

ジーンズカジュアル専門店の縮小効率化と将来

ファストファッション反省の気運に乗り付加価値商品開発へ

甲賀一郎

震災以降の消費者心理には変化の気配も

この小誌が発行される時点で、3月の東日本大震災から約半年経過したことになる。被災された皆様にお見舞いを申し上げるとともに、店舗の復旧や住民への支援活動などの努力を続けられたジーンズカジュアル業界関係の方々に対して、そのご努力を称賛させていただきます。

この恒例のレポートの対象となる10社の内、ライトオン、ポイント、ハニーズの3社が東北、北関東に本社や多くの店舗ネットワークを持つほか、他の企業も多くの営業店を保有しており、震災の影響は相当のものであった。図表(1)

今回の震災で影響の大きかったと思われる3社の本年3〜8月の数値を太枠で囲ってある。ポイントを除くハニーズとパレモが、それ以前と比べて平均すると5ポイント以上も落としているのが読み取れる。その一方でポイントの善戦が光っている。

図表(1) 大手カジュアル店東日本大震災の影響(各社の広報発表)

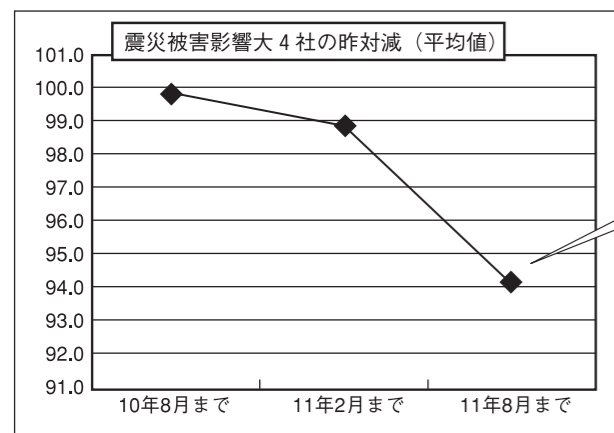
	直後の被災状況(ただし2~3ヶ月後にはほぼ復旧完了)	決算処置など
コックス	特筆事項なし。3月不振だったが、5月はむしろ復興特需。	
ジーンズメイト	東北に店舗なし。関東の一部で軽い被害	
マックハウス	建物損傷、浸水など 38店舗被害 (全店約510店の内)。福島県12店、茨城県10店など。	
ライトオン	本社(つくば市)一部設備破損。 35店被害 (全店458店のうち)茨城10店、宮城9店など。	特別損失計上1.3億円
ユニクロ	特に発表なし。	
ハニーズ	66店舗被害 (全店851店の内)。本社機能(いわき市)の機能を一時東京避難。物流センター(いわき市)は一時機能停止。	3月単月は昨対72%と落ち込む。
パル	特に発表なし。	
パレモ	入居のショッピングセンター浸水などの被害あり。 被災109店舗 (全店582店の内)。その内40店は営業停止(浸水など)。	
ポイント	入居建物被害により 2店舗営業停止 (仙台)。物流センター設備損傷。	特別損失見込み4.4億円

図表(2) 大手カジュアル最近の半期(6ヶ月)の昨対実績

	既存店ベース 売上金額(%)			全社ベース 売上金額(%)		
	10年8月まで	11年2月まで	11年8月まで	10年8月まで	11年2月まで	11年8月まで
コックス	91.1	92.4	90.9	87.9	190.1	163.8
ジーンズメイト	83.3	80.3	82.7	89.1	80.7	75.6
マックハウス	87.4	91.8	97.0	85.3	87.9	92.5
ライトオン	83.4	90.5	94.5	85.6	91.1	94.3
ユニクロ(国内)	93.6	90.1	100.4	101.5	94.3	104.6
しまむら	97.7	97.9	98.3	101.4	101.4	101.8
ハニーズ(国内)	95.8	96.3	89.9	96.8	96.8	88.7
パレモ	100.6	97.0	89.8	101.3	98.9	90.7
ポイント(単体)	96.3	96.3	96.4	108.5	108.0	109.5

既存店ベースでの100%以上はほとんど無くなった。太枠内は震災被害の被害が多かった部分。

全社ベースでも昨対100%以上は極端に減少。しまむら以外はもはや新店増加の効果も望めない。ポイントは店舗数減少ながら商品力でカバー。コックス(太文字)はブルーグラスの店舗併合による増。



実質的に震災被害の多かった4社(ライトオン、ハニーズ、パレモ、ポイント)の3月〜8月は被害の影響大の数値。

小さい店舗の場合はその後を別のSC(ショッピングセンター)の中に確保するということもあるようだ。一方ジーンズ系カジュアルの3社、ジーンズ

既存店の落ち込みが恒常的であるならば、それをカバーして全店の成績を押し上げるのが新店のオープン効果だが、それも最近では望めなくなっている事情を(3)が物語る。昨年秋にブルーグラスとの合併によ

り店舗のドラステイックな店舗数の増減処置を行ったコックスを除く9社の過去1年間の出店と退店を2本の棒で対比するグラフにした。しまむら1社だけが、61店舗の新設に対して閉鎖はわずか2店舗と、相変わらずの右肩上がりの「純増」ハイペ

