



2025年3月期 第2四半期(中間期) 決算説明会

2024年11月21日
株式会社AOKIホールディングス(8214)



ANNIVERSAIRE

目次

2025年3月期 第2四半期(中間期)業績の概要	4
2025年3月期 通期業績予想	12
ファッション事業 2025年3月期 第2四半期(中間期)実績と通期の見通し	18
エンターテイメント事業 2025年3月期 第2四半期(中間期)実績と通期の見通し	24
アニヴェルセル・ブライダル事業 2025年3月期 第2四半期(中間期)実績と通期の見通し	31
企業価値向上に向けた取り組み / 株主還元	35
サステナビリティの取り組み	40
補足資料	43

(注)記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しております。

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

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・自遊空間



バリ島の雰囲気を基調に“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

2025年3月期

第2四半期(中間期)業績の概要

2025年3月期第2四半期 連結業績サマリ

外部環境

- コロナ反動需要の一巡
- 原材料価格等の高騰、円安の進行
- 人材不足、人件費の上昇
- 猛暑、夏の長期化、天候不順

業績概要

- 3期連続の上半期増収増益
- 仕入コストや人件費の上昇への対応
経費コントロールの実施
- 猛暑の影響による避暑需要の取り込み
- 2025年3月期通期業績予想の進捗を
上回り推移

売上高

829億円
(前年同期比:102.3%)

営業利益

41億円
(前年同期比:109.8%)

経常利益

38億円
(前年同期比:107.5%)

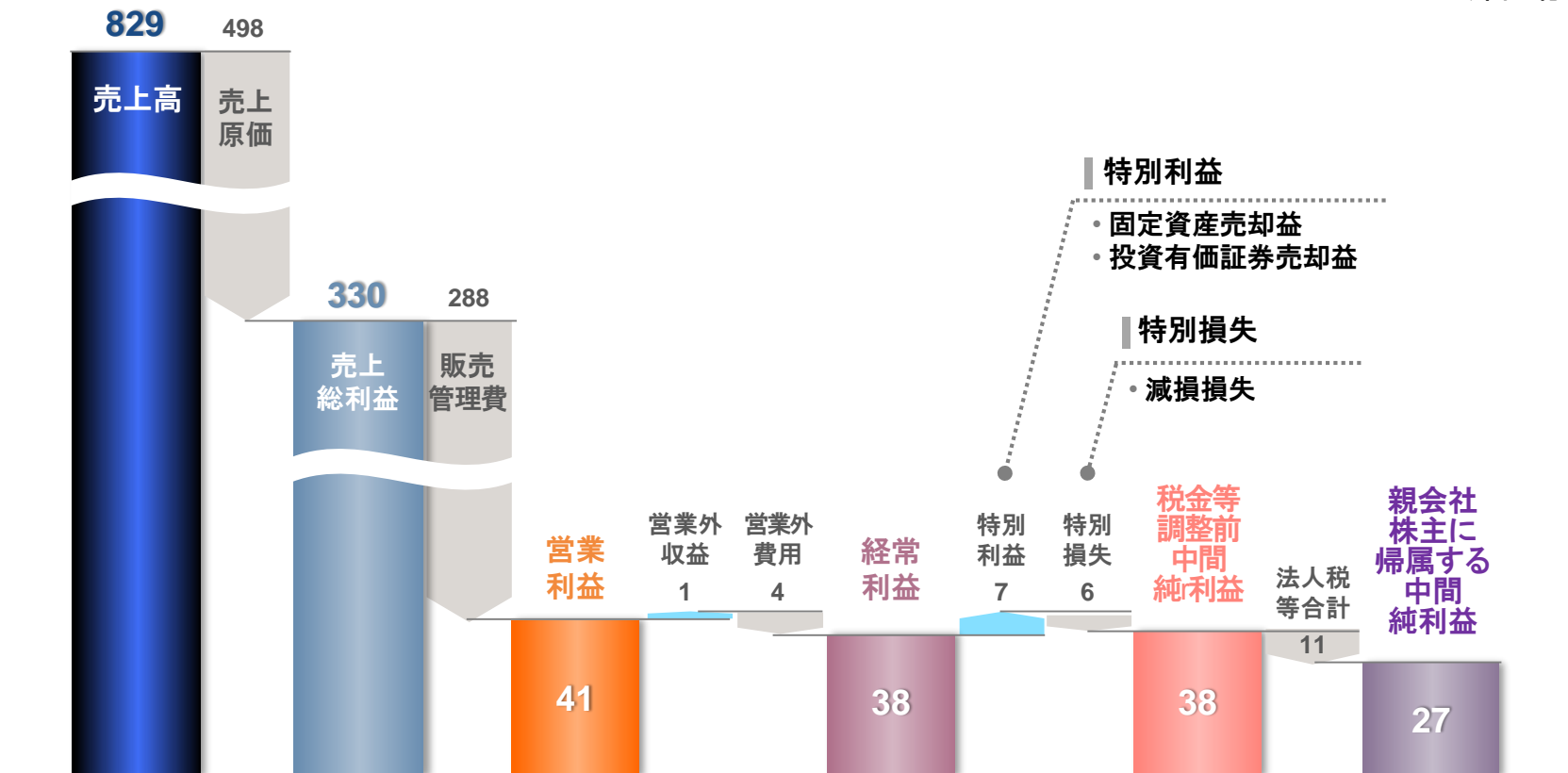
親会社株主に帰属する
中間純利益

27億円
(前年同期比:135.3%)

2025年3月期第2四半期 連結業績

2025年3月期 第2四半期

(単位:億円)



主な増減要因

- | | |
|---|---|
| <p>売上高 各事業が堅調に推移し増収</p> <p>売上総利益 連結売上総利益率: 前年同期比 +0.8pt</p> <p>販売管理費 広告宣伝費・人件費の増加、販管費比率 +0.5pt</p> | <p>営業利益 増収及び売上総利益率の改善により増益</p> <p>特別利益 固定資産及び投資有価証券売却益の増加
受取解決金の減少</p> <p>特別損失 減損損失の増加</p> |
|---|---|

2025年3月期第2四半期 連結損益の状況

(単位:百万円)

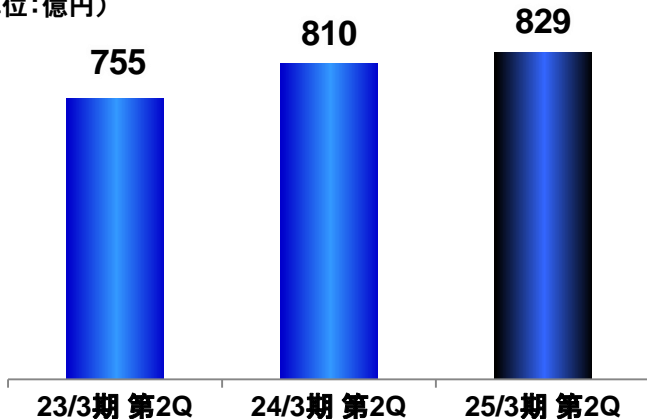
科目/期別	24/3期 第2Q累計実績	25/3期 第2Q累計実績	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
売上高	81,055	82,933	1,877	102.3
売上総利益 売上総利益率	31,589 39.0%	33,039 39.8%	1,449 +0.8pt	104.6
販売費・一般管理費	27,790	28,867	1,077	103.9
営業利益 営業利益率	3,798 4.7%	4,171 5.0%	372 +0.3pt	109.8
営業外収益	132	130	△2	98.2
営業外費用	374	477	103	127.7
経常利益	3,557	3,824	266	107.5
特別利益	500	747	247	149.5
特別損失	137	682	545	497.6
親会社株主に帰属する中間純利益	2,063	2,791	727	135.3
1株当たり中間純利益	24.50円	33.21円	8.71円	—

直近3期の第2四半期 連結業績推移

3期連続で上半期増収増益、営業利益はエンターテイメント事業が牽引し過去最高を更新

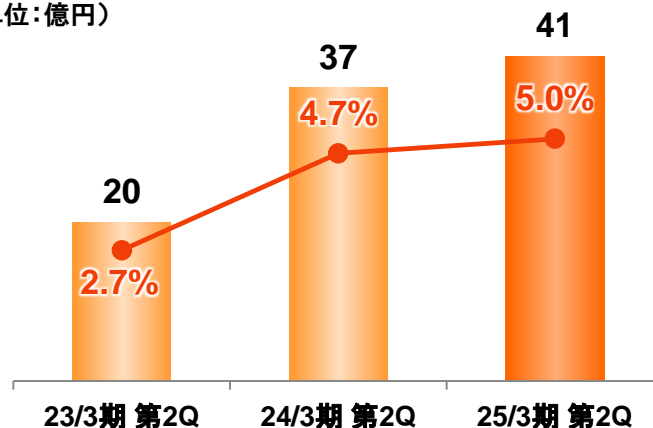
連結売上高

(単位:億円)

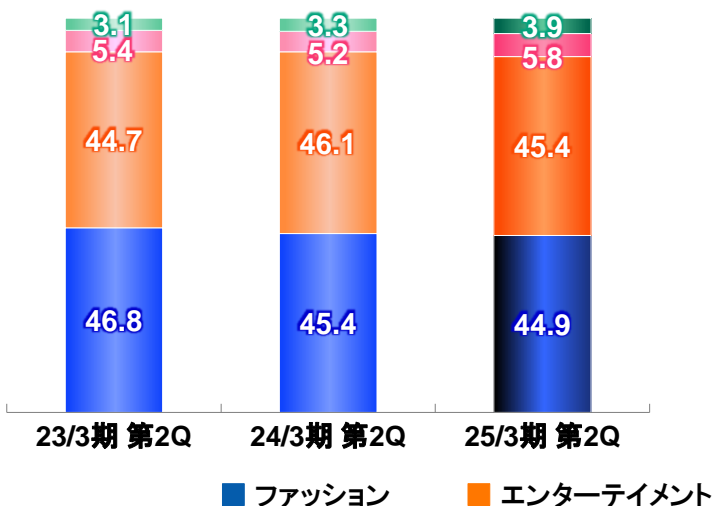


連結営業利益・営業利益率

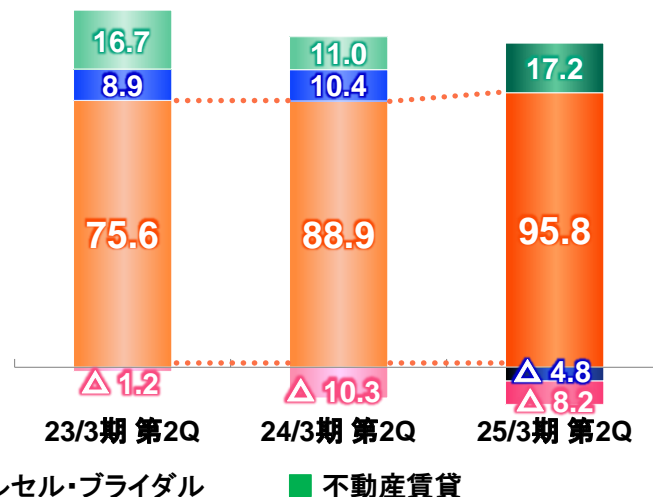
(単位:億円)



セグメント別売上高構成比(%)



セグメント別営業利益構成比(%)



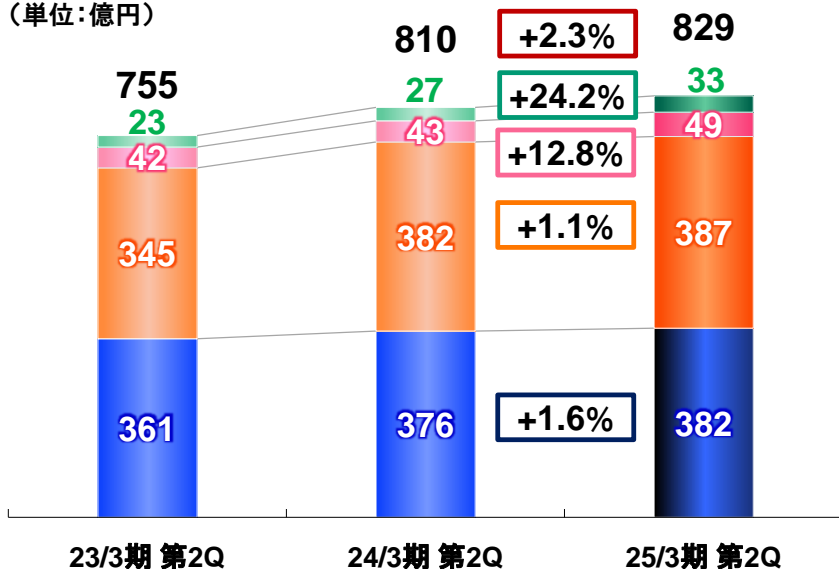
2025年3月期第2四半期 セグメント別業績

全てのセグメントで増収、エンターテイメント事業が連結営業利益を牽引

ファッション事業	既存店が堅調に推移し増収も、広告宣伝費及び人件費等の販管費増加により減益 ・ 既存店増収率：+1.9%(予想:+2.1%) ・ 同客数増加率：△1.8%(予想:+0.1%) ・ 同客単価増加率：+3.8%(予想:+2.0%)
エンターテイメント事業	既存店が好調に推移し増収増益、業績予想の進捗を上回り上半期過去最高益を達成 ・ 既存店増収率：+2.9%(予想:±0.0%) ・ 同客数増加率：+1.7%(予想:△0.4%) ・ 同客単価増加率：+1.8%(予想:+0.7%)
アニヴェルセル・ブライダル事業	前年9月中旬まで休館の表参道店稼働及びリニューアル費用減少等により増収、営業損失改善 ・ 既存店施行組数の増加率：△4.2%(予想:△5.2%) ・ 同一組単価の増加率：+2.0%(予想:+0.5%)

