

株式会社ブラス

東証・名証 1 部
証券コード：2424

BRASS | SMILE
AND
TEARS

2019年7月期第2四半期 決算説明会資料



2019年3月20日

1. 2019年7月期2Q決算概要

参考資料

2. ブラスの事業内容

3. 株主還元

4. 市場動向

1. 2019年7月期2Q決算概要

■ 売上高は計画通り推移、経常利益は経費が先行

■ 広告宣伝の強化及び新店開業に向けた人員補充による人件費、既存会場への設備投資等、集客・受注体制強化のため販管費が増大し、先行投資が利益を押し下げたが、その効果として受注件数が大きく増加※次ページ参照

(単位：百万円)

	2018/7期 2Q累計実績 (売上比)	2019/7期			
		2Q累計実績 (売上比)	前期比	期初計画	対計画 進捗率
売上高	4,543	4,753	104.6%	10,010	47.5%
売上総利益	2,849 (62.7%)	2,961 (62.3%)	103.9%	6,416	46.2%
販売費及び 一般管理費	2,579 (56.8%)	2,800 (58.9%)	108.6%	5,815	48.2%
営業利益	270 (5.9%)	161 (3.4%)	59.7%	600	26.8%
経常利益	277 (6.1%)	172 (3.6%)	62.4%	613	28.2%
四半期純利益	164 (3.6%)	106 (2.2%)	64.7%	368	28.9%
1株当たり 四半期純利益(円)	28.82円	18.66円	—	64.49円	—

- 施行件数は、全店で28件増加の102.4%
- 受注件数は、集客・受注体制強化により241件増加の前期比118.4%
- 平均単価は、衣裳・料理単価が好調を継続しており上昇

■ 全店

	2018/7期 2Q累計	2019/7期 2Q累計	増減	前期比
施行件数 (件)	1,178	1,206	28	102.4%
受注件数 (件)	1,307	1,548	241	118.4%
受注残件数 (件)	1,992	2,190	198	109.9%
平均単価 (千円)	3,778	3,845	67	101.8%

■ 既存店

	2018/7期 2Q累計	2019/7期 2Q累計	増減	前期比
施行件数 (件)	1,164	1,137	▲27	97.7%
受注件数 (件)	1,224	1,377	153	112.5%
受注残件数 (件)	1,895	1,992	97	105.1%
平均単価 (千円)	3,780	3,835	55	101.5%

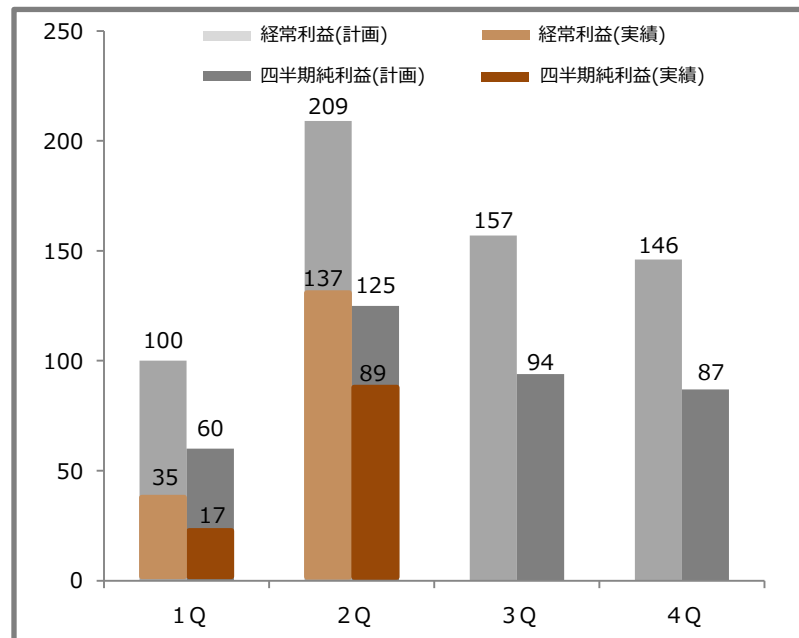
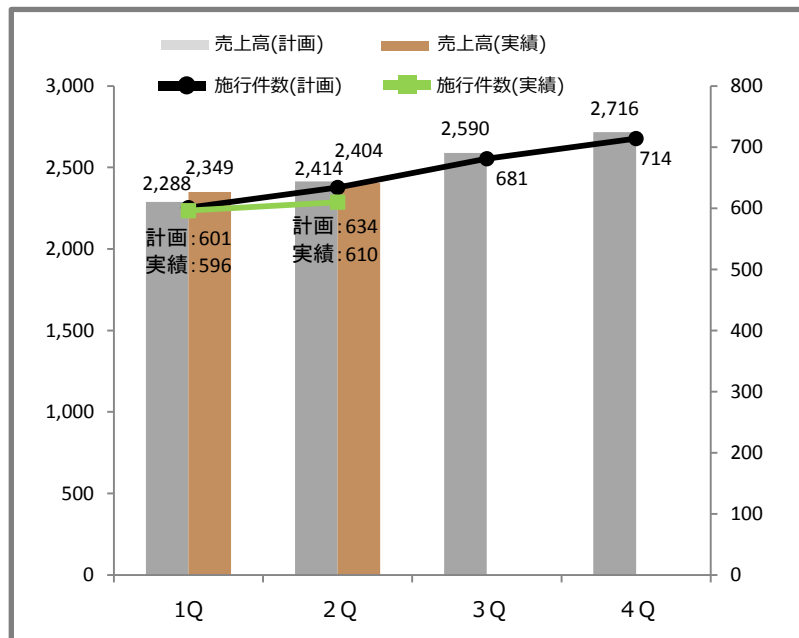
(注) 既存店：前前期期首から通年で稼働した店舗

