AOKI Holdings

2015年3月期
決算説明会

2015年5月22日　株式会社AOKIホールディングス

AOKI　ORIHICA　ANNIVERSAIRE　カラオケ COTE D'AZUR コート・ダジュール　快活CLUB　快活フィットネスCLUB

目　次

AOKIグループの事業ポートフォリオ経営について 3
事業ポートフォリオを構成する3事業 4
2015年3月期業績報告 5
2015年3月期が残した課題 6
2016年3月期：業績予想 7
事業ポートフォリオが支える持続的成長 8
経営指標の中期的目標 9
株主還元について：配当と自己株式取得・消却 10
コーポレートガバナンス・コードについて 11
2015年3月期　業績の概要 12
連結損益の状況 13
事業別売上高・営業利益実績 14
連結貸借対照表の主な増減 15
連結キャッシュ・フロー計算書 16
出退店実績／設備投資額実績 17
2016年3月期　業績予想 18
連結損益の見通し 19
事業別売上高・営業利益見通し 20
出退店の見通し／設備投資額の見通し 21
連結損益の見通し－第2四半期累計 22
ファッション事業―実績と見通し 23
2015年3月期業績の概要 24
2016年3月期の見通し 28
AOKI：2016年3月期に向けた取組み 29
ORIHICA：2016年3月期に向けた取組み 32
成長戦略 33
アニヴェルセル・ブライダル事業―実績と見通し 34
特色と業界におけるポジション 35
2015年3月期業績の概要 36
経営効率指標 37
2016年3月期の見通し 38
成長に向けての取組み 39
エンターテイメント事業―実績と見通し 41
展開する施設：カラオケルーム 42
2015年3月期業績の概要：カラオケルーム 43
既存店の状況：カラオケルーム 44
2016年3月期の見通し：カラオケルーム 45
展開する施設：複合カフェ 46
2015年3月期業績の概要：複合カフェ 47
既存店の状況：複合カフェ 48
2016年3月期の見通し：複合カフェ 49
積極的な市場シェアの拡大 50
補足資料 51
2015年3月期 連結営業実績・主要経費の内訳 52
2016年3月期 第2四半期 連結業績見通し 54
2016年3月期 連結業績見通し・主要経費の内訳 55
ご参考：ファッション事業2015年3月期 実績 57
ご参考：ファッション事業2016年3月期 計画 60
ご参考：エンターテイメント事業2015年3月期 実績 61
ご参考：エンターテイメント事業2016年3月期 計画 64

AOKIグループの
事業ポートフォリオ経営について

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、近年都心出店にも注力（写真はAOKI銀座店）。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。

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、カフェ＆レストラン、ショコラやフラワーなどのギフトショップを兼ね備えた記念日の館。

アニヴェルセル

全国14ヵ所に展開する、花と緑に囲まれたヨーロピアン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。2014年2月、旗艦店「みなとみらい横浜」がオープン。

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。

カラオケルーム：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カラオケ・パーティースペース。毎日の暮らしに楽しいひと時を提供（右写真はファミリールーム）。

複合カフェ：快活CLUB

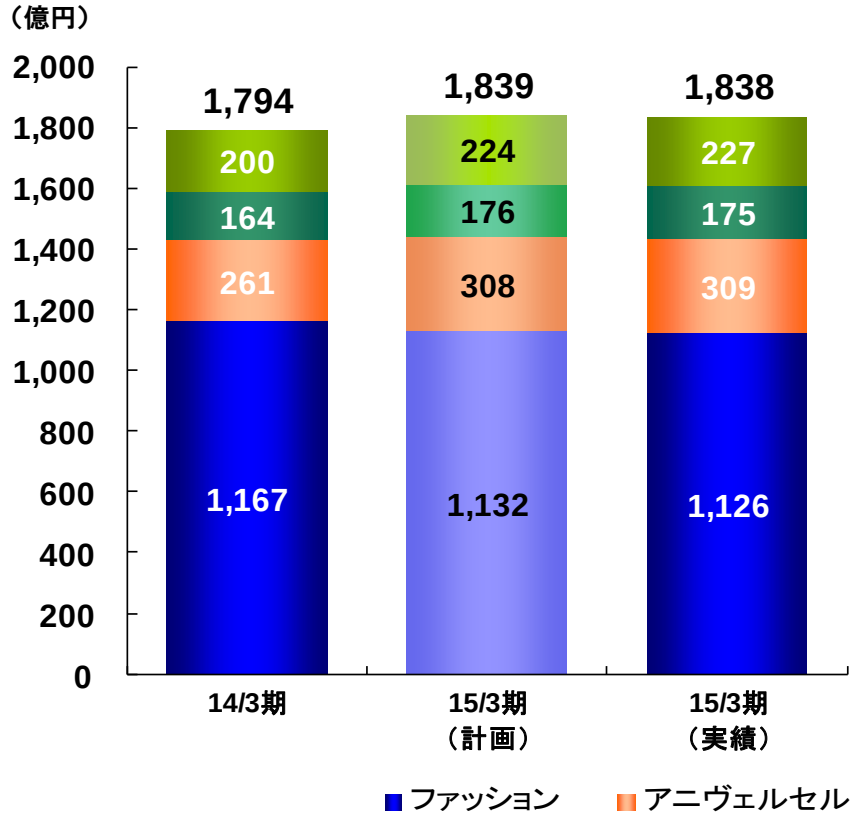
バリ島の雰囲気を基調に“癒し”を提供する複合カフェ。一人で静かに休みたい、気分転換をしたいという方に快適な空間を提供。横浜北山田店では、フィットネス、カラオケスペース、シミュレーションゴルフ練習場も展開。

2015年3月期：業績報告

新規出店、アニヴェルセル みなとみらい横浜の通年寄与により増収の一方、会社計画は達成するもファッション事業の既存店減収により減益

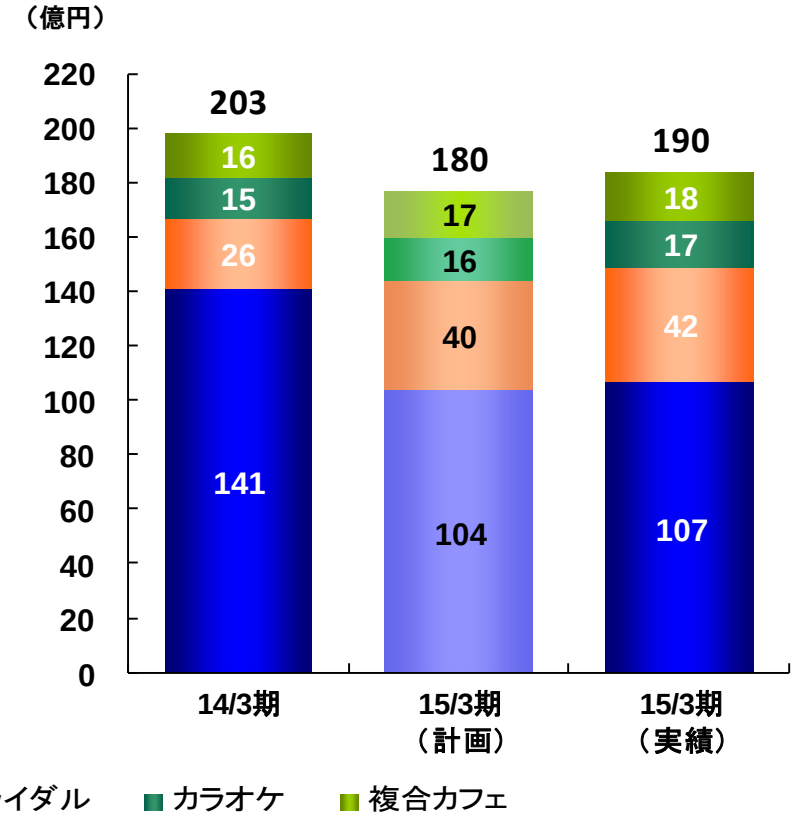
売上高

- ファッション事業は小幅減収
- ファッション以外の事業はいずれも増収で、グループ全体でほぼ計画どおり



営業利益

- ファッション事業は計画比微増ながらも減益
- アニヴェルセル・ブライダル事業で大幅増益



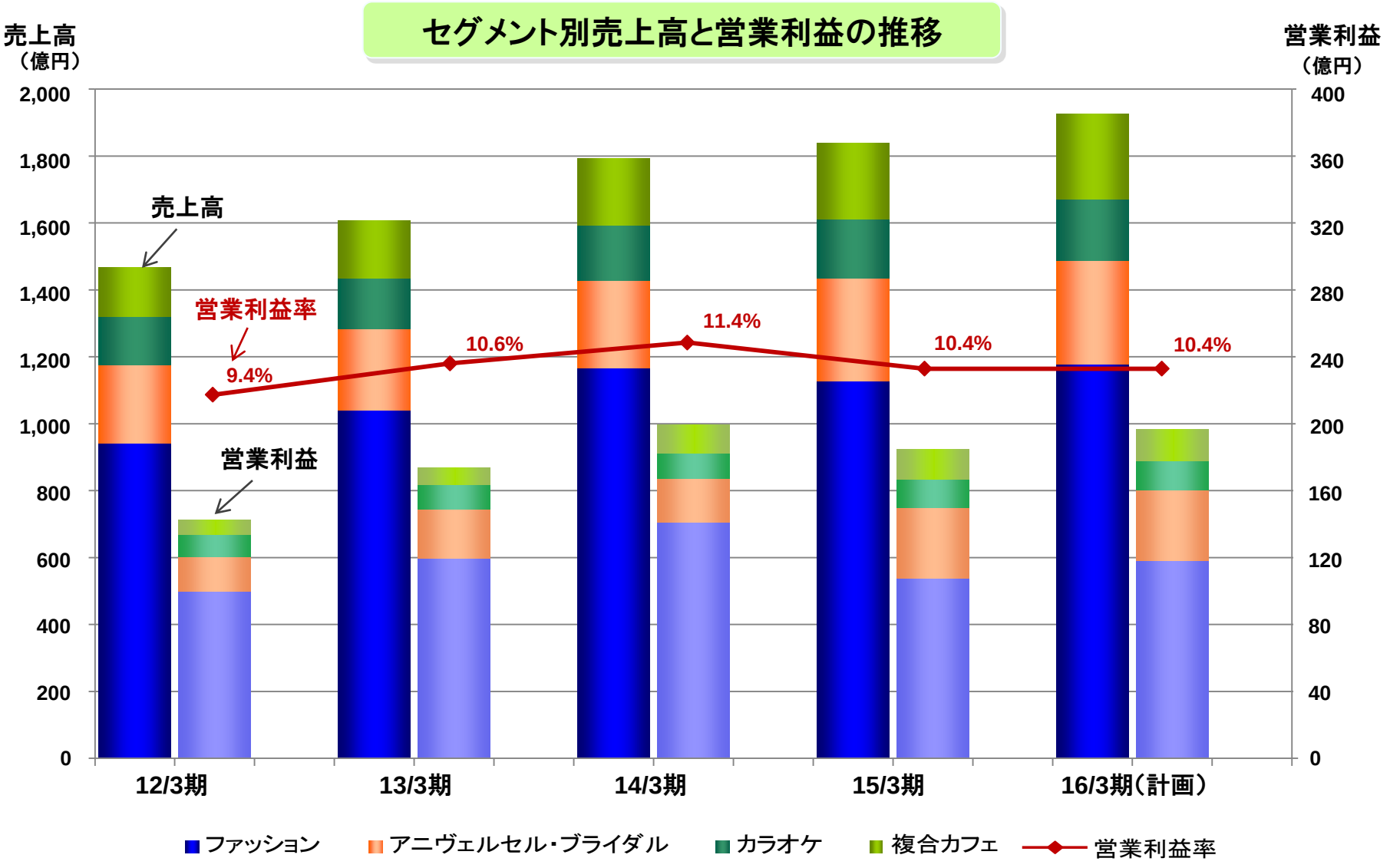
■ ファッション　■ アニヴェルセル・ブライダル　■ カラオケ　■ 複合カフェ

2015年3月期が残した課題

事業セグメント	業界概要と市場環境	想定との差異	今期への改善と今後の課題
ファッション	・市場成熟度高い ・専門店4社でスーツ市場の約2/3 ・人口減少の中、各社出店増、店舗数増加 ・少子高齢化、団塊世代退職等人口構造変化、ビジネススタイルのカジュアル化、スーツ市場拡大ポテンシャル小さい ・女性（キャリア層）・高齢者の労働力増加にチャンス	・消費税増税の影響が想定以上、一般マーケット消費の低迷 ・20-30代ビジネス商品の苦戦 ・更なるクールビズ浸透で、一部商品が販売苦戦 ・リクルート商戦後ろ倒しで、前期比マイナス ・オープン2年目店の苦戦	環境変化への対応と差別化の徹底 ・リニューアル強化等で既存店活性化と、店舗モデル標準化 ・スーツ売上維持と商品プロモーション磨き上げ ・レディス、ビジカジ、団塊世代への取り組み ・スタイリスト制度の進化 ・AOKI、ORIHICAの出店戦略明確化と、好物件確保
アニヴェルセル・ブライダル	・婚姻件数は減少傾向 ・「なし婚」の増加や少子化で、市場規模は今後横ばい予想 ・一部高価格帯の婚礼が人気 ・ゲストハウスウェディングのシェアは引き続き上昇	・消費税増税前駆込みの反動 ・自社内競合	既存店活性化による差別化徹底 ・各施設魅力アップのための改装 ・各店舗のコンセプトを明確にした販促訴求 ・営業効率改善による経費コントロール強化 ブランドイメージの更なる構築 ・サービス・コンシェルジュ部門の強化
カラオケ	・市場規模、参加人口は横ばい ・大手チェーンの出店増加 ・飲食メニューを各社充実するも競争激化	・2次会減少などで、夜の会社員需要が継続的に減少 ・郊外型店舗の客数減少	既存店の活性化 ・リニューアル実施と飲食メニューの強化 ・優秀な人財確保 時代に即応した施設活用の検討 ・カラオケ以外の活用
複合カフェ	・店舗数増加、競争激化で成長ペース鈍化 ・業界の健全性、社会的イメージ向上が課題に ・提供するコンテンツ充実・拡充、人的サービス向上の必要性	大きな差異なく、依然として下記が課題として継続 ・既存店の収益力確保 ・出店条件に見合う物件の確保 ・高い成長ポテンシャル継続	既存店の活性化 ・リニューアル実施とフードメニューの強化 ・優秀な人財確保 出店方針 ・未出店県でドミナント化、駅前立地出店を開始

