



平成 28 年 7 月 11 日

各 位

本 社 所 在 地 東京都品川区西五反田 7 丁目 22 番 17 号
上 場 会 社 名 株式会社パスポート
代 表 者 名 代表取締役社長 水 野 純
コ ー ド 番 号 7577 東京証券取引所 JASDAQ
問 合 せ 先 常務取締役管理本部長
兼総合企画部長 久保田 勝美
電 話 番 号 03-3494-4497
U R L <http://www.passport.co.jp/>

本 社 所 在 地 東京都新宿区北新宿二丁目 21 番 1 号
上 場 会 社 名 RIZAP グループ株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 瀬 戸 健
コ ー ド 番 号 2928 札幌証券取引所アンビシャス
問 合 せ 先 取 締 役 香 西 哲 雄
電 話 番 号 03-5337-1337
U R L <https://www.rizapgroup.com/>

「RIZAP グループ株式会社との戦略的事業資本提携」 作成に関するお知らせ

株式会社パスポート及び RIZAP グループ株式会社(旧社名健康コーポレーション株式会社)は共同で、「RIZAP グループ株式会社との戦略的事業資本提携」を作成しましたので、以下のとおりお知らせいたします。

記

1. 「RIZAP グループ株式会社との戦略的事業資本提携」策定の背景

株式会社パスポートは、平成 28 年 4 月 18 日付「健康コーポレーション株式会社との資本業務提携、第三者割当による新株式の発行、主要株主、主要株主である筆頭株主及び親会社の異動に関するお知らせ」のとおり、平成 28 年 5 月 26 日開催の定時株主総会で、RIZAP グループ株式会社(旧社名健康コーポレーション株式会社)との間の資本業務提携契約の締結が決議承認され、RIZAP グループ株式会社に対する第三者割当による新株発行増資によって、今後の成長戦略に向けた資金調達を実施すると共に、RIZAP グループ株式会社の連結子会社となっております。

こうした背景のもとで、RIZAP グループ株式会社と協議し、業績回復に向けた課題分析と対策を実行するプランを作成し、迅速に課題解決に取り組むべく「RIZAP グループとの戦略的事業資本提携」を策定いたしました。

2. 「RIZAP グループ株式会社との戦略的事業資本提携」の概要

- RIZAP グループ株式会社との戦略的事業資本提携
- 「結果にコミットする」 “Passport”が変わります！
- 再成長へのロードマップ
 - 再成長へのロードマップ フェーズ1
 - ◇ 不採算店舗の精査
 - ◇ 滞留在庫商品の処分
 - ◇ 事業推進体制の強化
 - ◇ コスト削減施策の計画、推進
 - 再成長へのロードマップ フェーズ2
 - ◇ “Passport”ブランドの再定義
 - ◇ 既存店舗のリニューアル
 - ◇ 新商品の企画、開発
 - ◇ プロモーションの強化
 - ◇ 新規出店の強化

以 上

株式会社パスポート

RIZAPグループ株式会社との 戦略的事業資本提携について

2016年7月11日

目次

RIZAPグループ株式会社との 戦略的事業資本提携	P2
「結果にコミットする」“Passport”が変わります！	P3
再成長へのロードマップ	P5
再成長へのロードマップ フェーズ1	P6
① 不採算店舗の精査	P7
② 滞留在庫商品の処分	P8
③ 事業推進体制の強化	P9
④ コスト削減施策の計画、推進	P10
再成長へのロードマップ フェーズ2	P11
① “Passport”ブランドの再定義	P12
② 既存店舗のリニューアル	P18
③ 新商品の企画、開発	P19
④ プロモーションの強化	P21
⑤ 新規出店の強化	P23
まとめ	P24

