

## 株主優待制度のご案内

当社株式をご所有の株主の皆様に、全国の当社店舗でご利用いただけます商品引換券を贈呈させていただきます。

所有株式数	当社商品引換券
100株以上1,000株未満	1,000円
1,000株以上5,000株未満	5,000円
5,000株以上	10,000円

さらに定時株主総会の招集通知に同封します専用ハガキによる応募抽選で、大相撲9月場所辨席券(食事付、4名まで可)を5名の方に贈呈いたします。

## 株主メモ

決算期日	毎年2月末日
株主総会	1. 定時株主総会は、毎年5月に開催いたします。 2. 臨時株主総会は、必要あるときに随時開催いたします。
名義書換代理人	〒100-0005 東京都千代田区丸の内一丁目4番3号 UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱所	〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 TEL 0120-232-711
同取次所	UFJ信託銀行株式会社全国各支店 野村證券株式会社本店および全国各支店
公告掲載新聞	日本経済新聞

### お知らせ

○株式に関する手続き用紙のご請求について

株式に関する手続き用紙(届出住所・印鑑・姓名等の変更届、配当金振込指定書、単元未満株式買取請求書、名義書換請求書等)のご請求につきましては、上記名義書換代理人にてお電話ならびにインターネットにより24時間受け付けておりますので、ご利用ください。

0120-244-479 (UFJ信託銀行本店証券代行部)

0120-684-479 (UFJ信託銀行大阪支店証券代行部)

インターネットアドレス<http://www.ufjtrustbank.co.jp/>

なお、株券保管振替制度をご利用の株主様は、お取引口座のある証券会社にご照会ください。

### ■株主様の個人情報の利用目的等

当社は、株主様の円滑な権利行使および商法等の関係法令の定める業務遂行のため株主様の個人情報を提出いただき、利用させていただいております。株主様の個人情報の利用目的は以下の通りです。

- [1] 商法その他の関係法令に基づく権利の行使・義務の履行のため
- [2] 株主権行使の参考としていただくため当社の事業活動に関する情報等の提供のため
- [3] 各種法令に基づく所定の基準による株主のデータを作成する等、株主様情報の管理のため

株主様情報に関するお問合せにつきましては、当社経営企画室または名義書換代理人であるUFJ信託銀行株式会社証券代行部にてお受けいたしますので、お申し出ください。

## 株式会社 ポイント

〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目7番2号 八重洲三井ビルディング10階

URL <http://www.point.co.jp/>

- Top Message
- Shop Information
- Brand Strategy
- Topics
- For the Next Term
- Financial Highlights
- Financial Statements
- Company Outline
- Stock Information

第55期 事業報告書 2004.3.1～2005.2.28

# POINT

## key word

\*2 ファッションカジュアル：  
独自のポジショニング

当社は、百貨店が展開する価格帯やGMS（General Merchandise Store：衣食住全般に関わる生活必需品を中心にフルラインの品揃えをした小売流通業態）などの業態が展開する価格帯の間にある「中間価格帯」を、当社のポジショニングにしています。また、品質、デザイン、価格で満足できる商品を軸にすることで、ターゲットが明確な独自のブランド展開を行っています。

\*3 マルチブランド：  
複数ブランド展開による  
業容拡大とリスク分散

露出過多はブランド力を劣化させる可能性があるため、当社は国内における店舗展開は1ブランド100店舗程度を目安にしています。また、複数のブランドを展開することで特定ブランドに依存するリスクを分散させています。

\*4 ビジュアル  
マーチャンダイジング：  
魅力的な商品陳列技術

商品の見せ方を工夫し、お客様にとって「見やすく、選びやすく、買いやすい」売り場を総合的に創っていくことです。

成功に導くための架け橋の1年であると位置付け、ブランド基盤のさらなる強化や経営の一層のスピード化といった課題に取り組んでいきたいと考えています。当社が市場での優位性を保っている理由は、中間価格帯で高価格帯並みに満足度が高いブランドポジショニングと、実感マーケティングの重視という点にあります。これを維持発展させるためには、社員一人ひとりが自社ブランドおよびファッションに対する情熱を持つことが必要であると考えています。

