

BEST BRIDAL

2012年12月期 決算説明会

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

2013年2月14日

1. 2012年12月期決算概要

連結決算概要	3
連結営業利益・経常利益・当期純利益の状況	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
連結キャッシュ・フローの状況	8
国内事業の状況① 国内事業の総括	9
国内事業の状況② 国内ゲストハウスの状況（個別決算ベース）	10
国内事業の状況③ ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの状況	11
国内事業の状況④ 受注件数・受注残高の状況	12
海外事業の状況① 総括	13
海外事業の状況② 新規出店	14

2. 2013年12月期業績予想

連結業績予想①	16
連結業績予想②	17

3. 今後の事業戦略

今後の事業戦略	19
国内事業戦略 「地域1番店戦略」の強化拡充①	20
国内事業戦略 「地域1番店戦略」の強化拡充②	21
国内事業戦略 ホテル事業の強化①	22
国内事業戦略 ホテル事業の強化②	23
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/ 受託ビジネスへの参入	24

■ 付属資料

国内事業 店舗展開の状況①（所在地別）	25
国内事業 店舗展開の状況②（ブランド別）	26
国内事業 店舗展開の状況③	27
海外事業 店舗展開の状況	28
会社概要	29

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12月31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月期決算概要

前期比増収増益。計画比でも堅調に推移。

- ・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堅調に推移。
- ・海外事業においては、売上高が堅調に推移。
- ・計画比においては、売上高はプラスとなった一方、販売費及び一般管理費（広告宣伝費・本社人件費等）が増加したことにより、利益は計画比で若干のマイナス。

(単位：百万円)

	2011/12期 実績	2012/12期 実績	前期比 増減率	2012/12期 計画	計画比 増減率
売上高	41,741	44,494	+6.6%	43,100	+3.2%
国内事業売上高	38,986	41,633	+6.8%	40,300	+3.3%
海外事業売上高	2,755	2,861	+3.9%	2,800	+2.2%
売上総利益	14,245	15,539	+9.1%	15,250	+1.9%
販売費及び一般管理費	7,850	9,020	+14.9%	8,200	+10.0%
営業利益	6,395	6,519	+1.9%	7,050	△7.5%
経常利益	6,222	6,610	+6.2%	6,900	△4.2%
当期純利益	2,670	3,270	+22.5%	3,850	△15.1%
1株当たり当期純利益	10,909 ^円 27 ^銭	13,358 ^円 47 ^銭	-	15,727 ^円 12 ^銭	-
1株当たり年間配当金	2,000 ^円	2,000 ^円	-	2,000 ^円	-

売上高が堅調に推移し、前期比で増益。

【営業利益】

- ・国内事業、海外事業ともに前期比増収。
- ・(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・本社人件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、前期比で増益。

