



青山商事株式会社

2022年3月期 中間決算説明会



注記事項

- ・「収益認識に関する会計基準」等を2022年3月期期首から適用しております。2022年3月期上期実績、及び、2022年3月期通期計画に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、前期比については参考値であります。
- ・収益認識会計基準等の適用による影響については、該当ページに記載しております。
- ・期初に公表いたしました「2021年3月期決算概要及び中期経営計画『Aoyama Reborn 2023』」内の計画に係る数値については、当該会計基準適用前の予想数値であります。
- ・2022年3月期第1四半期より、「フードサービス事業」及び「その他」に含んでおりました、フランチャイジーの事業を集約し、報告セグメント「フランチャイジー事業」としております。



1. 2022年3月期 上期業績の概要及び通期計画
2. 各事業セグメントの上期実績及び下期取組
3. 株主還元について

の青山
AOYAMA TRADING
1872

THE SUIT COMPANY UNIVERSAL LANGUAGE

MISTER
MINIT

AOYAMA CARD

ascor



1. 2022年3月期 上期業績の概要及び通期計画
2. 各事業セグメントの上期実績及び下期取組
3. 株主還元について

の青山
AOYAMA TRADING
1873

W THE SUIT COMPANY UNIVERSAL LANGUAGE

MISTER
MINIT

AOYAMA CARD

ascor



2022年3月期 上期連結損益の状況

前年上期対比、増収・赤字大幅縮小

増収ながら、緊急事態宣言の長期化等、期初想定を超えるコロナ影響で、影響を強く受けた事業セグメント中心に売上計画は未達。しかしながら、ビジネスウェア事業の売上総利益率改善及び同事業の構造改革等を計画通り進めると共に、更なるコスト削減にも取り組み、利益段階では、あと一步で計画達成の水準まで底上げし、赤字大幅縮小となった。(単位：億円)

	前年上期 実績※注1	期初 上期計画	上期 実績	期初 計画比	前期比※注1
売上高	610	748	671	▲76	+60
売上総利益	290	360	323	▲36	+33
(売上総利益率)	(47.6%)	(48.1%)	(48.3%)	(+0.2pt)	(+0.7pt)
販売費及び一般管理費	428	423	394	▲28	▲34
営業利益	▲138	▲63	▲70	▲7	+67
経常利益	▲129	▲60	▲62	▲1	+66
当期純利益	▲169	▲67	▲75	▲8	+93

注1：前年上期実績は収益認識に関する会計基準の適用前の数値であり、同基準を適用している上期実績から前年同期実績を単純に除した数値を差額として表示しております。

注2：単位未満を切り捨てて表示しております。



2022年3月期 上期事業セグメント別損益状況

期初想定以上のコロナ影響を強く受けた事業（ビジネスウェア、総合リペアサービス、フランチャイジー）中心に計画未達。

(単位：億円)

事業セグメント	前年上期実績※注1		期初上期計画		上期実績		期初計画比		前期比※注1	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
ビジネスウェア	367	▲144	470	▲72	408	▲73	▲61	▲1	+40	+70
カード	25	12	24	10	24	11	+0	+1	▲1	▲0
印刷・メディア	44	▲4	62	▲1	64	▲4	+2	▲3	+19	+0
雑貨販売	85	5	80	2	82	3	+2	+1	▲3	▲1
総合リペアサービス	38	▲5	55	▲1	46	▲5	▲8	▲4	+8	+0
フランチャイジー	47	▲0	56	+0	48	▲1	▲7	▲1	+0	▲0
その他	11	▲1	10	▲1	8	▲1	▲1	+0	▲3	▲0
調整額	▲10	+0	▲9	+0	▲11	+0	▲2	+0	▲1	+0
合計	610	▲138	748	▲63	671	▲70	▲76	▲7	+60	+67

