



# 2022年3月期 決算説明会

2022年5月26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月期業績	5
2022年3月期 セグメント別業績	7
新型コロナウイルス感染症の影響等	8
新生活様式に対応したAOKIグループの取り組み	9
2023年3月期業績予想	10
株主還元:基本方針及び配当	11
サステナブル経営の推進	12

## 2022年3月期業績の概要

連結損益計算書の主な増減	15
事業別売上高・営業利益の主な増減	16
連結貸借対照表の主な増減	17
連結キャッシュ・フロー計算書の主な増減	18
出退店実績	19

## 2023年3月期通期業績予想

連結損益の見通し	21
事業別売上高・営業利益の見通し	22
出退店の見通し	23

## ファッション事業 実績と見通し

2022年3月期の概要	25
2022年3月期の取り組み	27
2023年3月期通期の見通し	28
2023年3月期の取り組み	29
今後の成長に向けて	31

## アニヴェルセル・ブライダル事業 実績と見通し

2022年3月期の概要	33
2023年3月期通期の見通し	35
2023年3月期の取り組み	36

## エンターテイメント事業 実績と見通し

2022年3月期の概要	38
2022年3月期の取り組み	40
2023年3月期通期の見通し	41
2023年3月期の取り組み	42
今後の成長に向けて	43

## 補足資料

2022年3月期 連結損益実績	46
2022年3月期 主要経費の内訳	47
2023年3月期 連結損益見通し	48
2023年3月期 主要経費の内訳見通し	49
ご参考:ファッション事業 2022年3月期実績	50
ご参考:ファッション事業 2023年3月期見通し	53
ご参考:アニヴェルセル・ブライダル事業 2022年3月期実績	54
ご参考:アニヴェルセル・ブライダル事業 2023年3月期見通し	55
ご参考:エンターテイメント事業 2022年3月期実績	56
ご参考:エンターテイメント事業 2023年3月期見通し	60

# 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)

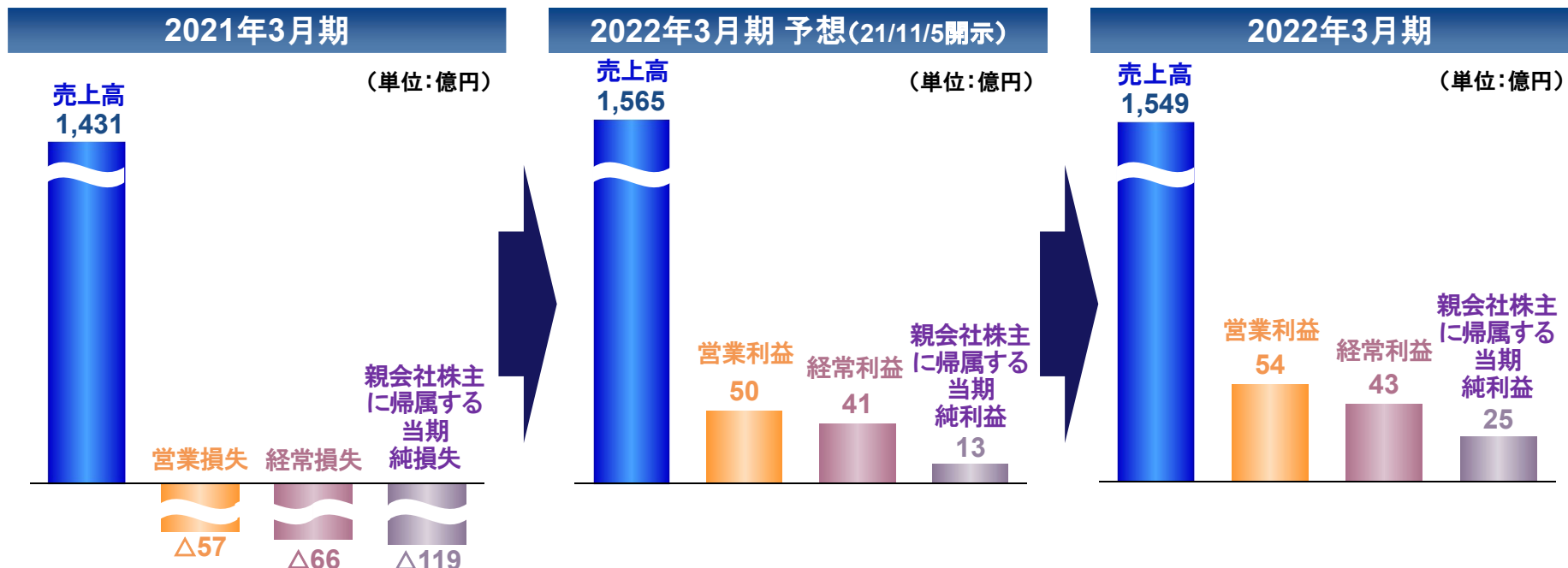


24時間営業のセルフ型  
フィットネスジム。  
快適なトレーニング環境と  
充実したサービスを提供。

*Entertainment*

# 2022年3月期 業績

連結全体で4期ぶりの増収増益（売上高:前期比8.2%増、営業利益:112億円改善）  
 中間期予想の利益を上ぶれ（営業利益:4億円増、純利益:12億円増）



※2021年3月期の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用しておりません

## 外部環境

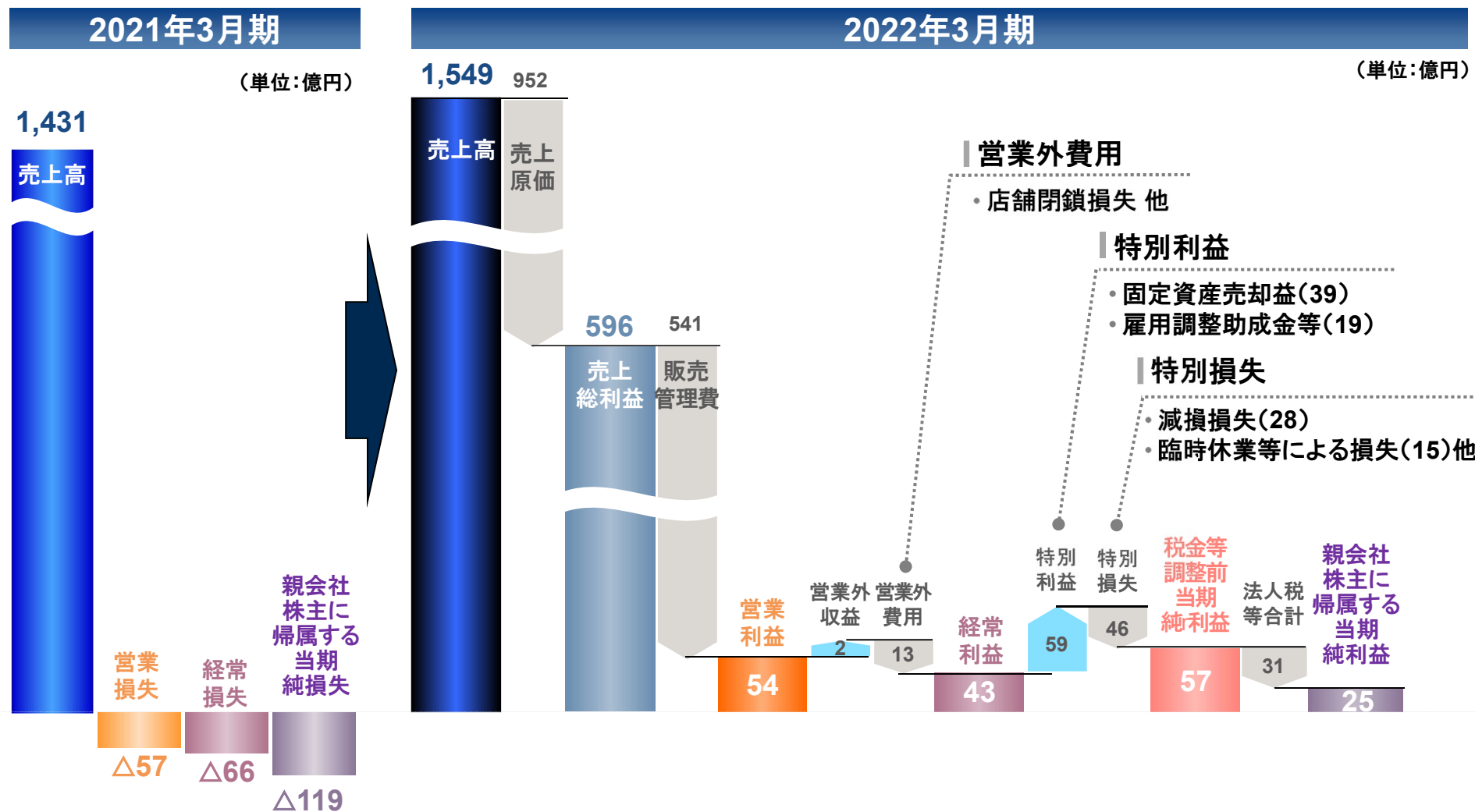
- 新型コロナウイルス感染症(以下、「同感染症」) 拡大の時期に緊急事態宣言、まん延防止等重点措置が適用
- 21年9月下旬には同感染者が全国的に減少傾向も、22年1月以降変異株が急拡大
- ワクチン接種の進行
- 新生活様式への順応

## AOKIグループ

- 同感染症の影響は全事業で前期に比べ減少するも、変異株の急拡大により一部事業で影響あり
- 新生活様式に対応した新商品、新サービスの提供
- グループ全体で76店舗の新規出店、業態転換及び営業効率改善のため48店舗の退店
- 経費コントロールの継続

# 2022年3月期 業績

売上高:前期比8.2%増 営業利益:112億円改善 経常利益:109億円改善  
親会社株主に帰属する当期純利益:144億円改善

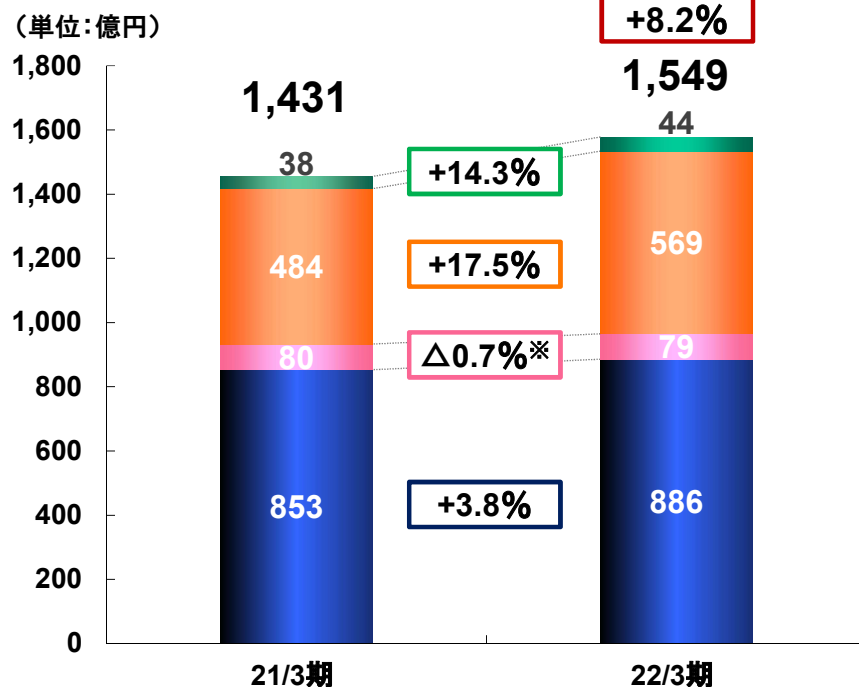


※2021年3月期の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用しておりません

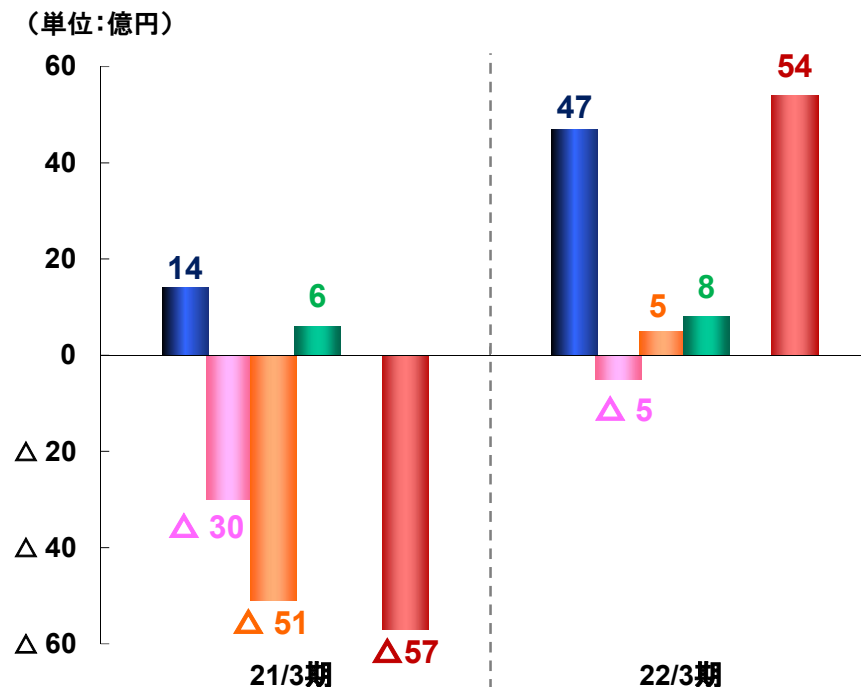
# 2022年3月期 セグメント別業績

ファッション事業	第4四半期が好調に推移したこと及び同感染症の影響が年間を通して減少し、増収増益
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等により施行組数が増加し、増益
エンターテイメント事業	休業店舗数の減少、新規出店の寄与及び同感染症の影響がやや減少し、増収増益

