










# 2026年3月期 第2四半期(中間期) 決算説明会

2025年11月20日  
株式会社AOKIホールディングス(8214)



ANNIVERSAIRE

# 目次

	2026年3月期 第2四半期(中間期)業績の概要 .....	4
	2026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 第2四半期(中間期)実績、通期の見通し .....	18
	エンターテインメント事業 2026年3月期 第2四半期(中間期)実績、通期の見通し .....	22
	アニヴェルセル・ブライダル事業 2026年3月期 第2四半期(中間期)実績、通期の見通し .....	26
	企業価値向上に向けた取り組み .....	29
	補足資料 .....	42

(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・ビジネススタイルを提案。ショッピングセンターへの出店が主体。

#### Size MAX



メンズ&レディースの2L～8Lの大きいサイズに特化したスーツからフォーマル・カジュアルウェアまで豊富に品揃え。

Fashion

## エンターテインメント事業

### “楽しさ、くつろぎ”を提供する

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

#### 快活CLUB・自遊空間



バリ島の雰囲気をもとに“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

**2026年3月期第2四半期(中間期)**

---

**業績の概要**

# 2026年3月期第2四半期(中間期)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
- 記録的猛暑・夏の長期化や天候不順

## 業績概要

- 中間期として5期連続増収
- エンターテインメント事業が業績を牽引
- 仕入コストや人件費上昇への対応  
経費コントロールの実施
- 通期業績予想の進捗に対して、  
利益はそれぞれ上回って推移

売上高

**840億円**  
(前年同期比:101.3%)

営業利益

**39億円**  
(前年同期比:94.4%)

経常利益

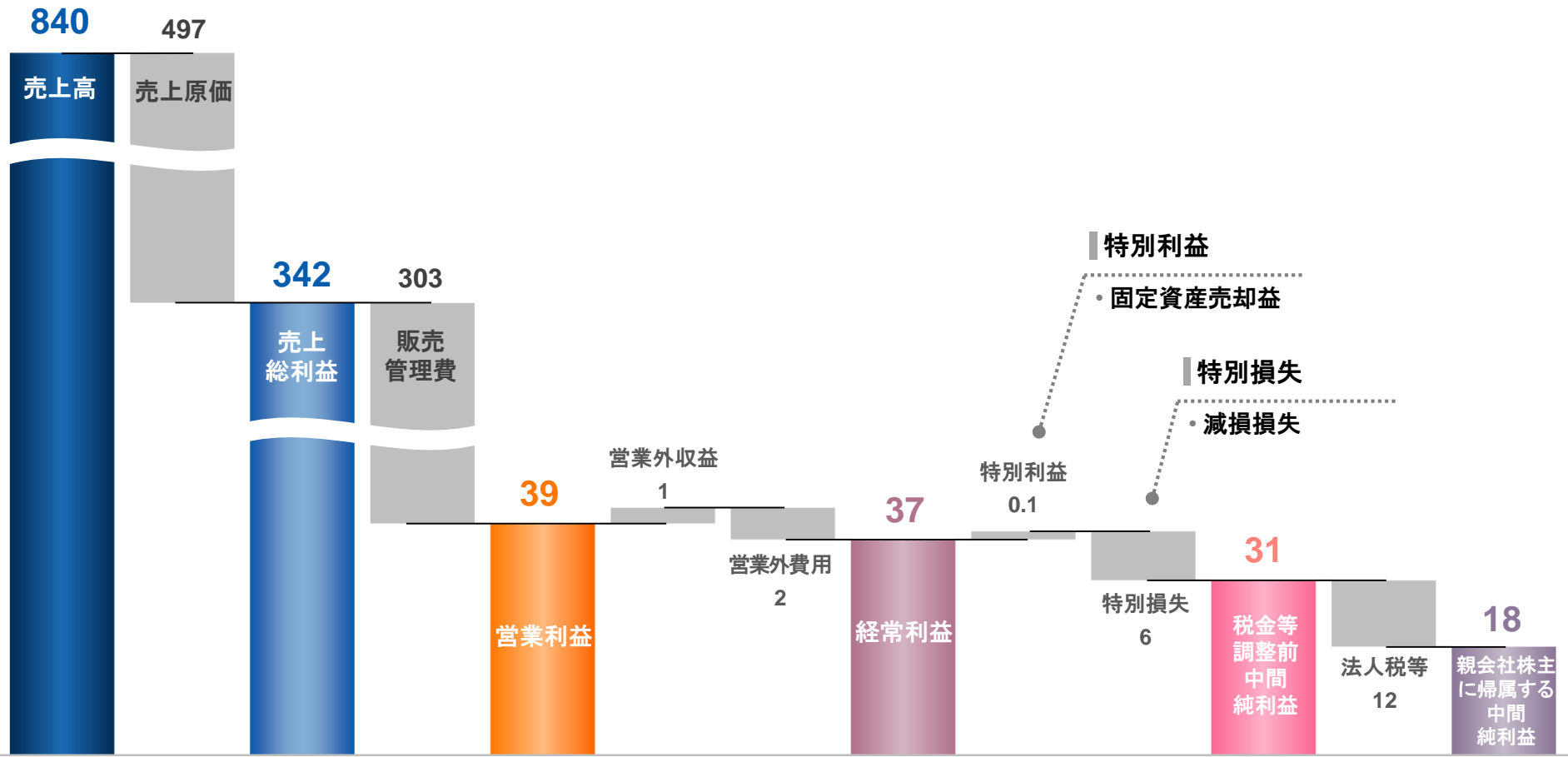
**37億円**  
(前年同期比:98.3%)

親会社株主に帰属する  
中間純利益

**18億円**  
(前年同期比:67.6%)

# 2026年3月期第2四半期(中間期)連結業績

(単位: 億円)



## 主な増減要因

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <b>売上高</b> 各事業が堅調に推移し増収               | <b>営業利益</b> 増収により売上総利益は増加した一方、販売管理費の増加により減益 |
| <b>売上総利益</b> 連結売上総利益率 +1.0pt          | <b>中間純利益</b> 特別利益の減少や税金費用の増加等により減益          |
| <b>販売管理費</b> 人件費・出店コストの増加、販管費率 +1.3pt |   |



# 2026年3月期第2四半期(中間期)連結損益の状況

(単位:百万円)

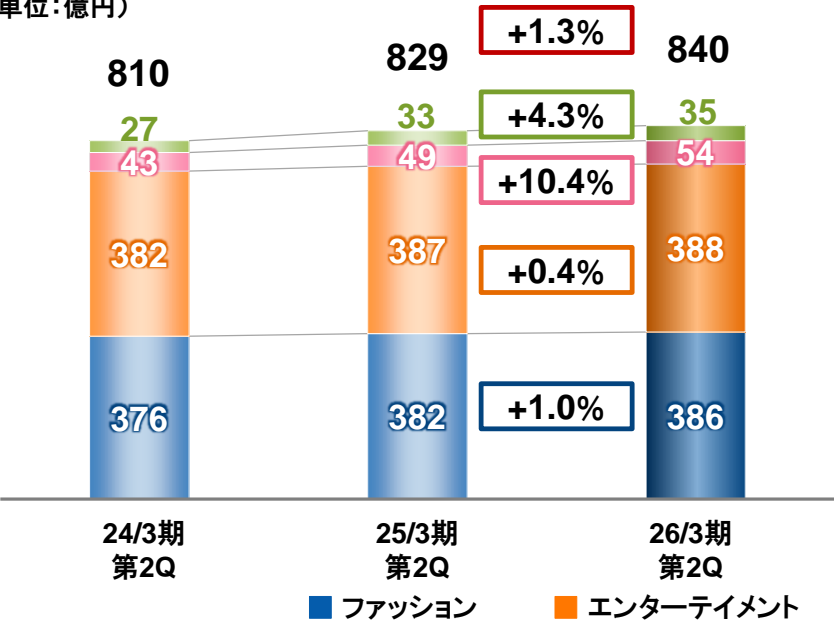
科目／期別	25/3期 第2Q累計実績	26/3期 第2Q累計実績	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
売上高	82,933	84,028	1,095	101.3
売上総利益 売上総利益率	33,039 39.8%	34,277 40.8%	1,238 +1.0pt	103.7
販売費・一般管理費	28,867	30,340	1,472	105.1
営業利益 営業利益率	4,171 5.0%	3,937 4.7%	△233 △0.3pt	94.4
営業外収益	130	119	△10	92.0
営業外費用	477	297	△180	62.3
経常利益	3,824	3,760	△64	98.3
特別利益	747	10	△737	1.3
特別損失	682	623	△58	91.4
親会社株主に帰属する中間純利益	2,791	1,888	△903	67.6
1株当たり中間純利益	33.21円	22.45円	△10.76円	—

# 2026年3月期第2四半期(中間期)セグメント別業績

各セグメントの状況		既存店の状況	前年同期比(%)	
			予想	実績
ファッション事業	新規出店及びカジュアル衣料が好調に推移し増収も、人件費や出店コスト等の増加により減益	売上高	100.8	99.9
		客単価	98.2	96.7
		客数	102.7	103.3
エンターテイメント事業	客単価の上昇等により既存店が堅調に推移し増収、中間期として過去最高売上高及び最高益達成	売上高	100.6	101.1
		客単価	100.5	98.9
		客数	100.2	101.5
アニヴェルセル・ブライダル事業	基幹店を中心に、施行組数の増加と一組単価の上昇により増収及び営業損失改善	施行組数	100.6	104.9
		一組単価	100.7	103.4

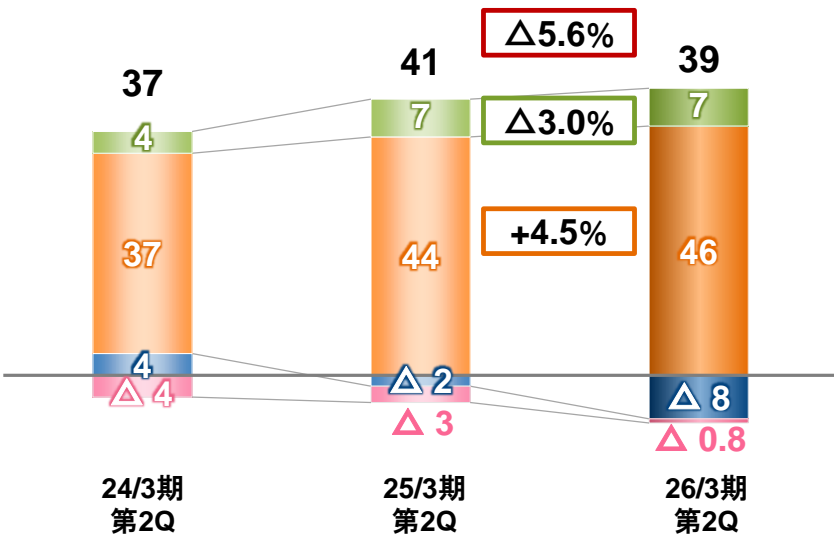
売上高

(単位:億円)



営業利益又は営業損失(△)

(単位:億円)



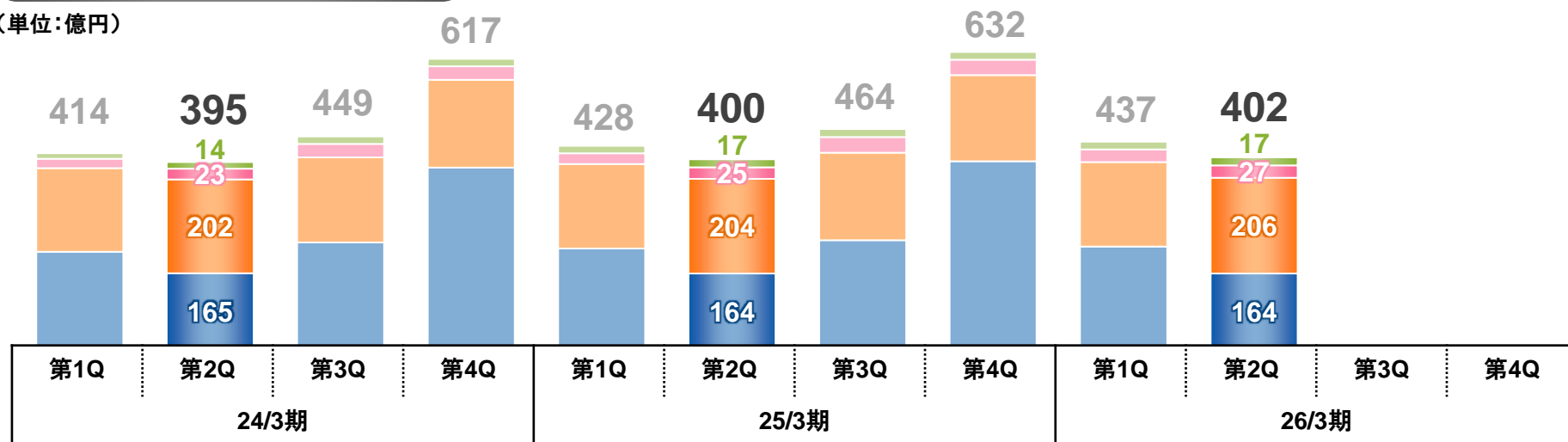
■ ファッション   ■ エンターテイメント   ■ アニヴェルセル・ブライダル   ■ 不動産賃貸  
(注)連結合計はセグメント間の取引が相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。



