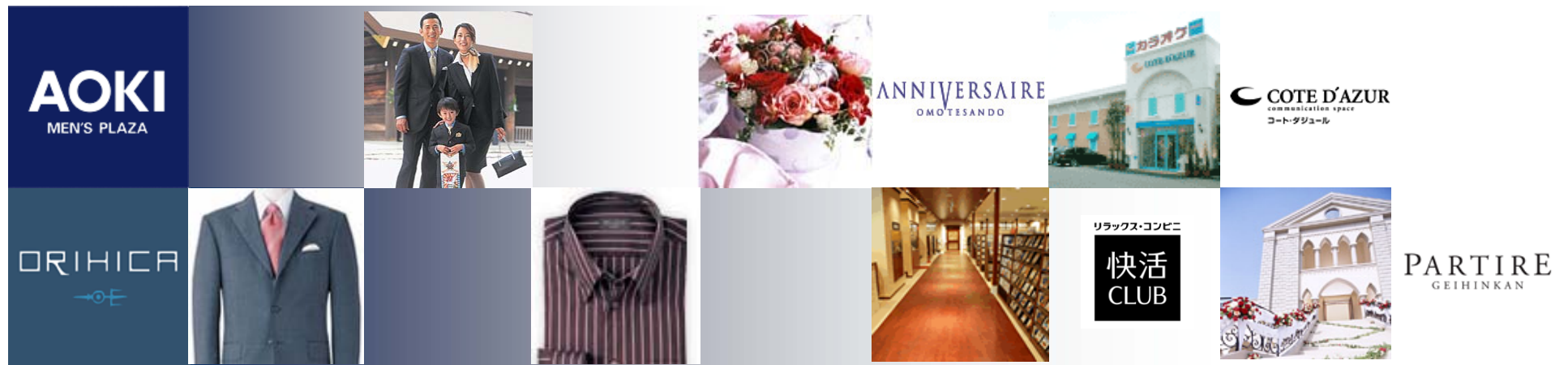




AOKI INTERNATIONAL

2006年3月期 中間決算説明会

2005年11月24日
株式会社アオキインターナショナル

目次

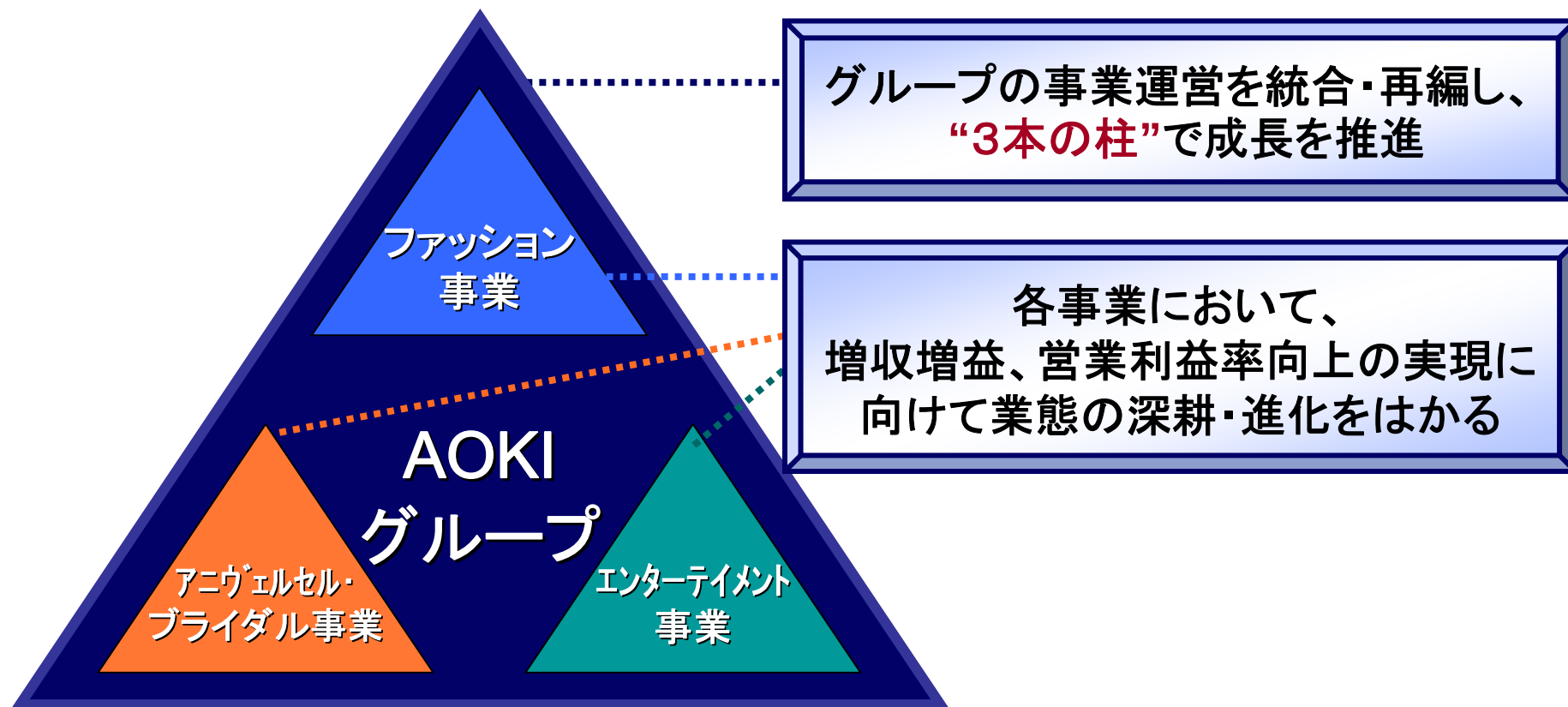
■ AOKIグループの現状と今後の経営方針	2	2005年10月より、カラオケ事業と複合カフェ事業を統合	28
2006年3月期：成長推進のための基盤整備の最終年度	3	快活CLUB店舗紹介	29
2006年3月期中間報告：“基盤整備”は計画に沿って進捗	4	エンターテインメント事業の戦略	30
2006年3月期中間報告：“基盤整備”は計画に沿って進捗	5	2006/3期計画：新規出店・前期出店店舗寄与により増収増益	31
グループ事業の統合・再編は2005年10月1日付で完了	6	出退店の見通し	32
グループ3社の事業領域	7	■ ファッション事業の現状と今後の展開	33
下期のグループ経営の重点：“基盤整備”の総仕上げ	8	ファッション事業（連結）：2006/3期中間の実績	34
グループ連結収益力の向上と継続的な利益成長に向けて	9	ファッション事業（単体）：業績のポイント	35
異業種多角化による事業シナジー	10	ファッション事業（単体）：既存店売上高・客数・客単価推移	36
店舗展開におけるシナジー効果	11	オリヒカは、商品構成の幅を広げ、業態確立に注力	37
異業種事業ポートフォリオによる成長	12	（株）トリイは、増収増益・営業利益率を10.2%を達成	38
2009/3期の連結収益構成イメージ	13	下期の重点的取組み	39
■ 2006年3月期中間業績の概要	14	今期（連結）の収益見通し	40
損益の状況（連結）	15	今後の事業環境の変化に対する認識	41
事業別売上高・営業利益実績	16	売上高の持続的拡大に向けての戦略	42
新店及びリニューアル店舗が売上・利益に寄与し、増収増益	17	継続的な利益成長に向けての事業方針	43
前期出店店舗が売上・利益に寄与し、増収・増益	18	新たな市場へのエリア拡大及び首都圏深耕	44
貸借対照表の主な増減科目（連結）	19	■ 補足資料	45
キャッシュ・フロー計算書（連結）	20	2006/3期中間 営業成績（連結）	46
出退店実績	21	2006/3期中間 販売費及び一般管理費の主な内訳	47
■ 2006年3月期通期業績予想	22	2006/3期 通期計画（連結）	48
損益の見通し（連結）	23	2006/3期計画 販売費及び一般管理費の主な内訳	49
事業別売上高・営業利益見通し	24	【ご参考】ファッション事業関連データ	50～55
ブライダル事業は首都圏を中心にゲストハウス8店舗を展開	25		
ブライダル事業の戦略	26		
2006/3期計画：新規出店により増収増益	27		



AOKIグループの 現状と今後の経営方針

期初に掲げた経営の課題

2006年3月期：成長推進のための基盤整備の最終年度



《経営指標の中期目標》

1株当たり当期純利益**120**円、株主資本当期純利益率**6**%、総資本経常利益率**8.5**%

- ◆ 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

2006年3月期中間報告：“基盤整備”は計画に沿って進捗 1

グループ事業運営の統合・再編を進めるなかで 連結収益の順調な拡大を実現

■ 3事業の業績伸長により期初計画を上回る増収・営業利益の大幅増益を達成

◆ 売上高： **14.5%** 増

◆ 営業利益： **63.7%** 増 ※中間純利益は減損損失の計上により減益

■ グループ事業の統合・再編を推進

◆ 2005年4月1日付で、アオキ本体運営の「アニヴェルセル表参道」ウエディング部門を(株)ラヴィスに移管。グループブライダル事業の統一運営をスタート

■ ゼビオ(株)からの営業譲受け(2005年9月1日付)

◆ アオキ本体：紳士服小売店(11店舗)、ブック店(8店舗)

◆ (株)ヴァリック：カラオケ店(7店舗)、複合カフェ(2店舗)



東北地区でのドミナント化の促進

2006年3月期中間報告：“基盤整備”は計画に沿って進捗 2

3本柱である各事業がそれぞれ収益性の向上を実現するとともに
業態の深耕・進化を推進

■ ファッション事業

- ◆ 市場シェア拡大に向けてMPAの本格的な出店を再開。期初計画の10店をオープン
- ◆ 収益性の向上を実現
- ◆ (株)トリイは10月のアオキ本体への合併を前に、全店完全閉店セールを成功理に終了

