



ワタベウェディング株式会社

2020年12月期 第3四半期 連結決算説明資料

# Agenda

- 1** 連結決算 概要 P3～12
  - ・ 連結決算セグメント別業績
  - ・ 連結貸借対照表
- 2** 新型コロナウイルス関連対策および今後の展開 P13～23
  - ・ 連結業績予想
  - ・ 「WATABE Sustainable Plan」 について
- 3** 事業トピックス P24～41
- 4** 参考資料 P42～44



# ① 連結業績 概要

Consolidated Highlights

# 2020年12月期 第3四半期サマリ

2019年12月期より決算日を従来の3月31日から12月31日に変更いたしました。このため、各セグメントにおける比較につきましては、2019年1月から9月までの9ヶ月間を「前年同一期間」として算出した参考数値と比較しております。

## 業績

|             |                         |         |
|-------------|-------------------------|---------|
| 売上高         | 139.7億円（前年同一期間 360.8億円） | 61.3%減収 |
| 営業利益（▲は損失）  | ▲90.6億円（前年同一期間 ▲6.0億円）  |         |
| 経常利益（▲は損失）  | ▲90.9億円（前年同一期間 ▲3.5億円）  |         |
| 当期純利益（▲は損失） | ▲106.8億円（前年同一期間 ▲4.5億円） |         |

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、海外の渡航制限などにより挙式組数が大幅に減少し、前年同一期間比で大幅な減収。利益面は人件費抑制、賃料減額交渉などの固定費や販売管理費の削減など、様々な費用削減対策を実施したものの、売上高大幅減少により、営業利益・経常利益・四半期純利益共に大幅な減益。

## 事業状況

<リゾート挙式> 挙式組数▲69.1%、単価+4.3%、セグメント売上▲59.4%

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、海外挙式催行中止の影響などを受け、実行予定の国内外の多くの挙式が来年へと延期となり、挙式組数が大幅に減少。広告宣伝費や人件費などの販管費削減に取り組んだものの、売上の大幅な減少により、減収減益。

<ホテル・国内挙式> 挙式組数▲64.1%、単価▲5.3%、セグメント売上▲62.7%

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、婚礼の延期による挙式組数の減少、宿泊・宴会のキャンセルなど、施設の利用者が大幅に減少。広告宣伝費や人件費など執行費用コントロールをに努めたものの、売上の大幅な減少により、減収減益。

※決算期変更に伴い、今期第2四半期を前年同一期間（2019年1月～9月）との比較にて表示しております。

## 2020年12月期 第3四半期連結業績概要

（単位：百万円）

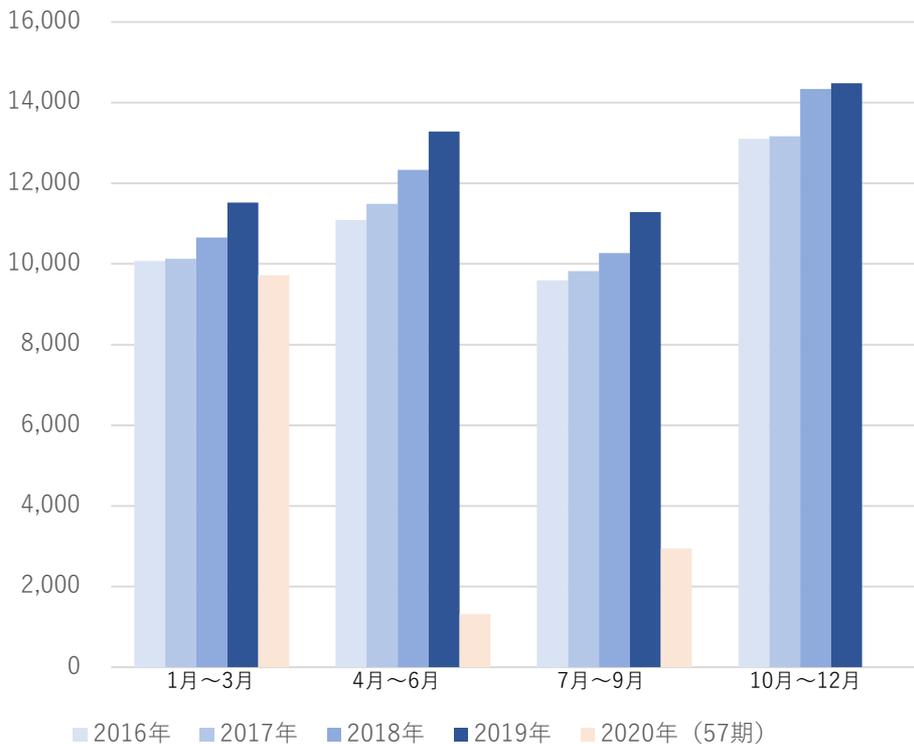
| 科目                        | 前年同一期間<br>(2019年1月1日～<br>2019年9月30日) | 2020年12月期<br>第3四半期 | 対前年<br>増減率 |
|---------------------------|--------------------------------------|--------------------|------------|
| 売上高                       | 36,087                               | ↓ 13,976           | ▲61.3%     |
| 売上総利益                     | 24,397                               | ↓ 9,086            | ▲62.8%     |
| 売上総利益率                    | 67.6%                                | 65.0%              | ▲2.6pt     |
| 販売費及び一般管理費                | 25,000                               | ↓ 18,151           | ▲27.4%     |
| 販管費率                      | 69.3%                                | 129.9%             | ▲60.6pt    |
| 営業利益(△は損失)                | ▲603                                 | ↓ ▲9,065           | —          |
| 営業利益率                     | ▲1.7%                                | ▲64.9%             | ▲63.2pt    |
| 経常利益(△は損失)                | ▲354                                 | ↓ ▲9,099           | —          |
| 経常利益率                     | ▲1.0%                                | ▲65.1%             | ▲64.1pt    |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益(△は損失) | ▲450                                 | ↓ ▲10,685          | —          |

# ■ 連結四半期業績推移

当社グループの四半期毎（3ヶ月）の収益は第4四半期（10月～12月）が最大となる傾向。

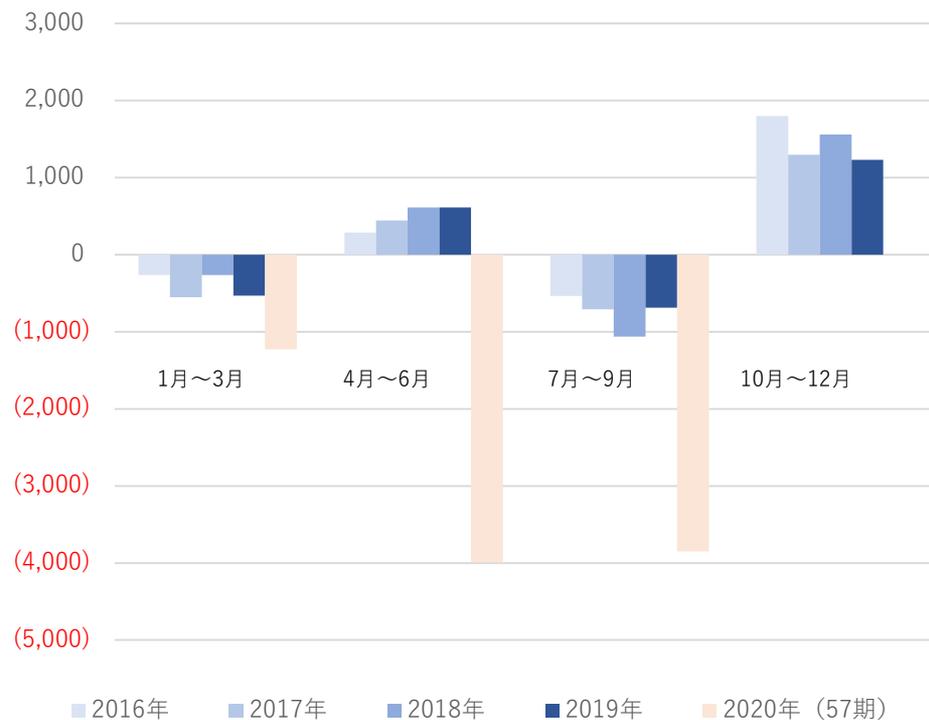
## 売上高推移

(単位：百万円)



## 営業利益推移

(単位：百万円)



# 連結決算セグメント別業績

※決算期変更に伴い、今期第2四半期を前年同一期間（2019年1月～9月）との比較にて表示しております。

## セグメント別業績の概要

(単位：百万円)

