



Fashion



Entertainment



ANNIVERSAIRE and Bridal








2026年3月期 決算説明会

2026年5月22日
株式会社AOKIホールディングス(8214)



ANNIVERSAIRE

目次

| | | |
|---|--|----|
|  | 2026年3月期 業績の概要 | 4 |
|  | 2027年3月期 通期業績予想・株主還元 | 12 |
|  | ファッション事業 2026年3月期実績と2027年3月期予想 | 18 |
|  | エンターテインメント事業 2026年3月期実績と2027年3月期予想 | 22 |
|  | アニヴェルセル・ブライダル事業 2026年3月期実績と2027年3月期予想 | 26 |
|  | 企業価値向上に向けた取り組み 中期経営計画「RISING2026」の進捗と資本コストや株価を意識した経営の推進 | 29 |
|  | 補足資料 | 53 |

(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

2026年3月期

業績の概要

2026年3月期 連結業績サマリ

外部環境

- 消費者ニーズの多様化、消費行動の変化
- 人件費を含むコスト上昇
- 物価上昇に伴う節約志向の高まり
- 温暖化等による消費需要の変化

業績概要

- 全事業が堅調に推移し、5期連続の増収
- 人件費及び出店費用等コストの増加に対し、徹底した経費コントロールにより抑制
- 営業利益及び経常利益は5期連続で増益、通期業績予想に対してはやや下回り着地

売上高

1,945億円
(前期比:101.0%)

営業利益

169億円
(前期比:108.3%)

経常利益

163億円
(前期比:110.7%)

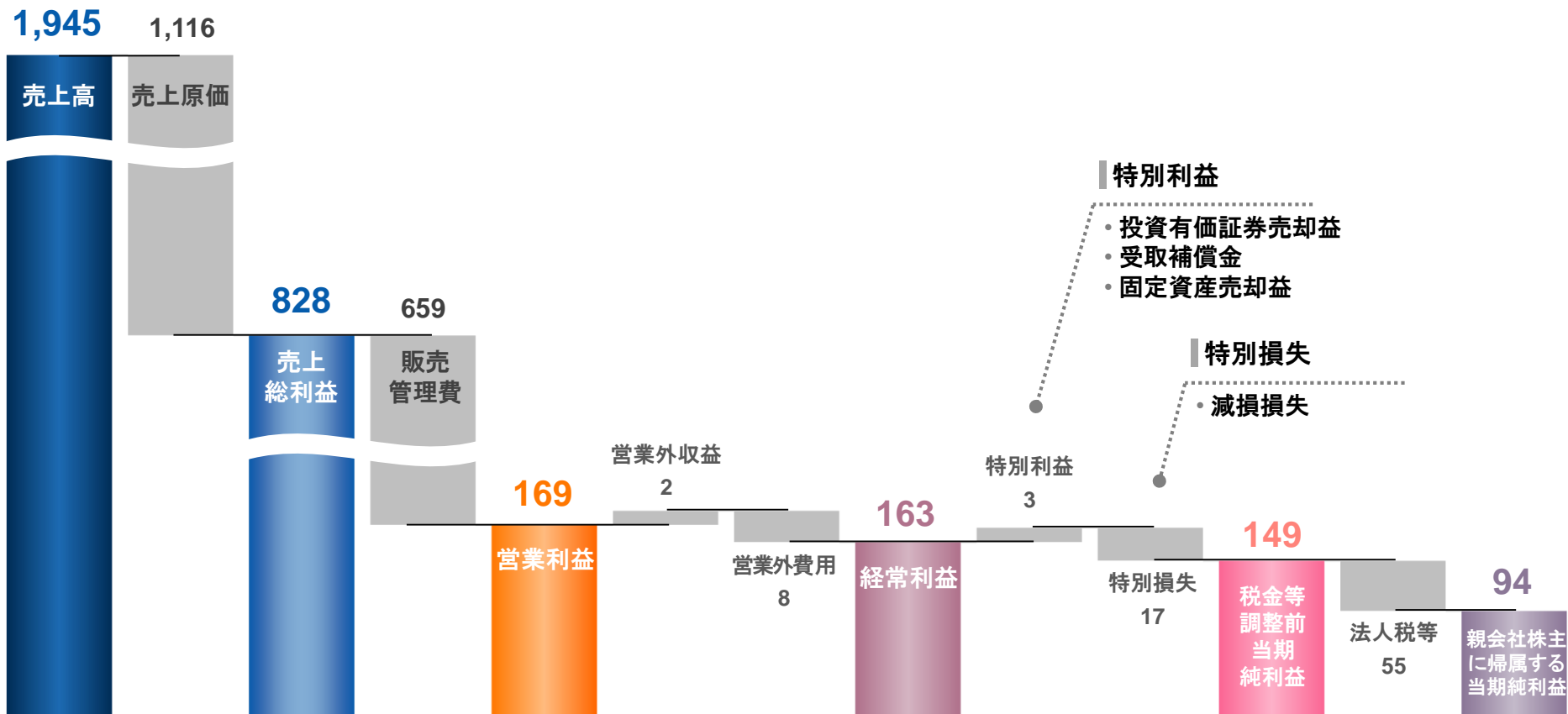
親会社株主に帰属する
当期純利益

94億円
(前期比:98.8%)

※特別利益の減少及び税金費用の増加等により減益

2026年3月期 連結業績

(単位: 億円)



主な増減要因

売上高 各事業が堅調に推移し5期連続の増収

売上総利益 連結売上総利益率 +0.7pt

販売管理費 人件費・出店コストの増加、販管費率 +0.1pt

営業利益 増収及びコストコントロールにより5期連続の増益

当期純利益 特別利益の減少及び税金費用の増加等により減益

2026年3月期 連結損益の状況

(単位:百万円)

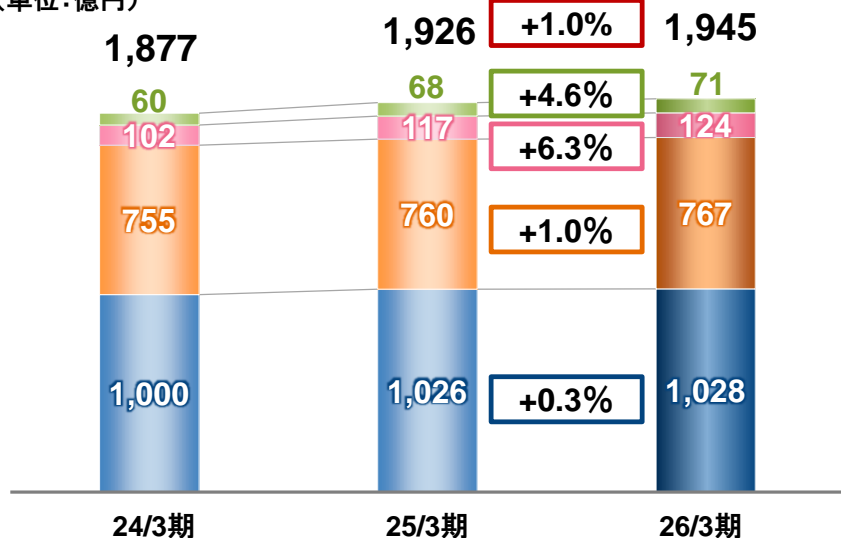
| | 25/3期 実績 | 26/3期 実績 | 対前期 増減 | 前期比 (%) |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|
| 売上高 | 192,688 | 194,532 | 1,843 | 101.0 |
| 売上総利益 売上総利益率 | 80,690 41.9% | 82,881 42.6% | 2,191 +0.7pt | 102.7 |
| 販売費・一般管理費 | 65,043 | 65,933 | 889 | 101.4 |
| 営業利益 営業利益率 | 15,646 8.1% | 16,947 8.7% | 1,301 +0.6pt | 108.3 |
| 営業外収益 | 271 | 235 | △35 | 86.8 |
| 営業外費用 | 1,135 | 813 | △322 | 71.6 |
| 経常利益 | 14,782 | 16,370 | 1,587 | 110.7 |
| 特別利益 | 905 | 318 | △586 | 35.2 |
| 特別損失 | 1,743 | 1,713 | △30 | 98.3 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 9,574 | 9,461 | △113 | 98.8 |
| 1株当たり当期純利益 | 113.89円 | 112.45円 | △1.44円 | — |

2026年3月期 セグメント別業績

| 各セグメントの状況 | | 既存店の状況 | 前期比(%) | |
|-----------------|--|--------|--------|-------|
| | | | 予想 | 実績 |
| ファッション事業 | <ul style="list-style-type: none"> ● ビジネススタイルの多様化、消費需要の変化等により客数減少 ● 仕入原価の上昇や出店費用等コストが増加し減益 | 売上高 | 100.4 | 99.2 |
| | | 客数 | 97.3 | 96.6 |
| | | 客単価 | 103.1 | 102.7 |
| エンターテイメント事業 | <ul style="list-style-type: none"> ● 鍵付完全個室店舗の拡大、客単価の上昇等により既存店が堅調に推移し、5期連続の増収、過去最高益達成 | 売上高 | 101.1 | 101.6 |
| | | 客数 | 100.5 | 99.8 |
| | | 客単価 | 100.5 | 100.9 |
| アニヴェルセル・ブライダル事業 | <ul style="list-style-type: none"> ● 基幹店を中心に一組単価の上昇、法人宴会需要の拡大により増収増益 | 施行組数 | 100.2 | 100.1 |
| | | 一組単価 | 100.8 | 104.5 |

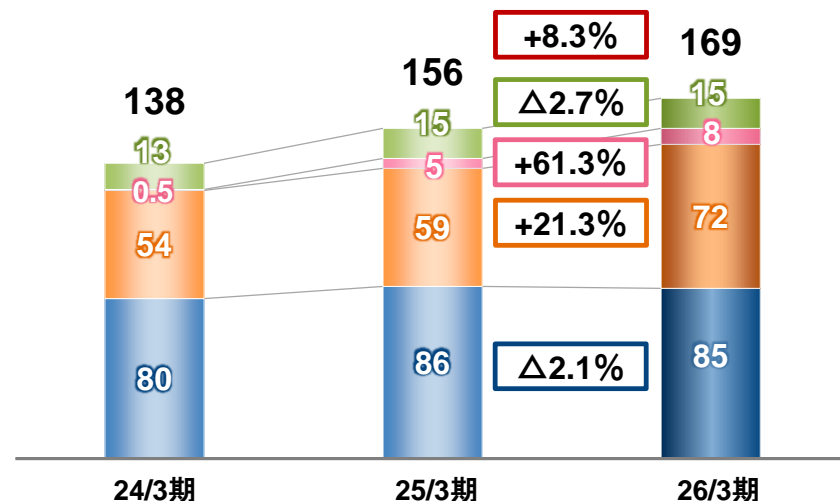
売上高

(単位:億円)



営業利益

(単位:億円)



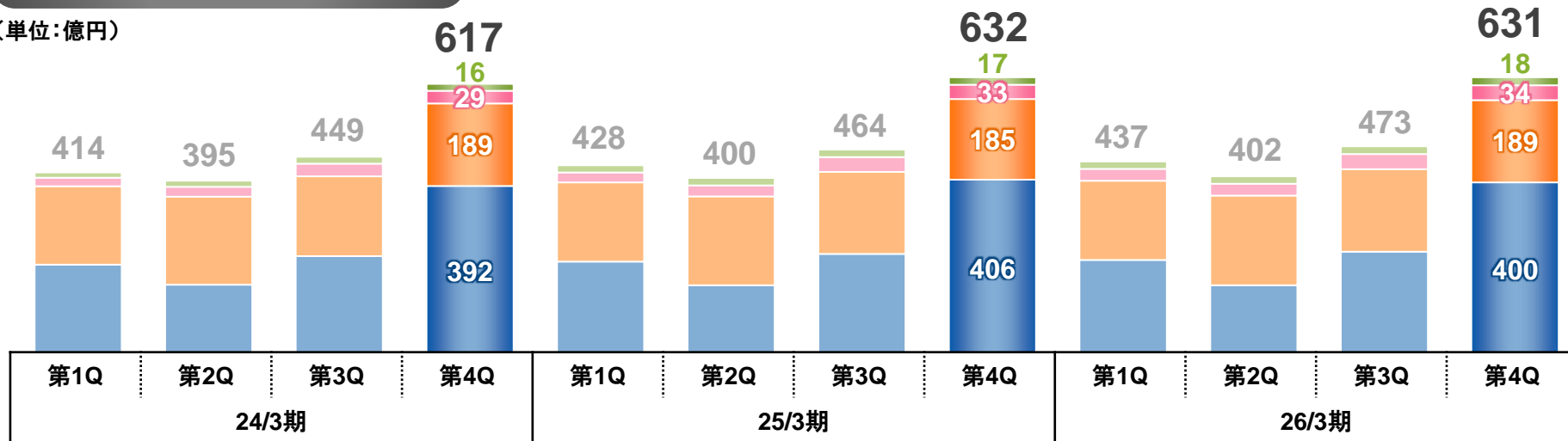
■ ファッション ■ エンターテイメント ■ アニヴェルセル・ブライダル ■ 不動産賃貸

(注)連結合計は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。

四半期会計期間のセグメント別業績推移

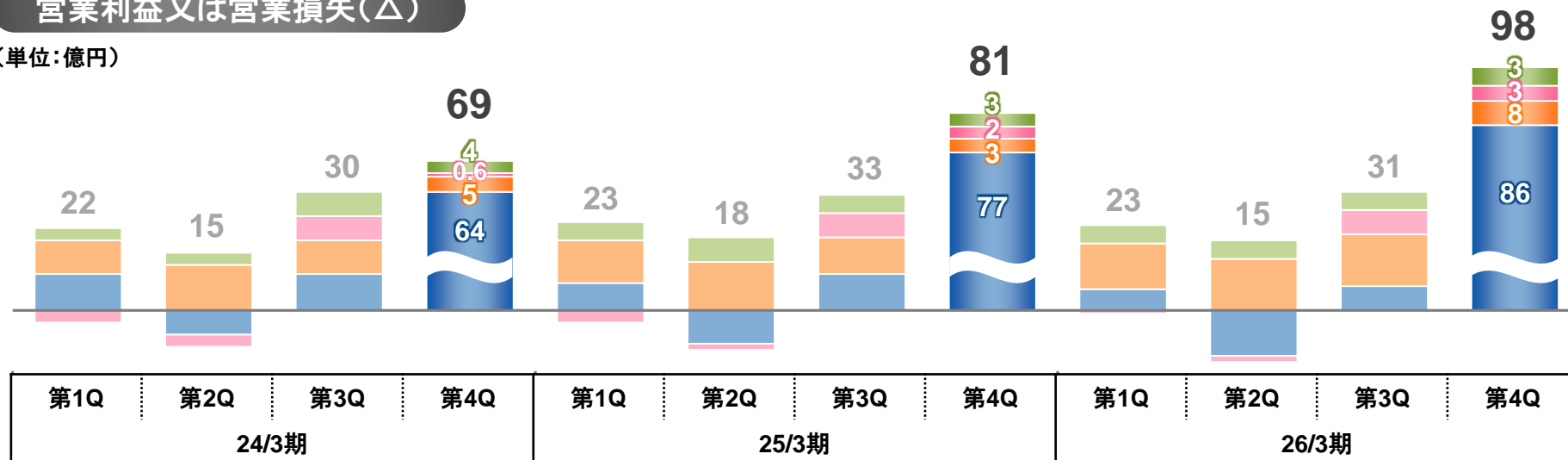
売上高

(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

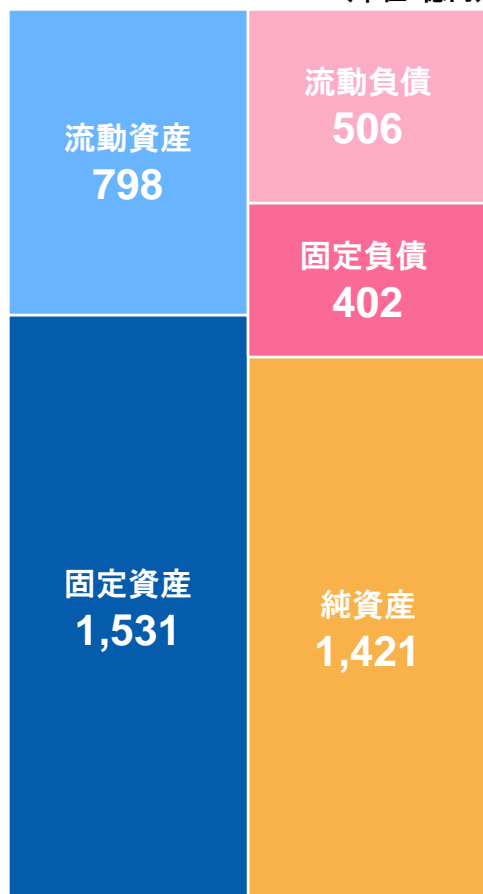
(注) 連結合計はセグメント間の取引が相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。

連結貸借対照表

2025年3月期末

資産合計: 2,329億円

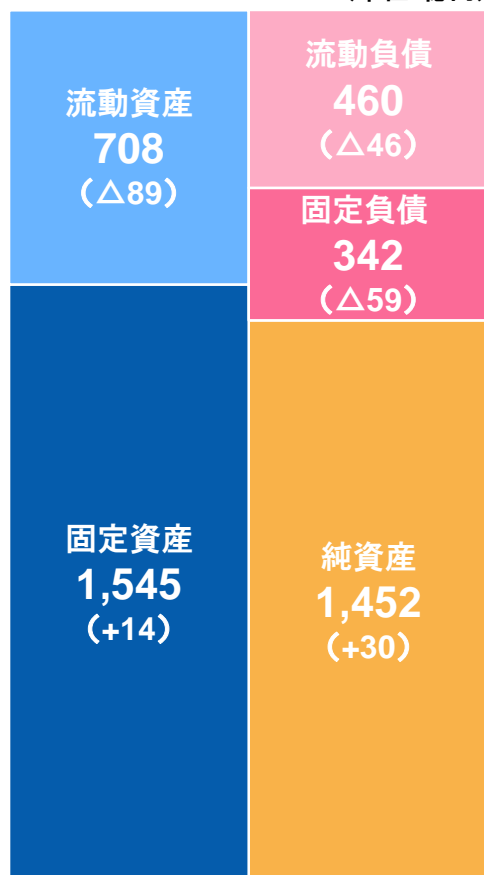
(単位: 億円)



2026年3月期末

資産合計: 2,254億円
(前期末比△75億円)

(単位: 億円)



主な増減要因

資産

- 流動資産
 - ・ 現金及び預金の減少
 - ・ 信託受益権等のその他が減少
- 固定資産
 - ・ 新規出店等による有形固定資産の増加

負債

- 流動負債
 - ・ 支払条件の変更等により買掛金が減少
 - ・ 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

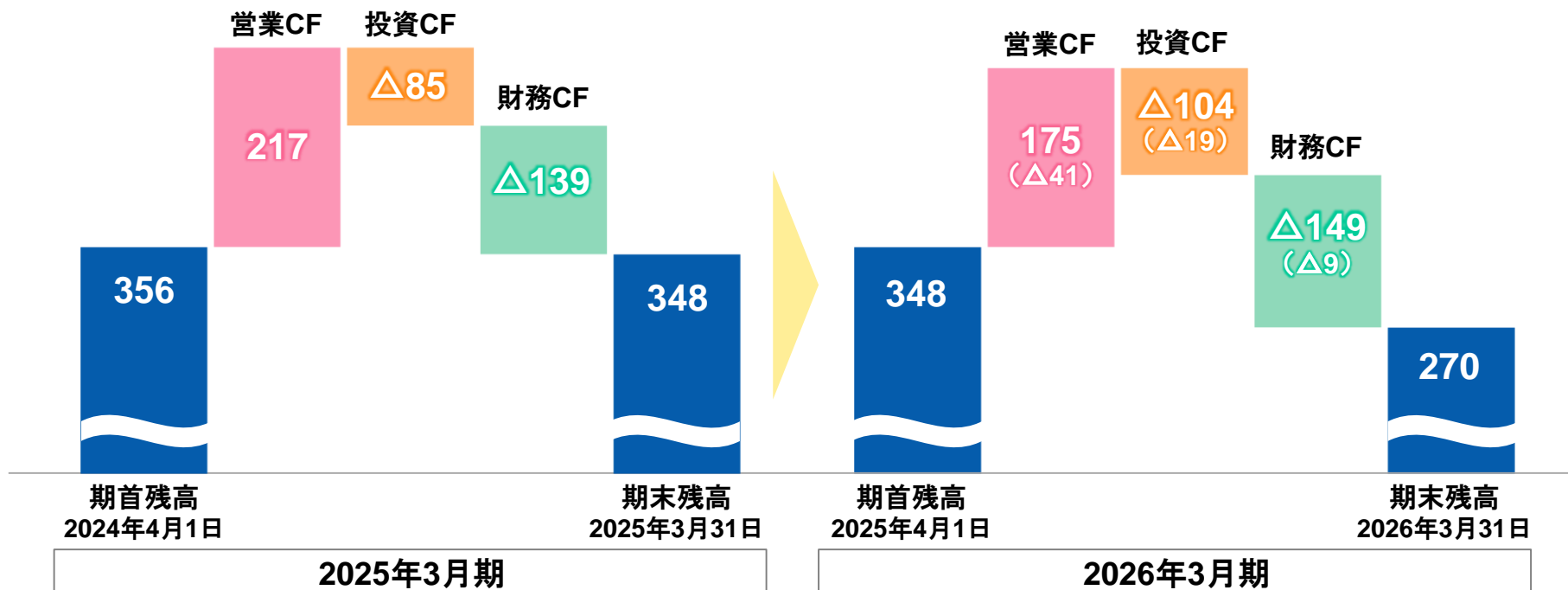
- 利益剰余金
 - ・ 親会社株主に帰属する当期純利益及び配当金の支払い等の結果増加