ース継続の状況だ。パルやパレモの激しいスクラップ&ビルドは、婦人服カジュアルや雑貨系業態のテイスト感性の「店舗さし替え」の新陳代謝の速さを示している。店舗廃止の後はすぐに新店舗を探してくるという迅速性を持ち合わせているのだ。比較的面積の

り、新たな気持ちで営業への努力を再開している。最近、業界全体としては主力商品の単品ジーンズが退潮している上にオーバーストアの環境要因もあり、各企業とも来客数確保、売上金額の維持などの苦難が続いているが、それは震災のせいばかりではない。

恒常的な昨対減傾向は既存店だけではない

業界全体はいま、一種の変換点にさしかかりつつあるともいわれている。2〜3年越しの、安い値段に喜んで次々と購入を続けるような「ファストファッション」ムードからの脱却気運だ。首都圏の消費者心理にも震災以降、「ものを大切にしよう」という気分の高まりもあり、衣料品のホンモノの価値と値段のつり合いをバランス感覚で判断する傾向が強くなったとの報告もある。その象徴的な事例は、後述するようにSPA小売「H&M」(ヘネス&モウリッ

図表(2)で、パルを除く各社の既存および全店(全社)の直近までの半期(6ヶ月)ごとの売上金額の昨年対比%を示した。本誌23、24号のレポートと同様、既存店の前年割れは恒常化し、100%を超える部分がほとんど見当たらずに減っている。そのことはある意味で当然という見方の一方、新店を含む全社合計ベースについても、100%を超える部分が無くなってきている。業界



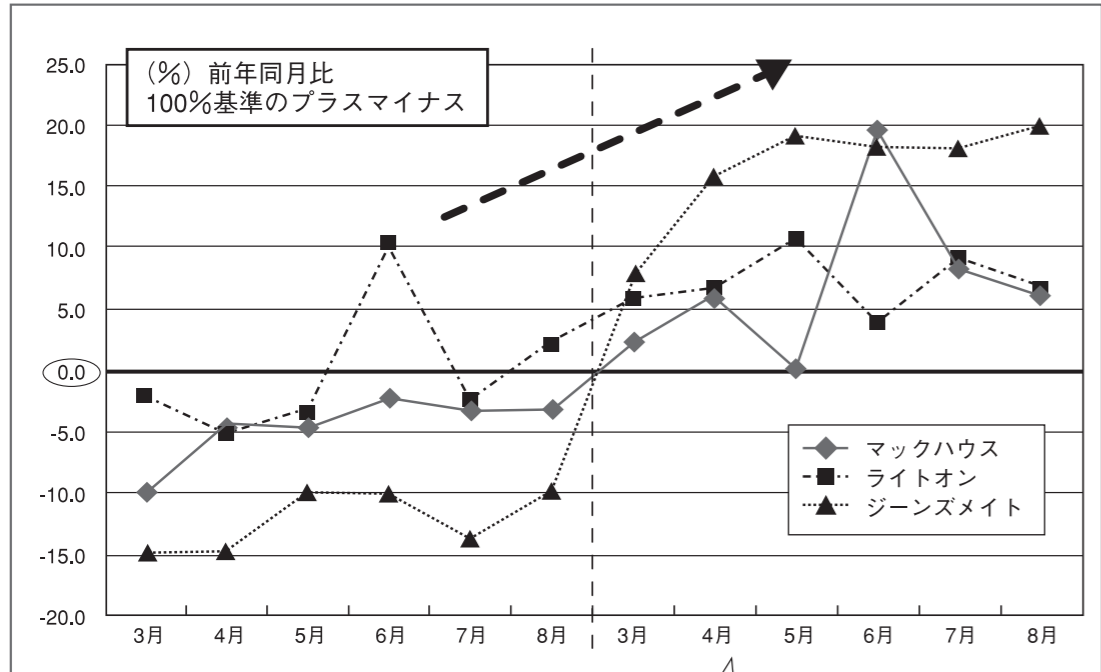
▲震災の被害を受けたショッピングセンター(三井アウトレット仙台港)

ツ)の人气低落傾向だ。そのあたりの事情もからめながら、最近のジーンズ系などのカジュアル専門店の分析を行う。

全体が先の見通しのたてにくい一種の「五里霧中」の状態になっていると表現できるかもしれない。

図表(4) 客単価の改善事例

	2010年春夏						2011年春夏					
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
マックハウス	-9.9	-4.0	-4.1	-2.2	-3.1	-2.8	3.6	5.9	0.5	19.9	8.1	6.5
ライトオン	-0.2	-5.4	-3.3	10.4	-2.0	2.8	6.2	7.2	11.4	4.6	9.3	7.8
ジーンズメイト	-14.9	-14.2	-10.4	-10.8	-14.3	-9.9	8.8	16.0	19.2	18.0	18.0	20.1



