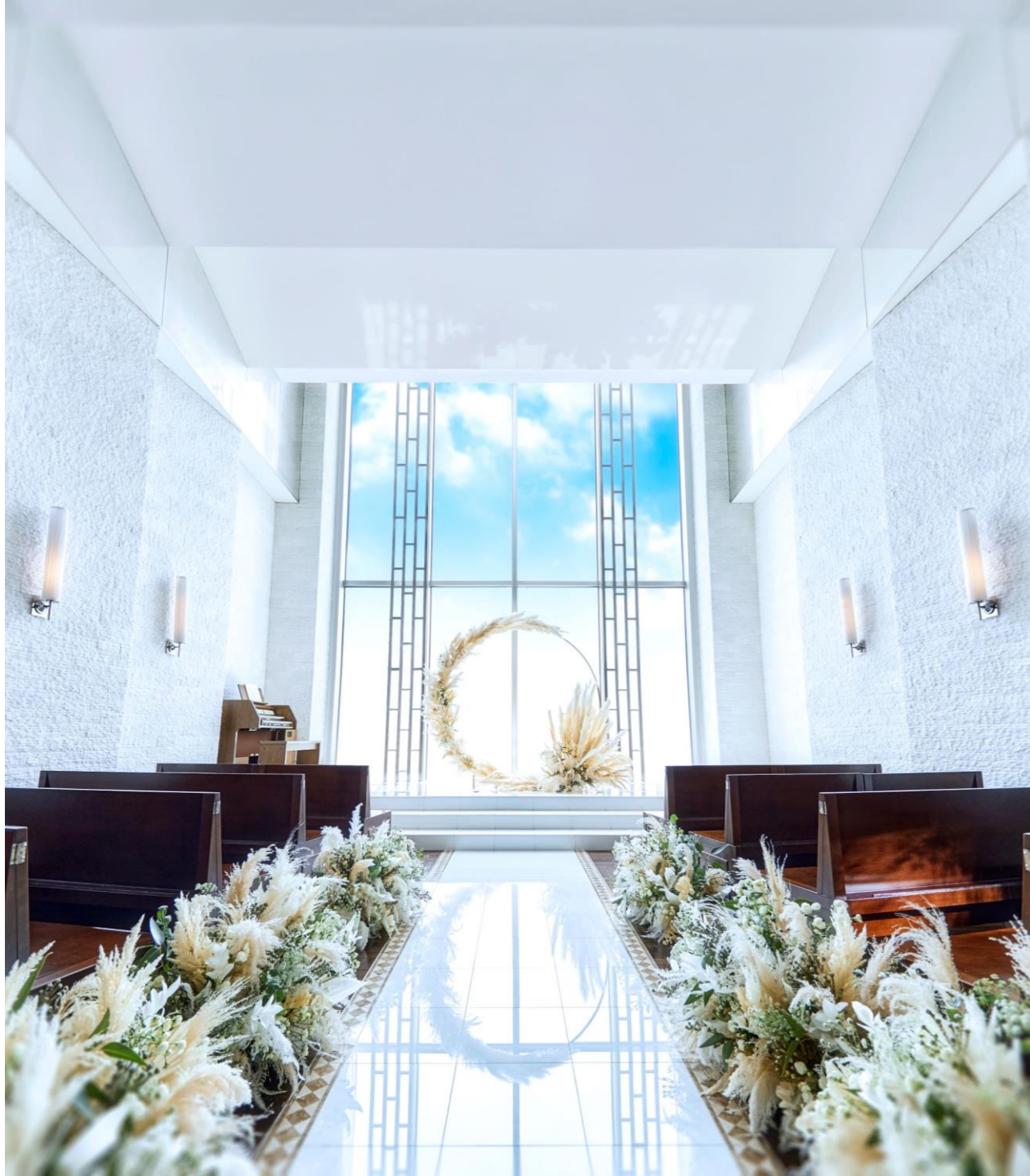




決算説明資料

2025年3月期 通期

株式会社エスクリ



2025年 3 月期 通期の業績

ブライダルは施行数が減少し減収減益。建築不動産は増収増益。

売上高	261.7億円（前期比98.3%、対前期△4.6億円）
営業損益	8.0億円（前期比86.4%、対前期△1.2億円）
当期純損益	3.1億円（前期比50.7%、対前期△3.0億円）

2026年 3 月期 通期業績予想

売上250.5億円、営業利益3.8億円、当期純利益1.2億円。（詳細はP.16参照）

受注残件数の状況

2025年 3 月末時点の受注残件数は2,918件（2024年3月末比81.8%）

1. 2025年3月期 通期決算の概要

連結損益計算書の概要	5
販売費及び一般管理費の推移	6
連結業績推移	7
セグメント別業績の概要	9
ブライダル関連事業の状況	10
連結貸借対照表の概要	12
財務状況の推移	13
連結キャッシュフロー計算書の概要	14

2. 業績予想および今後の見通し

2026年3月期 連結業績予想	16
配当予想	17
資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応	18

3. 2025年3月期の取り組み

ティーケーピーとの業務提携を進化	21
『ジャングリア沖縄』オフィシャルパートナー	22
新店舗 名古屋『GRADATIONS』オープン	23
銀座『CITY CLUB OF TOKYO』オープン	24
ドレス店舗リニューアル・フラワー新店舗	25
『東京リベンジャーズ』コラボイベント開催	26
『進撃の巨人』コラボイベント第二弾開催	27
『Front Agent®』導入 新たな接客モデルを構築へ	28
SBIインシュアランスラボ株式会社と業務提携	29
株式会社アイリックコーポレーションと業務提携	30
キッチン・サービス 社内コンペ開催	31

4. 補足資料

会社概要	32
DX戦略	38
ESG関連	42
市場動向	46
エスクリの特徴	51
建築不動産事業	63

1. 2025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	2024/ 3 期 実績	2025/ 3 期 実績	前期比 増減率	2025/ 3 期 計画	計画比 進捗率
売上高	26,639	26,179	△1.7%	27,158	96.4%
売上原価	11,601	11,792	1.6%	12,100	97.5%
(原価率)	43.5%	45.0%	-	44.6%	-
売上総利益	15,037	14,386	△4.3%	15,057	95.5%
販売管理費	14,107	13,582	△3.7%	14,057	96.6%
営業利益	929	803	△13.6%	1,000	80.3%
経常利益	837	700	△16.4%	900	77.8%
当期純利益	619	314	△49.3%	560	56.1%

売上

ブライダル関連

堅調な施行単価の増加に加え

宴会・フォトウェディングが好調に推移したものの
施行件数の減少により前期比△12.0億円（5.4%減）

建築不動産関連

工事の取扱い増加により前期比+7.4億円（16.6%増）

損益

営業損益

8.0億

売上総利益は前期比△6.5億円、
販売管理費は前期比△5.2億円の抑制。

減損損失

2.5億

法人税等調整額

△3.4億

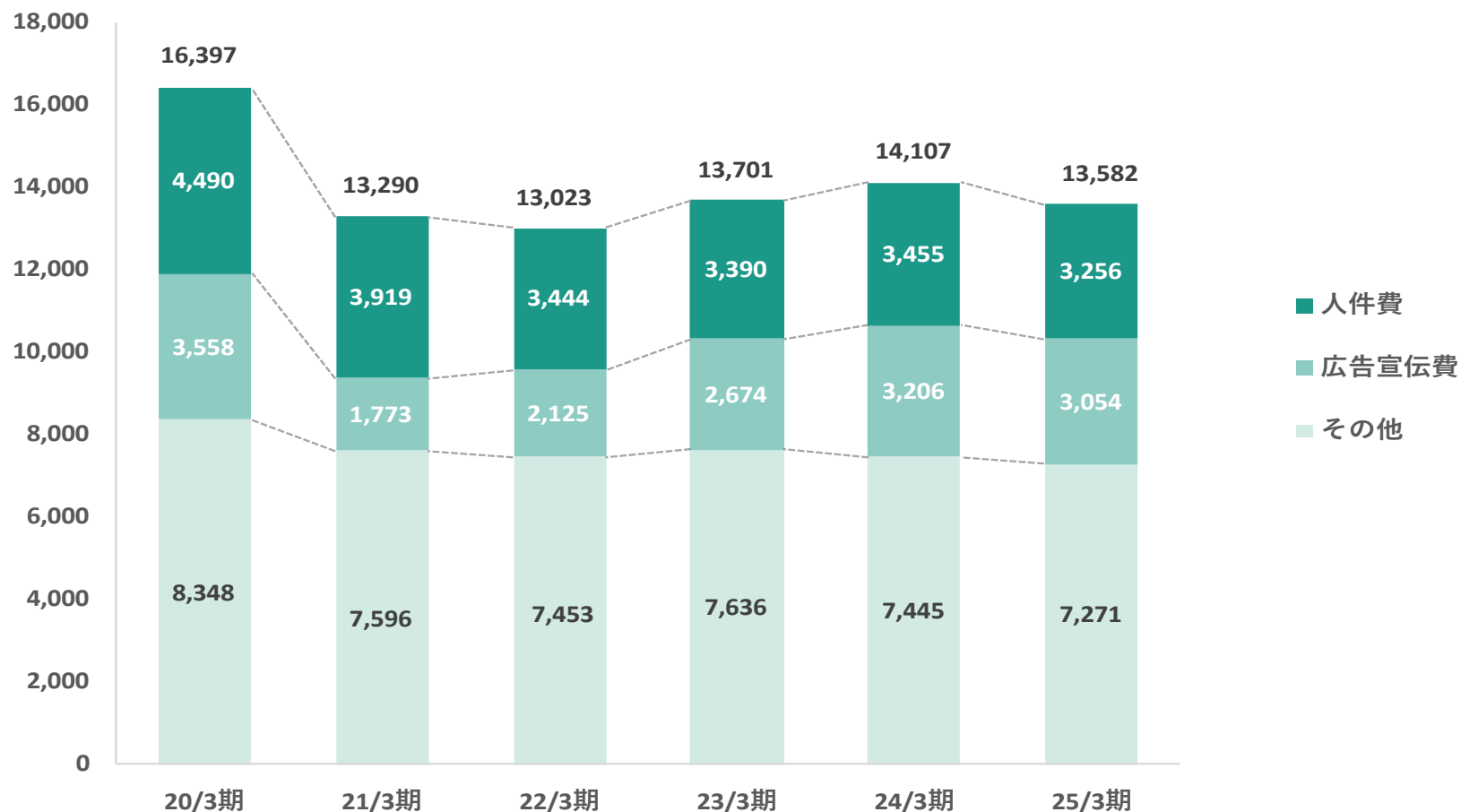
実効税率上昇による計上等

販売費及び一般管理費の推移



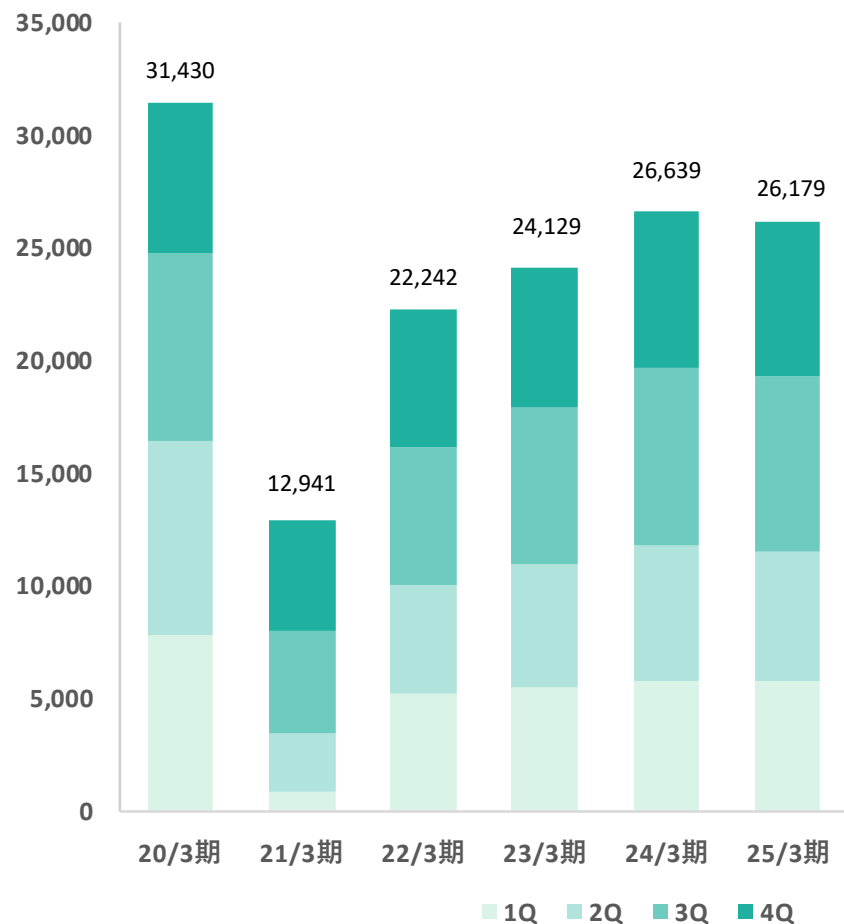
- ・売上減少に伴いコスト額は減少したものの、引き続きコストコントロールを徹底。

