



成長可能性に関する説明資料

株式会社ブラス

証券コード [2424]

2016年3月

それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創る

1 会社概要

2 事業の特徴・強み・店舗の形態

3 市場環境

4 成長戦略

会社名	株式会社プラス
設立年月日	1998年4月
所在地	愛知県名古屋市西区名駅2丁目34番1号
代表者名	河合 達明
資本金	471,740千円（平成28年3月9日現在）
従業員数	正社員239名、パート・アルバイト65名（平成27年12月31日現在）
事業内容	直営店型ハウスウエディング事業

ブラスの使命は、社員の幸せを追求すると同時に、
温かさ、素直さ、人情の機微を大切に最高の結婚式サービスを行うこと

- 一、いつも謙虚さと笑いをもって人と接する。
- 一、チームワークを大切にする。
- 一、それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創る。
- 一、地域社会に貢献する。
- 一、ブラスに関わるすべての人を愛し愛され、共に成長し続ける。



ブラスラブカード

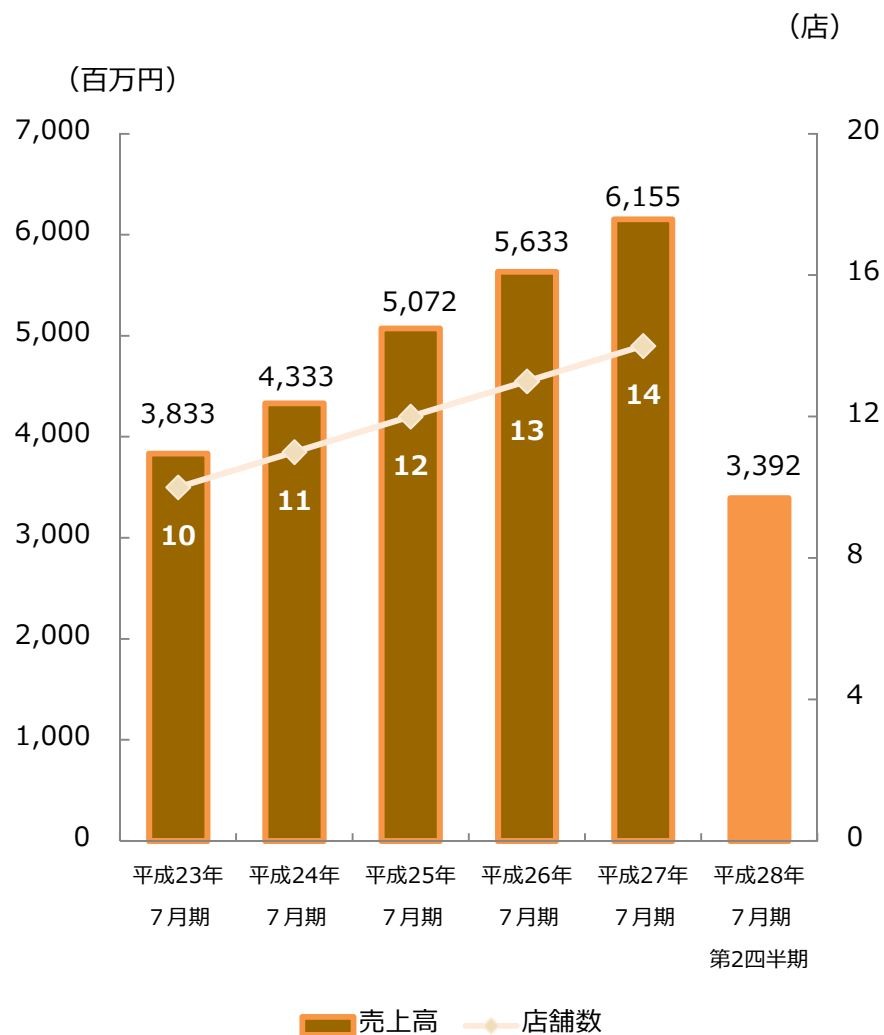
平成10年4月	結婚式司会者派遣を目的として愛知県一宮市に有限会社ブラス（資本金3,000千円）を設立
平成15年2月	愛知県一宮市に第1号店として「ルージュ：ブラン」（1ST）を開店
平成16年3月	株式会社ブラス（資本金10,000千円）に組織変更
平成16年11月	愛知県日進市に「オランジュ：ベール」（2ND）を開店
平成16年12月	日本証券業協会のグリーンシート銘柄に指定
平成17年5月	愛知県岡崎市に「ブルー：ブラン」（3RD）を開店
平成17年12月	愛知県名古屋市に「ブルーレマン自由が丘」（4TH）を開店（現「ブルーレマン名古屋」）
平成18年4月	愛知県一宮市の「ルージュ：ブラン」をリニューアルOPEN
平成19年3月	愛知県安城市に「ブラン：ベージュ」（5TH）を開店
平成19年11月	日本証券業協会のグリーンシート銘柄の指定取消
平成20年2月	愛知県常滑市に「マンダリンポルト」（6TH）を開店
平成20年10月	岐阜県羽島市に「ヴェールノアール」（7TH）を開店
平成21年6月	愛知県豊橋市に「ルージュアルダン」（8TH）を開店
平成22年2月	愛知県豊田市に「アーjentパルム」（9TH）を開店
平成23年1月	三重県鈴鹿市に「ミエルクローチェ」（10TH）を開店
平成23年6月	愛知県岡崎市の「ブルー：ブラン」をリニューアルOPEN
平成24年2月	愛知県名古屋市に「ヴェルミヨンバーグ」（11TH）「B.DRESSER」を開店
平成24年5月	愛知県名古屋市に「ブルーレマン名古屋」をリニューアルOPEN
平成25年6月	静岡県浜松市に「マンダリンアリュール」（12TH）を開店
平成26年4月	愛知県名古屋市西区に本社を移転
平成26年6月	静岡県静岡市に「ラピスアジュール」（13TH）を開店
平成27年5月	愛知県名古屋市に「クルヴェット名古屋」（14TH）を開店

