

BEST BRIDAL

2013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/>

2014年2月18日

1. 2013年12月期決算概要

連結決算概要	3
連結四半期業績推移	4
連結貸借対照表	5
連結キャッシュ・フローの状況	6
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）	7
国内事業の状況	
ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの状況①	8
国内事業の状況	
ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの状況②	9
海外事業の状況	10

2. 2014年12月期業績予想

連結業績予想	12
--------	----

3. 今後の事業戦略

今後の事業戦略 今期より本格的な成長ステージへ	14
今後の事業戦略	
グローバルな事業展開、再編を視野に、持株会社制へ	15
ホテル事業戦略 高収益事業として事業拡大を加速	16
ホテル事業戦略 M&Aの積極的实施	17
ホテル事業戦略 新規大型店舗の開発	18
国内婚礼事業戦略	
「地域1番店戦略」により既存店も増収増益へ	19
国内婚礼事業戦略	
「家族挙式」事業を通じてマーケット需要を喚起	20
国内婚礼事業戦略	
婚礼プロデュースビジネス/受託ビジネスの拡大	21
海外事業戦略	22

■ 付属資料

国内事業 店舗展開の状況①（所在地別）	23
国内事業 店舗展開の状況②（ブランド別）	24
国内事業 店舗展開の状況③	25
海外事業 店舗展開の状況	26
会社概要	27

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2013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。

2013年12月期決算概要

経常利益、当期純利益が過去最高益を更新。

- ・国内事業は堅調に推移し、前年同期比増収増益。
- ・海外事業は増収となったものの、為替の影響により減益。
- ・国内ゲストハウスは、2011年3月（大宮璃宮）以降、新規出店を抑えて商品力の向上と人材育成に注力。既存店のみで増収増益を達成。
- ・ホテル インターコンチネンタル 東京ベイが黒字化、連結業績への利益貢献を開始。

(単位：百万円)

	2012/12期 実績	2013/12期 実績	前期比 増減率	2013/12期 計画	計画比 増減率
売上高	44,494	47,426	+6.6%	48,200	△1.6%
国内事業売上高	41,633	44,531	+7.0%	45,200	△1.5%
海外事業売上高	2,861	2,894	+1.2%	3,000	△3.5%
売上総利益	15,539	16,780	+8.0%	16,850	△0.4%
販売費及び一般管理費	9,020	9,923	+10.0%	9,450	+5.0%
営業利益	6,519	6,856	+5.2%	7,400	△7.3%
経常利益	6,610	7,129	+7.9%	7,300	△2.3%
当期純利益	3,270	4,236	+29.6%	4,300	△1.5%
施行件数	12,517	12,971	+3.6%	13,630	△4.8%
国内事業	9,543	10,039	+5.2%	10,430	△3.7%
海外事業	2,974	2,932	△1.4%	3,200	△8.4%
1株当たり当期純利益 [※]	66 ^円 79 ^銭	86 ^円 62 ^銭	-	87 ^円 91 ^銭	-
1株当たり年間配当金 [※]	10円	10円	-	10円	-

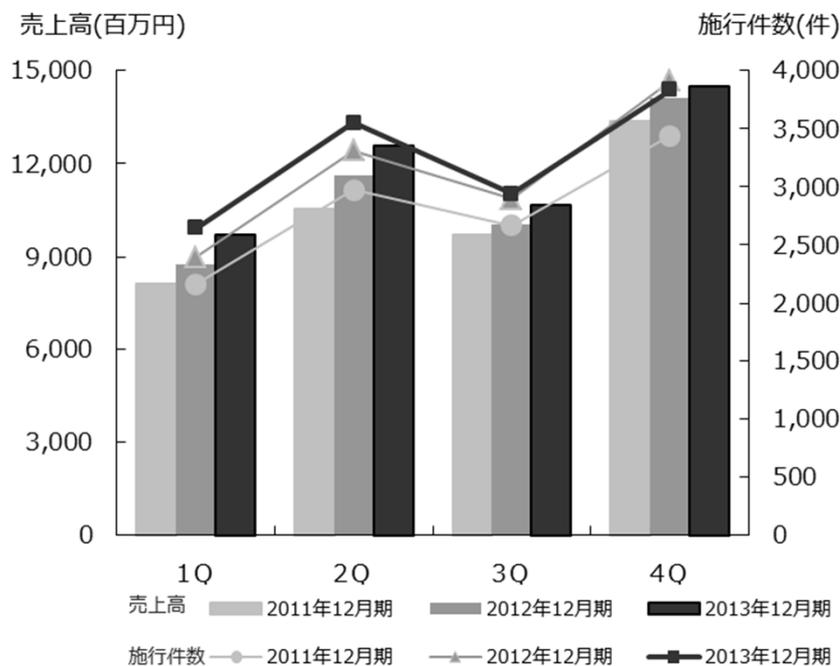
※ 平成25年7月1日付で普通株式1株を200株にする株式分割を行いました。

前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たり当期純利益及び1株当たり年間配当金を算定しております。

