



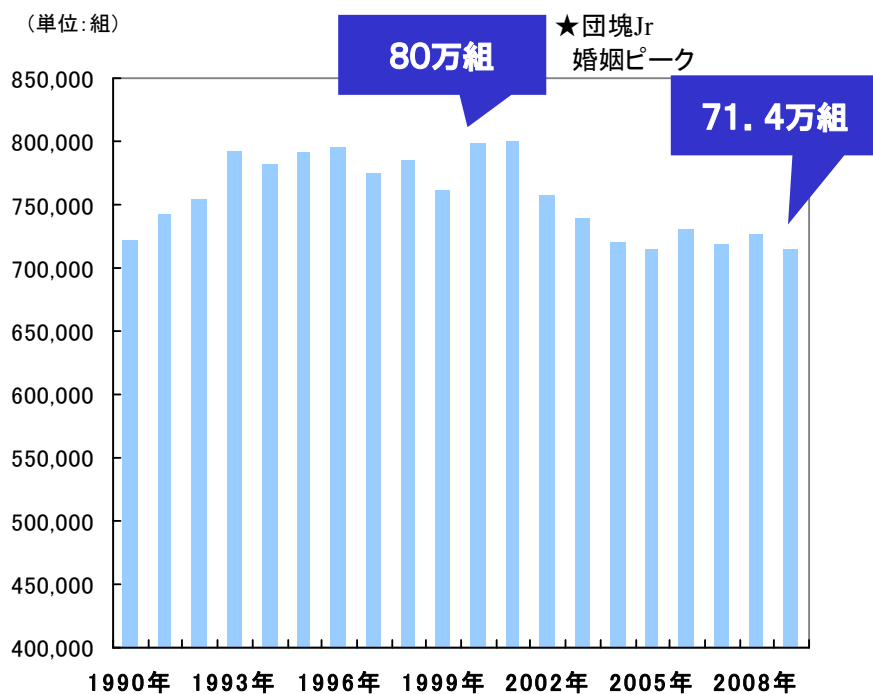
2010年3月期 連結決算説明資料

I . 事業を取り巻く環境

I -1. 国内の環境認識 ①【市場】

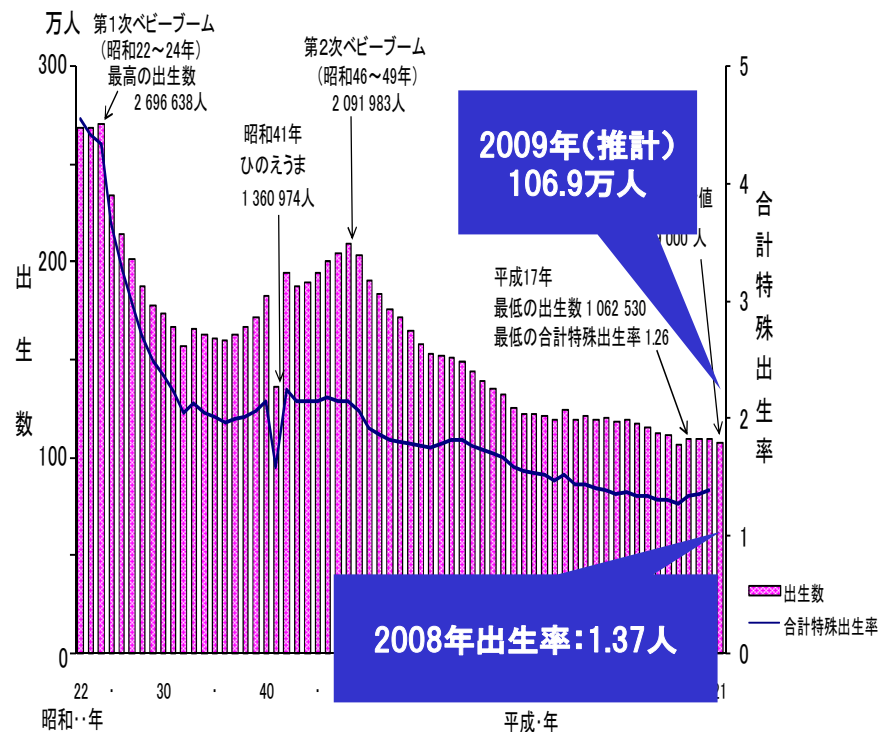
婚活ブーム・再婚の増加により、婚姻届出数は暫減状況だが、長期的には減少傾向は避けられない状況

婚姻組数の推移



2008年までは確定値、2009年は推計値

出生数及び合計特殊出生率の年次推移

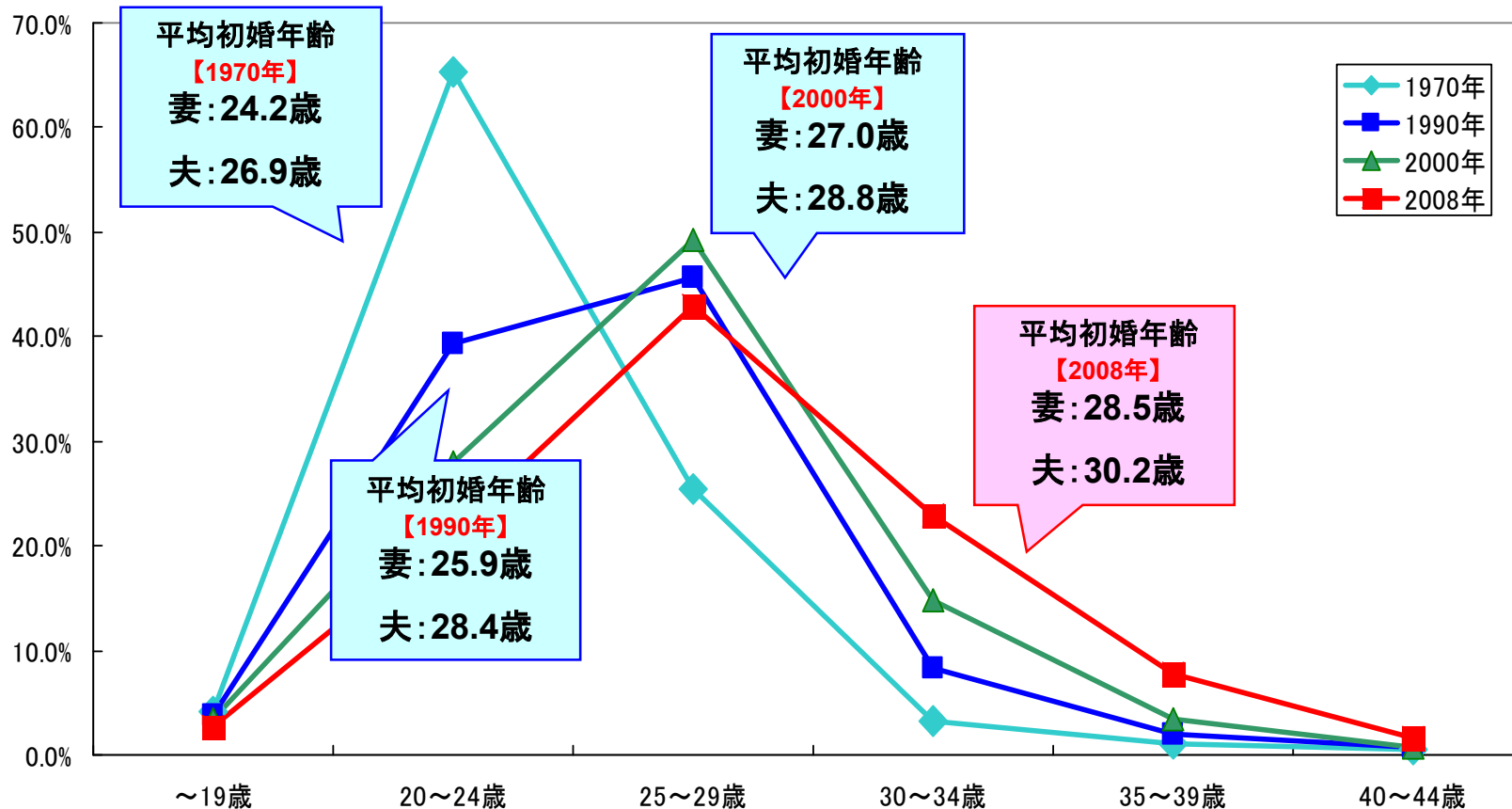


出典:厚生労働省「平成21年人口動態統計の年間推計」資料より

I -1. 国内の環境認識 ②【市場】

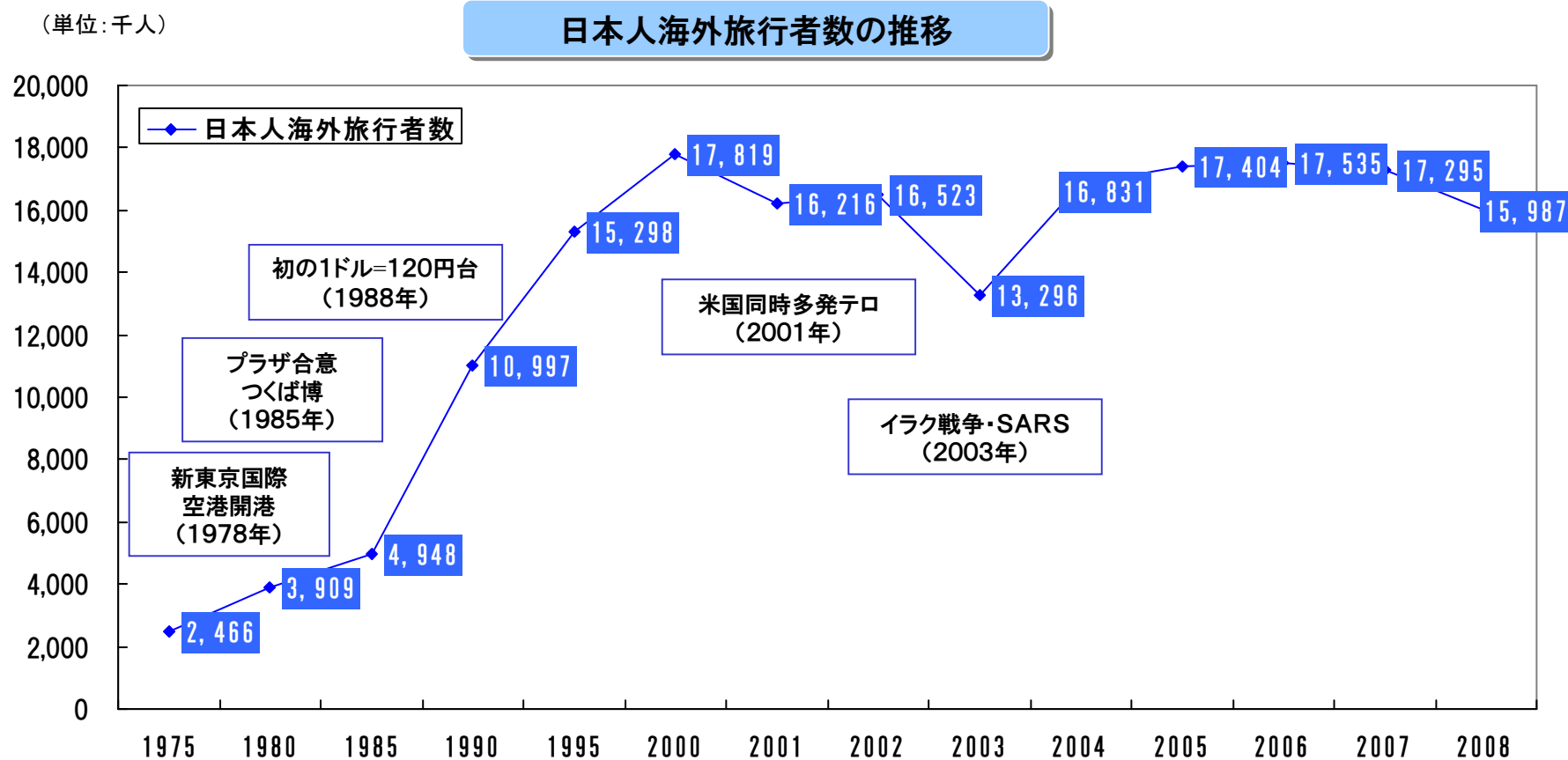
晩婚化基調が定着。2008年の平均初婚年齢は、妻 28.5歳、夫 30.2歳

初婚の妻の年齢別婚姻件数の割合



I -1. 国内の環境認識 ③【顧客志向】

「テロ」「インフルエンザ」「天変地異」「若者の旅行離れ」などによる海外旅行の減退により主力の海外挙式は横ばい。海外挙式の希求に変化はないが、大きな伸びは見込めない状況。

