



2023年3月期 決算説明会

2023年5月25日
株式会社AOKIホールディングス



ANNIVERSAIRE



目次

 2023年3月期 業績の概要	4
 2024年3月期 通期業績予想	12
 ファッション事業 2023年3月期実績と2024年3月期の見通し	16
 アニヴェルセル・ブライダル事業 2023年3月期実績と2024年3月期の見通し	23
 エンターテイメント事業 2023年3月期実績と2024年3月期の見通し	28
 AOKIグループの今後の課題と株主還元について	35
 補足資料	41

1. 記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。
2. 2021年3月期以前の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用しておりません。
3. 2022年6月の株式会社ランシステム子会社化に伴い、2023年3月期第2四半期連結会計期間より実績をエンターテイメント事業に含めて記載しております。

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・ビジカジスタイルを提案。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

アニヴェルセル・ブライダル事業

輝く“祝福のとき”を彩る

ゲストハウスウエディングを中心に、お客様の人生の中で最も輝くウエディングシーンを演出。

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パリストイルのカフェも併設。多くの有名人の結婚式でも知られるウエディングの一大ブランド。

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エディング施設。「自分らしいウエディング」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

エンターテイメント事業

“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



バリ島の雰囲気をもとに“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

2023年3月期

業績の概要

2023年3月期 連結業績

- 売上高1,761億円(前期比 13.7%増)、営業利益102億円(前期比 88.0%増)
2期連続の増収増益を達成
- 2022年11月に発表した修正予想を上回り着地

(単位:百万円)

科目/期別	22/3期	23/3期	対前期 増減	前期比 (%)	予想比 (%)
売上高	154,916	176,170	21,254	113.7	102.0
売上総利益 売上総利益率	59,636 38.5%	69,556 39.5%	9,919 +1.0pt	116.6	103.4 +0.5pt
販売費・一般管理費	54,193	59,320	5,127	109.5	101.4
営業利益 営業利益率	5,443 3.5%	10,235 5.8%	4,792 +2.3pt	188.0	116.3 +0.7pt
経常利益	4,360	8,430	4,069	193.3	103.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,563	5,632	3,068	219.7	137.4

2023年3月期 連結業績

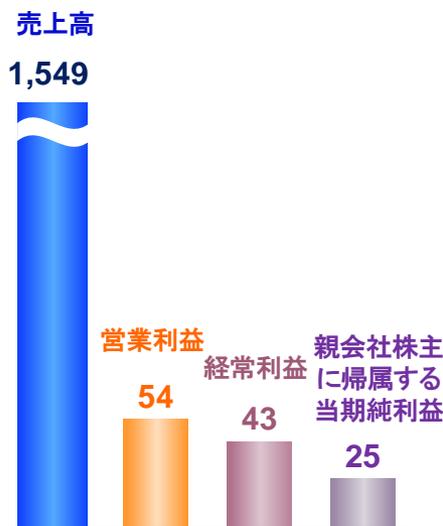
※参考 2019年3月期 (コロナ前)

(単位:億円)



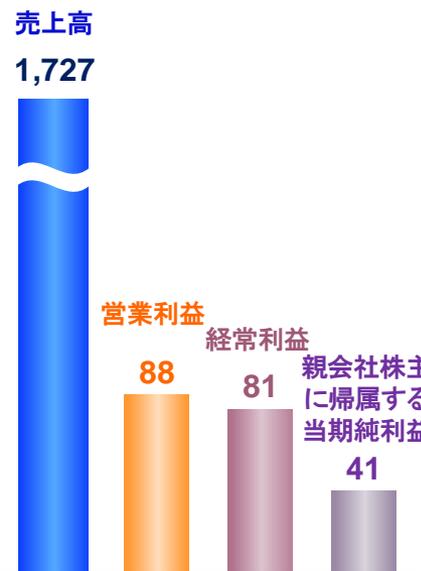
2022年3月期

(単位:億円)



2023年3月期(修正予想)

(単位:億円)



2023年3月期

(単位:億円)



外部環境

- 新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和され、社会経済活動の正常化が進行
- 原材料価格、燃料・電気代及び人件費の上昇
- 物価上昇等により景気先行き不透明な状況が継続

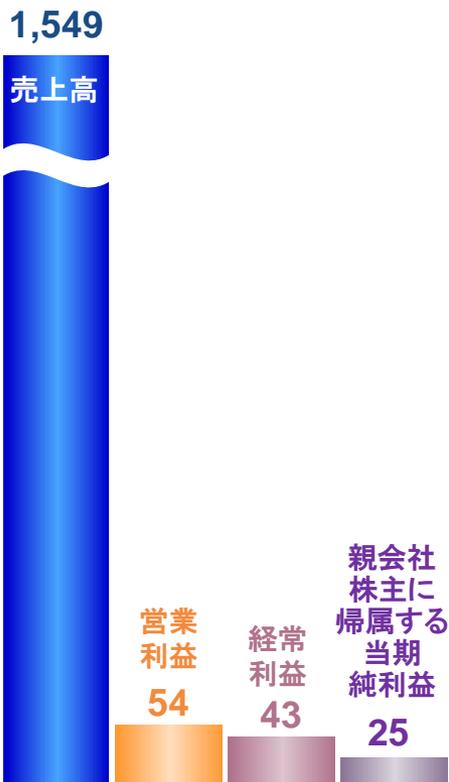
AOKIグループ

- 社会経済活動正常化により、各事業で客数が増加
- 株式会社ランシステムを2022年6月に子会社化
2022年7月から9ヶ月分を業績に反映
- グループ全体(ランシステム含む)で33店舗の新規出店、業態転換及び営業効率改善のため65店舗の退店

2023年3月期 連結業績

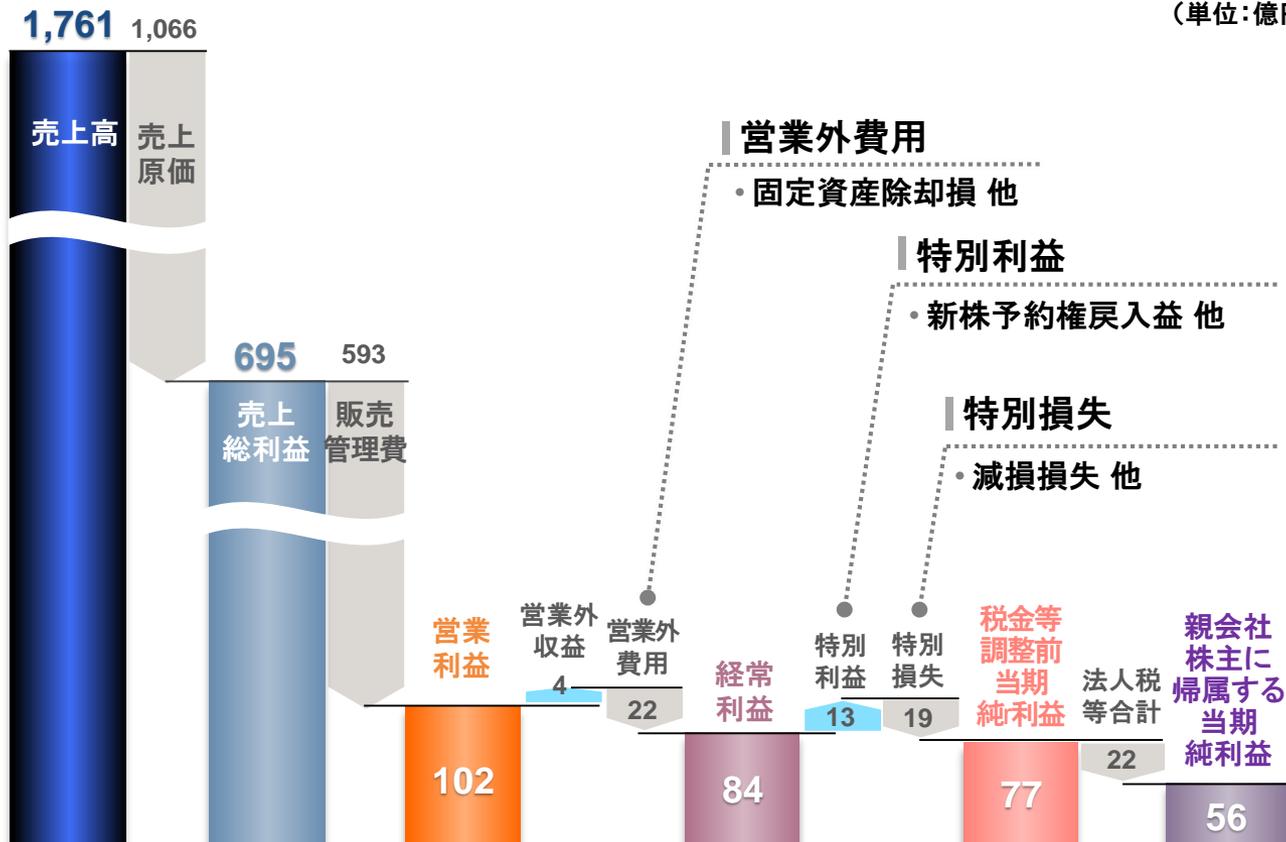
2022年3月期

(単位:億円)



2023年3月期

(単位:億円)



