

株式会社ブラス

東証・名証1部
証券コード：2424

BRASS | SMILE AND TEARS

2021年7月期第2四半期 決算補足説明資料



2021年3月12日

【アトールテラス鴨川(京都府京都市)】

1. 2021年7月期第2四半期決算概要
2. 2021年7月期業績計画
3. 新型コロナウイルス感染症の影響と対策

参考資料

4. ブラスの事業内容
5. 株主還元
6. 市場動向

1. 2021年7月期第2四半期決算概要

■売上高は施行件数及び施行単価が減少、前期比68.7%

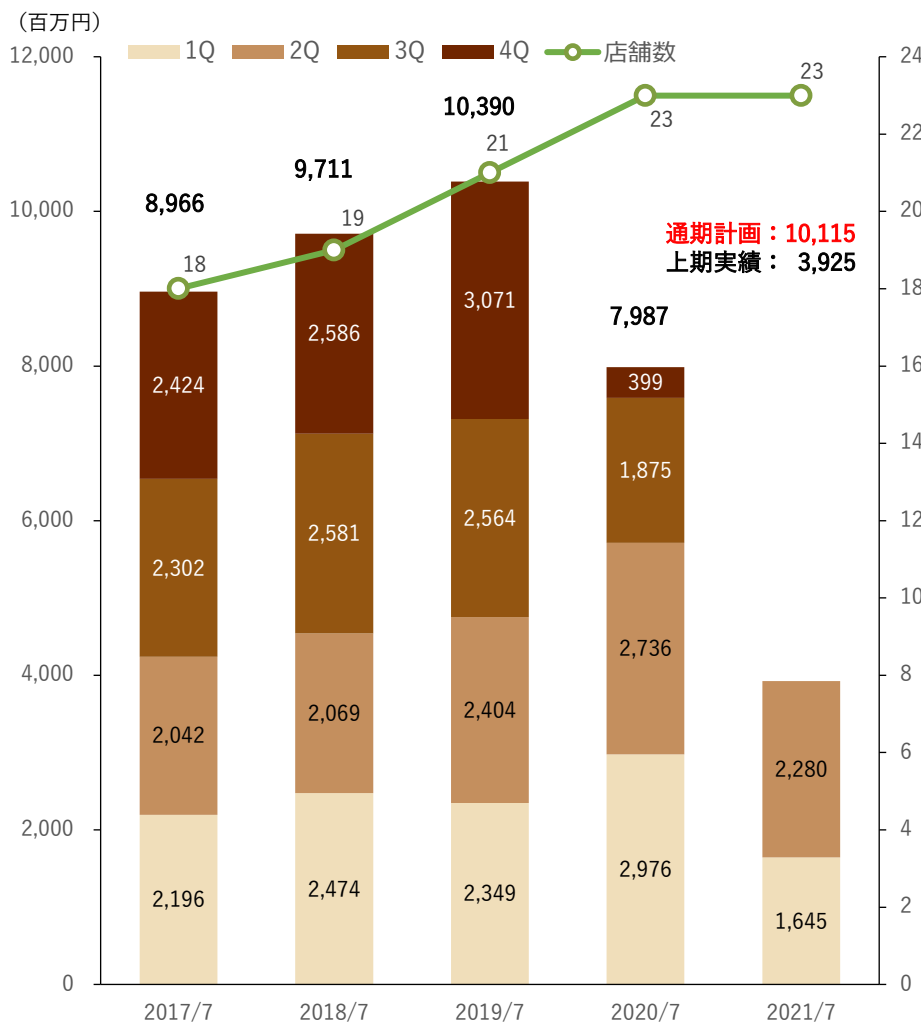
■経常利益は概ね計画通りに婚礼施行を実施、2Q単体黒字177百万円

■営業外収益に雇用調整助成金102百万円を計上

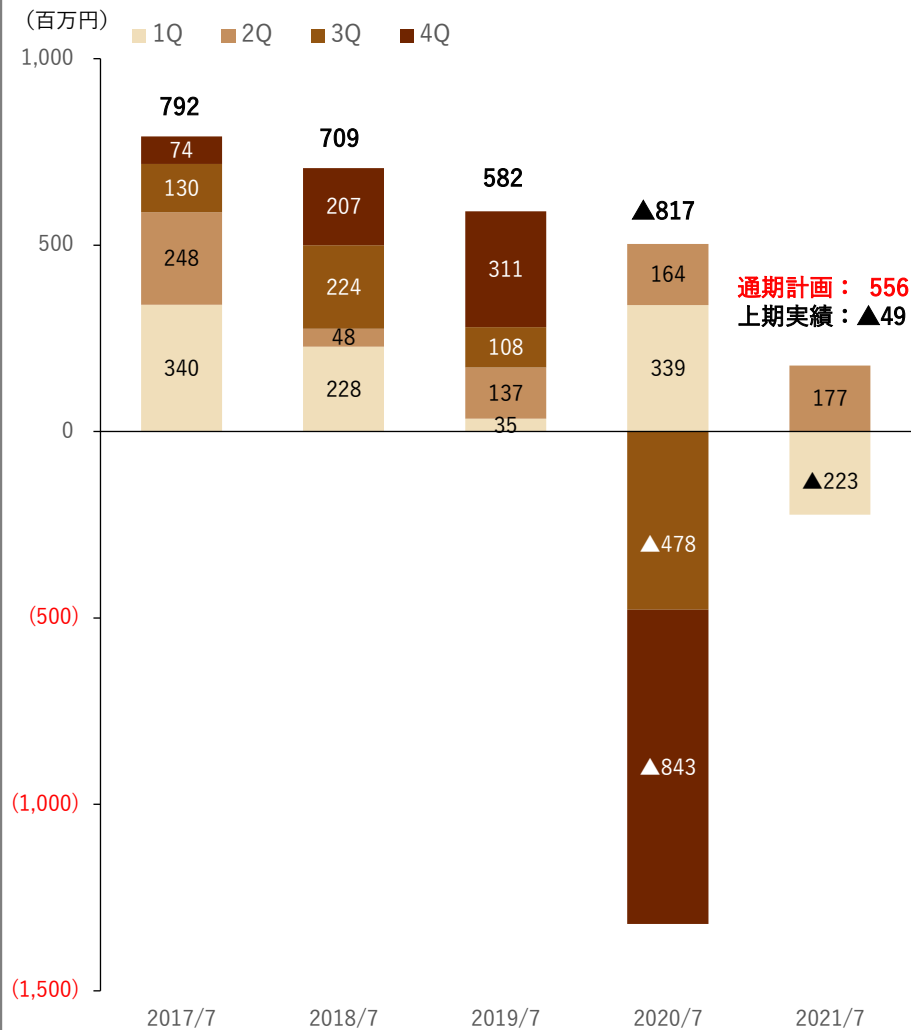
(単位：百万円)

	2020/7期 2Q実績 (売上比)	2021/7期			
		2Q実績 (売上比)	前期比	通期計画	対計画 進捗率
売上高	5,713	3,925	68.7%	10,115	38.8%
売上総利益	3,671 (64.3%)	2,560 (65.2%)	69.8%	6,588	38.9%
販売費及び 一般管理費	3,178 (55.6%)	2,731 (69.6%)	86.0%	6,138	44.5%
営業利益	493 (8.6%)	▲171 (▲4.4%)	—	450	—
経常利益	503 (8.8%)	▲46 (▲1.2%)	—	556	—
四半期純利益	313 (5.5%)	▲48 (▲1.2%)	—	377	—
1株当たり 四半期純利益	55.08円	▲8.51円	—	66.84円	—

