



2015年2月期第1四半期 決算説明会

～構造改革に目途、再成長のフェーズへ～

2014.7.23

# I 2015年2月期 第1四半期 決算概況

※本資料に記載の金額は、百万円未満を切り捨てて表示しています。

売上高46,261百万円(前期比101.1%)、営業利益2,456百万円(前期比283.9%)

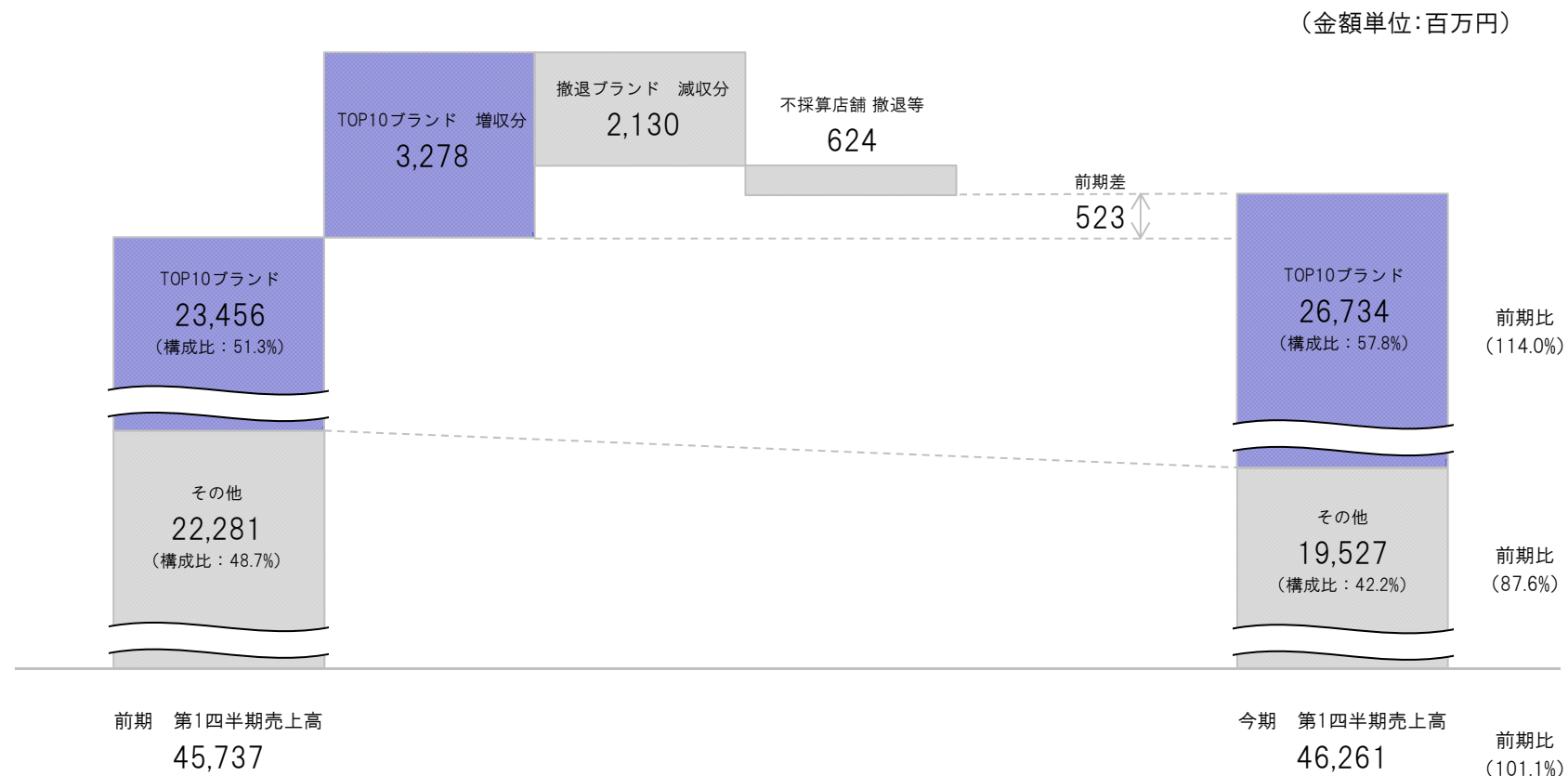
(金額単位:百万円)