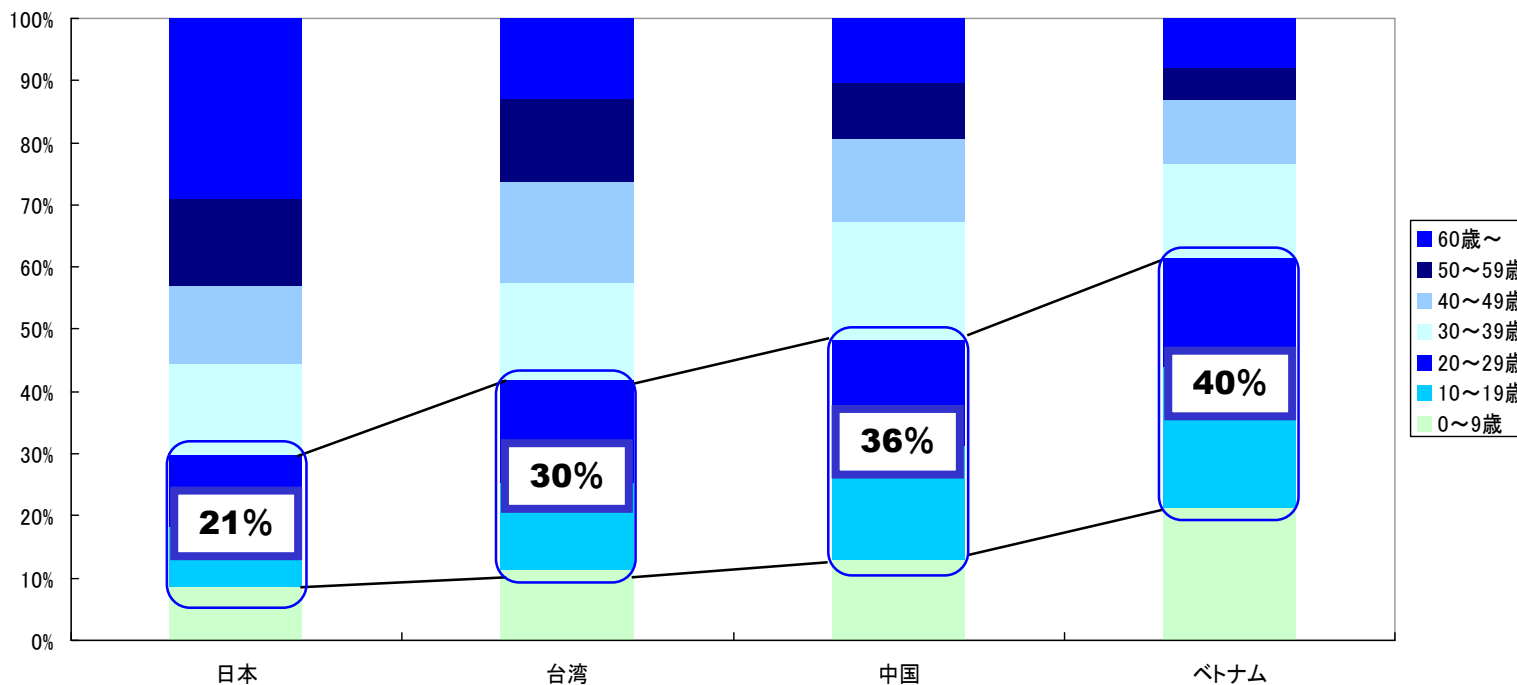


出典: 法務省資料に基づき国土交通省作成資料による

I -2. 海外の環境認識 ①【市場】

- ① 海外に視点を移せば地球人口は年増8千万人、アジアがその中心を担う
- ② 中国等の東アジアの成長エリアにおける婚姻適齢人口の比率は高い

年齢 10歳階級別人口 分布



出典:

総務省統計局「世界の統計2010」より 日本(2008年推計)
中国(2000年)ベトナム(1999年)

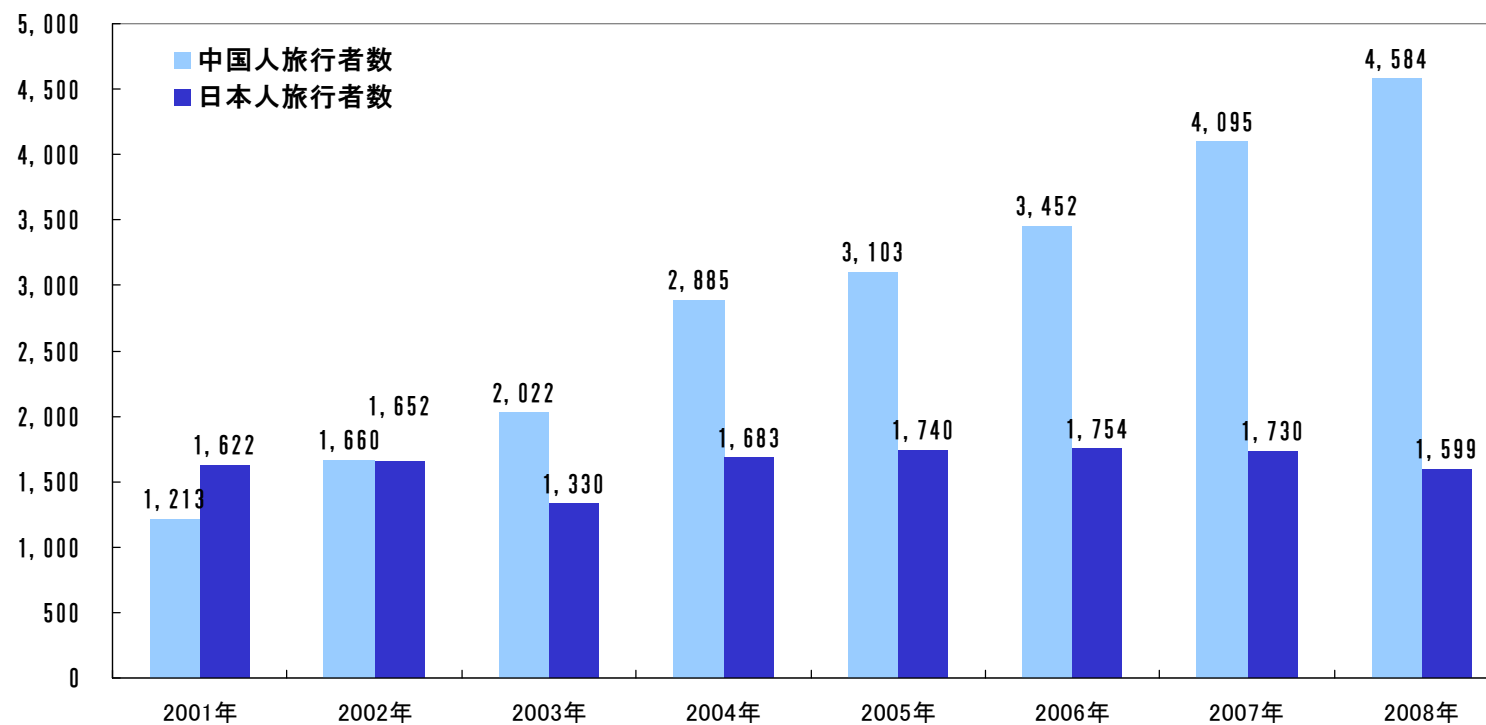
「行政院主計処」より 台湾(2005年)

I -2. 海外の環境認識 ②【市場】

中国の海外渡航者数は、日本の約16百万組に対して、約46百万人

(単位:万人)

中国人・日本人 海外旅行人数推移



※出典:「全国商工会連合上海代表所・中国レポート2007.10」より
(2001年～2006年)
「人民網日本語版2008年2月14日」より(2007年、2008年)

Ⅱ. エグゼクティブ・サマリー

Ⅱ-1. エグゼクティブ・サマリー 2010年3月期・実績

2010年3月期 決算とポイント：

(連結業績)	実績	前年対比	修正計画対比 (09/9/29修正)
売上高	520億82百万円	12.2%増	1.4%減
営業利益 (営業利益率)	17億72百万円 3.4%	36.1%減 2.6ポイント減	4.2%増 0.2ポイント増
経常利益 (経常利益率)	18億92百万円 3.6%	32.2%減 2.4ポイント減	17.5%増 0.6ポイント増
当期純利益	7億73百万円	33.7%減	15.4%増

■売上高

2008年10月に事業を譲り受けたメルパルク11施設の通年稼働により増収となりました。

■営業利益

海外拳式単価の減少、国内の宿泊・宴会需要やメルパルクにおける婚礼受注の減少により、売上高が期初の計画水準を確保できず販管比率が上昇し、減益となりました。

Ⅱ-2. エグゼクティブ・サマリー 2011年3月期計画

2011年3月期 計画とポイント :

(連結業績)	11年3月期 計画	10年3月期	前年対比
売上高	531億円	520億82百万円	2.0%増
営業利益	20億円	17億72百万円	12.8%増
(営業利益率)	3.8%	3.4%	0.4ポイント増
経常利益	21億円	18億92百万円	11.1%増
(経常利益率)	3.8%	3.6%	0.2ポイント増
当期純利益	8億円	7億73百万円	3.5%増

■売上高

台湾や国内における、新規挙式施設の稼働等により対前年2.0%増を計画しています。

■営業利益

構造改革による固定費の削減等により、対前年12.8%増を計画しています。

Ⅱ-3. エグゼクティブ・サマリー 2011年3月期・計画

既存・メルパルク

(単位:百万円)

科目	連結		既存		メルパルク	
	2011年3月期 計画	2010年3月期 実績	2011年3月期 計画	2010年3月期 実績	2011年3月期 計画	2010年3月期 実績
売上高	53,100	52,082	33,661	31,892	19,439	20,191
売上総利益	35,400	34,180	22,264	20,920	13,136	13,261
売上総利益率	66.7%	65.6%	66.1%	65.6%	67.6%	65.7%
販売費及び 一般管理費	33,400	32,408	20,464	19,329	12,936	13,079
販管費率	62.9%	62.2%	60.8%	60.6%	66.5%	64.8%
営業利益	2,000	1,772	1,800	1,590	200	182
営業利益率	3.8%	3.4%	5.3%	5.0%	1.0%	0.9%
経常利益	2,100	1,892	1,884	1,707	216	185
経常利益率	3.8%	3.6%	5.6%	5.4%	1.1%	0.9%
当期純利益	800	773				

