

●
2006年2月期(第56期)
決算概要

2006年4月7日

point

2006年2月期決算のポイント

1

売上高の順調な推移

→ 前期比129.8%

営業利益率の向上

→ 前期19.9% 当期20.3%

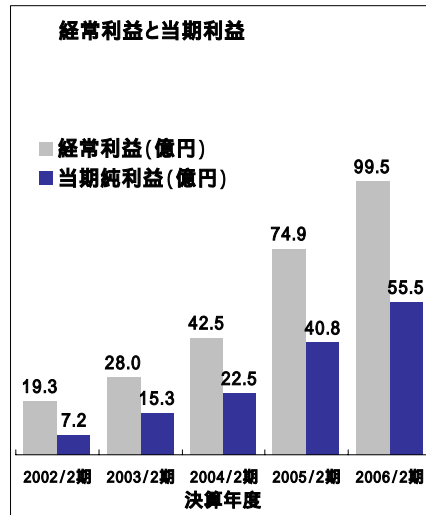
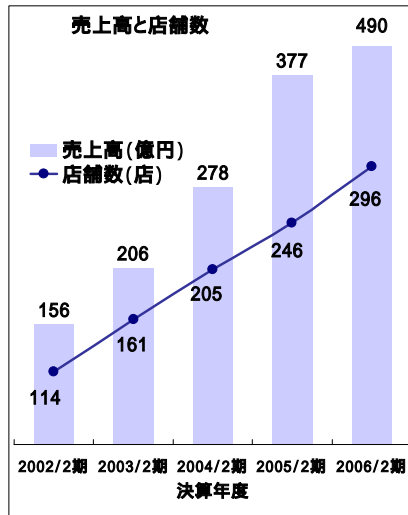
商品回転率の向上

→ 前期11.3回 当期12.3回

point

7年連続の増収・増益

2



point

損益計算書の主要項目

3

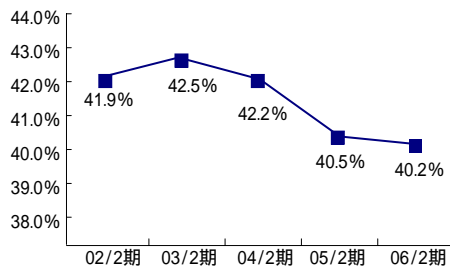
単位:百万円	2005/2期			2006/2期			
		構成比	前期比		構成比	前期比	期首計画比
売上高	37,795	100.0%	135.7%	49,073	100.0%	129.8%	113.1%
売上総利益	22,813	60.4%	142.2%	29,690	60.5%	130.1%	113.3%
販管費	15,309	40.5%	130.3%	19,716	40.2%	128.8%	108.3%
営業利益	7,503	19.9%	174.6%	9,973	20.3%	132.9%	124.7%
経常利益	7,494	19.8%	176.1%	9,957	20.3%	132.9%	124.5%
当期純利益	4,089	10.8%	181.3%	5,551	11.3%	135.7%	129.1%

point

販売管理費の状況

4

販売管理費率 **40.2%** 前期比**0.3%**低下



売上構成比 (%)	02/2	03/2	04/2	05/2	06/2
広告宣伝費	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8
人件費	15.4	14.9	15.0	13.7	13.5
地代家賃	14.3	15.5	15.3	15.1	15.2
リース料	2.2	2.2	2.3	2.4	2.4
減価償却費	0.6	0.6	0.8	0.6	0.6
その他	7.4	7.4	6.9	6.9	6.7

主な要因

売上増加に伴う人件費率の低下

point

特別損失の状況

5

特別損失 **447**百万円 前期比**137.4%**

国内退店8店舗

ロケーション検討の結果実施
DLXの活動休止(3店舗)