補足：2019年7月期業績計画

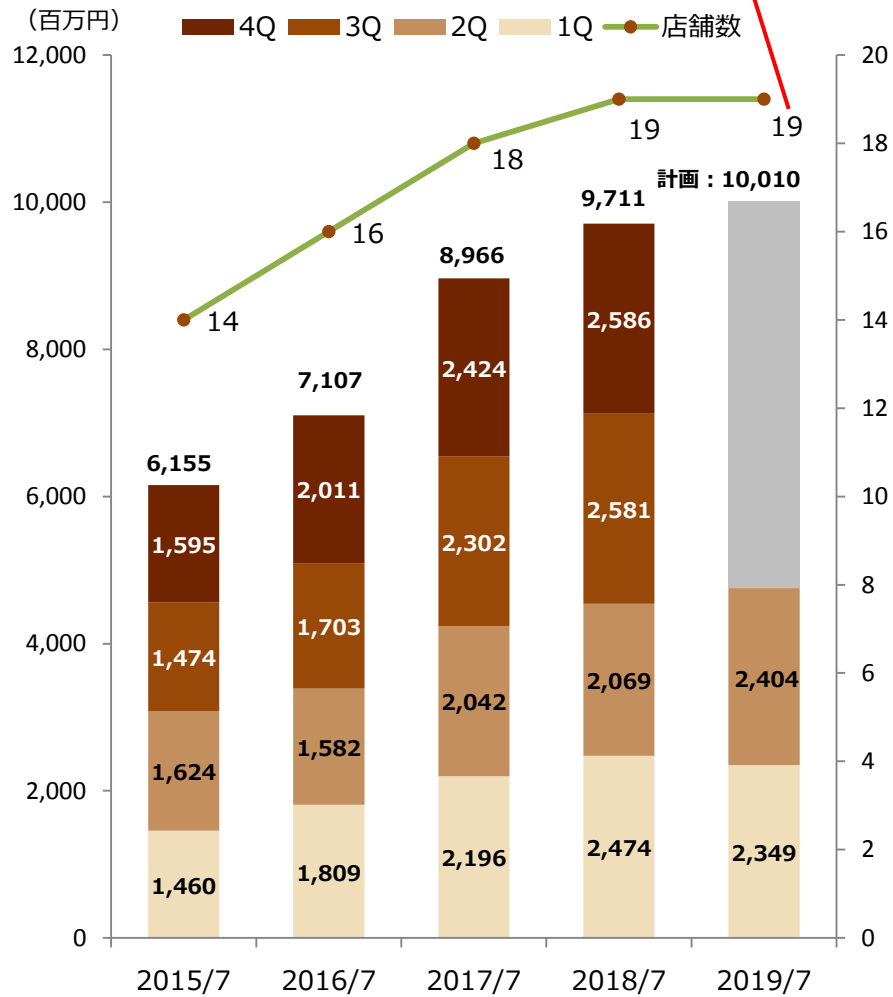
- 上期は先行投資により利益面で第2四半期累計の計画を下回る
- 下期は施行件数が計画を上回り推移、通期の計画には変更なし

(単位：百万円)

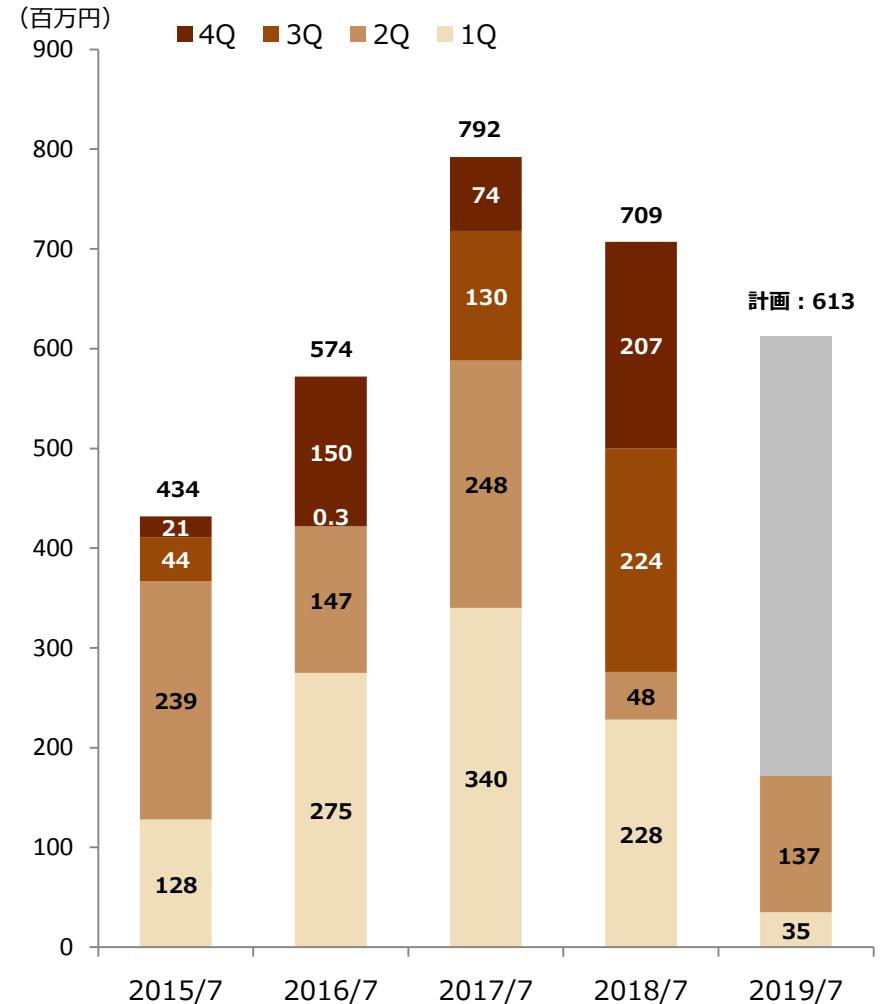
	1Q		2Q		3Q		4Q	
施行件数 (2018/7期実績)	647件		531件		671件		672件	
2019/7期実績と計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画
施行件数	596件	601件	610件	634件	—	681件	—	714件
売上高	2,349	2,288	2,404	2,414	—	2,590	—	2,716
経常利益	35	100	137	209	—	157	—	146
四半期純利益	17	60	89	125	—	94	—	87



