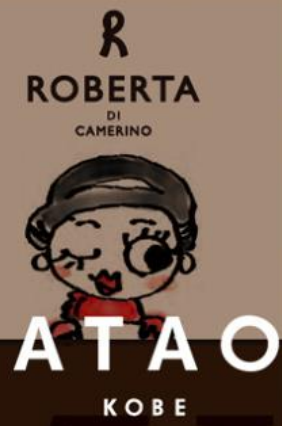


株式会社 スタジオアタオ



STUDIO ATAO CO.,LTD.

2017年2月期  
決算説明会



IANNE

ROBERTA  
DI  
CAMERINO

ILEMER

2017年4月19日

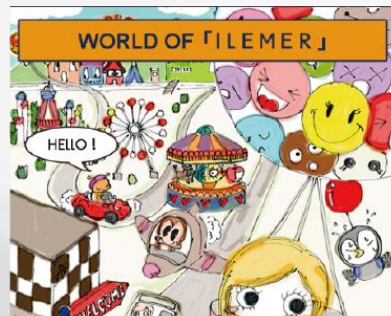
- 投資判断にあたりましては、必ず目論見書等をご覧頂きますようお願い申し上げます。
- 本資料は、株式会社スタジオアタオの業界動向及び事業内容について、当社による現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。
- これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。
- 株式会社スタジオアタオの実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。
- 本資料における将来展望に関する表明は、2017年4月19日現在において利用可能な情報に基づいて株式会社スタジオアタオによりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません。



# スタジオアタオの企業コンセプト



# 『ファッションにエンタテイメントを』





# スタジオアタオが展開するブランドについて

スタジオアタオの世界観を実現する  
4つのブランド

		ATAO KOBÉ	IANNE	ROBERTA DI CAMERINO	ILEMER
<b>コンセプト</b>		神戸（日本） 機能性・デザイン	パリ（フランス） デザイン・感性	ヴェネツィア（イタリア） デザイン・歴史	イルメール島（夢の国） デザイン・キャラクター
<b>ターゲット層</b>		20代～30代前半	20代後半～40代前半	30代前半～50代	10代後半～20代
<b>中心 価格帯</b>	<b>バッグ</b>	3.0～6.0万円	4.5～10.0万円	4.2～15.0万円	1.5～2.0万円
	<b>財布</b>	2.2～3.2万円	3.0～3.7万円	3.3～3.5万円	—