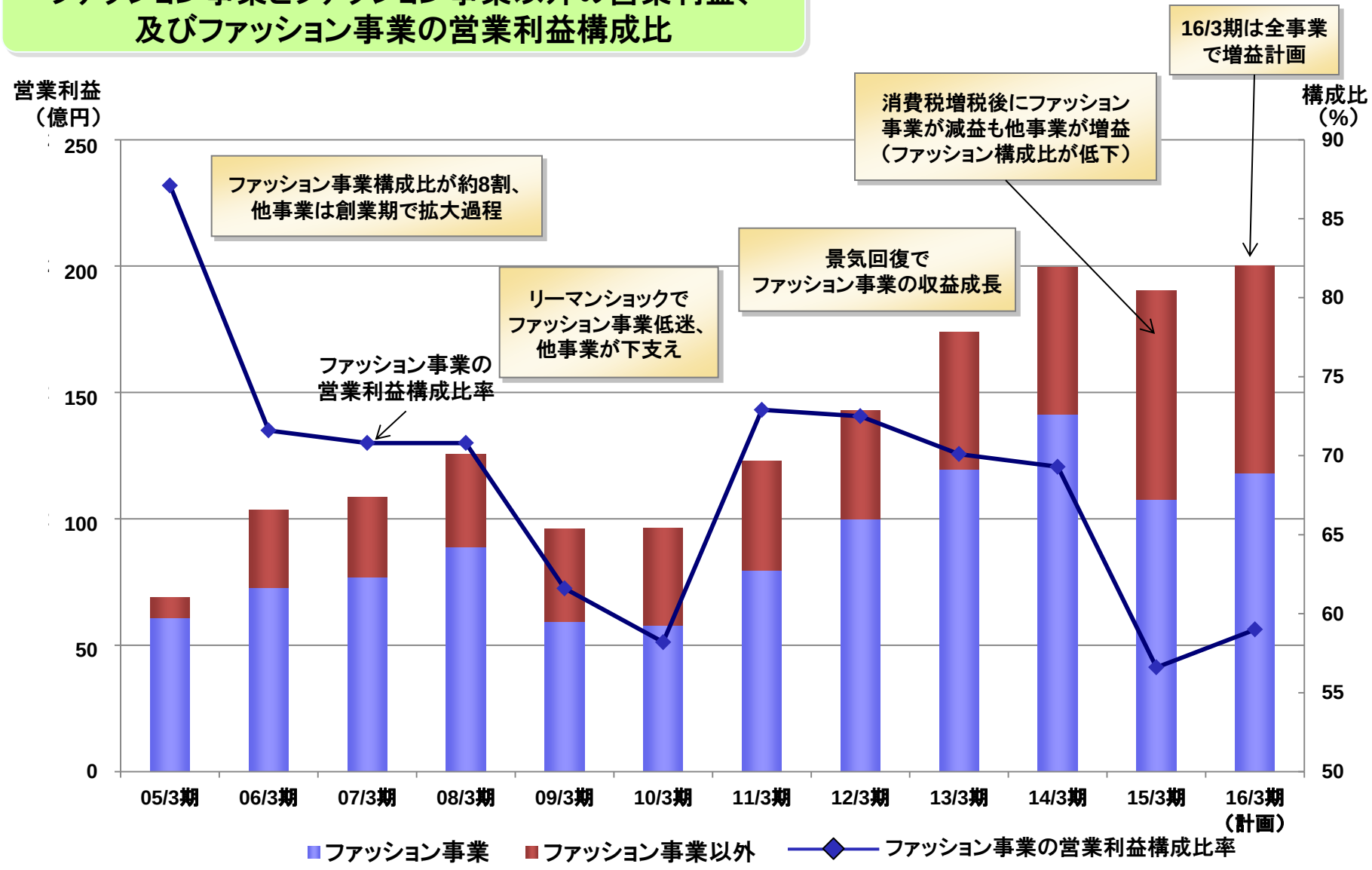
2016年3月期：業績予想

各事業で今期の課題実施により、連結で増収増益を予想



事業ポートフォリオが支える持続的成長

ファッション事業とファッション事業以外の営業利益、及びファッション事業の営業利益構成比



経営指標の中期的目標

**グループ全体で安定的成長路線を確保し、
中期的目標の経営指標達成を目指す**

＜2015/3期実績＞

指標	水準
営業利益率	10.4%
株主資本当期純利益率	7.5%
1株当たり当期純利益	111.70円

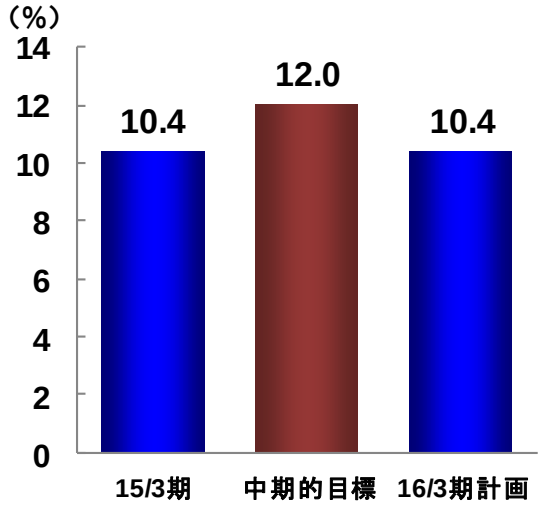
＜中期的目標＞（2014年5月設定）

指標	水準
営業利益率	12.0%
株主資本当期純利益率	10.0%
1株当たり当期純利益	180.00円

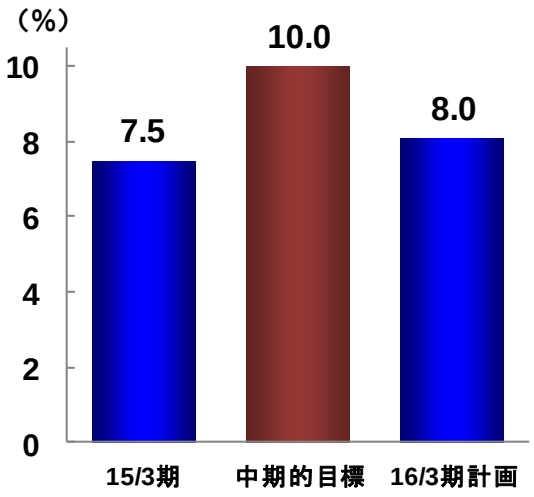
＜2016/3期計画＞

指標	水準
営業利益率	10.4%
株主資本当期純利益率	8.0%
1株当たり当期純利益	123.93円

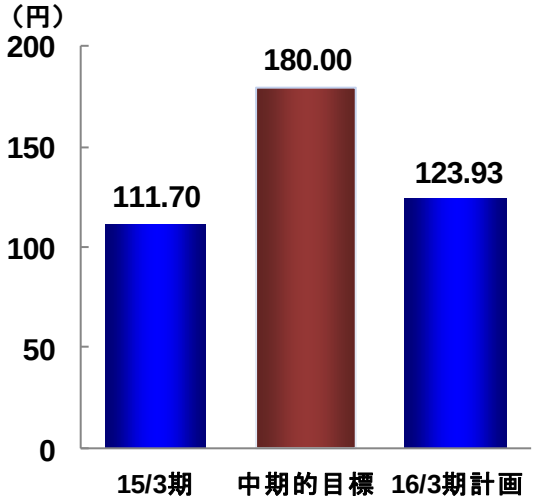
営業利益率



株主資本当期純利益率（ROE）

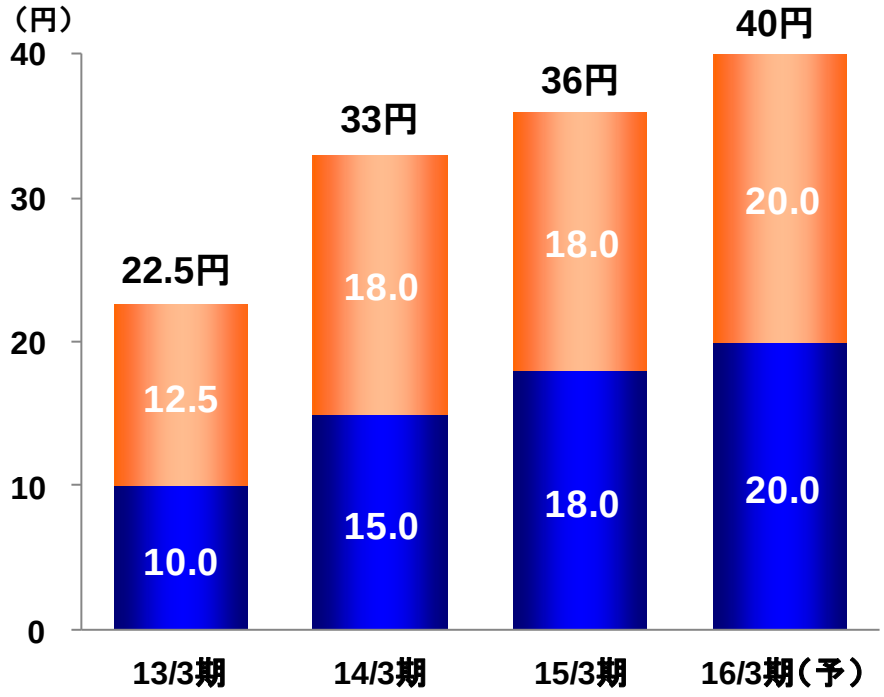


1株当たり当期純利益（EPS）



株主還元について：配当と自己株式取得・消却

2016年3月期年間配当金は、36円から40円に増配の予定



	2Q末	期末	年間
2013/3期	10.0	12.5	22.5
2014/3期	15.0	18.0	33.0
2015/3期	18.0	18.0	36.0
2016/3期（予）	20.0	20.0	40.0

2014年1月1日に1株を2株に分割、表記の数値はいずれも分割調整済み

安定配当を基本に、配当性向「30%」を目標として利益還元を行う方針を継続

2015年5月8日に自己株式取得と消却を決定

120万株（上限）、25億円（上限）の自己株式の取得を予定、うち1/2を消却予定

取得期間：　2015年5月11日～9月15日
消却予定日：　2015年9月30日

コーポレートガバナンス・コードについて

ROEの向上

ROEの中期的目標：10.0%　（2015/3期実績：7.5%）

- 各事業において相当数の新規出店を継続しシェア拡大を目指す
- 営業利益率はグループ連結で12%以上を目標に設定
- 事業ポートフォリオにより、ダイナミック、かつ効率的なグループ収益体制を目指す

株主還元、配当性向に関する方針

- 安定配当を基本に配当性向30%を目標に還元
- 設備投資、内部留保とのバランスと資金の状況を見ながら自己株式の取得・消却も機動的に実施

社外取締役

現在の社外取締役：　稲垣　稔
新任社外取締役候補
（2015年6月26日付予定）：　尾原　蓉子
（現　一般社団法人　ウィメンズ・
エンパワメント・イン・ファッション代表理事）

社外取締役は2名体制に

社外監査役

現在の社外監査役：　渡邉　一正
新任社外監査役候補
（2015年6月26日付予定）：　發知　敏雄
（現　公認会計士）

社外監査役は2名体制に

独立役員は4名体制に

2015年3月期

業績の概要

連結損益の状況

（単位：百万円）

科目／期別	14/3期	15/3期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	179,443	183,805	4,361	102.4	ファッション事業既存店の減収
売上総利益 売上総利益率	87,792 48.9%	86,785 47.2%	△1,006 △1.7ポイント	98.9	ファッション事業で△0.2ポイント
販売費・一般管理費	67,401	67,757	355	100.5	
営業利益 営業利益率	20,390 11.4%	19,028 10.4%	△1,362 △1.0ポイント	93.3	ブライダル事業で貢献大も、消費税増税の影響でファッション事業が減益
営業外収益	1,774	1,173	△600	66.2	
営業外費用	1,299	1,287	△11	99.1	
経常利益	20,865	18,914	△1,951	90.6	
特別利益	5	―	△5	―	
特別損失	2,449	1,942	△506	79.3	主に減損損失
当期純利益	10,684	10,185	△499	95.3	

- 減価償却額：7,188百万円（内リース資産　1,704百万円含む）
- 既存店売上高増収率　ファッション：△8.3%　カラオケ：△2.0%　複合カフェ：+4.6%

事業別売上高・営業利益実績

事業別売上高

（単位：百万円）

事業		14/3期	15/3期	増減	対比 (%)	主な増減要因
計		179,443	183,805	4,361	102.4	
	ファッション	116,770	112,675	△4,094	96.5	既存店の減収
	アニヴェルセル・ブライダル	26,139	30,917	4,777	118.3	みなとみらい横浜の通年寄与
	エンターテイメント(トータル)	36,552	40,237	3,685	110.1	
	(内)カラオケ	16,460	17,523	1,063	106.5	新店の寄与
	(内)複合カフェ	20,092	22,714	2,621	113.0	新店の寄与と既存店の増収

事業別営業利益

（単位：百万円）

事業		14/3期	15/3期	増減	対比(%)	主な増減要因
計		20,390	19,028	△1,362	93.3	
	ファッション	14,149	10,773	△3,376	76.1	既存店の減収
	アニヴェルセル・ブライダル	2,619	4,205	1,585	160.5	みなとみらい横浜の通年寄与
	エンターテイメント(トータル)	3,208	3,518	310	109.7	
	(内)カラオケ	1,530	1,712	182	111.9	増収効果
	(内)複合カフェ	1,678	1,806	128	107.6	増収効果
	セグメント間取引等	468	531	62	113.3	

(注)従来「その他」に含まれていた「発電事業」について
管理区分の変更により、各事業に含めて記載。14/3期についても変更後の区分方法で記載。

連結貸借対照表の主な増減

（単位：百万円）

科目／期別	14/3期	15/3期	増減	主な増減要因
流動資産	66,003	73,769	7,765	
現金・預金	22,619	29,226	6,606	長期借入による増加
たな卸資産	22,751	26,476	3,724	新規出店等による増加
固定資産	146,752	156,396	9,644	
有形固定資産	101,032	108,308	7,276	土地の取得及び新規出店等による増加
無形固定資産	5,675	6,550	874	
投資その他の資産	40,043	41,538	1,494	
資産合計	212,755	230,166	17,410	
流動負債	46,678	43,397	△3,281	1年内返済予定の長期借入金の減少
買掛金	20,224	19,867	△357	
1年内返済予定の長期借入金	8,086	4,450	△3,636	
固定負債	34,793	47,093	12,300	
長期借入金	22,275	35,325	13,050	設備投資のための長期借入175億円
負債合計	81,472	90,491	9,018	
資本金	23,282	23,282	―	
資本剰余金	28,757	28,757	0	
利益剰余金	79,029	86,658	7,629	当期純利益及び余剰金の配当
自己株式	△43	△45	△1	
その他包括利益累計額	257	1,021	763	
純資産合計	131,283	139,675	8,391	
負債純資産合計	212,755	230,166	17,410	

