



2024年3月期 決算説明会

2024年5月23日
株式会社AOKIホールディングス



ANNIVERSAIRE

目次

	2024年3月期 業績の概要	4
	2025年3月期 通期業績予想・株主還元	12
	ファッション事業 2024年3月期実績と2025年3月期の見通し	17
	エンターテインメント事業 2024年3月期実績と2025年3月期の見通し	23
	アニヴェルセル・ブライダル事業 2024年3月期実績と2025年3月期の見通し	28
	中期経営計画 2024 - 2026年度	32
	補足資料	39

1. 記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。
2. 2021年3月期以前の数値は、収益認識会計基準等を遡及適用しておりません。
3. 2022年6月に子会社化した株式会社ランシステム分の数値は、2023年3月期第2四半期会計期間より含めております。
4. 2024年3月期に、報告セグメントの売上高及び損益の測定方法の変更を行っており、2023年3月期は変更後の測定方法に基づき作成した数値を記載しております。

事業ポートフォリオを構成する3事業

ファッション事業

“装う楽しみ”

AOKIグループの創業事業。
スーツから、カジュアル、レディースまで、
お客様のオンからオフまでの多彩な
ファッション生活を彩ります。

AOKI



ロードサイドのチェーンストア展開で発展してきたが、都心やオープンモール・インモールへの出店にも注力。商品に対する徹底したこだわりと、高い専門知識を持ったスタイリストが提案するトータル・コーディネートが特色。

ORIHICA



20代～40代のメンズ&レディースを中心に、新しいビジネス・ビジネススタイルを提案。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

エンターテインメント事業

“楽しさ、くつろぎ”を提供する

楽しさ、くつろぎ、ゆとりに満ちた心豊かな時間と空間を多彩な分野、スタイルで提供。複合カフェの快活CLUBは業界で売上高トップ。

快活CLUB・自遊空間



バリ島の雰囲気に基づいた“癒し”を提供するシェアリングスペース「快活CLUB」。遊びと癒しの自由な空間「自遊空間」。一人で静かに休みたい、気分転換をしたい、テレワークをしたい、また休日の家族の団らんに快適な空間を提供。

コート・ダジュール



南仏の高級リゾート「コート・ダジュール」をテーマに、歌と語らいの爽やかなくつろぎ空間を提供するコミュニケーションスペース。毎日の暮らしに楽しいひと時を提供。

FiT24(フィットネスジム)



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

Entertainment

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と記念日を演出。

アニヴェルセル 表参道



1998年に「記念日」をコンセプトに誕生。表参道の中心地にチャペル、パーティスペースのほかカフェも併設。ウェディングと記念日にまつわるトキ・コト・モノ・サービスを提供。

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。写真は旗艦店「みなとみらい横浜店」。

ANNIVERSAIRE and Bridal

2024年3月期

業績の概要

2024年3月期 連結業績サマリ

外部環境

- 社会経済活動の正常化
- コロナ5類移行後の人流回復、オフィス
出社への回帰、外出需要の増加
- 原材料価格等の高騰
- 猛暑、残暑や暖冬等の天候要因
- ニーズをとらえた商品・サービス戦略

業績概要

- 各事業で既存店が好調に推移
- 3期連続の増収増益
- コスト上昇への適切な対応
- 2024年3月期通期予想を上回り着地

売上高

1,877億円
(前期比:106.6%)

営業利益

138億円
(前期比:135.4%)

経常利益

132億円
(前期比:157.0%)

親会社株主に帰属する
当期純利益

75億円
(前期比:134.5%)

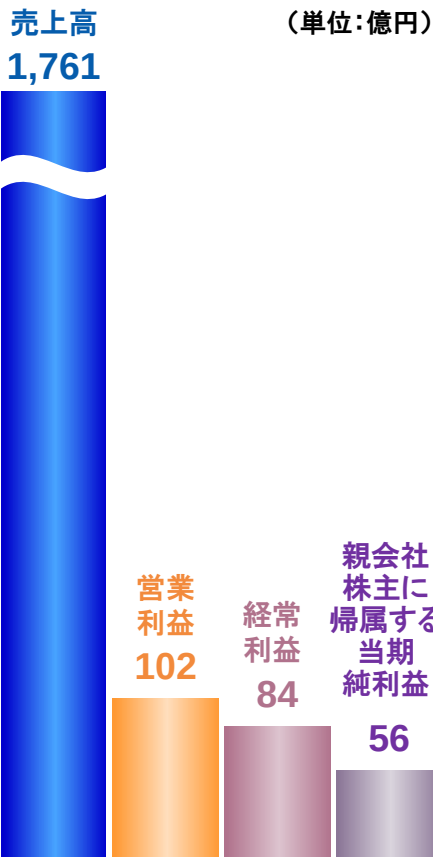
2024年3月期 連結損益の状況

(単位:百万円)

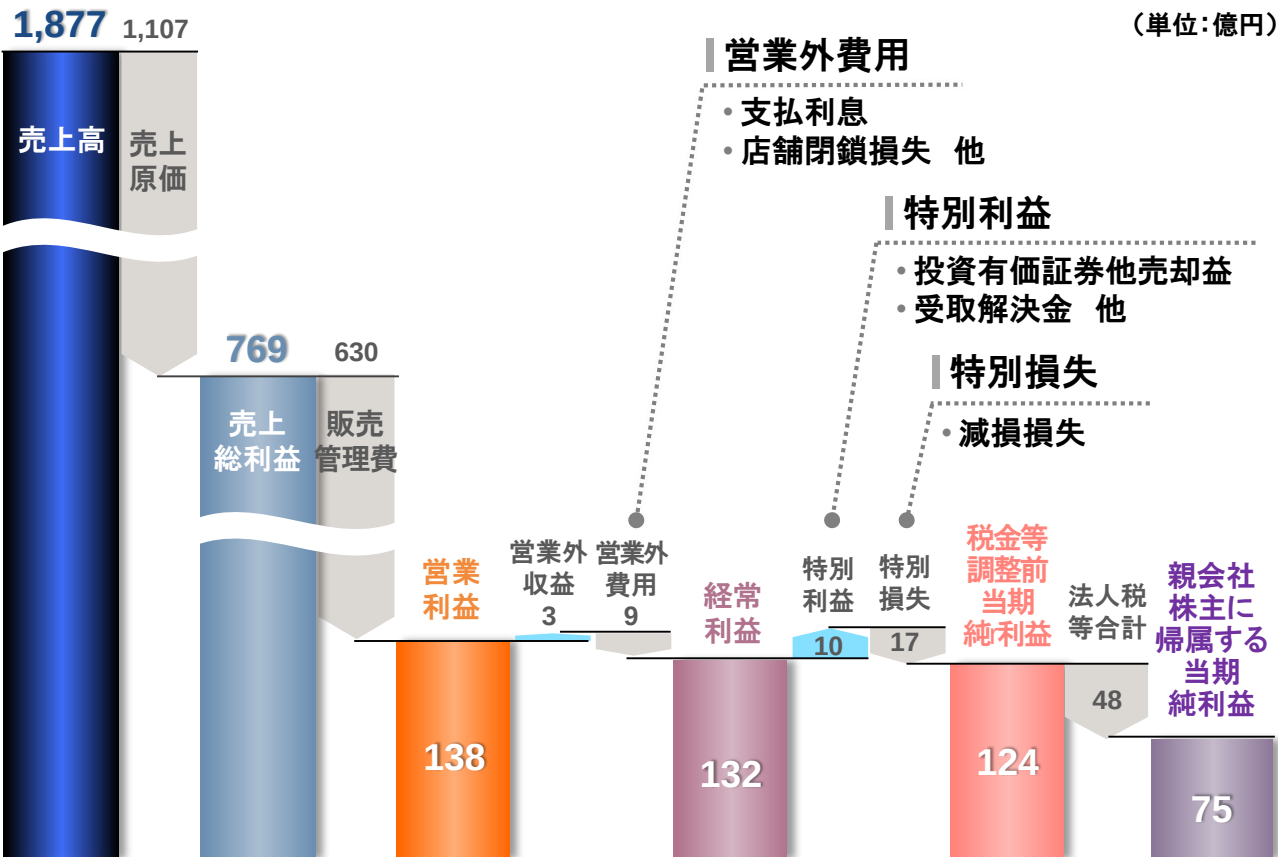
科目／期別	23/3期	24/3期	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	176,170	187,716	11,546	106.6
売上総利益 売上総利益率	69,556 39.5%	76,929 41.0%	7,373 +1.5pt	110.6
販売費・一般管理費	59,320	63,069	3,749	106.3
営業利益 営業利益率	10,235 5.8%	13,860 7.4%	3,624 +1.6pt	135.4
営業外収益	404	329	△74	81.5
営業外費用	2,209	954	△1,255	43.2
経常利益	8,430	13,235	4,804	157.0
特別利益	1,324	1,003	△320	75.8
特別損失	1,994	1,798	△196	90.2
親会社株主に帰属する当期純利益	5,632	7,574	1,941	134.5
1株当たり当期純利益	66.34円	90.03円	23.69円	—

2024年3月期 連結業績

2023年3月期



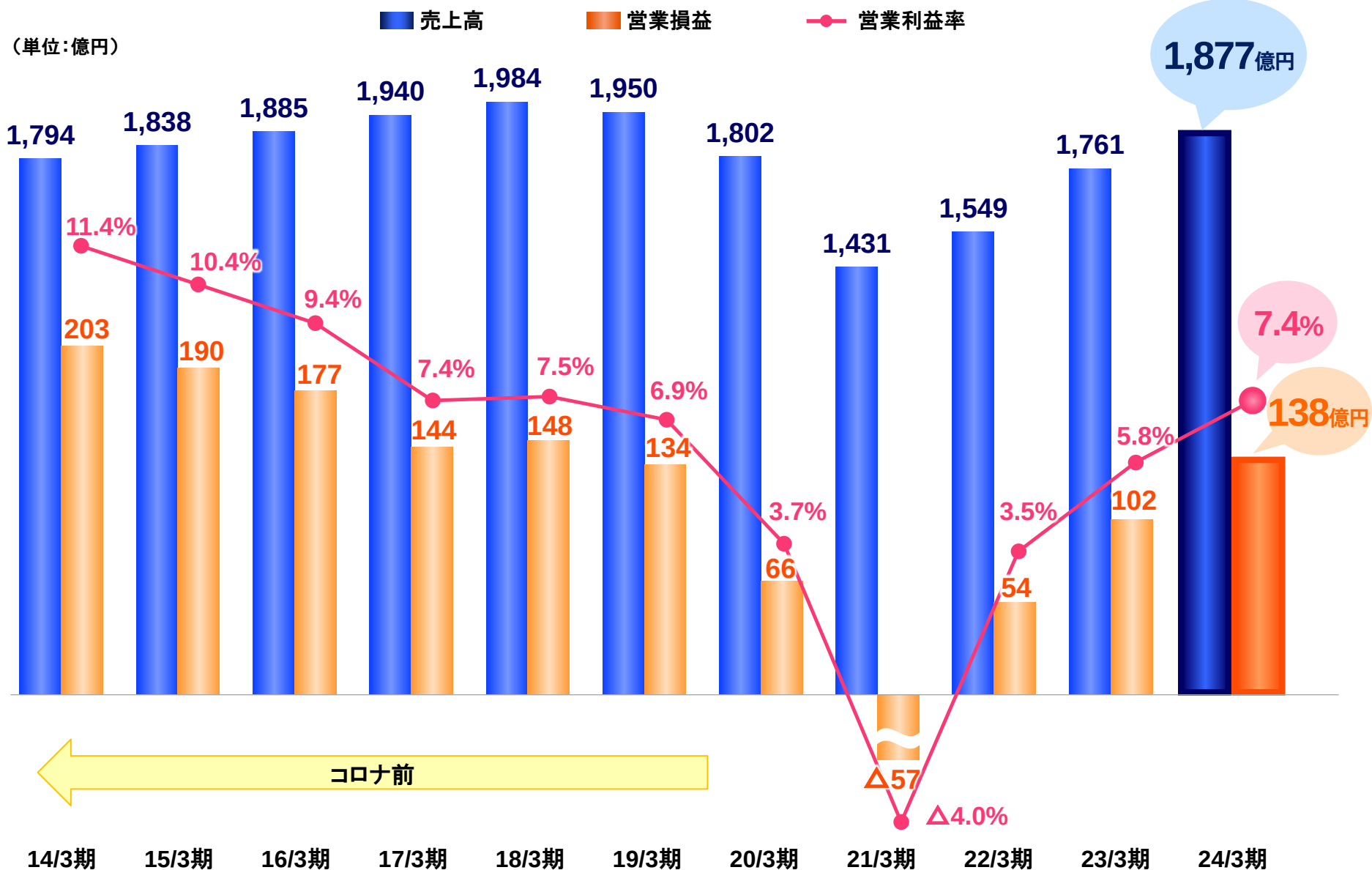
2024年3月期



主な増減要因

売上高	各事業で既存店が増収	営業外費用	固定資産除却損の減少
売上総利益	連結売上総利益率: 前期比 +1.5pt	特別利益	投資有価証券・関係会社株式売却益、受取解決金
営業利益	既存店増収と売上総利益率改善により増益	特別損失	減損損失の減少