Ⅲ. 2011年3月期 基本方針

Ⅲ-1. 2011年3月期 基本方針

基本方針

収益力の改善により来期のV字回復を企図する

収益力の改善

■ 足元の課題解決を優先し、収益力の改善を図る ■

本年度は、中期事業計画刷新の年であるが、昨年度の当初計画の未達成を鑑み、本年度は単年度計画とし構造改革と足元課題の解決を優先する。

成長戦略

■ 成長戦略・投資は選択と集中 ■

成長戦略・投資は選択と集中により、来期のV字回復に資する内容に特化する

Ⅲ-2. 2011年3月期 事業方針

事業方針

事業方針

①

本体競争力の回復

事業方針

②

メルパルクの建て直し

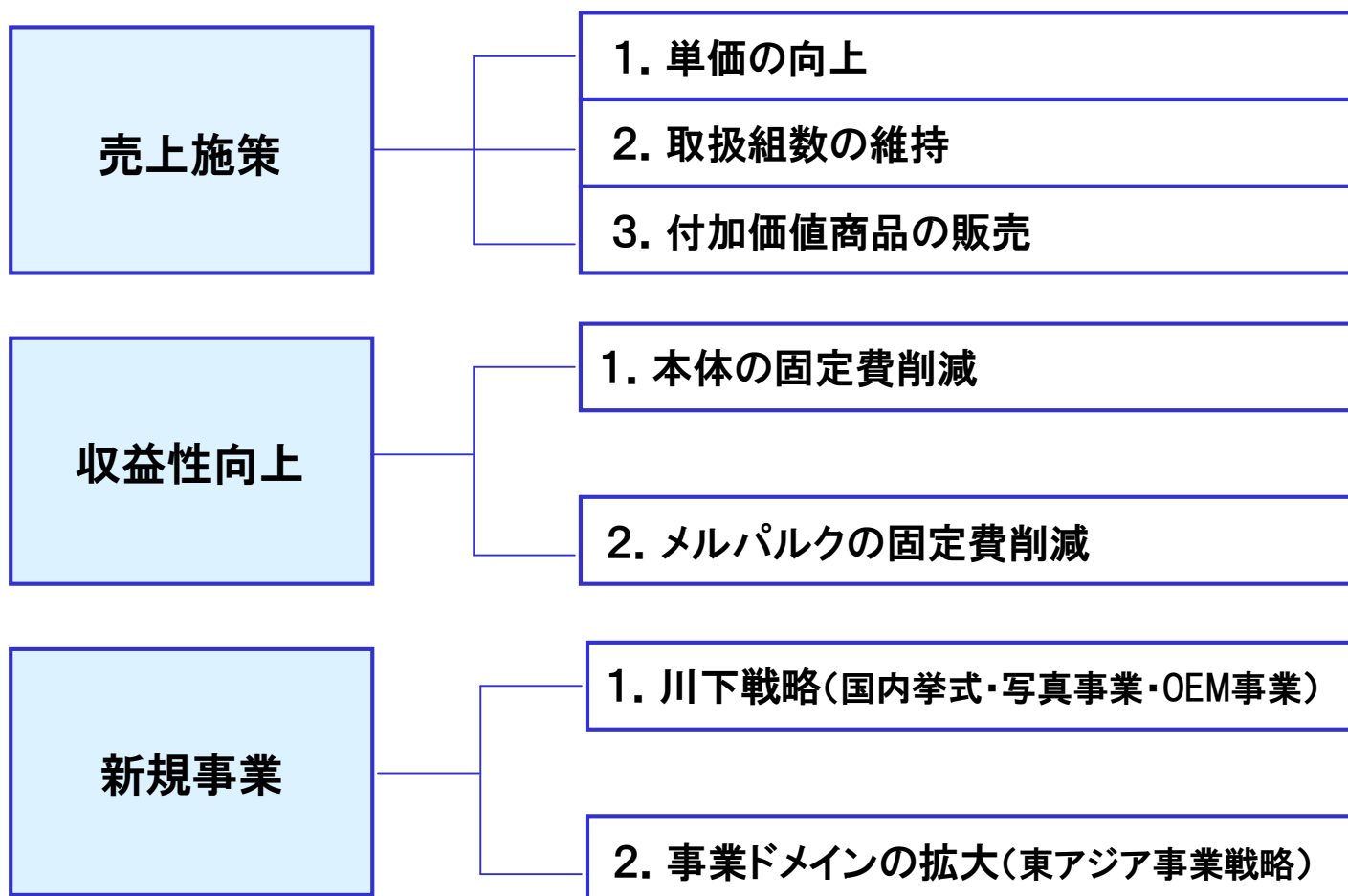
事業方針

③

成長戦略：東アジア戦略の拡大

Ⅲ-3. 2011年3月期 事業方針 実行施策

「売上施策」「収益性向上」「新規事業」については以下の実行施策を実施していく。



IV. 2011年3月期 事業方針

IV-1. 事業方針① 本体競争力の回復

事業方針

事業方針 ①

本体競争力の回復

事業方針 ②

メルパルクの建て直し

事業方針 ③

成長戦略:東アジア戦略の拡大

IV-1. 事業方針①-1. 本体競争力の回復

方針	本体競争力の回復
実行 施策	<p>【1】 売上施策 … ① 取扱組数の維持 ② 海外拳式単価の向上</p> <p>【2】 収益性向上 … 固定費を中心とした構造改革の実施による 損益分岐点の引き下げ</p>

係数計画

(単位:百万円)	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期 計画	2012年3月期 目標
売上高	35,301	34,864	31,892	33,661	
売上高伸び率	4.0%増	1.2%減	8.5%減	5.5%増	
売上総利益	22,519	22,365	20,920	22,264	
売上総利益率	63.8%	64.1%	65.6%	66.1%	
販売費及び一般管理費	20,233	19,989	19,329	20,464	
販管费率	57.3%	57.3%	60.6%	60.8%	
営業利益	2,285	2,375	1,590	1,800	
営業利益率	6.5%	6.8%	5.0%	5.3%	

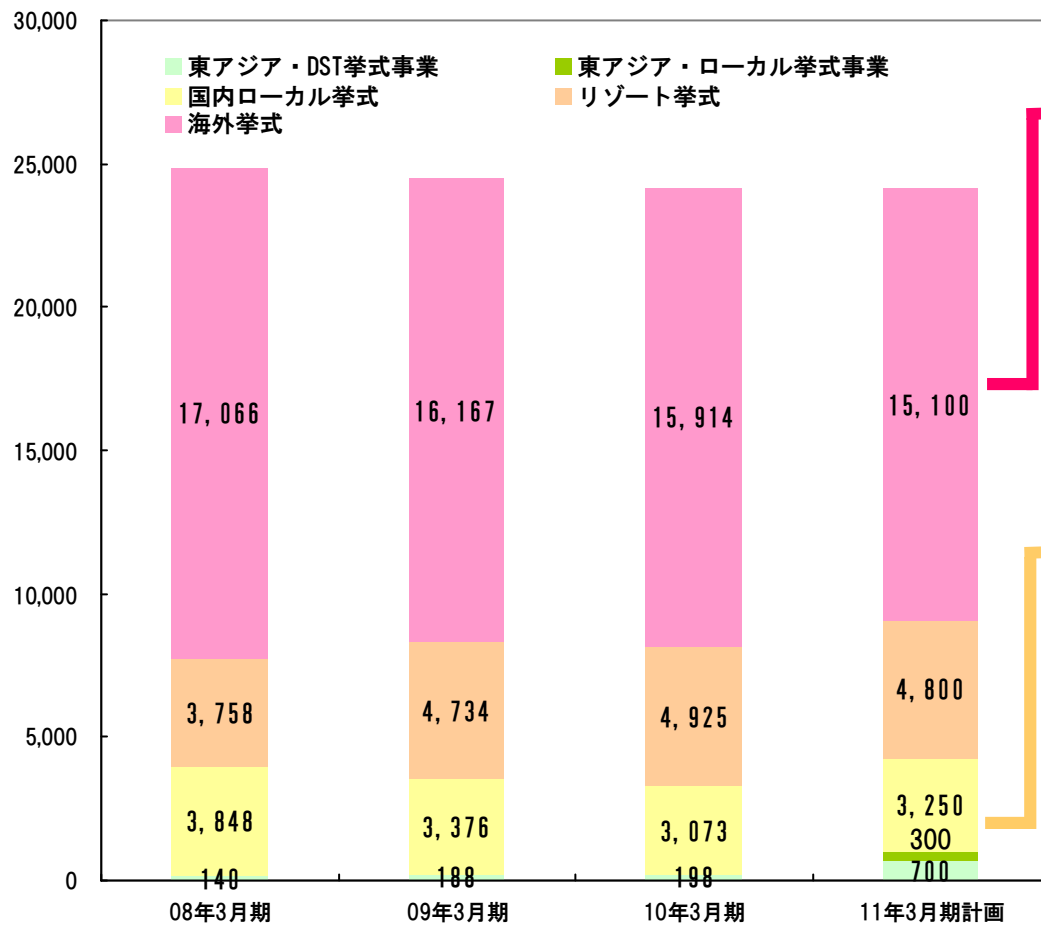
営業利益率 7%の
回復

IV-1. 事業方針①-2. 本体競争力の回復

実行 施策

【1】 売上施策 … ① 取扱組数の維持

(単位:組)



※メルパルク除く挙式取扱組数

■海外挙式

- ・11月ハワイに新チャペルOPEN。
- 一方、ハワイのチャペルが1施設クローズの予定



「ホヌカイルニ コオリナ・プレイス・オブ・ウェリナ」

■国内挙式

- ・リゾート挙式、既存挙式施設は横ばいを見込む
- ・新規は、既存施設における、婚礼事業の請負や事業のテイクオーバー等によりシェアアップを図る。



東京・六本木:「国際文化会館」



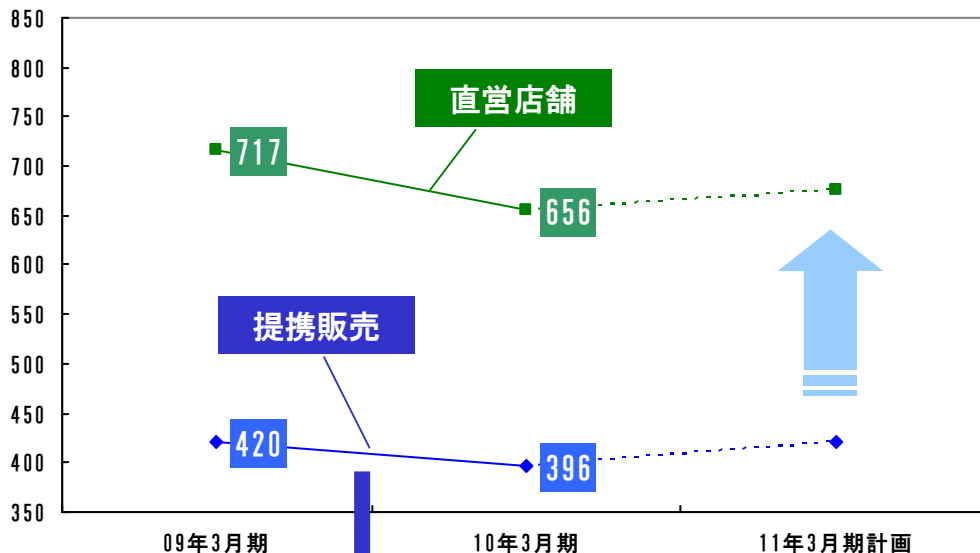
群馬・新前橋:
「旧群馬厚生年金会館」

IV-1. 事業方針①-3. 本体競争力の回復

実行 施策

【1】 売上施策 … ② 海外拳式単価の向上

(単位: 千円)



海外拳式単価の向上

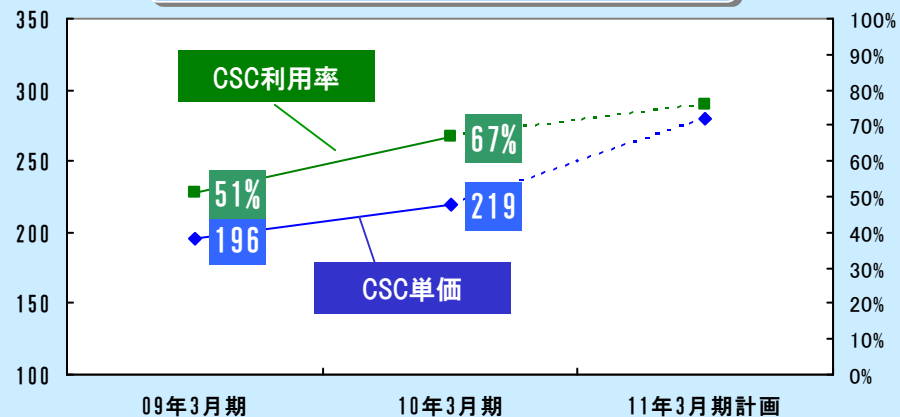
目標単価 : 511千円 → 530千円 19千円増

提携販売先へのカスタマーサポートセンター機能の強化による、提携販売単価の向上

- ・ カスタマーサポートセンター利用率の向上
- ・ 販売スタッフへの啓蒙活動の強化
- ・ マニュアルの設置

(単位: 千円)

