

**BEST
BRIDAL**

株式会社ベストブライダル

2004年12月期 決算説明会

平成17年3月1日
(東証マザーズ:2418)



－ 会 社 の 沿 革 －

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
発 行 済 株 式 数	13,600株 (単元株制度:なし)
株 主 数	684名
従 業 員	【連結】 306名 【単体】 199名
事 業 内 容	<ol style="list-style-type: none"> 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

平成 7年10月	ブライダルプロデュース事業を目的として、 株式会社ベストブライダルを設立
平成11年 2月	米国ハワイ州に現地法人Best Bridal Hawaii, Inc. (現連結子会社)を設立
平成11年 5月	ティーケーウエディングサービス株式会社の 営業を譲り受け、海外挙式斡旋事業を開始
平成12年 8月	当社のウエディング等における飲食・サービスの 提供を目的として、株式会社ベストプランニング (現連結子会社)を設立
平成14年 9月	株式会社ベストブライダル・インターナショナル を設立
平成16年10月	東京証券取引所マザーズ市場に上場

2004年12月期 決算概要



業績サマリー

連結売上高：14,569百万円（前期比 + 29.2%）

連結経常利益：1,850百万円（前期比 + 87.9%）

連結当期純利益：850百万円（前期比 + 73.0%）

Point 1

既存店が好調に推移

- ◆ 国内事業部門 +35.4%
03/12期中開設の大阪、仙台の売上高が、当期は通期で寄与。他4店舗売上高も前期比106%。
- ◆ 海外事業部門 + 7.7%
円高等のマイナス要因を順調な販売でカバー。

Point 2

利益率の向上

- ◆ 売上総利益率 +2.3%
- ◆ 営業利益率 +4.2%
- ◆ 経常利益率 +4.0%
- ◆ 当期純利益率 +1.5%

収益性の高いマルチゲストハウスの売上構成比の上昇、業務効率の向上により、利益率が上昇。

Point 3

財務体質の強化

- ◆ 株主資本比率 +12.2%
11月のIPOで、1,042百万円を調達。
当期純利益と併せ、株主資本は前期比1,888百万円増加。
- それに伴い、有利子負債比率は低下。



★ 連結決算の状況

単位:百万円

	2003年12月期		2004年12月期		増 減	
	金 額	構成比	金 額	構成比	金 額	%
売 上 高	11,276	100.0%	14,569	100.0%	3,293	+29.2%
国内事業部門	8,764	77.7%	11,864	81.4%	3,100	+35.4%
海外事業部門	2,512	22.3%	2,705	18.6%	193	+ 7.7%
売 上 総 利 益	3,095	27.4%	4,341	29.8%	1,245	+40.2%
営 業 利 益	1,133	10.0%	2,063	14.2%	930	+82.1%
経 常 利 益	984	8.7%	1,850	12.7%	865	+87.9%
当 期 純 利 益	491	4.3%	850	5.8%	358	+73.0%

国内ゲストハウスの状況 6店舗・16ゲストハウス(2004年12月末)



