



決算説明資料

2022年3月期 通期

株式会社エスクリ



2022年3月期 通期の業績

通期に亘って緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置の影響を受けたものの
当期純損益は前期に比べ58.9億円改善、黒字で着地

| | |
|-------|---------------------------------|
| 売上高 | 222.4億円（前期比171.9%、対前期+93.0億円） |
| 経常損益 | △4.5億円（前期は66.8億円の損失、対前期+62.2億円） |
| 当期純損益 | 4.7億円（前期は54.1億円の損失、対前期+58.9億円） |

2023年3月期 通期の業績予想

引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響を受けると予測されるが

2023年3月期は売上257.4億円、経常利益5億円、当期純利益3億円を見込む

受注残件数の状況

2022年3月末時点の受注残件数は4,169件（2021年3月末比77.2%）

1. 2022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・ワクチン接種数 | ……17 |
| 受注数・単価の推移 | ……18 |
| 2023年3月期 連結業績予想 | ……19 |
| 配当予想 | ……20 |

3. 2022年3月期の取り組み

| | |
|------------------------|------|
| 東証市場再編にてプライム市場を選択 | ……22 |
| プライム市場上場維持基準適合に向けた取り組み | ……23 |
| エスクリ×SBIオリジナルブライダル保険 | ……24 |
| 新たなコラボレーションウエディング | ……24 |
| ESG関連 新たに環境への取り組みを開始 | ……25 |
| 「準なでしこ銘柄」「健康経営優良法人」 | ……26 |
| 「アニクリオンラインストア」リニューアル | ……27 |
| 新型コロナウイルス関連施策 | ……28 |

4. 補足資料

| | |
|---------|------|
| 会社概要 | ……31 |
| 市場動向 | ……36 |
| エスクリの特徴 | ……41 |
| 建築不動産事業 | ……53 |
| ESG関連 | ……56 |

1. 2022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 | 2021/3期 実績 | 2022/3期 実績 | 前期比 増減率 | 2022/3期 計画 | 計画比 増減率 |
|--------|---------------|---------------|------------|---------------|------------|
| 売上高 | 12,941 | 22,242 | 71.9% | 22,406 | -0.7% |
| 売上原価 | 7,709 | 10,594 | 37.4% | 10,541 | 0.5% |
| (原価率) | 59.6% | 47.6% | - | 47.0% | - |
| 売上総利益 | 5,231 | 11,647 | 122.6% | 11,865 | -1.8% |
| 販売管理費 | 11,632 | 13,023 | 12.0% | 13,039 | -0.1% |
| 営業利益 | △ 6,401 | △ 1,376 | - | △ 1,174 | - |
| 経常利益 | △ 6,684 | △ 458 | - | △ 1,006 | - |
| 当期純利益 | △ 5,416 | 477 | - | 100 | 377.0% |

