



決算説明資料

2023年3月期 通期

株式会社 エスクリ



2023年3月期 通期の業績

ブライダル事業は損益改善も、工事損失引当金の計上に伴い、連結で計画対比下振れ。

2021年3月期（コロナ）以降、3期ぶりに営業損益が通期で黒字転換し、各段階利益黒字化。

売上高	241.2億円（前期比108.5%、対前期+18.8億円）
経常損益	4.5億円（前期は4.5億円の損失、対前期+9.1億円）
当期純損益	1.6億円（前期比35.2%、対前期△3.0億円）

2024年3月期 通期業績予想

売上267.8億円、経常損益6.5億円、当期純損益4.0億円。（詳細は19P参照）

受注残件数の状況

2023年3月末時点の受注残件数は3,954件（2022年3月末比94.8%）

1. 2023年3月期 通期決算の概要

連結損益計算書の概要	……5
連結業績推移	……6
セグメント別業績の概要	……8
ブライダル関連事業の状況	……9
連結貸借対照表の概要	……11
財務状況の推移	……12
連結キャッシュフロー計算書の概要	……13
新型コロナウイルス対応（決算面）	……14

2. 業績予想および今後の見通し

新型コロナウイルス感染者数	……17
受注数・単価の推移	……18
2024年3月期 連結業績予想	……19
配当予想	……20

3. 2023年3月期の取り組み

AZITOより旅行事業を事業譲受	……22
HASUNAと資本業務提携	……23
グッドラック・コーポレーションと業務提携	……24
人気ゲーム『ペルソナ』コラボビューフェ開催	……25
ニューノーマル時代の働き方に合わせ本社を移転	……26
プリマカーラ大阪店リニューアルオープン	……27
GOOD WEDDING AWARD 2022 準グランプリ受賞	……28
フル・オンライン・パッケージの運用を開始	……29
ウエディング・テック（Wedding×Technology）	……30
新型コロナウイルス関連施策	……33

4. 補足資料

会社概要	……36
ESG関連	……42
DX戦略	……46
市場動向	……50
エスクリの特徴	……55
建築不動産事業	……67

1. 2023年3月期 通期決算の概要

連結損益計算書の概要



単位：百万円	2022/3期 実績	2023/3期 実績	前期比 増減率	2023/3期 計画	計画比 増減率
売上高	22,242	24,129	8.5%	25,741	△6.3%
売上原価	10,594	10,217	△3.6%	11,614	△12.0%
(原価率)	47.6%	42.3%	-	45.1%	-
売上総利益	11,647	13,912	19.4%	14,126	△1.5%
販売管理費	13,023	13,701	5.2%	13,626	0.5%
営業利益	△ 1,376	210	-	500	△57.8%
経常利益	△ 458	452	-	500	△9.4%
当期純利益	477	168	△64.8%	300	△44.0%

売上

建築不動産関連が前期比△7.1億円減のものものの
ブライダル関連は単価の増加により
前期比26.0億円増（14.0%増）で回復基調

売上原価

ブライダル関連の売上高増加で原価率が改善
建築不動産関連で1.8億引当金計上

損益

営業利益 **2.1億**

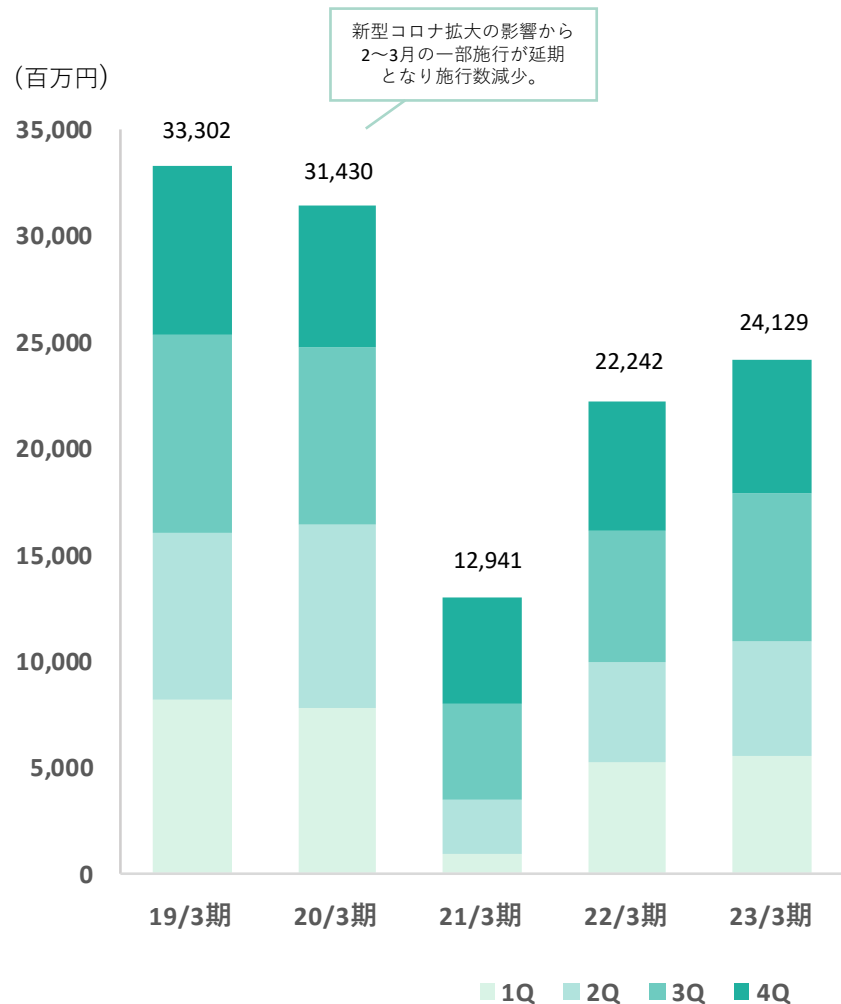
コストコントロールを徹底 ※P.15参照
 ・広告宣伝費の削減（出稿量コントロール）
 ・人件費の抑制（残業抑制、休業等）
 ・家賃の減額交渉

