

# 会社説明資料

2005.6

LTH

株式会社リンク・セオリー・ホールディングス

# LTH

LINK THEORY HOLDINGS CO.,LTD.

---

## 経営ビジョン

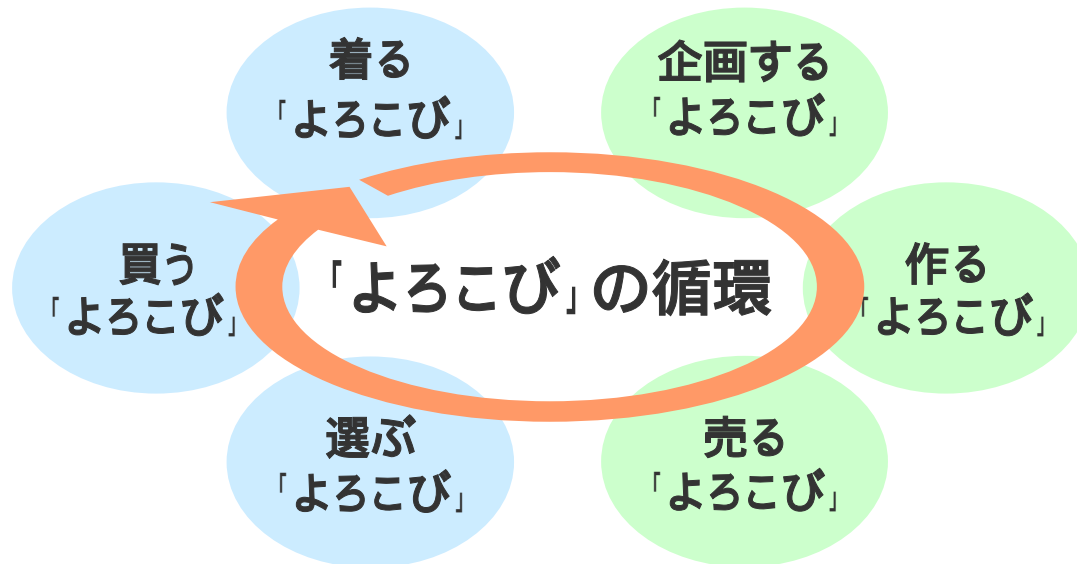
theoryについて

企業概要

将来戦略

# 経営ビジョン

世界のコンテンポラリーマーケットをリードし、  
お客様の豊かなライフスタイルに貢献する



# LTH

LINK THEORY HOLDINGS CO.,LTD.

---

経営ビジョン

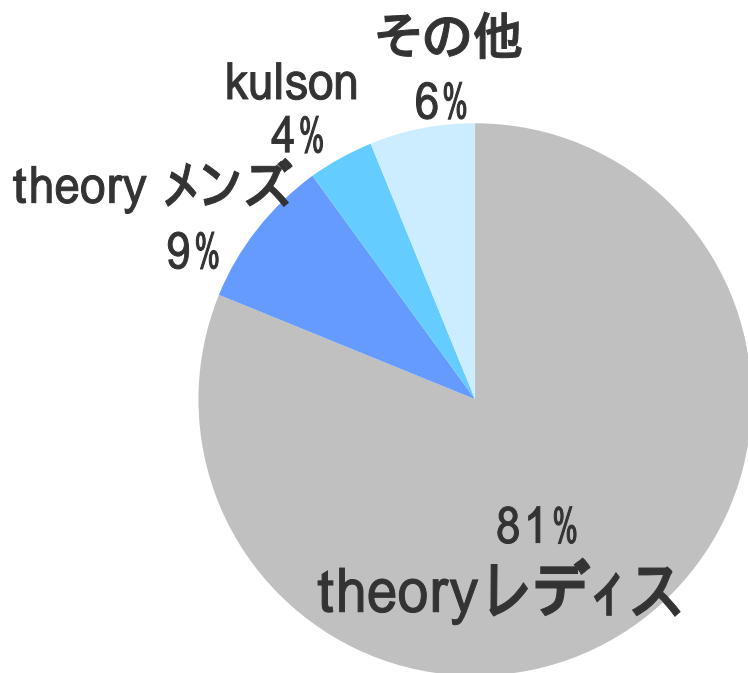
theoryについて

企業概要

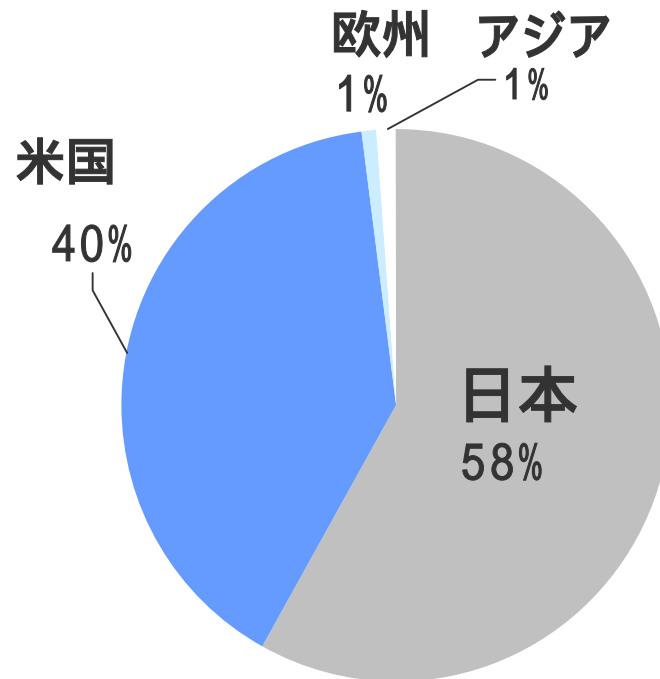
将来戦略

# 売上高構成比

[ブランド別]



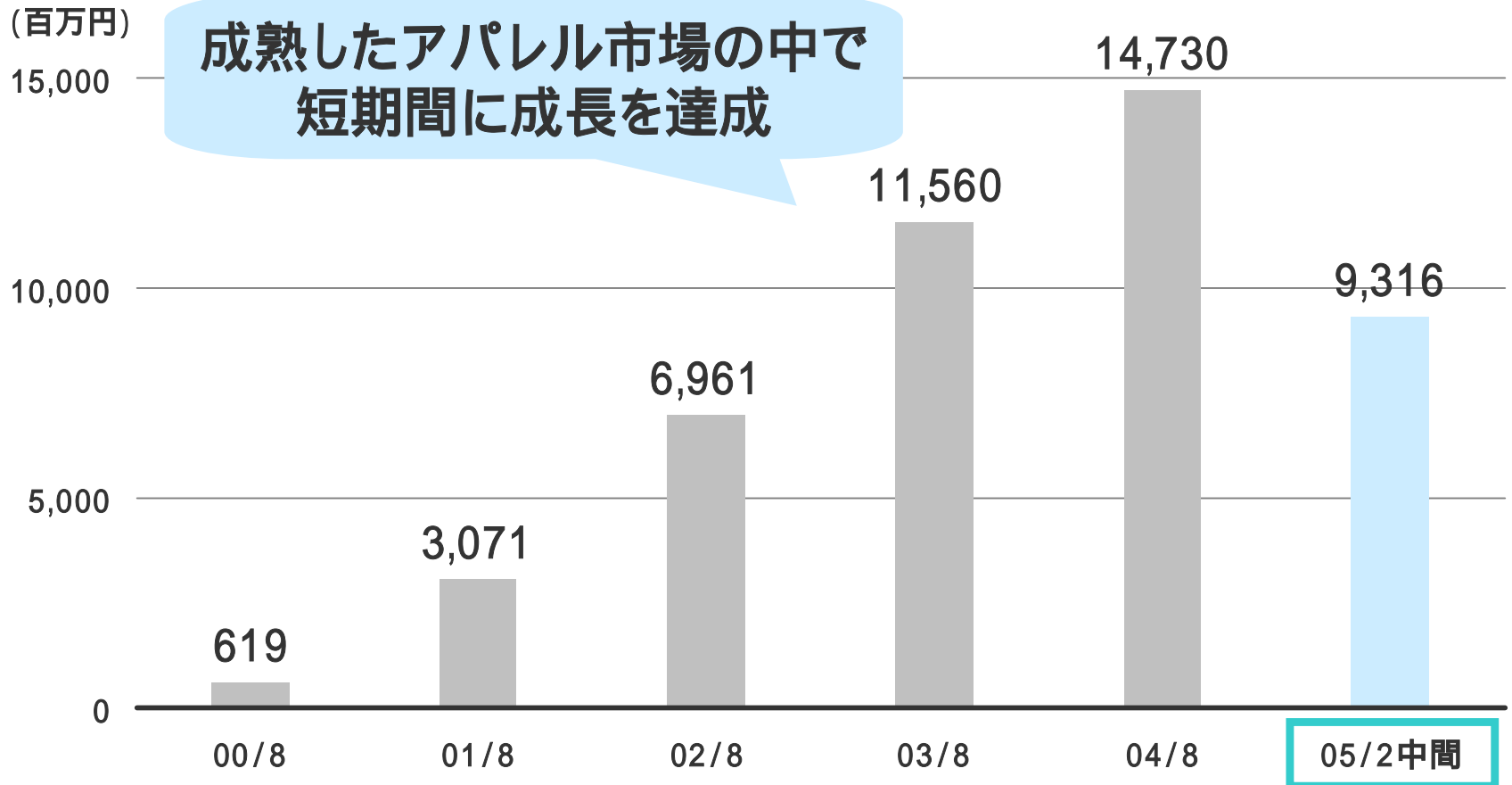
[地域別]