(注) グラフ内の()は前期末比の増減額

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

- 税金等調整前当期純利益の増加
- 仕入債務の減少額の増加

投資活動によるキャッシュ・フロー

- 投資有価証券売却による収入の減少
- 有形固定資産取得による支出の増加

財務活動によるキャッシュ・フロー

- 短期借入れによる収入の増加
- 配当金の支払額の増加

2027年3月期

通期業績予想・株主還元

2027年3月期 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
- 人件費を含むコスト上昇
- 物価上昇に伴う節約志向の高まり



市場環境及び消費需要の変化

業績予想

- 市場環境の変化にあわせた、新たな商品・サービスの提供
 - 徹底した経費コントロールによるコスト上昇への対応
 - 計画的な新規出店・改装の実施
-
- 売上高は、過去最高を更新
 - 営業利益及び経常利益は、6期連続の増益
 - 中期経営計画の最終年度は、当初の計画に沿って進捗する見通し



売上高

2,000億円
(前期比:102.8%)

営業利益

180億円
(前期比:106.2%)

経常利益

175億円
(前期比:106.9%)

親会社株主に帰属する
当期純利益

100億円
(前期比:105.7%)

2027年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

| | 26/3期 実績 | 27/3期 (予) | 対前期 増減 | 前期比 (%) |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|
| 売上高 | 194,532 | 200,000 | 5,467 | 102.8 |
| 売上総利益 売上総利益率 | 82,881 42.6% | 87,000 43.5% | 4,118 +0.9pt | 105.0 |
| 販売費・一般管理費 | 65,933 | 69,000 | 3,066 | 104.7 |
| 営業利益 営業利益率 | 16,947 8.7% | 18,000 9.0% | 1,052 +0.3% | 106.2 |
| 営業外収益 | 235 | 300 | 64 | 127.4 |
| 営業外費用 | 813 | 800 | △13 | 98.4 |
| 経常利益 | 16,370 | 17,500 | 1,129 | 106.9 |
| 特別利益 | 318 | — | △318 | — |
| 特別損失 | 1,713 | 1,700 | △13 | 99.2 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 9,461 | 10,000 | 538 | 105.7 |
| 1株当たり当期純利益 | 112.45円 | 118.82円 | 6.37円 | — |

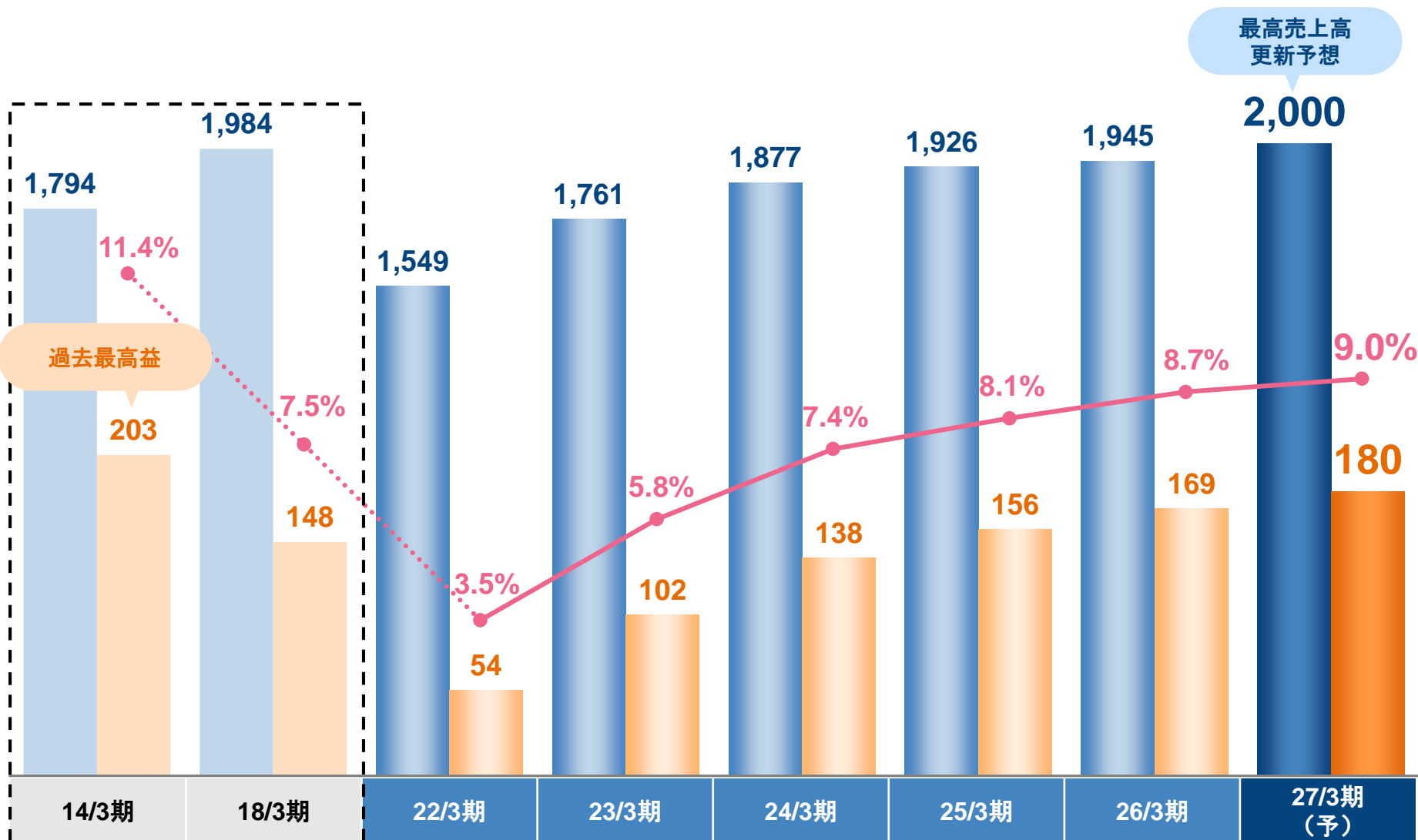
2022年3月期以降の連結業績推移

(単位: 億円)

■ 売上高

■ 営業利益

● 営業利益率



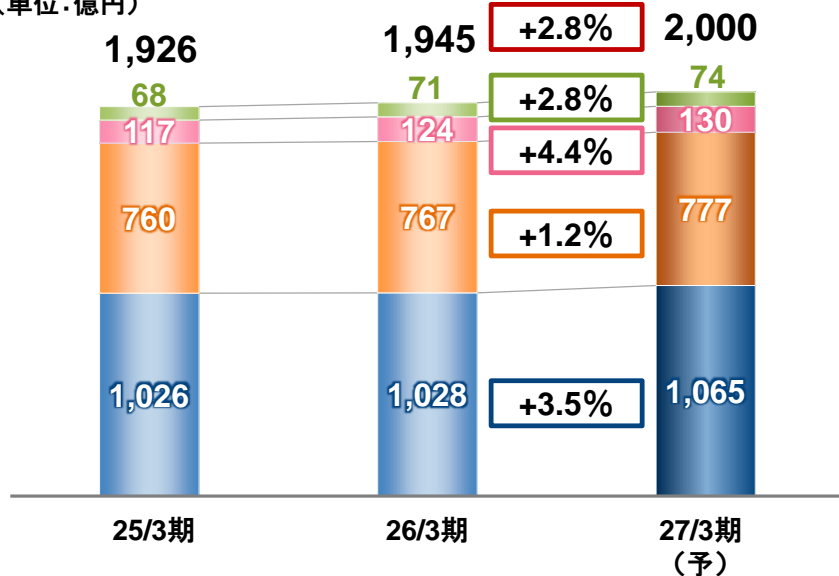
(注)14/3期は過去最高益、18/3期は過去最高売上高の年度のため、参考として掲載しております。

2027年3月期 セグメント別業績予想

| 各セグメントの予想 | | 既存店の予想 | 前期比(%) |
|-----------------|--|--------|--------|
| ファッション事業 | <ul style="list-style-type: none"> ● カジュアル・レディースの商品拡充と販売強化、ORIHICAの新規出店継続等により、増収増益予想 ● 出店:14店、退店:5店 | 売上高 | 102.8 |
| | | 客数 | 99.0 |
| | | 客単価 | 103.8 |
| エンターテイメント事業 | <ul style="list-style-type: none"> ● 鍵付完全個室店舗の拡大、アミューズメントコンテンツの拡充等により、6期連続の増収、過去最高益を更新予想 ● 出店:39店、退店:14店 | 売上高 | 100.6 |
| | | 客数 | 100.6 |
| | | 客単価 | 99.9 |
| アニヴェルセル・ブライダル事業 | <ul style="list-style-type: none"> ● 基幹店を中心に受注活動の強化と一組単価アップ、法人宴会需要の取り込み拡大等により、増収増益予想 | 施行組数 | 100.7 |
| | | 一組単価 | 101.7 |

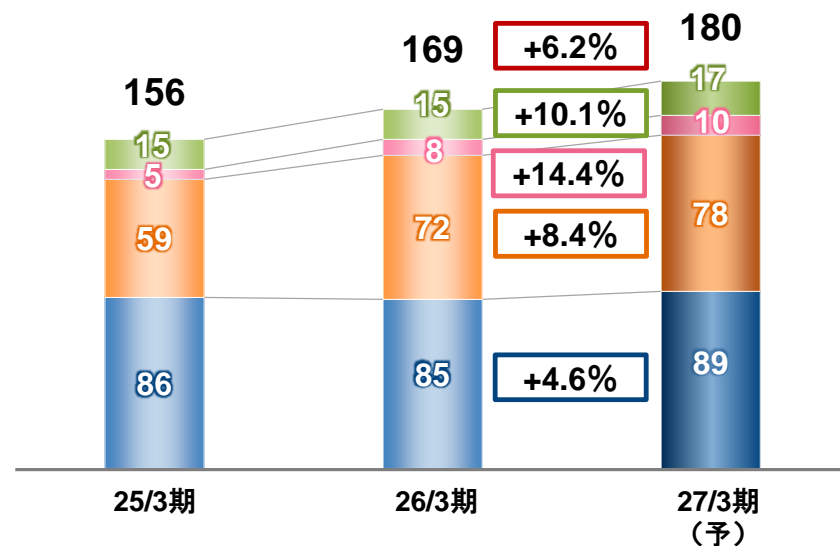
売上高

(単位:億円)



営業利益

(単位:億円)



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

(注)連結合計は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。

株主還元 基本方針及び配当

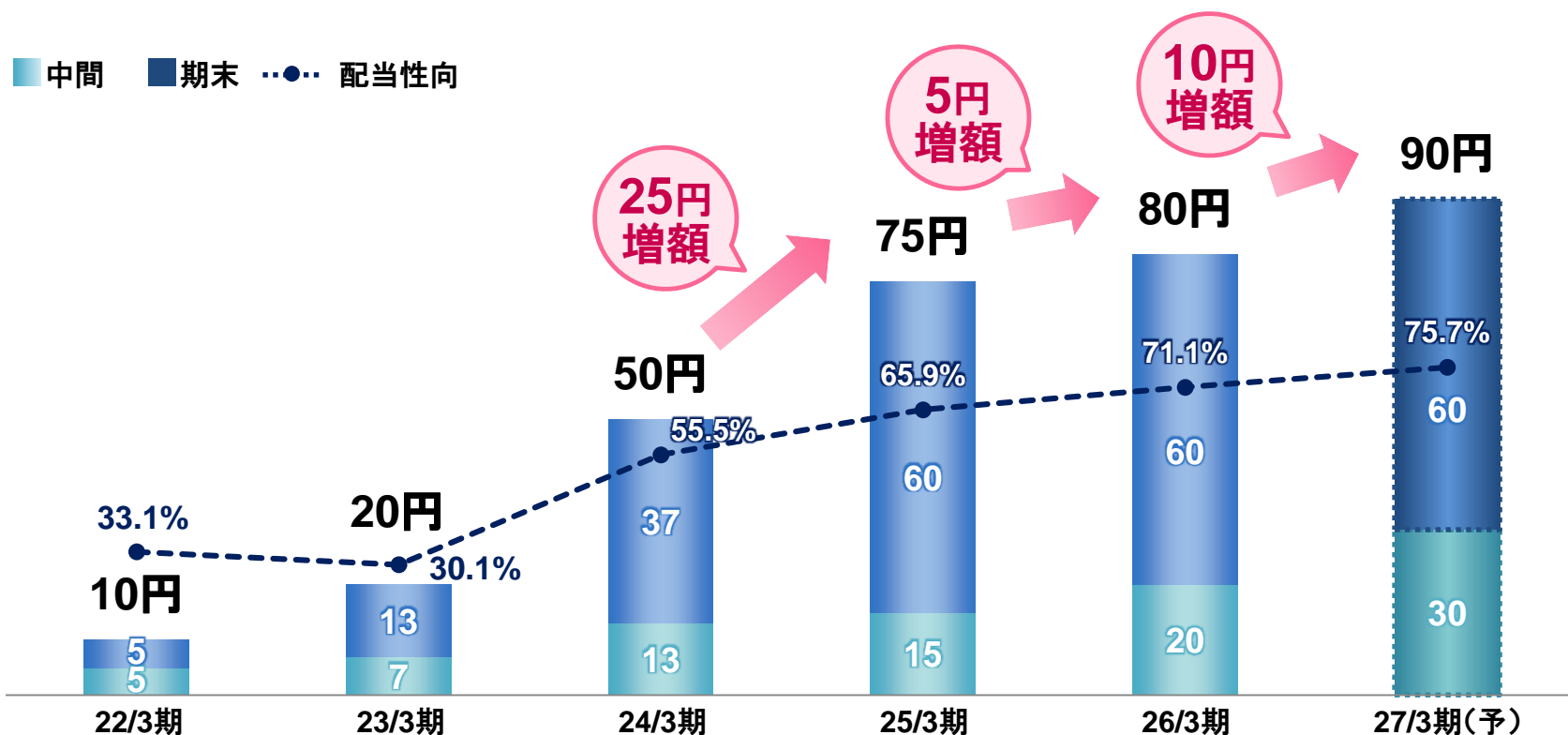
基本方針

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対象期間において **70%以上**を目指す



ファッション事業

2026年3月期実績と2027年3月期予想

ファッション事業－2026年3月期 概況

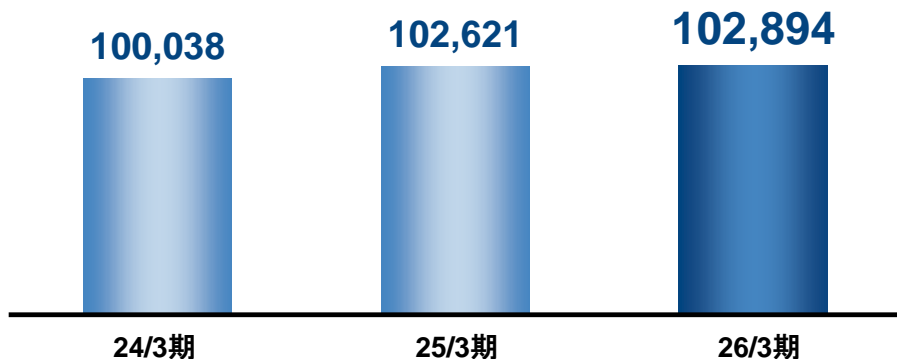
ビジネススタイルの多様化及び消費需要の変化等により客数減少、出店費用等コストが増加し減益

(単位:百万円)

| | 26/3期 実績 | 対前期 増減 | 前期比 (%) | 主な要因 |
|-----------------|-----------------|----------------|------------|---|
| 売上高 | 102,894 | 272 | 100.3 | <ul style="list-style-type: none"> 既存店の減収:前期比 99.2% ORIHICA新規出店 20店舗(前期 15店舗) ビジネス衣料は苦戦するも、カジュアル衣料の伸長により増収を確保(前期比:ビジネス衣料 97.7%、カジュアル衣料 114.0%) |
| 売上総利益 売上総利益率 | 60,617 58.9% | △92 △0.3pt | 99.8 | <ul style="list-style-type: none"> 仕入原価は上昇傾向が続くも、上昇幅は前期を下回り推移 集客強化に向け割引等の販売施策を実施した結果、売上総利益率は低下 |
| 販売管理費 販売管理費率 | 52,108 50.6% | 89 △0.1pt | 100.2 | <ul style="list-style-type: none"> 新規出店コストは増加するも、経費コントロールの実施等により前期同水準に抑制 |
| 営業利益 営業利益率 | 8,508 8.3% | △181 △0.2pt | 97.9 | <ul style="list-style-type: none"> 消費需要の変化等により売上高は計画を下回り推移、コスト増加等の結果、5期ぶりの減益 |

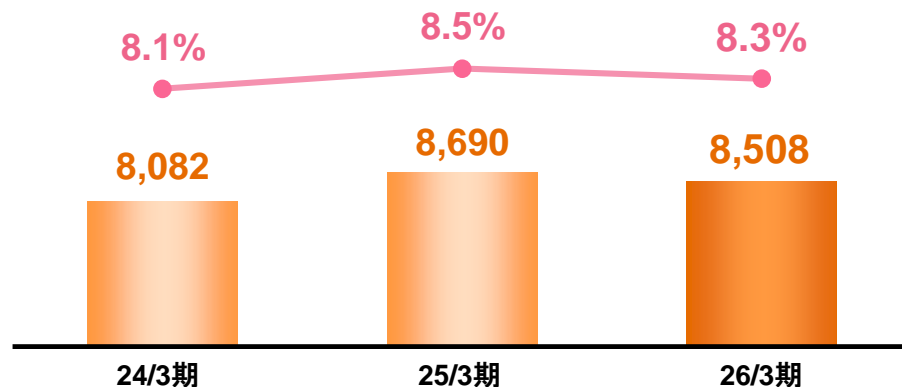
売上高

(単位:百万円)



営業利益及び営業利益率

(単位:百万円)