2017年2月期決算概要

2018年2月期決算見通し

今後の事業戦略

当社グループのビジネスモデル



# 2017年2月期 決算概要

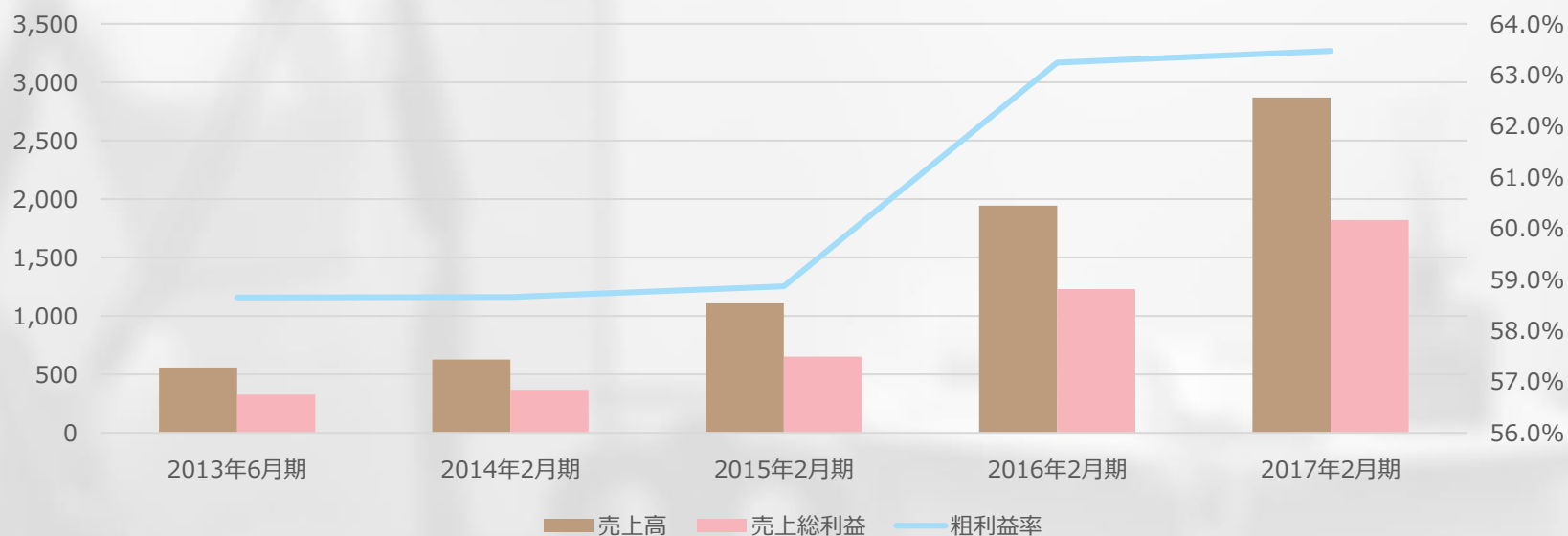
# 連結損益計算書 2期比較

(単位：百万円)

	2016年2月期	対売上高比	2017年2月期	対売上高比	対前期比増減額	対前期増減率
売上高	1,944	100.0%	<b>2,869</b>	100.0%	925	47.6%
売上原価	714	36.8%	<b>1,048</b>	36.5%	333	46.7%
売上総利益	1,229	63.2%	<b>1,821</b>	63.5%	591	48.1%
販売費及び一般管理費	984	50.6%	<b>1,359</b>	47.4%	374	38.1%
給料及び手当	94	4.9%	<b>136</b>	4.8%	42	44.5%
販売促進費	330	17.0%	<b>452</b>	15.8%	122	37.2%
支払手数料	138	7.1%	<b>203</b>	7.1%	64	46.9%
営業利益	245	12.6%	<b>461</b>	16.1%	216	88.4%
営業外損益	6	0.4%	<b>▲ 17</b>	▲0.6%	▲ 24	-
経常利益	252	13.0%	<b>444</b>	15.5%	192	76.3%
特別損益	▲ 3	▲0.2%	-	-	3	-
税金等調整前当期純利益	248	12.8%	<b>444</b>	15.5%	195	78.5%
法人税等合計	91	4.7%	<b>141</b>	4.9%	49	54.3%
当期純利益	157	8.1%	<b>303</b>	10.6%	145	92.6%

# 売上高・売上総利益・粗利益率の推移

(単位：百万円)					
	2013年6月期 (単体)	2014年2月期 (単体)※	2015年2月期 (単体)	2016年2月期 (連結)	2017年2月期 (連結)
売上高	559	627	1,108	1,944	2,869
売上総利益	327	367	652	1,229	1,821
粗利益率	58.6%	58.7%	58.9%	63.2%	63.5%



