



# 2021年3月期 決算説明会

2021年5月28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
2021年3月期業績	5
Withコロナ時代のAOKIグループの取り組み	8
2022年3月期業績予想	9
AOKIグループの課題と今後の対応	10
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

## 2021年3月期業績の概要

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 実績と見通し

2021年3月期の概要	27
2022年3月期通期の見通し	29
2022年3月期の取り組み	30

## アニヴェルセル・ブライダル事業 実績と見通し

2021年3月期の概要	33
2022年3月期通期の見通し	35
2022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

2021年3月期の概要	38
2022年3月期通期の見通し	40
2022年3月期の取り組み	41
今後の成長に向けて	42

## 補足資料

2021年3月期 連結損益実績	44
2021年3月期 第4四半期会計期間 連結損益実績	45
2021年3月期 主要経費の内訳	46
2022年3月期 連結損益見通し	47
2022年3月期 主要経費の内訳見通し	48
ご参考:ファッション事業 2021年3月期実績	49
ご参考:ファッション事業 2022年3月期見通し	52
ご参考:エンターテイメント事業 2021年3月期実績	53
ご参考:エンターテイメント事業 2022年3月期見通し	57

# 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

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

### 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  
でも知られるウェディングの一  
大ブランド。

### アニヴェルセル



全国12カ所に展開する、花と緑に囲まれた  
ヨーロッパテイストのチャペルとガーデンを備えた  
ゲストハウスウェディング施設。  
「自分らしいウェディング」というお客様の要望を  
最大限に実現。  
旗艦店「みなとみらい横浜」。

*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



パリ島の雰囲気をもとに“癒し”を提供するシェア  
リングスペース。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)

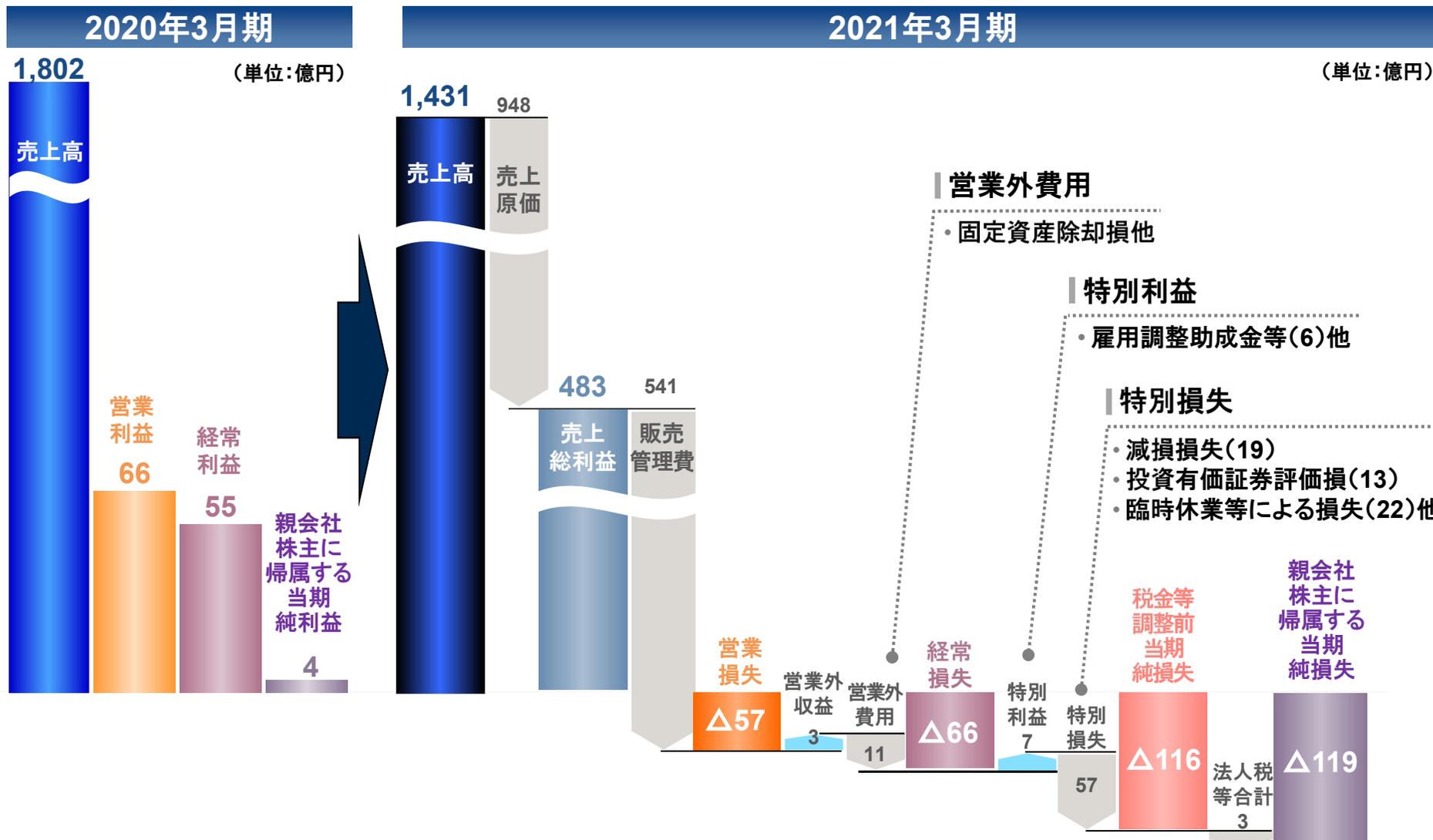


24時間営業のセルフ型  
フィットネスジム。  
快適なトレーニング環境と  
充実したサービスを提供。

*Entertainment*

# 2021年3月期 業績

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け減収  
1987年の株式公開以降、はじめての営業損失



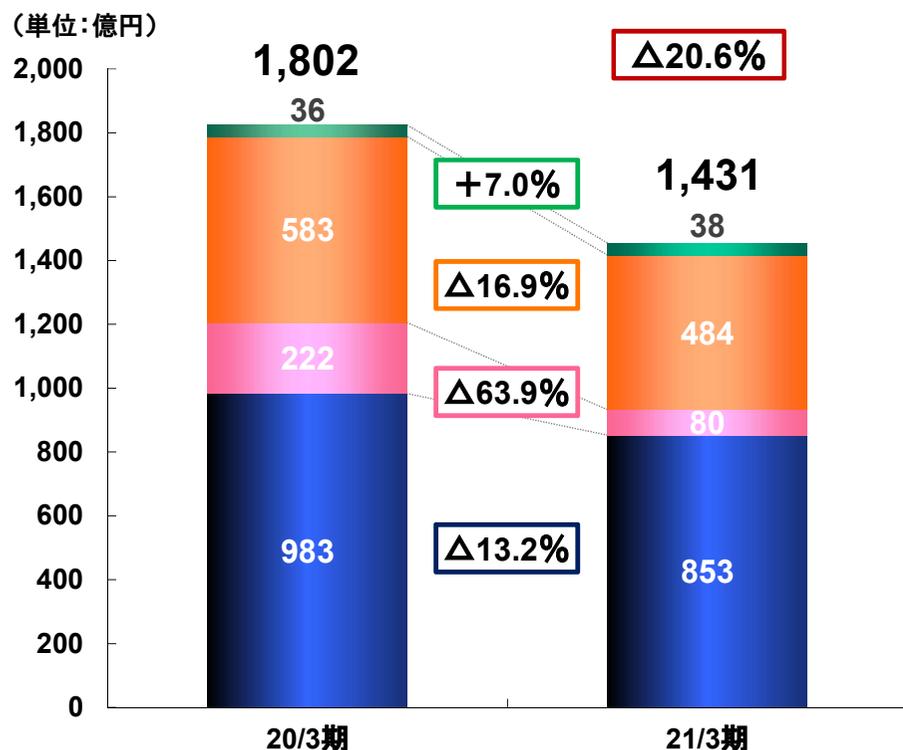
# 2021年3月期 セグメント別業績

ファッション事業:3月度の売上高の挽回により、営業利益14億円

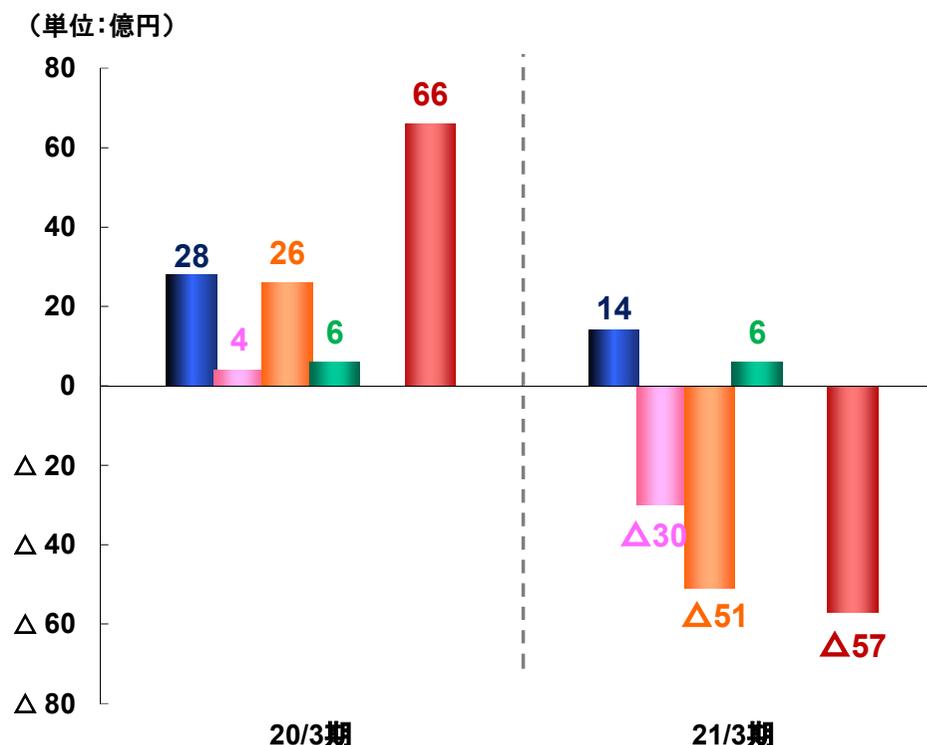
アニヴェルセル・ブライダル事業:コロナ影響による施行組数の大幅減で売上高減、営業損失

エンターテイメント事業:2度の緊急事態宣言による臨時休業、時短営業の影響で売上高減、営業損失

## 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

# 新型コロナウイルス感染症(以下、同感染症)が各事業に与えた影響

セグメント	既存店前期比	具体的な影響
ファッション事業	<b>91.0%</b> 客数:102.4% 客単価:88.9%	<ul style="list-style-type: none"> <li>20年4月の緊急事態宣言後の土・日含め5日以上 of 臨時休業店舗数 4月度:124店舗 5月度:119店舗</li> <li>21年1月の11都府県の緊急事態宣言後、約100店舗が時短営業</li> <li>在宅勤務の広がり、外出自粛の長期化、冠婚葬祭縮小の影響等で スーツ・フォーマル販売着数の減少 前期比:84.4%</li> <li>同感染症対策商品「抗菌・洗えるマスク」シリーズ、パジャマスーツ、 アクティブワークスーツ等の販売及び21年3月のフレッシュアズ商戦は 好調に推移</li> </ul>
アニヴェルセル・ ブライダル事業	<b>36.1%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全施設での挙式・披露宴のサービス中止(4/7~5/31)及び同感染症の 長期化、21年1月の2回目の緊急事態宣言による延期の発生で施行組 数が大きく減少 施行組数 前期比:36.5%(△3,193組)</li> </ul>
エンターテイメント事業	<b>73.6%</b> 客数:80.9% 客単価:90.9%	<ul style="list-style-type: none"> <li>20年4月の緊急事態宣言後の土・日含め5日以上 of 臨時休業店舗数 4月度:315店舗 5月度:97店舗</li> <li>21年1月の11都府県の緊急事態宣言後の臨時休業、時短営業店舗数 臨時休業:15店舗 時短営業:59店舗</li> <li>長引く外出自粛の影響による客数の減少 快活CLUB既存店客数 前期比:84.0% コート・ダジュール既存店客数 前期比:67.5%</li> </ul>

