



2012年3月期 決算説明会

2012年5月24日
株式会社AOKIホールディングス



AOKI



ORHICA



ANNIVERSAIRE



目 次

AOKIグループの事業ポートフォリオ経営	3	経営効率指標	38
事業ポートフォリオを構成する3事業	4	2013年3月期の見通し	39
事業ポートフォリオ経営の進化	5	成長に向けての取組み	40
2012年3月期 業績の概要	10	エンターテイメント事業—実績と見通し	42
連結損益の状況	11	展開する施設:カラオケルーム	43
事業別売上高・営業利益実績	12	2012年3月期業績の概要:カラオケルーム	44
連結貸借対照表の主な増減	13	既存店の状況:カラオケルーム	45
連結キャッシュ・フロー計算書	14	2013年3月期の見通し:カラオケルーム	46
出退店実績	15	さらなる進化を求めて:カラオケルーム	47
2013年3月期 業績予想	16	展開する施設:複合カフェ	48
連結損益の見通し	17	2012年3月期業績の概要:複合カフェ	49
事業別売上高・営業利益見通し	18	既存店の状況:複合カフェ	50
出退店の見通し	19	2013年3月期の見通し:複合カフェ	51
ファッション事業—実績と見通し	20	さらなる進化を求めて:複合カフェ	52
2012年3月期業績の概要	21	補足資料	53
既存店売上高増収率・客数・客単価の推移	22	2012年3月期 連結営業実績	54
AOKI:2012年3月期の取組み及び実績	23	2012年3月期 主要経費の内訳	55
ORIHICA:2012年3月期の取組み及び実績	25	2013年3月期 第2四半期 連結業績見通し	56
2013年3月期の見通し	26	2013年3月期 連結業績見通し	57
AOKI:2013年3月期に向けた取組み	27	2013年3月期 主要経費の内訳	58
ORIHICA:2013年3月期に向けた取組み	30	ご参考:ファッション事業2012年3月期 実績	59
AOKIが生み出す新しいマーケット	31	ご参考:ファッション事業2013年3月期 計画	62
アニヴェルセル・ブライダル事業—実績と見通し	34	ご参考:エンターテイメント事業2012年3月期 実績	63
業界動向と業界におけるポジション	35	ご参考:エンターテイメント事業2013年3月期 計画	66
2012年3月期業績の概要	37		

AOKIグループの 事業ポートフォリオ経営について

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。スーツから、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・ビジネススタイルを提案。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

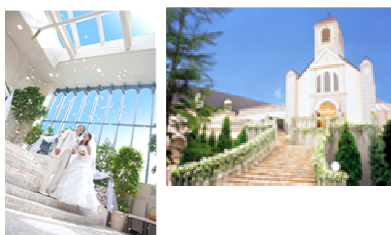
ゲストハウスウェディングを中心に、お客様の人生の中で最も輝くウェディングシーンを演出。

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ェディングの一大ブランド。

アニヴェルセル



全国12カ所に展開する、花と緑に囲まれたヨーロッパアンティストのチャペルとガーデンを備えたゲストハウスウェディング施設。「自分らしいウェディング」というお客様の要望を最大限に実現。

エンターテインメント事業

“楽しさ、くつろぎ”を提供する

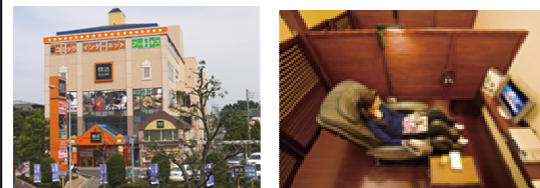
楽しさ、くつろぎ、ゆとりに満ちた心豊かな時間と空間を多彩な分野、スタイルで提供。複合カフェの快活クラブは業界で売上高トップ。

カラオケルーム: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VIPルーム)。

複合カフェ:快活CLUB

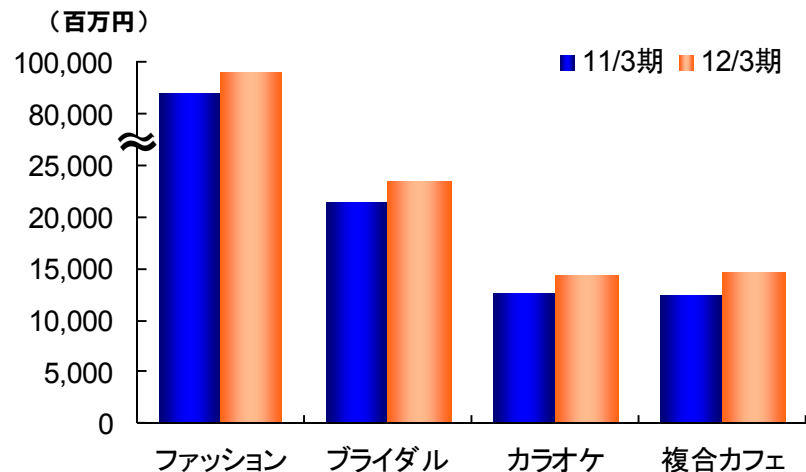
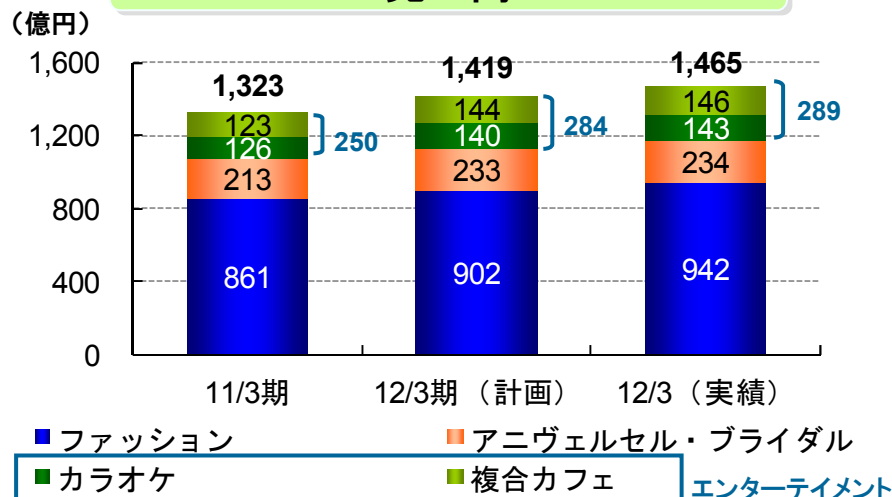


バリ島の雰囲気をもとに“癒し”を提供する複合カフェ。一人で静かに休みたい、気分転換をしたいという方に快適な空間を提供。横浜北山田店では、フィットネス、カラオケスペース、シミュレーションゴルフ練習場も展開。

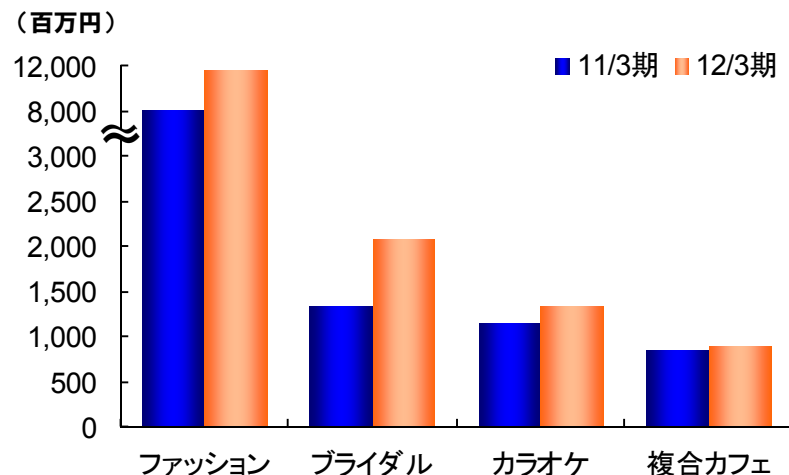
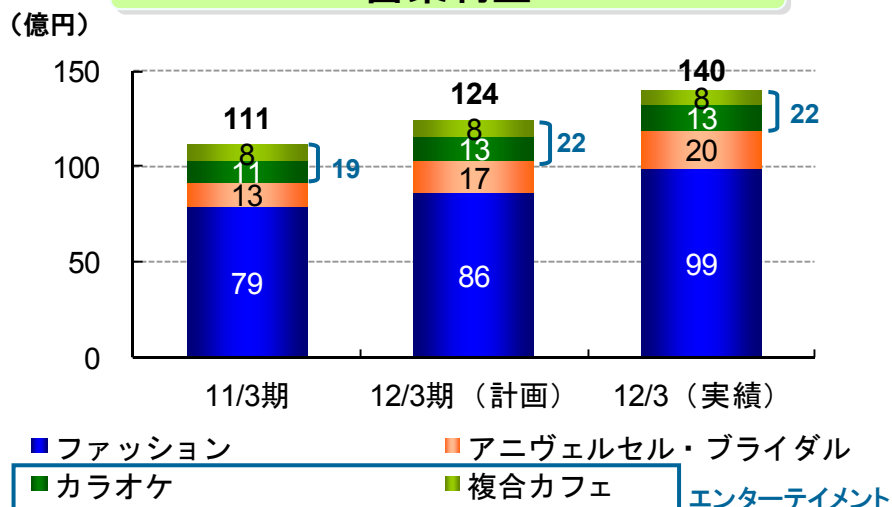
2012年3月期連結決算報告

各事業で増収増益を達成、グループとして過去最高益を更新

売上高



営業利益



各事業の業界動向

事業セグメント (ブランド)	カテゴリー	創業時期	現状のポジション	業界の状況
ファッション (AOKI、ORIHICA)	AOKI	1958年:創業以来の旗艦事業	業界第2位	・市場は成熟度高い ・消費や社会トレンドなど常に変化あり
	ORIHICA	2004年:ショッピングセンターへ出店	SC内で確固たる地位	
アニヴェルセル・ ブライダル (アニヴェルセル)	ゲストハウス ウェディング	1998年:グループ内でブライダル事業スタート、 アニヴェルセル表参道開業 2002年:ゲストハウスウェディングの草分け的 存在のアニヴェルセル(株) (旧(株)ラヴィス)を子会社化	ゲストハウスウェディング 業界第3位 (挙式披露宴施設として は第4位)	・ゲストハウスウェディングのシェアは 年々上昇
エンターテインメント (コート・ダジュール、 快活CLUB)	カラオケ	1998年:グループ内で直営カラオケ「コート・ ダジュール」がスタート	業界第5位	・市場規模、参加人口は横ばい傾向だが、 文化として根付いている。
	複合カフェ	2003年:グループ内で直営複合カフェ「快活 CLUB」がスタート	業界トップ	・高い成長ポテンシャル

全事業に共通するAOKIグループのDNA

- ◆ 事業モデルを確立したうえで、多店舗展開によって収益を拡大するチェーン展開ノウハウ
- ◆ 顧客満足・感動が経営目標。この目標のために、商品・サービスの質に徹底してこだわる
- ◆ 単純な商品販売ではなく、生活のステージに最適のスタイルを提案
- ◆ チェーン展開によって規模の成長を可能にする一方で、人材育成を徹底し、クオリティの向上を同時に実現させる

AOKIグループが創造してきたブランド、マーケット

事業セグメント	カテゴリー	ターゲット	市場の特徴	グループとしての差別化
ファッション	ORIHICA	20-40代、SCに来館する メンズ&レディス	ショッピングセンターに来館されるお客様 を誘導する魅力的な品揃えと立地が鍵	AOKIで培ったスタイリング提案、商品提供力
	CAFÉ SOHO	・30-60代の35-45歳の 感性「大人ノンエイジ」 ・30-40代のジャケット+ スラックスのビジネス スタイル	社会変化とともに急速に拡大を始めた 市場	スーツ事業で獲得した顧客層、オフィスのカジュアル 化への適確なジャケット、スラックスを中心としたス タイリング提案
	レディス	・フレッシャーズ、オフィス 向けスーツスタイル ・幅広い年代のフォーマル ウェア	初スーツ組の囲い込みと、女性の感性に 訴えるデザインと機能が鍵	レディス専属のデザイナー小川彰子氏監修の、360 度キレイに見えるデザインと、スーツ事業で培った 機能性を付与
アニヴェルセル・ ブライダル	アニヴェルセル	ハウスウェディング	少子化の中でも成長を見せるカテゴリー。 たった一度のハレの日を託せる最高のブ ランドイメージが成功の鍵	アニヴェルセル表参道で確立したブランドイメージ、 徹底した社員教育とノウハウ共有による“人財”
エンターテイメント	コート・ダジュール	カラオケから、 あらゆる集まりの場へ	カラオケ自体は徐々に成熟化、一方でカ ラオケ施設の利用価値が時代の変化と ともに拡大の兆候	AOKIグループで培った好立地の確保ノウハウ、 徹底した社員教育
	快活CLUB	個別の寛ぎを 欲するお客様	依然として拡大の可能性が続く、社会の 防犯意識が高まり、都心のコンプラ体制 の低い店舗は淘汰の方向に	業界他社と異なり「直営」のみ、徹底した教育を受 けた社員が業務に従事、高いコンプライアンス体制

各事業が目指す今後の『進化』

事業セグメント	進化のテーマ	現実化しつつある対応
ファッション	《適者生存》 ・環境変化への対応と差別化の徹底	機能性商品へのさらなる追求 CAFÉ SOHOという「新マーケット」創造 レディス市場の開拓
アニヴェルセル・ ブライダル	《事業の本質強化》 ・ブランドイメージのさらなる構築	「みなとみらい」施設への大型投資、 新たな成長のスプリングボードへ
カラオケ	《価値の拡大》 ・時代のニーズに即応して、カラオケ 施設の利用価値が多方面に拡大	各種ビジネスミーティングへの利用 IT技術を駆使したコミュニケーションスペース
複合カフェ	《時代の変化が成長を加速》 ・依然として続くマーケット成長 ・時代の変化が成長するチェーンを 選別	コンプライアンスの徹底 オンライン娯楽施設 ゲーム仲間の集うオンラインカフェ