注1：前年上期実績は収益認識に関する会計基準の適用前の数値であり、同基準を適用している上期実績から前年同期実績を単純に除した数値を差額として表示しております。

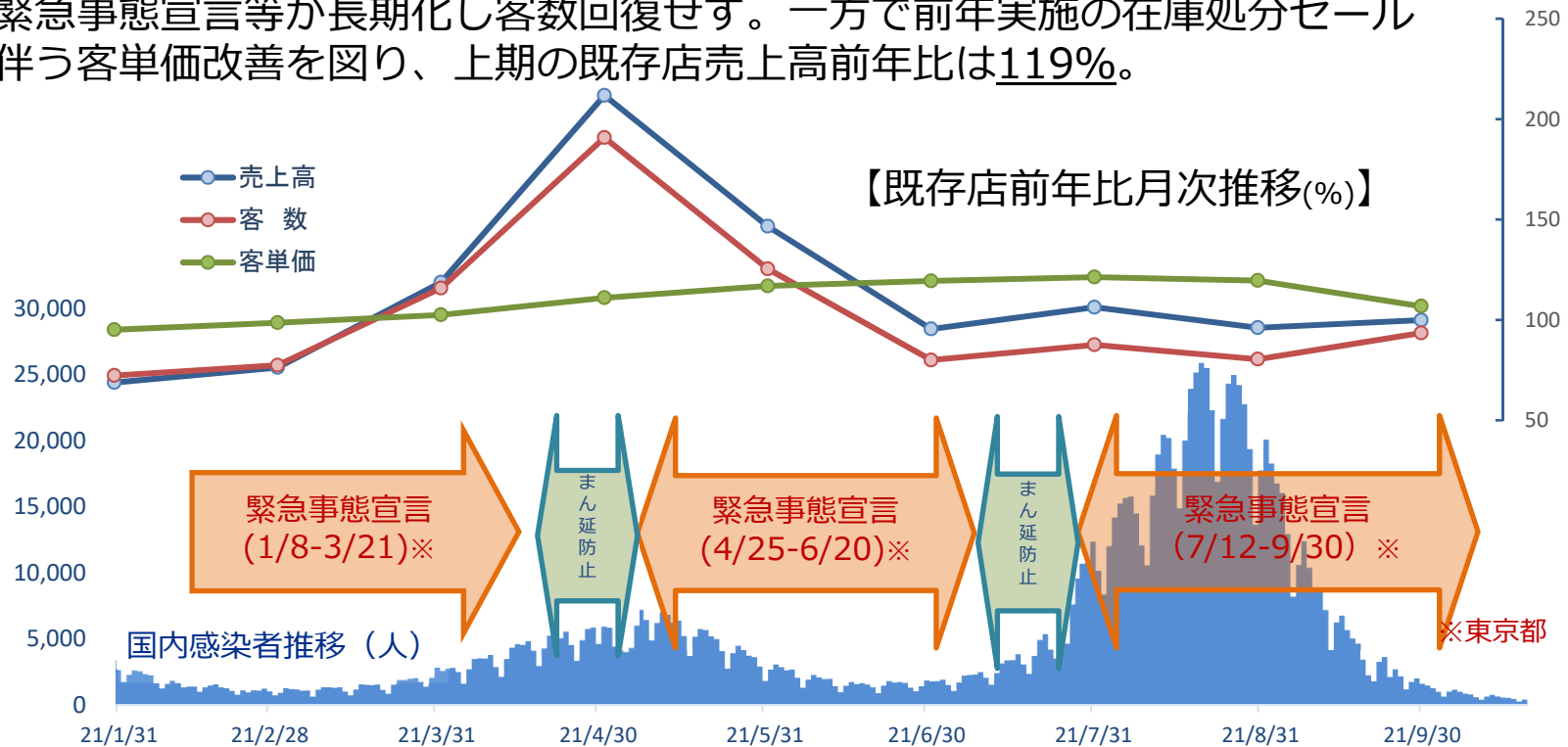
2：単位未満を切り捨てて表示しております。



2022年3月期上期 ビジネスウェア事業 既存店売上

全期間を通じた緊急事態宣言等の影響で売上回復に遅れ

前期の一部休業・時間短縮営業(特に2020年4~5月)による今期反動増の伸び悩みと共に、その後緊急事態宣言等が長期化し客数回復せず。一方で前年実施の在庫処分セール反動に伴う客単価改善を図り、上期の既存店売上高前年比は119%。



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期
売上高	68.8	76.3	118.7	↑211.8	↑146.6	95.5	106.3	96.1	99.9	119.0
客数	72.3	77.4	115.8	190.8	125.4	↓80.0	↓87.6	↓80.4	93.5	100.9
客単価	95.1	98.6	102.5	111.0	116.9	↑119.4	↑121.3	↑119.6	106.8	117.9



2022年3月期 通期連結損益（修正）計画

計画下方修正、黒字計画維持

上期末達影響、下期はワクチン普及等で回復見込むものの、回復スピードが緩やかと想定することから、ビジネスウェア事業や総合リペアサービス事業等でコロナ影響を一定程度織り込み、計画を下方修正。一方で、更なるコスト削減にも取り組み、黒字計画は維持。（単位：億円）

	期初 計画	修正 計画	期初 計画比		主要因	前期比 ※注1	
				(%)			(%)
売上高	1,825	1,730	▲95	94.8	コロナ影響を強く受けた BW▲75,リペア▲15	+115	107.2
売上総利益	918	869	▲49	94.7		+68	108.6
売上総利益率	50.3%	50.2%	▲0.1pt	—		+0.6pt	—
販売費及び 一般管理費	878	849	▲29	96.7		▲95	89.9
営業利益	40	20	▲20	50.0	売上未達による BW▲6,印刷▲4,リペア▲9	+164	—
経常利益	46	40	▲6	87.0	今期営業外収益 (補償金等14)	+154	—
当期純利益	30	8	▲22	26.7	今期特別損失 (減損損失16)	+396	—

注1：前期比は、収益認識に関する会計基準の適用後の今期計画数値から前年の同会計基準適用前の前期実績を単純に除した数値を差額として表示しております。

2：単位未満を切り捨てて表示しております。



2022年3月期 通期事業セグメント別 (修正) 計画

(単位：億円)

事業 セグメント	修正計画		期初 計画比		(%)		前期比※注1		(%)	
	売上高	営業 利益	売上高	営業 利益	売上高	営業 利益	売上高	営業 利益	売上高	営業 利益
	ビジネス ウェア	1,200	8	▲75	▲6	94.1	58.6	+101	+166	109.2
カード	47	19	+1	+1	102.2	108.3	▲1	▲1	96.4	93.6
印刷・ メディア	126	▲3	+8	▲4	106.8	—	+10	+0	109.4	—
雑貨販売	161	5	+2	0	101.3	100.0	▲3	▲1	98.0	77.5
総合リペア サービス	100	▲8	▲15	▲9	87.0	—	+8	▲0	109.0	—
フラン チャイジー	110	1	▲7	▲2	94.0	33.3	+5	+0	105.0	128.8
その他	16	▲3	▲4	0	80.0	—	▲8	+1	66.3	—
調整額	▲30	+0	▲5	▲0	—	75.0	+3	▲0	—	—
合計	1,730	20	▲95	▲20	94.8	50.0	+115	+164	107.2	—

