

2011年3月期 第2四半期決算説明会

2010年11月18日

株式会社AOKIホールディングス



目次

AOKIグループの事業ポートフォリオ経営	3	アニヴェルセル・プライダル事業—実績と見通し	27
事業ポートフォリオの現状	4~5	業界動向と業界におけるポジション	28
2011年3月期 第2四半期業績の概要	6	2011年3月期第2四半期業績の概要	30
連結損益の状況	7	分析指標	31
2011年3月期第2四半期業績報告	8	2011年3月期通期の見通し	32
事業別売上高・営業利益実績	9	成長戦略へ向けて	33
連結貸借対照表の主な増減	10	エンターテイメント事業—実績と見通し	36
連結キャッシュ・フロー計算書	11	業界動向と業界におけるポジション	37
出退店実績	12	2011年3月期第2四半期業績の概要:トータル	40
2011年3月期通期業績予想	13	2011年3月期第2四半期業績の概要:カラオケルーム	41
連結損益の見通し	14	2011年3月期通期の見通し:カラオケルーム	42
事業別売上高・営業利益見通し	15	2011年3月期第2四半期業績の概要:複合カフェ	43
出退店の見通し	16	2011年3月期通期の見通し:複合カフェ	44
ファッション事業—実績と見通し	17	補足資料	45
2011年3月期第2四半期業績の概要	18	2011年3月期第2四半期連結営業実績	46
既存店売上高・客数・客単価の推移	19	2011年3月期第2四半期販売費及び一般管理費の主な内訳	47
AOKI:上期の取組み及び実績	20	2011年3月期通期 連結業績見通し	48
ORIHICA:上期の取組み及び実績	21	2011年3月期通期 販売費及び一般管理費の主な内訳	49
AOKI:下期の取組み	22	ご参考:ファッション事業2011年3月期第2四半期実績	50
ORIHICA:下期の取組み	24	ご参考:ファッション事業2011年3月期通期計画	53
2011年3月期通期の収益見通し	25		
ORIHICA:積極出店により更なる成長へ	26		

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。スーツに始まり、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。

ウェディングビレッジ/パーティーレ迎賓館



全国11カ所に展開する、花と緑に囲まれたヨーロピアンテイ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。

* 2011年1月より施設名を「アニヴェルセル」に変更

エンターテイメント事業

“楽しさ、くつろぎ”を提供する

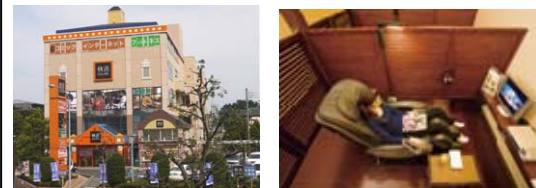
楽しさ、くつろぎ、ゆとりに満ちた心豊かな時間と空間を多彩な分野、スタイルで提供。複合カフェは業界でトップ企業。

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(右写真は下北沢店VIPルーム)。

快活CLUB

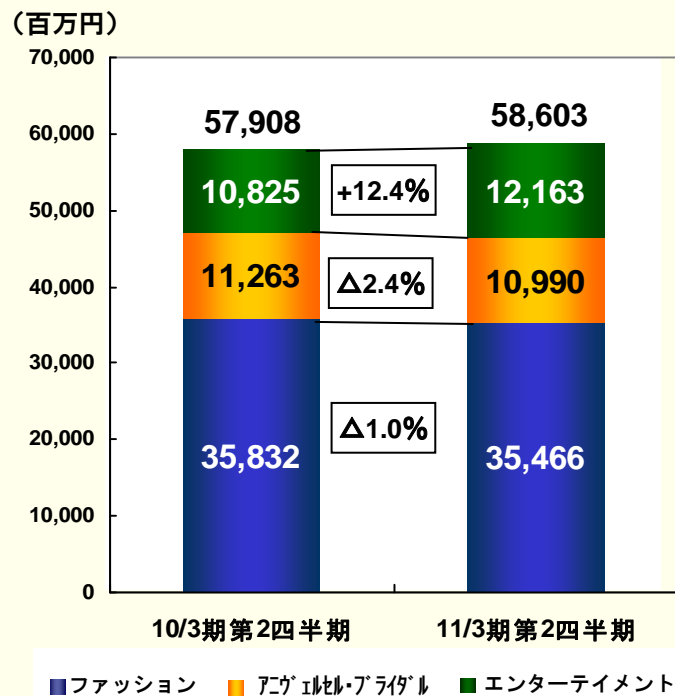


バリ島の雰囲気をもとに“癒し”を提供する複合カフェ。一人で静かに休みたい、気分転換をしたいという方に快適な空間を提供。横浜北山田の「快活スクエア(左写真)」では、フィットネス、岩盤浴、カラオケスペース、シミュレーションゴルフ練習場も展開。

2011/3期第2四半期の業績について

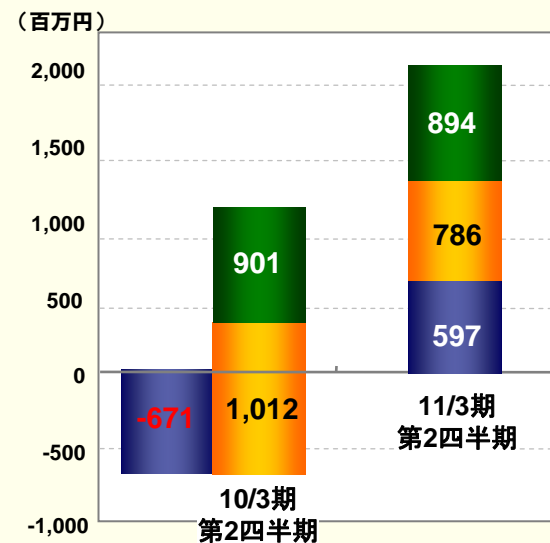
第2四半期の状況:売上高

エンターテイメント部門の新店効果が売上拡大に寄与



第2四半期の状況:営業利益

ファッション事業が黒字基調に転換



グループ全体の営業利益は大幅増



*前期のセグメント別実績は、当期と同じ基準に組み替えた数値です

2011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)

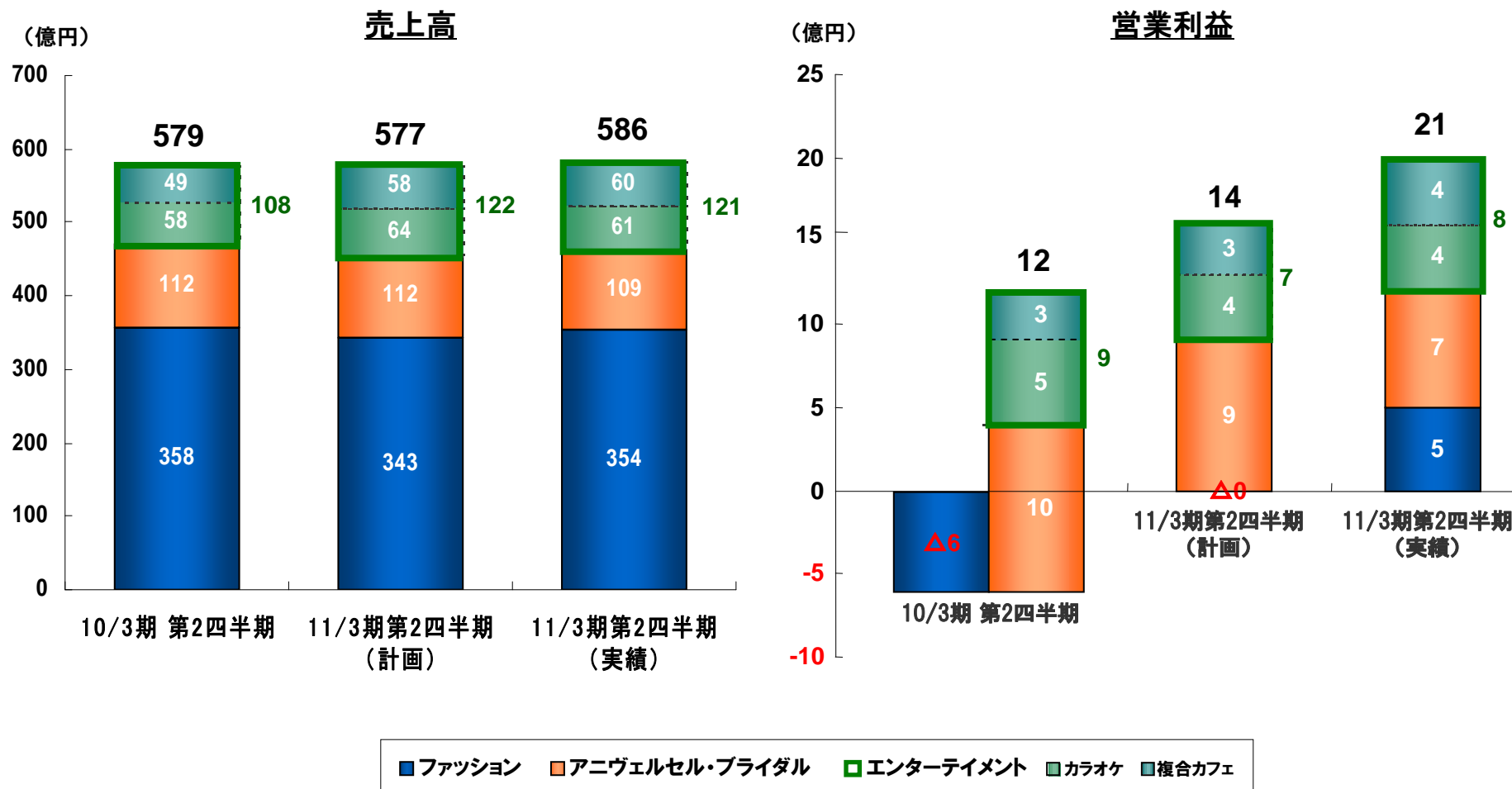
科目/期別	10/3期 第2四半期	11/3期 第2四半期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	57,908	58,603	694	101.2	AOKI、ORIHICAの既存店増収と、エンターテイメント事業の新店が寄与
売上総利益 売上総利益率	25,639 44.3%	26,231 44.8%	592 +0.5ポイント	102.3	AOKIとORIHICAで1.1ポイント改善
販売費・一般管理費	24,388	24,098	△290	98.8	M/X分の減少
営業利益 営業利益率	1,250 2.2%	2,132 3.6%	882 +1.4ポイント	170.6	ファッション事業が大きく貢献
営業外収益	1,109	1,272	162	114.7	
営業外費用	651	674	23	103.5	
経常利益	1,708	2,730	1,022	159.8	
特別利益	200	28	△171	14.4	
特別損失	748	1,712	963	228.9	資産除却債務の影響額1,466百万円
当期純利益	918	446	△471	48.6	