連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

科目／期別	14/3期	15/3期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	15,613	18,685	3,072	消費税の支払減少　884百万円 法人税等の支払減少　1,255百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△19,390	△16,324	3,065	有形固定資産取得の減少　2,455百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	4,000	4,245	245	自己株式処分による収入の減少 △11,829百万円 設備資金のための長期借入の増加 12,500百万円
現金及び現金同等物の 増減額	223	6,606	6,383	
期首残高	22,396	22,619	223	
期末残高	22,619	29,226	6,606	

出退店実績／設備投資額実績

（単位：店、百万円）

セグメント	店舗名	14/3期			15/3期		
		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	521	65	4	557	39	3
	ORIHICA	131	26	1	141	11	1
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	14	1	ー	14	ー	ー
カラオケ	コート・ダジュール	159	16	ー	169	10	ー
複合カフェ	快活CLUB他※	228	18	1	260	32	ー
合　　計		1,053	126	6	1,141	92	4
設 備 投 資 額		19,660			16,068		

※ 快活フィットネスCLUB含む

（単位：百万円）

設備投資額内訳	14/3期	15/3期
ファッション	7,830	5,211
アニヴェルセル・ブライダル	5,021	872
カラオケ	2,895	1,752
複合カフェ	2,533	3,414
連結合計	19,660	16,068

2016年3月期
業績予想

連結損益の見通し

（単位：百万円）

科目／期別	15/3期	16/3期 予	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	183,805	192,620	8,814	104.8	新規出店の寄与と既存店の増収
売上総利益 売上総利益率	86,785 47.2%	91,350 47.4%	4,564 +0.2ポイント	105.3	ファッション事業で0.8ポイント改善
販売費・一般管理費	67,757	71,350	3,592	105.3	新規出店費用、ファッション事業の改装費用が増加
営業利益 営業利益率	19,028 10.4%	20,000 10.4%	971 +0ポイント	105.1	売上総利益率の改善と既存店の増収
営業外収益	1,173	1,100	△73	93.7	
営業外費用	1,287	1,200	△87	93.2	
経常利益	18,914	19,900	985	105.2	
特別利益	―	―	―	―	
特別損失	1,942	1,650	△292	85.0	主に減損損失
当期純利益	10,185	11,300	1,114	110.9	

前 提 条 件

- 減価償却額　7,900百万円（内リース資産　1,708百万円含む）
- 既存店売上高増収率　ファッション　：上期 +2.8%　下期+1.6%　通期+2.1%
  カラオケ　：上期 +0.8%　下期+0.6%　通期+0.7%　複合カフェ：上期+0.6%　下期+1.0%　通期+0.8%

事業別売上高・営業利益見通し

事業別売上高

（単位：百万円）

事業	15/3期	16/3期 予	増減	対比(%)
計	183,805	192,620	8,814	104.8
ファッション	112,675	117,700	5,024	104.5
アニヴェルセル・ブライダル	30,917	31,000	82	100.3
エンターテイメント(トータル)	40,237	43,950	3,712	109.2
(内)カラオケ	17,523	18,450	926	105.3
(内)複合カフェ	22,714	25,500	2,785	112.3

事業別営業利益

（単位：百万円）

事業	15/3期	16/3期 予	増減	対比(%)
計	19,028	20,000	971	105.1
ファッション	10,773	11,800	1,026	109.5
アニヴェルセル・ブライダル	4,205	4,250	44	101.1
エンターテイメント(トータル)	3,518	3,600	81	102.3
(内)カラオケ	1,712	1,730	17	101.0
(内)複合カフェ	1,806	1,870	63	103.5
セグメント間取引等	531	350	△181	65.9

出退店の見通し／設備投資額の見通し

（単位：店、百万円）

セグメント	店舗名	15/3期			16/3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	557	39	3	569	14	2
	ORIHICA	141	11	1	150	11	2
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	14	―	―	14	―	―
カラオケ	コート・ダジュール	169	10	―	179	10	―
複合カフェ	快活CLUB他※	260	32	―	290	30	―
合　　計		1,141	92	4	1,202	65	4
設 備 投 資 額		16,068			11,850		

※ 快活フィットネスCLUB含む

（単位：百万円）

設備投資額内訳	15/3期	16/3期　予
ファッション	5,211	4,410
アニヴェルセル・ブライダル	872	1,030
カラオケ	1,752	2,490
複合カフェ	3,414	3,840
連結合計	16,068	11,850

連結損益の見通し－第２四半期累計

（単位：百万円）

科目／期別	15/3期 第2四半期	16/3期 第2四半期　予	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	78,213	82,980	4,766	106.1	新規出店の寄与と既存店の増収
売上総利益 　売上総利益率	34,567 44.2%	36,710 44.2%	2,142 +0ポイント	106.2	ファッション事業で1.0ポイント改善
販売費・一般管理費	32,052	34,060	2,007	106.3	新規出店費用、ファッション事業の改装費用が増加
営業利益 　営業利益率	2,515 3.2%	2,650 3.2%	134 △0ポイント	105.4	
営業外収益	622	560	△62	90.0	
営業外費用	633	650	16	102.6	
経常利益	2,504	2,560	55	102.2	
特別利益	―	―	―	―	
特別損失	417	150	267	35.9	
四半期純利益	1,449	1,520	70	104.8	

前 提 条 件

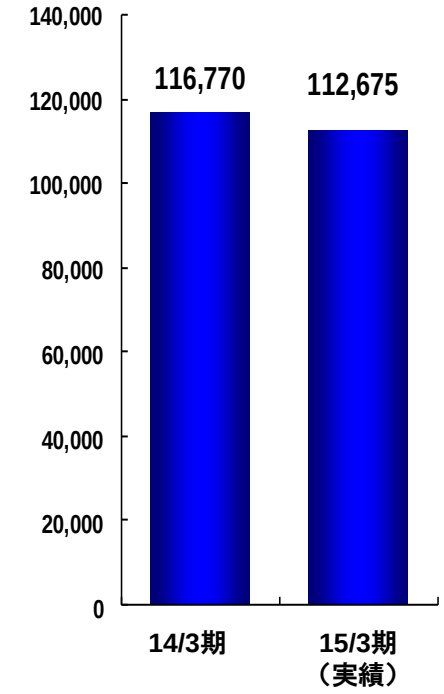
- 第2四半期累計既存店売上高増収率　ファッション：+2.8%　カラオケ：+0.8%　複合カフェ：+0.6%
- 第2四半期累計出店数　ファッション：14店舗（前年同期比　△8店舗）
  カラオケ　：　6店舗（前年同期比　△1店舗）　複合カフェ：20店舗（前年同期比　+3店舗）

ファッション事業

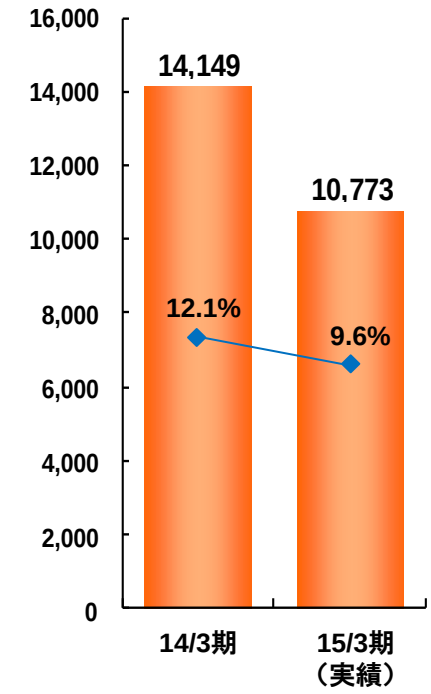
2015年3月期実績と2016年3月期の見通し

消費税率引き上げの影響等により減収減益

売上高



営業利益と営業利益率



■ 売上高：前期比　96.5%

- ◆既存店の減収：△8.3%
- ◆重衣料（スーツ・フォーマル）の消費税率引き上げの影響による売上苦戦
- ◆新規出店：50店舗
  （AOKI：39店舗、ORIHICA:11店舗）

■ 営業利益：前期比　76.1%

- ◆売上総利益率：前期比 △0.2ポイント
  - ●コスト上昇も1品単価上昇によりほぼ横ばい
- ◆販売管理費：前期比 101.0%
  - ●店舗数の増加による地代家賃、減価償却費、水道光熱費、人件費等の増加

（単位：百万円）

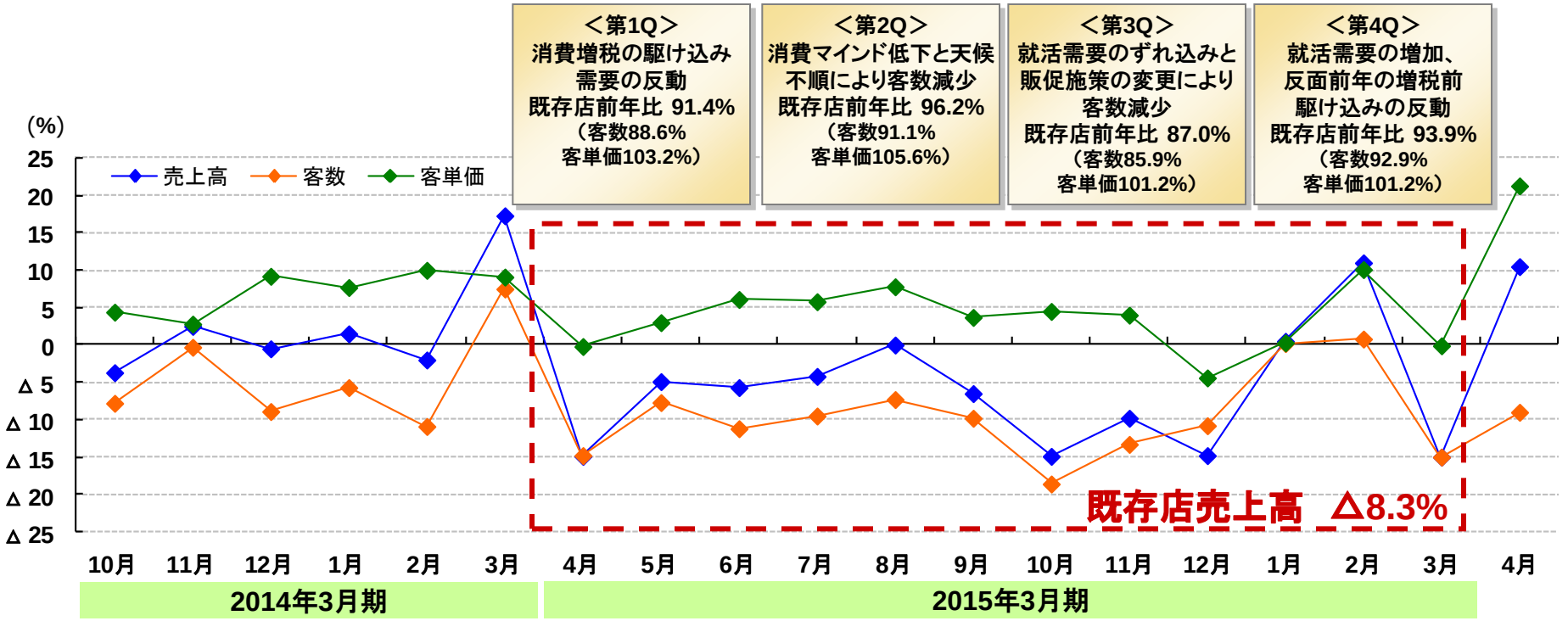
	15/3期		
		前期比%	売上比%
売上高	112,675	96.5	100.0
売上総利益	69,409	96.1	61.6
販売管理費	58,636	101.0	52.0
営業利益	10,773	76.1	9.6
期末店舗数	698		

AOKI　横浜みなとみらい店

ORIHICA　川崎 ラ チッタデッラ店

通期の既存店売上高は前期比△8.3%　消費税率引き上げの影響は内△6.7%と推定

2015年3月期の月別前年同期比増加率推移



	14/4	14/5	14/6	14/7	14/8	14/9	14/10	14/11	14/12	15/1	15/2	15/3	通期	15/4
既存店売上高（%）	△14.9	△4.9	△5.7	△4.2	0.0	△6.5	△14.9	△9.8	△14.8	+0.5	+11.0	△15.0	△8.3	+10.4
客　　数(%)	△14.8	△7.7	△11.2	△9.5	△7.3	△9.8	△18.6	△13.3	△10.8	+0.2	+0.8	△14.9	△10.9	△9.0
客　単　価(%)	△0.2	+3.0	+6.1	+5.8	+7.8	+3.7	+4.5	+4.0	△4.4	+0.3	+10.1	△0.1	+2.9	+21.3
平年気温との差異(℃)(東京)	+0.4	+1.4	+1.3	+1.0	+0.3	- 0.6	+1.6	+2.1	-0.9	+0.6	0.0	+1.6	―	+0.6