2014年3月期以降の連結業績推移

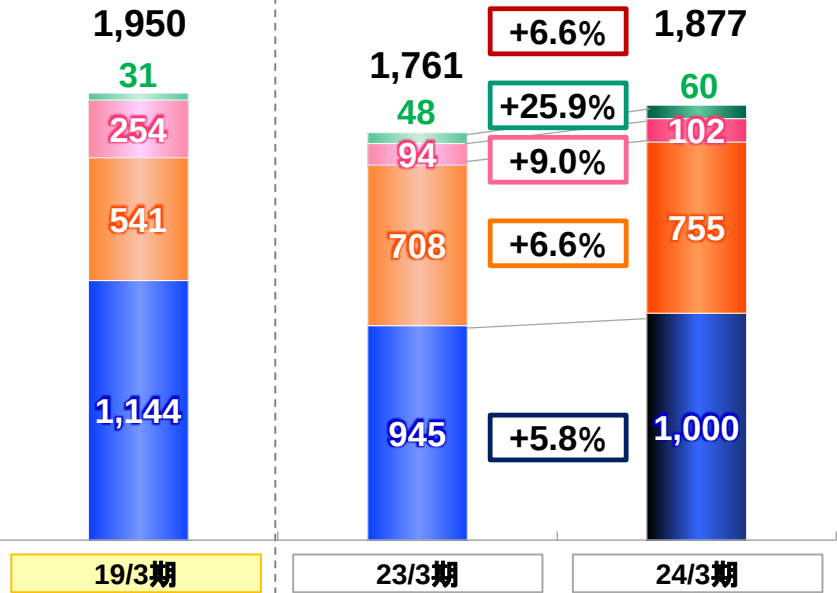


2024年3月期 セグメント別業績

ファッション事業	客単価の上昇により既存店売上高が堅調に推移し、3期連続増収増益 ・ 既存店増収率: +5.7% (予想: +3.0%) ・ 出店: 6店舗、退店: 9店舗 ・ 既存店客単価増加率: +6.2% (予想: +2.2%)
エンターテイメント事業	経済活動の正常化により客数が増加、過去最高益達成 ・ 既存店増収率: +5.5% (予想: +5.4%) ・ 出店: 14店舗、退店: 40店舗(ランシステム含む)
アニヴェルセル・ブライダル事業	表参道店の休館(4月~8月)及びリニューアルによる費用増 ・ 既存店施行組数の増加: +13.1% (予想: +10.6%) ・ 既存店一組単価の増加: +5.0% (予想: +4.9%)

売上高

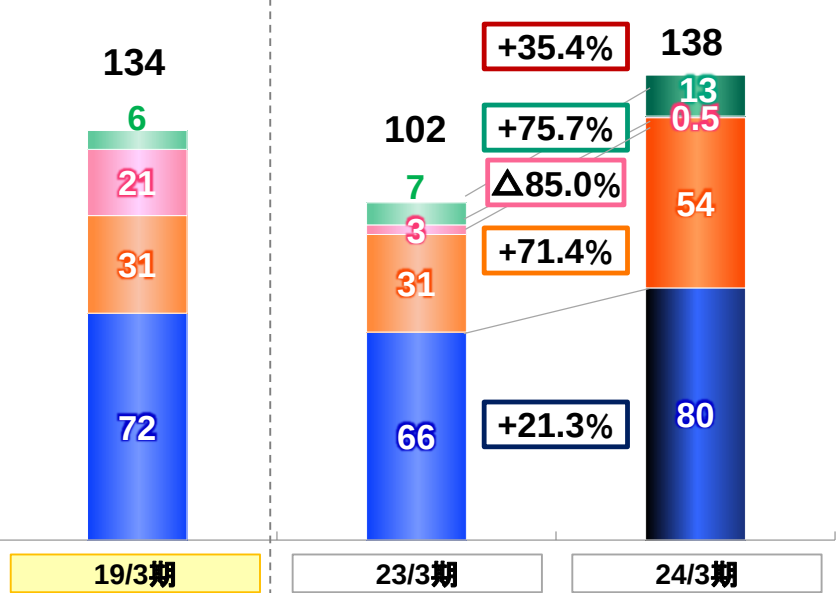
(単位: 億円)



※参考(コロナ前)

営業利益

(単位: 億円)



※参考(コロナ前)

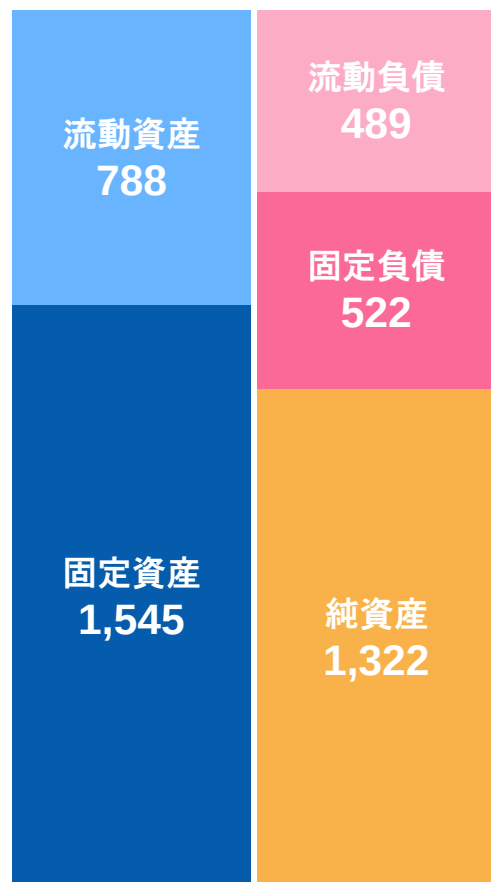
■ ファッション ■ エンターテイメント ■ アニヴェルセル・ブライダル ■ 不動産賃貸
※連結合計はセグメント間の取り引きが相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません

連結貸借対照表

2023年3月期

(単位:億円)

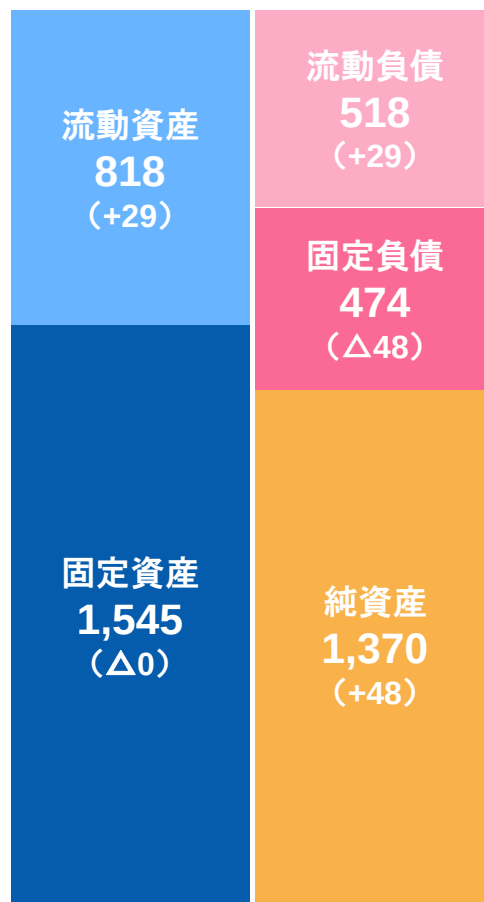
総資産:2,334億円



2024年3月期

(単位:億円)

総資産:2,363億円
(前期末比 +29)



※グラフ内の()は前期末比の増減額

主な増減要因

資産

- 流動資産
 - ・ 現金及び預金の減少
 - ・ 売上高の増加等により売掛金が増加
 - ・ 仕入高の増加等により棚卸資産が増加
- 固定資産
 - ・ 有形固定資産の取得等により増加
 - ・ 無形固定資産及び投資その他の資産が減少

負債

- 流動負債
 - ・ 約定返済等により1年内返済予定の長期借入金が減少
 - ・ 仕入高の増加等により買掛金が増加
 - ・ リース債務及び未払費用等のその他が増加
- 固定負債
 - ・ 約定返済等により長期借入金が減少

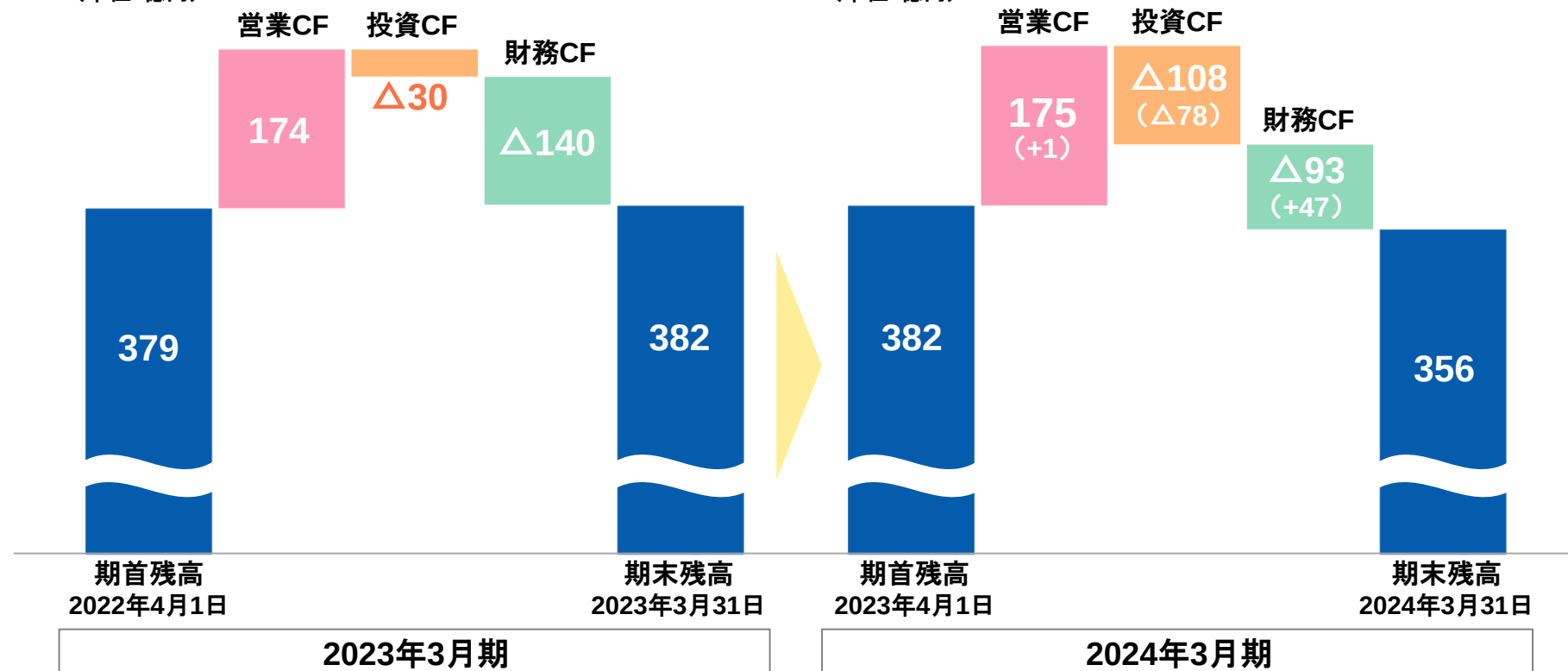
純資産

- 資本剰余金
 - ・ 自己株式の消却等により減少
- 利益剰余金
 - ・ 親会社株主に帰属する当期純利益及び配当金の支払いの結果増加

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:億円)

(単位:億円)



