

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

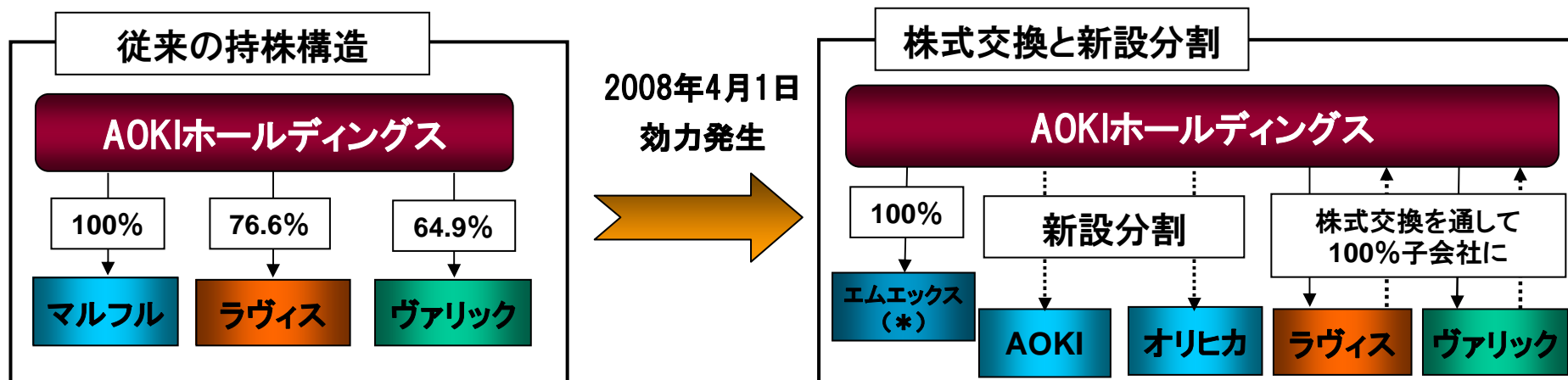
● 単一事業運営に伴う事業リスクを排除、

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