(百万円)



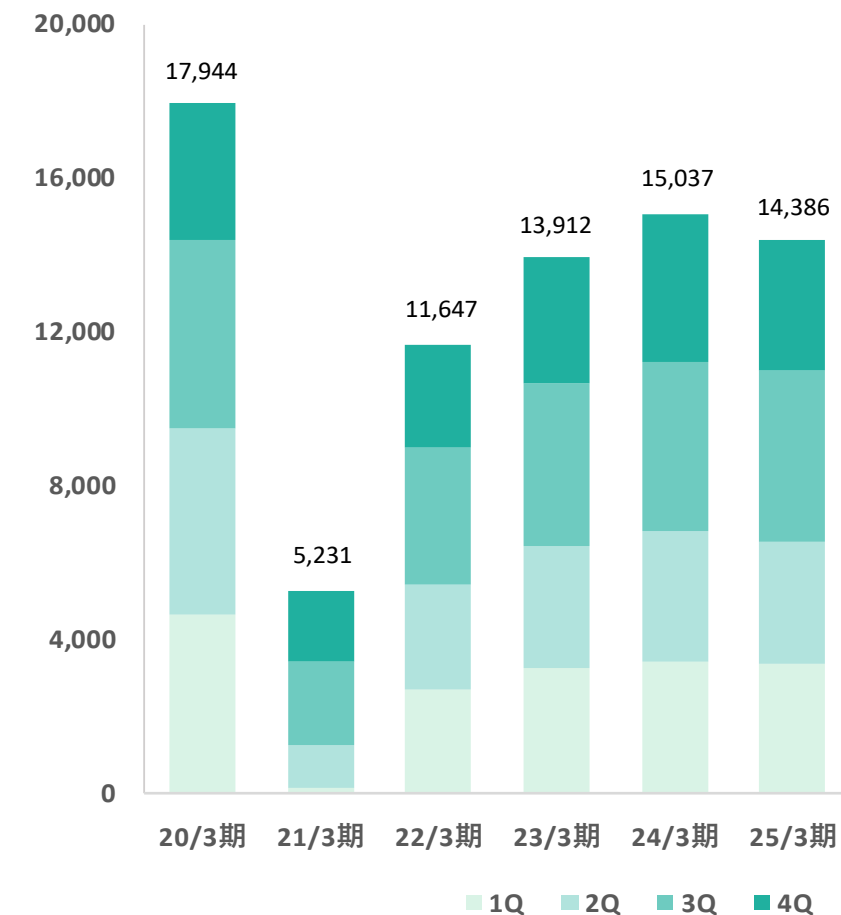
連結売上高の推移（四半期毎）

(百万円)



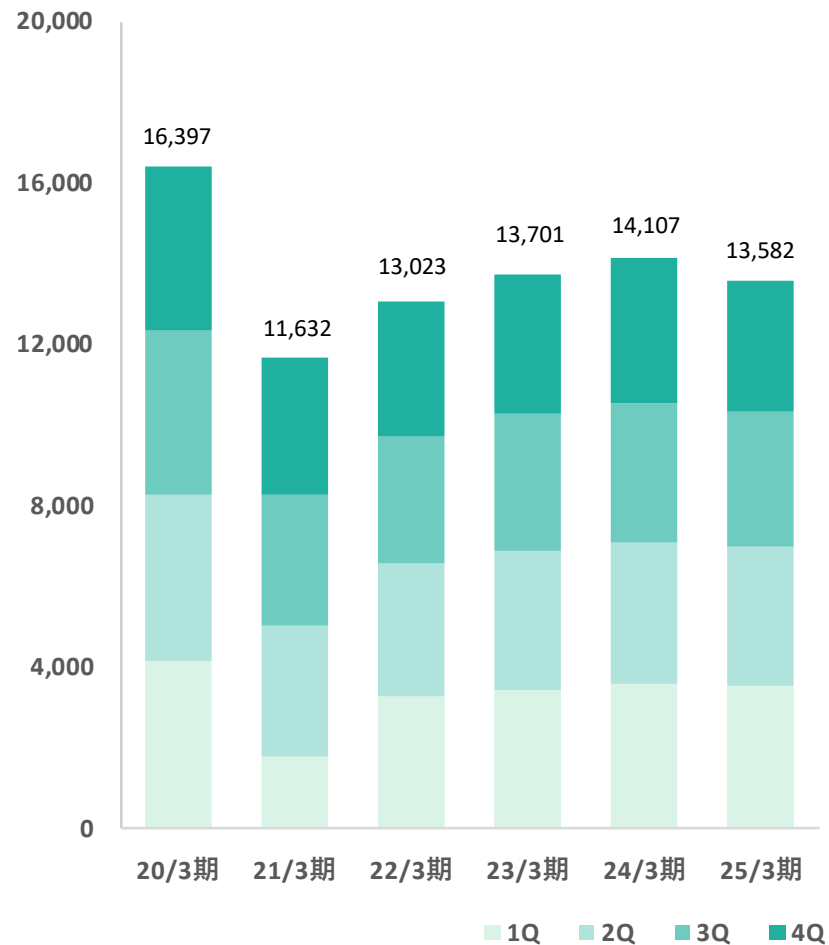
売上総利益の推移（四半期毎）

(百万円)



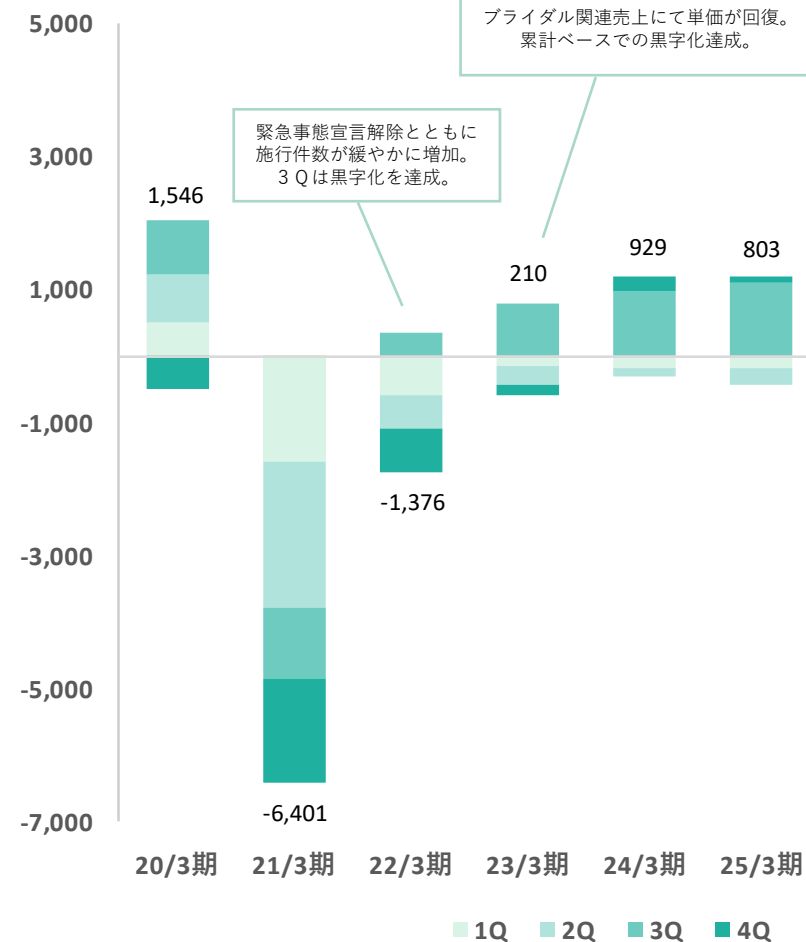
販管費の推移（四半期毎）

(百万円)



営業利益の推移（四半期毎）

(百万円)



セグメント別業績の概要



単位：百万円		2024/3期 実績	2025/ 3 期 実績	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高		26,639	26,179	△460	△1.7%
	ブライダル	22,152	20,950	△1,202	△5.4%
	建築不動産	4,486	5,229	742	16.6%
営業利益		929	803	△126	△13.6%
	ブライダル	1,419	1,165	△253	△17.9%
	建築不動産	288	330	41	14.5%
	調整額	△778	△692	85	-

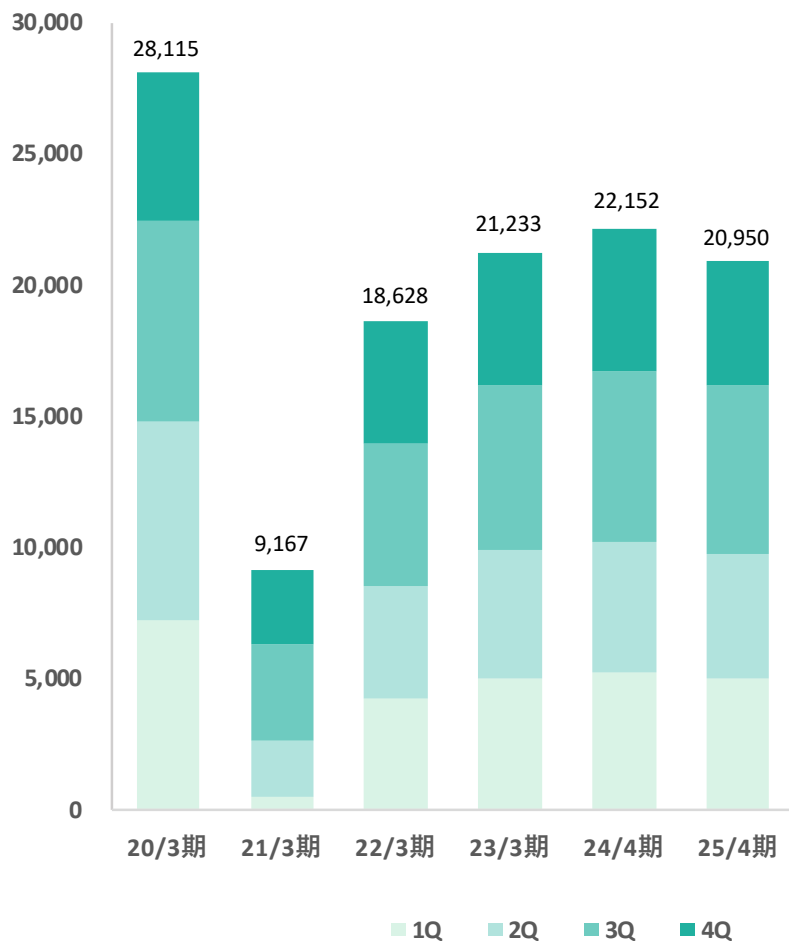
※セグメント売上高は外部顧客への売上高（セグメント間の内部売上・振替高を含まない）

ブライダル関連事業の状況



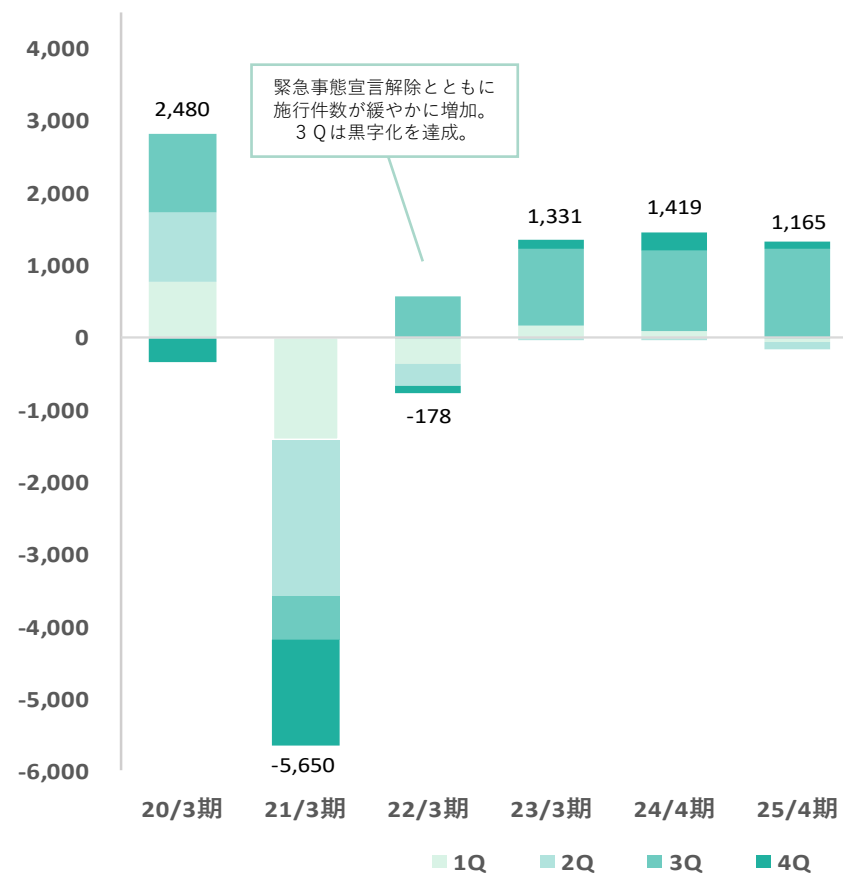
セグメント売上高推移（四半期毎）

(百万円)