主な増減要因

売上高 各事業で既存店が増収

売上総利益 売上総利益率:前期比 +1.0pt、各事業で売上総利益率が改善

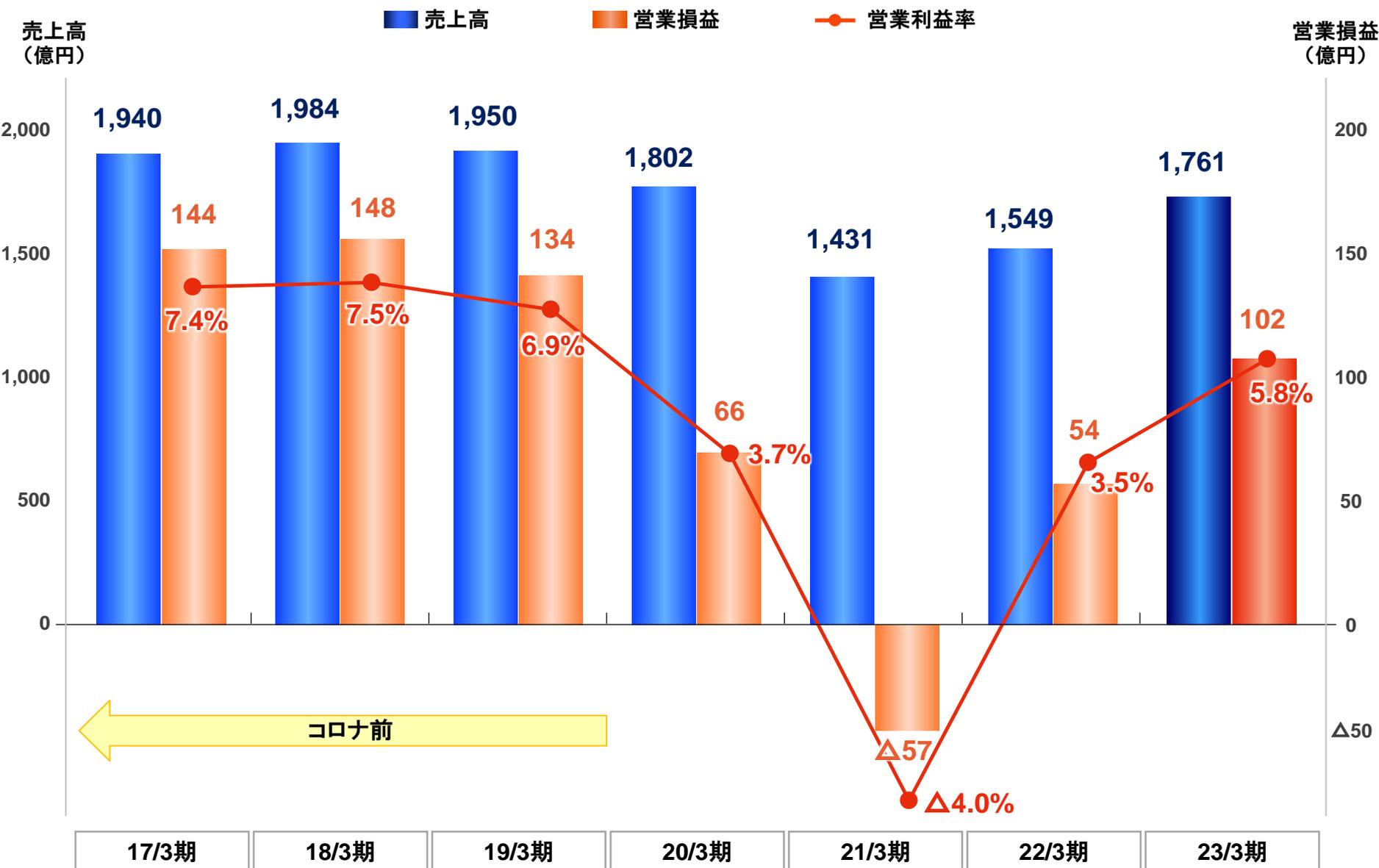
営業利益 既存店増収と売上総利益率改善により増益

営業外費用 アニヴェルセル表参道の固定資産除却損の増加等

特別利益 固定資産売却益及び雇用調整助成金等の減少等

特別損失 減損損失及び臨時休業等による損失の減少等

2017年3月期から2023年3月期の連結業績推移

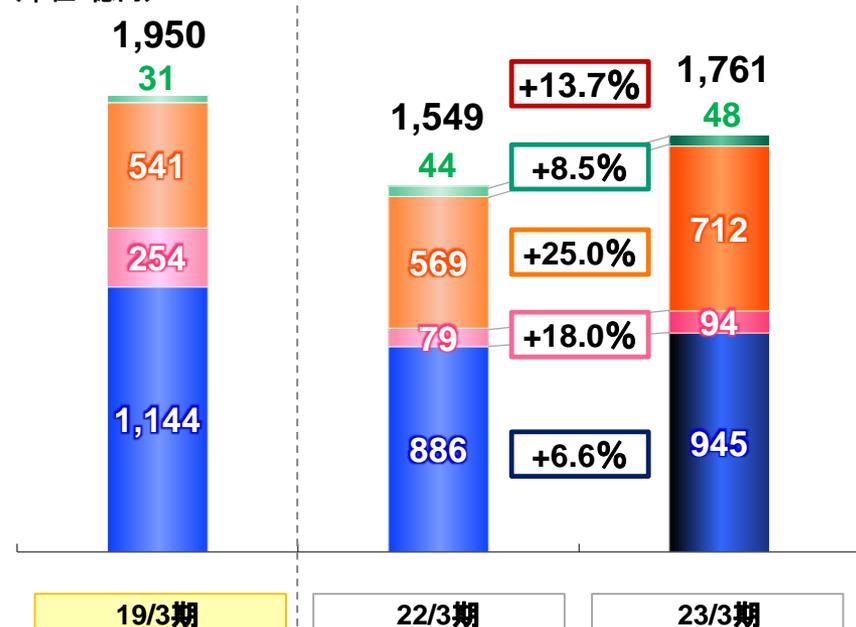


2023年3月期 セグメント別業績

ファッション事業	<ul style="list-style-type: none"> 行動制限緩和による客数の増加及びフォーマルを中心に、レディース、カジュアル関連商品等が好調に推移し、増収増益 既存店増収率:+11.0% (予想:+8.3%) 出店:3店舗、退店:17店舗
アニヴェルセル・ブライダル事業	<ul style="list-style-type: none"> 施行組数の増加及び売上総利益率の改善により、増収増益
エンターテイメント事業	<ul style="list-style-type: none"> 新規出店の寄与及びコロナの影響が減少し、増収増益 既存店増収率:+11.8% (予想:+7.4%) 出店:30店舗、退店:48店舗 (ランシステム含む)

売上高

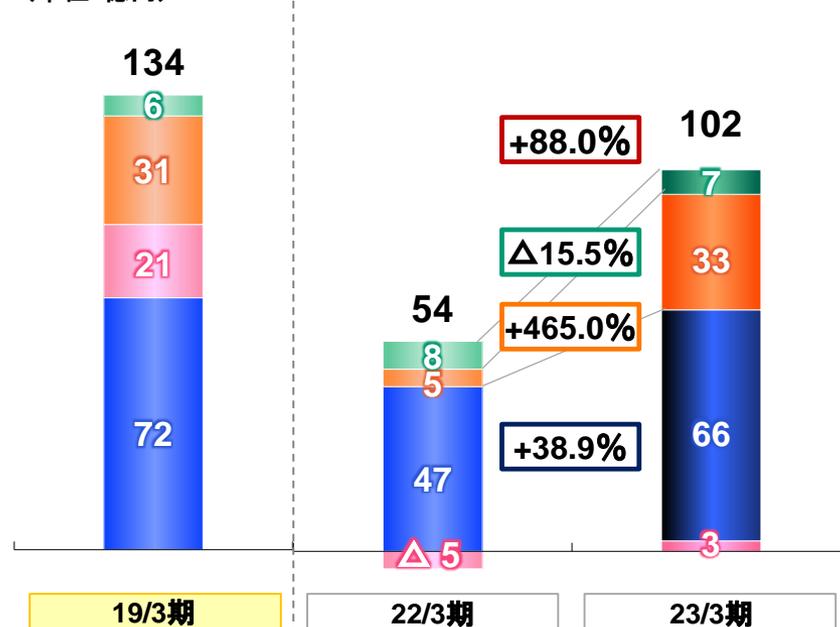
(単位:億円)



※参考 (コロナ前)

営業利益又は営業損失(△)

(単位:億円)



※参考 (コロナ前)

■ ファッション ■ アニヴェルセル・ブライダル ■ エンターテイメント ■ 不動産賃貸

連結貸借対照表の主な増減

(単位:百万円)

科目／期別	22/3期	23/3期	増減	主な増減要因
流動資産	74,513	78,836	4,323	<ul style="list-style-type: none"> ・売上高の増加等による売掛金の増加 1,306百万円 ・仕入高の増加等による棚卸資産の増加 1,135百万円 ・未収還付法人税等の未収入金の増加 749百万円
固定資産	158,495	154,579	△3,915	<ul style="list-style-type: none"> ・減価償却等による有形固定資産の減少 △4,123百万円
資産合計	233,008	233,416	407	
流動負債	44,415	48,904	4,489	<ul style="list-style-type: none"> ・仕入高の増加等による買掛金の増加 2,691百万円 ・賞与引当金の増加 1,535百万円
固定負債	60,951	52,260	△8,691	<ul style="list-style-type: none"> ・約定返済等による長期借入金の減少 △8,107百万円
負債合計	105,366	101,164	△4,201	
純資産合計	127,641	132,251	4,609	<ul style="list-style-type: none"> ・当期純利益及び配当金の支払いの結果、利益剰余金の増加 4,613百万円
負債純資産合計	233,008	233,416	407	

連結キャッシュ・フロー計算書の主な増減

(単位:百万円)

科目/期別	22/3期	23/3期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	17,132	17,475	342	<ul style="list-style-type: none"> 税金等調整前当期純利益の増加 2,055百万円 雇用調整助成金等の受取額の減少△1,711百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	886	△3,026	△3,913	<ul style="list-style-type: none"> 有形固定資産の取得による支出の減少 2,955百万円 投資有価証券の売却による収入の増加 895百万円 有形固定資産の売却による収入の減少 △8,961百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△10,023	△14,091	△4,067	<ul style="list-style-type: none"> 短期借入れの返済の減少 10,899百万円 長期借入れの減少及び返済の増加 △14,640百万円 配当金の支払額の増加 △592百万円
フリーキャッシュ・フロー	18,019	14,449	△3,570	
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	7,995	358	△7,637	
現金及び現金同等物の 期首残高	29,941	37,937	7,995	
現金及び現金同等物の 期末残高	37,937	38,295	358	

2024年3月期 通期業績予想

2024年3月期 通期連結業績予想

- 売上高1,805億円(前期比 2.5%増)、営業利益108億円(前期比 5.5%増)
3期連続の増収増益予想

(単位:百万円)

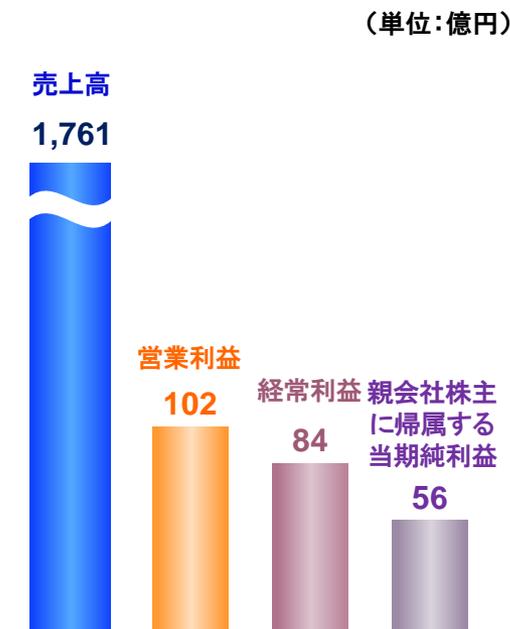
科目/期別	23/3期	24/3期 予想	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	176,170	180,500	4,329	102.5
売上総利益 売上総利益率	69,556 39.5%	71,500 39.6%	1,943 +0.1pt	102.8
販売費・一般管理費	59,320	60,700	1,379	102.3
営業利益 営業利益率	10,235 5.8%	10,800 6.0%	564 +0.2pt	105.5
経常利益	8,430	10,300	1,869	122.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,632	5,800	167	103.0

2024年3月期 通期連結業績予想

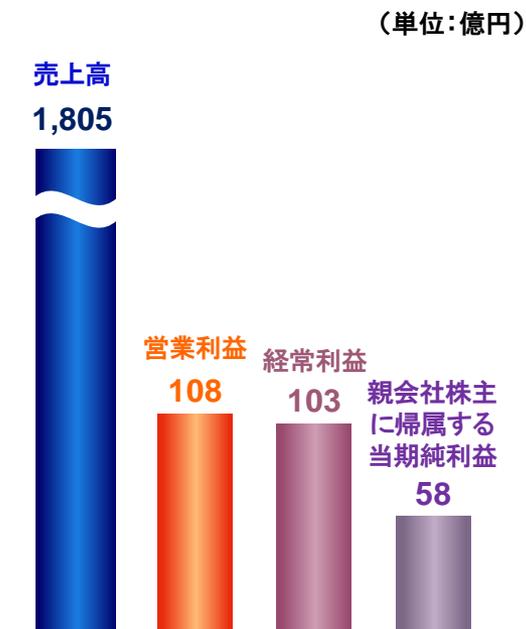
※参考 2019年3月期（コロナ前）



2023年3月期



2024年3月期 予想



外部環境

- コロナ5類移行による人流回復、経済活動正常化
- 原材料価格の上昇、エネルギーコスト・人件費の増加
- 為替リスク
- コロナ反動消費の一服感
- 物価上昇による景気先行き不透明感

AOKIグループ

- ライフスタイルの変化に対応した商品やサービス提供
- 原材料価格上昇に対応した適正価格の設定
- 経費コントロールの実施
- 厳選した新規出店と業態転換及び営業効率改善のための退店の継続
- 営業効率向上施策の実施

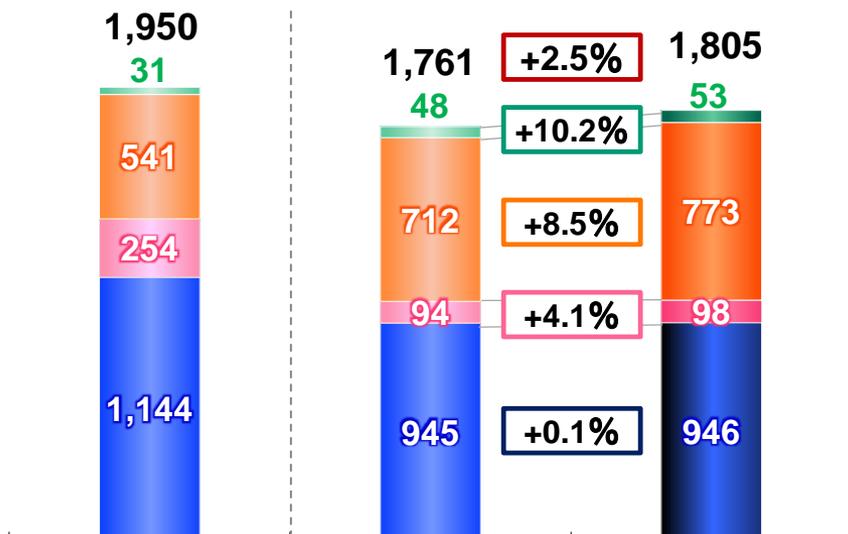
2024年3月期 セグメント別業績予想

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: $\Delta 0.4\%$ 出店: 7店舗、退店: 5店舗
アニヴェルセル・ブライダル事業	<ul style="list-style-type: none"> チャペルウエディングの既存店施行組数増加率 通期: $+5.0\%$ 表参道店が4月から9月まで休館、全館改装費用の増加
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: $+3.0\%$ 出店: 10店舗、インドアゴルフ導入: 40施設、退店: 18店舗

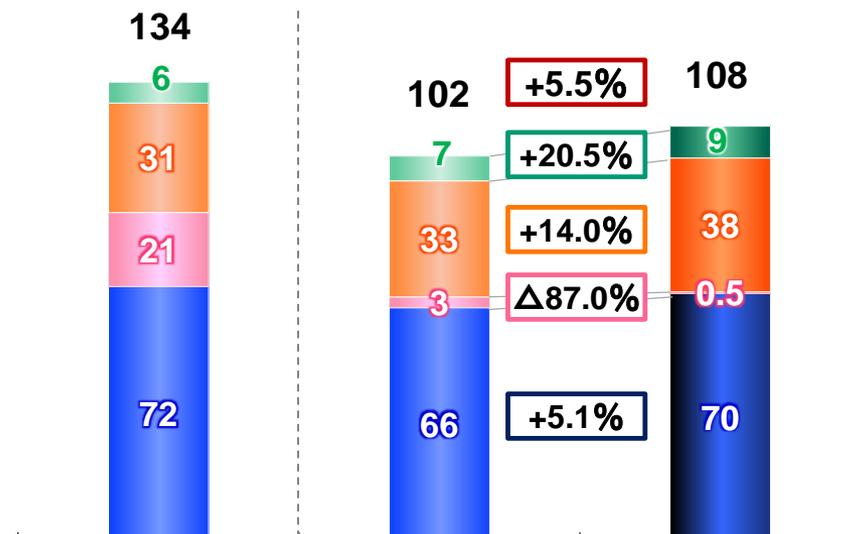
売上高

(単位: 億円)



営業利益

(単位: 億円)



19/3期

※参考(コロナ前)

23/3期

24/3期予想

19/3期

※参考(コロナ前)