【経常利益】

- ・営業外収益は410百万円（前期323百万円）、営業外費用は319百万円（前期496百万円）。

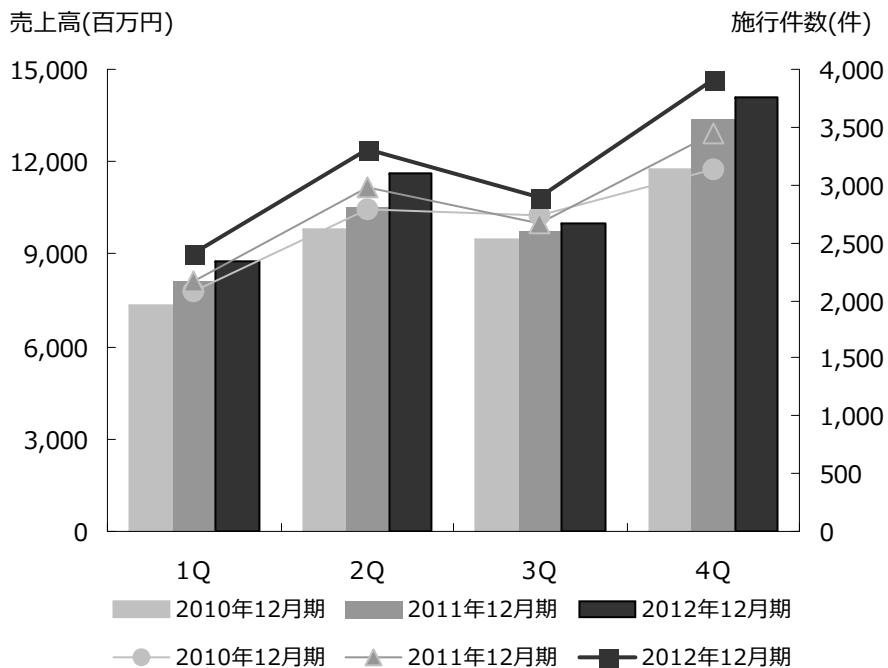
【当期純利益】

- ・ハワイのチャペルについての減損損失181百万円を特別損失に計上。
- ・当期純利益は、資産除去債務に関する会計基準を新たに適用した前期と比較し大幅に増加。

(単位：百万円)

	2011/12期	2012/12期	前 期 比	
			増 減	増減率
営業利益	6,395	6,519	+123	+1.9%
営業利益率	15.3%	14.7%	△0.7p	-
経常利益	6,222	6,610	+388	+6.2%
経常利益率	14.9%	14.9%	△0.0p	-
当期純利益	2,670	3,270	+599	+22.5%
当期純利益率	6.4%	7.3%	+1.0p	-

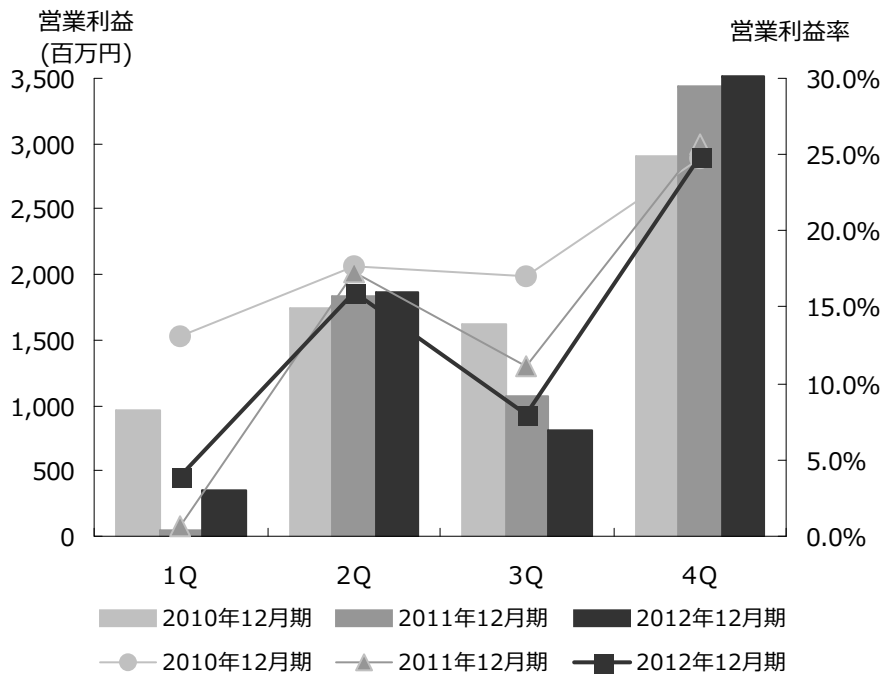
売上高・施行件数ともに増加基調を維持。



- ・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における施行件数の増加。
- ・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	10,031	14,093
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	2,895	3,912

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。
- ・第3四半期についても第2四半期同様、広告宣伝費等が増加し、営業利益、営業利益率ともに低下。
- ・第4四半期については、売上高の増加に伴い営業利益は増加、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	805	3,510
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%	8.0%	24.9%