# 四半期会計期間のセグメント別業績推移

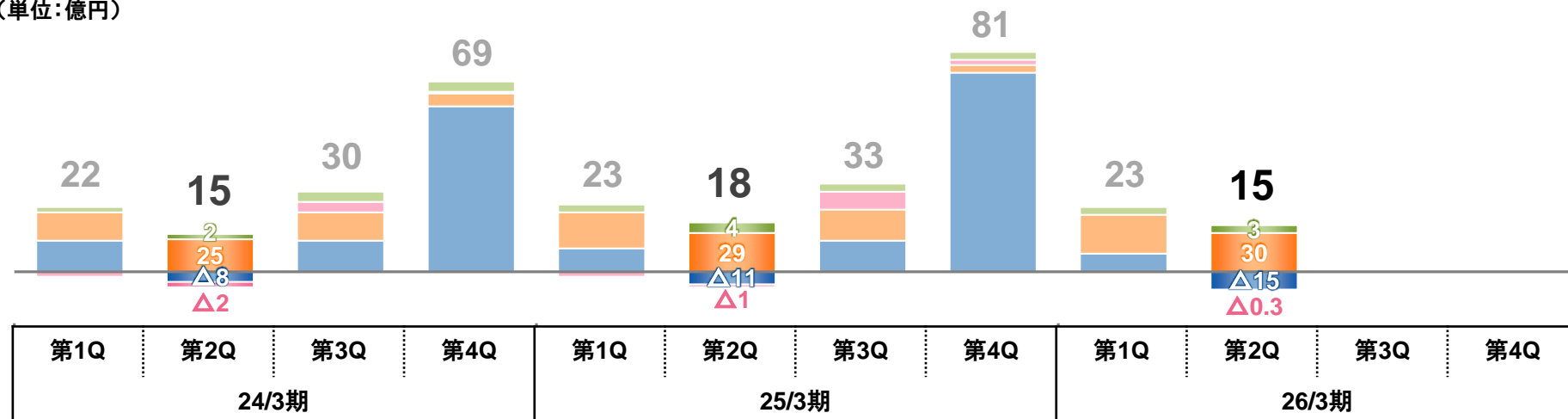
## 売上高

(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

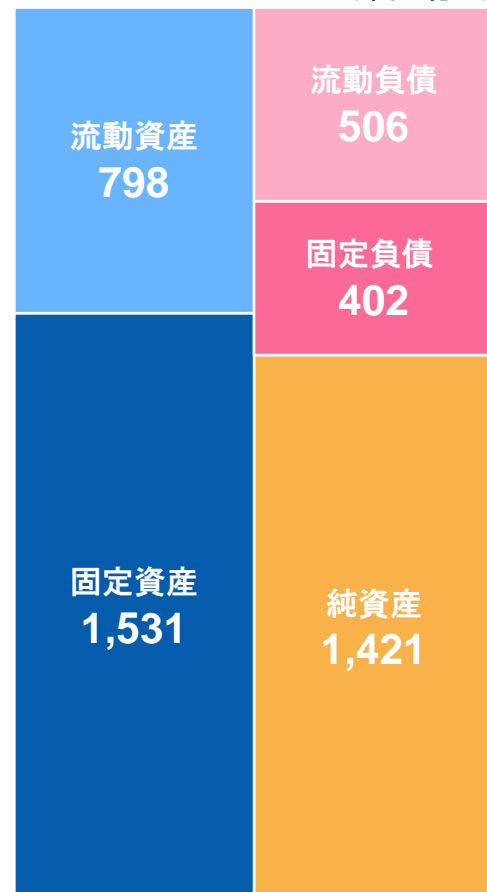
(注) 連結合計はセグメント間の取引が相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。

# 連結貸借対照表

2025年3月期末

資産合計:2,329億円

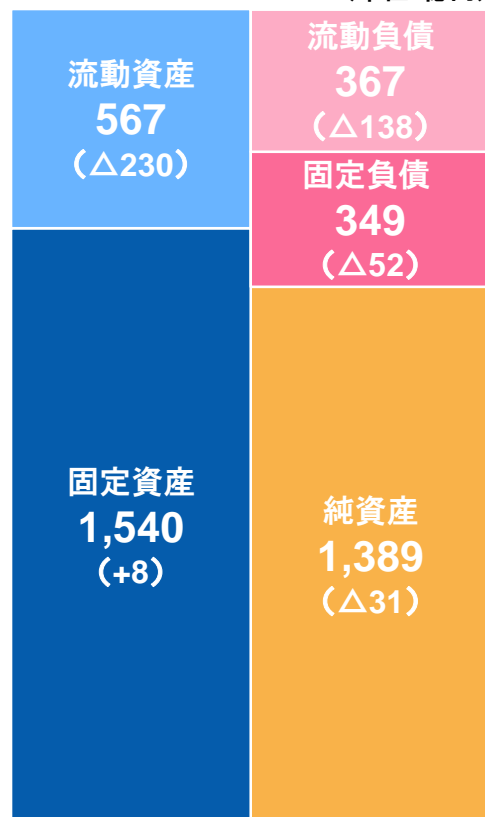
(単位:億円)



2026年3月期 中間期末

資産合計:2,107億円  
(前期末比△222億円)

(単位:億円)



(注)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
  - ・ 新規出店等による有形固定資産の増加

## 負 債

- 流動負債
  - ・ 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

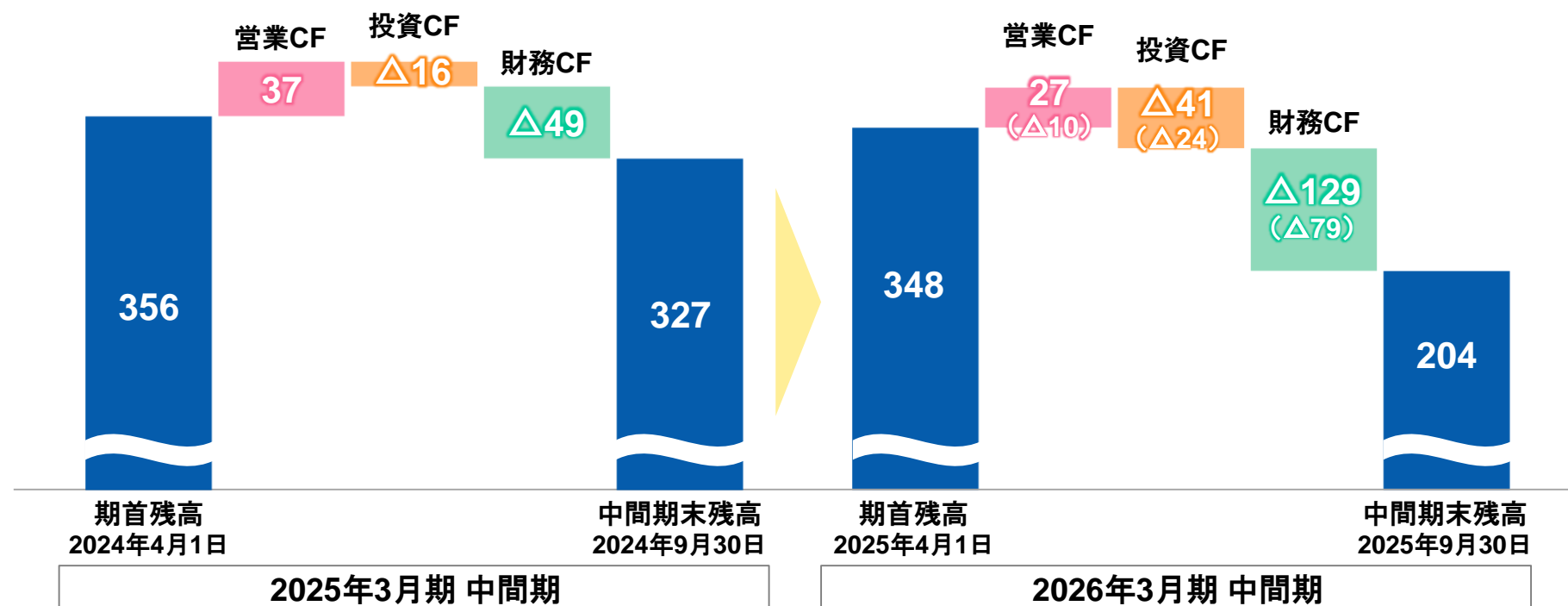
## 純資産

- 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の結果減少

# 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

- 税金等調整前中間純利益の減少

### 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減少
- 配当金の支払額の増加

**2026年3月期**

---

**通期業績予想／株主還元**

# 2026年3月期通期 連結業績予想サマリ

## 外部環境

- 消費者ニーズの多様化、消費行動の変化
- 物価上昇による消費マインドの低下、個人消費への影響
- 仕入価格や人件費等の上昇による費用負担の増加
- 気温上昇や自然災害等の増加

## 業績予想

- 各事業の既存店は増収予想
- 積極的な新規出店・改装の実施
- 商品・サービス価格の適正化、経費コントロールの実施
- 中期経営計画2年目は、当初計画を上回り進捗する予想

売上高

**1,960**億円  
(前期比:101.7%)

営業利益

**170**億円  
(前期比:108.6%)

経常利益

**164**億円  
(前期比:110.9%)

親会社株主に帰属する  
当期純利益

**96**億円  
(前期比:100.3%)

(注)2025年5月9日公表の通期連結業績予想の売上高を修正しております。

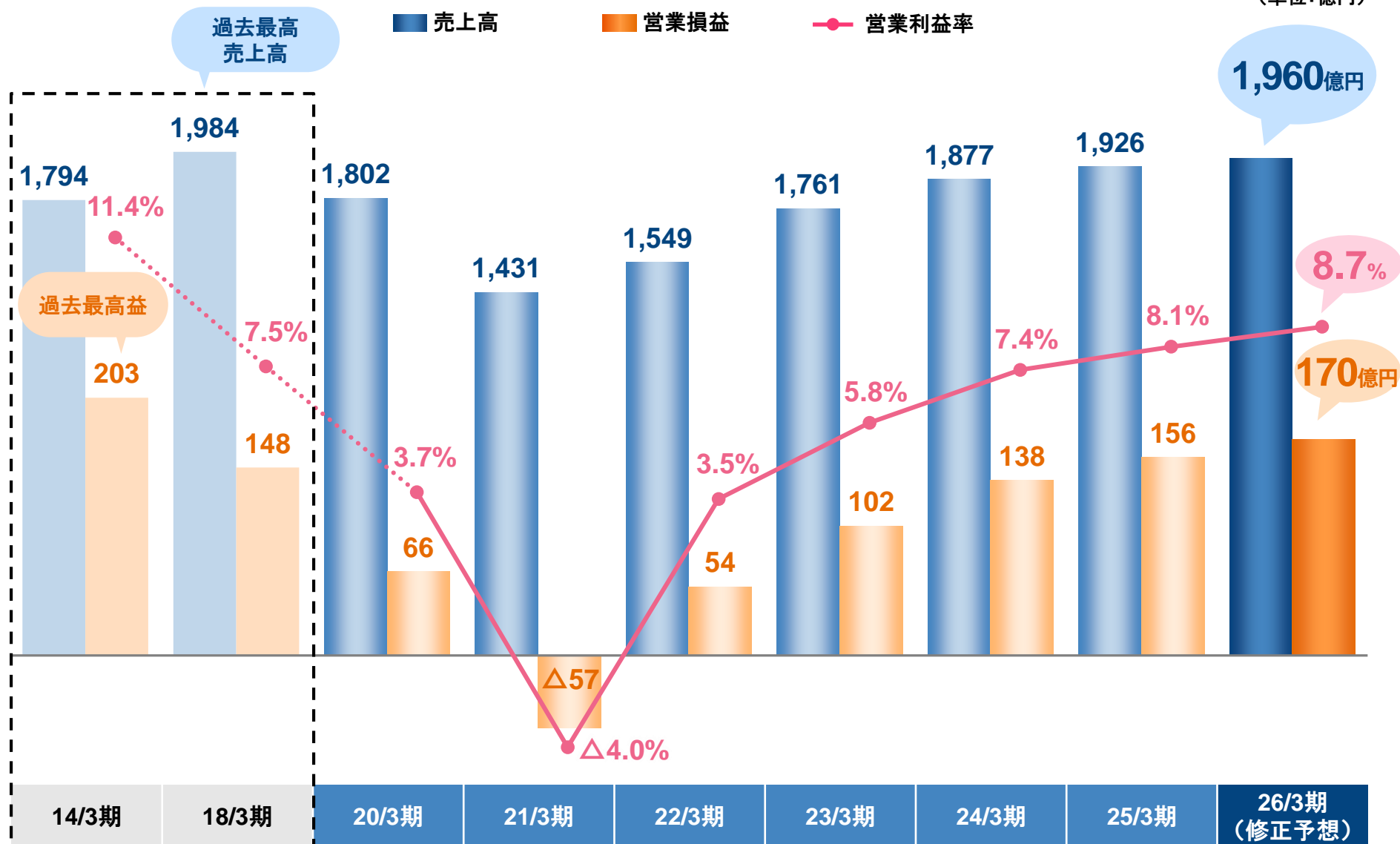
# 2026年3月期通期 連結業績予想

(単位:百万円)

科目／期別	25/3期 実績	26/3期 当初予想	26/3期 修正予想	修正差	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	192,688	198,000	196,000	△2,000	3,311	101.7
売上総利益 売上総利益率	80,690 41.9%	83,950 42.4%	83,250 42.5%	△700 +0.1pt	2,559 +0.6pt	103.2
販売費・一般管理費	65,043	66,950	66,250	△700	1,206	101.9
営業利益 営業利益率	15,646 8.1%	17,000 8.6%	17,000 8.7%	— +0.1pt	1,353 +0.6pt	108.6
営業外収益	271	250	220	△30	△51	81.1
営業外費用	1,135	850	820	△30	△315	72.2
経常利益	14,782	16,400	16,400	—	1,617	110.9
特別利益	905	—	10	10	△895	1.1
特別損失	1,743	1,300	1,310	10	△433	75.1
親会社株主に帰属する当期純利益	9,574	9,600	9,600	—	25	100.3
1株当たり当期純利益	113.89円	114.15円	114.10円	△0.05円	0.21円	—

# 2020年3月期以降の連結業績推移

(単位: 億円)



(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。

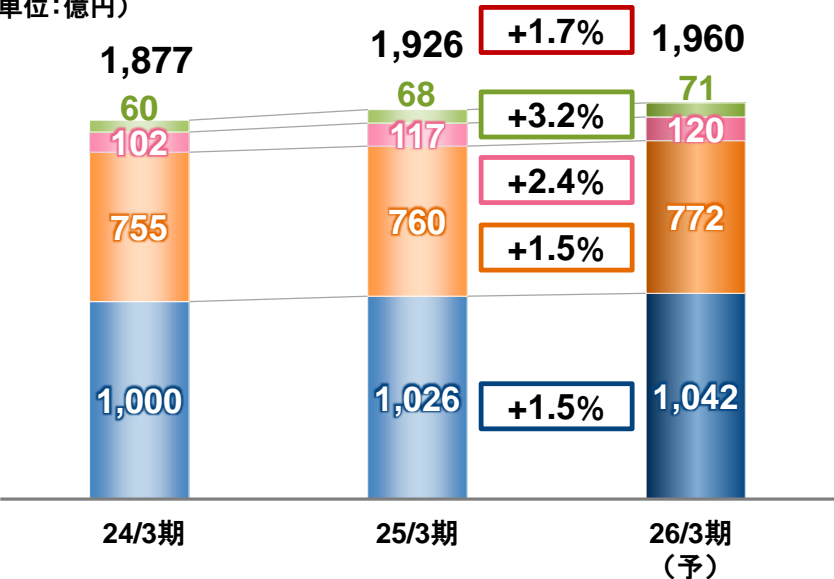


# 2026年3月期通期 セグメント別業績予想

各セグメントの見通し		既存店の予想	前期比(%)	
			当初予想	修正予想
ファッション事業	● ORIHICAの新規出店及び販管費率改善等により、5期連続の増収増益予想 ● 出店:22店(下半期12店)、退店:12店(下半期4店)	売上高	100.8	100.4
		客数	98.4	97.3
		客単価	102.4	103.1
エンターテイメント事業	● 鍵付完全個室店舗の拡大及び省人化等の店舗運営効率化により、5期連続の増収、過去最高益を更新予想 ● 出店:31店(下半期15店)、退店:21店(下半期9店)	売上高	101.3	101.1
		客数	100.7	100.5
		客単価	100.6	100.5
アニヴェルセル・ブライダル事業	● 受注活動強化による施行組数の増加及び一組単価上昇等により、増収増益予想	施行組数	102.8	100.2
		一組単価	100.8	100.8