23/3期

24/3期予想

■ ファッション

■ アニヴェルセル・ブライダル

■ エンターテイメント

■ 不動産賃貸

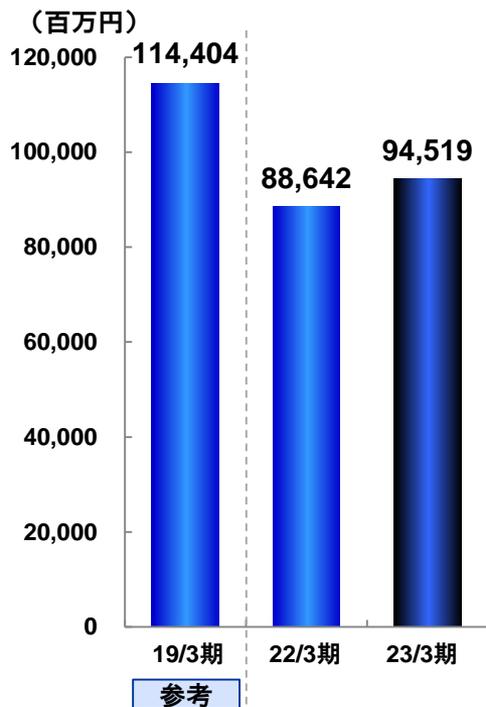
ファッション事業

2023年3月期実績と2024年3月期の見通し

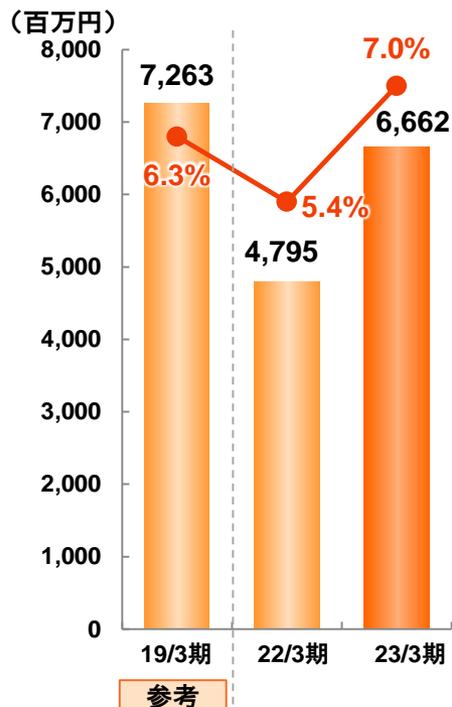
ファッション事業－2023年3月期概要

行動制限緩和による客数の増加及びフォーマルを中心にレディース・カジュアル関連商品等が好調に推移し、増収増益

売上高



営業利益と営業利益率



(単位:百万円)

	23/3期	
	前期比%	売上比%
売上高	94,519	106.6
売上総利益	55,541	107.8
販売管理費	48,879	104.7
営業利益	6,662	7.0

■ 売上高：前期比 106.6%

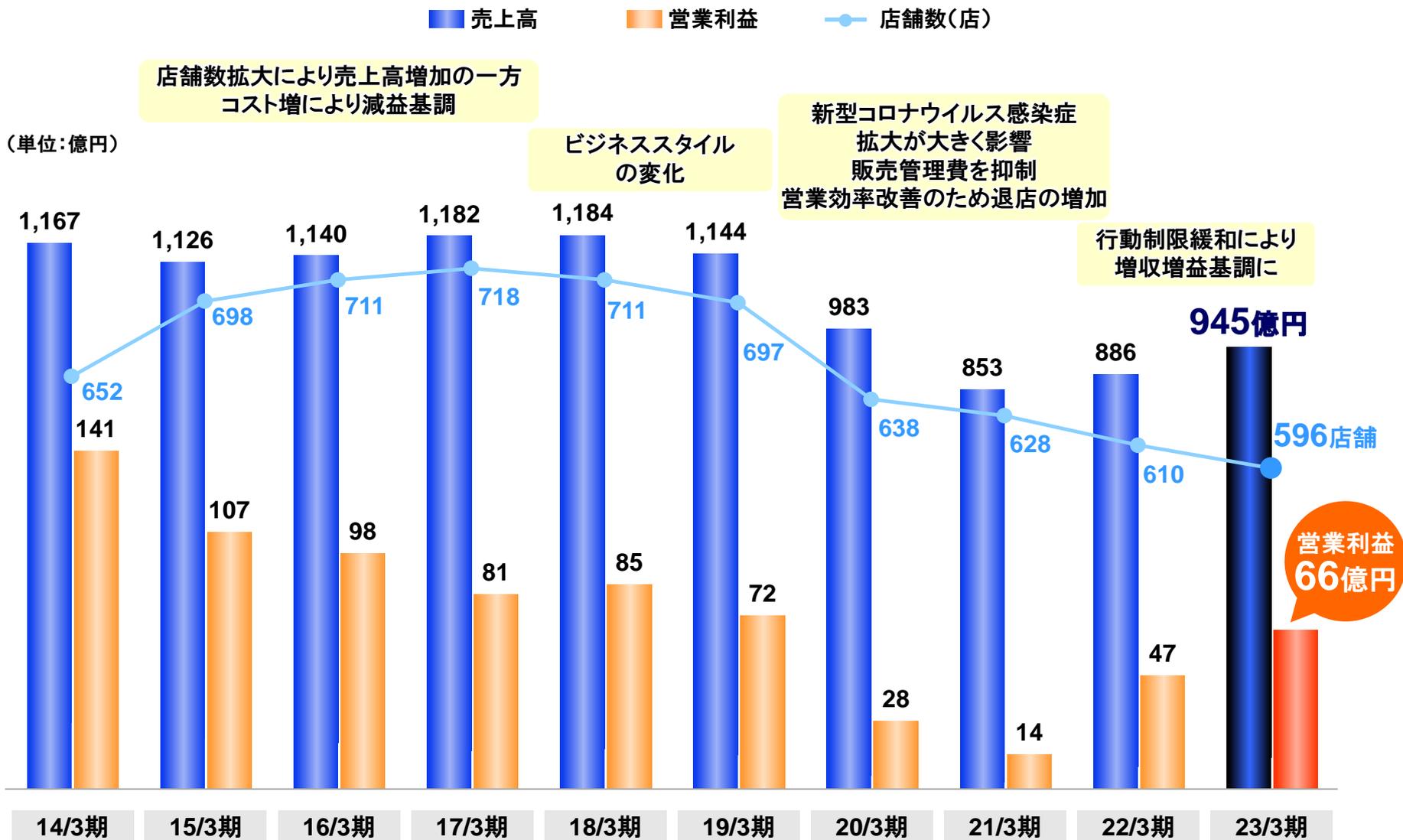
■ 営業利益：前期比 138.9%

主な要因

- ◆ 既存店の増収：前期比 111.0%
 - 行動制限緩和による客数増：同 107.9%
 - 冠婚葬祭の増加によりフォーマルが好調に推移
 - パジャマスーツ等のカジュアル関連商品が引き続き好調に推移
- ◆ 前期上半期は臨時休業店舗あり
- ◆ 売上総利益率：前期比 +0.7ポイント
 - スーツ1品単価の上昇：前期比 109.3%
 - 割引と売り方の見直しによる適正価格販売
- ◆ 販売管理費：前期比 104.7%
 - 売上増に伴う販管費の増加
 - 販管費比率は1.0ポイント改善

ファッション事業－2023年3月期概要：直近10年間の推移

ビジネススタイルの変化や店舗数減少等により売上高は減少傾向もレディース・カジュアル領域は拡大
 経費コントロールによる販売管理費抑制で営業利益はコロナ前の水準まで回復



ファッション事業－2023年3月期概要：既存店の状況

行動制限緩和により客数大幅増加及びフォーマル等が好調に推移し既存店が大きく増収

■ 月別前年同期比増加率の推移

第1Q

売上	客数	客単価
+23.1%	+14.7%	+7.4%

- 行動制限緩和により客数大幅増加
- 冠婚葬祭需要増によりフォーマル好調

第2Q

売上	客数	客単価
+21.5%	+16.7%	+4.2%

- 7月以降コロナ感染者急拡大も行動制限なく客数は増加傾向継続
- クールビズ関連好調に推移

第3Q

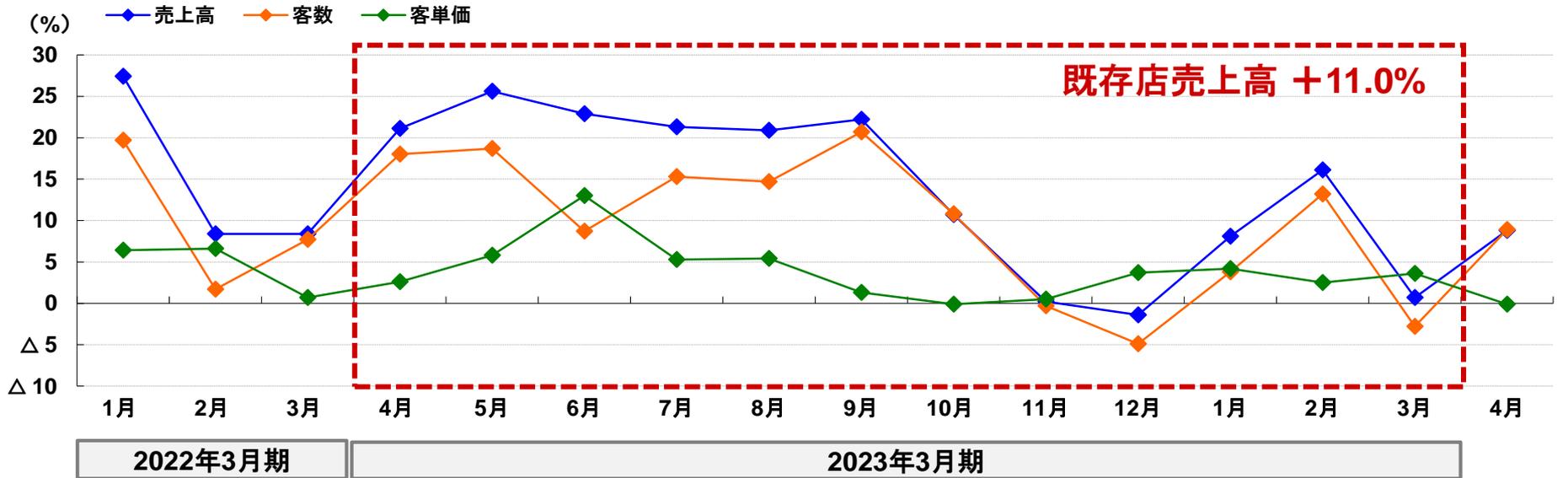
売上	客数	客単価
+3.0%	+1.7%	+1.3%

- 12月の成人式マーケットは前期の反動により低調も、一般マーケットは好調を維持

第4Q

売上	客数	客単価
+6.5%	+3.1%	+3.3%

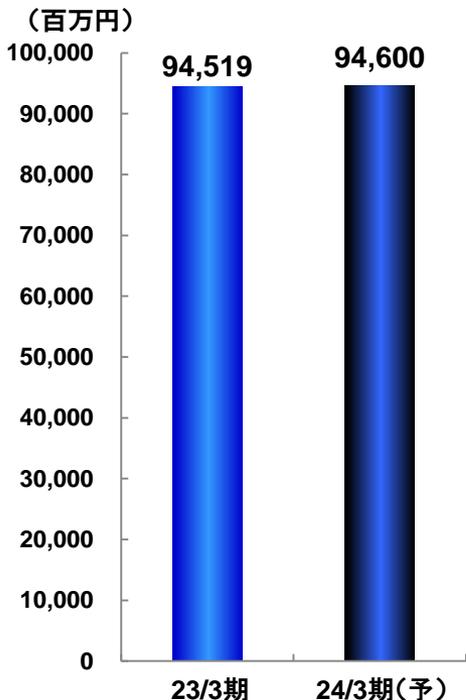
- 一般マーケットは好調を維持



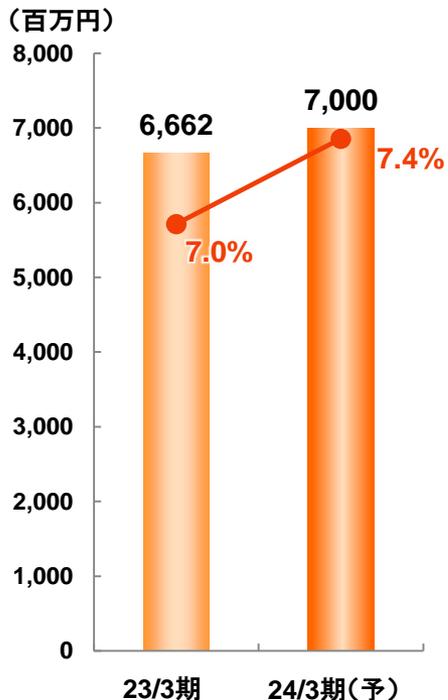
	22/4	22/5	22/6	22/7	22/8	22/9	22/10	22/11	22/12	23/1	23/2	23/3	通期	23/4
既存店売上高 (%)	21.1	25.6	22.9	21.3	20.9	22.2	10.7	0.2	△ 1.4	8.1	16.1	0.7	11.0	8.8
客数 (%)	18.0	18.7	8.7	15.3	14.7	20.7	10.8	△ 0.3	△ 4.9	3.8	13.2	△ 2.8	7.9	8.9
客単価 (%)	2.6	5.8	13.0	5.3	5.4	1.3	△ 0.1	0.5	3.7	4.2	2.5	3.6	2.8	△ 0.1
平年気温との差異(°C)(東京)	+1.0	0.0	+1.1	+1.7	+0.6	+1.1	-0.8	+2.0	-0.2	+0.3	+1.2	+3.5	-	+2.0

