

**2017年10月期
決算説明会資料**



**アイ・ケイ・ケイ株式会社
(証券コード:2198 東証1部)**

I. 2017年10月期(通期) 連結決算概況

2017年10月期 決算の総括(連結)3
2017年10月期 決算概況(連結)4
売上高の推移5
売上高の推移(四半期毎)6
婚礼事業の状況7
施行組数の推移(四半期毎)8
受注組数の推移(四半期毎)9
営業利益の推移(四半期毎)10
売上総利益・営業利益・経常利益の推移11
貸借対照表の概要(連結)12
財務の状況13
キャッシュ・フローの状況(連結)14
2017年10月期の取り組み15

II. 2018年10月期(通期) 連結業績見通し

2018年10月期 業績見通しのポイント19
2018年10月期 業績見通し(連結)20
売上高・営業利益・経常利益の見通し(連結)21
出店計画・施行組数、設備投資・減価償却費の見通し22
配当計画23

III. 2018年10月期の取り組み

大阪府大阪市に新規店舗の出店を計画26
既存店のクオリティ強化のためのリニューアルを実施27
インドネシアでウェディングサービスの提供を開始28

ご参考：会社概要・事業の特徴、業界動向

会社概要・事業の特徴30
業界動向54

I . 2017年10月期(通期) 連結決算概況



売上高は堅調に推移するも、新規出店に伴う先行費用等により減益

過去最高

売上高は**18,172**百万円(前年同期比1.5%増、計画比1.3%増)

既存店の施行組数が増加したこと等により増収

営業利益は**1,821**百万円(前年同期比16.3%減、計画比4.1%減)

新規出店(岡崎、大阪)に伴う先行費用(海外調査関連経費含む)の発生及び従業員の処遇改善に伴う人件費の増加等により減益

親会社株主に帰属する

当期純利益は**1,319**百万円(前年同期比1.6%減、計画比5.1%減)

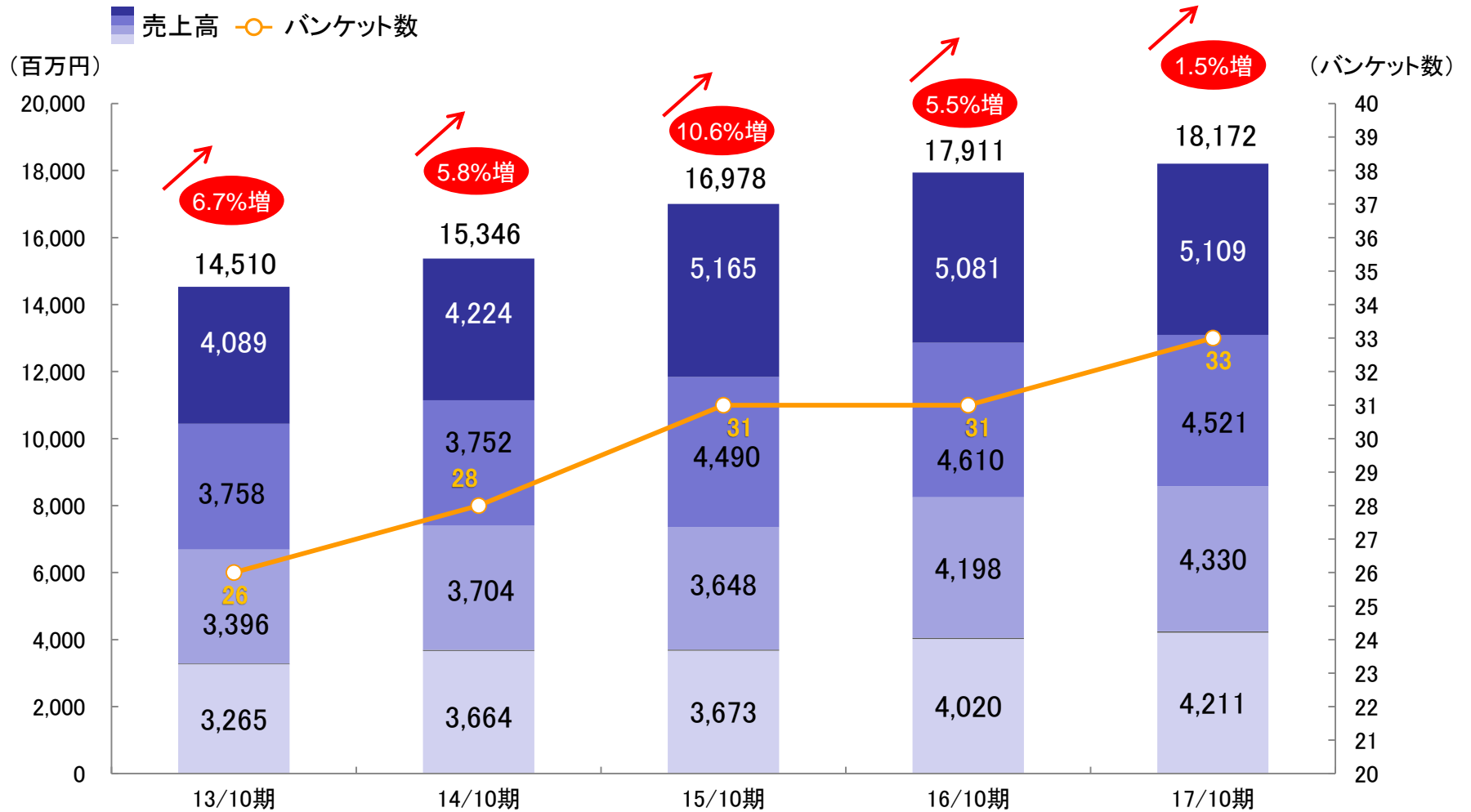
信託型従業員持株インセンティブ・プラン終了に伴う、分配金の税法上の損金算入による影響で法人税等が減少

過去最高

施行組数は**4,384**組(前年同期比1.7%増、計画比0.8%増)

	2016年10月期		2017年10月期					
	金額 (百万円)	構成比 (%)	計画 (百万円)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前年同期比		予想比
						増減額 (百万円)	増減率 (%)	増減率 (%)
売上高	17,911	100.0	17,940	18,172	100.0	260	1.5	1.3
婚礼事業	17,212	96.1	—	17,383	95.7	170	1.0	—
葬儀事業	277	1.5	—	322	1.8	45	16.6	—
介護事業	433	2.4	—	470	2.6	37	8.6	—
売上総利益	9,791	54.7	9,770	9,827	54.1	35	0.4	0.6
販管費	7,614	42.5	7,870	8,006	44.1	391	5.1	1.7
営業利益	2,176	12.2	1,900	1,821	10.0	▲355	▲16.3	▲4.1
経常利益	2,166	12.1	1,885	1,825	10.0	▲340	▲15.7	▲3.2
親会社株主に帰属する当期純利益	1,341	7.5	1,390	1,319	7.3	▲21	▲1.6	▲5.1
1株当たり 当期純利益(円)	45.58	—	47.58	44.91	—	—	—	—

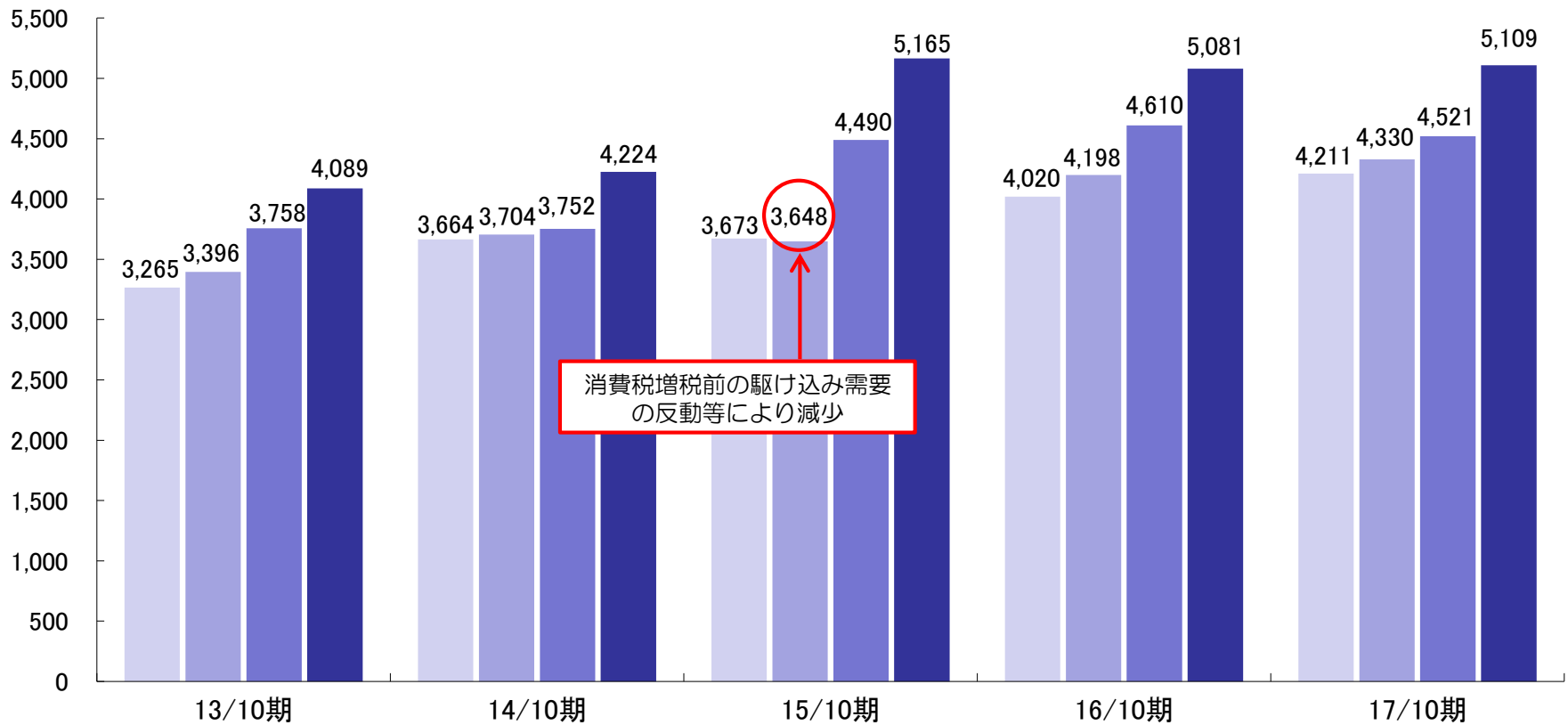
売上高・バンケット数の推移



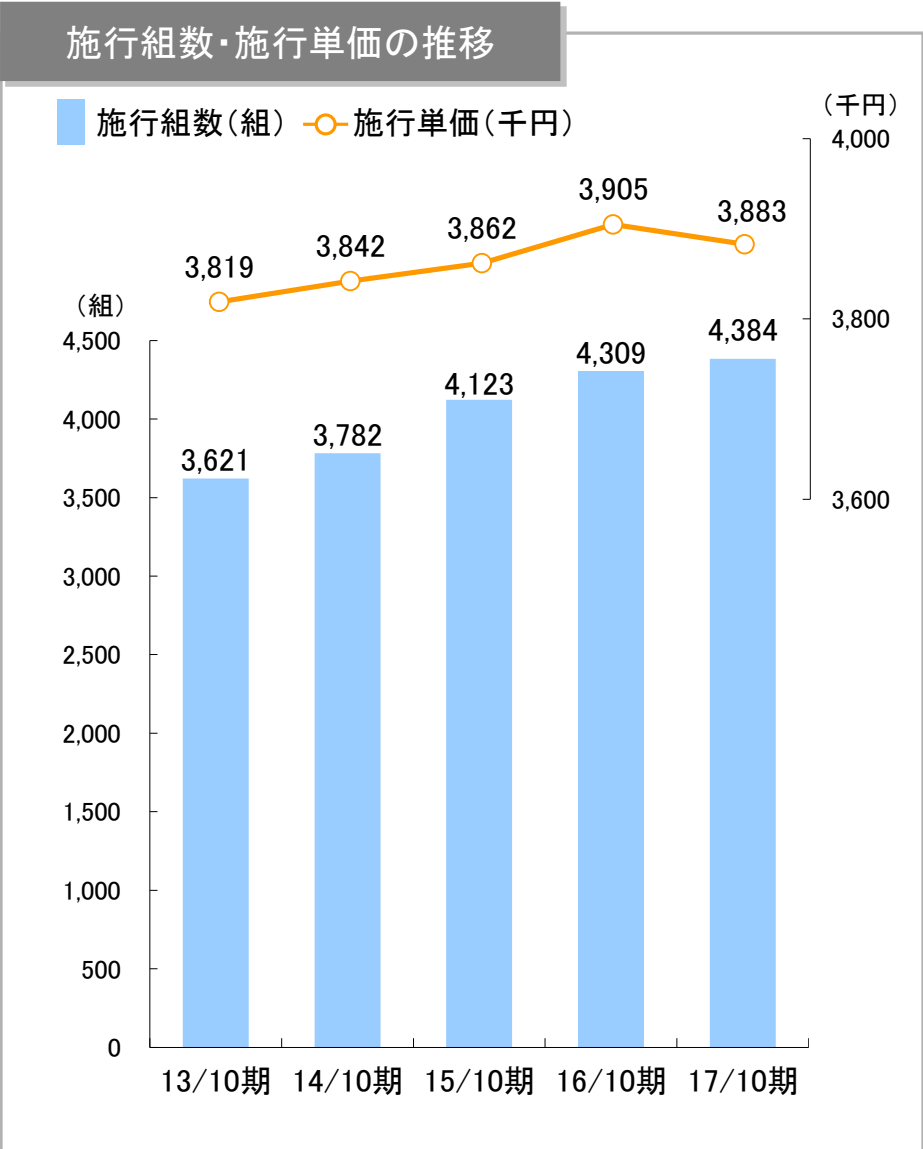
売上高の推移

第1四半期 第2四半期 第3四半期 第4四半期

(百万円)