■ アニヴェルセル・ブライダル事業

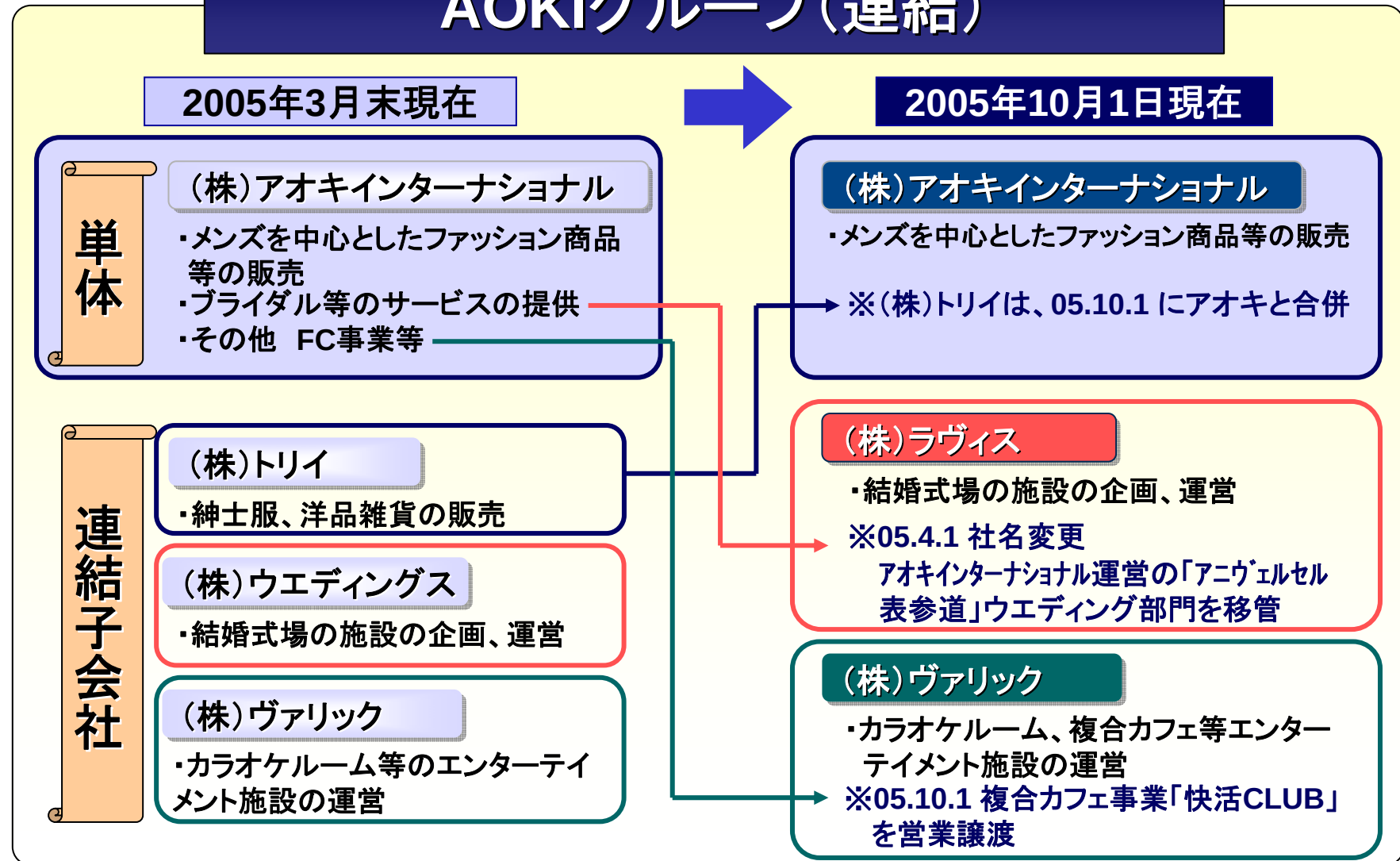
- ◆ グループブライダル事業の統一運営をスタートし、内部体制と営業力の強化を推進
- ◆ 低投資・早期回収型プロトタイプによる多店舗展開を開始し、期初計画の1店をオープン

■ エンターテイメント事業

- ◆ カラオケルーム運営事業は、「コート・ダジュール」の飲食メニュー強化による客単価アップで収益力の向上を実現
- ◆ 複合カフェ事業は、「快活CLUB」8店をオープン

グループ事業の統合・再編は2005年10月1日付で完了

AOKIグループ(連結)



グループ3社の事業領域

(2005年10月1日現在)



メンズプラザアオキ、オリヒカ、AVSファッション・ギフト: アニヴェルセルファッション部門・ギフト部門、
 (以上はアオキインターナショナルにて運営)
 「コート・ダジュール」は連結子会社(株)ヴァリックが運営するカラオケルーム運営事業
 「快活CLUB」は連結子会社(株)ヴァリックが運営する複合カフェ事業
 「ウエディングビレッジ」、「パルティーレ迎賓館」、「アニヴェルセル(ウエディング部門)」は
 連結子会社(株)ラヴィスが運営するブライダル事業

＜事業セグメント＞

- ファッション事業
- アニヴェルセル・ブライダル事業
- エンターテイメント事業

下期のグループ経営の重点：“基盤整備”の総仕上げ

■ 子会社(株)ラヴィスの株式公開を予定

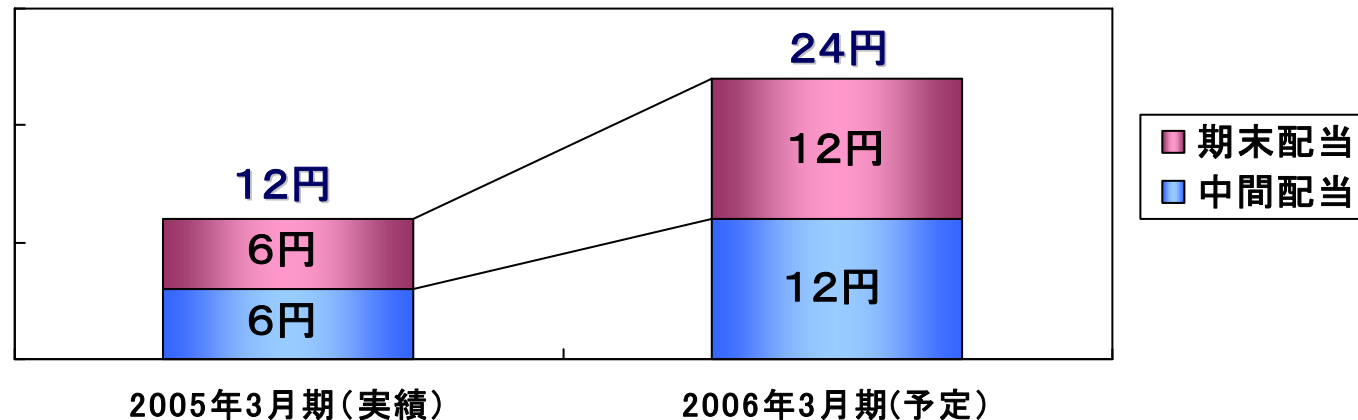
- ◆ 2005年12月8日、ジャスダック証券取引所に上場予定

■ グループの人材強化

- ◆ グループ3社合同の採用活動をスタート。活動の拠点をアニヴェルセル表参道に設置予定(2005年12月)