本部と現場のスタッフが店舗政策や商品政策に関する価値観を共有するとともに、現場の状況が本部に正確に伝わるよう、デジタルカメラ、ビデオ、イントラネットによる動画配信（テレビ会議）をフルに活用し、情報の共有化を図っています。また、新アイテムをモデルが着こなすファッションショーを社内で行うなど、自社ブランドに対する親近感を醸成する取組みを進めています。全社で情報と価値観を共有すること、そしてお客様の視点からの基本業務に立ち戻ることにより、顧客満足度の向上に繋げることができると確信しています。

先ごろ新ブランド「d:LiX」を投入しましたが、今後も新ブランドを、機を見て発表してまいりたいと考えております。また、第55期下期から少子高齢化に対応するべくブランド開発の研究チームを発足させました。当社は今後も常にお客様に満足いただけるファッションをご提案しつづけてまいります。

現在の日本においては、中間価格帯で満足度の高いファッション市場が空白となっています。また、今後は少子高齢化という市場の大きな変化を迎えようとしています。当社はそれらに対応しながら、独自のポジションの中で着実に成長していくつもりです。株主の皆様にも末長く当社の株式を所有していただけるよう、事業を推進してまいりますので、引き続きご支援、ご鞭撻をお願い申し上げます。

より、4店舗増の23店舗ながら、売上高は前期比177.7%の24億10百万円を達成しました。さらに、ブランド立ち上げから2年目のレイジブルーも、売上高が前期比125.6%の25億31百万円になりました。

\*5 物流の効率化によって機会ロスを削減。  
売り場の機動的な変化を可能にしました。

第55期の売上高の伸びや利益率の向上は、もちろんブランド戦略によるのみもたらされたわけではありません。まず、物流センターを水戸・福岡の2拠点体制とし、配送期日の短縮や商品回転期間のスピードアップを実現しました。そして機会ロスを減らすとともにお客様のニーズに合わせ臨機応変に売り場をアレンジすることが可能となりました。また、ビジュアルマーチャンダイジング（VMD）\*4の推進により売り場の活性化を図るとともに、店頭在庫を軽減することで値下げロスも減少しました。このようなSPAチェーンとしての足元の努力も、利益率の向上を実現した要素の一つであると考えております。

\*6 最も大切なことは実感マーケティング。  
全社で情報と価値観を共有し、  
顧客満足度の向上に繋がります。

中期経営計画の2年目にあたる第55期において、数値的な目標はほぼ達成したわけですが、最終年度にあたる第56期は、次期中期経営計画を

\*1 中期(3カ年)経営計画2年目の当期、  
数値目標を1年前倒して達成するという  
成果を上げることができました。

当社は自社ブランド比率が95%を突破したことを機に2002年8月にSPA（製造小売り）\*1専門店チェーン化を宣言し、2003年2月に翌年2月期を初年度とする3カ年の中期経営計画を発表いたしました。2年目にあたる第55期は、前期からの好調な業績を引き継ぎ、最終年度の目標として掲げていた数値を1年前倒して達成するという成果を上げ、ファッションカジュアル\*2という独自のポジションを確固たるものにいたしました。

連結ベースで申しますと、店舗は前期から41店舗増えて246店舗に、総売上高は377億95百万円（前期比135.7%）、売上総利益率は60.4%（同2.8%向上）、経常利益も74億94百万円（同176.1%）と伸ばすことができました。このようなご報告ができるのも、ひとえに株主様、お客様、お取引先の皆様のご協力、ご支援の賜物と深く感謝申し上げます。

\*7 ローリーズファームに続き、  
グローバルワークも100億円ブランドに。

中期経営計画では、マルチブランド\*3を育成・発展させることによる安定経営を目指しております。主要ブランドの一つ、ローリーズファームは国内92店舗で売上高182億88百万円（前期比123.3%）を達成しました。店舗の増床・改装が功を奏し、当社が目標としていた100店舗100億円という数字に対して、ほぼ2倍という成果となっております。グローバルワークは106億53百万円（同160.3%）と、2番目の100億円ブランドに成長しました。また、これら2ブランドに続く第三のブランドとして位置付けているジーナシスは、商品コンセプトを明確化し、ヒットアイテムを創出できたことに

## 株主の皆様へ

株主の皆様におかれましては、ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。第55期事業報告書をお届けするにあたり、ひとことご挨拶を申し上げます。