注1：前期比は、収益認識に関する会計基準の適用後の今期計画数値から前年の同会計基準適用前の前期実績を単純に除した数値を差額として表示しております。

注2：単位未満を切り捨てて表示しております。



1. 2022年3月期 上期業績の概要及び通期計画
2. 各事業セグメントの上期実績及び下期取組
3. 株主還元について

の青山
AOYAMA TRADING
1873

THE SUIT COMPANY UNIVERSAL LANGUAGE

MISTER
MINIT

AOYAMA CARD

ascor

事業セグメントの概要

<p>ビジネスウェア事業</p>		<p>日本全国に「洋服の青山」「THE SUIT COMPANY」など772店舗展開（2021年9月末） その他当事業には、ブルーリバーズ(株)、(株)栄商、(株)エム・ディー・エス、服良(株)、青山洋服商業（上海）有限公司が含まれます。</p>
<p>カード事業 (株)青山キャピタル</p>		<p>AOYAMAカード等のカード発行、管理および獲得を行い、ビジネスウェア事業における効率的な販売促進を支援（2021年8月末 有効会員数416万人）</p>
<p>印刷・メディア事業 (株)アスコン</p>		<p>全国流通小売業を中心顧客に販売促進支援企業としてサービスを展開。新聞折込チラシやDMなど販売促進の面から「洋服の青山」をサポート（内部取引は2割程度）</p>
<p>雑貨販売事業 (株)青五</p>		<p>100円ショップ「ダイソー」を111店舗展開（2021年8月末） 「洋服の青山」の閉鎖店利用などでビジネスウェア事業をサポート</p>
<p>総合リペアサービス事業 (ミニット・アジア・パシフィック(株))</p>		<p>日本、オーストラリア、ニュージーランド等において「ミスターミニット」ブランドのもと靴修理、合鍵作成をはじめとした総合リペアサービスを提供（2021年9月末 日本 298店舗 ANZ 302店舗 SEA 33店舗 展開）</p>
<p>フランチャイジー事業 (株)glob</p>		<p>(株)物語コーポレーションのFCとして「焼肉きんぐ」39店舗、「ゆず庵」13店舗、(株)ゲオのFCとして「セカンドストリート」「ジャンブルストア」17店舗、(株)Fast Fitness JapanのFCとして「エニタイムフィットネス」4店舗展開（2021年9月末）</p>
<p>その他 (株)WTW (株)カスタムライフ ※(株)SYGが(株)カスタムライフを存続会社とする 吸収合併を2021年3月1日に実施いたしました。</p>		<p>(株)WTW：雑貨・インテリアの販売事業「WTW」6店舗展開（2021年9月末） (株)カスタムライフ：オウンドメディア「カスタムライフ」の運営</p>



ビジネスウェア事業 下期見通し

期初想定

- ・年央以降のワクチン普及で新型コロナウイルス感染症による影響は徐々に和らぐが、年末頃までは一定程度残る
- ・22年1月以降、ほぼ正常化する



- ・政府発表では11月末日途で希望者接種完了予定。ワクチン普及で新規感染者数は減少傾向
- ・年末以降はブースター接種も行われる予定

下期見通し

- ・ワクチン普及により、10月中盤以降客足が戻りつつあり、売上は緩やかに回復するものの、下期も一定程度コロナ影響は残ると予想
- ・延期されていた結婚式や弔事の小規模化については、感染対策を講じつつ再開され、参加人数も着実に増えていくことで、慶弔需要は徐々に回復すると予想
- ・成人式、卒業式、入学式・入社式を始めとする、4Qを中心としたオケージョン需要についても、概ね回復すると予想

引続き効率化・コスト削減に注力

ビジネスウェア事業の変革と挑戦

重点施策の進捗①

オーダー対応店舗は253店まで伸長、コロナ禍でも成果あり
ニーズ対応したレディース向け商品開発・投入が奏功

	オーダー			レディース		
	前々年比	前年比	計画比	前々年比	前年比	計画比
上期実績	312%	220%	84%	68%	116%	83%
	<ul style="list-style-type: none"> 今期296店舗体制に向け取扱店舗拡大 ドレス / レディースの取扱拡大 店外演出による認知向上に注力 			<ul style="list-style-type: none"> ファンマーケティング企画実施 キャリア向け商品取扱店舗拡大 フォーマル商品の強化店舗選定 		
下期対策	<ul style="list-style-type: none"> 販売員のスキルUP教育のスピードUP 低利用店舗への本部サポート 認知度UPのためのWeb広告実施 早割セールなどの企画販促を実施 			<ul style="list-style-type: none"> SNS活用での顧客との接点拡大 ECとの親和性のある商品開発を推進 就活・フレッシューズ・キャリア対応強化 共創・協業企画を継続検討 		
	<p>成人式用スーツご購入の方限定 祝!新成人 SHITATE 2大特典 1着 ¥29,000~(¥31,900~)</p>			<p>October Issue ON&OFF STYLE vol.1 2021 Autumn Winter New Suit + Item Collection</p>		
	10月29日からスタートしている「新成人フェア」キャンペーン			21AWレディース商品の専用ページ「ON&OFF Style vol.1」		

ビジネスウェア事業の変革と挑戦

重点施策の進捗②

戻りつつある慶弔需要に対する売上拡大施策のリリースを予定
ECは伸び悩み、下期はECサイトの利便性を高めて売上拡大

	フォーマル			EC			学生服		
	前々年比	前年比	計画比	前々年比	前年比	計画比	前々年比	前年比	計画比
上期実績	55%	116%	76%	115%	89%	58%	150%	131%	87%
	<ul style="list-style-type: none"> 低価格帯の新商品投入 GMS対策商品の研究 売場改革へ着手 			<ul style="list-style-type: none"> 顧客接点を着実拡大中 有人チャット導入 EC先行販売開始 			<ul style="list-style-type: none"> 営業活動再開 品番ラインナップ強化 認知度向上 		
下期対策	<ul style="list-style-type: none"> 専用サイトの立ち上げ 若年層をターゲットとした低価格帯の全店展開 高価格ラインナップ追加 レンタル(ハレカリ)強化 			<ul style="list-style-type: none"> 有人チャットサービス拡大 レシートクーポン実施 デジタルクーポン導入推進 店舗直送トライアル開始 			<ul style="list-style-type: none"> 販売元との協業 売上構成高い4Qに向けての環境整備(ECとの連動) 多様性対応したブレザー制服の生産体制整備 		
	<p>洋服の青山リンクスウメダ店フォーマルコーナー</p>			<p>11月スタートの「レビュー投稿キャンペーン」</p>			<p>標準型学生服の商品の専用ページ</p>		



ビジネスウェア事業の変革と挑戦

顧客接点拡大の進捗

顧客接点拡大によるLTV最大化

OMO戦略及びデジタル基盤整備で、延べ380万人の会員を獲得し、総デジタル会員数は延べ1,340万人に増加。下期は、遅れている店舗・EC相互利用する「併用顧客」の拡大に注力