RIZAPグループ株式会社との 戦略的事業資本提携



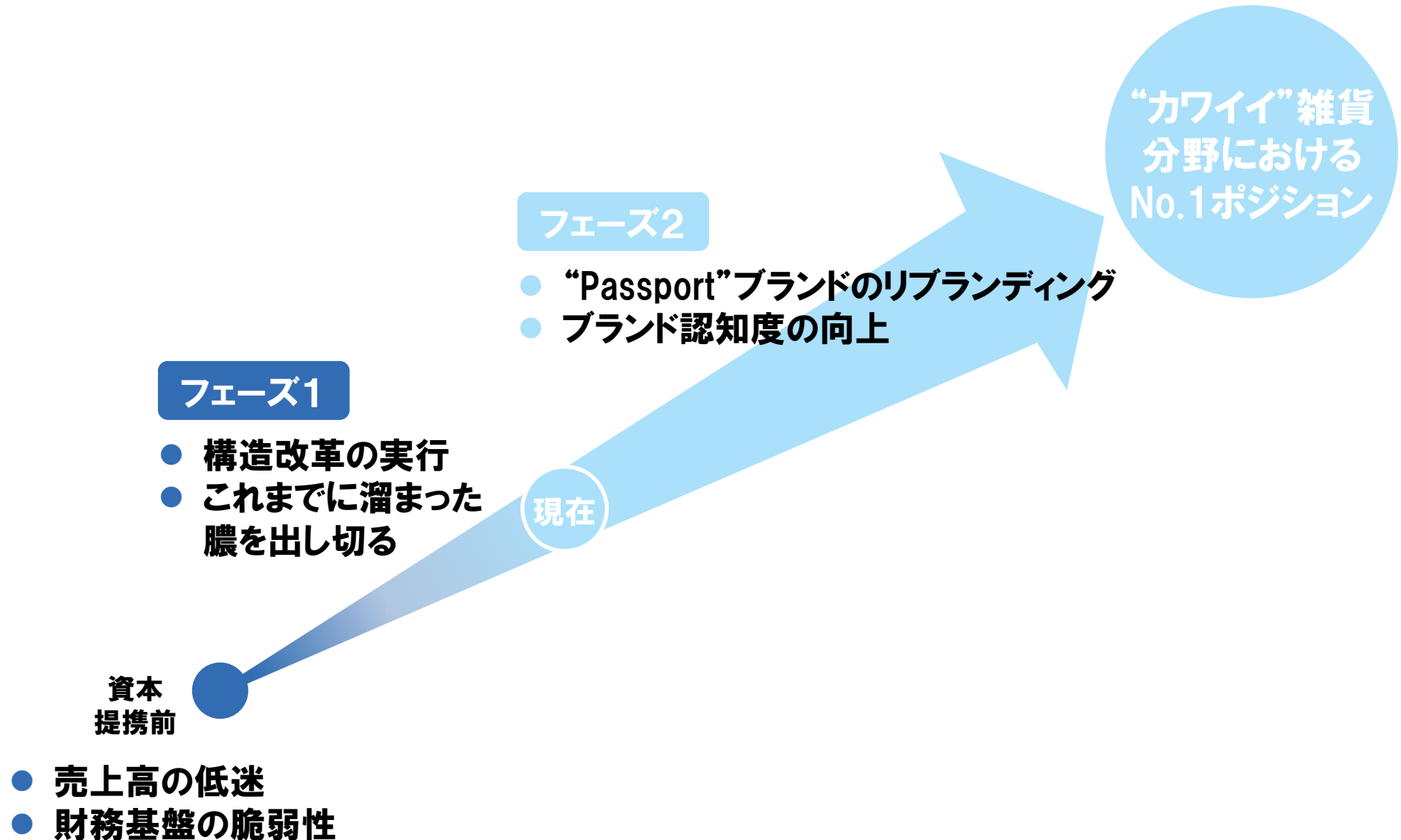
- RIZAPグループ株式会社のマーケティング力やプロモーション力を活用した、売上向上施策の検討や、ブランドイメージの刷新
- グループ内の雑貨、アパレルブランドの商品デザイン力などを活用した、商品力の強化
- 商品製造や店舗開発などの情報を共有し、コストメリットを発揮

「結果にコミットする」 “Passport”が変わります！

- **構造改革を実行し、これまでに溜まった
膿を出し切る**
- **“Passport”ブランドを「リブランディング」し、
ブランド認知度の向上を図る**
- **RIZAPグループとのシナジーを最大化する**

