

東証マザーズ CODE : 2418

<http://www.bestbridal.co.jp/>

**BEST
BRIDAL**

株式会社ベストブライダル

2005年12月期決算説明会



新浦安 アートグレイス・ウエディングコースト

March 1, 2006

社名	株式会社ベストブライダル (英文表記: BEST BRIDAL Inc.)
設立	平成7年10月
本社	東京都渋谷区東3-11-10
代表者	代表取締役社長 塚田正由記
資本金	4億7200万円
従業員	【連結】 435名 【単体】 224名
発行済株式数	13,600株 (2006年2月17日 40,800株) 単元株制度なし
株主数	324名
事業内容	1. 結婚式場・ゲストハウス・チャペル及びそれに付随する施設計画・企画・立案・運営 2. 宴会・立食・パーティー・イベントの企画・立案・運営 3. レストラン・カフェの企画・立案・運営 4. 海外でのチャペル・ゲストハウスの施設計画・企画・立案・運営 5. 海外挙式・披露パーティー及びそれに付随する商品の企画・制作・販売 6. 旅行業法に基づく旅行業
連結子会社	Best Bridal Hawaii, Inc. (米国法人) (株)ベストプランニング (株)ア・リリアーレ (有)アクア・グラツィエ

2 0 0 5 年 1 2 月 期
決 算 概 要

6ゲストハウスが新規開業し、5期連続の増収増益を達成

【連結決算概要】

(単位:百万円)	通 期 決 算		05年3月期 四半期別			
	04年12月期	05年12月期	1Q 1～3月	2Q 4～6月	3Q 7～9月	4Q 10～12月
売上高	14,569	16,153	2,809	4,251	3,553	5,539
売上総利益	4,341	5,087	740	1,414	920	2,013
売上総利益率	29.8%	31.5%	26.3%	33.3%	25.9%	36.3%
販管費	2,278	3,128	685	788	793	861
販管費率	15.6%	19.4%	24.4%	18.5%	22.3%	15.5%
営業利益	2,063	1,959	54	626	126	1,152
営業利益率	14.2%	12.1%	1.9%	14.7%	3.6%	20.8%
経常利益	1,850	1,972	47	617	116	1,191
経常利益率	12.7%	12.2%	1.7%	14.5%	3.3%	21.5%
当期純利益	850	894	17	313	48	514
当期純利益率	5.8%	5.5%	0.6%	7.4%	1.4%	9.3%

【ゲストハウス数】

期 初	16	16	16	16	18	22
増 減	-	+6	-	2	4	-
期 末	16	22	16	18	22	22

国内新規開業

6 ゲストハウス

04/12期末 16 ゲストハウス 05/12期末 22 ゲストハウス

05年12月期は、2店舗、6ゲストハウスを開業いたしました。

星ヶ丘・アートグレイスクラブ(4月:2ゲストハウス)、新浦安アートグレイス・ウエディングコースト(9月:4ゲストハウス)を、新規開業いたしました。結果、直営ゲストハウス数は、04/12期末と比べ6ゲストハウス増加しております。

連結売上総利益率

31.5 %

04/12期 29.8% 05/12期 31.5%

前年同期比で、1.7ポイント向上しております。

売上規模の拡大に伴うバイニング・パワーの向上や、取引先の見直し等により、仕入・外注費比率が低下いたしました。また、マルチゲストハウスの構成比が上がり会場運営比率が低下したことで、利益率は大きく向上しております。

新規開業費用
開業準備費用

510 百万円

04/12期 66 百万円 05/12期 510 百万円

前年同期比で、444百万円増加しております。

星ヶ丘店・新浦安店を開業した05/12期は、新規開業費用が発生し、また、06/12期開業予定の大宮店・青山店・市ヶ谷店の開業準備費用を計上したため、新規開業のなかった04/12期と比べ増加しておりますが、将来へ向けた先行投資費用となります。

1株当たり配当金

6,000 円

04/12期 - 円 05/12期 6,000円

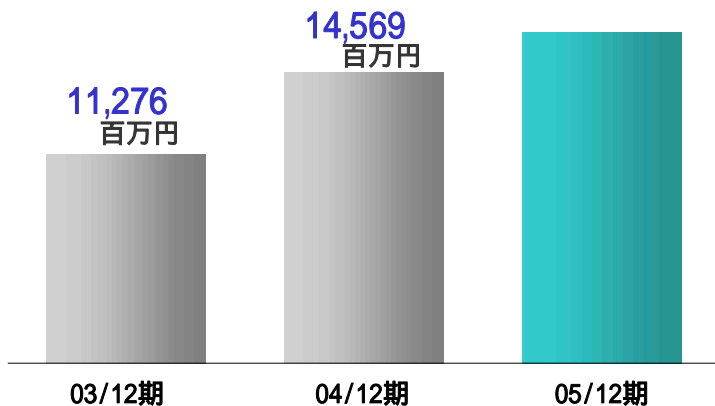
05年12月期より配当を実施しております。

従来は、店舗展開に向けた財務基盤の整備ため内部留保を優先しておりましたが、今後は、将来の積極的な事業・店舗展開のための内部留保を中心に置きつつ、同時に毎期の業績等に応じた弾力的な株主還元策を実施してまいります。

連結売上高

【通期売上高】

16,153 百万円



前期比：+1,583百万円

国内事業部門

新規開業2店舗が、業績に寄与。

国内は星ヶ丘店(4月)、新浦安店(9月)の2店舗が開業し業績に寄与。

既存店(比較可能店)は、前期比 5.0%の微減。

海外事業部門

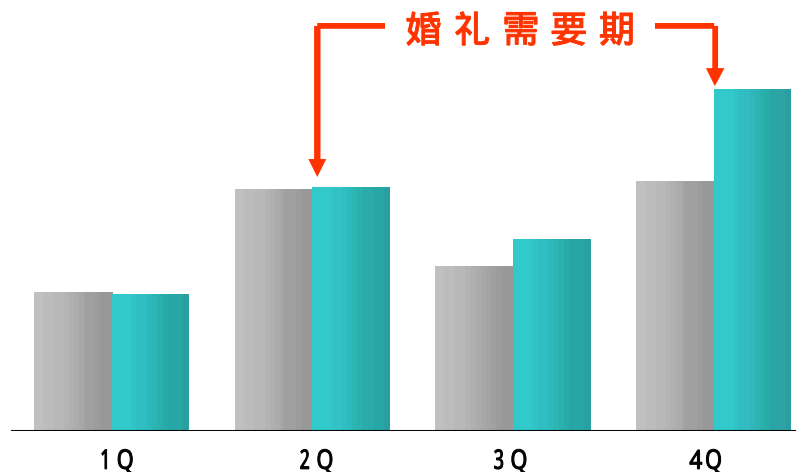
直販営業・提携営業とも、順調に拡大。

海外は直営サロン強化による受注好調と、MATZUKIの営業権取得による提携営業強化により、前期比+31.7%の大幅増。

【四半期別売上高】

■ 04年12月期

■ 05年12月期



例年、第2・4四半期に売上高が集中

第2・4Q売上構成比(対通期)：60.6%

婚礼需要期(第2・4四半期)に売上高が集中。

売上構成比 第1Q 17.4% 第2Q 26.3%
第3Q 22.0% 第4Q 34.3%

四半期別売上高の傾向 4Q > 2Q > 3Q > 1Q

第4Q売上高：前期比+28.1%

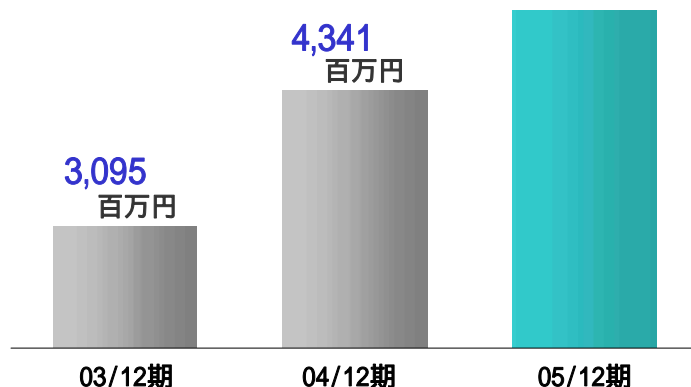
新規店舗効果等で売上高大幅増。

国内事業での新店(星ヶ丘店、新浦安店)開業による増収効果や、海外事業での直営サロン強化・提携営業強化により、前期比で大幅に増加。

連結売上総利益

【売上総利益】

5,087百万円



前期比：+745百万円

国内：4,085百万円(前期比+585百万円)

