



**2016年10月期  
第1四半期決算(補足資料)**



**アイ・ケイ・ケイ株式会社  
(証券コード:2198 東証1部)**

# I . 2016年10月期第1四半期 連結決算概況

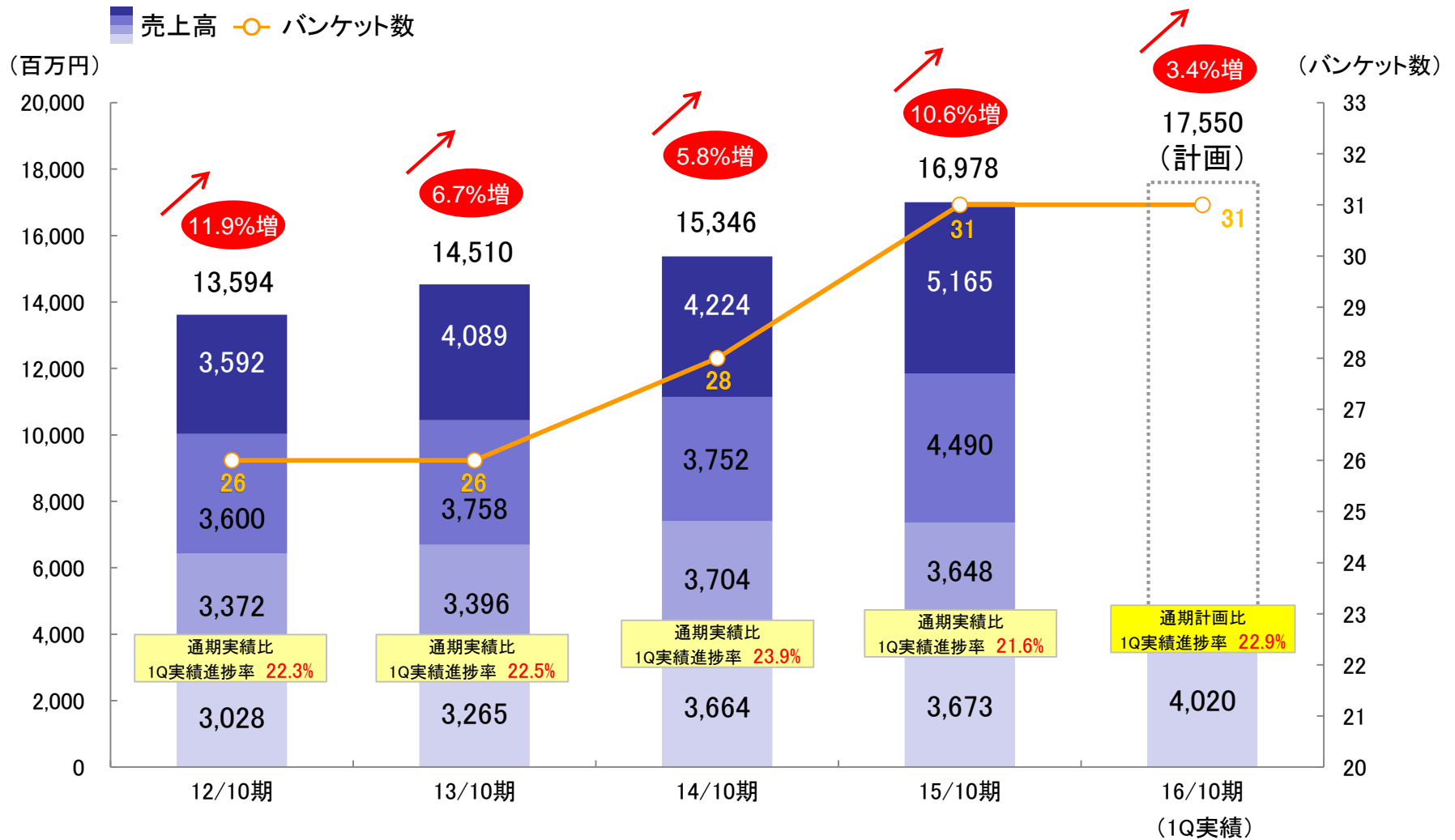
---



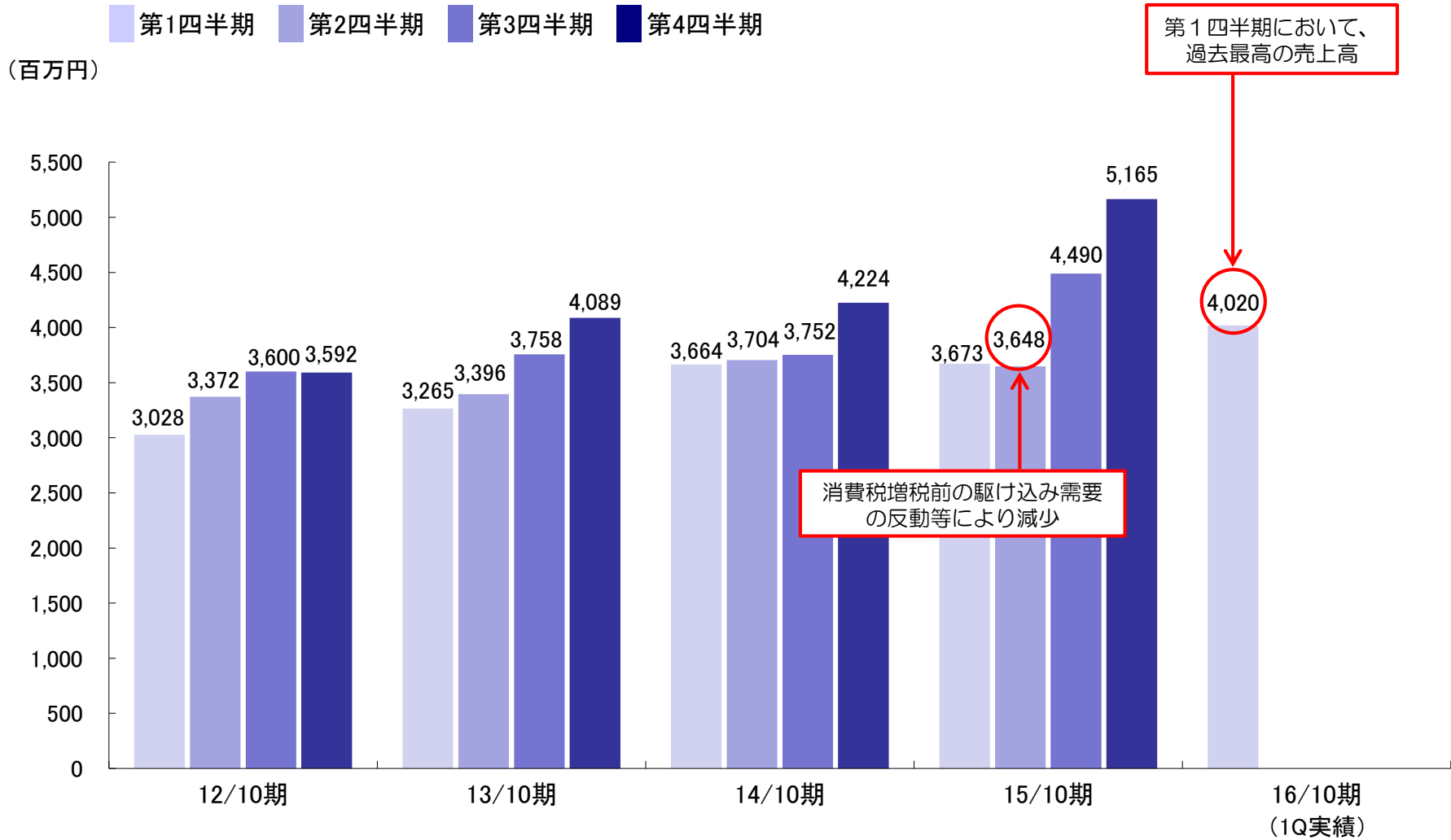
	2015年10月期 (第1四半期)		2016年10月期 (第1四半期)			
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前年同期比	
					増減額 (百万円)	増減率 (%)
売上高	3,673	100.0	4,020	100.0	347	9.4
婚礼事業	3,517	95.8	3,854	95.9	336	9.6
葬儀事業	93	2.5	63	1.6	▲29	▲31.9
介護事業	63	1.7	103	2.6	40	63.7
売上総利益	2,002	54.5	2,165	53.9	163	8.2
販管費	1,619	44.1	1,750	43.5	130	8.1
営業利益	382	10.4	415	10.3	32	8.6
経常利益	388	10.6	413	10.3	25	6.5
親会社株主に帰属する 四半期純利益	233	6.4	260	6.5	26	11.5
1株当たり四半期純利益(円)	※ 8.03	—	8.88	—	—	—

※ 当社は2015年5月1日付で1株につき2株の割合で株式分割を実施しているため、当該株式分割が前連結会計年度期首に行われたと仮定して算出しております。

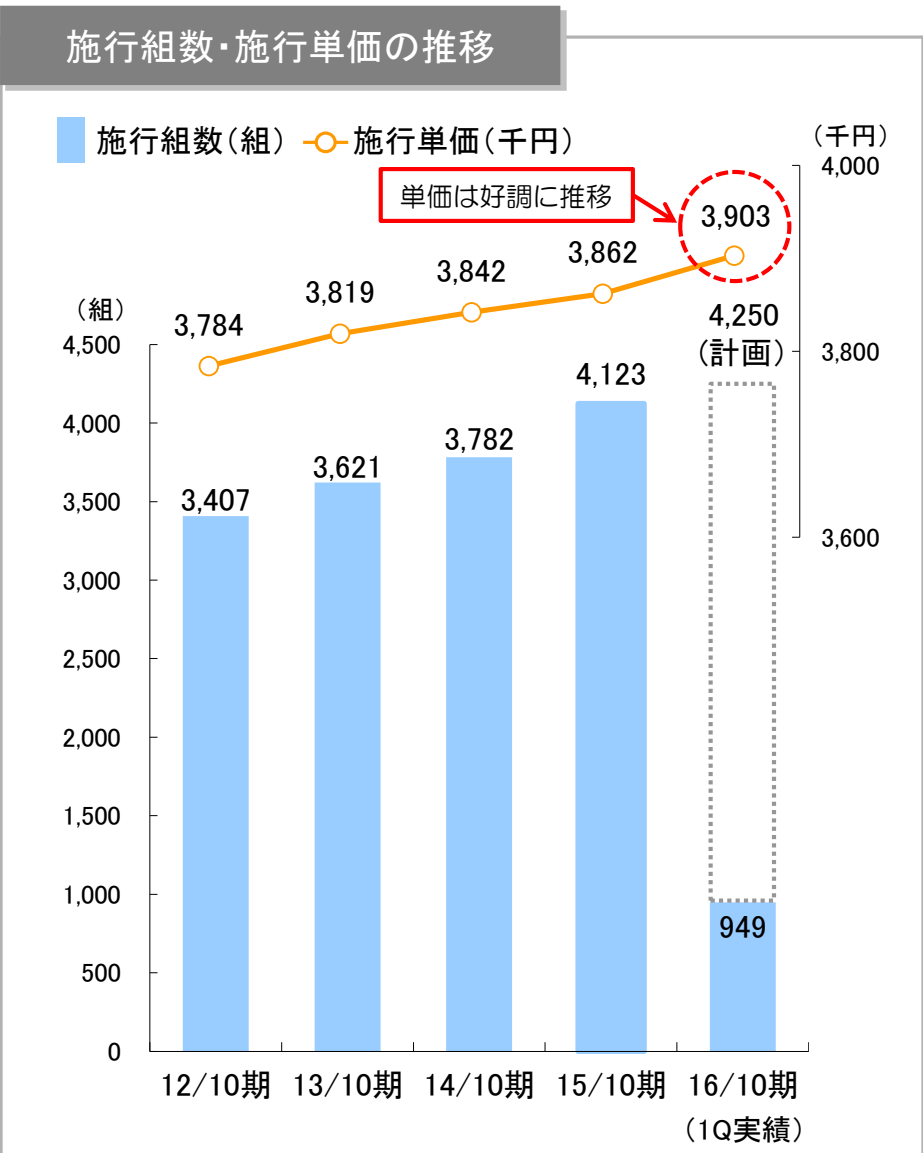
## 売上高・バンケット数の推移



## 売上高の推移

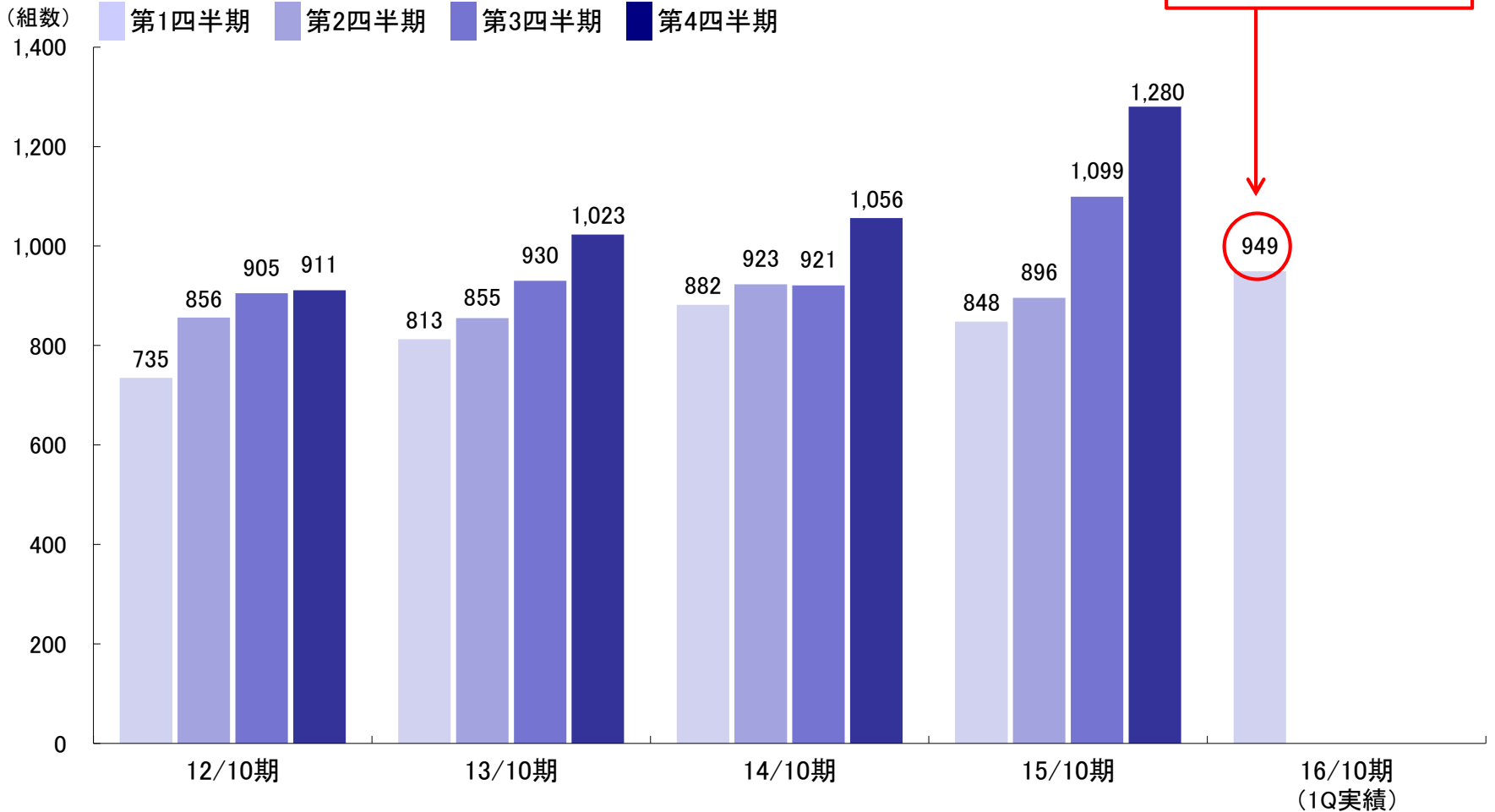


	15/10期 1Q実績	16/10期 1Q実績	前年同期比	
			増減	増減率 (%)
婚礼事業売上高 (百万円)	3,517	3,854	336	9.6
期末店舗数 (店)	15	16	1	-
施行組数 (組)	848	949	101	11.9
受注組数 (組)	1,099	1,130	31	2.8
受注残組数 (組)	3,240	3,469	229	7.1
施行単価 (千円)	3,983	3,903	▲79	▲2.0

