

2015年3月期 第2四半期決算説明会

2014年11月21日

株式会社AOKIホールディングス



AOKI'

ORIHICA
→OE

ANNIVERSAIRE

COTE D'AZUR

快活
CLUB

快活
フィットネス
CLUB

目次

AOKIグループの事業ポートフォリオ経営について	3
事業ポートフォリオを構成する3事業	4
2015年3月期 第2四半期業績	5
2015年3月期 第2四半期:環境と施策、及び今後の課題	6
2015年3月期 通期業績予想	7
営業利益の上・下半期構成	8
経営指標ターゲット	9
株主還元について:配当	10
2015年3月期 第2四半期業績の概要	11
連結損益の状況	12
事業別売上高・営業利益実績	13
連結貸借対照表の主な増減	14
連結キャッシュ・フロー計算書	15
出退店実績	16
2015年3月期 通期業績予想	17
連結損益の見通し	18
事業別売上高・営業利益見通し	19
出退店の見通し	20
ファッション事業 第2四半期業績と通期の見通し	21
ファッション事業—2015年3月期第2四半期の概要	22
既存店売上高増収率・客数・客単価の推移	23
ファッション事業:上期の実績	24
AOKI:下期の取組み	27
ORIHICA:下期の取組み	29
ファッション事業:2015年3月期の見通し	30

アニヴェルセル・プライダル事業 第2四半期業績と通期の見通し	31
特色と業界におけるポジション	32
2015年3月期第2四半期業績の概要	33
経営効率指標	34
2015年3月期通期の見通し	35
成長に向けての取組み	36
エンターテイメント事業 第2四半期業績と通期の見通し	37
展開する施設:カラオケルーム	38
2015年3月期第2四半期業績の概要:カラオケルーム	39
既存店の状況:カラオケルーム	40
2015年3月期通期の見通し:カラオケルーム	41
展開する施設:複合カフェ	42
2015年3月期第2四半期業績の概要:複合カフェ	43
既存店の状況:複合カフェ	44
2015年3月期通期の見通し:複合カフェ	45
補足資料	46
2015年3月期 第2四半期 連結営業実績	47
2015年3月期 第2四半期 主要経費の内訳	48
2015年3月期 通期 連結業績見通し	49
2015年3月期 通期 主要経費の内訳	50
ご参考:ファッション事業2015年3月期 第2四半期実績	51
ご参考:ファッション事業2015年3月期 通期計画	54
ご参考:エンターテイメント事業2015年3月期 第2四半期実績	55
ご参考:エンターテイメント事業2015年3月期 通期計画	58

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、近年都心出店にも注力(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-40代のメンズ&レディスを中心に、新しいビジネス・ビジカジスタイルを提案。ショッピングセンターへの出店が主体。

アニヴェルセル・ブライダル事業

輝く“祝福のとき”を彩る

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

アニヴェルセル表参道



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

アニヴェルセル



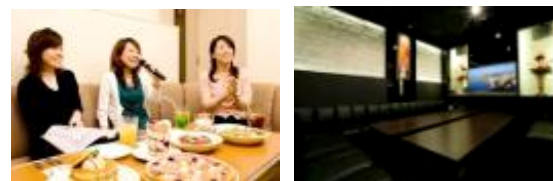
全国14カ所に展開する、花と緑に囲まれたヨーロッパアンティストのチャペルとガーデンを備えたゲストハウスウエディング施設。「自分らしいウエディング」というお客様の要望を最大限に実現。2014年2月、旗艦店「みなとみらい横浜」がオープン。

エンターテイメント事業

“楽しさ、くつろぎ”を提供する

楽しさ、くつろぎ、ゆとりに満ちた心豊かな時間と空間を多彩な分野、スタイルで提供。複合カフェの快活CLUB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



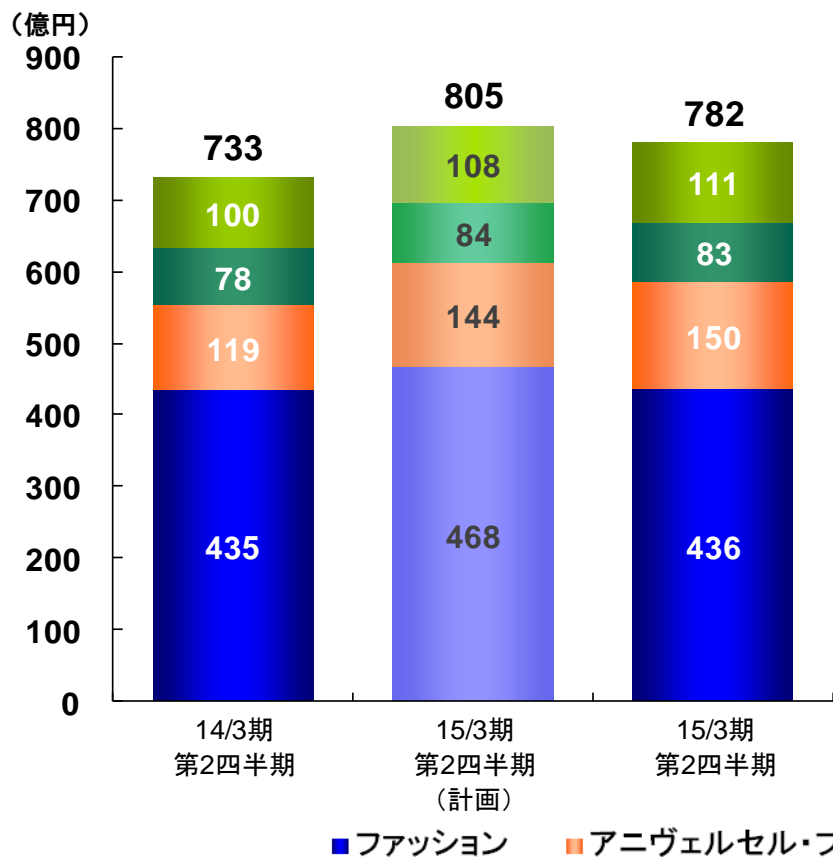
バリ島の雰囲気をもとに“癒し”を提供する複合カフェ。一人で静かに休みたい、気分転換をしたいという方に快適な空間を提供。横浜北山田店では、フィットネス、カラオケスペース、シミュレーションゴルフ練習場も展開。

2015年3月期 第2四半期業績

各事業の新規出店とアニヴェルセル みなとみらい横浜の寄与により増収
ファッション事業の既存店減収により減益

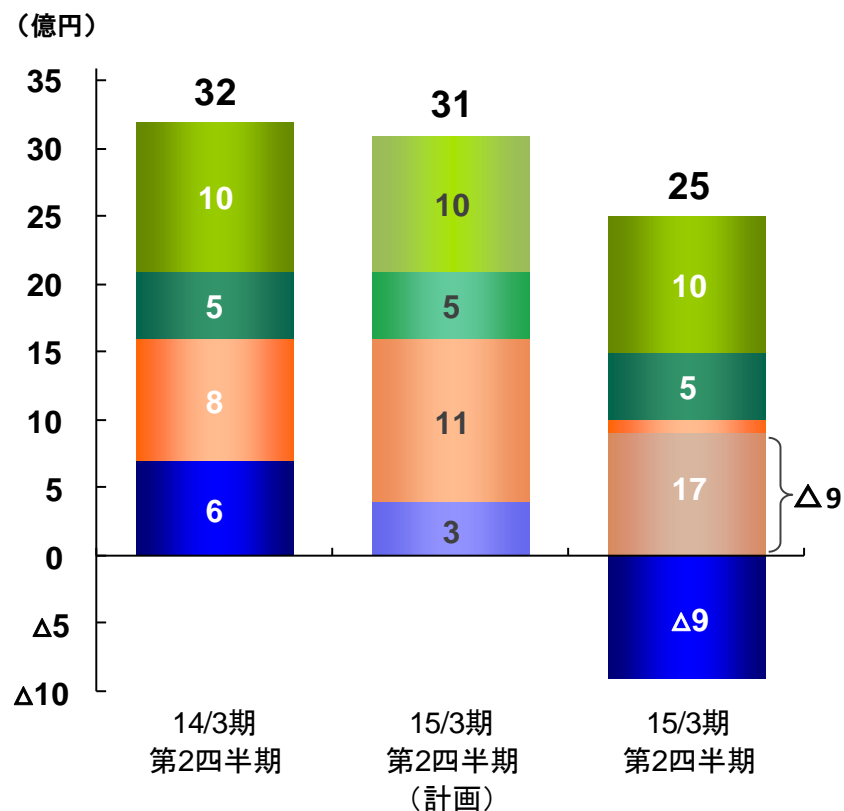
売上高

- 全事業で増収



営業利益

- 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で増益
- ファッション事業、複合カフェ運営事業で減益



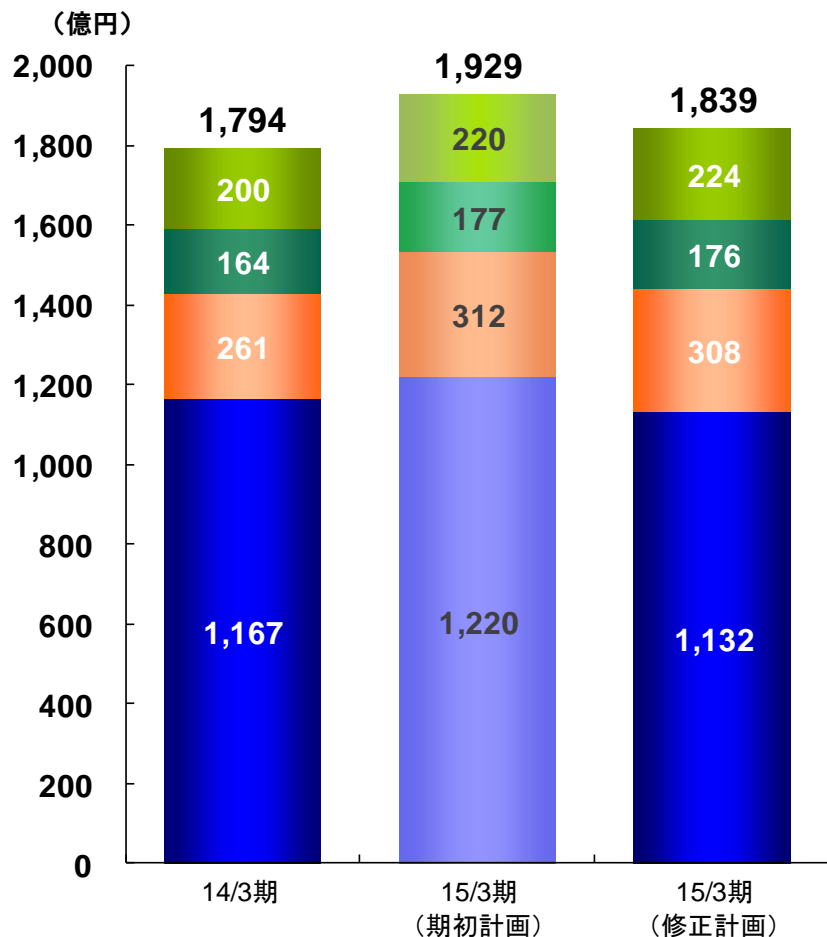
2015年3月期 第2四半期：環境と施策、及び今後の課題

事業セグメント	期中の環境	施策	期中の結果	下期への改善と課題
ファッション	<p>①想定以上の消費税率引き上げ前の駆け込み需要の反動</p> <p>②夏場の天候不順</p> <p>③クールビズ浸透に伴うスーツ販売着数減少</p>	5月末から6月初めに価格訴求のセール実施、この期間広告宣伝費を投入	セールの効果は一過性セール実施の影響、スーツ販売着数減少等で粗利益率が低下	増税直後のセールは効果なし。消費者が求めるのは、「必需品に対するの価格訴求」。冬物商戦における品揃え、リクルート、フレッシュアズ商戦時、商品特性に合わせた訴求キャンペーンをタイムリーに打つ等、既存店の活性化に注力
アニヴェルセル・ブライダル	消費税率引き上げ前の駆け込み需要の反動が悪材料	アニヴェルセルみなとみらいに経営資源と人材を投入	経費圧縮もあり、想定を上回る収益確保	「みなとみらい横浜」の影響で自社内競争あり。各店舗の強み、コンセプトを明確にした販促訴求
カラオケ	引き続き、会社員の夜の利用が減少傾向	新規出店を継続しながら、経費コントロールの徹底	既存店は減収の一方、経費コントロールにより収益は確保	新規出店と既存店活性化の継続
複合カフェ	複合カフェの市場全体は伸び悩みとなるも、上位企業の成長は持続	新規出店を継続しながら、女性客取り込みなど既存店活性化	新規出店による経費負担も、既存店は好調に推移	新規出店と既存店活性化の継続