(2004年8月期)

\* 2004/8期の米国、欧州は10か月分の連結

# 日本市場における売上高推移



# theoryのポジション

「Contemporary (コンテンポラリー)」の先駆者としてマーケットをリード

ラグジュアリー  
Luxury

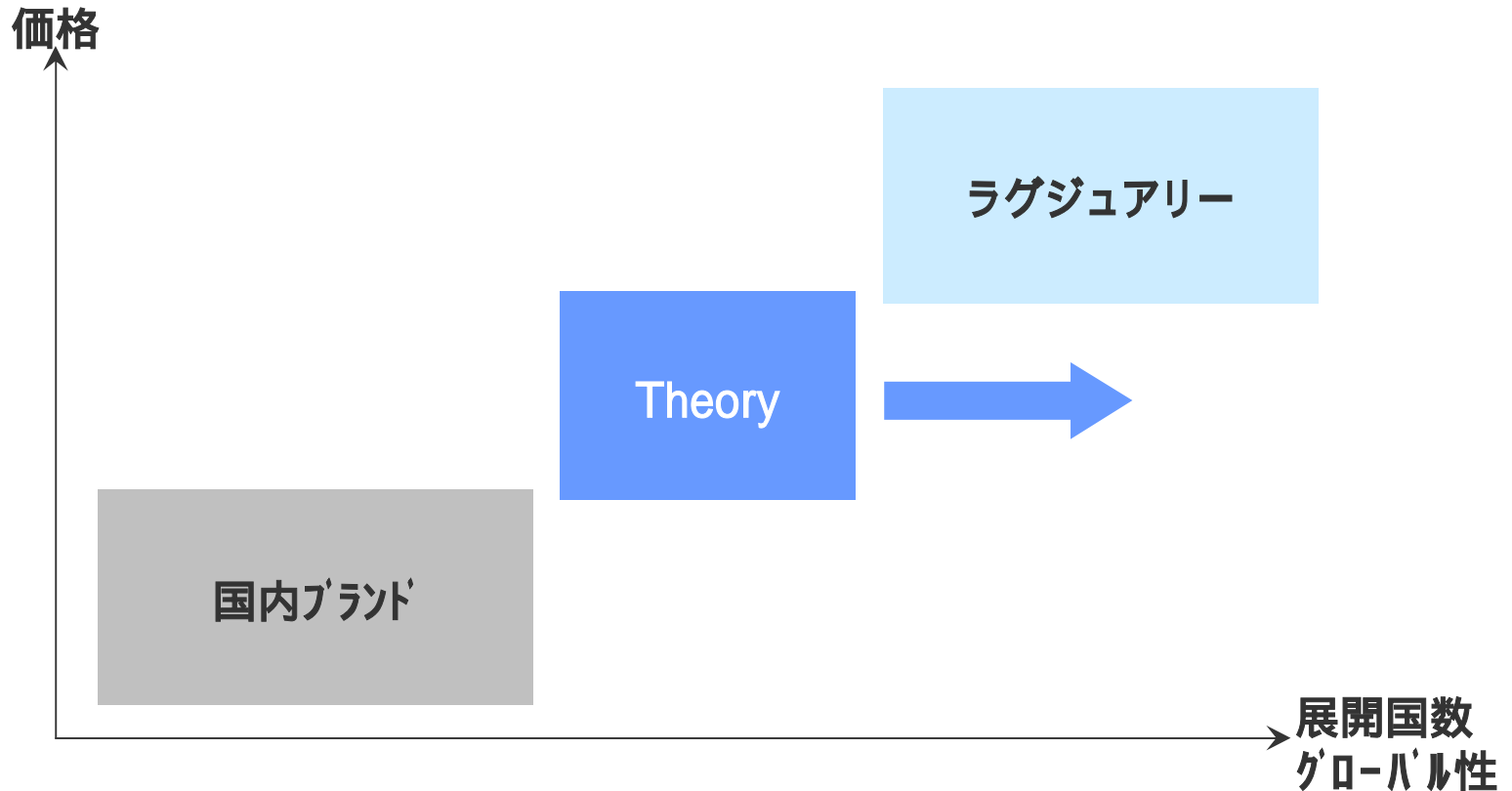
Christian Dior CHANEL Gucci Donna Karan  
Marc Jacobs Issey Miyake Yohji Yamamoto Comme des garçons

コンテンポラリー  
Contemporary

theory Marc by Marc Jacobs Kors Juicy Couture

# theoryのポジション

将来はラグジュアリー並みのグローバル展開を図る



# Contemporary (コンテンポラリー) とは

- 直訳: 「現代的」、「現代人のための」
- 自分の個性を大事にする現代人が「自分らしさ」を表現できる服

	特徴	価格	顧客層
ラグジュアリー	デザイナーの個性が強く表現されている服	高い	ラグジュアリーに対する熱烈なファン
コンテンポラリー	「自分らしさ」を表現できる服	背伸びすれば届く	常に現代的意識を持っている人

# theoryの魅力

	お客様が求めるもの	theoryが実現した価値
デザイン 素材	細身でセクシーな シルエット	ストレッチ素材を使用した 着心地のよさ
イメージ スタイル	着る人の好みでコーディネート でき、自己表現ができる	シンプル＆ベーシック 都会的でトレンドイ
価格	ラグジュアリーの 高級感	少し背伸びをすれば 手が届く価格で提供



「着る人が主役」を具現化したブランド  
高くても買わずにはいられないブランド

# 主要ブランド紹介

t h e o r y

(セオリーレディス)



# 主要ブランド紹介

t h e o r y l u x e

(セオリーリュクス)



# theory luxe (リュクス) で顧客層を拡大

	theory レディース	theory luxe
直営店舗数 (2004年12月末)	45	5
開始シーズン	1998秋冬	2004秋冬
客単価 (円)	40,425	46,148

(注) 客単価は2004年9～12月の平均

# 主要ブランド紹介

t h e o r y

(セオリーメンズ)