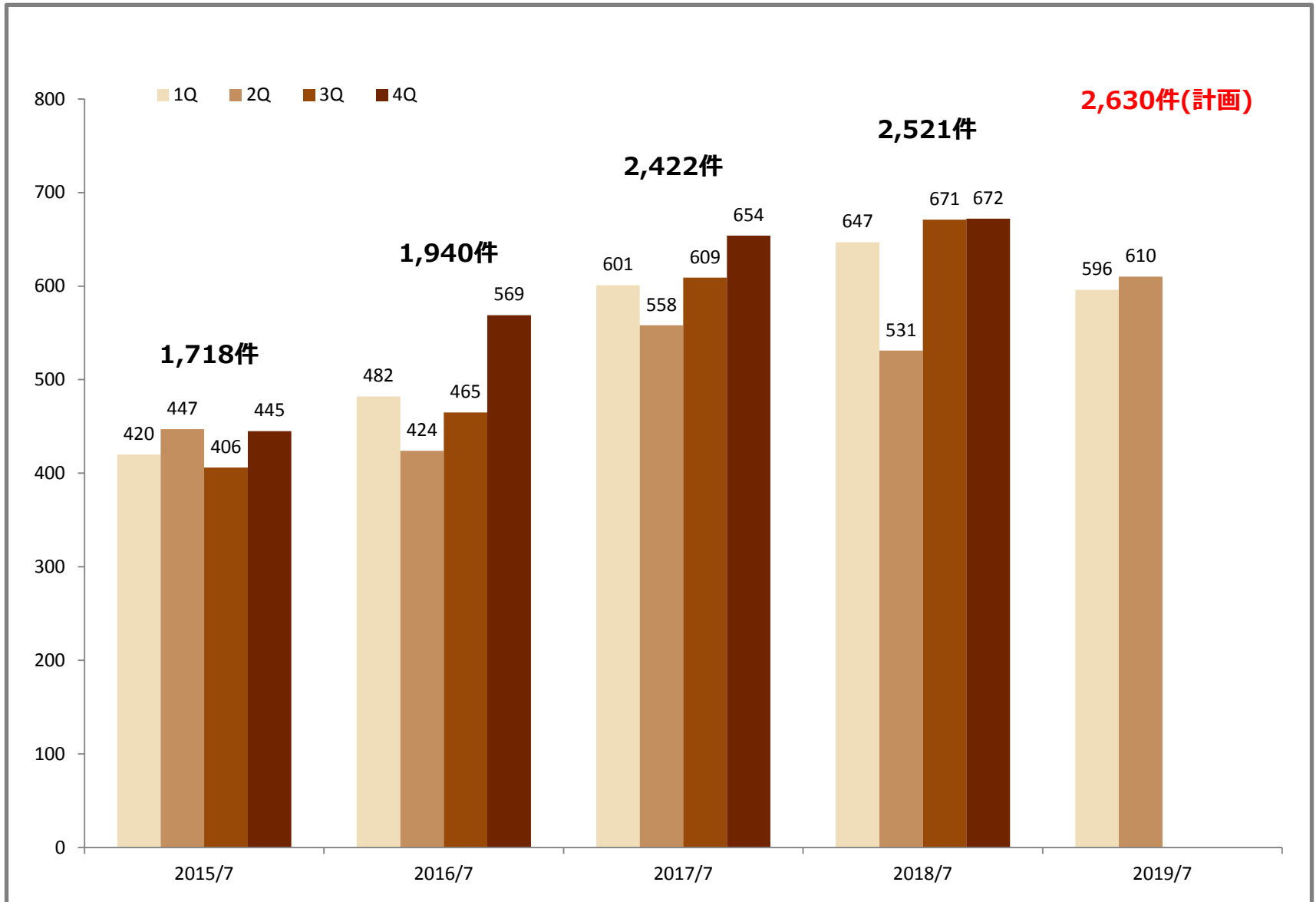
売上高及び店舗数



経常利益



施行件数の推移



(単位：百万円)

	2018/7期末	2019/7期2Q末	増減	増減要因
資産合計	9,297	9,910	613	
流動資産	1,197	1,221	24	
当座資産	1,023	1,026	3	
その他流動資産	173	195	21	
固定資産	8,099	8,688	589	
有形固定資産	7,130	7,689	559	建設仮勘定の増加
無形固定資産	87	86	▲1	
その他の資産	881	912	31	差入保証金等の増加
負債合計	5,974	6,549	575	
流動負債	2,604	2,163	▲440	買掛金、未払金の減少
固定負債	3,369	4,386	1,016	長期借入金の増加
純資産合計	3,322	3,360	38	
負債純資産合計	9,297	9,910	613	

(注) 『税効果会計に係る会計基準』の一部改正(企業会計基準第28号 平成30年2月16日)等を第1四半期会計期間の期首から適用しており、前会計年度に係る金額については、当該会計基準等を遡って適用した後の金額となっております。

