

**BEST BRIDAL**

**2012年12月期 第2四半期決算説明資料**

---

株式会社ベストブライダル  
<http://www.bestbridal.co.jp/>

2012年8月9日

## 1. 2012年12月期第2四半期決算概要

連結決算概要	3
連結営業利益・経常利益・四半期純利益の状況	4
連結四半期業績推移①	5
連結四半期業績推移②	6
連結貸借対照表	7
国内事業の状況 総括	8
国内事業の状況 国内ゲストハウスの状況（個別決算ベース）	9
国内事業の状況 受注件数・受注残高の状況	10
海外事業の状況 総括	11

## 2. 2012年12月期業績予想

連結業績予想①	13
連結業績予想②	14

## 3. 今後の事業戦略

今後の事業戦略	16
国内事業戦略 「地域1番店戦略」の強化拡充①	17
国内事業戦略 「地域1番店戦略」の強化拡充②	18
国内事業戦略 ホテル事業の強化	19
国内事業戦略 婚礼プロデュースビジネスへの取り組み強化	20
海外事業戦略 新規出店	21

## ■ 付属資料

国内事業 店舗展開の状況①（所在地別）	22
国内事業 店舗展開の状況②（ブランド別）	23
海外事業 店舗展開の状況	25
会社概要	26

本資料は、当社の事業内容、経営戦略、業績に関する情報の提供を目的としたものであり、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。また、注記を行っている場合を除き、本資料の決算データ・会社データは2012年6月30日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証しまたは約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

# 2012年12月期 第2四半期決算概要

---

**前年同期比増収増益。計画比も堅調に推移。**

- ・国内事業においては、2011年3月増設の大宮店（璃宮）の寄与に加え、その他国内ゲストハウスの売上高も順調に推移。
- ・海外事業においては、円高の定着も追い風となり、売上高が堅調に推移。
- ・計画比においては、売上高はプラス圏で推移。一方、販売費及び一般管理費が増加したことにより、営業利益は計画比若干のマイナス。

(単位：百万円)

	2011/12期 第2Q実績	2012/12期 第2Q実績	前年同期比 増減率	2012/12期 第2Q計画	計画比 増減率
売上高	18,673	20,369	+9.1%	19,600	+3.9%
国内事業売上高	17,375	19,011	+9.4%	18,250	+4.2%
海外事業売上高	1,297	1,358	+4.6%	1,350	+0.6%
売上総利益	5,683	6,717	+18.2%	6,450	+4.2%
販売費及び一般管理費	3,801	4,514	+18.8%	4,150	+8.8%
営業利益	1,882	2,203	+17.1%	2,300	△4.2%
経常利益	1,852	2,204	+19.0%	2,200	+0.2%
四半期純利益	551	999	+81.4%	1,150	△13.1%
1株当たり四半期純利益	2,251 <sup>円</sup> 97 <sup>銭</sup>	4,084 <sup>円</sup> 01 <sup>銭</sup>	-	4,697 <sup>円</sup> 71 <sup>銭</sup>	-
1株当たり中間配当金	1,000 <sup>円</sup>	1,000 <sup>円</sup>	-	1,000 <sup>円</sup>	-

## 震災の影響を払拭し、前年同期比で大幅増益。

### 【営業利益】

- ・国内事業、海外事業ともに前年同期比増収。
- ・(株)ホスピタリティ・ネットワークの赤字幅が大幅に縮小。
- ・広告宣伝費等の増加により販売費及び一般管理費が増加したものの、前年同期比で増益。

### 【経常利益】

- ・営業外収益186百万円（前年同期179百万円）、営業外費用185百万円（前年同期209百万円）。

### 【四半期純利益】

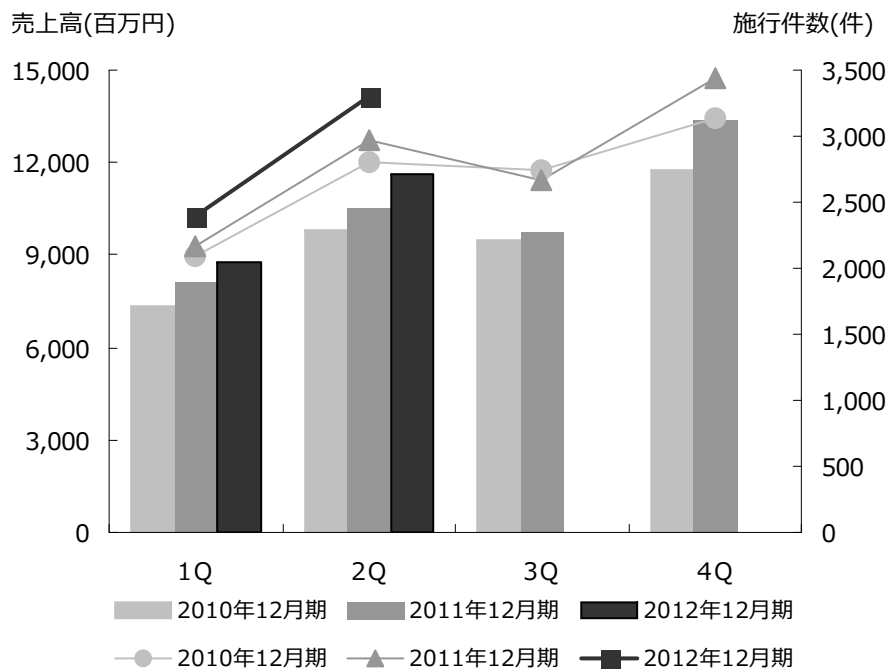
- ・特別損益は△2百万円（前年同期△487百万円）となり、資産除去債務に関する会計基準を新たに適用した前年同期と比較し大幅に改善。その結果、四半期純利益は大幅に増加。

