











2025年3月期 第2四半期(中間期) 決算説明会

2024年11月21日
株式会社AOKIホールディングス(8214)



目次

| | | |
|--|---|----|
|  | 2025年3月期 第2四半期(中間期)業績の概要 | 4 |
|  | 2025年3月期 通期業績予想 | 12 |
|  | ファッション事業 2025年3月期 第2四半期(中間期)実績と通期の見通し | 18 |
|  | エンターテインメント事業 2025年3月期 第2四半期(中間期)実績と通期の見通し | 24 |
|  | アニヴェルセル・ブライダル事業 2025年3月期 第2四半期(中間期)実績と通期の見通し | 31 |
|  | 企業価値向上に向けた取り組み / 株主還元 | 35 |
|  | サステナビリティの取り組み | 40 |
|  | 補足資料 | 43 |

(注)記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。

事業ポートフォリオを構成する3事業

ファッション事業

“装う楽しみ”

AOKIグループの創業事業。
スーツから、カジュアル、レディースまで、
お客様のオンからオフまでの多彩な
ファッション生活を彩ります。

AOKI



ロードサイドのチェーンストア展開で発展してきたが、都心やオープンモール・インモールへの出店にも注力。商品に対する徹底したこだわりと、高い専門知識を持ったスタイリストが提案するトータル・コーディネートが特色。

ORIHICA



20代～40代のメンズ&レディースを中心に、新しいビジネス・ビジネススタイルを提案。ショッピングセンターへの出店が主体。

Size MAX



メンズ&レディースの2L～8Lの大きいサイズに特化したスーツからフォーマル・カジュアルウェアまで豊富に品揃え。

Fashion

エンターテインメント事業

“楽しさ、くつろぎ”を提供する

楽しさ、くつろぎ、ゆとりに満ちた心豊かな時間と空間を多彩な分野、スタイルで提供。複合カフェの快活CLUBは業界で売上高トップ。

快活CLUB・自遊空間



バリ島の雰囲気に基づいた“癒し”を提供するシェアリングスペース「快活CLUB」。遊びと癒しの自由な空間「自遊空間」。一人で静かに休みたい、気分転換をしたい、テレワークをしたい、また休日の家族の団らんに快適な空間を提供。

コート・ダジュール



南仏の高級リゾート「コート・ダジュール」をテーマに、歌と語らいの爽やかなくつろぎ空間を提供するコミュニケーションスペース。毎日の暮らしに楽しいひと時を提供。

FiT24(フィットネスジム)



24時間営業のセルフ型フィットネスジム。快適なトレーニング環境と充実したサービスを提供。

Entertainment

アニヴェルセル・ブライダル事業

輝く“祝福のとき”を彩る

ゲストハウスウェディングを中心に、お客様の人生の中で最も輝くウェディングシーンと記念日を演出。

アニヴェルセル 表参道



1998年に「記念日」をコンセプトに誕生。表参道の中心地にチャペル、パーティスペースのほかカフェも併設。ウェディングと記念日にまつわるトキ・コト・モノ・サービスを提供。

アニヴェルセル



全国に展開する、花と緑に囲まれたヨーロッパテイストのチャペルとガーデンを備えたゲストハウスウェディング施設。「自分らしいウェディング」というお客様の要望を最大限に実現。写真は旗艦店「みなとみらい横浜店」。

ANNIVERSAIRE and Bridal

2025年3月期

第2四半期(中間期)業績の概要

2025年3月期第2四半期 連結業績サマリ

外部環境

- コロナ反動需要の一巡
- 原材料価格等の高騰、円安の進行
- 人材不足、人件費の上昇
- 猛暑、夏の長期化、天候不順

業績概要

- 3期連続の上半期増収増益
- 仕入コストや人件費の上昇への対応
経費コントロールの実施
- 猛暑の影響による避暑需要の取り込み
- 2025年3月期通期業績予想の進捗を
上回り推移

売上高

829億円
(前年同期比:102.3%)

営業利益

41億円
(前年同期比:109.8%)

経常利益

38億円
(前年同期比:107.5%)

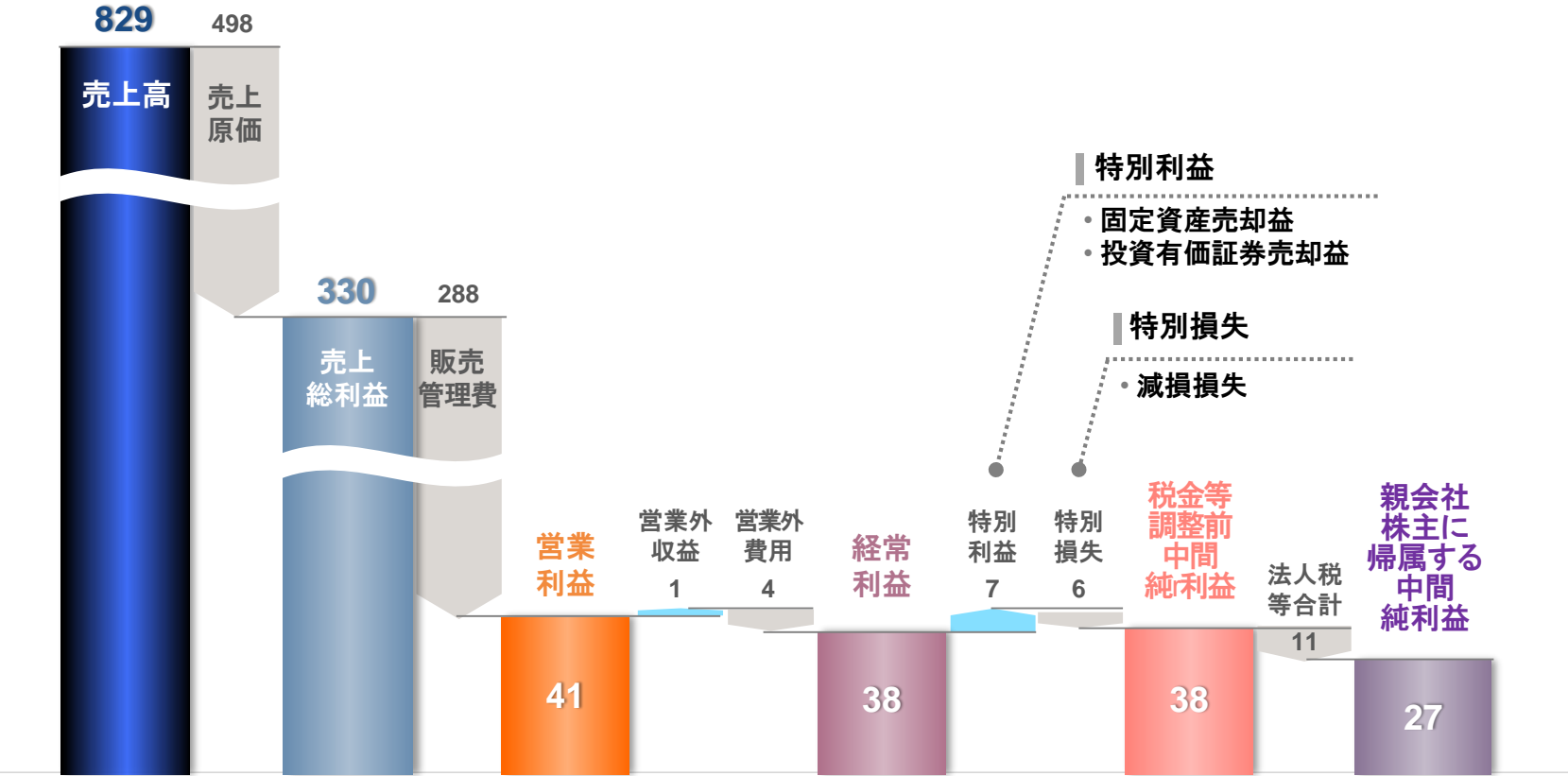
親会社株主に帰属する
中間純利益

27億円
(前年同期比:135.3%)

2025年3月期第2四半期 連結業績

2025年3月期 第2四半期

(単位:億円)



主な増減要因

- 売上高** 各事業が堅調に推移し増収
- 売上総利益** 連結売上総利益率: 前年同期比 +0.8pt
- 販売管理費** 広告宣伝費・人件費の増加、販管費比率 +0.5pt

- 営業利益** 増収及び売上総利益率の改善により増益
- 特別利益** 固定資産及び投資有価証券売却益の増加
受取解決金の減少
- 特別損失** 減損損失の増加

2025年3月期第2四半期 連結損益の状況

(単位:百万円)

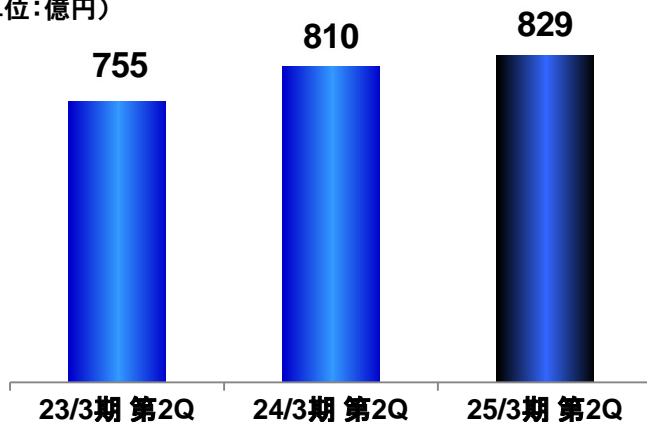
| 科目／期別 | 24/3期 第2Q累計実績 | 25/3期 第2Q累計実績 | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|-----------------|------------------|------------------|-----------------|--------------|
| 売上高 | 81,055 | 82,933 | 1,877 | 102.3 |
| 売上総利益 売上総利益率 | 31,589 39.0% | 33,039 39.8% | 1,449 +0.8pt | 104.6 |
| 販売費・一般管理費 | 27,790 | 28,867 | 1,077 | 103.9 |
| 営業利益 営業利益率 | 3,798 4.7% | 4,171 5.0% | 372 +0.3pt | 109.8 |
| 営業外収益 | 132 | 130 | △2 | 98.2 |
| 営業外費用 | 374 | 477 | 103 | 127.7 |
| 経常利益 | 3,557 | 3,824 | 266 | 107.5 |
| 特別利益 | 500 | 747 | 247 | 149.5 |
| 特別損失 | 137 | 682 | 545 | 497.6 |
| 親会社株主に帰属する中間純利益 | 2,063 | 2,791 | 727 | 135.3 |
| 1株当たり中間純利益 | 24.50円 | 33.21円 | 8.71円 | — |

直近3期の第2四半期 連結業績推移

3期連続で上半期増収増益、営業利益はエンターテインメント事業が牽引し過去最高を更新

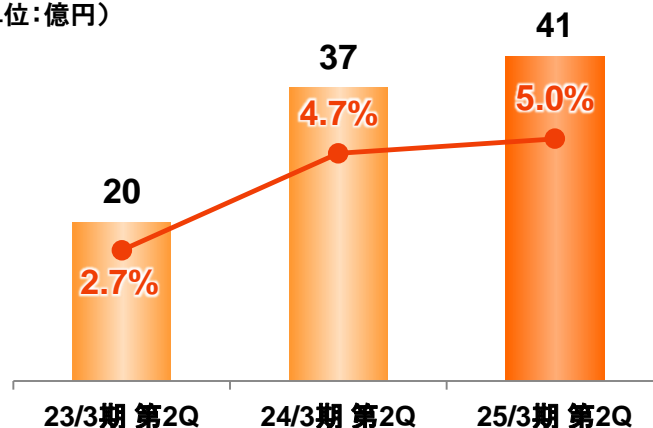
連結売上高

(単位:億円)

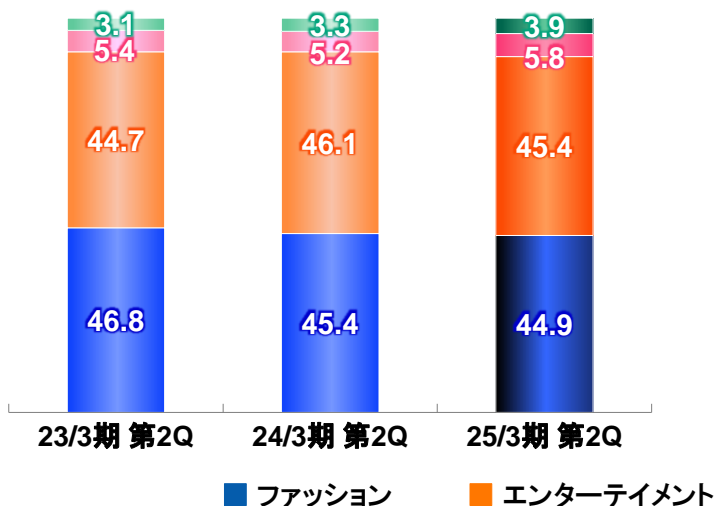


連結営業利益・営業利益率

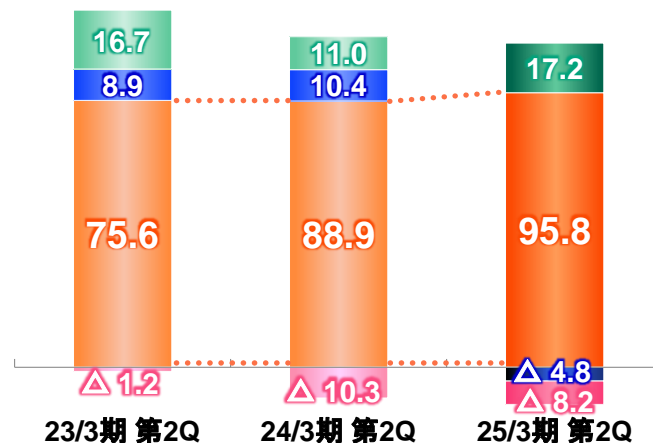
(単位:億円)



セグメント別売上高構成比(%)



セグメント別営業利益構成比(%)



■ ファッション

■ エンターテインメント

■ アニヴェルセル・ブライダル

■ 不動産賃貸

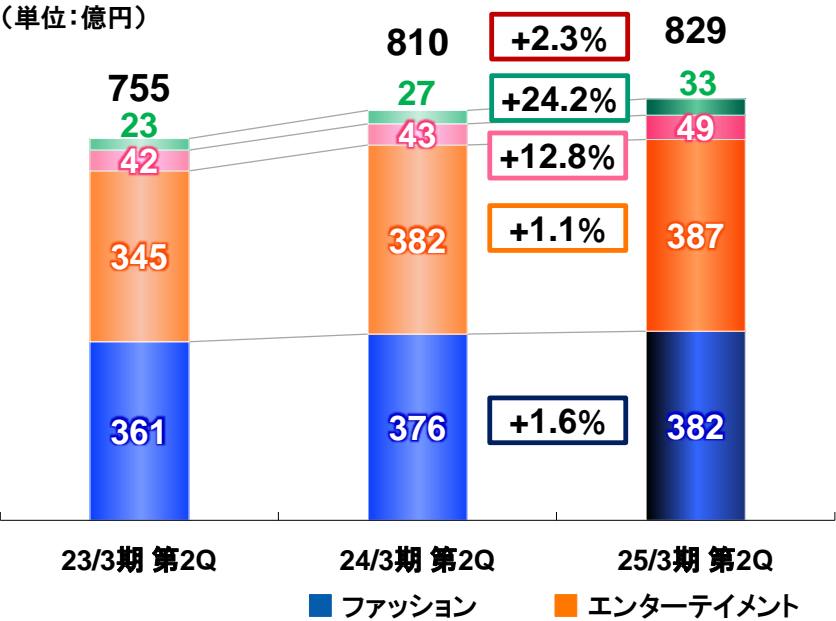
2025年3月期第2四半期 セグメント別業績

全てのセグメントで増収、エンターテインメント事業が連結営業利益を牽引

| | |
|-----------------|---|
| ファッション事業 | 既存店が堅調に推移し増収も、広告宣伝費及び人件費等の販管費増加により減益 ・ 既存店増収率：+1.9%(予想: +2.1%) ・ 同 客数増加率：△1.8%(予想: +0.1%) ・ 同 客単価増加率：+3.8%(予想: +2.0%) |
| エンターテインメント事業 | 既存店が好調に推移し増収増益、業績予想の進捗を上回り上半期過去最高益を達成 ・ 既存店増収率：+2.9%(予想: ±0.0%) ・ 同 客数増加率：+1.7%(予想: △0.4%) ・ 同 客単価増加率：+1.8%(予想: +0.7%) |
| アニヴェルセル・ブライダル事業 | 前年9月中旬まで休館の表参道店稼働及びリニューアル費用減少等により増収、営業損失改善 ・ 既存店施行組数の増加率：△4.2%(予想: △5.2%) ・ 同 一組単価の増加率：+2.0%(予想: +0.5%) |