既存店の利益率向上+新店の好調。

既存店の外注費見直しなどの営業効率の改善に加え、
新店が順調に推移したことで大幅増加。

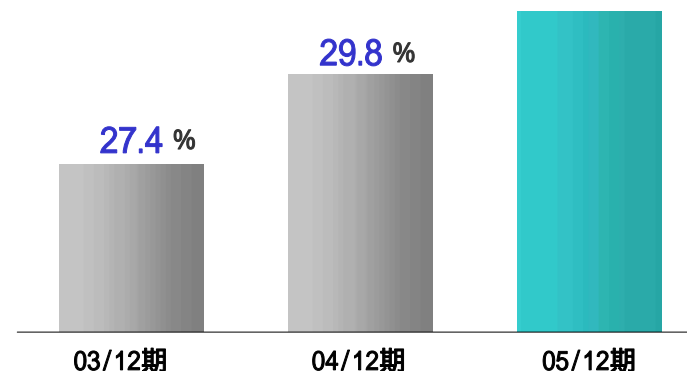
海外：1,002百万円(前期比+160百万円)

増収効果による増益。

利益率の高い国内サロンにおける直販営業の好調により
挙式件数が増加し、売上総利益は増加。

【売上総利益率】

31.5%



前期比：+1.7ポイント

国内：32.4%(前期比+2.9ポイント)

外注費の見直しと、固定費比率の低下。

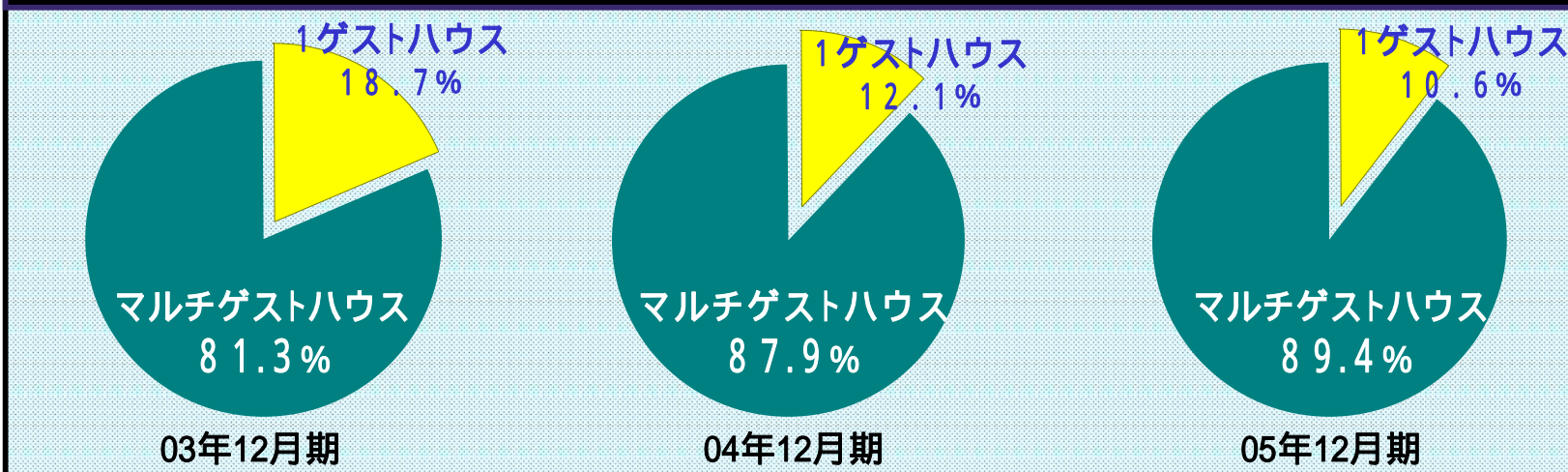
各種仕入・外注費の見直しによる変動費比率の低下と、
営業効率の高いマルチゲストハウスの売上構成比上昇
に伴う固定費比率の低下。

海外：28.1%(前期比 3.0ポイント)

増収効果による増益。

当社の営業権取得前に、MATZKI.Incが受注した案件
の中に一部不採算受注が存在したため、利益率が低下。
不採算案件が終了し、06/12期は再び回復する見込み。

マルチゲストハウスの売上構成比の上昇(国内事業)



営業効率の向上

高稼働率の実現・維持 バイニング・パワーの増加 会場運営費比率の低下

国内事業売上原価率の低下

仕入・外注費 + 会場運営費(人件費、地代・家賃・施設減価償却費など)

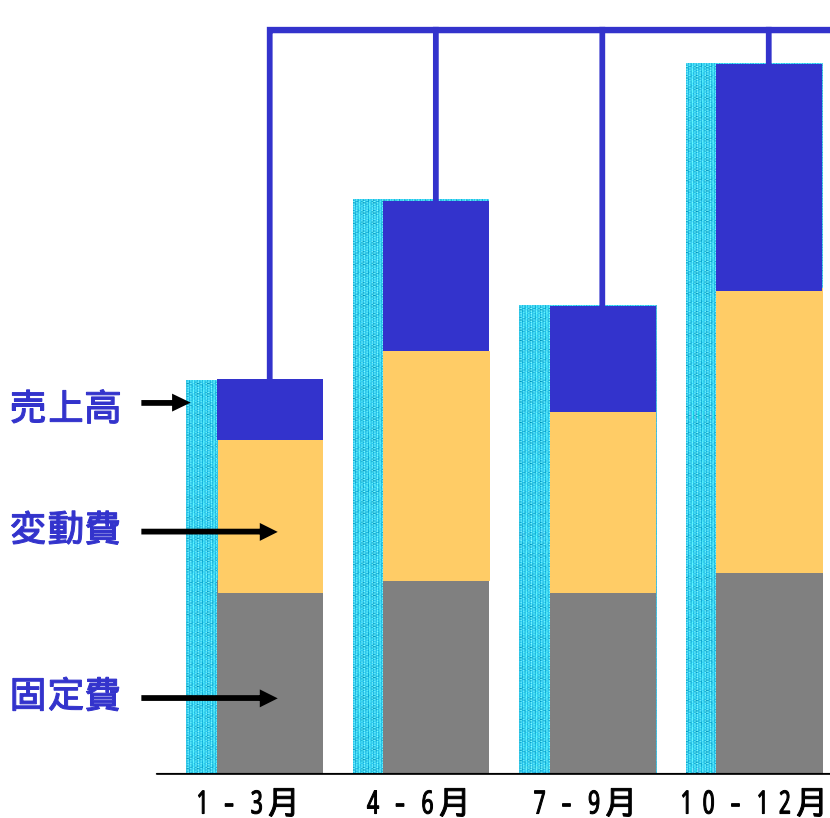
03年12月期	04年12月期	05年12月期
73.3%	70.5%	67.6%

利益率 **2.8ポイント UP** 利益率 **2.9ポイント UP**
26.7% → 29.5% → 32.4%

固定費の影響で売上総利益率は変動するが、通期では高い利益率を達成

国内事業の売上原価の構造

変動費			固定費		
仕入・外注費			会場運営費		
食材仕入れ	飲物仕入れ	衣裳外注費	人件費	地代家賃	水道光熱費
美容外注費	写真外注費	装花外注費 等	設備リース費	設備管理費	減価償却費 等



売上総利益

売上高以上に、四半期では変動

1Q 1 ~ 3月	2Q 4 ~ 6月	3Q 7 ~ 9月	4Q 10 ~ 12月
--------------	--------------	--------------	----------------

国内売上高構成比(対通期)

17.4%	25.5%	22.4%	34.7%
-------	-------	-------	-------

変動費: 売上高に連動
固定費: 売上高に関係なく、ほぼ一定

国内売上総利益構成比(対通期)