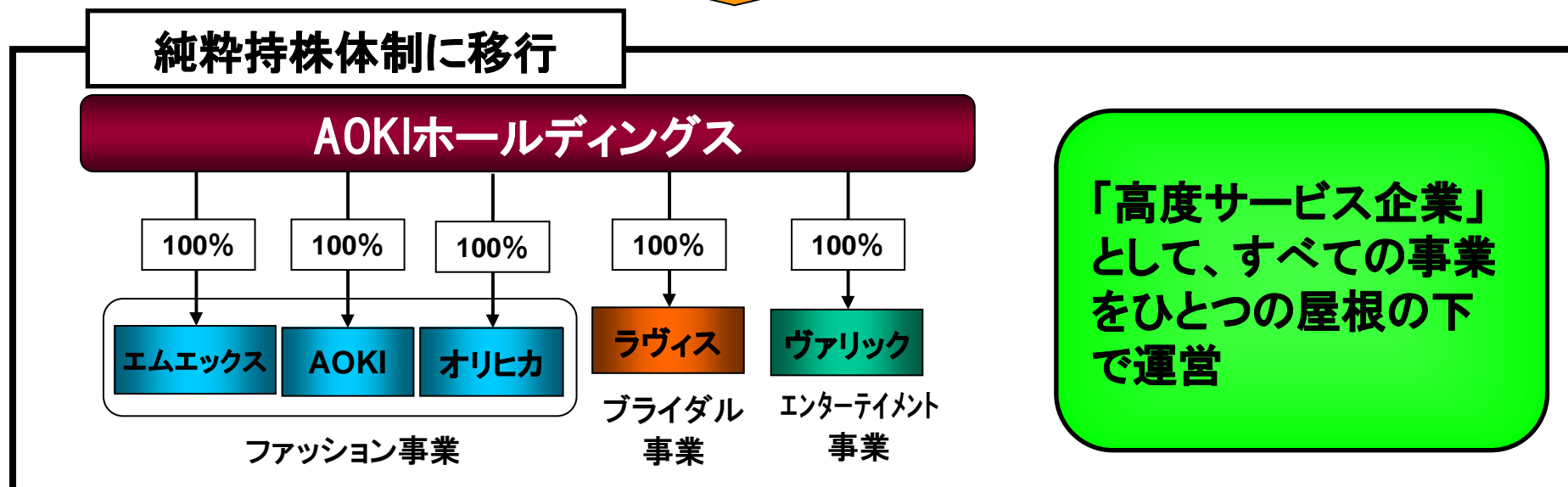
グループ連結業績の最大化を図る

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

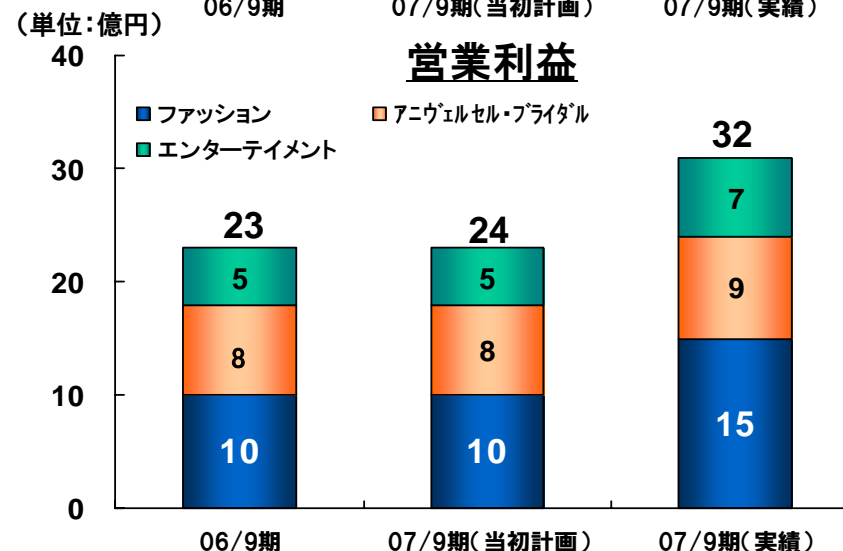
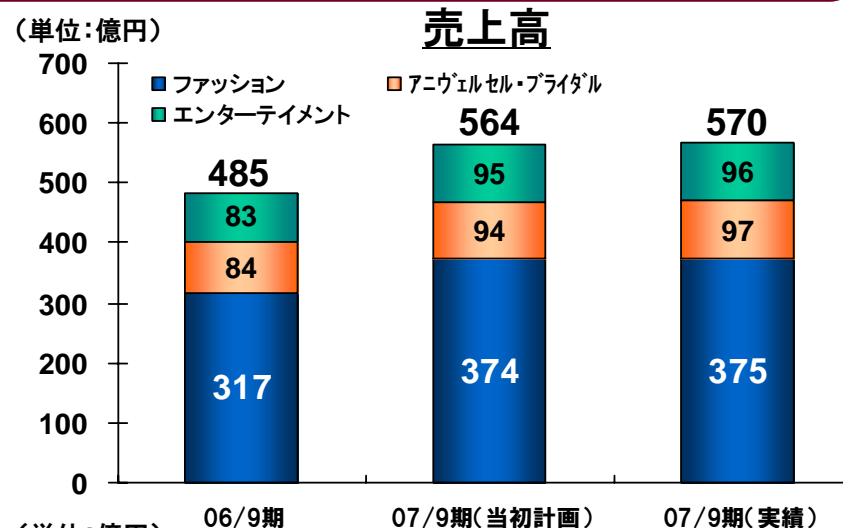
- 効率化を目指し店舗統廃合が進行