東海3県（愛知、岐阜、三重）と静岡県の地方都市に完全貸切ゲストハウスを展開

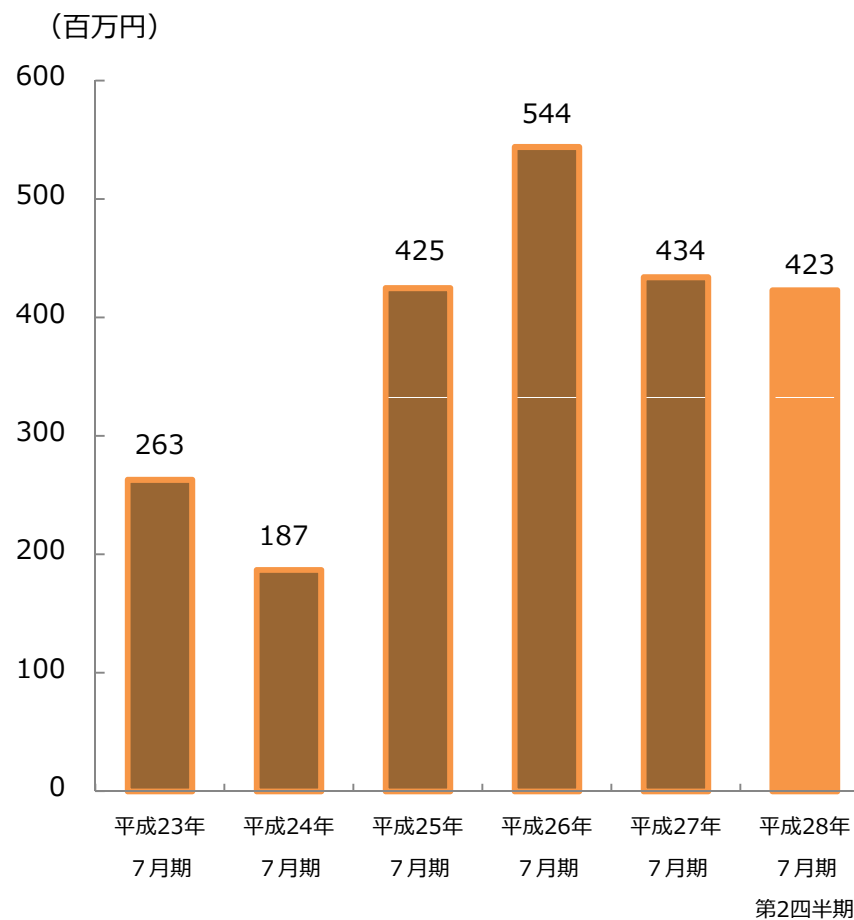
The image features a map of the Tokai region in Japan, with lines connecting to 13 different guest house locations. Each location is represented by a photo and a caption. The locations are:

- ルージュ:ブラン (一宮)
- ヴェールノアール (岐阜羽島)
- マンダリンアリュール (浜松)
- マンダリンポルト (常滑)
- ラピスアジュール (静岡)
- ブルーレマン名古屋 (名古屋)
- ブルー:ブラン (岡崎)
- ヴェルミオンバーグ (名古屋)
- アーjentパルム (豊田)
- クルヴェット名古屋 (名古屋)
- ブラン:ページュ (安城)
- ルージュアルダン (豊橋)
- ミエルクローチェ (鈴鹿)

売上高及び店舗数



経常利益



1 会社概要

2 事業の特徴・強み・店舗の形態

3 市場環境

4 成長戦略

1. 完全貸切型ゲストハウス
2. ウエディングプランナー一貫制
3. オープンキッチンスタイル



すべての店舗が「1チャペル・1パーティ会場・1キッチン」のスタイル。
完全貸切型ゲストハウスだからこそ、最高の結婚式を創ることが出来ます。

1チャペル・1パーティ会場 ・1キッチン

ひとつの挙式会場にひとつの披露宴会場、隣接するひとつの調理場というスタイルで、他のお客さまとすれ違うことなく、完全な「プライベート空間」を提供しております。



ホームパーティのような空間

完全貸切型であるため、ガーデンやテラスを使った演出や、会場全体を自由に装飾することが可能です。まるで自分の家にみんなを招待したかのような雰囲気をお楽しみいただけます。



時間も完全に貸し切り

当日の進行は、まわりの結婚式を気にすることなく、時間も貸し切りに。スタッフ全員が新郎新婦に代わり、大切なゲストをおもてなしいたします。





新郎新婦の新規来館から打合せ、結婚式当日の対応までを

1人のウエディングプランナーが担当。

「3つの仕事」を一貫して任せていただくことで、新郎新婦を一番近くで見守り、結婚式の当日を迎えます。

はじめての出会い (新規接客営業)

新郎新婦がはじめて会場にいらした際に伝えたいのは、結婚式場の外見ではなく結婚式の意味。多くの人が集まりおめでとくと祝ってくれる「かけがいのない1日」をイメージしてもらえようお話しします。

思いを込めて契約した新郎新婦だからこそその結婚式プランニング

結婚式をプランニング (打ち合わせ)

結婚式の日がちが決まった新郎新婦と、半年近くの打ち合わせ。「どのようなパーティにするか」という結婚式のすべてを新郎新婦と3人4脚で打ち合わせします。

信頼関係を築きながら打ち合わせを進めることにより、満足度も上がり、施行単価も必然的に上昇

最高の結婚式 (当日施行)

当日まで準備してきた一日を、担当者として全体の陣頭指揮をとります。新郎新婦を一番近くで見守り、結婚式が終わるまでの全てを任せていただきます。

当日も現場に入ることによるお客さまへの安心感
予期せぬトラブルも安心出来るプランナーだからこそ回避

新規接客営業・打ち合わせ・当日施行のすべてを毎週感じているからこそ、本質的なウエディングが可能



プランナーと共に「最高の結婚式を創る」ために
オープンキッチンからできたてのお料理を。

熱々のお料理を、美味しい温度でお召し上がりいただけるように、
すべての店舗でパーティ会場に隣接するようにキッチンを設計しています。

パーティの進行に合わせて 料理の提供

オープンキッチンからパーティ会場が見えるので、披露宴の進行に合わせて、ベストなタイミングで料理を提供いたします。



シェフやパティシエも参加

結婚式の進行が分かっているからこそ、シェフやパティシエも新郎新婦に代わりお客さまへサプライズ。単なる職人ではないマインドを形成。



4S（整理・整頓・清掃・清潔） が行き届き、衛生管理も安心安全

見えているからこそ、在庫管理も安全。1パーティ会場のチームだからこそ、独立した厨房組織ではなく、一体感あふれるチームワークが可能となります。



最高の結婚式を創る 4つのチカラ

1つの結婚式を創りあげるには、たくさんのプロの仕事が関わっています。
プランナーをはじめとしたブラスのスタッフ、お客さまをおもてなしする料理、披露宴を盛り上げる演出、そしてプロの技術とプロの意識をもったパートナー。
すべてが1つになり、すべてのお客さまに笑いと感動を与える結婚式のチカラとなっています。

スタッフのチカラ



料理のチカラ



それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創る

演出のチカラ



パートナーのチカラ



最高の結婚式を創るのは、メンバー同士のチームワーク

メンバーが共通して持っているのは、「すべてのお客さまが自分の担当のお客さまである」という思い。新郎新婦の顔、こだわりを知っているからこそ生まれる気持ちと、スタッフ全員がすべての新郎新婦を覚えているからこそ生まれるサービスがあります。