ファッション事業－2026年3月期 概況:既存店の状況

カジュアル衣料は好調に推移するも、ビジネススタイルの多様化等による消費需要の変化により客数減少

■ 月別前年同期比増加率の推移

第1Q

| | | |
|-------|-------|-------|
| 売上高 | 客数 | 客単価 |
| +0.5% | △3.8% | +4.4% |

・春物需要の遅れによりビジネス衣料が苦戦するも、カジュアル衣料が好調に推移

第2Q

| | | |
|-------|-------|-------|
| 売上高 | 客数 | 客単価 |
| △0.8% | △2.6% | +1.9% |

・ビジネススタイルの変化により、Tシャツ・ビズポロなどのカジュアル衣料が好調に推移

第3Q

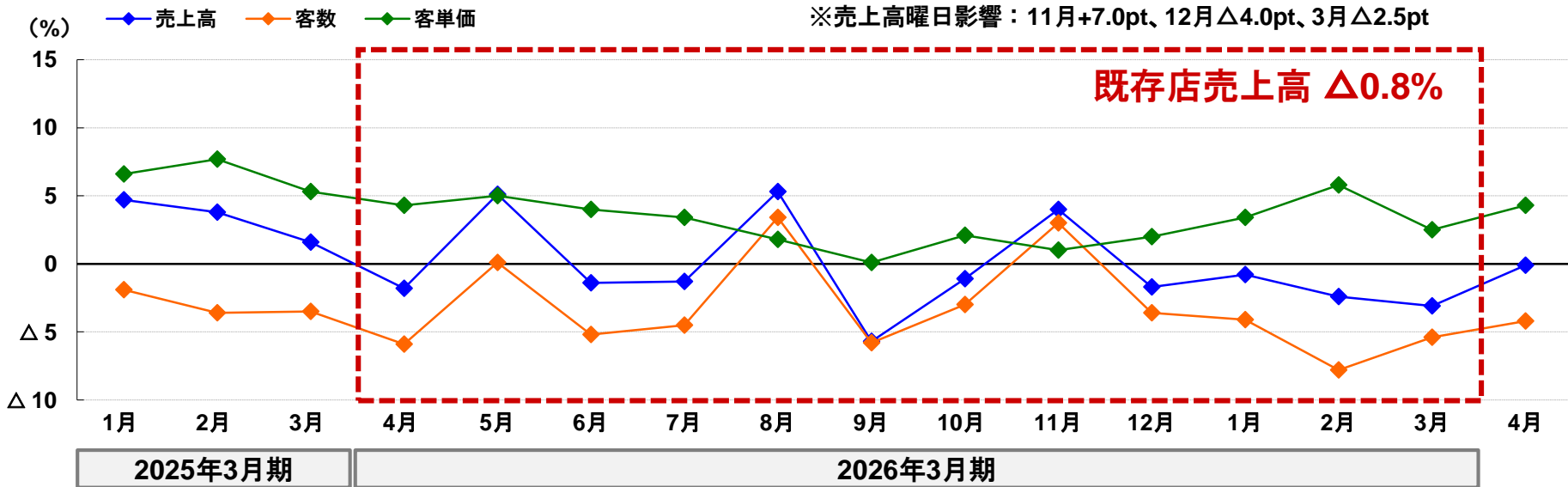
| | | |
|-------|-------|-------|
| 売上高 | 客数 | 客単価 |
| +0.6% | △1.0% | +1.6% |

・夏の長期化や暖冬によりビジネス衣料が苦戦するも、カジュアル衣料が好調に推移

第4Q

| | | |
|-------|-------|-------|
| 売上高 | 客数 | 客単価 |
| △2.3% | △5.6% | +3.5% |

・天候要因やビジネススタイル多様化等に伴う消費需要の変化により客数が減少



| | 25/4 | 25/5 | 25/6 | 25/7 | 25/8 | 25/9 | 25/10 | 25/11 | 25/12 | 26/1 | 26/2 | 26/3 | 通期 | 26/4 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|
| 既存店売上高 (%) | △1.8 | 5.1 | △1.4 | △1.3 | 5.3 | △5.7 | △1.1 | 4.0 | △1.7 | △0.8 | △2.4 | △3.1 | △0.8 | △0.1 |
| 客数 (%) | △5.9 | 0.1 | △5.2 | △4.5 | 3.4 | △5.8 | △3.0 | 3.0 | △3.6 | △4.1 | △7.8 | △5.4 | △3.4 | △4.2 |
| 客単価 (%) | 4.3 | 5.0 | 4.0 | 3.4 | 1.8 | 0.1 | 2.1 | 1.0 | 2.0 | 3.4 | 5.8 | 2.5 | 2.7 | 4.3 |
| 平年気温との差異(°C)(東京) | +1.3 | +0.4 | +2.8 | +2.7 | +2.7 | +3.2 | +0.5 | +0.3 | +0.7 | +0.7 | +1.9 | +1.6 | - | +2.3 |

ファッション事業－2027年3月期 通期予想

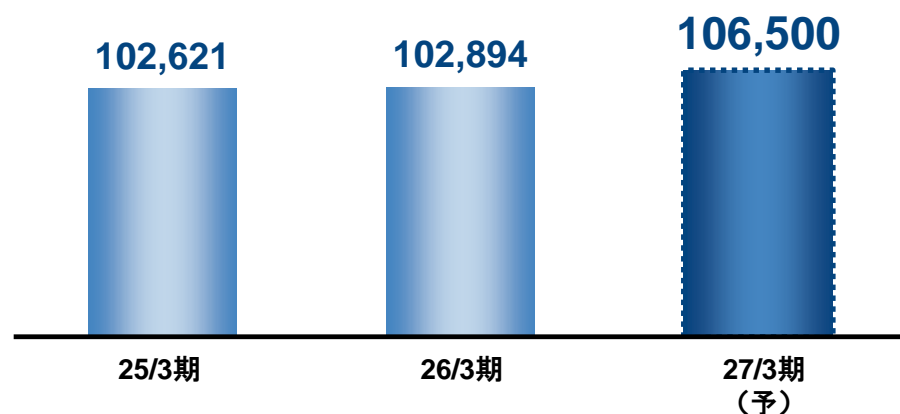
カジュアル・レディースの商品拡充と販売強化、ORIHICAの新規出店継続により増収増益予想

(単位:百万円)

| | 27/3期 予想 | 対前期 増減 | 前期比 (%) | 主な要因 |
|-----------------|-----------------|-----------------|------------|---|
| 売上高 | 106,500 | 3,605 | 103.5 | <ul style="list-style-type: none"> 既存店の増収予想:前期比 102.8% ビジネススタイルの変化によりスーツ等のビジネス衣料の需要縮小は継続 カジュアル、レディースの商品拡充と販売強化 ORIHICAの新規出店:12店舗(前期 20店舗) |
| 売上総利益 売上総利益率 | 63,400 59.5% | 2,782 +0.6pt | 104.6 | <ul style="list-style-type: none"> 引き続き仕入原価は上昇傾向も、上昇率は前期を下回る見通し 高付加価値な商品の開発・販売による売上総利益率の改善 |
| 販売管理費 販売管理費率 | 54,500 51.2% | 2,391 +0.6pt | 104.6 | <ul style="list-style-type: none"> 給与水準の引き上げ等による人件費の増加(前期比 103.8%) 計画的な出店投資によるコストの増加 |
| 営業利益 営業利益率 | 8,900 8.4% | 391 +0.1pt | 104.6 | <ul style="list-style-type: none"> 販売管理費の増加を売上総利益の伸びで吸収し増益を予想 |

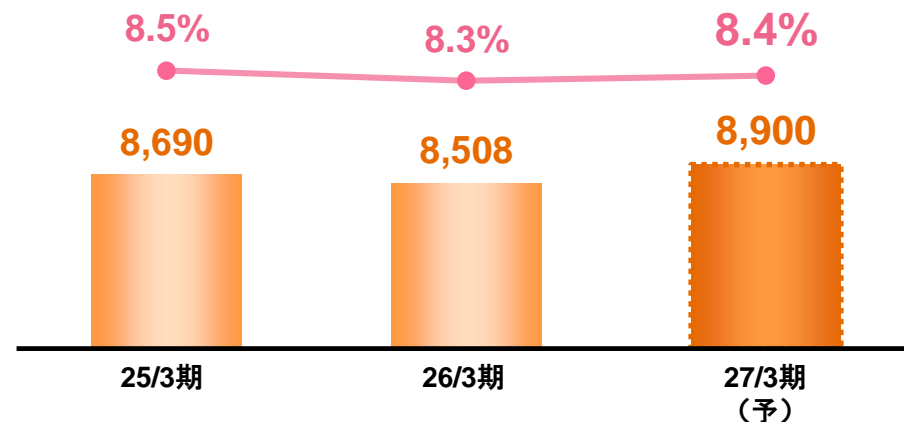
売上高

(単位:百万円)



営業利益及び営業利益率

(単位:百万円)



エンターテイメント事業

2026年3月期実績と2027年3月期予想

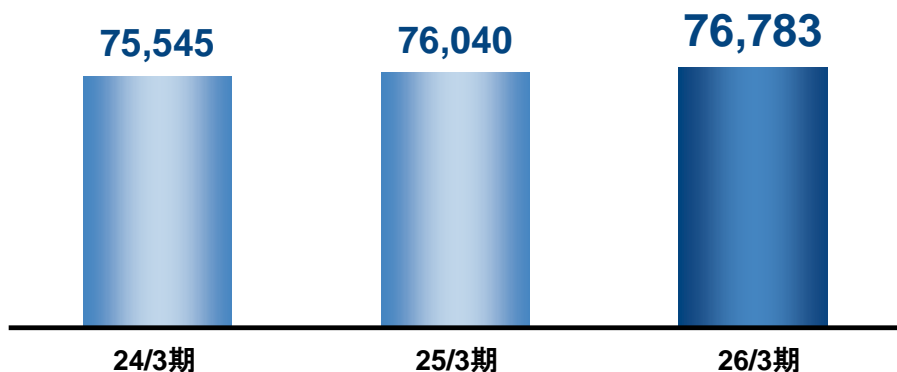
客単価の上昇等により既存店が堅調に推移し増収、過去最高売上高及び最高益達成

(単位:百万円)

| | 26/3期 実績 | 対前期 増減 | 前期比 (%) | 主な要因 |
|-----------------|-----------------|-----------------|------------|--|
| 売上高 | 76,783 | 743 | 101.0 | <ul style="list-style-type: none"> 既存店の増収:前期比 101.6% 快活CLUB「鍵付完全個室店舗」の新規出店 26店舗(前期 14店舗) FiT24会員数増加により好調に推移 |
| 売上総利益 売上総利益率 | 16,089 21.0% | 1,674 +2.0pt | 111.6 | <ul style="list-style-type: none"> 商品やサービスの付加価値向上、価格の適正化により売上総利益率は改善 会員数増加によるFiT24の利益成長が事業収益を押し上げ |
| 販売管理費 販売管理費率 | 8,822 11.5% | 398 +0.4pt | 104.7 | <ul style="list-style-type: none"> 人件費の増加及び計画的な出店投資によるコストの増加 新規出店コストの増加に対し、既存経費の抑制とコントロールを徹底 |
| 営業利益 営業利益率 | 7,267 9.5% | 1,275 +1.6pt | 121.3 | <ul style="list-style-type: none"> 新規出店の一時的なコスト先行も、大幅な売上総利益の伸長により増益 5期連続の増益、過去最高益を達成 |

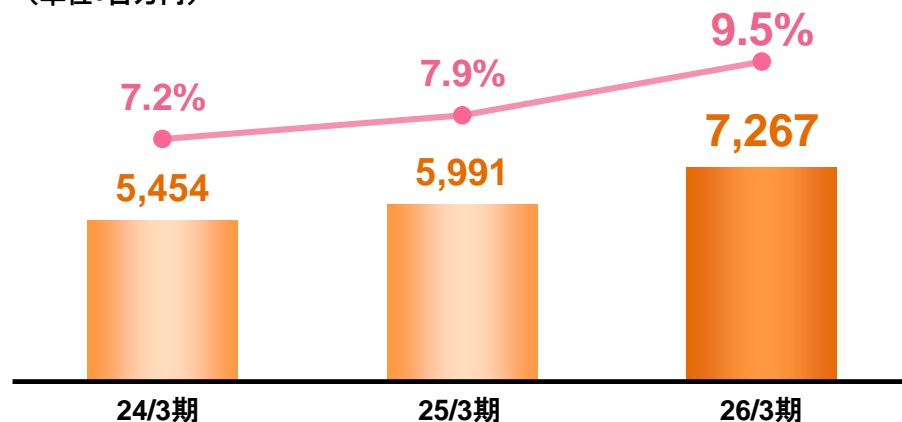
売上高

(単位:百万円)



営業利益及び営業利益率

(単位:百万円)



エンターテインメント事業－2026年3月期 概況:既存店の状況

集客施策の強化により客単価は低下したものの、客数が着実に回復した結果、既存店は増収

■ 月別前年同期比増加率の推移

第1Q

| | | |
|-------|-------|-------|
| 売上高 | 客数 | 客単価 |
| +1.2% | △1.0% | +1.7% |

・ 価格改定影響等により集客に苦戦するも、キャンペーン開催や飲食メニュー強化等により客単価上昇

第2Q

| | | |
|-------|-------|-------|
| 売上高 | 客数 | 客単価 |
| +1.0% | △1.2% | +1.3% |

・ 7月～8月は猛暑による避暑需要の高まりにより好調に推移するも、9月は天候不順等により苦戦

第3Q

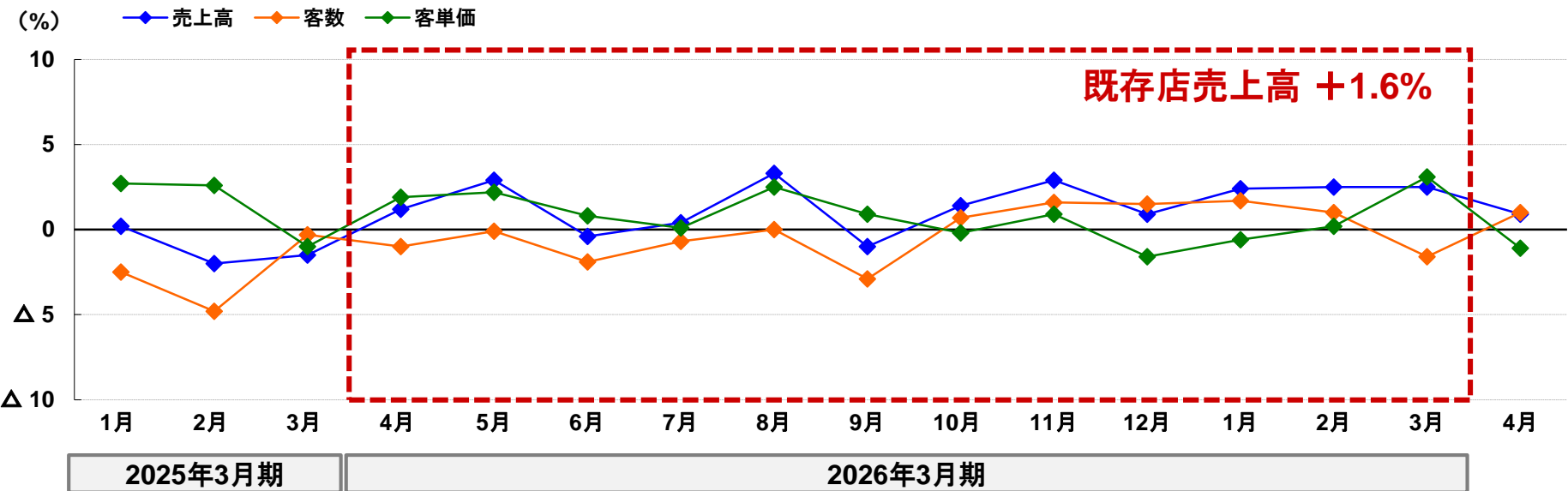
| | | |
|-------|-------|-------|
| 売上高 | 客数 | 客単価 |
| +1.7% | +1.3% | △0.3% |

・ 学割キャンペーン等の販促強化により客単価は低下したものの、客数は着実に増加

第4Q

| | | |
|-------|-------|-------|
| 売上高 | 客数 | 客単価 |
| +2.5% | +0.3% | +1.0% |

・ 前期ポイント施策の反動により客数は減少するも、価格適正化により客単価上昇



| | 25/4 | 25/5 | 25/6 | 25/7 | 25/8 | 25/9 | 25/10 | 25/11 | 25/12 | 26/1 | 26/2 | 26/3 | 通期 | 26/4 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|
| 既存店売上高 (%) | 1.2 | 2.9 | △0.4 | 0.4 | 3.3 | △1.0 | 1.4 | 2.9 | 0.9 | 2.4 | 2.5 | 2.5 | 1.6 | 0.9 |
| 客数 (%) | △1.0 | △0.1 | △1.9 | △0.7 | 0.0 | △2.9 | 0.7 | 1.6 | 1.5 | 1.7 | 1.0 | △1.6 | △0.2 | 1.0 |
| 客単価 (%) | 1.9 | 2.2 | 0.8 | 0.1 | 2.5 | 0.9 | △0.2 | 0.9 | △1.6 | △0.6 | 0.2 | 3.1 | 0.9 | △1.1 |
| 平年気温との差異(°C)(東京) | +1.3 | +0.4 | +2.8 | +2.7 | +2.7 | +3.2 | +0.5 | +0.3 | +0.7 | +0.7 | +1.9 | +1.6 | - | +2.3 |

(注)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－2027年3月期 通期予想

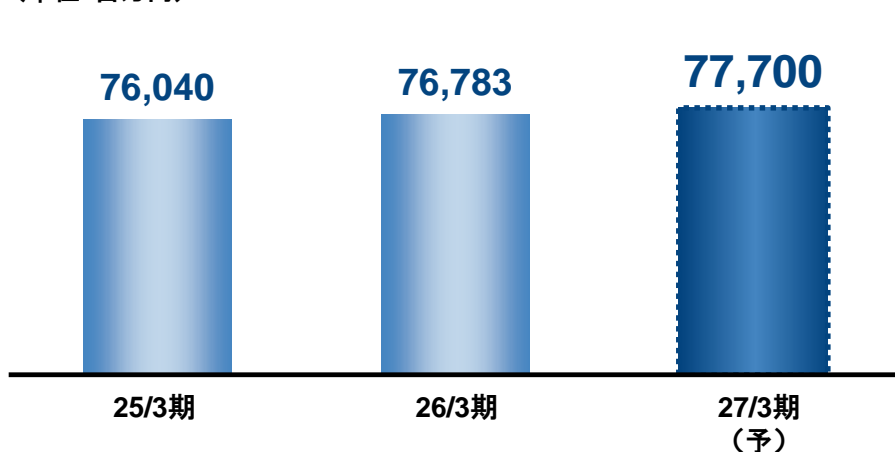
鍵付完全個室店舗の拡大、コンテンツの拡充により、6期連続の増収、過去最高益の更新予想

(単位:百万円)

| | 27/3期 予想 | 対前期 増減 | 前期比 (%) | 主な要因 |
|-----------------|-----------------|---------------|------------|---|
| 売上高 | 77,700 | 916 | 101.2 | <ul style="list-style-type: none"> 既存店の増収予想:前期比 100.6% 鍵付完全個室店舗の拡大を推進 様々なコンテンツや新サービスを導入し、幅広いお客様層のニーズに対応 新規出店:快活CLUB 15店舗、FIT24 15店舗 |
| 売上総利益 売上総利益率 | 16,750 21.6% | 660 +0.6pt | 104.1 | <ul style="list-style-type: none"> サービス料金や飲食メニュー価格の適正化 省人化を推進し店舗オペレーションの効率化により営業効率を改善 |
| 販売管理費 販売管理費率 | 8,875 11.4% | 52 △0.1pt | 100.6 | <ul style="list-style-type: none"> 給与水準の引上げ等による人件費の増加(前期比 102.2%) 経費コントロールによるコストの増加抑制 |
| 営業利益 営業利益率 | 7,875 10.1% | 607 +0.6pt | 108.4 | <ul style="list-style-type: none"> 売上総利益の増加により、増益予想 過去最高益を更新予想 |

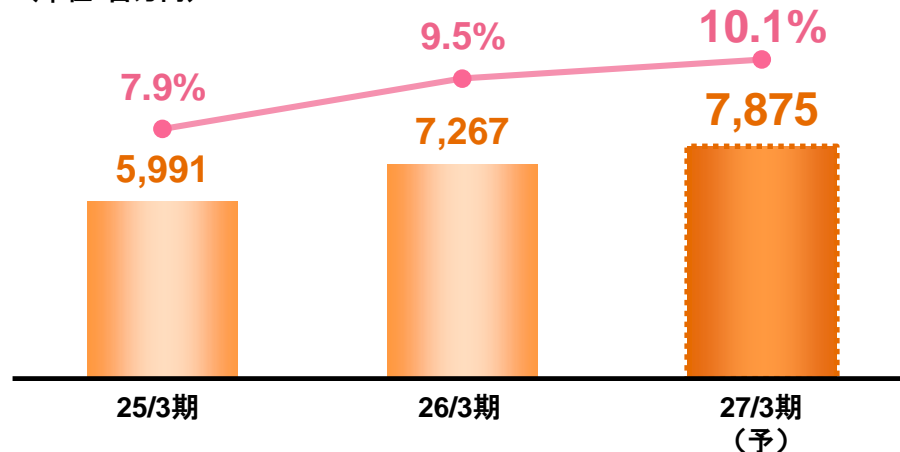
売上高

(単位:百万円)



営業利益及び営業利益率

(単位:百万円)