※グラフ内の()は前期比の増減額

主な増減要因

営業活動によるキャッシュ・フロー

投資活動によるキャッシュ・フロー

財務活動によるキャッシュ・フロー

- 税金等調整前当期純利益の増加
- 売上債権の増加、仕入債務の減少 他
- 新規出店及びリニューアル等に伴う有形固定資産の取得の増加
- 長期借入金60億円の実施により増加
- 配当金の支払い及び自己株式取得の増加

2025年3月期

通期業績予想・株主還元

2025年3月期 通期連結業績予想サマリ

外部環境

- 消費者ニーズの多様化、消費行動の変化
- 円安の進行と原材料価格の高騰
- 人材不足と賃金上昇
- サステナビリティへの意識の高まり

AOKIグループ

- ニーズをとらえた商品・サービスの開発と店舗モデルの変化
- コスト上昇への適切な対応と経費コントロールの実施
- DXを活用したさらなる店舗オペレーションの効率化
- 環境配慮型商品の開発と各種取り組みの実施

売上高

1,915億円
(前期比:102.0%)

営業利益

150億円
(前期比:108.2%)

経常利益

146億円
(前期比:110.3%)

親会社株主に帰属する
当期純利益

80億円
(前期比:105.6%)

2025年3月期 連結損益の見通し

(単位:百万円)

科目／期別	24/3期	25/3期(予)	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	187,716	191,500	3,783	102.0
売上総利益 売上総利益率	76,929 41.0%	80,100 41.8%	3,170 +0.8pt	104.1
販売費・一般管理費	63,069	65,100	2,030	103.2
営業利益 営業利益率	13,860 7.4%	15,000 7.8%	1,139 +0.4pt	108.2
営業外収益	329	250	△79	75.8
営業外費用	954	650	△304	68.1
経常利益	13,235	14,600	1,364	110.3
特別利益	1,003	—	△1,003	—
特別損失	1,798	1,400	△398	77.8
親会社株主に帰属する当期純利益	7,574	8,000	425	105.6
1株当たり当期純利益	90.03円	95.21円	5.18円	—

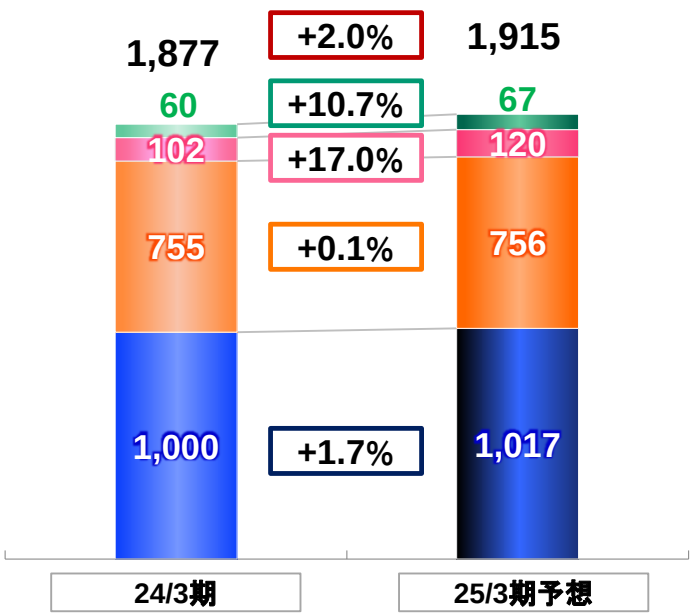
2025年3月期 通期セグメント別業績予想

予想の前提

ファッション事業	- 既存店増収率: +1.0% - 出店: 20店舗、退店: なし
エンターテインメント事業	- 既存店増収率: ±0% - 出店: 22店舗、退店: 24店舗(ランシステム含む)
アニヴェルセル・ブライダル事業	- 既存店施行組数の増加: +4.7% - 既存店一組単価の増加: +3.1%

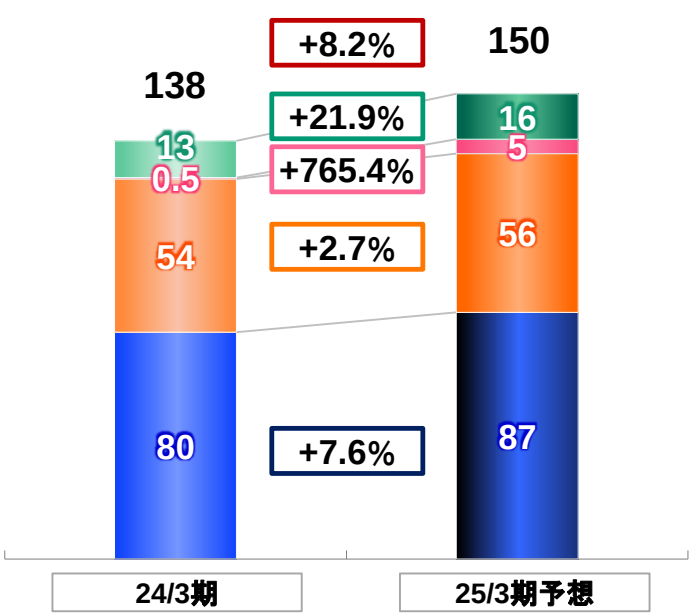
売上高

(単位: 億円)



営業利益

(単位: 億円)



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

※連結合計はセグメント間の取り引きが相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません

株主還元：基本方針及び配当

基本方針

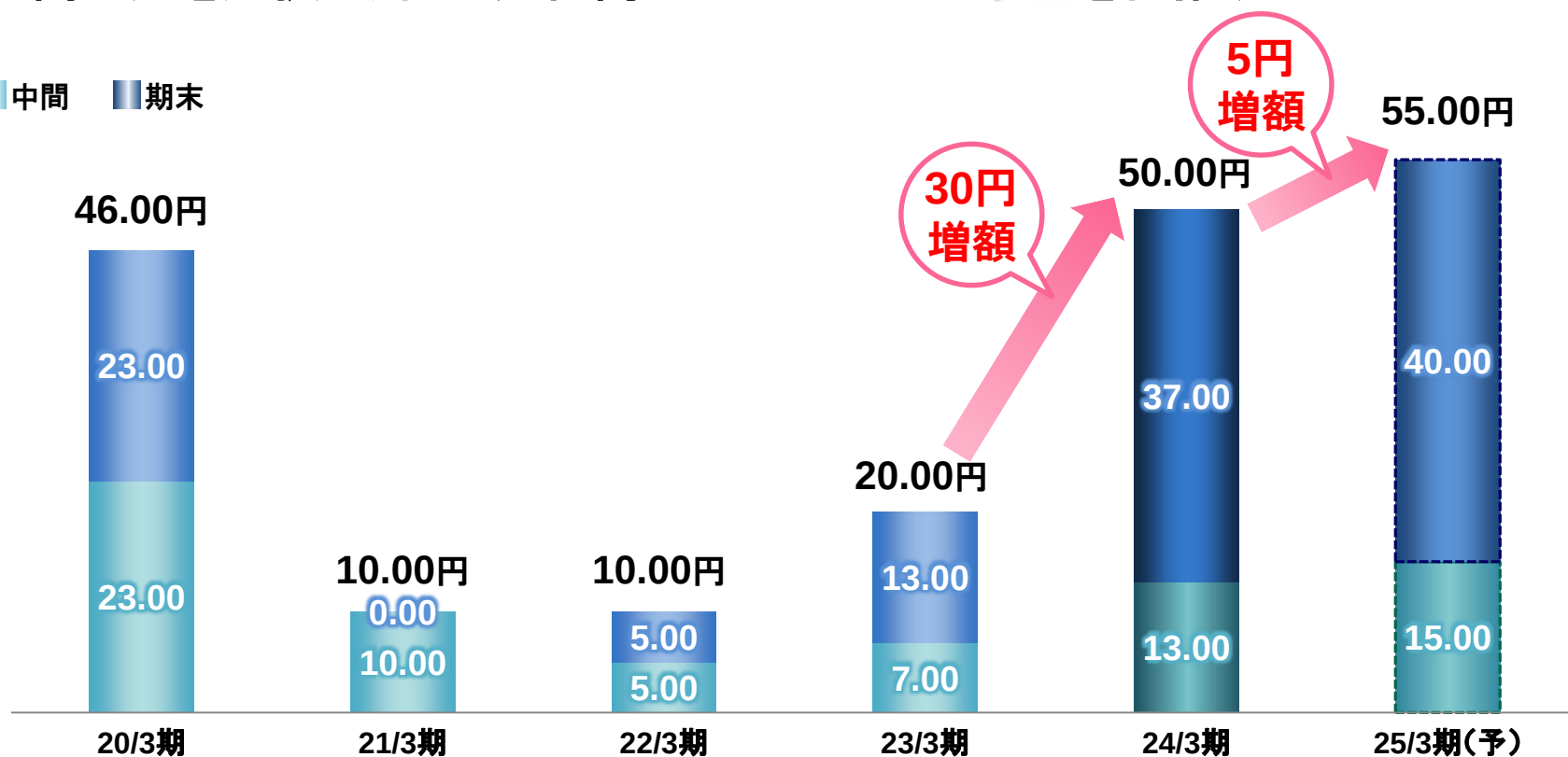
配当の方針：前年実績以上を維持しつつ配当性向**30%以上**

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

中期経営計画の目標

配当性向**50%以上**もしくはDOE（株主資本配当率）**3%以上**のいずれか高い方を選択し、総還元性向については**70%以上**を目指す

■ 中間 ■ 期末



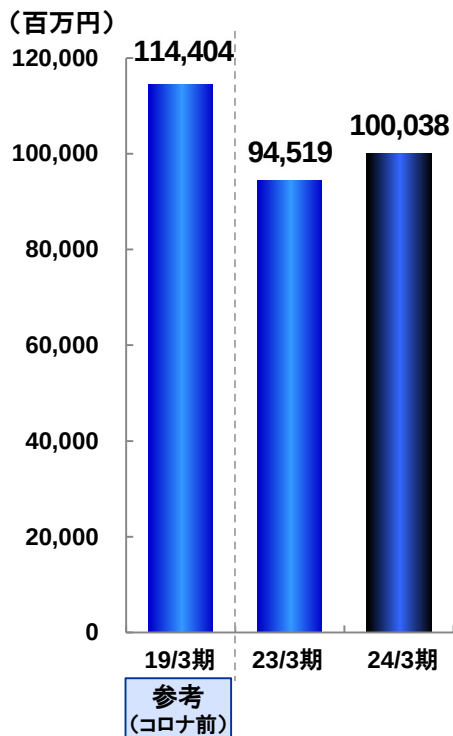
ファッション事業

2024年3月期実績と2025年3月期の見通し

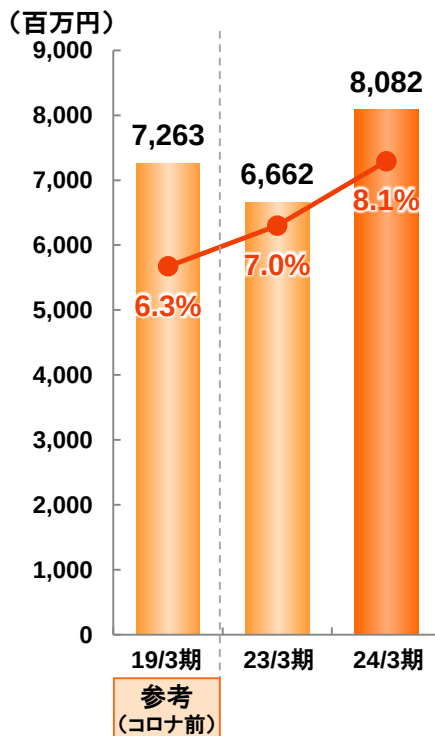
ファッション事業－2024年3月期概要

社会経済活動の正常化により、スーツを中心にビジネス関連商品が好調に推移し、3期連続増収増益

売上高



営業利益と営業利益率



(単位:百万円)

		24/3期	
		前期比%	売上比%
売上高	100,038	105.8	100.0
売上総利益	58,631	105.6	58.6
販売管理費	50,549	103.4	50.5
営業利益	8,082	121.3	8.1