チームワークをつくるための 人材採用・育成

新卒採用活動13年

各種研修・合宿制度

サービススタッフ（PJ）
の自社採用・教育



チームワークをつくるための 企業文化

社員旅行

Xmas会：運動会

多数のサークル活動

ブラスバンド

それぞれの会場スタッフ全員がメンバーのことを理解している



このサイズ（1パーティ会場）だからこそ可能

「美味しい理由」単なる美味しい料理ではなく、料理のチカラでパーティが変わる

季節感あふれる本格フレンチ

食材が一番美味しい旬にこだわり、季節ごとにメニューを変え、本格フランス料理を提供しています。

厨房スタッフも直接打ち合わせに参加

地元の食材を使いたいといった注文や、アレルギー体質のゲストへの対応等、新郎新婦の要望に応えるきめ細やかな料理の提供を行っています。

手作りへのこだわり

既製品を一切使用せず、手間と時間をかけてすべて手作り（自社製）にこだわっています。



美味しくしないといけない理由 → ゲストのご祝儀で成り立つビジネス

美味しいことがコミュニケーションのツールになり、笑顔につながる。だから、口コミが増える。

演出のチカラ

スタッフ自身も、演出の要素として参加します。
新郎新婦と一緒にプランニングを作り上げてきたからこそわかる想いを、演出という形にいたします。

ウエディングプランナーになりたいきみへ（幻冬舎）
ブラス現役プランナーが出会った「笑いと涙のリアルストーリー」をご紹介します。



最高の結婚式を創るのは、プロの技術とプロの意識を持ったパートナーとのチームワーク

最高の結婚式を創るために、ブラスマンバーと共に情熱を持って頑張っている、パートナーのプロの技術やアイデア。
あえて内製化だけではなく、外部のプロとのチームワークにより、最先端の技術・トレンド商品を常に意識。



「結婚式後も、つながりを大切に」夏祭りをきっかけに次の結婚式を呼び込みます

会場やプランナーとお客さまとは、強い絆で結ばれるにも関わらず、結婚式は一生に一度。せっかくお二人との運命的な出会いをしたのに、結婚式を迎えると終わってしまう。ブラスでは、挙式後もお客さまとつながっていただける時間を提供しており、もどってこられる場所だからこそ、ご紹介が生まれ、リピートにつながります。

ブラス夏祭り

ブラスの夏の風物詩といえば、各ゲストハウスで催される夏祭り。お祭気分満載の屋台や、イベントが盛りだくさんです。毎年、浴衣姿のカップルや赤ちゃんを連れてのご家族が集まり大盛況です。

夏祭り撮影会

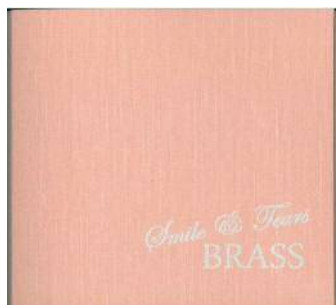
おふたりが挙式されたゲストハウス、そこから始まったブラスとの“きずな”をいつまでも大事にしたい。挙式当日のお写真はもちろん、毎年の恒例イベントのご様子など、お二人の思い出をブラスと一緒に作っています。プロのカメラマンによる夏祭り撮影会は、毎年のご家族の成長記録になるとご好評いただいております。

メモリアルアルバム

メモリアルアルバムは、毎年の家族の成長記録になるとご好評いただいております。毎年恒例の夏祭りに、いろんな話題で盛り上がることもこのアルバムがあってこそ。ブラスがずっと大切にしたい“きずな”を実感できる瞬間です。



メモリアルアルバム



2005



2006



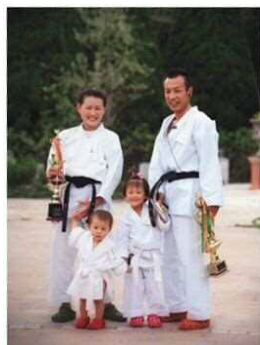
2007



2008



2009



2010



2011



2012



2013



2014



2015

結婚式を挙げた新郎新婦へ、特典いっぱいのブラスメンバーズカードを提供

人生で一番大切な一日をご一緒させていただいた、その出会いをずっと大切にしていきたい。そんな願いからブラスメンバーズカードは生まれました。

ブラスで結婚式を挙げられた方限定、お得な特典いっぱいのメンバーズカードです。

レストラン

クルヴェットダイニング (名古屋)
ヴェルミヨンバーグ (名古屋)
ルージュアルダン (豊橋)

カフェ

B.CAFE (名古屋)

