



渋谷 守浩 社長 CEO

株式会社エスクリ(2196)



企業情報

市場	東証1部
業種	サービス業
代表取締役社長 CEO	渋谷 守浩
所在地	東京都港区西新橋2-14-1 興和西新橋ビルB棟
決算月	3月
HP	https://www.escrit.jp/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
328円	11,986,500株		3,931百万円	6.2%	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
未定	-	未定	-	638.52円	0.5倍

*株価は8/18終値。発行済株式数は21年3月期第1四半期決算短信より。第三者割当増資により8月3日現在の発行済株式数は13,786,500株。ROE、BPSは前期実績。新型コロナウイルス感染拡大の影響により今期予想は未定。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2017年3月(実)	29,477	1,343	1,224	713	59.89	12.00
2018年3月(実)	31,700	1,950	1,830	665	55.72	12.00
2019年3月(実)	33,302	2,191	2,123	1,078	90.01	12.00
2020年3月(実)	31,430	1,546	1,499	455	38.79	16.00
2021年3月(予)	-	-	-	-	-	-

*単位:百万円、円。新型コロナウイルス感染拡大の影響により今期予想は未定。当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。(以下、同様)

株式会社エスクリの2021年3月期第1四半期決算概要などをご紹介致します。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
 - [2. 2021年3月期第1四半期決算概要](#)
 - [3. 2021年3月期業績予想](#)
 - [4. 今後の注目点](#)
- [<参考:コーポレートガバナンスについて>](#)

今回のポイント

- 2021年3月期第1四半期の売上高は前年同期比88.7%減の8億79百万円。営業利益、経常利益、四半期純利益はそれぞれ15億85百万円、15億97百万円、18億77百万円の損失。新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、2020年4月に発令された緊急事態宣言を受け、同期間中において運営する全施設を臨時休業としたため、予定されていた挙式・披露宴の多くが日程変更となった。雇用調整助成金5億81百万円を特別利益に計上した一方、休業期間中の人件費、家賃、減価償却費等16億47百万円を新型コロナウイルス感染症による損失として特別損失に計上した。
- 新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響により2021年3月期は赤字となる見込みだが、業績予想を合理的に算定することは困難なため配当予想とともに未定としている。業績予想の算定が可能となった段階で速やかに公表する。
- 厳しい事業環境ではあるが、第三者割当増資など資金面については当面十分な手当ては出来たようだ。ただ、業績の回復についてはある程度の時間が必要と社も認識している。同社の競争優位性であるソフトを重視した独自の事業戦略を軸に、「エンターテインメント性を追求したウェディング企業」として、M&Aなども展開しながらシェアアップの機会とできるか注目したい。

1. 会社概要

専門式場、ゲストハウス等多様な業態で全国に展開するウェディングサービス企業。駅ビル・駅近の出店に特徴を持つ。ソフトを重視した独自の事業戦略、同業他社を凌駕する売上・利益の成長が大きな強み・特長。アニメやゲームなどのキャラクターとのコラボ企画による集客にも注力。渋谷社長のリーダーシップの下、事業基盤の強化を進め更なる成長を追求している。

【1-1 沿革】

(株)リクルート(現:(株)リクルートホールディングス)でブライダル関連情報誌「ゼクシィ」創刊の中核メンバーであった岩本博氏(株式会社エスクリ 取締役会長ファウンダー)はブライダル産業に日々接している中で、他社にはないある差別化を図れば大きな成長を実現することができると考え、自らブライダル事業の立上げを決意。2003年6月に同社を設立。

その差別化要因とは「ハードではなくソフト」つまり、人財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発揮し、高収益のビジネスモデルを構築することであった。

当時はハウスウェディングなど、豪華な施設を売りとするウェディングが主流だったのに対して、ゲストにとっては利便性がより重要と考え、駅近のビル内にチャペルとバンケットを開設。煌びやかなハウスウェディングではなくても、ハードに頼らずソフトの力で、顧客は十分満足していただけたと考えた。

この差別化戦略は見事に的中し、「ビルインのモデルといえばエスクリ」との評価も得て、急速に業容は拡大。他社の参入も始まる中、首都圏中心に好立地への出店を加速させるためには資金調達が必要と考え、2010年3月、東証マザーズに上場し、2012年11月には東証1部に市場変更した。

しかし、急激な出店とM&A(1年間で13会場増加)により、人的リソースが不足、既存店を含め営業戦力が希薄化したことで、2016年2月に上場以来初の業績下方修正(売上12%減、営業利益66%減)を発表。加えて、本来は立て直しに注力すべき経営幹部が部下を連れて辞任したことなどで社内は大いに動揺した。

この創業以来の危機に際し、トップとして立て直しに取り組んだのが代表取締役社長 CEO である渋谷 守浩(しづたに もりひろ)氏である。渋谷氏の強力なリーダーシップの下、自社の優位性を磨き上げ、収益向上に努めている。

【1-2 企業理念・ビジョン】

社名「エスクリ」は、は「STAFF CREATE」に由来する。

「時代が変わっても、「人の力」は変わらない。信頼できるスタッフ、信頼できるチームで、顧客の期待を超えていく。」
 「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。能力の高いスタッフが最高のサービスでお客さまに満足させる。「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。」
 (同社ウェブサイトより)

同社がハードに頼らずソフト、最も重要な経営資源である人財が最大限に活躍できる環境作りに注力するのはこの哲学に起因する。

【1-3 市場環境】

(1) 市場環境概観

民間調査会社の調べによれば、日本の挙式披露宴・披露パーティー(国内で手配された海外挙式含む)市場は、年率 1%弱のペースで市場規模縮小が続いている。

その要因は、主に以下の2点。

①人口減少に伴う婚姻件数の減少

比較的人口の多かった団塊ジュニア世代が 40 代後半へと年齢を重ねる一方、平均初婚年齢に相当する 1980 年代後半～1990 年代生まれの 29～30 歳前後の人口は今後減少を辿る。