売上高及び店舗数



経常利益

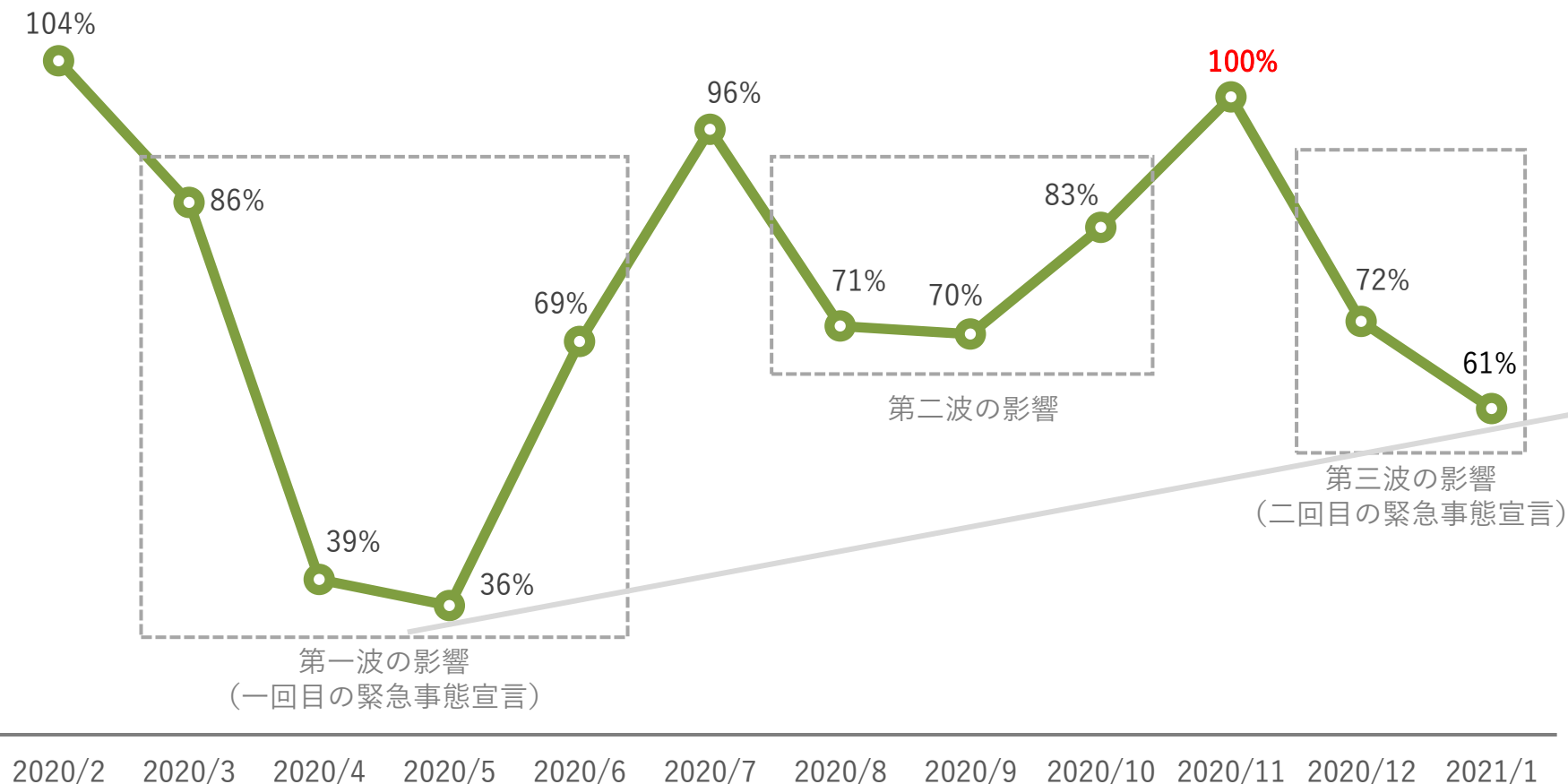


- 施行件数は新型コロナの影響により施行延期が発生、前年比で減少
- 受注件数は緊急事態宣言が大きく影響、前年比で減少
- 平均単価はゲスト数減少が影響、前年を下回る

	2020/7期 2Q累計	2021/7期 2Q累計	増減	前期比
施行件数（件）	1,420	1,096	▲324	77.2%
受注件数（件）	1,613	1,185	▲428	73.5%
平均単価（千円）	3,933	3,439	▲494	87.4%

一店舗当たりの新規来館数実績前年比較

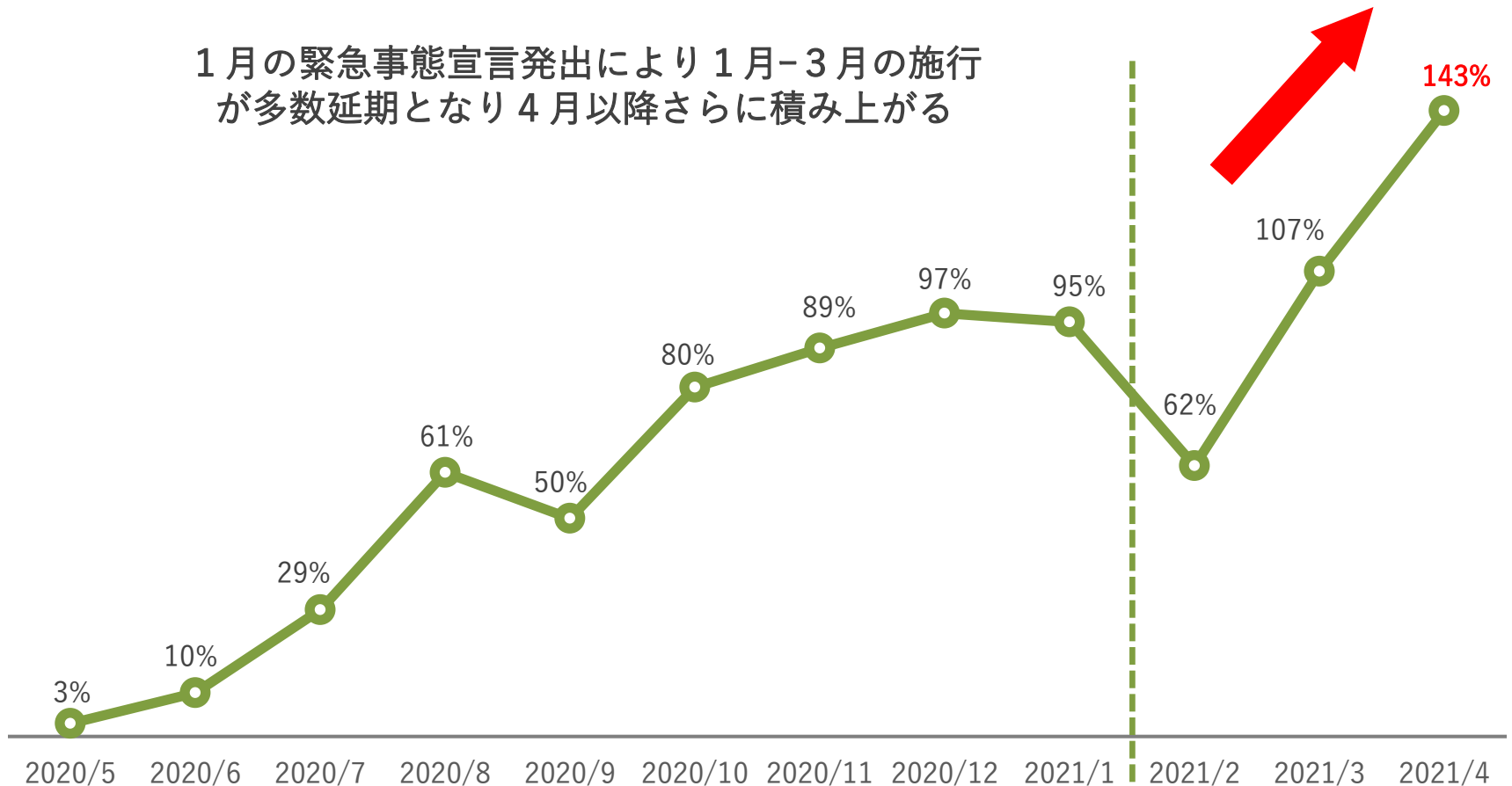
感染拡大期では大きく集客を落とすも、一時は前年比100%まで回復
新型コロナの影響は徐々に薄れる