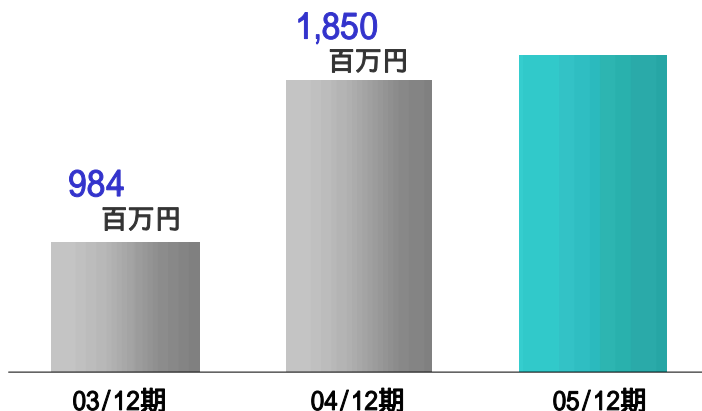
13.2%	27.1%	18.5%	41.2%
-------	-------	-------	-------

国内売上総利益率

24.5%	34.5%	26.8%	38.6%
-------	-------	-------	-------

【 経常利益 】

1,972百万円



前期比：+122百万円

新規開業費用・開業準備費用の発生

星ヶ丘店、新浦安店が開業。

05/12期は2店舗の新規開業費用が発生。また、06/12期開業予定の店舗開業準備費用の発生。新規開業のなかった04/12期と比べ、444百万円の減益要因。

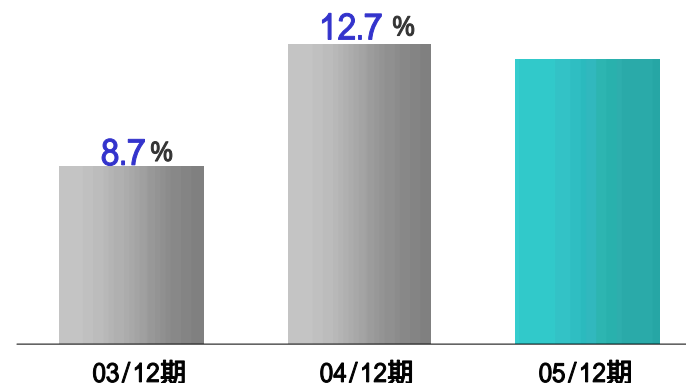
営業外収支の改善

為替差益の発生+IPO費用の消滅。

04/12期のIPO費用の消滅に加え、前期末に比べ円安が進行したことにより、為替差益が発生。

【 経常利益率 】

12.2%



前期比：0.5ポイント

過去最高の経常利益を更新

売上総利益率の向上・営業外収支の改善が、開業費用等の減益要因を吸収。

開業費用等の増加による減益要因を吸収し、過去最高益を更新。

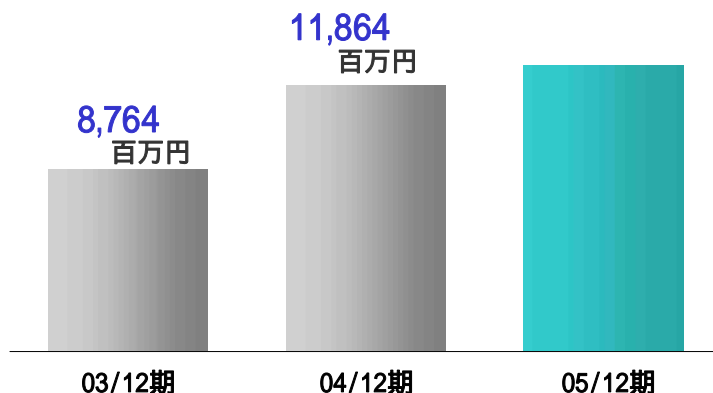
経常利益率は0.5ポイントの低下

前期比では低下したが、依然として高利益率を維持。

新規開業2店舗・6ゲストハウスの開業費用及び06/12期開業準備費用が発生し、売上高・売上総利益の増加により全てを吸収できず微減。

【 売 上 高 】

12,590 百万円



前期比：+726百万円

過去最高の売上高を更新

星ヶ丘店、新浦安店の2店舗が開業。

4月に星ヶ丘店、9月に新浦安店が開業。両店舗とも計画通り堅調な業績を達成。特に新浦安店は受注状況も良好であり、06/12期にはさらに大きく業績寄与の見込み。

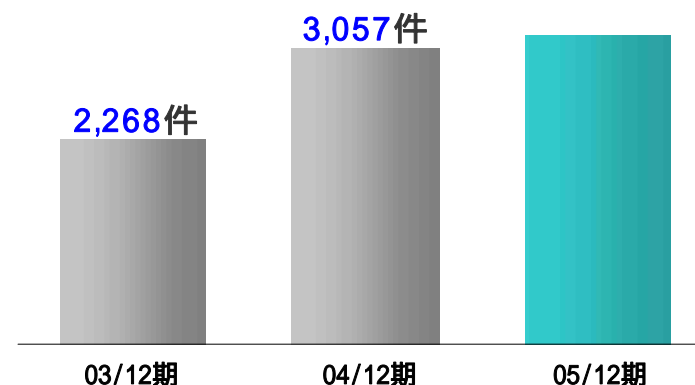
既存店は、前期比で減収増益

営業利益率の向上。

大型店舗である横浜店の上半期の売上高が減少により、既存店は減収となったが、売上総利益率が大きく向上。広告費等の販管費増を吸収し、営業利益率は向上。

【 挙 式 件 数 】

3,185 件



前期比：+128件

1組単価：395.3万円(前期比+7.2万円)

既存店の単価上昇+新店の好調。

既存店の1組単価が、各店とも概ね上昇したことに加え、新規2店舗の1組単価が、400万円を超えたことにより、前期比で1組単価は7.2万円上昇。

稼働率：72.0%と高水準を維持

前期比では低下したが、依然として高水準を維持。

横浜店は04年夏の改装による受注減の影響で、上半期の稼働率が低下したが、通期では100%に回復。

ゲストハウス毎の稼働率を平均し、全社稼働率を計算しております

	決算期		増減		
	04年12月期	05年12月期	増減額	増減率	
売上高	10,958	10,403	555	5.0%	2004年夏の横浜店改装による 期初受注残減少の影響
売上総利益	3,350	3,557	+ 206	+ 6.2%	仕入・外注費の見直し等による 売上原価の低下
売上総利益率	30.6%	34.2%	-	+ 3.6%	
販管費	488	472	16	3.3%	広告費は増加したが、効率的な 運営により、販管費は低下
販管费率	4.5%	4.5%	-	0%	
営業利益	2,862	3,085	+ 223	+ 7.8%	売上高は減少したが、営業利益 営業利益率とも大幅上昇
営業利益率	26.1%	29.7%	-	+ 3.6%	

対象店舗：日本橋店・白金店・横浜店・大阪店・仙台店（計 5店舗・15ゲストハウス）

期間比較可能な既存店舗を対象に集計しております。
広尾店は、移転準備のため集計から除外しています。

売上高分析

拳式組数：2,872組 2,692組

04年夏に横浜店を改装した影響により、同時期における
05/12期上半期の拳式受注が減少したことが主因。
(04/12期比：上半期 115組 下半期 65組)

稼働率：75.4%(前期比 6.4ポイント)

上記と同様の理由で前期比低下したが、依然として高い
水準を維持。
(上半期 71.6% 下半期 81.9%)

利益増加要因

1組単価：386.6万円(前期比 +4.1万円)