# Withコロナ時代のAOKIグループの取り組み

緊急事態宣言の  
発令

不要不急の  
外出自粛要請

感染リスク  
長期化の恐れ

- 「三密を避ける」をキーワードにライフスタイルが変化
- 外出自粛、在宅浸透、集合型イベントの中止等、様々な制約・変化が生まれる

## 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



マスク



パジャマスーツ®



アクティブワークスーツ™の予約販売

### 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



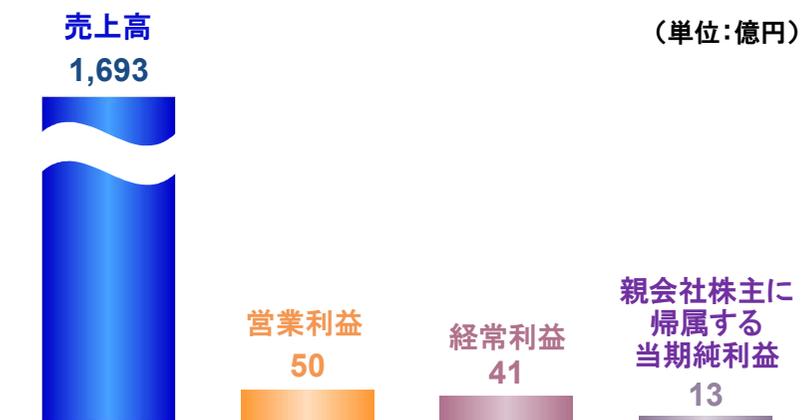
テレワーク利用

# 2022年3月期 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収束見通し
- 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

- 全事業で既存店回復見込み
- エンターテインメント事業で93店舗の新規出店
- 財務基盤強化

**4期ぶりの増収増益予想**

## 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

### 経営環境 認識

- コロナを契機とした消費行動・商品・サービスに対する価値観の変化
- デジタル化の浸透の加速
- 「人」にしかできないこと及び店舗の付加価値確認

新型コロナウイルスによる社会環境の変化をチャンスととらえ  
**グループ全体で経営戦略を推進**

### グループの 取り組み 方針

- ビジネスモデルそのものの見直し(選択と集中)
- 新しい生活様式に対応した商品・サービス・コンテンツ・新事業の開発と創出
- 「人」「店舗」の付加価値向上とDXの融合
- グループ全体でチャレンジし、再成長を実現

# Afterコロナ時代の事業継続に向けた 各事業の課題と今後の対応

## ファッション

### Afterコロナ時代

- ビジネススタイルの変化の継続
- 新生活様式に対応した新たなニーズの拡大
- ECの拡大
- 営業効率改善の推進

### 施策

- 新たなホーム&ワークスタイルと働く女性に向けた商品群の企画、開発、拡充
- マスク、ナノクリーン(「抗ウイルス・抗菌・消臭加工」補正)など必需品の企画、開発、改良
- オンラインショップ限定商品の企画・開発及びOMOの更なる推進
- 不採算店舗の改廃と店舗オペレーションの改善

## アニヴェルセル ブライダル

### Afterコロナ時代

- 新生活様式に合わせた新しいスタイルのニーズの拡大
- 収益構造の変革

### 施策

- 3つのスタイル(チャペル・ファミリー・フォト)など新しいウエディングスタイルの開発、提案
- 徹底的な経費削減と新しい販促経路による効果の最大化

## エンターテイメント

### Afterコロナ時代

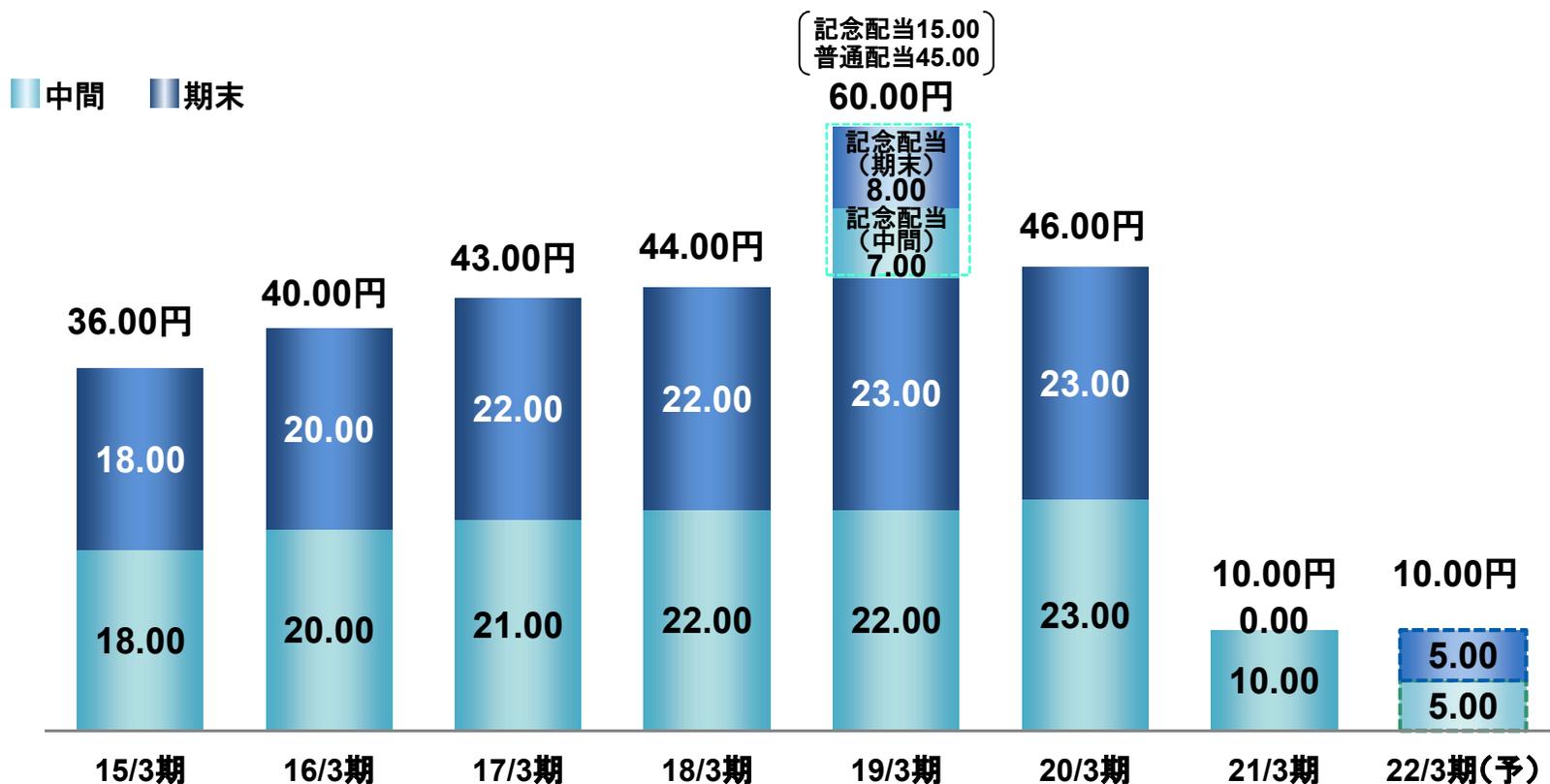
- テレワーク、シェアオフィスのニーズの増加
- 新しい消費者ニーズの増加
- 安心・安全に対する意識向上
- 健康志向

### 施策

- 鍵付完全個室の導入等によるシェアリングスペースの利用促進
- 様々なコンテンツ・サービスの提供による時代に対応した施設活用
- セルフフロント(快活CLUB)や取り分けサービス(コート・ダジュール)等の導入
- 24時間セルフ型フィットネスジムFit24の積極出店

# 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、日本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



ビズポロ



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

全従業員が対象

育児介護

柔軟で多様な働き方

キャリアとライフスタイル両立



## 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

公益財団法人  
AOKI 財団



AOKI財団の事業の一つ「AOKI咸臨丸」

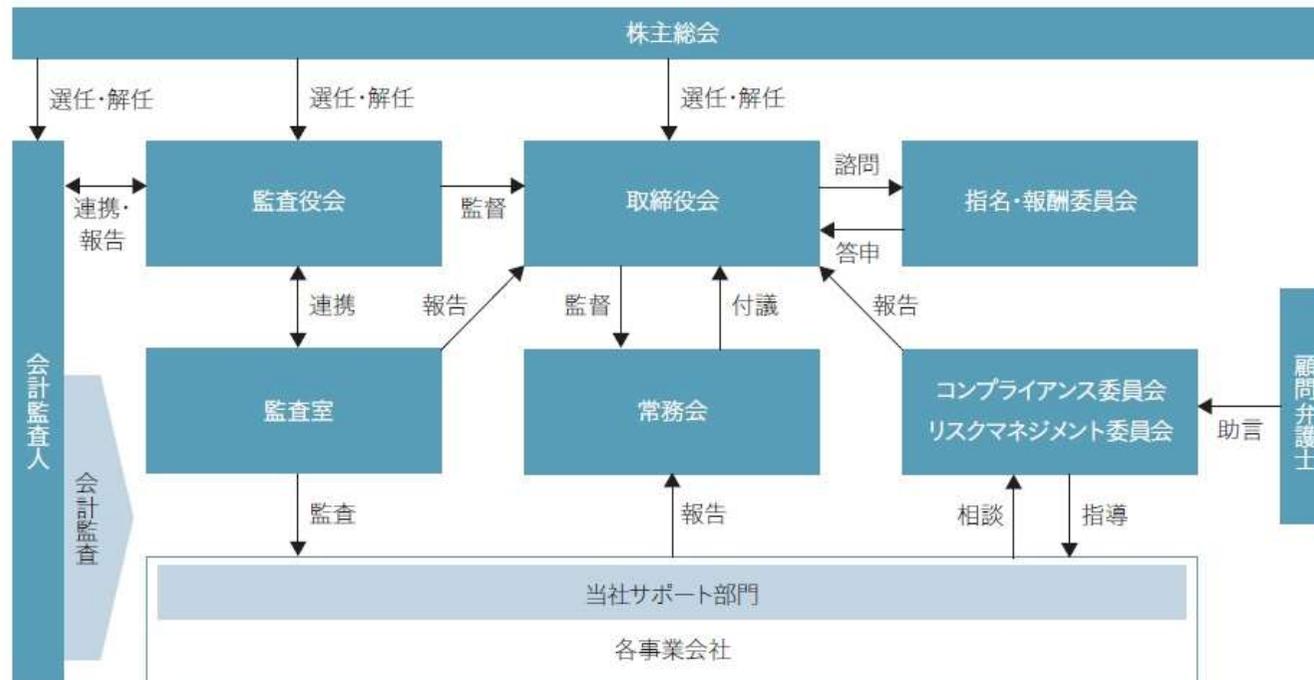
※ 本財団は、AOKIグループの経営理念の一つ「公共性の追求」の一環として、2011年に設立されました。