セグメント利益推移（四半期毎）

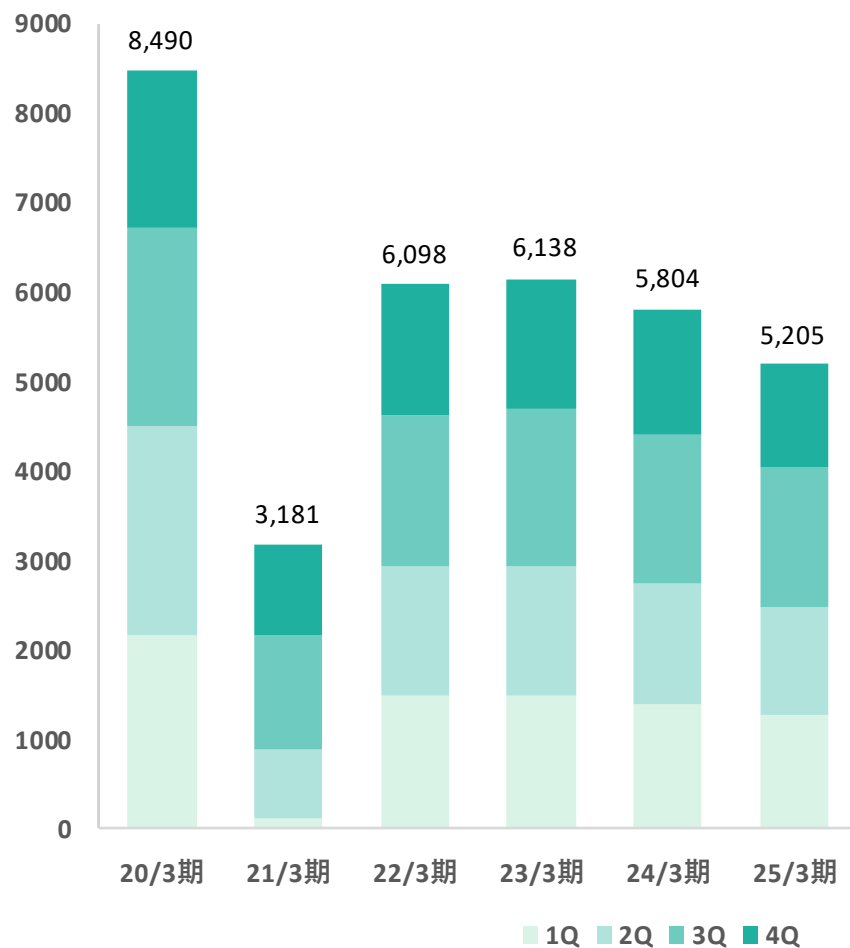
(百万円)



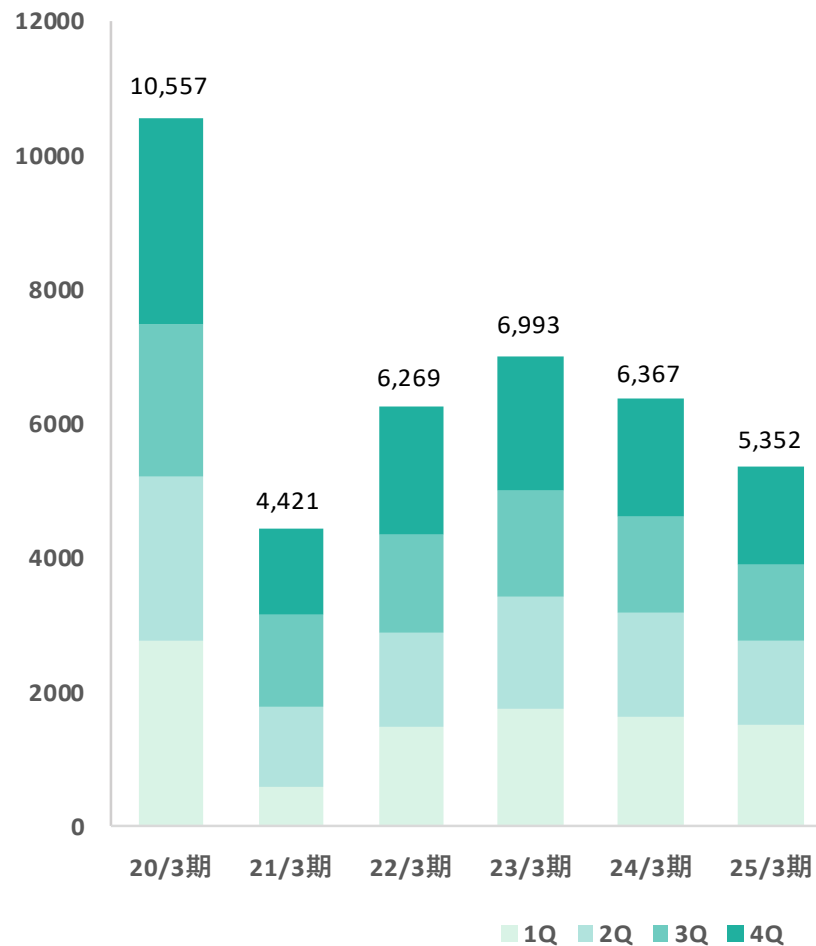
ブライダル関連事業の状況



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	2024/ 3 期	2025/ 3 期	増減
資産合計	23,199	21,329	△ 1,869
流動資産	8,537	8,059	△ 478
(現金及び預金)	5,156	4,571	△ 584
固定資産	14,661	13,270	△ 1,391
(繰延税金資産)	4,489	4,514	25
負債合計	16,957	15,058	△ 1,899
流動負債	7,968	6,619	△ 1,349
(借入金)	2,842	2,418	△ 423
固定負債	8,989	8,439	△ 550
(借入金及び社債)	6,124	5,611	△ 512
純資産合計	6,241	6,271	29
自己資本比率	26.9%	29.4%	-

資産

現金及び預金の減少	5.8億
完成工事未収入金の増加	3.0億
契約資産の減少	3.0億
建物及び構築物(純額)の減少	7.0億
敷金及び保証金の減少	2.7億

負債

短期借入金の減少	4.4億
未払金の減少	2.8億
契約負債の減少	7.0億
長期借入金の減少	4.5億

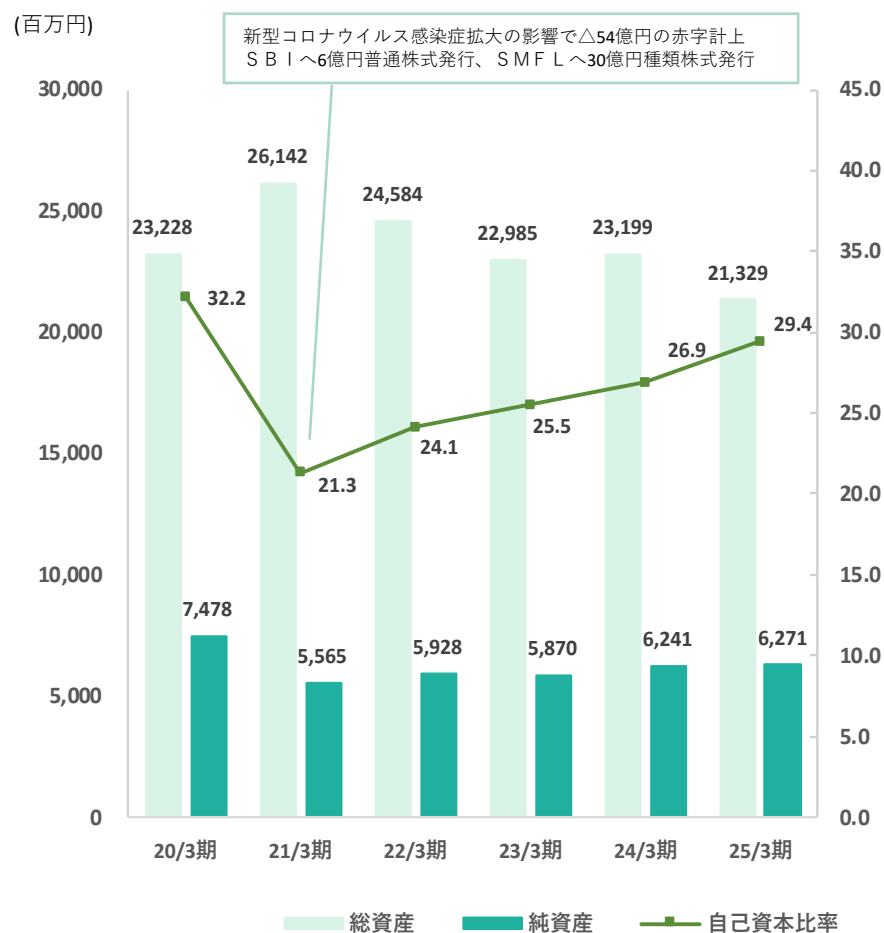
純資産

種類株式の配当支払	3.0億
当期純利益の計上	3.1億

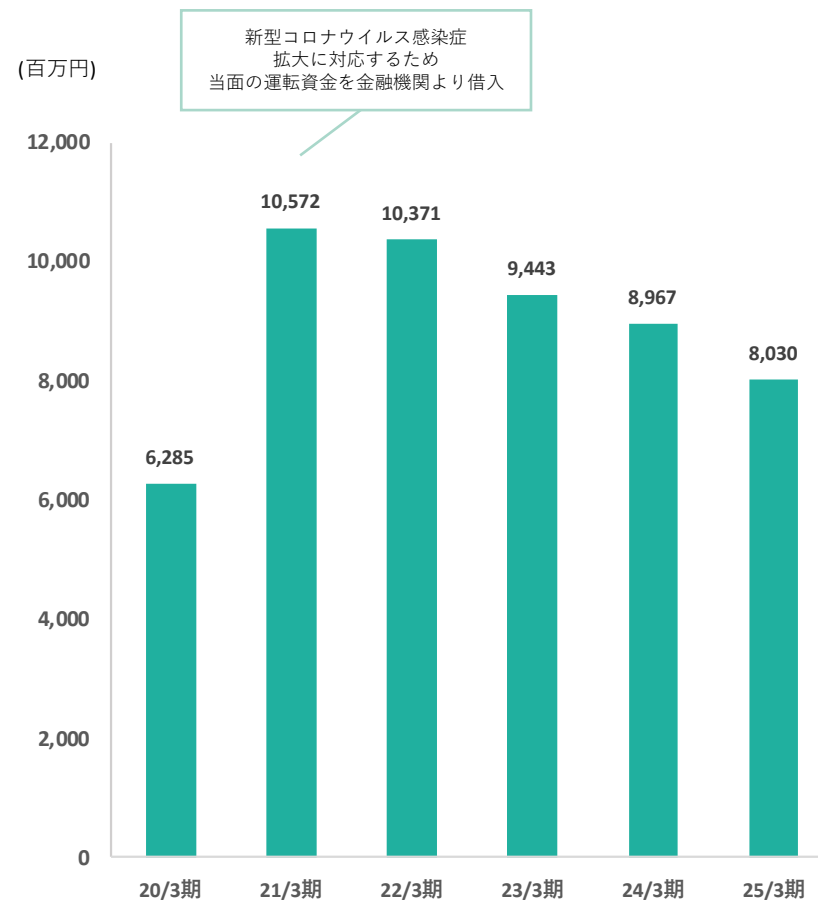
財務状況の推移



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	2024/3期	2025/3期	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	1,221	926	△ 295
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 591	△ 198	392
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 915	△ 1,312	△ 397
現金及び現金同等物 の増減額	△271	△ 584	△ 313
現金及び現金同等物 の期首残高	5,210	4,960	△ 250
現金及び現金同等物 の期末残高	4,960	4,375	△ 584