AOKIグループとしての経営指標ターゲット

AOKIグループは中期的な目標として
以下の経営指標の実現を目指してまいります

<2009/3期>

指標	水準
営業利益率	7.3%
総資本経常利益率	6.9%
1株当り当期純利益	73.28円

<2012/3期>

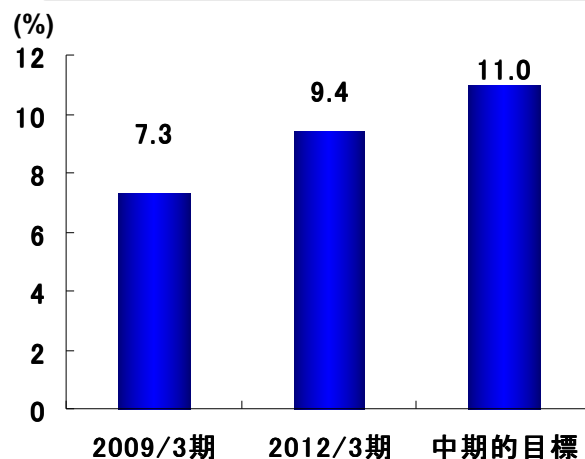
指標	水準
営業利益率	9.4%
総資本経常利益率	8.5%
1株当り当期純利益	167.07円

<中期的目標>

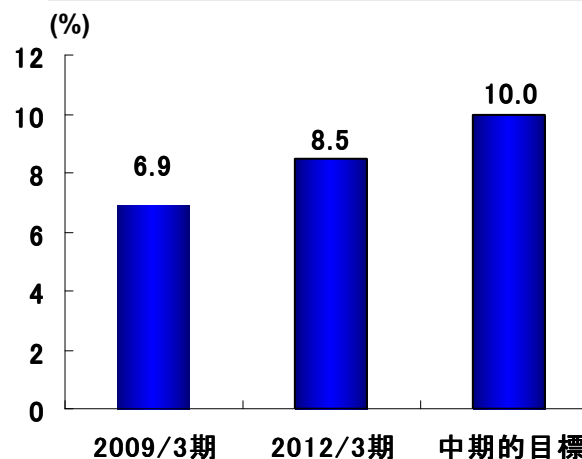
指標	水準
営業利益率	11%
総資本経常利益率	10%
1株当り当期純利益	250円

総資本経常利益率(ROA) = (経常利益/総資産) × 100(%)

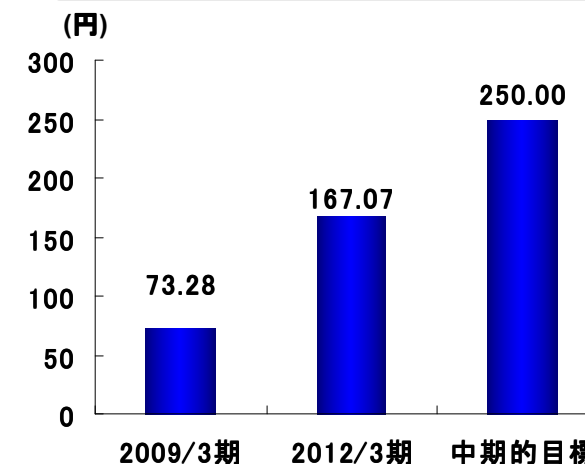
営業利益率



ROA



EPS



2012年3月期

業績の概要

連結損益の状況

(単位:百万円)

科目／期別	11/3期	12/3期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	132,561	146,591	14,030	110.6	ファッション、エンターテインメントの既存店増収と各事業の新店が寄与
売上総利益 売上総利益率	62,429 47.1%	68,902 47.0%	6,472 △0.1ポイント	110.4	ファッションで△0.1ポイント、複合カフェで△0.7ポイント、ブライダル、カラオケは改善
販売費・一般管理費	51,476	55,135	3,659	107.1	各事業の新店経費増、販管費比率は1.2ポイント改善
営業利益 営業利益率	10,952 8.3%	13,766 9.4%	2,813 +1.1ポイント	125.7	特にファッション、ブライダルが貢献大
営業外収益	2,535	2,396	△139	94.5	
営業外費用	1,430	1,577	147	110.3	
経常利益	12,057	14,584	2,527	121.0	
特別利益	31	241	210	770.9	新株予約権戻入益241百万円の増加
特別損失	5,566	1,176	△4,389	21.1	減損損失の減少と、資産除去債務の影響額、災害による損失の減少
当期純利益	3,575	7,087	3,512	198.3	

- ◆ 減価償却額: 5,983百万円(内リース資産 1,184百万円含む)
- ◆ 既存店売上高増収率 ファッション +5.1 % カラオケ +6.4% 複合カフェ +7.2%

事業別売上高・営業利益実績

事業別売上高

(単位:百万円)

事業	11/3期	12/3期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	132,561	146,591	14,030	110.6	
ファッション	86,193	94,252	8,059	109.4	既存店の増収と新店の寄与
アニヴェルセル・ブライダル	21,375	23,437	2,061	109.6	新店アニヴェルセル豊洲の寄与
エンターテイメント(トータル)	25,019	28,930	3,911	115.6	
(内)カラオケ	12,657	14,313	1,655	113.1	既存店の増収と新店の寄与
(内)複合カフェ	12,361	14,617	2,255	118.2	既存店の増収と新店の寄与

事業別営業利益

(単位:百万円)

事業	11/3期	12/3期	増減	対比(%)
計	10,952	13,766	2,813	125.7
ファッション	7,985	9,982	1,997	125.0
アニヴェルセル・ブライダル	1,344	2,086	741	155.1
エンターテイメント(トータル)	1,985	2,225	240	112.1
(内)カラオケ	1,138	1,338	199	117.5
(内)複合カフェ	846	887	40	104.8
セグメント間取引等	△362	△528	△165	-

連結貸借対照表の主な増減

(単位:百万円)

科目／期別	11/3期	12/3期	増減	主な増減要因
流動資産	44,583	52,924	8,340	
現金・預金	18,249	23,108	4,858	当期純利益等による増加
たな卸資産	15,279	16,058	778	
固定資産	121,497	123,854	2,357	
有形固定資産	81,494	83,055	1,560	新規出店等による増加
無形固定資産	4,021	4,897	876	
投資その他の資産	35,981	35,902	△79	
資産合計	166,081	176,779	10,698	
流動負債	31,524	37,425	5,900	
支払手形・買掛金	11,163	15,053	3,890	前期に一部支払方法変更による減少
固定負債	35,121	35,359	238	
長期借入金	23,575	24,057	482	長期借入70億円と返済が相殺され増加
負債合計	66,645	72,784	6,138	
資本金	23,282	23,282	—	
資本剰余金	24,788	22,586	△2,201	自己株式の消却による減少
利益剰余金	57,987	63,252	5,264	当期純利益等による増加
自己株式	△7,080	△5,532	1,548	自己株式の取得100万株、消却250万株
その他有価証券評価差額金	△198	1	199	
新株予約権	655	405	△250	
純資産合計	99,435	103,994	4,559	
負債純資産合計	166,081	176,779	10,698	

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目／期別	11/3期	12/3期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	13,255	17,274	4,019	税金等調整前当期純利益の増加 売上債権・棚卸資産と仕入債務の増加
投資活動による キャッシュ・フロー	△10,346	△9,044	1,302	有形固定資産取得の減少 2,898百万円 無形固定資産取得の増加 △719百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,656	△3,371	△1,714	長期借入の減少 △8,000百万円 長期借入金返済の減少 1,231百万円 短期借入金の返済の減少 6,000百万円 自己株式の取得増加 △1,194百万円
現金及び現金同等物の 増減額	1,252	4,858	3,606	
期首残高	16,997	18,249	1,252	
期末残高	18,249	23,108	4,858	

出退店実績

(単位:店、百万円)

セグメント	店舗名	11/3期			12/3期		
		期末店舗数	出店	退店	期末店舗数	出店	退店
ファッション	AOKI	427	4	8	440	16	3
	ORIHICA	70	21	3	91	25	4
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	12	—	—	13	1	—
カラオケ	コート・ダジュール	126	16	8	132	9	3
複合カフェ	快活CLUB他※	152	21	2	172	20	—
合 計		787	62	21	848	71	10
設 備 投 資 額		12,429			9,723		

※ 快活フィットネスクラブ含む

設備投資額内訳:

12/3期 ファッション 4,144、アニヴェルセル・ブライダル 1,247、カラオケ 1,564、複合カフェ 2,557
 11/3期 ファッション 2,319、アニヴェルセル・ブライダル 2,514、カラオケ 2,672、複合カフェ 2,052

2013年3月期 業績予想

連結損益の見通し

(単位:百万円)

科目／期別	12/3期	13/3期 予	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	146,591	154,900	8,308	105.7	各事業の新規出店85店舗が寄与
売上総利益 売上総利益率	68,902 47.0%	73,560 47.5%	4,657 +0.5ポイント	106.8	ファッションで+0.3ポイント、 ブライダルで+4.1ポイント改善
販売費・一般管理費	55,135	58,960	3,824	106.9	各事業の新規出店の経費増
営業利益 営業利益率	13,766 9.4%	14,600 9.4%	833 -	106.1	
営業外収益	2,396	2,050	△346	85.6	
営業外費用	1,577	1,300	△277	82.4	
経常利益	14,584	15,350	765	105.2	
特別利益	241	—	△241	—	
特別損失	1,176	1,800	623	153.0	主に減損損失
当期純利益	7,087	7,700	612	108.6	

前提条件

- ◆ 減価償却額: 6,870百万円(内リース資産 1, 620百万円含む)
- ◆ 既存店売上高増収率 ファッション:上期 +1.8% 下期 △1.2% 通期 0.0%
カラオケ :上期 +0.2% 下期 +0.1% 通期 +0.2% 複合カフェ:上期 +2.3% 下期 +0.6% 通期 +1.4%

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	12/3期	13/3期 予	増減	対比(%)
計	146,591	154,900	8,308	105.7
ファッション	94,252	98,800	4,547	104.8
アニヴェルセル・ブライダル	23,437	24,020	582	102.5
エンターテイメント(トータル)	28,930	32,100	3,169	111.0
(内)カラオケ	14,313	15,400	1,086	107.6
(内)複合カフェ	14,617	16,700	2,082	114.2

事業別営業利益

(単位:百万円)

事業	12/3期	13/3期 予	増減	対比(%)
計	13,766	14,600	833	106.1
ファッション	9,982	10,300	317	103.2
アニヴェルセル・ブライダル	2,086	2,400	313	115.0
エンターテイメント(トータル)	2,225	2,350	124	105.6
(内)カラオケ	1,338	1,350	11	100.9
(内)複合カフェ	887	1,000	112	112.7
セグメント間取引等	△528	△450	78	—

出退店の見通し

(単位:店、百万円)

セグメント	店舗名	12/3期			13/3期 予		
		期末店舗数	出店	退店	期末店舗数	出店	退店
ファッション	AOKI	440	16	3	460	25	5
	ORIHICA	91	25	4	105	15	1
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	13	1	—	13	—	—
カラオケ	コート・ダジュール	132	9	3	145	15	2
複合カフェ	快活CLUB他※	172	20	—	201	30	1
合 計		848	71	10	924	85	9
設 備 投 資 額		9,723			14,700		

※ 快活フィットネスクラブ含む

設備投資額内訳:

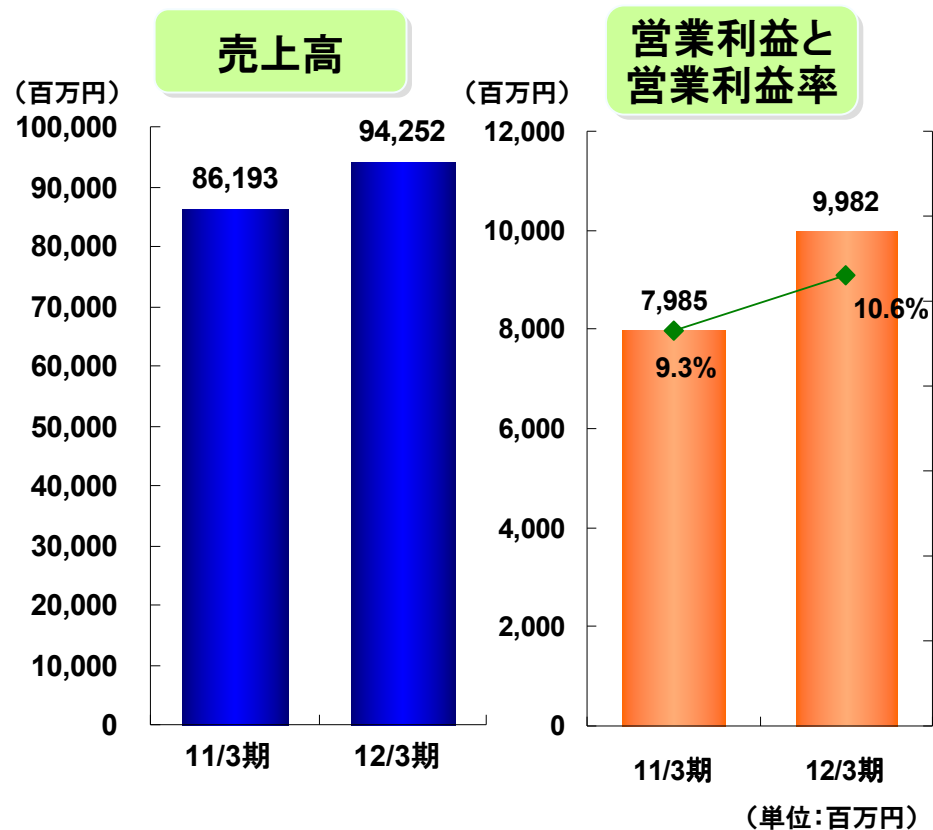
13/3期(予) ファッション 4,430、アニヴェルセル・ブライダル 4,980、カラオケ 1,840、複合カフェ 2,860