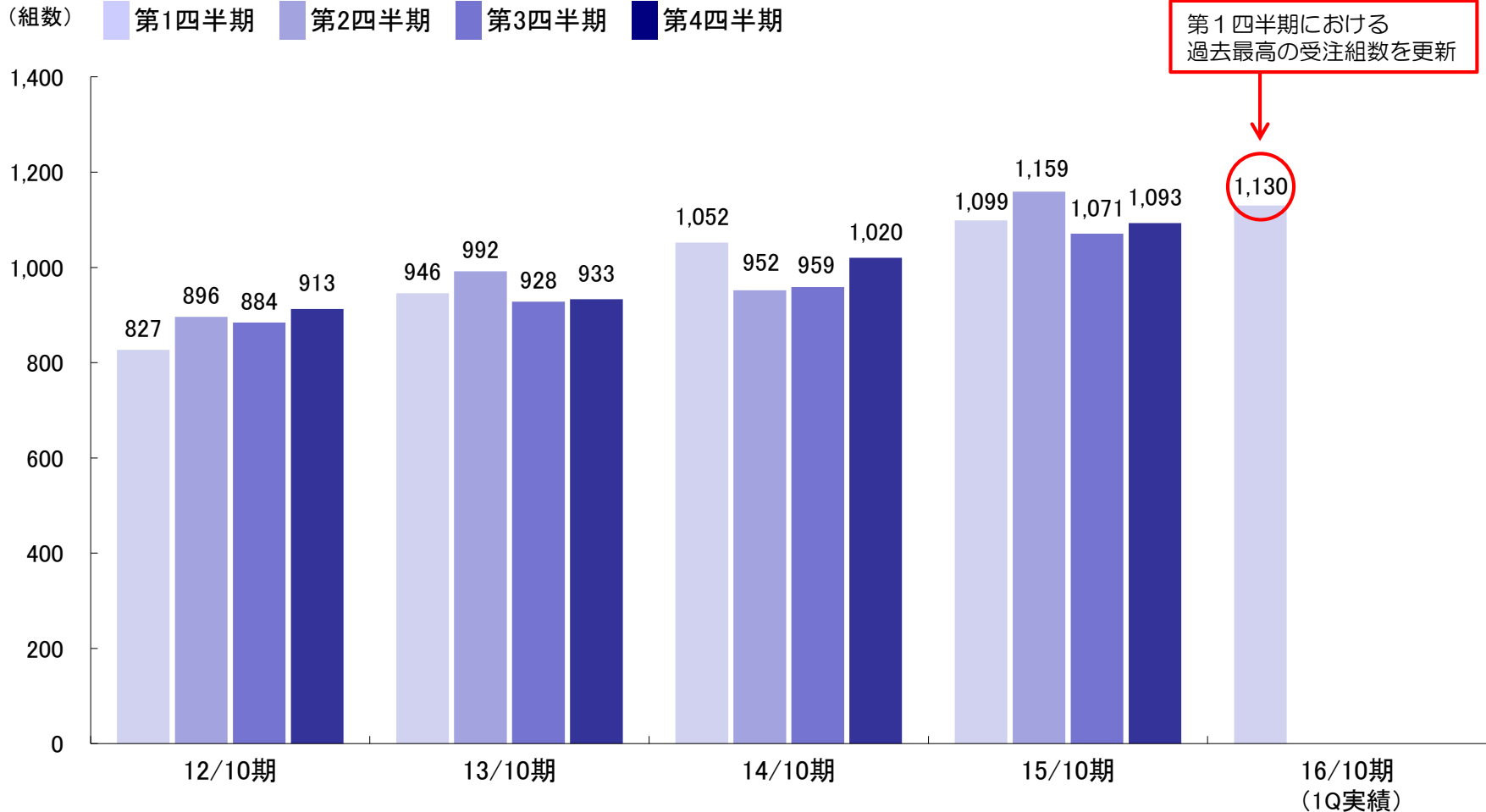


※ 施行単価の算出に当たっては、「一般宴会」、「キャンセル料」を除外しております。

## 施行組数の推移

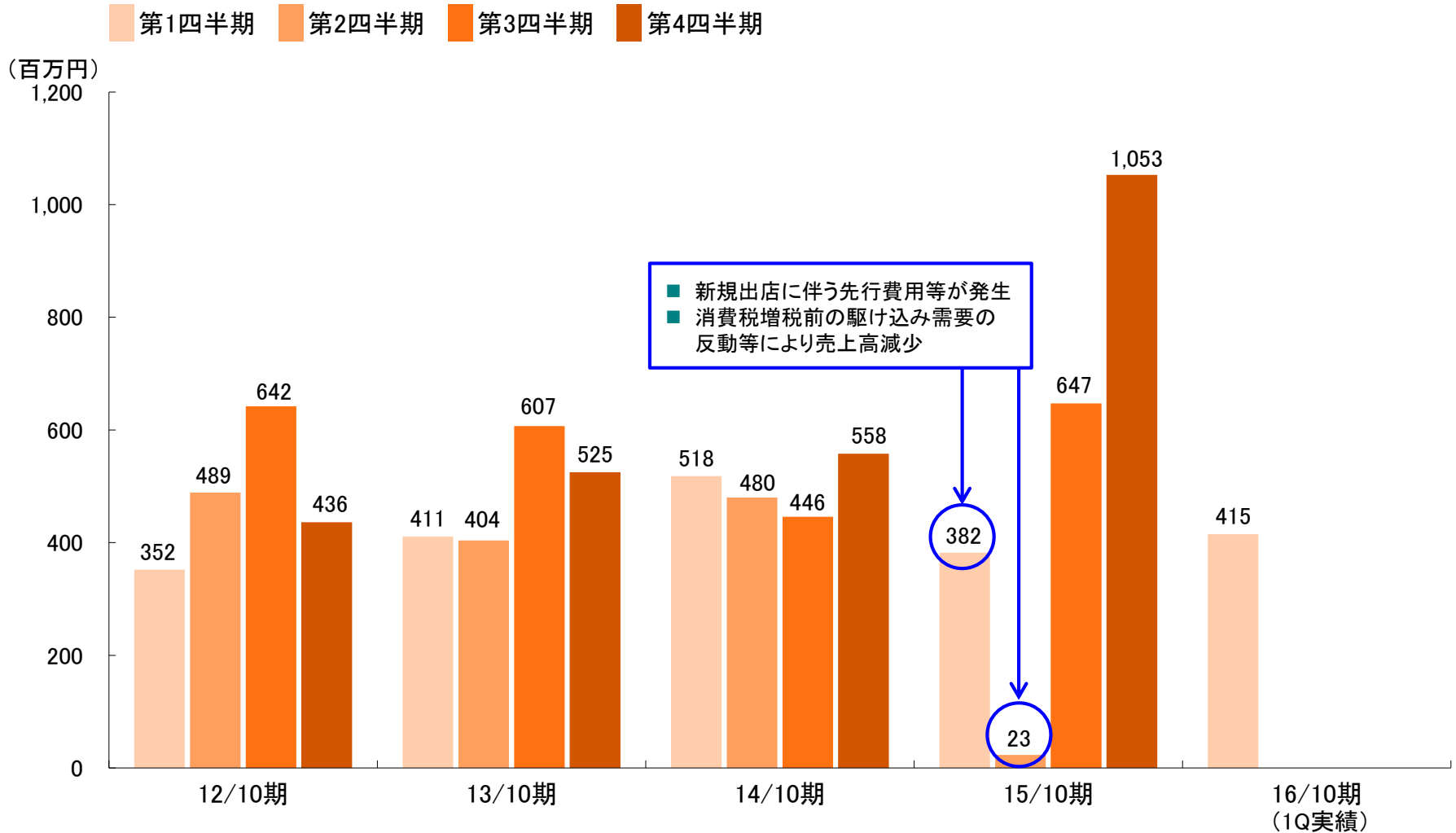


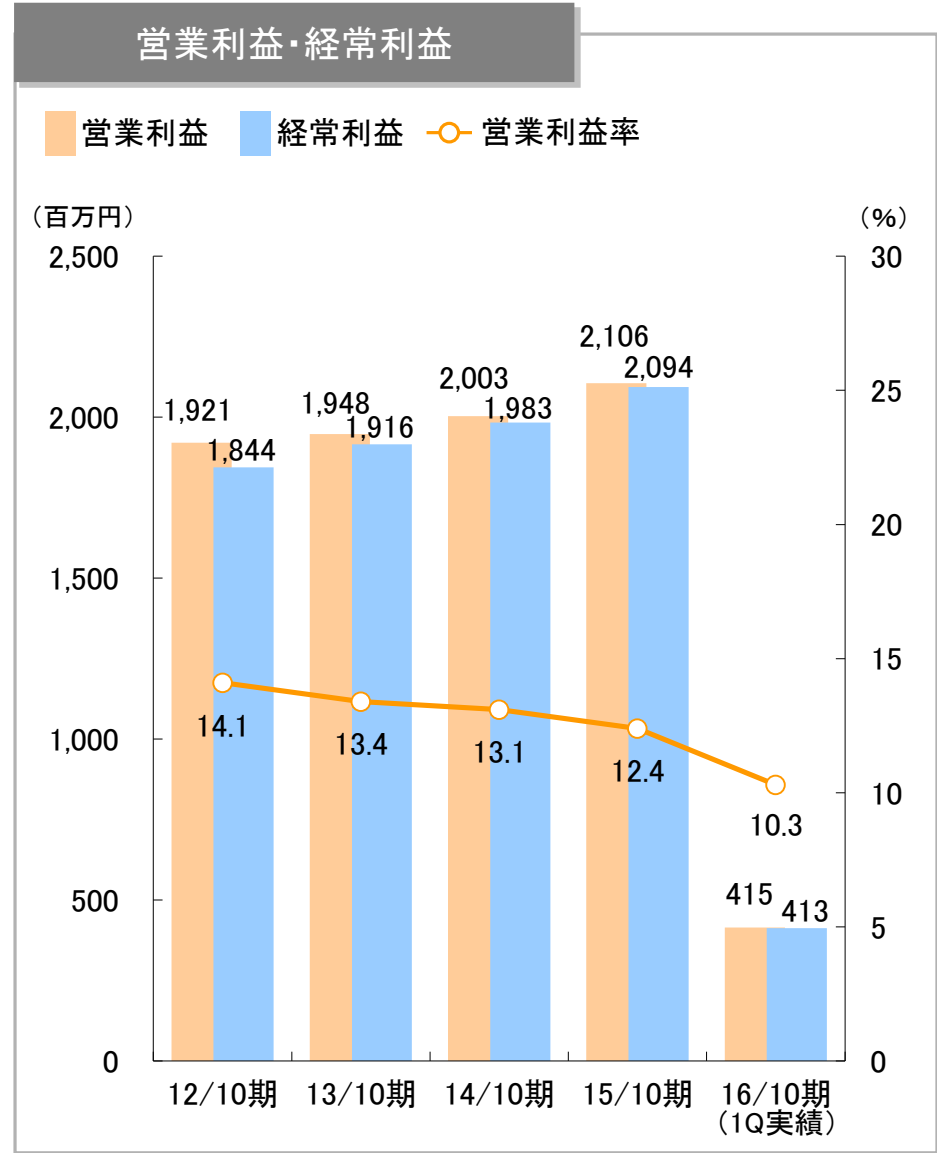
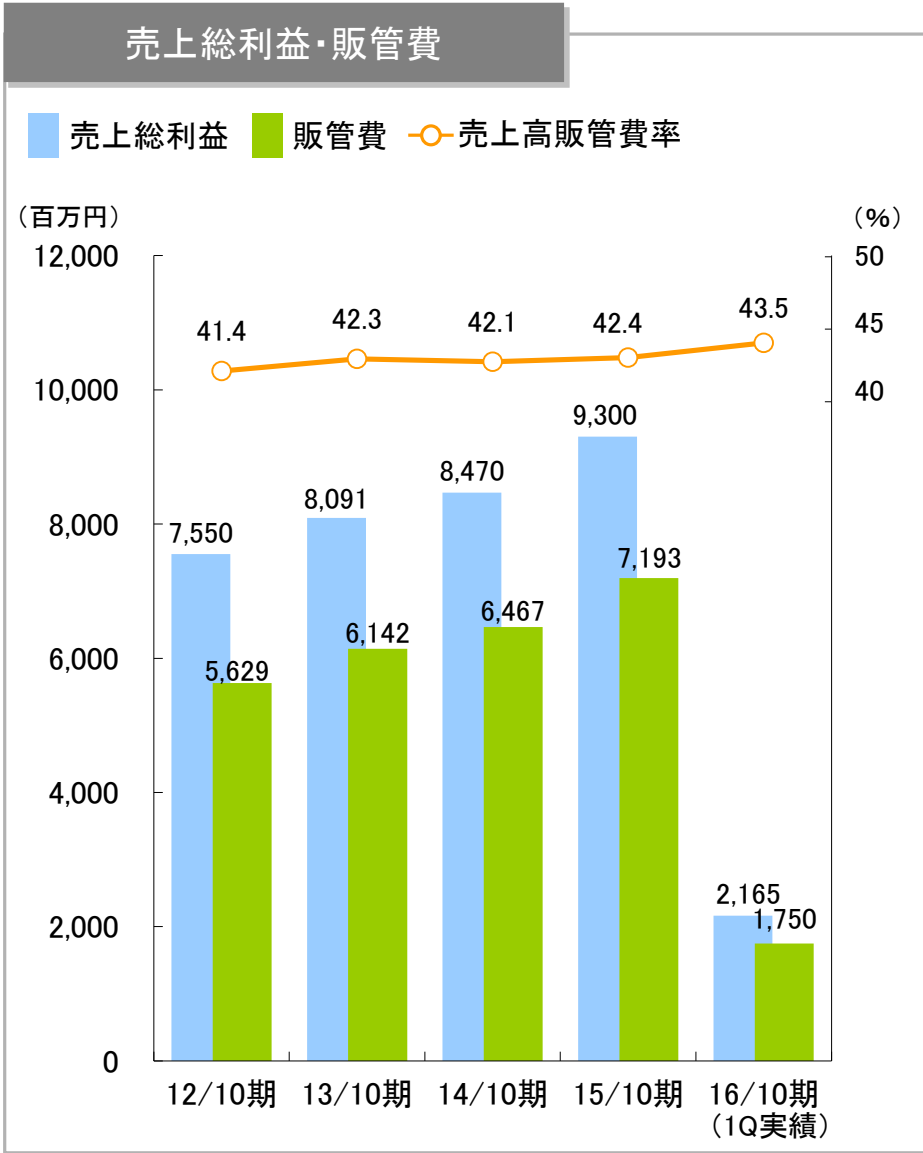
## 受注組数の推移