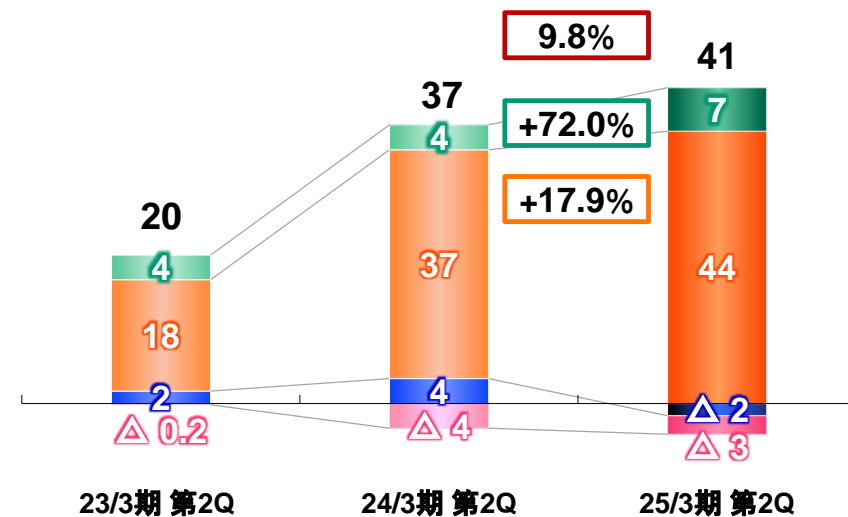
売上高

(単位:億円)



営業利益又は営業損失(△)

(単位:億円)



■ ファッション ■ 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

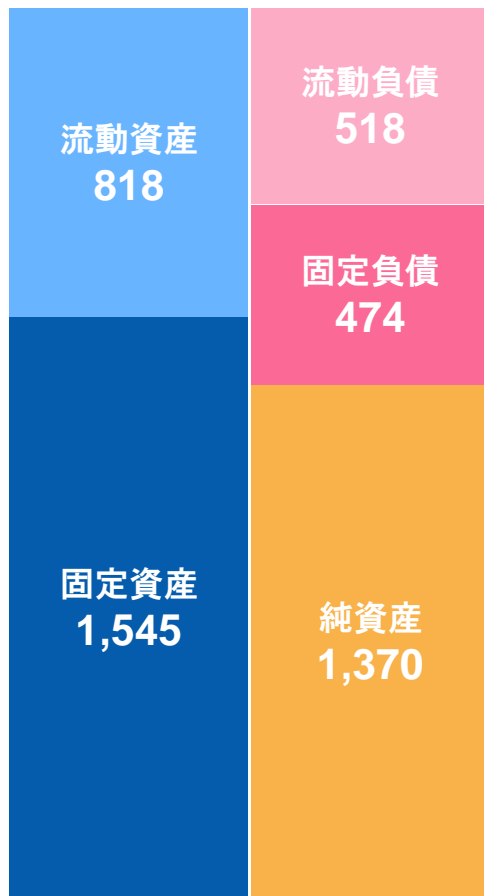
※連結合計はセグメント間の取り引きが相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。

連結貸借対照表

2024年3月期末

資産合計:2,363億円

(単位:億円)

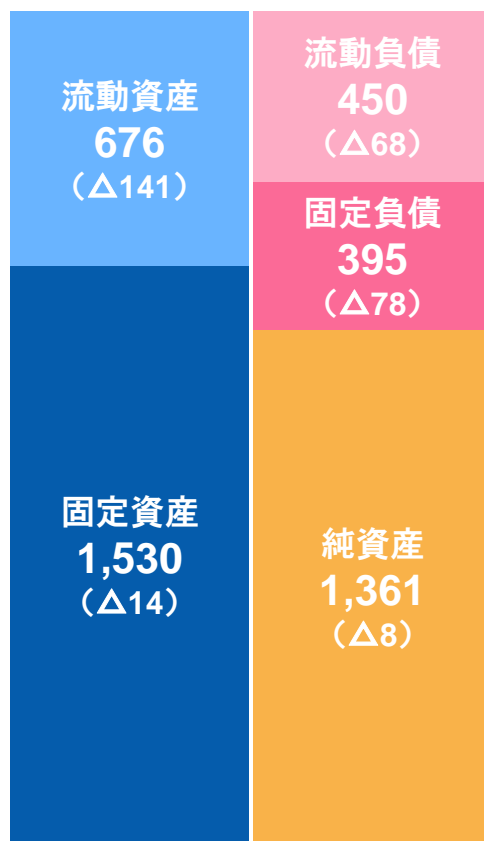


2025年3月期 中間期末

資産合計:2,207億円

(前期末比 Δ155)

(単位:億円)



※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
 - 季節的要因等により売掛金が減少
- 固定資産
 - 投資有価証券の売却等により減少

負債

- 流動負債
 - 短期借入れの実施
 - 季節的要因等により買掛金が減少
 - 法人税等の支払いにより未払法人税等が減少
 - 賞与支給等により賞与引当金が減少
- 固定負債
 - 長期借入金の約定返済等により減少

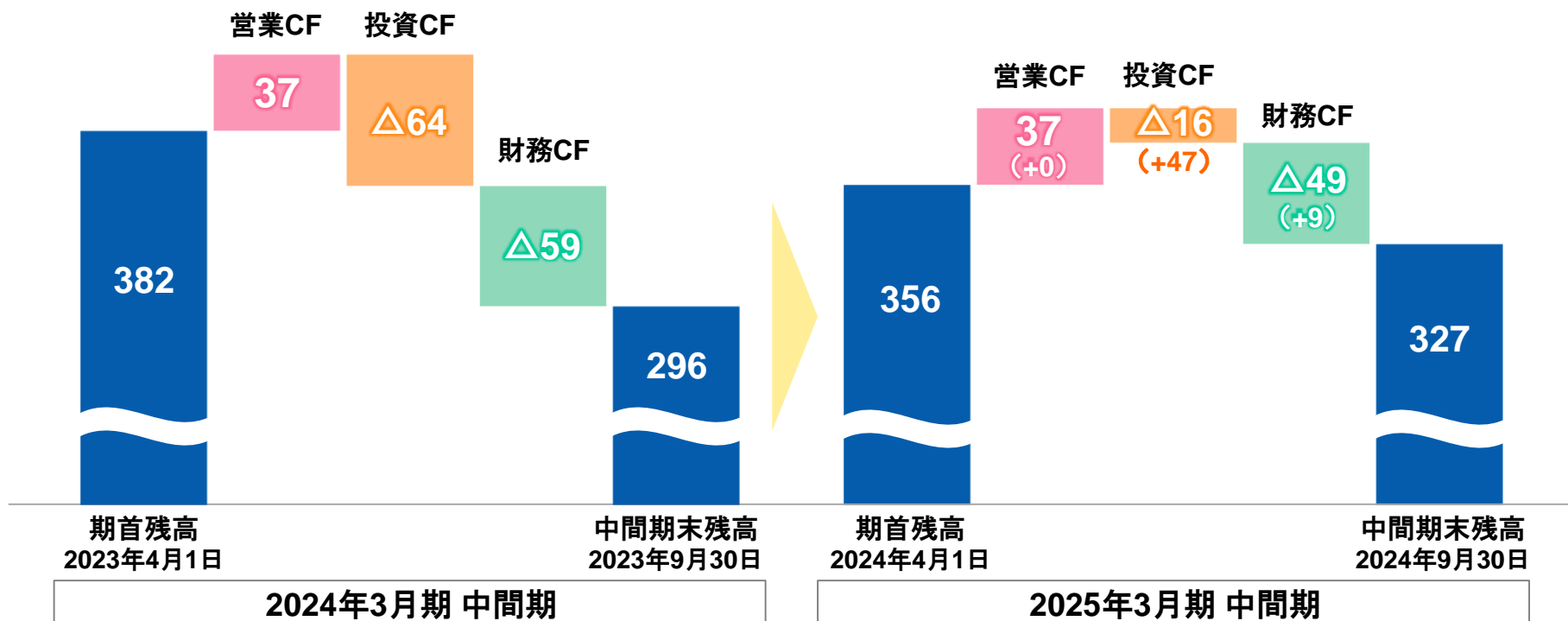
純資産

- 利益剰余金
 - 親会社株主に帰属する中間純利益及び配当金の支払い等の結果減少
- その他包括利益累計額
 - 投資有価証券の売却等によりその他有価証券評価差額金が減少

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()は前年同期比の増減額

主な増減要因

営業活動によるキャッシュ・フロー

・ 概ね前年同期並み

投資活動によるキャッシュ・フロー

・ 有形固定資産の取得の減少、投資有価証券売却の増加

財務活動によるキャッシュ・フロー

・ 長期借入金の約定返済の減少、自己株式取得の減少
 ・ 配当金支払額の増加

2025年3月期 通期業績予想

2025年3月期通期 連結業績予想サマリ

外部環境

- コロナ反動需要の一巡
- 原材料価格等の高騰、円安の継続
- 所得環境はやや改善も節約志向の高まりで消費動向の先行きは不透明
- 気温上昇や自然災害の増加等による消費活動の変化

通期業績予想

- 上半期業績を反映
- ファッション事業の原価上昇の一部影響及び各事業の販促施策やリニューアル等のコスト増加を反映
- 4期連続の増収増益予想
- 中期経営計画期間の1年目として、計画通り推移する見通し

売上高

1,918億円
(前期比:102.2%)

営業利益

150億円
(前期比:108.2%)

経常利益

143億円
(前期比:108.0%)

親会社株主に帰属する
当期純利益

80億円
(前期比:105.6%)

(注)2024年5月10日公表の通期連結業績予想の売上高及び経常利益を修正しております。

2025年3月期通期 連結業績予想

(単位:百万円)

科目/期別	24/3期 実績	25/3期 当初予想	25/3期 修正予想	修正差	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	187,716	191,500	191,800	300	4,083	102.2
売上総利益 売上総利益率	76,929 41.0%	80,100 41.8%	79,800 41.6%	△300 △0.2pt	2,870 +0.6pt	103.7
販売費・一般管理費	63,069	65,100	64,800	△300	1,730	102.7
営業利益 営業利益率	13,860 7.4%	15,000 7.8%	15,000 7.8%	—	1,139 +0.4pt	108.2
営業外収益	329	250	250	—	△79	75.8
営業外費用	954	650	950	300	△4	99.6
経常利益	13,235	14,600	14,300	△300	1,064	108.0
特別利益	1,003	0	800	800	△203	79.7
特別損失	1,798	1,400	2,100	700	301	116.8
親会社株主に帰属する当期純利益	7,574	8,000	8,000	—	425	105.6
1株当たり当期純利益	90.03円	95.21円	95.16円	△0.05円	5.13円	—

2014年3月期以降の通期連結業績推移

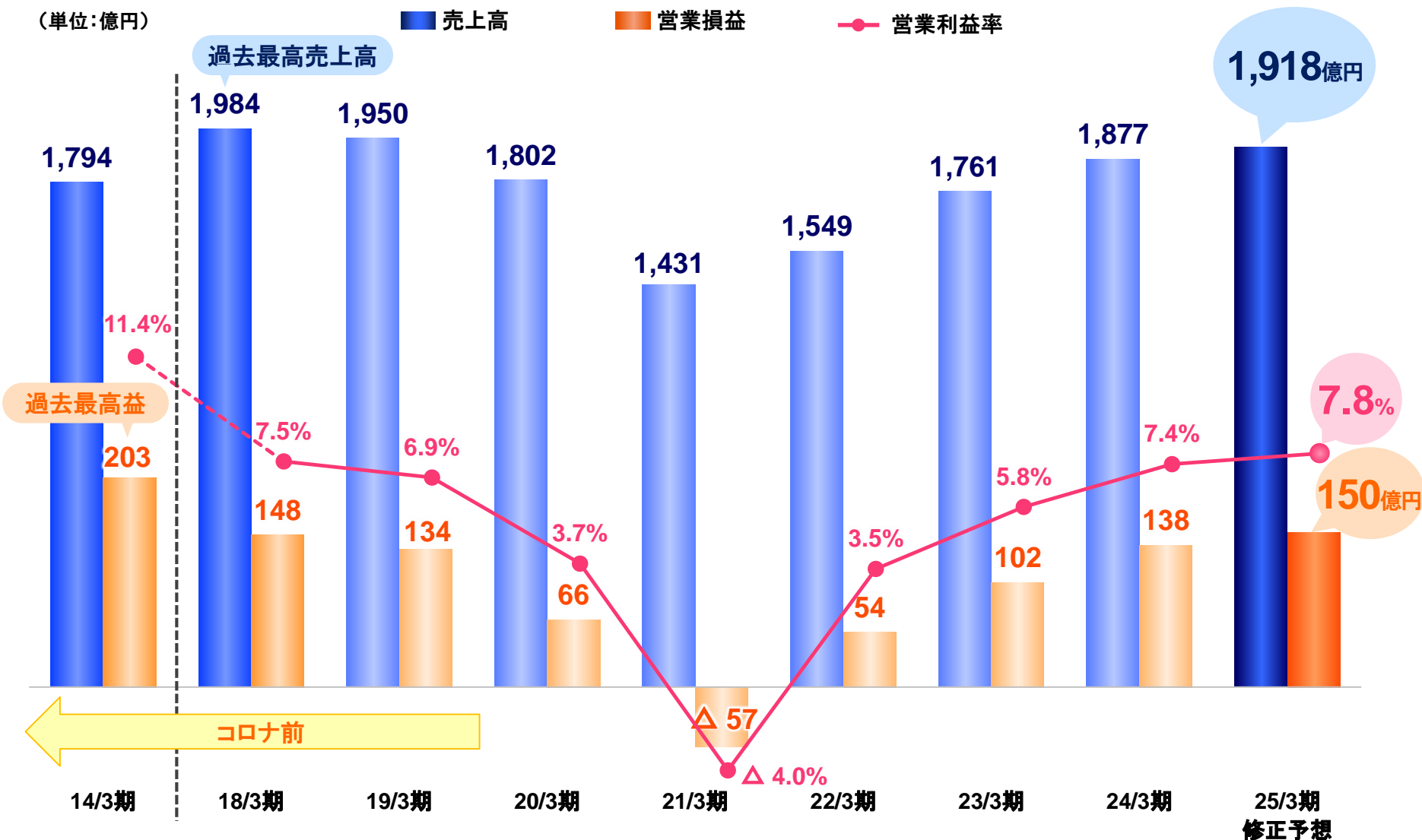
- 4期連続の増収増益予想、過去最高売上高時(18/3期)の営業利益を上回る見通し
- 中期経営計画期間の1年目として、売上高・営業利益ともに計画通り推移する見通し

(単位:億円)

■ 売上高

■ 営業損益

● 営業利益率



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 通期:+1.4%(下半期:+1.1%)
- 出店:17店舗(下半期:11店舗)、退店:4店舗(下半期:2店舗)