12/3期 ファッション 4,144、アニヴェルセル・ブライダル 1,247、カラオケ 1,564、複合カフェ 2,557

ファッション事業

2012年3月期実績と2013年3月期の見通し

既存店増収と新規出店の寄与で増収増益を達成



■ 売上高: 前期比 109.4%

◆ 既存店増収率 +5.1%

- 上半期: クールビズ関連商品
下半期: 核商品のスーツ、
リクルート・フレッシュズマーケット
年 間: レディス商品

◆ 新規出店

- AOKI: 16店舗
- ORIHICA: 25店舗

■ 営業利益: 前期比 125.0%

◆ 売上増収分で販管費比率が1.4ポイント改善

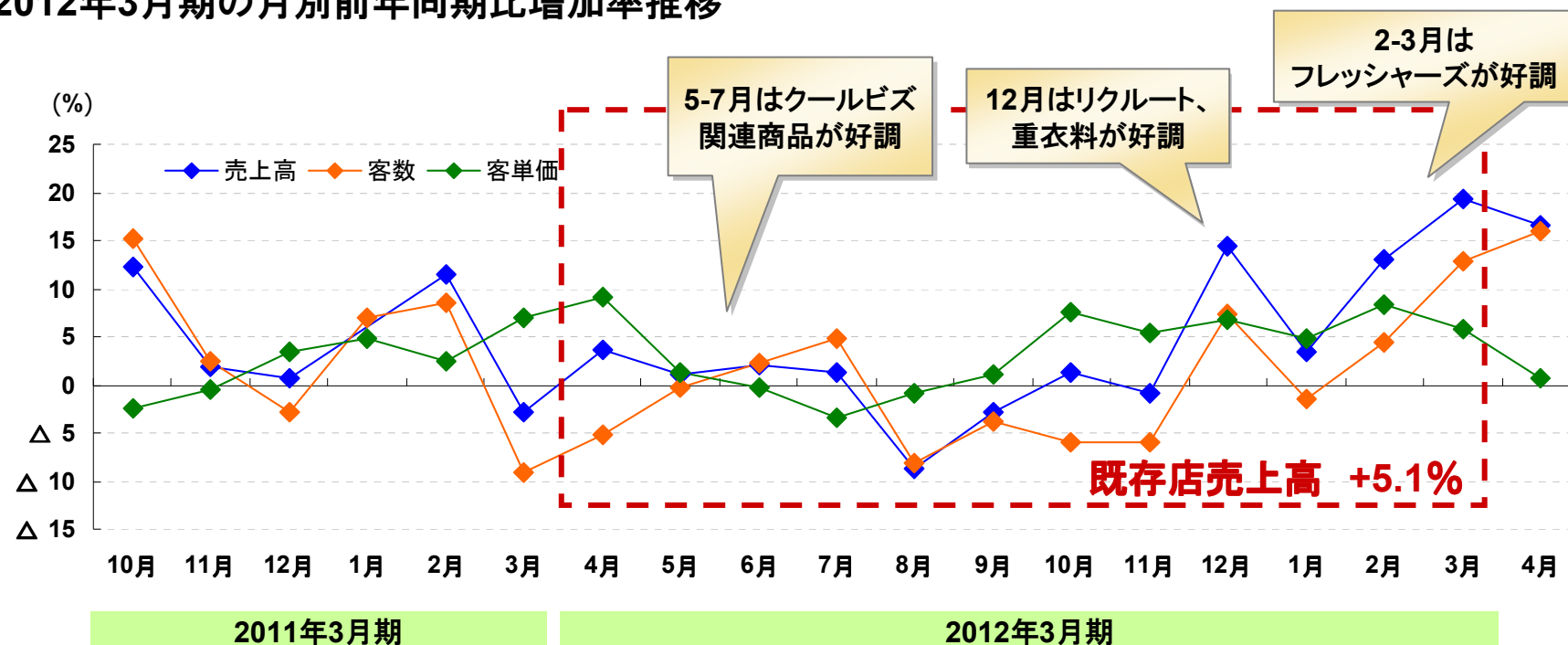
- 販管費比率: 50.1% (11/3期: 51.5%)

		12/3期	
		前期比%	売上比%
売上高	94,252	109.4	100.0
売上総利益	57,216	109.2	60.7
販売管理費	47,233	106.3	50.1
営業利益	9,982	125.0	10.6

既存店売上高増収率・客数・客単価の推移

客数確保と客単価上昇により既存店売上高は好調に推移

2012年3月期の月別前年同期比増加率推移



	11/4	11/5	11/6	11/7	11/8	11/9	11/10	11/11	11/12	12/1	12/2	12/3	通期	12/4
既存店売上高 (%)	+3.6	+1.1	+2.1	+1.2	△8.8	△2.8	+1.3	△0.8	+14.5	+3.4	+13.0	+19.3	+5.1	+16.6
客 数 (%)	△5.1	△0.2	+2.3	+4.8	△8.1	△3.8	△5.9	△5.9	+7.4	△1.4	+4.4	+12.8	+0.4	+15.9
客 単 価 (%)	+9.2	+1.2	△0.2	△3.5	△0.8	+1.1	+7.6	+5.4	+6.7	+4.9	+8.3	+5.8	+4.7	+0.6
平年気温との差異(℃)(東京)	-0.1	-0.4	+0.7	+1.5	+0.1	+1.3	+1.0	+1.6	-1.2	-1.3	-1.1	-0.6	-	0.0

AOKI:2012年3月期の取組み及び実績

商品・販促・演出・営業企画の連動により、既存店は増収
新たな出店形態へのチャレンジ含め16店舗出店

1 クールビズの強化

商品

品揃えの充実、
新商品の展開

販促

亀梨和也さんを
キャラクターとし提案

特にシャツ・スラックスが好調に推移
シャツ:

既存店売上高上半期前年同期比:
約110%

スラックス:

既存店売上高上半期前年同期比:
約110%

2 メンズスーツの強化

商品

3Dスマート(40代)、
3Dスリム(20~30代)を
核商品とした品揃え

販促

3Dスマートで新キャラク
ター東山紀之さんを起用

スーツ・フォーマルの販売着数の増
加とスーツ1品単価の上昇

	通期実績	前期比
着数 (スーツ+フォーマル)	1,755千着	103.9%
スーツの 平均単価	23,500円	101.3%

AOKI:2012年3月期の取組み及び実績

3 特定マーケット(リクルート・フレッシューズ)への提案強化

販促

- 2月前半からの早めの提案
(テレビ、チラシ、DM等)
- 新キャラクター剛力彩芽さんの起用



- リクルート:
ピークは例年より遅い11月～12月
既存店売上高前年比:約115%
- フレッシューズ:
例年より早い2月初旬から客数増
既存店売上高前年比:約115%

4 レディースマーケットへの提案強化

商品

- 機能性商品の充実
- 新デザイナー起用による商品構成強化

販促

- Can Camとのコラボレーション
- Web、チラシ、DM等の訴求強化



- 年間を通じて好調に推移
既存店売上高前年比:約140%
売上構成比:9.2%

5 新たな立地・形態による出店の実施

出店

- 都心近郊駅前
- オープンモール型ショッピングセンター
- 郊外型ローコストタイプ



- 年間16店舗を出店
都心近郊駅前:
高円寺店、吉祥寺店、中野店
オープンモール型SC:
東大阪ニトリSC店、横浜岡野サミットSC店
イオンタウン湖西SC店

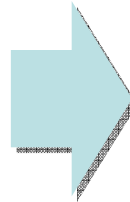
ORIHICA:2012年3月期の取組み及び実績

商品構成の磨き上げと積極的な新規出店により事業規模を拡大

1 ビジネススタイルのカジュアル化に対応した商品構成の磨き上げ

商品

- 幅広い年代のお客様への対応
- レディース商品の拡充



40代のお客様の増加(メンズ・レディース)
既存店客数前年比:約120%

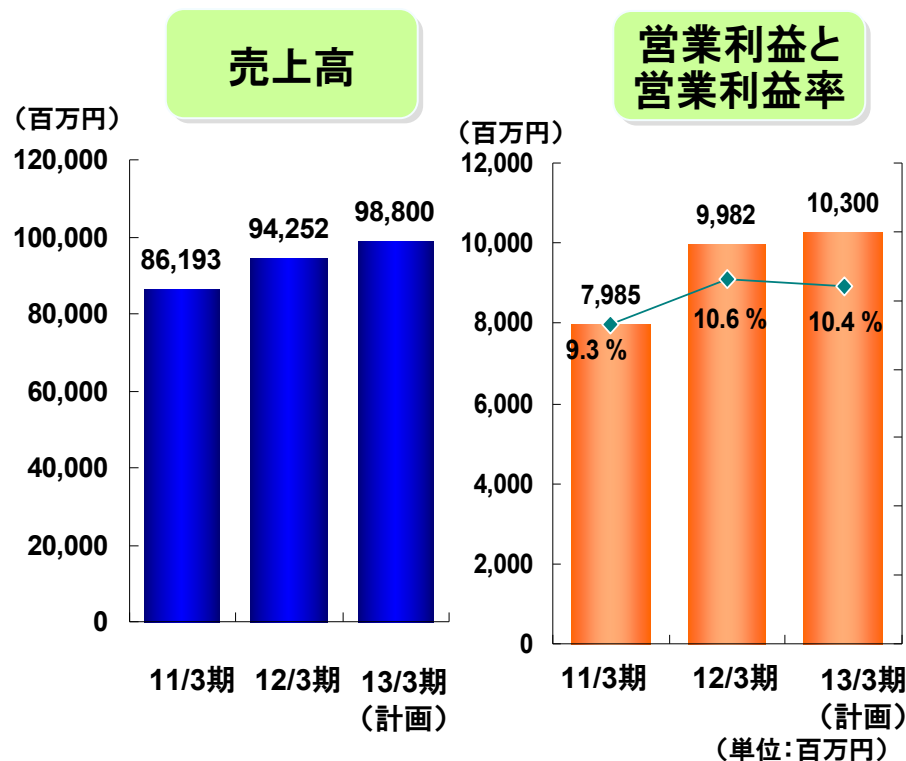
2 積極的な新規出店の実施

- 年間25店舗を出店
最重要エリア1都3県(東京・神奈川・千葉・埼玉)、名古屋、大阪:17店舗
新地域 広島・静岡:4店舗
注目のショッピングセンター、ファッションビル:テラスモール湘南、各地域のパルコ等

テラスモール湘南店



新規出店の寄与と既存店の売上維持で増収増益予想



		13/3期 予	
		前期比%	売上比%
売上高	98,800	104.8	100.0
売上総利益	60,270	105.3	61.0
販売管理費	49,970	105.8	50.6
営業利益	10,300	103.2	10.4

■ 売上高: 前期比 104.8%

◆ 新規出店

- AOKI: 25店舗(上期: 10、下期: 15)
- ORIHICA: 15店舗(上期: 7、下期: 8)

◆ 既存店増収率

- 上期 +1.8% 下期 △1.2% 通期 0.0%

■ 営業利益: 前期比 103.2%

◆ 新規出店による増収分と売上総利益率の改善で新店経費増加分を吸収

- 売上総利益率: 61.0%(12/3期: 60.7%)
- 販売管理費: 前期比105.8%

AOKI:2013年3月期に向けた取組み

核商品の品揃えとマーケティングの強化による新たなマーケットの創造及び、積極的な新規出店による市場シェアの拡大

1 お客様のニーズ・ウォンツ、時代の変化に対応したスーツの強化

商品

- 更なる機能性の追求
「熱ブロックスーツ」「プレミアムウォッシュスーツ」「ストレッチ」「3D」等

販促

- ターゲットに合わせたキャラクター使用による訴求

2 上半期におけるクールビズ商戦

商品

- 産学協同開発商品「BIZ-TECHパンツ」、「AOKI空冷シャツ」等
品揃えの拡大

販促

- 「プレミアムクールビズ」キャンペーンの実施
初めてのスラックスのCM(東山紀之さんキャラクター)

売場

- 約80坪(標準的店舗における面積)のクールビズ売場へ
リニューアル(5/12~)



AOKIクールビズ売場

AOKI:2013年3月期に向けた取組み

3 ビジネスのカジュアル化に対応した商品「CAFÉ SOHO」の品揃えと提案強化

商品

- 「CAFÉ SOHO(BLACK)」:
大人のお出かけスタイル、ドレスカジュアルのトータルスタイリング
ターゲットは40代～60代
- 「CAFÉ SOHO (WHITE LABEL)」:
アクティブなビジネスマンスタイル ジャケット+パンツスタイル
ターゲットは30代～40代(ミドル世代)

販促

- ブランド・機能・スタイリング訴求の販促

売場・
営業

- コーディネート接客ができる売場作りと教育の徹底

4 レディス商品の更なる強化

商品

- キャリアに向けた品揃えの強化
- スーツ以外のブラウス、カットソー、小物等の品揃えの拡大
- フォーマルウエアの幅広い年代をターゲットにした品揃え

販促

- 雑誌「Can Cam」とのコラボレーション等

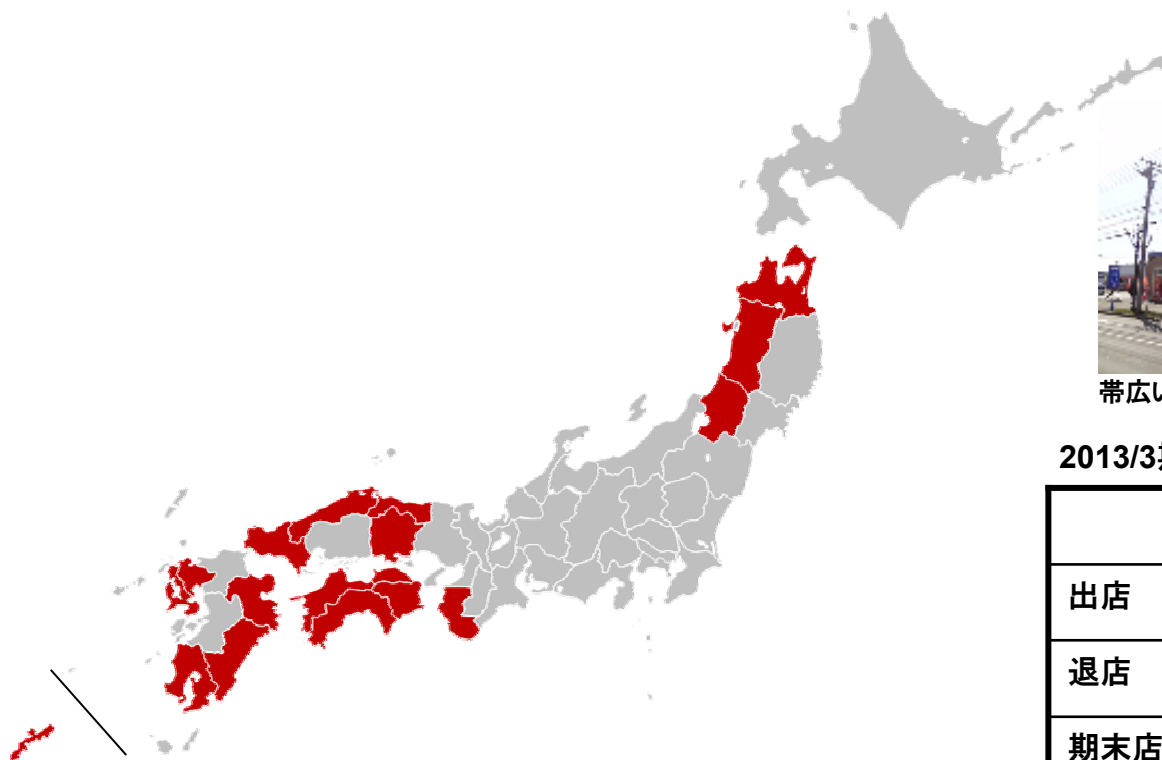


AOKIのレディス

AOKI:2013年3月期に向けた取組み

5 未出店地域も含めた出店強化

- 投資回収5年以内、営業利益率10%以上の基準に沿った店舗開発
- ドミナントエリアをさらに拡充し、市場シェアを拡大
- 今まで出店していない18県への出店開始
- 上期:10店舗 下期:15店舗 年間:25店舗の出店予定