売上高はほぼ横ばいも、売上総利益率の改善により増益予想

売上高



営業利益と営業利益率



■ 売上高：前期比 100.1%

■ 営業利益：前期比 105.1%

主な要因

◆ 既存店増収率予想

上半期	下半期	通期
△2.1%	+0.6%	△0.4%

◆ 売上総利益率：前期比 +0.4ポイント

- 割引、売り方の見直し等による適正価格の設定

◆ 販売管理費：前期比 100.2%

- 経費コントロールの継続実施

(単位：百万円)

	24/3期(予)	
	前期比%	売上比%
売上高	94,600	100.1
売上総利益	56,000	59.2
販売管理費	49,000	51.8
営業利益	7,000	7.4

LIFE & WORK STYLEのAOKI、ORIHICAへの更なる深化

商品関連

- 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
 - ・ お客様を起点とした企画段階からの部門横断の実現
- レディース・カジュアル強化によるシェア拡大とビジネスにおけるシェアの維持

ビジネス

クイックオーダースーツ
展開店舗拡大

店舗限定
AOKIのオーダー感覚スーツ

Q O S
クイックオーダースーツ

約60サイズから選べるジャストフィット



[ジャケット] [パンツ] [パンツ]

2
パンツ

レディース

ジャケット・インナー等
オフィスカジュアルの打ち出し強化



カジュアル

パジャマスーツシリーズを
中心に強化



LIFE & WORK STYLEのAOKI、ORIHICAへの更なる深化

営業効率改善

■ 戦略的な出店・退店と遊休スペースの活用

出店・退店

出店：7店舗

- AOKI
: 打ち替えを軸に推進
- ORIHICA
: 投資を抑えた出店を軸に推進

退店：5店舗

遊休スペース

遊休スペースの活用による営業効率の改善

- グループ内転貸(インドアゴルフ/FIT24)を積極的に実施
- メガネ、ゴルフ、スマホショップ、学習塾など他社転貸を実施



インドアゴルフ・FIT24を誘致したAOKI



AOKI店内にメガネスーパーを誘致

■ 店舗段階での人員・サービス体制強化

- 適正人員の個店ごとの見直し ⇒ 「兼任店長」「単独店(店長1名体制)」の運営強化
- パート社員への権限移譲

■ 店舗とEC相互成長の加速

- お客様利便性向上へのOMO施策推進
- オンラインとオフライン融合のための投資拡大: システム投資、物流改革等

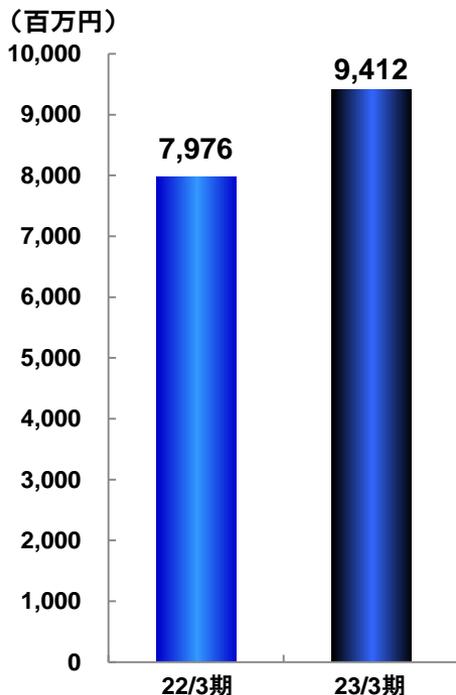
アニヴェルセル・ブライダル事業

2023年3月期実績と2024年3月期の見通し

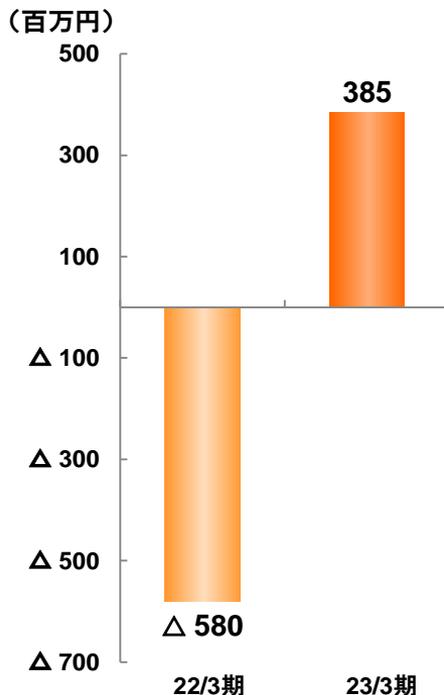
アニヴェルセル・ブライダル事業－2023年3月期概要

施行組数の増加と売上総利益率が改善し増収増益

売上高



営業利益又は営業損失(△)



(単位:百万円)

	23/3期	
	前期比%	売上比%
売上高	9,412	118.0
売上総利益	3,273	201.7
販売管理費	2,887	131.0
営業利益	385	—

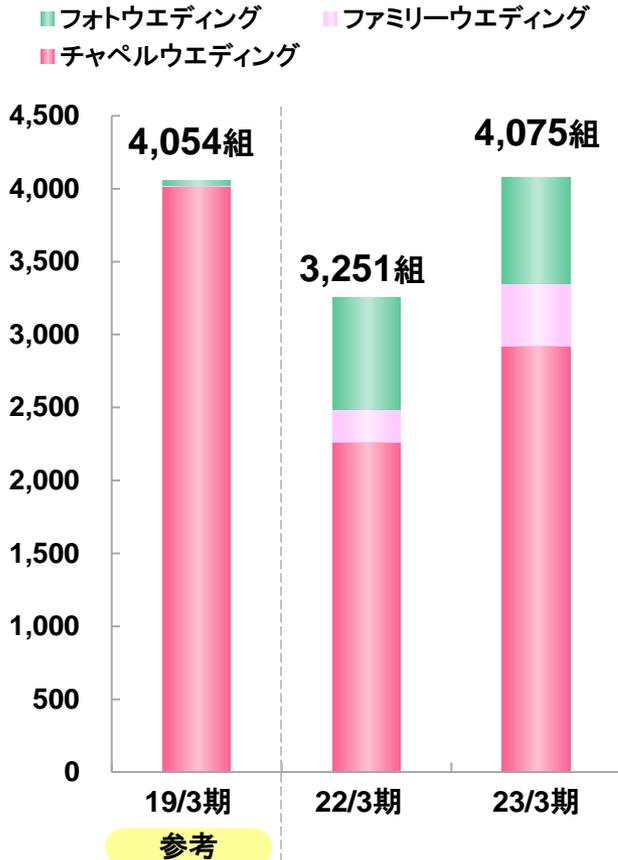
- 売上高：前期比 118.0%
- 営業損益：966百万円の改善

主な要因

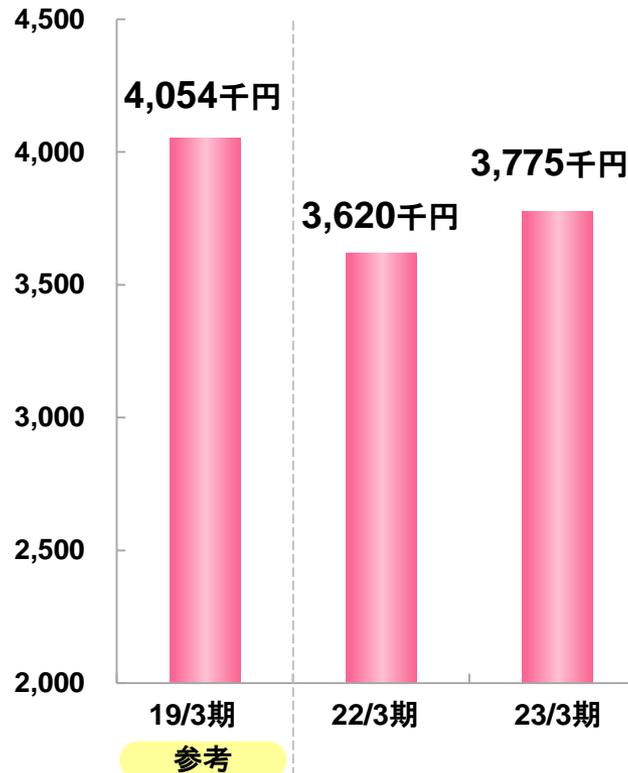
- ◆ チャペルウエディング
既存店施行組数、一組単価の増加
 - 施行組数:前期差 +660組
 - 一組単価:前期差 +155千円
- ◆ ファミリーウエディング
既存店施行組数の増加
 - 前期差 +204組
- ◆ 売上総利益率:前期比 +14.5ポイント
 - 経費削減・コスト合理化
 - 人件費の適正化

アニヴェルセル・ブライダル事業－2023年3月期概要：施行組数・一組単価 各スタイル合計の施行組数が増加、チャペルウエディングの一組単価は上昇傾向

既存店 施行組数推移



チャペルウエディング 既存店一組単価



ファミリーウエディング



フォトウエディング

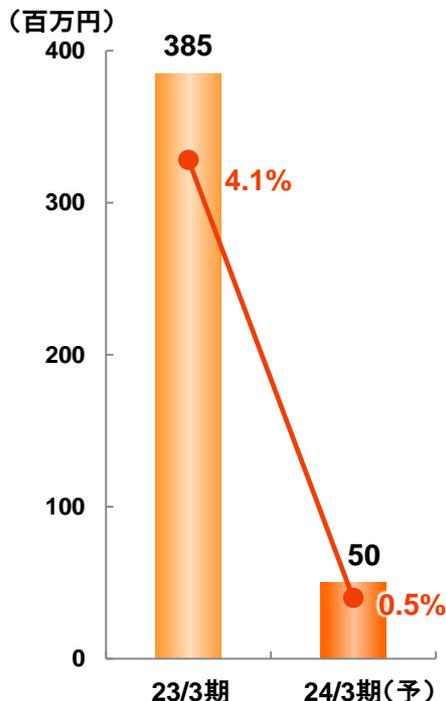
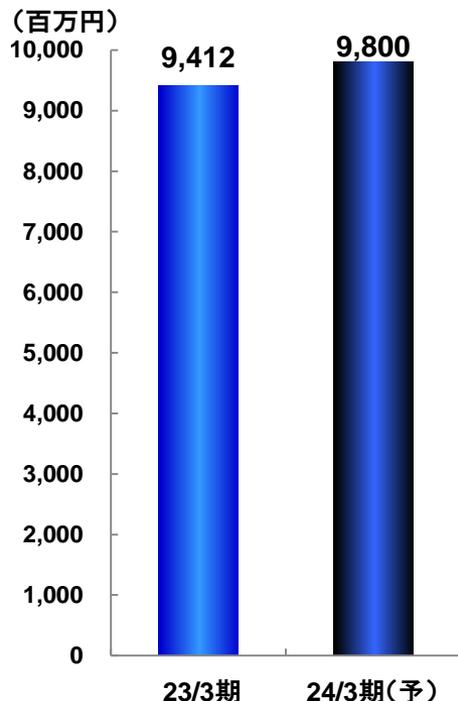
- ・ 既存店対象店舗：4月～12月：10店舗、1月～3月：9店舗
- ・ 一組単価：キャンセル料等を含まない婚礼単価、収益認識会計基準等適用前の売上高により算出

アニヴェルセル・ブライダル事業－2024年3月期通期の見通し

チャペルウェディングの施行組数増加で増収予想の一方、改装費用の増加等により減益予想

売上高

営業利益と営業利益率



(単位:百万円)

	24/3期(予)	
	前期比%	売上比%
売上高	9,800	104.1
売上総利益	3,550	108.4
販売管理費	3,500	121.2
営業利益	50	13.0