(単位：百万円)

	2011/12期 第2Q	2012/12期 第2Q	前年同期比	
			増減	増減率
営業利益	1,882	2,203	+321	+17.1%
営業利益率	10.1%	10.8%	+0.7p	-
経常利益	1,852	2,204	+352	+19.0%
経常利益率	9.9%	10.8%	+0.9p	-
四半期純利益	551	999	+448	+81.4%
四半期純利益率	3.0%	4.9%	+2.0p	-

※(株)ホスピタリティ・ネットワークはホテル インターコンチネンタル 東京ベイの運営会社です。

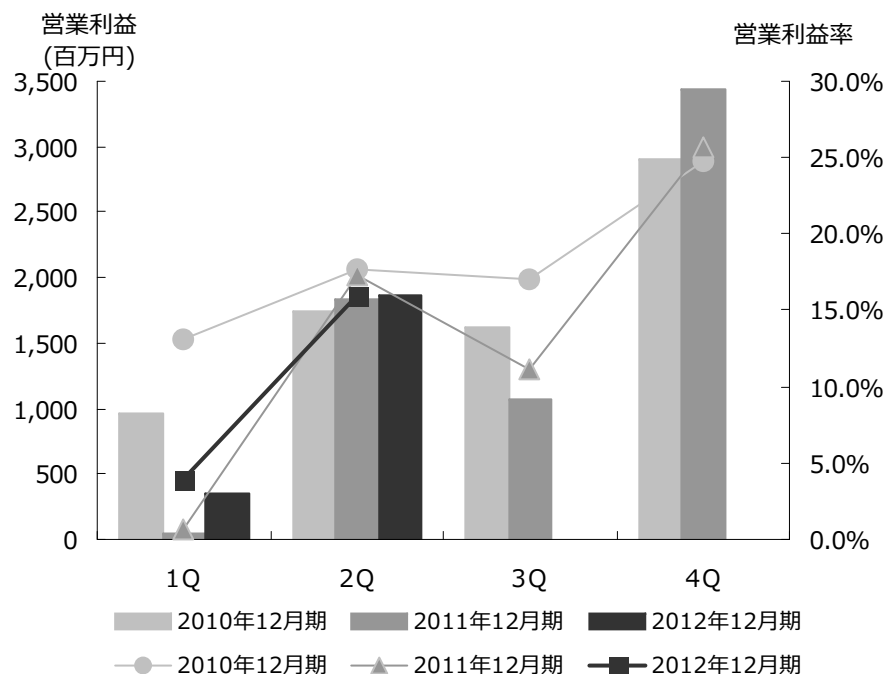
## 売上高は増収基調を維持。



- ・国内ゲストハウスの売上高が順調に推移。
- ・海外事業の売上高も堅調に推移。
- ・好調な受注活動の継続による国内ゲストハウスの施行件数の増加。
- ・ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの施行件数も順調に増加。

売上高(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q
2010/12	7,356	9,830	9,512	11,744
2011/12	8,124	10,548	9,716	13,351
2012/12	8,769	11,600	-	-
施行件数(件)	1Q	2Q	3Q	4Q
2010/12	2,086	2,796	2,740	3,129
2011/12	2,166	2,971	2,668	3,441
2012/12	2,400	3,310	-	-

## 営業利益は堅調に推移。



- ・第1四半期については、震災の影響を大きく受けた前年同期と比較し大幅に改善。
- ・第2四半期については、営業施策強化の一環としての広告宣伝費（主にテレビCM）等が増加し、営業利益はほぼ前年同期並み、営業利益率は若干の低下。

営業利益(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q
2010/12	960	1,736	1,617	2,907
2011/12	53	1,828	1,076	3,436
2012/12	345	1,857	-	-
営業利益率	1Q	2Q	3Q	4Q
2010/12	13.1%	17.7%	17.0%	24.8%
2011/12	0.7%	17.3%	11.1%	25.7%
2012/12	3.9%	16.0%	-	-