売上

施設を臨時休業した前期と比較して施行件数が増加したことにより増収

コロナ前（20/3期）比較で70%まで回復

損益

営業損失 **13.7億**

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

雇用調整助成金（営業外収益） **3.5億**

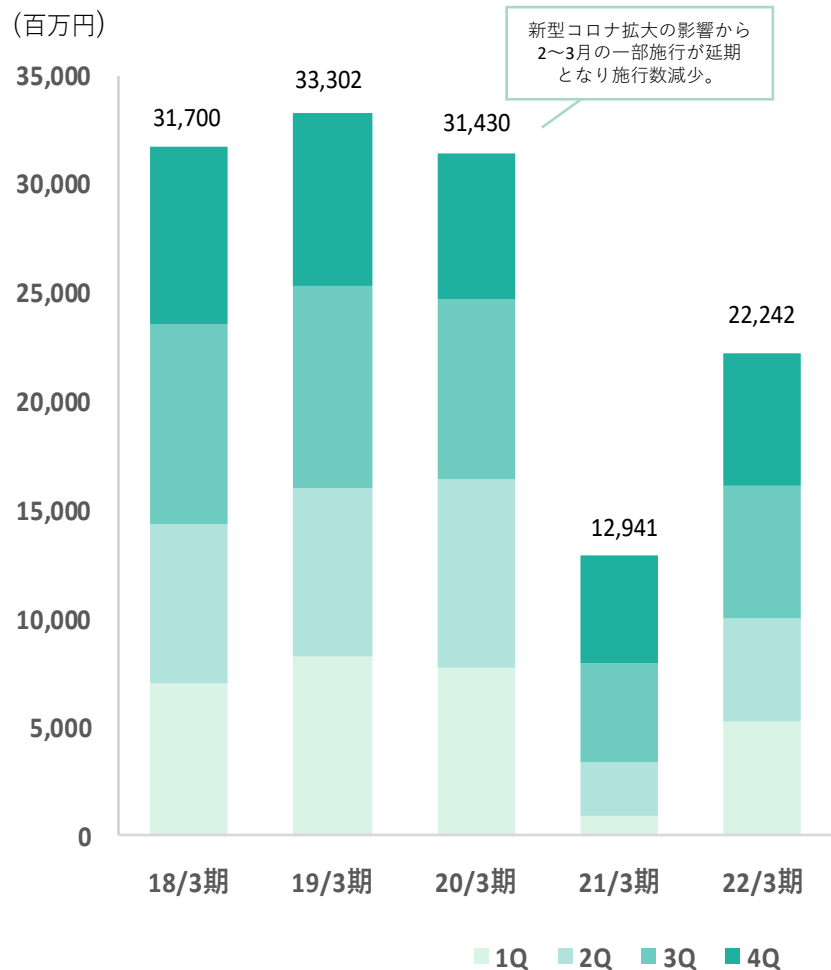
助成金収入（営業外収益） **7.0億**

営業時間短縮に係る感染拡大防止協力金等

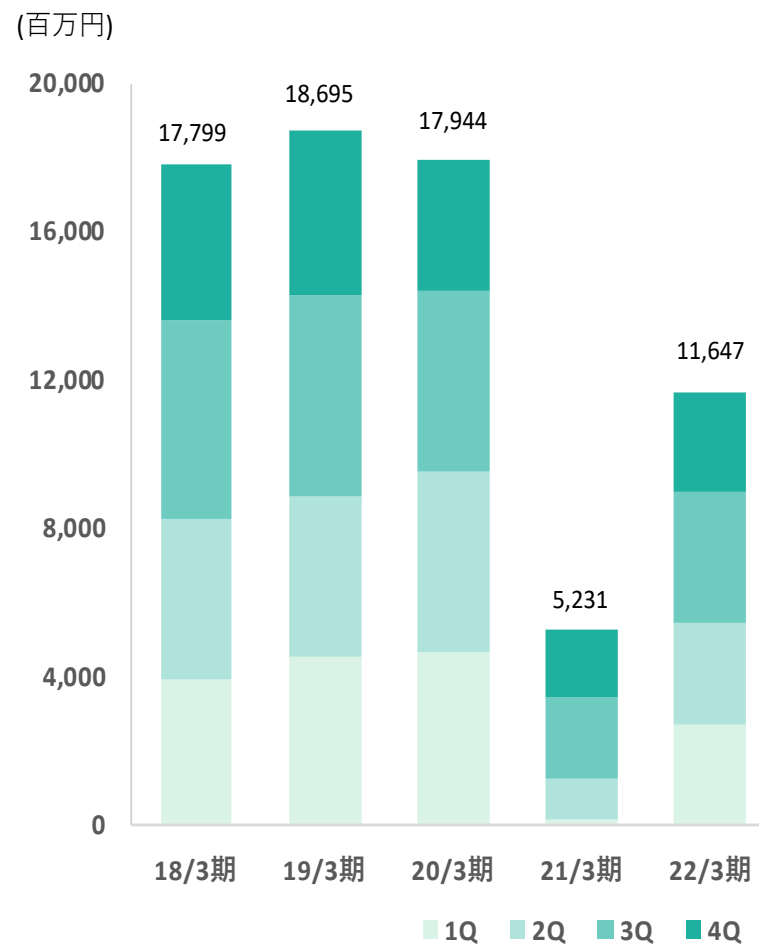
法人税等調整額 **9.2億**

EMP合併による再評価の影響有

連結売上高の推移（四半期毎）



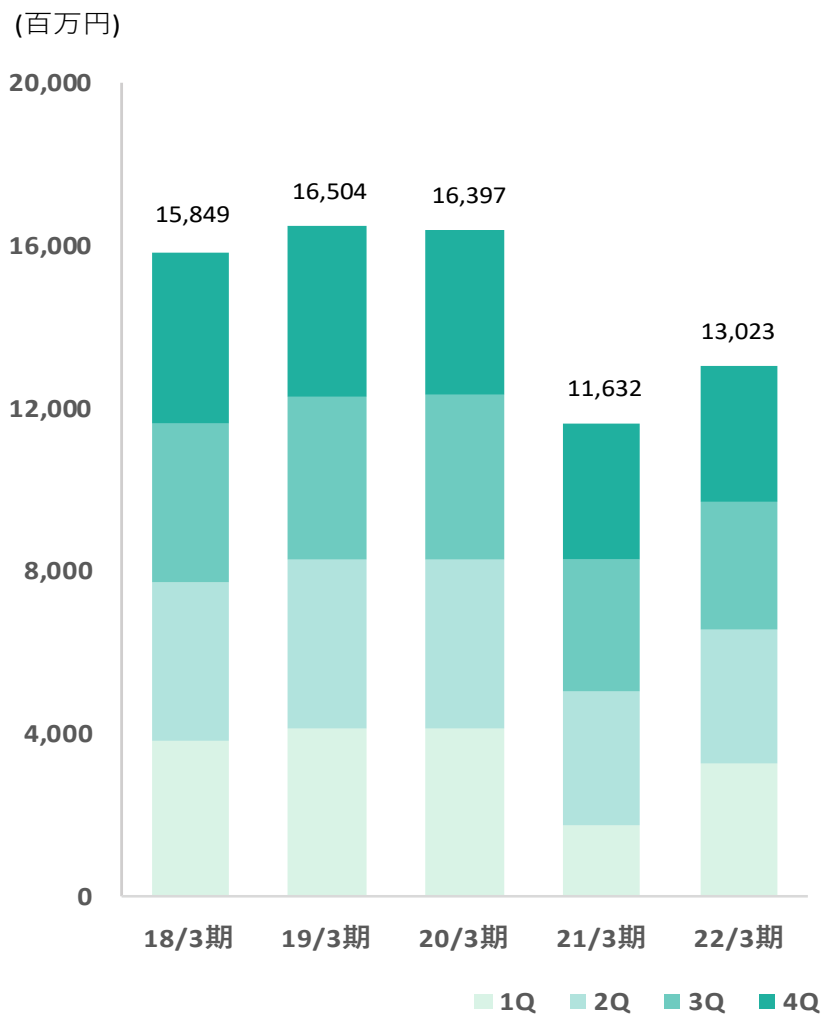
売上総利益の推移（四半期毎）



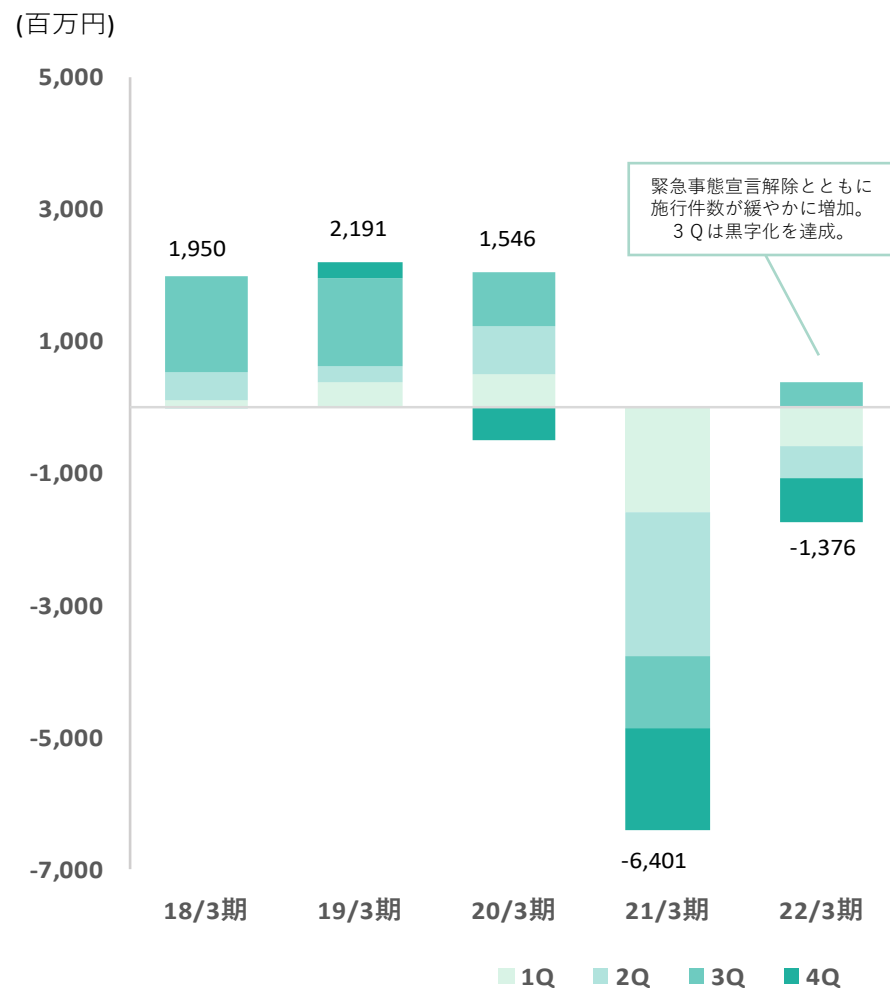
連結業績推移



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



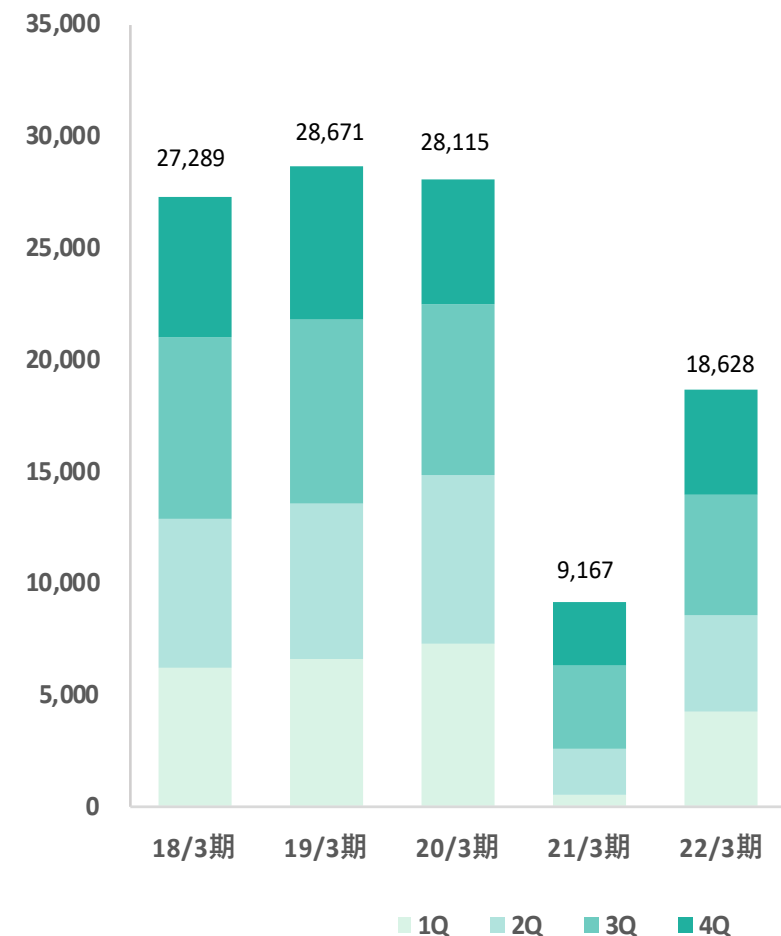
| 単位：百万円 | 2021/3期 実績 | 2022/3期 実績 | 前期比 増減額 | 前期比 増減率 |
|--------|---------------|---------------|------------|------------|
| 売上高 | 12,941 | 22,242 | 9,300 | 71.9% |
| ブライダル | 9,167 | 18,628 | 9,461 | 103.2% |
| 建築不動産 | 3,774 | 3,613 | △160 | △4.3% |
| 営業利益 | △6,401 | △1,376 | 5,025 | — |
| ブライダル | △5,650 | △178 | 5,471 | — |
| 建築不動産 | 38 | △285 | △324 | — |
| 調整額 | △789 | △911 | △121 | — |

※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

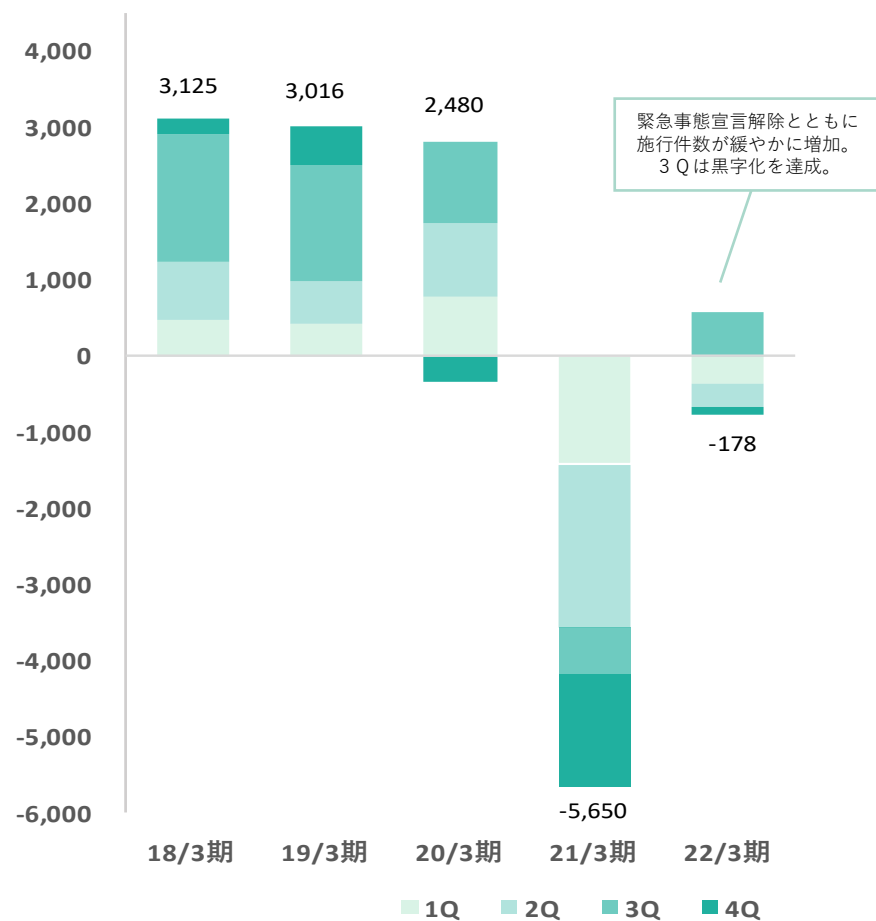
セグメント売上高推移（四半期毎）

(百万円)