2021年9月末現在



メール会員
約**667**万人
前年+140万人



LINE会員
約**90**万人
前年+86万人



アプリ会員
約**542**万人
(会員連携登録数)
前年+146万人



マイ店舗登録者数
約**45**万人



SNS会員
約**45**万人
前年+14万人

ビジネスウェア事業の変革と挑戦

リブランディングの取組①

Aoyamaブランドパーパス

ビジネスのパフォーマンスを上げるパーツを提供する会社になる

【マーケットインの具現化】

コミュニティからサービス創出を狙い
9月15日にNewsPicks社と

共創コミュニティ

「シン・シゴト服ラボ」 立ち上げ



- ①外勤ワーカー向け店舗活用PJ
 - ②リモートワーカー向け商品開発PJ
- 2つのプロジェクトが進行中

- ・ 140名のビジネスパーソンが半年間協議して商品開発
- ・ 応援購入サービス「Makuake (マクアケ)」に出店
- ・ 第1弾として「WAGAMAMAJACKET」を10月5日にリリース。売上目標を大きくクリア

ビジネスウェア事業の変革と挑戦

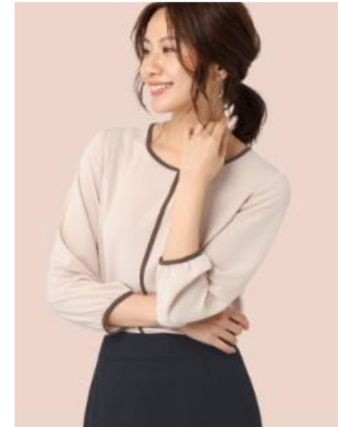
リブランディングの取組②

【ファンマーケティング開始】 “みんなの声でつくろうプロジェクト”

「洋服の青山公式Instagram レディースアカウント(@aoyama_ladies)」で配信するインスタライブで、フォロワーの皆様
に意見を頂きながら商品サンプルを作成、
修正を行い、「**理想の仕事服**」を商品化。
22年SS商品でも共創企画を進行中。



プロジェクト第1弾 袖たぽバイカラーブラウス



プロジェクト第2弾 もちもち丸洗いニット



8月にECで先行販売した初回分は完売、追加投入と好結果



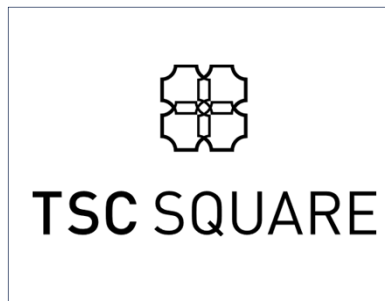
ビジネスウェア事業の変革と挑戦

TSC事業の下期取組

デジラボ活用した全ブランドコンテンツミックス展開を加速 コストと在庫抑制、新サービスでトップラインを向上させる

「TSC スクエア」

- ・TSC4ブランドを集結させた「TSCスクエア」を新宿本店・池袋東口店・ines FUKUYAMA店・ららテラス武蔵小杉店・渋谷店の5店舗で本格スタート
- ・5店舗ではデジラボ導入し、4ブランドの店頭、EC在庫をタイムリーに把握。ブランドの垣根を超えたコーディネートが可能な「**OMO型**ブランドコンテンツミックス」店舗で展開



上：「TSCスクエア」新ロゴ
右：リニューアルした新宿本店



ユニバーサルランゲージ メジャーズ

- ・本格パターンオーダーのULメジャーズは上期に2店舗開店、下期10月に1店舗開店しており出店を拡大中
- ・6月より東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・京都・兵庫エリアで出張オーダーのサービス開始。**店舗と同レベル・同価格のサービスを提供**



上：6月30日開店のULM広島店
右：出張オーダーサービス



グループ経営の推進

各事業セグメント上期実績と下期取組

カード事業

緊急事態宣言の発出等による消費マインドの冷え込みによりキャッシング収入及び営業貸付金残高・会員数が減少。新たに即時申込可能なタブレット端末を導入し、効率化を図ると同時に今後見込まれるリベンジ消費の取込みに向けて会員数増、取扱高・残高増の施策を打ち出す。



総合リペアサービス事業

国内・海外共にコロナの影響を強く受けるものの、一部の地域において需要回復が見られ増収。下期は、都心から非都心への店舗入替、メルカリなど他業種協業及び大手ホームセンターへの出店など、コロナによって変化した事業環境に適した事業モデル転換を急ぐ。



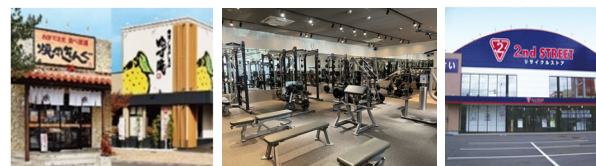
印刷メディア事業

ギガスクールやタクシー関連のデバイス販売の増加と印刷・販促需要の持ち直しで増収となったが、一部製品の保証対応費用などがかさみ、上期営業赤字に終わった。製品の保証対応を最優先で解決していく。



フランチャイジー事業

フードサービスは時短営業要請、酒類販売の自粛等の対応により減収となったが、フィットネス、リユースの売上増加により増収。フードサービスはコロナからの持ち直しによる営業黒字化を見込む。



雑貨・販売事業

コロナ感染予防対策商品のまとめ買い、高額商品の取扱増加等により客単価上昇も、コロナ禍による来店客数減少により減収。下期は店舗活性化による集客の拡大、積極的な出店により業績回復を図る。



その他事業

CUSTOM LIFE

Googleアルゴリズム変更でSEOトレンドに乗れずPV数低下、広告料収入減少。

コロナ影響による休業等で計画未達だったが10周年キャンペーン展開及びアパレルの強化により増収。



サステナブルへの取組

ESG目標達成に向けた施策進捗

取り組んでいる施策を着実に実行。プライム市場上場会社に要請されているTCFD提言に沿った開示に対応

2023年度目標

2021年度上期実績

13 気候変動に
具体的な対策を



- ・CO₂排出量削減推進
- ・気候変動緩和
- CDP気候変動レポート提出

- ①CO₂排出量削減
: **30%** (13年度比)
- ②CDP評価入ア
: **「B」**

- ①青山商事グループ環境方針策定して開示済
- ②今年度のCDP気候変動レポートの提出完了
(12月にスコア公表予定)

