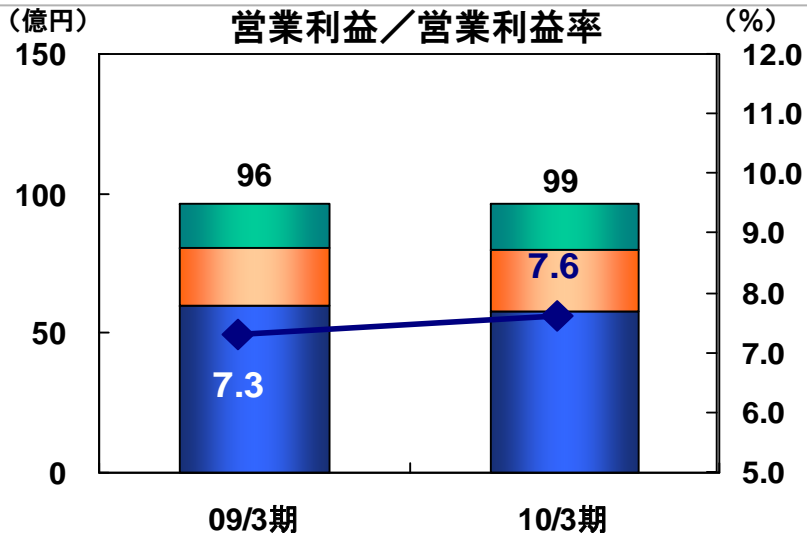
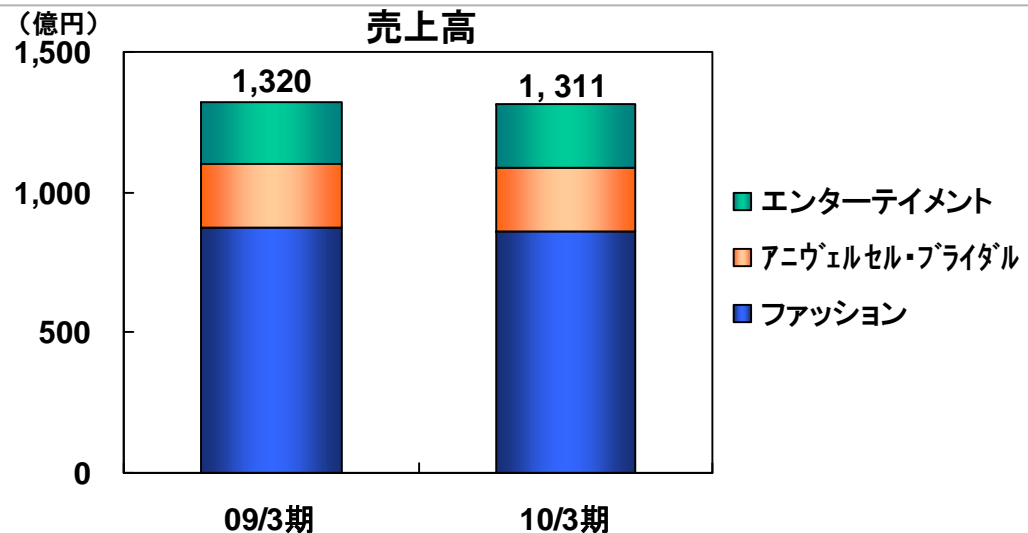
(単位:百万円)

科目/期別	09/3期	10/3期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	132,052	131,124	△928	99.3	ファッション事業既存店の減収
売上総利益 売上総利益率	60,659 45.9%	60,637 46.2%	△21 +0.3ポイント	100.0	ファッション事業、エンターテイメント事業で改善
販売費・一般管理費	50,993	50,683	△309	99.4	前年の50周年イベント費用分減少と各事業の経費削減
営業利益 営業利益率	9,665 7.3%	9,954 7.6%	288 +0.3ポイント	103.0	アニヴェルセル・ブライダル事業とエンターテイメント事業が貢献
営業外収益	2,415	2,267	△147	93.9	受取配当金の減少
営業外費用	1,523	1,471	△52	96.6	
経常利益	10,557	10,750	193	101.8	
特別利益	34	199	164	580.3	
特別損失	3,002	4,262	1,259	142.0	M/X事業の縮小に伴う減損損失等の増加
当期純利益	3,315	3,618	302	109.1	

◆減価償却額:5,233百万円 (リース資産 424百万円含む)

◆ファッション既存店売上高増収率 上期 △8.8% 下期 △3.2% 通期 △5.6%

事業別売上高・営業利益実績



事業別売上高	09/3期	10/3期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	132,052	131,124	△928	99.3	
ファッション	87,283	85,905	△1,378	98.4	既存店の減収
アニヴェルセル・ブライダル	22,807	22,783	△24	99.9	
エンターテイメント	21,961	22,435	474	102.2	新規出店38店舗が寄与

事業別営業利益	09/3期	10/3期	増減	対比 (%)	
計	9,665	9,954	288	103.0	*両表とも単位は百万円
ファッション	5,952	5,789	△162	97.3	
アニヴェルセル・ブライダル	2,118	2,202	83	103.9	
エンターテイメント	1,546	1,649	103	106.7	
その他	47	312	265	663.8	

*その他とは、セグメントに配賦不能の家賃収入等の利益

連結貸借対照表の主な増減科目

(単位:百万円)

科目/期別	09/3期	10/3期	増減	主な増減要因
流動資産	39,989	43,424	3,435	
現金・預金	14,810	16,997	2,186	
たな卸資産	15,900	15,684	△216	M/X事業の縮小
固定資産	113,541	115,764	2,223	
有形固定資産	74,375	77,168	2,792	新規出店に伴う増加
無形固定資産	4,074	3,890	△184	
投資その他の資産	35,090	34,706	△384	
資産合計	153,530	159,189	5,658	
流動負債	37,815	38,503	688	短期借入金の増加
支払手形・買掛金	14,130	12,340	△1,790	M/X事業縮小によるファッション事業の減収
固定負債	21,003	23,269	2,266	長期借入金・リース債務の増加
社債・借入金	14,670	15,497	826	
負債合計	58,818	61,772	2,954	
資本金	23,282	23,282	0	
資本剰余金	24,788	24,788	0	
利益剰余金	53,354	55,692	2,338	
自己株式	△7,076	△7,078	△1	
その他有価証券評価差額金	△127	100	227	
新株予約権	490	630	140	
純資産合計	94,712	97,416	2,704	
負債純資産合計	153,530	159,189	5,658	

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目/期別	09/3期	10/3期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	9,558	8,182	△1,391	税金等調整前当期純利益の減少 901百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△10,527	△8,056	2,470	保証金・敷金の差入の減少 1,412百万円、 前期の事業譲受による支出 490百万円の減少
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,974	2,560	4,534	前期の自己株式取得の減少 3,893百万円
現金及び現金同等物の 増減額	△2,943	2,686	5,629	
期首残高	17,254	14,310	△2,943	
期末残高	14,310	16,997	2,686	

出退店実績

(単位:店、百万円)

店舗名	セグメント	09/3期			10/3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	413	36	4	431	23	5
ORIHICA	ファッション	45	8	—	52	10	3
M/X	ファッション	37	5	2	2	—	35
アニヴェルセル・ウエディングビレッジ・ パーティールー迎賓館	アニヴェルセル・ ブライダル	12	—	—	12	—	—
コート・ダジュール	エンターテイメント	107	9	5	118	13	2
快活CLUB他※1	エンターテイメント	110	10	3	133	25	2
合 計		724	68	14	748	71	47
設 備 投 資 額※2		11,786			11,230		

※1 快活フィットネスCLUBが含まれております

※2 リース資産への投資が含まれております

設備投資額内訳: 10/3期 ファッション 2,896、アニヴェルセル・ブライダル 4,555、エンターテイメント 3,771
09/3期 ファッション 8,158、アニヴェルセル・ブライダル 725、エンターテイメント 2,842

2011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	10/3期	11/3期 予	増減	対比 (%)	主な増減要因
売上高	131,124	129,600	△1,524	98.8	M/Xの減収
売上総利益 売上総利益率	60,637 46.2%	59,700 46.1%	△937 △0.1ポイント	98.5	ファッション事業はM/Xの減少等で 1.9ポイント改善
販売費・一般管理費	50,683	49,400	△1,283	97.5	M/Xの減少
営業利益 営業利益率	9,954 7.6%	10,300 7.9%	345 +0.3ポイント	103.5	M/X事業縮少で改善
営業外収益	2,267	2,420	152	106.7	
営業外費用	1,471	1,520	48	103.3	
経常利益	10,750	11,200	449	104.2	
特別利益	199	-	△199	-	
特別損失	4,262	3,500	△762	82.1	過年度分資産除却債務1,670 百万円含む
当期純利益	3,618	4,000	381	110.5	

前提条件

- ◆減価償却額:5,600百万円 (リース資産850百万円含む)
- ◆ファッション既存店売上高増収率 上期 △1.0% 下期 △1.9% 通期 △1.6%

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	10/3期	11/3期 予	増減	対比(%)
計	131,124	129,600	△1,524	98.8
ファッション	85,905	81,290	△4,615	94.6
アニヴェルセル・ブライダル	22,783	22,810	26	100.1
エンターテイメント	22,435	25,500	3,064	113.7

[事業別営業利益]

(単位:百万円)

事業	10/3期 予	11/3期 予	増減	対比(%)
計	9,954	10,300	345	103.5
ファッション	5,789	6,500	710	112.3
アニヴェルセル・ブライダル	2,202	1,865	△337	84.7
エンターテイメント	1,649	1,616	△32	98.0
その他	314	319	5	101.6

*その他とは、セグメントに配賦不能の家賃収入等の利益

出退店の見通し

(単位:店、百万円)

店舗名	セグメント	10/3期			11/3期 予		
		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	431	23	5	433	5	3
ORIHICA	ファッション	52	10	3	64	15	3
M/X	ファッション	2	—	35	2	—	—
アニヴェルセル・ウエディングビレッジ・ パルティエーレ迎賓館	アニヴェルセル・ ブライダル	12	—	—	13	1	—
コート・ダジュール	エンターテイメント	118	13	2	135	20	3
快活CLUB他※ ¹	エンターテイメント	133	25	2	153	20	—
合 計		748	71	47	800	61	9
設 備 投 資 額※ ²		11,230			8,900		

