

point

新中期経営計画(TOP15)

2012年2月期 決算説明

2012年4月4日

point

新中期経営計画(TOP15)  
Take Off Point 2013-2015

代表取締役 会長兼社長 福田 三千男

point

# 前中期経営計画(TOP12)

(2010年2月期～2012年2月期)

## ビジョン

売上高1,000億円を突破し、国内ファッションカジュアル市場の  
リーディングカンパニーとしての地位を確立



ファッションカジュアル市場におけるリーディングカンパニーとなる

## 基本方針

更なる成長へ向けたビジネスモデル強化を加速、積極投資を実施



- ▶ TOP9で確立したブランドポートフォリオを強固にすべく、  
各ブランドの成長を継続
- ▶ 将来の永続的成長に向けて、ブランド価値向上や  
ビジネスモデル強化のための投資を積極的に実施

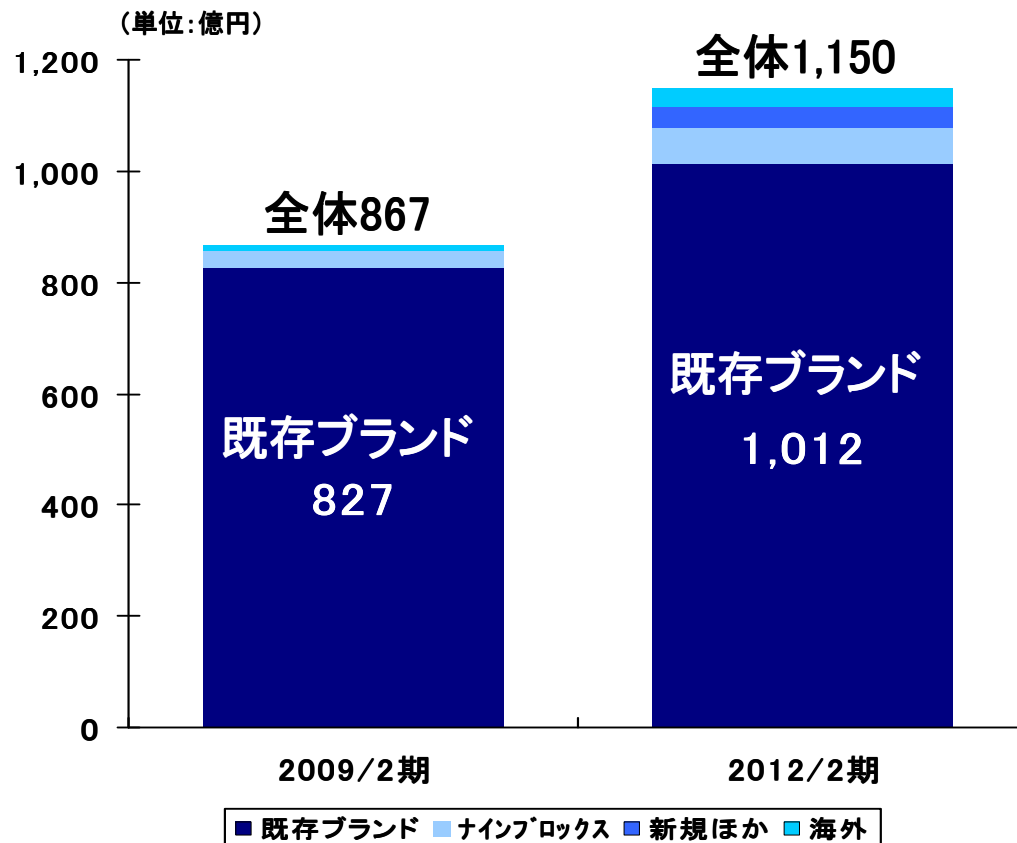
# 中期経営計画(TOP12) 基本戦略の評価①

point

Strategy1

## 既存ブランドの成長と変革による業容拡大

▶ 売上高は+32.7%の増収。既存ブランドの成長(+22.5%)が全体を牽引



既存ブランド	伸び率
アパートバイローリース*	18.8%
ハレ	18.3%
ヘザー	+87.5%
レイジブルー	+43.8%
レプシムローリースファーム	+99.0%
ジーナシス	+8.5%
グローバルワーク	+16.7%
ローリースファーム	▲2.4%
合計	+22.5%