営業活動

税引前当期純利益	4.0億
減価償却費	10.2億
減損損失	2.5億
仕入債務の増加	2.0億
契約負債の減少	△7.0億
未払金の減少	△1.5億

投資活動

有形固定資産の取得	△5.4億
敷金及び保証金の回収	3.3億

財務活動

短期借入金の減少	△4.4億
長期借入れによる収入	19.5億
長期借入金の返済	△23.8億
配当金の支払額	△3.0億

2. 業績予想および今後の見通し

2026年 3 月期 連結業績予想



- ・ KPIの前提は、前期比で単価+0.4%、施行数-5.1%。
- ・ 受注数は前期比較で増加見通しも25/3月末受注残高（前年同期比81.8%）のため、営業損益は下振れ見込。

単位：百万円	2025/ 3 期 実績	2026/ 3 期 計画	前期比 増減率
売上高	26,179	25,053	△4.3%
売上原価	11,792	11,225	△4.8%
(原価率)	45.0%	44.8%	-
売上総利益	14,386	13,828	△3.9%
販売管理費	13,582	13,448	△1.0%
営業利益	803	380	△52.7%
経常利益	700	240	△65.7%
当期純利益	314	120	△62.2%

ブライダル（セグメント調整含）

売上高 -4.9億

営業利益 -1.7億

- ・ 堅調な単価の維持+0.4%
- ・ 結婚式以外のサービスが好調に推移
(宴会、フォトウエディング)
- ・ 施行数は前期受注数の影響により減少
- ・ 広告宣伝費は前期同水準
- ・ 栄撤退等の影響で施設費2.0億円減少

建築不動産

売上高 -6.3億

営業利益 -2.5億

- ・ 前期完成工事の反動減

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

2026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	—
2025年3月期	0.00	0.00	0.00	—
2026年3月期	0.00	0.00	0.00	—

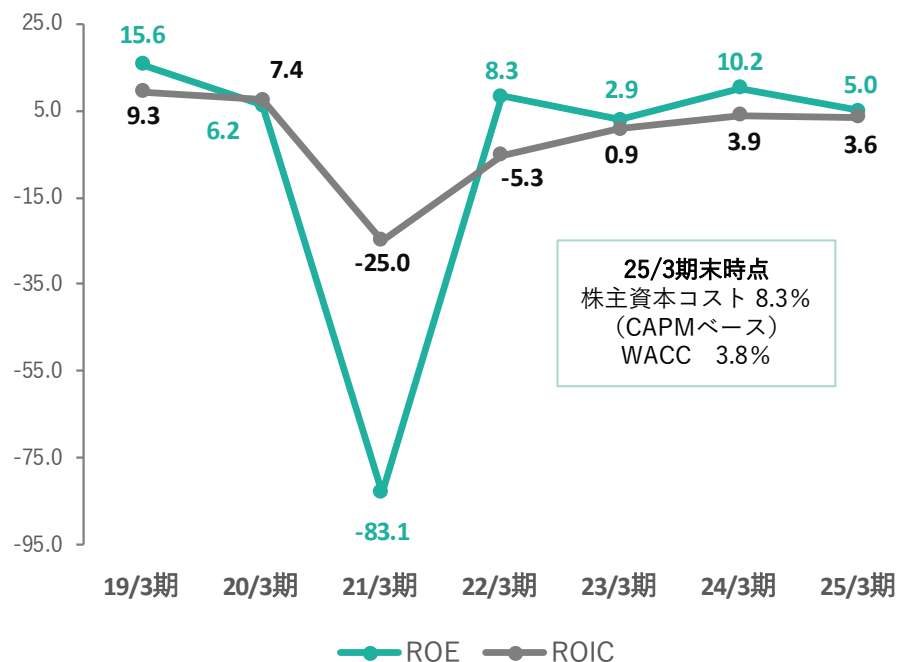
資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応



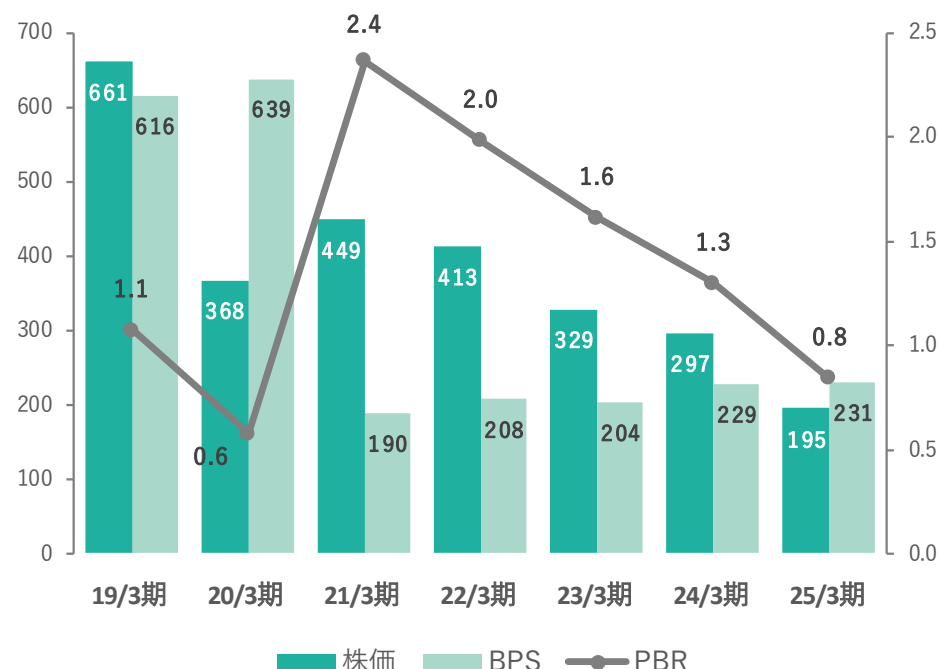
現状分析・評価

- ・ 25/3期末 ROE（自己資本利益率）は5.0%と当社試算の株主資本コスト8.3%を下回る水準
- ROIC（投下資本利益率）は3.6%と当社試算のWACC（加重平均資本コスト）3.8%を下回る水準
- PBR（株価純資産倍率）は1倍を下回る水準
- 目標値に対して、25/3期は下ブレして着地。

ROE、ROICの推移



株価、BPS、PBRの推移



資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応



方針・目標・改善に向けた具体的取組

・各取組を実施することで株主資本コストを上回るROE、PBR 1 倍以上を目指す

収益力の向上

■ブライダル事業の売上増加

受注の回復、堅調な施行単価の維持、フォトウェディング事業の拡大
→2025年7月開業予定「ジャングリア沖縄」にてフォトプランの独占販売

■ブライダル以外の事業の売上増加

法人宴会「Party Hunter」、旅行事業「アニクリトラベル」、
M&A含む新たな事業

■株式会社ティーケーピーとの連携を強化

ティーケーピーの連結子会社である株式会社リリカラと業務提携契約を締結

資本政策・財務政策

■A種種類株式の償還

財務体質の安定が確保出来次第償還を進めROE改善を目指す

■欠損金繰越控除制度の活用

IR活動の充実

■1 on 1 ミーティングの実施

■適時・適切な情報開示の徹底

3. 2025年3月期の取り組み

ティーケーピーとの業務提携を進化 両社のノウハウを相互に活用

◆三井住友ファイナンス＆リース株式会社より株式会社ティーケーピーへ

A種種類株式の譲渡承認

両社と良好な関係性を築いているが、ティーケーピーとの業務連携を更に進化させ、今後の中長期的な経営基盤の安定を企図すべく、当社発行のA種種類株式3,000株の譲渡を承認。



◆株式会社ティーケーピーの概要と取り組み

会社名	株式会社ティーケーピー	2020年7月	資本業務提携契約締結。 TKPが当社普通株式1,700,000株を取得し主要株主となる。
設立年月日	2005年8月15日	2020年10月	共同ブランド『CIRQ』をリリース。
代表者	代表取締役社長 河野 貴輝	2021年6月	TKP代表取締役社長の河野貴輝氏が当社の社外取締役に就任。
上場市場	東証グロース市場	2025年1月	TKPが当社発行のA種種類株式3,000株を取得。 TKPとの業務提携を更に進化。
所有する 当社株式	普通株式 1,700,000株 (所有割合12.58%) A種種類株式 3,000株	2025年3月	TKPの連結子会社であるリリカラ株式会社と業務提携契約を締結。

『ジャングリア沖縄』 JUNGLIAオフィシャルパートナーとして参画

◆ウェディング分野の専属事業者として参画

『JUNGLIA OKINAWA(ジャングリア沖縄)』は
2025年7月25日開業予定のテーマパーク。

施設内でのフォトウェディングを独占展開。

ハネムーンやアフターパーティ分野も特別プランを企画。

ウェディング業界における新たな取組として、

今までにない価値を創出することを目指す。

■JUNGLIA OKINAWA (ジャングリア沖縄) について ■

JUNGLIA OKINAWA (ジャングリア沖縄) は、神秘と生命力に満ちた世界自然遺産「やんばる」を擁する沖縄北部の圧倒的な大自然を舞台に、都会にはない興奮と贅沢の体験を通して沖縄の旅を変えるテーマパークです。コンセプトは、Power Vacance!! (パワーバカンス)。亜熱帯地域に位置する沖縄ならではの生命力に満ちた、見たこともない植物が生い茂るやんばるの大絶景を舞台に、その地にしかない体験を通して生まれる”興奮”と本物の自然に没入する”贅沢”が重なると、今まで経験したことのない”解放感”が人間の本能を置き、人生最高に心が昂る“Power Vacance!!”を体験できます。

<https://junglia.jp/>



新店舗 名古屋『GRADATIONS(グラデーションズ)』オープン

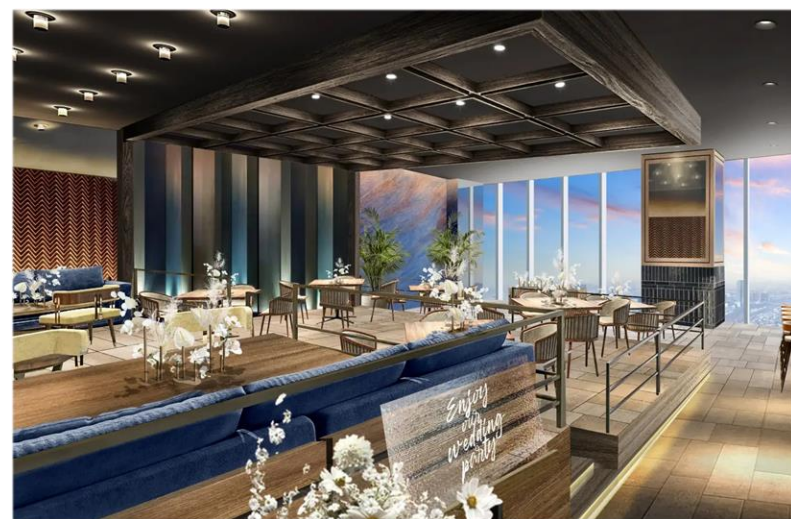
◆名古屋駅エリア ミッドランドスクエア41階

レストラン&ダイニングバー及びブライダル施設として
2024年9月にオープン。

(レストランウェディング、1バンケット、収容人数50名)

トヨタ不動産株式会社が運営する42階『スカイホールそら』
にて挙式を行うことが可能。

当社の強みである、立地の優位性を図る都市型出店と
多様なニーズに対応できるマルチスタイル出店を体現。



2025年3月期の取り組み

銀座『CITY CLUB OF TOKYO』 オープン

◆11月 グランドオープン予定

2024年5月に『CITY CLUB OF TOKYO』を運営する
R&Lホールディングス株式会社と業務提携契約を締結。

(ブライダルサービスの運営受託・1チャペル1バンケット)

2024年11月グランドオープン。

◆『CITY CLUB OF TOKYO』 詳細

銀座駅徒歩3分の好アクセスが魅力の会員制倶楽部。

各界の著名人が集いビジネスや社交の場として利用。

フランス料理レストラン『Miyazaki』と

バンケットルーム『Pavilion』をはじめ、多様な

レストランやバー、そして希少なワインを揃えた

ワインセラーが魅力。



ドレスサロン『プリマカーラ』名古屋店リニューアルオープン

◆2024年12月19日 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ェディングドレスサロン。全国に14店舗を展開。