カスタマーサポートセンターの状況

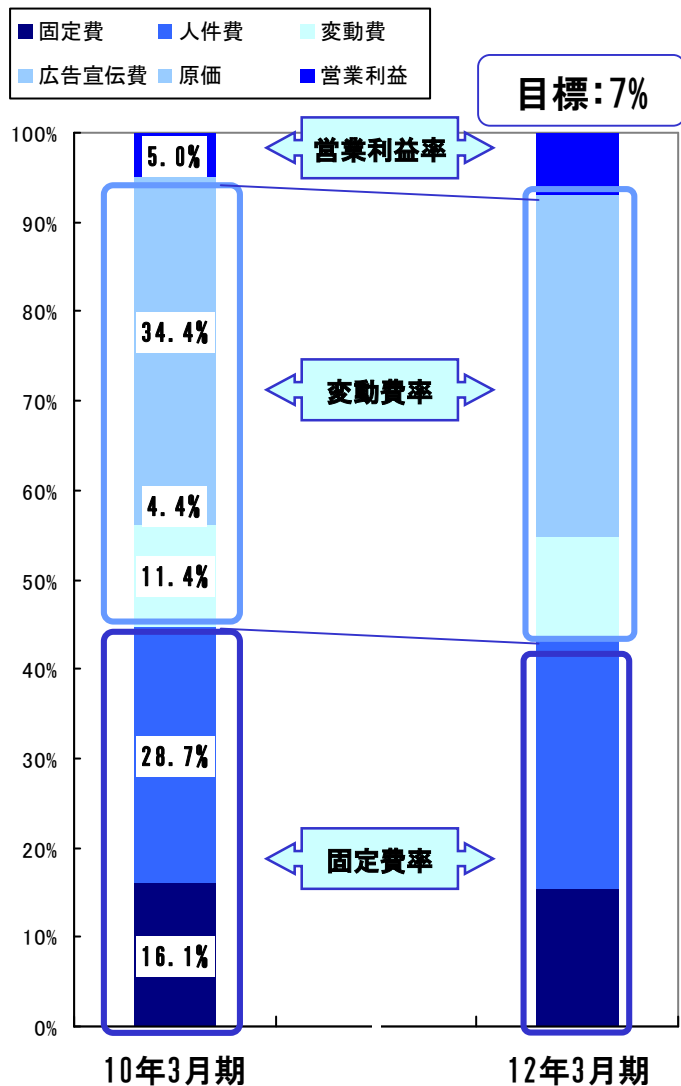


※CSC=カスタマーサポートセンター

IV-1. 事業方針①-4. 本体競争力の回復

実行 施策

【2】収益性向上 …… 固定費を中心とした構造改革の実施による
損益分岐点の引き下げ



■変動費削減

目標削減額 12年3月期 1億円

- ・ 原価率の改善
- ・ 販管費全般の見直し

■固定費削減

目標削減額 12年3月期 5億円

■ 賃借料

- ・ 拠点の統合
- ・ 海外拠点の統廃合

■ 人件費

- ・ 人員効率配置による直接人件費の削減
- ・ 直間比率見直しによる間接人員の削減

IV-2. 事業方針② メルパルクの建て直し

事業方針

事業方針

①

本体競争力の回復

事業方針

②

メルパルクの建て直し

事業方針

③

成長戦略:東アジア戦略の拡大

IV-2. 事業方針②-1. メルパルクの建て直し

方針	メルパルクの建て直し
実行 施策	<p>【1】 売上施策 … 取扱組数の回復</p> <p>【2】 収益性向上 … 固定費を中心とした構造改革の実施による 損益分岐点の引き下げ</p>

係数計画

(単位:百万円)

	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期 計画	2012年3月期 目標
取扱組数	2,741組	4,485組	4,300組	
売上高	11,541	20,190	19,439	
売上総利益	7,493	13,261	13,136	
売上総利益率	64.9%	65.7%	67.6%	
販売費及び一般管理費	7,093	13,078	12,936	
販管費率	61.5%	64.8%	66.5%	
営業利益	399	182	200	
営業利益率	3.5%	0.9%	1.0%	5%

→

営業利益率 5%

IV-2. 事業方針②-2. メルパルクの建て直し

実行
施策

【1】 売上施策 … ① 取扱組数の回復

2011年3月期 計画

4,300組



2012年3月期 計画

5,000組

グループからの専担者の配置

集客の改善

・HPルートの商品拡大

成約率の向上

・ウェディングプランナー養成によるコンサル力の強化
・紹介の強化

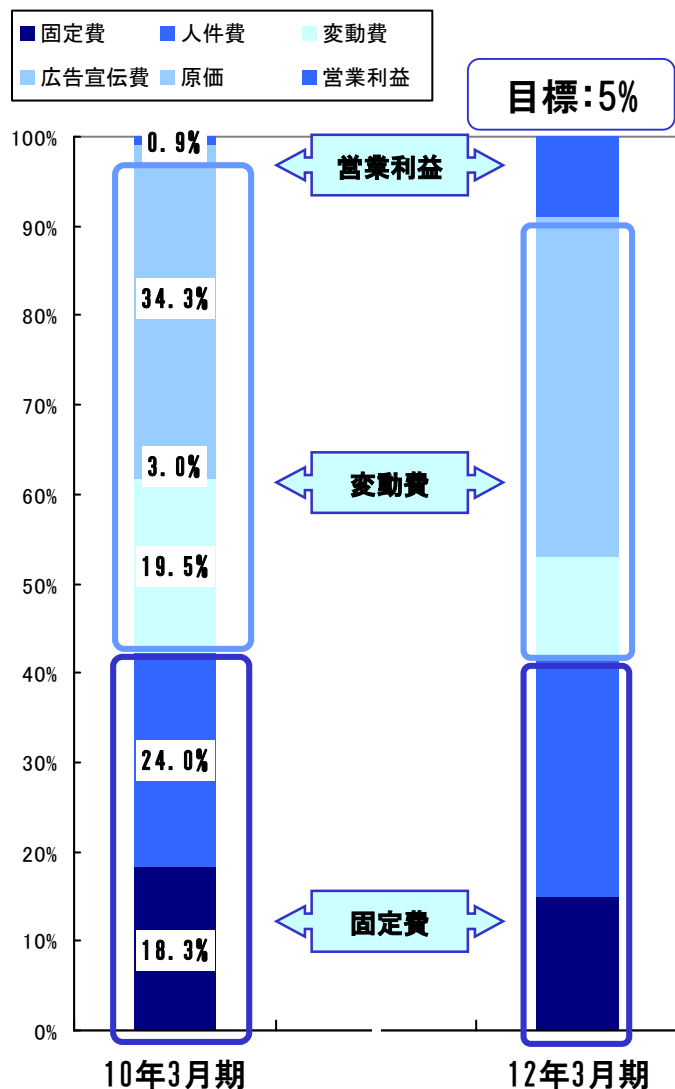
成約数の確保

・顧客志向の商品開発 … 人前式の開発

IV-2. 事業方針②-3. メルパルクの建て直し

実行 施策

【2】収益性向上 … 固定費の削減による損益分岐点の引き下げ



■ 変動費削減

目標削減額 12年3月期 1億円

■ 原価削減

- ・共同購入拡充による原価見直し

■ その他変動費

- ・業務委託契約の見直し等

■ 固定費削減

目標削減額 12年3月期 3億円

■ 人件費削減

- ・常備配膳人の流動化
- ・人事制度の見直し

IV-3. 事業方針③ 成長戦略:東アジア戦略の拡大

事業方針

事業方針

①

本体競争力の回復

事業方針

②

メルパルクの建て直し

事業方針

③

成長戦略:東アジア戦略の拡大

IV-3. 事業方針③-1. 成長戦略:東アジア戦略の拡大

方針	成長戦略:東アジア戦略の拡大
実行 施策	【1】 東アジア・ローカル挙式事業の拡大 【2】 東アジア・デスティネーション挙式事業の拡大

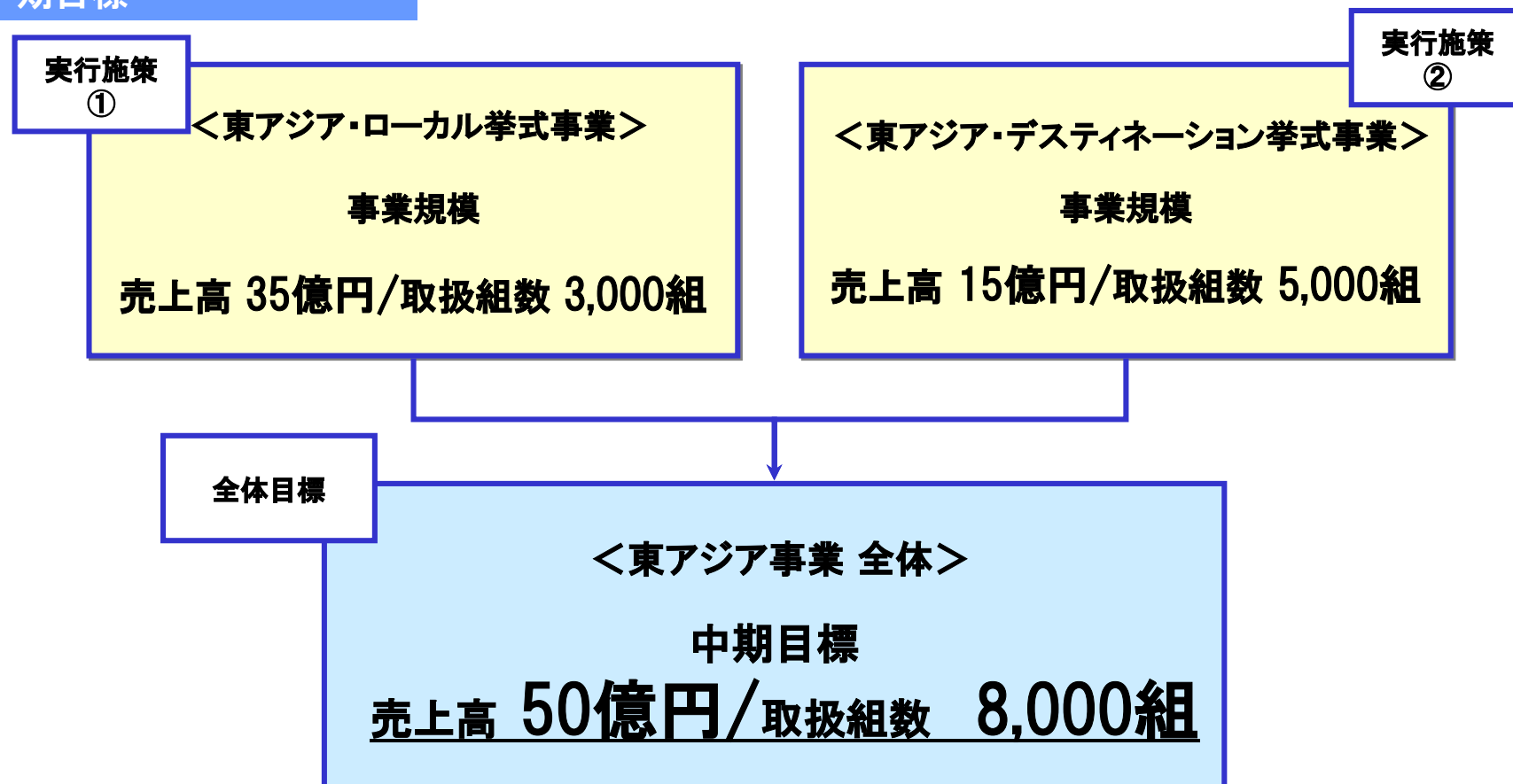
係数計画:2011年3月期計画



IV-3. 事業方針③-2. 成長戦略:東アジア戦略の拡大

方針	成長戦略:東アジア戦略の拡大
実行 施策	【1】 東アジア・ローカル挙式事業の拡大 【2】 東アジア・デスティネーション挙式事業の拡大

中期目標



IV-3. 事業方針③-3. 成長戦略: 東アジア戦略の拡大

実行 施策

【1】 東アジア・ローカル挙式事業の拡大

東アジアにおける婚礼事情

		日本	中国	台湾	香港
一人当たりGDP		34,254ドル (2007年)	3,566ドル (2009年)	16,988ドル (2008年)	30,726ドル (2008年)
婚姻組数		71万4,000組 (2009年)	991.4万組 (2007年)	15万4,866万組 (2008年)	4万458組組 (2007年)
挙式(セレモニー)		【あり】 人前式/神前式/ キリスト教式等	【なし】 挙式文化が一般的でない		
披露宴	会場	専用挙式施設・ ホテル・レストラン 等で実施	ホテル・レストラン中心 ※前撮り写真撮影を実施するのが一般的		
	招待客	50~100名程度	100~300名程度		
		ご祝儀/会費制	ご祝儀		

