

# AOKI Holdings

## 2007年3月期

## 中間決算説明会

2006年11月17日

株式会社AOKIホールディングス

ORIHICA  
—OF—



AOKI'



ANNIVERSAIRE  
OMOTEGANDO



# 目次

<b>AOKIグループの現状と今後の経営方針</b>	<b>3</b>
2007年3月期中間報告	4
商号及び組織を変更し、新たなステージへ	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
異業種事業ポートフォリオによる成長	10
<b>2007年3月期中間業績の概要</b>	<b>11</b>
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
エンターテインメント事業	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
<b>2007年3月期通期業績予想</b>	<b>19</b>
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:2007年3月期の計画	22

エンターテインメント事業:2007年3月期の計画	23
出退店の見通し	24

<b>ファッション事業の現状と今後の展開</b>	<b>25</b>
ファッション事業 2007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
2007年3月期下期の方針	30
AOKI:2007年3月期下期の取組み 1	31
AOKI:2007年3月期下期の取組み 2	32
ORIHICA:2007年3月期下期の取組み	33
出店戦略	34
通期の収益見通し	35

<b>補足資料</b>	<b>36</b>
2007年3月期中間 連結営業実績	37
2007年3月期中間 販売費及び一般管理費の主な内訳	38
2007年3月期通期 連結業績見通し	39
2007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2007年3月期中間実績	41
ご参考:ファッション事業2007年3月期計画	44

# AOKIグループの現状と 今後の経営方針

---

# 2007年3月期中間報告

各事業の収益性向上と業態の深耕・進化が結実しつつある

## ■ファッション事業

### ◆AOKI

- 下期の積極攻勢に向けた布石
- 期初計画の10店をオープン

### ◆ORIHICA

- カンパニー制導入による意思決定の迅速化
- 期初計画の6店をオープン

## ■アニヴェルセル・ブライダル事業

### ◆営業力の強化推進

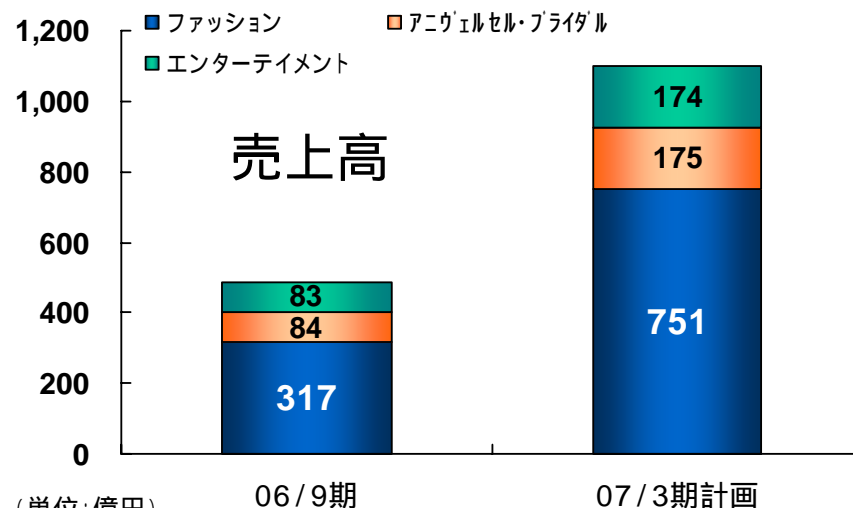
- ◆ 多店舗展開に向け、期初計画の1店をオープン

## ■エンターテイメント事業

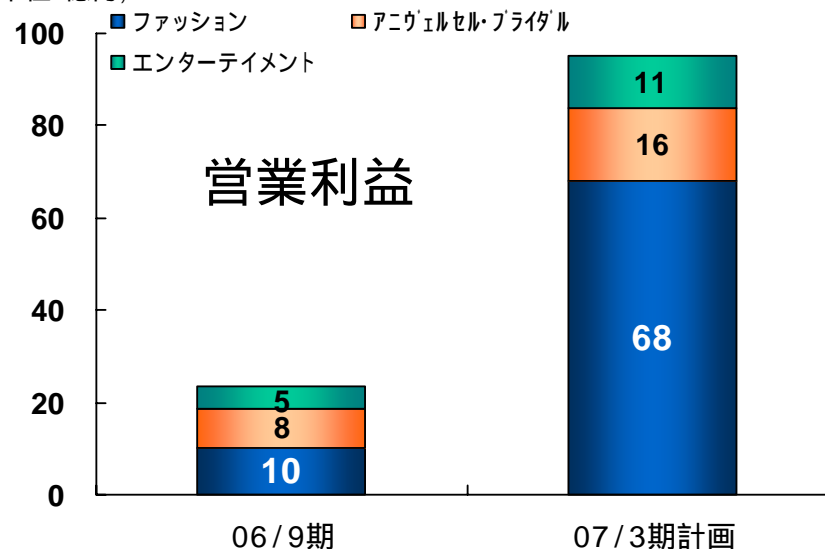
### ◆収益性向上を実現、積極的出店を開始

- カラオケ事業: コート・ダジュール 2店出店
- 複合カフェ事業: 快活CLUB 18店出店
- フィットネス事業: 第2号店をオープン

(単位: 億円)



(単位: 億円)



# 商号及び組織を変更し、新たなステージへ

## ■2006年4月、AOKIホールディングスに商号変更

◆ グループの3事業の拡大とさらなる発展を目指す

## ■ファッション事業において、顧客ニーズの多様化に対応し、競争力の強化と経営効率の向上を図るため、カンパニー制を導入

◆ 権限の委譲と責任の明確化による自主自立経営の強化

◆ 各事業の意思決定の迅速化



# 中期経営計画の概要

2007年3月期(予想)  
EPS:108円  
営業利益率:8.7%

エンターテインメント  
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%**、総資本経常利益率**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**店舗の新規出店を継続
- 既存店売上の安定化
  - ・団塊ジュニア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**に年間計**15**店舗の新規出店を継続
- プロトタイプの作りこみを徹底的に実施し、既存店売上の安定化を図る
- 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

## ■アニヴェルセル・ブライダル事業

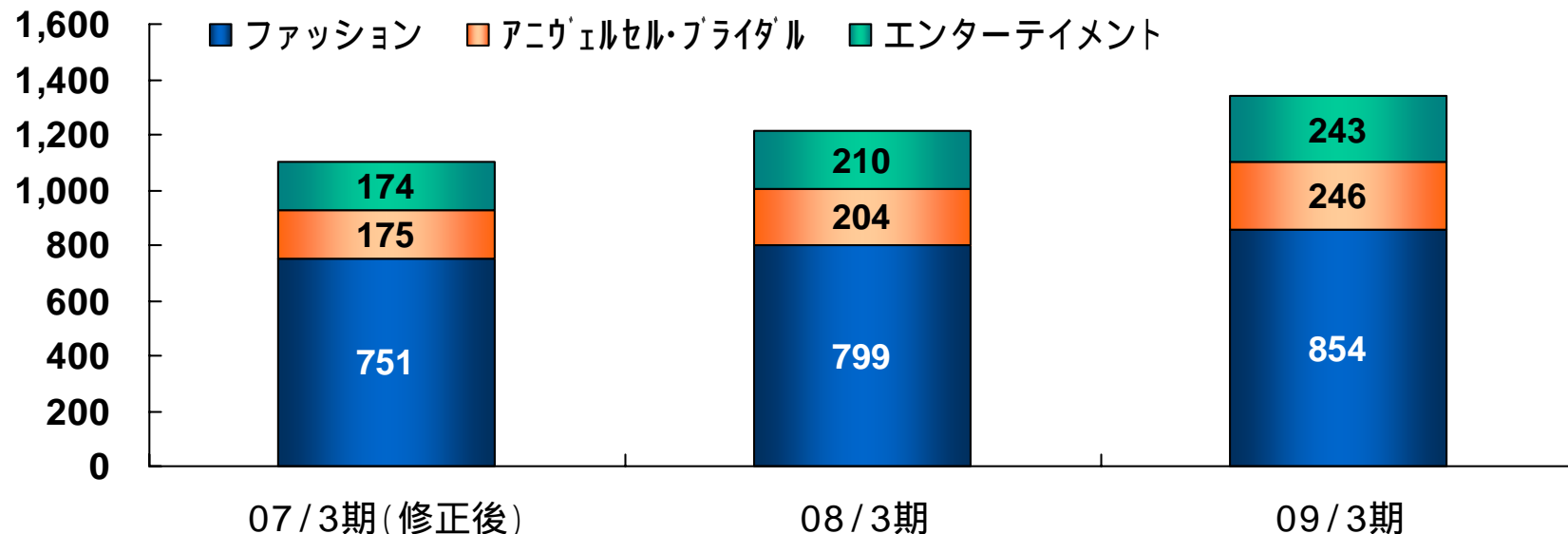
- ◆独自の研修プログラムに基づく、高度なスキルと高いサービスマインドを持つ人材育成を実施
- ◆首都圏、関西圏を中心とした主要都市へのエリア展開による出店を実施  
(**2007年3月期**:3店舗、**2008年3月期以降**:**2~3**店舗以上)
- ◆エリア展開の出店により「人材・仕入・販促」**3**つの経営効率化の追求