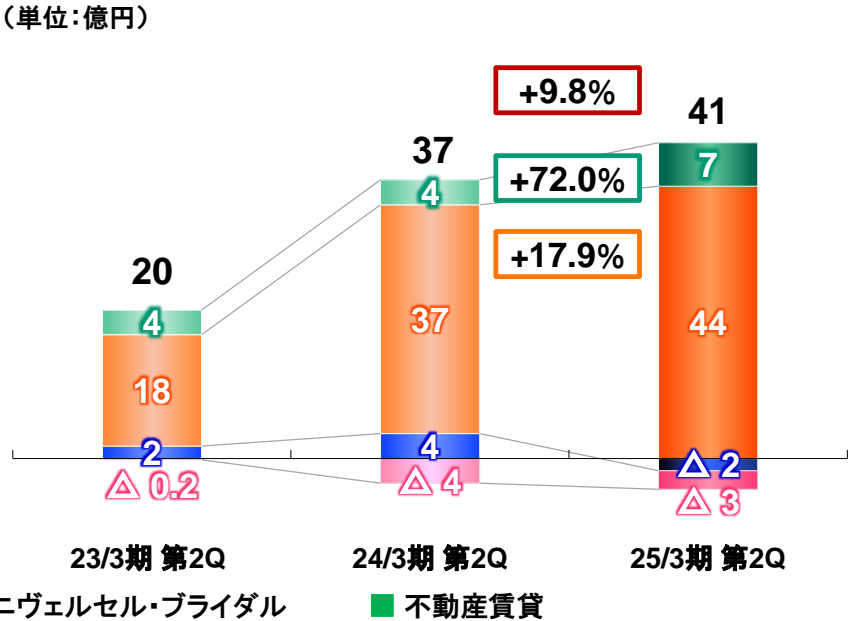
売上高

(単位: 億円)



営業利益又は営業損失(△)

(単位: 億円)



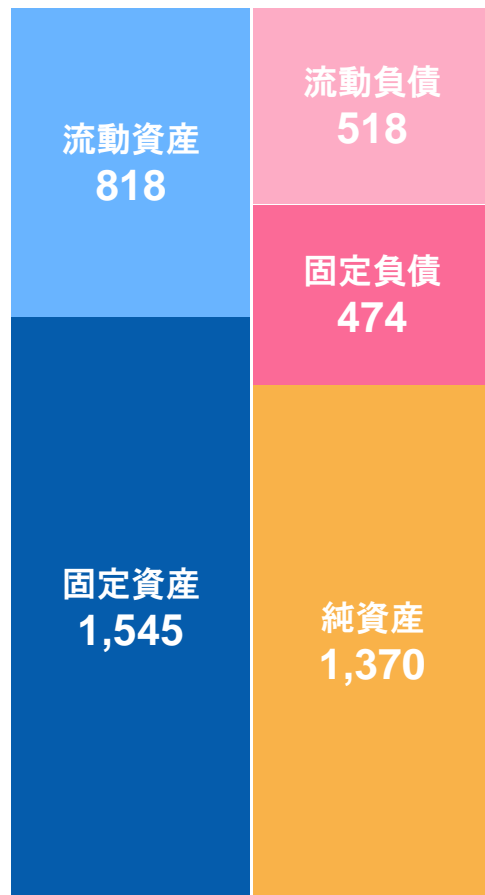
※連結合計はセグメント間の取り引きが相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。

連結貸借対照表

2024年3月期末

資産合計:2,363億円

(単位:億円)

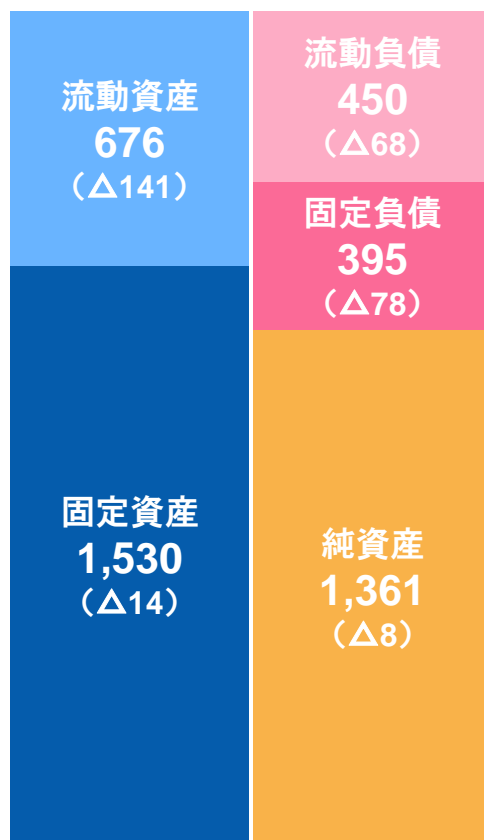


2025年3月期 中間期末

資産合計:2,207億円

(前期末比 Δ155)

(単位:億円)



※グラフ内の()は前期末比の増減額

主な増減要因

資産

- 流動資産
 - ・ 現金及び預金の減少
 - ・ 季節的要因等により売掛金が減少
- 固定資産
 - ・ 投資有価証券の売却等により減少

負債

- 流動負債
 - ・ 短期借入れの実施
 - ・ 季節的要因等により買掛金が減少
 - ・ 法人税等の支払いにより未払法人税等が減少
 - ・ 賞与支給等により賞与引当金が減少
- 固定負債
 - ・ 長期借入金の約定返済等により減少

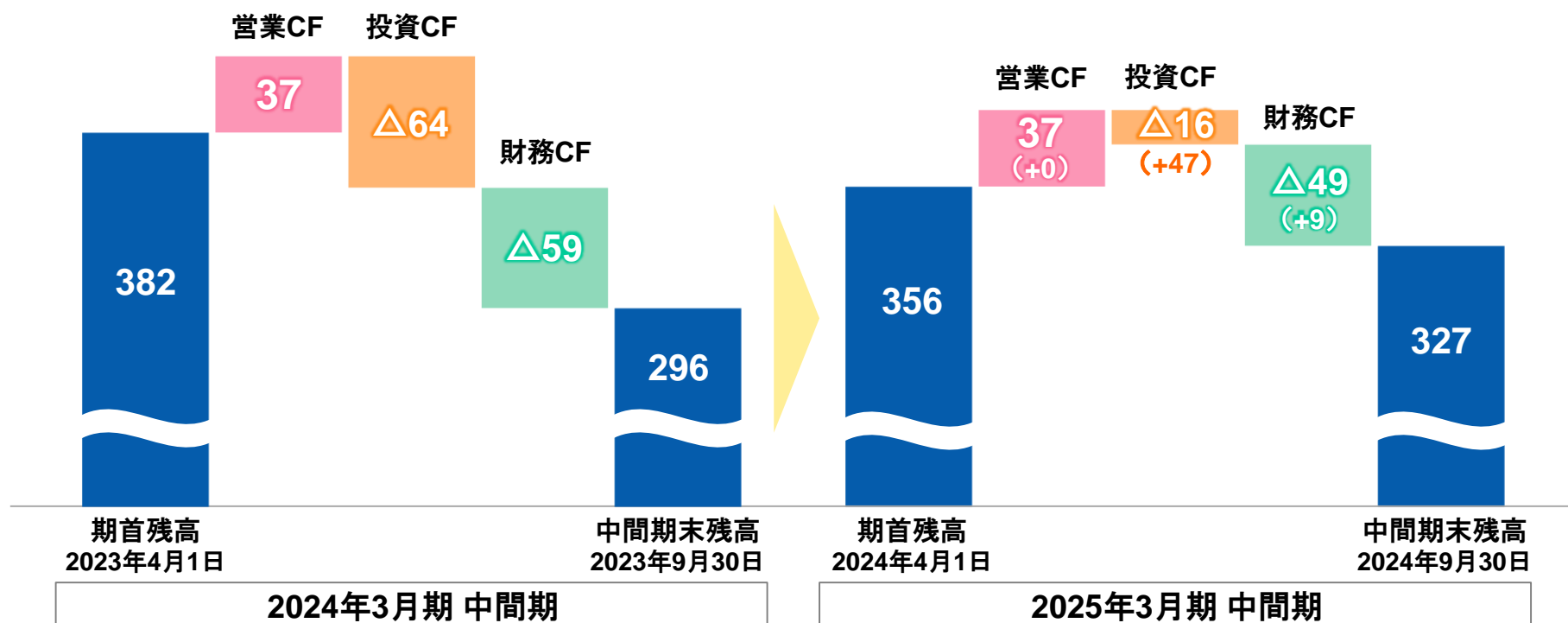
純資産

- 利益剰余金
 - ・ 親会社株主に帰属する中間純利益及び配当金の支払い等の結果減少
- その他包括利益累計額
 - ・ 投資有価証券の売却等によりその他有価証券評価差額金が減少

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:億円)

(単位:億円)



※グラフ内の()は前年同期比の増減額

主な増減要因

営業活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 概ね前年同期並み

投資活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 有形固定資産の取得の減少、投資有価証券売却の増加

財務活動によるキャッシュ・フロー

- ・ 長期借入金の約定返済の減少、自己株式取得の減少
- ・ 配当金支払額の増加

2025年3月期 通期業績予想

2025年3月期通期 連結業績予想サマリ

外部環境

- コロナ反動需要の一巡
- 原材料価格等の高騰、円安の継続
- 所得環境はやや改善も節約志向の高まりで消費動向の先行きは不透明
- 気温上昇や自然災害の増加等による消費活動の変化

通期業績予想

- 上半期業績を反映
- ファッション事業の原価上昇の一部影響及び各事業の販促施策やリニューアル等のコスト増加を反映
- 4期連続の増収増益予想
- 中期経営計画期間の1年目として、計画通り推移する見通し

売上高

1,918億円
(前期比:102.2%)

営業利益

150億円
(前期比:108.2%)

経常利益

143億円
(前期比:108.0%)

親会社株主に帰属する
当期純利益

80億円
(前期比:105.6%)

(注)2024年5月10日公表の通期連結業績予想の売上高及び経常利益を修正しております。

2025年3月期通期 連結業績予想

(単位:百万円)

| 科目／期別 | 24/3期 実績 | 25/3期 当初予想 | 25/3期 修正予想 | 修正差 | 対前期 増減 | 前期比 (%) |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|------------|
| 売上高 | 187,716 | 191,500 | 191,800 | 300 | 4,083 | 102.2 |
| 売上総利益 売上総利益率 | 76,929 41.0% | 80,100 41.8% | 79,800 41.6% | △300 △0.2pt | 2,870 +0.6pt | 103.7 |
| 販売費・一般管理費 | 63,069 | 65,100 | 64,800 | △300 | 1,730 | 102.7 |
| 営業利益 営業利益率 | 13,860 7.4% | 15,000 7.8% | 15,000 7.8% | — | 1,139 +0.4pt | 108.2 |
| 営業外収益 | 329 | 250 | 250 | — | △79 | 75.8 |
| 営業外費用 | 954 | 650 | 950 | 300 | △4 | 99.6 |
| 経常利益 | 13,235 | 14,600 | 14,300 | △300 | 1,064 | 108.0 |
| 特別利益 | 1,003 | 0 | 800 | 800 | △203 | 79.7 |
| 特別損失 | 1,798 | 1,400 | 2,100 | 700 | 301 | 116.8 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 7,574 | 8,000 | 8,000 | — | 425 | 105.6 |
| 1株当たり当期純利益 | 90.03円 | 95.21円 | 95.16円 | △0.05円 | 5.13円 | — |

2014年3月期以降の通期連結業績推移

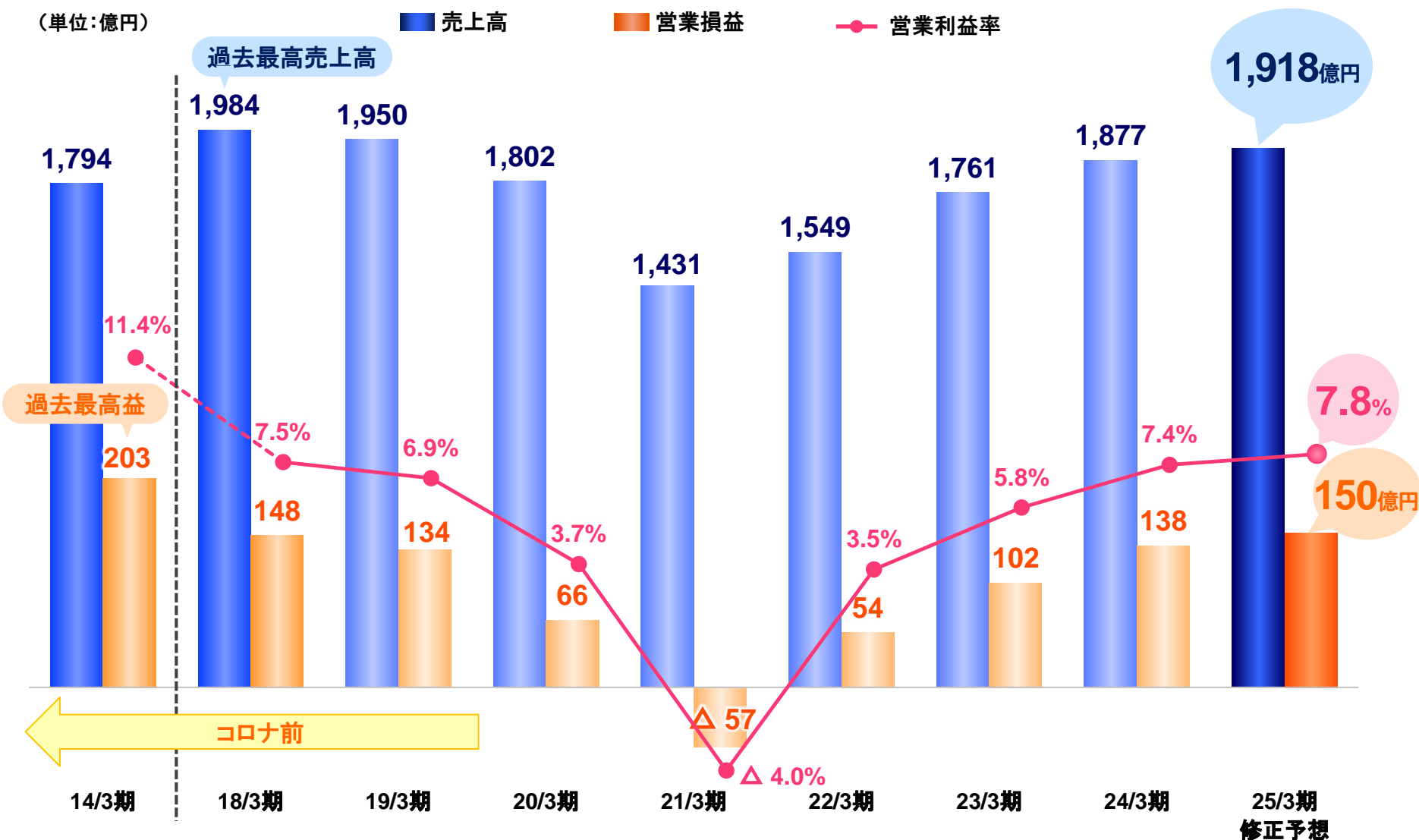
- ・ 4期連続の増収増益予想、過去最高売上高時(18/3期)の営業利益を上回る見通し
- ・ 中期経営計画期間の1年目として、売上高・営業利益ともに計画通り推移する見通し

(単位:億円)

■ 売上高

■ 営業損益

—●— 営業利益率

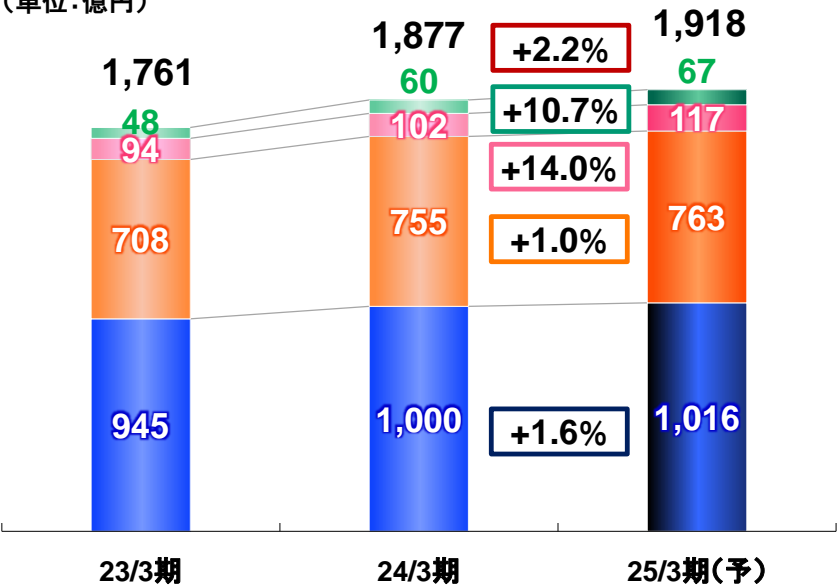


2025年3月期通期 セグメント別業績予想

| 予想の前提 | |
|-----------------|---|
| ファッション事業 | <ul style="list-style-type: none">既存店増収率 通期:+1.4%(下半期:+1.1%)出店:17店舗(下半期:11店舗)、退店:4店舗(下半期:2店舗) |
| エンターテイメント事業 | <ul style="list-style-type: none">既存店増収率 通期:+0.1%(下半期:+0.2%)出店:25店舗(下半期:15店舗)、退店:26店舗(下半期:8店舗)(ランシステム含む) |
| アニヴェルセル・ブライダル事業 | <ul style="list-style-type: none">既存店施行組数の増加 通期:+2.7%(下半期:+7.9%)既存店一組単価の増加 通期:+2.9%(下半期:+3.4%) |