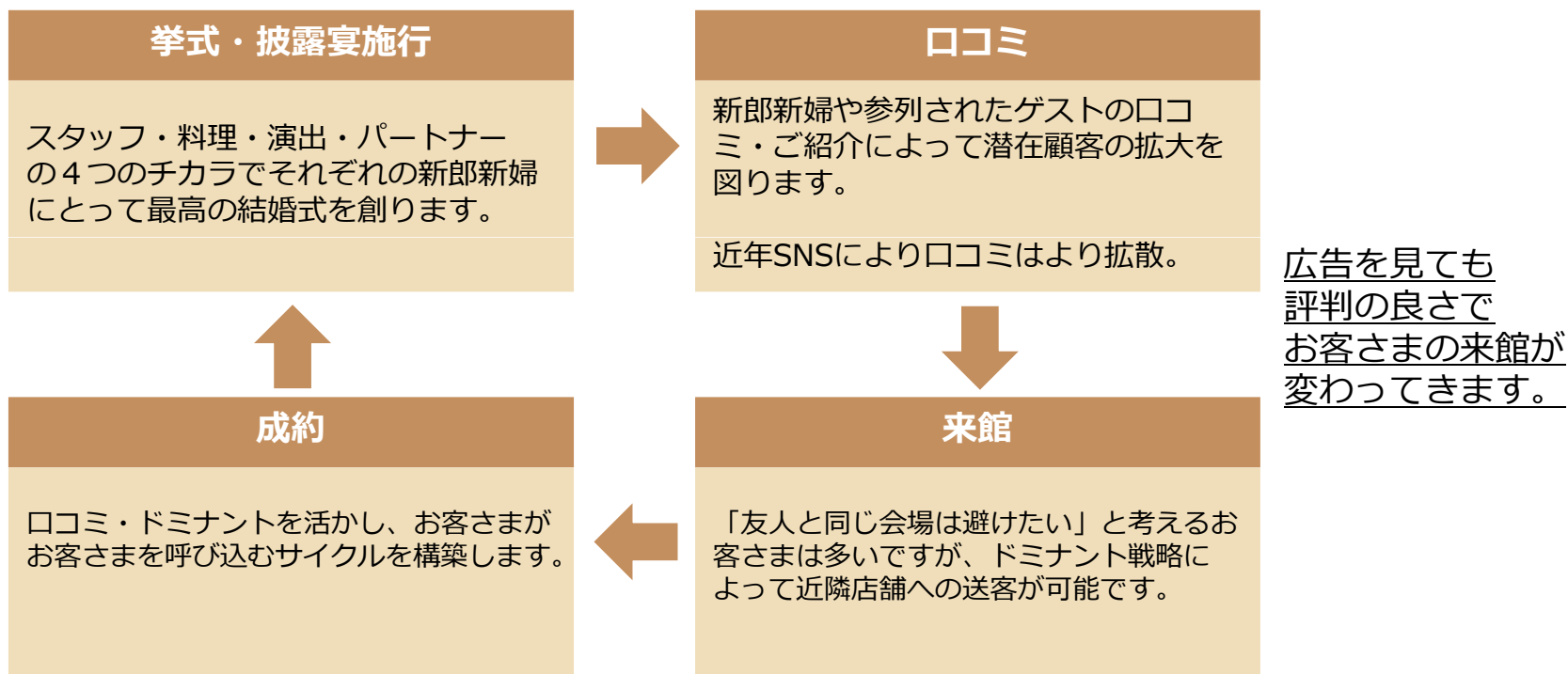
フラワーショップ

ヴェルミヨンバーグ (名古屋)
ブルーレマン名古屋 (名古屋)
ルージュアルダン (豊橋)
アージェントパルム (豊田)
ブルー：ブラン (岡崎)
マンダリンポルト (常滑)
ミエルクローチェ (鈴鹿)



リピートのない結婚式業界ではじめて「口コミでいっぱいになる」ことを目指す

リピートのない業界と言われておりますが、当社では最高の結婚式を創りあげることで、お客さまが新たなお客さまを呼び込み、良質な口コミと、ドミナント戦略による出店で、営業展開しております。



最高の結婚式を創る4つのチカラをベースに、スタッフ全員がこれを目指す

当社店舗の形態①

郊外型店舗

- ◆人口約20万人以上の地方都市を主軸に出店
- ◆競合する会場が少なく、ランニングコストが低い



ルージュ：ブラン
(愛知県一宮市)



オレンジ：ベール
(愛知県日進市)



ブルー：ブラン
(愛知県岡崎市)



ブラン：ベージュ
(愛知県安城市)



アーjentパルム
(愛知県豊田市)



ルージュアルダン
(愛知県豊橋市)



マンダリンポルト
(愛知県常滑市)



ミエルクローチェ
(三重県鈴鹿市)



ヴェールノアール
(岐阜県羽島市)

当社店舗の形態②

都市型店舗

- ◆政令指定都市を中心とした、人口約100万人都市に出店
- ◆駅から徒歩圏内に立地



ブルーレマン名古屋
(愛知県名古屋市)



クルヴェット名古屋
(愛知県名古屋市)



マンダリンアリュール
(静岡県浜松市)



ラピスアジュール
(静岡県静岡市)

都心型テナント入居店舗

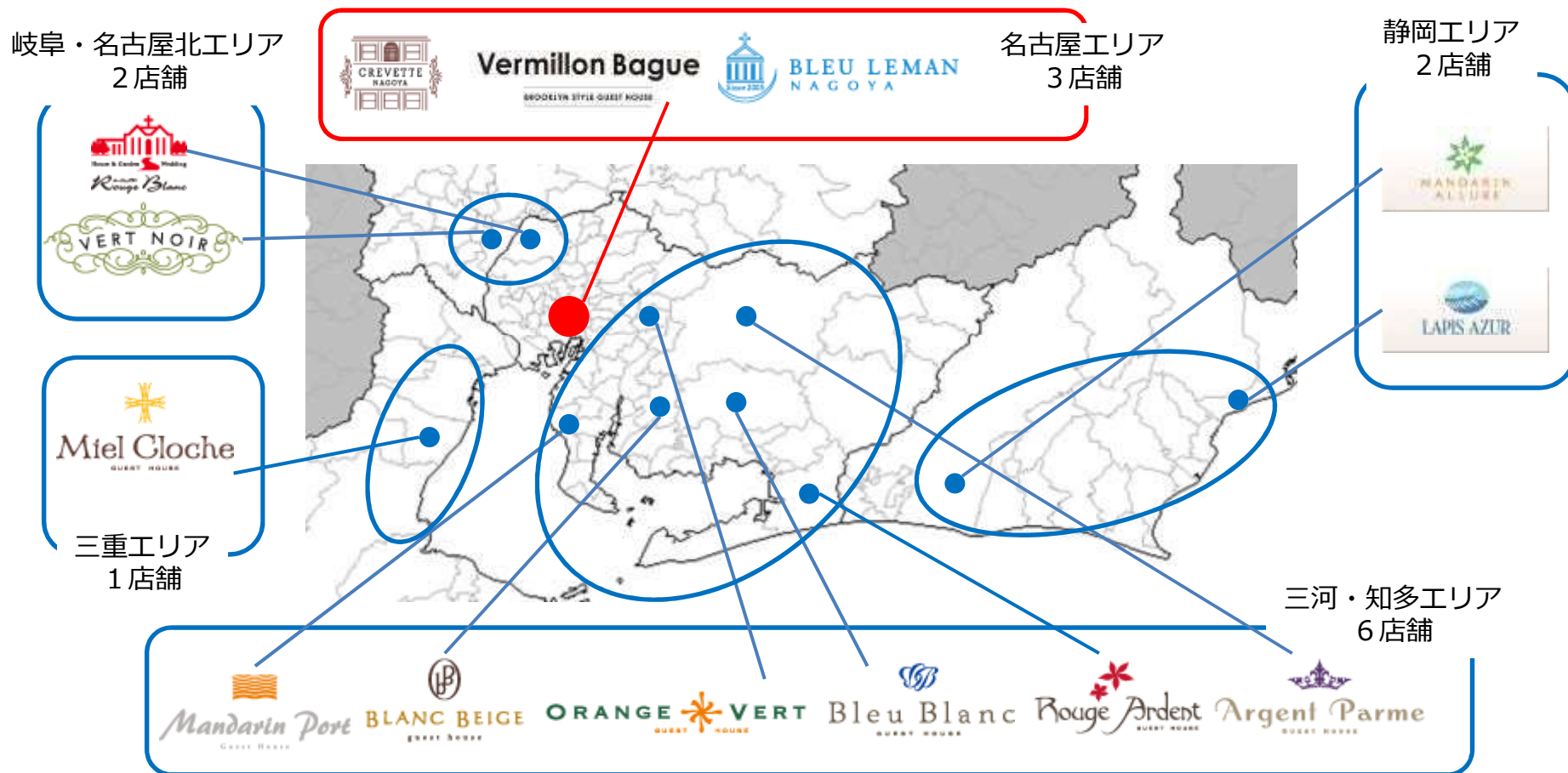
- ◆初期投資を抑えた投資が可能
- ◆都心部への出店が可能



ヴェルミヨンバーグ
(愛知県名古屋市)