## ■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)

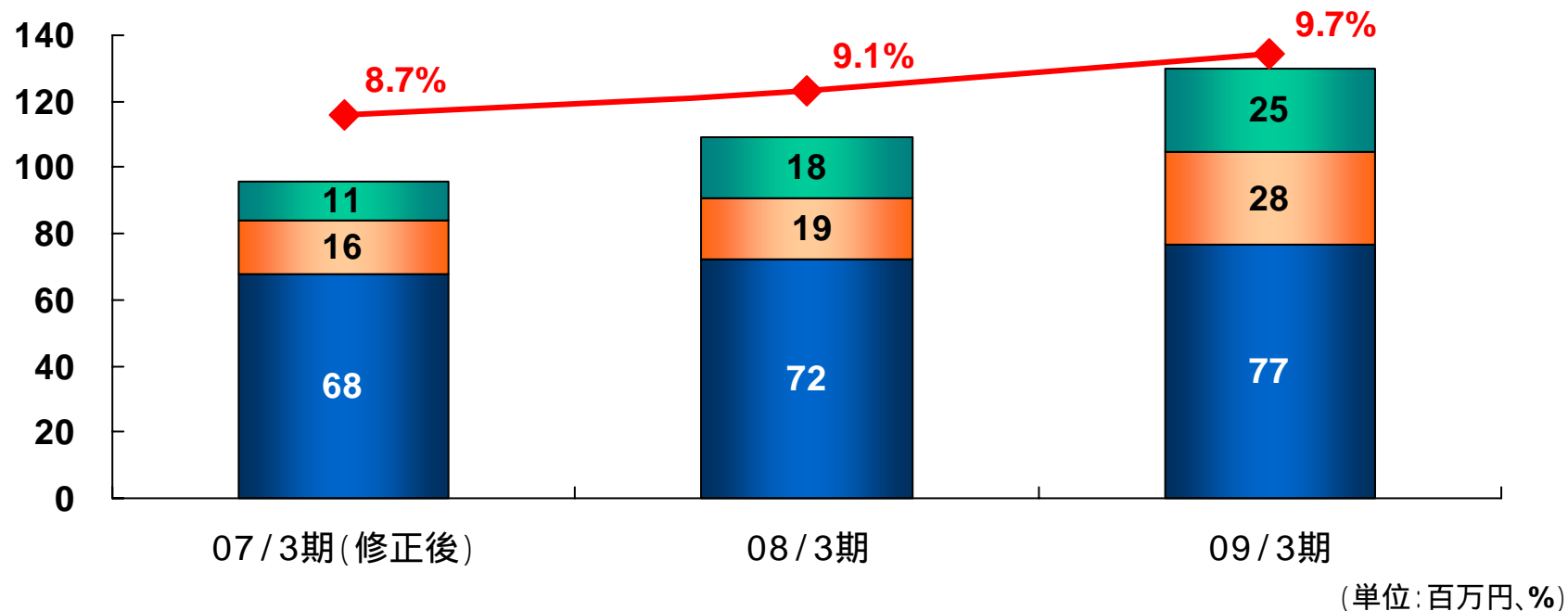
	07/3期 (期初計画)	07/3期 (修正後)	前期比 (修正後)	08/3期	前期比 (修正後)	09/3期	前期比
売上高	110,660	110,120	103.2	121,300	110.2	134,350	110.8
ファッション	75,500	75,100	100.9	79,900	106.4	85,400	106.9
アニヴェルセル・ブライダル	17,700	17,560	107.1	20,400	116.2	24,600	120.6
エンターテイメント	17,460	17,460	112.4	21,000	120.3	24,350	116.0
期末店舗数	590	585	+61	651	+66	721	+70
ファッション	395	393	+30	425	+32	457	+32
アニヴェルセル・ブライダル	9	10	+2	12	+2	15	+3
エンターテイメント	186	182	+29	214	+32	249	+35



# 連結中期収益計画：営業利益

(単位:億円)

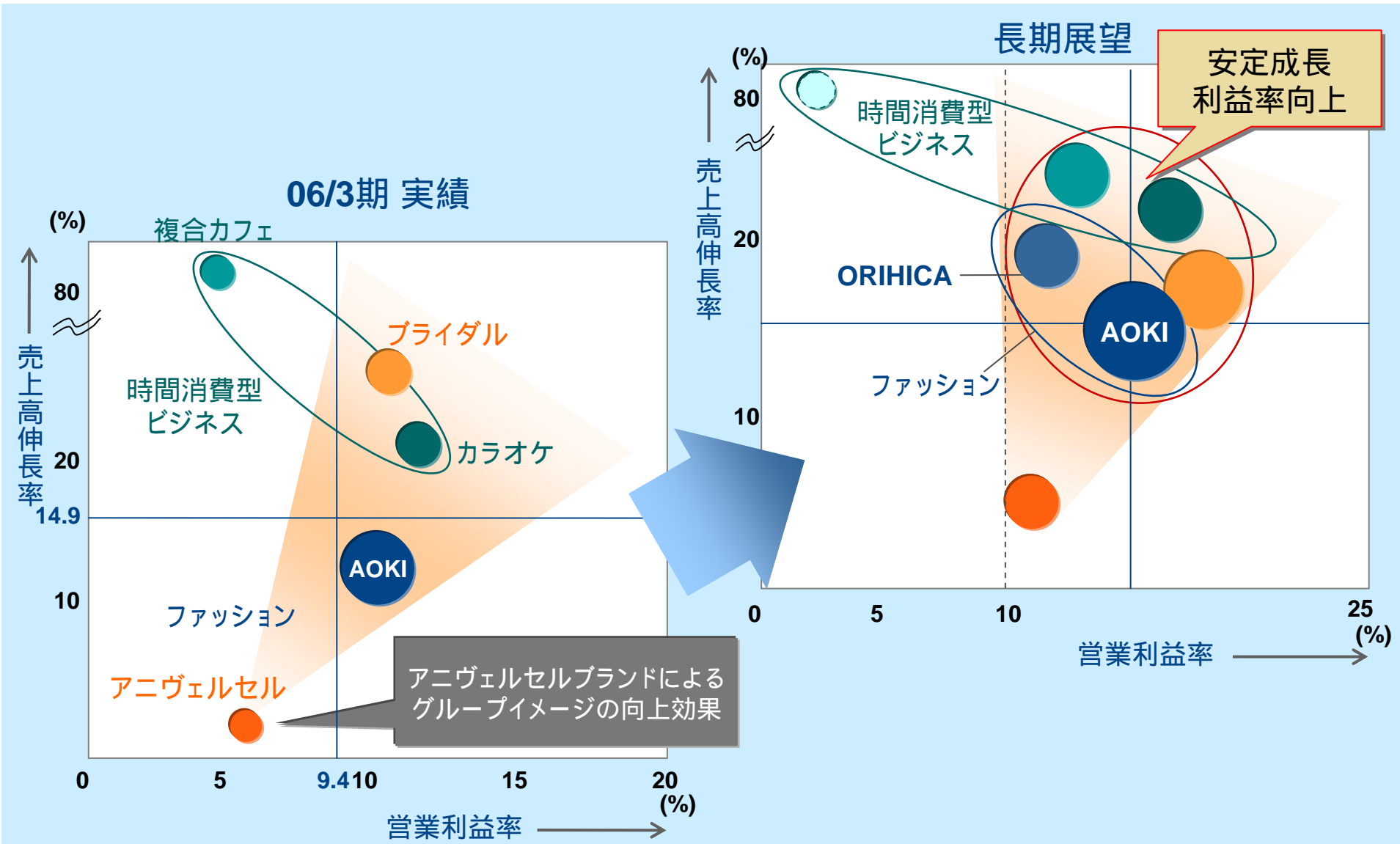
■ ファッション ■ AVS・プライダル ■ エンターテイメント ◆ 営業利益率