日本橋
1ゲストハウス



広尾
1ゲストハウス



白金
2ゲストハウス



横浜
4ゲストハウス



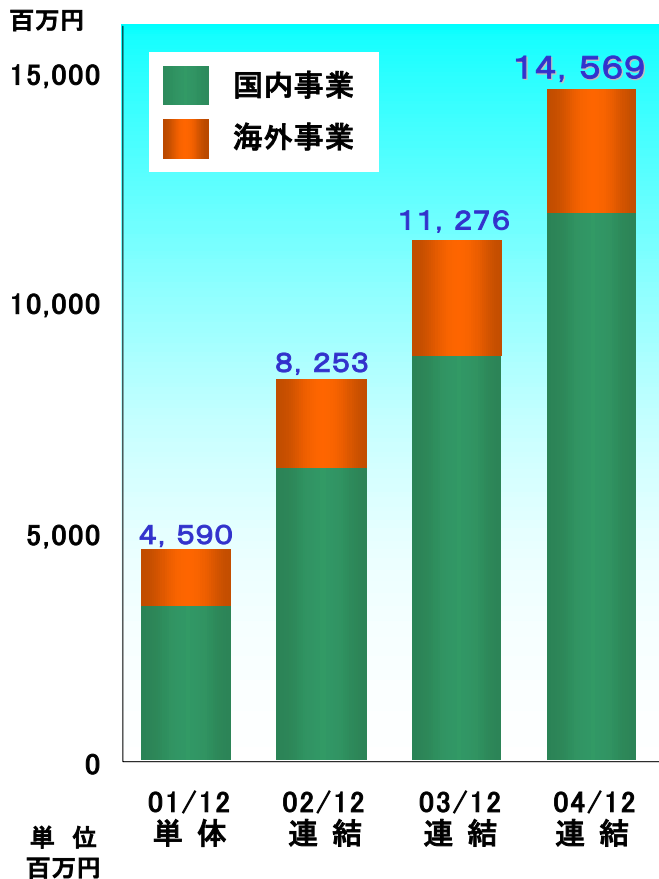
大阪
5ゲストハウス



仙台
3ゲストハウス



部門別売上高 推移



単位
百万円

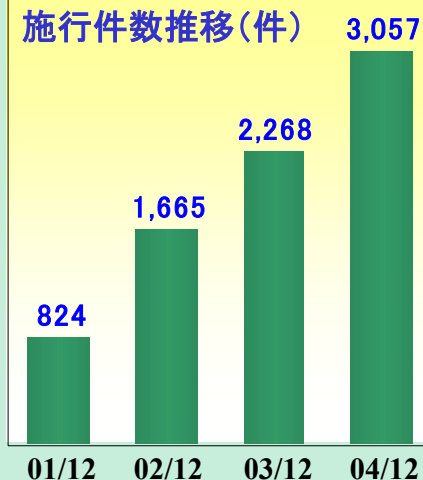
国内	3,356	6,363	8,764	11,864
海外	1,233	1,890	2,512	2,705

事業部門別概況

国内事業部門

前期比 135.4%

- 既存店が好調に推移
4事業所(日本橋、広尾、白金、横浜)
売上高:前期比 106%
- 03/12期オープン店舗が通期寄与
・大阪:5ゲストハウス(03/4~)
・仙台:3ゲストハウス(03/10~)
の業績が通期で寄与

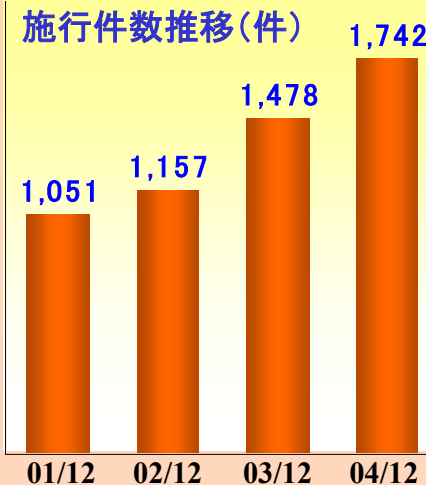


海外事業部門

前期比 107.7%

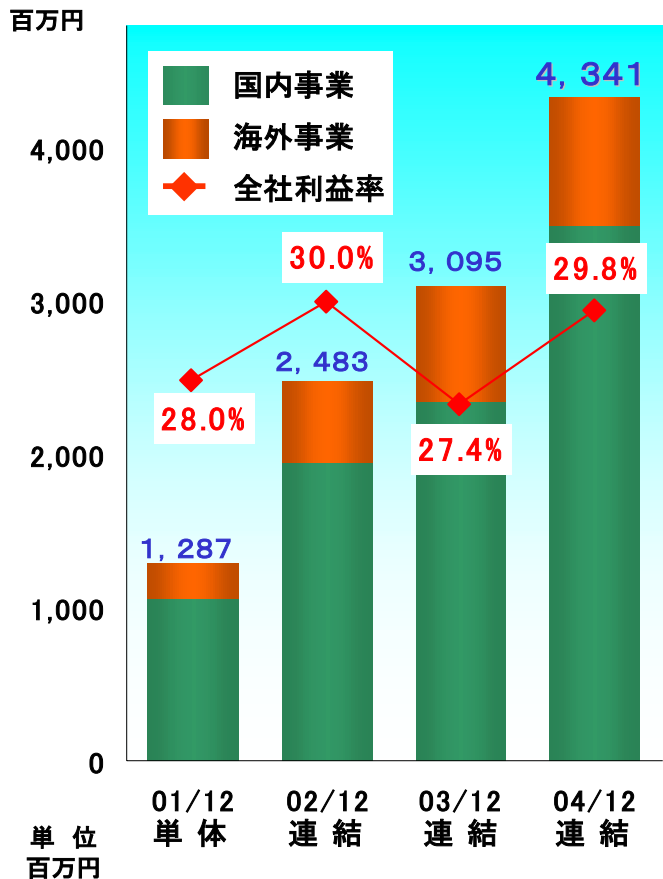
- プラス要因
- 直営サロンでの販売が好調に推移
 - MATZKI INC.の営業権取得に伴う売上増(04/11~)