ドレスの展示に加え、タキシードの展示エリアも設置し
トータルコーディネートイメージしやすい店内へ改善。



フラワー『ラグナプリエ』フラワーショップを名古屋に初出店

◆2024年12月19日 新規オープン

『ラグナプリエ』はエスクリの主軸となるフラワーブランド。
結婚式用に予備で仕入れた生花をドライフラワーにアップサイ
クルしロス削減する取り組みの一環として、名古屋市東区
久屋大通沿いにドライフラワーをメインとした常設店を出店。



2025年3月期の取り組み

TVアニメ『東京リベンジャーズ』コラボイベント開催

◆2024年8月20日～9月23日の期間限定で開催

当社の掲げるVALUE “CHANGE bridal” における取り組み。
披露宴会場でデザートや食事を楽しめるプランや
コンセプトルームへの宿泊プランをご用意。

◆描き下ろしアクリルパネルとの写真撮影や 限定グッズも販売



■『東京リベンジャーズ』とは？■

2017年より「週刊少年マガジン」で連載開始した超人気コミック。
『新宿スワン』の作者・和久井健が贈るタイムリープサスペンス。
第44回講談社漫画賞少年部門受賞。
コミックス全世界累計発行部数は8000万部を突破。
テレビアニメ・実写映画・舞台などマルチにコンテンツ展開中。

©和久井健・講談社／アニメ「東京リベンジャーズ」製作委員会

2025年3月期の取り組み

Escrit

TVアニメ『進撃の巨人』コラボイベント 第二弾 開催

◆2025年2月21日～3月23日の期間限定で開催

当社の掲げるVALUE “CHANGE bridal” における取り組み。

2024年に開催した第一弾コラボイベントは好評。

披露宴会場でデザートや食事を楽しめるプランやコンセプトルームへの宿泊プランに加え、ウェディングドレスを着用しプロカメラマンによる撮影付プランもご用意。

◆描き下ろしアクリルパネルとの写真撮影や 限定グッズも販売



※イメージ画像につき、実際の製品とホログラムの見え方が違う場合がございます。

©諫山創・講談社／「進撃の巨人」The Final Season製作委員会



■『進撃の巨人』シリーズとは？■

圧倒的な力を持つ巨人とそれに抗う人間たちの戦いを描いた、全世界累計発行部数1億4千万部突破の大人気ダークファンタジーバトル漫画。全世界18言語・180か国以上で出版されるなど、日本のみならず世界中に衝撃を与え続けている作品。

2009～2021年『別冊少年マガジン』にて連載。2013年からアニメ化。2023年には、TVアニメ『進撃の巨人』The Final Season完結編が放送され、完結を迎えた。ゲーム化をはじめ遊園地でのアトラクションや様々な企業タイアップなどメディアミックスが展開されている。

©諫山創・講談社／「進撃の巨人」The Final Season製作委員会

『Front Agent®』導入 新たな接客モデルを構築へ

◆『Front Agent®』とは

Umee Technologies株式会社が開発・提供する

コネクテッドセールス・プラットフォーム。

商談の会話内容をもとにAIが議事録を作成。

商談アシストAIが会話の流れを解析し、可視化・提案を行う。

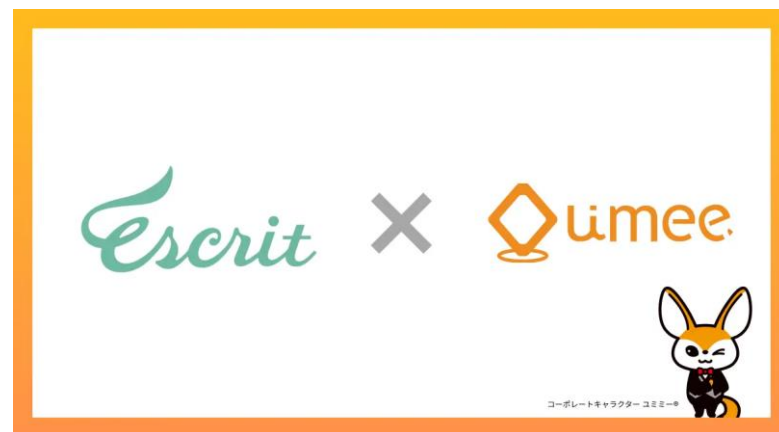
◆『Front Agent®』を活用した接客支援

1. 初回接客の質的向上とお客様ニーズの的確な把握
2. 商談時間の短縮と提案精度の向上
3. 顧客満足度の向上

◆接客クオリティ向上のための育成環境を整備

ブライダル領域におけるAIを活用したプランナーの育成支援や

接客力の底上げを短時間で実現することを目指す。



SBIインシュアランスラボ株式会社と業務提携

◆結婚式準備サイト『アニクリ』よりご案内

結婚式をご成約いただいた新郎新婦様へ

『アニクリ』からご案内を送信。一人ひとりにあった必要な備えや保障金額を診断できる『ピタッと保障診断』の使用や、更に詳しい診断を希望の場合はコンサルタントへ相談することが可能。

◆スマートフォンアプリ『ぽけっとFP』

対面の保険相談のプロセスである、ヒアリング、必要保障額の計算、保険商品の見積もり・比較、保険の契約を一貫してスマホで行うことが可能。



保障診断



最短1分で
診断可能

株式会社アイリックコーポレーションと業務提携

◆来店型保険ショップ『保険クリニック®』と提携

結婚式の打合せと同日にブライダルサロンで受けられる
カウンセリングサービス。

コンサルタントが当社の結婚式場に出向き、結婚生活に
向けての不安などを伺いながらカウンセリングを実施。

※カウンセリング実施店舗（すべて東京都中央区、順次拡大予定）

ラグナヴェール TOKYO、アンジェリオン オブラザ TOKYO、ザ マグナス TOKYO



◆『保険クリニック®』について

1999年にオープンした来店型乗合保険ショップ。

独自開発の『保険IQシステム®』を活用。

保険が必要になった時のフォローやライフイベントに応じた
保障内容の見直しなど、アフターサービスにも注力。



2025年3月期の取り組み



キッチン・サービススタッフ対象 社内コンペティションを開催

◆『第3回 ESCRIT KITCHEN CUP 2024』 『第2回 ESCRIT SERVICE CUP 2024』

役職や勤続年数に関わらず、すべての部門スタッフが
参加対象となる社内コンペティション。

技術やクオリティ向上を目的とし開催。

◆当日は『アニクリLive』にて社内生配信

結婚式ライブ配信システム『アニクリLive』を活用。
様々な職種のスタッフがオンラインで参加することで
結婚式を共に創り上げるスタッフの一体感と
チーム力を高める。



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	〒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（2024年3月末現在）
上場市場	東京証券取引所スタンダード市場
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	794名（2024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

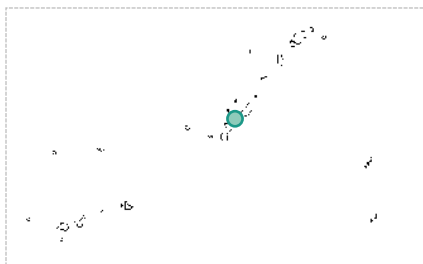
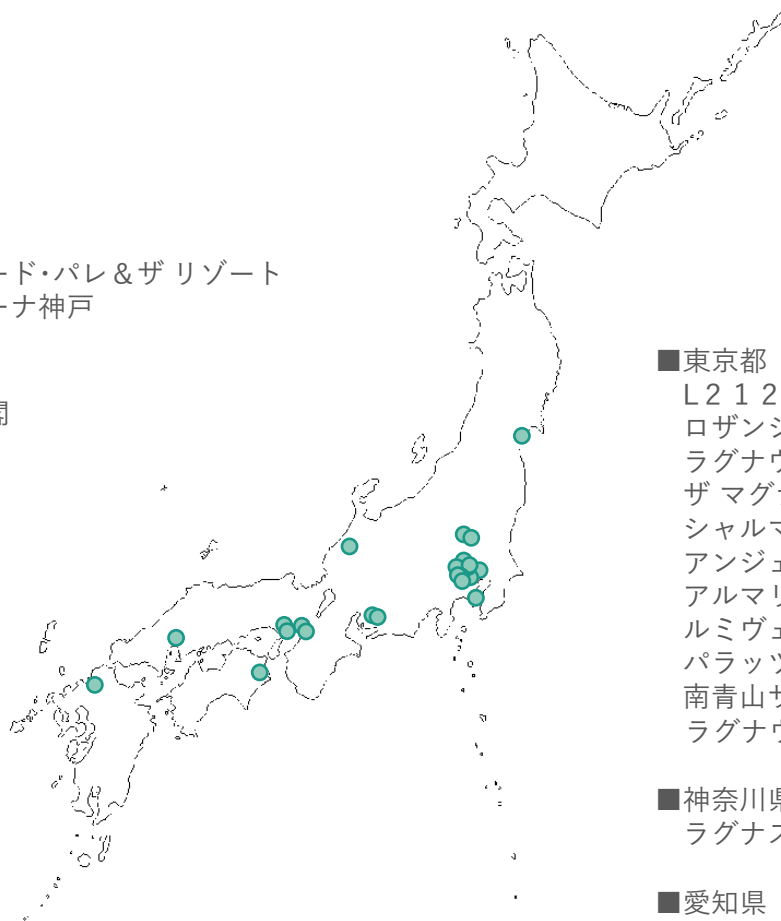
■栃木県
ラ・ポルト
ザ・ライブラリー

■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 (アンパサンド)

■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
ラグナヴェール NAGOYA
GRADATIONS



社名の由来 “STAFF CREATE”

人の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に発揮し、お互いに活かし合える企業体をめざしています。

「人財の力」で成功を収めていく、人が主役のビジネスをつくっていきます。

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 ブライダル業界の課題を解決する

私たちのミッションは、ブライダル業界の社会課題を解決することです。

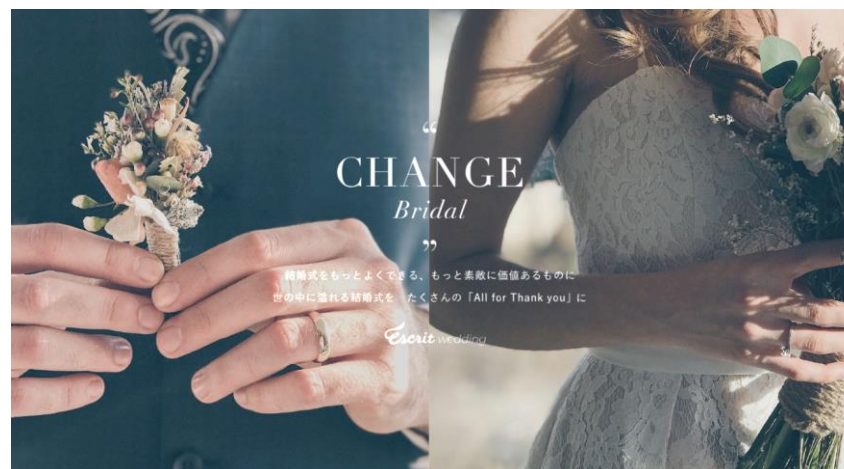
ブライダル業界の持続可能性を重視し、お客様の多様性と包摂性を尊重することですべてのお客様にとってより快適な体験を提供します。

エスクリのバリュー “CHANGE Bridal”

良い文化は継承しつつ、
新しい文化を取り入れることで
結婚式があふれる世の中に

<取り組み事例>

- ビルイン結婚式場
- 異業種とのコラボレーション
- DX戦略 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”