営業CFは236百万円で前事業年度末に比べ9百万円増加

投資CFは1,058百万円となり、有形固定資産による支出が1,032百万円

財務CFは840百万円で、主に長期借入金による収入

現金及び現金同等物の四半期末残高は前事業年度に比べ448百万円の増加

(単位：百万円)

	2018年7月期2Q累計	2019年7月期2Q累計	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	227	236	9
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲566	▲1,058	▲491
財務活動によるキャッシュ・フロー	185	840	654
現金及び現金同等物の増減額	▲153	18	171
現金及び現金同等物の期首残高	672	949	276
現金及び現金同等物の四半期末残高	519	968	448

2. ブラスの事業内容

会社名	株式会社ブラス
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
設立年月日	1998年4月
上場市場	東証・名証1部 (コード: 2424)
資本金	534百万円 (2019年1月31日現在)
従業員数	正社員 377名 (2019年1月31日現在)
事業内容	直営店型ハウスウェディング事業

「笑いと涙の結婚式を日本に広めたい」

大阪エリア・静岡エリアの展開強化、来期以降の関東初出店が決まり、「それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創る。」その想いで私たちはこれからも会場をつくり続け、結婚式を通じて地域に貢献するとともに成長していきます。

関東エリア **オープン予定 1店舗**

- ・ 22号店 (千葉県船橋市)

名古屋エリア 4店舗

- ・ 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)
- ・ ヴェルミヨンバーグ (愛知県名古屋市)
- ・ オランジュパール (愛知県日進市)

三河・知多エリア 5店舗

- ・ ブルーブラン (愛知県岡崎市)
- ・ ブランページ (愛知県安城市)
- ・ ルージュアルダン (愛知県豊橋市)
- ・ アージェントパルム (愛知県豊田市)
- ・ マンダリンポルト (愛知県常滑市)

大阪エリア 1店舗

+オープン予定 1店舗

- ・ ブランリール大阪 (大阪府大阪市)
- ・ **ブルーグレース大阪 (大阪府大阪市)**

衣裳店 3店舗

- ・ ビードレッセ名古屋店 (愛知県名古屋市)
- ・ ビードレッセ浜松店 (静岡県浜松市)
- ・ 翔風館 (愛知県北名古屋市)

尾張・岐阜エリア 2店舗

- ・ ルージュブラン (愛知県一宮市)
- ・ ヴェールノアール (岐阜県羽島市)

静岡エリア 4店舗

+オープン予定 1店舗

- ・ マンダリンアリュール (静岡県浜松市)
- ・ **アールオレンジ (静岡県浜松市)**
- ・ ラピスアジュール (静岡県静岡市)
- ・ ラピスコライユ (静岡県静岡市)
- ・ オリゾンブルー (静岡県沼津市)

三重エリア 3店舗

- ・ ミエルクローチェ (三重県鈴鹿市)
- ・ ミエルシトン (三重県四日市市)
- ・ ミエルココン (三重県津市)

「それぞれの新郎新婦にとって、最高の結婚式を創る。」

新郎新婦はもちろん、ふたりが愛するすべての人にとって最高の結婚式を創るために。

創業以来、変わることのないブラスの理念です。

ブラスの使命は、「日本にひとつでも多くのいい結婚式を増やすこと」。

いい結婚式をひとつひとつ増やしていくことが、ブラスの出来る最大の社会貢献であります。

ブラスは、最高の結婚式を創るために絶対変えないこの3つのスタイルを大切にしています。

- ・完全貸切型ゲストハウス
- ・ウエディングプランナー一貫制
- ・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」のプライベート空間。
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のない完全な「プライベート空間」。一つの会場が一つのチームとなり結婚式を創りあげることで非日常体験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、まるで自分の家に友人を招待したかのような雰囲気をお楽しみいただけます。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。

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。

信頼関係を築きながら進めて行くのでお客様の様々な意向をくみ取ることができ、提案が可能になります。

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です。

多くの人が集まりおめでとくと祝ってくれる「かけがえのない一日」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、施行単価も上昇

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。



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

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进行しています。

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、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しています。



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、衛生管理も安心安全。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。



「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

プランナーとお客さまは、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。プラスでは、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ます。

プラス夏祭り

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

プラスとの“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、お二人の思い出をプ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

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。プ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。



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」ことを目指します

リピートのない業界と言われておりますが、当社では新郎新婦・列席者ともに満足度の高い結婚式を提供し続けることで、お客様が新たなお客様を呼び込み、良質な口コミと、独自のドミナント戦略による出店で事業展開しています。