## 連結貸借対照表

BEST BRIDAL

### 前期末と比較し総資産額が減少。自己資本比率は40.5%に上昇。

- ・自己資本比率は前期末と比較し2.9ポイントアップし40.5%となる。
- ・有利子負債の減少に伴い、同依存度も改善。

(単位：百万円)

	2011/12期 期末	2012/12期 6月末	増 減
流動資産	12,332	11,381	△950
固定資産	35,007	34,456	△551
有形固定資産	22,358	22,216	△142
無形固定資産	1,370	1,317	△53
投資その他の資産	11,278	10,922	△356
繰延資産	42	37	△4
資産合計	47,382	45,875	△1,506
流動負債	11,886	10,426	△1,459
固定負債	17,669	16,858	△811
負債合計	29,556	27,285	△2,271
純資産合計	17,825	18,590	+764
負債純資産合計	47,382	45,875	△1,506
自己資本比率	37.6%	40.5%	+2.9p
有利子負債	18,332	17,234	△1,098
有利子負債依存度	38.7%	37.6%	△1.1p

未払法人税等△1,228百万円  
社債△320百万円 長期借入金△773百万円



## 震災の影響を払拭し、前年同期比増収。

- ・2011年3月増設の大宮店（璃宮）の寄与に加え、その他ゲストハウスの売上高も順調に推移。
- ・ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの施行件数も順調に増加。
- ・1組当たり平均単価は少人数婚の取り込みにより若干の低下。

(単位：百万円)

	2011/12期 第2Q	2012/12期 第2Q	前 年 同 期 比	
			増減	増減率
売上高	17,375	19,011	+1,636	+9.4%
施行件数 <sup>※1</sup>	3,797件	4,317件	+520件	+13.7%
稼働率 <sup>※2</sup>	55.9%	57.5%	+1.5p	-
1組当たり平均単価 <sup>※3</sup>	4,130千円	4,084千円	△45千円	△1.1%

※1: 施行件数には、ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの施行分を含んでおります。

※2: 稼働率の計算には、ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの施行分を除外しております。

※3: 1組当たり平均単価の算出に当たっては、「挙式のみ」「一般宴会」及びホテル インターコンチネンタル 東京ベイの施行分を除外しております。

## 国内事業の状況 国内ゲストハウスの状況（個別決算ベース）

BEST BRIDAL

**施行件数・売上高は前年同期比で増加したものの、販管費の増加により営業利益は若干の減少。**

- ・2011年3月増設の大宮店（璃宮）の寄与に加え、その他ゲストハウスの施行件数・売上高も順調に推移。
- ・営業施策強化の一環としての広告宣伝費（主にテレビCM）等の増加により、営業利益は前年同期比で若干の減少。
- ・1組当たり平均単価は少人数婚の取り込みにより若干の低下。

（単位：百万円）

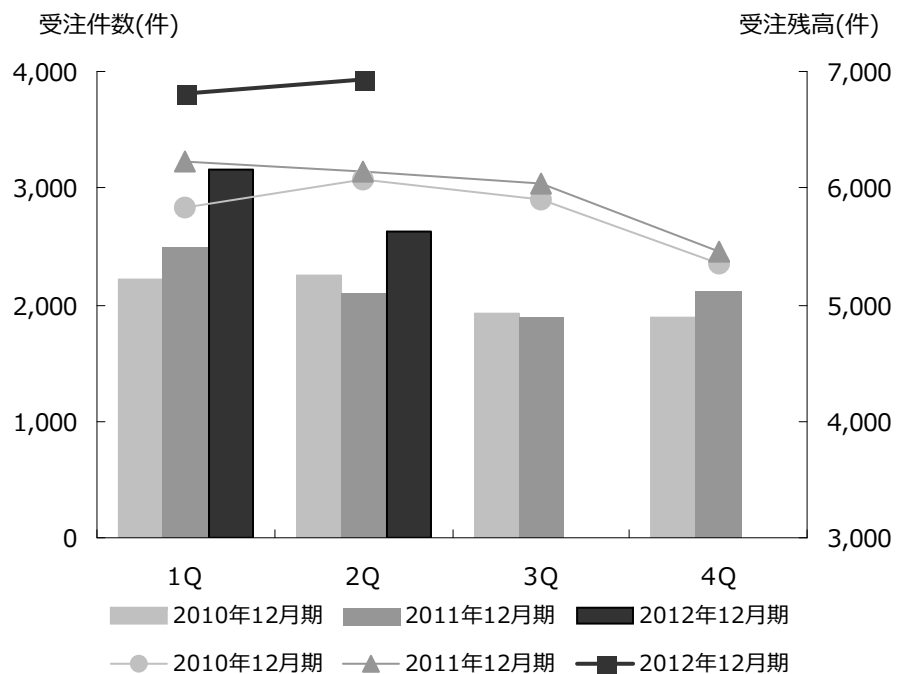
	2011/12期 第2Q	2012/12期 第2Q	前年同期比	
			増減	増減率
<b>売上高</b>	14,666	15,580	+913	+6.2%
<b>売上総利益</b>	3,703	3,991	+287	+7.8%
売上総利益率	25.2%	25.6%	+0.4p	—
<b>販売費及び一般管理費</b>	995	1,330	+334	+33.6%
販管費比率	6.8%	8.5%	+1.7p	—
<b>営業利益</b>	2,707	2,660	△46	△1.7%
営業利益率	18.5%	17.1%	△1.4p	—
<b>施行件数</b>	3,430件	3,668件	+238件	+6.9%
<b>稼働率</b>	55.9%	57.5%	+1.5p	—
<b>1組当たり平均単価</b> <sup>※</sup>	4,130千円	4,084千円	△45千円	△1.1%