施行件数実績及び施行予定件数前年比較

1月の緊急事態宣言発出により1月-3月の施行が多数延期となり4月以降さらに積み上がる

4Qは過去最高の施行件数を予定



※2020年3月以降は新型コロナによる影響を受けているため、2021年3月以降は前々年と比較

実績 ← → 見込

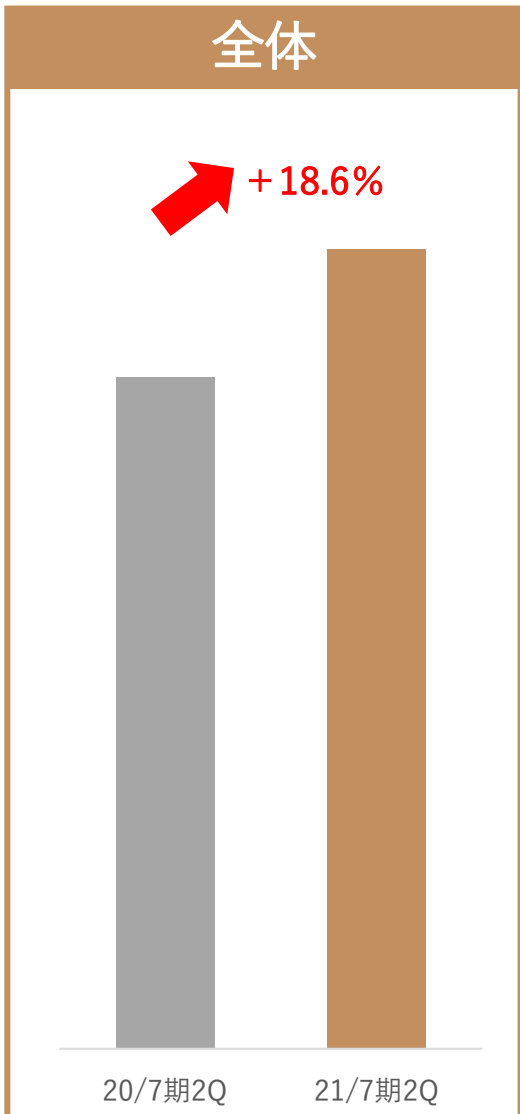
※2021年1月末時点

受注残件数前期比較

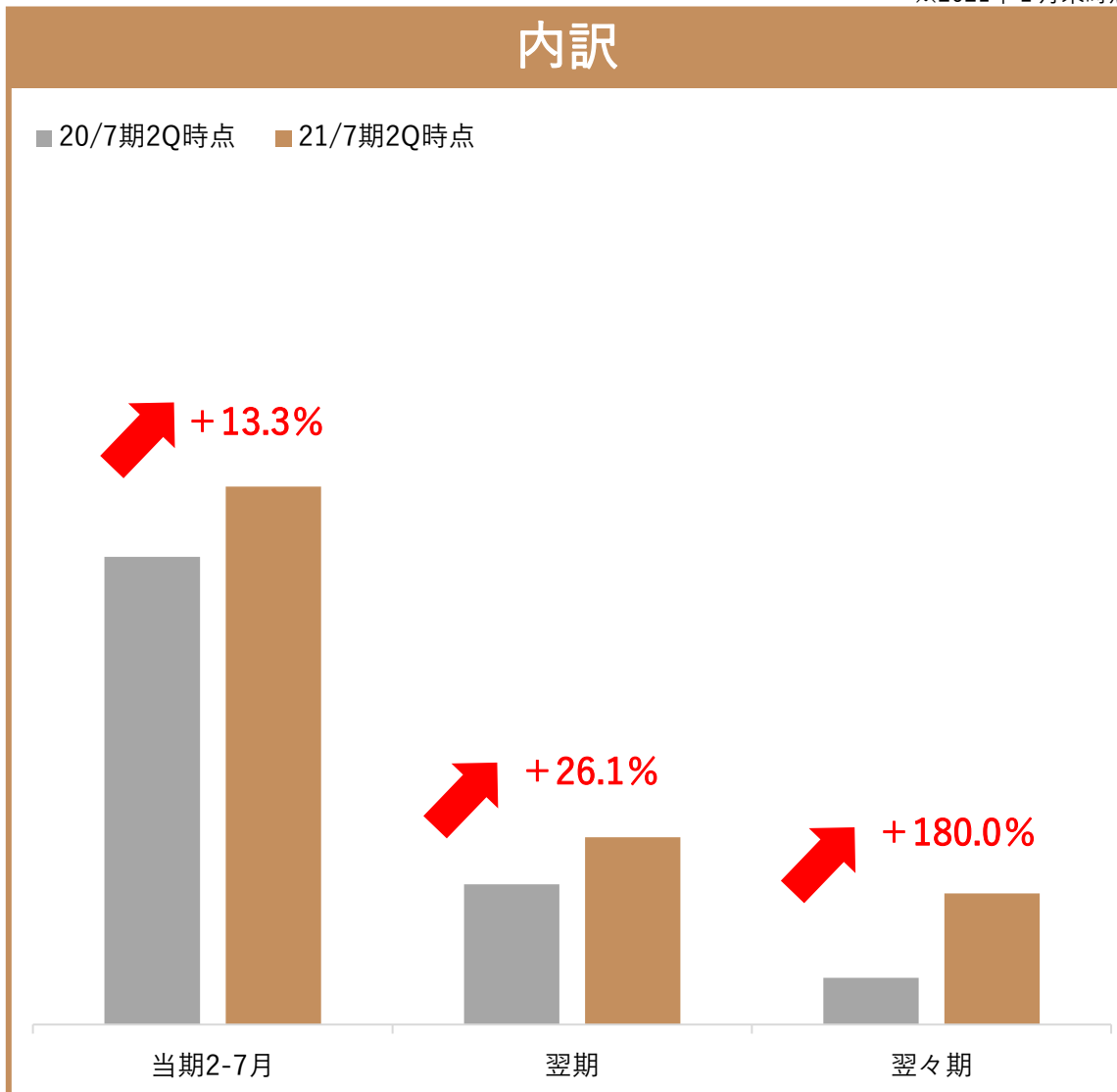
上期実施予定だった婚礼施行で延期が発生、下期以降の受注残件数が増加

※2021年1月末時点

全体

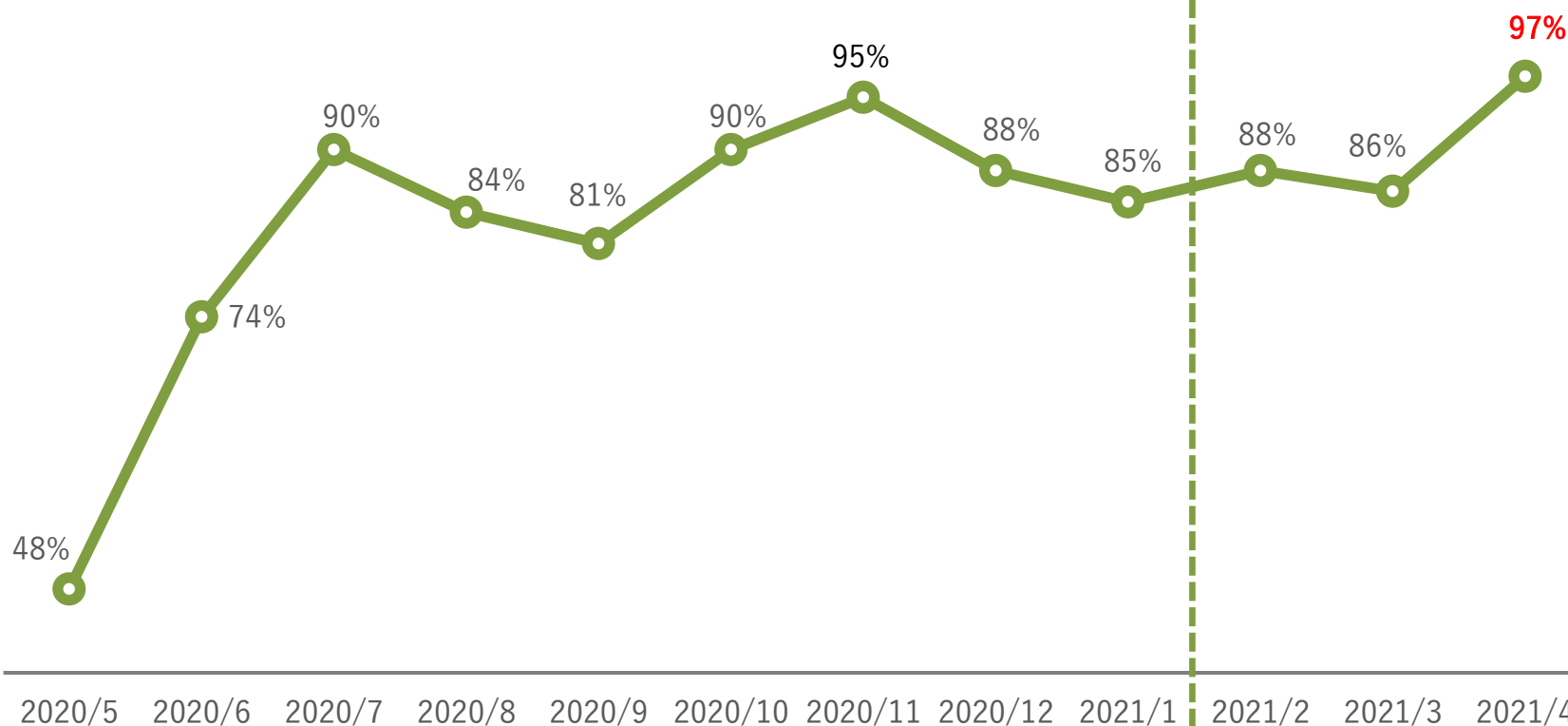


内訳



平均施行単価前年比較（実績と見込）

「第三波」の影響により回復遅れるも、4月以降回復見込み
婚礼施行規模縮小の影響は限定的

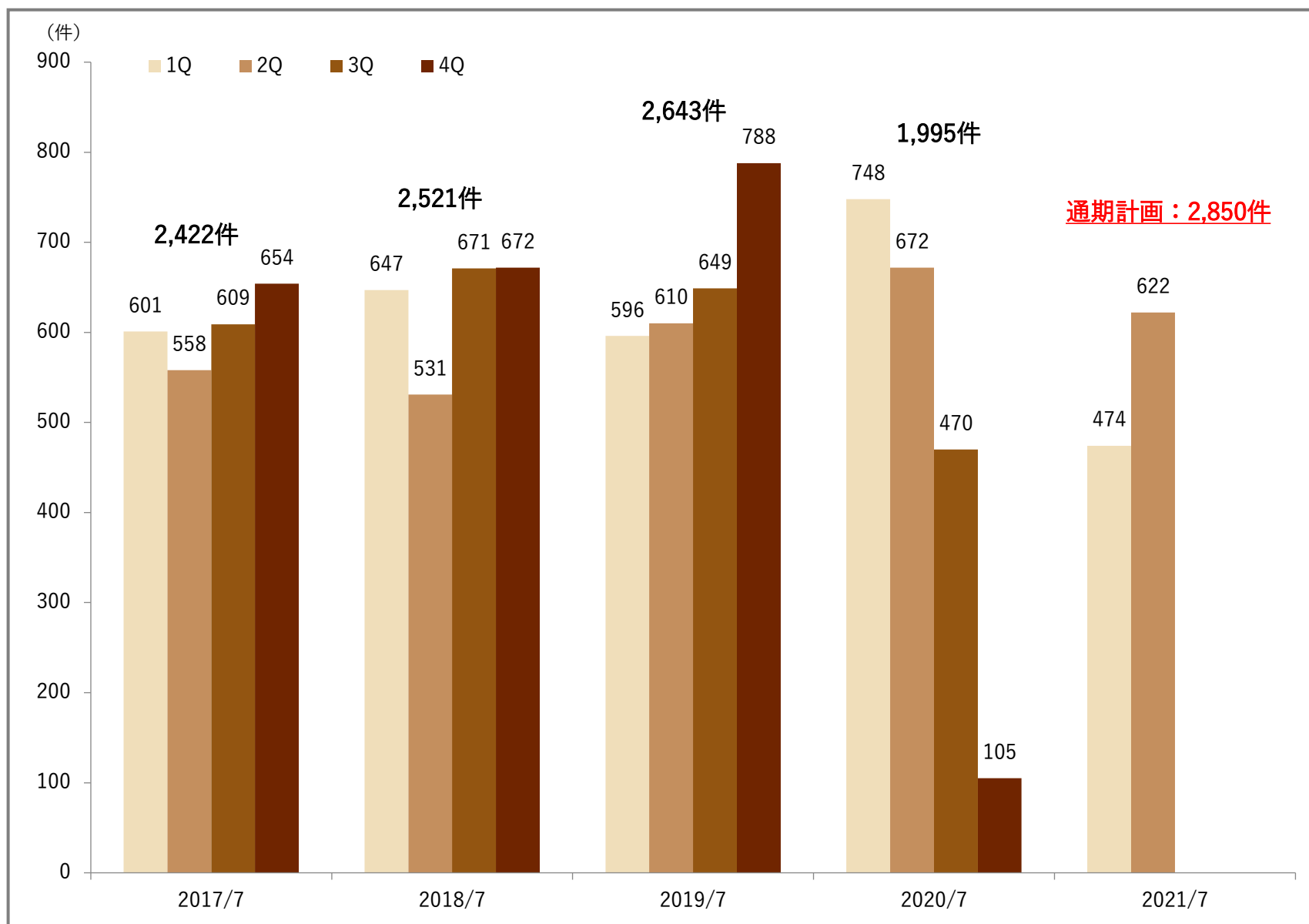


※2020年3月以降は新型コロナによる影響を受けているため、2021年3月以降は前々年と比較

実績 ← → 見込

※2021年1月末時点

施行件数の推移



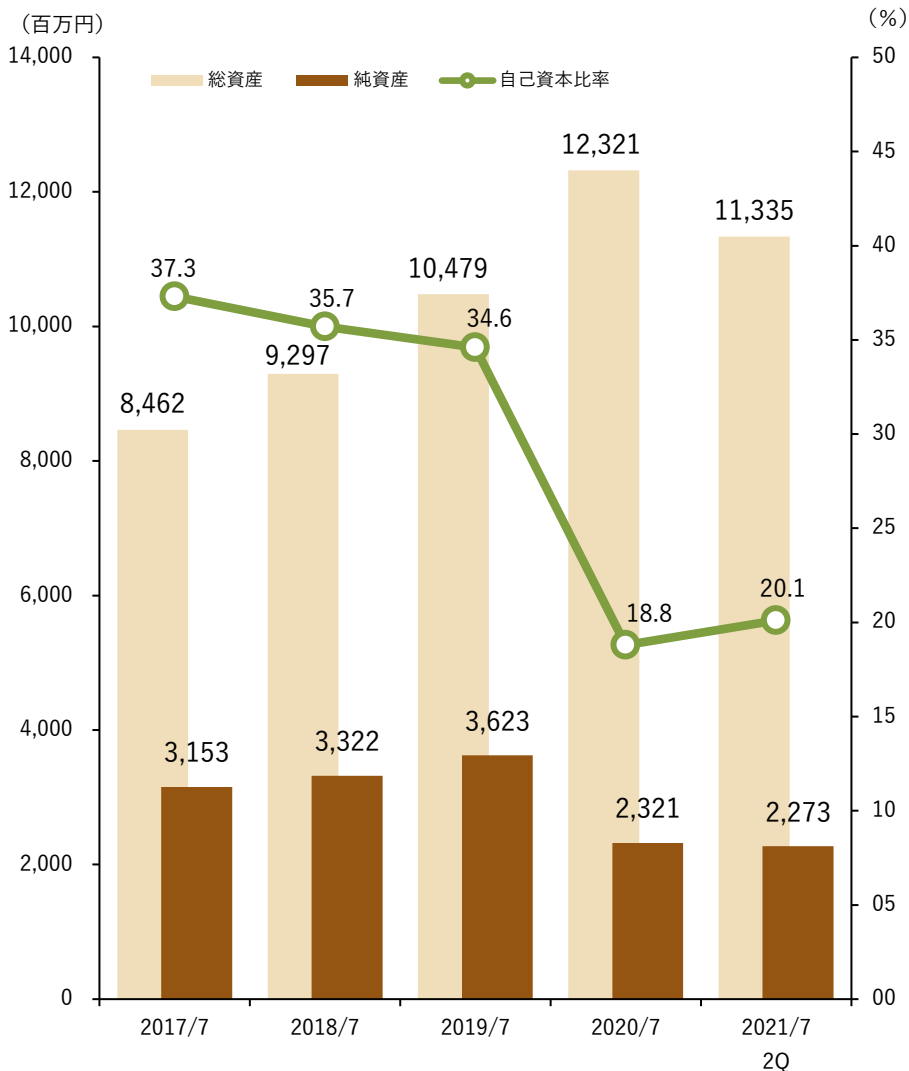
貸借対照表

BRASS

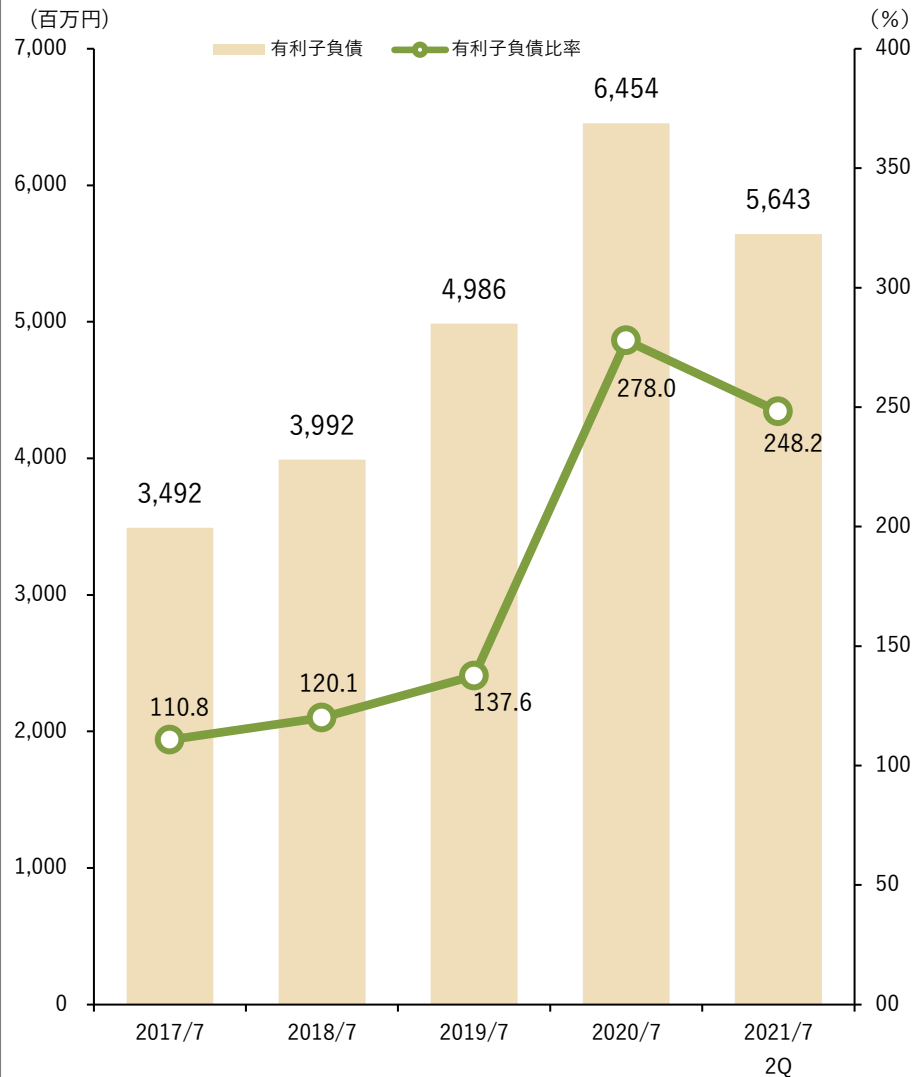
(単位：百万円)

	2020/7期末	2021/1末	増減	増減要因
資産合計	12,321	11,335	▲985	
流動資産	2,596	1,879	▲717	
当座資産	1,994	1,609	▲384	主に現預金の減少
その他流動資産	602	269	▲332	主に未収還付法人税等の減少
固定資産	9,724	9,456	▲268	
有形固定資産	8,576	8,253	▲322	主に減価償却による減少
無形固定資産	82	77	▲4	
その他の資産	1,066	1,125	59	主に子会社への出資による増加
負債合計	9,999	9,062	▲937	
流動負債	4,205	3,932	▲273	主に前受金の減少