◆減価償却額: 2,643百万円(リース資産 351百万円含む)

◆ファッション既存店売上高増収率 上期 +2.2 %

2011年3月期第2四半期業績報告

ファッション事業の既存店が好調に推移し、微増収大幅増益



* 前期のセグメント別実績は当期と同じ基準に組み替えた数値です

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	10/3期 第2四半期	11/3期 第2四半期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計	57,908	58,603	694	101.2	
ファッション	35,832	35,466	△366	99.0	M/Xの閉店による減収
アニヴェルセル・ブライダル	11,263	10,990	△272	97.6	施行組数の減少
エンターテイメント(トータル)	10,825	12,163	1,337	112.4	新規出店17店舗が寄与
(内)カラオケ	5,832	6,110	278	104.8	
(内)複合カフェ	4,993	6,052	1,058	121.2	

[事業別営業利益]

(単位:百万円)

事業	10/3期 第2四半期	11/3期 第2四半期	増減	対比 (%)
計	1,250	2,132	882	170.6
ファッション	△671	597	1,269	—
アニヴェルセル・ブライダル	1,012	786	△226	77.6
エンターテイメント(トータル)	901	894	△7	99.2
(内)カラオケ	539	404	△135	75.0
(内)複合カフェ	362	489	127	135.3
セグメント間取引等	7	△145	△153	—

* 前期のセグメント別実績は当期と同じ基準に組み替えた数値です

連結貸借対照表の主な増減

(単位:百万円)

科目/期別	11/3期 第2四半期	10/3期	増減	主な増減要因
流動資産	42,449	43,424	△975	売掛金の減少等
現金・預金	18,146	16,997	1,148	長期借入等により増加
たな卸資産	16,411	15,684	726	新規出店等に伴う増加
固定資産	118,023	115,764	2,258	
有形固定資産	79,449	77,168	2,280	新規出店及び資産除去債務に伴う増加
無形固定資産	4,016	3,890	126	
投資その他の資産	34,557	34,706	△148	
資産合計	160,472	159,189	1,283	
流動負債	27,807	38,503	△10,695	短期借入金の返済、法人税等支払いによる減少等
支払手形・買掛金	11,312	12,340	△1,027	
固定負債	35,648	23,269	12,379	
借入金	24,949	15,497	9,452	設備投資のための長期借入実施
負債合計	63,456	61,772	1,683	
資本金	23,282	23,282	-	
資本剰余金	24,788	24,788	-	
利益剰余金	55,498	55,692	△193	配当金の支払い等
自己株式	△7,079	△7,078	△1	
その他有価証券評価差額金	△133	100	△234	
新株予約権	658	630	28	
純資産合計	97,015	97,416	△400	
負債純資産合計	160,472	159,189	1,283	

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目／期別	10/3期 第2四半期	11/3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	△4,625	3,242	7,867	法人税等の支払いの減少 2,751 仕入債務の支払いの減少 2,174 資産除去債務の影響額 1,466
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,851	△3,201	△1,350	有形固定資産取得の増加 △511 投資有価証券売却収入の減少 △300
財務活動による キャッシュ・フロー	1,541	1,108	△433	長期借入 13,000 短期借入の減少 △12,400 社債、長期借入金の返済の増加 △855
現金及び現金同等物の 増減額	△4,934	1,148	6,082	
期首残高	14,310	16,997	2,686	
期末残高	9,375	18,146	8,770	

出退店実績

(単位:店、百万円)

セグメント	店舗名	10/3期第2四半期			11/3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	424	14	3	428	1	4
	ORIHICA	49	4	—	57	8	3
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル・ウェディングビレッジ、 パルティーレ迎賓館	12	—	—	12	—	—
カラオケ	コート・ダジュール	111	4	—	121	8	5
複合カフェ	快活CLUB他※4	118	9	1	142	9	—
合 計		750 ※1	31	5 ※2	760	26	14 ※3
設備投資額		3,802			4,156		

※1 M/X 36店含む ※2 M/X 1店含む ※3 M/X 2店含む ※4 快活フィットネスクラブ含む

設備投資額内訳:

11/3期第2四半期 ファッション 1,178、アニヴェルセル・ブライダル 795、カラオケ 1,027、複合カフェ 1,020

10/3期第2四半期 ファッション 1,962、アニヴェルセル・ブライダル 359、カラオケ 599、複合カフェ 852

2011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	10/3期	11/3期 予	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	131,124	130,300	△824	99.4	M/X閉店分を新規出店で概ねカバー
売上総利益 売上総利益率	60,637 46.2%	60,450 46.4%	△187 +0.2ポイント	99.7	AOKI、ORIHICAで0.4ポイント改善
販売費・一般管理費	50,683	50,150	△533	98.9	M/X分の減少
営業利益 営業利益率	9,954 7.6%	10,300 7.9%	345 +0.3ポイント	103.5	M/X事業クローズで改善
営業外収益	2,267	2,430	162	107.2	
営業外費用	1,471	1,530	58	104.0	
経常利益	10,750	11,200	449	104.2	
特別利益	199	20	△179	10.0	
特別損失	4,262	3,520	△742	82.6	資産除却債務の影響額 1,466百万円含む
当期純利益	3,618	4,000	381	110.5	

前提条件

- ◆減価償却額: 5,400百万円(リース資産 800百万円含む)
- ◆ファッション既存店売上高増収率 上期実績 +2.2 % 下期 △1.9 % 通期 △0.2%

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	10/3期	11/3期 予	増減	対比(%)
計	131,124	130,300	△824	99.4
ファッション	85,910	82,500	△3,410	96.0
アニヴェルセル・ブライダル	22,794	22,820	25	100.1
エンターテイメント(トータル)	22,436	25,000	2,563	111.4
(内)カラオケ	12,437	13,040	602	104.8
(内)複合カフェ	9,998	11,960	1,961	119.6

[事業別営業利益]

(単位:百万円)

事業	10/3期	11/3期 予	増減	対比(%)
計	9,954	10,300	345	103.5
ファッション	5,794	6,700	905	115.6
アニヴェルセル・ブライダル	2,261	2,000	△261	88.5
エンターテイメント(トータル)	1,941	1,900	△41	97.9
(内)カラオケ	1,524	1,336	△188	87.6
(内)複合カフェ	417	564	146	135.2
セグメント間取引等	△42	△300	△257	—

*前期のセグメント別実績は当期と同じ基準に組み替えた数値です

出退店の見通し

(単位:店、百万円)

セグメント	店舗名	10/3期			11/3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	431	23	5	431	4	4
	ORIHICA	52	10	3	69	20	3
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	12	—	—	12	—	—
カラオケ	コート・ダジュール	118	13	2	129	16	5
複合カフェ	快活CLUB他 ^{※3}	133	25	2	154	21	—
合 計		748 ^{※1}	71	47 ^{※2}	795	61	14 ^{※1}
設備投資額		11,230			9,850		

※1 M/X 2店含む ※2 M/X 35店含む ※3 快活フィットネスCLUB含む

設備投資額内訳:

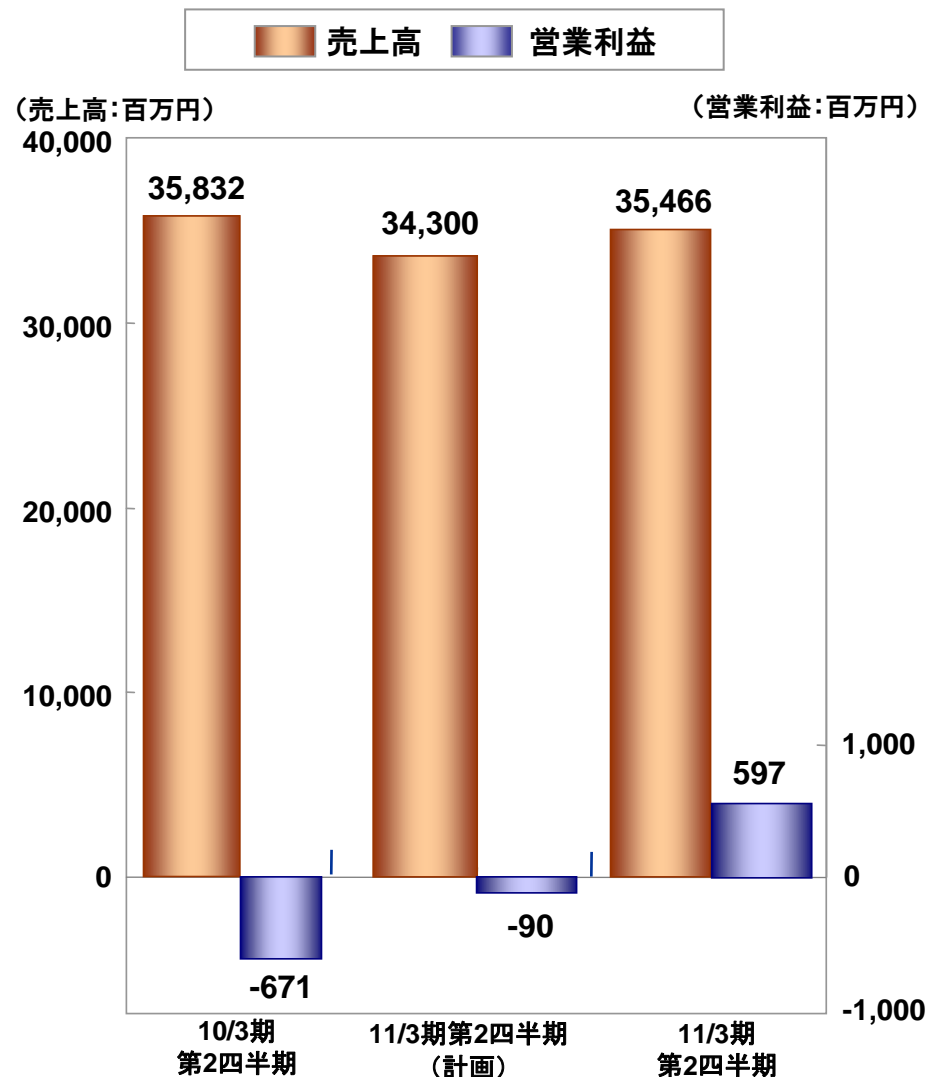
11/3期予 ファッション 2,100、アニヴェルセル・ブライダル 2,800、カラオケ 2,607、複合カフェ 2,110