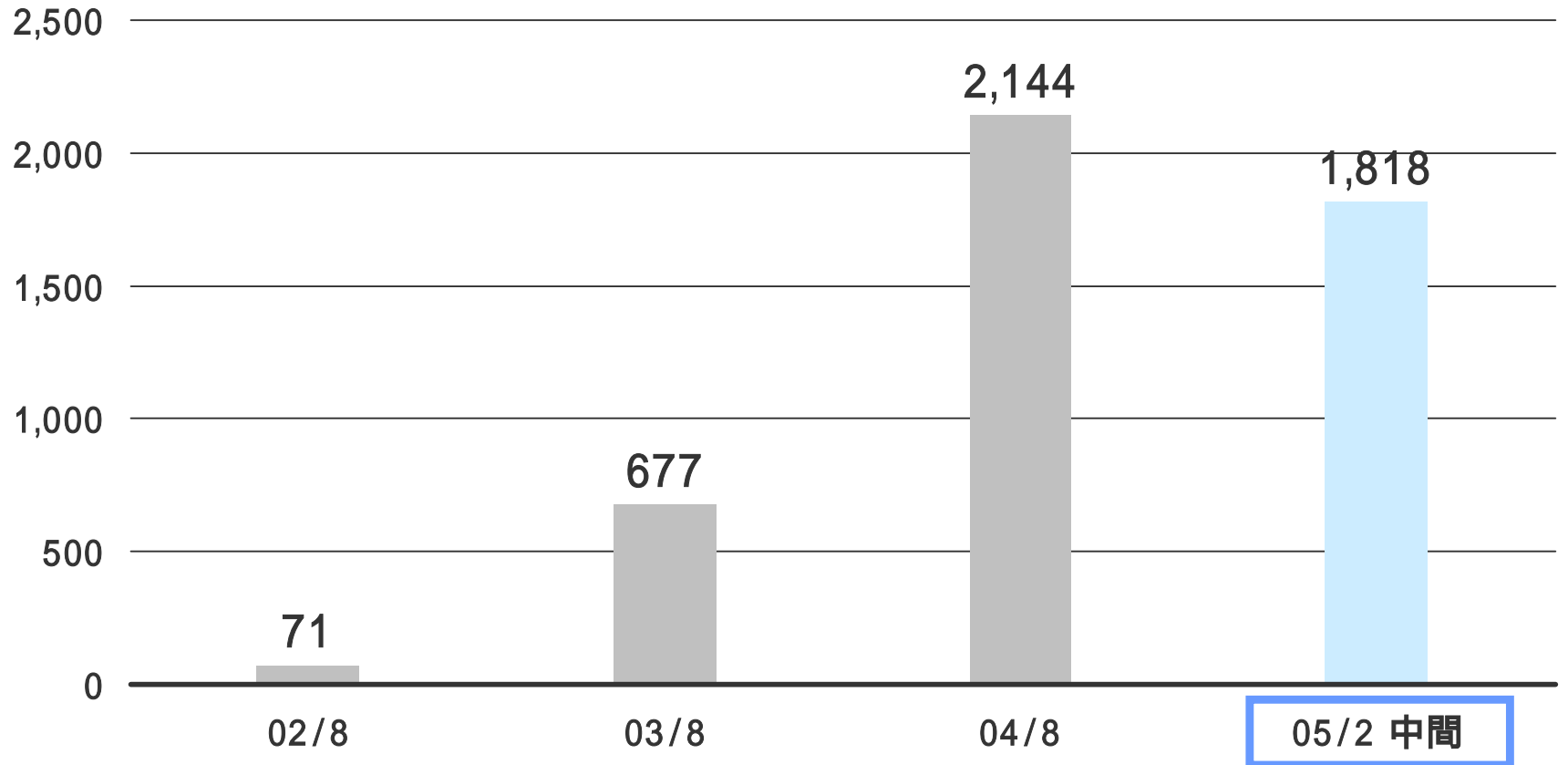


\* BRUTUS提供

# theoryメンズの躍進

売上高

(百万円)



# 主要ブランド紹介

t h e o r y  
petit

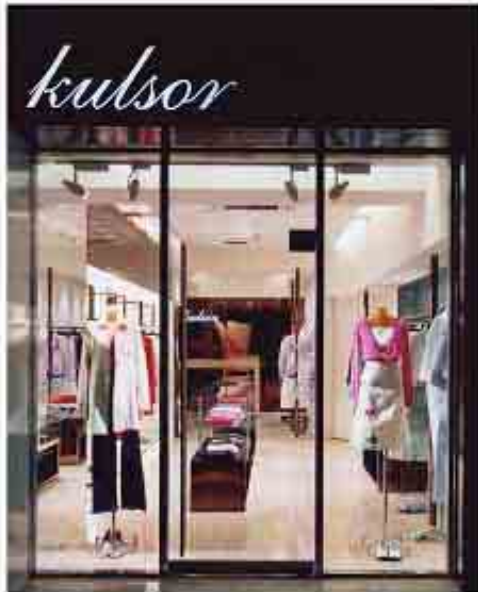
(セオリープチ)



# 主要ブランド紹介

*kulson*

(カルソン)



P L S + T

(プラステ)



# LTH

LINK THEORY HOLDINGS CO.,LTD.

---

経営ビジョン

theoryについて

**企業概要**

将来戦略

# 会社概要

- 設立 1998年12月
- 本社所在地 東京都港区南青山7-3-6
- 事業内容 「theory」ブランドを中核とする  
婦人服、紳士服、服飾品の企画・販売
- 連結売上高 250億8,345万円(2004年8月期)
- 連結経常利益 22億6,204万円(2004年8月期)
- 資本金 25億4,242万円(2004年8月末)
- グループ会社 子会社27社(2005年3月末)
- 従業員数 正社員790名 / 臨時雇用者214名(平均)

# 沿革

- 1998/12 リンク・インターナショナル(現 リンク・セオリー・ホールディングス)設立
- 1999/05 「theory」(レディース)の販売開始
- 2001/08 「theory」(メンズ)の販売開始
- 2002/05 香港の「theory」ショップ2店舗を営業譲受
- 2002/08 セレクトショップ「PLS+T」1号店を開設
- 2003/03 「kulson」の販売開始  
「Joie」の販売開始
- 2003/09 米国セオリー社グループを(株)ファーストリテイリングと共同で買収
- 2003/12 商号をリンク・ホールディングスに変更、会社分割を実施
- 2004/01 第三者割当増資をファーストリテイリンググループが引受  
米国セオリー社グループの株式を追加取得(出資比率88.9%)
- 2004/08 「theory luxe」の販売開始
- 2004/09 韓国ソウルに「theory」ショップ開店  
中国上海に「theory」ショップ開店  
中華民国台北に「theory」ショップ開店
- 2005/02 商号をリンク・セオリー・ホールディングスに変更

# マネジメント

- 取締役会長(非常勤) 柳井 正
- 代表取締役社長 兼 CEO 佐々木 力
- 取締役(リンク・インターナショナル社長 兼 COO) 畑 誠
- 取締役 グループCFO 大西 秀亜
- 取締役(非常勤) 玉塚 元一
- 取締役(非常勤) 大笈 直樹
- Theory Holdings Inc. 社長 兼 COO Andrew Rosen

# 地域別売上高構成比

## ブランド別売上高構成比 (%)

	日本	米国	欧州	アジア
theory レディス	44.8	35.7	0.8	0.7
theory メンズ	5.5	3.0	0.0	0.0
Kulson	2.7	1.1	0.0	0.0
その他	5.7	0.0	0.0	0.0
合計	58.7	39.8	0.8	0.7

(2004年8月期)