セグメント利益推移（四半期毎）

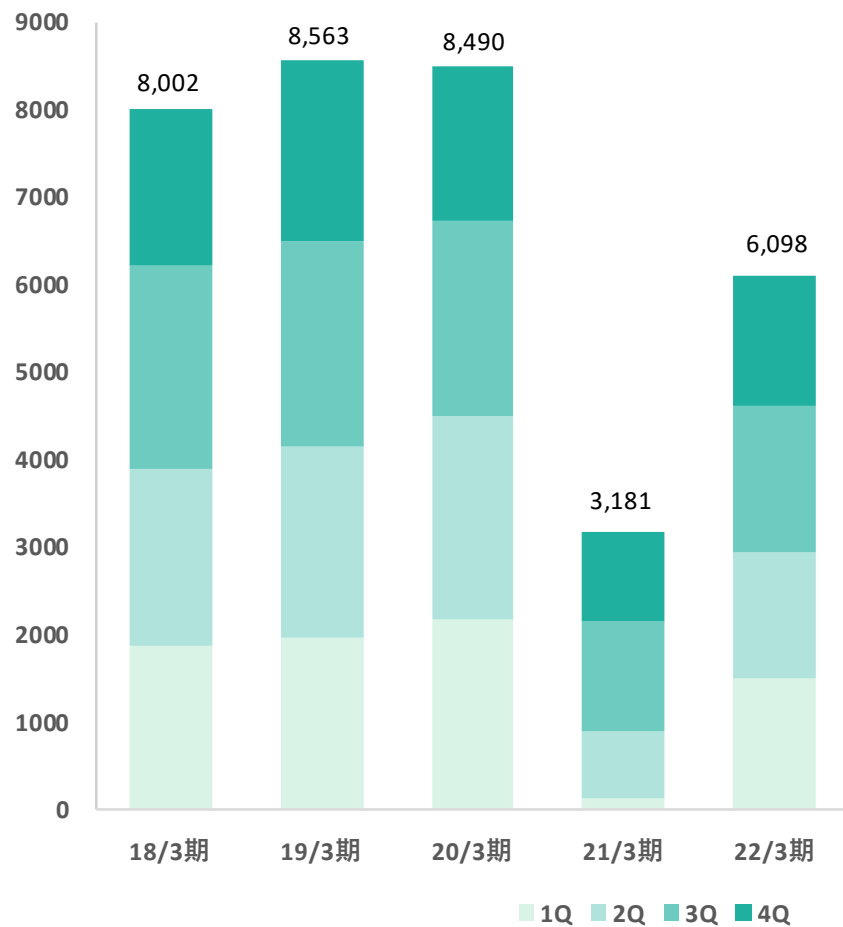
(百万円)



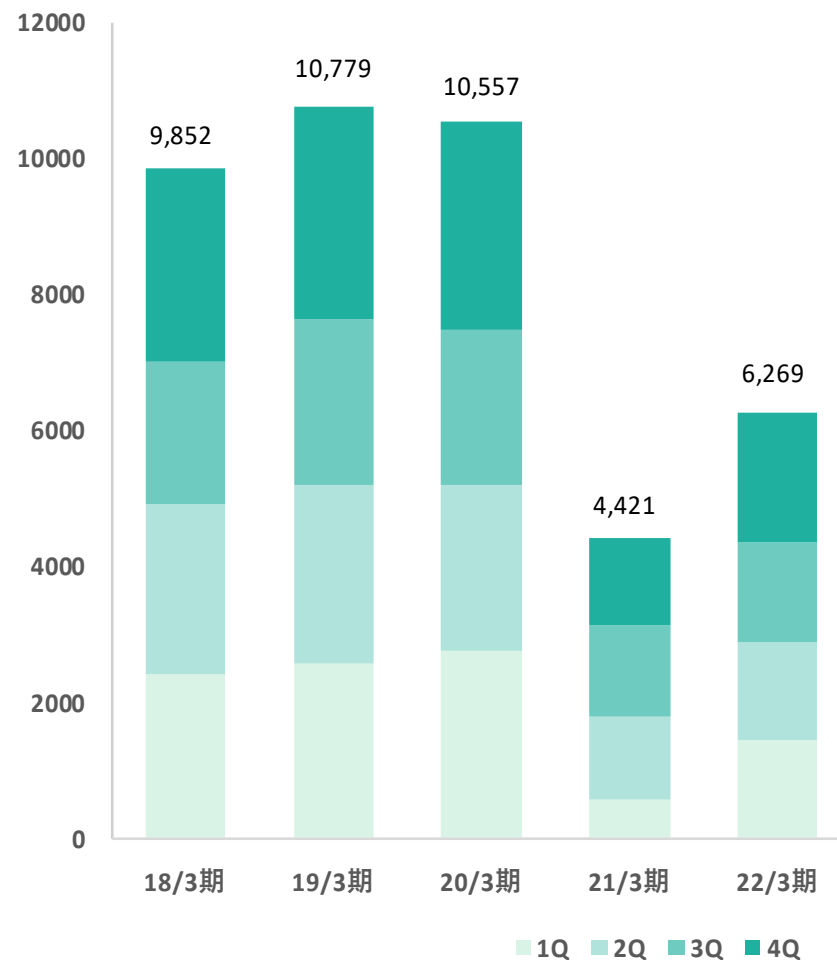
ブライダル関連事業の状況



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 | 2021/3期 期末 | 2022/3期 期末 | 増減 |
|-------------|---------------|---------------|---------|
| 資産合計 | 26,142 | 24,584 | △ 1,558 |
| 流動資産 | 9,316 | 8,247 | △ 1,069 |
| （現金及び預金） | 6,723 | 6,124 | △ 598 |
| 固定資産 | 16,826 | 16,337 | △ 489 |
| （繰延税金資産） | 3,673 | 4,593 | 920 |
| 負債合計 | 20,577 | 18,655 | △ 1,921 |
| 流動負債 | 12,054 | 11,788 | △ 266 |
| （借入金） | 5,182 | 6,446 | 1,263 |
| 固定負債 | 8,522 | 6,867 | △ 1,655 |
| （借入金及び社債） | 5,389 | 3,924 | △ 1,465 |
| 純資産合計 | 5,565 | 5,928 | 363 |
| 1株当たり純資産(円) | 189.69 | 208.32 | 18.63 |
| 自己資本比率 | 21.3% | 24.1% | - |

資産

| | |
|----------------------|------|
| 現金及び預金の減少 | 5.9億 |
| 建物及び構築物(純額)の減少 | 8.4億 |
| 工具、器具及び 備品(純額)の減少 | 1.9億 |
| 土地の減少 | 2.7億 |
| 繰延税金資産の増加 | 9.2億 |

負債

| | |
|--------------------|-------|
| 短期借入金の増加 | 12.6億 |
| 長期借入金の減少 | 14.6億 |
| 前受金の減少 (契約負債含む) | 12.5億 |