- マイナス要因
- 「エンジェルガーデン・シーサイドエステート」の改装により、一時受注停止。





部門別売上総利益 推移



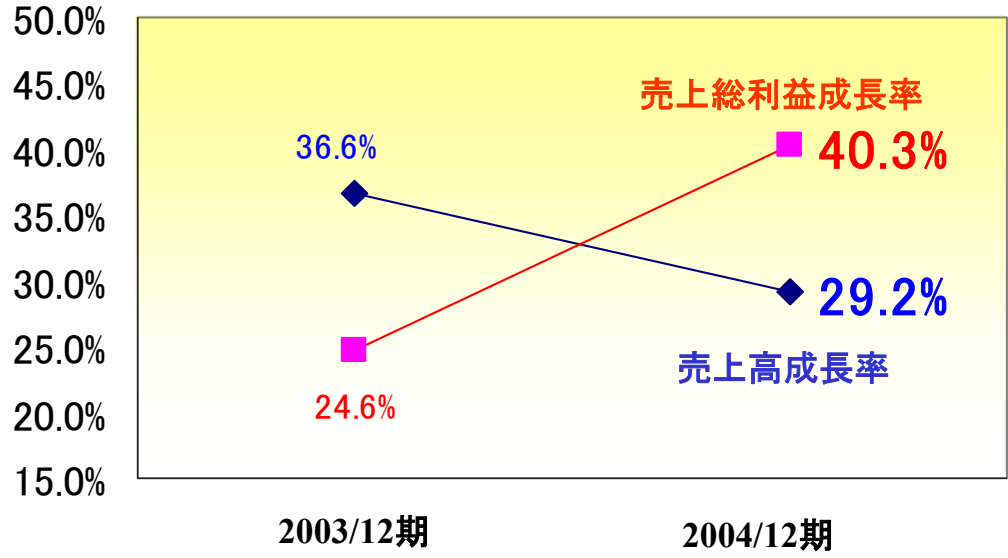
国内	1,061	1,952	2,340	3,499
海外	225	530	755	841

売上原価明細 (連結)