自己資本比率が43.0%に上昇。有利子負債依存度も改善。

- ・自己資本比率は前期末と比較し5.4ポイントアップし43.0%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 期末	増 減
流動資産	12,332	13,154	+821
固定資産	35,007	35,195	+187
有形固定資産	22,358	22,224	△134
無形固定資産	1,370	1,273	△96
投資その他の資産	11,278	11,697	+418
繰延資産	42	32	△9
資産合計	47,382	48,381	+999

現金及び預金 +673百万円

流動負債	11,886	11,722	△164
固定負債	17,669	15,844	△1,825
負債合計	29,556	27,566	△1,990
純資産合計	17,825	20,815	+2,989
負債純資産合計	47,382	48,381	+999

長期借入金△1,035百万円 社債△640百万円

自己資本比率	37.6%	43.0%	+5.4p
有利子負債	18,332	16,647	△1,685
有利子負債依存度	38.7%	34.4%	△4.3p

(長期借入金△1,035百万円 社債△640百万円)

安定した営業キャッシュ・フローにより、フリーキャッシュ・フローは2,813百万円と高水準を維持。

(単位：百万円)

	2011/12期	2012/12期
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,190	5,223
うち税金等調整前当期純利益	5,721	6,324
うち減価償却費	2,538	2,521
うち法人税等の支払額	△ 3,055	△ 3,302
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,488	△ 2,409
うち有形固定資産の取得による支出	△ 3,092	△ 2,172
財務活動によるキャッシュ・フロー	388	△ 2,198
うち長期借入れによる収入	4,120	2,450
うち長期借入金の返済による支出	△ 4,034	△ 3,509
うち社債発行による収入	1,963	-
現金及び現金同等物の期末残高	10,532	11,205
フリーキャッシュ・フロー	1,701	2,813

ゲストハウス、ホテルともに堅調に推移し、前期比増収。

- ・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。

(単位：百万円)

	2011/12期	2012/12期	前 期 比	
			増 減	増減率
売上高	38,986	41,633	+2,647	+6.8%
施行件数 ^{※1}	8,478件	9,543件	+1,065件	+12.6%

※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。

施行件数・売上高は前期比で増加したものの、販管費の増加により営業利益は減少。

- ・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。
- ・顧客満足度の更なる向上のために、サービス人件費を増加させたことにより、売上総利益率は前期比で低下。
- ・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、営業利益は前期比で減少。
- ・稼働率は震災の影響を受けた前期と比較し改善。1組当たり平均単価は少人数婚の取り込みやデフレの影響により低下。

（単位：百万円）

	2011/12期	2012/12期	前 期 比	
			増 減	増減率
売上高	32,768	33,993	+1,224	+3.7%
売上総利益	9,180	9,316	+135	+1.5%
売上総利益率	28.0%	27.4%	△0.6p	—
販売費及び一般管理費	2,170	2,612	+442	+20.4%
販管費比率	6.6%	7.7%	+1.1p	—
営業利益	7,010	6,703	△307	△4.4%
営業利益率	21.4%	19.7%	△1.7p	—
施行件数	7,580件	8,042件	+462件	+6.1%
稼働率	58.9%	63.0%	+4.0p	—
1組当たり平均単価 [※]	4,173千円	4,048千円	△125千円	△3.0%