## 売上高



## 営業利益又は営業損失(△)



■ 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

\*収益認識会計基準等の適用の影響大

(21/3期の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用していません)

# 新型コロナウイルス感染症の影響等

事業	既存店前期比 及び前々期比	土・日含め5日以上の 臨時休業店舗数	同感染症の影響他	
ファッション 事業	21/3期比 <b>104.6%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・4月度:26店舗</li> <li>・5月度:33店舗</li> <li>・6月度:18店舗</li> </ul>	同感染症の 影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>・年間を通して減少</li> </ul>
	20/3期比 <b>94.5%</b>		商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特定マーケット(成人式・フレッシューズ)が好調に推移</li> <li>・パジャマスーツ、レディース関連商品が堅調に推移</li> </ul>
			出店/退店	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2店舗/21店舗</li> </ul>
アニヴェルセル・ ブライダル 事業	21/3期比 <b>121.8%*</b>	—	同感染症の 影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前期 20/4/7~20/5/31は挙式・披露宴が休業、今期は休業無し→施行組数増加も変異株急拡大による影響あり</li> </ul>
	20/3期比 <b>42.1%*</b>		サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ファミリー及びフォトウエディングの増加</li> </ul>
			退店	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2施設(東京ベイ店、神戸店)</li> </ul>
エンターテイメント 事業	21/3期比 <b>111.9%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・4月度:33店舗</li> <li>・5月度:42店舗</li> <li>・6月度:41店舗</li> <li>・7月度:21店舗</li> <li>・8月度:86店舗</li> <li>・9月度:86店舗</li> </ul>	同感染症の 影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>・21/10/1より全ての店舗で営業再開</li> <li>・同感染症の影響は減少傾向も、変異株急拡大による影響あり(一部店舗で時短営業)</li> </ul>
	20/3期比 <b>82.4%</b>		サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・“日本全国どこでもオフィス”プロジェクトの推進によるテレワーク、学習の場としての利用促進</li> </ul>
			出店/退店	<ul style="list-style-type: none"> <li>・74店舗/25店舗</li> </ul>

(21/3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)

※アニヴェルセル・ブライダル事業は収益認識会計基準等の適用の影響大



# 新生活様式に対応した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



オンラインウエディング

### エンターテイメント事業



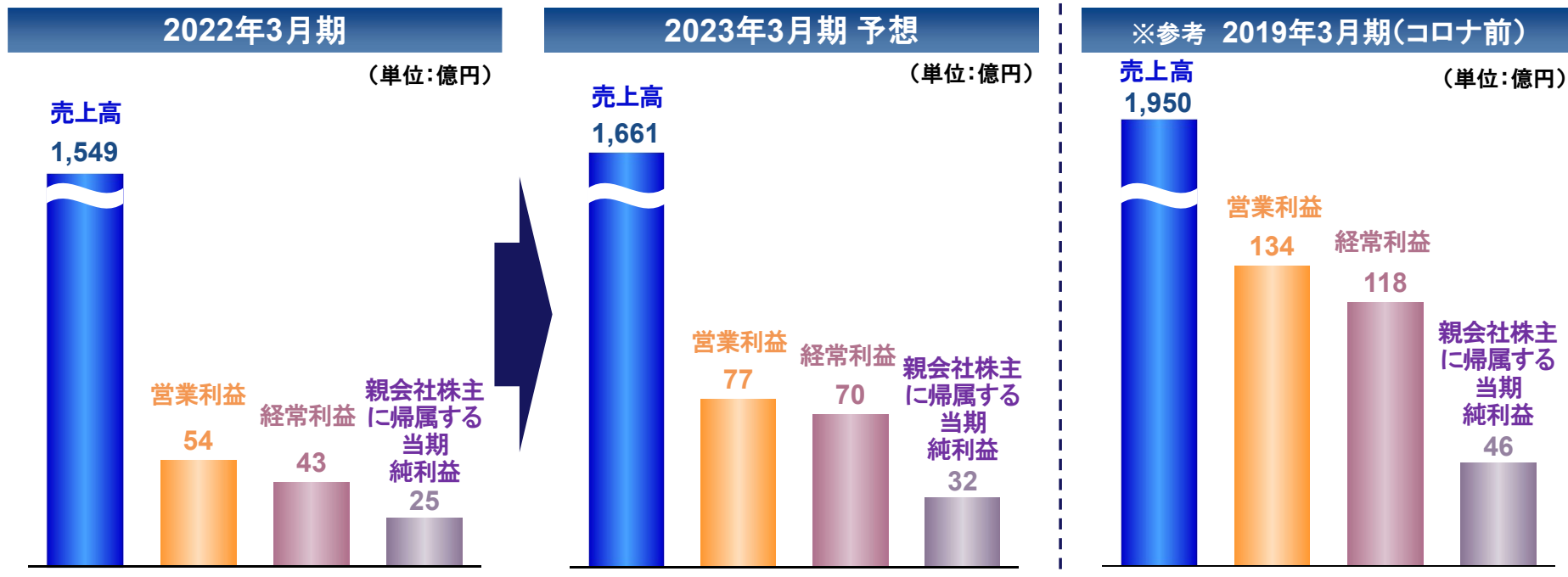
FIT24



テレワーク利用

# 2023年3月期 業績予想

各事業において既存店増収と営業効率の向上を図り、増収増益予想  
(売上高:前期比7.2%増、営業利益:前期比41.5%増)



※2019年3月期の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用しておりません

※2020年3月期より不動産賃貸に係る損益を営業外損益から営業損益に計上したため、2019年3月期の実績も組替えを行い表示しています

## 想定される外部環境

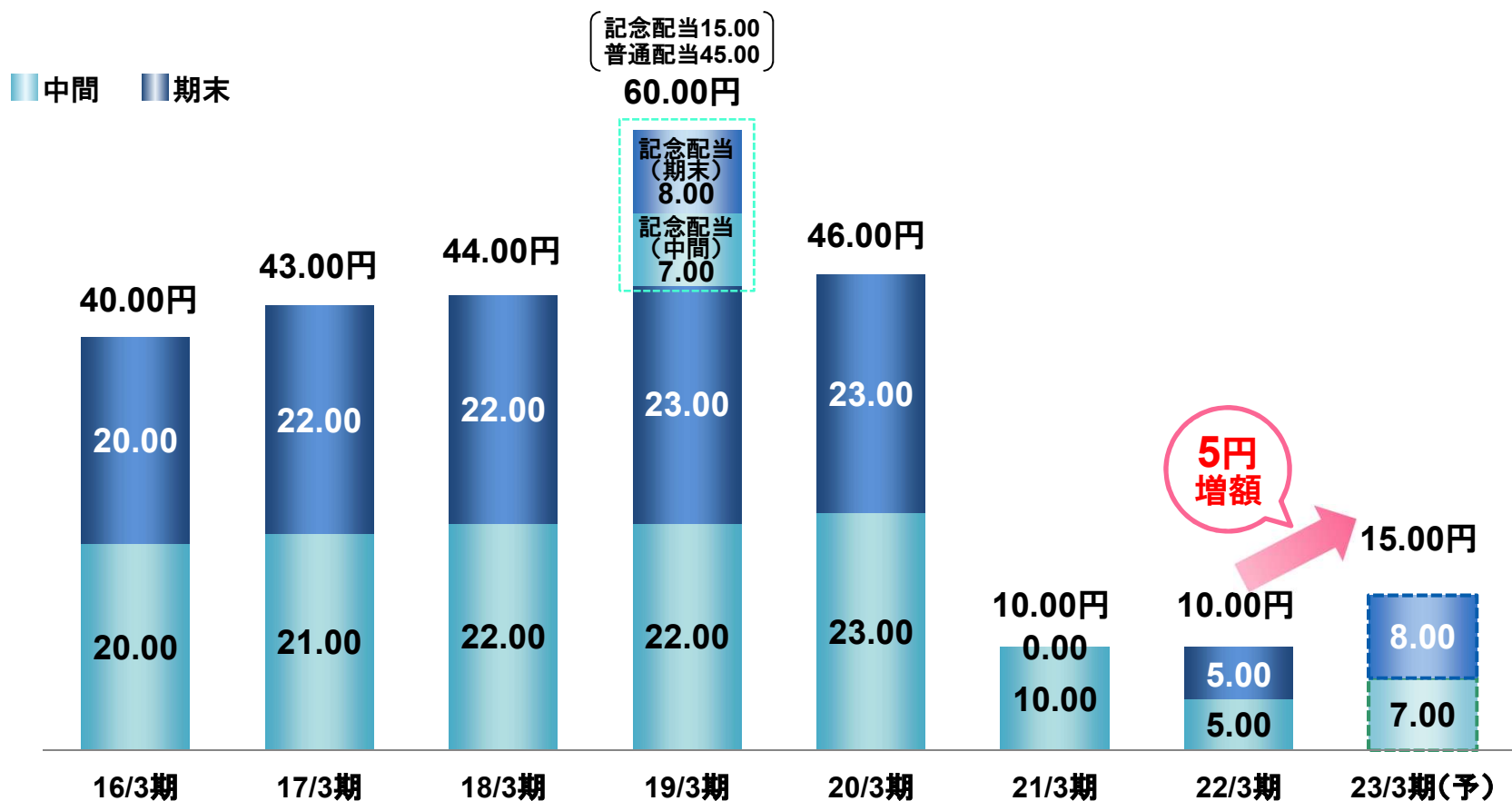
- ・ 同感染症の変異株の影響
- ・ Withコロナの中、人流抑制の動きが続くも社会経済活動は正常化、消費回復に期待
- ・ 原材料価格の上昇、円安の進行

## AOKIグループ

- ・ 先行き不透明な状況も増収増益へ向け各施策を実施
- ・ ライフスタイルの変化に対応した商品やサービスの提供を継続実施
- ・ グループのシナジーを活かし営業効率を向上

# 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



# サステナブル経営の推進①

## 持続可能な社会の実現と企業の永続的な成長を目指す

### ■ サステナビリティ委員会の新設

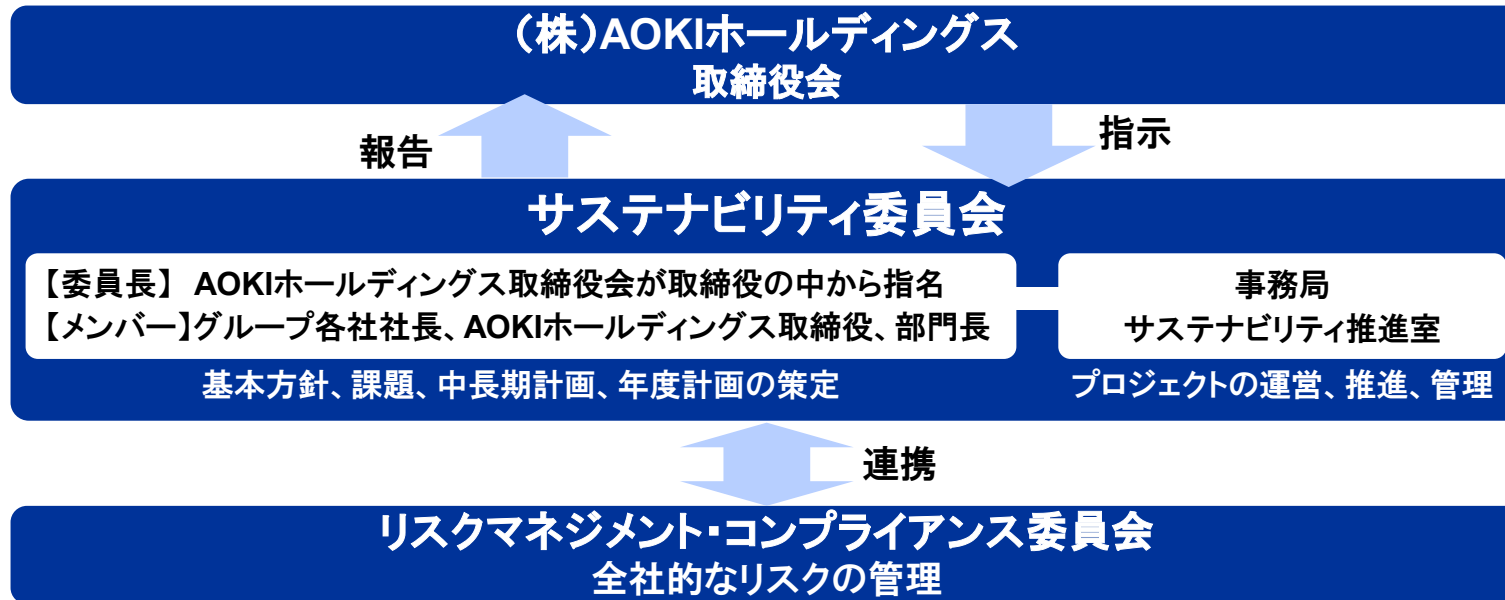
持続可能な社会実現のため、AOKIグループとして果たすべき社会的責任を明確にし、