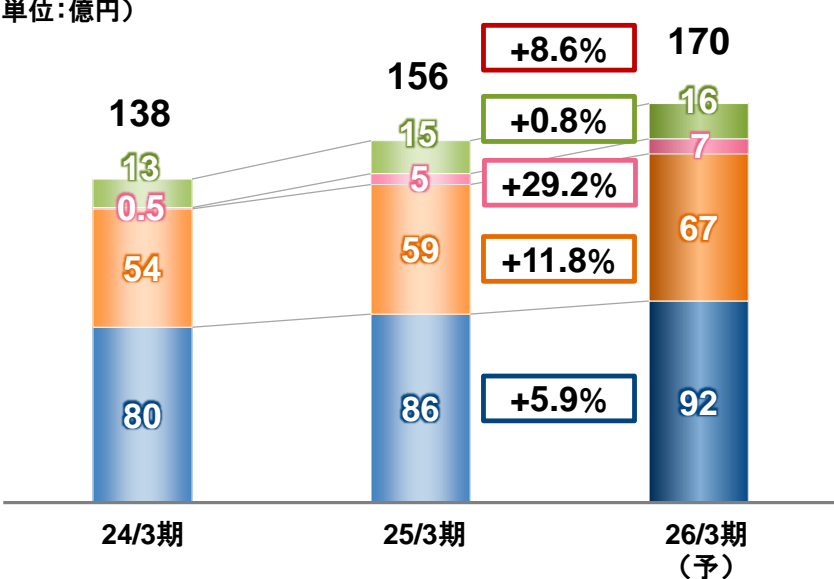
売上高

(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

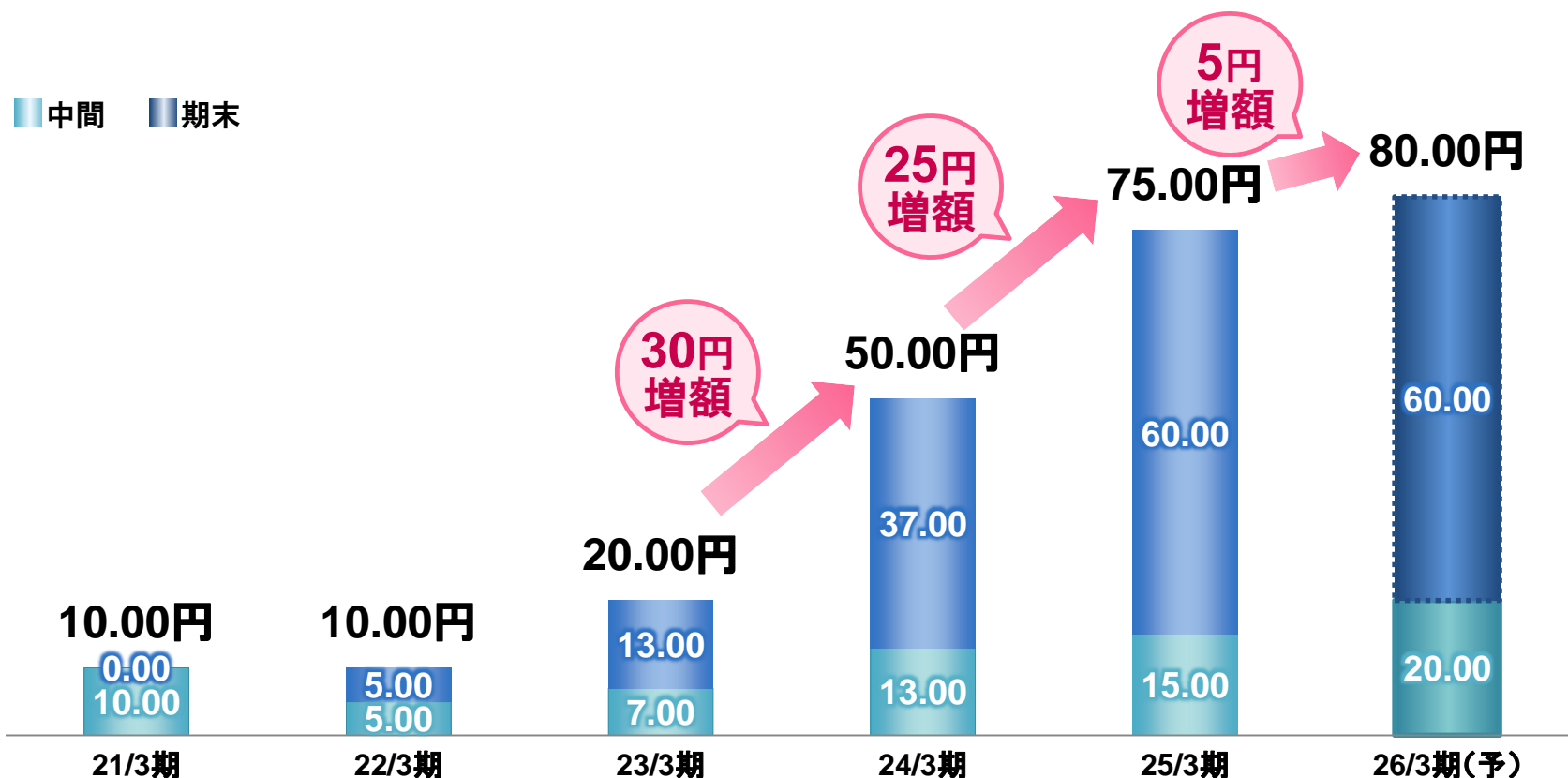
## 基本方針

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月期第2四半期(中間期)実績  
通期の見通し**

ファッション事業－2026年3月期 第2四半期(中間期)の概況

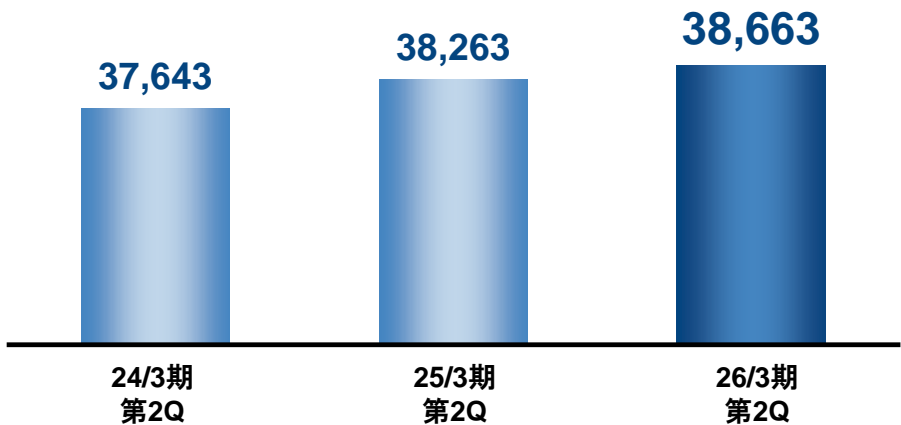
新規出店及びカジュアル衣料が好調に推移し増収も、人件費や出店コスト等の増加により減益

(単位:百万円)

	26/3期 第2Q実績	対前年同期 増減	前年同期比 (%)	主な要因
売上高	38,663	400	101.0	既存店の減収:前年同期比 99.9% ・ORIHICA新規出店 10店舗(前年同期 6店舗) ・「パジャマスーツ」や疲労回復ウェア「リカバリーケアプラス」などの カジュアル衣料が好調(カジュアル衣料の売上高前年同期比 112.5%)
売上総利益 売上総利益率	22,899 59.2%	408 +0.4pt	101.8	・仕入原価の上昇率は前年同期を下回り推移 ・割引内容の見直し等により売上総利益率は改善
販売管理費 販売管理費率	23,733 61.4%	1,020 +2.0pt	104.5	・新規出店コスト等の増加 ・給与水準の引上げ等による人件費の増加:前年同期比 107.4%
営業損失(△) 営業利益率	△834 —	△611 —	—	・売上総利益は増加したものの、販売管理費の増加により減益

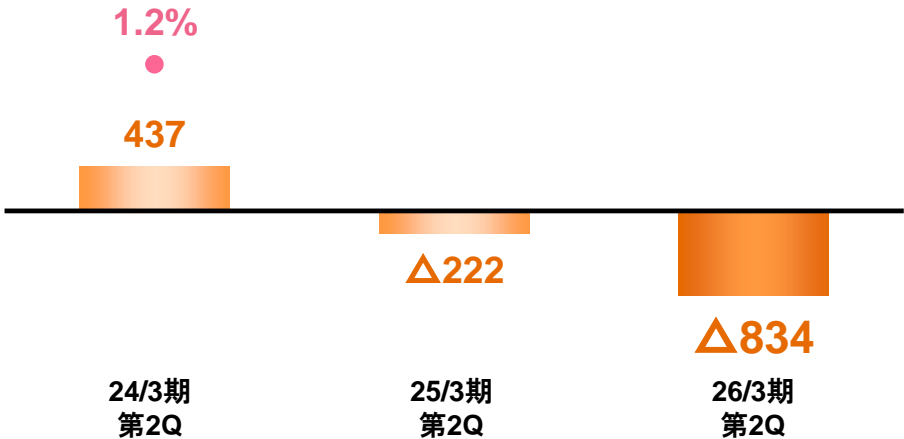
売上高

(単位:百万円)



営業利益又は営業損失(△)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 第2四半期(中間期)の概況:既存店の状況

割引抑制等により客単価は上昇するも、猛暑や夏の長期化等により需要が変化し集客に苦戦  
ビジネススタイルの変化、商品提案強化によりカジュアル衣料が好調に推移

月別前年同期比増加率の推移

第1Q

売上  
+0.5%

客数  
△3.8%

客単価  
+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

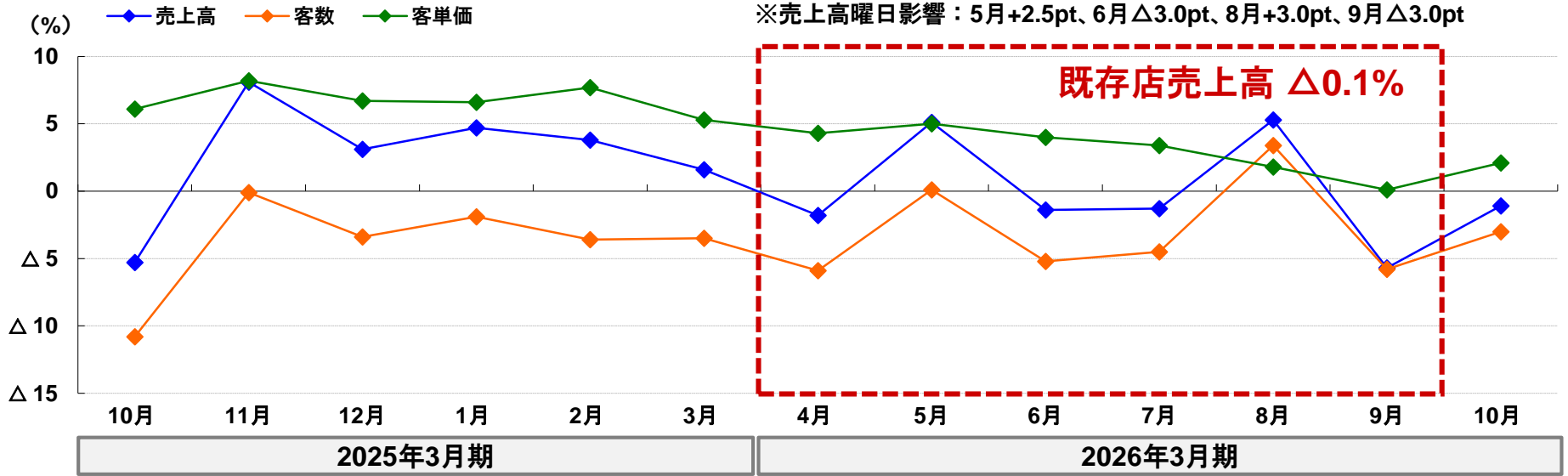
第2Q

売上  
△0.8%

客数  
△2.6%

客単価  
+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



	24/10	24/11	24/12	25/1	25/2	25/3	25/4	25/5	25/6	25/7	25/8	25/9	上半期	25/10
既存店売上高 (%)	△5.3	8.1	3.1	4.7	3.8	1.6	△1.8	5.1	△1.4	△1.3	5.3	△5.7	△0.1	△1.1
客数 (%)	△10.8	△0.1	△3.4	△1.9	△3.6	△3.5	△5.9	0.1	△5.2	△4.5	3.4	△5.8	△3.3	△3.0
客単価 (%)	6.1	8.2	6.7	6.6	7.7	5.3	4.3	5.0	4.0	3.4	1.8	0.1	3.3	2.1
平年気温との差異(℃)(東京)	+2.6	+1.2	+0.4	+1.2	+0.4	+1.3	+1.3	+0.4	+2.8	+2.7	+2.7	+3.2	—	+0.5

ファッション事業－2026年3月期 通期予想

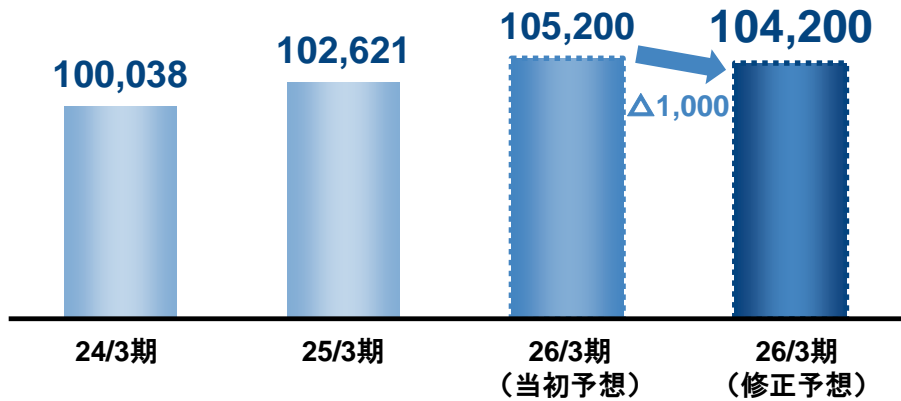
ORIHICAの新規出店及び経費コントロールによる販管費率改善等により、5期連続の増収増益予想

(単位:百万円)