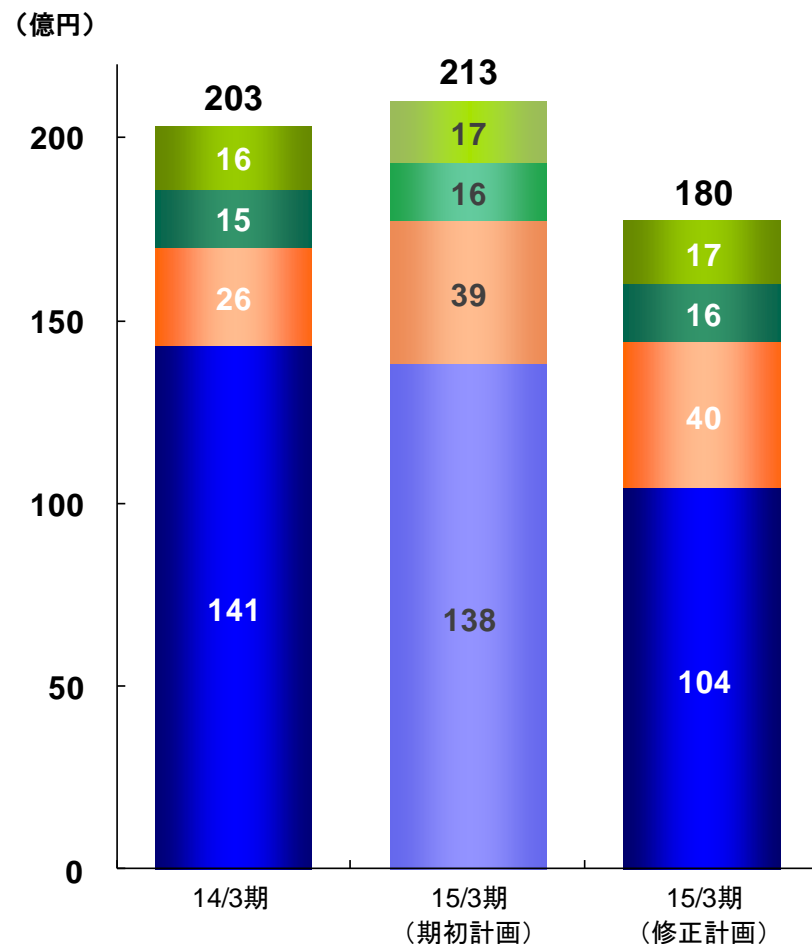
2015年3月期 通期業績予想

第2四半期の業績をベースに、通期連結業績を修正

売上高



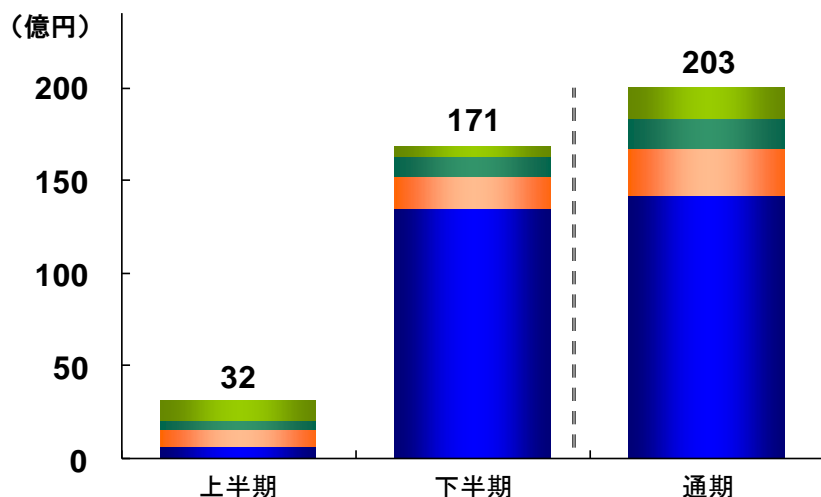
営業利益



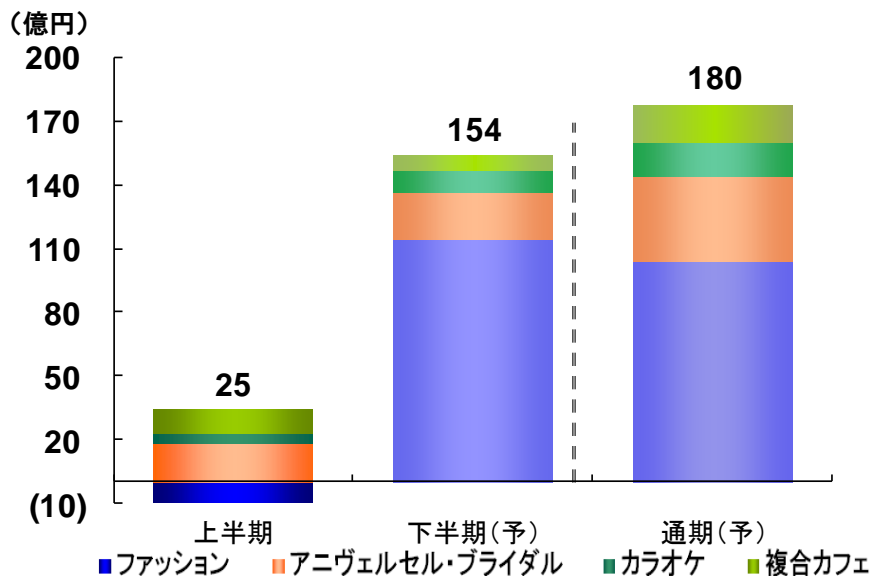
■ファッション ■アニヴェルセル・ブライダル ■カラオケ ■複合カフェ

営業利益の上・下半期構成

2014/3期の実績



2015/3期の計画



ファッション事業

収益の下期依存が大きい
引き続き消費税増税の影響があるなか、
既存店活性化の実施による収益体質強化へ注力

アニヴェルセル・ブライダル事業

収益の季節性は少ない
みなとみらい横浜が通年寄与へ

カラオケルーム運営事業

年末年始の収益は大きい

複合カフェ運営事業

収益の季節性は少ない
成長のポテンシャルが大きい
今期は新規出店負担大きい

経営指標ターゲット

グループ全体で安定的成長路線を確保し、
中期的目標の経営指標達成を目指す

<2014/3期実績>

指標	水準
営業利益率	11.4%
株主資本当期純利益率	8.8%
1株当たり当期純利益	127.70円

<2015/3期計画>

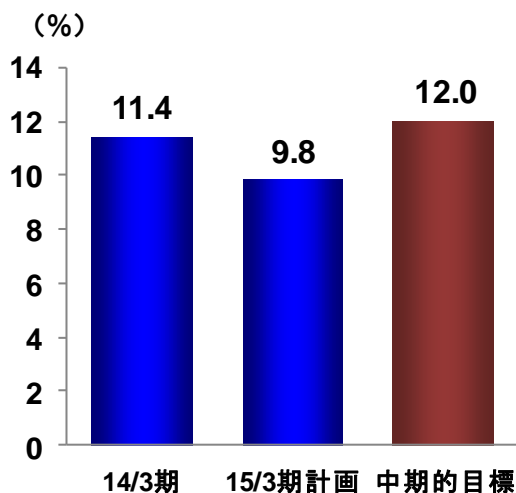
指標	水準
営業利益率	9.8%
株主資本当期純利益率	7.3%
1株当たり当期純利益	107.48円

<中期的目標> (2014年5月設定)

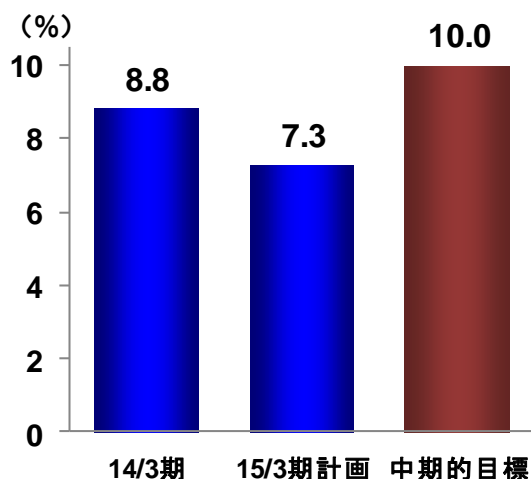
指標	水準
営業利益率	12.0%
株主資本当期純利益率	10.0%
1株当たり当期純利益	180.00円

株主資本当期純利益率(ROE)=(当期純利益/自己資本)×100(%)

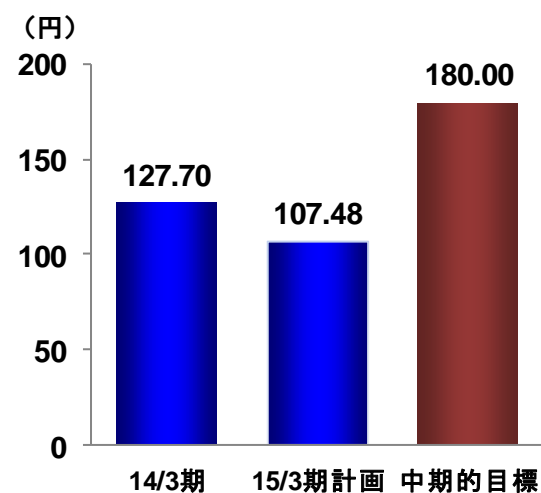
営業利益率



株主資本当期純利益率(ROE)

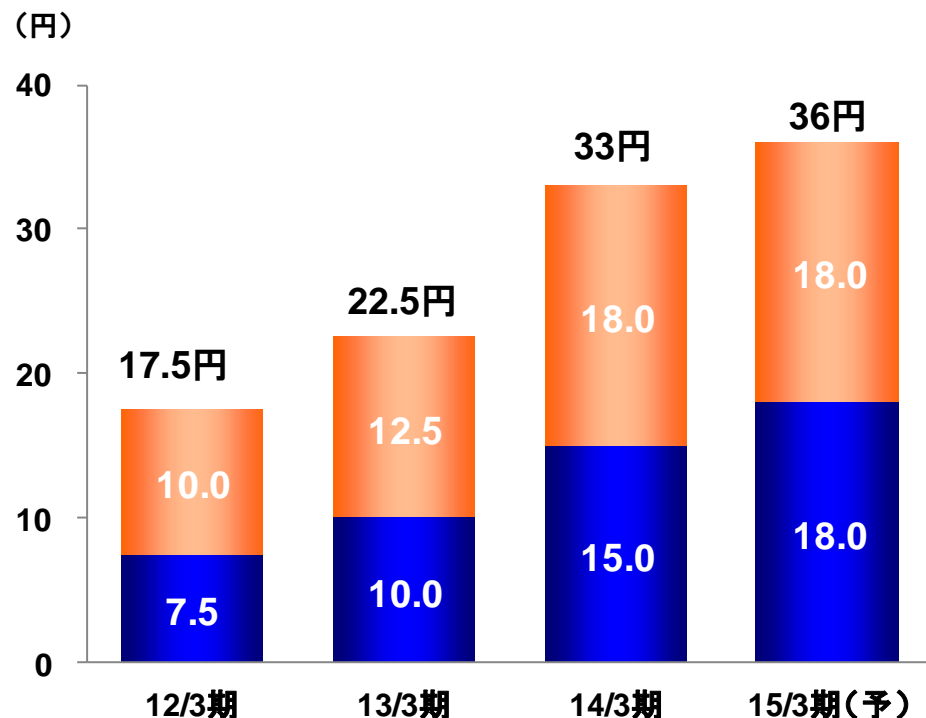


1株当たり当期純利益(EPS)



株主還元について: 配当

2015年3月期年間配当金は、33円(分割調整済み)から36円に増配の予定



	2Q末	期末	年間
2012/3期	7.5	10.0	17.5
2013/3期	10.0	12.5	22.5
2014/3期	15.0	18.0	33.0
2015/3期(予)	18.0	18.0(予)	36.0(予)

2014年1月1日に1株を2株に分割、表記の数値はいずれも分割調整済み

今後も安定配当を基本に、当面配当性向「30%」を
目標として利益還元を行う方針

2015年3月期

第2四半期業績の概要

連結損益の状況

(単位:百万円)

科目/期別	14/3期 第2四半期	15/3期 第2四半期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	73,381	78,213	4,831	106.6	新規出店とアニヴェルセルみなとみらい横浜の寄与
売上総利益 売上総利益率	33,874 46.2%	34,567 44.2%	693 △2.0ポイント	102.0	ファッション事業で△0.9ポイント
販売費・一般管理費	30,601	32,052	1,450	104.7	各事業の新店経費、人件費が増加
営業利益 営業利益率	3,272 4.5%	2,515 3.2%	△757 △1.3ポイント	76.9	ファッション事業の既存店の減収
営業外収益	1,026	622	△403	60.7	負ののれん償却額の減少 △465百万円
営業外費用	650	633	△16	97.4	
経常利益	3,648	2,504	△1,144	68.6	
特別利益	5	—	△5	—	
特別損失	388	417	28	107.4	主に減損損失
四半期純利益	1,946	1,449	△496	74.5	

◆ 減価償却額:3,538百万円(内リース資産 860百万円含む)

◆ 第2四半期既存店売上高増収率 ファッション:△6.7% カラオケ:△3.3% 複合カフェ:+4.2%

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	14/3期 第2四半期	15/3期 第2四半期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	73,381	78,213	4,831	106.6	
ファッション	43,528	43,660	132	100.3	新店の寄与
アニヴェルセル・ブライダル	11,954	15,090	3,136	126.2	施行組数の増加と組単価の上昇
エンターテイメント(トータル)	17,914	19,479	1,564	108.7	
(内)カラオケ	7,856	8,359	503	106.4	新店の寄与
(内)複合カフェ	10,058	11,119	1,061	110.5	新店の寄与と既存店の増収