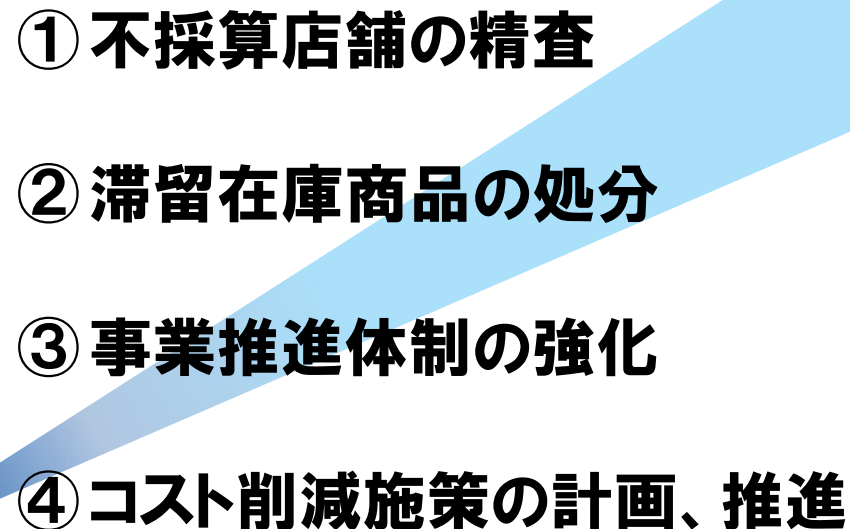
“Passport” 再成長へのロードマップ

再成長へのロードマップ



再成長へのロードマップ フェーズ1

構造改革

- 
- ① 不採算店舗の精査
 - ② 滞留在庫商品の処分
 - ③ 事業推進体制の強化
 - ④ コスト削減施策の計画、推進

① 不採算店舗の精査

● 売上計画の精査

全直営店の売上計画を精査し、
計画通りの売上に届かない店舗
の洗い出し

● 店舗家賃の低減交渉

売上高に対し、家賃比率の高い
店舗を洗い出し、家賃低減に向
けた交渉を開始

● 人員配置の見直し

売上高に対し、人件費比率の高
い店舗を洗い出し、適切な人員
体制に変更

店舗家賃や人件費の
見直しを図っても、採算
の見込めない店舗に
ついては、今期中に
退店を進め、赤字要因
を無くす

退店に係るコストは
2017年2月期
第1四半期の決算
で計上済み

② 滞留在庫商品の処分

物流センターに
滞留していた
在庫を再評価

期待されるメリット

- 物流センターの保管スペース**費用の削減**
- セール品として販売する事で、**売上増**に寄与
- 在庫の資金化による**キャッシュフロー向上**への貢献

