



ワタベウェディング株式会社
2020年12月期 連結決算説明資料

➤ ① 連結業績 概要		P3～11
Consolidated Highlights		
➤ ② 新型コロナウイルス関連対策 および今後の展開		P12～21
The measures for COVID-19 infectious diseases		
➤ ③ 事業トピックス		P22～39
Business Activities		
➤ ④ 2021年12月期 連結業績予想		P40～41
FY2021 Consolidated Performance Forecast		
➤ ⑤ 参考資料		P42～44
Appendix		

A bride in a white dress is holding a large, lush bouquet of flowers. The bouquet features several large pink roses, smaller white and pink roses, and various green leaves and sprigs. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting an outdoor setting.

① 連結業績 概要

Consolidated Highlights

2020年12月期 サマリー

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。

業績

売上高	196.7億円（前年同一期間 505.6億円）	61.1%減収
営業利益（▲は損失）	▲109.8億円（前年同一期間 6.2億円）	
経常利益（▲は損失）	▲110.7億円（前年同一期間 8.8億円）	
当期純利益（▲は損失）	▲117.3億円（前年同一期間 2.0億円）	

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・当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▲71.4%、単価＋0.4%、セグメント売上▲63.0%

新型コロナウイルス感染症拡大により、2月後半以降、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21年以降へ延期となり、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、売上的大幅な減少により、減収減益。

【ホテル・国内挙式】 挙式組数▲54.3%、単価▲13.0%、セグメント売上▲59.5%

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、婚礼・宿泊・宴会利用が大幅に減少。婚礼は徐々に回復基調にあるものの、列席人数の減少により1組当たり単価減。GO TO効果も一時的なものとなり、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、売上的大幅な減少により、減収減益。

※決算期変更に伴い、前年同一期間（2019年1月～12月）との比較にて表示しております。

2020年12月期 連結業績概要

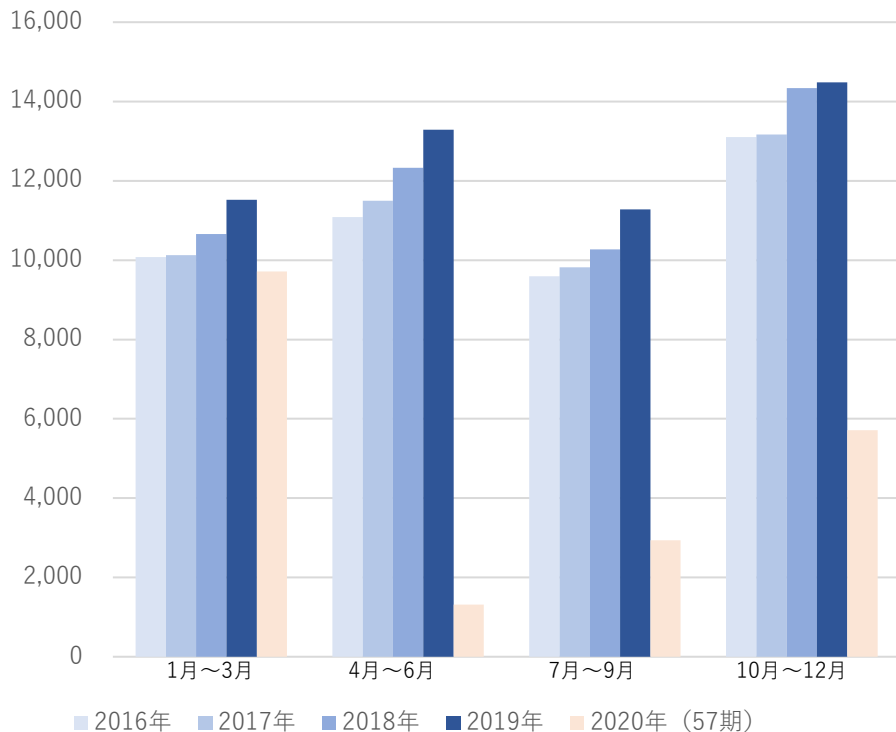
（単位：百万円）

科目	前年同一期間 (2019年1月1日～ 2019年12月31日)	2020年12月期	対前年増減率
売上高	50,567	↓ 19,678	▲61.1%
売上総利益	34,133	↓ 12,968	▲62.0%
売上総利益率	67.5%	65.9%	▲1.6pt
販売費及び一般管理費	33,503	↓ 23,951	▲28.5%
販管費率	66.3%	121.7%	55.4pt
営業利益（▲は損失）	629	↓ ▲10,983	—
営業利益率	1.2%	▲55.8%	▲57.0pt
経常利益（▲は損失）	886	↓ ▲11,075	—
経常利益率	1.8%	▲56.3%	▲58.1pt
親会社株主に帰属する 当期純利益（▲は損失）	208	↓ ▲11,738	—

連結四半期業績推移

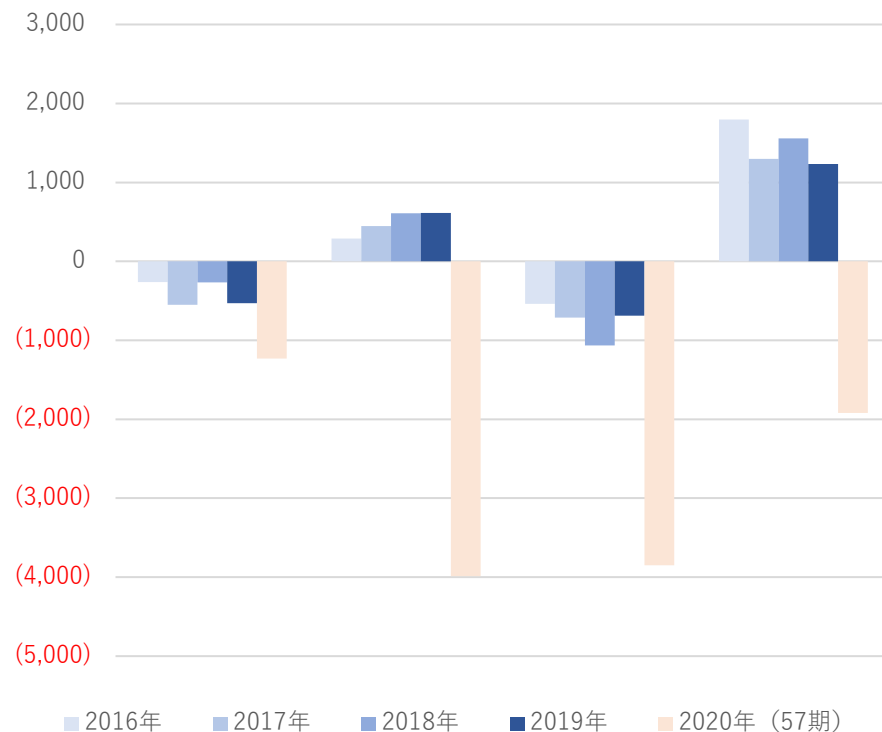
売上高推移

(単位：百万円)