■ 売上高：前期比 105.8%

■ 営業利益：前期比 121.3%

主な要因

◆ 既存店の増収：前期比 105.7%

- 販売施策の実施により、客単価上昇：同106.2%
- 販促施策の強化により、一般マーケットは好調を維持
- スーツを中心にビジネス関連商品が好調に推移

◆ 原価上昇の影響はあったものの、売上総利益率は前期比 △0.2ポイントとほぼ横ばいを維持

- スーツ1品単価の上昇：前期比 107.3%
- 割引と売り方の見直しによる適正価格販売

◆ 販売管理費：前期比 103.4%

- 売上増に伴う販管費の増加
- 販管費比率は1.2ポイント改善

ファッション事業－2024年3月期概要：既存店の状況

販売施策の実施により客単価が上昇したこと等により、既存店が堅調に推移し増収

■ 月別前年同期比増加率の推移

第1Q

売上
+3.3%

客数
△1.9%

客単価
+5.3%

・ オフィス出社回帰によりスーツ、
ビジネス関連商品が好調に推移

第2Q

売上
+10.7%

客数
+6.1%

客単価
+4.3%

・ 猛暑によりサマーフォーマル、
クールビズ関連商品が好調に推移

第3Q

売上
+4.1%

客数
△4.2%

客単価
+8.7%

・ 客数は前期の反動により低調も、
客単価上昇により全品種が好調に
推移

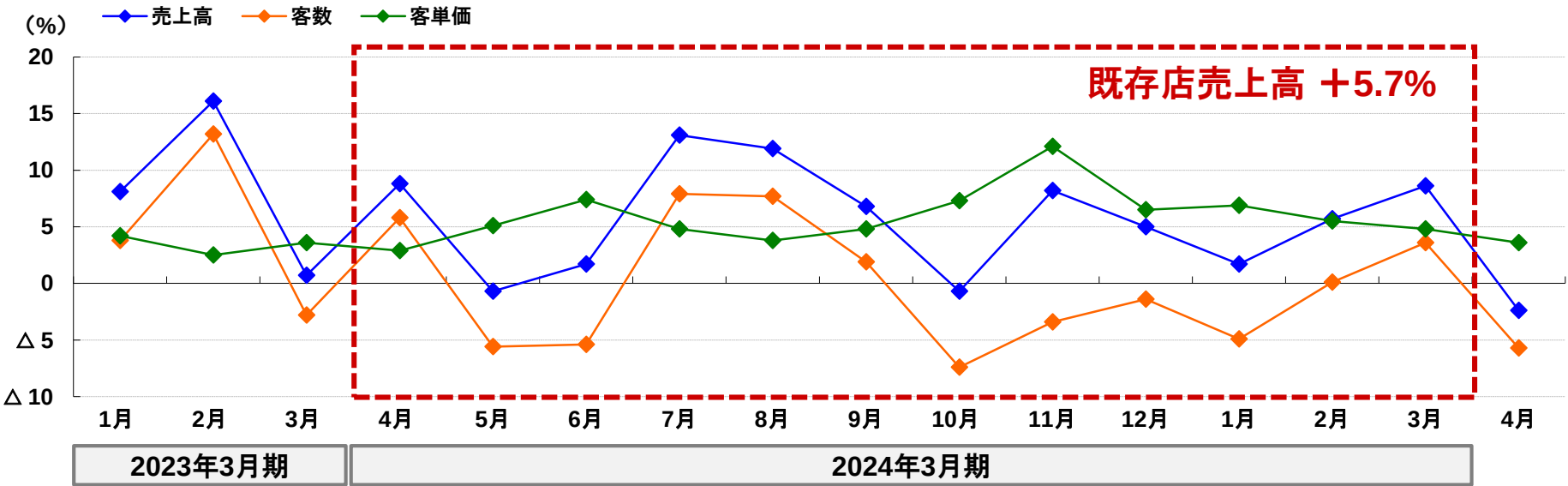
第4Q

売上
+6.0%

客数
△0.1%

客単価
+6.1%

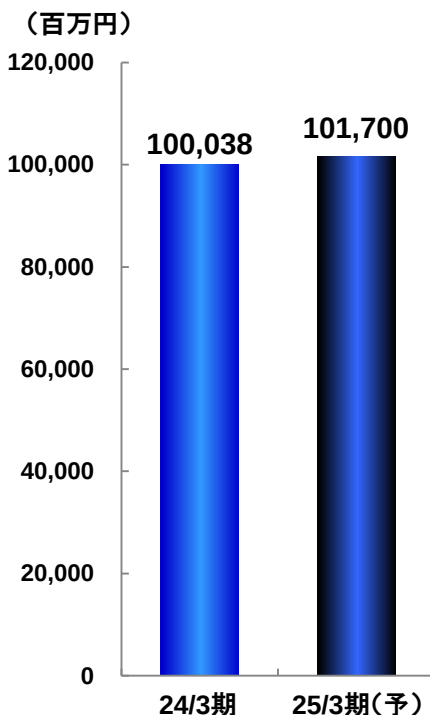
・ 販促施策の強化により、
一般マーケット及びフレッシュズ
マーケットともに好調に推移



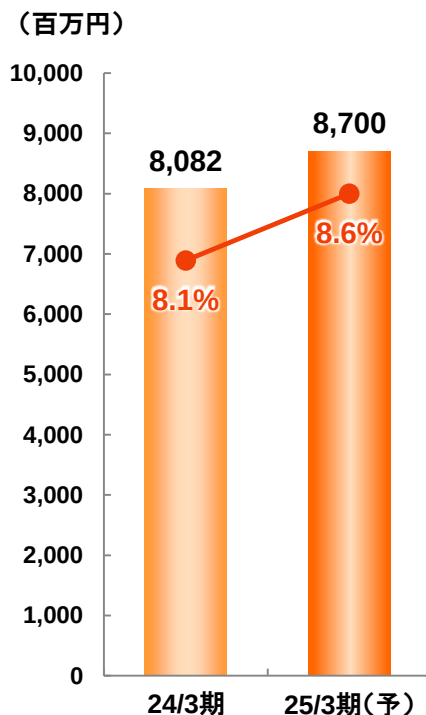
	23/4	23/5	23/6	23/7	23/8	23/9	23/10	23/11	23/12	24/1	24/2	24/3	通期	24/4
既存店売上高 (%)	8.8	△ 0.7	1.7	13.1	11.9	6.8	△ 0.7	8.2	5.0	1.7	5.7	8.6	5.7	△ 2.4
客数 (%)	5.8	△ 5.6	△ 5.4	7.9	7.7	1.9	△ 7.4	△ 3.4	△ 1.4	△ 4.9	0.1	3.6	△ 0.4	△ 5.7
客単価 (%)	2.9	5.1	7.4	4.8	3.8	4.8	7.3	12.1	6.5	6.9	5.5	4.8	6.2	3.6
平年気温との差異(℃)(東京)	+2.0	+0.2	+1.3	+3.0	+2.3	+3.4	+0.9	+1.9	+1.7	+1.7	+1.9	+0.2	-	+2.8

売上高はほぼ横ばいも、売上総利益率の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)

		25/3期(予)	
		前期比%	売上比%
売上高	101,700	101.7	100.0
売上総利益	60,600	103.4	59.6
販売管理費	51,900	102.7	51.0
営業利益	8,700	107.6	8.6

■ 売上高：前期比 101.7%

■ 営業利益：前期比 107.6%

主な要因

◆ 既存店増収率予想

上半期	下半期	通期
+2.1%	+0.3%	+1.0%

● 既存店客単価増加率予想:前期比 +1.2%

◆ 売上総利益率:前期比 +1.0ポイント

- 割引と売り方の見直しによる適正価格販売の継続
- 高価格帯商品の展開

◆ 販売管理費:前期比 102.7%

- 経費コントロールの継続実施

◆ ORIHICAを中心に新規出店 20店舗

商品施策

- 新たなニーズ・ウオンツを満たす商品企画とマーケティングミックスの推進
- カジュアル及びレディース分野の成長促進とビジネス・フォーマル分野でのさらなる挑戦

ビジネス・フォーマル

- ・ クイックオーダースーツの展開店舗拡大
- ・ 金のスーツなどの高価格帯商品の展開
- ・ 機能性商品の企画・開発
- ・ AOKIレンタルサービスのアイテム拡充



レディース

- ・ 働く女性に向けたMeWORK（ミワーク）商品のブランド化と品揃え強化
- ・ 「ジャケジョ研究所」により、ジャケットを着用する女性をサポート



カジュアル

- ・ パジャマスーツ®シリーズの商品ラインナップ拡大
- ・ ビジネス×スポーツを切り口とした新ライン商品「スポーティーカジュアル」展開



実店舗とEC相互成長の加速

お客様利便性向上のためのOMO施策推進



- 置き置き予約サービス
 - 店舗受け取りサービス
 - ウェブオーダーサービス
 - チャットスタイリングサービス
 - リモートスタイリングサービス
- 等

新規出店と営業効率改善

戦略的な出店・改装

出 店

2025年3月期出店計画

AOKI

5店舗

ORIHICA

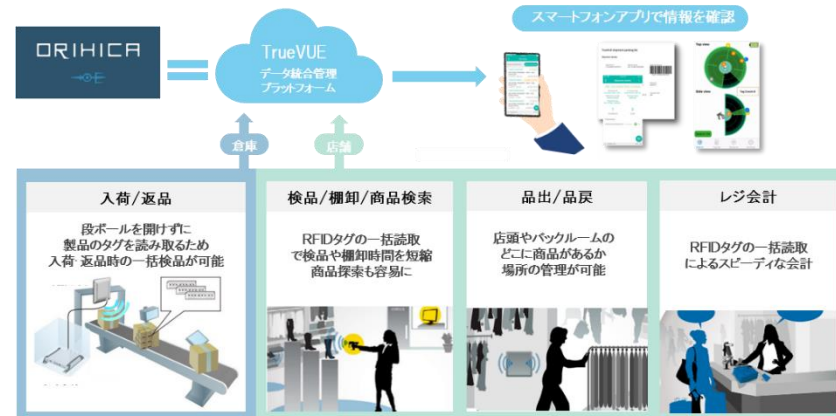
15店舗

改 装

- 商品別売上構成の変革への対応
- 標準売場面積 150坪→120坪 へ

DXによる業務効率化

RFID活用による店舗作業軽減と在庫効率改善



遊休スペースの活用

グループ内転貸を実施

2024年3月31日現在

インドアゴルフ併設店舗

25店舗

FiT24併設店舗

6店舗

他社転貸及び駐車場活用

- メガネショップ、スマホショップなどの誘致
- シェアサイクルステーション、EV充電スタンド設置

エンターテインメント事業

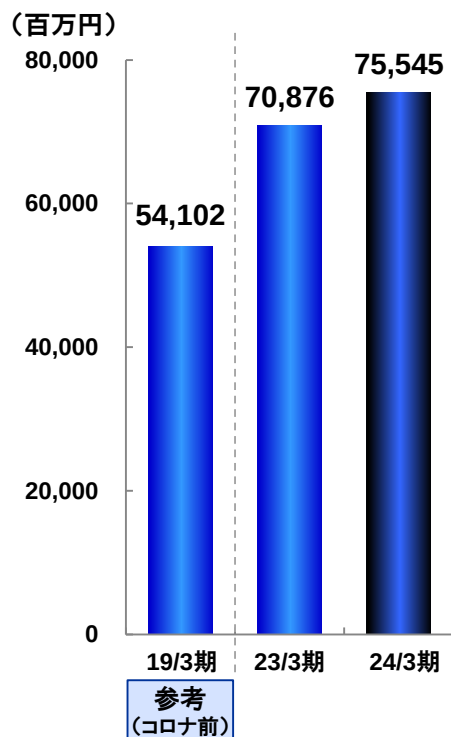
2024年3月期実績と2025年3月期の見通し

1. 2022年6月の株式会社ランシステム子会社に伴い、2023年3月期第2四半期連結会計期間より実績をエンターテインメント事業に含めて記載しております。
2. 2024年3月期に、報告セグメントの売上高及び損益の測定方法の変更を行っており、2023年3月期は変更後の測定方法に基づき作成した数値を記載しております。