ドミナント戦略

「地方都市に出店し、ドミナント形成」郊外で得た実績・信頼（口コミ）を活かし都心部へも進出



進出済みエリア出店によるリスク軽減・マネジメントの効率化・コスト上においても有利

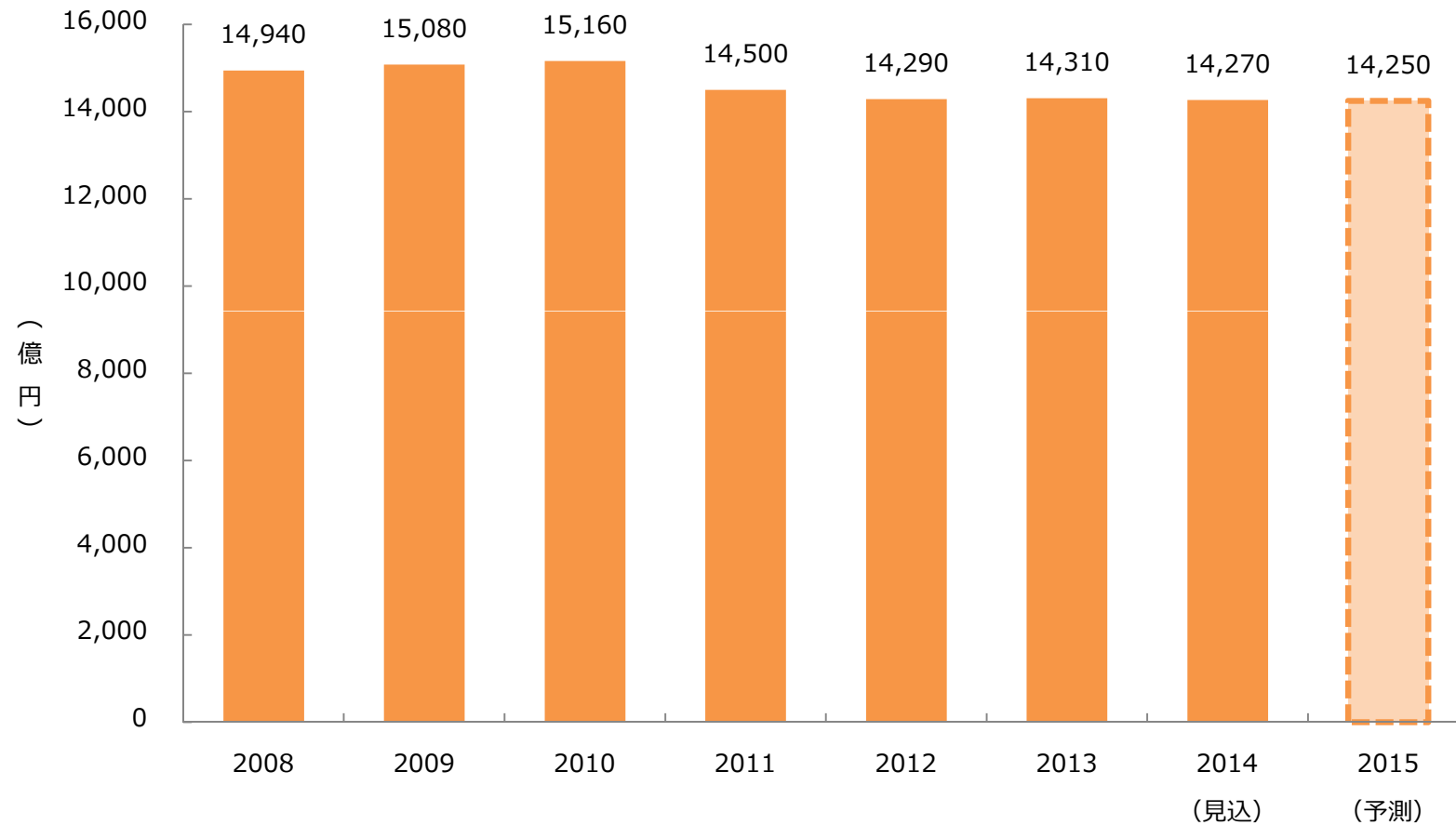
1 会社概要

2 事業の特徴・強み・店舗の形態

3 市場環境

4 成長戦略

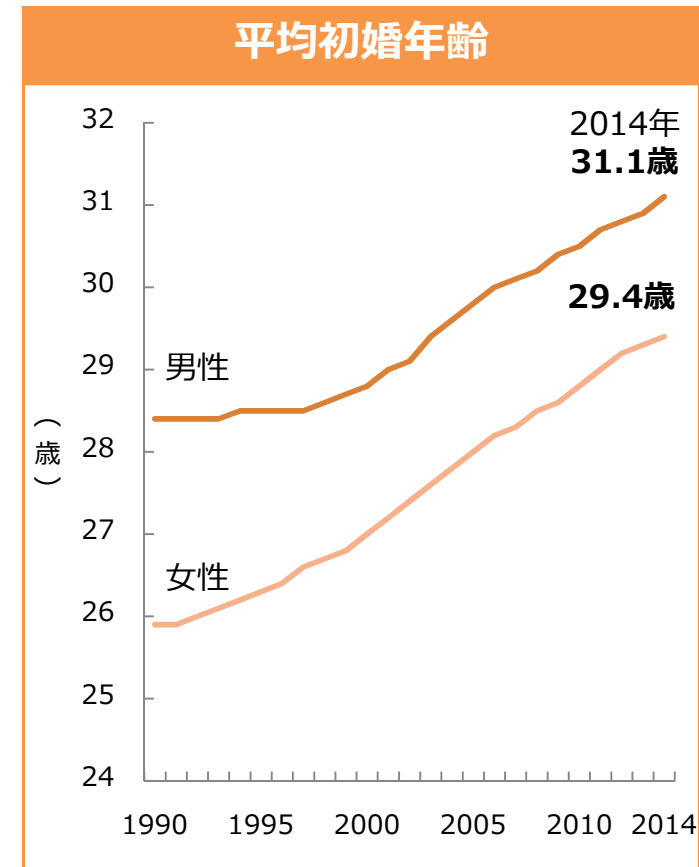
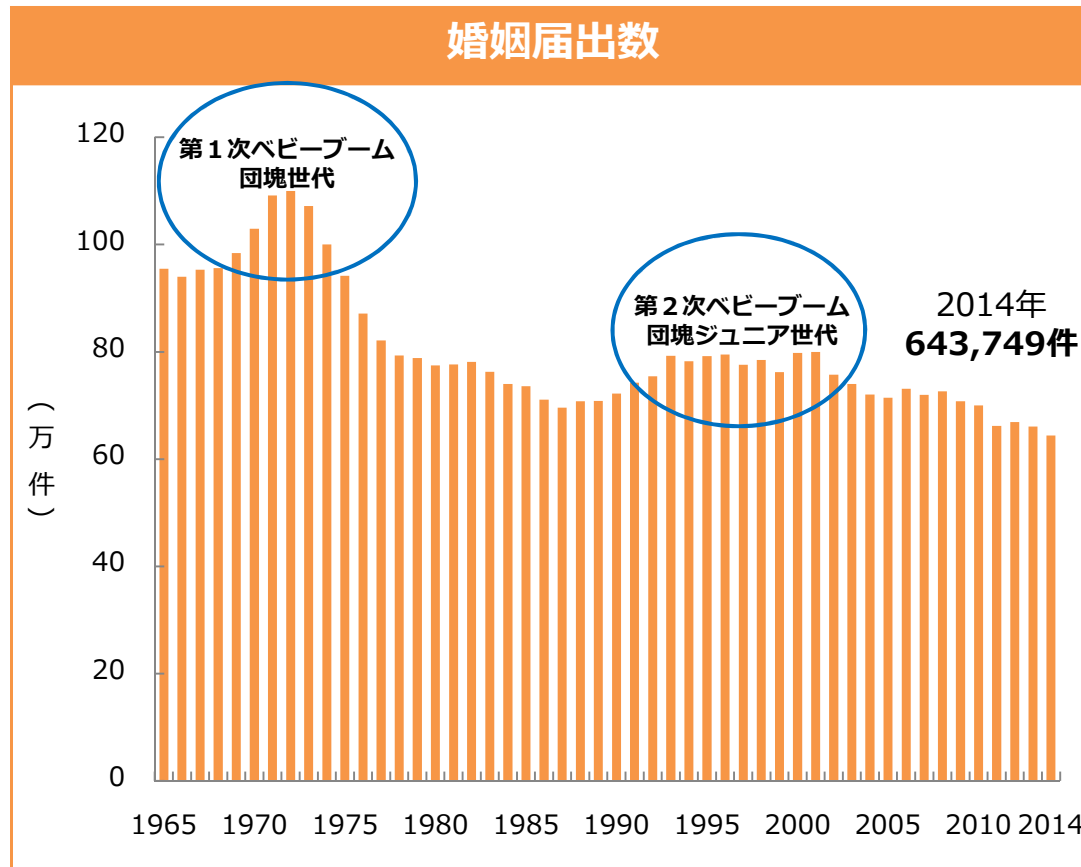
直近の市場規模は1兆4,000億円を維持して推移