最高の結婚式（顧客満足度が高い結婚式）を創る



口コミがひろがる・地域でのブランディングが確立できる



長期的な利益を生む（安定的な集客の確保・隣接都市への出店を可能にする）

満足度の高いサービスで得た実績・信頼（口コミ）を活かし、ドミナントを形成

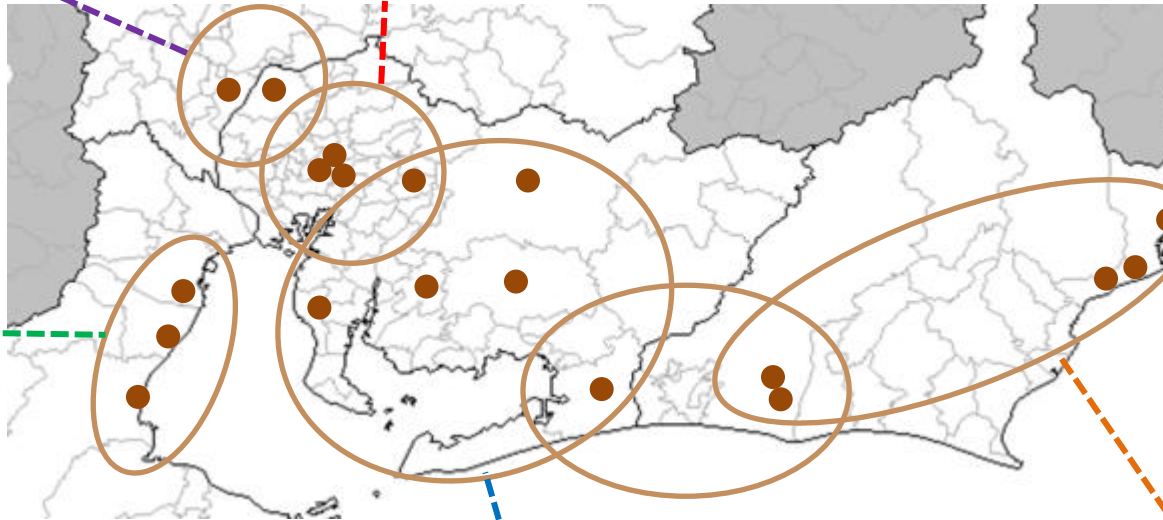
尾張・岐阜エリア



名古屋エリア



三重エリア



静岡エリア



大阪エリア



三河・知多エリア



進出済みエリアでのシェア拡大のみならず、新たな地域に出店し、ドミナントを形成していきます。

2018年オリコン顧客満足度調査「ハウスウェディング」において、 ブラスが総合&全評価項目で第1位を獲得

評価項目別において「式場」「ウェディングプランナー」「料理」「ドレス・衣装」など、
13項目中13項目すべてで第1位を獲得しました。

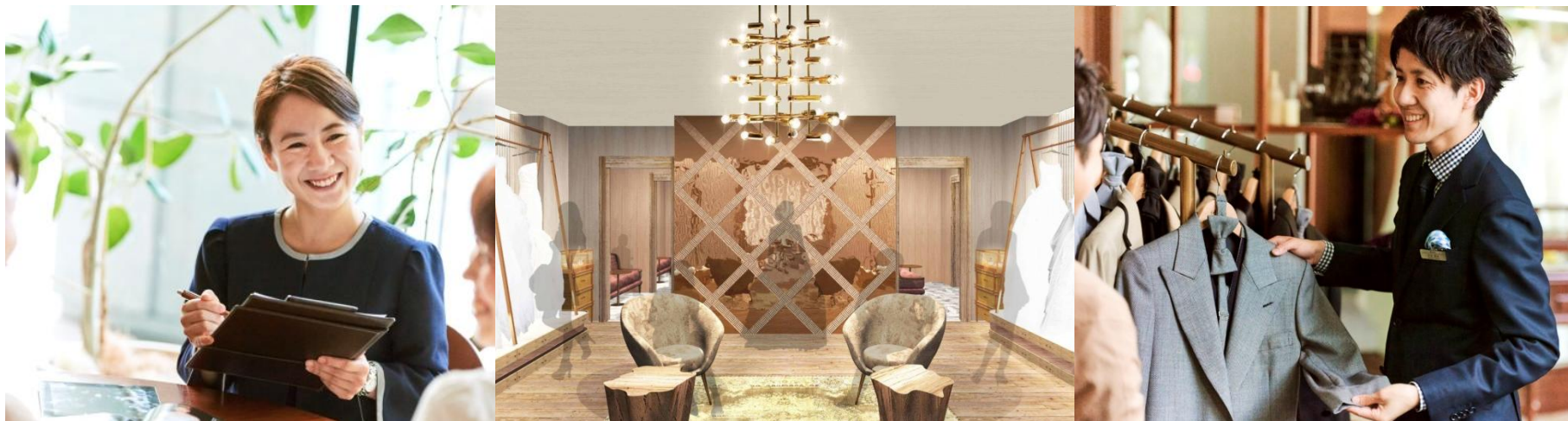
受賞評価項目

- ・サロンの利用のしやすさ
- ・ウェディングプランナー
- ・料理
- ・引き出物
- ・式場
- ・新婦のメイクの仕上がり
- ・式場スタッフの対応
- ・サロンの清潔感・雰囲気
- ・ドレス・衣装
- ・装花
- ・見積もりのわかりやすさ
- ・式・披露宴
- ・写真・ビデオの仕上がり



静岡県浜松市に衣裳店3店舗目となる出店

衣裳店3店舗目となる「ビードレッセ浜松店」が2018年10月に開業。当社の掲げる「それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創る」という経営理念に基づき、婚礼当日を彩る衣裳においても、国内外で買い付けた高品質なドレスや、オリジナルドレスの提供で、より一層顧客のニーズに対応した提案、顧客の満足度を向上させるとともに衣裳事業の更なる展開を推進します。



大阪2店舗目は再び大阪市北区へ出店 大阪エリアドミナント形成へ

大阪市の中でも多数のオフィス・商業施設がひしめく中心部で、ファッション・飲食・アミューズメントが盛んで活気のある茶屋町エリアに隣接し、阪急梅田駅から徒歩5分ほどの立地となります。昨年3月に開業したブランルール大阪に続く、当該エリアのドミナント戦略に則った出店で、関西2店舗目の出店となります。



浜松市2店舗目は郊外型店舗の出店

静岡県内の4施設に続く、5店舗目の出店となります。当エリアにおけるドミナント展開の強化により、当社既存店とはコンセプトを明確に差別化することで、幅広い顧客をターゲットとして、シェア拡大が可能であると判断し、出店を決定いたしました。自然環境豊かなエリアで、広大な敷地を活かして、緑あふれる非日常の空間となる計画です。