ウェ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



GOOD WEDDING AWARD 2020

グランプリ



GOOD WEDDING AWARD 2017

ソウル賞



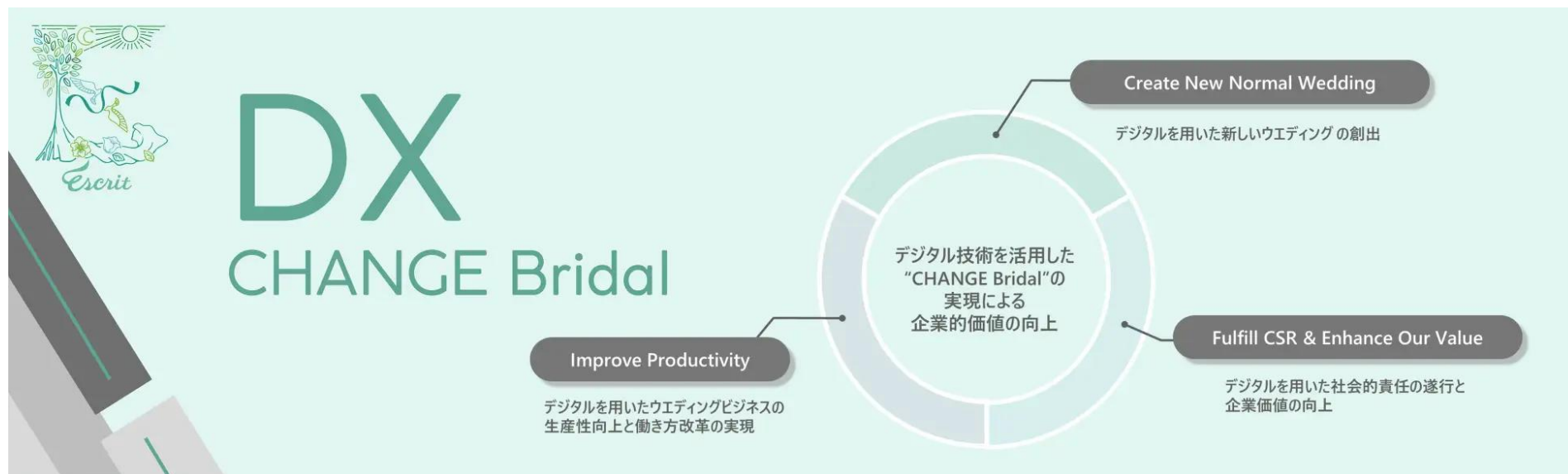
4. 補足資料

DX戦略

◆DX戦略の基本方針

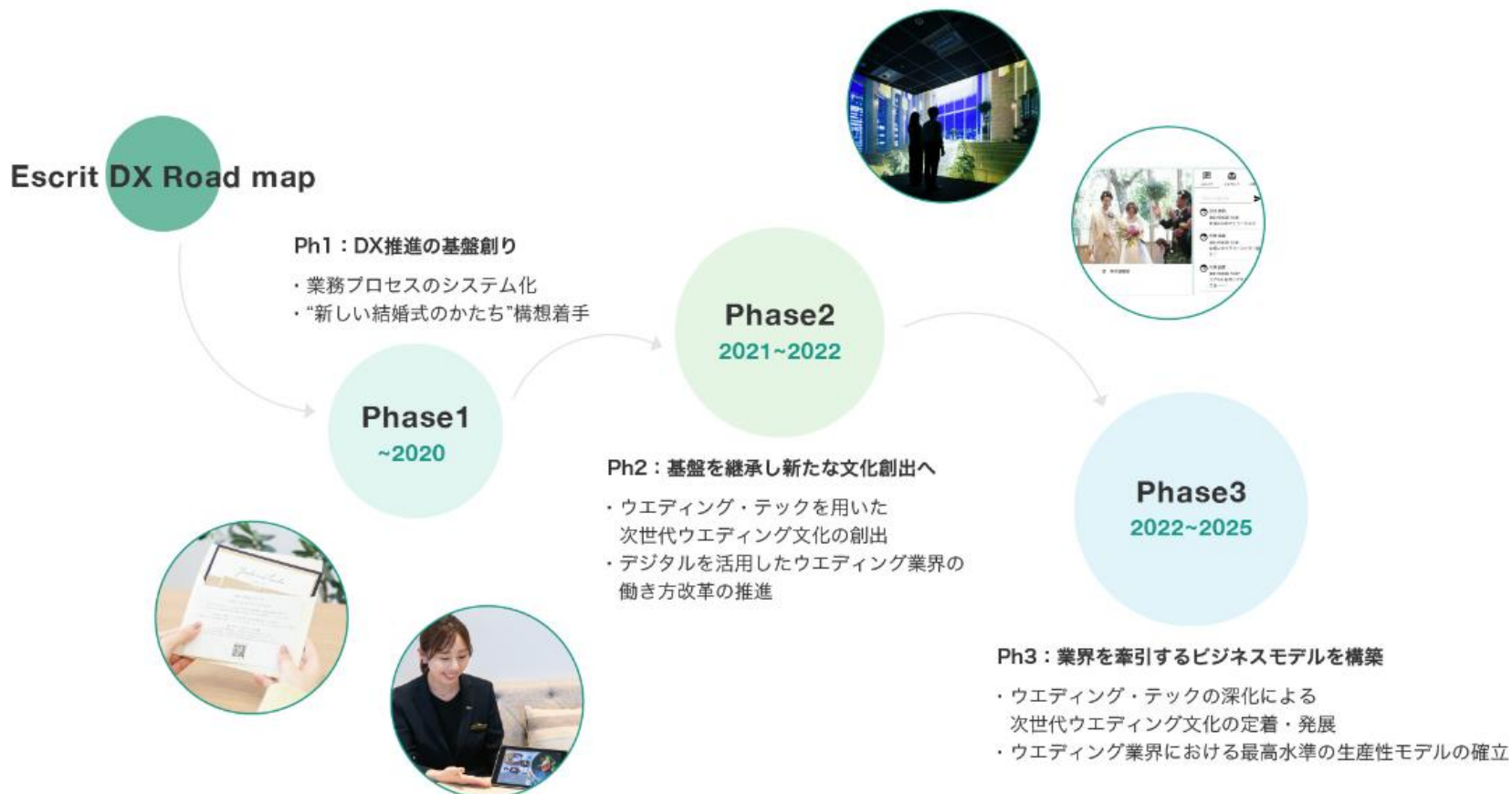
当社は「CHANGE Bridal」というミッションを掲げ、時代の変化に適応した結婚式創りを行っています。その中で、デジタルを活用することで「新しい結婚式のカタチ」を創造し、より多くのお客様からのニーズにお応えできるよう革新を進めていきます。

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



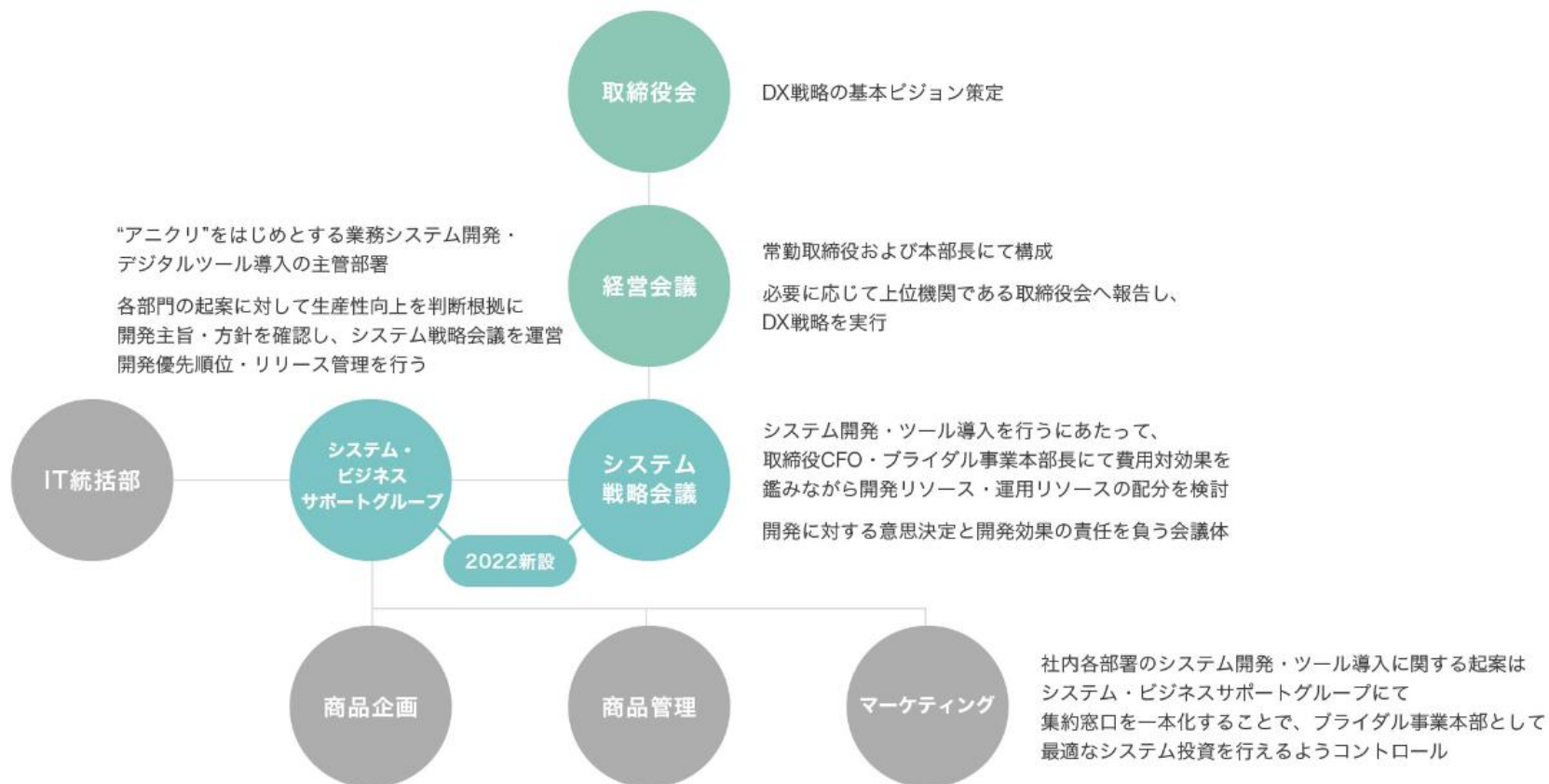
◆各フェーズにおけるテーマとその成果（期待される成果）

- ・“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

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。



引出物のオリジナルバッグは環境に配慮し
FSC®認証を取得した製品を使用



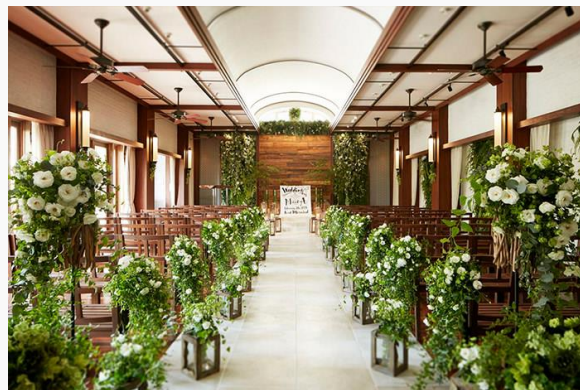
ドリンク提供時のストローはプラスチック製
ではなく紙ストローを使用



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



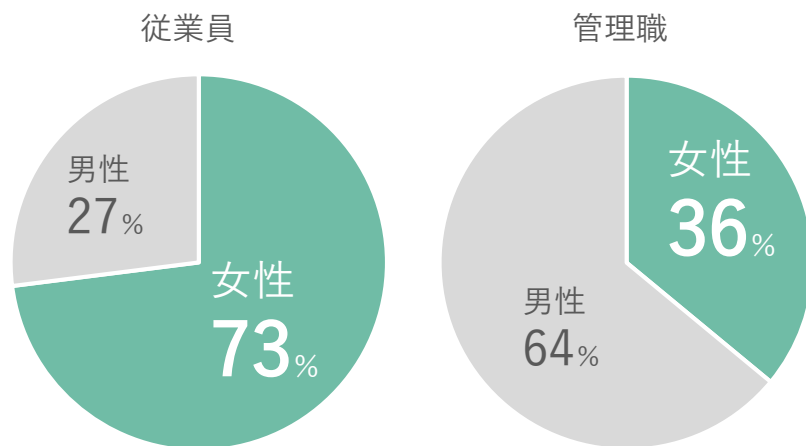
一部会場の家具及びディスプレイに地球環境に
優しい古材を取り入れ



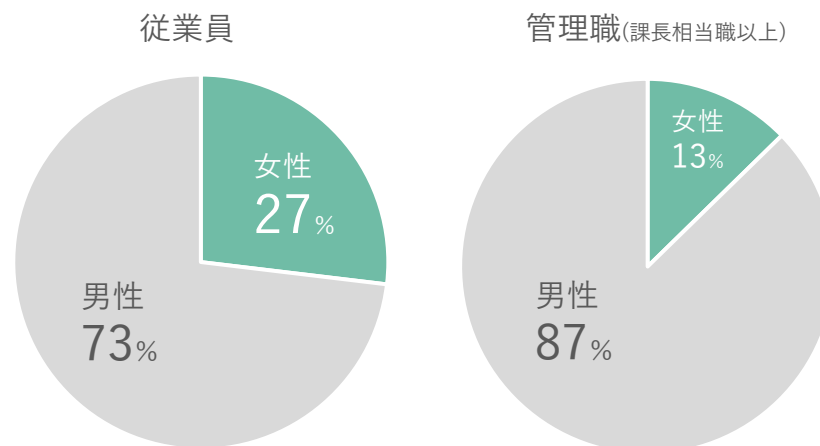
お客様へご提案時に使用する媒体を
デジタル化しペーパーレス

◆女性活躍推進

エスクリ従業員
男女比率
(2024年3月末時点)