固定負債	5,794	5,130	▲663	主に長期借入金の減少
純資産合計	2,321	2,273	▲48	繰越利益剰余金の減少
負債純資産合計	12,321	11,335	▲985	
自己資本比率	18.8%	20.1%	—	
1株当たり純資産	410.98円	402.47円	—	

総資産・純資産・自己資本比率の推移



有利子負債・有利子負債比率の推移



- 営業CFは560百万円、前事業年度末に比べ390百万円減少
- 投資CFは136百万円、有形固定資産による支出が85百万円
- 財務CFは主に長期借入金の返済
- 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293百万円の増加

(単位：百万円)

	2020年7月期 2Q累計	2021年7月期 2Q累計	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	950	560	▲390
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲457	▲136	321
財務活動によるキャッシュ・フロー	11	▲811	▲822
現金及び現金同等物の増減額	504	▲387	▲891
現金及び現金同等物の期首残高	756	1,941	1,185
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,260	1,554	293

2. 2021年7月期業績計画

■ 年間1~2店舗の新規出店

収益改善と財務基盤の安定化を最優先事項とし、新規出店計画を一時的に抑制するが、今後も買収等案件を積極的に調査・検討していきます。

■ コロナ禍での収益力改善

全施設完全貸切型による安心・安全な会場設計に加え、「新しい生活様式」に準拠した当社独自のガイドライン策定など、徹底した感染対策における施行運営の優位性を明確に発信、受注数の改善を図ります。また、コロナ禍においても安定して収益確保できる仕組み及び新たな取組みを順次展開していきます。費用面においては、引き続き主要固定費の抜本的な見直しと削減を推進していきます。

