



決算説明資料

2026年3月期 第2四半期

株式会社エスクリ



2026年 3 月期 第 2 四半期の業績

売上高	104.1億円（前期比91.0%、対前期△10.4億円）
営業損益	△11.6億円（前期は4.1億円の損失、対前期△7.4億円）
当期純損益	△7.8億円（前期は3.2億円の損失、対前期△4.6億円）

2026年 3 月期 通期業績予想

業績の動向を踏まえ、業績予想を下方修正。

売上250.3億円、営業利益1.6億円、当期純損失1.0億円。（詳細はP.26参照）

受注残件数の状況

2025年 9 月末時点の受注残件数は3,310件（2024年 9 月末比96.4%）

両社対等の精神の下
株式会社ノバレーゼと合併契約を締結

TKPグループの連携を強化

◆当社発行のA種種類株式を普通株式に転換

11/14付で投資契約を一部変更。TKPによる、普通株式を対価とする
取得請求権の行使により、A種種類株式2,000株を普通株式9,969,852株へ転換。
TKPが保有する普通株式は12,619,852株、議決権比率は53.76%となり、
当社の親会社に該当。



◆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	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。
代表者	代表取締役社長 河野 貴輝	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。
上場市場	東証グロース市場	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。
保有する 当社株式	普通株式 12,619,852株 (議決権比率53.76%)	2025年6月	TKPが当社普通株式950,000株を取得し、筆頭株主及び その他の関係会社となる。
	A種種類株式 1,000株	2025年11月	TKPによる普通株式対価取得請求権行使によりA種種類株式2,000株を 普通株式9,969,852株に転換。当社の親会社となる。

株式会社ノバレーゼとの合併契約について



- 2025年11月14日付でノバレーゼを吸収合併存続会社、当社を吸収合併消滅会社とする合併契約を締結
- 2026年4月1日効力発生日(予定)
- 当社の普通株式は2026年3月30日で上場廃止(予定)



新会社：後日公表

合併の背景 株式会社ノバレーゼの概要



- ノバレーゼは、2024年6月にTKPと資本業務提携契約を締結、2024年12月にはTKPの子会社に該当
- エスクリは、2020年7月にTKPと資本業務提携契約を締結、2025年11月にTKPの子会社に該当
- 両社の親会社であるTKPのもと、外部環境の変化に伴う婚礼業界の苦境もチャンスと捉え、まずは両社の統合をスタートに更なる業界再編・統合に乗り出す

会社名	株式会社ノバレーゼ
創立年月日	2016年8月1日
代表者	代表取締役社長 荻野 洋基
事業内容	ブライダル事業、レストラン特化型事業
資本金	30百万円（2025年6月30日時点）
上場市場	東証スタンダード市場
売上	19,299百万円（2024年12月期）
営業利益	1,337百万円（2024年12月期）

- ① 婚礼施設ネットワークの拡大
- ② 知名度と競合優位性の確保
- ③ 内製化率の向上
- ④ スケールメリットの享受とコスト削減
- ⑤ 人材とノウハウの相互補完、新規事業領域の拡大、M&Aの活用

合併による婚礼施設ネットワークの拡大

- 政令指定都市から地方都市までバランスの取れたネットワークの構築が可能。
- それぞれの特長を活かしたウェディング、リゾートウェディング、フォトウェディング、少人数婚等、両社が展開する婚礼サービスを統合することにより様々なニーズに対応可能。

政令指定都市

エスクリが多く施設を保有

	エスクリ	ノバレーゼ
東京都	11	0
大阪府	2	1
愛知県	3	1

地方都市

ノバレーゼが多く施設を保有

- 1社のみが施設を保有する県
- ー 地方都市中心に17県
 - ー うち、16県がノバレーゼ

地方中心エリアなど

両社が施設を保有

- 両社が1~数施設ずつを保有する県
- ー 3大都市圏周辺や地方中枢都市を中心に10府県

大都市圏の駅直結型の好立地を中心とするエスクリと、
地方都市を広くカバーするノバレーゼが補完し
全国を広くカバーできるようになる

出店の重なるエリアでは、異なる
価格帯・コンセプトを活かした
併売シナジーの創出も可能

価格やコンセプト
が一部異なる

顧客がこの間で比較検討

ノバレーゼ

エスクリ

併売シナジーの考え方

- 出店が重複しているエリアの顧客が比較検討を実施
- その際、同エリアに違うコンセプトの式場を揃えれば、グループ外への流出を抑制することができるようになる

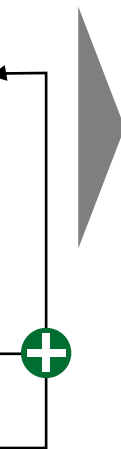
合併による知名度と競合優位性の確保



- 両社の合併により、ブライダル事業において売上400億円規模の業界最大手グループを形成
- 業界での存在感を更に拡大し、ブランド向上やM&A・アライアンス等の活動加速にも寄与することを見込む

統合を通じた業界順位の上昇（売上高ベース）

順位	企業名	売上高(※)
1	競合A社	462億円
★2	エスクリ+ノバレーゼ	391億円
3	競合B社	357億円
4	競合C社	219億円
—	エスクリ	210億円
—	ノバレーゼ	182億円
5	競合D社	135億円



業界最上位としての地位が確固たるものになる

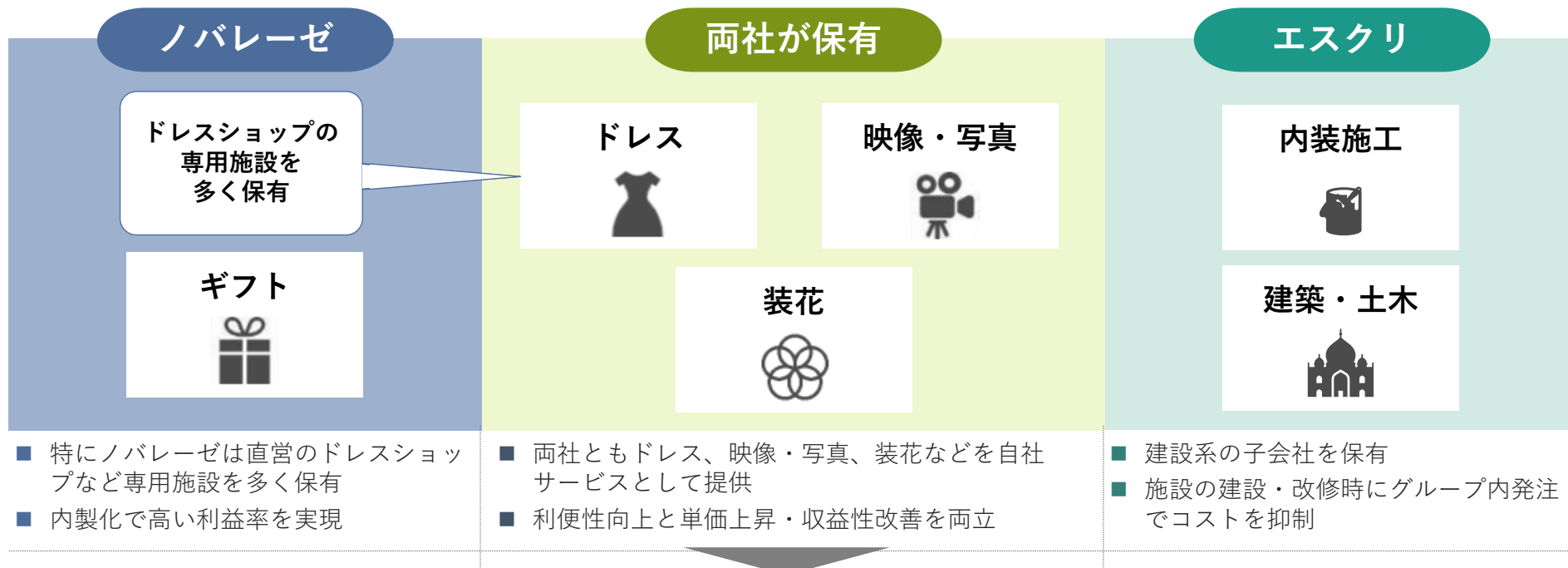
- 1 信頼できるグループブランドが構築される
- 2 業界再編型のM&Aにおいて、売り手から見て優先的な相手先になることができる
- 3 業務提携候補先とも関係を構築しやすくなる

(※)通期決算が開示されている直近期の、婚礼関係を主力とする上場企業の婚礼関連に限定した売上高の比較

出典：各社IR資料

内製機能の相互利用による収益性向上

- 内製機能の相互利用により、婚礼そのものの収益性改善、内製機能部門側の稼働率向上なども期待



内製機能の相互利用による収益性向上

- エリア等に応じて互いの婚礼周辺機能を利用（特にエスクリはノバレーゼの専用施設も活用） ⇒ 婚礼ごとの収益性が改善
- ノバレーゼがエスクリの建設事業を利用 ⇒ 建設コストが抑制、柔軟な対応も可能に
- 相互利用の結果として、稼働率が上がり内製機能部門側の収益性も向上

合併を通して期待できるコスト削減・収益性向上シナジー *Esprit*

- 内製機能の相互利用、広告宣伝費、仕入れコスト、本社コストなど様々な観点でコスト削減シナジーを想定

内製機能の
相互利用による
収益性向上



- 内製機能の相互利用により、婚礼そのものの収益性改善、内製機能部門の稼働率向上による収益性改善を実現する

広告宣伝費用の
費用対効果向上



- 広告媒体への広告出稿費用などにおいて、規模の拡大を通して交渉力を強化
- 加えて、ノバレーゼのSNSなども活用した効率的な広告・マーケティングノウハウを共有することでグループとしての収益性を改善する

スケールメリットに
よる
仕入れコスト削減



- 料飲関係・資材などの仕入を共同化することで、調達交渉力を強化しコスト低減を実現する

本社機能の統合に
よる
コスト削減



- システムの統合、採用等の重複する本社機能の一体化と効率運営等で本社の管理コストを削減しリソースのコア業務への集中も進める

合併後に推進する事業連携の強化



- 人材・情報・ノウハウの交流を通して、特に事業基盤の強化と成長領域における事業展開を加速

経営統合を通して、TKPグループとしての事業連携を一層加速

人材・組織力の強化

人材の採用・育成で連携しグループの組織力を底上げ

- 教育・研修等の統合によるサービス向上
- スケール・エリア拡大による採用強化

情報・ノウハウの共有を通じた事業展開加速

情報を相互共有し、最適な取り組み体制を構築

- TKPからの不動産情報の流入拡大
- M&A・アライアンスに関わる情報の相互共有

周辺事業・新規展開のノウハウを共有し取り組み加速

- レストラン、ハネムーン等の周辺事業拡大
- 顧客基盤拡大による挙式後のライフイベント関連の収益化

1. 2026年3月期 第2四半期決算の概要

連結損益計算書の概要	……15
販売費及び一般管理費の推移	……16
連結業績推移	……17
セグメント別業績の概要	……19
ブライダル関連事業の状況	……20
連結貸借対照表の概要	……22
財務状況の推移	……23
連結キャッシュフロー計算書の概要	……24

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	……26
-----------------	------