### ビジネスモデルの強化による永続的成長

- ▶ 2010年より生産本部を設置し、商品企画機能の強化をスピードアップ
- ▶ TVCM、クロスメディア、ムック本など広告宣伝施策を多様化

【ローリーズファーム TVCM】

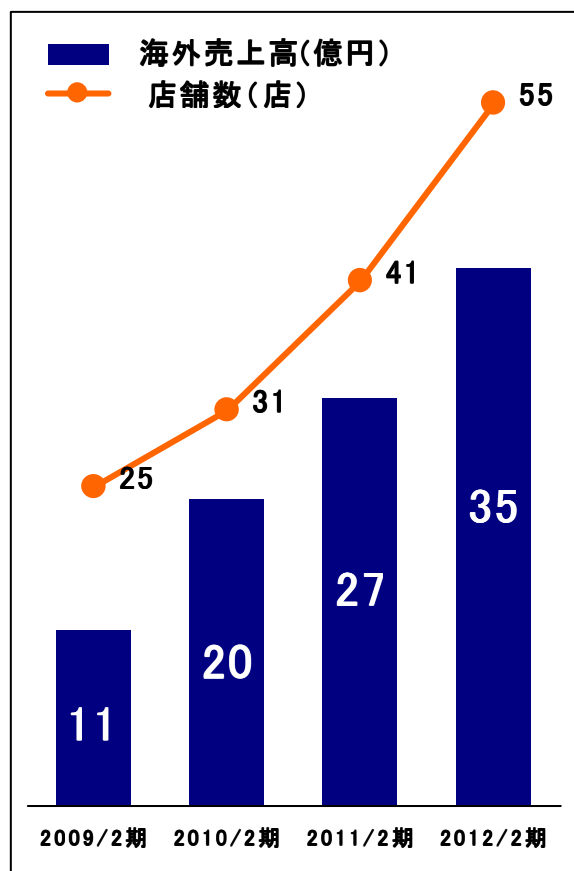


【ジーナシス ムック本】



## 将来の成長に向けて新たなマーケットの開拓

- ▶ 2010年上海に出店し、中国での展開を開始



- ▶ 新規ブランド開発を推進  
レピピアルマリオやコレクトポイントが業容を拡大

【レピピアルマリオ】



- ▶ 駅ナカ業態、雑貨の拡大など、新たな業態、コンテンツ開発を推進

## 積極的な人材投資による組織力強化

- ▶ 社員の処遇改善を実施
- ▶ 若手社員の登用
- ▶ 新規事業、生産本部を中心とした外部人材の積極採用
- ▶ 海外研修、中級マネジメント研修等、研修体系の拡充による人材育成
- ▶ 大型ブランドを中心とした店舗サポート体制の見直し



point

新中期経営計画(TOP15)

Take Off Point 2013-2015

ビジョン

ファッション市場において、世界で躍進する企業・ブランドに成長する。

DNA

店頭起点

「店頭」を全ての戦略・施策の起点とします

ファッションカジュアル

程よいトレンド、値ごろ感、確かな品質のカジュアルウェアを提供します

スピード経営

判断・行動の速度を上げます

イノベーション

新たなチャレンジを推進します

経営方針

1. ビジョンの実現に向けて世界に通用するブランドを複数育成するとともに、海外展開、新ブランド開発を進め、TOP15以降の持続的な成長基盤を構築する
2. 商品企画力・調達力を強化し、魅力ある店舗を実現することで、お客様に提供する付加価値を高め、ブランド力を向上させる
3. ダイバーシティを尊重し、人材を積極的に育成・登用すると同時に、「チャレンジ」、「コミュニケーション」、「クリエイティブ」をキーワードとして、活力のある組織を実現する