営業利益推移

(単位：百万円)



例年、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。今期は新型コロナウイルスの影響を受け、第2四半期が最大の落ち込み。

セグメント別業績の概要

※決算期変更に伴い、前年同一期間（2019年1月～12月）との比較にて表示しております。

（単位：百万円）

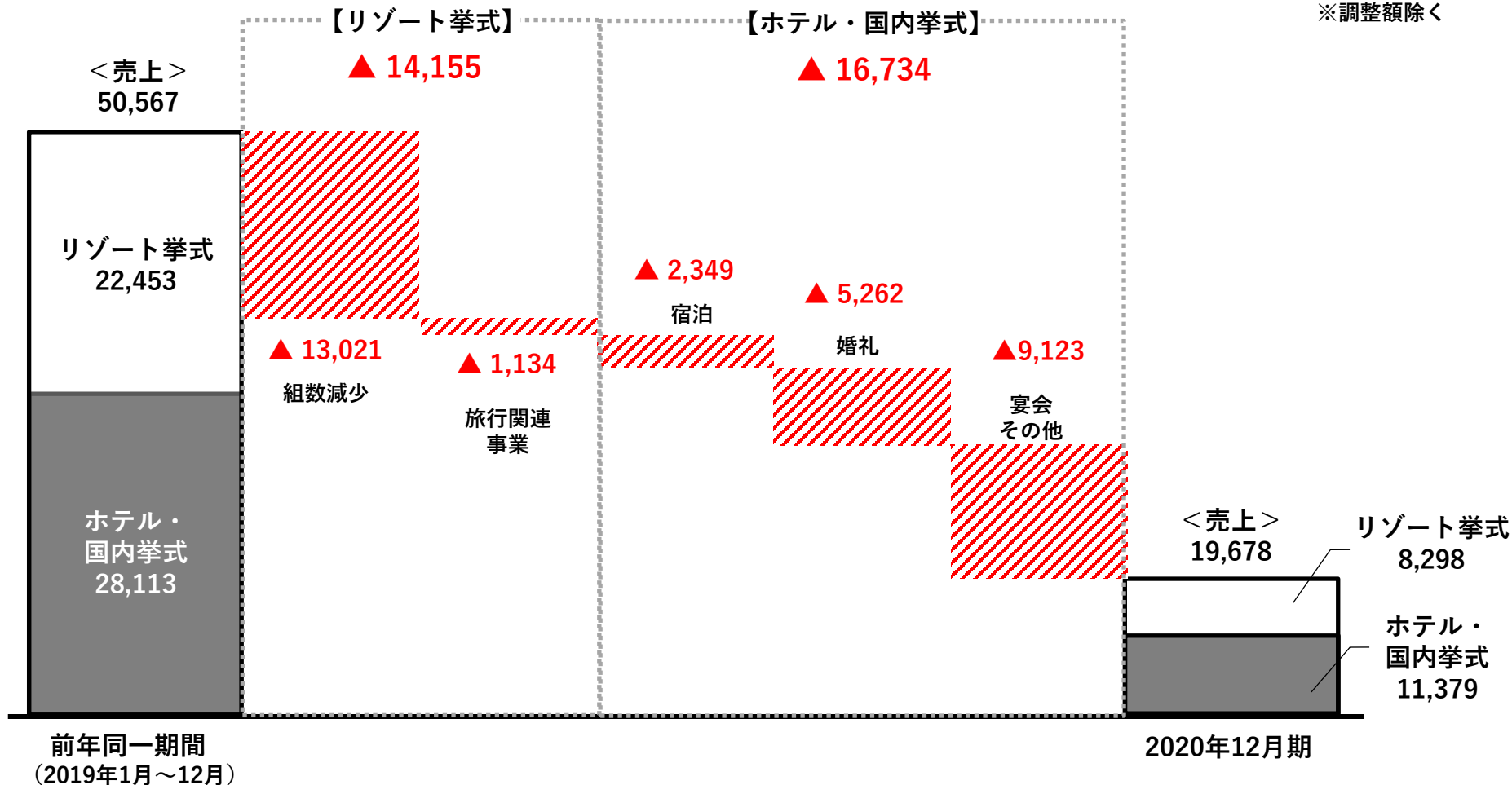
科目	リゾート挙式		ホテル・国内挙式		調整額	
	前年同一期間 (2019年1月1日～ 2019年12月31日)	2020年12月期	前年同一期間 (2019年1月1日～ 2019年12月31日)	2020年12月期	前年同一期間 (2019年1月1日～ 2019年12月31日)	2020年12月期
売上高 ※外部顧客への売上高	22,453	 8,298 ▲14,155	28,113	 11,379 ▲16,734	0	0
セグメント利益 (▲は損失)	▲79	 ▲4,505 ▲4,426	651	 ▲6,558 ▲7,209	57	80
利益率	▲0.3%	 ▲54.2% ▲53.9pt	2.3%	 ▲57.6% ▲59.9pt	—	—

Ⅱ 連結 セグメント別 売上高変動要因概要

※決算期変更に伴い、前年同一期間（2019年1月～12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



コロナ影響により、両セグメントともに、4月以降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

Ⅱ 連結 セグメント別 利益変動要因概要

※決算期変更に伴い、前年同一期間（2019年1月～12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

コロナ影響による売上減少>販管費減少

2020年12月期

前年同一期間
（2019年1月～12月）

ホテル・
国内挙式
651

リゾート挙式
▲79

<利益>
571

販管費削減
+4,488

▲12,367
売上減少

リゾート挙式
▲4,505

ホテル・
国内挙式
▲6,558

販管費削減
+5,158

<損失>
▲11,064

▲8,914
売上減少

▲4,426

【リゾート挙式】

▲7,209

【ホテル・国内挙式】

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2019年 12月期	2020年 12月期	増減
流動資産	8,828	➡ 13,185	4,357
現金及び預金	4,618	9,193	4,575
固定資産	16,259	➡ 12,817	▲3,442
有形固定資産	9,866	7,710	▲2,156
無形固定資産	1,989	1,939	▲50
投資その他の資産	4,403	3,168	▲1,235
資産計	25,087	➡ 26,003	916

	2019年 12月期	2020年 12月期	増減
流動負債	10,450	➡ 24,334	13,884
買掛金	2,002	805	▲1,197
短期借入金	1,600	18,200	16,600
固定負債	3,498	➡ 2,532	▲966
長期借入金	700	349	▲351
負債計	13,948	➡ 26,867	12,919
純資産	11,138	➡ ▲863	▲12,001
利益剰余金	3,346	▲9,039	▲12,385
負債・純資産計	25,087	➡ 26,003	916