■ 株主への利益配分を強化

- ◆ 年間配当金で前期比12円の増配予定



2006年4月1日 (株)AOKIホールディングスに商号を変更
グループの更なる飛躍・発展を目指す

グループ連結収益力の向上と継続的な利益成長に向けて

《経営指標の中期目標》

1株当たり当期純利益**120**円、株主資本当期純利益率**6**%、総資本経常利益率**8.5**%

- ◆ 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

2006年3月期(予想)
EPS: 82.46円
営業利益率: 8.7%

アニヴェルセル・
ブライダル事業

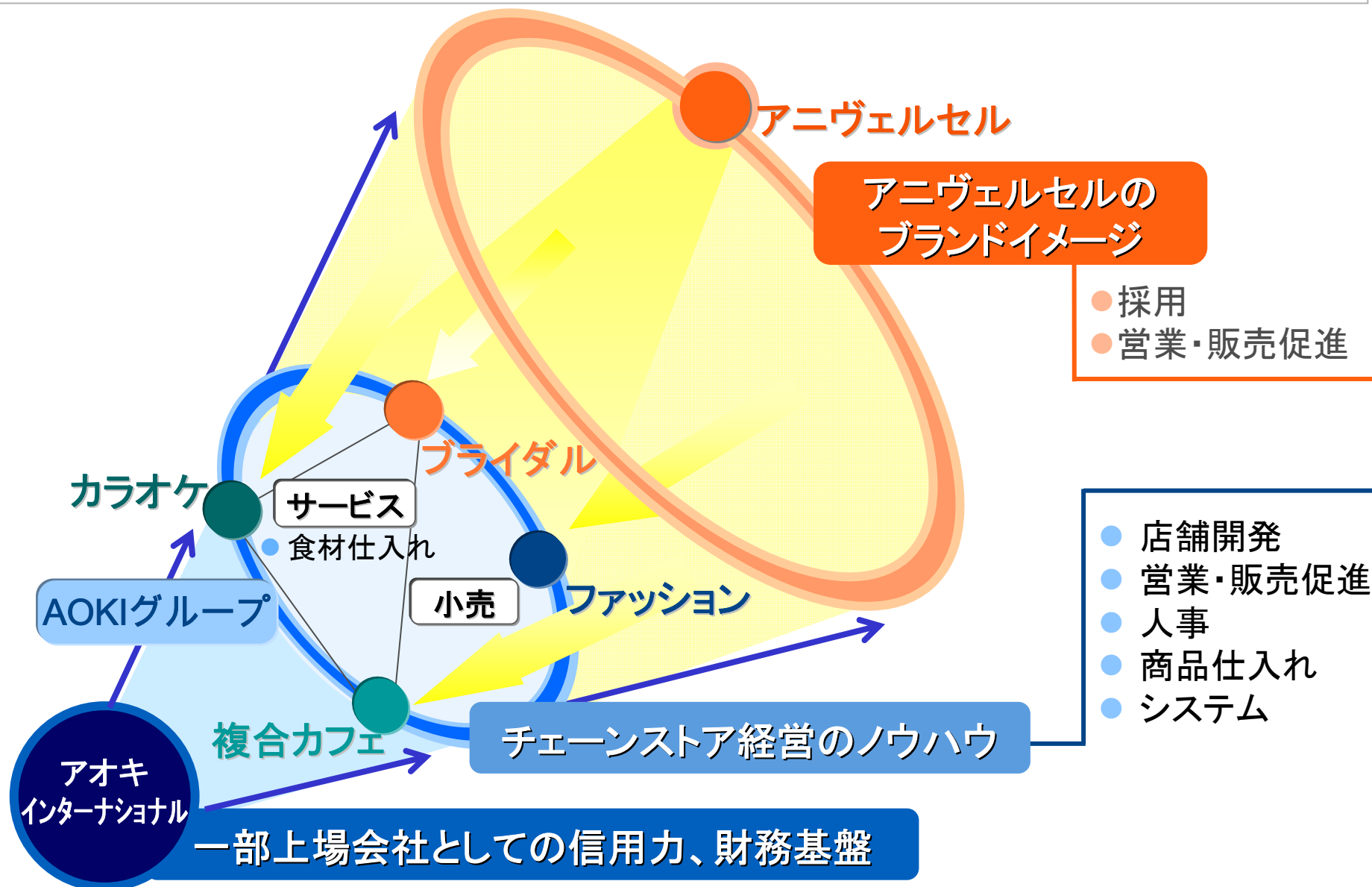
エンターテインメント
事業

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

異業種多角化による事業シナジー



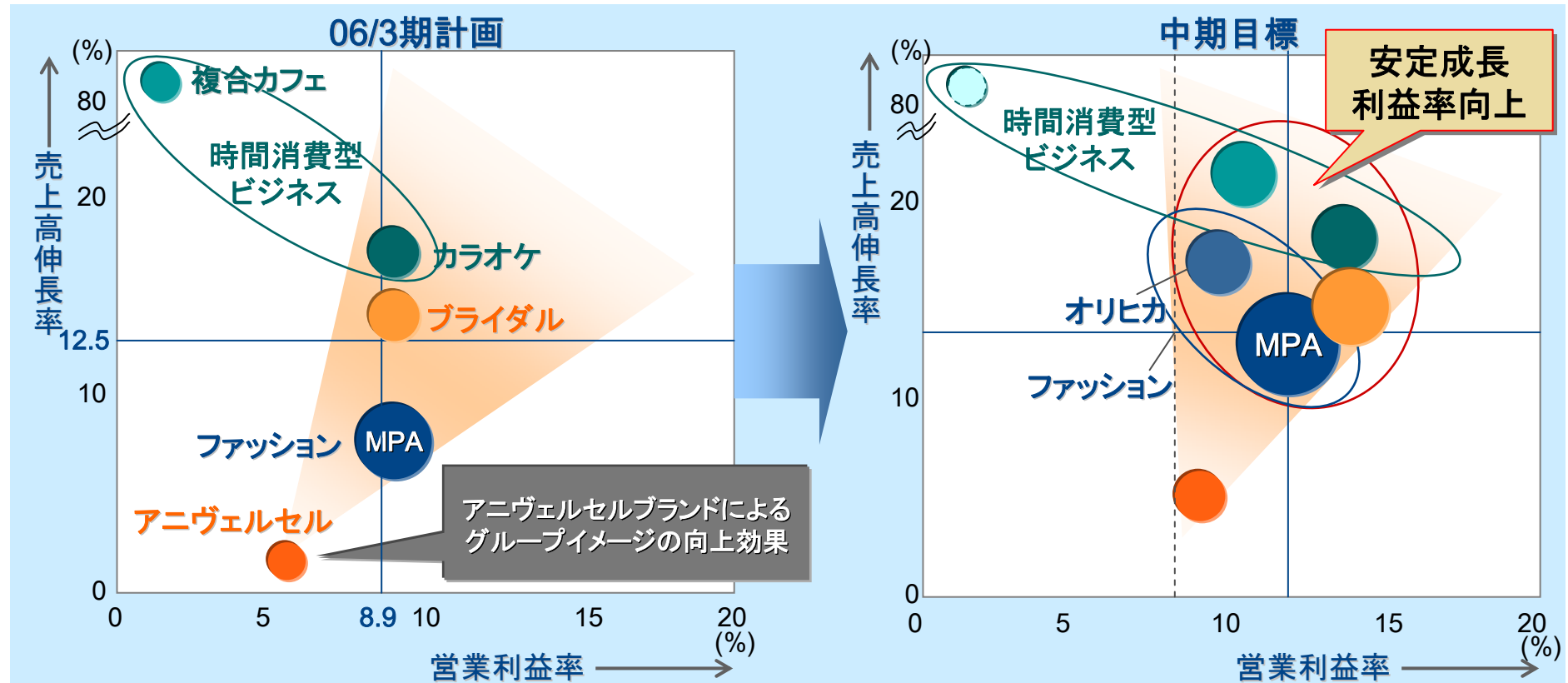
店舗展開におけるシナジー効果

新規物件
居抜き物件

事業規模の拡大・成長

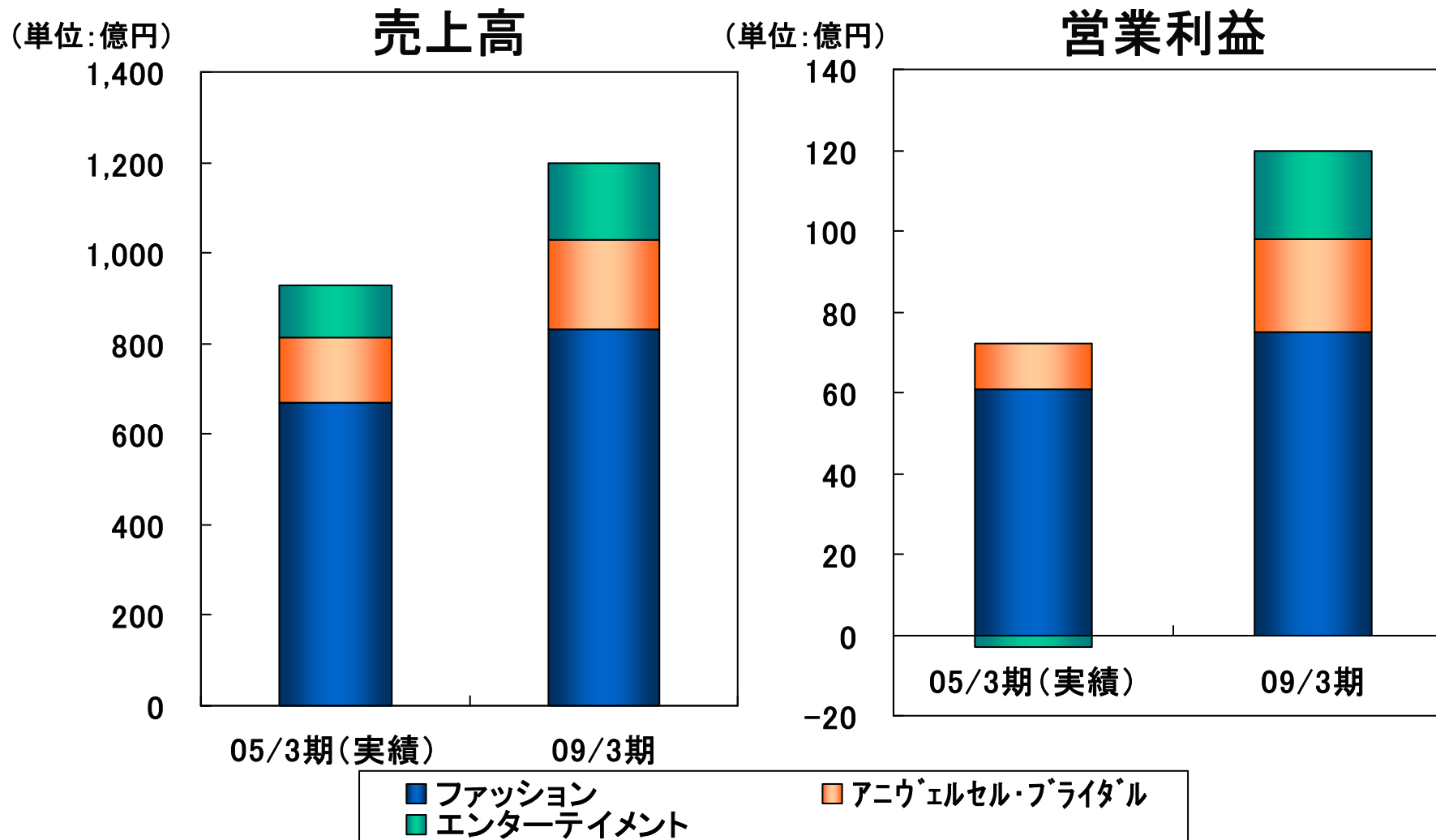
異業種多角化による
物件情報・獲得機会の拡大

異業種事業ポートフォリオによる成長



- ファッション事業は、MPAとオリヒカの2業態を核に、店舗拡大と業態の進化により市場成長率を超える売上高成長と営業利益率の向上を実現する
- ブライダル事業は、成長するゲストハウス市場において安定的な出店の継続と業態の深耕により安定的な成長と営業利益率の向上を実現する
- アニヴェルセル事業は、ファッション事業、ギフト部門ともにブランドエクイティの確立を目指し、事業育成を継続する
- 時間消費ビジネスは、市場が急拡大する複合カフェ事業の成長を推進するとともに、カラオケ事業の業態深耕と新規業態の開発により収益力の向上を実現する

2009/3期の連結収益構成イメージ



2006年3月期 中間業績の概要



損益の状況(連結)

(単位:百万円)

科目／期別	05/9	04/9	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	48,135	42,035	6,100	114.5	各事業が堅調に推移
売上総利益 売上総利益率	21,433 44.5%	20,624 49.1%	809 △4.6ポイント	103.9	(株)ラヴィスにおいて、販管費の一部を売上原価に変更4.2ポイント(2,018百万円)
販売費・一般管理費	18,411	18,777	△366	98.1	上記変更の他は、業容拡大による経費の増加
営業利益 営業利益率	3,022 6.3%	1,846 4.4%	1,175	163.7	特に快活事業の営業黒字化等によりエンターテイメント事業が大幅増益(906百万円)
営業外収益	1,457	1,286	170	113.3	
営業外費用	1,026	968	58	106.0	
経常利益	3,453	2,164	1,288	159.5	
特別利益	30	229	△199	13.1	
特別損失	2,265	955	1,310	237.2	減損会計の適用1,829百万円
中間純利益	492	1,358	△865	36.3	

事業別売上高・営業利益実績

(百万円)

売上高

50,000

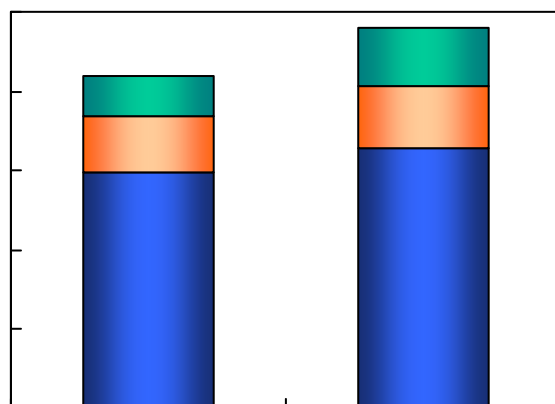
40,000

30,000

20,000

10,000

0



04/9

05/9

■ エンターテイメント
■ アニヴェルセル・ブライダル
■ ファッション

(百万円)

営業利益／営業利益率

(%)

3,500

3,000

2,500

2,000

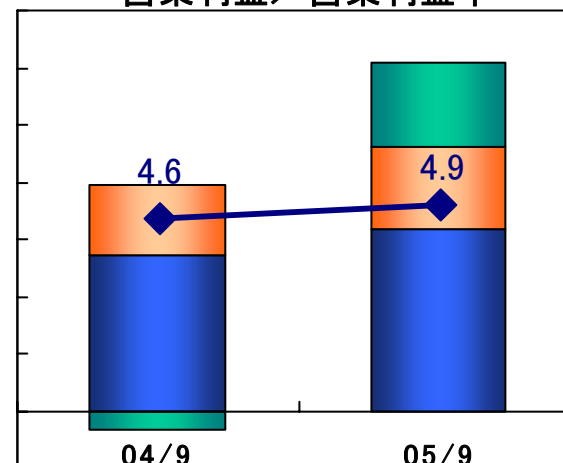
1,500

1,000

500

0

-500



04/9

05/9

(単位: 百万円)

【事業別売上高】

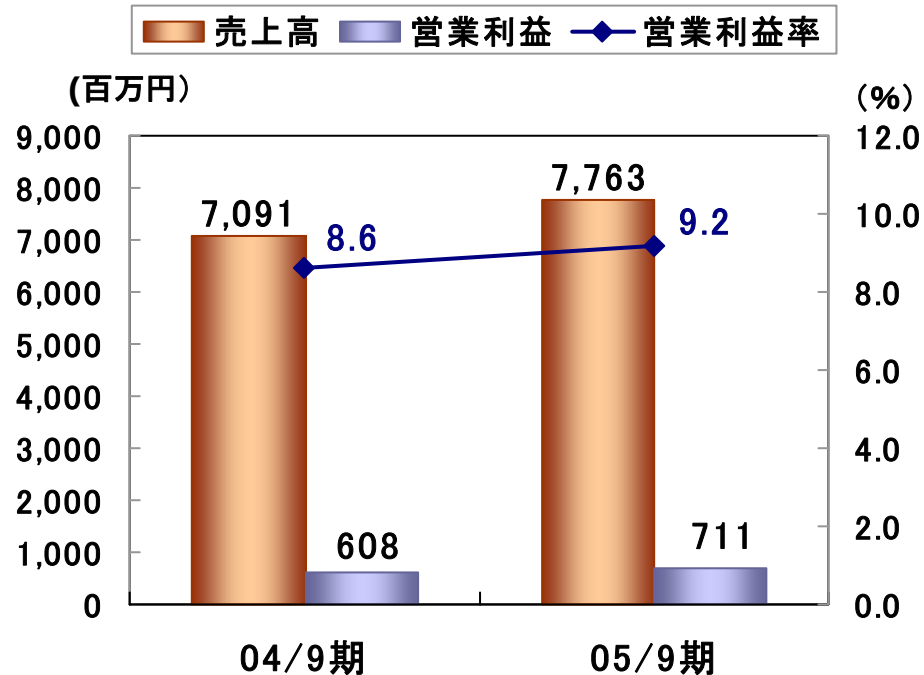
事業	05/9	04/9	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	48,135	42,035	6,100	114.5	前期下期よりの新店増加
ファッション	32,782	29,769	3,012	110.1	新規出店30店舗による増加
アニヴェルセル・ブライダル	7,763	7,091	672	109.5	長野出店による増加
エンターテイメント	7,531	5,174	2,356	145.5	新規出店37店舗による増加