3. 2026年3月期の取り組み

ラオックスホールディングス資本業務提携	……28
新店舗の運営開始（事業譲受）	……29
タメニーと業務提携『スマ婚』掲載開始	……30

4. 補足資料

会社概要	……31
DX戦略	……37
ESG関連	……41
市場動向	……45
エスクリの特徴	……50
建築不動産事業	……62

1. 2026年3月期 第2四半期決算の概要

連結損益計算書の概要



単位：百万円	2025/3期 2 Q実績	2026/ 3 期 2 Q実績	前期比 増減率	2026/ 3 期 修正計画	計画比 進捗率
売上高	11,457	10,414	△9.1%	25,035	41.6%
売上原価	4,915	4,949	0.7%	11,451	43.2%
(原価率)	42.9%	47.5%	-	45.7%	-
売上総利益	6,541	5,465	△16.4%	13,584	40.2%
販売管理費	6,957	6,631	△4.7%	13,424	49.4%
営業利益	△ 416	△ 1,165	-	160	-
経常利益	△ 467	△ 1,234	-	20	-
当期純利益	△ 324	△ 786	-	△ 102	-

売上

ブライダル関連

値引き抑制、施行単価は好調に推移したものの
施行件数の減少により前期比△14.2億円（14.7%減）

建築不動産関連

工事の取扱い・不動産販売の増加より
前期比+3.8億円（22.1%増）

損益

営業損益 △11.6億

売上総利益は前期比△10.7億円、
販売管理費は前期比△3.2億円の抑制。

法人税等調整額 △4.1億

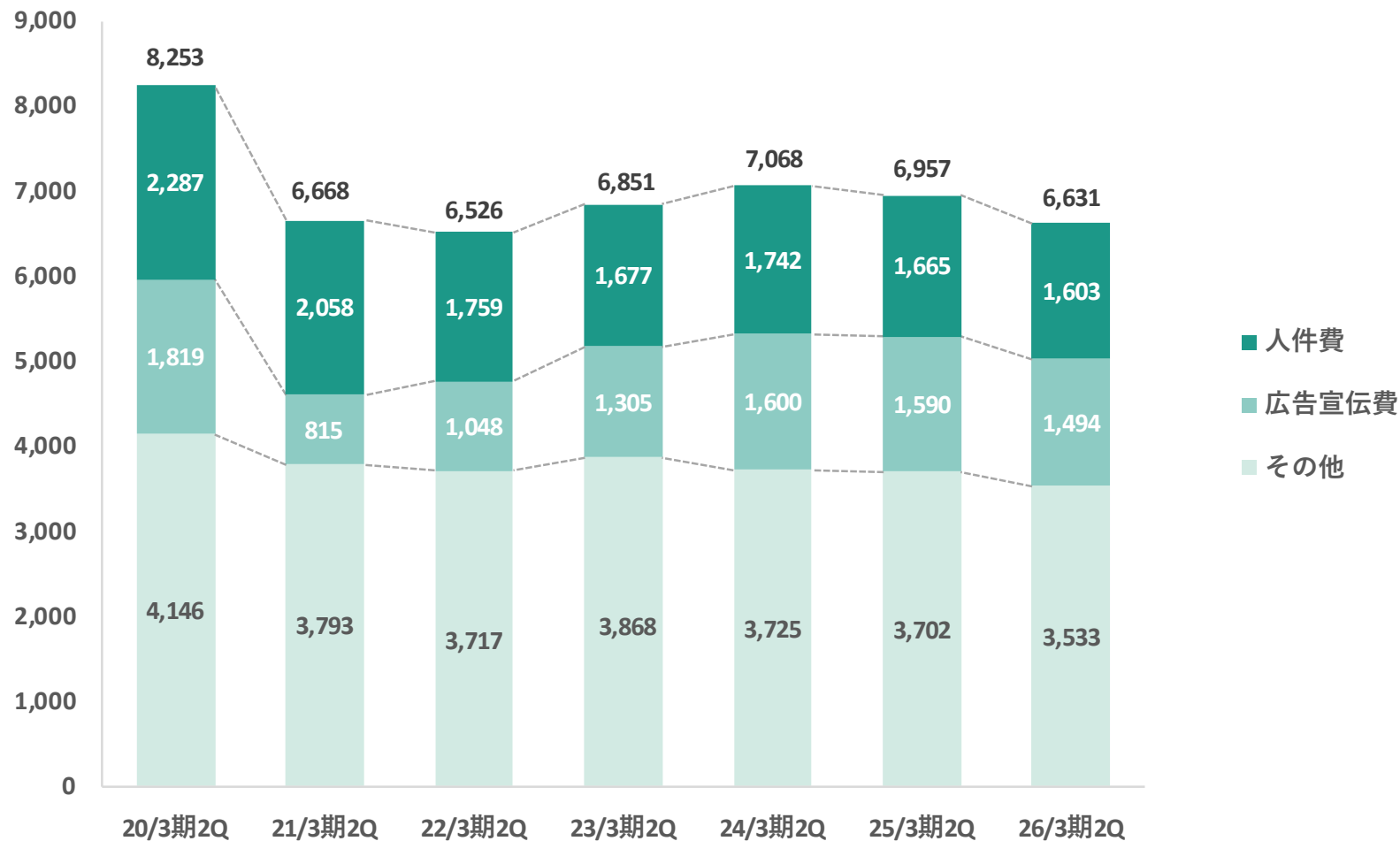
実効税率上昇による計上等

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)

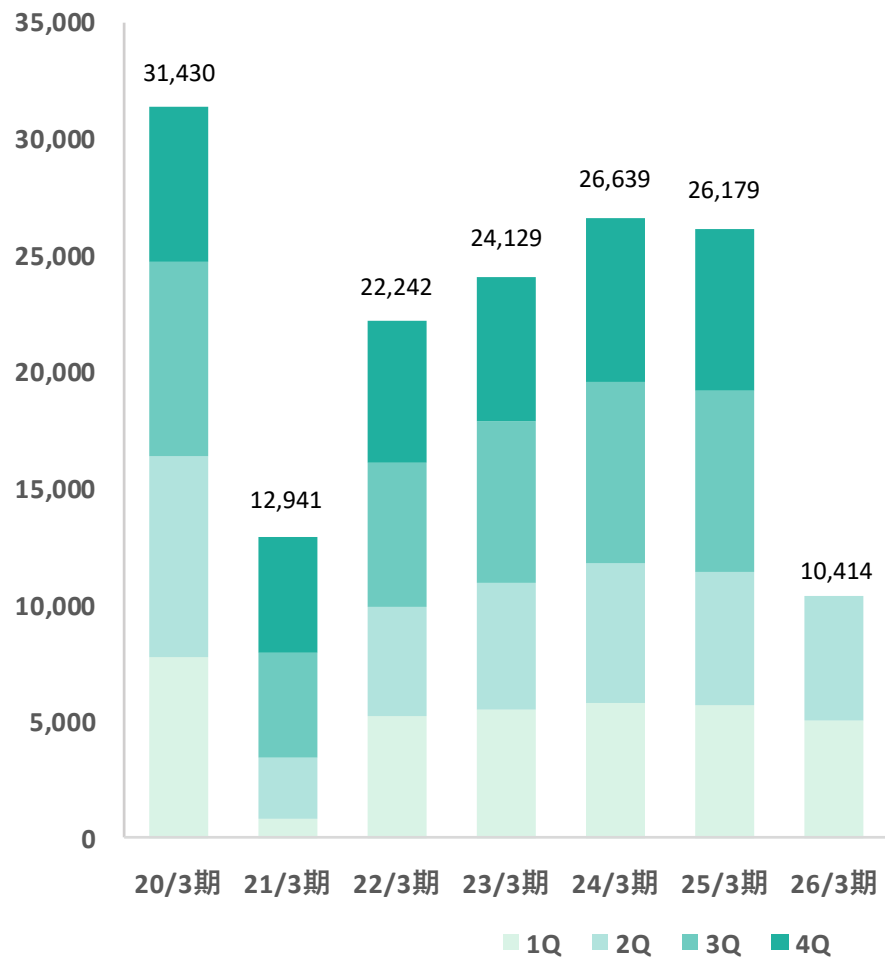


連結業績推移



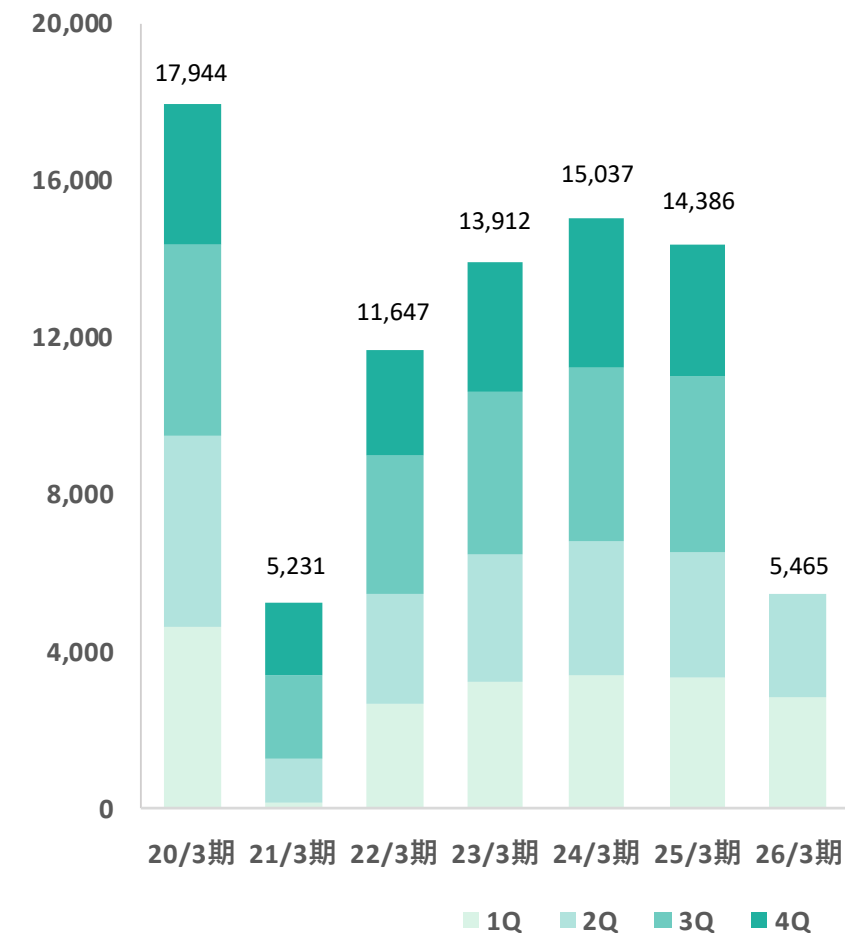
連結売上高の推移（四半期毎）

(百万円)