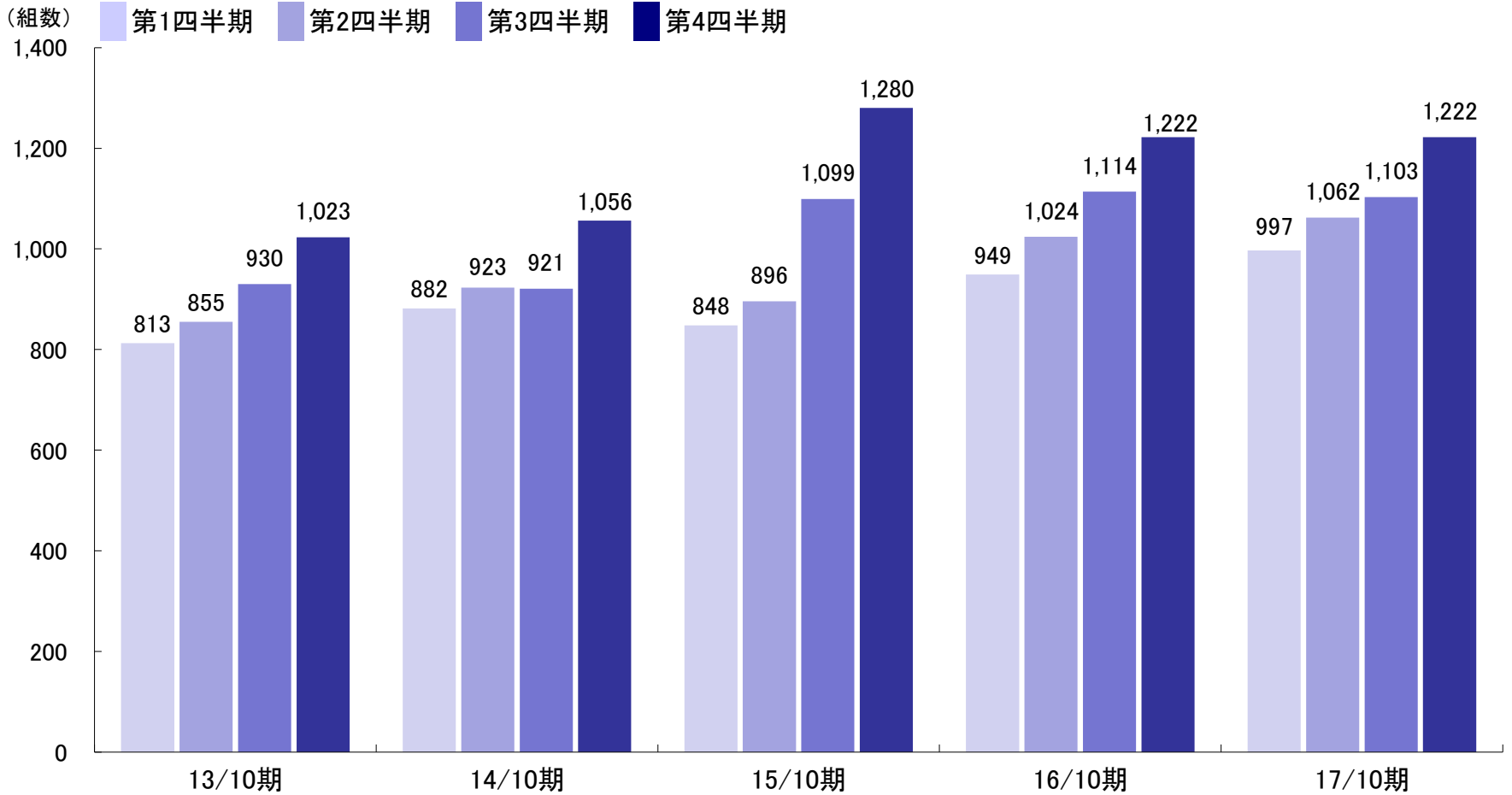
	16/10期 実績	17/10期 実績	前年同期比	
			増減	増減率 (%)
婚礼事業売上高 (百万円)	17,212	17,383	170	1.0
期末店舗数 (店)	16	17	1	6.3
施行組数 (組)	4,309	4,384	75	1.7
受注組数 (組)	※1 4,426	4,602	176	4.0
受注残組数 (組)	3,405	3,623	218	6.4
施行単価※2 (千円)	3,905	3,883	▲22	▲0.6



※1 2016年10月期の実績において、いわき支店での東日本大震災の影響等による日延べ(婚礼日未定)や、連絡が一定期間つかないお客さまのキャンセル処理を一括して行っております。

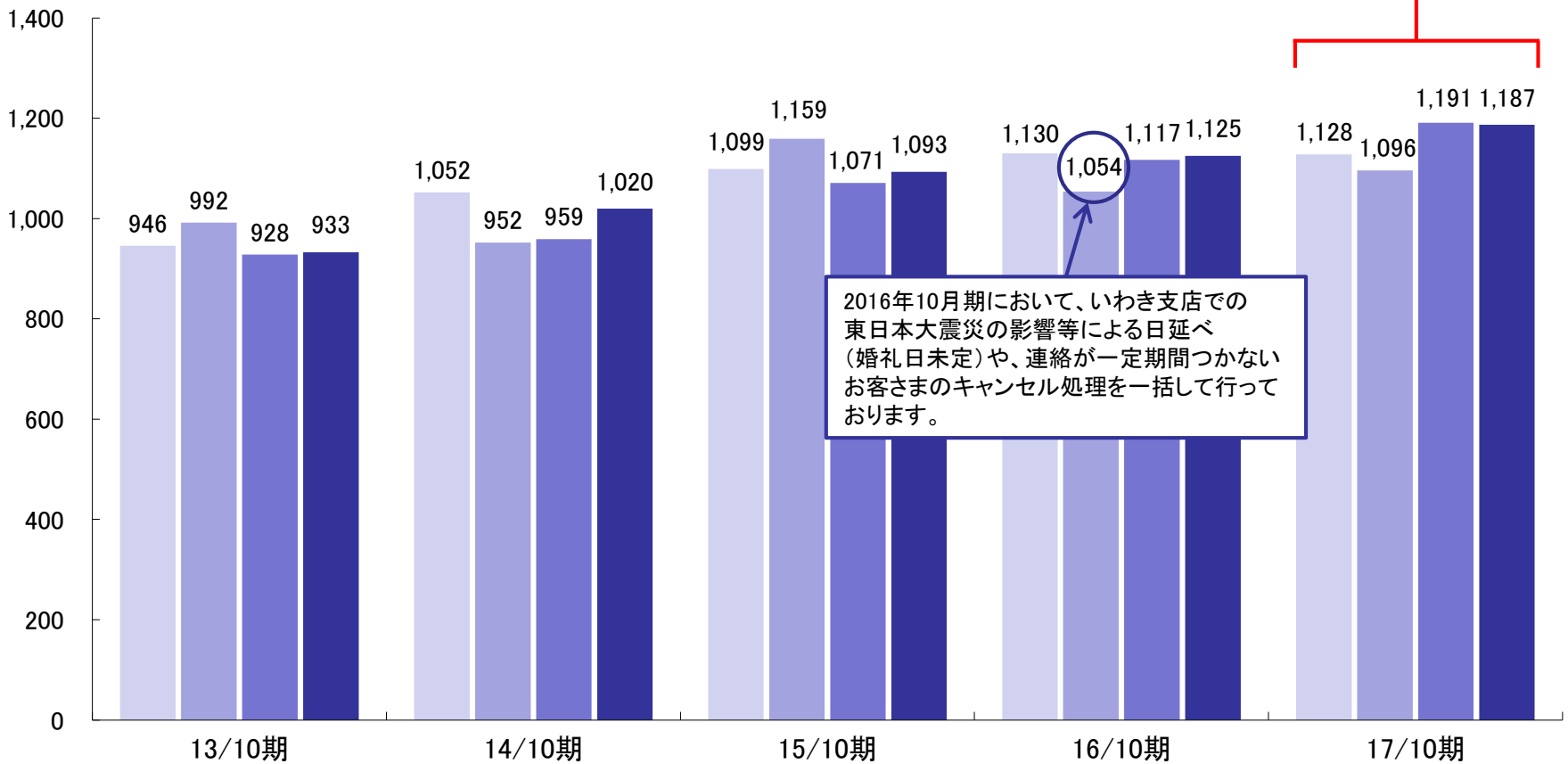
※2 施行単価の算出に当たっては、「一般宴会」、「キャンセル料」を除外しております。

施行組数の推移

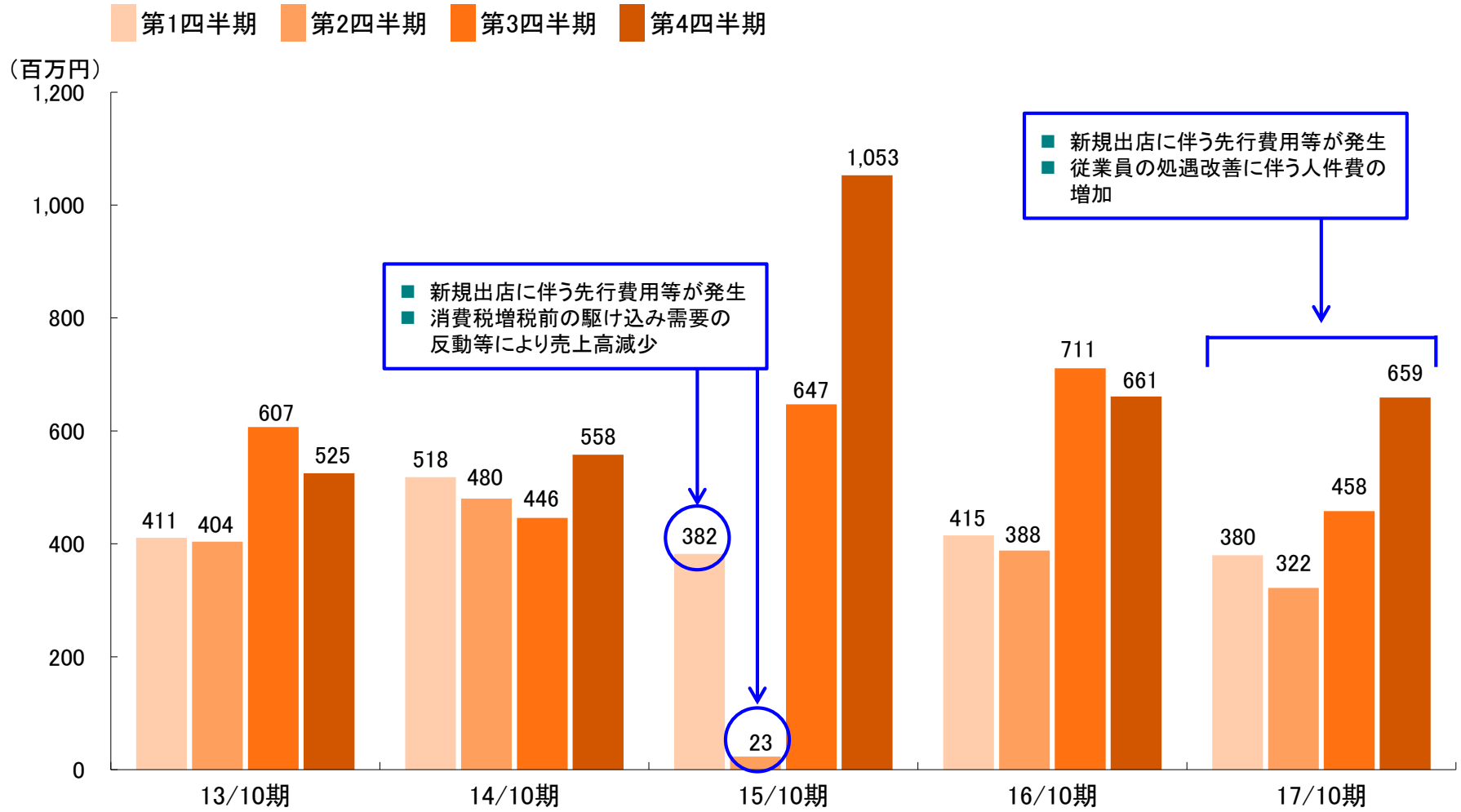


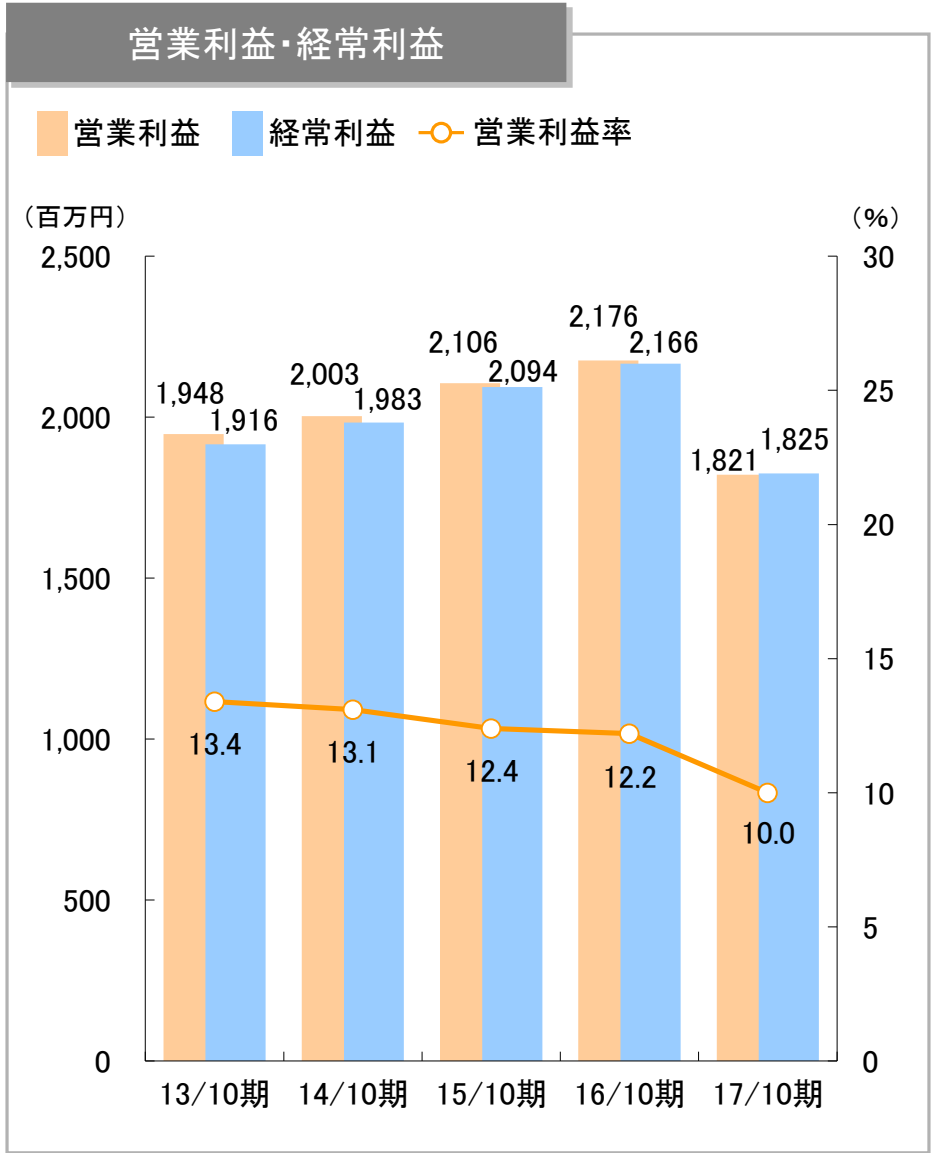
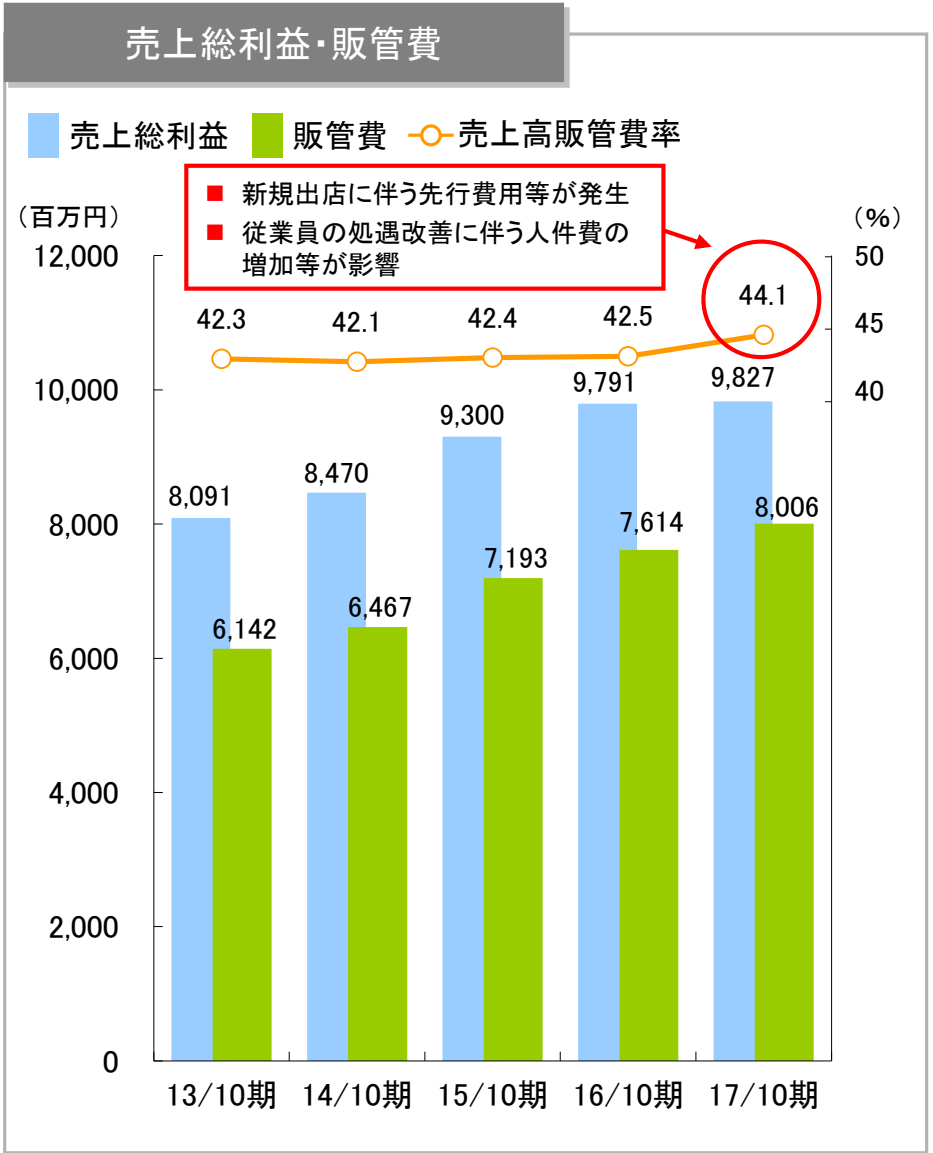
受注組数の推移