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。

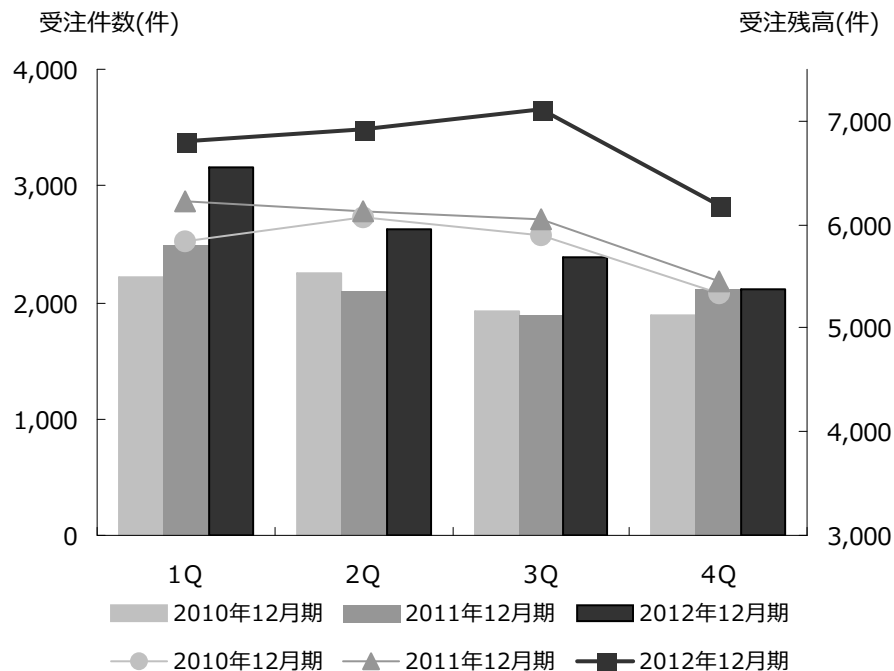
売上高が前期比で大幅に増加し、赤字幅が縮小。

- ・婚礼施行件数が大幅に増加したことにより、売上高も大幅に増加。
- ・その他の売上についても前期比で増加。
- ・売上高の増加に伴い、収益は大幅に改善したものの、改装工事による消耗品費等、一時的なコスト増加により黒字化には至らず。

(単位：百万円)

	2011/12期	2012/12期	前 期 比	
			増 減	増減率
売上高	5,122	6,003	+881	+17.2%
営業利益	△476	△145	+331	—
婚礼施行件数	511件	663件	+152件	+29.7%

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。



- ・受注件数は、積極的な広告出稿（テレビCM等）により好調に推移。第4四半期は前年同期並みだったものの、第3四半期までは前年同期と比較し大幅に増加。
- ・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	2,381	2,111
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	7,120	6,196

ハワイ・バリともに施行件数が増加し、売上高が増加。

- ・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	2012/12期	前 期 比	
			増 減	増減率
売上高	2,755	2,861	+106	+3.9%
期末施設数	8	9	+1	-
施行件数	2,768	2,974	+206	+7.4%
ハワイ	2,283	2,420	+137	+6.0%
バリ	485	554	+69	+14.2%
ハワイ/バリ DW※	542	590	+48	+8.9%

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・ウェディング（外国人挙式）

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

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



2013年12月期業績予想

好調な受注状況を受け増収増益。過去最高益更新を見込む。

- ・好調な受注状況を受け、国内ゲストハウスの挙式施行件数が増加し、売上増加を見込む。
- ・(株)ホスピタリティ・ネットワークの収益が改善し、営業利益ベースで黒字化を見込む。
- ・営業利益、経常利益、当期純利益ともに、過去最高益更新を見込む。

(単位：百万円)

	2012/12期 実績	2013/12期 計画	前 期 比	
			増減	増減率
売上高	44,494	48,200	+3,705	+8.3%
営業利益	6,519	7,400	+880	+13.5%
営業利益率	14.7%	15.4%	+0.7p	
経常利益	6,610	7,300	+689	+10.4%
経常利益率	14.9%	15.1%	+0.3p	
当期純利益	3,270	4,300	+1,029	+31.5%
当期純利益率	7.3%	8.9%	+1.6p	
1株当たり当期純利益	13,358 ^円 47 ^銭	17,565 ^円 36 ^銭	4,206 ^円 89 ^銭	+31.5%
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】

- ・好調な受注状況を受け、国内ゲストハウスの挙式施行件数が増加し、売上増加を見込む。
- ・改装効果によりホテル インターコンチネンタル 東京ベイの全部門での売上増加を見込む。

【海外事業】

- ・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・ウェディング（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)