## 形態別売上高構成比 (%)

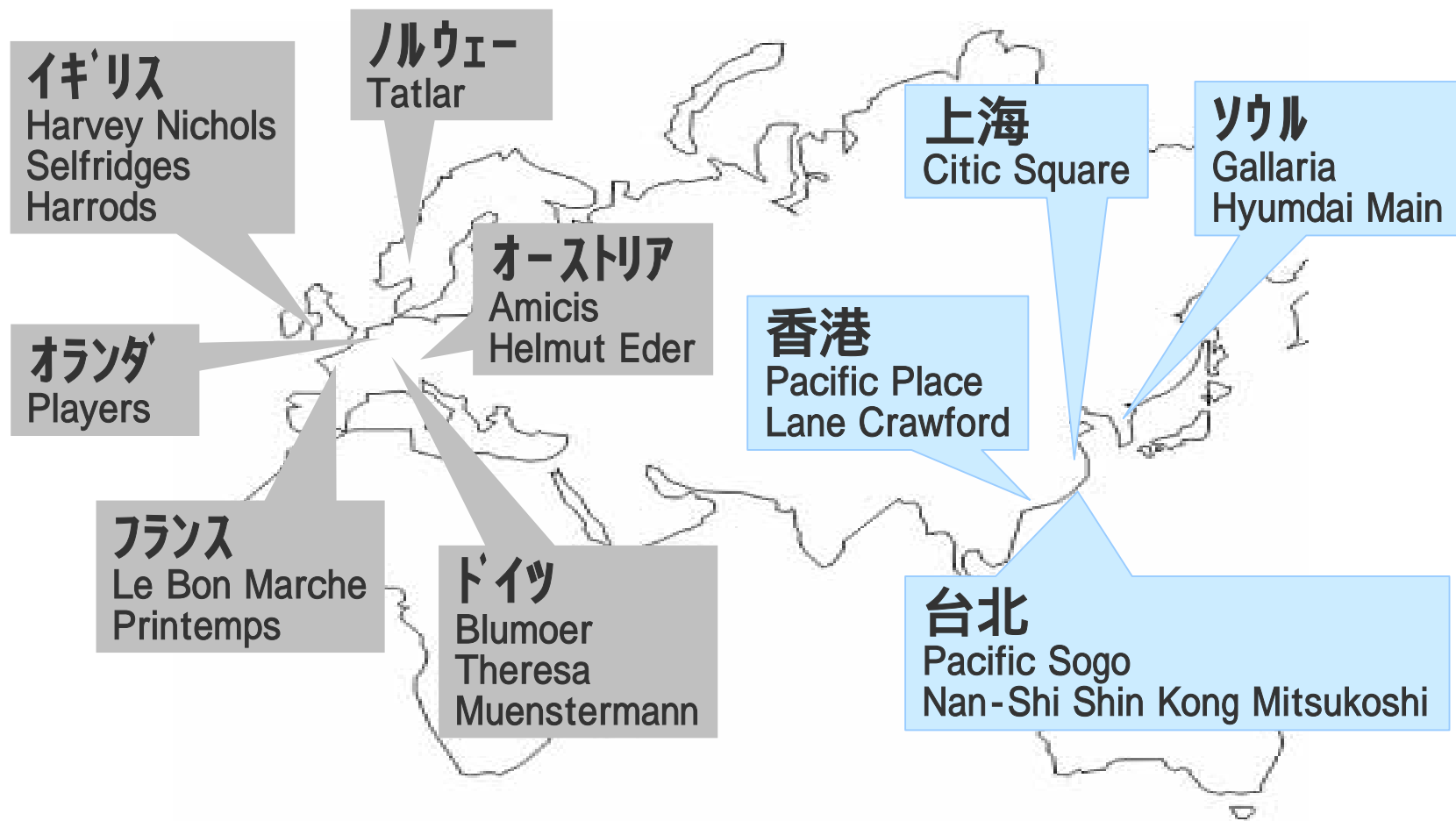
	日本	米国	欧州	アジア
小売	47.2	7.1	0.0	0.7
卸売	10.5	32.7	0.8	0.0
その他	1.0	0.0	0.0	0.0
合計	58.7	39.8	0.8	0.7

(2004年8月期)

\* 2004/8期の米国、欧州は10か月分の連結

\* 米国のKulson事業は2004年12月に休止

# 欧州・アジアにおいても積極的に展開

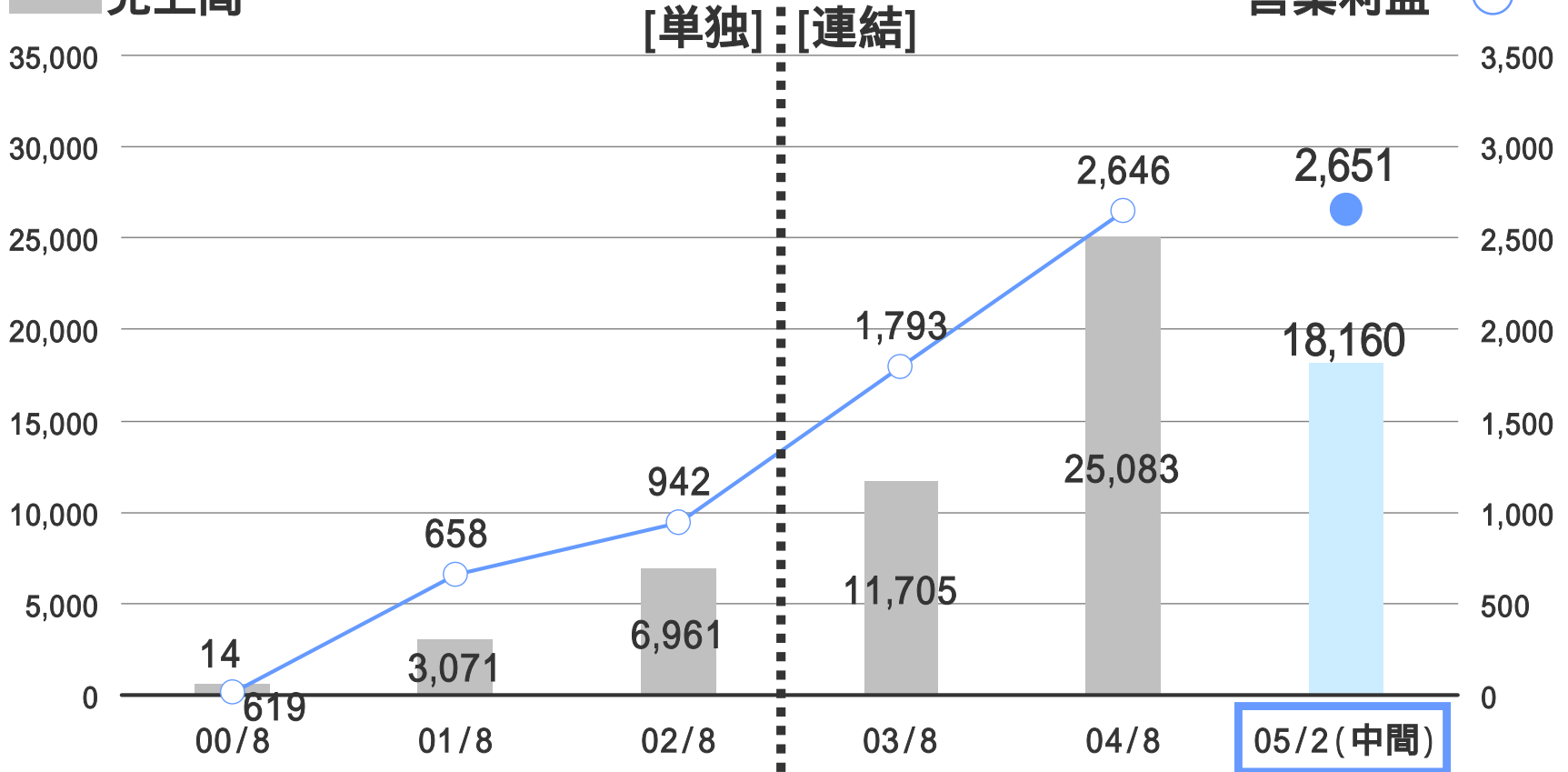


# 売上高・営業利益の推移

(百万円)