(組数) 第1四半期 第2四半期 第3四半期 第4四半期



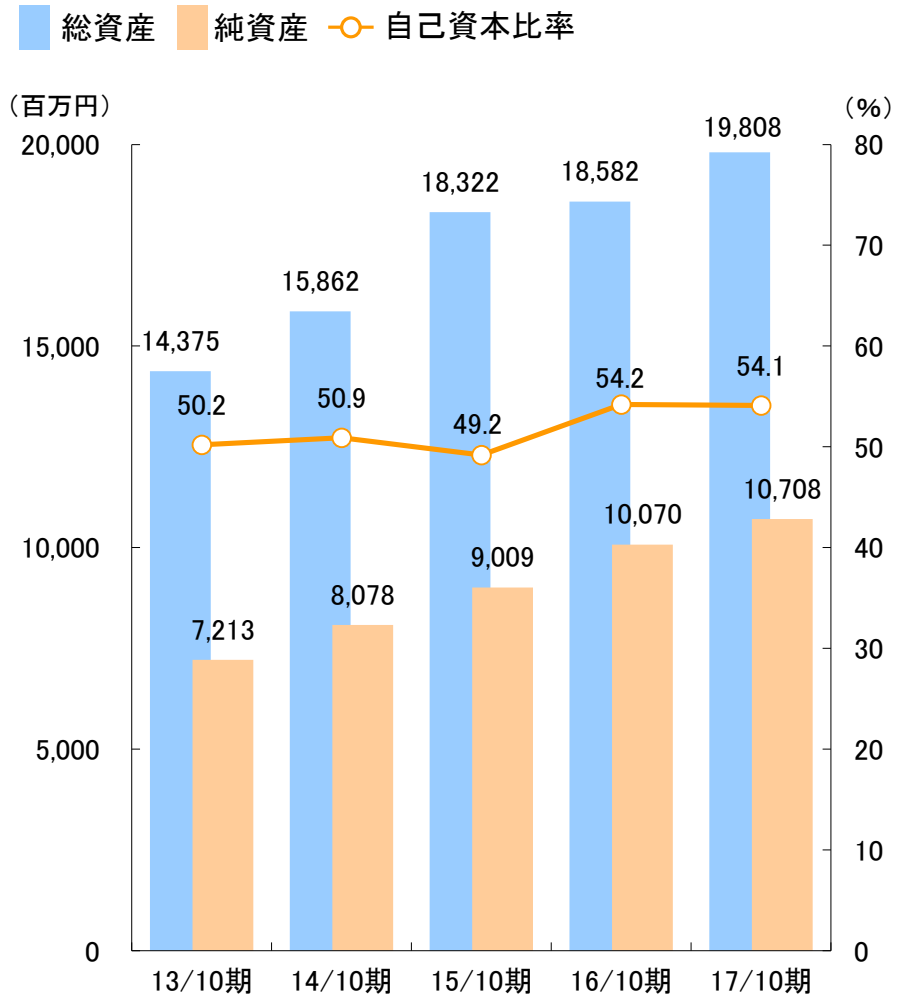
営業利益の推移



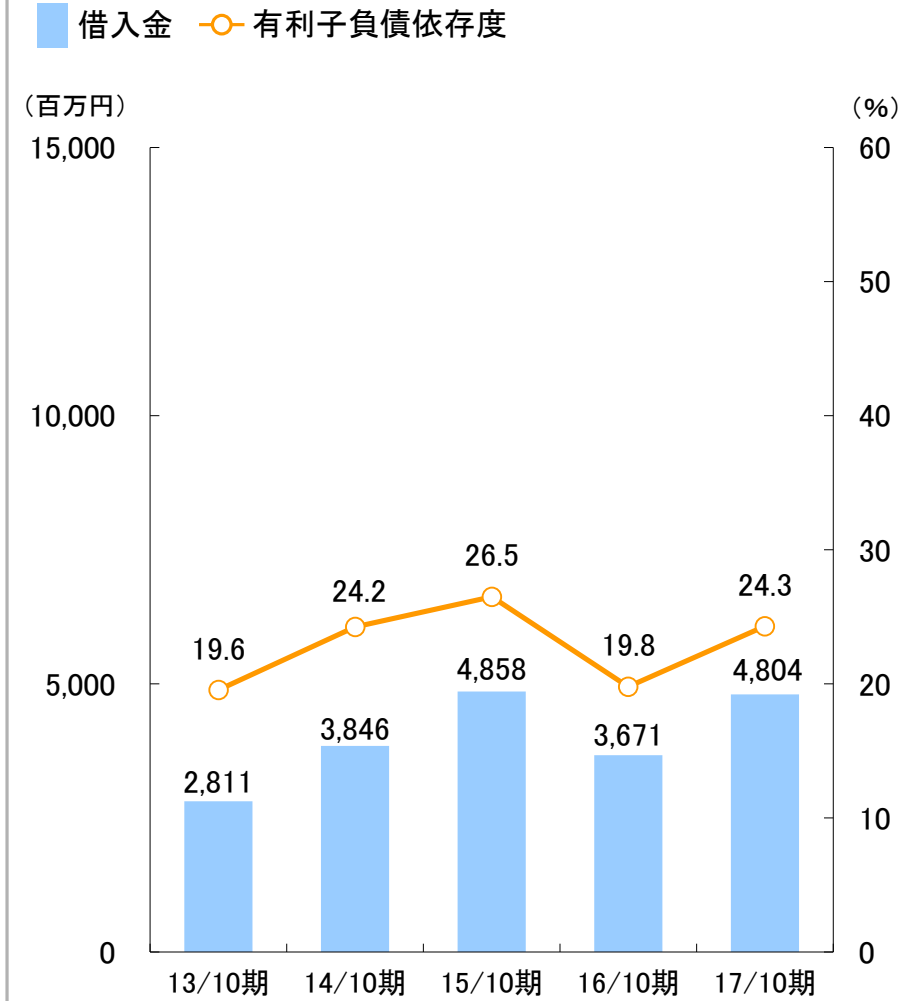


	2016年10月期末		2017年10月期末			
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	主な増減要因
流動資産	6,304	33.9	4,762	24.0	▲1,541	現金及び預金 ▲1,641
(現金・預金)	5,372	28.9	3,731	18.8	▲1,641	
(売上債権)	441	2.4	457	2.3	16	
固定資産	12,278	66.1	15,045	76.0	2,766	有形固定資産 +1,473 投資その他の資産その他 +1,270
(有形固定資産)	10,993	59.2	12,466	62.9	1,473	
資産合計	18,582	100.0	19,808	100.0	1,225	
流動負債	4,166	22.4	3,985	20.1	▲181	未払法人税等 ▲219
(仕入債務)	897	4.8	879	4.4	▲18	
(未払法人税等)	374	2.0	154	0.8	▲219	
固定負債	4,345	23.4	5,114	25.8	769	長期借入金 +1,067 固定負債その他 ▲331
負債合計	8,512	45.8	9,100	45.9	588	
(有利子負債残高)	3,671	19.8	4,804	24.3	1,132	
純資産合計	10,070	54.2	10,708	54.1	637	親会社株主に帰属する当期純利益 +1,319 剰余金の配当 ▲359 自己株式(E-ship再導入) ▲320
負債・純資産合計	18,582	100.0	19,808	100.0	1,225	

総資産・純資産・自己資本比率

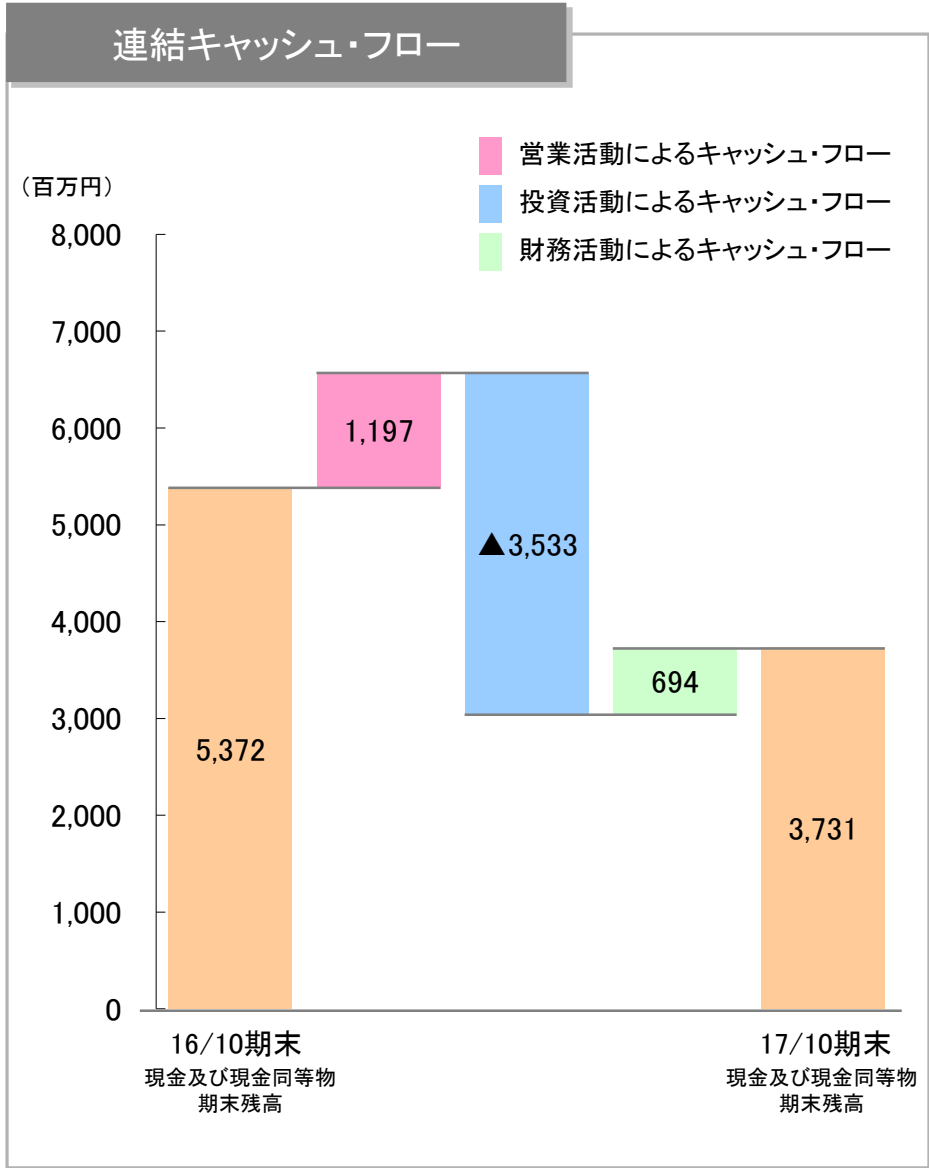


有利子負債残高



※有利子負債依存度=有利子負債残高÷総資産

	16/10期 (百万円)	17/10期 (百万円)
営業キャッシュ・フロー	2,599	1,197
税金等調整前当期純利益	2,118	1,805
減価償却費	1,118	1,047
売上債権の増減額(△は増加)	▲73	▲19
たな卸資産の増減額(△は増加)	▲1	5
仕入債務の増減額(△は減少)	37	▲15
その他	▲0	▲719
法人税等の支払額	▲946	▲746
投資キャッシュ・フロー	▲323	▲3,533
有形固定資産の取得	▲339	▲2,280
財務キャッシュ・フロー	▲1,347	694
現金及び現金同等物の期首残高	4,444	5,372
現金及び現金同等物の期末残高	5,372	3,731



愛知県岡崎市に新規店舗を出店

- 出店応募の結果、当社を構成員とするグループが出店を決定
- 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

ラシャンスOKAZAKI迎賓館(岡崎支店)

所在地	愛知県岡崎市
アクセス	JR岡崎駅東口横
開業	2017年10月13日
設備	レストラン・カフェ、宿泊施設、バンケット等



(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

既存店のクオリティ強化のためのリニューアルを実施

ラシャンス太陽の丘 (金沢支店)

所在地 石川県金沢市

リニューアル
オープン日 2017年2月25日

内容 バンケットの大幅
リニューアル



▲リニューアル後

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 2017年3月4日

内容 バンケットの大幅
リニューアル



▲リニューアル後

ラシャンスHIROSHIMA迎賓館 (広島支店)

所在地 広島県広島市

リニューアル
オープン日 2017年9月2日

内容 バンケットの大幅
リニューアル



▲リニューアル後

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

インドネシアにウェディングサービスを提供する現地法人を設立

- インドネシアの首都ジャカルタに現地法人を設立
- 2017年2月から婚礼の受注活動を開始
- 現地顧客を対象とした婚礼事業を展開



商号	PT INTERNATIONAL KANSHA KANDOU INDONESIA		
所在地	インドネシア共和国 ジャカルタ市	設立	2017年1月
資本金	500億ルピア	営業開始	2017年2月



▲オフィスビル「Menara Mandiri」(写真)の9F、10Fフロアを賃借



▲バンケットルーム

Ⅱ. 2018年10月期(通期) 連結業績見通し



新規店舗の稼働開始により、増収増益を見込む

店舗数の増加を背景に7期連続の増収、海外事業も本格稼働

売上高 **20,005**百万円（前期比10.1%増）

- 新規店舗の岡崎支店が通期で、大阪支店が12月から稼働開始することで増収を見込む
- 国内婚礼事業において、施行組数は前期比+336組の4,720組、施行単価は前期比+48千円の3,931千円を計画