成長戦略

- ▶ 基幹ブランドへ積極的に経営資源を投入し業容を拡大
- ▶ 海外マーケットでの展開力を強化
- ▶ 新たなマーケットの開拓によるマルチブランド戦略の進化
- ▶ WEBストアを強化、店頭・SNS・CRMとの連携による顧客接点の拡大
- ▶ M&A等によるグループ力の向上

### ビジネスモデルの強化

- ▶ 商品企画力・調達力の強化
- ▶ 広告宣伝機能の強化
- ▶ 物流機能の強化
- ▶ アウトレット・在庫消化機能の拡充
- ▶ ITインフラの強化

組織の活性化

- ▶ 組織改正による施策推進の責任体制明確化とスピードアップ
- ▶ 営業組織体制の最適化
- ▶ 人材育成(グローバル要員の育成、研修制度の拡充)
- ▶ 社員のキャリアパス拡充
- ▶ CSR(企業の社会的責任)への取組み

# 数値目標(連結)

point

単位: 億円	2012年2月期 (実績)		2015年2月期 (目標値)		伸び率
		構成比		構成比	
売上高	1,150	100.0%	2,000	100.0%	+74%
営業利益	123	10.7%	240	12.0%	+94%



point

**2012年2月期  
決算説明**

代表取締役 専務執行役員 遠藤 洋一



# 2012年2月期 決算のポイント

point

単位:百万円	2011/2期		2012/2期			
		構成比		構成比	前期比	計画比
売上高	105,893	100.0%	115,058	100.0%	108.7%	99.2%
売上総利益	63,360	59.8%	67,547	58.7%	106.6%	97.9%
販管費	48,030	45.4%	55,185	48.0%	114.9%	100.3%
経常利益	15,504	14.6%	12,522	10.9%	80.8%	88.8%
特別損失	1,259	1.2%	1,547	1.3%	122.9%	119.0%
当期純利益	8,400	7.9%	6,789	5.9%	80.8%	90.5%
期末店舗数	747	—	821	—	74店増	2店減

売上高	国内・海外計118店舗の出店により前期比+8.7%の増収 国内既存店前年比95.8%。海外は前期比+31.5%増と大きく伸長(円高により取込額に影響)
売上総利益率	値下げ販売の増加と震災の発生に伴う物流費用増により前年比▲1.1%悪化
販管費	TVCM実施、積極的な店舗展開、人材投資の実施により前期比+14.9%増(計画水準)
特別損失	積極的な退店・改装を実施したことに伴い計画比増加 (震災関連438百万円、減損323百万円、退店・改装関係781百万円)
期末店舗数	既存ブランドにおける退店増やナッシュダレック休止に伴い、計画比▲2店舗減

# 販売費・一般管理費の状況

point

単位:百万円	2011/2期		2012/2期		
		売上比		売上比	前期比
広告宣伝費	2,319	2.2%	3,275	2.8%	141.2%
人件費	15,755	14.9%	18,026	15.7%	114.4%
地代家賃	17,484	16.5%	19,778	17.2%	113.1%
リース料	2,049	1.9%	1,553	1.4%	75.8%
減価償却費	2,322	2.2%	3,555	3.1%	153.1%
その他	8,098	7.6%	8,996	7.8%	111.1%
合計	48,030	45.4%	55,185	48.0%	114.9%

広告宣伝費	ローリーズファームでのTVCM実施に伴い増加
人件費	①出店に伴う店舗人員増 ②営業組織人員の増強(大型ブランド、新規ブランド) ③外部人材の積極的採用(生産、WEB、広告宣伝、システム等の戦略部門中心)
店舗償却費 (リース+減価償却)	①積極出店、定率償却に変更した影響 ②本部移転(予定)等に伴う原状回復費用を見積計上
その他	積極出店に伴うイニシャルコスト、クレジットカード手数料等

# 貸借対照表の主要項目

point

単位:百万円	2011/2末		2012/2末		
		構成比		構成比	前期末比
総資産	62,089	100.0%	62,771	100.0%	101.1%
流動資産	38,579	62.1%	38,231	60.9%	99.1%
固定資産	23,510	37.9%	24,539	39.1%	104.4%
負債	24,758	39.9%	21,579	34.4%	87.2%
純資産	37,330	60.1%	41,191	65.6%	110.3%