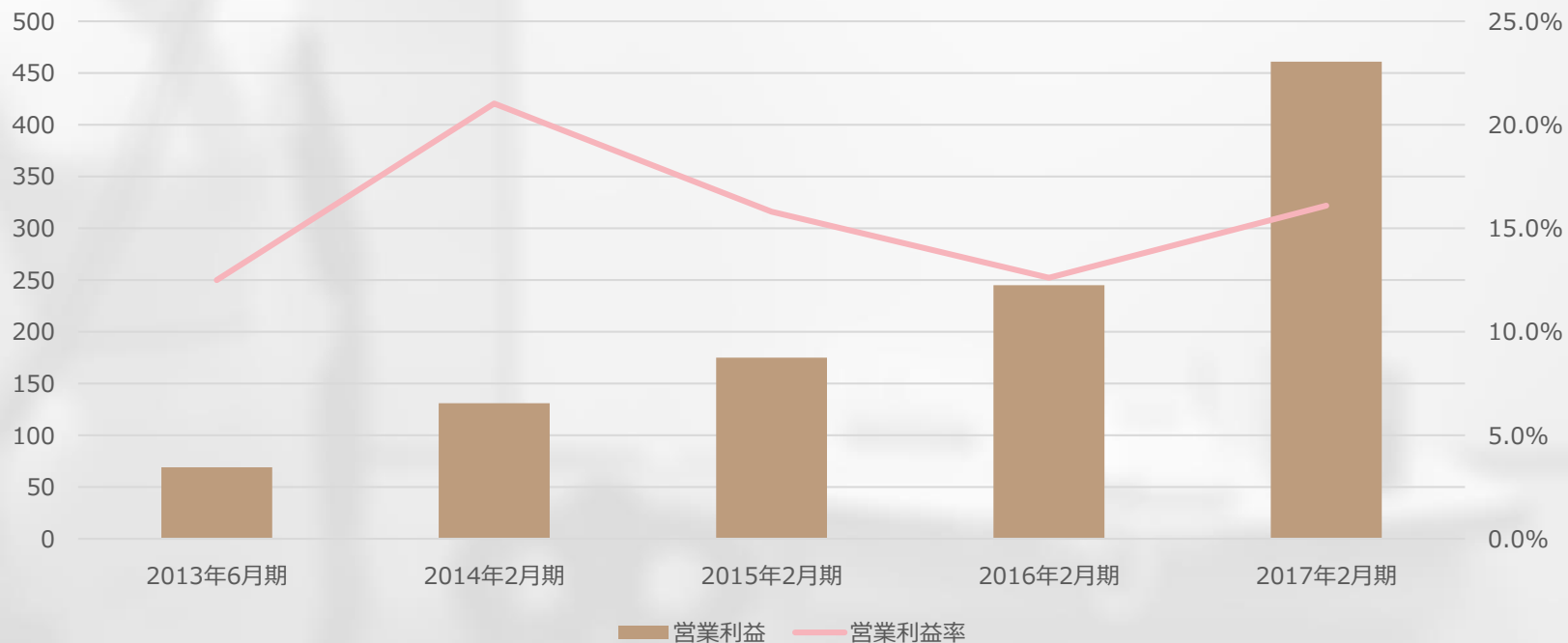
※ 2014年2月期は決算期変更に伴い8ヶ月決算



# 営業利益・営業利益率の推移

(単位：百万円)

	2013年6月期 (単体)	2014年2月期 (単体)※	2015年2月期 (単体)	2016年2月期 (連結)	2017年2月期 (連結)
営業利益	69	131	175	245	461
営業利益率	12.5%	21.0%	15.8%	12.6%	16.1%



※ 2014年2月期は決算期変更に伴い8ヶ月決算

# 連結貸借対照表 2期比較

ATAO

KOBE

(単位：百万円)

	2016年 2月期	2017年 2月期	対前期比 増減額		2016年 2月期	2017年 2月期	対前期比 増減額
流動資産	697	1,308	611	流動負債	291	389	98
現金及び預金	246	698	452	買掛金	44	77	32
売掛金	173	210	37	短期借入金	18	23	4
商品	237	369	131	未払金	46	113	67
繰延税金資産	14	16	2	未払法人税等	79	101	22
その他	26	14	▲ 12	前受金	81	53	▲ 28
固定資産	153	188	35	その他	20	20	0
有形固定資産	97	120	22	固定負債	94	104	10
無形固定資産	0	6	6	長期借入金	72	76	3
投資その他の資産	54	60	6	退職給付に係る負債	4	5	1
資産合計	850	1,497	646	資産除去債務	17	22	5
				負債合計	385	494	109
				純資産	465	1,003	537
				資本金	10	127	117
				資本剰余金	—	117	117
				利益剰余金	455	758	303
				負債純資産合計	850	1,497	646

## 【資産】

流動資産：現金及び預金452百万円、商品131百万円増加等した結果、611百万円増加しています。

固定資産：有形固定資産22百万円増加等した結果、35百万円増加しています。

## 【負債】

流動負債：買掛金32百万円、未払金67百万円、未払法人税等22百万円増加した一方、前受金28百万円減少等した結果、98百万円増加しています。

固定負債：10百万円増加しています。

【純資産】：資本金117百万円、資本剰余金117百万円、利益剰余金303百万円増加した結果、537百万円増加しています。

# 連結キャッシュ・フロー（CF）計算書 2期比較

	(単位：百万円)		
	2016年2月期	2017年2月期	対前期比増減額
営業活動によるCF	90	262	172
投資活動によるCF	▲ 89	▲ 49	40
財務活動によるCF	53	239	185
現金及び現金同等物の増減額	53	452	398
現金及び現金同等物の期首残高	192	246	53
現金及び現金同等物の期末残高	246	698	452