安値売りへの反省、商品の刷新などで客単価は確実に上向き傾向が定着か。



▲ユニクロは10月にニューヨーク5番街に巨大旗艦店をオープン予定

内ユニクロ」業態の売上金額速報値が発表された。海外を含めた全社的な成績データの発表はまだだが、この国内売り上げの数値は、日経新聞などのマスコミでも報じられた。

1年間の累計売上は昨対98.5%、すなわち昨年の6,151億円(同社発表、靴事業込み)から6,050億円程度への減収というものだ。わずか1.5ポイントとはいえ、あの

成長神話のユニクロが?・・という感想だ。今回の減収、下期(春夏)の回復(+5.7ポイント)にも関わらず、それ以前の上期(秋冬)の落ち込み(マイナス5.7ポイント)

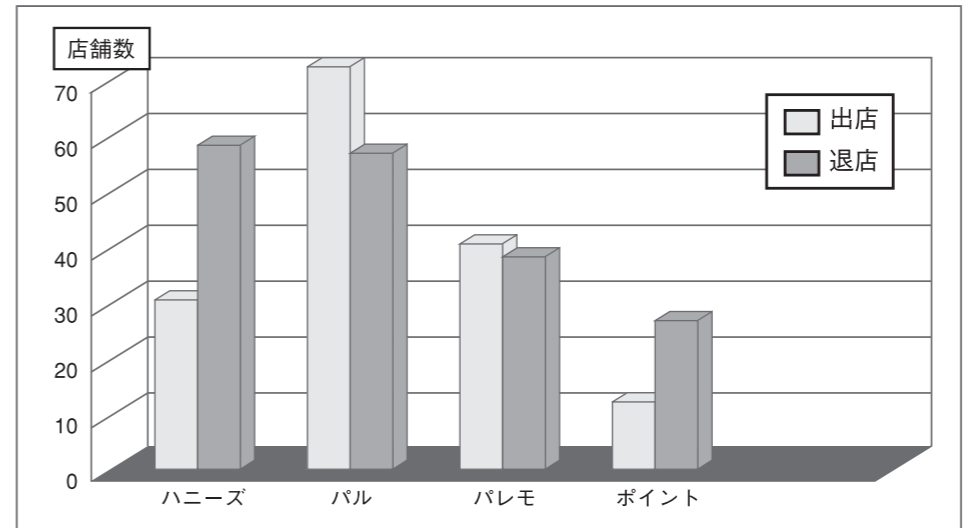
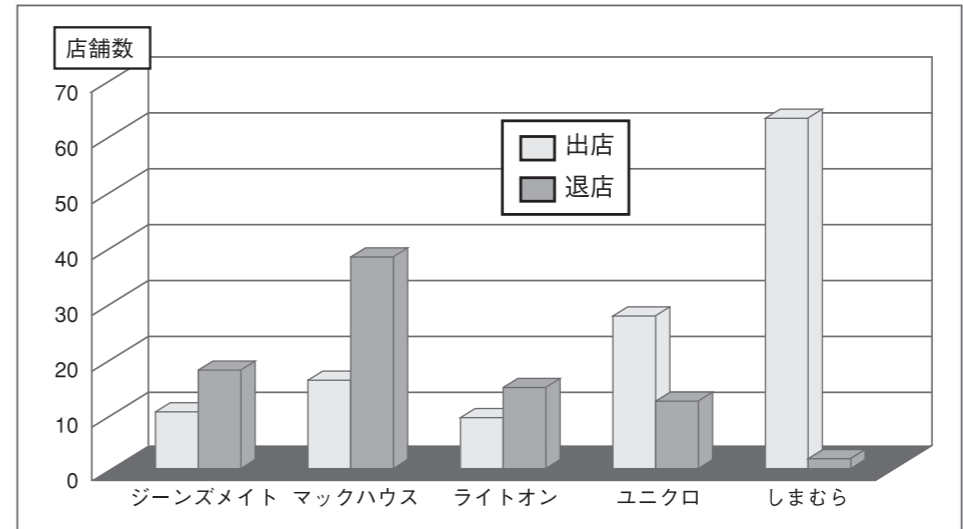
実はユニクロの売上減は2003年にもあった現象だ。その時にもフリスブームの終焉という商品的事情があった。それから8年、売り上げは約2倍になり、商品の中だしや、消費者からの信頼度や評価も向上している現段階での減収には、将来への不確定要素を感じさせる部分がある。今後の商品力の向上が成長のポイントであることは論を待たないが、同社は日本国内での成長の限界を視野に入れているのではない

図表(3) 大手カジュアル国内店舗数の動向

最新決算期間(1年間)の出退店数バランス

	出店	退店	純増減
ジーンズメイト	9	16	-7
マックハウス	14	37	-23
ライトオン	8	13	-5
ユニクロ	26	10	16
しまむら	61	2	59
ハニーズ	29	65	-36
パル	70	54	16
パレモ	38	35	3
ポイント	10	23	-13
合計	265	255	10

しまむらを除く数値	204	253	-49
-----------	-----	-----	-----



出退店の出入り(スクラップ&ビルド)が激しく、しまむら以外は実質店舗数の増加は少ない。

ズメイト、マックハウス、ライトオンの店舗数「純減」組は不採算店舗の廃止を行った後の新店舗確保には多くの困難が伴っていることを感じる。立地商圏の需要予測値は低いし、在庫準備などジーンズカジュアル店には比較的大型の面積が必要というところもあり、入居すべき大型SCの開発が激減していることも災