帯広いきゅう新店



上前津駅前店

2013/3期の出店計画

	上期	下期	年間
出店	10	15	25
退店	5	-	5
期末店舗数	445	460	460

ORIHICA:2013年3月期の取組み

100店舗達成を機に、出店継続の一方、 店舗標準化に向けて環境整備

1 ビジネスでもカジュアルでも「着回し」のしやすいスタイル提案と核商品づくり

幅広い年代のお客様に対応できる品揃え / ジャケット・スラックススタイル
の着回し提案の強化

2 上半期におけるクールビズの取組み

スーパークールビズアイテムの品揃え / 洗練されたデザイン+涼しさ・機能性

3 業務システムの見直し

店舗業務、物流等の見直し

4 新タイプ店舗を含む出店

20代のファッション感度の高いお客様の確保
→駅ビル、ファッションビルに対応した新しい切り口

4月オープン名古屋パルコ店
シックで洗練された雰囲気

上期:7店舗 下期:8店舗 年間:15店舗の出店予定



名古屋パルコ店

ファッション事業—AOKIが生み出す新しいマーケット①

ORIHICA — 20代から40代のファミリー層を中心顧客とするショッピングセンター型新モデル

基本カテゴリー	ターゲット
ビジネス、ビジカジを中心に「着回し」を重視したアイテムとスタイリング提案	➢ 20-40代のショッピングセンターに来館されるファミリー層 ➢ 「着回し」重視の比較的ファッション感度の高い層 ➢ ショッピングセンターへの来店頻度が高い女性客

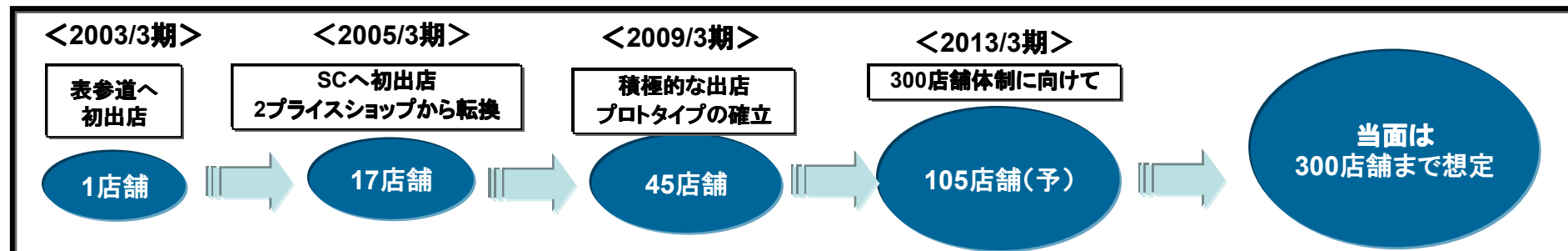
ターゲットとする顧客層は一部でAOKIと重複する部分も

しかし、AOKIと根本的に違うところは・・・

ビジネスモデル

店舗	店舗形態	顧客ターゲット	来店手段	マーケティング手法	コスト構造
AOKI	郊外の独立店舗中心	20-60代の幅広い客層	車等で目的来店	TVCM等で集客の必要	販売費に重し
ORIHICA	ショッピングセンター(SC)、ファッションビル、駅ビル	20-40代のファミリー層 照準	SC来館客の立ち寄り	SC来館客を取り込む、魅惑的な品揃え、レイアウト、接客が差別化に	販売費は軽いが、ロイヤリティを含んだ賃料が大きい

経緯と今後の展開



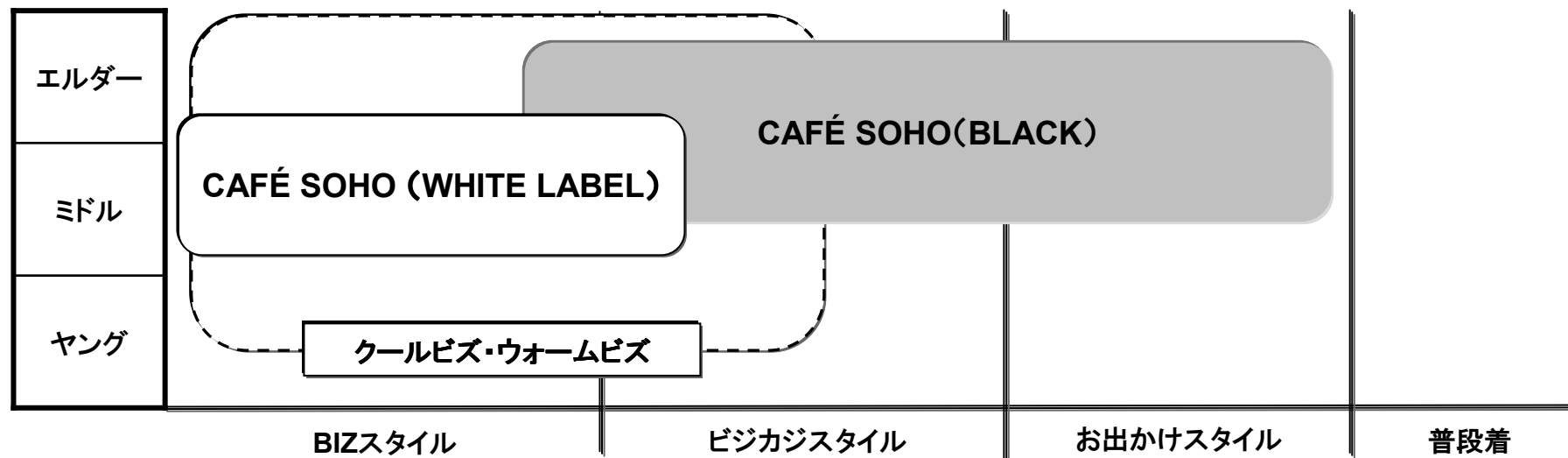
ファッション事業—AOKIが生み出す新しいマーケット②

CAFE SOHO

—時代の変化とお客様のニーズから生まれた「ビジカジ」のトータルコーディネートブランド

基本カテゴリー	ターゲット
①CAFÉ SOHO(BLACK): 「大人のお出かけスタイル」、「ドレスカジュアル」のトータルスタイリング提案 ②CAFÉ SOHO (WHITE LABEL): ミドルを中心とした「BIZスタイル提案」	①マインド35-45歳の感性で、40-60代までの幅広い「大人 ノンエイジ」 ②セットアップでスーツとして着られるスタイルから、クールビズやウォームビズと休日も兼用で着られるスタイルまで含む

ポジショニング



➡ 今後AOKIの『第2の柱』として成長へ

ファッション事業—AOKIが生み出す新しいマーケット③

レディス—専属デザイナーを擁し、企画段階から作りこみ年代層の拡大へ

基本カテゴリー

- ①リクルート、フレッシュズ向けレディススーツを中心としたアイテム
- ②小川彰子氏監修による「360度キレイに見えるスーツ」
- ③幅広いお客様へ対応できるレディスフォーマルの展開

ターゲット

- ①初めてスーツを着るリクルート、フレッシュズ
- ②キャリア
- ③ブラックフォーマルをお求めの20-50代

売上高構成比

2007/3期
2.9%

2012/3期
9.9%

今後
『第3の柱』
として成長へ

この期間に
行った取組み

- 機能性商品の充実
- レディス専属デザイナーとの取組み
- 関連アイテム(ブラウス・カットソー・靴・バッグ・小物他)の品揃えの拡大
- Can Camとのコラボレーション
- フレッシュズ向けレディスCF

AOKI「クールビズ・ファッション実態調査」より

OLの約6割が自身のビジネスファッションについて「紳士服専門店」での購入意向を持つ

◆紳士服専門店での自身のビジネスファッション購入意向は？（OLの方対象）

↑	今後検討したい 45%	検討しない 41%
---	-------------	-----------

すでに利用している 14%

アニヴェルセル・ブライダル事業

2012年3月期実績と2013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 707,734件×全国平均組単価327万円
(厚生労働省「平成21年人口動態統計」) (ゼクシィ結婚トレンド調査2011より当社推測)

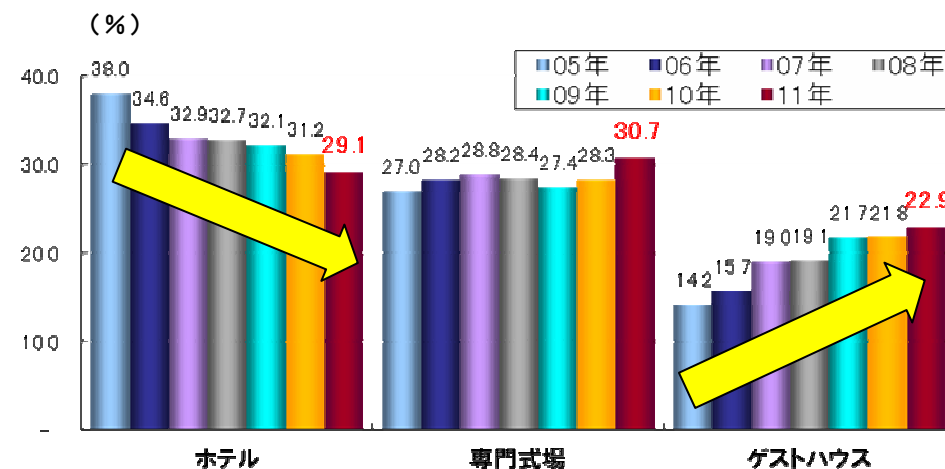


全国におけるゲストハウスのシェア

ゲストハウスのシェアは年々上昇

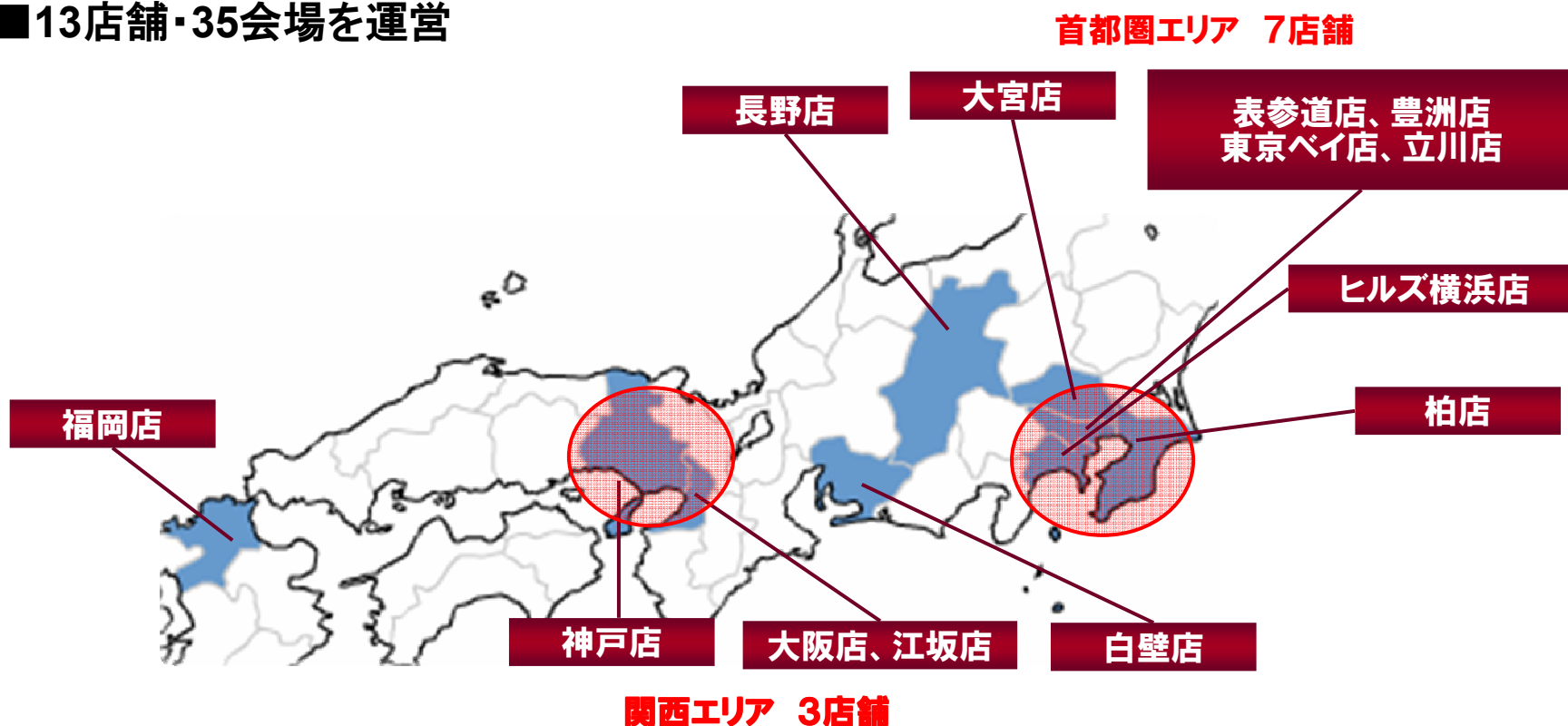
05年 14.2% → 11年 22.9%

(ゼクシィ結婚トレンド調査2011より当社推測)