■ 売上高：前期比104.1%

■ 営業利益：前期比13.0%

主な要因

◆ 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

	23/3期	24/3期(予)	前期比%
施行組数	2,596組	2,727組	105.0
一組単価	3,743千円	3,923千円	104.8

◆ 下見受注強化施策の実施

- WEB、SNS、広告媒体を活用した販促強化
- 新規集客経路の開発・強化

◆ 表参道店が4月から8月末まで休館

◆ 販売管理費：前期比 121.2%

- 表参道店リニューアル及びみなとみらい店10周年に関わる費用の増加

アニヴェルセル・ブライダル事業ー成長に向けての取り組み 25周年を迎える「アニヴェルセル 表参道」を全館リニューアル

リニューアル計画の概要

- リニューアル工事期間：2022年12月～2023年8月
- リニューアル開館日：2023年9月

主なリニューアルポイント

コンセプト 「大切な人との時をつくる記念日の館」

1 記念日にまつわるコト・モノ・ココロ・サービスを 提供する施設へ

- ・ レセプションパーティ、企業イベント、一般イベント等の展開
- ・ カフェラウンジ、コーヒースタンド、スイーツショップ、
フラワーショップ等

2 記念日の館だからこそできる新ウエディング

- ・ チャペル・パーティ会場のリニューアル

3 ティファニーのフラッグシップストアがオープン



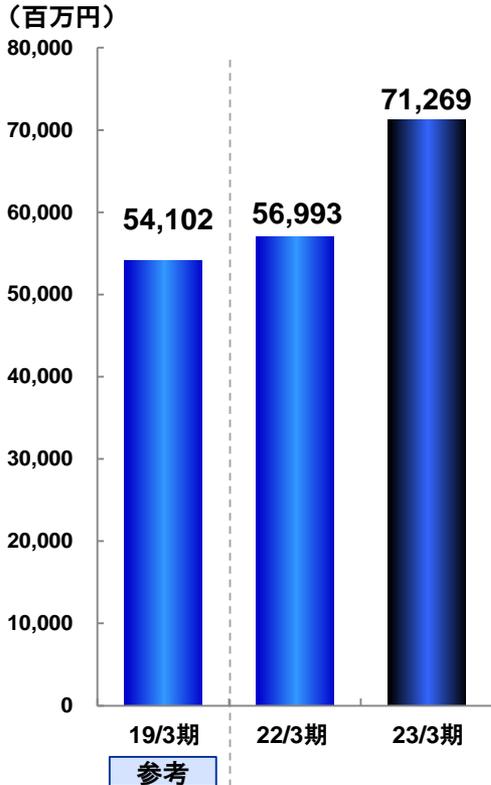
エンターテイメント事業

2023年3月期実績と2024年3月期の見通し

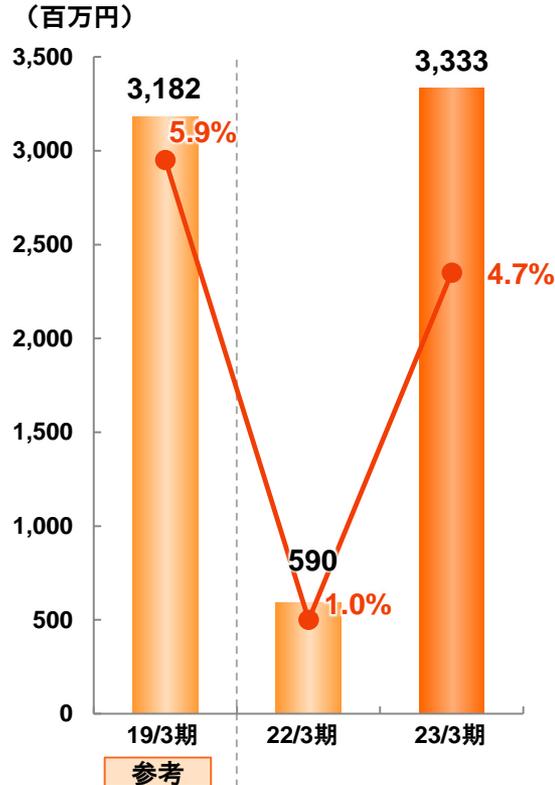
※2022年6月の株式会社ランシステム子会社に伴い、2023年3月期第2四半期連結会計期間より実績をエンターテイメント事業に含めて記載しております。

新型コロナウイルス感染症の影響が年間を通して減少し、増収増益

売上高



営業利益と営業利益率



(単位:百万円)

	23/3期		
		前期比%	売上比%
売上高	71,269	125.0	100.0
売上総利益	10,456	174.2	14.7
販売管理費	7,122	131.6	10.0
営業利益	3,333	565.0	4.7

- 売上高：前期比 125.0%
- 営業利益：前期比 565.0%

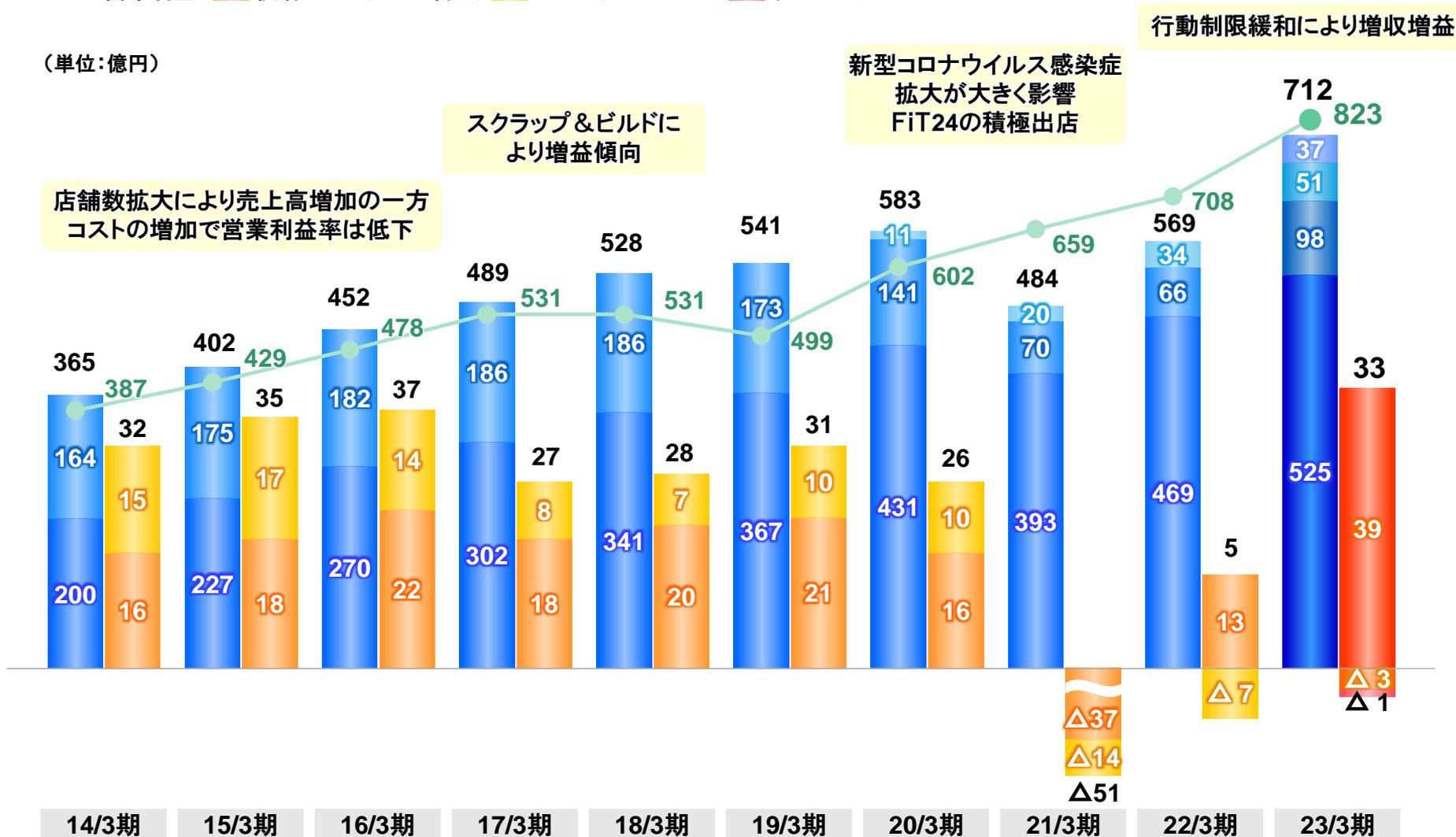
主な要因

- ◆ 既存店の増収：前期比 111.8%
 - 行動制限の緩和により客数が増加：前期比 108.6%
- ◆ 前期は臨時休業店舗あり
- ◆ 新規出店
 - 快活CLUB：4店舗
 - FiT24：23店舗
- ◆ 遊休スペースにインドアゴルフの導入：10施設
- ◆ 販売管理費：前期比 131.6%
 - 売上増に伴う販管費の増加

エンターテインメント事業－2023年3月期概要：直近10年間の推移 業態の拡大、店舗数の増加により売上高は増加傾向、 売上高増加に伴い営業利益はコロナ前の水準にまで回復

売上高 快活CLUB コート・ダジュール FiT24 ランシステム 店舗数(店)
 営業利益 快活CLUB(FiT24含む) コート・ダジュール ランシステム

(単位：億円)



エンターテインメント事業－2023年3月期概要：既存店の状況

コロナ影響の減少により、客数が増加し既存店が増収

■ 月別前年同期比増加率の推移

第1Q

売上 +13.6% 客数 +11.1% 客単価 +3.3%

・行動制限緩和により客数大幅増加

第2Q

売上 +11.0% 客数 +7.4% 客単価 +4.1%

・7月以降コロナ感染者急拡大に伴い、コート・ダジュールの客数増が鈍化

第3Q

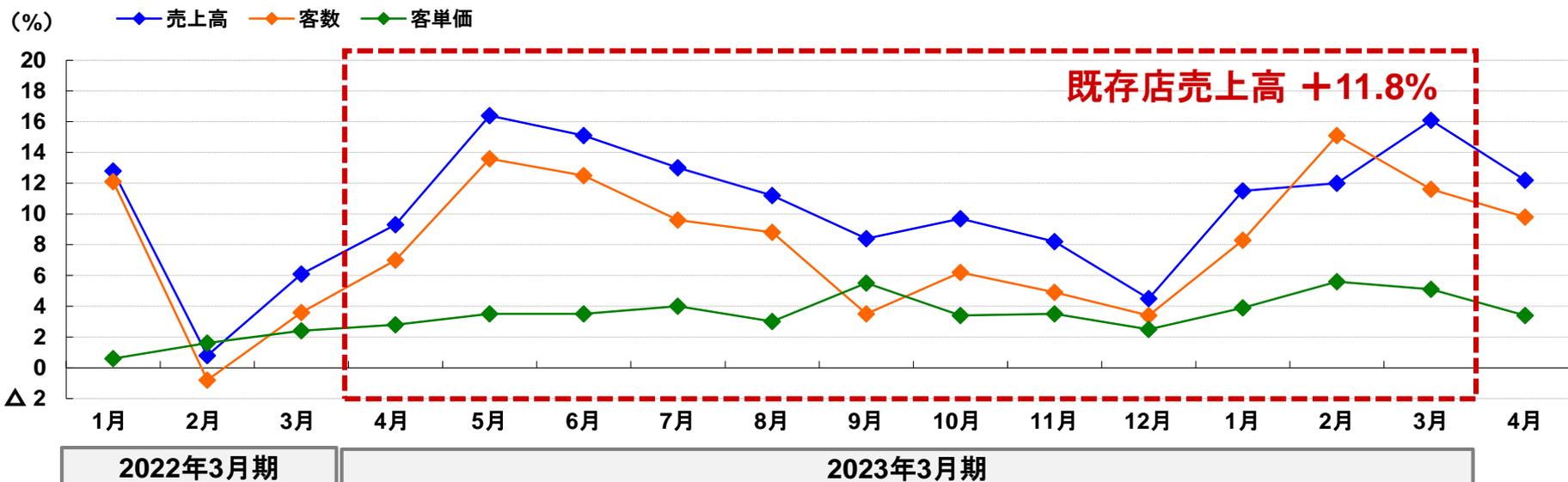
売上 +7.3% 客数 +4.8% 客単価 +3.1%

・11月からのコロナ感染拡大によりコート・ダジュールが低調

第4Q

売上 +15.7% 客数 +11.5% 客単価 +4.8%

・行動制限緩和により客数が大幅増加



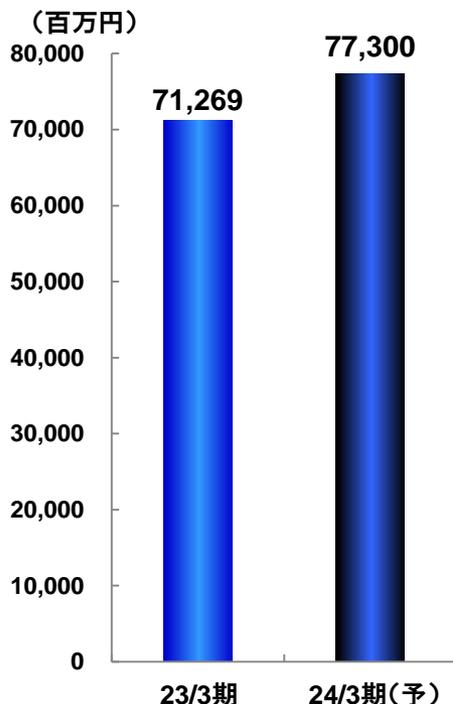
	22/4	22/5	22/6	22/7	22/8	22/9	22/10	22/11	22/12	23/1	23/2	23/3	通期	23/4
既存店売上高 (%)	9.3	16.4	15.1	13.0	11.2	8.4	9.7	8.2	4.5	11.5	20.0	16.1	11.8	12.2
客数 (%)	7.0	13.6	12.5	9.6	8.8	3.5	6.2	4.9	3.4	8.3	15.1	11.6	8.6	9.8
客単価 (%)	2.8	3.5	3.5	4.0	3.0	5.5	3.4	3.5	2.5	3.9	5.6	5.1	3.8	3.4
平年気温との差異(°C)(東京)	+1.0	0.0	+1.1	+1.7	+0.6	+1.1	-0.8	+2.0	-0.2	+0.3	+1.2	+3.5	-	+2.0

※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）

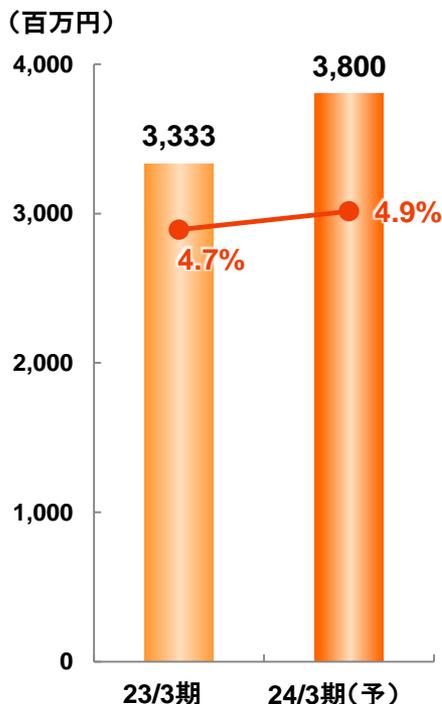
エンターテインメント事業－2024年3月期通期の見通し

既存店増収により、増収増益予想

売上高



営業利益と営業利益率



(単位:百万円)