連結キャッシュ・フロー計算書

	2019年 12月期	2020年 12月期
営業活動による キャッシュ・フロー	1,835	▲11,774
税金等調整前 当期純利益	977	▲11,025
減価償却費	1,310	1,689
為替差損益 (▲は益)	▲159	31
前受金の増減額 (▲は減少)	▲284	▲913
法人税等の 支払い・還付額	▲403	▲62
投資活動による キャッシュ・フロー	▲2,017	533
有形無形固定資産の 取得による支出	▲2,039	▲1,752
有形固定資産の 売却による収入	37	2,315

	2019年 12月期	2020年 12月期
財務活動による キャッシュ・フロー	▲100	16,031
短期借入金の 純増減額 (▲は減少)	400	16,600
長期借入による収入	—	51
長期借入金の 返済による支出	▲300	▲400
現金及び現金同等物に 係る換算差額	▲61	▲216
現金及び現金同等物の 増減額 (▲は減少)	▲344	4,574
現金及び現金同等物の 期首残高 (▲は減少)	5,067	4,614
現金及び現金同等物の 期末残高	4,614	9,188

A woman in a white dress is walking barefoot on a sandy beach. The ocean waves are breaking gently on the shore. In the background, there are mountains under a blue sky with scattered white clouds. The overall scene is peaceful and scenic.

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トピックス

営業対応

- ✓ 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）オンライン配信新商品「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」の体制強化
- ✓ 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）販売店舗営業（一部短縮営業）、フォトスタジオ店舗営業
リゾート実行エリア）海外エリア休業、国内エリア稼働
ホテル雅叙園東京）営業（館内1レストラン休業）
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・海外一時帰休など
- ✓ 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
- ✓ 投資計画の実行延期および中止
- ✓ 中期経営再建プラン『WATABE Sustainable Plan』を策定・実行

『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 国内提携施設の拡充 新たな集客・販売モデルの構築 内製率向上（衣裳・映像・旅行）、外販強化による収益改善を目指す 海外・国内ローカル単体施設の営業強化	中核事業 圧倒的なNo.1事業 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 国内拠点網の縮小	地域優良施設

『WATABE Sustainable Plan』実施策

以下、施策を実施済および実施中。今後もコロナ禍の動向に合わせ適切な対応策を推進。

1 手元流動性の確保と資本政策の検討

- ・ 自社保有資産の売却：売却総額 30億円（23億円売却済）
- ・ 取引金融機関からの支援：4月コロナ融資130億円、11月当座貸越契約締結30億円
- ・ 新規投資の凍結：不要不急の設備投資および新規投資凍結
- ・ 様々な資本政策について検討

2 事業のダウンサイジングなどによるコスト削減

- ・ 役員報酬減額をはじめとした人件費の抑制、賃貸料の減額交渉、外部委託コストおよび広告宣伝費の抑制などあらゆるコスト削減を実施
- ・ リゾート挙式海外エリア再編：主力エリア以外の一部エリアを閉鎖
- ・ リゾート挙式国内販売店舗再編：直営店11店舗クローズ
- ・ セカンドキャリア支援制度：希望退職者の募集

3 ポストコロナを見据えた事業戦略の展開

- ・ リゾート挙式：関連するあらゆるシーンにおけるデジタル化を推進
- ・ ホテル国内挙式：地元利用促進策および施設特徴を活かしたブランド戦略を推進

今後の事業見通し

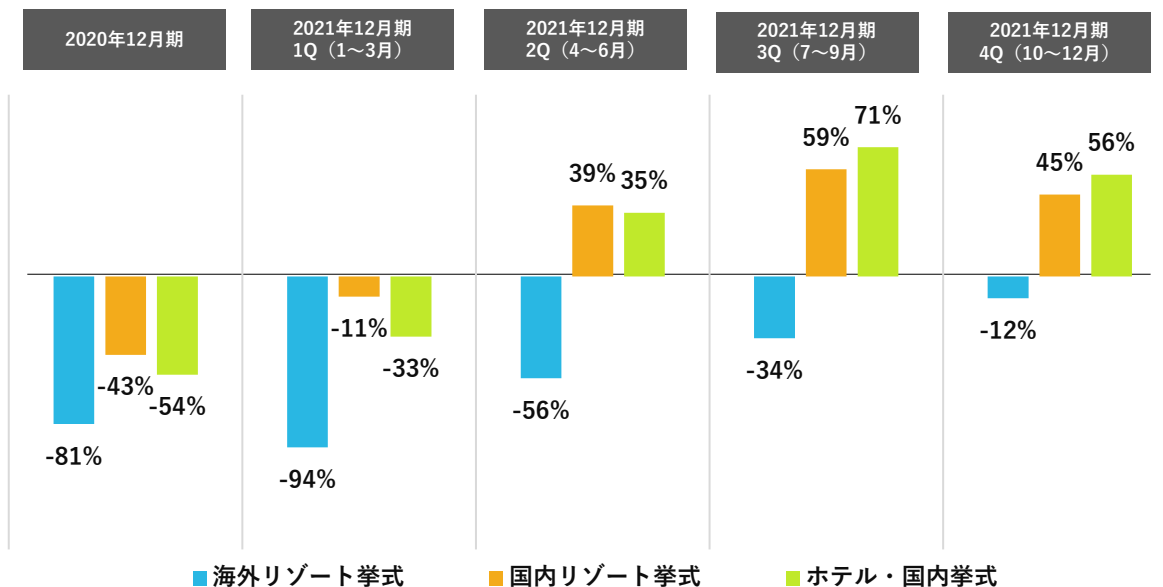
リゾート挙式

世界的なコロナ収束時期の見通しが不透明であることから、海外渡航解禁状況によるが、海外リゾートの回復は2021年第4四半期以降の見込み。沖縄をはじめとする国内リゾート挙式は2021年第2四半期より正常化を見込む。コロナ禍においてフォトスタジオは好調に推移しており、今後さらなる伸長を見込む。

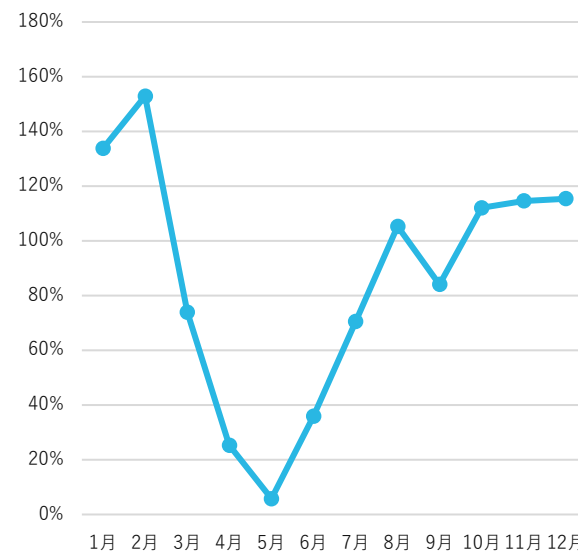
ホテル・国内挙式

婚礼一組当たりの列席人数が減少しているものの、2021年第2四半期より正常化へと徐々に回復見込み。宿泊・レストランなどの館内利用においては、国内需要増を想定し、2021年後半より回復を見込む。