図表(4)はジーンズ系3社の、昨年の3〜8月の6ヶ月と今年の同期間の各月の客単価の昨年対比(%)

の推移をたどったものである。明らかに右肩上がり、すなわち販売単価が上昇している実績が読み取れる。客単価の上昇は、ほぼ商品一品一品の単価の上昇を示すものと考えても良い。2〜3年越しの安値ブームからの心理的な脱却、各企業の設定上代構成の上方への努力が実を結びつつあると見てよい。安値を戦術とす

9月2日に8月決算の同社の「図

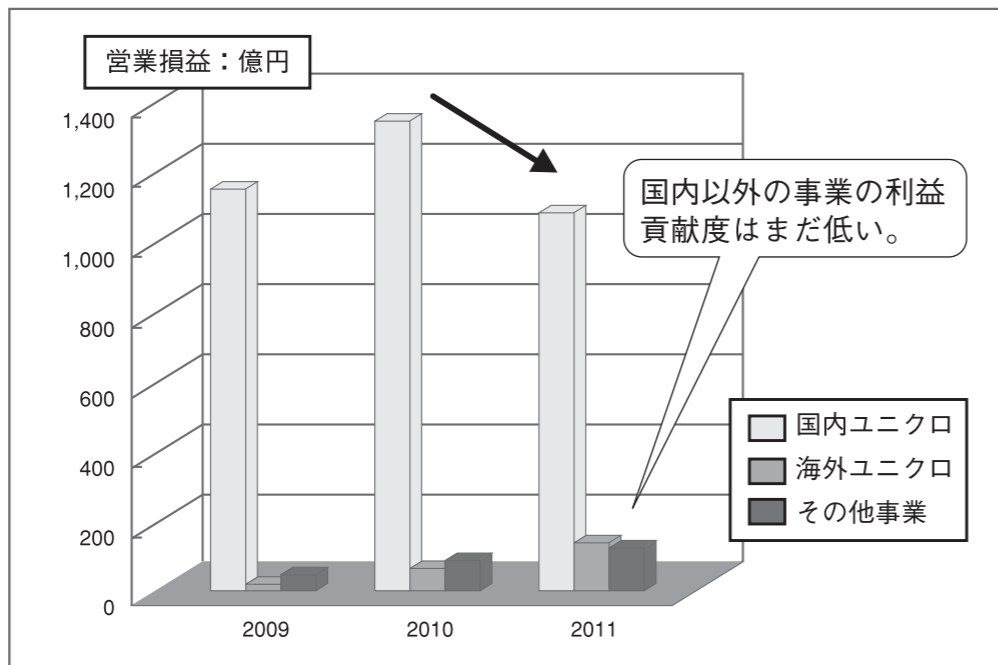
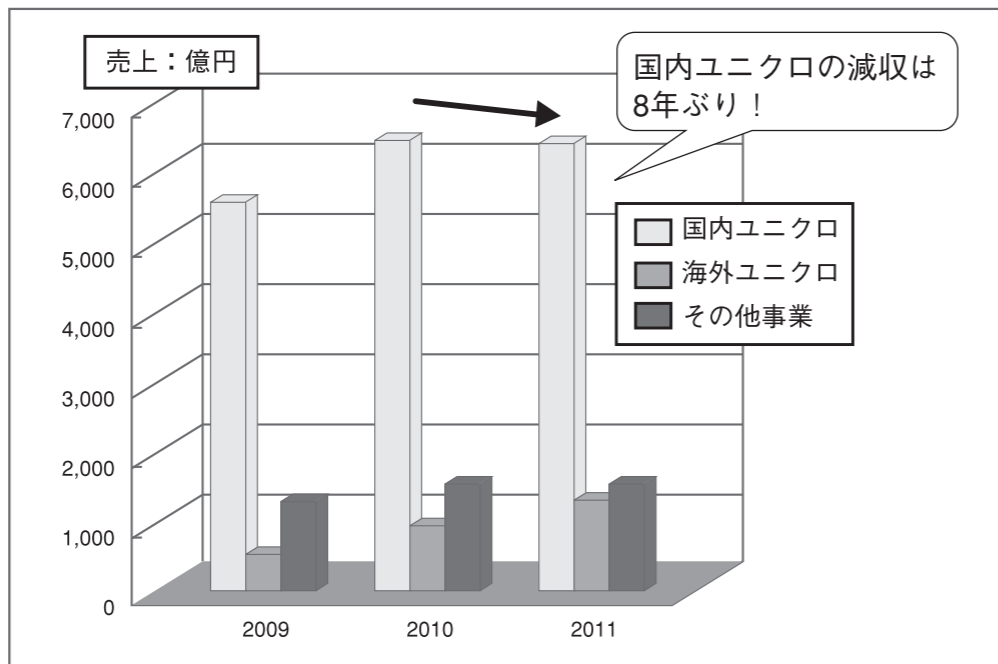
三方で客単価は改善の二途