純資産

| | |
|----------|------|
| 当期純利益の計上 | 4.7億 |
| 剰余金の配当支払 | 1.1億 |

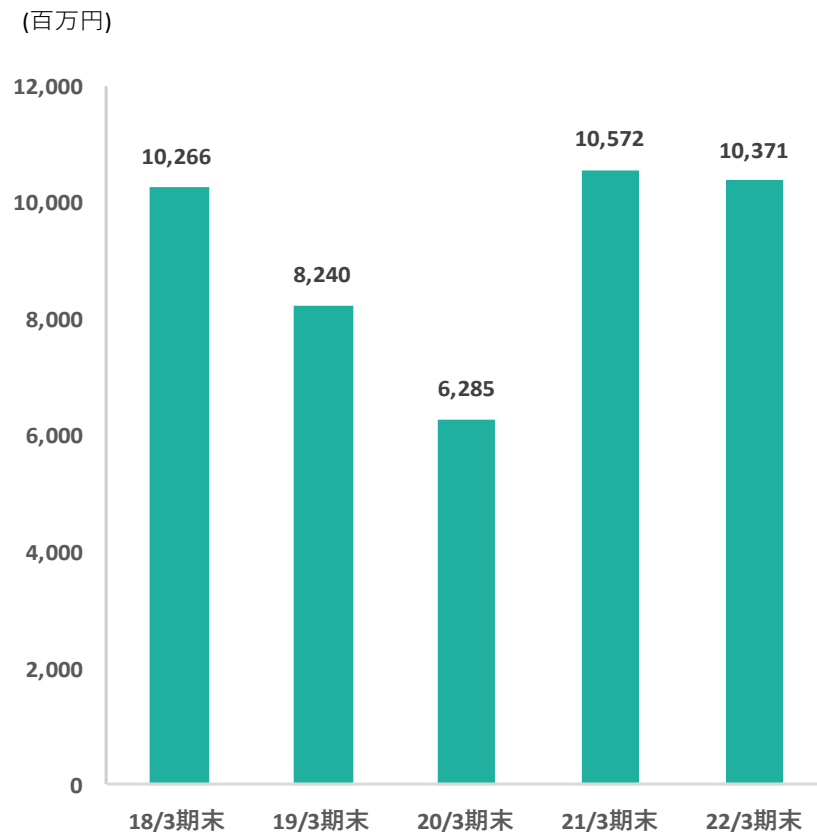
財務状況の推移



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 | 2021/3期 | 2022/3期 | 増減 |
|----------------------|---------|---------|---------|
| 営業活動による キャッシュ・フロー | △ 4,493 | △ 247 | 4,246 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | △ 400 | 132 | 532 |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | 7,487 | △ 486 | △ 7,973 |
| 現金及び現金同等物 の増加額 | 2,593 | △ 598 | △ 3,191 |
| 現金及び現金同等物 の期首残高 | 3,934 | 6,527 | 2,593 |
| 現金及び現金同等物 の期末残高 | 6,527 | 5,929 | △ 598 |

営業活動

| | |
|---------------------|--------|
| 税引前当期純利益 | △4.1億 |
| 減価償却費 | 13.1億 |
| 前受金の増減額 (契約負債含む) | △12.5億 |

投資活動

| | |
|-----------|-------|
| 有形固定資産の取得 | △2.2億 |
| 敷金返還による収入 | 0.3億 |
| 土地の売却 | 3.0億 |

財務活動

| | |
|---------|--------|
| 短期借入の実行 | 18.9億 |
| 長期借入の返済 | △20.3億 |

新型コロナウイルス対応（決算面）



資金調達状況

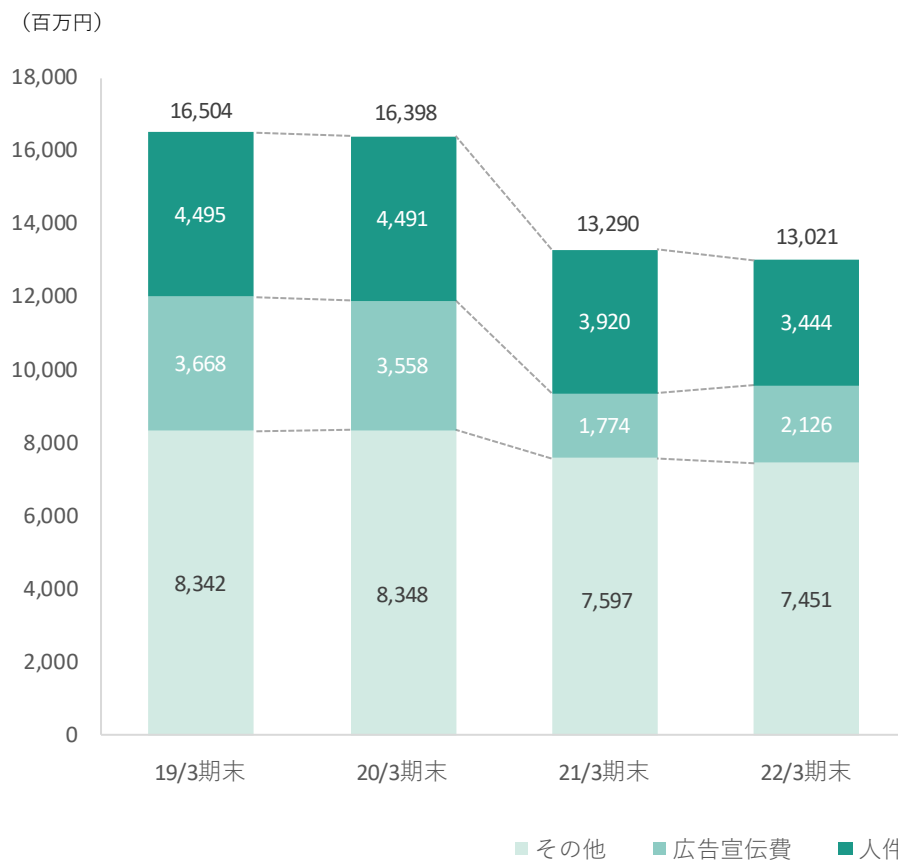
| | | | | |
|----|--|--------------|---|---------------------------|
| 前期 | 金融機関からの借入（短期分&長期分） | 54億円 | ▶ | 当面の運転資金を確保 |
| | コミットメントライン契約締結 | 極度金額 60億円 | ▶ | 運転資金、対外的な信用力確保 |
| | SBIホールディングスとの資本業務提携 第三者割当による新株式発行 | 6億円 | ▶ | 自己資本の毀損に対応 |
| | 三井住友ファイナンス&リースに対する 第三者割当増資による優先株式発行 | 30億円 | ▶ | 更なる自己資本の増強、 財務基盤の強化 |
| 当期 | 2021年4月～5月 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 |
| | 2021年6月 コミットメントライン契約締結（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61億円と、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%強の費用削減。
- ・ コストコントロールを徹底継続。



人件費

- ・ 残業抑制、休業

※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

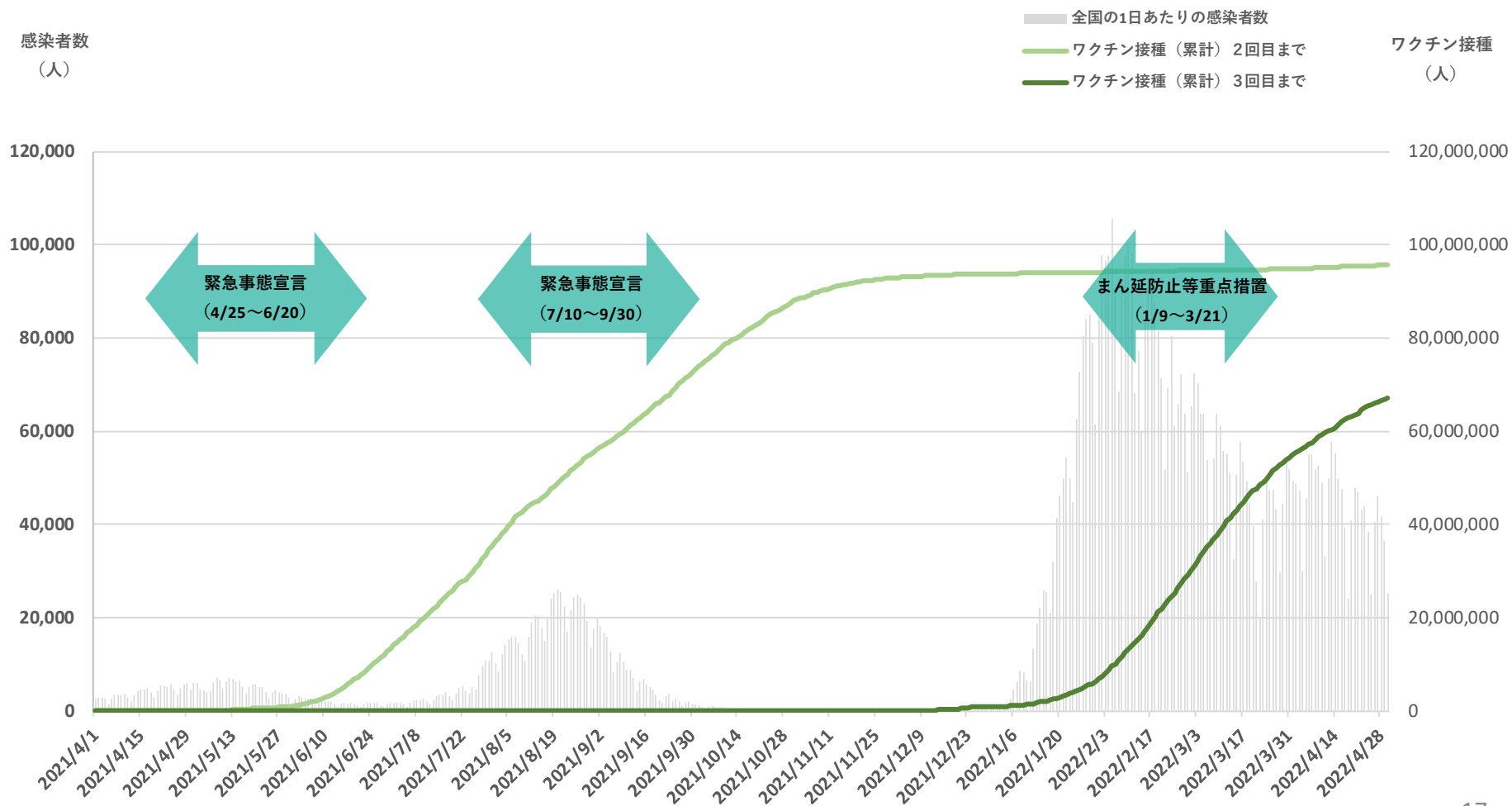
- ・ 家賃の減額交渉
- ・ 本社オフィス縮小
- ・ 減資に伴う外形標準課税負担減少