売上原価率: 前期比 2.3% 低下

- 外注費 対売上高 0.5% 低下
 - 労務費 対売上高 0.4% 低下
 - その他経費 対売上高 1.3% 低下
- 固定費比率の低下

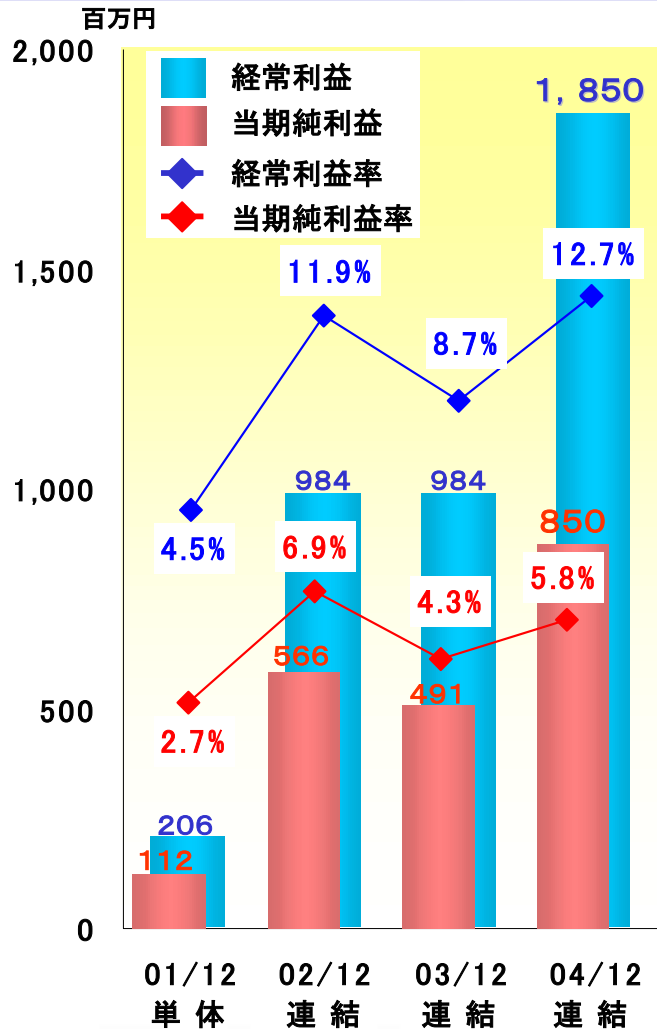
売上高成長率と売上総利益成長率



※02/12期より連結決算制度を導入しております。



経常利益、当期純利益 推移



販管費明細 (連結)

販管費比率:前期比 1.8% 低下

- 広告宣伝費 対売上高 0.5%低下
- 給与手当 対売上高 0.4%低下

大阪・仙台店の通期営業により売上高が拡大し、また、マルチゲストハウスによる高稼働率の実現
効率的な業務推進を行うことにより、販管費比率低下。

固定資産の除却

店舗、直営サロンのリニューアル・強化による競争力維持

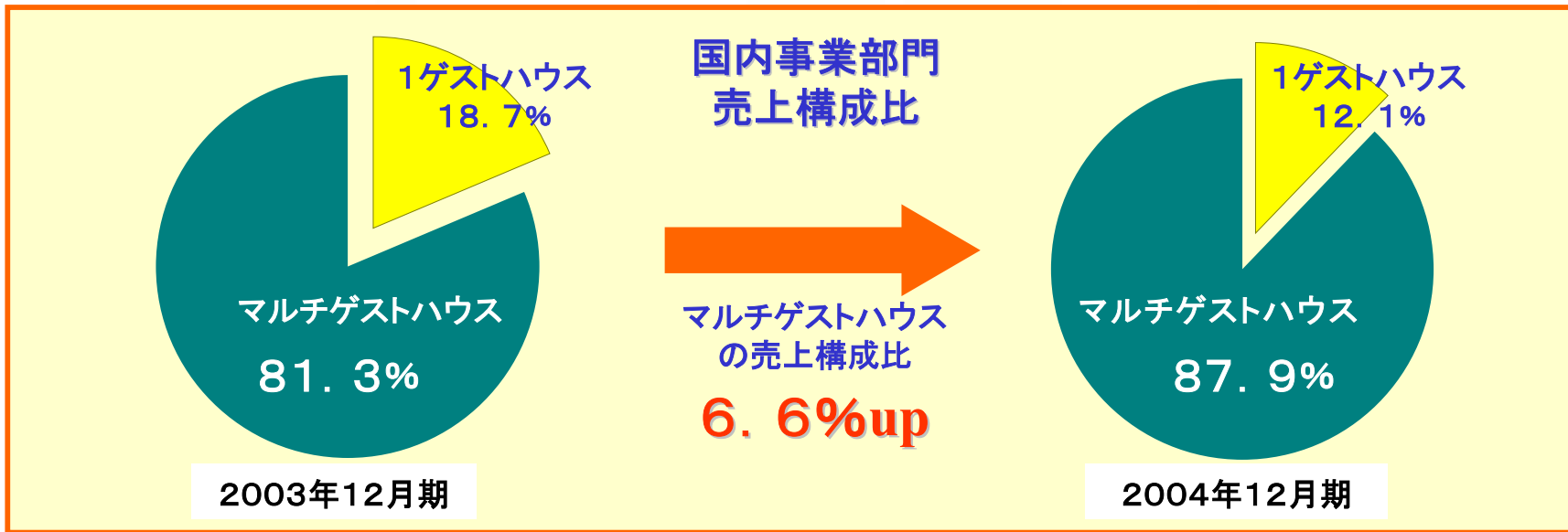
高稼働率を維持するために、店舗のリニューアルを実施。
また、機能の拡充・強化を行うために直営サロンの移転を実施。