アニヴェルセル・ブライダル事業

2026年3月期実績と2027年3月期予想

基幹店を中心に一組単価の上昇、法人宴会需要の拡大により増収増益

(単位:百万円)

| | 26/3期 実績 | 対前期 増減 | 前期比 (%) | 主な要因 |
|-----------------|----------------|---------------|------------|---|
| 売上高 | 12,448 | 735 | 106.3 | <ul style="list-style-type: none"> 既存店施行組数は、概ね前年同組数:前期比 100.1% 既存店一組単価の増加:同 104.5% 企業イベントやパーティー利用などの法人宴会事業が好調に推移 |
| 売上総利益 売上総利益率 | 4,901 39.4% | 606 +2.7pt | 114.1 | <ul style="list-style-type: none"> 食材等のコスト上昇への適切な対応 ニーズの多様化に対応した、高付加価値な商品やサービスの提案 |
| 販売管理費 販売管理费率 | 4,027 32.4% | 274 +0.4pt | 107.3 | <ul style="list-style-type: none"> 自社集客イベントの拡充や来館促進策の強化による広告宣伝費の増加(前期比 118.6%) |
| 営業利益 営業利益率 | 874 7.0% | 332 +2.4pt | 161.3 | <ul style="list-style-type: none"> 販売管理費の増加を売上総利益の伸びで吸収し増益 営業利益率は大幅に改善 |

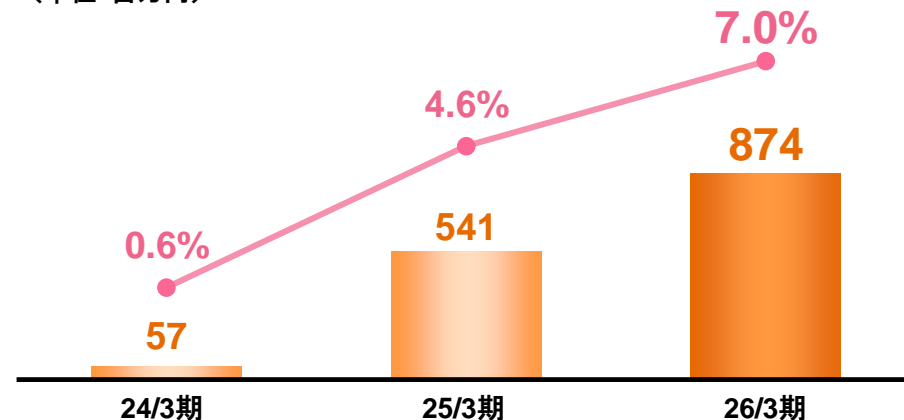
売上高

(単位:百万円)



営業利益及び営業利益率

(単位:百万円)



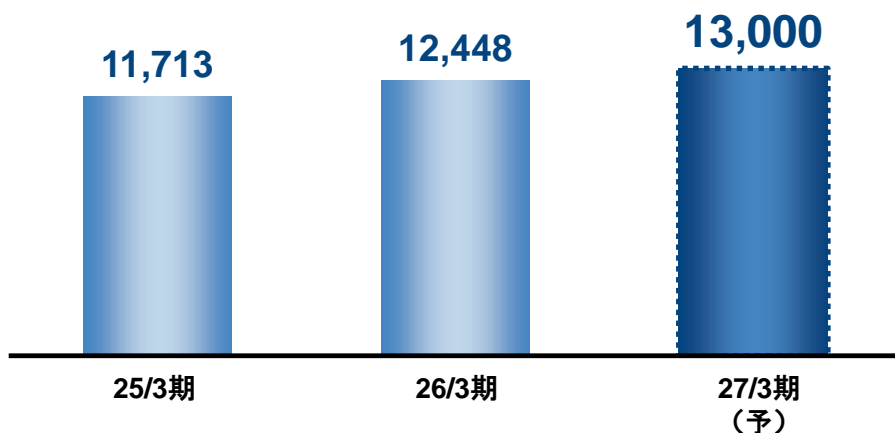
受注活動の強化と一組単価アップ、法人宴会需要の取り組み推進により増収増益予想

(単位:百万円)

| | 27/3期 予想 | 対前期 増減 | 前期比 (%) | 主な要因 |
|-----------------|----------------|---------------|------------|---|
| 売上高 | 13,000 | 551 | 104.4 | <ul style="list-style-type: none"> 既存店施行組数の増加:前期比 100.7% 既存店一組単価の増加:同 101.7% 法人宴会事業の営業力強化とリピート顧客化によるさらなる拡大 |
| 売上総利益 売上総利益率 | 5,400 41.5% | 498 +2.1pt | 110.2 | <ul style="list-style-type: none"> 高付加価値な商品やサービスの開発・提案による一組単価のアップ 店舗運営の効率化・標準化等による営業効率の改善 |
| 販売管理費 販売管理费率 | 4,400 33.8% | 372 +1.4pt | 109.2 | <ul style="list-style-type: none"> 自主販促の拡大等、受注活動強化による広告宣伝費の増加(前期比 104.0%) 給与水準の引上げ等による人件費の増加(前期比 109.6%) |
| 営業利益 営業利益率 | 1,000 7.7% | 125 +0.7pt | 114.4 | <ul style="list-style-type: none"> 増収、コストコントロールの実施により増益予想 |

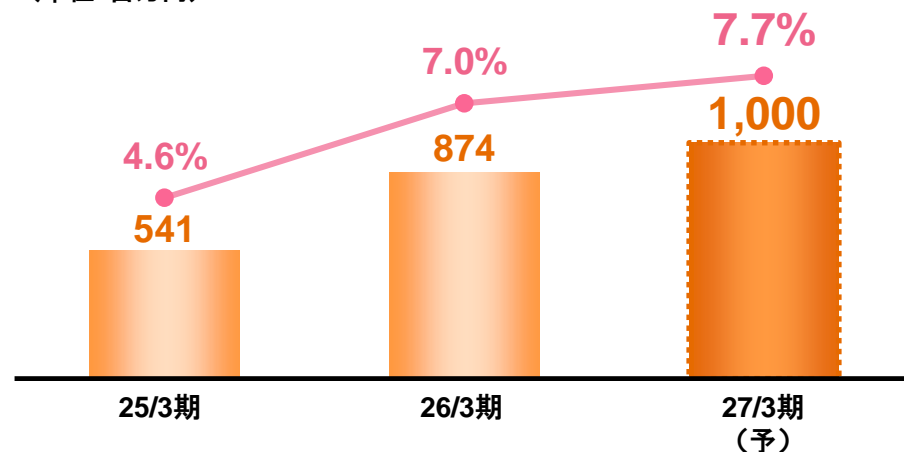
売上高

(単位:百万円)



営業利益及び営業利益率

(単位:百万円)



企業価値向上に向けた取り組み

- 中期経営計画「RISING2026」の進捗
- 資本コストや株価を意識した経営の推進

AOKIグループ中期経営計画「RISING2026」

AOKIグループは、次世代、10年先に向けた成長に資する事業展開を目指し、2024年度から2026年度までの3か年を対象とした中期経営計画「RISING2026」に取り組んでいます。

事業環境

デジタル

- 少子高齢化 → 生産年齢人口減少
- 消費行動変化 → EC浸透
- グローバル化
- サービスレベル要求上昇

グリーン

- 地球温暖化対策
- 脱炭素社会への世界的取り組み
- サーキュラーエコノミー浸透
- 再エネ・省エネ

ダイバーシティ

- 価値観、パーソナリティ、働き方、キャリア等多様化
- 人種・性別・年齢等多様化に対するエクイティ（公平性）意識の向上

中期経営方針

経営体制の変化を機に、
これまでの事業モデルの見直しを図り、
その先の成長に資する事業を展開していく

ファッション事業

現行事業モデルからの
転換・刷新

エンターテインメント事業

店舗モデルの
進化と客層拡大

アニヴェルセル・ ブライダル事業

実店舗運営に加えて
ブランドビジネスへ派生

人財

店舗網

ITインフラ

顧客データ

グループ共有ノウハウ・アセットを活用したシナジーの発揮とガバナンスの強化

10年後（2033年度）のありたい姿

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

- M&Aなども視野にいたれた新規事業を確立
- 既存事業・新規事業の海外展開を実現
- 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

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 |

中期経営計画「RISING2026」経営指標の進捗

- 2025年度の業績は、策定時の計画に対して売上高は概ね計画どおり、営業利益はやや上回り進捗
- 資本収益性はやや低下した一方、投資効率及び市場評価指標は改善傾向
- 最終年度となる2026年度の業績は、当初目標に沿って進捗する見通し

| | 2023年度 実績 | 2024年度 実績 | 2025年度 実績 | 2026年度 計画 | 2026年度 当初目標 | 2023 実績 | 2026年度 当初目標 |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|------------|----------------|
| 売上高 | 1,877億円 | 1,926億円 | 1,945億円 | 2,000億円 | 2,000億円 | | + 2.2%/年 |
| 営業利益 | 138億円 | 156億円 | 169億円 | 180億円 | 180億円 | | + 10.0%/年 |
| 営業利益率 | 7.4% | 8.1% | 8.7% | 9.0% | 9.0% | | + 1.6pt |
| ROIC (投下資本利益率) | 5.2% | 6.0% | 6.6% | — | 6.7% | | + 1.5pt |
| ROE (自己資本利益率) | 5.6% | 6.9% | 6.6% | — | 7.0% | | + 1.4pt |
| EPS (1株当たり純利益) | 90.00円 | 113.89円 | 112.45円 | — | 120.00円 | | + 30.00円 |
| PBR (株価純資産倍率) | 0.7倍 | 0.8倍 | 0.9倍 | — | 1.0倍 | | + 0.3pt |
| グループ 全店舗数 (直営店舗) | 1,334店 | 1,332店 | 1,348店 | 1,382店 | 1,434店 | | +100店 |

資本コストや株価を意識した経営の推進 ～現状分析・評価～

1.株主資本コスト

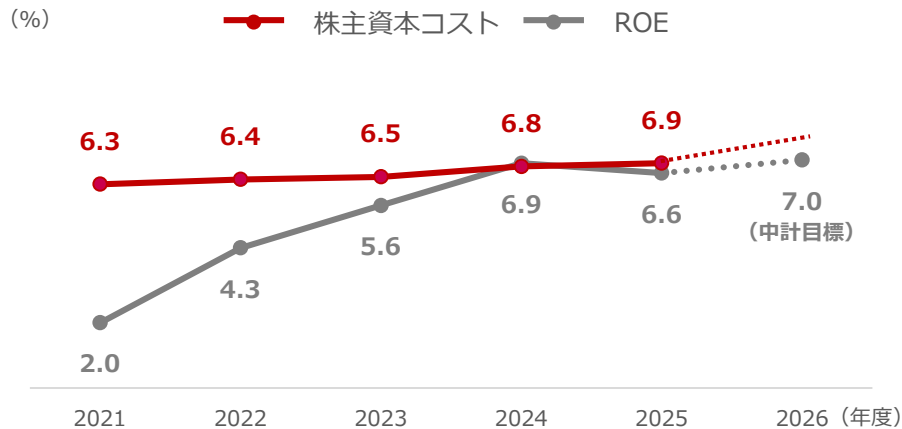
■分析・評価

- ・CAPMをベースに当社が算定した株主資本コストは約6.9%
- ・内部要因：事業ポートフォリオ経営 及び 安定的な株主還元の継続等によりベータ値は低下傾向
- ・外部要因：リスクフリーレートの上昇を受け、株主資本コスト全体には上昇圧力
- ・外部環境の変化を、経営努力による低リスク化で一定程度は相殺

■課題

- ・株主・投資家目線での株主資本コストの認識と、資本収益性のモニタリング強化
- ・株主資本コストを意識した適切なROE目標の見直しと、各事業への展開
- ・非財務情報の開示拡充、エンゲージメントを通じた情報の非対称性解消と事業リスクへの理解深耕

株主資本コストとROEの推移



株主資本コストの算定 (CAPMにより当社試算)

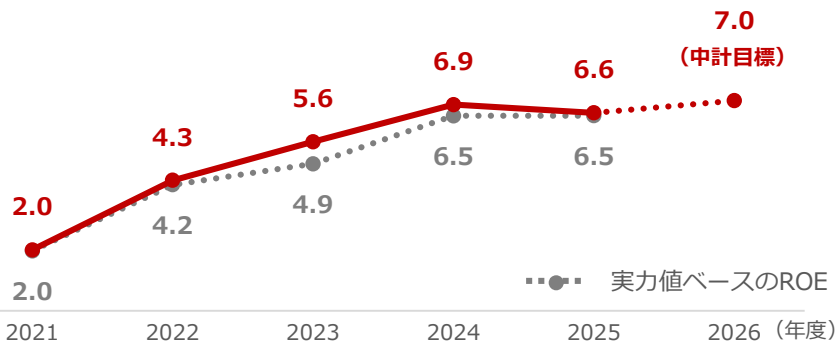
| 年度 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 株主資本コスト | 6.3% | 6.4% | 6.5% | 6.8% | 6.9% |
| リスクフリーレート | 0.22% | 0.39% | 0.75% | 1.50% | 2.38% |
| ベータ値 | 0.973 | 0.925 | 0.911 | 0.897 | 0.825 |
| リスクプレミアム | 6.20% | 6.50% | 6.29% | 5.88% | 5.53% |

※リスクフリーレート：直近の10年国債利回り
 ※ベータ値：当社株価の対TOPIXヒストリカルベータ60ヶ月平均
 ※リスクプレミアム：ヒストリカル法とインプライド法の平均値

資本コストや株価を意識した経営の推進 ～現状分析・評価～

2. ROE分解・分析と改善の方向性

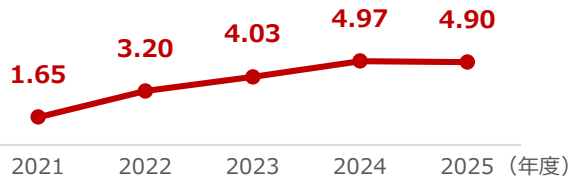
ROE (%)



■ 分析・評価

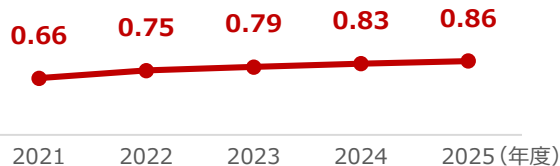
- 2025年度のROEは6.6%、株主資本コスト6.9%を下回る水準
- 株主投資家の期待収益率を充足できていない現状を、経営課題として重く受け止め
- ROE目標7.0%に対し、一時的要因を除いた実力値ベースのROEは大きく乖離
- 本業の収益性向上が最優先事項

売上高当期純利益率 (%)



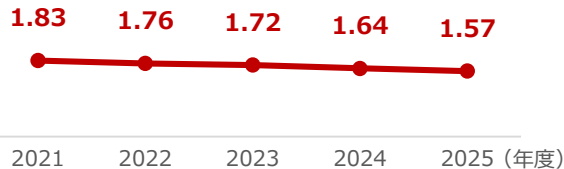
- 2025年度は、5年前の約3倍の4.9%に改善するも、新規出店のコスト先行等により低下
- 既存店の利益率改善が最優先事項
- ROE目標7.0%達成には5.2%まで改善が必要

総資産回転率 (回)



- 5年連続で上昇し、約30%の効率改善
- 新規出店により事業用資産増加
- 一部の非事業用資産を処分
- 低投資出店と、稼げる店舗づくりが課題

財務レバレッジ (倍)



- 安定したキャッシュフローを背景に、強固な財務基盤を維持
- 自己資本の積み上がりによる資本効率の低下を抑制し、ROE向上に寄与する財務戦略が必要
- 最適な資本構成の再検討が課題

資本コストや株価を意識した経営の推進 ～現状分析・評価～

3.市場評価

■ PBR : 分析・評価

- ・ 2024年度まではコロナ禍からの回復に加え、利益率の改善及びエンターテイメント事業の成長期待により上昇傾向
- ・ 2025年度は、積極的な株主還元姿勢及び将来の成長に対する期待感を背景に期中は1倍を超える期間もあるなど上昇傾向も、依然として1倍割れ

■ PBR : 課題

- ・ 中期経営計画目標の必達と持続的な利益成長による信頼獲得
- ・ 資本コストを安定的に上回る収益性の確保

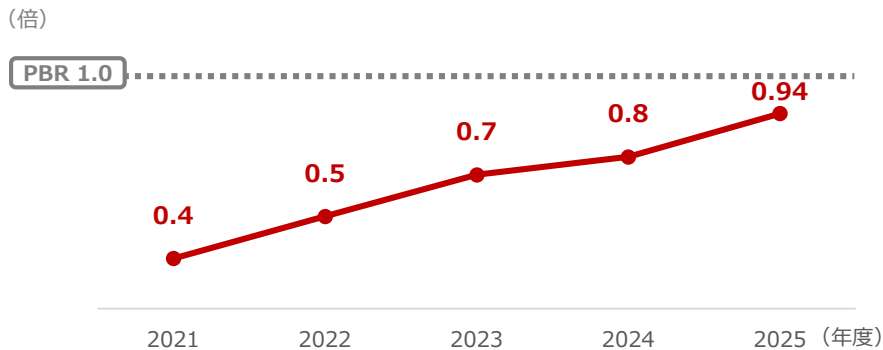
■ PER : 分析・評価

- ・ 2021年度はコロナ影響により、株価の低下以上にEPSが大きく低下し一時的に上昇
- ・ 2022年度から2024年度は、EPSが向上するものの、市場へ成長期待を伝えきれずPERは低迷
- ・ 2025年度は、中期経営計画の着実な進捗により、利益の持続性と成長ストーリーへの信頼が得られ向上

■ PER : 課題

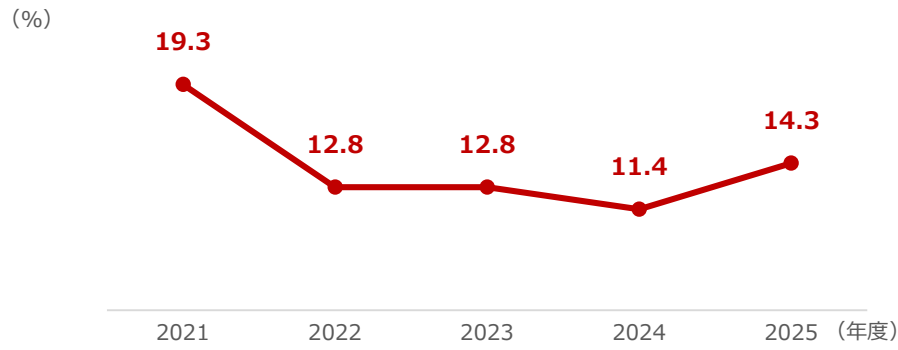
- ・ 戦略的投資や成長ストーリーの発信による成長期待の醸成
- ・ 積極的な株主還元の実施

PBR※の推移



| | | | | | |
|-----|----------|----------|----------|----------|----------|
| BPS | 1,496.8円 | 1,554.4円 | 1,627.6円 | 1,686.6円 | 1,721.8円 |
| 株価 | 583円 | 852円 | 1,148円 | 1,303円 | 1,612円 |

PERの推移



| | | | | | |
|-----|--------|--------|--------|---------|---------|
| EPS | 30.21円 | 66.34円 | 90.03円 | 113.89円 | 112.45円 |
| 株価 | 583円 | 852円 | 1,148円 | 1,303円 | 1,612円 |