現金及び現金同等物は、前期比452百万円増加の698百万円となっております。

## 【営業活動によるCF】

当期262百万円（前期比172百万円）となっております。

主な内訳は、資金の増加として、税金等調整前当期純利益444百万円、未払金の増加67百万円、資金の減少として、棚卸資産の増加131百万円、法人税等の支払78百万円です。

## 【投資活動によるCF】

当期▲49百万円（前期比▲40百万円）となっております。

## 【財務活動によるCF】

当期は239百万円（前期比185百万円）となっております。

主な内訳は、株式の発行による収入230百万円です。

# 部門別売上高 2期比較

(単位：百万円)

部門名	2016年 2月期	売上比	2017年 2月期	売上比	対前期比増 減額	対前期比 増減率
インターネット販売	995	51.2%	1,491	52.0%	496	49.9%
店舗販売	879	45.2%	1,218	42.5%	339	38.6%
その他	69	3.6%	159	5.5%	89	127.5%
合計	1,944	100.0%	2,869	100.0%	925	47.6%

## 【インターネット販売】

ATAOを中心にプロモーション戦略が奏功

## 【店舗販売】

既存店の増収及び2016年2月期中に出店した横浜店が1年間寄与

## 【その他】

ROBERTAブランドのロイヤリティ収入が増加

ROBERTA有楽町本店出店（2016年5月）

ROBERTA公式オンラインショップ開始（2016年7月）

ILEMERブランド立ち上げ（2016年10月）

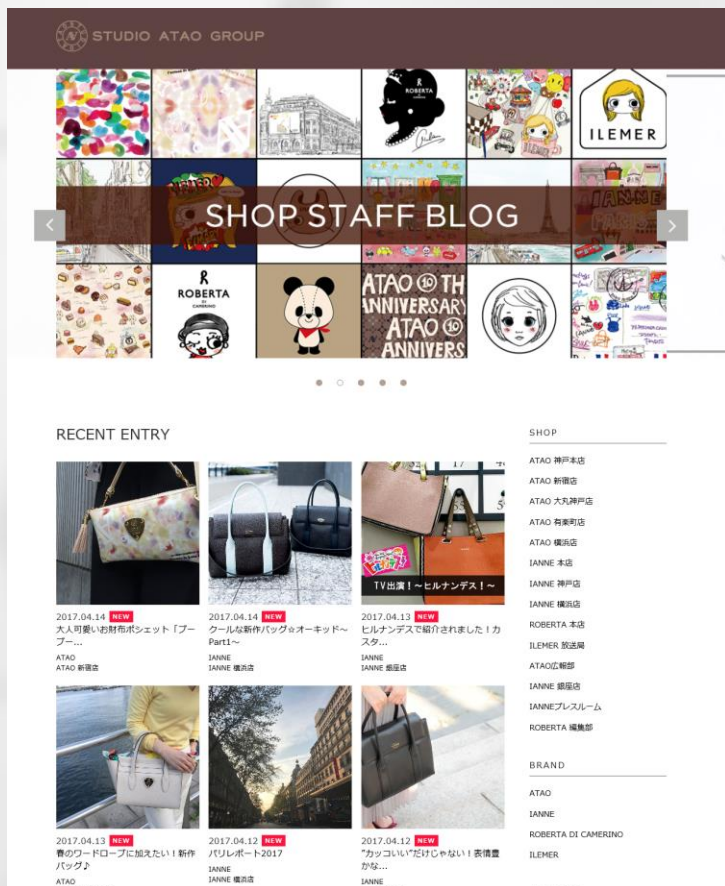