■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

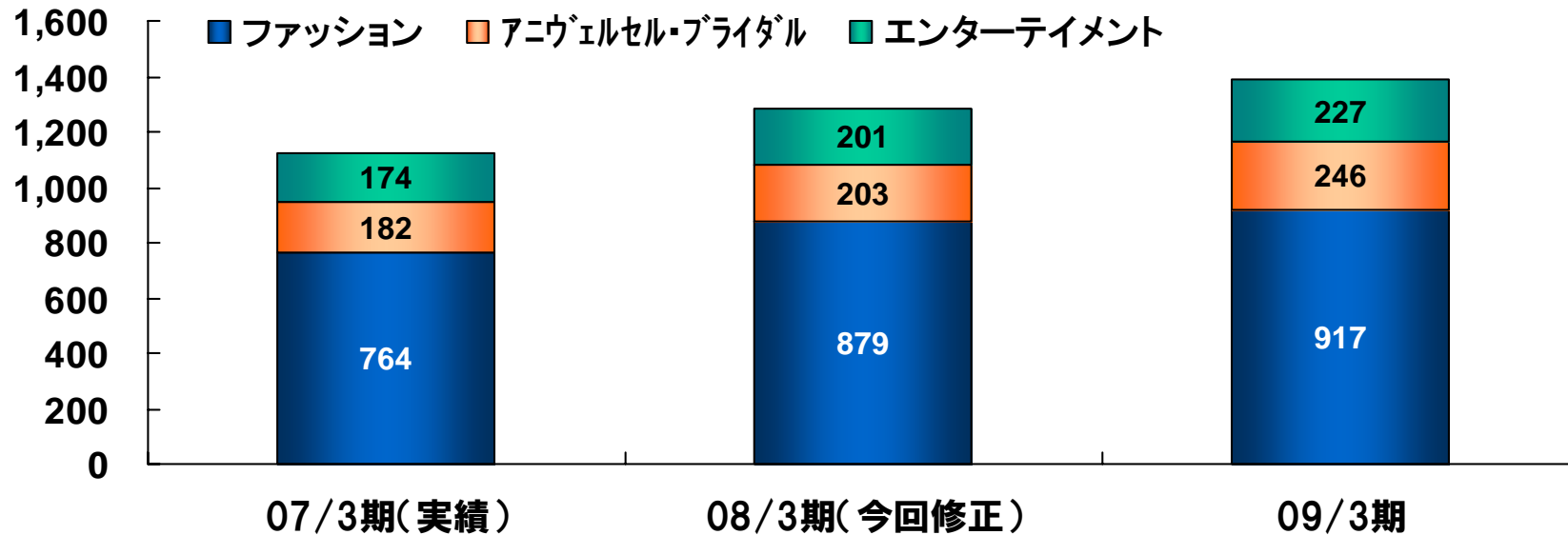
- ◆独自の研修プログラムに基づく、高度なスキルと高いサービスマインドを持つ人材育成を実施
- ◆首都圏、関西圏を中心とした主要都市へのエリア展開による出店を継続
(2008年3月期:2店舗、2009年3月期以降:3店舗)
- ◆多店舗化に対応した管理体制の強化とエリア展開による「人材・販促・仕入」3つの経営効率化を追求

■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)