10/3期 ファッション 2,896、アニヴェルセル・ブライダル 4,555、カラオケ 1,602、複合カフェ 2,126

ファッション事業

2011年3月期第2四半期業績と通期の見通し

既存店増収と売上総利益率の改善、及び前年閉店したM/Xの影響で
微減収大幅増益を達成



■ 売上高: 前年同期比99.0%

◆ AOKI・ORIHICA売上高: 同104.6%

- 既存店増収率 +2.2%
- 機能性及びクールビズ関連商品の好調な推移

◆ 新規出店

- AOKI: 1店舗
- ORIHICA: 8店舗

◆ M/X閉店による減収

- 影響額: 約19億円

■ 営業利益: 1,269百万円の改善

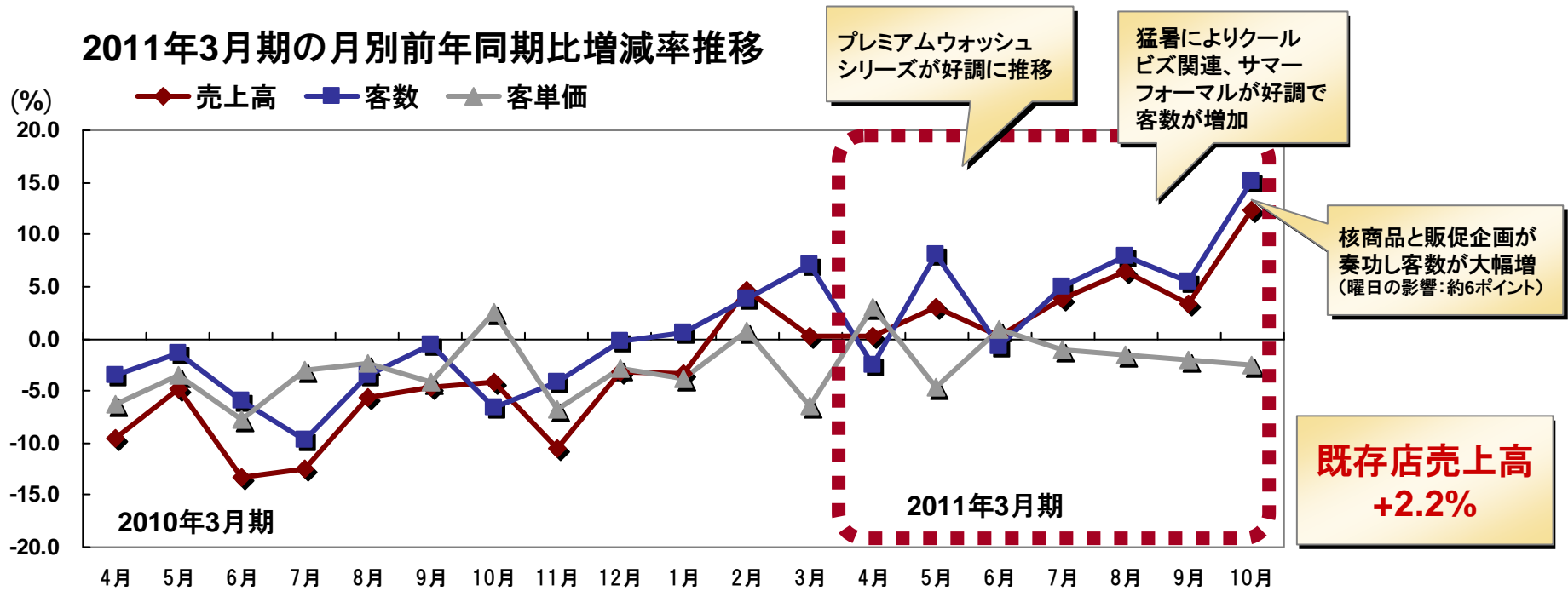
◆ 売上総利益率 59.9%: 前年同期比+2.5ポイント
(AOKI, ORIHICAは同+1.1ポイント)

◆ 販売管理費: 前年同期比 97.2%

◆ M/X閉店による前年同期のM/Xの営業損失解消
(約5.6億円)

ファッション事業：既存店売上高・客数・客単価の推移

客数が増加し、客単価が安定したことにより既存店売上高は堅調に推移



	09/10	09/11	09/12	10/1	10/2	10/3	10/4	10/5	10/6	10/7	10/8	10/9	上半期	10/10
既存店売上高 (%)	Δ4.2	Δ10.6	Δ3.2	Δ3.3	+4.7	+0.2	+0.3	+3.0	+0.2	+3.9	+6.4	+3.4	+2.2	+12.3
客数 (%)	Δ6.6	Δ4.1	Δ0.2	+0.6	+3.8	+7.1	Δ2.6	+8.1	Δ0.7	+5.0	+8.0	+5.5	+3.2	+15.1
客単価 (%)	+2.5	Δ6.7	Δ2.9	Δ3.9	+0.8	Δ6.4	+3.0	Δ4.7	+0.9	Δ1.0	Δ1.5	Δ2.0	Δ1.0	Δ2.5
平年気温との差異(°C)(東京)	+0.8	+0.5	+0.6	+1.2	+0.4	+0.2	-2.0	+0.3	+1.8	+2.6	+2.5	+1.6	-	+0.7

AOKI: 上期の取組み及び実績

核商品として開発した機能性商品とマーケティング戦略が奏功、加えて猛暑の影響によりクールビズ関連商品が好調に推移し既存店は増収

■ 取組み

- ◆ 核商品として機能性商品の提案強化
 - 「プレミアムウォッシュスーツ」のTVCFの展開強化
 - 「スーツを科学するAOKI」等の全国紙全段広告
 - チラシ、ダイレクトメールによる告知
- ◆ 気温に合わせた商品展開の強化
 - 5月末から9月前半までクールビズ関連商品の提案強化
- ◆ リクルート関連商品の年間での展開強化
- ◆ レディスの商品展開強化
 - CanCamとのコラボ
 - セットアップ(既製服)の強化



■ 実績

- ◆ TVCF・新聞広告等の提案強化が奏功
 - 「プレミアムウォッシュスーツ」販売着数: 前年の3倍強
 - 新聞、チラシ、ダイレクトメール効果で客数増
既存店客数前年同期比: +2.9%
- ◆ 買換え需要と猛暑の影響によりクールビズ関連商品が好調に推移
 - 半袖シャツ 第2四半期の既存店売上数
前年同期比: 約120%
 - スラックス 同: 約110%
 - サマーフォーマル 同: 約120%
- ◆ 就職活動の長期化によりリクルートが好調
 - リクルート 客数既存店前年同期比: 約140%
- ◆ 女性の一般、及びリクルートが好調
 - 一般客数 既存店前年同期比: 約113%
 - リクルート客数 同: 約155%



プレミアムウォッシュスーツ

ORIHICA: 上期の取組み及び実績

クールビズ関連商品を含めた商品構成の磨き上げにより
既存店が増収、また新規出店の加速により事業規模を拡大

■ 取組み

- ◆ クールビズ関連商品の需要増に対応した商品企画・品揃えの充実
- ◆ 幅広い年代や女性のお客様に対応できる商品構成の磨き上げを推進
(ショッピングセンター客層の変化に対応)
- ◆ 駅地下含む8店舗の新規出店



■ 実績

- ◆ 猛暑の影響によりクールビズ関連商品が好調に推移
 - 半袖シャツ 第2四半期の既存店売上数
前年同期比: 約107%
 - スラックス 同: 約170%
- ◆ 男性、女性とも40代以上の客数増加
 - 男性40代客数既存店 前年同期比: 約115%
 - 女性40代客数 同: 約120%
- ◆ 新規出店店舗は計画通りに推移
 - 初の駅地下 八重洲地下街店(売場面積 約150㎡)



ORIHICA八重洲地下街店 (8月オープン)

AOKI: 下期の取組み①

引き続き核商品を中心とした品揃え・販促・演出・営業企画を連動させ、
既存店を徹底的に活性化

◆商品・・・お客様のニーズとウォンツに合った核商品の品揃えを強化

- <ヤング＝ファッション性+機能性>
 - もてスリムの進化版「3Dスリム」
 - 機能性商品「プレミアムストレッチスーツ」、「プレミアムストレッチシャツ」
- <ミドル＝更なる機能性の進化>
 - 「プレミアムサーモスタットスーツplus」(温度調整機能スーツ)
 - 温度調整機能シューズ
 - ヒートウォームシリーズ
- <アダルトシニア＝高品質商品とスタイリング展開>
 - 素材と縫製にこだわった最高級スーツ「アニヴェルセル」
 - ジャケット・スラックスを中心としたトータルコーディネートブランド「CAFÉ SOHO」の強化