① 基本方針及び優先すべき課題策定

② 各年度ごと、中長期計画とその進捗確認

③ 体制等の見直し

等を審議し、取締役会に報告



### ■ TCFD提言のフレームワークに基づく気候変動に係る開示に向けた取り組みスタート

2021年  
「TCFD提言に賛同」

2022年6月以降  
「TCFD提言の枠組み」に沿い、順次情報開示の予定

# サステナブル経営の推進②

持続可能な社会の実現と企業の永続的な成長を目指す

## ESGの新たな取り組み

E (環境)	S (社会)	G (ガバナンス)
<p data-bbox="338 507 707 603">サステナブル商品の 新たな開発</p>  <p data-bbox="288 715 692 799">「AOKIエコフレンドリー®」 商品の開発、強化</p> 	<p data-bbox="947 531 1285 576">お客様満足度向上</p>  <p data-bbox="864 707 1368 874">日本最大級の顧客満足度調査 「2021年度JCSI調査」ビジネス・ フォーマル部門にてAOKIが1位 を獲得</p>  <p data-bbox="864 1249 1368 1334">「HRSサービスコンクール2022」 でアニヴェルセルが銀賞受賞</p> 	<p data-bbox="1509 507 1912 603">株主総会後の 取締役会体制(予定)※</p>  <p data-bbox="1442 707 1951 834">組織の若返り及び活性化並びに ガバナンス体制の更なる強化を 図るため新役員体制へ</p> <p data-bbox="1442 903 1995 983">経営の透明性と独立性確保のため 社外取締役を2名増員し5名体制へ</p> <ul data-bbox="1496 1023 1912 1114" style="list-style-type: none"><li>● 社外取締役比率：42%</li><li>● 女性取締役比率：17%</li></ul> <p data-bbox="1509 1150 1850 1257">新任予定</p> <ul data-bbox="1547 1190 1850 1257" style="list-style-type: none"><li>● 中村英一</li><li>● 菅野園子（弁護士）</li></ul> <p data-bbox="1473 1297 1895 1358">※2022年6月29日開催予定の 第46回定時株主総会にて決定予定</p>

グループの重要課題・KPIに関して現在策定中であり、2022年9月までには開示予定です。

# 2022年3月期 業績の概要

---

1. 記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。
2. 1株当たり当期純利益又は当期純損失は、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。
3. 「収益認識に関する会計基準等」を2022年3月期の期初より適用しておりますが、2021年3月期以前の数値は遡及適用しておりません。

# 連結損益計算書の主な増減

(21/3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)

科目/期別	20/3期	21/3期	22/3期	対前期増減	前期比(%)	主な増減要因
売上高	180,220	143,169	154,916	11,746	108.2	新型コロナウイルス感染症の影響が減少したこと等により、ファッション事業及びエンターテインメント事業が増収
売上総利益 売上総利益率	72,483 40.2%	48,364 33.8%	59,636 38.5%	11,272 +4.7pt	123.3	売上総利益率は、ファッション事業+1.3pt、エンターテインメント事業+10.3pt。アニヴェルセル・ブライダル事業の売上総利益高はプラスに改善
販売費・一般管理費	65,833	54,157	54,193	36	100.1	
営業利益又は営業損失(△) 営業利益率	6,649 3.7%	△5,793 —	5,443 3.5%	11,236 —	—	
営業外収益	557	365	269	△96	73.6	
営業外費用	1,705	1,178	1,351	172	114.7	
経常利益又は経常損失(△)	5,501	△6,606	4,360	10,967	—	
特別利益	170	767	5,962	5,195	777.3	固定資産売却益及び雇用調整助成金等の増加
特別損失	3,964	5,775	4,618	△1,157	80.0	投資有価証券評価損及び臨時休業等による損失等の減少 減損損失の増加
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	2,563	14,495	—	
1株当たり当期純利益又は 当期純損失(△)	5.23円	△140.77円	30.21円	170.98円	—	

◆ 減価償却額:9,361百万円(内リース資産 2,144百万円含む)

◆ 既存店増収率:ファッション4.6% エンターテインメント11.9%(快活CLUB11.9%、コート・ダジュール11.8%)

# 事業別売上高・営業利益の主な増減

事業別売上高 (21/3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	対前期増減	前期比(%)	主な増減要因
計	180,220	143,169	154,916	11,746	108.2	
ファッション	98,352	85,387	88,642	3,254	103.8	既存店増収
アニヴェルセル・ブライダル	22,270	8,033	7,976	△56	99.3	収益認識会計基準等の適用の影響大
エンターテイメント	58,388	48,499	56,993	8,494	117.5	
快活CLUB	43,109	39,379	46,932	7,553	119.2	既存店増収及び新規出店
コート・ダジュール	14,108	7,067	6,635	△431	93.9	一部店舗の臨時休業の影響
FiT24	1,170	2,053	3,425	1,372	166.8	新規出店
不動産賃貸	3,624	3,876	4,429	553	114.3	
セグメント間取引等	△2,415	△2,628	△3,126	△498	—	

事業別営業利益又は営業損失(△) (21/3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	対前期増減	前期比(%)	主な増減要因
計	6,649	△5,793	5,443	11,236	—	
ファッション	2,886	1,499	4,795	3,296	319.9	売上総利益率+1.3pt
アニヴェルセル・ブライダル	439	△3,088	△580	2,507	—	売上総利益高プラスに改善
エンターテイメント	2,672	△5,190	590	5,780	—	
快活CLUB(FiT24含む)	1,618	△3,732	1,355	5,087	—	売上総利益率+10.2pt
コート・ダジュール	1,053	△1,458	△765	693	—	売上総利益高の改善
不動産賃貸	668	678	883	204	130.2	
セグメント間取引等	△17	308	△245	△553	—	



# 連結貸借対照表の主な増減

(21/3期の数値は、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)

科目/期別	21/3期	22/3期	増減	主な増減要因
<b>流動資産</b>	67,852	74,513	6,661	
現金・預金	29,941	37,937	7,995	
売掛金	10,686	11,808	1,122	
棚卸資産	20,112	18,330	△1,782	
<b>固定資産</b>	169,407	158,495	△10,912	
有形固定資産	122,769	113,422	△9,346	土地の売却及び減価償却
無形固定資産	5,505	5,538	32	
投資その他の資産	41,133	39,534	△1,598	
<b>資産合計</b>	237,260	233,008	△4,251	
<b>流動負債</b>	47,842	44,415	△3,426	
買掛金	14,241	15,272	1,030	
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	—	△11,000	短期借入れの返済
1年内返済予定長期借入金	5,418	10,844	5,426	長期からの振替
<b>固定負債</b>	63,567	60,951	△2,616	
長期借入金	45,914	44,314	△1,599	長期借入れ100億円の実施と約定返済
<b>負債合計</b>	111,409	105,366	△6,042	
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	82,821	1,249	当期純利益、収益認識会計基準等の適用の影響及び剰余金の配当
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	598	274	
新株予約権	363	559	195	
<b>純資産合計</b>	125,850	127,641	1,791	
<b>負債純資産合計</b>	237,260	233,008	△4,251	

# 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	22/3期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	4,351	17,132	12,780	税引前当期純利益の増加等
投資活動による キャッシュ・フロー	△11,518	886	12,405	土地の売却93億円 有形固定資産取得の減少54億円 電子記録債務の支払い△26億円
財務活動による キャッシュ・フロー	13,265	△10,023	△23,288	短期借入れの減少及び返済△220億円 長期借入れの減少及び返済額の増加△36億円 配当金支払いの減少23億円
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	6,098	7,995	1,897	
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 期末残高	29,941	37,937	7,995	

# 出退店実績

(単位:店)

セグメント	店舗名	21/3期			22/3期		
		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	—	7	512	1	10	504※1
	ORIHICA	3	6	116	1	11	106
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	—	1	12	—	2	10
エンターテイメント	快活CLUB	50	3	496	29	21	504
	コート・ダジュール	—	6	117	—	4	113
	FiT24	18	2※2	46	45	—	91
合 計		71	25	1,299	76	48	1,328

※1:AOKIとサイズマックス1店舗の複合店をそれぞれ単独店としての管理に変更

※2:21/3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	店舗名	21/3期	22/3期	前期比(%)
ファッション	AOKI、ORIHICA	988	1,285	130.0
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	70	35	50.4
エンターテイメント	快活CLUB	12,475	2,629	21.1
	コート・ダジュール	740	160	21.7
	FiT24	2,004	3,214	160.4
連 結 合 計		16,402	7,452	45.4

(単位:百万円)

減価償却実施額	21/3期	22/3期	前期比(%)
連 結 合 計	9,380	9,361	99.8

# 2023年3月期 通期業績予想

- 記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。
- 1株当たり当期純利益又は当期純損失は、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。
- 「収益認識に関する会計基準等」を2022年3月期の期初より適用しておりますが、2021年3月期以前の数値は遡及適用しておりません。

# 連結損益の見通し

(19/3期の数値は、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)

科目/期別	19/3期 (コロナ前)	22/3期	23/3期 予想	対前期 増減	前期比 (%)	主な増減要因
売上高	195,054	154,916	166,100	11,183	107.2	全事業で増収
売上総利益 売上総利益率	83,673 42.9%	59,636 38.5%	64,770 39.0%	5,133 +0.5pt	108.6	売上総利益率 ファッション事業+0.3pt アニヴェルセル・ブライダル 事業+11.3pt エンターテイメント事業+3.0pt
販売費・一般管理費	70,182	54,193	57,070	2,876	105.3	増収により増加するも、経費コ ントロールにより販管費比率は △0.6pt
営業利益 営業利益率	13,491 6.9%	5,443 3.5%	7,700 4.6%	2,256 +1.1pt	141.5	
営業外収益	388	269	240	△29	89.2	
営業外費用	1,988	1,351	940	△411	69.5	店舗閉鎖損失等の減少
経常利益	11,890	4,360	7,000	2,639	160.5	
特別利益	215	5,962	200	△5,762	3.4	固定資産売却益及び雇用調整 助成金等の減少
特別損失	4,669	4,618	1,600	△3,018	34.6	臨時休業等による損失及び減 損損失の減少
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,602	2,563	3,250	686	126.8	
1株当たり当期純利益	53.34円	30.21円	38.28円	8.07円	—	

※20/3期より不動産賃貸に係る損益を営業外損益から営業損益に計上したため、19/3期の実績も組替えを行い表示しています。

- ◆ 減価償却額:9,250百万円(内リース資産 1,872百万円含む)
- ◆ 既存店増収率:ファッション3.3% エンターテイメント8.4%(快活CLUB5.8%、コート・ダジュール28.4%)

# 事業別売上高・営業利益の見通し

事業別売上高 (19/3期の数値は、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	19/3期 (コロナ前)	22/3期	23/3期(予)	対前期増減	前期比(%)
計	195,054	154,916	166,100	11,183	107.2
ファッション	114,404	88,642	90,000	1,357	101.5
アニヴェルセル・ブライダル	25,433	7,976	9,050	1,073	113.5
エンターテイメント	54,102	56,993	65,650	8,656	115.2
快活CLUB	36,797	46,932	50,020	3,087	106.6
コート・ダジュール	17,305	6,635	10,130	3,494	152.7
FiT24		3,425	5,500	2,074	160.5
不動産賃貸	3,116	4,429	4,500	70	101.6
セグメント間取引等	△2,002	△3,126	△3,100	26	—

※20/3期より不動産賃貸に係る損益を営業外損益から営業損益に計上したため、19/3期の実績も組替えを行い表示しています。

事業別営業利益又は営業損失(△) (19/3期の数値は、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	19/3期 (コロナ前)	22/3期	23/3期(予)	対前期増減	前期比(%)
計	13,491	5,443	7,700	2,256	141.5
ファッション	7,263	4,795	5,500	704	114.7
アニヴェルセル・ブライダル	2,169	△580	300	880	—
エンターテイメント	3,182	590	2,000	1,409	338.9
快活CLUB(FiT24含む)	2,159	1,355	1,950	594	143.9
コート・ダジュール	1,023	△765	50	815	—
不動産賃貸	638	883	750	△133	84.9
セグメント間取引等	237	△245	△850	△604	—

※20/3期より不動産賃貸に係る損益を営業外損益から営業損益に計上したため、19/3期の実績も組替えを行い表示しています。

# 出退店の見通し

(単位:店)

セグメント	店舗名	22/3期			23/3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	1	10	504	—	7	497
	ORIHICA	1	11	106	—	9	97
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	—	2	10	—	—	10
エンターテイメント	快活CLUB	29	21	504	4	3	505
	コート・ダジュール	—	4	113	—	4	109
	FiT24	45	—	91	25	—	116
合 計		76	48	1,328	29	23	1,334

(単位:百万円)

設備投資額内訳	店舗名	22/3期	23/3期(予)	前期比(%)
ファッション	AOKI、ORIHICA	1,285	650	50.6
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	35	40	113.1
エンターテイメント	快活CLUB	2,629	1,000	38.0
	コート・ダジュール	160	143	89.0
	FiT24	3,214	2,167	67.4
連 結 合 計		7,452	4,100	55.0

(単位:百万円)