	26/3期 当初予想	26/3期 修正予想	修正差	対前期 増減	前期比 (%)	主な要因
売上高	105,200	104,200	△1,000	1,578	101.5	既存店の増収予想:前期比 100.4%(期初計画比△0.4pt) ・2月後半から3月のフレッシュアズ商戦において、 早めの販促施策の実施による集客強化 ・ORIHICA新規出店 20店舗(下半期10店舗)
売上総利益 売上総利益率	62,400 59.3%	61,780 59.3%	△620 —	1,070 +0.1pt	101.8	・仕入原価の上昇は継続する見通しも、適正価格販売により 売上総利益率は+0.1pt改善
販売管理費 販売管理費率	53,200 50.6%	52,580 50.5%	△620 △0.1pt	560 △0.2pt	101.1	・人件費は賞与引当額の減少等により前期比98.3% ・経費コントロールの実施により販管費率△0.2pt
営業利益 営業利益率	9,200 8.7%	9,200 8.8%	— +0.1pt	509 +0.3pt	105.9	・売上総利益の増加と、経費コントロールにより増益予想

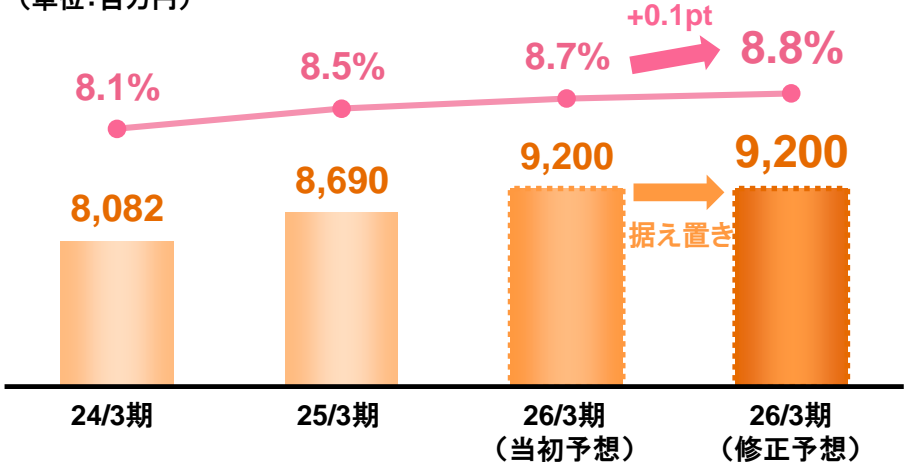
売上高

(単位:百万円)



営業利益及び営業利益率

(単位:百万円)



# エンターテインメント事業

---

2026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－2026年3月期 第2四半期(中間期)の概況

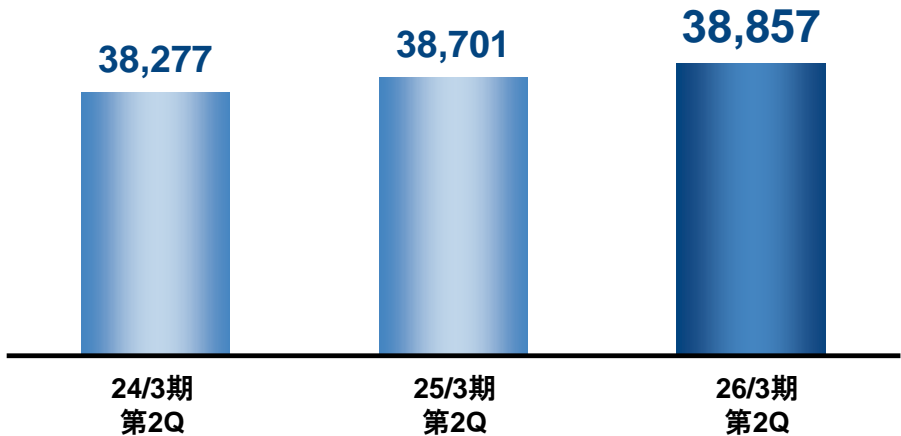
客単価の上昇等により既存店が堅調に推移し増収、中間期として過去最高売上高及び最高益達成

(単位:百万円)

	26/3期 第2Q実績	対前年同期 増減	前年同期比 (%)	主な要因
売上高	38,857	155	100.4	既存店の増収:前年同期比 101.1% ・快活CLUB「鍵付完全個室店舗」の新規出店 15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	8,931 23.0%	431 +1.0pt	105.1	・新規出店コストなどが増加した一方、経費コントロールの実施や 限界利益率の上昇等により増益
販売管理費 販売管理費率	4,327 11.1%	233 +0.5pt	105.7	・集客施策の強化等により広告宣伝費の増加:前年同期比 107.0% ・給与水準の引上げ等による人件費の増加:同 109.6%
営業利益 営業利益率	4,604 11.8%	198 +0.4pt	104.5	・販売管理費は増加したものの、売上総利益が増加した結果、増益 中間期として過去最高益を達成

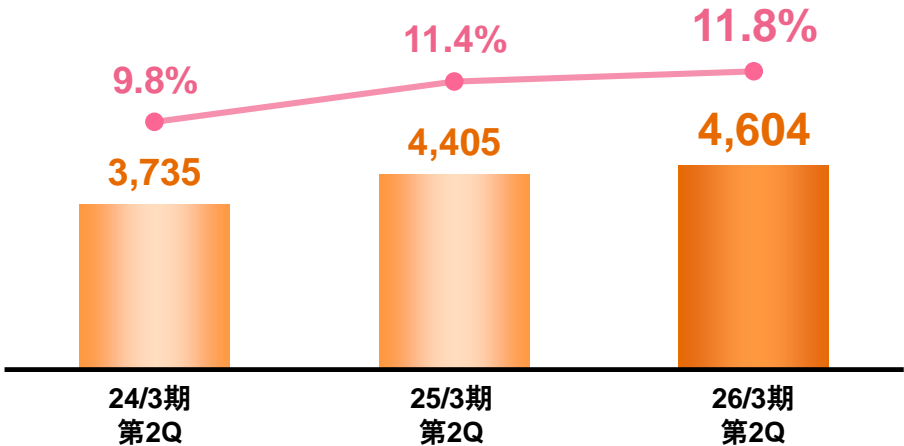
売上高

(単位:百万円)



営業利益及び営業利益率

(単位:百万円)

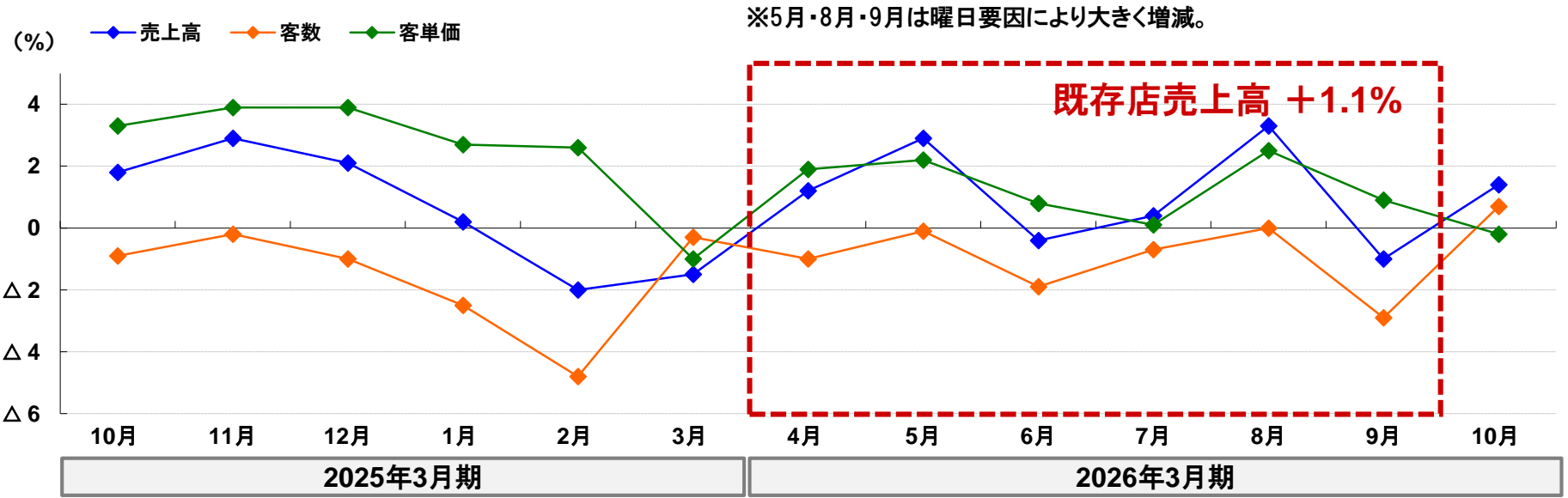


エンターテインメント事業－2026年3月期 第2四半期(中間期)の概況:既存店の状況

前年好調の反動や価格改定影響により客数は減少も、客単価が上昇し既存店は増収

月別前年同期比増加率の推移

第1Q			第2Q		
売上	客数	客単価	売上	客数	客単価
+1.2%	△1.0%	+1.7%	+1.0%	△1.2%	+1.3%
・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			・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		



	24/10	24/11	24/12	25/1	25/2	25/3	25/4	25/5	25/6	25/7	25/8	25/9	上半期	25/10
既存店売上高 (%)	1.8	2.9	2.1	0.2	△2.0	△1.5	1.2	2.9	△0.4	0.4	3.3	△1.0	1.1	1.4
客数 (%)	△0.9	△0.2	△1.0	△2.5	△4.8	△0.3	△1.0	△0.1	△1.9	△0.7	0.0	△2.9	△1.1	0.7
客単価 (%)	3.3	3.9	3.9	2.7	2.6	△1.0	1.9	2.2	0.8	0.1	2.5	0.9	1.5	△0.2
平年気温との差異(℃)(東京)	+2.6	+1.2	+0.4	+1.2	+0.4	+1.3	+1.3	+0.4	+2.8	+2.7	+2.7	+3.2	—	+0.5

エンターテインメント事業－2026年3月期 通期予想

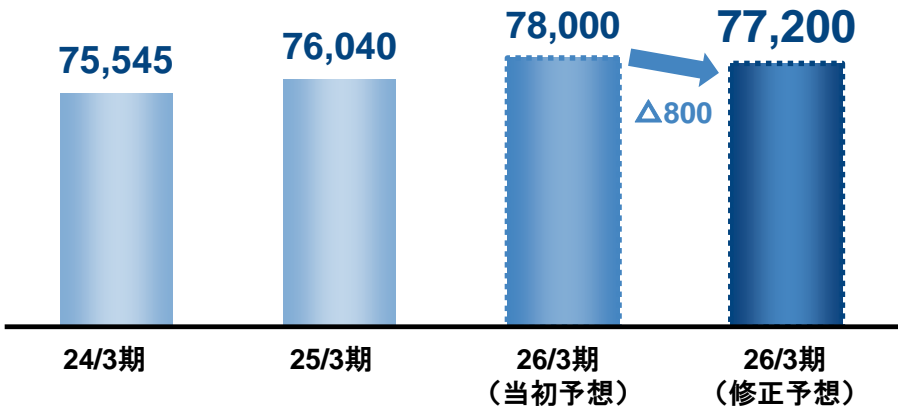
鍵付完全個室店舗の拡大、店舗運営効率化等により5期連続の増収、過去最高益の更新予想

(単位:百万円)

	26/3期 当初予想	26/3期 修正予想	修正差	対前期 増減	前期比 (%)	主な要因
売上高	78,000	77,200	△800	1,159	101.5	既存店の増収予想:前期比 101.1%(期初計画比△0.2pt) ・鍵付完全個室店舗の拡大を推進 ・新規出店:快活CLUB 25店舗、コート・ダジュール 2店舗、 FiT24 3店舗
売上総利益	15,510	15,580	70	1,164	108.1	・増収による増加
売上総利益率	19.9%	20.2%	+0.3pt	+1.2pt		・商品・サービス価格の適正化により売上総利益率は改善
販売管理費	8,810	8,880	70	456	105.4	・さらなる集客強化に向け広告宣伝費の増加:前期比111.8%
販売管理费率	11.3%	11.5%	+0.2pt	+0.4pt		・人件費は賞与引当額の減少等により前期並み
営業利益	6,700	6,700	—	708	111.8	・売上総利益の増加により、増益予想
営業利益率	8.6%	8.7%	+0.1pt	+0.8pt		・過去最高益の更新予想

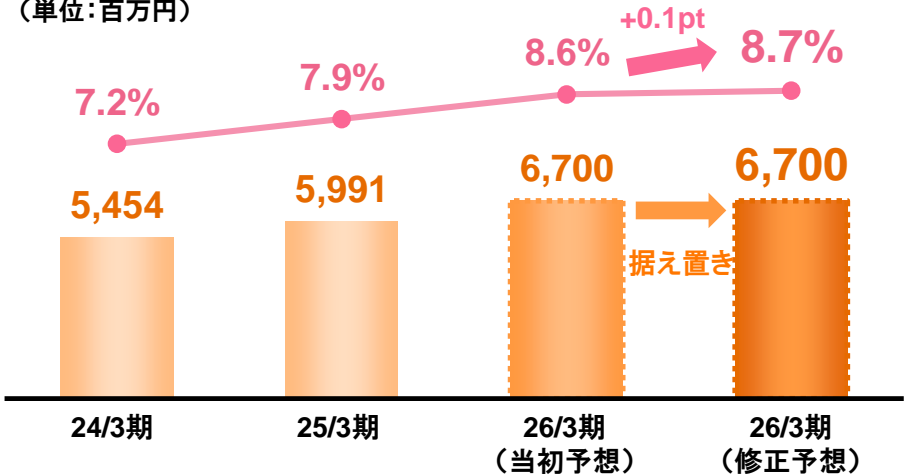
売上高

(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－2026年3月期 第2四半期(中間期)の概況

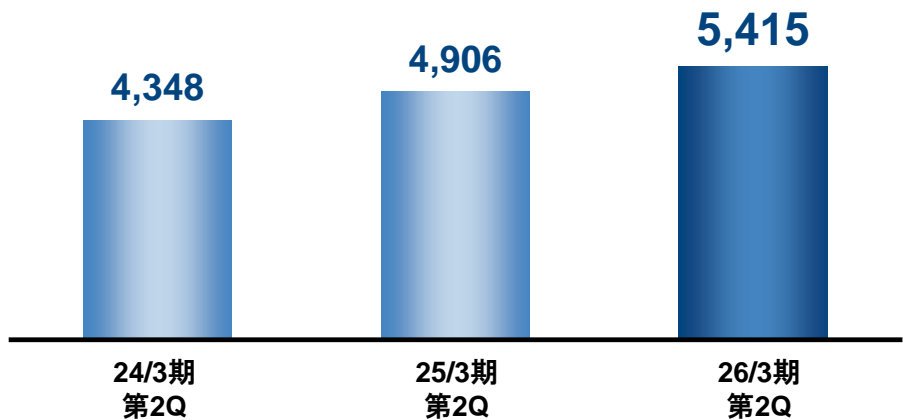
基幹店「表参道店」「みなとみらい横浜店」を中心に施行組数増加・一組単価上昇により増収及び営業損失改善