ユニクロが少々オカシイ

業界ベースの売り上げは微増だが、営業利益率は約5%も下がっている。同社のコメントはその理由を、世界的な綿花の高騰などのコストアップが理由だとしているが、そればかりではないとの見方も多い。商品バラエティの異常なほどの巾だしや、店

舗数の拡大による「余剰在庫」の出現と、その結果の処分バーゲンの繰り返しが利益の足を引っ張っているとの観測だ。綿花の高騰は、ほぼ沈静化して元に戻りつつあるから、今後の利益率の動向を見ればその実態が見えてくるだろう。

いわゆる「ファストファッション」は原料や素材の調達での規模のメリット、バンングラデッシュやカンボジアなど途上国の「超低賃金」を利用した一種「圧政的な」供給サプライチェーンの構築の所産でもある。原料綿花の乱高下現象はともかく、途



図表(7) H&M 全世界合計、直近6ヶ月の昨対比較

	2010年5月までの6ヶ月	2011年5月までの6ヶ月
売上高(クローネ)	51,879百万	52,125百万
円に換算(以下同)	7,574億円	7,612億円
営業総利益	4,847億円	4,998億円
(%)	64.0	59.9
営業利益	1,744億円	1,315億円
(%)	23.0	17.3

換算 1クローネ=14.6円

上国の労働賃金がどんどん上昇し続ける時代に入ると、その利益構造のメ리트に限界が生じるといえる。日本国内のH&M店舗も少々異常だ。あれだけ人を集めた銀座の店なども来客数は減少している。開店ブームが冷え込むこ

粗利益率がガタ減り。今後も戻らない可能性も高いか？

図表(5) ユニクロ最近の業績 金額単位:億円、% *2011年8月は9月2日発表の開示速報資料に準拠

決算期	2009年8月	2010年8月	2011年8月
売上額	6,850	8,148	*8360
営業損益	1,154	1,418	1,275
%	16.8	17.4	*15.3
内国内ユニクロ			
売上額	5,382	6,151	6,059
営業利益	1,107	1,277	*1,090
%	21	21	(18.2)
店舗数	770	824	843
内海外ユニクロ			
売上額	377	727	*1,000
営業利益	16	63	*100
%	4.3	8.7	(10.0)
店舗数	92	136	176
その他事業			
売上額	1,070	1,252	*1,280
営業利益	31	78	85
%	2.9	6.3	6.8

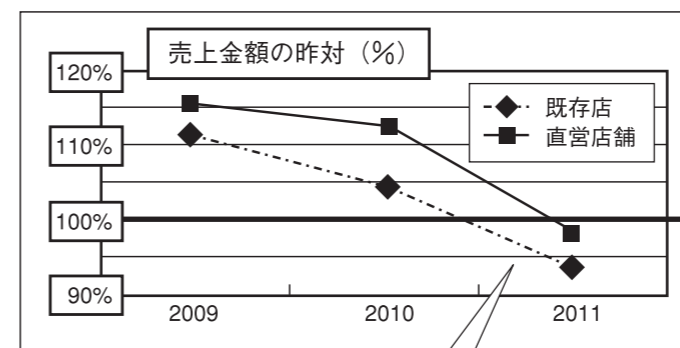
昨対98.5と発表あり。

注記* 2011年8月国内売上げ確定、他は直近予想データ(*) * 2011年国内売上には「靴事業」を参入する方式を採用。そのため、本誌文末の「基礎データ」(5)とは不一致。国内の直近予想は6,080だったが、下方実績へ。営業損益の集計不一致は持ち株会社等との合算差異

図表(6) 国内ユニクロの昨年対比効率実績(%)

決算期		2009年8月	2010年8月	2011年8月
売上金額	既存店	111.3	104.7	94.0
	直営店計	115.7	112.4	98.9
	全社	116.2	112.7	98.5
客数	既存店	109.6	105.2	95.8
	直営店計	114.2	113.5	100.8
	全社	114.5	113.7	100.7
単価	既存店	101.6	99.5	98.1
	直営店計	101.3	99.0	98.2
	全社	101.5	99.1	97.8

注記:「直営店」に新規店含む



国内出店数のペースダウンが全社(直営店計)マイナスの要因でもある。

2008年に銀座に進出して大きな話題となり、現在日本にも12店舗、来年にはさらに15店舗のオープンを予定しているH&M(ヘネス・アンド・モウリッツ、本社スエーデン、全世界では約2,500店舗)だが、最近半年間の決算を見てその粗利益率の異常な低下に驚かされる。図表(7)に見るように、全世

ファストファッションの世界 覇者「H&M」の利益率ダウン



▲世界の覇者「H&M」は収益率低下の様相が

とは想定内としても、新店を含む日本トータルの実績の売り上げが横ばいで、1店舗当たりの平均売上がどんどん落ち込むようでは、高い家賃に見合わないのではないかと心配される。日本の消費者が商品に求める「価値観の高さ」は世界の中でナンバーワンだ。安い価格と言っても、その価値（品質、品位、サイズフィット）が伴っていないとすぐに排除する。また日本人の色彩や柄に対する固有の感性という障壁もある。