- 店舗リニューアル
 - ・アプローズスクエア(広尾) 1月
 - ・アートグレイス・ポートサイドヴィラ(横浜) 8月
 - ・アートグレイスクラブ(白金) 8月 他
- 直営サロンのリニューアル・移転
名古屋・大阪

※その他:代官山店閉鎖に伴い、事務所閉鎖損を計上しております。



マルチゲストハウスの売上構成比増による高稼働率実現、利益率の向上



連結売上原価率（国内事業）の状況	
73.3%	70.5%

利益率 **26.7%** → 利益率 **29.5%**



資産の部 設備投資の実施状況

- ・新設店投資(星ヶ丘) 766百万円
- ・増設(大阪) 164百万円
- ・改装(広尾・横浜・白金 他) 265百万円
- ・サロンの移転 119百万円

負債・資本の部 IPO時の公募増資で、財務体質強化

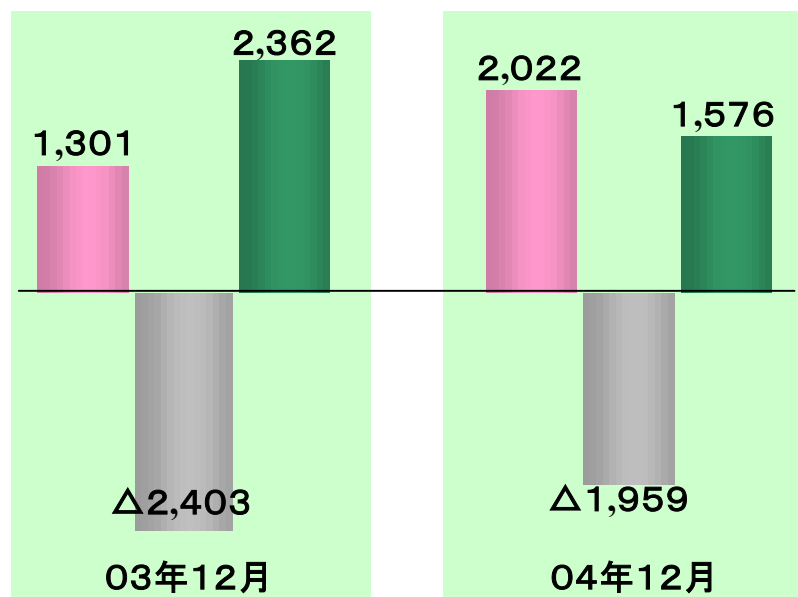
- 有利子負債比率 : 03/12期 56.2% ⇒ 04/12期 48.0%
- 株主資本比率 : 03/12期 12.3% ⇒ 04/12期 24.5%

単位:百万円	03/12	04/12	増減
流動資産	3,271	5,149	1,878
現金・預金	2,833	4,353	1,520
たな卸資産	20	99	78
前渡金	58	179	121
前払費用	98	90	△ 8
固定資産	6,627	7,533	905
有形固定資産	5,305	6,066	761
建物・構築物	5,135	4,939	△ 195
車両運搬具	2	10	8
その他	158	213	54
減価償却累計額	912	1,460	548
土地	-	402	402
建設仮勘定	9	500	491
無形固定資産	32	30	△ 1
投資その他の資産	1,289	1,436	146
保証金	601	709	108
繰延資産	41	20	△ 20
総資産	9,941	12,703	2,762

単位:百万円	03/12	04/12	増減
流動負債	3,988	4,294	306
買掛金	604	677	73
短期借入金	84	70	△ 14
1年内返済長期借入金	1,264	1,270	5
未払金	633	391	△ 242
前受金	557	593	35
固定負債	4,728	5,296	567
社債	1,320	1,140	△ 180
長期借入金	2,687	3,247	740
預り保証金	537	545	8
負債合計	8,717	9,591	874
株主資本	1,223	3,112	1,888
資本金	64	472	408
資本剰余金	-	634	634
利益剰余金	1,168	2,019	850
為替換算調整勘定	△ 8	△ 13	△ 4
負債・資本合計	9,941	12,703	2,762