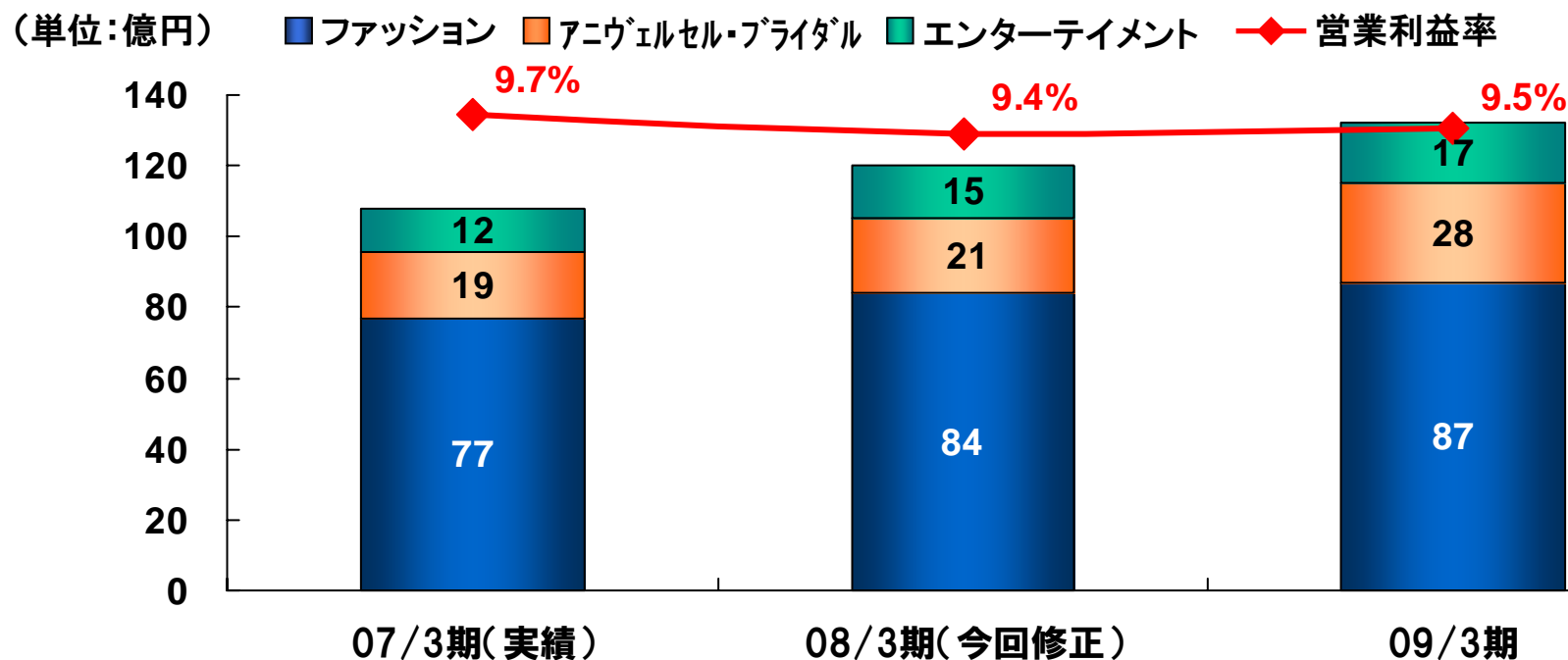


(単位:百万円、%、店)

	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

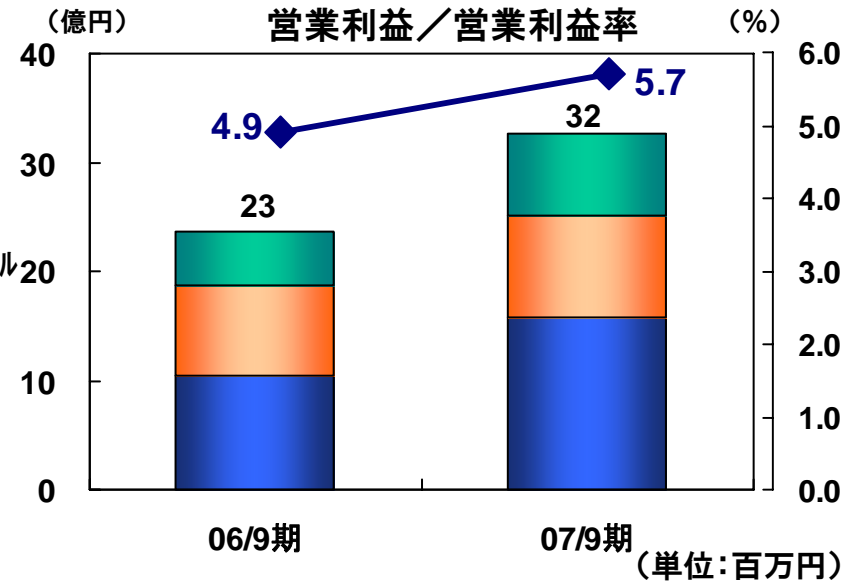
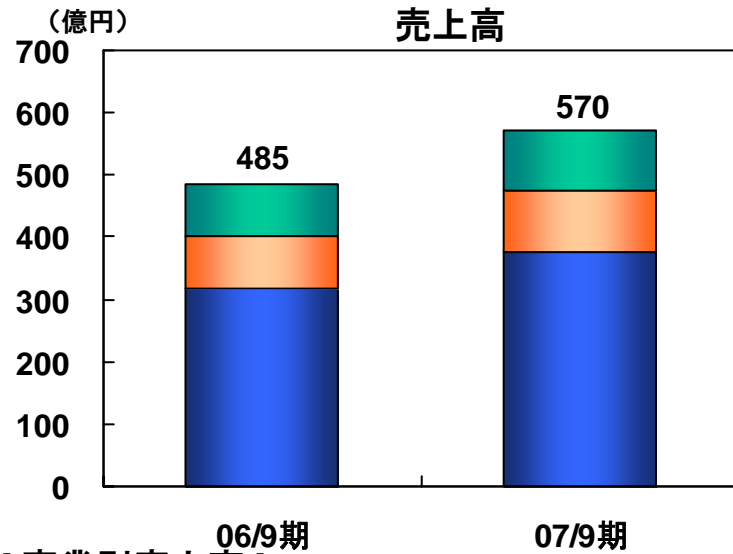
2008年3月期 中間業績の概要