|          | 2014.2期<br>第1四半期 |        | 2015.2期<br>第1四半期 |        |        |        |        |        |
|----------|------------------|--------|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|          | 実績               | 構成比    | 計画               | 実績     | 構成比    | 前期差    | 前期比    | 計画比    |
| 売上高      | 45,737           | 100.0% | 44,982           | 46,261 | 100.0% | +523   | 101.1% | 102.8% |
| 売上総利益    | 25,030           | 54.7%  | -                | 25,913 | 56.0%  | +883   | 103.5% | -      |
| 販管費      | 24,165           | 52.8%  | -                | 23,457 | 50.7%  | ▲707   | 97.1%  | -      |
| 営業利益     | 865              | 1.9%   | 2,093            | 2,456  | 5.3%   | +1,590 | 283.9% | 117.3% |
| 経常利益     | 1,625            | 3.6%   | 2,626            | 2,733  | 5.9%   | +1,107 | 168.2% | 104.1% |
| 税前四半期純利益 | 1,426            | 3.1%   | -                | 2,762  | 6.0%   | +1,336 | 193.6% | -      |
| 四半期純利益   | 509              | 1.1%   | -                | 1,589  | 3.4%   | +1,080 | 312.0% | -      |

- 売上高 : 変則決算、M&Aの影響等除くと会社発足以降初めて増収に転じる
- 営業利益 : 構造改革の成果が表れ、売上総利益率+1.3pt改善、販管費圧縮により大幅増益

## 2. 売上高の概況① – サマリー

主カブランドの増収が店舗撤退等による減収を補い、前期比101.1%の増収



## 上位9ブランドが増収、うち6ブランドが2桁増

(金額単位:百万円)