※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・ワクチン接種数

- ・ 2021年12月末から感染力の強いオミクロン株への置き換わり等により再度感染者数が増加。（第6波）
- ・ 3回目のワクチン接種が進み、感染者数は緩やかに減少。



受注数・単価の推移



- ・ 23/3期計画は、引き続きコロナウイルス感染症の影響を受ける前提で作成。
- ・ 20/3期平均と比較して、23/3期下期では、受注数は90%弱、単価は90%強まで回復の見込み。

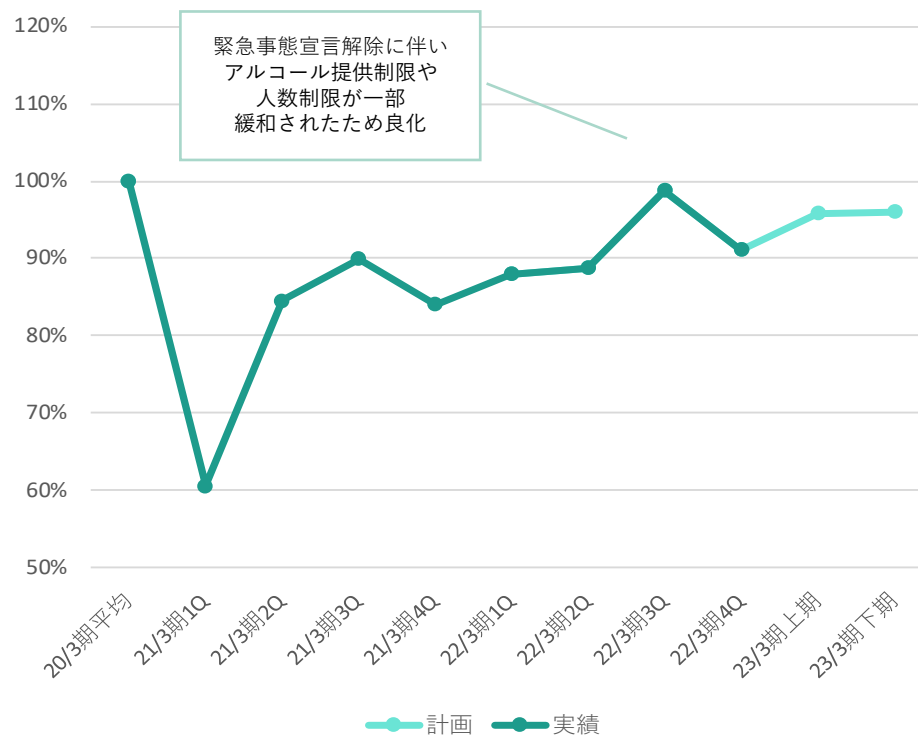
受注数推移 ※

(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

2023年3月期 連結業績予想



- ・新型コロナウイルス感染症による影響は引き続き受けるものと仮定。
- ・21/3期に実施したコスト削減（P.15参照）を同水準で維持しつつ、受注数回復による施行件数増加や単価の回復により、営業利益は対前年18億円の増加を見込む。

| 単位：百万円 | 2022/3期 実績 | 2023/3期 計画 | 前期比 増減率 |
|--------|---------------|---------------|------------|
| 売上高 | 22,242 | 25,741 | 15.7% |
| 売上原価 | 10,594 | 11,614 | 9.6% |
| (原価率) | 47.6% | 45.1% | △5.3% |
| 売上総利益 | 11,647 | 14,126 | 21.3% |
| 販売管理費 | 13,023 | 13,626 | 4.6% |
| 営業利益 | △ 1,376 | 500 | — |
| 経常利益 | △ 458 | 500 | — |
| 当期純利益 | 477 | 300 | △37.1% |

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

2023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 | — |

3. 2022年3月期の取り組み

東証市場再編にてプライム市場を選択申請

- ・流通時価総額については基準を充たしていないが、2027年3月期を達成期限とし各種取組を実施。
- ・詳細は2021年12月21日付で開示した「[新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書](#)」参照。

【プライム市場】新市場区分の上場維持基準への適合状況（2021年6月30日時点）

| 区分 | 当社の適合状況 | 移行基準日時点の状況 | (参考) プライム市場維持基準 |
|----------|---------|---------------|--------------------|
| 株主数 | ○ | 7,028人 | 800人以上 |
| 流通株式数 | ○ | 73,113単位 | 20,000単位以上 |
| 流通株式時価総額 | × | <u>32.2億円</u> | 100億円以上 |
| 流通株式比率 | ○ | 53.0% | 35.0%以上 |
| 1日平均売買代金 | ○ | 0.8億円 | 0.2億円以上 |

プライム市場上場維持基準適合に向けた取り組み

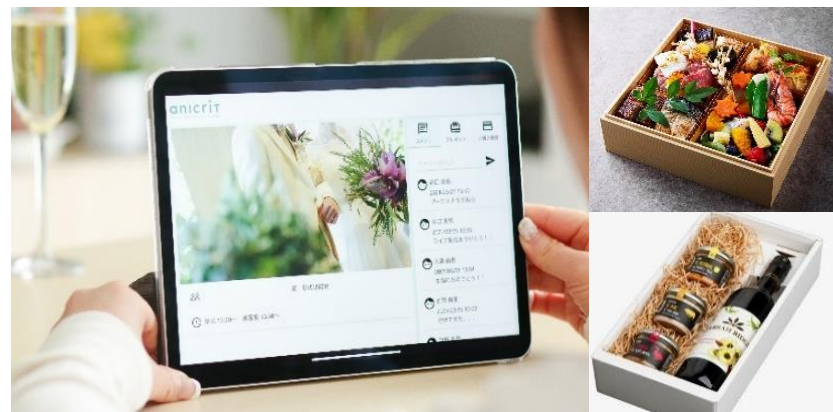
◆スクラップ&ビルド

現状の収益力と今後の収益見通し・賃貸借契約更新タイミング等を鑑みて退店のジャッジを行う方針へ転換。
新型コロナウイルス感染症の影響もあり、全社の損益を早期に回復させることが目的。
売上額はマイナスとなるが、損益が改善する点をプラス要因と判断し地方都市3施設の撤退を決断。
業績予想には既に織り込み済みであり、及ぼす影響は軽微。

◆ウェディング・テック (“Wedding × Technology”)

ウィズコロナからアフターコロナの時代に新しい価値を提供すべく、リアル×オンラインがつながる新しい結婚式のかたちを創出。

- ・ アニクリLive-Share Anniversary-
挙式・披露宴のライブ配信ツール
- ・ アニクリWEBご祝儀
キャッシュレスでご祝儀の受け渡しができるWEB決済システム
- ・ おもてなしアイテム
ライブ配信参加者へも婚礼会席重やワインなど
アイテムをセレクトしお届け可能



2022年3月期の取り組み

エスクリ×SBIオリジナルブライダル保険『All for Thank you』

「結婚式をあきらめて欲しくない」という想いから誕生

SBIリスタ少額短期保険株式会社と共同で、結婚式を安心して迎えられるオリジナルのブライダル保険『All for Thank you』を開発。結婚式を決めてから結婚式までは約半年～2年。リアルな声を聞いて生まれた、結婚式のプロが考え抜いたオリジナルのブライダル保険。



今期も新たなコラボレーションウェディングを開始

◆ワンピースブライダルフェア (2021年5月 ご案内開始)



2022年3月期の取り組み

ESG関連 新たに環境への取り組みを開始



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しています



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しています



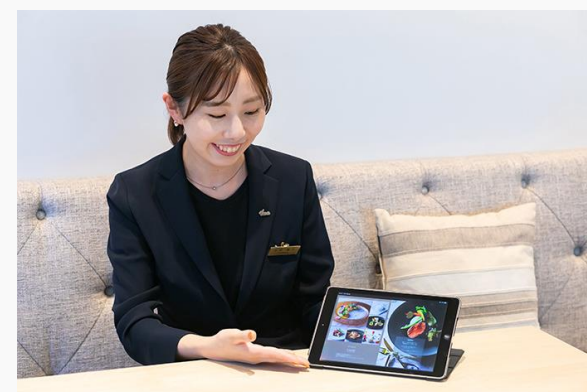
披露宴のお料理の食材は地産地消を推進していきます



環境にやさしいサステナブルな引出物商品をオリジナルで開発し導入しています



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ています



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に取り組んでいます

女性活躍推進「準なでしこ銘柄」に2年連続で選定

女性活躍推進施策（経営戦略への組み込み、環境やルールの整備、管理職の意識改革等）が評価され、「なでしこ銘柄」に準ずる企業として、昨年につづき「準なでしこ」に選定。



健康促進活動「健康経営優良法人（大規模法人部門）」3年連続で認定

従業員の健康管理や疾病予防・メンタルヘルスに関わる取り組み、継続的な運動を促す取り組みなど、健康経営の推進に関する取り組みが認められ、3年連続で「健康経営優良法人」に認定。