< 挙式組数受注残 前年対比増減率 >
(2020年12月末時点)



< フォトスタジオ 前年対比売上高 >
(2020年実績)



【リゾート挙式の特徴（ポストコロナの優位性）】

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、海外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

自然の中で行う開放的な空間の挙式会場



大切な人との絆が深まる少人数の挙式スタイル



挙式当日だけではなく旅行も体験価値の一つ

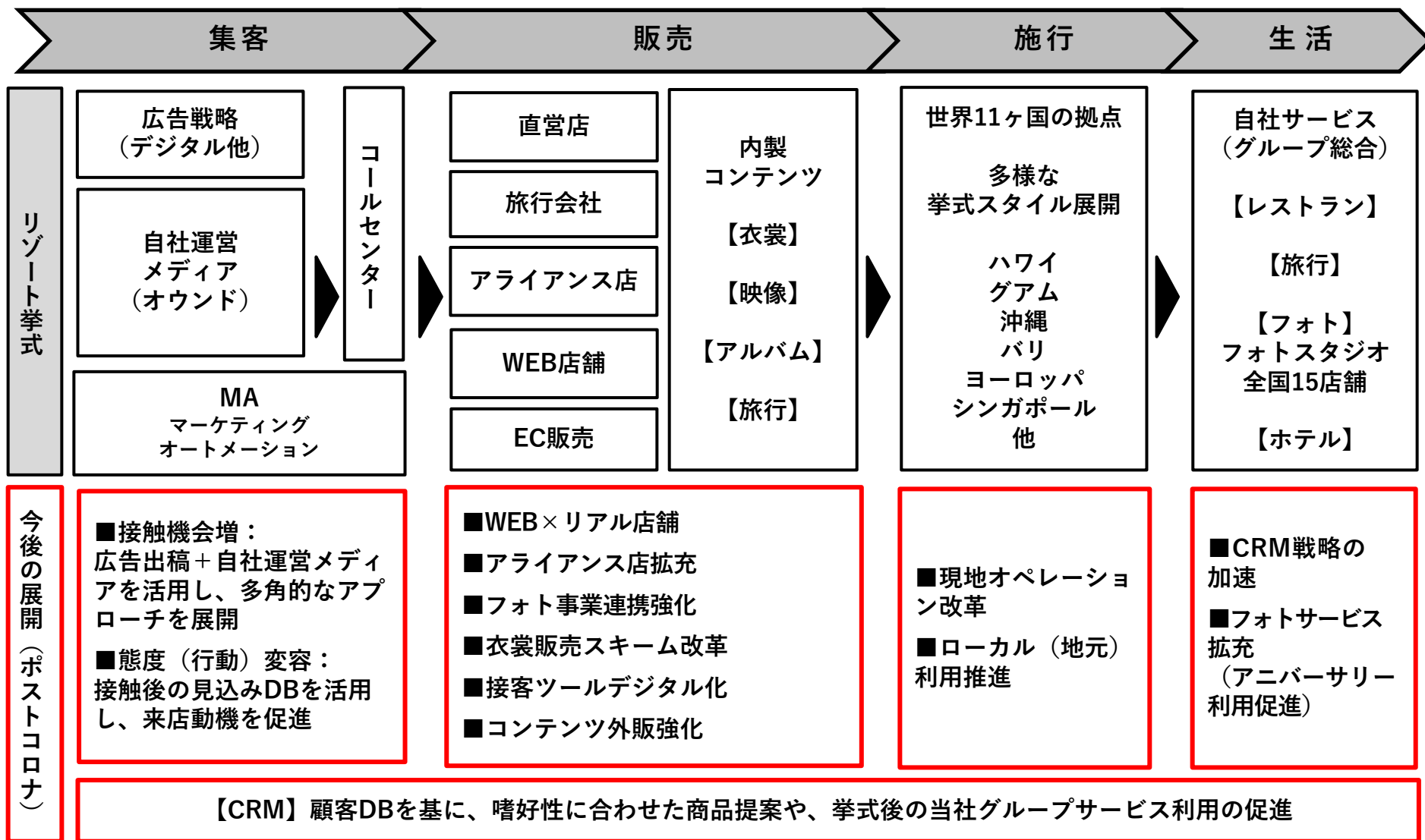


フォトジェニックなスポットが多くSNS需要に対応



当社ビジネススキーム：今後の事業展開

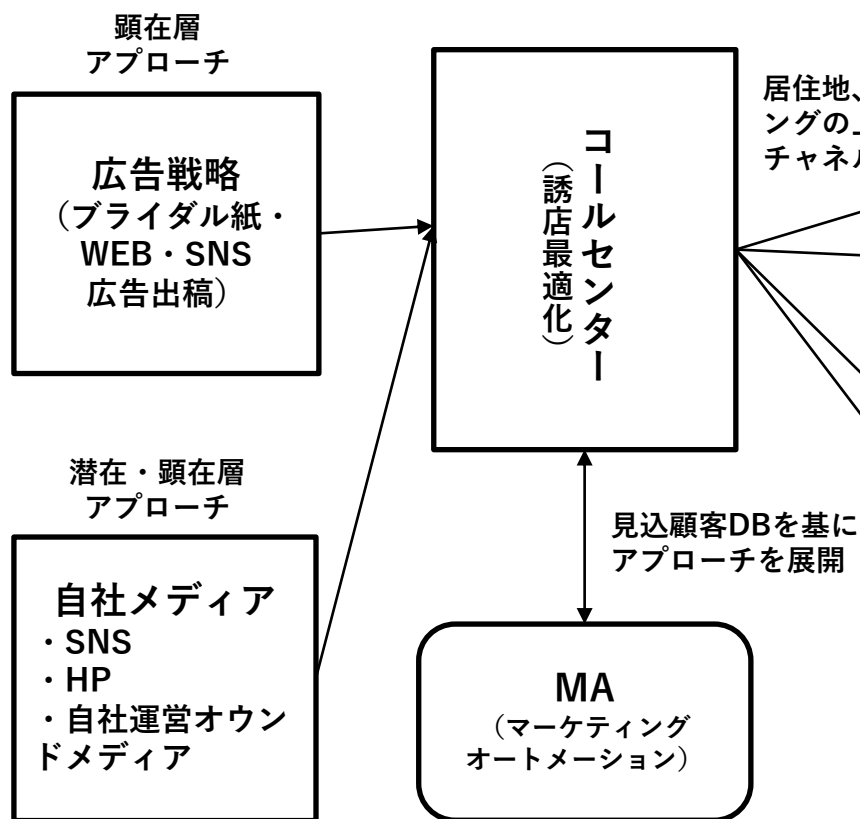
ポストコロナを見据え、各フローにおいてデジタル化を軸に改革を推進。効率化ならびに顧客利便性を追求し、収益改善を目指すと共に当社サービス利用価値向上を図る。