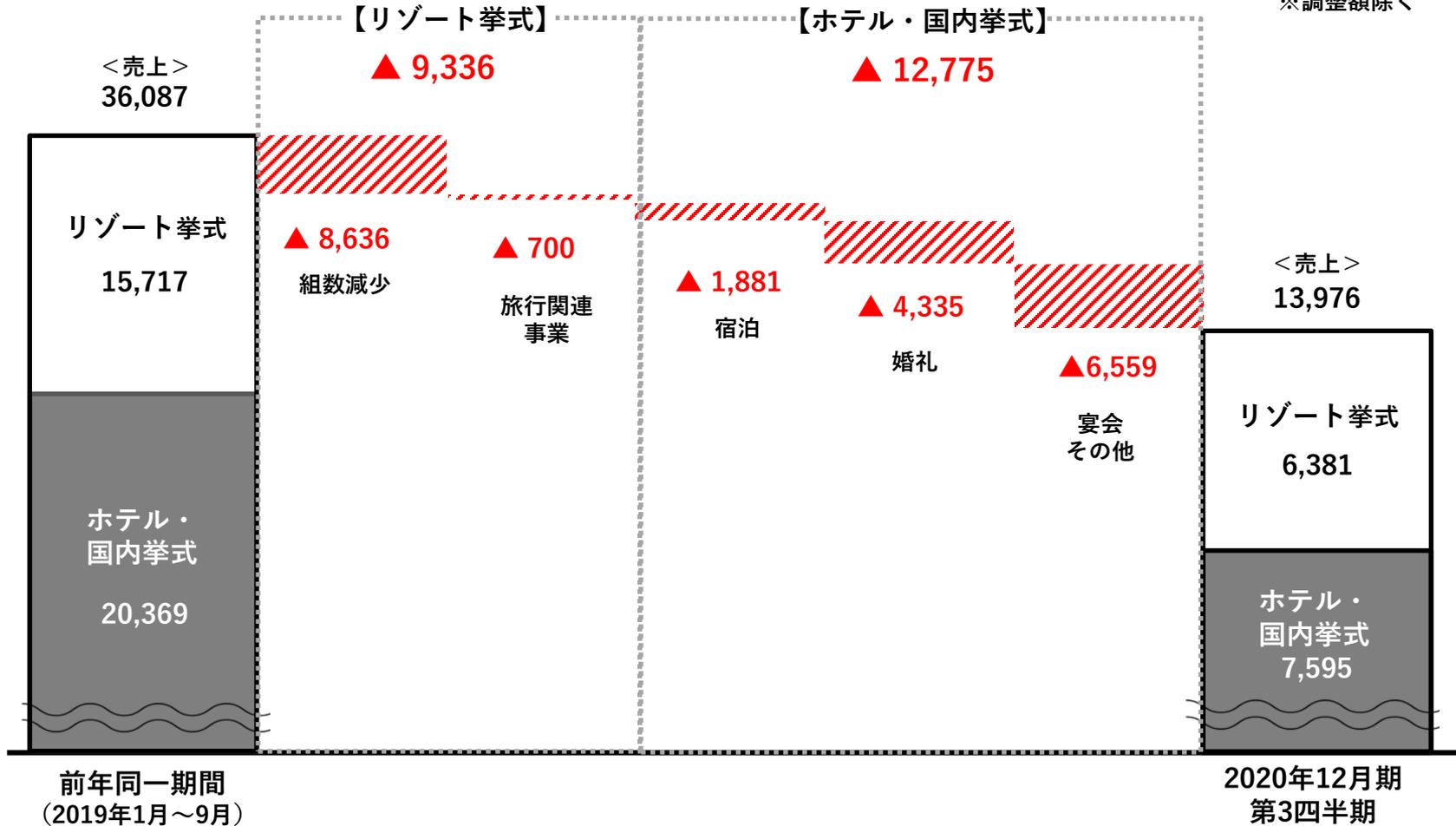
| 科目                | リゾート挙式                               |                     | ホテル・国内挙式                             |                     | 調整額                                  |                    |
|-------------------|--------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|--------------------|
|                   | 前年同一期間<br>(2019年1月1日～<br>2019年9月30日) | 2020年12月期<br>第3四半期  | 前年同一期間<br>(2019年1月1日～<br>2019年9月30日) | 2020年12月期<br>第3四半期  | 前年同一期間<br>(2019年1月1日～<br>2019年9月30日) | 2020年12月期<br>第3四半期 |
| 売上高<br>※外部顧客への売上高 | 15,717                               | 6,381<br>▲ 9,336    | 20,369                               | 7,595<br>▲ 12,774   | 0                                    | 0                  |
| セグメント利益<br>(△は損失) | ▲ 749                                | ▲ 3,561<br>▲ 2,812  | 109                                  | ▲ 5,548<br>▲ 5,657  | 36                                   | 44                 |
| 利益率               | ▲ 4.8%                               | ▲ 55.8%<br>▲ 51.0pt | 0.5%                                 | ▲ 73.0%<br>▲ 73.5pt | -                                    | -                  |

※決算期変更に伴い、今期第2四半期を前年同一期間（2019年1月～9月）との比較にて表示しております。

# 連結 セグメント別 売上高変動要因概要

(単位：百万円)

※調整額除く



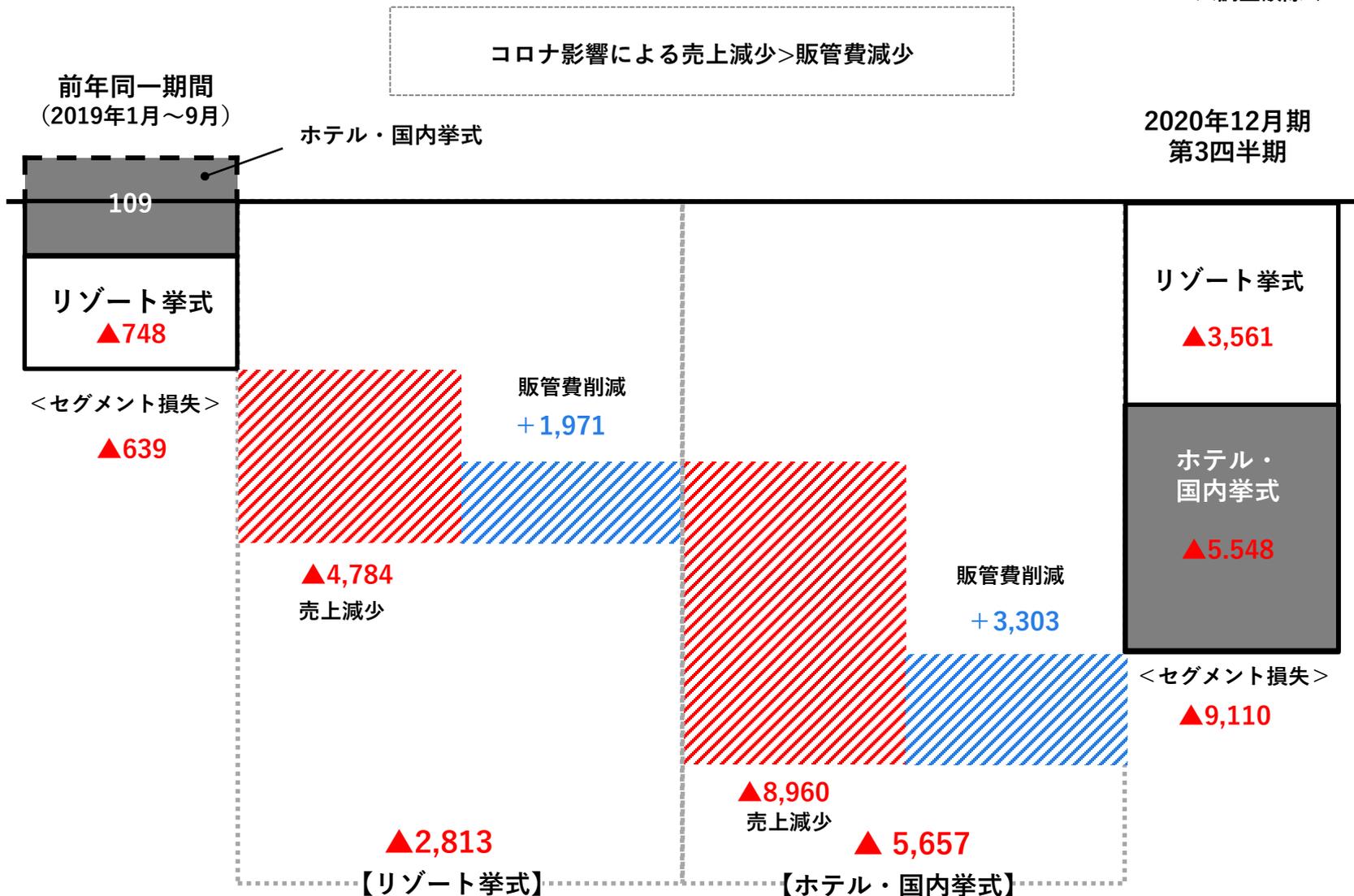
コロナ影響により、両セグメントともに、4～9月婚礼組数は大きく減少  
ホテル・国内挙式は2月より宿泊・宴会他売上も大きく減少

