



# 2022年3月期 第2四半期 決算説明会

2021年11月19日  
株式会社AOKIホールディングス



ANNIVERSAIRE



# 目次

## AOKIグループの課題と今後の対応について

事業ポートフォリオを構成する3事業	4
2022年3月期 第2四半期業績	5
2022年3月期 第2四半期セグメント別業績	6
新型コロナウイルス感染症が各事業に与えた影響	7
上半期:Withコロナを前提としたAOKIグループの取り組み	8
2022年3月期 通期業績予想	9
営業利益の上・下半期構成	10
AOKIグループの課題と今後の対応	11
株主還元:基本方針及び配当と自己株式の消却	12
ESG活動	13

## 2022年3月期 第2四半期業績の概要

連結損益計算書の主な増減	17
事業別売上高・営業利益の主な増減	18
連結貸借対照表の主な増減	19
連結キャッシュ・フロー計算書の主な増減	20
出退店実績	21

## 2022年3月期 通期業績予想

連結損益の見通し	23
事業別売上高・営業利益の見通し	24
出退店の見通し	25

## ファッション事業 第2四半期 実績と通期の見通し

2022年3月期 第2四半期の概要	27
2022年3月期 通期の見通し	29
2022年3月期 下期の取り組み	30

## アニヴェルセル・ブライダル事業 第2四半期 実績と通期の見通し

2022年3月期 第2四半期の概要	34
2022年3月期 通期の見通し	35
2022年3月期 下期の取り組み	36

## エンターテイメント事業 第2四半期 実績と通期の見通し

2022年3月期 第2四半期の概要	38
2022年3月期 通期の見通し	40
2022年3月期 下期の取り組み	41
今後の成長に向けて	42

## 補足資料

2022年3月期 第2四半期 連結損益実績	44
2022年3月期 第2四半期 主要経費の内訳	45
2022年3月期 通期 連結損益見通し	46
2022年3月期 下半期 連結損益見通し	47
2022年3月期 通期 主要経費の内訳予想	48
ご参考:ファッション事業 2022年3月期第2四半期実績	49
ご参考:ファッション事業 2022年3月期予想	52
ご参考:アニヴェルセル・ブライダル事業 2022年3月期第2四半期実績及び2022年3月期予想	53
ご参考:エンターテイメント事業2022年3月期第2四半期実績	54
ご参考:エンターテイメント事業2022年3月期予想	58

# AOKIグループの 課題と今後の対応について

---

# 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、  
パーティースペースのほかパリ  
スタ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



バリ島の雰囲気为基础に“癒し”を提供する  
シェアリングスペース。  
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という方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)

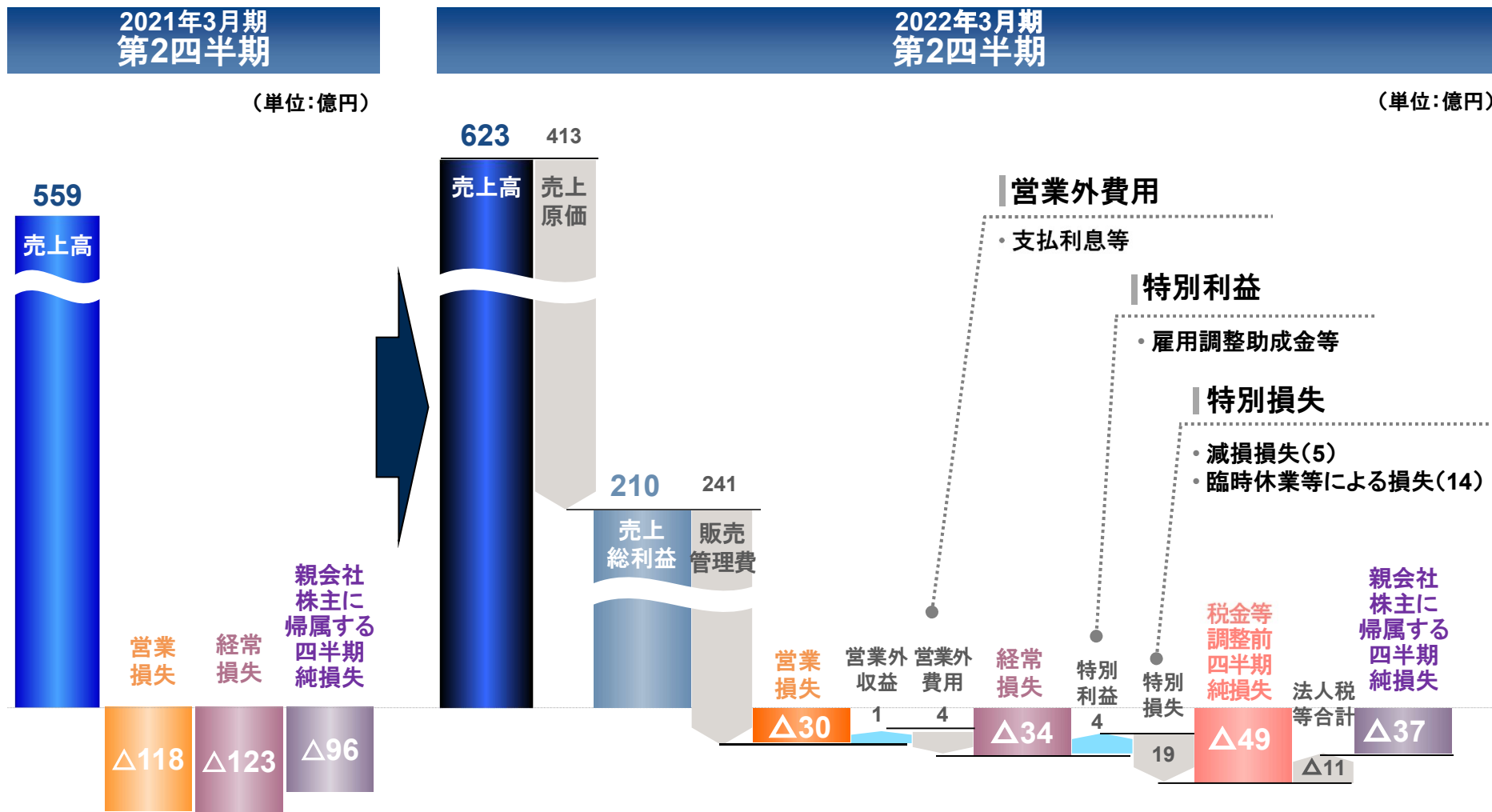


24時間営業のセルフ型  
フィットネスジム。  
快適なトレーニング環境と  
充実したサービスを提供。

*Entertainment*

# 2022年3月期 第2四半期業績

- 新型コロナウイルス感染症(以下、同感染症)の影響が前年同期に比べ減少し、**増収増益**

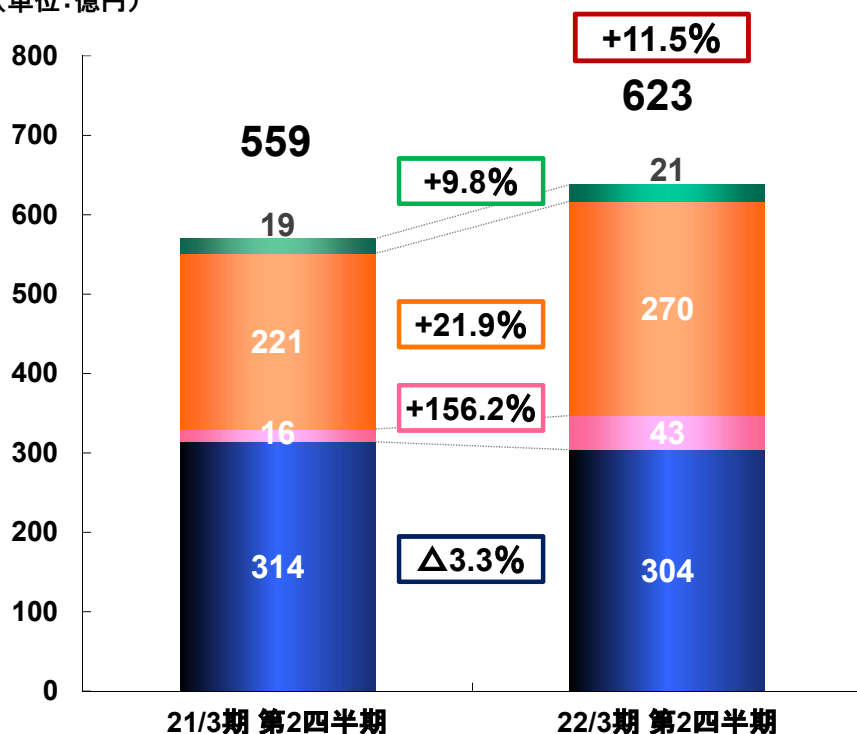


# 2022年3月期 第2四半期セグメント別業績

- ・ファッション事業:緊急事態宣言等の地域拡大の影響により減収も、営業損失は改善
- ・アニヴェルセル・ブライダル事業:休業期間がなかったことにより施行組数が増加し増収増益
- ・エンターテイメント事業:同感染症の影響の減少及び新規出店等により増収増益

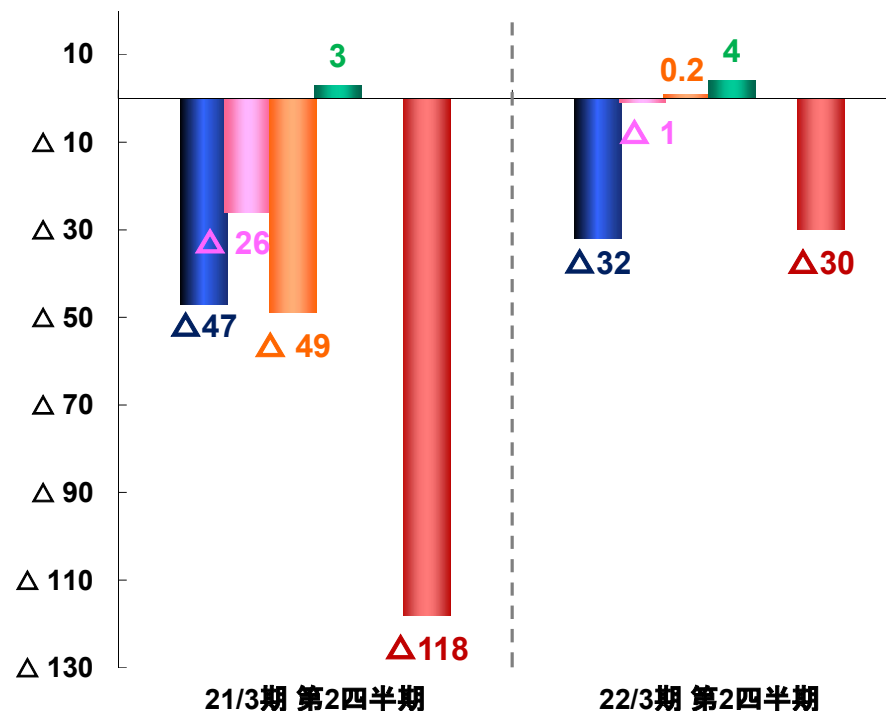
## 売上高

(単位:億円)



## 営業利益又は営業損失(△)

(単位:億円)



■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 ■連結合計

# 新型コロナウイルス感染症が各事業に与えた影響

セグメント	第2四半期既存店 前年同期比 及び前々年同期比	臨時休業店舗数及びその他の影響等
ファッション事業	<p><b>21/3期比</b> <b><u>94.5%</u></b></p> <p><b>20/3期比</b> <b><u>76.3%</u></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>土・日含め5日以上 of 臨時休業店舗数 4月度:26店舗 5月度:33店舗 6月度:18店舗</li> <li>出店:1店舗 退店:10店舗</li> <li>前年同期のマスク販売、セール実施の反動により客数減(前年同期比:83.7%)、客単価増(同:112.9%)</li> </ul>
アニヴェルセル・ブライダル事業	<p><b>21/3期比</b> <b><u>269.4%</u></b></p> <p><b>20/3期比</b> <b><u>40.9%</u></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>前年同期は挙式・披露宴が休業(4/7~5/31)、当第2四半期は政府、各自治体の措置内容に対応し、休業することなく実施</li> <li>既存店施行組数:1,320組 (前年同期比:+1,052組、前々年同期比:△697組)</li> <li>21/9/5 東京ベイ店が営業終了</li> </ul>
エンターテイメント事業	<p><b>21/3期比</b> <b><u>114.0%</u></b></p> <p><b>20/3期比</b> <b><u>80.6%</u></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>土・日含め5日以上 of 臨時休業店舗数 4月度:33店舗 5月度:42店舗 6月度:41店舗 7月度:21店舗 8月度:86店舗 9月度:86店舗</li> <li>営業店舗においては、まん延防止等重点措置対象地域では時短営業及びアルコールの提供停止</li> <li>カラオケのコート・ダジュールは上記の影響大きい</li> <li>出店:37店舗 退店:21店舗</li> </ul>