※PBR : 年度末の株価÷年度末の1株当たり純資産

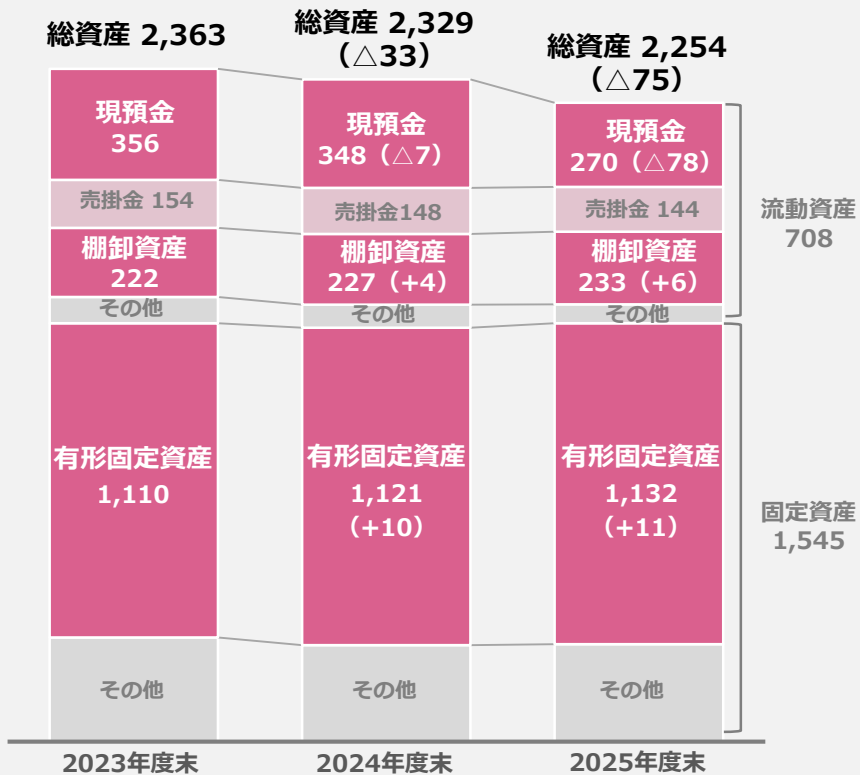
資本コストや株価を意識した経営の推進 ～現状分析・評価～

4. バランスシートの状況・方向性

- 中期経営計画に掲げる成長エンジンは、「積極的な新規出店」との位置付け
- 一定の事業用資産の増加は必要であり、資産効率改善には「保有資産の高収益化」が重要
- 主要資産の増加抑制も平行して実施することで、売上成長と資産効率の改善を進める

総資産の推移

単位：億円



※グラフ内の () は前期末比の増減額

資産効率改善に向けた方向性

■ 棚卸資産

- ・ 店舗立地、店舗形態の見直しによる省スペース・少在庫化
- ・ OMO推進による店舗在庫の圧縮
- ・ 商品構成変革に向けた在庫の適正化

■ 有形固定資産

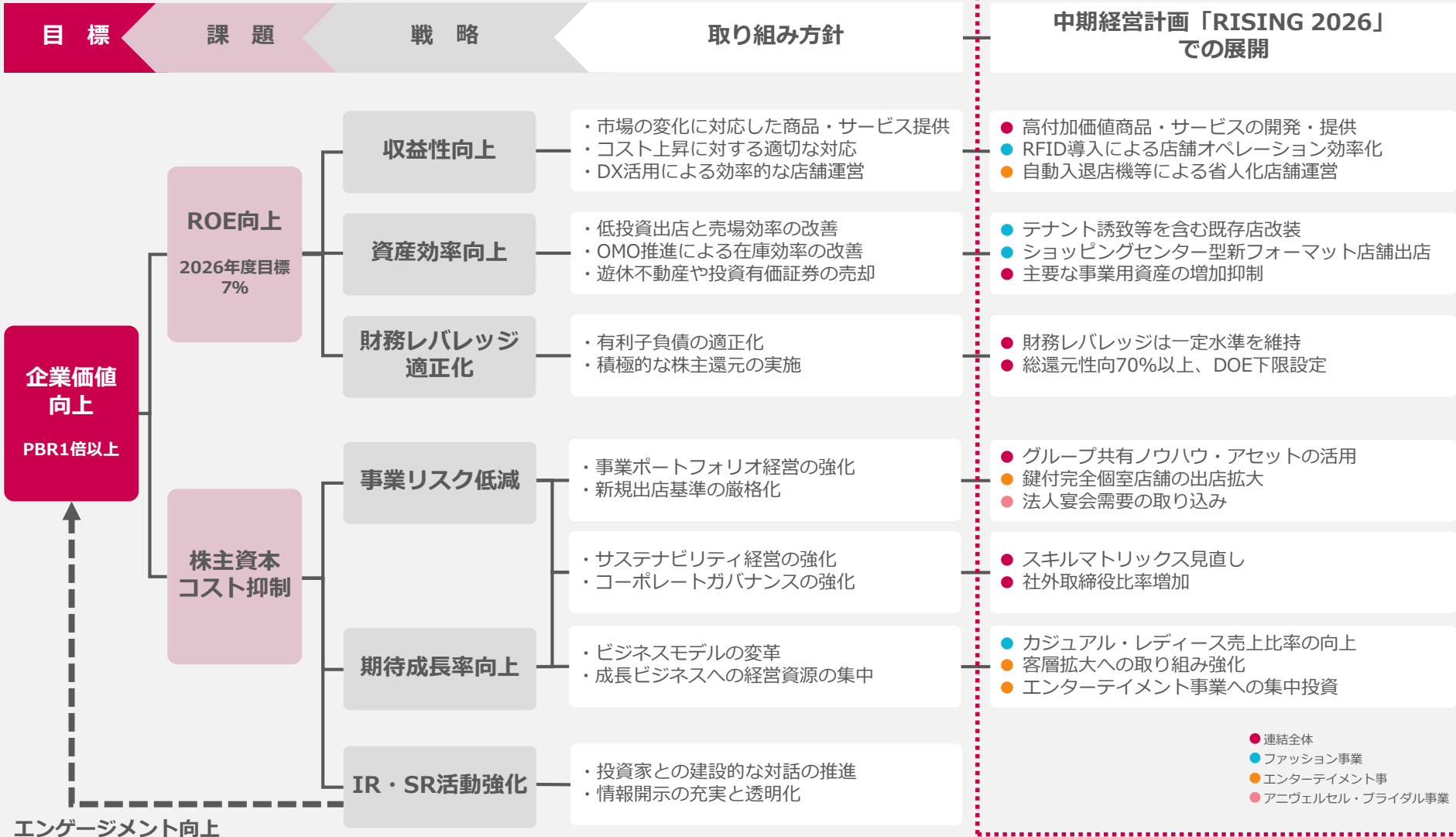
- ・ 低投資モデル店舗の開発
- ・ 減価償却実施額の範囲内での設備投資
- ・ 不採算店舗撤退の迅速化
- ・ 遊休資産の売却

■ 現金・預金

- ・ 月商の1.5ヶ月分を基準とし、事業継続のリスクに備える
- ・ 中期経営計画で掲げるエンターテインメント事業を中心とした成長投資に向けた資金を保持

資本コストや株価を意識した経営の推進 ～取り組み・方針～

5. 企業価値向上に向けた取り組み・方針



● 連結全体
● ファッション事業
● エンターテインメント事
● アニヴェルセル・プライダル事業

中期経営計画「RISING2026」キャピタル・アロケーションの進捗

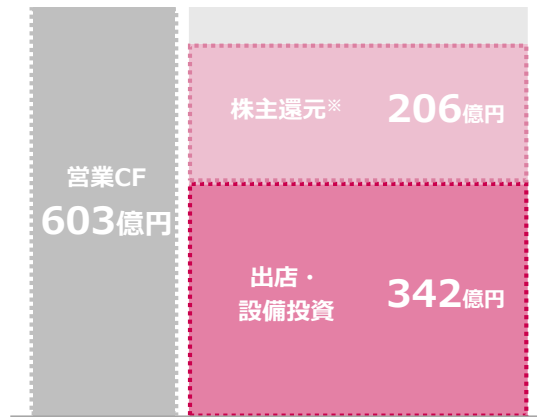
24-26年度 3年累計 計画



24-25年度 2年累計 実績



24-26年度 3年累計 見込



*株主還元のうち、配当金は当該年度の間配当と期末配当の総額

出店・設備投資の事業別推移

(単位: 億円)

| | | 設備投資の内訳 | | | | | | | |
|---------------|---------|-----------------|--------|--------|------|----|----|----|----|
| | | 2024年度 | 2025年度 | 2026年度 | 3年累計 | | | | |
| ファッション | 3年累計 計画 | 80 | | | 新店 | 5 | 8 | 8 | 22 |
| | 3年累計 見込 | 37 | 41 | 28 | 改装 | 5 | 8 | 1 | 15 |
| | | 107 (計画比134.4%) | | | その他 | 23 | 20 | 18 | 62 |
| エンターテイメント | 3年累計 計画 | 200 | | | 新店 | 12 | 23 | 18 | 54 |
| | 3年累計 見込 | 69 | 80 | 54 | 改装 | 17 | 17 | 12 | 46 |
| | | 204 (計画比102.1%) | | | その他 | 20 | 12 | 8 | 41 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 3年累計 計画 | 20 | | | 改装 | 5 | 1 | 2 | 9 |
| | 3年累計 見込 | 8 | 4 | 5 | その他 | 2 | 3 | 2 | 8 |
| | | 17 (計画比87.5%) | | | | | | | |

※3年累計見込は、左から、2024年度実績、2025年度実績、2026年度計画

※設備投資の内訳は、保証金・敷金の差し入れ及びリース資産取得を除く金額、「その他」は修繕・営繕にかかる投資

中期経営計画「RISING2026」株主還元方針

株主還元の方針

| | | |
|-------------------|---------|----------------------|
| | 基本方針 | 中期経営計画「RISING2026」目標 |
| 配当性向 | 30%以上 | 50%以上 |
| <p>いずれか高い方を選択</p> | | |
| DOE (株主資本配当率) | | 3%以上※2 |
| 総還元性向 | 50%以上※1 | 70%以上 |

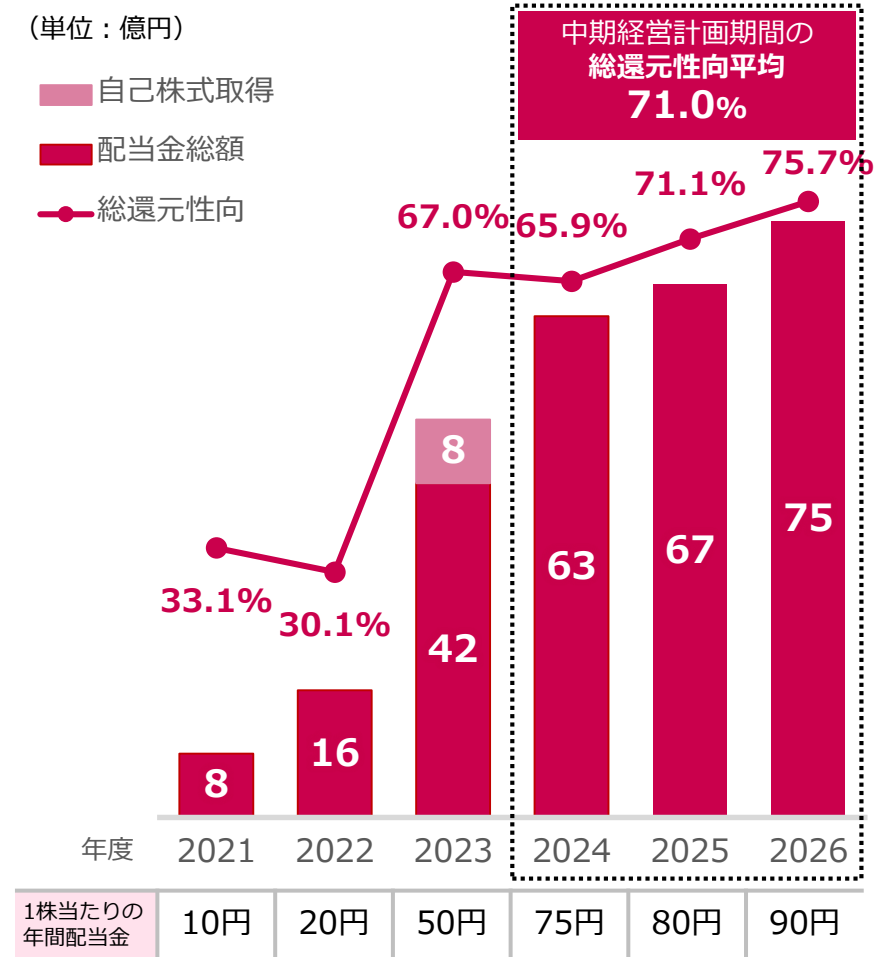
※1：特別な資金需要がないことが前提

※2：自己資本の積み上がり状況を踏まえ、収益が下振れた場合においても一定の還元を実施する観点から、DOEを配当下限に設定。

株主還元と総還元性向の推移

(単位：億円)

■ 自己株式取得
■ 配当金総額
● 総還元性向



サステナビリティへの取り組み

| マテリアリティ | KPI | 2024年度実績 | 2030年度目標 |
|---|--|-------------------------------------|------------------------------------|
| 業態開発・イノベーション 商品・サービスを通じた新たな価値の提供を | <ul style="list-style-type: none"> ■ 環境配慮型商品の開発・発売件数 (グループ全体) | 37件 (累計) | 50件 (累計) |
| 人 財 一人ひとりに働きやすさ・やりがいを | <ul style="list-style-type: none"> ■ 女性管理職 (課長職相当以上) 比率 ■ 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) | 5.8% 93千円 59% 9.1% | 20%以上 80千円以上 65%以上 6.0%未満 |
| 環 境 地球環境に優しさを | <ul style="list-style-type: none"> ■ GHG排出量 (Scope1+2) (2022年度比) | 3.4%増加 | 42%削減 |
| 地域社会 地域に活気と発展を | <ul style="list-style-type: none"> ■ 地域貢献活動の実施 | AOKIグループ ハーモニーコンサートなど 文化活動の推進 | 地域貢献活動を 継続実施 |
| 人 権 責任あるサプライチェーンを | <ul style="list-style-type: none"> ■ CSR基準書の締結数 | 197工場 | 100工場以上 |
| ガバナンス より健全な経営体制を | <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 | 受講率 : 60.4% 75.9% | 全グループ社員 100% |

※ 1 詳細については当社ウェブサイトの「サステナビリティ」をご参照ください
 <<https://ir.aoki-hd.co.jp/ja/esg/index.html>>

※ 2 2025年度の実績が未確定のため、2024年度実績を記載しております。

コーポレートガバナンスの強化

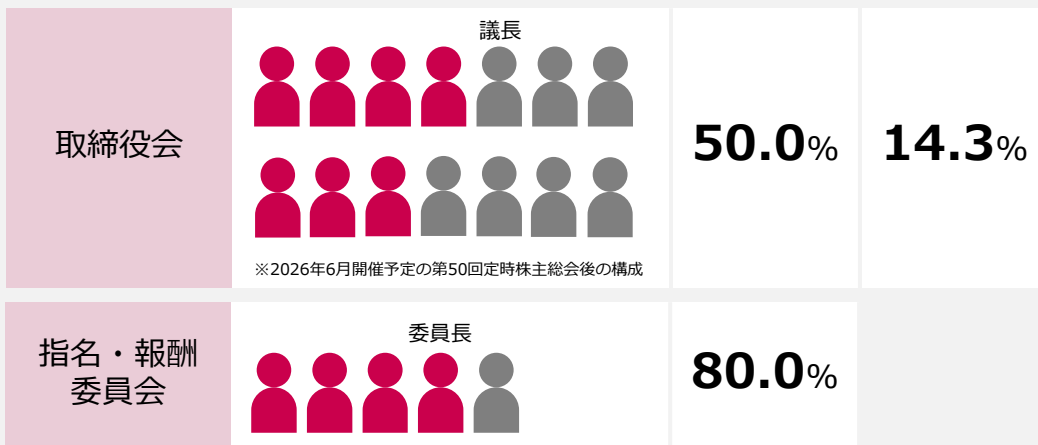
| | ガバナンス強化に向けた施策 | 24-25年度の取り組み |
|-------------------|--------------------|--|
| 社外取締役の監督機能強化 | ■ 社外取締役の更なる監督機能強化 | ● 役員勉強会の実施（危機管理・コンプライアンス・CGコード等） |
| | ■ 取締役会審議に関する運用改善 | ● 社外取締役への情報共有の充実 |
| | ■ 社外取締役の評価に関する運用改善 | ● 外部機関を活用した取締役会実効性評価の継続実施 |
| 指名・報酬委員会の実効性、権限強化 | ■ サクセッションプランの策定・実行 | ● 指名プロセス・報酬水準の妥当性検証 |
| | ■ 専門性とスキルの多様性 | ● 新たな専門性とスキルを有した、指名・報酬委員2名増員 |
| 取締役会構成 | ■ 社外取締役比率 50%超 | ● 取締役会における社外取締役比率増加 (2024年6月末46.2%→2026年6月末50.0%) |
| | ■ 女性取締役比率 25%以上 | |

■ 取締役会の構成

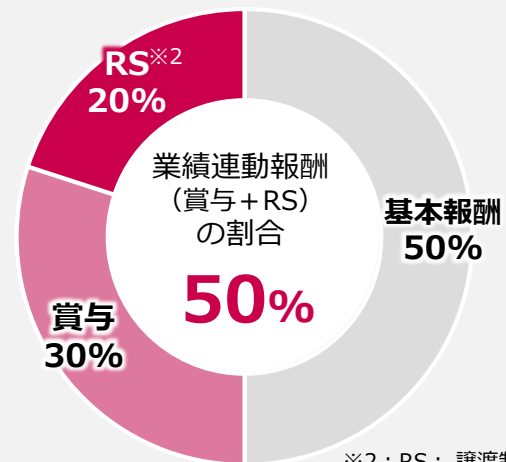


社外比率

女性比率



■ 社内取締役の報酬割合



※2: RS: 譲渡制限付株式報酬

IR/SRの活動強化

■ 活動のスケジュール

| | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|--------------------------------------|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 月次情報（売上速報） ・ファッション事業、エンターテインメント事業 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| 決算発表（英文同時開示） ・決算短信、決算補足説明資料 | | ● | | | ● | | | ● | | | ● | |
| 決算説明会 | | ● | | | | | | ● | | | | |
| 統合レポート発行（和文・英文） | | | | | ● | ● | ● | | | | | |
| IR面談 | | ● | ● | | ● | ● | | ● | ● | | ● | ● |

■ 株主・投資家との対話の実施状況

| 面談の状況 | 主な対応者 | 主なテーマや関心事項 |
|--|---|---|
| <p>2025年度の面談回数は51回</p> <p>I R活動の継続強化により、新たな投資家との面談もあり、面談回数は前期比120%と増加</p> | <p>代表取締役社長 執行役員（I R・経理・財務管掌） I Rチーム</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ 足元の業績 ・ 中期経営計画の進捗状況 ・ 市場環境の変化と今後の見通し ・ 既存店の状況、増減要因 ・ 今後の成長戦略と具体的施策 ・ 株主還元、配当方針 |

株主・投資家の皆様からのコメント等は、取締役会に対しフィードバックを実施（年2回）

中計期間基本戦略

現行事業モデルからの転換・刷新

- 店舗施策：売場効率の改善とORIHICA未出店地域への出店強化
- 商品施策：ウェルネス・スポーツウェア市場への進出とコラボ先の拡大
- DX施策：AI技術の活用によるEC強化と店舗業務の平準化の推進

戦略目標の進捗

| | 2023年度実績 | 2024年度実績 | 2025年度実績 | 2026年度目標 |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|
| ショッピングセンター内立地店舗比率 | 22.7% | 24.6% | 26.5% | 28% |
| 売場販売効率(坪当たり粗利益高) | 65万円 | 70万円 | 70万円 | 68万円 |

※2024年度のショッピングセンター内立地店舗比率は、遡及修正しております。

重点施策

中計期間重点施策

2025年度までの主な取り組み

AOKI

店舗

- 郊外型からの脱却
(ショッピングセンター・GMSの展開ロールモデル構築)

商品

- レディース・カジュアル売上構成拡大とウェルネス・スポーツウェア市場への進出

DX

- AI技術の積極活用による運営支援およびEC強化

ORIHICA

店舗

- 未出店地域への出店強化と新たな店舗形態の検討
(立地・規模に合わせて類型化)

商品

- コラボ先の拡大と新規アイテムへのトライアル
(例:ビジネス×スポーツ)

DX

- RFIDを活用した物流・在庫管理と店舗業務のさらなる平準化

- 駅前型・SC型の新フォーマット店舗の出店
- 売場面積縮小等の改装41店舗
- リカバリーウェアの販売強化
- 商品戦略「SUITing. (スーティング)」の推進
- 人気女性雑誌「Oggi」とコラボアイテム発売
- ECオンラインサイト「AIエージェント技術」導入
- 20店舗の新規出店(北海道・長野・奈良・熊本へ初出店)
- メンズアイテム特化型の小規模店舗出店
- スポーツ感覚ウェア「BIZSPO」のレディース発売
- 女子美術大学との産学協同プロジェクト実施
- RFIDを活用した店舗運営の効率化
- OMOのさらなる推進