2022年3月期の取り組み

「アニクリ オンラインストア」のサイトリニューアル

～取り扱い商品拡大によるユーザビリティの向上～

結婚式準備から内祝い、ギフト専用ECサイトとして自社開発したオンラインストアが全面リニューアル。

取り扱い商品の拡充や新たな決済方法の導入など、ユーザビリティ向上に繋がる施策を実施。

2020年からは株主優待の一部として「アニクリ オンラインストア」で使用可能なクーポンの配布を開始。



<新商品の例>

◆2022年3月上旬～

「エシカルギフト」商品 販売スタート



※エシカルギフト…人や地球環境、社会、地域に配慮したギフト商品

◆2022年4月5日～

2022年 母の日フラワーギフト 販売スタート



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

「新型コロナウイルス感染拡大防止ガイドライン（結婚式場業）」を踏まえ
お客様と従業員の安全・安心を第一に考え「[ESCRIT NEW STANDARD](#)」を設定し取組実施

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、マスクの着用、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



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

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 | 〒105-0003 東京都港区西新橋2-14-1 興和西新橋ビルB棟 |
| 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） |
| 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32施設を運営

■福井県

グランシャリオ／シャルム・ド・ナチュラル
セントミッシェル／アヴェール・ブランシェ

■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

■大分県

ラフィネ・マリアージュ迎賓館

■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

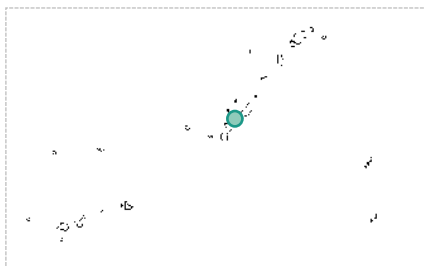
■神奈川県

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 Thankyou”