■ 売上高

○ 営業利益

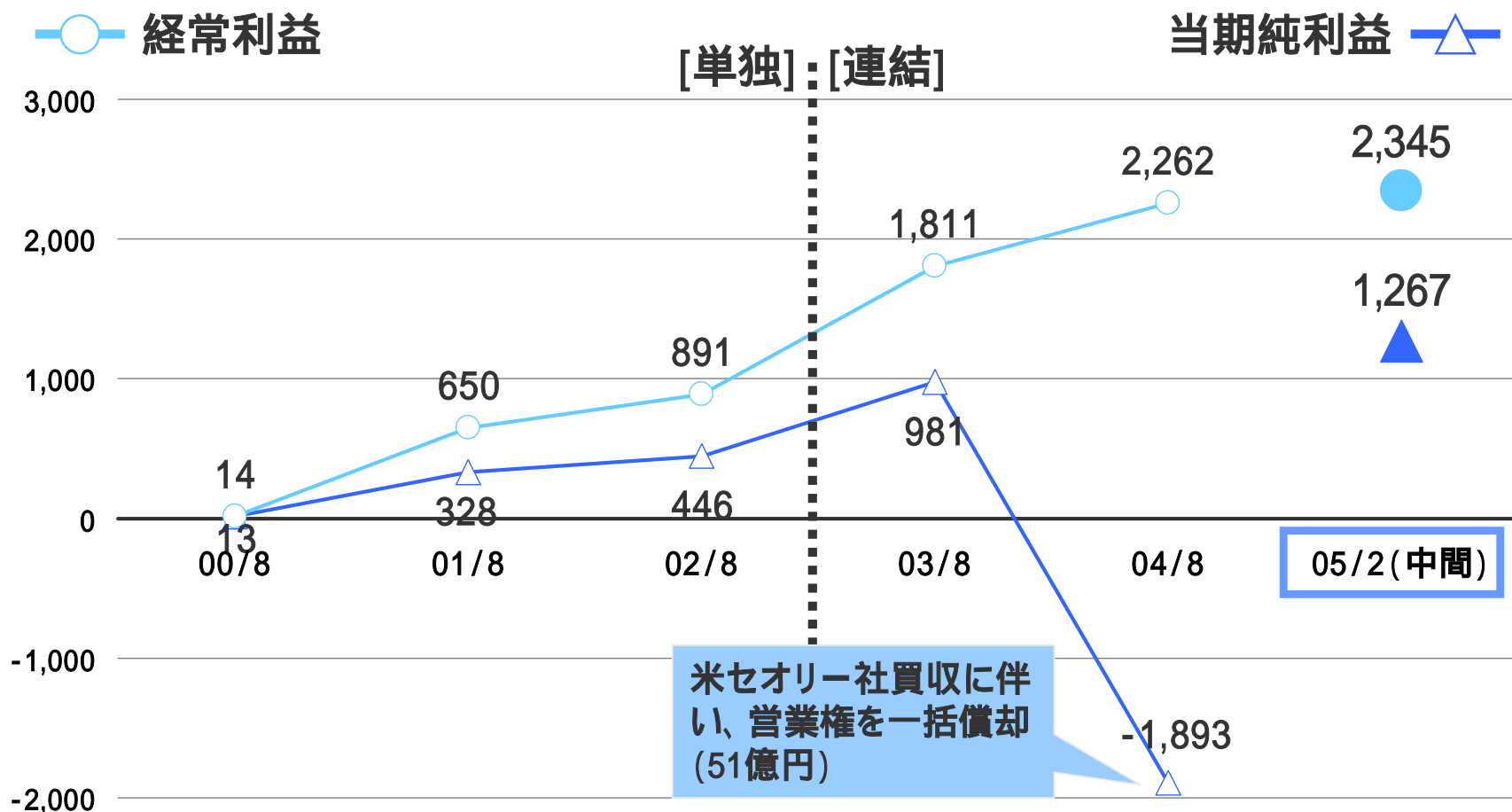


\* 2004/8期より米国セオリー社を連結対象にしております

# 経常利益・当期純利益の推移

～ 中間期において通期の過去最高益を更新～

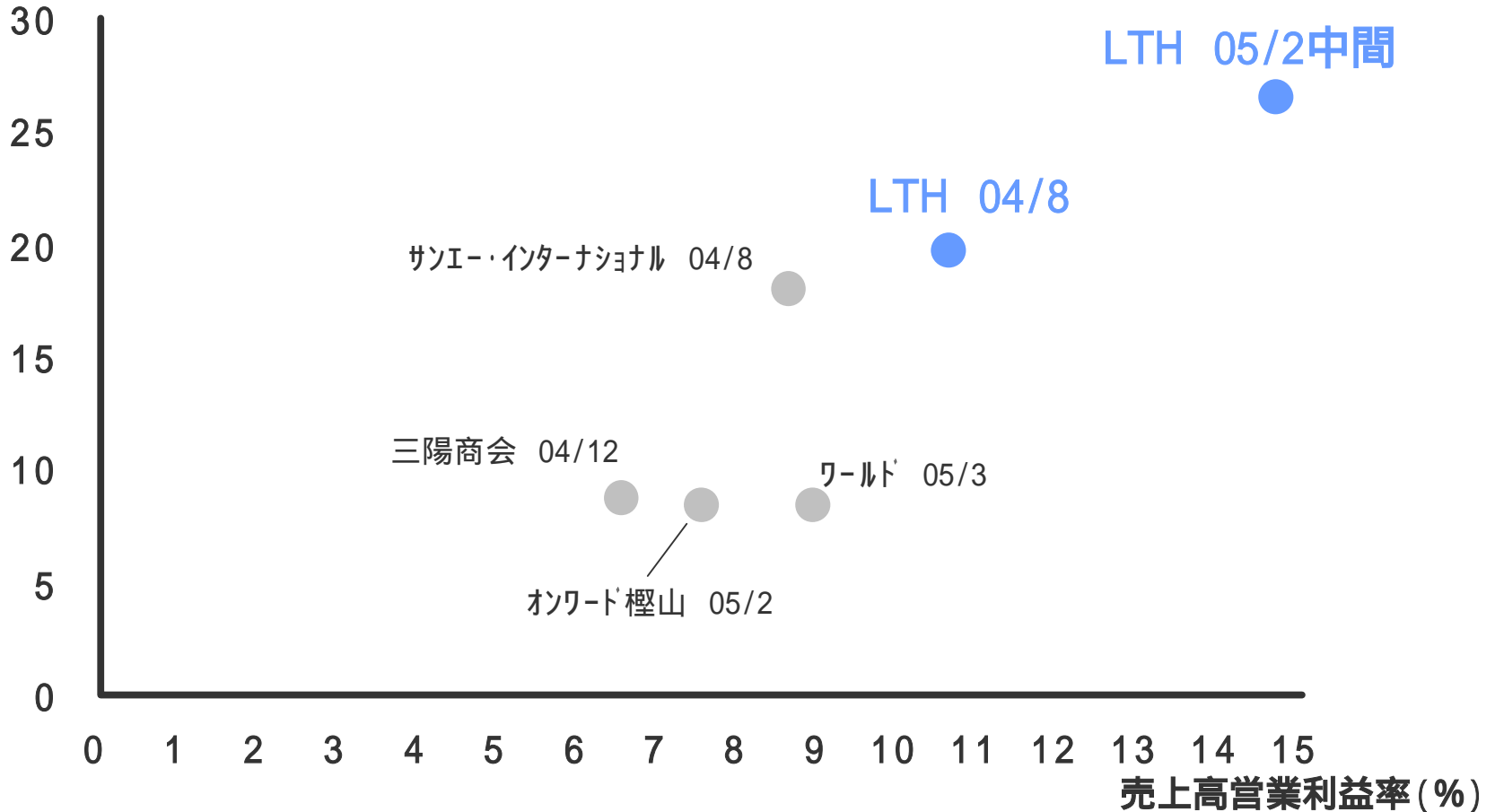
(百万円)



\* 2004/8期より米国セオリー社を連結対象にしております

# ブランド価値向上により 高い収益性を実現

総資産経常利益率(%)



# 高いブランドロイヤリティーの具体例

**Report!**  
30代の「服への本音・肌への本音」を徹底的に聞きました!

## 働く女性1万人のおしゃれのホンネ、大公開!

「働く女性1万人のおしゃれのホンネ」を徹底的に聞きました! 30代の「服への本音・肌への本音」を徹底的に聞きました!

「ファッション編」  
アイテム別好きブランド、着けたいトレンド、憧れ美人、さまざまな悩み... 30代キャリアのすべてがわかります!

「デニム編」  
私たちのワードローブを変えたNo.1アイテムはコレ! 30代キャリア12人の最愛デニム・最新スタイルルポ

「ビューティ編」  
肌荒れはなぜ? 美容師は? 肌やメイクの悩みは? 30代のキレイの真実、No.1報告

**Domani**

Sense up!  
「大人カジュアル」センスアップ! 菊池京子流「真冬の配色マジック」教えます!