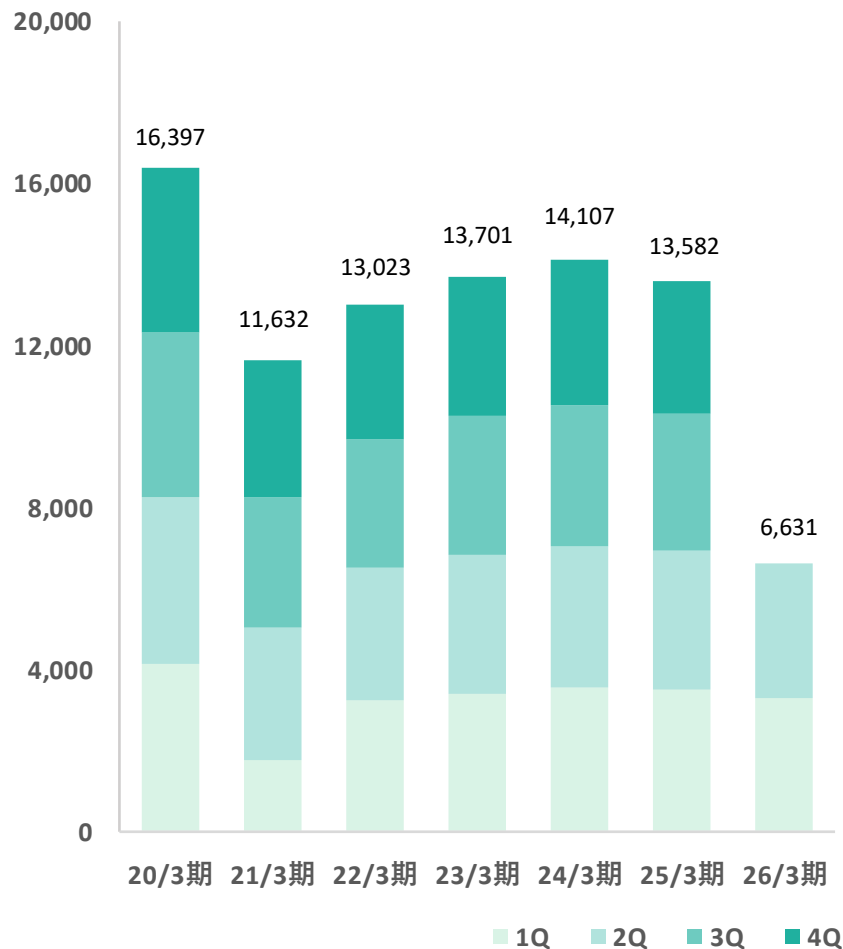
売上総利益の推移（四半期毎）

(百万円)



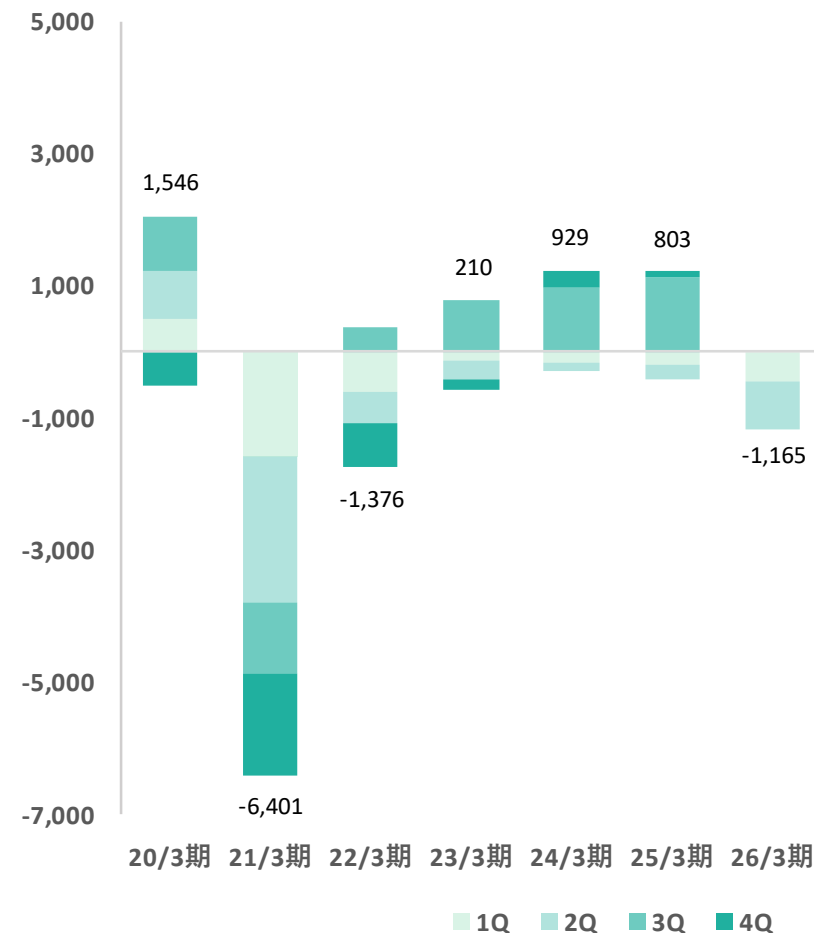
販管費の推移（四半期毎）

(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		2025/3期 2 Q 実績	2026/ 3 期 2 Q 実績	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高		11,457	10,414	△1,042	△9.1%
	ブライダル	9,714	8,286	△1,428	△14.7%
	建築不動産	1,742	2,128	386	22.1%
営業利益		△416	△1,165	△749	-
	ブライダル	△169	△802	△633	-
	建築不動産	76	31	△45	△59.0%
	調整額	△323	△395	△71	-

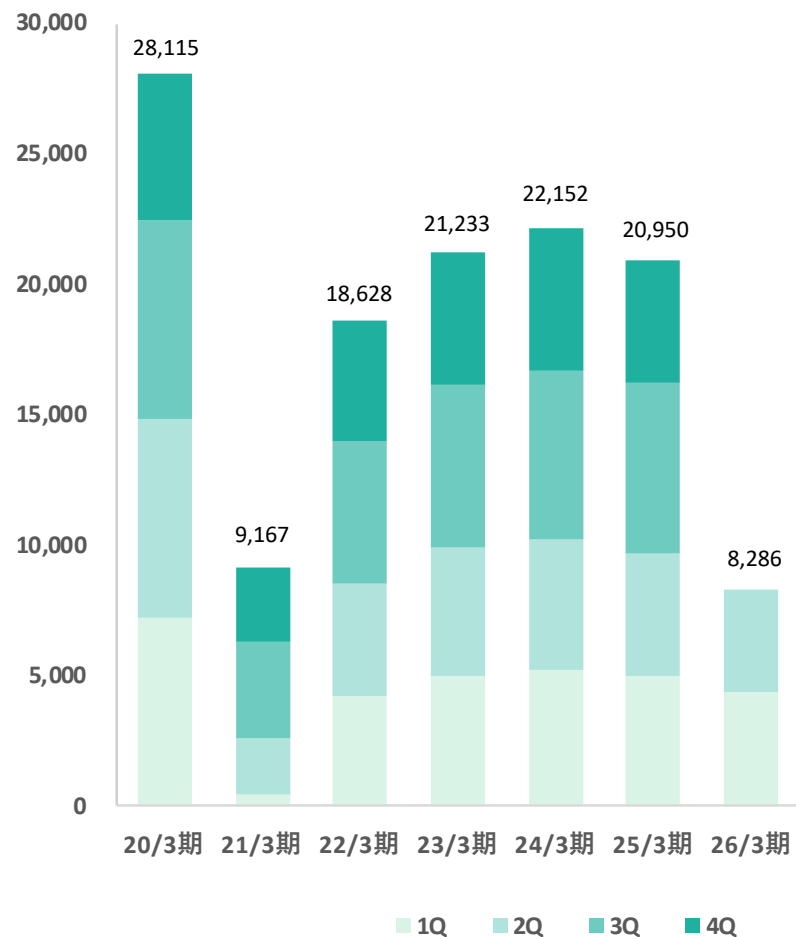
※セグメント売上高は外部顧客への売上高（セグメント間の内部売上・振替高を含まない）

ブライダル関連事業の状況



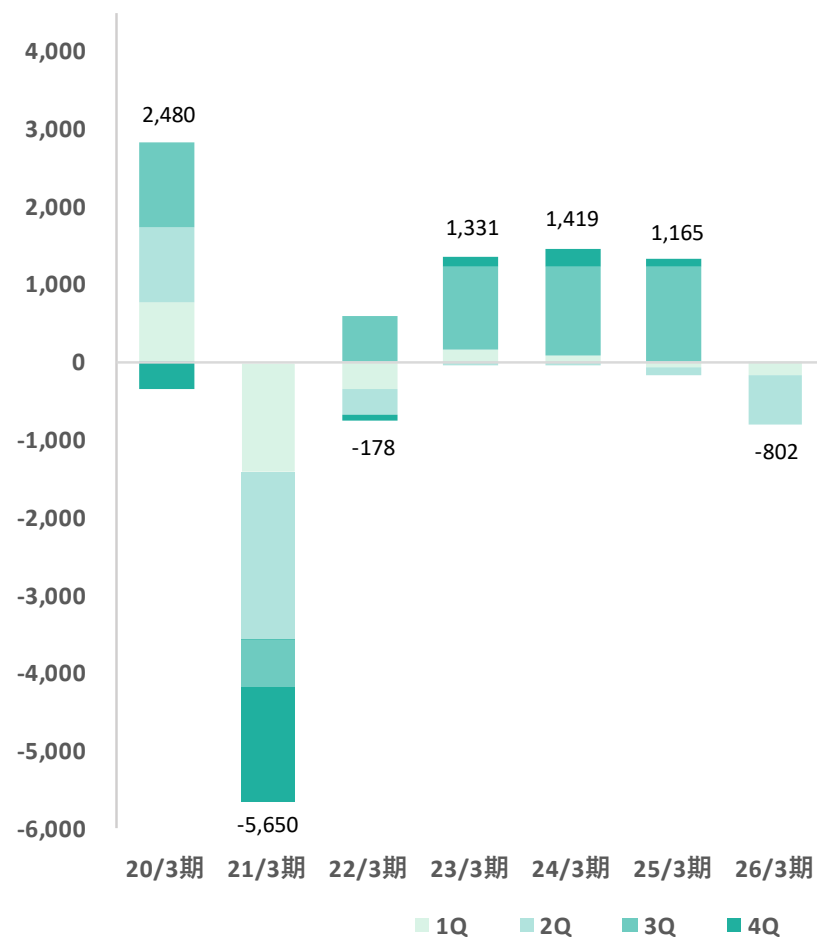
セグメント売上高推移（四半期毎）

(百万円)



セグメント利益推移（四半期毎）

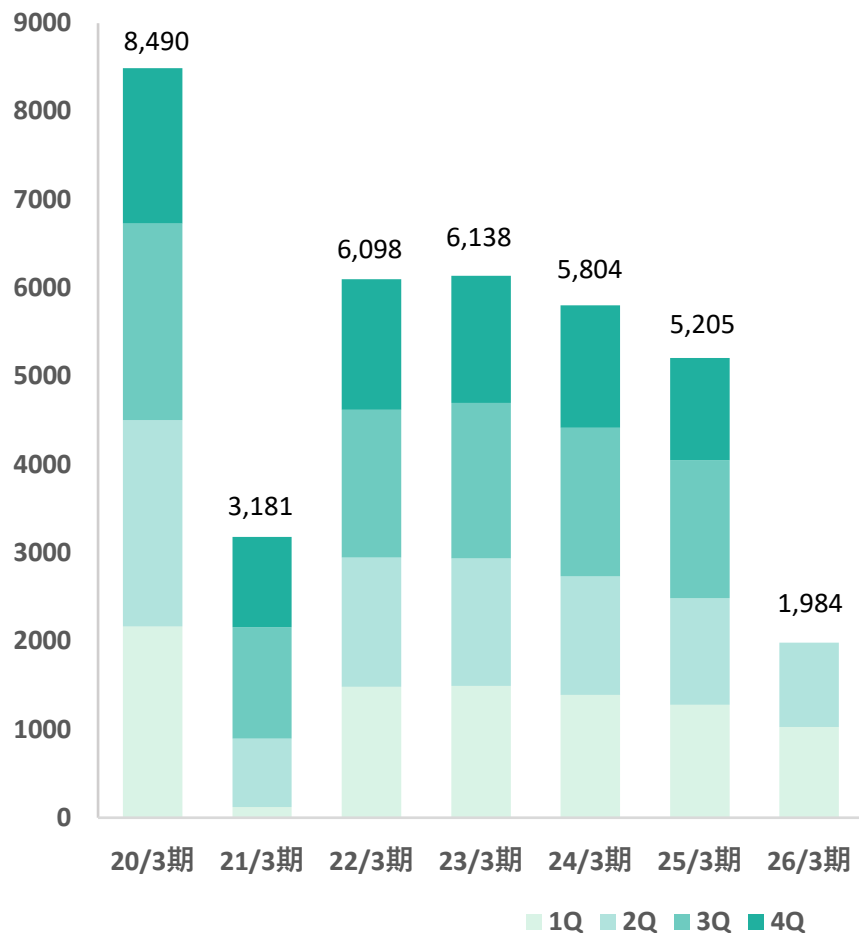
(百万円)