「3Dスリム」スーツ



最高級スーツ「アニヴェルセル」



「CAFÉ SOHO」

◆販促・・・核商品主体とバーゲン主体のメリハリある販促

- 「3Dスリム」で新キャラクターを起用したTVCFの展開
- 4人のキャラクターを起用した「情熱祭」企画

AOKI:下期の取組み②

引き続き核商品を中心とした品揃え・販促・演出・営業企画を連動させ、既存店を徹底的に活性化

- ◆ 店舗環境・・・商品企画・販促企画と連動した「わかりやすい」、「選びやすい」売場環境整備
 - 販促企画と連動した店内外演出強化
 - わかりやすいPOP、ツールの整備
 - レディスコーナーの充実
 - トータルコーディネートしやすい商品提案強化
- ◆ 営業・人事・教育・・・スタイリスト制度の磨き上げによる現場力アップ
- ◆ 経費コントロール・・・分配率管理の徹底
 - 販促費:費用対効果の検証と媒体ごとの費用コントロール
 - 人件費:残業低減、レイバースケジュールコントロール
 - 賃借料:賃料減額交渉



店舗売場写真

ORIHICA: 下期の取組み

積極的な新規出店を継続しながら、 プロトタイプ店舗の磨き上げを推進

◆店舗開発・・・積極的な新規出店の継続

- 下半期12店舗、通期20店舗を予定
- 東京都を重点出店エリアのひとつと位置づけ。10月、荻窪・吉祥寺・池袋にオープン
- 投資回収5年以内、営業利益率10%以上の出店基準を遵守

◆各プロトタイプ店舗の磨き上げ(商品構成・レイアウト・VMD・人員構成等)

- SC売場拡大タイプ・・・売場面積330㎡前後
- 駅ビルタイプ・・・売場面積165㎡前後

⇒現状のプロトタイプ店舗を磨き上げることにより、様々な店舗条件対応できる体制づくりを推進

◆効率経営を目指した取組みの強化

- 販促費:費用対効果の検証
- 人件費:残業低減、レイバースケジュールコントロール

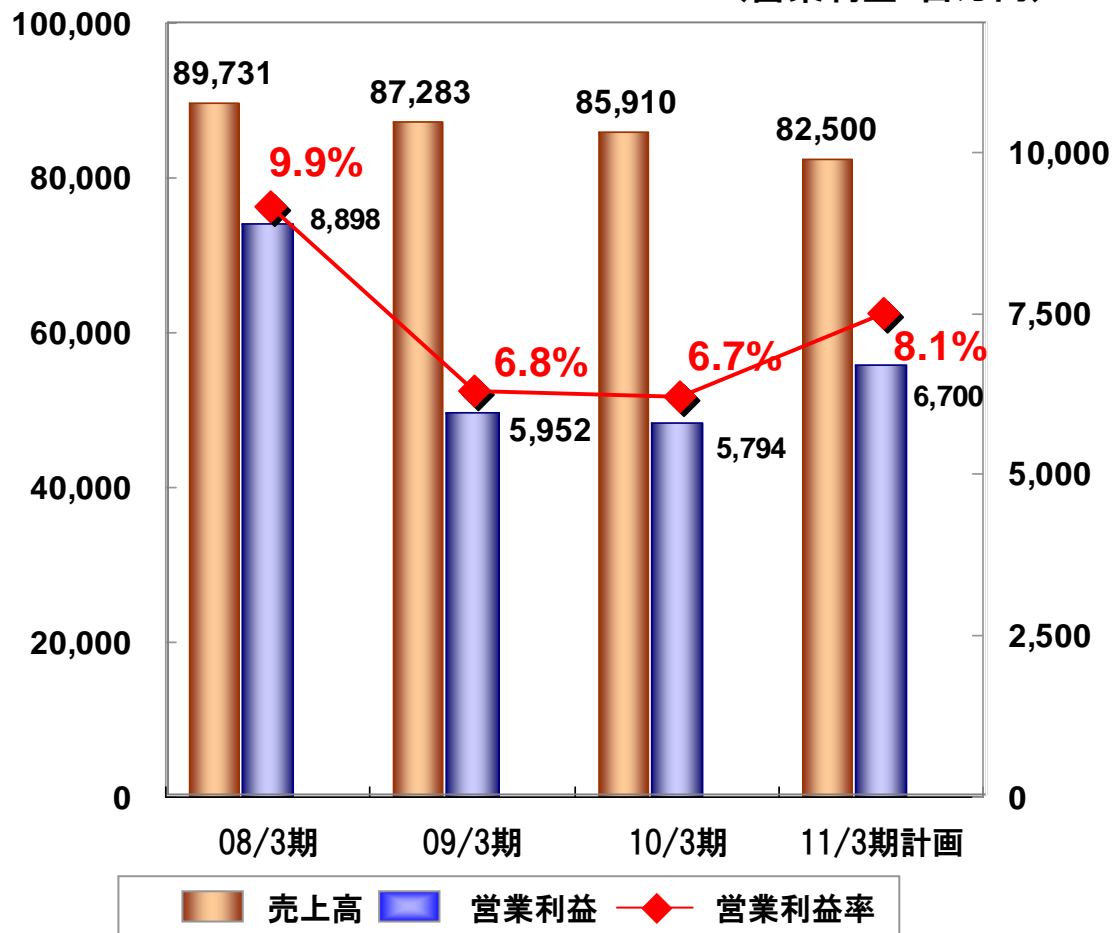


通期の収益見通し

上半期の既存店増収と前年に閉店したM/Xの影響で減収増益予想

(売上高:百万円)

(営業利益:百万円)



■売上高: 前年同期比 96.0%

AOKI・ORIHICA売上高: 同100.8%

◆新規出店

AOKI: 4店舗(上期: 1、下期: 3)

ORIHICA: 20店舗(上期8、下期: 12)

◆既存店売上高: 通期 $\Delta 0.2\%$

上期実績 +2.2% 下期計画 $\Delta 1.9\%$

◆M/X 37店舗閉店による減収
影響額 約40億円

■営業利益: 前年同期比115.6%

AOKI・ORIHICA営業利益: 同101.6%

◆前年のM/Xの営業損失解消(約8億円)

◆売上総利益率はM/Xの閉店と

仕入原価低減で改善

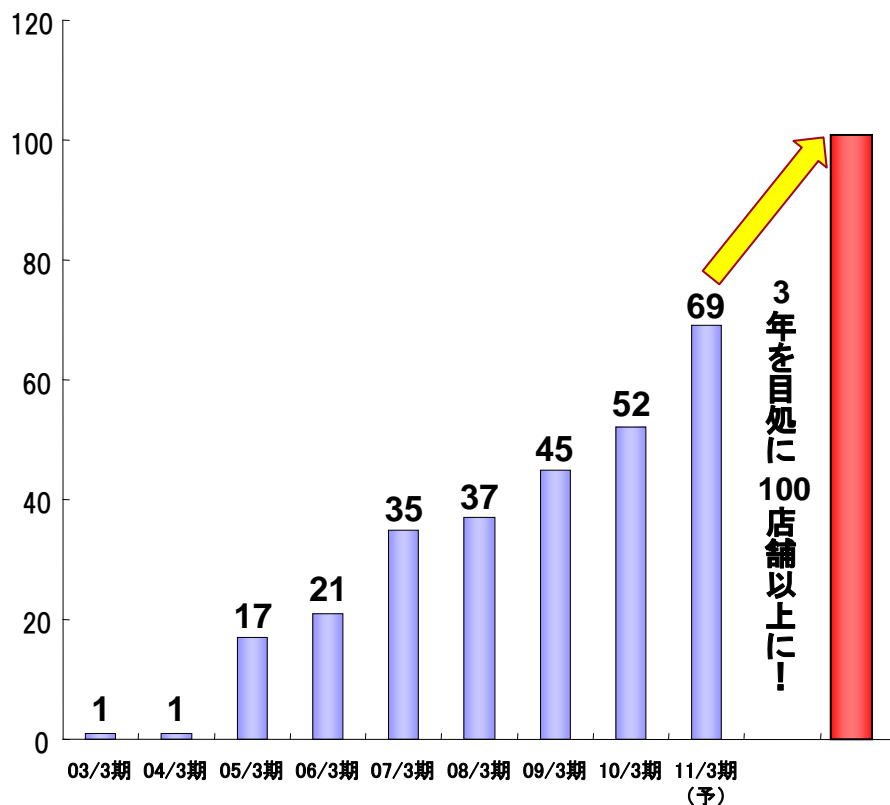
(AOKI、ORIHICAで

10/3期: 59.8% \Rightarrow 11/3期: 60.2%)

ORIHICA:積極的出店により更なる成長へ

黒字体質を確保し、今後3年を目処に3桁の店舗数へ

店舗数



<ブランドコンセプト>

Key to the new lifestyle—新しい価値の創造と提供

- 『着回し』をキーワードとしたメンズ・レディースの“ビジネス・ビジカジスタイル”
- “伝統(スーツ)”と“新しい感性(カジュアル)”の融合
- ロンドンのライブ感を伝える店舗、スタッフは「スタイルナビゲーター」

<マーケティングの特徴>

ショッピングセンター(SC)主体の出店

- 目的がなくSCに来られた方でも入りやすく、衝動買いしやすい商品・価格を品揃え
- スーツショップでありながら、女性の入りやすさを意識した店作り
- SCの増加、クールビズ定着などビジネススタイルの変化
- スーツとカジュアルが共存。新しい着回しスタイルをお客様との対話の中でスタッフが提案