③ 事業推進体制の強化

店舗運営部門

全国の店舗を、22ブロック、5ゾーンに再編し、それぞれのゾーンにゾーンマネージャーを設置

本部と店舗が、より密度の濃いコミュニケーションを取れる体制へと変更し、**本社の意向を末端まで浸透**させていく

マーケティング部門

マーケティング部門を独立部門として設置し、**“Passport”ブランドのリブランディング**を推進

リブランディングされた新たなブランドコンセプトに則った販売促進計画やプロモーション企画を推進していく

商品開発部門

人員体制の強化、及びRIZAPグループ企業との連携を活かし、**新しい“Passport”商品**を計画

お客様が求めている**“Passport”らしい商品**を企画、開発していく

④ コスト削減施策の計画、推進

システムコスト の見直し

- 基幹システムのリニューアルを進め、年間の利用料、保守コストの低減を図る

2017年4月に、新システムへ移行する計画を進めていく


物流コスト の見直し

- 物流事業者と配送料低減について協議する
- 在庫量を調整し、倉庫面積を縮小すると共に、利用料の低減を進める
- 物流に係る人件費の低減を進める

現在の物流事業者との協議と併せ、他の物流事業者とも議論していく。
2017年4月には、新しい形で進めていく

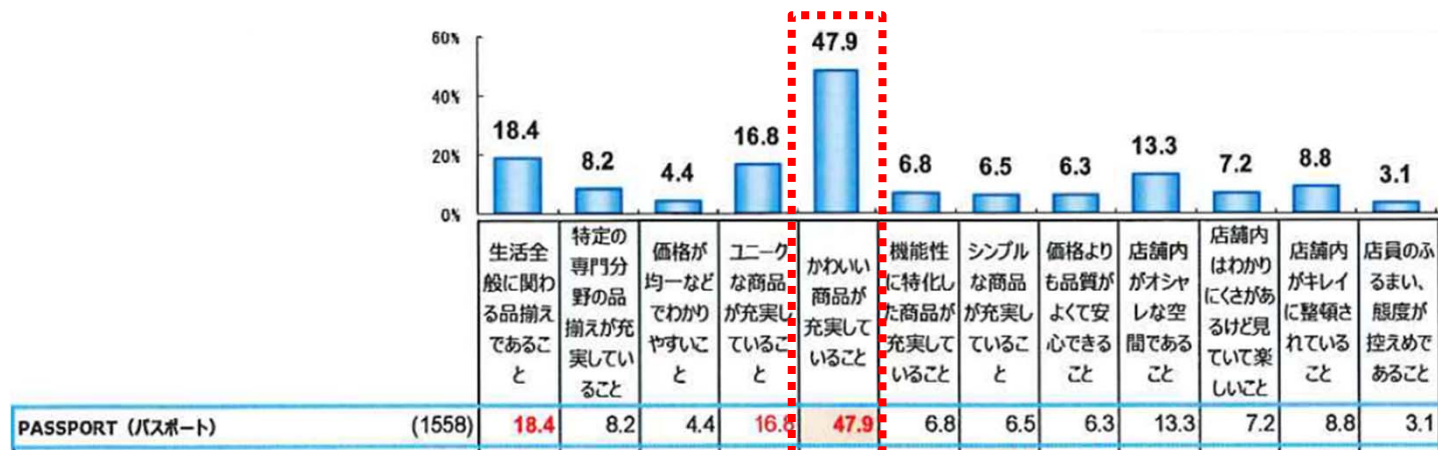
再成長へのロードマップ フェーズ2

リブランディング

- 
- ① “Passport”ブランドの再定義
 - ② 既存店舗のリニューアル
 - ③ 新商品の企画、開発
 - ④ プロモーションの強化
 - ⑤ 新規出店の強化

① “Passport”ブランドの再定義

Webアンケートでの調査結果



(2016年4月調査)

“Passport” = “カワイイ商品が充実しているブランド”
として認知されている

① “Passport”ブランドの再定義

現在の“Passport”が持つ
やさしさ、柔らかさ、
肌ざわり、リラックスなどの
ポジティブなイメージは
大事な資産であり、
今後も継承していく



そこに、新しい
ブランドとしての
「魅力」を創出する

① “Passport”ブランドの再定義

“Passport”として目指す方向性

様々なカワイイの要望に答え包括できるブランドへ
一人ひとりが持っているそれぞれのカワイイに応える

カワイイの最大公約数を抑える事ができる

お客様の求めるカワイイと出会える場所

① “Passport”ブランドの再定義

新ブランドロゴ

PASSPORT

① “Passport”ブランドの再定義

新ブランドロゴ(反転バージョン)

The image shows the new brand logo for Passport, which is the word "PASSPORT" in white, uppercase, sans-serif font, centered on a solid blue rectangular background. The letter 'O' in the middle is significantly larger than the other letters, creating a focal point. The overall design is clean and modern.