ファッション事業（①店舗施策）



郊外型からの脱却に向けて、店舗フォーマット転換への取り組み

■ 市場環境

- ・ ビジネススタイルの変化
- ・ お客様ニーズの多様化
- ・ 消費行動の変化

■ 課題

- ・ 店舗立地の見直し
(従来：郊外・ロードサイド)
- ・ 店舗形態の見直し
(150坪以上の売場面積 = 多在庫)

店舗戦略



商品戦略



店舗フォーマット転換の取り組みの第2フェーズとして、2026年2月、ショッピングセンター型の新フォーマット店舗「AOKIららテラス 武蔵小杉店」をオープン。

コーディネートテーブルとインナー・シャツなどを売り場の中央に配置することでコーディネートアイテムが選びやすく、店内の視認性も高めることで数多くのお客様が入店しやすい環境を整えました。

今後は新たな店舗を全国の主要拠点へ順次拡大してまいります。

店舗フォーマット転換 ロードマップ

PHASE 3
好立地への移転、
新規出店

PHASE 2
次世代型店舗の出店
(実験・検証)

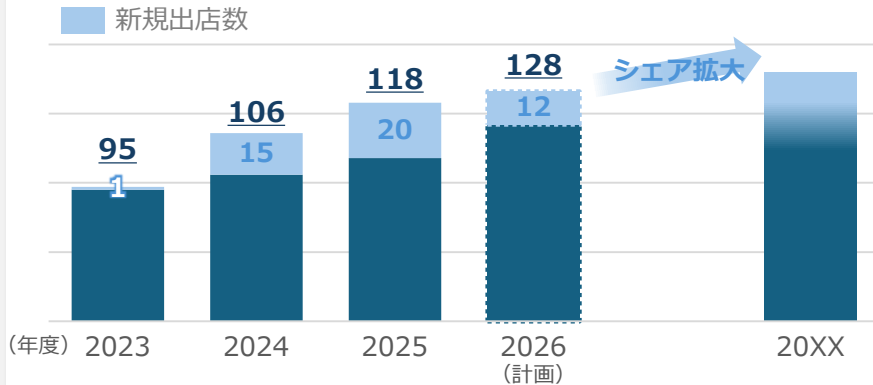
PHASE 1
プロト店舗の開発
(実験・検証)



シェア拡大とブランド認知度向上に向けて、計画的な新規出店を継続

新規出店

店舗数の推移



- ・ 中期経営計画期間において、北海道・群馬・長野・三重・奈良・福岡・熊本に初出店
- ・ 24都道府県に店舗網を拡大 (2025年度末時点)
- ・ 年間10~15店舗の新規出店を継続
- ・ メンズアイテム特化型の店舗「横浜ジョイナス店」出店
売場面積は約30坪と小規模ながら、OMOを最大限活用し売り場の効率化を図る



改装

- ・ ブランディング強化とお客様の幅広いニーズに対応すべく、主要店舗のリニューアルを推進
- ・ 「レトロフューチャー」のコンセプトを加え、従来の堅いスーツショップのイメージを刷新



◀店内イメージ写真

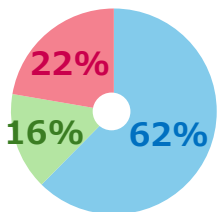
ファッション事業（②商品施策）

AOKI'

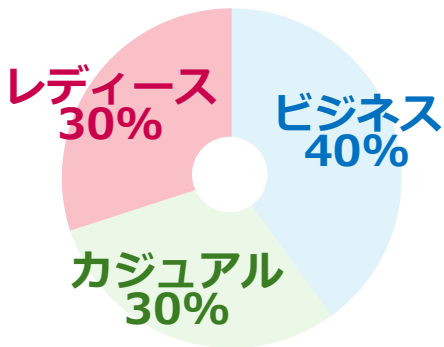
ORIHICA

売上高構成比、ビジネス40%・カジュアル30%・レディース30%への取り組み

商品戦略



2025年度 実績



10年後目標

ビジネス

SUITing. スーティング
 スーツの技術で、働くを新しく。

- 多様化する働き方やライフスタイルの変化への対応
- 「SUITing.」をテーマに顧客ニーズに合わせた商品戦略の推進



レディース

MeWORK

- 高機能レディースウェア・ブランド「MeWORK（ミワーク）」
- オン・オフのさまざまなシーンで着用可能なアイテム拡充



カジュアル

- 疲労回復ウェア「リカバリーケアシリーズ」の販売強化
- 「パジャマスーツ」のアイテム拡充（AOKI）
- スポーツ感覚ウェア「BIZSPO」商品群の拡充（ORIHICA）



AOKI'

ORIHICA

DXの活用による店舗オペレーションの効率化、EC強化の取り組み

RFID導入



2024年1月
ORIHICA
全店導入

ORIHICA
安定稼働に向け改善

AOKI導入準備
新規投入商品をICタグ化

2026年11月
AOKI
全店導入予定

- RFID導入により、入荷・検品作業、棚卸、会計の時間短縮を実現
- 2026年度はAOKI全店導入し、さらなる店舗運営の効率化を図る

オンラインショップ

AOKI' Atlas

AOKI公式オンラインショップにてAI エージェント技術「EC Agent」を導入。従来の一律的なレコメンドとはことなり、ユーザーの閲覧履歴やクリックといった“行動”を記憶・分析し、AIがお客様の嗜好に合わせて最適な商品を提案。

AOKI' ecforce check

ORIHICA ecforce check

AOKI・ORIHICA公式オンラインショップから来店予約をしたお客様の基本情報や質問・相談等を店舗と情報共有することで、来店時にお客様に合わせたパーソナルなスタイリング提案をスムーズに提供し、シームレスな顧客体験を実現。

エンターテイメント事業

中計期間基本戦略

店舗モデルの進化と客層拡大

- 全事業出店コスト低減と投資効率向上
- 不採算店舗については、基準に従い統合・整理を実施

| 戦略目標 (快活CLUB) の進捗 | 2023年度 実績 | 2024年度 実績 | 2025年度 実績 | 2026年度 目標 |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 都市型店舗 稼働率 | 50.2% | 49.8% | 47.9% | 60% |
| 都市型店舗比率 | 8.9% | 11.5% | 15.9% | 21% |
| 都市型店舗 女性客比率 | 25.0% | 24.5% | 23.7% | 35% |

重点施策

中計期間重点施策

2025年度の主な取り組み



- 都心、駅前など好立地への出店拡大
- 店舗モデルの進化により幅広い年齢層および女性を含めた新規顧客層を拡大

- 鍵付完全個室店舗の積極的な新規出店
- 快活オリジナル飲食メニューの開発・提供
- 各種コラボキャンペーン開催による客層拡大



- 消費動向の変化に対応した店舗モデルの進化
- プロモーション強化によりファミリーを中心とした客層を拡大

- 多彩な利用シーンの提供
- シーズンに合わせた飲食メニューの強化



- 中上級者を中心に各レベル別で店舗環境を最適化
- グループ内顧客相互利用による客層拡大

- 新規入会キャンペーンの開催やお得なプランの提供による会員獲得の強化
- 初心者でも安心して始められる「スタートサポート」の拡大

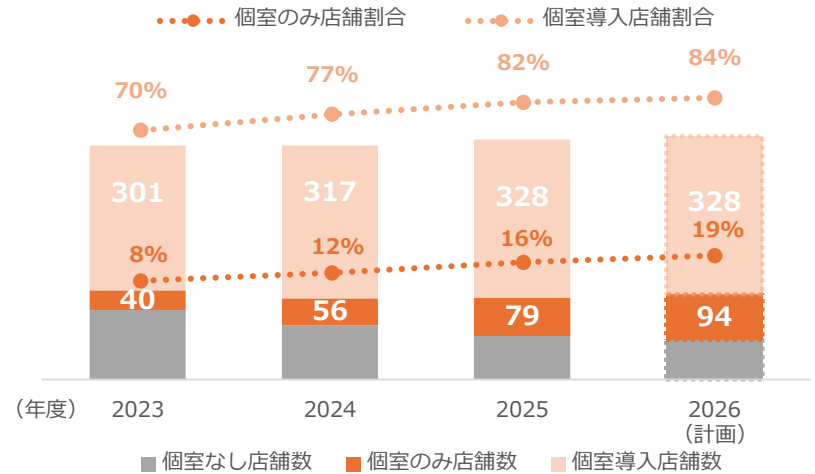
快活
CLUB

「鍵付完全個室店舗」の積極出店、 コンテンツ強化や各種コラボキャンペーン等による客層拡大

新規出店

- 2025年度は新規出店 26店舗
今後も駅前・繁華街を中心に年間10~20店舗の出店継続
- 人気の高い鍵付完全個室の導入割合が上昇
滞在時間延伸により、客単価の上昇及び利益率も改善

新店続々OPEN!



飲食メニュー強化

- 圧倒的存在感の「MEGAメンチトルコライス」や、人気ポテトから期間限定で新味登場
- 「冬の焼きカレー」など、時節に合わせたメニュー展開



コンテンツ・キャンペーン

- ダーツやビリヤードなど、人気コンテンツの最新機種導入・入れ替え
- 各種コラボキャンペーン開催による客層拡大

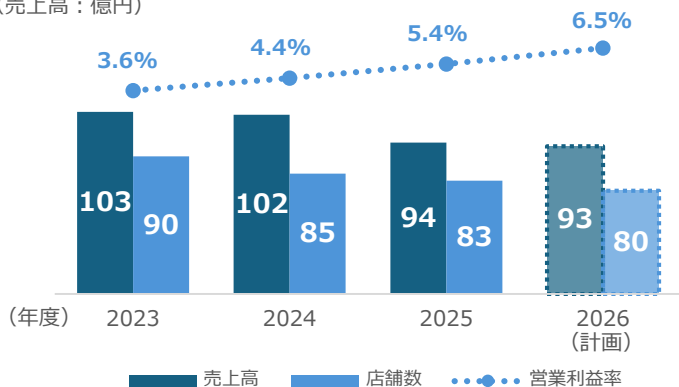




飲食メニューの強化、新たなご利用シーンの提供による客層拡大

中計期間の業績推移

(売上高：億円)



■ 営業効率は改善傾向で推移

- ・ 店舗数の減少等により売上高は減少傾向
- ・ 一方、不採算店舗の閉鎖や、高付加価値商品・サービスの提供等により営業利益率は改善傾向
- ・ 多彩な利用シーンの提供や、飲食メニューの強化を通じて、さらなる客層拡大を図る

多彩な利用シーン提供

- ・ 利用シーンの変化に合わせた店舗モデルの開発
- ・ スマホ接続キットの無料貸し出しなど、カラオケ以外の楽しみ方提案
- ・ 「ダーツライブ3」の導入とダーツイベント開催



飲食メニュー強化

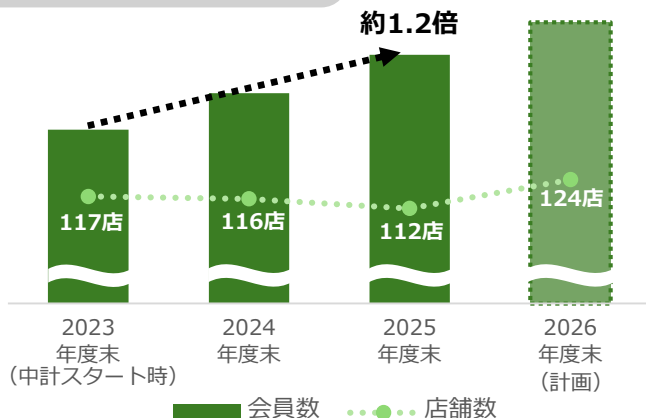
- ・ 有名企業とのタイアップや、核商品の開発による飲食メニューの拡充
- ・ 忘新年会や歓送迎会など、シーズンに合わせた各種プランの提供





新規会員獲得の強化と、初心者から上級者まで快適なトレーニング環境整備

会員数の増加



■ 新規入会・退会抑制により、会員数は増加傾向で推移

- 新規会員獲得の強化により、2025年度末の会員数は、中期経営計画スタート時に比べ約1.2倍へ増加
- 会員の退会抑制強化により、会員数は年間を通して前年を上回り推移

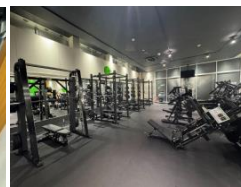
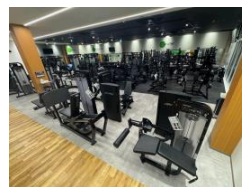
会員獲得・退会抑制

- 月会費がお得なキャンペーンや各種プランの提供
- 初心者でも安心してトレーニングを始められる「スタートサポート」の拡大



トレーニング環境整備

- 初心者の方も上級者の方も、それぞれのレベルに合ったマシンの設置、エリア分け (ゾーニング)
- 初心者でも使いやすく、中・上級者が求めるようなトレーニングが可能なマシン「PANATTA」導入



アニヴェルセル・ブライダル事業

中計期間基本戦略

実店舗運営に加えてブランドビジネスへ派生

- 既存店投資精緻化・効率化による損益改善
- 設備投資を伴わない受託事業へのトライアル

戦略目標の進捗

| | 2023年度 実績 | 2024年度 実績 | 2025年度 実績 | 2026年度 目標 |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 非ウェディング 売上比率 | 2.8% | 5.3% | 6.5% | 7.0% |

※1 収益認識基準適用前の売上高の比率です。
※2 2023年度実績及び2024年度実績は、遡及修正しております。

重点施策

中計期間重点施策

2025年度の主な取り組み



ブライダル事業

- リソース配分を見直し、主力基幹2店舗（表参道店、みなとみらい横浜店）を徹底強化
- 他8店舗のオペレーション見直しによる、さらなる効率化・標準化の経営効率改善



基幹店ブランド事業

- 好立地を活かしたハイブランドとのコラボ企画推進
- オリジナルメニューのギフト販売による販路拡大
- 法人宴会のプロモーション強化、内装・設備変更



プロデュース事業

- 培ったブライダルのノウハウ（ソフト）の新たな活用
- 既存の店舗アセット（ハード）に依存しないブライダル受託の展開

- 改装を終えた基幹店「表参道店」「みなとみらい横浜店」を中心に受注活動の強化
- 時代の変化・多様化するニーズに対応し、新たな商品やサービスの開発

- 企業の展示会やパーティー等の法人宴会需要のさらなる取り込みに向けた営業活動の推進
- アニヴェルセルカフェにおいて、有名企業との期間限定コラボレーションフェア開催

- 事業展開に向けた市場リサーチ等の準備



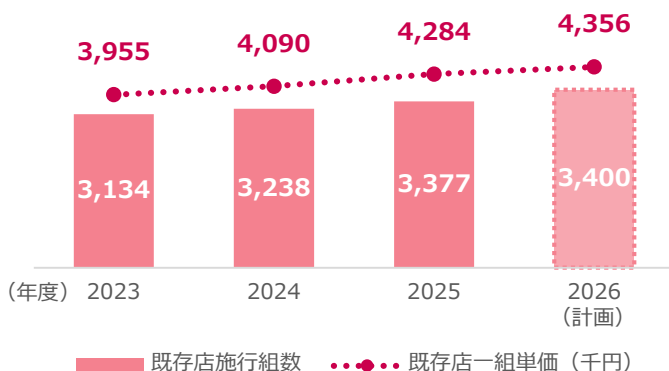
ブライダル事業



基幹店ブランド事業

基幹店「表参道店」「みなとみらい横浜店」中心に、 婚礼・法人宴会の受注活動の強化

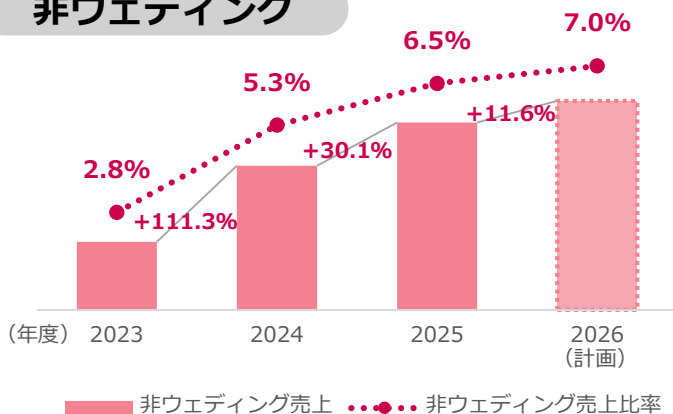
ウェディング



■ 施行組数・一組単価は増加傾向で推移

- ・ 販促施策の強化等に加え、改装を終えた店舗を中心に堅調に推移し、受注組数及び施行組数いずれも前年を上回る
- ・ 新たな商品・サービスの提案等により、一組単価は上昇傾向

非ウェディング



■ 非ウェディング売上比率は6.5%まで拡大

- ・ 企業の展示会やパーティーなどの法人宴会需要の取り込み推進
- ・ アニヴェルセルカフェにおいて期間限定フェアを開催し集客強化



※非ウェディング売上比率は、収益認識基準適用前の売上高の比率です。

補足資料

2026年3月期 セグメント別損益実績

(単位:百万円)

| | 25/3期 実績 | 百分比 (%) | 26/3期 実績 | 百分比 (%) | 対前期 増減 | 前期比 (%) |
|---------------|-------------|------------|-------------|------------|-----------|------------|
| 売上高 | 192,688 | 100.0 | 194,532 | 100.0 | 1,843 | 101.0 |
| ファッション | 102,621 | 100.0 | 102,894 | 100.0 | 272 | 100.3 |
| エンターテイメント | 76,040 | 100.0 | 76,783 | 100.0 | 743 | 101.0 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 11,713 | 100.0 | 12,448 | 100.0 | 735 | 106.3 |
| 不動産賃貸 | 6,877 | 100.0 | 7,195 | 100.0 | 318 | 104.6 |
| 売上総利益 | 80,690 | 41.9 | 82,881 | 42.6 | 2,191 | 102.7 |
| ファッション | 60,709 | 59.2 | 60,617 | 58.9 | △92 | 99.8 |
| エンターテイメント | 14,415 | 19.0 | 16,089 | 21.0 | 1,674 | 111.6 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 4,295 | 36.7 | 4,901 | 39.4 | 606 | 114.1 |
| 不動産賃貸 | 1,600 | 23.3 | 1,558 | 21.7 | △41 | 97.4 |
| 販売管理費 | 65,043 | 33.8 | 65,933 | 33.9 | 889 | 101.4 |
| ファッション | 52,019 | 50.7 | 52,108 | 50.6 | 89 | 100.2 |
| エンターテイメント | 8,423 | 11.1 | 8,822 | 11.5 | 398 | 104.7 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 3,753 | 32.0 | 4,027 | 32.4 | 274 | 107.3 |
| 営業利益 | 15,646 | 8.1 | 16,947 | 8.7 | 1,301 | 108.3 |
| ファッション | 8,690 | 8.5 | 8,508 | 8.3 | △181 | 97.9 |
| エンターテイメント | 5,991 | 7.9 | 7,267 | 9.5 | 1,275 | 121.3 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 541 | 4.6 | 874 | 7.0 | 332 | 161.3 |
| 不動産賃貸 | 1,587 | 23.1 | 1,544 | 21.5 | △42 | 97.3 |

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP67をご参照ください。

2026年3月期第4四半期会計期間 セグメント別損益実績

(単位:百万円)

| | 25/3期 第4Q会計実績 | 百分比 (%) | 26/3期 第4Q会計実績 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|---------------|------------------|------------|------------------|------------|-------------|--------------|
| 売上高 | 63,261 | 100.0 | 63,189 | 100.0 | △72 | 99.9 |
| ファッション | 40,695 | 100.0 | 40,078 | 100.0 | △616 | 98.5 |
| エンターテイメント | 18,524 | 100.0 | 18,927 | 100.0 | 403 | 102.2 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 3,348 | 100.0 | 3,460 | 100.0 | 112 | 103.4 |
| 不動産賃貸 | 1,757 | 100.0 | 1,839 | 100.0 | 81 | 104.7 |
| 売上総利益 | 28,373 | 44.9 | 28,663 | 45.4 | 289 | 101.0 |
| ファッション | 24,138 | 59.3 | 23,667 | 59.1 | △470 | 98.1 |
| エンターテイメント | 2,593 | 14.0 | 3,232 | 17.1 | 639 | 124.7 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 1,311 | 39.2 | 1,470 | 42.5 | 159 | 112.1 |
| 不動産賃貸 | 402 | 22.9 | 363 | 19.8 | △39 | 90.3 |
| 販売管理費 | 20,241 | 32.0 | 18,820 | 29.8 | △1,421 | 93.0 |
| ファッション | 16,431 | 40.4 | 14,993 | 37.4 | △1,438 | 91.2 |
| エンターテイメント | 2,281 | 12.3 | 2,355 | 12.4 | 74 | 103.3 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 1,096 | 32.7 | 1,145 | 33.1 | 49 | 104.5 |
| 営業利益 | 8,131 | 12.9 | 9,842 | 15.6 | 1,710 | 121.0 |
| ファッション | 7,706 | 18.9 | 8,674 | 21.6 | 967 | 112.6 |
| エンターテイメント | 311 | 1.7 | 876 | 4.6 | 565 | 281.1 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 214 | 6.4 | 324 | 9.4 | 109 | 151.1 |
| 不動産賃貸 | 399 | 22.7 | 357 | 19.4 | △41 | 89.5 |