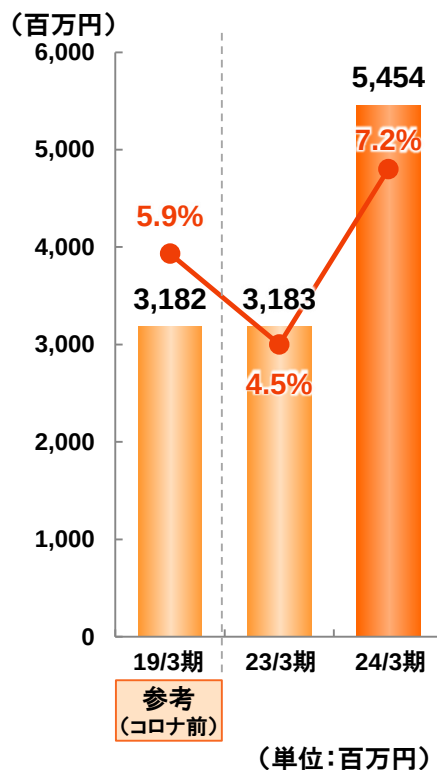
エンターテインメント事業－2024年3月期概要

社会経済活動の正常化と各諸施策の着実な実行により3期連続増収増益
営業利益は過去最高益を達成

売上高



営業利益と営業利益率



		24/3期	
		前期比%	売上比%
売上高	75,545	106.6	100.0
売上総利益	13,582	130.6	18.0
販売管理費	8,127	112.6	10.8
営業利益	5,454	171.4	7.2

■ 売上高：前期比 106.6%

■ 営業利益：前期比 171.4%

主な要因

◆ 既存店の増収：前期比 105.5%

- 経済活動の正常化により客数が増加：同 105.3%
- 利用料単価の上昇と飲食メニューの強化による客単価の上昇：同 101.0%

◆ 新規出店

- 快活CLUB：7店舗
- FiT24：6店舗

◆ インドアゴルフの導入を継続

- AOKI併設 22施設、FiT24併設 8施設

◆ 販売管理費：前期比 112.6%

- 売上増に伴う販管費の増加
- 人件費の上昇

エンターテインメント事業－2024年3月期概要：既存店の状況

アミューズメント需要の高まりにより、客数が増加し既存店が増収

月別前年同期比増加率の推移

第1Q		
売上	客数	客単価
+8.0%	+6.3%	+2.5%

・社会経済活動正常化により、特にカラオケで客数大幅増加

第2Q		
売上	客数	客単価
+8.2%	+7.8%	+1.3%

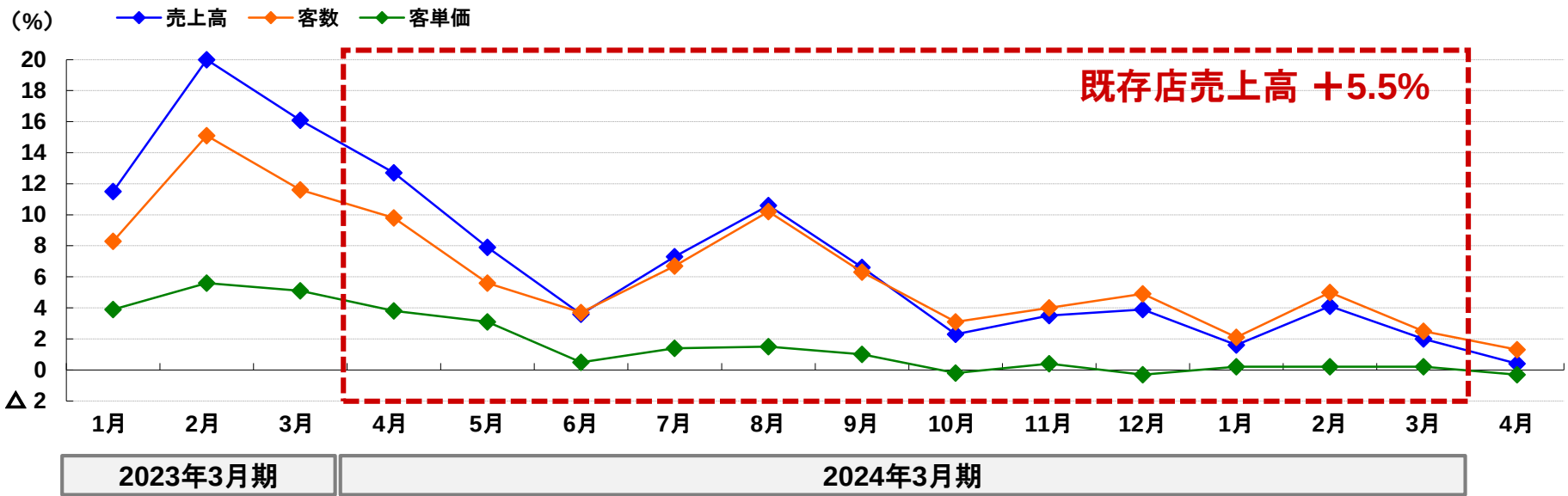
・避暑需要により客数増加

第3Q		
売上	客数	客単価
+3.2%	+4.0%	+0.0%

・年末需要により特にカラオケで客数増加

第4Q		
売上	客数	客単価
+2.5%	+3.1%	+0.2%

・快活CLUB、コート・ダジュールともに客数増加

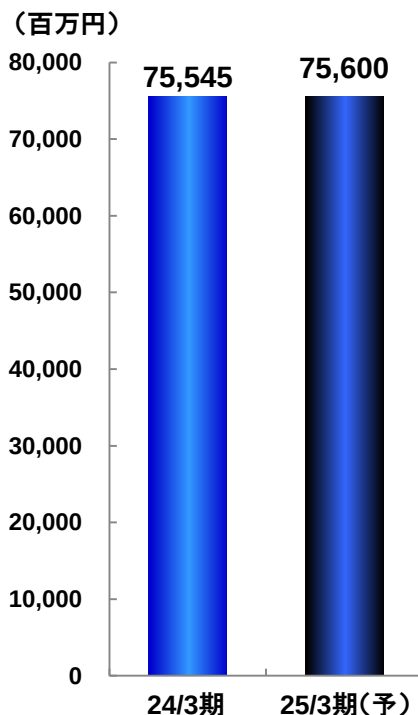


	23/4	23/5	23/6	23/7	23/8	23/9	23/10	23/11	23/12	24/1	24/2	24/3	通期	24/4
既存店売上高 (%)	12.7	7.9	3.6	7.3	10.6	6.6	2.3	3.5	3.9	1.6	4.1	2.0	5.5	0.4
客数 (%)	9.8	5.6	3.7	6.7	10.2	6.3	3.1	4.0	4.9	2.1	5.0	2.5	5.3	1.3
客単価 (%)	3.8	3.1	0.5	1.4	1.5	1.0	△ 0.2	0.4	△ 0.3	0.2	0.2	0.2	1.0	△ 0.3
平年気温との差異(℃)(東京)	+2.0	+0.2	+1.3	+3.0	+2.3	+3.4	+0.9	+1.9	+1.7	+1.7	+1.9	+0.2	-	+2.8

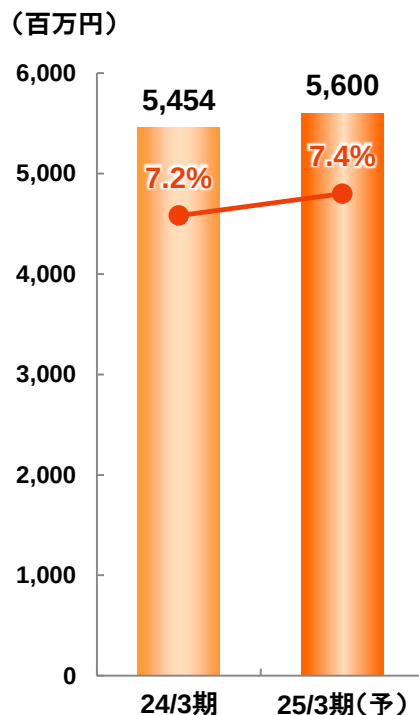
※既存店対象店舗：快活CLUB、コート・ダジュール、FiT24（ランシステム除く）

売上高は横ばいも、売上総利益率の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)

		25/3期(予)	
		前期比%	売上比%
売上高	75,600	100.1	100.0
売上総利益	13,850	102.0	18.3
販売管理費	8,250	101.5	10.9
営業利益	5,600	102.7	7.4

■ 売上高：前期比 100.1%

■ 営業利益：前期比 102.7%

主な要因

◆ 既存店増収率予想(ランシステム除く)

上半期	下半期	通期
0.0%	△0.1%	0.0%

◆ 新規出店

- 快活CLUB:20店舗
- FiT24 : 2店舗

◆ AOKI・FiT24への併設中心にインドアゴルフ導入の継続:12施設

◆ 販売管理費:前期比 101.5%

様々なコンテンツ、新サービスの導入及び店舗リニューアルの強化

快活CLUB

店舗環境の整備・改善

- 鍵付完全個室店舗の拡大
- 通期リニューアル店舗数
:30店舗



有名飲食店・メーカーとの タイアップメニューの提供

- 麺屋はなび監修 台湾まぜそば
- 厚切りポテト Calbeeポテト
チップス しあわせバター味



コート・ダジュール

核商品メニューの開発強化

- 金のポテト第一弾「松茸ポテト」



FiT24・インドアゴルフ

AOKI・FiT24への併設中心に インドアゴルフ導入継続

- 通期導入店舗数:12店舗
- 期末累計導入店舗数:50店舗



新規出店

快活CLUB
20店舗

FiT24
2店舗

業務効率化・省人化

快活CLUB

自動入退店システム導入拡大

コート・ダジュール

セルフ精算機活用



アニヴェルセル・ブライダル事業

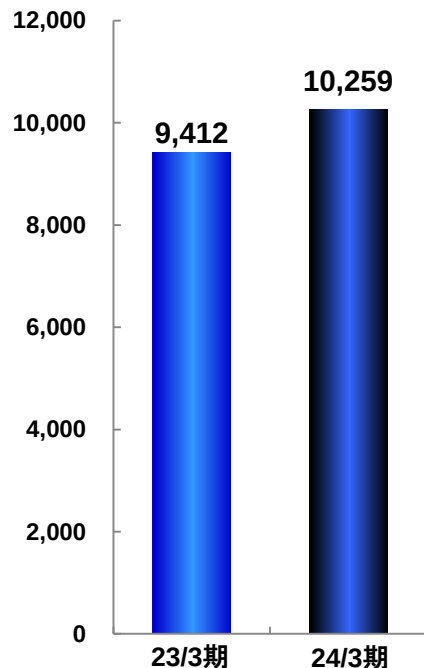
2024年3月期実績と2025年3月期の見通し

アニヴェルセル・ブライダル事業－2024年3月期概要

チャペルウエディングの施行組数増加で増収の一方、改装費用の増加等により減益

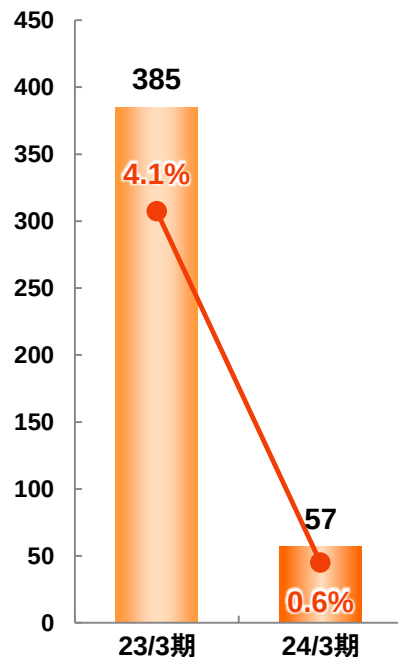
売上高

(百万円)



営業利益と営業利益率

(百万円)



(単位:百万円)

		24/3期	
		前期比%	売上比%
売上高	10,259	109.0	100.0
売上総利益	3,824	116.8	37.3
販売管理費	3,766	130.4	36.7
営業利益	57	15.0	0.6

■ 売上高：前期比 109.0%

■ 営業利益：前期比 15.0%

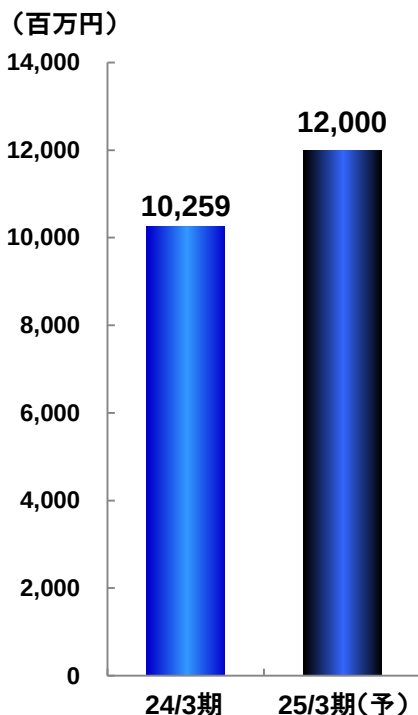
主な要因

- ◆ チャペルウエディング
既存店施行組数、一組単価の増加
 - 施行組数:前期差 +340組
 - 一組単価:前期差 +186千円
- ◆ 表参道店の休館(4月～8月)
- ◆ 売上総利益率:前期比 +2.5ポイント
 - 経費削減・コスト合理化
 - 人件費の適正化
- ◆ 販売管理費:前期比 130.4%
 - 受注活動強化による広告宣伝費増加
 - 表参道店リニューアルに伴う費用増加