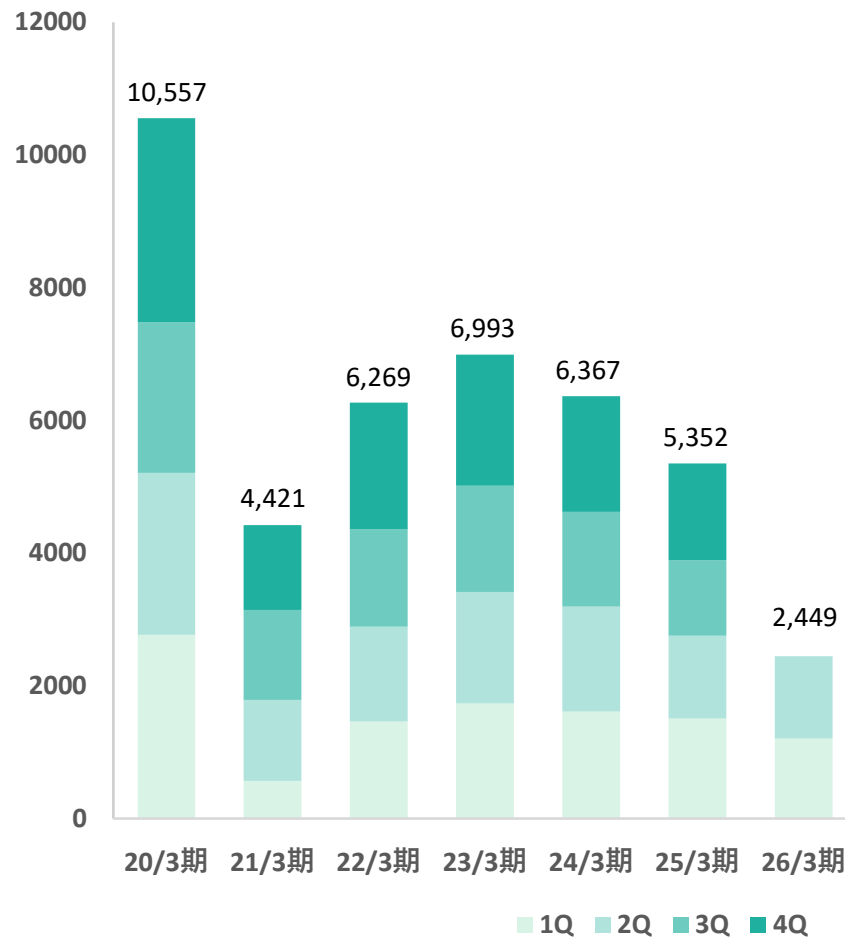
ブライダル関連事業の状況



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	2025/ 3 期 期末	2026/ 3 期 2 Q 末	増減
資産合計	21,329	20,519	△ 810
流動資産	8,059	6,805	△ 1,253
（現金及び預金）	4,571	4,268	△ 303
固定資産	13,270	13,714	443
（繰延税金資産）	4,514	4,967	452
負債合計	15,058	15,183	125
流動負債	6,619	6,383	△ 235
（借入金）	2,418	2,485	67
固定負債	8,439	8,800	361
（借入金及び社債）	5,611	6,048	436
純資産合計	6,271	5,335	△ 935
自己資本比率	29.4%	26.0%	-

資産

現金及び預金の減少	3.0億
受取手形、売掛金及び 契約資産の減少	4.3億
完成工事未収入金の減少	2.4億
リース投資資産の減少	5.5億
繰延税金資産の増加	4.5億

負債

短期借入金の減少	2.0億
1 年内返済予定の 長期借入金の増加	2.6億
契約負債の増加	4.1億
長期借入金の増加	4.6億

純資産

種類株式の配当支払	1.5億
当期純損失の計上	7.8億

財務状況の推移



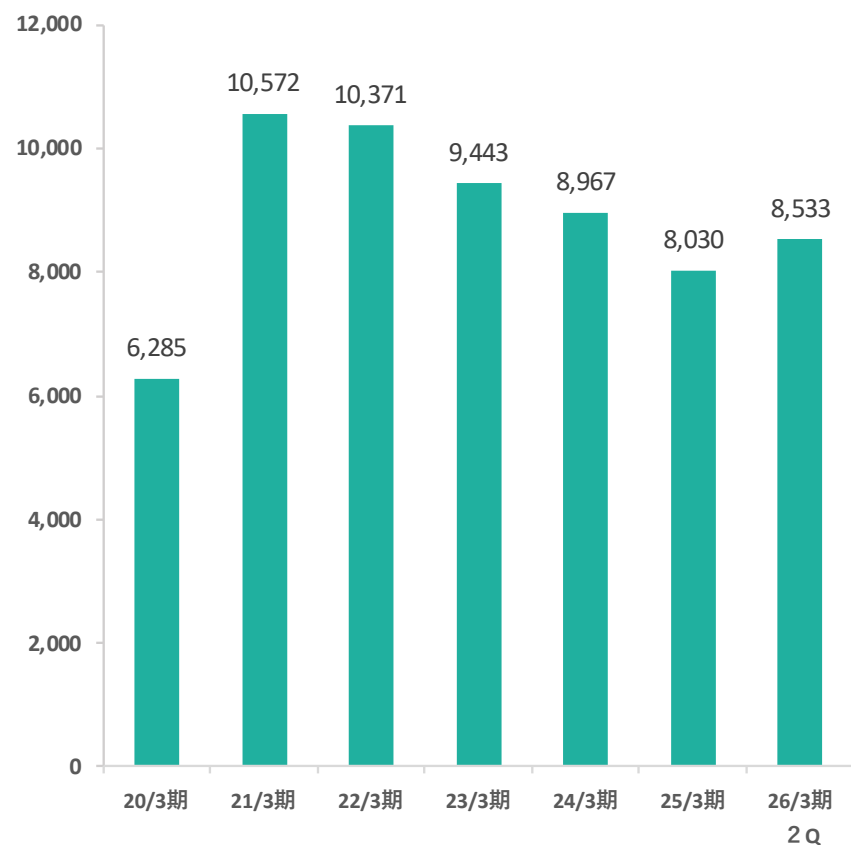
総資産・純資産・自己資本比率の推移

(百万円)



有利子負債の推移

(百万円)



※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	2025/3期 2 Q	2026/3期 2 Q	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	744	△ 836	△ 1,581
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 54	222	277
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 484	310	794
現金及び現金同等物 の増減額	198	△ 303	△ 501
現金及び現金同等物 の期首残高	4,960	4,375	△ 584
現金及び現金同等物 の期末残高	5,158	4,072	△ 1,085

営業活動

税引前当期純利益	△11.7億
減価償却費	4.3億
売上債権の減少	6.8億
仕入債務の減少	5.9億
契約負債の増加	3.1億

投資活動

有形固定資産の取得	△1.1億
敷金及び保証金の差入	△1.2億
リース投資資産の売却	5.1億

財務活動

短期借入金の純増減額	△2.0億
長期借入れによる収入	19.0億
長期借入金の返済	△11.6億
配当金の支払額	△1.5億

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



- ・ 上期において受注数が計画より減少した事、合併に関連する費用(特別損失)により通期業績予想を下方修正。
- ・ 修正計画のKPIの前提は、前期比で単価+4.6%、施行数-9.0%

単位：百万円	2025/ 3 期 実績	2026/ 3 期 当初計画	2026/ 3 期 修正計画	前期比 増減率	当初計画比 増減率
売上高	26,179	25,053	25,035	△4.4%	△0.1%
売上原価	11,792	11,225	11,451	△2.9%	2.0%
(原価率)	45.0%	44.8%	45.7%	-	-
売上総利益	14,386	13,828	13,854	△3.7%	0.2%
販売管理費	13,582	13,448	13,424	△1.2%	△0.2%
営業利益	803	380	160	△80.1%	△57.9%
経常利益	700	240	20	△97.1%	△91.7%
当期純利益	314	120	△ 102	-	-

3. 2026年3月期の取り組み

ラオックスホールディングス株式会社と資本業務提携

◆協業によるシナジーを発揮し両社の企業価値向上を目指す

ラオックスは、ギフト・ブライダル・文化・観光・物販領域に強みを持つ企業。

ライフスタイル全体を視野に入れ、付加価値の高い商品・サービスを提供。

ラオックスは当社の普通株式780,000株を保有。



■業務提携の内容■

- ① 当社宴会、ウェディングサービスにおけるインバウンド集客フローの構築
- ② 当社施設の稼働率の向上に向けた施策の共同企画及び実施
- ③ 当社におけるラオックスグループのウェディングギフト等の商品取り扱い
- ④ 両社E Cサイトの相互連携販売

新店舗の運営開始(事業譲受) 関西東海エリアでの事業基盤を強化

◆『KIYOMIZU京都東山』

当社初の京都エリア進出。

関西主要3都市(大阪・神戸・京都)での店舗展開を実現。

住所：京都府京都市東山区清水4丁目166番

設備：1チャペル・3バンケット



◆『ラソール ガーデン・名古屋』

当社名古屋エリア初の“独立型”ウェディング施設。

貸切感・空間演出において、より自由度の高い提案が可能。

住所：愛知県名古屋市中村区名駅南2丁目11番4号

設備：1チャペル・1バンケット

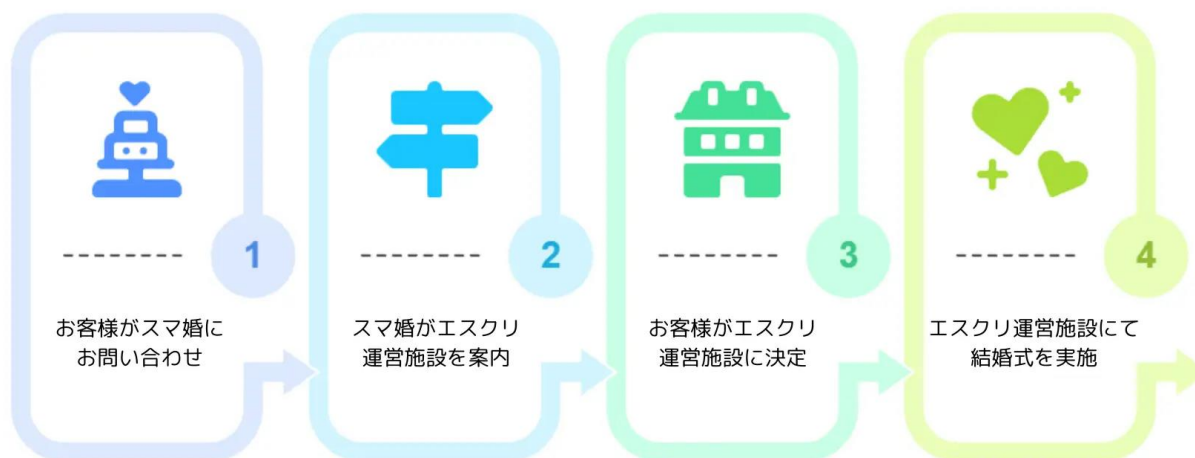


タメニー株式会社と業務提携 『スマ婚』 掲載開始

◆新たな集客機会の創出を図る

『スマ婚』はタメニー株式会社が運営するカジュアルウェディングプロデュースサービス。自社会場を持たない。スマートな価格で高品質な婚礼会場とサービスが体験可能。当社の首都圏、東海、関西の主要婚礼施設が『スマ婚』経由で利用可能。