	2012/12期 実績	2013/12期 計画	前 期 比	
			増減	増減率
売上高	44,494	48,200	+3,705	+8.3%
国内事業	41,633	45,200	+3,566	+8.6%
海外事業	2,861	3,000	+138	+4.8%
施行件数	12,517件	13,630件	+1,113件	+8.9%
国内事業	9,543件	10,430件	+887件	+9.3%
海外事業	2,974件	3,200件	+226件	+7.6%

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
新規大型店舗の開発

・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」の強化・拡充

・受託ビジネスへの参入

当社のソフト力を生かした新たなビジネスモデルへの取り組み

【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

・デスティネーション・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

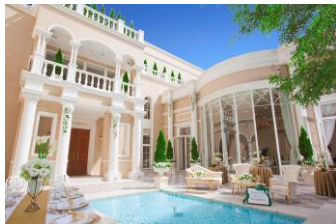
中長期的には、アジアからの挙式顧客の大幅増を見込む

・アジア戦略への取り組み強化

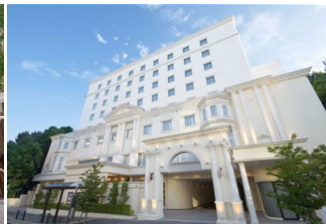
シンガポールへの進出

■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。



ゲストハウスウェディング



ホテルウェディング



チャペルウェディング



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ー結婚記念日・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」ー婚礼を契機に、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、心斎橋、横浜、大宮）



■ 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

婚礼施行件数 663件（前期比30%増）

今期も大幅増を見込む。

■ ロビー・レストランのリニューアル

- 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3月）

- 外観・メインエントランスのリニューアル（2012年12月）

- ・メインロビー
- ・フロント
- ・ニューヨーククラウンジ
- ・パティセリー

- レストランのオープン&リニューアル（2012年12月）

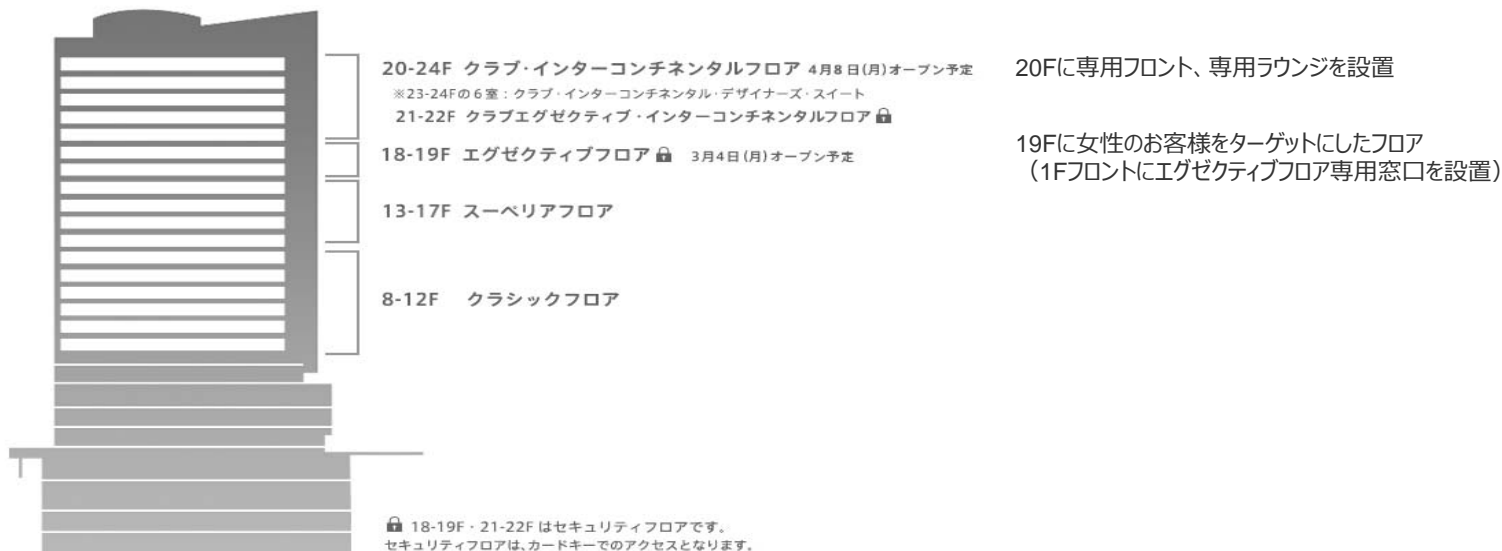
- ・ファインダイニング「ラ・プロヴァンス」
- ・プライベートダイニング「プティ・プロヴァンス」
- ・鉄板焼「匠」
- ・イタリアンダイニング「ジリオン」（2013年3月）