関東初進出となる出店は、施設の譲渡案件 2 号店 再活性化する事業モデルとして当施設を運営

当出店は、これまで幅広い支持を受けている千葉県船橋市のレストランウエディング会場「ヴェント モデルノ」を当社が引き継ぎ、リニューアル後、2 2 号店として開業いたします。

出店予定地の船橋市は、千葉県の北西部に位置し、都心からも近く、豊かな交通網を持つなど非常に恵まれた立地条件で、人口は現在約 6 3 万人を擁する全国有数の都市です。当エリアでも市場開拓余地は十分あると考えており、市場拡大による収益成長を図って参ります。



名古屋グランパスと愛知県豊田市のアーjent パルムがパートナー契約を締結



名古屋グランパスのホームタウンのひとつである豊田市のアーjentパルムは、2019年シーズンを通して名古屋グランパスをサポートするとともに、結婚式を通じて地域を盛り上げていきます



•年間1～2店舗の新規出店

建設コストの高騰を踏まえM & A等の出店戦略の多様化を図りながら、より効率的な店舗展開を進めていきます。

•ドレスショップの展開強化

当社独自のドレスの選定とオリジナルドレスの提供で、より一層顧客のニーズに対応した提案、顧客の満足度を向上させるとともに、挙式披露宴単価増を図ります。

•既存店の収益力向上

それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創ることで利用者の満足度を高め、既存店における稼働率の向上を図り、企業価値の最大化を目指します。

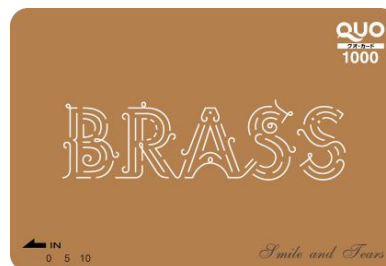
3. 株主還元

1. 優待制度の目的

株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資魅力を高め、当社株式を中長期的に保有していただける株主様の増加を図ることを目的として、株主優待を実施しております。

2. 株主優待制度の内容

株式保有数	優待内容
100株（1単元）以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全国の当社店舗でご利用いただける披露宴割引券10万円分 ■ 当社オリジナルクオカード1,000円分 ■ 株主様向け食事会へ特別価格でご招待 (開催店舗・日時が決まり次第お知らせいたします)



3. 対象

毎年7月末日現在の株主名簿に記載された、当社株式1単元（100株）以上を保有されている株主様を対象といたします。

安定的・継続的に配当を実施

当社は、株主への利益還元を重要な経営目標の一つとして認識したうえで、財務状態・業績・事業計画等を勘案し、株主への利益還元を実施していくことを基本方針としております。

	中間	期末	年間合計	配当性向
2017年7月期（実績）	0円	10円 （普通配当7.5円） （記念配当2.5円）	10円 （普通配当7.5円） （記念配当2.5円）	11.3%
2018年7月期（実績）	0円	12円	12円	30.2%
2019年7月期（予想）	0円	12円	12円	18.6%