※¹ 快活フィットネスCLUBが含まれております

※² リース資産への投資が含まれております

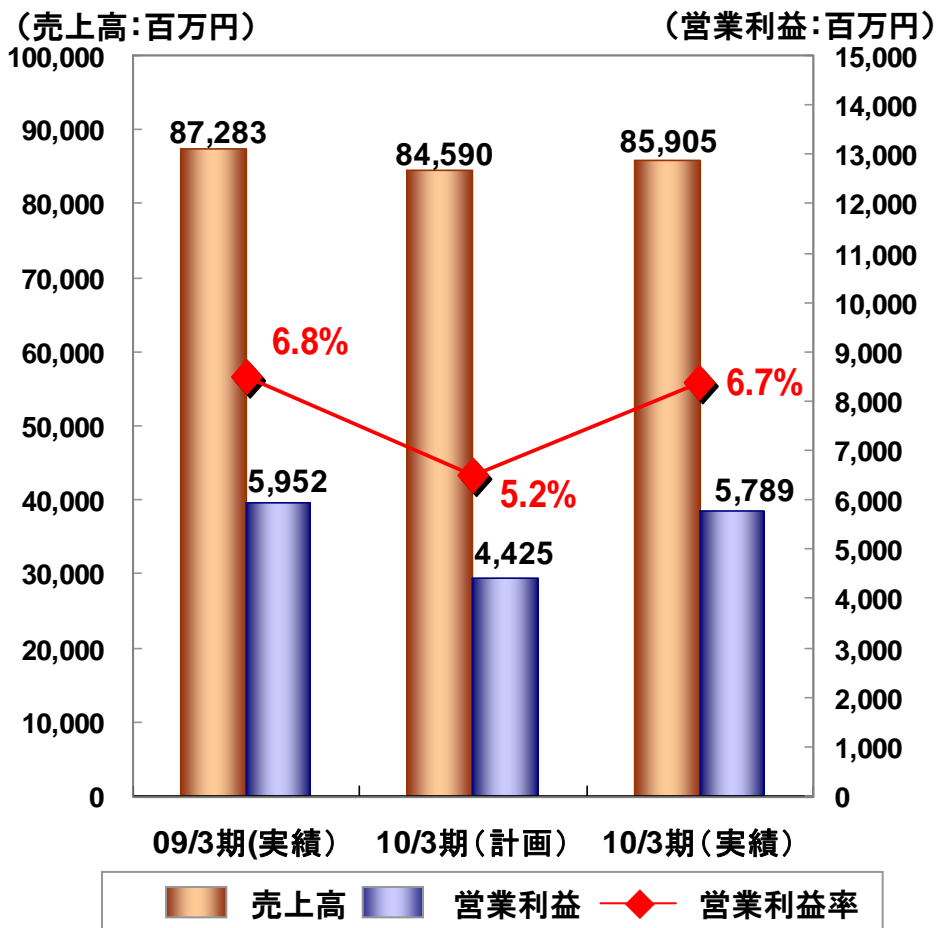
設備投資額内訳: 11/3期予 ファッション 1,820、アニヴェルセル・ブライダル 2,800、エンターテイメント 4,280
10/3期 ファッション 2,896、アニヴェルセル・ブライダル 4,555、エンターテイメント 3,771

ファッション事業

2010年3月期実績と2011年3月期の見通し

2010年3月期通期の実績

既存店減収及びM/Xの赤字により減収減益になるものの、徹底した経費管理に加え、1月以降は客数が回復し減少幅を最小限にとどめ、売上高・営業利益とも計画比上ぶれ



■ 売上高: 前年同期比 98.4%

- ◆ 既存店の減収
 - △5.6%(計画: △7.0%)
 - スーツ、礼服などの1品単価低下等による売上減
- ◆ M/Xの35店舗閉店による減収
- ◆ 新規出店
 - AOKI: 23店舗
 - ORIHICA: 10店舗

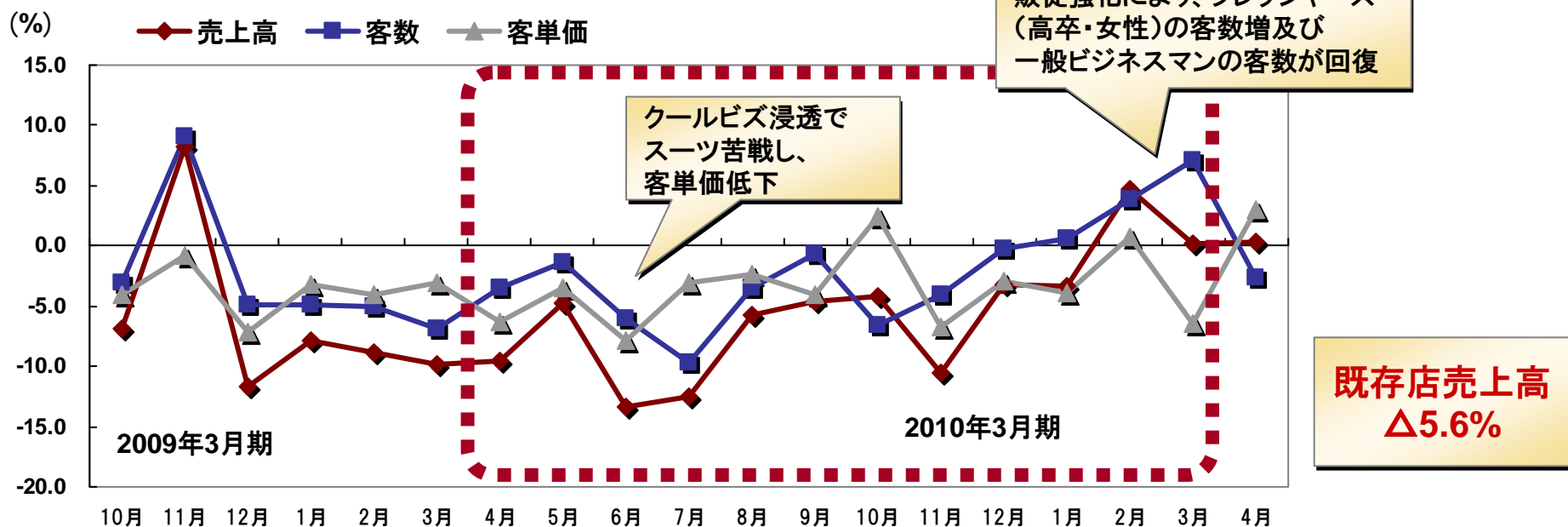
■ 営業利益: 前年同期比 97.3%

- ◆ 売上総利益率58.4%: 前年同期比 +0.7ポイント
 - 為替要因等により仕入原価のダウン
- ◆ 販売管理費: 前年同期比 99.9%
 - 削減項目:
 - 水道光熱費: 省エネ対応マニュアルの整備と徹底
 - 人件費: 残業低減、レイバースケジュールコントロール
 - 広告宣伝費: 分配率管理及び効率良い販促実施
 - 増加項目:
 - 人件費: 09年度新入社員分
 - 地代家賃: 店舗数増加分
- ◆ M/Xで約8億円の営業赤字

既存店売上高・客数・客単価推移

1品単価の低下、及び20～30代の客数減少で年累計では前年を下回るが、1月からの客数回復で2、3月の既存店売上はプラスに

2010年3月期の月別前年同期比増減率推移



	09/4	09/5	09/6	09/7	09/8	09/9	09/10	09/11	09/12	10/1	10/2	10/3	通期	10/4
既存店売上高 (%)	$\Delta 9.6$	$\Delta 4.8$	$\Delta 13.3$	$\Delta 12.5$	$\Delta 5.7$	$\Delta 4.6$	$\Delta 4.2$	$\Delta 10.6$	$\Delta 3.2$	$\Delta 3.3$	+4.7	+0.2	$\Delta 5.6$	+0.3
客数 (%)	$\Delta 3.5$	$\Delta 1.4$	$\Delta 6.0$	$\Delta 9.7$	$\Delta 3.5$	$\Delta 0.6$	$\Delta 6.6$	$\Delta 4.1$	$\Delta 0.2$	+0.6	+3.8	+7.1	$\Delta 2.2$	$\Delta 2.6$
客単価 (%)	$\Delta 6.3$	$\Delta 3.5$	$\Delta 7.8$	$\Delta 3.1$	$\Delta 2.3$	$\Delta 4.1$	+2.5	$\Delta 6.7$	$\Delta 2.9$	$\Delta 3.9$	+0.8	$\Delta 6.4$	$\Delta 3.6$	+3.0
平年気温との差異(°C)(東京)	+1.3	+1.4	+0.7	+0.9	$\Delta 0.5$	$\Delta 0.5$	+0.8	+0.5	+0.6	+1.2	+0.4	+0.2	—	$\Delta 2.0$

AOKI:2010年3月期の取組み及び実績:1

個人消費の低迷により既存店売上高は前年を下回るものの、
新規出店店舗や核商品の機能性商品は順調に推移

■ 取組み

◆ 核商品として機能性商品の展開及び提案強化

- ・洗濯機で洗えるスーツ「プレミアムウォッシュスーツ」
- ・産学協同開発商品
衣服内温度調節機能スーツ
「プレミアムサーモスタットスーツ」
- ・しわになりにくいスーツ「プレミアムタフスーツ」等

◆ 都心出店のスタート及び九州への出店継続



■ 実績

◆ TVCF・チラシ等の提案強化が奏功し売上は好調

- ・「プレミアムウォッシュスーツ」:約50,000着販売
洗濯機で洗えるスーツ国内販売着数No1(当社推定)
- ・産学協同開発商品「ロイヤルコンフォートスーツ」で
第62回日本繊維機械学会賞・技術賞を受賞

◆ 新規出店23店舗はほぼ計画通りに推移

- ・都心店舗:銀座店、秋葉原店、渋谷宮益坂店
- ・九州:旗艦大型店 福岡天神本店を含み5店舗出店



「ロイヤルコンフォートスーツ」
で、日本繊維機械学会賞・
技術賞を受賞

右:信州大学工学博士
西松豊典教授

左:信州大学工学博士
金井博幸講師



AOKI渋谷宮益坂店

AOKI:2010年3月期の取組み及び実績:2

■ 取組み

◆ 販促・プロモーションの強化

- ・TVCFや雑誌とのコラボによるフレッシューズキャンペーンの実施
- ・効果的なダイレクトメールの実施
- ・新聞全段広告「スーツを科学するAOKI」の実施

◆ 販売管理費コントロールの継続実施

◆ (株)AOKIと(株)エムエックスが合併(2009/10/1)



■ 実績

◆ 販促効果により1月下旬より客数が増加

- ・フレッシューズセール強化⇒
高卒フレッシューズ及びレディスの客数増
- ・全年代向けダイレクトメールの実施⇒
20代から30代ビジネスマン客数の増加
60代客数増
- ・「スーツを科学するAOKI」の新聞全段広告を日経に掲載⇒
機能性商品販売着数増加

◆ 広告宣伝費:費用対効果分析の実施

人件費:残業削減、レイバースケジュールの
コントロール

水道光熱費:ムダな照明、空調のコントロール

地代家賃:賃料減額交渉

◆ 2010/1/11までにM/X35店舗を完全閉店

ORIHICA:2010年3月期の取組み及び実績

プロトタイプ店舗の磨き上げ、商品・販促・売場が連動する仕組み構築、
効率経営の徹底により、年間での営業黒字化を達成

■ 取組み

- ◆プロトタイプ店舗の磨き上げ、及びショッピングセンター(SC)居抜物件を中心とした新規出店の継続
- ◆打ち出し商品が販促・売場と連動する仕組みの構築
- ◆効率経営の徹底



■ 実績

- ◆新規出店10店舗は予定通りに実施
 - ・駅ビル・ファッションビル・・・3店舗
 - ・路面店タイプ・・・1店舗
 - ・ショッピングセンタータイプ・・・6店舗
- ◆厳しい市場環境の中で、既存店はほぼ前年並みに推移
 - ・SCに来館する客層の変化に対応(40代ファミリー客層の増加)
- ◆年間での営業黒字化を達成
 - ・販促費・人件費コントロールを実施
 - ・不採算店舗の改廃(3店舗)