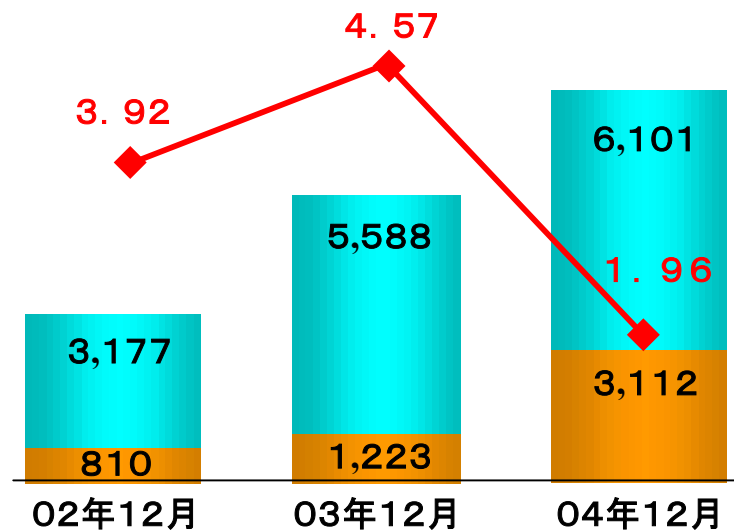


キャッシュフローの状況



	2003年12月期	2004年12月期
■ 営業CF	1,301	2,022
■ 投資CF	△ 2,403	△ 1,959
営業CF+投資CF	△ 1,101	63
■ 財務CF	2,362	1,576
現金・現金同等物の増減	1,247	1,624

財政状況



	2003年12月期	2004年12月期
■ 株主資本	1,223	3,112
■ 有利子負債	5,588	6,101
◆ D/Eレシオ	4.57	1.96
ROA(経常利益ベース)	12.2%	16.3%
ROE	48.3%	39.2%

2005年12月期 業績予想

と

中期事業計画



連結利益計画

単位:百万円

	2005年12月期		2006年12月期		2007年12月期	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
売上高	16,200	100.0%	22,000	100.0%	27,000	100.0%
国内事業部門	12,800	79.0%	17,500	79.5%	21,500	79.6%
海外事業部門	3,400	21.0%	4,500	20.5%	5,500	20.4%
経常利益	2,000	12.3%	2,900	13.2%	4,000	14.8%
当期純利益	980	6.0%	1,450	6.6%	2,000	7.4%