アニヴェルセル・ブライダル事業

2011年3月期第2四半期業績と通期の見通し

アニヴェルセル・ブライダル事業を展開していた「株式会社ラヴィス」は、
2010年10月1日付けで「アニヴェルセル株式会社」に社名を変更しました

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 719,822件 × 全国平均組単価326万円
(厚生労働省「平成19年人口動態統計」) (ゼクシィ結婚トレンド調査2010)

挙式披露宴市場
2兆円

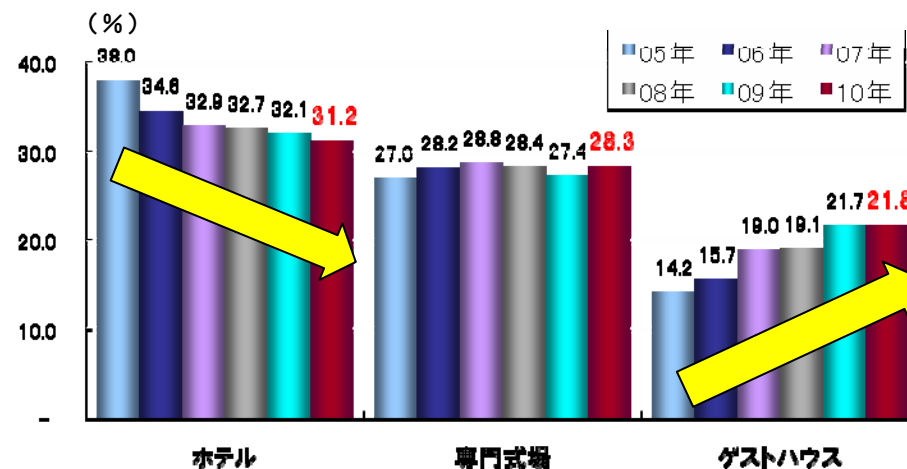
結婚関連市場 5兆円

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% → 10年 21.8%

(ゼクシィ結婚トレンド調査2010)



主要都市を中心に、3つのブランドで展開

■12店舗・32会場を運営

ANNIVERSAIRE OMOTESANDO	WEDDING VILLAGE	PARTIRE GEIHINKAN
		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 記念日をテーマにした複合施設 ◆ 表参道で洗練されたウエディングスタイルを提案 ◆ フロアごとの完全貸切 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 比較的大きな敷地で展開 ◆ 独立型チャペルと邸宅会場を設置 ◆ 貸切ガーデン付ゲストハウス 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 駅前などの好立地に出店可能 ◆ 一つの建物にチャペルとバンケットを設置 ◆ 全天候型アトリウムを併設
<p>表参道(5)</p>	<p>東京(3)、大宮(3)、横浜(3)、立川(2) 神戸(2)、江坂(2)、福岡(3)</p>	<p>柏(2)、長野(2)、白壁(3)、大阪(2)</p>

※()内は、会場数

■商品提案力

弊社平均組単価: 4,048千円

全国平均組単価: 3,257千円

ゼクシイトレンド調査2010

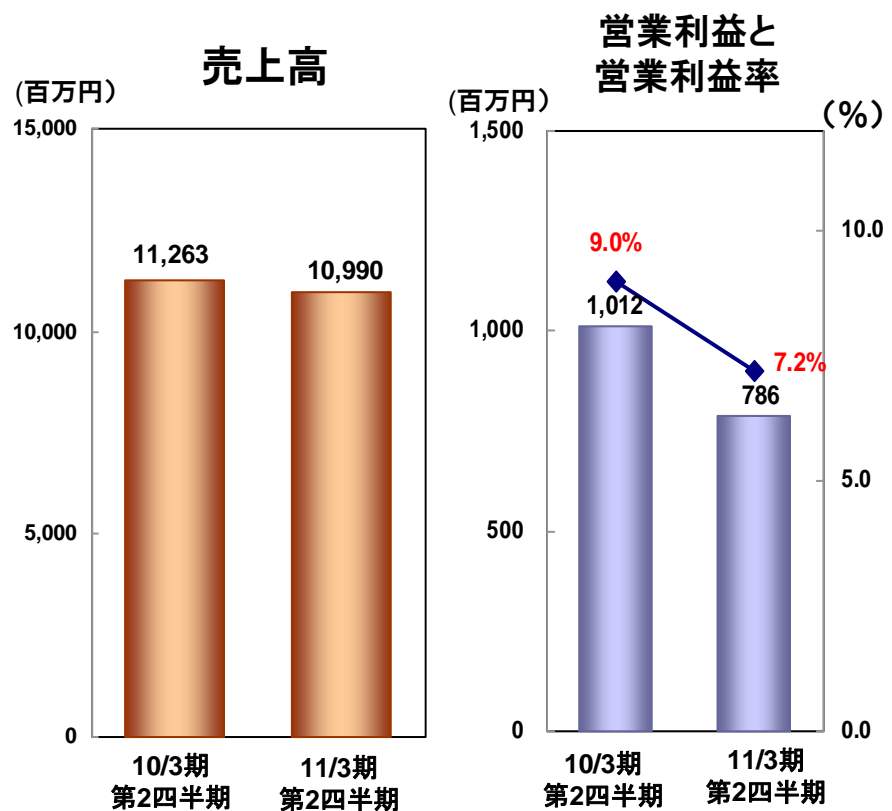
■業界ポジション

結婚式場・手配部門売上: 第4位

2010年11月10日付 日経MJ掲載

「第28回サービス業総合調査」

休日数減少の影響による組数減少と開業準備費用発生により微減収減益



(単位:百万円)

	11/3期第2四半期		
		前年同期比%	売上比%
売上高	10,990	97.6	100.0
売上総利益	2,528	85.7	23.0
販売管理費	1,742	89.8	15.9
営業利益	786	77.6	7.2

2011年3月期第2四半期業績

■売上高: 前年同期比 97.6%

- ◆ 平均組単価は上昇するものの、休日数減少の影響により施行組数は減少
- ◆ アニヴェルセル表参道のウィメンズコレクション終了(2009年7月)による売上減

■営業利益: 前年同期比 77.6%

- ◆ 新規店舗の開業準備費用* の発生
- ◆ 退職金制度の導入・資産除去債務に関する会計基準の適用による費用増

* 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。この開業準備運営に関わる賃借料、人件費、広告宣伝費などの費用

分析指標

	10/3期第2四半期	11/3期第2四半期	差	前年同期比
期末店舗数	12店舗	12店舗	±0店舗	100.0%
期末会場数	32会場	32会場	±0会場	100.0%
施行組数	2,724組	2,637組	△87組	96.8%
稼働率	70.9%	69.8%	△1.1ポイント	98.4%
平均組単価	3,968千円	4,047千円	+79千円	102.0%

◆ 施行組数は、土日祝日数が1日減少したことが影響し、前年同期に対し87組減少

◆ 平均組単価は、料理メニュー変更、および、新ドリンクプラン導入により、前年同期に対し79千円増加

2011年3月期通期の見通し

2011年春出店に伴う経費増のため微増収減益予想

■ 今後の戦略

- ◆ 2011年1月施設名を『アニヴェルセル』に統一⇒ブランドイメージの向上
- ◆ 2011年春『アニヴェルセル豊洲』開業
- ◆ 営業ノウハウの標準化と仕組化を強化
- ◆ 多店舗経営に向けた経営システム構築
- ◆ AOKIグループのシナジー追及

(単位:百万円)

	11/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	22,820	100.1	100.0
売上総利益	5,650	97.4	24.8
販売管理費	3,650	103.1	16.0
営業利益	2,000	88.5	8.8

■ 2011年3月期計画

■ 売上高: 前年同期比 100.1%

- ◆ 受注強化対策の実施
- ◆ 料理メニュー変更・新ドリンクプラン導入に伴う平均組単価アップにより微増収

■ 営業利益: 前年同期比 88.5%

- ◆ 新規店舗の開業準備費用* の発生
- ◆ 退職金制度導入・資産除去債務に関する会計基準の適用による費用増
- ◆ 商号・屋号変更に関する費用発生

* 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。この開業準備運営に関わる賃借料、人件費、広告宣伝費などの費用

成長戦略へ向けて…①商号・屋号変更

2010年10月 商号変更

株式会社ラヴィス
RAVIS INC.



アニヴェルセル株式会社
ANNIVERSAIRE INC.

2011年1月 屋号変更

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

商号・屋号の由来

『アニヴェルセル』はフランス語で「記念日」を意味

ウエディングという人生最大の記念日のお手伝いをさせていただく姿勢・想いを表す

■変更目的

- ◆『アニヴェルセル』ブランドの活用
- ◆ブランドイメージの向上を図る
- ◆喜びと感動あふれる『アニヴェルセル』スタイルのウエディングの提供

新しいロゴ

ANNIVERSAIRE

成長戦略へ向けて…②オリジナル商品導入

2010年11月 「ウエディングギフトコレクション」の販売を開始

■目的

- ◆オリジナル商品化に伴う利益率の改善
- ◆「アニヴェルセル」ブランドの付加価値の高い商品を提供
- ◆ブランドイメージの向上



【そら豆 取分揃】



【オリジナル商品限定 風呂敷包装】



【アニヴェルセル バウム】



【ガトールクローバー】

引出物カタログ「GIFT」…オリジナル商品25品、人気の高い商品を約500品掲載

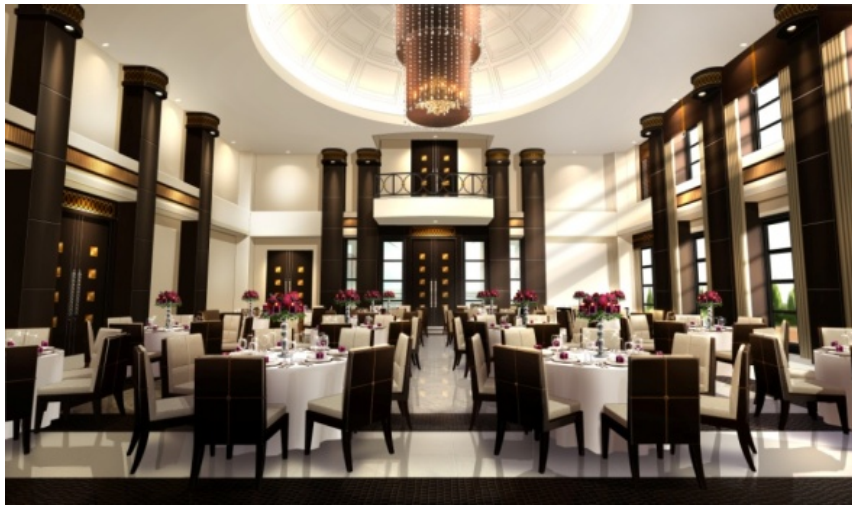
引菓子カタログ「SWEETS」…ショコラや焼き菓子などのオリジナル商品を全9品掲載