集客・販売戦略について

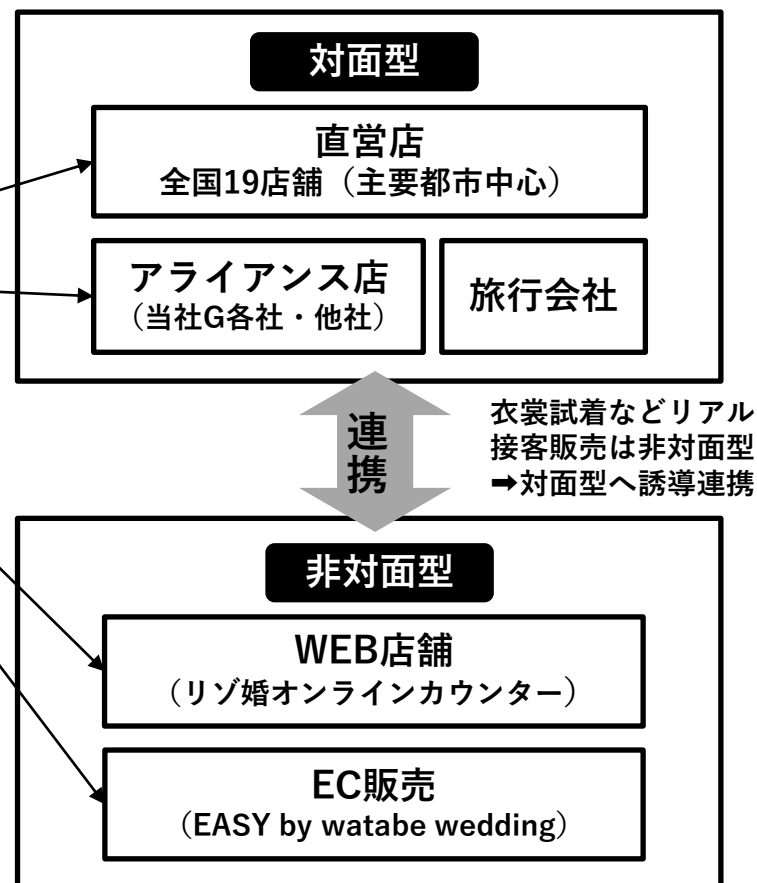
<集客戦略>

- ✓ 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

■付加価値の高い商品展開

- ・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

■マーケティング施策

- ・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

- ・全国のフォトスタジオのサービス力向上
（コンサル型接客やアニバーサリー利用促進など）

■製造事業

- ・衣裳、アルバムなどのブライダルコンテンツの外販強化

■ 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活かし、国内需要を中心とした地元コミュニティ戦略を展開。宿泊・レストランなどの館内利用促進を図り、収益改善を目指す。
- ・“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
- ・少人数婚に対応した婚礼プランの展開

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。
- ・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。
- ・少人数婚に対応した婚礼プランの展開

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

■リモートワークなど、新たな働き方改革の推進

※各重点施策においては、新型コロナウイルス感染症の収束状況などにより、変更となる場合があります。

A decorative white lei with flowers and a white dress hanging in front of wooden blinds.

③ 事業トピックス

Business Activities

コロナ禍における当社サービス関連の取り組み

◇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（ハワイローカル支援）

- コロナ禍において頑張る飲食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 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



ワタベウェディング 働き方のリモート化を促進

with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 -



<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（ハワイ⇄日本）>

【オンライン化促進実績（一部）】

- 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

オンラインを活用し、リゾート挙式とパーティの様子を
リアルタイムでゲストへ配信する新サービスを展開

『ライブストリーム WEDDING』



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

『オンライン ウェディングパーティ』



販売開始：2021年1月22日

配信方法：ZOOM 会議サービス

※アクアグレイス・チャペル限定

■ 沖縄エリア：ソフト面の強化と感染症対策商品の展開

8つのおもてなしをお届けする新サービス『やちむぐる』 感染症対策に向けたwithコロナ商品の充実も図る

『やちむぐる』

“忘れられないOneシーンを”をコンセプトに、アクアグレイス・チャペルのサービス内容を一新し、8つのおもてなしを提供。サービス内容には、サンゴ礁保護の取組みも含まれ、結婚式を挙げていただくことが、沖縄の美しい海を守ることに繋がる。



サービス開始：2021年7月1日

- withコロナ商品 -

- フェイスガードとしても使える「アクリル席札」
- 席札としても使える「マスクキーパー」
販売価格：5枚 ¥2,200（税込）



- 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）



■ 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 -

■ 実店舗

直営店舗（全国19店舗）

- ・ 東名阪を中心とした主要都市に限定
- ・ リアルな体験型店舗として展開



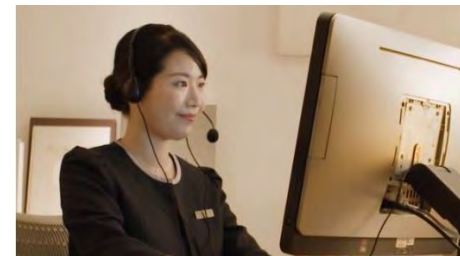
他、旅行会社、アライアンス店など、直営店以外の
全国におけるリアル接客ポイントを拡充

■ WEB店舗

『リゾ婚オンラインカウンター』

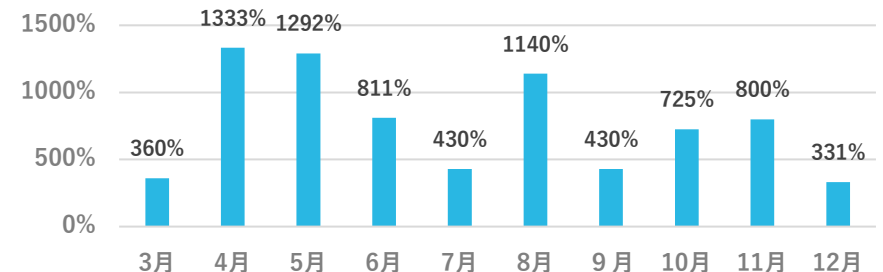
(URL : <https://www.watabe-wedding.co.jp/shop/onlinecounter/>)

- ・ 店舗と同じ高品質な接客サービスを提供
- ・ 直営店舗と同様の商品ラインナップ



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

◇『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、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 -