拳式プロデュースにおける商品・サービスの提案力の強化
により、1組当たり平均単価は上昇し、売上総利益の増加
に貢献。

売上総利益率の向上

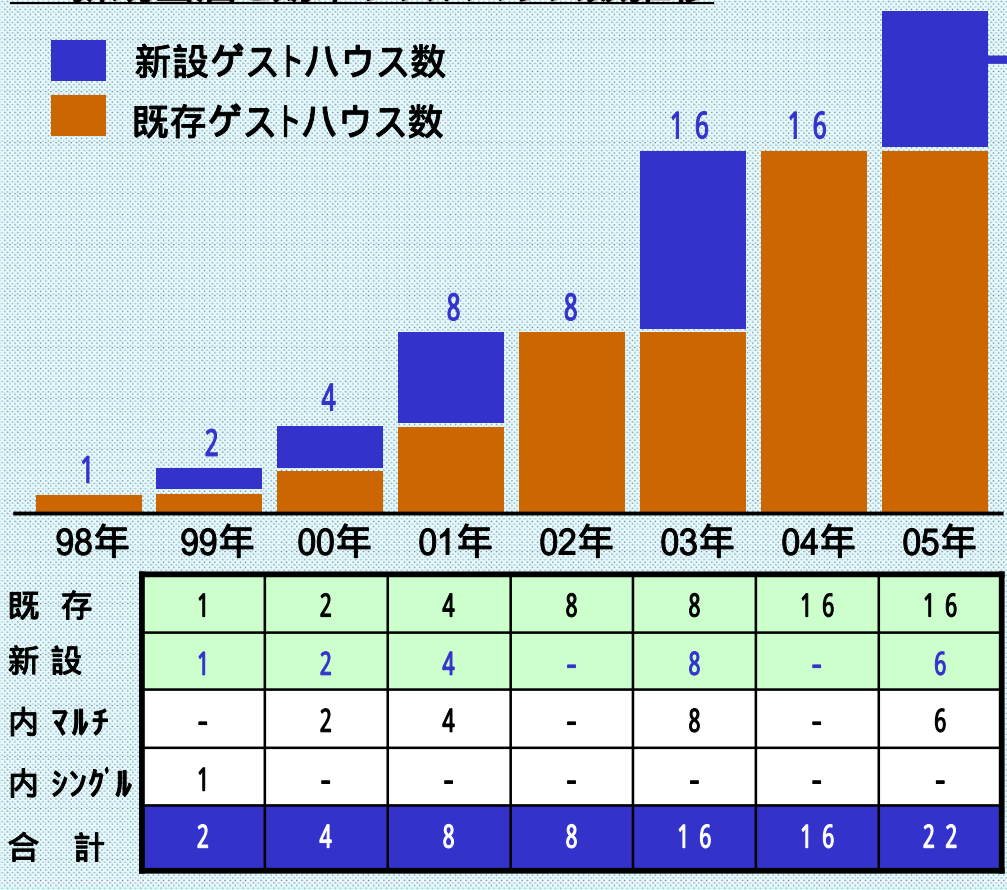
取引先の見直しも含め、仕入・外注コスト管理による売上
原価の変動コストが低下。

6 ゲストハウスを新規開業

期末ゲストハウス数は、22ゲストハウスに増加。

新規開業のなかった前期に対し、上場を機に新規出店戦略を加速した05/12期は、星ヶ丘店(名古屋市:2ゲストハウス)、新浦安店(浦安市:4ゲストハウス)の2店舗を新たに開業。両店舗とも計画通り堅調な業績を達成し、国内事業売上高の増加に貢献。通年フル稼働する06/12期はさらに売上高・利益に貢献する見込み。

新規出店と期末ゲストハウス数推移



ArtGrace Club

星ヶ丘・アートグレイスクラブ

2 Guesthouse Type 05.4 ~



ArtGrace Wedding Coast

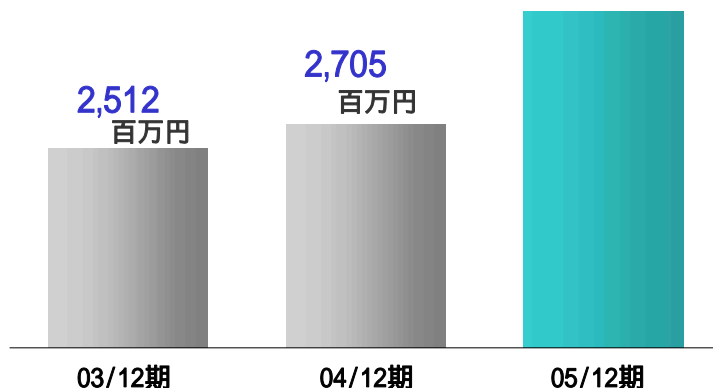
新浦安 アートグレイス・ウエディングコースト

4 Guesthouse Type 05.9 ~



【 売 上 高 】

3,562百万円



前期比：+857百万円

直販営業(国内サロン)の好調

拳式件数、1組単価ともに大幅増。

既存国内サロンでの商品・サービス提案力の強化や、大宮サロンの新規オープンにより、前期と比べ拳式件数は約18%、1組単価は約5%の向上。

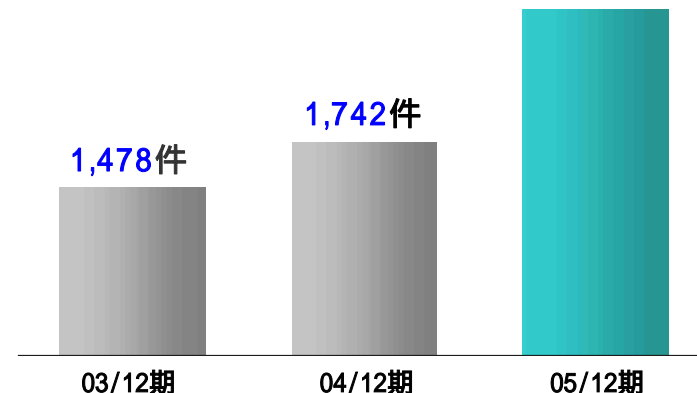
MATZKIの営業権取得効果

提携営業の強化。

04年11月に営業権を取得したMATZKI..Incの売上高が通期で寄与。大手旅行会社各社との提携営業強化により通期で約260百万円の増収効果。

【 拳 式 件 数 】

2,522件



前期比：+780件

ベストプライズスクエア

ブライダル関連・周辺事業の展開。

当期よりベストプライズスクエアにおけるブライダル関連・周辺事業を本格稼働。衣裳・ジュエリー・ギフト等の販売により、約80百万円の増収効果。

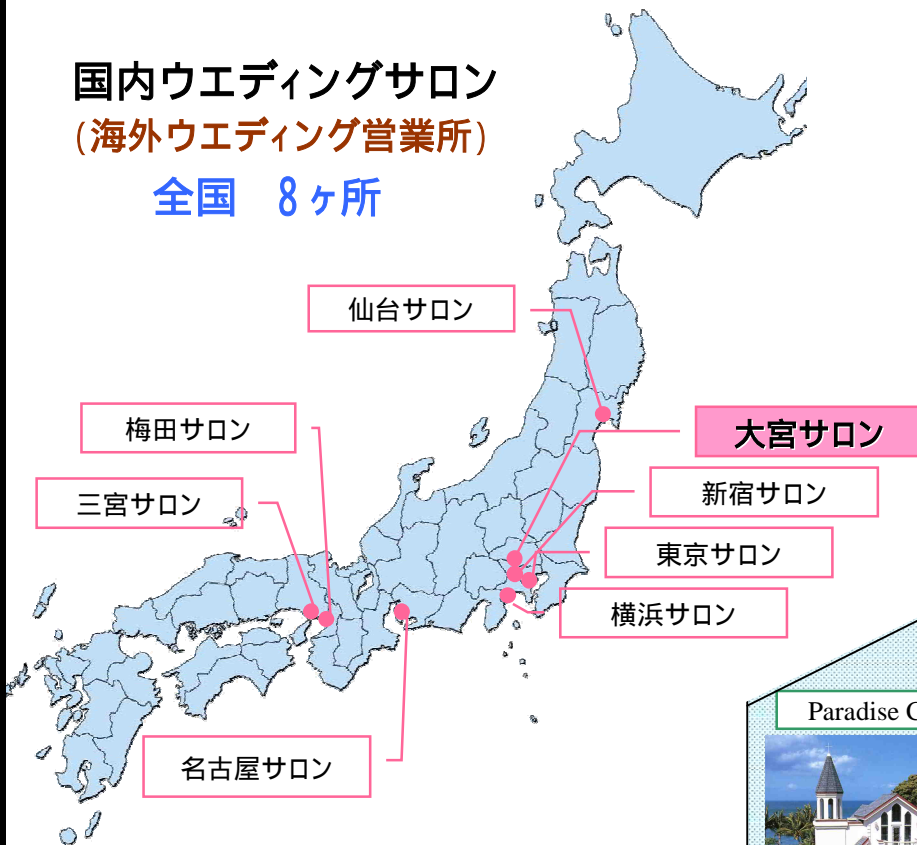
拳式件数の大幅増加

直販営業、提携営業ともに順調。

04/12期より実施した営業強化策により大きく増加。

提携営業では、直販営業と違い旅行代金等が含まれておらず、直販営業とは1組単価が大きく異なるため、海外事業全体の平均単価は算出しておりません。

国内ウエディングサロン
(海外ウエディング営業所)
全国 8ヶ所



海外直営チャペルの状況

Blue Lagoon Chapel ブルーラグーン・チャペル

ハワイで5ヶ所目の
独占使用権を取得
(2005年6月 ~)