成長戦略へ向けて・・・③新たなモデル店舗の出店

2011年春『アニヴェルセル 豊洲』グランドオープン

■特 徴

- ◆ 銀座駅から電車で5分、豊洲駅から徒歩3分と交通至便の環境に位置
- ◆ 「アニヴェルセル表参道」のウエディングスタイルを継承した独立型チャペル
- ◆ 全天候型アトリウムでのフラワーシャワーと、階段下ラグーンの噴水演出
- ◆ 「ヴィラ パリ」・「ヴィラ モナコ」・「ヴィラ プロヴァンス」の趣きの異なる3つの披露宴会場



披露宴会場「ヴィラ パリ」



チャペル 外観イメージ

2010年6月に「開業準備室」を設置し、婚礼受注の営業活動を開始

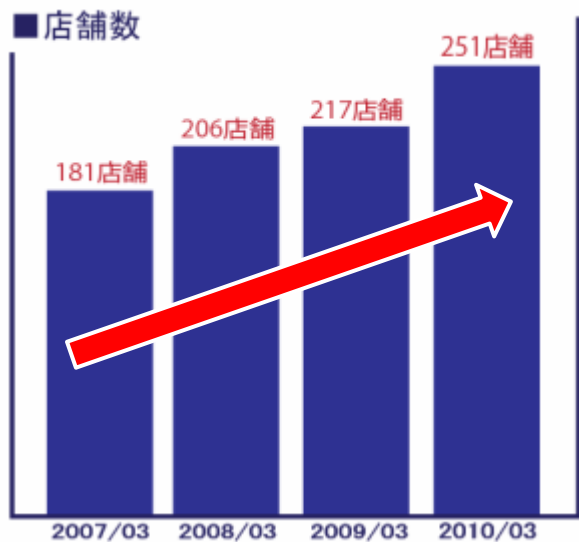
⇒計画を上回る受注ペースで好調に推移

エンターテイメント事業

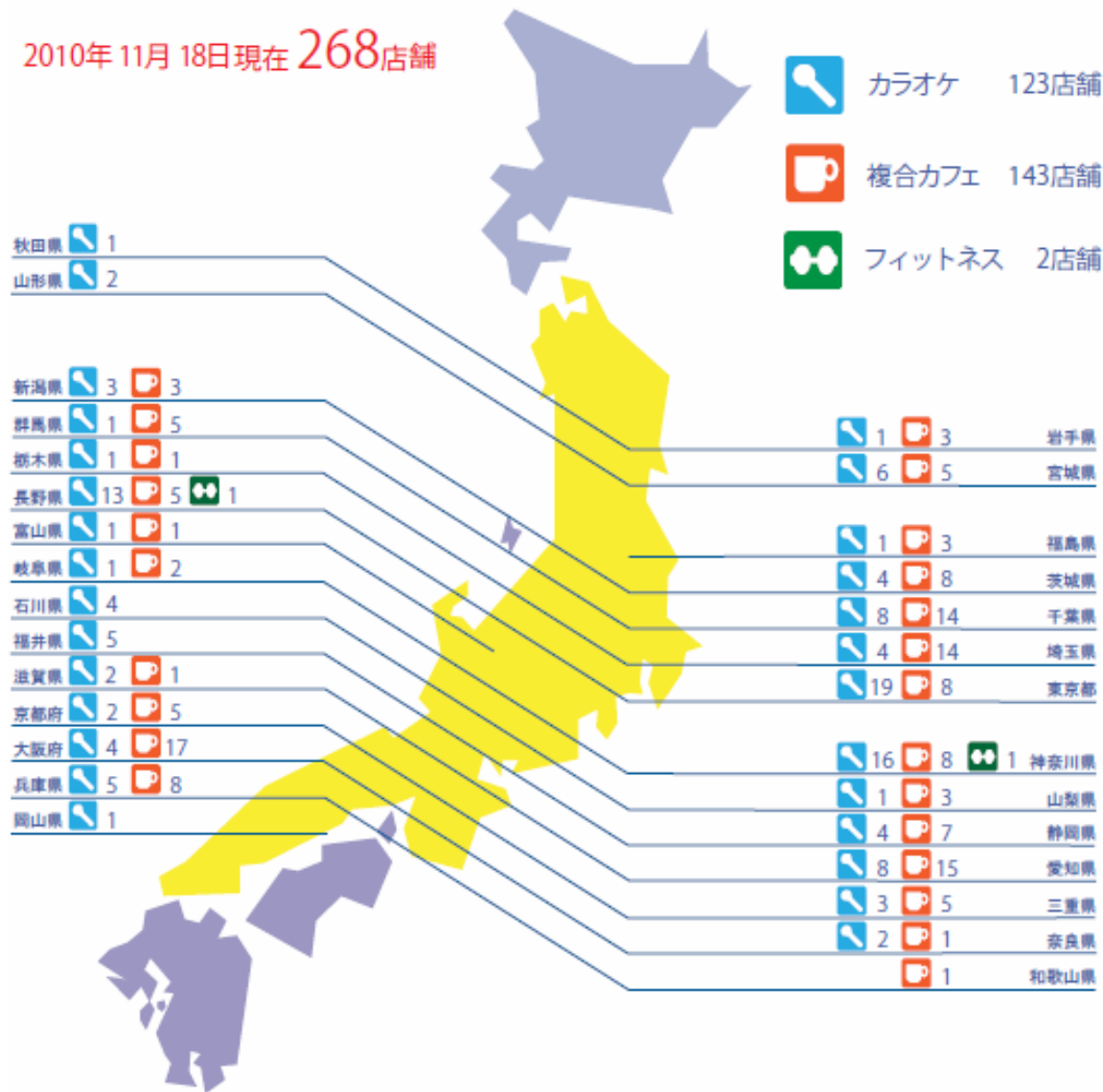
2011年3月期第2四半期業績と通期の見通し

2011年3月期よりエンターテイメント部門の中で、カラオケルーム運営事業と、複合カフェ運営事業の2つのセグメントとしております

業界トップクラスのポジションと、大きな成長ポテンシャル



2010年11月18日現在 268店舗



＜業界の状況＞ 市場規模 「カラオケルーム」

業界ランク6位
2009年11月8日付
日経MJ掲載
第27回サービス業総合調査

2009年
3,852億円

「複合カフェ」

業界ランク1位
2009年11月8日付
日経MJ掲載
第27回サービス業総合調査

2019年
3,740億円

2009年
2,242億円

出所: 複合カフェ調査報告書2009、カラオケ白書2010

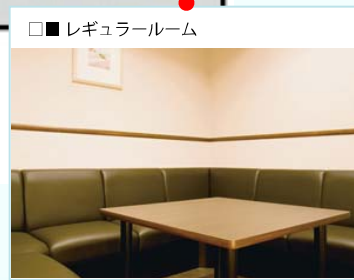
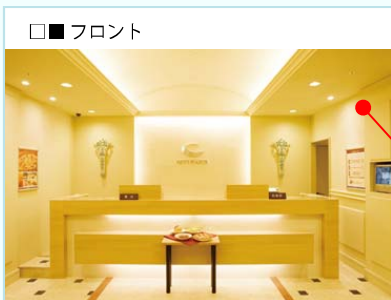
施設の特徴：明確なコンセプトを基軸にした店舗①

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。



施設の特徴：明確なコンセプトを基軸にした店舗②

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【コンビニ的に】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。