JAL「社員の1か月コーディネート」  
JAL社員が選んだモノ・着せ方

春香が着る! シャネルのDomaniモデル5人、全部Myスタイル

神田うの

**Report!**  
「万人アンケート」結果発表! 30代の「服への本音・肌への本音」を徹底的に聞きました!

## 働く女性1万人のおしゃれのホンネ、大公開!

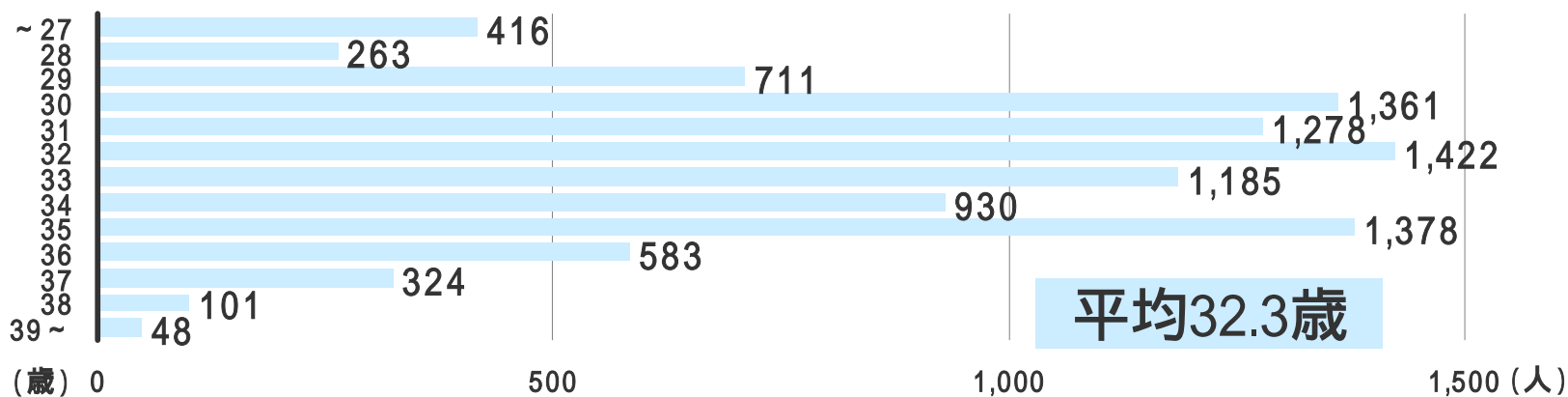
「ファッション編」私たちのリアルクローズ解体新書  
ビューティ編 30代のキレイの真実、No.1報告  
デニム編 万人の「最愛デニム」最新スタイルルポ

モードな春小物、先取り!  
ファッション誌の定番のアイテムが5人の実演モデルが作ります。新Domaniメイツが「美しくなります。実演宣言!」  
春香が行く、直島「ひとり旅」  
名シェフ直伝の料理教室!  
「乳がん」の名医インタビュー

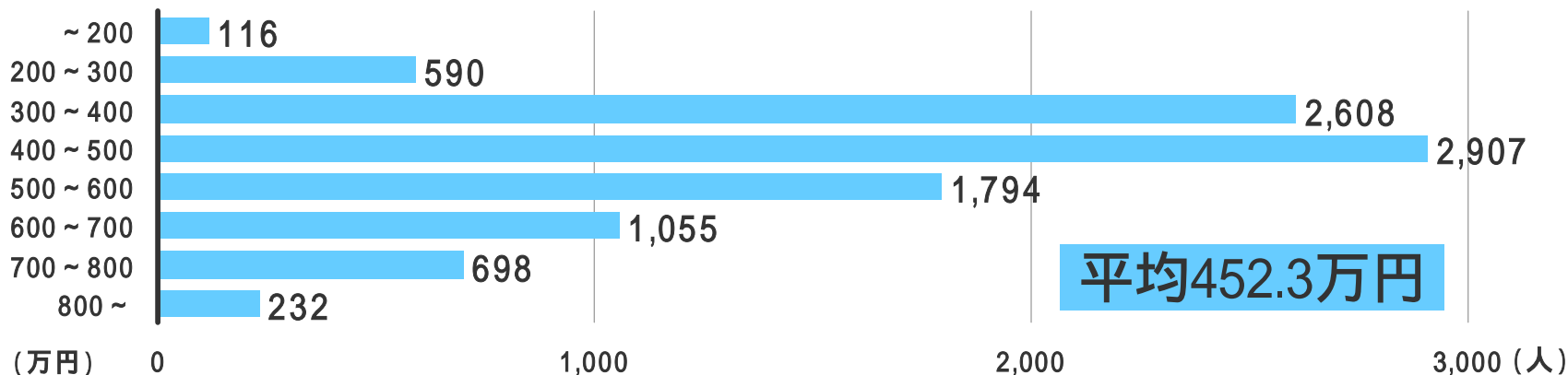
本ページは、Domani編集部によるアンケート掲載の条件に従い、掲載したものです。当該アンケートは、Domani編集部が独自に行ったものであり、掲載されている商品は、当社の商品とは限りません。

# アンケート回答者の平均層は、 20代後半～30代のキャリア女性

## 年齢別



## 年収別



(出所: Domani2月号「働く女性1万人のおしゃれのホンネ大公開！」)



「このアイテムならこのブランド」  
Domani読者のお墨つきです!

# 30代キャリアのアイテム別「よく着る」ブランドランキング

各自投票で着る服だから、見た目の美しさも着心地のよさも限れない! そんな目的の抱えたDomani読者に聞いた「着慣れブランド」を、アイテム別にご紹介します。

 <p>スカート</p>	 <p>パンツ</p>	 <p>Tシャツ カットソー</p>	 <p>ニット</p>	 <p>シャツ</p>	 <p>ジャケット</p>	 <p>スーツ</p>	 <p>コート</p>
<p><b>1位 MATERIA</b></p> <p>アンケートで特約した「今や定番アイテム」の陣営。機能性、シルエットを支持する声が多く出たが、「動きやすさ」も高く、アンケートでも人気の定番アイテムが揃った。</p> <p>「私は1日仕事でもそんなに疲れないようにしたいです。機能性、シルエットは、ほどよく、スキニスはよく着る。通勤の時の定番アイテムです。」「アウターは、季節によって着替えるので、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>1位 theory</b></p> <p>定番アイテムといえば「theory」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「theory」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>1位 スリードット</b></p> <p>ハイテクで快適な着心地、デザインされたシルエットが、着心地、シルエットが気に入っている。」「スリードット」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>1位 NATURAL BEAUTY</b></p> <p>シンプルで上品なデザイン、シルエットが気に入っている。」「NATURAL BEAUTY」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>1位 theory</b></p> <p>定番アイテムといえば「theory」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「theory」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>1位 theory</b></p> <p>定番アイテムといえば「theory」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「theory」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>1位 theory</b></p> <p>定番アイテムといえば「theory」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「theory」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>1位 パーソナリー</b></p> <p>定番アイテムといえば「パーソナリー」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「パーソナリー」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>
<p><b>2位 BODY DRESSING Deluxe</b></p> <p>定番アイテムといえば「BODY DRESSING Deluxe」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「BODY DRESSING Deluxe」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>2位 BOSCH</b></p> <p>定番アイテムといえば「BOSCH」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「BOSCH」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>2位 theory</b></p> <p>定番アイテムといえば「theory」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「theory」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>2位 theory</b></p> <p>定番アイテムといえば「theory」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「theory」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>2位 ナラ ガーチェ</b></p> <p>定番アイテムといえば「ナラ ガーチェ」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「ナラ ガーチェ」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>2位 ICB</b></p> <p>定番アイテムといえば「ICB」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「ICB」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>2位 ICB</b></p> <p>定番アイテムといえば「ICB」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「ICB」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>2位 マックスマウラ</b></p> <p>定番アイテムといえば「マックスマウラ」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「マックスマウラ」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>
<p><b>3位 エポカ</b></p> <p>定番アイテムといえば「エポカ」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「エポカ」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>3位 ジョゼフ</b></p> <p>定番アイテムといえば「ジョゼフ」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「ジョゼフ」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>3位 GAP</b></p> <p>定番アイテムといえば「GAP」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「GAP」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>3位 無印良品</b></p> <p>定番アイテムといえば「無印良品」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「無印良品」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>3位 ラルフ ローレン</b></p> <p>定番アイテムといえば「ラルフ ローレン」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「ラルフ ローレン」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>3位 エポカ</b></p> <p>定番アイテムといえば「エポカ」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「エポカ」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>3位 ANAYI</b></p> <p>定番アイテムといえば「ANAYI」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「ANAYI」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>	<p><b>3位 アンタイル</b></p> <p>定番アイテムといえば「アンタイル」が伝説は今もなお「知れ度」が高い。「ヒューマン」の採用、シルエットが気に入っている。」「アンタイル」の定番アイテムは、機能性、シルエットがよいものがいいです。」</p> <p>高橋美穂子さん 【所属業種・職種】 会社員</p>

本ページは、Domani編集部によるアンケート掲載の条件に従い、掲載したものです。当該アンケートは、Domani編集部が独自に行ったものであり、掲載されている商品は、当社の商品とは限りません。

# LTH

LINK THEORY HOLDINGS CO.,LTD.