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]

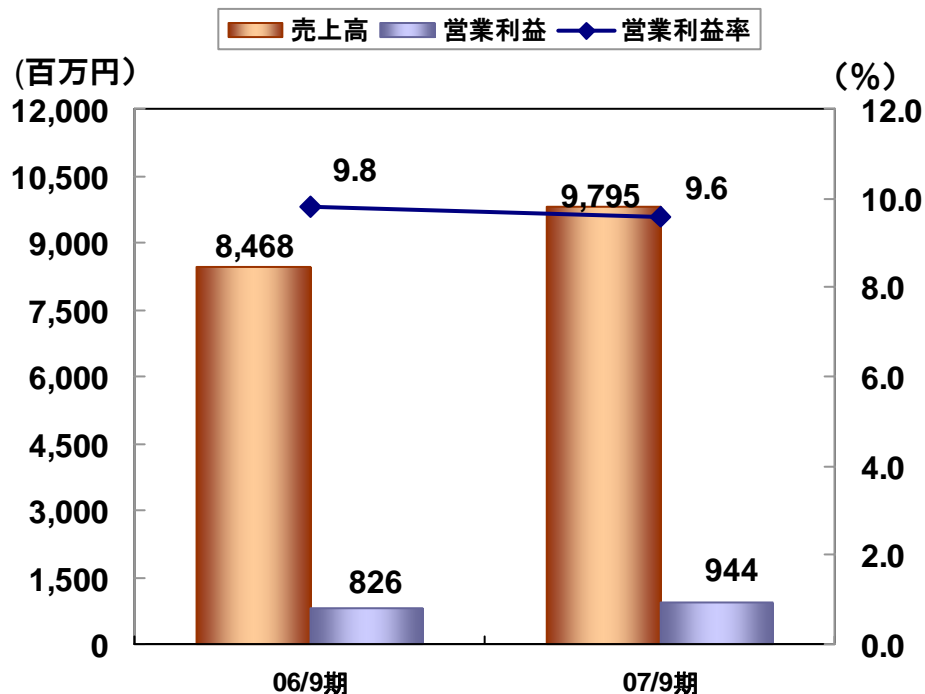
事業	07/9期	06/9期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	57,063	48,556	8,506	117.5	
ファッション	37,573	31,741	5,832	118.4	前期、当上期の新規出店及び(株)マルフルの連結による増加
アニヴェルセル・ブライダル	9,795	8,468	1,326	115.7	前期の新規出店が寄与
エンターテイメント	9,693	8,346	1,346	116.1	前期及び当上期の新規出店が寄与