	24/3期(予)		
		前期比%	売上比%
売上高	77,300	108.5	100.0
売上総利益	11,540	110.4	14.9
販売管理費	7,740	108.7	10.0
営業利益	3,800	114.0	4.9

■ 売上高：前期比 108.5%

■ 営業利益：前期比 114.0%

主な要因

◆ 既存店増収率予想(ランシステム除く)

上半期	下半期	通期
+3.9%	+2.1%	+3.0%

◆ 新規出店

- 快活CLUB:3店舗
- FiT24 :7店舗

◆ 遊休スペースへのインドアゴルフ導入の加速:40施設

◆ 販売管理費:前期比 108.7%

エンターテインメント事業－2024年3月期の取り組み 既存店の磨き上げに注力

全業態

- 改装、営繕による店舗設備環境の維持、向上
- 様々なコンテンツ、新サービスの導入の継続

快活CLUB

- ビジネス・学習用途での利用促進継続
 - 東京商工会議所の主催する検定試験の受験が可能に
 - 日経、産経電子版の導入
 - テレ東BIZ視聴、寺島実郎氏監修の学習動画 配信等
- 鍵付完全個室の導入拡大
- 自動入会・入退出システムの導入等による店舗オペレーションの効率化

コート・ダジュール

- 様々なコラボキャンペーンの実施
 - ジェラートリカちゃん × コート・ダジュールコラボキャンペーン!! 等
- 法人会員様ご案内強化
 - 法人会員様、優待飲み放題コース導入 等
- 新プロトタイプの検証
 - カラオケ以外での利用促進

FiT24・インドアゴルフ

- FiT24、AOKIへの併設を中心にインドアゴルフの導入加速
 - 40施設への導入を予定
 - 標準型：40坪・4ブース

▼ AOKIとの併設インドアゴルフ



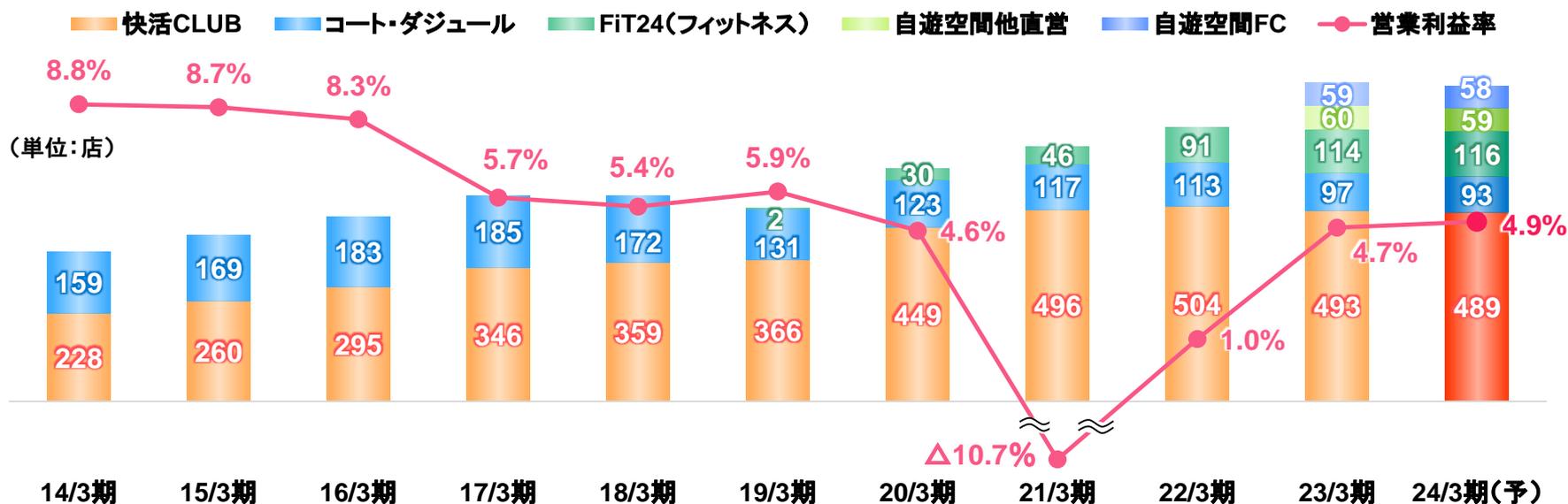
エンターテインメント事業－成長に向けての取り組み

時代の変化に対応したエンターテインメント事業の進化を目指して

エンターテインメント事業の店舗数推移と営業利益率

- 複合カフェ「快活CLUB」は創業20年、カラオケ「コート・ダジュール」は創業25年両事業とも出店を継続しながら事業を拡大するも、近年は業態転換、不採算店舗改廃により退店が増加傾向
- 2019年以降、24時間フィットネス「FiT24」の積極出店開始
- 2022年以降、新たなコンテンツとして併設及び遊休スペースへのインドアゴルフの導入開始

- 17/3期以降、積極投資とスクラップ&ビルドにより、営業利益率が低下
- 21/3期、22/3期はコロナ影響大
- 23/3期以降、営業効率改善により営業利益率が上昇



さらなる成長のために

- 快活CLUB、コート・ダジュールはビジネス用途での需要拡大に伴い様々なコンテンツや新サービスを導入
- AOKIグループ内の遊休スペースへのインドアゴルフの導入
- グループ内人財交流、少人化システム導入などで人件費抑制

AOKIグループの

今後の課題と株主還元について

企業価値向上への取り組み

	※2019年3月期（コロナ前）	2022年3月期	2023年3月期
営業利益	134億円	54億円	102億円
ROE	3.2%	2.0%	4.3%

ROE改善のポイント

■ 収益性・資産効率の向上

- ・ 営業効率の改善
(グループ店舗遊休スペースの活用、
店舗オペレーションの効率化等)
- ・ グループシナジーを活かした経費の削減
- ・ 市場環境やライフスタイルの変化に対応
した商品・サービスの提供の継続



■ 財務戦略

- ・ 資本効率の向上(自己株取得等の活用)
- ・ 適正な財務レバレッジ
- ・ 持続的成長への投資

■ 非財務の取り組みと情報開示の充実

目標

ROEの向上と
PBR1倍の実現



持続的な企業価値向上へ

AOKIグループのポートフォリオ経営について

モノ(ファッション)とコト(ブライダル・エンターテイメント)を 創造する企業グループ

効率化による利益の最大化を目指す

経営環境認識

消費行動・商品・サービス
に対する多様化と
生活スタイルの変化

社会全体の
デジタル化の加速

業種・業態の
垣根を超えた競争と融合

サステナビリティへの
意識の高まり

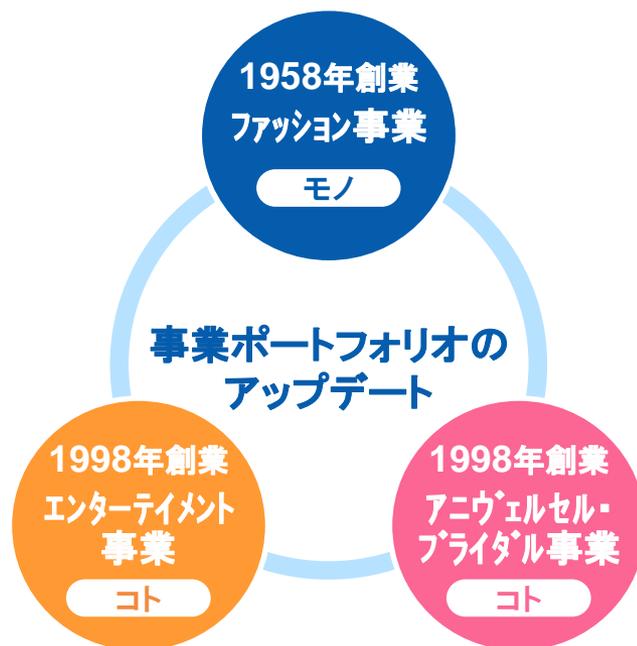
AOKIグループの事業機会

既存の商品・サービスを新生活様式に対応
したモノ・コト・サービスへの再定義

- DX活用による店舗オペレーション改革
- グループデータベースの活用

- グループ内他業態店舗との融合、新規事業
の創出
- 遊休スペース活用による営業効率の改善
- ハイブリッド人材の育成、活用

- サステナビリティ経営を基盤
- マテリアリティとKPIの特定
- TCFD提言への対応



AOKIグループのガバナンス体制

■ 監査等委員会設置会社への移行

(2023年6月29日開催予定の第47回定時株主総会の承認を前提)

移行の目的	
経営の透明性の向上	監査等委員の過半数が社外取締役で構成される監査等委員会が業務執行の適法性、妥当性の監査・監督を担うことでコーポレート・ガバナンスの強化を図る
意思決定の迅速化	取締役会の業務執行の決定権限を取締役に委任し、経営の意思決定・執行の迅速化を図る

取締役(監査等委員除く)候補

- ・ 社外取締役4名含む 10名

監査等委員である取締役候補

- ・ 社外取締役2名含む 3名

社外取締役(監査等委員含む)比率

36% ▶▶ 46%

女性取締役比率

18% ▶▶ 23%

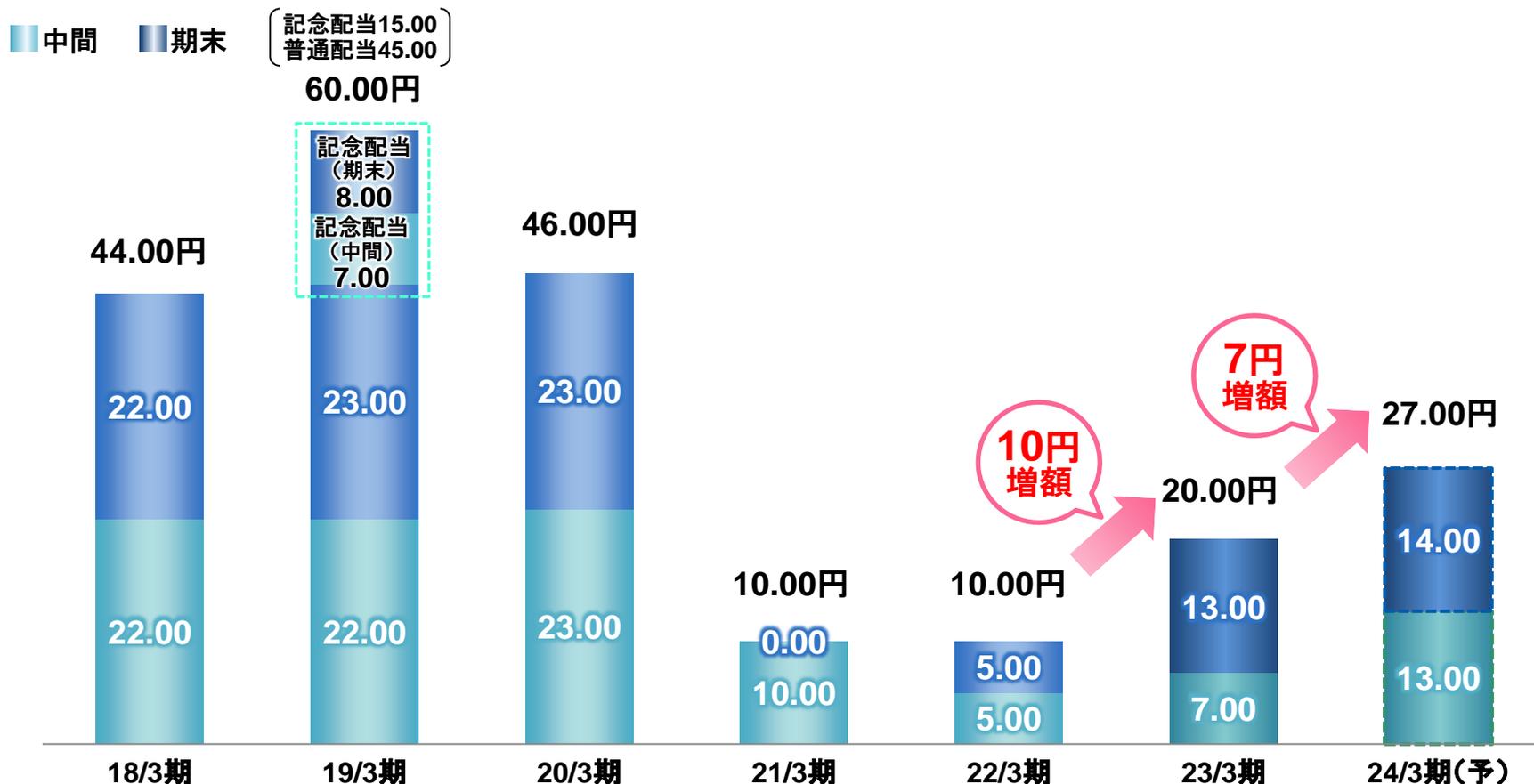
AOKIグループのサステナビリティ（マテリアリティとKPI）

マテリアリティ	KPIと目標数値(2030年度)	
<p>業態開発・イノベーション</p> <p>商品・サービスを通じた新たな価値の提供を</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 環境配慮型商品の開発・発売件数 	<p>▶ 50件(累計)</p>
<p>人財</p> <p>一人ひとりに働きやすさ・やりがいを</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 女性管理職比率(課長職以上) ▶ 20%以上 ■ 正社員一人当たり教育訓練費 ▶ 80千円以上 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 従業員満足度(組織サーベイの結果) ▶ 4.0以上 <small>(充実・教育・連帯感・信頼・公正)</small> ■ ストレスチェック結果(高ストレス率) ▶ 6.0%未満
<p>環境</p> <p>地球環境に優しさを</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ CO₂排出量(Scope1+2)(2017年度比1店舗当たり) 	<p>▶ 50%削減 <small>(49.5t-CO₂)</small></p>
<p>地域社会</p> <p>地域に活気と発展を</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域貢献活動の実施 	<p>▶ 地域貢献活動を継続実施</p>
<p>人権</p> <p>責任あるサプライチェーンを</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ CSR基準書の締結数 	<p>▶ 100工場以上</p>
<p>ガバナンス</p> <p>より健全な経営体制を</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ コンプライアンス学習会の受講人数 ■ 通報窓口の認知度 	<p>▶ 全グループ社員</p> <p>▶ 100%</p>