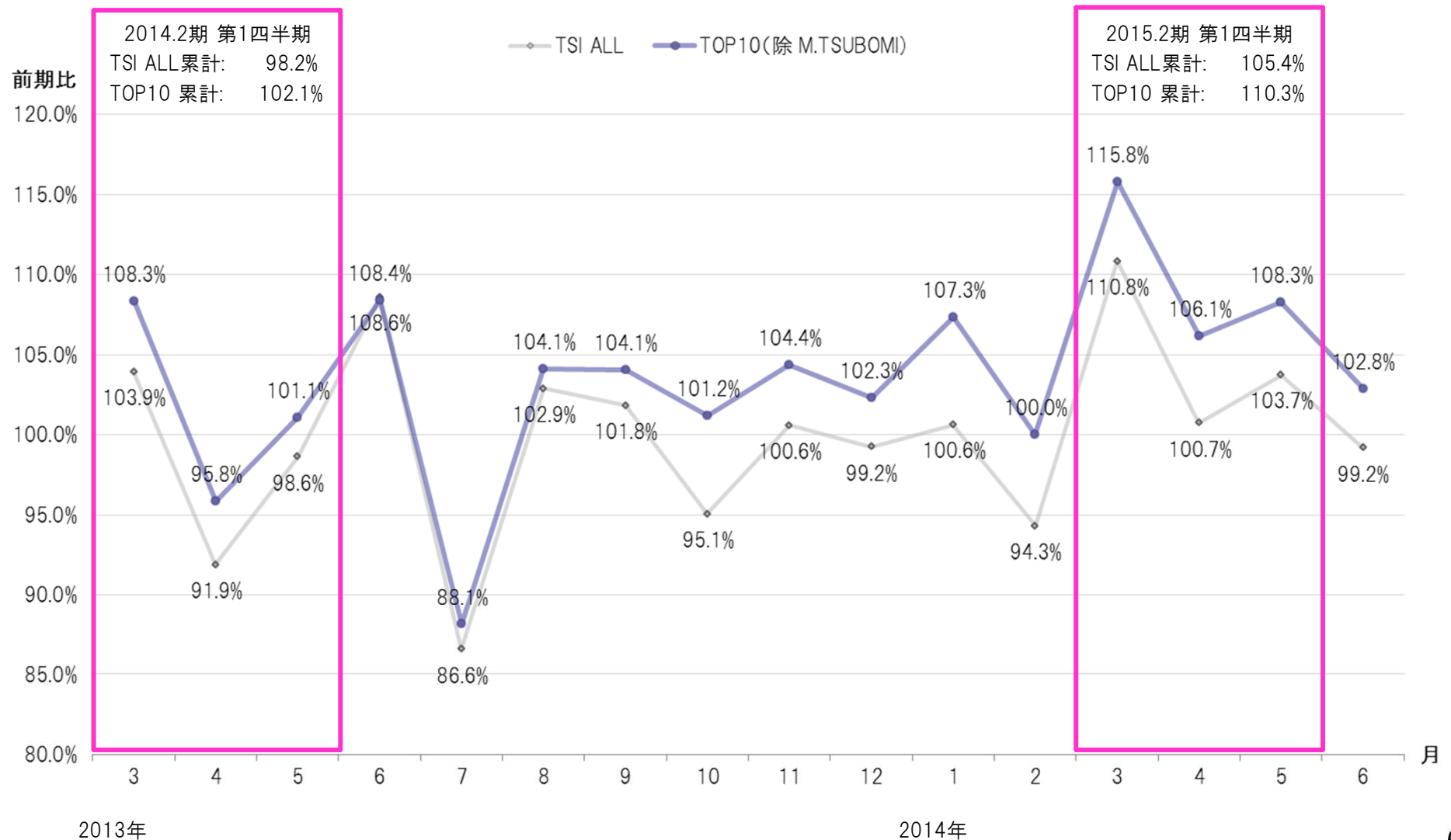
| ブランド名                      | 2014.2期<br>第1四半期<br>実績 | 2015.2期<br>第1四半期 |        |        |
|----------------------------|------------------------|------------------|--------|--------|
|                            |                        | 実績               | 構成比    | 前期比    |
| 1 nano・universe            | 4,618                  | 5,940            | 12.8%  | 128.6% |
| 2 NATURAL BEAUTY BASIC     | 4,772                  | 4,952            | 10.7%  | 103.8% |
| 3 MARGARET HOWELL          | 2,596                  | 3,118            | 6.7%   | 120.1% |
| 4 ROSE BUD                 | 2,410                  | 2,834            | 6.1%   | 117.6% |
| 5 Apuweiser-riche          | 2,031                  | 2,449            | 5.3%   | 120.6% |
| 6 PEARLY GATES             | 1,817                  | 1,979            | 4.3%   | 108.9% |
| 7 PROPORTION BODY DRESSING | 1,350                  | 1,517            | 3.3%   | 112.4% |
| 8 & by P&D                 | 1,336                  | 1,433            | 3.1%   | 107.3% |
| 9 M.TSUBOMI                | 1,027                  | 1,261            | 2.7%   | 122.8% |
| 10 HUMAN WOMAN             | 1,495                  | 1,247            | 2.7%   | 83.4%  |
| TOP10合計                    | 23,456                 | 26,734           | 57.8%  | 114.0% |
| その他                        | 22,281                 | 19,527           | 42.2%  | 87.6%  |
| 合計                         | 45,737                 | 46,261           | 100.0% | 101.1% |

\*ROSE BUDの売上高は、(株)ローズバッドと(株)エレファントの連結売上高

\*Apuweiser-richeの売上高は、(株)アルページュの展開する4ブランドの売上合計

## 2. 売上高の概況③ ー国内既存店売上高の推移

TOP10ブランドの累計が、全体を牽引する状況が継続



## E-Commerceが前期比121.9%と大幅に伸長

(金額単位:百万円)

| 販路別            | 2014.2期<br>第1四半期 |        | 2015.2期<br>第1四半期 |        |        |        |
|----------------|------------------|--------|------------------|--------|--------|--------|
|                | 実績               | 構成比    | 実績               | 構成比    | 前期比    |        |
|                |                  |        |                  |        | 額      | 比      |
| 百貨店            | 14,226           | 31.1%  | 12,506           | 27.0%  | 87.9%  | ▲4.1pt |
| 非百貨店※1         | 21,158           | 46.3%  | 22,591           | 48.8%  | 106.8% | +2.6pt |
| EC(E-Commerce) | 3,459            | 7.6%   | 4,216            | 9.1%   | 121.9% | +1.6pt |
| 海外             | 2,735            | 6.0%   | 2,991            | 6.5%   | 109.3% | +0.5pt |
| その他※2          | 4,157            | 9.1%   | 3,955            | 8.5%   | 95.1%  | ▲0.5pt |
| 合計             | 45,737           | 100.0% | 46,261           | 100.0% | 101.1% | -      |