②結婚関連の物品・サービスに関する支出の抑制傾向

披露宴を行わない「ナシ婚」、両親とごく親しい友人のみを招待する少人数のパーティーなど、多様な価値観の広がりとともに、結婚関連の物品・サービスに関する支出を抑制し、実生活の充実を優先するといった行動が広がっている。
 また、既に婚礼施設が供給過多の状態となっている一方で、いまだ一定のけん引力を有する新規施設開業が行われており、来館や受注を獲得するための時間的、人的コストは益々増大していくことが予想されるとしており、経営難に面するブライダル業者も増加しているようだ。ただ、縮小傾向に歯止めがかかることは見込みにくいものの、市場規模は依然として約 1.36 兆円と大きく、エスクリでは独自の戦略でこの需要を着実に吸い上げて今後も更に成長を実現できると考えている。

◎同業他社

コード	企業名	売上高	増収率	営業利益	営業増益率	営業利益率	時価総額	PER	PBR	ROE
2196	エスクリ	-	-	-	-	-	3,931	-	0.5	6.2
2198	アイ・ケイ・ケイ	-	-	-	-	-	15,727	-	1.2	11.0
2418	ツカダ・グローバルホールディング	-	-	-	-	-	12,240	-	0.3	7.0
2424	プラス	-	-	-	-	-	2,306	-	0.8	10.6
4331	テイクアンドギヴ・ニーズ	22,000	-65.5	-15,000	-	-	6,451	-	0.3	4.3
4696	ワタベウェディング	-	-	-	-	-	2,576	-	0.2	6.5

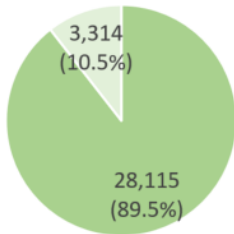
*単位:百万円、倍。時価総額、PBR は 2020 年 8 月 18 日終値ベース。ROE は前期実績。テイクアンドギヴ・ニーズを除き新型コロナウイルス感染拡大の影響により今期予想は未定。テイクアンドギヴ・ニーズの売上高・営業利益予想はレンジの下限。

【1-4 事業内容】

(1)セグメント

ブライダル関連事業と建築不動産関連事業の2セグメントで構成されている。

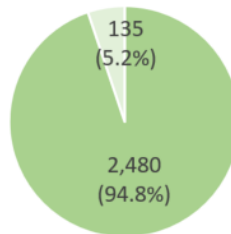
売上高構成 (20/3期)



■ ブライダル関連 ■ 建築不動産関連

*単位：百万円。外部顧客への売上高

セグメント利益構成 (20/3期)



■ ブライダル関連 ■ 建築不動産関連

*単位：百万円。調整前合計に対する構成比

①ブライダル関連事業

全国 34 会場の直営施設に加えて提携施設を通じた挙式・披露宴の企画・運営等のブライダルサービス、ホテルスタイルの施設を通じた宿泊サービス、レストランスタイルの施設を通じたレストランサービス、各種パーティーの企画・運営の宴会サービスを提供している。

直営のブライダルでは、「施設スタイルにこだわらない都市型ブライダルオペレーター」として、多様化する顧客のニーズに応えるため、様々なスタイルの直営挙式・披露宴施設の運営を行っている。

顧客である新郎新婦やゲストに対する「施設の貸し切り感」、「オリジナル感」の演出を重視し、挙式・披露宴で提供される衣装、装花、引出物、料理、飲料、演出等を顧客のこだわりに合わせてトータルプロデュースする「オーダーメイド型の婚礼サービス」を提供している。

特に、衣装、装花、演出に関しては社内における内製化を推進しており、外注取引企業ではなく自社の従業員が直接顧客と打ち合わせを行うことにより、顧客の細かなこだわりにも対応し、一層の顧客満足度の向上を目指している。

また、運営施設のうち、バンケット(披露宴会場)が複数ある施設に関しては、それぞれのバンケットに専用のチャペル又はロビースペースを設置することにより、「施設の貸し切り感」の演出を行っている。

ブライダル業界では、「施設の貸し切り感」、「オリジナル感」演出のために一軒家の邸宅風施設であるゲストハウス型施設が多いが、同社は、同様の演出が可能で、かつ出店立地に最適なスタイルでの出店を実施している。

さらに、レストランやホテルの事業者が行うブライダルサービスの一括運営受託も行っている。



(同社ウェブサイトより)

②建築不動産関連事業

グループ会社の株式会社渋谷が、飲食店や小売店を中心とした施設の内外装工事の請負及び設計監理業務、戸建住宅やマンションの建築、コンテナ事業、コンサルティングサービス等を行っている。

【1-5 特徴と強み】

(1) ソフトを重視した独自の事業戦略

ハードには、トレンド・ブームがあり、それは必ず変化すると考える同社では、「ハードによる集客優位性の限界」を長期的成長の阻害要因ととらえ、ソフトパワーを重視している。

優秀なスタッフによる「高いオペレーションスキル」をベースに、「ブライダルパーティー会場運営ビジネス」を展開している。また、様々な企業とのアライアンスによる差別化等、ハードの形態は異なっても集客を高め、過度な投資を実施しなくても高い顧客満足度を獲得できるオペレーションノウハウの構築を進めている点も、他社には見られない大きな特徴である。