■ ドレスショップ・映像商品の展開強化

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、主要商品の一つである映像制作等の一部を内製化し、より付加価値の高い商品の企画・開発を行い、挙式披露宴単価増を図ります。

2020年12月14日公表の通期業績予想から変更なし

(単位：百万円)

	2020/7期実績	構成比	2021/7期計画	構成比	増減率
売上高	7,987	100.0%	10,115	100.0%	126.6%
売上総利益	5,089	63.7%	6,588	65.1%	129.5%
販管費及び一般管理費	6,079	76.1%	6,138	60.7%	101.0%
営業利益	▲989	▲12.4%	450	4.5%	—
経常利益	▲817	▲10.2%	556	5.5%	—
当期純利益	▲1,183	▲14.8%	377	3.7%	—
1株あたり当期純利益	▲208.56円	—	66.84円	—	—

	2020/7期実績	2021/7期計画	増減率
施行組数 (件)	1,995	2,850	142.9%
平均単価 (千円)	3,872	3,506	90.5%

2Qで計画を上回る利益を計上

■売上

1月の緊急事態宣言発出で売上高への影響が長期化しているが、万全な感染拡大防止対策を講じた上で婚礼施行を実施してきたことにより、売上高は概ね想定どおりに推移

■利益

売上原価のコントロール及び固定費の削減等コスト意識が定着、各利益は想定を上回る

■下期計画

3Qの売上高は1月の緊急事態宣言の影響を最も大きく受ける見通しだが、4Qは過去最高の施行件数を予定、通期では3Qの売上高への影響を吸収する見込み

(単位：百万円)

	2021/7期 2Q実績	2021/7期 2Q計画	増減額	前年同期
売上高	3,925	4,016	▲90	5,713
営業利益	▲171	▲276	105	493
経常利益	▲46	▲178	132	503
四半期純利益	▲48	▲121	73	313

3. 新型コロナウイルス感染症の影響と対策

1

2021年7月期業績への影響

- ・ 1月の緊急事態宣言の発出により施行延期が発生、3Qへ影響継続
- ・ 回復見込みであった2Qの施行単価の伸びは鈍化、4月以降回復見込む

2

受注活動への影響

- ・ 一時は新規来館数100%まで回復するも緊急事態宣言により再び減少
- ・ 全施設完全貸切型による安心・安全な会場設計における優位性、担当プランナー一貫制による新郎新婦との信頼関係構築の優位性で受注数回復を急ぐ

3

販管費削減及び資金の確保

- ・ コスト意識を高めることで損益分岐点の更なる引き下げを図る
- ・ 十分な手元資金は確保済

4

コロナ禍での今後の対応

- ・ 当社独自のガイドラインに沿った、万全な感染対策でお客様及び従業員の健康と安全に十分配慮しながら施行を行うことで継続的に収益を生み出す

笑いと涙であふれる1日を安心して迎えていただけるように、
ブラスでは以下の取り組みを実施しております



1. 消毒液の設置

館内各所・化粧室内にアルコール消毒液を設置しています。手指消毒のご協力をお願いします。



2. 館内消毒

ドアノブ・テーブル・椅子や化粧室・エレベーターなどの共有部は、定期的にアルコール消毒を実施しています。



3. 換気の実施

館内は、空調設備や扉・窓の開放による換気を定期的実施しています。



4. 従業員の健康管理

全従業員は出勤時に体温測定を行い、発熱の症状がある際は出勤停止としています。



5. 手洗い・うがい・消毒の徹底

全従業員に正しい咳エチケットの確認をはじめ、手洗い・うがい・アルコール消毒を徹底しています。



6. 従業員のマスク着用

お客さまの安全及び公衆衛生を考慮し、従業員は原則マスクを着用します。



7. 食品の衛生管理

食品の衛生管理を徹底。また、食材に触れる従業員は、マスクと使い捨てのゴム手袋を着用しています。

NEW NORMAL for
Smile and Tears

結婚式場18社らが発起人、全国1,350会場が賛同を表明
ウェディング業界一丸でwithコロナ時代の祝福の場、実現を目指します



NEW NORMAL for HAPPY WEDDING

私たちは安心して笑顔あふれる結婚式をお手伝いすることを誓います

ソーシャルディスタンスの確保



- ・全施設完全貸切型だからその安心感
- ・様々な会場レイアウトのご提案

準備のサポートも適切な距離感で



- ・オンラインで参加できる打合せや
ブライダルフェアを実施

施設・備品の徹底した衛生管理



- ・館内共有部は、定期的にアルコール
消毒を実施

新しい生活様式の中で、共に人生の一步を踏み出すおふたりが、少しでも早く、安心して、笑顔あふれる結婚式を実現するために、「NEW NORMAL for HAPPY WEDDING宣言」への賛同を表明いたします。

4. ブラスの事業内容

会社名	株式会社ブラス
所在地	愛知県名古屋市中村区名駅2丁目36番20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（2021年1月31日現在）
従業員数	正社員 455名（2021年1月31日現在）
事業内容	直営店型ハウスウエディング事業、外食事業

「笑いと涙の結婚式を日本に広めたい」

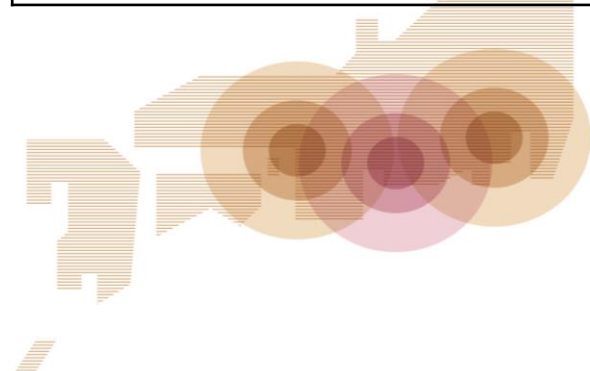
その想いで私たちはこれからも会場をつくり続け、結婚式を通じて地域に貢献するとともに成長していきます。

直営結婚式場23店舗

直営結婚式場23店舗		
愛知県10店舗	岐阜県1店舗	
ブルーレマン名古屋(愛知県名古屋市)	ヴェールノアール(岐阜県羽島市)	
クルヴェット名古屋(愛知県名古屋市)	静岡県5店舗	
ヴェルミヨンバーグ(愛知県名古屋市)	マンダリンアリュール(静岡県浜松市)	
ルージュ：ブラン(愛知県一宮市)	アールオランジュ(静岡県浜松市)	
オランジュ：ベール(愛知県日進市)	ラピスアジュール(静岡県静岡市)	
ブラン：ページュ(愛知県安城市)	ラピスコライユ(静岡県静岡市)	
ルージュアルダン(愛知県豊橋市)	オリゾンブルー(静岡県沼津市)	
アージェントパルム(愛知県豊田市)	千葉県1店舗	
ブルー：ブラン(愛知県岡崎市)	アコールハーブ(千葉県船橋市)	
マンダリンポルト(愛知県常滑市)	京都府1店舗	
<th>三重県3店舗</th>	三重県3店舗	アートルテラス鴨川(京都府京都市)
ミエルシトロン(三重県四日市市)	大阪府2店舗	
ミエルクローチェ(三重県鈴鹿市)	ブランリール大阪(大阪府大阪市)	
ミエルココン(三重県津市)	ブルーグレース大阪(大阪府大阪市)	

衣裳店4店舗

ビードレッセ丸の内(愛知県名古屋市)
ビードレッセ名古屋駅(愛知県名古屋市)
ビードレッセ浜松(静岡県浜松市)
翔風館(愛知県北名古屋市)
レストラン・外食5店舗
クルヴェットダイニング(愛知県名古屋市)
ラピスアジュール(静岡県静岡市)
アートルテラスカモガワ(京都府京都市)
窯焼きステーキ焚火(愛知県名古屋市)
焼き菓子専門店バター(愛知県名古屋市)



「それぞれの新郎新婦にとって、最高の結婚式を創る。」

”結婚式に関わる全員の満足度を追求する”という業界の常識の真逆ともいえる非効率なスタイルを貫き、いい結婚式を創る。満足度の高い結婚式こそ明確な差別化になり、質の高い口コミを生むことができる。地域で永く愛される結婚式場になることが、安定的な成長につながり、リピートがないと言われている業界でリピートを生み出す。

差別化要因

- ・ 3つのプラススタイル
- ・ 料理の質へのこだわり
- ・ 進行にこだわった披露宴

高付加価値婚礼ドレス

- ・ 世界のアトリエで選び抜いたドレス
- ・ 花嫁の意見を汲んだオリジナルドレス

満足度の高い 結婚式の追求

全店直営

- ・ 独自の出店戦略に沿った店舗展開
- ・ 利益偏重を生まない仕組み

新卒採用

アルバイトスタッフの直接雇用

- ・ 経営理念の浸透
- ・ チームビルディングの優位性

世の中に一つでも多くの「いい結婚式」を創り続けること それこそがブラスの使命であり存在意義

「永く地域に愛される結婚式場になり、長期的な利益を創造すること」はもちろん、それぞれの新郎新婦に合わせたより良い結婚式を創り、従業員の満足度も高めるために必要だと考える3つのウエディングスタイルは創業当時から貫いています。

ブラスは、最高の結婚式を創るためにこの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、
質の高い時間・料理・サービスを提供することができます。

1チャペル・1パーティ会場
・1キッチン

ひとつの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、他のお客様とすれ違うことのない完全な「プライベート空間」