リゾート婚&ハネムーンフォト販売サイト 『EASY by WATABE WEDDING』

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

- ・ 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



列席者向け衣裳レンタルサイト 『youR STYLE』

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

- ・ 列席者向け衣裳のレンタル商品ECサイト

潜在顧客のブランド認知向上・新たな集客導線を図る ウェディングやリゾートの生情報を配信

-コロナ禍におけるハワイ情報ニーズの高まりにより現地情報発信強化-



『Hawaii Lovers』

(URL: <https://islands-journey.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。

[Instagram] フォロワー数 3.1万人(2021年2月15日時点)
2020年3月末時点より、1.7万人フォロワー数増加
アカウントURL: https://www.instagram.com/hawaii lovers_photo/

『結婚式準備.com』

(URL: <https://wed-junbi.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。2021年2月よりコミュニティ機能実装予定。

[WEBサイト] PV数 19万 (2020年11月度実績)

リゾート挙式の特徴を考慮し、衣裳の美しさと快適さの両立を実現
衣裳ブランド「Resoll Collection（リソル コレクション）」
- 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 -



< リゾ婚衣裳の専門サイト「W」 >

「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。

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」のウェディングラインを展開
- 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&タキシード展開

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 -



-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り、多くの新郎新婦からの支持を受けている。

<ドローンによる空撮動画>

- ・ 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の販売により付帯率向上を実現

- 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 -

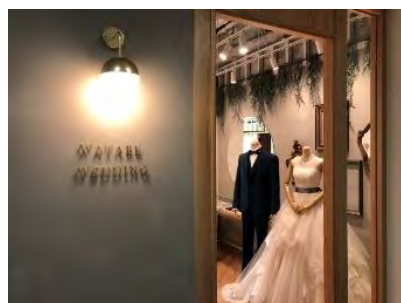


<新商品『ワタベウェディングスペシャル JALで行くOKINAWA』>

『株式会社コンパクトシーク』 2018年4月グループ化

フォトスタジオを全国主要都市15店舗で展開 多様化するフォトニーズに対応する複合型スタジオを運営

- 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前年比170%と好調に推移 -



2020.6.5オープン
福岡フォトスタジオ

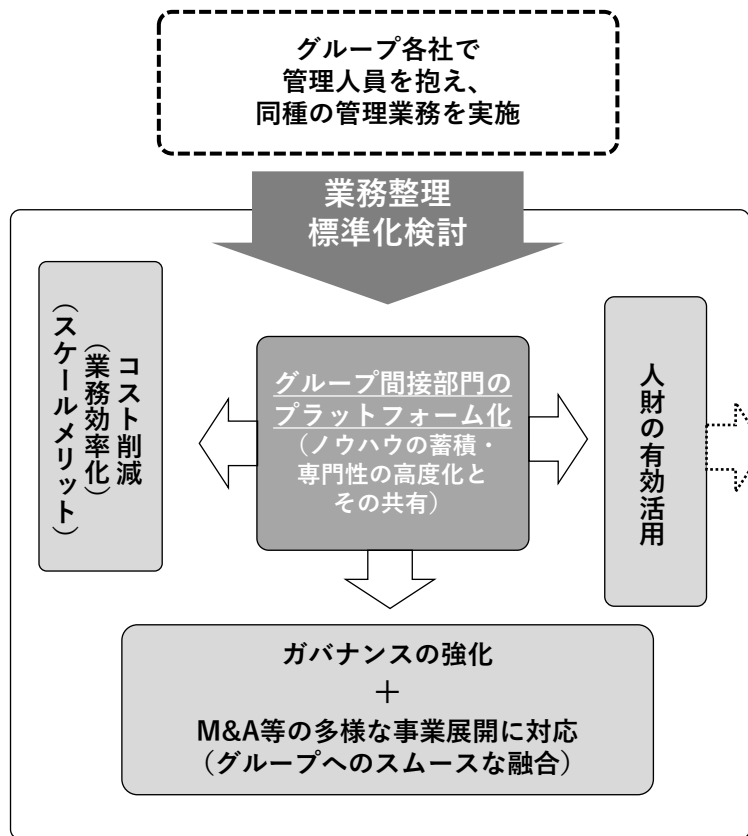


2020.6.5オープン
札幌フォトスタジオ

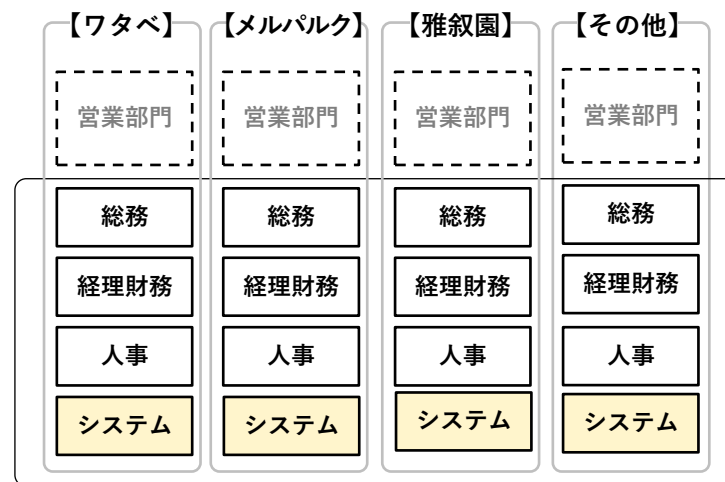
東京・芝公園フォトスタジオ
東京・目黒フォトスタジオ
新宿フォトスタジオ

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 >



< 各社の組織とシェアード会社の関係 >



管理部門
業務統合

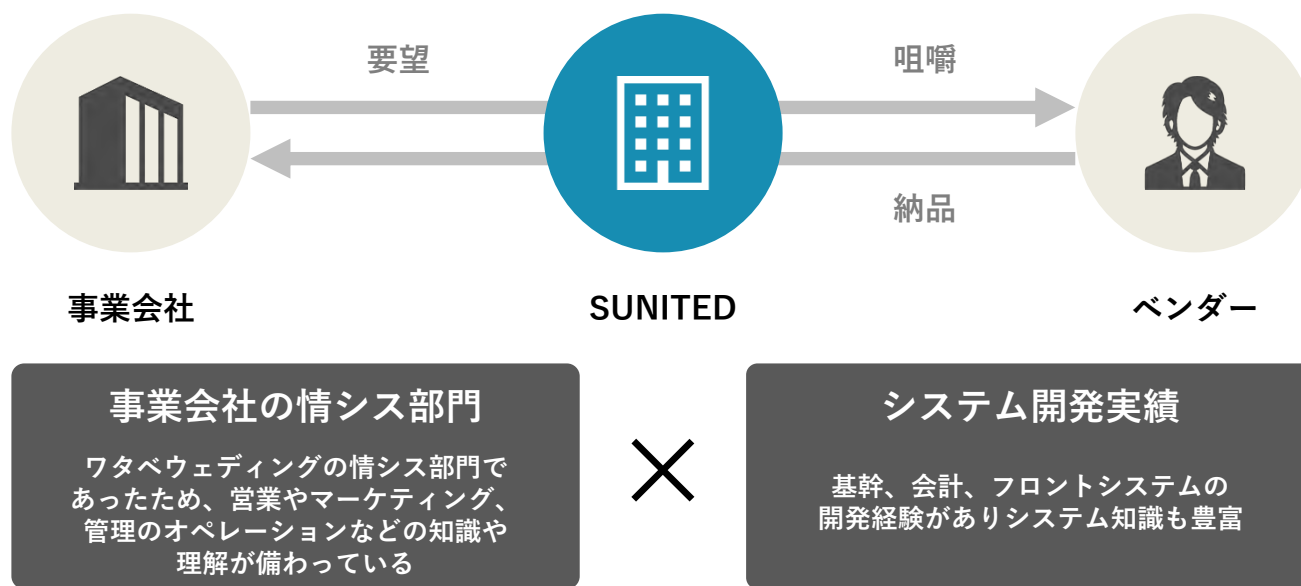
間接部門業務受託
(総務・経理財務・人事・システム)