対象店舗：期間比較可能な19店舗（58ゲストハウス）。

※1組当たり平均単価の算出にあたっては、「挙式のみ」及び「一般宴会」を除外しております。

# 国内事業の状況 受注件数・受注残高の状況

営業施策の強化により受注活動が好調に推移。受注件数・受注残高ともに大幅に増加。



- ・積極的な広告出稿（テレビCM等）により、受注活動が好調に推移。第1四半期、第2四半期ともに前年同期と比較し受注件数が大幅に増加。
- ・受注件数の増加に伴い、受注残高も順調に増加。

受注件数(件)	1Q	2Q	3Q	4Q
2010/12	2,213	2,248	1,920	1,887
2011/12	2,494	2,093	1,892	2,117
2012/12	3,163	2,622	-	-
受注残高(件)	1Q	2Q	3Q	4Q
2010/12	5,835	6,065	5,900	5,344
2011/12	6,223	6,134	6,044	5,462
2012/12	6,813	6,930	-	-

## 円高の定着も追い風となり、施行件数・売上高ともに増加。

- ・直販営業・提携販売いずれも順調に推移し、ハワイ・バリともに施行件数が増加。
- ・施行件数の増加に伴い、売上高も順調に増加。
- ・DWも引き続き堅調に推移。

(単位：百万円)

	2011/12期 第2Q	2012/12期 第2Q	前年同期比	
			増減	増減率
売上高	1,297	1,358	+60	+4.6%
期末施設数	8	8	0	-
施行件数	1,340件	1,393件	+53件	+4.0%
ハワイ	1,108件	1,157件	+49件	+4.4%
バリ	232件	236件	+4件	+1.7%
ハワイ/バリ DW <sup>※</sup>	240件	260件	+20件	+8.3%

海外事業では、旅行代金の有無により1組単価が大きく異なるため、平均単価は算出しておりません。

※DW = デスティネーション・ウエディング (外国人挙式)

# 2012年12月期業績予想

---

震災の影響を払拭し、増収増益。

- ・第2四半期までにおいては、売上高は計画比プラス圏で堅調に推移しているものの、広告宣伝等の営業施策を強化しており、今期計画については据え置き（来期以降に向けての営業強化の先行実施）。
- ・震災の影響を受けていた国内ゲストハウスの稼働率・売上・利益の回復を見込む。
- ・(株)ホスピタリティ・ネットワークの収益が大幅に改善し、営業利益ベースで黒字化を見込む。
- ・前期の新たな会計基準適用による特別損失計上の影響が消え、当期純利益は大幅に増加。

(単位：百万円)

	2011/12期 実績	2012/12期 計画	前 期 比	
			増減	増減率
売上高	41,741	43,100	+1,358	+3.3%
営業利益	6,395	7,050	+654	+10.2%
営業利益率	15.3%	16.4%	+1.0p	
経常利益	6,222	6,900	+677	+10.9%
経常利益率	14.9%	16.0%	+1.1p	
当期純利益	2,670	3,850	+1,179	+44.2%
当期純利益率	6.4%	8.9%	+2.5p	
1株当たり当期純利益	10,909 <sup>円</sup> 27 <sup>銭</sup>	15,727 <sup>円</sup> 12 <sup>銭</sup>	4,817 <sup>円</sup> 85 <sup>銭</sup>	+44.2%
1株当たり年間配当金	2,000円	2,000円		

**国内事業、海外事業ともに増収を見込む。**

**【国内事業】**

- ・震災の影響を受けていた既存店の売上回復を見込む。
- ・ホテルインターコンチネンタル東京ベイの挙式施行件数が増加し、増収を見込む。

**【海外事業】**

- ・円高傾向の定着による渡航者数増加を背景に、直販営業における施行件数については引き続き増加を見込む。
- ・デスティネーション・ウエディング（DW:外国人挙式）の施行件数については今後も増加を見込む。

(単位：百万円)

	2011/12期 実績	2012/12期 計画	前 期 比	
			増減	増減率
売上高	41,741	43,100	+1,358	+3.3%
国内事業	38,986	40,300	+1,313	+3.4%
海外事業	2,755	2,800	+44	+1.6%
施行件数	11,246件	11,830件	+584件	+5.2%
国内事業	8,478件	8,930件	+452件	+5.3%
海外事業	2,768件	2,900件	+132件	+4.8%