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。

■ 宿泊フロアの改装 (2013年1月～)



- ・シーリー社との共同開発による業界初のコンセプトベッド
オリジナルマットレス「Black Label by Intercontinental Tokyo Bay」
- ・昭和西川社との共同開発による業界初の抗菌防臭加工の羽毛布団
- ・シーツ・タオル等リネンも一新
GASTALDI社のシーツ、今治タオル・エジプト綿のタオル

当ホテルのコンセプトである「クリーン」「ビューティ&ヘルシー」「リフレッシュ」をテーマに
おもてなしを追求した快適な空間づくり

■「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）をお手頃な価格で提供

- ・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 139会場、東海エリア 68会場と提携
- ・イメージキャラクターに鈴木奈々さんを起用 – 更なる知名度UPを図る



■ 受託ビジネスへの参入

既存施設の集客から婚礼プロデュースまでを一括して請け負う新たなビジネスモデルへの取り組み

- ・2013年1月～ T'SUKI sur la mer（ツキ シュール ラメール）
- ・2013年4月～ その他1施設（予定）



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

日本橋 : アフロディテ(1)
白金 : アートグレイスクラブ(2)
青山 : セントグレース大聖堂(3)
市ヶ谷 : アプローチスクエアTOKYO(1)
赤坂 : アプローチスクエア迎賓館(1)
お台場 : パラッツォ エ マーレ(1)
浜松町 : ホテル インターコンチネンタル 東京ベイ(5)

仙台 : A.R.E.仙台アートグレイス・ウエディングフォレスト(3)

京都 : アートグレイス ウエディングヒルズ(3)

大宮 : アートグレイス ウエディングシャトー(4)
アートグレイス 大宮璃宮(4)

大阪 : アートグレイス・ウエディングコースト(5)
心斎橋 : セントグレース ヴィラ(2)

千葉 : セントグレース ヴィラ(2)
新浦安 : アートグレイス・ウエディングコースト(5)

横浜 : アートグレイス・ポートサイドヴィラ(4)
伊勢山 : 伊勢山ヒルズ(7)

星ヶ丘 : 星ヶ丘・アートグレイスクラブ(2)
名古屋丸の内 : アプローチスクエア名古屋(1)
名古屋八事 : サー ウィンストン ホテル(4)
名古屋港 : セントグレース大聖堂(3)



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)
- ・アフロディテ (日本橋)
- ・パラッツォ エ マーレ (お台場)



ホテル

- ・ホテル インターコンチネンタル 東京ベイ (浜松町)
 - ・ニューヨークラウンジ
 - ・ラ・プロヴァンスブティ・プロヴァンス
 - ・鉄板焼「匠」
 - ・ジリオン
 - ・シェフズ ライブ キッチン
- ・サー ウINSTON ホテル (名古屋八事)
 - ・鉄板焼レストラン YAGOTO-TEI
 - ・焼魚レストラン SAKANA-TEI
 - ・しゃぶしゃぶ亭
 - ・ヴィラ スカラ マンジャーレ
 - ・カフェ&ブッフェ W café