① 都市で専用挙式施設が登場

② 個性化・多様化の兆し

IV-3. 事業方針③-4. 成長戦略: 東アジア戦略の拡大

実行
施策

【1】 東アジア・ローカル挙式事業の拡大

M&Aにより傘下とした麗庭荘園(Grace Hill)をアジア事業拡大の
インキュベーション装置として活用する

「麗庭荘園(グレースヒル)」事業モデルの活用



麗庭荘園 (Grace Hill)

- 所在地: 台湾・台北市
 - 敷地面積: 5,030㎡
 - 施設概要: 1チャペル・4バンケット・レストラン
 - 2011年3月期 計画
- 取扱組数: 300組 売上高: 500百万円

水平展開

「グレースヒル」モデルの水平展開

- ・台湾、中国など東アジア全体における
ハウスウェディング型挙式施設の展開

人材開発

東アジア・ブライダル人材強化戦略

- ・「グレースヒル」をベースにマネジメント及
びサービスに関する研修・トレーニングを
実施

シナジー効果

海外リゾート挙式活用

- ・帰国後パーティの会場としての活用

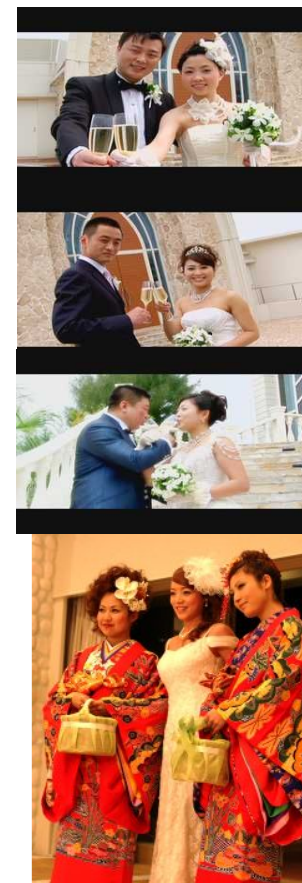
IV-3. 事業方針③-5. 成長戦略: 東アジア戦略の拡大

実行
施策

【2】 東アジア・デスティネーション挙式事業の拡大

活動報告

中国大陸にて300以上の販売ネットワークを保有する婚礼撮影会社“金夫人”と、プロモーションの一環として、中国大陸より20組のカップルをモニターとして招聘し、合同結婚式を催行。



IV-3. 事業方針③-6. 成長戦略：東アジア戦略の拡大

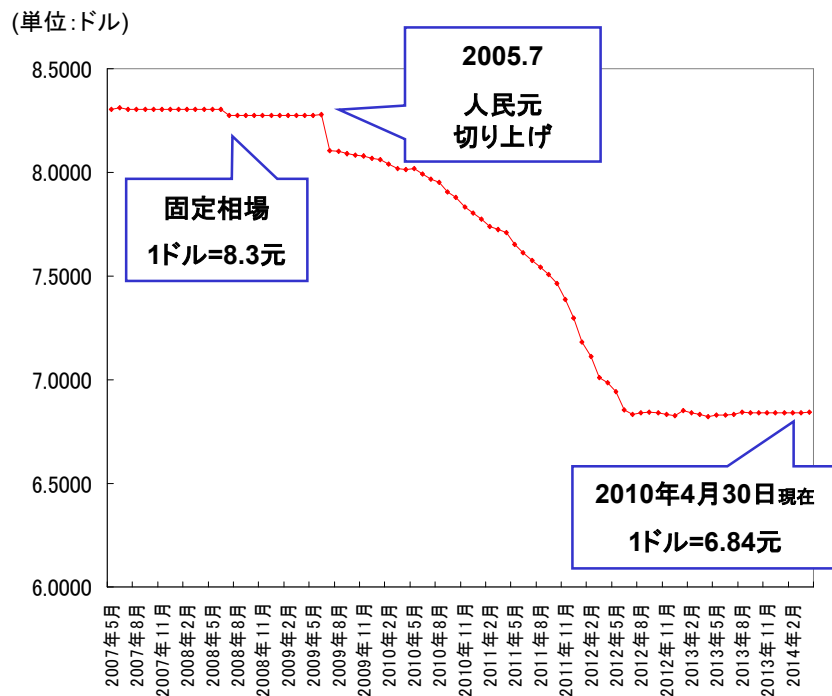
実行 施策

【2】 東アジア・デスティネーション挙式事業の拡大

- ・中国における海外旅行ブームの兆し
- ・日本同様万博を契機とした為替の切り上げや渡航制限の更なる緩和があれば海外旅行ブーム到来は必定

中国元の対ドルレート切り上げ

訪日中国人向け観光ビザ緩和



2010年7月1日より

	現行	緩和後
年収	年収25万元 (約340万円)程度 以上の 富裕層	年収3万～5万元 (約41万～68万円) 程度以上の 中間層
発行エリア	北京・上海・広州	現行の3都市に加え、 重慶、瀋陽、青島、大連 などにも拡大
対象者数	約5,000万人	4億3700万人

IV-3. 事業方針③-7. 成長戦略: 東アジア戦略の拡大

実行
施策

【2】 東アジア・デスティネーション挙式事業の拡大

2011年3月期 計画

700組



中期目標

5,000組

直営展開

香港・台湾における直営展開

・直営店舗を主軸に市場拡大策の展開を図る

提携販売での展開

旅行会社等との提携販売策を強化

・中国・香港・台湾における、大手旅行会社や婚礼撮影会社等との提携を強化

フォト展開

セレモニーフォトの販売

・挙式ではなく、フォトを主軸にした商品の導入

V. 2010年3月期 連結決算の概要

V-1. 連結決算の概要

(単位:百万円)

科目	2010年3月期	2009年3月期	増減
売上高	52,082	46,406	12.2%増
売上総利益	34,180	29,858	14.5%増
売上総利益率	65.6%	64.3%	1.3ポイント増
販売費及び一般管理費	32,408	27,082	19.7%増
販管費率	62.2%	58.4%	3.8ポイント増
営業利益	1,772	2,775	36.1%減
営業利益率	3.4%	6.0%	2.6ポイント減
経常利益	1,892	2,790	32.2%減
経常利益率	3.6%	6.0%	2.4ポイント減
当期純利益	773	1,165	33.7%減

2010年3月期計画 (9/29)修正	増減率
52,800	1.4%減
34,691	1.1%減
65.7%	0.1ポイント減
32,991	1.8%減
62.5%	0.3ポイント減
1,700	4.2%増
3.2%	0.2ポイント増
1,610	17.5%増
3.0%	0.6ポイント増
670	15.4%増

V-2. 連結決算の概要(メルパルク/既存)

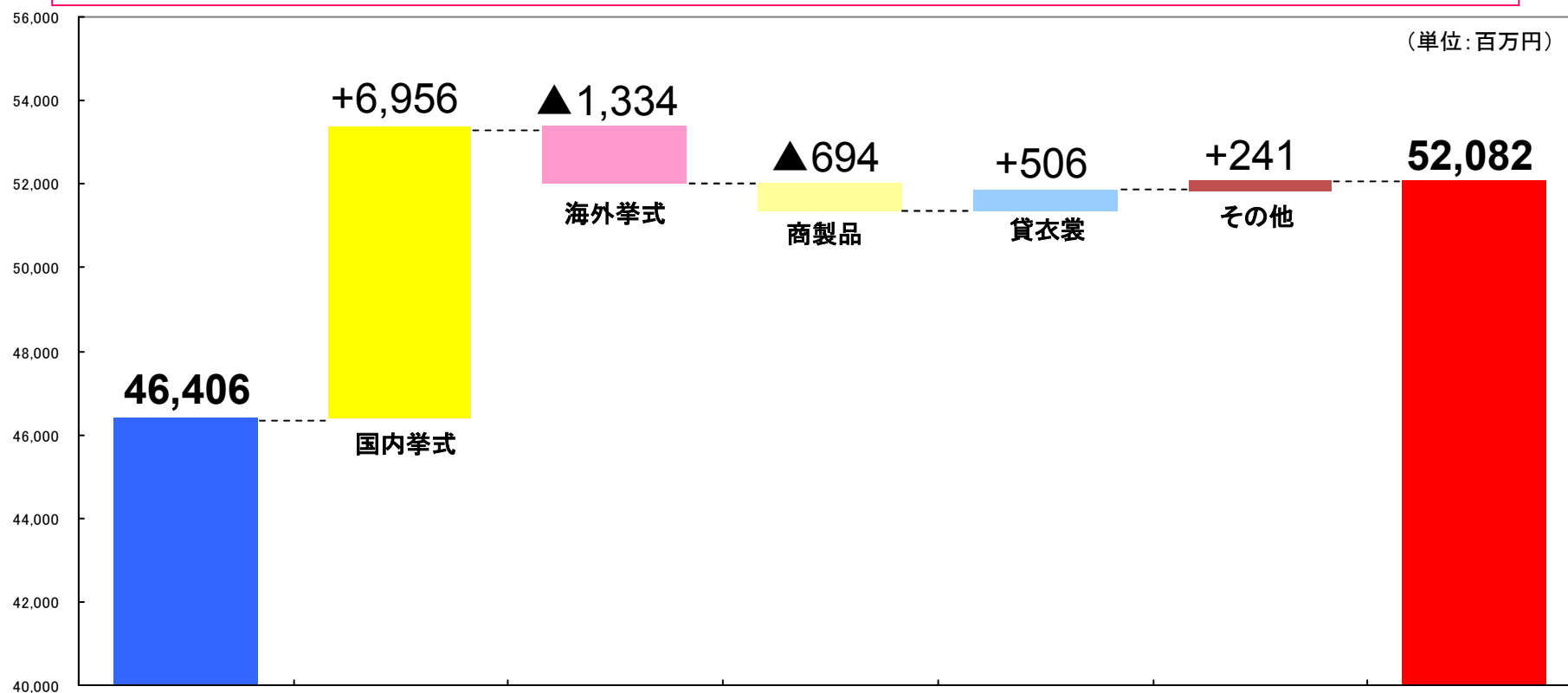
(単位:百万円)

科目	連結		既存		メルパルク	
	2010年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2009年3月期
売上高	52,082	46,406	31,892	34,864	20,190	11,541
売上総利益	34,180	29,858	20,919	22,365	13,261	7,493
売上総利益率	65.6%	64.3%	65.6%	64.1%	65.7%	64.9%
販売費及び一般管理費	32,408	27,082	19,329	19,989	13,078	7,093
販管費率	62.2%	58.4%	60.6%	57.3%	64.8%	61.5%
営業利益	1,772	2,775	1,590	2,375	182	399
営業利益率	3.4%	6.0%	5.0%	6.8%	0.9%	3.5%
経常利益	1,892	2,790	1,707	2,386	185	403
経常利益率	3.6%	6.0%	5.4%	6.8%	0.9%	3.5%
当期純利益	773	1,165				

V-3. 売上高 要因分析 (対前年同期)