主要都市を中心に、「アニヴェルセルスタイル」のウェディングを提供

■13店舗・35会場を運営



■商品提案力

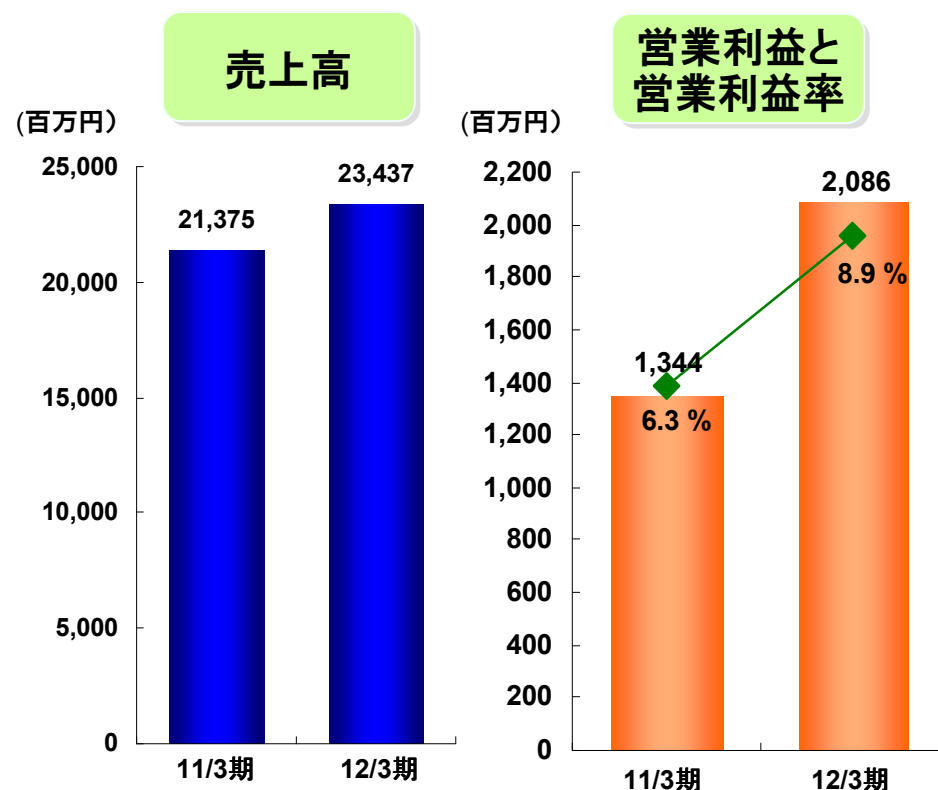
弊社平均組単価:4,221千円
全国平均組単価:3,270千円
(ゼクシィ結婚トレンド調査2011より当社推測)

■業界ポジション

結婚式場・手配部門売上:第4位
2011年11月16日付 日経MJ掲載
「第29回サービス業総合調査」

アニヴェルセル・ブライダル事業—2012年3月期業績の概要

アニヴェルセル豊洲の寄与と売上総利益率の改善により増収増益



■ 売上高: 前期比 109.6%

- ◆ 4月開業のアニヴェルセル豊洲が寄与
- ◆ 平均組単価が上昇(前期比+123千円)

■ 営業利益: 前期比 155.1%

- ◆ 売上総利益率: 前期比+2.2ポイント
 - 原価改善の施策実施による原価率の低減
 - アニヴェルセル豊洲の開業準備費用の減少

(単位: 百万円)

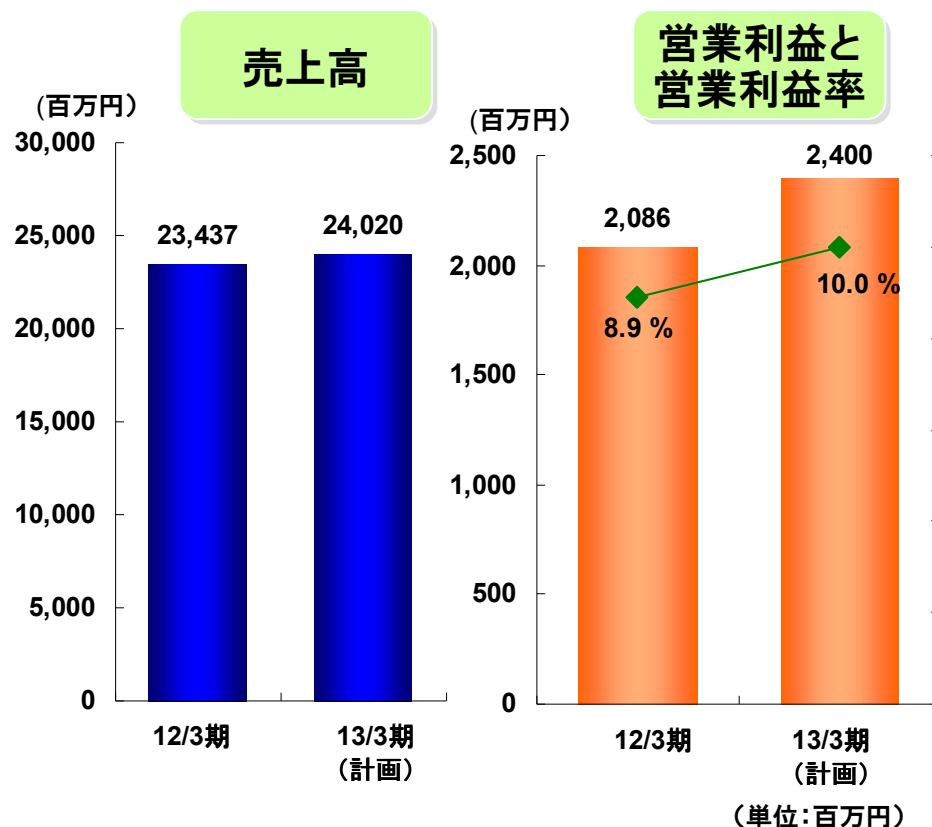
		12/3期	
		前期比%	売上比%
売上高	23,437	109.6	100.0
売上総利益	5,900	120.1	25.2
販売管理費	3,813	106.9	16.3
営業利益	2,086	155.1	8.9

経営効率指標

		11/3期	12/3期	差	前期比
期末店舗数		12店舗	13店舗	+1店舗	108.3%
期末会場数		32会場	35会場	+3会場	109.4%
施行組数		5,051組	5,412組	+361組	107.1%
稼働率		68.6%	67.2%	△1.4ポイント	—
平均組単価		4,097千円	4,221千円	+123千円	103.0%
既存店	施行組数	5,051組	4,812組	△239組	95.3%
	稼働率	68.6%	65.2%	△3.2ポイント	—
	平均組単価	4,097千円	4,116千円	+19千円	100.5%

- ◆ 施行組数は2011年4月開業のアニヴェルセル豊洲が寄与し361組増加
- ◆ 既存店の施行組数は東日本大震災の影響により239組減少
- ◆ 平均組単価は飲料単価アップ等により上昇

既存店の活性化と原価改善施策実施による売上総利益率の改善で増収増益



		13/3期 予	
		前期比%	売上比%
売上高	24,020	102.5	100.0
売上総利益	7,040	119.3	29.3
販売管理費	4,640	121.7	11.5
営業利益	2,400	115.0	10.0

■ 売上高: 前期比 102.5%

◆ 既存店の強化施策実施

- 施行組数計画 5,500組(前期比 +88組)

◆ 優秀スタッフのノウハウ共有による 料飲単価、一組単価のアップ

- 組単価計画 4,255千円(前期比 +34千円)

■ 営業利益: 前期比 115.0%

◆ 原価改善施策実施による原価率低減で 売上総利益率の改善

(12/3期: 25.2% ⇒ 13/3期: 29.3%)

◆ アニヴェルセル みなとみらいの 開業準備費用(*) 約4億円の増加

* 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。この開業準備室の運営に関わる賃借料、人件費、広告宣伝費などの費用。

ブランドイメージのさらなる構築—ベストな立地の獲得で新たな成長へ

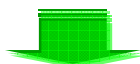
■ 《最高の記念日となる結婚式を非日常空間で》

日常では実現できない憧れのイメージが事業成功の鍵、
これを表現するベスト立地があれば積極的に投資

ブライダル事業のブランド構築の歴史

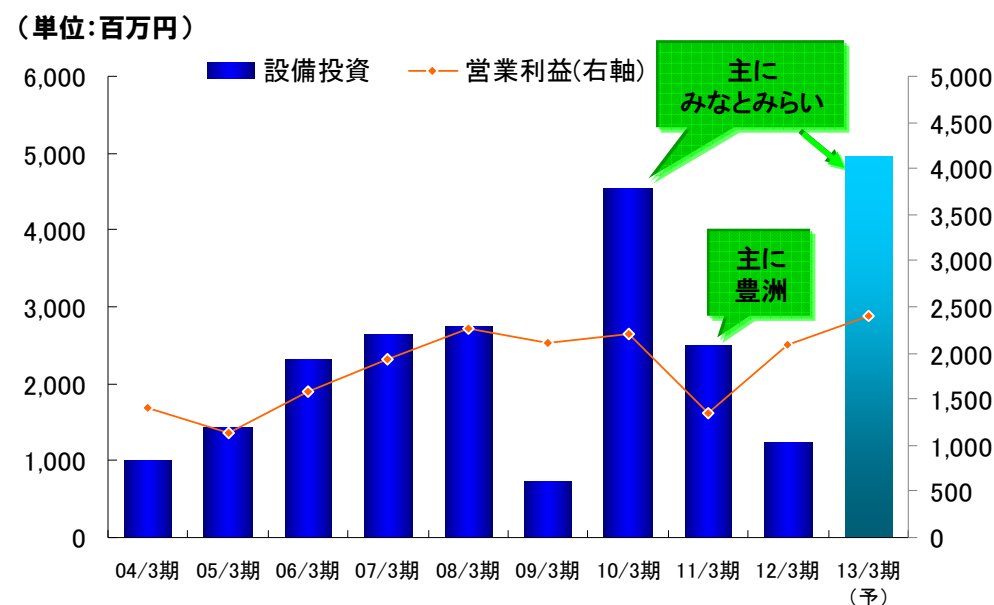
1998年	アニヴェルセル表参道の開業— 超一等立地の非日常空間がアニヴェ ルセルのブランドイメージを確立
2002年	アニヴェルセル東京ベイ開業
2011年	アニヴェルセル豊洲開業

夢に溢れる立地と施設がオープンすること、
事業の成長は次のステージへ



2013年	アニヴェルセル みなとみらい横浜 (仮称)開業予定
-------	------------------------------

設備投資は将来収益へのジャンプ台



アニヴェルセル みなとみらい横浜(仮称)の概要

施設計画の概要

施設名称:アニヴェルセル みなとみらい横浜(仮称)

住所:神奈川県横浜市中区新港2丁目

施設規模:地上5階 2チャペル 7バンケット

敷地面積(延床面積):約18,000㎡(約17,000㎡)

開業予定:2013年(開業準備室2012年秋オープン)

投資金額:約100億円

目標売上高:約50億円

施設ロケーション



完成イメージ



エンターテインメント事業

2012年3月期実績と2013年3月期の見通し

施設の特徴：明確なコンセプトを基軸にした店舗

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 & パーティスペース「コート・ダジュール」は、“地上の楽園”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。

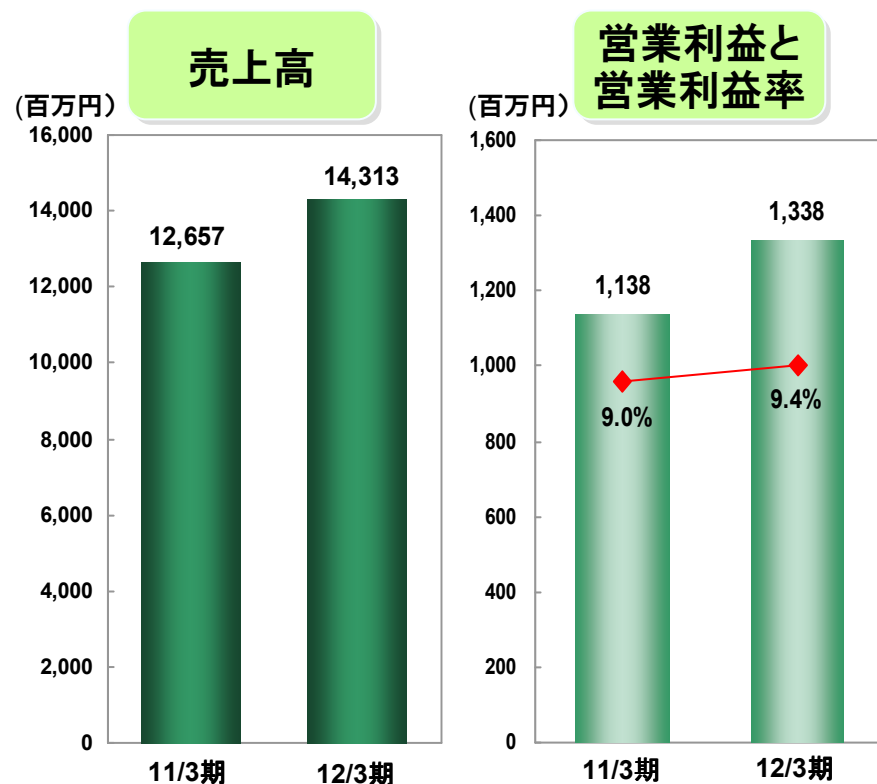
業界ランク第5位

2011年11月16日付 日経MJ掲載
「第29回サービス業総合調査」



カラオケルーム運営事業—2012年3月期業績の概要

既存店の増収と新規出店の寄与で増収増益を達成



(単位:百万円)