まして震災ニュースの体感で、さらに「ものを大切にしよう」という江戸時代以来のある種の徳的な価値観が頭をもたげてきた。「ファストファッション」の展開は日本では他国とは違う困難さをともなうようだ。

海外進出という活路

逆に日本から海外へと店舗進出を

図ろうという動きも次第に加速してきた。「ジャパン・クオリティ」を海外の人たちにも評価してもらおうという努力だ。カジュアル分野では前述のユニクロの他、本連載の対象企業では、しまむらやハニーズが先駆者の役割を果たしつつある。

図表(9)に見るようにハニーズの中国現地企

図表(8) H&M 日本国内の店舗効率

	2010年5月までの6ヶ月	2011年5月までの6ヶ月
日本での売上推定	198.3億円	195.9億円
期中店舗数(移動平均)	5.75店	10.75店
1店舗平均年商	34.5億円	18.2億円

注記:売上金額は「小島健輔氏」推定値に準拠

店舗数が最終12店になっても全体の売上げは伸びず。効率は絶不調か。

図表(9) 順調な海外進出の事例 ハニーズ

ハニーズの中国現地会社の成績 単位:百万円

	2011年3月決算		2012年3月予想	
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)
売上高	4,602	100.0	7,500	100.0
売上総利益	2,979	64.7	5,000	66.7
販管費	2,393	52.0	4,000	53.3
営業利益	586	12.7	1,000	13.3
経常利益	604	13.1	1,000	13.3
純利益	436	9.5	750	10.0

好麗姿(上海本社)

売上総利益率などは国内よりも良好の数値。今期70億円超え狙い。

地域(主要都市)	店舗数(店)
東北(瀋陽)	12(一)
華北(北京・天津)	35(一)
華東(上海・南京)	107(12)
華中(武漢)	26(5)
華南(広州・深圳)	33(1)
西北(西安・ウルムチ)	8(2)
西南(重慶・成都)	36(6)
計	257(26)

11年5月末現在 (注)括弧内はFC店



▲ハニーズの中国重慶市の新店



▲ポイントの「コレクトポイント」は上海にも開設

その意味で、改めてジーンズ単品のものの価値を再認識する動きもある。また結局のところジーンズ単品



▲ジーンズの販売技術のスキルを向上させる(マックハウスの社内コンテスト)

※当記事は連載されています。店舗数や経費構造などの情報については、バックナンバーの記事やデータもご参照ください。

業は、すでに200店以上の規模に達し、年商75億円(今期見込み)にまで達している。しまむらを含め、いわゆる「生産地販売」という構造で低廉なコストを利しての上代設定が功を奏している。と見るならば、ポイントのように決して安くはない価格設定での成功例もある。成長中の中国、富裕層の若い女性もおしゃれに熱心だ。市場は広いと言える。また一方ジーンズメーカーではエドウィンの欧州や中国への展開、ビッグジョンのアメリカ、カナダへの提携

ジーンズ単品をいつか売る重要性

前述のように震災後、節電行動やクールビズキャンペーンなど、日本人の心理は引き締まった感もある。浮ついた「浪費」マインドではなく、ものの価値を見極めた購買行動が濃厚になるとも予想される。安いものも数多く買うというよりも、数を減らしてでも品質、品位に優れた衣料品を買った方が結局得だという、日本人がもともとお得意の心理に立ち戻るとも言われている。

はカジュアルの中核商品として、売上確保の面からも必要不可欠なのだ。業界のリーダー、ライトオン社は「ジーンズショップ」である立場を明確にし、同時に「NB(ナショナルブランド)を再認識する」という施策を打ち出している。またマックハウスは販売員がジーンズ単品を

Right-on

1. 2011年8月期の施策

①ジーンズショップへの回帰

ジーンズショップならではのボトム品揃えの強化

②ナショナルブランドの強化

顧客の要望に応えられるブランドの品揃え

▲ライトオンはNBジーンズの強化見直しを施策に(IR発表資料)

売るスキル(接客技術)の練磨に熱心だ。今のところ、ジーンズは流行トレンドからやや外れている状況ではあるが、NBメーカーを含めたジーンズカジュアル流通業界人全体の努力が実を結ぶ日が近いことを確信する。

基礎データ 大手ジーンズカジュアルチェーン店決算データ

【1】(株)コックス(東京都江東区 日証協)

Table with 7 columns: 2006年2月, 2007年2月, 2008年2月, 2009年2月, 2010年2月, 2011年2月. Rows include sales, profit, assets, and store metrics.

【2】(株)ジーンズメイト(東京都渋谷区 東証一部)

Table with 7 columns: 2006年2月, 2007年2月, 2008年2月, 2009年2月, 2010年2月, 2011年2月. Rows include sales, profit, assets, and store metrics.

【3】(株)マックハウス(東京都杉並区 日証協)

Table with 7 columns: 2006年2月, 2007年2月, 2008年2月, 2009年2月, 2010年2月, 2011年2月. Rows include sales, profit, assets, and store metrics.

【4】(株)ライトオン(茨城県つくば市 東証一部)

Table with 6 columns: 2007年8月, 2008年8月, 2009年8月, 2010年8月, 2011年2月(中間). Rows include sales, profit, assets, and store metrics.