■売上高 前年同期比 12.2%増

売上高増加の主要因は、2008年10月に事業を譲り受けたメルパルク11施設の稼働等による拳式取扱組数の増加



09年3月期

5,676百万円増

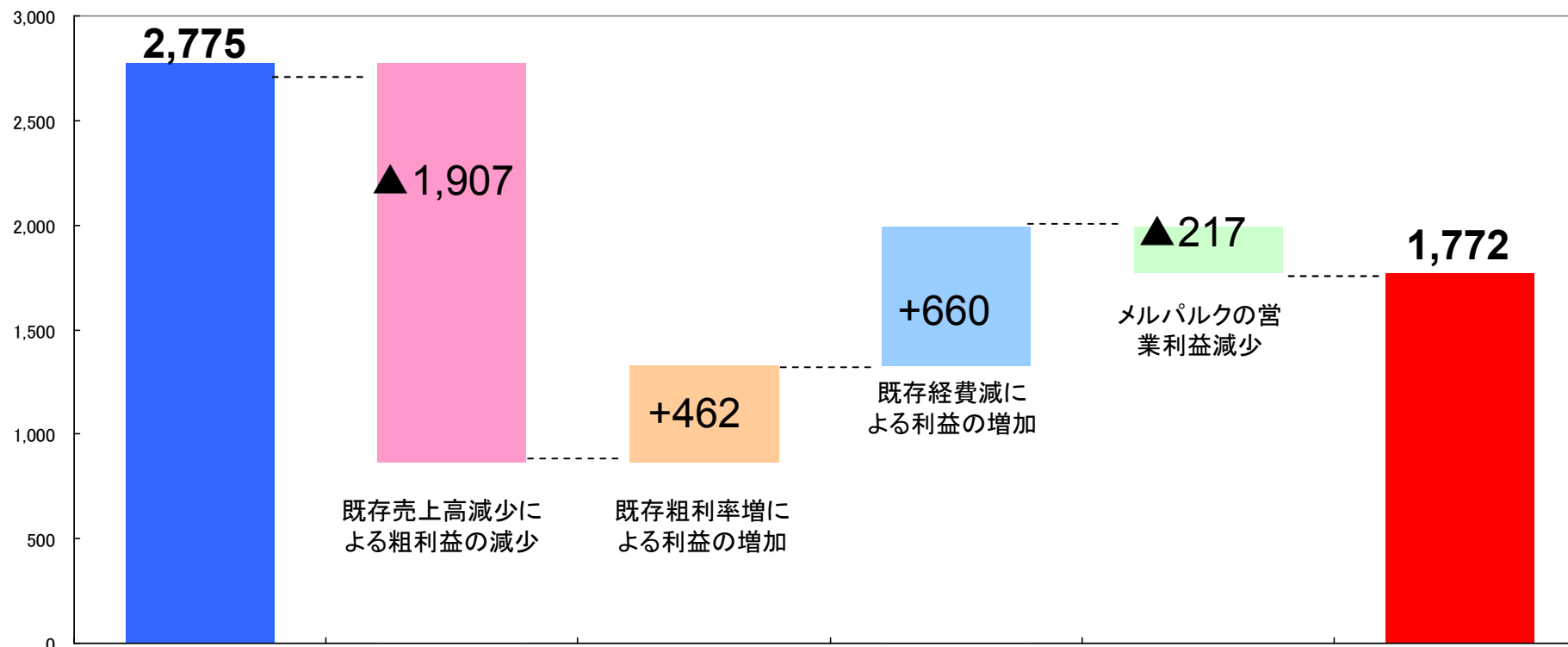
10年3月期

V-4. 営業利益 要因分析(対前年同期)

■営業利益 対前期 36.1%減

対前期減益の主要因は、既存売上高の減少による粗利益の減少

(単位:百万円)



09年3月期

1,003百万円減

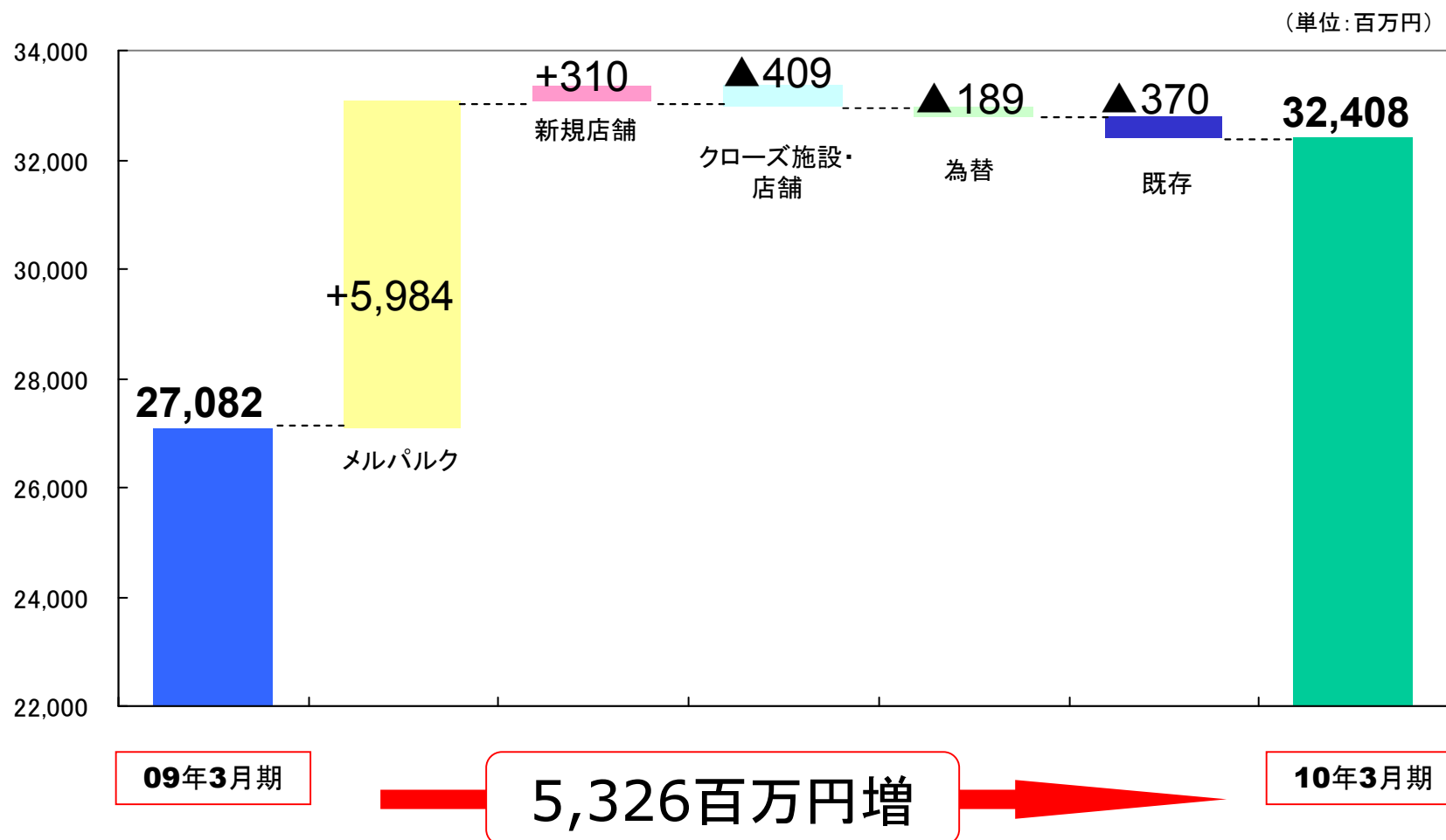
10年3月期

V-5. 販管費 要因分析(対前年同期)

■販管費 対前期 19.7%増

販管費増加の主要因はメルパルクの通年稼働による増加

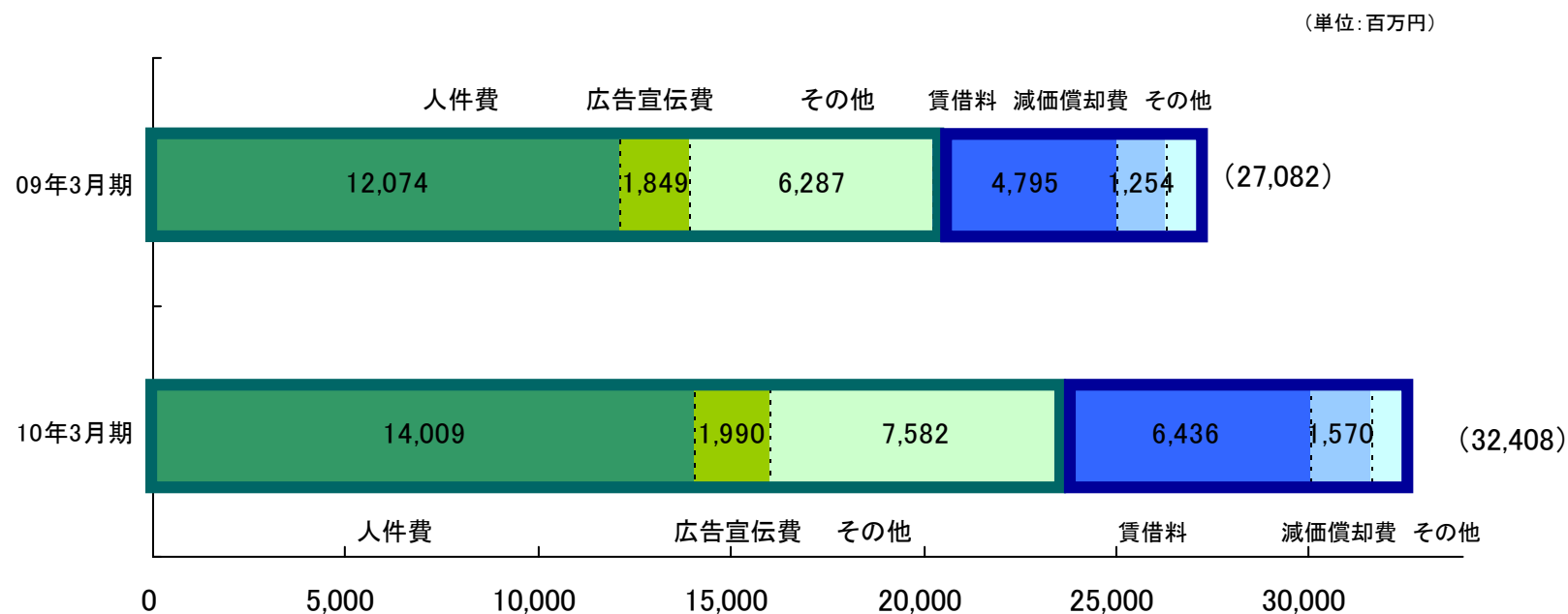
既存事業においては店舗の効率化、不採算部門の整理等販管費の抑制に努めた



V-6. 販売費及び一般管理費 (科目別増減)

販売費及び一般管理費

売上高販管費率 09年3月期 **58.4%** → 10年3月期 **62.2%** (対前年比 **3.8ポイント増**)



VI. 2010年3月期 区分別の概要

VI-1. 区分別損益の概要(対前年同期)

(単位:百万円)

売上高

科目	2010年3月期	構成比	2009年3月期	構成比	増減
国内拳式	34,571	66.4%	27,615	59.5%	25.2%増
海外拳式	8,137	15.6%	9,471	20.4%	14.1%減
商製品	4,092	7.8%	4,787	10.3%	14.5%減
貸衣裳	4,304	8.3%	3,797	8.2%	13.4%増
手数料	976	1.9%	734	1.6%	32.9%増
売上高	52,082	100.0%	46,406	100.0%	12.2%増

売上総利益

	2010年3月期	売上総利益率	2009年3月期	売上総利益率	
国内拳式	22,638	65.5%	17,538	63.5%	2.0ポイント増
海外拳式	5,029	61.8%	6,132	64.7%	2.9ポイント減
商製品	2,549	62.3%	2,943	61.5%	0.8ポイント増
貸衣裳	2,986	69.4%	2,508	66.1%	3.3ポイント増
手数料	976		734		
売上総利益	34,180	65.6%	29,858	64.3%	1.3ポイント増

VI- 2. 区分別損益の概要 国内挙式

		2010年3月期	2009年3月期	増減
国内挙式 売上高 (百万円)		34,571	27,615	25.2%増
	取扱組数 (組)	12,483	10,851	15.0%増
	自社教会施設数 (件)	30	31	3.2%減
国内挙式 売上総利益 (百万円)		22,638	17,538	29.1%増
売上総利益率		65.5%	63.5%	2.0ポイント増
メルパルク※1	取扱組数 (組)	4,485	2,741	63.6%増
	婚礼単価 (千円)	2,200	2,196	0.2%増
目黒雅叙園※1	取扱組数 (組)	1,571	1,496	5.0%増
	婚礼単価 (千円)	3,212	3,245	1.0%減
リゾート挙式※2	取扱組数 (組)	4,925	4,734	4.0%増
	婚礼単価 (千円)	803	819	2.0%減
内、沖縄挙式※2	取扱組数 (組)	4,186	4,163	0.6%増
	婚礼単価 (千円)	840	834	0.7%増
その他	取扱組数 (組)	1,502	1,880	20.1%減
	婚礼単価 (千円)	2,407	2,052	17.3%増
新規施設	取扱組数 (組)	4,905	2,849	+2,056
クロス施設	取扱組数 (組)	11	94	-83
既存施設	取扱組数 (組)	7,567	7,908	-341