連結四半期業績推移

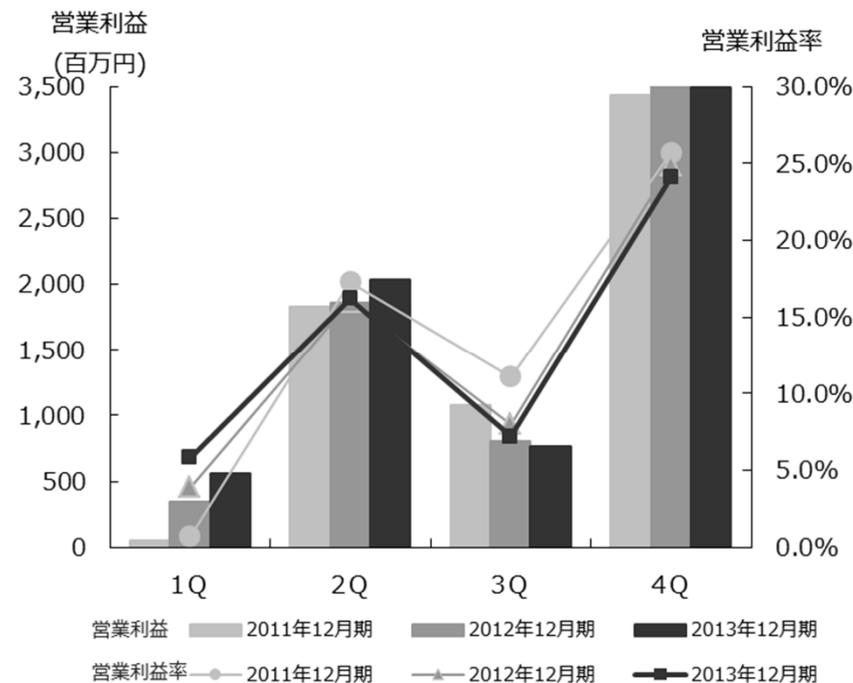
BEST BRIDAL

売上高・利益ともに堅調に推移。



売上高(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q
2011/12	8,124	10,548	9,716	13,351
2012/12	8,769	11,600	10,031	14,093
2013/12	9,687	12,577	10,679	14,481
施行件数(件)	1Q	2Q	3Q	4Q
2011/12	2,166	2,971	2,668	3,441
2012/12	2,400	3,310	2,895	3,912
2013/12	2,649	3,551	2,941	3,830

- ・国内事業、海外事業ともに売上高は堅調に推移。
- ・家族挙式の施行件数が増加。



営業利益(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q
2011/12	53	1,828	1,076	3,436
2012/12	345	1,857	805	3,510
2013/12	560	2,036	764	3,494
営業利益率	1Q	2Q	3Q	4Q
2011/12	0.7%	17.3%	11.1%	25.7%
2012/12	3.9%	16.0%	8.0%	24.9%
2013/12	5.8%	16.2%	7.2%	24.1%

- ・第1四半期、第2四半期は、増収効果により営業利益率が改善。
- ・第3四半期は、先行投資としての販管費（広告宣伝費・子会社地代家賃等）の増加により減益。

連結貸借対照表

BEST BRIDAL

自己資本比率が45.7%に上昇。

- ・自己資本比率は前期末と比較し2.7ポイントアップし45.7%となる。
- ・長期借入金は1,752百万円、社債は612百万円それぞれ減少したが、9月に設備投資資金として転換社債型新株予約権付社債を5,000百万円発行したことにより、有利子負債が増加。

(単位：百万円)