2011年3月期の事業環境

■ 循環的な景気回復が進行、構造問題では懸念残る

< 循環要因 >

- ◆ 1-3月期GDP実質成長率: +4.9%(年率)と大きく上ブレ
- ◆ 個人消費: 2009年4-6月期以降、4四半期連続でプラスに
- ◆ 株価: 2009年度の日経平均株価上昇率+36.8%
(直近で再び下落基調に)

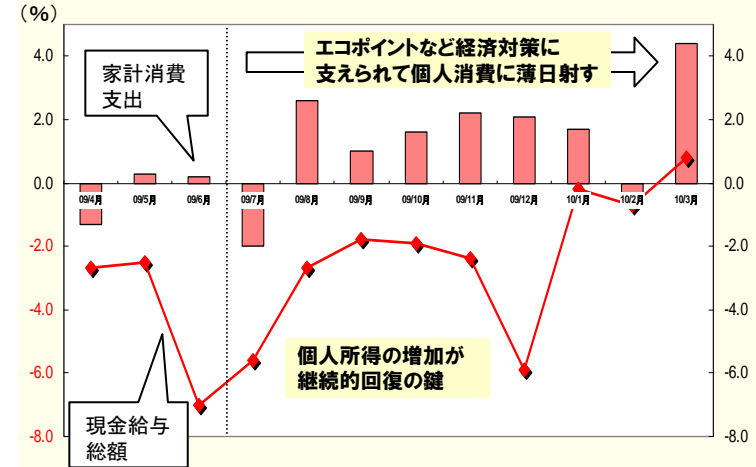
< 構造的な問題は... >

- ◆ 国内政治不安の高まり
- ◆ 雇用と所得に依然明るさが戻らず
- ◆ ギリシャに端を発するユーロ危機
- ◆ 中国バブル崩壊の危惧

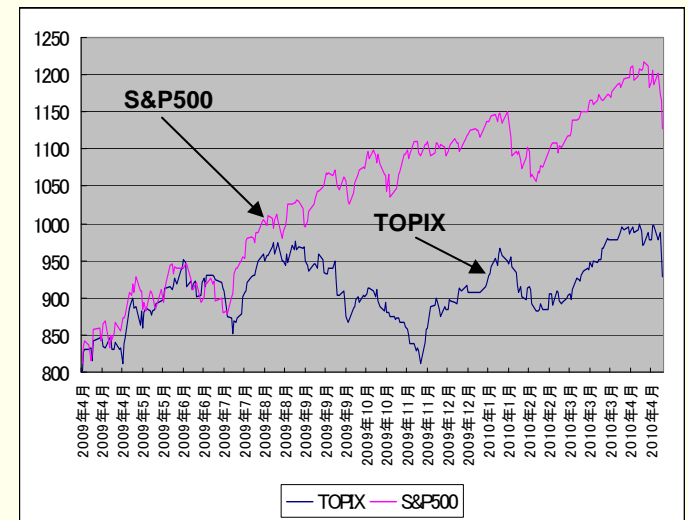
■ ファッション・小売事業に関する状況

- ◆ 安売り商戦に一服感、“生活防衛企業”株価も反落局面に
- ◆ TVCFなどで費用対効果が見え始める:
財布の一方的引締終息傾向、価値のあるものには出費が期待できるように
- ◆ 夏季賞与の回復傾向
- ◆ 百貨店売上は依然として低迷継続

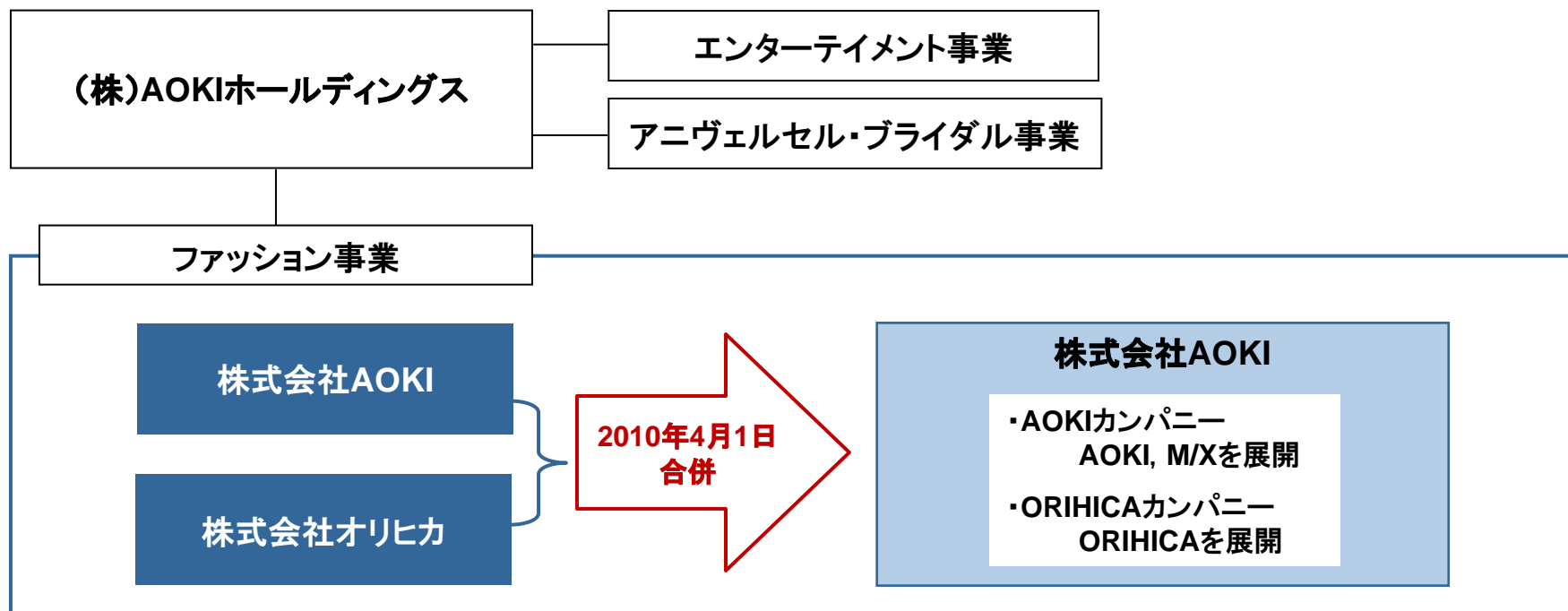
所得と消費(前年比、総務省統計)



株価の動き



ファッション事業の機構改革と経営方針



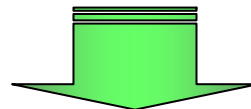
両社統合の背景：ファッション事業の新たな成長に向けてのステップ

- ◆ORIHICAの黒字体質が定着
- ◆ORIHICAを成長戦略の重要な『柱』として位置付けたうえで、ファッション事業全体の成長のために、ORIHICAの出店・成長スピードを高められる体制に変更

AOKIとORIHICAの違い

グループ経営資源の最適効率配分で
ファッション事業全体の更なる成長を目指す

	AOKI	ORIHICA
2010年3月末店舗数 と出店ポテンシャル	29都道府県に431店、 業界2位のポジション堅持	首都圏・中京・関西圏を中心に52店、 依然として大きな出店ポテンシャル
出店場所	大型駐車場併設の郊外型店舗からスタート ⇒都市型出店の一部スタート	ショッピングセンター(SC)中心
出店形態	郊外型は土地、建物など物件オーナー様と契約 建物を建築し出店	SC運営のデベロッパー 店舗フロアが確保されており、テナントとして出店
標準売場面積	郊外型店舗: 500~660㎡が中心	SC型店舗: 265~330㎡が中心
出店基準	営業利益率10%、投資回収5年以内	営業利益率10%、投資回収5年以内
顧客ターゲット	20-60代まで幅広い顧客層	20-40代ファミリー層に照準
集客と広告活動	地域へのチラシ、DMなどに加えて、より多くのお 客様に来店いただけるようにTVCFなど大規模な メディア戦略も活用	SCの来館客を店舗に誘導し、入店を促すことを目 的としたチラシ・DM、魅力的な店舗陳列、演出など が有効



今後の出店方針

首都圏・中京圏・関西圏・九州圏の
超優良物件に出店

SC中心に出店スピードを加速

AOKI:2011年3月期に向けた取組み:1

核商品を中心とした品揃え・販促・演出・営業を実施し、
既存店を徹底的に活性化

◆商品・・・お客様のニーズとウォンツにあった核商品の品揃えを拡大

・機能性商品の充実:

「プレミアムウォッシュシリーズ」の拡充・・・スーツで前年比約4倍の品揃え

- ・ヤングへの訴求強化:「もてスリムウォッシュスーツ」
- ・機能の追加:「プレミアムウォッシュスーツPLUS」
- ・品種の拡大:レディーススーツ、フォーマル、ブレザー、ネクタイ

産学協同開発商品の開発・・・デオドラントスーツ等

スーツ以外の機能性商品の開発・・・「BIZ-TECHシューズ」、「空冷シャツ」等

・ジャケット・スラックスを中心としたトータルコーディネートブランド「CAFÉ SOHO」の強化

「CAFÉ SOHO」、「CAFÉ SOHO SPORTS」、「CAFÉ SOHO WHITE」の3ブランドの展開開始



3つの「CAFÉ SOHO」ブランドの着こなし

左: CAFÉ SOHO SPORTS

中: CAFÉ SOHO

右: CAFÉ SOHO WHITE



プレミアムウォッシュスーツ販促の一例

AOKI:2011年3月期に向けた取組み:2

◆販促・・・核商品主体の販促

- ・「プレミアムウォッシュスーツ」等の機能性商品を中心としたTVCFの展開
- ・チラシ、ダイレクトメールによるセール告知
- ・「スーツを科学するAOKI」等の新聞全段広告

◆営業・・・地域毎の営業組織の強化

- ・地域・店舗与件に合わせた商品構成の変更

◆店舗開発・・・投資回収5年以内、営業利益率10%以上の基準に適合の超優良物件のみ出店

- ・新規出店は5店舗の計画

◆経費コントロール・・・分配率管理の徹底

- ・人件費:残業低減、レイバースケジュールコントロール
- ・販促費:費用対効果の検証
- ・賃貸料:地代家賃減額交渉
- ・水道光熱費:削減意識の徹底
- ・各経費のコスト削減(単価交渉)の実施

The image shows a composite advertisement for AOKI. On the right, a woman in a white dress with a blue collar and belt is smiling. On the left, there is a newspaper clipping with the headline "スーツを科学する AOKI". The clipping includes text about AOKI's research and development, awards, and a TVCF advertisement for "洗剤機で洗える" (Washable in a washing machine). The newspaper clipping also features the AOKI logo and contact information.