減収するも営業利益確保の施策が奏功、営業利益計画は達成

消費税率引き上げ等の影響

	通期
既存店客数前期比	89.1%

＝

スーツ・フォーマルの販売着数の減少

	通期
スーツ販売着数（万着）	129.6
前期比	83.5%
フォーマル販売着数（万着）	33.8
前期比	89.6%

下半期から戦略を転換

セールによる売上高の確保
⇒営業利益の確保へ

あなたのスタイリスト
AOKI
コンセプトを変更

スタイリストの磨き上げによる既存店客単価の増加

	通期
既存店客単価前期比	102.9%

高付加価値商品、ロイヤルブランド商品の販売強化により、1品単価の上昇

	通期
スーツの1品単価	26,600円
前期比	107.7%

商品構成の強化、雑誌とのコラボ及びテレビCM効果によりレディス商品は堅調に推移

	前期比
レディス	108.0%
レディスフォーマル	136.8%

経費コントロールの実施

	計画差
人件費	約　△5.9億円
広告宣伝費	約　△5.6億円

「あなたのスタイリスト」とは

第一成長期
スタイリスト制度設立～浸透期
（0～約1,700名）

第二成長期
スタイリスト深耕期
（約1,700名～約2,900名）

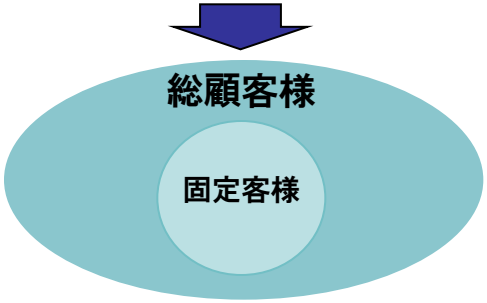
おほめのお葉書年間5万通以上

第三成長期
スタイリスト進化期
（約2,900名～）

2004 | 2008 | 2009 | 2013 | 2014 | 2015

「スタイリスト」の定義

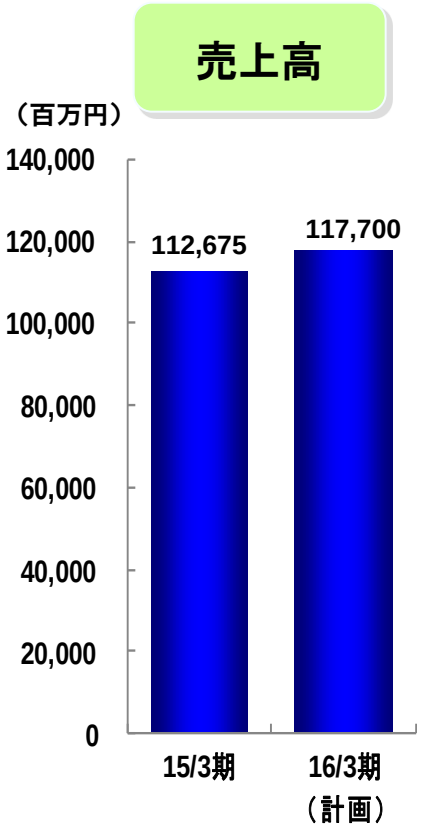
①お客様お1人おひとりにベストなスタイリングを提案できる人財
②接客力 X 販売技術力 X 知識力を兼ね備えた人財

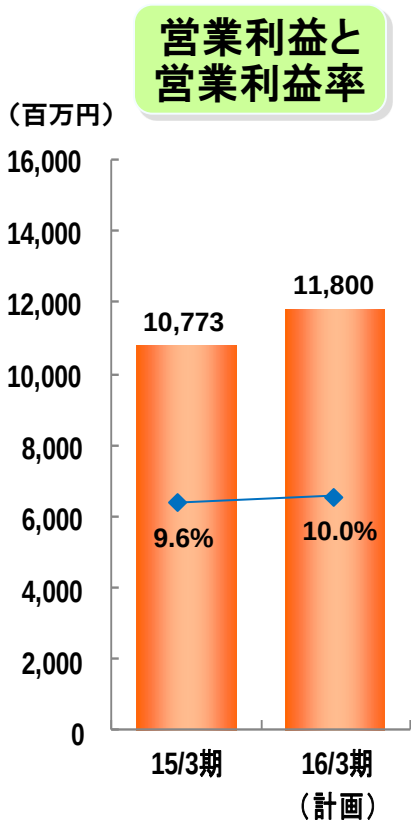


今後進化する「スタイリスト」の定義

発　信　力 ： コト販売手法の学習徹底による潜在ニーズキャッチ
×
コンテンツ力： 新顧客管理システムの活用によるお客様情報管理
×
商　品　力 ： 核商品のセールストーク習得による正確な情報提供

既存店増収、売上総利益率の改善により増収増益予想





（単位：百万円）

	16/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	117,700	104.5	100.0
売上総利益	73,450	105.8	62.4
販売管理費	61,650	105.1	52.4
営業利益	11,800	109.5	10.0
期末店舗数	719		

■ 売上高：前期比 104.5%

◆ 既存店増収率計画

- 通期：+2.1%
  （上半期：+2.8%　下半期：+1.6%）

◆ 新規出店

- AOKI：14店舗（上半期：4　下半期：10）
- ORIHICA：11店舗（上半期：10　下半期：1）

■ 営業利益：前期比 109.5%

◆ 売上総利益率の改善

前期比：+0.8ポイント

- 販売方法の変更及び無駄な値引の削減

◆ 店舗リニューアル等で販売管理費は増加するも既存店増収で吸収見込み

- AOKI：139店舗
  - ・新規の20代、30代のお客様の誘致
  - ・休眠顧客様の掘りおこし
  - ・時代にあったVMDの実現
- ORIHICA：5店舗（上半期：2　下半期：3）

時代の変化に対応した既存店の活性化①

1 お客様のコトに合った商品開発と継続

- ◆ 高機能・高付加価値商品の提案を強化
  - ● 本当に安心して洗える「プレミアムウォッシュスーツ」
    ＜本当に洗える理由＞
    ①特殊縫製、プレス加工で生地のほつれやシワを防ぐ
    ②第三者機関の厳しい試験に合格した洗濯耐久性
    ③人間工学に基づいた型紙を採用した快適な着心地
  - ● 信州大学繊維学部との産学共同開発商品
    衣服内繊維温度を最大約8℃ダウン「ウルトラクールスーツ」
    ＜特徴＞
    ①マイクロカプセルによる衣服内快適温度を維持
    ②赤外線や紫外線をブロック
    ③接触冷感裏地を使用
- ◆ ロイヤルブランドスーツの強化
- ◆ ジャケットを中心としたビジカジスタイル展開拡大
- ◆ 新キャラクターを起用したシャツ、パンツの提案強化
- ◆ 新卒採用スケジュールの変更に伴う
  「就活クールビズスタイル」の提案

洗濯機で洗える
「プレミアムウォッシュスーツ」

新キャラクター起用のシャツ・
パンツの提案

ANNIVERSAIRE

夏の就活（男性）

夏の就活（女性）

時代の変化に対応した既存店の活性化②

② レディス商品の品揃え強化

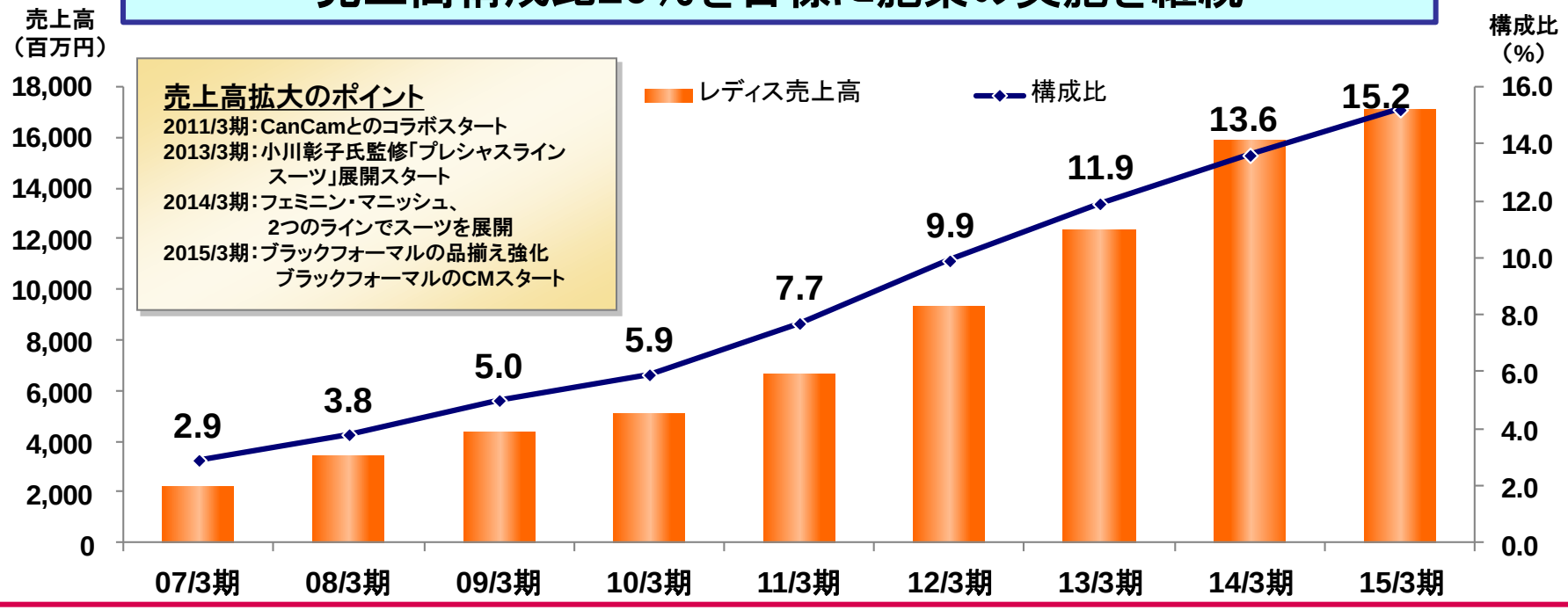
- オフィスカジュアル商品の展開
  - ノーカラージャケット、パンツ・スカートの提案
- ブラックフォーマルのサイズとデザインの拡充
- 売場面積の拡大、及び、環境の整備

オフィスカジュアル

レディスフォーマル

レディス衣料の売上高は8年間で約8倍、売上高構成比も15.2%に拡大

売上高構成比20%を目標に施策の実施を継続



時代の変化に対応した既存店の活性化③

③ リニューアルによる店舗環境の進化

◆ 入店客数の増加と商品価値向上の為の店舗環境の整備

- 入り易い店舗外装への変更（20代、30代の新規客の誘致）
- 什器環境改善（時代に合ったVMDの実現）
- 店内通路の再設定（年間坪売上120万円以上目標）
- 店舗毎の動線調査を基にしたレイアウト
  （労働生産性1,750万円以上目標）
- 店内におけるホスピタリティの改善

  ⇒レディースのフィッティングルーム
  キッズコーナー
  椅子の設置　等

＜現状＞　＜リニューアル後＞

④ 厳選された年間14店舗の新規出店

◆ 上半期：4店舗　下半期：10店舗
4月：長崎浜の町店、名古屋茶屋店
静岡草薙店、ニトリモール宮崎店

ニトリモール宮崎店（宮崎県への初出店）

商品力の強化継続と営業効率向上による収益力の改善

1 商品を軸としたフェアの継続による季節に合わせたアイテムの強化

- ビジネス・ビジカジスタイルの単品訴求

⇒紺ジャケット、オックスフォードシャツ等

- キャラクターを起用した商品訴求
（AOKIと共同で松坂桃季さんを起用）

紺ジャケット

オックスフォードシャツ

2 既存店の業務効率改善を継続して実施

- 店舗オペレーション・物流・VMDの仕組み化等、店舗業務効率の改善を推進
- 経費の見直しによる経費低減施策の洗い出しと実施

3 厳選された年間11店舗の新規出店

- 上半期：10店舗　下半期：1店舗
- 最大売場面積（160坪）を有する「なんばパークスT-terrace店」を出店
ORIHICAの商品をフルラインで品揃えする旗艦店の位置づけ

なんばパークスT-terrace店

AOKIらしさをキーワードに「AOKIのブランド化」「独自化」を推進

・ディープリサーチ　・お客様の声　・ストアコンパリゾン
・商談会　・海外視察　・国内外サンプリング

【商品開発力の強み】
- トップデザイナーが監修するファッション感度の高いブランド商品
- 業界唯一の産学協同開発機能商品群
- ウォンツ商品の企画・開発力とニーズ商品の継続的な進化
- 上記商品群をお値打ちに提供出来る生産背景
- 東京繊維総研との連携による徹底した品質管理体制

×

【接客の強み】
- スタイリスト認証制度に基づくコンサルティングセールス
- 全従業員の80%弱、約3,300名を超えるスタイリストが全国で活躍
- お客様の「コトニーズ」「ファッションニーズ」にトータルスタイリングで応える販売力

推進の原動力

「バーティカルマーチャンダイジングとマーケティングの融合」により
商品力で集客し、スタイリストが顧客満足の最大化を図り
ファッション業界のリーダーとなる！

推進を支える基盤

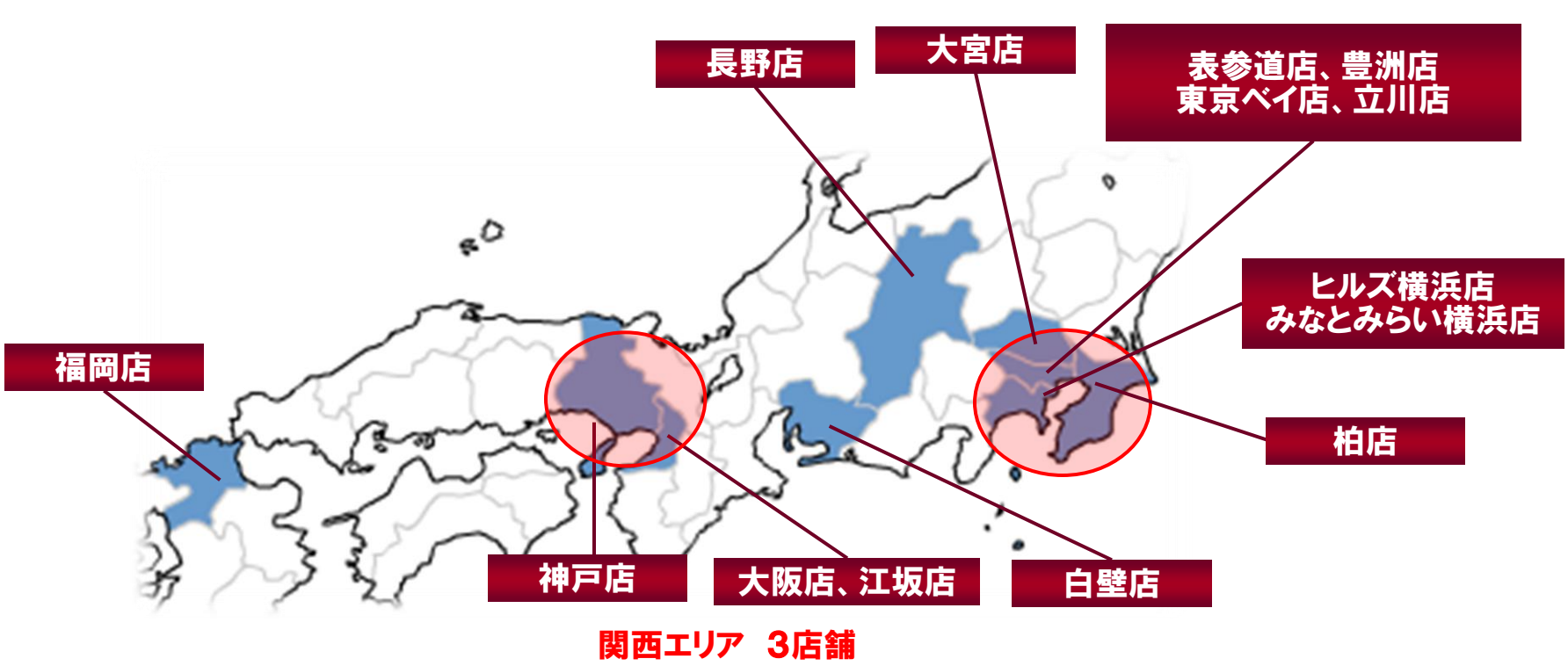
【堅実な成長経営】
- 綿密な実績分析・予測に基づいた計画精度の向上。
- 営業利益率・各経費分配率目標を明確にした分配率管理の徹底。
- 「ムリ・ムダ・ムラ」を徹底的に排除し[顧客満足×営業利益×社会貢献]の向上に集中！