国内サロンの状況

6月に大宮サロンを開設。国内ウエディングサロンは合計8ヶ所となり、海外挙式の受注拡大に寄与。
また、既存サロンの「ベストブライズスクエア」への転換も進めることで、ブライダルの関連・周辺事業を拡充。

米国ハワイ
直営6教会
提携16教会

【連結】比較貸借対照表

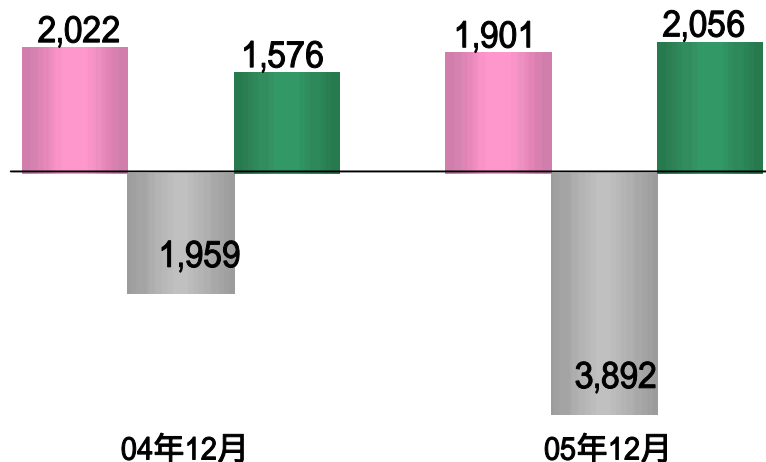
資産の部 固定資産の増加
建物・構築物の増加: 星ヶ丘店の開業
 新浦安店はリース化物件です
建設仮勘定の増加: 大宮、青山の建設中店舗
保証金の増加: 星ヶ丘店、新浦安店の影響が主因

負債・資本の部 株主資本比率: 24.2%
有利子負債の増加: 長短借入金 1,400百万円
 社 債 770百万円
株主資本の増加: 利益剰余金等の増加
株主資本比率: 24.5% (04/12期) 24.2% (05/12期)

単位: 百万円	04/12	05/12	増減
流動資産	5,149	5,735	585
現金・預金	4,353	4,543	189
たな卸資産	99	265	166
前渡金	179	247	67
前払費用	90	149	59
固定資産	7,533	10,843	3,309
有形固定資産	6,066	8,427	2,360
建物・構築物	4,939	6,123	1,183
車両運搬具	10	7	2
その他	213	432	218
減価償却累計額	1,460	2,157	697
土地	402	968	566
建設仮勘定	500	895	394
無形固定資産	30	215	185
投資その他の資産	1,436	2,200	764
保証金	709	1,383	673
繰延資産	20	22	1
総資産	12,703	16,601	3,897

単位: 百万円	04/12	05/12	増減
流動負債	4,294	6,082	1,787
買掛金	677	824	146
短期借入金	70	687	617
1年内返済長期借入金	1,270	1,337	67
1年内償還社債	180	580	400
未払金	391	712	320
前受金	593	763	170
固定負債	5,296	6,495	1,198
社債	1,140	1,510	370
長期借入金	3,427	4,144	716
預り保証金	545	545	-
負債合計	9,591	12,577	2,986
株主資本	3,112	4,023	910
資本金	472	472	-
資本剰余金	634	634	-
利益剰余金	2,019	2,913	894
為替換算調整勘定	13	3	16
負債・資本合計	12,703	16,601	3,897

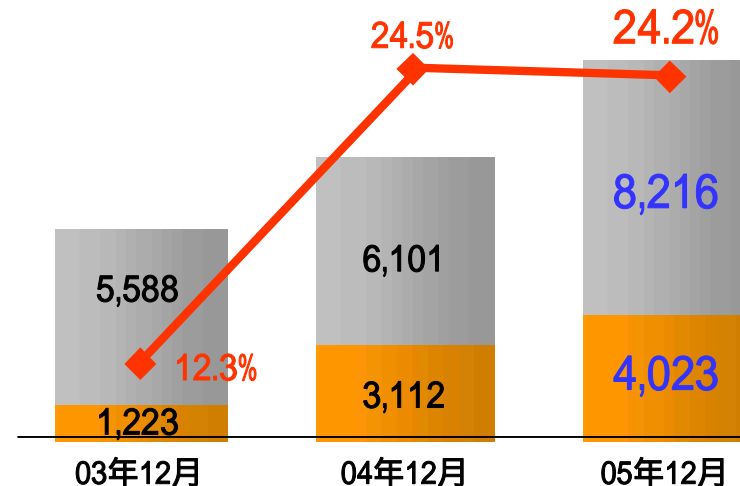
キャッシュフローの状況



	04/12期	05/12期
営業CF	2,022	1,901
投資CF	1,959	3,892
財務CF	1,576	2,056
現金・現金同等物の増減	1,624	123
現金・現金同等物の換算差額	14	57
期末現金・現金同等物	4,319	4,443

国内の星ヶ丘店・大宮店・青山店、ハワイのヒルトン内教会の建設費用及び青山店の土地取得、並びに各店舗の保証金等により、投資キャッシュフローは増加。
新浦安店の建設費用は、リースによる一部オフバラ化をしております。

財政状況



	04/12期	05/12期
株主資本	3,112	4,023
有利子負債	6,101	8,216
株主資本比率	24.5%	24.2%
債務償還年数 有利子負債 ÷ 営業キャッシュフロー	3.0年	4.3年
インタレスト・カバレッジ・レシオ 営業キャッシュフロー ÷ 利払い	17.6倍	12.1倍

有利子負債額の増加により、債務償還年数、インタレスト・カバレッジ・レシオは、前期より低下しておりますが、新規出店戦略の加速によるものであり、また、店舗の投資回収が4年弱であること勘案した場合、引続き財務の健全性は維持しております。

2 0 0 6 年 1 2 月 期
業 績 予 想

【 連結業績予想 】

(単位:百万円)	通期決算		増減	
	05年12月期 実績	06年12月期 予想	増減額	増減率
売上高	16,153	22,500	+ 6,347	+ 37.4%
国内事業部門	12,590	18,300	+ 5,710	+ 45.4%
海外事業部門	3,562	4,200	+ 638	+ 17.9%
経常利益	1,972	2,900	+ 928	+ 47.0%
経常利益率	12.2%	13.1%	-	+ 0.9%
当期純利益	894	1,450	+ 556	+ 62.2%
当期純利益率	5.5%	6.5%	-	+ 1.0%

【 四半期業績 】

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
売上高	3,400	6,200	5,200	7,700
経常利益	200	1,070	500	1,530

【 ゲストハウス数 】

期初	22	24	28	31
増減	+3(1)	+4	+3	-
期末	24	28	31	31

国内新規開業

10
ゲストハウス

05/12期末 22ゲストハウス 06/12期末(予) 31ゲストハウス

06年12月期は、6店舗、10ゲストハウスの開業を計画しております。

大宮店・青山店・市ヶ谷店・大阪心斎橋店・名古屋丸の内店、新浦安店(1ゲストハウス追加)の6店舗・10ゲストハウスの開業を予定しております。内、新宿市ヶ谷店は、広尾店移転によるものであり、当期末のゲストハウス数は31となる見込みです。

国内事業売上高

18,300
百万円

前期比 45.4% 増加

前期比で、+5,710百万円を計画しております。

05/12期に開業した星ヶ丘店、新浦安店の売上高が通期で寄与することに加え、当期6店舗・10ゲストハウスを新たに開業することにより、前年同期比で大幅増を見込んでおります。

海外事業売上高

4,200
百万円

前期比 17.9% 増加

前期比で、+638百万円を計画しております。

05/12期に独占使用権を取得したブルーラグーン・チャペルに加え、当期はヒルトン・ハワイアンヴィレッジに新チャペルがオープンいたします。前期より進めた国内サロンの強化、旅行会社との業務提携強化により、前期比で大幅増を見込んでおります。