(単位:百万円、%)

	07/3期 (期初計画)	07/3期 (修正後)	前期比 (修正後)	08/3期	前期比 (修正後)	09/3期	前期比
営業利益	9,600	9,600	94.5	11,000	114.6	13,000	118.2
ファッション	6,700	6,800	93.4	7,200	105.9	7,700	106.9
AVS・プライダル	1,750	1,655	104.9	1,980	119.6	2,800	141.4
エンターテイメント	1,150	1,150	76.9	1,820	158.3	2,500	137.4
当期純利益	4,850	4,850	89.3	5,400	111.3	6,500	120.4

# 異業種事業ポートフォリオによる成長



# 2007年3月期 中間業績の概要

---

# 連結損益の状況

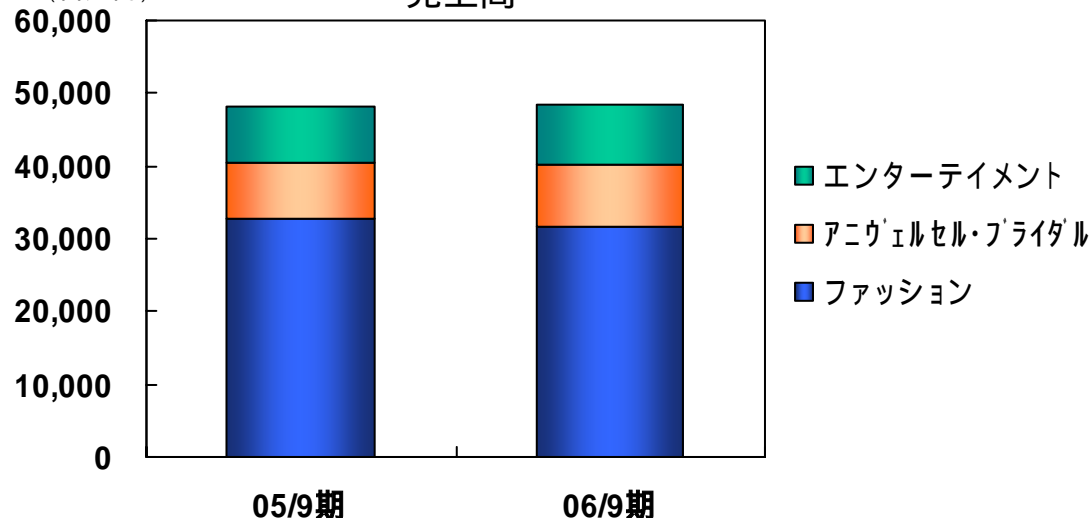
(単位:百万円)

科目 / 期別	06/9期	05/9期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	48,556	48,135	421	100.9	各事業の新規出店による増加とファッション事業の前中間期の特殊要因(トリイ)が相殺
売上総利益 売上総利益率	21,613 44.5%	21,433 44.5%	179 ±0ポイント	100.8	売上高の増加による増加
販売費・一般管理費	19,253	18,411	841	104.6	新規出店による増加
営業利益 営業利益率	2,359 4.9%	3,022 6.3%	662 1.4ポイント	78.1	ファッション事業の前中間期の特殊要因と新規出店数の増加による販売費及び一般管理費の増加
営業外収益	1,399	1,457	58	96.0	
営業外費用	908	1,026	118	88.5	
経常利益	2,850	3,453	602	82.6	
特別利益	4	30	26	13.4	
特別損失	464	2,265	1,801	20.5	減損損失の減少1,815百万円
中間純利益	1,142	492	650	232.1	

# 事業別売上高・営業利益実績

(百万円)

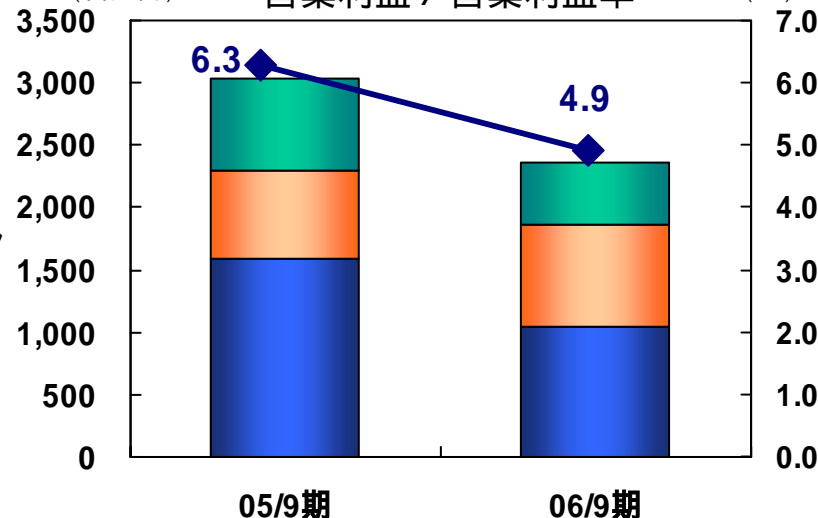
売上高



(百万円)

営業利益 / 営業利益率

(%)



## [ 事業別売上高 ]

(単位:百万円)