# 上半期: Withコロナを前提としたAOKIグループの取り組み

緊急事態宣言期間の  
長期化及び地域拡大

外出自粛の長期化による  
消費マインド低下

変異株による  
急激な感染拡大

消費行動・働き方・経済動向が急激に変化

## 新しい生活様式に対応したAOKIグループの新商品・新サービス

### ファッション事業



パジャマスーツ®



アクティブワークスーツ®

### アニヴェルセル・ブライダル事業



フォトウェディング



オンラインウェディング

### エンターテイメント事業



FIT24

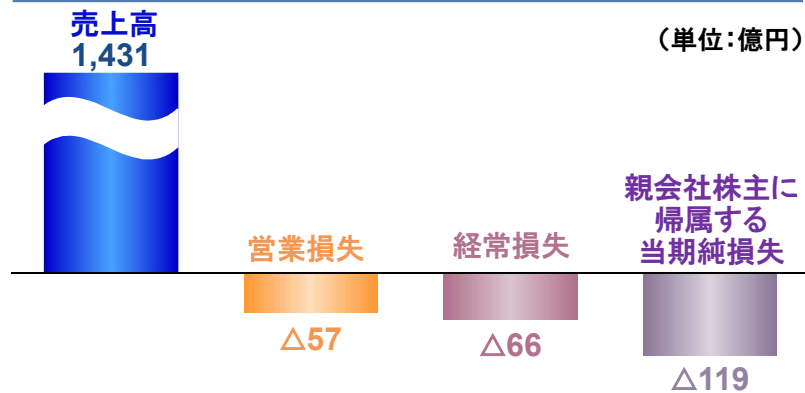


テレワーク利用

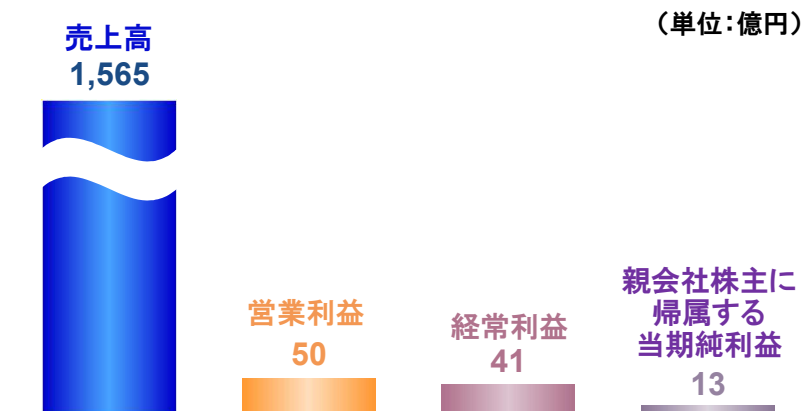


# 2022年3月期 通期業績予想

## 2021年3月期通期実績



## 2022年3月期通期予想



## 今後の外部環境

- ・ 同感染症: ワクチン接種の進行とともに感染者数は減少
- ・ 経済活動: 徐々に回復、個人消費の拡大
- ・ 外出増加、集合型イベントの回復
- ・ 新生活様式への順応

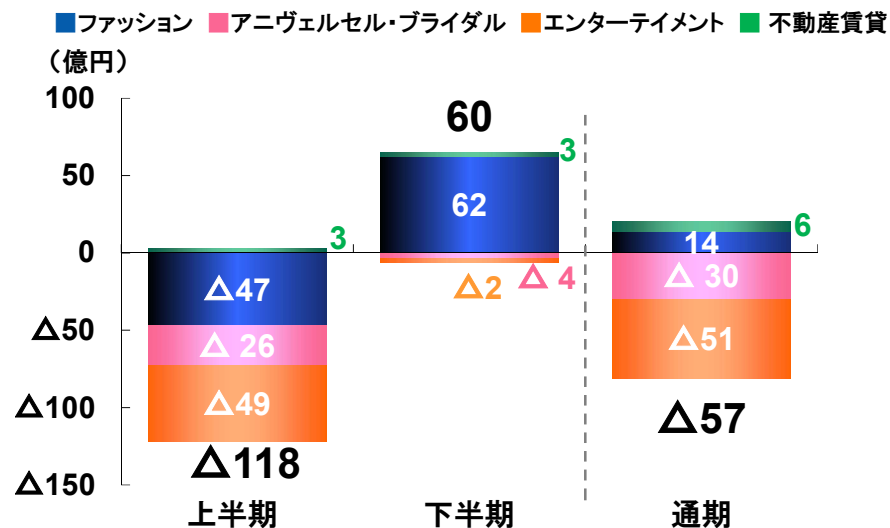
## AOKIグループ

- ・ 上半期の業績をベースに売上高を期初予想1,693億円から1,565億円に修正
- ・ 各事業の出退店、経費計画の見直しを実施

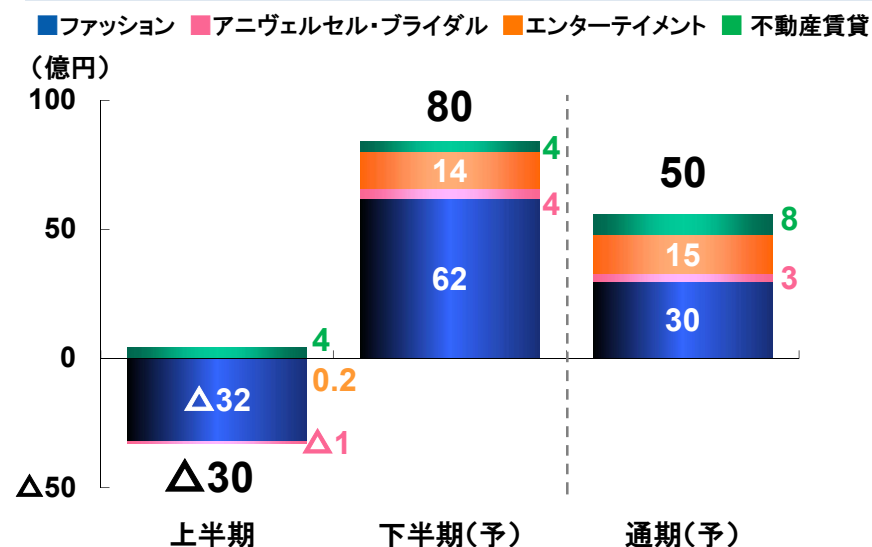
**4期ぶりの増収増益予想**

# 営業利益の上・下半期構成

## 2021/3期 実績



## 2022/3期 予想



## ファッション事業

- 収益の下期依存が大きい
  - 既存店の回復
- |             | 前年同期比 |
|-------------|-------|
| 下半期既存店増収率予想 | 4.4%  |
- 売上総利益率の改善

## アニヴェルセル・ブライダル事業

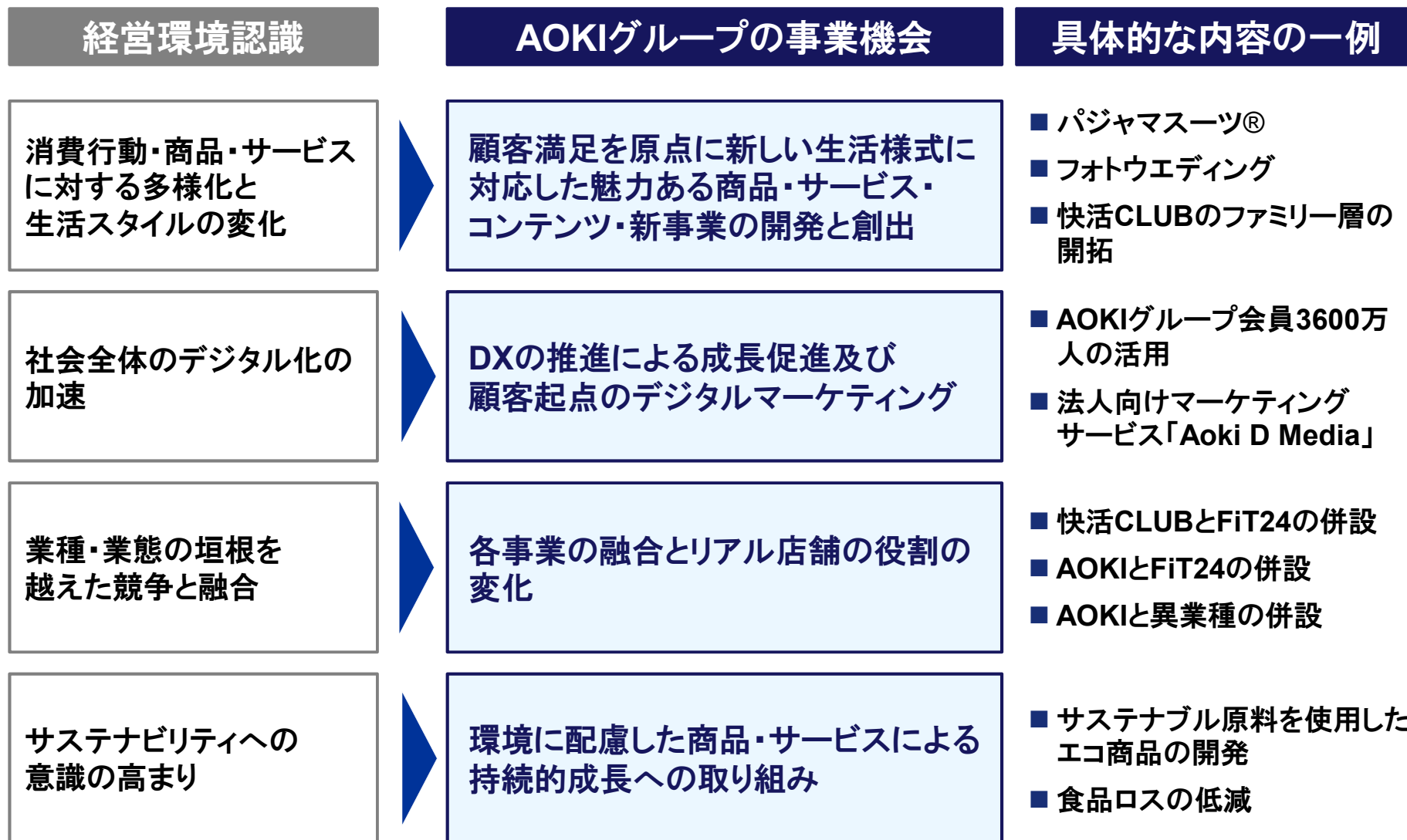
- 施行組数の増加
- 売上総利益高の増加

## エンターテイメント事業

- 既存店の回復
- |             | 前年同期比 |
|-------------|-------|
| 下半期既存店増収率予想 | 21.6% |
- 出店増加による増収
- |            | 前年同期差 |
|------------|-------|
| 下半期出店:37店舗 | +35店舗 |
- 売上総利益高の増加