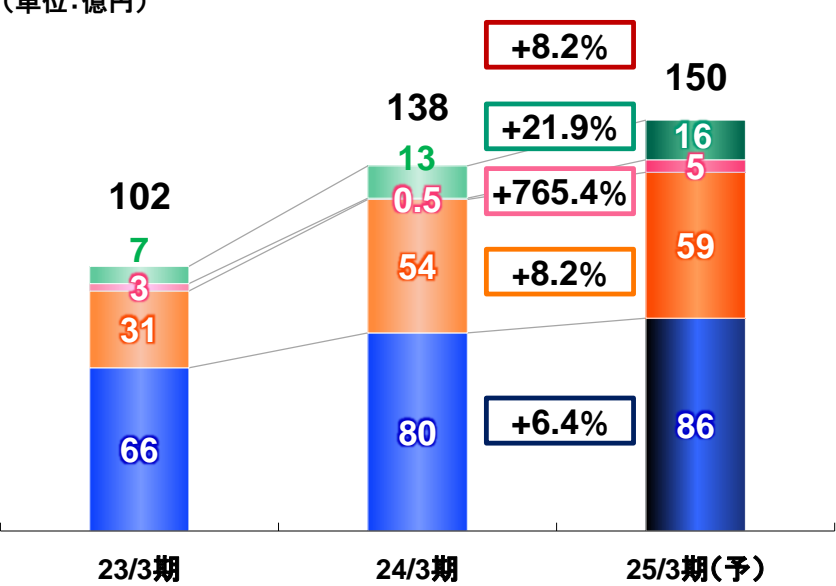
売上高

(単位:億円)



営業利益

(単位:億円)



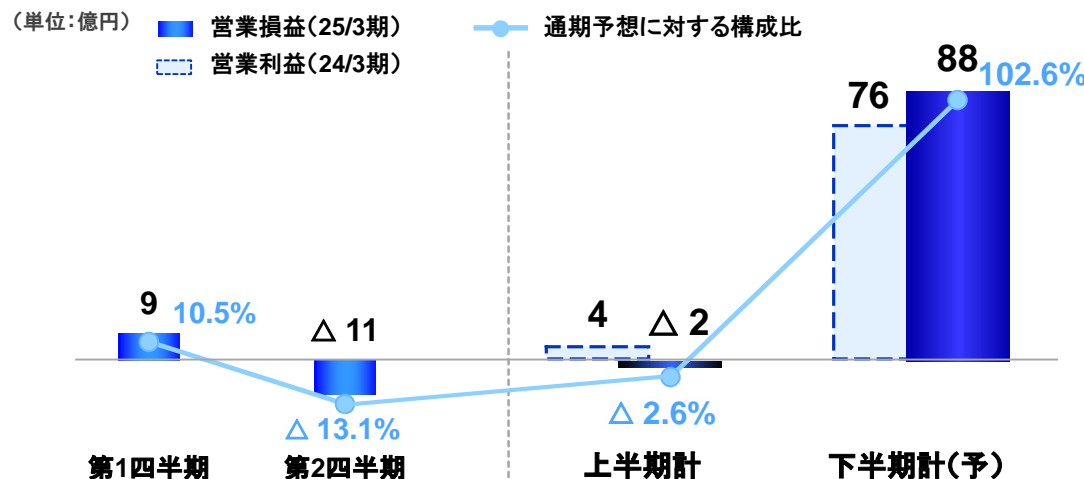
(注)連結合計はセグメント間の取り引きが相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。

2024年5月10日公表のセグメント別の通期業績予想を修正しております。

ファッション事業・エンターテインメント事業 営業利益の上・下半期構成

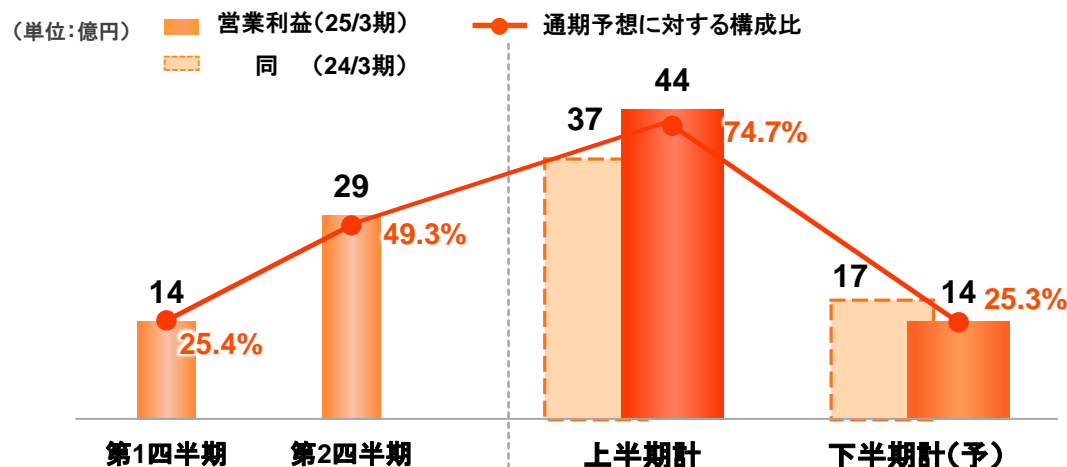
- ・ 上半期偏重のエンターテインメント事業と、下半期偏重のファッション事業
- ・ 事業ポートフォリオ経営により営業利益は季節要因を補完し構成

ファッション事業



- 上半期は広告宣伝費・人件費の増加等により営業損失
- 下半期は2月下旬から3月にかけてのフレッシュイズ商戦が底堅く推移する見通し
- カジュアル・レディース強化による上半期黒字化定着が課題

エンターテインメント事業



- 上半期は猛暑による避暑需要が増加し増益
- 下半期はリニューアルの増加等により減益見通し
- 幅広い年代層及び女性を含めた新規顧客開拓により、さらなる営業利益の増加を目指す

ファッション事業

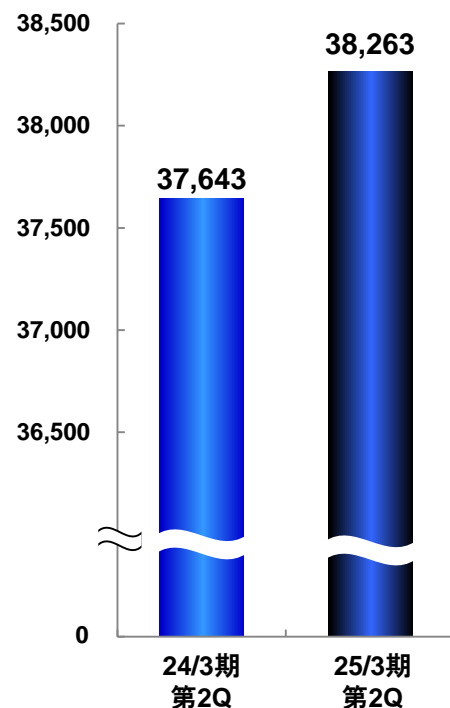
2025年3月期 第2四半期(中間期)実績
通期の見通し

ファッション事業－2025年3月期 第2四半期の概況

既存店が堅調に推移し増収も、販売促進の強化やコストの上昇により減益

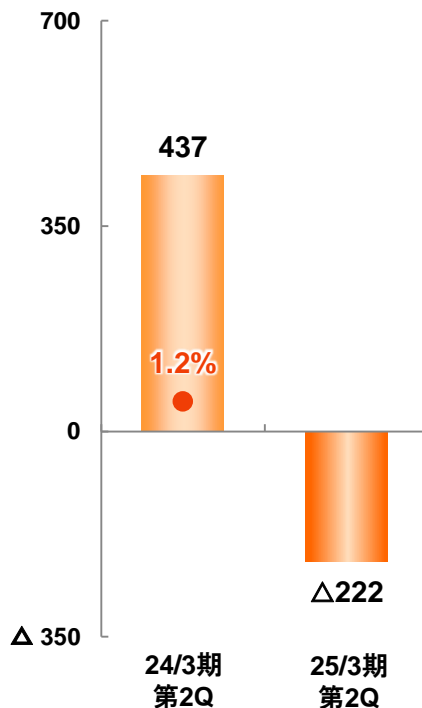
売上高

(単位:百万円)



営業利益又は営業損失(△)と営業利益率

(単位:百万円)



(単位:百万円)

| | 25/3期 第2四半期 | | |
|-------|-------------|--------|-------|
| | | 前年同期比% | 百分比% |
| 売上高 | 38,263 | 101.6 | 100.0 |
| 売上総利益 | 22,491 | 101.5 | 58.8 |
| 販売管理費 | 22,713 | 104.6 | 59.4 |
| 営業損失 | Δ222 | — | — |

- 売上高：前年同期比 101.6%
- 営業損失：前年同期差Δ660百万円

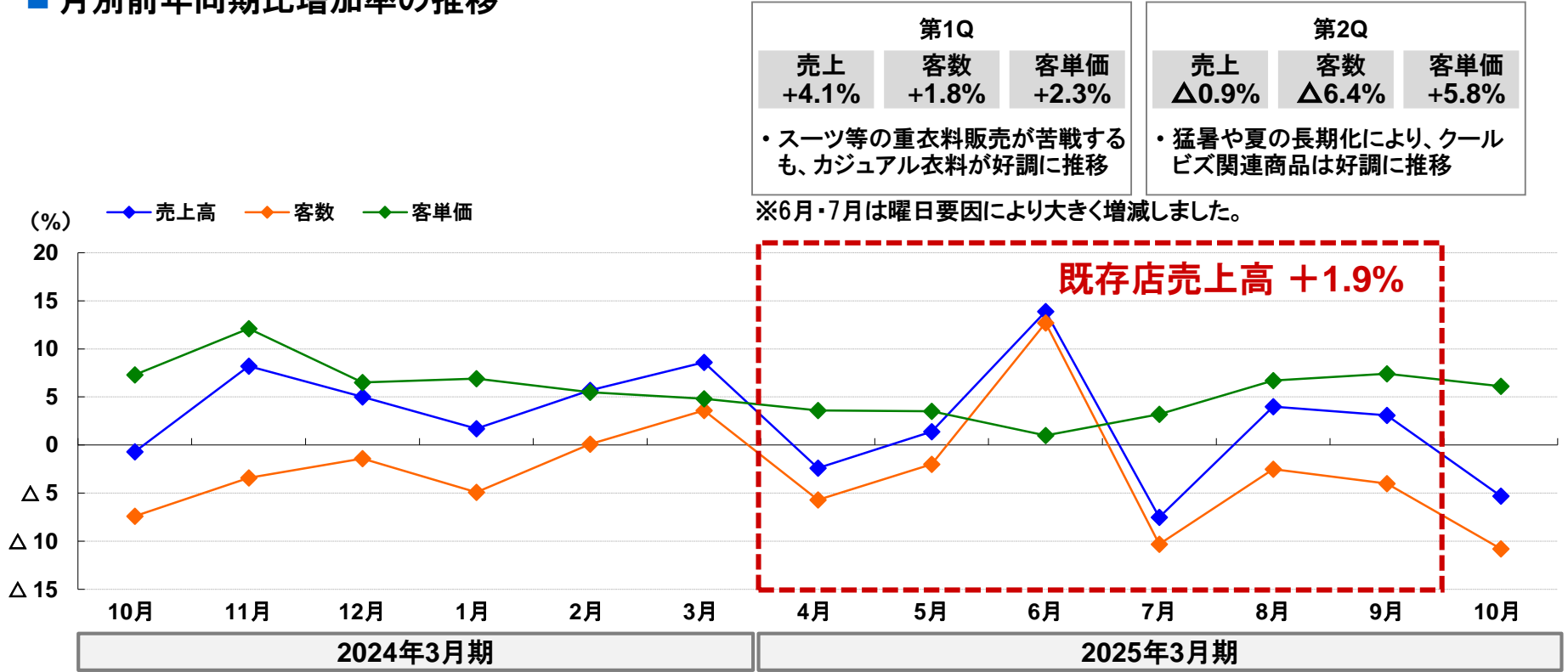
主な要因

- ◆ 既存店の増収：前年同期比 101.9%
 - パジャマスーツ®等のカジュアル衣料が好調
 - コロナ反動需要の一巡等により、スーツ・フォーマルの重衣料販売が低調
 - 気温上昇・夏の長期化等によりクールビズ関連商品が好調
- ◆ 売上総利益率：前年同期比 Δ0.1ポイント
 - 割引抑制・適正価格販売により横這い
 - 利益率の高い重衣料の売上高減少
- ◆ 販売管理費：前年同期比 104.6%
 - 集客のための販売促進強化による広告宣伝費の増加：前年同期比 117.6%
 - 給与水準の底上げ等による人件費の増加：同 105.0%

ファッション事業－2025年3月期 第2四半期の概要：既存店の状況

コロナ反動需要の一巡等により客数は減少するも、割引抑制等により客単価が上昇
猛暑や夏の長期化により、クールビズ関連商品やカジュアル衣料が好調に推移し既存店が増収

月別前年同期比増加率の推移

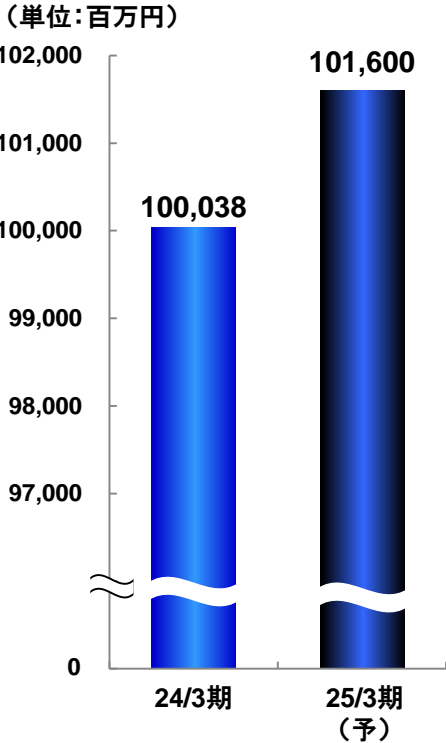


| | 23/10 | 23/11 | 23/12 | 24/1 | 24/2 | 24/3 | 24/4 | 24/5 | 24/6 | 24/7 | 24/8 | 24/9 | 上半期 | 24/10 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 既存店売上高 (%) | △ 0.7 | 8.2 | 5.0 | 1.7 | 5.7 | 8.6 | △ 2.4 | 1.4 | 13.9 | △ 7.5 | 4.0 | 3.1 | 1.9 | △ 5.3 |
| 客数 (%) | △ 7.4 | △ 3.4 | △ 1.4 | △ 4.9 | 0.1 | 3.6 | △ 5.7 | △ 2.0 | 12.7 | △10.3 | △ 2.5 | △ 4.0 | △ 1.8 | △10.8 |
| 客単価 (%) | 7.3 | 12.1 | 6.5 | 6.9 | 5.5 | 4.8 | 3.6 | 3.5 | 1.0 | 3.2 | 6.7 | 7.4 | 3.8 | 6.1 |
| 平年気温との差異(℃)(東京) | +0.9 | +1.9 | +1.7 | +1.7 | +1.9 | +0.2 | +2.8 | +1.2 | +1.2 | +3.0 | +2.1 | +3.3 | － | +2.6 |

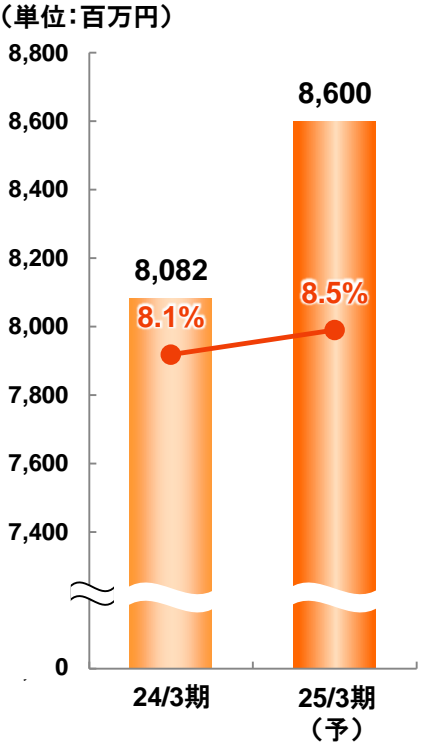
ファッション事業－2025年3月期 通期の見通し

コスト上昇が見込まれるも、既存店増収と販売施策の推進により増収増益予想

売上高



営業利益と営業利益率



(単位:百万円)

| | | 25/3期 (予) | |
|-------|---------|-----------|-------|
| | | 前期比% | 百分比% |
| 売上高 | 101,600 | 101.6 | 100.0 |
| 売上総利益 | 59,700 | 101.8 | 58.8 |
| 販売管理費 | 51,100 | 101.1 | 50.3 |
| 営業利益 | 8,600 | 106.4 | 8.5 |

■ 売 上 高 : 前期比 101.6%

■ 営 業 利 益 : 前期比 106.4%

主な要因

◆ 既存店増収予想

| 第3Q | 第4Q | 下半期 | 通期 |
|-------|-------|-------|-------|
| +3.5% | Δ0.3% | +1.1% | +1.4% |

◆ 売上総利益率:前期比 +0.2ポイント

- 仕入原価は前期ほどの上昇率はない見通し
- 適正価格販売の継続により、横這いを維持

◆ 販売管理費:前期比 101.1%

- 販売促進強化による広告宣伝費の増加:
前期比 106.1%
- 経費コントロールの実施により、販管費比率は
前期比Δ0.2ポイント

商品施策

- 新たなニーズ・ウォンツを満たす商品企画とマーケティングミックスの推進
- レディース及びカジュアル分野の成長促進とビジネス・フォーマル分野でのさらなる挑戦

ビジネス・フォーマル

- ・ クイックオーダースーツ※の全店舗導入
パーソナルオーダースーツの強化
- ・ 金のスーツ等の高価格帯商品の展開
- ・ AOKIレンタルサービスのアイテム拡充

※最短5日で仕上がるオーダー感覚スーツ

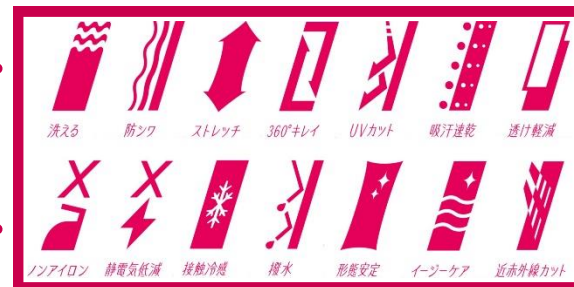


レディース

- ・ 高機能レディース・ウェアブランド
「MeWORK」として本格始動
- ・ 新TVCM、WEBやSNSを活用した
プロモーション強化による認知向上
- ・ 全てのアイテムで高機能商品を開発

Me^{ミワ}WORK

.....
「MeWORK」を支える
14種類の機能
.....