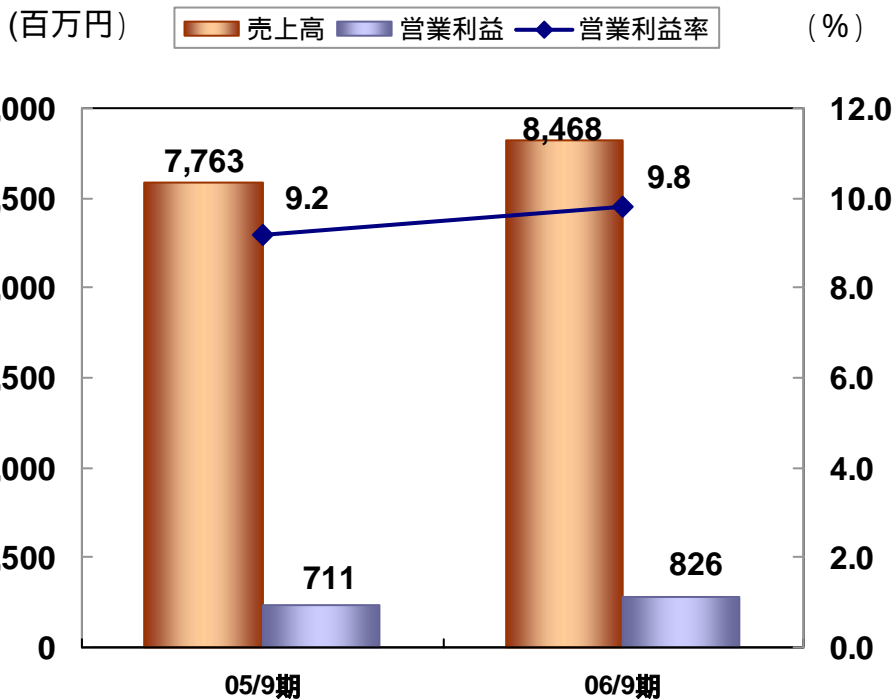
事業	06/9期	05/9期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	48,556	48,135	421	100.9	
ファッション	31,741	32,782	1,040	96.8	前中間期の特殊要因による減少
アニヴェルセル・ブライダル	8,468	7,763	704	109.1	前期及び当中間期の新店が寄与
エンターテイメント	8,346	7,531	815	110.8	同上

## [ 事業別営業利益 ]

(単位:百万円)

事業	06/9期	05/9期	増減	対比 (%)
計	2,359	3,022	662	78.1
ファッション	1,037	1,590	552	65.2
アニヴェルセル・ブライダル	826	711	115	116.3
エンターテイメント	502	735	232	68.4

# 新店及び前期出店の店舗が寄与し、増収増益



(単位: 百万円)

	06/9期		
		前年同期比%	売比%
売上高	8,468	109.1	100.0
売上総利益	2,467	116.0	29.1
販売管理費	1,641	115.8	19.4
営業利益	826	116.3	9.8

## 2007年3月期中間実績

### ■ 売上高: 前年同期比 109.1%

- ◆ 新規出店(パルティーレ神戸ウエディングビレッジ)による増収
- ◆ 前期出店のパルティーレ柏迎賓館の寄与

### ■ 営業利益: 前年同期比 116.3%

- ◆ 新規出店及び料飲材料のコストダウンと仕入業務の効率化により増益

### パルティーレ神戸ウエディングビレッジ

< 06年9月オープン >



#### =施設概要=

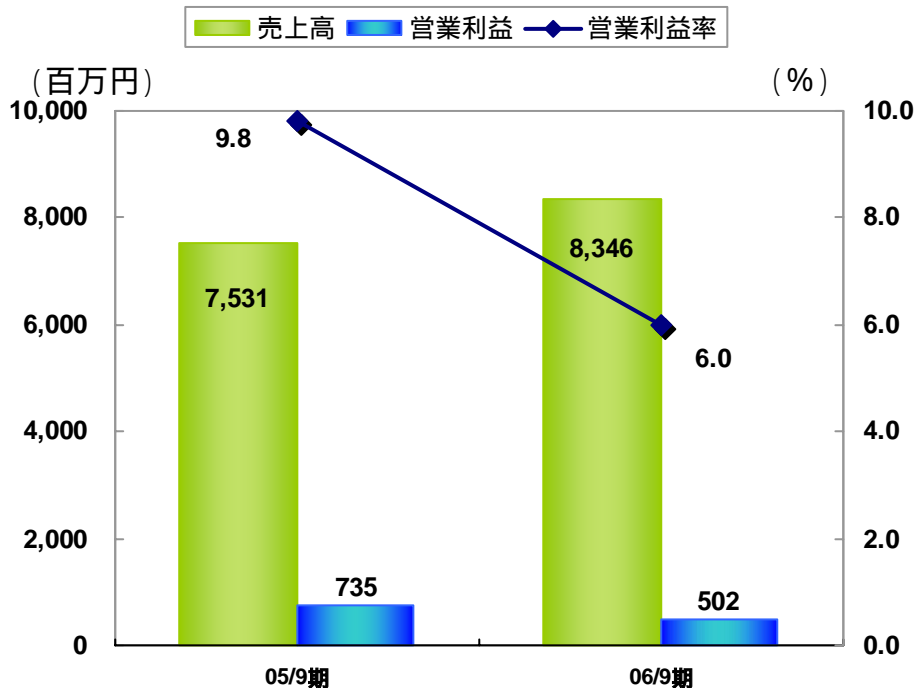
チャペル: 着席120名

パーティースペース:

フランス館 収容人数 120名

イタリア館 収容人数 80名

# 複合カフェの積極出店に伴う費用増により、増収減益



(単位:百万円)

	06/9期		
		前年同期比%	売比%
売上高	8,346	110.8	100.0
売上総利益	1,324	99.5	15.9
販売管理費	822	137.8	9.9
営業利益	502	68.4	6.0
期末店舗数	174		

## 2007年3月期中間実績

### ■売上高: 前年同期比 110.8%

- ◆新規出店21店舗(コート・ダジュール 2、快活CLUB18、快活フィットネスCLUB 1)
- ◆前期出店22店舗(コート・ダジュール 8<sup>1</sup>、快活CLUB 14<sup>2</sup>)が寄与

<sup>1</sup>うち7店はゼビオより営業譲渡、<sup>2</sup>うち2店はゼビオより営業譲渡

### ■営業利益: 前年同期比68.4%

- ◆期初計画比では、32%の超過達成
  - 複合カフェ事業(快活CLUB)の収益性向上と前期出店分の寄与
  - 上期に予定していた快活CLUB 2店舗の出店が下期にずれ込んだことによる費用減
- ◆新規出店増による費用の増加

コートダジュール  
長野昭和通り店  
快活フィットネスCLUB  
長野昭和通り店  
(写真左手奥)



# 連結貸借対照表の主な増減科目

(単位:百万円)

科目 / 期別	06/9期	06/3期	増減	主な増減要因
流動資産	33,377	45,831	12,453	
現金・預金	13,531	24,313	10,782	設備投資や債務返済により減少
たな卸資産	14,320	14,157	163	主にファッション事業の店舗数の増加による増加
固定資産	102,668	99,680	2,988	
有形固定資産	67,012	64,320	2,692	新規出店による増加
無形固定資産	4,050	4,354	303	償却等による減少
投資その他の資産	31,605	31,005	599	固定性預金の増加500百万円
資産合計	136,046	145,511	9,464	
流動負債	24,738	30,232	5,493	
支払手形・買掛金	9,021	13,862	4,840	季節的要因による減少
固定負債	22,993	26,572	3,579	
社債・借入金	13,997	16,898	2,901	返済による減少
負債合計	47,732	56,805	9,072	
資本金	23,282	23,282	-	
資本剰余金	22,595	22,610	14	
利益剰余金	43,698	43,200	498	
自己株式	4,280	3,439	841	自己株式の取得445千株
その他有価証券評価差額金	1,299	1,491	192	
新株予約権	43	-	43	
少数株主持分	1,674	1,560	113	
純資産合計	88,314	87,145	1,169	
負債純資産合計	136,046	145,511	9,465	



# 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目 / 期別	06/9期	05/9期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	2,693	4,322	7,016	仕入債務の減少 <b>4,506</b> 百万円 及び法人税等の支払の増加 <b>2,362</b> 百万円による支出の増加
投資活動による キャッシュ・フロー	5,731	6,300	569	定期預金の預入、有形固定資産 の取得、保証金・敷金の差入 <b>1,045</b> 百万円の増加と前中間期に おける投資有価証券の取得 <b>1,500</b> 百万円の減少が相殺
財務活動による キャッシュ・フロー	2,357	1,329	1,027	自己株式の取得による支出の 増加 <b>888</b> 百万円
現金及び現金同等物の 増減額	10,782	3,307	7,474	
期首残高	24,113	20,519	3,593	
期末残高	13,331	17,212	3,881	