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

株主還元：基本方針及び配当

配当の方針：前年実績以上を維持しつつ配当性向 **30%以上**を基本
 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



自己株式取得と消却を実施

- 取得日：2023年5月16日
- 取得株式総数：100万株
- 取得価額の総額：877百万円
- 消却予定日：2023年5月29日
- 消却株式総数：100万株

補足資料

- 記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。
- 2021年3月期以前の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用しておりません。
- 2022年6月の株式会社ランシステム子会社化に伴い、2023年3月期第2四半期連結会計期間より実績及び計画をエンターテインメント事業に含めて記載しております。

出退店・設備投資額・減価償却実施額の実績及び見通し (単位:店)

セグメント	店舗名	22/3期			23/3期			24/3期(予)		
		出店	退店	期末店舗数	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	1	10	504	—	7	497	3	1	499
	ORIHICA	1	11	106	3	10	99	4	4	99
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	—	2	10	—	—	10	—	—	10
エンターテイメント	快活CLUB	29	21	504	4	15	493	3	7	489
	コート・ダジュール	—	4	113	—	16	97	—	4	93
	FiT24	45	—	91	23	—	114	7	5	116
	自遊空間 他	直営				1	12	60	—	1
FC					2	5	59	—	1	58
合計		76	48	1,328	33	65	1,429	17	23	1,423

※エンターテイメント事業において、インドアゴルフをFiT24を中心にグループ内施設に導入(23/3期導入実績:10施設、24/3期導入予定:40施設) (単位:百万円)

設備投資額内訳	店舗名	22/3期	23/3期	前期比(%)	24/3期(予)	前期比(%)
ファッション	AOKI、ORIHICA	1,285	1,770	137.8	1,400	79.1
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	35	93	265.1	1,600	—
エンターテイメント	快活CLUB、コート・ダジュール、FiT24、自遊空間 他	6,004	4,234	70.5	4,400	103.9
連結合計		7,452	6,189	83.1	7,450	120.4

(単位:百万円)

減価償却実施額	22/3期	23/3期	前期比(%)	24/3期(予)	前期比(%)
連結合計	9,361	9,171	98.0	9,758	106.4

2023年3月期 セグメント別連結損益実績

(単位:百万円)

	19/3期 (コロナ前)	百分比 (%)	22/3期	百分比 (%)	23/3期	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	195,054	100.0	154,916	100.0	176,170	100.0	21,254	113.7
ファッション	114,404	100.0	88,642	100.0	94,519	100.0	5,877	106.6
アニヴェルセル・ブライダル	25,433	100.0	7,976	100.0	9,412	100.0	1,435	118.0
エンターテイメント	54,102	100.0	56,993	100.0	71,269	100.0	14,275	125.0
不動産賃貸	3,116	100.0	4,429	100.0	4,807	100.0	377	108.5
売上総利益	83,673	42.9	59,636	38.5	69,556	39.5	9,919	116.6
ファッション	67,748	59.2	51,503	58.1	55,541	58.8	4,038	107.8
アニヴェルセル・ブライダル	7,136	28.1	1,623	20.3	3,273	34.8	1,650	201.7
エンターテイメント	8,275	15.3	6,002	10.5	10,456	14.7	4,453	174.2
不動産賃貸	638	20.5	883	19.9	746	15.5	△136	84.5
販売管理費	70,182	36.0	54,193	35.0	59,320	33.7	5,127	109.5
ファッション	60,485	52.9	46,707	52.7	48,879	51.7	2,172	104.7
アニヴェルセル・ブライダル	4,966	19.5	2,204	27.6	2,887	30.7	683	131.0
エンターテイメント	5,092	9.4	5,412	9.5	7,122	10.0	1,709	131.6
営業利益又は営業損失(△)	13,491	6.9	5,443	3.5	10,235	5.8	4,792	188.0
ファッション	7,263	6.3	4,795	5.4	6,662	7.0	1,866	138.9
アニヴェルセル・ブライダル	2,169	8.5	△580	—	385	4.1	966	—
エンターテイメント	3,182	5.9	590	1.0	3,333	4.7	2,743	565.0
不動産賃貸	638	20.5	883	19.9	746	15.5	△136	84.5

(注)1:株式会社ランシステムの数値は、23/3期第2四半期連結会計期間よりエンターテイメント事業に含めております。

2:エンターテイメント事業の業態別内訳はP52をご参照ください。

2023年3月期 主要経費の内訳

販売費及び一般管理費

(単位:百万円)

	22/3期				23/3期							
	全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント	全社		ファッション		アニヴェルセル・ブライダル		エンターテイメント	
					前期比 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)				
広告宣伝費	7,481	6,485	428	458	7,905	105.7	6,710	103.5	650	151.9	474	103.5
人件費	21,191	16,417	622	2,393	24,503	115.6	17,757	108.2	740	118.9	3,166	132.3
賃借料	11,263	11,722	41	74	11,362	100.9	11,708	99.9	212	516.7	102	138.1
減価償却費	2,862	2,157	53	115	2,777	97.0	1,944	90.1	72	135.8	130	112.6

(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P53をご参照ください。

売上原価に含まれる主な経費

(単位:百万円)

	22/3期			23/3期					
	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント	不動産賃貸	アニヴェルセル・ブライダル		エンターテイメント		不動産賃貸	
				前期比 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)		
人件費	2,368	15,982	—	2,411	101.8	18,790	117.6	—	—
賃借料	1,528	12,184	2,876	1,206	78.9	14,355	117.8	3,345	116.3
減価償却費	813	5,260	393	676	83.2	5,494	104.4	413	105.1

(注) 1:アニヴェルセル・ブライダル事業、エンターテイメント事業及び不動産賃貸事業は販売費及び一般管理費のほか、売上原価に上記費用が含まれております。
2:エンターテイメント事業の業態別内訳はP53をご参照ください。

2024年3月期 セグメント別連結損益の見通し

(単位:百万円)

	23/3期	百分比 (%)	24/3期 予想	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	176,170	100.0	180,500	100.0	4,329	102.5
ファッション	94,519	100.0	94,600	100.0	80	100.1
アニヴェルセル・ブライダル	9,412	100.0	9,800	100.0	387	104.1
エンターテイメント	71,269	100.0	77,300	100.0	6,030	108.5
不動産賃貸	4,807	100.0	5,300	100.0	492	110.2
売上総利益	69,556	39.5	71,500	39.6	1,943	102.8
ファッション	55,541	58.8	56,000	59.2	458	100.8
アニヴェルセル・ブライダル	3,273	34.8	3,550	36.2	276	108.4
エンターテイメント	10,456	14.7	11,540	14.9	1,083	110.4
不動産賃貸	746	15.5	900	17.0	153	120.5
販売管理費	59,320	33.7	60,700	33.6	1,379	102.3
ファッション	48,879	51.7	49,000	51.8	120	100.2
アニヴェルセル・ブライダル	2,887	30.7	3,500	35.7	612	121.2
エンターテイメント	7,122	10.0	7,740	10.0	617	108.7
営業利益	10,235	5.8	10,800	6.0	564	105.5
ファッション	6,662	7.0	7,000	7.4	337	105.1
アニヴェルセル・ブライダル	385	4.1	50	0.5	△335	13.0
エンターテイメント	3,333	4.7	3,800	4.9	466	114.0
不動産賃貸	746	15.5	900	17.0	153	120.5

(注)1: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。

2024年3月期 主要経費の内訳の見通し

販売費及び一般管理費

(単位:百万円)

	23/3期				24/3期(予)							
	全社	ファッション	アニヴェルセル・プライダル	エンターテイメント	全社		ファッション		アニヴェルセル・プライダル		エンターテイメント	
					前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)		
広告宣伝費	7,905	6,710	650	474	7,996	101.2	6,503	96.9	923	142.0	505	106.6
人件費	24,503	17,757	740	3,166	23,613	96.4	17,040	96.0	739	99.8	3,332	105.2
賃借料	11,362	11,708	212	102	11,543	101.6	11,743	100.3	18	8.7	112	109.7
減価償却費	2,777	1,944	72	130	2,768	99.7	2,032	104.5	27	37.5	167	129.0

(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。

2: エンターテイメント事業の業態別内訳はP58をご参照ください。

売上原価に含まれる主な経費

(単位:百万円)

	23/3期			24/3期(予)					
	アニヴェルセル・プライダル	エンターテイメント	不動産賃貸	アニヴェルセル・プライダル		エンターテイメント		不動産賃貸	
				前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)		
人件費	2,411	18,790	—	2,468	102.4	18,608	99.0	—	—
賃借料	1,206	14,355	3,345	1,535	127.3	14,505	101.0	3,330	99.6
減価償却費	676	5,494	413	755	111.7	6,020	109.6	416	100.8

(注) 1: アニヴェルセル・プライダル事業、エンターテイメント事業及び不動産賃貸事業は販売費及び一般管理費のほか、売上原価に上記費用が含まれております。

2: エンターテイメント事業の業態別内訳はP58をご参照ください。

【ご参考：ファッション事業 2023年3月期実績】

(1) 既存店増収率、客数・客単価増加率

(単位：%)

		上半期	10月	11月	12月	3Q	1月	2月	3月	4Q	下半期	通期
売上高	23/3期	22.4	10.7	0.2	△1.4	3.0	8.1	16.1	0.7	6.5	5.2	11.0
	19/3期比 (コロナ前比)	△10.1	△3.2	△15.7	△15.4	△11.7	△5.1	11.4	△2.3	0.4	△4.5	△6.6
	22/3期	△5.5	1.9	0.1	21.5	7.0	27.4	8.4	8.4	12.6	10.4	4.6
客数	23/3期	15.5	10.8	△0.3	△4.9	1.7	3.8	13.2	△2.8	3.1	2.4	7.9
	22/3期	△16.3	2.7	3.4	16.0	7.0	19.7	1.7	7.7	9.9	8.4	△3.1
客単価	23/3期	6.0	△0.1	0.5	3.7	1.3	4.2	2.5	3.6	3.3	2.7	2.8
	22/3期	12.9	△0.8	△3.2	4.8	0.0	6.4	6.6	0.7	2.5	1.8	7.9

(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	23/3期	282	108.7	592	91.8	874	96.6
	22/3期	260	91.6	645	104.1	905	100.2
販売 単価	23/3期	25.6	108.0	26.0	109.2	25.9	109.3
	22/3期	23.7	111.8	23.8	100.8	23.7	103.9

【ご参考：ファッション事業 2023年3月期実績】

(3)商品別売上状況

(単位:百万円)

	19/3期 (コロナ前)	百分比 (%)	22/3期	百分比 (%)	23/3期	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
重衣料	48,088	42.0	34,436	38.8	36,860	39.0	2,424	107.0
中衣料	8,799	7.7	5,759	6.5	6,079	6.4	320	105.6
軽衣料	32,936	28.8	25,830	29.1	28,376	30.0	2,546	109.9
レディース衣料	20,846	18.2	19,189	21.6	19,912	21.1	722	103.8
その他	3,733	3.3	3,427	4.0	3,290	3.5	△137	96.0
計	114,404	100.0	88,642	100.0	94,519	100.0	5,877	106.6

(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、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:m²)

22/3期	23/3期	対前期増減	前期比(%)
321,867	312,849	△9,018	97.2

【ご参考：ファッション事業 2024年3月期の見通し】

(1) 既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	24/3期(予)	△3.0	△0.9	△2.1	△0.8	1.5	0.6	△0.4
	23/3期(実)	23.1	21.5	22.4	3.0	6.5	5.2	11.0
客数	24/3期(予)	△2.0	△0.6	△1.4	△0.9	0.8	0.0	△0.7
	23/3期(実)	14.7	16.7	15.5	1.7	3.1	2.4	7.9
客単価	24/3期(予)	△1.0	△0.3	△0.7	0.1	0.6	0.6	0.2
	23/3期(実)	7.4	4.2	6.0	1.3	3.3	2.7	2.8

(2) 商品別売上予想

(単位：百万円)

	23/3期	百分比 (%)	24/3期(予)	百分比 (%)	対前期増減	前期比 (%)
重衣料	36,860	39.0	36,621	38.7	△239	99.4
中衣料	6,079	6.4	6,149	6.5	69	101.1
軽衣料	28,376	30.0	28,569	30.2	192	100.7
レディース衣料	19,912	21.1	20,055	21.2	142	100.7
その他	3,290	3.5	3,205	3.4	△85	97.4
計	94,519	100.0	94,600	100.0	80	100.1