	12/3期		
		前期比%	売上比%
売上高	14,313	113.1	100.0
売上総利益	2,995	126.0	20.9
販売管理費	1,657	133.8	11.6
営業利益	1,338	117.5	9.4
期末店舗数	132		

■ 売上高:前期比 113.1%

- ◆ 駅前立地に新規出店:9店舗
- ◆ 既存店増収率: +6.4%
 - リニューアル(44店舗)効果
 - 販促キャンペーンの実施

■ 営業利益:前期比 117.5%

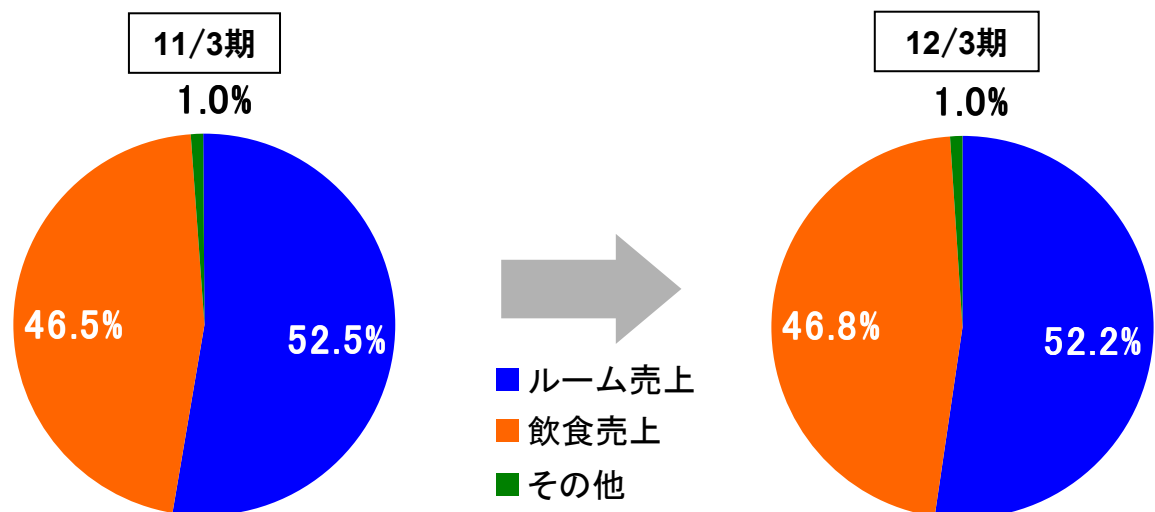
- ◆ 既存店増収分が新規出店及びリニューアル経費を吸収
- ◆ 売上総利益率:20.9%
(前年同期比+2.1ポイント)

既存店の状況

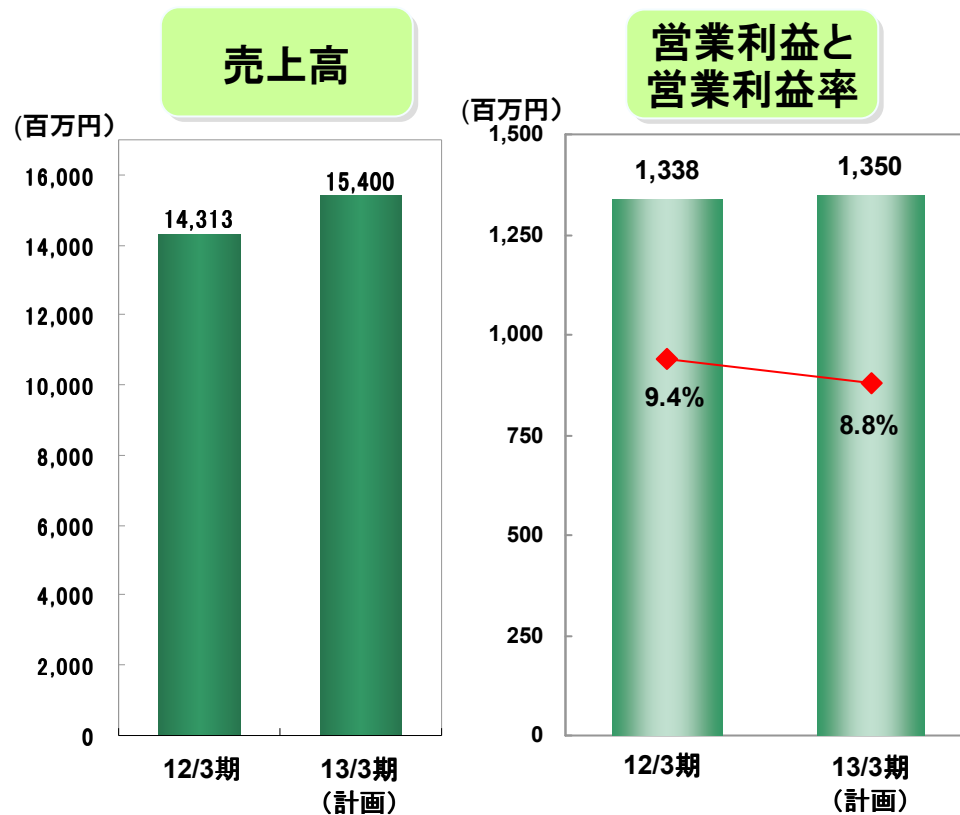
月別売上高増収率の推移



売上構成比



新規出店の寄与と既存店の増収で増収増益予想



(単位:百万円)

		13/3期 予	
		前期比%	売上比%
売上高	15,400	107.6	100.0
売上総利益	3,120	104.2	20.3
販売管理費	1,770	106.8	11.5
営業利益	1,350	100.9	8.8
期末店舗数	145		

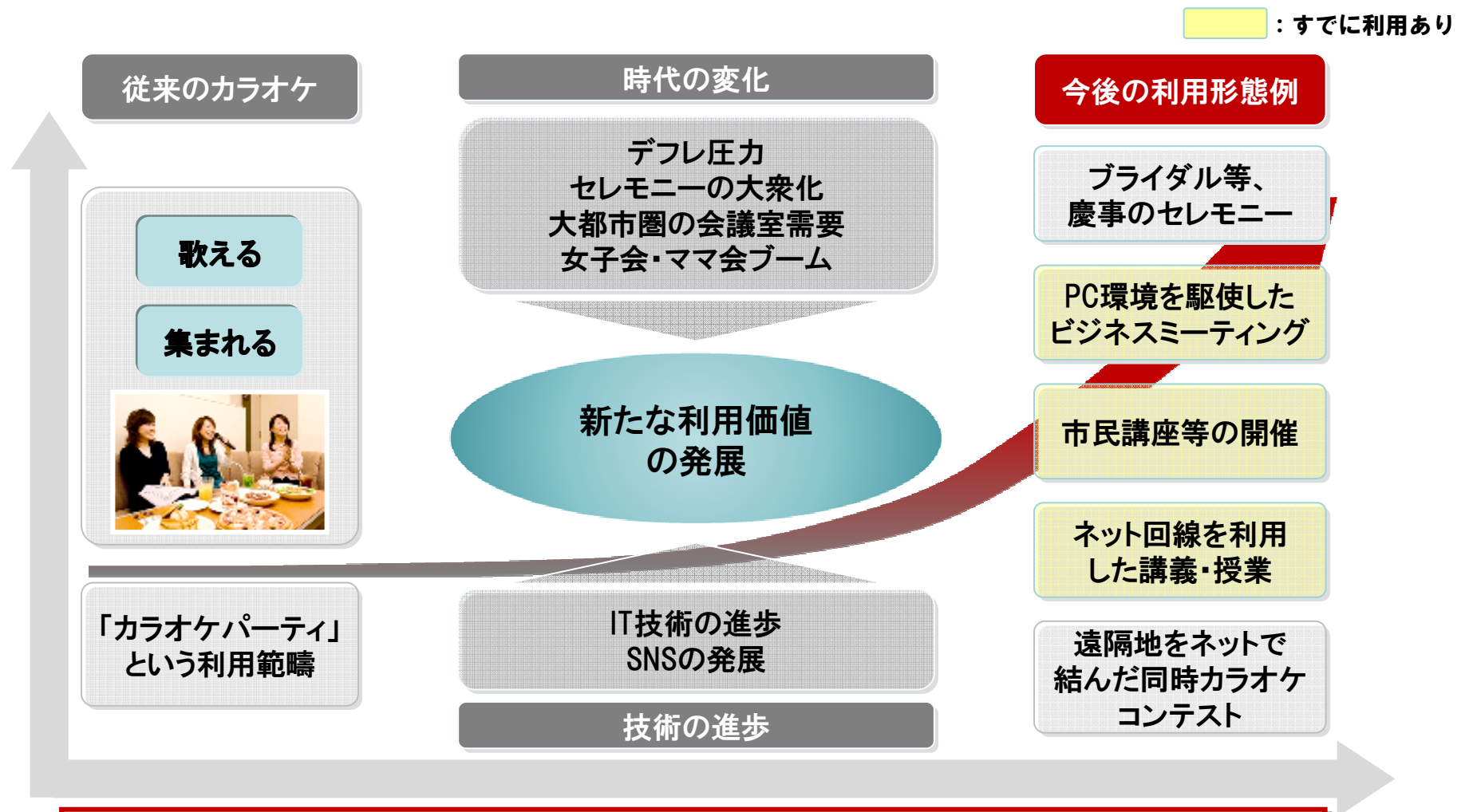
■ 売上高:前期比 107.6%

- ◆ 駅前立地を中心に新規出店:
15店舗(上期:8、下期:7)
- ◆ 既存店の活性化
 - 既存店増収率
上期:+0.2% 下期:+0.1% 通期:+0.2%
 - リニューアルの実施(25店舗予定)
 - アーティスト他コラボキャンペーンの実施
 - フードメニューの充実

■ 営業利益:前期比 100.9%

- ◆ 新規出店・リニューアル実施等による経費増を吸収

時代の変化が促す「利用価値の拡大」



カラオケルーム運営事業の成長

＝チェーン展開による「量的成長」×利用価値拡大による「質的進化」

施設の特色：明確なコンセプトを基軸にした店舗

複合カフェ



極上のリラックスを、もっと手軽に。

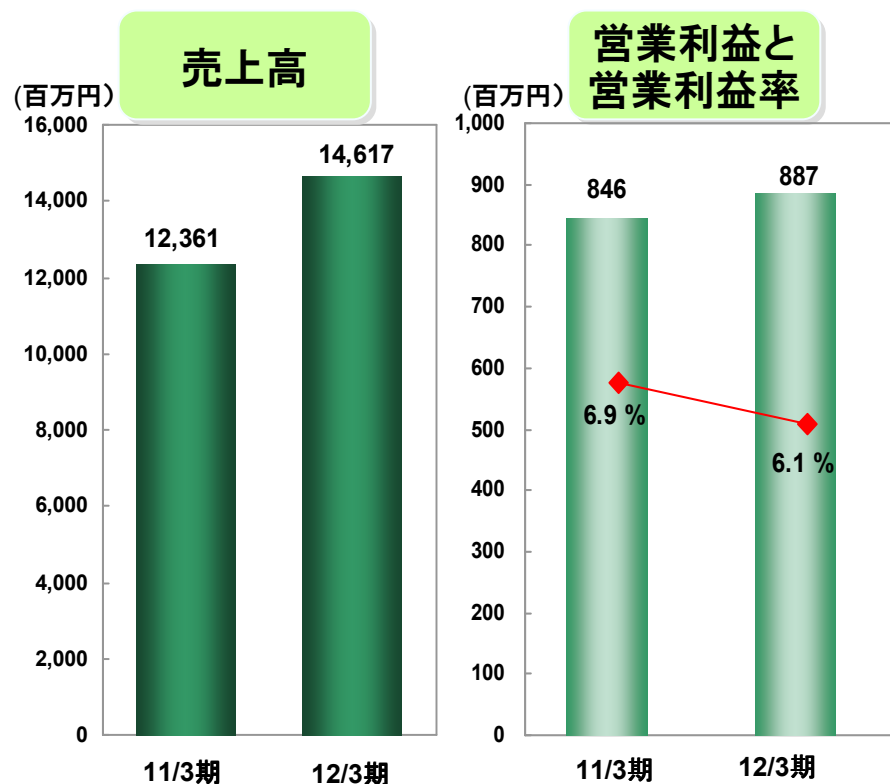
複合カフェ「快活CLUB」は、アジアのリゾート地“バリ島”をテーマにしたリラックス・コンビニです。お客様が身近で手軽にリラックスしていただけるスペースをご提供しています。

業界ランク第1位

2011年11月16日付 日経MJ掲載
「第29回サービス業総合調査」



既存店の増収と新規出店の寄与で増収増益を達成



■ 売上高:前期比 118.2%

- ◆ 新規出店:20店舗
- ◆ 既存店増収率:+7.2%
 - リニューアル(38店舗)効果
 - モーニング・ランチメニュー、限定メニューの強化によるフード売上の好調な推移