減価償却実施額	22/3期	23/3期(予)	前期比(%)
連 結 合 計	9,361	9,250	98.8

# ファッション事業

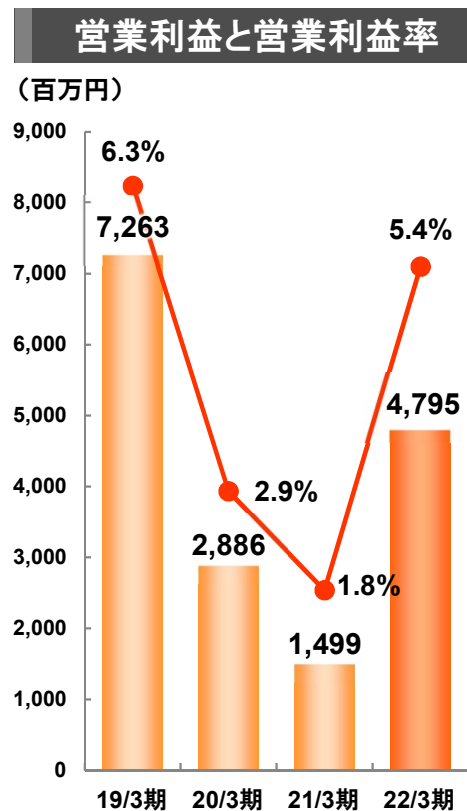
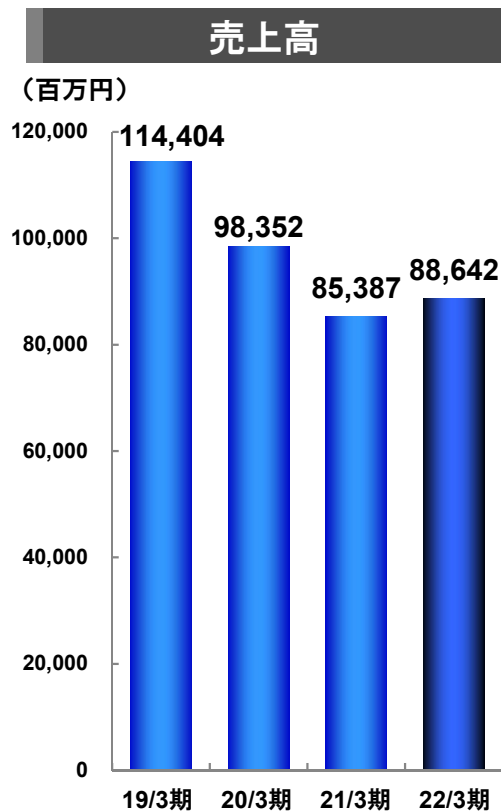
---

2022年3月期実績と2023年3月期の見通し



# ファッション事業－2022年3月期の概要

## 同感染症の影響が減少したこと及び 第4四半期のフレッシュズ商戦が好調に推移し増収増益



(単位:百万円)

	22/3期	
	前期比%	売上比%
売上高	88,642	103.8
売上総利益	51,503	106.2
販売管理費	46,707	99.4
営業利益	4,795	319.9

- 売上高：前期比 103.8%
- 営業利益：前期比 319.9%

### 主な要因

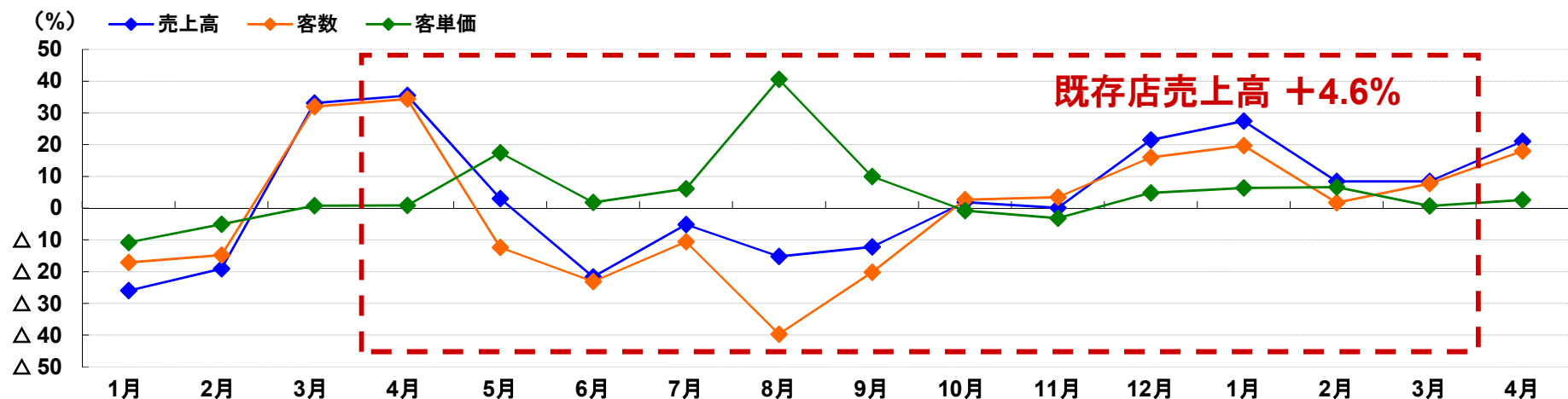
- ◆ 既存店の増収：前期比 104.6%
  - 同感染症の影響減少
  - 成人式、フレッシュズ商戦が好調に推移
- ◆ 売上総利益率：前期比 +1.3ポイント
  - 前期の緊急セールスの反動
  - スーツ・フォーマル等の1品単価の上昇
- ◆ 販売管理費：前期比 99.4%
  - 経費コントロールの継続

# ファッション事業－2022年3月期の概要：既存店の状況

## 第2四半期を除き同感染症の影響が減少し、既存店が増収

### 月別前年同期比増加率の推移

第1Q			第2Q			第3Q			第4Q		
売上	客数	客単価	売上	客数	客単価	売上	客数	客単価	売上	客数	客単価
△0.8%	△8.9%	+8.9%	△10.5%	△23.5%	+17.0%	+7.0%	+7.0%	0.0%	+12.6%	+9.9%	+2.5%
<ul style="list-style-type: none"> <li>前年のマスク販売、セールスの反動による客数減、客単価増</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>前年のマスク販売、セールス反動及び同感染症拡大の影響などにより客数減</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>10月1日：緊急事態宣言解除</li> <li>12月の成人式マーケットが好調に推移</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>2月後半から3月のフレッシュアーズマーケットが好調に推移</li> </ul>		



7～9月  
・緊急事態宣言の地域拡大

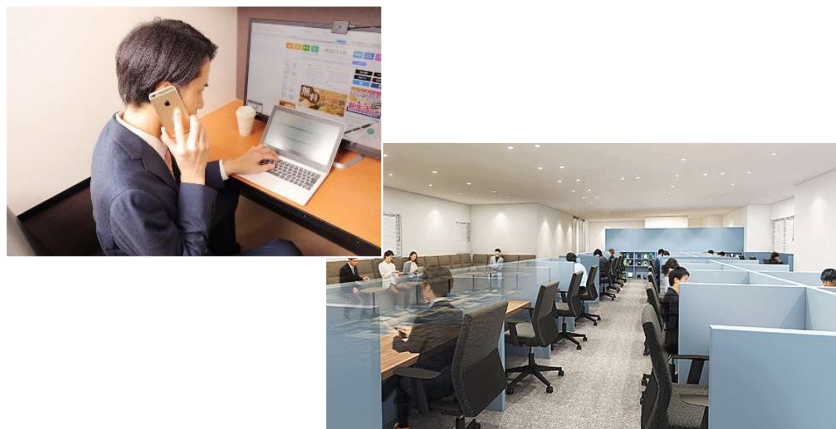
1～3月  
・変異株急拡大  
・一部地域でまん延防止等重点措置の適用

2021年3月期	2022年3月期											
----------	----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	21/4	21/5	21/6	21/7	21/8	21/9	21/10	21/11	21/12	22/1	22/2	22/3	通期	22/4
既存店売上高 (%)	35.5	3.0	△21.7	△5.2	△15.2	△12.2	1.9	0.1	21.5	27.4	8.4	8.4	4.6	21.1
客数 (%)	34.4	△12.4	△23.1	△10.6	△39.7	△20.2	2.7	3.4	16.0	19.7	1.7	7.7	△3.1	18.0
客単価 (%)	0.9	17.5	1.8	6.1	40.6	10.0	△0.8	△3.2	4.8	6.4	6.6	0.7	7.9	2.6
平年気温との差異(℃)(東京)	+0.8	+0.8	+0.8	+0.2	+0.5	-1.0	+0.2	+1.2	+0.2	-0.5	-0.9	+1.5	—	+1.0

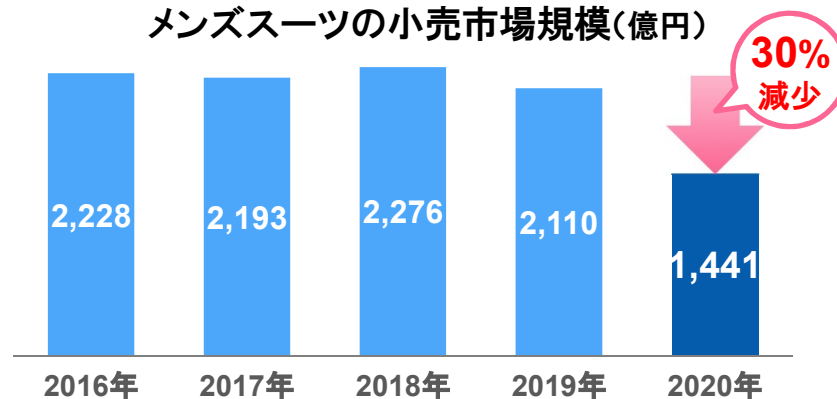
# ワークスタイルの大きな変化に伴い、商品をスピーディーに企画開発

## ワークスタイルの大きな変化



## 市場環境

メンズスーツの小売市場規模(億円)



出典:株式会社矢野経済研究所「アパレル産業白書2021」

## お客様のニーズに沿って、商品をスピーディーに企画開発



ダブル抗菌  
洗えるクールマスク



パジャマスーツ



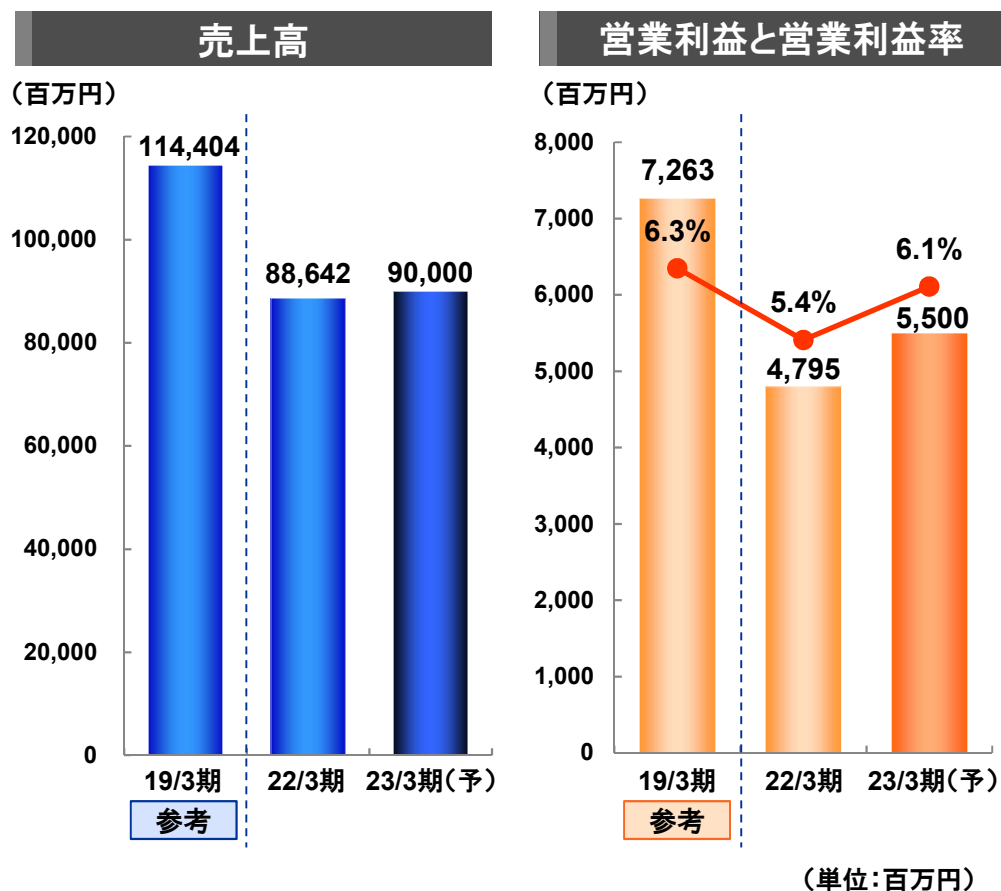
アクティブワークスーツ  
ACTIVE WORK SUIT



パジャマシューズ

## ファッション事業－2023年3月期通期の見通し

### 既存店増収及び営業効率改善による増収増益予想



	23/3期(予)		
		前期比%	売上比%
売上高	90,000	101.5	100.0
売上総利益	52,600	102.1	58.4
販売管理費	47,100	100.8	52.3
営業利益	5,500	114.7	6.1

- 売上高：前期比 101.5%
- 営業利益：前期比 114.7%

#### 主な要因

- ◆ 既存店の増収：前期比 103.3%
- ◆ 売上総利益率：前期比 +0.3ポイント
- ◆ 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  
⇒退店：16店舗
  - 店舗オペレーションの改善による省力化・省人化