	2012/12期 期末	2013/12期 期末	増 減
流動資産	13,154	17,895	+4,741
固定資産	35,195	36,016	+821
有形固定資産	22,224	21,460	△763
無形固定資産	1,273	1,153	△119
投資その他の資産	11,697	13,402	+1,705
繰延資産	32	56	+23
資産合計	48,381	53,968	+5,586
流動負債	11,722	10,370	△1,351
固定負債	15,844	18,929	+3,085
負債合計	27,566	29,300	+1,733
純資産合計	20,815	24,668	+3,853
負債純資産合計	48,381	53,968	+5,586
自己資本比率	43.0%	45.7%	+2.7p
有利子負債*	16,647	19,273	+2,625
有利子負債依存度	34.4%	35.7%	+1.3p

* ゼロクーポンの転換社債型新株予約権付社債を含みます。

連結キャッシュ・フローの状況

BEST BRIDAL

投資活動による支出は増加したものの、営業キャッシュ・フローの増加によりフリーキャッシュ・フローは黒字を確保。

- ・(株)ホスピタリティ・ネットワークにおいて、営業キャッシュ・フロー425百万円（前期は△271百万円）を計上したことにより、営業キャッシュ・フローが大幅に増加。
- ・投資活動によるキャッシュ・フローでは、ストリングスホテル東京インターコンチネンタルの事業譲受けに係る支出1,710百万円を計上。
- ・9月に、(株)日本格付研究所（JCR）にて業界初の格付取得。（格付：『BBB+』 見通し：「安定的」）

(単位：百万円)

	2012/12期	2013/12期
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,223	6,022
うち税金等調整前当期純利益	6,324	7,132
うち減価償却費	2,521	2,653
うち法人税等の支払額	△ 3,302	△ 3,409
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,409	△ 5,457
うち有形固定資産の取得による支出	△ 2,172	△ 1,938
うち事業譲受契約前渡金の支出	-	△ 1,710
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,198	1,897
うち長期借入れによる収入	2,450	1,500
うち長期借入金の返済による支出	△ 3,509	△ 3,366
うち転換社債型新株予約権付社債の発行による収入	-	4,966
現金及び現金同等物の期末残高	11,205	13,758
フリーキャッシュ・フロー	2,813	565

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

売上高、営業利益ともに増加し、営業利益率は20%超え。

- ・婚礼施行件数はほぼ横ばい、列席の平均人数増加と商品力の向上もあり、1組当たりの平均単価が上昇。
- ・「地域一番店戦略」が功を奏し、レストラン・宴会等の売上も年々増加。
- ・人員配置の見直しによる人件費の効率化等により、売上総利益率が0.9ポイント改善し、営業利益は9.3%増加。

(単位：百万円)

	2012/12期	2013/12期	前 期 比	
			増 減	増減率
売上高	33,993	34,766	+773	+2.3%
売上総利益	9,316	9,852	+535	+5.7%
売上総利益率	27.4%	28.3%	+0.9p	—
販売費及び一般管理費	2,612	2,526	△86	△3.3%
販管費比率	7.7%	7.3%	△0.4p	—
営業利益	6,703	7,325	+621	+9.3%
営業利益率	19.7%	21.1%	+1.3p	—
施行件数	8,042件	7,975件	△67件	△0.8%
稼働率	63.0%	61.4%	△1.6p	—
1組当たり平均単価 [※]	4,048千円	4,072千円	+24千円	+0.6%

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 ホテル インターコンチネンタル 東京ベイの状況①

BEST BRIDAL

**全部門（宿泊・レストラン・婚礼・宴会）で売上高を大幅に伸ばして黒字化を達成。
当社グループのホテル事業展開のビジネスモデルを確立。**

- ・積極的な設備投資と切れ目ない新商品の投入、機動的な営業施策により、ホテル全部門で新しい価値を創出。
- ・人材教育に注力し、スタッフのモチベーションアップやチーム力の強化を図った結果、より質の高い、きめ細かいサービスを提供でき、お客様にも喜ばれ、3年間で約40%の売上増加。
- ・改装工事期間の機会ロスや184百万円の改装費用等を吸収し、黒字化を達成。

(単位：百万円)

	2011/12期	2012/12期	2013/12期	前 期 比		前々期比
				増 減	増減率	増減率
宿泊売上	1,639	1,717	2,184	+466	+27.1%	+33.3%
レストラン売上	574	657	989	+332	+50.5%	+72.3%
婚礼売上	2,281	3,041	3,279	+239	+7.9%	+43.8%
宴会売上	538	536	630	+93	+17.4%	+17.0%
その他	88	51	12			
売上高合計	5,122	6,003	7,094	+1,090	+18.2%	+38.5%
営業利益	△476	△145	87	+233	—	—
営業利益率	-9.3%	-2.4%	1.2%	—	—	—
婚礼施行件数	511件	663件	709件	+46件	+6.9%	+38.7%