ファッション事業－2025年3月期 下期の取り組み

LIFE & WORK STYLEのAOKI・ORIHICAへのさらなる進化

カジュアル

- ・ パジャマスーツ®を中心にカジュアル領域の拡大
- ・ AOKI：スーツ専門店が提案するアスレジャースタイル「BIZ MOVE」シリーズの展開
- ・ ORIHICA：スポーツ感覚のビジカジウェア「BIZSPO®」シリーズの展開
- ・ 疲労回復ウェア等のウェルネス商品の展開



新規出店・改装

出店 2025年3月期出店計画

AOKI + **ORIHICA** 17店舗
1店舗 16店舗

改装

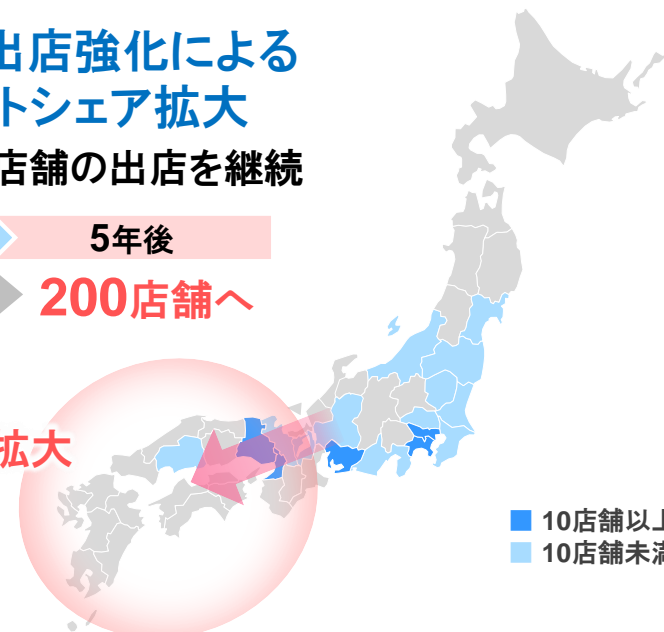
- 商品別売上構成の変革への対応
- 遊休スペース転貸による売場効率改善
- 標準売場面積 150坪→120坪 へ

ORIHICA出店強化による マーケットシェア拡大

年間15～20店舗の出店を継続

現在 5年後
100店舗 → 200店舗へ

エリア拡大



■ 10店舗以上
■ 10店舗未満

エンターテインメント事業

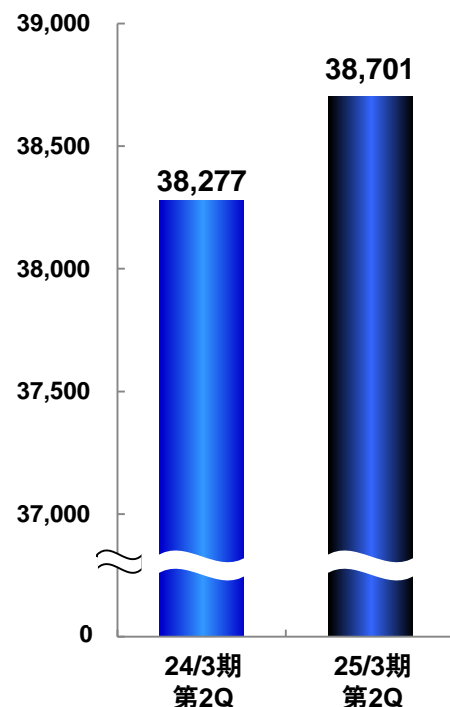
2025年3月期 第2四半期(中間期)実績
通期の見通し

エンターテインメント事業－2025年3月期 第2四半期の概況

既存店が好調に推移し増収増益、業績予想の進捗を上回り上半期過去最高益達成

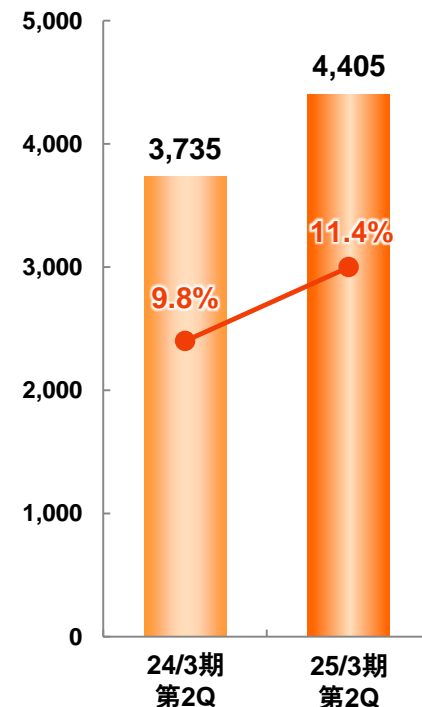
売上高

(単位:百万円)



営業利益と営業利益率

(単位:百万円)



(単位:百万円)

| | 25/3期 第2四半期 | | |
|-------|-------------|--------|-------|
| | | 前年同期比% | 百分比% |
| 売上高 | 38,701 | 101.1 | 100.0 |
| 売上総利益 | 8,499 | 110.8 | 22.0 |
| 販売管理費 | 4,093 | 104.1 | 10.6 |
| 営業利益 | 4,405 | 117.9 | 11.4 |

■ 売上高：前年同期比 101.1%

■ 営業利益：前年同期比 117.9%

主な要因

◆ 既存店の増収：前年同期比 102.9%

- 快活CLUB：同 102.9%
 - ・猛暑による避暑需要等により客数が増加
 - ・単価の高い鍵付き完全個室利用の増加等により客単価が上昇
- コート・ダジュール：同 102.8%
 - ・各種キャンペーン開催等により客数が増加
 - ・飲食メニューの強化等により客単価が上昇

◆ 売上総利益率：前年同期比 +2.0ポイント

- 増収による増益
- メニュー改定による飲食客単価の改善

◆ 販売管理費：前年同期比 104.1%

- 集客及び再来店促進強化による広告宣伝費の増加：同 183.9%
- 給与水準の底上げ等による人件費の増加：同 101.3%

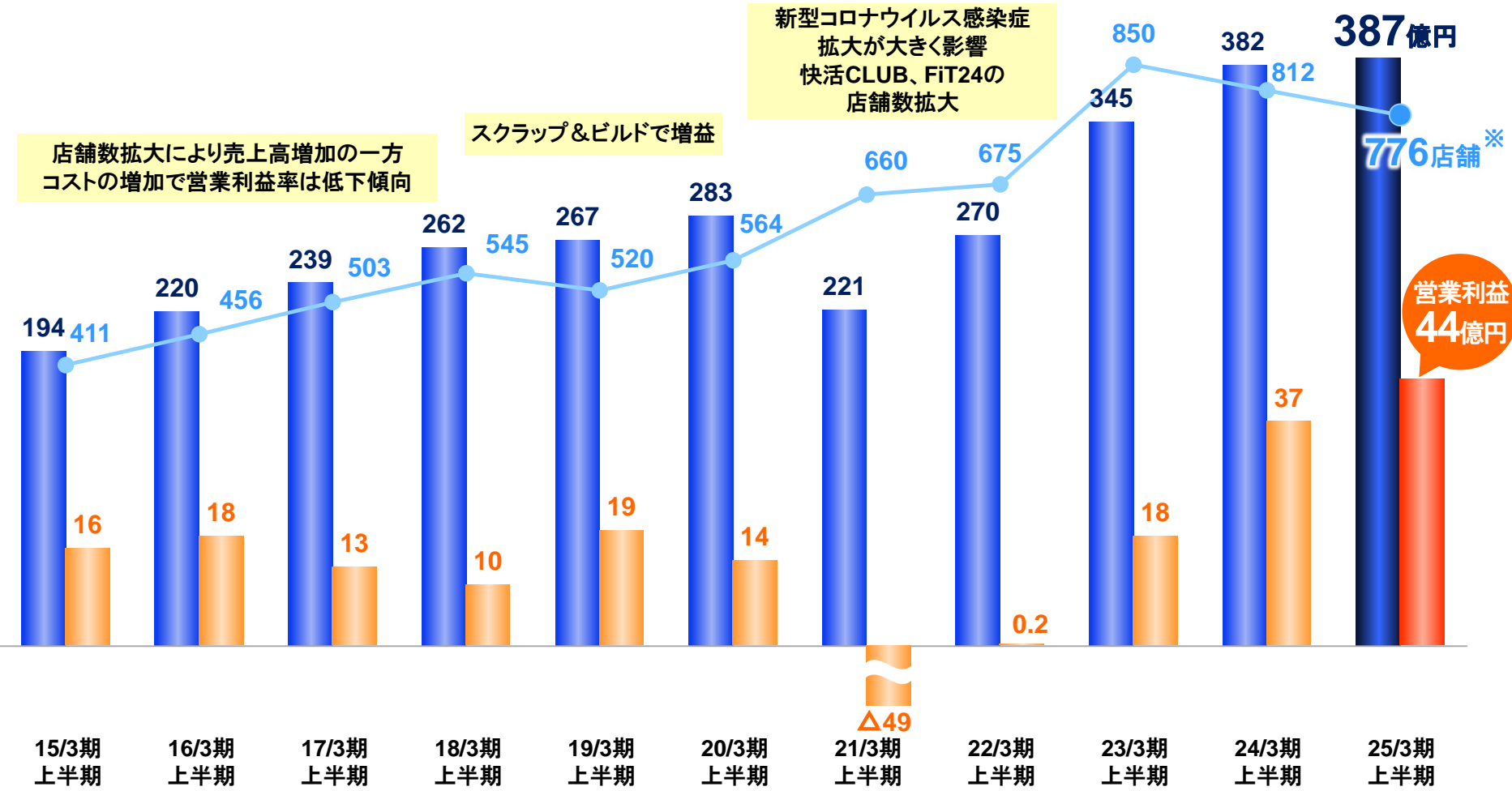
エンターテインメント事業－2025年3月期 第2四半期の概要:過去10年間の上半期業績推移

業容の拡大、店舗数の増加により売上高は増加傾向、
売上高増加及び営業効率改善で売上高・営業利益とも過去最高を達成

■ 売上高 ■ 営業損益 ● 店舗数(店)

(単位:億円)

2022年6月、ランシステム子会社化
2025年3月期上半期は
過去最高の売上高・営業利益高を達成

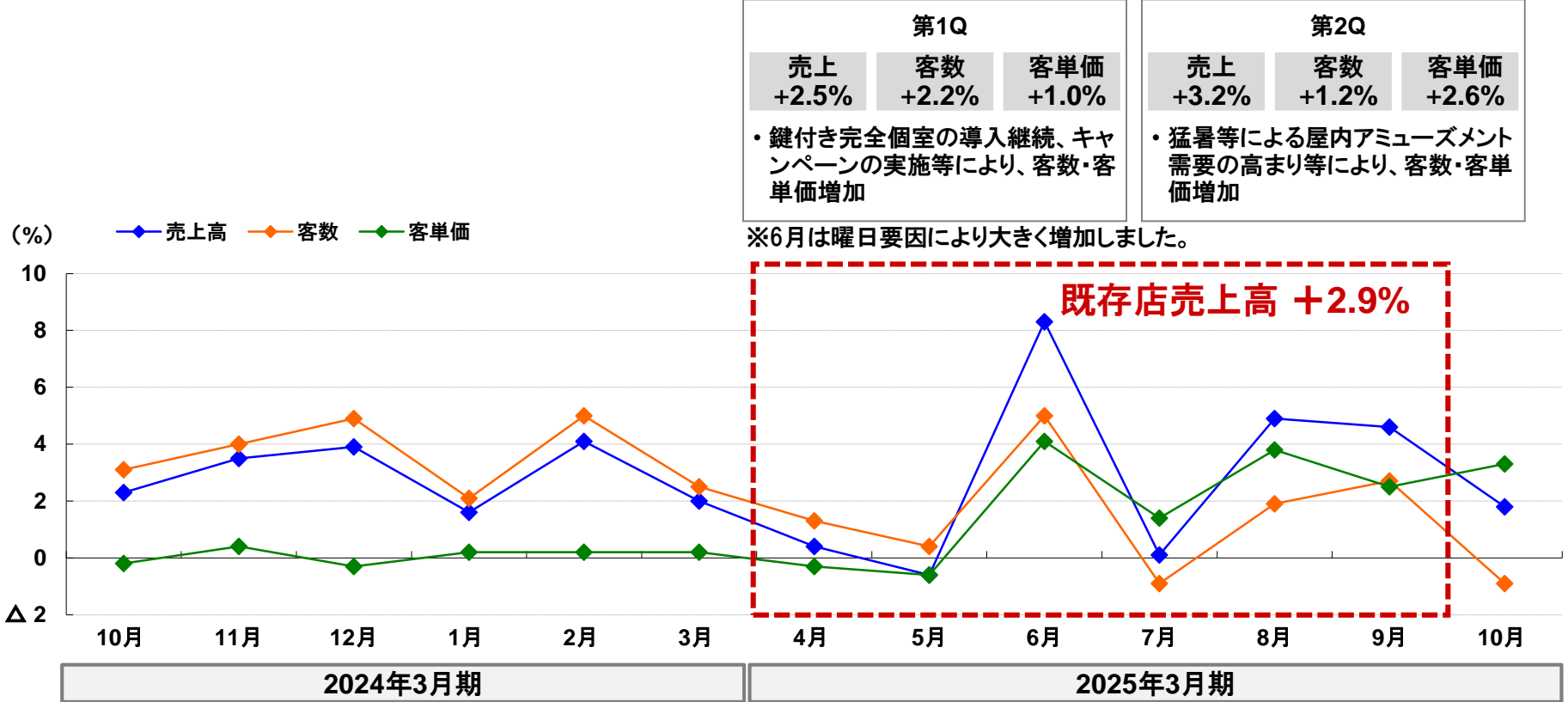


※ 36店舗減少(前年同期差)の内訳: 自遊空間他(FC含む) 27店舗、快活CLUB 3店舗、コート・ダジュール 5店舗、FiT24 1店舗

エンターテインメント事業ー2025年3月期 第2四半期の概要:既存店の状況

猛暑や天候不良による屋内アミューズメント需要の高まりに伴う客数増及び客単価上昇で既存店が増収

月別前年同期比増加率の推移



※6月は曜日要因により大きく増加しました。

既存店売上高 +2.9%

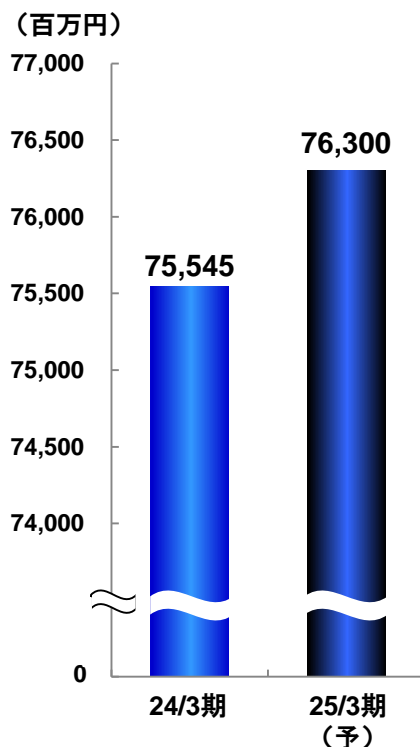
| | 23/10 | 23/11 | 23/12 | 24/1 | 24/2 | 24/3 | 24/4 | 24/5 | 24/6 | 24/7 | 24/8 | 24/9 | 上半期 | 24/10 |
|-----------------|-------|-------|-------|------|------|------|-------|-------|------|-------|------|------|-----|-------|
| 既存店売上高 (%) | 2.3 | 3.5 | 3.9 | 1.6 | 4.1 | 2.0 | 0.4 | △ 0.6 | 8.3 | 0.1 | 4.9 | 4.6 | 2.9 | 1.8 |
| 客数 (%) | 3.1 | 4.0 | 4.9 | 2.1 | 5.0 | 2.5 | 1.3 | 0.4 | 5.0 | △ 0.9 | 1.9 | 2.7 | 1.7 | △ 0.9 |
| 客単価 (%) | △ 0.2 | 0.4 | △ 0.3 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | △ 0.3 | △ 0.6 | 4.1 | 1.4 | 3.8 | 2.5 | 1.8 | 3.3 |
| 平年気温との差異(℃)(東京) | +0.9 | +1.9 | +1.7 | +1.7 | +1.9 | +0.2 | +2.8 | +1.2 | +1.2 | +3.0 | +2.1 | +3.3 | — | +2.6 |