*2010年2月期から連結決算に移行。店舗面積等一部未発表。
*項目29,31の合計金額3,636から項目33を算出
*項目39,2010年10月のブルーグラスとの合併により前線店舗数は増加

*06年以降ファクタリング含む

*項目31 ファクタリング制度を含む *項目42 07年店舗カウント方式変更

図表(10)大手カジュアル専門チェーン最近の「戦略動向」

Table with 6 columns: 類型, 社名(本社), 最新年商(億円), 最新店舗数, 主要業態店名・新業態, 最近の戦略動向. Rows include brands like KCCO, JEANS MATE, Mac-House, UNIQLO, Avail, Honeys, Ciaopanic, GAL FIT&FANNER, LOWRYS FARM.

ジーンズ協議会の デザイナーコラボプロジェクト 商品開発への刺激効果をねらう



今年の新進デザイナー、デニム素材、ジーンズアパレル初会合の事例

「ベストジーンスト」イベントは日本ジーンズ協議会（常見修二理事長、44社加盟）の主要な事業として有名だが、共同展示会を開催していることから、目も離せない。最近では官民協調事業であるJFW（ジャパン・ファッションウィーク）機構主催のJC（ジャパン・クリエーション）展示会に共同でブースを設け、2.4万人という多くの来場者の好評価を得ている。加盟各社の素材、アパレル製品、付属資材、洗い加工などの開発商品の展示のほかに、毎年ファッション世界との接点を有意義にするイベント的な特別コーナーを設けている。過去には「藍染め体験」（09年）、「産

学共同、専門学校学生によるデニムデザインコンテスト（10年）などを行った。今年の特

進気鋭で、すでに評価の高いデザイナー5名に、主にブルーデニムを使用した自由気ままなデザインを発想してもらい、その制作に素材、アパレル、洗い、付属などの企業が協力してあたる。結果として商品開発へのアイデア発想などを得ようという狙いがある。10月の本番展示のための素材開発、試織などが行



昨年の協議会共同展示会

われている。例えば薄手で光沢のある素材開発、ドレープ性を求めた縫製仕様、レーザーなど新加工技術を取り入れた作品の制作が行われている。同協議会の専務理事、佐伯晃氏によると「各企業とも今までのジーンズ生産とは一味違う物作りにやや戸惑いながらも、前向きに協同して制作にあたって」とのことだ。最終製品を見るのが楽しみな展示会だ。

日本ジーンズ協議会共同展示会概要

日時：2011年10月12日(水)～14日(金)
場所：東京江東区「東京ビッグサイト」西4会場
出展企業：ジーンズ関連の素材企業、ジーンズアパレル、副資材企業、商社、洗い加工業などデザイナーコラボ「夜の茶会」
展示：デニムなどの素材を使い従来に無かった新鮮な創作品。素材、アパレル、資材、洗い業などが協同して5名計10体(予定)の制作を行い、展示する。
参加デザイナー：小野原誠 (Motonari Ono)、キャバレ・アキ(ガッツ・ダイナマイト。キャバレ)、坂口英明(ザ・ドレス&カンパニー)、信太達哉 (SHIDA TATUYA)、廣川五枝 (SOMA DESIGN)
制作企画予定会員企業：カイハラ、クラブウ、日清紡、エドウィン、タカヤ商事、ビッグジョン、ヘティスミス、豊和 など(順次増加中)

基礎データ 大手ジーンズカジュアルチェーン店決算データ

[8] (株)パル(連結) (大阪市 東証一部)

	07年2月	08年2月	09年2月	10年2月	11年2月
1 売上高	55,445	61,360	66,462	69,879	77,395
2 当期仕入原価	26,400	28,031	29,564	30,512	34,250
3 当期売上原価	25,939	28,204	29,466	30,574	34,060
4 売上総利益	29,505	33,155	37,001	39,307	43,336
5 売上比	53.2	54.0	55.7	56.3	56.0
6 販管費	24,377	29,050	32,728	34,068	36,561
7 売上比	44.0	47.3	49.3	48.8	47.2
8 営業利益	5,126	4,112	4,273	5,239	6,774
9 売上比	9.2	6.7	6.4	7.5	8.8
10 経常利益額	5,221	4,169	4,243	5,247	6,838
11 当期純利益額	2,324	1,701	1,560	2,320	3,166
12 総資産額	39,998	42,124	47,664	52,383	53,479
13 資本合計額	20,309	20,675	21,645	23,673	26,433
14 自己資本比率	50.8	49.1	45.4	45.2	49.4
15 前繰越店舗数	366	422	481	543	585
16 期間中新出店数	70	94	107	107	70
17 期間中退店数	14	35	45	65	54
18 各期末(中間)店舗数	422	481	543	585	601

[5] (株)ユニクロ(国内ユニクロ事業) (山口県山口市 東証一部)