アニヴェルセル・ブライダル事業

2015年3月期実績と2016年3月期の見通し

主要都市を中心に、「アニヴェルセルスタイル」のウェディングを提供

■14店舗・42会場を運営



■商品提案力

弊社平均組単価：4,474千円

全国平均組単価：3,337千円

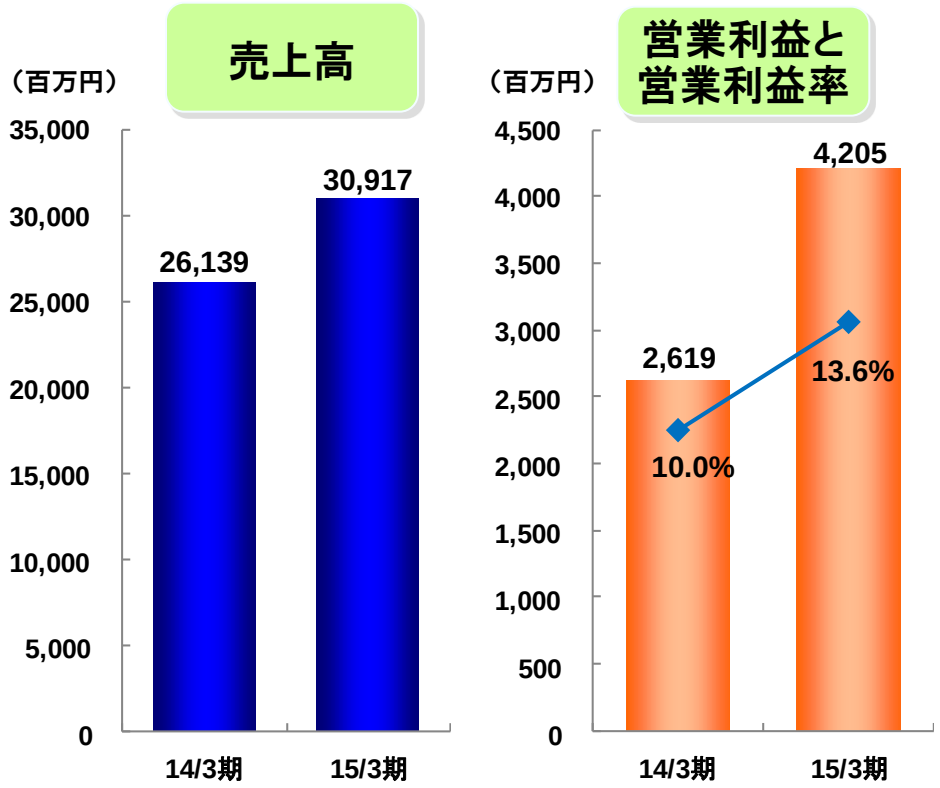
(ゼクシィ結婚トレンド調査2014調べ)

■業界ポジション

結婚式場・手配部門売上：第4位

2014年11月5日付　日経MJ掲載
「第32回サービス業総合調査」

みなとみらい横浜の通年寄与により増収大幅増益



■ **売上高：前期比 118.3%**

- ◆施行組数の増加（前期差+893組）
- ◆平均組単価の上昇（同+111千円）

■ **営業利益：前期比 160.5%**

- ◆販売管理費：前期比 93.3%
  - ● アニヴェルセルみなとみらい横浜の開業準備費用(*)約10億円の減少

（単位：百万円）

	15/3期		
		前期比%	売上比%
売上高	30,917	118.3	100.0
売上総利益	9,314	115.1	30.1
販売管理費	5,108	93.3	16.5
営業利益	4,205	160.5	13.6
期末店舗数	14		

＊開業日の約1年前より、店舗近隣に「開業準備室」を設置し、婚礼受注の営業活動を開始。この開業準備室の運営に関わる賃借料、人件費、広告宣伝費などの費用。（みなとみらい横浜の場合は、2012年12月に開業準備室をオープン）

経営効率指標

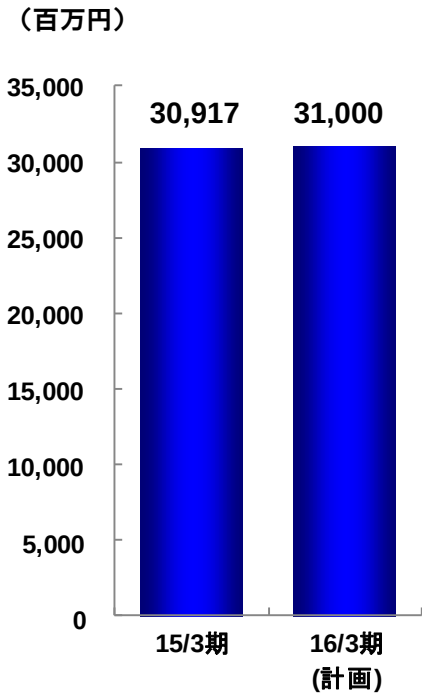
	14/3期	15/3期	差	前期比
期末店舗数	14店舗	14店舗	―	―
期末会場数	42会場	42会場	―	―
施行組数	5,862組	6,755組	+893組	115.2%
稼働率	71.1%	71.2%	＋0.1 ポイント	100.1%
平均組単価	4,362千円	4,474千円	+111千円	102.6%

既存店（みなとみらい横浜以外）

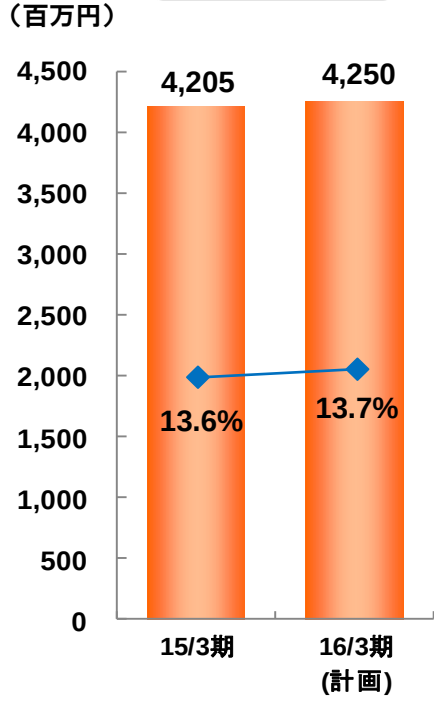
	14/3期	15/3期	差	前期比
施行組数	5,707組	5,241組	△466組	91.8%
稼働率	70.9%	66.3%	△4.6ポイント	93.5%
平均組単価	4,339千円	4,349千円	+10千円	100.2%

営業効率の改善、施設のリニューアル等による既存店強化で増収増益予想

売上高



営業利益と営業利益率



（単位：百万円）

	16/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	31,000	100.3	100.0
売上総利益	9,500	102.0	30.6
販売管理費	5,250	102.8	16.9
営業利益	4,250	101.1	13.7
期末店舗数	14		

■ 売上高：前期比 100.3%

◆店舗・会場数増減なし

施行組数計画：6,720組　（前期差 △35組）
組単価計画：　4,508千円（同 +34千円）

◆既存店強化施策の実施

- 接客ノウハウ共有化による成約率向上
- 施設リニューアルの実施
- 各施設の強み、コンセプトを明確にした販促訴求

■ 営業利益：前期比 101.1%

◆営業効率の改善等による経費コントロールの実施

“アニヴェルセル　オリジナル”のウェディングドレスを全施設で販売開始

花嫁の自分らしさをかなえる『カスタムメイドドレス』を販売

- 販売開始：2015年5月上旬～
- 種　　類：素材や好みに合わせて300種類以上のコーディネートが可能
- 販売価格：390,000円～（税抜）※コーディネートにより金額は変動

都内唯一！新感覚ウェディングプラン「ジ・エレメンツ・オブ・表参道」誕生

アニヴェルセル表参道にて1日1組限定で2フロア完全貸切の
オリジナル空間を叶えるウェディングプランを発売

◆ **販売開始：2015年4月中旬～ （2015年秋以降の挙式者が対象）**

◆ **特　　徴**

①好みのスタイルをベースに、256通り以上もの豊富なアイテムの組み合わせで、簡単に自分たちらしさを実現
②オリジナル料理、ビュッフェなどを可能にし、都内でも導入実績の少ない新たな演出やアイテムを導入
③1日1組限定、最上階の都心の夜景を望む会場を含む2フロアの完全貸切
④7種類から選べる、ゲスト参加型オリジナル人前式
⑤1組毎にオリジナルのトータル空間コーディネートが可能な都内唯一のプラン

エンターテイメント事業

2015年3月期実績と2016年3月期の見通し

施設の特色：明確なコンセプトを基軸にした店舗

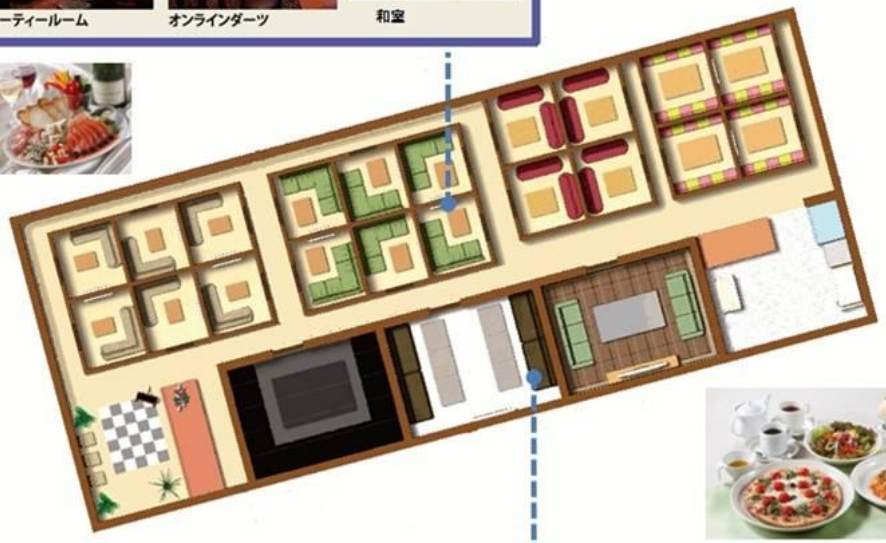
カラオケルーム

明日への活力を、くつろぎの空間で

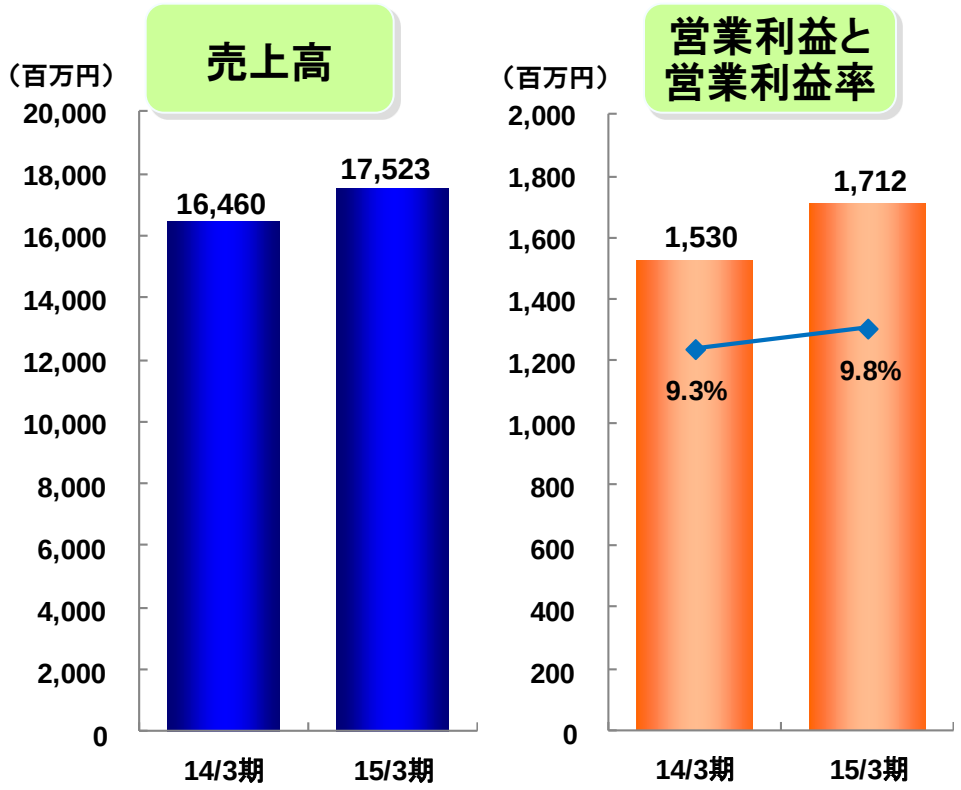
カラオケ＆パーティースペース「コート・ダジュール」は、“地上の楽園”南仏COTE D‘AZURをテーマに、歌と語らいのさわやかなくつろぎ空間をご提供しています。

業界ランク第5位

2014年11月12日付　日経MJ掲載
「第32回サービス業総合調査」



新規出店の寄与と経費コントロールで増収増益を達成



■ 売上高：前期比 106.5%

- ◆ 新規出店：10店舗
- ◆ リニューアル実施（9店舗）、コラボキャンペーン等により、ファミリー、シニア層が好調に推移
- ◆ 飲食メニューの強化により客単価が上昇