5 ジェンダー平等を
実現しよう



- ・女性活躍推進
- えるぼし認定(厚労大臣認定)
- くるみん申請中(厚労大臣認定)

女性管理職比率
: **10%**以上

- ・女性管理職比率: **9.8%**
(21年9月末現在)
- ・えるぼし認定
(全3段階中、2段階目を認定)
- ・くるみん認定(子育てサポート企業)

12 つくる責任
つかう責任



- ・Sedex登録推進と情報開示
- 人権・労働・環境への対応・下請の健全な労働環境確保等サプライチェーンの透明性を評価

Sedex登録工場数
: **15工場**以上

- ・Sedex登録工場数
: **11工場**
(主要取引先縫製工場 21年9月末)
- ・第2回Sedex説明会を実施



1. 2022年3月期 上期業績の概要及び通期計画
2. 各事業セグメントの上期実績及び下期取組
3. 株主還元について

の青山
AOYAMA TRADING
1873

THE SUIT COMPANY UNIVERSAL LANGUAGE

MISTER
MINIT

AOYAMA CARD

ascor

株主還元について

- 新型コロナウイルス感染症の影響等により、当社を取り巻く市場環境は依然として不透明な状況が続いていることなどを総合的に勘案し、誠に遺憾ながら、第2四半期末の配当につきましては、無配とさせていただきます。
- 期末配当予想につきましては、現在進行中の中期経営計画(2021～2023年度)の当社株主還元方針に則り、1株あたり5円とさせていただきます。

基準日	1株当たり配当金 (円)		
	第2四半期末	期 末	年 間
前回予想 (8月10日)	0円00銭	未 定	未 定
今回修正予想	—	5円00銭	5円00銭
当期実績	0円00銭	—	—
前期実績	0円00銭	0円00銭	0円00銭

<株主還元方針>

当社では、配当金を最優先として株主還元を行うことを基本とし、中期経営計画ごとに設定する方針に基づいた株主還元を行ってまいります。なお、本中計期間である2021～2023年度における株主還元につきましては、新型コロナウイルス感染症の業績悪化によりダメージを受けた自己資本改善のため内部留保を優先し、総還元性向30%を目安としております。



補足資料





連結決算概要及び計画～上期

(単位：百万円、%)

	2021年3月期 上期		2022年3月期 上期				
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	直近計画	直近計画差異
売上高	61,065	100.0	67,131	100.0	109.9	74,800	▲ 7,668
ビジネスウェア事業	36,745	—	40,829	—	111.1	47,000	▲ 6,170
カード事業	2,551	—	2,431	—	95.3	2,400	31
印刷・メディア事業	4,444	—	6,426	—	144.6	6,200	226
雑貨販売事業	8,590	—	8,247	—	96.0	8,000	247
総合リペアサービス事業	3,840	—	4,693	—	122.2	5,500	▲ 806
フランチャイジー事業	4,789	—	4,880	—	101.9	5,600	▲ 719
その他	1,165	—	812	—	69.7	1,000	▲ 187
調整額	▲ 1,062	—	▲ 1,189	—	—	▲ 900	▲ 289
売上総利益	29,042	47.6	32,397	48.3	0.7Pt	36,000	▲ 3,602
販売費及び一般管理費	42,894	70.2	39,457	58.8	92.0	42,300	▲ 2,842
営業利益	▲ 13,851	▲ 22.7	▲ 7,059	▲ 10.5	—	▲ 6,300	▲ 759
経常利益	▲ 12,906	▲ 21.1	▲ 6,224	▲ 9.3	—	▲ 6,040	▲ 184
中間純利益	▲ 16,938	▲ 27.7	▲ 7,586	▲ 11.3	—	▲ 6,700	▲ 886
1株当たり中間純利益	▲340円33銭	—	▲152円34銭	—	—	▲134円61銭	—

- (注) 1. セグメント別の売上高は、グループ間取引相殺消去前の数値であります。
2. 「その他」には、(株)WTW、及び(株)カスタムライフの売上高が含まれております。
 なお、2021年3月期に「その他」に含まれておりました青山商事(株)カジュアル事業につきましては、リーバイ・ストロウスジャパン(株)とのフランチャイズ契約を2021年3月31日に終了したことにより業態を解消しております。
3. 2022年3月期より、従来「その他」に含めておりました青山商事(株)リユース事業は2021年4月1日付で(株)globへ事業を譲渡し、(株)globフィットネス事業と併せて「フードサービス事業」に統合し、セグメント名称を「フランチャイジー事業」に変更しております。
4. 「前期比」の売上総利益については売上比の増減であります。
5. 「1株当たり中間純利益」は、期中平均株式数(自己株式を控除)で算出しております。
6. 収益認識会計基準等の適用により、2022年3月期上期の売上高は従来の方法に比べ7億19百万円減少し、営業利益、経常利益、及び中間純利益は、それぞれ2百万円増加しております。



連結決算概要及び計画～通期

(単位：百万円、%)

	2021年3月期 通期		2022年3月期 通期				
	実績	売上比	計画	売上比	前期比	直近計画	直近計画差異
売上高	161,404	100.0	173,000	100.0	107.2	182,500	▲ 9,500
ビジネスウェア事業	109,855	—	120,000	—	109.2	127,500	▲ 7,500
カード事業	4,875	—	4,700	—	96.4	4,600	100
印刷・メディア事業	11,518	—	12,600	—	109.4	11,800	800
雑貨販売事業	16,433	—	16,100	—	98.0	15,900	200
総合リペアサービス事業	9,173	—	10,000	—	109.0	11,500	▲ 1,500
フランチャイジー事業	10,477	—	11,000	—	105.0	11,700	▲ 700
その他	2,411	—	1,600	—	66.3	2,000	▲ 400
調整額	▲ 3,340	—	▲ 3,000	—	—	▲ 2,500	▲ 500
売上総利益	80,021	49.6	86,900	50.2	0.6Pt	91,800	▲ 4,900
販売費及び一般管理	94,425	58.5	84,900	49.1	89.9	87,800	▲ 2,900
営業利益	▲ 14,404	▲ 8.9	2,000	1.2	—	4,000	▲ 2,000
経常利益	▲ 11,436	▲ 7.1	4,000	2.3	—	4,600	▲ 600
当期純利益	▲ 38,887	▲ 24.1	800	0.5	—	3,000	▲ 2,200
1株当たり当期純利益	▲ 781円33銭	—	16円06銭	—	—	60円27銭	—