助成金収入（営業外収益） **3.6億**

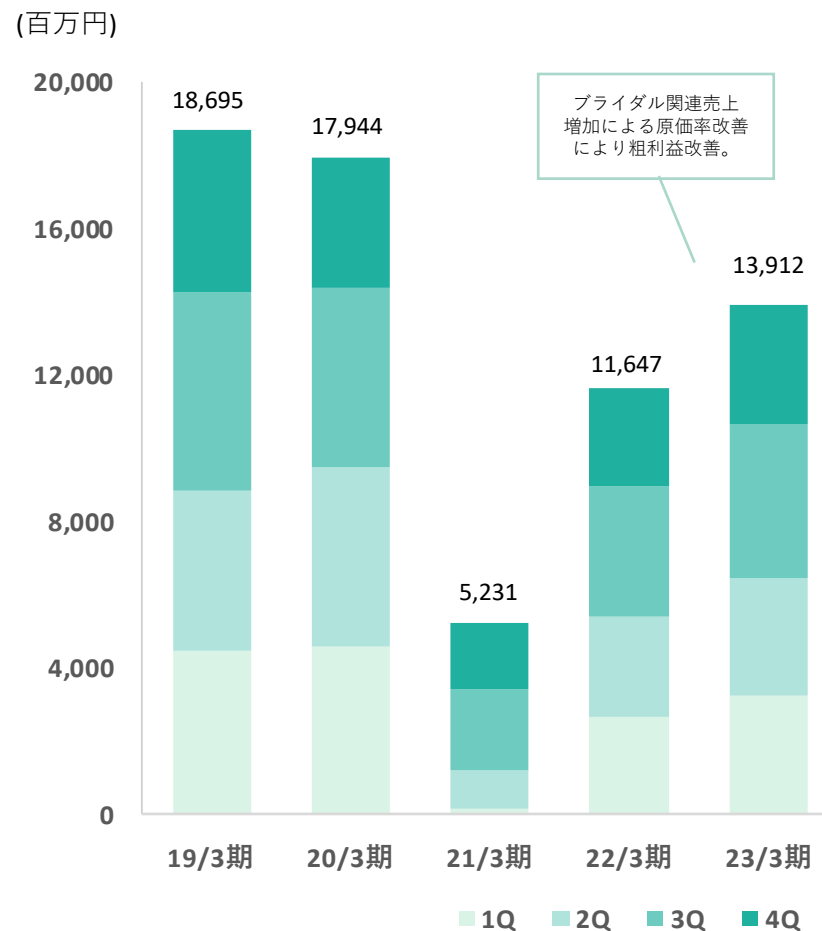
減損損失 **1.4億**

関係会社株式評価損 **0.7億**

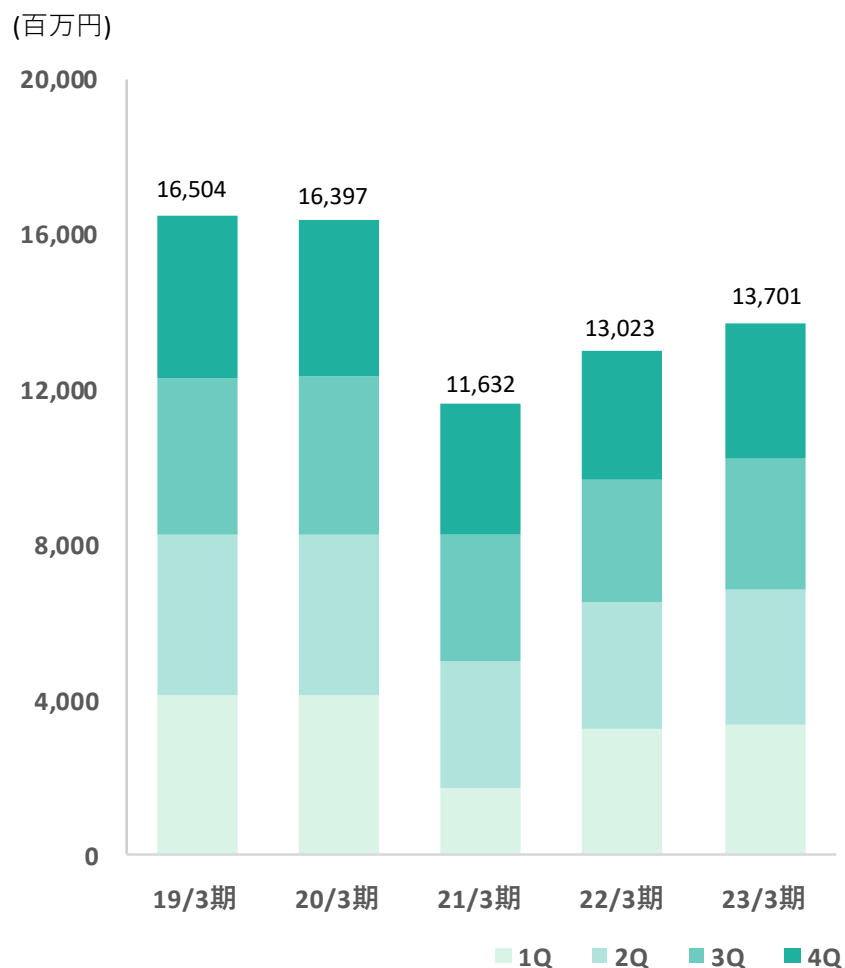
連結売上高の推移（四半期毎）



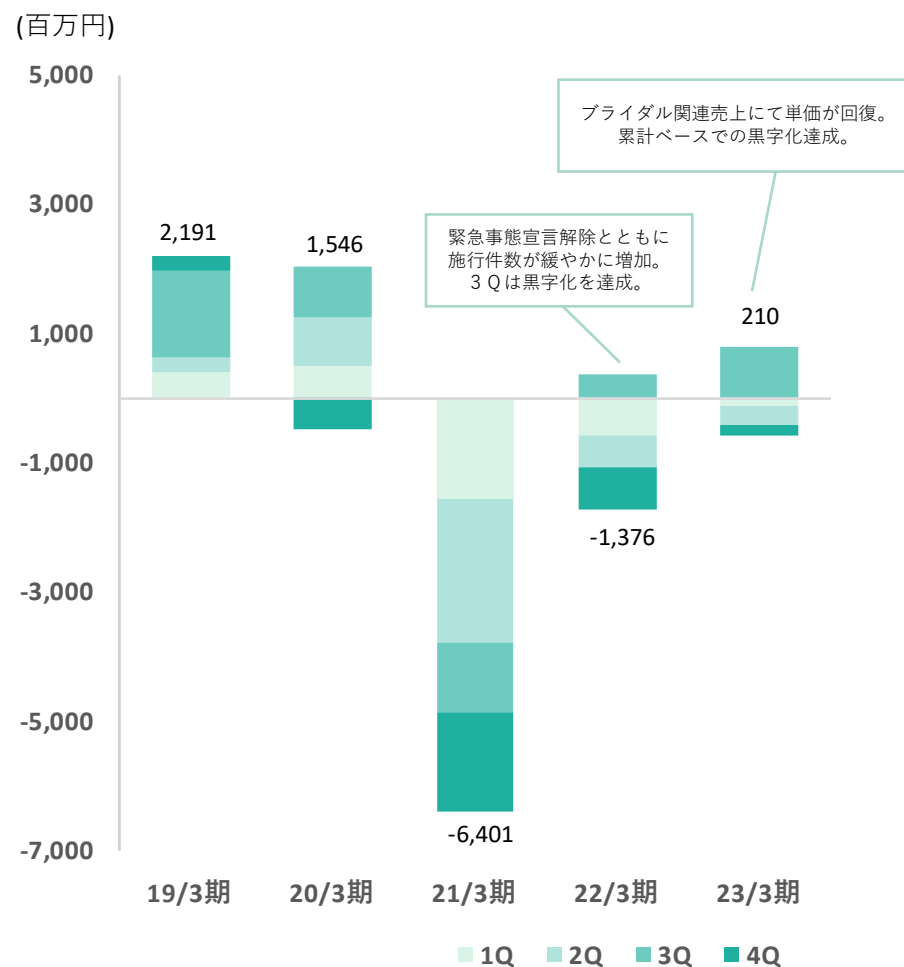
売上総利益の推移（四半期毎）



販管費の推移（四半期毎）



営業利益の推移（四半期毎）



セグメント別業績の概要



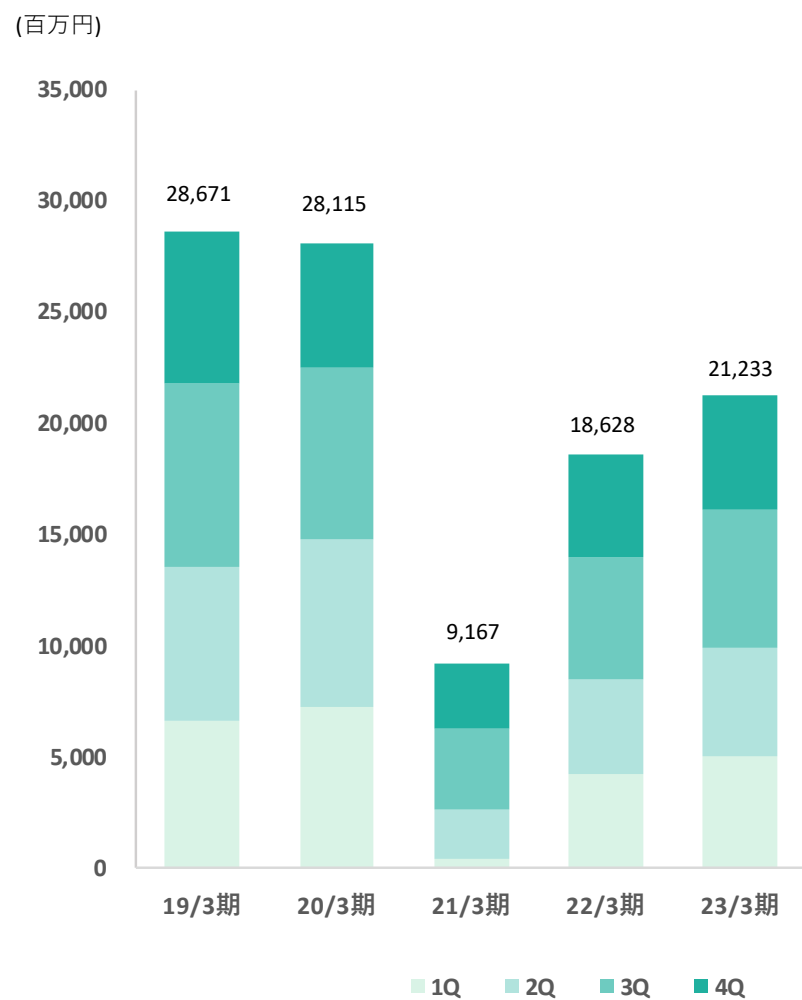
単位：百万円	2022/3期 実績	2023/3期 実績	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	22,242	24,129	1,886	8.5%
ブライダル	18,628	21,233	2,604	14.0%
建築不動産	3,613	2,895	△717	△19.9%
営業利益	△1,376	210	1,586	—
ブライダル	△178	1,331	1,510	—
建築不動産	△285	△282	3	—
調整額	△911	△838	72	—

※セグメント売上高は外部顧客への売上高（セグメント間の内部売上・振替高を含まない）

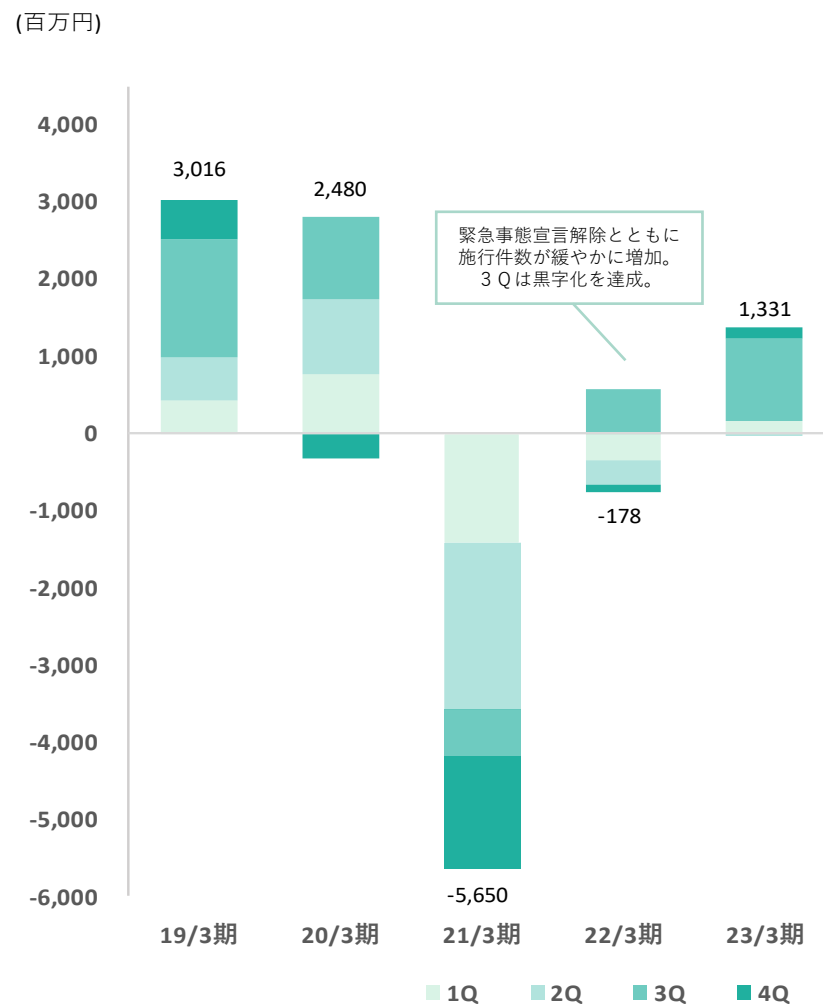
ブライダル関連事業の状況



セグメント売上高推移（四半期毎）



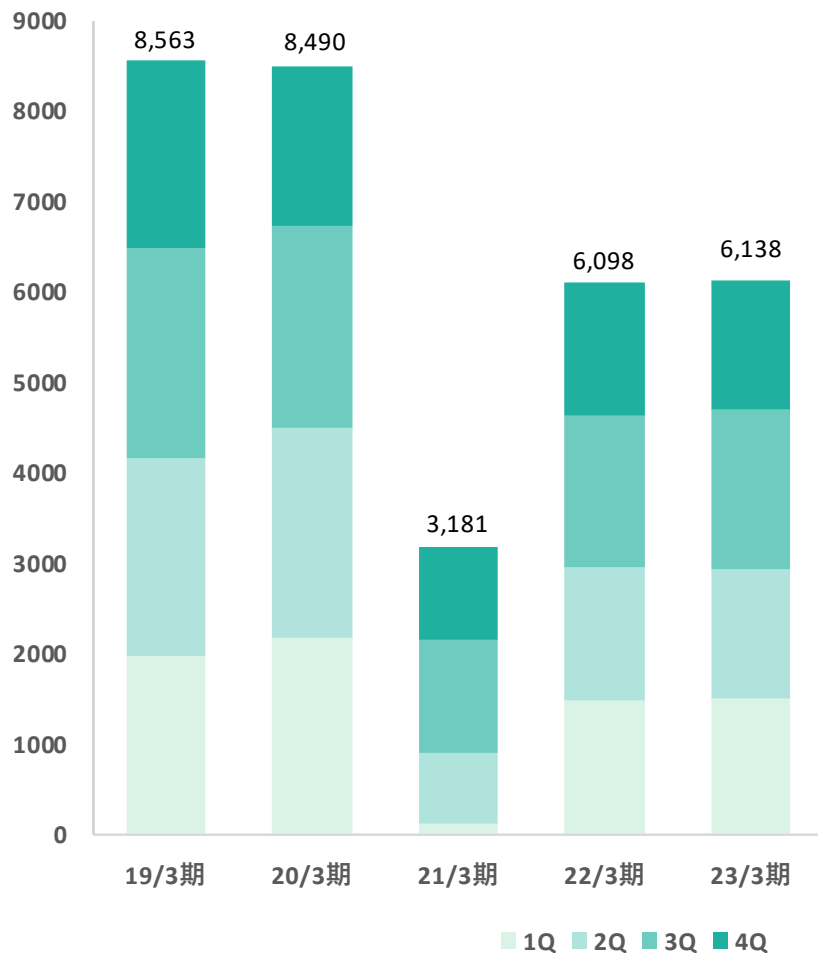
セグメント利益推移（四半期毎）



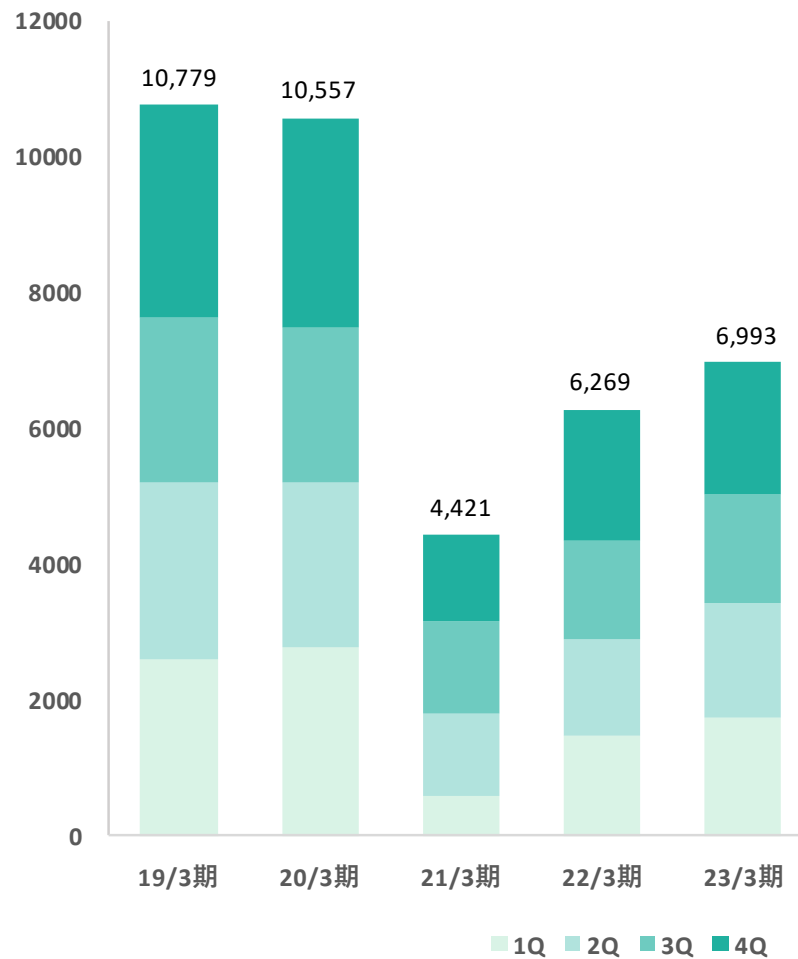
ブライダル関連事業の状況



施行件数推移（四半期毎）



受注件数推移（四半期毎）



連結貸借対照表の概要



単位：百万円	2022/3期 期末	2023/3期 期末	増減
資産合計	24,584	22,985	△ 1,599
流動資産	8,247	7,686	△ 560
(現金及び預金)	6,124	5,406	△ 718
固定資産	16,337	15,298	△ 1,038
(繰延税金資産)	4,593	4,573	△ 19
負債合計	18,655	17,115	△ 1,540
流動負債	11,788	10,850	△ 937
(借入金)	6,446	5,989	△ 456
固定負債	6,867	6,264	△ 603
(借入金及び社債)	3,924	3,453	△ 470
純資産合計	5,928	5,870	△ 58
自己資本比率	24.1%	25.5%	-