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP68をご参照ください。

2026年3月期下半期 セグメント別損益実績

(単位:百万円)

| | 25/3期 下半期実績 | 百分比 (%) | 26/3期 下半期実績 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|---------------|----------------|------------|----------------|------------|-------------|--------------|
| 売上高 | 109,755 | 100.0 | 110,503 | 100.0 | 748 | 100.7 |
| ファッション | 64,357 | 100.0 | 64,230 | 100.0 | △127 | 99.8 |
| エンターテイメント | 37,338 | 100.0 | 37,926 | 100.0 | 587 | 101.6 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 6,806 | 100.0 | 7,032 | 100.0 | 226 | 103.3 |
| 不動産賃貸 | 3,492 | 100.0 | 3,663 | 100.0 | 170 | 104.9 |
| 売上総利益 | 47,650 | 43.4 | 48,603 | 44.0 | 952 | 102.0 |
| ファッション | 38,218 | 59.4 | 37,717 | 58.7 | △500 | 98.7 |
| エンターテイメント | 5,915 | 15.8 | 7,158 | 18.9 | 1,242 | 121.0 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 2,876 | 42.3 | 3,086 | 43.9 | 209 | 107.3 |
| 不動産賃貸 | 800 | 22.9 | 783 | 21.4 | △16 | 97.9 |
| 販売管理費 | 36,175 | 33.0 | 35,593 | 32.2 | △582 | 98.4 |
| ファッション | 29,306 | 45.5 | 28,375 | 44.2 | △930 | 96.8 |
| エンターテイメント | 4,329 | 11.6 | 4,495 | 11.9 | 165 | 103.8 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 1,959 | 28.8 | 2,123 | 30.2 | 163 | 108.3 |
| 営業利益 | 11,474 | 10.5 | 13,010 | 11.8 | 1,535 | 113.4 |
| ファッション | 8,912 | 13.8 | 9,342 | 14.5 | 430 | 104.8 |
| エンターテイメント | 1,585 | 4.2 | 2,663 | 7.0 | 1,077 | 167.9 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 917 | 13.5 | 963 | 13.7 | 46 | 105.1 |
| 不動産賃貸 | 794 | 22.7 | 775 | 21.2 | △18 | 97.6 |

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP69をご参照ください。

2026年3月期 主要経費の内訳実績

(単位:百万円)

| | | 26/3期 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 | |
| | | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) |
| 広告宣伝費 | 販 管 費 | 9,704 | 102.1 | 7,035 | 97.8 | 1,054 | 117.1 | 1,550 | 118.6 | — | — |
| 人 件 費 | 合 計 | 48,154 | 99.1 | 19,069 | 97.8 | 23,212 | 100.5 | 3,984 | 103.9 | — | — |
| | 売上原価 | 22,009 | 99.6 | — | — | 19,083 | 99.2 | 2,926 | 102.3 | — | — |
| | 販 管 費 | 26,145 | 98.6 | 19,069 | 97.8 | 4,129 | 106.7 | 1,058 | 108.5 | — | — |
| 賃 借 料 | 合 計 | 28,105 | 101.6 | 12,291 | 102.9 | 14,373 | 100.7 | 1,562 | 100.7 | 4,803 | 107.4 |
| | 売上原価 | 16,264 | 101.0 | 0 | 100.0 | 14,255 | 100.6 | 1,549 | 101.1 | 4,803 | 107.4 |
| | 販 管 費 | 11,841 | 102.5 | 12,291 | 102.9 | 118 | 103.0 | 12 | 71.7 | — | — |
| 減価償却費 | 合 計 | 10,193 | 102.8 | 2,178 | 108.5 | 6,474 | 101.6 | 794 | 102.9 | 447 | 101.3 |
| | 売上原価 | 7,267 | 102.1 | 18 | 78.7 | 6,243 | 101.9 | 784 | 104.1 | 447 | 101.3 |
| | 販 管 費 | 2,926 | 104.4 | 2,159 | 108.9 | 231 | 95.5 | 9 | 52.7 | — | — |

(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P70をご参照ください。

2026年3月期 出退店実績

(単位:店)

| セグメント | 店舗名 | 25/3期 実績 | | | 26/3期 実績 | | | |
|---------------|-----------|----------|----|-------|----------|----|-------|----|
| | | 出店 | 退店 | 期末店舗数 | 出店 | 退店 | 期末店舗数 | |
| ファッション | AOKI | 1 | 2 | 497 | 2 | 6 | 493 | |
| | ORIHICA | 15 | 4 | 106 | 20 | 8 | 118 | |
| | 合計 | 16 | 6 | 603 | 22 | 14 | 611 | |
| エンターテイメント | 快活CLUB | 14 | 14 | 485 | 26 | 14 | 497 | |
| | コート・ダジュール | — | 5 | 85 | 2 | 4 | 83 | |
| | FiT24 | 3 | 4 | 116 | 5 | 9 | 112 | |
| | 自遊空間 他 | 直営 | 3 | 9 | 33 | 3 | 3 | 35 |
| | | FC | — | 4 | 49 | — | 1 | 46 |
| | 合計 | 20 | 36 | 768 | 36 | 31 | 773 | |
| アニヴェルセル・ブライダル | アニヴェルセル | — | — | 10 | — | — | 10 | |
| 連 結 合 計 | | 36 | 42 | 1,381 | 58 | 45 | 1,394 | |

(注) 自遊空間他の期末店舗数は、FCから直営へ変更により、それぞれ2店舗ずつ増減しております。

2026年3月期 設備投資額・減価償却実施額実績

(1)設備投資額実績

(単位:百万円)

| セグメント | 店舗名 | 25/3期 実績 | 26/3期 実績 | 対前期増減 | 前期比(%) |
|---------------|----------------|----------|----------|-------|--------|
| ファッション | AOKI + ORIHICA | 3,791 | 4,162 | 371 | 109.8 |
| エンターテイメント | 快活CLUB | 6,225 | 6,726 | 500 | 108.0 |
| | コート・ダジュール | 212 | 486 | 274 | 229.1 |
| | FiT24 | 190 | 484 | 294 | 254.9 |
| | 自遊空間 他 | 336 | 466 | 130 | 138.7 |
| | 合計 | 6,930 | 8,089 | 1,159 | 116.7 |
| アニヴェルセル・ブライダル | アニヴェルセル | 827 | 423 | △404 | 51.2 |
| 連 結 合 計 | | 11,989 | 13,215 | 1,226 | 110.2 |

(2)減価償却実施額実績

(単位:百万円)

| | 25/3期 実績 | 26/3期 実績 | 対前期増減 | 前期比(%) |
|---------|----------|----------|-------|--------|
| 連 結 合 計 | 9,920 | 10,198 | 277 | 102.8 |

2027年3月期 セグメント別損益予想

(単位:百万円)

| | 26/3期 実績 | 百分比 (%) | 27/3期 (予) | 百分比 (%) | 対前期 増減 | 前期比 (%) |
|---------------|-------------|------------|--------------|------------|-----------|------------|
| 売上高 | 194,532 | 100.0 | 200,000 | 100.0 | 5,467 | 102.8 |
| ファッション | 102,894 | 100.0 | 106,500 | 100.0 | 3,605 | 103.5 |
| エンターテイメント | 76,783 | 100.0 | 77,700 | 100.0 | 916 | 101.2 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 12,448 | 100.0 | 13,000 | 100.0 | 551 | 104.4 |
| 不動産賃貸 | 7,195 | 100.0 | 7,400 | 100.0 | 204 | 102.8 |
| 売上総利益 | 82,881 | 42.6 | 87,000 | 43.5 | 4,118 | 105.0 |
| ファッション | 60,617 | 58.9 | 63,400 | 59.5 | 2,782 | 104.6 |
| エンターテイメント | 16,089 | 21.0 | 16,750 | 21.6 | 660 | 104.1 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 4,901 | 39.4 | 5,400 | 41.5 | 498 | 110.2 |
| 不動産賃貸 | 1,558 | 21.7 | 1,713 | 23.1 | 154 | 109.9 |
| 販売管理費 | 65,933 | 33.9 | 69,000 | 34.5 | 3,066 | 104.7 |
| ファッション | 52,108 | 50.6 | 54,500 | 51.2 | 2,391 | 104.6 |
| エンターテイメント | 8,822 | 11.5 | 8,875 | 11.4 | 52 | 100.6 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 4,027 | 32.4 | 4,400 | 33.8 | 372 | 109.2 |
| 営業利益 | 16,947 | 8.7 | 18,000 | 9.0 | 1,052 | 106.2 |
| ファッション | 8,508 | 8.3 | 8,900 | 8.4 | 391 | 104.6 |
| エンターテイメント | 7,267 | 9.5 | 7,875 | 10.1 | 607 | 108.4 |
| アニヴェルセル・ブライダル | 874 | 7.0 | 1,000 | 7.7 | 125 | 114.4 |
| 不動産賃貸 | 1,544 | 21.5 | 1,700 | 23.0 | 155 | 110.1 |

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP74をご参照ください。

2027年3月期 主要経費の内訳予想

(単位:百万円)

| | | 27/3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 | 9,639 | 99.3 | 7,051 | 100.2 | 915 | 86.8 | 1,613 | 104.0 | — | — |
| 人 件 費 | 合 計 | 49,700 | 103.2 | 19,800 | 103.8 | 23,655 | 101.9 | 4,293 | 107.7 | — | — |
| | 売上原価 | 22,610 | 102.7 | — | — | 19,435 | 101.8 | 3,133 | 107.1 | — | — |
| | 販 管 費 | 27,090 | 103.6 | 19,800 | 103.8 | 4,220 | 102.2 | 1,160 | 109.6 | — | — |
| 賃 借 料 | 合 計 | 28,384 | 101.0 | 12,400 | 100.9 | 14,527 | 101.1 | 1,575 | 100.8 | 4,839 | 100.7 |
| | 売上原価 | 16,500 | 101.5 | 0 | 100.0 | 14,439 | 101.3 | 1,562 | 100.8 | 4,839 | 100.7 |
| | 販 管 費 | 11,883 | 100.4 | 12,400 | 100.9 | 87 | 74.4 | 12 | 100.5 | — | — |
| 減価償却費 | 合 計 | 10,906 | 107.0 | 2,451 | 112.6 | 6,891 | 106.4 | 810 | 102.0 | 462 | 103.3 |
| | 売上原価 | 7,693 | 105.9 | 18 | 100.0 | 6,637 | 106.3 | 801 | 102.2 | 462 | 103.3 |
| | 販 管 費 | 3,212 | 109.8 | 2,432 | 112.7 | 253 | 109.3 | 8 | 89.6 | — | — |

(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P75をご参照ください。

2027年3月期 出退店予想

(単位:店)

| セグメント | 店舗名 | 26/3期 実績 | | | 27/3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 | 2 | 6 | 493 | 2 | 3 | 492 | |
| | ORIHICA | 20 | 8 | 118 | 12 | 2 | 128 | |
| | 合計 | 22 | 14 | 611 | 14 | 5 | 620 | |
| エンターテイメント | 快活CLUB | 26 | 14 | 497 | 15 | 8 | 504 | |
| | コート・ダジュール | 2 | 4 | 83 | — | 3 | 80 | |
| | FiT24 | 5 | 9 | 112 | 15 | 3 | 124 | |
| | 自遊空間 他 | 直営 | 3 | 3 | 35 | 9 | — | 44 |
| | | FC | — | 1 | 46 | — | — | 46 |
| | 合計 | 36 | 31 | 773 | 39 | 14 | 798 | |
| アニヴェルセル・ブライダル | アニヴェルセル | — | — | 10 | — | — | 10 | |
| 連 結 合 計 | | 58 | 45 | 1,394 | 53 | 19 | 1,428 | |

(注)自遊空間他の出店3店舗及び9店舗は、24時間営業のセルフダーツスペース「Smart Darts」です。

2027年3月期 設備投資額・減価償却実施額予想

(1)設備投資額予想

(単位:百万円)

| セグメント | 店舗名 | 26/3期 実績 | 27/3期(予) | 対前期増減 | 前期比(%) |
|---------------|----------------|----------|----------|--------|--------|
| ファッション | AOKI + ORIHICA | 4,162 | 2,800 | △1,362 | 67.3 |
| エンターテイメント | 快活CLUB | 6,726 | 3,300 | △3,426 | 49.1 |
| | コート・ダジュール | 486 | 250 | △236 | 51.4 |
| | FiT24 | 484 | 1,450 | 965 | 299.4 |
| | 自遊空間 他 | 466 | 450 | △16 | 96.4 |
| | 合計 | 8,089 | 5,400 | △2,689 | 66.8 |
| アニヴェルセル・ブライダル | アニヴェルセル | 423 | 500 | 76 | 118.0 |
| 連 結 合 計 | | 13,215 | 9,000 | △4,215 | 68.1 |

(2)減価償却実施額予想

(単位:百万円)

| | 26/3期 実績 | 27/3期(予) | 対前期増減 | 前期比(%) |
|---------|----------|----------|-------|--------|
| 連 結 合 計 | 10,198 | 10,900 | 701 | 106.9 |

【ご参考：ファッション事業 2026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 | 第3Q | 1月 | 2月 | 3月 | 第4Q | 下半期 | 通期 |
|-----|-------|------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 売上高 | 26/3期 | △0.1 | △1.1 | 4.0 | △1.7 | 0.6 | △0.8 | △2.4 | △3.1 | △2.3 | △1.3 | △0.8 |
| | 25/3期 | 1.9 | △5.3 | 8.1 | 3.1 | 2.1 | 4.7 | 3.8 | 1.6 | 3.0 | 2.7 | 2.4 |
| 客数 | 26/3期 | △3.3 | △3.0 | 3.0 | △3.6 | △1.0 | △4.1 | △7.8 | △5.4 | △5.6 | △3.4 | △3.4 |
| | 25/3期 | △1.8 | △10.8 | △0.1 | △3.4 | △4.7 | △1.9 | △3.6 | △3.5 | △3.0 | △3.8 | △2.9 |
| 客単価 | 26/3期 | 3.3 | 2.1 | 1.0 | 2.0 | 1.6 | 3.4 | 5.8 | 2.5 | 3.5 | 2.3 | 2.7 |
| | 25/3期 | 3.8 | 6.1 | 8.2 | 6.7 | 7.1 | 6.6 | 7.7 | 5.3 | 6.2 | 6.7 | 5.4 |

(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 | 26/3期 | 220 | 91.1 | 524 | 96.1 | 744 | 94.5 |
| | 25/3期 | 241 | 93.8 | 546 | 91.5 | 787 | 92.2 |
| 販売単価 | 26/3期 | 32.6 | 106.5 | 30.1 | 100.7 | 30.8 | 102.3 |
| | 25/3期 | 30.6 | 104.4 | 29.9 | 109.9 | 30.1 | 108.3 |

【ご参考：ファッション事業 2026年3月期実績】

(3)商品別売上状況

(単位:百万円)

| 商品区分 | | 上半期 | | | 下半期 | | | 通期 | | |
|-------|-------|--------|---------|-----------|--------|---------|-----------|---------|---------|---------|
| | | | 構成比 (%) | 前年同期比 (%) | | 構成比 (%) | 前年同期比 (%) | | 構成比 (%) | 前期比 (%) |
| ビジネス | 26/3期 | 22,192 | 60.2 | 98.2 | 38,743 | 63.4 | 97.4 | 60,937 | 62.2 | 97.7 |
| | 25/3期 | 22,603 | 62.1 | 99.6 | 39,771 | 64.7 | 102.0 | 62,374 | 63.7 | 101.1 |
| カジュアル | 26/3期 | 7,749 | 21.0 | 112.5 | 8,067 | 13.2 | 115.5 | 15,814 | 16.1 | 114.0 |
| | 25/3期 | 6,887 | 18.9 | 108.5 | 6,982 | 11.4 | 110.2 | 13,869 | 14.2 | 109.4 |
| レディース | 26/3期 | 6,932 | 18.8 | 100.0 | 14,317 | 23.4 | 97.5 | 21,251 | 21.7 | 98.3 |
| | 25/3期 | 6,932 | 19.0 | 100.9 | 14,686 | 23.9 | 104.3 | 21,619 | 22.1 | 103.2 |
| 合計 | 26/3期 | 38,663 | — | 101.0 | 64,230 | — | 99.8 | 102,894 | — | 100.3 |
| | 25/3期 | 38,263 | — | 101.6 | 64,357 | — | 103.1 | 102,621 | — | 102.6 |

ビジネス：スーツ、フォーマル、コート、シャツ、ネクタイ等 カジュアル：ジャケット、スラックス、カジュアルウェア(パジャマスーツ含む)等

(注) 1: 合計には補正代等の「その他」も含まれているため、各商品区分の合計額とは一致しません。

2: 構成比は、各商品区分の合計額に対する割合です。

(4)期中平均売場面積の推移

(単位:㎡)

| | 25/3期 実績 | 26/3期 実績 | 対前期増減 | 前期比 (%) |
|-----------------|----------|----------|--------|---------|
| AOKI・ORIHICA 合計 | 304,395 | 300,959 | △3,436 | 98.9 |

【ご参考：ファッション事業 2027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 | | 上半期 | 第3Q | | 第4Q | 下半期 | 通期 |
|-----|----------|------|------|------|------|------|------|------|----|
| | | 第1Q | 第2Q | | 第3Q | 第4Q | | | |
| 売上高 | 27/3期(予) | 2.3 | 2.5 | 2.4 | 4.4 | 2.2 | 3.0 | 2.8 | |
| | 26/3期 | 0.5 | △0.8 | △0.1 | 0.6 | △2.3 | △1.3 | △0.8 | |
| 客数 | 27/3期(予) | △1.9 | △2.1 | △2.0 | △0.6 | 0.2 | △0.2 | △1.0 | |
| | 26/3期 | △3.8 | △2.6 | △3.3 | △1.0 | △5.6 | △3.4 | △3.4 | |
| 客単価 | 27/3期(予) | 4.3 | 4.7 | 4.5 | 5.0 | 2.0 | 3.2 | 3.8 | |
| | 26/3期 | 4.4 | 1.9 | 3.3 | 1.6 | 3.5 | 2.3 | 2.7 | |

(2)商品別売上予想

(単位:百万円)

| 商品区分 | 26/3期実績 | | 27/3期(予) | | 対前期増減 | 前期比(%) |
|-------|---------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | | 構成比(%) | | 構成比(%) | | |
| ビジネス | 60,937 | 62.2 | 61,900 | 60.7 | 962 | 101.6 |
| カジュアル | 15,814 | 16.1 | 17,800 | 17.5 | 1,985 | 112.6 |
| レディース | 21,251 | 21.7 | 22,200 | 21.8 | 948 | 104.5 |
| 合計 | 102,894 | — | 106,500 | — | 3,605 | 103.5 |

ビジネス：スーツ、フォーマル、コート、シャツ、ネクタイ等 カジュアル：ジャケット、スラックス、カジュアルウェア(パジャマスーツ含む)等

(注) 1:合計には補正代等の「その他」も含まれているため、各商品区分の合計額とは一致しません。

2:構成比は、各商品区分の合計額に対する割合です。

【ご参考:エンターテインメント事業 2026年3月期実績】

(1)業態別 損益実績(通期実績)