株式会社 ポイント  
代表取締役社長 黒田 博

## key word

\*1 SPA (Specialty store retailer of Private label Apparel)：製造小売り素材を調達するところから商品の企画・開発、生産、物流、販売に至るまで、すべてを一元的に実施し、市場の変化に柔軟に

対応することが可能な小売流通業態。ファッションは市場の変化が速く、消費者の支持を得るためにも迅速な対応が求められています。

積極的な新規出店を実施いたしました。



GLOBAL WORK

グローバルワーク  
ダイヤモンドシティ・プラウ店

大阪南部のベッドタウンである堺市、地下鉄御堂筋線北花田駅に隣接した立地に誕生した、百貨店とGMSを配した2核1モール型の本格的なショッピングセンター(SC)。広域から幅広いお客様が集まるダイヤモンドシティで、多様なニーズにお応えしながらグローバルワークらしさを提案します。



JEANASIS  
free style clothes

ジーナシス  
渋谷パルコ店

いつの時代も常に新しい情報の発信源となっている渋谷。その中心に位置するパルコ渋谷店に出店しています。流行に敏感なお客様が各地から集まり、無数の有名ブランドがひしめくファッションの中心地で時代の流れをいち早く察知し、今の気分を表現したジーナシスらしいスタイルを多くのお客様に向けて発信しています。



RAGEBLUE

レイジブルー  
柏店

高島屋やそごうなど大型商業施設が周りを取り囲むように密集したJR柏駅前。改札口からデッキが直結している好アクセスのファッションビルへ出店しています。ダウンタウン立地としては大型の約60坪のゆとりある広さと、駅前というロケーションで快適なショッピング環境を提供します。



HARE  
BUCHWEAR

ハレ  
アミュプラザ鹿児島店

ターミナル立地の第1号店として、メンズブランドショップの集積の中で出店しています。路面店で培ってきた個性あるブランドイメージを、より多くのお客様が訪れるターミナルビルという環境の下でも提案することで、幅広い顧客創造と新しい可能性へのチャレンジを目指しています。

増床・改装による既存店の活性化を推進いたしました。



既存店の活性化のために、増床・移転を含む改装をローリーズファーム14店舗を中心に25店舗において実施いたしました。当社は、既存店を取り巻く環境変化の他に、店舗そのものの経年劣化も大きく業績に影響すると考え、改装によるリフレッシュが有効と判断した場合は積極的に実施しております。ただし、近隣への商業施設新設や出店施設内のテナント構成の変更によっては存続が妥当でない場合もあり、改装に際しては継続的な環境変化のリサーチを前提としております。

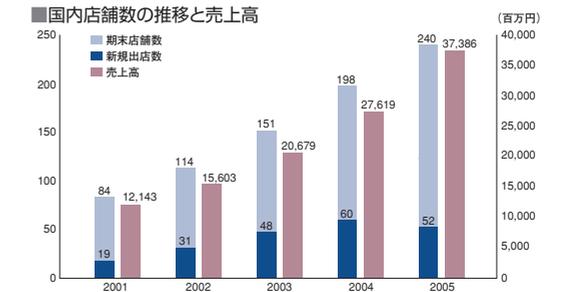
改装による集客効果もあり、当期における既存店の売上高は前期比9.5%増、客数では同12.9%増となりました。

ブランド別改装店舗数

レイジブルー	RAGEBLUE	1店舗
グローバルワーク	GLOBAL WORK	4店舗
ローリーズファーム	LOWRYS FARM	14店舗
ジーナシス	JEANASIS free style clothes	1店舗
ヘザー	Heather	3店舗
ナインブロックス	NINE BLOCKS	2店舗
合計		25店舗

積極的な出退店と改装により、売上高が堅調に推移しています。

当期におきましても、52店舗の新規出店を積極的に行いました。主な内訳としましては、第2の主力ブランドであるグローバルワークが23店舗、続いて主力のローリーズファームが14店舗となっております。各店舗とも営業成績は、順調に推移しています。





常務取締役  
営業本部長

石井 稔晃

### ■原点に立ち返ってCSを重視します

当社は現在、SPA型のチェーンを展開しておりますが、創業以来長くアパレルを仕入れて店頭販売するという経営スタイルでした。そのため、お客様が一番近いところでの商品が売れ、どの商品が売れないかをつぶさに見てまいりました。これこそが、自分たちの一番の強みであり、財産だと思っております。