資産

現金及び預金の減少	7.1億
未成工事支出金の増加	0.7億
建物及び構築物(純額)の減少	9.6億
工具、器具及び 備品(純額)の減少	0.8億

負債

短期借入金の減少	4.5億
契約負債の減少	1.5億
長期借入金の減少	4.7億
資産除去債務の減少	1.0億

純資産

種類株式の配当支払	2.2億
当期純利益の計上	1.6億

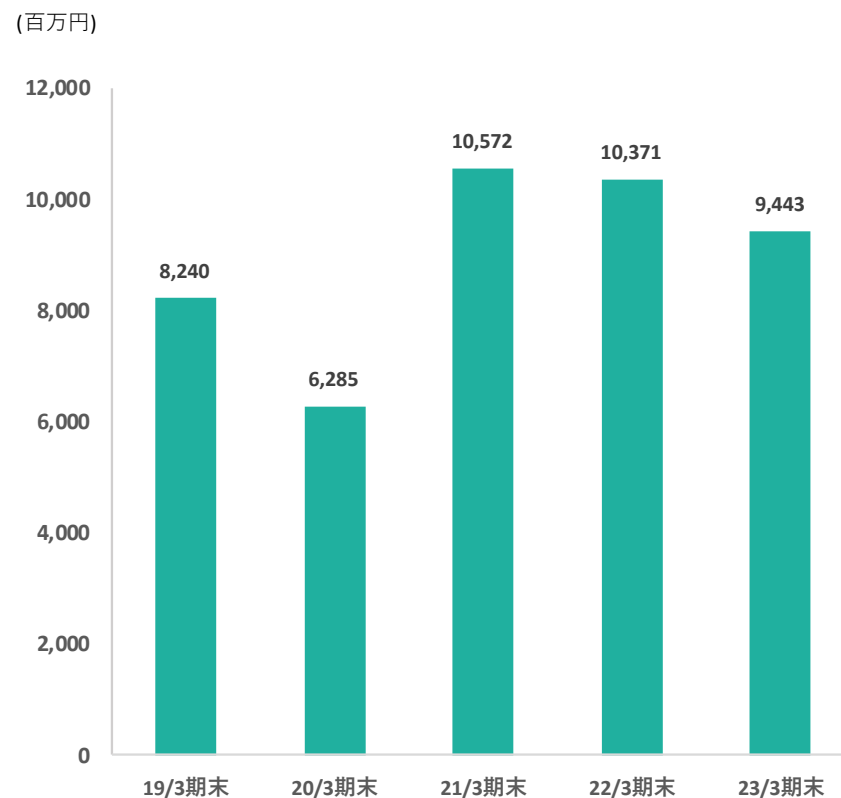
財務状況の推移



総資産・純資産・自己資本比率の推移



有利子負債の推移



※有利子負債：短期借入金、1年以内返済予定の長期借入金、長期借入金、社債の合計額

連結キャッシュフロー計算書の概要



単位：百万円	2022/3期	2023/3期	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	△ 247	1,100	1,348
投資活動による キャッシュ・フロー	132	△ 502	△ 634
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 486	△ 1,316	△ 830
現金及び現金同等物 の増加額	△598	△ 718	△ 119
現金及び現金同等物 の期首残高	6,527	5,929	△ 598
現金及び現金同等物 の期末残高	5,929	5,210	△ 718

営業活動

税引前当期純利益	2.3億
減価償却費	12.6億
未成工事支出金等の増減額	△0.7億
仕入債務の増減額	△1.0億
前受金の増減額 (契約負債含む)	△1.3億

投資活動

有形固定資産の取得	△3.3億
敷金及び保証金の差入	△1.7億

財務活動

短期借入金の純増減額	△1.8億
長期借入れによる収入	8.0億
長期借入金の返済	△14.8億
配当金の支払額	△2.2億

新型コロナウイルス対応（決算面）



資金調達状況

21/3期	金融機関からの借入（短期分&長期分）	54億円	▶	当面の運転資金を確保
	コミットメントライン契約締結	極度金額 60億円	▶	運転資金、対外的な信用力確保
	SBIホールディングスとの資本業務提携 第三者割当による新株式発行	6億円	▶	自己資本の毀損に対応
	三井住友ファイナンス&リースに対する 第三者割当増資による優先株式発行	30億円	▶	更なる自己資本の増強、 財務基盤の強化
22/3期	金融機関からの借入（短期分延長）	16億円	▶	コロナ影響長期化に備え 資金及び調達枠を確保
	コミットメントライン契約締結（延長）	極度金額 60億円		
23/3期	金融機関からの借入（延長）に加え 制度融資活用（長期分新規借入）	23億円	▶	更なるコロナ影響長期化に備え 資金及び調達枠を確保
	コミットメントライン契約締結（再延長）	極度金額 60億円		

当座貸越契約・コミットメントライン契約の未実行残高は34億円

現金及び預金は54億円と、十分な手元資金を確保

コスト削減

- ・ コロナ前（20/3期）比較で20%弱の費用削減。
- ・ 売上増加に伴い、コスト額は増加したものの、引き続きコストコントロールを徹底。



人件費

- ・ 残業抑制、休業、施設撤退による人員減
- ※21/3期：特別損失6.6億円を含めて集計

広告宣伝費

- ・ 媒体の出稿量コントロール

その他

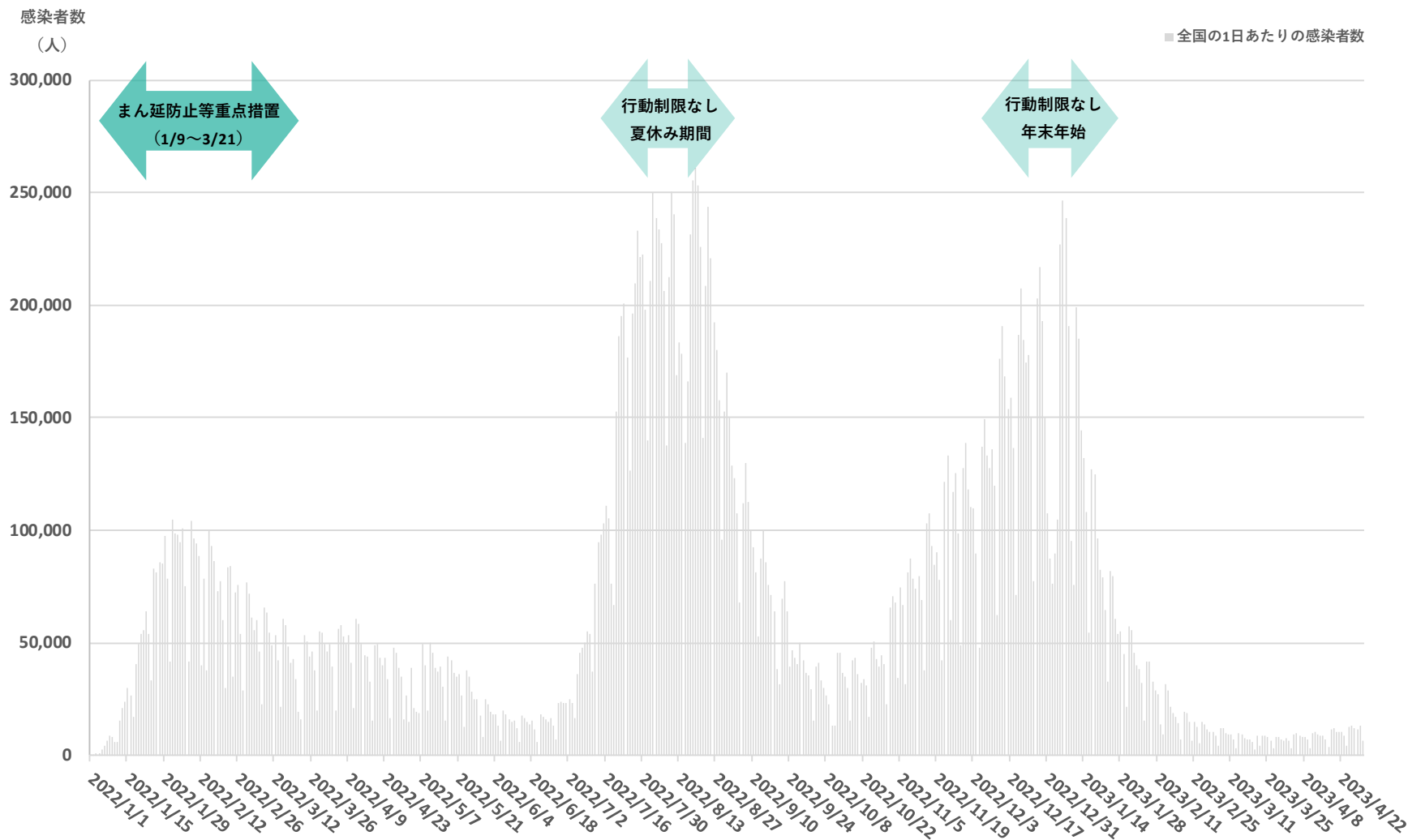
- ・ 家賃の減額交渉
- ・ 本社オフィス縮小移転
- ・ 収益性の低い店舗の退店

※21/3期：特別損失9.8億円を含めて集計

2. 業績予想および今後の見通し

新型コロナウイルス感染者数

- ・ 第4四半期は、感染やワクチン接種により免疫を持つ人が増えた影響で感染者数が減少。
- ・ 今後は、感染症分類が5類に移行し、制限緩和からサービス関連消費の回復が続く見通し。



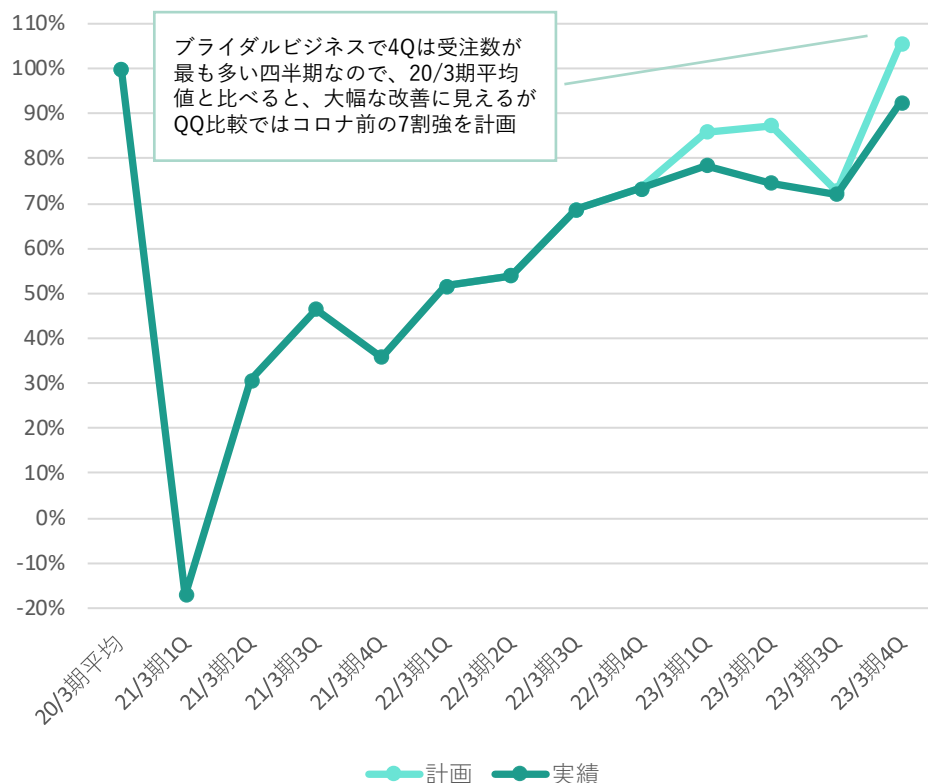
受注数・単価の推移



- ・第4四半期は、コロナ前の20/3期平均と比較して、受注数は約90%、単価はコロナ前水準まで回復。
- ・受注数は、感染者数の増加に伴い来館が減少し、想定より低い水準で推移。
- ・単価は、新郎新婦のゲスト一人ひとりを大切にしたい志向を捉え、各アイテムのランクアップ提案効果。

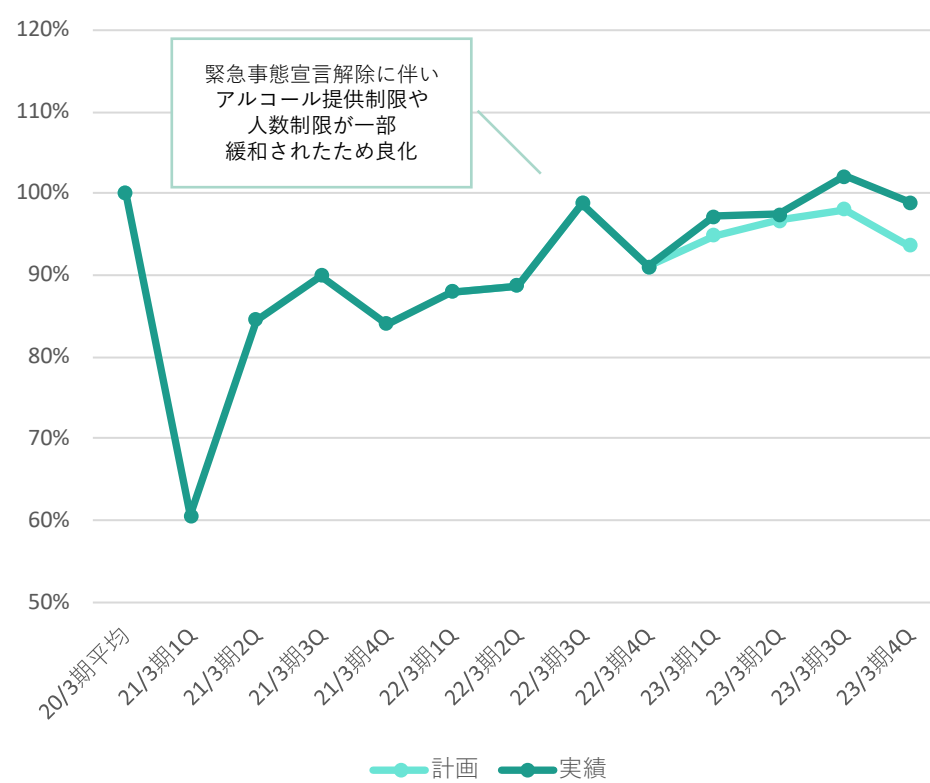
受注数推移 ※

(20/3期平均値を100%とした場合)