(単位:百万円)

	26/3期 第2Q実績	対前年同期 増減	前年同期比 (%)	主な要因
売上高	5,415	508	110.4	・既存店施行組数の増加:前年同期比 104.9% ・既存店一組単価の増加:同 103.4% ・非ウェディング売上高は、前年・計画を上回り進捗
売上総利益 売上総利益率	1,815 33.5%	396 +4.6pt	128.0	・衣装や料飲単価アップ等により、一組単価が増加した結果、 売上総利益率は大幅に改善
販売管理費 販売管理費率	1,904 35.2%	110 △1.4pt	106.2	・受注活動強化のための広告宣伝費の増加:前年同期比111.4% ・給与水準の引上げ等による人件費の増加:同 117.4%
営業損失(△) 営業利益率	△89 —	285 —	—	・販売管理費は増加したものの、売上総利益が増加した結果、 営業損失は改善

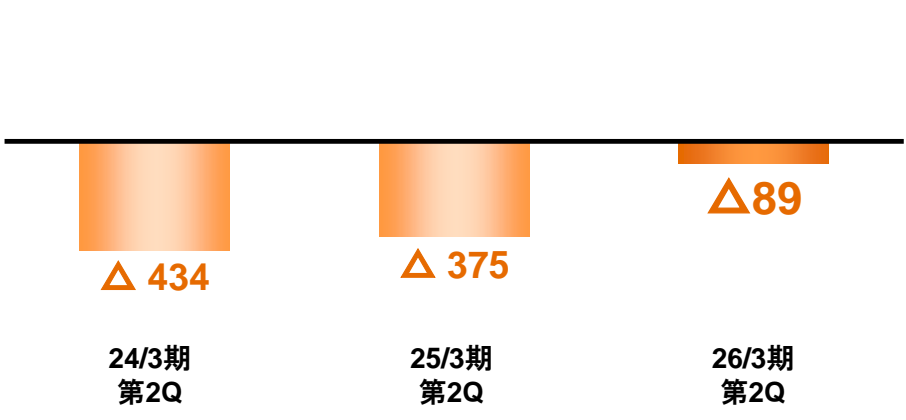
売上高

(単位:百万円)



営業損失(△)

(単位:百万円)



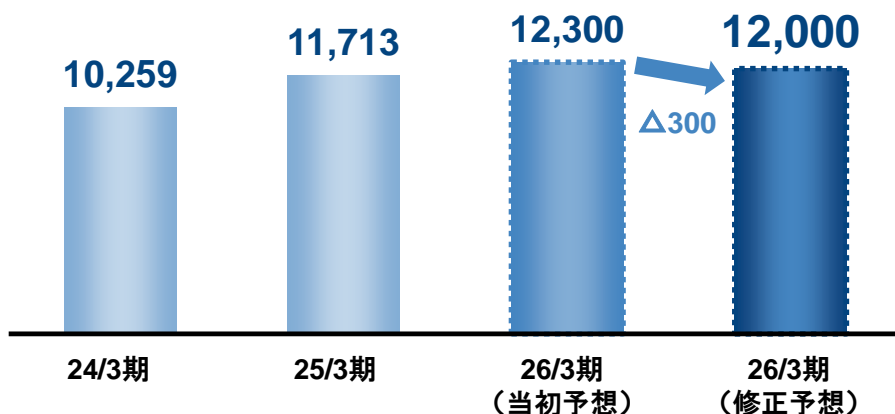
## 受注活動強化による施行組数の増加及び一組単価上昇等により、増収増益予想

(単位:百万円)

	26/3期 当初予想	26/3期 修正予想	修正差	対前期 増減	前期比 (%)	主な要因
売上高	12,300	12,000	△300	286	102.4	・既存店施行組数計画:前期比100.2%(期初計画比△2.6pt) ・既存店一組単価:同 100.8%
売上総利益 売上総利益率	4,800 39.0%	4,600 38.3%	△200 △0.7pt	304 +1.6pt	107.1	・食材など仕入価格は上昇する見通しも、料飲・サービス価格の 適正化等により増益
販売管理費 販売管理费率	4,100 33.3%	3,900 32.5%	△200 △0.8pt	146 +0.5pt	103.9	・受注活動強化に向けた広告宣伝費の増加:前期比106.8%
営業利益 営業利益率	700 5.7%	700 5.8%	— +0.1pt	158 +1.2pt	129.2	・売上総利益の増加により、増益予想

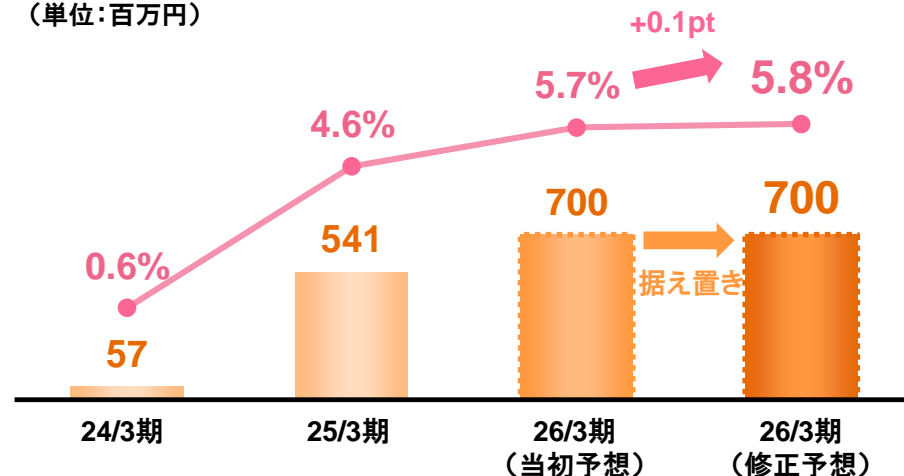
### 売上高

(単位:百万円)



### 営業利益及び営業利益率

(単位:百万円)



A vertical collage of eight lifestyle photographs on the left side of the slide. From top to bottom: a smiling woman in a dark blazer; a man in a suit standing next to a bicycle; a couple in formal wedding attire; a man in a suit holding a tablet; a pool table with colorful balls; hands clasped together; a man in a sweater sitting at a desk; and a person using a laptop with a video call on the screen. Pink triangular graphic elements are placed between the images and at the corners.

## 企業価値向上に向けた取り組み

- 中期経営計画「RISING2026」の進捗
- セグメント別成長戦略・トピックス
- サステナビリティへの取り組み



# 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

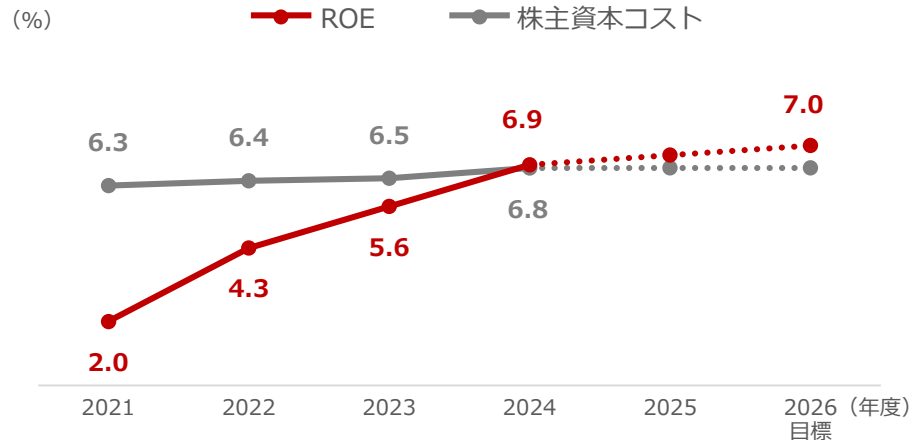
- 中期経営計画初年度の2024年度は、売上高・営業利益ともに当初計画を上回り着地
- 2025年度は売上高の期初計画をやや引き下げるも、経営効率改善により収益率を高め利益計画は据え置き
- 資本収益性および市場評価指標についても改善傾向が継続

	2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度		2026年度 目標	2023 ▶ 2026年度
			期初計画	修正計画		
売上高	1,877億円	1,926億円	1,980億円	1,960億円	2,000億円	+ 2.2%/年
営業利益	138億円	156億円	170億円	170億円	180億円	+ 10.0%/年
営業利益率	7.4%	8.1%	8.6%	8.7%	9.0%	+ 1.6pt
ROIC (投下資本利益率)	5.2%	6.0%	—	—	6.7%	+ 1.5pt
ROE (自己資本利益率)	5.6%	6.9%	—	—	7.0%	+ 1.4pt
EPS (1株当たり純利益)	90.00円	113.89円	114.15円	114.10円	120.00円	+ 30.00円
PBR (株価純資産倍率)	0.7倍	0.8倍	—	—	1.0倍	+ 0.3pt
グループ 全店舗数 (直営店舗)	1,334店	1,332店	1,358店	1,354店	1,434店	+100店

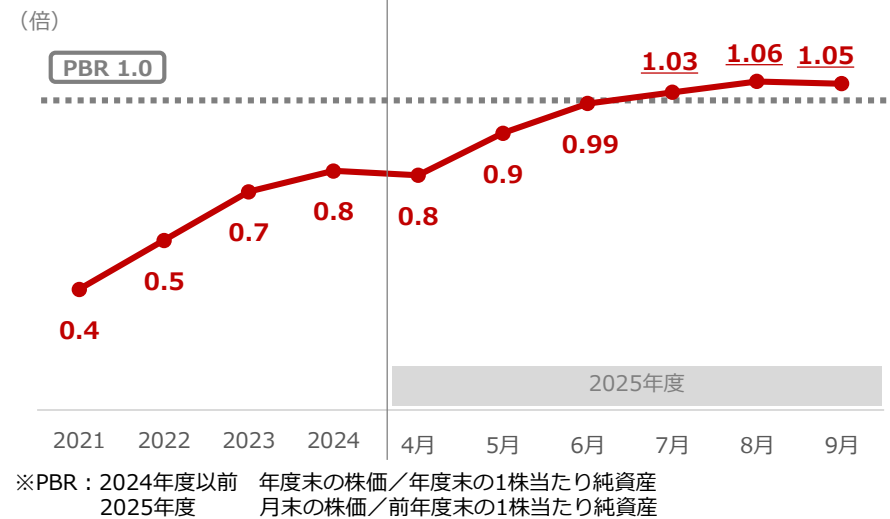
## ROE・PBRの推移

- ROEは、収益性・資産効率向上により上昇し、株主資本コストを上回る水準
- PBRは、業績向上及びさらなる成長期待により上昇を続け、当中間期末では1倍を上回る水準
- 中期経営計画で掲げたROE7%以上の達成、PBR1倍以上維持のため、さらなる収益力・企業価値向上が必要

### ROEと株主資本コスト※の推移



### PBR※の推移



### ROE向上のための事業・財務戦略

収益性向上

資産効率向上

財務レバレッジ  
適正化

### PBR向上のための非財務戦略

株主還元  
強化

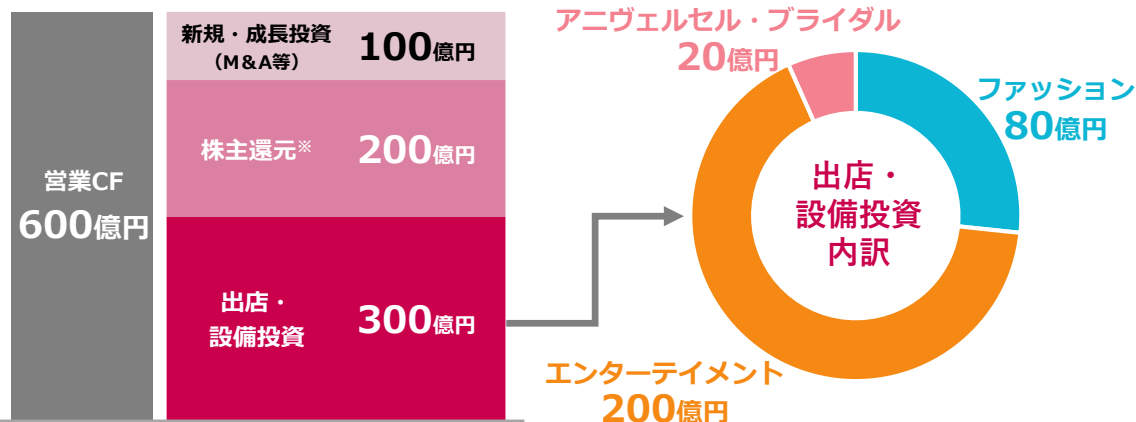
サステナ  
ビリティ  
推進

ガバナンス  
強化

IR・SR  
活動強化

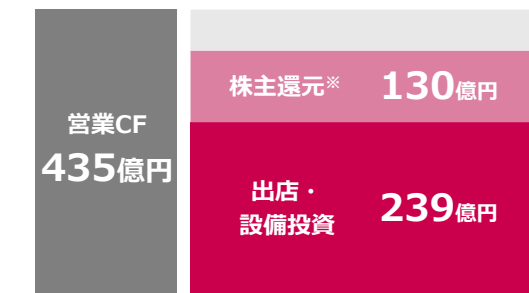
# 中期経営計画「RISING2026」キャピタル・アロケーション／設備投資額

## キャピタル・アロケーションの計画



※株主還元のうち、配当金は当該年度の中間配当と期末配当の総額

## 24-25年度 2年間予想



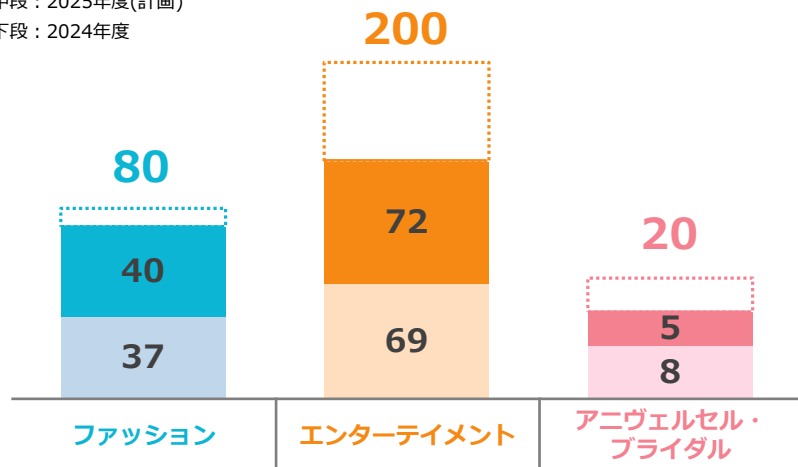
## 設備投資の事業別進捗

上段：中計期間計画との差額

中段：2025年度(計画)