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。

4. 補足資料

市場動向

2020年 婚姻組数

約52万組

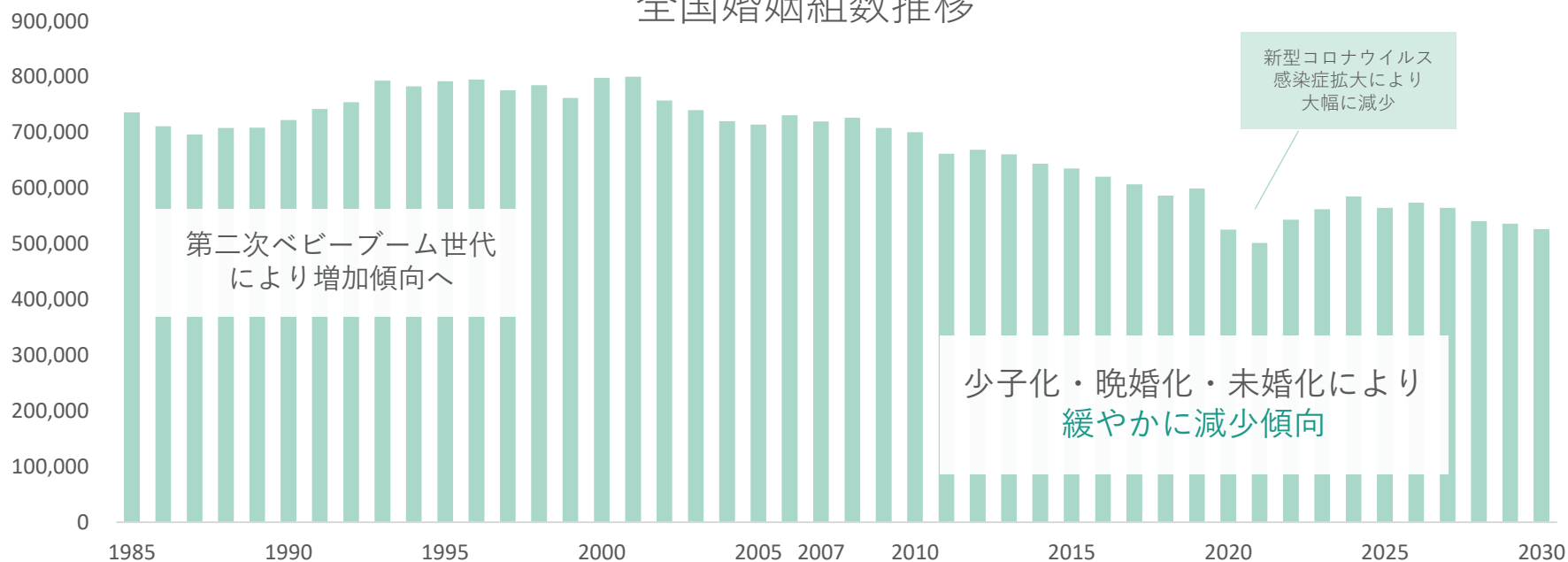
※コロナ影響により昨年比7.3万組減

2020年 婚姻率

4.3%

※コロナ影響により昨年比0.5%減

全国婚姻組数推移



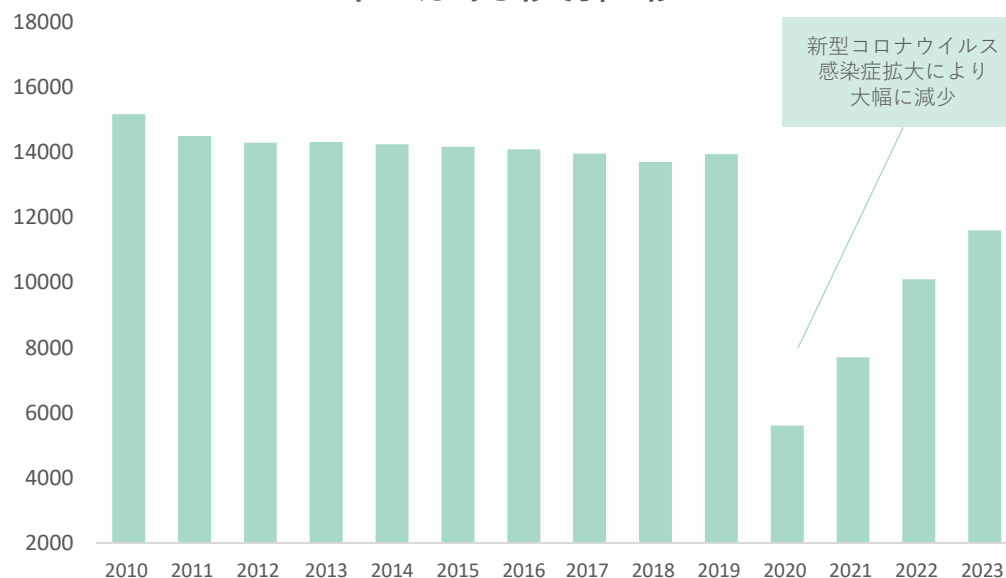
挙式・披露宴市場規模

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

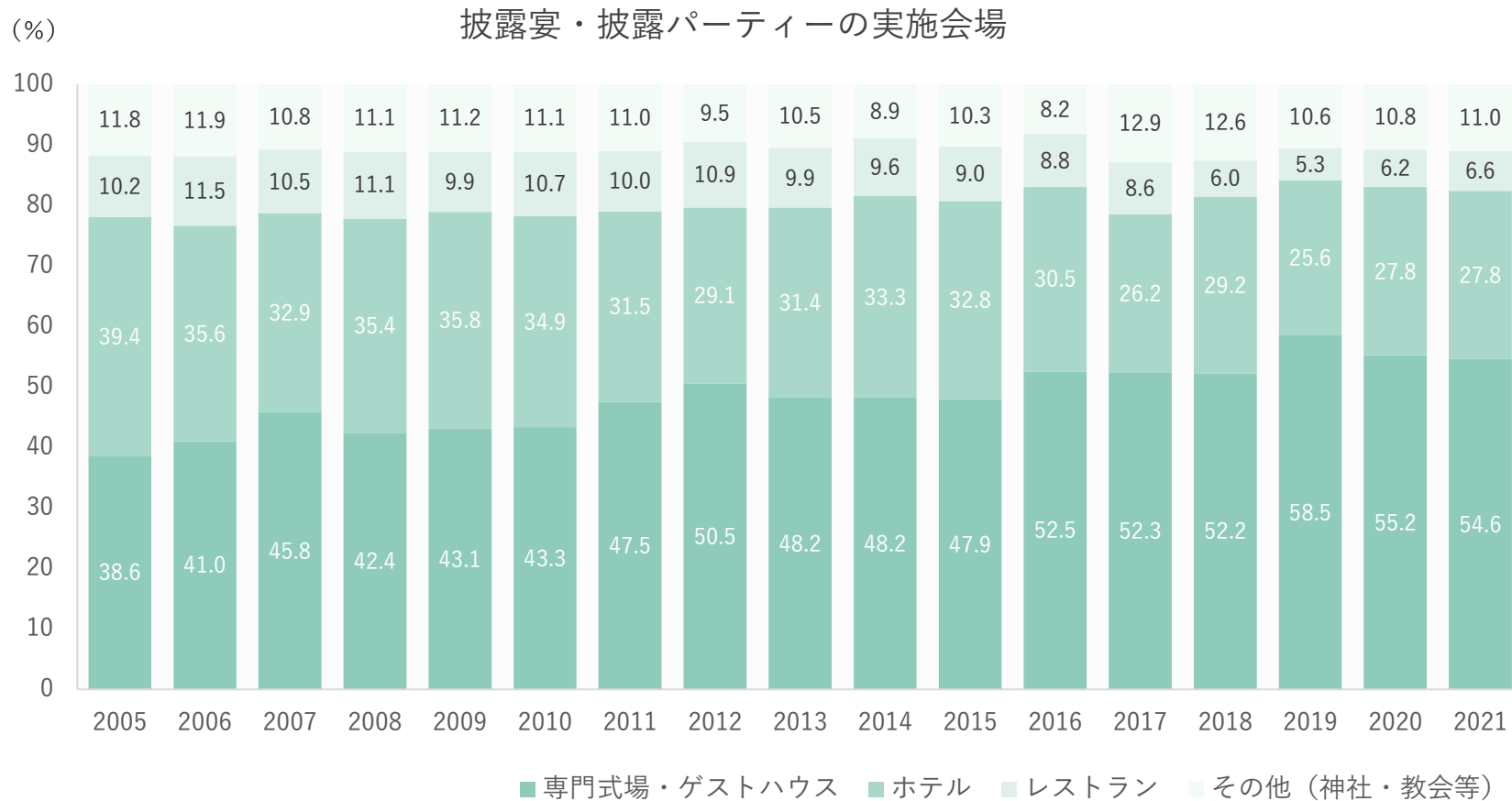
一時的に市場規模が縮小したものの、1兆円強の市場規模へ回復していく見通し

出典：ブライダル産業年鑑2022（矢野経済研究所）

市場動向 タイプ別シェア推移



ホテル婚シェアが徐々に減少
 専門式場・ゲストハウスが右肩上がりに



市場動向 ブライダル業界の市場シェア

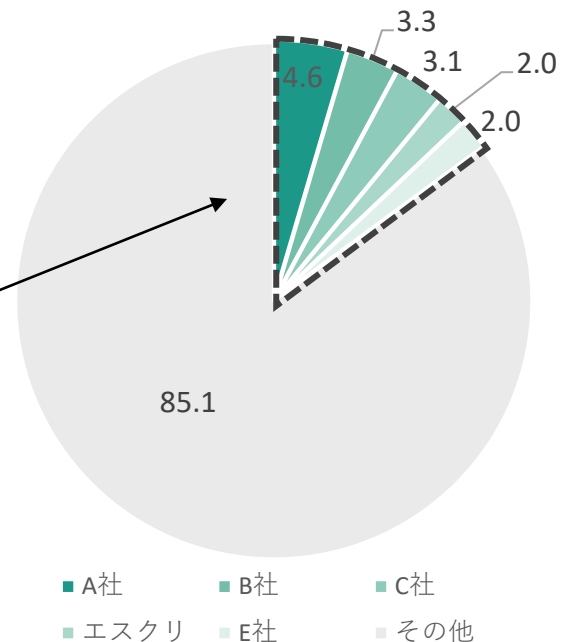


ブライダル業界売上高
上位5社が市場に占める割合

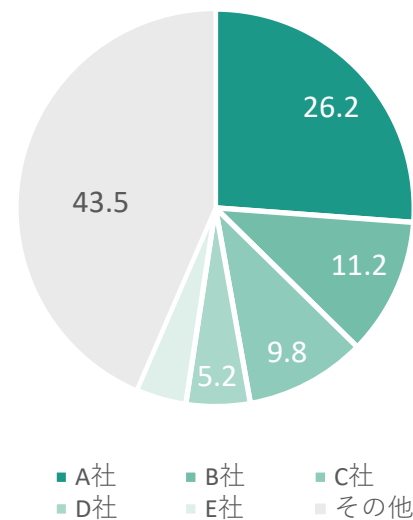
14.9%

※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

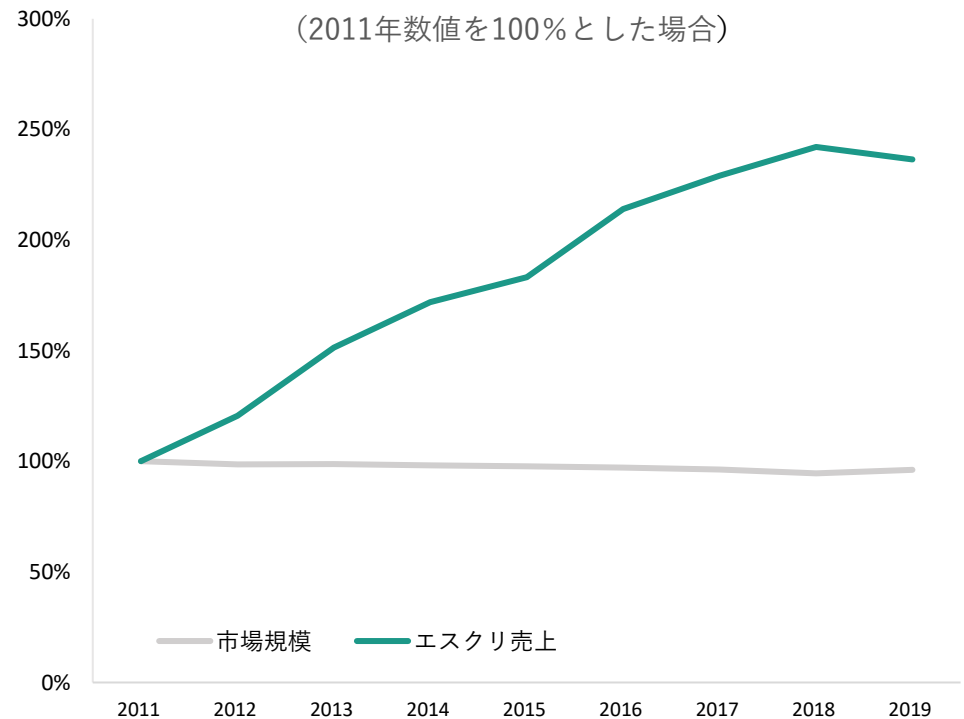
×

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：2021年版ブライダル産業年鑑、ブライダル産業年鑑2018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