- (注) 1. セグメント別の売上高は、グループ間取引相殺消去前の数値であります。
2. 「その他」には、(株)WTW、及び(株)カスタムライフの売上高が含まれております。
なお、2021年3月期に「その他」に含まれておりました青山商事(株)カジュアル事業につきましては、リーバイ・ストロウスジャパン(株)とのフランチャイズ契約を2021年3月31日に終了したことにより業態を解消しております。
3. 2022年3月期より、従来「その他」に含めておりました青山商事(株)リユース事業は2021年4月1日付で(株)globへ事業を譲渡し、(株)globフィットネス事業と併せて「フードサービス事業」に統合し、セグメント名称を「フランチャイジー事業」に変更しております。
4. 「前期比」の売上総利益については売上比の増減であります。
5. 「1株当たり当期純利益」の実績については期中平均株式数（自己株式を控除）、計画については中間期末株式数（自己株式を控除）で算出しております。
6. 収益認識会計基準等の適用により、2022年3月期の売上高計画は、従来の方法に比べ16億円減少を見込んでおります。



個別決算概要及び計画～上期

(単位：百万円、%)

	2021年3月期 上期		2022年3月期 上期				
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	直近計画	直近計画差異
売上高	36,691	100.0	40,041	100.0	109.1	46,800	▲ 6,758
ビジネスウェア事業	35,810	100.0	40,041	100.0	111.8	46,800	▲ 6,758
カジュアル・リユース事業	881	100.0					
売上総利益	19,385	52.8	22,063	55.1	2.3Pt	24,740	▲ 2,676
ビジネスウェア事業	18,861	52.7	22,063	55.1	2.4Pt	24,740	▲ 2,676
カジュアル・リユース事業	523	59.4					
販売費及び一般管理費	33,869	92.3	29,699	74.2	87.7	31,840	▲ 2,140
ビジネスウェア事業	33,230	92.8	29,699	74.2	89.4	31,840	▲ 2,140
カジュアル・リユース事業	639	72.5					
営業利益	▲ 14,484	▲ 39.5	▲ 7,635	▲ 19.1	—	▲ 7,100	▲ 535
ビジネスウェア事業	▲ 14,369	▲ 40.1	▲ 7,635	▲ 19.1	—	▲ 7,100	▲ 535
カジュアル・リユース事業	▲ 115	▲ 13.1					
営業外収支	798	2.2	1,087	2.7	136.2	550	537
(デリバティブ評価損益)	(30)	(0.1)	(▲ 24)	(▲ 0.1)	(—)	(0)	(▲ 24)
経常利益	▲ 13,686	▲ 37.3	▲ 6,548	▲ 16.4	—	▲ 6,550	1
特別損益	▲ 2,603	▲ 7.1	▲ 354	▲ 0.9	—	20	▲ 374
中間純利益	▲ 16,453	▲ 44.8	▲ 7,059	▲ 17.6	—	▲ 6,700	▲ 359
1株当たり中間純利益	▲ 330円59銭	—	▲ 141円75銭	—	—	▲ 134円61銭	—

- (注) 1. 2022年3月期の「カジュアル・リユース事業」につきましては、2021年3月31日に「カジュアル事業」で展開しておりましたリーバイスストアのリーバイ・ストラウスジャパン(株)とのフランチャイズ契約を終了し、2021年4月1日に「リユース事業」を(株)globに事業譲渡したことにより業態を解消しております。
2. 「前期比」の売上総利益については売上比の増減であります。
3. 「1株当たり中間純利益」は、期中平均株式数(自己株式を控除)で算出しております。
4. 収益認識会計基準等の適用により、2022年3月期上期の売上高は従来の方法に比べ6億81百万円減少し、営業利益、経常利益、及び中間純利益は、それぞれ37百万円増加しております。



個別決算概要及び計画～通期

(単位：百万円、%)

	2021年3月期 通期		2022年3月期 通期				
	実績	売上比	計画	売上比	前期比	直近計画	直近計画差異
売上高	110,025	100.0	118,400	100.0	107.6	127,500	▲ 9,100
ビジネスウェア事業	108,034	100.0	118,400	100.0	109.6	127,500	▲ 9,100
カジュアル・リユース事業	1,991	100.0					
売上総利益	59,399	54.0	65,800	55.6	1.6Pt	69,300	▲ 3,500
ビジネスウェア事業	58,389	54.0	65,800	55.6	1.6Pt	69,300	▲ 3,500
カジュアル・リユース事業	1,010	50.7					
販売費及び一般管理費	75,839	68.9	64,800	54.7	85.4	67,800	▲ 3,000
ビジネスウェア事業	74,488	68.9	64,800	54.7	87.0	67,800	▲ 3,000
カジュアル・リユース事業	1,350	67.8					
営業利益	▲ 16,439	▲ 14.9	1,000	0.8	—	1,500	▲ 500
ビジネスウェア事業	▲ 16,099	▲ 14.9	1,000	0.8	—	1,500	▲ 500
カジュアル・リユース事業	▲ 339	▲ 17.1					
営業外収支	2,673	2.4	2,050	1.7	76.7	950	1,100
(デリバティブ評価損益)	(216)	(0.2)	(▲ 20)	(▲ 0.0)	(—)	(0)	(▲ 20)
経常利益	▲ 13,766	▲ 12.5	3,050	2.6	—	2,450	600
特別損益	▲ 18,126	▲ 16.5	▲ 1,850	▲ 1.6	—	30	▲ 1,880
当期純利益	▲ 38,756	▲ 35.2	900	0.8	—	2,100	▲ 1,200
1株当たり当期純利益	▲ 778円69銭	—	18円07銭	—	—	42円19銭	—