スタジオアタオ公式ショップブログ開設（2016年11月）

東京証券取引所マザーズ市場上場（2016年11月）

スタジオアタオアプリ（STUDIO AATAO OFFICIAL APP）  
先行リリース（2017年2月）

## スタジオアタオ公式ショップブログ開設

## スタジオアタオアプリ先行リリース (STUDIO ATAO OFFICIAL APP)





# 2018年2月期 決算見通し

# 2018年2月期の連結業績予想

	(単位：百万円)			
	2017年2月期	2018年2月期	対前期比増減	対前期比増減率
売上高	2,869	<b>3,330</b>	460	16.0%
営業利益	461	<b>500</b>	38	8.3%
経常利益	444	<b>500</b>	55	12.5%
親会社株主に属する当期純利益	303	<b>340</b>	36	12.1%
1株当たり当期純利益（円）	150.29	<b>163.15</b>	12.85	8.6%

## 【店舗販売】

- ・ ATAOを中心とした既存店の着実な売上の伸長
- ・ IANNEブランド浸透による売上の積上げと新店（銀座店）効果
- ・ PopUpShopの展開によるO2Oの促進
- ・ 公式ショップブログの発信によるATAO・IANNEユーザーとのコミュニケーション強化

## 【インターネット販売】

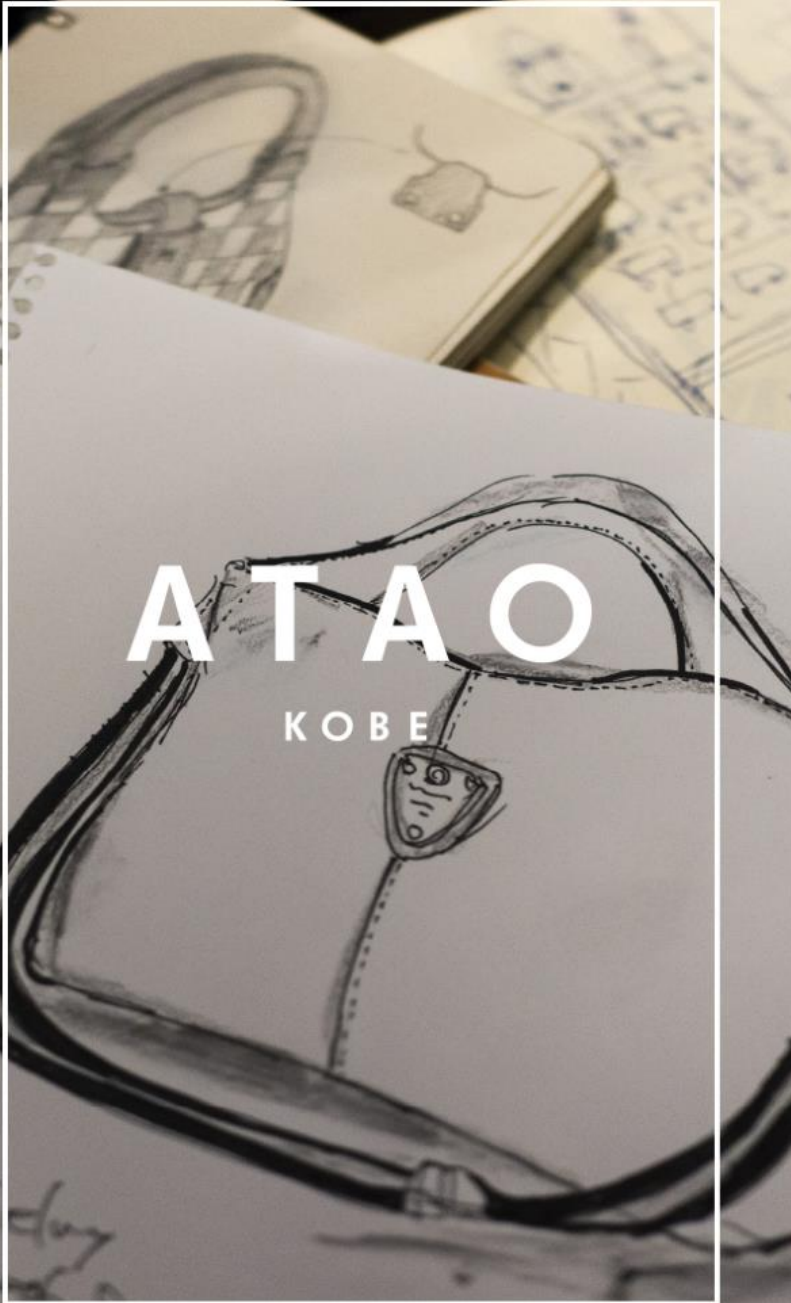
- ・ ATAOを中心とした定番商品の販売拡大
- ・ IANNEブランドの定番商品の育成によるIANNEユニークユーザーの獲得