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
- 新任社外取締役候補(2021年6月23日付予定)
  - 高橋光夫 (現 (株)パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス理事 及び MIGホールディングス(株) 社外取締役)

※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

**2021年3月期**

---

**業績の概要**

# 連結損益計算書の主な増減

(単位:百万円)

科目/期別	20/3期	21/3期	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	180,220	143,169	△37,051	79.4	ファッション、エンターテイメント事業の既存店減収、アニヴェルセル・プライダル事業の施行組数が大きく減少
売上総利益 売上総利益率	72,483 40.2%	48,364 33.8%	△24,118 △6.4pt	66.7	売上総利益率 ファッション事業:△1.9pt エンターテイメント事業:△15.0pt アニヴェルセル・プライダル事業はマイナス
販売費・一般管理費	65,833	54,157	△11,676	82.3	各事業で販管費削減
営業利益又は営業損失(△) 営業利益率	6,649 3.7%	△5,793 —	△12,442 —	—	
営業外収益	557	365	△192	65.5	受取保険料の減少
営業外費用	1,705	1,178	△526	69.1	固定資産除却損の減少
経常利益又は経常損失(△)	5,501	△6,606	△12,108	—	
特別利益	170	767	596	450.2	雇用調整助成金等(691百万円)の増加
特別損失	3,964	5,775	1,811	145.7	臨時休業等による損失(2,200百万円)、投資有価証券評価損及び事業構造改善費用の増加
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	△12,378	—	

◆ 減価償却額:9,380百万円(内リース資産2,029百万円含む)

◆ 既存店増収率 ファッション:△9.0% エンターテイメント:△26.4%(快活CLUB:△22.5% コート・ダジュール:△40.0%)

# 事業別売上高・営業利益の主な増減

## 事業別売上高

(単位:百万円)

事業	20/3期	21/3期	増減	対比(%)	主な増減要因
計	180,220	143,169	△37,051	79.4	
ファッション	98,352	85,387	△12,965	86.8	既存店の減収
アニヴェルセル・ブライダル	22,270	8,033	△14,236	36.1	施行組数の大幅減少
エンターテイメント	58,388	48,499	△9,889	83.1	既存店の減収
快活CLUB(FIT24含む)	44,280	41,432	△2,847	93.6	
コート・ダジュール	14,108	7,067	△7,041	50.1	
不動産賃貸	3,624	3,876	252	107.0	
セグメント間取引等	△2,415	△2,628	△213	—	

## 事業別営業利益又は営業損失(△)

(単位:百万円)

事業	20/3期	21/3期	増減	対比(%)	主な増減要因
計	6,649	△5,793	△12,442	—	
ファッション	2,886	1,499	△1,387	51.9	既存店の減収及び売上総利益率の低下
アニヴェルセル・ブライダル	439	△3,088	△3,527	—	施行組数の大幅減少
エンターテイメント	2,672	△5,190	△7,862	—	既存店の減収及び店舗数増加に伴う費用増
快活CLUB(FIT24含む)	1,618	△3,732	△5,350	—	
コート・ダジュール	1,053	△1,458	△2,512	—	
不動産賃貸	668	678	9	101.5	
セグメント間取引等	△17	308	326	—	

# 連結貸借対照表の主な増減

(単位:百万円)

科目／期別	20/3期	21/3期	増減	主な増減要因
流動資産	65,297	67,852	2,555	
現金・預金	23,843	29,941	6,098	借入れの実施
売掛金	8,455	10,686	2,230	3月の売上高の増加
たな卸資産	24,181	20,112	△4,069	仕入高の減少
固定資産	164,546	169,407	4,861	
有形固定資産	117,533	122,769	5,235	71店舗の新規出店等
無形固定資産	5,631	5,505	△125	
投資その他の資産	41,382	41,133	△249	
資産合計	229,843	237,260	7,416	
流動負債	32,587	47,842	15,254	
買掛金	14,563	14,241	△322	
電子記録債務	—	2,660	2,660	設備投資に利用
短期借入金	—	11,000	11,000	
1年内返済予定長期借入金	3,493	5,418	1,925	
固定負債	58,046	63,567	5,521	
長期借入金	40,332	45,914	5,582	長期借入れ110億円の実施
負債合計	90,634	111,409	20,775	
資本金	23,282	23,282	—	
資本剰余金	27,823	27,747	△76	
利益剰余金	96,298	81,571	△14,726	当期純損失及び剰余金の配当
自己株式	△7,592	△7,438	153	
その他の包括利益累計額合計	△831	324	1,155	
新株予約権	228	363	135	
純資産合計	139,209	125,850	△13,359	
負債純資産合計	229,843	237,260	7,416	

# 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	20/3期	21/3期	増減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	14,803	4,351	△10,451	税金等調整前当期純損失等により減少
投資活動による キャッシュ・フロー	△16,418	△11,518	4,900	新規出店及びリニューアルに伴う有形固定資産取得の減少及び電子記録債務の増加
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,098	13,265	14,364	短期借入れ110億円及び長期借入れ110億円の実施
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	△2,714	6,098	8,812	
現金及び現金同等物の 期首残高	26,558	23,843	△2,714	
現金及び現金同等物の 期末残高	23,843	29,941	6,098	

# 出退店実績

(単位:店)

セグメント	店舗名	20/3期			21/3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	519	7	54	512	—	7
	ORIHICA	119	1	13	116	3	6
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	13	—	—	12	—	1
エンターテイメント	快活CLUB	449	85	2	496	50	3
	コート・ダジュール	123	—	8	117	—	6
	FiT24・快活フィットネスCLUB	30	28	—	46	18	2
合 計		1,253	121	77	1,299	71	25
設 備 投 資 額 (百万円)		19,571			16,402		

(単位:百万円)

設備投資額内訳	20/3期	21/3期	対比(%)
ファッション	1,119	988	88.3
アニヴェルセル・ブライダル	368	70	19.1
エンターテイメント	17,947	15,220	84.8
快活CLUB(FiT24含む)	17,407	※14,479	83.2
コート・ダジュール	540	740	136.9
連結合計	19,571	16,402	83.8

※22/3期へ延期した新店分含む

**2022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	21/3期	22/3期 (予)	増減	対比(%)	主な増減要因
売上高	143,169	169,350	26,180	118.3	各事業の既存店増収
売上総利益 売上総利益率	48,364 33.8%	63,150 37.3%	14,785 +3.5pt	130.6	売上総利益率 ファッション事業:+0.5pt エンターテイメント事業:+11.1pt 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	54,157	58,150	3,992	107.4	
営業利益又は営業損失(△) 営業利益率	△5,793 —	5,000 3.0%	10,793 —	—	
営業外収益	365	200	△165	54.7	違約金収入等の減少
営業外費用	1,178	1,100	△78	93.3	
経常利益又は経常損失(△)	△6,606	4,100	10,706	—	
特別利益	767	300	△467	39.1	雇用調整助成金等の減少
特別損失	5,775	1,800	△3,975	31.2	臨時休業等による損失及び投資有価証券評価損の減少
親会社株主に帰属する 当期純利益又は当期純損失(△)	△11,931	1,300	13,231	—	

## 前提条件

- ◆ 減価償却額:9,830百万円(内リース資産2,400百万円含む)
- ◆ 既存店増収率 ファッション:5.5% エンターテイメント:25.9%(快活CLUB:22.2% コート・ダジュール:46.5%)

# 事業別売上高・営業利益の見通し

## 事業別売上高

(単位:百万円)

事業	21/3期	22/3期(予)	増減	対比(%)
計	143,169	169,350	26,180	118.3
ファッション	85,387	90,500	5,112	106.0
アニヴェルセル・ブライダル	8,033	10,850	2,816	135.1
エンターテイメント	48,499	66,550	18,050	137.2
快活CLUB(FIT24含む)	41,432	55,700	14,267	134.4
コート・ダジュール	7,067	10,850	3,782	153.5
不動産賃貸	3,876	4,000	123	103.2
セグメント間取引等	△2,628	△2,550	78	—

## 事業別営業利益又は営業損失(△)

(単位:百万円)

事業	21/3期	22/3期(予)	増減	対比(%)
計	△5,793	5,000	10,793	—
ファッション	1,499	3,000	1,500	200.1
アニヴェルセル・ブライダル	△3,088	300	3,388	—
エンターテイメント	△5,190	1,500	6,690	—
快活CLUB(FIT24含む)	△3,732	1,670	5,402	—
コート・ダジュール	△1,458	△170	1,288	—
不動産賃貸	678	850	171	125.2
セグメント間取引等	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	506	2	8
	ORIHICA	116	3	6	107	1	10
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	12	—	1	11	—	1
エンターテイメント	快活CLUB	496	50	3	521	33	8
	コート・ダジュール	117	—	6	114	—	3
	FIT24	46	18	※2	106	60	—
合 計		1,299	71	25	1,365	96	30
設 備 投 資 額 (百万円)		16,402			8,700		

※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	280	28.3
アニヴェルセル・ブライダル	70	70	99.7
エンターテイメント	15,220	8,212	54.0
快活CLUB(FIT24含む)	※14,479	※7,734	53.4
コート・ダジュール	740	478	64.6
連結合計	16,402	8,700	53.0

※21/3期は22/3期へ出店を延期した新店分含む(22/3期(予)は除く)

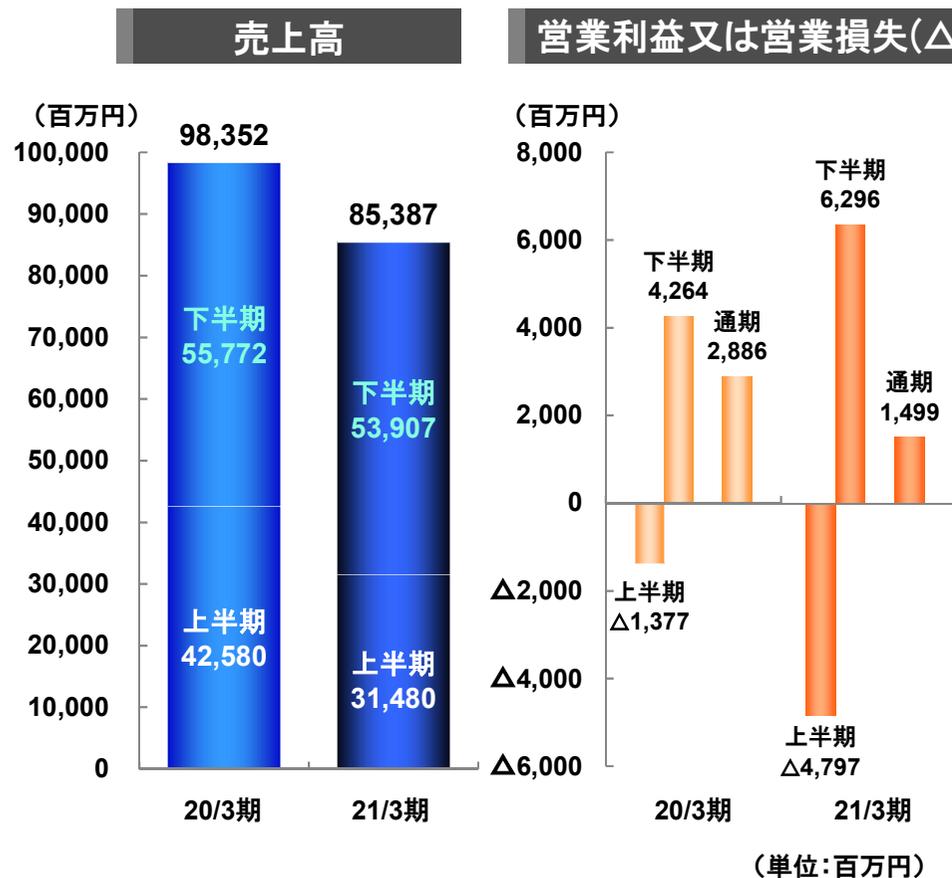
# ファッション事業

---

2021年3月期実績と2022年3月期の見通し

## ファッション事業－2021年3月期の概要

# 3月のフレッシュズ商戦は好調に推移するも、 年間を通して新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け減収減益



	21/3期	
	前期比%	売上比%
売上高	85,387	86.8
売上総利益	48,483	56.8
販売管理費	46,984	55.0
営業利益	1,499	1.8