# 連結 セグメント別 利益変動要因概要

※決算期変更に伴い、今期第2四半期を前年同一期間（2019年1月～9月）との比較にて表示しております。

（単位：百万円）

※調整額除く



# 連結貸借対照表

# 連結貸借対照表

(単位：百万円)

|          | 2019年<br>12月末 | 2020年<br>9月末 | 増減     |
|----------|---------------|--------------|--------|
| 流動資産     | 8,828         | 11,766       | 2,938  |
| 現金及び預金   | 4,618         | 7,871        | 3,253  |
| 固定資産     | 16,259        | 14,773       | ▲1,486 |
| 有形固定資産   | 9,866         | 9,606        | ▲260   |
| 無形固定資産   | 1,989         | 1,937        | ▲52    |
| 投資その他の資産 | 4,403         | 3,229        | ▲1,174 |
| 資産計      | 25,087        | 26,540       | 1,453  |

|         | 2019年<br>12月末 | 2020年<br>9月末 | 増減      |
|---------|---------------|--------------|---------|
| 流動負債    | 10,450        | 23,235       | 12,785  |
| 買掛金     | 2,002         | 369          | ▲1,633  |
| 短期借入金   | 1,600         | 18,200       | 16,600  |
| 固定負債    | 3,498         | 3,099        | ▲399    |
| 長期借入金   | 700           | 450          | ▲250    |
| 負債計     | 13,948        | 26,335       | 12,387  |
| 純資産     | 11,138        | 205          | ▲10,933 |
| 利益剰余金   | 3,346         | ▲7,418       | ▲10,764 |
| 負債・純資産計 | 25,087        | 26,540       | 1,453   |

A woman in a white dress is walking on a beach at sunset. The sky is filled with soft, white clouds, and the water is calm with gentle waves. The woman is seen from the side, her dress flowing in the breeze. The overall mood is serene and peaceful.

## ② 新型コロナウイルス関連対策および 今後の展開について

The measures for COVID-19 infectious diseases

# ■ コロナ禍における対応策

## お客様対応

- ✓ リゾート・ホテル共通) 挙式日延期の無料化
- ✓ リゾート) サービス新基準「安心への5つの約束」を発信
- ✓ リゾート) 新商品「ライブストリーム WEDDING」、前撮り家族フォトプレゼント
- ✓ リゾート) WEB接客「リゾ婚オンラインカウンター」の対応数増加
- ✓ ホテル) ソーシャルディスタンス対応など感染防止策の実施
- ✓ ホテル) GO TOキャンペーン向け商品展開

### 【営業状況】

リゾート国内) リゾート挙式店舗 週3日稼働／フォトスタジオ店舗 週5日稼働  
リゾートエリア) 海外エリア休業 (一部エリア9月末閉鎖)  
ホテル雅叙園東京) 館内1レストラン以外は全館営業  
ホテルメルパルク) 全施設営業

## 従業員対応

- ✓ 在宅・リモートワーク推進
- ✓ (国内) 特別休暇取得、(海外) 一時帰休
- ✓ 出勤時の体調管理・報告フローの整備
- ✓ 資格取得支援、オンライン研修制度推進

## 企業対応

- ✓ 経費削減  
役員報酬の削減、各国における助成金申請、広告費削減、賃料の減額交渉など
- ✓ 金融機関借入などによる資金確保
- ✓ 2020年度の投資計画の実行延期と中止
- ✓ 中期経営再建プラン「WATABE Sustainable Plan」を策定・実行

## 2020年12月期 連結業績予想

(単位：百万円)

|                    | 前年同一期間（参考）<br>（2019年1月～2019年12月）<br>＜実績＞ | 2020年12月期<br>（2020年1月～2020年12月）<br>＜予想＞ |
|--------------------|--|---|
| 売上高                | 50,567                                   | 18,500                                  |
| 営業利益               | 629                                      | ▲12,000                                 |
| 経常利益               | 886                                      | ▲12,000                                 |
| 親会社株主に<br>帰属する当期利益 | 208                                      | ▲13,000                                 |

※2019年12月期より決算日を従来の3月31日から12月31日に変更いたしました。このため、各セグメントにおける比較につきましては、2019年1月から12月までの12ヶ月間を「前年同一期間」として算出した参考数値と比較しております。

# 今後の見通し

## 【リゾート挙式】

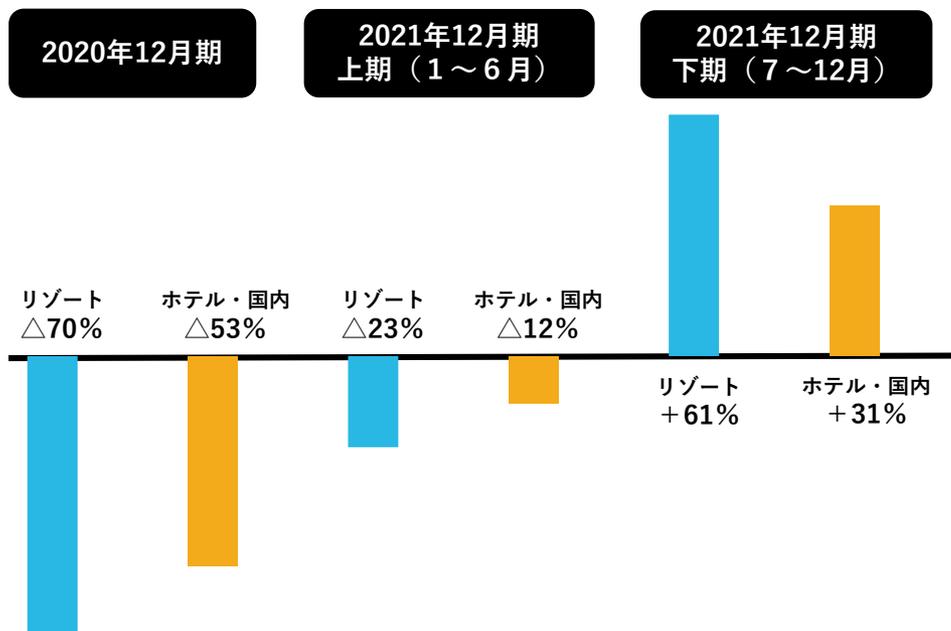
コロナ影響の長期化により、2021年後半からの正常回復見込み。海外渡航制限が解除されるまでは、沖縄をはじめとする国内リゾート挙式をメインとして稼働。フォトスタジオは利用数が増加傾向にあり、今後拡大する見込み。

## 【ホテル・国内挙式】

婚礼一組当たりの列席人数が減少しているものの、婚礼は徐々に回復基調にある。コロナ収束状況によるが、婚礼・宴会・宿泊共に、2021年後半より正常化を見込む。

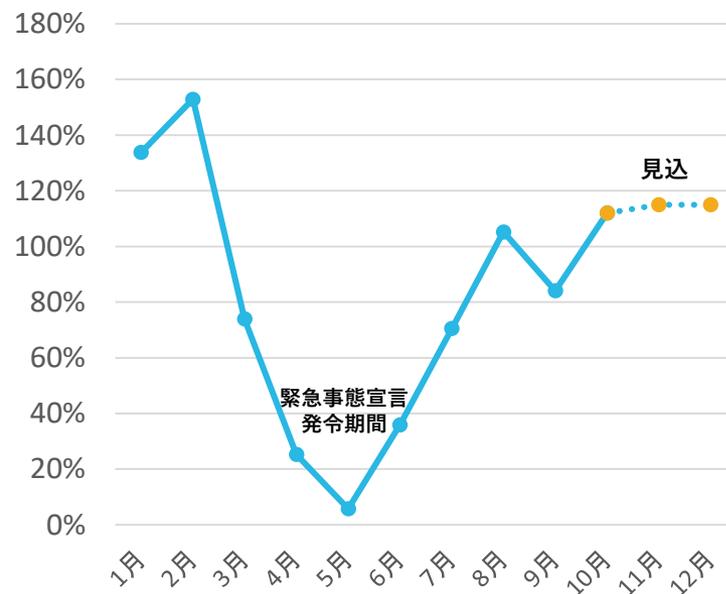
<受注残挙式組数 前年対比増減率>

(2020年9月末時点)



<フォトスタジオ 前年対比売上高>

(2020年10月末時点)