エンターテイメント事業

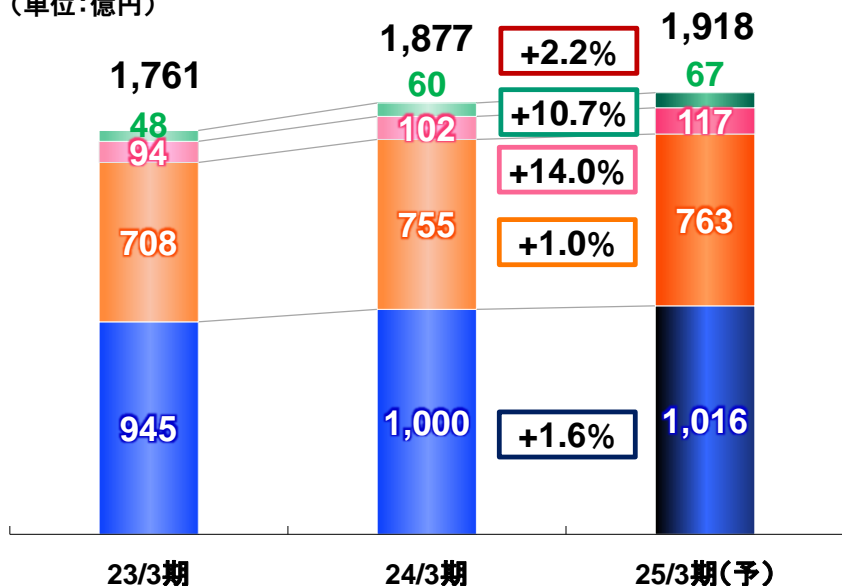
- 既存店増収率 通期:+0.1%(下半期:+0.2%)
- 出店:25店舗(下半期:15店舗)、退店:26店舗(下半期:8店舗)(ランシステム含む)

アニヴェルセル・ブライダル事業

- 既存店施行組数の増加 通期:+2.7%(下半期:+7.9%)
- 既存店一組単価の増加 通期:+2.9%(下半期:+3.4%)

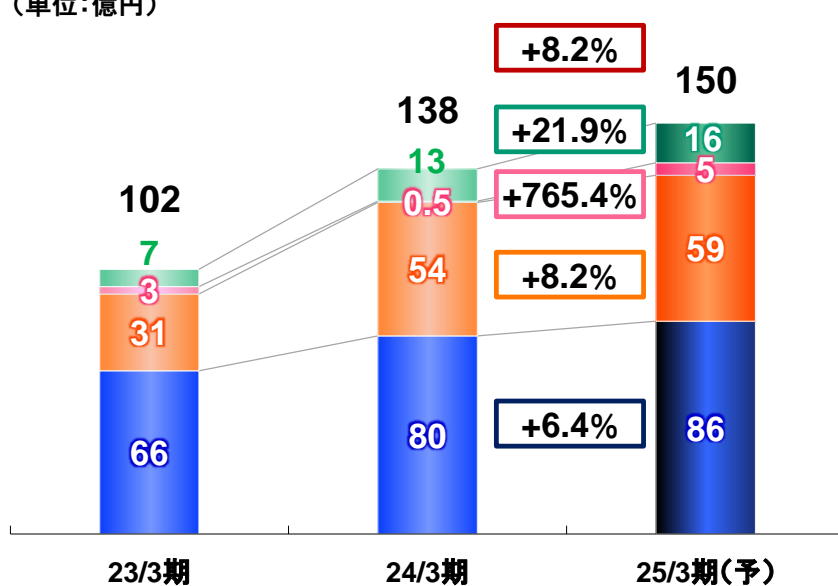
売上高

(単位:億円)



営業利益

(単位:億円)



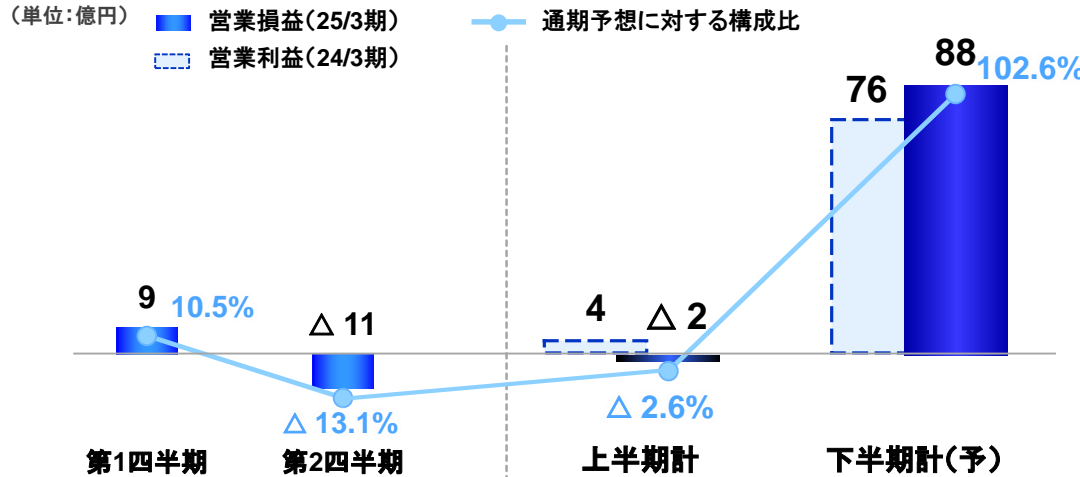
(注)連結合計はセグメント間の取り引きが相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。

2024年5月10日公表のセグメント別の通期業績予想を修正しております。

ファッション事業・エンターテイメント事業 営業利益の上・下半期構成

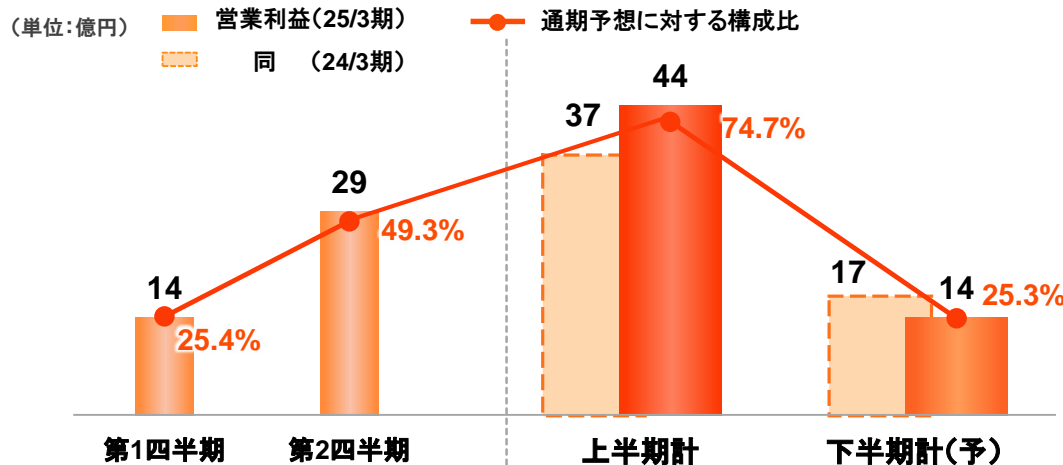
- ・ 上半期偏重のエンターテイメント事業と、下半期偏重のファッション事業
- ・ 事業ポートフォリオ経営により営業利益は季節要因を補完し構成

ファッション事業



- 上半期は広告宣伝費・人件費の増加等により営業損失
- 下半期は2月下旬から3月にかけてのフレッシュイズ商戦が底堅く推移する見通し
- カジュアル・レディース強化による上半期黒字化定着が課題

エンターテイメント事業



- 上半期は猛暑による避暑需要が増加し増益
- 下半期はリニューアルの増加等により減益見通し
- 幅広い年代層及び女性を含めた新規顧客開拓により、さらなる営業利益の増加を目指す

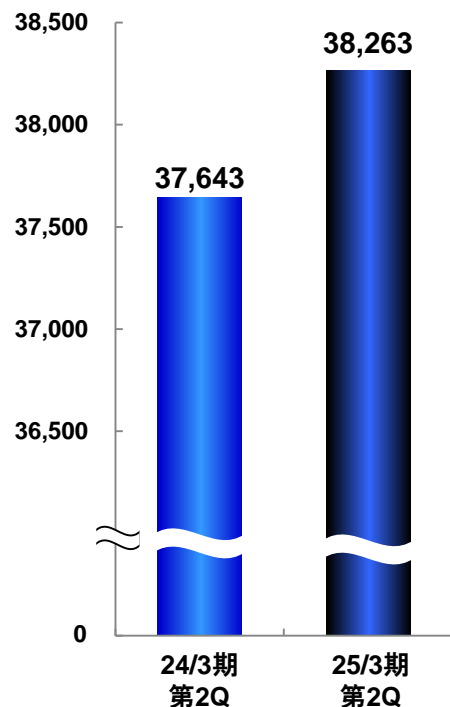
ファッション事業

2025年3月期 第2四半期(中間期)実績
通期の見通し

既存店が堅調に推移し増収も、販売促進の強化やコストの上昇により減益

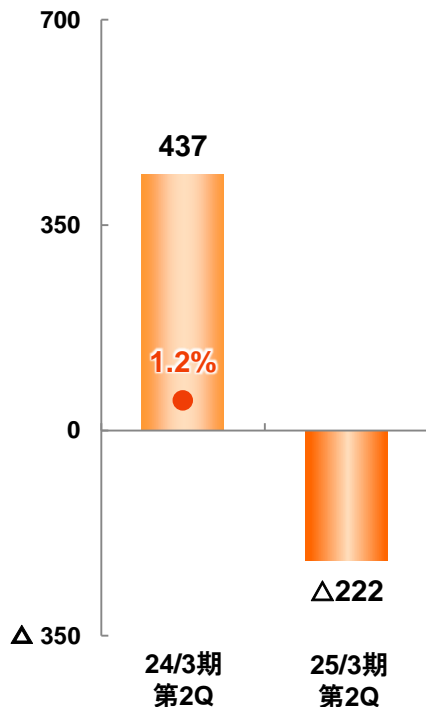
売上高

(単位:百万円)



営業利益又は営業損失(△)と営業利益率

(単位:百万円)



(単位:百万円)

	25/3期 第2四半期	
	前年同期比%	百分比%
売上高	38,263	101.6
売上総利益	22,491	101.5
販売管理費	22,713	104.6
営業損失	△222	-

- 売上高：前年同期比 101.6%
- 営業損失：前年同期差△660百万円

主な要因

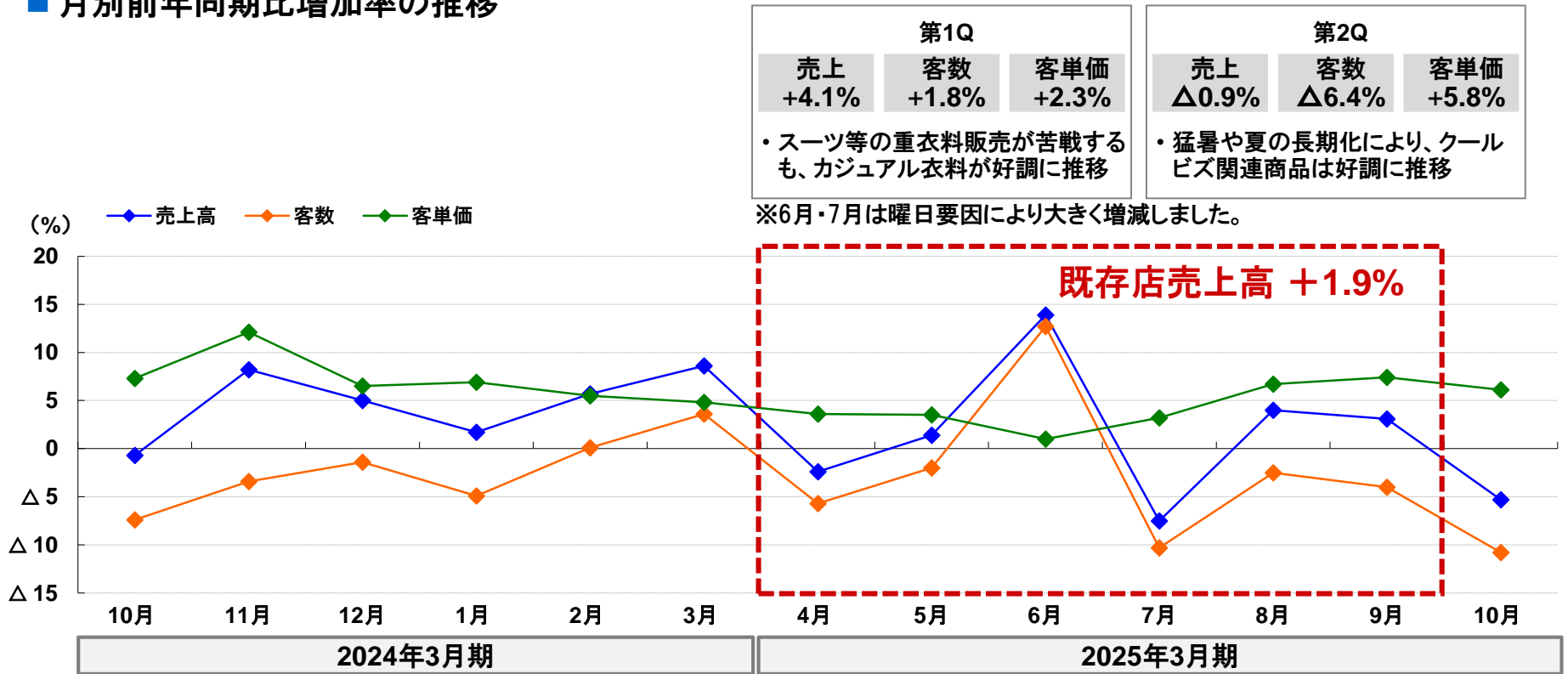
- ◆ 既存店の増収：前年同期比 101.9%
 - パジャマスーツ®等のカジュアル衣料が好調
 - コロナ反動需要の一巡等により、スーツ・フォーマルの重衣料販売が低調
 - 気温上昇・夏の長期化等によりクールビズ関連商品が好調
- ◆ 売上総利益率：前年同期比 △0.1ポイント
 - 割引抑制・適正価格販売により横這い
 - 利益率の高い重衣料の売上高減少
- ◆ 販売管理費：前年同期比 104.6%
 - 集客のための販売促進強化による広告宣伝費の増加：前年同期比 117.6%
 - 給与水準の底上げ等による人件費の増加：同 105.0%