下段：2024年度

(単位：億円)



### ■ファッション事業

- ・既存店の改装・修繕の増加により計画を上回り進捗
- ・ORIHICA200店舗体制に向け、年15～20店舗新規出店
- ・商品構成の変革及び売場効率改善のため、AOKIを中心に既存店の改装（2028年度までに4割の200店舗目指す）

### ■エンターテイメント事業

- ・概ね計画どおり進捗
- ・快活CLUBの「鍵付完全個室店舗」を、年20～30店舗新規出店
- ・コンテンツの入れ替えなど、既存店の改装（年50店舗前後）

### ■アニヴェルセル・ブライダル事業

- ・概ね計画どおり進捗
- ・2024年度、基幹店「みなとみらい横浜店」のリニューアル
- ・競争力強化のため、トレンドに合わせた内装・装飾へ入れ替え

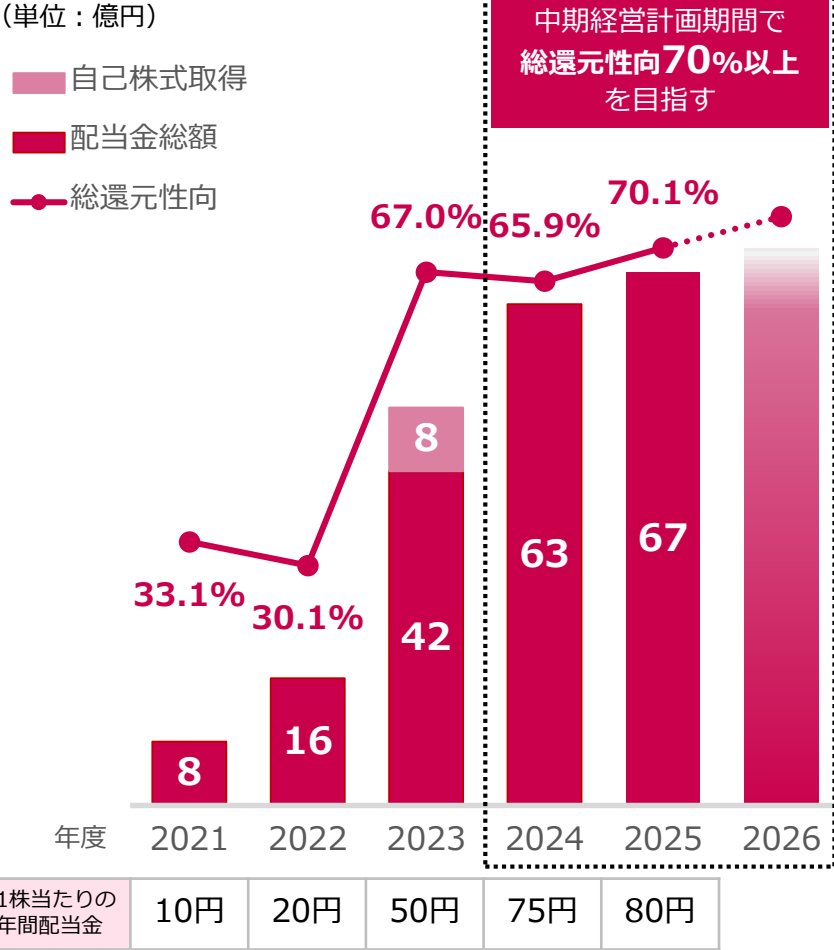
# 中期経営計画「RISING2026」株主還元方針

## 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
		いずれか高い方を選択
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



# ファッション事業の成長戦略

## 中計期間基本戦略 現行事業モデルからの転換・刷新

重点施策		本中計期間の取り組み内容	
店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 売場効率の改善</li> <li>■ ORIHICA未出店地域へ出店強化</li> </ul>	<p><b>AOKI'</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・売場効率改善のための計画的な改装</li> <li>・売場標準面積150坪→120坪 (坪当たり粗利益高68万円目標)</li> <li>・遊休スペースへのテナント誘致、駐車場有効活用</li> </ul>	
		<p><b>ORIHICA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・5年後200店舗体制に向け、 年15～20店舗の計画的な出店継続</li> <li>・ブランド認知度向上・マーケットシェア拡大 (北海道・群馬・長野・奈良・福岡への初出店)</li> <li>・海外出店に向けた準備と人材確保</li> </ul>	
商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ウェルネス、スポーツウェア市場への進出</li> <li>■ コラボ先の拡大</li> </ul>	<p><b>AOKI'</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「パジャマスーツ」を軸としたカジュアル衣料の拡大</li> <li>・疲労回復ウェア「リカバリーケアシリーズ」の拡充</li> <li>・「MeWORK」レディース商品の販売強化</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 売上構成の変革 ビジネス 40% カジュアル 30% レディース 30%</li> </ul>	<p><b>ORIHICA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スポーツ感覚ウェア「BIZSPO」商品群の拡充</li> <li>・川崎フロンターレなどとのコラボ商品提案</li> </ul>	
DX	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ AI技術活用</li> <li>■ EC強化</li> <li>■ 店舗業務の標準化</li> </ul>	<p><b>AOKI'</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・POSシステム刷新</li> <li>・RFID活用による店舗運営の効率化 (入荷・検品作業、棚卸、会計)</li> <li>・OMOのさらなる推進</li> </ul>	



# ファッション事業 トピックス

**AOKI'**

## 大型旗艦店「AOKI銀座本店」フルリニューアル 事業戦略発表会を開催！

現行事業モデルからの転換・刷新を図るべく「仕事も、人生も輝かせる LIFE&WORK STYLE のAOKI」をビジョンに掲げ、新たな商品開発やプロト店舗の構想に取り組むなか、この度新たなAOKIを体現する場として、大型旗艦店であるAOKI銀座本店をフルリニューアルしました。本改装ではカジュアル・レディースの売場面積を拡大し、銀座店独自のロイヤルコーナーを設置しました。2028年度までに既存店200店舗の改装を目指してまいります。

また、リニューアルオープンに合わせて事業戦略発表会を開催し、将来的にビジネス4割・カジュアル3割・レディース3割の売上構成を目指す方針を示しました。今後もさまざまなお客様のニーズにお応えし、商品・売場・接客で顧客満足を追求する体制を築いてまいります。



**ORIHICA**

## 二子玉川ライズ・ショッピングセンター店 「レトロフューチャー」をコンセプトにリニューアル！

創業22周年を迎えたORIHICAでは、出店拡大に向けたブランディングの強化と、時代の変化に合わせた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進めています。

その一環として改装した本店舗は、従来のショップコンセプトに「レトロフューチャー」のコンセプトを加え、懐かしさと新しさが融合したデザインとしました。

従来のスーツショップの堅いイメージを刷新し、幅広い年代のお客様に親しみやすい空間を演出することで、ORIHICAならではのショッピング体験を提供してまいります。





# エンターテインメント事業の成長戦略

## 中計期間基本戦略 店舗モデルの進化と客層拡大

重点施策	本中計期間の取り組み内容
<div data-bbox="63 475 137 546">快活 CLUB</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 都心・駅前へ出店拡大</li> <li>■ 店舗モデルの進化</li> <li>■ 年代・性別など新規顧客層の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鍵付完全個室店舗の拡大を推進 (駅前・繁華街を中心に、年20～30店舗の出店継続)</li> <li>・都心店と郊外店の割合を将来的に、3：7 → 4：6へ</li> <li>・店舗ごとのお客様ニーズに合わせ、ダーツやビリヤードなどの人気コンテンツの入れ替え</li> </ul> <div data-bbox="1387 358 1837 658"> </div>
<div data-bbox="63 808 137 879">カラオケ COTE D'AZUR コート・ダジュール</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 店舗モデルの進化</li> <li>■ プロモーション強化</li> <li>■ カラオケ以外の利用シーンの提案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな店舗モデルの開発</li> <li>・各種キャンペーンの開催やプランの提供による飲食メニューの強化 (人気メニュー「金のポテト」第3弾 ～松阪牛味～など)</li> <li>・人気アイドルグループ、メーカーとのコラボキャンペーン開催</li> </ul> <div data-bbox="1387 686 1837 993"> </div>
<div data-bbox="63 1146 137 1218">FIT 24</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 新規会員獲得の強化</li> <li>■ 各レベル別で店舗環境の最適化</li> <li>■ グループ内顧客相互利用による客層拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・月会費がお得な新規入会キャンペーンやイベントの開催、幅広い年代に向けた各種プランの提供 (U22プラン、家族プラン、高校生プランなど)</li> <li>・初級者から上級者まで安心してトレーニングに集中できる店舗環境の改善</li> <li>・初心者も安心してご利用いただける、トレーニングサポートの強化</li> </ul> <div data-bbox="1396 1036 1837 1322"> </div>

# エンターテインメント事業 トピックス

## 快活 CLUB 「鍵付完全個室店舗」新店続々OPEN！

2025年4月から9月にかけて、「鍵付完全個室店舗」を、東京・神奈川・大阪・京都など7都府県の駅前・繁華街を中心に計15店舗を新規出店しました。

個室のためさまざまな用途での利用が可能であり、夜間帯を含め滞在時間も延伸し、客単価の向上、利益率の改善につながっています。

今年度は通期で25店舗の新規出店を計画しており、今後も年20～30店舗の新規出店を継続するとともに、既存店においても人気の高いコンテンツを導入することで、客層の拡大に努めてまいります。

## 新店続々OPEN!



## カラオケ+α の客層拡大を推進！

「金のポテト」をはじめとする新たな主力商品の開発や各種プランの提供、人気アーティストやコンテンツとのコラボレーションの実施により客層の拡大を推し進めており、幅広い年代や多様なニーズのお客様にご来店いただくことで、客単価の向上にもつながっております。

また、2025年度より7年ぶりとなる新規出店を再開し、カラオケに加えてダーツやビリヤードなどのコンテンツも導入することで、社会人グループやファミリーなど幅広い客層の獲得を目指してまいります。

今後も既存店の更なる磨き上げと、カラオケ+α のニーズ取り込みを強化し、さらなる客層拡大を図ってまいります。



## FIT 24 会員数の増加により業績も好調に推移！

2019年に1号店を出店して、今年で6周年を迎え店舗数は114店舗(25年9月末現在)に拡大しました。「なりたい自分へナビゲート」をコンセプトに、初級者から上級者まで幅広いお客様のニーズにお応えするためさまざまなサービスの提供に努めたことで、中期経営計画のスタート時に比べ会員数も1.2倍と順調に増加し、当中間期は過去最高売上高、過去最高益を達成しました。

今後も幅広いお客様層にご支持いただけるよう各種キャンペーンの開催やお得なプランの提供、店舗環境の改善を図り、新規会員の獲得に注力してまいります。



U22プランを全店舗に導入

世界標準マシンブランド「PANATTA」を新たに導入

# アニヴェルセル・ブライダル事業の成長戦略

## 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

### 重点施策

#### ブライダル事業



- 主力基幹店2店舗の徹底強化
- オペレーション見直しによる経営効率改善

#### 基幹店ブランド事業



- ハイブランドとのコラボ企画
- オリジナルメニューのギフト販売による販路拡大
- 法人宴会事業の強化

#### プロデュース事業



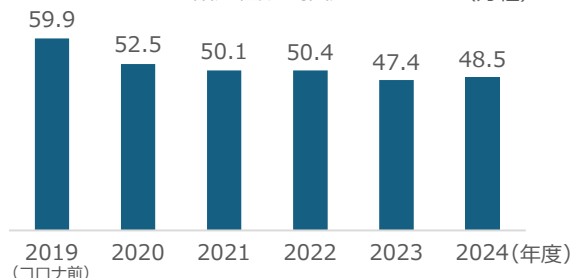
- ブライダルノウハウ（ソフト）の新たな活用
- 既存店舗アセット（ハード）に依存しないブライダル受託の展開

### 市場環境

- ・ 少子高齢化、晩婚化、未婚化などにより婚姻組数は緩やかな減少傾向
- ・ コロナ禍をきっかけに少人数婚の定着
- ・ オリジナル性の高い結婚式ニーズの高まり
- ・ 参加人数は減少傾向の反面、組単価は上昇

婚姻組数の推移

(万組)



出典：厚生労働省 人口動態統計より

### 求められるもの、アニヴェルセルの強み

「アニヴェルセルのブランド価値向上」  
「新郎新婦が思い描く結婚式をプロデュースする力」

#### サービスの質向上

- ・ AI活用により業務効率化を推進し、人にしかできないサービスへ集中
- ・ 顧客満足度を上げるスキルの可視化と、スタッフのモチベーションアップ
- ・ 好成績スタッフのノウハウ共有、勉強会の実施

#### 法人宴会事業の強化

- ・ 非ウェディング売上比率の向上  
23年度 2.6% → 26年度 7.0%(目標)
- ・ アニヴェルセルブランドを活かした営業体制の強化
- ・ 協力企業と提携による集客強化
- ・ 営業支援システム導入による営業活動の効率化

# アニヴェルセル・ブライダル事業 トピックス

## ブライダル事業



「アニヴェルセル みなとみらい横浜」を特別開放し、  
アニヴェルセル大開放祭を開催！

2023年の開催より3回目となる「アニヴェルセル大開放祭」を2025年8月に開催しました。  
今年は過去最多の2,000名以上が来場され、ドレスショーや限定メニューランチの販売、地域と連携した企画やキャンドルナイトなど、四季折々に多くの催しがある横浜・みなとみらいにおいて、夏を象徴するイベントとして、アニヴェルセルならではの記念日を多くの方々に体験いただきました。  
今後もアニヴェルセルのブランド価値向上に取り組んでまいります。



## 基幹店ブランド事業



縮小傾向が続くブライダル市場で成長を続けるため、  
法人宴会事業の強化を進めています！

婚姻組数の減少などによるブライダル市場の縮小を経営課題と捉え、基幹店である「アニヴェルセル表参道」「アニヴェルセル みなとみらい横浜」のリニューアルを機に、企業の展示会やパーティーなどのイベント、会議などの法人宴会の受注を本格的に開始しました。

営業体制を強化し受注活動に注力した結果、当中間期の基幹店2店舗の法人宴会の売上高は、前年同期比1.8倍に拡大しました。

中期経営計画で掲げた“非ウェディング売上比率”7.0%の目標達成のため、新たなサービスの開発や営業体制の強化に取り組んでまいります。





# 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
<b>業態開発・イノベーション</b> 商品・サービスを通じた 新たな価値の提供を	■ 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)
<b>人 財</b> 一人ひとりに 働きやすさ・やりがいを	■ 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
<b>環 境</b> 地球環境に優しさを	■ CO <sub>2</sub> 排出量（Scope1+2） （2017年度比1店舗当たり）	15.5%削減 (83.7t-CO <sub>2</sub> /店)	50%削減 (49.5t-CO <sub>2</sub> /店)
<b>地 域 社 会</b> 地域に活気と発展を	■ 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
<b>人 権</b> 責任あるサプライチェーンを	■ CSR基準書の締結数	197工場	100工場以上
<b>ガバナンス</b> より健全な経営体制を	■ 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%