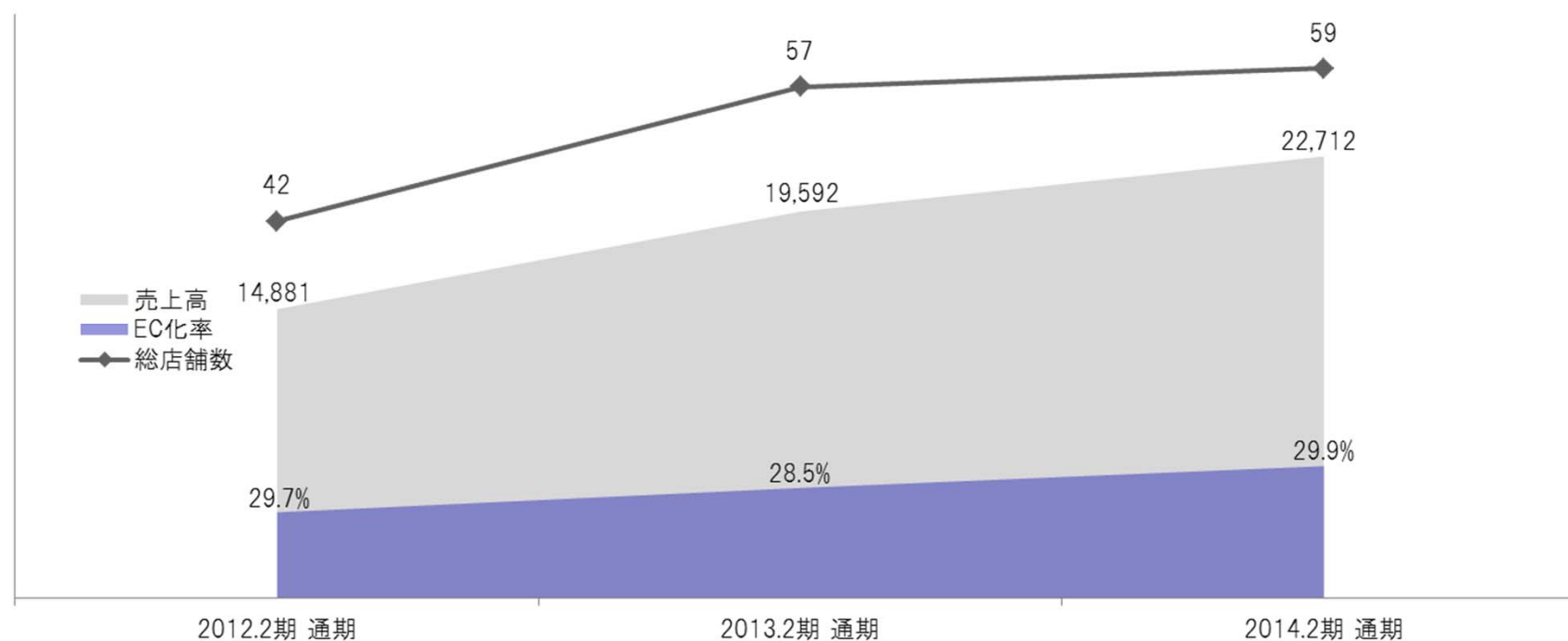
※1: 非百貨店: ファッションビル、駅ビル、路面店、アウトレット等

※2: その他: 卸や社販等のその他アパレル事業、グループ会社の非アパレル事業等

### 既存店売上の増収とオムニチャネル化により売り上げ拡大を図る

(金額単位:百万円)

| ナノ・ユニバース | 2012.2期 通期 | 2013.2期 通期 |        | 2014.2期 通期 |        | 2015.2期 第1四半期 |
|----------|------------|------------|--------|------------|--------|---------------|
|          | 実績         | 実績         | 前期比    | 実績         | 前期比    | 実績            |
| 売上高      | 14,881     | 19,592     | 131.7% | 22,712     | 115.9% | 5,940         |
| EC化率     | 29.7%      | 28.5%      | -1.2pt | 29.9%      | +1.4pt | 33.3%         |
| 総店舗数     | 42         | 57         | 135.7% | 59         | 103.5% | 60            |