出所：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑 2015年版」

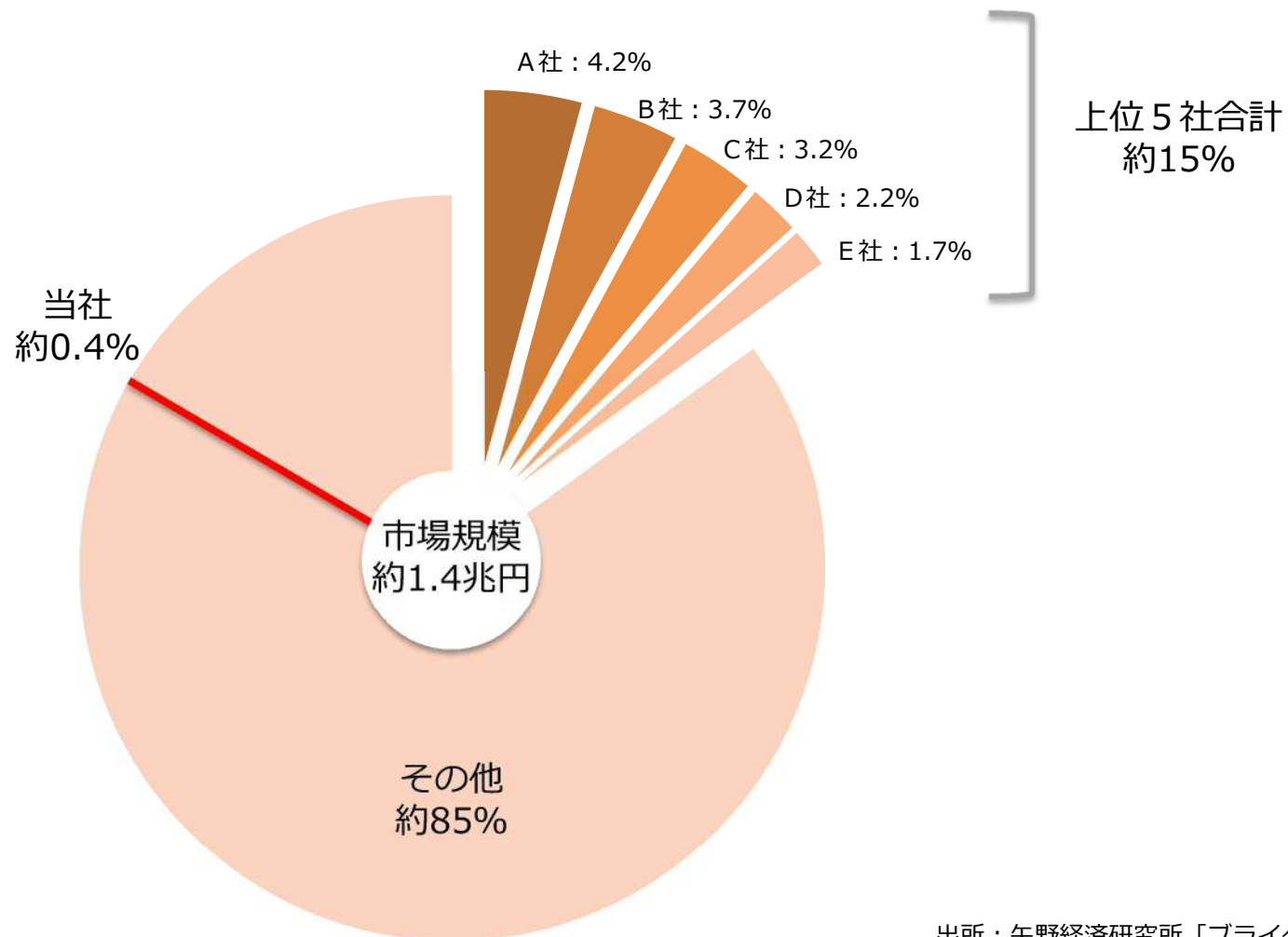
婚姻件数と平均初婚年齢の推移

近年の婚姻件数は65万組前後で推移
晩婚が進み結婚対象となる潜在人口が増加



出所：厚生労働省「平成26年人口動態統計（確定数）」

約1.4兆円の市場規模に対し、売上高上位5社の占める割合は約15%
圧倒的なシェアを持つガリバー企業が存在せず、シェア拡大の余地が大きい



出所：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2015年版」
各社決算開示資料

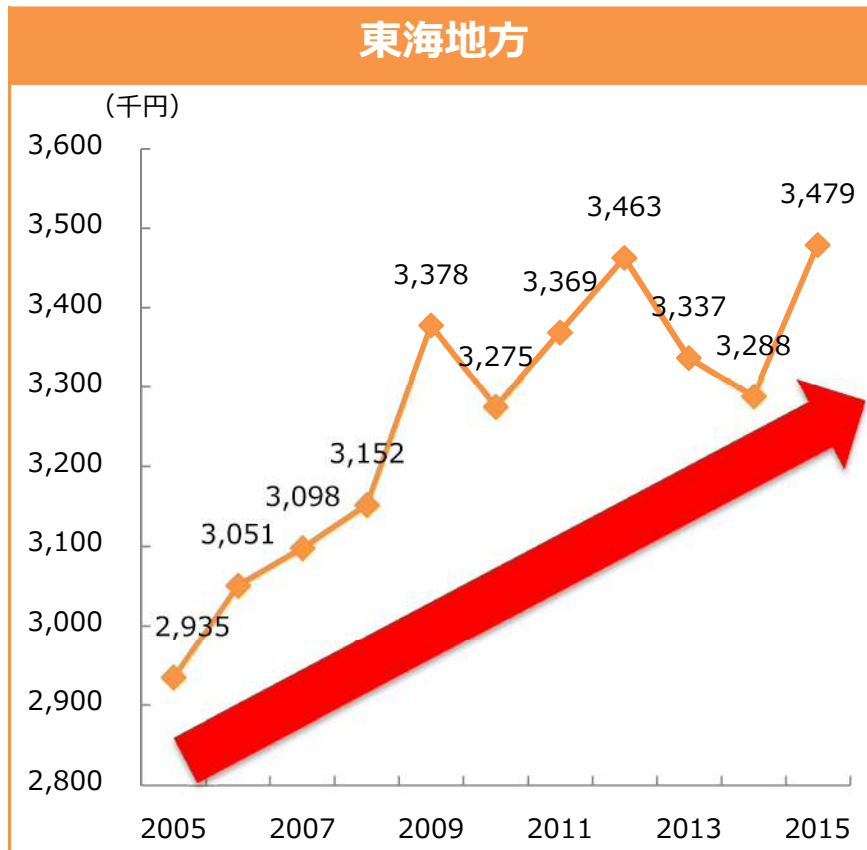