ここまで売上を積み上げることができた理由は、ひとえに現場起点のマーチャンダイジングにあります。当社には、デザイナーなどの専門家はおりません。商品企画の担当(バイヤー)は皆店頭で販売員の経験を積んできた者ばかりです。お客様が着たいと思っている商品を作って売る。そんな当たり前ではありませんが大切なことを積み上げてきたことが、この成果につながったと実感しています。

小売業で最も重要な役割を担っているのは、販売の現場です。現在、ローリーズファーム、グローバルワークは我々自身の予想を超える効率のよい販売を続けております。この成功体験(ノウハウ)や情報を共有化すること

により、スピーディーで柔軟な意思決定のできる営業組織を構築していきたいと考えております。

第56期は自らの原点に立ち返り主要ブランドの店舗で顧客満足度(CS)の向上に取り組む決意です。お客様の期待にお応えするための工夫、心を込めたサービス、初めての方でも店に気軽に足を踏み入れたいくなる雰囲気づくりに努めます。本部からは売り場の棚割、ディスプレイ方法など、さまざまな情報が届けられますが、これをベースにしながら各店舗の事情に合った最適な対応をしてまいります。

季節はずっと繋がっています。現在起きている事象の前には、必ず何らかのシグナルが出ているものです。現在の状況を十分に検証すれば、お客様が今、何を求められているのかを確実に把握することができ、よりリスクが少なく、かつ機会ロスも生じない品揃えが可能になります。そのためにも再び現場力を鍛え、皆様のご期待にお応えしたいと考えております。

## LOWRYS FARM

ターゲット	20歳代の女性
MDコンセプト	クオリティー&リラックス 時流のファッションを適切な スタイルとプライスで提案
プライスゾーン	ロアモデルート
出店ロケーション	ファッションビルと路面
標準店舗面積	40坪
国内店舗数	92店舗(2005/2)



ローリーズファーム チーフマネジャー  
上村 猛

## JEANASIS free style clothes

ターゲット	自分のスタイルを持った 20歳代の女性
MDコンセプト	カジュアル&シック 素材・ディテールにこだわった アイテムを提案
プライスゾーン	モデルート
出店ロケーション	ファッションビルと路面
標準店舗面積	30坪
国内店舗数	23店舗(2005/2)



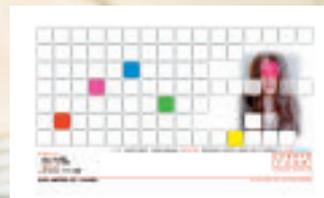
ジーナシス シニアマネジャー  
内垣 幸一

ローリーズファームの業績はこれまで順調に推移しています。販売力強化および店舗支援のための商品供給システムなどの整備を図ることにより、売上は1店舗あたり2億円近くまで成長。店舗数も92店舗と当社の目安である1ブランド100店舗に近づいています。

第55期は、第一に既存店の増床・改装に取り組みました。ローリーズファームは現在平均30坪の店舗面積で営業していますが、14店舗を改装し、1店舗平均10坪の増床を実施しました。残る古いタイプの店舗も順次、増床する予定です。第二に販売力の強化と売り場環境の充実を図りました。エリアマネジャーを中心に、店舗スタッフがお客様に気持ちよく買い物をしていただけるよう対

応の指導をするとともに、売り場づくりに必要な本部からの配信資料の精度を上げるなど、各セクションで店舗を支援したことが好調な業績の要因の一つであると考えています。

何事も好調なときほど危機感を持つことが大切です。足元をしっかりと見つけ、ブランドイメージのさらなる向上に努めてまいります。



URL <http://www.lowrysfarm.jp/>

ジーナシスは立ち上げから4年目に入り、スタッフそしてお客様にもブランドイメージが出来つつあります。また、各店舗とも販売力がつき、それぞれ前期に比べ1.3~1.4倍売上が伸びました。これを支えたのは、後方を支援するスタッフの連携です。バイヤー、エリアマネジャー、ディストリビューター、ビジュアルマーチャンダイザーが綿密に連絡を取り、店舗の現実を踏まえてお客様にどのように提案するかを考えてきました。