	2007年8月	2008年8月	2009年8月	2010年8月	2011年2月(中間)
1 売上高	424,701	462,343	538,187	605,561	342,151
2 当期仕入原価	240,912	234,623			
3 当期売上原価	232,072	238,232			
4 売上総利益	192,628	224,111	259,000	299,500	165,500
5 売上比	45.4	48.5	48.1	49.5	49.5
6 販管費	128,628	137,697	148,200	169,900	99,100
7 売上比	30.3	29.8	27.5	28.1	29.0
8 営業利益	64,000	86,413	110,700	129,500	70,300
9 売上比	15.1	18.7	20.6	21.4	20.5
10 経常利益額	65,081	85,138			
11 当期純利益額	38,295	49,958			
12 売上比					
13 総資産額	156,895	189,809			
14 資本合計額	87,390	95,743			
15 自己資本比率	55.7	50.4			
16 ボムス売上(キッズ)					
17 売上比					
18 レディス売上	135,341	145,243	169,976	287,986	155,437
19 売上比	31.9	31.4	31.6	47.6	45.4
20 当期人件費	47,800	49,800	51,800	60,500	29,800
21 売上比	11.3	10.8	9.6	10.0	8.7
22 支払賃借料	32,000	36,600	40,000	44,900	21,300
23 売上比	7.6	7.9	7.4	7.4	6.2
26 期末商品在庫	39,359	35,750			
27 在庫月数(試算)	2.04	1.80			
28 預け保証金額	18,354	19,557			
29 期末買掛金額	32,531	46,076			
30 同日数(試算)	49.3	71.7			
31 期末支払手形	0	0			
32 同日数(試算)	0	0			
33 項目30+32日数	49.3	71.7			
35 全店総面積	442,578	495,697	523,620	574,684	605,732
36 一店舗平均	653.0	688.0	680.0	711.6	655.5
37 一店舗平均売上	578.9	600.8	698.9	731.9	400.2
38 同月坪売上	251.1	243.4	282.6	289.6	310.7
39 前期末店舗数	720	748	759	770	808
40 期中新出店数	76	59	56	78	26
41 期中退店数	48	48	45	40	10
42 期末店舗数	748	759	770	808	824
43 期中平均人数	14,675	14,654	15,750	18,657	20,279
44 一人平均売上	27,727	29,949	32,268	30,654	15,837
45 正社員平均年齢					

(株)ユニクロは海外(英国、中国など)の別会社を含まない国内「ユニクロ」業態。

[6] (株)しまむら(連結) (埼玉県さいたま市 東証一部)

	07年2月	08年2月	09年2月	10年2月	11年2月
1 売上高	391,221	410,970	410,822	429,651	440,100
2 当期仕入原価	273,470	285,852	282,246	292,329	298,776
3 当期売上原価	270,486	282,455	280,537	289,751	296,822
4 売上総利益	121,684	129,508	131,269	138,283	143,278
5 売上比	31.1	31.5	31.9	32.2	32.6
6 販管費	88,315	94,504	97,853	101,325	104,382
7 売上比	22.6	23.0	23.8	23.6	23.7
8 営業利益	33,369	35,003	33,415	36,957	39,848
9 売上比	8.5	8.5	8.1	8.6	9.1
10 経常利益額	33,823	35,864	33,994	38,148	41,048
11 当期純利益額	18,824	19,841	19,050	21,743	23,507
12 総資産額	203,727	210,831	225,119	244,343	258,348
13 資本合計額	140,999	154,794	169,304	186,612	205,084
14 自己資本比率	69.2	73.4	75.2	76.4	79.7
15 前繰越店舗数	1,250	1,362	1,461	1,551	1,617
16 期間中新出店数	111	99	92	66	66
17 期間中退店数	0	0	2	0	4
18 各期末(中間)店舗数	1,362	1,461	1,551	1,617	1,677

[7] (株)ハニーズ(福島県いわき市 東証一部) (今号から連結発表)

	07年5月	08年5月	09年5月	10年5月	11年5月
1 売上高	54,329	60,862	62,178	58,348	55,629
2 当期仕入原価	23,945	26,103	26,666	24,526	23,562
3 当期売上原価	22,637	25,071	26,814	24,499	23,531
4 売上総利益	31,692	35,791	35,364	33,849	32,099
5 売上比	58.3	58.8	56.9	58.0	57.7
6 販管費	23,165	28,214	31,189	29,755	28,524
7 売上比	42.6	46.4	50.2	51.0	51.2
8 営業利益	8,527	7,576	4,174	4,093	3,575
9 売上比	15.7	12.4	6.7	7.0	6.4
10 経常利益額	8,516	7,605	4,276	4,163	3,672
11 当期純利益額	4,834	4,107	2,016	1,758	1,317
12 総資産額	29,829	33,321	35,283	35,811	35,200
13 資本合計額	20,067	22,234	23,402	24,629	24,511
14 自己資本比率	67.3	66.7	66.3	68.8	69.7
15 前繰越店舗数	544	700(721)	833(904)	904(1,003)	887(1,026)
16 期間中新出店数	168	150	102	33	29(98)
17 期間中退店数	12	17	31	50	65(65)
18 各期末(中間)店舗数	700(721)	833(904)	904(1,003)	887(1,026)	851(1,059)

注:店舗数()内は海外(中国)含む。11年他に海外FCが23店