営業利益 **2,005**百万円（前期比10.1%増）

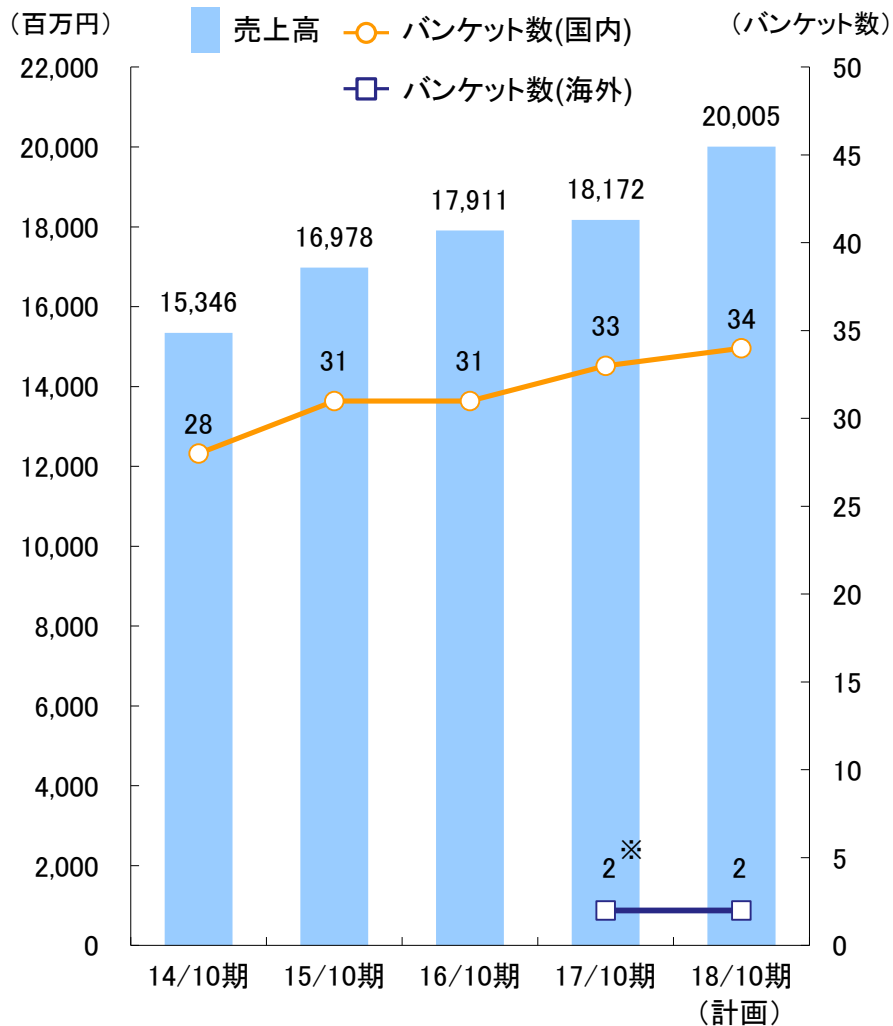
- 国内婚礼事業において、新規店舗の稼働開始により増益を見込む（約250百万円）
- 海外婚礼事業は通期稼働を開始も現地ウェディングのノウハウを蓄積する段階。利益寄与はせず、営業損失を見込む（約50百万円）

親会社株主に帰属する当期純利益 **1,290**百万円（前期比2.2%減）

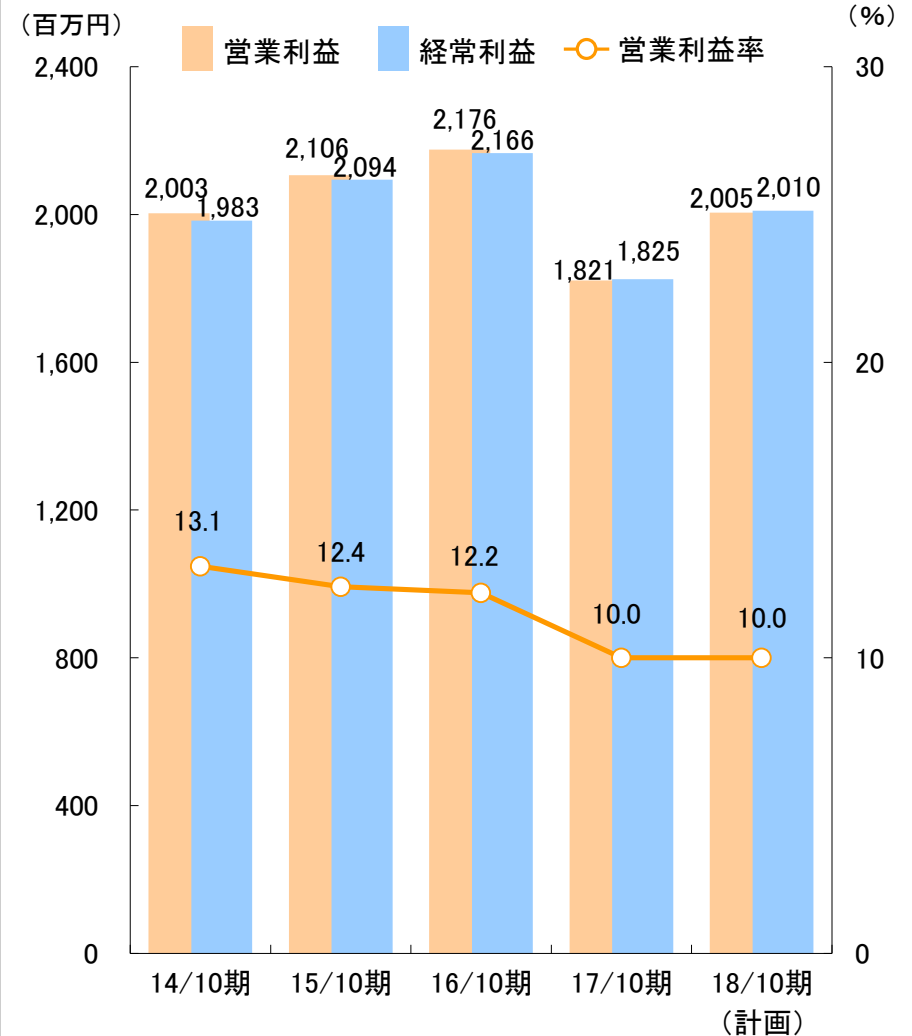
- 昨年度の信託型従業員持株インセンティブ・プラン終了による影響（法人税等が減少）が無くなることにより、減益を見込む

	2017年10月期		2018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	18,172	100.0	20,005	100.0	1,832	10.1
売上総利益	9,827	54.1	10,765	53.8	937	9.5
販管費	8,006	44.1	8,760	43.8	753	9.4
営業利益	1,821	10.0	2,005	10.0	183	10.1
経常利益	1,825	10.0	2,010	10.0	184	10.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,319	7.3	1,290	6.5	▲29	▲2.2
1株当たり当期純利益(円)	44.91	—	43.72	—	—	—

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



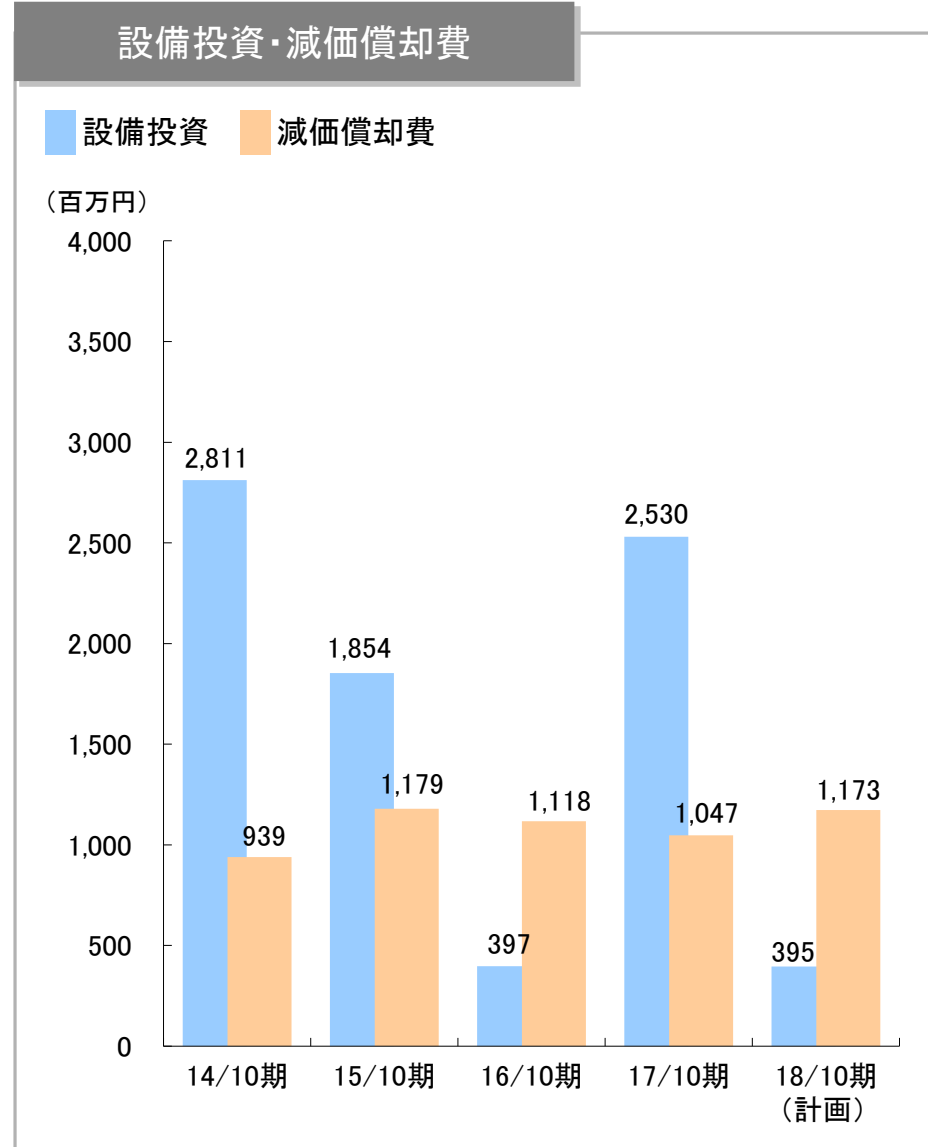
※海外婚礼事業は17/10期より稼働開始。但し、当該期間は連結対象外

	17/10期 (実績)	18/10期 (計画)	増減
期末店舗数(国内)	17	18	+1
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	3	3	±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	2	+1
期末店舗数(海外)	1*	1	±0
婚礼施設 2バンケット	1*	1	±0
バンケット数	35*	36	+1
施行組数(組)	4,385*	4,810	+425
国内	4,384	4,720	+336
海外	1*	90	+89

※17/10期は、連結対象外

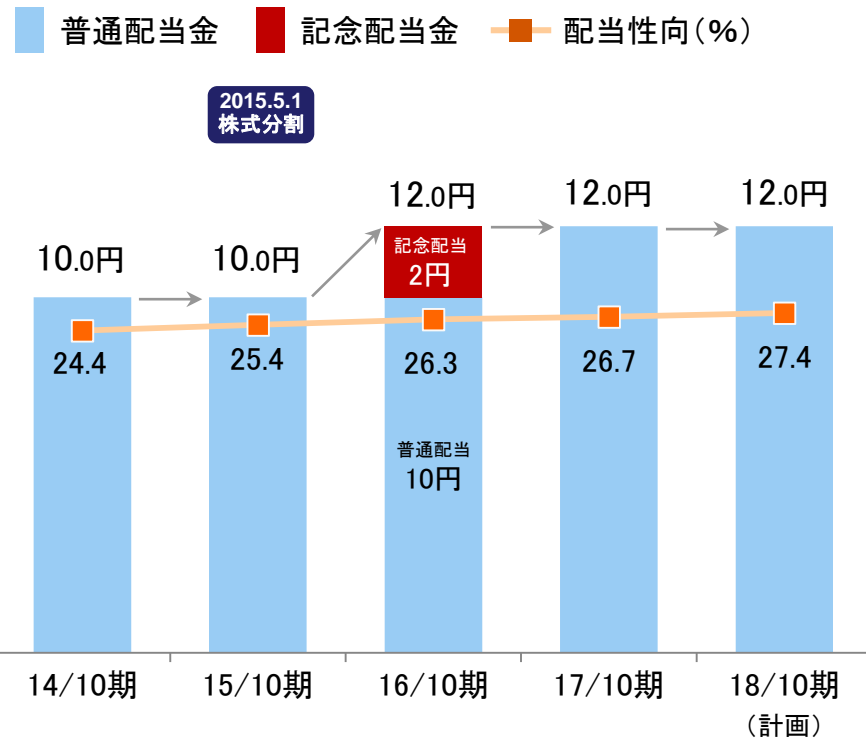
	17/10期 (実績)	18/10期 (計画)	増減
設備投資	2,530	395	▲2,135
減価償却費	1,047	1,173	126

(百万円)



18/10期は、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



	配当金	配当性向
14/10期	※ 10.0円	24.4%
15/10期	※ 10.0円	25.4%
16/10期	12.0円 (うち記念配当2円)	26.3%
17/10期	12.0円	26.7%
18/10期 (計画)	12.0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
2015年5月1日付

Ⅲ. 2018年10月期の取り組み



- 1 大阪府大阪市に新規店舗の出店を計画
- 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 インドネシアでウェディングサービスの提供を開始

大阪府大阪市に新規店舗の出店を計画

- 大阪城公園の敷地を利用した「大阪城公園パークマネジメント事業」の指定管理事業者より選定を受け、出店予定者として選定
- 関西地方初の出店、周辺の自然環境と調和した施設設計のノウハウを生かす

キャッスルガーデンOSAKA(大阪支店)

所在地	大阪府大阪市	開業時期	2017年12月15日
アクセス	JR大阪環状線大阪城公園駅徒歩30秒	設備	レストラン・カフェ、バンケット等



▲ イメージパース



▲ アクセスマップ

既存店のクオリティ強化のためのリニューアルを実施

ララシャンス迎賓館 (高知支店)

所在地 高知県高知市

リニューアル
オープン日 2017年12月(予定)

内容

- ・プロジェクションマッピング導入
- ・会場階段リニューアル



▲リニューアル後イメージ

ララシャンスベルアミー (福井支店)

所在地 福井県福井市

リニューアル
オープン日 2018年1月(予定)

内容
大型マルチビジョン
導入



▲リニューアル後イメージ

ララシャンス太陽の丘 (金沢支店)

所在地 石川県金沢市

リニューアル
オープン日 2018年2月(予定)

内容
大型マルチビジョン
導入



▲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

インドネシアでウェディングサービスの提供を開始

- インドネシアの首都ジャカルタで2017年2月から婚礼の受注活動を開始
- 現地顧客を対象とした婚礼事業を展開



商号	PT INTERNATIONAL KANSHA KANDOU INDONESIA		
所在地	インドネシア共和国 ジャカルタ市	設立	2017年1月
資本金	500億ルピア	営業開始	2017年2月
備考	オフィスビル「Menara Mandiri」の9F、10Fフロアを賃借		