事業別営業利益

(単位:百万円)

事業	14/3期 第2四半期	15/3期 第2四半期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	3,272	2,515	△757	76.9	
ファッション	639	△969	△1,609	—	既存店の減収
アニヴェルセル・ブライダル	892	1,778	886	199.4	増収
エンターテイメント(トータル)	1,583	1,610	26	101.7	
(内)カラオケ	506	547	40	108.1	増収と経費コントロール
(内)複合カフェ	1,077	1,063	△14	98.7	新店経費の増加
セグメント間取引等	193	95	△97	49.5	

※従来「その他」に含まれていた「売電事業」について管理区部の変更により、各事業に含めて記載 14/3期 第2四半期についても変更後の区分方法で記載

連結貸借対照表の主な増減

(単位:百万円)

科目／期別	14/3期末	15/3期 第2四半期	増減	主な増減要因
流動資産	66,003	59,660	△ 6,343	季節的要因等による売掛金の減少等
現金・預金	22,619	23,351	732	
たな卸資産	22,751	25,030	2,278	新規出店等による増加
固定資産	146,752	155,586	8,834	
有形固定資産	101,032	108,786	7,754	土地の取得及び新規出店等による増加
無形固定資産	5,675	6,219	543	
投資その他の資産	40,043	40,580	537	
資産合計	212,755	215,246	2,490	
流動負債	46,678	34,395	△ 12,283	
買掛金	20,224	15,167	△ 5,057	季節的要因等による減少
1年内返済予定長期借入金	8,086	4,263	△ 3,823	
固定負債	34,793	48,430	13,637	
長期借入金	22,275	37,050	14,775	調達160億円
負債合計	81,472	82,826	1,353	
資本金	23,282	23,282	—	
資本剰余金	28,757	28,757	—	
利益剰余金	79,029	79,564	535	四半期純利益及び剰余金の配当
自己株式	△43	△44	△ 1	
その他の包括利益累計額合計	257	859	602	
純資産合計	131,283	132,420	1,136	
負債純資産合計	212,755	215,246	2,490	

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目／期別	14/3期 第2四半期	15/3期 第2四半期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	△1,848	1,946	3,794	法人税等の支払減少 1,548百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△7,204	△9,587	△2,382	有形固定資産の取得増加 △2,851百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	4,666	8,373	3,706	長期借入の増加 借入金の返済の増加 11,000百万円 △6,200百万円
現金及び現金同等物の 増減額	△4,386	732	5,118	
期首残高	22,396	22,619	223	
四半期末残高	18,009	23,351	5,342	

出退店実績

(単位:店、百万円)

セグメント	店舗名	14/3期第2四半期			15/3期第2四半期		
		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	480	24	4	537	17	1
	ORIHICA	116	11	1	136	5	—
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	13	—	—	14	—	—
カラオケ	コート・ダジュール	152	9	—	166	7	—
複合カフェ	快活CLUB他※	220	9	—	245	17	—
合 計		981	53	5	1,098	46	1
設 備 投 資 額		8,120			10,973		

※ 快活フィットネスクラブ含む

設備投資額内訳:

15/3期第2四半期 ファッション 2,854、アニヴェルセル・ブライダル 526、カラオケ 1,037、複合カフェ 1,842

14/3期第2四半期 ファッション 4,161、アニヴェルセル・ブライダル 861、カラオケ 1,804、複合カフェ 1,159

2015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	14/3期	15/3期 予	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	179,443	183,970	4,526	102.5	新規出店とアニヴェルセルみなとみらい横浜の寄与
売上総利益 売上総利益率	87,792 48.9%	87,180 47.4%	△612 △1.5ポイント	99.3	ファッション事業で0.1ポイント改善 他事業は低下
販売費・一般管理費	67,401	69,180	1,778	102.6	各事業の新店経費、人件費が増加
営業利益 営業利益率	20,390 11.4%	18,000 9.8%	△2,390 △1.6ポイント	88.3	ファッション事業の既存店の減収
営業外収益	1,774	1,150	△624	64.8	負ののれん償却額の減少 △583百万円
営業外費用	1,299	1,200	△99	92.4	
経常利益	20,865	17,950	△2,915	86.0	
特別利益	5	—	△5	—	
特別損失	2,449	1,650	△799	67.4	主に減損損失
当期純利益	10,684	9,800	△884	91.7	

前提条件

- ◆ 減価償却額: 7,360百万円(リース資産 1,730百万円含む)
- ◆ 既存店売上高増収率 ファッション:下期 △9.2% 通期 △8.3%
カラオケ :下期 △0.9% 通期 △2.1% 複合カフェ:下期 +2.1% 通期 +3.2%

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	14/3期	15/3期 予	増減	対比(%)
計	179,443	183,970	4,526	102.5
ファッション	116,770	113,200	△3,570	96.9
アニヴェルセル・ブライダル	26,139	30,800	4,660	117.8
エンターテイメント(トータル)	36,552	40,000	3,447	109.4
(内)カラオケ	16,460	17,600	1,139	106.9
(内)複合カフェ	20,092	22,400	2,307	111.5

事業別営業利益

(単位:百万円)

事業	14/3期	15/3期 予	増減	対比(%)
計	20,390	18,000	△2,390	88.3
ファッション	14,149	10,400	△3,749	73.5
アニヴェルセル・ブライダル	2,619	4,000	1,380	152.7
エンターテイメント(トータル)	3,208	3,370	161	105.0
(内)カラオケ	1,530	1,630	99	106.5
(内)複合カフェ	1,678	1,740	61	103.7
セグメント間取引等	468	230	238	49.0

※従来「その他」に含まれていた「売電事業」について管理区部の変更により、各事業に含めて記載 14/3期についても変更後の区分方法で記載

出退店の見通し

(単位:店、百万円)

セグメント	店舗名	14/3期			15/3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	521	65	4	557	38	2
	ORIHICA	131	26	1	143	12	—
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	14	1	—	14	—	—
カラオケ	コート・ダジュール	159	16	—	174	15	—
複合カフェ	快活CLUB他※	228	18	1	263	35	—
合 計		1,053	126	6	1,151	100	2
設 備 投 資 額		19,660			17,740		

※ 快活フィットネスクラブ含む

設備投資額内訳:

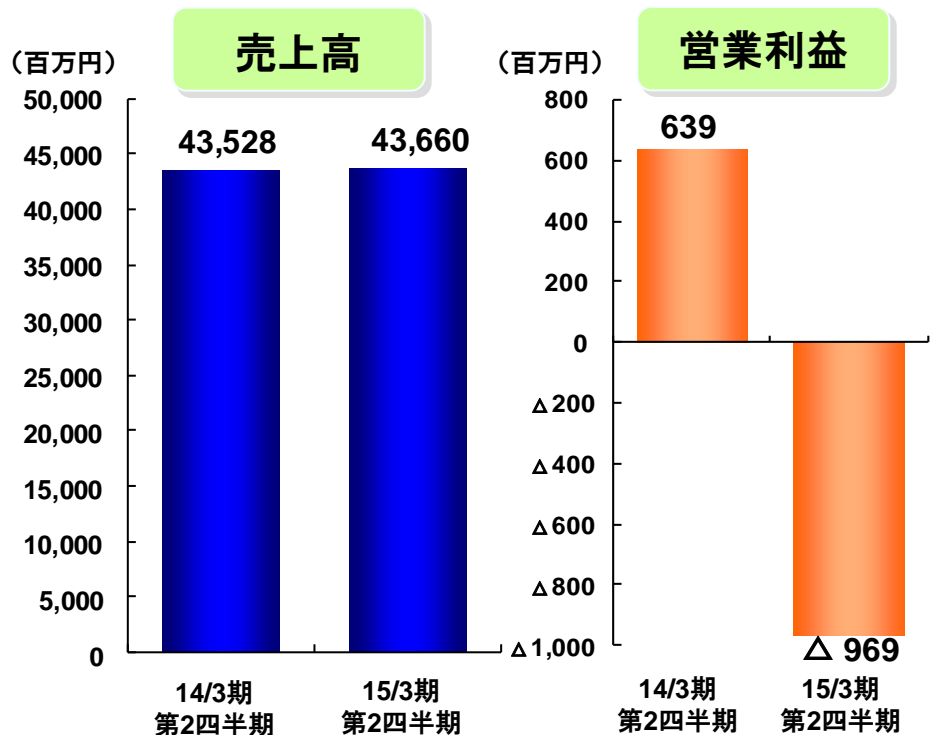
15/3期(予) ファッション 5,730、アニヴェルセル・ブライダル 870、カラオケ 2,738、複合カフェ 3,658
 14/3期 ファッション 7,830、アニヴェルセル・ブライダル 5,021、カラオケ 2,895、複合カフェ 2,533

ファッション事業

2015年3月期 第2四半期業績と通期の見通し

ファッション事業：2015年3月期第2四半期の実績

店舗数増加による増収の一方、既存店減収及び
売上総利益率の低下により減益、5期ぶりの営業赤字



(単位:百万円)

	15/3期第2四半期		14/3期
	前年同期比%	売上比%	第2四半期 売上比%
売上高	43,660	100.3	100.0
売上総利益	26,317	98.8	61.2
販売管理費	27,287	105.0	59.7
営業利益	△969	—	1.5

■ 売上高：前年同期比100.3%

◆ 新規出店

- AOKI : 17店舗
第2四半期末店舗数 537店舗
(前年同期末比 +57店舗)
- ORIHICA: 5店舗
第2四半期末店舗数 136店舗
(前年同期末比 +20店舗)

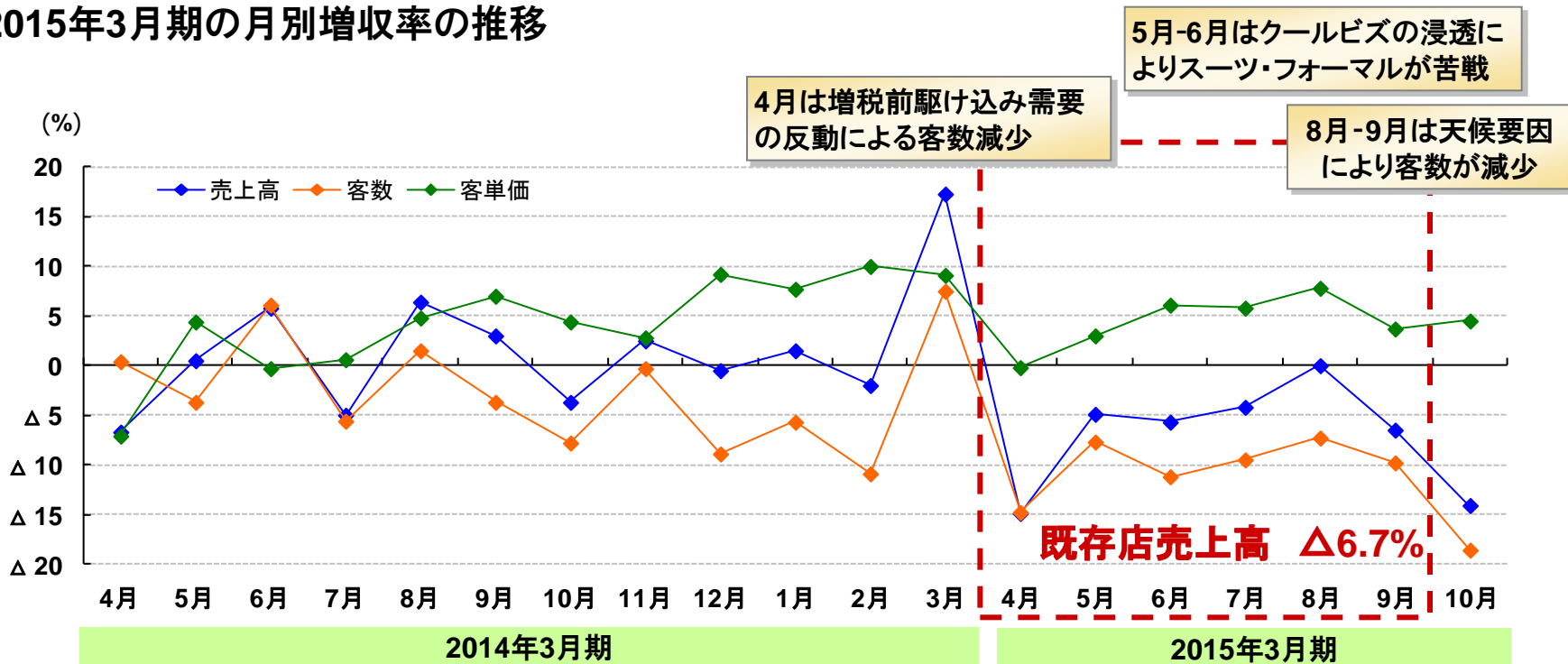
■ 営業利益：前年同期△16億9百万円

- ◆ 既存店の減収：△6.7%
- ◆ 売上総利益率：前年同期比 △0.9ポイント
 - スーツ・フォーマルの販売着数の減少
 - 価格訴求セールの影響
- ◆ 販売管理費：前年同期比 105.0%
 - 店舗数の増加、新規出店による地代家賃、人件費等の増加