■ 売上高：前期比 86.8%

■ 営業利益：前期比 51.9%

◆ 2度の緊急事態宣言期間中における一部店舗の臨時休業・営業時間の短縮

◆ 既存店の減収：前期比  $\Delta 9.0\%$

- 外出自粛等による客数減少
- 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
- 冠婚葬祭マーケットの縮小によるフォーマル販売着数の減少
- 3月度フレッシュズ商戦は好調に推移

◆ 売上総利益率：前期比  $\Delta 1.9$ ポイント

- スーツ・フォーマル等の重衣料の苦戦
- セールの実施等による1品単価の低下

◆ 販売管理費：前期比 85.7%

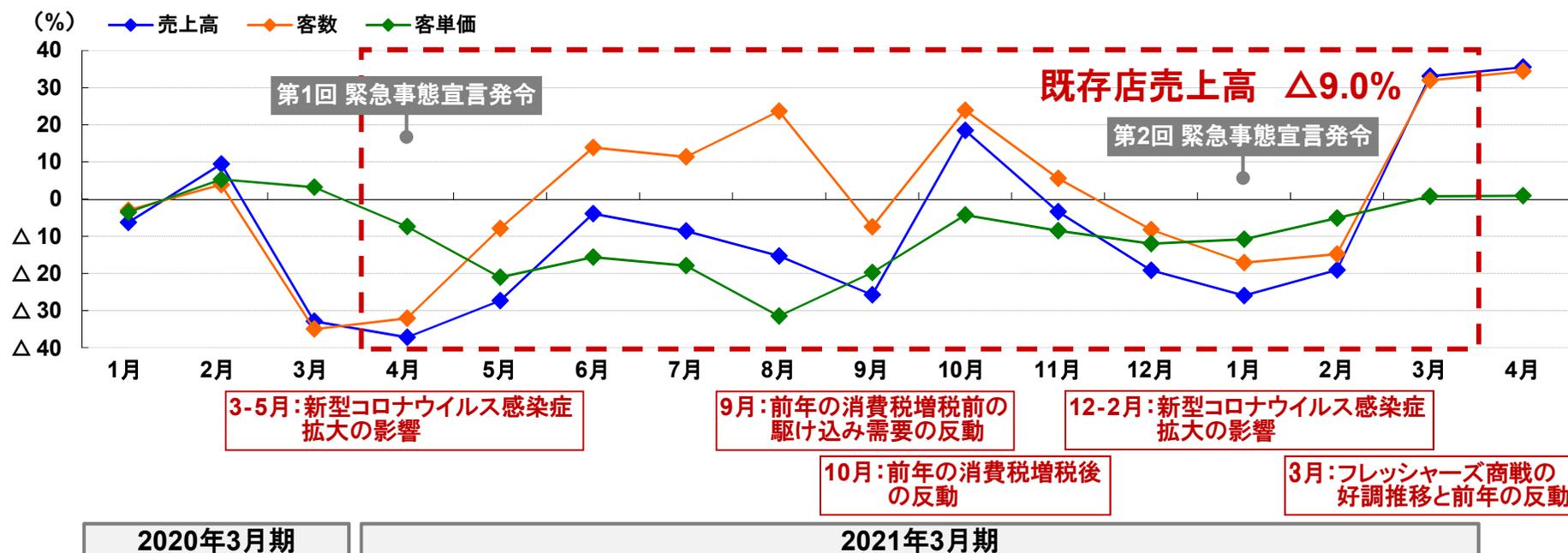
- 賃料交渉等による賃借料の削減
- 広告宣伝費の大幅削減
- 人員コントロールによる人件費の削減

# ファッション事業－2021年3月期の概要:既存店の状況

## 新型コロナウイルス感染症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

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
△20.9%	△4.6%	△17.1%	△16.9%	9.1%	△23.9%	△3.0%	5.8%	△8.4%	△1.4%	0.0%	△1.4%
<ul style="list-style-type: none"> <li>外出自粛等による客数減少</li> <li>セール実施による客単価減少</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>マスク販売により客数増加</li> <li>マスク等の小物関連好調の一方、重衣料低調で客単価減少</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>前年の消費税増税後の反動により客数増加</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>フレッシュャーズ商戦が好調に推移</li> </ul>		

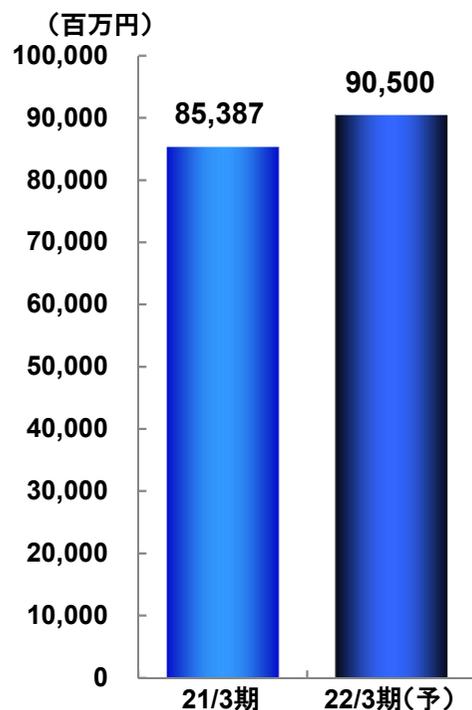


	20/4	20/5	20/6	20/7	20/8	20/9	20/10	20/11	20/12	21/1	21/2	21/3	通期	21/4
既存店売上高 (%)	△37.2	△27.3	△3.9	△8.6	△15.3	△25.8	18.5	△3.4	△19.2	△26.0	△19.1	33.1	△9.0	35.5
客数 (%)	△32.1	△7.9	13.9	11.4	23.7	△7.5	23.9	5.6	△8.2	△17.1	△14.8	32.0	2.4	34.4
客単価 (%)	△7.4	△21.0	△15.6	△17.9	△31.5	△19.8	△4.3	△8.5	△12.0	△10.8	△5.1	0.8	△11.1	0.9
平年気温との差異(℃)(東京)	-1.1	+1.3	+1.8	-0.7	+2.7	+1.4	0.0	+1.9	+0.1	+0.2	+2.8	+4.1	—	+0.8

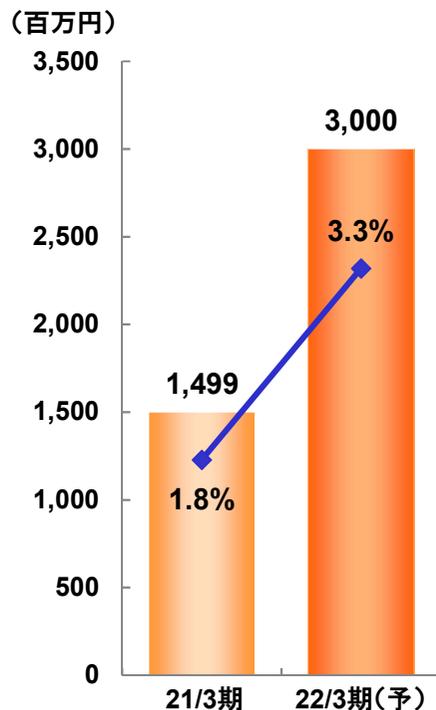
## ファッション事業－2022年3月期通期の見通し

### 既存店増収及び営業効率改善により、増収増益予想

#### 売上高



#### 営業利益と営業利益率



(単位:百万円)

	22/3期(予)	
	前期比%	売上比%
売上高	90,500	106.0
売上総利益	51,840	57.3
販売管理費	48,840	54.0
営業利益	3,000	3.3

■ 売上高：前期比 106.0%

■ 営業利益：前期比 200.1%

#### ◆ 既存店増収率予想

1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
9.0%	△5.0%	2.2%	0.8%	11.8%	7.4%	5.5%

#### ◆ 不採算店舗の改廃

- 出店(移転含む):3店舗
- 退店:18店舗

#### ◆ 売上総利益率:前期比 +0.5ポイント

#### ◆ 販売管理費:前期比 103.9%

- 販促媒体の絞り込みと売上に合わせた広告宣伝費コントロールの実施
- 賃料交渉の継続実施
- 店舗オペレーション改善による運営コストの低減

## キーワード「Life & Work Style の AOKI」への進化

### 取り組み

#### 商品施策

- 新たな商品群(ホーム&ワークスタイル)の企画、開発
  - ・ 業種を問わない、多能なアクティブワークスーツの開発
  - ・ パジャマスーツの進化、深耕
- 働く女性に向けた商品群の開発、拡充
  - ・ 「MeWORK(ミワーク)」(ジャケット&セットアップスーツ)の展開スタート
  - ・ 雑誌とのタイアップ企画及びインフルエンサー施策の推進
- コロナ禍における必需品の企画、開発、改良
  - ・ 洗えるスーツ等の「洗えるシリーズ」の拡充
  - ・ 「抗菌・洗えるマスク」シリーズの進化



パジャマスーツ®



MeWORKプロジェクト



洗えるスーツ

取り組み

ECの拡大

- EC限定商品の企画、開発の推進
- イージーウェブショップを用いたさらなる利便性の向上
  - ・ウェブオーダーサービス
  - ・店舗受け取りサービス
  - ・置き置き予約サービス
- デジタル接客の推進
  - ・スタッフスタート、チャット接客等



イージーウェブショップ

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
  - ・出店(移転含む):3店舗
  - ・退店:18店舗
  - ・FIT24との併設店舗:6店舗
- 物流拠点の見直し
- ローコストオペレーションの推進