ファッション事業－2025年3月期 第2四半期の概要：既存店の状況

コロナ反動需要の一巡等により客数は減少するも、割引抑制等により客単価が上昇

猛暑や夏の長期化により、クールビズ関連商品やカジュアル衣料が好調に推移し既存店が増収

■ 月別前年同期比増加率の推移

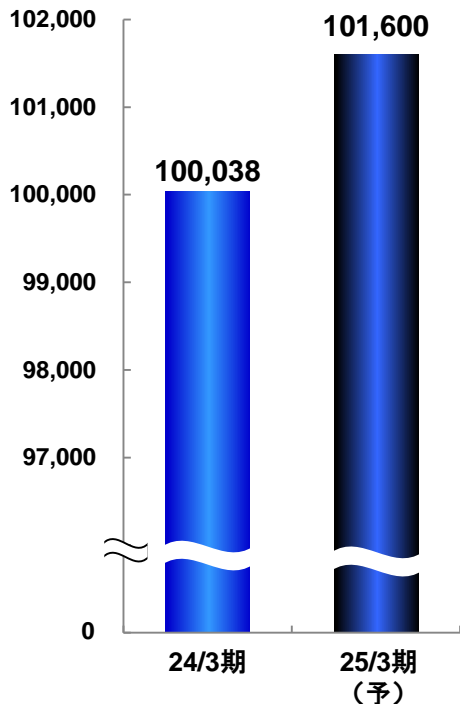


	23/10	23/11	23/12	24/1	24/2	24/3	24/4	24/5	24/6	24/7	24/8	24/9	上半期	24/10
既存店売上高 (%)	Δ 0.7	8.2	5.0	1.7	5.7	8.6	Δ 2.4	1.4	13.9	Δ 7.5	4.0	3.1	1.9	Δ 5.3
客数 (%)	Δ 7.4	Δ 3.4	Δ 1.4	Δ 4.9	0.1	3.6	Δ 5.7	Δ 2.0	12.7	Δ 10.3	Δ 2.5	Δ 4.0	Δ 1.8	Δ 10.8
客単価 (%)	7.3	12.1	6.5	6.9	5.5	4.8	3.6	3.5	1.0	3.2	6.7	7.4	3.8	6.1
平年気温との差異(℃)(東京)	+0.9	+1.9	+1.7	+1.7	+1.9	+0.2	+2.8	+1.2	+1.2	+3.0	+2.1	+3.3	—	+2.6

コスト上昇が見込まれるも、既存店増収と販売施策の推進により増収増益予想

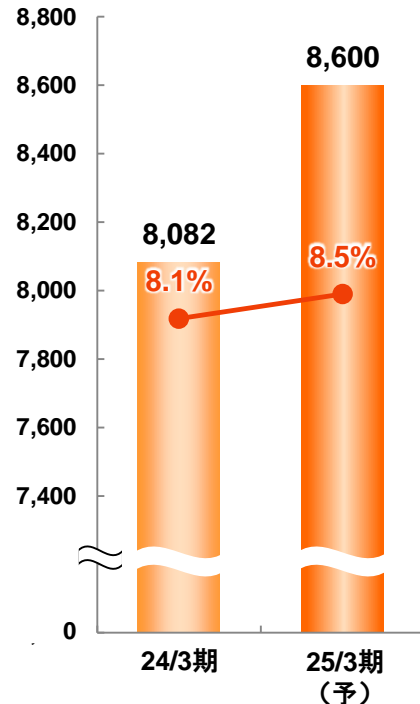
売上高

(単位:百万円)



営業利益と営業利益率

(単位:百万円)



(単位:百万円)

	25/3期 (予)	
	前期比%	百分比%
売上高	101,600	101.6
売上総利益	59,700	101.8
販売管理費	51,100	101.1
営業利益	8,600	106.4

■ 売上高：前期比 101.6%

■ 営業利益：前期比 106.4%

主な要因

◆ 既存店増収予想

第3Q	第4Q	下半期	通期
+3.5%	△0.3%	+1.1%	+1.4%

◆ 売上総利益率：前期比 +0.2ポイント

- 仕入原価は前期ほどの上昇率はない見通し
- 適正価格販売の継続により、横這いを維持

◆ 販売管理費：前期比 101.1%

- 販売促進強化による広告宣伝費の増加：前期比 106.1%
- 経費コントロールの実施により、販管費比率は前期比△0.2ポイント

商品施策

- 新たなニーズ・ウォ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
- レディース及びカジュアル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※の全店舗導入
パーソナルオーダースーツの強化
- ・ 金のスーツ等の高価格帯商品の展開
- ・ AOKIレンタルサービスのアイテム拡充

※最短5日で仕上がるオーダー感覚スーツ

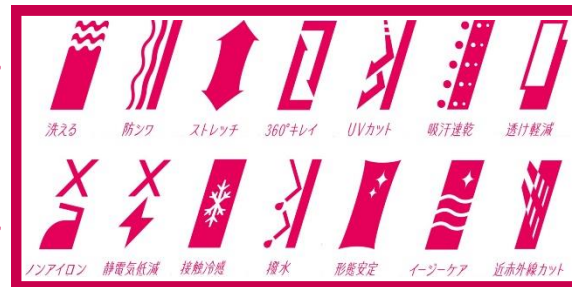


レディース

- ・ 高機能レディース・ウェアブランド
「MeWORK」として本格始動
- ・ 新TVCM、WEBやSNSを活用した
プロモーション強化による認知向上
- ・ 全てのアイテムで高機能商品を開発

Me^{ミワク}WORK

「MeWORK」を支える
14種類の機能



カジュアル

- ・ パジャマスーツ®を中心にカジュアル領域の拡大
- ・ AOKI：スーツ専門店が提案するアスレジャースタイル「BIZ MOVE」シリーズの展開
- ・ ORIHICA：スポーツ感覚のビジカジウェア「BIZSPO®」シリーズの展開
- ・ 疲労回復ウェア等のウェルネス商品の展開



新規出店・改装

出店 2025年3月期出店計画

AOKI + **ORIHICA** 17店舗
1店舗 16店舗

改装

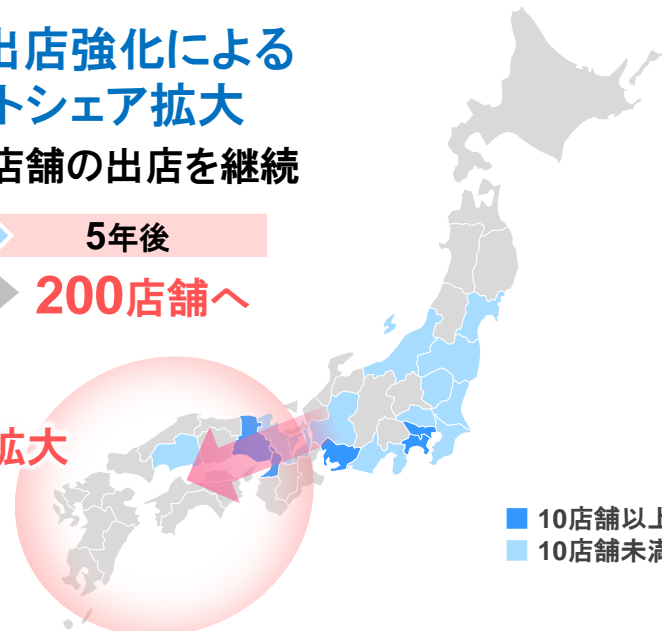
- 商品別売上構成の変革への対応
- 遊休スペース転貸による売場効率改善
- 標準売場面積 150坪→120坪へ

ORIHICA出店強化による マーケットシェア拡大

年間15～20店舗の出店を継続

現在 5年後
100店舗 → 200店舗へ

エリア拡大



エンターテイメント事業

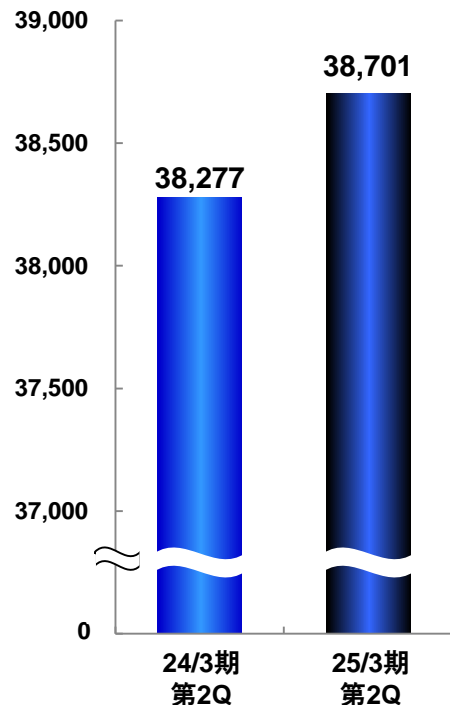
2025年3月期 第2四半期(中間期)実績
通期の見通し

エンターテインメント事業－2025年3月期 第2四半期の概況

既存店が好調に推移し増収増益、業績予想の進捗を上回り上半期過去最高益達成

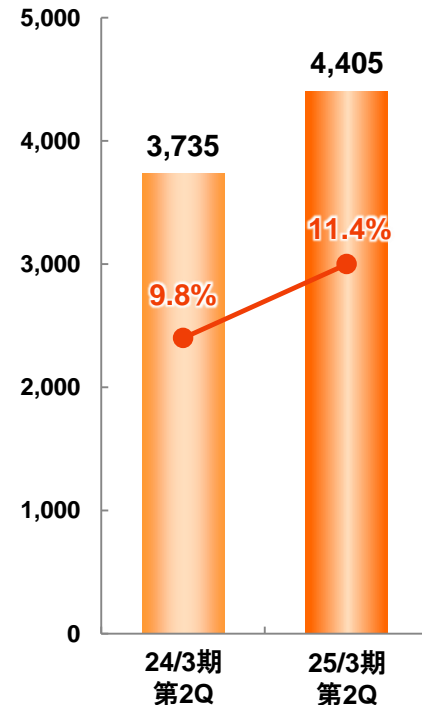
売上高

(単位:百万円)



営業利益と営業利益率

(単位:百万円)



(単位:百万円)

	25/3期 第2四半期	
	前年同期比%	百分比%
売上高	38,701	101.1
売上総利益	8,499	110.8
販売管理費	4,093	104.1
営業利益	4,405	117.9

■ 売上高：前年同期比 101.1%

■ 営業利益：前年同期比 117.9%

主な要因

- ◆ 既存店の増収：前年同期比 102.9%
 - 快活CLUB：同 102.9%
 - ・猛暑による避暑需要等により客数が増加
 - ・単価の高い鍵付き完全個室利用の増加等により客単価が上昇
 - コート・ダジュール：同 102.8%
 - ・各種キャンペーン開催等により客数が増加
 - ・飲食メニューの強化等により客単価が上昇
- ◆ 売上総利益率：前年同期比 +2.0ポイント
 - 増収による増益
 - メニュー改定による飲食客単価の改善
- ◆ 販売管理費：前年同期比 104.1%
 - 集客及び再来店促進強化による広告宣伝費の増加：同 183.9%
 - 給与水準の底上げ等による人件費の増加：同 101.3%

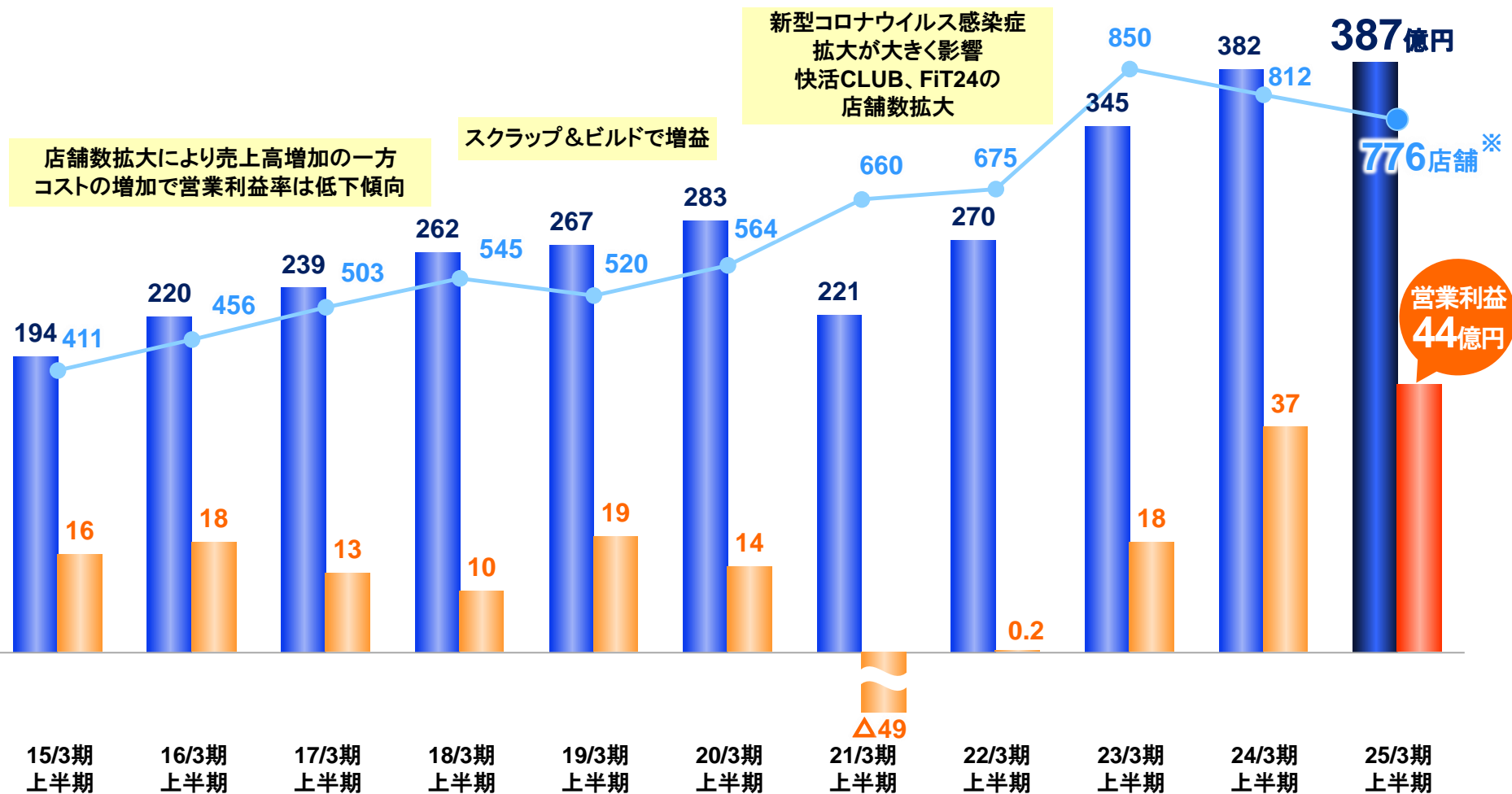
エンターテインメント事業－2025年3月期 第2四半期の概要：過去10年間の上半期業績推移