# 出退店実績

(単位:店、百万円)

店舗名	セグメント	06/9期			05/9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	349	10	3	294	20 <sup>1</sup>	2
メンズファッショントリイ他	ファッション				37	-	1
ORIHICA	ファッション	26	6	1	17	-	-
アニヴェルセル・ウエディングビレッジ・パルティーレ	アニヴェルセル・ブライダル	9	1	-	7	1	-
コート・ダジュール	エンターテイメント	91	2	-	92	10 <sup>2</sup>	-
快活CLUB他 <sup>3</sup>	エンターテイメント	83	19	-	57	8	4
合 計		558	38	4	504	39	7
設 備 投 資 額		5,755			4,520		

- 1 ゼビオ株からの譲受け店舗が10店舗含まれております。
- 2 ゼビオ株からの譲受け店舗が9店舗含まれております。
- 3 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: 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  
05/9期 ファッション 2,622、アニヴェルセル・ブライダル759、エンターテイメント 1,026

# 2007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	07/3期 予	06/3期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	110,120	106,686	3,433	103.2	各事業の新規出店による増加とファッション事業の前期特殊要因が相殺
売上総利益 売上総利益率	50,500 45.9%	48,941 45.9%	1,558 ±0ポイント	103.2	同上
販売費・一般管理費	40,900	38,777	2,122	105.5	新規出店費用の増加
営業利益 営業利益率	9,600 8.7%	10,163 9.5%	563 0.8ポイント	94.5	前期の特殊要因と新規出店費用の増加による減少
営業外収益	2,800	3,002	202	93.3	
営業外費用	1,800	2,055	255	87.6	
経常利益	10,600	11,110	510	95.4	
特別利益	2	1,098	1,096	0.2	前期の持分変動差額1,066百万円の減少
特別損失	908	2,643	1,735	34.4	減損損失2,095百万円の減少
当期純利益	4,850	5,431	581	89.3	

## 前提条件

- ◆設備投資額: 10,896百万円 (ファッション4,300百万円 アニヴェルセル・ブライダル 4,500百万円 エンターテイメント 2,096百万円)
- ◆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 1.6% 下期 0.2% 通期 0.7%

# 事業別売上高・営業利益見通し

## [ 事業別売上高 ]

(単位:百万円)

事業	07/3期 予	06/3期	増減	対比(%)
計	110,120	106,686	3,433	103.2
ファッション	75,100	74,403	696	100.9
アニヴェルセル・ブライダル	17,560	16,389	1,170	107.1
エンターテイメント	17,460	15,539	1,920	112.4

## [ 事業別営業利益 ]

(単位:百万円)

事業	07/3期 予	06/3期	増減	対比(%)
計	9,600	10,163	563	94.5
ファッション	6,800	7,280	480	93.4
アニヴェルセル・ブライダル	1,655	1,576	78	104.9
エンターテイメント	1,150	1,496	346	76.9

# 2007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

- ◆ 店舗モデルをプロトタイプ化し装飾部材、調度品を標準化
- ◆ 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)

	07/3期 予		
		前期比%	構成比%
売上高	17,560	107.1	100.0
売上総利益	5,014	109.0	28.6
販売管理費	3,359	111.2	19.1
営業利益	1,655	104.9	9.4

## ■ 2007年3月期計画

### ■ 売上高: 前期比 107.1%

- ◆ 新規出店(パーティーレ神戸ウエディングビレッジ、パーティーレ大阪迎賓館、パーティーレ立川ウエディングビレッジ)による増収

### ■ 営業利益: 前期比 104.9%

- ◆ 売上増による増益

パーティーレ大阪迎賓館  
<06年10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:
- サロン・ドゥ・フルール 収容人数 120名
- サロン・ドゥ・ジャルダン 収容人数 80名

パーティーレ立川ウエディングビレッジ  
<07年3月オープン予定>



=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
- イタリア館

# 2007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31店舗の出店計画
- ◆出店計画については両業態の市場動向、物件内容により判断
- ◆ドミナント化による認知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
- ◆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
- ◆採用選択枠の拡大(カラオケ運営の採用から総合エンターテインメントの採用へ)

## 2007年3月期計画

### ■売上高:前期比 112.4%

- ◆新規出店・前期出店店舗寄与による増収

### ■営業利益:前期比 76.9%

- ◆新規出店数増加による売上原価および販売管理費増

(単位:百万円)

	07/3期 予		
		前期比%	構成比%
売上高	17,460	112.4	100.0
売上総利益	2,876	105.0	16.5
販売管理費	1,726	138.9	9.9
営業利益	1,150	76.9	6.6
期末店舗数	182		

# 出退店の見通し

(単位:店、百万円)

店舗名	セグメント	07/3期 予			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	358	20	4	342 <sup>1</sup>	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	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	5	2	89 <sup>2</sup>	8	1
快活CLUB他 <sup>4</sup>	エンターテイメント	90	26	-	64 <sup>3</sup>	14	4
合 計		585	69	8	524	59	8
設 備 投 資 額		10,896			8,458		

- 1 AOKIの06/3期末店舗数には、旧トリイ店舗が37店舗、出店数にはゼビオ株からの譲受け店舗が10店舗含まれております。
- 2 コート・ダジュールの06/3期末店舗数と出店数には、ゼビオ株からの譲受け店舗が7店舗含まれております。
- 3 快活CLUBの06/3期末店舗数と出店数には、ゼビオ株からの譲受け店舗が2店舗含まれております。
- 4 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期予 ファッション 4,300、アニヴェルセル・ブライダル 4,500、エンターテイメント 2,096  
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



# ファッション事業の現状と 今後の展開

---

**2006年3月期中間** 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月期中間** ファッション事業

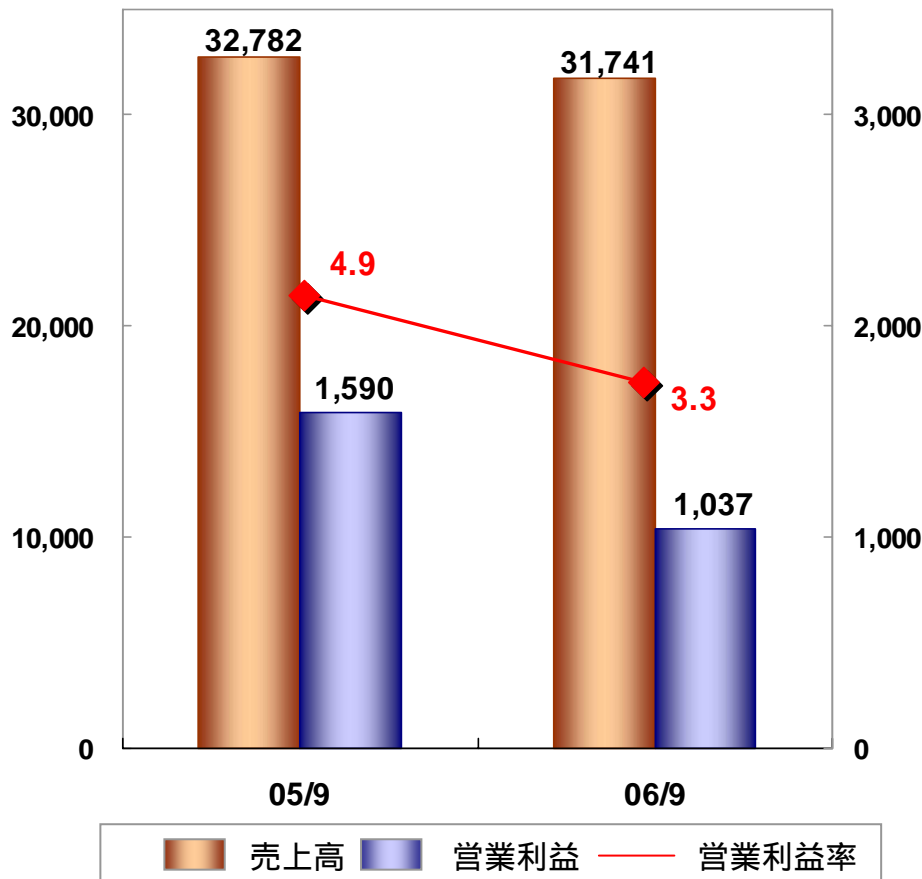
**AOKI**(トリイは2005年10月1日付でAOKIと合併)+ORIHICA