※既存店対象店舗: 快活CLUB、コート・ダジュール、FiT24 (ランシステム除く)

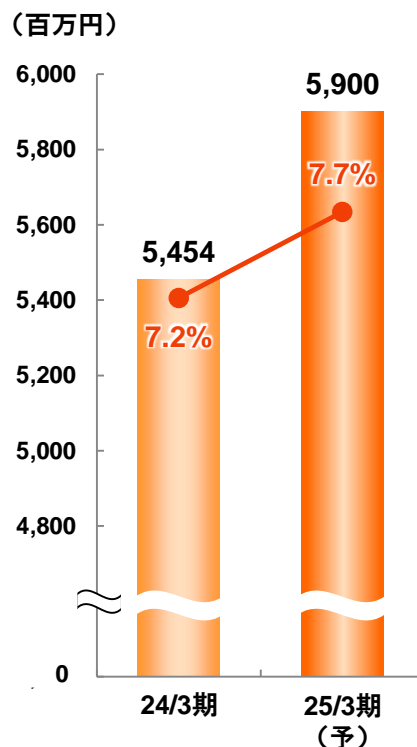
エンターテインメント事業－2025年3月期 通期の見通し

鍵付き完全個室店舗の出店と客層拡大のための施策の実施により、過去最高売上高・営業利益を予想

売上高



営業利益と営業利益率



(単位:百万円)

| | | 25/3期 (予) | |
|-------|--------|-----------|-------|
| | | 前期比% | 百分比% |
| 売上高 | 76,300 | 101.0 | 100.0 |
| 売上総利益 | 14,550 | 107.1 | 19.1 |
| 販売管理費 | 8,650 | 106.4 | 11.3 |
| 営業利益 | 5,900 | 108.2 | 7.7 |

■ 売上高：前期比 101.0%

■ 営業利益：前期比 108.2%

主な要因

◆ 既存店増収率予想

| 第3Q | 第4Q | 下半期 | 通期 |
|-------|-------|-------|-------|
| +0.1% | +0.2% | +0.2% | +0.1% |

◆ 新規出店

- 快活CLUB:20店舗
- FiT24:2店舗

◆ 営業効率の改善

- 不採算店舗の退店:26店舗(ランシステム含む)

◆ リニューアル店舗数の増加に伴う費用増

- リニューアル店舗数:40店舗
(快活CLUB 30店舗、コート・ダジュール 5店舗、FiT24 5店舗)

◆ 販売管理費:前期比 106.4%

- 広告宣伝費等、売上増に伴う費用の増加

快活CLUB

- 鍵付き完全個室店舗の拡大
- 幅広いお客様ニーズへの対応と、新たな利用シーンの拡大

◆ コンテンツ・サービス・メニュー

鍵付き完全個室



アミューズメント



ダーツ・ビリヤード・カラオケ

日経OFFICE PASS



メニュー



新規出店・改装

出店 2025年3月期出店計画

上半期
6店舗



下半期
14店舗



期末店舗数
500店舗

繁華街都市部を中心に3年間で約60店舗出店

改装 2025年3月期:30店舗改装

- 鍵付き完全個室の導入
- 顧客ニーズの高いコンテンツの導入・入れ替え
- 自動入退店機の設置

エンターテインメント事業－2025年3月期 下期の取り組み

新サービスの導入やキャンペーン開催による客層の拡大

コート・ダジュール

- 核商品メニューの開発強化、飲食メニューの拡充
- キャンペーン実施による客層拡大

人気メニュー・パーティーコース



キャンペーン



Fit24

- 各種キャンペーン開催による新規会員獲得の強化
- 既存会員の退会抑制及び継続利用促進の強化

キャンペーン



イベント



サポート

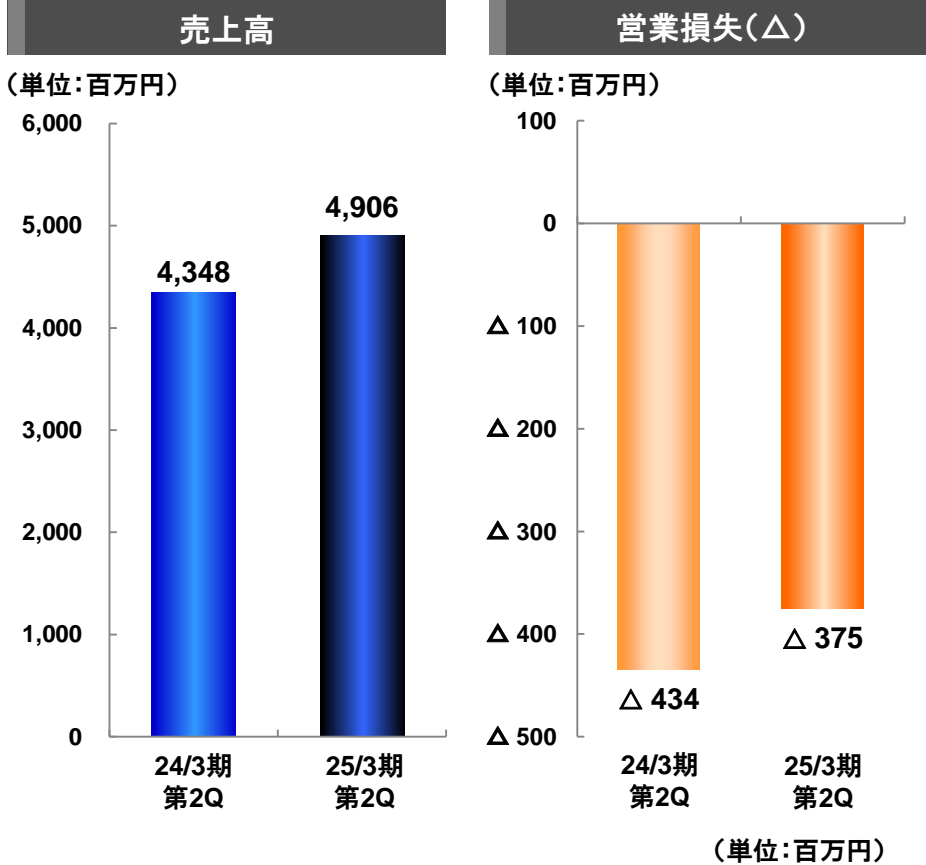


アニヴェルセル・ブライダル事業

2025年3月期 第2四半期(中間期)実績

通期の見通し

アニヴェルセル・ブライダル事業－2025年3月期 第2四半期の概況
 前年同期休館の表参道店稼働により増収、リニューアル費用減少により営業損失改善



| | 25/3期 第2四半期 | | |
|-------|-------------|--------|-------|
| | | 前年同期比% | 百分比% |
| 売上高 | 4,906 | 112.8 | 100.0 |
| 売上総利益 | 1,418 | 91.2 | 28.9 |
| 販売管理費 | 1,793 | 90.1 | 36.6 |
| 営業損失 | △375 | — | — |

- 売上高：前年同期比 112.8%
- 営業損失：△375百万円
(前年同期差+59百万円改善)

主な要因

- ◆ 前年9月中旬まで休館中の表参道店稼働
- ◆ みなとみらい横浜店の改装の影響等により既存店全体の施行組数が減少

| | 24/3期2Q | 25/3期2Q | 対比% |
|------|---------|---------|-------|
| 施行組数 | 1,338組 | 1,282組 | 95.8 |
| 一組単価 | 3,924千円 | 4,002千円 | 102.0 |

- ◆ 受注活動の強化による広告宣伝費及び人件費の増加
 広告宣伝費：前年同期比 131.8%
 人件費：同 109.8%
- ◆ 前年同期表参道リニューアル費用の減少

アニヴェルセル・ブライダル事業－2025年3月期 第2四半期の概況:トピックス

開業10周年を迎えた「アニヴェルセル みなとみらい横浜」リニューアル

2024年
9月14日

日本最大級のゲストハウス「アニヴェルセルみなとみらい横浜」が街に開かれた施設へとリニューアル

コンセプト

「Brand New Scenery (ブランド ニュー シーナリー)－ウェディングの新しい景色を創る－」

- メインエントランスおよび4つのバンケットをリニューアル
- 多様なウェディングニーズやMICE需要への対応



開港の街・横浜を象徴するように様々な要素をミックス

Atelier アトリエ



- ・10名から利用可能な少人数専用フロアとして新設

Episode エピソード



- ・会場内にオープンキッチンを用意し、夜景とともにシェフのライブパフォーマンスも楽しめる会場へ改装

Glass グラス・Ray レイ / Bright ブライト

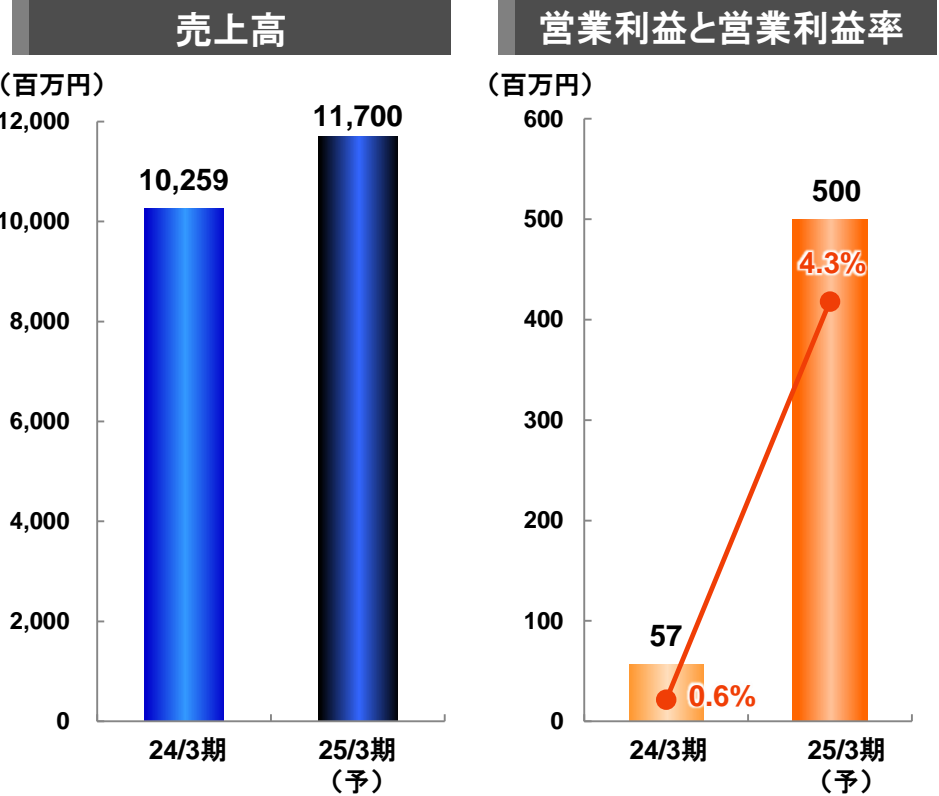


- ・GlassとRayのコネクトルームBrightは、正餐スタイル280名、立食スタイル350名まで利用可能
- ・大規模な発表会や表彰式などのMICE※にも対応

※ミーティング、インセンティブ、コンベンション、エキシビション / イベントの総称

アニヴェルセル・ブライダル事業－2025年3月期 通期の見通し

表参道店の通年稼働、既存店施行組数及び一組単価の増加で増収増益予想



(単位:百万円)

| | 25/3期 (予) | 前期比% | |
|-------|-----------|-------|-------|
| | | 前期比% | 百分比% |
| 売上高 | 11,700 | 114.0 | 100.0 |
| 売上総利益 | 4,270 | 111.7 | 36.5 |
| 販売管理費 | 3,770 | 100.1 | 32.2 |
| 営業利益 | 500 | 865.4 | 4.3 |

■ 売上高：前期比 114.0%

■ 営業利益：前期比 865.4%

主な要因

- ◆ 表参道店の通年稼働
 - ◆ チャペルウェディングの既存店施行組数、一組単価の増加
- | | 24/3期 | 25/3期(予) | 前期比% |
|------|---------|----------|-------|
| 施行組数 | 3,134組 | 3,219組 | 102.7 |
| 一組単価 | 3,955千円 | 4,070千円 | 102.9 |
- ◆ 受注活動、成約率アップ施策の強化
 - WEB広告やSNSによる販促活動継続
 - リングショップとの相互送客等自主販促の継続
 - 集客イベント出店による来館予約の確保
 - ◆ 販売管理費：前期比 100.1%
 - 増収により増加も、リニューアル費用は減少

企業価値向上に向けた取り組み

株主還元

資本コストや株価を意識した経営の推進

認識課題

PBR

1倍割れ

—— 24/3期 ——

0.7倍

ROEが資本コストを
下回る

—— 24/3期 ——

資本コスト

6.5%

ROE

5.6%

事業戦略・財務戦略

ROEの向上

収益性向上

- 市場の変化に対応した、新たな商品群・サービスの提供、業態の進化
- コスト上昇に対する適切な対応と、高付加価値商品・サービスの提供
- 効率の良い販促施策と、DX活用による効率的な店舗運営

資産効率向上

- 各事業セグメントにおいて、店舗モデルの再構築
- 低投資出店と、売場効率(坪売上高)の改善
- OMO推進等による在庫効率の改善
- 遊休不動産の売却や投資有価証券の売却等による総資産の圧縮

財務レバレッジ 適正化

- 有利子負債の適正化
- 中期経営計画の目標に沿って、自社株買いを含めた積極的な株主還元の実施

非財務戦略

PERの向上

IR/SR活動 強化

- 投資家との建設的な対話の強化
- 開示情報の充実と透明化
- 海外投資家に向けた英文開示の充実
- 非財務情報の開示充実

中期経営計画

2024～2026年度の連結業績計画

RISING 2026

年10%前後の利益成長で
3年後営業利益180億円へ

各事業の見直しと新規事業開発を行い
10年後の営業利益300億円達成を目指す

経営目標(2026年度 財務目標)

| | 2023年度実績 | 2026年度目標 | 2023 ▶ 2026年度 |
|----------------|----------|----------|---------------|
| 売上高 | 1,877億円 | 2,000億円 | +2.2% / 年※ |
| 営業利益 | 138億円 | 180億円 | +10.0% / 年※ |
| 営業利益率 | 7.4% | 9.0% | +1.6pt |
| ROIC（投下資本利益率） | 5.2% | 6.7% | +1.5pt |
| ROE（自己資本利益率） | 5.6% | 7.0% | +1.4pt |
| EPS（1株当たり純利益） | 90円 | 120円 | +30円 |
| PBR（株価純資産倍率） | 0.7倍 | 1.0倍 | +0.3pt |
| グループ全店舗数（直営店舗） | 1,334店 | 1,434店 | +100店 |

※ 年平均成長率(CAGR)

中期経営計画

RISING 2026

PBR1倍の実現に向けての中期経営計画2024～2026年度期間における目標

基本方針:引き続き維持

配当性向

30%以上

総還元性向

50%以上

配当性向

50%以上

DOE (株主資本配当率)