業容の拡大、店舗数の増加により売上高は増加傾向、
売上高増加及び営業効率改善で売上高・営業利益とも過去最高を達成

■ 売上高 ■ 営業損益 ● 店舗数(店)

(単位：億円)

2022年6月、ランシステム子会社化
2025年3月期上半期は
過去最高の売上高・営業利益高を達成

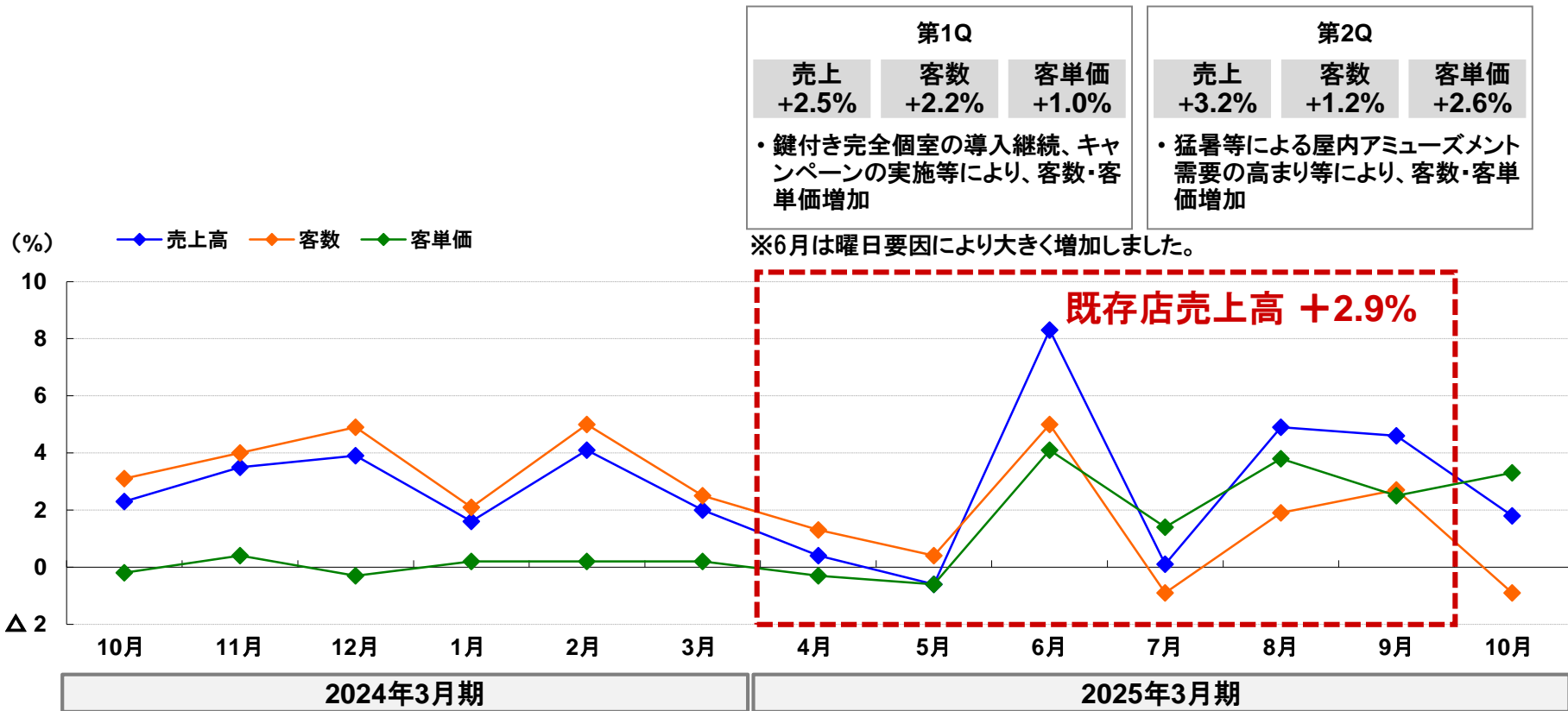


※ 36店舗減少(前年同期差)の内訳：自遊空間他(FC含む) 27店舗、快活CLUB 3店舗、コート・ダジュール 5店舗、FiT24 1店舗

エンターテインメント事業－2025年3月期 第2四半期の概要:既存店の状況

猛暑や天候不良による屋内アミューズメント需要の高まりに伴う客数増及び客単価上昇で既存店が増収

■ 月別前年同期比増加率の推移



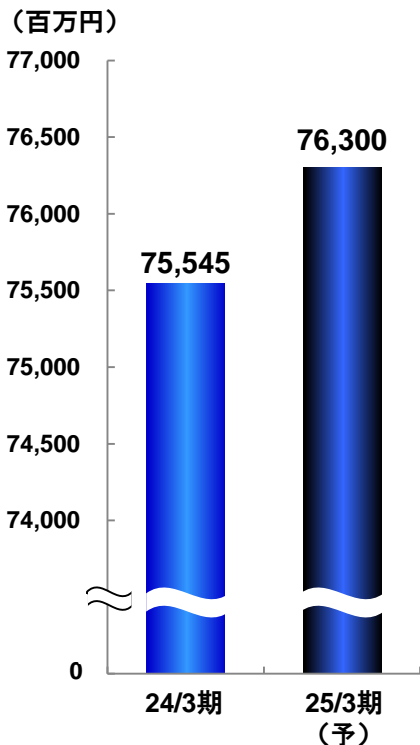
	23/10	23/11	23/12	24/1	24/2	24/3	24/4	24/5	24/6	24/7	24/8	24/9	上半期	24/10
既存店売上高 (%)	2.3	3.5	3.9	1.6	4.1	2.0	0.4	△0.6	8.3	0.1	4.9	4.6	2.9	1.8
客数 (%)	3.1	4.0	4.9	2.1	5.0	2.5	1.3	0.4	5.0	△0.9	1.9	2.7	1.7	△0.9
客単価 (%)	△0.2	0.4	△0.3	0.2	0.2	0.2	△0.3	△0.6	4.1	1.4	3.8	2.5	1.8	3.3
平年気温との差異(°C)(東京)	+0.9	+1.9	+1.7	+1.7	+1.9	+0.2	+2.8	+1.2	+1.2	+3.0	+2.1	+3.3	—	+2.6

※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)

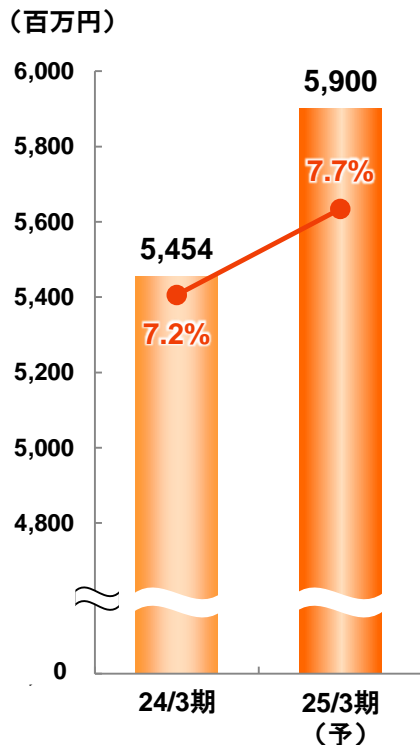
エンターテインメント事業－2025年3月期 通期の見通し

鍵付き完全個室店舗の出店と客層拡大のための施策の実施により、過去最高売上高・営業利益を予想

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%	百分比%
売上高	76,300	101.0
売上総利益	14,550	107.1
販売管理費	8,650	106.4
営業利益	5,900	108.2

■ 売上高：前期比 101.0%

■ 営業利益：前期比 108.2%

主な要因

◆ 既存店増収率予想

第3Q	第4Q	下半期	通期
+0.1%	+0.2%	+0.2%	+0.1%

◆ 新規出店

- 快活CLUB:20店舗
- FiT24:2店舗

◆ 営業効率の改善

- 不採算店舗の退店:26店舗(ランシステム含む)

◆ リニューアル店舗数の増加に伴う費用増

- リニューアル店舗数:40店舗
(快活CLUB 30店舗、コート・ダジュール 5店舗、FiT24 5店舗)

◆ 販売管理費:前期比 106.4%

- 広告宣伝費等、売上増に伴う費用の増加

快活CLUB

- 鍵付き完全個室店舗の拡大
- 幅広いお客様ニーズへの対応と、新たな利用シーンの拡大

◆ コンテンツ・サービス・メニュー

鍵付き完全個室



アミューズメント



ダーツ・ビリヤード・カラオケ

日経OFFICE PASS



メニュー



新規出店・改装

出店 2025年3月期出店計画

上半期
6店舗



下半期
14店舗



期末店舗数
500店舗

繁華街都市部を中心に3年間で約60店舗出店

改装 2025年3月期:30店舗改装

- 鍵付き完全個室の導入
- 顧客ニーズの高いコンテンツの導入・入れ替え
- 自動入退店機の設置

エンターテインメント事業－2025年3月期 下期の取り組み 新サービスの導入やキャンペーン開催による客層の拡大

コート・ダジュール

- 核商品メニューの開発強化、飲食メニューの拡充
- キャンペーン実施による客層拡大

人気メニュー・パーティーコース



キャンペーン



Fit24

- 各種キャンペーン開催による新規会員獲得の強化
- 既存会員の退会抑制及び継続利用促進の強化

キャンペーン



イベント



サポート



アニヴェルセル・ブライダル事業

2025年3月期 第2四半期(中間期)実績

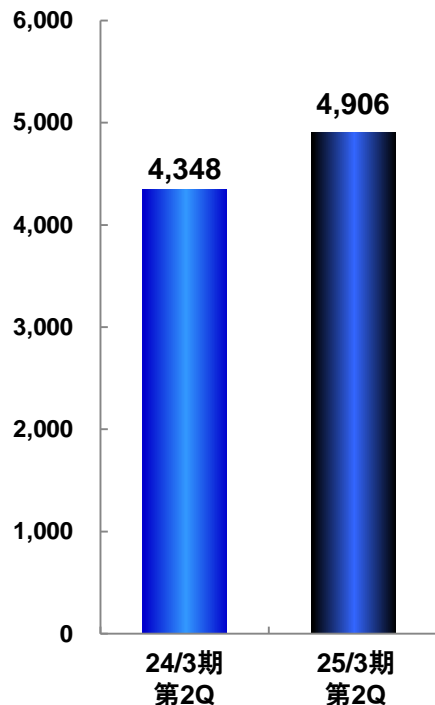
通期の見通し

アニヴェルセル・ブライダル事業－2025年3月期 第2四半期の概況

前年同期休館の表参道店稼働により増収、リニューアル費用減少により営業損失改善

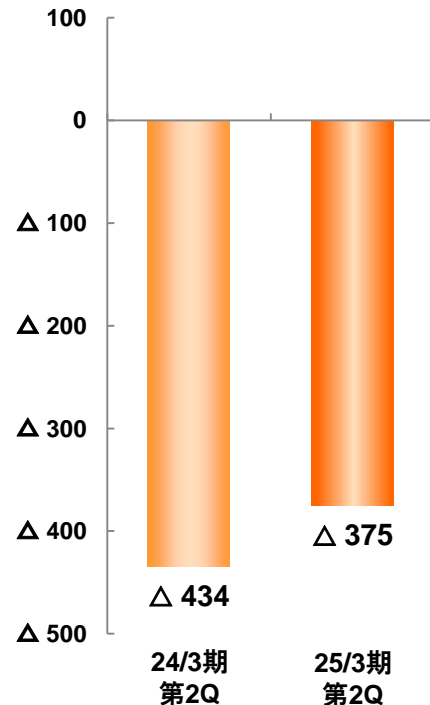
売上高

(単位:百万円)



営業損失(△)

(単位:百万円)



(単位:百万円)

	25/3期 第2四半期		
		前年同期比%	百分比%
売上高	4,906	112.8	100.0
売上総利益	1,418	91.2	28.9
販売管理費	1,793	90.1	36.6
営業損失	△375	—	—

- 売上高：前年同期比 112.8%
- 営業損失：△375百万円
(前年同期差+59百万円改善)

主な要因

- ◆ 前年9月中旬まで休館中の表参道店稼働
- ◆ みなとみらい横浜店の改装の影響等により既存店全体の施行組数が減少

	24/3期2Q	25/3期2Q	対比%
施行組数	1,338組	1,282組	95.8
一組単価	3,924千円	4,002千円	102.0

- ◆ 受注活動の強化による広告宣伝費及び人件費の増加
 広告宣伝費：前年同期比 131.8%
 人件費：同 109.8%
- ◆ 前年同期表参道リニューアル費用の減少