単価推移

(20/3期平均値を100%とした場合)



※成約数からキャンセル数を控除して算出したものを受注数と定義

2024年3月期 連結業績予想



- ・ KPIの前提は、前期比で単価+0.5%、施行数+4.5%、受注数+9.5%を見込む。
- ・ 増益は確保しつつ、広告宣伝費を積み増し、25/3期以降のさらなる損益改善を目指す。
- ・ 助成金収入（雇調金含む）の受給終了により営業外収益は反動減。

単位：百万円	2023/3期 実績	2024/3期 計画	前期比 増減率
売上高	24,129	26,780	11.0%
売上原価	10,217	11,780	15.3%
(原価率)	42.3%	44.0%	3.9%
売上総利益	13,912	15,000	7.8%
販売管理費	13,701	14,200	3.6%
営業利益	210	800	279.3%
経常利益	452	650	43.6%
当期純利益	168	400	138.0%

ブライダル（セグメント調整含）

売上高 +11.3億

営業利益 +1.8億

- ・ 単価+0.5%、施行件数+4.5%により売上増。
- ・ 広告宣伝費の積み増しで受注増を図るものの、受注と施行のタイムラグがあり、コスト増の一方、24/3期受注の一部は25/3期以降の収益認識。

建築不動産

売上高 +15.1億

営業利益 +4.1億

- ・ 工事損失引当金繰入の反動で利益率改善
- ・ 3月末受注残が45.8億円（前期比+181.0%）

配当予想



2021年3月期に大幅な損失を計上したことにより、自己資本比率が低下。
財務基盤の安定化を図ることを最優先とし

2024年3月期は中間、期末配当ともに無配とさせていただきます。

単位：円	中間	期末	合計	配当性向
2020年3月期	8.00	8.00	16.00	13.1%
2021年3月期	0.00	0.00	0.00	—
2022年3月期	0.00	0.00	0.00	—
2023年3月期	0.00	0.00	0.00	—
2024年3月期	0.00	0.00	0.00	—

3. 2023年3月期の取り組み

2023年3月期の取り組み

Escrit

株式会社AZITOより旅行事業を事業譲受

◆『アニクリトラベル』 LINEで完結！

6月上旬リリース予定

婚礼顧客のハネムーン手配、参列するゲストの
移動手段・宿泊手配をコンシェルジュが行うサービス。



◆『AZITOトラベル』 LINEで完結！

法人顧客への出張手配、個人のプライベート旅行手配を
スムーズに行うサービス。

◆『ギフトラ』

婚礼者のご親族や特別な方へのプレゼント、イベントや
企業の褒賞にも最適な海外旅行のギフトカタログ。

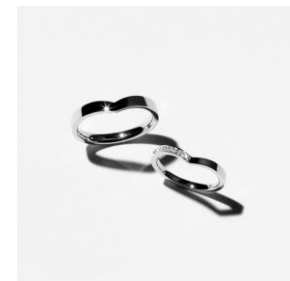


株式会社HASUNAと資本業務提携

◆第三者割当増資を引き受け（議決権ベースで10.2%）

- ・ HASUNAは、人権・社会・環境に配慮したエシカルジュエリーブランドの先駆者。
- ・ ブライダルジュエリーの販売や新たな商品の共同開発等を行い、更なる利益拡大を目指す。

Escrit × HASUNA



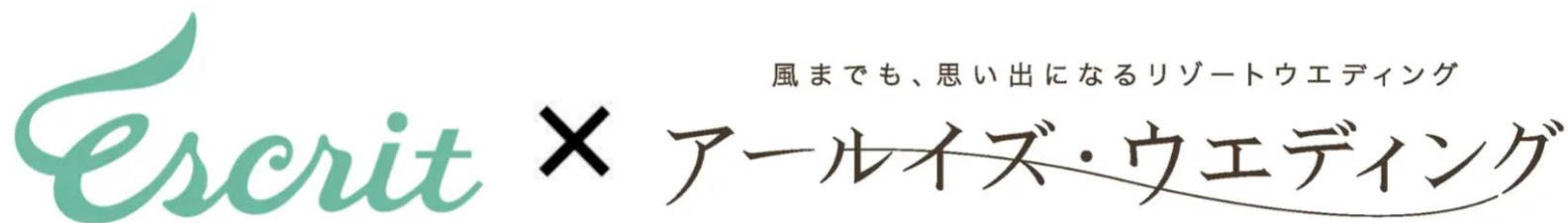
■業務提携の内容■

- ① エスクリの運営する会場・ドレスショップ及びECサイトにてHASUNAのジュエリーを販売
- ② オリジナル商品の共同開発及び販売体系の構築、新たな販路開拓とその拡大
- ③ HASUNA顧客に対してエスクリ会場施設のご案内

株式会社グッドラック・コーポレーションと業務提携

◆ 「アールイズ・ウエディング」と提携し2022年12月より販売開始

- ・ 「アールイズ・ウエディング」は、海外・国内のリゾート挙式を手掛けるウエディング・ブランド。
- ・ 相互送客にて、施設の稼働率向上や収益性の向上を目指す。



■業務提携の内容■

- ① エスクリの一部店舗(※)にて「アールイズ・ウエディング」のリゾートウエディングを販売
- ② エスクリで挙式をされるお客様にハネムーンツアー「アールイズ・トラベル」をご案内
- ③ 「アールイズ・ウエディング」ご成約のお客様にエスクリの国内アフターパーティをご案内

※ 東京・大阪・名古屋・オンラインの4店舗

人気ゲームシリーズ『ペルソナ』とのコラボビューッフェ開催

◆2023年2、3月 期間限定で開催

来場者数合計は2,310名と大好評

- ・オリジナルのコラボビューッフェ、コース料理をご提供。
- ・『ペルソナシリーズ』に登場するベルベットルームの世界観をイメージした会場をご用意。

◆限定グッズ販売、フォトスポット撮影

- ・当日は等身大パネルとチャペルで記念撮影も可能。
- ・書き下ろしイラストを使用した限定グッズを販売。



■『ペルソナ』シリーズとは？■

現代日本の街を舞台に学校生活や友情、恋愛などの身近な出来事を体験しながら、同時に不可思議な噂や都市伝説などオカルティックな事件に立ち向かうジュブナイルRPGシリーズ。

『ペルソナ』（自分の中に眠る『もうひとりの自分』が『伝来の神や悪魔』の姿となって出現したもの）に目覚めた少年少女たちが出会い、幾多の困難に抗い、成長していく物語が描かれます。

©ATLUS ©SEGA All rights reserved.

ニューノーマル時代の働き方に合わせ本社を移転

- ・ オフィススペースを縮小し、さらなるコスト削減を実施。
- ・ 新型コロナ感染拡大が落ち着いた後も従業員の働きやすさ、営業効率向上の観点からテレワークを継続。
- ・ オンラインコミュニケーションツールの拡充やペーパーレスへの移行を実施。

◆移転先

東京都中央区日本橋小網町6-1
山万ビル

◆移転時期

2022年8月1日



2023年3月期の取り組み

Esprit

ドレスサロン「プリマカーラ」大阪店 9月リニューアルオープン

- ・「プリマカーラ」はエスクリ会場専属のウエディングドレスサロン。全国に16店舗を展開。
- ・堂島事業所のレイアウト変更にて捻出したスペースへの移転により、家賃及び管理費等のコスト削減も実現。
- ・店内には約200着のドレスを陳列し、実際に触れながらドレスのセレクトが可能。
- ・自社施設の結婚式場内への移転で利便性が向上し、顧客満足度向上に繋がる取り組み。

PRIMACARA



2023年3月期の取り組み

Esprit

『GOOD WEDDING AWARD 2022』 準グランプリ受賞

リクルートブライダル総研が主催する「いい結婚式」のプランニングコンテスト『GOOD WEDDING AWARD 2022』にて「ラグナヴェールアトリエ」に所属するウェディングプランナーの佐藤彩香が準グランプリを受賞。



プランニング力向上を目的とした取り組み“Thank you Story”の社内表彰を続けてきた結果、社外のコンテストにおいても高評価を獲得。 ※P.37参照



来店不要！フル・オンライン・パッケージの運用を開始

結婚式準備を安心・快適・時短に

- ・会場見学から結婚式当日までオンラインで完結。
- ・会場は360度バーチャル見学が可能。
- ・遠く離れた地域や複数拠点からも気軽に相談可能。
- ・少人数向け結婚式サービス「ルクリアモーレ」、
リゾート結婚式「セントレジェンダ沖縄」にて運用開始。



■ ウェディングプランナーの働き方改革との関連性 ■

時間や場所にとらわれない柔軟な働き方であるテレワークと「フル・オンライン・パッケージ」を組み合わせることで、業務効率化に寄与し生産性が向上。産休・育休明けなど、時間や働く場所の制限によって諦めざるを得なかったスタッフもプランナーを続けることが可能となり、持続可能な働き方の推進にも繋がる取り組み。

2023年3月期の取り組み

ウェディング・テック (“Wedding × Technology”)

◆ 「アニクリWEB出欠返信」 機能をリリース

- ・ 招待状は紙で発送、返信はWEBページを利用。
- ・ ゲストの出欠席やパーソナル情報の一元管理が可能。
- ・ 格式やおもてなしの日本文化は守りつつ
一部デジタル化を取り入れることで利便性が向上。



◆ 「アニクリWEBご祝儀」 2.1億円突破！

- ・ オンラインでご祝儀の受け渡しができるサービス。
- ・ 2023年3月にご利用累計額が2.1億円を突破。
- ・ 「アニクリWEB出欠返信」と連動し機能をアップデート。

◆ 「アニクリLive」 1,200組突破！

- ・ 自社開発した結婚式専用のライブ配信サービス。
- ・ 2023年3月に受注累計組数が1,200組を突破。



ウェディング・テック (“Wedding × Technology”)

◆ 新サービス「ふる婚」 2022年11月より運用を開始

- ・ 地元（※）で結婚式をお考えの方が、東京に居ながら結婚式の準備ができる新サービスをリリース。
- ・ 従来サービスでは、実際の打合せは現地の式場までお越しいただく必要があったが
「ふる婚」では、式場選びからご予約、結婚式の準備まで、すべて東京の施設またはオンラインで完結。
- ・ 現地式場の内覧が出来ない不安を払拭するため、会場内覧用の大型モニターを設置。仮想空間にて内覧が可能。

※ 愛知・兵庫・大阪の会場にて運用開始

■ 従来サービスとの比較 ■

	従来	ふる婚
申込	△	○
会場内覧	×	◎ 仮想空間にて
打合せ	×	◎ オンラインにて
衣装合わせ	○	○



2023年3月期の取り組み

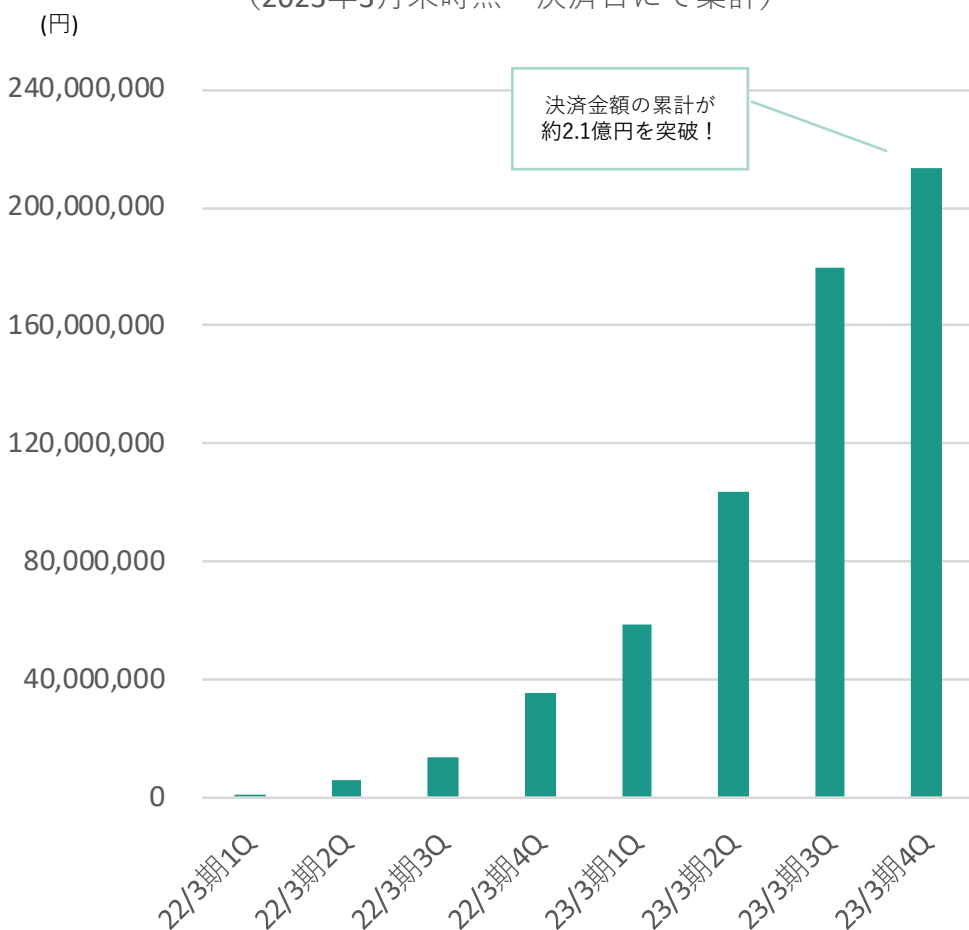


ウェディング・テック (“Wedding × Technology”)