※ 詳細については当社ウェブサイトの「ESGの取り組み」をご参照ください  
<[https://ir.aoki-hd.co.jp/ja/esg/group\\_sustainability.html](https://ir.aoki-hd.co.jp/ja/esg/group_sustainability.html)>

**補足資料**

---

# 2026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)

	25/3期 第2Q累計実績	百分比 (%)	26/3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	82,933	100.0	84,028	100.0	1,095	101.3
ファッション	38,263	100.0	38,663	100.0	400	101.0
エンターテイメント	38,701	100.0	38,857	100.0	155	100.4
アニヴェルセル・ブライダル	4,906	100.0	5,415	100.0	508	110.4
不動産賃貸	3,384	100.0	3,531	100.0	147	104.3
売上総利益	33,039	39.8	34,277	40.8	1,238	103.7
ファッション	22,491	58.8	22,899	59.2	408	101.8
エンターテイメント	8,499	22.0	8,931	23.0	431	105.1
アニヴェルセル・ブライダル	1,418	28.9	1,815	33.5	396	128.0
不動産賃貸	799	23.6	775	21.9	△24	96.9
販売管理費	28,867	34.8	30,340	36.1	1,472	105.1
ファッション	22,713	59.4	23,733	61.4	1,020	104.5
エンターテイメント	4,093	10.6	4,327	11.1	233	105.7
アニヴェルセル・ブライダル	1,793	36.6	1,904	35.2	110	106.2
営業利益又は営業損失(△)	4,171	5.0	3,937	4.7	△233	94.4
ファッション	△222	—	△834	—	△611	—
エンターテイメント	4,405	11.4	4,604	11.8	198	104.5
アニヴェルセル・ブライダル	△375	—	△89	—	285	—
不動産賃貸	792	23.4	769	21.8	△23	97.0

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP54をご参照ください。

# 2026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)

	25/3期 第2Q会計実績	百分比 (%)	26/3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	40,045	100.0	40,286	100.0	241	100.6
ファッション	16,459	100.0	16,405	100.0	△54	99.7
エンターテイメント	20,497	100.0	20,633	100.0	135	100.7
アニヴェルセル・ブライダル	2,545	100.0	2,708	100.0	162	106.4
不動産賃貸	1,703	100.0	1,761	100.0	57	103.4
売上総利益	15,914	39.7	16,221	40.3	306	101.9
ファッション	9,815	59.6	9,691	59.1	△124	98.7
エンターテイメント	5,026	24.5	5,318	25.8	291	105.8
アニヴェルセル・ブライダル	749	29.4	886	32.7	136	118.2
不動産賃貸	405	23.8	400	22.8	△4	98.9
販売管理費	14,097	35.2	14,640	36.3	542	103.8
ファッション	10,945	66.5	11,278	68.8	333	103.0
エンターテイメント	2,117	10.3	2,261	11.0	144	106.8
アニヴェルセル・ブライダル	911	35.8	918	33.9	6	100.8
営業利益又は営業損失(△)	1,816	4.5	1,581	3.9	△235	87.0
ファッション	△1,130	—	△1,587	—	△457	—
エンターテイメント	2,909	14.2	3,056	14.8	147	105.1
アニヴェルセル・ブライダル	△161	—	△32	—	129	—
不動産賃貸	402	23.6	397	22.6	△4	98.9

(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。



# 2026年3月期第2四半期(中間期) 主要経費の内訳実績

(単位:百万円)

		26/3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	3,178	100.8	1,967	97.1	486	107.0	699	111.4	—	—
人 件 費	合 計	23,673	103.9	9,319	107.4	11,390	101.0	1,991	108.9	—	—
	売上原価	10,826	100.2	—	—	9,388	99.4	1,438	105.9	—	—
	販 管 費	12,846	107.3	9,319	107.4	2,001	109.6	553	117.4	—	—
賃 借 料	合 計	13,890	101.3	5,985	102.5	7,207	100.9	781	100.4	2,344	107.2
	売上原価	8,142	101.3	0	100.0	7,149	100.9	774	101.2	2,344	107.2
	販 管 費	5,747	101.2	5,985	102.5	57	99.7	6	51.3	—	—
減価償却費	合 計	5,049	101.8	1,058	107.1	3,216	100.4	394	104.8	225	102.7
	売上原価	3,608	101.8	9	78.7	3,097	101.2	389	106.5	225	102.7
	販 管 費	1,440	101.7	1,049	107.4	118	82.3	5	47.3	—	—

(注) 1:全社はAOKIホールディングスの費用やセグメント間の取引が相殺されているため、各セグメントの合計とは一致しません。  
2:エンターテイメント事業の業態別内訳はP56をご参照ください。

2026年3月期第2四半期(中間期) 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		25/3期 第2Q累計実績			25/3期 実績	26/3期 第2Q累計実績		
			出店	退店	9月末 店舗数	期末 店舗数	出店	退店	9月末 店舗数
ファッション	AOKI		—	1	497	497	—	2	495
	ORIHICA		6	1	100	106	10	6	110
エンターテイメント	快活CLUB		6	3	488	485	15	5	495
	コート・ダジュール		—	4	86	85	1	2	84
	FiT24		2	—	119	116	—	4	112
	自遊空間 他	直営	2	8	33	33	—	1	33
		FC	—	3	50	49	—	—	48
アニヴェルセル・ブライダル	アニヴェルセル		—	—	10	10	—	—	10
連 結 合 計			16	20	1,383	1,381	26	20	1,387

(注) 自遊空間他の9月末店舗数は、FCから直営へ変更により、それぞれ1店舗ずつ増減しております。

(単位:百万円)

設備投資額	25/3期 第2Q累計実績	26/3期 第2Q累計実績	前年同期比(%)
ファッション	1,864	2,107	113.0
エンターテイメント	3,645	4,268	117.1
アニヴェルセル・ブライダル	624	190	30.6
連 結 合 計	6,448	6,954	107.8

(単位:百万円)

減価償却実施額	25/3期 第2Q累計実績	26/3期 第2Q累計実績	前年同期比(%)
連 結 合 計	4,960	5,050	101.8

# 2026年3月期通期 セグメント別損益予想

(単位:百万円)

	25/3期 実績	百分比 (%)	26/3期 当初予想	百分比 (%)	26/3期 修正予想	百分比 (%)	修正差	対前期 増減	前期比 (%)
売上高	192,688	100.0	198,000	100.0	196,000	100.0	△2,000	3,311	101.7
ファッション	102,621	100.0	105,200	100.0	104,200	100.0	△1,000	1,578	101.5
エンターテイメント	76,040	100.0	78,000	100.0	77,200	100.0	△800	1,159	101.5
アニヴェルセル・ブライダル	11,713	100.0	12,300	100.0	12,000	100.0	△300	286	102.4
不動産賃貸	6,877	100.0	7,100	100.0	7,100	100.0	—	222	103.2
売上総利益	80,690	41.9	83,950	42.4	83,250	42.5	△700	2,559	103.2
ファッション	60,709	59.2	62,400	59.3	61,780	59.3	△620	1,070	101.8
エンターテイメント	14,415	19.0	15,510	19.9	15,580	20.2	70	1,164	108.1
アニヴェルセル・ブライダル	4,295	36.7	4,800	39.0	4,600	38.3	△200	304	107.1
不動産賃貸	1,600	23.3	1,612	22.7	1,612	22.7	—	11	100.7
販売管理費	65,043	33.8	66,950	33.8	66,250	33.8	△700	1,206	101.9
ファッション	52,019	50.7	53,200	50.6	52,580	50.5	△620	560	101.1
エンターテイメント	8,423	11.1	8,810	11.3	8,880	11.5	70	456	105.4
アニヴェルセル・ブライダル	3,753	32.0	4,100	33.3	3,900	32.5	△200	146	103.9
営業利益	15,646	8.1	17,000	8.6	17,000	8.7	—	1,353	108.6
ファッション	8,690	8.5	9,200	8.7	9,200	8.8	—	509	105.9
エンターテイメント	5,991	7.9	6,700	8.6	6,700	8.7	—	708	111.8
アニヴェルセル・ブライダル	541	4.6	700	5.7	700	5.8	—	158	129.2
不動産賃貸	1,587	23.1	1,600	22.5	1,600	22.5	—	12	100.8

(注) エンターテイメント事業の業態別内訳はP60をご参照ください。

# 2026年3月期下半期 セグメント別損益予想

(単位:百万円)

	25/3期 下半期実績	百分比 (%)	26/3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	109,755	100.0	111,971	100.0	2,216	102.0
ファッション	64,357	100.0	65,536	100.0	1,178	101.8
エンターテイメント	37,338	100.0	38,342	100.0	1,004	102.7
アニヴェルセル・ブライダル	6,806	100.0	6,584	100.0	△222	96.7
不動産賃貸	3,492	100.0	3,568	100.0	75	102.2
売上総利益	47,650	43.4	48,972	43.7	1,321	102.8
ファッション	38,218	59.4	38,880	59.3	661	101.7
エンターテイメント	5,915	15.8	6,648	17.3	732	112.4
アニヴェルセル・ブライダル	2,876	42.3	2,784	42.3	△92	96.8
不動産賃貸	800	22.9	836	23.5	36	104.5
販売管理費	36,175	33.0	35,909	32.1	△265	99.3
ファッション	29,306	45.5	28,846	44.0	△459	98.4
エンターテイメント	4,329	11.6	4,552	11.9	222	105.2
アニヴェルセル・ブライダル	1,959	28.8	1,995	30.3	35	101.8
営業利益	11,474	10.5	13,062	11.7	1,587	113.8
ファッション	8,912	13.8	10,034	15.3	1,121	112.6
エンターテイメント	1,585	4.2	2,095	5.5	509	132.2
アニヴェルセル・ブライダル	917	13.5	789	12.0	△127	86.1
不動産賃貸	794	22.7	830	23.3	36	104.6

(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。

# 2026年3月期通期 主要経費の内訳予想

(単位:百万円)

		26/3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	9,684	101.9	7,241	100.6	1,006	111.8	1,396	106.8	—	—
人 件 費	合 計	48,275	99.3	19,170	98.3	23,117	100.1	4,022	104.9	—	—
	売上原価	22,065	99.9	—	—	19,097	99.3	2,952	103.2	—	—
	販 管 費	26,210	98.9	19,170	98.3	4,020	103.9	1,070	109.7	—	—
賃 借 料	合 計	28,121	101.7	12,316	103.1	14,373	100.7	1,564	100.9	4,720	105.6
	売上原価	16,286	101.1	0	100.0	14,265	100.7	1,552	101.2	4,720	105.6
	販 管 費	11,835	102.4	12,316	103.1	108	94.5	12	68.4	—	—
減価償却費	合 計	10,348	104.3	2,167	108.0	6,625	104.0	805	104.3	454	102.9
	売上原価	7,430	104.4	21	89.3	6,381	104.1	798	105.9	454	102.9
	販 管 費	2,918	104.1	2,146	108.2	244	100.6	7	39.9	—	—

(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P62をご参照ください。

# 2026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		25/3期 実績			26/3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		1	2	497	2	6	493	
	ORIHICA		15	4	106	20	6	120	
エンターテイメント	快活CLUB		14	14	485	25	10	500	
	コート・ダジュール		—	5	85	2	3	84	
	FiT24		3	4	116	3	5	114	
	自遊空間 他	直営	3	9	33	1	3	33	
		FC	—	4	49	—	—	47	
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	53	33	1,401	

(注) 自遊空間他の26/3期末店舗数は、FCから直営へ変更により、それぞれ2店舗ずつ増減する予想です。

(単位:百万円)

設備投資額	25/3期 実績	26/3期(予)	前期比(%)
ファッション	3,791	4,000	105.5
エンターテイメント	6,930	7,200	103.9
アニヴェルセル・ブライダル	827	500	60.4
連 結 合 計	11,989	12,000	100.1

(単位:百万円)

減価償却実施額	25/3期 実績	26/3期(予)	前期比(%)
連 結 合 計	9,920	10,300	103.8

# 【ご参考：ファッション事業2026年3月期第2四半期(中間期)実績】

## (1)既存店増収率、客数・客単価増加率

(単位:%)

		4月	5月	6月	1Q	7月	8月	9月	2Q	上半期	下半期	通期
売上高	26/3期	△1.8	5.1	△1.4	0.5	△1.3	5.3	△5.7	△0.8	△0.1		
	25/3期	△2.4	1.4	13.9	4.1	△7.5	4.0	3.1	△0.9	1.9	2.7	2.4
客 数	26/3期	△5.9	0.1	△5.2	△3.8	△4.5	3.4	△5.8	△2.6	△3.3		
	25/3期	△5.7	△2.0	12.7	1.8	△10.3	△2.5	△4.0	△6.4	△1.8	△3.8	△2.9
客単価	26/3期	4.3	5.0	4.0	4.4	3.4	1.8	0.1	1.9	3.3		
	25/3期	3.6	3.5	1.0	2.3	3.2	6.7	7.4	5.8	3.8	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				
	25/3期	241	93.8	546	91.5	787	92.2
販売 単価	26/3期	32.6	106.5				
	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月期第2四半期(中間期)実績】

## (3)商品別売上状況

(単位:百万円)

商品区分	25/3期 第2Q累計実績	構成比 (%)	26/3期 第2Q累計実績	構成比 (%)	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
ビジネス	22,603	62.1	22,192	60.2	△410	98.2
カジュアル	6,887	18.9	7,749	21.0	861	112.5
レディース	6,932	19.0	6,932	18.8	0	100.0
合 計	38,263	—	38,663	—	400	101.0

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:m<sup>2</sup>)

	25/3期 第2Q累計実績	26/3期 第2Q累計実績	対前年同期 増減	前年同期比 (%)
AOKI・ORIHICA 合計	303,968	302,209	△1,759	99.4



# 【ご参考：ファッション事業2026年3月期予想】

## (1)既存店増収率、客数・客単価の増加率

(単位:%)

		1Q実績		上半期実績	3Q(予)	4Q(予)	下半期(予)	通期(予)
売上高	26/3期(実+予)	0.5	△0.8	△0.1	2.5	△0.4	0.7	0.4
	25/3期(実)	4.1	△0.9	1.9	2.1	3.0	2.7	2.4
客 数	26/3期(実+予)	△3.8	△2.6	△3.3	△1.8	△2.1	△2.0	△2.7
	25/3期(実)	1.8	△6.4	△1.8	△4.7	△3.0	△3.8	△2.9
客単価	26/3期(実+予)	4.4	1.9	3.3	4.4	1.7	2.7	3.1
	25/3期(実)	2.3	5.8	3.8	7.1	6.2	6.7	5.4