- (注) 1. 2022年3月期の「カジュアル・リユース事業」につきましては、2021年3月31日に「カジュアル事業」で展開しておりましたリーバイスストアのリーバイ・ストラウスジャパン(株)とのフランチャイズ契約を終了し、2021年4月1日に「リユース事業」を(株)globに事業譲渡したことから業態を解消しております。
2. 「前期比」の売上総利益については売上比の増減であります。
3. 「1株当たり当期純利益」の実績については期中平均株式数(自己株式を控除)、計画については中間期末株式数(自己株式を控除)で算出しております。
4. 収益認識会計基準等の適用により、2022年3月期の売上高計画は従来の方法に比べ16億円減少を見込んでおります。



個別 主な経費の明細

【上期】

(単位：百万円、%)

	2021年3月期 上期		2022年3月期 上期				
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	直近計画	直近計画差異
人件費	13,647	37.2	11,450	28.6	83.9	12,140	▲ 689
販売費	4,764	13.0	3,609	9.0	75.8	4,070	▲ 460
広告宣伝費	2,580	7.0	1,820	4.5	70.6	2,380	▲ 559
一般管理費	4,764	13.0	4,591	11.5	96.4	5,250	▲ 658
水道光熱費	1,143	3.1	1,035	2.6	90.5	1,130	▲ 94
<small>電算管理・インターネット管理費</small>	1,252	3.4	1,244	3.1	99.3	1,480	▲ 235
物件費	10,692	29.1	10,047	25.1	94.0	10,380	▲ 332
賃借料	8,268	22.5	8,131	20.3	98.3	8,260	▲ 128
減価償却費	1,915	5.2	1,446	3.6	75.5	1,620	▲ 173

【通期】

(単位：百万円、%)

	2021年3月期 通期		2022年3月期 通期				
	実績	売上比	計画	売上比	前期比	直近計画	直近計画差異
人件費	28,011	25.5	22,900	19.3	81.8	24,100	▲ 1,200
販売費	15,909	14.5	12,770	10.8	80.3	13,350	▲ 580
広告宣伝費	10,222	9.3	7,930	6.7	77.6	8,800	▲ 870
一般管理費	9,785	8.9	9,530	8.0	97.4	10,360	▲ 830
水道光熱費	2,274	2.1	2,080	1.8	91.5	2,180	▲ 100
<small>電算管理・インターネット管理費</small>	2,742	2.5	2,660	2.2	97.0	2,990	▲ 330
物件費	22,133	20.1	19,600	16.6	88.6	19,990	▲ 390
賃借料	17,232	15.7	15,550	13.1	90.2	15,720	▲ 170
減価償却費	3,865	3.5	3,110	2.6	80.5	3,270	▲ 160



個別 営業外収支の状況

(単位：百万円)

	2021年3月期		2022年3月期	
	上期	通期	上期	通期計画
受取利息配当金	398	553	789	930
不動産賃貸料	1,356	2,780	1,653	3,340
デリバティブ評価益	30	216	—	—
為替差益	—	17	34	30
その他	308	1,584	255	970
営業外収入計	2,093	5,151	2,732	5,270
支払利息	55	130	94	210
不動産賃貸原価	1,152	2,310	1,347	2,740
デリバティブ評価損	—	—	24	20
為替差損	7	—	—	—
その他	81	37	178	250
営業外支出計	1,295	2,478	1,645	3,220
営業外収支 (金融収支)	798 (343)	2,673 (423)	1,087 (694)	2,050 (720)

(注) 「不動産賃貸料」と「不動産賃貸原価」は両建てとしております。



単位当たり売上・在庫推移（ビジネスウェア事業）

	2020年3月期 上期	2021年3月期 上期	2022年3月期 上期
期末従業員（個別）	4,213 人	4,243 人	3,223 人
期末臨時従業員	1,990 人	1,863 人	1,531 人
合 計	6,203 人	6,106 人	4,754 人
平均稼動人員 （内 臨時従業員）	6,302 人 (2,041 人)	5,894 人 (1,642 人)	5,044 人 (1,604 人)
一人当たり売上	10,311 千円	5,690 千円	7,690 千円
平均稼動売場面積	542,047 m ²	529,548 m ²	490,262 m ²
1m ² 当たり売上	119 千円	63 千円	79 千円
平均稼動店舗数	891 店	860 店	787 店
1店当たり売上	72,930 千円	39,000 千円	49,288 千円
1m ² 当たり期末在庫高	95 千円	100 千円	88 千円
1店当たり期末在庫高	57,766 千円	62,086 千円	55,441 千円

- (注) 1. 社員は、就業人員であり、臨時従業員は、一人当たり1日8時間換算で算出しております。
2. 単位当たり売上の売上高からは、通販売上、台湾向け売上、ポイント還元額を除いております。



商品別売上高（ビジネスウェア事業）

（単位：百万円）

	2021年3月期上期		2022年3月期上期		前期増減	前期比 (%)	
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)			
重 衣 料	スーツ・スリーピース	8,148	22.8	10,053	25.1	1,904	123.4
	ジャケット	990	2.8	1,284	3.2	293	129.6
	スラックス	2,507	7.0	2,637	6.6	130	105.2
	コート	75	0.2	96	0.2	20	127.3
	フォーマル	4,848	13.5	5,661	14.1	812	116.8
	ベスト	97	0.3	189	0.5	92	195.0
	小計	16,668	46.6	19,923	49.7	3,255	119.5
軽 衣 料	シャツ・洋品類	6,819	19.0	7,649	19.1	829	112.2
	カジュアル類	938	2.6	1,028	2.6	90	109.6
	その他商品	3,276	9.2	3,124	7.8	▲ 151	95.4
	小計	11,034	30.8	11,802	29.5	768	107.0
レディス類	6,103	17.0	7,082	17.7	979	116.0	
ポイント還元額	814	2.3	-	-	▲ 814	-	
補正加工賃	1,189	3.3	1,232	3.1	43	103.7	
合計	35,810	100.0	40,041	100.0	4,231	111.8	