※1. メルパルク・目黒雅叙園の婚礼単価は、婚礼部門の平均単価を採用いたしております。

※2. 沖縄の単価の算出方法を変更しております。算出方法の変更に伴い、昨年度の単価も同基準にて算出しておしております。

【概要】

メルパルクの通年稼働により売上高が増加しました

【取扱組数増加の要因】

2008年10月に事業を譲り受けたメルパルク11施設の稼働により取扱組数が増加しました。

VI- 3. 区分別損益の概要 海外拳式

	2010年3月期	2009年3月期	増減	
海外拳式売上高 (百万円)	8,137	9,471	14.1%減	
取扱組数 (組)	15,914	16,167	1.6%減	
一組当り単価 (千円)	511	586	12.8%減	
海外拳式売上総利益 (百万円)	5,029	6,132	18.0%減	
海外拳式 売上総利益率	61.8%	64.7%	2.9ポイント減	
取扱組数	ハワイ	8,609	8,584	0.3%増
	ミクロネシア	4,608	4,898	5.9%減
	オセアニア	1,180	1,421	17.0%減
	北米	177	273	35.2%減
	ヨーロッパ	816	771	5.8%増
	パリ	521	205	154.1%増
	その他	3	15	80.0%減
	合計 (組)	15,914	16,167	1.6%減
自社教会利用比率	78.7%	77.8%	0.9ポイント増	

【概要】

新型インフルエンザの影響により、5月・6月の拳式にキャンセルが発生したことによる取扱組数の減少と単価が伸び悩んだことにより売上高が減少しました。

【取扱組数減少の要因】

新型インフルエンザの影響等により取扱組数が減少しました。

【単価低下の要因】

拳式単価の低い提携販売先の拳式取扱比率が上昇したこと、期近のお客様を獲得するためのキャンペーン施策により単価が減少しました。

VI- 4. 区分別損益の概要 商製品

	2010年3月期	2009年3月期	増減
商製品 売上高 (百万円)	4,092	4,787	14.5%減
販売ドレス(Avica,FR)取扱着数 (着)	16,410	17,556	6.5%減
販売ドレス(Avica,FR)単価 (千円)	177	188	5.9%減
販売タキシード(UOMO)販売着数 (着)	4,932	6,096	19.1%減
販売タキシード(UOMO)単価 (千円)	78	79	1.3%減
商製品 売上総利益 (百万円)	2,549	2,943	13.4%減
商製品 売上総利益率	62.3%	61.5%	0.8ポイント増

※販売ドレスの取扱着数には、メルパルク・目黒雅叙園の取扱着数が含まれていますが、売上高は国内挙式売上高に含まれます。

(参考) ウェディングドレス 総合計 (「Avica+FR+RS」)

ドレス(販売・レンタル) 計 (着)	22,389	20,037	11.7%増
ドレス(販売・レンタル) 計(千円)	155	174	10.9%減

※「Avica」ドレス … オーダーシステムドレス

※「FR」ドレス … ドレスファーストレンタル

・約90以上のデザイン、3～37号のサイズよりお客様の体型に合わせた新品のドレスを仕立てるシステム。

・お近くの店舗でお客様が選ばれた衣裳と同じデザインの新しいドレスを現地店舗・施設にてお受取りできるシステム

【概要】

販売ドレスの販売着数が減少したため売上高が減少しました。

【販売着数減少の要因】

レンタルドレスの商品をリニューアルしたことにより一部顧客が販売ドレスからレンタルドレスに流れたため販売着数が減少しました。

VI- 5. 区分別損益の概要 貸衣裳

	2010年3月期	2009年3月期	増減
貸衣裳収入 (百万円)	4,304	3,797	13.4%増
「RS」ドレス販売着数 (着)	5,979	2,481	141.0%増
「RS」ドレス単価 (千円)	96	70	37.1%増
「スタジオフォトプラン」販売件数 (件)	12,484	11,219	11.3%増
「スタジオフォトプラン」単価 (千円)	87	93	6.5%減
貸衣裳 売上総利益 (百万円)	2,986	2,508	19.0%増
貸衣裳 売上総利益率	69.4%	66.1%	3.3ポイント増

【概要】

メルパルクの通年稼働により、貸衣裳収入が増加しました。

※スタジオフォトプランの販売件数の中にはメルパルクにおける取扱件数も含まれております。

※「RS」・・・貸衣裳予約システム

・日本のワタベウェディング各店にて「ドレス/タキシード」を予約していただき、同じデザイン、サイズの「ドレス/タキシード」を海外店舗でご用意するレンタルシステム

※「スタジオフォトプラン」・・・スタジオ前撮り写真プラン

Ⅶ. 2010年3月期 事業別の概要

VII-1. 事業別の概要

	2010年3月期		2009年3月期		増減	
	売上高(百万円)	組数(組)	売上高(百万円)	組数(組)	売上高(百万円)	組数(組)
海外ウェディンググローバル事業	13,372		14,638		-1,266	
既存領域	13,268	21,283	14,519	21,420	-1,251	-141
新規領域	103	198	118	188	-15	+10
国内ローカル挙式事業	31,042	7,114	23,629	5,598	+7,413	+1,516
既存領域	10,412	2,510	10,888	2,624	-475	-114
新規領域	20,630	4,604	12,740	2,974	+7,890	+1,630
ドレス・映像事業	7,567		8,028		-461	
既存領域	7,567	22,389	8,028	20,037	-461	+2,352
新規領域	0		0		0	
中国(上海)挙式事業	100		109		-9	
既存領域	100	407	103	653	-3	-246
新規領域	0		6	56	-6	+56
合計	52,082		46,406		+5,676	
既存領域	31,348		33,540		-2,190	
新規領域	20,734		12,866		+7,868	

※中国(上海)挙式事業については、1月-6月の実績となっております。
 ※海外ウェディンググローバル事業は、海外挙式と国内挙式のリゾート挙式、手数料(メルバルク除く)の売上高が含まれています。
 国内ローカル挙式事業には、メルバルク、目黒雅叙園グループ、福岡山の上ホテルの売上高が含まれています。
 ドレス・映像事業には商製品の売上高と貸衣裳(メルバルク除く)の売上高が含まれています。

Ⅷ. キャッシュ・フロー 設備投資 貸借対照表

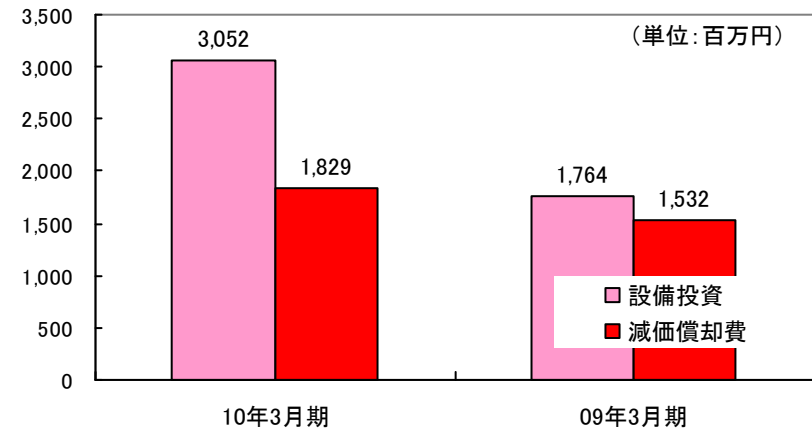
VIII-1. キャッシュフローと設備投資

キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	2010年3月期	2009年3月期	増減
営業CF	2,067	3,940	-1,872
投資CF	-3,106	-2,154	-952
財務CF	326	-135	+461
現金及び現金同等物に係わる換算差額	9	-139	+149
現金及び現金同等物の増減	-702	1,511	-2,213
現金及び現金同等物の四半期末残高	4,237	4,940	-702

設備投資と減価償却費



<主な設備投資>

- 既存施設・店舗の改修
- メルパルク施設の改装等

VIII-2. 貸借対照表(連結)

(単位:百万円)

	2010年3月期末	2009年3月期末			2010年3月期末	2009年3月期末	
流動資産合計	8,401	9,184	-783	負債合計	10,887	11,118	-230
現金及び預金	4,241	4,971	-729	流動負債	8,802	10,261	-1,459
売掛金	1,748	1,768	-20	買掛金	1,874	1,984	-109
その他	2,411	2,443	-32	短期借入金	909	1,400	-491
固定資産合計	17,462	16,479	+983	未払法人税等	517	580	-63
有形固定資産	11,562	10,720	+842	前受金	2,317	2,287	+29
建物及び構築物	6,104	6,185	-81	その他	3,182	4,008	-825
その他	5,458	4,534	+923	固定負債	2,085	856	1,228
無形固定資産	1,436	1,399	+37	長期借入金	1,533	386	1,146
投資その他資産	4,463	4,359	+104	その他	552	469	+82
差入保証金	3,692	3,557	+135	純資産	14,976	14,544	+431
その他	770	801	-30	I. 株主資本	16,092	15,616	+475
資産合計	25,864	25,663	+200	資本金	4,176	4,176	-
				資本剰余金	4,038	4,038	-
				利益剰余金	7,878	7,402	+475
				II. 評価・換算差額等	-1,120	-1,072	-48
				III. 少数株主持分	4	0	+3
				負債及び純資産合計	25,864	25,663	+200
				自己資本比率	57.9%	56.7%	

Ⅸ. 2011年3月期係数計画

Ⅸ- 1. 2011年3月期計画

(単位:百万円)

科目	2011年3月期 計画	2010年3月期 実績	増減率
売上高	53,100	52,082	2.0%増
売上総利益	35,400	34,180	3.6%増
売上総利益率	66.7%	65.6%	1.1ポイント増
販売費及び一般管理費	33,400	32,408	3.1%増
販管费率	62.9%	62.2%	0.7ポイント増
営業利益	2,000	1,772	12.8%増
営業利益率	3.8%	3.4%	0.4ポイント増
経常利益	2,100	1,892	11.1%増
経常利益率	3.8%	3.6%	0.2ポイント増
当期純利益	800	773	3.5%増
配当(通期予想)	30円	30円	

Ⅸ- 2. 2011年3月期計画 :メルパルク/既存

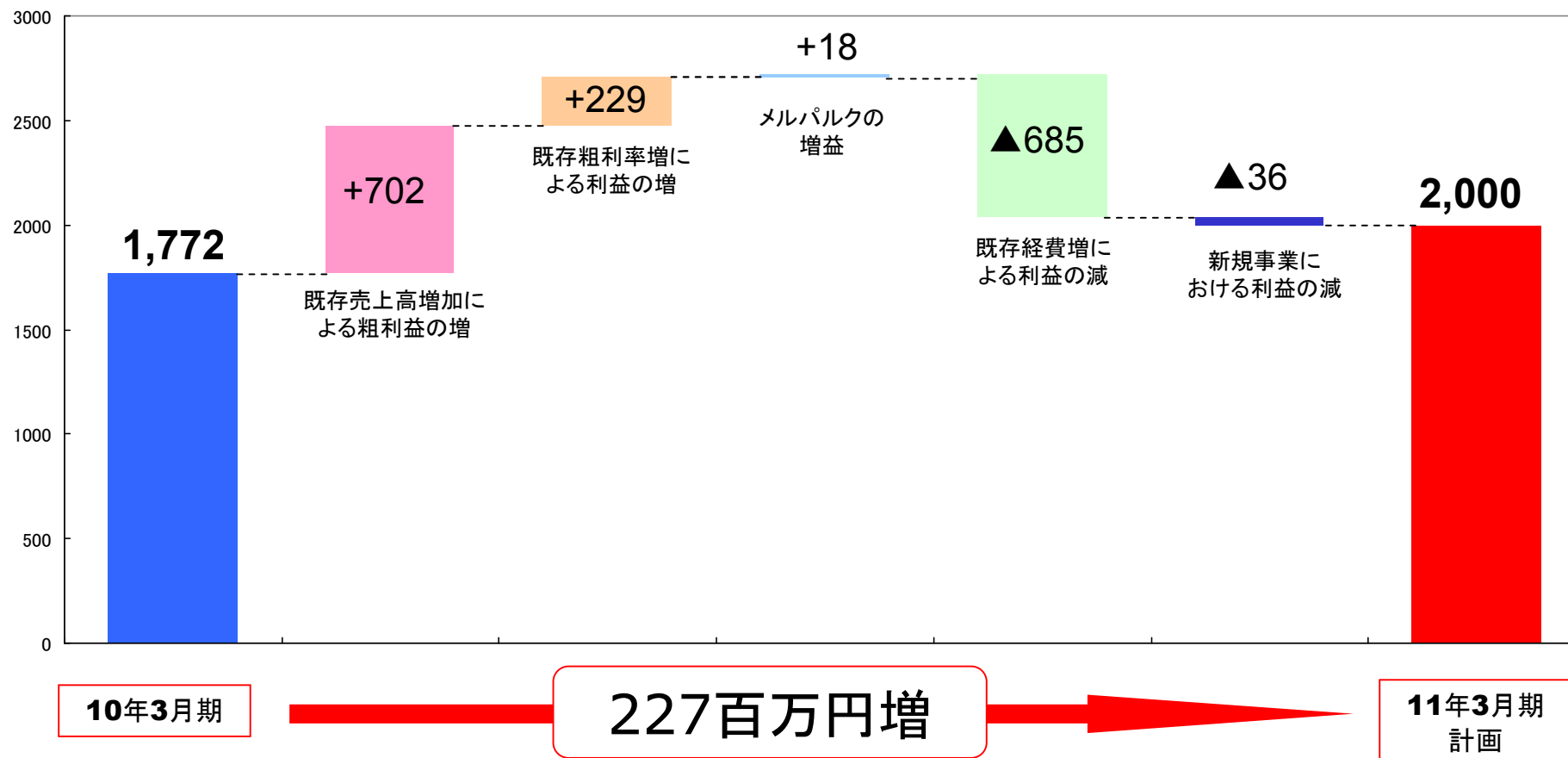
(単位:百万円)