この鍵となるのが、「人財戦略」「出店戦略」「ワンストップサービス戦略」の3事業戦略。

これら3戦略により、業界内で圧倒的な差別化を図り、ブライダル業界における新しいスタンダードおよびハードやスタイルのはやり廃りに左右されない安定的なビジネスモデル確立を目指している。

① 人財戦略

社員が働きがいを感じ、進化し続け、組織として最大限に力を発揮することが重要であると考えており、個人の能力開発および自由闊達で風通しのよい組織づくりに取り組んでいる。

人財が継続して働ける職場環境を創造し、なおかつ女性活躍推進企業としてライフステージの変化に伴う働き方の支援や、福利厚生充実、キャリア形成支援等、様々な施策を推進している。

こうした取り組みが、同社最大の競争優位性であるソフトパワーの醸成に繋がっている。

② 出店戦略

約1.36兆円と言われるブライダル市場において、現在のメインストリームであるゲストハウスウェディングでさえもシェアは約2割程度と言われている。

これまでの経験や検証から「ハードによる集客優位性には限界がある」と考える同社は、特定のスタイルという狭い市場ではなく、全てのドメインで収益の可能性を追求している。

そのために、ホテル・レストラン・ゲストハウス・専門式場と、多様な施設スタイルで事業展開し、変化するマーケットニーズに応えることを軸としている。

同時に、新規出店のみでなく既存店の改修による集客力向上も重視しており、安定・着実な成長実現こそがステークホルダーの期待に応えることであるとも考えている。

③ ワンストップサービス戦略

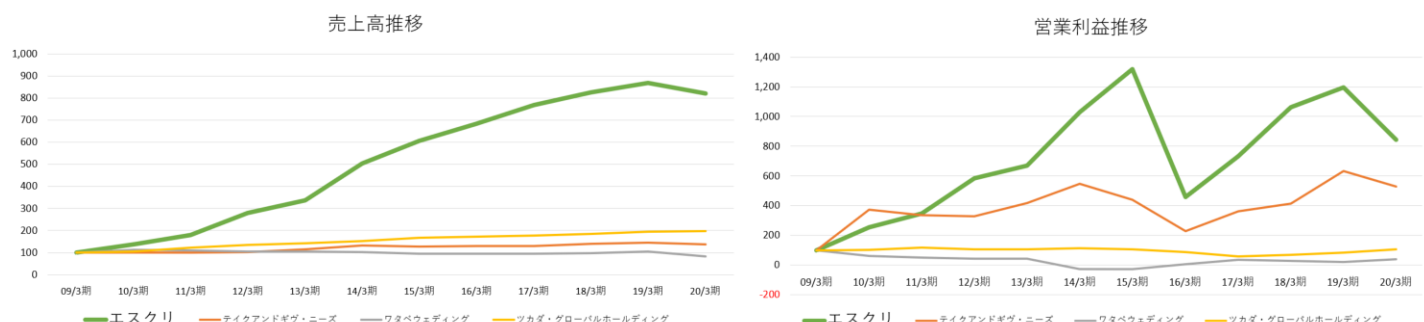
ブライダル業界では、ドレスやヘアメイク、装花などを外部の業者に委託するのが一般的だが、そこには顧客の要望に充分応えることができないという大きなデメリットが生じる。

同社では前述のように、衣装、装花、演出に関しては社内における内製化を推進しており、こうしたワンストップサービス体制を強化し、更なる顧客満足度の向上を図っていく。

(2) 同業他社を凌駕する売上・利益の成長

P3の同業他社比較の表の中から、エスクリおよび同社よりも売上規模の大きい3社(ツカダ・グローバルホールディング、ティクアンドギヴ・ニーズ、ワタベウェディング)の売上高及び営業利益の時系列推移を比較したのが下のグラフであるが、売上、利益ともに同社の伸びが一頭地を抜いている。

この成長のベースにあるのが、創業来の理念であり、渋谷社長が強力に推進する「ソフトの力」である。



【1-6 ROE 分析】

	13/3 期	14/3 期	15/3 期	16/3 期	17/3 期	18/3 期	19/3 期	20/3 期
ROE (%)	32.3	34.4	32.6	6.9	12.7	10.7	15.6	6.2
売上高当期純利益率(%)	5.72	5.69	6.20	1.37	2.42	2.10	3.24	1.45
総資産回転率(回)	1.53	1.57	1.33	1.18	1.15	1.18	1.28	1.30
レバレッジ(倍)	3.69	3.86	3.95	4.27	4.55	4.32	3.79	3.27

【1-7 ESG への取り組み】

社名の由来にもあるように、人の力をコアバリューとする同社は、働きやすい環境作りに向け、ESGのうち特に「Social(社会)」について様々な施策を積極的に推進している。

(1)健康経営の推進

以下のような「Escrit 健康経営宣言」を掲げている。

Escritは、お客様に最高の幸せの瞬間を届けるため、従業員一人ひとりが、心身共に健康であり、いきいきと仕事に取り組んでいくことが、最も重要だと考えています。

「従業員の安全と健康の確保、快適な職場環境づくりは企業活動の基礎である」という考えの下、Escrit 従業員・会社が一体となって、健康で長く働くことのできる環境の整備に向けて、これから一層積極的に取り組んでいくことを宣言します。

代表取締役社長 渋谷守浩

①主な取り組み

「健康経営」を Escrit 全体で実践していくために、健康管理(定期健康診断の結果分析、ワークライフバランスの実現)、疾病予防(感染症、生活習慣病の予防、女性特有の疾病対策)、メンタルヘルスマネジメント、継続的な運動の促進などに取り組んでいる。

②評価

*「健康経営優良法人 2020」認定を取得

2020年3月、健康経営の推進に関する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 2020(大規模法人部門)」の認定を受けた。