日本中の結婚式を、安く、美しく。



4. 補足資料

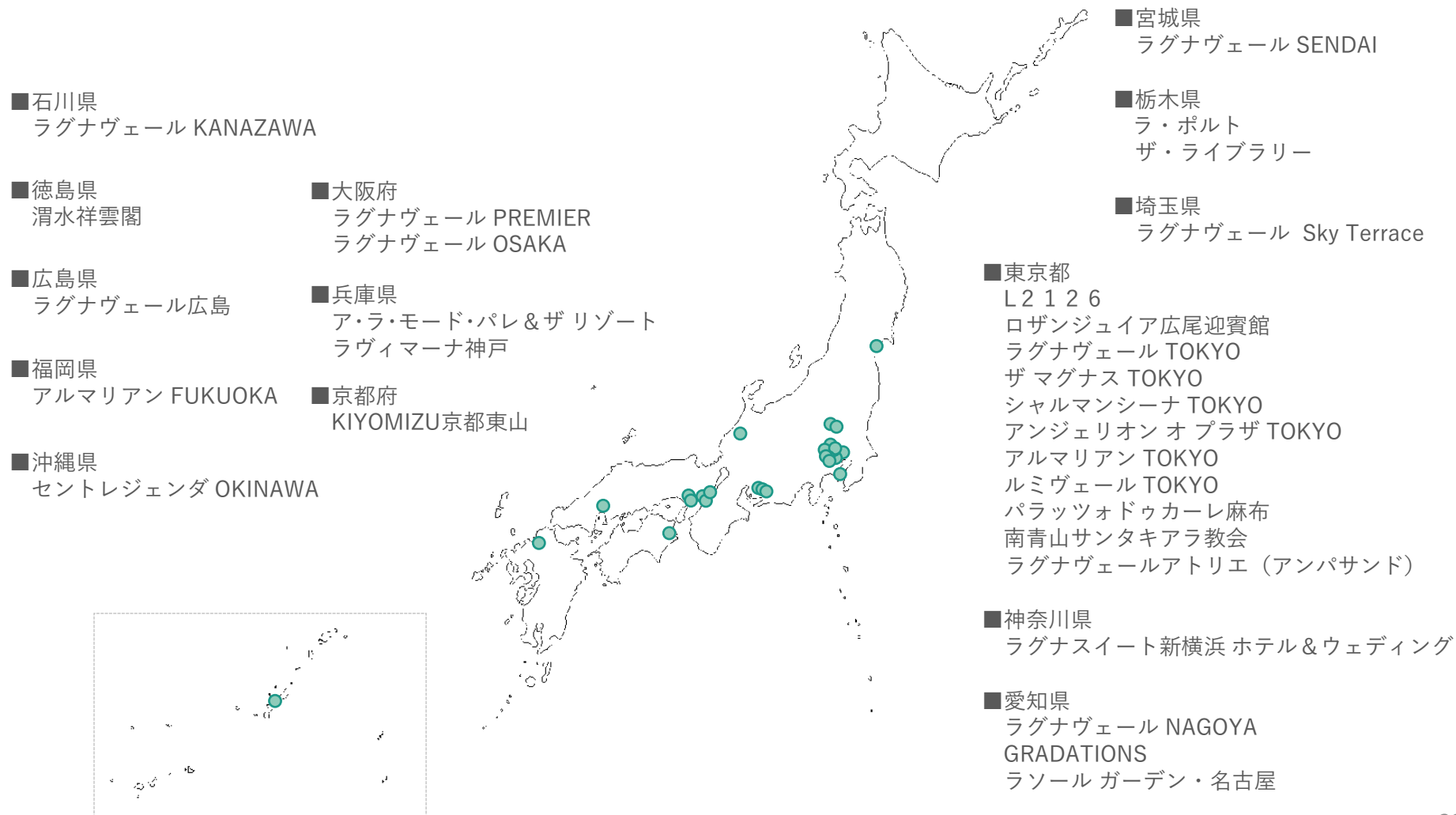
会社概要

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（2025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
代表取締役社長CEO	渋谷 守浩
従業員数	755名（2025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29施設を運営



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。

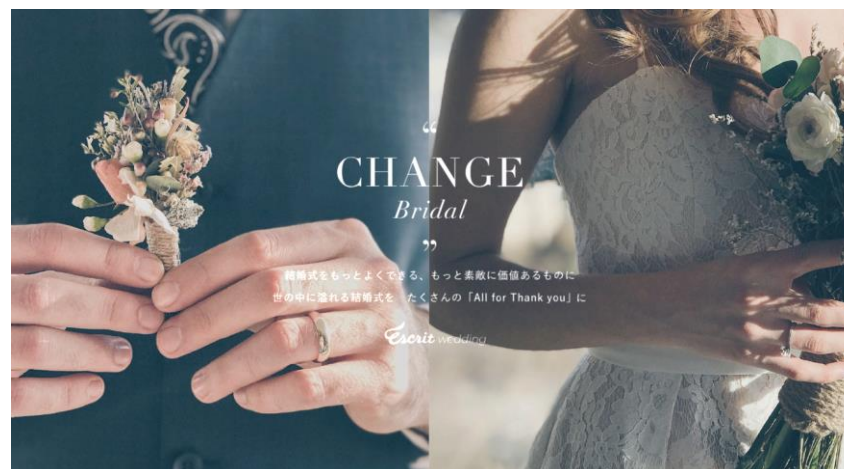
ブライダル業界の持続可能性を重視し、お客様の多様性と包摂性を尊重することで
すべてのお客様にとってより快適な体験を提供します。

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



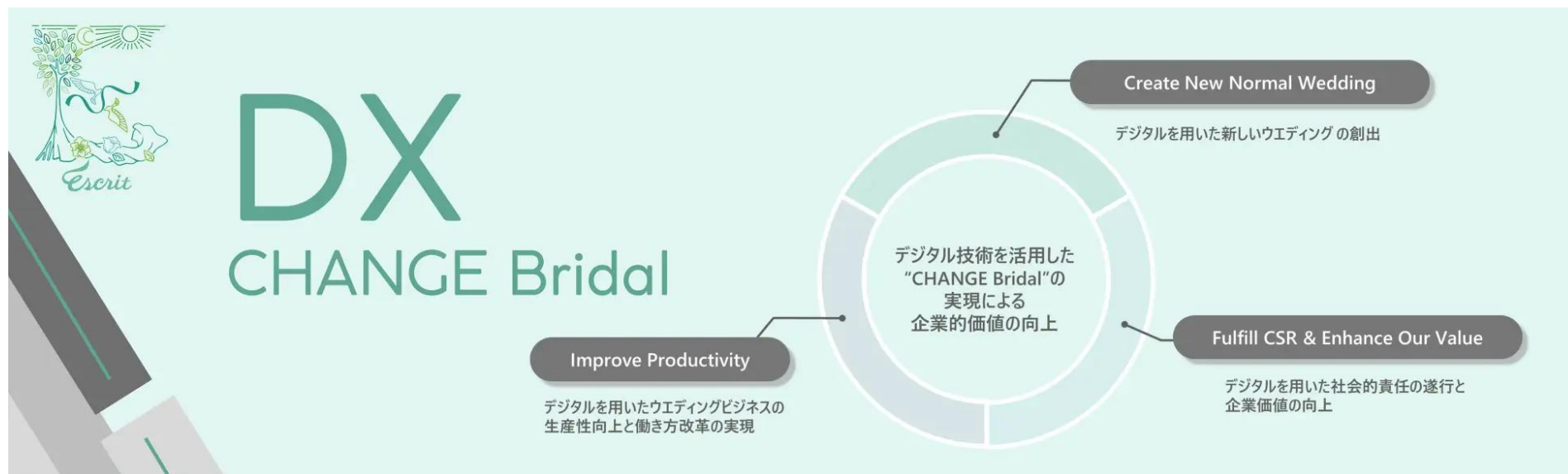
4. 補足資料

DX戦略

◆DX戦略の基本方針

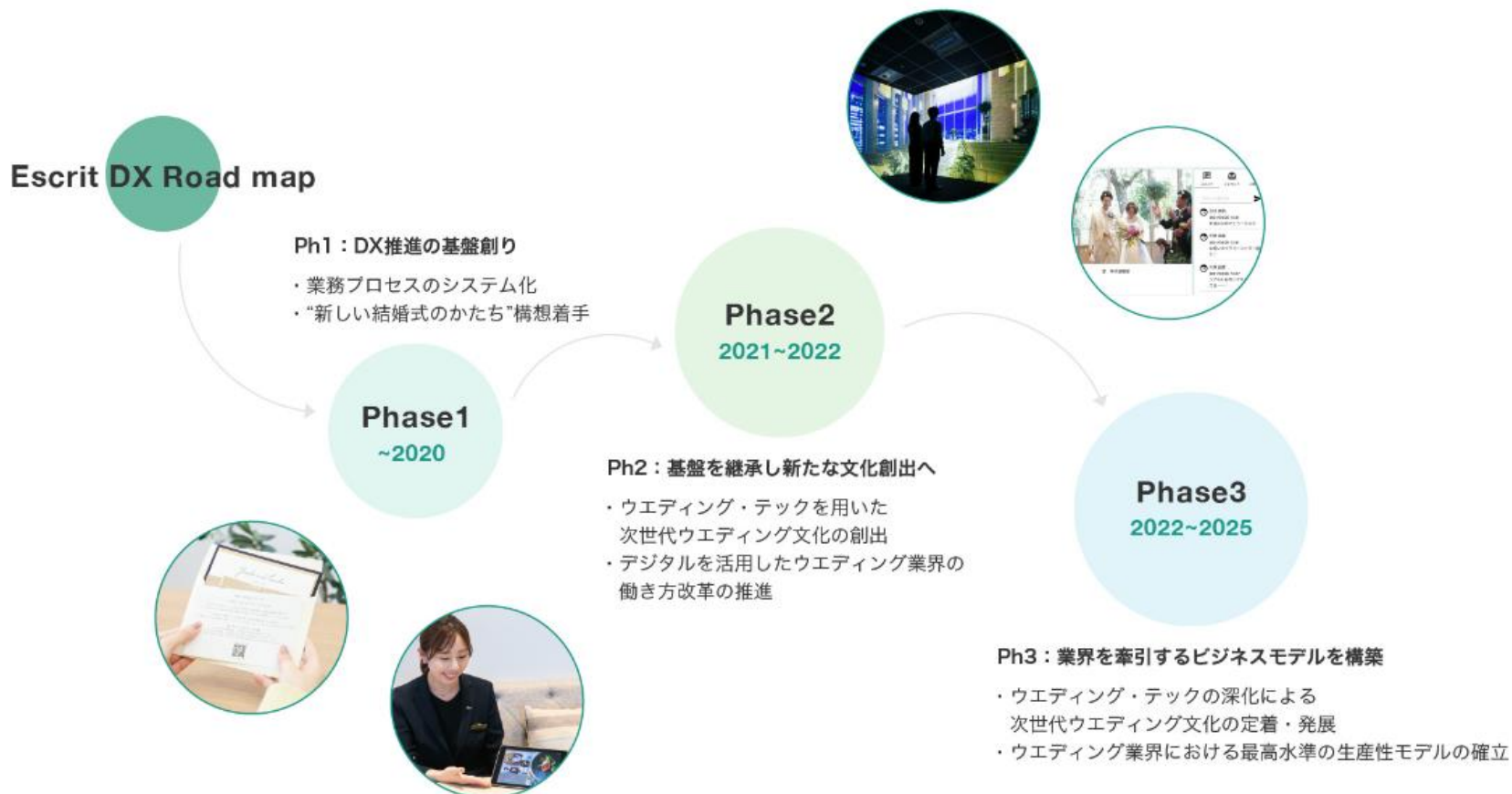
当社は「CHANGE Bridal」というミッションを掲げ、時代の変化に適応した結婚式創りを行っています。その中で、デジタルを活用することで「新しい結婚式のカタチ」を創造し、より多くのお客様からのニーズにお応えできるよう革新を進めていきます。