【事業別営業利益】

(単位: 百万円)

事業	05/9	04/9	増減	対比 (%)
計	3,022	1,846	1,175	163.7
ファッション	1,590	1,360	230	117.0
アニヴェルセル・ブライダル	711	608	102	116.8
エンターテイメント	735	△171	906	—

新店及びリニューアル店舗が売上・利益に寄与し、増収増益



(単位:百万円)

		05/9期	
		前年同期比%	売比%
売上高	7,763	109.5	100.0
売上総利益	2,127	56.0	27.4
販売管理費	1,416	44.4	18.2
営業利益	711	116.8	9.2

※販売管理費は売上原価への振替え後の金額

2006年3月期中間実績

■ 売上高: 9.5% 増

- ◆ パルティーレ長野迎賓館オープンにより増収

■ 営業利益: 16.8% 増

- ◆ パルティーレ長野迎賓館オープンとリニューアル店舗の売上寄与により増益

パルティーレ長野迎賓館 <2005年5月オープン>



=施設概要=

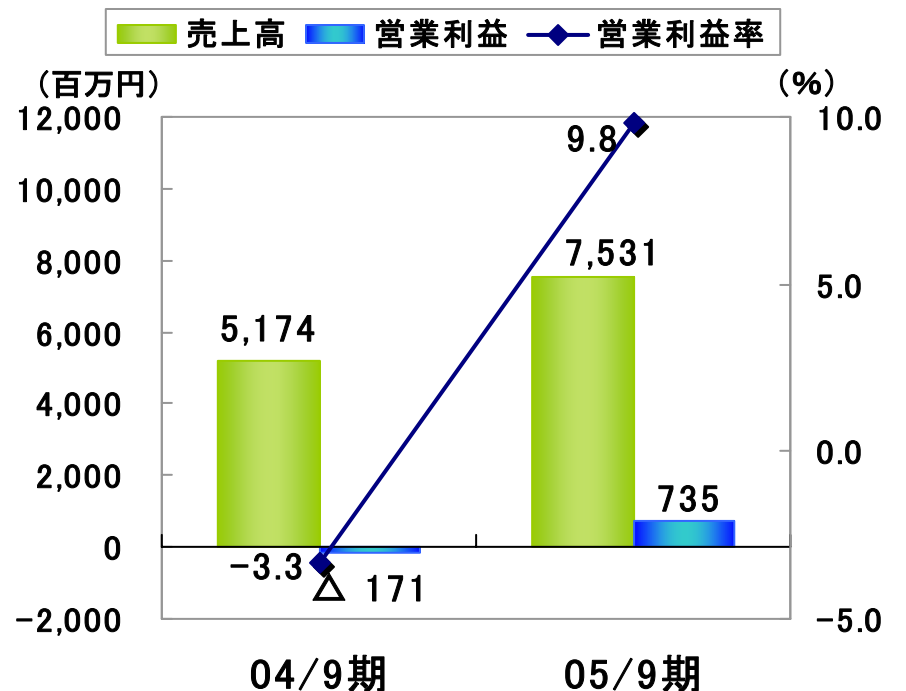
チャペル: 着席120名

パールティースペース:

サロン・ド・ウ・フルール 収容人数 80名

サロン・ド・ウ・ジャルダン 収容人数170名

前期出店店舗が売上・利益に寄与し、増収・増益



(単位: 百万円)

	05/9期		
		前年同期比%	売比%
売上高	7,531	145.5	100.0
売上総利益	1,331	298.1	17.7
販売管理費	596	96.5	7.9
営業利益	735	—	9.8
期末店舗数	149 (05/3期 中間期末店舗数108)		

2006年3月期中間実績

■ 売上高: 45.5% 増

- ◆ 新規出店9店舗(コート・ダジュール 1、快活CLUB 8)、ゼビオ株からの譲受け9店舗
- ◆ 前期出店62店舗(コート・ダジュール 20、快活CLUB 42)が寄与

■ 営業利益: 906百万円増

- ◆ 複合カフェ事業(快活CLUB)の黒字化と前期出店分の寄与
- ◆ 出店数減少による売上原価および販売管理費減

貸借対照表の主な増減科目(連結)

(単位:百万円)

科目／期別	05/9	05/3	増減	主な増減要因
流動資産	36,488	40,160	△3,672	
現金・預金・有価証券	17,412	20,719	△3,307	主に設備投資4,520百万円による減少
たな卸資産	14,118	12,880	1,237	新規出店等20店舗による増加
固定資産	98,376	95,245	3,131	
有形固定資産	63,308	62,216	1,092	設備投資と減損及び減価償却費が相殺
無形固定資産	4,189	4,159	30	
投資その他の資産	30,878	28,870	2,008	投資有価証券等の増加
資産合計	134,877	135,429	△552	
流動負債	25,583	24,239	1,344	連結子会社の短期借入金増加
支払手形・買掛金	11,487	11,410	77	
固定負債	24,282	27,051	△2,768	
社債・借入金	13,984	16,527	△2,543	社債及び長期借入金の減少
負債合計	49,866	51,290	△1,424	
少数株主持分	645	612	33	
資本金	23,282	23,282		
資本剰余金	22,612	22,596	15	
利益剰余金	38,816	38,653	163	
その他有価証券評価差額金	1,119	629	490	株価上昇による評価額の増加
自己株式	△1,465	△1,635	169	
資本合計	84,365	83,526	838	
負債・資本合計	134,877	135,429	△552	

キャッシュ・フロー計算書(連結)

科目／期別	05/9	04/9	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	4,322	△364	4,686	減損損失の増加1,829百万円及び 仕入債務の支出の減少2,854百万 円
投資活動による キャッシュ・フロー	△6,300	△4,724	△1,575	投資有価証券の取得1,500百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,329	△6,414	5,084	長期借入による収入の減少4,600 百万円及び社債の償還の減少 9,500百万円
現金及び現金同等物の 増減額	△3,307	△11,502	8,195	
期首残高	20,519	27,043	△6,523	
期末残高	17,212	15,541	1,671	

出退店実績

※05/3期実績及び06/3期見通しについては、32画面をご参照ください。

(単位:店、百万円)

店舗名	セグメント	05/9			04/9		
		期末店舗数	出店	退店	期末店舗数	出店	退店
メンズプラザアオキ	ファッション	294	20	2	267	10	3
オリヒカ	ファッション	17	—	—	14	3	2
メンズファッショントリイ他	ファッション	37	—	1	51	—	5
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	7	1	—	6	—	—
コート・ダジュール	エンターテイメント	92	10	—	76	13	—
快活CLUB	エンターテイメント	57	8	4	32	21	—
合計		504	39	7	446	47	10
設備投資額		4,520			5,277		

※メンズプラザアオキの出店数20店舗のうち内10店舗は、ゼビオ(株)からの譲受けによるものです。

※コート・ダジュールの出店数10店舗の内9店舗は、ゼビオ(株)からの譲受けによるものです。

設備投資額内訳: 05/9 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
04/9 ファッション 1,938、アニヴェルセル・ブライダル 872、エンターテイメント 2,467

2006年3月期 通期業績予想



損益の見通し(連結)

(単位:百万円)

科目／期別	06/3 予	05/3	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	104,500	92,870	11,629	112.5	各事業の新規出店による増加
売上総利益 売上総利益率	47,386 45.3%	45,768 49.3%	1,617 △4.0ポイント	103.5	(株)ラヴィスにおいて、販管費の一部を売上原価へ変更3.9ポイント(4,050百万円)
販売費・一般管理費	38,246	38,788	△542	98.6	上記変更の他は業容の拡大による経費の増加
営業利益 営業利益率	9,140 8.7%	6,980 7.5%	2,159 1.2ポイント	130.9	特に快活事業の黒字化等によりエンターテイメント事業が大幅増益(1,141百万円)及びトリイが寄与
営業外収益	2,820	2,776	43	101.6	
営業外費用	2,110	1,948	161	108.3	
経常利益	9,850	7,808	2,041	126.1	
特別利益	28	228	△200	12.3	
特別損失	2,476	4,022	△1,546	61.5	前年の固定資産売却損2,371百万円、ポイント引当金繰入542百万円減少 本年は減損損失の増加1,829百万円
当期純利益	3,800	3,128	671	121.5	

前提条件

- ◆設備投資額: 8,200百万円 (ファッション 4,800 アニヴェルセル・ブライダル1,980 エンターテイメント1,320)
- ◆減価償却額: 3,600百万円
- ◆ファッション既存店売上高伸び率(単体) 上期 △0.6 % 下期 △1.2 % 通期 △0.9%

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	06/3 予	05/3	増減	対比(%)
計	104,500	92,870	11,629	112.5
ファッション	73,149	66,846	6,302	109.4
アニヴェルセル・ブライダル	15,769	14,541	1,227	108.4
エンターテイメント	15,215	11,481	3,733	132.5

【 事業別営業利益 】

(単位:百万円)

事業	06/3 予	05/3	増減	対比(%)
計	9,140	6,980	2,159	130.9
ファッション	6,700	6,082	617	110.2
アニヴェルセル・ブライダル	1,247	1,129	117	110.4
エンターテイメント	1,163	△302	1,465	—

ブライダル事業は、首都圏を中心にゲストハウス8店舗を展開

(2005年11月現在)

ウェディングビレッジ

- 広大な敷地に独立型チャペルと一戸建て邸宅
- ヨーロッパ建築様式を取り入れた施設設計
- 花と緑溢れる貸切ガーデン付きゲストハウス

5 店舗
立川、大宮
東京ベイ、
福岡、横浜



お客様のご要望に
沿って創り上げる
『オリジナルウェディング』

パルティール迎賓館

- 様々な用地に柔軟に対応した店舗
- 独立型チャペルと邸宅型バンケットの融合施設
- 全天候型ガーデンを設置

2 店舗
長野、柏



- ◆ 施設の充実性
- ◆ プライベート性
- ◆ 手作り料理
- ◆ オリジナル性
- ◆ 高い専門性

アニヴェルセル表参道

- 記念日をテーマとした複合施設
- 表参道という好立地で洗練されたウェディング
- 独立型チャペルとワンフロア完全貸切施設

1 店舗
表参道



差別化要因

- 独立型チャペルとガーデン付きゲストハウス
- 徹底した人材教育による接客力

“営業力”の優位性

新規成約率の高さ

営業力を生み出す人材育成

7ヵ月間の新入社員研修

成約率を上げる予約受入体制

貸切感を保ちつつ高稼働率を
実現するオペレーション



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する

■ 売上高の拡大

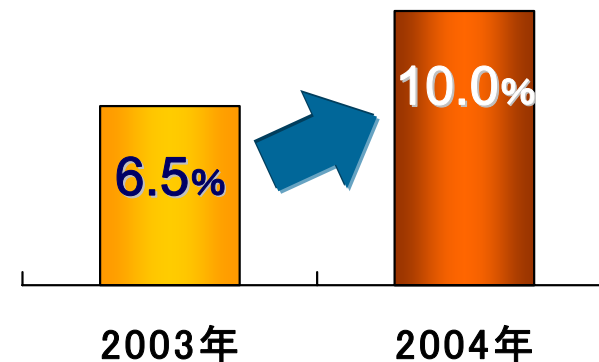
- ◆ 全国の主要都市エリアを中心とした多店舗展開
- ◆ 既存店稼働率の維持向上
- ◆ 新商品提案による料飲単価アップ