在庫	前期末比+5.1%、震災の影響と下期の天候不順、新規ブランド展開による在庫増加
固定資産	積極出店に伴い店舗内装設備・保証金等が増加
負債	未払法人税等が減少

# キャッシュ・フロー計算書／設備投資実績

point

## ■キャッシュフロー計算書

単位:百万円	2011/2期	2012/2期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	10,531	8,119	△2,412
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,699	△6,076	△377
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,805	△2,850	1,955
現金及び現金同等物の増減額	△49	△842	△793
現金及び現金同等物の期末残高	26,151	25,308	△842
フリーキャッシュ・フロー	4,832	2,043	△2,789

- ・営業活動によるCF  
当期純利益の減少
- ・投資活動によるCF  
概ね前年同水準
- ・財務活動によるCF  
前年は自己株式取得を実施

## ■設備投資実績

単位:百万円	上期	下期	通期	当初計画
店舗関係	3,138	2,641	5,779	5,700
その他	252	352	605	600
計	3,390	2,993	6,384	6,300

- ・出店118店舗  
(国内101、海外17)
- ・改装68店舗

## 基本方針

- ▶ 店頭起点をベースとしたサポート体制を構築し、店舗運営力を強化することで、お客様満足の最大化を図る

## 重点施策

- ▶ 営業組織体制を見直し、スペシャリスト育成と、店舗へのきめ細かいサポート体制を構築
- ▶ 既存ブランドはコアターゲットを再定義し、商品企画、店頭、広告宣伝を連動させることでブランド力の向上を図る
- ▶ 海外市場での店舗運営力を早期に整えるべく、人材育成と商品の供給体制を重点的に整備
- ▶ 商品企画体制の構築、取引先との協働の推進

# 2013年2月期 計画

point

単位:百万円	2012/2期		2013/2期(計画)			(説明)
		構成比		構成比	前期比	
売上高	115,058	100.0%	125,000	100.0%	108.6%	国内既存店前年比100.5% 国内1,195億円、海外55億円
売上総利益	67,547	58.7%	74,000	59.2%	109.6%	生産本部コストを原価算入(▲0.6%)(注1)
販管費	55,185	48.0%	60,900	48.7%	110.4%	会計面での特殊要因(+0.9%)(注2) 営業組織体制の見直し(人件費増) 広告宣伝費率は3%以内で運営
経常利益	12,522	10.9%	13,200	10.6%	105.4%	会計面での特殊要因(▲0.9%)(注2)
当期利益	6,789	5.9%	7,500	6.0%	110.5%	前期比10.5%の増益
店舗数	821 (海外55)	—	919 (海外80)	—	98店増	出店121(国内92、海外29) 退店25(国内21、海外4)、改装91

(注1) 前期まで販管費計上していた生産本部のコスト(人件費を含む)を売上原価に算入

(注2) ①店舗内装設備の残存簿価の見積方法を変更することにより減価償却費が増加

②従来、特別損失に計上していた店舗の退店・改装に伴って発生する費用を販管費に計上

# 設備投資計画

point

単位:百万円	2012/2期	2013/2期 (計画)	前期比
店舗関係	5,779	6,100	105.6%
その他	605	650	107.4%
計	6,384	6,750	105.7%