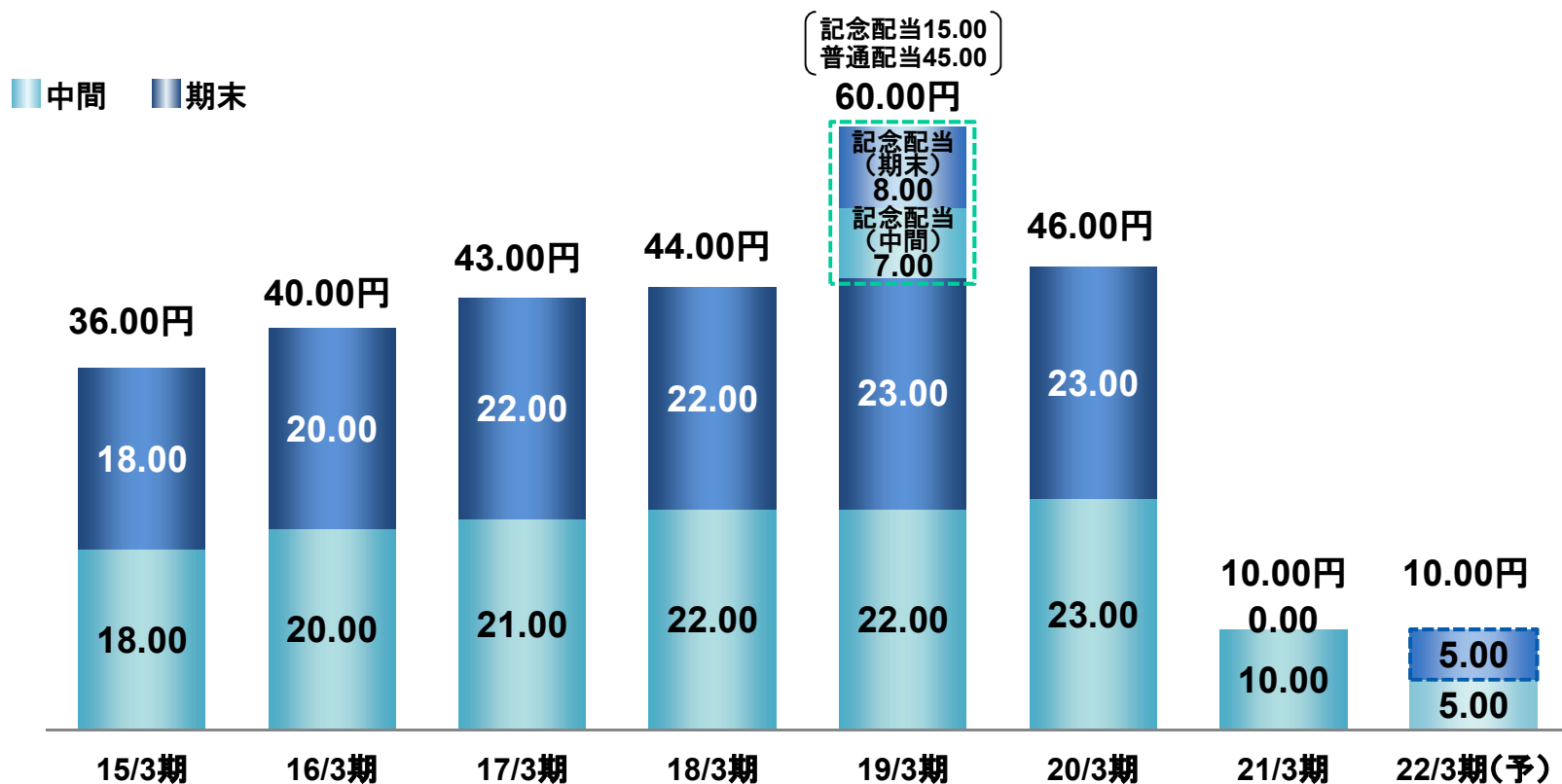
# Afterコロナ時代の事業継続に向けた AOKIグループの課題と今後の対応

同感染症が契機となり、消費行動・働き方・産業構造の変化が加速



# 株主還元：基本方針及び配当と自己株式の消却

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



## 自己株式の消却

消 却 日：2021年5月17日  
 消却した株式の総数：3,000,000株  
 消却後の発行済株式総数：87,649,504株

# ESG活動：環境への取り組み事例



## 地球環境への配慮

### 「ウール・エコサイクル・プロジェクト」※ の継続実施

ウール衣料を店頭で下取りし、さまざまな製品に再生する取り組み



### リサイクル商品

- ・手袋
- ・スリッパ
- ・フラワーポット類  
など



※ 本プロジェクトは1996年に、世界初の取り組みとしてスタートいたしました。



## 商品を通じた環境負荷低減

### ファッション事業

#### エコ商品の開発



サステナブルな原料を使用したワイシャツ



洗えるスーツ

### アニヴェルセル・ブライダル事業

#### 布製の引出物袋の開発



### 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

#### 食品ロスの低減

Environment

# ESG活動：社会への取り組み事例



## お客様の期待を超える商品・サービスを

各事業においてお客様相談窓口の設置、アンケートやリサーチの実施を通じて商品、サービス力を向上



## 事業活動の基盤となる地域社会に活気と発展を

スポーツ支援\*やAOKIグループハーモニーコンサート等を通じて、地域の文化振興や地域の活性化に寄与



AOKIグループハーモニーコンサート

©堀田力丸

※ 2021年3月に全国の障がい者スポーツ関係者にマスク45,000枚を寄贈させていただきました。



## 意欲あるすべての社員に働きやすさ、やりがいを

「ギアチェンジパッケージ」制度の導入によるダイバーシティの推進、ワークライフバランスの向上



## 次世代を担う若者に貴重な学びの機会を提供

公益財団法人「AOKI財団」\*による主に生徒・学生を対象とした奨学援助



AOKI財団の事業の一つ「AOKI咸臨丸」

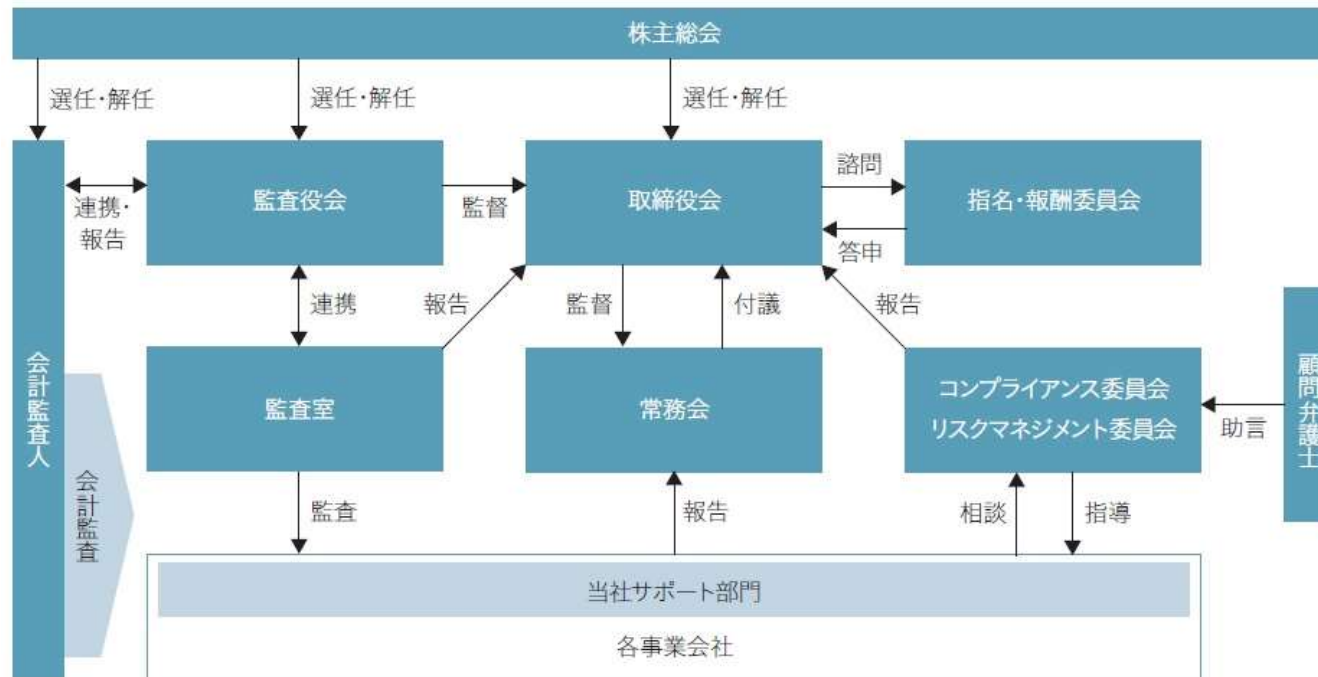
※ 本財団は、AOKIグループの経営理念の一つ「公共性の追求」の一環として、2011年に設立されました。

Social

# ESG活動:ガバナンスへの取り組み事例



## コーポレート・ガバナンスの体制



## 独立役員は5名体制へ

- 経営の透明性と独立性確保のため、社外取締役を1名増員し独立役員は5名体制へ

※ESGに関しては当社ホームページでも詳しい内容をご紹介します

<https://ir.aoki-hd.co.jp/ja/esg/index.html>

Governance

**2022年3月期**

---

**第2四半期業績の概要**



# 連結損益計算書の主な増減

・前年同期以前の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用しておりません

(単位:百万円)

科目/期別	20/3期 第2四半期	21/3期 第2四半期	22/3期 第2四半期	対前年同期 増減	前年 同期比 (%)	主な増減要因
売上高	82,795	55,952	62,382	6,429	111.5	新型コロナウイルス感染症の影響がやや減少したこと等により、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が増収
売上総利益 売上総利益率	32,231 38.9%	13,765 24.6%	21,044 33.7%	7,279 +9.1pt	152.9	売上総利益率は、ファッション事業で+2.9ポイント。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はプラスに改善
販売費・一般管理費	31,854	25,651	24,139	△1,511	94.1	各事業で経費削減の実施
営業利益又は営業損失(△) 営業利益率	377 0.5%	△11,885 —	△3,094 —	8,790 —	—	
営業外収益	173	172	117	△55	68.2	
営業外費用	1,047	685	459	△226	67.0	固定資産除却損の減少
経常損失(△)	△496	△12,397	△3,436	8,961	—	
特別利益	205	568	484	△83	85.3	雇用調整助成金等の減少
特別損失	861	2,599	1,980	△619	76.2	臨時休業等による損失の減少
親会社株主に帰属する 四半期純損失(△)	△988	△9,661	△3,776	5,885	—	

◆ 減価償却実施額:4,649百万円(内リース資産 1,061百万円含む)

◆ 既存店増収率 ファッション:△5.5% エンターテイメント:14.0%(快活CLUB:16.0% コート・ダジュール:△8.5%)

# 事業別売上高・営業利益の主な増減

事業別売上高 (前年同期以前の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用していません)

(単位:百万円)

事業	20/3期 第2四半期	21/3期 第2四半期	22/3期 第2四半期	増減	対比(%)	主な増減要因
計	82,795	55,952	62,382	6,429	111.5	
ファッション	42,580	31,480	30,433	△1,047	96.7	既存店減収
アニヴェルセル・ブライダル	11,282	1,679	4,302	2,623	256.2	施行組数の増加
エンターテイメント	28,327	22,156	27,010	4,854	121.9	
快活CLUB	21,067	18,031	23,273	5,241	129.1	既存店増収及び新規出店
コート・ダジュール	7,013	3,345	2,220	△1,125	66.4	一部店舗の臨時休業の影響
FiT24	246	779	1,517	737	194.7	新規出店
不動産賃貸	1,727	1,930	2,120	189	109.8	
セグメント間取引等	△1,120	△1,294	△1,484	△189	—	

事業別営業利益又は営業損失(△) (前年同期以前の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用していません) (単位:百万円)

事業	20/3期 第2四半期	21/3期 第2四半期	22/3期 第2四半期	増減	対比(%)	主な増減要因
計	377	△11,885	△3,094	8,790	—	
ファッション	△1,377	△4,797	△3,242	1,555	—	販管費の削減
アニヴェルセル・ブライダル	△34	△2,640	△148	2,491	—	増収及び売上総利益高がプラスに改善
エンターテイメント	1,427	△4,984	29	5,013	—	
快活CLUB(FiT24含む)	996	△3,969	644	4,613	—	増収及び売上総利益高がプラスに改善
コート・ダジュール	430	△1,014	△614	400	—	
不動産賃貸	322	372	433	61	116.5	
セグメント間取引等	40	163	△167	△331	—	

# 連結貸借対照表の主な増減

(単位:百万円)

科目/期別	21/3期 期末	22/3期 第2四半期	増減	主な増減要因
流動資産	67,852	53,669	△14,183	
現金・預金	29,941	24,302	△5,639	
売掛金	10,686	3,775	△6,910	季節的要因
たな卸資産	20,112	19,982	△129	
固定資産	169,407	170,146	739	
有形固定資産	122,769	122,054	△714	減価償却
無形固定資産	5,505	5,624	119	
投資その他の資産	41,133	42,467	1,334	繰延税金資産
資産合計	237,260	223,816	△13,444	
流動負債	47,842	38,831	△9,010	
買掛金	14,241	9,305	△4,935	季節的要因
電子記録債務	2,660	—	△2,660	設備投資利用の支払い
短期借入金	11,000	6,000	△5,000	短期借入の返済
1年内返済予定長期借入金	5,418	9,577	4,159	長期からの振替
固定負債	63,567	63,585	18	
長期借入金	45,914	46,345	431	長期借入90億円の実施と約定返済
負債合計	111,409	102,417	△8,992	
資本金	23,282	23,282	—	
資本剰余金	27,747	23,870	△3,876	自己株式の消却
利益剰余金	81,571	76,905	△4,666	四半期純損失及び収益認識会計基準等の適用
自己株式	△7,438	△3,489	3,948	300万株消却
その他の包括利益累計額合計	324	367	43	
新株予約権	363	462	98	
純資産合計	125,850	121,398	△4,452	
負債純資産合計	237,260	223,816	△13,444	

# 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	21/3期 第2四半期	22/3期 第2四半期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	△8,719	1,202	9,921	税金等調整前四半期純損失の減少等による増加
投資活動による キャッシュ・フロー	△2,839	△5,202	△2,362	電子記録債務の支払いによる増加
財務活動による キャッシュ・フロー	21,496	△1,638	△23,135	短期借入れの減少△210億円 長期借入れの減少及び返済の増加△40億円 配当金支払いの減少19億円
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	9,937	△5,639	△15,576	
現金及び現金同等物の 期首残高	23,843	29,941	6,098	
現金及び現金同等物の 四半期末残高	33,781	24,302	△9,478	

# 出退店実績

(単位:店)

セグメント	店舗名	21/3期 第2四半期			22/3期 第2四半期		
		9月末店舗数	出店	退店	9月末店舗数	出店	退店
ファッション	AOKI	514	—	5	507	—	6
	ORIHICA	120	3	2	113	1	4
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	13	—	—	11	—	1
エンターテイメント	快活CLUB	496	49	2	498	19	17
	コート・ダジュール	118	—	5	113	—	4
	FiT24	46	17	1*	64	18	—
合 計		1,307	69	15	1,306	38	32

※21/3期の退店は「快活フィットネスCLUB」

(単位:百万円)

設備投資額内訳	21/3期 第2四半期	22/3期 第2四半期	対比(%)
ファッション	449	483	107.7
アニヴェルセル・ブライダル	76	5	7.0
エンターテイメント	10,533	3,974	37.7
快活CLUB	8,921	1,226	13.7
コート・ダジュール	270	74	27.5
FiT24	1,341	2,673	199.3
連結合計	11,069	4,629	41.8

(単位:百万円)

減価償却実施額	21/3期 第2四半期	22/3期 第2四半期	対比(%)
連結合計	4,703	4,649	98.8

# 2022年3月期 通期業績予想

---

# 連結損益の見通し

・前期以前の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用しておりません

(単位:百万円)

科目/期別	20/3期	21/3期	22/3期 (予)	増減	対比 (%)	主な増減要因
売上高	180,220	143,169	156,500	13,330	109.3	各事業で増収
売上総利益 売上総利益率	72,483 40.2%	48,364 33.8%	59,900 38.3%	11,535 +4.5pt	123.9	売上総利益率 ファッション事業:+1.4pt エンターテイメント事業:+11.7pt アニヴェルセル・ブライダル事業は プラスに改善
販売費・一般管理費	65,833	54,157	54,900	742	101.4	
営業利益又は営業損失(△) 営業利益率	6,649 3.7%	△5,793 —	5,000 3.2%	10,793	—	
営業外収益	557	365	200	△165	54.7	違約金収入等の減少
営業外費用	1,705	1,178	1,100	△78	93.3	
経常利益又は経常損失(△)	5,501	△6,606	4,100	10,706	—	
特別利益	170	767	1,420	652	185.1	雇用調整助成金等の増加
特別損失	3,964	5,775	2,650	△3,125	45.9	臨時休業等による損失及び減損損失 等の減少
親会社株主に帰属する 当期純利益又は当期純損失(△)	447	△11,931	1,300	13,231	—	

## 前提条件

- ◆ 減価償却実施額：9,550百万円(内リース資産 2,236百万円含む)
- ◆ 既存店増収率 ファッション:0.8% エンターテイメント:18.2%(快活CLUB:16.5% コート・タジュール:30.4%)

# 事業別売上高・営業利益の見通し

事業別売上高（前期以前の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用しておりません）

（単位：百万円）

事業	20/3期	21/3期	22/3期(予)	増減	対比(%)
計	180,220	143,169	156,500	13,330	109.3
ファッション	98,352	85,387	85,400	12	100.0
アニヴェルセル・ブライダル	22,270	8,033	9,700	1,666	120.7
エンターテイメント	58,388	48,499	60,000	11,500	123.7
快活CLUB	43,109	39,379	48,830	9,450	124.0
コート・ダジュール	14,108	7,067	7,700	632	109.0
FiT24	1,170	2,053	3,470	1,416	169.0
不動産賃貸	3,624	3,876	4,270	393	110.1
セグメント間取引等	△2,415	△2,628	△2,870	△241	—

事業別営業利益又は営業損失(△)（前期以前の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用しておりません）

（単位：百万円）

事業	20/3期	21/3期	22/3期(予)	増減	対比(%)
計	6,649	△5,793	5,000	10,793	—
ファッション	2,886	1,499	3,000	1,500	200.1
アニヴェルセル・ブライダル	439	△3,088	300	3,388	—
エンターテイメント	2,672	△5,190	1,500	6,690	—
快活CLUB(FiT24含む)	1,618	△3,732	2,054	5,786	—
コート・ダジュール	1,053	△1,458	△554	904	—
不動産賃貸	668	678	850	171	125.2
セグメント間取引等	△17	308	△650	△958	—



# 出退店の見通し

(単位:店)

セグメント	店舗名	21/3期			22/3期(予)		
		期末店舗数	出店	退店	期末店舗数	出店	退店
ファッション	AOKI	512	—	7	502	1	12
	ORIHICA	116	3	6	106	1	11
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	12	—	1	10	—	2
エンターテイメント	快活CLUB	496	50	3	505	29	20
	コート・ダジュール	117	—	6	113	—	4
	FiT24	46	18	2※	91	45	—
合 計		1,299	71	25	1,327	76	49

※21/3期の退店は「快活フィットネスCLUB」

(単位:百万円)