健康経営優良法人認定制度とは、地域の健康課題に即した取組や日本健康会議が進める健康増進の取組をもとに、特に優れた健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度。

*「東京都スポーツ推進企業」「スポーツエールカンパニー」に認定

「東京都スポーツ推進企業」「スポーツエールカンパニー」に認定された。

「東京都スポーツ推進企業認定」は、従業員が行うスポーツ活動の促進や、スポーツ分野におけるアスリート・団体・大会などへの支援を実施している企業を認定するもの。

Escritでは、従業員スポーツ活動の促進のため、各種スポーツイベント、Escrit「絆」駅伝の開催や、部活動を行っているほか、採用したトップアスリートに部活動のコーチとして活躍してもらう場を設けるなどの施策を行っている。

その他にもアスリート支援(フェンシング女子エペ日本代表の鈴木穂波選手を雇用)とスポーツ文化への貢献(卓球プロリーグの「T.T 彩たま」とパートナー契約締結等)に積極的に取り組んできた。こうした取り組みが「東京都スポーツ推進企業」認定に繋がった。

「スポーツエールカンパニー」制度は、運動不足である「働き盛り世代」のスポーツの実施を促進し、スポーツに対する社会的機運の醸成を図ることを目的として、従業員の健康増進のためにスポーツの実施に向けた積極的な取り組みを行っている企業をスポーツ庁が認定するもので、従業員の健康管理を考え戦略的に取り組んでいる企業の社会的評価の向上を図ることを目的としている。

(2)女性の活躍に向けた各種施策と実績

①主な取り組み

ウェディングプランナー、ドレススタイリスト、フラワーコーディネーターなど、女性が活躍する場面が多い同社では、19年3月末で全社員のうち7割が女性社員。

性別やライフステージに左右されず、誰もが実力によって正当に評価される会社を目指すとの思いから、女性活躍推進を中期経営計画の方針の一つとしている。

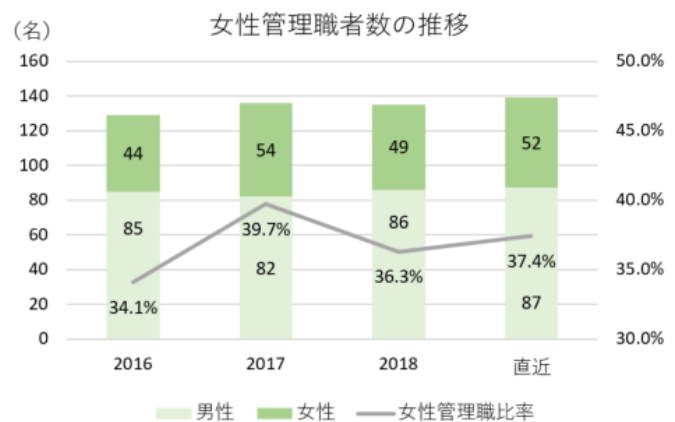
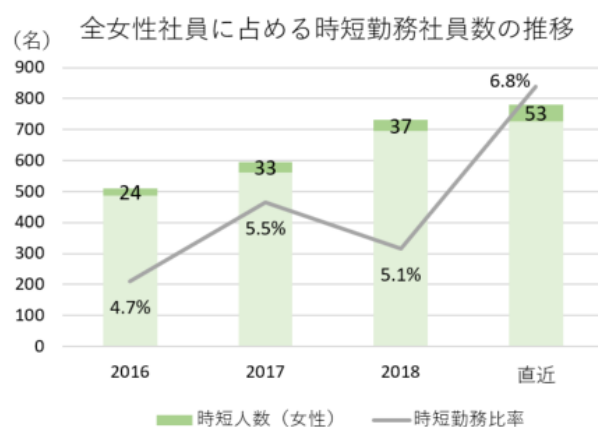
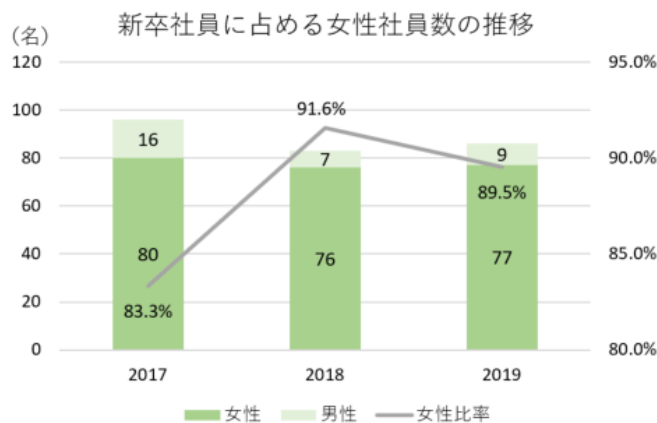
この方針に基づき以下のような「女性活躍推進に関する取り組み」を行っている。

取り組み	概要
女性の産前期間の不安解消と体調管理しやすい環境を整備	<p>*「スタート面談」の実施 安心して産前期間を過ごせるように体調面や業務面で配慮してほしいことを上司や人事担当者と面談する。</p> <p>*通院時間の確保 体調管理を行うために、勤務時間中に検診のための通院時間を確保する。(男性の付き添いも可能)</p>
産前産後制度の拡大と男性の休暇取得促進	<p>*産前休業の拡大 取得できる産前休業を法定の産前6週から産前8週に拡大する。</p> <p>*男性の休暇取得促進 子どもが誕生した日から翌々月末までの間に最大8日間の休暇取得を推奨する。(出産時の立会にも使用可能)</p>
復職前面談を実施し、円滑な復職を支援	<p>*「カムバック面談」の実施 復職後の働き方を具体的にイメージしてもらえるように勤務時間の希望等について、上司や人事担当者と面談する。</p>
復職後における子育てと仕事の両立を支援	<p>*慣らし保育応援 子どもの慣らし保育期間に関する出勤を免除する。</p> <p>*短時間勤務・子の看護休暇の拡大、時間外勤務の制限 育児短時間勤務を、子どもが小学校入学までに拡大する。 時間外勤務の制限を、子どもが小学校入学までに拡大する。 子の看護休暇を、子どもが中学校卒業までに拡大する。</p>