Function Hall

階層	9F
延床面積	1,035㎡(会場) 418㎡(テラス)
収容人数	~1,500人



Function Hall

階層	10F
延床面積	1,360㎡(会場) 466㎡(テラス)
収容人数	~2,000人



↑ Menara Mandiriでの結婚式の様子

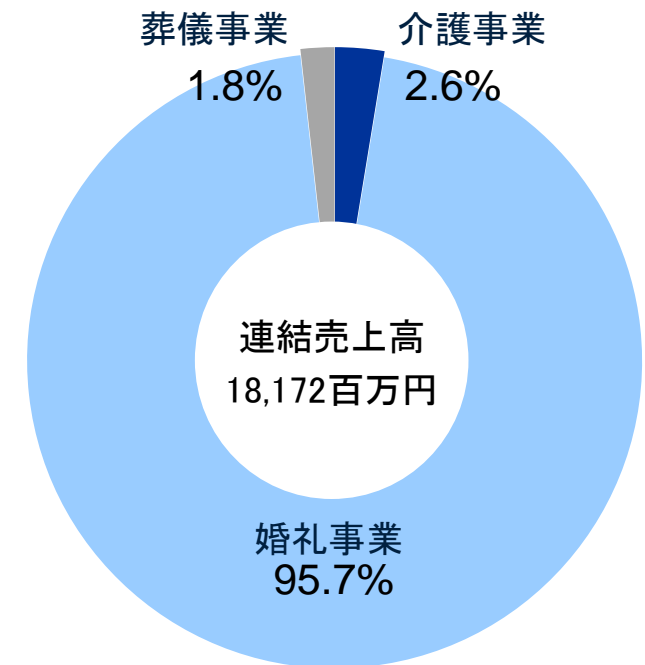
ご参考：会社概要・事業の特徴、業界動向

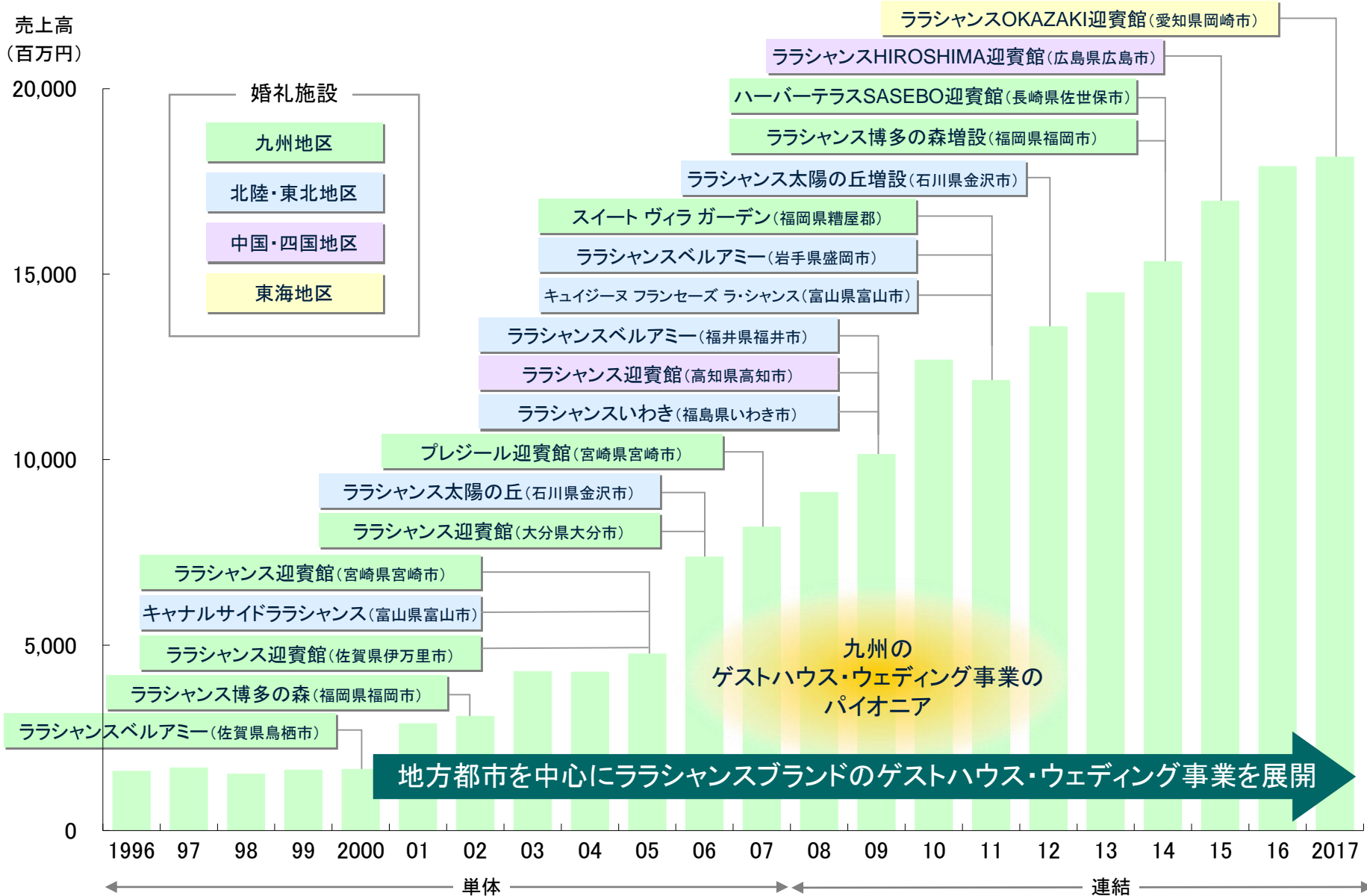


会社概要(2017年10月末時点)

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	351百万円
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	727名(連結)
株主数	13,140名(2017年10月31日現在)

事業別売上高構成(2017年10月期)





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



ララシヤンス博多の森



スイート ヴィラ ガーデン



ララシヤンス迎賓館



ララシヤンスベルアミー



ララシヤンスいわき



ララシヤンス迎賓館



ララシヤンスHIROSHIMA迎賓館



キュイジーヌ フランセーズ ラ・シヤンス



ララシヤンスベルアミー



ララシヤンスOKAZAKI迎賓館



キャナルサイドララシヤンス



ハーバーテラスSASEBO迎賓館



ララシヤンス太陽の丘



ララシヤンス迎賓館



2017年12月OPEN予定
キャッスルガーデンOSAKA



ララシヤンスベルアミー



プレジール迎賓館



ララシヤンス迎賓館

【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・・・幸せと感動のために

- 一. 誠実・信用・信頼
- 一. 私たちは、お客様の幸せと感動のために、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、お客様の幸せと感動のために、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、幸せと感動のために、国籍・宗教・性別・年齢・経験に関係なく能力を発揮する人財(ひと)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



ララシャンズ迎賓館
(宮崎市 40.4万人)

高知



ララシャンズ迎賓館
(高知市 33.4万人)

福岡



スイート ヴィラ ガーデン
(糟屋郡 22.9万人)

宮崎



プレジール迎賓館
(宮崎市 40.4万人)

富山



キューズ フランセーズ ララシャンズ
(富山市 41.8万人)

佐世保



ハーバーテラスSASEBO迎賓館
(佐世保市 25.6万人)

大分



ララシャンズ迎賓館
(大分市 47.9万人)

盛岡



ララシャンズベルアミー
(盛岡市 29.2万人)

大阪



2017年12月OPEN予定
キャッスルガーデンOSAKA
(大阪市 269.1万人)

2バンケット

いわき



ララシャンズいわき
(いわき市 32.9万人)

福井



ララシャンズベルアミー
(福井市 26.5万人)

岡崎



ララシャンズOKAZAKI迎賓館
(岡崎市 38.4万人)

3バンケット以上

鳥栖



ララシャンズベルアミー
(鳥栖市 7.2万人)

伊万里



ララシャンズ迎賓館
(伊万里市 5.6万人)

広島



ララシャンズHIROSHIMA迎賓館
(広島市 119.3万人)

富山



チャンネルサイドララシャンズ
(富山市 41.8万人)

金沢



ララシャンズ太陽の丘
(金沢市 45.4万人)

福岡(4バンケット)

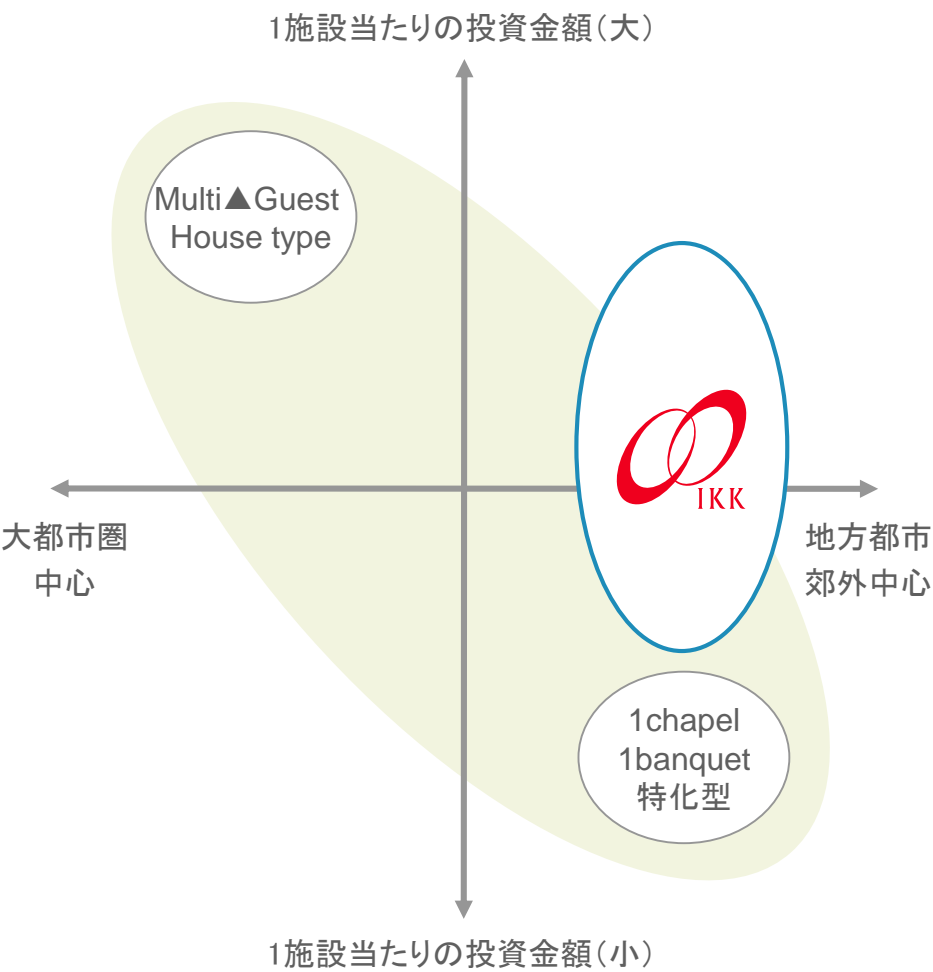


ララシャンズ博多の森
(福岡市 151.4万人)

福岡市、広島市、大阪市以外は、
全て人口50万人以下の地方都市に出店

()内は当社出店都市人口 出所: 国土地理協会「平成29年住民基本台帳人口要覧」より

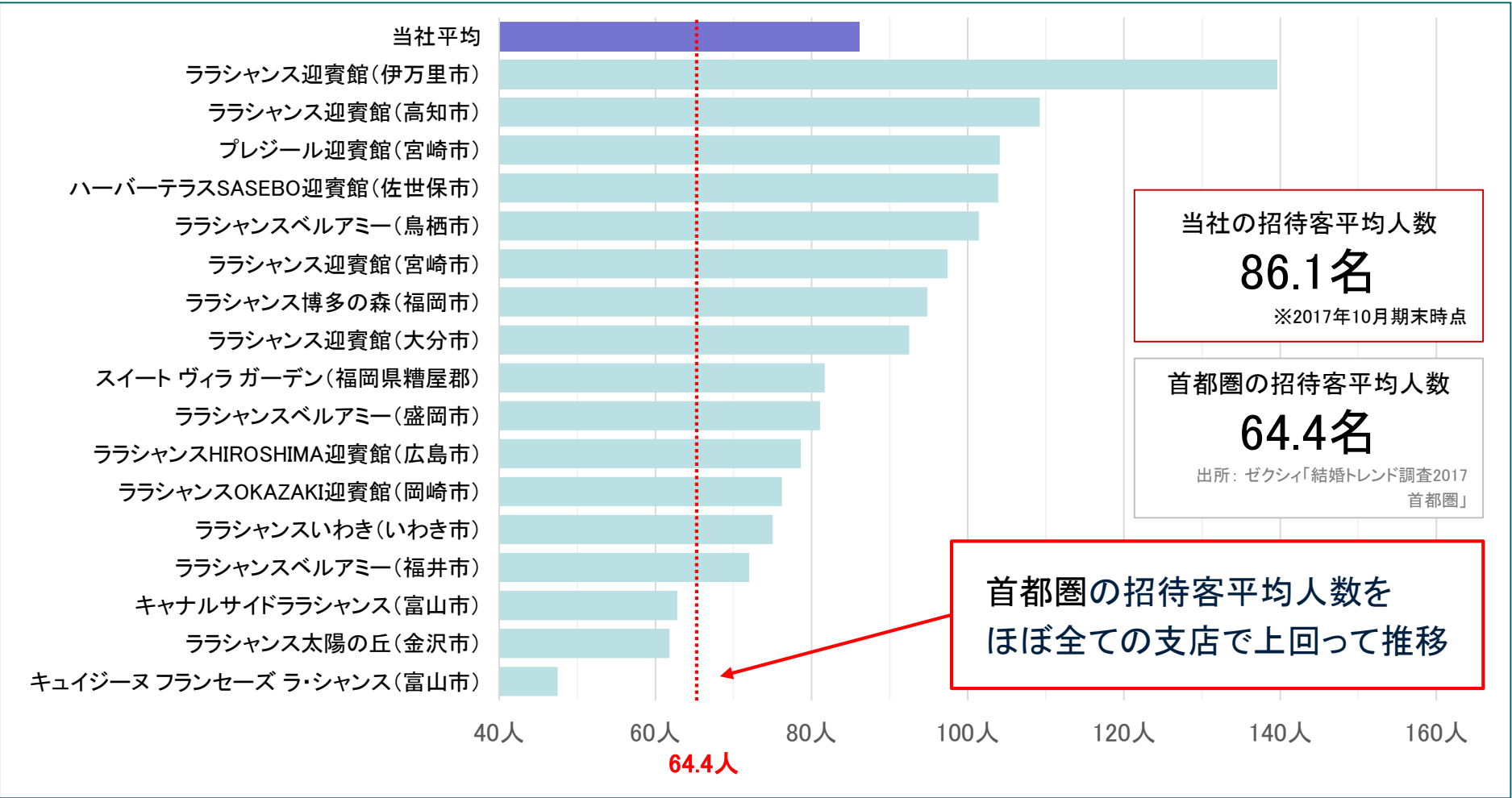
小規模商圏で培ってきた経営ノウハウ(立地・集客・運営 等)と実績を武器に地方都市中心に出店