# ファッション事業 2007年3月期中間の実績

既存店は増収増益を達成するも、前期のトリイ全店完全閉店セール、トリイの7ヶ月変則決算の要因により減収減益

(売上高:百万円)

(営業利益:百万円)



## ■ 売上高: 前年同期比 96.8%

- ◆ AOKI既存店の増収 101.8%
  - 看板変更に伴う改装セールの効果
- ◆ AOKI期末店舗数: 349店 (06/3期末342店舗)
  - 出店 10店舗、退店 3店舗、看板変更実施 135店舗
- ◆ ORIHICA期末店舗数: 26店 (06/3期末21店舗)
  - 出店 6店舗、退店 1店舗

## ■ 営業利益: 前年同期比 65.2%

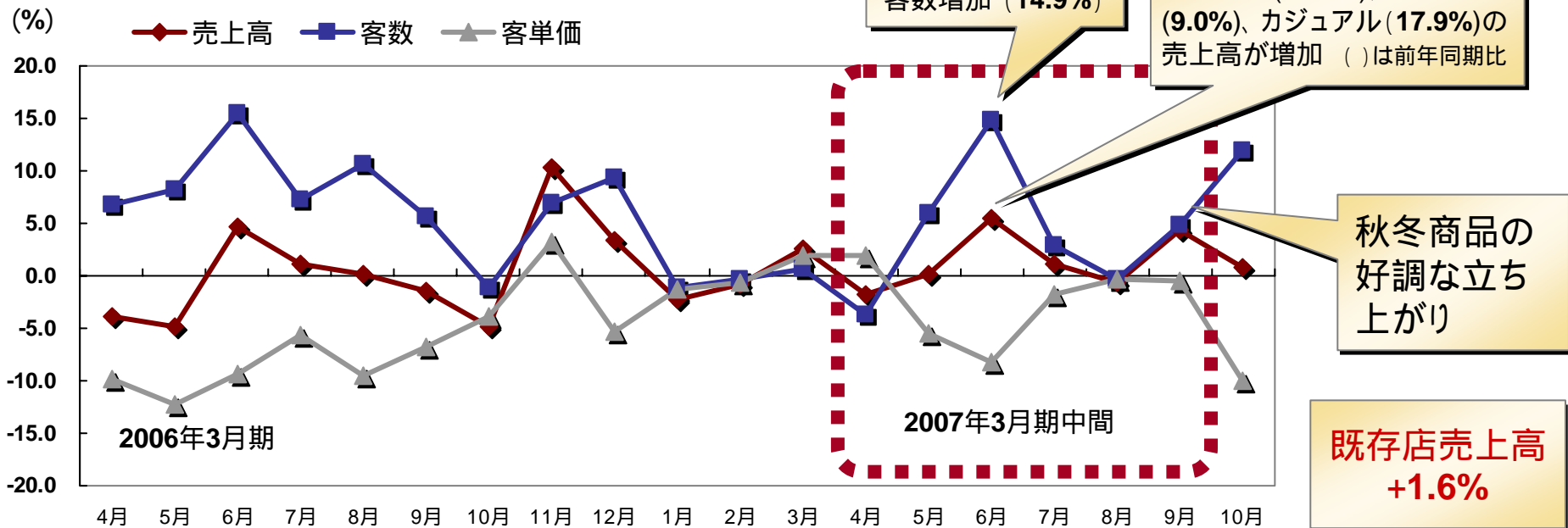
- ◆ AOKI既存店営業利益 前年同期比 117.8%
- ◆ 売上総利益高: 前年同期比 99.2%
  - 売上総利益率アップ 54.8% 56.2%
  - トリイの完全閉店セールの影響がなくなったことによる売上総利益率の改善
- ◆ 販売管理費: 前年同期比 102.5%
  - 新規出店に伴う販促費・人件費が増加
  - AOKIのロゴ変更・店舗改装に伴う経費増加

05/9期にはトリイの05/3月から05/9月までの7ヵ月変則決算が含まれます。

# ファッション事業：既存店売上高・客数・客単価推移

新しいAOKIへの改装セール、クールビズ効果による客数大幅増加が客単価ダウンをカバー、既存店売上高は増加

2007年3月期中間の月別前年同期比増減率推移



	05/10	05/11	05/12	06/1	06/2	06/3	06/4	06/5	06/6	06/7	06/8	06/9	通期	06/10
既存店売上高 (%)	4.9	10.4	3.4	2.3	0.8	2.6	1.8	0.1	5.5	1.1	0.6	4.4	1.6	0.8
客数 (%)	1.2	6.9	9.4	1.1	0.3	0.6	3.7	5.9	14.9	2.9	0.3	4.9	5.2	12.0
客単価 (%)	3.8	3.2	5.4	1.3	0.6	1.9	2.0	5.5	8.2	1.7	0.3	0.5	3.4	10.0
平年気温との差異( )(東京)	+1.0	+0.3	-2.0	-0.7	+0.6	+0.9	-0.8	+0.3	+0.7	+0.2	+0.4	0.0	-	+1.3

# 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
- ◆ 既存店売上高の安定化のため、旅行ゾーン(ジャケット・カジュアル)品揃えの充実
- ◆ 出店基準に沿った10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
- ◆ 分配率管理の徹底による経費管理の強化



### ■ 実績

- ◆ 135店舗で実施した看板変更・改装セールによる集客効果(客数前年同期比 **128.0%**)
- ◆ 旅行ゾーンの強化により、中軽衣料の売上高及び構成比増加(06/9期売上高: 前年同期比**101.5%**、構成比: **05/9期 45.6%**      **06/9期 46.7%**)
- ◆ 首都圏6店舗、東海2店舗、北陸・関西2店舗を新規出店
- ◆ スタイリストの固定客数は、前年同期比**113.1%**
- ◆ 販促費を中心に経費分配率が改善



# ORIHICA: 上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ブランドのイメージアップ



### ■ 実績

- ◆メンズビジネス
  - ・クールビズ効果もあり、ビジネス関連小物(シャツ・ネクタイ・シューズ等)が好調に推移
- ◆メンズカジュアル・レディス
  - ・ビジネスでも使用できるスタイルを意識した商品企画
- ◆プロトタイプの完成により、積極出店を開始
  - ・出店:6店舗 退店:1店舗 期末店舗数:26店舗
- ◆ブランドイメージ向上の為の施策実施
  - ・ファッション雑誌でのブランド訴求を強化



# 2007年3月期下期の方針

ファッションのスペシャリティストア(専門店)として、  
更なる魅力のある業態への進化

## ■今後の事業環境の変化に対する認識

### 市場・ 消費者の 動向

- ◆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

- ◆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
- ◆中間層(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カジュアル衣料へのニーズの高まり