加えて、女性のみに限らず、全社員に働きやすい環境を提供したいとの考えから、「労働時間の適正化に関する取り組み」「女性相談窓口の設置」「管理職者向けマネジメント研修」「全社員向け研修」「女性社員向けキャリアアップ研修」等にも注力している。

②実績

こうした取り組みの結果、女性活躍は下記のグラフのように目に見える実績となって表れているほか、「支援制度を活用することで育児も仕事も楽しんでいます。将来的には、働く女性社員の目標になれるようになりたいですね。」(同社ウェブサイトより)といった声も寄せられており、従業員満足度は着実に高まっているようだ。



時短勤務者数は50名を目標としていたが、19年3月末に達成したため次の目標を策定中。
女性管理職比率は2022年度50%を目標としている。

③評価

* 厚生労働大臣より「えるぼし」の認定取得

2018年7月、プライダル企業として初めて女性の職業生活における活躍の推進に関する法律(女性活躍推進法)に基づき、女性の活躍推進に関する取り組みが優良な企業として、厚生労働大臣より「えるぼし」の認定をうけた。

「えるぼし」認定は、女性活躍推進法により、女性の活躍推進に関する状況等が優良な企業に対して、厚生労働大臣が認定する制度で、「採用」「継続就業」「労働時間等の働き方」「管理職比率」「多様なキャリアコース」の5つの評価項目がある。「えるぼし」は、現在約2万社が申請し、約600社が認定されている狭き門だが、上記のような女性活躍推進の取り組みが、基準を超えていることが認められ認定を取得することができた。

* 「準なでしこ」認定を取得

2020年3月、経済産業省と東京証券取引所が共同で選定する女性活躍に優れた上場企業として、「準なでしこ銘柄」の認定を受けた。

なでしこ銘柄は、「女性活躍推進」に優れた上場企業を「中長期の企業価値向上」を重視する投資家にとって魅力ある銘柄として紹介することを通じて、企業への投資を促進し、各社の取組を加速化していくことを狙いとし、経済産業省と東京証券取引所が共同で2012年度より選定している。

エスクリの女性活躍推進施策(主に、経営戦略への組み込みや環境やルールの整備、管理職の意識改革等)が評価された結果、「なでしこ銘柄」に準ずる企業(次点企業)として、「準なでしこ」に選定された。

(3)全契約社員の正社員化を実施

従業員の長期的なキャリア形成の観点から、2018年8月、契約社員全員の正社員化を決定した。

同社では、ウェディングプランナー、ドレススタイリスト、フラワーコーディネーター等多数の職種において、契約社員が多数活躍しているが、契約社員制度を廃止し、新設した転勤のない正社員制度(地域限定正社員)へと転換する。

現在契約社員として従事している従業員は、社内で重要な役割を担っており、同社では雇用をとりまく環境の変化や、女性の社会進出の状況をふまえ、従業員が安心して長期キャリアの形成に取り組めるようにする。

2. 2021年3月期第1四半期決算概要

(1)連結決算概要

	20/3期1Q	構成比	21/3期1Q	構成比	前年同期比
売上高	7,801	100.0%	879	100.0%	-88.7%
売上総利益	4,616	59.2%	147	16.8%	-96.8%
販管費	4,114	52.7%	1,733	197.2%	-57.9%
営業利益	502	6.4%	-1,585	-	-
経常利益	492	6.3%	-1,597	-	-
四半期純利益	319	4.1%	-1,877	-	-

*単位: 百万円

新型コロナウイルスの影響大きく減収、損失計上

売上高は前年同期比88.7%減の8億79百万円。営業利益、経常利益、四半期純利益はそれぞれ15億85百万円、15億97百万円、18億77百万円の損失。

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、2020年4月に発令された緊急事態宣言を受け、同期間中においては運営する全施設を臨時休業としたため、予定されていた挙式・披露宴の多くが日程変更となった。

雇用調整助成金5億81百万円を特別利益に計上した一方、休業期間中の人件費、家賃、減価償却費等16億47百万円を新型コロナウイルス感染症による損失として特別損失に計上した。

(2)セグメント別動向

	20/3期1Q	構成比	21/3期1Q	構成比	前年同期比
売上高					
ブライダル関連	7,229	92.7%	455	51.8%	-93.7%
建築不動産関連	571	7.3%	424	48.2%	-25.7%
合計	7,801	100.0%	879	100.0%	-88.7%
セグメント利益					
ブライダル関連	778	10.8%	-1,420	-	-
建築不動産関連	-12	-	-69	-	-
調整額	-263	-	-96	-	-
合計	502	6.4%	-1,585	-	-

*単位: 百万円。営業利益の構成比は営業利益率。

(ブライダル関連)

減収、損失計上

緊急事態宣言期間中の休業により、多数の挙式・披露宴が日程変更等となったため大幅な減収。

◎受注状況

緊急事態宣言解除により受注は徐々に増加傾向にあるものの、回復には時間がかかると見ている。

休業により受注は大幅減となったが、受注残のCoreBridalは微減、NewBridalは微増。

BRIDGE REPORT



*Core Bridal Service

	20/3 期 1Q	21/3 期 1Q	前年同期比
施行件数	1,336	22	-98.4%
受注件数	1,773	322	-81.8%
受注残件数	4,162	4,062	-2.4%
平均組単価	3,765	3,714	-1.4%