既存店売上高増収率・客数・客単価の推移

1品単価の上昇等により客単価は上昇するも、消費税率引き上げの影響で客数が減少し、既存店売上高は減収

2015年3月期の月別増収率の推移



	13/10	13/11	13/12	14/1	14/2	14/3	14/4	14/5	14/6	14/7	14/8	14/9	上半期	14/10
既存店売上高 (%)	$\Delta 3.7$	+2.5	$\Delta 0.5$	+1.5	$\Delta 2.0$	+17.3	$\Delta 14.9$	$\Delta 4.9$	$\Delta 5.7$	$\Delta 4.2$	0.0	$\Delta 6.5$	$\Delta 6.7$	$\Delta 14.9$
客数 (%)	$\Delta 7.8$	$\Delta 0.3$	$\Delta 8.9$	$\Delta 5.7$	$\Delta 10.9$	+7.5	$\Delta 14.8$	$\Delta 7.7$	$\Delta 11.2$	$\Delta 9.5$	$\Delta 7.3$	$\Delta 9.8$	$\Delta 10.5$	$\Delta 18.6$
客単価 (%)	+4.4	+2.8	+9.2	+7.7	+10.0	+9.1	$\Delta 0.2$	+3.0	+6.1	+5.8	+7.8	+3.7	+4.2	+4.5
平年気温との差異(°C)(東京)	+1.3	+0.2	-0.4	+0.2	-0.6	+1.0	+0.4	+1.4	+1.3	+1.0	+0.3	-0.6	—	+0.6

ファッション事業：上期の実績①

消費税率引き上げ後の消費マインドの冷え込み クールビズの浸透、天候与件による客数減少

1 消費税率引き上げ後の影響

- ◆3月の駆け込み需要は、売上高で約26億円(3月度既存店売上高: +17.3%)
(特にスーツ、フォーマルの需要大)
- ◆3月の駆け込みの反動により、4月度既存店客数△14.8%
- ◆5月・6月の集客回復を狙い価格訴求セールを実施
⇒客数増につながらず、さらに売上総利益率も低下

2 クールビズの浸透によるスーツからシャツ・スラックスへの購入品種の変化

	前年同期比	売上構成比	前年同期比
スーツ	約 94%	25.7%	△17.7ポイント
フォーマル	約 98%	11.9%	△0.3ポイント
シャツ	約 106%	13.2%	+0.7ポイント
スラックス	約 106%	7.7%	+0.4ポイント



AOKIクールビズ提案
シャツ&スラックス

3 台風や災害、低気温等の天候不順による客数の減少

- ◆大型台風や豪雨が売上規模の大きい週末を直撃

ファッション事業：上期の実績②

ロイヤルブランド商品及びレディス商品の品揃えの強化と新規出店の継続

1 ロイヤルブランド商品の販売強化により、1品単価の上昇

	上半期実績	前年同期比
スーツの1品単価 (AOKI+ORIHICA 全店)	25,300円	107.2%

2 品揃え・販促強化により、レディス商品、特にレディスフォーマルが好調

	前年同期比	構成比	前年同期比
レディス	約117%	12.2%	+1.9ポイント
レディスフォーマル	約150%	3.2%	+1.1ポイント

3 経費コントロールの実施

- ◆ 販売管理費：計画比96.5%、約△10億円
 - ・人件費：約△6億円(シフト調整、残業時間の低減、営業時間の短縮等)
 - ・広告宣伝費：約△2億円(チラシ折込部数減少等)

4 新規出店の継続

	店舗数	ポイント
AOKI	17店舗	インモールタイプ(横浜みなとみらい店) 山形県への初出店(鶴岡店)
ORIHICA	5店舗	初の2層都市型路面店(川崎 ラ チッタデッラ店)



AVSスーツ



レディスフォーマル



AOKI 横浜みなとみらい店



ORIHICA 川崎 ラ チッタデッラ店

ファッション事業：上期の実績③

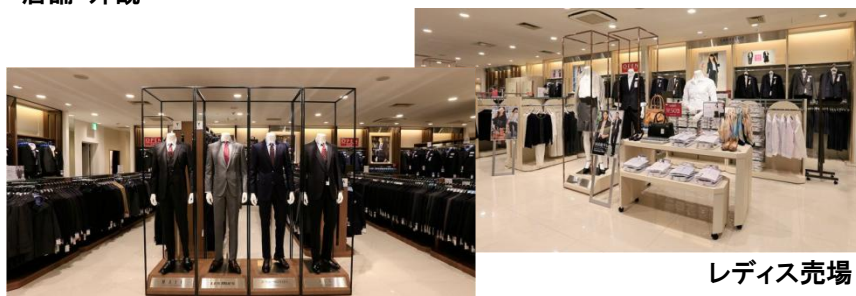
客層・地域特性に合わせて既存店をリニューアル

渋谷宮益坂店(130坪):都心型駅前店プロトタイプ

- ◆ コンセプト: 20代から40代を中心としたビジネスマンやキャリア女性にあてにされる店



店舗・外観



レディス売場

フレームワークを施したメインディスプレイ

⇒ 入店しやすい環境整備で平日から週末にかけて安定した集客を見込む

甲府昭和総本店(400坪):郊外型タイプ

- ◆ コンセプト: 地域密着型で全ての年代のお客様にあてにされる店



店舗外観パースイメージ



メインの集合ディスプレイ

⇒ お客様の目的や用途に合わせたトータルスタイリング提案強化

AOKI:下期の取組み①

マーケットの変化に合わせた施策の実施による既存店の
活性化と新規出店により市場シェアと収益力の拡大を図る

1 核商品、高付加価値商品の提案強化と好調品種の品揃え強化

◆ スーツ

⇒・信州大学繊維学部 産学協同開発商品 「ビシットふわり羽織るスーツ」

<AOKIだけの3つの技術>

- ① 究極に着やすい型紙
- ② 肩パッドや芯地を軽くソフトでありながらスーツ然とした外観
- ③ 型崩れ、耐久性などを厳しく検査する品質管理技術



従来のスーツと比較して
衣服圧※が24.6%減少
※衣服から人体に加わる圧力



ビシットふわり羽織るスーツ

・ロイヤルブランドの品揃えを強化

◆ レディス

- ⇒・キャリア層に向けたスーツを新たな媒体(BAILA)を加えて訴求
- ・新入卒のフレッシューズ、リクルートに向けたCanCamでの提案継続
 - ・幅広い年代に向けたフォーマル



レディススーツ



レディスフォーマル

◆ コート

- ⇒・特殊フィルム加工+撥水機能 「温(ぬく)もりコート」
- ・ヤングに向けた細身でショート丈のトレンチコートやウールコート
 - ・ミドル、エルダーに向けたビジカジコート



温(ぬく)もりコート



(オン) (オフ)
ビジカジコート

AOKI:下期の取組み②

マーケットの変化に合わせた施策の実施による既存店の
活性化と新規出店により市場シェアと収益力の拡大を図る

2 営業力の磨き上げ

- ◆ 商品を軸とした接客体制の進化
⇒「2着目1,000円」から「2着目半額」への売り方の変更等
- ◆ スタイリスト制度のさらなる進化
⇒新たな企業コンセプト“あなたのスタイリストAOKI”の浸透

「接客力」x「販売技術力」x「知識力」の最大化によりプロのスタイリストを育成
シルバーセカンド、ゴールドセカンド学習会の開催
※14年9月末時点ライセンス取得者：約3,260名(シルバー 約2,950名 ゴールド 約310名)



スタイリストバッジ
(シルバー)



3 マーケットに合わせた販促企画の実施

- ◆ 下取りの提案強化による衣替え、買い替え需要の喚起
- ◆ 11月下旬からの冬物本格需要
- ◆ 就活解禁時期のずれ(12月→3月)によるリクルート&フレッシュャーズの集中
- ◆ WEB販促の強化

	10月	11月	12月	1月	2月	3月
一般マーケット	買い替え 下取りセール		冬物需要 秋冬物セール	初売り バーゲン		買い替え
特定マーケット				リクルート	フレッシュャーズ	

4 新規出店の継続と店舗リニューアルの実施

- ◆ 下期出店数：21店舗(期初予定：25店舗)
- ◆ 既存店の建て替え：3店舗

ORIHICA:下期の取組み

新規出店・店舗改装(増床)を軸とした事業拡大を継続しながら、
既存店の業務効率向上による、経営効率の改善を推進

1 商品力の強化による、新たなお客様層の獲得

- ◆ ビジネス・ビジカジスタイルに必須の核商品を磨き上げ、店頭にて単品訴求を強化
(ベーシック商品の『上質感』と『バリエーション』を店頭にてPR)



ORC ジャケット



ORC ニット

2 既存店の業務効率改善を継続して実施

- ◆ 店舗オペレーション・物流・VMDの仕組み化等、店舗業務効率の改善を推進
- ◆ 経費の見直しによる経費低減施策の洗い出しと実施

3 新規出店・既存店改装(増床)の継続実施

- ◆ 下期出店数:7店舗(期初予定:8店舗)
- ◆ 既存店改装(増床):1店舗(アトレ川崎店)

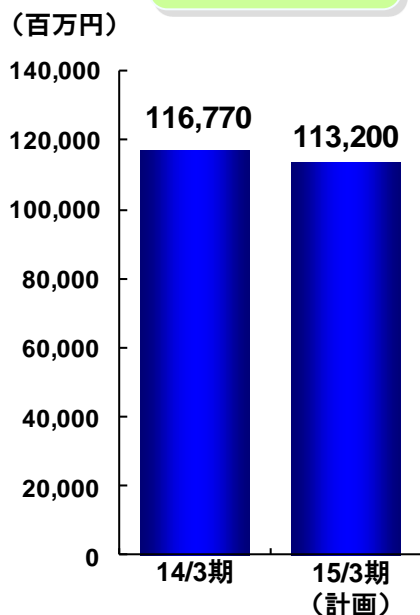


アトレ川崎店(増床後)

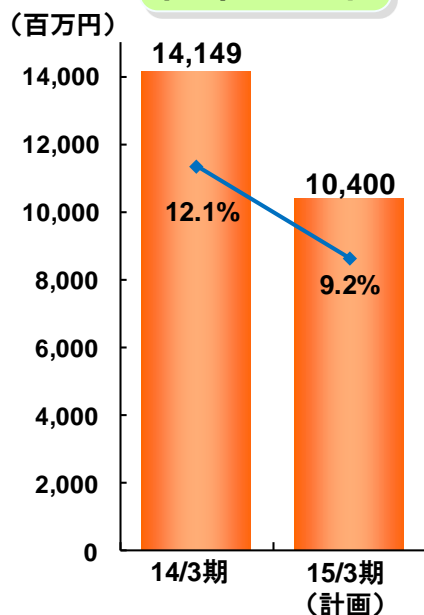
ファッション事業：2015年3月期の見通し

消費税増税の影響等による既存店の減収で減収減益予想

売上高



営業利益と
営業利益率



(単位:百万円)

	15/3期 予		
	前期比%	売上比%	
売上高	113,200	96.9	100.0
売上総利益	70,040	97.0	61.9
販売管理費	59,640	102.7	52.7
営業利益	10,400	73.5	9.2

■ 売上高：前期比 96.9%

- ◆ 新規出店：50店舗(期初予定△5店舗)
 - AOKI: 38店舗(上期:17 下期:21)
 - ORIHICA: 12店舗(上期: 5 下期:7)