チャットスタイリングサービス



FIT24

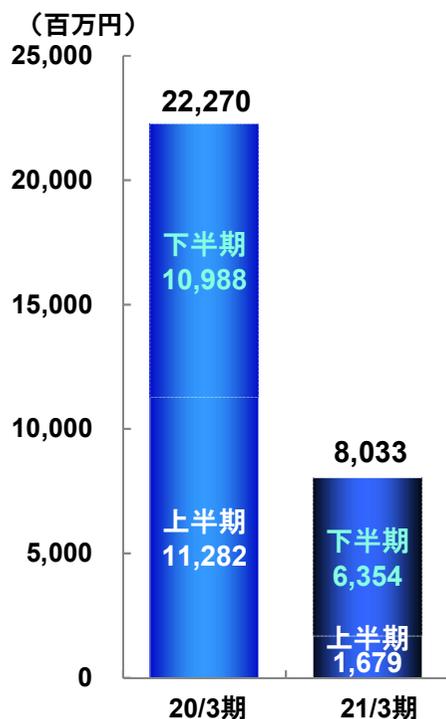
# **アニヴェルセル・ブライダル事業**

---

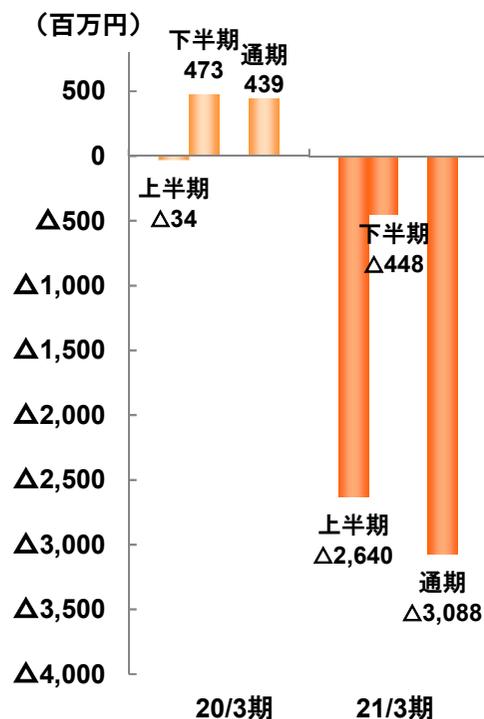
**2021年3月期実績と2022年3月期の見通し**

# アニヴェルセル・ブライダル事業－2021年3月期の概要 新型コロナウイルス感染症拡大の影響等による施行組数の減少及び 組単価減少で減収減益

## 売上高



## 営業利益又は営業損失(△)



(単位:百万円)

	21/3期	
	前期比%	売上比%
売上高	8,033	36.1
売上総利益	△627	—
販売管理費	2,460	30.6
営業損失(△)	△3,088	—

■ 売上高：前期比 36.1%

■ 営業損失：前期差 △3,527百万円

	20/3期	21/3期	前期差	前期比
施行組数	5,031組	1,838組	△3,193組	36.5%
稼働率	52.4%	19.6%	△32.8pt	—
平均組単価	4,046千円	3,507千円	△539千円	86.7%
平均人数	69.9人	52.3人	△17.6人	74.8%

(平均組単価はキャンセル料等を含まない婚礼組単価)

### ◆ 施行組数の減少要因

- 緊急事態宣言下における挙式・披露宴の中止
- 同感染症拡大の影響による日程変更の増加
- 2回目の緊急事態宣言発令による日程変更の増加

### ◆ 販売管理費：前期比 49.3%

- 最低人員での店舗運営  
人員コントロールによる人件費削減
- 販売費コントロール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3月末で豊洲店が営業終了

# アニヴェルセル・ブライダル事業－2021年3月期の概要：施行組数の状況

## 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、挙式施行組数は大幅減少

### 前年同月比施行組数実績

※ 20/4月～21/3月  
 施行組数実績 ÷ 前年施行組数実績

新生活様式に合わせたウエディングスタイルの提案  
 ・安心・安全×新しいスタイル

新規集客経路の開発・強化



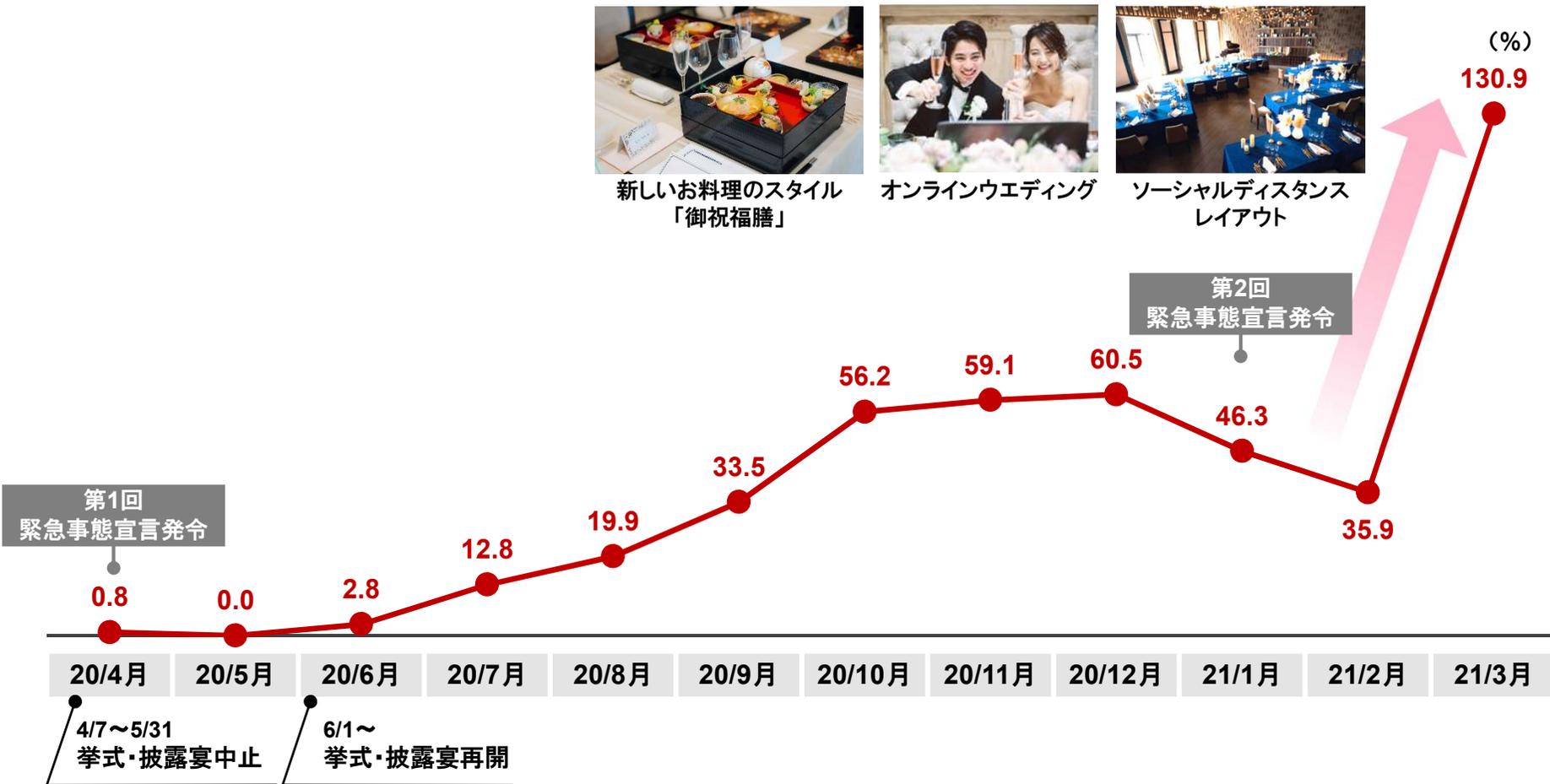
新しいお料理のスタイル  
「御祝福膳」



オンラインウエディング

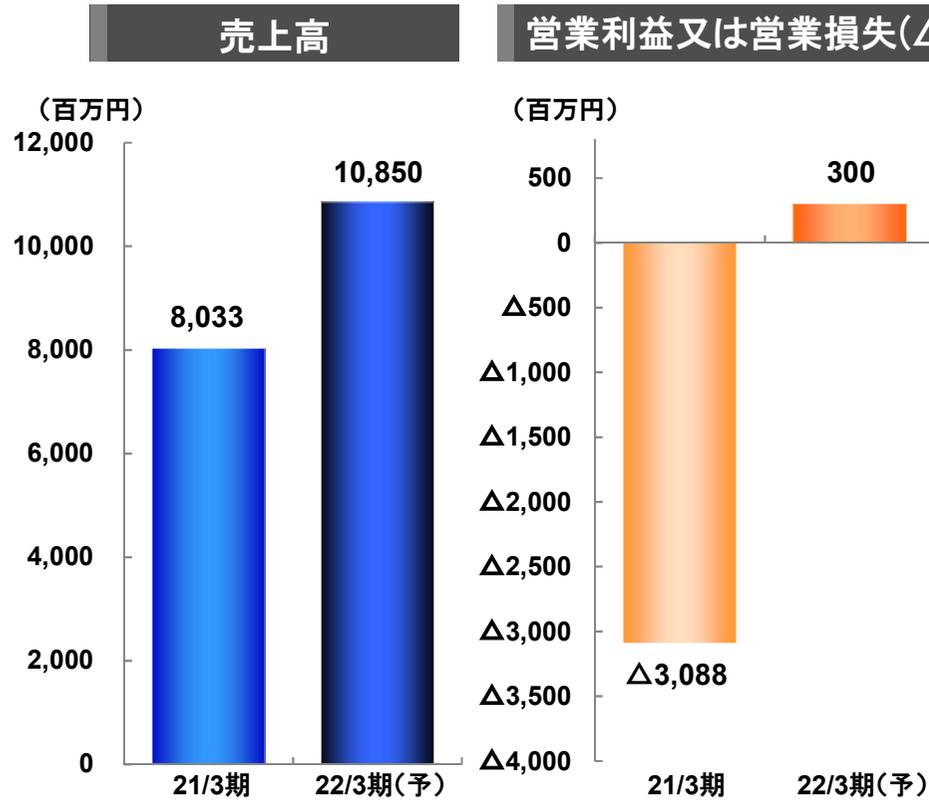


ソーシャルディスタンス  
レイアウト



# 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

## 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)

	22/3期(予)	
	前期比%	売上比%
売上高	10,850	135.1
売上総利益	3,130	—
販売管理費	2,830	115.0
営業利益	300	—

- **売上高: 前期比 135.1%**
- **営業利益: 前期差 +3,388百万円**

	21/3期	22/3期(予)	前期差
施行組数	1,838組	3,398組	+1,560組
平均組単価	3,507千円	3,193千円	△314千円

(平均組単価はキャンセル料等を含まない婚礼組単価)