# リゾート挙式の特徴（ポストコロナの優位性）

自然の中で行う開放的な空間  
の挙式会場



結婚式だけでなく旅行先での観光  
なども価値の一つ



大切な人との絆が深まる少人数の  
挙式スタイル



フォトジェニックなスポットが  
多く、SNS需要に対応



リゾート挙式のスタイルは、ポストコロナにおいて優位性が高く、  
渡航制限が解けた際には、市場が大きく動く可能性の高いビジネスモデル

## 「WATABE Sustainable Plan」について

### <サステナブル戦略>

当社の事業価値を最大化できる機能を保持し、永く持続可能な事業（＝勝ち残れる事業）にリソースを集中する。

21年後半から22年のマーケット回復を見込み、収益実態に即した事業規模へと変革すると共に、ビジネスモデルの最適化を進め、事業効率化を目指す。

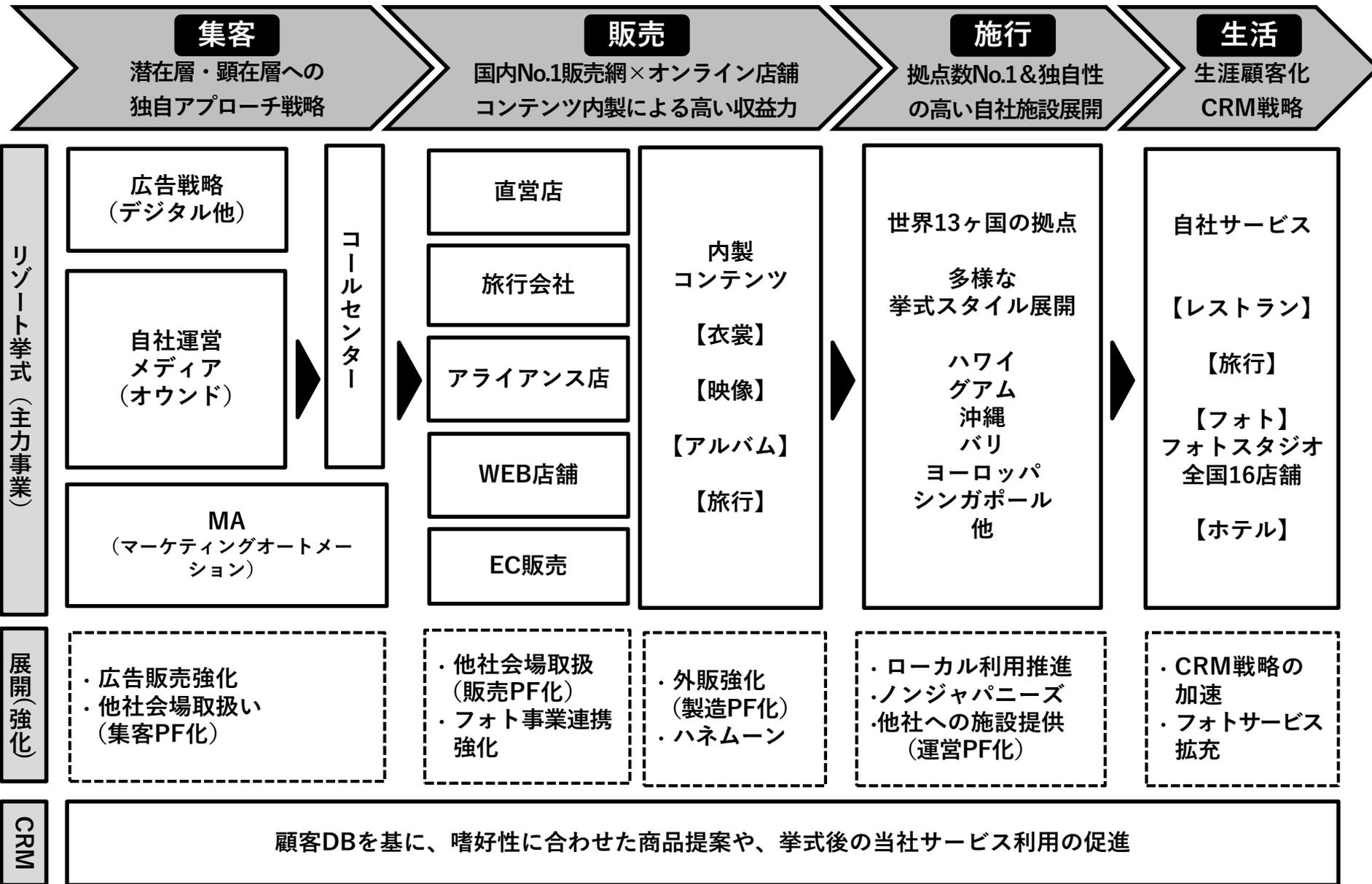
| 事業     | 方針  | 目指すべき姿                         |
|--------|---|--------------------------------|
| リゾート   | 国内販売網、海外拠点網の縮小<br>国内提携施設の拡充<br>新たな集客・販売モデルの構築<br><b>内製率向上</b> （衣裳・映像・旅行）、外販強化による収益改善を目指す<br>海外・国内 <b>ローカル単体施設</b> の営業強化 | 中核事業<br>圧倒的なNo.1事業<br>地域No.1施設 |
| スタジオ   | マーケット伸長・競争激化を想定し営業強化  | 中核事業への成長                       |
| ホテル・国内 | 各地域において特徴のある地域密着型施設を目指す<br>国内拠点網の縮小   | 地域優良施設                         |

## 「WATABE Sustainable Plan」対応策について

以下、対応策を決定および実施中。今後、コロナ禍の動向に合わせ段階的に適切な対応策を推進。

|   | 対応策                                      | 目的・効果                        |
|---|--|------------------------------|
| 1 | <b>リゾ婚海外エリア再編</b><br>主力エリア以外の一部エリアを閉鎖    | 運営効率化<br>固定費削減               |
| 2 | <b>リゾ婚国内販売店再編</b><br>直営店11店舗クローズ         | 運営効率化<br>固定費削減<br>オンライン販売へ移行 |
| 3 | <b>セカンドキャリア支援制度</b><br>希望退職者の募集          | 人員最適化<br>固定費削減               |
| 4 | <b>自社保有資産の売却</b><br>売却予定額約30億            | 手元流動性確保                      |
| 5 | <b>金融機関借入</b><br>4月借入130億、11月当座貸越契約締結30億 | 手元流動性確保                      |

# 当社ビジネススキーム



その日は、消えない。

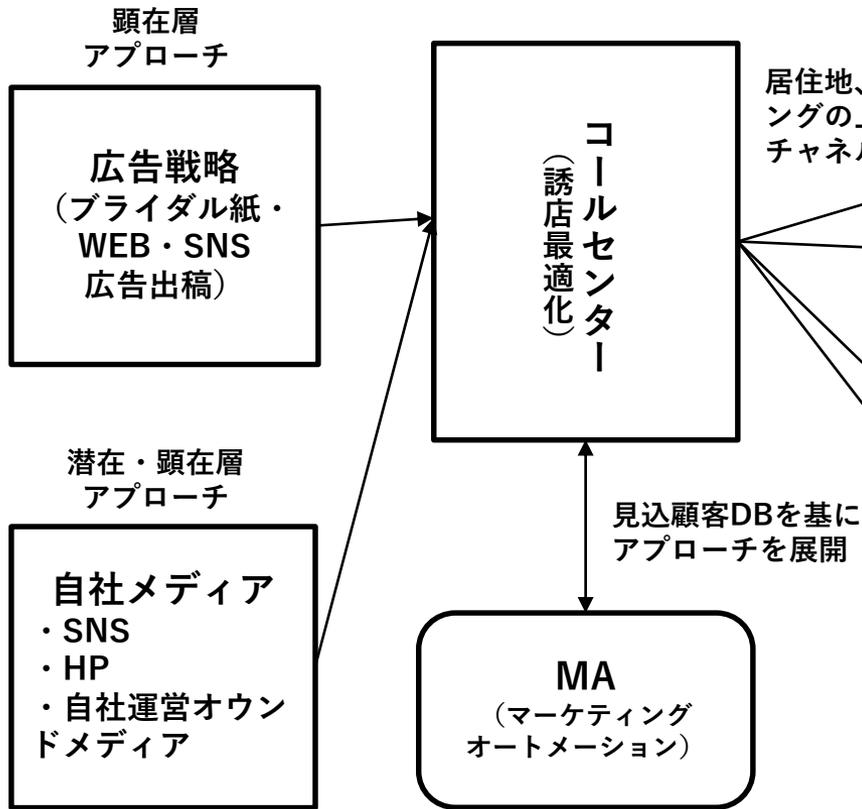
WATABE WEDDING

Copyright© 2020 WATABE WEDDING All Rights Reserved.