チャペル

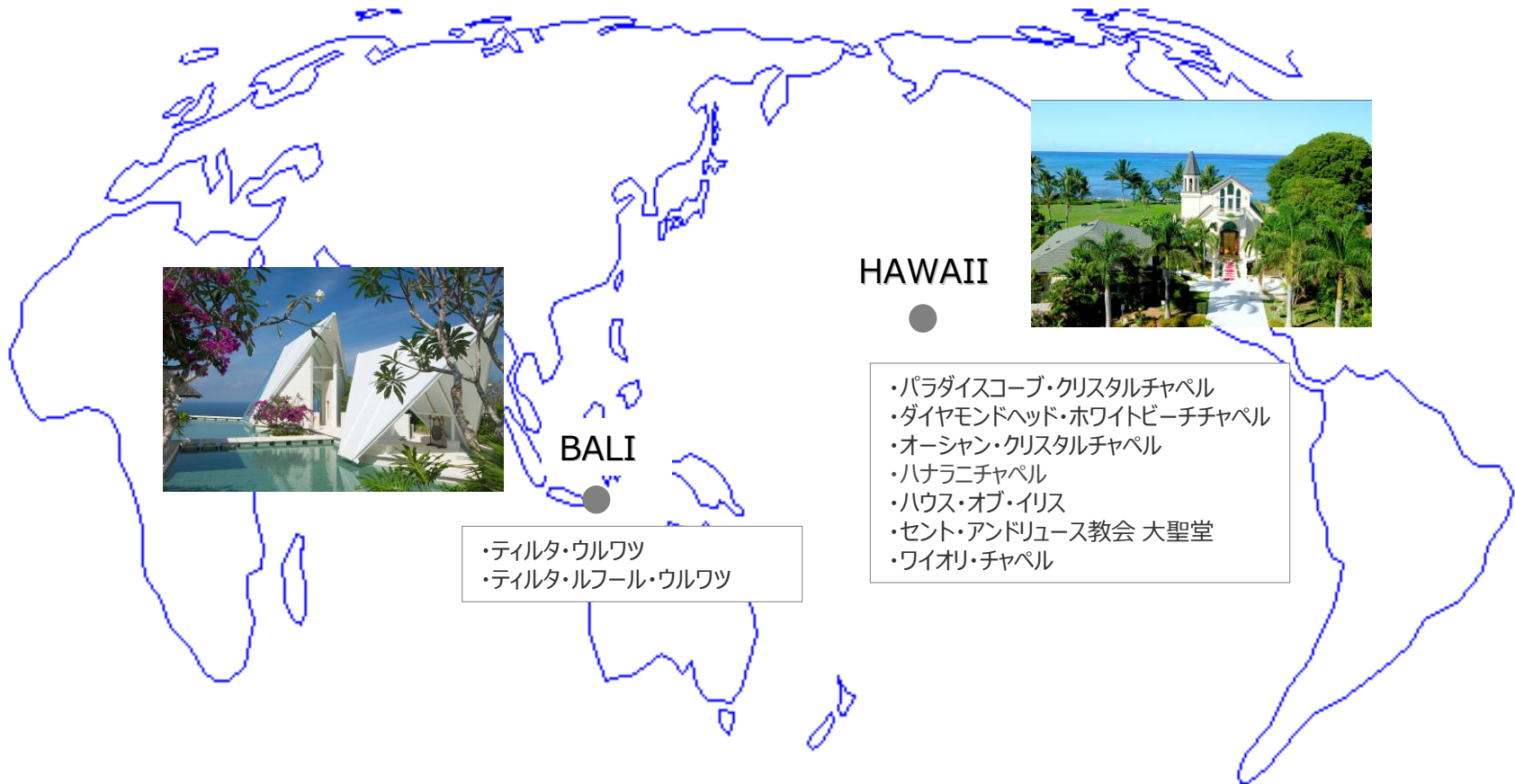
- ・オーシャンビューチャペル・トーキョーベイ (浜松町)
- ・セントアクアチャペル (梅田)



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・横浜・大宮)
- ・Café MANGIARE (新浦安)

アメリカ・ハワイに7施設、インドネシア・バリに2施設、合計9施設を展開



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 1,280名 個別 444名
発行済株式の総数	244,800株（単元株制度なし）
株 主 数	3,662名
事 業 内 容	<ol style="list-style-type: none"> 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.