<参考>

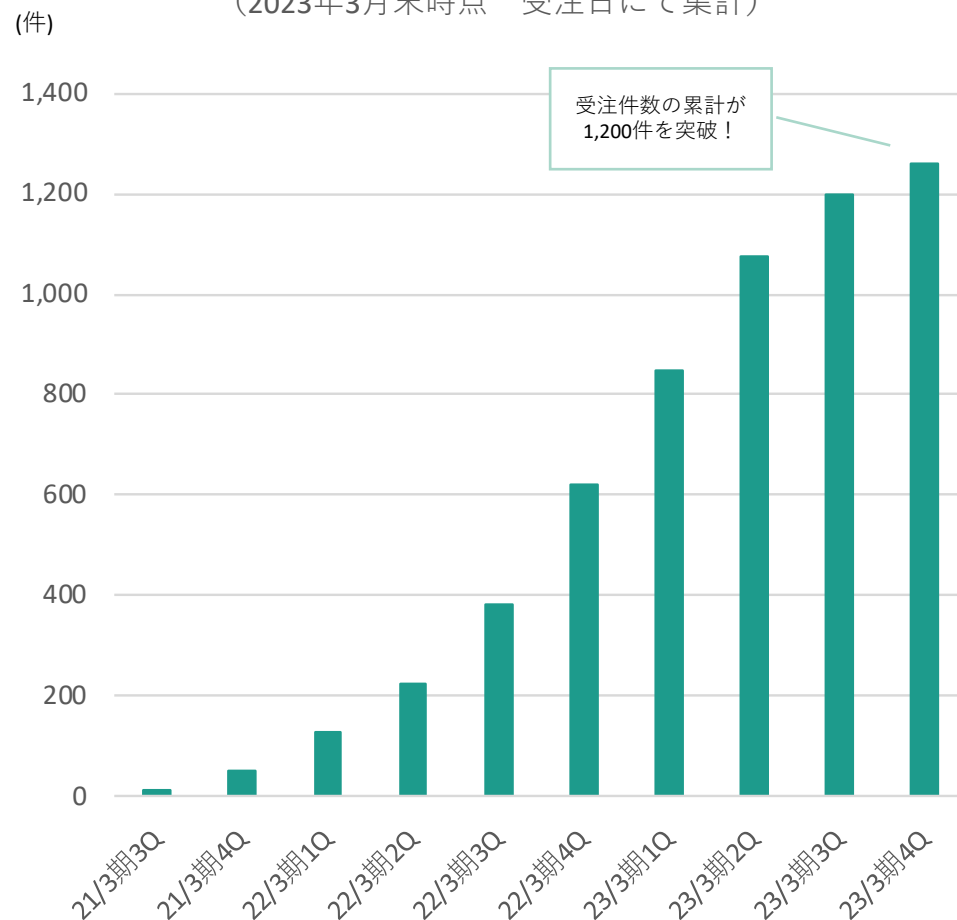
アクリWEBご祝儀決済額 累計

(2023年3月末時点 決済日にて集計)



アクリLive受注件数 累計

(2023年3月末時点 受注日にて集計)



新型コロナウイルス関連施策

感染症拡大防止への取り組み

- ・ 23年3月期は、基本的な感染対策は実施（下図のとおり）。
- ・ 23年5月に感染症分類が5類移行後はパーテーション撤廃し、感染症対策を大幅緩和。

従業員の取り組み

- ・ お客様のご希望に合わせ、リモートによる打ち合わせを実施
- ・ 手洗いうがい、手指のアルコール消毒を徹底
- ・ ご案内時のマスク着用
- ・ 健康状態確認、検温の徹底
- ・ 従業員の在宅勤務および自宅研修を実施



お客様へのお願い

- ・ ご来館前の体調確認
- ・ 検温、アルコールによる手指の消毒
- ・ 密集を避けるため来館のご予約制

※2023年3月13日以降のマスク着用についてはお客様の判断に委ねる事とし、こちらからマスク着用をお願いすることは致していません。



感染症拡大防止への取り組み

館内衛生への取り組み

- ・ 館内共用部の消毒の強化
- ・ 館内の定期的な換気
- ・ 全施設に細菌・ウイルスを不活性化する空調フィルターを設置
- ・ オリジナルパーテーションの導入
- ・ サーモカメラの設置
- ・ ゆとりあるテーブルレイアウト

オリジナルのウェディングマスクを製作

結婚式に関わるコンテンツを内製化しているデザインノウハウと子会社である渋谷の生産背景を活かしオリジナルマスクを製作運営するECサイト「アニクリオンラインストア」にて一般販売



4. 補足資料

会社概要

会社概要



商号	株式会社エスクリ
設立	2003年6月
本社所在地（移転後）	〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町6-1 山万ビル
資本金	50百万円（2022年3月末現在）
上場市場	東京証券取引所プライム市場
上場日	2010年3月5日
取締役会長ファウンダー	岩本 博
代表取締役社長CEO	渋谷 守浩
従業員数	904名（2022年3月末現在、グループ全体）
事業内容	挙式・披露宴の企画・運営を行うブライダル事業
ホームページ	https://www.escrit.jp/

大都市を中心に27施設を運営

■石川県
ラグナヴェール KANAZAWA

■大阪府
ラグナヴェール PREMIER
ラグナヴェール OSAKA

■広島県
ラグナヴェール広島

■福岡県
アルマリアン FUKUOKA

■沖縄県
セントレジェンダ OKINAWA

■兵庫県
ア・ラ・モード・パレ&ザリゾート
ラヴィマーナ神戸

■徳島県
渭水祥雲閣

■宮城県
ラグナヴェール SENDAI

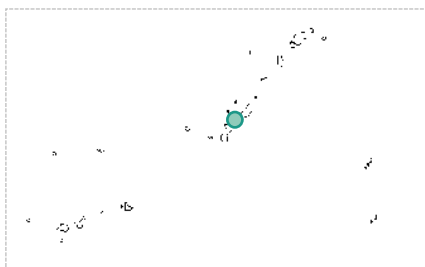
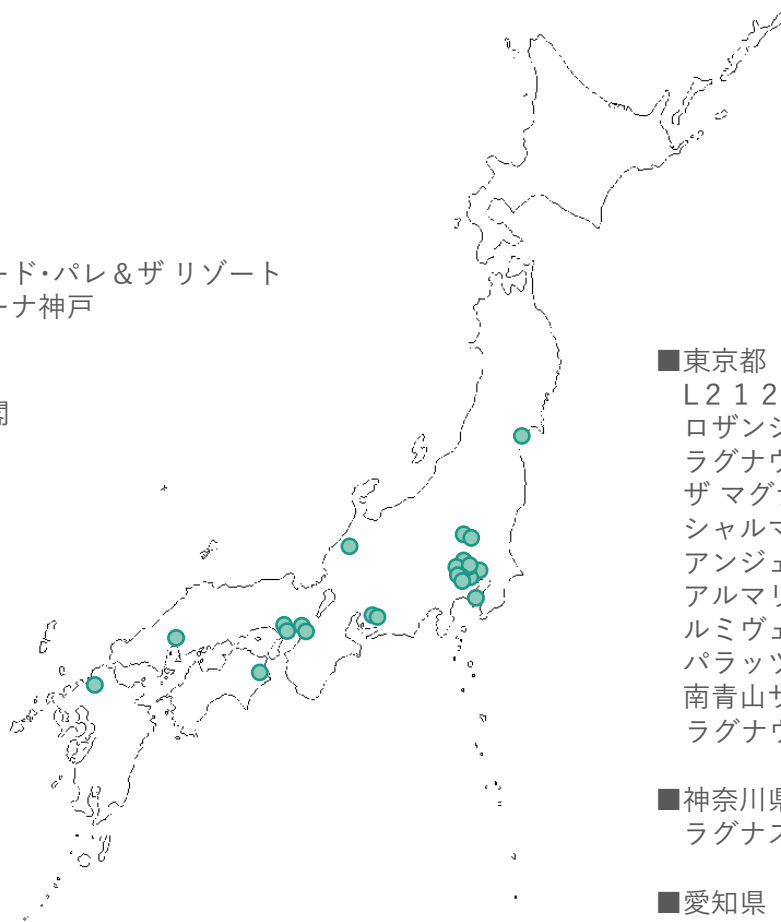
■栃木県
ラ・ポルト
ザ・ライブラリー

■埼玉県
ラグナヴェール Sky Terrace

■東京都
L2 1 2 6
ロザンジュイア広尾迎賓館
ラグナヴェール TOKYO
ザ マグナス TOKYO
シャルマンシーナ TOKYO
アンジェリオン オ プラザ TOKYO
アルマリアン TOKYO
ルミヴェール TOKYO
パラッツォドゥカーレ麻布
南青山サンタキアラ教会
ラグナヴェールアトリエ

■神奈川県
ラグナスイート新横浜 ホテル&ウェディング

■愛知県
ラグナスイート名古屋 ホテル&ウェディング
ラグナヴェール NAGOYA



社名の由来 “Staff Create”

人財力をコアバリューとし、多様なスタッフが能力や専門性を最大限発揮して、高収益のビジネスモデルを構築。この業界を勝ち残っていきたいという想い。

エスクリのビジョン “Faithful Bridal Creator”

エスクリが創っていくのは、真摯で、信頼できるブライダル。
ハードに頼らず、ソフトの力を信じ、ビジネスの本質を、真摯につきつめる。
信頼できるスタッフ、信頼できる商品、信頼できるチームで、顧客の期待を超えていく。
顧客、社員、会社の満足を、大きく広げ、世の中に新しい価値を示すことで、
真摯なブライダルビジネスを、創りたい。
新郎新婦に関わるすべての人からの「おめでとう」と、
新郎新婦からの「ありがとう」であふれた、
記憶に残る結婚式を、創りたい。
それが、私たちの誇りであり、喜びなのです。

エスクリのミッション “CHANGE Bridal”

良い文化は継承し、新しい文化を取り入れつづけることで

結婚式があふれる世の中に

<取り組み事例>

- ブライダル専門コールセンターの立ち上げ
- 内製化（ワンストップサービス）の取り組み
- ビルイン結婚式場
- 異業種とのコラボレーション
- 年間休日120日を実現、施設内託児所設置 etc.



ウェディングコンセプト “All for Thank you”

挙式当日の会場は、新郎新婦様から親御様やご友人など大切な方へのさまざまな「ありがとう」で包まれます。エスクリでは、おふたりの「ありがとう」の想いを受け、すべてのスタッフがチームとなって新郎新婦様の結婚式を創ります。

ありがとうの物語 “Thank you Story”

ウエディングコンセプト“All for Thank you”に沿って創り上げた最高の結婚式を
“Thank you Story”に纏め、プランニング力・スタッフ力向上を目的とした社内表彰を実施。
リクルートブライダル総研主催「GOOD WEDDING AWARD」においても高い評価を受ける。

GOOD WEDDING AWARD 2022

準グランプリ



『WEDDING LIVE
～届け！結婚式が大好きな
あなたへのエール～』

GOOD WEDDING AWARD 2020

グランプリ



チームの力を引き出す
『GIFT-All for Thank you-』

GOOD WEDDING AWARD 2017

ソウル賞



『全員が楽しめる結婚式
～目が見えるひとと目が見えないひと
同じ空間で～』

4. 補足資料

ESG 関連

環境への取組

エスクリグループは社会的な問題解決のため、持続可能な開発目標(SDGs)に沿って私たちが出来ることをひとつひとつ考え、積極的に取り組んでいます。



ご来館頂いたお客様へお渡しする袋は紙製ではなくエコバックを使用



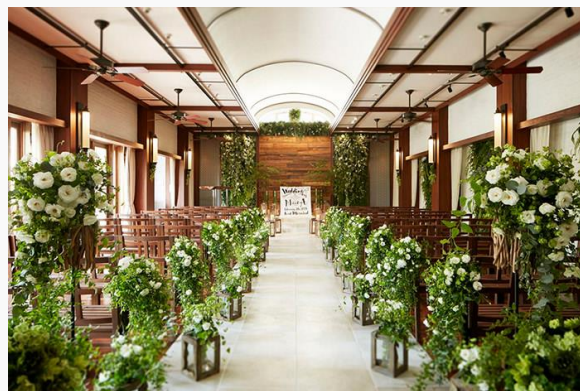
ドリンク提供時のストローはプラスチック製ではなく紙ストローを使用



披露宴のお料理の食材は地産地消を推進



人権・社会・環境に配慮したエシカルジュエリーを販売・開発



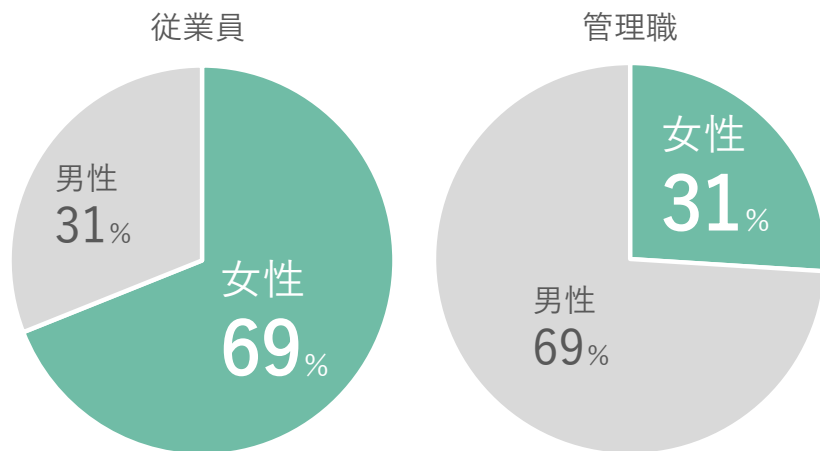
一部会場の家具及びディスプレイに地球環境に優しい古材を取り入れ



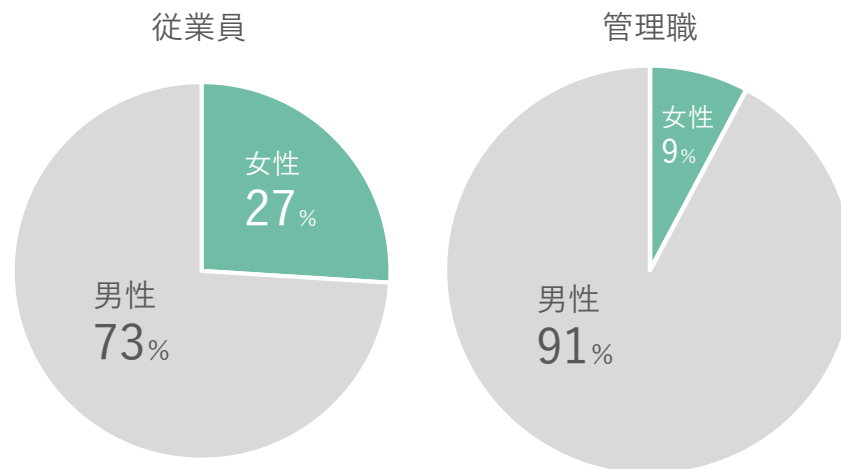
お客様へご提案時に使用する媒体をデジタル化しペーパーレス

◆女性活躍推進

エスクリ従業員
男女比率
(2022年3月末時点)