# 集客・販売戦略について（今後の強化ポイント）

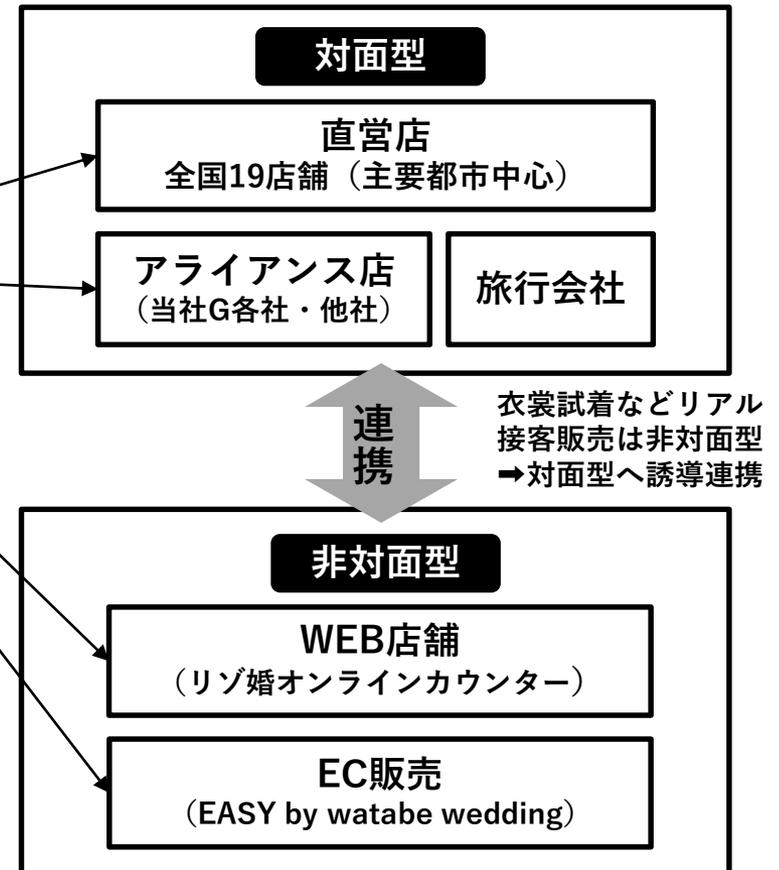
## 集客戦略

- ✓ 自社運営メディアを強化。接触機会を増加し認知および来店誘導を図る。
- ✓ コールセンター機能を強化し情報集約。MA展開、来店最適化を図る。



## 販売戦略

- ✓ リアル×オンラインを組み合わせた販売チャネル最適化を図る。
- ✓ 当社商品を取扱うアライアンス店の拡充を図る。



# リゾート挙式事業 重点施策

## 商品力強化

### ■ 独自性の高い商品展開

- ・既存挙式施設の差別化を図るための、顧客ニーズに合わせた（コロナ対応含）、新プランを展開
- ・挙式+旅行がセットになったオリジナルプランを展開
- ・高品質の映像商品をハワイ・グアム・沖縄の主力エリアにて展開
- ・リゾート挙式に特化した衣裳ブランド「Resoll Collection（リソルコレクション）」の展開

## 販売戦略

### ■ 直営店再編

- ・全国の直営店の最適化を実施

### ■ オンラインチャネル

- ・来店不要型の販売チャネル（ECサイト、リゾ婚オンラインカウンター）の集客・営業体制強化

### ■ マーケティング

- ・CRMシステム構築による顧客DBを活用したデジタルマーケティング強化

## 成長戦略

### ■ 海外展開

- ・ローカル事業を強化し、日本人以外の顧客向けの施設利用促進。

### ■ フォト事業

- ・札幌・福岡にフォトスタジオを新規出店し、サービス網を拡充。

### ■ 製造事業

- ・衣裳、アルバムなどのブライダルコンテンツの国内外へ向けた外販強化



## ホテル・国内挙式事業／その他 関連事業 重点施策

### 目黒雅叙園 (ホテル雅叙園東京)

#### ■施設特徴を活かしたブランド価値訴求を実施

- ・日本美の施設特徴を前面に打ち出した施策を展開し、他ホテルとの差別化を図り、婚礼・宿泊の収益貢献を図る。
- ・“人材力強化”を重点施策とし、ハードとソフト両面でのブランド価値向上

### メルパルク (ホテルメルパルク)

#### ■地域密着型の施設として利用促進策を実施

- ・国内の個人需要をターゲットとした営業施策を展開し、施設利用促進を図る。
- ・GO TOキャンペーンなどの市場動向を見極め、イールドコントロールを意識し、稼働率向上を図る。

### その他 関連事業

#### ■自社メディア展開

- ・集客プラットフォーム化を目指し、ブランド価値向上、新収益モデル構築を目的としたオウンドメディアを展開（ハワイラバーズ、結婚式準備.com）

#### ■旅行会社「コンパクトシーク」

- ・沖縄旅行取扱強化。リゾート挙式向けの付加価値の高い旅行プランを展開

#### ■グループ間接部門統合によるプラットフォーム化推進

#### ■新人事制度を推進し、働き方改革の実践

※各重点施策においては、新型コロナウイルス収束状況などにより、今後、変更となる可能性があります。



# ③ 事業トピックス

Business Activities

3

# コロナ禍におけるワタベウェディングの取り組み

## ウィズコロナ時代に即した様々な取り組みを展開

### ◇接客サービスの新基準 ワタベウェディング「安心への5つの約束」

お客様に安心して大切な日を迎えていただくために、  
新型コロナウイルス感染症に配慮した100項目以上の新基準、  
ワタベウェディング「安心への5つの約束」を設定

<実演ムービー公開>

URL : <https://youtu.be/BdtoCDVYEPk>



### ◇Hawaii Lovers WEB

- ・ 自粛中でも頑張っているお店のテイクアウトを紹介するシリーズ記事を掲載
- ・ チャリティーTシャツ売上の一部を新型コロナウイルスの影響で営業難で苦しむハワイのローカルビジネスをサポートしている団体へ寄付販売



### ◇ウェディングドレスのレース生地を利用して マスクカバーを製作

ウェディングドレスのデザイン変更により余ってしまうレース生地を利用してマスクカバーを製作

沖縄エリアのリゾートウェディングをお申込みされたカップルにプレゼントをするキャンペーンを実施



## ■ 沖縄エリア：コロナ対策

# 沖縄エリアでの新型コロナウイルス感染症対策を目的としたサービスを展開

### 『ライブストリーム WEDDING』

オンラインを活用しリゾート挙式をリアルタイムでゲストへ配信、新型コロナウイルス感染症の影響に対応した新商品を提案



販売開始：2020年7月17日

配信方法 YouTubeの限定公開

サンプル動画：<https://youtu.be/RsR21pLAM60>

※アクアグレイス・チャペル限定

### 『抗菌マスクキーパー』の無料配布

沖縄らしい紅型模様のデザインをあしらった抗菌マスクキーパーを無料で配布。



期間：2020年10月25日（日）～2020年12月31日（木）

※アクアグレイス・チャペル挙式ゲスト限定

### 『WITHコロナギフト商品』

DESIGN MASK（デザインマスク）

販売価格：¥1,320（税込）



ALCOHOL HAND GEL（アルコールハンドジェル）

販売価格：¥550（税込）



## ワタベウェディング 働き方のリモート化を促進

ウィズコロナ時代におけるスピーディな情報共有を目指し  
社内外のコミュニケーションのオンライン化を促進

- 多様な「働き方」に対応し、育児中の女性も働きやすい環境へ -

### ◇オンライン化促進実績

- ・本部スタッフの在宅勤務導入
- ・新入社員オンラインワークショップ交流会
- ・「2020年入社・新入社員研修」「キャリア採用入社時研修」「新任考課者研修」
- ・会社説明会、採用面談（新卒・中途採用）
- ・『リゾ婚オンラインカウンター』スタッフ体制強化
- ・現地オンライン視察



<新入社員オンラインワークショップ交流会>



<現地オンライン視察>

## 販売チャネル：WEB店舗

# 実店舗とWEB店舗を組み合わせた販売チャネル展開を強化

- オンライン接客のサービス体制強化を図り全国の店舗網の再編を実施 -

### ■直営店（全国19店舗）



### ■WEB店舗

『リゾ婚オンラインカウンター』

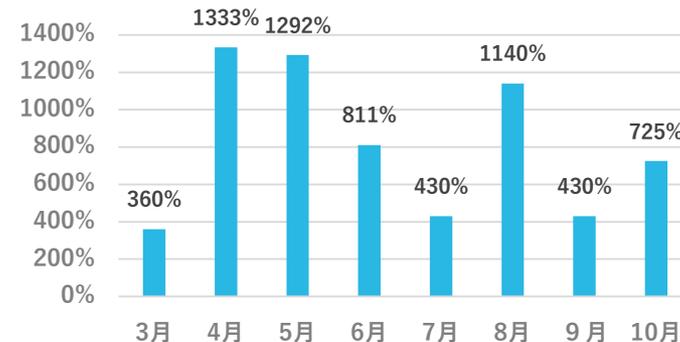
(URL : <https://www.watabe-wedding.co.jp/shop/onlinecounter/>)