## 【その他】

- ・ ROBERTAのリブランディングによるオリジナルラインの更なる強化とO2Oの促進
- ・ ILEMERブランド立ち上げによる新規顧客層へのアプローチ、PopUpShopとECとのオムニチャネル化
- ・ 公式ショップブログの発信による各ブランドの認知強化







# 今後の事業戦略

独自の回遊型売上拡大モデルのそれぞれのプロセスを強化、ブラッシュアップし続けることで、業績拡大 momentum の継続を実現する。また、中期的にはキャラクタービジネスの展開も検討している。

## 各ブランドの成長戦略

ATAO  
KOBE

● 成長途上にあり、店舗とネットのO2O戦略をより加速させ、EC売上比率を高め、売上 momentum を持続。

IANNE

● 着実な店舗販売の積み重ねとSNS・ブログ発信により、ネット販促費の投資拡大フェーズへ。

ROBERTA  
DI  
CAMERINO

● オリジナルライン投入によるリブランディングのための先行投資。  
本店リニューアル・公式オンラインショップオープンによるO2O戦略の開始。

ILEMER

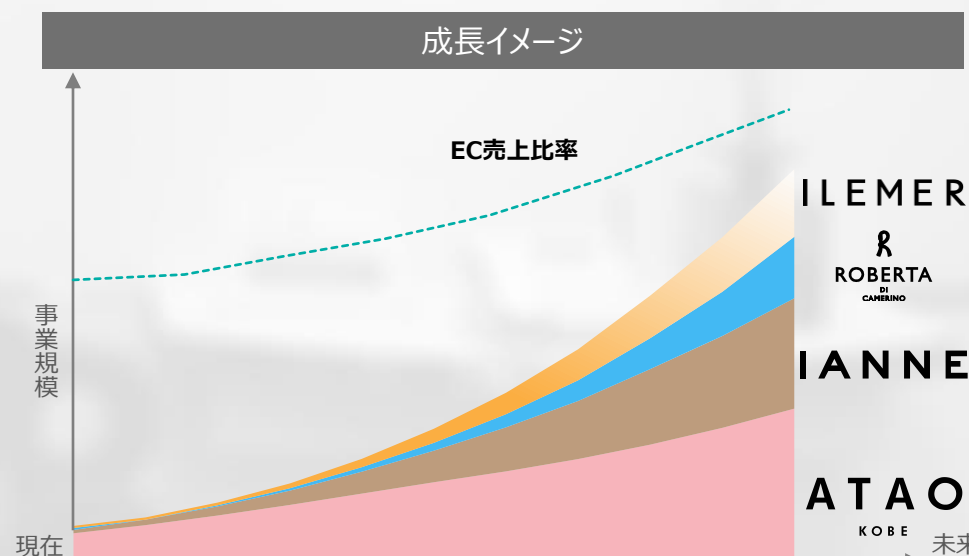
● 低原価率・高回転のプレミアムエコバッグ。キャラクタービジネスへの展開も視野に。ILEMER公式オンラインショップとポップアップショップによるO2O戦略の開始。