第55期はジーナシスの基本的なスタイルを確立させ、どこにいても存在が目立つ、強烈な個性が持ち味となりました。売り場には、主張の明確なアイテムを揃え、セオリー通りの割合で商品を並べていません。逆に言うなら、ジーナシスのイメー

ジに合わないものを徹底して排除することで成長してきましたし、その手法は現在も継承されています。

ジーナシスは、自分のスタイルを持っている女性のための服。そのようなお客様にこれからも支持していただけるよう、守りに入らず、常にジーナシスらしさを求めてまいりたいと思っています。



URL <http://www.jeanasia.jp/>

## GLOBAL WORK

ターゲット	20～30歳代の男女、 2～6歳の子供
MDコンセプト	素材の持つ、暖かさ、 温もり、風合いを生かした ナチュラルテイスト
プライスゾーン	アッパーポピュラー
出店ロケーション	ショッピングセンター
標準店舗面積	90坪
国内店舗数	70店舗(2005/2)



グローバルワーク シニアマネジャー  
松井 久

グローバルワークは第55期に売上高を100億円に乗せることができました。この数字は通過点に過ぎませんが、郊外マーケットのビジネスモデルがある程度できつつあるという手応えを感じています。

レディースに関しては、色や素材、袖の形などを変化させることにより、年間を通してお客様のニーズに対応できる定番アイテムを確立できました。メンズの比率はレディースに肩を並べるまでには至っていませんが、徐々に季節やピークに左右されない商品のフレームが固まりつつあります。キッズ、雑貨も含め、お客様に「あのアイテムを買うならグローバルワーク」といった認識がさらに広がるよう挑戦してまいります。

立地にもよりますが、郊外のショッ

プをご利用になるお客様は年代が幅広く、ファミリーだけでなく、シニアやヤングもたくさんいらっしゃいます。生活スタイルこそダウンタウンと違いますが、ファッションには高い関心をお持ちです。私たちは地域性を考慮し、お客様が何を期待されているのかを考え、常にワクワク感、ドキドキ感、楽しさをアピールする店づくりに努めてまいります。



URL <http://www.globalwork.jp/>

取締役  
グローバルワーク担当部長  
櫻井 健一



### ■お客様の支持こそが評価のすべて

第55期、グローバルワークは70店舗で一つの指標としていた売上高100億円を突破することができました。

この成長を支えるため、グローバルワークが取り組んだ事柄は4つあります。①商品面では売上高管理から点数管理に変更することで、売上を積み上げることができました。また、季節ごとのデザインの変化を小さくすることで、シーズンごとの数字の大きな変動を抑えることができました。②店頭ディスプレイを見直し、商品の量感を損なわないように配慮しつつ、棚数を減らして在庫を圧縮しました。③これまで雑誌掲載が主だった販売促進活動を変更し、著名俳優(浅野忠信)を起用しました。そして、店頭ポスターを張り出し、ブランドのメジャー感を強調、新規客を店内へと誘引しました。④ビジュアルマーチャンダイジングの責任者を付け、全店のビジュアルを共通化することでブランドイメージの統一を図りました。

こうした取組みが相乗効果を生み出し、先ほどの数字に繋がったものと考えております。

当社には特定のデザイナーがいません。ブランドを押し付けることもしていません。むしろ「お客様と一緒に自分たちが着たいものを探し、店頭に並べている」というニュアンスが近いと言えます。ファッションを日本語で表現すると「流行」です。お客様の興味は移りゆくものであり、支持されないとすればブランドのコンセプトも変わらざるを得ません。

先ごろ、20歳代の女性をターゲットに想定した新ブランド「d:LX」を投入しました。このブランドは「日常的な贅沢を愉しむ服」をコンセプトにしています。まだスタートして日が浅いながらもお客様に支持されているものと、そうでないもののがはっきりしてきています。支持されているものだけを広げ、それ以外についてはトライを継続したいと考えております。

当社は、他社との比較に興味はありません。自らがなすべきことを自らがなすというスタイルを貫き、時代の感覚、お客様の感覚にフィットする服をご提案しつづける限り、今後も必ず成長できると確信しています。