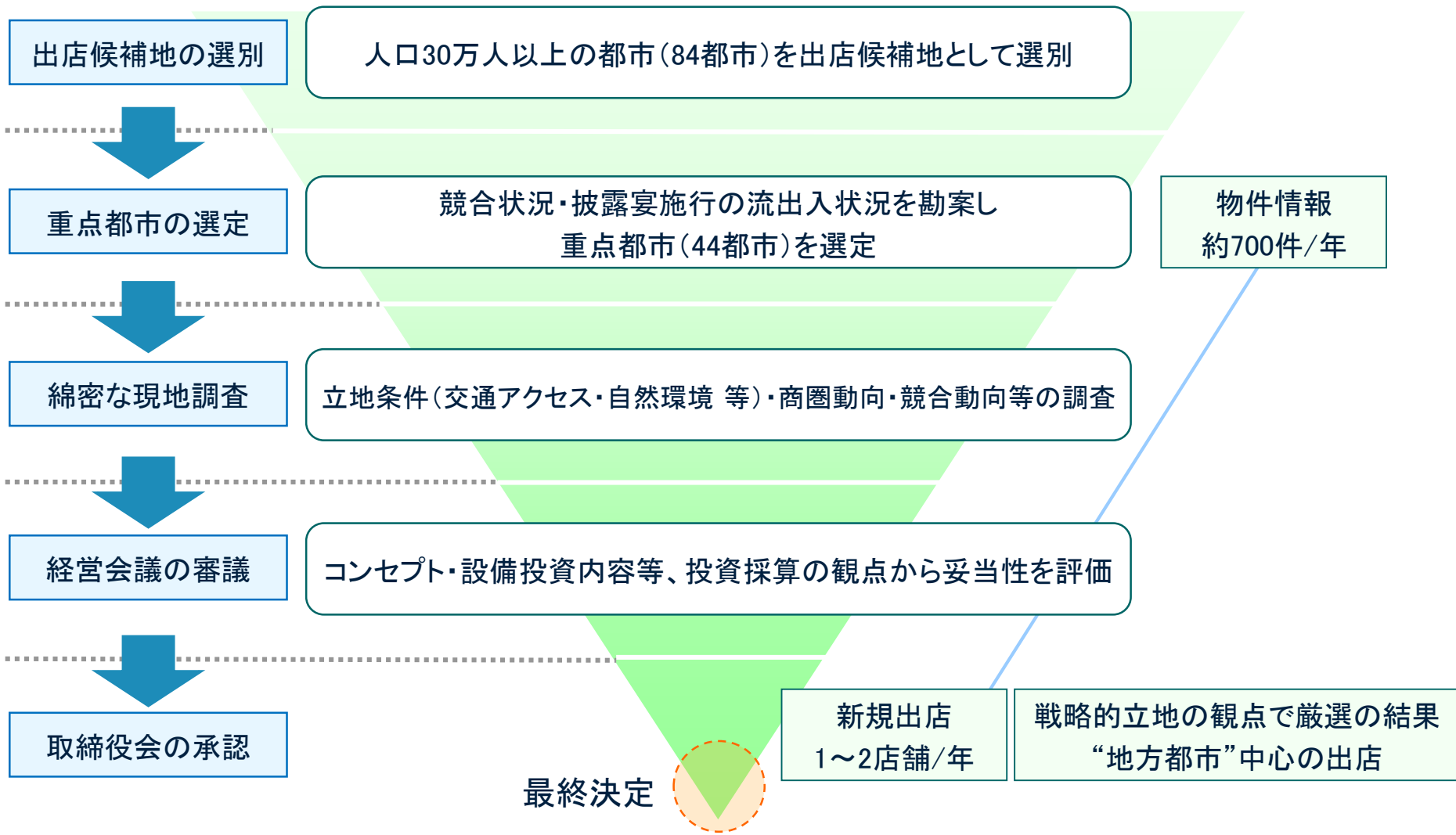
	大都市 (例:東京)	地方都市 (例:九州)
商 圏	大	小～中
競合状況	厳	緩
ランニングコスト (地代・広告宣伝費等)	高	安
自然環境	悪	良
口コミ	影響 小～中	影響 大

地方都市は小規模商圈ではあるが、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)

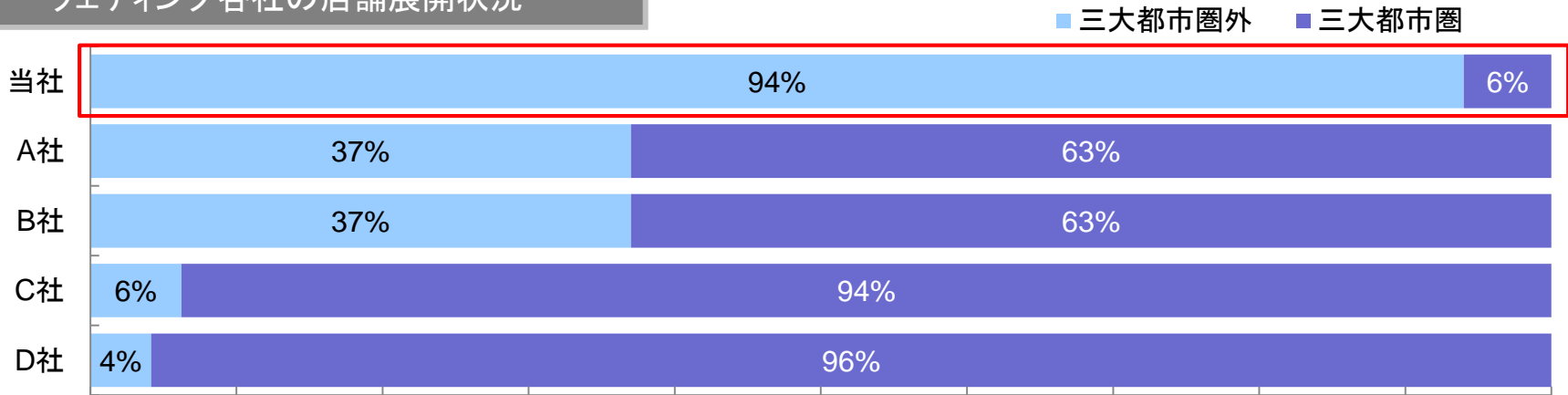


長期・安定的な店舗運営のために「20年間勝てる施設」を前提に“慎重なうえにも慎重に立地を選定”

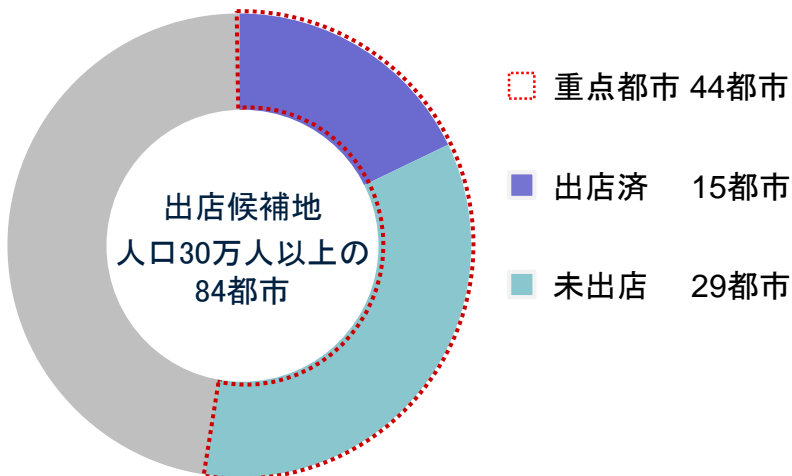


競合の少ない「三大都市圏外」及び「三大都市圏内」への大きな出店余地有

ウェディング各社の店舗展開状況



当社の出店状況



年間1~2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m²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きってのウェディング・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

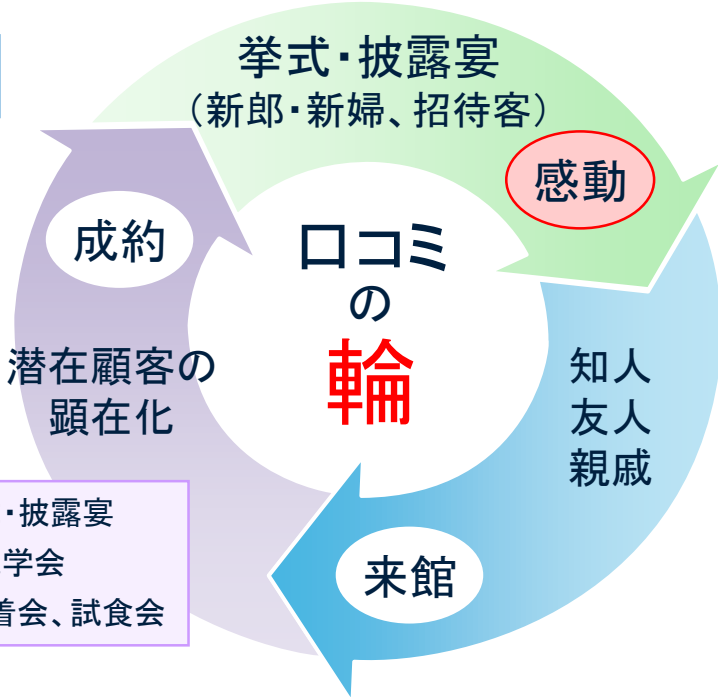


最高の感動を創りあげることによって“お客さまがお客さまを呼び込む好循環サイクル”を構築

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2016年、4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13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（富山支店レストラン内）」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17回ゼクシウウェディングフォトコンテスト 大賞作品



新郎さまが結婚式を機に中学時代の仲間とバンドを再結成。演奏中、仲間と過ごしたかけがえの無い日々が蘇り、皆さまの目から涙が零れます。大切な仲間との深い絆を改めて確かめ合った瞬間。

タイトル「絆」

第16回ゼクシウウェディングフォトコンテスト 大賞作品



ご自宅のふすまの向こうにはご家族さまが目を閉じてスタンバイ。新郎新婦さまの「もういいよ」の声でのご対面。家族になった喜びと嬉しさが伝わってくる微笑ましい瞬間を撮影した1枚です。

タイトル「花嫁花婿さまとご対面！」

フォトグラファーの受賞歴

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、入賞2名
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

2016年

第16回ゼクシウウェディングフォトコンテスト 大賞、入賞3名
ジャパン・ウェディング・フォトグランプリ 19位
ウェディングフォト・アワード 金賞2名

2017年

第17回ゼクシウウェディングフォトコンテスト 大賞、入賞3名
ジャパン・ウェディングフォト・グランプリ2017 5位、入賞4名
ウェディングフォト・アワード2017 金賞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想いから、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

2016年

第5回ふるさとウェディング・コンクール ブライダル産業新聞社賞

2017年

第6回ふるさとウェディング・コンクール ブライダル産業新聞社賞

優秀な「人財」の確保と育成への取り組みが結実

- マイナビ・日経 九州・沖縄エリア「2018年卒就職企業人気ランキング」で第2位と6年連続上位10位内に選出
- 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	九州旅客鉄道(JR九州)	285
2	アイ・케이・ケイ	260
3	西日本鉄道	182
3	安川電機	182
5	ふくおかフィナンシャルグループ	158
6	レベルファイブ	147
7	九州電力	138
8	西日本シティ銀行	132
9	総合メディカル	124
10	スターフライヤー	122

挙式・披露宴と同様に感動の会社説明会を開催

「幸せと感動のために」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



- 調査対象 2018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 2017年2月1日～2017年4月12日
- 調査方法 1) 就職情報サイト「マイナビ2018」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 3,281名

優秀な「人財」の確保と育成への取り組みが評価

■ 就職や転職のためのジョブマーケット・プラットフォームを運営する「Vorkers(ヴォーカーズ)」が実施した調査レポートにおいて、ランキング上位に選出

就活生向け『働きがいのある』ホワイト企業ランキング

順位	企業名	20代総合評価
1	三菱地所株式会社	3.88
2	Sky株式会社	3.87
3	理想科学工業株式会社	3.85
4	ユニリーバ・ジャパン株式会社	3.83
5	株式会社エス・エム・エス	3.82
6	特許庁	3.81
7	日本テキサス・インスツルメンツ株式会社	3.78
8	薬樹株式会社	3.77
9	第一三共株式会社	3.75
10	トヨタ自動車株式会社	3.70
11	東京消防庁	3.70
12	ニッセイアセットマネジメント株式会社	3.68
13	アイ・ケイ・ケイ株式会社	3.67

- 20代新卒入社社員(在籍時)によるレポートに限定して集計。
- レポートが5件以上かつ月間平均残業時間が40時間未満の企業1,037社が対象。
- ランキングは小数点第5位までの集計結果。

地方の働きがい企業ランキング～挑戦できる企業編～

順位	企業名	スコア合計
1	アイ・ケイ・ケイ株式会社	16.20
2	社会福祉法人聖隷福祉事業団	15.00
3	株式会社平成建設	14.78
4	株式会社ビーシー・インクス	14.71
5	株式会社ジャパネットコミュニケーションズ	14.28
6	株式会社アールエフ	14.22
7	株式会社サンエー	14.15
8	株式会社四国銀行	14.10
9	株式会社ほくやく・竹山ホールディングス	14.01
10	日本電気硝子株式会社	13.83

- Vorkersに投稿された、東名阪及び周辺(東京都、大阪府、愛知県、神奈川県、埼玉県、千葉県、兵庫県、京都府)以外に本社所在地がある企業840社の会社評価レポートを対象データとしています。残業時間と有給消化率はそれぞれ5点満点化し集計しています。(集計期間:2015年1月～2017年8月)
- 若手の成長や社内の雰囲気を知る指標(「風通しの良さ」「20代成長環境」「チームワーク」「社員の士気」)の合計スコアによるランキング

※ランキングの評価点・クチコミ件数などは集計時点の数値となるため、「Vorkers」各企業ページに掲載している数値と異なる場合があります。

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2017年「働きがいのある会社」ランキングで2013年から5年連続の選出
- 年に一回の従業員へのアンケートを基に、働きがいのある環境を整える



信用

- 経営・管理者層は、事業を運営する能力が高い **85%** (全社平均※80%)
- 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※82%)



誇り

- 私たちが会社全体で成し遂げている仕事を誇りに思う **88%** (全社平均※83%)
- この会社は、地域や社会に貢献していると思う **85%** (全社平均※76%)



連帯感

- この会社では、何か特別なことがあれば、皆で祝っている **87%** (全社平均※85%)
- 一体感を感じることができる会社である **85%** (全社平均※77%)

※2017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**33.3%**、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