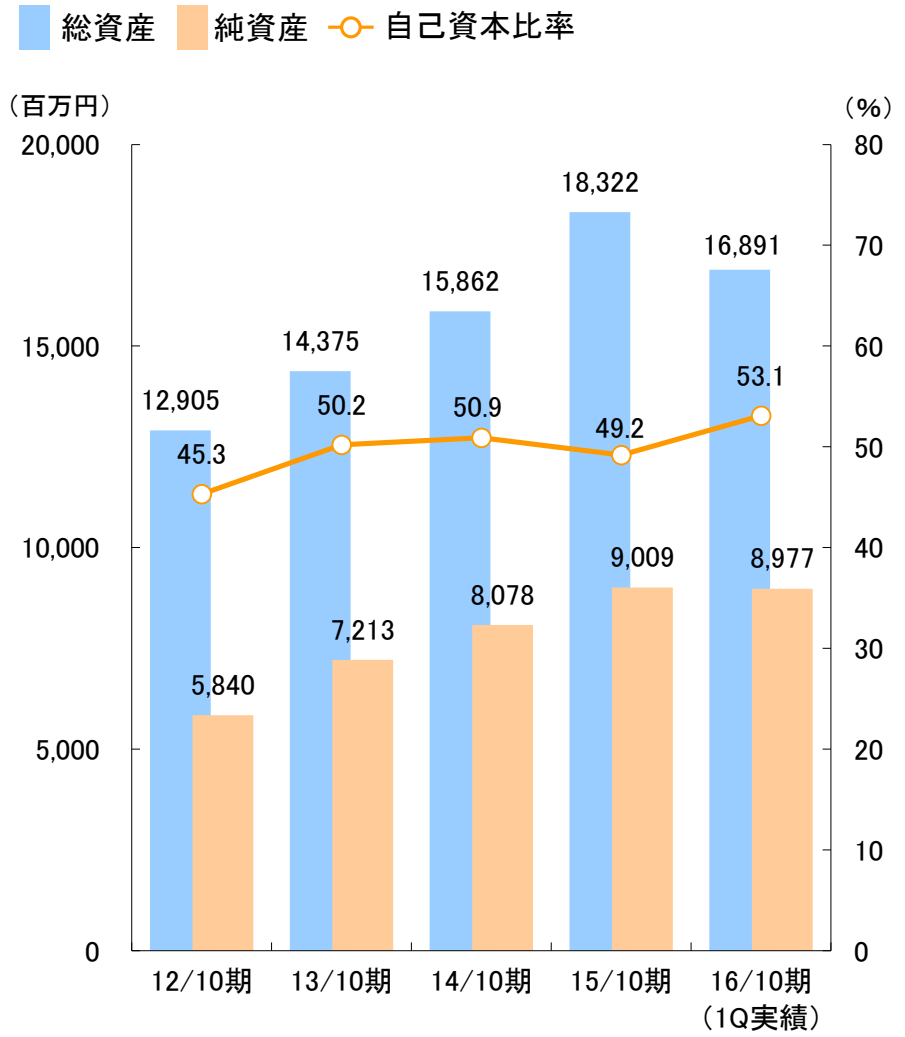
## 営業利益の推移



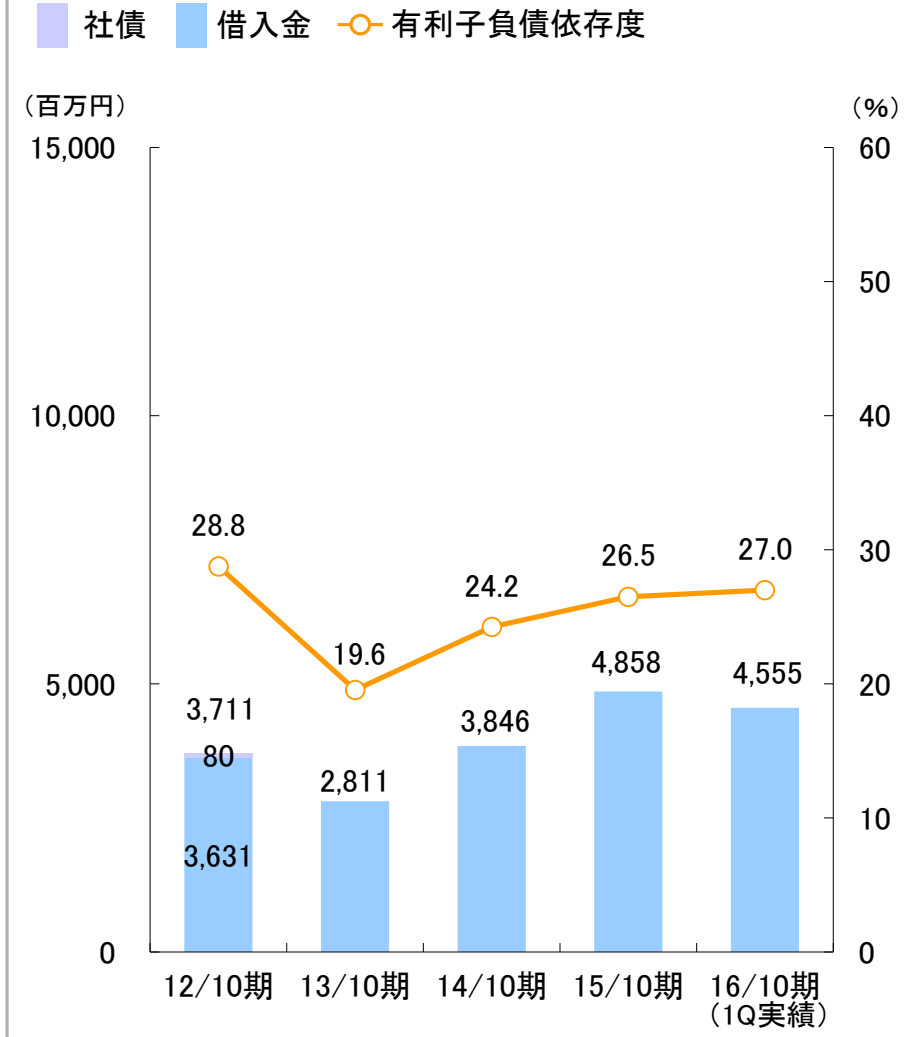


	2015年10月期末		2016年10月期 第1四半期末			
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	主な増減要因
流動資産	5,292	28.9	4,002	23.7	▲1,289	現金及び預金 ▲1,150
(現金・預金)	4,444	24.3	3,293	19.5	▲1,150	
(売上債権)	368	2.0	286	1.7	▲82	
固定資産	13,030	71.1	12,888	76.3	▲141	
(有形固定資産)	11,750	64.1	11,601	68.7	▲149	
資産合計	18,322	100.0	16,891	100.0	▲1,431	
流動負債	4,164	22.7	2,960	17.5	▲1,204	買掛金 ▲458 未払法人税等 ▲402 1年内返済予定の長期借入金 ▲57
(仕入債務)	860	4.7	402	2.4	▲458	
(未払法人税等)	511	2.8	108	0.6	▲402	
固定負債	5,148	28.1	4,953	29.3	▲194	長期借入金 ▲246
負債合計	9,312	50.8	7,913	46.9	▲1,398	
(有利子負債残高)	4,858	26.5	4,555	27.0	▲303	
純資産合計	9,009	49.2	8,977	53.1	▲32	親会社株主に帰属する四半期純利益 +260 剰余金の配当 ▲299
負債・純資産合計	18,322	100.0	16,891	100.0	▲1,431	

## 総資産・純資産・自己資本比率



## 有利子負債残高



※有利子負債依存度=有利子負債残高÷総資産

## Ⅱ. 2016年10月期(通期)連結業績見通し

---



## 5期連続の増収、増益を見込む

### 広島支店の通期稼働と既存店の堅調な業績を背景に、最高益を計画

売上高 **17,550**百万円（前期比3.4%増）

- 新設した広島支店のフル稼働が売上高を牽引
- 施行組数は前期比+ 127組の4,250組を見込む
- 施行単価は競合状況を勘案し、前期並みの3,873千円を見込む

営業利益 **2,130**百万円（前期比1.1%増）

#### 婚礼事業

- 広島支店の通期稼働による販管費増（約70百万円）
- 次期以降の新規出店を見越した開業準備費用及び海外調査経費（約100百万円）
- 人件費や広告宣伝費の増加を見込んだ計画（約85百万円）

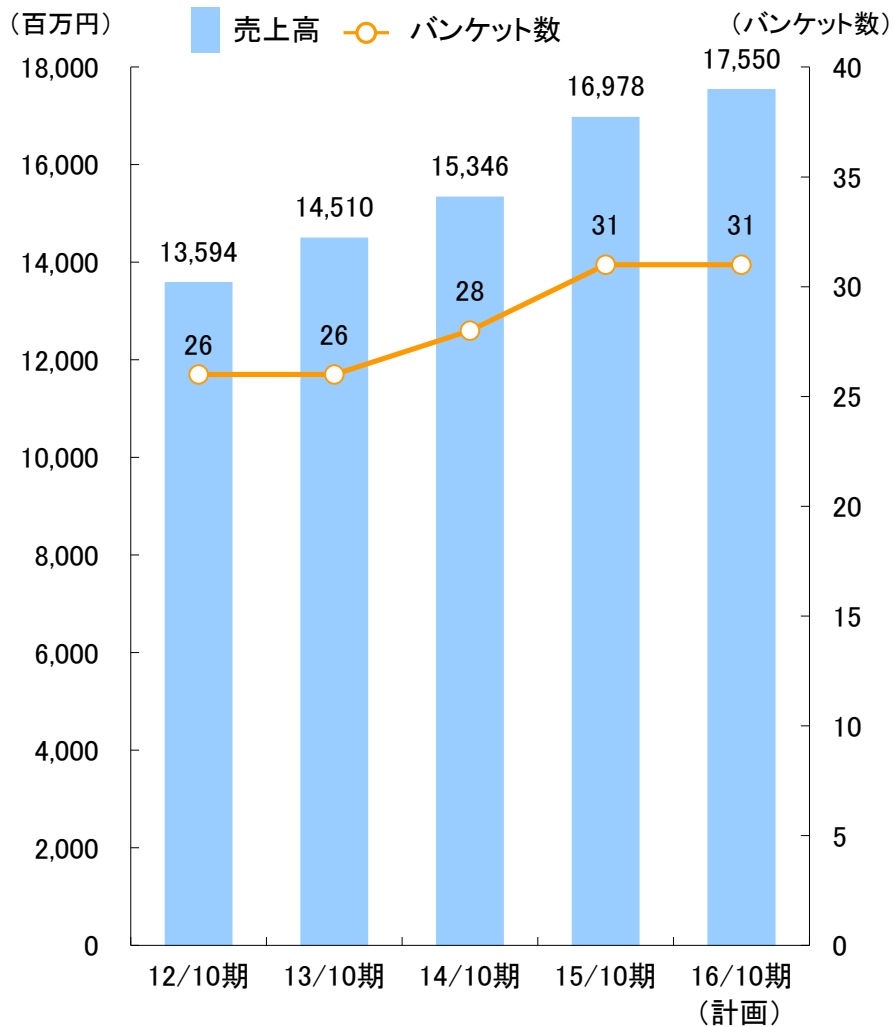
#### 介護事業

- 既存3施設の本格稼働により赤字幅の縮小を見込む（前期比+ 約65百万円）

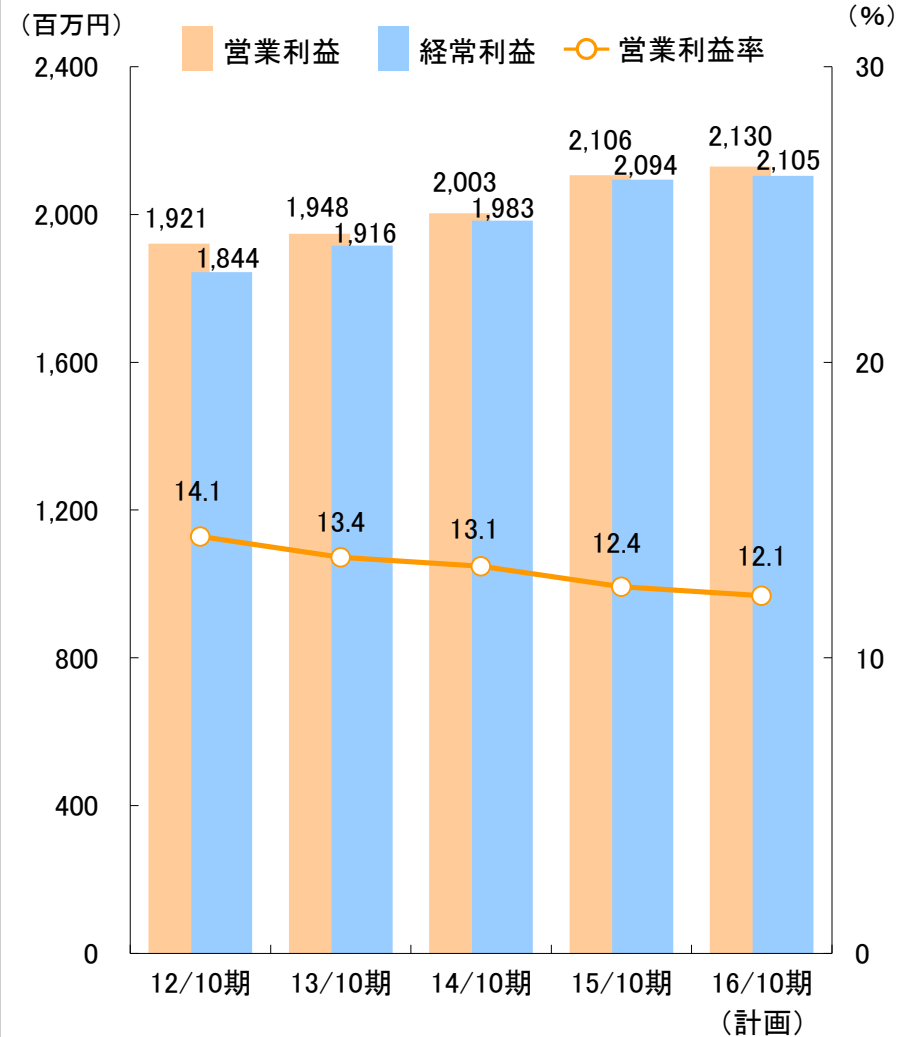
当期純利益 **1,290**百万円（前期比12.4%増）

	2015年10月期		2016年10月期			
	金額 (百万円)	構成比 (%)	通期計画 (百万円)	構成比 (%)	前期比	
					増減額 (百万円)	増減率 (%)
売上高	16,978	100.0	17,550	100.0	571	3.4
売上総利益	9,300	54.8	9,580	54.6	279	3.0
販管費	7,193	42.4	7,450	42.5	256	3.6
営業利益	2,106	12.4	2,130	12.1	23	1.1
経常利益	2,094	12.3	2,105	12.0	10	0.5
当期純利益	1,147	6.8	1,290	7.4	142	12.4
1株当たり当期純利益(円)	39.33	—	43.86	—	—	—

## 売上高・バンケット数の推移



## 営業利益・経常利益・営業利益率

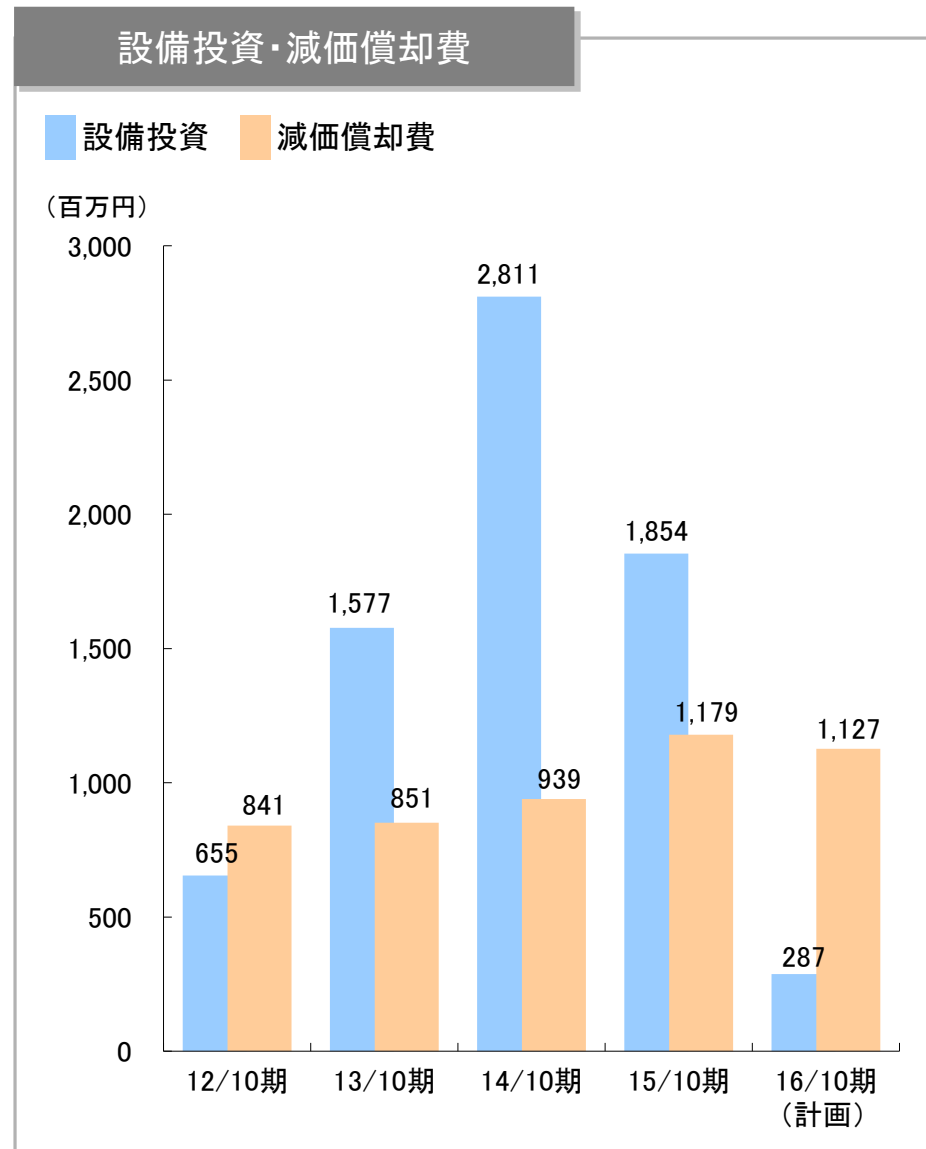




	15/10期 (実績)	16/10期 (計画)	増減
期末店舗数	16	16	±0
婚礼施設 4バンケット	1	1	±0
婚礼施設 3バンケット	5	5	±0
婚礼施設 2バンケット	2	2	±0
婚礼施設 1バンケット	7	7	±0
レストラン 1バンケット	1	1	±0
バンケット数	31	31	±0
施行組数(組)	4,123	4,250	+127