科目	連結		メルパルク		既存	
	2011年3月期 計画	2010年3月期 実績	2011年3月期 計画	2010年3月期 実績	2011年3月期 計画	2010年3月期 実績
売上高	53,100	52,082	19,439	20,191	33,661	31,892
売上総利益	35,400	34,180	13,136	13,261	22,264	20,920
売上総利益率	66.7%	65.6%	67.6%	65.7%	66.1%	65.6%
販売費及び 一般管理費	33,400	32,408	12,936	13,079	20,464	19,329
販管费率	62.9%	62.2%	66.5%	64.8%	60.8%	60.6%
営業利益	2,000	1,772	200	182	1,800	1,590
営業利益率	3.8%	3.4%	1.0%	0.9%	5.3%	5.0%
経常利益	2,100	1,892	216	185	1,884	1,707
経常利益率	3.8%	3.6%	1.1%	0.9%	5.6%	5.4%
当期純利益	800	773				

Ⅸ- 3. 営業利益 要因分析(対前年同期)

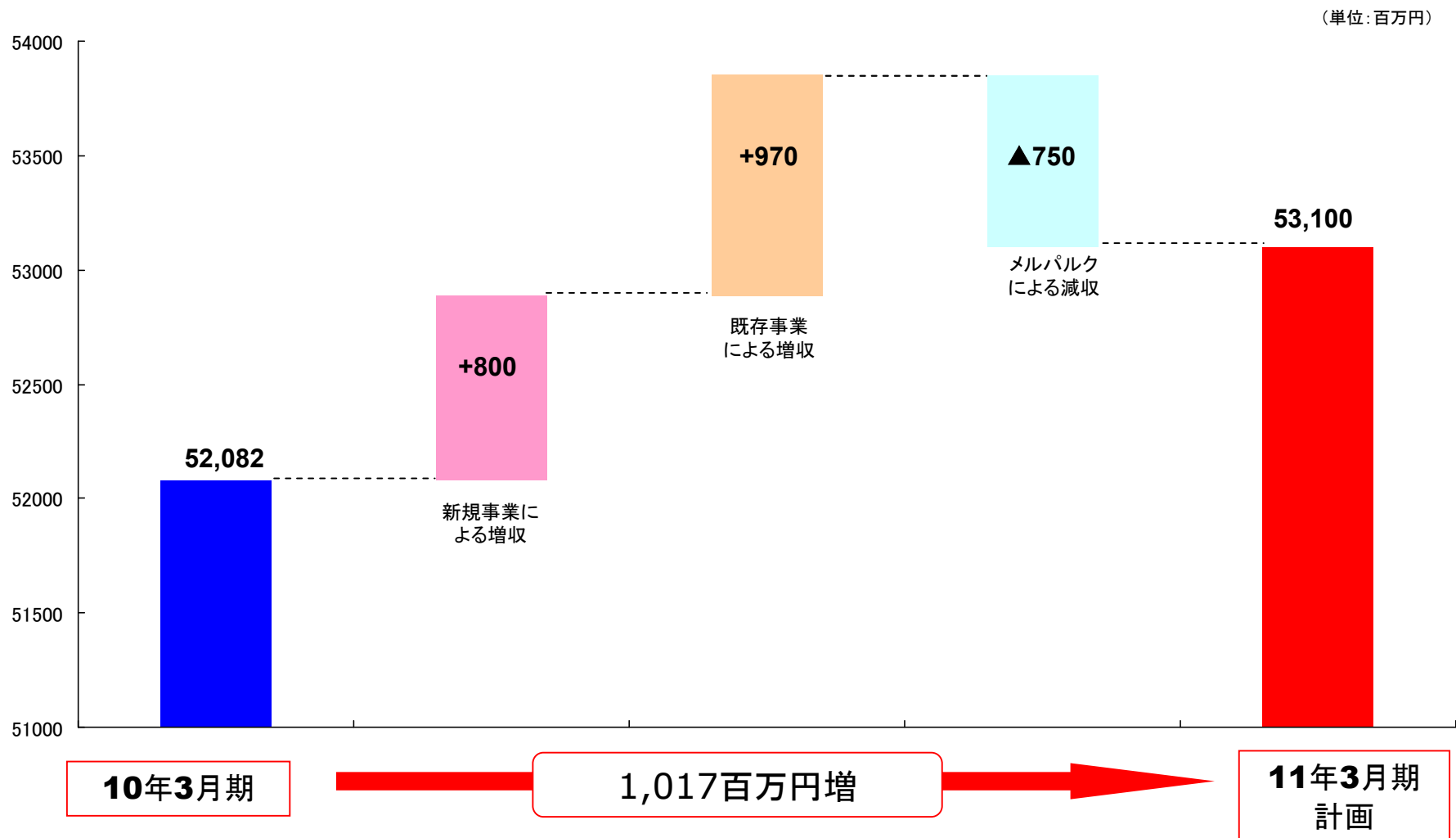
■営業利益 対前期 12.8%増

(単位:百万円)



Ⅸ- 4. 2011年3月期計画 : 売上高増減

■売上高 対前期 2.0%増



Ⅸ-5. 2010年3月期計画 : 区分別売上高

売上高

(単位:百万円)

科目	2011年3月期計画		2010年3月期 実績		増減率
		構成比		構成比	
国内拳式	34,884	65.7%	34,571	66.4%	0.9%増
海外拳式	8,523	16.1%	8,137	15.6%	4.8%増
商製品	4,292	8.1%	4,092	7.8%	4.9%増
貸衣裳	4,422	8.3%	4,304	8.3%	2.6%増
手数料	976	1.8%	976	1.9%	-
売上高	53,100	100.0%	52,082	100.0%	2.0%増

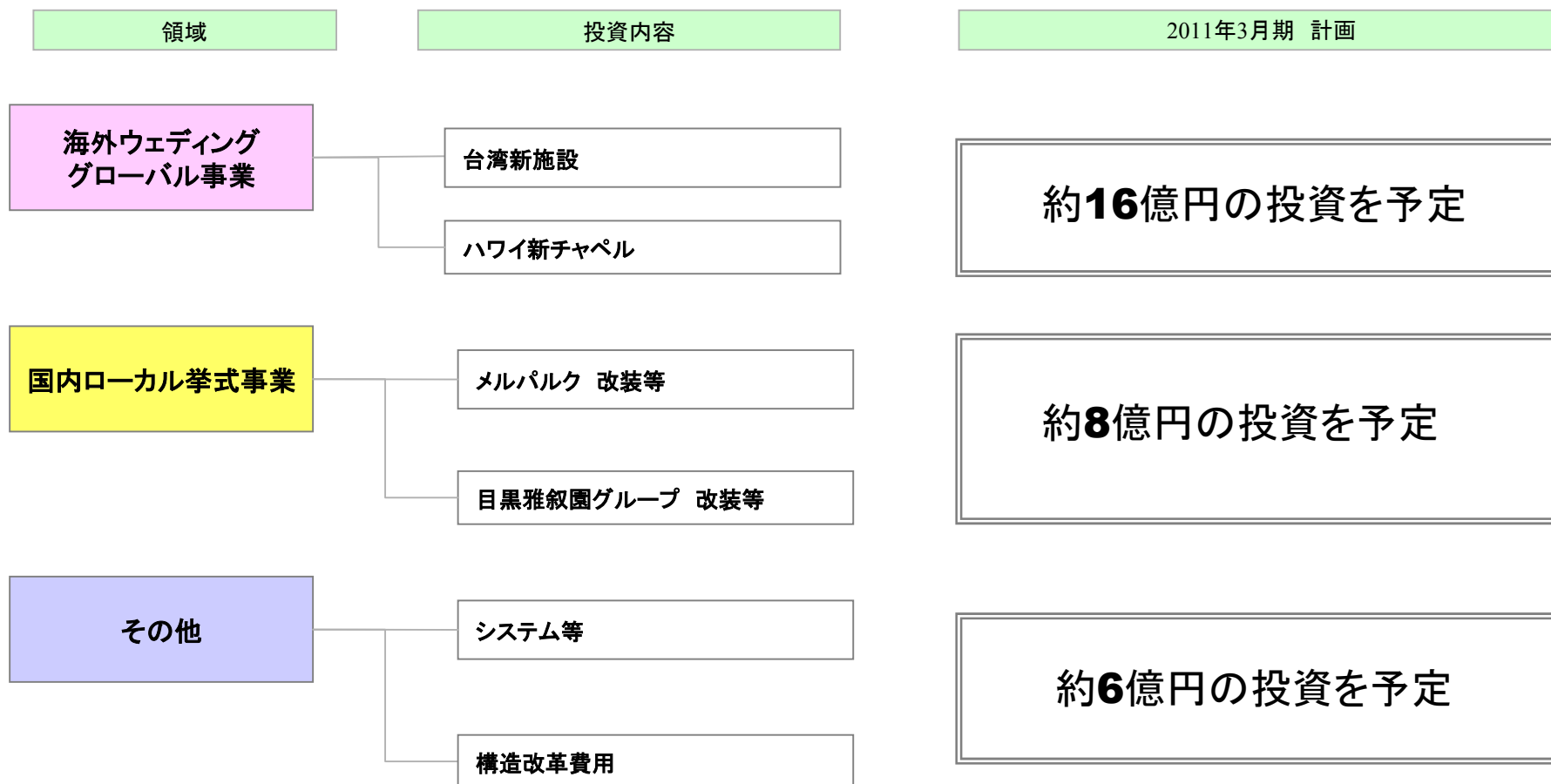
Ⅸ-6. 2011年3月期計画 : 取扱組数

取扱組数 計画

	2011年3月期 計画	2010年3月期	増減
■ 国内挙式			
国内挙式取扱組数	12,350	12,483	-133
メルパルク	4,300	4,485	-185
目黒雅叙園	1,600	1,571	+29
リゾート挙式	4,800	4,925	-125
その他	1,650	1,502	+148
■ 海外挙式			
海外挙式取扱組数	15,100	15,914	-814
■ 東アジア事業			
東アジア挙式事業	1,000	198	+802
東アジアDST挙式事業	700	198	+502
東アジアローカル挙式事業	300	—	+300

Ⅸ-7. 2011年3月期計画 : 投資・減価償却費

2011年3月期 投資計画 : 約**30**億円
減価償却費 : 約**21**億円



この資料についてのお問合せ先

ワタベウェディング株式会社

広報グループ

電話番号

03-5202-4133

FAX

03-5202-4144

E-mail: ir@watabe-wedding.co.jp

<http://www.watabe-wedding.co.jp/>

将来予想に関する記述については、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。
予想と異なる結果になることがある点を確認された上で、ご利用下さい。