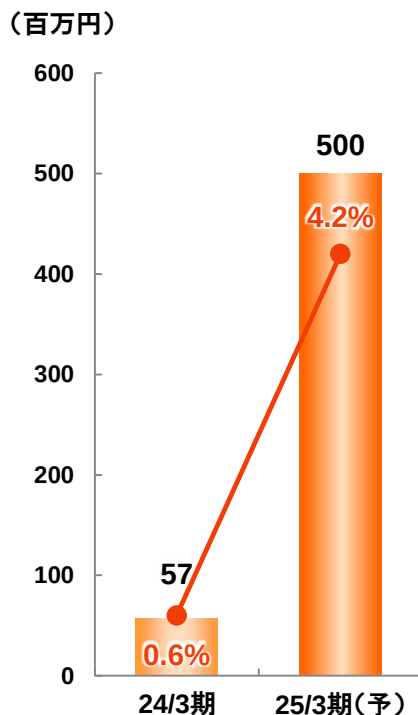
アニヴェルセル・ブライダル事業－2025年3月期通期の見通し

チャペルウェディングの施行組数増加と表参道店通年稼働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)

		25/3期(予)	
		前期比%	売上比%
売上高	12,000	117.0	100.0
売上総利益	4,500	117.7	37.5
販売管理費	4,000	106.2	33.3
営業利益	500	865.4	4.2

■ 売上高：前期比 117.0%

■ 営業利益：前期比 865.4%

主な要因

◆ チャペルウェディングの
既存店施行組数、一組単価の増加

	24/3期	25/3期(予)	前期比%
施行組数	3,134組	3,282組	104.7
一組単価	3,955千円	4,078千円	103.1

◆ 表参道店が通年稼働(前年4月～8月休館)

◆ 下見受注強化施策の実施

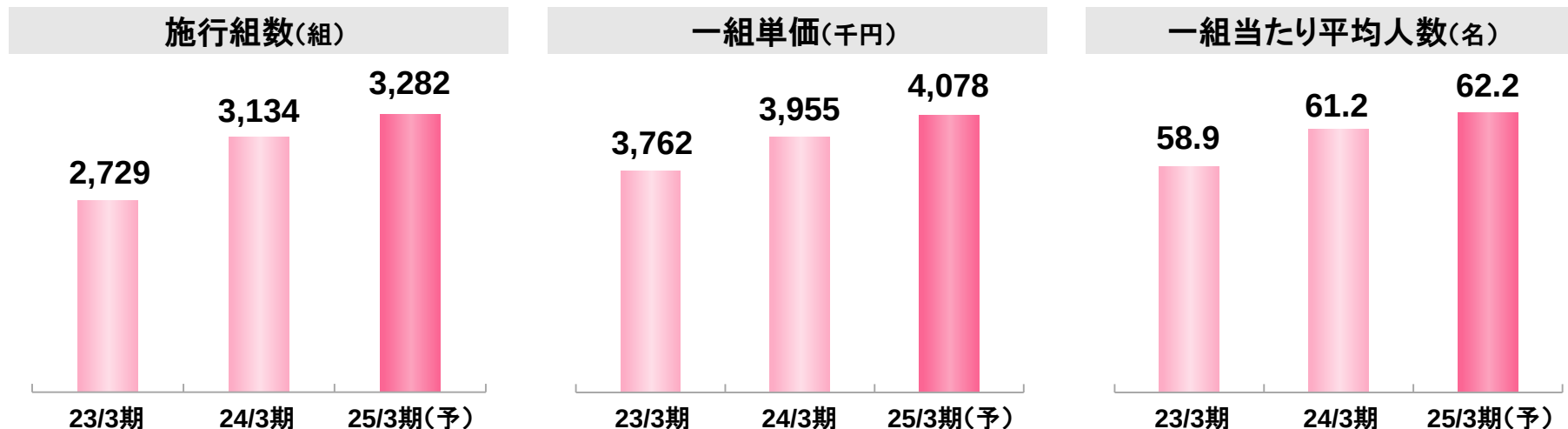
- 市場回復に合わせた、広告媒体への出稿増加
- WEB広告やSNSでの販促活動の継続

◆ 販売管理費：前期比 106.2%

- 10周年を迎えた、みなとみらい横浜店の改装実施

アニヴェルセル・ブライダル事業－既存店の状況と2025年3月期の取り組み 市場の回復に合わせ、チャペルウェディングの施行組数は着実に回復 旗艦店の磨き上げと、店舗オペレーションの効率化を推進

■ 施行組数、一組単価、平均人数の推移



■ リソース配分の見直しにより、旗艦店の表参道店・みなとみらい横浜店を徹底強化



表参道店



みなとみらい横浜店



AOKI Holdings

中期経営計画

2024-2026年度

株式会社AOKIホールディングス
2024年5月10日

— Top Message

AOKIグループは「ビジネスマンが日替わりでスーツを着られる世の中にしたい」という創業精神の下、紳士服専門店をスタートとしてファッション事業を展開し、1990年代からは時代の変化と国内マーケット縮小を睨んだポートフォリオ経営を進め、現在のファッション事業、エンターテインメント事業、アニヴェルセル・ブライダル事業のコア3事業を運営しております。

また直近のガバナンス事案において皆様にご心配をおかけした反省を踏まえ、下記施策をすでに実行し、今後も経営の土台とも言える盤石なガバナンス体制構築を継続し、信頼回復に努めてまいります。

今回の「中期経営計画」にあたる3年間は、人財、店舗網、ITインフラ、顧客データ等に関するグループシナジーを発揮しつつ、これまでの事業モデルの見直しを図り、同時に10年先を見据えた事業ポートフォリオ構築に向け、新たな事業を視野に入れる重要な期間であると認識しております。ここに掲げる目標数値やESGの取り組みについては、3年後の目標というだけではなく、その先を見据えたものとしております。

これからも、すべてのステークホルダーの皆様の「喜びを創造するAOKIグループ」として、新たなステージに向け目標達成に取り組んでまいります。

代表取締役社長 田村 春生

主な実施済ガバナンス強化施策

1. 取締役会による監督の強化

- 監査等委員会設置会社へ移行
(2023年6月29日付)
- 社外取締役独立性に関する基準開示

2. 指名・報酬委員会の権限強化

- 委員3名中、独立性の高い社外取締役を過半数(2名)とする
- 指名・報酬にかかる基準、プロセス、評価基準等の明確化に着手

3. 内部統制・コンプライアンス体制の強化

- 組織体制(コンプライアンス室の新設)、コンプライアンス委員会運営の見直し
- グループ全役職員が、コンプライアンス研修を受講済

中期経営計画コンセプト

RISING 2026

経営体制の変化・ガバナンス強化に向き合うことを機に、
改めて当社をとりまく外部環境等の変化を再認識しました。

今回の中期経営計画の期間においては、既存事業モデルの見直しを図り、
AOKIグループ一丸となって、次世代、10年先に向けた成長に資する事業展開を目指し、
ここに創業以来はじめてとなる
中期経営計画の对外公表を行わせていただきます。

2024～2026年度の連結業績計画

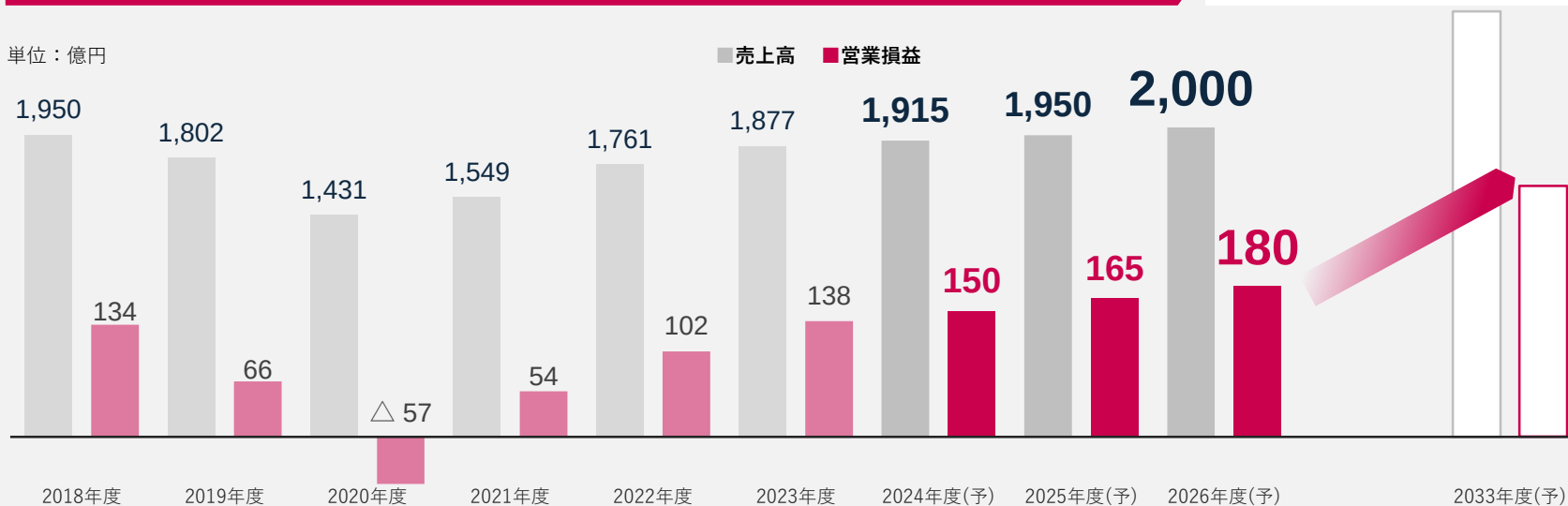
RISING 2026

年10%前後の利益成長で
3年後営業利益180億円へ

各事業の見直しと
新規事業開発を行い
10年後の営業利益
300億円達成を目指す

単位：億円

■ 売上高 ■ 営業損益



新型コロナウイルス
感染症の影響により
収益が悪化

コロナ影響緩和
によりコロナ前の
推移まで回復

年10%前後の利益成長で
3年後営業利益180億円を
達成させる

10年後
営業利益
300億円

経営目標（2026年度 財務目標）

	2023年度実績	2026年度目標	2023 ▶ 2026年度
売上高	1,877億円	2,000億円	+2.2% / 年 ※
営業利益	138億円	180億円	+10.0% / 年 ※
営業利益率	7.4%	9.0%	+1.6pt
ROIC	5.2%	6.7%	+1.5pt
ROE	5.6%	7.0%	+1.4pt
EPS	90円	120円	+30円
PBR	0.7倍	1.0倍	+0.3pt
グループ全店舗数 (直営店舗)	1,334店	1,434店	+100店

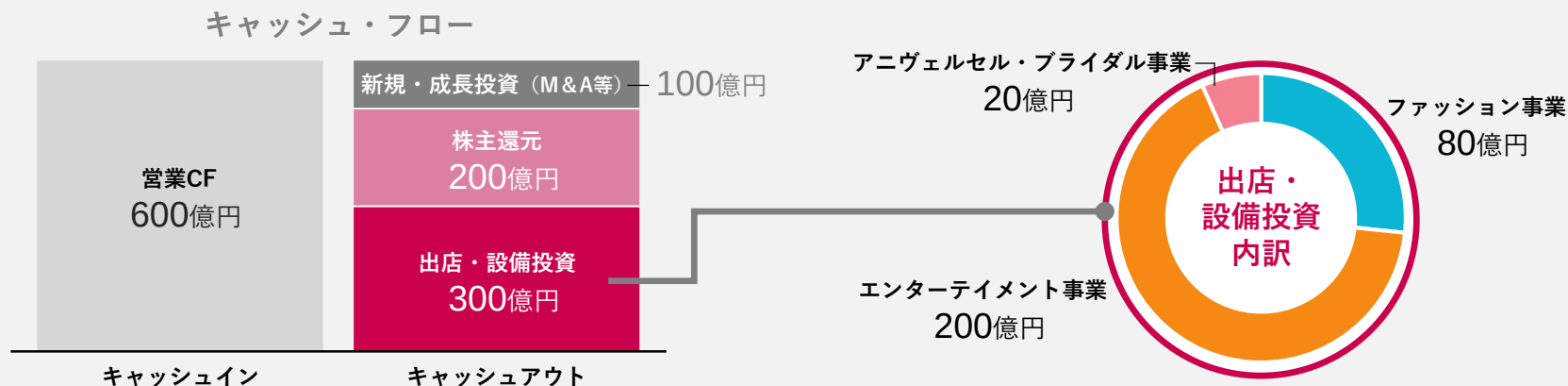
- ・日本格付研究所（JCR）の長期発行体格付（2023年10月23日付与）A-をAになることを目標にしております。
- ・当社の株主資本コストは6.5%前後、加重平均資本コストは4.5%前後と想定しております。