リニューアルによる新しい価値づくり－世界基準の「安心」「安全」「快適」+「感動」

1. チャペル、バンケットのリニューアル（2011年）－ 婚礼施行組数が大幅にアップ。3年間で38.7%増加。
2. 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）
シェフが目の前で調理、サービスするライブエンターテイメントや、美味しさが話題となり、多くのメディアで取り上げていただく。
3. エントランス、ロビーの改装（2012年秋）
日本の伝統・格式+ヨーロッパの重厚さ、ラグジュアリー感+ニューヨークのトレンドを反映した、最先端のデザイン。
4. 1階ラウンジ&レストランのオープン（2012年12月）
ラグジュアリー空間「ニューヨークラウンジ」・ヘルシーフレンチ「ラ・プロヴァンス」・ヘルシー鉄板焼「匠」
5. イタリアンダイニング「ジリオン」オープン（2013年4月）
「シェフズライブメランジェサラダと生パスタのヘルシーNYイタリアン」がテーマのイタリアンダイニング。
6. 客室のリノベーション（2013年4月完了）
8F～24Fまでのフロアを細かくセグメントし、ターゲットを明確化。
 - ・8～12F:クラシックフロア
 - ・13～17F:レギュラーフロア
 - ・18～19F:エグゼクティブフロア
 - ・20～24F:クラブインターコンチネンタルフロア
 - ・21～22F:クラブエグゼクティブインターコンチネンタルフロア「安心」「安全」「快適」を、徹底して追求。
 - ・カードセキュリティの導入。（18F・19F・21F・22F）
 - ・メーカーと共同開発したオリジナルベッド、寝具、リネン類の導入。
 - ・素晴らしい眺望&多彩なメニューが楽しめるクラブ専用ラウンジ。（20F）
 - ・パナソニック社とコラボレーションした、女性専用ルームもご用意。



施行件数・売上高は、ほぼ前年並み。外国人挙式の増加傾向が継続。

- ・次の成長期に備えて商品力向上・人材育成に注力。特に、主催旅行による差別化を推進。
- ・競争激化の中、値引を抑えて商品力を生かした販売に徹することで、急激な為替変動（円安）にも関わらず事業利益を確保。
- ・外国人挙式は年々順調に増加。バリ島では、高単価なパーティー付きの挙式も好調。

(単位：百万円)

	2012/12期	2013/12期	前 期 比	
			増 減	増減率
売上高	2,861	2,894	+33	+1.2%
期末施設数	9	9	+0	-
施行件数	2,974	2,932	△42	△1.4%
ハワイ	2,420	2,363	△57	△2.4%
バリ	554	569	+15	+2.7%
ハワイ/バリ DW※	590	636	+46	+7.8%

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）

2014年12月期業績予想

ホテル事業が業績に寄与し、増収増益。営業利益、経常利益は過去最高益更新を見込む。

ホテル事業の拡大に伴い、今期からセグメント区分を「国内婚礼事業」「ホテル事業」「海外事業」に変更。

【国内婚礼事業】

- ・家族挙式については、好調な受注状況を受け売上高増加を見込む。
- ・ゲストハウスの業績も堅調に推移。

【ホテル事業】

- ・ストリングスホテル東京インターコンチネンタルの経営権取得による(株)ベストグローバルの売上が寄与。
- ・(株)ホスピタリティ・ネットワークについても更なる収益性の向上を見込む。

【海外事業】

- ・ハワイの直販営業の好調な受注状況を受け、売上高増加を見込む。
- ・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)

	2012/12期 実績	2013/12期 実績	2014/12期 計画	前 期 比	
				増減	増減率
売上高	44,494	47,426	52,650	+5,223	+11.0%
国内婚礼事業	35,799	37,392	38,650	+1,257	+3.4%
ホテル事業	5,834	7,139	10,750	+3,610	+50.6%
海外事業	2,861	2,894	3,250	+355	+12.3%
営業利益	6,519	6,856	7,250	+393	+5.7%
営業利益率	14.7%	14.5%	13.8%	△0.7p	
経常利益	6,610	7,129	7,250	+120	+1.7%
経常利益率	14.9%	15.0%	13.8%	△1.3p	