### 競合の 動向

- ◆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)への取り組み



# AOKI: 2007年3月期下期の取組み 1

ターゲットを明確にした商品ラインアップの拡充と  
ブランド訴求により、あらゆる世代の顧客化を推進

## ◆商品

### ● 団塊ジュニア

- ・新ブランド「MAJI」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」スーツの充実

### ● 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
- ・機能商品の開発継続及び店内訴求の強化

### ● 団塊世代

- ・旅行ウェア(ジャケット)の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を活用した限定マーケット(RT・成人式・FM)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: 2007年3月期下期の取組み 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、パート社員を含む全販売員のレベルアップを目指す
- パート社員の戦力向上に向けた役割等級制度の確立
- 新卒、中途、高齢者の採用、及び社員の再雇用制度の確立



### ◆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
- 滞留在庫の低減による売上総利益率の向上
- 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実施



➡ 分配率管理を徹底し、営業利益率10.0%以上の確保



# ORIHICA : 2007年3月期下期の取組み

## ORIHICAのブランド化に向けて業態確立

### ◆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
- 国内、海外デザイナーとのコラボレーション商品開発

### ◆販促

- 毎月変わる**VMD**(ビジュアルマーチャндаイジング)の仕組み作り
- ブランドイメージ向上のための取組み強化(雑誌・WEB等)

### ◆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 **15**店舗(年間)

### ◆営業・人事・教育

- 新卒・中途社員の採用及び育成の強化(教育研修制度の確立)
- 売場作り・店舗活性化のレベルアップ

### ◆経費

- 営業利益率**10%**を実現するためのコストの最適化



# 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20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

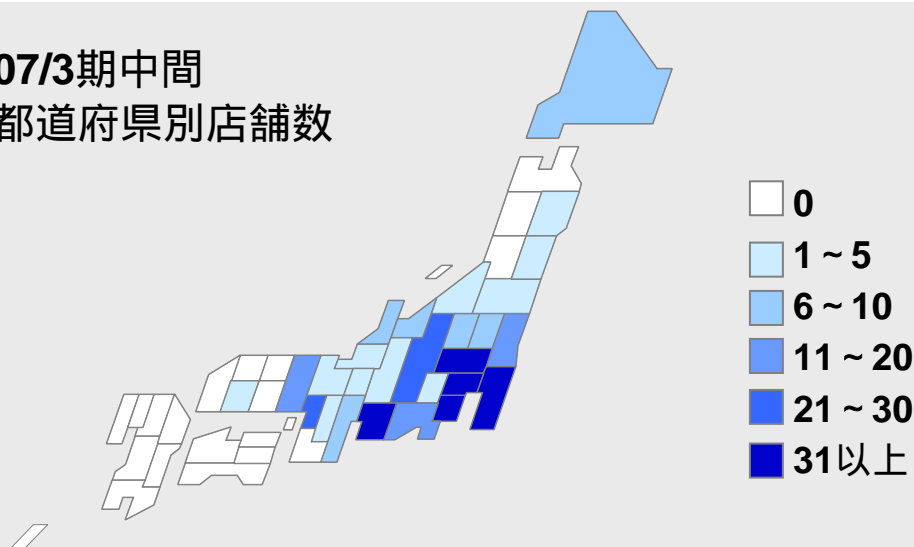
### ◆ORIHICA

- 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期中間  
都道府県別店舗数

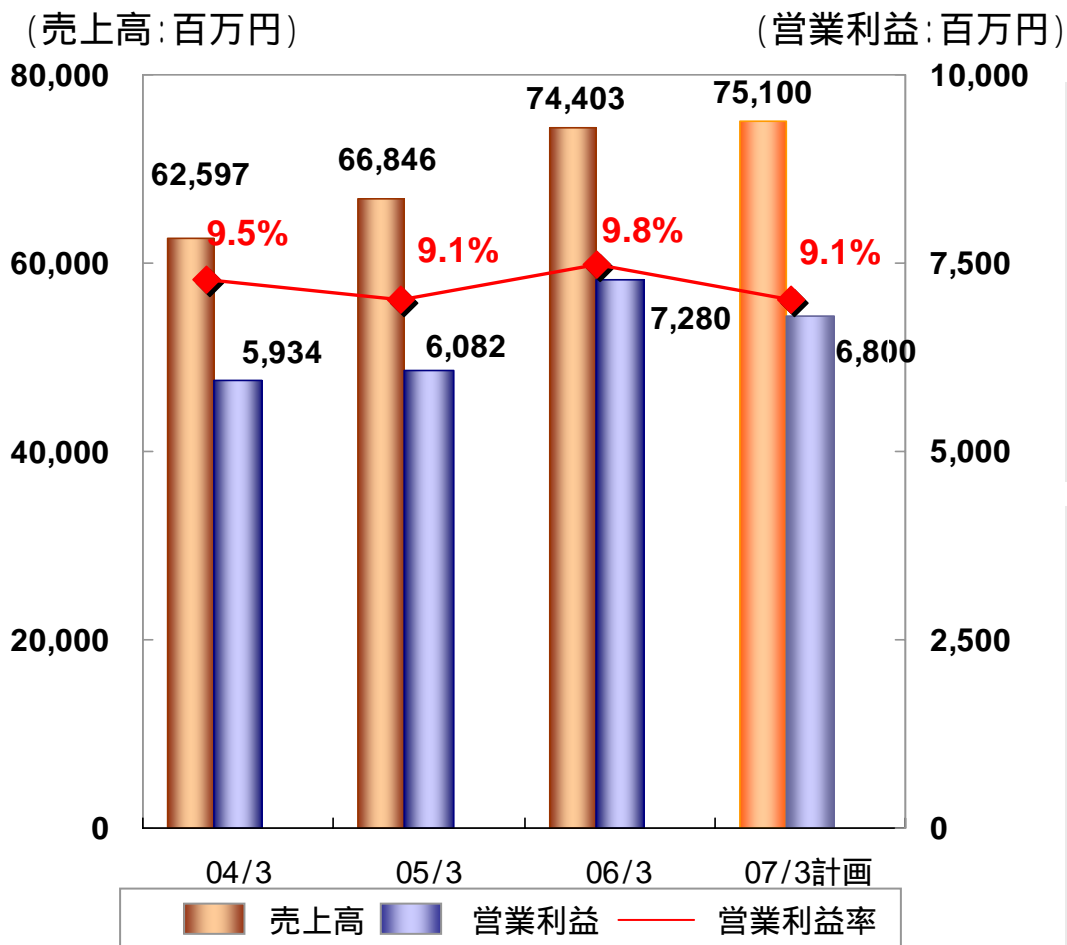


07/3期 出店実績と計画

		上期	下期	年間
AOKI	出店	10	10	20
	退店	3	1	4
	期末	349	358	358
ORIHICA	出店	6	9	15
	退店	1	0	1
	期末	26	35	35
合計	期末	375	393	393

# 通期の収益見通し

既存店は増収増益を見込むが、前期の特殊要因により  
全店ベースでは増収減益



## ■ 売上高: 前期比 100.9%

- ◆ 既存店売上高: 100.7%
- ◆ 新規出店  
AOKI: 20店舗予定 (上期: 10、下期: 10)  
ORIHICA: 15店舗予定 (上期: 6、下期: 9)
- ◆ AOKI看板変更  
170店舗予定 (上期: 135、下期: 35)

## ■ 営業利益: 前期比 93.4%

- ◆ 既存店は増益の見込み
- ◆ 販売管理費の増加: 前期比 104.3%
  - 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
- ◆ 前期の旧トリイの完全閉店セール(05/5月～7月)での営業利益増及び13ヶ月決算数値による影響度約10億円を加味

補足資料

---

# 2007年3月期中間 連結営業実績

(単位:百万円、%)