改装55店舗

ローリーズファーム24店舗、
グローバルワーク17店舗中心に実施

業態変更2店舗

ジーナシス ローリーズファーム
ローリーズファーム ハレ

point

貸借対照表の主要項目

6

単位:百万円	2005/2期		2006/2期		
		構成比		構成比	前期末比
総資産	23,196	100.0%	29,160	100.0%	125.7%
流動資産	16,209	69.9%	19,185	65.8%	118.4%
固定資産	6,986	30.1%	9,975	34.2%	142.8%
負債	9,663	41.7%	12,312	42.2%	127.4%
株主資本	13,532	58.3%	16,847	57.8%	124.5%

point

貸借対照表の主な変動項目

7

現預金の増加

好調な営業成績による

前期 126億円 → 当期 148億円

保証金・敷金の増加

50店舗の純増

前期 49億円 → 当期 55億円

自己株式の購入

機動的な資本政策遂行のため248千株購入

前期 5億円 → 当期 21億円

point

設備投資の状況

8

単位:百万円	上期	下期	通期	期首計画
店舗関係	726	594	1,320	1,170
その他	37	43	80	171
計	763	637	1,400	1,341
新物流センター	-	1,231	1,231	-

店舗改装の増加

積極的な改装(55店舗)により関連投資が増加

新物流センターの建設

福岡市内に現福岡物流センターを移転拡張
未払残金約3億円

point

キャッシュ・フロー計算書

9

単位:百万円	2005/2期	2006/2期	
			増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,238	7,744	1,506
投資活動によるキャッシュ・フロー	799	3,073	2,274
財務活動によるキャッシュ・フロー	833	2,338	1,504
現金及び現金同等物の増減額	4,604	2,333	2,271
現金及び現金同等物の期末残高	12,539	14,872	2,333
フリーキャッシュ・フロー	5,438	4,671	767

point

(株)ポジックの状況 (物流子会社)

10

単位:百万円	2005/2期		2006/2期		
		構成比		構成比	前期比
売上高	512	100.0%	648	100.0%	126.6%
営業利益	67	13.1%	99	15.3%	147.8%
経常利益	66	12.9%	98	15.1%	148.5%
当期純利益	39	7.6%	58	9.0%	148.7%

売上高

取り扱い点数増加により増加

処理能力の向上

水戸・福岡2拠点体制の定着

point

波茵特股份有限公司の状況 (台湾子会社)

11

単位:百万円	2004/12期		2005/12期		
		構成比		構成比	前期比
売上高	408	100.0%	502	100.0%	123.0%
営業利益	4	-	66	13.1%	-
経常利益	0	-	76	15.1%	-
当期純利益	4	-	56	11.2%	-
期末店舗数	6	-	8	-	+2店舗

営業状況

ロ-リースファ-ムブランドの浸透

社内インフラの整備

物流・情報システムの安定稼働

point

単位:百万円	2006/2期		2007/2期計画		
		構成比		構成比	前期比
売上高	49,073	100.0%	56,100	100.0%	114.3%
売上総利益	29,690	60.5%	34,000	60.6%	114.5%
販管費	19,716	40.2%	23,400	41.7%	118.7%
営業利益	9,973	20.3%	10,600	18.9%	106.3%
経常利益	9,957	20.3%	10,600	18.9%	106.5%
当期利益	5,551	11.3%	5,800	10.3%	104.5%
店舗数	296	-	365	-	123.3%

計画の前提

出店73店舗(台湾6店舗)、退店4店舗、改装50店舗を予定
国内既存店売上 前期比 99.7%

point

投資計画

- ・国内67店舗の出店および50店舗の改装
- ・旗艦店設置も予算化

単位:百万円	2006/2期	2007/2期	前期比
店舗関係	1,320	2,735	207.2%
その他(物流センターほか)	1,311	450	34.3%
計	2,631	3,185	121.1%

株主還元方針

1. 事業投資を最優先に企業価値向上を図る
2. 安定配当を基本に、収益状況を踏まえ、増配を検討
3. 余剰キャッシュによる自己株式購入を継続

point

●

2006年2月期(第56期)
営業報告

2006年4月7日

point

2006年2月期活動計画の主な成果

15

・ブランド戦略

1. CS(顧客満足)充実によるブランド基盤強化
▶ ローリーズファーム、グローバルワークの2大ブランド確立
2. 次期中期経営計画に向けたブランド開発
▶ アンダーカレント、アパートバイローリーズの発表

・スピード経営

1. 商品・店舗鮮度維持への継続的取組み
▶ 積極改装、MD精度の向上
2. 組織力・物流機能強化
▶ 執行役員制度の導入、福岡物流センター拡充

point

売上高の状況

16

売上高 **490**億円 前期比 **129.8%**

新規店舗出店

純増50店舗(内台湾2店舗)