自宅にいながら、きちんと相談。  
**リゾ婚**  
オンラインカウンター

- 店舗と同じ高品質な接客サービスをオンラインによる対面式で提供
- 商品ラインナップも直営店舗と同様

◇ 『リゾ婚オンラインカウンター』 相談件数前年比



## 販売チャネル：EC展開

拡大するEC市場に対応  
EC販売チャネルを強化し、さらなる収益向上を目指す  
- 商品ラインナップの充実を図り、生涯にわたる価値提案を行う -



※ 衣装・写真・メイクがセットになった  
EASY限定のお得なプランも

※ 手軽に予約できるレンタル衣装付きの  
一日限定フォトウェディング

### 『EASY by WATABE WEDDING』

(URL : <https://www.watabe-wedding.co.jp/easy/>)

- ・ リゾ婚、ハネフォトの申込みから決済までWEBで完結
- ・ カジュアル商品をラインナップ

## youR ∞ STYLE



### 『youR STYLE』

(URL:<https://yourstyle.net/>)

- ・ 列席者向け衣裳のレンタル  
商品ECサイト

# ■ 自社WEBメディア展開

当社のさらなる顧客獲得・ブランド認知向上に寄与  
ハワイニーズの高まりにより現地情報発信強化

- ウェディングやリゾートにおける生情報を配信し付加価値向上を図る -



## 『WEDELf』

シンガポール発、世界のユニークな会場、ウェディング関連情報、さらに現地ライターによる生の最新情報を提供するウェディング専門WEBサイト。

URL : <http://wedelf.com>



## 『結婚式準備.com』

プロポーズから結婚式までの準備に必要なノウハウを提供する情報サイト。

URL : <https://wed-junbi.com>

## 『Hawaii Lovers』

ハワイの最新スポットや滞在中の過ごし方などの現地情報をはじめ、ウェディングに関連する情報などを盛り込んだハワイエリア限定の情報を提供

[WEBサイト] URL : <https://islands-journey.com/hawaiilovers/>

[Instagram] フォロワー数 2.8万人(2020年11月13日時点)

アカウントURL : [https://www.instagram.com/hawaiilovers\\_photo/](https://www.instagram.com/hawaiilovers_photo/)

# リゾートの特性を考慮し、衣裳の美しさと快適さの両立を実現 衣裳新ブランド「Resoll Collection（リソル コレクション）」発表 - 自社ブランドの提供価値を明確化し付帯率及び単価向上を目指す -



<リニューアルオープンしたリゾ婚衣裳の専門サイト>

「全てはリゾートウェディングのために」

Resoll Collectionの“Resoll”は英語の“Resort”“all”の造語です。  
リゾートにおいて、どんなシチュエーションでも  
花嫁を美しくみせつつ快適であるために  
細部にいたるまで計算された機能美あふれるデザインを追求しています。

販売開始日:2019年10月10日

## 内製コンテンツ：衣裳事業

有名ブランドとコラボし、新規客層へアプローチ  
ファッション性に定評のある「ELLE」の婚礼衣裳に新デザインが登場  
- 国内式場・ホテル等、多様なウェディングのスタイルに合わせた衣裳を提案 -



LOUISE (ルイズ)

クラシックでありながら、  
スタイリッシュでモードな印象  
の3wayドレス



MARGAUX(マルゴ)

構築的なティアードフリルが  
あしらわれた、フェミニンで  
エレガンスなドレス



SIMON(シモン)

深く艶のある紫がかったネイビーブルーで  
長めのジャケット丈に広めの襟のタキシード。  
クラシックで落ち着いた印象に。

『ELLE MARIAGE』

ウェディングドレス・タキシード 販売開始：2020年7月23日（木）

## ■ 内製コンテンツ：映像事業

主要エリアの全ムービー商品をプロペラUSAにて監修  
2020年1月より取扱い開始し付帯率の向上及び売上に貢献  
- 映像技術力を主要エリアに横展開し、商品の付加価値向上を図る-



< ドローンによる空撮動画 >



-プロペラUSA-

ハワイ挙式をする日本人を対象に結婚式等のセレモニーを動画撮影、編集し、映像作品として納品。  
映画のような映像クオリティの高さに定評がある。

- ・ PROPELLER USA, INC (ハワイ拠点) 2017年6月グループ化
- ・ プロペラUSA琉球株式会社 (沖縄拠点) 2018年4月設立
- ・ プロペラUSA撮影部隊組成 (グアム拠点) 2019年9月設立

# 旅行会社のノウハウを活かしシナジー効果による旅行事業の強化 ワタベウェディング専用旅行商品を取扱い開始し付帯率向上を実現

- 沖縄リゾートウェディングに特化した特典が満載の新旅行商品を8月に発売 -



<新商品『ワタベウェディングスペシャル JALで行くOKINAWA』>

『株式会社コンパクトシーク』 2018年4月グループ化

## 6月に札幌・福岡にフォトスタジオを新規出店し、サービス網を拡充 多様化するフォトニーズに対応する複合型スタジオ全国16店舗を運営

- コロナ禍のニーズを捉え、フォトウェディングの受注件数が好調に推移 -



福岡フォトスタジオ

熊本フォトスタジオ

新潟フォトスタジオ

長野フォトスタジオ

仙台フォトスタジオ

横浜ベイフォトスタジオ

名古屋フォトスタジオ

京都フォトスタジオ

大阪フォトスタジオ

岡山フォトスタジオ

広島フォトスタジオ

松山フォトスタジオ



札幌フォトスタジオ

東京・芝公園フォトスタジオ  
東京・目黒フォトスタジオ  
新宿フォトスタジオ

# グループ会社 間接部門業務プラットフォーム化

## グループ会社の間接部門業務を集約 管理業務のプラットフォーム化を図り資源の有効活用へ繋げる - ノウハウの蓄積・専門性の高度化とその共有を実現 -

### < 目指す姿 >

グループ各社で  
管理人員を抱え、  
同種の管理業務を実施

業務整理  
標準化検討

コスト削減  
(業務効率化)  
(スケールメリット)

グループ間接部門の  
プラットフォーム化  
(ノウハウの蓄積・  
専門性の高度化と  
その共有)

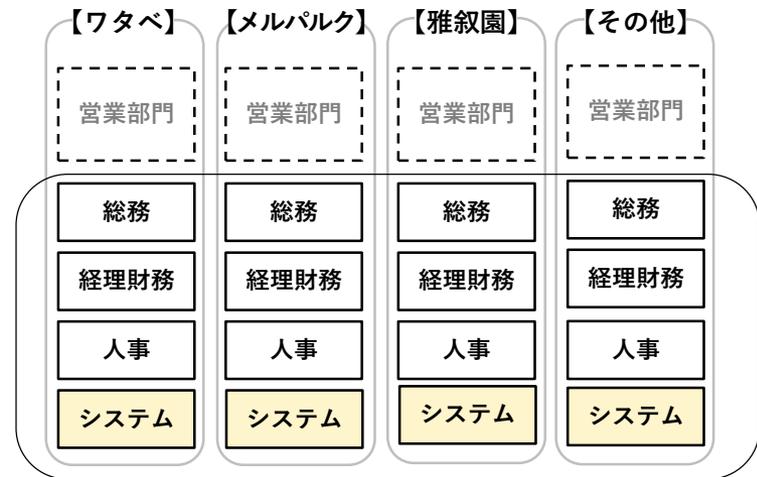
人財の有効活用

ガバナンスの強化  
+

M&A等の多様な事業展開に対応  
(グループへのスムーズな融合)

社員の成長…知識・経験蓄積の機会  
キャリアパス

### < 各社の組織とシェアード会社の関係 >



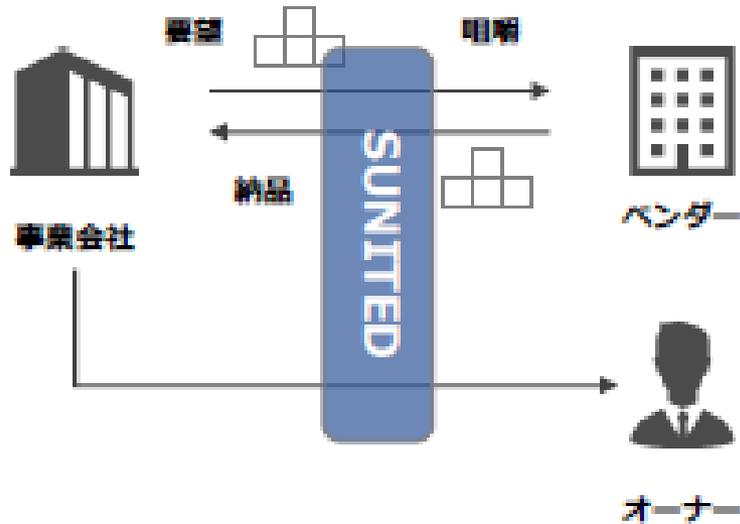
管理部門  
業務統合

間接部門業務受託  
(総務・経理財務・人事・システム)