新聞への全面広告の例

ORIHICA:2011年3月期に向けた取組み

ショッピングセンター中心の新規出店を積極的に継続しながら、
AOKIとのシナジーを最大限に発揮し効率経営を実施

◆ 店舗開発・・・ショッピングセンター居抜物件を中心とした、積極的な新規出店の継続

- ・上半期:8店舗 下半期:7店舗 年間15店舗の新規出店計画
- ・駅ビル、ファッションビル タイプの出店も並行
- ・投資回収5年以内、営業利益率10%以上の出店基準を遵守

◆ 各プロトタイプの磨き上げの推進

- ・SCの客層変化(30代後半～40代が増加)に対応した、商品構成の磨き上げ
- ・売場面積 拡大版プロトタイプ(265㎡⇒330㎡)へのチャレンジ

◆ AOKIとのシナジー効果を最大限に活用した、効率経営の推進

- ・不採算の改廃 (3店舗閉店予定)
- ・AOKIとのシナジー効果を全ての面(商品・販促・接客 他)で発揮
- ・ファッション事業内での人材交流化を推進



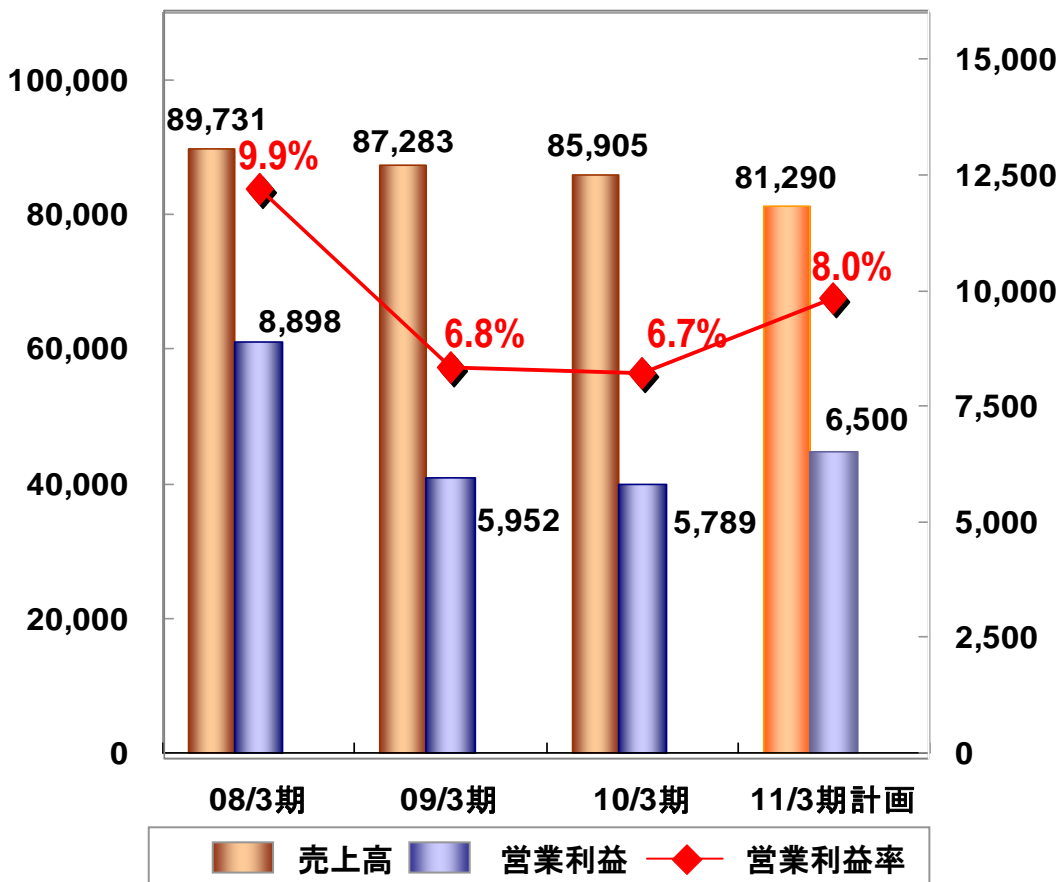
町田ツインズ店(10/3月オープン)

2011年3月期の収益見通し

売上高はM/Xの閉店分と既存店減収により減収、
営業利益はM/Xの閉店により増益

(売上高:百万円)

(営業利益:百万円)



■ 売上高:前年同期比 94.6%

- ◆ 新規出店:20店舗(AOKI 5、ORIHICA 15)
- ◆ 既存店売上高:
通期△1.6%(上期△1.0%、下期△1.9%)

■ 営業利益:前年同期比 112.3%

- ◆ 前年のM/Xの赤字分解消(約8億円)
- ◆ 売上総利益率はM/Xの閉店と仕入原価低減で改善
(10/3期:58.4%⇒11/3期:60.3%)
- ◆ 販売管理費の低減:前年同期比 95.8%
 - ・M/X経費分の削減
 - ・新規出店数減少による削減

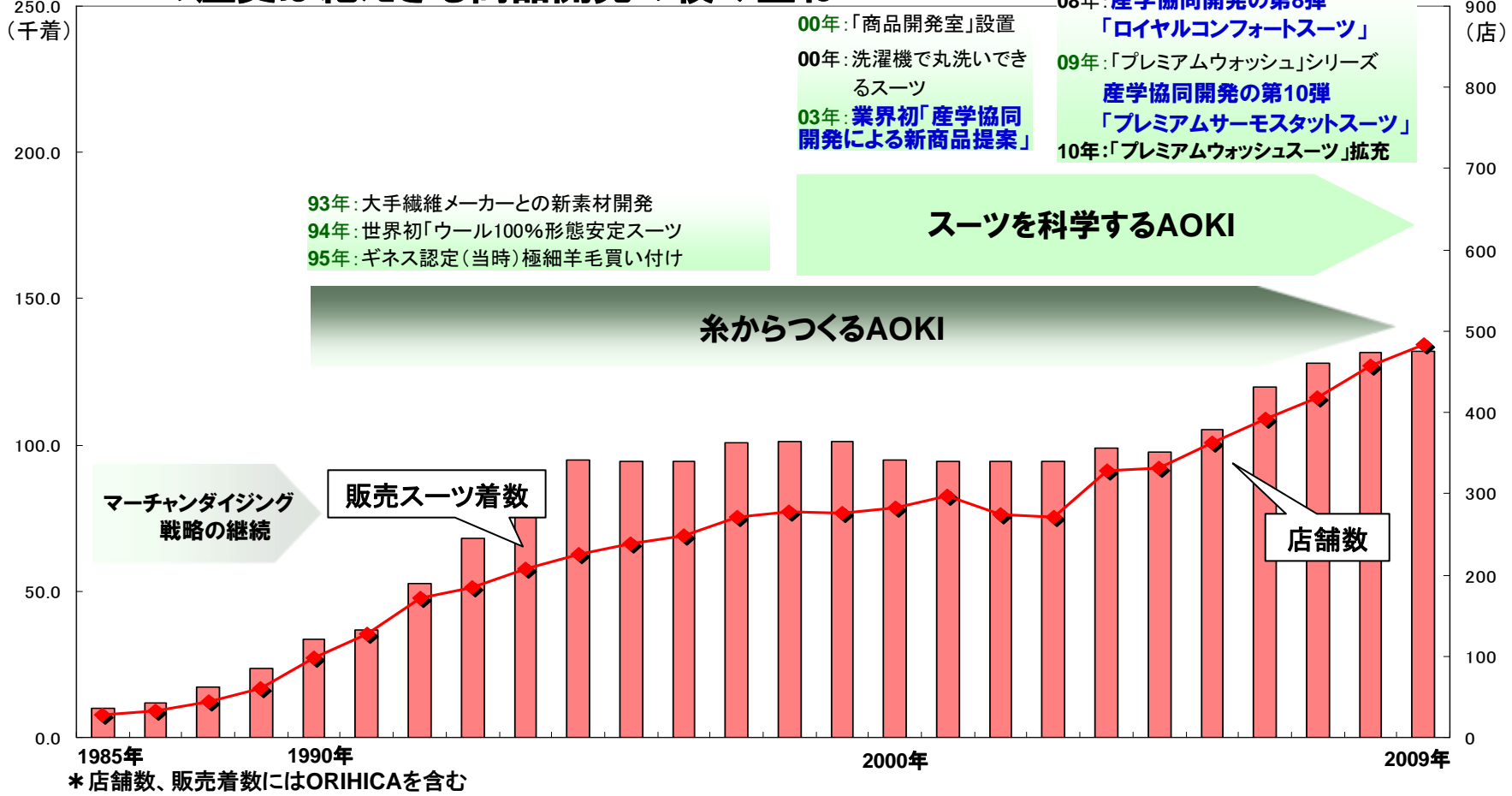
11/3期 出店計画

		上期	下期	年間
AOKI	出店	2	3	5
	退店	3	-	3
	期末	430	433	433
ORIHICA	出店	8	7	15
	退店	3	-	3
	期末	57	64	64
合計*	期末	489	499	499

* M/X 2店を含む

AOKIの商品開発への姿勢 - “スーツを科学”する

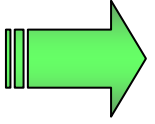
■AOKIの歴史は絶えざる商品開発の積み重ね



商品を軸としたマーケティング

+

真心込めた接客:スタイリストによるトータルスタイリング提案



顧客満足日本一!

アニヴェルセル・ブライダル事業

2010年3月期実績と2011年3月期の見通し

ゲストハウスのシェアは年々上昇

市場規模

約2兆円

年間婚姻件数 719,822件 × 全国平均組単価330万円
(厚生労働省「平成19年人口動態統計」) (ゼクシィ結婚トレンド調査2009)

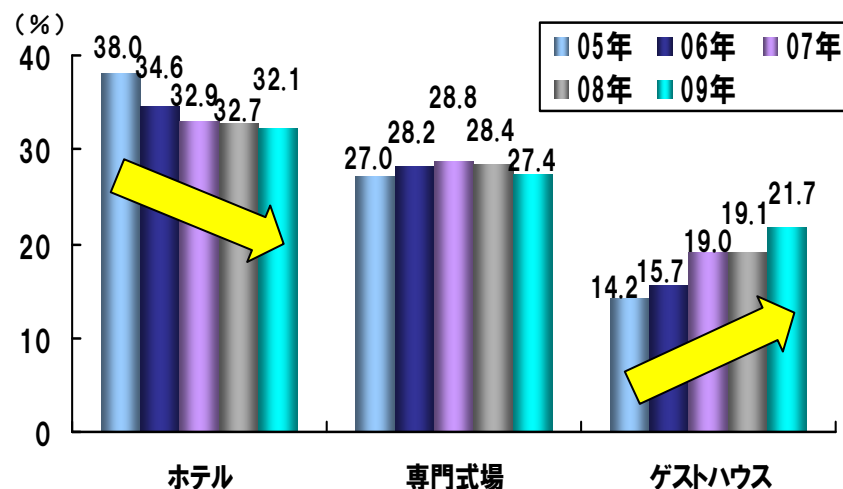


全国におけるゲストハウスのシェア

ゲストハウスのシェアは年々上昇

05年 14.2% → 09年 21.7%

(ゼクシィ結婚トレンド調査2009)