---

経営ビジョン

theoryについて

企業概要

**将来戦略**

# リンク・セオリー・ホールディングス の強み

- 日米 Contemporary 市場の先駆者として成長したブランドtheoryを持つ
- 強固なグローバルビジネスインフラを有する
- 優れたブランドマネジメント
- 日本のライセンシーが、米国のライセンサーを買収

# theory世界展開のため持株会社化

リンク・セオリー・ホールディングス <持株会社>  
グループ全体の方針策定・財務管理

リンク・インターナショナル  
(日本・アジア統轄)  
社長兼 COO 畑 誠

日本での販売展開

Theory Holdings  
(米国・欧州統轄)  
社長兼 COO Andrew Rosen

デザイン・商品企画・ブランド発信  
米国での販売展開

# 将来戦略

日米既存マーケットにおける継続的な成長

欧州におけるtheoryのプレゼンス確立と  
グローバルブランドとしての定着

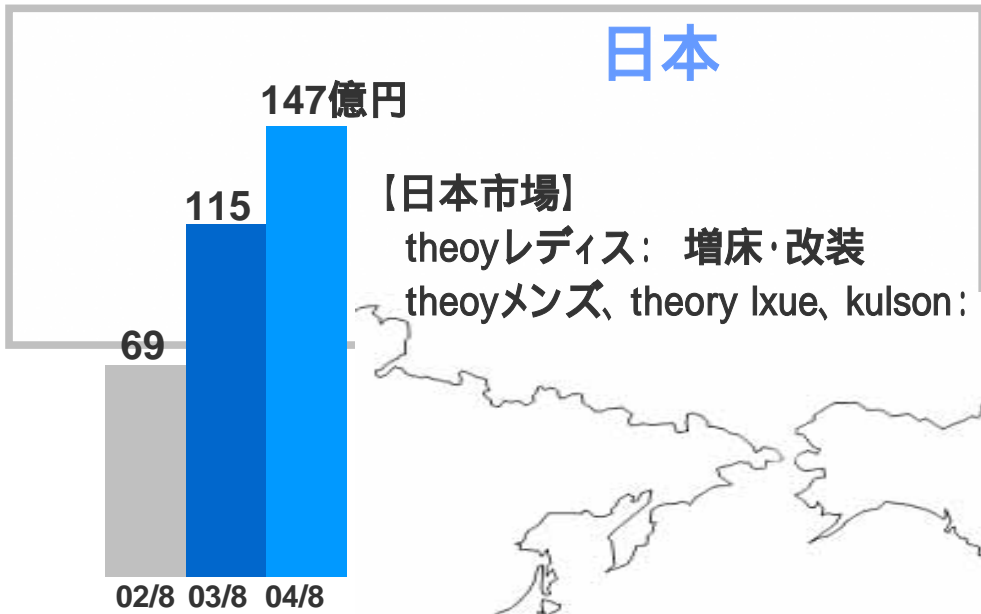
カテゴリーの拡大とライセンス供与

利益率の維持・向上

シナジー効果が期待できるコンテナポラリー  
ブランドのM&Aによる成長

# 日米既存マーケットにおける継続的な成長

## 日本

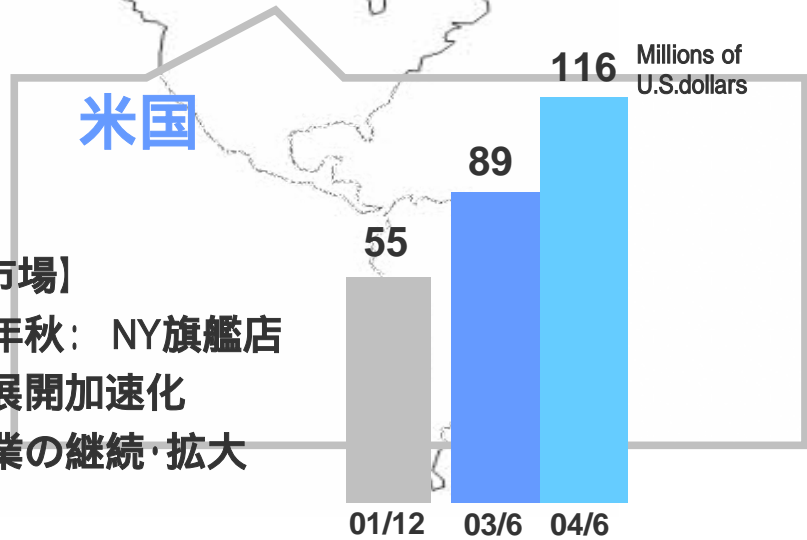


【日本市場】

theoryレディス: 増床・改装

theoryメンズ、theory lxue、kulson: 出店継続・拡大

## 米国



【米国市場】

2006年秋: NY旗艦店

直営展開加速化

卸事業の継続・拡大

# 欧州でのtheoryのプレゼンス確立とグローバルブランドとしての定着 カテゴリーの拡大とライセンス供与

欧州におけるパートナーの獲得  
theoryの日米欧三極体制を早期に構築する



New York 旗艦店オープン  
(2006年秋、Meat Packing District, NY)

カテゴリーの拡大  
(バッグ・靴を中心とする服飾雑貨)