当期純利益につきましては、7月1日付での持株会社化の移行に伴い、現時点で合理的に算出することが困難であるため、公表しておりません。

今後の事業戦略

**「世界最高のおもてなし創造企業」を目指し、グローバルな事業拡大を加速。
堅調な国内ゲストハウス事業に、ホテル事業を加え、売上高800億円企業へ。**

【企業理念】

「心に焼きつくプロのおもてなしで、人々の集う場をプロデュースする。」

今までになかった時間と空間を創造し、その感動の余韻が、生涯、お客様の心に残り続けること。

ゲストハウスウェディングのパイオニアとして、成長を続けてまいりました当社グループは、「ホテル インターコンチネンタル 東京ベイ」再生の成功を機に、ブライダルの枠を超えて、「世界最高のおもてなし創造企業」へと飛躍します。

当社のビジョン、そして目指す未来は、「感動で人と人を結ぶ。幸せがあふれる心豊かな社会へ。」です。
「心に焼きつくプロのおもてなし」を通じて、人と人、心と心を結ぶことで、社会に貢献してまいります。

【持株会社制への移行】

7月1日付で持株会社制へ移行。当社は「ツカダグローバルホールディング」に商号変更。

新たな成長ステージの中で、事業領域の拡大、M&Aを積極的かつ機動的に実現していくため。

【基本方針】

- ・「世界最高のおもてなし創造企業」として、絶えず革新的な新商品を世の中に提案し続ける。
- ・それぞれの事業体が自律的に顧客価値を最大化、多様化するマーケットニーズに柔軟に応えながら成長する。
- ・当社のコア・コンピタンスである、施設の開発・所有、および人材の育成・配置は、持株会社がマネジメントする。それにより、グループ内の経営資源の最適化と、より積極的な有効活用を図っていく。

【会社分割日程】

分割契約承認株主総会開催基準日（当社）	平成25年12月31日（火）
承継会社設立、並びに分割契約承認取締役会（当社及び承継会社）	平成26年2月14日（金）
承継会社設立日	平成26年2月14日（金）
分割契約締結日	平成26年2月14日（金）
分割契約承認株主総会（当社）	平成26年3月28日（金）（予定）
分割予定日（効力発生日）	平成26年7月1日（火）（予定）

■ M&A と新規出店とを織り交ぜ、ゲストハウス事業と並ぶ業容へと拡大。

1年に1~2店舗というハイペースでの成長を目指す。

- ・2007年5月 名古屋八事のホテルを譲受け、「サーウinstonホテル」として黒字化。
- ・2011年1月 「ホテル インターコンチネンタル 東京ベイ」を取得。
- ・2014年1月 「ストリングスホテル東京インターコンチネンタル」を取得。

⇒ホテル事業は、既に年間売上高126億円まで成長。

⇒収益事業としてのノウハウを確立したことから、今後は業容の拡大を加速。

■ 新しい価値を創出することで、ゲストハウス同様の高い収益性を確保。

「ホテルは収益性が低い」という既成概念を打破し⇒「ホテルは収益性が高い」へ

- ・日本中で低迷している「ホテルウエディング」は、当社から見ると宝の山と映る。
- ・婚礼部門の再生がホテル全体を牽引しつつ、宿泊・レストラン・宴会、全部門で売上高の増大を実現。
- ・コストカットに走ることなく、積極的な設備投資による新しい空間づくり、新しい商品・サービスの開発、スタッフ力の向上で高い収益性を実現。

2014年1月～ スtringスホテル東京インターコンチネンタルの経営権取得

Stringスホテル東京インターコンチネンタルの概要

住所 東京都港区港南2-16-1 品川イーストワンタワー 26-32F
アクセス JR品川駅（港南口）より徒歩1分
面積 15,452㎡
客室数 205室

- ・JR品川駅に直結し、羽田空港へのアクセスの良さもあり、高い宿泊稼働率、宿泊単価を保っている。
- ・訪日外国人数の増加を追い風に、6年後の東京オリンピックも控え、今後の更なる成長が見込まれる。



名古屋（ささしま）への新規出店 – 2015年秋開業予定

1. 契約概要

賃貸人	日本郵便株式会社
住所	名古屋市中村区ささしまライブ24土地区画整理事業 仮換地1街区1番
仮換地面積	10,166.00㎡
契約期間	平成25年9月1日～平成42年7月31日