# ファッション事業－2023年3月期の取り組み

## Life & Work StyleのAOKIへの更なる進化

### 3つの商品施策

#### ビジネス領域の更なる磨き上げ

テーラードスーツ  
パターンオーダースーツ



フォーマル関連



#### レディースを一層強化



- 働く女性に向けた Mework(ミワク)プロジェクトの推進
- パジャマスーツ®のレディースラインナップ10倍

#### カジュアル領域の拡大



- パジャマスーツ®のメンズ新デザイン企画・開発
- パジャマシューズの新展開
- スーツ屋が仕立てたTシャツの新展開

## ECの拡大

### EC限定商品の拡大



アクティブワークスーツ®

### 店舗⇄ECの連動サービスの拡充・深耕

#### POINT 1

手ぶらで帰れて、自宅や  
お好きな店舗でお受け取り！



ご都合に合わせて、ご自宅やお好きな店  
舗へお届けします。スーツやパンツのお  
直しは、店舗スタッフがご希望に合わせ  
て採寸いたします。

#### POINT 2

オンラインショップの豊富な  
在庫から選べる！

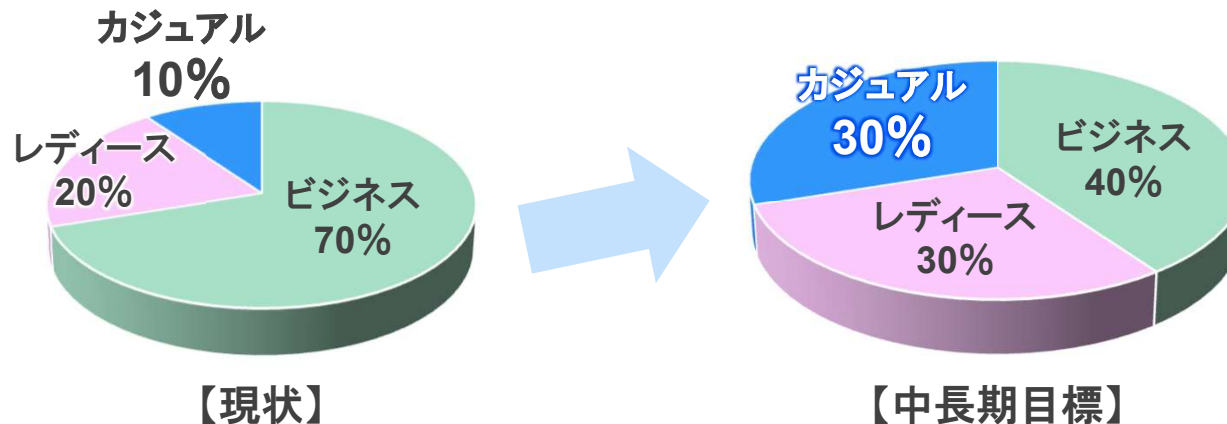


お店にある商品に加え、オンラインショ  
ップの豊富な種類からお選びいただけま  
す！オンライン限定サイズ・限定商品も  
購入することができます。

# ファッション事業－今後の成長に向けて 時代にあった新戦略：従来のビジネスモデルからの進化



## 今後3年から5年を目処に、カジュアル領域を3倍に拡大



- ※ ビジネス : スーツ、フォーマル、ビジネスコート、ワイシャツ・ネクタイ等ビジネス関連小物
- ※ レディース : レディース商品全般
- ※ カジュアル : 上記以外商品(パジャマスーツ含む)

# **アニヴェルセル・ブライダル事業**

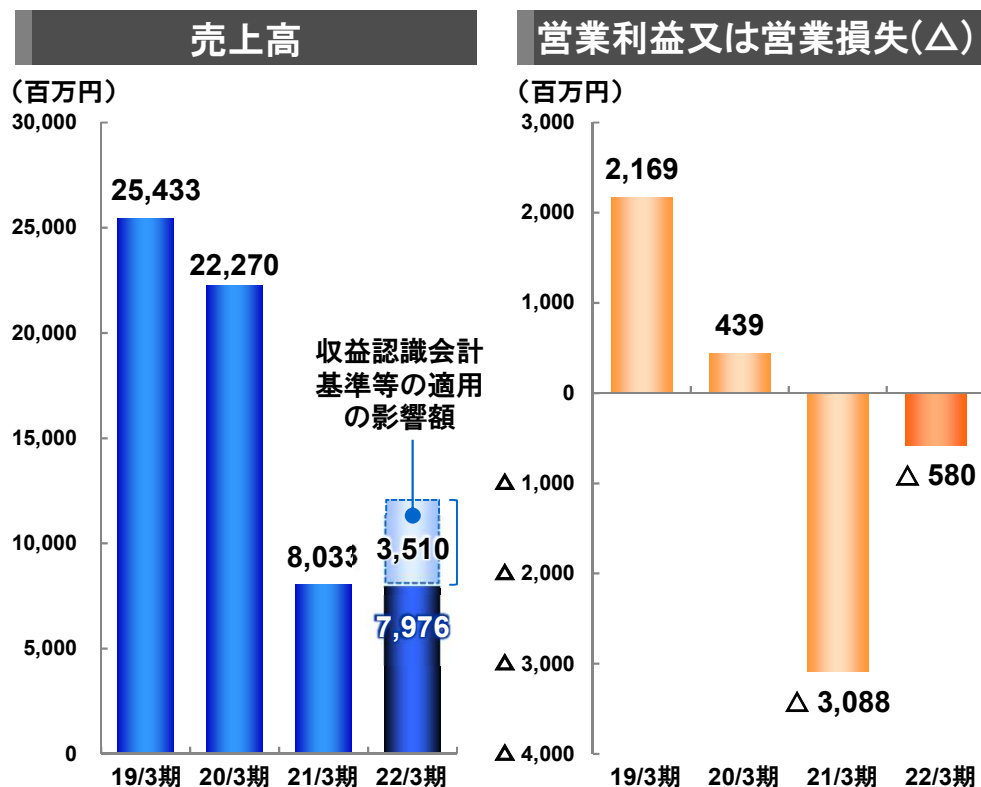
---

**2022年3月期実績と2023年3月期の見通し**



# アニヴェルセル・ブライダル事業－2022年3月期の概要

## 同感染症影響の減少による施行組数の増加で増益



※21/3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)

	22/3期	
	前期比%	売上比%
売上高	7,976	100.0
売上総利益	1,623	20.3
販売管理費	2,204	27.6
営業損失(△)	△ 580	—

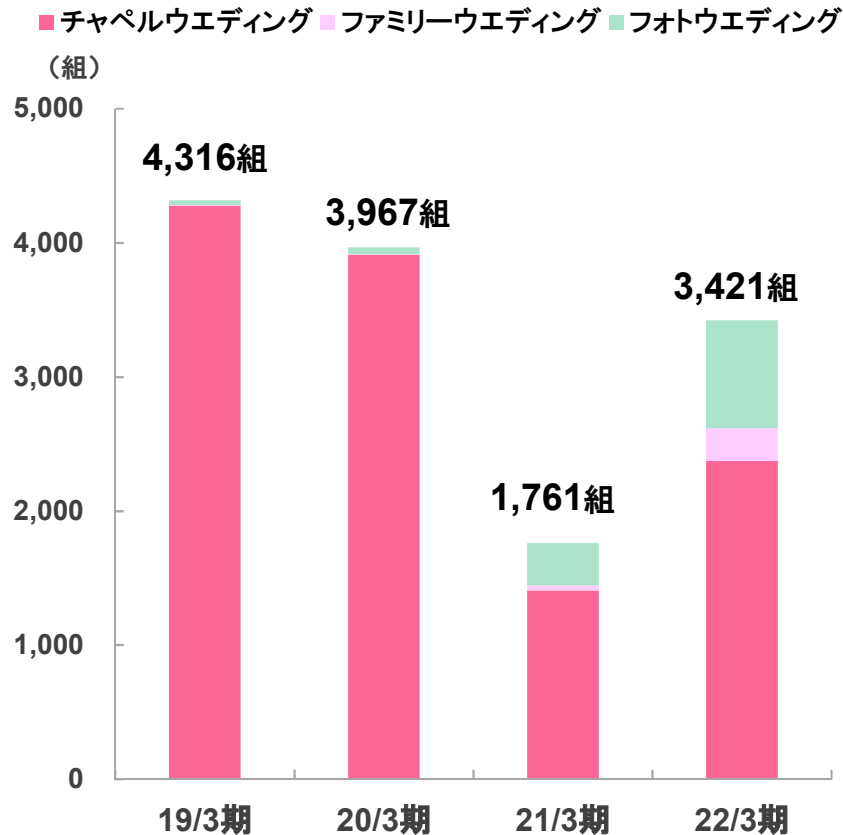
### ■ 営業損失：2,507百万円の改善

#### 主な要因

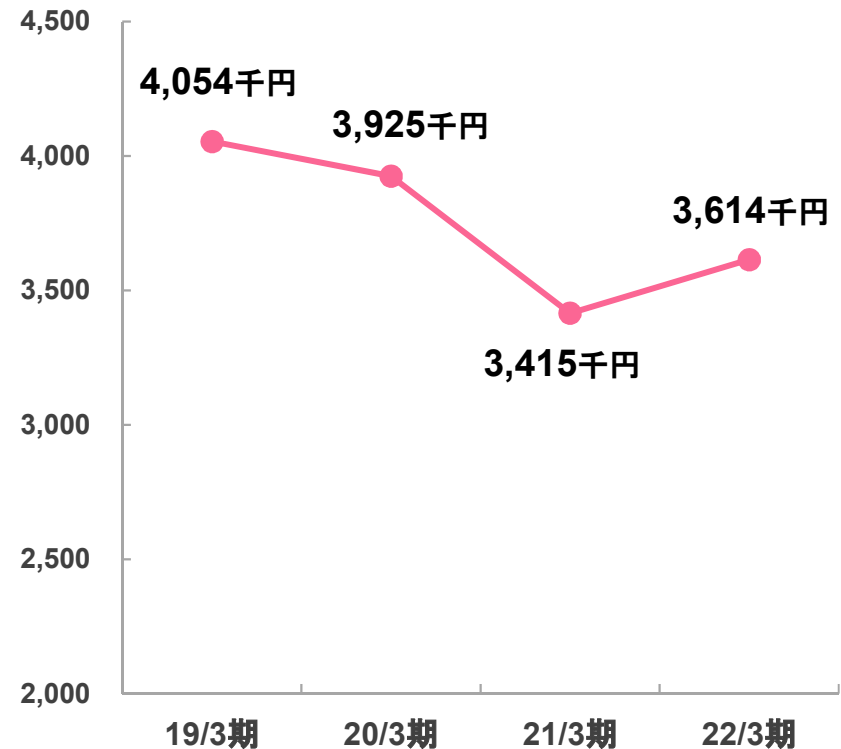
- ◆ 収益認識会計基準等の適用による影響が大きく、売上高は3,510百万円減少
- ◆ 施行組数の増加
  - 前年4/7～5/31の挙式・披露宴は中止
- ◆ 売上総利益高がプラスに改善
- ◆ 販売管理費：前期比 89.6%
  - 広告出稿見直しに伴う広告宣伝費の最適化
  - 人員配置及び清掃などの一部業務内製化による人件費の抑制
- ◆ 2施設(東京ベイ店・神戸店)の営業終了

**アニヴェルセル・ブライダル事業－2022年3月期の概要：施行組数・一組単価**  
**通年稼働及び新生活様式に合わせたウエディングスタイルの提案により**  
**各ウエディングスタイルで施行組数が増加、一組単価は上昇傾向**

既存店施行組数推移

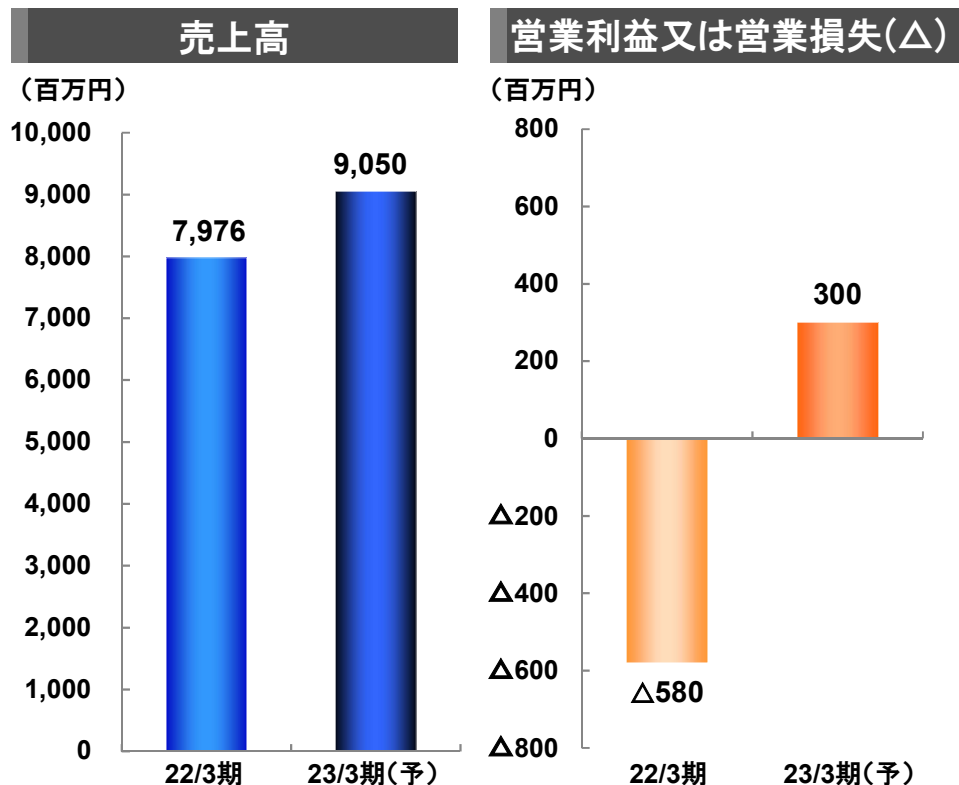


チャペルウエディング既存店一組単価



- ・ 既存店対象店舗：上半期 11店舗、下半期 10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－2023年3月期通期の見通し 施行組数の回復と営業効率改善により増収増益予想



(単位:百万円)

	23/3期(予)	
	前期比%	売上比%
売上高	9,050	113.5
売上総利益	2,860	31.6
販売管理費	2,560	28.3
営業利益	300	3.3