厚生労働省
「令和5年度雇用均等基本調査」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



4. 補足資料

市場動向

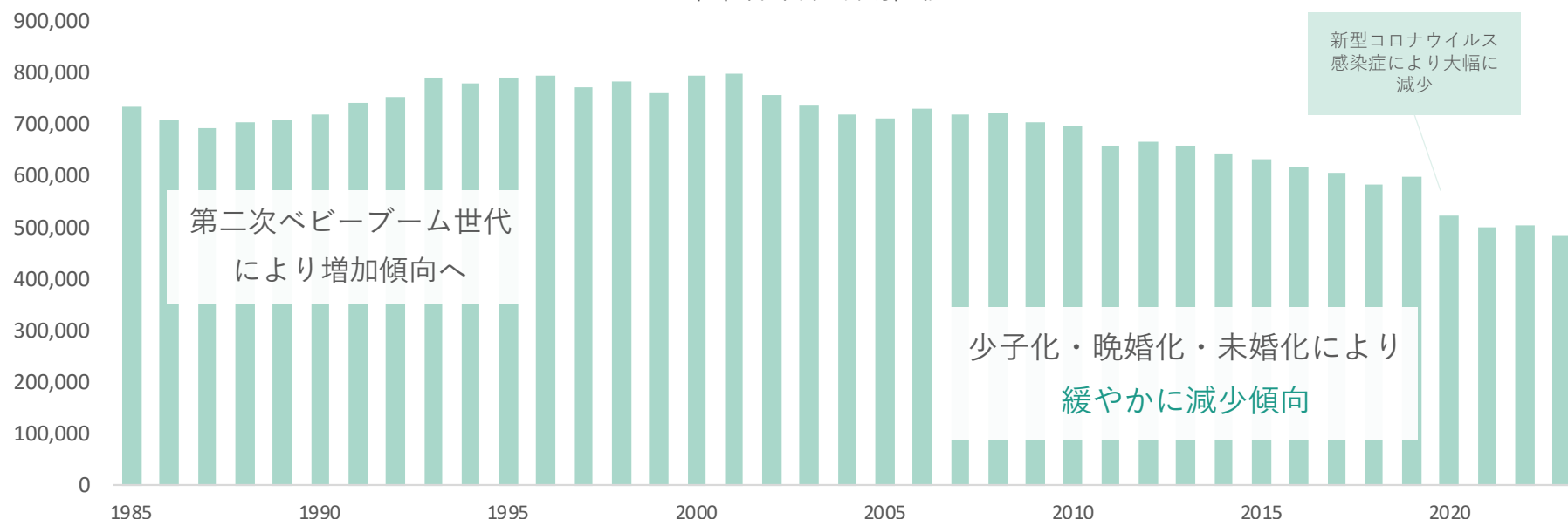
2024年 婚姻組数
約48万組

※コロナ影響により2019年比11万組減

2024年 婚姻率
4.0%

※コロナ影響により2019年比0.8%減

全国婚姻組数推移



出典：ブライダル産業年鑑2025（矢野経済研究所）

厚生労働省「人口動態統計月報（概数）令和6(2024)年11月分」

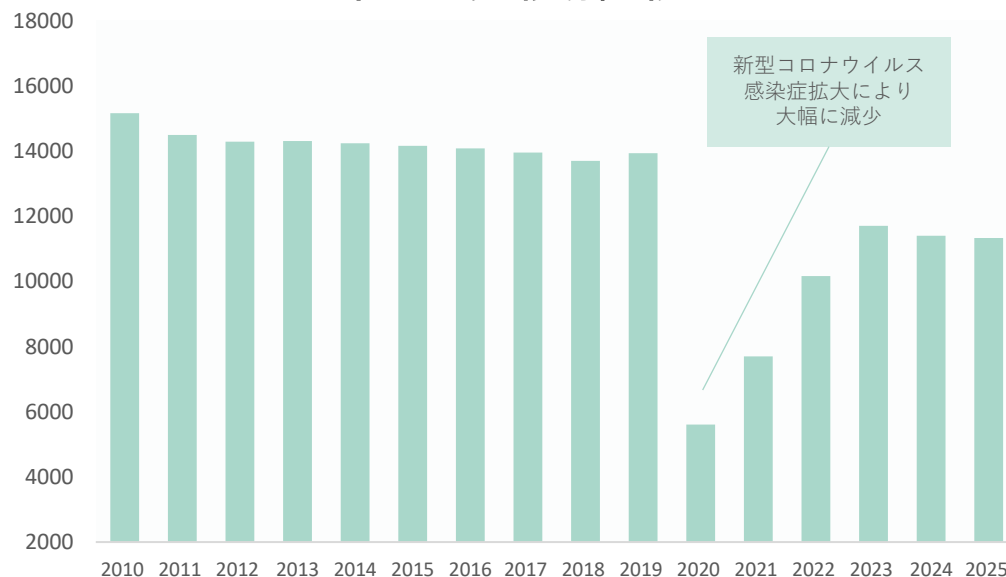
挙式・披露宴市場規模

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

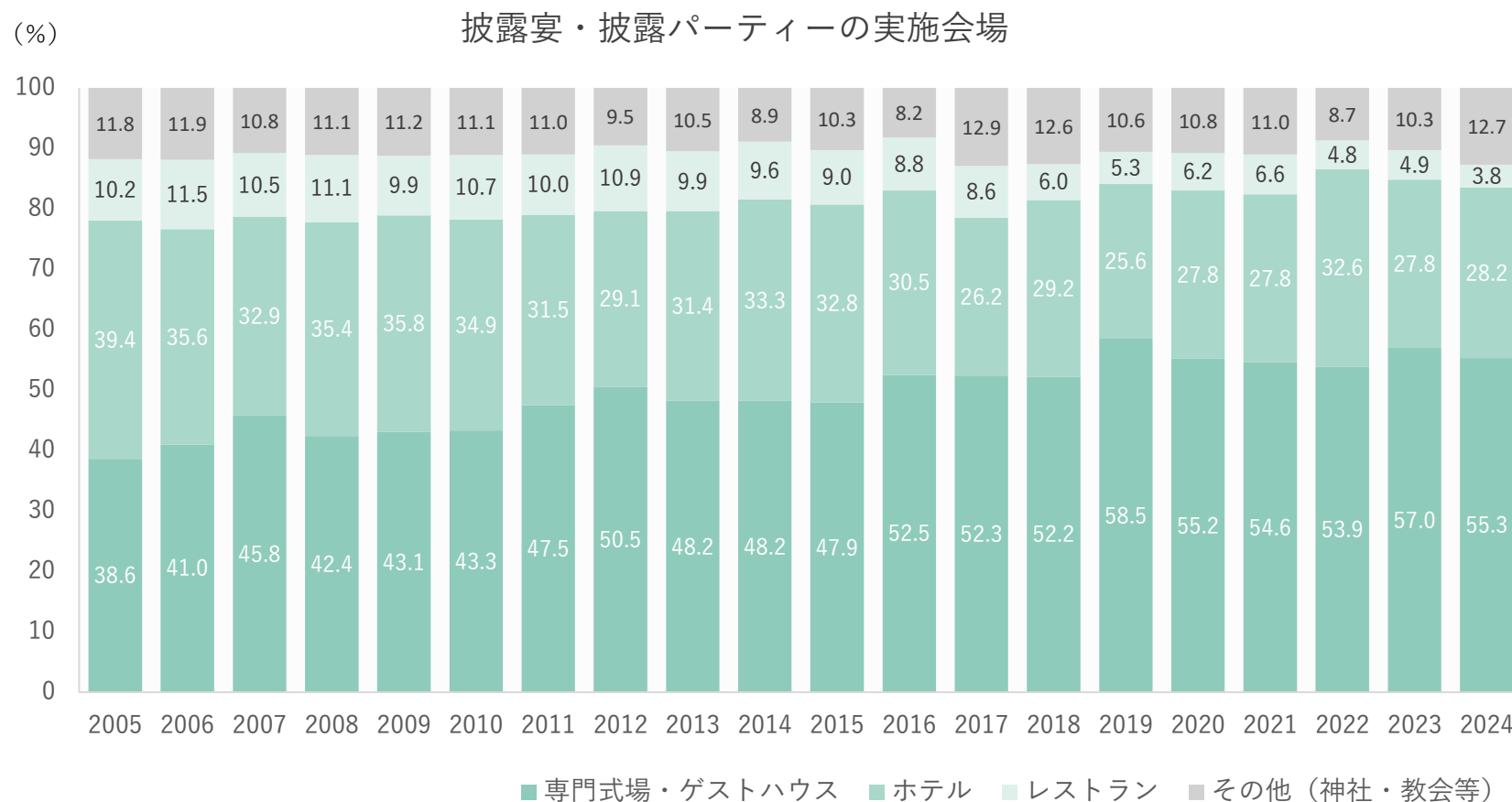
一時的に市場規模が縮小したものの、1兆円強の市場規模まで回復

出典：ブライダル産業年鑑2025（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2010-2024

市場動向 ブライダル業界の市場シェア



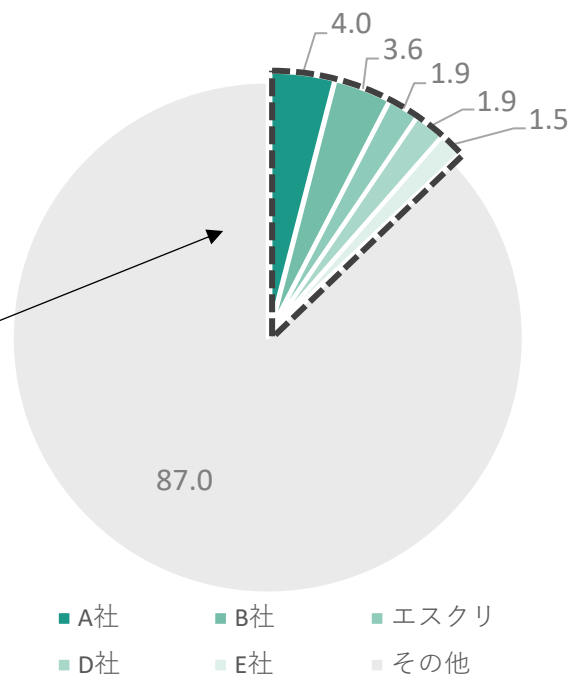
ブライダル業界売上高
上位 5 社が市場に占める割合

13.0%

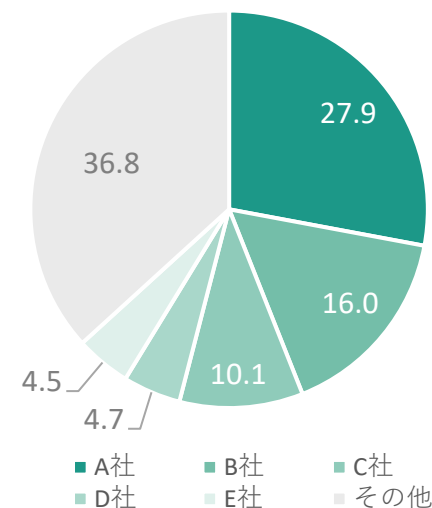
※上場企業上位 5 社の売上高合計

出典：ブライダル産業年鑑2025（矢野経済研究所）

各社ホームページ、決算資料



ファミリーレストラン市場 63.2%
※ブライダル業界と市場規模が近いため比較対象とする



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

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

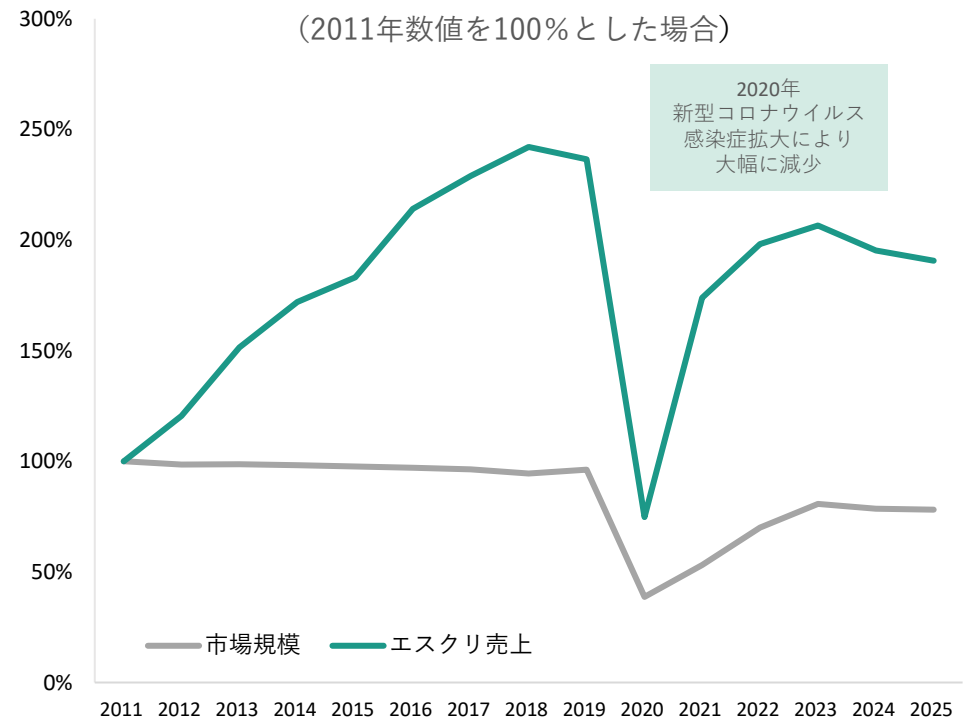
×

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：ブライダル産業年鑑2018-2025年版（矢野経済研究所）