- ・積極的な店舗改装を実施  
～2012/2期 68店舗→ 2013/2期 91店舗
- ・その他は情報システム関連投資

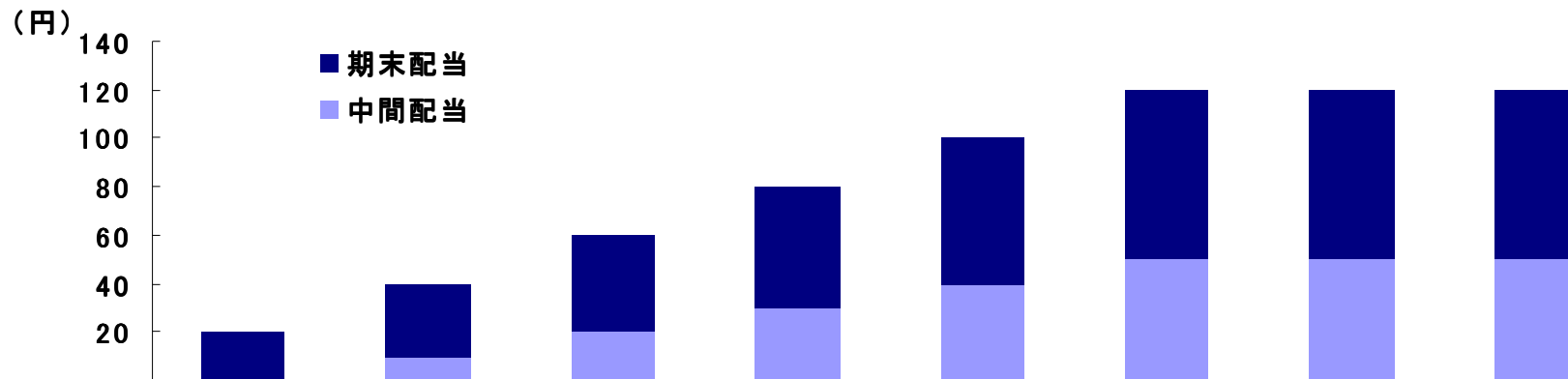
# 株主還元方針

point

1. 事業への投資を最優先に行い、企業価値の向上を継続

2. 連結配当性向30%を基準

3. 自己株式取得は株価動向や財務状況等を考慮し適切且つ機動的に対応



	2005/2期	2006/2期	2007/2期	2008/2期	2009/2期	2010/2期	2011/2期	2012/2期
1株当たり 配当金 (内中間配当)	20円	40円 (10円)	60円 (20円)	80円 (30円)	100円 (40円)	120円 (50円)	120円 (50円)	120円 (50円)
自己株式 取得数	165千株	248千株	600千株	480千株	424千株	—	570千株	—



## 目的

- ▶ 市場における両社の独自のポジションと成長力を維持しつつ、統合によって事業基盤の拡大と高い競争力を確保し、お客様に提供する付加価値を最大化する

## スケジュール

(本日)	基本合意書締結
2013年4月(予定)	最終契約の締結
2013年5月(予定)	当社株主総会決議(最終契約の承認)
2013年10月(予定)	統合期日(効力発生日)

(\*)本件の詳細につきましては、本日付で発表しました「株式会社トリニティアーツとの経営統合に関する基本合意書締結についてのお知らせ」をご確認下さい

point

# 営業戦略

取締役 専務執行役員 久保木 大世

## 営業方針

- ▶ 基幹ブランドにおける大型店出店推進
- ▶ 海外事業拡大
- ▶ 営業組織・店舗サポート体制を強化
- ▶ 商品企画体制の構築、取引先との協働の推進
- ▶ 雑貨の強化
  - ・雑貨構成比16.7%(前年15.5%)
  - ・新ブランド「マリカフリッカー」立上げ、「ローリーズファームプラス」の展開

# グローバルワーク

point

- ▶ 2012/2期は売上高270億円を突破。メンズの好調と雑貨売上の拡大が寄与
- ▶ 店舗大型化に対応したコンテンツ強化を推進。広告宣伝を積極化
- ▶ 海外出店(香港)を開始し、国内外での売上拡大を目指す



【アリオ亀有店】

- ▶ 2012/2期は、TVCMや新ライン追加等の積極策を推進するも、震災の影響により、アイテム数と在庫のコントロールに苦戦  
TVCMは、WEB売上増加、訴求アイテムを中心とした売上向上等の成果あり
- ▶ MDラインおよびアイテム数の整理により、本来の精度を回復させ、  
広告宣伝を含めて、ターゲット層へのブランド訴求を推進