3%以上

いずれか
高い方を選択

総還元性向 70%以上

中期経営計画期間のキャピタル・アロケーション

キャッシュ・フロー

営業CF
600億円

キャッシュイン

新規・成長投資(M&A等) 100億円

株主還元
200億円

出店・設備投資
300億円

キャッシュアウト

アニヴェルセル・ブライダル事業

20億円

ファッション事業

80億円

出店・設備投資
内訳

エンターテインメント事業

200億円

株主還元：基本方針及び配当

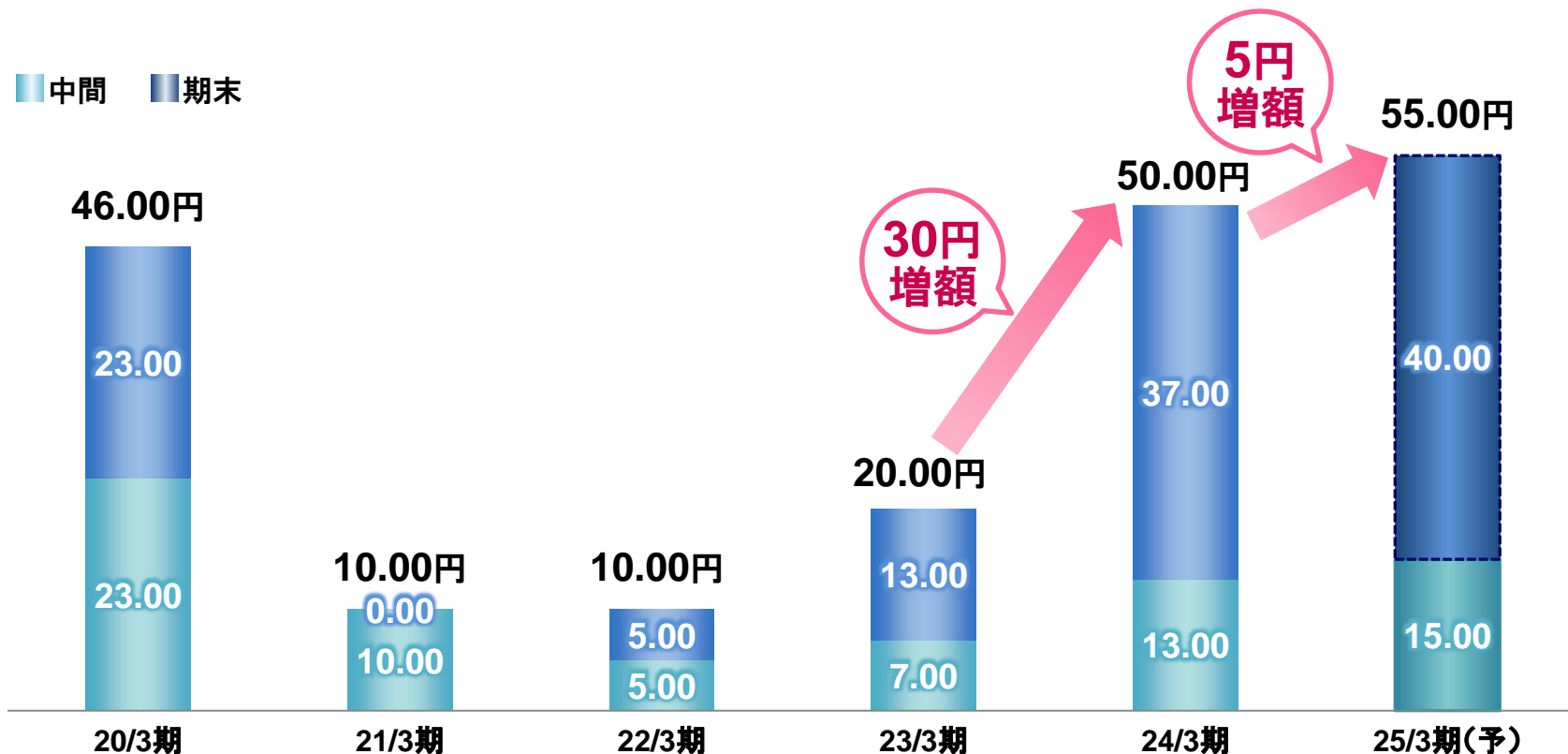
基本方針

配当の方針：前年実績以上を維持しつつ配当性向 **30%以上**

総還元性向：特別な資金需要がないことを前提に **50%以上**を目指す

中期経営計画の目標

配当性向 **50%以上**もしくはDOE(株主資本配当率) **3%以上**のいずれか高い方を選択し、総還元性向については **70%以上**を目指す



サステナビリティの取り組み

AOKIグループのサステナビリティ（マテリアリティとKPI）

| マテリアリティ | KPIと目標数値(2030年度) | | 2023年度の実績 |
|---|---|------------------------------------|--|
| 業態開発・イノベーション 商品・サービスを通じた新たな価値の提供を | ■ 環境配慮型商品の開発・発売件数 | 50件(累計) | <ul style="list-style-type: none"> ● グループ全体:累計26件 ● ファッション事業:地球環境に配慮した「AOKIエコフレンドリー®」商品の展開拡大 ● エンターテインメント事業:厨房なし店舗など、環境・省エネに配慮した店舗形態の開発 ● アニヴェルセル・ブライダル事業: FSC®認証紙を使用したペーパーアイテムの導入 |
| 人財 一人ひとりに働きやすさ・やりがい | ■ 女性管理職比率(課長職相当以上) ■ 正社員一人当たり教育訓練費 ■ 従業員エンゲージメントスコア ■ ストレスチェック結果(高ストレス率) | 20%以上 80千円以上 65%以上 6.0%未満 | <ul style="list-style-type: none"> ● グループ全体:4.9% ● グループ全正社員平均:1人当たり63千円 ● グループ全体の平均:55% ● グループ全体の平均:8.2% |
| 環境 地球環境に優しさを | ■ CO ₂ 排出量(Scope1+2) (2017年度比1店舗当たり) | 50%削減 (49.5t-CO ₂) | <ul style="list-style-type: none"> ● 15.7%削減(CO₂排出量83.5t-CO₂/店) ● 温室効果ガス排出量: グループ全体 Scope1+2+3: 484,840t-CO₂ |
| 地域社会 地域に活気と発展を | ■ 地域貢献活動の実施 | 地域貢献活動を継続実施 | <ul style="list-style-type: none"> ● AOKIグループハーモニーコンサートなど文化活動の推進 |
| 人権 責任あるサプライチェーンを | ■ CSR基準書の締結数 | 100工場以上 | <ul style="list-style-type: none"> ● 締結数:101工場 |
| ガバナンス より健全な経営体制を | ■ コンプライアンス学習会の受講人数 ■ 通報窓口の認知度 | 全グループ社員 100% | <ul style="list-style-type: none"> ● 受講率:58.6% ● 認知度:70.8% |

詳細は当社HPをご参照ください ⇒ https://ir.aoki-hd.co.jp/ja/esg/group_sustainability.html

AOKIグループのサステナビリティ

ファッション

特設サイト『Re:EARTH』オープン！
AOKIとORIHICAが展開する
さまざまなSDGs活動を紹介

エコ商品の開発・展開、衣類のリサイクル、EV充電スタンドの設置などAOKIとORIHICAが展開するさまざまなSDGsの取り組みを紹介する特設サイト『Re:EARTH』をオープンしました。サイトを通じて持続可能な社会の実現に向けた取り組みを示すことで、お客様とともに地球の未来を考える機会を提供していきたいと考えています。



エンターテイメント

コート・ダジュールで
「mottECO(モットエコ)」を開始
食べきれなかった料理をお持ち帰り
いただける取り組みを開始

コート・ダジュールでは、パーティコースのご利用時など、食べきれなかった料理をお持ち帰りいただけるように、ご希望によりお持ち帰り容器を有料でお渡しします。食品ロスの削減に取り組んでまいります。

※「mottECO(モットエコ)」とは、環境省が提唱する、飲食店で食べきれなかった料理を「お客様の自己責任で」お持ち帰りいただくことの愛称です。「もっとエコ」「持って帰ろう」というメッセージが込められています。



アニヴェルセル・ブライダル

コルク回収BOXを設置
「サークルオブコルク」の
取り組みを推進

NPO法人RE機構が運営する社会貢献活動「サークルオブコルク」に参画。使用済みコルクを全店舗で回収、再利用・再生に役立てています。さらに、お客様、地域の皆様と協働・共創を目指し店舗エントランス、サロンにコルク回収BOXを設置しました。引き続きより良い未来の実現に向け取り組んでまいります。



補足資料

2025年3月期第2四半期累計期間 セグメント別損益実績

(単位:百万円)

| | 24/3期 第2Q累計実績 | 百分比 (%) | 25/3期 第2Q累計実績 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|---------------|------------------|------------|------------------|------------|-------------|--------------|
| 売上高 | 81,055 | 100.0 | 82,933 | 100.0 | 1,877 | 102.3 |
| ファッション | 37,643 | 100.0 | 38,263 | 100.0 | 619 | 101.6 |
| エンターテイメント | 38,277 | 100.0 | 38,701 | 100.0 | 423 | 101.1 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 4,348 | 100.0 | 4,906 | 100.0 | 558 | 112.8 |
| 不動産賃貸 | 2,724 | 100.0 | 3,384 | 100.0 | 660 | 124.2 |
| 売上総利益 | 31,589 | 39.0 | 33,039 | 39.8 | 1,449 | 104.6 |
| ファッション | 22,158 | 58.9 | 22,491 | 58.8 | 332 | 101.5 |
| エンターテイメント | 7,668 | 20.0 | 8,499 | 22.0 | 831 | 110.8 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 1,555 | 35.8 | 1,418 | 28.9 | △136 | 91.2 |
| 不動産賃貸 | 534 | 19.6 | 799 | 23.6 | 264 | 149.5 |
| 販売管理費 | 27,790 | 34.3 | 28,867 | 34.8 | 1,077 | 103.9 |
| ファッション | 21,720 | 57.7 | 22,713 | 59.4 | 992 | 104.6 |
| エンターテイメント | 3,933 | 10.3 | 4,093 | 10.6 | 160 | 104.1 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 1,990 | 45.8 | 1,793 | 36.6 | △196 | 90.1 |
| 営業利益又は営業損失(△) | 3,798 | 4.7 | 4,171 | 5.0 | 372 | 109.8 |
| ファッション | 437 | 1.2 | △222 | — | △660 | — |
| エンターテイメント | 3,735 | 9.8 | 4,405 | 11.4 | 670 | 117.9 |
| アニヴェルセル・ブライダル | △434 | — | △375 | — | 59 | — |
| 不動産賃貸 | 461 | 16.9 | 792 | 23.4 | 331 | 172.0 |

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP55をご参照ください。

2025年3月期第2四半期会計期間 セグメント別損益実績

(単位:百万円)

| | 24/3期 第2Q会計実績 | 百分比 (%) | 25/3期 第2Q会計実績 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|---------------|------------------|------------|------------------|------------|-------------|--------------|
| 売上高 | 39,506 | 100.0 | 40,045 | 100.0 | 539 | 101.4 |
| ファッション | 16,537 | 100.0 | 16,459 | 100.0 | △77 | 99.5 |
| エンターテイメント | 20,234 | 100.0 | 20,497 | 100.0 | 262 | 101.3 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 2,305 | 100.0 | 2,545 | 100.0 | 240 | 110.4 |
| 不動産賃貸 | 1,452 | 100.0 | 1,703 | 100.0 | 251 | 117.3 |
| 売上総利益 | 15,107 | 38.2 | 15,914 | 39.7 | 806 | 105.3 |
| ファッション | 9,684 | 58.6 | 9,815 | 59.6 | 131 | 101.4 |
| エンターテイメント | 4,505 | 22.3 | 5,026 | 24.5 | 521 | 111.6 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 774 | 33.6 | 749 | 29.4 | △24 | 96.8 |
| 不動産賃貸 | 294 | 20.3 | 405 | 23.8 | 110 | 137.5 |
| 販売管理費 | 13,587 | 34.4 | 14,097 | 35.2 | 509 | 103.8 |
| ファッション | 10,525 | 63.6 | 10,945 | 66.5 | 420 | 104.0 |
| エンターテイメント | 1,969 | 9.7 | 2,117 | 10.3 | 147 | 107.5 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 999 | 43.4 | 911 | 35.8 | △88 | 91.2 |
| 営業利益又は営業損失(△) | 1,519 | 3.8 | 1,816 | 4.5 | 297 | 119.5 |
| ファッション | △841 | — | △1,130 | — | △288 | — |
| エンターテイメント | 2,536 | 12.5 | 2,909 | 14.2 | 373 | 114.7 |
| アニヴェルセル・ブライダル | △225 | — | △161 | — | 63 | — |
| 不動産賃貸 | 239 | 16.5 | 402 | 23.6 | 162 | 167.7 |

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP56をご参照ください。

2025年3月期第2四半期 主要経費の内訳実績

(単位:百万円)

| | | 25/3期 第2Q累計実績 | | | | | | | | | |
|-------|---------|---------------|------------------|--------|------------------|-----------|------------------|---------------|------------------|-------|------------------|
| | | 全社 | | ファッション | | エンターテイメント | | アニヴェルセル・ブライダル | | 不動産賃貸 | |
| | | | 前年 同期比 (%) | | 前年 同期比 (%) | | 前年 同期比 (%) | | 前年 同期比 (%) | | 前年 同期比 (%) |
| 広告宣伝費 | 販 管 費 | 3,154 | 127.2 | 2,025 | 117.6 | 454 | 183.9 | 628 | 131.8 | — | — |
| 人 件 費 | 合 計 | 22,773 | 102.6 | 8,679 | 105.0 | 11,274 | 101.2 | 1,829 | 109.8 | — | — |
| | 売 上 原 価 | 10,806 | 102.6 | — | — | 9,448 | 101.2 | 1,358 | 113.0 | — | — |
| | 販 管 費 | 11,966 | 102.7 | 8,679 | 105.0 | 1,825 | 101.3 | 470 | 101.6 | — | — |
| 賃 借 料 | 合 計 | 13,716 | 99.4 | 5,839 | 101.5 | 7,143 | 98.7 | 778 | 115.0 | 2,187 | 116.8 |
| | 売 上 原 価 | 8,039 | 100.3 | 0 | 100.0 | 7,085 | 98.7 | 766 | 192.1 | 2,187 | 118.6 |
| | 販 管 費 | 5,676 | 98.1 | 5,839 | 101.5 | 57 | 104.9 | 12 | 4.3 | — | — |
| 減価償却費 | 合 計 | 4,960 | 105.3 | 988 | 101.0 | 3,204 | 106.2 | 376 | 111.0 | 219 | 115.5 |
| | 売 上 原 価 | 3,544 | 108.5 | 12 | 95.7 | 3,059 | 105.7 | 365 | 124.6 | 219 | 116.7 |
| | 販 管 費 | 1,416 | 98.1 | 976 | 101.1 | 144 | 117.4 | 10 | 23.8 | — | — |

(注) 1: 全社はAOKIホールディングスの費用やセグメント間の取引が相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。
2: エンターテイメント事業の業態別内訳はP57をご参照ください。

2025年3月期第2四半期 出退店・設備投資額・減価償却実施額実績

(単位:店)

| セグメント | 店舗名 | 24/3期 第2Q累計実績 | | | 25/3期 第2Q累計実績 | | |
|---------------|-----------|---------------|----|------------|---------------|----|------------|
| | | 出店 | 退店 | 9月末 店舗数 | 出店 | 退店 | 9月末 店舗数 |
| ファッション | AOKI | 3 | 2 | 498 | — | 1 | 497 |
| | ORIHICA | — | 3 | 96 | 6 | 1 | 100 |
| エンターテイメント | 快活CLUB | 3 | 5 | 491 | 6 | 3 | 488 |
| | コート・ダジュール | — | 6 | 91 | — | 4 | 86 |
| | FiT24 | 6 | — | 120 | 2 | — | 119 |
| | 自遊空間 他 | — | 3 | 56 | 2 | 8 | 33 |
| | | — | 6 | 54 | — | 3 | 50 |
| アニヴェルセル・ブライダル | アニヴェルセル | — | — | 10 | — | — | 10 |
| 合 計 | | 12 | 25 | 1,416 | 16 | 20 | 1,383 |

(注) エンターテイメント事業において、インドアゴルフをAOKIを中心にグループ内施設に導入(24/9月末:42施設)

(単位:百万円)

| 設備投資額内訳 | 24/3期 第2Q累計実績 | 25/3期 第2Q累計実績 | 前年同期比(%) |
|---------------|---------------|---------------|----------|
| ファッション | 1,464 | 1,864 | 127.3 |
| エンターテイメント | 4,987 | 3,645 | 73.1 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 1,161 | 624 | 53.8 |
| 連 結 合 計 | 8,410 | 6,448 | 76.7 |

(単位:百万円)

| 減価償却実施額 | 24/3期 第2Q累計実績 | 25/3期 第2Q累計実績 | 前年同期比(%) |
|---------|---------------|---------------|----------|
| 連 結 合 計 | 4,710 | 4,960 | 105.3 |

2025年3月期通期 セグメント別損益の見通し

(単位:百万円)

| | 24/3期 実績 | 百分比 (%) | 25/3期 当初予想 | 百分比 (%) | 25/3期 修正予想 | 百分比 (%) | 修正差 | 対前期 増減 | 前期比 (%) |
|---------------|-------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|------|-----------|------------|
| 売上高 | 187,716 | 100.0 | 191,500 | 100.0 | 191,800 | 100.0 | 300 | 4,083 | 102.2 |
| ファッション | 100,038 | 100.0 | 101,700 | 100.0 | 101,600 | 100.0 | △100 | 1,561 | 101.6 |
| エンターテイメント | 75,545 | 100.0 | 75,600 | 100.0 | 76,300 | 100.0 | 700 | 754 | 101.0 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 10,259 | 100.0 | 12,000 | 100.0 | 11,700 | 100.0 | △300 | 1,440 | 114.0 |
| 不動産賃貸 | 6,051 | 100.0 | 6,700 | 100.0 | 6,700 | 100.0 | — | 648 | 110.7 |
| 売上総利益 | 76,929 | 41.0 | 80,100 | 41.8 | 79,800 | 41.6 | △300 | 2,870 | 103.7 |
| ファッション | 58,631 | 58.6 | 60,600 | 59.6 | 59,700 | 58.8 | △900 | 1,068 | 101.8 |
| エンターテイメント | 13,582 | 18.0 | 13,850 | 18.3 | 14,550 | 19.1 | 700 | 967 | 107.1 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 3,824 | 37.3 | 4,500 | 37.5 | 4,270 | 36.5 | △230 | 445 | 111.7 |
| 不動産賃貸 | 1,395 | 23.1 | 1,620 | 24.2 | 1,613 | 24.1 | △7 | 217 | 115.6 |
| 販売管理費 | 63,069 | 33.6 | 65,100 | 34.0 | 64,800 | 33.8 | △300 | 1,730 | 102.7 |
| ファッション | 50,549 | 50.5 | 51,900 | 51.0 | 51,100 | 50.3 | △800 | 550 | 101.1 |
| エンターテイメント | 8,127 | 10.8 | 8,250 | 10.9 | 8,650 | 11.3 | 400 | 522 | 106.4 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 3,766 | 36.7 | 4,000 | 33.3 | 3,770 | 32.2 | △230 | 3 | 100.1 |
| 営業利益 | 13,860 | 7.4 | 15,000 | 7.8 | 15,000 | 7.8 | — | 1,139 | 108.2 |
| ファッション | 8,082 | 8.1 | 8,700 | 8.6 | 8,600 | 8.5 | △100 | 517 | 106.4 |
| エンターテイメント | 5,454 | 7.2 | 5,600 | 7.4 | 5,900 | 7.7 | 300 | 445 | 108.2 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 57 | 0.6 | 500 | 4.2 | 500 | 4.3 | — | 442 | 865.4 |
| 不動産賃貸 | 1,312 | 21.7 | 1,600 | 23.9 | 1,600 | 23.9 | — | 287 | 121.9 |