■ 営業利益：前期比 111.9%

- ◆ 新規出店減少（前期差△6店舗）による出店費用の減少

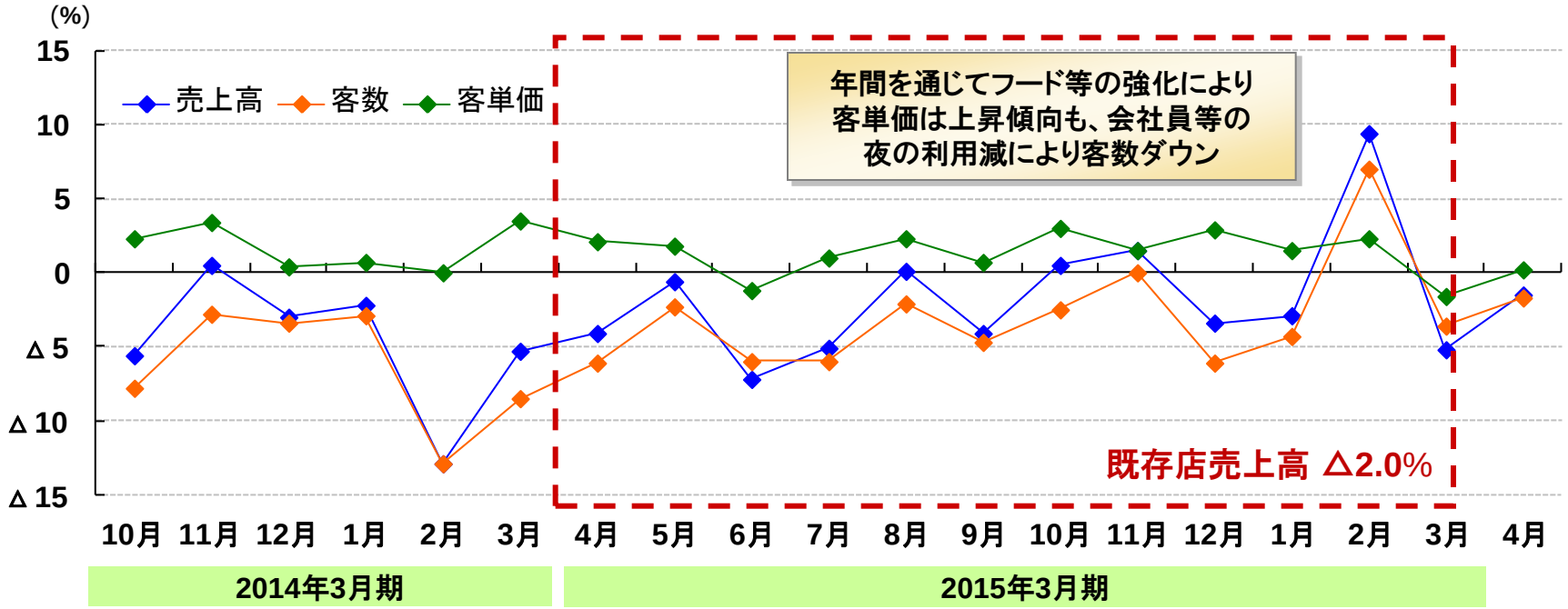
（単位：百万円）

	15/3期		
		前期比%	売上比%
売上高	17,523	106.5	100.0
売上総利益	3,562	103.7	20.3
販売管理費	1,850	97.1	10.6
営業利益	1,712	111.9	9.8
期末店舗数	169		

AOKI甲府昭和総本店2Fにオープンした甲府昭和店

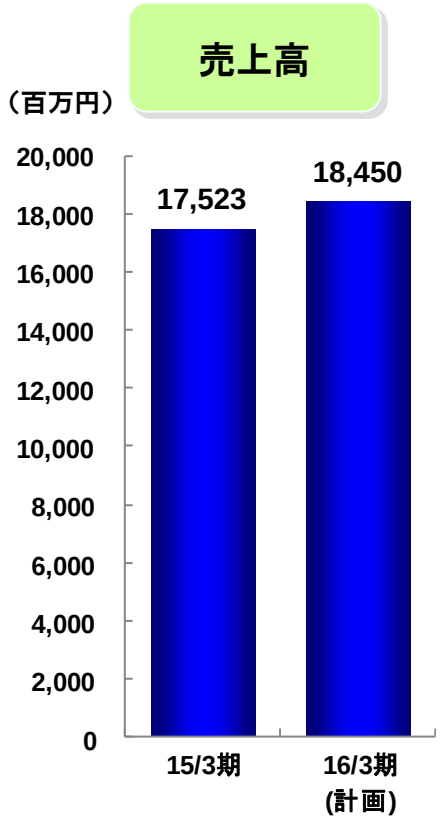
既存店の状況

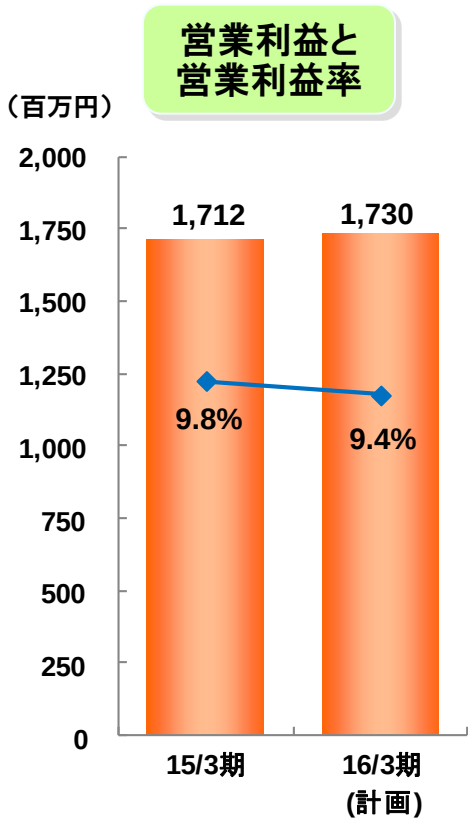
月別売上高増収率の推移



	14/4	14/5	14/6	14/7	14/8	14/9	14/10	14/11	14/12	15/1	15/2	15/3	通期	15/4
既存店売上高（%）	△4.1	△ 0.6	△ 7.2	△ 5.1	+0.1	△ 4.1	+0.5	+1.5	△3.4	△2.9	+9.4	△5.2	△2.0	△1.5
客　　数(%)	△6.1	△ 2.3	△ 6.0	△ 6.0	△ 2.1	△ 4.7	△2.5	0.0	△6.1	△4.3	+7.0	△3.6	△3.3	△1.7
客　単　価(%)	+2.2	+1.8	△ 1.2	+1.0	+2.3	+0.7	+3.0	+1.5	+2.9	+1.5	+2.3	△1.6	+1.3	+0.2
平年気温との差異(℃)(東京)	+0.4	+1.4	+1.3	+1.0	+0.3	- 0.6	+1.6	+2.1	-0.9	+0.6	0.0	+1.6	―	+0.6

新規出店の寄与と既存店の活性化で増収増益予想





■ 売上高：前期比 105.3%

- ◆ 新規出店：10店舗（上半期：6 下半期：4）
- ◆ 既存店の活性化
  - ● リニューアルの実施（18店舗予定）
  - ● 既存店増収率計画
    上半期：+0.8%　下半期：+0.6%　通期：+0.7%
  - ● 新規コンセプトルームの導入
  - ● カラオケ最新機種の導入
  - ● 飲食メニューの更なる磨き上げ

■ 営業利益：前期比 101.0%

- ◆ 新規出店・リニューアル実施等による経費増を経費コントロールで吸収

（単位：百万円）

	16/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	18,450	105.3	100.0
売上総利益	3,690	103.6	20.0
販売管理費	1,960	105.9	10.6
営業利益	1,730	101.0	9.4
期末店舗数	179		

新コンセプトルーム
アクアプラネットルーム

施設の特色：明確なコンセプトを基軸にした店舗

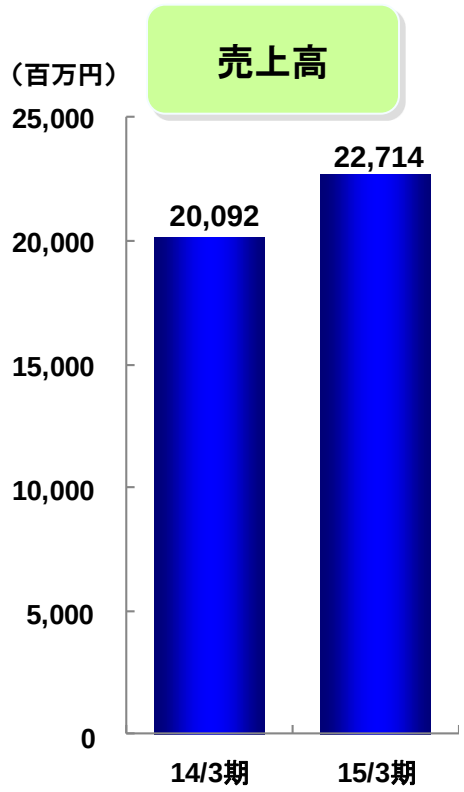
複合カフェ

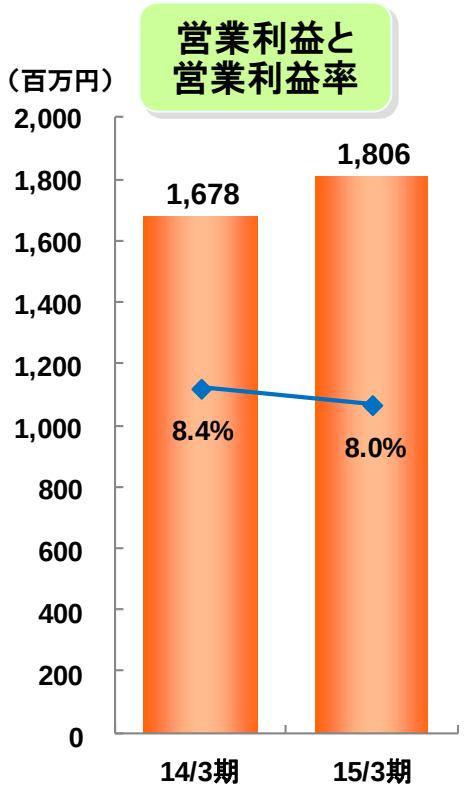
極上のリラックスを、もっと手軽に

複合カフェ「快活CLUB」は、アジアのリゾート地“バリ島”をテーマにしたリラックス・コンビニです。
お客様が身近で手軽にリラックスしていただけるスペースをご提供しています。

業界ランク第1位
2014年11月12日付　日経MJ掲載
「第32回サービス業総合調査」

既存店の増収と新規出店の寄与で増収増益を達成





■ 売上高：前期比 113.0%

- ◆ 新規出店：32店舗
  - ● 初出店県：鹿児島、宮崎、大分
  - ● 駅前への出店強化：川口東口駅前店、東戸塚駅前店等
- ◆ 既存店増収率：+4.6%
  - ● リニューアル（16店舗）効果
  - ● 女性専用エリアの拡大（前期差+6店舗）
  - ● フードメニューの強化

■ 営業利益：前期比 107.6%

- ◆ 新規出店増による経費増を既存店増収で吸収

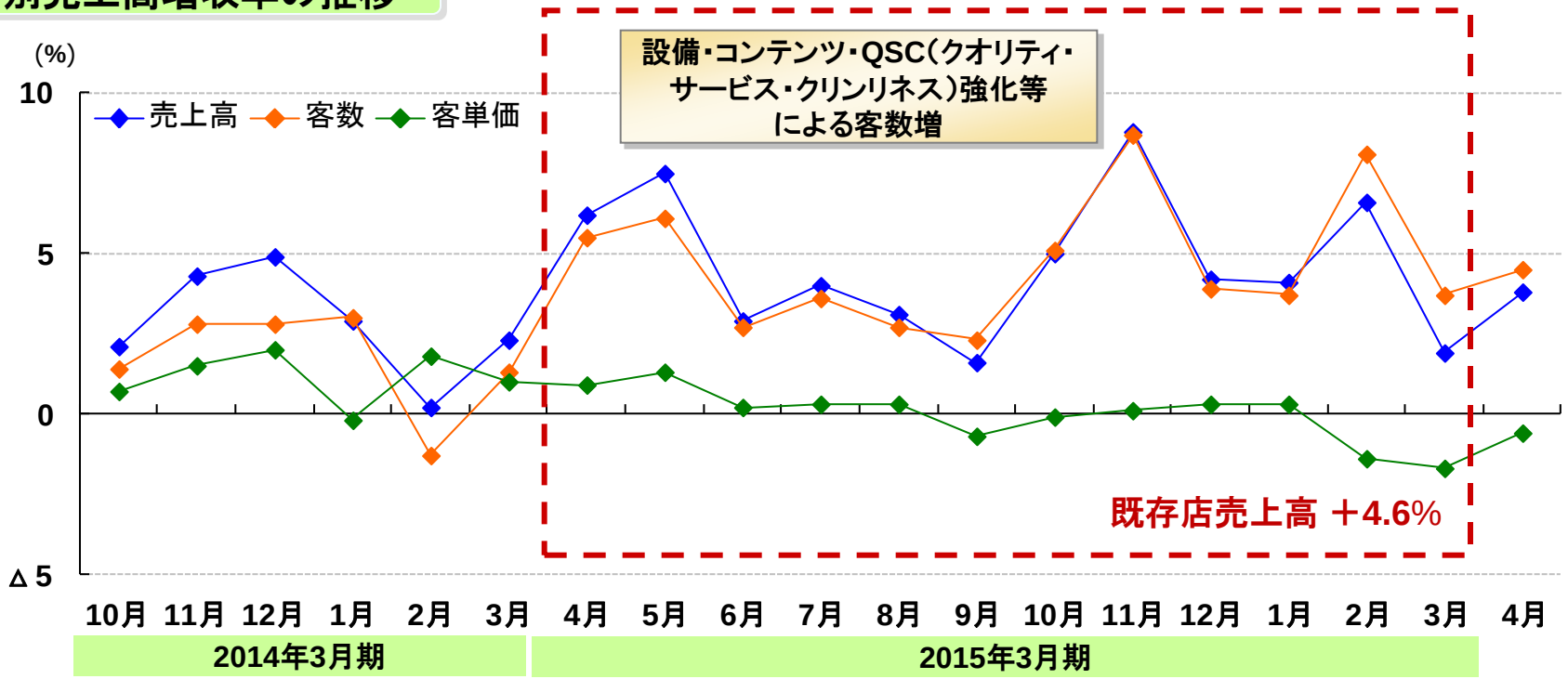
（単位：百万円）

	15/3期		
		前期比%	売上比%
売上高	22,714	113.0	100.0
売上総利益	3,994	111.9	17.6
販売管理費	2,188	115.7	9.6
営業利益	1,806	107.6	8.0
期末店舗数	260		