フロント



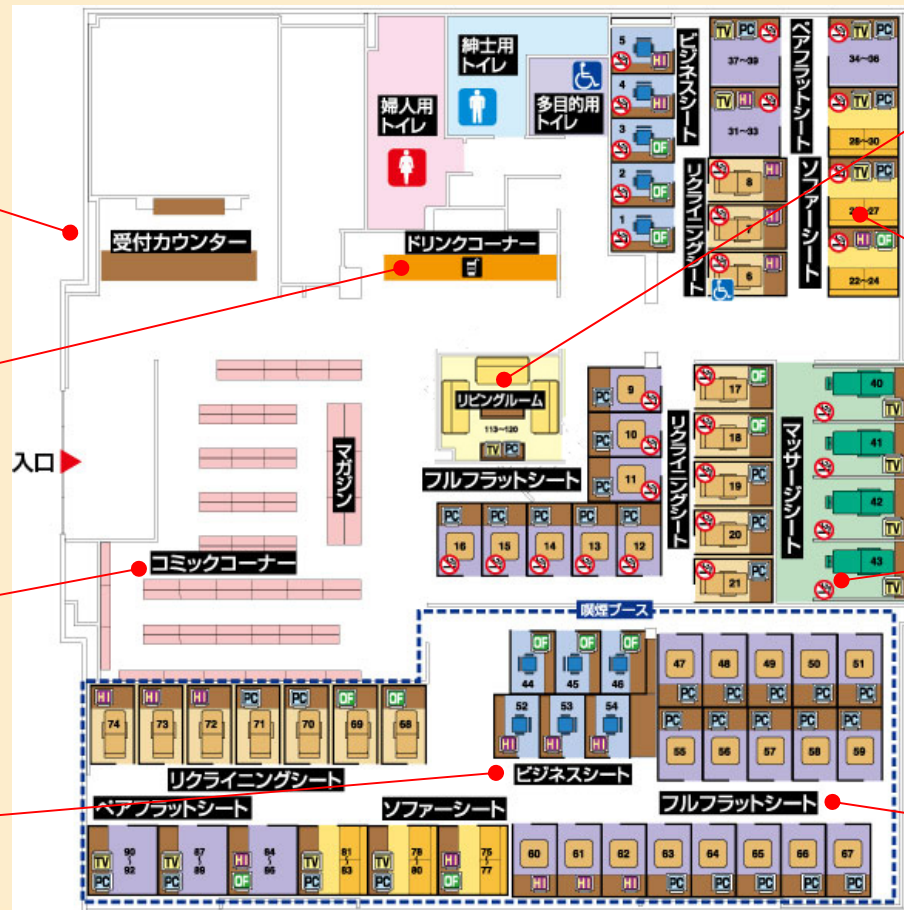
ドリンクバー



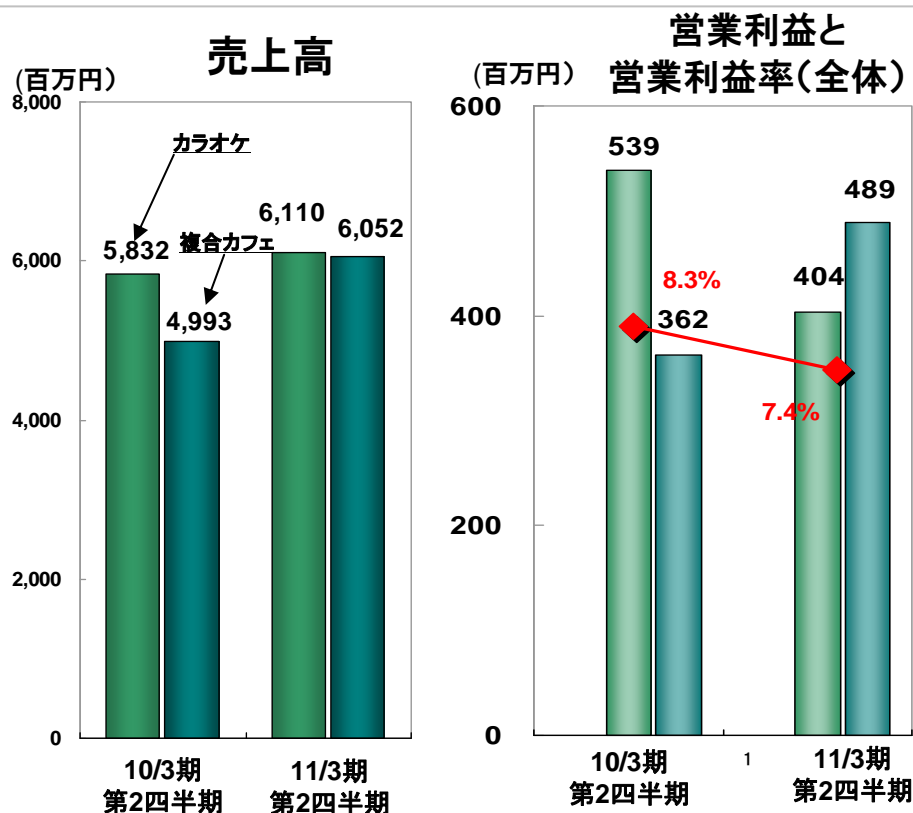
コミック&雑誌・新聞



シングルシート



新規出店が寄与して増収となるも、出店による経費増で微減益



(単位:百万円)

	11/3期第2四半期		
		前年同期比%	売上比%
売上高	12,163	112.4	100.0
売上総利益	2,113	110.8	17.4
販売管理費	1,218	121.2	10.0
営業利益	894	99.2	7.4
期末店舗数	263		

2011年3月期第2四半期業績

- **売上高: 前年同期比 112.4%**
 - ◆ カラオケ、複合カフェとも新規出店寄与により増収
- **営業利益: 前年同期比 99.2%**
 - ◆ カラオケは既存店減収により減益
 - ◆ 複合カフェは既存店増収により増益
 - ◆ 新規出店経費増



左上:カラオケ「コート・ダジュール」
右下:複合カフェ「快活CLUB」

カラオケルーム運営事業—2011年3月期第2四半期業績の概要

新規出店が寄与し増収となるも、既存店減収と出店による経費増で減益

(単位:百万円)

	11/3期第2四半期		
		前年同期比%	売上比%
売上高	6,110	104.8	100.0
売上総利益	1,029	95.7	16.8
販売管理費	624	116.7	10.2
営業利益	404	75.0	6.6
期末店舗数	121		

既存店の増収率、客数・客単価前年同期比

	11/3期第2四半期 (%)
売上高	94.7
客数	94.9
客単価	99.7
平均客単価	1,594円
前年差異	△4円

2011年3月期第2四半期業績

■売上高: 前年同期比 104.8%

- ◆ 駅前立地を中心に新規出店 8店舗
- ◆ 既存店の減収: △5.3%
 - ・深夜帯を中心とした社会人客数の減少
 - ・メニューの見直し、昼のルーム稼働率向上で客単価はほぼ前年並みを維持

■営業利益: 前年同期比 75.0%

- ◆ 新規出店経費増

		10/3期第2四半期	11/3期第2四半期	前年同期比
既存店 (%)	ルーム売上構成比	53.6	52.9	△0.7
	飲食売上構成比	45.2	46.0	+0.8
	その他売上構成比	1.2	1.1	△0.1

2011年3月期通期の見通し

**16店舗の出店が寄与し増収、
一方で既存店減収及び新規出店による経費増等で減益予想**

■ **売上高：前年同期比 104.8%**

◆ **新規出店：上期8、下期8 通期16**

都心駅前中心：

旗艦店「銀座コリドー店」(2010年11月18日)オープン

◆ **リニューアル：上期 12、下期 6 通期 18**

◆ **食の強化**

宴会(新忘年会、歓送迎会)需要取り込み、
季節メニュー実施

■ **営業利益：前年同期比 87.6%**

◆ **新規出店による経費増**

販売管理費 前年同期比 114.3%

◆ **既存店売上高**

通期計画：△4.5%

(上期実績 △5.3% 下期計画 △3.7%)



銀座コリドー店のフロント

(単位：百万円)

	11/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	13,040	104.8	100.0
売上総利益	2,646	99.1	20.3
販売管理費	1,310	114.3	10.0
営業利益	1,336	87.6	10.2
期末店舗数	129		

複合カフェ運営事業—2011年3月期第2四半期業績の概要

出店による経費増となるも、新規出店寄与と既存店増収により増収増益

(単位:百万円)

	11/3期第2四半期		
		前年同期比%	売上比%
売上高	6,052	121.2	100.0
売上総利益	1,084	130.3	17.9
販売管理費	594	126.4	9.8
営業利益	489	135.3	8.1
期末店舗数	142		

既存店の増収率、客数・客単価前年同期比

	11/3期第2四半期 (%)
売上高	104.6
客数	103.0
客単価	101.6
平均客単価	1,290円
前年差異	+20円

* 既存店は複合カフェのみの実績

		10/3期第2四半期	11/3期第2四半期	前年同期比
既存店 (%)	ブース売上構成比	82.7	85.6	+2.9
	フード売上構成比	12.4	12.6	+0.2
	その他売上構成比	4.9	1.8	△3.1

2011年3月期第2四半期業績

■ 売上高: 前年同期比 121.2%

- ◆ 新規出店 9店舗
- ◆ 既存店の増収: +4.6%
 - ・ 季節限定メニュー販売による客単価アップ
 - ・ 避暑利用による客数アップ

■ 営業利益: 前年同期比 135.3%

- ◆ 既存店増収により新店経費を吸収

2011年3月期通期の見通し

新規出店の寄与と既存店増収計画により増収増益予想

■売上高: 前年同期比 119.6%

- ◆新規出店: 上期9、下期12 通期21
- ◆リニューアル: 上期 14、下期 9 通期 23
- ◆食の強化: モーニング、ランチ、シーズンメニューの強化
- ◆コンテンツの充実
オンラインダーツ、ビリヤードの導入による客単価アップ



複合カフェのメニュー例



(単位:百万円)

■営業利益: 前年同期比 135.2%

- ◆新規出店による経費増
販売管理費 前年同期比 116.8%
- ◆既存店売上高
通期計画: +2.4%
(上期実績 +4.6% 下期計画 +0.1%)

	11/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	11,960	119.6	100.0
売上総利益	1,736	122.2	14.5
販売管理費	1,172	116.8	9.8
営業利益	564	135.2	4.7
期末店舗数	154		

補足資料

P46、P48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P9をご参照ください
4. 前期のセグメント別実績は当期と同じ基準に組み替えた数値です

2011年3月期第2四半期 連結営業実績

(単位:百万円)