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP61をご参照ください。

2025年3月期下半期 セグメント別損益の見通し

(単位:百万円)

| | 24/3期 下半期 実績 | 百分比 (%) | 25/3期 下半期 修正予想 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|---------------|--------------------|------------|----------------------|------------|-------------|--------------|
| 売上高 | 106,660 | 100.0 | 108,866 | 100.0 | 2,205 | 102.1 |
| ファッション | 62,394 | 100.0 | 63,336 | 100.0 | 942 | 101.5 |
| エンターテイメント | 37,267 | 100.0 | 37,598 | 100.0 | 330 | 100.9 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 5,911 | 100.0 | 6,793 | 100.0 | 881 | 114.9 |
| 不動産賃貸 | 3,327 | 100.0 | 3,315 | 100.0 | △11 | 99.7 |
| 売上総利益 | 45,340 | 42.5 | 46,760 | 43.0 | 1,420 | 103.1 |
| ファッション | 36,472 | 58.5 | 37,208 | 58.7 | 736 | 102.0 |
| エンターテイメント | 5,912 | 15.9 | 6,050 | 16.1 | 137 | 102.3 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 2,268 | 38.4 | 2,851 | 42.0 | 582 | 125.7 |
| 不動産賃貸 | 860 | 25.9 | 813 | 24.5 | △47 | 94.5 |
| 販売管理費 | 35,278 | 33.1 | 35,932 | 33.0 | 653 | 101.9 |
| ファッション | 28,828 | 46.2 | 28,386 | 44.8 | △441 | 98.5 |
| エンターテイメント | 4,193 | 11.3 | 4,556 | 12.1 | 362 | 108.7 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 1,776 | 30.1 | 1,976 | 29.1 | 199 | 111.2 |
| 営業利益 | 10,061 | 9.4 | 10,828 | 9.9 | 766 | 107.6 |
| ファッション | 7,644 | 12.3 | 8,822 | 13.9 | 1,177 | 115.4 |
| エンターテイメント | 1,719 | 4.6 | 1,494 | 4.0 | △225 | 86.9 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 492 | 8.3 | 875 | 12.9 | 382 | 177.8 |
| 不動産賃貸 | 851 | 25.6 | 807 | 24.3 | △44 | 94.8 |

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP62をご参照ください。

2025年3月期通期 主要経費の内訳見通し

(単位:百万円)

| | | 25/3期(予) | | | | | | | | | |
|-------|---------|----------|------------|--------|------------|-----------|------------|---------------|------------|-------|------------|
| | | 全社 | | ファッション | | エンターテイメント | | アニヴェルセル・ブライダル | | 不動産賃貸 | |
| | | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) |
| 広告宣伝費 | 販 管 費 | 9,451 | 112.3 | 7,200 | 106.1 | 846 | 162.2 | 1,305 | 128.0 | — | — |
| 人 件 費 | 合 計 | 47,324 | 98.9 | 18,139 | 95.0 | 23,213 | 101.3 | 3,769 | 105.2 | — | — |
| | 売 上 原 価 | 21,984 | 101.2 | — | — | 19,155 | 100.3 | 2,820 | 107.5 | — | — |
| | 販 管 費 | 25,339 | 97.0 | 18,139 | 95.0 | 4,058 | 106.4 | 949 | 98.8 | — | — |
| 賃 借 料 | 合 計 | 28,028 | 101.4 | 11,863 | 100.9 | 14,362 | 99.5 | 1,561 | 107.3 | 4,419 | 111.5 |
| | 売 上 原 価 | 16,215 | 101.1 | 0 | 50.0 | 14,262 | 99.5 | 1,534 | 131.9 | 4,419 | 112.3 |
| | 販 管 費 | 11,812 | 101.8 | 11,863 | 100.9 | 100 | 91.7 | 27 | 9.3 | — | — |
| 減価償却費 | 合 計 | 9,969 | 103.5 | 2,000 | 100.5 | 6,513 | 105.8 | 793 | 110.9 | 451 | 111.5 |
| | 売 上 原 価 | 7,222 | 107.0 | 24 | 97.5 | 6,200 | 105.2 | 769 | 117.8 | 451 | 112.0 |
| | 販 管 費 | 2,747 | 95.2 | 1,975 | 100.6 | 312 | 121.8 | 23 | 37.8 | — | — |

(注) 1: 全社はAOKIホールディングスの費用やセグメント間の取引が相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。
2: エンターテイメント事業の業態別内訳はP63をご参照ください。

2025年3月期通期 出退店・設備投資額・減価償却実施額予想

(単位:店)

| セグメント | 店舗名 | | 24/3期 実績 | | | 25/3期(予) | | |
|---------------|-----------|----|----------|----|-----------|----------|----|-----------|
| | | | 出店 | 退店 | 期末 店舗数 | 出店 | 退店 | 期末 店舗数 |
| ファッション | AOKI | | 5 | 4 | 498 | 1 | 2 | 497 |
| | ORIHICA | | 1 | 5 | 95 | 16 | 2 | 109 |
| エンターテイメント | 快活CLUB | | 7 | 15 | 485 | 20 | 5 | 500 |
| | コート・ダジュール | | — | 7 | 90 | — | 5 | 85 |
| | FiT24 | | 6 | 3 | 117 | 2 | 3 | 116 |
| | 自遊空間 他 | 直営 | — | 7 | 39 | 3 | 9 | 33 |
| | | FC | 1 | 8 | 53 | — | 4 | 49 |
| アニヴェルセル・ブライダル | アニヴェルセル | | — | — | 10 | — | — | 10 |
| 合 計 | | | 20 | 49 | 1,387 | 42 | 30 | 1,399 |

(注) エンターテイメント事業において、インドアゴルフをAOKIを中心にグループ内施設に導入(25/3期末予想:43施設)

(単位:百万円)

| 設備投資額内訳 | 24/3期 実績 | 25/3期(予) | 前期比(%) |
|---------------|----------|----------|--------|
| ファッション | 2,744 | 3,000 | 109.3 |
| エンターテイメント | 7,938 | 5,600 | 70.5 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 1,218 | 800 | 65.7 |
| 連 結 合 計 | 12,881 | 9,800 | 76.1 |

(単位:百万円)

| 減価償却実施額 | 24/3期 実績 | 25/3期(予) | 前期比(%) |
|---------|----------|----------|--------|
| 連 結 合 計 | 9,635 | 9,969 | 103.5 |

【ご参考：ファッション事業 2025年3月期第2四半期実績】

(1)既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

| | | | | | | | | | | 上半期実績 | 下半期 | 通期 |
|-----|-------|------|------|------|------|-------|------|------|------|-------|------|------|
| | | 4月 | 5月 | 6月 | 第1Q | 7月 | 8月 | 9月 | 第2Q | | | |
| 売上高 | 25/3期 | △2.4 | 1.4 | 13.9 | 4.1 | △7.5 | 4.0 | 3.1 | △0.9 | 1.9 | | |
| | 24/3期 | 8.8 | △0.7 | 1.7 | 3.3 | 13.1 | 11.9 | 6.8 | 10.7 | 6.4 | 5.3 | 5.7 |
| 客 数 | 25/3期 | △5.7 | △2.0 | 12.7 | 1.8 | △10.3 | △2.5 | △4.0 | △6.4 | △1.8 | | |
| | 24/3期 | 5.8 | △5.6 | △5.4 | △1.9 | 7.9 | 7.7 | 1.9 | 6.1 | 1.5 | △2.0 | △0.4 |
| 客単価 | 25/3期 | 3.6 | 3.5 | 1.0 | 2.3 | 3.2 | 6.7 | 7.4 | 5.8 | 3.8 | | |
| | 24/3期 | 2.9 | 5.1 | 7.4 | 5.3 | 4.8 | 3.8 | 4.8 | 4.3 | 4.8 | 7.5 | 6.2 |

(2)スーツの販売着数と販売単価

(単位：千着、千円)

| | | 上半期 | 前年同期比 (%) | 下半期 | 前年同期比 (%) | 通期 | 前期比 (%) |
|------|-------|------|-----------|------|-----------|------|---------|
| 販売着数 | 25/3期 | 241 | 93.8 | | | | |
| | 24/3期 | 257 | 91.0 | 596 | 100.8 | 853 | 97.6 |
| 販売単価 | 25/3期 | 30.6 | 104.4 | | | | |
| | 24/3期 | 29.3 | 114.5 | 27.2 | 104.6 | 27.8 | 107.3 |

【ご参考：ファッション事業 2025年3月期第2四半期実績】

(3)商品別売上状況

(単位:百万円)

| | 24/3期 第2Q累計実績 | 百分比 (%) | 25/3期 第2Q累計実績 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|---------|------------------|------------|------------------|------------|-------------|--------------|
| 重衣料 | 13,235 | 35.2 | 13,078 | 34.2 | △157 | 98.8 |
| 中衣料 | 3,495 | 9.3 | 3,503 | 9.2 | 8 | 100.2 |
| 軽衣料 | 12,852 | 34.1 | 13,507 | 35.3 | 654 | 105.1 |
| レディース衣料 | 6,867 | 18.2 | 6,932 | 18.1 | 64 | 100.9 |
| その他 | 1,192 | 3.2 | 1,242 | 3.2 | 50 | 104.2 |
| 合 計 | 37,643 | 100.0 | 38,263 | 100.0 | 619 | 101.6 |

(注) 重衣料：スーツ、フォーマル、コート
中衣料：ジャケット、スラックス

軽衣料：シャツ、ネクタイ、カジュアルウェア(パジャマスーツ含む)、洋品小物他
その他：補正代他

(4)期中平均売場面積の推移

(単位:㎡)

| | 24/3期 第2Q累計実績 | 25/3期 第2Q累計実績 | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|-----------------|------------------|------------------|-------------|--------------|
| AOKI・ORIHICA 合計 | 307,344 | 303,968 | △3,376 | 98.9 |

【ご参考：ファッション事業 2025年3月期予想】

(1)既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

| | | 第1Q実績 | 第2Q実績 | 上半期実績 | 第3Q(予) | 第4Q(予) | 下半期(予) | 通期(予) |
|-----|------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|
| 売上高 | 25/3期(実+予) | 4.1 | △0.9 | 1.9 | 3.5 | △0.3 | 1.1 | 1.4 |
| | 24/3期(実) | 3.3 | 10.7 | 6.4 | 4.1 | 6.0 | 5.3 | 5.7 |
| 客 数 | 25/3期(実+予) | 1.8 | △6.4 | △1.8 | △0.7 | △1.8 | △1.3 | △1.6 |
| | 24/3期(実) | △1.9 | 6.1 | 1.5 | △4.2 | △0.1 | △2.0 | △0.4 |
| 客単価 | 25/3期(実+予) | 2.3 | 5.8 | 3.8 | 4.2 | 1.5 | 2.4 | 3.0 |
| | 24/3期(実) | 5.3 | 4.3 | 4.8 | 8.7 | 6.1 | 7.5 | 6.2 |

(2)商品別売上予想

(単位：百万円)

| | 24/3期実績 | 百分比(%) | 25/3期(予) | 百分比(%) | 対前期増減 | 前期比(%) |
|---------|---------|--------|----------|--------|-------|--------|
| 重衣料 | 38,974 | 39.0 | 38,500 | 37.9 | △474 | 98.8 |
| 中衣料 | 6,427 | 6.4 | 6,600 | 6.5 | 172 | 102.7 |
| 軽衣料 | 30,321 | 30.3 | 31,300 | 30.8 | 978 | 103.2 |
| レディース衣料 | 20,954 | 20.9 | 21,900 | 21.6 | 945 | 104.5 |
| その他 | 3,360 | 3.4 | 3,300 | 3.2 | △60 | 98.2 |
| 合 計 | 100,038 | 100.0 | 101,600 | 100.0 | 1,561 | 101.6 |

(注) 重衣料：スーツ、フォーマル、コート
中衣料：ジャケット、スラックス

軽衣料：シャツ、ネクタイ、カジュアルウェア(パジャマスーツ含む)、洋品小物他
その他：補正代他

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期第2四半期実績】

(1)業態別 損益実績(第2Q累計実績)

(単位:百万円)

| | 24/3期 第2Q累計実績 | 百分比 (%) | 25/3期 第2Q累計実績 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|-----------------|------------------|------------|------------------|------------|-------------|--------------|
| 売上高 | 38,277 | 100.0 | 38,701 | 100.0 | 423 | 101.1 |
| 快活CLUB | 28,164 | 100.0 | 29,177 | 100.0 | 1,012 | 103.6 |
| コート・ダジュール | 5,117 | 100.0 | 5,081 | 100.0 | △36 | 99.3 |
| FIT24 | 2,697 | 100.0 | 2,684 | 100.0 | △12 | 99.5 |
| 自遊空間 他 | 4,584 | 100.0 | 3,323 | 100.0 | △1,260 | 72.5 |
| 売上総利益 | 7,668 | 20.0 | 8,499 | 22.0 | 831 | 110.8 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 6,474 | 21.0 | 7,187 | 22.6 | 712 | 111.0 |
| コート・ダジュール | 719 | 14.1 | 807 | 15.9 | 88 | 112.2 |
| 自遊空間 他 | 513 | 11.2 | 544 | 16.4 | 31 | 106.1 |
| 販売管理費 | 3,933 | 10.3 | 4,093 | 10.6 | 160 | 104.1 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 2,940 | 9.5 | 2,992 | 9.4 | 51 | 101.7 |
| コート・ダジュール | 500 | 9.8 | 575 | 11.3 | 75 | 115.1 |
| 自遊空間 他 | 432 | 9.4 | 479 | 14.4 | 46 | 110.8 |
| 営業利益 | 3,735 | 9.8 | 4,405 | 11.4 | 670 | 117.9 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 3,533 | 11.4 | 4,195 | 13.2 | 661 | 118.7 |
| コート・ダジュール | 219 | 4.3 | 231 | 4.6 | 12 | 105.8 |
| 自遊空間 他 | 80 | 1.7 | 64 | 1.9 | △15 | 80.5 |

(注) セグメント合計の金額は、セグメント内の取引が相殺されているため、各事業の合計額とは一致しません。

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期第2四半期実績】

(2)業態別 損益実績(第2Q会計実績)

(単位:百万円)

| | 24/3期 第2Q会計実績 | 百分比 (%) | 25/3期 第2Q会計実績 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|-----------------|------------------|------------|------------------|------------|-------------|--------------|
| 売上高 | 20,234 | 100.0 | 20,497 | 100.0 | 262 | 101.3 |
| 快活CLUB | 14,965 | 100.0 | 15,556 | 100.0 | 591 | 104.0 |
| コート・ダジュール | 2,637 | 100.0 | 2,675 | 100.0 | 38 | 101.4 |
| FiT24 | 1,377 | 100.0 | 1,375 | 100.0 | △2 | 99.8 |
| 自遊空間 他 | 1,674 | 100.0 | 1,352 | 100.0 | △321 | 80.8 |
| 売上総利益 | 4,505 | 22.3 | 5,026 | 24.5 | 521 | 111.6 |
| 快活CLUB(FiT24含む) | 3,842 | 23.5 | 4,222 | 24.9 | 380 | 109.9 |
| コート・ダジュール | 406 | 15.4 | 506 | 18.9 | 100 | 124.7 |
| 自遊空間 他 | 262 | 15.7 | 309 | 22.9 | 47 | 118.2 |
| 販売管理費 | 1,969 | 9.7 | 2,117 | 10.3 | 147 | 107.5 |
| 快活CLUB(FiT24含む) | 1,495 | 9.2 | 1,554 | 9.2 | 58 | 103.9 |
| コート・ダジュール | 243 | 9.2 | 283 | 10.6 | 40 | 116.7 |
| 自遊空間 他 | 201 | 12.0 | 257 | 19.0 | 56 | 127.9 |
| 営業利益 | 2,536 | 12.5 | 2,909 | 14.2 | 373 | 114.7 |
| 快活CLUB(FiT24含む) | 2,346 | 14.4 | 2,668 | 15.8 | 322 | 113.7 |
| コート・ダジュール | 163 | 6.2 | 223 | 8.3 | 59 | 136.7 |
| 自遊空間 他 | 61 | 3.6 | 52 | 3.9 | △8 | 86.3 |

(注) セグメント合計の金額は、セグメント内の取引が相殺されているため、各事業の合計額とは一致しません。

(3)業態別 設備投資額実績

(単位:百万円)

| 店舗名 | 24/3期 第2Q累計実績 | 25/3期 第2Q累計実績 | 前年同期比(%) |
|-----------|---------------|---------------|----------|
| 快活CLUB | 3,863 | 3,217 | 83.3 |
| コート・ダジュール | 136 | 95 | 70.2 |
| FiT24 | 638 | 188 | 29.4 |
| 自遊空間 他 | 400 | 179 | 44.9 |
| 合 計 | 4,987 | 3,645 | 73.1 |