(百万円)

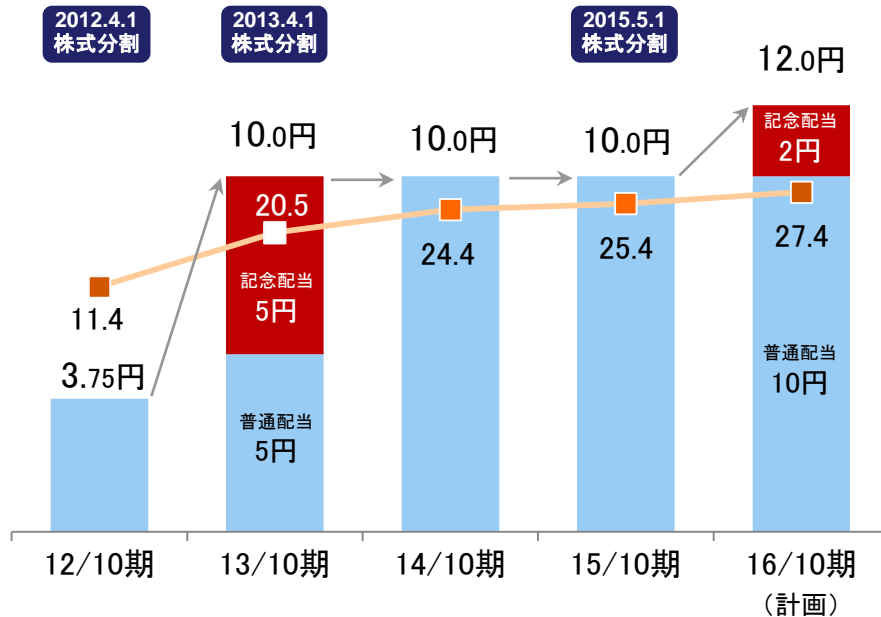
	15/10期 (実績)	16/10期 (計画)	増減
設備投資	1,854	287	▲1,567
減価償却費	1,179	1,127	▲52



## 16/10期は設立20周年を記念し、記念配当2円を加え、年12円の配当を計画

- 中長期的な事業計画と経営体質の強化を確保し、経営成績に応じた配当を実施
- 配当額については安定的かつ持続的な成長を基本方針とし決定

■ 普通配当金 ■ 記念配当金 ■ 配当性向(%)



	配当金	配当性向
12/10期	※ 3.75円	11.4%
13/10期	※ 10.0円 (うち記念配当5円)	20.5%
14/10期	※ 10.0円	24.4%
15/10期	※ 10.0円	25.4%
16/10期 (計画)	12.0円 (うち記念配当2円)	27.4%

※ 以下の日付に行った株式分割について、分割を期首に実施したと仮定して算出  
2012年4月1日付、2013年4月1日付、2015年5月1日付

## 愛知県岡崎市の「岡崎市シビックコア地区交流拠点整備事業」の優先交渉権者に決定

- 出店応募の結果、当社を構成員とするグループが優先交渉権者に決定
- 本格的なオーベルジュ(宿泊機能付きレストラン)や華やかで開放感のあるイベントスペースが評価

### 名称未定(岡崎支店)

所在地	愛知県岡崎市
アクセス	JR岡崎駅東口直結
開業時期	2017年冬(12月)頃予定
設備	レストラン・カフェ、宿泊施設、バンケット等(予定)



(右画像)店舗イメージパース

### <評価された点>

- 西三河地方で初となる本格的なオーベルジュ(宿泊機能付きレストラン)
- 華やかで開放感のあるイベントスペースの設置が、周辺の主要駅にはない独創的な空間で来訪者を引付ける魅力がある

### Ⅲ. 2016年10月期の取り組み

---



- 1 新規出店の広島支店は当初計画を上回る施行を実施
- 2 既存店のクオリティ強化のためのリニューアルを実施
- 3 介護施設の入居率向上。利用者満足度を高め、早期黒字化を目指す

## 新規出店の広島支店は当初計画を上回る施行を実施

- 2015年10月期は当初計画を上回る施行を実施
- 「広島東洋カープ」と「ララチャンス」のコラボを実施
- 広島東洋カープファンの夢をかなえるカープウェディングが実現

2016年10月期よりマスコットキャラクターのスライリーも登場。



▲ カープウェディングの一例(写真はウェルカムボード)

### オリジナルアイテムが使える カープウェディング誕生!

広島東洋カープの昨シーズンの活躍と今シーズンへの期待、そして「共に街を盛り上げる」という思いを込め、ララチャンス HIROSHIMA 迎賓館は、カープを応援。さらにカープファンにうれしい「カープ坊や、カープ女の子」を入れたオリジナルアイテムが登場! 詳しくはスタッフに問い合わせを



## 既存店のクオリティ強化のためのリニューアルを実施

### キャナルサイドララシャンス(富山支店)

所在地	富山県富山市
リニューアルオープン日	2016年1月29日
内容	バンケットの大幅リニューアル



▲ リニューアル前



▲ リニューアル後

### ララシャンス博多の森(福岡支店)

所在地	福岡県福岡市
リニューアルオープン日	2016年3月4日
内容	バンケットの大幅リニューアル



▲ リニューアル前



▲ リニューアル後イメージ

その他既存店のリニューアルも投資計画に基づき、順次実施

## 介護施設の入居率向上。利用者満足度を高め、早期黒字化を目指す

### アイケアレジデンス伊万里

所在地	佐賀県伊万里市
開設日	2013年9月30日
定員	48名(全個室) 入居率100.0%(2016年1月末時点)
概要	住宅型有料老人ホーム デイサービス、居宅介護支援事業所を併設



▲ 外観写真

### アイケアレジデンス佐賀

所在地	佐賀県佐賀市
開設日	2014年6月2日
定員	45名(全個室) 入居率 97.8%(2016年1月末時点)
概要	住宅型有料老人ホーム デイサービス、居宅介護支援事業所を併設



▲ 外観写真

### アイケア東唐津

所在地	佐賀県唐津市
開設日	2015年3月16日
定員	30名(全個室) 入居率 100.0%(2016年1月末時点)
概要	介護付き有料老人ホーム デイサービスを併設



▲ 外観写真



ご参考：会社概要・事業の特徴、業界動向

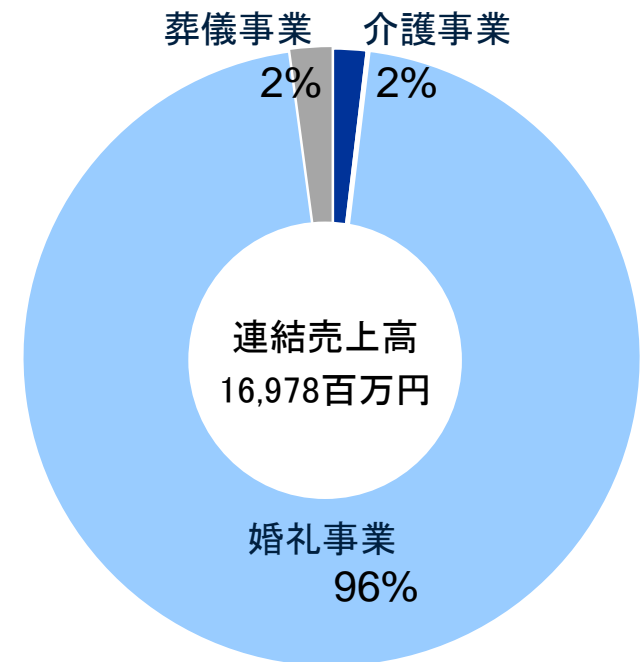
---

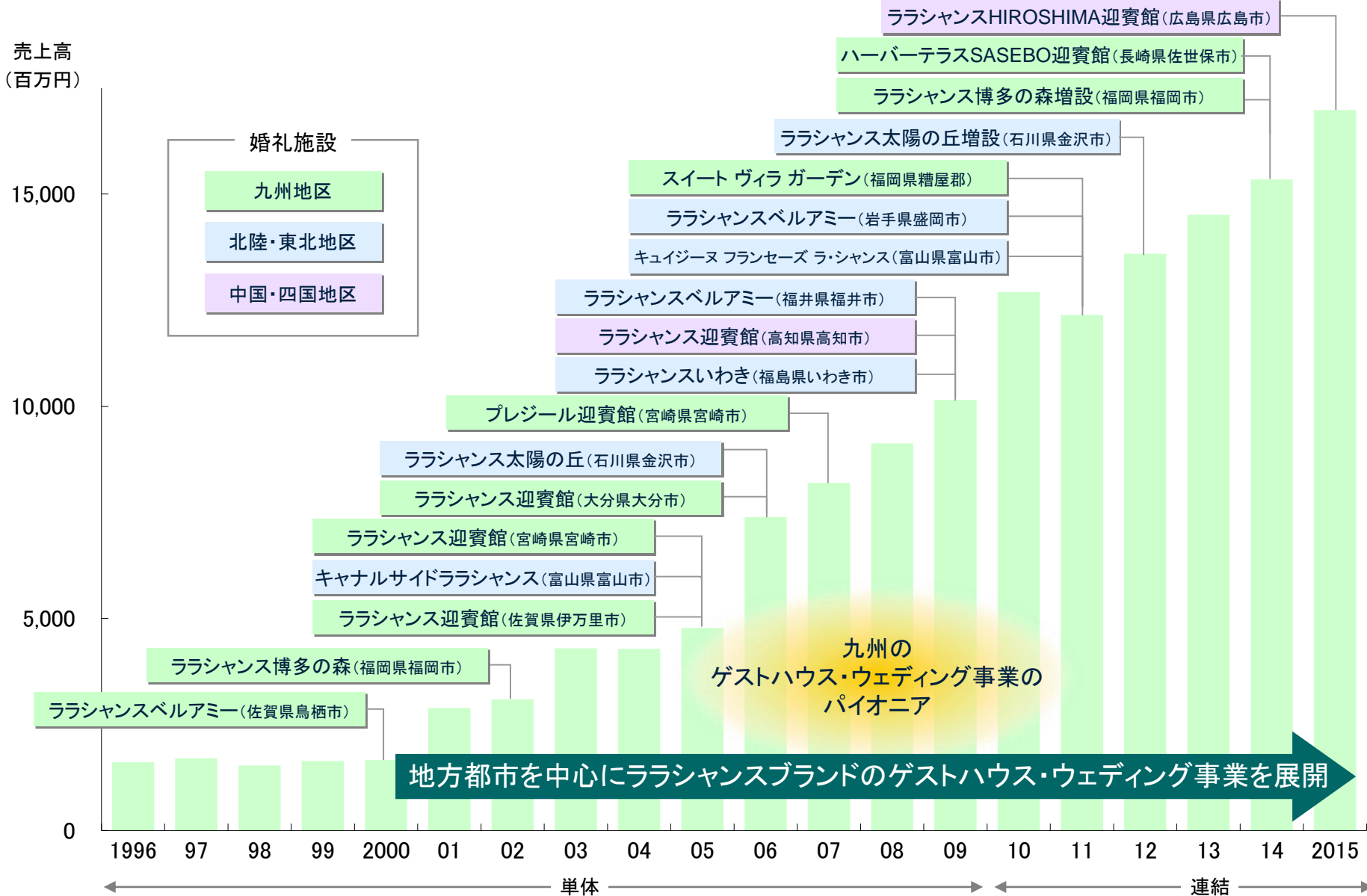


## 会社概要(2015年10月末時点)

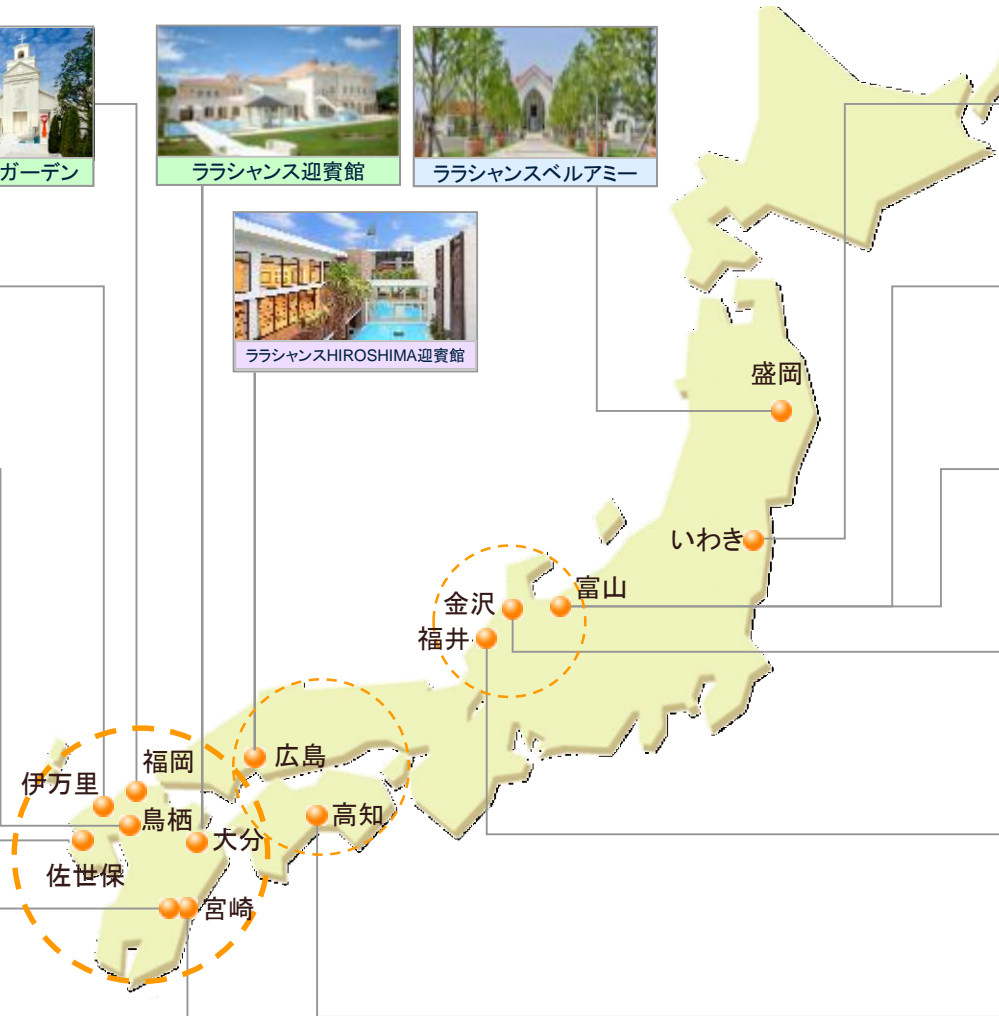
## 事業別売上高構成(2015年10月期)

社名	アイ・ケイ・ケイ株式会社 (英文名称:IKK Inc.)
本社	佐賀県伊万里市新天町722番地5
事業内容	挙式・披露宴に関する企画・運営等のサービス提供
代表者	代表取締役社長 金子 和斗志
設立	1995年11月1日
決算日	10月31日
市場区分	東証第一部(コード:2198)
資本金	350百万円
連結子会社	株式会社極楽 葬儀に関する企画・運営等のサービス提供 アイケア株式会社 有料老人ホームの運営、介護サービスの提供
従業員数	712名(連結)
株主数	11,299名(2015年10月31日現在)