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



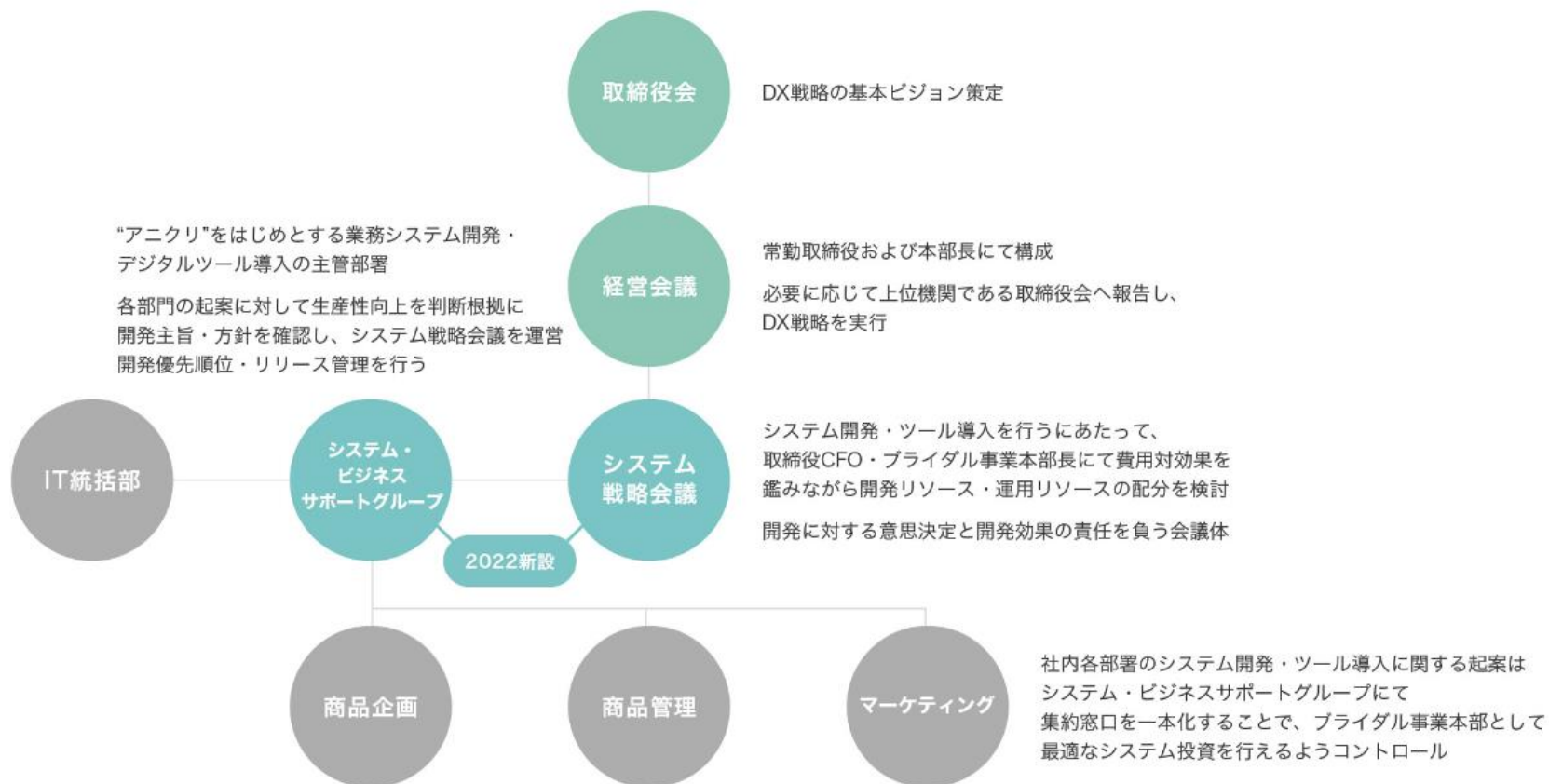
◆各フェーズにおけるテーマとその成果（期待される成果）

- ・“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



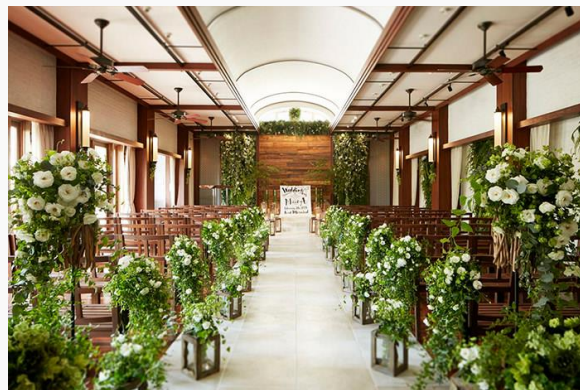
ドリンク提供時のストローはプラスチック製
ではなく紙ストローを使用



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



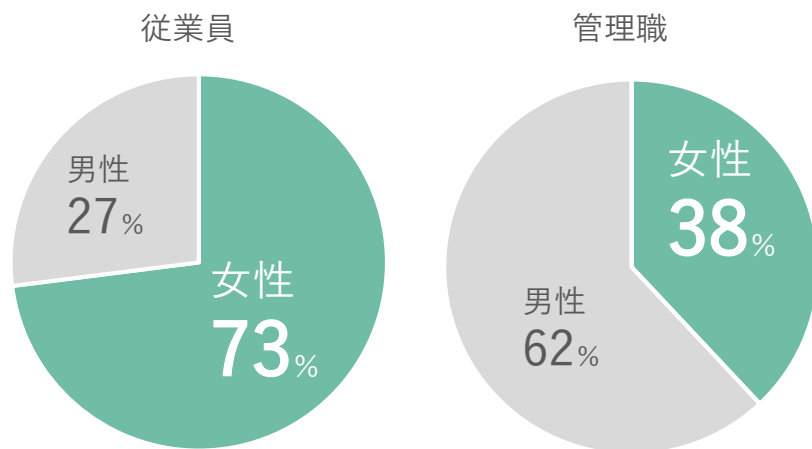
お客様へご提案時に使用する媒体を
デジタル化しペーパーレス

社会への取組

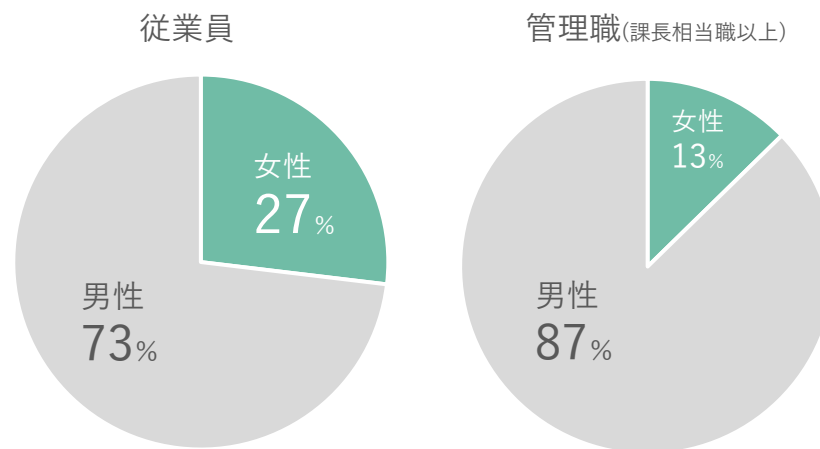


◆女性活躍推進

エスクリ従業員
男女比率
(2025年3月末時点)