## BRAGEBLUE

ターゲット	18～25歳の男女
MDコンセプト	ミリタリーとワークを ベースにしたきれいな スタイルをコーディネート 提案
プライスゾーン	ロアモデルート
出店ロケーション	ファッションビルと路面
標準店舗面積	50坪
国内店舗数	18店舗(2005/2)



レイジブルー シニアマネジャー  
加藤 雅樹

レイジブルーはブランドを立ち上げてようやく2年目を迎えました。前期まではお客様の顔がはっきり見えず、試行錯誤が続きましたが、第55期は求められているものが見えてきました。デザインについては、トレンドを意識しすぎることなく、ベーシックを取り入れた商品づくりにシフトし、だれが着ても合わせやすいデザインにしました。ただし色味は、トレンドを取り入れ、ユニークなカラーを揃えました。接客時の笑顔が心がけ、「お客様が気に入ったものがあればコーディネートをお手伝いします」というスタンスで接客するように基本動作を徹底しました。また、ビジュアルマーチャンダイジングにも力を入れ、ブランドの魅力をよく知っているスタイリストにコーディネート

を依頼しました。さらに、主力商品を中心に分かりやすいディスプレイに努め、2カ月に1回商品を入れ替えました。こうした取組みに対するお客様の答えが、前期比125.6%という売上に繋がったと考えています。レイジブルーのターゲットは若いお客様。その方々が何度足をお越しいただいても発見がある店づくりに努めたいと思います。



URL <http://www.rageblue.jp/>

ディーエルエックス  
d:lx

“daily luxury” (日常的な贅沢)をコンセプトに、着る人の個性やスタイルをカジュアルに表現するストアブランド

ターゲット：20歳代の流行に敏感な女性

MDコンセプト：ライフシーンに合わせた、洗練されたベーシックやフェミニン、クールでラグジュアリーなカジュアルテイスト

2005年3月、「ディーエルエックス」の福岡天神ビブレ店と広島パルコ店がオープンしました。2006年4月までに4店舗の展開を目指します。



福岡天神ビブレ店



広島パルコ店



平成17年1月に金庫株として自己株式を165千株、総額560百万円で購入しました。

この金庫株につきましては、ストックオプションでの利用や、

経営環境の変化に対応した機動的な活用等を図っていく方針です。

2004年2月期を初年度とする中期経営計画の最終年度にあたる第56期を、次期中期経営計画成功への架け橋の年と位置付け、3つのテーマに基づき、事業を展開してまいります。

## Theme 1

●ブランド戦略



### I. CS (顧客満足) 充実によるブランド基盤の強化

お客様の視点から基本業務作業の再確認を実施し、次なるステップへの足場固めを行います。

### II. 次期中期経営計画に向けた新ブランド開発

高齢化 (2007年問題) に向けた取組みとして、アダルト市場をターゲットとした新ブランドの研究チームを発足させ、来期からの出店に向けて検討を進めております。

## Theme 2

●スピード経営



### I. 商品・店舗鮮度維持への継続的取組み

物流の効率化による商品回転率の向上や、増床・改装およびVMDによる店舗の活性化により、鮮度維持に対して継続的に取り組みます。

### II. ES (従業員満足) 充実による人材教育・組織力の向上

外部研修やポイントテレビ (イントラネット) を活用した価値観の共有化による人材育成や、ESに資する制度の充実を図ることにより、組織力・企業価値の向上に努めます。

## Theme 3

●海外展開の検証



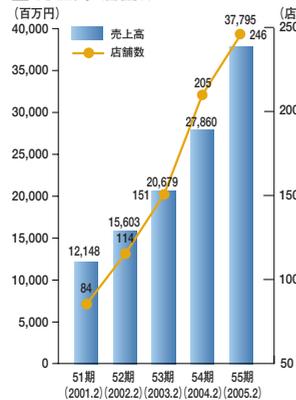
グローバル展開に向けた足掛かりとして台湾進出を実施いたしました。3年目にあたる第56期では、3年間の成果検証を行い、今後の海外展開戦略を策定します。

5年間の業績推移(連結)