### ◆ 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

### ◆ 経費削減・コスト合理化

- スタッフの多能工化などによる人件費の削減
- 原価及び販売費の見直し

### ◆ 2021年9月5日で東京ベイ店を閉鎖

# アニヴェルセル・ブライダル事業－2022年3月期の取り組み 新しいウエディングスタイルの提案

## 取り組み

安心  
安全

×

新しい  
スタイル

### 安心・安全ウエディング宣言 ～ Anniversaire New Normal Wedding ～

ソーシャルディスタンスレイアウト



Web招待状・受付システムの導入



#### その他の安心・安全サービス

- 感染拡大防止100項目の実施
- オンラインでの見学会・相談会の実施

### 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



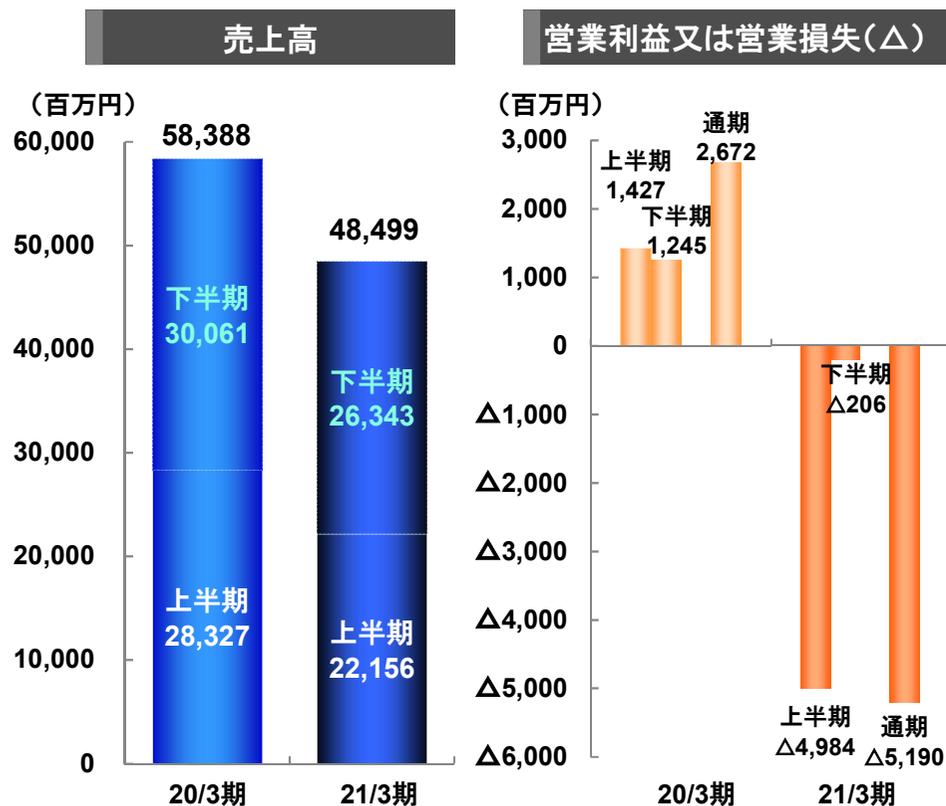
# エンターテイメント事業

---

2021年3月期実績と2022年3月期の見通し

## エンターテインメント事業－2021年3月期の概要

# 年間を通じた新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け減収減益



(単位:百万円)

	21/3期	
	前期比%	売上比%
売上高	48,499	83.1
売上総利益	102	1.1
販売管理費	5,292	84.9
営業損失(△)	△5,190	—

■ **売上高**：前期比 83.1%

■ **営業損失**：前期差 △7,574百万円

◆ 2度の緊急事態宣言期間中における一部店舗の臨時休業、営業時間の短縮

◆ 既存店の減収：前期比 △26.4%

〔 快活CLUB：前期比 △22.5%  
コート・ダジュール：前期比 △40.0%

- 外出自粛等による客数減少
- 集客施策による客単価減少

◆ 新規出店

〔 快活CLUB 50店舗(前期差 △35店舗)  
FiT24 18店舗(前期差 △10店舗)

■ **販売管理費**：前期比 84.9%

◆ 新規出店・リニューアル等に伴う費用が減少

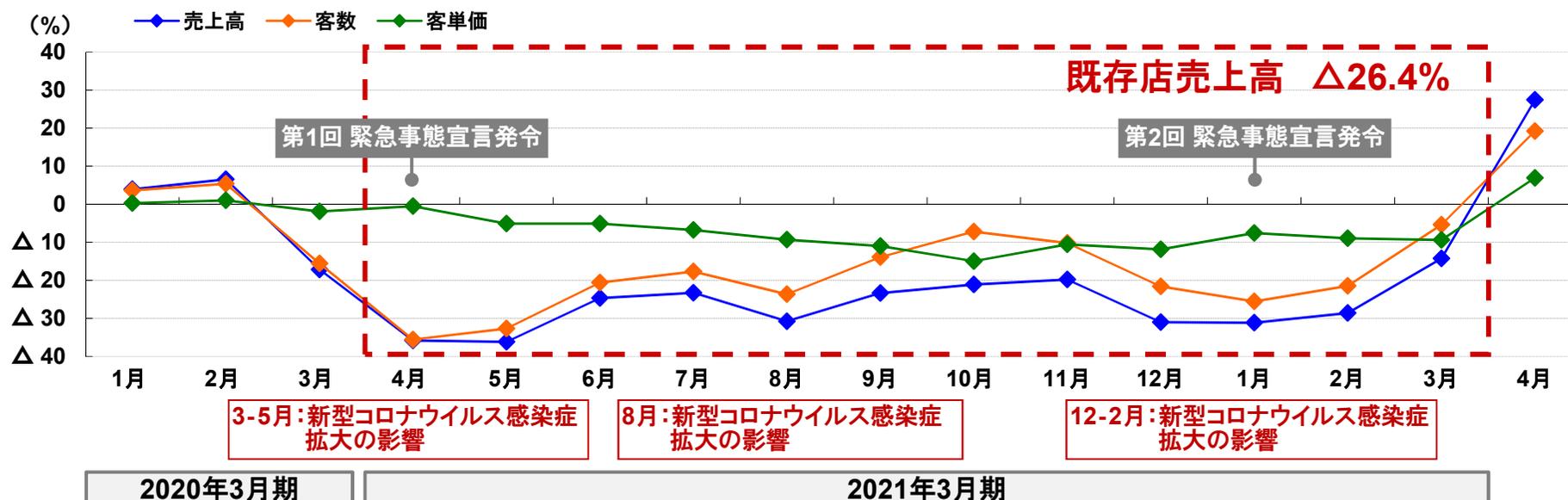
◆ 各種経費低減施策の実施

# エンターテインメント事業－2021年3月期の概要：既存店の状況

## 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により客数が大きく減少し既存店が減収

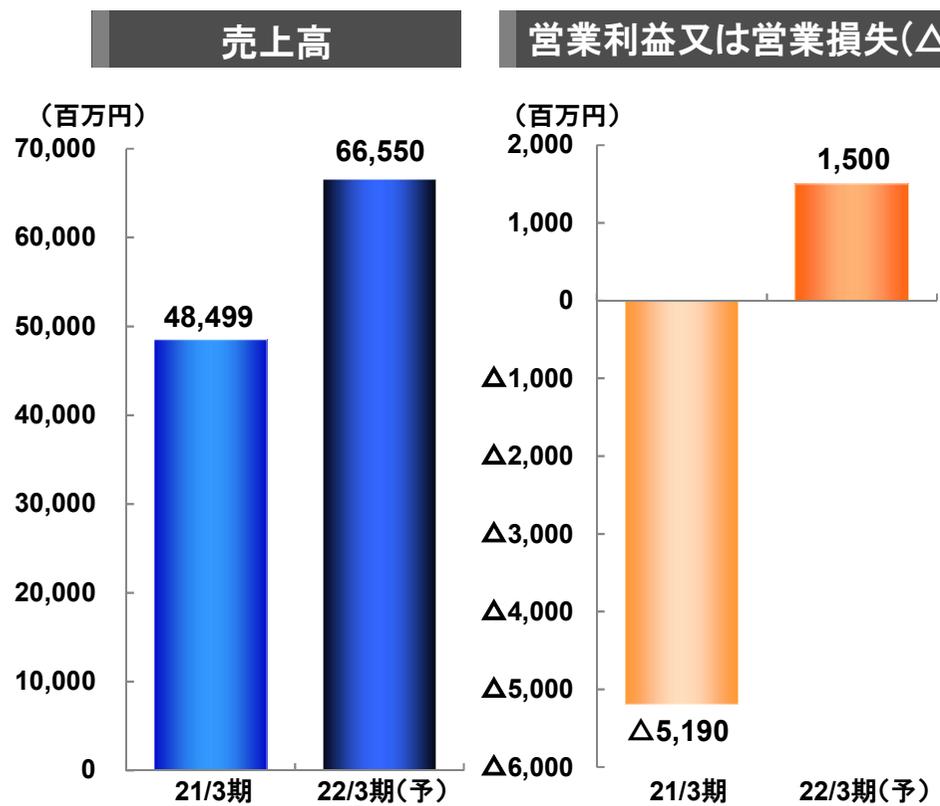
### 月別前年同期比増加率の推移

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
△31.2%	△28.2%	△4.1%	△26.1%	△18.7%	△9.2%	△24.5%	△13.3%	△12.9%	△25.1%	△17.9%	△8.8%
・ 緊急事態宣言により客数減少			・ 長引く外出自粛の影響により客数減少			・ 集客施策により客単価減少			・ 2回目の緊急事態宣言により客数減少		



	2020年3月期												2021年3月期	
	20/4	20/5	20/6	20/7	20/8	20/9	20/10	20/11	20/12	21/1	21/2	21/3	通期	21/4
既存店売上高 (%)	△35.8	△36.2	△24.7	△23.3	△30.8	△23.4	△21.1	△19.8	△31.0	△31.2	△28.6	△14.3	△26.4	27.4
客数 (%)	△35.6	△32.7	△20.6	△17.7	△23.7	△13.9	△7.2	△10.2	△21.6	△25.6	△21.5	△5.4	△19.1	19.2
客単価 (%)	△0.5	△5.1	△5.1	△6.8	△9.3	△11.0	△15.0	△10.6	△11.9	△7.6	△9.0	△9.4	△9.1	6.9
平年気温との差異(°C)(東京)	-1.1	+1.3	+1.8	-0.7	+2.7	+1.4	0.0	+1.9	+0.1	+0.2	+2.8	+4.1	—	+0.8

# エンターテインメント事業－2022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)

	22/3期(予)	
	前期比%	売上比%
売上高	66,550	137.2
売上総利益	7,514	—
販売管理費	6,014	113.6
営業利益	1,500	—

- 売上高：前期比 137.2%
- 営業利益：前期差 +6,690百万円

### ◆ 既存店増収率予想

1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
29.0%	21.5%	24.4%	23.8%	30.4%	27.1%	25.9%

- 快活CLUB:通期 22.2%
- コート・ダジュール:通期 46.5%

### ◆ 新規出店:前期差 +25店舗

- FiT24の積極的な新規出店
- 快活CLUB:33店舗
- FiT24:60店舗

### ◆ 経費削減・コスト合理化

- 賃料交渉による賃借料の低減
- スーパーインデント制度の拡大による人件費の削減

## 取り組み

### サービス

#### ■ 快活CLUB:シェアリングスペースの利用促進

- ・様々な設備、サービスの提供
- ・多彩なコンテンツの提供  
「寺島文庫」オリジナル動画等

#### ■ コート・ダジュール:サービスの拡充

- ・カラオケ以外の「TV・動画視聴」、「テレワーク・勉強」や「楽器練習」等の利用促進
- ・コロナ禍における取り分けサービス

### 店舗

#### ■ 快活CLUB:ドミナント化によるシェア拡大と効率化

- ・4月の高知県初出店により全国47都道府県への出店を完了
- ・セルフフロントの導入による人件費の低減

#### ■ FiT24:積極的な新規出店

- ・AOKIとの併設店舗の出店
- ・快活CLUB、コート・ダジュールからの業態転換



寺島文庫



コート・ダジュールのテレビ視聴



快活CLUB 高知中万々店

# 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24h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、24hジムとしては後発でありながら、成長できる要素を確立。