*単位:千円

*New Bridal Service

	20/3 期 1Q	21/3 期 1Q	前年同期比
施行件数	831	100	-88.0%
受注件数	997	248	-75.1%
受注残件数	1,753	1,768	+0.9%

*Core Bridal Service: エスクリ直営施設の列席者 30 名以上の挙式・披露宴を対象。

*New Bridal Service: 子会社、運営受託、少人数婚、得ナビ(提携会場分)、リゾート婚の数値が含まれる。

海外送客分については、上記と重複する顧客もいるため数値から除外。

(建築不動産関連)

減収、損失拡大。

新型コロナウイルス感染拡大により、資材の納期遅れや、マスク着用などによる感染対策によって現場の作業効率悪化の影響があるものの、前期並みの業績を見込んでいる。

(3) 財務状態とキャッシュ・フロー

◎主要BS

	20/3 月末	20/6 月末		20/3 月末	20/6 月末
流動資産	6,499	7,273	流動負債	8,464	10,134
現預金	4,130	4,725	仕入債務	1,072	256
売上債権	263	118	短期借入金	2,174	3,933
販売用不動産	816	812	固定負債	7,284	8,885
固定資産	16,729	17,254	長期有利子負債	4,111	5,737
有形固定資産	11,118	10,845	負債合計	15,749	19,019
投資その他の資産	5,564	6,351	純資産	7,478	5,508
資産合計	23,228	24,527	利益剰余金	6,499	4,528
			負債純資産合計	23,228	24,527
			自己資本比率	32.2%	22.4%

*単位:百万円

現預金の増加などで資産合計は前期末比 12 億円増加の 245 億円。

借入金の増加などで負債合計は同 32 億円増加し 190 億円。

利益剰余金の減少等で純資産は同 19 億円減少の 55 億円。

自己資本比率は前期末より 9.8%低下し、22.4%となった。

なお、新型コロナウイルスの感染拡大による影響を鑑み、手元資金を厚くしておくことで経営の安定性を高めることを目的として、2020年4月末に取引先金融機関8社から総額28億円の借入(借入期間は1~10年、借入金利は基準金利+スプレッド)を行ったのに加え、7月15日には極度金額60億円でコミットメントライン契約を締結。これらを含め、113億円の運転資金を確保している。

(4)トピックス

①ティーケーピーとの間で資本業務提携を契約

2020年7月、株式会社ティーケーピー(3479、東証マザーズ)と資本業務提携契約を締結した。

(アライアンスの背景)

株式会社ティーケーピーは全国で貸会議室を展開し、ビジネスホテルの開設もあり成長を遂げてきたが、新型コロナウイルス感染症拡大によるイベント自粛の影響を大きく受けている。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けているエスクリとティーケーピーは、それぞれが保有する施設の稼働率向上、オペレーションの効率化などについて協議してきた。新型コロナウイルス感染症拡大により、両社のビジネス環境が大きく変わりつつあるなか、「with コロナ」の世界における新たな商品・サービスの開発や業務効率化の徹底には、両社の信頼関係をより強固なものとし、両社がこれまで積み重ねてきたノウハウを相互に活用すべきと考え、資本業務提携を締結することとした。

(アライアンスの内容)

◎業務提携

これまで両社が培ってきた知識やノウハウを活かし、以下の事業および業務に関して提携を行うことを検討している。

- ①エスクリの施設について、平日空き枠の販売・管理業務をティーケーピーに委託し、ティーケーピーの持つ約3万社に及ぶ法人顧客基盤を活用することにより平日稼働率を向上させる。
- ②株式会社渋谷が、ティーケーピーグループ施設における新規出店、改装、維持修繕工事及び施設管理業務を受託する。
- ③株式会社渋谷の建築コンテナ(特許取得済)を利用した空間ビジネスおよび抗菌・抗ウイルス対応の内装施工を利用した「with コロナ」ビジネスを共同開発する。

◎資本提携

2020年7月31日、エスクリの筆頭株主である有限会社ブロックスが、売出しにより、ティーケーピーに対して、170万株を譲渡した。

②SBIホールディングスと資本業務提携契約を締結

同じく2020年7月、SBIホールディングス株式会社(8473、東証1部)と資本業務提携契約を締結した。

(アライアンスの背景)

エスクリは、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、業績が急速に悪化しているエスクリは、経費削減に取り組むとともに、当面の運転資金については既に金融機関からの借入により調達しているが、業績を回復・改善させるには一定期間を要すると見込んでいる。

そのため、SBIホールディングスとのアライアンスにより、資本の増強と財務基盤の強化、中長期的な事業成長や収益性の向上を目指すこととした。

(アライアンスの内容)

◎業務提携

①CRM施策における連携

ブライダルマーケットにおいて、婚姻件数の減少等により市場規模の緩やかな縮小が懸念されるなか、年間約8,000組の婚礼を手掛けるエスクリでは、CRM施策(※)による収益力の向上が重要な経営課題の一つであると考えている。

金融商品や健康管理支援サービス等に代表されるSBIグループの商品及びサービスの提供を受けるほか、ブライダル事業に関連する金融サービスの共同開発等を検討し、挙式披露宴に留まらず、顧客ライフサイクルに寄り添った提案の実現を目指す。

(※)CRM(Customer Relationship Management)施策

顧客情報や履歴情報の一元管理により、一人ひとりの顧客に対して適切かつ効率的なアプローチを行い、顧客との良好な関係を維持することに加え、自社の商品やサービスの競争力を高めることを目的とする施策。