厚生労働省
「令和6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

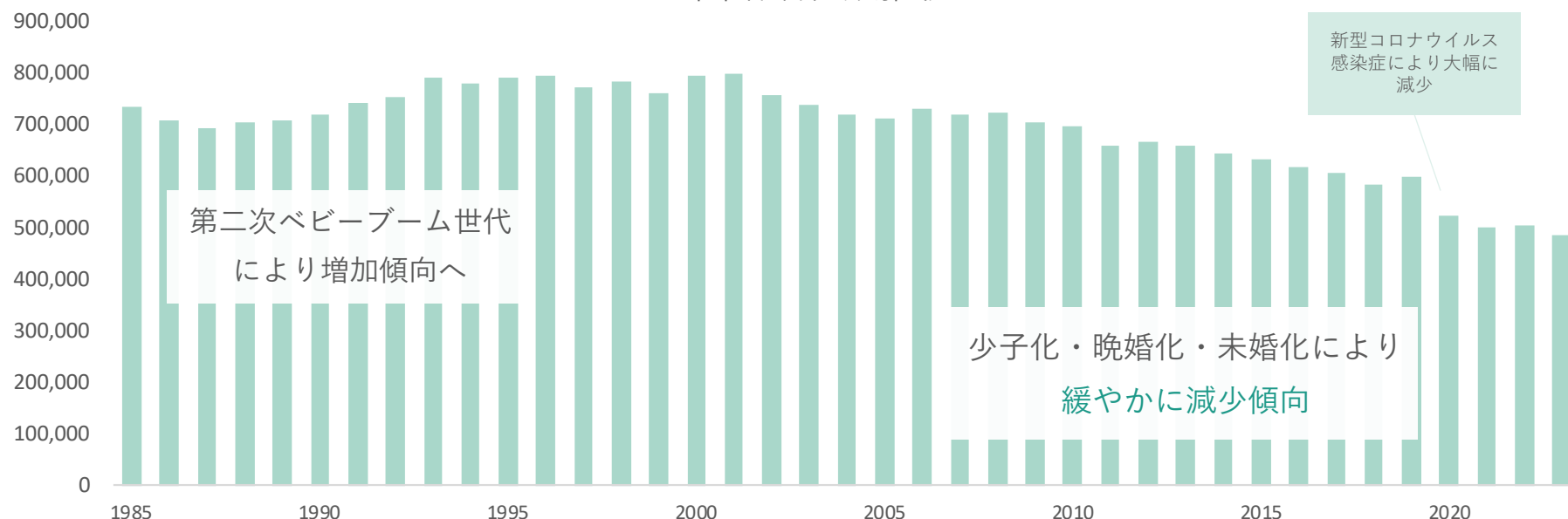
2024年 婚姻組数
約48万組

※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）

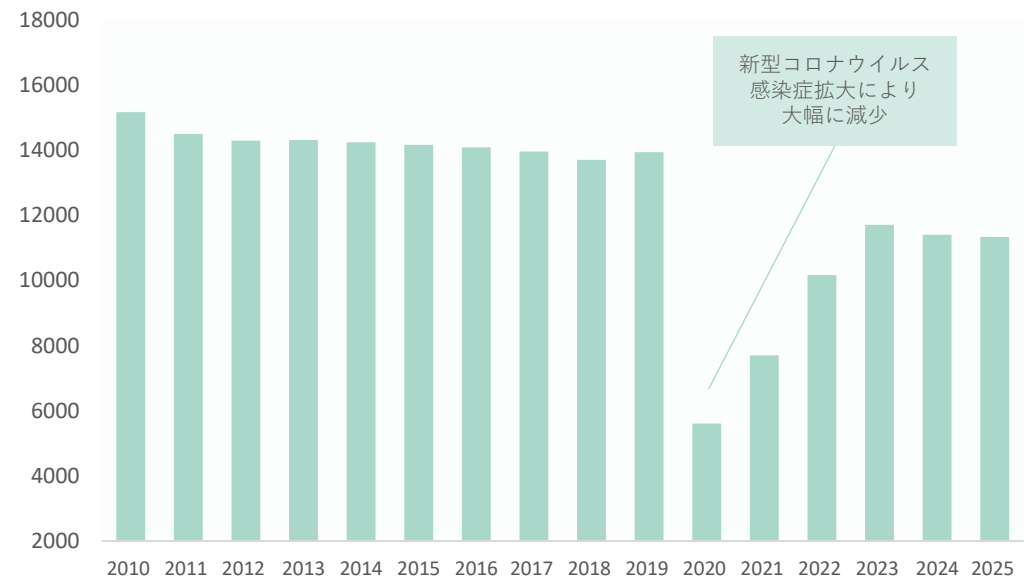
厚生労働省「人口動態統計月報（概数）令和6(2024)年12月分」

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

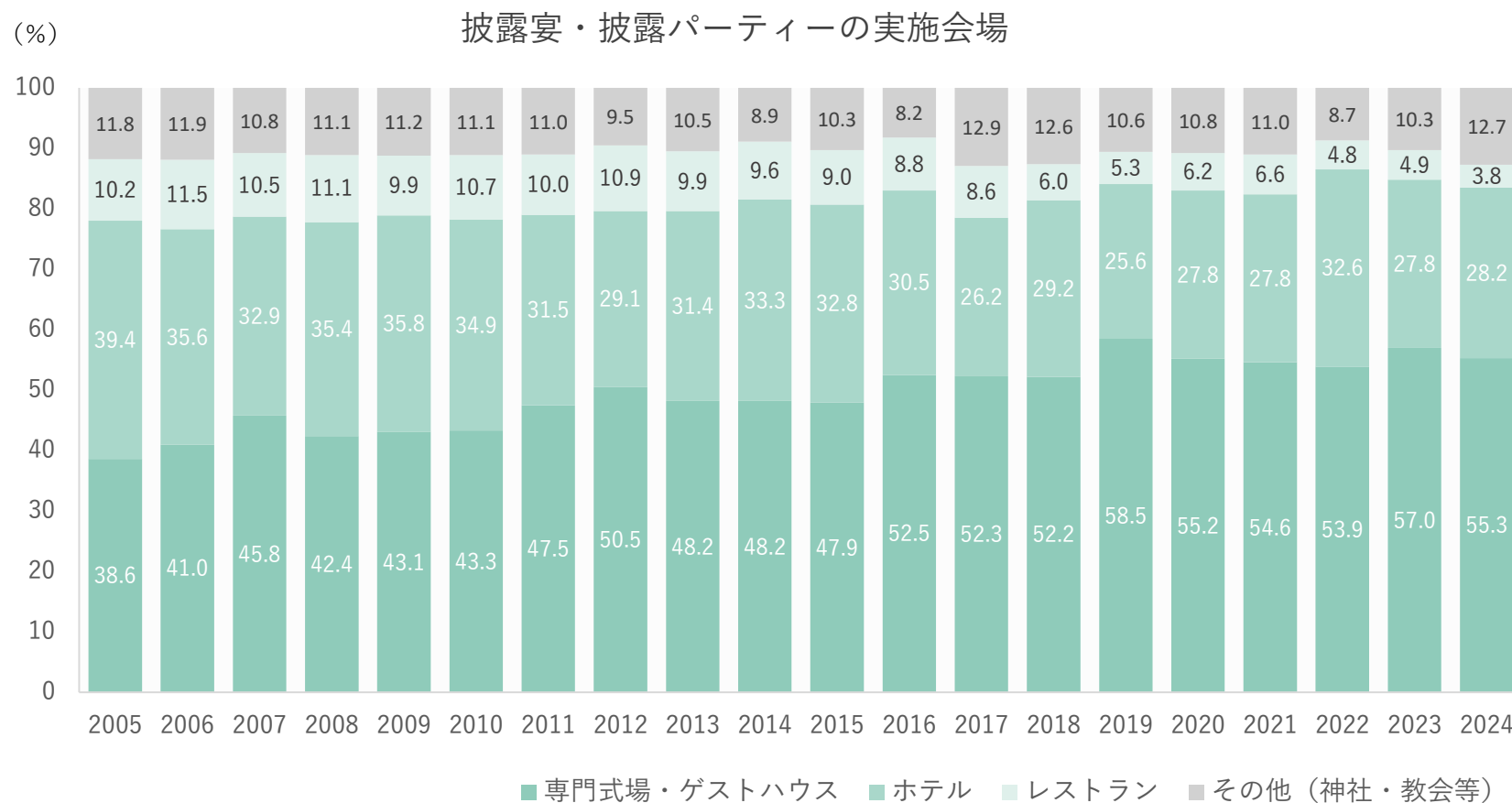
一時的に市場規模が縮小したものの、1兆円強の市場規模まで回復

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



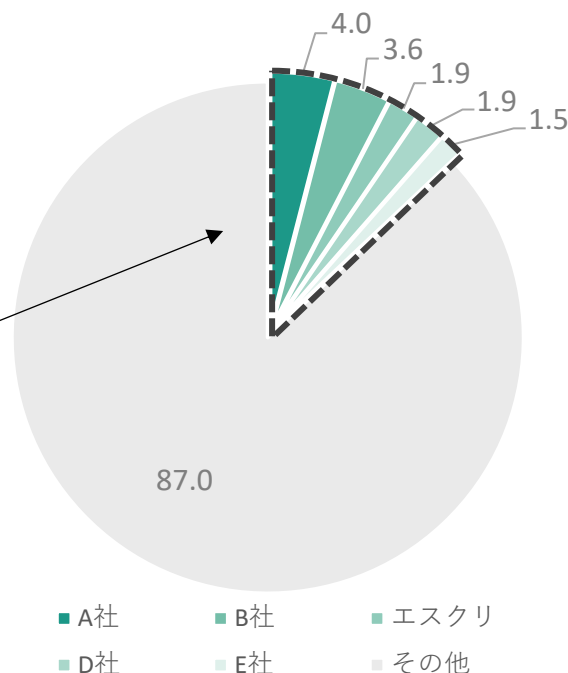
ブライダル業界売上高
上位 5 社が市場に占める割合

13.0%

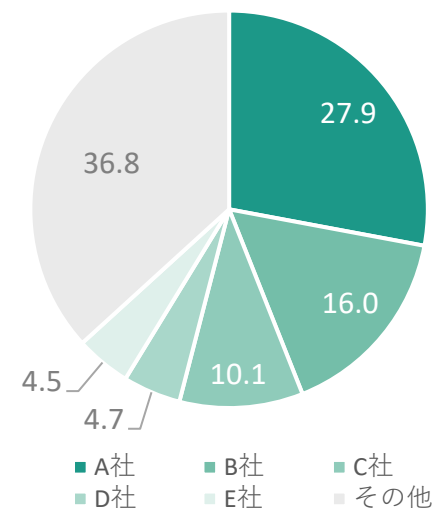
※上場企業上位 5 社の売上高合計

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

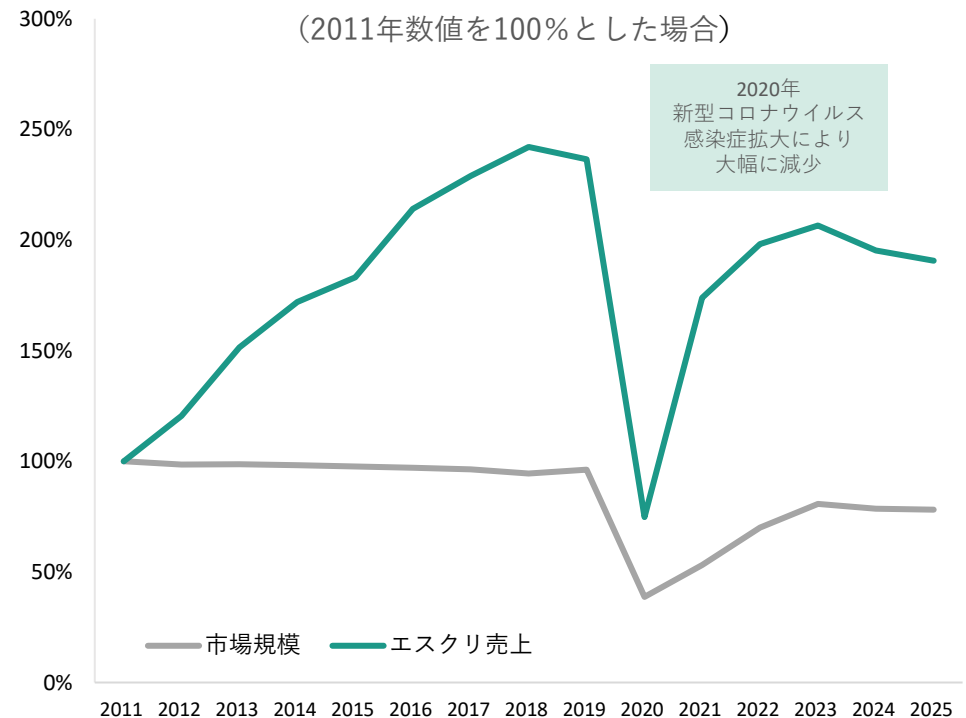
×

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

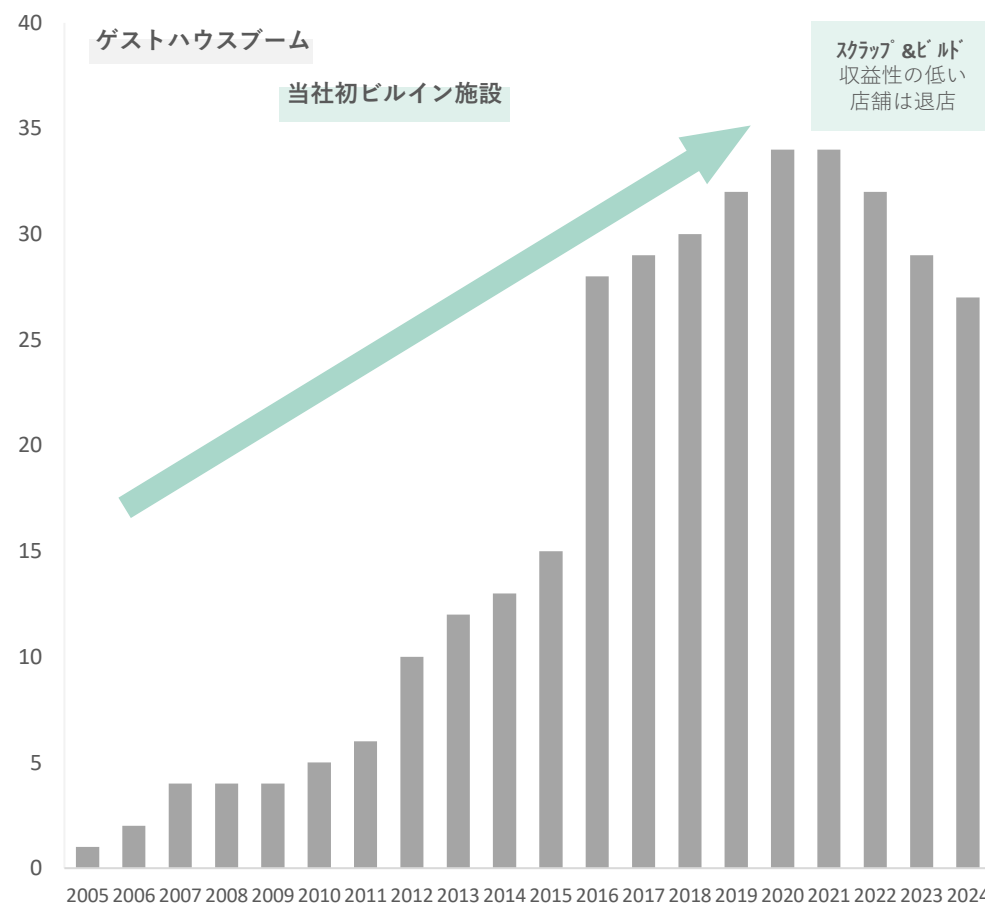


2. ビルイン施設

大都市への出店が可能



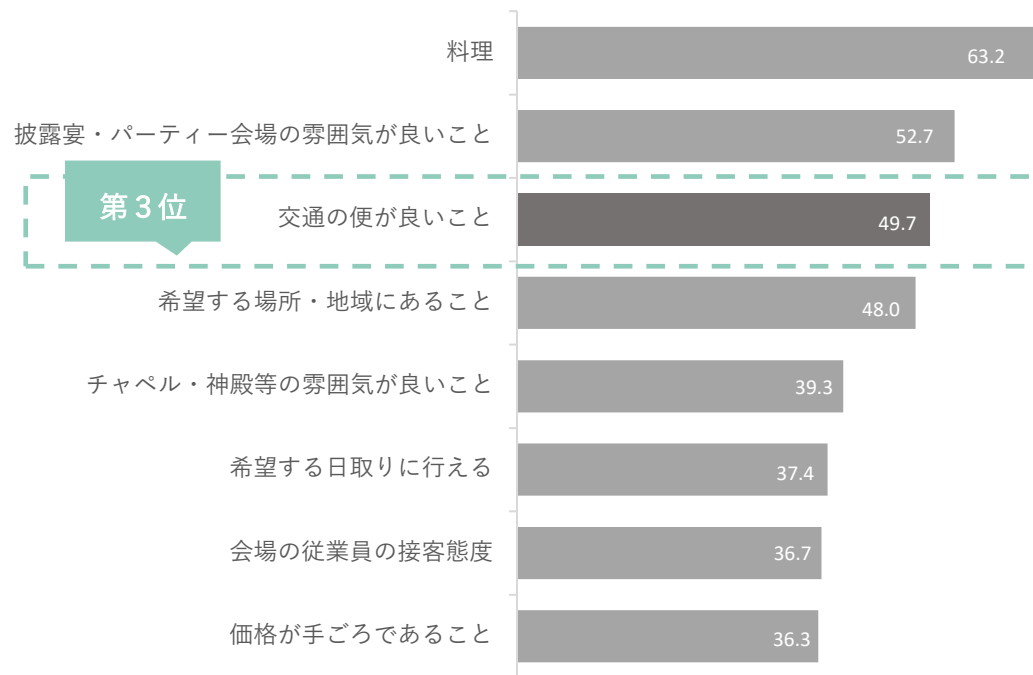
当社施設数推移



出店1. 都市型出店

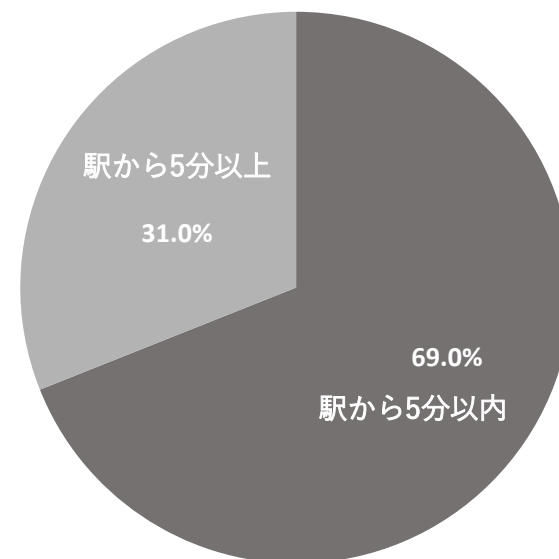
顧客ニーズに寄り添う好立地戦略

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29施設)

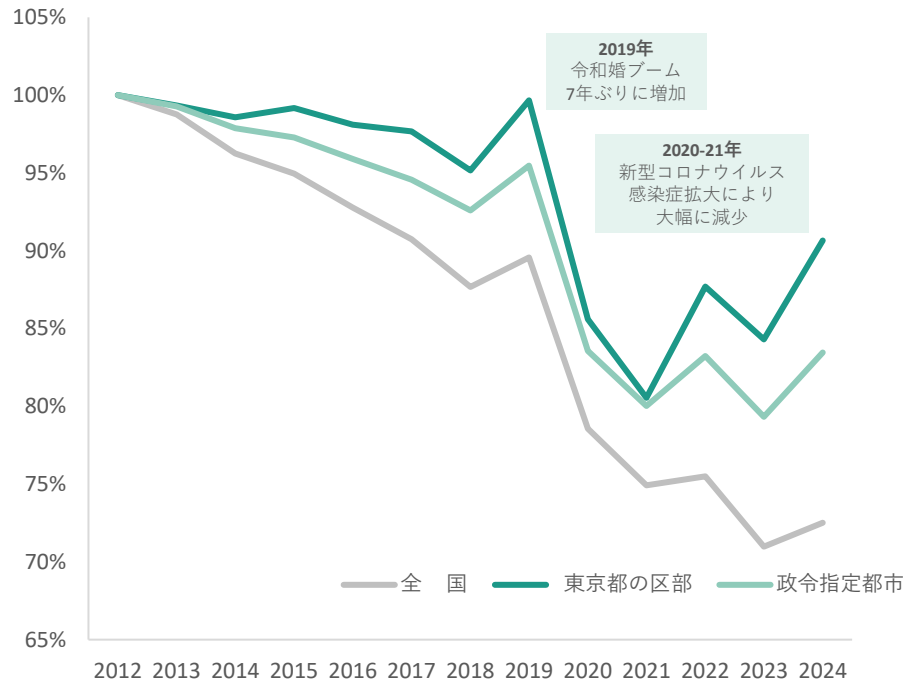


会場を決定するうえで、約半数の顧客が「交通の便の良さ」を重視している
当社はアクセスの良さにこだわり駅近に多くの会場を展開

出店 1. 都市型出店

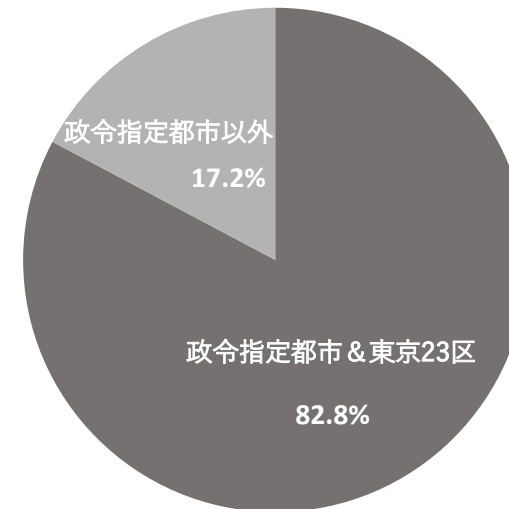
都市部への出店により 市場規模縮小リスクに対応

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29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	3