ホームパーティの
ような空間

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。一つの会場が一つのチームとなり非日常体験を提供

時間も完全に貸し切り

訪れた方すべてにゆったり贅沢な時間を。当日の進行は、まわりの結婚식을気にすることなく、時間も貸し切りに



一つの結婚式に、スタッフ全員で向き合いたい、その思いから**全空間を完全貸切**にしています

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人のウェ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ます。

新規接客
(営業)

打合せ
(企画・プランニング)

結婚式施行
(キャプテン業務)

一貫制がなぜそれぞれの最高につながるのか？



長い時間を共に過ごしたウェディングプランナーだからこそ
ゆるがない**信頼関係**を構築できる

オープンキッチン & 料理へのこだわり

進行に合わせてベストなタイミングで料理を提供できるように。
ブラスのすべての会場では、キッチンとバンケットが隣接するように設計されています。

進行に合わせた料理の提供

シェフやパティシエも
演出に参加

既製品を一切使わず
すべて手づくり



料理の質と創り手の心あらゆる“温度”にこだわって料理を提供することこそ
ブラスが考える「結婚式の料理」のあるべき姿です

“ブラスの結婚式をもっと良くしたい” その思いからB.DRESSER（ビードレッセ）が誕生

「最高の結婚式」には「最高の商品」

「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、より一層顧客のニーズに対応した提案を可能にするため、ドレスコーディネーター自らが世界各国を巡り、アトリエやデザイナーを訪ねそれぞれの会場の雰囲気に合わせてドレスやアクセサリーを買い付けております。

「B.DRESSER」でしか着ることができないドレスの品揃えを充実し、顧客満足度向上に繋がります。



「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。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ます。



ブラス夏祭り

毎年開催している「夏の撮影会（夏祭り）」は結婚式を挙げられたお客様をお招きして行う、ブラスファミリーだけの特権です。

夏祭り撮影会

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

結婚式を挙げていただいた場所で撮影するご家族写真をブラスメモリアルアルバムに綴っていただきます。



結婚式はリピートのない一度きりのイベントだからこそ、
「いい結婚式をして、口コミでいっぱいにする」
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

最高の結婚式（顧客満足度が高い結婚式）を創る



口コミが広がる・地域でのブランディングが確立できる



安定的な集客の確保・隣接都市への出店を可能にする



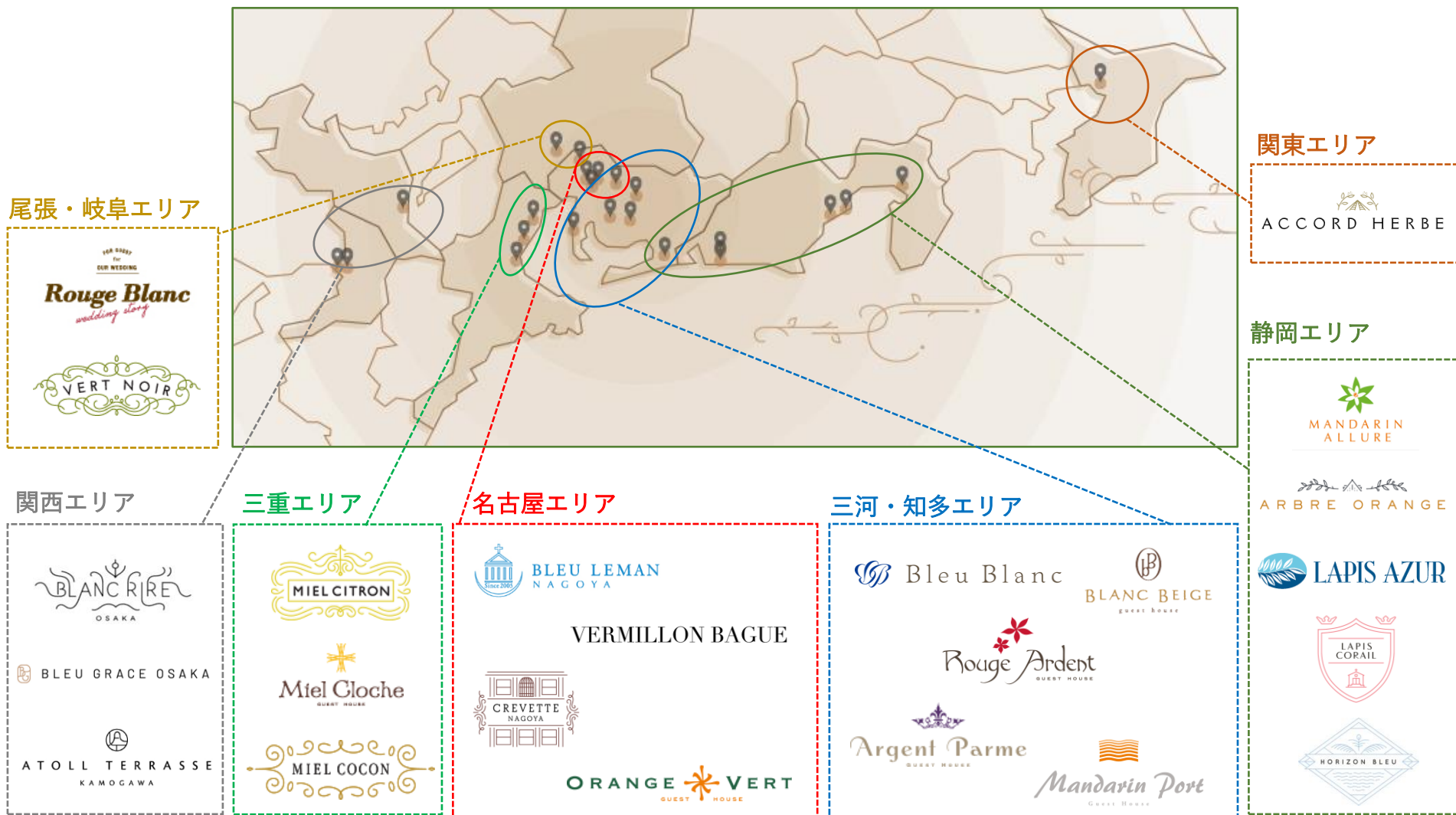
大型リニューアルをしない（会場を長く使う）



収益の最大化・長期利益の創出

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。また、当業界で一般的である「定期的な大型リニューアル」はせず、会場を長く使うことで収益を最大化させます。

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



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

ブラス創業の地である愛知県一宮市出身の プロテニスプレーヤー日比野菜緒選手と所属契約を更新

今後の世界ツアーでの活躍はもちろん、2021年東京オリンピック出場が期待されている日比野菜緒選手を、株式会社ブラスは今年も応援していきます。また、それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創るべく、日比野選手のファンや、テニスを楽しむカップルの皆様にも、100組100通りのブラスウェディングを提案し続けてまいります。

プロフィール

出身地：愛知県一宮市

生年月日：1994年11月28日

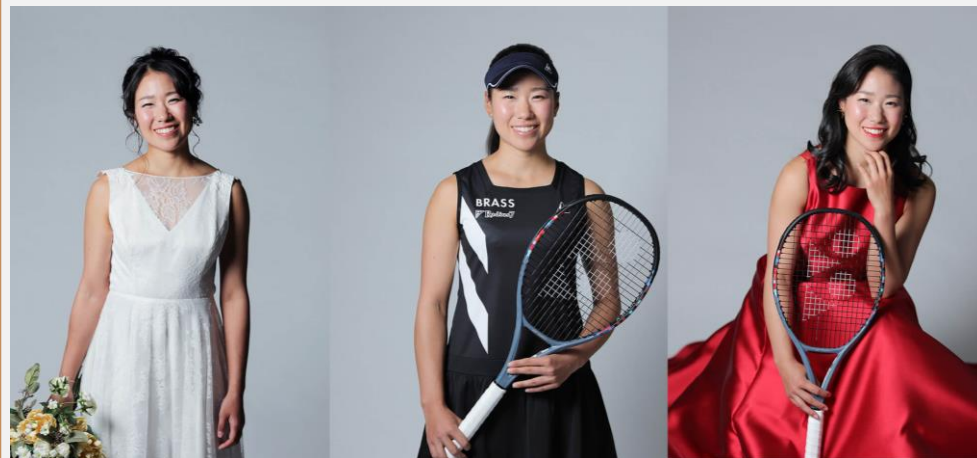
身長：163cm

利き腕：右

プロ転向：2013年4月

WTAランキング：76位（2021年2月8日時点）

JTAランキング：1位（2021年2月8日時点）



名古屋グランパスと愛知県豊田市の アーゼントパルムがパートナー契約を更新



愛知県豊田市の結婚式場「アーゼントパルム」はこのたび、「Jリーグ株式会社名古屋グランパスエイト」とのパートナー契約を更新しました。本年も名古屋グランパスを全力でサポートするとともに、グランパスサポーターのみなさまを、笑いと涙の結婚式で盛り上げてまいります。



「アーゼントパルム」で結婚式を挙げる新郎新婦のみなさまには、名古屋グランパスに関連する様々な結婚式の特典がご利用いただけます。

5. 株主還元

1. 優待制度の目的

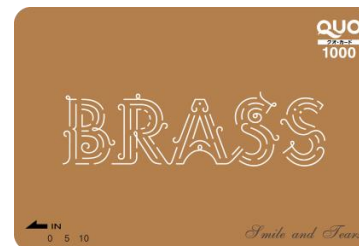
株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資魅力を高め、当社株式を中長期的に保有していただける株主様の増加を図ることを目的として、株主優待を実施しております。

2. 株主優待制度の内容と対象

株式保有数	継続保有期間条件	優待内容
100株以上 200株未満	半年以上※1	<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 ■ 株主様向け食事会へ特別価格でご招待
200株以上		<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 ■ 株主様向け食事会へ特別価格でご招待※2 ■ 当社オリジナルクオカード1,000円分