コスト構造改革の効果により、前期比97.1%に留まる

(金額単位:百万円)

|       | 2014.2期<br>第1四半期 |        | 2015.2期<br>第1四半期 |        |      |        |
|-------|------------------|--------|------------------|--------|------|--------|
|       | 実績               | 構成比    | 実績               | 構成比    | 前期差  | 前期比    |
| 売上高   | 45,737           | 100.0% | 46,261           | 100.0% | +523 | 101.1% |
| 売上総利益 | 25,030           | 54.7%  | 25,913           | 56.0%  | +883 | 103.5% |
| 販管費   | 24,165           | 52.8%  | 23,457           | 50.7%  | ▲707 | 97.1%  |
| 販売費   | 10,525           | 23.0%  | 10,488           | 22.7%  | ▲36  | 99.7%  |
| 人件費   | 7,650            | 16.7%  | 7,494            | 16.2%  | ▲156 | 98.0%  |
| 一般管理費 | 5,989            | 13.1%  | 5,474            | 11.8%  | ▲514 | 91.4%  |

第1四半期実績は計画を上回って推移したものの、当初計画は修正せず

(金額単位:百万円)

|       | 上半期           |               |         | 下半期           |               |        | 通期            |               |        |
|-------|---------------|---------------|---------|---------------|---------------|--------|---------------|---------------|--------|
|       | 2014.2期<br>実績 | 2015.2期<br>計画 | 前期比     | 2014.2期<br>実績 | 2015.2期<br>計画 | 前期比    | 2014.2期<br>実績 | 2015.2期<br>計画 | 前期比    |
| 売上高   | 87,660        | 86,000        | 98.1%   | 94,311        | 95,500        | 101.3% | 181,972       | 181,500       | 99.7%  |
| 営業利益  | ▲1,404        | 600           | —       | 276           | 1,900         | 687.9% | ▲1,128        | 2,500         | —      |
| 経常利益  | 53            | 1,300         | 2410.1% | 1,376         | 2,500         | 181.6% | 1,430         | 3,800         | 265.6% |
| 当期純利益 | ▲2,888        | ▲1,800        | —       | 3,999         | 2,300         | 57.5%  | 1,111         | 500           | 45.0%  |

## Ⅱ 補足資料

聖域なき構造改革から再成長の実現へ

Point 1

収益力拡大 → 成長に向けた投資を実行



- ✓ 新規事業・業態開発
- ✓ 既存事業の進化

Point 2

グループ経営力強化



- ✓ グループシナジー創出
- ✓ 生産・物流機能強化

Point 3

コスト構造改革



- ✓ 苦戦事業会社の収益力改善

|    |      | 2012.2期末 | 2013.2期末 | 2014.2期末 | 2015.2期 第1四半期末 |
|----|------|----------|----------|----------|----------------|
| 国内 | 店舗数  | 2,468    | 2,124    | 1,795    | 1,833          |
|    | 前期末差 | -        | ▲ 344    | ▲ 329    | + 38           |
| 海外 | 店舗数  | 226      | 263      | 253      | 245            |
|    | 前期末差 | -        | + 37     | ▲ 10     | ▲ 8            |
| 合計 | 店舗数  | 2,694    | 2,387    | 2,048    | 2,078          |
|    | 前期末差 | -        | ▲ 307    | ▲ 339    | + 30           |

※2015.2期 第1四半期末店舗数は、2014.2期末との比較

□本資料に記載されている当社の業績見通しは、本資料の日付時点において入手可能な情報による判断及び仮定を前提にしており、実際の業績は様々な要因によって異なる場合があります。