## (2)商品別売上予想

(単位:百万円)

商品区分	25/3期実績	構成比(%)	26/3期(予)		対前期増減	前期比(%)
				構成比(%)		
ビジネス	62,374	63.7	62,100	62.4	△274	99.6
カジュアル	13,869	14.2	15,200	15.3	1,330	109.6
レディース	21,619	22.1	22,200	22.3	580	102.7
合 計	102,621	—	104,200	—	1,578	101.5

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月期第2四半期(中間期)実績】

## (1)業態別 損益実績(第2Q累計実績)

(単位:百万円)

	25/3期 第2Q累計実績	百分比 (%)	26/3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	38,701	100.0	38,857	100.0	155	100.4
快活CLUB	29,177	100.0	29,560	100.0	382	101.3
コート・ダジュール	5,081	100.0	4,758	100.0	△322	93.6
FiT24	2,684	100.0	2,919	100.0	234	108.7
自遊空間 他	3,323	100.0	3,359	100.0	36	101.1
売上総利益	8,499	22.0	8,931	23.0	431	105.1
快活CLUB(FiT24含む)	7,187	22.6	7,506	23.1	318	104.4
コート・ダジュール	807	15.9	912	19.2	104	112.9
自遊空間 他	544	16.4	572	17.1	28	105.2
販売管理費	4,093	10.6	4,327	11.1	233	105.7
快活CLUB(FiT24含む)	2,992	9.4	3,224	9.9	232	107.8
コート・ダジュール	575	11.3	608	12.8	32	105.7
自遊空間 他	479	14.4	482	14.4	2	100.6
営業利益	4,405	11.4	4,604	11.8	198	104.5
快活CLUB(FiT24含む)	4,195	13.2	4,281	13.2	86	102.1
コート・ダジュール	231	4.6	303	6.4	71	130.8
自遊空間 他	64	1.9	90	2.7	25	139.7

(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月期第2四半期(中間期)実績】

## (2)業態別 損益実績(第2Q会計実績)

(単位:百万円)

	25/3期 第2Q会計実績	百分比 (%)	26/3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	20,497	100.0	20,633	100.0	135	100.7
快活CLUB	15,556	100.0	15,773	100.0	217	101.4
コート・ダジュール	2,675	100.0	2,484	100.0	△191	92.9
FiT24	1,375	100.0	1,530	100.0	155	111.3
自遊空間 他	1,352	100.0	1,490	100.0	137	110.2
売 上 総 利 益	5,026	24.5	5,318	25.8	291	105.8
快活CLUB(FiT24含む)	4,222	24.9	4,486	25.9	263	106.2
コート・ダジュール	506	18.9	553	22.3	46	109.2
自遊空間 他	309	22.9	306	20.6	△2	99.0
販 売 管 理 費	2,117	10.3	2,261	11.0	144	106.8
快活CLUB(FiT24含む)	1,554	9.2	1,661	9.6	107	106.9
コート・ダジュール	283	10.6	333	13.4	49	117.6
自遊空間 他	257	19.0	264	17.8	7	102.9
営 業 利 益	2,909	14.2	3,056	14.8	147	105.1
快活CLUB(FiT24含む)	2,668	15.8	2,824	16.3	155	105.8
コート・ダジュール	223	8.3	219	8.8	△3	98.5
自遊空間 他	52	3.9	42	2.8	△10	80.3

(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。

## (3)業態別 設備投資額実績

(単位:百万円)

店舗名	25/3期 第2Q累計実績	26/3期 第2Q累計実績	前年同期比 (%)
快活CLUB	3,217	3,868	120.2
コート・ダジュール	95	125	130.5
FiT24	188	127	67.8
自遊空間 他	179	219	122.2
合 計	3,645	4,268	117.1

# 【ご参考:エンターテインメント事業2026年3月期第2四半期(中間期)実績】

## (4)業態別 主要経費の内訳実績

(単位:百万円)

		26/3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	486	107.0	378	103.6	111	125.5	2	39.1
人 件 費	合 計	11,390	101.0	9,176	103.4	1,576	89.8	637	97.8
	売 上 原 価	9,388	99.4	7,769	102.1	1,294	86.6	324	93.7
	販 管 費	2,001	109.6	1,406	110.8	281	107.9	313	102.4
賃 借 料	合 計	7,207	100.9	5,780	102.9	1,024	94.9	405	89.6
	売 上 原 価	7,149	100.9	5,741	102.9	1,017	95.0	391	89.6
	販 管 費	57	99.7	39	104.4	6	93.2	13	90.5
減 価 償 却 費	合 計	3,216	100.4	2,853	100.6	234	89.7	114	122.8
	売 上 原 価	3,097	101.2	2,803	100.7	203	89.0	103	169.2
	販 管 費	118	82.3	49	92.6	30	95.2	11	35.2

(注) 快活CLUBにはFIT24が含まれております。

# 【ご参考：エンターテインメント事業2026年3月期第2四半期(中間期)実績】

## (5)エンターテインメント事業：既存店増収率、客数・客単価の増加率

・既存店対象店舗：快活CLUB、コート・ダジュール、FiT24

(単位：%)

		4月	5月	6月	1Q	7月	8月	9月	2Q	上半期	下半期	通期
売上高	26/3期	1.2	2.9	△0.4	1.2	0.4	3.3	△1.0	1.0	1.1		
	25/3期	0.4	△0.6	8.3	2.5	0.1	4.9	4.6	3.2	2.9	0.6	1.8
客 数	26/3期	△1.0	△0.1	△1.9	△1.0	△0.7	0.0	△2.9	△1.2	△1.1		
	25/3期	1.3	0.4	5.0	2.2	△0.9	1.9	2.7	1.2	1.7	△1.6	0.1
客単価	26/3期	1.9	2.2	0.8	1.7	0.1	2.5	0.9	1.3	1.5		
	25/3期	△0.3	△0.6	4.1	1.0	1.4	3.8	2.5	2.6	1.8	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:エンターテインメント事業2026年3月期第2四半期(中間期)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	1Q	7月	8月	9月	2Q	上半期	下半期	通期
売上高	26/3期	1.4	2.6	0.4	1.5	0.9	3.4	△0.3	1.4	1.5		
	25/3期	0.9	△0.3	8.3	2.8	0.2	4.4	4.3	3.0	2.9	0.4	1.7
客 数	26/3期	△0.8	△0.2	△1.4	△0.8	△0.5	0.0	△2.5	△0.9	△0.9		
	25/3期	1.7	0.5	4.9	2.3	△0.6	1.7	2.8	1.3	1.8	△1.5	0.2
客単価	26/3期	1.9	1.9	1.1	1.6	0.2	2.5	1.1	1.4	1.5		
	25/3期	0.1	△0.3	4.5	1.3	1.3	3.5	2.3	2.4	1.9	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 第2Q累計実績	26/3期 第2Q累計実績	前年同期差
ルーム売上	91.0	91.4	+0.4pt
飲食売上	6.4	6.0	△0.4pt
その他売上	2.6	2.6	—

# 【ご参考:エンターテインメント事業2026年3月期第2四半期(中間期)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	1Q	7月	8月	9月	2Q	上半期	下半期	通期
売上高	26/3期	0.4	4.6	△5.4	△0.1	△2.4	2.4	△5.8	△1.5	△0.9		
	25/3期	△3.1	△2.6	7.8	0.5	△0.6	8.4	6.5	4.9	2.8	1.7	2.2
客 数	26/3期	△2.0	0.8	△5.5	△2.2	△2.4	0.0	△6.0	△2.7	△2.5		
	25/3期	△1.1	△0.8	5.5	1.1	△3.3	3.5	2.2	0.8	0.9	△2.4	△0.8
客単価	26/3期	2.5	3.8	0.1	2.1	0.0	2.5	0.2	1.2	1.6		
	25/3期	△2.0	△1.8	2.2	△0.6	2.8	4.7	4.2	4.0	1.8	4.2	3.0

## (9)コート・ダジュール:既存店内訳別売上構成比

(単位:%)

	25/3期 第2Q累計実績	26/3期 第2Q累計実績	前年同期差
ルーム売上	57.0	56.5	△0.5pt
飲食売上	42.7	43.0	+0.3pt
その他売上	0.3	0.5	+0.2pt

# 【ご参考:エンターテインメント事業2026年3月期通期予想】

## (1)業態別 損益予想(通期)

(単位:百万円)

		25/3期 実績	百分比 (%)	26/3期 当初予想	百分比 (%)	26/3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	56,843	100.0	58,570	100.0	58,000	100.0	△570	1,156	102.0
	コート・ダジュール	10,212	100.0	9,900	100.0	9,700	100.0	△200	△512	95.0
	FiT24	5,475	100.0	5,660	100.0	5,700	100.0	40	224	104.1
売上総利益	快活CLUB(FiT24含む)	11,737	18.8	12,700	19.8	12,650	19.9	△50	912	107.8
	コート・ダジュール	1,659	16.2	1,680	17.0	1,750	18.0	70	90	105.5
販売管理費	快活CLUB(FiT24含む)	6,213	10.0	6,600	10.3	6,550	10.3	△50	336	105.4
	コート・ダジュール	1,205	11.8	1,180	11.9	1,250	12.9	70	44	103.7
営 業 利 益	快活CLUB(FiT24含む)	5,524	8.9	6,100	9.5	6,100	9.6	—	575	110.4
	コート・ダジュール	453	4.4	500	5.1	500	5.2	—	46	110.2

## (2)業態別 設備投資額予想

(単位:百万円)

店舗名	25/3期 実績	26/3期(予)	前期比(%)
快活CLUB	6,225	6,500	104.4
コート・ダジュール	212	300	141.2
FiT24	190	200	105.2



# 【ご参考:エンターテインメント事業2026年3月期通期予想】

## (3)業態別 損益予想(下半期)

(単位:百万円)

		25/3期 下半期実績	百分比 (%)	26/3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	27,666	100.0	28,439	100.0	773	102.8
	コート・ダジュール	5,130	100.0	4,941	100.0	△189	96.3
	FiT24	2,790	100.0	2,780	100.0	△9	99.7
売上総利益	快活CLUB(FiT24含む)	4,550	14.9	5,143	16.5	593	113.0
	コート・ダジュール	851	16.6	837	17.0	△13	98.4
販売管理費	快活CLUB(FiT24含む)	3,221	10.6	3,325	10.7	104	103.2
	コート・ダジュール	629	12.3	641	13.0	11	101.9
営 業 利 益	快活CLUB(FiT24含む)	1,329	4.4	1,818	5.8	488	136.7
	コート・ダジュール	222	4.3	196	4.0	△25	88.6

# 【ご参考:エンターテインメント事業2026年3月期通期予想】

## (4)業態別 主要経費の内訳予想

(単位:百万円)

		26/3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	1,006	111.8	772	109.3	242	122.5	4	64.3
人 件 費	合 計	23,117	100.1	18,638	101.8	3,210	91.3	1,275	99.2
	売 上 原 価	19,097	99.3	15,788	101.4	2,660	89.1	649	96.2
	販 管 費	4,020	103.9	2,850	104.6	550	103.2	626	102.5
賃 借 料	合 計	14,373	100.7	11,629	102.7	1,954	92.2	795	94.3
	売 上 原 価	14,265	100.7	11,555	102.8	1,943	92.3	768	94.2
	販 管 費	108	94.5	73	97.3	10	75.4	27	96.8
減 価 償 却 費	合 計	6,625	104.0	5,874	104.2	493	96.6	229	118.4
	売 上 原 価	6,381	104.1	5,769	104.2	430	96.5	206	120.0
	販 管 費	244	100.6	104	100.5	62	97.4	22	105.6

(注) 快活CLUBにはFIT24が含まれております。

# 【ご参考:エンターテインメント事業2026年3月期通期予想】

## (5)エンターテインメント事業:既存店増収率、客数・客単価の増加率

・既存店対象店舗:快活CLUB、コート・ダジュール、FiT24

(単位:%)

		上半期実績			下半期(予)		通期(予)
		1Q実績	2Q実績	3Q(予)	4Q(予)	通期(予)	
売上高	26/3期(実+予)	1.2	1.0	1.1	1.5	1.6	1.1
	25/3期(実)	2.5	3.2	2.9	2.3	△1.1	1.8
客数	26/3期(実+予)	△1.0	△1.2	△1.1	1.0	0.0	0.5
	25/3期(実)	2.2	1.2	1.7	△0.7	△2.4	0.1
客単価	26/3期(実+予)	1.7	1.3	1.5	0.7	1.2	0.5
	25/3期(実)	1.0	2.6	1.8	3.7	1.3	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。

## (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)
		1Q実績	2Q実績	3Q(予)	4Q(予)	通期(予)	
売上高	26/3期(実+予)	1.5	1.4	1.5	1.3	2.0	1.1
	25/3期(実)	2.8	3.0	2.9	2.3	△1.5	1.7
客数	26/3期(実+予)	△0.8	△0.9	△0.9	0.9	0.3	0.5
	25/3期(実)	2.3	1.3	1.8	△0.5	△2.5	0.2
客単価	26/3期(実+予)	1.6	1.4	1.5	0.2	2.1	0.5
	25/3期(実)	1.3	2.4	1.9	3.6	0.8	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。

# 【ご参考:エンターテインメント事業2026年3月期通期予想】

## (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:%)

							下半期 (予)	通期 (予)
		1Q実績	2Q実績	上半期 実績	3Q(予)	4Q(予)		
売上高	26/3期(実+予)	Δ0.1	Δ1.5	Δ0.9	3.2	Δ1.2	1.0	1.0
	25/3期(実)	0.5	4.9	2.8	1.9	1.5	1.7	2.2
客 数	26/3期(実+予)	Δ2.2	Δ2.7	Δ2.5	1.1	Δ2.5	Δ0.8	Δ0.1
	25/3期(実)	1.1	0.8	0.9	Δ2.8	Δ2.1	Δ2.4	Δ0.8
客単価	26/3期(実+予)	2.1	1.2	1.6	1.0	0.5	0.9	0.6
	25/3期(実)	Δ0.6	4.0	1.8	4.8	3.7	4.2	3.0

# 【ご参考:アニヴェルセル・ブライダル事業2026年3月期第2四半期(中間期)実績】

## (1)既存店 施行組数及び一組単価

(単位:組、千円)

		上半期 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	26/3期(実+予)	1,488	104.9	1,892	96.7	3,380	100.2
	25/3期(実)	1,282	95.8	1,956	108.9	3,238	103.3
一組単価	26/3期(実+予)	4,171	103.4	4,102	98.9	4,132	100.8
	25/3期(実)	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:%)

		上半期 実績	下半期	通期
受注組数 (前年同期比)	26/3期	107.1		
	25/3期	106.1	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

## 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。