【ローリーズファーム20周年】

# 海外展開

point

- ▶ 2012/2期売上高35億円(前期比+31.5%増・円高影響除き実質+40%増)  
【香港】既存店前年比130%で推移。期末店舗数17店舗(+4)  
【台湾】業容は順調に拡大。期末店舗数27店舗(+5)  
【中国】上海に続き、蘇州、北京に店舗網を拡大。期末店舗数11店舗(+5)
- ▶ 2013/2期売上高55億円(前期比+57%)、期末店舗数80店舗を計画
- ▶ 東南アジア市場のゲートウェイであるシンガポールに進出  
グローバルワークが海外進出。1号店を香港に出店



【グローバルワーク海外1号店】  
(Causeway Bay World Trade Centre)



# ブランド別売上状況(国内) 計画・実績

point

単位:百万円	2012/2期 実績			2013/2期 計画		
		構成比	前期比		構成比	前期比
レイジブルー	8,882	8.0%	112.4%	9,400	7.9%	105.8%
グローバルワーク	27,075	24.3%	109.6%	29,300	24.5%	108.2%
ローリース・ファーム	23,935	21.5%	101.4%	24,800	20.8%	103.6%
ジーナシス	11,404	10.2%	95.6%	12,100	10.1%	106.1%
ヘザー	8,675	7.8%	111.1%	9,500	7.9%	109.5%
ハレ	5,011	4.5%	109.7%	5,400	4.5%	107.8%
アパートバイローリス	3,641	3.3%	79.4%	3,300	2.8%	90.6%
レプシムローリス・ファーム	12,586	11.3%	105.5%	13,200	11.0%	104.9%
レピピアルマリオ	1,450	1.3%	340.6%	1,700	1.4%	117.2%
ジュエリウム	569	0.5%	650.7%	600	0.5%	105.4%
トゥールノジーナ	347	0.3%	—	400	0.3%	115.3%
ナッシュタレック	315	0.3%	—	—	—	—
コレクトポイント(オリジナル)	1,255	1.1%	355.9%	2,500	2.1%	199.2%
ナインブロックス	6,389	5.7%	119.7%	7,000	5.9%	109.6%
マリカフリッカー	—	—	—	300	0.3%	—
他共合計	111,561	100.0%	108.1%	119,500	100.0%	107.1%

※ナインブロックスにはブランドアウトレットを含んでおります

※インメルカートはレプシムローリスファームに合算しております

# 店舗業態別出店・退店状況(国内) 計画・実績

point

単位:百万円	2012/2期(実績)					2013/2期(計画)			
	期首 店数	出店	変更	退店	期末 店数	出店	変更	退店	期末 店数
レイズブルー	55	5	—	▲1	59	10	1	▲2	68
グローバルワーク	162	15	—	▲4	173	9	—	▲7	175
ローリース・ファーム	130	18	3	▲3	148	14	1	▲4	159
ジーナシス	80	4	—	▲1	83	5	—	▲2	86
ヘザー	69	9	—	▲4	74	6	—	—	80
ハレ	31	4	—	▲2	33	5	—	▲2	36
アパートバイロリーズ	32	3	▲2	▲5	28	4	—	—	32
レブシムローリース・ファーム	105	12	—	▲5	112	10	—	▲2	120
レピピアルマリオ	8	7	—	▲3	12	8	—	—	20
ジュエリウム	5	6	—	▲4	7	2	—	—	9
トゥールノジーナ	2	7	—	▲3	6	4	—	▲1	9
ナッシュダレック	—	5	▲2	▲2	1	0	—	▲1	0
コレクトポイント	6	1	▲1	▲1	5	2	—	—	7
ナインブロックス	21	5	—	▲1	25	4	—	—	29
マリカフリッカー	—	—	—	—	—	9	—	—	9
合計	706	101	▲2	▲39	766	92	2	▲21	839

- ※ 店舗数には他社WEBストア・自社WEBストアを含んでおります
- ※ 複合店舗は店舗を運営しているブランドで集計しております
- ※ ナインブロックスにはブランドアウトレットを含んでおります
- ※ インメルカートはレブシムローリースファームに合算しております



## 業績予想の適切な利用に関する説明

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は今後様々な要因によって大きく異なる結果となる可能性があります。

## その他留意事項

資料内の数値は百万円未満を切り捨て表示し、百分率は元データから算出しております。

point