（注）1. 「その他商品」は靴・肌着・雑貨等であります。

2. 「レディス類」には、レディススーツやレディスフォーマル、レディス洋品類、パンプス等が含まれております。

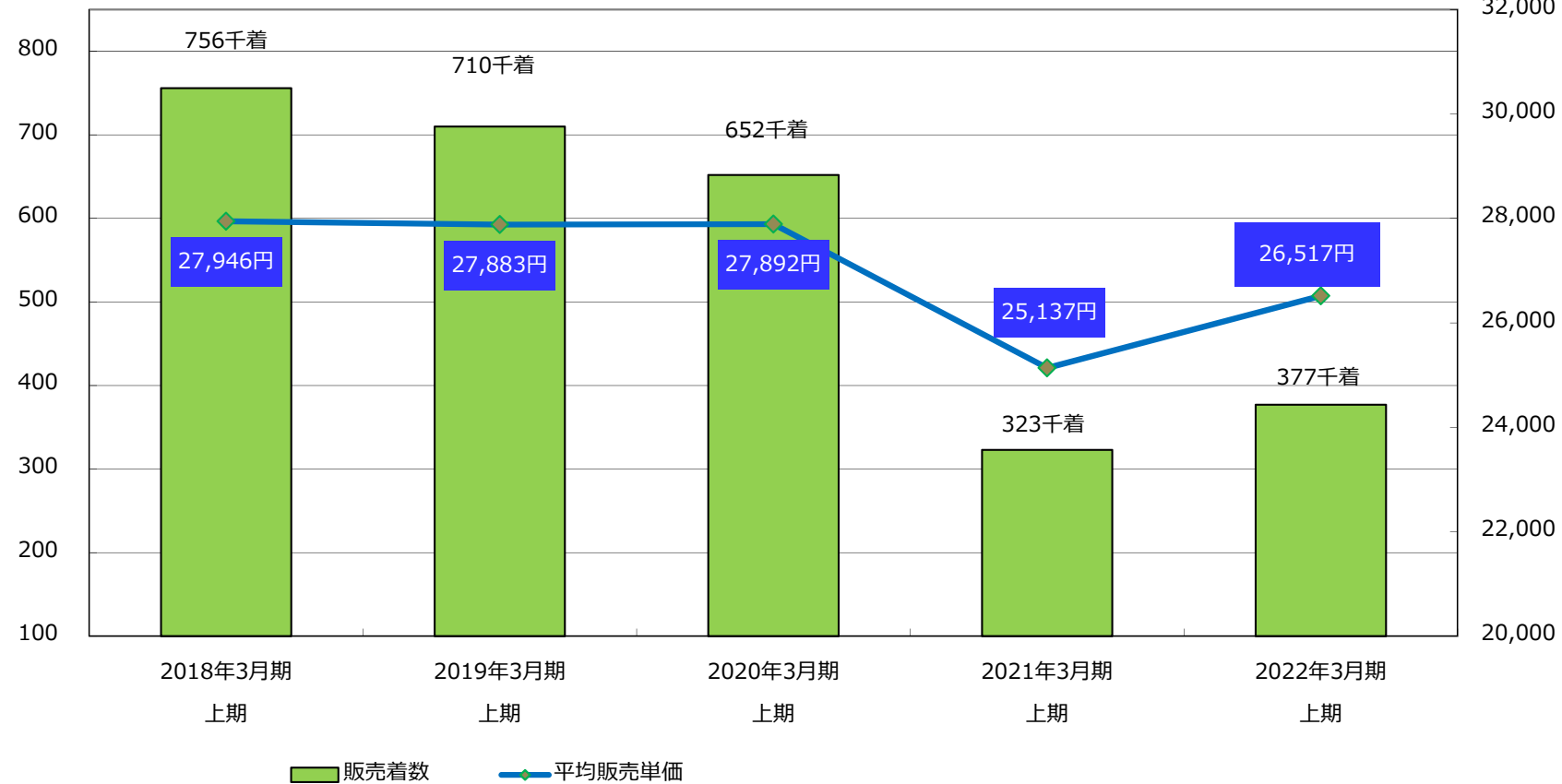
3. 収益認識会計基準等の適用により、2022年3月期上期の売上高（合計）は従来の方法に比べ6億81百万円減少しております。



メンズスーツ販売着数、平均販売単価（ビジネスウェア事業）

(単位：千着)

(単位：円)





国内スーツ輸入状況

(単位：千着、%)

	2019年 (1月～8月)	2020年 (1月～8月)	2021年 (1月～8月)	数量 前期比	国別構成比 増減 (Pt)	単価 (円)	単価 前期比
中 国	2,327	1,476	943	63.9	0.6	9,197	100.9
ベ ト ナ ム	548	442	275	62.2	▲ 0.1	7,760	103.4
ミ ャ ン マ ー	724	564	381	67.4	1.1	4,570	90.2
イ ン ド ネ シ ア	645	513	357	69.6	1.5	6,319	96.2
イ タ リ ア	35	26	19	71.4	0.1	66,737	104.9
そ の 他	817	682	357	52.3	▲ 3.1	6,003	95.9
計	5,096	3,703	2,332	63.0	0.0	7,811	100.0
単 価 (円)	8,036	7,810	7,811	-	-	-	-
平均 \$ / 円 (円)	109.4	107.4	108.8	-	-	-	-

※出所：財務省貿易統計



免責事項

- 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。
- 本資料を作成するにあたっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。
- 本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。
- 本資料中の業績予想ならびに将来予想は本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご了承ください。

【本資料及び当社IRに関するお問い合わせ先】

青山商事株式会社 総合企画部

TEL : 084-920-0029

URL : <https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/contact/>