設備投資額内訳	21/3期	22/3期(予)	対比(%)
ファッション	988	700	70.8
アニヴェルセル・ブライダル	70	20	28.5
エンターテイメント	15,220	6,336	41.6
快活CLUB	11,758	3,426	29.1
コート・ダジュール	740	209	28.3
FiT24	2,721	2,700	99.2
連結合計	16,402	7,350	44.8

(単位:百万円)

減価償却実施額	21/3期	22/3期(予)	対比(%)
連結合計	9,380	9,550	101.8

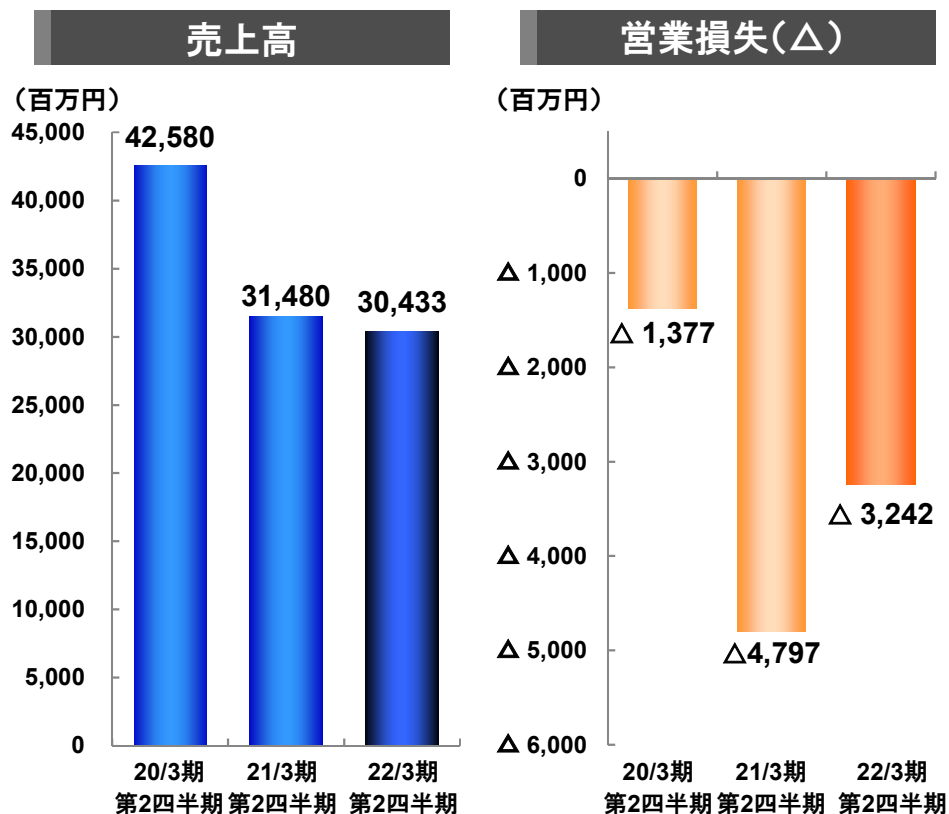
# ファッション事業

---

2022年3月期 第2四半期実績と通期の見通し

## ファッション事業－2022年3月期第2四半期の概要

### 緊急事態宣言の地域拡大等により減収の一方、販管費の削減等により増益



(単位:百万円)

	22/3期第2四半期	
	前年同期比%	売上比%
売上高	30,433	96.7
売上総利益	17,099	101.9
販売管理費	20,342	94.3
営業損失	△3,242	—

■ 売上高：前年同期比 96.7%

■ 営業損失：前年同期差 △1,555百万円

◆ 既存店の減収：前年同期比 △5.5%

- 外出自粛や前年同期に貢献したマスク販売の減少等による客数減
- 在宅勤務の広がりやビジネススタイルの変化によるスーツ販売着数の減少

◆ 売上総利益率：前年同期比 +2.9ポイント

- スーツ・フォーマル等の1品単価の上昇
- 前年同期は緊急セール実施

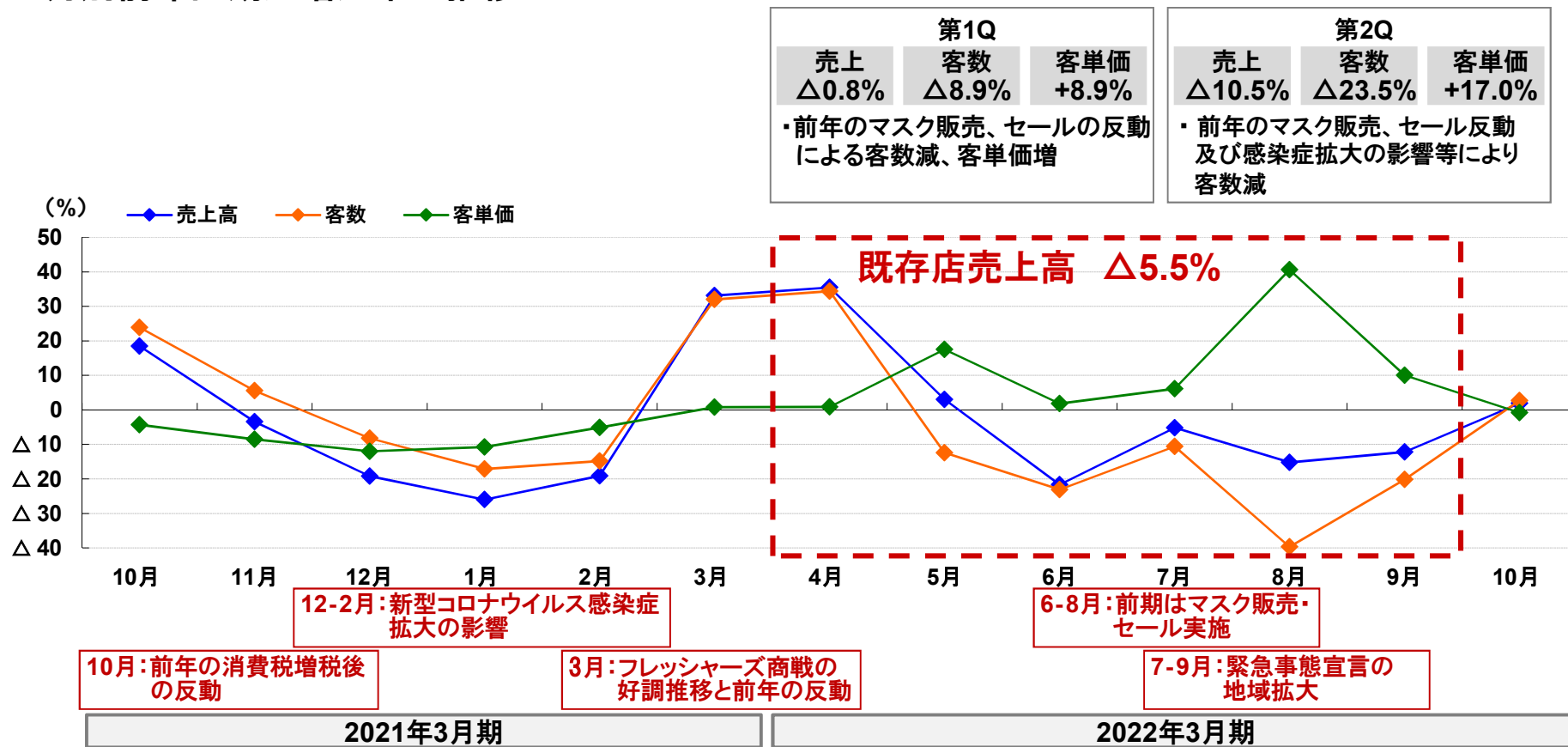
◆ 販売管理費：前年同期比 94.3%

- 販促媒体の絞り込みによる広告宣伝費の削減
- 人員コントロールによる人件費の削減

# ファッション事業－2022年3月期第2四半期の概要：既存店の状況

## 緊急事態宣言の地域拡大の影響等により既存店が減収

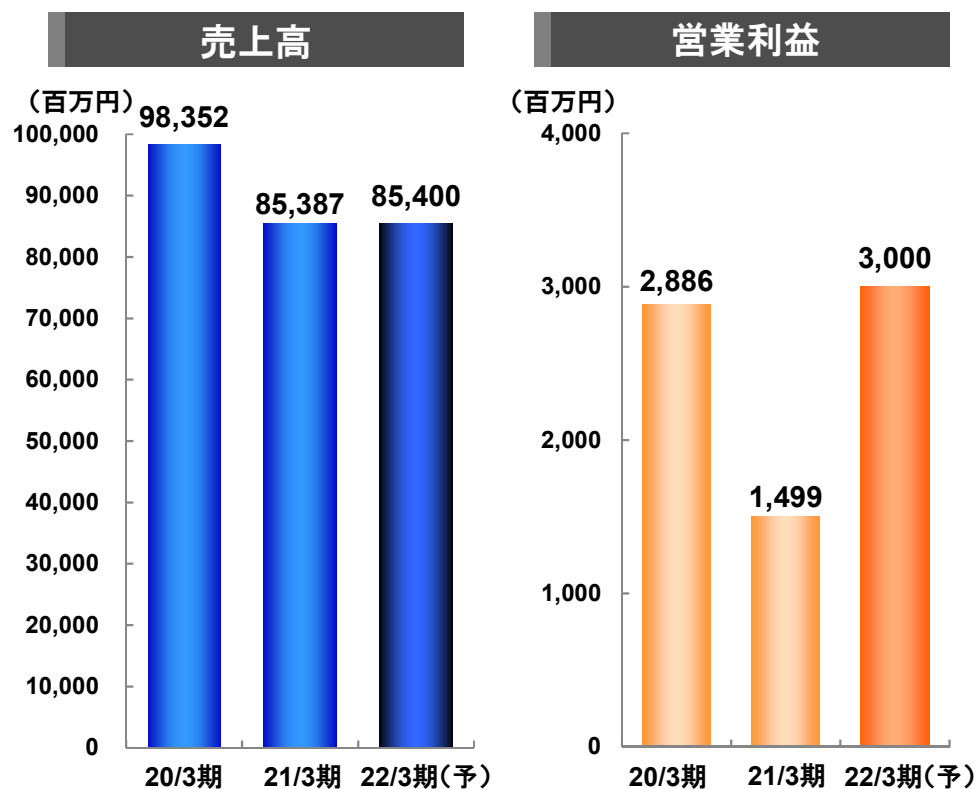
### 月別前年同期比増加率の推移



	20/10	20/11	20/12	21/1	21/2	21/3	21/4	21/5	21/6	21/7	21/8	21/9	上半期	21/10
既存店売上高 (%)	18.5	$\Delta 3.4$	$\Delta 19.2$	$\Delta 26.0$	$\Delta 19.1$	33.1	35.5	3.0	$\Delta 21.7$	$\Delta 5.2$	$\Delta 15.2$	$\Delta 12.2$	$\Delta 5.5$	1.9
客数 (%)	23.9	5.6	$\Delta 8.2$	$\Delta 17.1$	$\Delta 14.8$	32.0	34.4	$\Delta 12.4$	$\Delta 23.1$	$\Delta 10.6$	$\Delta 39.7$	$\Delta 20.2$	$\Delta 16.3$	2.7
客単価 (%)	$\Delta 4.3$	$\Delta 8.5$	$\Delta 12.0$	$\Delta 10.8$	$\Delta 5.1$	0.8	0.9	17.5	1.8	6.1	40.6	10.0	12.9	$\Delta 0.8$
平年気温との差異(°C)(東京)	0.0	+1.9	+0.1	+0.2	+2.8	+4.1	+0.8	+0.8	+0.8	+0.2	+0.5	-1.0	—	+0.2

## ファッション事業－2022年3月期通期の見通し

# 同感染症の影響が減少し、売上高はほぼ横ばいも増益予想



(単位:百万円)

		22/3期(予)	
		前期比%	売上比%
売上高	85,400	100.0	100.0
売上総利益	49,690	102.5	58.2
販売管理費	46,690	99.4	54.7
営業利益	3,000	200.1	3.5

■ 売上高：前期比 100.0%

■ 営業利益：前期比 200.1%

### ◆ 既存店増収率予想

第3Q	第4Q	下半期	通期
2.0%	6.0%	4.4%	0.8%

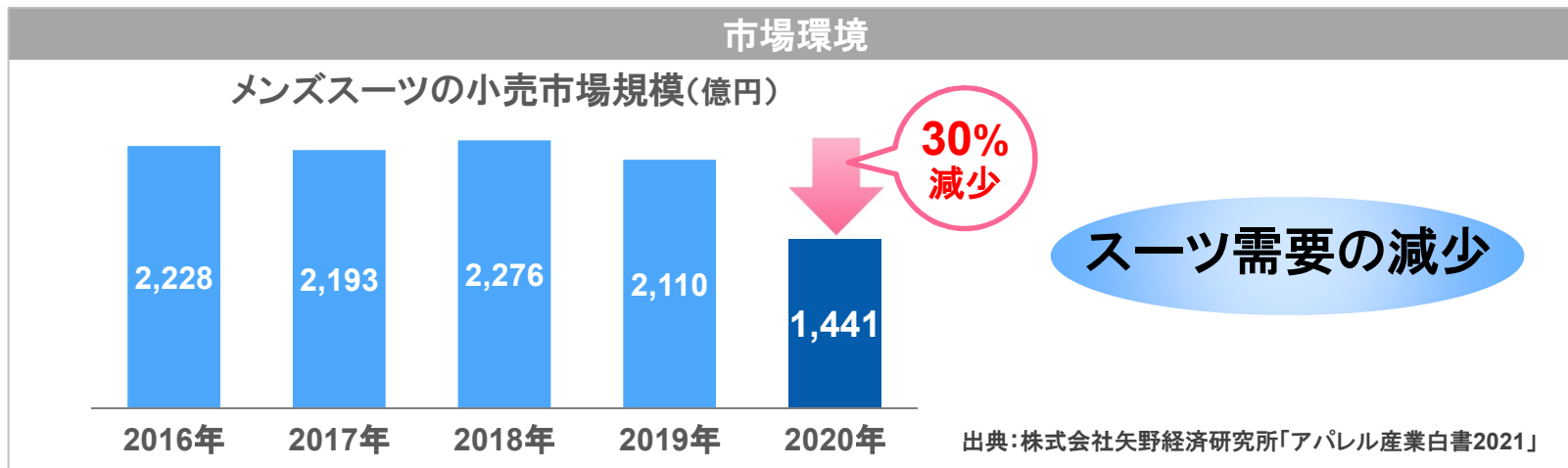
- 前期3Q:コロナ再拡大の影響
- 前期4Q:緊急事態宣言の影響

◆ 売上総利益率の改善:前期比 +1.4ポイント

◆ 販売管理費:前期比 99.4%

- 賃料交渉の継続実施による賃借料の低減
- 人員コントロールによる人件費の削減

# ファッション事業－2022年3月期 下期の取り組み 「ライフ＆ワークスタイルのAOKI」への進化



## 紳士服専門店からの進化

「いい着心地、いいスタイル」



「いい仕事、いい生活」

ライフ＆ワークスタイルのAOKI

## 取り組み

### 商品施策

#### ■ パジャマスーツを軸としたカジュアル領域の拡大

- ・ 新しいカジュアルスーツとしてのパジャマスーツの進化
  - － 前期比10倍の商品ラインナップの拡大
  - － マーケティング施策の強化  
(初のCM展開、デジタル媒体の最適化等)
- ・ 「選ぶヨロコビ、着るヨロコビ」をコンセプトとした『JOYカジュアル』の展開