# 今後の事業戦略

---



### 継続的かつ安定的な成長を可能にする企業体構築を目指し、新たな事業戦略を実践。

今後の少子化への対応策として、ゲストハウスウェディングの事業基盤を再構築しつつ、既存店の更なる活性化と収益性向上を図る。

#### 【国内事業戦略】

##### ・「地域1番店戦略」の強化拡充

既存店の更なる活性化により収益性向上を図る

##### ・ホテル事業の強化

ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの収益力強化

##### ・婚礼プロデュースビジネスへの取り組み強化

「楽婚」という新しい婚礼スタイルの強化・拡充

#### 【海外事業戦略】

##### ・海外挙式事業では、マーケット拡大が見込まれるハワイとバリ島に経営資源を集中

多様化する挙式ニーズ（ホテル内チャペル、大聖堂、ハウスウェディング等）に応え、収益基盤を確立

##### ・ destinations・ウェディング（DW:外国人挙式）への積極的な取り組みの継続

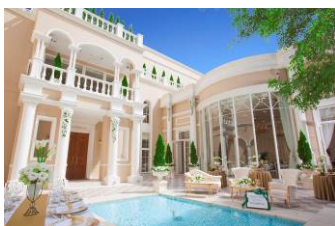
中長期的には、アジアからの挙式顧客の大幅増を見込む

##### ・アジア戦略への取り組み強化

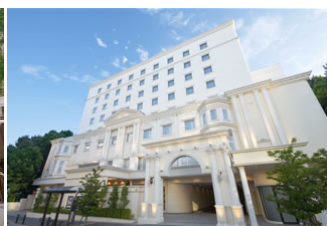
ホテル事業等も視野

## ■多様化する婚礼ニーズに的確に対応することで、収益機会の拡大を図る

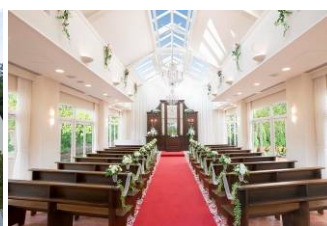
- ・お客様方の様々なニーズに応える、高品質かつ多種多様なサービスのご提供を通じて、地域の1番店へ。
- ・スケールメリットを生かし、顧客満足度の向上を目指す。



ゲストハウスウエディング



ホテルウエディング



チャペルウエディング



人前式



神前式



少人数婚



家族婚



再婚



平日婚



国際結婚



帰国後パーティー



二次会

### ■レストランビジネスへの取り組み強化

- ・各施設において、挙式済み顧客の取り込みを図る－結婚記念日・誕生日・入学祝い・卒業祝い・クリスマス・七五三等
- ・「点から線へ」－婚礼を契機に、その後の人生のさまざまな節目でご利用いただけるサービスの提供（一生のお付き合い）
- ・知名度を上げてブランディングに生かしながら、施設稼働率の向上を目指す。
- ・イタリアンレストラン「マンジャーレ」の展開（伊勢山、お台場、千葉、新浦安、名古屋八事、心齋橋）



### ■宴会ビジネスへの取り組み強化

- ・ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの営業部門とゲストハウスにおける営業担当が一体となって積極的な営業活動を展開。
- ・東京・横浜・名古屋・大阪の各エリアに専門の営業チームを設置。
- ・平日の宴会需要を取り込み、施設稼働率の向上を目指す。



当社がこれまで培ってきたゲストハウスウェディング事業におけるノウハウを最大限に活用。  
各施設の平日稼働率を向上させ、活性化させることにより収益性を更に高める。



## ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの段階的な改装実施による収益力の強化

ブライダルを中核とした目的性の高いホテルへと転換を図り、収益性向上への取り組みを継続。



### ●ブライダル部門の更なる強化

2012年12月期第2四半期

全売上高に占める婚礼売上の割合 48.7%（前年同期41.5%）

### ●ロビー・レストランのリニューアル及び小宴会場の新設 （2012年3月）

・オールデイダイニング「シェフズ ライブ キッチン」オープン

（2012年8月～）

・外装・車寄せ・メインエントランスのリニューアル

・ロビーラウンジ及びビジネスラウンジの新設  
女性客の取り込み及びビジネスユースへの対応

・鉄板焼レストランのオープン

・キッチン付個室レストラン（2室）のオープン  
ご接待、少人数の婚礼、ファミリー需要等の取り込み

・小宴会場の新設  
個人の会合需要（ご結納、お祝い、法事等）の取り込み

### ●宿泊フロアの改装（2013年1月～）

これまでの法人・ブライダル需要に加え、より個人客のニーズに応える施設としての付加価値を高めることにより、高単価顧客の取り込みを図る。

当社の人材・ノウハウを集中的に投下し、同ホテルの有する高いポテンシャルを引き出すことで、早期に収益力の強化を図る。

# 国内事業戦略 婚礼プロデュースビジネスへの取り組み強化

BEST BRIDAL

## 「楽婚」という新しい婚礼スタイルを通して、潜在需要の掘り起こしを図る。

高品質な会場（ホテル・専門式場・レストラン）を格安な料金で提供。

楽婚専用集客拠点（ブライダルサロン）を設置 – 新宿店・東京店・横浜店・千葉店・名古屋店



### 【関東エリア提携会場】



目黒雅叙園  
GA JO EN  
目黒雅叙園



MARUNOUCHI HOTEL  
丸の内ホテル



Hotel Metropolitan Edmont  
ホテルメトロポリタンエドモント



ROYAL PARK HOTEL  
ロイヤルパークホテル



ROYAL PARK SHIODOME TOWER  
ロイヤルパーク汐留タワー



Sheraton  
横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ

全 105会場

### 【東海エリア提携会場】



CASTLE PLAZA  
キャッスルプラザ



名古屋 東急ホテル  
名古屋東急ホテル



GARDEN RESTAURANT TOKUGAWAEN  