ラーメンフェア

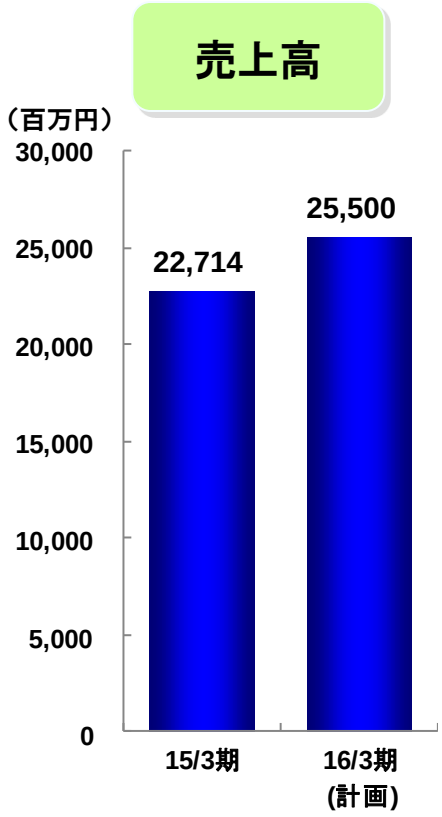
既存店の状況

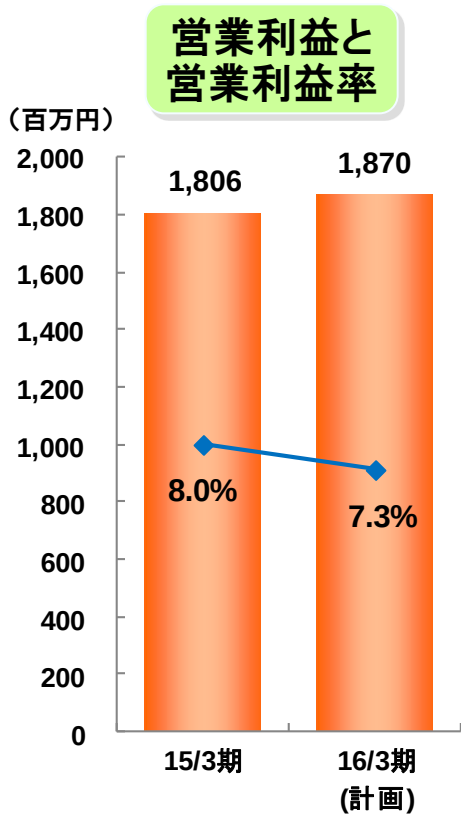
月別売上高増収率の推移



	14/4	14/5	14/6	14/7	14/8	14/9	14/10	14/11	14/12	15/1	15/2	15/3	通期	15/4
既存店売上高（%）	+6.6	+7.5	+2.9	+4.0	+3.1	+1.6	+5.0	+8.8	+4.2	+4.1	+6.6	+1.9	+4.6	+3.8
客　　数(%)	+5.4	+6.1	+2.7	+3.6	+2.7	+2.3	+5.1	+8.7	+3.9	+3.7	+8.1	+3.7	+4.6	+4.5
客　単　価(%)	+1.1	+1.3	+0.2	+0.3	+0.3	△ 0.7	△0.1	+0.1	+0.3	+0.3	△1.4	△1.7	0.0	△0.6
平年気温との差異(℃)(東京)	+0.4	+1.4	+1.3	+1.0	+0.3	- 0.6	+1.6	+2.1	-0.9	+0.6	0.0	+1.6	―	+0.6

新規出店の寄与と既存店の増収で増収増益予想





■ **売上高：前期比 112.3%**
- ◆ 新規出店：30店舗（上半期：20　下半期：10）
- ◆ 既存店の活性化
  - ● 既存店増収率計画
    上半期：+0.6% 下半期：+1.0% 通期：+0.8%
  - ● リニューアルの実施（18店舗予定）
  - ● 女性専用エリアの更なる拡充
  - ● 最新オンラインゲーム用パソコンの導入
  - ● 快活アプリ導入による再来店促進

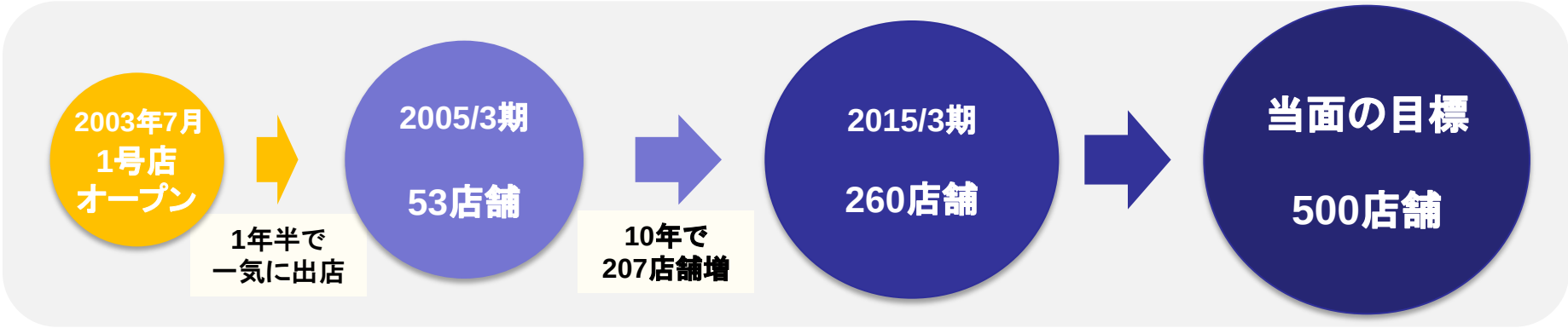
■ **営業利益：前期比 103.5%**
- ◆ 新規出店、リニューアル実施等による経費増を吸収

（単位：百万円）

	16/3期 予		
		前期比%	売上比%
売上高	25,500	112.3	100.0
売上総利益	4,180	104.6	16.4
販売管理費	2,310	105.6	9.1
営業利益	1,870	103.5	7.3
期末店舗数	290		

女性専用エリア

時代の変化を捉えながらシェア拡大

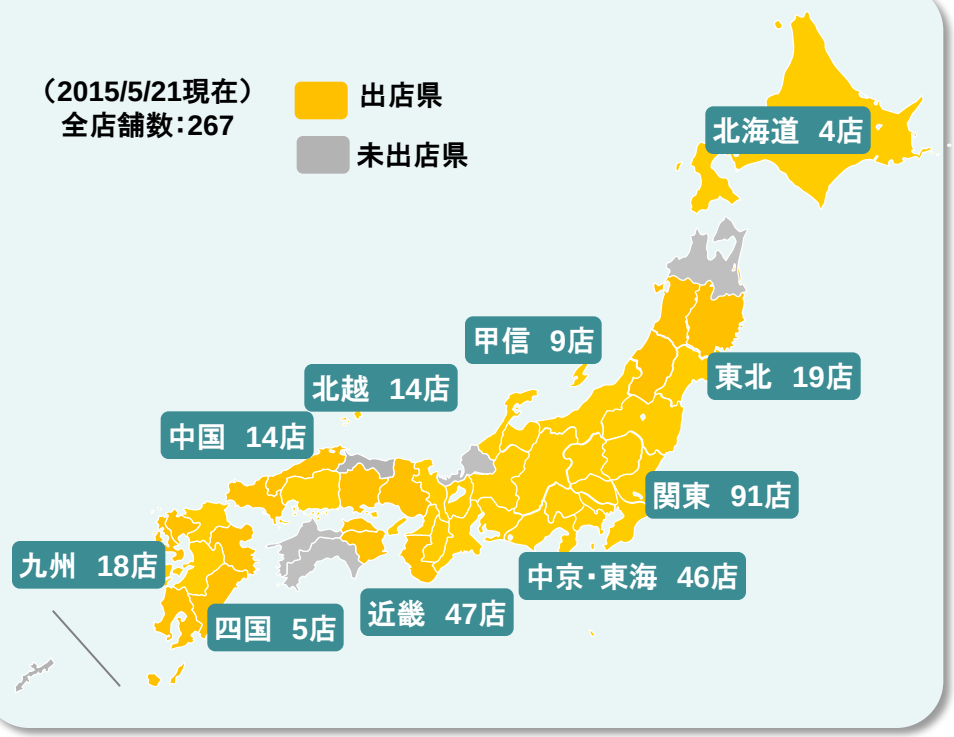


出店戦略のポイント

- 現状出店エリアのドミナント化を推進
- 未出店地域への出店は一気に認知度・シェアを高めるために複数店舗出店
- 今までの郊外型に加えて、駅前出店も強化

お客様に快適に過ごしていただくために

- アミューズメントコンテンツの拡大
  - ーオンラインダーツ、ビリヤード、カラオケ（ワンツーカラオケ）
- サービスの向上
  - ー新しいブースの開発、パソコン性能・ネット回線の強化
- 女性専用エリアの拡充
- フードメニューの強化



補足資料

P52、P54、P55の（注）
1. 1株当たり四半期純利益は、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. 部門別営業利益合計と営業利益は部門間調整項目等により一致しません。差額についてはP14、P20をご参照ください

2015年3月期　連結営業実績

（単位：百万円）

	14/3期 実績	百分比（%）	15/3期 計画	百分比（%）	15/3期 実績	百分比（%）	対前期増減	対比（%）
売上高	179,443	100.0	183,970	100.0	183,805	100.0	4,361	102.4
ファッション	116,770	100.0	113,200	100.0	112,675	100.0	△4,094	96.5
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	26,139	100.0	30,800	100.0	30,917	100.0	4,777	118.3
カラオケ	16,460	100.0	17,600	100.0	17,523	100.0	1,063	106.5
複合カフェ	20,092	100.0	22,400	100.0	22,714	100.0	2,621	113.0
売上総利益	87,792	48.9	87,180	47.4	86,785	47.2	△1,006	98.9
ファッション	72,211	61.8	70,040	61.9	69,409	61.6	△2,801	96.1
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	8,093	31.0	9,210	29.9	9,314	30.1	1,220	115.1
カラオケ	3,436	20.9	3,550	20.2	3,562	20.3	126	103.7
複合カフェ	3,569	17.8	3,880	17.3	3,994	17.6	425	111.9
販売管理費	67,401	37.6	69,180	37.6	67,757	36.9	355	100.5
ファッション	58,060	49.7	59,640	52.7	58,636	52.0	574	101.0
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	5,474	20.9	5,210	16.9	5,108	16.5	△365	93.3
カラオケ	1,906	11.6	1,920	10.9	1,850	10.6	△56	97.1
複合カフェ	1,891	9.4	2,140	9.6	2,188	9.6	297	115.7
営業利益	20,390	11.4	18,000	9.8	19,028	10.4	△1,362	93.3
ファッション	14,149	12.1	10,400	9.2	10,773	9.6	△3,376	76.1
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	2,619	10.0	4,000	13.0	4,205	13.6	1,585	160.5
カラオケ	1,530	9.3	1,630	9.3	1,712	9.8	182	111.9
複合カフェ	1,678	8.4	1,740	7.8	1,806	8.0	128	107.6
経常利益	20,865	11.6	17,950	9.8	18,914	10.3	△1,951	90.6
当期純利益	10,684	6.0	9,800	5.3	10,185	5.5	△499	95.3
1株当たり当期純利益	127.70	-	107.48	-	111.70	-	△15.99	-
期末発行済株式総数	91,184千株	-	91,183千株	-	91,183千株	-	△1千株	-

（注）2014年1月1日付で普通株式1株を2株の割合で株式分割を行っており、前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定しています

2015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、%）

	14/3期実績					15/3期実績									
	全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	カラオケ	複合カフェ	全社	前期比	ファッション	前期比	アニヴェルセル・ブライダル	前期比	カラオケ	前期比	複合カフェ	前期比
広告宣伝費	12,099	9,807	1,481	421	153	11,781	97.4	9,204	93.9	1,745	97.4	405	93.4	174	99.0
人　件　費	25,005	20,002	1,472	1,025	1,204	24,914	99.6	20,304	101.5	1,120	99.6	981	100.4	1,329	106.7
賃　借　料	13,876	13,930	190	27	35	14,883	107.3	15,114	108.5	21	107.3	26	106.8	35	113.6
減価償却費	2,251	1,701	65	41	18	2,670	118.6	2,028	119.2	74	118.7	44	118.7	22	122.1

（注）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
14/3期アニヴェルセル・ブライダル事業の中には「アニヴェルセルみなとみらい横浜」の開業準備費用の一部が含まれています

売上原価に含まれる主な経費

（単位：百万円、%）

	14/3期実績			15/3期実績					
	ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	カラオケ	複合カフェ	ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	前期比	カラオケ	前期比	複合カフェ	前期比
人　件　費	4,572	3,795	5,206	5,488	120.0	4,139	109.1	5,936	114.0
賃　借　料	1,783	3,224	3,393	1,931	108.3	3,574	110.9	3,844	113.3
減価償却費	1,142	1,269	1,282	1,626	142.4	1,299	102.4	1,439	112.2

（注）アニヴェルセル・ブライダル事業、カラオケルーム運営事業、及び複合カフェ運営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います

2016年3月期　連結業績見通し―第2四半期累計

（単位：百万円）

	15/3期 第2四半期実績	百分比(%)	16/3期 第2四半期計画	百分比(%)	対前年同期 増減	対比(%)
売上高	78,213	100.0	82,980	100.0	4,766	106.1
ファッション	43,660	100.0	46,350	100.0	2,689	106.2
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	15,090	100.0	15,300	100.0	209	101.4
カラオケ	8,359	100.0	8,800	100.0	440	105.3
複合カフェ	11,119	100.0	12,550	100.0	1,430	112.9
売上総利益	34,567	44.2	36,710	44.2	2,142	106.2
ファッション	26,317	60.3	28,400	61.3	2,082	107.9
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	4,353	28.8	4,500	29.4	146	103.4
カラオケ	1,502	18.0	1,520	17.3	17	101.2
複合カフェ	2,142	19.3	2,040	16.3	△102	95.2
販売管理費	32,052	41.0	34,060	41.0	2,007	106.3
ファッション	27,287	62.5	28,850	62.2	1,562	105.7
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	2,574	17.1	2,890	18.9	315	112.2
カラオケ	954	11.4	970	11.0	15	101.6
複合カフェ	1,079	9.7	1,170	9.3	90	108.4
営業利益	2,515	3.2	2,650	3.2	134	105.4
ファッション	△969	-	△450	-	519	-
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	1,778	11.8	1,610	10.5	△168	90.5
カラオケ	547	6.5	550	6.3	2	100.5
複合カフェ	1,063	9.6	870	6.9	△193	81.8
経常利益	2,504	3.2	2,560	3.1	55	102.2
四半期純利益	1,449	1.9	1,520	1.8	70	104.8
1株当たり四半期純利益	15.90	-	16.67	-	0.77	-
期末発行済株式総数	91,183千株	-	91,183千株	-	△0千株	-