■ 営業利益：前期比 73.5%

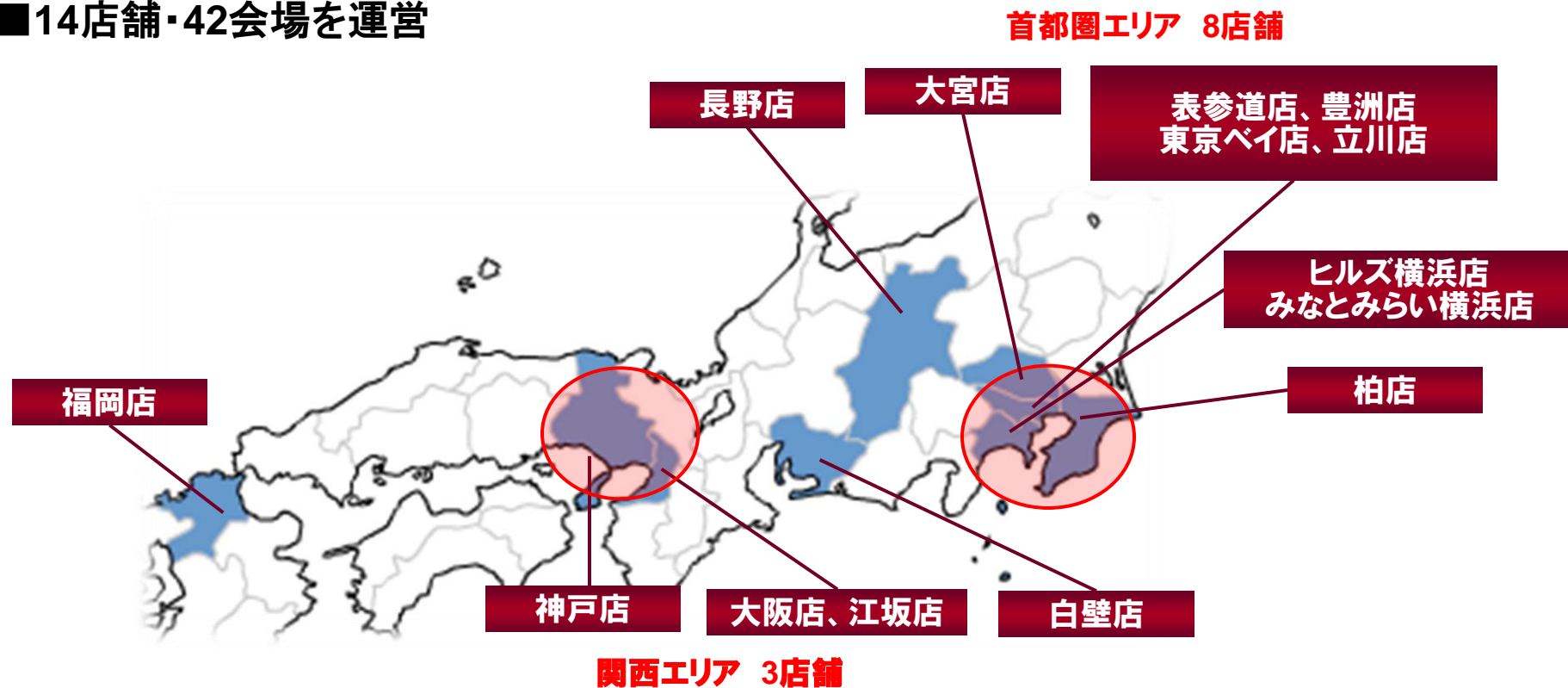
- ◆ 既存店増収率計画
 - 通期：△8.3%
(上期実績：△6.7% 下期計画：△9.2%)
- ◆ 売上総利益率：前期比 +0.1ポイント
- ◆ 販売管理費：前期比 102.7%
 - 店舗数増による地代家賃、減価償却費、人件費等の増加

アニヴェルセル・ブライダル事業

2015年3月期 第2四半期業績と通期の見通し

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

■14店舗・42会場を運営



■商品提案力

弊社平均組単価: 4,448千円

(15/3期第2四半期)

全国平均組単価: 3,337千円

(ゼクシィ結婚トレンド調査2014調べ)

■業界ポジション

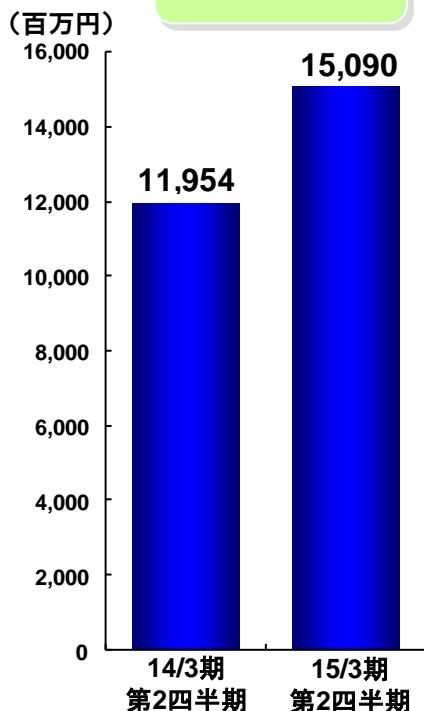
結婚式場・手配部門売上: 第4位

2014年11月5日付 日経MJ掲載

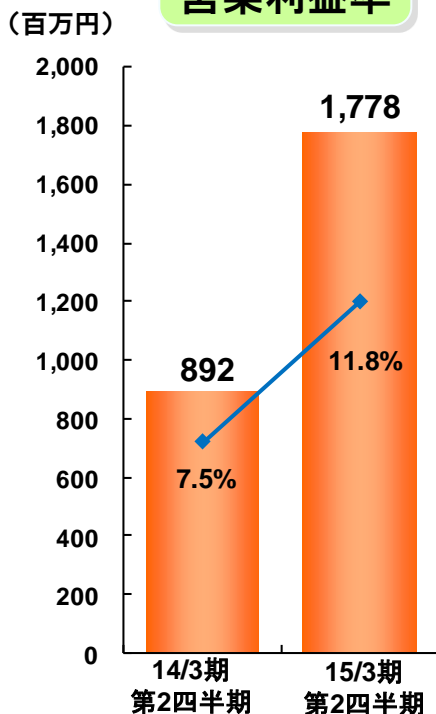
「第32回サービス業総合調査」

みなとみらい横浜の寄与、平均組単価上昇により増収大幅増益

売上高



営業利益と営業利益率



■ 売上高: 前年同期比 126.2%

- ◆ 施行組数の増加(前年同期比 +595組)
- ◆ 平均組単価の上昇(同 +135千円)

■ 営業利益: 前年同期比 199.4%

◆ 販売管理費: 前年同期比 97.8%

- 「アニヴェルセル みなとみらい横浜」の開業準備費用(*)3.8億円の減少

(単位: 百万円)

	15/3期第2四半期	
	前年同期比%	売上比%
売上高	15,090	126.2
売上総利益	4,353	28.8
販売管理費	2,574	17.1
営業利益	1,778	11.8



* 開業日の約1年前より、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
(みなとみらい横浜の場合は、2012年12月に開業準備室をオープン)

経営効率指標

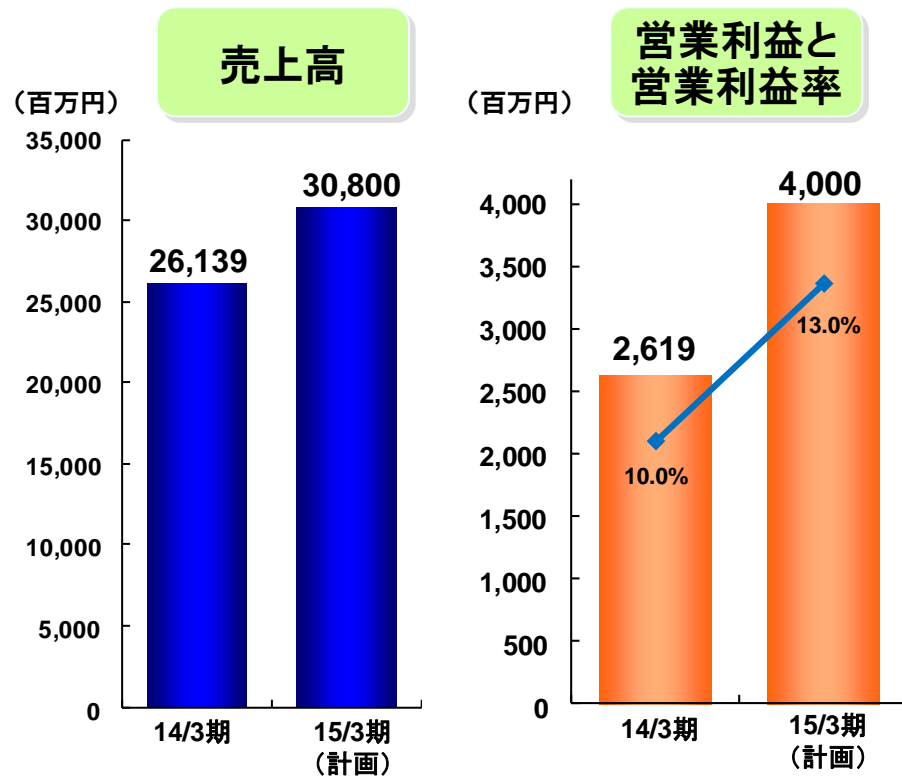
全店ベース

	14/3期 第2四半期	15/3期 第2四半期	差	前期比
期末店舗数	13店舗	14店舗	+1店舗	107.7%
期末会場数	35会場	42会場	+7会場	120.0%
施行組数	2,720組	3,315組	+595組	121.9%
稼働率	67.0%	68.0%	+1.0ポイント	—
平均組単価	4,313千円	4,448千円	+135千円	103.1%

既存店ベース

	14/3期 第2四半期	15/3期 第2四半期	差	前期比
施行組数	2,720組	2,547組	△173組	93.6%
稼働率	67.0%	62.7%	△4.3ポイント	—
平均組単価	4,313千円	4,328千円	+15千円	100.3%

みなとみらい横浜の寄与、平均組単価上昇により増収増益予想



(単位:百万円)

	15/3期 予	
	前期比%	売上比%
売上高	30,800	117.8
売上総利益	9,210	29.9
販売管理費	5,210	16.9
営業利益	4,000	13.0

■ 売上高: 前期比 117.8%

◆ 「アニヴェルセル みなとみらい横浜」が 通年寄与

- 全店施行組数計画 : 6,748組 (前年差 +886組)
(期初計画比 Δ 167組)
- 全店平均組単価計画 : 4,453千円 (同 +91千円)
(期初計画比 +50千円)

◆ 既存店強化施策の実施

- 接客ノウハウ共有化による成約率向上
- 各店舗の強み、コンセプトを明確にした販促訴求

■ 営業利益: 前期比 152.7%

◆ 「アニヴェルセル みなとみらい横浜」の 開業準備費用(*)約10億円の減少

* 開業日の約1年前より、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
(みなとみらい横浜の場合は、2012年12月に開業準備室をオープン)

新生アニヴェルセル 記念プロジェクト始動

New Birth アニヴェルセル 表参道



コンセプト:「みんなを幸せにする、記念日のために。」

※全会場を改装&リフレッシュ

改装:5階「THE SALON(ザ サロン)」

8階「THE GARDEN(ザ ガーデン)」



5階イメージ

エンターテイメント事業

2015年3月期 第2四半期業績と通期の見通し

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

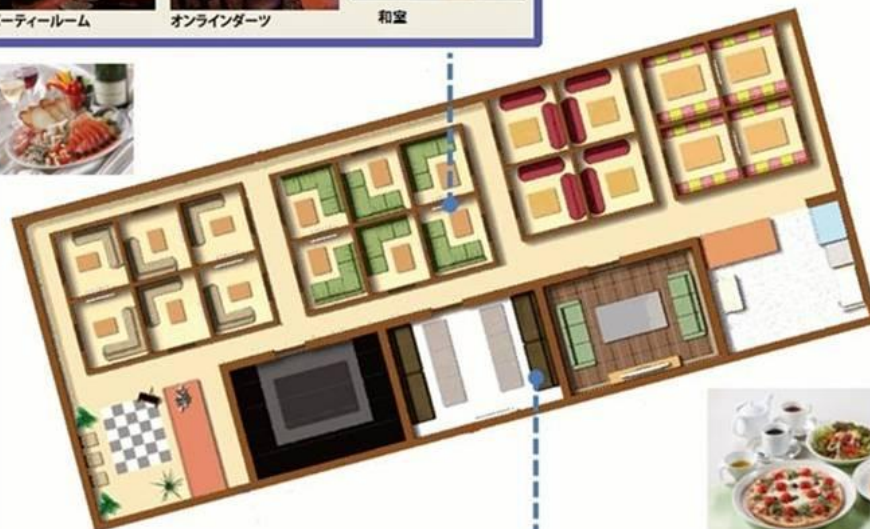


明日への活力を、くつろぎの空間で。

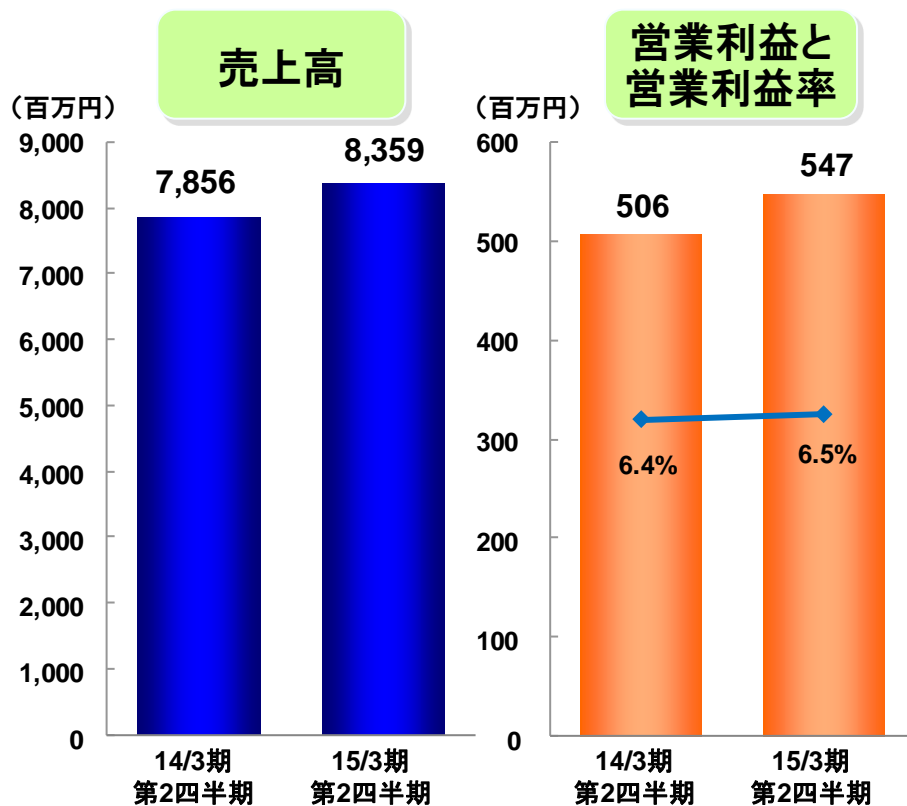
カラオケ&パティースペース「コート・ダジュール」は、“地上の楽園”南仏COTE D'AZURをテーマに、歌と語らいのさわやかなくつろぎ空間をご提供しています。