## EC売上比率の上昇

EC売上比率は現状の50%から、中期的に上昇を予想。

EC売上比率も、ILEMER製品売上の拡大により、上昇余地。

## キャラクタービジネスの展開



## スタジオアタオが繰り広げる独自の世界観の展開は、これから本格化

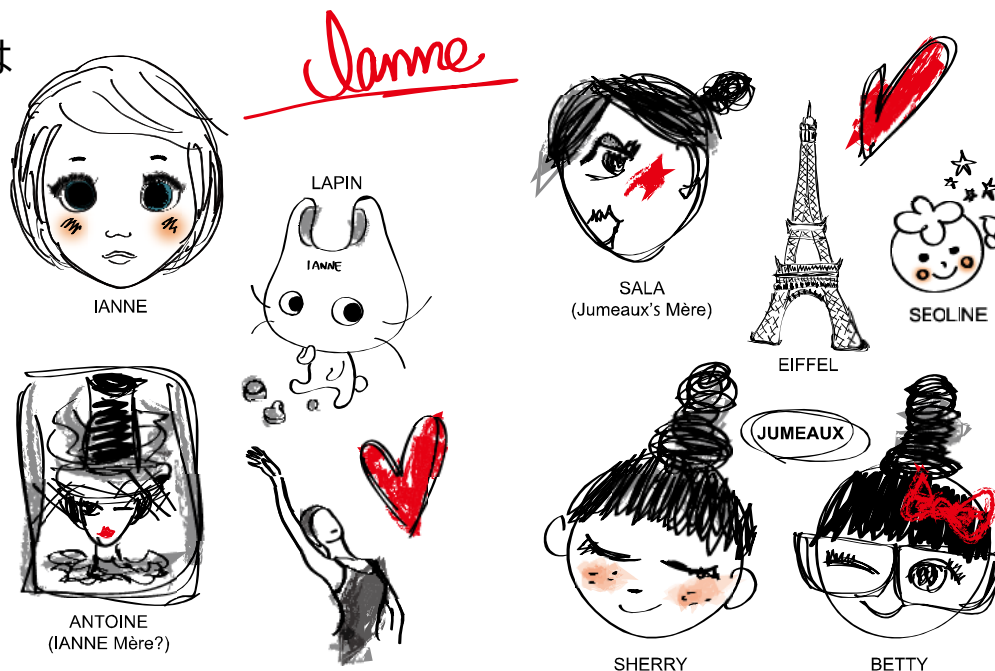


新ブランド「ILEMER」はプレミアムエコバッグを中心とした、オリジナルキャラクターによるこれまでとは価格帯、ターゲット層も異なる新たな展開を開始。キャラクタービジネスへの参画と、新たなSNS・ブログ戦略により、さらに進化させたO2Oビジネスの構築を狙う。

新ブランドのILEMERとIANNEのキャラクターには密かなる相関関係が・・・。  
キャラクター1つ1つにストーリーを持たせさらに新キャラクターの登場により、新たな展開を見せ始める予感。