②ALAの販売における連携

SBIグループでは、ALA(※)関連事業を今後の成長分野と位置付け、ALAを配合した健康食品、化粧品、医薬品を製造、販売している。既に、日本国内のALA配合健康食品の取り扱い店舗数は、ドラッグストアを中心に17,260店(2020年4月27日現

在)に上り、さらに、アジア地域を中心に ALA 製品普及体制の構築も進めている。

エスクリも ALA 普及の一翼を担うべく、CRM 施策における連携の一つとして既存顧客への販売、また、新たな販路開拓とその拡大を進める。

(※)ALA(アラノ5-アミノレブリン酸)

健康と美を支えるのに重要な天然アミノ酸の1種で、ヘルスケア・エイジングケアに役立つ成分として注目を集めている。ALA は、細胞のエネルギー工場と呼ばれるミトコンドリア内で作られるアミノ酸で、エネルギー産生に関与するたんぱく質の原料となる重要な物質。ALA が体内に十分に存在することにより細胞のエネルギー産生が活性化され、健康や美容において、血糖値上昇の抑制や睡眠の質の改善、運動効率の上昇といった様々なベネフィットをもたらすと考えられている。

③M&A 戦略における連携

エスクリでは、新型コロナウイルス感染拡大による影響は、after コロナの世界において、ブライダル業界にも大きな変化をもたらすと予想している。同社では、国内外において、現在 34 施設を運営しているが、うち、15 施設は M&A 等により他社より引き継いだもの。今後も M&A は事業拡大の有効手段の一つと考えており、SBI グループのサポートを受けつつ、ブライダル事業及びその周辺事業の M&A を検討していく。

◎資本提携

2020年8月3日、SBIファイナンシャルサービシーズ株式会社に対し、第三者割当により普通株式 180 万株(第三者割当増資後の所有議決権割合 13.33%、自己株式を除く発行済み株式総数に対する所有割合 13.32%)を割当てた。

払込金額は約 6 億円。

この増資により、エスクリの株主は、第 1 位 SBIファイナンシャルサービシーズ株式会社(所有株式数 180 万株、13.33%)、第 2 位 株式会社ティーケーピー(同 170 株、12.59%)となった。

資金使途は以下の通り。

①新商品・新サービスのシステム開発費用及びプロモーション費用	3.4 億円	2023 年 3 月まで
②感染症予防を目的とした設備等設置費用	2.5 億円	2021 年 12 月まで

①新商品・新サービスのシステム開発費用及びプロモーション費用

同社では、コロナ禍において多様化する結婚式のニーズに応えるため、主に以下の新商品・新サービスについて開発を進めていく。

(i)結婚式 Live 配信サービスの開発及びプロモーション

挙式披露宴を予定している新郎新婦が、本来であれば招待したい遠方や高齢のゲスト、その他事情により列席できないゲストにも、列席しているような目線で結婚式を見て欲しいとの想いから、他社サービスの Live 配信アプリを利用した配信サービスを 2020 年 7 月 17 日より開始した。また、挙式披露宴のオペレーションに合わせた配信、オンラインで列席するゲストからのお祝いコメントやご祝儀、プレゼント機能など、挙式披露宴に特化した Live 配信サービスの独自開発にも着手している。調達した資金についてはこれらの開発及びプロモーション費用に充当することを予定している。

(ii)CRM 施策展開のためのプロモーション費用

前述のように同社は、SBI グループの商品及びサービスの提供を受けることにより、CRM 施策において連携することを検討しており、挙式披露宴を挙げた新郎新婦、及び結婚式 Live 配信サービスを利用したゲスト等、顧客情報を一元管理し、CRM 施策を展開するためのプロモーションを進めていく。

②感染症予防を目的とした設備等設置費用

新型コロナウイルス感染症拡大の現状から、公益財団法人日本ブライダル文化振興協会および一般社団法人全日本冠婚葬祭互助協会は 2020 年 5 月 14 日、緊急事態宣言の解除に伴う結婚式場の運営に際し「新型コロナウイルス感染拡大防止ガイドライン」を策定し、指針を示した。

このガイドラインを踏まえ、同社では、顧客及び従業員の安全を考慮し、安心して挙式披露宴を実施してもらうために、衛生管理(消毒用アルコール設置による除菌対策、従業員の体調管理等)、結婚式準備におけるオンライン接客の活用をはじめとする感染症拡大防止策の徹底に努めている。

また、こうした感染症拡大防止策に加え、より高い安全性を確保すべく、国内で運営するすべての施設において以下の設備等を購入及び設置する。

(i) ソーシャルディスタンス用パーテーション設置

新型コロナウイルス感染症の飛沫感染防止のため、披露宴会場内のゲストテーブル、受付、クローク及び打合せを行うウェディングサロン等、対面での接触が避けられない箇所を対象に、透明なアクリル製パーテーションの設置を進めていく。

(ii) 空調抗菌フィルター工事

現在、各施設においては、密閉状態を避けるための換気を徹底して行っているが、換気による効果をさらに高めることを目的とし、抗菌機能のある空調用フィルターの購入及び取付工事を行う。

(iii) サーモカメラ設置

従業員の出勤時に体調確認及び検温を実施しており、顧客来館時には検温への協力を依頼している。

挙式披露宴当日には多くのゲストが来館し、全員に対する検温や健康状態の確認が難しいことから、各施設入り口等へのサーモカメラの導入を検討している。

(iv) その他感染症拡大防止のための消耗品購入

感染症拡大防止のための、消毒用アルコール、マスク、フェイスシールド等の消耗品を購入する。

③ 独自集客コラボレーション

◎ リラックマブライダルフェア

サンエックス株式会社の人気キャラクター「リラックマ」とコラボレーションし、「リラックマブライダルフェア」の予約を7月から開始した。ウェルカムボード、ケーキトッパー、デザートなどのウェディングアイテムのほかリラックマたちが結婚式に来てくれるグリーティングプランを用意している。