業界ランク第5位

2014年11月12日付 日経MJ掲載
「第32回サービス業総合調査」



新規出店と経費コントロールにより増収増益



- **売上高:前年同期比 106.4%**
 - ◆ 駅前立地を中心に新規出店: 7店舗
 - ◆ リニューアル: 9店舗
 - ◆ 季節限定メニューの強化等による既存店客単価の上昇: +1.2%
- **営業利益:前年同期比 108.1%**
 - ◆ 経費コントロールの実施
 - 販売管理費:前年同期比 98.6%

(単位:百万円)

	15/3期第2四半期		
		前年同期比%	売上比%
売上高	8,359	106.4	100.0
売上総利益	1,502	101.9	18.0
販売管理費	954	98.6	11.4
営業利益	547	108.1	6.5

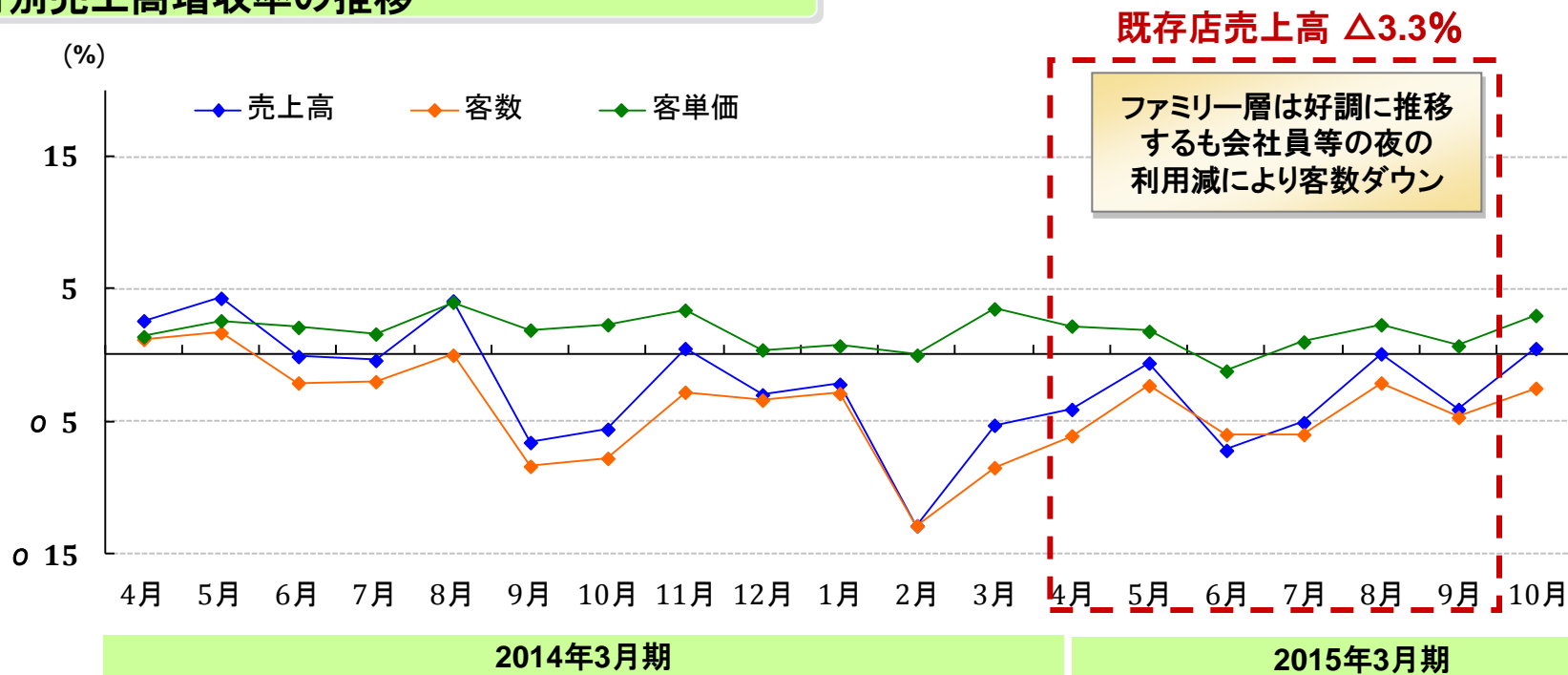


季節限定 春メニュー

夏メニュー

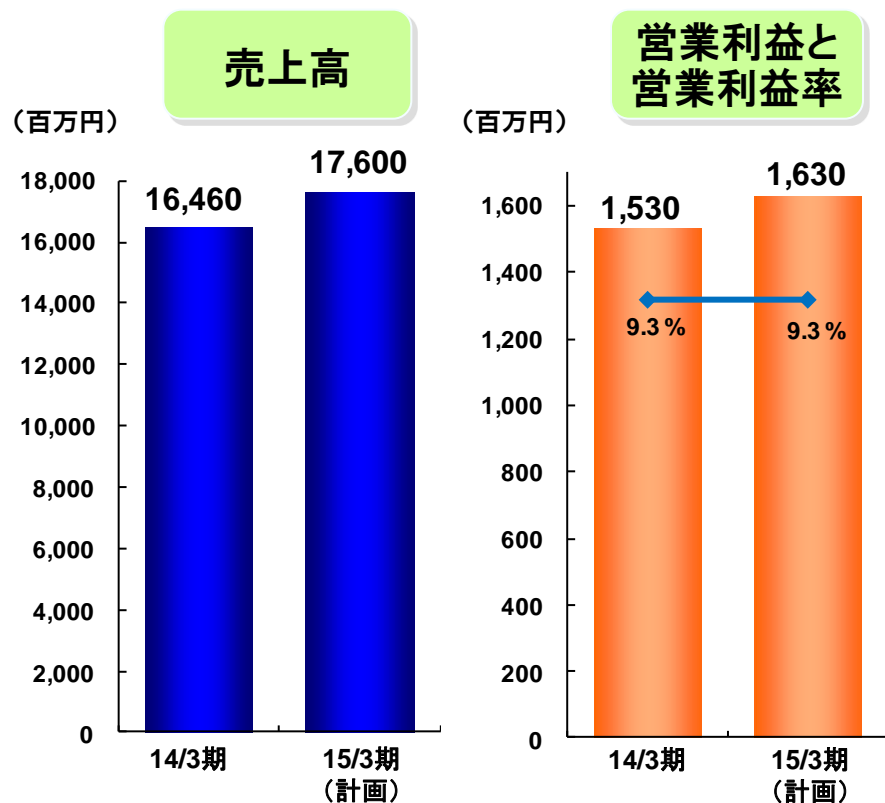
既存店の状況

月別売上高増収率の推移



	13/10	13/11	13/12	14/1	14/2	14/3	14/4	14/5	14/6	14/7	14/8	14/9	上半期	14/10
既存店売上高 (%)	$\Delta 5.6$	+0.5	$\Delta 3.0$	$\Delta 2.2$	$\Delta 12.9$	$\Delta 5.3$	$\Delta 4.1$	$\Delta 0.6$	$\Delta 7.2$	$\Delta 5.1$	+0.1	$\Delta 4.1$	$\Delta 3.3$	+0.5
客数 (%)	$\Delta 7.8$	$\Delta 2.8$	$\Delta 3.4$	$\Delta 2.9$	$\Delta 12.9$	$\Delta 8.5$	$\Delta 6.1$	$\Delta 2.3$	$\Delta 6.0$	$\Delta 6.0$	$\Delta 2.1$	$\Delta 4.7$	$\Delta 4.5$	$\Delta 2.5$
客単価 (%)	+2.3	+3.4	+0.4	+0.7	0.0	+3.5	+2.2	+1.8	$\Delta 1.2$	+1.0	+2.3	+0.7	+1.2	+3.0
平年気温との差異(°C)(東京)	+1.3	+0.2	-0.4	+0.2	-0.6	+1.0	+0.4	+1.4	+1.3	+1.0	+0.3	-0.6	—	+0.6

新規出店と経費コントロールにより増収増益予想



(単位:百万円)

	15/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	17,600	106.9	100.0
売上総利益	3,550	103.3	20.2
販売管理費	1,920	100.7	10.9
営業利益	1,630	106.5	9.3

■ 売上高:前期比 106.9%

- ◆ 駅前立地を中心に新規出店:15店舗 (上期: 7 下期: 8)
- ◆ 既存店の活性化
 - 人気キャラクター、人気アーティストとのコラボキャンペーン
 - 忘新年会キャンペーン
 - 飲食メニューの更なる充実
 - 既存店増収率計画: 通期 $\Delta 2.1\%$ (上期実績: $\Delta 3.3\%$ 下期計画: $\Delta 0.9\%$)

■ 営業利益:前期比 106.5%

- ◆ 経費コントロールの実施

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

2014年11月12日付 日経MJ掲載
「第32回サービス業総合調査」

お一人様向け

リクライニングシート マッサージシート フルフラットシート

ご友人・カップル向け

ソファシート ベアフラットシート

ファミリー・グループ向け

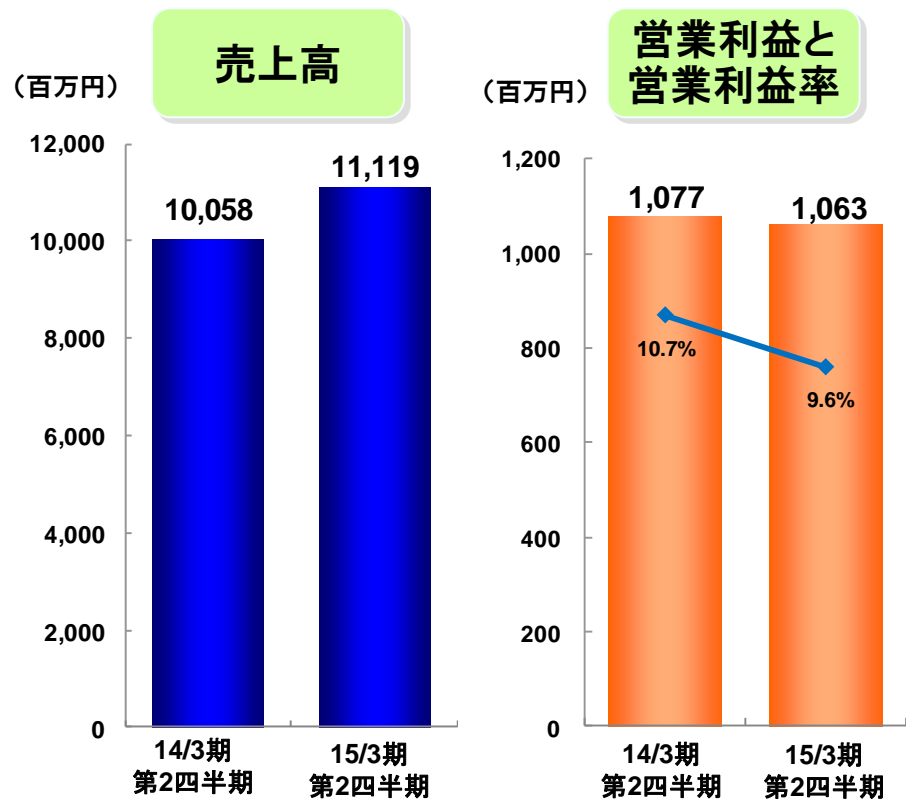
リビングルーム オンラインダーツ

ビリヤード

コミック&雑誌・新聞

ドリンクバー

新規出店と既存店増収による増収、新規出店費用等の増加により減益



■ **売上高:前年同期比 110.5%**

- ◆ 新規出店: 17店舗 (前年同期比 +8店舗)
- ◆ リニューアル: 13店舗
 - 女性専用エリアの導入等
- ◆ 既存店の増収: +4.2%

■ **営業利益:前年同期比 98.7%**

- ◆ 出店数増加による売上総利益率の低下と販売管理費の増加
 - 売上総利益率: 19.3% (前年同期比 Δ 0.7ポイント)
 - 販売管理費: 前年同期比 115.8%

(単位:百万円)