■ 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り経営効率化を追求

拡大するゲストハウスシェア

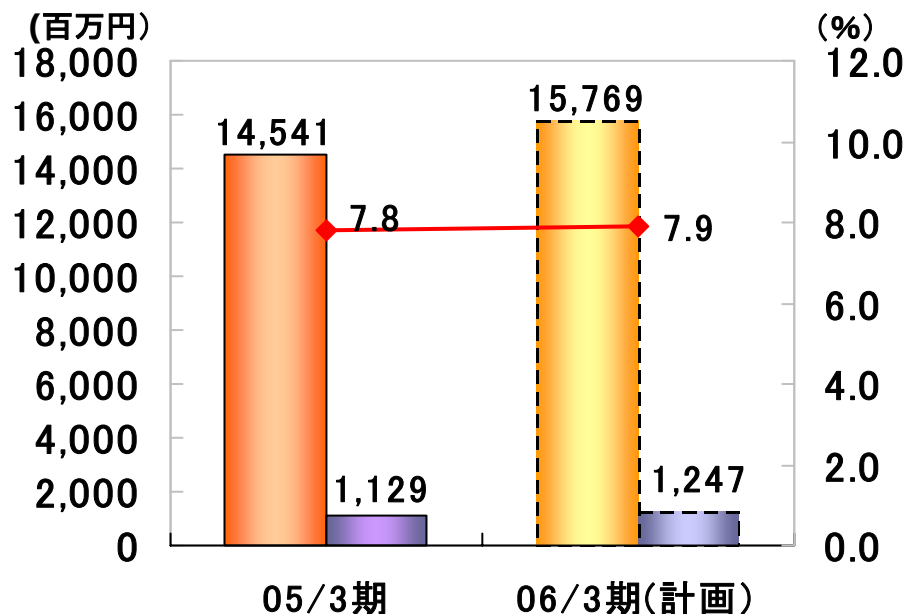
首都圏における
ゲストハウスの市場シェア



※リクルート社「ゼクシィ結婚トレンド調査2004」より

2006/3期計画：新規出店により増収増益

売上高 営業利益 営業利益率



(単位:百万円)

		06/3期	
		前期比%	売比%
売上高	15,769	108.4	101.0
売上総利益	4,223	54.8	26.8
販売管理費	2,976	45.3	18.9
営業利益	1,247	110.4	7.9

※販売管理費は売上原価への振替え後の金額

2006年3月期計画

■ 売上高： 8.4% 増

◆ 新規出店(パルティーレ長野迎賓館、パルティーレ柏迎賓館)による増収

■ 営業利益： 10.4% 増

◆ 新規出店による増益
(内部管理体制強化のため本社費用は増加)

パルティーレ柏迎賓館

<2005年11月1日オープン>

=施設概要=

チャペル： 着席120名

パーティースペース：

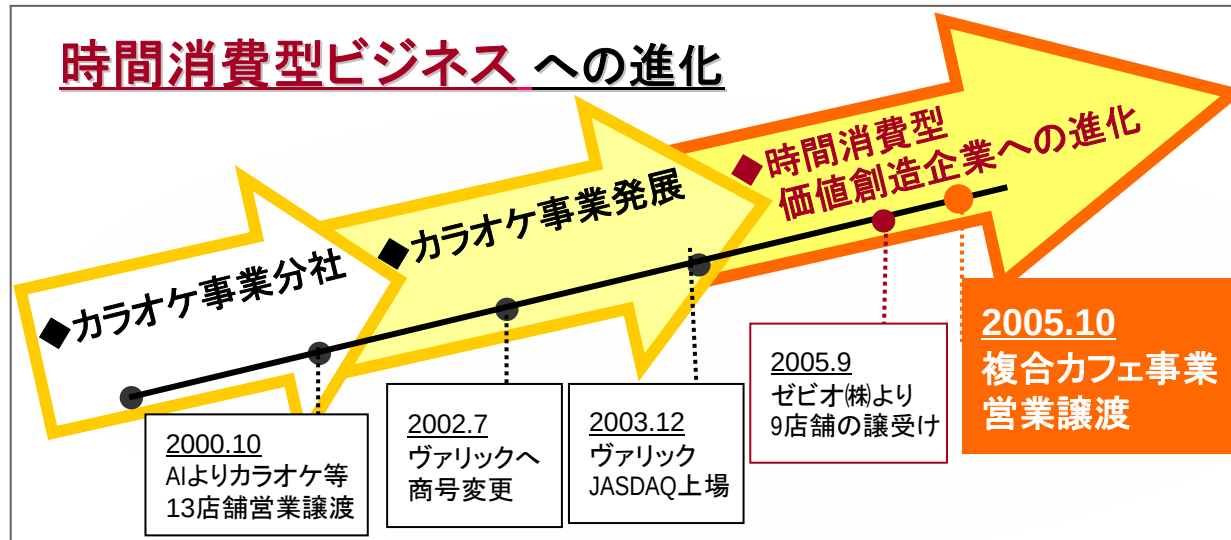
サロン・ドゥ・フルール 収容人数100名

サロン・ドゥ・ジャルダン 収容人数150名

2005年10月より、カラオケ事業と複合カフェ事業を統合

余暇市場において、年齢・性別に関係なく楽しめる生活に密着した
時間消費型ビジネスを開拓、深耕

時間消費型ビジネスへの進化



<2005. 11.1現在>



90店舗



61店舗

151店舗

- カラオケ
- 複合カフェ
- カラオケ・複合カフェ



拡大する複合カフェ市場
2009年に2,500億円
を超えると予測

2,500億円

エンターテインメント事業 快活CLUB店舗紹介

■ 事業領域

- ◆ 時間料金制のビジネスモデル(15分105円)をベースとした、リラクセーションに関する事業(癒し・健康・学び・交流)

■ 店舗概要

- ◆ 出店立地: 郊外・居抜1フロア
- ◆ 標準店の店舗サイズ: 150~200坪
- ◆ 1店舗当たり投資額: 58百万円
- ◆ 投資回収: 5年以内

アジアンテイストの店内は、木の暖かさを打ち出した落ち着いた雰囲気。ブースというプライベート空間で、各種コンテンツを好きなように楽しむことができます。バリから取り寄せた石像や家具・小物を置くことで、複合カフェ=無機質のイメージを払拭しており、女性の方にもご利用しやすくなっています。



店舗入口

カラオケ店舗の約1/2の投資で出店が可能

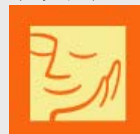


時間料金制

15分 ▶ 105円

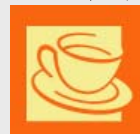
サービスコンテンツ

リラックス



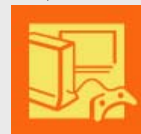
Relax

ソフトドリンク



Free Drink

TVゲーム/TV



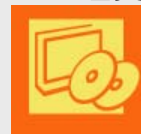
TV-Game/TV

マッサージチェア



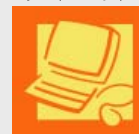
Massage

DVD鑑賞



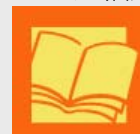
DVD

インターネット



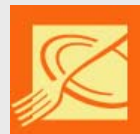
Internet

コミック/雑誌



Comic/Magazine

食事/お菓子
~有料~



Food/Snack



店舗内装

エンターテインメント事業の戦略

カラオケルーム運営事業と複合カフェ事業とのシナジー効果を最大限に発揮し、業態の進化と収益基盤の強化を実現する

■ 出店の施策

- ◆ 年間20店舗程度の出店継続
- ◆ 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
- ◆ 出店にかかる設備投資のコスト圧縮

■ 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
- ◆ プライベート商品の企画・開発による粗利率の向上

■ 経営の効率化

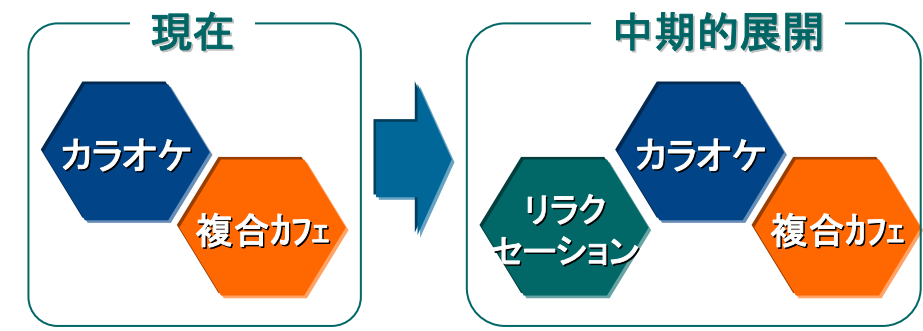
- ◆ 取引先業者の一本化による単価の低減
- ◆ 本部経費の削減
- ◆ 人材育成の充実

カラオケルーム運営事業は、
業態進化と現ドミナントエリア内での堅実出店

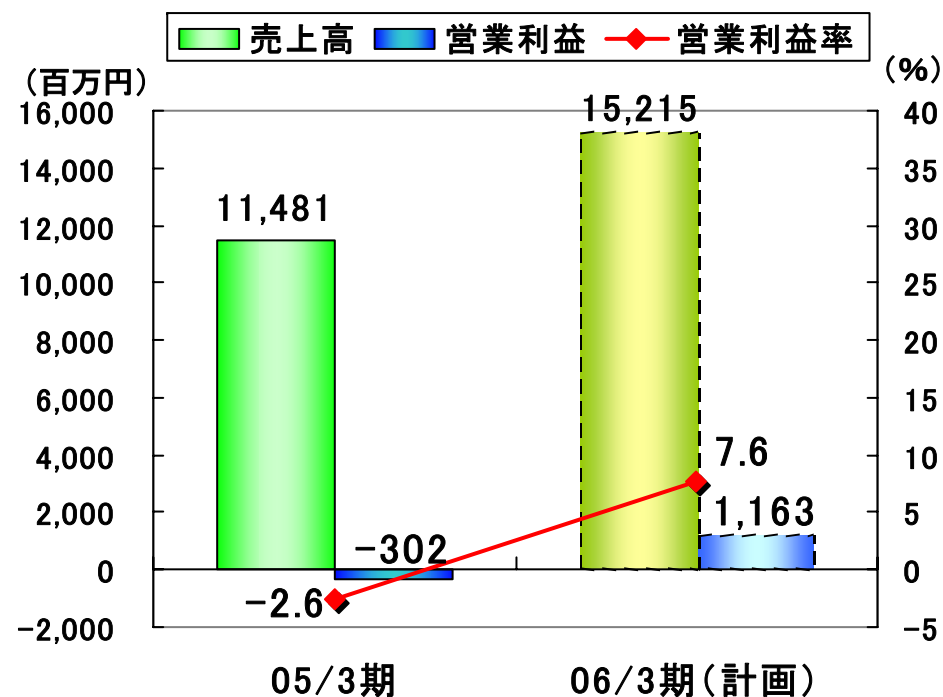
複合カフェ事業は、
今期基盤整備し、来期以降積極出店

中期事業戦略

当面はカラオケと複合カフェに注力。中期的には、第3・第4の事業を展開し、さらなる飛躍を目指す。



2006/3期計画：新規出店・前期出店店舗寄与により増収増益



(単位: 百万円)

	06/3期		
		前期比%	売比%
売上高	15,215	132.5	100.0
売上総利益	2,429	206.6	16.0
販売管理費	1,260	85.2	8.3
営業利益	1,163	—	7.6
期末店舗数	154		

2006年3月期計画

■ 売上高: 32.5% 増

◆ 新規出店・前期出店店舗寄与による増収

■ 営業利益: 1,465百万円の改善

◆ 新規出店数減少による売上原価および販売管理費減

出退店の見通し

(単位: 店、百万円)

店舗名	セグメント	06/3 予			05/3		
		期末店舗数	出店	退店	期末店舗数	出店	退店
メンズプラザアオキ	ファッション	343	32	3	276	20	4
オリヒカ	ファッション	19	2	—	17	6	2
メンズファッショントリイ他	ファッション	—	—	—	38	—	18
アニヴェルセル・ウエディングビレッジ・ハルティール	アニヴェルセル・ブライダル	8	2	—	6	—	—
コート・ダジュール	エンターテイメント	91	10	1	82	20	1
快活CLUB	エンターテイメント	63	14	4	53	42	8
合計		524	60	8	472	88	33
設備投資額		8,200			8,714		