2. プロジェクト概要

延べ面積	14,527㎡ (4,394坪)
階数	地上8階
主な施設（予定）	2チャペル・5バンケット・1小宴会場・ 宿泊施設（128室）・レストラン (内容については変更の可能性があります。)



- ① 当社
- ② シネコン・アミューズメント等、ライブホール
- ③ 国際交流・研修施設
- ④ 事務所・ホテル・コンベンション・商業等
- ⑤⑥ 大学（愛知大学名古屋キャンパス）
- ⑦ 賃貸住宅等
- ⑧ 放送局（中京テレビ放送社）

当社がこれまで培ってきた
 ゲストハウス・ホテルの店舗開発力・運営力
 ⇒ ゲストハウスとホテルを融合させた
従来にない全く新しい価値を持った施設



■ 結婚式における顧客感動のさらなる追求

- ・きめ細かな顧客のアンケート実施により、「感動」「感謝」「楽しい」結婚式を、全社一丸となって提供する。
- ・「美味しい料理」を徹底的に追求。全社料理コンテストを毎年実施し、料理人の技術と意識を高める。
- ・従来の衣裳、美容、挙式に加え、演出や写真、ビデオ等の内製化を通じて、顧客ニーズに即座に対応できる体制構築も進む。



■ レストランビジネスへの取り組み

- ・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)
- ・人生のさまざまな節目でご利用いただけるサービスを提供。
(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)



■ 宴会ビジネスへの取り組み

- ・ホテル事業の営業担当とゲストハウスの営業担当が、一体となって積極的な営業活動を展開。



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。
レストラン、宴会ビジネスともに毎年大きく成長。
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。

■「家族挙式」により「挙式・披露宴非実施層 = 潜在顧客」を取り込む

家族の「絆」をテーマにしたアットホームな少人数挙式を提供

婚姻件数 66万3千組 (厚生労働省 人口動態統計年間推計より 2013年)

婚姻件数のうち、約半数が挙式・披露宴を実施していない

挙式・披露宴非実施層のうち、本当はやりたかった「心残り層」のシェアは30.5% (ブライダル総研 結婚総合意識調査2012より)

年間約10万組のマーケットが存在 (当社推計)

さらに過去の挙式・披露宴非実施層もターゲットとなる

● 自社施設での積極的展開 (2012年～)

- ・オーシャンビューチャペル・トーキョーベイ (ホテル インターコンチネンタル 東京ベイ 24F)
- ・セントアクアチャペル梅田 (大阪マルビル)
- ・その他自社施設チャペル



● 提携施設での展開 (2013年秋～)

- ・楽婚事業で培ったネットワークを活用

■「楽婚」－婚礼プロデュースビジネスの拡大

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

- ・大阪梅田店オープン（2013年6月）－関西での楽婚事業開始
- ・楽婚専用集客拠点（ブライダルサロン）
 - －新宿店・東京店・横浜店・千葉店・名古屋店・梅田店の6店舗
- ・提携会場数
 - －関東エリア 179会場
 - 東海エリア 77会場
 - 関西エリア 74会場
- 提携会場の一例：目黒雅叙園、ロイヤルパークホテル、ウエスティン名古屋キャッスル、ホテル日航大阪
- ・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



■受託ビジネスの拡大

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

- ・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



■ 世界中から観光客が集まる、ハワイとバリ島に経営資源を集中。

- ・アジアからの挙式顧客の大幅増が見込まれる二大エリアに、合計9か所の挙式施設を展開。
- ・活動拠点を分散し過ぎることなく、安定的に事業運営ができるネットワークを構築。

■ 多様化する挙式ニーズに応え、まずは日本人の挙式で収益基盤を確立。

- ・直営サロンを展開し、独自の仕組み構築 = 差別化戦略で、高単価な客層を安定的に取り込む。
- ・業界で唯一、主催旅行を造成。挙式・ハネムーンともに主催することで、顧客感動と高い付加価値を創造。
- ・現地スタッフが出発前に直接お客様とお打合せすることで、海外挙式の不安やトラブルを解消。
- ・今後は、M&A も視野に、新たな集客チャンネルの獲得を検討。

■ 外国人挙式の積極的な取り込みと、将来的なアジア展開を見据えた戦略。

- ・ハワイとバリ島では、外国人挙式が年々増加。
- ・シンガポールにプロデュースサロンとレストランを開設。将来的なアジア展開のネットワーク作りを開始。



国内事業 店舗展開の状況① (所在地別)