■ 営業利益:前期比 104.8%

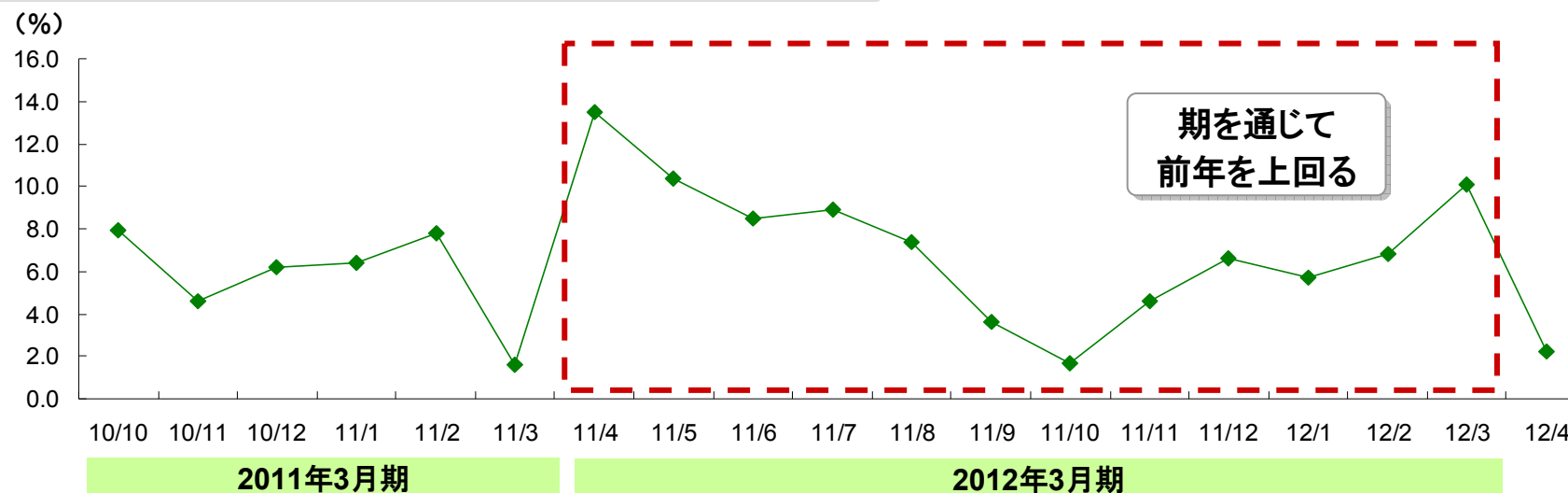
- ◆ 既存店増収により新店、及びリニューアル経費を吸収

(単位:百万円)

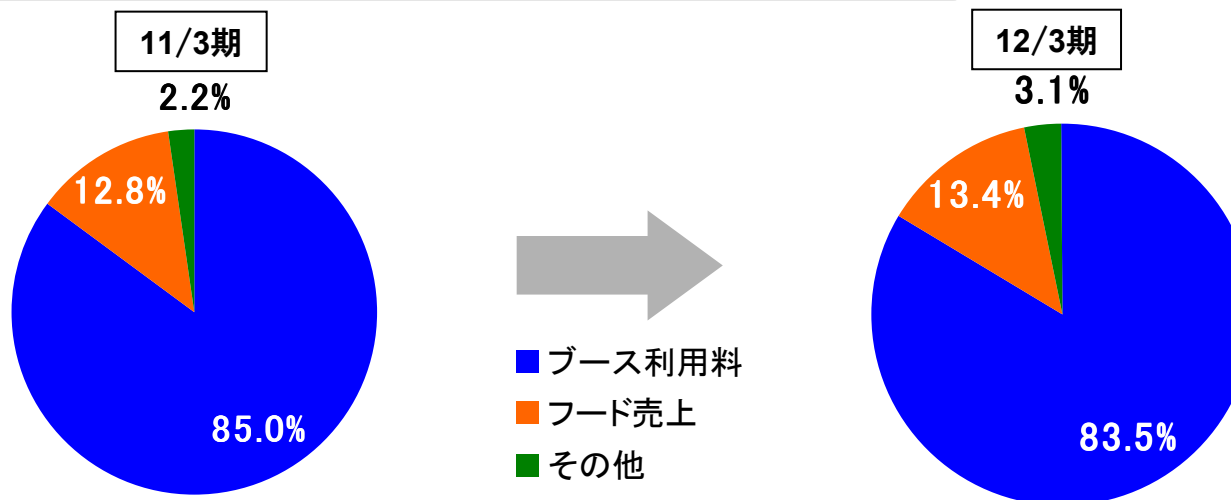
		12/3期	
		前期比%	売上比%
売上高	14,617	118.2	100.0
売上総利益	2,310	113.2	15.8
販売管理費	1,423	119.1	9.7
営業利益	887	104.8	6.1
期末店舗数	172		

既存店の状況

月別売上高増収率の推移

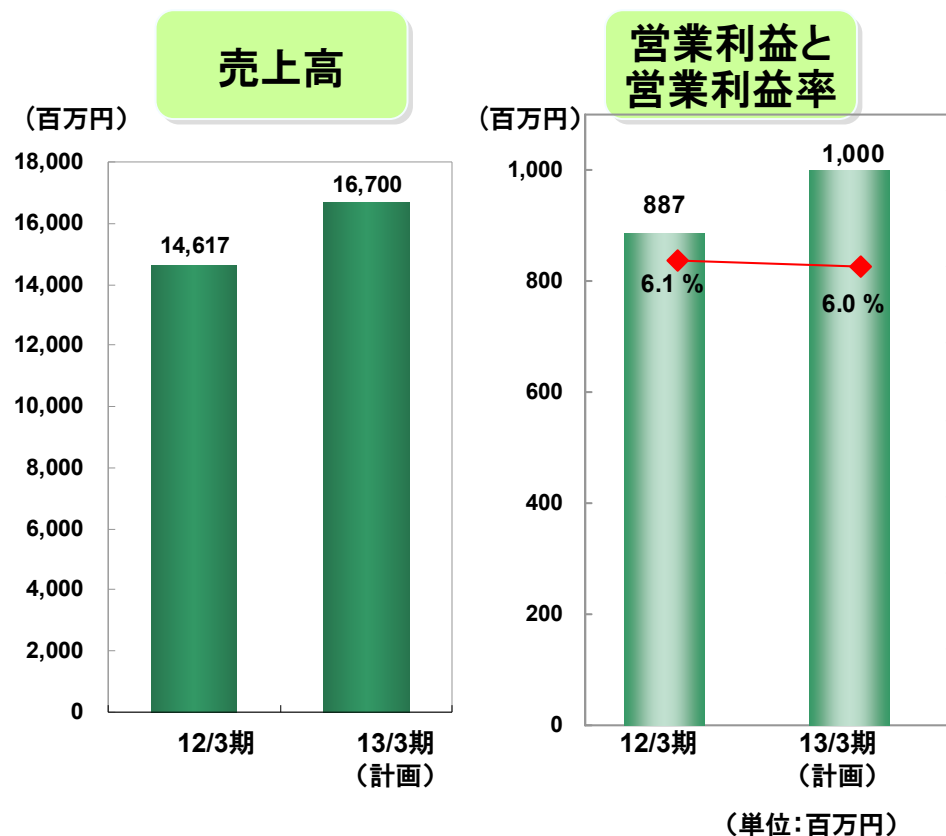


売上構成比



* 複合カフェのみの実績

新規出店の寄与と既存店の増収で増収増益予想



■ 売上高: 前期比 114.2%

- ◆ 新規出店: 30店舗(上期: 18 下期: 12)以上
- ◆ 既存店の活性化
 - 既存店増収率
上期: +2.3% 下期: +0.1% 通期: +1.4%
 - リニューアルの実施(21店舗予定)
 - フードメニューの充実

■ 営業利益: 前期比 112.7%

- ◆ 新規出店、リニューアル実施等による経費増を吸収

		13/3期 予	
		前期比%	売上比%
売上高	16,700	114.2	100.0
売上総利益	2,630	113.8	15.7
販売管理費	1,630	114.5	9.8
営業利益	1,000	112.7	6.0
期末店舗数	201		

時代の変化を捉えながら、新たな市場を創造・拡大

時代の変化

IT技術の進歩
オンライン
ゲームの流行

デフレ、低価格圧力
手軽な娯楽の追求

お客様に快適に過ごしていただくため、出店を継続しながら
新たな市場を創造・拡大

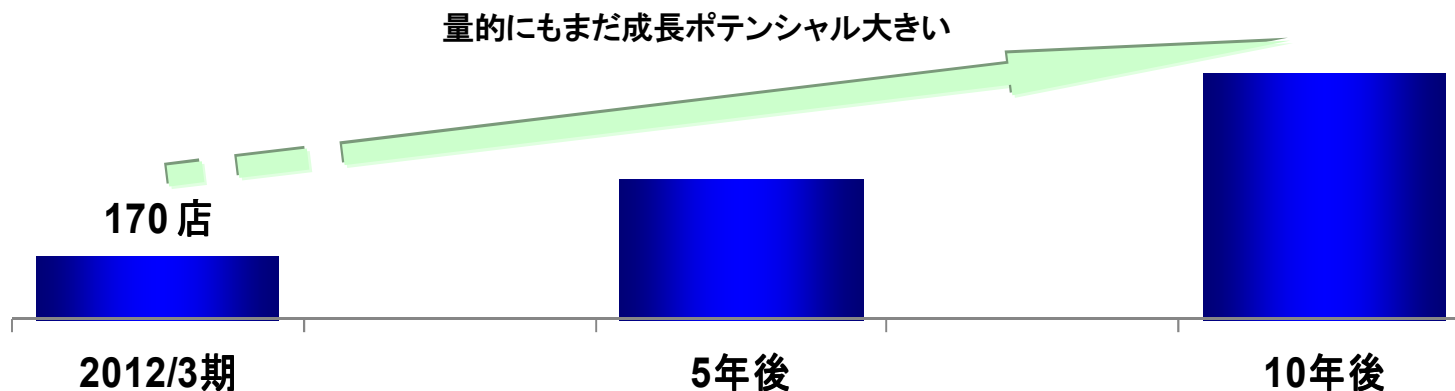
たとえば・・・

- オンラインダーツ
- オンラインカフェ

今後の出店戦略

- 現状出店エリアのドミナント化(首都圏・中京・関西優先)
- 未出店エリア(北日本の一部、四国、九州)へは、一気に認知度・シェアを高めるために複数店舗の同時出店

快活CLUB出店計画



補足資料

P54、P56、P57の(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. 部門別営業利益合計と営業利益は部門間調整項目等により一致しません。差額についてはP12、P18をご参照ください

2012年3月期 連結営業実績

(単位:百万円)

	11/3期 実績	百分比(%)	12/3期 計画	百分比(%)	12/3期 実績	百分比 (%)	対前期増減	対比(%)
売上高	132,561	100.0	141,900	100.0	146,591	100.0	14,030	110.6
ファッション	86,193	100.0	90,200	100.0	94,252	100.0	8,059	109.4
アニヴェルセル・ブライダル	21,375	100.0	23,320	100.0	23,437	100.0	2,061	109.6
カラオケ	12,657	100.0	14,000	100.0	14,313	100.0	1,655	113.1
複合カフェ	12,361	100.0	14,400	100.0	14,617	100.0	2,255	118.2
売上総利益	62,429	47.1	65,750	46.3	68,902	47.0	6,472	110.4
ファッション	52,416	60.8	54,480	60.4	57,216	60.7	4,800	109.2
アニヴェルセル・ブライダル	4,911	23.0	5,600	24.0	5,900	25.2	988	120.1
カラオケ	2,377	18.8	2,890	20.6	2,995	20.9	617	126.0
複合カフェ	2,042	16.5	2,280	15.8	2,310	15.8	268	113.2
販売管理費	51,476	38.8	53,650	37.8	55,135	37.6	3,659	107.1
ファッション	44,430	51.5	45,830	50.8	47,233	50.1	2,802	106.3
アニヴェルセル・ブライダル	3,566	16.7	3,900	16.7	3,813	16.3	247	106.9
カラオケ	1,238	9.8	1,570	11.2	1,657	11.6	418	133.8
複合カフェ	1,195	9.7	1,400	9.7	1,423	9.7	228	119.1
営業利益	10,952	8.3	12,100	8.5	13,766	9.4	2,813	125.7
ファッション	7,985	9.3	8,650	9.6	9,982	10.6	1,997	125.0
アニヴェルセル・ブライダル	1,344	6.3	1,700	7.3	2,086	8.9	741	155.1
カラオケ	1,138	9.0	1,320	9.4	1,338	9.4	199	117.5
複合カフェ	846	6.9	880	6.1	887	6.1	40	104.8
経常利益	12,057	9.1	13,000	9.2	14,584	9.9	2,527	121.0
当期純利益	3,575	2.7	5,500	3.9	7,087	4.8	3,512	198.3
1株当たり 当期純利益	83.78	-	129.40	-	167.07	-	83.29	-
期末発行済株式総数	42,671千株	-	42,194千株	-	41,670千株	-	△1,001千株	-

2012年3月期 主要経費の内訳

販売費及び一般管理費

(単位:百万円、%)

	11/3期実績					12/3期実績									
	全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	カラオケ	複合カフェ	全社	前期比	ファッション	前期比	アニヴェルセル・ブライダル	前期比	カラオケ	前期比	複合カフェ	前期比
広告宣伝費	8,911	7,394	1,149	206	98	10,397	116.7	8,398	113.6	1,275	111.0	417	202.2	111	113.6
人件費	18,410	15,038	801	695	727	19,732	107.2	15,948	106.1	793	99.0	862	124.0	893	122.8
賃借料	11,155	11,182	16	39	39	11,579	103.8	11,658	104.3	36	87.9	36	92.1	38	97.5
減価償却費	2,678	2,124	36	8	16	2,543	95.0	2,064	97.2	35	97.5	9	111.9	21	128.6

(注)全社はAOKIホールディングスの費用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ません

売上原価に含まれる主な経費

	11/3期実績			12/3期実績					
	アニヴェルセル・ブライダル	カラオケ	複合カフェ	アニヴェルセル・ブライダル	前期比	カラオケ	前期比	複合カフェ	前期比
人件費	4,053	2,909	3,319	4,235	104.5	3,231	111.1	3,858	116.2
賃借料	1,577	2,529	2,411	1,752	111.1	2,775	109.7	2,543	105.5
減価償却費	963	967	747	1,042	108.2	1,179	121.9	979	131.1

(注)アニヴェルセル・ブライダル事業、カラオケルーム運営事業、及び複合カフェ運営事業は販売費及び一般管理費のほか、売上原価に上記費用が含まれています

2013年3月期 連結業績見通し-第2四半期累計

(単位:百万円)