※メンズプラザアオキの06/3期末店舗数には、トリイとの合併による店舗が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。

※コート・ダジュールの出店数には、ゼビオ(株)からの譲受け店舗が9店舗含まれております。

設備投資額内訳: 06/3 ファッション 4,800、アニヴェルセル・ブライダル 1,980、エンターテイメント 1,320
05/3 ファッション 2,800、アニヴェルセル・ブライダル 1,429、エンターテイメント 4,484

ファッション事業の現状と今後の展開

ファッション事業(単体):

メンズプラザアオキ(MPA)+オリヒカ

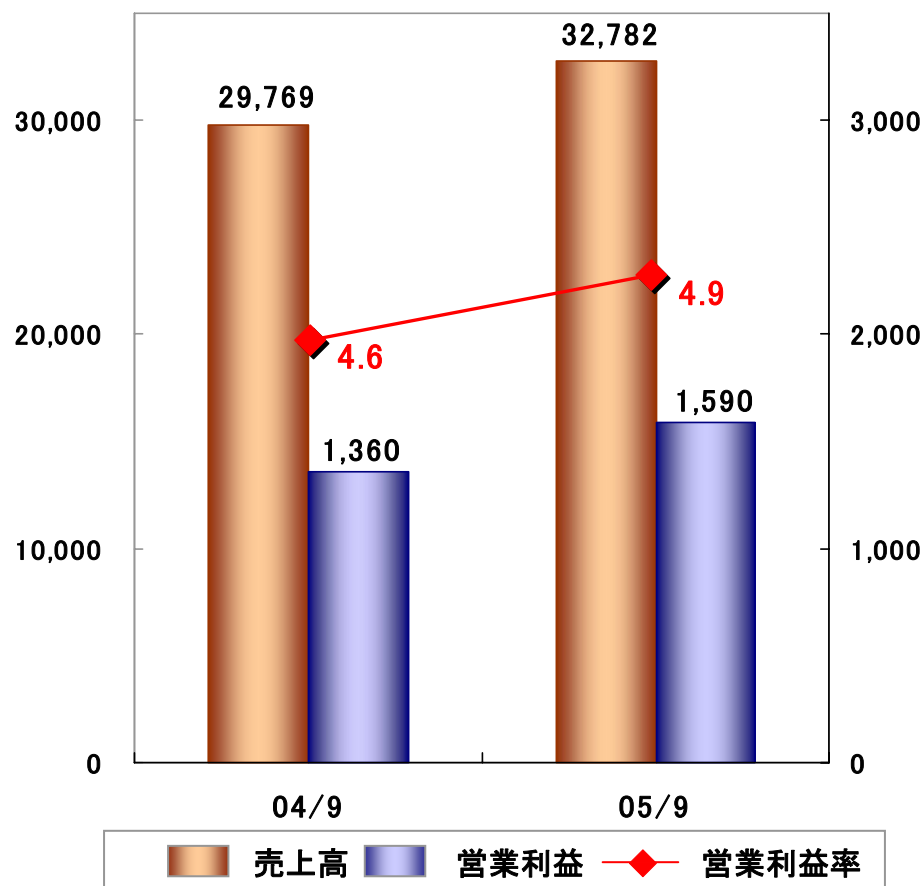
ファッション事業(連結): 単体+トリイ

ファッション事業(連結)2006/3期中間の実績

新規出店・店舗譲受け及びトリイの売上増により増収増益

(売上高:百万円)

(営業利益:百万円)



■ 売上高: 前年同期比 110.1%

- ◆ 出店(10店舗)、譲受け(9月:10店舗)
- ・トリイ全店完全閉店御礼セールによる増加

■ 営業利益: 前年同期比 117.0%

- ◆ 売上総利益高:前年同期比 109.7%
 - ・トリイ全店完全閉店御礼セールによる売上総利益高アップ
- ◆ 販売管理費: 前年同期比109.0%
 - ・新規出店に伴う経費増加
 - ・トリイからMPAへの転換に伴う経費増加

※トリイは、05/9期は3月から9月までの7ヵ月の変則決算。
前期は3月から8月までの6ヵ月分の数値を算出。

ファッション事業(単体):業績のポイント

新規出店及び店舗譲受け等により増収は達成したものの、
経費増加により減益

■ 売上高: 全店105.6%、既存店99.4%

- ◆客数: 全店119.2%、既存店109.7%
- ◆客単価: 全店88.6%、既存店90.6%
 - 新規出店: 10店舗
 - 譲受け: 10店舗(9月)(ゼビオメンズ)
 - クールビズ効果により中軽衣料品種好調

■ 営業利益: 全店88.3%

- ◆売上総利益高: 107.0%
(売上総利益率: 05/9 56.4%、04/9 55.7%)
 - 織物の企画生産段階からの取組み先定による中間マージンの削減
- ◆販管費: 108.5%
 - 新規出店等による販促費・人件費増加
 - 役所広司起用による販促費増加

単体 05/9期実績

	05/9	04/9	前年同期比
売上高 (既存店)	25,814	24,438	105.6% (99.4%)
売上総利益 (売上総利益率)	14,556 (56.4%)	13,604 (55.7%)	107.0% (0.7%)
販売管理費	13,674	12,605	108.5%
営業利益 (営業利益率)	881 (3.4%)	998 (4.1%)	88.3% (△0.7%)

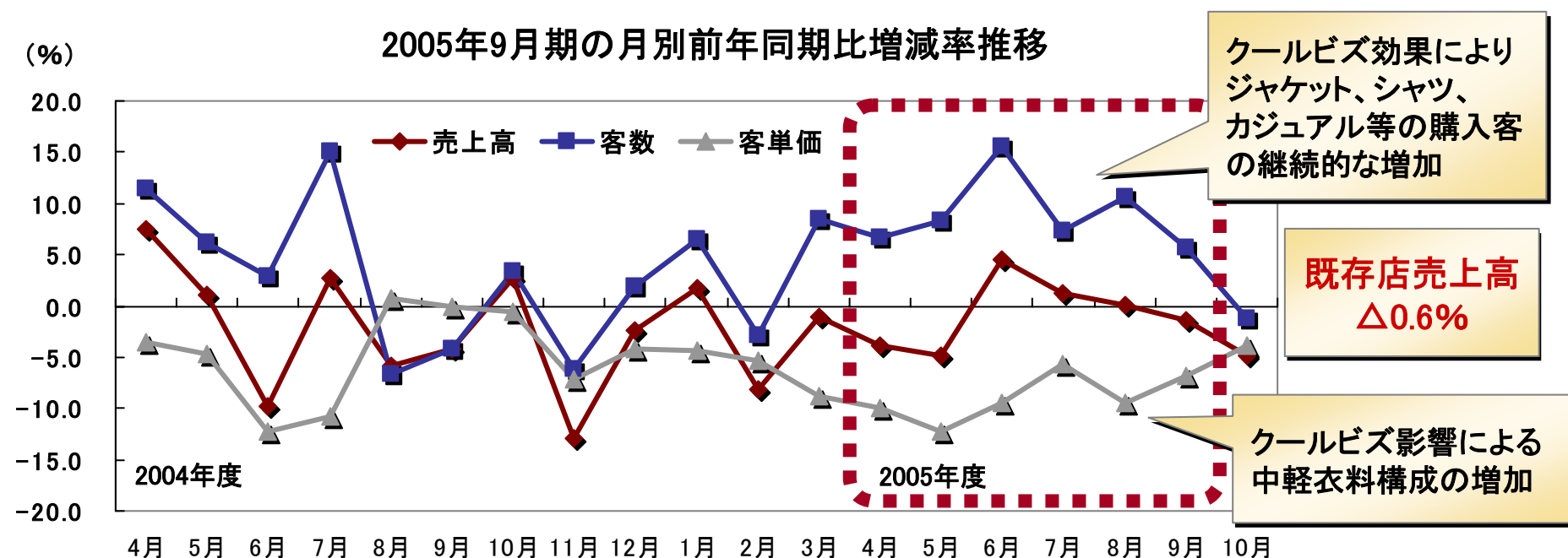
中軽衣料品種好調

05/9期商品別売上高

	05/9 構成比	04/9 構成比	前年 同期比
重衣料(スーツ、フォーマル他)	52.8%	56.7%	98.4%
中衣料(ジャケット、スラックス他)	13.3%	12.8%	110.6%
軽衣料 (シャツ、ネクタイ、ベルト、カジュアルウェア 他)	31.1%	27.6%	118.7%
その他(補正代)	2.8%	2.9%	100.0%

ファッション事業(単体): 既存店売上高・客数・客単価推移

クールビズ効果により中軽衣料購入客数は増加したが、
客単価ダウンにより既存店売上高は微減



	04/10	04/11	04/12	05/1	05/2	05/3	05/4	05/5	05/6	05/7	05/8	05/9	上半期	05/10
既存店売上高 (%)	2.7	$\Delta 12.9$	$\Delta 2.4$	1.8	$\Delta 8.1$	$\Delta 1.1$	$\Delta 3.9$	$\Delta 4.9$	4.6	1.2	0.1	$\Delta 1.4$	$\Delta 0.6$	$\Delta 4.9$
客 数 (%)	3.4	$\Delta 6.2$	1.9	6.5	$\Delta 2.9$	8.5	6.7	8.3	15.5	7.3	10.6	5.7	9.7	$\Delta 1.2$
客 単 価 (%)	$\Delta 0.6$	$\Delta 7.1$	$\Delta 4.2$	$\Delta 4.4$	$\Delta 5.3$	$\Delta 8.8$	$\Delta 9.9$	$\Delta 12.2$	$\Delta 9.4$	$\Delta 5.7$	$\Delta 9.5$	$\Delta 6.8$	$\Delta 9.4$	$\Delta 3.8$
平年気温との差異(°C)(東京)	-0.7	+2.6	+1.5	+0.3	+0.1	+0.1	+0.7	-1.0	+1.4	+0.2	+1.0	+1.2	-	+1.0

オリヒカは、商品構成の幅を広げ、業態確立に注力

■ メンズビジネス

- ◆ スーツ客数・客単価は前年並み
- ◆ クールビズ効果もあり、
シャツ・タイ・シューズ等
ビジネス関連小物が好調に推移

05/9期商品別売上高

	05/9 構成比	04/9 構成比	前年 同期比
重衣料（スーツ、フォーマル他）	42.0%	50.0%	110.1%
中軽衣料（ジャケット、スラックス、シャツ、 ネクタイ、ベルト、カジュアルウェア他）	46.5%	55.7%	157.2%
その他（補正代）	2.3%	3.5%	85.8%

■ メンズカジュアル・レディス

- ◆ 今期より全店にて本格展開スタート
- ◆ ビジネスでも使用できるスタイルを
意識して商品を企画
- ◆ 店舗前面にて商品展開した結果、
入店客数が大幅増
（目的のないお客様でも気軽に
入店できる環境作りを重視）



(株)トリイは、増収増益・営業利益率10.2%を達成

■ 売上高は、完全閉店御礼セールにより増収

- ◆ 休眠顧客様のご来店増加。
- ◆ 口コミによる新規のお客様のご来店増加

■ 営業利益は、増収により大幅増益を達成

2005年10月1日付で、アオキインターナショナルに
吸収合併。店舗は全てMPAに転換し、
中京地区シェアの拡大を図る



(単位:百万円)