客数伸長の継続

商品・店舗鮮度の維持

既存店の効果的な改装

既存店売上高前年比110.9%
(計画比 + 11.6%)

客数・客単価の状況(国内)
(対前期比%)

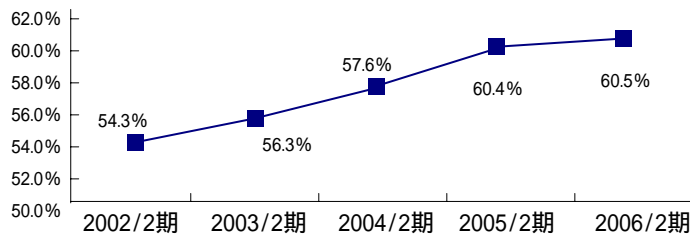
		2004/2期		2005/2期		2006/2期	
		上期	下期	上期	下期	上期	下期
全店	売上	136.7	131.0	135.7	135.1	129.3	130.4
	客数	139.8	138.1	141.1	135.7	123.9	133.2
	客単価	97.8	94.8	96.2	99.5	104.4	97.9
既存店	売上	107.6	106.6	107.6	111.1	109.4	112.1
	客数	110.1	112.7	113.7	112.0	104.8	115.0
	客単価	97.7	94.6	94.6	99.2	104.4	97.4

point

売上総利益率の状況

17

売上総利益率 **60.5%** 前期比 **0.1%** 向上



値入率の向上

下位ブランド成長によるスケールメリット

海外生産比率

前期 83.2%

当期 90.7%

商品回転率の向上

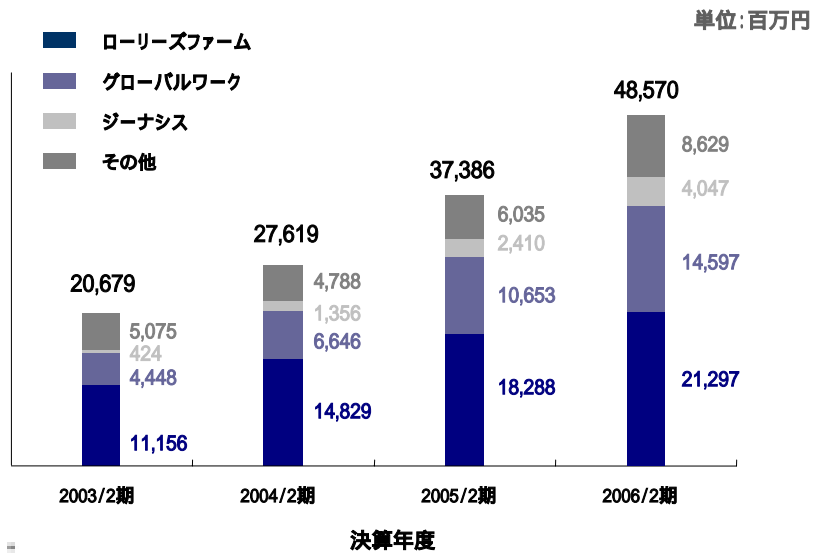
前期 11.3回転

当期 12.3回転

point

ブランド別の売上高の推移 (国内)

18



point

ブランド別出店・売上状況 (国内)

19

単位:百万円	2005/2期			2006/2期			
	期末 店数	売上高		期末 店数	売上高		
			構成比			構成比	前期比
レイジブルー	18	2,531	6.8%	23	3,741	7.7%	147.8%
グローバルワーク	70	10,653	28.5%	83	14,597	30.1%	137.0%
ローリーズファーム	92	18,288	48.9%	100	21,297	43.8%	116.5%
ジーナシス	23	2,410	6.4%	35	4,047	8.3%	167.9%
ヘザー	19	1,546	4.1%	23	1,819	3.7%	117.7%
ハレ	9	890	2.4%	12	1,764	3.6%	198.2%
ディーエルエックス	-	-	-	-	86	0.2%	-
アグレア・ナインボックス	9	1,058	2.9%	11	1,213	2.5%	114.7%
アパートバイローリーズ	-	-	-	1	1	0.0%	-
合計	240	37,386	100.0%	288	48,570	100.0%	129.9%