帝国データバンク
「女性登用に関する意識調査(2021,2022年)」より
女性の割合



当社の女性従業員数は

全国割合の**約2.5倍**

管理職は**約3.5倍**

社会への取組

◆各種認定

2018年～

女性活躍推進の状況が評価され
厚生労働大臣より 「えるぼし」 を認定



2021年

子育て支援についての取り組み状況が評価され
厚生労働省より 「くるみん」 に認定



2020～2023年

健康経営推進のための取り組みが評価され
経済産業省と日本健康会議より
「健康経営優良法人（大規模法人部門）」 に認定



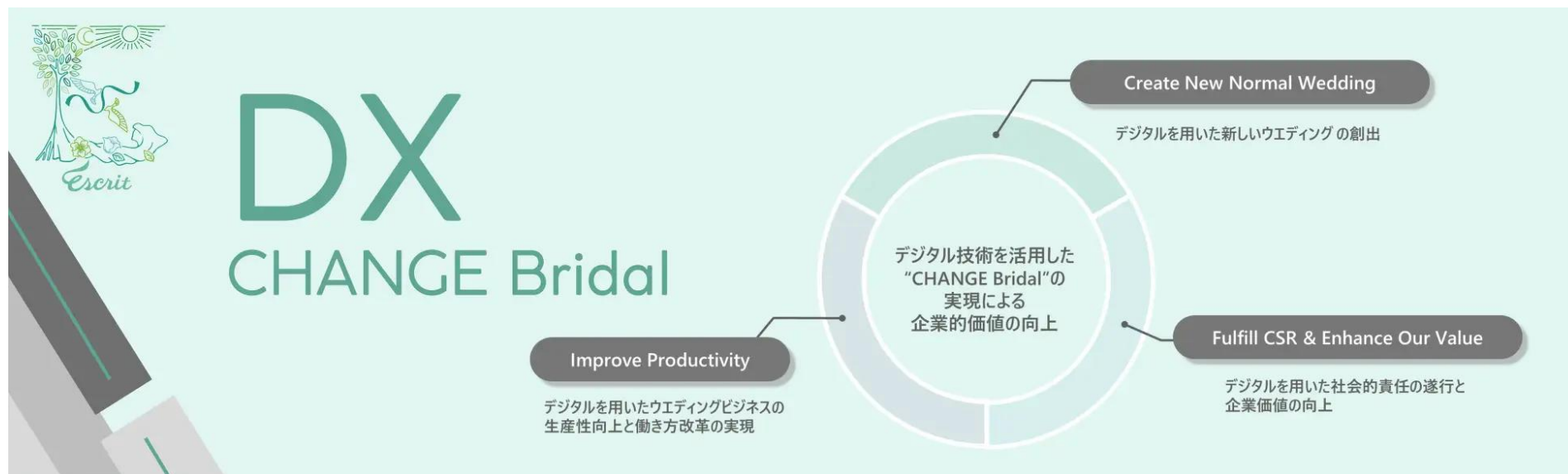
4. 補足資料

DX戦略

◆DX戦略の基本方針

当社は「CHANGE Bridal」というミッションを掲げ、時代の変化に適応した結婚式創りを行っています。その中で、デジタルを活用することで「新しい結婚式のカタチ」を創造し、より多くのお客様からのニーズにお応えできるよう革新を進めていきます。

1. デジタルを用いた新しいウエディングの創出
2. デジタルを用いたウエディングビジネスの生産性向上と働き方改革の実現
3. デジタルを用いた社会的責任の遂行と企業価値の向上