アニヴェルセル・ブライダル事業－2025年3月期 第2四半期の概況:トピックス

開業10周年を迎えた「アニヴェルセル みなとみらい横浜」リニューアル

2024年
9月14日

日本最大級のゲストハウス「アニヴェルセルみなとみらい横浜」が街に開かれた施設へとリニューアル

コンセプト

「Brand New Scenery (ブランド ニュー シーナリー)－ウェディングの新しい景色を創る－」

- メインエントランスおよび4つのバンケットをリニューアル
- 多様なウェディングニーズやMICE需要への対応



開港の街・横浜を象徴するように様々な要素をミックス

Atelier アトリエ



- 10名から利用可能な少人数専用フロアとして新設

Episode エピソード



- 会場内にオープンキッチンを用意し、夜景とともにシェフのライブパフォーマンスも楽しめる会場へ改装

Glass グラス・Ray レイ / Bright ブライト



- GlassとRayのコネクトルームBrightは、正餐スタイル280名、立食スタイル350名まで利用可能
- 大規模な発表会や表彰式などのMICE※にも対応

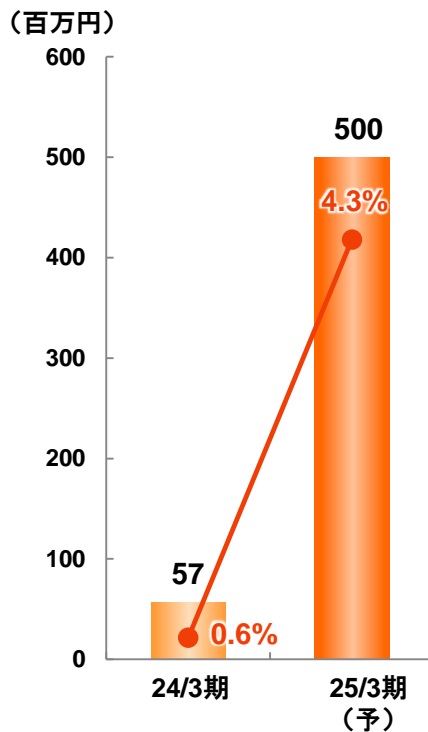
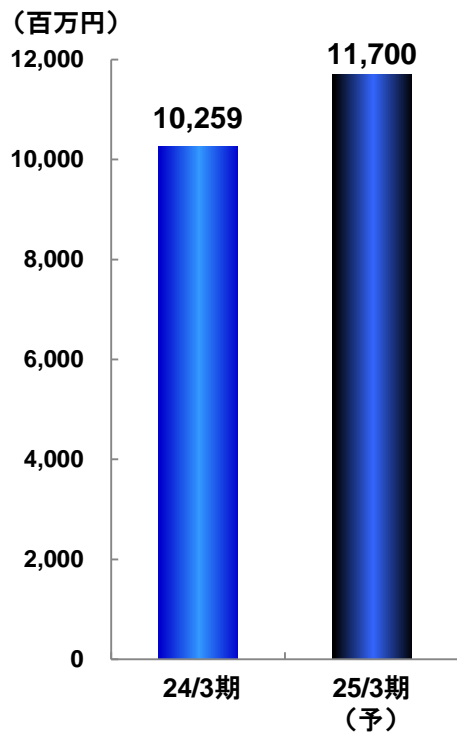
※ミーティング、インセンティブ、コンベンション、エキシビション / イベントの総称

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

表参道店の通年稼働、既存店施行組数及び一組単価の増加で増収増益予想

売上高

営業利益と営業利益率



(単位:百万円)

	25/3期 (予)	
	前期比%	百分比%
売上高	11,700	114.0
売上総利益	4,270	111.7
販売管理費	3,770	100.1
営業利益	500	865.4

- 売上高：前期比 114.0%
- 営業利益：前期比 865.4%

主な要因

- ◆ 表参道店の通年稼働
- ◆ 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	3,219組	102.7
一組単価	3,955千円	4,070千円	102.9

- ◆ 受注活動、成約率アップ施策の強化
 - WEB広告やSNSによる販促活動継続
 - リングショップとの相互送客等自主販促の継続
 - 集客イベント出店による来館予約の確保
- ◆ 販売管理費：前期比 100.1%
 - 増収により増加も、リニューアル費用は減少

企業価値向上に向けた取り組み

株主還元

資本コストや株価を意識した経営の推進

認識課題

PBR

1倍割れ

24/3期

0.7倍

ROEが資本コストを
下回る

24/3期

資本コスト

6.5%

ROE

5.6%

事業戦略・財務戦略

ROEの向上

収益性向上

- 市場の変化に対応した、新たな商品群・サービスの提供、業態の進化
- コスト上昇に対する適切な対応と、高付加価値商品・サービスの提供
- 効率の良い販促施策と、DX活用による効率的な店舗運営

資産効率向上

- 各事業セグメントにおいて、店舗モデルの再構築
- 低投資出店と、売場効率(坪売上高)の改善
- OMO推進等による在庫効率の改善
- 遊休不動産の売却や投資有価証券の売却等による総資産の圧縮

財務レバレッジ 適正化

- 有利子負債の適正化
- 中期経営計画の目標に沿って、自社株買いを含めた積極的な株主還元の実施

非財務戦略

PERの向上

IR/SR活動 強化

- 投資家との建設的な対話の強化
- 開示情報の充実と透明化
- 海外投資家に向けた英文開示の充実
- 非財務情報の開示充実

中期経営計画

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

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 (投下資本利益率)	5.2%	6.7%	+1.5pt
ROE (自己資本利益率)	5.6%	7.0%	+1.4pt
EPS (1株当たり純利益)	90円	120円	+30円
PBR (株価純資産倍率)	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

※ 年平均成長率(CAGR)

中期経営計画

RISING 2026

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

基本方針:引き続き維持

配当性向

30%以上

総還元性向

50%以上

配当性向

50%以上

DOE (株主資本配当率)

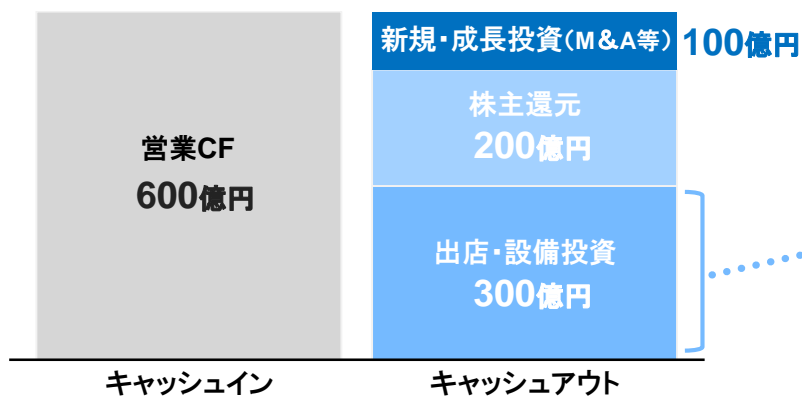
3%以上

いずれか
高い方を選択

総還元性向 70%以上

中期経営計画期間のキャピタル・アロケーション

キャッシュ・フロー



アニヴェルセル・ブライダル事業

20億円

ファッション事業

80億円

出店・設備投資
内訳

エンターテイメント事業

200億円

株主還元：基本方針及び配当

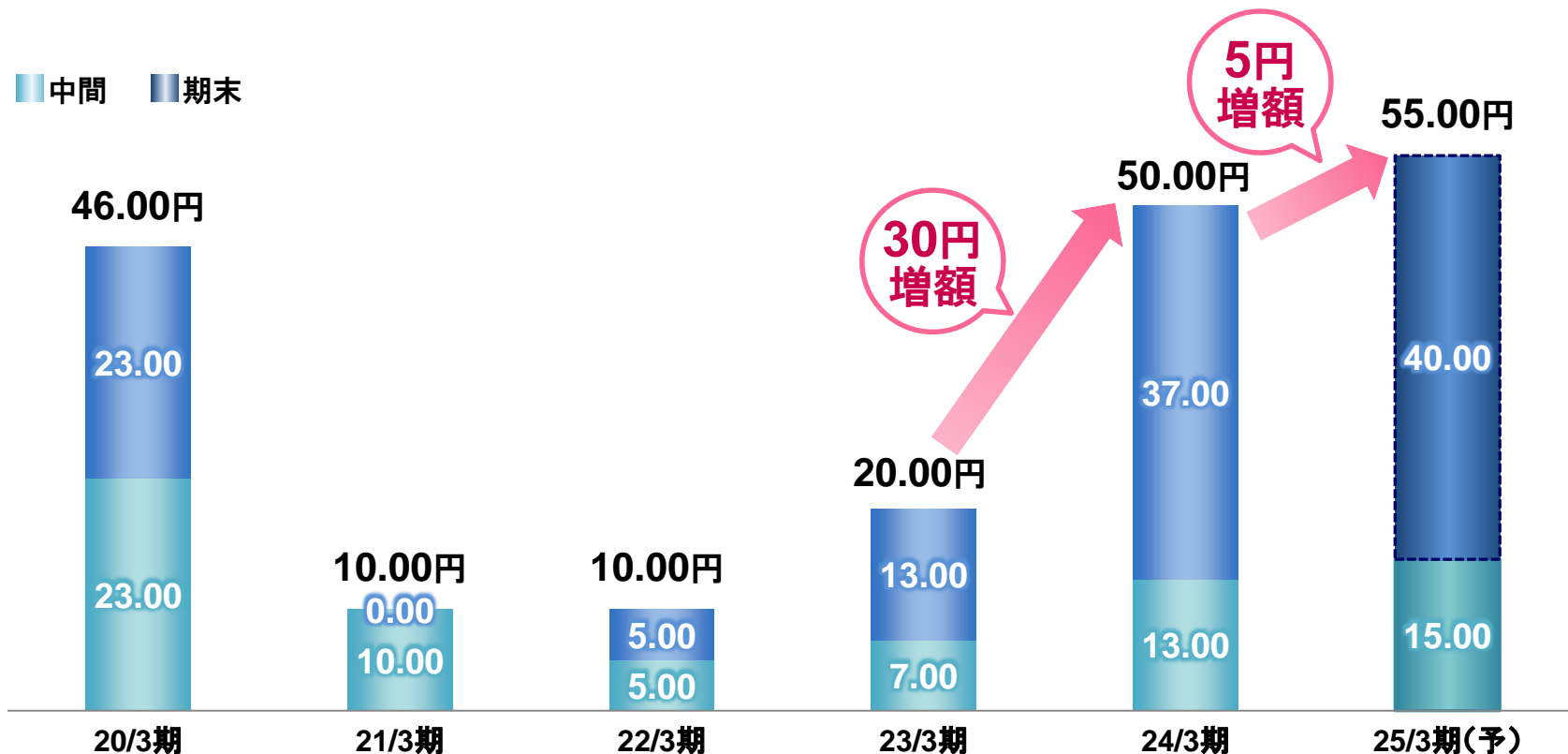
基本方針

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



サステナビリティの取り組み

AOKIグループのサステナビリティ（マテリアリティとKPI）

マテリアリティ	KPIと目標数値(2030年度)		2023年度の実績
<p>業態開発・イノベーション</p> <p>商品・サービスを通じた新たな価値の提供を</p>	<p>■ 環境配慮型商品の開発・発売件数</p>	<p>50件(累計)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ全体:累計26件 ● ファッション事業:地球環境に配慮した「AOKIエコフレンドリー®」商品の展開拡大 ● エンターテインメント事業:厨房なし店舗など、環境・省エネに配慮した店舗形態の開発 ● アニヴェルセル・ブライダル事業: FSC®認証紙を使用したペーパーアイテムの導入
<p>人財</p> <p>一人ひとりに働きやすさ・やりがいを</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 女性管理職比率(課長職相当以上) ■ 正社員一人当たり教育訓練費 ■ 従業員エンゲージメントスコア ■ ストレスチェック結果(高ストレス率) 	<p>20%以上</p> <p>80千円以上</p> <p>65%以上</p> <p>6.0%未満</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ全体:4.9% ● グループ全正社員平均:1人当たり63千円 ● グループ全体の平均:55% ● グループ全体の平均:8.2%
<p>環境</p> <p>地球環境に優しさを</p>	<p>■ CO₂排出量(Scope1+2) (2017年度比1店舗当たり)</p>	<p>50%削減 (49.5t-CO₂)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 15.7%削減(CO₂排出量83.5t-CO₂/店) ● 温室効果ガス排出量: グループ全体 Scope1+2+3: 484,840t-CO₂
<p>地域社会</p> <p>地域に活気と発展を</p>	<p>■ 地域貢献活動の実施</p>	<p>地域貢献活動を継続実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● AOKIグループハーモニーコンサートなど文化活動の推進
<p>人権</p> <p>責任あるサプライチェーンを</p>	<p>■ CSR基準書の締結数</p>	<p>100工場以上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 締結数:101工場
<p>ガバナンス</p> <p>より健全な経営体制を</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ コンプライアンス学習会の受講人数 ■ 通報窓口の認知度 	<p>全グループ社員</p> <p>100%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 受講率:58.6% ● 認知度:70.8%

詳細は当社HPをご参照ください ⇒ https://ir.aoki-hd.co.jp/ja/esg/group_sustainability.html

AOKIグループのサステナビリティ

ファッション

特設サイト『Re:EARTH』オープン！
AOKIとORIHICAが展開する
さまざまなSDGs活動を紹介

エコ商品の開発・展開、衣類のリサイクル、EV充電スタンドの設置などAOKIとORIHICAが展開するさまざまなSDGsの取り組みを紹介する特設サイト『Re:EARTH』をオープンしました。サイトを通じて持続可能な社会の実現に向けた取り組みを示すことで、お客様とともに地球の未来を考える機会を提供していきたいと考えています。



エンターテイメント

コート・ダジュールで
「mottECO(モットエコ)」を開始
食べきれなかった料理をお持ち帰り
いただける取り組みを開始

コート・ダジュールでは、パーティコースのご利用時など、食べきれなかった料理をお持ち帰りいただけるように、ご希望によりお持ち帰り容器を有料でお渡します。食品ロスの削減に取り組んでまいります。

※「mottECO(モットエコ)」とは、環境省が提唱する、飲食店で食べきれなかった料理を「お客様の自己責任で」お持ち帰りいただくことのアピールです。「もっとエコ」「持って帰ろう」というメッセージが込められています。



アニヴェルセル・ブライダル

コルク回収BOXを設置
「サークルオブコルク」の
取り組みを推進

NPO法人RE機構が運営する社会貢献活動「サークルオブコルク」に参画。使用済みコルクを全店舗で回収、再利用・再生に役立てています。

さらに、お客様、地域の皆様と協働・共創を目指し店舗エントランス、サロンにコルク回収BOXを設置しました。引き続きより良い未来の実現に向け取り組んでまいります。



補足資料

2025年3月期第2四半期累計期間 セグメント別損益実績

(単位:百万円)