[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

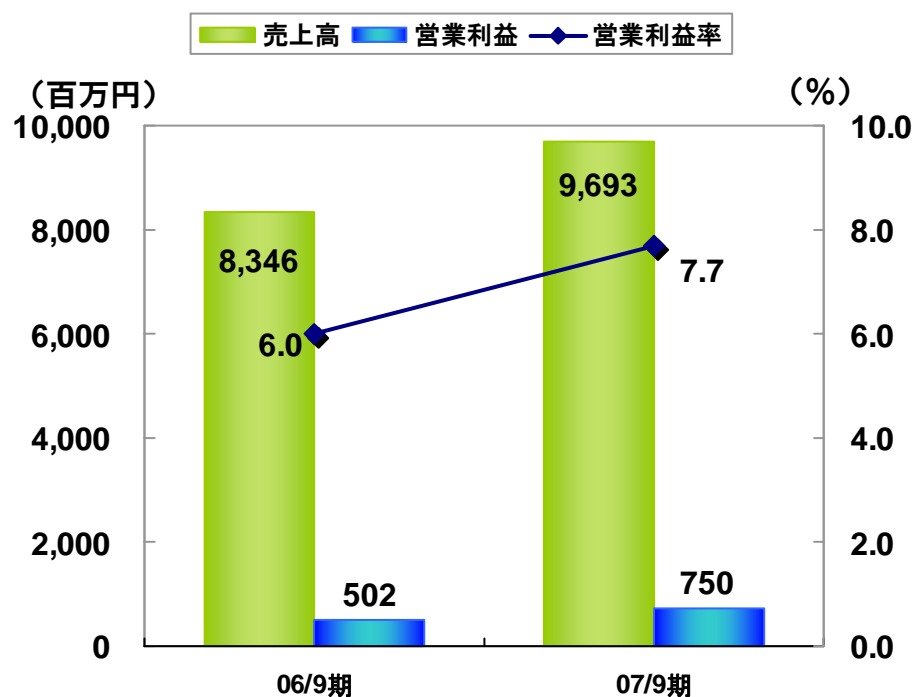
パルティール江坂ウエディングビレッジ
 <07年9月オープン>



=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・ パルティエーレ迎賓館	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