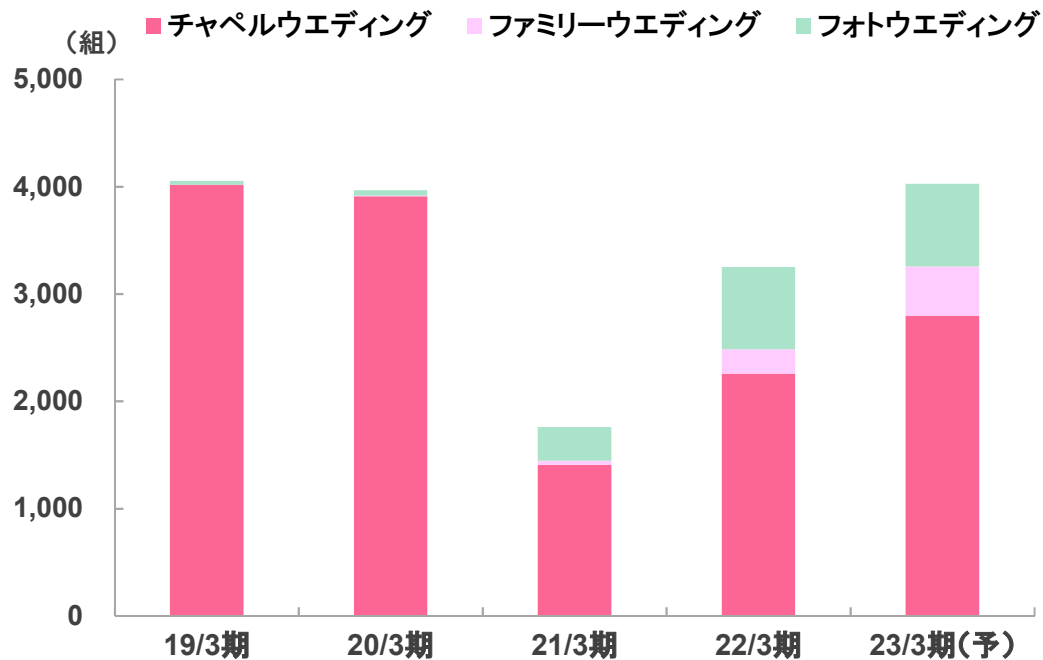
- 売上高：前期比 113.5%
- 営業損益：880百万円の改善

## 主な要因

- ◆ チャペルウエディング既存店  
 施行組数及び一組単価の増加
  - 施行組数：2,798組（前期比 123.9%）
  - 一組単価：3,763千円（前期比 104.0%）
- ◆ 各ウエディングスタイルの更なる磨き上げ
- ◆ 経費削減・コスト合理化
  - WEB、SNSを活用した販促強化による効率の良い集客施策の確立
  - 各セクションのオペレーション変更及び、スタッフの多能工化等による人件費の適正化

# アニヴェルセル・ブライダル事業－2023年3月期の取り組み 各ウエディングスタイルの強化により多様化したニーズに対応

## 既存店施行組数推移



### 少人数婚(招待人数30名以下) マーケットシェア推移

2020年  
13.7%



2021年  
34.3%

出典:「ゼクシィ結婚トレンド調査2021」調べ



ファミリーウエディング



フォトウエディング

各ウエディングスタイルで施行組数の増加⇒シェアの増加

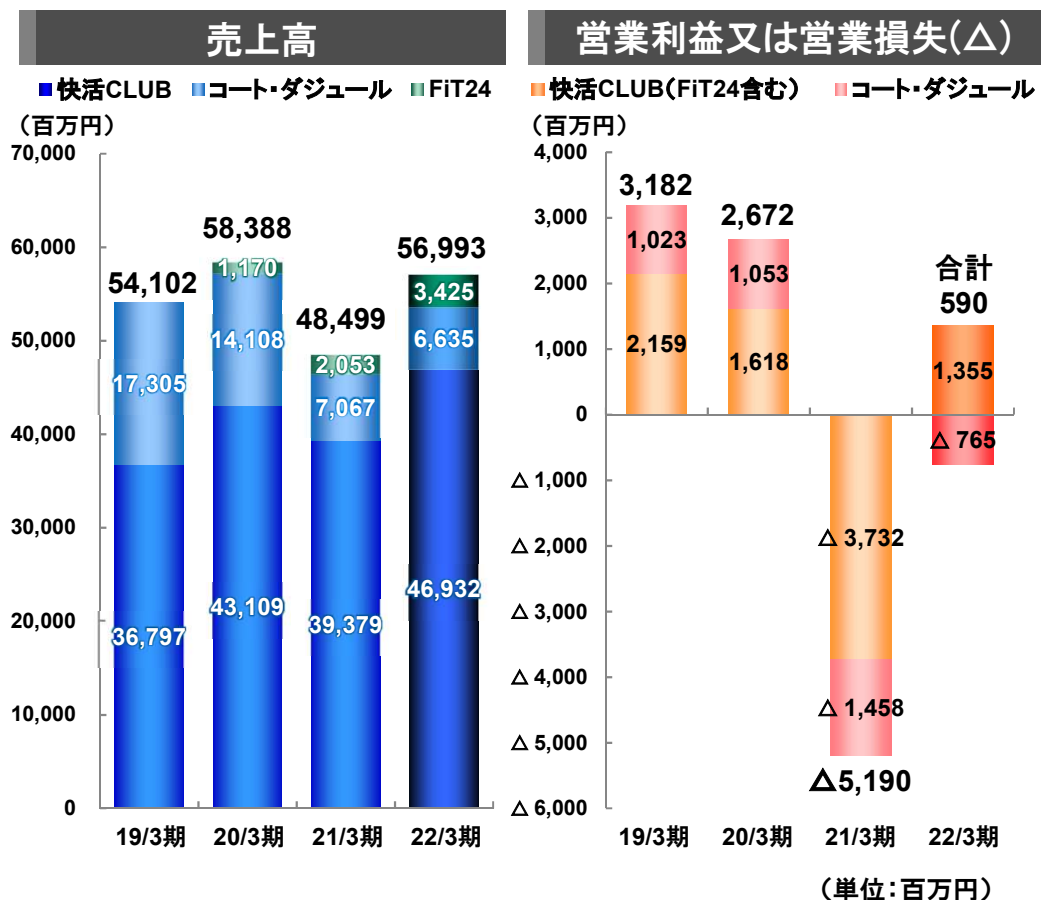
# エンターテイメント事業

---

2022年3月期実績と2023年3月期の見通し

# エンターテインメント事業－2022年3月期の概要

## 同感染症影響の減少及び新規出店が貢献し、増収増益



	22/3期	
	前期比%	売上比%
売上高	56,993	117.5
売上総利益	6,002	—
販売管理費	5,412	102.3
営業利益	590	—

- 売上高：前期比 117.5%
- 営業損益：5,780百万円の改善

### 主な要因

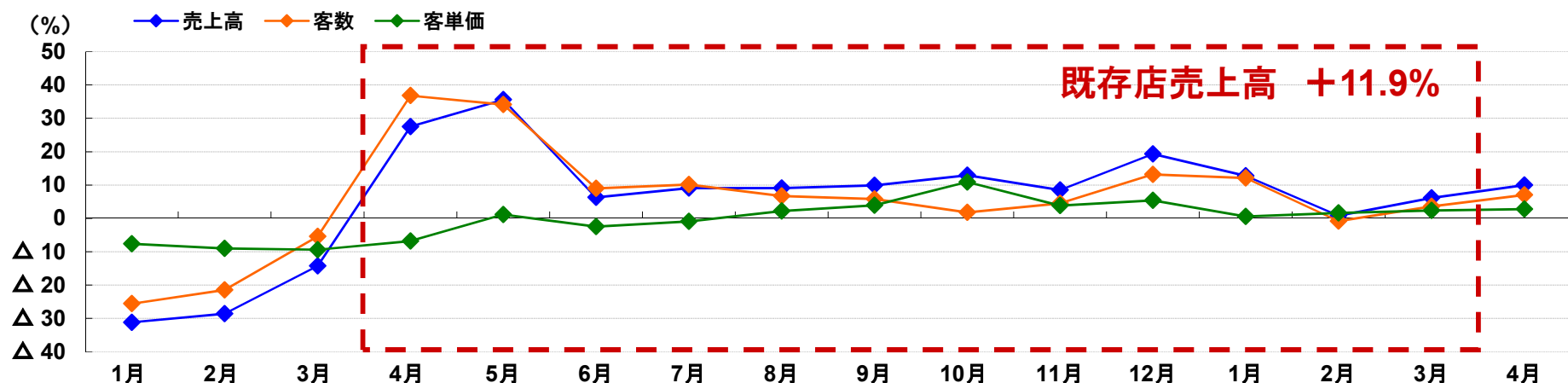
- ◆ 臨時休業店舗数の減少
- ◆ 既存店の増収：前期比 111.9%
  - 同感染症の影響減少
- ◆ 新規出店
  - 快活CLUB：29店舗
  - FiT24：45店舗
- ◆ 売上総利益率：前期比 +10.3ポイント
  - 快活CLUBの出店数減少による費用削減
  - リニューアル店舗数減少による費用削減

# 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			第3Q			第4Q		
売上	客数	客単価	売上	客数	客単価	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%	+13.7%	+6.4%	+6.9%	+6.7%	+5.0%	+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			・10月1日：緊急事態宣言解除 ・感染者減少に伴い好調に推移			・変異株急拡大によりコート・ダジュールは影響大		



	2021年3月期						2022年3月期							
	21/4	21/5	21/6	21/7	21/8	21/9	21/10	21/11	21/12	22/1	22/2	22/3	通期	22/4

既存店売上高 (%)	27.5	35.6	6.3	9.1	9.1	9.9	12.9	8.5	19.3	12.8	0.8	6.1	11.9	10.0
客数 (%)	36.8	34.1	9.0	10.1	6.7	5.8	1.8	4.5	13.2	12.1	△ 0.8	3.6	9.3	7.0
客単価 (%)	△6.8	1.1	△2.5	△0.9	2.2	3.9	10.9	3.8	5.4	0.6	1.6	2.4	2.4	2.8
平年気温との差異(℃)(東京)	+0.8	+0.8	+0.8	+0.2	+0.5	-1.0	+0.2	+1.2	+0.2	-0.5	-0.9	+1.5	—	+1.0

## 快活CLUB

- 全国47都道府県への出店
- 「日本全国どこでもオフィス」プロジェクトの展開
- 多彩な決済手段による利便性の向上
- ビジネス・学習コンテンツの更なる導入



テレワーク利用

## コート・ダジュール

- 学生限定フリータイムプランの導入
- 動画配信、スマホ接続キットサービスの導入
- コラボ企画・コラボメニューの実施



学生フリータイムプラン

## FIT24

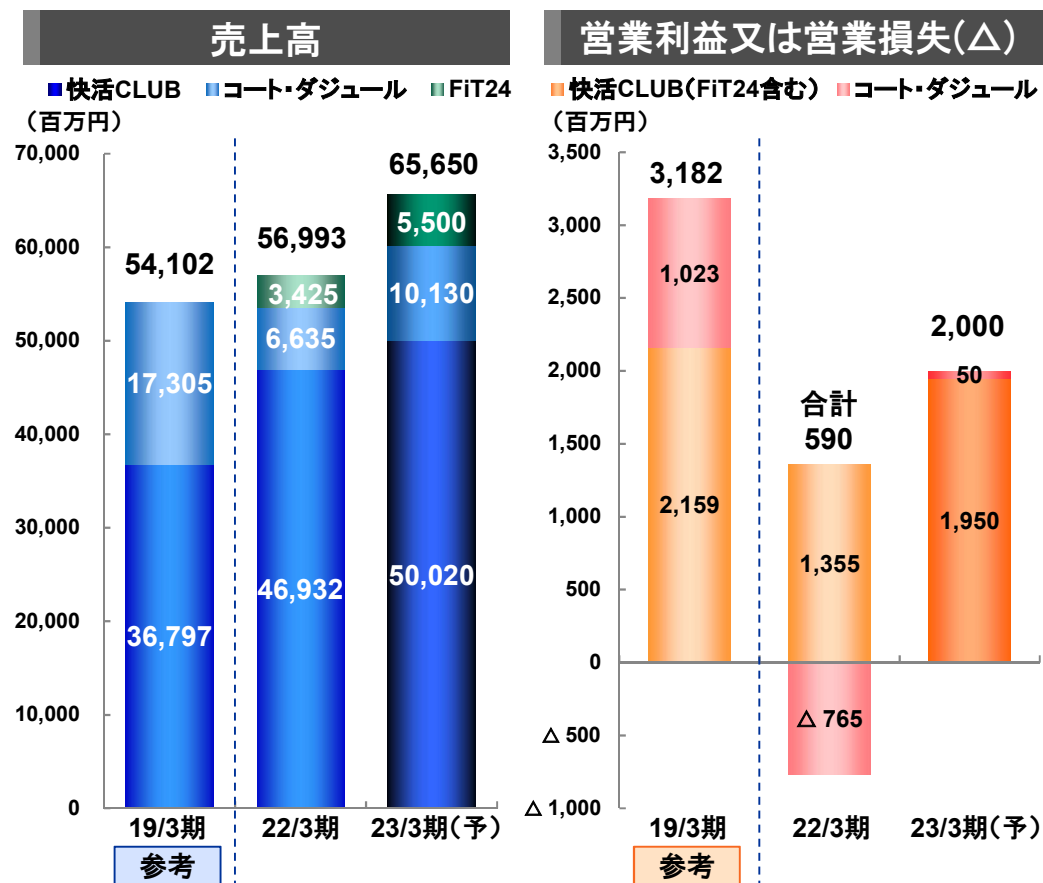
- 積極的な新規出店:45店舗
  - 単独出店:21店舗
  - 快活CLUB併設店:17店舗
  - コート・ダジュール併設店:1店舗
  - AOKI併設店:6店舗
- 体組成計の導入
- 法人会員制度の導入