	24/3期 第2Q累計実績	百分比 (%)	25/3期 第2Q累計実績	百分比 (%)	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
売上高	81,055	100.0	82,933	100.0	1,877	102.3
ファッション	37,643	100.0	38,263	100.0	619	101.6
エンターテイメント	38,277	100.0	38,701	100.0	423	101.1
アニヴェルセル・ブライダル	4,348	100.0	4,906	100.0	558	112.8
不動産賃貸	2,724	100.0	3,384	100.0	660	124.2
売上総利益	31,589	39.0	33,039	39.8	1,449	104.6
ファッション	22,158	58.9	22,491	58.8	332	101.5
エンターテイメント	7,668	20.0	8,499	22.0	831	110.8
アニヴェルセル・ブライダル	1,555	35.8	1,418	28.9	△136	91.2
不動産賃貸	534	19.6	799	23.6	264	149.5
販売管理費	27,790	34.3	28,867	34.8	1,077	103.9
ファッション	21,720	57.7	22,713	59.4	992	104.6
エンターテイメント	3,933	10.3	4,093	10.6	160	104.1
アニヴェルセル・ブライダル	1,990	45.8	1,793	36.6	△196	90.1
営業利益又は営業損失(△)	3,798	4.7	4,171	5.0	372	109.8
ファッション	437	1.2	△222	—	△660	—
エンターテイメント	3,735	9.8	4,405	11.4	670	117.9
アニヴェルセル・ブライダル	△434	—	△375	—	59	—
不動産賃貸	461	16.9	792	23.4	331	172.0

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP55をご参照ください。

2025年3月期第2四半期会計期間 セグメント別損益実績

(単位:百万円)

	24/3期 第2Q会計実績	百分比 (%)	25/3期 第2Q会計実績	百分比 (%)	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
売 上 高	39,506	100.0	40,045	100.0	539	101.4
ファッション	16,537	100.0	16,459	100.0	△77	99.5
エンターテイメント	20,234	100.0	20,497	100.0	262	101.3
アニヴェルセル・ブライダル	2,305	100.0	2,545	100.0	240	110.4
不動産賃貸	1,452	100.0	1,703	100.0	251	117.3
売 上 総 利 益	15,107	38.2	15,914	39.7	806	105.3
ファッション	9,684	58.6	9,815	59.6	131	101.4
エンターテイメント	4,505	22.3	5,026	24.5	521	111.6
アニヴェルセル・ブライダル	774	33.6	749	29.4	△24	96.8
不動産賃貸	294	20.3	405	23.8	110	137.5
販 売 管 理 費	13,587	34.4	14,097	35.2	509	103.8
ファッション	10,525	63.6	10,945	66.5	420	104.0
エンターテイメント	1,969	9.7	2,117	10.3	147	107.5
アニヴェルセル・ブライダル	999	43.4	911	35.8	△88	91.2
営業利益又は営業損失(△)	1,519	3.8	1,816	4.5	297	119.5
ファッション	△841	—	△1,130	—	△288	—
エンターテイメント	2,536	12.5	2,909	14.2	373	114.7
アニヴェルセル・ブライダル	△225	—	△161	—	63	—
不動産賃貸	239	16.5	402	23.6	162	167.7

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP56をご参照ください。

2025年3月期第2四半期 主要経費の内訳実績

(単位:百万円)

		25/3期 第2Q累計実績									
		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	
			前年同期比 (%)		前年同期比 (%)		前年同期比 (%)		前年同期比 (%)		前年同期比 (%)
広告宣伝費	販 管 費	3,154	127.2	2,025	117.6	454	183.9	628	131.8	—	—
人 件 費	合 計	22,773	102.6	8,679	105.0	11,274	101.2	1,829	109.8	—	—
	売 上 原 価	10,806	102.6	—	—	9,448	101.2	1,358	113.0	—	—
	販 管 費	11,966	102.7	8,679	105.0	1,825	101.3	470	101.6	—	—
賃 借 料	合 計	13,716	99.4	5,839	101.5	7,143	98.7	778	115.0	2,187	116.8
	売 上 原 価	8,039	100.3	0	100.0	7,085	98.7	766	192.1	2,187	118.6
	販 管 費	5,676	98.1	5,839	101.5	57	104.9	12	4.3	—	—
減価償却費	合 計	4,960	105.3	988	101.0	3,204	106.2	376	111.0	219	115.5
	売 上 原 価	3,544	108.5	12	95.7	3,059	105.7	365	124.6	219	116.7
	販 管 費	1,416	98.1	976	101.1	144	117.4	10	23.8	—	—

(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: エンターテイメント事業の業態別内訳はP57をご参照ください。

2025年3月期第2四半期 出退店・設備投資額・減価償却実施額実績

(単位:店)

セグメント	店舗名	24/3期 第2Q累計実績			25/3期 第2Q累計実績		
		出店	退店	9月末 店舗数	出店	退店	9月末 店舗数
ファッション	AOKI	3	2	498	—	1	497
	ORIHICA	—	3	96	6	1	100
エンターテイメント	快活CLUB	3	5	491	6	3	488
	コート・ダジュール	—	6	91	—	4	86
	FiT24	6	—	120	2	—	119
	自遊空間 他	直営	—	3	56	2	8
FC		—	6	54	—	3	50
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	—	—	10	—	—	10
合 計		12	25	1,416	16	20	1,383

(注) 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(24/9月末:42施設)

(単位:百万円)

設備投資額内訳	24/3期 第2Q累計実績	25/3期 第2Q累計実績	前年同期比(%)
ファッション	1,464	1,864	127.3
エンターテイメント	4,987	3,645	73.1
アニヴェルセル・ブライダル	1,161	624	53.8
連 結 合 計	8,410	6,448	76.7

(単位:百万円)

減価償却実施額	24/3期 第2Q累計実績	25/3期 第2Q累計実績	前年同期比(%)
連 結 合 計	4,710	4,960	105.3

2025年3月期通期 セグメント別損益の見通し

(単位:百万円)

	24/3期 実績	百分比 (%)	25/3期 当初予想	百分比 (%)	25/3期 修正予想	百分比 (%)	修正差	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	187,716	100.0	191,500	100.0	191,800	100.0	300	4,083	102.2
ファッション	100,038	100.0	101,700	100.0	101,600	100.0	△100	1,561	101.6
エンターテイメント	75,545	100.0	75,600	100.0	76,300	100.0	700	754	101.0
アニヴェルセル・ブライダル	10,259	100.0	12,000	100.0	11,700	100.0	△300	1,440	114.0
不動産賃貸	6,051	100.0	6,700	100.0	6,700	100.0	—	648	110.7
売上総利益	76,929	41.0	80,100	41.8	79,800	41.6	△300	2,870	103.7
ファッション	58,631	58.6	60,600	59.6	59,700	58.8	△900	1,068	101.8
エンターテイメント	13,582	18.0	13,850	18.3	14,550	19.1	700	967	107.1
アニヴェルセル・ブライダル	3,824	37.3	4,500	37.5	4,270	36.5	△230	445	111.7
不動産賃貸	1,395	23.1	1,620	24.2	1,613	24.1	△7	217	115.6
販売管理費	63,069	33.6	65,100	34.0	64,800	33.8	△300	1,730	102.7
ファッション	50,549	50.5	51,900	51.0	51,100	50.3	△800	550	101.1
エンターテイメント	8,127	10.8	8,250	10.9	8,650	11.3	400	522	106.4
アニヴェルセル・ブライダル	3,766	36.7	4,000	33.3	3,770	32.2	△230	3	100.1
営業利益	13,860	7.4	15,000	7.8	15,000	7.8	—	1,139	108.2
ファッション	8,082	8.1	8,700	8.6	8,600	8.5	△100	517	106.4
エンターテイメント	5,454	7.2	5,600	7.4	5,900	7.7	300	445	108.2
アニヴェルセル・ブライダル	57	0.6	500	4.2	500	4.3	—	442	865.4
不動産賃貸	1,312	21.7	1,600	23.9	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P61をご参照ください。

2025年3月期下半期 セグメント別損益の見通し

(単位:百万円)

	24/3期 下半期 実績	百分比 (%)	25/3期 下半期 修正予想	百分比 (%)	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
売 上 高	106,660	100.0	108,866	100.0	2,205	102.1
ファッション	62,394	100.0	63,336	100.0	942	101.5
エンターテイメント	37,267	100.0	37,598	100.0	330	100.9
アニヴェルセル・ブライダル	5,911	100.0	6,793	100.0	881	114.9
不動産賃貸	3,327	100.0	3,315	100.0	△11	99.7
売 上 総 利 益	45,340	42.5	46,760	43.0	1,420	103.1
ファッション	36,472	58.5	37,208	58.7	736	102.0
エンターテイメント	5,912	15.9	6,050	16.1	137	102.3
アニヴェルセル・ブライダル	2,268	38.4	2,851	42.0	582	125.7
不動産賃貸	860	25.9	813	24.5	△47	94.5
販 売 管 理 費	35,278	33.1	35,932	33.0	653	101.9
ファッション	28,828	46.2	28,386	44.8	△441	98.5
エンターテイメント	4,193	11.3	4,556	12.1	362	108.7
アニヴェルセル・ブライダル	1,776	30.1	1,976	29.1	199	111.2
営 業 利 益	10,061	9.4	10,828	9.9	766	107.6
ファッション	7,644	12.3	8,822	13.9	1,177	115.4
エンターテイメント	1,719	4.6	1,494	4.0	△225	86.9
アニヴェルセル・ブライダル	492	8.3	875	12.9	382	177.8
不動産賃貸	851	25.6	807	24.3	△44	94.8

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP62をご参照ください。

2025年3月期通期 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	9,451	112.3	7,200	106.1	846	162.2	1,305	128.0	—	—
人 件 費	合 計	47,324	98.9	18,139	95.0	23,213	101.3	3,769	105.2	—	—
	売 上 原 価	21,984	101.2	—	—	19,155	100.3	2,820	107.5	—	—
	販 管 費	25,339	97.0	18,139	95.0	4,058	106.4	949	98.8	—	—
賃 借 料	合 計	28,028	101.4	11,863	100.9	14,362	99.5	1,561	107.3	4,419	111.5
	売 上 原 価	16,215	101.1	0	50.0	14,262	99.5	1,534	131.9	4,419	112.3
	販 管 費	11,812	101.8	11,863	100.9	100	91.7	27	9.3	—	—
減価償却費	合 計	9,969	103.5	2,000	100.5	6,513	105.8	793	110.9	451	111.5
	売 上 原 価	7,222	107.0	24	97.5	6,200	105.2	769	117.8	451	112.0
	販 管 費	2,747	95.2	1,975	100.6	312	121.8	23	37.8	—	—

(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: エンターテイメント事業の業態別内訳はP63をご参照ください。

2025年3月期通期 出退店・設備投資額・減価償却実施額予想

(単位:店)

セグメント	店舗名	24/3期 実績			25/3期(予)		
		出店	退店	期末店舗数	出店	退店	期末店舗数
ファッション	AOKI	5	4	498	1	2	497
	ORIHICA	1	5	95	16	2	109
エンターテイメント	快活CLUB	7	15	485	20	5	500
	コート・ダジュール	—	7	90	—	5	85
	FiT24	6	3	117	2	3	116
	自遊空間 他	直営	—	7	39	3	9
FC		1	8	53	—	4	49
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル	—	—	10	—	—	10
合 計		20	49	1,387	42	30	1,399

(注) 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(25/3期末予想:43施設)

(単位:百万円)

設備投資額内訳	24/3期 実績	25/3期(予)	前期比(%)
ファッション	2,744	3,000	109.3
エンターテイメント	7,938	5,600	70.5
アニヴェルセル・ブライダル	1,218	800	65.7
連 結 合 計	12,881	9,800	76.1

(単位:百万円)

減価償却実施額	24/3期 実績	25/3期(予)	前期比(%)
連 結 合 計	9,635	9,969	103.5

【ご参考：ファッション事業 2025年3月期第2四半期実績】

(1)既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		4月	5月	6月	第1Q	7月	8月	9月	第2Q	上半期実績	下半期	通期
売上高	25/3期	△2.4	1.4	13.9	4.1	△7.5	4.0	3.1	△0.9	1.9		
	24/3期	8.8	△0.7	1.7	3.3	13.1	11.9	6.8	10.7	6.4	5.3	5.7
客数	25/3期	△5.7	△2.0	12.7	1.8	△10.3	△2.5	△4.0	△6.4	△1.8		
	24/3期	5.8	△5.6	△5.4	△1.9	7.9	7.7	1.9	6.1	1.5	△2.0	△0.4
客単価	25/3期	3.6	3.5	1.0	2.3	3.2	6.7	7.4	5.8	3.8		
	24/3期	2.9	5.1	7.4	5.3	4.8	3.8	4.8	4.3	4.8	7.5	6.2

(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	25/3期	241	93.8				
	24/3期	257	91.0	596	100.8	853	97.6
販売単価	25/3期	30.6	104.4				
	24/3期	29.3	114.5	27.2	104.6	27.8	107.3

【ご参考：ファッション事業 2025年3月期第2四半期実績】

(3)商品別売上状況

(単位:百万円)

	24/3期 第2Q累計実績	百分比 (%)	25/3期 第2Q累計実績	百分比 (%)	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
重衣料	13,235	35.2	13,078	34.2	△157	98.8
中衣料	3,495	9.3	3,503	9.2	8	100.2
軽衣料	12,852	34.1	13,507	35.3	654	105.1
レディース衣料	6,867	18.2	6,932	18.1	64	100.9
その他	1,192	3.2	1,242	3.2	50	104.2
合計	37,643	100.0	38,263	100.0	619	101.6

(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(パジャマスーツ含む)、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:㎡)

	24/3期 第2Q累計実績	25/3期 第2Q累計実績	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
AOKI・ORIHICA 合計	307,344	303,968	△3,376	98.9

【ご参考：ファッション事業 2025年3月期予想】

(1) 既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		第1Q実績		上半期実績	第3Q(予)		第4Q(予)	下半期(予)	通期(予)
		第1Q実績	第2Q実績		第3Q(予)	第4Q(予)			
売上高	25/3期(実+予)	4.1	△0.9	1.9	3.5	△0.3	1.1	1.4	
	24/3期(実)	3.3	10.7	6.4	4.1	6.0	5.3	5.7	
客数	25/3期(実+予)	1.8	△6.4	△1.8	△0.7	△1.8	△1.3	△1.6	
	24/3期(実)	△1.9	6.1	1.5	△4.2	△0.1	△2.0	△0.4	
客単価	25/3期(実+予)	2.3	5.8	3.8	4.2	1.5	2.4	3.0	
	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期実績	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	38,500	37.9	△474	98.8
中衣料	6,427	6.4	6,600	6.5	172	102.7
軽衣料	30,321	30.3	31,300	30.8	978	103.2
レディース衣料	20,954	20.9	21,900	21.6	945	104.5
その他	3,360	3.4	3,300	3.2	△60	98.2
合計	100,038	100.0	101,600	100.0	1,561	101.6