※ 年平均成長率（CAGR）

PBR1倍の実現に向けての中期経営計画2024～2026年度期間における目標



中期経営計画期間のキャピタル・アロケーション



10年後（2033年度） ありたい姿

消費者のライフステージ全体を網羅する事業の
創出・変革で持続的成長を続ける

営業利益目標

300億円

ROE目標

10%以上

EPS目標

180円以上

長期方針

1. M&Aなども視野にいた
新規事業を確立

2. 既存事業・新規事業の
海外展開を実現

3. 商品・サービスにおける
提携およびコラボレー
ションを実現

補足資料

2024年3月期 セグメント別連結損益の状況

(単位:百万円)

	23/3期	百分比 (%)	24/3期	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	176,170	100.0	187,716	100.0	11,546	106.6
ファッション	94,519	100.0	100,038	100.0	5,518	105.8
エンターテイメント	70,876	100.0	75,545	100.0	4,669	106.6
アニヴェルセル・ブライダル	9,412	100.0	10,259	100.0	847	109.0
不動産賃貸	4,807	100.0	6,051	100.0	1,243	125.9
売上総利益	69,556	39.5	76,929	41.0	7,373	110.6
ファッション	55,541	58.8	58,631	58.6	3,089	105.6
エンターテイメント	10,402	14.7	13,582	18.0	3,180	130.6
アニヴェルセル・ブライダル	3,273	34.8	3,824	37.3	550	116.8
不動産賃貸	746	15.5	1,395	23.1	648	186.9
販売管理費	59,320	33.7	63,069	33.6	3,749	106.3
ファッション	48,879	51.7	50,549	50.5	1,669	103.4
エンターテイメント	7,219	10.2	8,127	10.8	908	112.6
アニヴェルセル・ブライダル	2,887	30.7	3,766	36.7	878	130.4
営業利益	10,235	5.8	13,860	7.4	3,624	135.4
ファッション	6,662	7.0	8,082	8.1	1,420	121.3
エンターテイメント	3,183	4.5	5,454	7.2	2,271	171.4
アニヴェルセル・ブライダル	385	4.1	57	0.6	△328	15.0
不動産賃貸	746	15.5	1,312	21.7	565	175.7

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP48をご参照ください。

2024年3月期 主要経費の内訳実績

(単位:百万円)

		24/3期									
		全社		ファッション		エンターテイメント		アニヴェルセル・ブライダル		不動産賃貸	
			前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)
広告宣伝費	販 管 費	8,415	106.5	6,787	101.2	532	112.2	1,019	156.8	—	—
人 件 費	合 計	47,851	104.8	19,098	107.6	22,914	104.4	3,583	113.7	—	—
	売上原価	21,722	102.6	—	—	19,099	101.6	2,622	108.8	—	—
	販 管 費	26,128	106.6	19,098	107.6	3,815	120.5	960	129.6	—	—
賃 借 料	合 計	27,649	100.0	11,759	100.4	14,446	99.9	1,454	102.5	3,963	118.5
	売上原価	16,046	98.6	0	100.0	14,334	99.9	1,163	96.4	3,935	117.6
	販 管 費	11,603	102.1	11,759	100.4	111	108.6	291	136.9	27	—
減価償却費	合 計	9,635	105.1	1,989	100.9	6,113	108.7	715	95.5	404	97.9
	売上原価	6,750	105.6	24	92.7	5,910	107.6	653	96.6	402	97.4
	販 管 費	2,885	103.9	1,964	101.0	202	155.7	62	85.4	1	—

(注) 1:全社はAOKIホールディングスの費用やセグメント間の取引が相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。
2:エンターテイメント事業の業態別内訳はP49をご参照ください。

出退店・設備投資額・減価償却実施額の実績及び見通し

(単位:店)

セグメント	店舗名		23/3期			24/3期			25/3期(予)		
			出店	退店	期末店舗数	出店	退店	期末店舗数	出店	退店	期末店舗数
ファッション	AOKI		—	7	497	5	4	498	5	—	503
	ORIHICA		3	10	99	1	5	95	15	—	110
エンターテイメント ※1	快活CLUB		4	15	493	7	15	485	20	5	500
	コート・ダジュール		—	16	97	—	7	90	—	5	85
	FiT24		23	—	114	6	3	117	2	5	114
	自遊空間 他	直営	1	12	60	—	7	39 ※2・3	—	8	31
		FC	2	5	59	1	8	53 ※3	—	1	52
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル		—	—	10	—	—	10	—	—	10
合 計			33	65	1,429	20	49	1,387	42	24	1,405

※1:エンターテイメント事業において、インドアゴルフをAOKIを中心にグループ内施設に導入(24/3期実績:30施設、期末導入施設数:40施設)

※2:株式会社ランウェルネスの株式譲渡に伴い、同社が運営する「ハッピーキッズスペースみんと」13店舗が減少しております。

※3:自遊空間1店舗の直営からFCへ変更により、それぞれ1店舗ずつ増減しております。

(単位:百万円)

設備投資額内訳	23/3期	24/3期	前期比(%)	25/3期(予)	前期比(%)
ファッション	1,770	2,744	155.0	3,100	113.0
エンターテイメント	4,234	7,938	187.5	5,600	70.5
アニヴェルセル・ブライダル	93	1,218	—	800	65.7
連 結 合 計	6,189	12,881	208.1	9,500	73.7

(単位:百万円)

減価償却実施額	23/3期	24/3期	前期比(%)	25/3期(予)	前期比(%)
連 結 合 計	9,171	9,635	105.1	10,036	104.2

2025年3月期 セグメント別連結損益の見通し

(単位:百万円)

	24/3期	百分比 (%)	25/3期(予)	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	187,716	100.0	191,500	100.0	3,783	102.0
ファッション	100,038	100.0	101,700	100.0	1,661	101.7
エンターテイメント	75,545	100.0	75,600	100.0	54	100.1
アニヴェルセル・ブライダル	10,259	100.0	12,000	100.0	1,740	117.0
不動産賃貸	6,051	100.0	6,700	100.0	648	110.7
売上総利益	76,929	41.0	80,100	41.8	3,170	104.1
ファッション	58,631	58.6	60,600	59.6	1,968	103.4
エンターテイメント	13,582	18.0	13,850	18.3	267	102.0
アニヴェルセル・ブライダル	3,824	37.3	4,500	37.5	675	117.7
不動産賃貸	1,395	23.1	1,620	24.2	224	116.1
販売管理費	63,069	33.6	65,100	34.0	2,030	103.2
ファッション	50,549	50.5	51,900	51.0	1,350	102.7
エンターテイメント	8,127	10.8	8,250	10.9	122	101.5
アニヴェルセル・ブライダル	3,766	36.7	4,000	33.3	233	106.2
営業利益	13,860	7.4	15,000	7.8	1,139	108.2
ファッション	8,082	8.1	8,700	8.6	617	107.6
エンターテイメント	5,454	7.2	5,600	7.4	145	102.7
アニヴェルセル・ブライダル	57	0.6	500	4.2	442	865.4
不動産賃貸	1,312	21.7	1,600	23.9	287	121.9

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP53をご参照ください。

2025年3月期 主要経費の内訳見通し

(単位:百万円)

		25/3期(予)									
		全社		ファッション		エンターテイメント		アニヴェルセル・ブライダル		不動産賃貸	
			前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)
広告宣伝費	販 管 費	9,563	113.6	7,281	107.3	889	167.2	1,293	126.8	—	—
人 件 費	合 計	47,382	99.0	18,589	97.3	22,922	100.0	3,770	105.2	—	—
	売上原価	22,105	101.8	—	—	19,264	100.9	2,841	108.3	—	—
	販 管 費	25,277	96.7	18,589	97.3	3,658	95.9	929	96.7	—	—
賃 借 料	合 計	28,270	102.2	11,902	101.2	14,383	99.6	1,559	107.3	4,259	107.5
	売上原価	16,791	104.6	—	—	14,293	99.7	1,534	131.9	4,259	108.2
	販 管 費	11,479	98.9	11,902	101.2	90	80.7	25	8.7	—	—
減価償却費	合 計	10,036	104.2	2,015	101.3	6,315	103.3	796	111.3	416	103.0
	売上原価	7,246	107.4	24	98.6	6,081	102.9	772	118.3	416	103.5
	販 管 費	2,789	96.7	1,991	101.4	233	115.4	23	38.3	—	—

(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:エンターテイメント事業の業態別内訳はP54をご参照ください。

【ご参考：ファッション事業 2024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	24/3期	6.4	△0.7	8.2	5.0	4.1	1.7	5.7	8.6	6.0	5.3	5.7
	23/3期	22.4	10.7	0.2	△1.4	3.0	8.1	16.1	0.7	6.5	5.2	11.0
客数	24/3期	1.5	△7.4	△3.4	△1.4	△4.2	△4.9	0.1	3.6	△0.1	△2.0	△0.4
	23/3期	15.5	10.8	△0.3	△4.9	1.7	3.8	13.2	△2.8	3.1	2.4	7.9
客単価	24/3期	4.8	7.3	12.1	6.5	8.7	6.9	5.5	4.8	6.1	7.5	6.2
	23/3期	6.0	△0.1	0.5	3.7	1.3	4.2	2.5	3.6	3.3	2.7	2.8

(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	24/3期	257	91.0	596	100.8	853	97.6
	23/3期	282	108.7	592	91.8	874	96.6
販売 単価	24/3期	29.3	114.5	27.2	104.6	27.8	107.3
	23/3期	25.6	108.0	26.0	109.2	25.9	109.3

【ご参考：ファッション事業 2024年3月期実績】

(3)商品別売上状況

(単位:百万円)

	23/3期	百分比 (%)	24/3期	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
重衣料	36,860	39.0	38,974	39.0	2,113	105.7
中衣料	6,079	6.4	6,427	6.4	347	105.7
軽衣料	28,376	30.0	30,321	30.3	1,945	106.9
レディース衣料	19,912	21.1	20,954	21.0	1,041	105.2
その他	3,290	3.5	3,360	3.3	69	102.1
計	94,519	100.0	100,038	100.0	5,158	105.8

(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:m²)

23/3期	24/3期	対前期増減	前期比(%)
312,849	307,038	△5,811	98.1

【ご参考：ファッション事業 2025年3月期の見通し】

(1)既存店増収率、客数・客単価の増加率 (単位：%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	25/3期(予)	3.1	0.9	2.1	2.1	△0.7	0.3	1.0
	24/3期(実)	3.3	10.7	6.4	4.1	6.0	5.3	5.7
客数	25/3期(予)	0.8	△0.8	0.1	0.3	△1.0	△0.4	△0.3
	24/3期(実)	△1.9	6.1	1.5	△4.2	△0.1	△2.0	△0.4
客単価	25/3期(予)	2.3	1.6	2.0	1.8	0.3	0.7	1.2
	24/3期(実)	5.3	4.3	4.8	8.7	6.1	7.5	6.2

(2)商品別売上予想 (単位：百万円)

	24/3期	百分比 (%)	25/3期(予)	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
重衣料	38,974	39.0	39,151	38.5	176	100.5
中衣料	6,427	6.4	6,548	6.4	120	101.9
軽衣料	30,321	30.3	30,917	30.4	595	102.0
レディース衣料	20,954	21.0	21,724	21.4	769	103.7
その他	3,360	3.3	3,360	3.3	0	100.0
計	100,038	100.0	101,700	100.0	1,661	101.7

(注)重衣料：スーツ、フォーマル、コート 中衣料：ジャケット、スラックス 軽衣料：シャツ、ネクタイ、カジュアルウェア、洋品小物他 その他：補正代他

【ご参考：エンターテインメント事業 2024年3月期実績】

(1)業態別 損益実績

(単位:百万円)