4. 市場動向

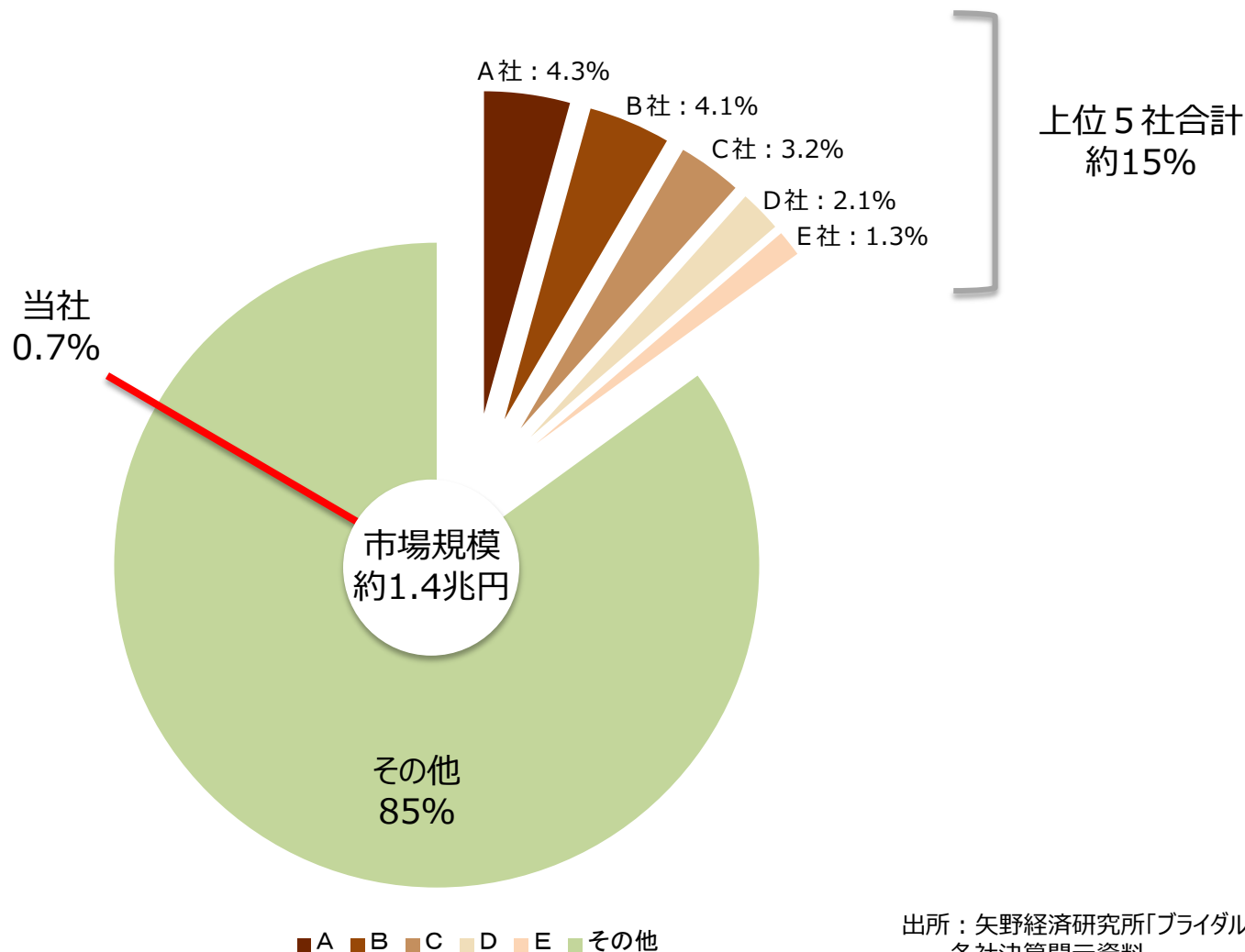
直近の市場規模は約 1 兆4,000億円で推移

挙式披露宴披露パーティの市場規模



出所：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2018年版」

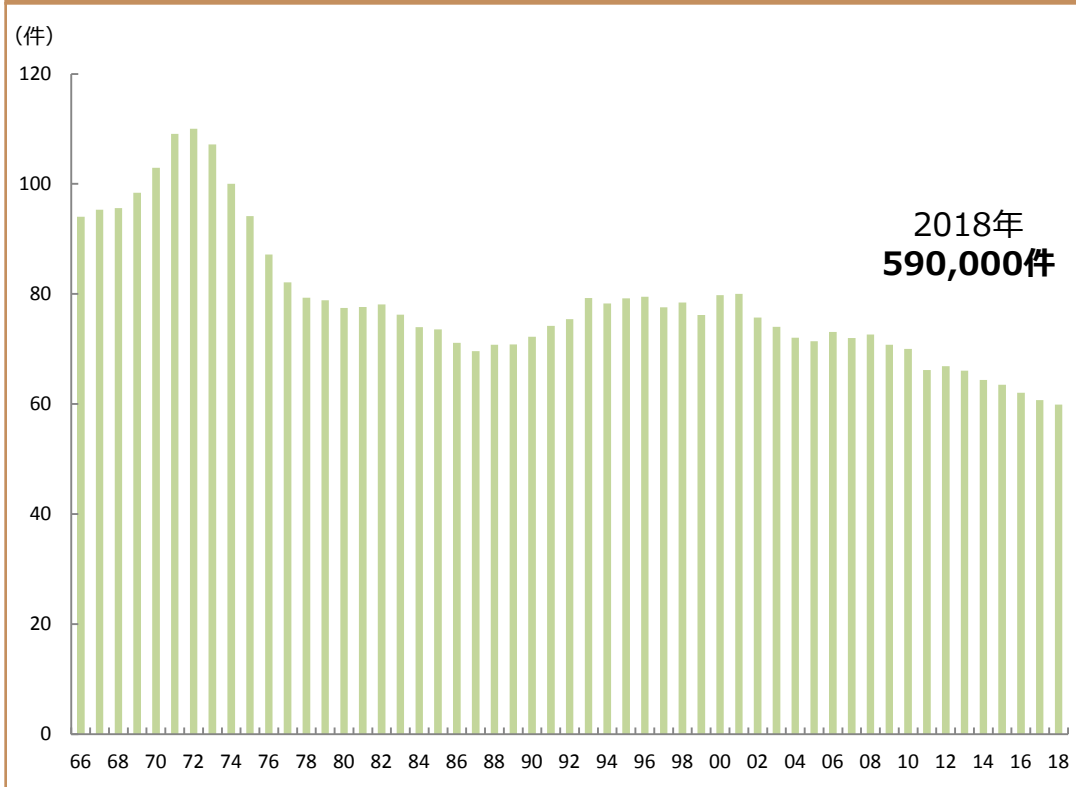
約1.4兆円の市場規模に対し、売上高上位5社の占める割合は約15%
圧倒的なシェアを持つガリバー企業が存在せず、シェア拡大の余地が大きい



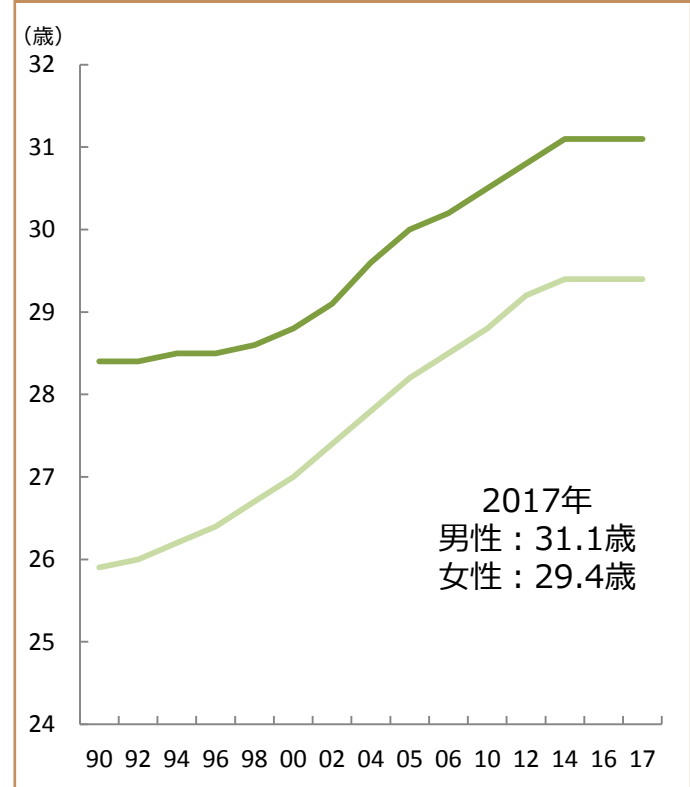
出所：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2018年版」
各社決算開示資料