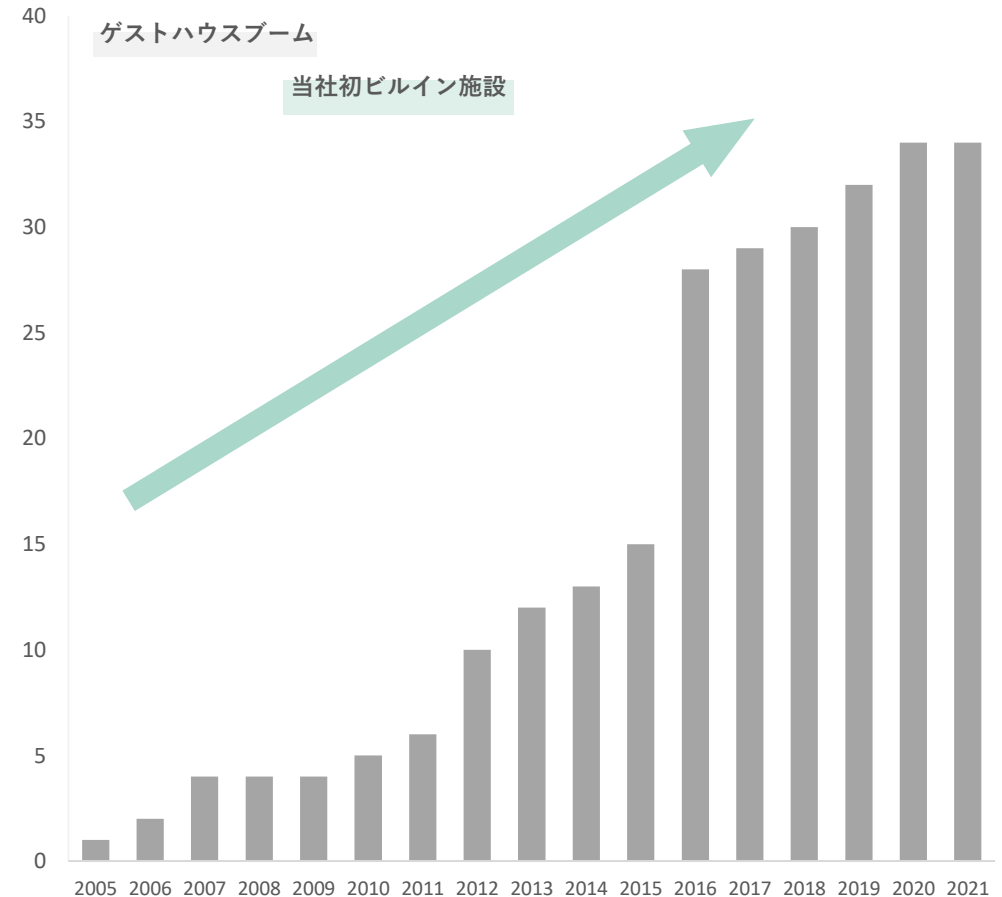


2. ビルイン施設

大都市への出店が可能



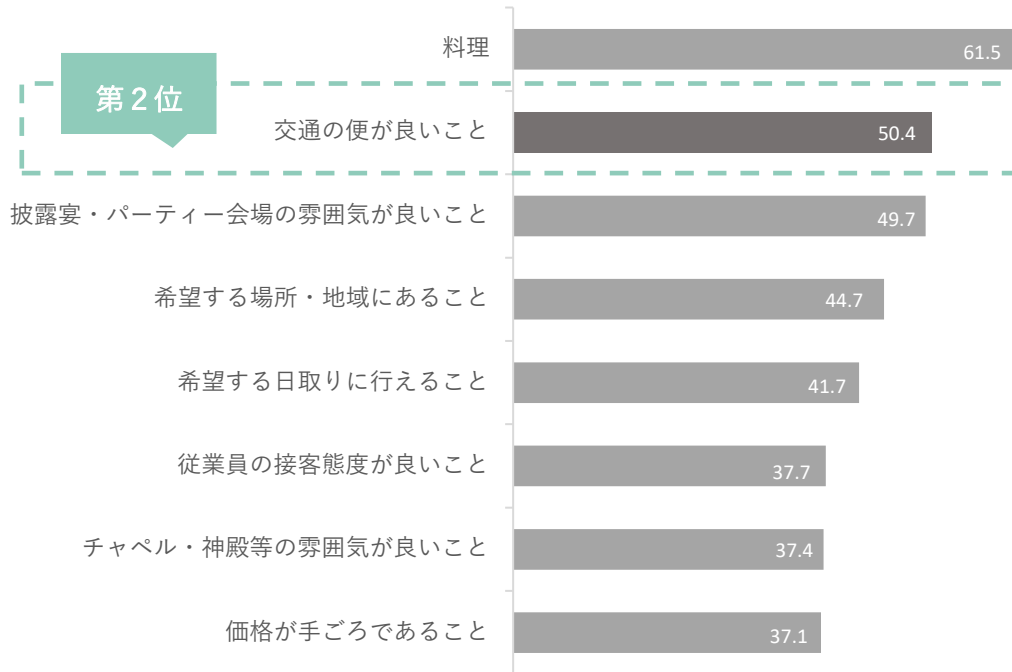
当社施設数推移



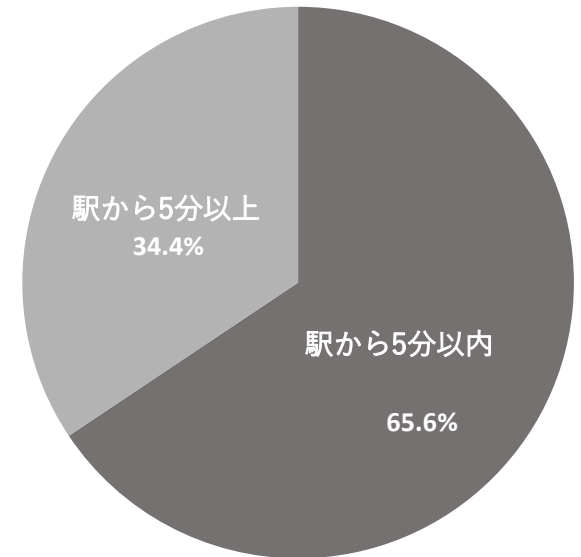
出店1. 都市型出店

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32施設)



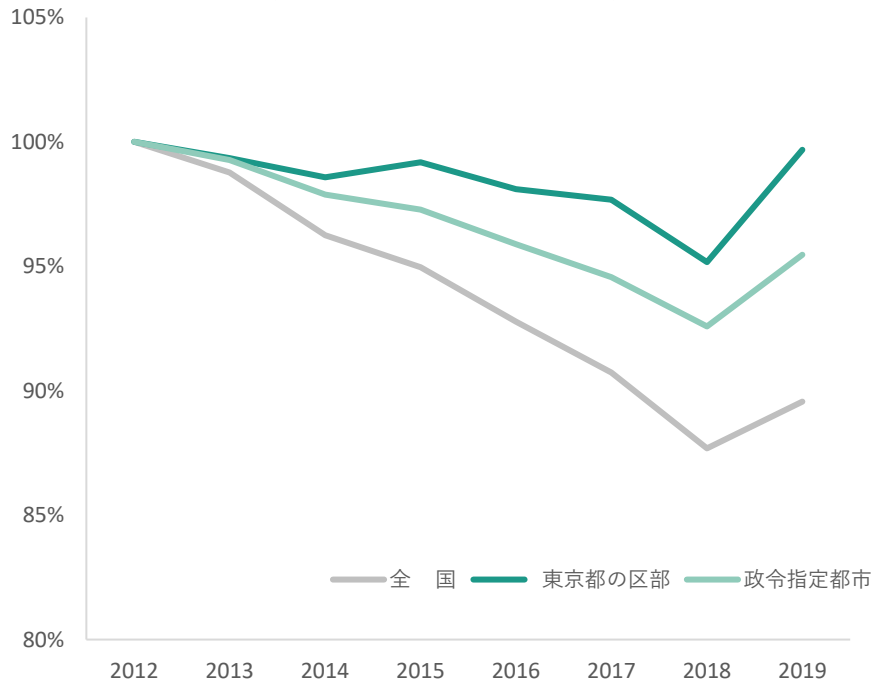
出典：ゼクシィ結婚トレンド調査2020

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

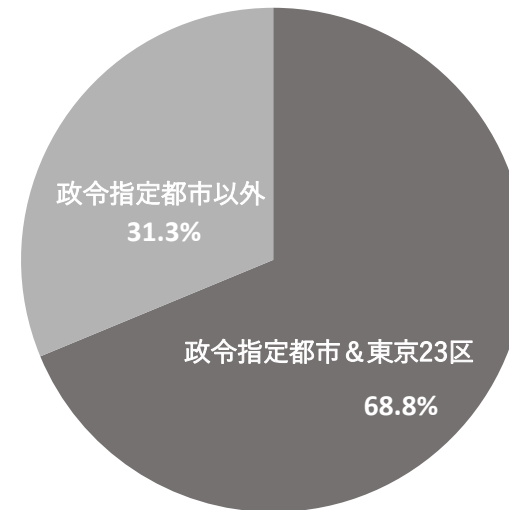
都市部への出店により 市場規模縮小リスクに対応

婚姻件数 増減率比較
(2012年を100%とする場合)



出典：厚生労働省「人口動態総覧」

当社出店エリア
(当社国内32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 | 10 |

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

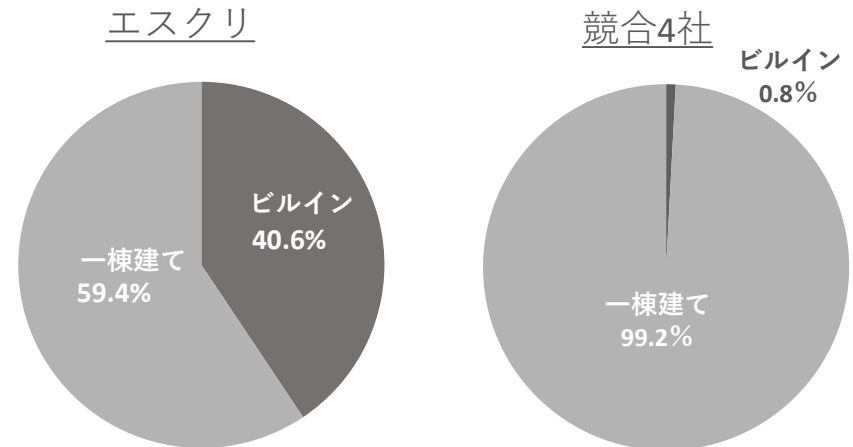
出店2. ビルイン施設

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割がビルイン
 大手競合4社の119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

資本業務提携

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

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



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



マイレージクラブ提携

ANAマイレージクラブとの提携

結婚式総額に応じてANAマイルもしくはANA SKY コインを贈呈

JALマイレージクラブとの提携

結婚式総額に応じてJALマイルを贈呈



異業種コラボによるWithコロナ施策

17MediaJapanとの提携

結婚式Live配信サービスを共同で開始



17 Media Japan

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 |
| | 17 Media Japan | 結婚式Live配信 |
| | ティーケーピー | CIRQリリース |
| 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 |

※上記は当社アライアンス実績の一部を抜粋したものです

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



©2019 Pokémon, ©1995-2019 Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK Inc.

リラックマブライダルフェア



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

<今期より新たに提携>

ワンピースブライダルフェア (2021年5月 ご案内開始)



©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



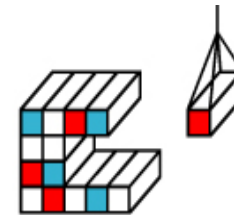
世界各地の建材・古材販売



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®



4. 補足資料

ESG 関連

女性活躍推進

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

2019年

女性従業員の育児と仕事の両立支援のため
日・祝限定の託児所“Mori Kids” 開設

2020～2021年

女性活躍推進施策が評価を受け
経済産業省・東京証券取引所より 「準なでしこ」 銘柄に選定

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

Esprit



健康促進活動

Esprit

2018～2020年

従業員スポーツ活動の促進、部活動等の取り組みが
評価され、東京都より「東京都スポーツ推進企業」に認定



2019年

スポーツ庁より「スポーツエールカンパニー」に認定



2020～2022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





お問合せ先 株式会社エスクリ I R 担当
東京都港区西新橋2-14-1 興和西新橋ビルB棟

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。