主要都市を中心に、3つのブランドで展開

■12店舗・33会場を運営

<p>ANNIVERSAIRE OMOTESANDO</p>	<p>WEDDING VILLAGE</p>	<p>PARTIRE GEIHINKAN</p>
		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 記念日をテーマにした複合施設 ◆ 表参道で洗練されたウエディングスタイルを提案 ◆ フロアごとの完全貸切 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 比較的大きな敷地で展開 ◆ 独立型チャペルと邸宅会場を設置 ◆ 貸切ガーデン付ゲストハウス 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 駅前などの好立地に出店可能 ◆ 一つの建物にチャペルとバンケットを設置 ◆ 全天候型アトリウムを併設
<p>表参道(6)</p>	<p>東京(3)、大宮(3)、横浜(3)、立川(2) 神戸(2)、江坂(2)、福岡(3)</p>	<p>柏(2)、長野(2)、白壁(3)、大阪(2)</p>

※()内は、会場数

■商品提案力

弊社平均組単価: 3,995千円

全国平均組単価: 3,307千円

ゼクシイトレンド調査2009

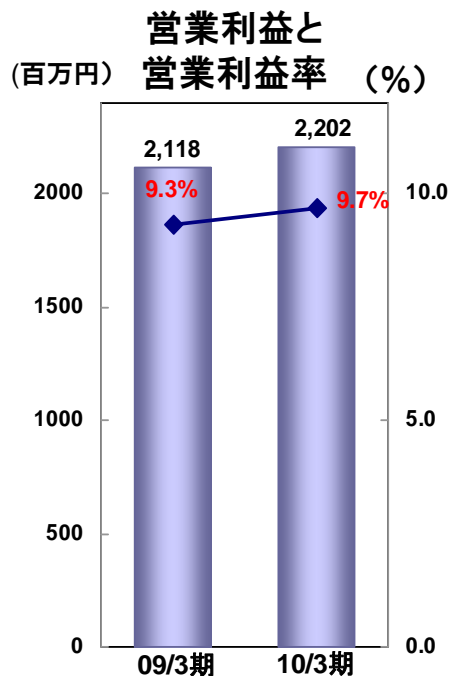
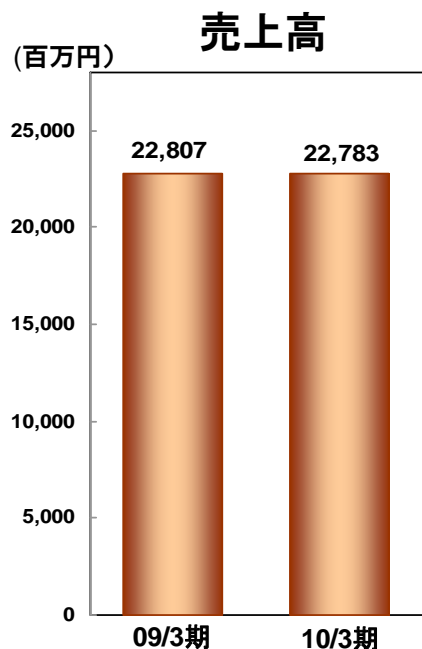
■業界ポジション

結婚式場・手配部門売上: 第4位

2009年11月25日付 日経MJ掲載

「第27回サービス業総合調査」

人財育成と既存店の磨き上げの継続実施



(単位:百万円)

	10/3期		
		前年同期比%	売上比%
売上高	22,783	99.9	100.0
売上総利益	5,970	94.3	26.2
販売管理費	3,768	89.5	16.5
営業利益	2,202	103.9	9.7

2010年3月期通期実績

■売上高:前年同期比 99.9%

- ◆ 期末店舗数12店舗(前期末12店舗)
- ◆ ブライダル事業は、施設リニューアルなどの既存店強化施策の実施により増収
- ◆ アニヴェルセル表参道のウィメンズコレクション終了により全体では微減収

■営業利益:前年同期比 103.9%

- ◆ ブライダル部門の売上が好調に推移
- ◆ 原価・経費の効率化による利益率改善



リニューアル:パーティール長野迎賓館「サロン・ドゥ・ジャルダン」

分析指標

	2009/3期	2010/3期	差	前年同期比
期末店舗数	12店舗	12店舗	±0店舗	100.0%
期末会場数	32会場	33会場	+1会場	103.1%
施行組数	5,467組	5,487組	+20組	100.4%
稼働率	74.9%	74.4%	△0.5ポイント	99.3%
平均組単価	3,963千円	3,995千円	+32千円	100.8%

◆ 2010年3月にアニヴェルセル表参道に
新パーティスペース「ザ コスタ」オープン

◆ 施行組数は、施設リニューアルを中心とした
施設の磨き上げにより前年に対し20組増加

◆ 平均組単価は、料理メニュー変更、
新ドリンクプラン導入により前年に対し
32千円の増加



新パーティスペース：アニヴェルセル表参道「ザ コスタ」

2011年3月期の計画

2011年春出店に伴う経費増のため微増収減益予想

■5年後、20店舗体制へ向けて

- ◆商号を『アニヴェルセル』に変更
⇒ブランドイメージの向上
- ◆2011年春に新たなモデルとなる店舗を開業⇒年間1～2店舗の新規出店
- ◆営業ノウハウの標準化と仕組化を強化
- ◆多店舗経営に向けた経営システム構築
- ◆AOKIグループのシナジー効果追求

(単位:百万円)

	11/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	22,810	100.1	100.0
売上総利益	5,650	94.6	24.8
販売管理費	3,785	100.4	16.6
営業利益	1,865	84.7	8.2

■ 2011年3月期計画

■売上高:前年同期比 100.1%

- ◆店舗ごとに細かな対応(商品・販促・施設)と、人財育成強化を継続することにより、微増収の見込み

■営業利益:前年同期比 84.7%

- ◆2011年春開業予定店舗の開業準備費用*の発生により減益

* 開業日の約10ヶ月前より店舗近隣に「開業準備室」を設置し、婚礼受注の営業活動を開始。この開業準備運営に関わる賃借料、人件費、広告宣伝費などの費用

成長戦略へ向けて・・・①商号変更

2010年10月1日に商号変更を予定

株式会社ラヴィス
RAVIS INC.



アニヴェルセル株式会社
ANNIVERSAIRE INC.

新商号の由来

『アニヴェルセル』はフランス語で「記念日」を意味
ウエディングという人生最大の記念日のお手伝いをさせていただく
企業としての姿勢・想いを表す

■変更目的

- ◆『アニヴェルセル』ブランドの活用
- ◆新店舗より『アニヴェルセル』の施設名称を使用
⇒ブランドイメージの向上を図る
- ◆喜びと感動あふれる『アニヴェルセル』スタイルの
ウエディングの提供