19店舗 (58ゲストハウス)
2ホテル (6バンケット)
(2014年1月1日現在)

- 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)
- 品川 : スtringsホテル東京インターコンチネンタル(1)

京都 : アートグレイス ウェディングヒルズ(3)

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

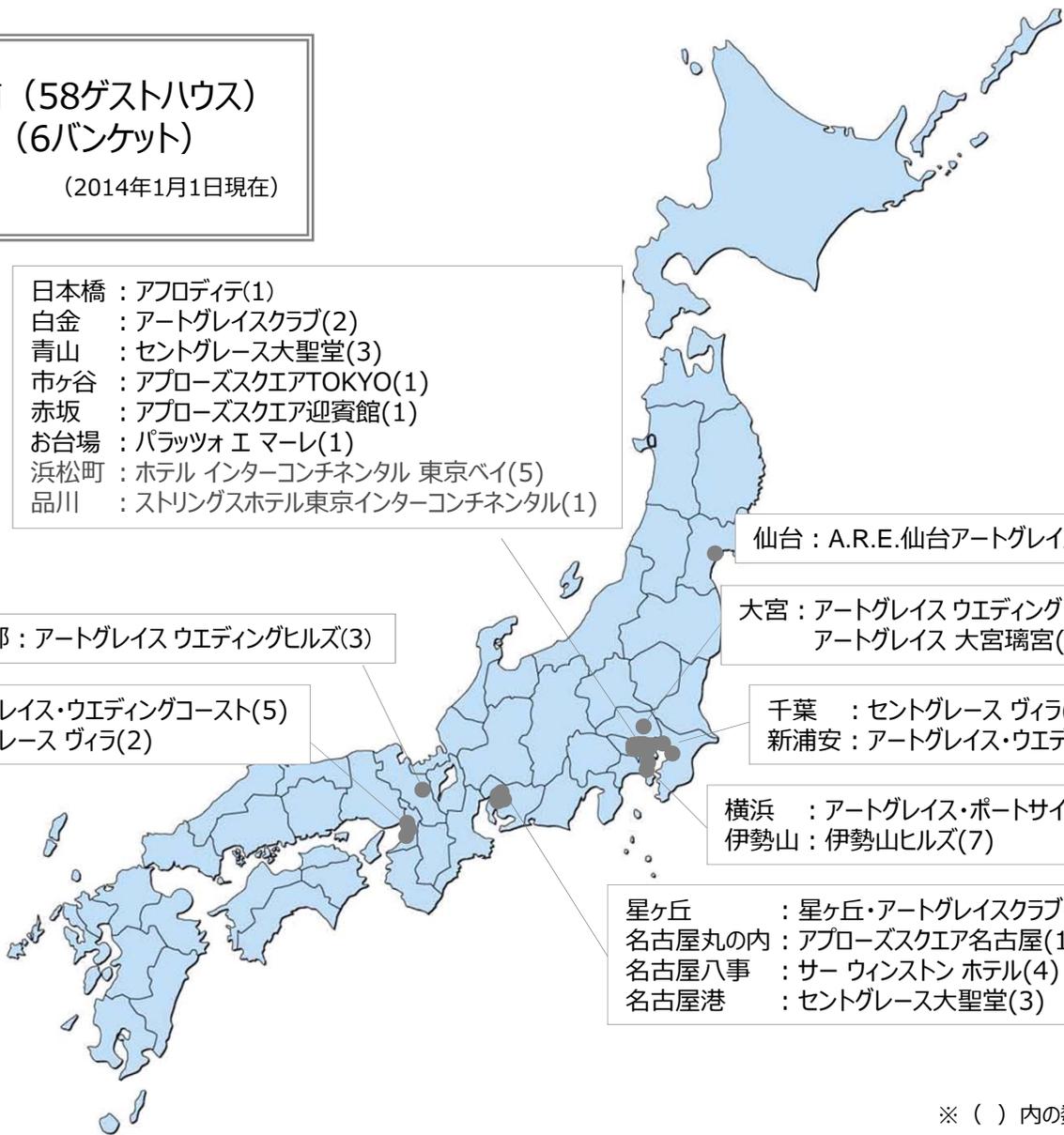
仙台 : A.R.E.仙台アートグレイス・ウェディングフォレスト(3)