① “Passport”ブランドの再定義

“Passport”の語源 = 運ぶ、導く、広げる



② 既存店舗のリニューアル

新しいブランドイメージを既存店舗に展開



内装工事には、RIZAPグループの  Tatsumi PLANNING の協力も仰ぐ

③ 新商品の企画、開発

アイデアインターナショナルのデザイン力を活かした
新商品の企画、開発



I.D.E.A
international



PASSPORT



③ 新商品の企画、開発

RIZAPグループ各社とのコラボレーション販売



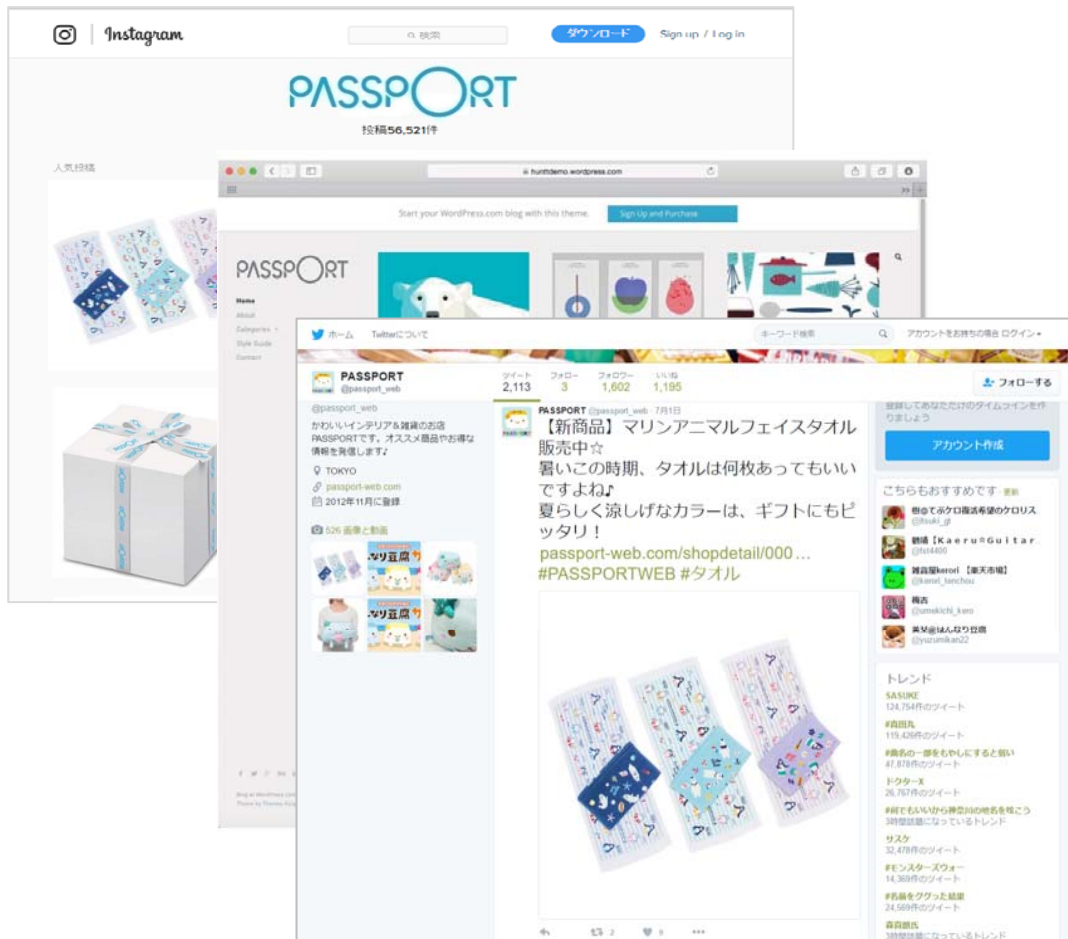
④ プロモーションの強化

RIZAPグループの広告力を生かし、認知度アップを目指す



積極的露出により、ブランドイメージの浸透を図る

④ プロモーションの強化



- SNS、Webサイトでの積極的情報発信
- ECサイトの充実化
- Webプロモーションの専門チームを社内到新設

⑤ 新規出店の強化

積極的な出店を目指し、出店戦略を検討、推進

ターゲット顧客層に合った
エリアへの出店を加速



条件の良いロケーション
を狙った出店



まとめ

- **構造改革を実行し、これまでに溜まった膿を出し切る**
- **“Passport”ブランドを「リブランディング」し、ブランド認知度の向上を図る**
- **RIZAPグループとのシナジーを最大化する**

免責事項

本資料に記載されている計画、戦略、見通しなどのうち、歴史的事実でないものは将来の業績の見通しであり、リスクや不確定要因を含みます。これらは、現時点で入手可能な情報から得られた会社の判断に基づいています。

実際の業績は経済情勢や市場環境など、さまざまな要因により、かかる見通しとは大きく異なることがあることをご承知おきください。