## 九州・北陸・四国地区等の地方都市に独自の設計コンセプトに基づいた婚礼施設を展開



## 【使命】

私たちは お客様の感動を通して 社会に貢献します

## 【経営理念】

信念・・・お客様の感動のために

- 一. 誠実・信用・信頼
- 一. 私たちは、お客様の感動のために、心あたたまる  
パーソナルウェディングを実現します
- 一. 私たちは、お客様の感動のために、素直な心で互いに協力し  
良いことは即実行します
- 一. 私たちは国籍・宗教・性別・年齢・経験に関係なく能力を  
発揮する人財になり、素晴らしい未来を創るために挑戦します

## 【ビジョン】

**【ビジョン2035】**

一人ひとりがリーダーとして数多くの分野から選択・挑戦し  
新たな世界企業を創る

**【ビジョン2033】**

世界一「ありがとう」が集まる 感動創造カンパニーになる

**【ビジョン2023】**

日本を代表する 感動創造カンパニーとなり 世界に挑戦する

## 【戦略】

ビジョン達成のための具体策(中期経営計画)

20年先を見据えた中長期的な視点に基づき、出店地域の商圈に即した最適・最善な施設を開設

## 1バンケット

宮崎

ララシヤンス迎賓館  
(宮崎市 40.5万人)

高知

ララシヤンス迎賓館  
(高知市 33.7万人)

福岡

スイート ヴィラ ガーデン  
(糟屋郡 22.5万人)

宮崎

プレジール迎賓館  
(宮崎市 40.5万人)

富山

キュージョイヌ フランセーズ ラ・シヤンス  
(富山市 41.9万人)

佐世保

ハーバーテラスSASEBO迎賓館  
(佐世保市 26.0万人)

大分

ララシヤンス迎賓館  
(大分市 47.8万人)

盛岡

ララシヤンスベルアミー  
(盛岡市 29.5万人)

## 2バンケット

いわき

ララシヤンスいわき  
(いわき市 33.3万人)

福井

ララシヤンスベルアミー  
(福井市 26.7万人)

福岡市、広島市以外は、  
全て人口50万人以下の地方都市に出店

## 3バンケット以上

鳥栖

ララシヤンスベルアミー  
(鳥栖市 7.2万人)

富山

チャンネルサイドララシヤンス  
(富山市 41.9万人)

伊万里

ララシヤンス迎賓館  
(伊万里市 5.6万人)

金沢

ララシヤンス太陽の丘  
(金沢市 45.3万人)

広島

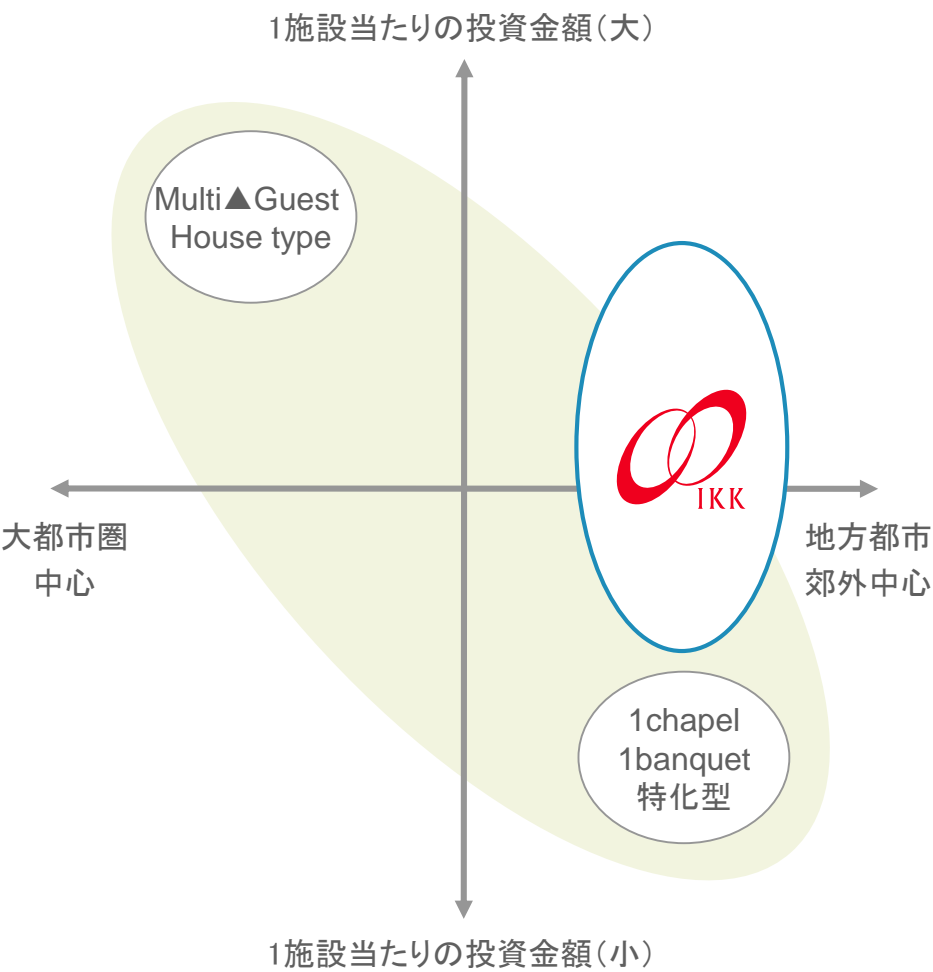
ララシヤンスHIROSHIMA迎賓館  
(広島市 118.8万人)

福岡(4バンケット)

ララシヤンス博多の森  
(福岡市 148.6万人)

( )内は当社出店都市人口 出所：国土地理協会「平成27年住民基本台帳人口要覧」より

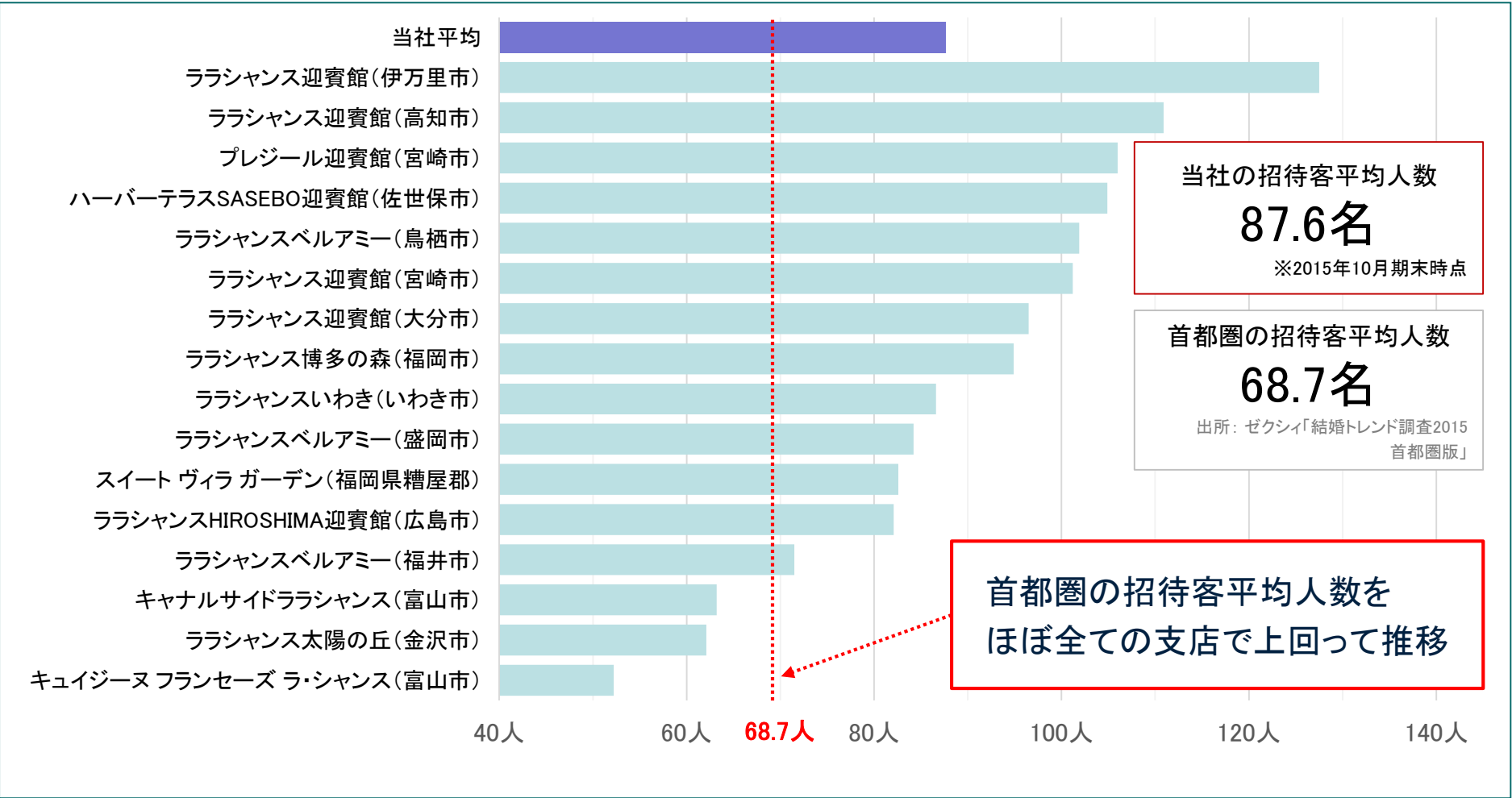
小規模商圏で培ってきた経営ノウハウ(立地・集客・運営 等)と実績を武器に地方都市中心に出店



	大都市 (例:東京)	地方都市 (例:九州)
商 圏	大	小～中
競合状況	厳	緩
ランニングコスト (地代・広告宣伝費等)	高	安
自然環境	悪	良
口コミ	影響 小～中	影響 大

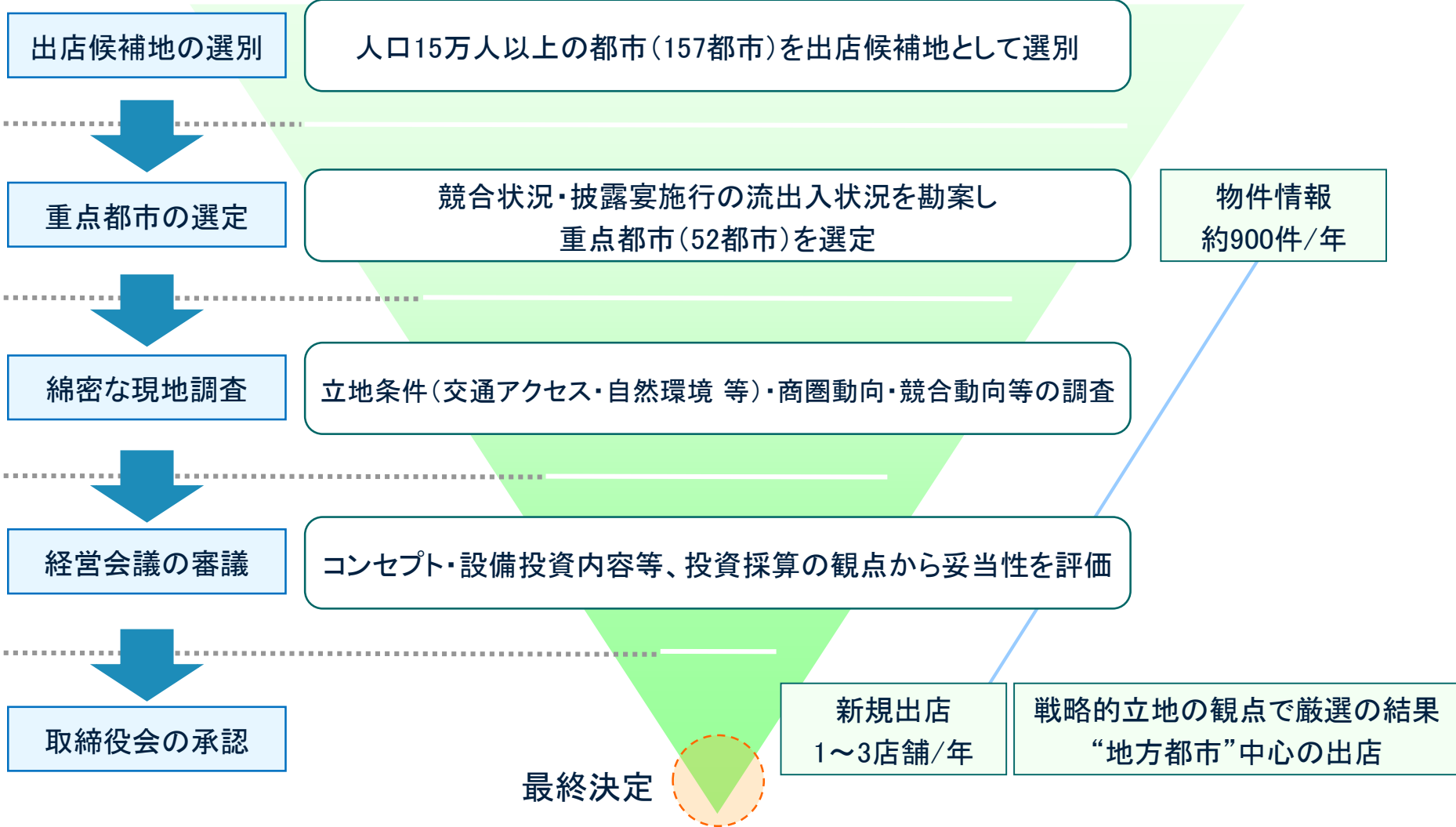
## 地方都市は小規模商圏ではあるが、披露宴・披露パーティの招待客人数が多い

当社の招待客平均人数と施設毎の招待客平均人数(降順)



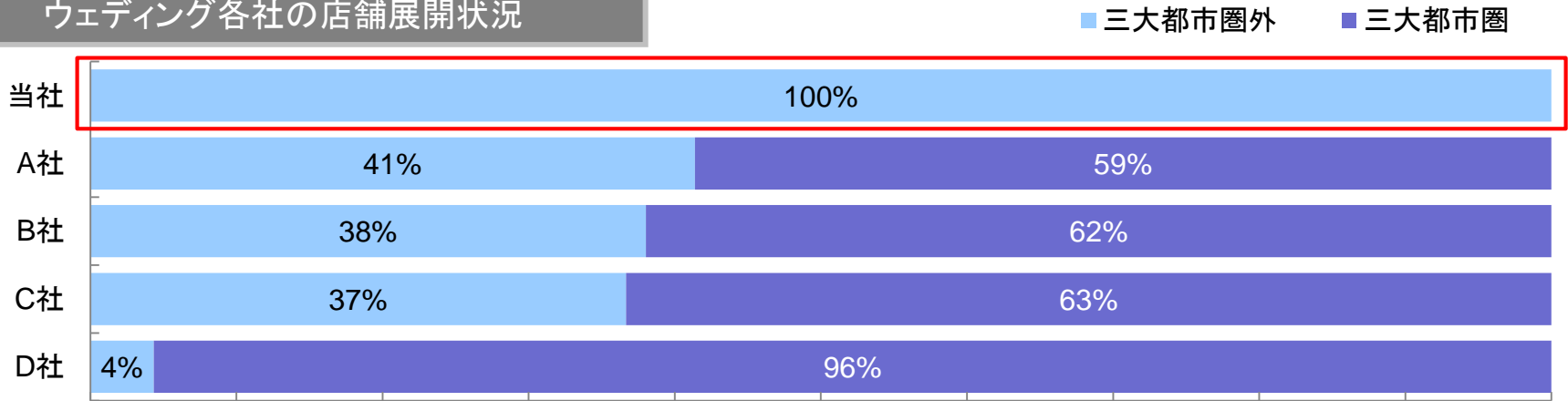


長期・安定的な店舗運営のために「20年間勝てる施設」を前提に“慎重なうえにも慎重に立地を選定”