(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、洋品小物他 その他：補正代他

【ご参考：アニヴェルセル・ブライダル事業 2023年3月期実績】

既存店 施行組数及び一組単価

(単位：千円、%)

		上半期			下半期			通期		
			前年同期比 (%)	19/3期比 (コロナ前) (%)		前年同期比 (%)	19/3期比 (コロナ前) (%)		前期比 (%)	19/3期比 (コロナ前) (%)
施行組数	23/3期	1,314	105.4	66.8	1,605	158.6	78.3	2,919	129.2	72.7
	22/3期	1,247	500.8		1,012	93.9		2,259	170.2	
一組単価	23/3期	3,714	105.8	91.8	3,824	101.9	94.2	3,775	104.3	93.1
	22/3期	3,512	102.2		3,753	109.8		3,620	105.8	

- (注) 1: 既存店対象施設: 4月～12月10店舗、1月～3月9店舗
 2: フォトウエディング・ファミリーウエ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

【ご参考:アニヴェルセル・ブライダル事業 2024年3月期の見通し】

既存店 施行組数及び一組単価

(単位:千円、%)

		上半期	前年同期比 (%)	下半期	前年同期比 (%)	通期	前期比 (%)
施行組数	24/3期(予)	1,305	116.1	1,422	96.6	2,727	105.0
	23/3期(実)	1,124	103.7	1,472	161.8	2,596	130.2
一組単価	24/3期(予)	3,908	106.4	3,936	103.7	3,923	104.8
	23/3期(実)	3,674	105.6	3,795	102.5	3,743	104.5

- (注) 1:既存店対象施設:9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

【ご参考:エンターテイメント事業 2023年3月期実績】

(1)業態別 損益実績

(単位:百万円)

	19/3期 (コロナ前)	百分比 (%)	22/3期	百分比 (%)	23/3期	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	54,102	100.0	56,993	100.0	71,269	100.0	14,275	125.0
快活CLUB	36,797	100.0	46,932	100.0	52,581	100.0	5,649	112.0
コート・ダジュール	17,305	100.0	6,635	100.0	9,870	100.0	3,235	148.8
FiT24			3,425	100.0	5,114	100.0	1,688	149.3
自遊空間 他					3,702	100.0	—	—
売上総利益	8,275	15.3	6,002	10.5	10,456	14.7	4,453	174.2
快活CLUB(FiT24含む)	5,474	14.9	6,076	12.1	9,458	16.4	3,381	155.6
コート・ダジュール	2,800	16.2	△74	—	614	6.2	688	—
自遊空間 他					383	10.4	—	—
販売管理費	5,092	9.4	5,412	9.5	7,122	10.0	1,709	131.6
快活CLUB(FiT24含む)	3,315	9.0	4,721	9.4	5,556	9.6	834	117.7
コート・ダジュール	1,777	10.3	691	10.4	989	10.0	298	143.2
自遊空間 他					575	15.6	—	—
営業利益又は営業損失(△)	3,182	5.9	590	1.0	3,333	4.7	2,743	565.0
快活CLUB(FiT24含む)	2,159	5.9	1,355	2.7	3,902	6.8	2,546	287.9
コート・ダジュール	1,023	5.9	△765	—	△375	—	389	—
自遊空間 他					△192	—	—	—

(2)業態別 設備投資額実績

(単位:百万円)

店舗名	22/3期	23/3期	前期比(%)
快活CLUB	2,629	2,058	78.3
コート・ダジュール	160	108	67.7
FiT24	3,214	1,750	54.5
自遊空間 他		317	—
合計	6,004	4,234	70.5

【ご参考:エンターテインメント事業 2023年3月期実績】

(3)業態別主要経費の内訳実績

販売費及び一般管理費

(単位:百万円)

	22/3期			23/3期							
	エンターテイメント 合計	快活CLUB	コート・ ダジュール	エンターテイメント 合計	前期比 (%)	快活CLUB	前期比 (%)	コート・ダジュール	前期比 (%)	自遊空間他	前期比 (%)
広告宣伝費	458	354	103	474	103.5	350	98.8	120	116.5	3	—
人件費	2,393	2,121	272	3,166	132.3	2,411	113.7	391	144.1	362	—
賃借料	74	66	8	102	138.1	67	101.8	10	129.3	24	—
減価償却費	115	88	27	130	112.6	88	100.0	25	93.3	16	—

(注) 快活CLUBにはFIT24が含まれております。

売上原価に含まれる主な経費

(単位:百万円)

	22/3期			23/3期							
	エンターテイメント 合計	快活CLUB	コート・ ダジュール	エンターテイメント 合計	前期比 (%)	快活CLUB	前期比 (%)	コート・ダジュール	前期比 (%)	自遊空間他	前期比 (%)
人件費	15,982	13,851	2,130	18,790	117.6	14,860	107.3	3,020	141.8	908	—
賃借料	12,184	10,360	1,823	14,355	117.8	10,928	105.5	2,481	136.1	945	—
減価償却費	5,260	4,775	485	5,494	104.4	4,845	101.5	549	113.3	99	—

(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 2023年3月期実績】

(4)エンターテイメント事業:既存店増収率、客数・客単価増加率

・既存店対象店舗:快活CLUB、コートダジュール、FiT24

(単位:%)

		上半期	10月	11月	12月	3Q	1月	2月	3月	4Q	下半期	通期
売上高	23/3期	12.2	9.7	8.2	4.5	7.3	11.5	20.0	16.1	15.7	11.4	11.8
	19/3期比 (コロナ前比)	△7.2	△5.4	△10.0	△16.7	△11.2	△8.8	△5.7	△9.7	△8.2	△9.7	△8.5
	22/3期	14.0	12.9	8.5	19.3	13.7	12.8	0.8	6.1	6.7	10.2	11.9
客数	23/3期	9.1	6.2	4.9	3.4	4.8	8.3	15.1	11.6	11.5	8.1	8.6
	22/3期	13.8	1.8	4.5	13.2	6.4	12.1	△0.8	3.6	5.0	5.7	9.3
客単価	23/3期	3.7	3.4	3.5	2.5	3.1	3.9	5.6	5.1	4.8	3.9	3.8
	22/3期	0.1	10.9	3.8	5.4	6.9	0.6	1.6	2.4	1.6	4.3	2.4

(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 2023年3月期実績】

(5)快活CLUB:既存店増収率、客数・客単価増加率

(単位:%)

		上半期	10月	11月	12月	3Q	1月	2月	3月	4Q	下半期	通期
売上高	23/3期	9.6	10.2	9.6	7.7	9.1	8.8	10.6	10.9	10.1	9.6	9.6
	19/3期比 (コロナ前比)	△5.3	△2.0	△4.4	△3.9	△3.4	△3.9	△3.1	△6.5	△4.6	△4.0	△4.7
	22/3期	16.0	13.5	7.4	12.6	11.2	8.3	3.3	5.2	5.6	8.3	11.9
客数	23/3期	7.9	6.6	6.2	3.4	5.4	5.7	9.2	8.4	7.7	6.5	7.2
	22/3期	14.6	1.1	3.8	10.2	5.0	9.9	1.5	3.9	5.1	5.0	9.5
客単価	23/3期	2.4	3.6	3.6	6.1	4.5	3.8	2.3	3.4	3.2	3.8	3.1
	22/3期	1.2	12.2	3.5	2.1	5.9	△1.4	1.7	1.2	0.5	3.1	2.2

(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。

(6)快活CLUB:既存店内別売上構成比

(単位:%)

		22/3期	23/3期	前年差
既存店	ルーム売上	90.0	89.7	△0.3pt
	飲食売上	7.6	7.6	—
	その他売上	2.4	2.7	+0.3pt

【ご参考:エンターテインメント事業 2023年3月期実績】

(7)コート・ダジュール:既存店増収率

(単位:%)

		上半期	10月	11月	12月	3Q	1月	2月	3月	4Q	下半期	通期
売上高	23/3期	47.5	6.8	0.5	△7.1	△1.1	29.9	140.9	52.5	60.3	21.8	29.7
	19/3期比 (コロナ前比)	△19.5	△13.5	△23.0	△34.3	△25.8	△20.4	△12.9	△17.3	△17.3	△22.0	△21.3
	22/3期	△8.5	10.2	13.6	44.5	24.4	47.8	△20.2	11.8	14.2	20.5	11.8
客数	23/3期	25.9	4.1	△3.8	3.0	1.3	30.4	83.2	35.4	44.9	19.9	22.0
	22/3期	3.5	5.7	8.4	31.2	14.5	32.3	△18.8	1.7	3.8	9.7	7.9
客単価	23/3期	17.2	2.5	4.4	△9.8	△2.4	△0.4	31.5	12.7	10.7	1.6	6.3
	22/3期	△11.6	4.3	4.8	10.1	8.7	11.7	△1.7	9.9	10.0	9.8	3.6

(8)コート・ダジュール:既存店内識別売上構成比

(単位:%)

		22/3期	23/3期	前年差
既存店	ルーム売上	59.8	58.2	△1.6pt
	飲食売上	39.8	41.2	+1.4pt
	その他売上	0.4	0.6	+0.2pt

【ご参考：エンターテインメント事業 2024年3月期の見通し】

(1)業態別 損益予想

(単位:百万円)

		23/3期	百分比 (%)	24/3期(予)	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	快活CLUB	52,581	100.0	53,500	100.0	918	101.7
	コート・ダジュール	9,870	100.0	10,200	100.0	329	103.3
	FiT24	5,114	100.0	6,100	100.0	985	119.3
売上総利益	快活CLUB(FiT24含む)	9,458	16.4	9,600	16.1	141	101.5
	コート・ダジュール	614	6.2	1,090	10.7	475	177.4
販売管理費	快活CLUB(FiT24含む)	5,556	9.6	5,870	9.8	313	105.6
	コート・ダジュール	989	10.0	1,020	10.0	30	103.0
営業利益 又は 営業損失(△)	快活CLUB(FiT24含む)	3,902	6.8	3,730	6.3	△172	95.6
	コート・ダジュール	△375	—	70	0.7	445	—

(2)業態別 設備投資額予想

(単位:百万円)

店舗名	23/3期	24/3期(予)	前期比(%)
快活CLUB	2,058	2,680	130.2
コート・ダジュール	108	150	137.9
FiT24	1,750	1,330	76.0

【ご参考：エンターテインメント事業 2024年3月期の見通し】

(3)業態別主要経費の内訳予想

販売費及び一般管理費

(単位:百万円)

	23/3期				24/3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	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 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)		
広告宣伝費	474	350	120	3	505	106.6	397	113.3	101	84.3	6	201.6
人件費	3,166	2,411	391	362	3,332	105.2	2,434	101.0	365	93.2	531	146.8
賃借料	102	67	10	24	112	109.7	68	101.3	12	114.2	32	130.6
減価償却費	130	88	25	16	167	129.0	113	128.9	26	104.6	27	167.1

(注) 快活CLUBにはFIT24が含まれております。

売上原価に含まれる主な経費

(単位:百万円)

	23/3期				24/3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	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 (%)	前期比 (%)	前期比 (%)		
人件費	18,790	14,860	3,020	908	18,608	99.0	14,489	97.5	2,887	95.6	1,232	135.6
賃借料	14,355	10,928	2,481	945	14,505	101.0	11,033	101.0	2,333	94.0	1,138	120.5
減価償却費	5,494	4,845	549	99	6,020	109.6	5,360	110.6	504	91.8	156	157.0

(注) 快活CLUBにはFIT24が含まれております。

【ご参考:エンターテイメント事業 2024年3月期の見通し】

(4)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:%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	24/3期(予)	3.8	4.1	3.9	2.9	1.3	2.1	3.0
	23/3期(実)	13.6	11.0	12.2	7.3	15.7	11.4	11.8
客数	24/3期(予)	3.0	2.0	2.5	1.0	0.5	0.8	1.6
	23/3期(実)	11.1	7.4	9.1	4.8	11.5	8.1	8.6
客単価	24/3期(予)	1.3	2.3	1.8	1.9	0.9	1.4	1.6
	23/3期(実)	3.3	4.1	3.7	3.1	4.8	3.9	3.8

※客数・客単価は、月会費会員であるFiT24を除いております。

(5)快活CLUB:既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位:%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	24/3期(予)	4.2	2.7	3.4	1.5	0.5	1.0	2.2
	23/3期(実)	10.0	9.3	9.6	9.1	10.1	9.6	9.6
客数	24/3期(予)	3.3	0.8	2.0	0.0	0.2	0.1	1.1
	23/3期(実)	9.3	6.7	7.9	5.4	7.7	6.5	7.2
客単価	24/3期(予)	1.5	2.1	1.8	1.4	0.4	0.9	1.3
	23/3期(実)	1.5	3.2	2.4	4.5	3.2	3.8	3.1

※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:エンターテイメント事業 2024年3月期の見通し】

(6)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:%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	24/3期(予)	1.6	14.2	8.0	12.0	5.9	8.9	8.5
	23/3期(実)	53.6	39.1	47.5	△1.1	60.3	21.8	29.7
客数	24/3期(予)	1.3	12.7	7.0	8.8	2.6	5.5	6.2
	23/3期(実)	31.0	19.0	25.9	1.3	44.9	19.9	22.0
客単価	24/3期(予)	0.3	1.4	1.0	2.9	3.3	3.2	2.2
	23/3期(実)	17.2	17.0	17.2	△2.4	10.7	1.6	6.3