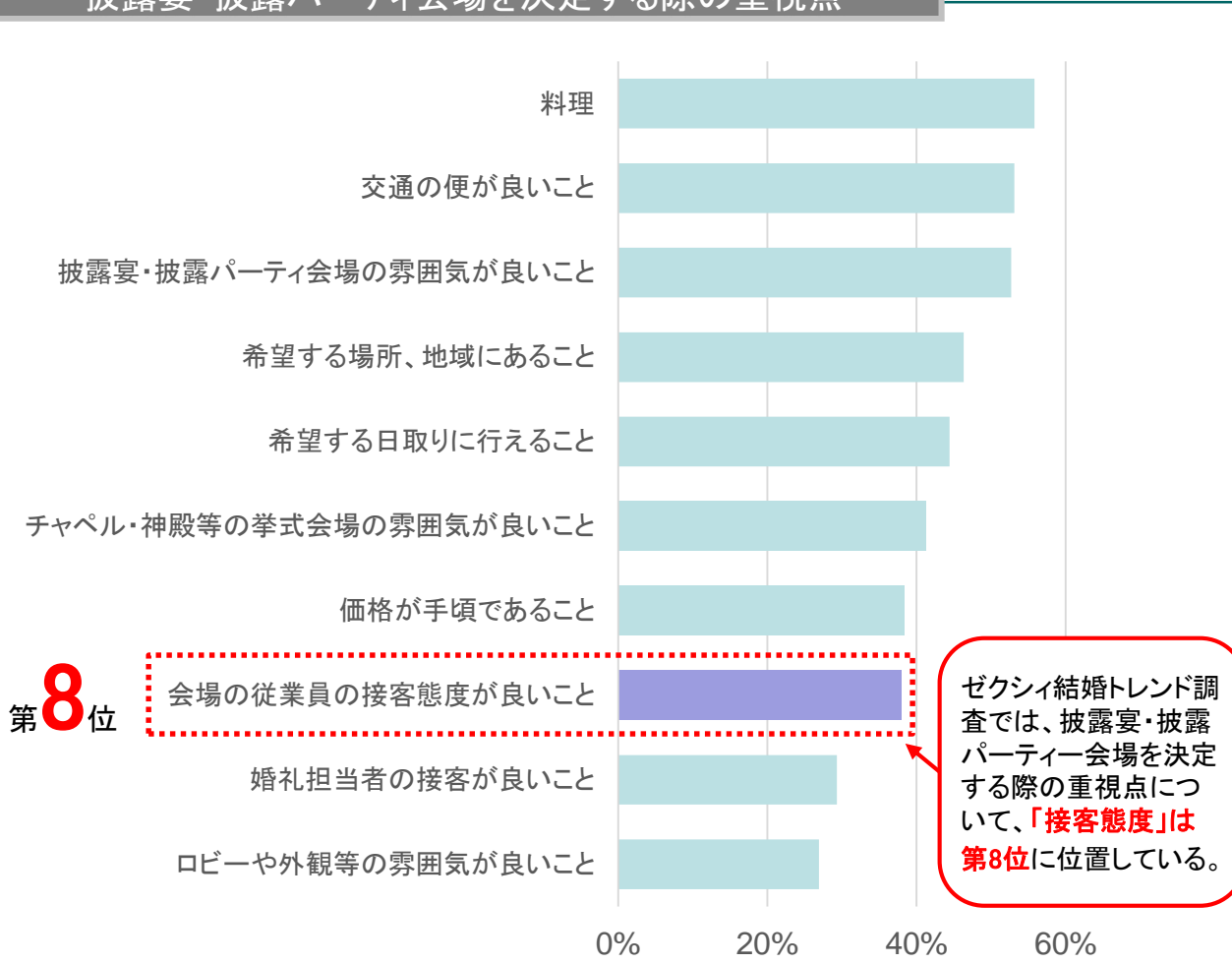


FSMS:548713 / ISO22000:2005

「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2017 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8位に位置している。

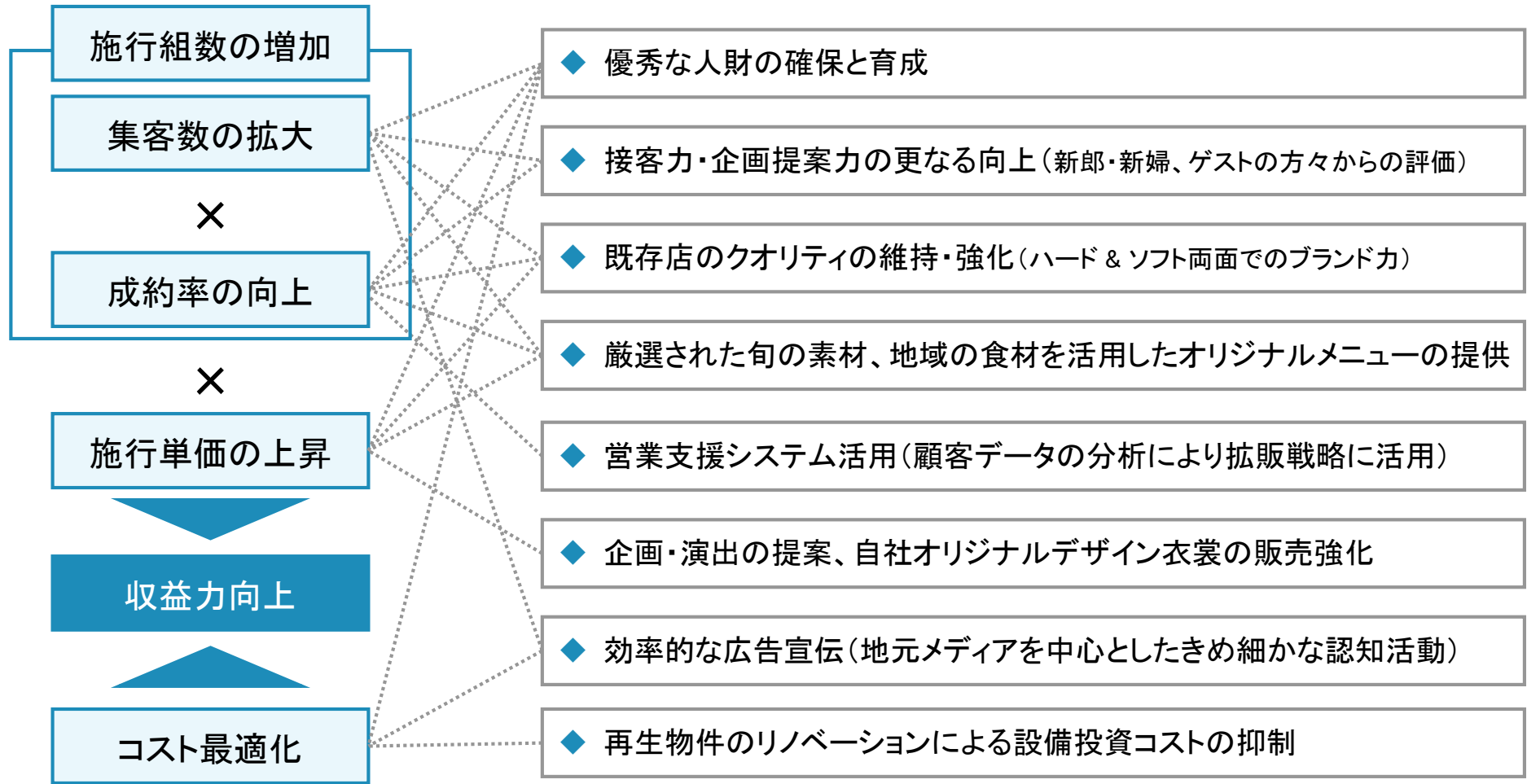
当社の決定理由における接客態度の順位	順位
伊万里支店	1位
鳥栖支店	1位
福岡支店	2位
富山支店	1位
宮崎支店	1位
大分支店	2位
金沢支店	1位
宮崎2支店	1位
いわき支店	1位
高知支店	1位
福井支店	1位
盛岡支店	1位
富山レストラン支店	2位
SVG	1位
佐世保支店	1位
広島支店	2位
岡崎支店	1位
大阪支店	2位

出所:17/10期末当社調べ

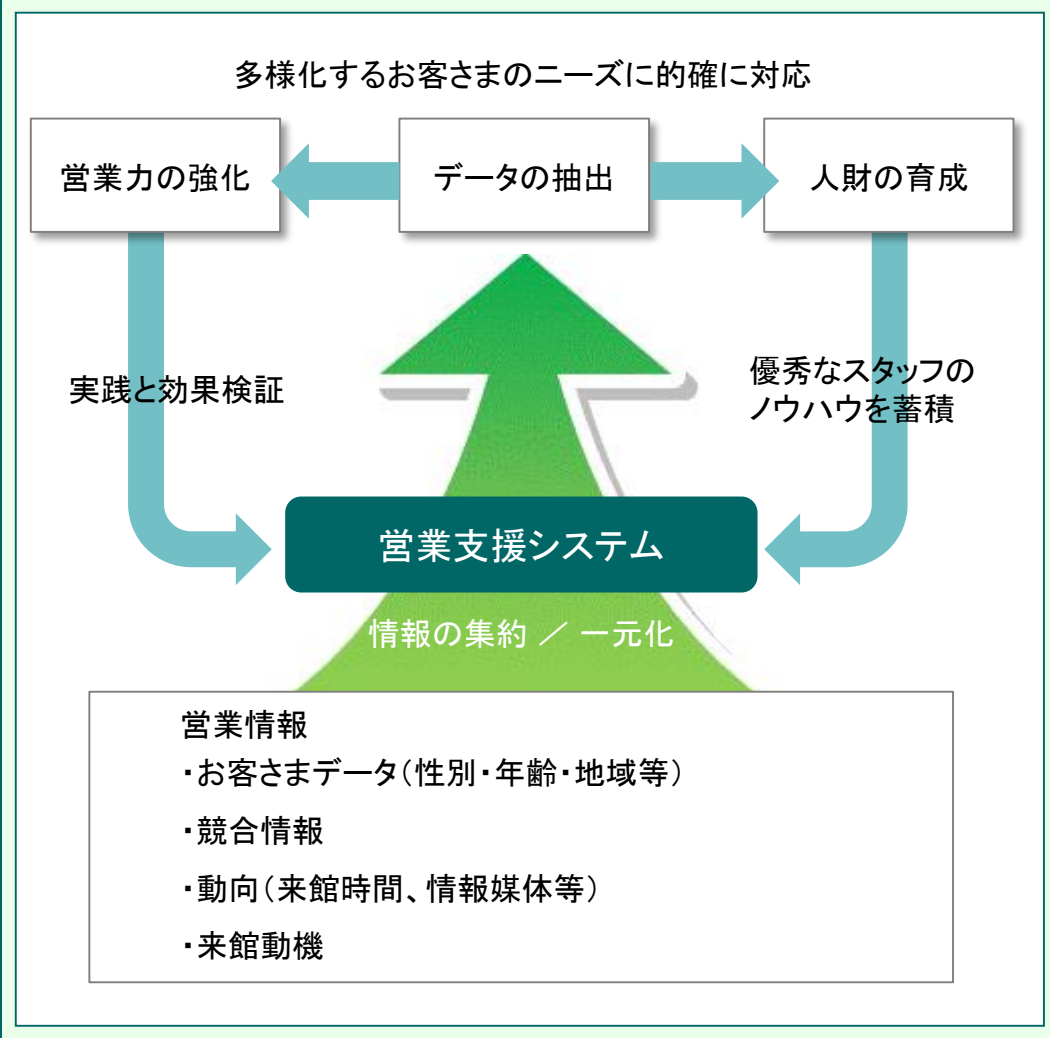
- 積極的な人財育成の成果として、当社施設の利用を決定する理由の上位が「接客態度」
- 半数以上の支店で接客態度が決めての第1位となり、当社をご利用頂いている

出所:ゼクシィ結婚トレンド調査2017 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



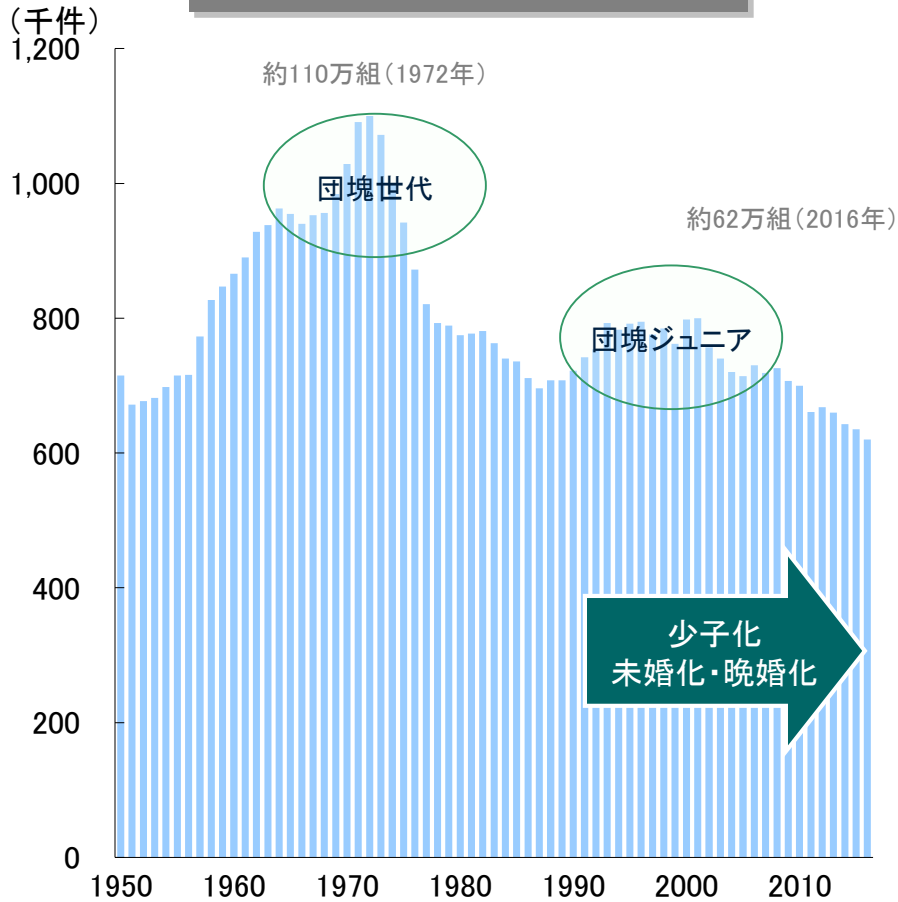
◆ **新入社員や未経験者を早期戦力化**
 成約率が高いスタッフのノウハウを蓄積し、共有することで人財が継続的に育つ仕組みを構築

◆ **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

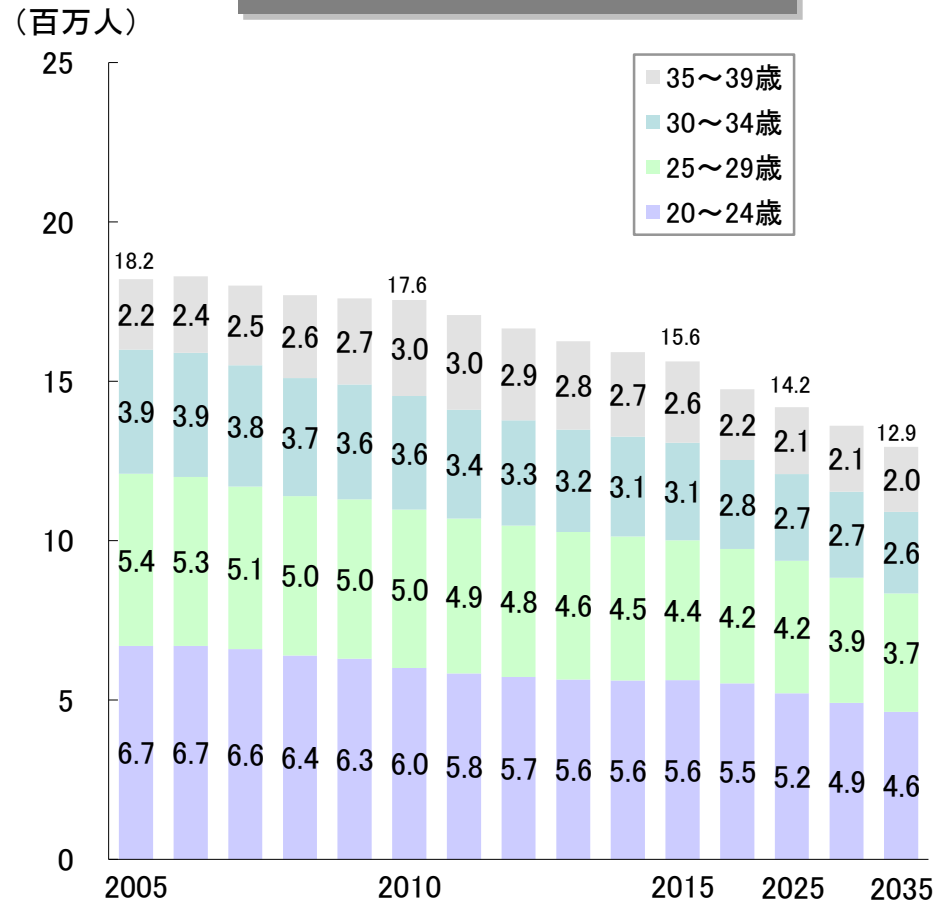
少子化の進展・結婚適齢期人口の減少を背景に、挙式・披露宴件数は今後も緩やかな減少傾向