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

千葉 : セントグレース ヴィラ(2)
新浦安 : アートグレイス・ウェディングコースト(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)
- ・アプロディテ (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
- ・ストリングスホテル東京インターコンチネンタル (品川)
 - ・ザ・ダイニング ルーム
 - ・チャイナシャドー
- ・サー ウィンストン 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



家族挙式

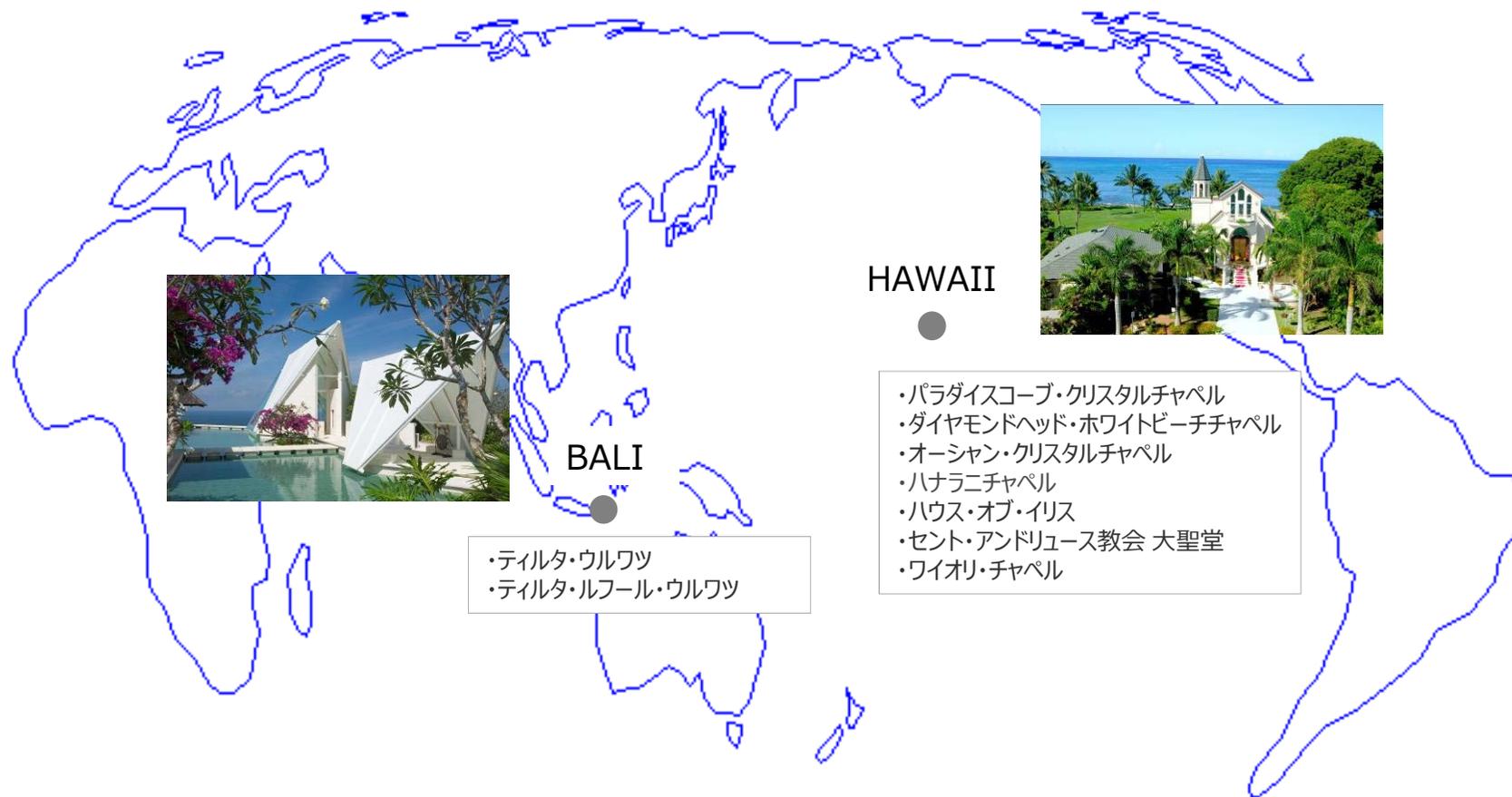
- ・オーシャンビューチャペル・トーキョーベイ (浜松町)
- ・セントアクアチャペル (梅田)



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 1,369名 個別 454名
発行済株式の総数	48,960,000株（単元株数100株）
株 主 数	5,750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 (株)ベストグローバル 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）