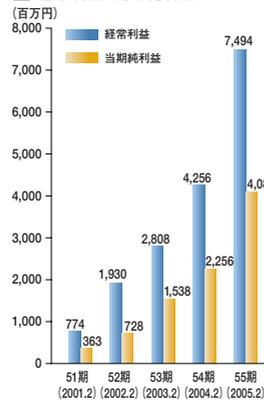
		51期 (2001年2月)	52期 (2002年2月)	53期 (2003年2月)	54期 (2004年2月)	55期 (2005年2月)
売上高	(百万円)	12,148	15,603	20,679	27,860	37,795
経常利益	(百万円)	774	1,930	2,808	4,256	7,494
当期純利益	(百万円)	363	728	1,538	2,256	4,089
総資産	(百万円)	6,330	7,821	12,260	17,777	23,196
株主資本	(百万円)	1,848	2,545	5,864	10,034	13,532
店舗数	(店)	84	114	151	205	246
1株当たり当期純利益	(円)	110.77	195.72	194.62	163.55	156.75
1株当たり株主資本(BPS)	(円)	503.99	683.03	687.54	703.23	523.54
総資産当期純利益率(ROA)	(%)	6.1	10.3	15.3	15.0	20.0
株主資本利益率(ROE)	(%)	23.9	33.2	36.6	28.4	34.7

※2004年4月に1:1.2、2004年8月に1:1.5の株式分割を実施しております。

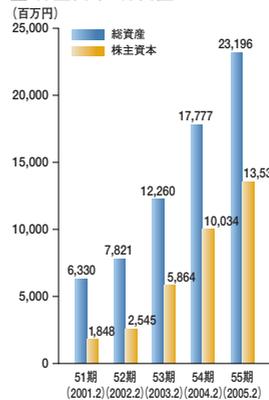
■売上高・店舗数



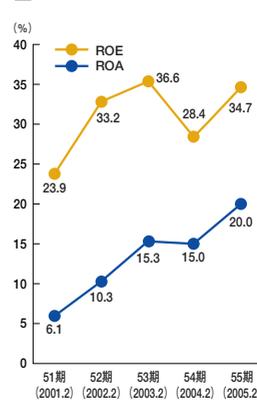
■経常利益・当期純利益



■株主資本・総資産



■ROE・ROA



連結財務諸表

■貸借対照表(要旨)

(単位:百万円)

科目	当期 (2005年2月28日現在)	前期 (2004年2月29日現在)
<b>●資産の部</b>		
流動資産	16,209	11,640
固定資産	6,986	6,137
有形固定資産	1,217	1,270
無形固定資産	94	77
投資その他の資産	5,673	4,789
資産合計	23,196	17,777
<b>●負債の部</b>		
流動負債	8,830	6,767
固定負債	832	976
負債合計	9,663	7,743
<b>●資本の部</b>		
資本金	2,614	2,446
資本剰余金	2,472	2,304
利益剰余金	9,022	5,283
株式等評価差額金	12	6
為替換算調整勘定	△1	△2
自己株式	△588	△4
資本合計	13,532	10,034
負債・資本合計	23,196	17,777

■キャッシュ・フロー計算書(要旨)

(単位:百万円)

科目	当期 (2004年3月1日から 2005年2月28日まで)	前期 (2003年3月1日から 2004年2月29日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,238	3,772
投資活動によるキャッシュ・フロー	△799	△1,366
財務活動によるキャッシュ・フロー	△833	1,534
現金及び現金同等物に係る換算差額	△0	0
現金及び現金同等物の増加額	4,604	3,940
現金及び現金同等物の期首残高	7,934	3,993
現金及び現金同等物の期末残高	12,539	7,934

■損益計算書(要旨)

(単位:百万円)

科目	当期 (2004年3月1日から 2005年2月28日まで)	前期 (2003年3月1日から 2004年2月29日まで)
売上高	37,795	27,860
売上原価	14,981	11,817
売上総利益	22,813	16,043
販売費及び一般管理費	15,309	11,745
営業利益	7,503	4,298
営業外収益	25	22
営業外費用	35	64
経常利益	7,494	4,256
特別利益	20	7
特別損失	325	255
税金等調整前当期純利益	7,188	4,008
法人税、住民税及び事業税	3,260	1,914
法人税等調整額	△161	△163
当期純利益	4,089	2,256

■利益処分計算書(単体)

(単位:円)