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力アップ

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

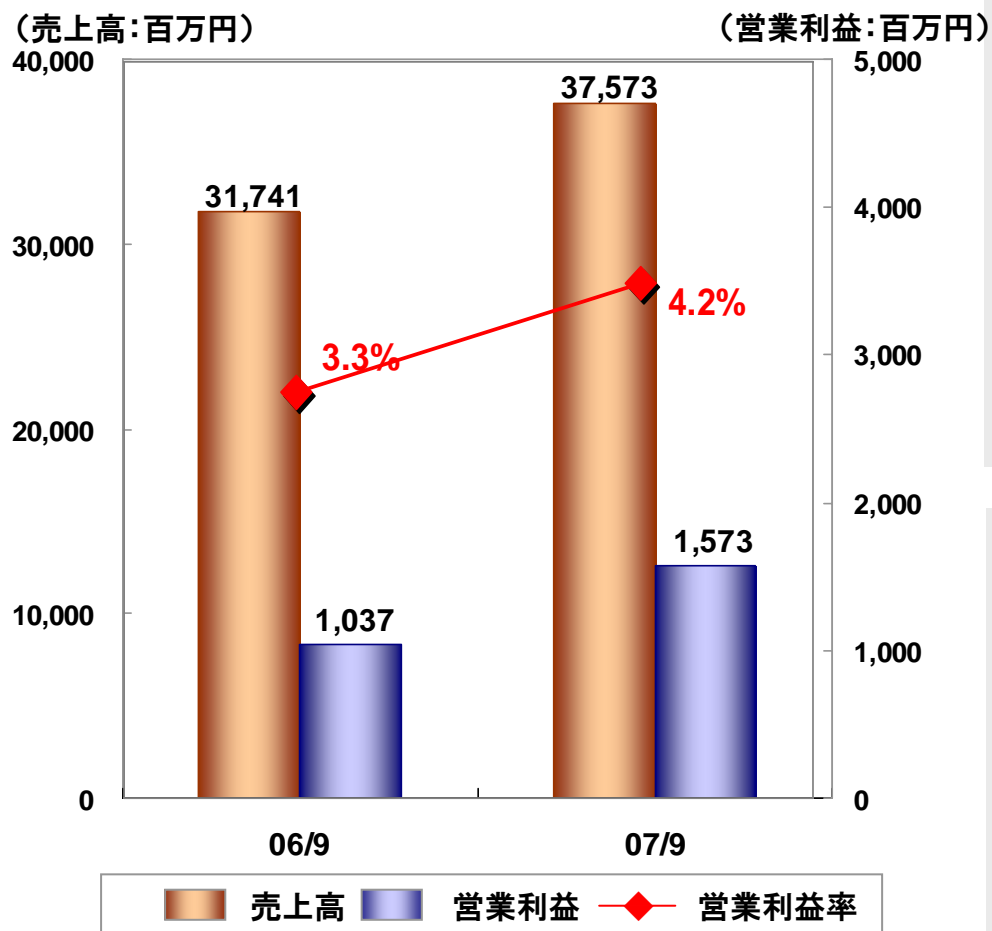
AOKI+ORIHICA

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

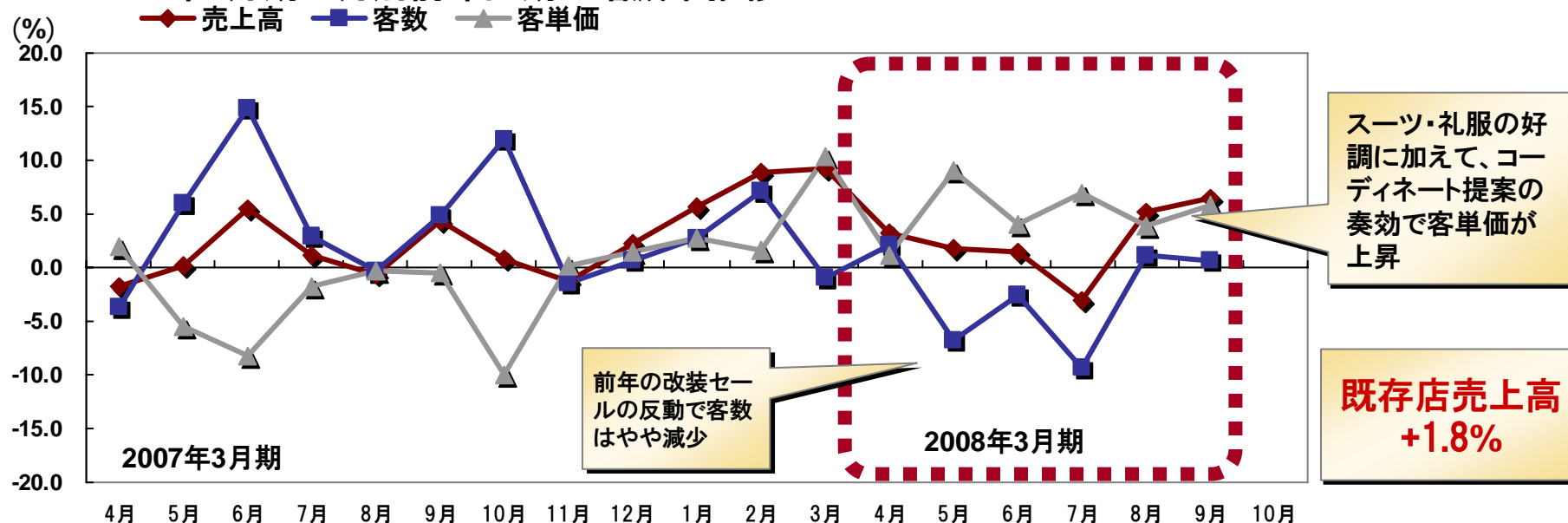
■ 営業利益: 前年同期比 151.6%

- ◆ 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



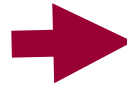
	06/10	06/11	06/12	07/1	07/2	07/3	07/4	07/5	07/6	07/7	07/8	07/9	上半期	07/10
既存店売上高 (%)	0.8	△1.3	2.3	5.6	8.9	9.2	3.3	1.7	1.5	△3.1	5.1	6.4	1.8	0.8
客数 (%)	12.0	△1.4	0.7	2.8	7.1	△1.0	2.1	△6.8	△2.5	△9.3	1.2	0.6	△3.1	△3.4
客単価 (%)	△10.0	0.1	1.5	2.7	1.6	10.3	1.1	9.1	4.1	6.9	3.9	5.8	5.1	4.3
平年気温との差異(℃)(東京)	+1.3	+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