※1. 継続保有期間条件半年以上とは、中間期株主名簿及び期末期株主名簿に同一株主番号で連続して記載または記録され、かつ、規定株式数以上の当社株式を保有していることをいう。

※2. 2020年7月期株主様向け食事会につきましては引き続き状況を注視し、決定し次第お知らせいたします。



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。

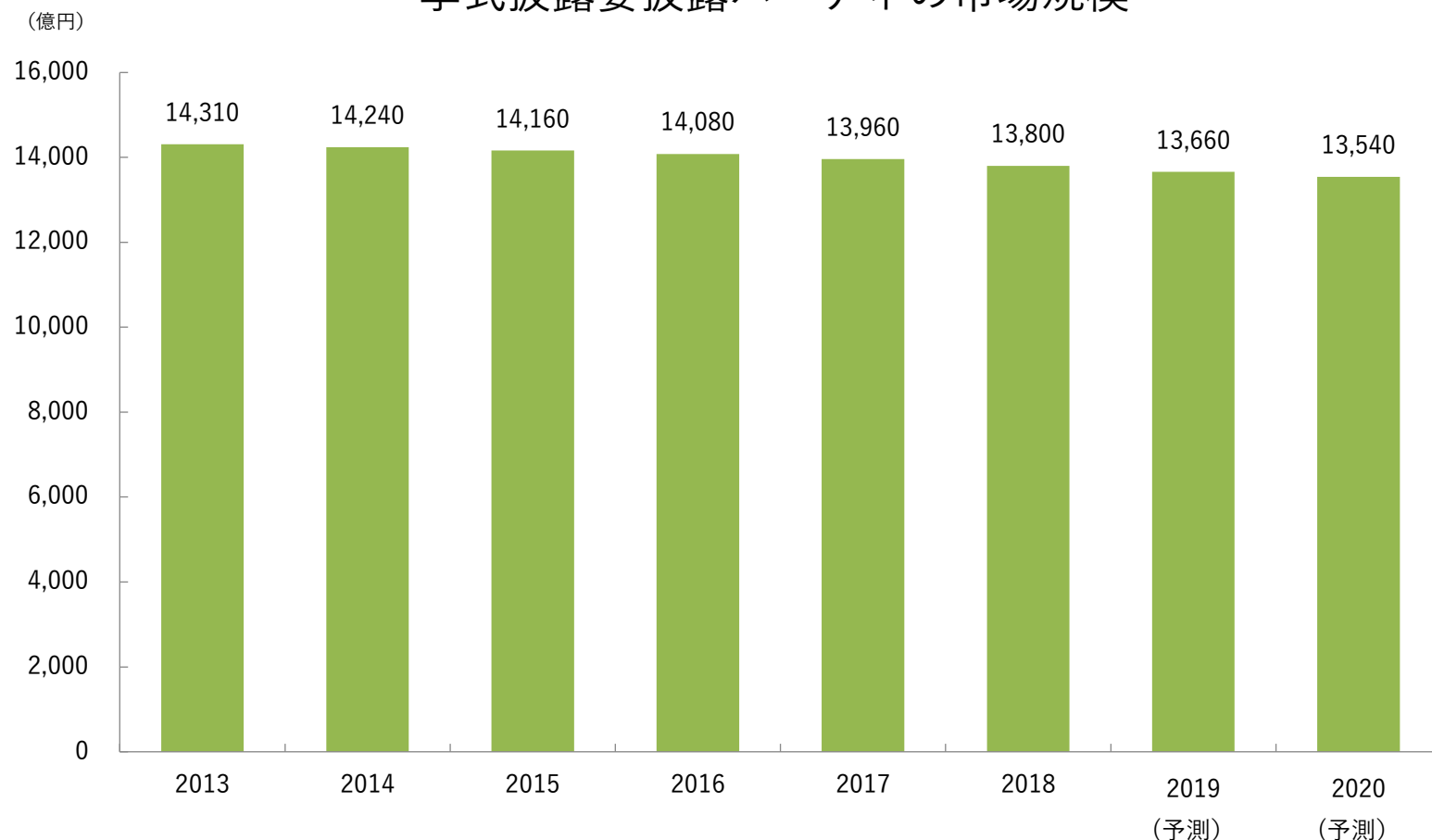
期末配当予想については新型コロナウイルス感染症の影響見通しが不透明なため、引き続き未定とさせていただき、算出が可能となった時点で公表する予定です。

	中間	期末	年間合計	配当性向
2019年7月期（実績）	0円	12円	12円	18.6%
2020年7月期（実績）	0円	0円	0円	—
2021年7月期（予想）	0円	未定	未定	—