(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(パジャマスーツ含む)、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 2025年3月期第2四半期実績】

(1)業態別 損益実績(第2Q累計実績)

(単位:百万円)

	24/3期 第2Q累計実績	百分比 (%)	25/3期 第2Q累計実績	百分比 (%)	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
売上高	38,277	100.0	38,701	100.0	423	101.1
快活CLUB	28,164	100.0	29,177	100.0	1,012	103.6
コート・ダジュール	5,117	100.0	5,081	100.0	△36	99.3
FIT24	2,697	100.0	2,684	100.0	△12	99.5
自遊空間 他	4,584	100.0	3,323	100.0	△1,260	72.5
売上総利益	7,668	20.0	8,499	22.0	831	110.8
快活CLUB(FIT24含む)	6,474	21.0	7,187	22.6	712	111.0
コート・ダジュール	719	14.1	807	15.9	88	112.2
自遊空間 他	513	11.2	544	16.4	31	106.1
販売管理費	3,933	10.3	4,093	10.6	160	104.1
快活CLUB(FIT24含む)	2,940	9.5	2,992	9.4	51	101.7
コート・ダジュール	500	9.8	575	11.3	75	115.1
自遊空間 他	432	9.4	479	14.4	46	110.8
営業利益	3,735	9.8	4,405	11.4	670	117.9
快活CLUB(FIT24含む)	3,533	11.4	4,195	13.2	661	118.7
コート・ダジュール	219	4.3	231	4.6	12	105.8
自遊空間 他	80	1.7	64	1.9	△15	80.5

(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。

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期第2四半期実績】

(2)業態別 損益実績(第2Q会計実績)

(単位:百万円)

	24/3期 第2Q会計実績	百分比 (%)	25/3期 第2Q会計実績	百分比 (%)	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
売上高	20,234	100.0	20,497	100.0	262	101.3
快活CLUB	14,965	100.0	15,556	100.0	591	104.0
コート・ダジュール	2,637	100.0	2,675	100.0	38	101.4
FIT24	1,377	100.0	1,375	100.0	△2	99.8
自遊空間 他	1,674	100.0	1,352	100.0	△321	80.8
売上総利益	4,505	22.3	5,026	24.5	521	111.6
快活CLUB(FIT24含む)	3,842	23.5	4,222	24.9	380	109.9
コート・ダジュール	406	15.4	506	18.9	100	124.7
自遊空間 他	262	15.7	309	22.9	47	118.2
販売管理費	1,969	9.7	2,117	10.3	147	107.5
快活CLUB(FIT24含む)	1,495	9.2	1,554	9.2	58	103.9
コート・ダジュール	243	9.2	283	10.6	40	116.7
自遊空間 他	201	12.0	257	19.0	56	127.9
営業利益	2,536	12.5	2,909	14.2	373	114.7
快活CLUB(FIT24含む)	2,346	14.4	2,668	15.8	322	113.7
コート・ダジュール	163	6.2	223	8.3	59	136.7
自遊空間 他	61	3.6	52	3.9	△8	86.3

(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。

(3)業態別 設備投資額実績

(単位:百万円)

店舗名	24/3期 第2Q累計実績	25/3期 第2Q累計実績	前年同期比(%)
快活CLUB	3,863	3,217	83.3
コート・ダジュール	136	95	70.2
FIT24	638	188	29.4
自遊空間 他	400	179	44.9
合計	4,987	3,645	73.1

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期第2四半期実績】

(4)業態別 主要経費の内訳実績

(単位:百万円)

		25/3期 第2Q累計実績							
		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	
			前年 同期比 (%)		前年 同期比 (%)		前年 同期比 (%)		前年 同期比 (%)
広告宣伝費	販 管 費	454	183.9	365	177.3	88	202.8	5	233.6
人 件 費	合 計	11,274	101.2	8,876	102.8	1,755	106.4	652	76.3
	売 上 原 価	9,448	101.2	7,607	103.9	1,494	104.5	346	59.4
	販 管 費	1,825	101.3	1,269	96.8	261	119.3	305	112.6
賃 借 料	合 計	7,143	98.7	5,615	101.3	1,078	95.2	452	80.4
	売 上 原 価	7,085	98.7	5,577	101.3	1,072	95.1	437	79.7
	販 管 費	57	104.9	37	101.9	6	115.6	14	107.8
減価償却費	合 計	3,204	106.2	2,836	106.3	261	109.2	93	107.4
	売 上 原 価	3,059	105.7	2,782	106.5	228	100.9	61	99.8
	販 管 費	144	117.4	53	94.1	32	260.1	32	125.2

(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 2025年3月期第2四半期実績】

(5)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：%)

		4月	5月	6月	第1Q	7月	8月	9月	第2Q	上半期実績	下半期	通期
売上高	25/3期	0.4	△0.6	8.3	2.5	0.1	4.9	4.6	3.2	2.9		
	24/3期	12.7	7.9	3.6	8.0	7.3	10.6	6.6	8.2	8.1	2.9	5.5
客数	25/3期	1.3	0.4	5.0	2.2	△0.9	1.9	2.7	1.2	1.7		
	24/3期	9.8	5.6	3.7	6.3	6.7	10.2	6.3	7.8	7.1	3.6	5.3
客単価	25/3期	△0.3	△0.6	4.1	1.0	1.4	3.8	2.5	2.6	1.8		
	24/3期	3.8	3.1	0.5	2.5	1.4	1.5	1.0	1.3	1.9	0.1	1.0

(注)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：エンターテイメント事業 2025年3月期第2四半期実績】

(6)快活CLUB:既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位:%)

		4月	5月	6月	第1Q	7月	8月	9月	第2Q	上半期実績	下半期	通期
売上高	25/3期	0.9	△0.3	8.3	2.8	0.2	4.4	4.3	3.0	2.9		
	24/3期	11.4	7.3	2.7	7.1	6.0	8.6	6.4	7.0	7.1	2.2	4.7
客数	25/3期	1.7	0.5	4.9	2.3	△0.6	1.7	2.8	1.3	1.8		
	24/3期	8.7	5.0	3.2	5.6	5.9	8.7	6.4	7.0	6.3	3.2	4.8
客単価	25/3期	0.1	△0.3	4.5	1.3	1.3	3.5	2.3	2.4	1.9		
	24/3期	3.8	3.3	0.2	2.4	0.9	1.1	0.9	1.0	1.7	△0.2	0.7

(注)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。

(7)快活CLUB:既存店内識別売上構成比

(単位:%)

	24/3期 第2Q累計実績	25/3期 第2Q累計実績	前年同期差
ルーム売上	90.8	90.5	△0.3pt
飲食売上	7.4	6.9	△0.5pt
その他売上	1.8	2.6	+0.8pt

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期第2四半期実績】

(8)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：%)

		4月	5月	6月	第1Q	7月	8月	9月	第2Q	上半期実績	下半期	通期
売上高	25/3期	△3.1	△2.6	7.8	0.5	△0.6	8.4	6.5	4.9	2.8		
	24/3期	21.9	12.2	9.8	14.4	17.0	25.4	7.3	16.9	15.7	7.5	11.5
客数	25/3期	△1.1	△0.8	5.5	1.1	△3.3	3.5	2.2	0.8	0.9		
	24/3期	18.9	10.7	8.0	12.3	13.7	24.7	5.2	14.4	13.3	6.0	9.6
客単価	25/3期	△2.0	△1.8	2.2	△0.6	2.8	4.7	4.2	4.0	1.8		
	24/3期	2.5	1.4	1.6	1.9	2.9	0.6	2.0	2.2	2.1	1.4	1.7

(9)コート・ダジュール：既存店内識別売上構成比

(単位：%)

	24/3期 第2Q累計実績	25/3期 第2Q累計実績	前年同期差
ルーム売上	58.8	57.4	△1.4pt
飲食売上	40.6	42.3	+1.7pt
その他売上	0.6	0.3	△0.3pt

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期予想】

(1)業態別 損益予想

(単位:百万円)

		24/3期 実績	百分比 (%)	25/3期 当初予想	百分比 (%)	25/3期 修正予想	百分比 (%)	修正差	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	快活CLUB	55,324	100.0	55,750	100.0	56,750	100.0	1,000	1,425	102.6
	コート・ダジュール	10,377	100.0	10,100	100.0	10,100	100.0	—	△277	97.3
	FiT24	5,439	100.0	5,750	100.0	5,650	100.0	△100	210	103.9
売上総利益	快活CLUB(FiT24含む)	11,198	18.4	11,300	18.4	11,800	18.9	500	601	105.4
	コート・ダジュール	1,445	13.9	1,550	15.3	1,650	16.3	100	204	114.2
販売管理費	快活CLUB(FiT24含む)	6,054	10.0	5,950	9.7	6,300	10.1	350	245	104.1
	コート・ダジュール	1,070	10.3	1,200	11.9	1,250	12.4	50	179	116.8
営業利益	快活CLUB(FiT24含む)	5,144	8.5	5,350	8.7	5,500	8.8	150	355	106.9
	コート・ダジュール	374	3.6	350	3.5	400	4.0	50	25	106.7

(2)業態別 設備投資額予想

(単位:百万円)

店舗名	24/3期 実績	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	150	31.7
FiT24	951	250	26.3

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期予想】

(3)業態別 下半期損益予想

(単位:百万円)

		24/3期 下半期 実績	百分比 (%)	25/3期 下半期 修正予想	百分比 (%)	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
売上高	快活CLUB	27,159	100.0	27,572	100.0	412	101.5
	コート・ダジュール	5,260	100.0	5,018	100.0	△241	95.4
	FiT24	2,741	100.0	2,965	100.0	223	108.2
売上総利益	快活CLUB(FiT24含む)	4,724	15.8	4,612	15.1	△111	97.6
	コート・ダジュール	725	13.8	842	16.8	116	116.0
販売管理費	快活CLUB(FiT24含む)	3,113	10.4	3,307	10.8	194	106.2
	コート・ダジュール	569	10.8	674	13.4	104	118.3
営業利益	快活CLUB(FiT24含む)	1,610	5.4	1,304	4.3	△305	81.0
	コート・ダジュール	155	3.0	168	3.4	12	108.0

【ご参考：エンターテインメント事業 2025年3月期予想】

(4)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	846	162.2	664	160.2	181	163.0	10	190.1
人 件 費	合 計	23,213	101.3	18,378	103.7	3,481	100.8	1,307	75.2
	売 上 原 価	19,155	100.3	15,508	103.8	2,952	99.2	695	59.2
	販 管 費	4,058	106.4	2,870	103.4	529	111.3	612	108.7
賃 借 料	合 計	14,362	99.5	11,322	101.7	2,140	97.0	905	81.9
	売 上 原 価	14,262	99.5	11,263	101.8	2,126	96.9	875	81.2
	販 管 費	100	91.7	58	81.9	13	115.2	30	107.6
減価償却費	合 計	6,513	105.8	5,723	105.1	575	117.8	187	105.0
	売 上 原 価	6,200	105.2	5,617	105.4	486	106.5	122	98.8
	販 管 費	312	121.8	106	91.9	89	278.4	65	119.0

(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 2025年3月期予想】

(5)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：%)

		上半期実績			下半期(予)		通期(予)
		第1Q実績	第2Q実績	第3Q(予)	第4Q(予)		
売上高	25/3期(実+予)	2.5	3.2	2.9	0.1	0.2	0.1
	24/3期(実)	8.0	8.2	8.1	3.2	2.5	5.5
客数	25/3期(実+予)	2.2	1.2	1.7	△0.8	△0.9	△0.6
	24/3期(実)	6.3	7.8	7.1	4.0	3.1	5.3
客単価	25/3期(実+予)	1.0	2.6	1.8	0.3	2.2	1.0
	24/3期(実)	2.5	1.3	1.9	0.0	0.2	1.0

(注)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：既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位：%)

		上半期実績			下半期(予)		通期(予)
		第1Q実績	第2Q実績	第3Q(予)	第4Q(予)		
売上高	25/3期(実+予)	2.8	3.0	2.9	0.3	0.5	0.2
	24/3期(実)	7.1	7.0	7.1	2.2	2.2	4.7
客数	25/3期(実+予)	2.3	1.3	1.8	△0.8	△0.3	△0.5
	24/3期(実)	5.6	7.0	6.3	3.4	3.1	4.8
客単価	25/3期(実+予)	1.3	2.4	1.9	1.1	0.0	0.8
	24/3期(実)	2.4	1.0	1.7	△0.5	0.0	0.7

(注)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月期予想】

(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：%)

		第1Q実績		第2Q実績		上半期実績	第3Q(予)	第4Q(予)	下半期(予)	通期(予)
		売上高	25/3期(実+予)	0.5	4.9	2.8	△0.7	△1.2	△1.0	△0.6
	24/3期(実)	14.4	16.9	15.7	10.2	4.8	7.5	11.5		
客数	25/3期(実+予)	1.1	0.8	0.9	△0.6	△5.1	△2.9	△1.7		
	24/3期(実)	12.3	14.4	13.3	9.1	3.3	6.0	9.6		
客単価	25/3期(実+予)	△0.6	4.0	1.8	△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 2025年3月期第2四半期実績】

既存店 施行組数及び一組単価

(単位:組、千円)

		上半期 実績	前年 同期比 (%)	下半期 (予)	前年 同期比 (%)	通期 (予)	前期比 (%)
施行 組数	25/3期(実+予)	1,282	95.8	1,937	107.9	3,219	102.7
	24/3期(実)	1,338	119.0	1,796	111.9	3,134	114.8
一組 単価	25/3期(実+予)	4,002	102.0	4,115	103.4	4,070	102.9
	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:フォトウェディング・ファミリーウェ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等により減少

予測に関する注意事項

本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

また、実際の業績等は今後様々な要因によって大きく異なる可能性があることをご承知おきください。