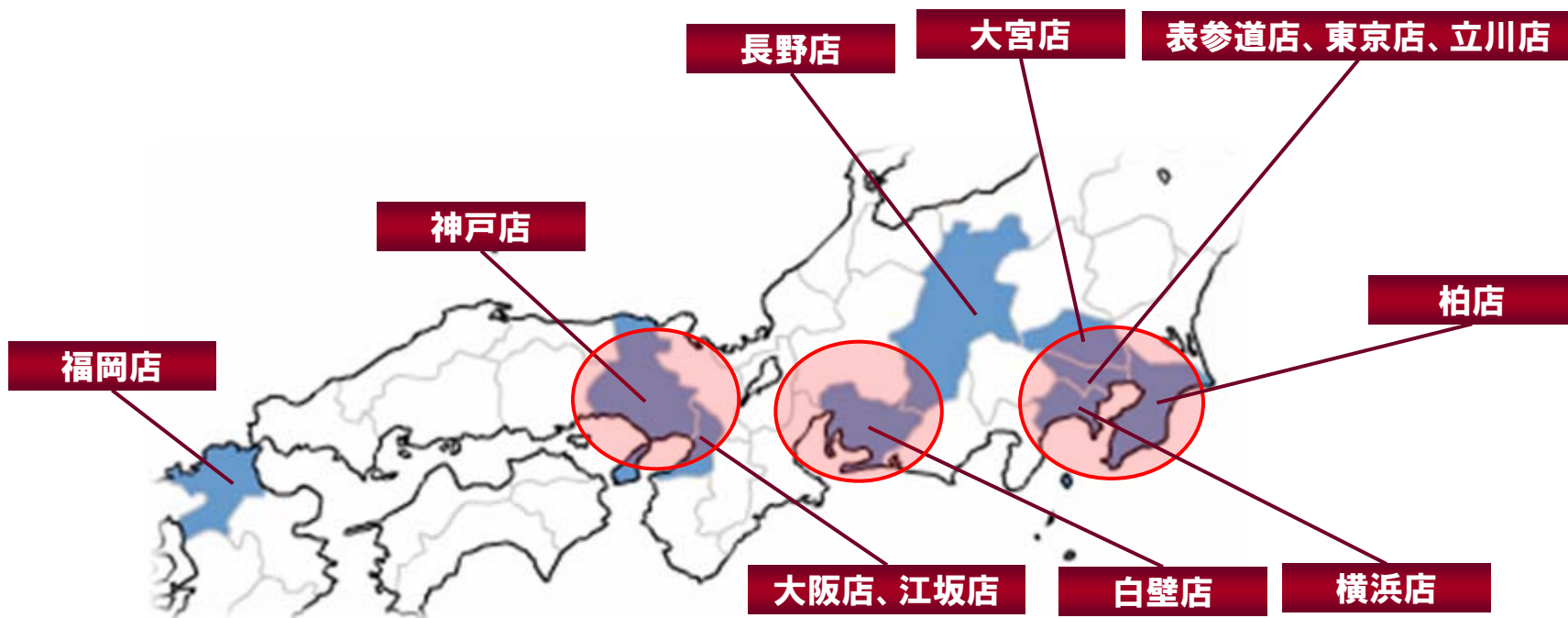


アニヴェルセル表参道

成長戦略へ向けて・・・②出店戦略

■出店戦略

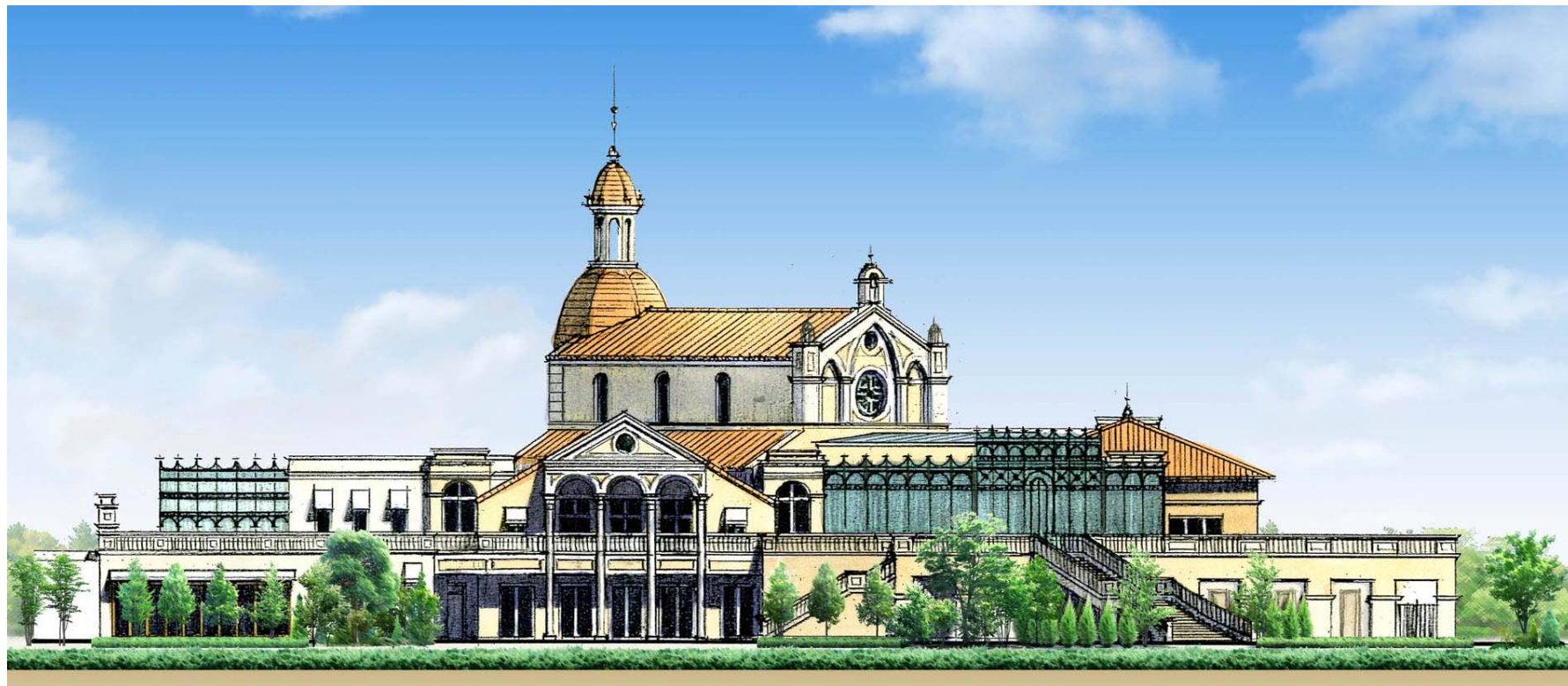
- ◆新店舗より『アニヴェルセル』の施設名称を使用し、ブランドイメージの向上を図る
- ◆婚姻組数の多い地域に集中出店(首都圏・中京・阪神)
- ◆年間1～2店舗の新規出店



5年後・20店舗体制の構築と
お客様満足日本一のブライダル企業を目指す

成長戦略へ向けて・・・③新たなモデル店舗の出店

■2011年春、新たなモデルとなる『豊洲アニヴェルセル ヴィラ(仮称)』をオープン

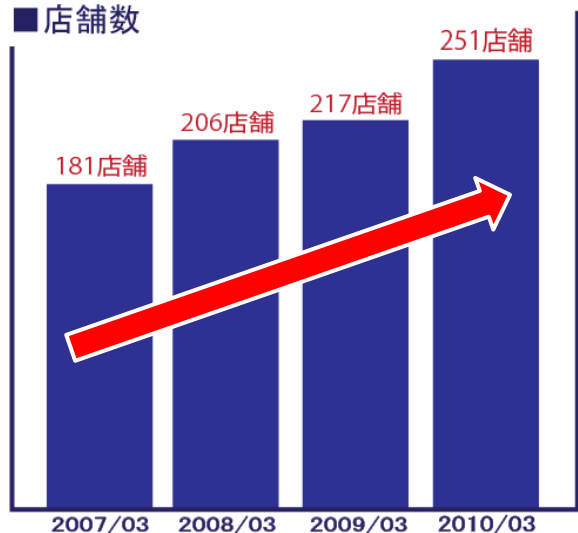


- ◆銀座から電車で5分、豊洲駅から徒歩3分と交通至便の環境
- ◆南仏のコートダジュールをイメージした施設
- ◆「アニヴェルセル表参道」のウエディングスタイルを継承した独立型チャペル
- ◆趣きの異なる3つの披露宴会場
- ◆従来よりも幅広い年齢のお客様に向けて新しいスタイルを提案

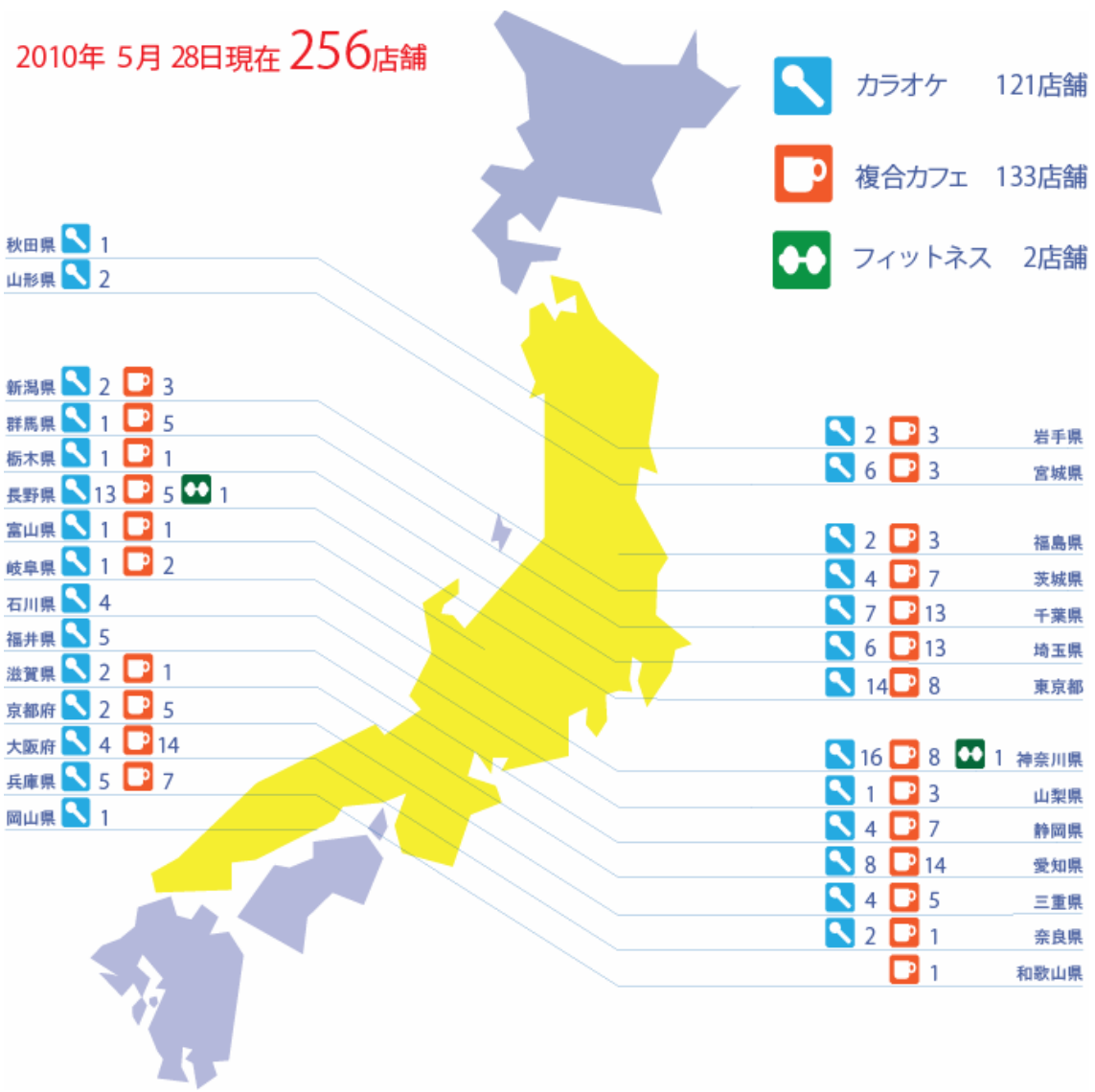
エンターテイメント事業

2010年3月期実績と2011年3月期の見通し

業界トップクラスのポジションと、大きな成長ポテンシャル



2010年 5月 28日現在 **256**店舗



＜業界の状況＞ 市場規模 「カラオケルーム」

業界ランク6位
2009年11月8日付
日経MJ掲載
第27回サービス業総合調査

2008年
4,213億円

「複合カフェ」

業界ランク1位
2009年11月8日付
日経MJ掲載
第27回サービス業総合調査

2019年
3,740億円

2009年
2,242億円

出所：複合カフェ調査報告書、カラオケ白書2009

施設の特徴：明確なコンセプトを基軸にした店舗①

カラオケルーム



明日への活力を、くつろぎの空間で。

カラオケ&パティースペース「コート・ダジュール」は、“地上の樂園”南仏COTE D'AZURをテーマに、歌と語らいのさわやかなくつろぎ空間をご提供しています。

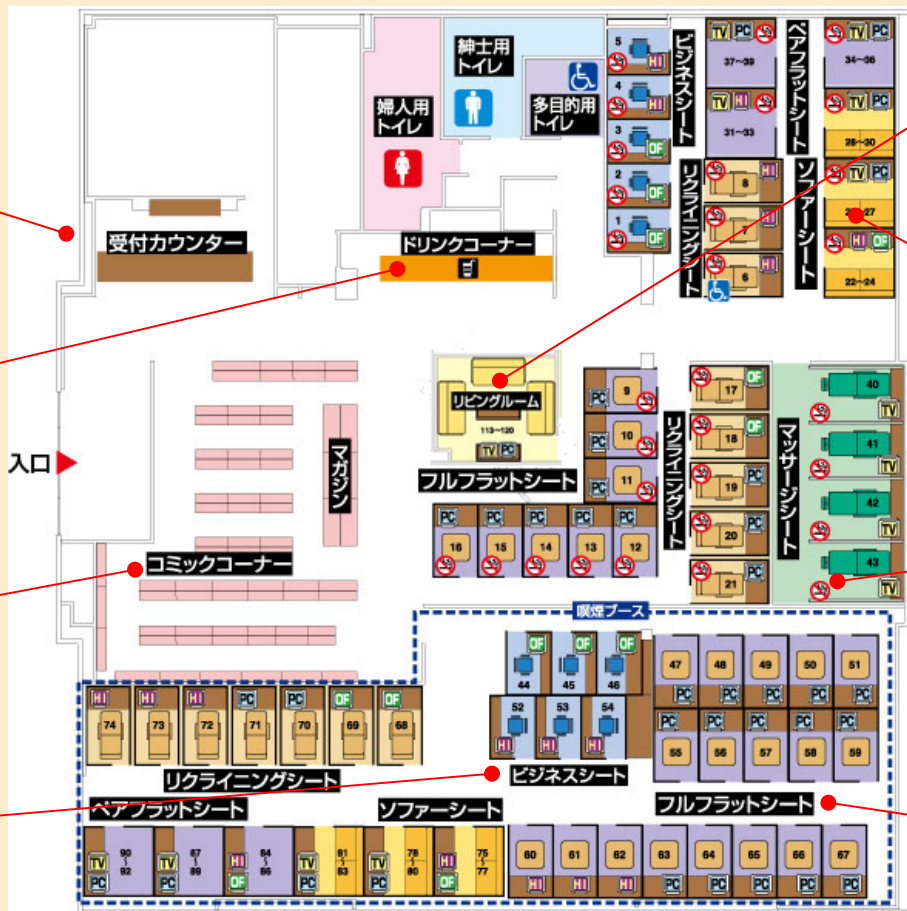
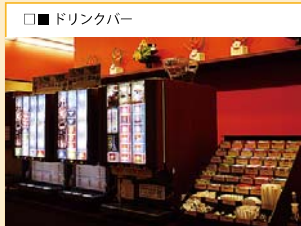