パジャマスーツ®

#### ■ 働く女性に向けた「MeWORK(ミワク)」の本格的展開

- ・ 「リラジャケ」「とことん着回しセットアップ」などの機能性+着心地の商品展開
- ・ マーケティング施策の強化  
(初のCM展開、雑誌とのタイアップ企画等)



MeWORK

#### ■ 秋冬需要に向けたスーツ・フォーマル・コートの充実

- ・ 「洗える」「ストレッチ」などの機能性商品
- ・ オーダー感覚スーツ「クイックオーダースーツ」の展開
- ・ 特定マーケット(フレッシュャーズ、リクルート、成人式)向けの商品の品揃え

# ファッション事業－2022年3月期 下期の取り組み 「ライフ＆ワークスタイルのAOKI」への進化

## 取り組み

### ECの拡大

- EC限定商品の企画、開発(アクティブワークスーツ等)
- 新サービスの展開
  - ・ デジタル接客:スタッフスタート、チャットスタイリングサービス等
  - ・ テイクアウトサービス
- イージーウェブショップ
  - ・ ORIHICAで展開店舗拡大



アクティブワークスーツ®



チャットスタイリングサービス

### 営業効率の改善

- 不採算店舗の改廃による店舗網の見直しと新たな店舗形態
  - ・ 出店(移転含む):AOKI 1店舗
  - ・ 退店:AOKI 6店舗、ORIHICA 7店舗
  - ・ FIT24との併設店舗:AOKI 6店舗
  - ・ 催事及びポップアップショップの取り組み強化(ORIHICA)
- ローコストオペレーションの推進



AOKIとFIT24の併設店舗(長野南バイパス店)



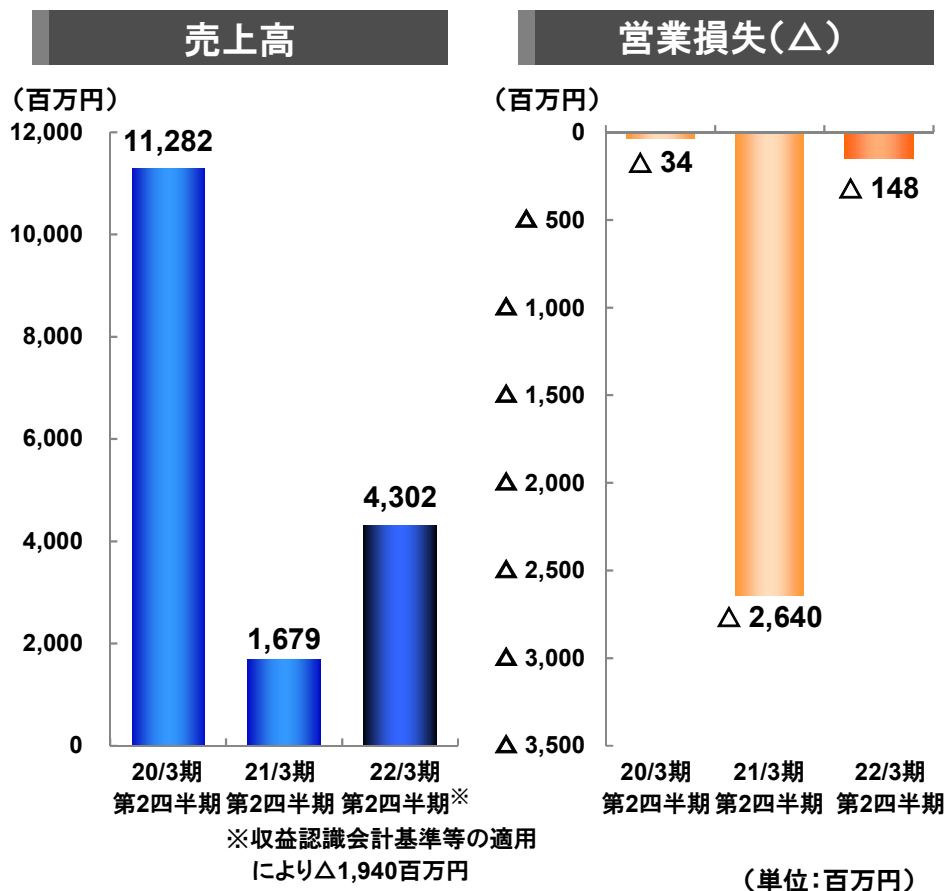
# アニヴェルセル・ブライダル事業

---

2022年3月期 第2四半期実績と通期の見通し

# アニヴェルセル・ブライダル事業－2022年3月期第2四半期の概要

## 同感染症影響の減少による施行組数の大幅増加で増収増益



	22/3期第2四半期	
	前年同期比%	売上比%
売上高	4,302	256.2
売上総利益	924	—
販売管理費	1,072	81.8
営業損失	△148	—

- 売上高: 前年同期比 256.2%
- 営業損失: 前年同期差 △2,491百万円

### 既存店営業状況

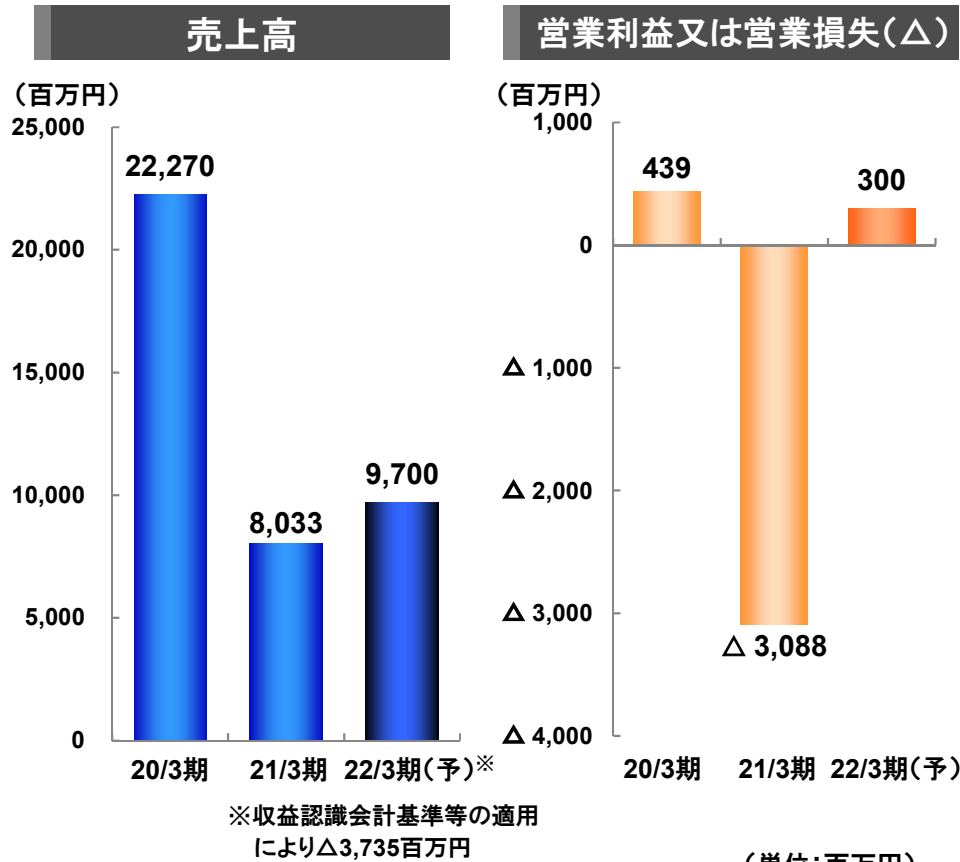
	21/3期 第2四半期	22/3期 第2四半期	前年 同期差	前年 同期比
施行組数	268組	1,320組	+1,052組	492.5%
稼働率	6.7%	32.8%	+26.1pt	—
平均組単価	3,335千円	3,307千円	△28千円	99.2%
平均人数	53.7人	53.4人	△0.3人	99.4%

(平均組単価はキャンセル料等を含まない婚礼組単価及び収益認識会計基準の適用なし)

- ◆ 収益認識会計基準等の適用により売上高は1,940百万円減少
- ◆ 施行組数の増加要因
  - 前年4/7～5/31の挙式・披露宴は中止
  - 同感染症の影響が減少
- ◆ 売上総利益高がプラスに改善
- ◆ 販売管理費: 前年同期比81.8%
  - 広告出稿見直しに伴う広告宣伝費の削減
  - 施設管理・清掃の内製化による費用の削減
- ◆ 2021年9月5日で東京ベイ店が営業終了

# アニヴェルセル・ブライダル事業－2022年3月期通期の見通し

## 同感染症影響の減少により施行組数が増加、増収増益予想



	22/3期(予)	
	前期比%	売上比%
売上高	9,700	120.7
売上総利益	2,600	—
販売管理費	2,300	93.5
営業利益	300	—

- 売上高：前期比120.7%
- 営業利益：前期差+3,388百万円

	21/3期	22/3期(予)	前期差
全店施行組数	1,838組	2,993組	+1,155組
既存店施行組数	1,407組	2,771組	+1,364組

- ◆ 下見受注強化施策の実施
  - 新規集客経路の開発・強化
  - インスタグラムをはじめとするSNSの活用
  - 新生活様式に合わせたウエディングスタイルの提案
- ◆ 売上総利益高がプラスに改善
- ◆ 経費削減・コスト合理化
  - 人員コントロールによる人件費の削減
  - 販売費見直しに伴う広告宣伝費の削減
- ◆ 2021年11月で神戸店を閉鎖

# アニヴェルセル・ブライダル事業－2022年3月期 下期の取り組み 新しいウエディングスタイルの提案と10万組感謝祭の実施

## 取り組み

安心・安全



新しいスタイル

### 選べる新しいウエディングスタイル

チャペルウエディング



ファミリーウエディング



フォトウエディング



オンラインウエディング



### アニヴェルセル10万組感謝祭『キセキ』の開催

1998年11月	1号店 アニヴェルセル 表参道開業
2014年 2月	旗艦店 アニヴェルセル みなとみらい横浜開業
2020年 3月	New Normal Weddingのスタート
2020年11月	11月23日を「いい夫妻の日」として記念日制定
2020年11月	アニヴェルセルカフェ表参道で「フェンディ カフェ バイ アニヴェルセル」を期間限定でオープン
2021年9月末	全国11施設展開
2021年11月17日現在	プロデュース組数 累計99,903組

### 記念すべき10万組目の節目に 様々な企画を実施



『キセキ』特設サイト

<https://kiseki.anniversaire.co.jp/>

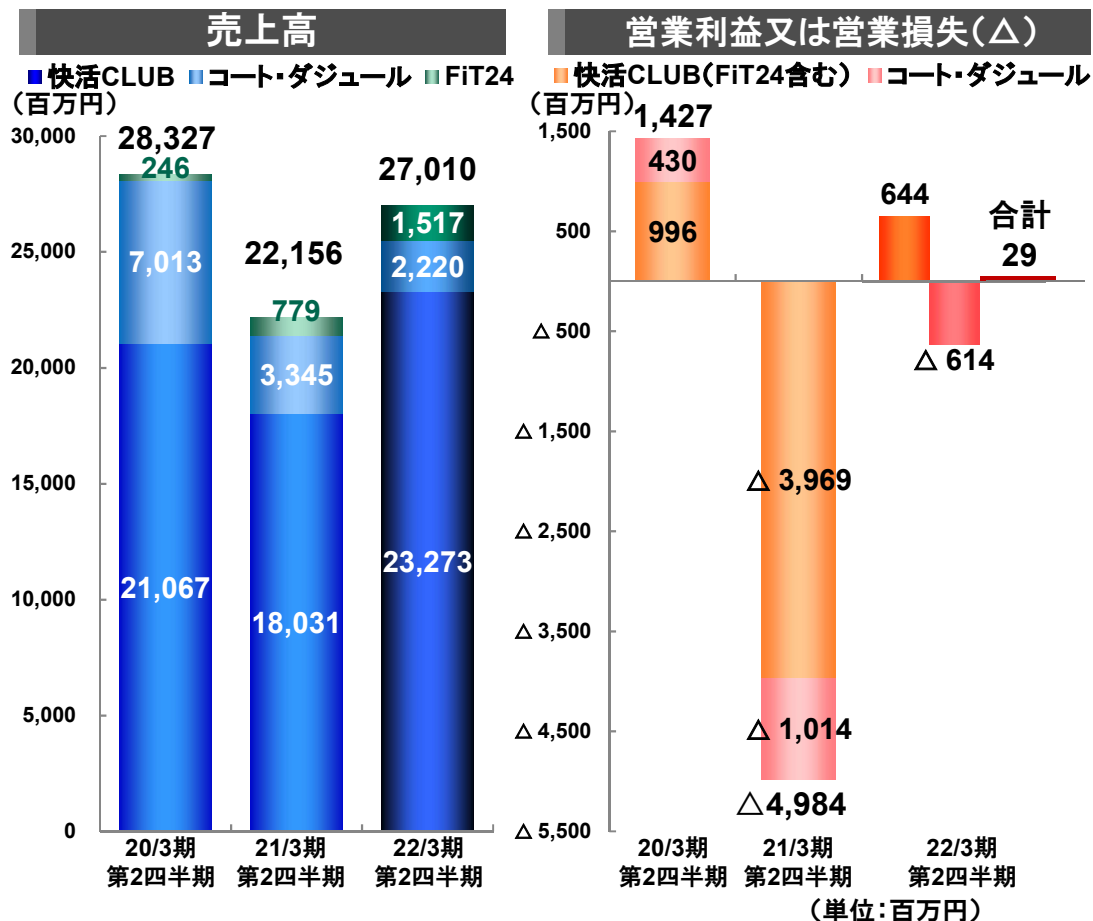
# エンターテインメント事業

---

2022年3月期 第2四半期実績と通期の見通し

# エンターテインメント事業－2022年3月期第2四半期の概要

## 同感染症影響の減少により、増収増益



	22/3期第2四半期	
	前年同期比%	売上比%
売上高	27,010	121.9
売上総利益	2,763	—
販売管理費	2,734	88.9
営業利益	29	—