近年の婚姻件数は60万組前後で推移
晩婚が進み結婚対象となる潜在人口が増加

婚姻届出数



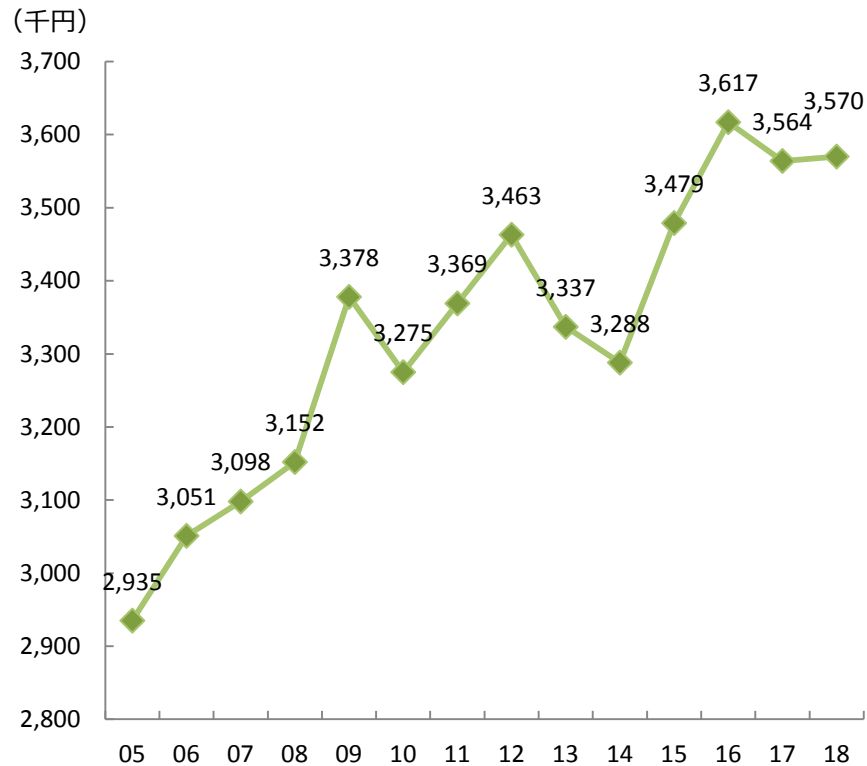
平均初婚年齢



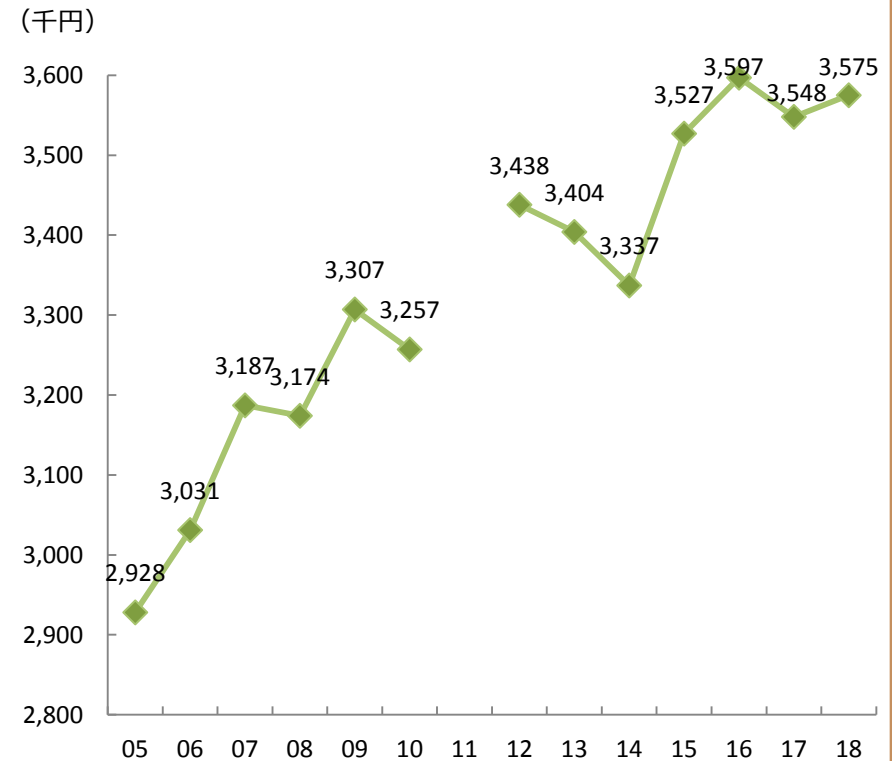
出所：厚生労働省「平成28年人口動態統計（確定数）」

招待客一人当たりにかかる費用が増加傾向

東海地方



全国



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」2018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

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。
- 実際の業績は、当社の事業領域を取り巻く経済状況・関連市場や競合状況・価格競争の動向、国内外の法規制、災害・事故・株価等、多分に今後様々な要因によって上記予想・見込みとは異なるものとなる可能性があります。

○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/corporate/ir/index.html>