全国婚姻件数の推移



出所: 厚生労働省「人口動態統計」、平成28年(2016)人口動態統計(確定数) (年)

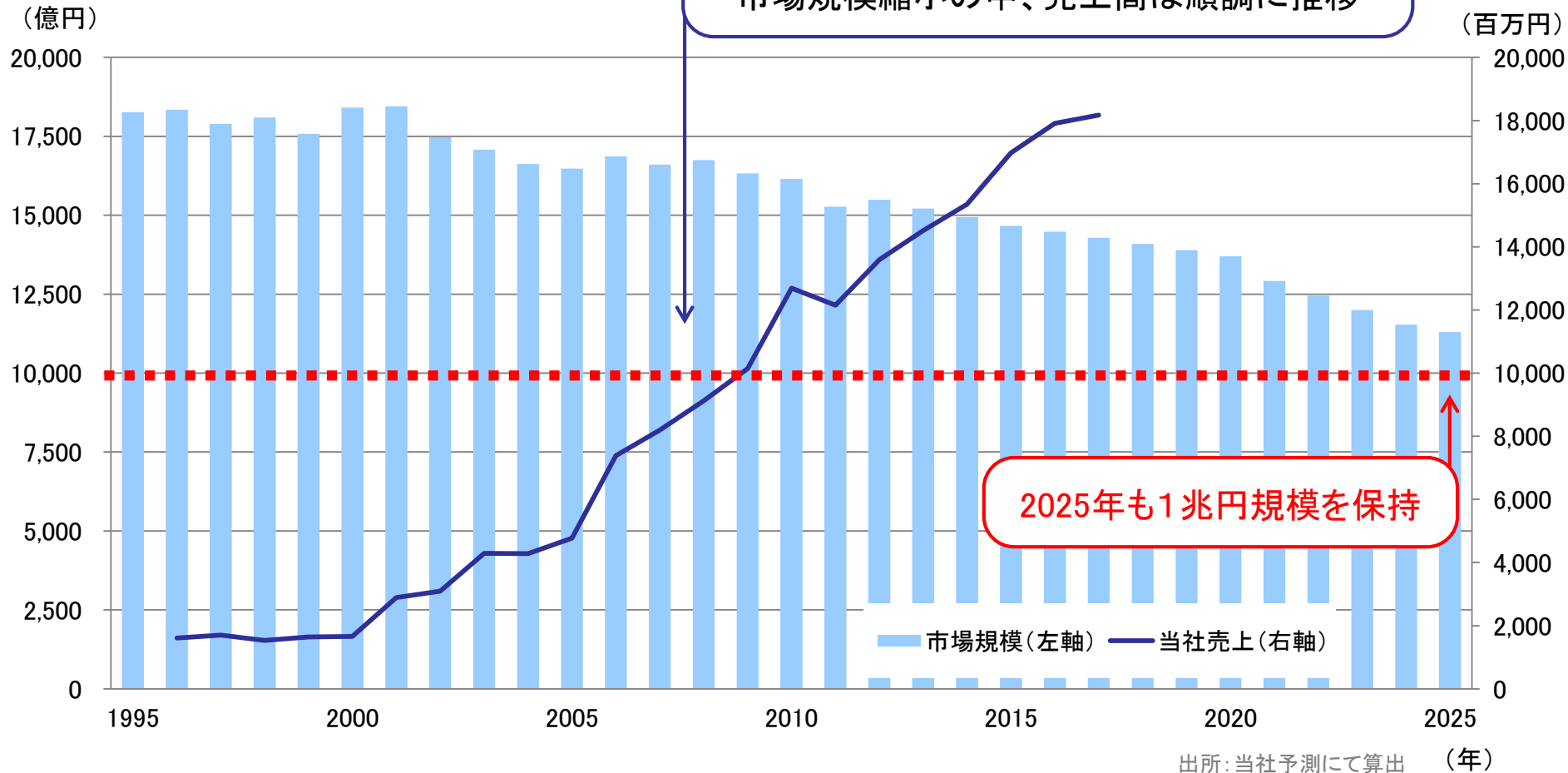
結婚適齢期未婚人口の推移・予想



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)」(2013年1月推計)男女年齢5歳階級別配偶関係別人口 (年)

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

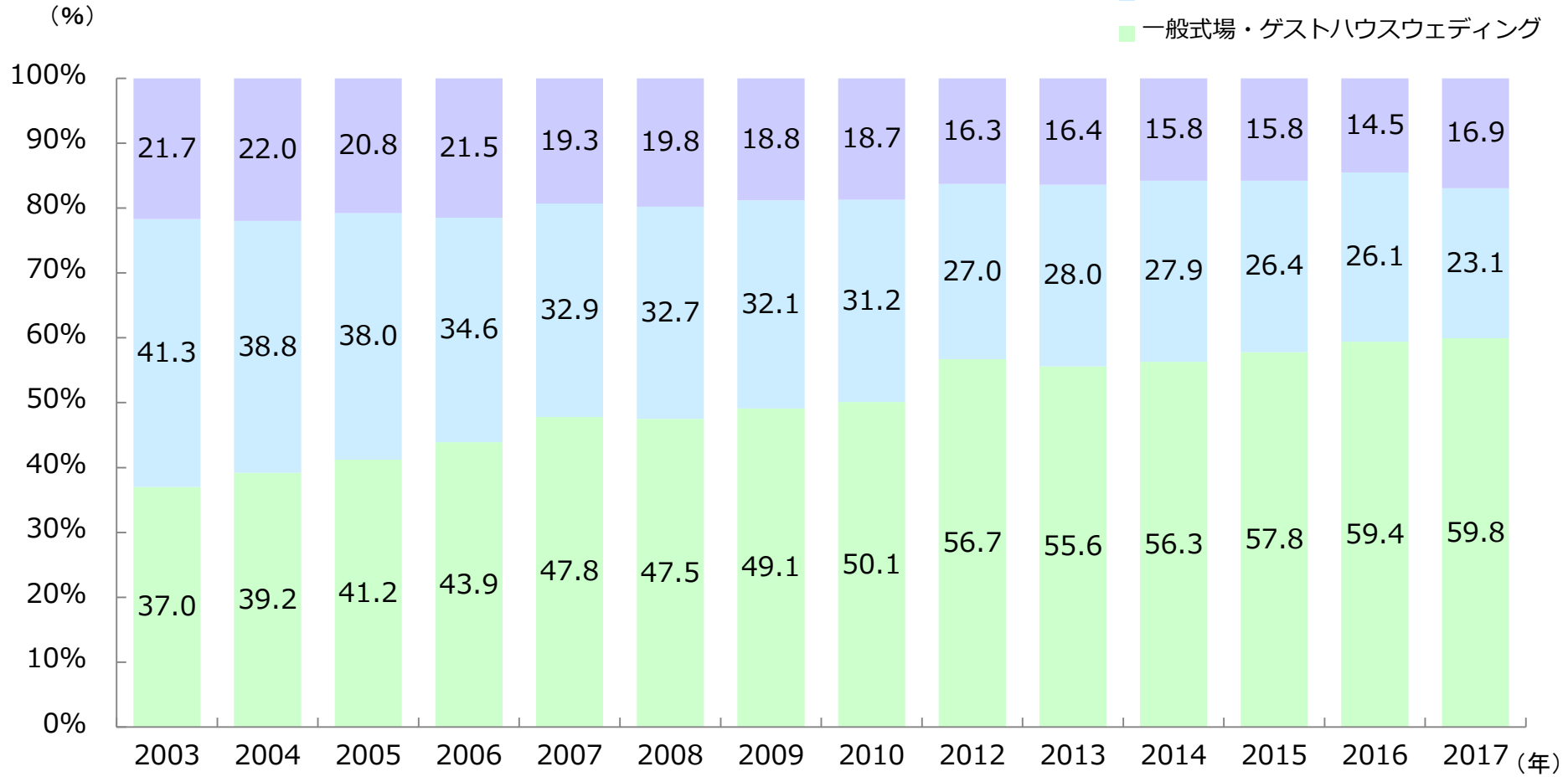
ブライダル市場規模予測



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

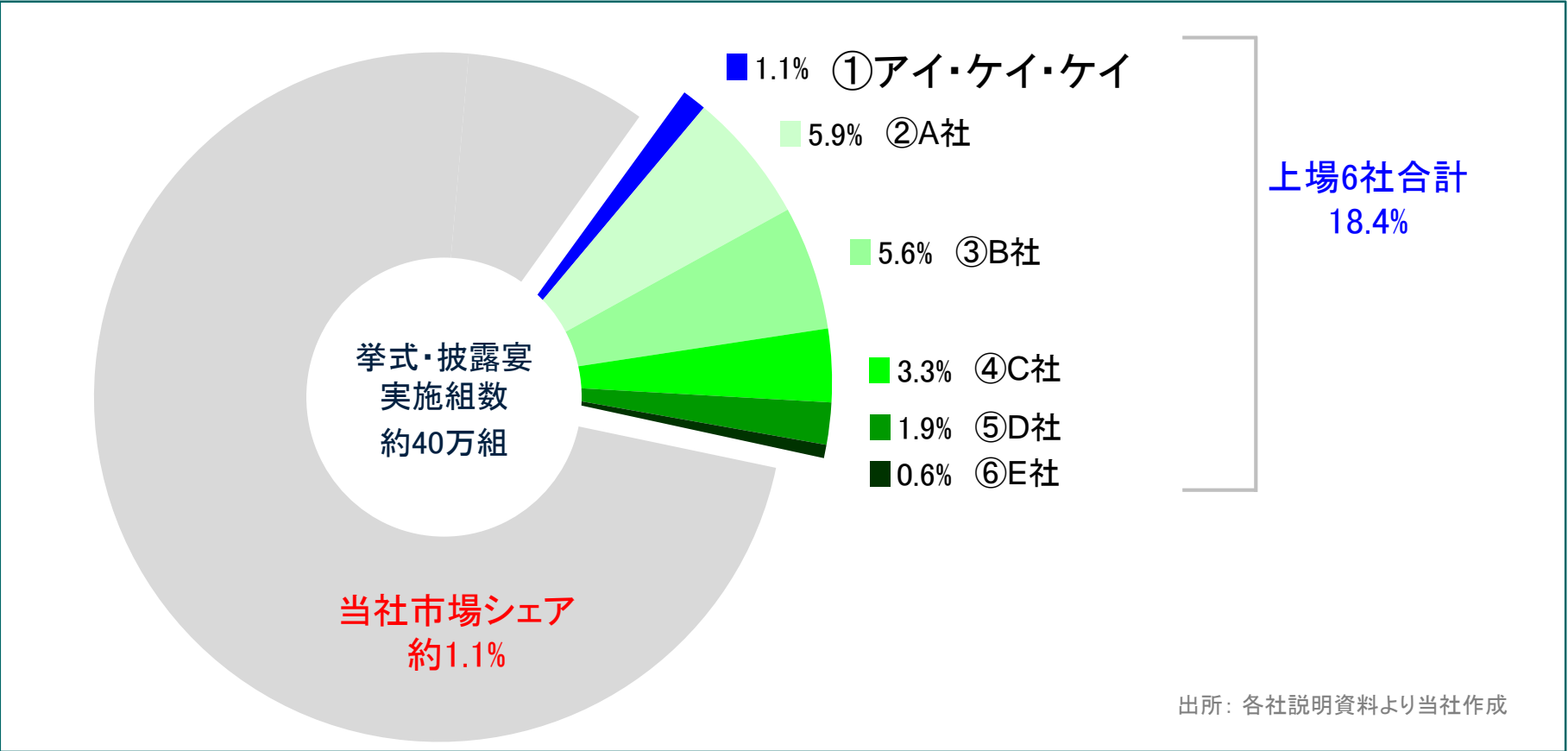
- その他（レストラン他）
- ホテル
- 一般式場・ゲストハウスウェディング



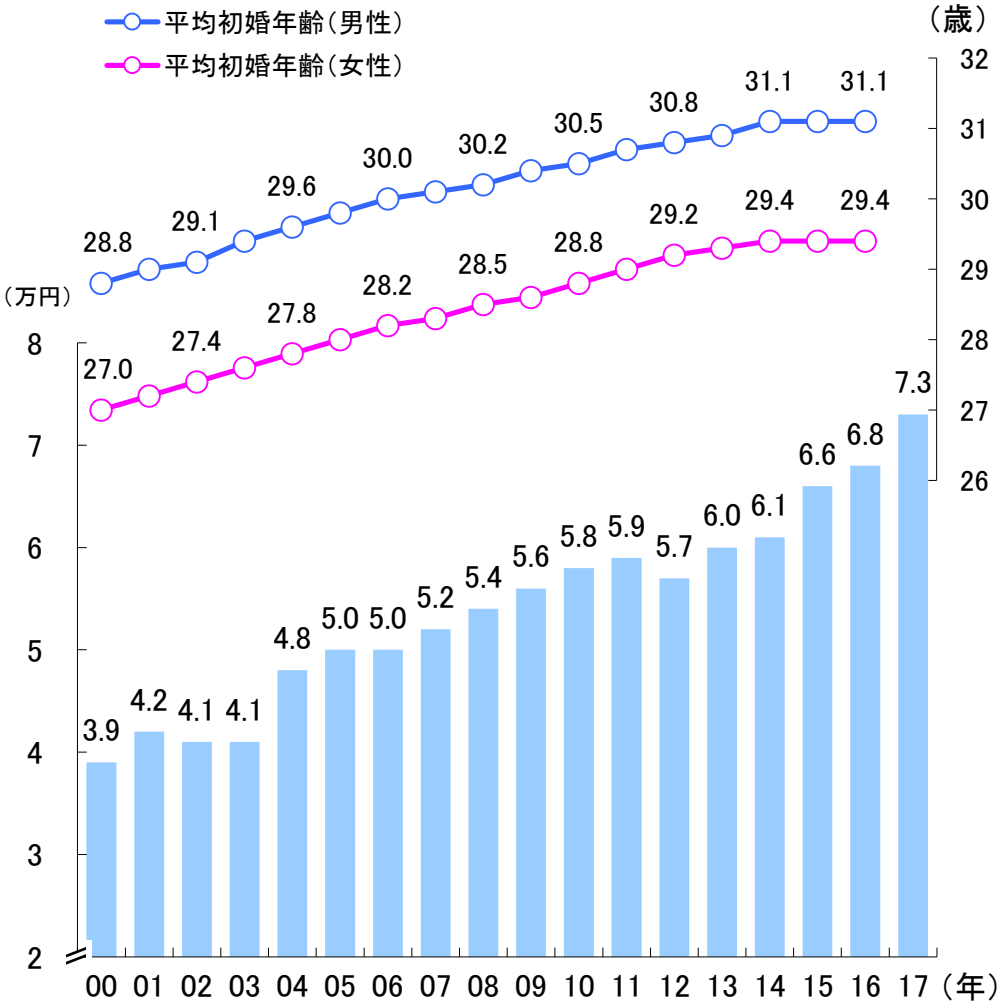
出所：ゼクシィ「結婚トレンド調査2017(推計値)」披露宴・披露パーティの実施会場

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



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1.9倍に増加)

出所: ゼクシィ「結婚トレンド調査2017」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28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リスク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IRI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/>