◎ おそ松さんブライダルフェア

「おそ松さんブライダルフェア」の予約を2020年9月中旬から開始する。オリジナルのイラストや6つ子カラーを使ったウェディングアイテムのほか、会場に飾れるフォトスポットを用意する。

④ 衣装事業コラボレーション

エスクリ会場専属の衣装サロン「PRIMACARA(プリマカーラ)」が、NYを拠点とするインポートブランド「BECCAR(ベッカー)」とのコラボドレス第1弾を発表した。2020年秋にカラードレスもリリース予定。

⑤ 「NEW NORMAL for HAPPY WEDDING 宣言」を策定

新しい生活様式の中でともに人生の一步を踏み出す新郎新婦が、少しでも早く、安心して、笑顔あふれる結婚式を実現するため、業界一丸となった取り組みが始まった。

その象徴として、結婚式場運営企業18社らが発起人となり独自ガイドライン「NEW NORMAL for HAPPY WEDDING 宣言」を策定し、全国の1,350式場が本宣言に賛同を表明した。

3. 2021年3月期業績予想

(1) 連結業績および配当予想について

新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響により2021年3月期は赤字となる見込みだが、業績予想を合理的に算定することは困難なため配当予想とともに未定としている。業績予想の算定が可能となった段階で速やかに公表する。

(2) 新型コロナウイルス感染拡大防止のための取組

緊急事態宣言の発令およびその延長を受け、同期間中には全施設を臨時休業した。

再開後は、「ESCRIT NEW STANDARD(感染症への取組)」を策定し、各施設にて従業員の体調管理、衛生対策、配席の工夫、換気等を徹底している。

また、リモートによる打合せ、従業員の在宅勤務および自宅研修を実施しているほか、感染予防のための設備工事を推進(ソ

ーシャルディスタンス用パーテーション・空調抗菌フィルターサーモカメラの設置等)している。

4. 今後の注目点

厳しい事業環境ではあるが、第三者割当増資など資金面については当面十分な手当ては出来たようだ。ただ、業績の回復についてはある程度の時間が必要と同社も認識している。同社の競争優位性であるソフトを重視した独自の事業戦略を軸に、「エンターテインメント性を追求したウェディング企業」として、M&Aなども展開しながらシェアアップの機会とできるか注目したい。

<参考:コーポレートガバナンスについて>

◎組織形態、取締役の構成

組織形態	監査役会設置会社
取締役	5名、うち社外2名
監査役	3名、うち社外3名

◎コーポレートガバナンス報告書

最終更新日:2020年8月17日

<基本的な考え方>

当社は、顧客、株主、取引先、社員、社会というすべてのステークホルダー(利害関係者)から信頼を得ることが企業価値を持続的に向上させていくことにつながると考えております。そのためには、経営の効率性と透明性を確保し、健全性の高い組織を構築することが必要不可欠であり、コーポレート・ガバナンスに対する取り組みが極めて重要であると考えております。そのため、当社は、社員全員が当社の基本的な価値観や倫理観を共有するために「企業行動規範」を制定し、周知徹底を図っております。

また、当社は、経営の効率性を確保するため、企業の成長による事業の拡大に合わせて組織体制を適宜見直し、各組織部門の効率的な運営および責任体制の確立を図っております。

さらに、経営の透明性を確保するため、監査役会による取締役会の業務執行ならびに法令、定款および当社諸規程の遵守を図るべく内部統制機能を充実させ、迅速かつ適切な情報開示を実現すべく施策を講じております。

今後も企業利益と社会的責任の調和する誠実な企業活動を展開しながら、株主を含めたすべてのステークホルダーの利益に適う経営の実現および企業価値の向上を目指して、コーポレート・ガバナンスの充実を図ってまいります。

<実施しない原則とその理由>

原則	開示内容
【補充原則4-1-2 中期経営計画】	当社は現在、中期経営計画は開示しておりません。単年度では、期初に業績予想を開示しておりますが、本年においては新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せないなか合理的に算定することは困難であると判断し、現段階では開示しておりません。今後、業績予想の算定が可能となった段階で速やかに開示いたします。

<各原則に基づく主な開示>

原則	開示内容
【原則1-4. いわゆる政策保有株式】	当社の政策保有株式にかかる基準については次のとおりであります。 (1)政策保有目的による株式については、原則としてこれを保有しない。 (2)今後、持続的な企業の向上に資する案件が出てきた場合には、そのリスクとリターン等に関する十分な議論に加え、保有の目的を明確化させたうえで、取締役会の決議を経て判断をする。

【原則 5-1. 株主との建設的な対話に関する方針】

「IR活動の基本方針」として、HP上に以下の方針を掲載しております。

当社に関する情報を公平かつタイムリーに提供し続けることをIR活動の基本方針としています。これらの活動を通して、株主・投資家の皆様とのコミュニケーションを図り、健全な企業経営の実現、株主価値の最大化を目指してまいります。また、株主との対話については、管理本部を管掌する取締役を、IR担当取締役としており、個別面談を含めた積極的な対応しております。

更に当社の情報を多くの方々に届けるために、アナリスト向けの説明会を開催しております。

<https://www.escrip.jp/ir/disclo/>

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものが、その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2020 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(エスクリ:2196)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



▶ 適時開示メール
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

>> [ご登録はこちらから](#)



▶ 会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

>> [詳細はこちらから](#)



▶ IRセミナーで
投資先を発掘

投資家向けIRセミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

>> [開催一覧はこちらから](#)