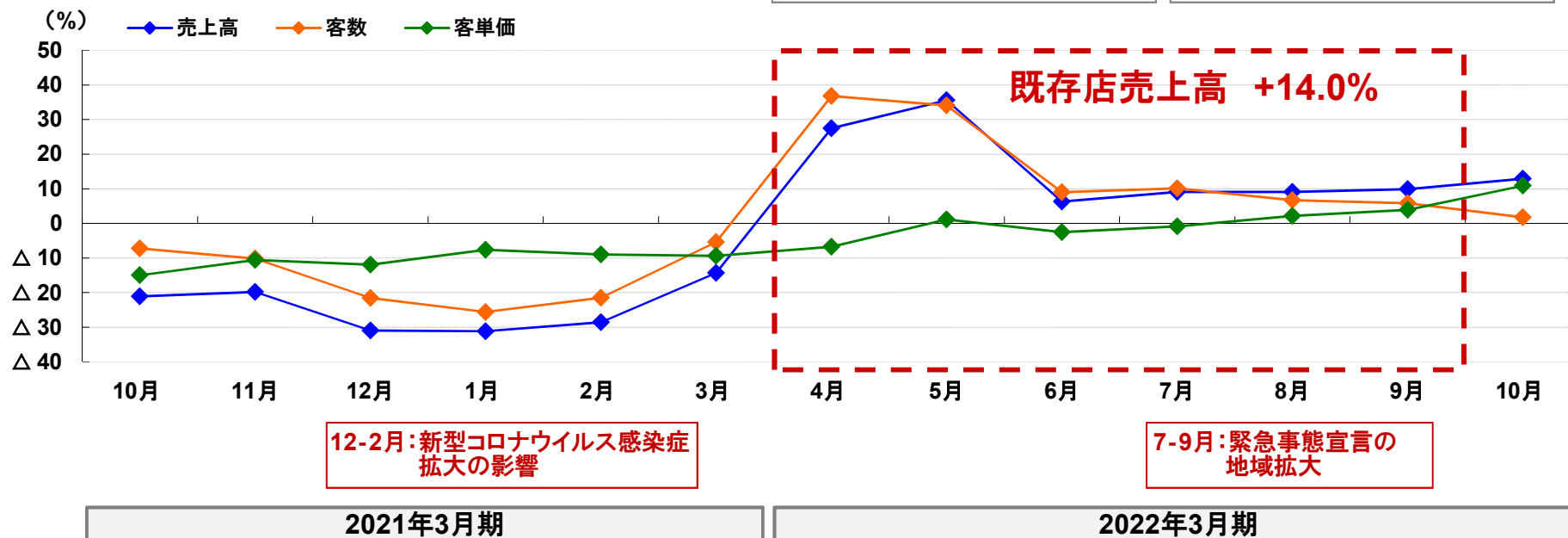
- 売上高：前年同期比 121.9%
- 営業利益：前年同期差 +5,013百万円
- ◆ 快活CLUBの臨時休業店舗数の減少
- ◆ 既存店の増収：前年同期比 +14.0%
- ◆ 新規出店
  - 快活CLUB：19店舗(前年同期差 △30店舗)
  - FiT24 : 18店舗(前年同期差 +1店舗)
- ◆ 売上総利益高がプラスに改善
- ◆ 販売管理費：前年同期比88.9%
  - 新規出店数減少による費用削減

# エンターテインメント事業－2022年3月期第2四半期の概要：既存店の状況

## 同感染症影響の減少により、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

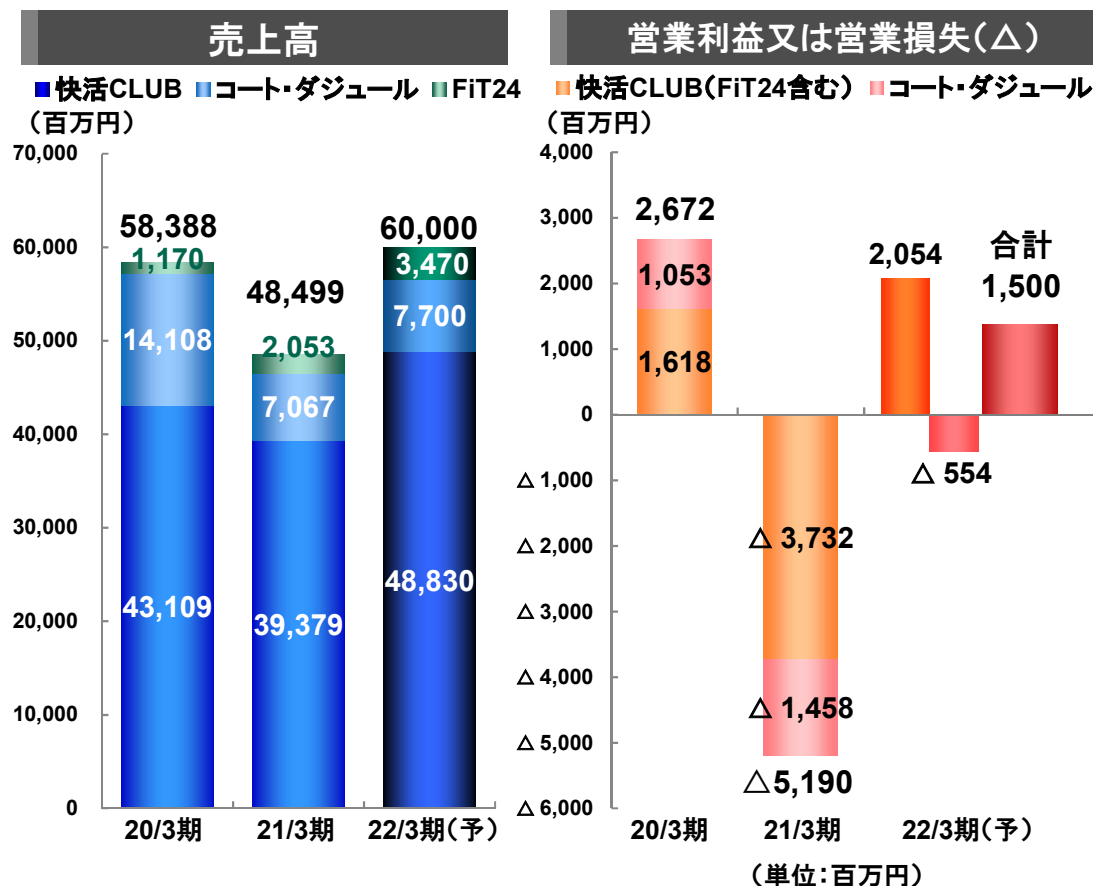
第1Q			第2Q		
売上	客数	客単価	売上	客数	客単価
+20.7%	+23.1%	△1.9%	+9.3%	+7.6%	+1.6%
・ 同感染症影響の減少により客数大幅増加			・ 緊急事態宣言の地域拡大によりコート・ダジュールは影響大		



	20/10	20/11	20/12	21/1	21/2	21/3	21/4	21/5	21/6	21/7	21/8	21/9	上半期	21/10
既存店売上高 (%)	△21.1	△19.8	△31.0	△31.2	△28.6	△14.3	27.5	35.6	6.3	9.1	9.1	9.9	14.0	12.9
客数 (%)	△7.2	△10.2	△21.6	△25.6	△21.5	△5.4	36.8	34.1	9.0	10.1	6.7	5.8	13.8	1.8
客単価 (%)	△15.0	△10.6	△11.9	△7.6	△9.0	△9.4	△6.8	1.1	△2.5	△0.9	2.2	3.9	0.1	10.9
平年気温との差異(℃)(東京)	0.0	+1.9	+0.1	+0.2	+2.8	+4.1	+0.8	+0.8	+0.8	+0.2	+0.5	-1.0	—	+0.2

# エンターテインメント事業－2022年3月期通期の見通し

## 同感染症影響の減少及び新規出店が貢献し、増収増益予想



	22/3期(予)	
	前期比%	売上比%
売上高	60,000	123.7
売上総利益	7,113	—
販売管理費	5,613	106.0
営業利益	1,500	—

■ 売上高：前期比 123.7%

■ 営業利益：前期差 +6,690百万円

◆ 店舗数の増加：前期差 +50店舗

◆ 新規出店

● 快活CLUB：29店舗

● FiT24 : 45店舗

◆ 既存店増収率予想

第3Q	第4Q	下半期	通期
+15.5%	+27.6%	+21.6%	+18.2%

● 前期第3Q・第4Q：コロナ影響大

◆ 売上総利益高が大幅増加



## 取り組み

安心・安全



サービス

サービス

- **快活CLUB:新たな客層の開拓**
  - ・テレワーク・勉強の場としての利用促進
    - －鍵付完全個室導入店舗の拡大
  - ・PR強化によるファミリー客層の開拓
  - ・学び、勉強の場としてのコンテンツの提供
    - －「寺島文庫」オリジナル動画等
- **コート・ダジュール:10/1より全店営業再開**
  - ・感染症対策の徹底
  - ・カラオケ以外の利用促進



テレワーク利用

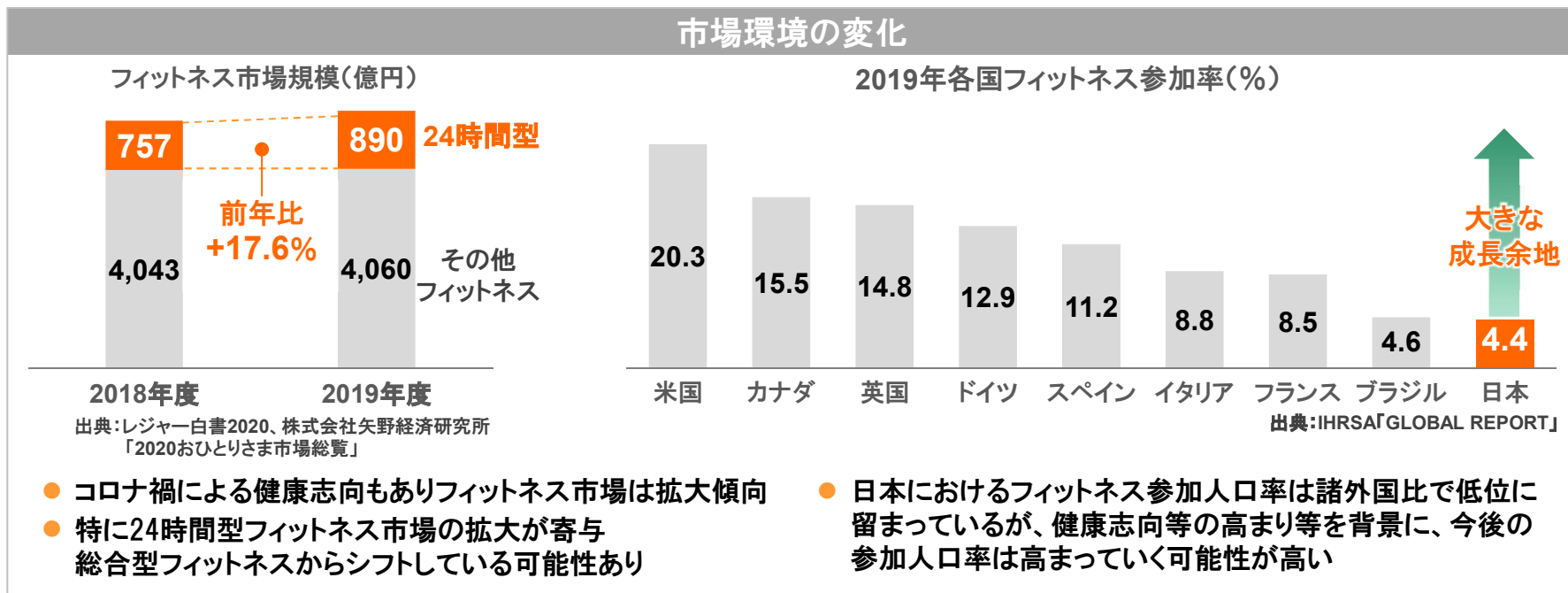
店舗

- **FiT24の積極的な出店と業態転換も視野に入れた不採算店舗の改廃**
  - ・出店 快活CLUB:10店舗、FiT24:27店舗
  - ・退店(業態転換含む) 快活CLUB:3店舗
  - ・FiT24とAOKIの併設店舗:6店舗
- **スーパーインテグレーション制度の拡大**



AOKIとの併設店舗

# 24時間営業セルフ型フィットネスジム FiT24の成長戦略



FiT24は「本来の24時間ジムとしての強み」に加えて  
「独自の強み」を併せ持つことで、  
24時間ジムとしては後発でありながら、成長できる要素を確立



快活CLUBとの併設店舗

## FiT24の特徴

- タオル・シャンプー・ボディソープを完備(少ない荷物で来店できる)
- 初心者～中・上級者まで満足できるマシンラインナップ
- 全店直営で、標準化したサービスを提供
- 快活CLUB店舗との相互利用可能
- 比較的投資回収が短い店舗モデル
- AOKIグループの店舗網の活用(業態転換や併設店舗等)

	21/3期	22/3期(予)
店舗数	46店舗	91店舗
(単独店)	5店舗	26店舗
(快活CLUBとの併設)	41店舗	59店舗
(AOKIとの併設)	—	6店舗

# 補足資料

---

## P44～P48の(注)

1. 1株当たり四半期純損失又は1株当たり当期純利益又は純損失は、自己株式を除く期中平均株式数で除して算出しております。
2. 記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております(以下同様)。
3. 事業別営業利益又は営業損失合計と営業利益又は営業損失は、セグメント間取引等により一致しません。差額についてはP18、P24をご参照ください。
4. 「収益認識に関する会計基準」等を第1四半期連結会計期間の期初より適用しておりますが、前年同期以前の数値は、遡及適用しておりません。