本来の24hジムとしての強み	FiT24独自の強み
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 使いやすさを追求したフリーウェイトエリア                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・トレーニングに集中できる広々としたスペース</li> <li>・ベンチ3台以上、パワーラック2台以上、ダンベル50kgまで標準装備</li> </ul> </li> <li>● 初心者から上級者まで使いやすく満足できるマシン揃え                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・厳選された高品質マシン</li> <li>・筋トレマシン、フリーウェイトマシン、有酸素マシン、プレートロードマシン等充実のラインナップ</li> </ul> </li> <li>● 快活CLUB複合出店による投資・賃料負担減</li> <li>● 単独では出店できない300坪以上の大型物件への出店が可能</li> <li>● 全店直営</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「快活CLUB」系列としての充実したアメニティとサービス                     <ul style="list-style-type: none"> <li> 快活CLUBの飲み放題カフェが1日1時間無料</li> <li> バスタオル、フェイスタオル完備／使い放題</li> <li> シャワールームにシャンプー・ボディソープ完備</li> <li> Wi-Fi経由で映画、音楽、電子書籍等が視聴可能</li> </ul> </li> <li>● 快活CLUBの会員はFiT24を10分単位で利用可能</li> <li>● 24h有人の利便性と安心感 (快活CLUBスタッフが24h常駐)</li> <li>● 快活CLUB既存店との相互利用可能</li> <li>● FiT24会員証は快活CLUB会員証としても利用可能</li> </ul>



快活CLUBとの併設店舗



単独店舗

	21/3期	22/3期(予)
店舗数	46店舗	106店舗
(単独店)	5店舗	41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、P45、P47の(注)

- 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。
- 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)。
- 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P18、P24をご参照ください。

# 2021年3月期 連結損益実績

(単位:百万円)

	20/3期 実績	百分比 (%)	21/3期 実績	百分比 (%)	対前期 増減	対比 (%)
売 上 高	180,220	100.0	143,169	100.0	△37,051	79.4
ファッション	98,352	100.0	85,387	100.0	△12,965	86.8
アニヴェルセル・ブライダル	22,270	100.0	8,033	100.0	△14,236	36.1
エンターテイメント	58,388	100.0	48,499	100.0	△9,889	83.1
快活CLUB(FIT24含む)	44,280	100.0	41,432	100.0	△2,847	93.6
コート・ダジュール	14,108	100.0	7,067	100.0	△7,041	50.1
不動産賃貸	3,624	100.0	3,876	100.0	252	107.0
売 上 総 利 益	72,483	40.2	48,364	33.8	△24,118	66.7
ファッション	57,695	58.7	48,483	56.8	△9,212	84.0
アニヴェルセル・ブライダル	5,426	24.4	△627	—	△6,054	—
エンターテイメント	8,903	15.2	102	0.2	△8,801	1.1
快活CLUB(FIT24含む)	6,544	14.8	787	1.9	△5,757	12.0
コート・ダジュール	2,358	16.7	△685	—	△3,044	—
不動産賃貸	668	18.5	678	17.5	9	101.5
販 売 管 理 費	65,833	36.5	54,157	37.8	△11,676	82.3
ファッション	54,809	55.7	46,984	55.0	△7,824	85.7
アニヴェルセル・ブライダル	4,987	22.4	2,460	30.6	△2,526	49.3
エンターテイメント	6,231	10.7	5,292	10.9	△938	84.9
快活CLUB(FIT24含む)	4,925	11.1	4,519	10.9	△406	91.7
コート・ダジュール	1,305	9.3	773	10.9	△531	59.3
営業利益又は営業損失(△)	6,649	3.7	△5,793	—	△12,442	—
ファッション	2,886	2.9	1,499	1.8	△1,387	51.9
アニヴェルセル・ブライダル	439	2.0	△3,088	—	△3,527	—
エンターテイメント	2,672	4.6	△5,190	—	△7,574	—
快活CLUB(FIT24含む)	1,618	3.7	△3,732	—	△5,350	—
コート・ダジュール	1,053	7.5	△1,458	—	△2,512	—
不動産賃貸	668	18.5	678	17.5	9	101.5
経常利益又は経常損失(△)	5,501	3.1	△6,606	—	△12,108	—
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	—	△12,378	—
1株当たり 当期純利益又は当期純損失(△)	5.23円	—	△140.77円	—	△146.00円	—

# 2021年3月期第4四半期会計期間 連結損益実績

(単位:百万円)

	20/3期第4Q 実績	百分比 (%)	21/3期第4Q 実績	百分比 (%)	対前年同期 増減	対比 (%)
売上高	53,109	100.0	48,495	100.0	△4,614	91.3
ファッション	33,087	100.0	32,239	100.0	△848	97.4
アニヴェルセル・ブライダル	4,468	100.0	2,704	100.0	△1,764	60.5
エンターテイメント	15,248	100.0	13,235	100.0	△2,012	86.8
快活CLUB(FIT24含む)	12,024	100.0	11,751	100.0	△272	97.7
コート・ダジュール	3,223	100.0	1,483	100.0	△1,739	46.0
不動産賃貸	975	100.0	977	100.0	2	100.3
売上総利益	22,747	42.8	20,928	43.2	△1,818	92.0
ファッション	19,462	58.8	19,415	60.2	△47	99.8
アニヴェルセル・ブライダル	813	18.2	93	3.4	△720	11.4
エンターテイメント	2,375	15.6	1,387	10.5	△988	58.4
快活CLUB(FIT24含む)	1,954	16.3	1,575	13.4	△379	80.6
コート・ダジュール	420	13.1	△188	—	△609	—
不動産賃貸	156	16.1	92	9.5	△63	59.2
販売管理費	17,035	32.1	14,580	30.1	△2,454	85.6
ファッション	14,634	44.2	13,037	40.4	△1,597	89.1
アニヴェルセル・ブライダル	1,121	25.1	577	21.4	△544	51.5
エンターテイメント	1,396	9.2	1,061	8.0	△335	76.0
快活CLUB(FIT24含む)	1,130	9.4	937	8.0	△193	82.9
コート・ダジュール	265	8.2	124	8.4	△141	46.7
四半期営業利益	5,712	10.8	6,348	13.1	636	111.1
ファッション	4,827	14.6	6,377	19.8	1,550	132.1
アニヴェルセル・ブライダル	△308	—	△484	—	△176	—
エンターテイメント	979	6.4	326	2.5	△653	33.3
快活CLUB(FIT24含む)	824	6.9	638	5.4	△185	77.5
コート・ダジュール	155	4.8	△312	—	△467	—
不動産賃貸	156	16.1	92	9.5	△63	59.2
四半期経常利益	5,601	10.5	6,250	12.9	649	111.6
親会社株主に帰属する 四半期純利益又は四半期純損失(△)	1,787	3.4	△490	—	△2,277	—

# 2021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)

	20/3期					21/3期									
	全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント		全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント						
				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	10,701	7,880	1,680	550	201	7,487	70.0	6,400	81.2	405	24.1	355	64.7	99	49.5
人件費	24,119	18,708	1,063	2,086	544	20,802	86.2	16,226	86.7	754	71.0	1,979	94.9	331	61.0
賃借料	13,817	14,031	41	54	18	11,727	84.9	11,917	84.9	41	101.0	50	93.7	8	47.2
減価償却費	3,509	2,723	110	68	30	3,069	87.5	2,361	86.7	103	93.7	80	116.1	27	90.8

(注) 1: 全社はAOKIホールディングスの費用やセグメント間の取引が相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。  
2: 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)

	20/3期				21/3期							
	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント		不動産賃貸	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント				不動産賃貸		
		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	4,219	12,792	4,010	—	2,307	54.7	13,031	101.9	2,593	64.7	—	—
賃借料	1,999	7,183	2,988	2,252	1,628	81.4	8,382	116.7	2,052	68.7	2,555	113.5
減価償却費	1,251	3,020	742	423	948	75.8	4,209	139.4	583	78.6	354	83.8

(注) 1: アニヴェルセル・ブライダル事業、エンターテイメント事業及び不動産賃貸事業は販売費及び一般管理費のほか、売上原価に上記費用が含まれております。  
2: 快活CLUBにはFIT24が含まれております。

# 2022年3月期 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 (予)	百分比 (%)	対前期 増減	対比 (%)
売上高	180,220	100.0	143,169	100.0	169,350	100.0	26,180	118.3
ファッション	98,352	100.0	85,387	100.0	90,500	100.0	5,112	106.0
アニヴェルセル・ブライダル	22,270	100.0	8,033	100.0	10,850	100.0	2,816	135.1
エンターテイメント	58,388	100.0	48,499	100.0	66,550	100.0	18,050	137.2
快活CLUB(FIT24含む)	44,280	100.0	41,432	100.0	55,700	100.0	14,267	134.4
コート・ダジュール	14,108	100.0	7,067	100.0	10,850	100.0	3,782	153.5
不動産賃貸	3,624	100.0	3,876	100.0	4,000	100.0	123	103.2
売上総利益	72,483	40.2	48,364	33.8	63,150	37.3	14,785	130.6
ファッション	57,695	58.7	48,483	56.8	51,840	57.3	3,356	106.9
アニヴェルセル・ブライダル	5,426	24.4	△627	—	3,130	28.8	3,757	—
エンターテイメント	8,903	15.2	102	0.2	7,514	11.3	7,411	—
快活CLUB(FIT24含む)	6,544	14.8	787	1.9	6,534	11.7	5,746	830.1
コート・ダジュール	2,358	16.7	△685	—	980	9.0	1,665	—
不動産賃貸	668	18.5	678	17.5	850	21.3	171	125.2
販売管理費	65,833	36.5	54,157	37.8	58,150	34.3	3,992	107.4
ファッション	54,809	55.7	46,984	55.0	48,840	54.0	1,855	103.9
アニヴェルセル・ブライダル	4,987	22.4	2,460	30.6	2,830	26.1	369	115.0
エンターテイメント	6,231	10.7	5,292	10.9	6,014	9.0	721	113.6
快活CLUB(FIT24含む)	4,925	11.1	4,519	10.9	4,864	8.7	344	107.6
コート・ダジュール	1,305	9.3	773	10.9	1,150	10.6	376	148.7
営業利益又は営業損失(△)	6,649	3.7	△5,793	—	5,000	3.0	10,793	—
ファッション	2,886	2.9	1,499	1.8	3,000	3.3	1,500	200.1
アニヴェルセル・ブライダル	439	2.0	△3,088	—	300	2.8	3,388	—
エンターテイメント	2,672	4.6	△5,190	—	1,500	2.3	6,690	—
快活CLUB(FIT24含む)	1,618	3.7	△3,732	—	1,670	3.0	5,402	—
コート・ダジュール	1,053	7.5	△1,458	—	△170	—	1,288	—
不動産賃貸	668	18.5	678	17.5	850	21.3	171	125.2
経常利益又は経常損失(△)	5,501	3.1	△6,606	—	4,100	2.4	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	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	—	15.33円	—	156.10円	—

# 2022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)

	21/3期					22/3期(予)									
	全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント		全社	ファッション	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント						
				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	9,214	123.1	7,663	119.7	750	184.8	490	137.7	222	222.0
人件費	20,802	16,226	754	1,979	331	21,718	104.4	16,740	103.2	655	86.8	1,888	95.4	387	116.6
賃借料	11,727	11,917	41	50	8	12,146	103.6	12,500	104.9	35	83.7	48	94.9	10	116.4
減価償却費	3,069	2,361	103	80	27	3,074	100.2	2,340	99.1	60	58.1	96	120.4	45	164.3