	05/9	04/8
売 上 高	6,968	5,333
売 上 総 利 益 (売上総利益率)	3,411 (49.0%)	2,776 (52.1%)
販 売 管 理 費 (売 上 比)	2,701 (38.8%)	2,415 (45.3%)
営 業 利 益 (営 業 利 益 率)	710 (10.2%)	361 (6.8%)

期末店舗数

	05/9	05/2
メンズファッショントリイ	33	34
トリイスクエア	3	3
サイズマックス	1	1
合 計	37	38

※トリイは、05/9期は3月から9月までの7ヵ月の変則決算。
前期は3月から8月までの6ヵ月分の数値を算出。

下期の重点的取組み

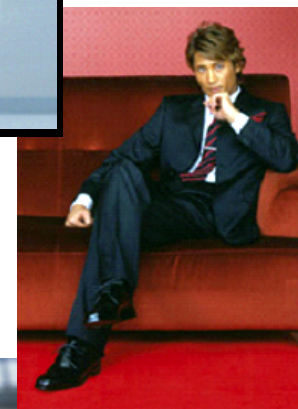
増収と既存店営業利益率10%以上を
継続的に確保できる時代に合った業態への進化

■ 新規出店

- ◆ 北海道、東北、中京エリアでの拡大、および首都圏深耕
- ◆ 営業利益率10%以上を確保できる店舗開発

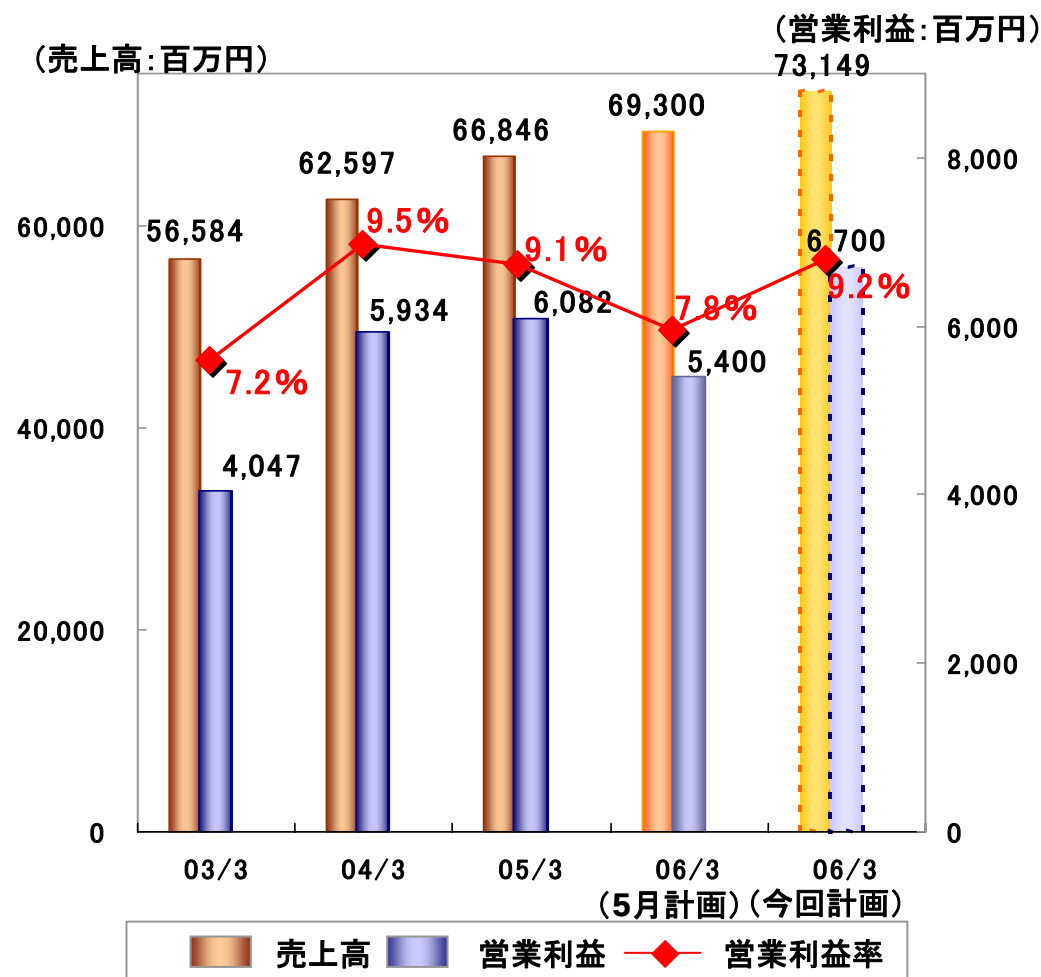
■ 既存店

- ◆ 旧トリイ及びゼビオ顧客様のMPA顧客化
- ◆ スタイルング提案の強化(販売員教育・売場作り・演出提案力の強化)
- ◆ ファッション商品の展開
- ◆ ターゲットを明確にした販促企画の実施
 - 団塊世代へのお洒落カジュアルの提案強化・・・役所広司
 - 団塊Jr世代への仕事ウェアの提案強化・・・新庄剛志
 - 特定マーケットに向けたセット提案強化・・・上戸彩
- ◆ 新物流体制の構築による店舗オペレーションの改善
- ◆ 分配率管理による経費コントロールの継続実施



今期(連結)の収益見通し

通期も、増収と売上総利益率の向上により増益見込み



※03/3、04/3の売上高、営業利益はキッズ部門を除く

■ 売上高: 前期比 109.4%

- ◆ 新規出店22店舗予定(上半期10、下半期12)
- ◆ 譲受け10店舗(上半期10)
- ◆ 既存店売上高: $\Delta 0.9\%$

■ 営業利益: 前期比 110.2%

- ◆ 売上総利益率 55.4% (05/3 55.2%)
- ◆ 販売管理費の増加: 前期比109.8%
 - ・新規出店・既存店リニューアルに伴う経費増
 - ・トリイからMPAへの転換に伴う経費増
 - ・セビオ(株)からMPAへの転換に伴う経費増
 - ・新キャラクター(新庄剛志)起用による経費増

今後の事業環境の変化に対する認識

市場の動向

- ◆デフレマーケットからインフレーションマーケット（新付加価値の創造）
- ◆2007年度問題の団塊世代に向けたカジュアル市場の拡大

消費者の動向

- ◆団塊ジュニアの職場における服装のカジュアル化の浸透
- ◆さらなる価格の二極化傾向
（日常生活の中で『男性の本物志向』が求められつつある）
- ◆団塊世代のライフスタイルシーンに合わせたファッション衣料へのニーズの高まり
- ◆クールビズの浸透による、メンズファッションへの感心度の高まり

競合の動向

- ◆郊外型紳士服専門店の優勝劣敗の鮮明化（出店の加速及びM&A）
- ◆カジュアル衣料への取組み強化
- ◆高品質・高付加価値商品の開発並びにブランド開発
- ◆顧客志向重視へ加速
－「脱・ベーシック」
- ◆WEB・IN通販への取組み強化

売上高の持続的拡大に向けての戦略

1. 市場シェアの拡大

- ◆ 新たな市場へのエリア拡大及び首都圏深耕
→北海道・東北エリア拡大及び年間20～30店舗出店
- ◆ 団塊ジュニアへの細、ピタ！デザインスーツ提案強化
→新庄氏起用のTVCFにより新規客数アップ
オリヒカの売れ筋をMPAにてマス化

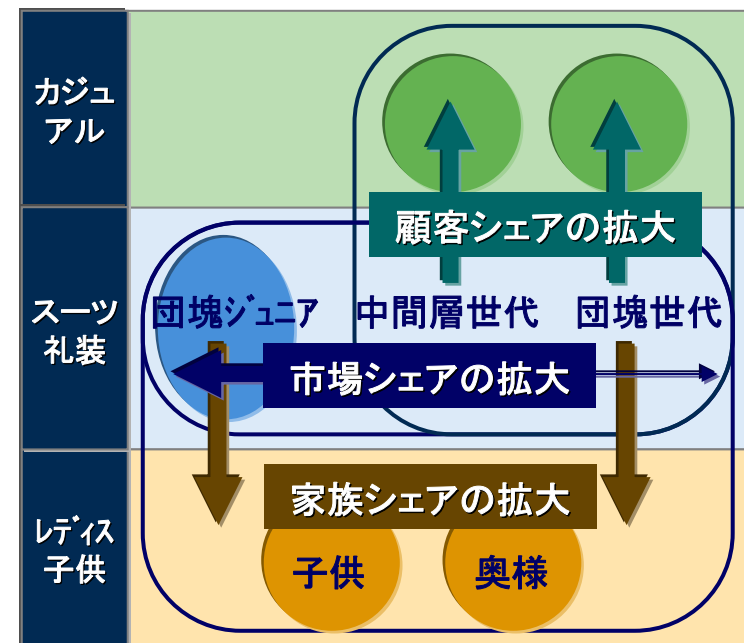
2. 顧客シェアの拡大

- ◆ 団塊世代の生涯顧客化→スタイリスト制度導入により固定客数(※)3%アップ
- ◆ 35～55才のお客様に向けたテーラードカジュアル提案
(ジャケットスタイリング)→新しいマーケットの期待

3. 家族シェアの拡大

- ◆ 奥様へのフォーマル・お嬢様へのパーソナルオーダー
スーツ提案などのご家族に向けたラインロビング
- ◆ ご子息様へのアプローチ強化(リクルート・フレッシュマン)

3つのシェアの拡大



(※)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

「団塊ジュニア・中間層世代・団塊世代」あらゆる世代の顧客化推進

継続的な利益成長に向けての事業方針

付加価値の向上と徹底した経費コントロールの継続

■ 営業利益率の向上

- ◆ 付加価値の向上：売上総利益率アップ
 - 「高級化」でなく「高質化」
 - 商品とサービスのハイグレードなバランス
- ◆ 分配率管理による経費の継続的なコントロール
 - 販促媒体の効率的使用の継続
 - RFM分析の精度アップによる販促効率アップ
 - 店舗作業の効率化・標準化
 - 賃料減額交渉の継続実施
 - 契約満了に伴う契約内容の更新・折衝

	05/3 実績	06/3 見込み
売上総利益	55.2%	55.4%
販促分配率	13.0%	13.8%
労働分配率	29.4%	28.5%
不動産分配率	20.8%	17.9%
営業利益率	9.1%	9.2%

※不動産分配率は、賃借料÷売上総利益高で算出。

新たな市場へのエリア拡大及び首都圏深耕

■ 新たな市場へのエリア拡大

- ◆ 06/3下期の重点エリア：
 - 北海道、東北、中京エリア
- ◆ 中核都市への大型店出店
(990㎡～1,500㎡)

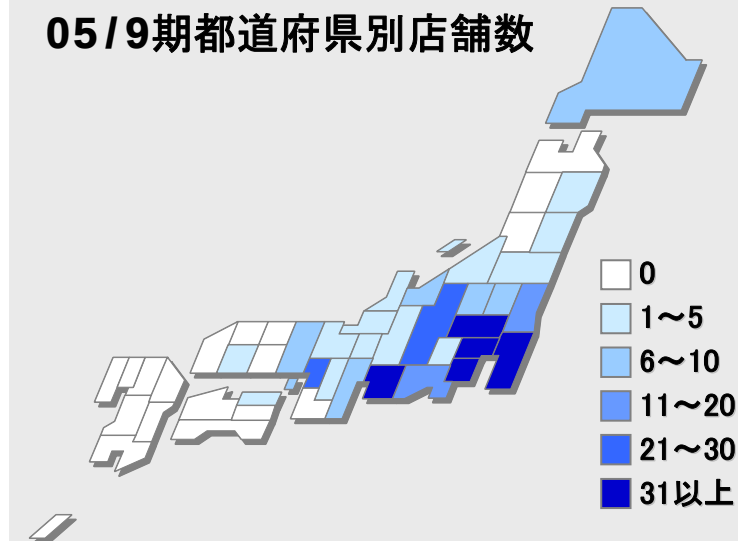
■ さらなる首都圏深耕

- ◆ 都心及び都下6県への積極出店

■ 営業利益率10%以上を確保できる 店舗開発

- ◆ 新築・居抜・ビルイン・SCテナント
への新プロトタイプでの出店

05/9期都道府県別店舗数



06/3期出店／閉店の実績と計画

		上期	下期	年間
ア オ キ	出 店	10	12	22
	譲受け(ゼビオ)	10		10
	合併(トリイ)		37	37
	閉 店	2	0	2
	期 末	294	343	343
オ リ ヒ カ	出 店	0	2	1
	期 末	17	18	18
ト リ イ	期 末	37	—	—
連 結 合 計	期 末	348	361	361