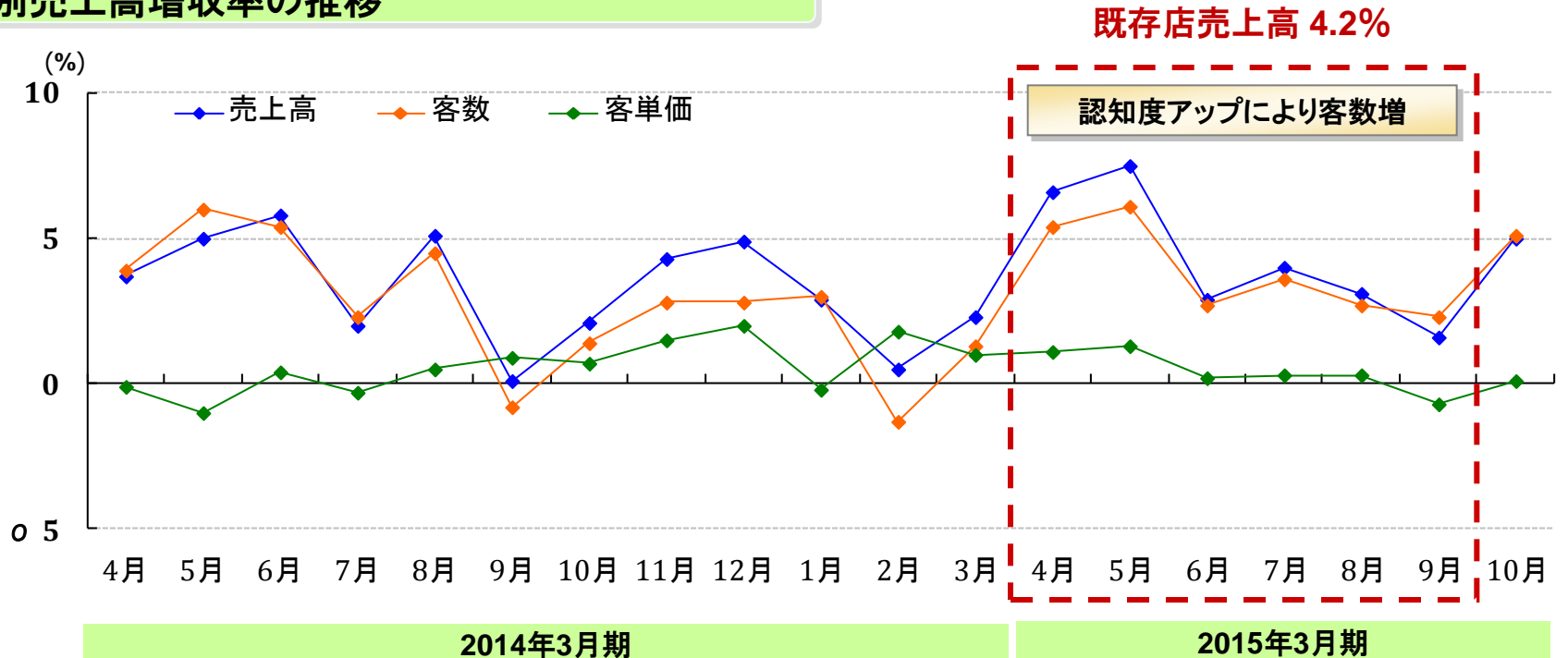
	15/3期第2四半期	
	前年同期比%	売上比%
売上高	11,119	110.5
売上総利益	2,142	19.3
販売管理費	1,079	115.8
営業利益	1,063	98.7



女性専用エリア

既存店の状況

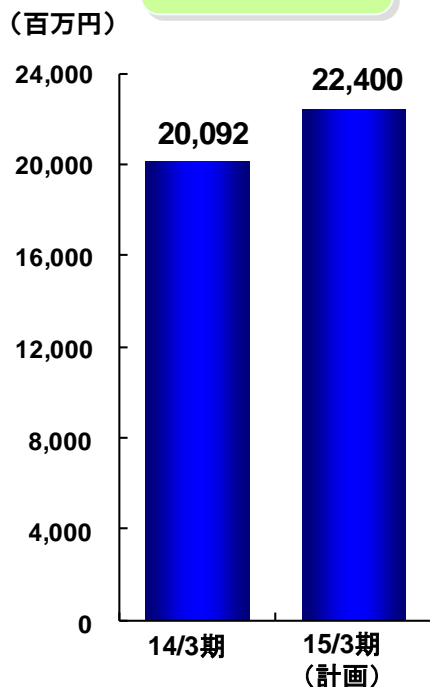
月別売上高増収率の推移



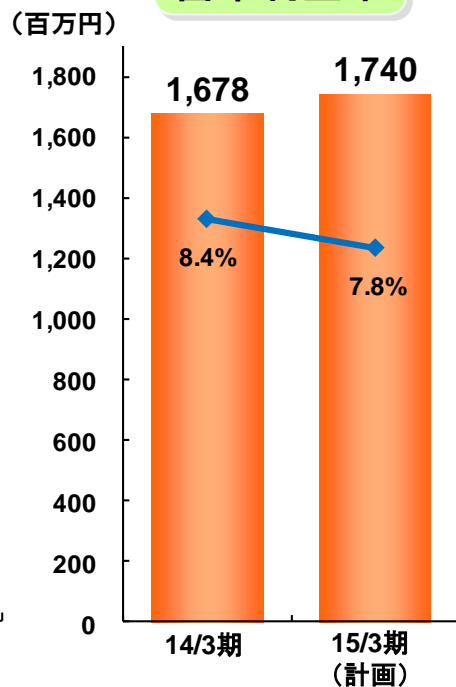
	13/10	13/11	13/12	14/1	14/2	14/3	14/4	14/5	14/6	14/7	14/8	14/9	上半期	14/10
既存店売上高 (%)	+2.1	+4.3	+4.9	+2.9	+0.5	+2.3	+6.6	+7.5	+2.9	+4.0	+3.1	+1.6	+4.2	+5.0
客数 (%)	+1.4	+2.8	+2.8	+3.0	△1.3	+1.3	+5.4	+6.1	+2.7	+3.6	+2.7	+2.3	+3.8	+5.1
客単価 (%)	+0.7	+1.5	+2.0	△0.2	+1.8	+1.0	+1.1	+1.3	+0.2	+0.3	+0.3	△0.7	+0.4	△0.1
平年気温との差異(°C)(東京)	+1.3	+0.2	-0.4	+0.2	-0.6	+1.0	+0.4	+1.4	+1.3	+1.0	+0.3	-0.6	—	+0.6

新規出店と既存店増収により増収増益予想

売上高



営業利益と営業利益率



(単位:百万円)

	15/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	22,400	111.5	100.0
売上総利益	3,880	108.7	17.3
販売管理費	2,140	113.2	9.6
営業利益	1,740	103.7	7.8

■ 売上高:前期比 111.5%

- ◆ 新規出店: 35店舗 (前期比 +17店舗)
(上期: 17 下期: 18)
- ◆ 既存店増収率計画: 通期 + 3.2%
(上期実績: + 4.2% 下期計画: + 2.1%)

■ 営業利益:前期比 103.7%

- ◆ 新規出店増加に伴う経費増を既存店増収により吸収



霧島国分店(鹿児島県、14年7月オープン)

補足資料

P47、P49の(注)

1. 1株当たり四半期純利益(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P13、P19をご参照ください

2015年3月期第2四半期 連結営業実績

(単位:百万円)

	14/3期 第2四半期実績	百分比 (%)	15/3期 第2四半期計画	百分比 (%)	15/3期 第2四半期実績	百分比 (%)	対前年 同期増減	対比 (%)
売上高	73,381	100.0	80,530	100.0	78,213	100.0	4,831	106.6
ファッション	43,528	100.0	46,800	100.0	43,660	100.0	132	100.3
アニヴェルセル・ブライダル	11,954	100.0	14,450	100.0	15,090	100.0	3,136	126.2
カラオケ	7,856	100.0	8,440	100.0	8,359	100.0	503	106.4
複合カフェ	10,058	100.0	10,860	100.0	11,119	100.0	1,061	110.5
売上総利益	33,874	46.2	36,410	45.2	34,567	44.2	693	102.0
ファッション	26,633	61.2	28,640	61.2	26,317	60.3	△316	98.8
アニヴェルセル・ブライダル	3,525	29.5	3,930	27.2	4,353	28.8	827	123.5
カラオケ	1,474	18.8	1,540	18.2	1,502	18.0	27	101.9
複合カフェ	2,008	20.0	2,050	18.9	2,142	19.3	133	106.6
販売管理費	30,601	41.7	33,310	41.4	32,052	41.0	1,450	104.7
ファッション	25,994	59.7	28,280	60.4	27,287	62.5	1,293	105.0
アニヴェルセル・ブライダル	2,633	22.0	2,770	19.2	2,574	17.1	△58	97.8
カラオケ	968	12.3	1,014	12.0	954	11.4	△13	98.6
複合カフェ	931	9.3	1,026	9.4	1,079	9.7	147	115.8
営業利益	3,272	4.5	3,100	3.8	2,515	3.2	△757	76.9
ファッション	639	1.5	360	0.8	△969	-	△1,609	-
アニヴェルセル・ブライダル	892	7.5	1,160	8.0	1,778	11.8	886	199.4
カラオケ	506	6.4	526	6.2	547	6.5	40	108.1
複合カフェ	1,077	10.7	1,024	9.4	1,063	9.6	△14	98.7
経常利益	3,648	5.0	3,050	3.8	2,504	3.2	△1,144	68.6
四半期純利益	1,946	2.7	1,300	1.6	1,449	1.9	△496	74.5
1株当たり 四半期純利益	23.46	-	14.26	-	15.90	-	△7.56	-
四半期末発行済株式総数	83,136千株	-	91,184千株	-	91,184千株	-	8,047千株	-

(注) 2014年1月1日付で普通株式1株を2株の割合で株式分割を行っており、前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定しています

2015年3月期第2四半期 主要経費の内訳

販売費及び一般管理費

(単位:百万円)

	14/3期第2四半期実績					15/3期第2四半期実績									
	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		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	
						前年同期比 (%)	前年同期比 (%)	前年同期比 (%)	前年同期比 (%)	前年同期比 (%)	前年同期比 (%)				
広告宣伝費	4,250	3,088	740	228	72	4,474	105.3	3,130	101.3	869	117.4	225	98.7	88	121.2
人件費	12,119	9,594	790	511	592	12,413	102.4	10,141	105.7	533	67.5	496	97.2	629	106.3
賃借料	6,918	6,709	109	13	18	7,324	105.9	7,440	110.9	10	9.8	13	96.8	17	97.1
減価償却費	1,031	798	31	18	9	1,290	125.1	962	120.5	34	112.5	22	117.2	10	115.7

(注)1. 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
 2. 14/3期第2四半期実績のアニヴェルセル・ブライダル事業の中には「アニヴェルセル みなとみらい横浜」が含まれております

売上原価に含まれる主な経費

(単位:百万円)

	14/3期第2四半期実績			15/3期第2四半期実績					
	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		カラオケ		複合カフェ	
				前年同期比 (%)	前年同期比 (%)	前年同期比 (%)	前年同期比 (%)		
人件費	2,165	1,847	2,567	2,837	131.1	1,994	108.0	2,851	111.0
賃借料	877	1,546	1,648	965	110.0	1,760	113.9	1,835	111.3
減価償却費	514	624	630	814	158.3	656	105.2	701	111.2

(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おります

2015年3月期通期 連結業績見通し

(単位:百万円)

	14/3期	百分比 (%)	15/3期 期初計画	百分比 (%)	15/3期 修正計画	百分比 (%)	対前期増減	対比(%)
売上高	179,443	100.0	192,970	100.0	183,970	100.0	4,526	102.5
ファッション	116,770	100.0	122,000	100.0	113,200	100.0	△3,570	96.9
アニヴェルセル・ブライダル	26,139	100.0	31,200	100.0	30,800	100.0	4,660	117.8
カラオケ	16,460	100.0	17,750	100.0	17,600	100.0	1,139	106.9
複合カフェ	20,092	100.0	22,050	100.0	22,400	100.0	2,307	111.5
売上総利益	87,792	48.9	92,750	48.1	87,180	47.4	△612	99.3
ファッション	72,211	61.8	75,370	61.8	70,040	61.9	△2,171	97.0
アニヴェルセル・ブライダル	8,093	31.0	9,430	30.2	9,210	29.9	1,116	113.8
カラオケ	3,436	20.9	3,650	20.6	3,550	20.2	113	103.3
複合カフェ	3,569	17.8	3,800	17.2	3,880	17.3	310	108.7
販売管理費	67,401	37.6	71,450	37.0	69,180	37.6	1,778	102.6
ファッション	58,060	49.7	61,500	50.4	59,640	52.7	1,578	102.7
アニヴェルセル・ブライダル	5,474	20.9	5,530	17.7	5,210	16.9	△264	95.2
カラオケ	1,906	11.6	2,050	11.5	1,920	10.9	13	100.7
複合カフェ	1,891	9.4	2,100	9.5	2,140	9.6	248	113.2
営業利益	20,390	11.4	21,300	11.0	18,000	9.8	△2,390	88.3
ファッション	14,149	12.1	13,870	11.4	10,400	9.2	△3,749	73.5
アニヴェルセル・ブライダル	2,619	10.0	3,900	12.5	4,000	13.0	1,380	152.7
カラオケ	1,530	9.3	1,600	9.0	1,630	9.3	99	106.5
複合カフェ	1,678	8.4	1,700	7.7	1,740	7.8	61	103.7
経常利益	20,865	11.6	21,200	11.0	17,950	9.8	△2,915	86.0
当期純利益	10,684	6.0	11,500	6.0	9,800	5.3	△884	91.7
1株当たり 当期純利益	127.70	-	126.12	-	107.48	-	△20.22	-
期末発行済株式総数	91,250千株	-	91,250千株	-	91,250千株	-	-	-