(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(予)							
	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント		不動産賃貸	アニヴェルセル・ブライダル	エンターテイメント				不動産賃貸		
		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	—	2,850	123.5	15,063	115.6	3,037	117.1	—	—
賃借料	1,628	8,382	2,052	2,555	1,570	96.4	10,975	130.9	2,671	130.2	2,635	103.1
減価償却費	948	4,209	583	354	828	87.3	5,050	120.0	640	109.8	300	84.7

(注) 1: アニヴェルセル・ブライダル事業、エンターテイメント事業及び不動産賃貸事業は販売費及び一般管理費のほか、売上原価に上記費用が含まれております。  
2: 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 2021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	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
	20/3期	△2.1	△26.6	△11.5	△10.3	△15.8	△6.3	9.4	△32.9	△15.1	△15.4	△10.1
客数	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
	20/3期	△3.2	△23.3	△8.4	△7.4	△12.8	△3.0	3.9	△35.0	△15.2	△14.1	△9.0
客単価	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
	20/3期	1.2	△4.3	△3.4	△3.1	△3.5	△3.5	5.3	3.2	0.2	△1.5	△1.2

※ご参考：21/3期売上高の19/3期比 上半期：△21.3% 3Q：△18.6% 4Q：△16.4% 下半期：△17.3% 通期：△18.8%

## (2) スーツの販売着数と販売単価

(単位：万着、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	21/3期	28.4	71.6	62.0	95.8	90.3	86.6
	20/3期	39.6	94.0	64.7	78.4	104.3	83.6
販売単価	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 2021年3月期実績】

## (3)商品別売上状況

(単位:百万円)

	20/3期	百分比(%)	21/3期	百分比(%)	対前期増減	対比(%)
重衣料	40,526	41.2	32,098	37.6	△8,428	79.2
中衣料	7,845	8.0	6,415	7.5	△1,429	81.8
軽衣料	28,187	28.7	25,730	30.1	△2,456	91.3
レディース衣料	18,317	18.6	17,565	20.6	△751	95.9
その他	3,476	3.5	3,577	4.2	101	102.9
計	98,352	100.0	85,387	100.0	△12,965	86.8

(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>)

20/3期	21/3期	対前期増減	対比(%)
338,670	326,875	△11,794	96.5

## (5)都道府県別店舗数の推移

	21/3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	/1		/1	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		/2	/2	47	9	56	103
宮城県				9	5	14		三重県				11		11	
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	1/1	31	12	43	
茨城県				14	3	17	関東	兵庫県				13	10	23	87
栃木県				9	2	11		奈良県				3		3	
群馬県				11		11	292	広島県				4	1	5	九州
埼玉県	/3	/1	/4	43	10	53		福岡県				20		20	
千葉県	/1	/1	/2	37	8	45		長崎県				3		3	
東京都				60	24	84		熊本県				5		5	35
神奈川県	/1	2/1	2/2	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	/7	3/6	3/13	512	116	628	
石川県				8		8	58								
福井県				3		3									
山梨県				6		6									
長野県	/1		/1	20		20									

# 【ご参考：ファッション事業 2022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	22/3期(予)	9.0	△5.0	2.2	0.8	11.8	7.4	5.5
	21/3期	△20.9	△16.9	△19.0	△3.0	△1.4	△2.0	△9.0
客数	22/3期(予)	△0.4	△19.2	△10.0	△8.9	5.5	△1.6	△5.6
	21/3期	△4.6	9.1	1.9	5.8	0.0	2.8	2.4
客単価	22/3期(予)	9.5	17.5	13.5	10.7	6.0	9.2	11.7
	21/3期	△17.1	△23.9	△20.5	△8.4	△1.4	△4.7	△11.1

## (2)商品別売上予想

	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	32,040	35.4	△58	99.8
中衣料	6,415	7.5	7,540	8.3	1,124	117.5
軽衣料	25,730	30.1	27,740	30.7	2,009	107.8
レディース衣料	17,565	20.6	19,750	21.8	2,184	112.4
その他	3,577	4.2	3,430	3.7	△147	95.9
計	85,387	100.0	90,500	100.0	5,112	106.0

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2021年3月期実績】

## (1)エンターテインメント事業：既存店増収率、客数・客単価増加率

(単位：%)

		上半期	10月	11月	12月	3Q	1月	2月	3月	4Q	下半期	通期
売上高	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
	20/3期	6.6	3.5	2.1	0.6	2.0	3.9	6.5	△17.2	△2.9	△0.5	3.3
客数	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
	20/3期	2.6	△1.0	△0.6	△0.4	△0.7	3.6	5.4	△15.6	△2.7	△1.7	0.6
客単価	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
	20/3期	3.9	4.6	2.7	0.9	2.6	0.3	1.0	△1.9	△0.2	1.2	2.7

※ご参考：21/3期売上高の19/3期比 上半期：△24.0% 3Q：△23.7% 4Q：△26.0% 下半期：△24.9% 通期：△24.5%

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2021年3月期実績】

## (2)快活CLUB:既存店増収率、客数・客単価増加率

(単位:%)

		上半期	10月	11月	12月	3Q	1月	2月	3月	4Q	下半期	通期
売上高	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
	20/3期	8.2	5.5	3.1	2.0	3.5	4.0	7.2	△12.0	△0.7	1.4	5.0
客数	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
	20/3期	3.0	0.1	0.1	0.6	0.3	4.0	6.6	△11.9	△0.8	△0.3	1.5
客単価	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
	20/3期	5.0	5.4	3.0	1.4	3.2	0.1	0.6	△0.1	0.2	1.7	3.5

※ご参考:21/3期売上高の19/3期比 上半期:△19.9% 3Q:△16.7% 4Q:△16.0% 下半期:△16.4% 通期:△18.1%

## (3)快活CLUB:既存店売上構成比

(単位:%)

		20/3期	21/3期	前期差
既存店	ルーム売上他	89.3	90.3	+1.0pt
	飲食売上	10.7	9.7	△1.0pt

# 【ご参考：エンターテインメント事業 2021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	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
	20/3期	0.4	△5.7	△2.3	△3.1	△3.6	3.2	3.2	△37.2	△12.2	△7.6	△3.3
客数	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
	20/3期	0.3	△8.1	△4.8	△4.6	△5.7	1.5	△1.5	△34.5	△13.1	△9.4	△4.0
客単価	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
	20/3期	0.2	2.6	2.6	1.6	2.3	1.8	4.7	△4.2	1.1	2.0	0.7

※ご参考：21/3期売上高の19/3期比 上半期：△38.2% 3Q：△39.9% 4Q：△54.1% 下半期：△46.5% 通期：△43.1%

## (5)コート・ダジュール：既存店売上構成比

(単位：%)

		20/3期	21/3期	前期差
既存店	ルーム売上	49.1	56.5	+7.4pt
	飲食売上	50.4	42.9	△7.5pt
	その他売上	0.5	0.6	+0.1pt

## (6)都道府県別店舗数の推移

	21/3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		1	2	14		4	18	北海道・ 東北	滋賀県				5			5	近畿・ 中国		
青森県					3		1	4		京都府				10	1		11			
岩手県	1			1	6	1		7	65	大阪府	4			4	40	5	1	46	127	
宮城県	3		1	4	9	6	1	16		兵庫県	2/2	/1	1	3/3	19	3	2	24		
秋田県	1			1	5		1	6		奈良県					4			4		
山形県					5	1		6		和歌山県	1			1	4			4		
福島県					7	1		8		鳥取県	1			1	2			2		
茨城県	1			1	14	2	1	17		島根県					2			2		
栃木県					6	1		7	岡山県					7	2		9			
群馬県	1			1	12	1	3	16	251	広島県	2		1	3	12		1	13		九州・ 四国・ 沖縄
埼玉県	5		3	8	39	1	4	44		山口県	2		1	3	6		1	7		
千葉県	1		1	2	30	4	4	38		徳島県					3			3		
東京都	2/1	/2		2/3	37	23	2	62		香川県	2		1	3	5		1	6		
神奈川県	3	/2	1/1	4/3	33	29	5	67		愛媛県	1			1	2			2		
新潟県					8	3	1	12		福岡県	7		2	9	18	2	3	23		
富山県					5	2		7	甲信越・ 北陸	佐賀県	1			1	3			3		
石川県	1			1	6	6		12	63	長崎県					3			3		
福井県	1			1	3	6	1	10		熊本県	1		1	2	9		1	10		
山梨県					3	2		5		大分県					3			3		
長野県	1		2/1	3/1	9	6	2	17		宮崎県					3			3		
岐阜県					7			7		鹿児島県	2			2	5			5		
静岡県		/1	1	1/1	17	4	4	25		東海	沖縄県	1		1	2	6		1	7	
愛知県	1			1	35	5	1	41	85	合計	50/3	/6	18/2	68/11	496	117	46	659		
三重県					12			12		(注)FiT24の退店は「快活フィットネスCLUB」です。										

# 【ご参考：エンターテイメント事業 2022年3月期見通し】

(1)エンターテイメント事業：既存店 売上高・客数・客単価前年同期比増加率

(単位：%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	22/3期(予)	29.0	21.5	24.4	23.8	30.4	27.1	25.9
	21/3期	△31.2	△26.1	△28.2	△24.5	△25.1	△24.8	△26.4
客数	22/3期(予)	30.4	17.0	22.2	11.9	23.6	17.7	19.7
	21/3期	△28.2	△18.7	△22.7	△13.3	△17.9	△15.6	△19.1
客単価	22/3期(予)	△1.1	3.9	1.8	10.6	5.5	8.0	5.1
	21/3期	△4.1	△9.2	△7.1	△12.9	△8.8	△10.9	△9.1

(2)快活CLUB：既存店 売上高・客数・客単価前年同期比増加率

(単位：%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	22/3期(予)	32.5	20.1	25.1	19.3	20.2	19.7	22.2
	21/3期	△30.3	△22.7	△26.0	△19.7	△18.4	△19.0	△22.5
客数	22/3期(予)	33.5	15.0	22.4	9.0	18.0	13.5	17.6
	21/3期	△27.0	△15.1	△20.4	△9.1	△14.2	△11.8	△16.0
客単価	22/3期(予)	△0.7	4.4	2.2	9.5	1.8	5.5	4.0
	21/3期	△4.5	△9.0	△7.2	△11.6	△4.8	△8.2	△7.7

# 【ご参考:エンターテイメント事業 2022年3月期見通し】

(3)コート・ダジュール:既存店 売上高・客数・客単価前年同期比増加率

(単位:%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	22/3期(予)	2.4	28.7	20.5	43.5	103.8	67.5	46.5
	21/3期	△36.2	△37.2	△36.9	△37.4	△48.5	△42.4	△40.0
客数	22/3期(予)	3.3	29.1	21.0	29.4	63.6	45.0	34.4
	21/3期	△36.1	△32.9	△34.0	△28.9	△33.8	△31.2	△32.5
客単価	22/3期(予)	△0.9	△0.3	△0.4	10.9	24.6	15.5	9.0
	21/3期	△0.2	△6.4	△4.5	△11.9	△22.2	△16.2	△11.2