ガーデンレストラン 徳川園



ARITAGARDEN RESORT  
アリラガーデンリゾート



THE ORCHID ROOM  
THE ORCHID ROOM



forty three  
forty three

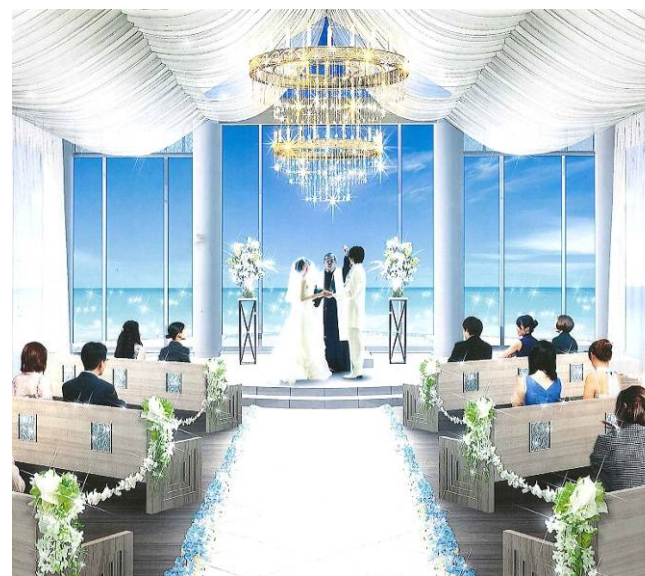
全 27会場



## オアフ島、「ヒルトンハワイアンビレッジ・ビーチリゾート&スパ」の敷地内に新規出店

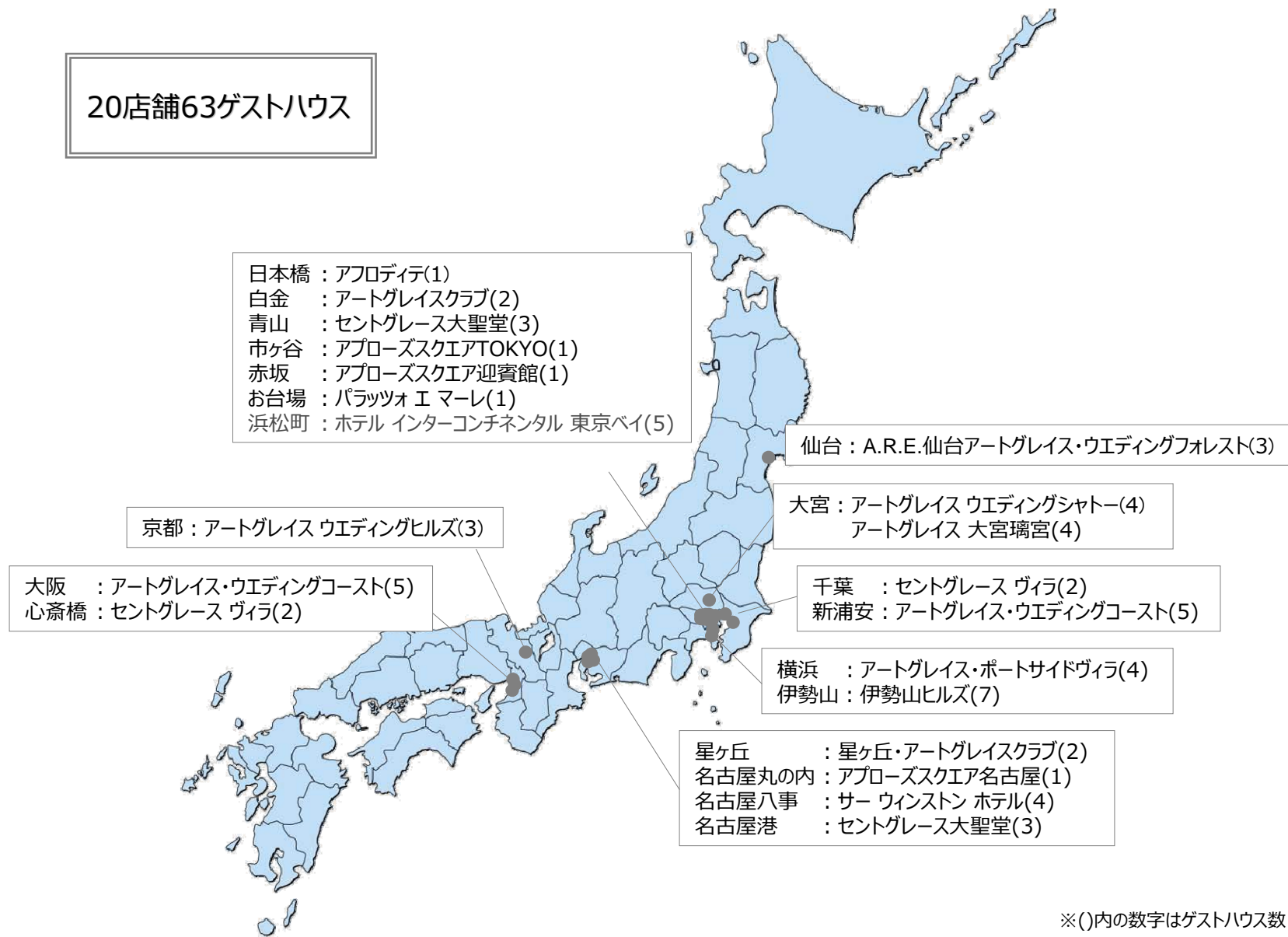
円高を追い風に拡大基調が続く、日本人の海外挙式需要を積極的に取り込む。

ダイヤモンドヘッド・ホワイトビーチチャペル 2012年11月オープン



# 国内事業 店舗展開の状況① (所在地別)

20店舗63ゲストハウス





### ArtGrace アートグレイス

マルチゲストハウスタイプの大型店舗。  
2ゲストハウスタイプは「アートグレイスクラブ」。  
ベストブライダルのメインブランド。

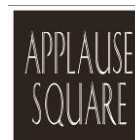
- ・A.R.E.仙台アートグレイス・ウエディングフォレスト (仙台)
- ・アートグレイス ウエディングシャトー (大宮)
- ・アートグレイス 大宮璃宮 (大宮)
- ・アートグレイスクラブ (白金)
- ・アートグレイス・ウエディングコースト (新浦安)
- ・アートグレイス・ポートサイドヴィラ (横浜)
- ・星ヶ丘・アートグレイスクラブ (星ヶ丘)
- ・アートグレイス・ウエディングコースト (大阪)
- ・アートグレイス ウエディングヒルズ (京都)



### セントグレース

本格的な大聖堂が特徴。  
2ゲストハウス以上の規模。

- ・セントグレース ヴィラ (千葉)
- ・セントグレース大聖堂 (青山)
- ・セントグレース大聖堂 (名古屋港)
- ・セントグレース ヴィラ (心齋橋)
- ・伊勢山ヒルズ (伊勢山)



### アプローズスクエア

ハイクオリティにこだわった  
1ゲストハウスタイプの店舗。

- ・アプローズスクエアTOKYO (市ヶ谷)
- ・アプローズスクエア迎賓館 (赤坂)
- ・アプローズスクエア名古屋 (名古屋丸の内)
- ・アプロディテ (日本橋)
- ・パラッツォ エ マーレ (お台場)



## 国内事業 店舗展開の状況② (ブランド別)

BEST BRIDAL



### ホテル

- ・ホテル インターコンチネンタル 東京ベイ (浜松町)
- ・サー ウINSTON ホテル (名古屋八事)