連結経常利益

2,900
百万円

前期比 47.0% 増加

前期比で、+928百万円を計画しております。

当期においても積極的な出店戦略を継続いたしますが、国内・海外事業の売上高の増加による売上総利益の増加により、新規開業費用を吸収し、前年同期比で大幅増を見込んでおります。

上半期の出店効果により、大幅な増収増益を計画

	第1四半期	第2四半期	上半期	第3四半期	第4四半期	下半期
売上高	3,400	6,200	9,600	5,200	7,700	12,900
前年同期比	+21.0%	+45.8%	+36.0%	+46.4%	+39.0%	+41.2%
経常利益	200	1,070	870	500	1,530	2,030
前年同期比	-	+73.4%	+30.8%	+331.0%	+32.8%	+55.3%
	中間純利益		435	当期純利益		1,015
	前年同期比		+31.4%	前年同期比		+80.6%

上半期(1 ~ 6月)

国内事業: 3店の新規開業費用及び下半期開業店の準備費用が発生。しかし、新規店・前期開業店の収益が寄与し、売上高・利益とも増加。

海外事業: ヒルトン内チャペルの開設や、MATZKI受注分の採算性向上で、売上高・利益とも増加。

下半期(7 ~ 12月)

国内事業: 3店の新規開業費用が発生するが、上半期開業3店の収益貢献により吸収し、売上高・利益とも大幅に増加。

海外事業: 直営チャペルの増加と、旅行会社との提携営業強化により、売上高・利益とも大幅に増加。

【 四 半 期 別 事 業 計 画 】

第1四半期

国内新規開業

3 ゲストハウス

大宮店、ヒルトン内チャペルの開業費用が発生。
例年、第1四半期は期中で売上高が最小のため、開業費を吸収できず経常赤字。

第2四半期

国内新規開業

4 ゲストハウス

市ヶ谷店、青山店の開業費用が発生するが、前期開業店舗や第1四半期開業の大宮店の増収効果で吸収し、経常利益は大幅増加。

第3四半期

国内新規開業

3 ゲストハウス

名古屋丸の内店、大阪心斎橋店の開業費用が発生するが、前期開業店舗や第1・2四半期開業店の増収効果で吸収し、経常利益は大幅増加。

第4四半期

国内新規開業

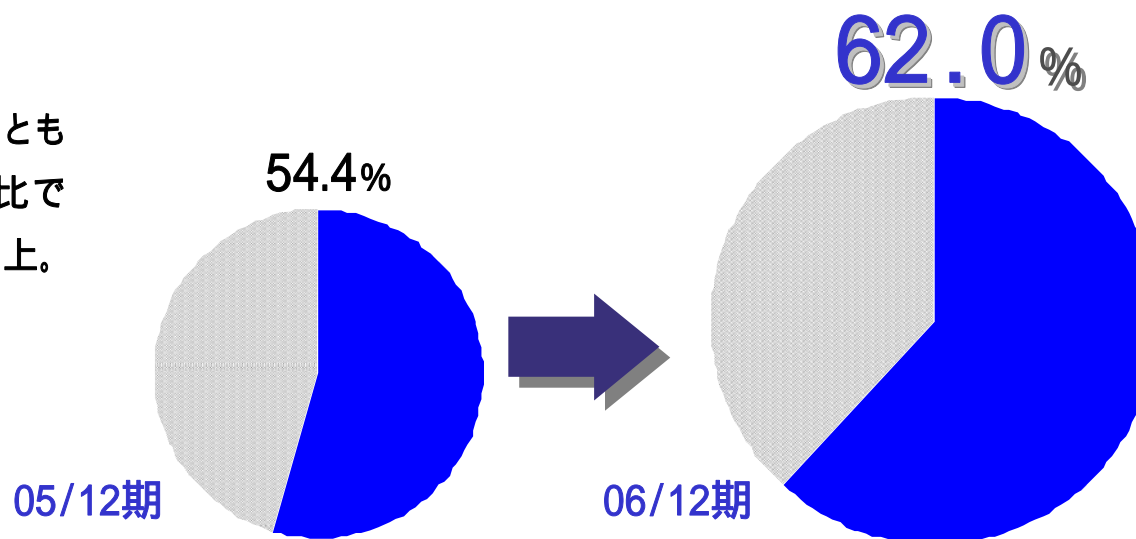
- ゲストハウス

新規開業なし。
例年、第4四半期は期中で売上高が最大となるが、当期はさらに新規開業店の増収効果により、経常利益は大幅増加。

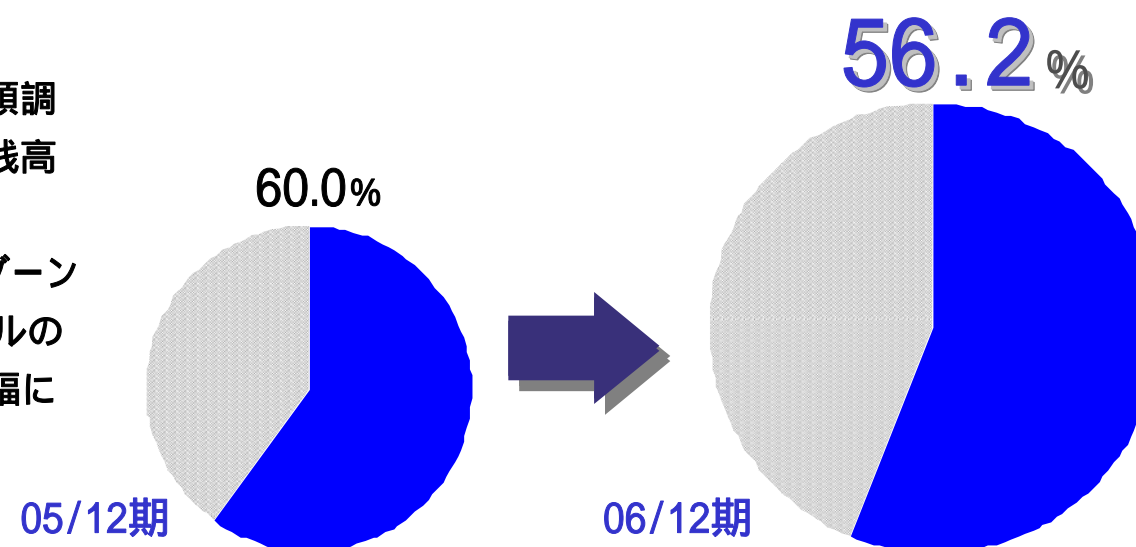
受 注 率

$$\text{当期分の受注残} \div \text{期初挙式計画件数}$$
国内事業

既存店、新規開業予定店とも順調に受注が進み、前期比で受注残数・受注率ともに向上。

海外事業

直販営業、提携営業ともに順調な受注状況を継続し、受注残高は前年同期比で216件増加。一方、受注率は、ブルーラグーンの稼動と、ヒルトン内チャペルの開業により、計画件数が大幅に増加しているため低下。



2006年1月末現在 受注率には1月に実施済みの挙式件数も含まれております。

3大都市圏に10ゲストハウスを開業

店舗	首都圏				名古屋	近畿	合計
	大宮	青山	市ヶ谷	新浦安	丸の内	心齋橋	
開業予定	3月	4月	5月	5月	秋	秋	-
ゲストハウス数	3	2	1	1	1	2	10