AOKIとの併設店舗



# エンターテインメント事業－2023年3月期通期の見通し 既存店の回復と新規出店が寄与し増収増益予想



(単位:百万円)

	23/3期(予)	
	前期比%	売上比%
売上高	65,650	115.2
売上総利益	8,870	147.8
販売管理費	6,870	126.9
営業利益	2,000	338.9

- 売上高：前期比 115.2%
- 営業利益：前期比 338.9%

## 主な要因

- ◆ 既存店の増収：前期比 108.4%
  - 同感染症の影響減少
- ◆ 新規出店
  - 快活CLUB：4店舗
  - FiT24：25店舗
- ◆ 売上総利益率：前期比 +3.0ポイント
- ◆ 営業効率の改善
  - セルフフロント導入による効率化
  - 店舗運営の効率化
  - スーパーインテンドント制度、スタッフの多能工化等による人件費の見直し

# エンターテインメント事業－2023年3月期通期の取り組み 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

## 快活CLUB

- 「日本全国どこでもオフィス」プロジェクトの推進
- グループのシェアオフィス事業「AOKI WORK SPACE」との連携強化（相互会員利用、レシート連携等）
- 情報収集の場の提供
  - 寺島文庫オリジナル動画
  - 日経電子版等



AOKI WORK SPACEとの連携



寺島文庫

## コート・ダジュール

- カラオケ以外の利用の促進
- サブスク実験導入、新たな利用方法の提案



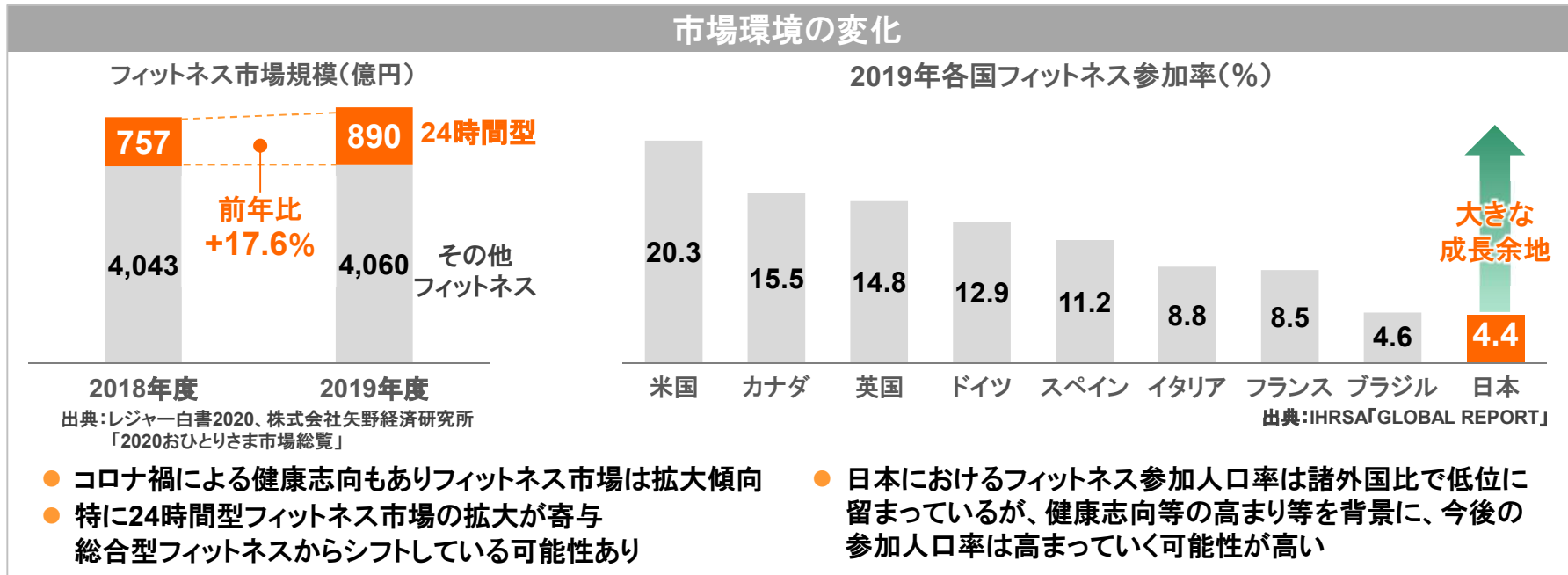
サブスク展開

## FiT24

- 単独店中心の出店によるシェア拡大
- 法人会員の拡大
- インドアゴルフの拡大
- 店舗オペレーションの見直しによる効率化

# エンターテインメント事業－今後の成長に向けて①

## 24時間型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**



単独店舗

### FiT24の特徴

- シャンプー・ボディーソープを完備(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	23/3期(予)
店舗数	46店舗	91店舗	116店舗
(単独店)	5店舗	25店舗	50店舗
(快活CLUBとの併設)	41店舗	59店舗	59店舗
(コート・ダジュールとの併設)	—	1店舗	1店舗
(AOKIとの併設)	—	6店舗	6店舗

## エンターテインメント事業－今後の成長に向けて②

# 株式会社ランシステムとの資本業務提携に関して

2022年5月23日

株式会社ランシステムを株式会社AOKIホールディングスの連結子会社とすることを決議

2022年6月8日(予定)

本業務提携の開始

### ■ 資本業務提携の狙い

相互の強みを活かし、快活CLUBをはじめとする各業態とのシナジーの発揮

快活CLUB コート・ダジュール FiT24



ランシステム

主に複合カフェ「スペースクリエイティブ自遊空間」を直営及びフランチャイズにて全国展開

3つの基本サービス

アミューズメント

リラクゼーション

飲食

### ■ 目指す方向性

社会インフラとしての複合カフェ業界の発展・事業展開の加速、市場の拡大

### ■ 協業のメリット

システム面の強化による  
省人化の推進

- 無人化・セルフ化システムを始めとするシステム開発・導入の寄与
- 快活CLUBの無人化・省人化拡大
- 無人店舗運営におけるオペレーションノウハウ

システム人材・組織の確保

- 複合カフェ業界におけるシステム・ノウハウの共有
- 快活CLUB以外でのシステム・ノウハウの活用
- システム人員の確保

店舗展開及びフランチャイズビジネス  
のノウハウ共有

- 相互店舗の統合等による店舗の効率化
- フランチャイズ運営ノウハウの共有

# 補足資料

---

1. 記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。
2. 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P16及びP22 をご参照ください。
3. 「収益認識に関する会計基準等」を2022年3月期の期初より適用しておりますが、2021年3月期以前の数値は遡及適用しておりません。

# 2022年3月期 連結損益実績

(21/3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)

	20/3期	百分比 (%)	21/3期	百分比 (%)	22/3期	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
<b>売上高</b>	180,220	100.0	143,169	100.0	154,916	100.0	11,746	108.2
ファッション	98,352	100.0	85,387	100.0	88,642	100.0	3,254	103.8
アニヴェルセル・ブライダル	22,270	100.0	8,033	100.0	7,976	100.0	△56	99.3
エンターテイメント	58,388	100.0	48,499	100.0	56,993	100.0	8,494	117.5
快活CLUB	43,109	100.0	39,379	100.0	46,932	100.0	7,553	119.2
コート・ダジュール	14,108	100.0	7,067	100.0	6,635	100.0	△431	93.9
FIT24	1,170	100.0	2,053	100.0	3,425	100.0	1,372	166.8
不動産賃貸	3,624	100.0	3,876	100.0	4,429	100.0	553	114.3
<b>売上総利益</b>	72,483	40.2	48,364	33.8	59,636	38.5	11,272	123.3
ファッション	57,695	58.7	48,483	56.8	51,503	58.1	3,019	106.2
アニヴェルセル・ブライダル	5,426	24.4	△627	—	1,623	20.3	2,250	—
エンターテイメント	8,903	15.2	102	0.2	6,002	10.5	5,900	—
快活CLUB(FIT24含む)	6,544	14.8	787	1.9	6,076	12.1	5,289	772.0
コート・ダジュール	2,358	16.7	△685	—	△74	—	610	—
不動産賃貸	668	18.5	678	17.5	883	19.9	204	130.2
<b>販売管理費</b>	65,833	36.5	54,157	37.8	54,193	35.0	36	100.1
ファッション	54,809	55.7	46,984	55.0	46,707	52.7	△276	99.4
アニヴェルセル・ブライダル	4,987	22.4	2,460	30.6	2,204	27.6	△256	89.6
エンターテイメント	6,231	10.7	5,292	10.9	5,412	9.5	119	102.3
快活CLUB(FIT24含む)	4,925	11.1	4,519	10.9	4,721	9.4	202	104.5
コート・ダジュール	1,305	9.3	773	10.9	691	10.4	△82	89.4
<b>営業利益又は営業損失(△)</b>	6,649	3.7	△5,793	—	5,443	3.5	11,236	—
ファッション	2,886	2.9	1,499	1.8	4,795	5.4	3,296	319.9
アニヴェルセル・ブライダル	439	2.0	△3,088	—	△580	—	2,507	—
エンターテイメント	2,672	4.6	△5,190	—	590	1.0	5,780	—
快活CLUB(FIT24含む)	1,618	3.7	△3,732	—	1,355	2.7	5,087	—
コート・ダジュール	1,053	7.5	△1,458	—	△765	—	693	—
不動産賃貸	668	18.5	678	17.5	883	19.9	204	130.2

# 2022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)

	21/3期					22/3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	前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)
広告宣伝費	7,487	6,400	405	355	99	7,481	99.9	6,485	101.3	428	105.6	354	99.7	103	103.2
人件費	20,802	16,226	754	1,979	331	21,191	101.9	16,417	101.2	622	82.5	2,121	107.2	272	82.0
賃借料	11,574	11,917	41	50	8	11,263	97.3	11,722	98.4	41	98.4	66	130.2	8	98.5
減価償却費	3,069	2,361	103	80	27	2,862	93.3	2,157	91.4	53	51.8	88	110.4	27	97.3

(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							
	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	前期比(%)	前期比(%)		前期比(%)	前期比(%)
人件費	2,307	13,031	2,593	—	2,368	102.7	13,851	106.3	2,130	82.2	—	—
賃借料	1,628	9,112	2,052	2,555	1,528	93.9	10,360	113.7	1,823	88.9	2,876	112.6
減価償却費	948	4,208	583	383	813	85.7	4,775	113.5	485	83.2	393	102.7

(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。

# 2023年3月期 連結損益見通し

(19/3期の数値は、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)

	19/3期 (コロナ前)	百分比 (%)	22/3期	百分比 (%)	23/3期 予想	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
<b>売上高</b>	195,054	100.0	154,916	100.0	166,100	100.0	11,183	107.2
ファッション	114,404	100.0	88,642	100.0	90,000	100.0	1,357	101.5
アニヴェルセル・ブライダル	25,433	100.0	7,976	100.0	9,050	100.0	1,073	113.5
エンターテイメント	54,102	100.0	56,993	100.0	65,650	100.0	8,656	115.2
快活CLUB	36,797	100.0	46,932	100.0	50,020	100.0	3,087	106.6
コート・ダジュール	17,305	100.0	6,635	100.0	10,130	100.0	3,494	152.7
FIT24			3,425	100.0	5,500	100.0	2,074	160.5
不動産賃貸	3,116	100.0	4,429	100.0	4,500	100.0	70	101.6
<b>売上総利益</b>	83,673	42.9	59,636	38.5	64,770	39.0	5,133	108.6
ファッション	67,748	59.2	51,503	58.1	52,600	58.4	1,096	102.1
アニヴェルセル・ブライダル	7,136	28.1	1,623	20.3	2,860	31.6	1,236	176.2
エンターテイメント	8,275	15.3	6,002	10.5	8,870	13.5	2,867	147.8
快活CLUB(FIT24含む)	5,474	14.9	6,076	12.1	7,765	14.0	1,688	127.8
コート・ダジュール	2,800	16.2	△74	—	1,105	10.9	1,179	—
不動産賃貸	638	20.5	883	19.9	750	16.7	△133	84.9
<b>販売管理費</b>	70,182	36.0	54,193	35.0	57,070	34.4	2,876	105.3
ファッション	60,485	52.9	46,707	52.7	47,100	52.3	392	100.8
アニヴェルセル・ブライダル	4,966	19.5	2,204	27.6	2,560	28.3	355	116.2
エンターテイメント	5,092	9.4	5,412	9.5	6,870	10.5	1,457	126.9
快活CLUB(FIT24含む)	3,315	9.0	4,721	9.4	5,815	10.5	1,093	123.2
コート・ダジュール	1,777	10.3	691	10.4	1,055	10.4	363	152.6
<b>営業利益</b>	13,491	6.9	5,443	3.5	7,700	4.6	2,256	141.5
ファッション	7,263	6.3	4,795	5.4	5,500	6.1	704	114.7
アニヴェルセル・ブライダル	2,169	8.5	△580	—	300	3.3	880	—
エンターテイメント	3,182	5.9	590	1.0	2,000	3.0	1,409	338.9
快活CLUB(FIT24含む)	2,159	5.9	1,355	2.7	1,950	3.5	594	143.9
コート・ダジュール	1,023	5.9	△765	—	50	0.5	815	—
不動産賃貸	638	20.5	883	19.9	750	16.7	△133	84.9

※20/3期より不動産賃貸に係る損益を営業外損益から営業損益に計上したため、19/3期の実績も組替えを行い表示しています。



# 2023年3月期 主要経費の内訳見通し

## 販売費及び一般管理費

(単位:百万円)