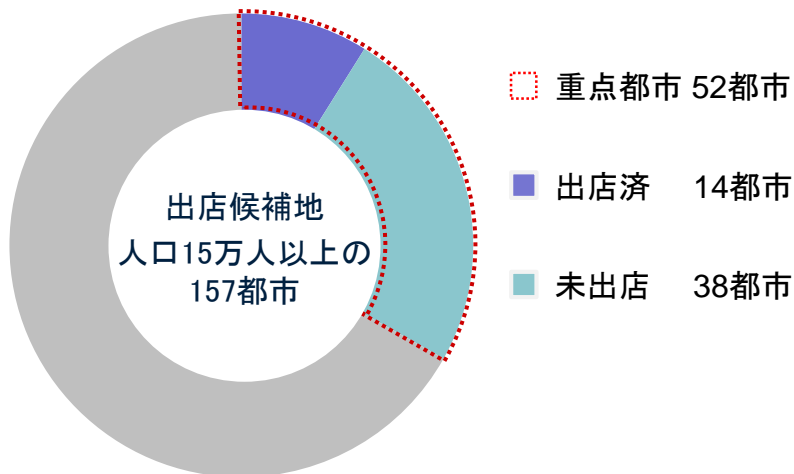


## 競合の少ない「三大都市圏外」及び「三大都市圏内」への大きな出店余地有

ウェディング各社の店舗展開状況



当社の出店状況

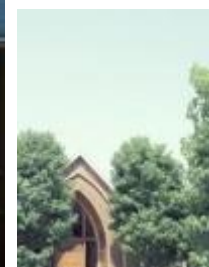
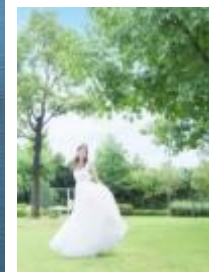
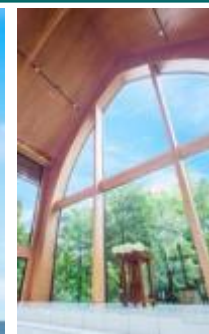


年間1～3店舗の出店を予定  
大きな出店余地を背景に、  
中長期的な成長を継続

出所：各社説明資料より当社作成

同一仕様のチェーンオペレーションとは異なる独自の設計コンセプトに基づいた施設展開

敷地面積の平均は約1万m<sup>2</sup>と広大な敷地に、自然との調和を重視  
太陽の光と緑に包まれた大邸宅を貸し切ったのウェディング・パーティー



自然や景観と調和した広大な施設と地域の文化に合わせたサービスで  
「20年間勝ち続けることができるナンバーワンの婚礼施設」へ

邸宅風の会場を貸しきり  
非日常的なプライベート空間



自然溢れるガーデン  
アットホームな雰囲気



お二人の個性を表現した  
自由な演出



最高の感動を創りあげることでお客さまがお客さまを呼び込む好循環サイクルを構築

地域で評判の美味しい料理



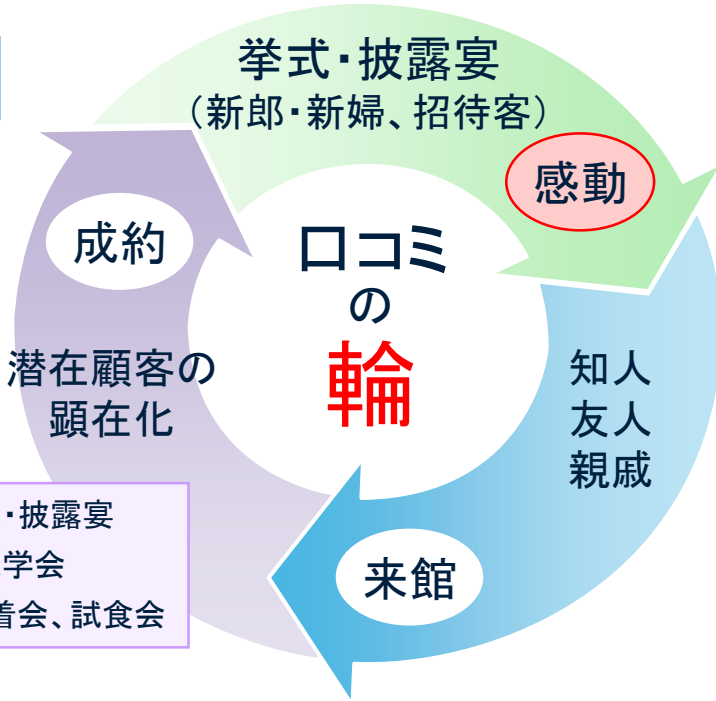
世界大会で活躍したメダリストが複数名在籍



ホスピタリティ溢れるサービス



一生に一度の結婚式(晴れの日)を演出する自然溢れる非日常空間



## 世界一に輝いたパティシエ辻口博啓氏監修のオリジナルデザートを提供

- ご招待客へのおもてなしを重視するカップルは増加傾向にあり、その中でもデザートは料理メニューの中でも女性が最も楽しみにしている料理の一つ
- 辻口博啓氏とのコラボレーションにより、新たなデザートメニューを開発、全ての店舗に展開
- 当社限定のデザートのほか、同氏のブランド「モンサンクレール」のオリジナルスイーツギフト等、高い付加価値と更なる喜び、満足を提供

### 【辻口博啓氏プロフィール】



- 「クープ・ド・モンド」をはじめ世界大会に日本代表として出場し、数々の優勝経験を持つ
- 2013年から2015年、3年連続でパリで開催されるチョコレートの祭典「サロン・デュ・ショコラ」にて最高位を獲得
- モンサンクレール(東京・自由が丘)をはじめ、コンセプトの異なる12ブランドを展開
- 同氏が、ウェディング施設のコース料理のデザートを監修するのは初めての取り組み

## 「フレンチの鉄人」坂井宏行シェフ監修による最高のおもてなしを提供

- アイ・ケイ・ケイの提供するレストラン施設「キュージューヌ フランセーズ ラ・シャンス（富山支店、佐世保支店内）」において、坂井宏行氏が料理を監修
- 地元の旬の食材を厳選し、地産地消のフランス料理を考案
- フレンチでありながら、和食のニュアンスを取り入れた「日本人の好きなフレンチ」を提供

### 【坂井宏行氏プロフィール】

- 国内外で修業を重ねた後、都内等にフランス料理店をオープン
- 1994年にはテレビ番組「料理の鉄人」にフレンチの鉄人として出演し、人気を博す
- 現在は料理学校等で後進の育成も行っている



## 国内で実施されているウェディングフォトコンテストにおいて、数々の実績

### 第15回ゼクシウウェディングフォトコンテスト 大賞作品



母校で前撮り中、偶然居合わせたバレエ部の後輩と記念撮影。後輩がおめでとうの気持ちをジャンプで表現。バレエ部時代の思い出と現在が重なる、2人の歴史を感じる一枚。

タイトル「思い出の母校で後輩たちに祝福される新郎新婦さま」

### ウェディングフォト・アワード2015 ベストショット部門 金賞作品



新婦さまの思い出の場所であるお茶屋さんで前撮りを実施。話が盛り上がり、とても自然な笑顔が出ている瞬間を撮影。ご家族の温かさが伝わる一枚。

タイトル「家族団らんのひと時」

### フォトグラファーの受賞歴

#### 2009年

ジャパン・ウェディング・フォトグランプリ 14位

#### 2010年

ジャパン・ウェディング・フォトグランプリ 6位、8位  
ウェディングフォト・アワード 金賞2名

#### 2011年

ジャパン・ウェディング・フォトグランプリ 9位、19位  
ウェディングフォト・アワード 金賞2名

#### 2012年

第12回ゼクシウウェディングフォトコンテスト 優秀賞、入賞  
ウェディングフォト・アワード メインビジュアル選出金賞  
ふるさとウェディング特別賞、金賞6名

#### 2013年

第13回ゼクシウウェディングフォトコンテスト 大賞、入賞7名  
ジャパン・ウェディング・フォトグランプリ ドキュメント部門2位、7位、  
アート部門8位

#### 2014年

第14回ゼクシウウェディングフォトコンテスト 入選 3名  
ジャパン・ウェディング・フォトグランプリ アート部門7位  
ウェディングフォト・アワード 金賞 1名

#### 2015年

第15回ゼクシウウェディングフォトコンテスト  
大賞、審査委員長浅田政志賞、優秀賞  
ウェディングフォト・アワード 金賞2名、ふるさとウェディング特別賞2名



## 理念を基にした人財育成がプランニング力の向上に寄与

### グッドウェディングアワード2015 クリエイティブ賞



イラストレーターになり絵本を出すことが夢だった新婦さま。「絵本の世界で結婚式を挙げたい」という思いを実現するようプランニングを実施。結婚式という絵本の中で綴られる感謝の物語はたくさんの感動を生み出しました。

結婚式のテーマ：Journey ～絵本の国からの招待状～

### グッドウェディングアワード2014 準グランプリ



「ティムバートの世界観を実現したい」そんな新郎新婦さまの強い思いから、プランニングはスタート。新郎新婦さまの想いと、これからのご縁を繋ぐご家族との絆を紡ぐようにプランニングを実施。

結婚式のテーマ：LITTLE WORLD IN THE MIND (心のなかの小さな世界)

### プランナーの受賞歴

#### 2011年

グッドウェディングアワード2011 ソウル賞  
グッドウェディングアワード2011 ファイナリスト進出(上位8名)

#### 2013年

第2回ふるさとウェディング・コンクール 入賞

#### 2014年

グッドウェディングアワード2014 準グランプリ  
グッドウェディングアワード2014 クリエイティブ賞

#### 2015年

グッドウェディングアワード2015 クリエイティブ賞

## 優秀な「人財」の確保と育成への取り組みが結実

- マイナビ 九州・沖縄エリア「2016年就職企業人気ランキング」で第8位と4年連続上位10位内選出
- 挙式・披露宴と同様に感動の会社説明会を開催

順位	企業名	得票数
1	エイチ・アイ・エス(H. I. S.)	125
2	ANA(全日本空輸)	110
2	JR九州(九州旅客鉄道)	110
4	ふくおかフィナンシャルグループ	96
5	JTBグループ	92
6	西日本シティ銀行	81
7	JAL(日本航空)	75
8	<b>アイ・ケイ・ケイ</b>	<b>74</b>
9	西日本鉄道	73
10	安川電機	66

- 調査対象 2016年3月卒業見込みの全国大学3年生、大学院1年生
- 調査期間 2015年3月1日～2015年5月31日
- 調査方法 1)就職情報サイト「マイナビ2016」上の入力フォームによる回収、2)株式会社マイナビ発行の就職情報誌にアンケートを同封し郵送で回収、3)「マイナビ就職EXPO」等、各イベント会場にてアンケートを配布・回収。\*企業人気ランキングは5社連記方式、\*選社理由は1社につき2項目を選択する複数回答
- 有効回答 1,793名

## 挙式・披露宴と同様に感動の会社説明会を開催

「お客さまの感動のために」という経営理念のもと、「感動」をテーマにした若手スタッフを中心とした会社説明会を実施



一度きりの人生。どうせなら、経営者を目指してみないか。



## 働きがいのある会社を選定 特に評価の高かった項目について

- Great Place to Work(R)Institute Japanが実施した2016年「働きがいのある会社」ランキングで第14位を獲得（従業員100-999人部門）
- 2013年から4年連続となる選出



- 経営・管理者層は、事業を運営する能力が高い **85%** (全社平均※76%)
- 経営・管理者層は、会社のビジョンとその実現プロセスを明確にしている **87%** (全社平均※80%)



- 私たちが会社全体で成し遂げている仕事を誇りに思う **89%** (全社平均※82%)
- 私は、この会社は、地域や社会に貢献していると思う **87%** (全社平均※76%)



- この会社には、「家族」「仲間」といった雰囲気がある **82%** (全社平均※74%)
- 一体感を感じることができる会社である **82%** (全社平均※72%)

※2016年「働きがいのある会社」ベストカンパニー中企業平均

## 女性が活躍し、働きやすい環境整備を推進

- 女性社員の働きやすい環境づくりを推進
- 働きやすい職場環境づくりが評価され日本政策投資銀行「DBJ健康経営格付」の融資格付をウェディング業界“初”の取得

- 女性の支配人比率は**35.3%**、理念に基づく人事考課を基に、**抜擢人事**を実施
- **16日間**の連続休暇制度を制定し、有給休暇取得を奨励
- **メンタルヘルス担当窓口**を設置し、自由回答形式の社内アンケート調査を定期的**に実施**することで、従業員の声を吸い上げ改善に着手
- 通常の健康診断に加え、血液検査の実施と婦人科健診の補助を実施

### ※ DBJ健康経営格付の概要

日本政策投資銀行独自の評価システムにより、従業員の健康配慮への取り組みの優れた企業を評価・選定し、その評価に応じて融資条件を設定するという「健康経営格付」の専門手法を導入した世界で初めての融資メニュー。



ホテル業界・婚礼業界で初めて食品安全マネジメントシステムの国際規格「ISO22000:2005」の認証を取得

顧客に対する「安全・安心」を調理業務の最優先事項と位置づけて安全対策を強化

- ◆ 食品事故の未然防止や食品管理体制に対する企業責任を果たすために、食品衛生管理基準（PRP）に基づく衛生標準作業手順書（SSOP）の作成及び運用に注力

料理とサービスの連携で「食品安全マネジメントシステム（FSMS）」を構築

- ◆ 安全な食材・食品を仕入れるために仕入先への製品仕様書を要求
- ◆ 安全な料理を提供するために調理プロセスを徹底的に管理し、継続的に記録
- ◆ スタッフ全員が構築したFSMSの管理の水準を厳守
- ◆ 「ララシャンス博多の森」の3施設において「ISO22000:2005」の認証取得（2009年8月）  
※2015年8月の再認証審査時に認証範囲を追加し、「ララシャンス博多の森」の4施設（ヴィラ・フォーレ、シェ・ラ・フォーレ、グラン・ヴァンベール及び博多の森迎賓館）で認証取得
- ◆ 同施設以外の全店舗にもFSMSの管理水準を展開

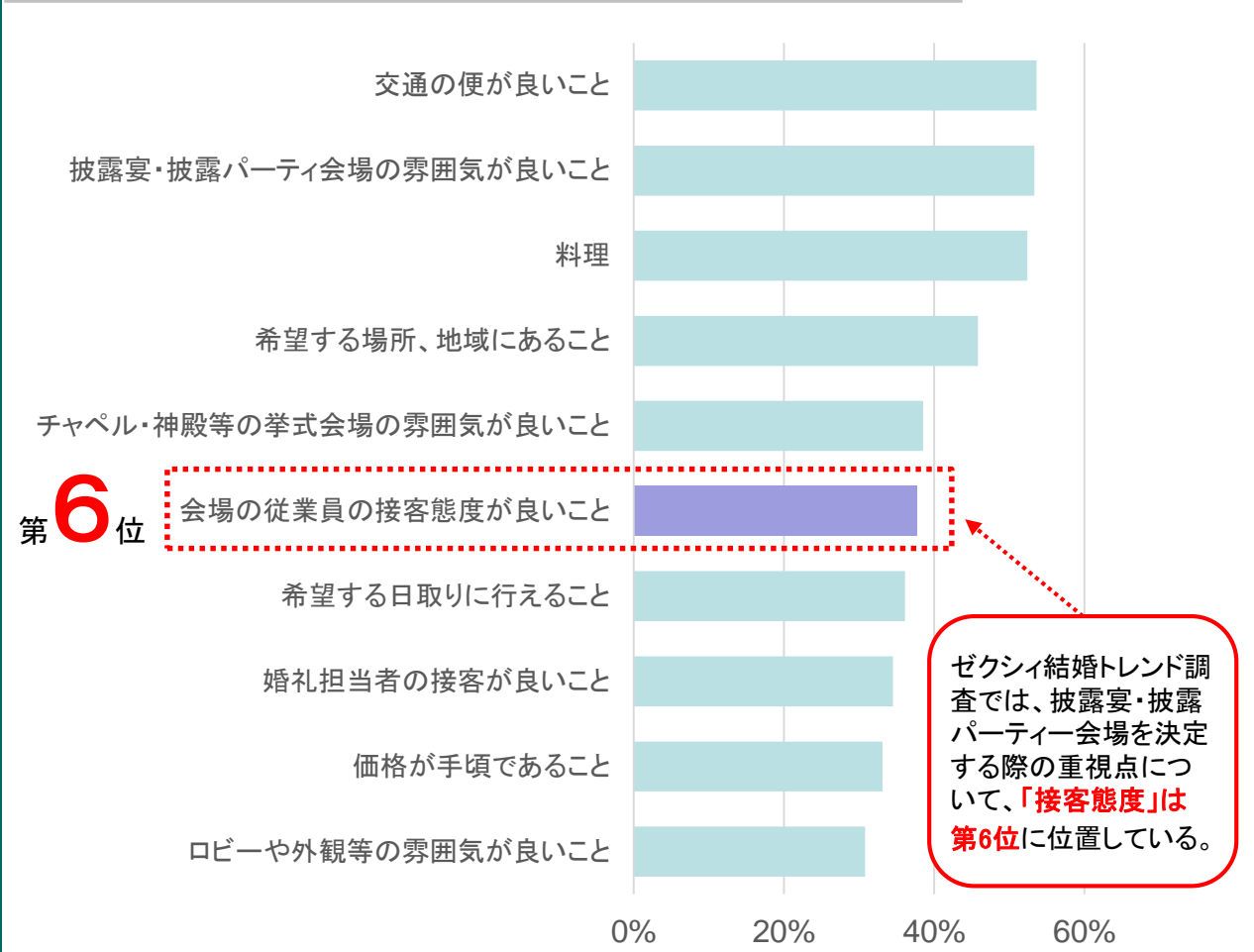


FSMS:548713 / ISO22000:2005

「ISO22000」: HACCPの食品衛生管理手法と品質マネジメントシステムの国際規格「ISO9001」の品質管理手法を組み合わせた食品安全マネジメントシステムの国際規格