	10/3期 第2四半期 実績	百分比(%)	11/3期 第2四半期 計画	百分比(%)	11/3期 第2四半期 実績	百分比 (%)	対前年同期 増減	対比(%)
売上高	57,908	100.0	57,700	100.0	58,603	100.0	694	101.2
ファッション	35,832	100.0	34,300	100.0	35,466	100.0	△366	99.0
アニヴェルセル・ブライダル	11,263	100.0	11,205	100.0	10,990	100.0	△272	97.6
カラオケ	5,832	100.0	6,400	100.0	6,110	100.0	278	104.8
複合カフェ	4,993	100.0	5,800	100.0	6,052	100.0	1,058	121.2
売上総利益	25,639	44.3	25,720	44.6	26,231	44.8	592	102.3
ファッション	20,564	57.4	20,680	60.3	21,248	59.9	684	103.3
アニヴェルセル・ブライダル	2,952	26.2	2,720	24.3	2,528	23.0	△423	85.7
カラオケ	1,075	18.4	1,088	17.0	1,029	16.8	△45	95.7
複合カフェ	832	16.7	862	14.9	1,084	17.9	252	130.3
販売管理費	24,388	42.1	24,270	42.1	24,098	41.1	△290	98.8
ファッション	21,236	59.3	20,770	60.6	20,651	58.2	△584	97.2
アニヴェルセル・ブライダル	1,939	17.2	1,790	16.0	1,742	15.9	△196	89.8
カラオケ	535	9.2	628	9.8	624	10.2	89	116.7
複合カフェ	469	9.4	542	9.3	594	9.8	124	126.4
営業利益	1,250	2.2	1,450	2.5	2,132	3.6	882	170.6
ファッション	△671	-	△90	-	597	1.7	1,269	-
アニヴェルセル・ブライダル	1,012	9.0	930	8.3	786	7.2	△226	77.6
カラオケ	539	9.3	460	7.2	404	6.6	△135	75.0
複合カフェ	362	7.3	320	5.5	489	8.1	127	135.3
経常利益	1,708	3.0	1,950	3.3	2,730	4.7	1,022	159.8
当期純利益	918	1.6	50	0.1	446	0.8	△471	48.6
1株当たり 当期純利益	21.52	-	1.17	-	10.46	-	△11.06	-
期末発行済株式総数	42,674千株	-	42,673千株	-	42,672千株	-	△2千株	-

2011年3月期第2四半期 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位:百万円、%)

	10/3期第2四半期実績					11/3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	3,208	2,478	588	69	46	3,371	105.1	2,604	105.1	541	91.9	104	148.5	50	107.7
人件費	9,248	7,557	491	303	274	9,036	97.7	7,314	96.8	430	87.5	342	113.0	352	128.4
賃借料	5,498	5,368	31	23	21	5,528	100.5	5,542	103.2	21	67.1	20	86.9	20	96.5
減価償却費	1,411	1,161	39	3	5	1,314	93.1	1,048	90.3	17	44.4	4	109.9	7	148.5

- (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ない場合があります
 2. 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、上記のほか、売上原価に次の費用が含まれております

	10/3期第2四半期実績			11/3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	1,856	1,322	1,308	2,043	110.1	1,430	108.2	1,603	122.6
賃借料	706	1,291	1,032	791	112.0	1,327	102.8	1,181	114.4
減価償却費	443	352	213	492	111.1	438	124.4	347	162.9

2011年3月期通期 連結業績見通し

(単位:百万円)

	10/3期実績	百分比(%)	11/3期計画	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売上高	131,124	100.0	130,300	100.0	△824	99.4
ファッション	85,910	100.0	82,500	100.0	△3,410	96.0
アニヴェルセル・ブライダル	22,794	100.0	22,820	100.0	25	100.1
カラオケ	12,437	100.0	13,040	100.0	602	104.8
複合カフェ	9,998	100.0	11,960	100.0	1,961	119.6
売上総利益	60,637	46.2	60,450	46.4	△187	99.7
ファッション	50,191	58.4	49,700	60.2	△491	99.0
アニヴェルセル・ブライダル	5,801	25.5	5,650	24.8	△151	97.4
カラオケ	2,670	21.5	2,646	20.3	△24	99.1
複合カフェ	1,420	14.2	1,736	14.5	315	122.2
販売管理費	50,683	38.7	50,150	38.5	△533	98.9
ファッション	44,397	51.7	43,000	52.1	△1,397	96.9
アニヴェルセル・ブライダル	3,540	15.5	3,650	16.0	109	103.1
カラオケ	1,145	9.2	1,310	10.0	164	114.3
複合カフェ	1,003	10.0	1,172	9.8	168	116.8
営業利益	9,954	7.6	10,300	7.9	345	103.5
ファッション	5,794	6.7	6,700	8.1	905	115.6
アニヴェルセル・ブライダル	2,261	9.9	2,000	8.8	△261	88.5
カラオケ	1,524	12.3	1,336	10.2	△188	87.6
複合カフェ	417	4.2	564	4.7	146	135.2
経常利益	10,750	8.2	11,200	8.6	449	104.2
当期純利益	3,618	2.7	4,000	3.1	381	110.5
1株当たり 当期純利益	84.79	-	93.74	-	8.95	-
期末発行済株式総数	42,673千株	-	42,672千株	-	△1千株	-

2011年3月期通期 販売費及び一般管理費の主な内訳

(単位:百万円、%)

	10/3期実績					11/3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	8,004	6,407	1,046	170	90	8,480	105.9	6,700	104.6	1,230	117.6	253	148.8	102	113.3
人件費	18,313	15,097	782	651	587	18,016	98.4	14,740	97.6	790	101.0	697	107.1	689	117.4
賃借料	11,218	10,934	36	44	39	11,052	98.5	11,087	101.4	39	108.3	41	93.2	39	100.0
減価償却費	2,925	2,400	48	7	11	2,712	92.7	2,155	89.8	47	97.9	11	157.1	18	163.6

- (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ない場合があります
 2. アニヴェルセル・ブライダル事業及びカラオケルーム運営事業、及び複合カフェ運営事業は、上記のほか、売上原価に次の費用が含まれております

	10/3期実績			11/3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	3,816	2,766	2,733	4,137	108.4	2,933	106.0	3,268	119.6
賃借料	1,497	2,607	2,176	1,564	104.5	2,570	98.6	2,424	111.4
減価償却費	926	759	493	1,014	109.5	966	127.3	769	156.0

【ご参考:ファッション事業 2011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
11/3期	0.3	3.0	0.2	3.9	6.4	3.4	2.2		
10/3期	△9.6	△4.8	△13.3	△12.5	△5.7	△4.6	△8.8	△3.2	△5.6

(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	11/3期	△2.6	8.1	△0.7	5.0	8.0	5.5	3.2		
	10/3期	△3.5	△1.4	△6.0	△9.7	△3.5	△0.6	△4.4	△0.3	△2.2
客単価	11/3期	3.0	△4.7	0.9	△1.0	△1.5	△2.0	△1.0		
	10/3期	△6.3	△3.5	△7.8	△3.1	△2.3	△4.1	△4.6	△2.9	△3.6

(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	11/3期	53.5	99.9				
	10/3期	53.6	97.1	82.3	107.5	135.9	103.2
販売単価	11/3期	23.1	100.0				
	10/3期	23.1	95.1	22.7	96.6	22.9	96.2

(4)商品別売上状況

(単位:百万円)

	10/3期 第2四半期実績	(%) 百分比	11/3期 第2四半期実績	(%) 百分比	対前年同期増減	(%) 対比
重衣料	16,616	46.4	17,150	48.4	533	103.2
中衣料	3,810	10.6	3,813	10.8	3	100.1
軽衣料	14,475	40.4	13,530	38.1	△944	93.5
その他	930	2.6	971	2.7	41	104.4
計	35,832	100.0	35,466	100.0	△366	99.0

(5)期中平均売場面積の推移

(単位:m²)

10/3期第2四半期	11/3期第2四半期	対前年同期増減	対比(%)
297,339	280,154	△17,185	94.2

(6)都道府県別店舗数の推移

(単位:店)

	10/3期				11/3期第2四半期								
	期末店舗数				出店数			退店数			期末店舗数		
	AOKI	ORIHICA	M/X	合計	AOKI	ORIHICA	合計	AOKI	ORIHICA	合計	AOKI	ORIHICA	合計
北海道	15			15							15		15
岩手県	2			2							2		2
宮城県	6	3		9							6	3	9
福島県	6	1		7							6	1	7
茨城県	16	2		18		1	1	1		1	15	3	18
栃木県	7	1		8							7	1	8
群馬県	8			8							8		8
埼玉県	48	6		54					1	1	48	5	53
千葉県	42	7		49		2	2	1		1	41	9	50
東京都	53	11		64		2	2		1	1	53	12	65
神奈川県	43	7	1	51		2	2				43	9	52
新潟県	8	1		9							8	1	9
富山県	7			7							7		7
石川県	7			7							7		7
福井県	2			2							2		2
山梨県	5			5							5		5
長野県	21			21							21		21
静岡県	18		1	19							18		18
岐阜県	8			8				1		1	7		7
愛知県	43	4		47				1		1	42	4	46
三重県	10			10							10		10
滋賀県	4	1		5							4	1	5
京都府	2			2							2		2
大阪府	25	4		29		1	1		1	1	25	4	29
兵庫県	9	4		13	1		1				10	4	14
奈良県	2			2							2		2
広島県	3			3							3		3
福岡県	9			9							9		9
熊本県	2			2							2		2
合計	431	52	2	485	1	8	9	4	3	7	428	57	485

*M/Xは2010年8月に2店舗退店

【ご参考：ファッション事業 2011年3月期通期計画】

(1) 既存店増収率

(単位：%)

	上半期実績	下半期	通期
11/3期(計画)	2.2	Δ1.9	Δ0.2
10/3期	Δ8.8	Δ3.2	Δ5.6

(2) 既存店の客数・客単価増加率

(単位：%)

		上半期実績	下半期	通期
客数	11/3期(計画)	3.2	Δ0.9	0.9
	10/3期	Δ4.4	Δ0.3	Δ2.2
客単価	11/3期(計画)	Δ1.0	Δ1.0	Δ1.1
	10/3期	Δ4.6	Δ2.9	Δ3.6

(3)商品別売上計画

(単位:百万円)

	10/3期 実績	(%) 百分比	11/3期 計画	(%) 百分比	対前期増減	(%) 対比
重衣料	42,301	49.2	41,830	50.7	△471	98.9
中衣料	6,701	7.8	6,500	7.9	△201	97.0
軽衣料	34,801	40.5	32,070	38.9	△2,731	92.2
その他	2,105	2.5	2,100	2.5	△5	99.7
計	85,910	100.0	82,500	100.0	△3,410	96.0