2016年3月期　連結業績見通し

（単位：百万円）

	15/3期実績	百分比(%)	16/3期計画	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
売上高	183,805	100.0	192,620	100.0	8,814	104.8
ファッション	112,675	100.0	117,700	100.0	5,024	104.5
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	30,917	100.0	31,000	100.0	82	100.3
カラオケ	17,523	100.0	18,450	100.0	926	105.3
複合カフェ	22,714	100.0	25,500	100.0	2,785	112.3
売上総利益	86,785	47.2	91,350	47.4	4,564	105.3
ファッション	69,409	61.6	73,450	62.4	4,040	105.8
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	9,314	30.1	9,500	30.6	185	102.0
カラオケ	3,562	20.3	3,690	20.0	127	103.6
複合カフェ	3,994	17.6	4,180	16.4	185	104.6
販売管理費	67,757	36.9	71,350	37.0	3,592	105.3
ファッション	58,636	52.0	61,650	52.4	3,013	105.1
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	5,108	16.5	5,250	16.9	141	102.8
カラオケ	1,850	10.6	1,960	10.6	109	105.9
複合カフェ	2,188	9.6	2,310	9.1	121	105.6
営業利益	19,028	10.4	20,000	10.4	971	105.1
ファッション	10,773	9.6	11,800	10.0	1,026	109.5
ｱﾆｳﾞｪﾙｾﾙ・ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙ	4,205	13.6	4,250	13.7	44	101.1
カラオケ	1,712	9.8	1,730	9.4	17	101.0
複合カフェ	1,806	8.0	1,870	7.3	63	103.5
経常利益	18,914	10.3	19,900	10.3	985	105.2
当期純利益	10,185	5.5	11,300	5.9	1,114	110.9
1株当たり当期純利益	111.70	-	123.93	-	12.23	-
期末発行済株式総数	91,183千株	-	91,183千株	-	-	-

（注）1株当たり当期純利益は期中平均発行済株式総数（自己株式を除く）により算出しております

2016年3月期通期　主要経費の内訳

販売費及び一般管理費

（単位：百万円、％）

	15/3期実績					16/3期計画									
	全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	カラオケ	複合カフェ	全社	前期比	ファッション	前期比	アニヴェルセル・ブライダル	前期比	カラオケ	前期比	複合カフェ	前期比
広告宣伝費	11,781	9,204	1,745	405	174	11,937	101.3	9,330	101.4	1,800	103.1	473	116.8	211	120.9
人件費	24,914	20,304	1,120	981	1,329	26,367	105.8	21,650	106.6	1,159	103.5	932	95.0	1,341	100.9
賃借料	14,883	15,114	21	26	35	15,556	104.5	15,720	104.0	40	186.4	31	116.8	54	153.3
減価償却費	2,670	2,028	74	44	22	3,217	120.5	2,490	122.7	77	103.4	59	134.5	39	173.8

（注）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

売上原価に含まれる主な経費

（単位：百万円、％）

	15/3期実績			16/3期計画					
	アニヴェルセル・ブライダル	カラオケ	複合カフェ	アニヴェルセル・ブライダル	前期比	カラオケ	前期比	複合カフェ	前期比
人件費	5,488	4,139	5,936	5,310	96.8	4,309	104.1	6,834	115.1
賃借料	1,931	3,574	3,844	1,918	99.3	3,852	107.8	4,478	116.5
減価償却費	1,626	1,299	1,439	1,660	102.1	1,273	98.0	1,636	113.7

（注）アニヴェルセル・ブライダル事業、カラオケルーム運営事業、及び複合カフェ運営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います

【ご参考：ファッション事業　2015年3月期実績】

（1）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
15/3期	△6.7	△14.9	△9.8	△14.8	△13.0	0.5	11.0	△15.0	△6.1	△9.2	△8.3
14/3期	0.2	△3.7	2.5	△0.5	△0.3	1.5	△2.0	17.3	8.1	3.9	2.4

（2）既存店の客数・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
客数	15/3期	△10.5	△18.6	△13.3	△10.8	△14.1	0.2	0.8	△14.9	△7.1	△11.2	△10.9
	14/3期	△0.5	△7.8	△0.3	△8.9	△5.1	△5.7	△10.9	7.5	△1.8	△4.3	△2.6
客単価	15/3期	4.2	4.5	4.0	△4.4	1.2	0.3	10.1	△0.1	1.2	2.3	2.9
	14/3期	0.7	4.4	2.8	9.2	5.4	7.7	10.0	9.1	10.1	8.6	5.1

（3）スーツの販売着数と販売単価

（単位：万着、千円、%）

		上半期	前期比	下半期	前期比	通期	前期比
販売着数	15/3期	45.3	87.1	84.3	81.7	129.6	83.5
	14/3期	52.0	97.0	103.1	108.5	155.2	104.3
販売単価	15/3期	25.3	107.2	27.1	108.4	26.6	107.7
	14/3期	23.6	103.1	25.0	103.3	24.7	103.3

(4)商品別売上状況

(単位:百万円)

	14/3期 実績	百分比 (%)	15/3期 実績	百分比 (%)	対前期増減	対比 (%)
重衣料	53,369	45.7	48,848	43.4	△4,520	91.5
中衣料	9,343	8.0	9,038	8.0	△304	96.7
軽衣料	34,878	29.9	34,529	30.6	△349	99.0
レディス衣料	15,845	13.6	17,115	15.2	1,270	108.0
その他	3,333	2.8	3,143	2.8	△190	94.3
計	116,770	100.0	112,675	100.0	△5,365	96.5

(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

(5)期中平均売場面積の推移

(単位:㎡)

14/3期	15/3期	対前年同期増減	対比(%)
316,970	342,534	25,564	108.1

(6)都道府県別店舗数の推移

(単位:店)

	15/3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	3		3	24		24	北海道・東北	岐阜県	1		1	11	2	13	東海
青森県	1		1	4		4		静岡県	2		2	22	3	25	116
岩手県				4		4	57	愛知県	2		2	51	16	67	
宮城県				8	4	12		三重県	2/1		2/1	11		11	
秋田県				3		3		滋賀県				5	2	7	近畿・中国
山形県	2		2	2		2		京都府	1		1	5	1	6	
福島県	1/1		1/1	7	1	8		大阪府	1	3	4	32	12	44	91
茨城県		/1	/1	15	4	19	関東	兵庫県				11	10	21	
栃木県	1		1	11	2	13		奈良県	1		1	5	1	6	
群馬県				12		12		広島県	2		2	5	2	7	
埼玉県	2	3	5	52	17	69	343	福岡県	3		3	19		19	九州
千葉県	2		2	42	14	56		長崎県				2		2	32
東京都	4	2	6	71	28	99		熊本県	1		1	6		6	
神奈川県	4	2	6	55	20	75		鹿児島県	1/1		1/1	5		5	
新潟県	1	1	2	10	2	12	甲信越・北陸	合計	39/3	11/1	50/4	557	141	698	
富山県	1		1	9		9									
石川県				8		8	59								
福井県				3		3									
山梨県				6		6									
長野県				21		21									

【ご参考：ファッション事業　2016年3月期計画】

(1)既存店増収率

（単位：%）

	1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
16/3期(計画)	3.7	1.4	2.8	2.1	1.2	1.6	2.1
15/3期	△8.6	△3.8	△6.7	△13.0	△6.1	△9.2	△8.3

(2)既存店の客数・客単価増加率

（単位：%）

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
客数	16/3期(計画)	△7.0	△4.3	△6.0	△4.0	△4.5	△4.2	△5.0
	15/3期	△11.4	△8.9	△10.5	△14.1	△7.1	△11.2	△10.9
客単価	16/3期(計画)	11.5	6.0	9.3	6.3	6.0	6.1	7.5
	15/3期	3.2	5.6	4.2	1.2	1.2	2.3	2.9

(3)商品別売上計画

（単位：百万円）

	15/3期 実績	百分比 (%)	16/3期 計画	百分比 (%)	対前期増減	対比 (%)
重衣料	48,848	43.4	50,120	42.6	1,271	102.6
中衣料	9,038	8.0	9,900	8.4	861	109.5
軽衣料	34,529	30.6	35,700	30.3	1,170	103.4
レディス衣料	17,115	15.2	18,800	16.0	1,684	109.8
その他	3,143	2.8	3,180	2.7	36	101.2
計	112,675	100.0	117,700	100.0	5,024	104.5

(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：エンターテイメント事業　2015年3月期実績】

(1)カラオケルーム運営事業：既存店増収率

（単位：%）

	上半期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期	通期
15/3期	△3.3	0.5	1.5	△3.4	△2.9	9.4	△5.2	△0.8	△2.0
14/3期	0.7	△5.6	0.5	△3.0	△2.2	△12.9	△5.3	△4.5	△2.0

(2)カラオケルーム運営事業：既存店の客数・客単価増加率

（単位：%）

		上半期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期	通期
客数	15/3期	△4.5	△2.5	0.0	△6.1	△4.3	7.0	△3.6	△2.1	△3.3
	14/3期	△1.6	△7.8	△2.8	△3.4	△2.9	△12.9	△8.5	△6.3	△3.9
客単価	15/3期	1.2	3.0	1.5	2.9	1.5	2.3	△1.6	1.3	1.3
	14/3期	2.4	2.3	3.4	0.4	0.7	0.0	3.5	1.9	2.0

(3)カラオケルーム運営事業：既存店売上構成比

（単位：%）

		14/3期	15/3期	前年差
既存店	ルーム売上	53.1	52.6	△0.5ポイント
	飲食売上	46.2	46.7	+0.5ポイント
	その他売上	0.7	0.7	-

(4)複合カフェ運営事業:既存店増収率

(単位:%)

	上半期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期	通期
15/3期	4.2	5.0	8.8	4.2	4.1	6.6	1.9	5.0	4.6
14/3期	3.6	2.1	4.3	4.9	2.9	0.5	2.3	2.8	3.2

(5)複合カフェ運営事業:既存店の客数・客単価増加率

(単位:%)

		上半期	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期	通期
客数	15/3期	3.8	5.1	8.7	3.9	3.7	8.1	3.7	5.4	4.6
	14/3期	3.5	1.4	2.8	2.8	3.0	△1.3	1.3	1.7	2.6
客単価	15/3期	0.4	△0.1	0.1	0.3	0.3	△1.4	△1.7	△0.4	0.0
	14/3期	0.1	0.7	1.5	2.0	△0.2	1.8	1.0	1.1	0.6

(6)複合カフェ運営事業:既存店売上構成比

(単位:%)

		14/3期	15/3期	前年差
既存店	ブース利用料	83.6	84.1	+0.5ポイント
	フード売上	13.7	14.3	+0.6ポイント
	その他売上	2.7	1.6	△1.1ポイント

(7)都道府県別店舗数の推移

(単位:店)

	15/3期														
	出店数/退店数			期末店舗数					出店数/退店数			期末店舗数			
	ｺｰﾄﾀﾞｼﾞｭｰﾙ	快活CLUB	合計	ｺｰﾄﾀﾞｼﾞｭｰﾙ	快活CLUB	合計			ｺｰﾄﾀﾞｼﾞｭｰﾙ	快活CLUB	合計	ｺｰﾄﾀﾞｼﾞｭｰﾙ	快活CLUB	合計	
北海道		1	1		4	4	北海道・東北	岐阜県		2	2		7	7	東海
岩手県				2	3	5		静岡県	1	1	2	8	8	16	
宮城県				6	5	11		愛知県		1	1	10	24	34	65
秋田県		1	1	1	3	4	34	三重県				2	6	8	
山形県		1	1	1	4	5		滋賀県				2	3	5	近畿・中国
福島県				1	4	5		京都府				3	7	10	
茨城県		2	2	4	10	14	関東	大阪府	1	1	2	8	21	29	
栃木県		1	1	1	5	6		兵庫県				6	13	19	
群馬県		1	1	1	8	9		奈良県				2	1	3	
埼玉県	1	1	2	6	21	27	172	和歌山県					2	2	
千葉県		2	2	10	21	31		島根県		1	1		2	2	84
東京都				30	12	42		岡山県		2	2	2	6	8	
神奈川県	4	3	7	29	14	43		広島県					4	4	
新潟県				3	7	10	甲信越・北陸	山口県		1	1		2	2	
富山県	1	1	2	2	2	4		徳島県		1	1		2	2	九州・四国
石川県				5	4	9		香川県					3	3	
福井県	1		1	6		6	53	福岡県		1	1	3	3	6	
山梨県	1		1	2	3	5		長崎県		1	1		2	2	
長野県				13	6	19		熊本県		3	3		5	5	21
								大分県		1	1		1	1	
								宮崎県		1	1		1	1	
								鹿児島県		1	1		1	1	
								合計	10	32	42	169	260	429	

【ご参考：エンターテイメント事業　2016年3月期計画】

（1）カラオケルーム運営事業：既存店の増収率、客数・客単価の増加率

（単位：%）

		上半期	下半期	通期
売上高	16/3期（計画）	0.8	0.6	0.7
	15/3期	△3.3	△0.8	△2.0
客数	16/3期（計画）	0.8	0.6	0.7
	15/3期	△4.5	△2.1	△3.3
客単価	16/3期（計画）	0.0	0.0	0.0
	15/3期	1.2	1.3	1.3

（2）複合カフェ運営事業：既存店の増収率、客数・客単価の増加率

（単位：%）

		上半期	下半期	通期
売上高	16/3期（計画）	0.6	1.0	0.8
	15/3期	4.2	5.0	4.6
客数	16/3期（計画）	1.0	0.5	0.7
	15/3期	3.8	5.4	4.6
客単価	16/3期（計画）	△0.4	0.5	0.0
	15/3期	0.4	△0.4	0.0