施設の特徴：明確なコンセプトを基軸にした店舗②

複合カフェ

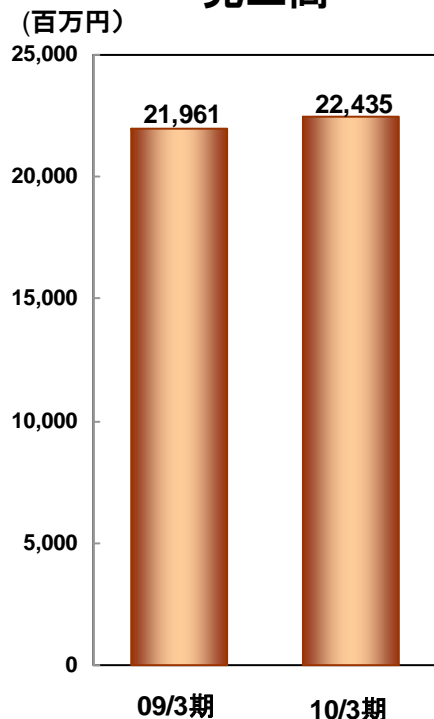
極上のリラックスを、もっと手軽に。

複合カフェ「快活CLUB」は、アジアのリゾート地“バリ島”をテーマにしたリラックス・コンビニです。お客様が身近で手軽に【コンビニ的に】リラックスしていただけるスペースをご提供しています。

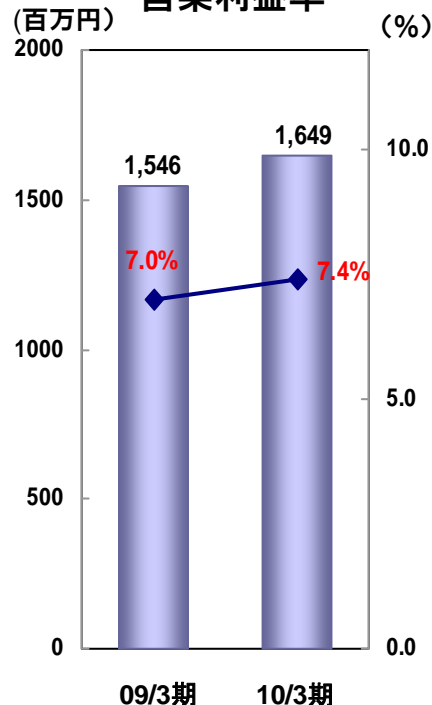


新規出店の寄与と飲食売上高が好調に推移し増収増益

売上高



営業利益と
営業利益率



(単位:百万円)

	10/3期		
		前年同期比%	売上比%
売上高	22,435	102.2	100.0
売上総利益	4,101	106.2	18.3
販売管理費	2,451	105.9	10.9
営業利益	1,649	106.7	7.4
期末店舗数	251		

2010年3月期通期実績

- **売上高: 前年同期比 102.2%**
 - ◆ 新規出店38店舗
(カラオケ 13、複合カフェ 25)
 - ◆ 前期出店19店舗
(カラオケ 9、複合カフェ 10)
 - ◆ 複合カフェの既存店売上高はほぼ横ばい
- **営業利益: 前年同期比 106.7%**
 - ◆ 新規出店寄与による売上増収
 - ◆ 売上総利益高: 前期比106.2%
 - ・ 食材仕入原価の低減及びパートナー社員人件費コントロールによる改善



快活CLUBランチメニュー

分析指標

		2009/3期	2010/3期	前期比
カラオケルーム運営事業				
売上高 (百万円)		12,613	12,437	△175
(% 既存店	ルーム売上構成比	52.3	53.1	+0.8
	飲食売上構成比	46.6	45.8	△0.8
	その他売上構成比	1.1	1.1	±0.0
営業利益*1 (百万円)		1,460	1,524	63
複合カフェ運営事業				
売上高 (百万円)		9,348	9,998	650
(% 既存店 *2	ブース売上構成比	84.1	83.6	△0.5
	フード売上構成比	11.7	12.3	+0.6
	その他売上構成比	4.2	4.1	△0.1
営業利益*1 (百万円)		372	417	44

*1 のれん償却等は含まれておりません *2 複合カフェのみの実績となります

◆ 既存店の状況

●カラオケ:

- ・深夜帯を中心とした社会人客数の減少
- ・夕方以降の利用者低迷による飲食売上の減少

●複合カフェ(*2):

- ・季節限定メニュー、モーニング・ランチメニューの実施によりフード売上が好調
- ・新コンテンツの導入、サービス企画の実施により滞在時間が延伸

既存店の増収率、客数・客単価前年同期比(単位:%)

	全社	カラオケルーム	複合カフェ*2
売上高	95.6	92.2	100.3
客数	96.1	92.8	99.6
客単価	99.4	99.3	100.8
平均客単価 (円)	1,448	1,623	1,286
平均客単価 前年差異(円)	△8	△12	+10

2011年3月期の計画

積極的な新規出店によるシェアの拡大と業態の進化

■積極的な出店の施策

- ◆カラオケ:20店舗
駅前・都心立地を中心に出店
- ◆複合カフェ:20店舗
関東・中京・関西を中心にドミナント出店

■既存店の強化

- ◆快適な空間を維持するためのリニューアル
38店舗(カラオケ19店舗、複合カフェ19店舗)
- ◆飲食の充実
 - カラオケ:利用シーンに応じた飲食プランの提案
 - 複合カフェ:モーニング、ランチ、シーズンメニューの提案
- ◆教育制度の構築による接客力の向上、
店舗オペレーションの基盤強化

■ 2011年3月期計画

■ 売上高:前年同期比 113.7%

- ◆新規出店40店舗、前期出店38店舗
寄与による増収

■ 営業利益:前年同期比 98.0%

- ◆出店増による経費増
- ◆全社既存店売上高増収率
上期:△1.0% 下期:△1.0% 通期:△1.0%
(単位:百万円)

		11/3期 予	
		前期比%	売上比%
売上高	25,500	113.7	100.0
売上総利益	4,319	105.3	16.9
販売管理費	2,702	110.2	10.6
営業利益	1,616	98.0	6.3
期末店舗数	288		

今後の出店戦略について—①カラオケルーム運営事業

両業態で今期40店舗の新規出店
来期以降も積極的出店の継続

《カラオケ》

＜市場規模＞

4,213億円

＜参加人口＞

4,660万人

＜施設数＞

9,116施設

市場動向

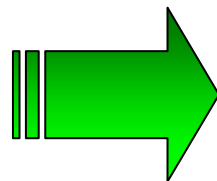
中小零細店の施設数減少は10年以上続いている反面、大手チェーンは新規出店やリニューアルに注力

＜マクロ的な環境変化＞

- ・都心部オフィスビルの空室率が過去最高水準を更新
- ・都心部の商業ビル賃料水準が従来より低下

＜コート・ダジュールの現状＞

- ・前期オープンの駅前・都心立地店舗が好調
- ・郊外型店舗で、社会人の集客苦戦

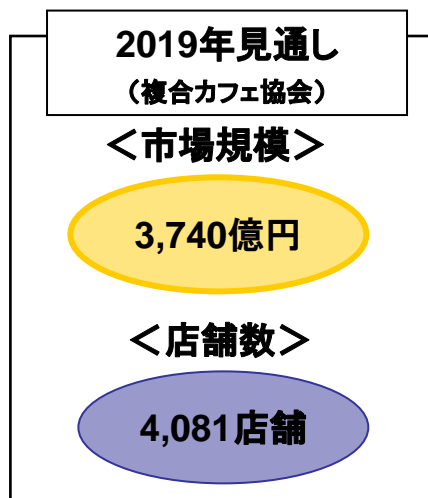
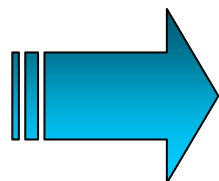
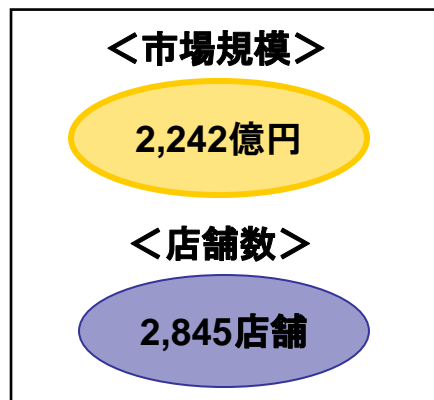


今後の出店戦略

- ・駅前などの都心部
(東京都心:銀座、池袋他
大都市ターミナル駅周辺:横浜市、
名古屋市、大阪市、神戸市)
- ・ルーム数:標準的店舗より4割程度
少ない20~25室

今後の出店戦略について-②複合カフェ運営事業

《複合カフェ》



市場動向

業界の認知度向上と同時に市場規模は拡大したが、経済環境の変化により、大手フランチャイズチェーン展開企業の新規出店が急激に鈍化、店舗閉鎖が継続

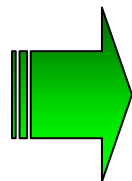
* 関東・東海・近畿の3地域で約7割を占める

＜マクロ的な環境変化＞

- ・経済環境により値ごろなエンターテインメントが人気
- ・ゲーム、マンガ世代(30~40代)が気兼ねなく行ける遊び場が人気
- ・居抜き物件の賃料ダウン(60~80%)

＜快活CLUBの現状＞

- ・業界1位の実績
- ・直営、会員制のため安心して利用できる
- ・モーニング・ランチ等フードメニューの充実
- ・分煙により店内環境を整備
- ・顧客ニーズの高い設備やブースを、新規導入可能な適正追加投資の実施



今後の出店戦略

- ・関東、中京、関西を中心にドミナント出店を強化
- ・新プロトタイプの開発により駅近、都心立地が可能
コンパクトタイプ:260~330㎡
大型タイプ:830~990㎡
(従来タイプ:495㎡)

＜実験的店舗の開発＞
足柄SA下り線店(10/5月オープン)

補足資料

2010年3月期 連結営業実績

(単位:百万円、%)