オリジナルな挙式・披露宴志向の高まりによって、
東海地方・全国共にハウスウェディングのシェアは底堅く推移



■ 一般式場、ハウスウェディング ■ ホテル ■ その他

出所：(株)リクルートマーケティングパートナーズ「結婚トレンド調査」2010～2015年度版を基に当社作成
 ※東海地方は、愛知・岐阜・三重
 ※2011年は東日本大震災の影響を鑑み、全国平均データが公表されていません

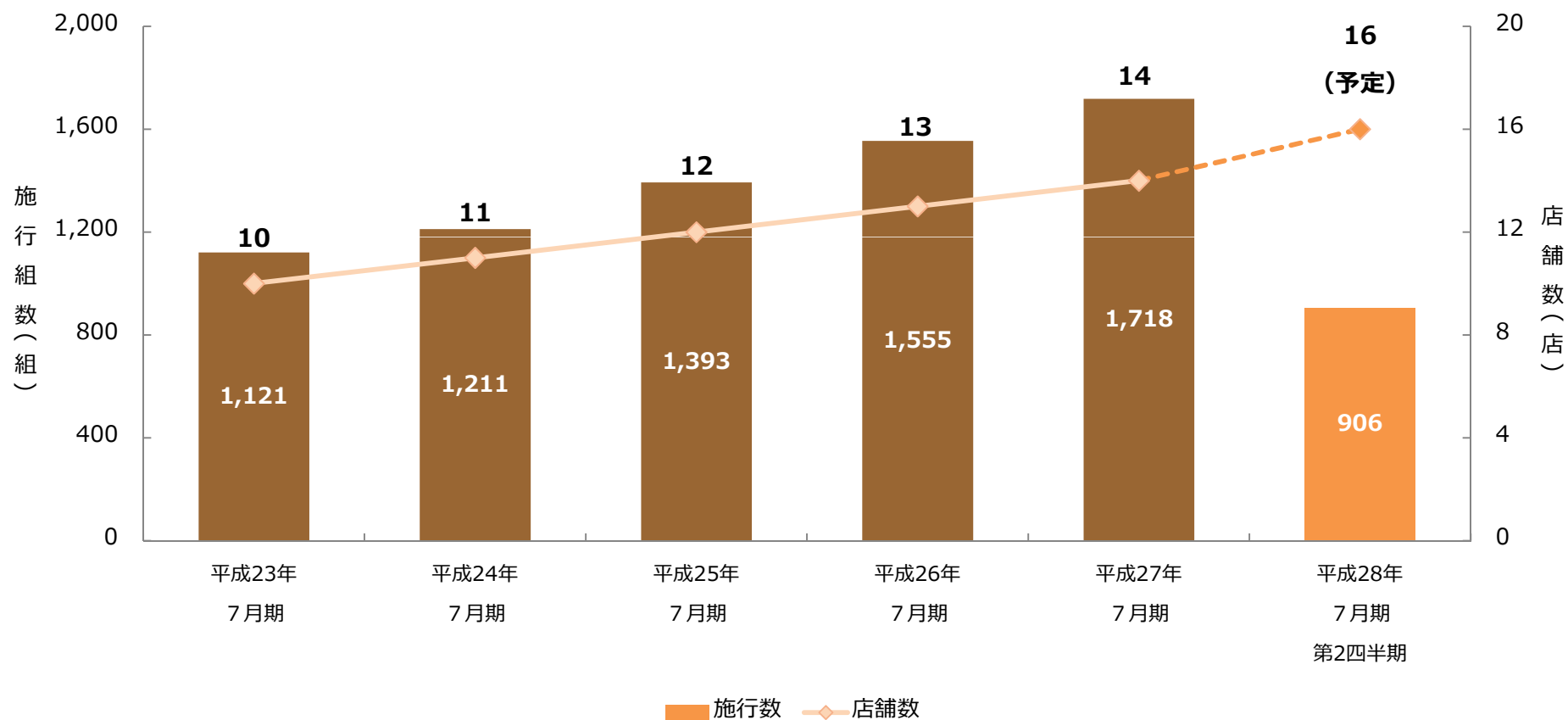
ご祝儀や親からの支援に支えられ、平均組単価は東海地方・全国共に高い水準を維持



出所：(株)リクルートマーケティングパートナーズ「結婚トレンド調査」2010～2015年度版
 ※東海地方は、愛知・岐阜・三重
 ※2011年は東日本大震災の影響を鑑み、全国平均データが公表されていません