社員の成長・知識・経験蓄積の機会
キャリアパス

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』

- 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 -

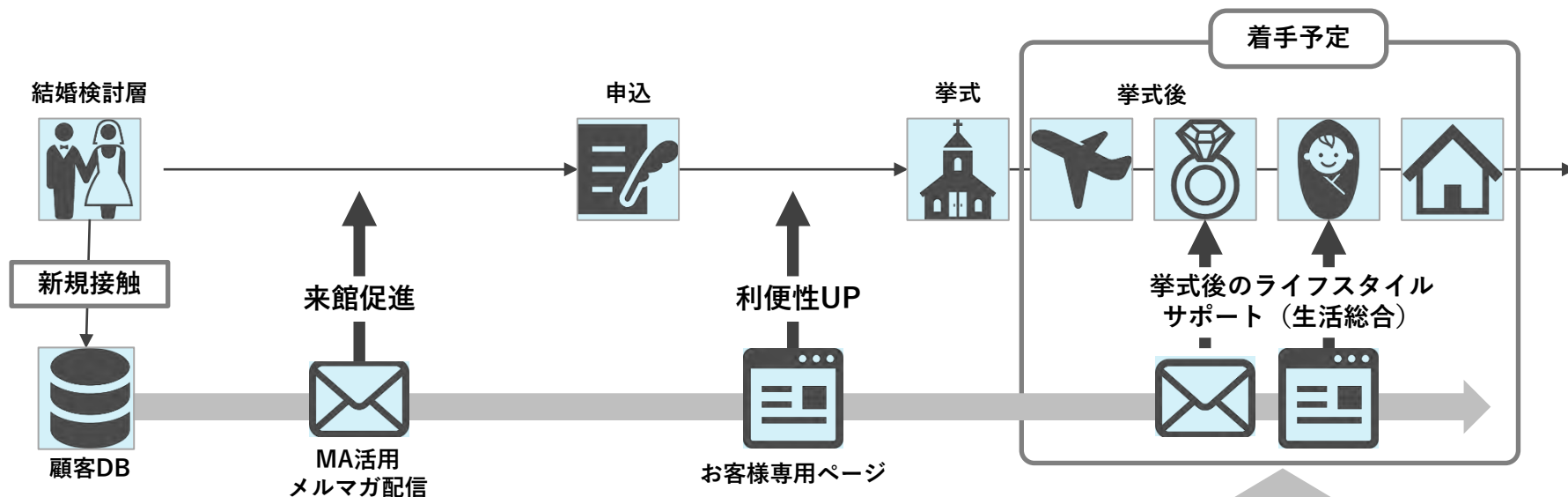


< 提供サービス概要 >

- 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

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 -



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 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 ～

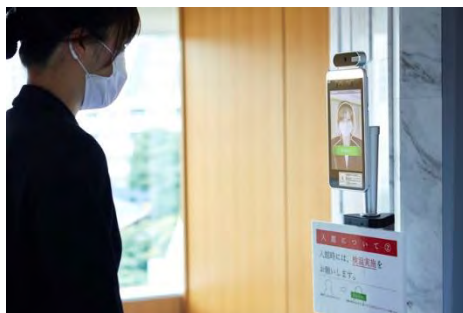
< 共通対策の一例 >



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



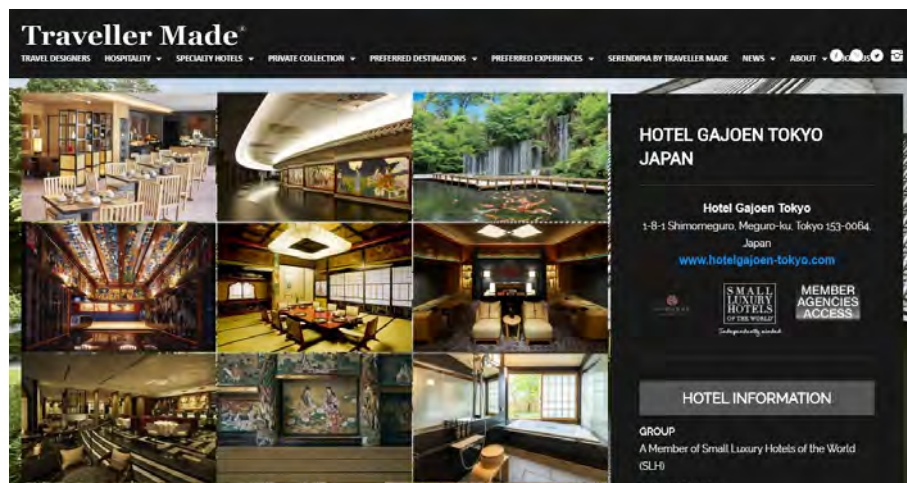
検温の実施



アルコール消毒液の配置

『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。

国内の個人需要を対象に館内利用を促進
百段階段の展示、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 -



<「新春の文化財見学 百の縁起もの」>



<「千の福ねこアート展at百段階段」>



<「和キルト×百段階段2020」>



<“絆ウエディング”実施>



<バレンタインコレクション 2021>



<クリスマス限定メニュー>



<いちごアフタヌーンティー>



<バレンタインアフタヌーンティー>



④ 2021年12月期 連結業績予測

FY2021 Consolidated Performance Forecast

2021年12月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	2020年12月期 ＜実績＞	2021年12月期 ＜予想＞
売上高	19,687	—
営業利益	▲10,983	—
経常利益	▲11,075	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲11,738	—

※新型コロナウイルス感染症拡大の影響を現時点では合理的に算定することが困難なため、2021年12月期の連結業績予想を「未定」とさせていただきます。

今後、連結業績予想の算定が可能となった時点で速やかにお知らせいたします。

A person is sitting on a blue patterned blanket outdoors. In front of them are several items: a stack of books, a vintage camera, two straw hats, a box of instant photos, and two instant photo prints. The scene is bathed in warm, golden light, suggesting late afternoon or early morning. The person's hands are resting on the blanket, and their legs are visible in the background.