科目	期別	当期
当期末処分利益		4,251,897,694
利益処分額		4,087,177,680
利益配当金 (1株につき20円)		514,177,680
取締役賞与金		73,000,000
別途積立金		3,500,000,000
次期繰越利益		164,720,014

(注)利益配当金には、自己株式182,136株分の配当金を除いております。

利益配当について

利益配当に対する基本方針は、安定した配当を維持しながら、かつ業績の進展状況を考慮し、適正な利益配分に取り組んでいく方針です。当期末の利益配当金につきましては、前期に引き続き増収増益が達成できたことから、普通配当を1株につき5円増配し、20円の配当を行います。

会社概要

2005年2月28日現在

会社概要

- 会社名 株式会社ポイント
- 本部 東京都中央区八重洲二丁目7番2号  
八重洲三井ビルディング10階
- 代表電話 03-3243-6011
- 設立 1953年10月
- 資本金 2,614,874千円
- 代表者 代表取締役社長 黒田 博
- 事業内容 カジュアルウェア専門店チェーン
- 事業所 水戸本店 東京本部  
国内店舗数 240店舗
- 主要取引銀行 東京三菱銀行 常陽銀行
- 社員数 正社員651名(男211/女440)  
※この他、子会社への出向者が11名おります。
- 平均年齢 26.9歳

役員

- 代表取締役会長 福田 三千男
- 代表取締役社長 黒田 博
- 常務取締役(営業本部長) 石井 稔 晃
- 常務取締役(管理本部長) 遠藤 洋 一
- 取締役(開発室担当) 勝山 章 廣
- 取締役(情報システム室担当) 時松 克 治
- 取締役(内部監査室長) 日野 力 一
- 取締役(グローバルワーク担当部長) 櫻井 健 一
- 監査役(常勤) 新名 宏 志
- 監査役 横山 哲 郎
- 監査役 前川 渡 郎
- 監査役 高橋 惇

連結子会社

- |                         |                       |
|-------------------------|-----------------------|
| ■ 会社名 株式会社ボジック          | ■ 会社名 波茵特股份有限公司       |
| ■ 資本金 10百万円             | ■ 資本金 10百万台湾ドル        |
| ■ 当社の議決権比率 100%         | ■ 当社の議決権比率 100%       |
| ■ 主な事業内容 当社取扱商品の物流業務    | ■ 主な事業内容 台湾における衣料販売業務 |
| ■ 事業所 水戸物流センター、福岡物流センター | ■ 事業所 台北本部 6店舗        |

エリア別各ブランド国内店舗数

(単位:店)

	北海道・東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄	計
レイジブルー	3	5	2	4	1	3	18
グローバルワーク	10	26	10	11	2	11	70
ローリーズファーム	10	36	13	14	7	12	92
ジーナシス	3	11	2	4	1	2	23
ヘザー	2	7	2	3	1	4	19
ハレ	1	4	1	2	0	1	9
アグレア	0	0	1	0	0	0	1
ナインブロック	1	3	2	1	0	1	8
計	30	92	33	39	12	34	240

株式の状況

2005年2月28日現在

株式の状況

会社が発行する株式の総数 .....50,000,000株  
発行済株式総数 .....25,891,020株  
株主数 ..... 2,599名

大株主(上位7名)

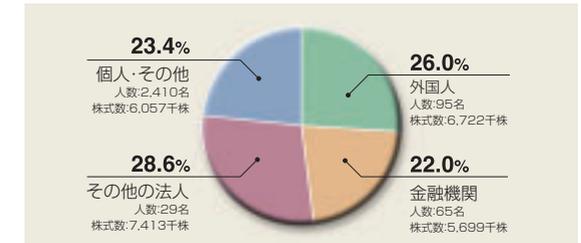
株主名	持株数(株)	議決権比率(%)
株式会社テツカンパニー	2,174,480	8.4
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	2,157,700	8.4
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	1,589,800	6.2
有限会社フクゾウ	1,510,000	5.8
有限会社武平	1,500,000	5.8
有限会社月岡	1,500,000	5.8
福田三千男	1,232,440	4.8

株式分割の推移

年月は割当日ベース

2002年4月 .....1:2  
2003年4月 .....1:1.5  
2004年4月 .....1:1.2  
2004年8月 .....1:1.5

所有者別株式数分布状況



株価・売買高の推移