当社をご利用される多くのお客さまから接客態度(接客担当者)を評価してご利用頂いている

ゼクシィ結婚トレンド調査2015 首都圏版  
披露宴・披露パーティ会場を決定する際の重視点



ゼクシィ結婚トレンド調査では、披露宴・披露パーティ会場を決定する際の重視点について、「接客態度」は第6位に位置している。

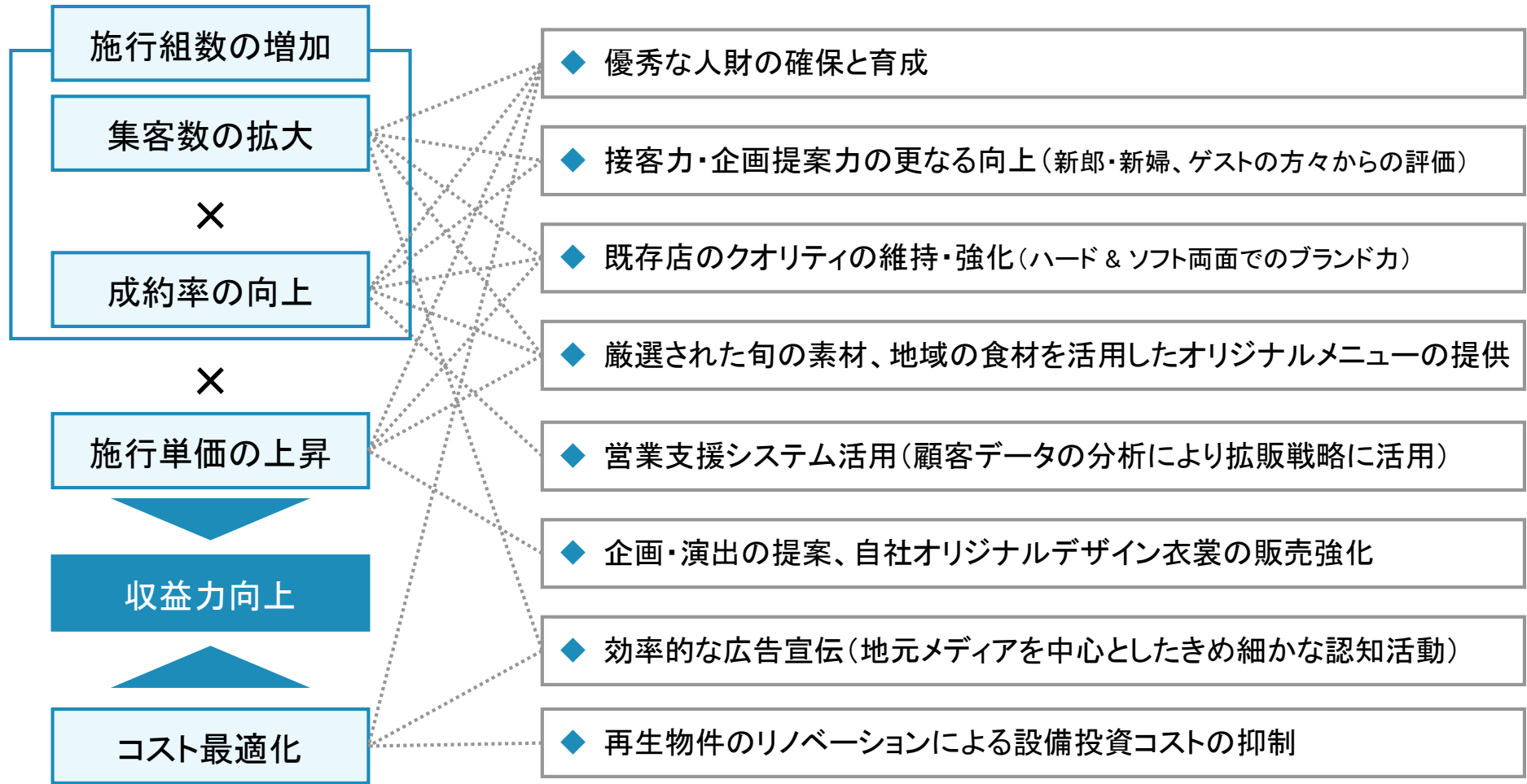
当社の決定理由における接客態度の順位	順位
伊万里支店	1位
鳥栖支店	1位
福岡支店	2位
富山支店	1位
宮崎支店	1位
大分支店	1位
金沢支店	1位
宮崎2支店	1位
いわき支店	2位
高知支店	1位
福井支店	1位
盛岡支店	1位
富山R支店	2位
SVG	1位
佐世保支店	1位
広島支店	2位

出所:15/10期末当社調べ

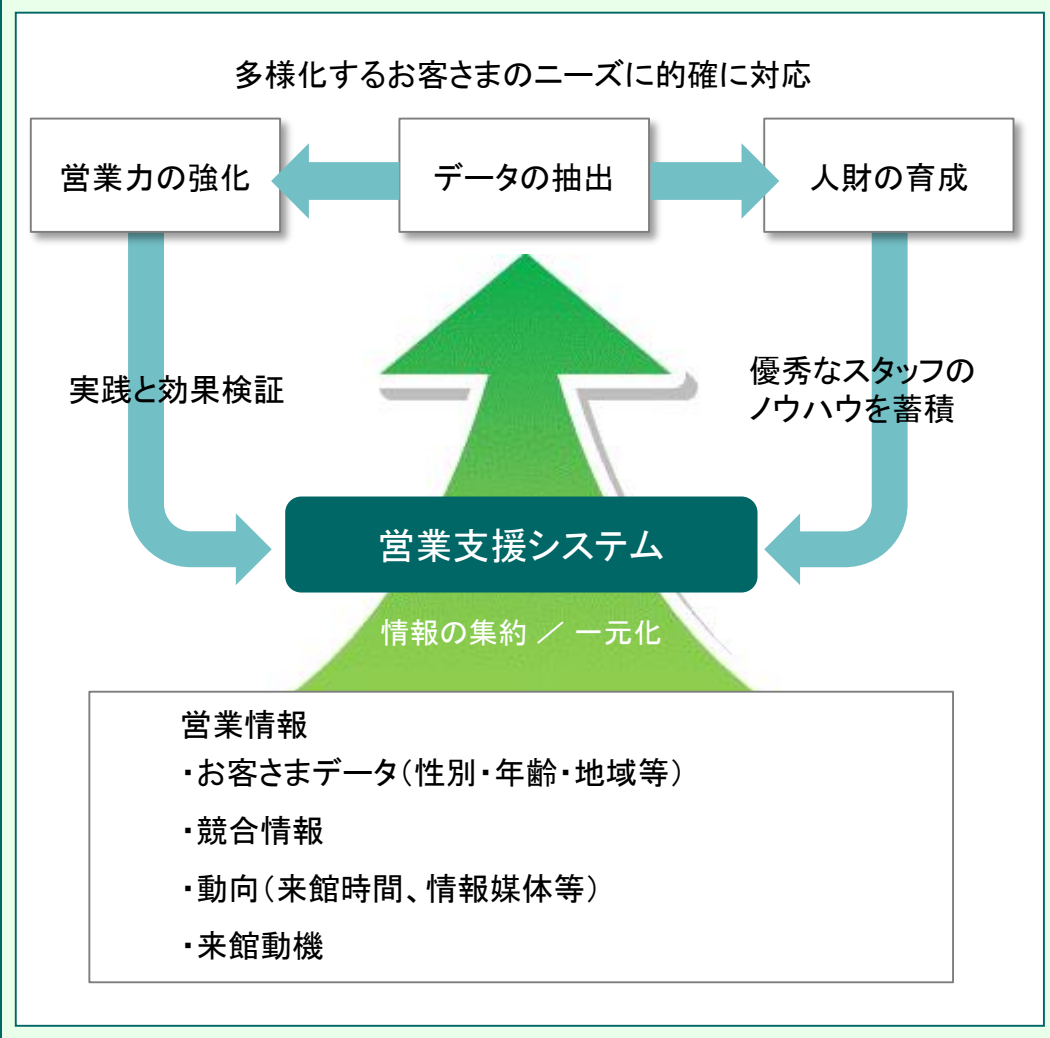
- 積極的な人財育成の成果として、当社施設の利用を決定する理由の上位が「接客態度」
- ほぼ全ての支店で接客態度が決めての第1位となり、当社をご利用頂いている

出所:ゼクシィ結婚トレンド調査2015 首都圏 「決定時の重視点」の割合の高い順に記載

お客さまの最高の幸せと喜びを実現する業界のリーディングカンパニーを目指して各施策に注力



## 営業支援システムを活用した的確な情報分析に基づいた人財の育成及び営業力の強化



◆ **新入社員や未経験者を早期戦力化**  
 成約率が高いスタッフのノウハウを蓄積し、共有することで人財が継続的に育つ仕組みを構築

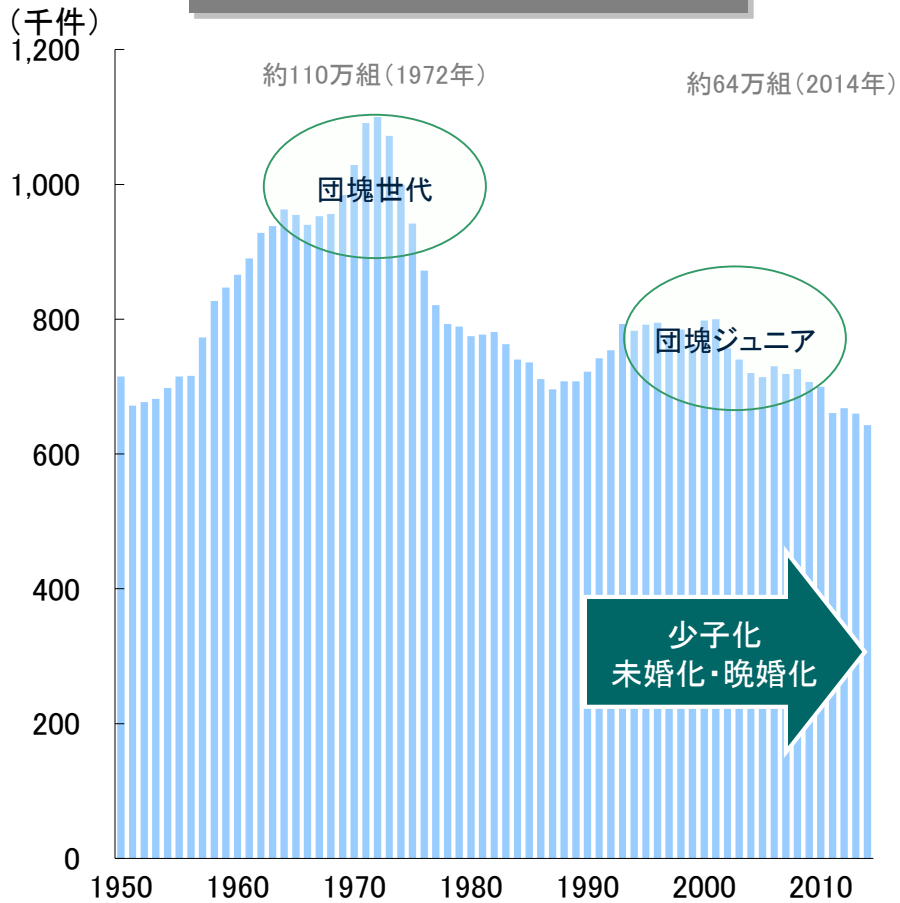
◆ **24時間365日タイムリーな経営指標の抽出**  
 全国の支店・スタッフ毎に受注状況、目標達成率等を最新情報で確認し、最適な対策を実行

◆ **情報収集によりマーケティングデータとして活用**  
 お客さま情報を集約・一元化することにより、マーケティングデータとして活用し、最適な営業施策を講じる



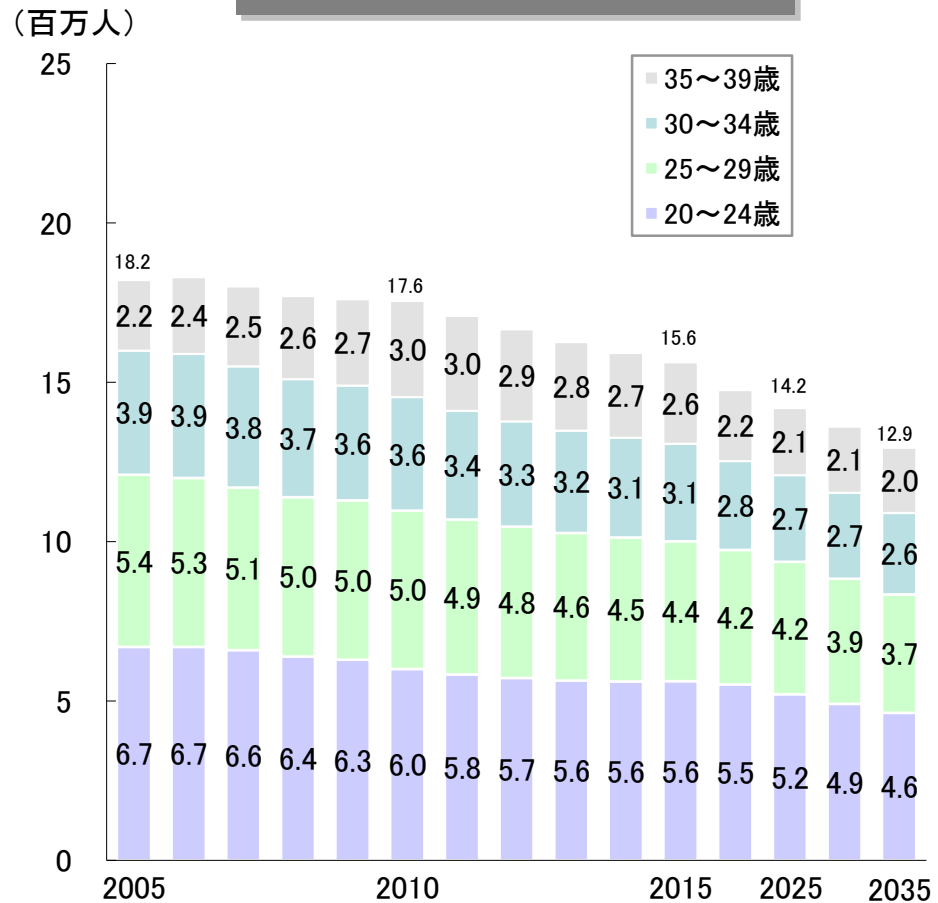
少子化の進展・結婚適齢期人口の減少を背景に、挙式・披露宴件数は今後も緩やかな減少傾向

全国婚姻件数の推移



出所: 厚生労働省「人口動態統計」、平成26年(2014)人口動態統計(確定数) (年)