### チャペル

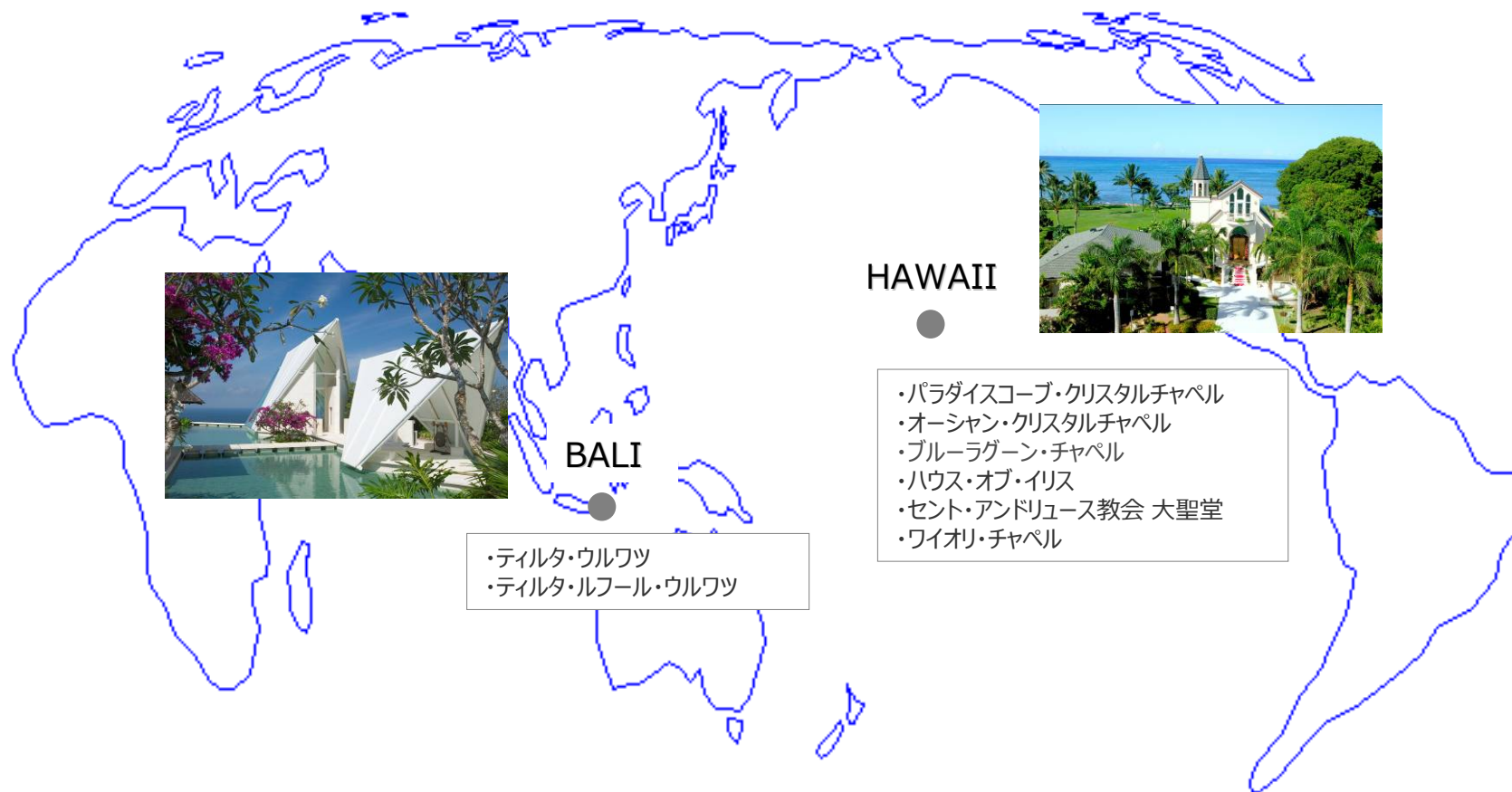
- ・オーシャンビューチャペル・トーキョーベイ (浜松町)
- ・セントアクアチャペル (梅田)



### レストラン

- ・四季庭 (大宮)
- ・VINO BUONO (青山)
- ・リストランテ マンジャーレ (伊勢山・お台場・千葉・新浦安・心斎橋)
- ・ラ・プロヴァンス (浜松町)
- ・シェフズ ライブ キッチン (浜松町)
- ・鉄板焼レストラン YAGOTO-TEI (名古屋八事)
- ・焼魚レストラン SAKANA-TEI (名古屋八事)
- ・しゃぶしゃぶ亭 (名古屋八事)
- ・ヴィラ スカラ マンジャーレ (名古屋八事)
- ・カフェ&ブッフェ W café (名古屋八事)

アメリカ・ハワイに6施設、インドネシア・バリに2施設、合計8施設を展開



## 会社概要

BEST BRIDAL

会社名	株式会社ベストブライダル
英 文 名	BEST BRIDAL Inc.
設 立	1995年10月
本 社	東京都渋谷区東三丁目11番10号
代 表 者	代表取締役社長 塚田 正之
資 本 金	472百万円
従 業 員 数	連結 1,315名 個別 443名
発行済株式の総数	244,800株（単元株制度なし）
株 主 数	2,466名
事 業 内 容	1. 国内外のホテル、レストラン、結婚式場及びそれに類する施設の企画、立案、運営、経営 2. 会食・宴会・パーティーの企画、運営、実施、斡旋及び紹介 3. 旅行業法に基づく旅行業 4. その他附帯事業
連 結 子 会 社	(株)ベストプランニング (株)アクア・グラツィエ (株)ホスピタリティ・ネットワーク Best Bridal Hawaii, Inc.（米国法人） PT. Tirtha Bridal（インドネシア法人） Best Bridal Korea Inc.（韓国法人）
持分法適用会社	Marizin Inc.（韓国法人）