(単位:百万円)

| | 25/3期 実績 | 百分比 (%) | 26/3期 実績 | 百分比 (%) | 対前期 増減 | 前期比 (%) |
|-----------------|-------------|------------|-------------|------------|-----------|------------|
| 売上高 | 76,040 | 100.0 | 76,783 | 100.0 | 743 | 101.0 |
| 快活CLUB | 56,843 | 100.0 | 58,142 | 100.0 | 1,298 | 102.3 |
| コート・ダジュール | 10,212 | 100.0 | 9,471 | 100.0 | △740 | 92.7 |
| FIT24 | 5,475 | 100.0 | 5,937 | 100.0 | 461 | 108.4 |
| 自遊空間 他 | 5,412 | 100.0 | 5,426 | 100.0 | 13 | 100.3 |
| 売上総利益 | 14,415 | 19.0 | 16,089 | 21.0 | 1,674 | 111.6 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 11,737 | 18.8 | 13,298 | 20.8 | 1,560 | 113.3 |
| コート・ダジュール | 1,659 | 16.2 | 1,721 | 18.2 | 62 | 103.8 |
| 自遊空間 他 | 1,035 | 19.1 | 1,110 | 20.5 | 74 | 107.2 |
| 販売管理費 | 8,423 | 11.1 | 8,822 | 11.5 | 398 | 104.7 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 6,213 | 10.0 | 6,648 | 10.4 | 434 | 107.0 |
| コート・ダジュール | 1,205 | 11.8 | 1,212 | 12.8 | 6 | 100.6 |
| 自遊空間 他 | 900 | 16.6 | 945 | 17.4 | 45 | 105.1 |
| 営業利益 | 5,991 | 7.9 | 7,267 | 9.5 | 1,275 | 121.3 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 5,524 | 8.9 | 6,650 | 10.4 | 1,125 | 120.4 |
| コート・ダジュール | 453 | 4.4 | 509 | 5.4 | 55 | 112.3 |
| 自遊空間 他 | 135 | 2.5 | 164 | 3.0 | 28 | 121.3 |

(注) セグメント内取引を相殺しているため、各事業の合計とセグメント合計は一致しません。

【ご参考:エンターテインメント事業 2026年3月期実績】

(2)業態別 損益実績(第4Q会計実績)

(単位:百万円)

| | 25/3期 第4Q会計実績 | 百分比 (%) | 26/3期 第4Q会計実績 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|-----------------|------------------|------------|------------------|------------|-------------|--------------|
| 売上高 | 18,524 | 100.0 | 18,927 | 100.0 | 403 | 102.2 |
| 快活CLUB | 13,789 | 100.0 | 14,326 | 100.0 | 537 | 103.9 |
| コート・ダジュール | 2,488 | 100.0 | 2,274 | 100.0 | △214 | 91.4 |
| FIT24 | 1,355 | 100.0 | 1,506 | 100.0 | 151 | 111.2 |
| 自遊空間 他 | 1,051 | 100.0 | 1,073 | 100.0 | 22 | 102.1 |
| 売上総利益 | 2,593 | 14.0 | 3,232 | 17.1 | 639 | 124.7 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 1,957 | 12.9 | 2,675 | 16.9 | 718 | 136.7 |
| コート・ダジュール | 364 | 14.6 | 256 | 11.3 | △108 | 70.3 |
| 自遊空間 他 | 260 | 24.8 | 286 | 26.7 | 25 | 109.9 |
| 販売管理費 | 2,281 | 12.3 | 2,355 | 12.4 | 74 | 103.3 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 1,686 | 11.1 | 1,818 | 11.5 | 132 | 107.9 |
| コート・ダジュール | 331 | 13.3 | 293 | 12.9 | △37 | 88.6 |
| 自遊空間 他 | 241 | 23.0 | 244 | 22.8 | 3 | 101.4 |
| 営業利益又は営業損失(△) | 311 | 1.7 | 876 | 4.6 | 565 | 281.1 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 271 | 1.8 | 857 | 5.4 | 585 | 315.7 |
| コート・ダジュール | 33 | 1.3 | △37 | — | △70 | — |
| 自遊空間 他 | 19 | 1.8 | 41 | 3.9 | 22 | 217.2 |

(注) セグメント内取引を相殺しているため、各事業の合計とセグメント合計は一致しません。

【ご参考:エンターテインメント事業 2026年3月期実績】

(3)業態別 損益実績(下半期実績)

(単位:百万円)

| | 25/3期 下半期実績 | 百分比 (%) | 26/3期 下半期実績 | 百分比 (%) | 対前年同期 増減 | 前年同期比 (%) |
|-----------------|----------------|------------|----------------|------------|-------------|--------------|
| 売上高 | 37,338 | 100.0 | 37,926 | 100.0 | 587 | 101.6 |
| 快活CLUB | 27,666 | 100.0 | 28,582 | 100.0 | 916 | 103.3 |
| コート・ダジュール | 5,130 | 100.0 | 4,712 | 100.0 | △418 | 91.9 |
| FIT24 | 2,790 | 100.0 | 3,018 | 100.0 | 227 | 108.2 |
| 自遊空間 他 | 2,089 | 100.0 | 2,066 | 100.0 | △22 | 98.9 |
| 売上総利益 | 5,915 | 15.8 | 7,158 | 18.9 | 1,242 | 121.0 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 4,550 | 14.9 | 5,792 | 18.3 | 1,241 | 127.3 |
| コート・ダジュール | 851 | 16.6 | 809 | 17.2 | △41 | 95.1 |
| 自遊空間 他 | 491 | 23.5 | 537 | 26.0 | 46 | 109.4 |
| 販売管理費 | 4,329 | 11.6 | 4,495 | 11.9 | 165 | 103.8 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 3,221 | 10.6 | 3,423 | 10.8 | 202 | 106.3 |
| コート・ダジュール | 629 | 12.3 | 603 | 12.8 | △25 | 95.9 |
| 自遊空間 他 | 420 | 20.1 | 463 | 22.4 | 42 | 110.2 |
| 営業利益 | 1,585 | 4.2 | 2,663 | 7.0 | 1,077 | 167.9 |
| 快活CLUB(FIT24含む) | 1,329 | 4.4 | 2,368 | 7.5 | 1,039 | 178.2 |
| コート・ダジュール | 222 | 4.3 | 206 | 4.4 | △15 | 92.9 |
| 自遊空間 他 | 70 | 3.4 | 74 | 3.6 | 3 | 104.6 |

(注) セグメント内取引を相殺しているため、各事業の合計とセグメント合計は一致しません。

【ご参考:エンターテインメント事業 2026年3月期実績】

(4)業態別 主要経費の内訳実績

(単位:百万円)

| | | 26/3期 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 | |
| | | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) | | 前期比 (%) |
| 広告宣伝費 | 販 管 費 | 1,054 | 117.1 | 818 | 115.8 | 241 | 121.8 | 8 | 124.1 |
| 人 件 費 | 合 計 | 23,212 | 100.5 | 18,784 | 102.6 | 3,157 | 89.8 | 1,269 | 98.7 |
| | 売上原価 | 19,083 | 99.2 | 15,818 | 101.6 | 2,616 | 87.7 | 648 | 96.1 |
| | 販 管 費 | 4,129 | 106.7 | 2,966 | 108.9 | 541 | 101.6 | 620 | 101.6 |
| 賃 借 料 | 合 計 | 14,373 | 100.7 | 11,608 | 102.5 | 1,960 | 92.5 | 809 | 95.9 |
| | 売上原価 | 14,255 | 100.6 | 11,529 | 102.5 | 1,947 | 92.5 | 780 | 95.7 |
| | 販 管 費 | 118 | 103.0 | 79 | 104.6 | 12 | 93.3 | 28 | 103.0 |
| 減価償却費 | 合 計 | 6,474 | 101.6 | 5,746 | 101.9 | 465 | 91.2 | 242 | 124.8 |
| | 売上原価 | 6,243 | 101.9 | 5,655 | 102.2 | 404 | 90.5 | 217 | 126.0 |
| | 販 管 費 | 231 | 95.5 | 91 | 87.6 | 61 | 95.6 | 24 | 115.3 |

(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 2026年3月期実績】

(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:%)

| | | 上半期 | 第3Q | | | | 第4Q | | | | 下半期 | 通期 |
|-----|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | | | | |
| 売上高 | 26/3期 | 1.1 | 1.4 | 2.9 | 0.9 | 1.7 | 2.4 | 2.5 | 2.5 | 2.5 | 2.1 | 1.6 |
| | 25/3期 | 2.9 | 1.8 | 2.9 | 2.1 | 2.3 | 0.2 | △2.0 | △1.5 | △1.1 | 0.6 | 1.8 |
| 客数 | 26/3期 | △1.1 | 0.7 | 1.6 | 1.5 | 1.3 | 1.7 | 1.0 | △1.6 | 0.3 | 0.8 | △0.2 |
| | 25/3期 | 1.7 | △0.9 | △0.2 | △1.0 | △0.7 | △2.5 | △4.8 | △0.3 | △2.4 | △1.6 | 0.1 |
| 客単価 | 26/3期 | 1.5 | △0.2 | 0.9 | △1.6 | △0.3 | △0.6 | 0.2 | 3.1 | 1.0 | 0.3 | 0.9 |
| | 25/3期 | 1.8 | 3.3 | 3.9 | 3.9 | 3.7 | 2.7 | 2.6 | △1.0 | 1.3 | 2.5 | 2.2 |

(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 2026年3月期実績】

(6)快活CLUB:既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位:%)

| | | 上半期 | 第3Q | | | | 第4Q | | | 下半期 | 通期 | |
|-----|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|
| | | | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | | | | |
| 売上高 | 26/3期 | 1.5 | 1.5 | 3.6 | 1.1 | 2.0 | 3.0 | 3.6 | 4.6 | 3.7 | 2.9 | 2.1 |
| | 25/3期 | 2.9 | 2.1 | 2.6 | 2.4 | 2.3 | 0.1 | △2.3 | △2.4 | △1.5 | 0.4 | 1.7 |
| 客数 | 26/3期 | △0.9 | 0.9 | 2.3 | 2.2 | 1.8 | 2.5 | 2.2 | △0.5 | 1.4 | 1.6 | 0.3 |
| | 25/3期 | 1.8 | △0.5 | △0.1 | △0.8 | △0.5 | △2.5 | △4.9 | △0.3 | △2.5 | △1.5 | 0.2 |
| 客単価 | 26/3期 | 1.5 | △0.4 | 0.9 | △2.3 | △0.6 | △1.0 | 0.0 | 4.1 | 1.1 | 0.2 | 0.9 |
| | 25/3期 | 1.9 | 3.2 | 3.5 | 4.0 | 3.6 | 2.4 | 2.4 | △2.0 | 0.8 | 2.2 | 2.0 |

(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:%)

| | 25/3期 実績 | 26/3期 実績 | 前期差 |
|-------|----------|----------|--------|
| ルーム売上 | 91.0 | 91.3 | +0.3pt |
| 飲食売上 | 6.4 | 6.2 | △0.2pt |
| その他売上 | 2.6 | 2.5 | △0.1pt |

【ご参考：エンターテインメント事業 2026年3月期実績】

(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：%)

| | | 上半期 | 第3Q | | | | 第4Q | | | 下半期 | 通期 | |
|-----|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | | | | |
| 売上高 | 26/3期 | △0.9 | 0.9 | △1.9 | 0.2 | △0.2 | △1.3 | △4.8 | △9.3 | △5.2 | △2.7 | △1.7 |
| | 25/3期 | 2.8 | △0.1 | 5.1 | 1.2 | 1.9 | 1.0 | △0.6 | 3.6 | 1.5 | 1.7 | 2.2 |
| 客数 | 26/3期 | △2.5 | △0.7 | △3.9 | △2.7 | △2.5 | △4.1 | △8.2 | △8.8 | △7.1 | △4.9 | △3.6 |
| | 25/3期 | 0.9 | △4.4 | △1.4 | △2.6 | △2.8 | △2.7 | △3.9 | △0.2 | △2.1 | △2.4 | △0.8 |
| 客単価 | 26/3期 | 1.6 | 1.7 | 2.1 | 2.9 | 2.3 | 3.0 | 3.6 | △0.6 | 2.0 | 2.3 | 1.9 |
| | 25/3期 | 1.8 | 4.5 | 6.5 | 3.9 | 4.8 | 3.8 | 3.5 | 3.8 | 3.7 | 4.2 | 3.0 |

(9)コート・ダジュール：既存店内識別売上構成比

(単位：%)

| | 25/3期 実績 | 26/3期 実績 | 前期差 |
|-------|----------|----------|--------|
| ルーム売上 | 56.2 | 55.4 | △0.8pt |
| 飲食売上 | 43.4 | 44.1 | +0.7pt |
| その他売上 | 0.4 | 0.5 | +0.1pt |

【ご参考:エンターテイメント事業 2027年3月期予想】

(1)業態別 損益予想

(単位:百万円)

| | | 26/3期 実績 | 百分比 (%) | 27/3期 (予) | 百分比 (%) | 対前期 増減 | 前期比 (%) |
|-------|-----------------|-------------|------------|--------------|------------|-----------|------------|
| 売上高 | 快活CLUB | 58,142 | 100.0 | 59,000 | 100.0 | 857 | 101.5 |
| | コート・ダジュール | 9,471 | 100.0 | 9,300 | 100.0 | △171 | 98.2 |
| | FiT24 | 5,937 | 100.0 | 6,100 | 100.0 | 162 | 102.7 |
| 売上総利益 | 快活CLUB(FiT24含む) | 13,298 | 20.8 | 14,050 | 21.6 | 751 | 105.7 |
| | コート・ダジュール | 1,721 | 18.2 | 1,650 | 17.7 | △71 | 95.8 |
| 販売管理費 | 快活CLUB(FiT24含む) | 6,648 | 10.4 | 6,850 | 10.5 | 201 | 103.0 |
| | コート・ダジュール | 1,212 | 12.8 | 1,050 | 11.3 | △162 | 86.6 |
| 営業利益 | 快活CLUB(FiT24含む) | 6,650 | 10.4 | 7,200 | 11.1 | 549 | 108.3 |
| | コート・ダジュール | 509 | 5.4 | 600 | 6.5 | 90 | 117.7 |

【ご参考:エンターテインメント事業 2027年3月期予想】

(2)業態別 主要経費の内訳予想

(単位:百万円)

| | | 27/3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 | 915 | 86.8 | 738 | 90.2 | 181 | 75.5 | 5 | 63.2 |
| 人 件 費 | 合 計 | 23,655 | 101.9 | 19,245 | 102.5 | 3,142 | 99.5 | 1,266 | 99.8 |
| | 売上原価 | 19,435 | 101.8 | 16,075 | 101.6 | 2,712 | 103.7 | 646 | 99.7 |
| | 販 管 費 | 4,220 | 102.2 | 3,170 | 106.9 | 430 | 79.4 | 620 | 99.9 |
| 賃 借 料 | 合 計 | 14,527 | 101.1 | 11,788 | 101.5 | 1,924 | 98.2 | 817 | 101.0 |
| | 売上原価 | 14,439 | 101.3 | 11,735 | 101.8 | 1,916 | 98.4 | 790 | 101.3 |
| | 販 管 費 | 87 | 74.4 | 52 | 66.6 | 8 | 66.3 | 26 | 92.3 |
| 減価償却費 | 合 計 | 6,891 | 106.4 | 6,105 | 106.2 | 469 | 100.8 | 290 | 120.0 |
| | 売上原価 | 6,637 | 106.3 | 6,011 | 106.3 | 392 | 97.2 | 267 | 123.1 |
| | 販 管 費 | 253 | 109.3 | 93 | 102.4 | 76 | 124.7 | 23 | 92.5 |

(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 2027年3月期予想】

(3)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 | | | 下半期 | | 通期 | |
|-----|----------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 第1Q | 第2Q | 第3Q | 第4Q | | | |
| 売上高 | 27/3期(予) | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 1.7 | △0.3 | 0.7 | 0.6 |
| | 26/3期 | 1.2 | 1.0 | 1.1 | 1.7 | 2.5 | 2.1 | 1.6 |
| 客数 | 27/3期(予) | 0.6 | 0.3 | 0.4 | 1.3 | 0.2 | 0.7 | 0.6 |
| | 26/3期 | △1.0 | △1.2 | △1.1 | 1.3 | 0.3 | 0.8 | △0.2 |
| 客単価 | 27/3期(予) | △0.3 | 0.2 | △0.1 | 0.2 | △0.4 | △0.1 | △0.1 |
| | 26/3期 | 1.7 | 1.3 | 1.5 | △0.3 | 1.0 | 0.3 | 0.9 |

(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:エンターテインメント事業 2027年3月期予想】

(4)快活CLUB:既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位:%)

| | | 上半期 | | | 下半期 | | 通期 | |
|-----|----------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 第1Q | 第2Q | 第3Q | 第4Q | | | |
| 売上高 | 27/3期(予) | 0.8 | 0.8 | 0.8 | 1.5 | △0.4 | 0.6 | 0.7 |
| | 26/3期 | 1.5 | 1.4 | 1.5 | 2.0 | 3.7 | 2.9 | 2.1 |
| 客数 | 27/3期(予) | 0.8 | 0.3 | 0.6 | 1.2 | 0.1 | 0.6 | 0.6 |
| | 26/3期 | △0.8 | △0.9 | △0.9 | 1.8 | 1.4 | 1.6 | 0.3 |
| 客単価 | 27/3期(予) | △0.4 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | △0.4 | △0.2 | △0.1 |
| | 26/3期 | 1.6 | 1.4 | 1.5 | △0.6 | 1.1 | 0.2 | 0.9 |

(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:エンターテイメント事業 2027年3月期予想】

(5)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 | | | 下半期 | | 通期 | |
|-----|----------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 第1Q | 第2Q | 第3Q | 第4Q | | | |
| 売上高 | 27/3期(予) | △0.8 | △0.4 | △0.6 | 2.8 | 0.2 | 1.6 | 0.5 |
| | 26/3期 | △0.1 | △1.5 | △0.9 | △0.2 | △5.2 | △2.7 | △1.7 |
| 客数 | 27/3期(予) | △1.1 | △0.3 | △0.7 | 1.9 | 0.7 | 1.3 | 0.3 |
| | 26/3期 | △2.2 | △2.7 | △2.5 | △2.5 | △7.1 | △4.9 | △3.6 |
| 客単価 | 27/3期(予) | 0.3 | △0.1 | 0.1 | 0.8 | △0.5 | 0.2 | 0.2 |
| | 26/3期 | 2.1 | 1.2 | 1.6 | 2.3 | 2.0 | 2.3 | 1.9 |

【ご参考：アニヴェルセル・ブライダル事業 2026年3月期実績】

(1)既存店 施行組数及び一組単価

(単位:組、千円)

| | | 上半期 | 前年 同期比 (%) | 下半期 | 前年 同期比 (%) | 通期 | 前期比 (%) |
|------|-------|-------|------------------|-------|------------------|-------|------------|
| 施行組数 | 26/3期 | 1,488 | 104.9 | 1,889 | 96.6 | 3,377 | 100.1 |
| | 25/3期 | 1,282 | 95.8 | 1,956 | 108.9 | 3,238 | 103.3 |
| 一組単価 | 26/3期 | 4,171 | 103.4 | 4,374 | 105.4 | 4,284 | 104.5 |
| | 25/3期 | 4,002 | 102.0 | 4,148 | 104.3 | 4,090 | 103.4 |

(注) 1: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
 2: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
 3:既存店対象施設:25/3期上半期9施設、26/3期上半期10施設

(2)既存店 受注の状況

(単位:%)

| | | 第1Q | 第2Q | 上半期 | 第3Q | 第4Q | 下半期 | 通期 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 受注組数 (前期比) | 26/3期 | 105.8 | 97.6 | 101.7 | 104.7 | 96.3 | 99.5 | 100.6 |
| | 25/3期 | 102.0 | 110.2 | 106.1 | 94.9 | 113.0 | 105.3 | 105.7 |

(注) 1: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受注組数
 2:既存店対象施設:25/3期上半期9施設、26/3期上半期10施設

【ご参考:アニヴェルセル・ブライダル事業 2027年3月期予想】

既存店 施行組数及び一組単価

(単位:組、千円)

| | | 上半期 | 前年 同期比 (%) | 下半期 | 前年 同期比 (%) | 通期 | 前期比 (%) |
|------|----------|-------|------------------|-------|------------------|-------|------------|
| 施行組数 | 27/3期(予) | 1,378 | 92.6 | 2,022 | 107.0 | 3,400 | 100.7 |
| | 26/3期 | 1,488 | 104.9 | 1,889 | 96.6 | 3,377 | 100.1 |
| 一組単価 | 27/3期(予) | 4,251 | 101.9 | 4,427 | 101.2 | 4,356 | 101.7 |
| | 26/3期 | 4,171 | 103.4 | 4,374 | 105.4 | 4,284 | 104.5 |

(注) 1: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
 2: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

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。