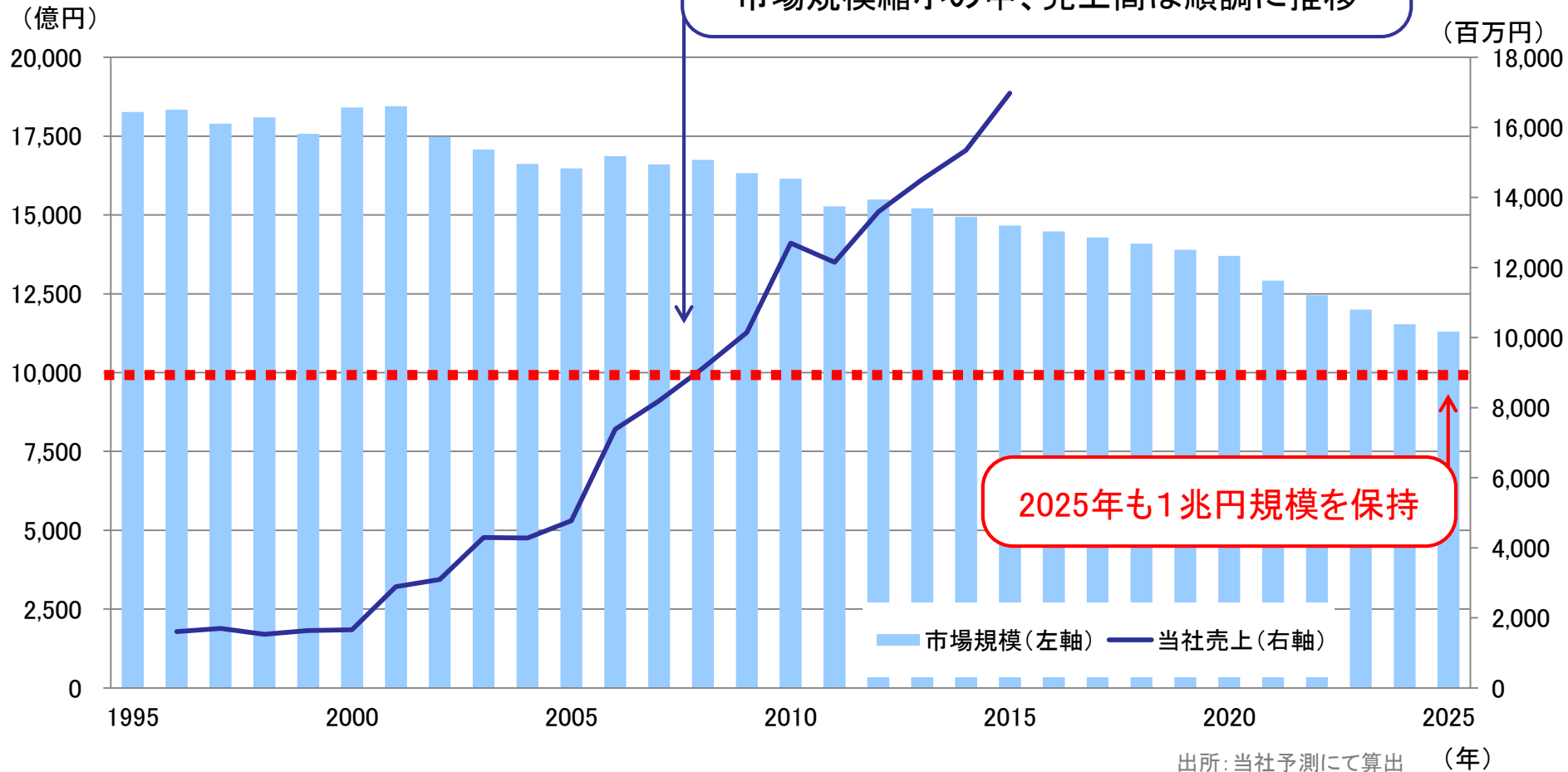
結婚適齢期未婚人口の推移・予想



出所: 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(年)  
(2013年1月推計)男女年齢5歳階級別配偶関係別人口

## 少子高齢化の影響は受けるものの、2025年も1兆円産業である見込み

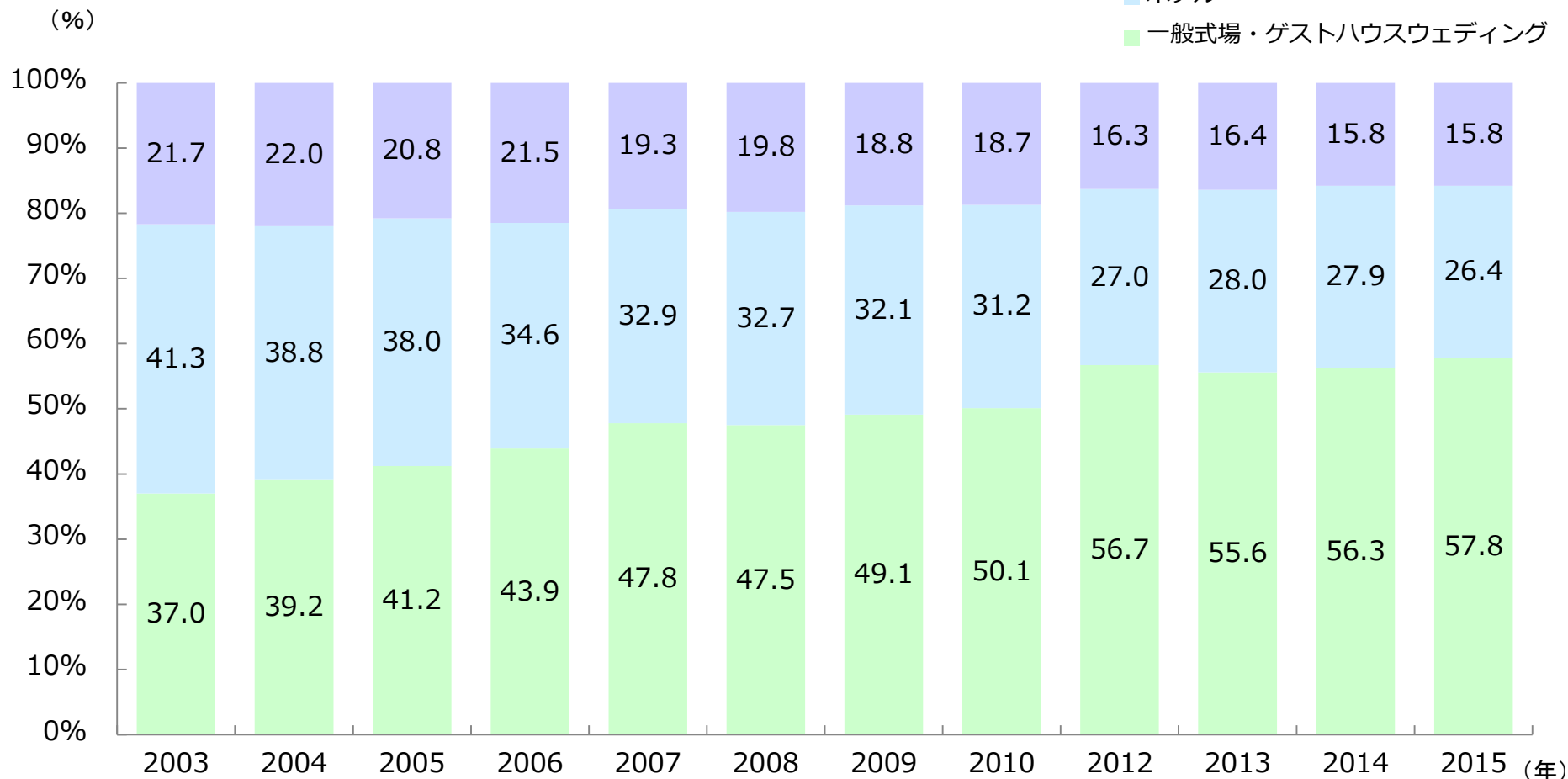
### ブライダル市場規模予測



伝統や格式にとらわれないオリジナルな挙式・披露宴志向が高まり、ハウスウェディング市場のシェアが上昇

## タイプ別披露宴のシェア推移

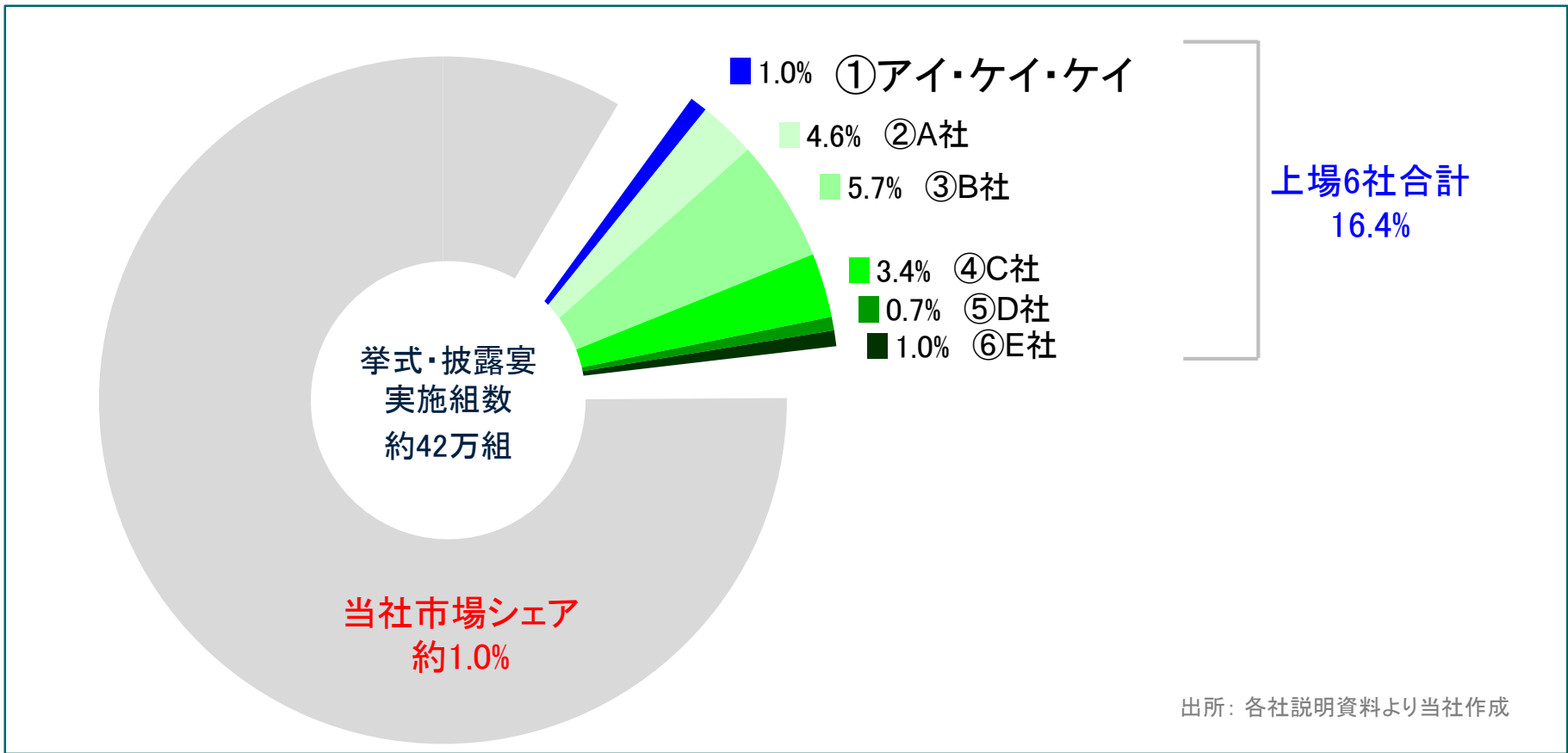
- その他（レストラン他）
- ホテル
- 一般式場・ゲストハウスウェディング



出所：ゼクシィ「結婚トレンド調査2015(推計値)」披露宴・披露パーティの実施会場

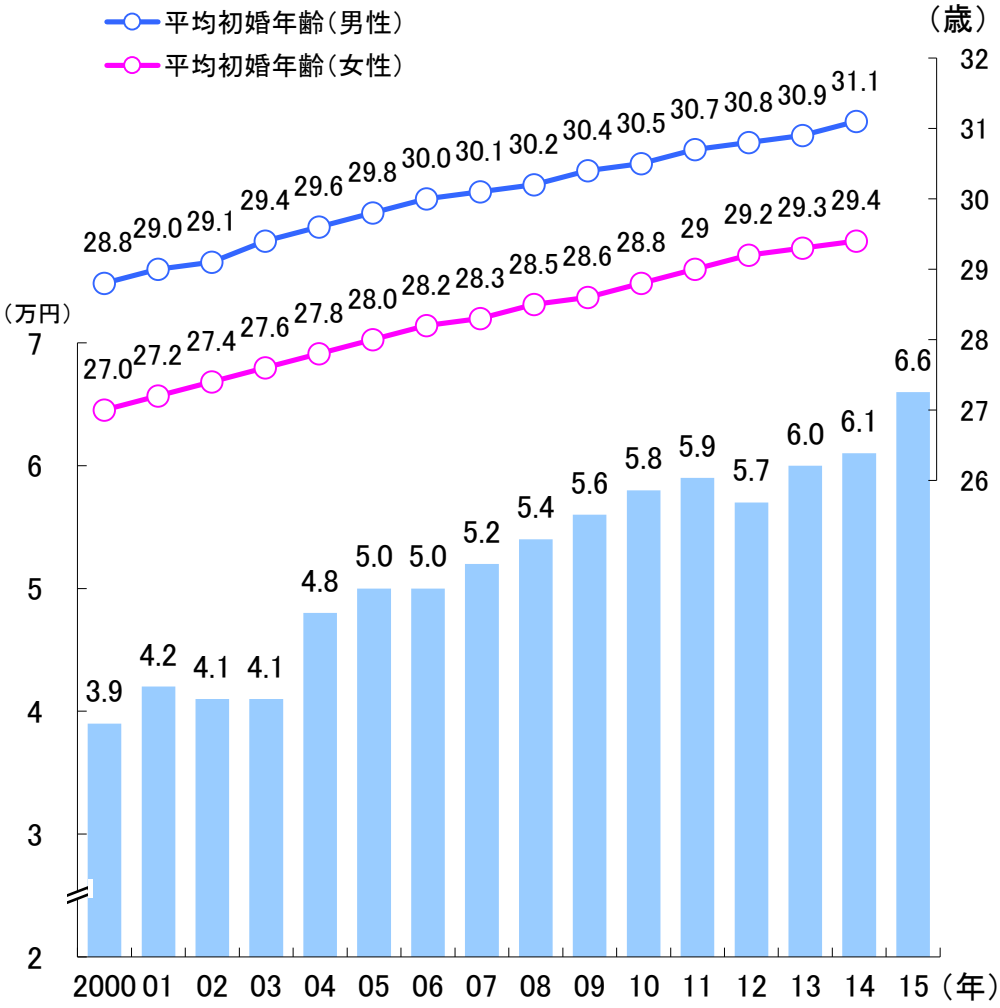
ウェディング市場は上位企業による寡占化が進んでおらず、シェア拡大の余地が大きな魅力

挙式・披露宴実施組数に占める上場6社合計の施行組数シェア



出所：各社説明資料より当社作成

## 平均初婚年齢と結婚式の招待客 1人あたりにかける費用



## 結婚式にかかる費用はデフレ下でも増加の一途

- 【 要因 】
- ① 一生に一度のビックイベントだから記念に残るようにしたい
  - ② 初婚年齢の上昇もあり、招待客へのもてなしを重視したり自分なりのこだわりを取り入れるカップルが増加
  - ③ 日常生活には派手さを求めなくても、結婚式ぐらいはお金をかけたい等、取捨選択してメリハリをつける若者の増加
- 等

招待客1人あたりにかける費用は年々増加  
(2000年比で約1.5倍に増加)

出所: ゼクシィ「結婚トレンド調査2015」招待客1人あたりの挙式、披露宴・披露パーティ費用の総額(首都圏)、厚生労働省「平成26年人口動態統計」



## 本資料における注意事項等

- 本プレゼンテーション資料にはアイ・ケイ・ケイ株式会社(以下、弊社)の業績、戦略、事業計画等に関する将来的予測を示す記述及び資料が記載されております。
- これらの将来的予測に関する記述及び資料は過去の事実ではなく、発表時点で入手可能な情報に基づき弊社が判断した予測です。
- また経済動向、他社との競合状況等の潜在的风险や不確実な要因も含まれています。そのため、実際の業績、事業展開または財務状況は今後の経済動向、業界における競争、市場の需要、その他の経済・社会・政治情勢等の様々な要因により、記述されている将来予測とは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。



本資料及び当社IRに関するお問い合わせ先  
アイ・ケイ・ケイ株式会社 経営管理部 武曾  
TEL (050)3539-1122  
URL <http://www.ikk-grp.jp/>