⑤ 参考資料

Appendix

ワタベウェディンググループ ネットワーク一覧【海外】

2021年2月15日時点

<ハワイ>

- ホノルル店
- コナ店
- PROPELLER USA, INC.
- 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
- 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>

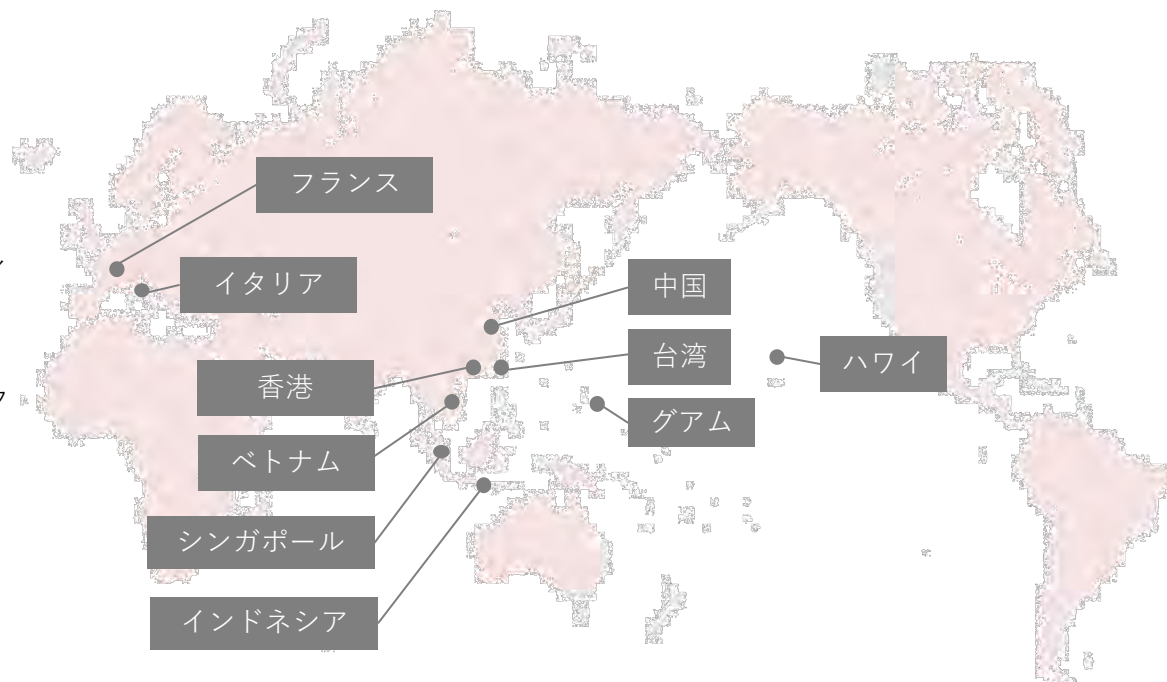
- パリ店
- フィレンツェ店

<インドネシア>

- パリ店
- 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>

- ベトナムウェディングドレス縫製工場

ワタベウェディンググループ ネットワーク一覧【国内】

2021年2月15日時点

<関西地区>

・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
- 心斎橋店
- 梅田サロン
- ホテルメルパルク大阪

・兵庫県

- 神戸三ノ宮店
- 神戸北野サッスーン邸

<九州地区>

・福岡県

- 福岡店
- 福岡フォトスタジオ

・熊本県

- 熊本フォトスタジオ
- ホテルメルパルク熊本

・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
- シガ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
- マリビジュ
- プロペラUSA琉球株式会社

<甲信越・北陸地区>

・長野県

- 長野フォトスタジオ
- ホテルメルパルク長野
- 軽井沢クリークガーデン

<四国地区>

・愛媛県

- 松山フォトスタジオ
- ホテルメルパルク松山

<中国地区>

・広島県

- 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

<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

<北海道地区>

・北海道

- 札幌店
- 札幌ブランバーチ・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

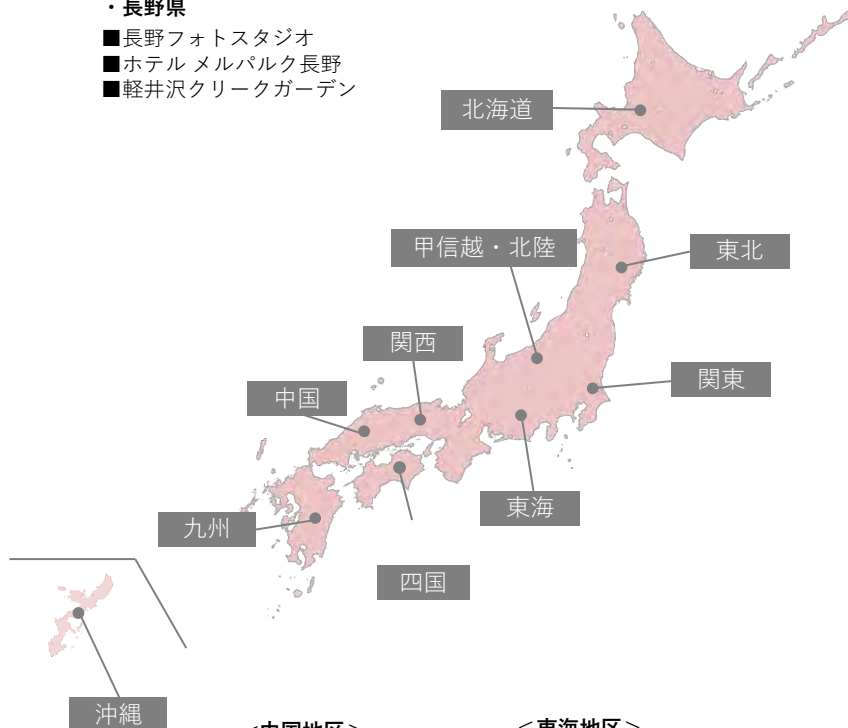
- 東京グランドプラザ
- 新宿グランドプラザ
- 新宿フォトスタジオ
- 銀座サロン
- 渋谷ラウンジ
- 東京・目黒フォトスタジオ
- 東京・芝公園フォトスタジオ
- 立川店
- ホテル雅叙園東京
- フェリーチェガーデン日比谷
- ルミアモレ
- ホテルメルパルク東京
- 東京オフィス
- 株式会社コンパクトシーク
- SUNITED株式会社

・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

・群馬県

- ホテルラシーネ新前橋



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。