補足資料



2006/3期中間 営業実績(連結)

(単位: 百万円)

	05/9期実績	百分比(%)	05/9期計画	百分比(%)	04/9期実績	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売 上 高	48,135	100.0	44,620	100.0	42,035	100.0	6,100	114.5
ファッション	32,782	100.0	30,300	100.0	29,769	100.0	3,012	110.1
アニヴェルセル・ブライダル	7,763	100.0	7,412	100.0	7,091	100.0	672	109.5
エンターテイメント	7,531	100.0	6,912	100.0	5,174	100.0	2,356	145.5
売 上 総 利 益	21,433	44.5	21,420	48.0	20,624	49.1	809	103.9
ファッション	17,967	54.8	16,720	55.2	16,378	55.0	1,589	109.7
アニヴェルセル・ブライダル	2,127	27.4	3,785	51.1	3,798	53.6	△1,670	56.0
エンターテイメント	1,331	17.7	924	13.4	446	8.6	884	298.1
販 売 管 理 費	18,411	38.3	20,320	45.5	18,777	44.7	△366	98.1
ファッション	16,377	50.0	16,312	53.8	15,020	50.5	1,356	109.0
アニヴェルセル・ブライダル	1,416	18.2	3,404	45.9	3,189	45.0	△1,773	44.4
エンターテイメント	596	7.9	634	9.2	618	12.0	△21	96.5
営 業 利 益	3,022	6.3	1,100	2.5	1,846	4.4	1,175	163.7
ファッション	1,590	4.9	408	1.3	1,360	4.6	230	117.0
アニヴェルセル・ブライダル	711	9.2	381	5.1	608	8.6	102	116.8
エンターテイメント	735	9.8	290	4.2	△171	—	906	—
経 常 利 益	3,453	7.2	1,470	3.3	2,164	5.1	1,288	159.5
中 間 純 利 益	492	1.0	△1,130	—	1,358	3.2	△865	36.3
1 株 当 た り 中 間 純 利 益	10.74	—	—	—	29.84	—	△19.10	—
期 末 発 行 済 株 式 総 数	45,862千株	—	—	—	45,669千株	—	193千株	—

- (注) 1. 1株当たり中間純利益は、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. アニヴェルセル・ブライダル事業の05/9期の販売管理費は売上原価への振替え(2,018百万円)後の金額です。
3. 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)

2006/3期中間 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位: 百万円、%)

科目	05/9期実績				前期比				04/9期実績			
	全社	ファッショ ン	AVS・ ブライダル	エンター テイメント	全社	ファッショ ン	AVS・ ブライダ ル	エンター テイメン ト	全社	ファッショ ン	AVS・ ブライダ ル	エンター テイメン ト
広告宣伝費	2,678	2,260	352	63	111.6	116.6	97.5	64.2	2,399	1,939	360	99
人件費	5,840	6,008	436	278	95.2	110.6	34.8	92.2	6,136	5,432	1,253	301
賃借料	3,907	3,847	17	35	90.9	99.5	4.2	106.7	4,298	3,868	419	33
減価償却費	945	846	78	10	80.1	102.1	23.1	127.5	1,180	829	342	8

(注) 1. AVSはアニヴェルセルです。

2. アニヴェルセル・ブライダル事業の05/9期の各科目は、売上原価への振替え後(人件費836百万円、賃貸料406百万円、減価償却費246百万円)の金額です。

3. 全社は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。

2006/3期 通期計画(連結)

(単位:百万円)

	06/3期計画	百分比(%)	05/3期実績	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売上高	104,500	100.0	92,870	100.0	11,629	112.5
ファッション	73,149	100.0	66,846	100.0	6,302	109.4
AVS・ブライダル	15,769	100.0	14,541	100.0	1,227	108.4
エンターテイメント	15,215	100.0	11,481	100.0	3,733	132.5
売上総利益	47,386	45.3	45,768	49.3	1,617	103.5
ファッション	40,522	55.4	36,897	55.2	3,624	109.8
AVS・ブライダル	4,223	26.8	7,701	53.0	△3,478	54.8
エンターテイメント	2,429	16.0	1,175	10.2	1,253	206.6
販売管理費	38,246	36.6	38,788	41.8	△542	98.6
ファッション	33,822	46.2	30,815	46.1	3,006	109.8
AVS・ブライダル	2,976	18.9	6,571	45.2	△3,595	45.3
エンターテイメント	1,260	8.3	1,478	12.9	△218	85.2
営業利益	9,140	8.7	6,980	7.5	2,159	130.9
ファッション	6,700	9.2	6,082	9.1	617	110.2
AVS・ブライダル	1,247	7.9	1,129	7.8	117	110.4
エンターテイメント	1,163	7.6	△302	—	1,465	—
経常利益	9,850	9.4	7,808	8.4	2,041	126.1
当期純利益	3,800	3.6	3,128	3.3	671	121.5
1株当たり 当期純利益	82.46	—	67.45	—	15.01	—
期末発行済 株式総数	46,082千株	—	45,587千株	—	495千株	—

(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. アニヴェルセル・ブライダル事業の06/3期の販売管理費は、売上原価への振替え(4,050百万円)後の金額です

2006/3期計画 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位: 百万円、%)

科目	06/3期計画				前期比				05/3期実績			
	全社	ファッショ ン	AVS・ ブライダル	エンター テイメント	全社	ファッショ ン	AVS・ ブライダ ル	エンター テイメン ト	全社	ファッショ ン	AVS・ ブライダ ル	エンター テイメン ト
広告宣伝費	6,647	5,610	850	180	114.6	116.8	106.5	92.6	5,798	4,804	798	195
人件費	13,143	11,550	877	621	93.9	106.4	34.7	99.0	13,997	10,851	2,524	627
賃貸料	7,419	7,250	71	58	86.3	94.5	7.5	100.6	8,597	7,676	947	58
減価償却費	2,028	1,850	152	21	81.6	105.3	21.4	108.7	2,486	1,757	709	19

(注) 1. AVSはアニヴェルセルです。

2. アニヴェルセル・ブライダル事業の06/3期の各科目は、売上原価への振替え後(人権費 1,748百万円、賃借料 877百万円、減価償却費 519百万円)の金額です。

3. 全社は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06/3期上半期実績】

(1)ファッション事業(単体)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
06/3期	△0.6	△3.9	△4.9	4.6	1.2	0.1	△1.4		
05/3期	△2.5	7.5	1.1	△9.8	2.7	△5.9	△4.2	△4.1	△3.6

(2)ファッション事業(単体)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	06/3期	9.7	6.7	8.3	15.5	7.3	10.6	5.7		
	05/3期	4.9	11.5	6.1	2.8	15.0	△6.6	△4.2	1.6	3.1
客単価	06/3期	△9.4	△9.9	△12.2	△9.4	△5.7	△9.5	△6.8		
	05/3期	△7.1	△3.6	△4.7	△12.3	△10.7	0.7	0.0	△5.6	△6.4

(3)ファッション事業(単体)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	06/3期	40.9	96.8				
	05/3期	42.3	95.9	55.4	101.1	97.7	98.8
販売 単価	06/3期	24.6	99.6				
	05/3期	24.7	99.2	23.9	97.2	24.2	98.4

(5) ファッション事業(連結)の商品別売上状況

(単位:百万円)

	06/3期 上半期 実績	(%) 百分比	06/3期 上半期 計画	(%) 百分比	05/3期 上半期 実績	(%) 百分比	対前年増減	(%) 対比
重衣料	17,299	52.7	16,887	55.7	16,686	56.0	612	103.7
中衣料	4,266	13.0	3,724	12.3	3,650	12.3	615	116.9
軽衣料	10,329	31.5	8,896	29.4	8,637	29.0	1,691	119.6
その他	887	2.7	793	2.6	795	2.7	91	111.6
計	32,782	100.0	30,300	100.0	29,769	100.0	3,012	110.1

(6) ファッション事業(連結)期中平均売場面積の推移

(単位:m²)

05/9期	04/9期	対前期増減	対比(%)
206,068(34,354)	197,668(37,779)	8,400	104.2

※()内書きはメンズのうち、トリイの数字を表示しています。

(7) ファッション事業(連結)の都道府県別店舗数の推移

(単位:店)

	05/9期			05/3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	6		9	3
宮城県			2	2
岩手県	2		2	—
福島県	2		2	—
茨城県	1		11	10
栃木県			7	7
群馬県			7	7
埼玉県	2		43	41
千葉県	1		37	36
東京都	2		44	42
神奈川県	1		38	37
新潟県			5	5
富山県			6	6
石川県			5	5
福井県			2	2
山梨県			5	5
長野県	1		22	21
静岡県			13	13
岐阜県			5 (5)	5 (5)
愛知県	1	2	34 (25)	35 (25)
三重県		1 (1)	9 (6)	10 (7)
滋賀県			3	3
京都府			2	2
大阪府	1		21 (1)	20 (1)
兵庫県			9	9
奈良県			1	1
広島県			3	3
香川県			1	1
合計	20	3 (1)	348 (37)	331 (38)

※()内書きはメンズの内、トリイを表示しております。

【ご参考:ファッション事業06/3期計画(単体)】

(1)ファッション事業(単体)の既存店増収率

(単位:%)

	上半期	下半期	通期
06/3期(計画)	△ 0.6	△ 1.2	△ 0.9
05/3期	△ 2.5	△ 4.1	△ 3.6

(注)1. トリイの上半期の実績は参考にならない(05/3期 6ヶ月、06/3期 7ヶ月、閉店セールの実施)ため、単体の数値(トリイ除く)を記載しております。

2. 06/3期下半期はトリイとの合併のため、トリイを含めております。

3. 05/3期は単体(トリイ除く)の数値を記載しております。

(2)ファッション事業(単体)の客数・客単価の増加率(全店)

(単位:%)

		上半期	下半期	通期
客数	06/3期(計画)	9.7	5.1	7.2
	05/3期	4.9	1.6	3.1
客単価	06/3期(計画)	△ 9.4	△ 6.0	△ 7.6
	05/3期	△ 7.1	△ 5.6	△ 6.4

(注)1. トリイの上半期の実績は参考にならない(05/3期 6ヶ月、06/3期 7ヶ月、閉店セールの実施)ため、単体の数値(トリイ除く)を記載しております。

2. 06/3期下半期はトリイとの合併のため、トリイを含めております。

3. 05/3期は単体(トリイ除く)の数値を記載しております。

(3) ファッション事業(連結)の商品別売上計画

(単位:百万円)

	06/3期 計画	(%) 百分比	05/3期 実績	(%) 百分比	対前年増減	(%) 対比
重衣料	39,619	54.2	38,071	56.9	1,547	104.1
中衣料	8,436	11.5	7,266	10.9	1,169	116.1
軽衣料	23,168	31.7	19,831	29.7	3,336	116.8
その他	1,926	2.6	1,676	2.5	249	114.9
計	73,149	100.0	66,846	100.0	6,302	109.4