theoryの統一イメージ 日米欧の三極同時発信



グローバルブランドとしての定着



ライセンスングの開始

# 利益率の維持・向上

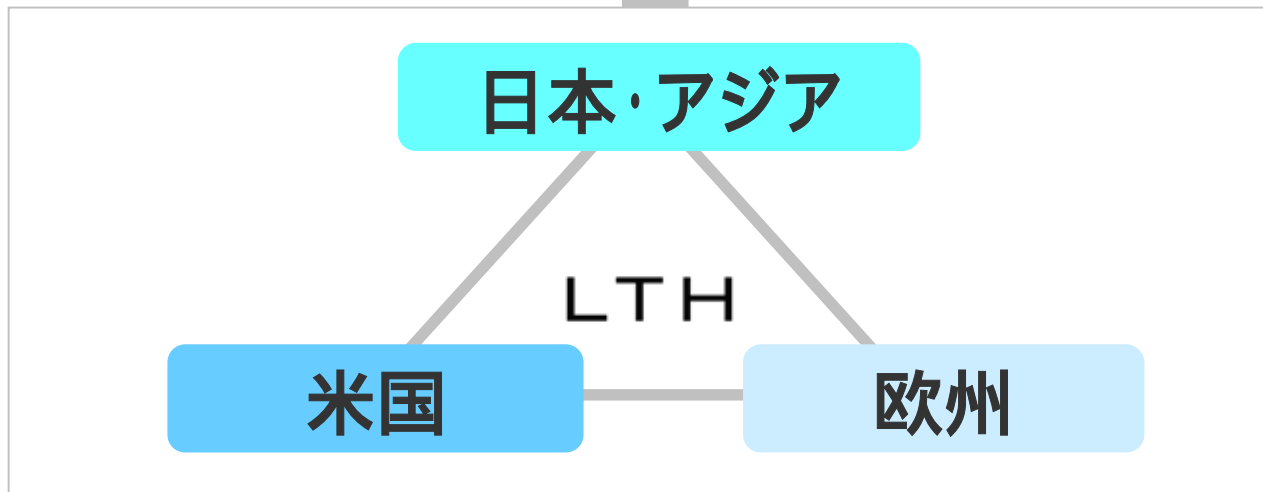
- theoryブランドの価値向上

- 新規マーケット・新カテゴリーへの進出においても収益性に固執

- 日・米・欧三極の合同バイイングによるコストダウン

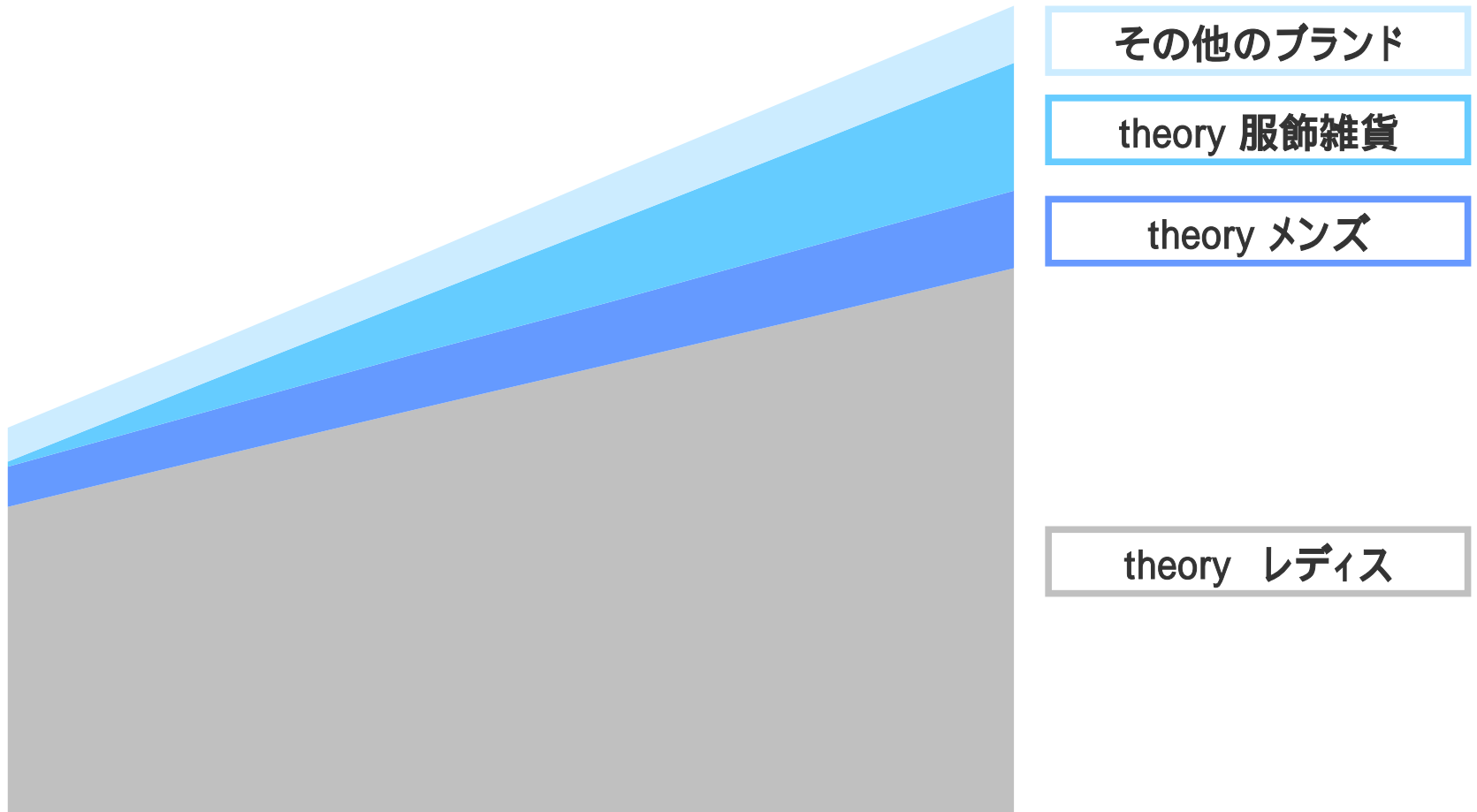
# シナジー効果が期待できるコンテナポラリ ブランドのM&Aによる成長

theory以外の新ブランドの開発・獲得

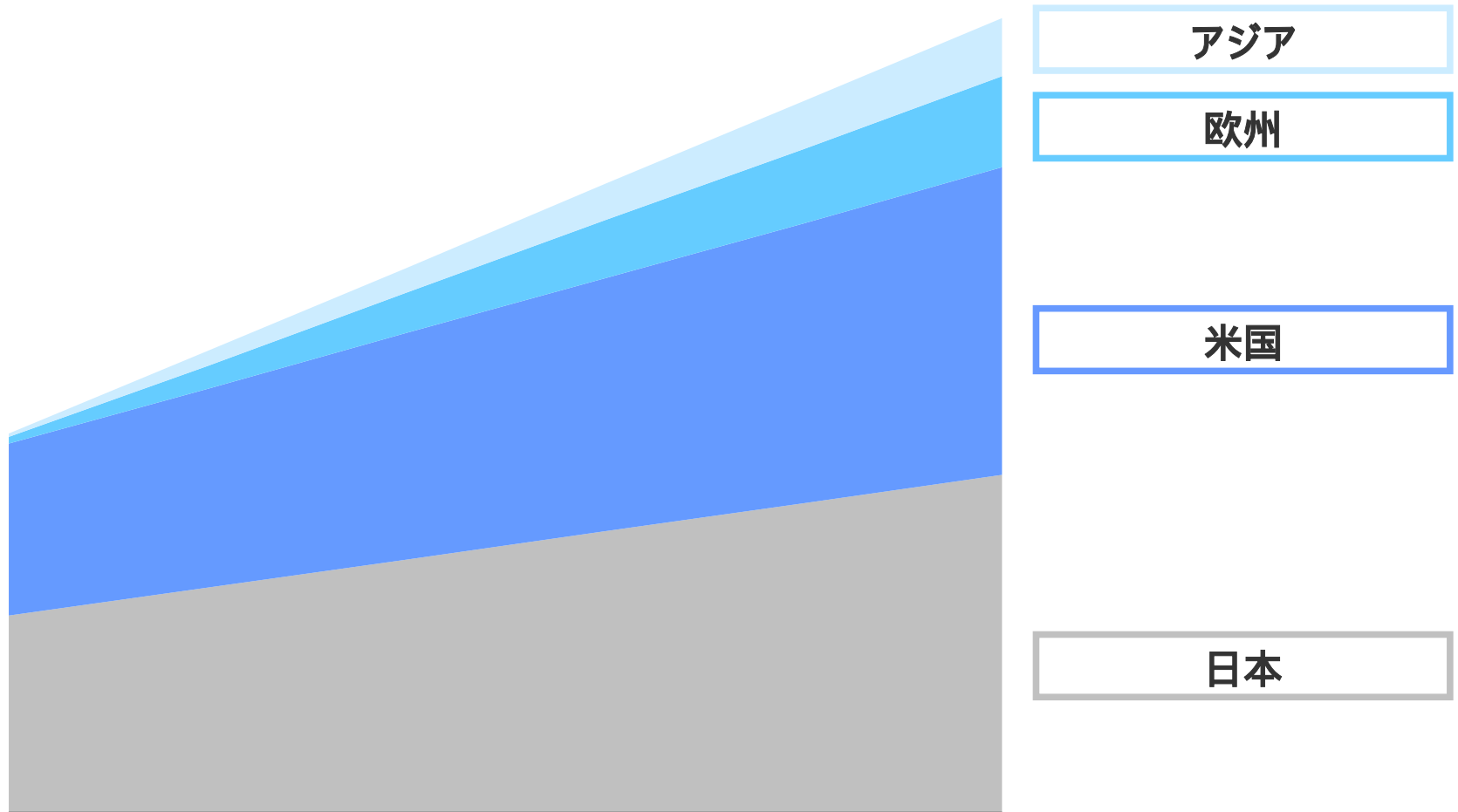


早期にグローバルブランドに育成

# ブランド別売上高構成比のイメージ



# 地域別売上高構成比のイメージ



# 会社説明資料

2005.6

## LTH

株式会社リンク・セオリー・ホールディングス