	06/9期実績	百分比(%)	06/9期計画	百分比(%)	05/9期実績	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売上高	48,556	100.0	48,630	100.0	48,135	100.0	421	100.9
ファッション	31,741	100.0	32,080	100.0	32,782	100.0	1,040	96.8
アニヴェルセル・ブライダル	8,468	100.0	8,370	100.0	7,763	100.0	704	109.1
エンターテイメント	8,346	100.0	8,180	100.0	7,531	100.0	815	110.8
売上総利益	21,613	44.5	21,880	45.0	21,433	44.5	179	100.8
ファッション	17,826	56.2	18,220	56.8	17,967	54.8	141	99.2
アニヴェルセル・ブライダル	2,467	29.1	2,420	28.9	2,127	27.4	339	116.0
エンターテイメント	1,324	15.9	1,240	15.2	1,331	17.7	7	99.5
販売管理費	19,253	39.7	20,200	41.5	18,411	38.3	841	104.6
ファッション	16,788	52.9	17,660	55.0	16,377	50.0	411	102.5
アニヴェルセル・ブライダル	1,641	19.4	1,680	20.1	1,416	18.2	224	115.8
エンターテイメント	822	9.9	860	10.5	596	7.9	225	137.8
営業利益	2,359	4.9	1,680	3.5	3,022	6.3	662	78.1
ファッション	1,037	3.3	560	1.7	1,590	4.9	552	65.2
アニヴェルセル・ブライダル	826	9.8	740	8.8	711	9.2	115	116.3
エンターテイメント	502	6.0	380	4.6	735	9.8	232	68.4
経常利益	2,850	5.9	2,160	4.4	3,453	7.2	602	82.6
中間純利益	1,142	2.4	850	1.7	492	1.0	650	232.1
1株当たり 中間純利益	25.30	-	18.78	-	10.74	-	14.56	-
期末発行済株式総数	44,873千株	-	45,267千株	-	46,082千株	-	1,209千株	-

(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月期中間 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位:百万円、%)

	06/9期実績								05/9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	2,558	95.5	2,094	92.7	370	129.6	92	145.2	2,678	2,260	285	63
人件費	7,145	122.3	6,254	104.1	486	111.5	397	142.8	5,840	6,008	436	278
賃借料	4,099	104.9	4,029	104.7	24	138.6	44	123.7	3,907	3,847	17	35
減価償却費	1,007	106.6	925	109.3	74	95.0	7	67.9	945	846	78	10

(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。

# 2007年3月期通期 連結業績見通し

(単位:百万円、%)

	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	110,120	100.0	106,686	100.0	3,433	103.2
ファッション	75,100	100.0	74,403	100.0	696	100.9
アニヴェルセル・ブライダル	17,560	100.0	16,389	100.0	1,170	107.1
エンターテイメント	17,460	100.0	15,539	100.0	1,920	112.4
売上総利益	50,500	45.9	48,941	45.9	1,558	103.2
ファッション	42,600	56.7	41,618	55.9	981	102.4
アニヴェルセル・ブライダル	5,014	28.6	4,598	28.1	415	109.0
エンターテイメント	2,876	16.5	2,738	17.6	137	105.0
販売管理費	40,900	37.1	38,777	36.3	2,122	105.5
ファッション	35,800	47.7	34,338	46.2	1,461	104.3
アニヴェルセル・ブライダル	3,359	19.1	3,021	18.4	337	111.2
エンターテイメント	1,726	9.9	1,242	8.0	483	138.9
営業利益	9,600	8.7	10,163	9.5	563	94.5
ファッション	6,800	9.1	7,280	9.8	480	93.4
アニヴェルセル・ブライダル	1,655	9.4	1,576	9.6	78	104.9
エンターテイメント	1,150	6.6	1,496	9.6	346	76.9
経常利益	10,600	9.6	11,110	10.4	510	95.4
中間純利益	4,850	4.4	5,431	5.0	581	89.3
1株当たり利益	108.08	-	116.33	-	8.25	-
中間純利益	108.08	-	116.33	-	8.25	-
期末発行済株式総数	44,873千株	-	45,267千株	-	394千株	-

(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。

# 2007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、%)

	07/3期計画								06/3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	6,775	102.7	5,792	102.5	763	116.7	220	147.7	6,598	5,651	654	149
人件費	14,529	104.3	12,680	103.0	1,007	114.3	842	133.2	13,929	12,314	881	632
賃借料	8,307	104.5	8,158	104.7	52	120.9	97	127.6	7,947	7,790	43	76
減価償却費	2,206	108.3	2,047	110.5	146	95.4	13	72.2	2,037	1,852	153	18

(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
07/3期	1.6	1.8	0.1	5.5	1.1	0.6	4.4		
06/3期	0.6	3.9	4.9	4.6	1.2	0.1	1.4	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	4月	5月	6月	7月	8月	9月	下半期	通期
客数	07/3期	5.2	3.7	5.9	14.9	2.9	0.3	4.9		
	06/3期	9.7	6.7	8.3	15.5	7.3	10.6	5.7	2.7	5.8
客単価	07/3期	3.4	2.0	5.5	8.2	1.7	0.3	0.5		
	06/3期	9.4	9.9	12.2	9.4	5.7	9.5	6.8	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				
	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				
	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)

	06/9期 実績	(%) 百分比	06/9期 計画	(%) 百分比	05/9期 実績	(%) 百分比	対前年増減	(%) 対比
重衣料	16,100	50.7	16,607	51.8	17,299	52.8	1,198	93.1
中衣料	4,188	13.2	4,184	13.0	4,266	13.0	77	98.2
軽衣料	10,636	33.5	10,446	32.6	10,329	31.5	307	103.0
その他	815	2.6	843	2.6	887	2.7	71	91.9
計	31,741	100.0	32,080	100.0	32,782	100.0	1,040	96.8

#### (5) ファッション事業期中平均売場面積の推移

(単位:m<sup>2</sup>)

06/9期	05/9期	対前期増減	対比(%)
223,076	206,068	17,008	108.3

## (6) ファッション事業の都道府県別店舗数の推移

(単位:店)

	06/9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			9	9
岩手県			2	2
宮城県			3	3
福島県			4	4
茨城県	2(2)		14(2)	12
栃木県	1		8(1)	7(1)
群馬県			7	7
埼玉県	2(1)		46(4)	44(3)
千葉県	1	1	39(2)	39(2)
東京都	2		49(4)	47(4)
神奈川県	2(1)	1(1)	41(4)	40(4)
新潟県			5	5
富山県			7	7
石川県	1		6	5
福井県			2	2
山梨県			5	5
長野県			22	22
静岡県	2		15	13
岐阜県			5	5
愛知県			35(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	2(2)		12(4)	10(2)
奈良県			1	1
広島県			3	3
香川県		1	0	1
合計	16(6)	4(1)	375(26)	363(21)

(注)1.( )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 2007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
07/3期(計画)	1.6	0.2	0.7
06/3期	0.6	1.7	0.7

(注) トリイは05/10月にAOKIとしてオープンしているため、06/11月(オープンより14ヶ月目)より既存店としております。

## (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	07/3期(計画)	5.2	2.0	3.4
	06/3期	9.7	2.7	5.8
客単価	07/3期(計画)	3.4	1.8	2.6
	06/3期	9.4	1.0	4.8

(注) トリイは05/10月にAOKIとしてオープンしているため、06/11月(オープンより14ヶ月目)より既存店としております。

### (3) ファッション事業の商品別売上計画

(単位:百万円)

	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	40,020	53.3	40,388	54.3	368	99.1
中衣料	8,202	10.9	8,214	11.0	12	99.8
軽衣料	25,106	33.4	24,005	32.3	1,100	104.6
その他	1,772	2.4	1,794	2.4	22	98.7
計	75,100	100.0	74,403	100.0	696	100.9