## ■ グループ会社 間接部門業務プラットフォーム化

# IT関連事業全般を行うワタベウェディング子会社 『SUNITED株式会社』を設立

- 事業会社とベンダーの両方の知見を強みに事業会社の情報システム課題解決に幅広く貢献 -



### 【SUNITEDの強み】

#### ●事業会社の情シス部門経験

ワタベウェディングの情シス部門であったことから、営業やマーケティング、管理のオペレーションなどの知識や理解が備わっている

#### ●システム開発実績

基幹、会計、フロントシステム開発経験がありシステム知識も豊富

### < 提供サービス概要 >

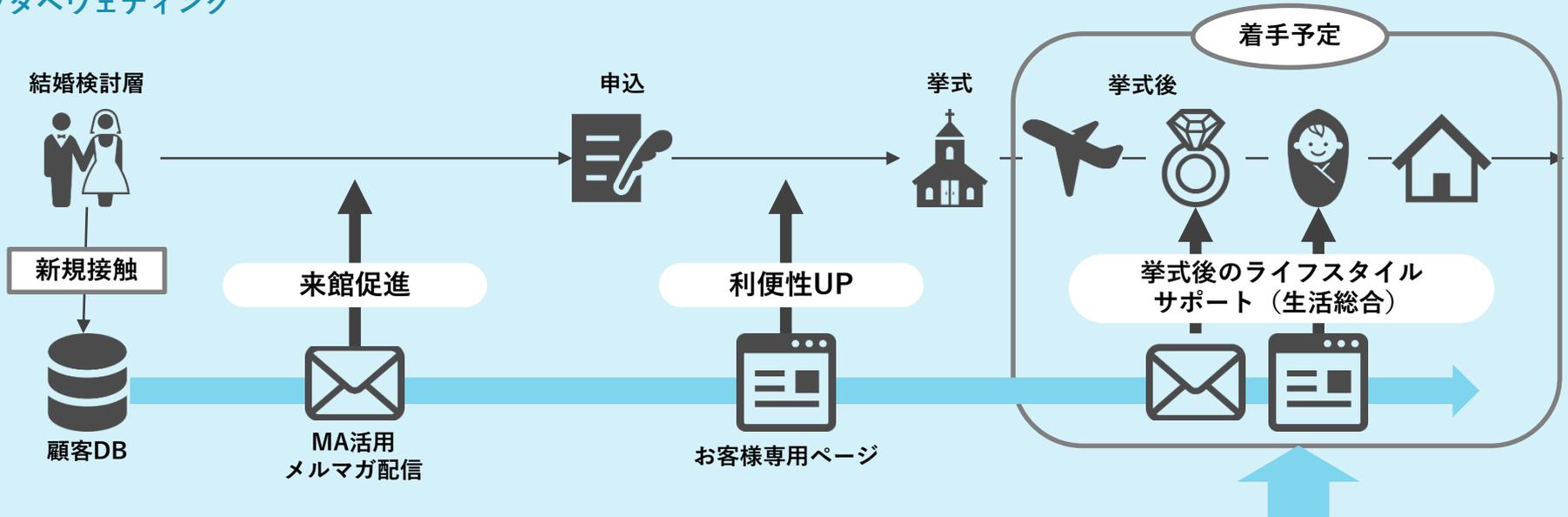
- ①みんなの情シス : 情報システム部門のシェアリングエコノミーサービス
- ②SUNITED Cloud : システム開発を月額で提供するサービス
- ③マーケティングサポート : クライアントの広告宣伝などのマーケティング課題を解決する、コンサルティングサービス
- ④みんなの情シスキャリア : 事業会社情シス人材専門のエージェントサービス

# ワタベウェディング CRMの取り組み

## CRMの仕組みを構築し、集客率UP及び顧客利便性の向上を狙う

- グループ会社へ仕組みを展開し、挙式後のライフサポートの最適化を目指す -

### ワタベウェディング



MA (マーケティングオートメーション) は、「メール、ウェブサイトの訪問者分析、リードスコアリング、リードナーチャリングキャンペーン、キャンペーン管理、レポート作成などの機能を、1つのソフトウェアに統合することで、マーケティングの業務を効率化し、営業とデータ共有を行う一連の流れ。

(出展：Raab Associates社)



- ・ ハネムーン、指輪、出産、不動産、ライフスタイル系企業等
  - ・ オンライン/オフライン
- ※順次展開予定

非ブライダル企業群

## ■ ホテル・国内挙式事業におけるコロナ対策

# ホテル・国内挙式事業における 新型コロナウイルス感染症対策のガイドライン制定 ～ 各部門に即した基準を設定し顧客及びホテルスタッフの安全を確保 ～

### < 共通対策の一例 >



ソーシャルディスタンスの徹底



定期的な館内共有部のアルコール消毒



検温の実施



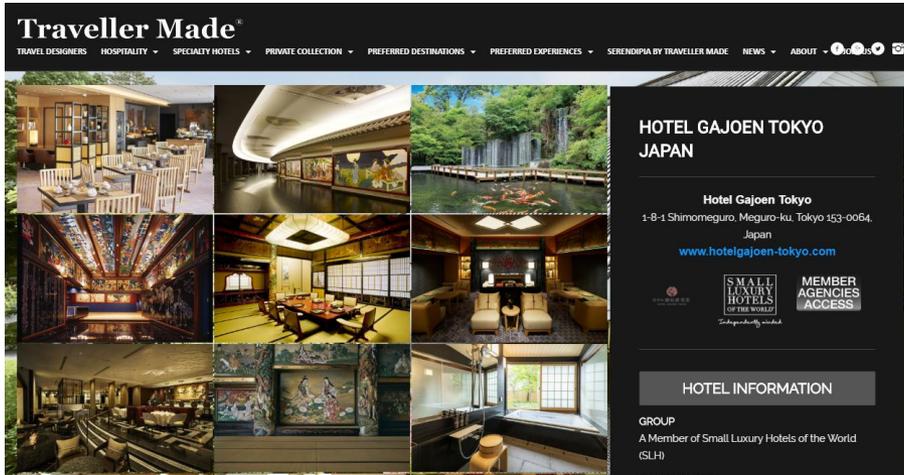
アルコール消毒液の配置

## ホテル雅叙園東京 ブランド価値訴求

### 『Traveller Made® (トラベラーメイド)』

2020年ベストホテル (独立系ホテル部門) において世界の6ホテルに選出

- 世界のラグジュアリー層に向けて歴史・文化を発信しブランド価値を訴求-



**Traveller Made®**  
*Hotel Partner*

加盟日：2019年9月23日

URL：<http://www.travellermade.com/>

Traveller Made® は完全紹介制の世界的ラグジュアリー・ツーリズム・コンソーシアムです。世界中の旅行者のニーズに応え、新しい旅行や体験などオーダーメイドの旅を提供しています。

パートナーホテルには厳選された条件をクリアした宿泊施設のみが加盟しており、ホテル雅叙園東京は日本では13番目、都内のホテルでは6番目となります。

# ホテル雅叙園東京 館内利用促進施策

## 国内の個人需要を対象に館内利用を促進 百段階の展示、レストラン・宿泊などの多彩な商品を展開

- GoToキャンペーンも好影響し利用率は回復傾向 -



<「TAGBOAT千の×百段階」展>



< 秋の果実アフタヌーンティー >



< ハロウィンアフタヌーンティー >



< ニューノーマルスタイルの朝食ブッフェ >



< クリスマスケーキ2020 >



< 新春おせち >



< スイーツコース～WINTER～ >



< シャインマスカットパフェ >

# 4 參考資料

Appendix

# ワタベウェディンググループ ネットワーク一覧【海外】

2020年11月13日時点

## <ハワイ>

- ホノルル店
- コナ店
- PROPELLER USA, INC.
- ハワイラバーズ株式会社 ハワイ支社
- ラニレア チャペル
- コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ
- コオリナ アクア・マリーナ
- ザ・プライベート・ガーデン アロハ・ケ・アクア
- ジ・アカラ チャペル
- ザ・バンケット ハーバーコート
- ミッシェルズ・アット・ザ・コロニー・サーフ