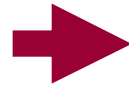


ORIHICA: 上期の取組み及び実績

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

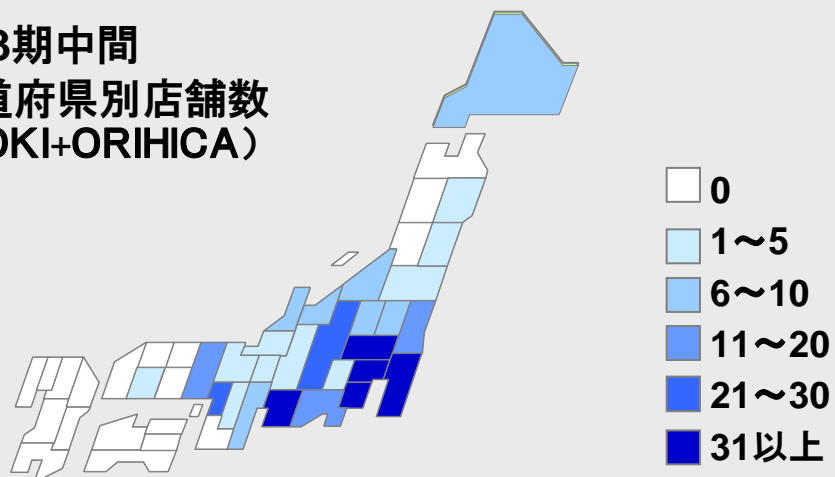
- 首都圏、関西エリアの新規SC、既存SCへの出店継続
- 新規SCへの出店による認知度向上、既存SCへの出店による利益率の高い店舗作りを目指す



- ◆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

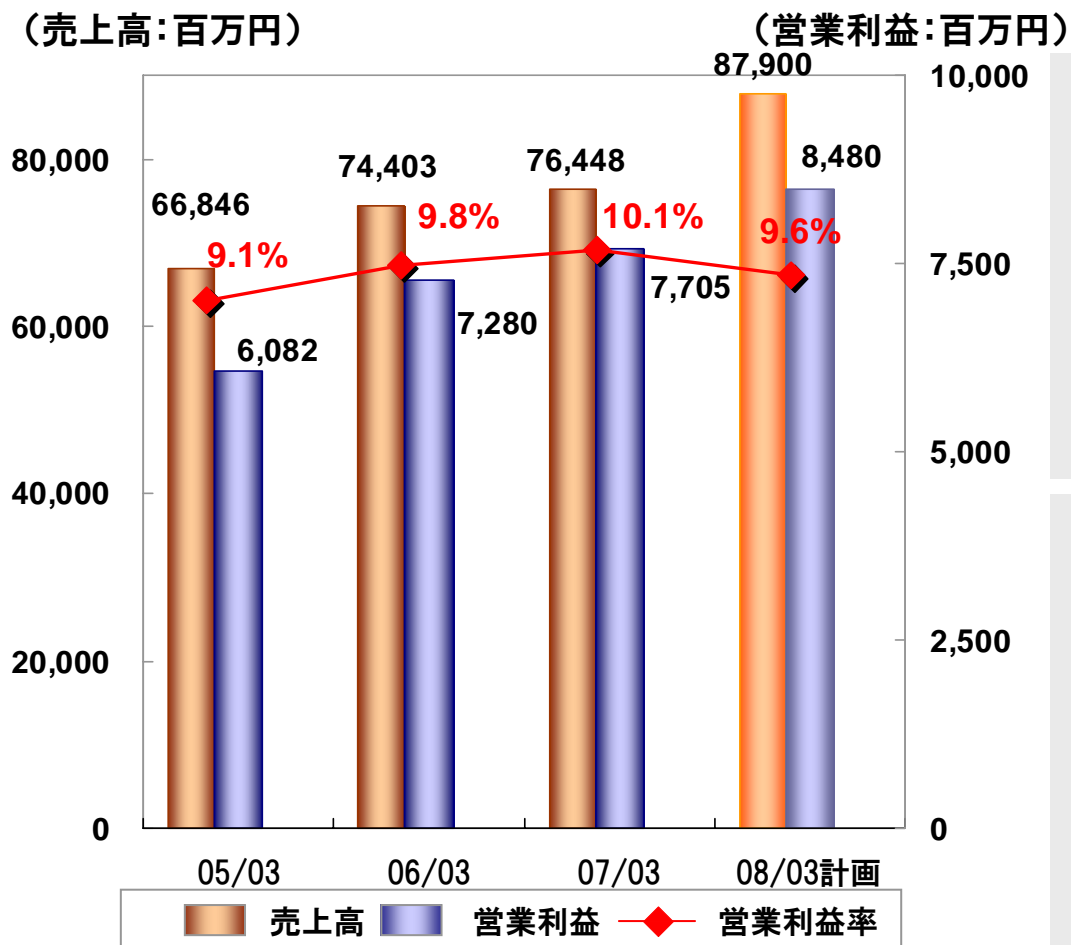
08/3期中間
都道府県別店舗数
(AOKI+ORIHICA)



		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				
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