# 2022年3月期第2四半期 連結損益実績

(単位:百万円)

	20/3期第2Q 累計実績	百分比 (%)	21/3期第2Q 累計実績	百分比 (%)	22/3期第2Q 累計実績	百分比 (%)	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
<b>売上高</b>	82,795	100.0	55,952	100.0	62,382	100.0	6,429	111.5
ファッション	42,580	100.0	31,480	100.0	30,433	100.0	△1,047	96.7
アニヴェルセル・ブライダル	11,282	100.0	1,679	100.0	4,302	100.0	2,623	256.2
エンターテイメント	28,327	100.0	22,156	100.0	27,010	100.0	4,854	121.9
快活CLUB	21,067	100.0	18,031	100.0	23,273	100.0	5,241	129.1
コート・ダジュール	7,013	100.0	3,345	100.0	2,220	100.0	△1,125	66.4
FiT24	246	100.0	779	100.0	1,517	100.0	737	194.7
不動産賃貸	1,727	100.0	1,930	100.0	2,120	100.0	189	109.8
<b>売上総利益</b>	32,231	38.9	13,765	24.6	21,044	33.7	7,279	152.9
ファッション	24,896	58.5	16,785	53.3	17,099	56.2	314	101.9
アニヴェルセル・ブライダル	2,598	23.0	△1,328	—	924	21.5	2,252	—
エンターテイメント	4,511	15.9	△1,909	—	2,763	10.2	4,673	—
快活CLUB(FiT24含む)	3,428	16.1	△1,339	—	3,077	12.4	4,417	—
コート・ダジュール	1,082	15.4	△569	—	△313	—	255	—
不動産賃貸	322	18.7	372	19.3	433	20.5	61	116.5
<b>販売管理費</b>	31,854	38.5	25,651	45.8	24,139	38.7	△1,511	94.1
ファッション	26,273	61.7	21,582	68.6	20,342	66.8	△1,240	94.3
アニヴェルセル・ブライダル	2,632	23.3	1,311	78.1	1,072	24.9	△238	81.8
エンターテイメント	3,084	10.9	3,075	13.9	2,734	10.1	△340	88.9
快活CLUB(FiT24含む)	2,432	11.4	2,629	14.0	2,433	9.8	△195	92.6
コート・ダジュール	651	9.3	445	13.3	300	13.5	△144	67.5
<b>営業利益又は営業損失(△)</b>	377	0.5	△11,885	—	△3,094	—	8,790	—
ファッション	△1,377	—	△4,797	—	△3,242	—	1,555	—
アニヴェルセル・ブライダル	△34	—	△2,640	—	△148	—	2,491	—
エンターテイメント	1,427	5.0	△4,984	—	29	0.1	5,013	—
快活CLUB(FiT24含む)	996	4.7	△3,969	—	644	2.6	4,613	—
コート・ダジュール	430	6.1	△1,014	—	△614	—	400	—
不動産賃貸	322	18.7	372	19.3	433	20.5	61	116.5
<b>経常損失(△)</b>	△496	—	△12,397	—	△3,436	—	8,961	—
<b>親会社株主に帰属する 四半期純損失(△)</b>	△988	—	△9,661	—	△3,776	—	5,885	—
<b>1株当たり四半期純損失(△)</b>	△11.51円	—	△114.04円	—	△44.51円	—	69.53円	—

# 2022年3月期第2四半期 主要経費の内訳

## 販売費及び一般管理費

(単位:百万円)

	21/3期 第2四半期					22/3期 第2四半期									
	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						
				快活 CLUB	コート・ ダジュール				快活CLUB		コート・ ダジュール				
									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 (%)	前年 同期比 (%)	
広告宣伝費	2,577	1,832	257	246	95	2,125	82.5	1,657	90.5	157	61.3	167	67.9	74	78.7
人件費	10,354	7,958	400	1,062	177	9,916	95.8	7,465	93.8	342	85.5	1,088	102.5	93	52.3
賃借料	5,691	5,861	20	25	4	5,460	95.9	5,680	96.9	20	98.4	34	135.5	3	73.2
減価償却費	1,559	1,202	55	38	14	1,434	92.0	1,085	90.2	28	51.3	44	116.9	12	84.0

(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: 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)

	21/3期 第2四半期				22/3期 第2四半期							
	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		
		快活CLUB	コート・ ダジュール			快活CLUB		コート・ ダジュール				
						前年 同期比 (%)	前年 同期比 (%)	前年 同期比 (%)	前年 同期比 (%)			
人件費	999	6,558	1,309	—	1,295	129.7	6,713	102.4	727	55.6	—	—
賃借料	683	4,358	1,036	1,232	838	122.6	5,085	116.7	692	66.8	1,357	110.1
減価償却費	435	1,987	299	193	416	95.5	2,323	116.9	196	65.4	196	101.4

(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: 快活CLUBにはFIT24が含まれております。

# 2022年3月期通期 連結損益見通し

(単位:百万円)

	20/3期 実績	百分比 (%)	21/3期 実績	百分比 (%)	22/3期 当初予想	百分比 (%)	22/3期 修正予想	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
売 上 高	180,220	100.0	143,169	100.0	169,350	100.0	156,500	100.0	13,330	109.3
ファッション	98,352	100.0	85,387	100.0	90,500	100.0	85,400	100.0	12	100.0
アニヴェルセル・ブライダル	22,270	100.0	8,033	100.0	10,850	100.0	9,700	100.0	1,666	120.7
エンターテイメント	58,388	100.0	48,499	100.0	66,550	100.0	60,000	100.0	11,500	123.7
快活CLUB	43,109	100.0	39,379	100.0	51,609	100.0	48,830	100.0	9,450	124.0
コート・ダジュール	14,108	100.0	7,067	100.0	10,850	100.0	7,700	100.0	632	109.0
FiT24	1,170	100.0	2,053	100.0	4,091	100.0	3,470	100.0	1,416	169.0
不動産賃貸	3,624	100.0	3,876	100.0	4,000	100.0	4,270	100.0	393	110.1
売 上 総 利 益	72,483	40.2	48,364	33.8	63,150	37.3	59,900	38.3	11,535	123.9
ファッション	57,695	58.7	48,483	56.8	51,840	57.3	49,690	58.2	1,206	102.5
アニヴェルセル・ブライダル	5,426	24.4	△627	—	3,130	28.8	2,600	26.8	3,227	—
エンターテイメント	8,903	15.2	102	0.2	7,514	11.3	7,113	11.9	7,010	—
快活CLUB(FiT24含む)	6,544	14.8	787	1.9	6,534	11.7	6,883	13.2	6,095	874.4
コート・ダジュール	2,358	16.7	△685	—	980	9.0	230	3.0	915	—
不動産賃貸	668	18.5	678	17.5	850	21.3	850	19.9	171	125.2
販 売 管 理 費	65,833	36.5	54,157	37.8	58,150	34.3	54,900	35.1	742	101.4
ファッション	54,809	55.7	46,984	55.0	48,840	54.0	46,690	54.7	△294	99.4
アニヴェルセル・ブライダル	4,987	22.4	2,460	30.6	2,830	26.1	2,300	23.7	△160	93.5
エンターテイメント	6,231	10.7	5,292	10.9	6,014	9.0	5,613	9.4	320	106.0
快活CLUB(FiT24含む)	4,925	11.1	4,519	10.9	4,864	8.7	4,829	9.2	309	106.9
コート・ダジュール	1,305	9.3	773	10.9	1,150	10.6	784	10.2	10	101.3
営業利益又は営業損失(△)	6,649	3.7	△5,793	—	5,000	3.0	5,000	3.2	10,793	—
ファッション	2,886	2.9	1,499	1.8	3,000	3.3	3,000	3.5	1,500	200.1
アニヴェルセル・ブライダル	439	2.0	△3,088	—	300	2.8	300	3.1	3,388	—
エンターテイメント	2,672	4.6	△5,190	—	1,500	2.3	1,500	2.5	6,690	—
快活CLUB(FiT24含む)	1,618	3.7	△3,732	—	1,670	3.0	2,054	3.9	5,786	—
コート・ダジュール	1,053	7.5	△1,458	—	△170	—	△554	—	904	—
不動産賃貸	668	18.5	678	17.5	850	21.3	850	19.9	171	125.2
経常利益又は経常損失(△)	5,501	3.1	△6,606	—	4,100	2.4	4,100	2.6	10,706	—
親会社株主に帰属する 当期純利益又は当期純損失(△)	447	0.2	△11,931	—	1,300	0.8	1,300	0.8	13,231	—
1株当たり 当期純利益又は当期純損失(△)	5.23円	—	△140.77円	—	—	—	15.32円	—	156.09円	—

# 2022年3月期下半期 連結損益見通し

(単位:百万円)

	20/3期 下半期実績	百分比 (%)	21/3期 下半期実績	百分比 (%)	22/3期 下半期 当初予想	百分比 (%)	22/3期 下半期 修正予想	百分比 (%)	対前年同期 増減	前年同期 比(%)
<b>売上高</b>	<b>97,425</b>	<b>100.0</b>	<b>87,216</b>	<b>100.0</b>	<b>98,270</b>	<b>100.0</b>	<b>94,117</b>	<b>100.0</b>	<b>6,900</b>	<b>107.9</b>
ファッション	55,772	100.0	53,907	100.0	57,050	100.0	54,966	100.0	1,059	102.0
アニヴェルセル・ブライダル	10,988	100.0	6,354	100.0	5,070	100.0	5,397	100.0	△957	84.9
エンターテイメント	30,061	100.0	26,343	100.0	35,350	100.0	32,989	100.0	6,646	125.2
快活CLUB	22,041	100.0	21,347	100.0	26,528	100.0	25,556	100.0	4,209	119.7
コート・ダジュール	7,095	100.0	3,721	100.0	6,320	100.0	5,479	100.0	1,758	147.2
FiT24	924	100.0	1,274	100.0	2,502	100.0	1,952	100.0	678	153.3
不動産賃貸	1,896	100.0	1,945	100.0	2,050	100.0	2,149	100.0	203	110.5
<b>売上総利益</b>	<b>40,251</b>	<b>41.3</b>	<b>34,598</b>	<b>39.7</b>	<b>39,450</b>	<b>40.1</b>	<b>38,855</b>	<b>41.3</b>	<b>4,256</b>	<b>112.3</b>
ファッション	32,799	58.8	31,697	58.8	32,640	57.2	32,590	59.3	892	102.8
アニヴェルセル・ブライダル	2,828	25.7	701	11.0	1,430	28.2	1,675	31.0	974	239.0
エンターテイメント	4,392	14.6	2,011	7.6	5,024	14.2	4,349	13.2	2,337	216.2
快活CLUB(FiT24含む)	3,115	13.6	2,126	9.4	3,824	13.2	3,805	13.8	1,678	178.9
コート・ダジュール	1,276	18.0	△115	—	1,200	19.0	543	9.9	659	—
不動産賃貸	346	18.3	306	15.7	450	22.0	416	19.4	109	135.8
<b>販売管理費</b>	<b>33,979</b>	<b>34.9</b>	<b>28,506</b>	<b>32.7</b>	<b>31,350</b>	<b>31.9</b>	<b>30,760</b>	<b>32.7</b>	<b>2,254</b>	<b>107.9</b>
ファッション	28,535	51.2	25,401	47.1	26,520	46.5	26,347	47.9	946	103.7
アニヴェルセル・ブライダル	2,355	21.4	1,149	18.1	1,370	27.0	1,227	22.7	77	106.8
エンターテイメント	3,147	10.5	2,217	8.4	3,089	8.7	2,878	8.7	660	129.8
快活CLUB(FiT24含む)	2,493	10.9	1,889	8.4	2,445	8.4	2,395	8.7	505	126.8
コート・ダジュール	653	9.2	328	8.8	644	10.2	483	8.8	155	147.3
<b>営業利益又は営業損失(△)</b>	<b>6,271</b>	<b>6.4</b>	<b>6,092</b>	<b>7.0</b>	<b>8,100</b>	<b>8.2</b>	<b>8,094</b>	<b>8.6</b>	<b>2,002</b>	<b>132.9</b>
ファッション	4,264	7.6	6,296	11.7	6,120	10.7	6,242	11.4	△54	99.1
アニヴェルセル・ブライダル	473	4.3	△448	—	60	1.2	448	8.3	896	—
エンターテイメント	1,245	4.1	△206	—	1,935	5.5	1,470	4.5	1,676	—
快活CLUB(FiT24含む)	622	2.7	237	1.0	1,379	4.8	1,409	5.1	1,172	593.8
コート・ダジュール	622	8.8	△444	—	556	8.8	60	1.1	504	—
不動産賃貸	346	18.3	306	15.7	450	22.0	416	19.4	109	135.8
<b>経常利益</b>	<b>5,998</b>	<b>6.2</b>	<b>5,791</b>	<b>6.6</b>	<b>7,600</b>	<b>7.7</b>	<b>7,536</b>	<b>8.0</b>	<b>1,744</b>	<b>130.1</b>
親会社株主に帰属する四半期 純利益又は四半期純損失(△)	1,436	1.5	△2,269	—	3,850	3.9	5,076	5.4	7,346	—

# 2022年3月期通期 主要経費の内訳予想

## 販売費及び一般管理費

(単位:百万円)

	21/3期					22/3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						
				快活 CLUB	コート・ ダジュール				快活CLUB	コート・ ダジュール		快活CLUB	コート・ ダジュール		
										前期比 (%)	前期比 (%)		前期比 (%)	前期比 (%)	
広告宣伝費	7,487	6,400	405	355	99	7,859	105.0	6,775	105.9	458	112.9	430	120.9	74	74.9
人件費	20,802	16,226	754	1,979	331	20,999	100.9	16,040	98.9	644	85.3	2,128	107.5	303	91.3
賃借料	11,727	11,917	41	50	8	11,547	98.5	11,815	99.1	37	90.0	58	115.6	8	94.3
減価償却費	3,069	2,361	103	80	27	2,927	95.4	2,215	93.8	55	53.5	90	112.6	31	114.5

(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: 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)

	21/3期				22/3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
		快活CLUB	コート・ ダジュール			快活CLUB	コート・ ダジュール		快活CLUB	コート・ ダジュール		
							前期比 (%)	前期比 (%)		前期比 (%)	前期比 (%)	
人件費	2,307	13,031	2,593	—	2,454	106.4	14,333	110.0	2,227	85.9	—	—
賃借料	1,628	8,382	2,052	2,555	1,530	94.0	10,426	124.4	1,992	97.0	2,714	106.2
減価償却費	948	4,209	583	354	898	94.6	4,875	115.8	543	93.1	392	110.6