施行組数及び店舗数の推移

店舗数の増加に伴い、当社施行組数も順調に増加
平成28年7月期には2店舗の新規出店を行い、16店舗へ



1 会社概要

2 事業の特徴・強み・店舗の形態

3 市場環境

4 成長戦略

東海から関西・関東へ

- ・東海エリアを中心に関西エリア・関東エリアへ進出

出店エリアで新たなドミナントを形成

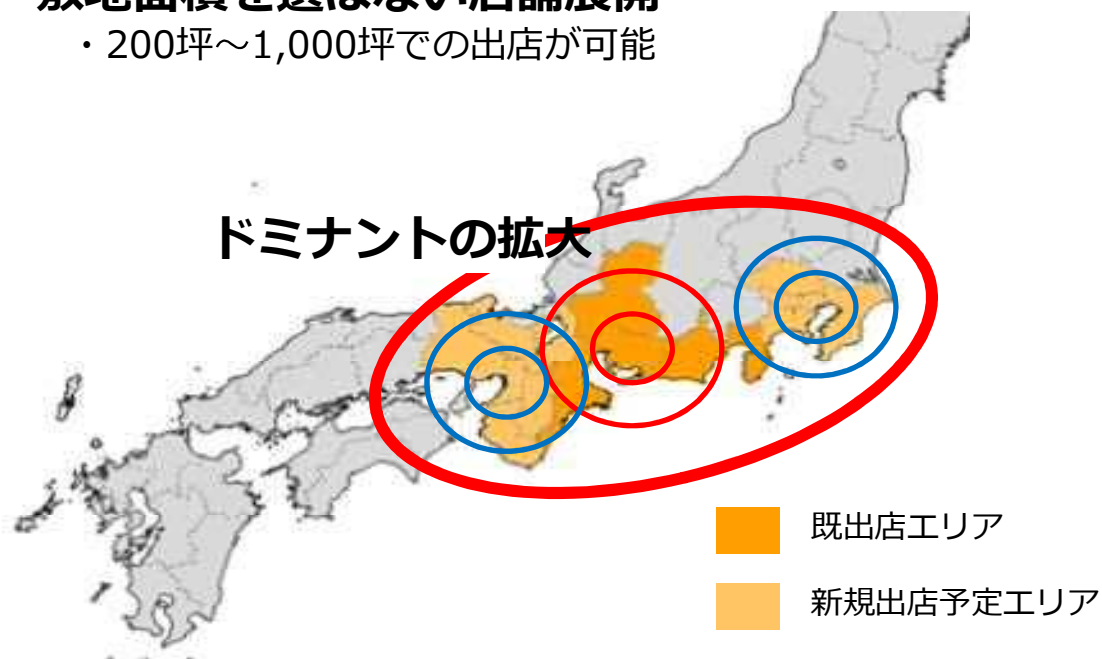
- ・ドミナントエリアの拡大

郊外・都心の両地域への出店

- ・郊外では人口20~40万人規模の都市に出店

敷地面積を選ばない店舗展開

- ・200坪~1,000坪での出店が可能



出店地域	総人口 (人)	
	2015年	2020年 (予想)
愛知県	7,470,407	7,440,404
名古屋市	2,288,845	2,278,104
豊橋市	376,716	373,406
岡崎市	372,357	376,106
一宮市	378,879	374,771
豊田市	426,787	428,385
安城市	183,924	186,697
常滑市	54,621	53,855
日進市	88,939	91,881
岐阜県	2,035,473	1,978,053
羽島市	66,535	65,339
三重県	1,821,273	1,773,233
鈴鹿市	201,896	201,944
静岡県	3,696,499	3,601,121
静岡市	700,208	678,878
浜松市	791,386	775,839

三重県四日市市に「ミエルシトロン」 平成28年3月グランドオープン

オープン時期	:	平成28年3月
所在地	:	三重県四日市市
最寄駅	:	近鉄四日市駅
形態	:	郊外型店舗
特徴・コンセプト	:	「ナチュラル×モダン」ここにしかないアーバンリゾート

出店地域	総人口（人）	
	2015年	2020年 （予想）
三重県	1,821,273	1,773,233
四日市市	306,485	302,248

ふたりとゲストの過ごしやすさを最優先に考えられた空間は豊かな緑に囲まれ、駅前とは思えない雰囲気。

花々や木々で溢れるガーデンや、自然光あふれる邸宅を結婚式中は1組だけで貸し切りにできるのが魅力。

居心地よい空間をふたりらしくアレンジし、リラックスしたひと時を楽しんで。



三重県津市に「ミエルココン」 平成28年6月グランドオープン

- オープン時期 : 平成28年6月
- 所在地 : 三重県津市
- 最寄駅 : 近鉄津駅
- 形態 : 郊外型店舗
- 特徴・コンセプト : 木の温もりあふれる高原リゾート

出店地域	総人口（人）	
	2015年	2020年 （予想）
三重県	1,821,273	1,773,233
津市	280,415	272,964

新たに誕生する空間は緑の木々に囲まれ、
爽やかな風が吹きわたる高原の別荘がモチーフ。

結婚式中は木々の温かみをいかした造りの邸宅や、
プールのある広々としたガーデンでのパーティを実現。

ナチュラルな印象の独立型チャペルで永遠の愛を。



関西エリア初出店、静岡エリアでドミナント形成へ

オープン時期 : 平成29年7月期中
所在地 : 大阪府大阪市
最寄駅 : 阪急梅田駅
形態 : 都心型テナント入居店舗
特徴・コンセプト : 未定

出店地域	総人口（人）	
	2015年	2020年（予想）
大阪府	8,808,282	8,648,899
大阪市	2,663,783	2,618,842

オープン時期 : 平成29年7月期中
所在地 : 静岡県静岡市
最寄駅 : J R 清水駅
形態 : 郊外型店舗
特徴・コンセプト : 未定

出店地域	総人口（人）	
	2015年	2020年（予想）
静岡県	3,696,499	3,601,121
静岡市	700,208	678,878

ご留意事項及びお問い合わせ先

- 本資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的とし、あくまでも当社のご理解を促進して頂くために作成したものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。
- 本資料に記載した内容等は、資料作成時における当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。また、予測等についても、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、今後予告無しに変更されることがあります。情報の正確性等について保証するものではありません。
- 実際の業績がこれらの見通しとは異なる結果となるような影響を与えうる要素は、新株式発行ならびに株式売出届出目論見書の「事業等のリスク」に掲載されています。ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。
- 投資を行う際は、必ず新株式発行ならびに株式売出届出目論見書及び訂正事項分（作成された場合）をご覧頂いた上で、投資家ご自身のご判断でなさるようお願い致します。

○IRについてのお問い合わせ先○

株式会社ブラス

TEL : 052-446-5338

E-Mail : ir@brass.ne.jp

URL : <https://www.brass.ne.jp/index.html>