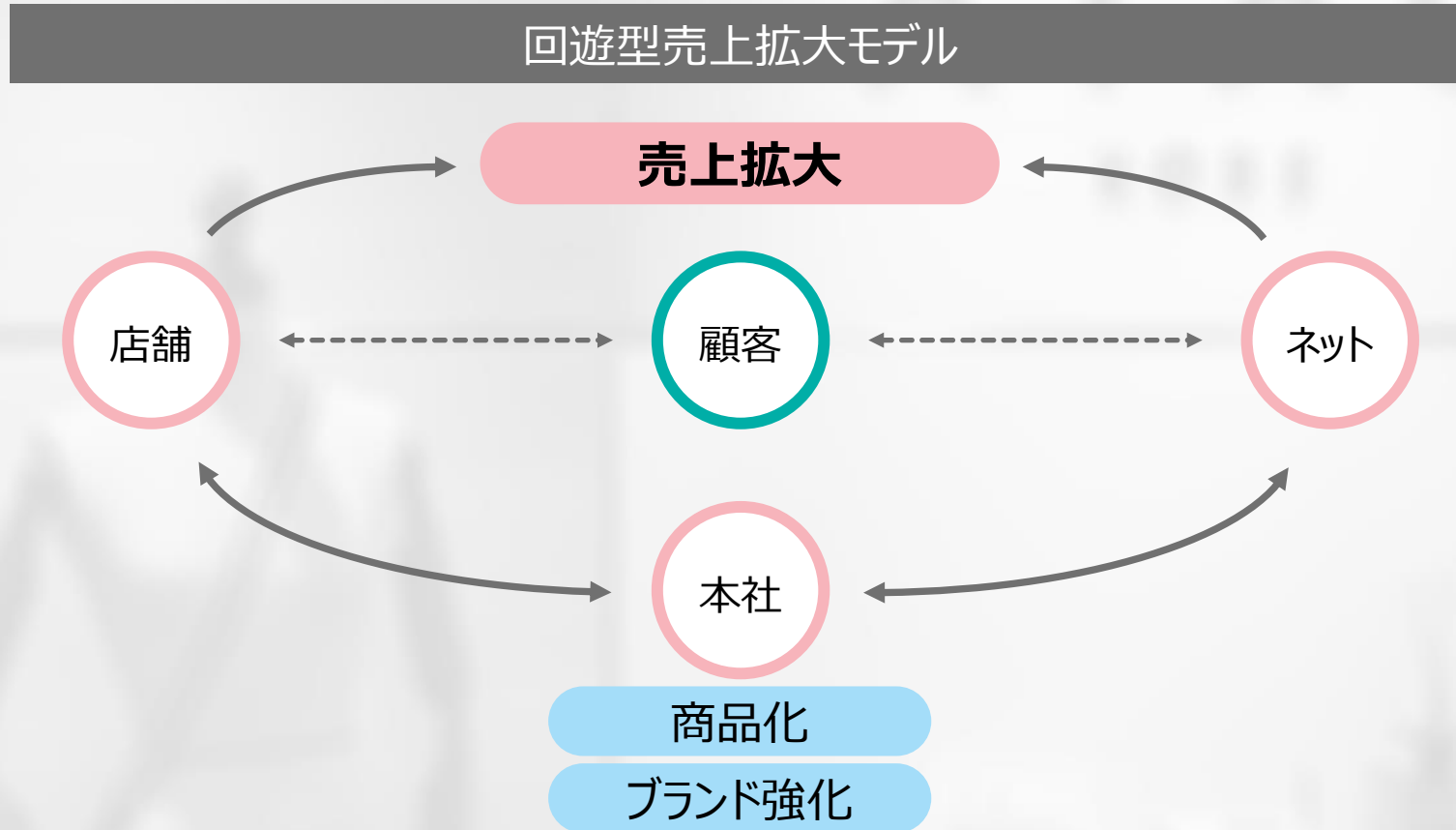
スタジオアタオの新商品発売や新企画開始が、Xデーとして注目を集め、社会現象となるような・・・

そんな**スタジオアタオ**の  
**未来**へ向けて。





# 当社グループの ビジネスモデル



本社、店舗販売、ネット販売の間に、部署や組織の壁を設けない。  
店舗の販売スタッフは原則として正社員のみで、販売以外にも商品企画やSNS等、複数の業務に携わる。  
社員全員がスタジオアタオブランドのサポーターであり、一つ一つのプロセスをコツコツ、きっちりと積み上げる。  
顧客を大切にするため、値下げ、セールはしない。  
きめ細かい発注で、滞留在庫を持たないのが、スタジオアタオの販売ポリシー。

店舗やポップアップショップといったリアルでの仕掛け、  
接点を持った顧客をネットへ誘導し、具体的な購買へ

SNSの役割 = 顧客の創造



- ブランド強化⇔商品化⇔販売（店舗⇔ネット）・PR⇔顧客、という独自の回遊型売上拡大モデルの、それぞれのプロセスを常にリフレッシュ、リニューアル、強化し続けることで、売上モメンタムが継続する

スタジオアタオのビジネスモデルの特徴  
回遊型売上拡大モデル

ATAO  
K O B E

店舗は首都圏、関西都心部のみ。  
百貨店のポップアップショップを年10回程度のペース



ATAO  
K O B E

神戸本店（神戸国際会館）  
大丸神戸店  
新宿店（小田急百貨店）  
有楽町店（マルイ）  
横浜店（ジョイナス）



IANNE

ヒルトン本店  
神戸店（神戸国際会館）  
横浜店（ジョイナス）  
銀座店（マロニエゲート）  
※2017年3月15日OPEN

パリギャラリー



ROBERTA  
DI  
CAMERINO

ロベルタ本店（有楽町）



# スタジオアタオのビジネスモデルの特徴 回遊型売上拡大モデル

## ネット販売でも、ブランドを大切にし、値引きはしないポリシー