出店

都市に特化した立地戦略×ビルイン出店に強み

1. 都市型出店

市場縮小リスク・顧客ニーズに対応

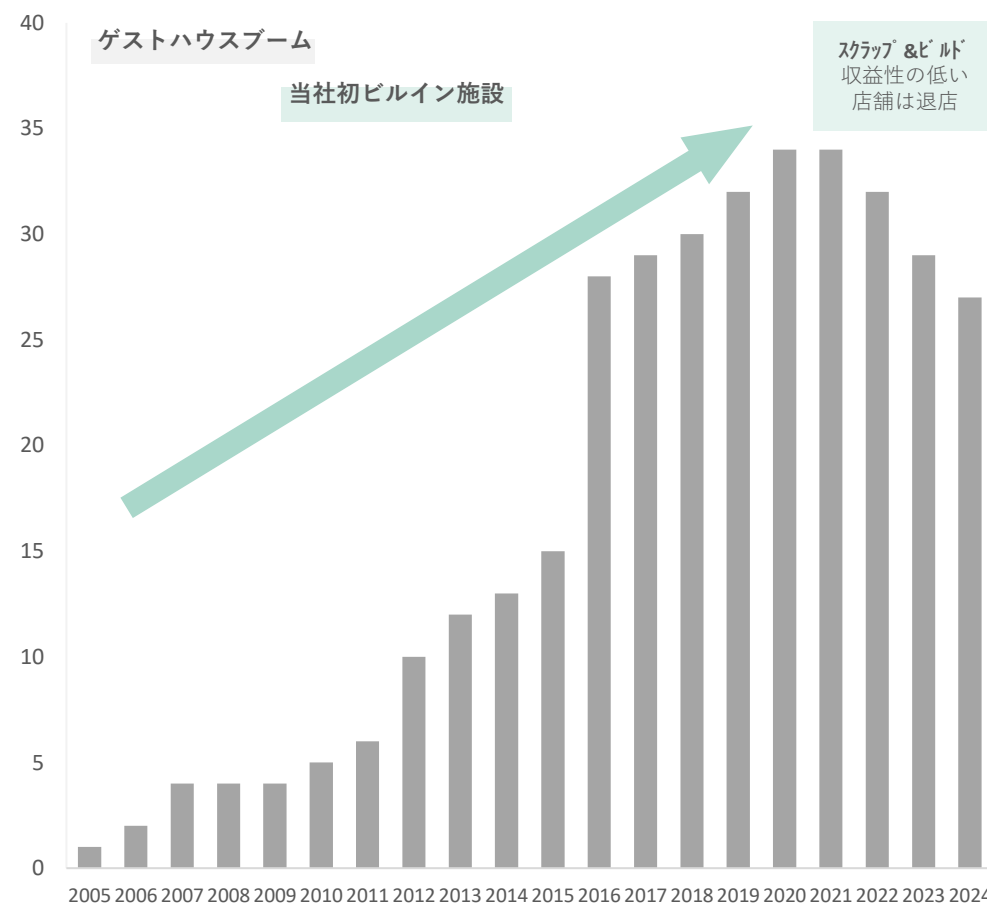


2. ビルイン施設

大都市への出店が可能



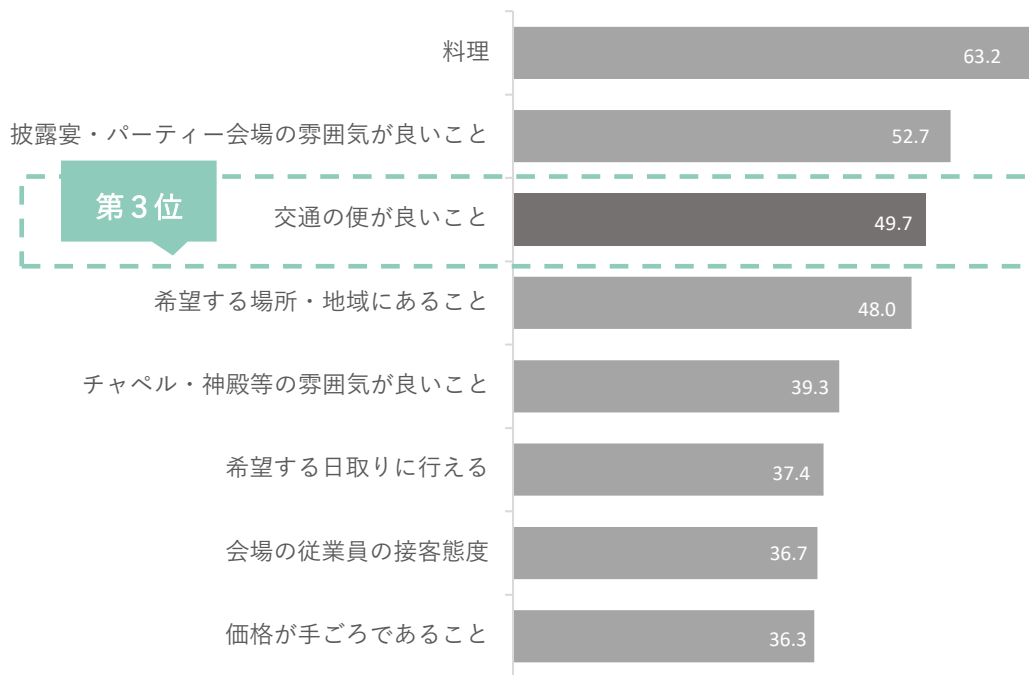
当社施設数推移



出店1. 都市型出店

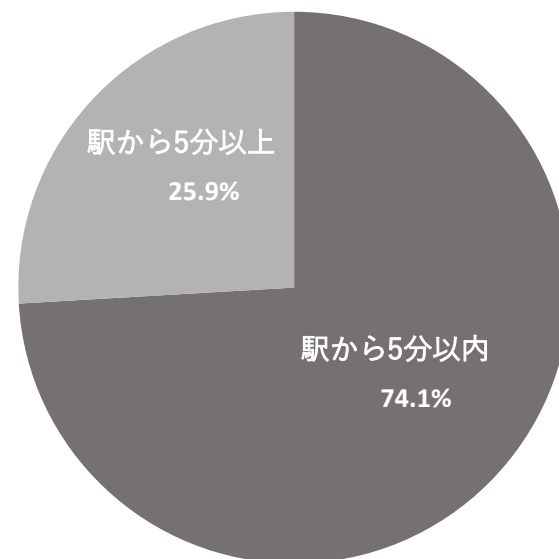
顧客ニーズに寄り添う好立地戦略

カップルが挙式・披露宴会場の決定時に重視する点



出典：ゼクシィ結婚トレンド調査2024

最寄駅からのアクセス (当社国内27施設)

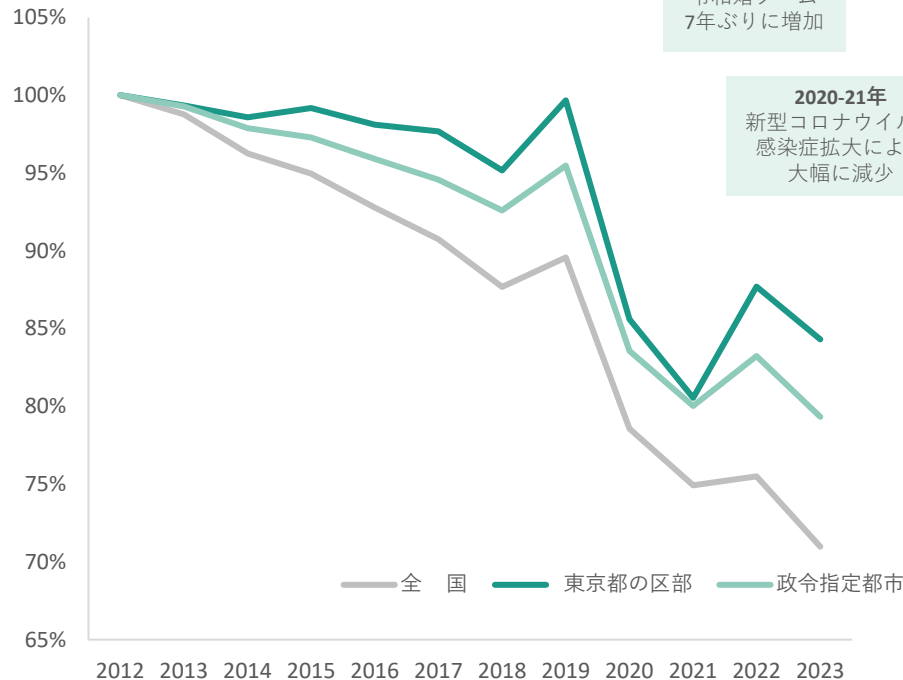


会場を決定するうえで、約半数の顧客が「交通の便の良さ」を重視している
当社はアクセスの良さにこだわり駅近に多くの会場を展開

出店 1. 都市型出店

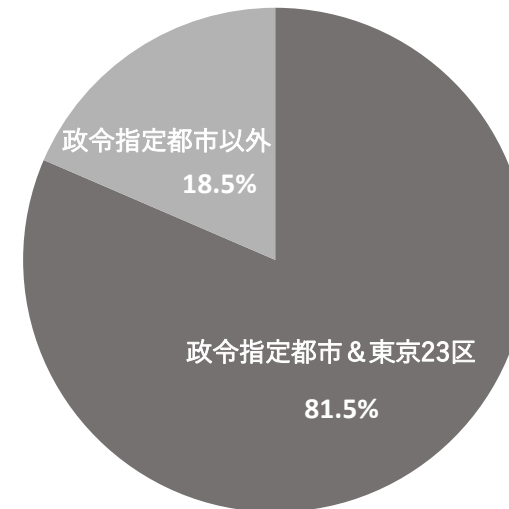
都市部への出店により 市場規模縮小リスクに対応

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

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

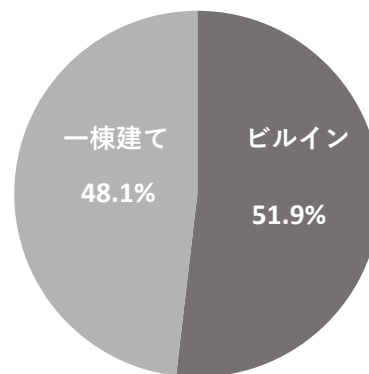
大手競合3社の117施設のうち、ビルインタイプは1施設のみ

- ・ 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

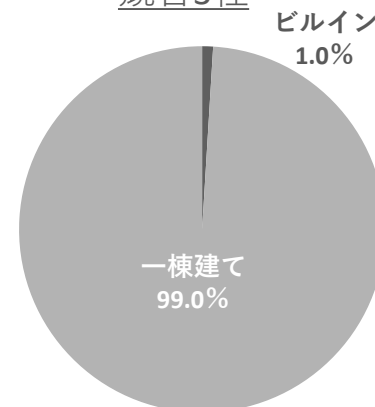


施設スタイル比較

エスクリ



競合3社



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

Escrit

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

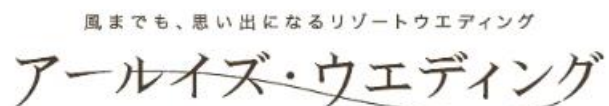
With/Afterコロナ時代の新しい価値創出、収益力の向上を目指す

- ・ 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	HASUNA	資本業務提携 ジュエリーの共同開発

※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

Esrit

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



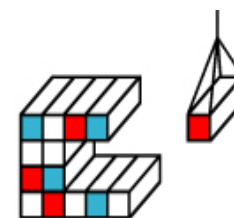
世界各地の建材・古材販売



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®





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。