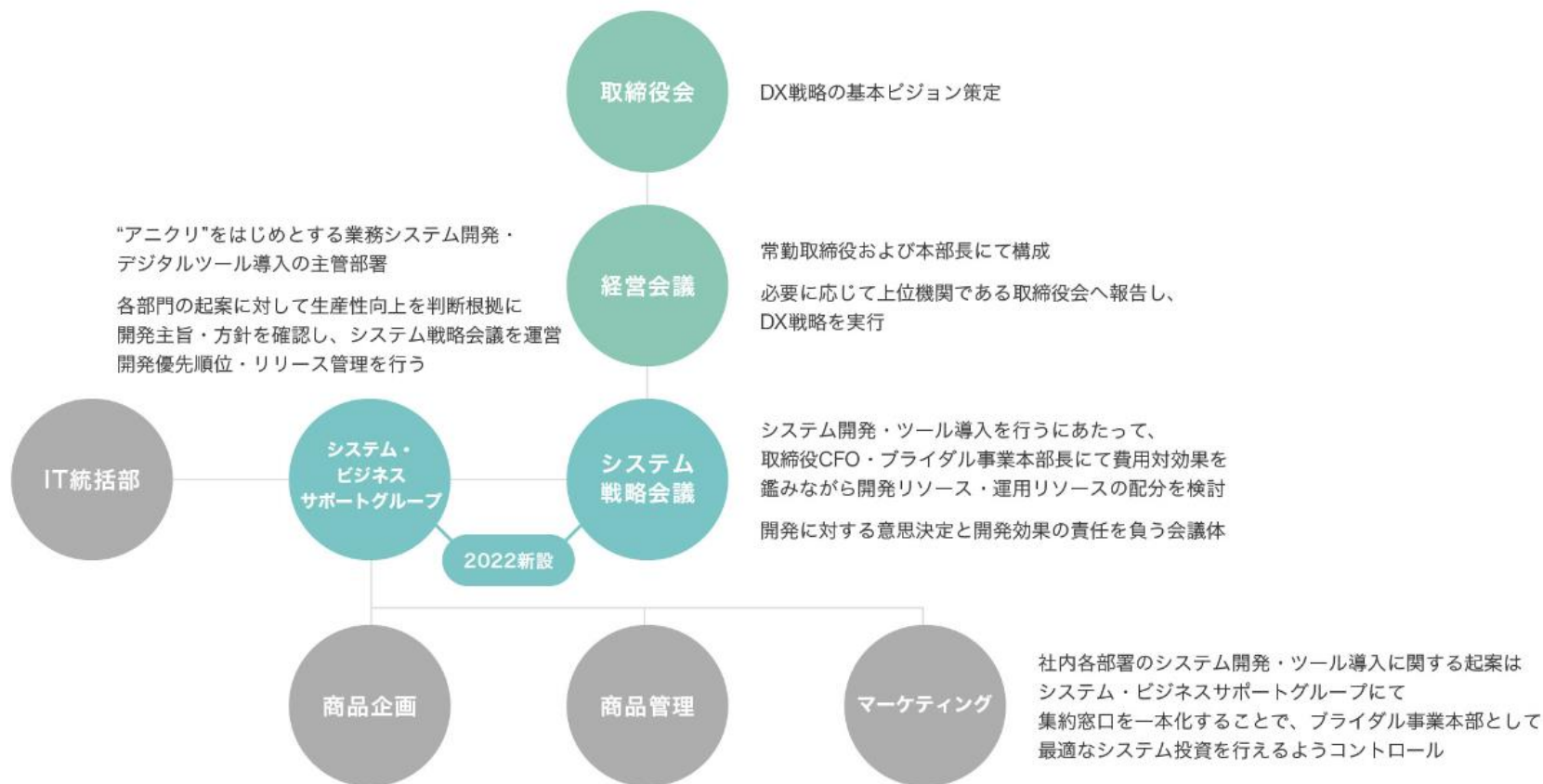
◆各フェーズにおけるテーマとその成果（期待される成果）

- ・“新しい結婚式のかたち”を構想し、ウエディング・テックを用いて新しい文化を創出。
- ・今後は、その次世代ウエディング文化の定着や更なる発展を目指す。



◆推進体制

- ・ 2022年にシステム・ビジネスサポートグループを新設し戦略会議を運営。
- ・ 経営会議においてDX戦略のPDCAサイクルを回し各組織を指揮。



4. 補足資料

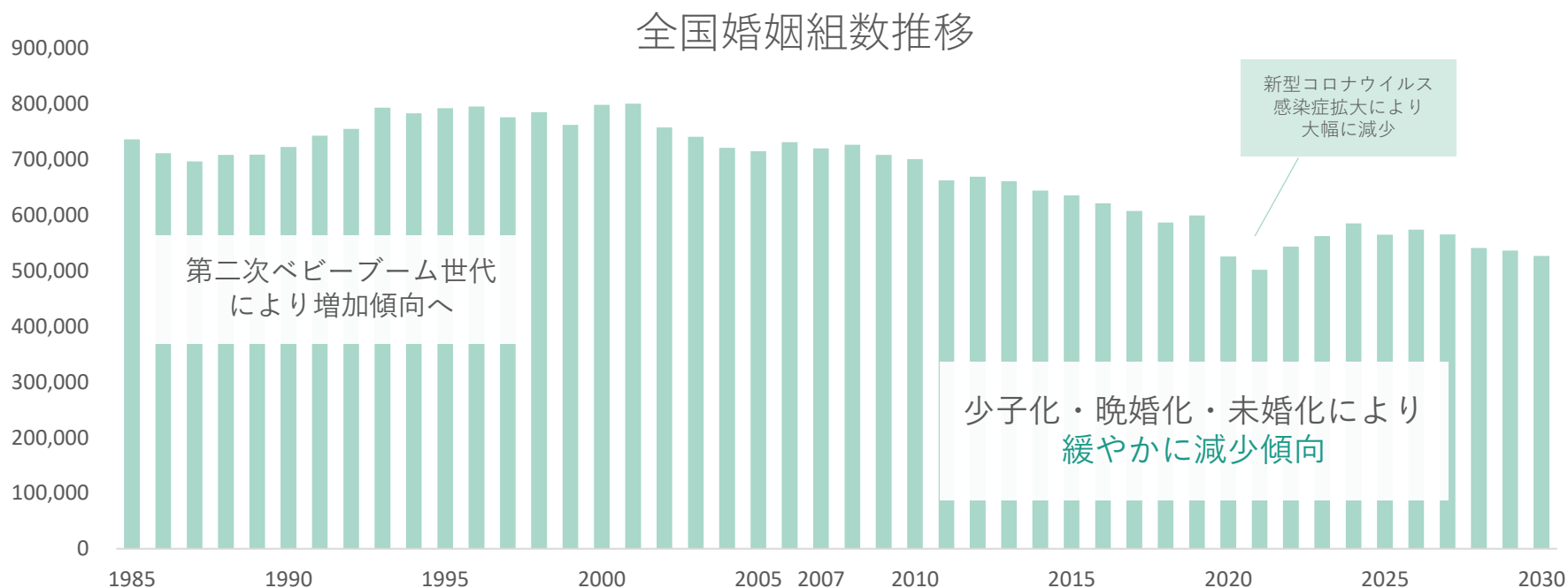
市場動向

2022年 婚姻組数
約50万組

※コロナ影響により2019年比9.2万組減

2022年 婚姻率
4.2%

※コロナ影響により2019年比0.6%減



出典：リクルートブライダル総研作成 婚姻組数予測、ブライダル産業年鑑2023（矢野経済研究所）

厚生労働省「人口動態統計月報（概数）令和4(2022)年11月分」

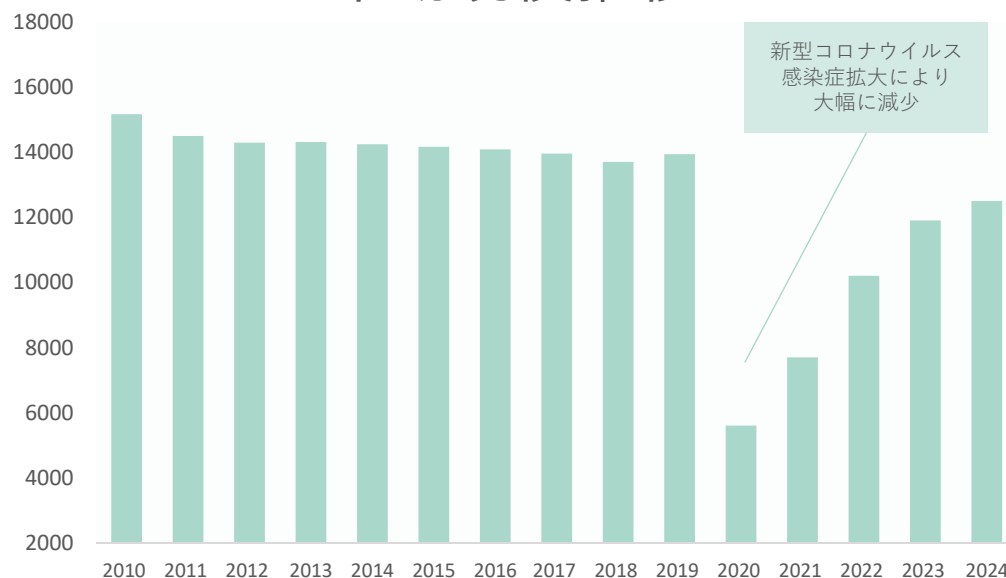
挙式・披露宴市場規模

約1.39兆円

※2019年の数値

※2020年は新型コロナ影響により約0.56兆円

市場規模推移



新型コロナウイルス感染症拡大の影響により

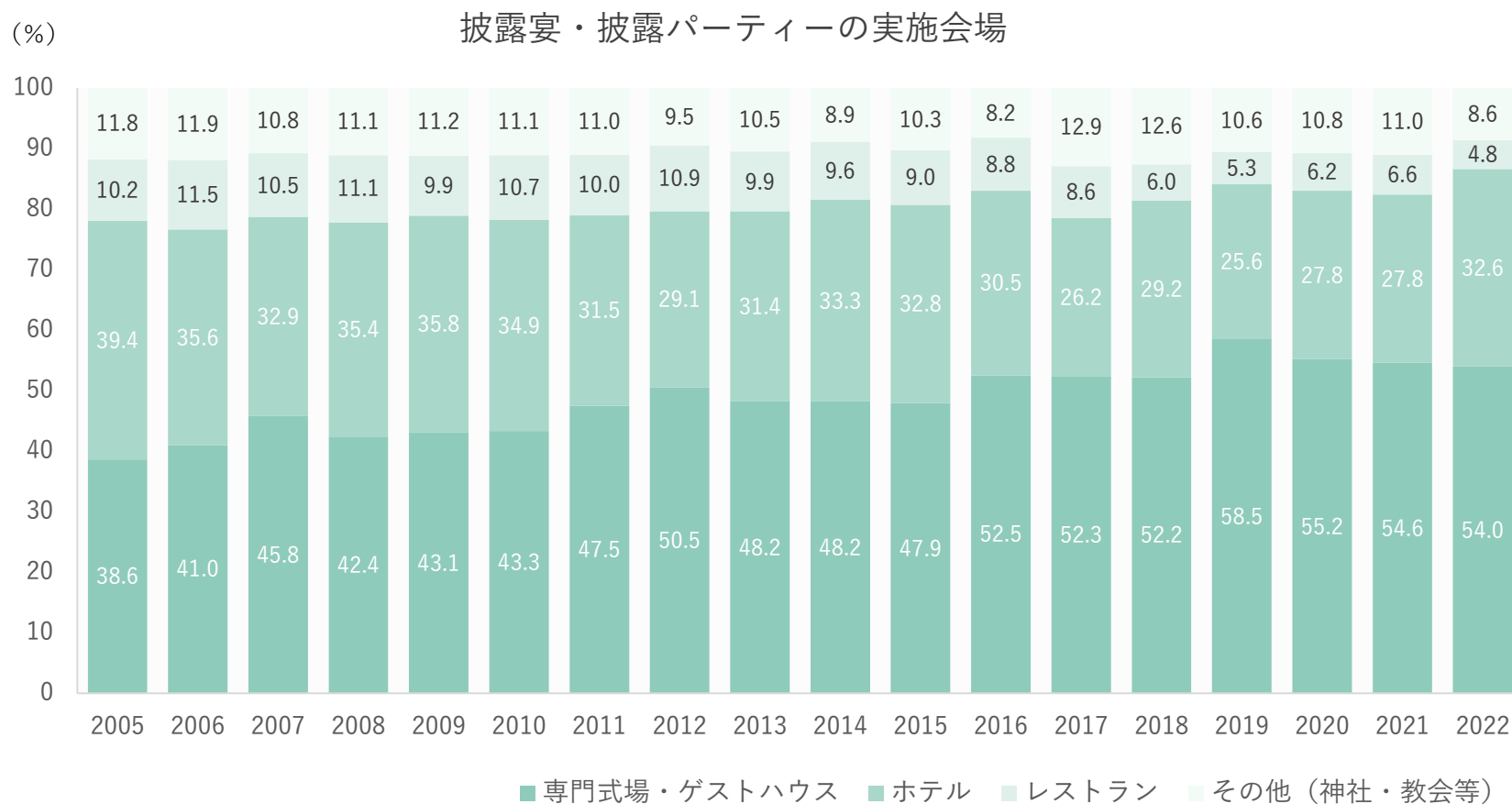
一時的に市場規模が縮小したものの、1兆円強の市場規模へ回復していく見通し

出典：ブライダル産業年鑑2023（矢野経済研究所）

市場動向 タイプ別シェア推移



当社が属する専門式場・ゲストハウスがタイプ別シェアで最も大きな割合を占める。



出典：リクルートブライダル総研結婚トレンド調査全国・首都圏2010-2022

市場動向 ブライダル業界の市場シェア

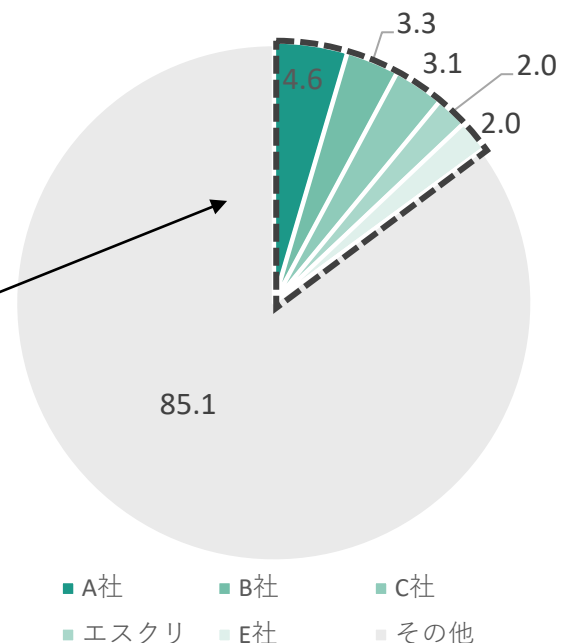


ブライダル業界売上高
上位5社が市場に占める割合

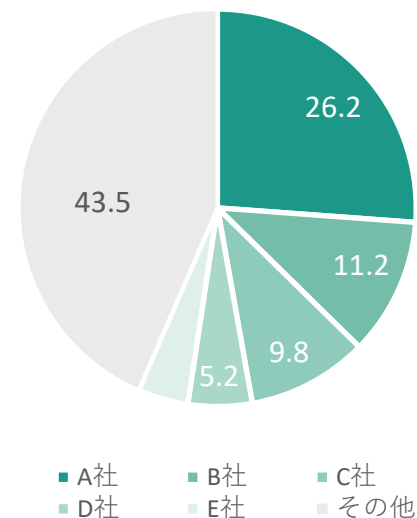
14.9%

※上場企業上位5社の売上高合計

(出典：2019年版 ブライダル産業年鑑、
各社ホームページ)



ファミリーレストラン市場 56.5%
※ブライダル業界と市場規模が近い比較対象とする



ブライダル業界は他業界と比較して圧倒的シェアを持つガリバー企業が不在
→シェア拡大の余地有り

4. 補足資料

エスクリの特徴

Escrit

事業

エスクリの強み



独自の出店戦略による店舗拡大と

他社とのアライアンスにより、成長し続けてきた

独自の出店戦略

1. 都市型出店
2. ビルイン施設

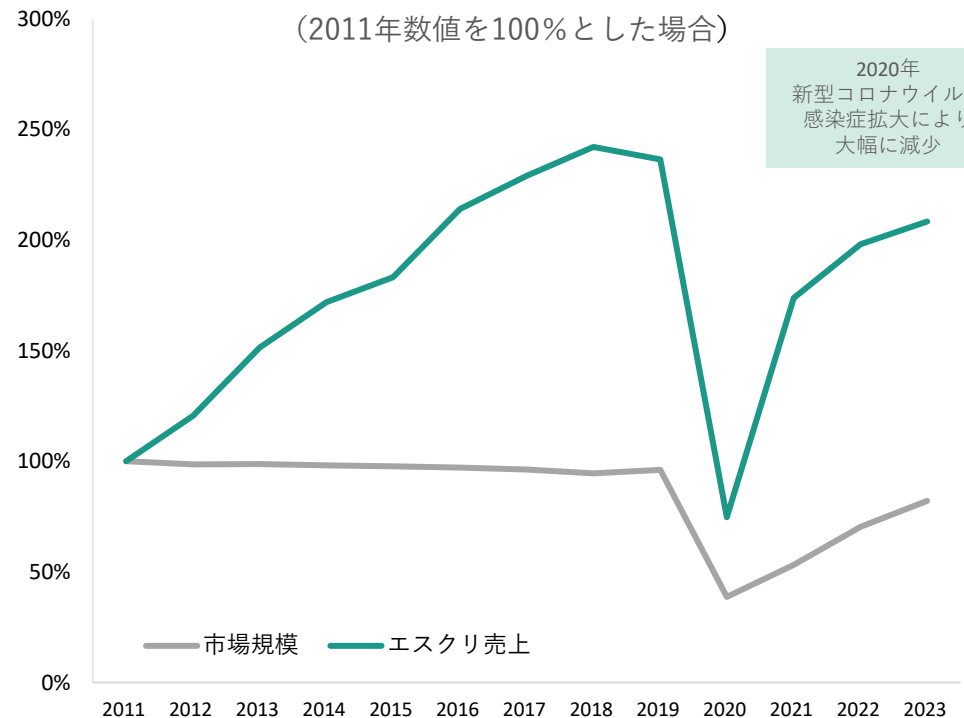
×

他社とのアライアンス

1. M&A・資本業務提携
2. コラボレーション

市場規模推移 vs エスクリ売上推移

(2011年数値を100%とした場合)