(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: 快活CLUBにはFIT24が含まれております。



# 【ご参考：ファッション事業 2022年3月期 第2四半期実績】

## (1)既存店増収率、客数・客単価増加率

(単位:%)

		4月	5月	6月	1Q	7月	8月	9月	2Q	上半期	下半期	通期
売上高	22/3期	35.5	3.0	△21.7	△0.8	△5.2	△15.2	△12.2	△10.5	△5.5		
	21/3期	△37.2	△27.3	△3.9	△20.9	△8.6	△15.3	△25.8	△16.9	△19.0	△2.0	△9.0
	20/3期比	△15.4	△25.0	△25.4	△22.1	△13.6	△28.0	△35.0	△25.7	△23.7		
客数	22/3期	34.4	△12.4	△23.1	△8.9	△10.6	△39.7	△20.2	△23.5	△16.3		
	21/3期	△32.1	△7.9	13.9	△4.6	11.4	23.7	△7.5	9.1	1.9	2.8	2.4
客単価	22/3期	0.9	17.5	1.8	8.9	6.1	40.6	10.0	17.0	12.9		
	21/3期	△7.4	△21.0	△15.6	△17.1	△17.9	△31.5	△19.8	△23.9	△20.5	△4.7	△11.1

## (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	22/3期	260	91.6				
	21/3期	284	71.6	620	95.8	903	86.6
販売単価	22/3期	23.6	111.3				
	21/3期	21.2	83.5	23.6	95.5	22.8	91.2

# 【ご参考：ファッション事業 2022年3月期 第2四半期実績】

## (3)商品別売上状況

(単位:百万円)

	21/3期 第2四半期	百分比(%)	22/3期 第2四半期	百分比(%)	対前年同期増減	対比(%)
重衣料	9,874	31.4	10,352	34.0	477	104.8
中衣料	3,429	10.9	3,066	10.1	△363	89.4
軽衣料	11,464	36.4	10,064	33.1	△1,400	87.8
レディース衣料	5,347	17.0	5,656	18.6	308	105.8
その他	1,362	4.3	1,293	4.2	△69	94.9
計	31,480	100.0	30,433	100.0	△1,047	96.7

(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:m<sup>2</sup>)

21/3期 第2四半期実績	22/3期 第2四半期実績	対前年同期増減	対比(%)
324,185	323,742	△442	99.9

## (5)都道府県別店舗数の推移

	22/3期 第2四半期末														
	出店数/退店数			四半期末店舗数				出店数/退店数			四半期末店舗数				
	AOKI	ORIHICA	合計	AOKI	ORIHICA	合計		AOKI	ORIHICA	合計	AOKI	ORIHICA	合計		
北海道				23		23	北海道・東北	岐阜県				11	1	12	東海
青森県				2		2		静岡県				20	4	24	
岩手県				3		3	53	愛知県	/1	1	1/1	46	10	56	104
宮城県				9	5	14		三重県				12		12	
秋田県				2		2		滋賀県				6	2	8	近畿・中国
山形県				1		1		京都府				4	1	5	
福島県				7	1	8		大阪府		/1	/1	31	11	42	85
茨城県				14	3	17	兵庫県	/1		/1	12	10	22		
栃木県		/1	/1	9	1	10	奈良県				3		3		
群馬県				11		11	広島県				4	1	5	九州	
埼玉県	/1		/1	42	10	52	福岡県				20		20		
千葉県	/1		/1	36	8	44	長崎県				3		3		
東京都	/2	/2	/4	58	22	80	熊本県				5		5	35	
神奈川県				50	21	71	宮崎県				2		2		
新潟県				10	2	12	甲信越・北陸	鹿児島県				5		5	
富山県				9		9		合計	/6	1/4	1/10	507	113	620	
石川県				8		8	58	(注)1: AOKIには「SizeMAX」が含まれております。 2: 三重県は、AOKIとSizeMAX 1店舗の複合店をそれぞれ単独店としての管理に変更したことにより、1店舗増加しております。							
福井県				3		3									
山梨県				6		6									
長野県				20		20									

# 【ご参考：ファッション事業 2022年3月期予想】

## (1)既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		上半期実績	3Q(予)	4Q(予)	下半期(予)	通期(予)
売上高	22/3期(実績+下半期予想)	△5.5	2.0	6.0	4.4	0.8
	21/3期(実績)	△19.0	△3.0	△1.4	△2.0	△9.0
	20/3期比	△23.7	△1.5	4.1	1.9	△8.9
客数	22/3期(実績+下半期予想)	△16.3	0.0	2.9	1.5	△6.8
	21/3期(実績)	1.9	5.8	0.0	2.8	2.4
客単価	22/3期(実績+下半期予想)	12.9	2.0	3.0	2.9	8.1
	21/3期(実績)	△20.5	△8.4	△1.4	△4.7	△11.1

## (2)商品別売上予想

(単位：百万円)

	21/3期	百分比(%)	22/3期(予)	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
重衣料	32,098	37.6	31,960	37.4	△138	99.6
中衣料	6,415	7.5	6,200	7.3	△215	96.6
軽衣料	25,730	30.1	25,310	29.6	△420	98.4
レディース衣料	17,565	20.6	18,500	21.7	934	105.3
その他	3,577	4.2	3,430	4.0	△147	95.9
計	85,387	100.0	85,400	100.0	12	100.0

(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 2022年3月期第2四半期実績及び2022年3月期予想】

## (1)既存店※ 施行組数実績、前年同期比

(単位:%)

		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	22/3期 (実績+予)	1,320組	492.5	1,451組	127.4	2,771組	196.9
	21/3期 (実績)	268組	13.3	1,139組	60.1	1,407組	36.0
	20/3期 (実績)	2,017組	96.4	1,894組	86.7	3,911組	91.4

※22/3期 上半期対象施設:11店舗、下半期対象施設:10店舗

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2022年3月期 第2四半期実績】

## (1)既存店増収率、客数・客単価増加率

(単位:%)

		4月	5月	6月	1Q	7月	8月	9月	2Q	上半期	下半期	通期
売上高	22/3期	27.5	35.6	6.3	20.7	9.1	9.1	9.9	9.3	14.0		
	21/3期	△35.8	△36.2	△24.7	△31.2	△23.3	△30.8	△23.4	△26.1	△28.2	△24.8	△26.4
	20/3期比	△18.2	△17.8	△24.4	△20.7	△17.7	△22.1	△15.1	△18.5	△19.4		
客数	22/3期	36.8	34.1	9.0	23.1	10.1	6.7	5.8	7.6	13.8		
	21/3期	△35.6	△32.7	△20.6	△28.2	△17.7	△23.7	△13.9	△18.7	△22.7	△15.6	△19.1
客単価	22/3期	△6.8	1.1	△2.5	△1.9	△0.9	2.2	3.9	1.6	0.1		
	21/3期	△0.5	△5.1	△5.1	△4.1	△6.8	△9.3	△11.0	△9.2	△7.1	△10.9	△9.1

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2022年3月期 第2四半期実績】

## (2)快活CLUB:既存店増収率、客数・客単価増加率

(単位:%)

		4月	5月	6月	1Q	7月	8月	9月	2Q	上半期	下半期	通期
売上高	22/3期	23.6	35.8	12.1	23.2	13.0	9.5	11.1	11.1	16.0		
	21/3期	△31.7	△35.6	△24.0	△30.3	△20.8	△25.5	△21.4	△22.7	△26.0	△19.0	△22.5
	20/3期比	△16.2	△16.8	△18.9	△17.5	△12.5	△19.5	△13.2	△15.3	△16.2		
客数	22/3期	32.9	34.0	12.0	24.2	11.4	6.9	6.6	8.2	14.6		
	21/3期	△31.8	△31.9	△19.3	△27.0	△14.9	△18.8	△10.9	△15.1	△20.4	△11.8	△16.0
客単価	22/3期	△7.0	1.3	0.1	△0.8	1.4	2.4	4.2	2.7	1.2		
	21/3期	0.1	△5.5	△5.8	△4.5	△7.0	△8.2	△11.8	△9.0	△7.2	△8.2	△7.7

## (3)快活CLUB:既存店内訳別売上構成比

(単位:%)

		21/3期 第2四半期	22/3期 第2四半期	前年同期差
既存店	ルーム売上	87.5	88.7	+1.2pt
	飲食売上	9.6	8.9	△0.7pt
	その他売上	2.9	2.4	△0.5pt

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2022年3月期 第2四半期実績】

## (4)コート・ダジュール:既存店増収率

(単位:%)

		4月	5月	6月	1Q	7月	8月	9月	2Q	上半期	下半期	通期
売上高	22/3期	115.2	30.6	△29.4	△5.6	△12.0	0.2	△16.5	△10.6	△8.5		
	21/3期	△68.7	△43.1	△26.9	△36.2	△31.4	△47.2	△30.2	△37.2	△36.9	△42.4	△40.0
	20/3期比	△34.4	△33.9	△49.9	△43.9	△38.1	△52.4	△44.6	△42.4	△43.1		
客数	22/3期	125.8	37.1	△13.1	9.6	1.5	3.8	△12.6	△0.7	3.5		
	21/3期	△68.9	△43.7	△25.7	△36.1	△28.7	△42.8	△25.7	△32.9	△34.0	△31.2	△32.5
客単価	22/3期	△4.7	△4.8	△18.8	△13.8	△13.2	△3.5	△4.4	△10.0	△11.6		
	21/3期	0.6	1.0	△1.6	△0.2	△3.9	△7.7	△6.1	△6.4	△4.5	△16.2	△11.2

## (5)コート・ダジュール:既存店内識別売上構成比

(単位:%)

		21/3期 第2四半期	22/3期 第2四半期	前年同期差
既存店	ルーム売上	55.0	61.9	+6.9pt
	飲食売上	44.4	37.7	△6.7pt
	その他売上	0.6	0.4	△0.2pt



## (6)都道府県別店舗数の推移

	22/3期 第2四半期末																			
	出店数/退店数				四半期末店舗数					出店数/退店数				四半期末店舗数						
	快活 CLUB	コート・ ダシユール	FiT24	合計	快活 CLUB	コート・ ダシユール	FiT24	合計		快活 CLUB	コート・ ダシユール	FiT24	合計	快活 CLUB	コート・ ダシユール	FiT24	合計			
北海道			2	2	14		6	20	北海道・ 東北	滋賀県	1		1	2	6		1	7	近畿・ 中国	
青森県	1		1	2	4		2	6		京都府					10	1		11		
岩手県	1/1	/1		1/2	6			6	70	大阪府	1/3			1/3	38	5	1	44	128	
宮城県	1			1	10	6	1	17		兵庫県					19	3	2	24		
秋田県	/1			/1	4		1	5		奈良県					4			4		
山形県			1	1	5	1	1	7		和歌山県					4			4		
福島県	1			1	8	1		9		鳥取県					2			2		
茨城県	1/2		2	3/2	13	2	3	18		島根県					2			2		
栃木県					6	1		7		岡山県					7	2		9		
群馬県					12	1	3	16	260	広島県	/1			/1	11		1	12		九州・ 四国・ 沖縄
埼玉県	2/2		2	4/2	39	1	6	46		山口県	1		1	2	7		2	9		
千葉県	1/1	/1	3	4/2	30	3	7	40		徳島県					3			3		
東京都	4/1	/1	1	5/2	40	22	3	65		香川県	/1			/1	4		1	5		
神奈川県	1/1	/1	2	3/2	33	28	7	68		愛媛県					2			2		
新潟県					8	3	1	12		甲信越・ 北陸	高知県	1		1	2	1		1	2	
富山県					5	2		7			福岡県	1			1	19	2	3	24	
石川県					6	6		12	62	佐賀県					3			3		
福井県					3	6	1	10		長崎県			1	1	3		1	4		
山梨県					3	2		5		熊本県	/1			/1	8		1	9		
長野県	/1			/1	8	6	2	16		大分県					3			3		
岐阜県					7			7		宮崎県					3			3		
静岡県					17	4	4	25	東海	鹿児島県					5			5		
愛知県	/1			/1	34	5	1	40		沖縄県	1			1	7		1	8		
三重県					12			12	84	合計	19/17	/4	18	37/21	498	113	64	675		

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2022年3月期予想】

## (1)エンターテインメント：既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		上半期実績	3Q(予)	4Q(予)	下半期(予)	通期(予)
売上高	22/3期(実績+下半期予想)	14.0	15.5	27.6	21.6	18.2
	21/3期(実績)	△28.2	△24.5	△25.1	△24.8	△26.4
	20/3期比	△19.4	△13.0	△2.0	△7.5	△13.0
客数	22/3期(実績+下半期予想)	13.8	8.9	17.6	13.3	13.5
	21/3期(実績)	△22.7	△13.3	△17.9	△15.6	△19.1
客単価	22/3期(実績+下半期予想)	0.1	6.1	8.5	7.3	4.1
	21/3期(実績)	△7.1	△12.9	△8.8	△10.9	△9.1

## (2)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	3Q(予)	4Q(予)	下半期(予)	通期(予)
売上高	22/3期(実績+下半期予想)	16.0	14.2	19.2	16.8	16.5
	21/3期(実績)	△26.0	△19.7	△18.4	△19.0	△22.5
	20/3期比	△16.2	△8.5	△1.4	△4.9	△10.6
客数	22/3期(実績+下半期予想)	14.6	10.3	15.8	13.1	13.8
	21/3期(実績)	△20.4	△9.1	△14.2	△11.8	△16.0
客単価	22/3期(実績+下半期予想)	1.2	3.5	2.9	3.3	2.3
	21/3期(実績)	△7.2	△11.6	△4.8	△8.2	△7.7

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2022年3月期予想】

(3)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	3Q(予)	4Q(予)	下半期(予)	通期(予)
売上高	22/3期(実績+下半期予想)	△8.5	21.0	86.0	46.8	30.4
	21/3期(実績)	△36.9	△37.4	△48.5	△42.4	△40.0
	20/3期比	△43.1	△24.2	△4.0	△15.2	△23.0
客数	22/3期(実績+下半期予想)	3.5	2.5	25.9	14.0	11.6
	21/3期(実績)	△34.0	△28.9	△33.8	△31.2	△32.5
客単価	22/3期(実績+下半期予想)	△11.6	18.0	47.7	28.8	16.9
	21/3期(実績)	△4.5	△11.9	△22.2	△16.2	△11.2