	09/3期実績	百分比(%)	10/3期計画	百分比(%)	10/3期実績	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売上高	132,052	100.0	129,720	100.0	131,124	100.0	△928	99.3
ファッション	87,283	100.0	84,590	100.0	85,905	100.0	△1,378	98.4
アニヴェルセル・ブライダル	22,807	100.0	22,730	100.0	22,783	100.0	△24	99.9
エンターテイメント	21,961	100.0	22,400	100.0	22,435	100.0	474	102.2
売上総利益	60,659	45.9	58,850	45.4	60,637	46.2	△21	100.0
ファッション	50,391	57.7	48,920	57.8	50,191	58.4	△200	99.6
アニヴェルセル・ブライダル	6,329	27.8	6,123	26.9	5,970	26.2	△359	94.3
エンターテイメント	3,861	17.6	3,726	16.6	4,101	18.3	239	106.2
販売管理費	50,993	38.6	51,050	39.4	50,683	38.7	△309	99.4
ファッション	44,438	50.9	44,494	52.6	44,401	51.7	△37	99.9
アニヴェルセル・ブライダル	4,210	18.5	3,870	17.0	3,768	16.5	△442	89.5
エンターテイメント	2,315	10.5	2,516	11.2	2,451	10.9	136	105.9
営業利益	9,665	7.3	7,800	6.0	9,954	7.6	288	103.0
ファッション	5,952	6.8	4,425	5.2	5,789	6.7	△162	97.3
アニヴェルセル・ブライダル	2,118	9.3	2,252	9.9	2,202	9.7	83	103.9
エンターテイメント	1,546	7.0	1,210	5.4	1,649	7.4	103	106.7
経常利益	10,557	8.0	8,700	6.7	10,750	8.2	193	101.8
当期純利益	3,315	2.5	3,400	2.6	3,618	2.8	302	109.1
1株当たり 当期純利益	73.28	-	79.67	-	84.79	-	11.51	-
期末発行済株式総数	42,675千株	-	42,674千株	-	42,673千株	-	△2千株	-

- (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)
 3. 10/3期計画は2009年11月に策定したものです

2010年3月期 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位:百万円、%)

	09/3期実績				10/3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	8,402	6,875	1,191	232	8,004	95.3	6,407	93.2	1,046	87.8	260	111.9
人件費	18,472	14,886	929	1,191	18,313	99.1	15,097	101.4	782	84.2	1,239	104.0
賃借料	10,303	10,095	34	99	11,218	108.9	10,934	108.3	36	106.6	83	84.6
減価償却費	2,978	2,424	107	16	2,925	98.2	2,400	99.0	48	44.5	18	110.3

- (注)1. 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
 2. 全社数字には、AOKIホールディングスの費用が含まれております
 3. 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は、上記のほか、売上原価に次の費用が含まれております

	09/3期実績		10/3期実績			
	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント	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
人件費	3,612	5,274	3,816	105.6	5,499	104.3
賃借料	1,413	4,997	1,497	105.9	4,870	97.5
減価償却費	929	1,070	926	99.7	1,253	117.1

2011年3月期 連結業績見通し-第2四半期累計

(単位:百万円、%)

		10/3期 第2四半期実績	百分比(%)	11/3期 第2四半期計画	百分比(%)	対前年同期増減	対比(%)
売	上 高	57,908	100.0	57,700	100.0	△208	99.6
	ファッション	35,832	100.0	34,300	100.0	△1,532	95.7
	アニヴェルセル・ブライダル	11,257	100.0	11,200	100.0	△57	99.5
	エンターテイメント	10,825	100.0	12,200	100.0	1,374	112.7
売	上 総 利 益	25,639	44.3	25,720	44.6	80	100.3
	ファッション	20,564	57.4	20,680	60.3	115	100.6
	アニヴェルセル・ブライダル	3,120	27.7	2,720	24.3	△400	87.2
	エンターテイメント	1,914	17.7	1,960	16.1	45	102.4
販	売 管 理 費	24,388	42.1	24,270	42.1	△118	99.5
	ファッション	21,238	59.3	20,772	60.6	△465	97.8
	アニヴェルセル・ブライダル	2,051	18.2	1,905	17.0	△145	92.9
	エンターテイメント	1,156	10.7	1,321	10.8	164	114.2
営	業 利 益	1,250	2.2	1,450	2.5	199	116.0
	ファッション	△673	-	△92	-	581	-
	アニヴェルセル・ブライダル	1,069	9.5	814	7.3	△255	76.1
	エンターテイメント	758	7.0	638	5.2	△119	84.3
経	常 利 益	1,708	3.0	1,950	3.4	241	114.1
中	間 純 利 益	918	1.6	50	0.1	△868	5.4

2011年3月期 連結業績見通し-通期

(単位:百万円、%)

		10/3期実績	百分比(%)	11/3期計画	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売	上高	131,124	100.0	129,600	100.0	△1,524	98.8
	ファッション	85,905	100.0	81,290	100.0	△4,615	94.6
	アニヴェルセル・ブライダル	22,783	100.0	22,810	100.0	26	100.1
	エンターテイメント	22,435	100.0	25,500	100.0	3,064	113.7
売	上総利益	60,637	46.2	59,700	46.1	△937	98.5
	ファッション	50,191	58.4	49,050	60.3	△1,141	97.7
	アニヴェルセル・ブライダル	5,970	26.2	5,650	24.8	△320	94.6
	エンターテイメント	4,101	18.3	4,319	16.9	217	105.3
販	売管理費	50,683	38.7	49,400	38.1	△1,283	97.5
	ファッション	44,401	51.7	42,550	52.3	△1,851	95.8
	アニヴェルセル・ブライダル	3,768	16.5	3,785	16.6	16	100.4
	エンターテイメント	2,451	10.9	2,702	10.6	250	110.2
営	業利益	9,954	7.6	10,300	7.9	345	103.5
	ファッション	5,789	6.7	6,500	8.0	710	112.3
	アニヴェルセル・ブライダル	2,202	9.7	1,865	8.2	△337	84.7
	エンターテイメント	1,649	7.4	1,616	6.3	△32	98.0
経常利益		10,750	8.2	11,200	8.6	449	104.2
当期純利益		3,618	2.8	4,000	3.1	381	110.5
1株当たり	当期純利益	84.79	-	93.74	-	8.95	-
期末発行済株式総数		42,673千株	-	42,673千株	-	-	-

(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

2011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、%)

	10/3期実績				11/3期計画							
	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	8,004	6,407	1,046	260	7,775	97.1	6,220	97.1	1,150	109.9	350	134.5
人件費	18,313	15,097	782	1,239	18,156	99.1	15,043	99.6	750	95.8	1,313	106.0
賃借料	11,218	10,934	36	83	11,217	100.0	10,930	100.0	36	97.8	80	96.3
減価償却費	2,925	2,400	48	18	2,621	89.6	2,159	90.0	45	94.5	37	200.8

- (注)1. 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
 2. 全社数字には、AOKIホールディングスの費用が含まれております
 3. ヴァリックの減価償却費は本部システムリースによる増加を予定しています
 4. 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は、上記のほか、売上原価に次の費用が含まれております

	10/3期実績		11/3期計画			
	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント	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
人件費	3,816	5,499	3,908	102.4	6,355	115.6
賃借料	1,497	4,870	1,568	104.7	5,199	106.8
減価償却費	926	1,253	996	107.6	1,931	154.1

【ご参考：ファッション事業 2010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
10/3期	△8.8	△4.2	△10.6	△3.2	△3.3	4.7	0.2	△3.2	△5.6
09/3期	△1.9	△6.9	8.2	△11.7	△7.9	△8.9	△9.8	△6.6	△4.6

(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	10/3期	△4.4	△6.6	△4.1	△0.2	0.6	3.8	7.1	△0.3	△2.2
	09/3期	△0.5	△3.0	9.1	△4.9	△4.9	△5.1	△6.9	△2.6	△1.6
客単価	10/3期	△4.6	2.5	△6.7	△2.9	△3.9	0.8	△6.4	△2.9	△3.6
	09/3期	△1.4	△4.0	△0.8	△7.2	△3.2	△4.0	△3.1	△4.1	△3.1

(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	10/3期	53.6	97.1	82.3	107.5	135.9	103.2
	09/3期	55.2	104.2	76.6	102.1	131.8	103.0
販売 単価	10/3期	23.1	95.1	22.7	96.6	22.9	96.2
	09/3期	24.3	97.2	23.5	95.5	23.8	96.0

(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)

	09/3期 実績	(%) 百分比	10/3期 計画	(%) 百分比	10/3期 実績	(%) 百分比	対前期増減	(%) 対比
重衣料	43,683	50.1	41,120	48.6	42,296	49.2	△1,387	96.8
中衣料	7,008	8.1	6,700	7.9	6,701	7.8	△387	94.5
軽衣料	34,474	39.5	34,770	41.1	34,801	40.5	326	100.9
その他	2,035	2.3	2,000	2.4	2,105	2.5	69	103.4
計	87,283	100.0	84,590	100.0	85,905	100.0	△1,378	98.4

(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:m²)

09/3期	10/3期	対前期増減	対比(%)
276,501	294,476	17,975	106.5

(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)

	09/3期				10/3期											
	期末店舗数				出店数				退店数				期末店舗数			
	AOKI	ORIHICA	M/X	合計	AOKI	ORIHICA	M/X	合計	AOKI	ORIHICA	M/X	合計	AOKI	ORIHICA	M/X	合計
北海道	15			15									15			15
岩手県	2			2									2			2
宮城県	6	1		7		2		2					6	3		9
福島県	6	1		7									6	1		7
茨城県	15	1	1	17	1	1		2			1	1	16	2		18
栃木県	7	1		8									7	1		8
群馬県	8		3	11							3	3	8			8
埼玉県	47	6	2	55	1	1		2		1	2	3	48	6		54
千葉県	40	7	2	49	3	1		4	1	1	2	4	42	7		49
東京都	50	9	2	61	3	3		6		1	2	3	53	11		64
神奈川県	42	6	2	50	1	1		2			1	1	43	7	1	51
新潟県	8	1		9	1			1	1			1	8	1		9
富山県	7			7									7			7
石川県	7			7									7			7
福井県	2			2									2			2
山梨県	5		3	8							3	3	5			5
長野県	21		10	31							10	10	21			21
静岡県	18		11	29							10	10	18		1	19
岐阜県	7			7	1			1					8			8
愛知県	41	4	1	46	4			4	2		1	3	43	4		47
三重県	10			10									10			10
滋賀県	4	1		5									4	1		5
京都府	2			2									2			2
大阪府	23	3		26	2	1		3					25	4		29
兵庫県	9	4		13	1			1	1			1	9	4		13
奈良県	2			2									2			2
広島県	3			3									3			3
福岡県	4			4	5			5					9			9
熊本県	2			2									2			2
合計	413	45	37	495	23	10		33	5	3	35	43	431	52	2	485

【ご参考：ファッション事業 2011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	下半期	通期
11/3期(計画)	Δ1.0	Δ1.9	Δ1.6
10/3期	Δ8.8	Δ3.2	Δ5.6

(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	11/3期(計画)	2.1	Δ1.9	Δ0.1
	10/3期	Δ4.4	Δ0.3	Δ2.2
客単価	11/3期(計画)	Δ3.0	0.0	Δ1.5
	10/3期	Δ4.6	Δ2.9	Δ3.6

(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)

	10/3期 実績	(%) 百分比	11/3期 計画	(%) 百分比	対前期増減	(%) 対比
重衣料	42,296	49.2	41,590	51.2	△706	98.3
中衣料	6,701	7.8	6,500	8.0	△201	97.0
軽衣料	34,801	40.5	31,100	38.3	△3,701	89.4
その他	2,105	2.5	2,100	2.5	△5	99.7
計	85,905	100.0	81,290	100.0	△4,615	94.6