	12/3期 第2四半期実績	百分比(%)	13/3期 第2四半期計画	百分比(%)	対前年同期 増減	対比(%)
売上高	61,945	100.0	66,650	100.0	4,704	107.6
ファッション	36,698	100.0	39,650	100.0	2,951	108.0
アニヴェルセル・ブライダル	11,164	100.0	11,539	100.0	374	103.4
カラオケ	6,785	100.0	7,140	100.0	354	105.2
複合カフェ	7,314	100.0	8,330	100.0	1,015	113.9
売上総利益	27,349	44.2	29,920	44.9	2,570	109.4
ファッション	21,892	59.7	23,845	60.1	1,952	108.9
アニヴェルセル・ブライダル	2,454	22.0	3,165	27.4	710	129.0
カラオケ	1,309	19.3	1,220	17.1	△89	93.1
複合カフェ	1,454	19.9	1,440	17.3	△14	99.0
販売管理費	25,052	40.4	27,470	41.2	2,417	109.7
ファッション	21,260	57.9	23,035	58.1	1,774	108.3
アニヴェルセル・ブライダル	1,908	17.1	2,285	19.8	376	119.7
カラオケ	754	11.1	880	12.3	125	116.6
複合カフェ	678	9.3	810	9.7	131	119.3
営業利益	2,297	3.7	2,450	3.7	152	106.6
ファッション	632	1.7	810	2.0	177	128.0
アニヴェルセル・ブライダル	545	4.9	880	7.6	334	161.2
カラオケ	555	8.2	340	4.8	△215	61.3
複合カフェ	775	10.6	630	7.6	△145	81.2
経常利益	2,818	4.6	2,850	4.3	31	101.1
四半期純利益	1,537	2.5	1,600	2.4	62	104.1
1株当たり純利益	36.04	-	38.40	-	2.36	-
期末発行済株式総数	42,671千株	-	41,670千株	-	△1,001千株	-

2013年3月期 連結業績見通し

(単位:百万円)

	12/3期実績	百分比(%)	13/3期計画	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売上高	146,591	100.0	154,900	100.0	8,308	105.7
ファッション	94,252	100.0	98,800	100.0	4,547	104.8
アニヴェルセル・ブライダル	23,437	100.0	24,020	100.0	582	102.5
カラオケ	14,313	100.0	15,400	100.0	1,086	107.6
複合カフェ	14,617	100.0	16,700	100.0	2,082	114.2
売上総利益	68,902	47.0	73,560	47.5	4,657	106.8
ファッション	57,216	60.7	60,270	61.0	3,053	105.3
アニヴェルセル・ブライダル	5,900	25.2	7,040	29.3	1,139	119.3
カラオケ	2,995	20.9	3,120	20.3	124	104.2
複合カフェ	2,310	15.8	2,630	15.7	319	113.8
販売管理費	55,135	37.6	58,960	38.1	3,824	106.9
ファッション	47,233	50.1	49,970	50.6	2,736	105.8
アニヴェルセル・ブライダル	3,813	16.3	4,640	19.3	826	121.7
カラオケ	1,657	11.6	1,770	11.5	112	106.8
複合カフェ	1,423	9.7	1,630	9.8	206	114.5
営業利益	13,766	9.4	14,600	9.4	833	106.1
ファッション	9,982	10.6	10,300	10.4	317	103.2
アニヴェルセル・ブライダル	2,086	8.9	2,400	10.0	313	115.0
カラオケ	1,338	9.4	1,350	8.8	11	100.9
複合カフェ	887	6.1	1,000	6.0	112	112.7
経常利益	14,584	9.9	15,350	9.9	765	105.2
当期純利益	7,087	4.8	7,700	5.0	612	108.6
1株当たり利益	167.07	-	184.78	-	17.71	-
期末発行済株式総数	41,670千株	-	41,670千株	-	-	-

2013年3月期通期 主要経費の内訳

販売費及び一般管理費

(単位:百万円、%)

	12/3期実績					13/3期計画									
	全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	カラオケ	複合カフェ	全社	前期比	ファッション	前期比	アニヴェルセル・ブライダル	前期比	カラオケ	前期比	複合カフェ	前期比
広告宣伝費	10,397	8,398	1,275	417	111	10,526	101.2	8,445	100.6	1,428	111.9	429	102.8	124	111.8
人件費	19,732	15,948	793	862	893	21,376	108.3	17,360	108.9	920	116.0	900	104.3	993	111.1
賃借料	11,579	11,658	36	36	38	12,385	107.0	12,420	106.5	172	470.6	32	88.1	33	84.8
減価償却費	2,543	2,064	35	9	21	2,803	110.2	2,245	108.7	79	220.3	38	394.6	22	107.4

(注)全社はAOKIホールディングスの費用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ません

売上原価に含まれる主な経費

	12/3期実績			13/3期計画						
	アニヴェルセル・ブライダル	カラオケ	複合カフェ	アニヴェルセル・ブライダル	前期比	カラオケ	前期比	複合カフェ	前期比	
人件費	4,235	3,231	3,858	4,219	99.6	3,460	107.1	4,070	105.5	
賃借料	1,752	2,775	2,543	1,722	98.3	2,750	99.1	2,550	100.3	
減価償却費	1,042	1,179	979	1,205	115.6	1,395	118.3	1,250	127.7	

(注)アニヴェルセル・ブライダル事業、カラオケルーム運営事業、及び複合カフェ運営事業は販売費及び一般管理費のほか、売上原価に上記費用が含まれています

【ご参考：ファッション事業 2012年3月期実績】

(1)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
12/3期	0.2	1.3	Δ0.8	14.5	3.4	13.0	19.3	8.5	5.1
11/3期	2.2	12.3	1.9	0.7	7.0	11.4	Δ2.8	4.0	3.3

(2)既存店の客数・客単価増加率

(単位:%)

		上半期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期	通期
客数	12/3期	Δ0.7	Δ5.9	Δ5.9	7.4	Δ1.4	4.4	12.8	1.3	0.4
	11/3期	3.2	15.1	2.5	Δ2.8	4.9	8.6	Δ9.1	2.5	2.9
客単価	12/3期	0.9	7.6	5.4	6.7	4.9	8.3	5.8	7.1	4.7
	11/3期	Δ1.0	Δ2.5	Δ0.5	3.5	2.0	2.5	6.9	1.5	0.5

(3)スーツの販売着数と販売単価

(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	12/3期	51.4	96.0	90.3	107.8	141.7	103.2
	11/3期	53.5	99.9	83.8	101.7	137.3	101.0
販売 単価	12/3期	22.5	97.4	23.8	103.0	23.5	101.3
	11/3期	23.1	100.0	23.1	101.8	23.2	101.3

(4)商品別売上状況

(単位:百万円)

	11/3期 実績	百分比 (%)	12/3期 実績	百分比 (%)	対前年同期増減	対比 (%)
重衣料	43,914	51.0	46,010	48.8	2,096	104.8
中衣料	6,669	7.7	7,171	7.6	501	107.5
軽衣料	33,439	38.8	38,635	41.0	5,196	115.5
その他	2,170	2.5	2,434	2.6	264	112.1
計	86,193	100.0	94,252	100.0	8,059	109.3

(5)期中平均売場面積の推移

(単位:m²)

11/3期	12/3期	対前年同期増減	対比(%)
280,157	284,782	4,625	101.7

(6)都道府県別店舗数の推移

(単位:店)

	11/3期			12/3期									
	期末店舗数			出店数			退店数			期末店舗数			
	AOKI	ORIHICA	合計	AOKI	ORIHICA	合計	AOKI	ORIHICA	合計	AOKI	ORIHICA	合計	
北海道	15		15							15		15	北海道・東北
岩手県	2		2							2		2	
宮城県	6	3	9							6	3	9	33
福島県	6	1	7							6	1	7	
茨城県	15	3	18		2	2				15	5	20	関東
栃木県	7	1	8		1	1				7	2	9	277
群馬県	8		8							8		8	
埼玉県	48	6	54	2	2	4	1		1	49	8	57	
千葉県	40	10	50		3	3		2	2	40	11	51	
東京都	53	18	71	3	4	7		2	2	56	20	76	
神奈川県	42	10	52	1	3	4				43	13	56	
新潟県	8	1	9							8	1	9	甲信越・北陸
富山県	7		7							7		7	52
石川県	7		7							7		7	
福井県	2		2							2		2	
山梨県	5		5	1		1				6		6	
長野県	21		21							21		21	
岐阜県	7		7							7		7	東海
静岡県	17		17	1	2	3	1		1	17	2	19	92
愛知県	43	5	48	4	4	8				47	9	56	
三重県	10		10							10		10	
滋賀県	4	1	5							4	1	5	近畿・中国
京都府	2	1	3							2	1	3	65
大阪府	26	4	30	2	1	3				28	5	33	
兵庫県	10	5	15	1	1	2	1		1	10	6	16	
奈良県	2		2							2		2	
広島県	3	1	4		2	2				3	3	6	
福岡県	9		9							9		9	九州
熊本県	2		2	1		1				3		3	12
合計	427	70	497	16	25	41	3	4	7	440	91	531	531

【ご参考：ファッション事業 2013年3月期計画】

(1)既存店増収率

(単位:%)

	上半期	下半期	通期
13/3期(計画)	1.8	△1.2	0.0
12/3期	0.2	8.5	5.1

(2)既存店の客数・客単価増加率

(単位:%)

		上半期	下半期	通期
客数	13/3期(計画)	1.4	△1.4	△0.1
	12/3期	△0.7	1.3	0.4
客単価	13/3期(計画)	0.4	0.2	0.2
	12/3期	0.9	7.1	4.7

(3)商品別売上計画

(単位:百万円)

	12/3期 実績	百分比 (%)	13/3期 計画	百分比 (%)	対前期増減	対比 (%)
重衣料	46,010	48.8	46,850	47.4	839	101.8
中衣料	7,171	7.6	7,580	7.7	408	105.7
軽衣料	38,635	41.0	41,850	42.4	3,214	108.3
その他	2,434	2.6	2,520	2.5	85	103.5
計	94,252	100.0	98,800	100.0	4,547	104.8

【ご参考：エンターテインメント事業 2012年3月期実績】

(1)カラオケルーム運営事業：既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

	上半期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期	通期
売上高	+3.9	+1.2	+4.0	+5.7	+6.1	+4.1	+35.3	+8.9	+6.4
客数	+5.6	+4.1	+7.4	+5.1	+5.6	+6.5	+28.0	+9.4	+7.5
客単価	△1.6	△2.8	△3.2	+0.5	+0.5	△2.2	+5.7	△0.4	△1.0

(2)カラオケルーム運営事業：既存店売上構成比

(単位：%)

		11/3期	12/3期	前年差
既存店	ルーム売上	52.5	52.2	△0.3ポイント
	飲食売上	46.5	46.8	+0.3ポイント
	その他売上	1.0	1.0	—

(3)複合カフェ運営事業:既存店の増収率、客数・客単価の増加率

(単位:%)

	上半期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期	通期
売上高	+8.5	+1.8	+4.8	+6.6	+5.8	+6.8	+10.1	+5.9	+7.2
客数	+5.7	+0.2	+3.1	+4.3	+4.2	+5.8	+9.2	+4.4	+5.1
客単価	+2.6	+1.5	+1.6	+2.2	+1.6	+0.9	+0.8	+1.5	+2.1

(4)複合カフェ運営事業:既存店売上構成比

(単位:%)

		11/3期	12/3期	前年差
既存店	ブース利用料	85.0	83.5	△1.5ポイント
	フード売上	12.8	13.4	+0.6ポイント
	その他売上	2.2	3.1	+0.9ポイント

(5)都道府県別店舗数の推移

(単位:店)

	11/3期			12/3期									
	期末店舗数			出店数			退店数			期末店舗数			
	コート・ ダジュール	快活 CLUB	合計	コート・ ダジュール	快活 CLUB	合計	コート・ ダジュール	快活 CLUB	合計	コート・ ダジュール	快活 CLUB	合計	
岩手県	1	3	4							1	3	4	東北
宮城県	5	4	9							5	4	9	
秋田県	1		1							1		1	
山形県	2		2		2	2	1		1	1	2	3	
福島県		2	2		1	1					3	3	
茨城県	4	8	12							4	8	12	関東
栃木県	1	1	2		1	1				1	2	3	
群馬県	1	5	6		2	2				1	7	8	
埼玉県	5	16	21		1	1				5	17	22	
千葉県	9	14	23							9	14	23	
東京都	20	8	28	4	2	6	1		1	23	10	33	130
神奈川県	17	10	27	2	1	3	1		1	18	11	29	
新潟県	3	4	7		1	1				3	5	8	
富山県	1	1	2							1	1	2	
石川県	4	1	5		1	1				4	2	6	
福井県	5		5							5		5	44
山梨県	1	3	4							1	3	4	
長野県	13	6	19							13	6	19	
岐阜県	1	2	3		1	1				1	3	4	
静岡県	4	7	11	1		1				5	7	12	
愛知県	8	16	24	1	3	4				9	19	28	53
三重県	3	6	9							3	6	9	
滋賀県	2	1	3							2	1	3	
京都府	3	5	8		1	1				3	6	9	近畿・ 中国
大阪府	4	19	23	1	1	2				5	20	25	
兵庫県	5	8	13							5	8	13	57
奈良県	2	1	3							2	1	3	
和歌山県		1	1								1	1	
岡山県	1		1							1		1	
広島県					2	2					2	2	
合計	126	152	278	9	20	29	3	0	3	132	172	304	304

【ご参考：エンターテインメント事業 2013年3月期計画】

(1)カラオケルーム運営事業：既存店の増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		上半期	下半期	通期
売上高	13/3期(計画)	0.2	0.1	0.2
	12/3期	3.9	8.9	6.4
客数	13/3期(計画)	0.9	0.1	0.5
	12/3期	5.6	9.4	7.5
客単価	13/3期(計画)	△0.7	0.0	△0.3
	12/3期	△1.6	△0.4	△1.0

(2)複合カフェ運営事業：既存店の増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		上半期	下半期	通期
売上高	13/3期(計画)	2.3	0.6	1.4
	12/3期	8.5	5.9	7.2
客数	13/3期(計画)	2.5	0.7	1.6
	12/3期	5.7	4.4	5.1
客単価	13/3期(計画)	△0.2	△0.1	△0.2
	12/3期	2.6	1.5	2.1