大阪市	2
神戸市	2
京都市	1
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

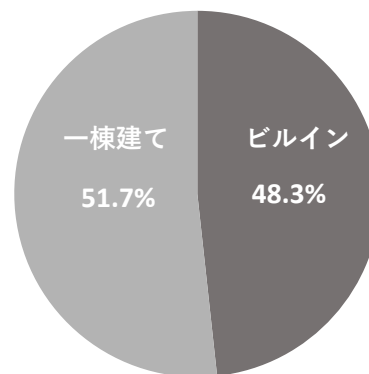
大手競合3社の102施設のうち、ビルインタイプは1施設のみ

- ・ 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

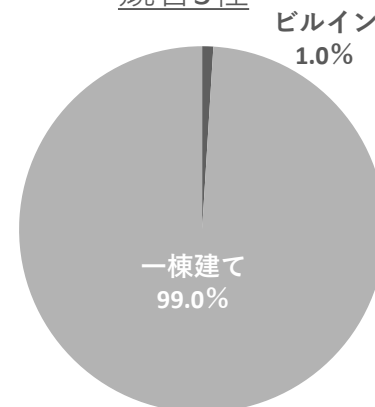


施設スタイル比較

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



資本業務提携

株式会社ティーケーピー

両社の信頼関係をより強固なものとし、ノウハウを相互利用して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
- ・ ティーケーピーの連結子会社である

リリカラ株式会社と業務提携



資本業務提携

株式会社ラオックスホールディングス

協業によるシナジーを発揮し、両社の企業価値向上を目指す

- ・ 当社宴会、婚礼のインバウンド集客フロー構築
- ・ 当社施設の稼働率向上施策の共同企画及び実施
- ・ 当社におけるラオックスグループ商品取扱い
- ・ 両社ECサイトの相互連携販売



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
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	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
2025	ラオックス	資本業務提携

※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 (2019年～)



©Pokémon. ©Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK inc.



Bridal Fair
ポケモン ブライダルフェア
produced by ESCRIT

リラックマブライダルフェア (2020年～)



©2025 San-X Co., Ltd. All Rights Reserved.



Rilakkuma™ Bridal Fair
Produced by ESCRIT

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



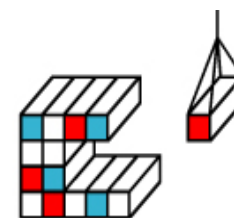
世界各地の建材・古材販売



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。