point

ブランド動向 - 主要3ブランド

20

ローリーズファーム

LOWRYS
FARM



- 積極改装(24店舗改装)
- ▶ ブランド力維持、安定成長へ
改装継続、MD力の強化

グローバルワーク

GLOBAL WORK



- 積極出店(15店舗出店)
- ▶ 郊外立地でのポジション確立
積極的出店の継続(20店舗)により更なる成長へ

ジーナシス

JEANASIS



- 差別化による成長加速
- ▶ ローリーズファームの成功ノウハウを展開
積極出店(12店舗)方針

point

ブランド動向 - 主要3ブランドに続くブランド育成

21

レイジブルー

RAGEBLUE



- 出店ロケーションの広がり
- ▶ ファッション性の高いISCへの出店継続
台湾での展開開始

ハレ

HARE



- 全ブランド中、最高の成長率
- ▶ 出店ロケーション確保がテーマ

ヘザー

Heather



- 店舗内装含むブランドイメージ再構築
- ▶ 商品コンセプト明確化によるヒット商品創出がテーマ

point

ブランド名



「アンダーカレント」
=心の底で動いている感情



少子高齢化社会の到来に向けて、
30代後半以上の世代をターゲット
とした新ブランド

オープン ▶ イオン浦和美園店(4月)

ブランド名



「アパートバイローリーズ」
大人のためのローリーズファーム
多様なライフスタイルに応える
クローゼットの集合体



成長する女性にシンクロしたブランド
様々なライフスタイルに対応できる
ショッパ設計

オープン ▶ 横浜ルミネ店(2月)、町田ルミネ店(3月)、イオン浦和美園店(4月)

point

単位:百万円	2006/2期			2007/2期計画			
	期末 店数	売上高		期末 店数	売上高		
			構成比			構成比	前期比
レイジブルー	23	3,741	7.7%	31	4,500	8.1%	120.3%
グローバルワーク	83	14,597	30.1%	103	17,300	31.2%	118.5%
ローリーズファーム	100	21,297	43.9%	103	21,800	39.2%	102.4%
ジーナシス	35	4,047	8.3%	47	5,300	9.5%	131.0%
ヘザー	23	1,819	3.7%	25	2,100	3.8%	115.4%
ハレ	12	1,764	3.6%	18	2,255	4.1%	127.8%
アパートバイローリーズ	1	1	0.0%	4	535	1.0%	-
アンダーカレント	-	-	-	8	510	0.9%	-
アグレア・ナインボックス	11	1,213	2.5%	12	1,200	2.2%	98.9%
合計	288	48,570	100.0%	351	55,500	100.0%	114.3%

point

●

新中期経営計画(TOP9)に基づく
2007年2月期(第57期)の取組み

point

中期経営計画 - 基本戦略 -

25

複数ブランドの開発育成による業容拡大と経営安定化

- ・ローリーズファーム、グローバルワークの成功モデルを他ブランドに展開
- ・少子高齢化に向けた複数ブランド開発と育成

ブランド定着による収益力の維持・向上

- ・ローリーズファームの安定成長
- ・グローバルワークの成長継続

成長継続のための人材力・組織力強化

- ・エリアマネジャー等中堅幹部の育成と強化
- ・新ブランド開発のためのブランドマネジャー、マーチャンダイザーを育成
- ・CS専担部署(サービス・商品品質管理)設置

コーポレートガバナンスの整備と確立

- ・内部統制プロセスの整備
- ・業務執行機能と経営監督機能の充実

point

複数ブランドの開発育成による業容拡大と経営安定化

- ・ジーナシスの成長加速
- ・アンダーカレント、アパートバイローリースの展開開始

ブランド定着による収益力の維持・向上

- ・店舗改装の積極的取組み
- ・出店の軸としてグローバルワークの成長継続

成長継続のための人材力・組織力強化

- ・カスタマーサービス専門部署を設置、定着
- ・3本部制(営業本部、管理本部、業務推進本部)による組織力強化

コーポレートガバナンスの整備と確立

- ・日本版SOX法に対応した内部統制プロセスの整備