## <グアム>

- グアム店
- クリエイティブスタジオグアム
- セント・プロバス・ホーリー・チャペル
- ブルーアステール
- ルース・デ・アモール チャペル

## <フランス/イタリア>

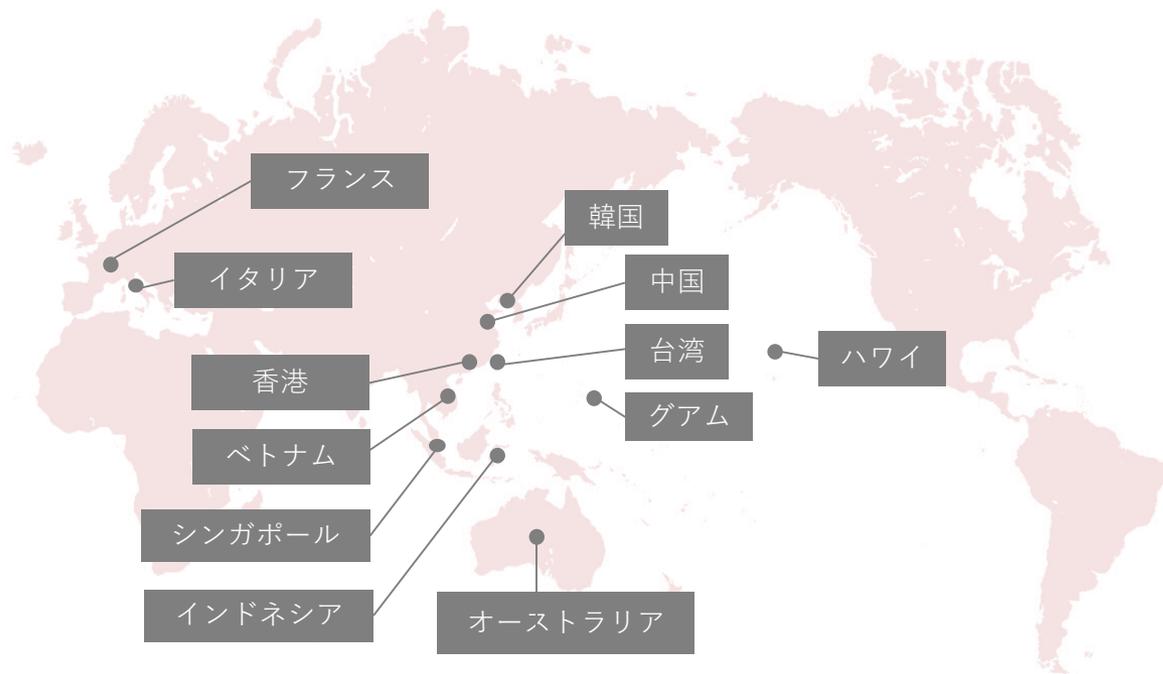
- パリ店
- フィレンツェ店

## <オーストラリア>

- ケアンズ店
- サンクチュアリー・コーブ・チャペル
- アラマンダグレートバリアリーフチャペル
- ヒルトンブルーホライズンチャペル

## <インドネシア>

- バリ店
- ウル シャンティ



## <シンガポール>

- チャイムス・ホール
- アルコーブ・アット・キャルド  
ウェル・ハウス

## <台湾>

- 台湾店

## <香港>

- 香港店
- W&D Products

## <中国>

- 上海店
- 北京店
- タキシード縫製工場
- アパレルセンター
- アルバム製造工場

## <ベトナム>

- ベトナム衣裳縫製工場
- ダナン店

## <韓国>

- WATABE KOREA CO.,LTD

# ワタベウェディンググループ ネットワーク一覧【国内】

2020年11月13日時点

## <関西地区>

- ・和歌山県
  - 和歌山ラウンジ
- ・京都府
  - 京都和婚（京都本店）
  - 京都フォトスタジオ
  - 京都四条店
  - アニバーサリーサロン
  - 桜鶴苑
  - メルパルク京都
  - 商品センター
  - 本社
- ・大阪府
  - 大阪グランドプラザ
  - 大阪フォトスタジオ
  - 心齋橋店
  - 梅田サロン
  - ホテルメルパルク大阪

## <九州地区>

- ・福岡県
  - 福岡店
  - 福岡フォトスタジオ
- ・熊本県
  - 熊本店
  - 熊本フォトスタジオ
  - ホテルメルパルク熊本

## ・鹿児島県

- 鹿児島店

## ・沖縄県

- 那覇店
- 古宇利島 空と海の教会
- アクアルーチェ・チャペル
- アクアグレイス・チャペル
- コーラルヴィータ・チャペル
- クルデスール・チャペル
- アラマンダチャペル
- シギラミラージュベイサイドチャペル
- エリスリーナ西原ヒルズガーデン
- クリエイティブスタジオ沖縄
- クリエイティブスタジオ宮古
- マリナビジュー
- プロペラUSA琉球株式会社

## <甲信越・北陸地区>

- ・山梨県
  - 甲府ラウンジ
- ・新潟県
  - 新潟店
- ・長野県
  - 長野フォトスタジオ
  - 松本ラウンジ
  - ホテルメルパルク長野
  - 軽井沢クリークガーデン
- ・石川県
  - 金沢店

## <中国地区>

- ・広島県
  - 広島店
  - 広島フォトスタジオ
  - ホテルメルパルク広島

## ・岡山県

- 岡山店
- 岡山フォトスタジオ
- ホテルメルパルク岡山

## <四国地区>

- ・愛媛県
  - 松山店
  - 松山フォトスタジオ
  - ホテルメルパルク松山
- ・香川県
  - 高松ラウンジ
- ・徳島県
  - 徳島ラウンジ

## <東海地区>

## ・愛知県

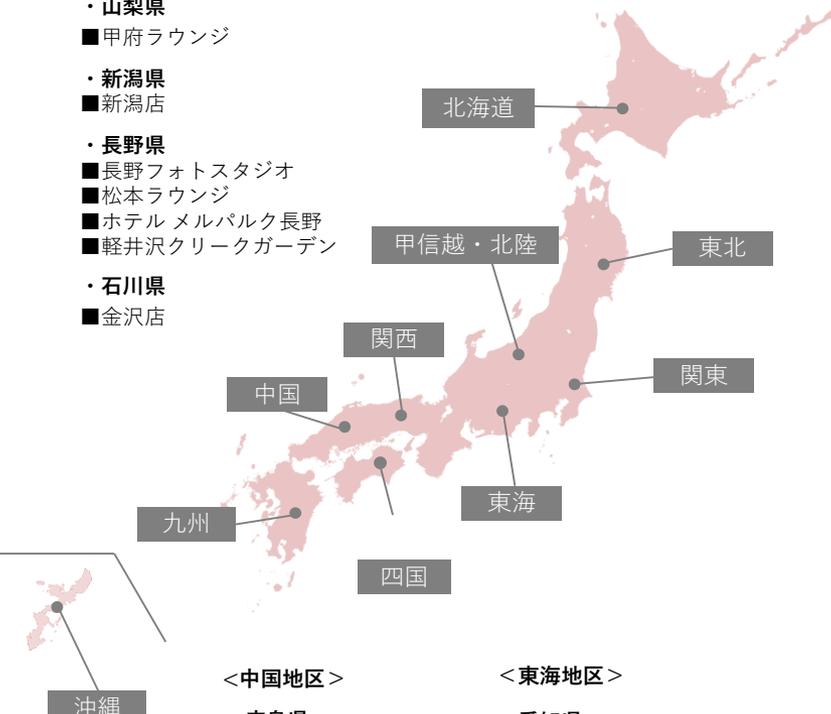
- 名古屋グランドプラザ
- 名古屋フォトスタジオ
- 名駅サロン
- 名古屋栄サロン
- ホテルメルパルク名古屋

## ・岐阜県

- 岐阜ラウンジ

## ・静岡県

- 静岡店
- 浜松ラウンジ



## <北海道地区>

- ・北海道
  - 札幌店
  - 札幌ブランパーチ・チャペル
  - 札幌フォトスタジオ

## <東北地区>

- ・宮城県
  - 仙台店
  - ホテルメルパルク仙台
  - 仙台フォトスタジオ

## <関東地区>

- ・東京都
  - 東京グランドプラザ
  - 新宿グランドプラザ
  - 新宿フォトスタジオ
  - 銀座サロン
  - 渋谷ラウンジ
  - 東京・目黒フォトスタジオ
  - 東京・芝公園フォトスタジオ
  - 立川店
  - ホテル雅叙園東京
  - フェリーチェガーデン日比谷
  - ルミアモーレ
  - ホテルメルパルク東京
  - 東京オフィス
  - ハワイラバース株式会社
  - 株式会社コンパクトシーク
  - SUNITED株式会社

## ・神奈川県

- 横浜グランドプラザ
- 横浜ベイフォトスタジオ
- クリスタルグレイスチャペル
- ホテルメルパルク横浜

## ・千葉県

- 千葉店

## ・埼玉県

- 大宮店

## ・群馬県

- 高崎店
- ホテルラシーネ新前橋

## ・栃木県

- 宇都宮店

# 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

< 機関投資家の方はこちら >

電話番号 03-3288-4149

FAX 03-3288-7315

< 個人投資家の方はこちら >

電話番号 075-778-4111

FAX 075-778-4177

本資料は弊社スタッフによるプレゼンテーション等を伴う説明を行うことを意図して作成されております。

本資料の一部または全部を、

- ①弊社の書面による許可なくして社外に再配布すること、
- ②社内への説明目的以外の目的で複写、写真複写、あるいはその他いかなる手段において複製することを禁じます。

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。