	23/3期	百分比 (%)	24/3期	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	70,876	100.0	75,545	100.0	4,669	106.6
快活CLUB	52,581	100.0	55,324	100.0	2,742	105.2
コート・ダジュール	9,870	100.0	10,377	100.0	507	105.1
FiT24	5,114	100.0	5,439	100.0	324	106.3
自遊空間 他	3,702	100.0	7,366	100.0	3,664	199.0
売上総利益	10,402	14.7	13,582	18.0	3,180	130.6
快活CLUB(FiT24含む)	9,458	16.4	11,198	18.4	1,740	118.4
コート・ダジュール	614	6.2	1,445	13.9	830	235.2
自遊空間 他	383	10.4	1,015	13.8	632	265.1
販売管理費	7,219	10.2	8,127	10.8	908	112.6
快活CLUB(FiT24含む)	5,556	9.6	6,054	10.0	498	109.0
コート・ダジュール	989	10.0	1,070	10.3	80	108.1
自遊空間 他	575	15.6	888	12.1	312	154.3
営業利益又は営業損失(△)	3,183	4.5	5,454	7.2	2,271	171.4
快活CLUB(FiT24含む)	3,902	6.8	5,144	8.5	1,242	131.8
コート・ダジュール	△375	—	374	3.6	750	—
自遊空間 他	△192	—	127	1.7	320	—

(注) セグメント合計の金額は、セグメント内の取引が相殺されているため、各事業の合計額とは一致しません。

(2)業態別 設備投資額実績

(単位:百万円)

店舗名	23/3期	24/3期	前期比(%)
快活CLUB	2,058	6,061	294.5
コート・ダジュール	108	472	434.7
FiT24	1,750	951	54.3
自遊空間 他	317	541	170.6
合計	4,234	7,938	187.5

【ご参考：エンターテインメント事業 2024年3月期実績】

(3)業態別 主要経費の内訳実績

(単位:百万円)

		24/3期							
		エンターテインメント 合計		快活CLUB		コート・ダジュール		自遊空間 他	
			前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)
広告宣伝費	販 管 費	532	112.2	414	118.3	111	92.7	5	163.6
人 件 費	合 計	22,914	104.4	17,724	102.6	3,452	101.2	1,737	136.7
	売 上 原 価	19,099	101.6	14,947	100.6	2,977	98.6	1,174	129.3
	販 管 費	3,815	120.5	2,776	115.1	475	121.3	563	155.5
賃 借 料	合 計	14,446	99.9	11,135	101.3	2,206	88.5	1,104	113.9
	売 上 原 価	14,334	99.9	11,063	101.2	2,194	88.4	1,076	114.0
	販 管 費	111	108.6	72	107.0	11	108.8	27	112.9
減 価 償 却 費	合 計	6,113	108.7	5,446	110.4	488	85.0	178	153.8
	売 上 原 価	5,910	107.6	5,330	110.0	456	83.1	123	124.2
	販 管 費	202	155.7	115	130.8	32	127.8	54	332.8

(注) 快活CLUBにはFIT24が含まれております。

【ご参考：エンターテイメント事業 2024年3月期実績】

（4）エンターテイメント事業：既存店増収率、客数・客単価の増加率

・既存店対象店舗：快活CLUB、コート・ダジュール、FiT24 (単位：%)

		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	24/3期	8.1	2.3	3.5	3.9	3.2	1.6	4.1	2.0	2.5	2.9	5.5
	23/3期	12.2	9.7	8.2	4.5	7.3	11.5	20.0	16.1	15.7	11.4	11.8
客数	24/3期	7.1	3.1	4.0	4.9	4.0	2.1	5.0	2.5	3.1	3.6	5.3
	23/3期	9.1	6.2	4.9	3.4	4.8	8.3	15.1	11.6	11.5	8.1	8.6
客単価	24/3期	1.9	△0.2	0.4	△0.3	0.0	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	1.0
	23/3期	3.7	3.4	3.5	2.5	3.1	3.9	5.6	5.1	4.8	3.9	3.8

※客数・客単価は、月会費会員であるFiT24を除いております。

【ご参考：エンターテインメント事業 2024年3月期実績】

(5)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	24/3期	7.1	2.7	2.8	1.0	2.2	0.5	4.0	2.2	2.2	2.2	4.7
	23/3期	9.6	10.2	9.6	7.7	9.1	8.8	10.6	10.9	10.1	9.6	9.6
客数	24/3期	6.3	3.3	3.3	3.5	3.4	1.5	5.0	2.9	3.1	3.2	4.8
	23/3期	7.9	6.6	6.2	3.4	5.4	5.7	9.2	8.4	7.7	6.5	7.2
客単価	24/3期	1.7	△0.1	0.4	△1.7	△0.5	△0.4	0.2	0.1	0.0	△0.2	0.7
	23/3期	2.4	3.6	3.6	6.1	4.5	3.8	2.3	3.4	3.2	3.8	3.1

※売上高はFiT24を含めており、客数・客単価は、月会費会員であるFiT24を除いております。

(6)快活CLUB：既存店内識別売上構成比

(単位：%)

	23/3期	24/3期	前期差
ルーム売上	89.8	91.1	+1.3pt
飲食売上	7.7	7.1	△0.6pt
その他売上	2.5	1.8	△0.7pt

【ご参考：エンターテインメント事業 2024年3月期実績】

(7)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	24/3期	15.7	0.0	8.9	18.9	10.2	9.2	4.5	1.1	4.8	7.5	11.5
	23/3期	47.5	6.8	0.5	△7.1	△1.1	29.9	140.9	52.5	60.3	21.8	29.7
客数	24/3期	13.3	0.9	10.1	16.2	9.1	6.5	4.8	△0.5	3.3	6.0	9.6
	23/3期	25.9	4.1	△3.8	3.0	1.3	30.4	83.2	35.4	44.9	19.9	22.0
客単価	24/3期	2.1	△0.9	△1.1	2.3	1.1	2.5	△0.3	1.6	1.5	1.4	1.7
	23/3期	17.2	2.5	4.4	△9.8	△2.4	△0.4	31.5	12.7	10.7	1.6	6.3

(8)コート・ダジュール：既存店内訳別売上構成比 (単位：%)

	23/3期	24/3期	前期差
ルーム売上	59.1	57.4	△1.7pt
飲食売上	40.2	42.1	+1.9pt
その他売上	0.7	0.5	△0.2pt

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期の見通し】

(1)業態別 損益予想

(単位:百万円)

		24/3期	百分比 (%)	25/3期(予)	百分比 (%)	対前期 増減	前期比 (%)
売 上 高	快活CLUB	55,324	100.0	55,750	100.0	425	100.8
	コート・ダジュール	10,377	100.0	10,100	100.0	△277	97.3
	FiT24	5,439	100.0	5,750	100.0	310	105.7
売上総利益	快活CLUB(FiT24含む)	11,198	18.4	11,300	18.4	101	100.9
	コート・ダジュール	1,445	13.9	1,550	15.3	104	107.2
販売管理費	快活CLUB(FiT24含む)	6,054	10.0	5,950	9.7	△104	98.3
	コート・ダジュール	1,070	10.3	1,200	11.9	129	112.1
営 業 利 益	快活CLUB(FiT24含む)	5,144	8.5	5,350	8.7	205	104.0
	コート・ダジュール	374	3.6	350	3.5	△24	93.3

(2)業態別 設備投資額予想

(単位:百万円)

店舗名	24/3期	25/3期(予)	前期比(%)
快活CLUB	6,061	5,000	82.5
コート・ダジュール	472	200	42.3
FiT24	951	300	31.5

【ご参考:エンターテインメント事業 2025年3月期の見通し】

(3)業態別 主要経費の内訳予想

(単位:百万円)

		25/3期(予)							
		エンターテインメント 合計		快活CLUB		コート・ダジュール		自遊空間 他	
			前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)
広告宣伝費	販 管 費	889	167.2	710	171.4	173	155.6	5	88.0
人 件 費	合 計	22,922	100.0	18,068	101.9	3,370	97.6	1,483	85.3
	売 上 原 価	19,264	100.9	15,597	104.4	2,842	95.5	824	70.2
	販 管 費	3,658	95.9	2,471	89.0	528	111.1	659	117.0
賃 借 料	合 計	14,383	99.6	11,206	100.6	2,125	96.3	1,052	95.2
	売 上 原 価	14,293	99.7	11,150	100.8	2,113	96.3	1,030	95.6
	販 管 費	90	80.7	56	77.8	12	102.4	22	78.9
減価償却費	合 計	6,315	103.3	5,830	107.1	514	105.3	170	95.5
	売 上 原 価	6,081	102.9	5,689	106.7	476	104.3	116	94.0
	販 管 費	233	115.4	141	122.1	38	119.2	54	98.9

(注) 快活CLUBにはFIT24が含まれております。

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期の見通し】

(4)エンターテインメント事業：既存店増収率、客数・客単価の増加率

・既存店対象店舗：快活CLUB、コート・ダジュール、FiT24

(単位：%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	25/3期(予)	0.4	△0.3	0.0	0.4	△0.6	△0.1	0.0
	24/3期(実)	8.0	8.2	8.1	3.2	2.5	2.9	5.5
客数	25/3期(予)	0.3	△1.0	△0.4	△0.9	△1.8	△1.3	△0.8
	24/3期(実)	6.3	7.8	7.1	4.0	3.1	3.6	5.3
客単価	25/3期(予)	0.5	0.8	0.7	0.3	2.2	1.3	1.0
	24/3期(実)	2.5	1.3	1.9	0.0	0.2	0.1	1.0

※客数・客単価は、月会費会員であるFiT24を除いております。

(5)快活CLUB：既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	25/3期(予)	0.5	△0.3	0.1	0.3	△0.5	△0.1	0.0
	24/3期(実)	7.1	7.0	7.1	2.2	2.2	2.2	4.7
客数	25/3期(予)	0.3	△1.0	△0.4	△1.1	△1.4	△1.2	△0.8
	24/3期(実)	5.6	7.0	6.3	3.4	3.1	3.2	4.8
客単価	25/3期(予)	1.0	1.1	1.1	1.1	0.0	0.5	0.8
	24/3期(実)	2.4	1.0	1.7	△0.5	0.0	△0.2	0.7

※売上高はFiT24を含めており、客数・客単価は、月会費会員であるFiT24を除いております。

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期の見通し】

(6)コート・ダジュール：既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		1Q	2Q	上半期	3Q	4Q	下半期	通期
売上高	25/3期(予)	△0.1	△0.2	△0.1	0.8	△1.0	△0.1	△0.1
	24/3期(実)	14.4	16.9	15.7	10.2	4.8	7.5	11.5
客数	25/3期(予)	△0.2	△0.7	△0.5	1.1	△4.8	△1.9	△1.2
	24/3期(実)	12.3	14.4	13.3	9.1	3.3	6.0	9.6
客単価	25/3期(予)	0.1	0.6	0.3	△0.4	4.0	1.9	1.1
	24/3期(実)	1.9	2.2	2.1	1.1	1.5	1.4	1.7

【ご参考:アニヴェルセル・ブライダル事業 2024年3月期実績】

既存店 施行組数及び一組単価

(単位:千円、%)

		上半期		下半期		通期	
			前年 同期比 (%)		前年 同期比 (%)		前期比 (%)
施行 組数	24/3期	1,338	119.0	1,598	108.6	2,936	113.1
	23/3期	1,124	103.7	1,472	161.8	2,596	130.2
一組 単価	24/3期	3,924	106.8	3,934	103.6	3,929	105.0
	23/3期	3,674	105.6	3,795	102.5	3,743	104.5

(注) 1:既存店対象施設:9店舗
2:フォトウエディング・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 2025年3月期の見通し】

既存店 施行組数及び一組単価

(単位：千円、%)

		上半期	前年 同期比 (%)	下半期	前年 同期比 (%)	通期	前期比 (%)
施行 組数	25/3期(予)	1,268	94.8	2,014	112.1	3,282	104.7
	24/3期(実)	1,338	119.0	1,796	111.9	3,134	114.8
一組 単価	25/3期(予)	3,943	100.5	4,163	104.7	4,078	103.1
	24/3期(実)	3,924	106.8	3,978	104.0	3,955	105.1

(注) 1: 既存店対象施設: 上半期9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

4: 上半期の施行組数は、みなとみらい横浜店の改装期間の影響により減少する見通しです