	22/3期					23/3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	前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)	前期比(%)
広告宣伝費	7,481	6,485	428	354	103	7,970	106.5	6,700	103.3	565	131.9	486	137.0	145	140.4
人件費	21,191	16,417	622	2,121	272	21,954	103.6	15,725	95.8	696	111.7	2,477	116.7	429	157.7
賃借料	11,263	11,722	41	66	8	12,227	108.6	12,000	102.4	41	101.1	50	76.4	9	106.3
減価償却費	2,862	2,157	53	88	27	2,761	96.5	2,200	102.0	50	93.5	103	116.7	55	206.5

(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)

	22/3期				23/3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	前期比(%)	前期比(%)		前期比(%)	前期比(%)
人件費	2,368	13,851	2,130	—	2,228	94.1	14,728	106.3	2,795	131.2	—	—
賃借料	1,528	10,360	1,823	2,876	1,370	89.7	11,100	107.1	2,584	141.7	2,560	89.0
減価償却費	813	4,775	485	393	736	90.5	4,933	103.3	634	130.7	355	90.3

(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月期実績】

## (1) 既存店増収率、客数・客単価の増加率

(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	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
	20/3期比	△23.7	20.7	△3.8	△2.9	3.2	△6.0	△12.6	43.9	10.8	7.7	△5.5
	21/3期	△19.0	18.5	△3.4	△19.2	△3.0	△26.0	△19.1	33.1	△1.4	△2.0	△9.0
客数	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
	21/3期	1.9	23.9	5.6	△8.2	5.8	△17.1	△14.8	32.0	0.0	2.8	2.4
客単価	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
	21/3期	△20.5	△4.3	△8.5	△12.0	△8.4	△10.8	△5.1	0.8	△1.4	△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	635	102.4	894	99.0
	21/3期	284	71.6	620	95.8	903	86.6
	20/3期	396	94.0	647	78.4	1,043	83.6
販売単価	22/3期	23.6	111.3	23.7	100.4	23.7	103.9
	21/3期	21.2	83.5	23.6	95.5	22.8	91.2
	20/3期	25.4	100.8	24.7	96.5	25.0	98.0

# 【ご参考：ファッション事業 2022年3月期実績】

## (3)商品別売上状況

(単位:百万円)

	21/3期	百分比(%)	22/3期	百分比(%)	対前期増減	前期比(%)
重衣料	32,098	37.6	34,436	38.8	2,337	107.3
中衣料	6,415	7.5	5,759	6.5	△656	89.8
軽衣料	25,730	30.1	25,830	29.1	99	100.4
レディース衣料	17,565	20.6	19,189	21.6	1,624	109.2
その他	3,577	4.2	3,427	4.0	△150	95.8
計	85,387	100.0	88,642	100.0	3,254	103.8

(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	22/3期	対前期増減	前期比(%)
326,875	321,867	△5,007	98.5

## (5)都道府県別店舗数の推移

	22/3期														
	出店数/退店数			期末店舗数				出店数/退店数			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	52	愛知県	/1	1	1/1	46	10	56	104
宮城県		/1	/1	9	4	13		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	/2		/2	41	10	51	福岡県				20		20		
千葉県	1/1	/1	1/2	37	7	44	長崎県				3		3		
東京都	/3	/4	/7	57	20	77	熊本県				5		5	35	
神奈川県	/1	/3	/4	49	18	67	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	57	合計	1/10	1/11	2/21	504	106	610	
石川県				8		8		(注)1:AOKIに「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店舗増加しています。							
福井県				3		3									
山梨県	/1		/1	5		5									
長野県				20		20									

# 【ご参考：ファッション事業 2023年3月期見通し】

## (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	23/3期(予)	10.8	4.3	8.0	4.2	△1.1	0.9	3.3
	19/3期比(コロナ前比)	△19.1	△21.9	△20.3	△10.8	△6.6	△8.3	△13.0
	22/3期(実)	△0.8	△10.5	△5.5	7.0	12.6	10.4	4.6
客数	23/3期(予)	9.7	3.4	6.9	3.1	△1.6	0.7	3.2
	22/3期(実)	△8.9	△23.5	△16.3	7.0	9.9	8.4	△3.1
客単価	23/3期(予)	1.0	0.9	1.0	1.0	0.5	0.2	0.0
	22/3期(実)	8.9	17.0	12.9	0.0	2.5	1.8	7.9

## (2) 商品別売上予想

	22/3期	百分比(%)	23/3期(予)	百分比(%)	対前期増減	前期比(%)
重衣料	34,436	38.8	32,121	35.7	△2,315	93.3
中衣料	5,759	6.5	6,051	6.7	291	105.1
軽衣料	25,830	29.1	28,000	31.1	2,169	108.4
レディース衣料	19,189	21.6	20,500	22.8	1,310	106.8
その他	3,427	4.0	3,328	3.7	△99	97.1
計	88,642	100.0	90,000	100.0	1,357	101.5

(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月期実績】

## 既存店 施行組数・一組単価

(単位:組、千円)

		上半期	前年 同期比 (%)	下半期	前年 同期比 (%)	年間	前期比 (%)
施行 組数	22/3期	1,320	492.5	1,053	92.4	2,373	168.7
	21/3期	268	13.3	1,139	60.1	1,407	36.0
	20/3期	2,017	96.4	1,894	86.7	3,911	91.4
一組 単価	22/3期	3,491	102.3	3,767	110.3	3,614	105.8
	21/3期	3,413	87.0	3,415	86.9	3,415	87.0
	20/3期	3,922	97.2	3,928	96.5	3,925	96.8

(注) 1:既存店対象施設:上半期 11店舗、下半期 10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 2023年3月期見通し】

## 既存店 施行組数・一組単価

(単位:組、千円)

		上半期	前年 同期比 (%)	下半期	前年 同期比 (%)	年間	前期比 (%)
施行 組数	23/3期(予)	1,305	104.7	1,493	147.5	2,798	123.9
	19/3期比(コロナ前比)		66.4		72.8		69.7
	19/3期(コロナ前)	1,966		2,051		4,017	
一組 単価	23/3期(予)	3,703	105.4	3,816	101.7	3,763	104.0
	19/3期比(コロナ前比)		91.5		94.0		92.8
	19/3期(コロナ前)	4,047		4,061		4,054	

- (注) 1:既存店対象施設:10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：エンターテイメント事業 2022年3月期実績】

(1)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

(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	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
	20/3期比	△19.4	△10.9	△12.7	△16.5	△13.6	△20.6	△27.5	△6.6	△18.6	△16.1	△17.6
	21/3期	△28.2	△21.1	△19.8	△31.0	△24.5	△31.2	△28.6	△14.3	△25.1	△24.8	△26.4
客数	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
	21/3期	△22.7	△7.2	△10.2	△21.6	△13.3	△25.6	△21.5	△5.4	△17.9	△15.6	△19.1
客単価	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
	21/3期	△7.1	△15.0	△10.6	△11.9	△12.9	△7.6	△9.0	△9.4	△8.8	△10.9	△9.1



# 【ご参考：エンターテインメント事業 2022年3月期実績】

## (2)快活CLUB:既存店増収率、客数・客単価の増加率

(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	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
	20/3期比	△16.2	△9.9	△9.9	△10.8	△10.2	△14.0	△17.4	△4.3	△12.1	△11.2	△13.7
	21/3期	△26.0	△20.8	△16.5	△21.4	△19.7	△21.7	△21.2	△11.6	△18.4	△19.0	△22.5
客数	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
	21/3期	△20.4	△5.3	△7.5	△14.4	△9.1	△19.1	△17.3	△5.7	△14.2	△11.8	△16.0
客単価	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
	21/3期	△7.2	△16.4	△9.7	△8.1	△11.6	△3.3	△4.7	△6.3	△4.8	△8.2	△7.7

## (3)快活CLUB:既存店売上構成比

(単位:%)

		21/3期	22/3期	前期差
既存店	ルーム売上	87.9	88.6	+0.7pt
	飲食売上	9.4	8.8	△0.6pt
	その他売上	2.7	2.6	△0.1pt

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2022年3月期実績】

## (4)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	10月	11月	12月	3Q	1月	2月	3月	4Q	下半期	通期
売上高	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
	20/3期比	△43.1	△14.2	△20.7	△26.9	△22.0	△40.8	△64.1	△15.7	△41.1	△30.3	△33.9
	21/3期	△36.9	△22.2	△30.0	△49.5	△37.4	△60.2	△55.0	△24.6	△48.5	△42.4	△40.0
客数	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
	21/3期	△34.0	△15.5	△21.0	△44.8	△28.9	△52.3	△40.0	△4.0	△33.8	△31.2	△32.5
客単価	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
	21/3期	△4.5	△7.9	△11.5	△8.5	△11.9	△16.4	△25.1	△21.4	△22.2	△16.2	△11.2

## (5)コート・ダジュール：既存店売上構成比

(単位：%)

		21/3期	22/3期	前期差
既存店	ルーム売上	56.4	59.7	+3.3pt
	飲食売上	43.1	39.9	△3.2pt
	その他売上	0.5	0.4	△0.1pt

## (6)都道府県別店舗数の推移

	22/3期																			
	出店数/退店数				期末店舗数					出店数/退店数				期末店舗数						
	快活 CLUB	コート・ ダジュール	FIT24	合計	快活 CLUB	コート・ ダジュール	FIT24	合計		快活 CLUB	コート・ ダジュール	FIT24	合計	快活 CLUB	コート・ ダジュール	FIT24	合計			
北海道	1		3	4	15		7	22	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	76	大阪府	1/3			1/3	38	5	1	44	130	
宮城県	1		1	2	10	6	2	18		兵庫県			1	1	19	3	3	25		
秋田県	/1			/1	4		1	5		奈良県					4			4		
山形県			2	2	5	1	2	8		和歌山県			1	1	4		1	5		
福島県	1		2	3	8	1	2	11		鳥取県					2			2		
茨城県	1/2		3	4/2	13	2	4	19		島根県					2			2		
栃木県					6	1		7		岡山県					7	2		9		
群馬県	/1			/1	11	1	3	15	275	広島県	/1			/1	11		1	12		九州・ 四国・ 沖縄
埼玉県	4/2		5	9/2	41	1	9	51		山口県	1		1	2	7		2	9		
千葉県	3/1	/1	7	10/2	32	3	11	46		徳島県					3			3		
東京都	4/1	/1	3	7/2	40	22	5	67		香川県	/1			/1	4		1	5		
神奈川県	2/2	/1	4	6/3	33	28	9	70		愛媛県			1	1	2		1	3		
新潟県					8	3	1	12		高知県	1		2	3	1		2	3		
富山県					5	2		7		甲信越・ 北陸	福岡県	1		1	2	19	2	4	25	
石川県			1	1	6	6	1	13	佐賀県						3			3		
福井県					3	6	1	10	66	長崎県	1/1		1	2/1	3		1	4	75	
山梨県					3	2		5		熊本県	1/1			1/1	9		1	10		
長野県	1/1		2	3/1	9	6	4	19		大分県					3			3		
岐阜県					7			7		東海	宮崎県					3				3
静岡県	1/1			1/1	17	4	4	25	鹿児島県						5			5		
愛知県	/1		2	2/1	34	5	3	42	86	沖縄県	1			1	7		1	8		
三重県					12			12		合計	29/21	/4	45	74/25	504	113	91	708		

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2023年3月期見通し】

## (1)エンターテインメント事業：既存店 売上高・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	23/3期(予)	14.0	7.8	10.7	0.9	11.8	6.2	8.4
	19/3期(コロナ前比)	△7.2	△13.5	△10.6	△15.0	△10.7	△12.8	△11.7
	22/3期(実)	20.7	9.3	14.0	13.7	6.7	10.2	11.9
客数	23/3期(予)	14.9	8.4	11.5	1.6	11.5	6.6	9.0
	22/3期(実)	23.1	7.6	13.8	6.4	5.0	5.7	9.3
客単価	23/3期(予)	△0.8	△0.6	△0.7	△0.8	0.3	△0.3	△0.5
	22/3期(実)	△1.9	1.6	0.1	6.9	1.6	4.3	2.4

## (2)快活CLUB：既存店 売上高・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	23/3期(予)	10.1	5.7	7.8	1.7	5.8	3.8	5.8
	19/3期(コロナ前比)	△3.9	△10.3	△7.4	△9.7	△7.6	△8.6	△8.0
	22/3期(実)	23.2	11.1	16.0	11.2	5.6	8.3	11.9
客数	23/3期(予)	11.1	6.4	8.6	2.0	5.8	3.9	6.3
	22/3期(実)	24.2	8.2	14.6	5.0	5.1	5.0	9.5
客単価	23/3期(予)	△0.9	△0.6	△0.7	△0.3	0.0	△0.1	△0.4
	22/3期(実)	△0.8	2.7	1.2	5.9	0.5	3.1	2.2

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2023年3月期見通し】

## (3)コート・ダジュール:既存店 売上高・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	23/3期(予)	53.8	41.3	48.6	△3.1	55.8	19.7	28.4
	19/3期(コロナ前比)	△16.2	△22.2	△19.4	△26.9	△18.8	△23.0	△21.3
	22/3期(実)	△5.6	△10.6	△8.5	24.4	14.2	20.5	11.8
客数	23/3期(予)	58.3	44.2	52.3	△1.0	59.5	25.8	35.0
	22/3期(実)	9.6	△0.7	3.5	14.5	3.8	9.7	7.9
客単価	23/3期(予)	△2.8	△2.0	△2.5	△2.1	△2.4	△4.9	△4.9
	22/3期(実)	△13.8	△10.0	△11.6	8.7	10.0	9.8	3.6