2015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)

	14/3期					15/3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		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	
						前期比 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)				
広告宣伝費	12,099	9,807	1,481	421	153	12,365	102.2	9,770	99.6	1,780	120.1	440	104.5	180	117.0
人件費	25,005	20,002	1,472	1,025	1,204	25,472	101.9	20,891	104.4	1,049	71.2	997	97.2	1,262	104.8
賃借料	13,876	13,930	190	27	35	14,837	106.9	15,070	108.2	21	11.3	27	99.1	35	99.7
減価償却費	2,251	1,701	65	41	18	2,917	129.6	2,200	129.3	94	142.5	49	119.6	27	145.6

(注)1. 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

2. 14/3期のアニヴェルセル・ブライダル事業の中には開業前の「アニヴェルセル みなとみらい横浜」が含まれております

売上原価に含まれる主な経費

(単位:百万円)

	14/3期			15/3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		カラオケ		複合カフェ	
				前期比 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)		
人件費	4,572	3,795	5,206	5,528	120.9	4,078	107.5	5,822	111.8
賃借料	1,783	3,224	3,393	1,932	108.3	3,612	112.0	3,823	112.7
減価償却費	1,142	1,269	1,282	1,663	145.6	1,334	105.1	1,463	114.1

(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おります

【ご参考：ファッション事業 2015年3月期第2四半期実績】

(1) 既存店増収率

(単位：%)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上半期	下半期	通期
15/3期	△14.9	△4.9	△5.7	△4.2	0.0	△6.5	△6.7		
14/3期	△6.7	0.5	5.8	△5.0	6.4	3.0	0.2	3.9	2.4

(2) 既存店の客数・客単価増加率

(単位：%)

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	上半期	下半期	通期
客数	15/3期	△14.8	△7.7	△11.2	△9.5	△7.3	△9.8	△10.5		
	14/3期	0.4	△3.7	6.1	△5.6	1.5	△3.7	△0.5	△4.3	△2.6
客単価	15/3期	△0.2	3.0	6.1	5.8	7.8	3.7	4.2		
	14/3期	△7.1	4.4	△0.3	0.6	4.8	7.0	0.7	8.6	5.1

(3) スーツの販売着数と販売単価

(単位：万着、千円、%)

		上半期	前年同期比	下半期	前年同期比	通期	前期比
販売着数	15/3期	45.3	87.1				
	14/3期	52.0	97.0	103.1	108.5	155.2	104.3
販売単価	15/3期	25.3	107.2				
	14/3期	23.6	103.1	25.0	103.3	24.7	103.3

【ご参考：ファッション事業 2015年3月期第2四半期実績】

(4)商品別売上状況

(単位:百万円)

	14/3期 第2四半期実績	百分比 (%)	15/3期 第2四半期実績	百分比 (%)	対前年同期増減	対比 (%)
重衣料	17,710	40.7	16,902	38.7	△808	95.4
中衣料	5,373	12.3	5,339	12.2	△34	99.4
軽衣料	14,615	33.6	14,770	33.8	155	101.1
レディス衣料	4,494	10.3	5,290	12.2	796	117.7
その他	1,334	3.1	1,358	3.1	23	101.8
計	43,528	100.0	43,660	100.0	132	100.3

(注)重衣料:スーツ、フォーマル、コート 中衣料:ジャケット、スラックス 軽衣料:シャツ、ネクタイ、カジュアルウェア、洋品小物他 その他:補正代他

(5)期中平均売場面積の推移

(単位:m²)

14/3期第2四半期	15/3期第2四半期	対前年同期増減	対比(%)
307,570	338,509	30,939	110.1

(6)都道府県別店舗数の推移

(単位:店)	14/3期			15/3期第2四半期									
	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	21		21	1		1				22		22	北海道 東北
青森県	3		3							3		3	
岩手県	4		4							4		4	53
宮城県	8	4	12							8	4	12	
秋田県	3		3							3		3	
山形県				1		1				1		1	
福島県	7	1	8							7	1	8	
茨城県	15	5	20							15	5	20	関東
栃木県	10	2	12							10	2	12	335
群馬県	12		12							12		12	
埼玉県	50	14	64	1		1				51	14	65	
千葉県	40	14	54	1		1				41	14	55	
東京都	67	26	93	2	1	3				69	27	96	
神奈川県	51	18	69	4	2	6				55	20	75	
新潟県	9	1	10	1		1				10	1	11	甲信越・ 北陸
富山県	8		8	1		1				9		9	58
石川県	8		8							8		8	
福井県	3		3							3		3	
山梨県	6		6							6		6	
長野県	21		21							21		21	
岐阜県	10	2	12							10	2	12	東海
静岡県	20	3	23	1		1				21	3	24	111
愛知県	49	16	65	1		1				50	16	66	
三重県	10		10				1		1	9		9	
滋賀県	5	2	7							5	2	7	近畿・ 中国・四国
京都府	4	1	5							4	1	5	86
大阪府	31	9	40		2	2				31	11	42	
兵庫県	11	10	21							11	10	21	
奈良県	4	1	5							4	1	5	
広島県	3	2	5	1		1				4	2	6	
福岡県	16		16	2		2				18		18	九州
長崎県	2		2							2		2	30
熊本県	5		5							5		5	
鹿児島県	5		5							5		5	
合計	521	131	652	17	5	22	1		1	537	136	673	673

【ご参考：ファッション事業 2015年3月期通期計画】

(1) 既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		上半期	下半期	通期
売上高	15/3期(上半期実績+下半期修正計画)	△6.7	△9.2	△8.3
	15/3期(期初計画)	△1.2	△2.7	△2.1
	14/3期	0.2	3.9	2.4
客数	15/3期(上半期実績+下半期修正計画)	△10.5	△13.7	△12.2
	15/3期(期初計画)	△3.0	△3.6	△3.3
	14/3期	△0.5	△4.3	△2.6
客単価	15/3期(上半期実績+下半期修正計画)	4.2	5.2	4.4
	15/3期(期初計画)	1.8	0.9	1.2
	14/3期	0.7	8.6	5.1

(2) 商品別売上計画

(単位：百万円)

	14/3期	百分比 (%)	15/3期 計画	百分比 (%)	対前期増減	対比 (%)
重衣料	53,369	45.7	48,990	43.3	△4,379	91.8
中衣料	9,343	8.0	9,060	8.0	△283	97.0
軽衣料	34,878	29.9	34,220	30.2	△658	98.1
レディス衣料	15,845	13.6	17,630	15.6	1,784	111.3
その他	3,333	2.8	3,300	2.9	△33	99.0
計	116,770	100.0	113,200	100.0	△3,570	96.9

(注)重衣料：スーツ、フォーマル、コート 中衣料：ジャケット、スラックス 軽衣料：シャツ、ネクタイ、カジュアルウェア、洋品小物他 その他：補正代他

【ご参考：エンターテインメント事業 2015年3月期第2四半期実績】

(1)カラオケルーム運営事業：既存店増収率

(単位：%)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上半期	下半期	通期
15/3期	Δ4.1	Δ0.6	Δ7.2	Δ5.1	0.1	Δ4.1	Δ3.3		
14/3期	2.6	4.3	Δ0.1	Δ0.4	4.1	Δ6.6	0.7	Δ4.5	Δ2.0

(2)カラオケルーム運営事業：既存店の客数・客単価増加率

(単位：%)

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	上半期	下半期	通期
客数	15/3期	Δ6.1	Δ2.3	Δ6.0	Δ6.0	Δ2.1	Δ4.7	Δ4.5		
	14/3期	1.2	1.7	Δ2.1	Δ2.0	0.0	Δ8.4	Δ1.6	Δ6.3	Δ3.9
客単価	15/3期	2.2	1.8	Δ1.2	1.0	2.3	0.7	1.2		
	14/3期	1.4	2.6	2.1	1.6	4.0	1.9	2.4	1.9	2.0

(3)カラオケルーム運営事業：既存店売上構成比

(単位：%)

		14/3期第2四半期	15/3期第2四半期	前年差
既存店	ルーム売上	53.5	53.3	Δ0.2ポイント
	飲食売上	45.8	46.0	+0.2ポイント
	その他売上	0.7	0.7	—

【ご参考：エンターテインメント事業 2015年3月期第2四半期実績】

(4)複合カフェ運営事業：既存店増収率

(単位：%)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上半期	下半期	通期
15/3期	6.6	7.5	2.9	4.0	3.1	1.6	4.2		
14/3期	3.7	5.0	5.8	2.0	5.1	0.1	3.6	2.8	3.2

(5)複合カフェ運営事業：既存店の客数・客単価増加率

(単位：%)

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	上半期	下半期	通期
客数	15/3期	5.4	6.1	2.7	3.6	2.7	2.3	3.8		
	14/3期	3.9	6.0	5.4	2.3	4.5	△0.8	3.5	1.7	2.6
客単価	15/3期	1.1	1.3	0.2	0.3	0.3	△0.7	0.4		
	14/3期	△0.1	△1.0	0.4	△0.3	0.5	0.9	0.1	1.1	0.6

(6)複合カフェ運営事業：既存店売上構成比

(単位：%)

		14/3期第2四半期	15/3期第2四半期	前年差
既存店	ブース利用料	84.1	83.7	△0.4ポイント
	フード売上	13.2	14.0	+0.8ポイント
	その他売上	2.7	2.3	△0.4ポイント

(7)都道府県別店舗数の推移

(単位:店)	14/3期			15/3期第2四半期											
	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			
北海道		3	3								3	3	3	北海道 東北	
岩手県	2	3	5							2	3	5			
宮城県	6	5	11							6	5	11		33	
秋田県	1	2	3		1	1				1	3	4			
山形県	1	3	4		1	1				1	4	5			
福島県	1	4	5							1	4	5			
茨城県	4	8	12							4	8	12			関東
栃木県	1	4	5							1	4	5		162	
群馬県	1	7	8							1	7	8			
埼玉県	5	20	25	1		1				6	20	26			
千葉県	10	19	29		1	1				10	20	30			
東京都	30	12	42							30	12	42			
神奈川県	25	11	36	2	1	3				27	12	39			
新潟県	3	7	10							3	7	10			甲信越・ 北陸
富山県	1	1	2	1		1				2	1	3		51	
石川県	5	4	9							5	4	9			
福井県	5		5	1		1				6		6			
山梨県	1	3	4							1	3	4			
長野県	13	6	19							13	6	19			
岐阜県		5	5		2	2					7	7		東海	
静岡県	7	7	14	1		1				8	7	15		64	
愛知県	10	23	33		1	1				10	24	34			
三重県	2	6	8							2	6	8			
滋賀県	2	3	5							2	3	5			近畿・ 中国・四国
京都府	3	7	10							3	7	10		87	
大阪府	7	20	27	1		1				8	20	28			
兵庫県	6	13	19							6	13	19			
奈良県	2	1	3							2	1	3			
和歌山県		2	2								2	2			
島根県		1	1		1	1					2	2			
岡山県	2	4	6		1	1				2	5	7			
広島県		4	4								4	4			
山口県		1	1		1	1					2	2			
徳島県		1	1		1	1					2	2			
香川県		3	3								3	3			
福岡県	3	2	5		1	1				3	3	6			九州
長崎県		1	1		1	1					2	2			14
熊本県		2	2		2	2					4	4			
宮崎県					1	1					1	1			
鹿児島県					1	1					1	1			
合計	159	228	387	7	17	24				166	245	411		411	

【ご参考:エンターテイメント事業 2015年3月期通期計画】

(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	15/3期(上半期実績+下半期修正計画)	△3.3	△0.9	△2.1
	15/3期(期初計画)	△2.9	0.2	△1.3
	14/3期	0.7	△4.5	△2.0
客数	15/3期(上半期実績+下半期修正計画)	△4.5	△0.9	△2.7
	15/3期(期初計画)	△4.0	0.1	△2.0
	14/3期	△1.6	△6.3	△3.9
客単価	15/3期(上半期実績+下半期修正計画)	1.2	0.0	0.7
	15/3期(期初計画)	1.1	0.1	0.7
	14/3期	2.4	1.9	2.0

(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	15/3期(上半期実績+下半期修正計画)	4.2	2.1	3.2
	15/3期(期初計画)	2.5	2.0	2.3
	14/3期	3.6	2.8	3.2
客数	15/3期(上半期実績+下半期修正計画)	3.8	2.0	2.9
	15/3期(期初計画)	2.3	1.9	2.1
	14/3期	3.5	1.7	2.6
客単価	15/3期(上半期実績+下半期修正計画)	0.4	0.1	0.3
	15/3期(期初計画)	0.2	0.2	0.2
	14/3期	0.1	1.1	0.6