大宮 アートグレイス ウエディングシャトー



2006年3月
オープン予定

青山 セントグレース大聖堂



2006年4月 オープン予定

心齋橋 セントグレース大聖堂



2006年秋
オープン予定

アローズスクエア 東京

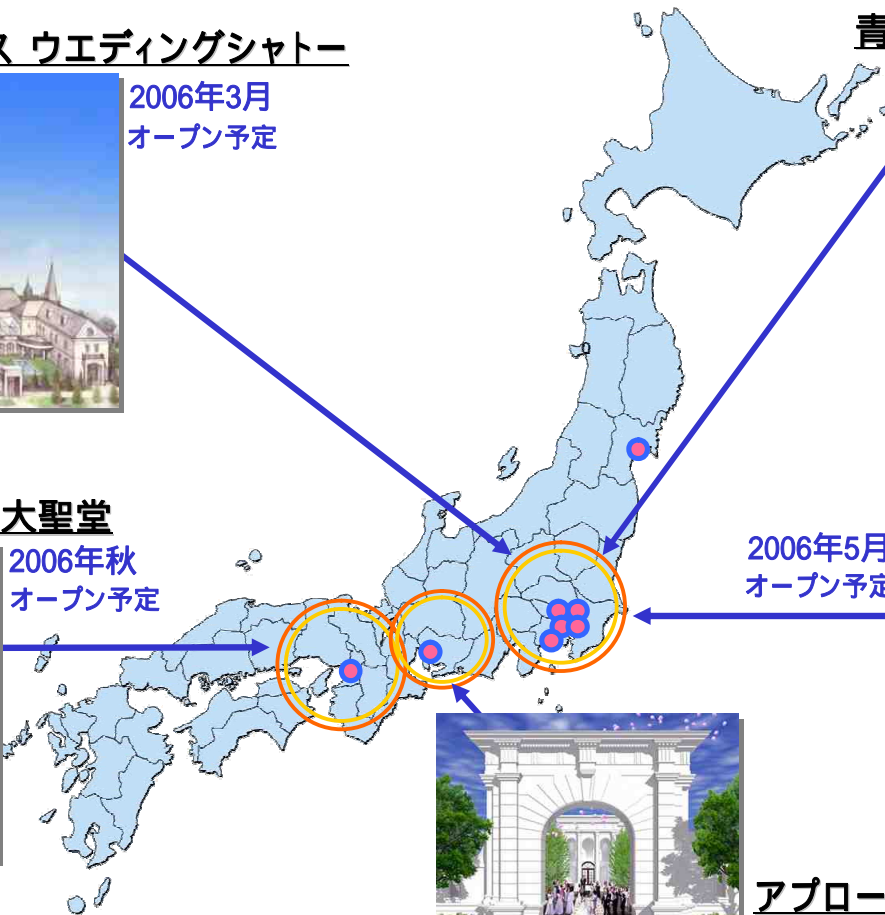


2006年5月
オープン予定



アローズスクエア 名古屋丸の内

2006年秋 オープン予定



● 既存施設

直営チャペルの拡充・コンテンツ強化

直営チャペルの拡充

ヒルトン・ハワイアン・ヴィレッジ
オーシャン クリスタル・チャペル
2006年1月 オープン



ブルーラグーンチャペル
Blue Lagoon Chapel
2005年6月 ~



両施設とも本格稼働後、年間800組を計画

コンテンツ強化戦略

TV・雑誌・CMで人気のモデル

「**蛭原 友里**」さん「**押切もえ**」さんとの
コラボ企画であるオリジナル・ドレスを開発。
販売を5月より開始。

・海外事業部でのレンタル ・一般顧客への小売り

海外事業の商品力を強化

営業戦略の強化

国内サロンの出店

直販営業の拠点である国内サロンの
強化を当期も実施し、好調な直販営業
の受注活動を当期も強化。

大阪:心齋橋サロン (06年3月~)

東京:新宿サロン (06年春)

新宿サロンは、既存の新宿サロンの増床

国内サロン数: 8 拠点 9 拠点

高単価顧客層の囲い込み強化

提携営業戦略の強化

大手旅行会社との提携営業強化
を当期も引続き行い、
全国レベルでの大手旅行会社の
営業網を活用

**海外(ハワイ)挙式市場での
挙式件数の大幅増**

市場シェアの獲得

新たなビジネスモデルの創造
と
中期利益計画

当社がブライダル業界
に初めて導入

『新市場の創造』

ブライダル市場に、ゲストハウス・ウエディング
という新しい市場を当社が創造

パイオニア企業としての
上質・本物の設備と
充実の商品・サービス

『最高品質の提供』

当社が創造したゲストハウス・ウエディングという
新市場で、最高級ホテル以上の「本物の」「上質な」
空間とサービスを提供

国内外の直営ゲストハウス
において、お客様の「夢」と「感動」
を満たす挙式サービスを提供

『他社との差別化』

ゲストハウス・ウエディングの創造企業として、他社
が真似できない「マルチゲストハウス」モデルを展開。
高い集客力を有する大型チャペルやロビーを建設し、
高稼働率・高収益率を実現するとともに、お客様の
「夢」と「感動」を満たす挙式サービスを提供

パイオニア企業として
新たなビジネスモデル、
サービスを創造

『新ビジネスモデル』

ゲストハウス・ウエディングのパイオニア企業
として、常に新商品・サービスの提供を行い、
進化を続ける当社が、ブライダル市場において
新たに全く新しいビジネスモデルを提案