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期第2四半期実績】

(4)業態別 主要経費の内訳実績

(単位:百万円)

| | | 25/3期 第2Q累計実績 | | | | | | | |
|-------|---------|------------------|------------------|--------|------------------|-----------|------------------|--------|------------------|
| | | エンターテインメント 合計 | | 快活CLUB | | コート・ダジュール | | 自遊空間 他 | |
| | | | 前年 同期比 (%) | | 前年 同期比 (%) | | 前年 同期比 (%) | | 前年 同期比 (%) |
| 広告宣伝費 | 販 管 費 | 454 | 183.9 | 365 | 177.3 | 88 | 202.8 | 5 | 233.6 |
| 人 件 費 | 合 計 | 11,274 | 101.2 | 8,876 | 102.8 | 1,755 | 106.4 | 652 | 76.3 |
| | 売 上 原 価 | 9,448 | 101.2 | 7,607 | 103.9 | 1,494 | 104.5 | 346 | 59.4 |
| | 販 管 費 | 1,825 | 101.3 | 1,269 | 96.8 | 261 | 119.3 | 305 | 112.6 |
| 賃 借 料 | 合 計 | 7,143 | 98.7 | 5,615 | 101.3 | 1,078 | 95.2 | 452 | 80.4 |
| | 売 上 原 価 | 7,085 | 98.7 | 5,577 | 101.3 | 1,072 | 95.1 | 437 | 79.7 |
| | 販 管 費 | 57 | 104.9 | 37 | 101.9 | 6 | 115.6 | 14 | 107.8 |
| 減価償却費 | 合 計 | 3,204 | 106.2 | 2,836 | 106.3 | 261 | 109.2 | 93 | 107.4 |
| | 売 上 原 価 | 3,059 | 105.7 | 2,782 | 106.5 | 228 | 100.9 | 61 | 99.8 |
| | 販 管 費 | 144 | 117.4 | 53 | 94.1 | 32 | 260.1 | 32 | 125.2 |

(注) 快活CLUBにはFit24が含まれております。

【ご参考：エンターテイメント事業 2025年3月期第2四半期実績】

(5)エンターテイメント事業：既存店増収率、客数・客単価の増加率

・既存店対象店舗：快活CLUB、コート・ダジュール、FiT24

(単位：%)

| | | | | | | | | | | 上半期 実績 | 下半期 | 通期 |
|-----|-------|------|------|-----|-----|------|------|-----|-----|-----------|-----|-----|
| | | 4月 | 5月 | 6月 | 第1Q | 7月 | 8月 | 9月 | 第2Q | | | |
| 売上高 | 25/3期 | 0.4 | △0.6 | 8.3 | 2.5 | 0.1 | 4.9 | 4.6 | 3.2 | 2.9 | | |
| | 24/3期 | 12.7 | 7.9 | 3.6 | 8.0 | 7.3 | 10.6 | 6.6 | 8.2 | 8.1 | 2.9 | 5.5 |
| 客 数 | 25/3期 | 1.3 | 0.4 | 5.0 | 2.2 | △0.9 | 1.9 | 2.7 | 1.2 | 1.7 | | |
| | 24/3期 | 9.8 | 5.6 | 3.7 | 6.3 | 6.7 | 10.2 | 6.3 | 7.8 | 7.1 | 3.6 | 5.3 |
| 客単価 | 25/3期 | △0.3 | △0.6 | 4.1 | 1.0 | 1.4 | 3.8 | 2.5 | 2.6 | 1.8 | | |
| | 24/3期 | 3.8 | 3.1 | 0.5 | 2.5 | 1.4 | 1.5 | 1.0 | 1.3 | 1.9 | 0.1 | 1.0 |

(注)客数・客単価は、月会費会員であるFiT24を除いております。

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期第2四半期実績】

(6)快活CLUB:既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位:%)

| | | | | | | | | | | 上半期実績 | 下半期 | 通期 |
|-----|-------|------|------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|------|-----|
| | | 4月 | 5月 | 6月 | 第1Q | 7月 | 8月 | 9月 | 第2Q | | | |
| 売上高 | 25/3期 | 0.9 | △0.3 | 8.3 | 2.8 | 0.2 | 4.4 | 4.3 | 3.0 | 2.9 | | |
| | 24/3期 | 11.4 | 7.3 | 2.7 | 7.1 | 6.0 | 8.6 | 6.4 | 7.0 | 7.1 | 2.2 | 4.7 |
| 客 数 | 25/3期 | 1.7 | 0.5 | 4.9 | 2.3 | △0.6 | 1.7 | 2.8 | 1.3 | 1.8 | | |
| | 24/3期 | 8.7 | 5.0 | 3.2 | 5.6 | 5.9 | 8.7 | 6.4 | 7.0 | 6.3 | 3.2 | 4.8 |
| 客単価 | 25/3期 | 0.1 | △0.3 | 4.5 | 1.3 | 1.3 | 3.5 | 2.3 | 2.4 | 1.9 | | |
| | 24/3期 | 3.8 | 3.3 | 0.2 | 2.4 | 0.9 | 1.1 | 0.9 | 1.0 | 1.7 | △0.2 | 0.7 |

(注)売上高はFiT24を含めており、客数・客単価は、月会費会員であるFiT24を除いております。

(7)快活CLUB:既存店内訳別売上構成比

(単位:%)

| | 24/3期 第2Q累計実績 | 25/3期 第2Q累計実績 | 前年同期差 |
|-------|------------------|------------------|--------|
| ルーム売上 | 90.8 | 90.5 | △0.3pt |
| 飲食売上 | 7.4 | 6.9 | △0.5pt |
| その他売上 | 1.8 | 2.6 | +0.8pt |

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期第2四半期実績】

(8)コート・ダジュール：既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

| | | | | | | | | | | 上半期実績 | 下半期 | 通期 |
|-----|-------|------|------|-----|------|------|------|-----|------|-------|-----|------|
| | | 4月 | 5月 | 6月 | 第1Q | 7月 | 8月 | 9月 | 第2Q | | | |
| 売上高 | 25/3期 | △3.1 | △2.6 | 7.8 | 0.5 | △0.6 | 8.4 | 6.5 | 4.9 | 2.8 | | |
| | 24/3期 | 21.9 | 12.2 | 9.8 | 14.4 | 17.0 | 25.4 | 7.3 | 16.9 | 15.7 | 7.5 | 11.5 |
| 客 数 | 25/3期 | △1.1 | △0.8 | 5.5 | 1.1 | △3.3 | 3.5 | 2.2 | 0.8 | 0.9 | | |
| | 24/3期 | 18.9 | 10.7 | 8.0 | 12.3 | 13.7 | 24.7 | 5.2 | 14.4 | 13.3 | 6.0 | 9.6 |
| 客単価 | 25/3期 | △2.0 | △1.8 | 2.2 | △0.6 | 2.8 | 4.7 | 4.2 | 4.0 | 1.8 | | |
| | 24/3期 | 2.5 | 1.4 | 1.6 | 1.9 | 2.9 | 0.6 | 2.0 | 2.2 | 2.1 | 1.4 | 1.7 |

(9)コート・ダジュール：既存店内訳別売上構成比

(単位：%)

| | 24/3期 第2Q累計実績 | 25/3期 第2Q累計実績 | 前年同期差 |
|-------|------------------|------------------|--------|
| ルーム売上 | 58.8 | 57.4 | △1.4pt |
| 飲食売上 | 40.6 | 42.3 | +1.7pt |
| その他売上 | 0.6 | 0.3 | △0.3pt |

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期予想】

(1)業態別 損益予想

(単位:百万円)

| | | 24/3期 実績 | 百分比 (%) | 25/3期 当初予想 | 百分比 (%) | 25/3期 修正予想 | 百分比 (%) | 修正差 | 対前期 増減 | 前期比 (%) |
|---------|-----------------|-------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|-------|-----------|------------|
| 売 上 高 | 快活CLUB | 55,324 | 100.0 | 55,750 | 100.0 | 56,750 | 100.0 | 1,000 | 1,425 | 102.6 |
| | コート・ダジュール | 10,377 | 100.0 | 10,100 | 100.0 | 10,100 | 100.0 | — | △277 | 97.3 |
| | FiT24 | 5,439 | 100.0 | 5,750 | 100.0 | 5,650 | 100.0 | △100 | 210 | 103.9 |
| 売上総利益 | 快活CLUB(FiT24含む) | 11,198 | 18.4 | 11,300 | 18.4 | 11,800 | 18.9 | 500 | 601 | 105.4 |
| | コート・ダジュール | 1,445 | 13.9 | 1,550 | 15.3 | 1,650 | 16.3 | 100 | 204 | 114.2 |
| 販売管理費 | 快活CLUB(FiT24含む) | 6,054 | 10.0 | 5,950 | 9.7 | 6,300 | 10.1 | 350 | 245 | 104.1 |
| | コート・ダジュール | 1,070 | 10.3 | 1,200 | 11.9 | 1,250 | 12.4 | 50 | 179 | 116.8 |
| 営 業 利 益 | 快活CLUB(FiT24含む) | 5,144 | 8.5 | 5,350 | 8.7 | 5,500 | 8.8 | 150 | 355 | 106.9 |
| | コート・ダジュール | 374 | 3.6 | 350 | 3.5 | 400 | 4.0 | 50 | 25 | 106.7 |

(2)業態別 設備投資額予想

(単位:百万円)

| 店舗名 | 24/3期 実績 | 25/3期(予) | 前期比(%) |
|-----------|----------|----------|--------|
| 快活CLUB | 6,061 | 5,000 | 82.5 |
| コート・ダジュール | 472 | 150 | 31.7 |
| FiT24 | 951 | 250 | 26.3 |

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期予想】

(3)業態別 下半期損益予想

(単位:百万円)

| | | 24/3期 下半期 実績 | 百分比 (%) | 25/3期 下半期 修正予想 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|---------|-----------------|--------------------|------------|----------------------|------------|-------------|--------------|
| 売 上 高 | 快活CLUB | 27,159 | 100.0 | 27,572 | 100.0 | 412 | 101.5 |
| | コート・ダジュール | 5,260 | 100.0 | 5,018 | 100.0 | △241 | 95.4 |
| | FiT24 | 2,741 | 100.0 | 2,965 | 100.0 | 223 | 108.2 |
| 売上総利益 | 快活CLUB(FiT24含む) | 4,724 | 15.8 | 4,612 | 15.1 | △111 | 97.6 |
| | コート・ダジュール | 725 | 13.8 | 842 | 16.8 | 116 | 116.0 |
| 販売管理費 | 快活CLUB(FiT24含む) | 3,113 | 10.4 | 3,307 | 10.8 | 194 | 106.2 |
| | コート・ダジュール | 569 | 10.8 | 674 | 13.4 | 104 | 118.3 |
| 営 業 利 益 | 快活CLUB(FiT24含む) | 1,610 | 5.4 | 1,304 | 4.3 | △305 | 81.0 |
| | コート・ダジュール | 155 | 3.0 | 168 | 3.4 | 12 | 108.0 |

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期予想】

(4)業態別 主要経費の内訳予想

(単位：百万円)

| | | 25/3期(予) | | | | | | | |
|-------|---------|------------------|------------|--------|------------|-----------|------------|--------|------------|
| | | エンターテインメント 合計 | | 快活CLUB | | コート・ダジュール | | 自遊空間 他 | |
| | | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) |
| 広告宣伝費 | 販 管 費 | 846 | 162.2 | 664 | 160.2 | 181 | 163.0 | 10 | 190.1 |
| 人 件 費 | 合 計 | 23,213 | 101.3 | 18,378 | 103.7 | 3,481 | 100.8 | 1,307 | 75.2 |
| | 売 上 原 価 | 19,155 | 100.3 | 15,508 | 103.8 | 2,952 | 99.2 | 695 | 59.2 |
| | 販 管 費 | 4,058 | 106.4 | 2,870 | 103.4 | 529 | 111.3 | 612 | 108.7 |
| 賃 借 料 | 合 計 | 14,362 | 99.5 | 11,322 | 101.7 | 2,140 | 97.0 | 905 | 81.9 |
| | 売 上 原 価 | 14,262 | 99.5 | 11,263 | 101.8 | 2,126 | 96.9 | 875 | 81.2 |
| | 販 管 費 | 100 | 91.7 | 58 | 81.9 | 13 | 115.2 | 30 | 107.6 |
| 減価償却費 | 合 計 | 6,513 | 105.8 | 5,723 | 105.1 | 575 | 117.8 | 187 | 105.0 |
| | 売 上 原 価 | 6,200 | 105.2 | 5,617 | 105.4 | 486 | 106.5 | 122 | 98.8 |
| | 販 管 費 | 312 | 121.8 | 106 | 91.9 | 89 | 278.4 | 65 | 119.0 |

(注) 快活CLUBにはFIT24が含まれております。

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期予想】

(5)エンターテインメント事業：既存店増収率、客数・客単価の増加率

・既存店対象店舗：快活CLUB、コート・ダジュール、FiT24

(単位：%)

| | | 第1Q実績 | 第2Q実績 | 上半期実績 | 第3Q(予) | 第4Q(予) | 下半期(予) | 通期(予) |
|-----|------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|
| 売上高 | 25/3期(実+予) | 2.5 | 3.2 | 2.9 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 |
| | 24/3期(実) | 8.0 | 8.2 | 8.1 | 3.2 | 2.5 | 2.9 | 5.5 |
| 客 数 | 25/3期(実+予) | 2.2 | 1.2 | 1.7 | △0.8 | △0.9 | △0.9 | △0.6 |
| | 24/3期(実) | 6.3 | 7.8 | 7.1 | 4.0 | 3.1 | 3.6 | 5.3 |
| 客単価 | 25/3期(実+予) | 1.0 | 2.6 | 1.8 | 0.3 | 2.2 | 1.3 | 1.0 |
| | 24/3期(実) | 2.5 | 1.3 | 1.9 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 1.0 |

(注)客数・客単価は、月会費会員であるFiT24を除いております。

(6)快活CLUB：既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

| | | 第1Q実績 | 第2Q実績 | 上半期実績 | 第3Q(予) | 第4Q(予) | 下半期(予) | 通期(予) |
|-----|------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|
| 売上高 | 25/3期(実+予) | 2.8 | 3.0 | 2.9 | 0.3 | 0.5 | 0.4 | 0.2 |
| | 24/3期(実) | 7.1 | 7.0 | 7.1 | 2.2 | 2.2 | 2.2 | 4.7 |
| 客 数 | 25/3期(実+予) | 2.3 | 1.3 | 1.8 | △0.8 | △0.3 | △0.6 | △0.5 |
| | 24/3期(実) | 5.6 | 7.0 | 6.3 | 3.4 | 3.1 | 3.2 | 4.8 |
| 客単価 | 25/3期(実+予) | 1.3 | 2.4 | 1.9 | 1.1 | 0.0 | 0.5 | 0.8 |
| | 24/3期(実) | 2.4 | 1.0 | 1.7 | △0.5 | 0.0 | △0.2 | 0.7 |

(注)売上高はFiT24を含めており、客数・客単価は、月会費会員であるFiT24を除いております。

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期予想】

(7)コート・ダジュール：既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

| | | 第1Q実績 | 第2Q実績 | 上半期 実績 | 第3Q(予) | 第4Q(予) | 下半期 (予) | 通期 (予) |
|-----|------------|-------|-------|-----------|--------|--------|------------|-----------|
| 売上高 | 25/3期(実+予) | 0.5 | 4.9 | 2.8 | △0.7 | △1.2 | △1.0 | △0.6 |
| | 24/3期(実) | 14.4 | 16.9 | 15.7 | 10.2 | 4.8 | 7.5 | 11.5 |
| 客 数 | 25/3期(実+予) | 1.1 | 0.8 | 0.9 | △0.6 | △5.1 | △2.9 | △1.7 |
| | 24/3期(実) | 12.3 | 14.4 | 13.3 | 9.1 | 3.3 | 6.0 | 9.6 |
| 客単価 | 25/3期(実+予) | △0.6 | 4.0 | 1.8 | △0.4 | 4.0 | 1.9 | 1.1 |
| | 24/3期(実) | 1.9 | 2.2 | 2.1 | 1.1 | 1.5 | 1.4 | 1.7 |

【ご参考:アニヴェルセル・ブライダル事業 2025年3月期第2四半期実績】

既存店 施行組数及び一組単価

(単位:組、千円)

| | | 上半期 実績 | 前年 同期比 (%) | 下半期 (予) | 前年 同期比 (%) | 通期 (予) | 前期比 (%) |
|----------|------------|-----------|------------------|------------|------------------|-----------|------------|
| 施行 組数 | 25/3期(実+予) | 1,282 | 95.8 | 1,937 | 107.9 | 3,219 | 102.7 |
| | 24/3期(実) | 1,338 | 119.0 | 1,796 | 111.9 | 3,134 | 114.8 |
| 一組 単価 | 25/3期(実+予) | 4,002 | 102.0 | 4,115 | 103.4 | 4,070 | 102.9 |
| | 24/3期(実) | 3,924 | 106.8 | 3,978 | 104.0 | 3,955 | 105.1 |

- (注) 1:既存店対象施設:上半期9店舗、下半期10店舗
2:フォトウェディング・ファミリーウェディングを含まない、施行組数及び一組単価
3:キャンセル料等を含まない婚礼単価、収益認識会計基準等適用前の売上高により算出
4:上半期の施行組数は、みなとみらい横浜店の改装期間の影響等により減少

予測に関する注意事項

本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

また、実際の業績等は今後様々な要因によって大きく異なる可能性があることをご承知おきください。