※出典：プライダル産業年鑑2018-2022年版

Escrit

出店

都市に特化した立地戦略×ビルイン出店により継続的な出店に成功

1. 都市型出店

市場縮小リスク・顧客ニーズに対応

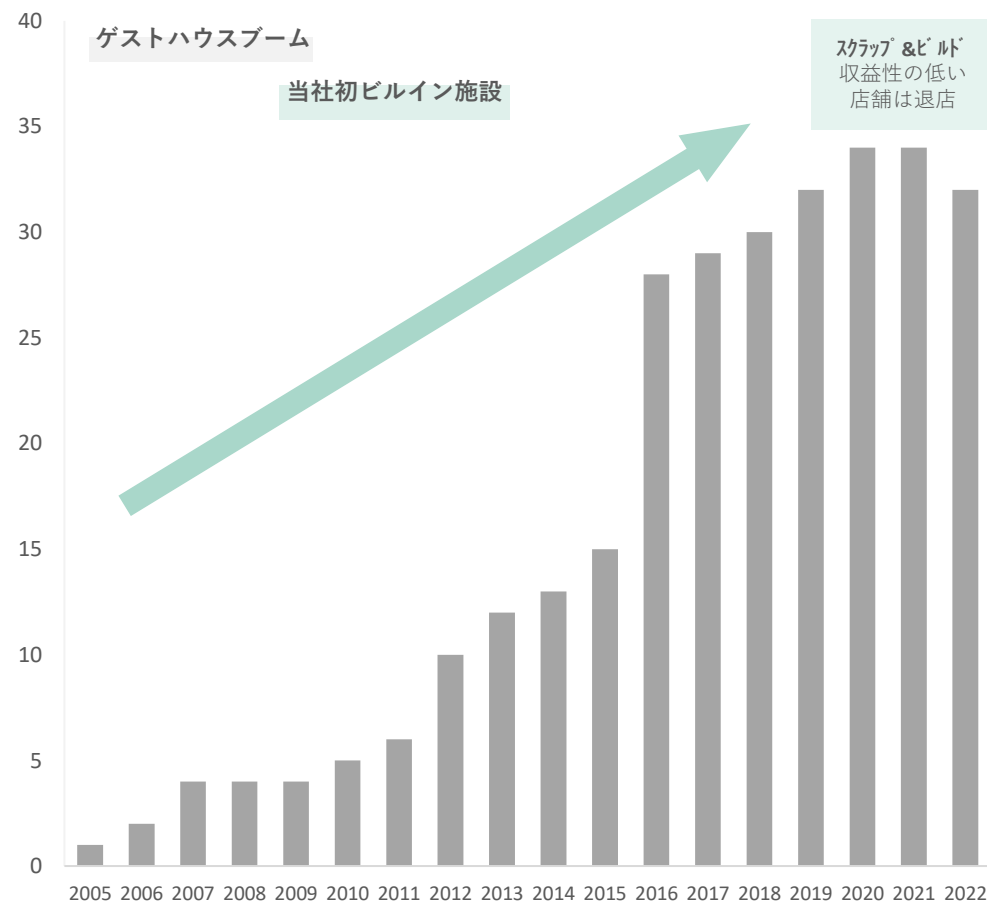


2. ビルイン施設

大都市への出店が可能



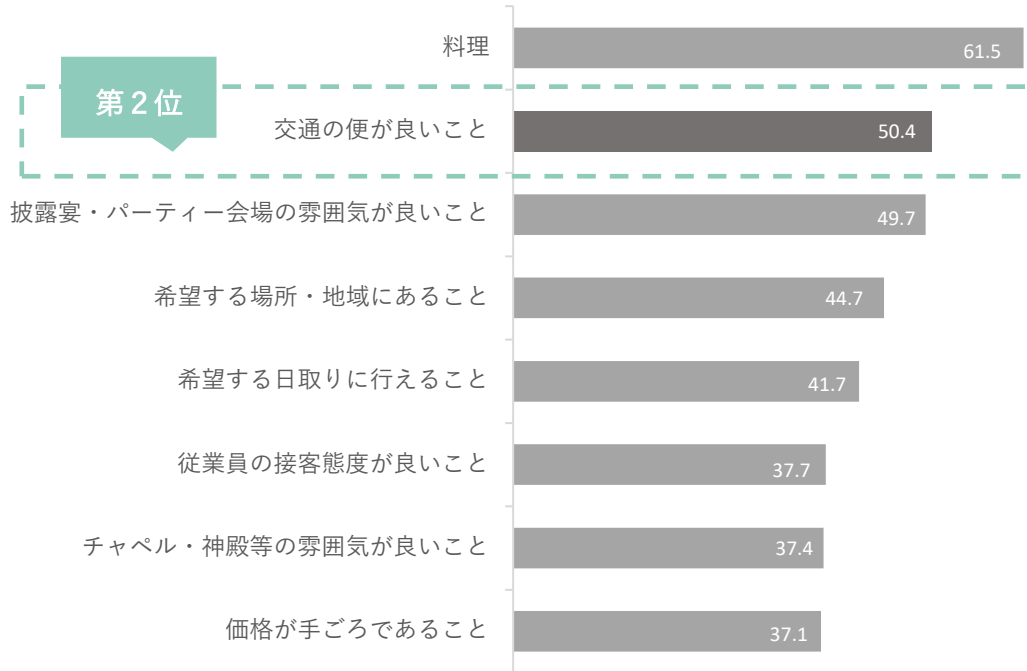
当社施設数推移



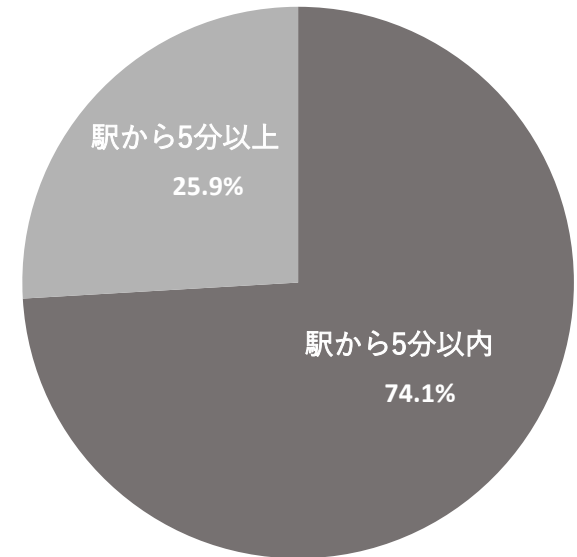
出店1. 都市型出店

顧客ニーズに寄り添う好立地戦略

カップルが挙式・披露宴会場の決定時に重視する点



最寄駅からのアクセス
(当社国内27施設)



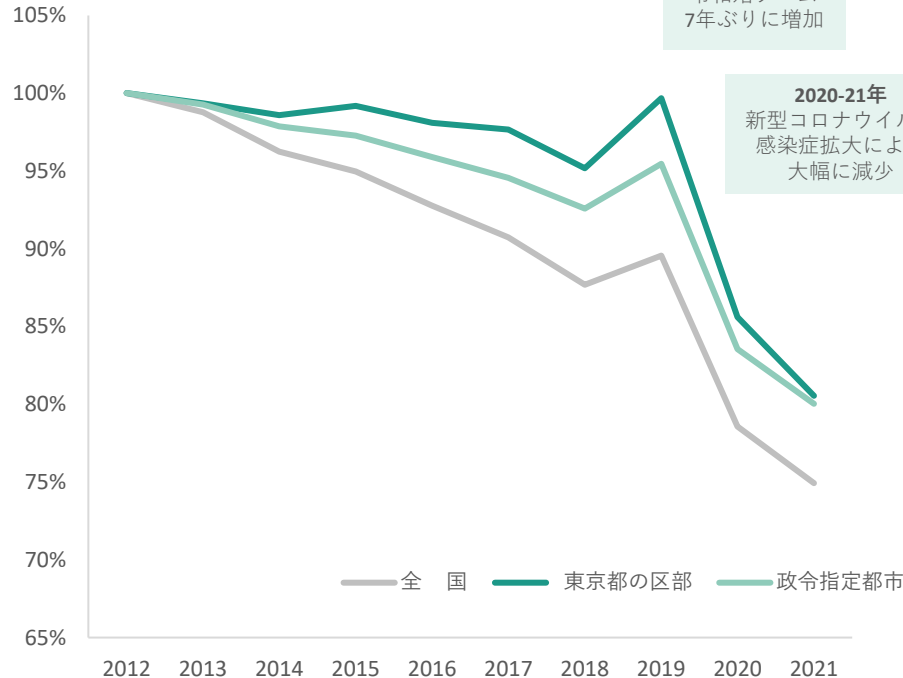
出典：ゼクシィ結婚トレンド調査2020

会場を決定するうえで、半数以上の顧客が「交通の便の良さ」を重視している
当社はアクセスの良さにこだわり駅近に多くの会場を展開

出店1. 都市型出店

都市部への出店により 市場規模縮小リスクに対応

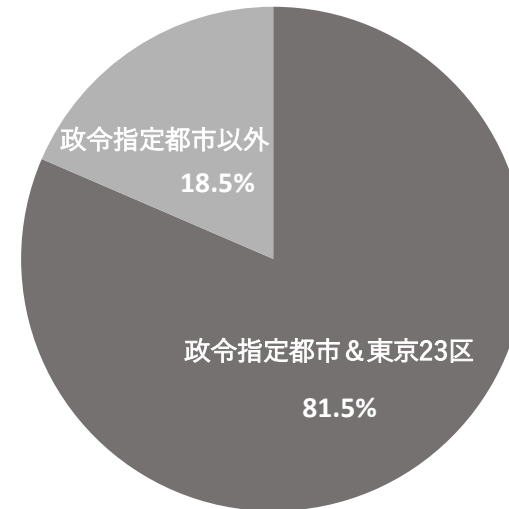
婚姻件数 増減率比較
(2012年を100%とする場合)



2019年
令和婚ブーム
7年ぶりに増加

2020-21年
新型コロナウイルス
感染症拡大により
大幅に減少

当社出店エリア
(当社国内27施設)



東京23区	11
横浜市	1
さいたま市	1
仙台市	1
名古屋市	2
大阪市	2
神戸市	2
広島市	1
福岡市	1
上記以外	5

出典：厚生労働省「人口動態総覧」

東京都区部・政令指定都市は婚姻件数の減少が緩やか
当社は都市部を中心に展開することで市場規模縮小の影響を抑制

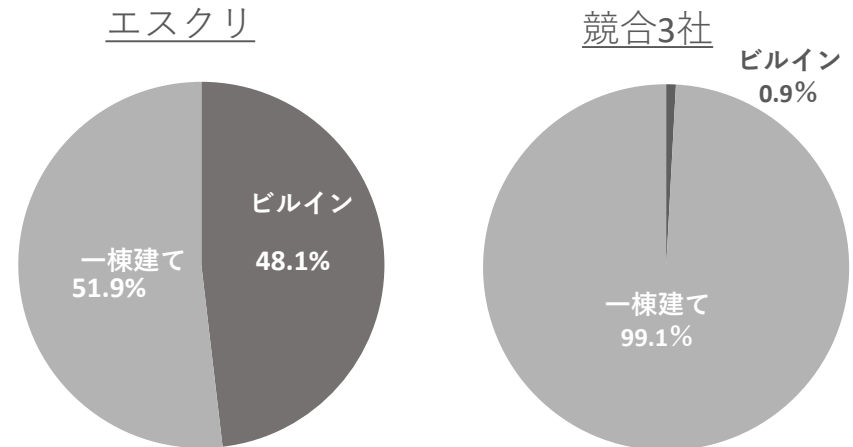
出店2. ビルイン施設

ビルインでの店舗展開により好立地出店が可能に

- ・ 駅至近での出店が可能
- ・ 当社施設の約4.5割がビルイン
 大手競合3社の117施設のうち、ビルインタイプは1施設のみ
- ・ 当社はビルインでの出店、オペレーションノウハウを蓄積



施設スタイル比較



アライアンス

アライアンス1. 異業種との提携、コラボレーション

Esprit

SBIホールディングスとの資本業務提携

Afterコロナでの収益力向上、中長期的な成長に寄与

- ・ M&A戦略における連携
- ・ CRM施策推進
- ・ ALAの販売



ティーケーピーとの資本業務提携

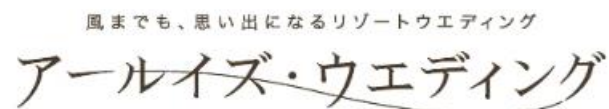
With/Afterコロナ時代の新しい価値創出、収益力の向上を目指す

- ・ 当社婚礼施設の平日空き枠を販売
- ・ ティーケーピー施設の出店・工事等を受託
- ・ withコロナビジネス協同開発



グッドラック・コーポレーションとの業務提携

海外・国内リゾート挙式を手掛ける
「アールイズ・ウエディング」と提携し相互送客



HASUNAとの資本業務提携

ブライダルジュエリーの販売や新たな商品の
共同開発等

HASUNA

大手企業、有名キャラクターと多数のアライアンス実績 = 当社のブランド力・信用

2015	ディズニー	ディズニー映画「シンデレラ」公開記念ブライダルフェア
2016	ANA	ANAマイレージクラブと提携
	ディズニー	ディズニー映画「アリス・イン・ワンダーランド／時間の旅」公開記念 ブライダルフェア プリンセス・ブライダルフェア
	サンリオ	ハローキティ&ディアダニエルブライダルフェア
	ディズニー	ディズニー映画「美女と野獣」公開記念ブライダルフェア
	カプコン	モンスターハンターブライダルフェア
2017	ディーゼルジャパン	南青山サンタキアラ教会限定の特別プラン『BLUE WEDDING BY DIESEL』
2018	JAL	結婚式費用をJALマイルに交換
2019	サンリオ	コラボドレス（ハローキティブライダルフェア）
2020	サンエックス	リラックマブライダルフェア
	SBI	資本業務提携
	ティーケーピー	資本業務提携、CIRQリリース
	17 Media Japan	結婚式Live配信
2021	エアトリ	オンライン旅行商品案内
	東映アニメーション	ONE PIECEブライダルフェア
2022	グッドラック・コーポレーション	リゾート挙式「アールイズ・ウエディング」と提携
2023	アトラス	「ペルソナ」とのコラボビュッフェ開催
	HASUNA	資本業務提携 ジュエリーの共同開発

アライアンス2. コラボレーションウェディング

沢山の人に愛されている世界観や キャラクターとのコラボレーションを数多く実施

ポケットモンスターブライダルフェア



©2021 Pokémon



リラックマブライダルフェア



©2020 San-X Co., Ltd. All Rights Reserved.

ワンピースブライダルフェア



©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション



4. 補足資料
建築不動産事業

株式会社 渋谷

SHIBUTANI&Co.

デザインハウス、リノベーション提案、リゾート開発
店舗・オフィス設計施工、世界各地の建材・古材販売など
お客様のご要望に応じた建築不動産に関するソリューションをご提案

無印良品の家



ユーマーマンション事業



土木事業



店舗設計・施工



SHIBUTANI & Co. 株式会社 渋谷

<http://www.shibutani-group.co.jp>

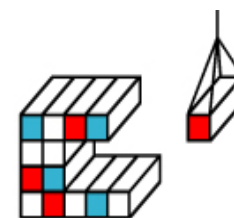
世界各地の建材・古材販売



コンテナ事業

オーダーメイドの建築用コンテナの企画・販売・施工
倉庫・トランクルーム・店舗・商業施設や住居向けのコンテナ
を製作・販売など、様々な用途に対応可能

- ①建築基準法に則ったJIS鋼材を使用
「日本の建築基準法に適合」
- ②ユニット建物特許法（特許第6029711号）取得
「上下ユニットの連結で、独自の方法を開発し、特許を取得」



CONTAINER BANK.®





お問合せ先 株式会社エスクリ I R 担当
東京都中央区日本橋小網町6-1 山万ビル

URL : <https://www.escrit.jp/ir/>

E-mail : ir@escrit.jp

本資料に掲載されている事項は証券投資に関する情報の提供を目的としたものであり、勧誘を目的としたものではありません。
本資料に含まれる将来の予想に関する各数値は、資料作成時点で入手可能な情報による当社の仮定および判断に基づくものであり、
将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は環境の変化などにより、実際の結果と異なる可能性があることにご留意ください。投資に関するご決定は皆様ご自身のご判断で行うようお願いいたします。