日本国内最大級の格調高い本格派大聖堂



ArtGrace Wedding Chateaux

大宮 アートグレイス ウェディングシャトー

3 Guesthouse Type

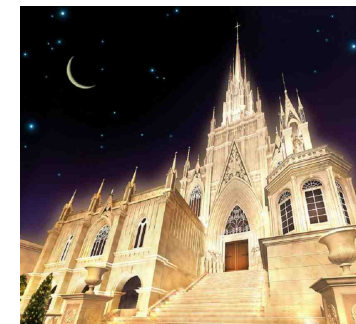
06年3月 オープン予定

St. Grace Cathedral

青山 セントグレース大聖堂

2 Guesthouse Type

06年4月 オープン予定



ゴシック様式 地上51m 収容人数150名

ゴシック様式 地上28m 収容人数120名



23mの
バージンロード

近隣のランドマークとして、従来店舗以上の高い集客力

+

「自由・オリジナルに行える**挙式**」を商品化



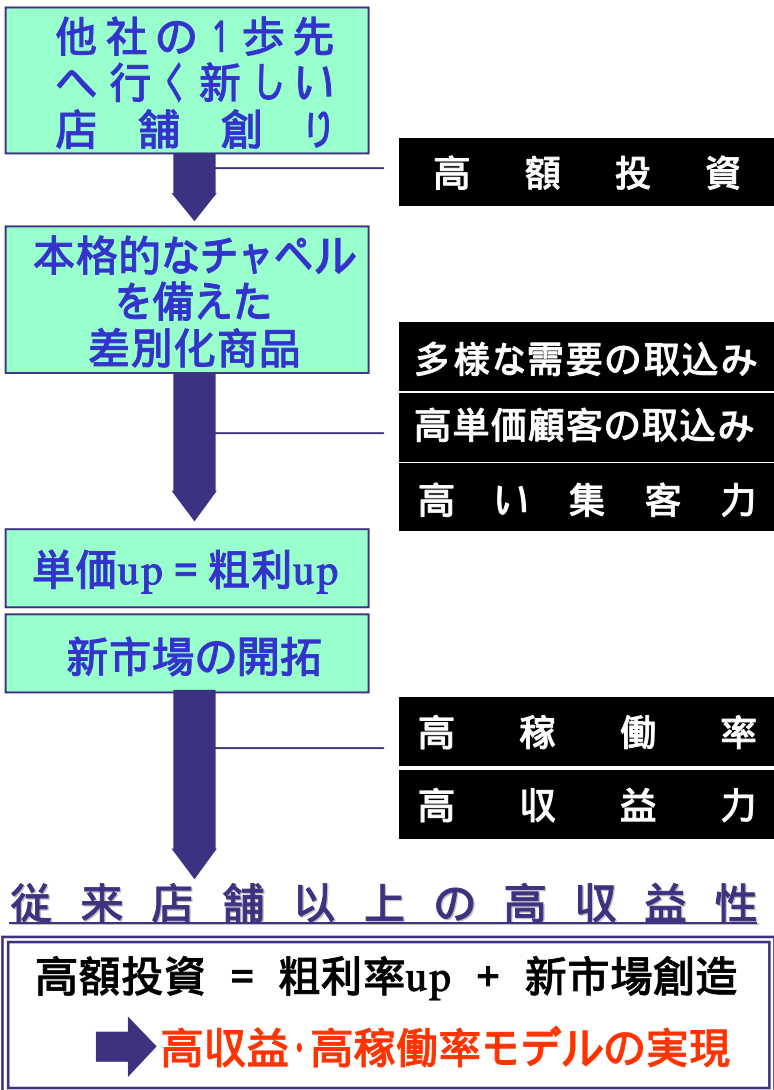
20mの
バージンロード

より高い集客力・決定率に基づく、より高いゲストハウス稼働率の実現

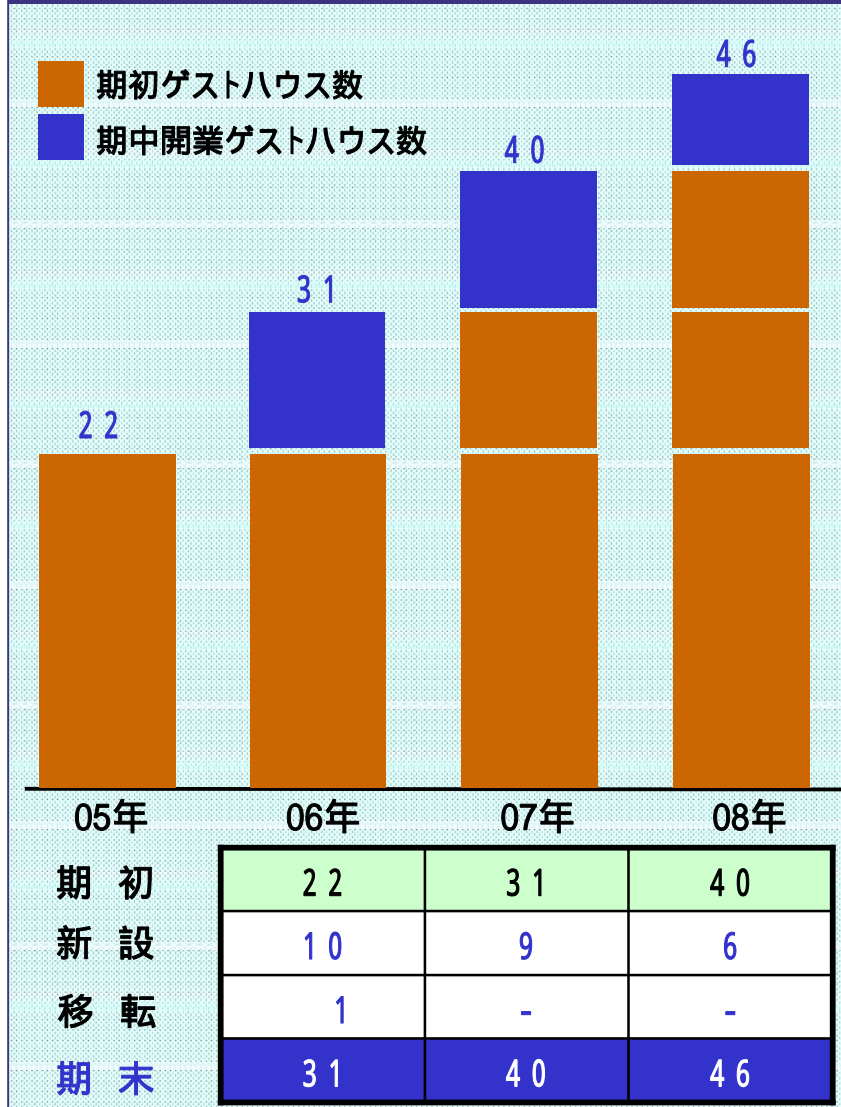
「本格的かつオリジナルな挙式」への需要を取り込み、
従来のゲストハウス・ウェディング需要に加え、新たな顧客層を開拓

新たなビジネスモデルとともに、3年でゲストハウス数はほぼ倍増

新モデルによる高収益性

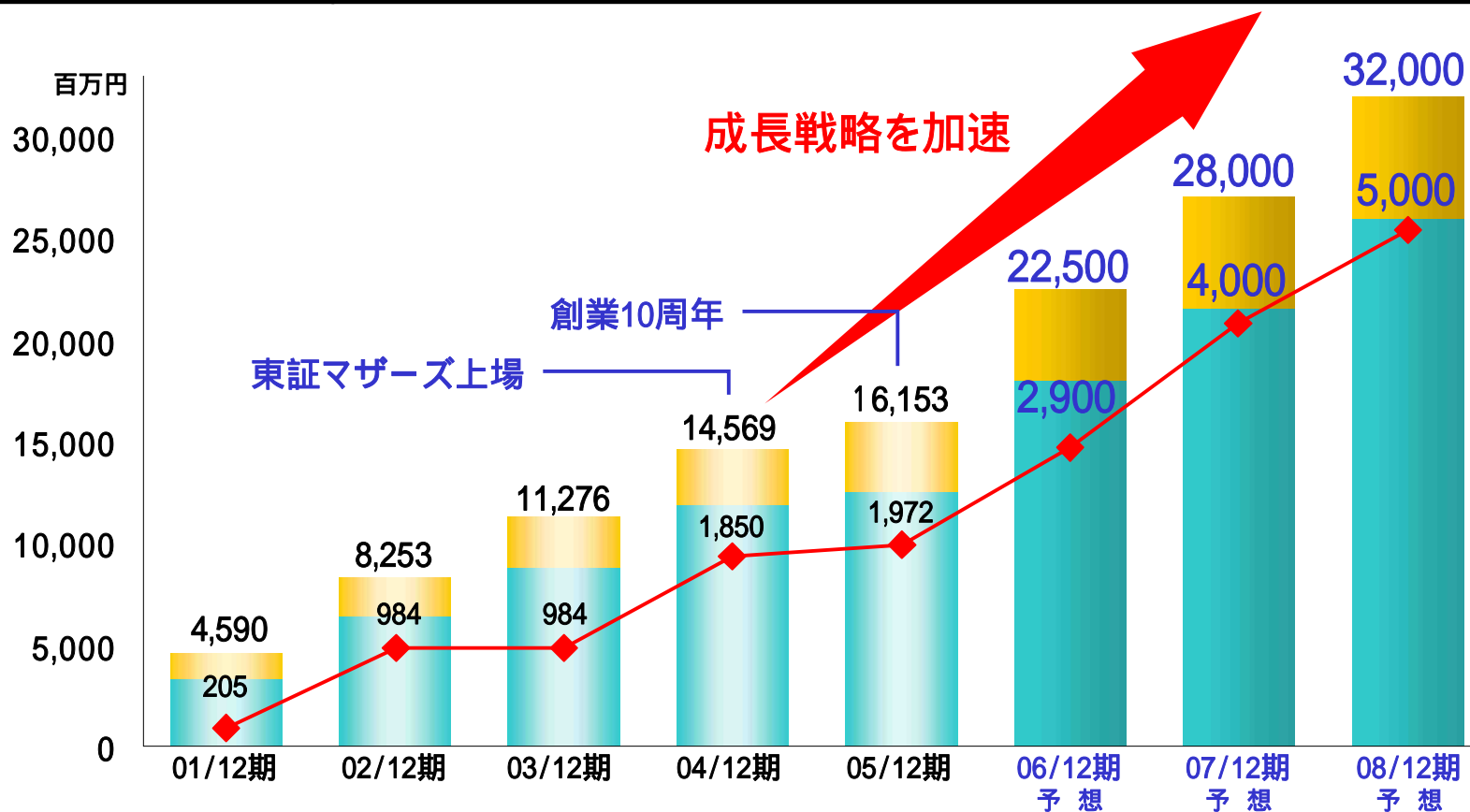


新設ゲストハウス計画



【連結】中期利益計画

単位:百万円	06年 12月期		07年 12月期		08年 12月期	
	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比
連結売上高	22,500	+ 6,347	28,000	+ 5,500	32,000	+ 4,000
国内事業部門	18,300	+ 5,710	23,000	+ 4,700	26,300	+ 3,300
海外事業部門	4,200	+ 638	5,000	+ 800	5,700	+ 700
連結経常利益	2,900	+ 928	4,000	+ 1,100	5,000	+ 1,000
連結当期純利益	1,450	+ 556	2,000	+ 550	2,500	+ 500



BEST BRIDAL

(注) 当資料は、投資勧誘を目的として作成したものではありません。
この資料のいかなる部分も一切の権利は当社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願い致します。
また、本資料には業績の予想にかかわる記載がありますが、これはあくまでも当社の予想であり、その時々状況や多様な要因により変更を余儀なくされることがあります。
なお、変更があった場合でも当社は本資料を改定する義務を負いかねますのでご了承ください。

IRに関する問合せ先 株式会社ベストブライダル 経営企画室 Tel:03-5464-0081 e-mail :ir@bestbridal.co.jp