6. 市場動向

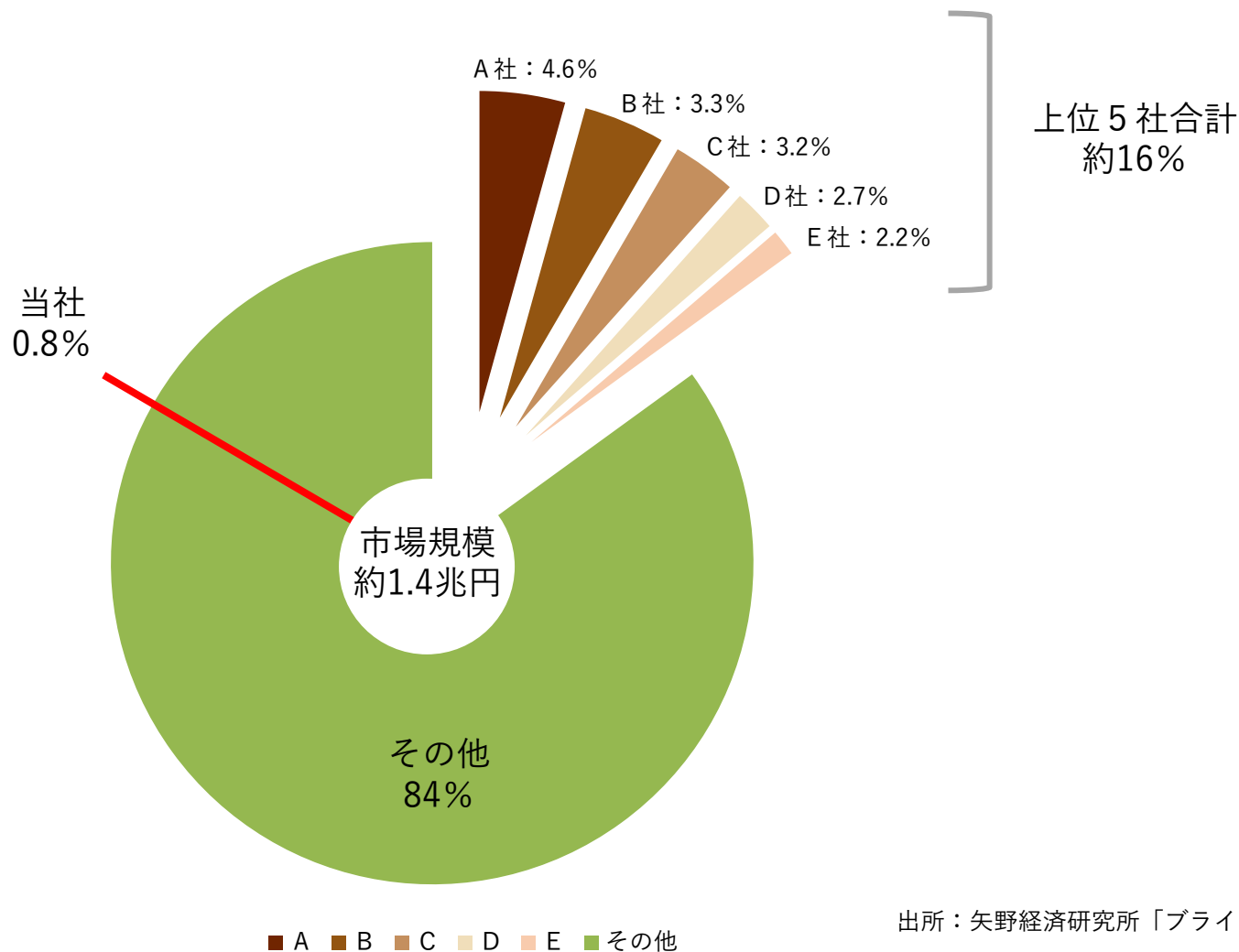
直近の市場規模は約 1 兆4,000億円で推移

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2019年版」

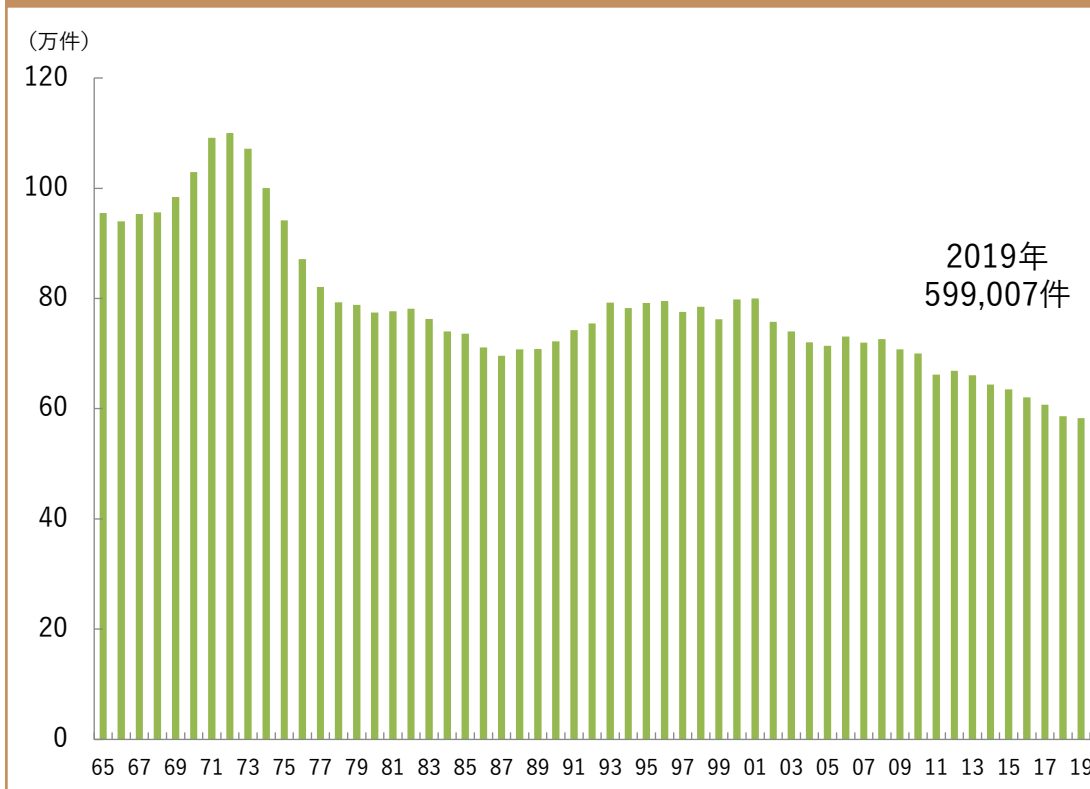
約1.4兆円の市場規模に対し、売上高上位5社の占める割合は約16%
圧倒的なシェアを持つガリバー企業が存在せず、シェア拡大の余地が大きい



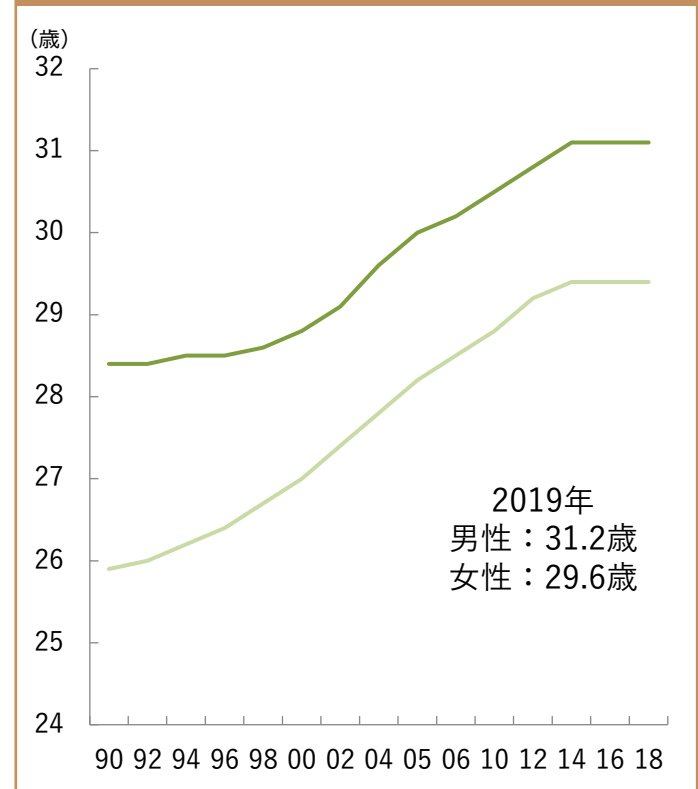
出所：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2019年版」

近年の婚姻件数は60万組前後で推移

婚姻届出数



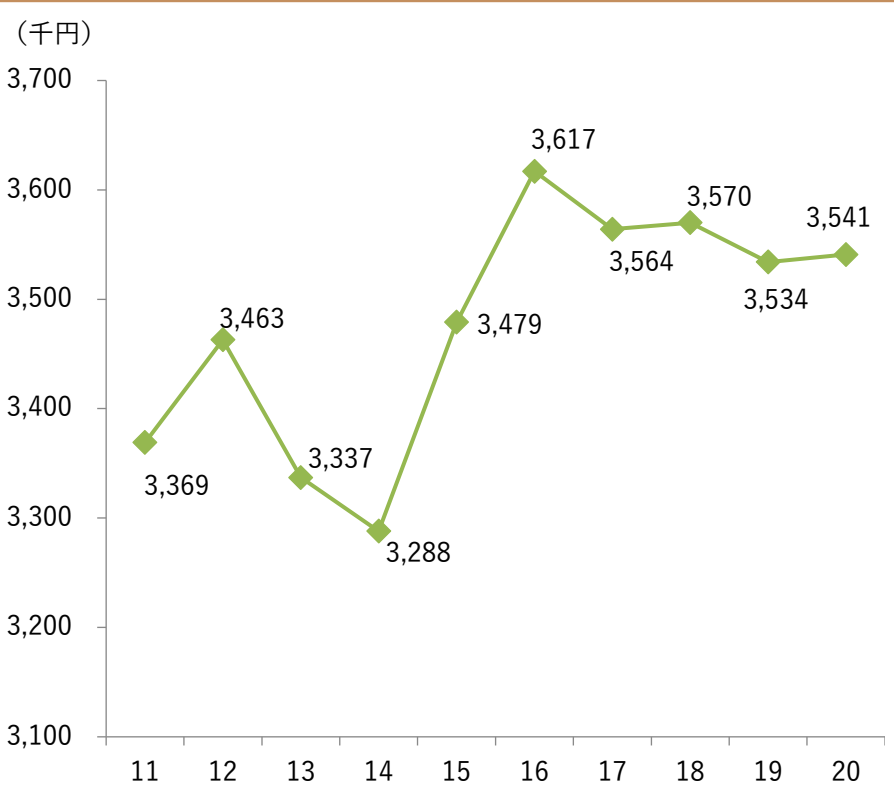
平均初婚年齢



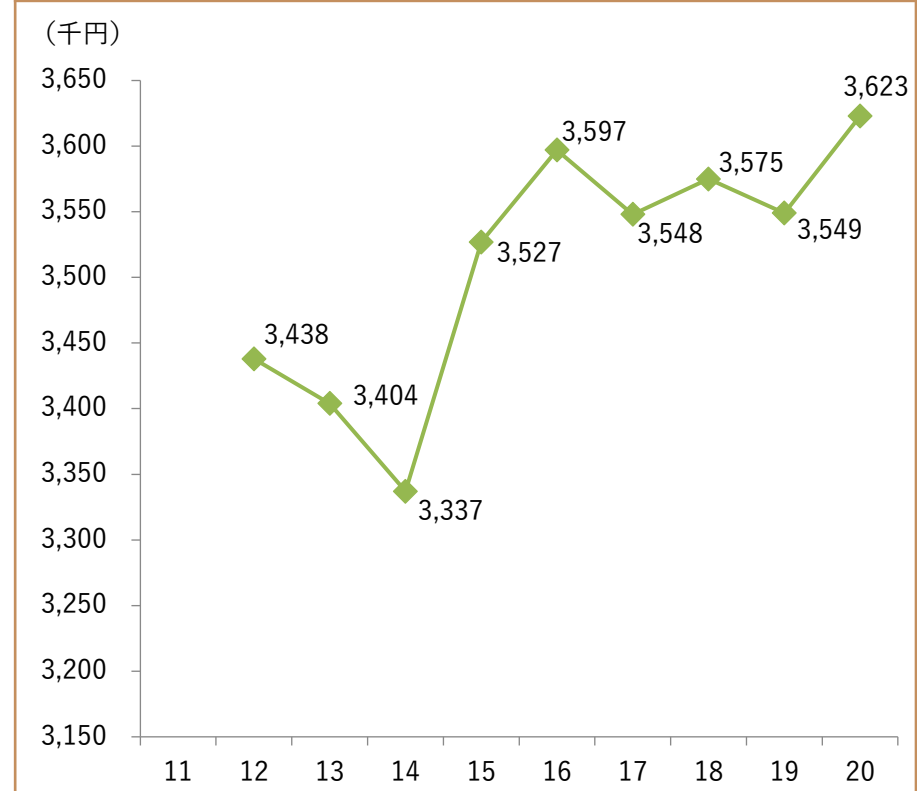
出所：厚生労働省「令和元年人口動態統計（確定数）」

招待客一人当たりにかかる費用は全国的に増加傾向

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」2020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

史上初、2020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、 3年連続で当社が総合で第1位を獲得

評価項目別においても、「ウェディングプランナー」「料理」「ドレス・衣装」など、11項目で1位となりました。なお、2018年・2019年・2020年と【3年連続】で総合1位となり、これは同調査では史上初となります。



それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創る。
プラスグループは東海・関西・関東に一軒家貸切ゲストハウスを23店舗展開しています。

BRASS | SMILE AND TEARS

当社の想いに共感し、たくさんの結婚式を任せてくださった新郎新婦のみなさま、プラスに関わるすべての方のご支援の賜物と、心より感謝しております。

昨今の社会状況の中で、当社が創業以来追い求め続けてきた「それぞれ」にあわせた結婚式こそが、今求められていると感じています。

「完全貸切ゲストハウス・ウェディングプランナー一貫制・オープンキッチン」という、プラスウェディングの強みを最大限に生かし、これまで以上に、誠実に丁寧に、お客様と向き合っていきたいと思っております。

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 IR室

TEL：052-446-5338

E-Mail：ir@brass.ne.jp

URL： <https://www.brass.ne.jp/inquiry/form/?inquiry=ir>