Point 1

国内新規出店

◆ 積極的な新規出店戦略

2005年計画

名古屋(2ゲストハウス):4月予定

新浦安(4ゲストハウス):秋予定

の2店舗・6ゲストハウスを新規出店。

以後も、年間5~8ゲストハウスの
新規出店を実施

Point 2

海外事業の拡大

◆ M&Aによる拡大

04/11のMATZKI INC.から
営業権を取得したことにより、
挙式件数、売上高が増加。

◆ ヒルトンホテルとの共同事業

ヒルトンハワイアンビレッジ敷地内
に、秋より新規チャペルをオープン。

Point 3

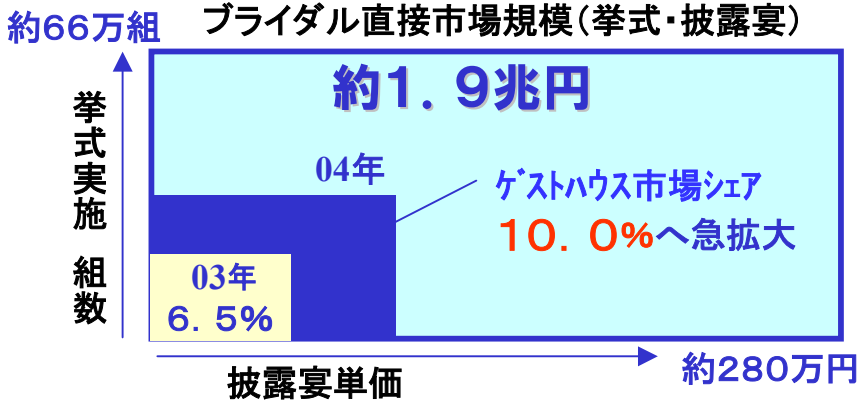
資金調達の多様化

◆ 新規投資戦略への対応

従来の銀行借入中心から、
リースの活用などによる
オフバランス化も含め、投資
資金の調達手法を多様化



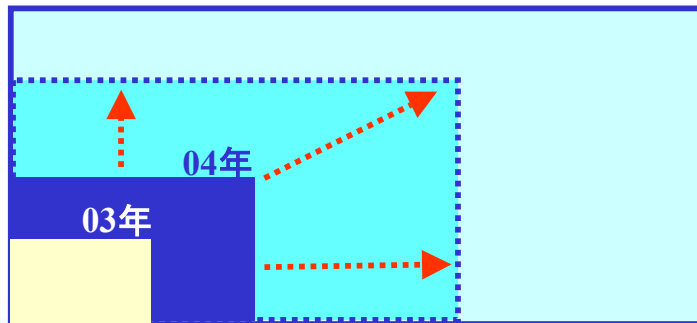
ゲストハウス・ウェディング市場の拡大



★挙式・披露宴でのこだわり

- 1位 アットホーム 79.0%(02年:69.0%)
- 2位 列席者を退屈させない 59.1%(02年:56.2%)
- 3位 自分らしさ 56.3%(02年:51.7%)

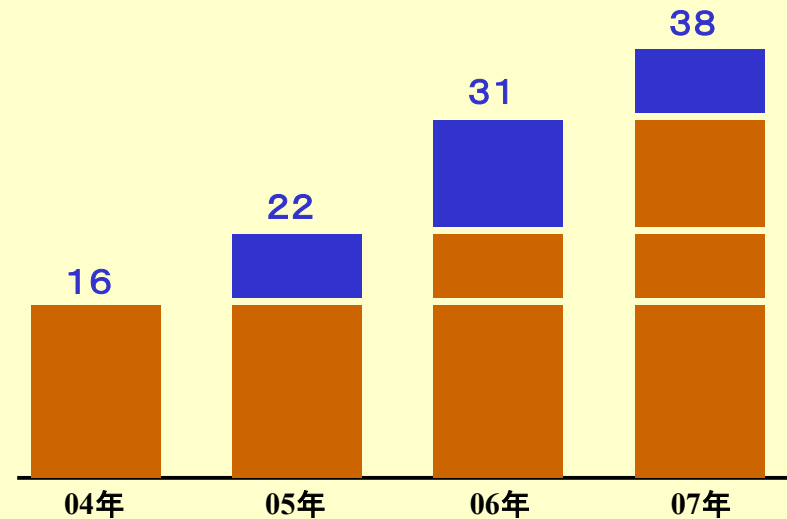
潜在需要は多く、今後も市場は拡大



拡大する市場への対応

～ 積極的な出店戦略を展開 ～

★ 期末ゲストハウス数



既存ゲストハウス
新設ゲストハウス
内 マルチ
内 シングル
合計

既存ゲストハウス	16	22	31
新設ゲストハウス	6	9	7
内 マルチ	6	8	5
内 シングル	—	2	2
合計	22	31	38



基本戦略

出店地域

首都圏・関西圏・中京圏への展開
その他政令指定都市への展開

出店ペース

年間2～4店
(5～8ゲストハウス)

リ・イノベーション (店舗リニューアル)

各店舗 3年程度に一度実施



積極的な新規出店と
既存店の競争力の維持



緻密なマーケティングによる
出店地選定と施設企画



積極的な出店と緻密なマーケティングで、高い成長力を維持



当期より収益に貢献

新浦安 アートグレイス
・ウエディングコースト



2005年秋 オープン予定
4 ゲストハウスタイプ

星ヶ丘・アートグレイス
クラブ(名古屋)



2005年4月オープン予定
2 ゲストハウスタイプ

大宮 アートグレイス
ガーデンスクエア(仮称)



2006年春 オープン予定
3 ゲストハウスタイプ

青山

現在詳細計画
を検討中

2006年初春 オープン予定
2 ゲストハウスタイプ

当期より開設
準備を開始

- 施設
- サロン





星ヶ丘(名古屋)

タイプ:2ゲストハウス・タイプ	
開設:2005年4月 予定	
総投資額 (土地含む)	約 13.6億円
当期投資額	約 6.5億円
初年度 売上高	約 6.6億円
通年稼動時 売上高	約 12.0億円

新浦安(千葉)

タイプ:4ゲストハウス・タイプ	
開設:2005年秋 予定	
総投資額	約 21.5億円
当期投資額	約 20.6億円
内 リース利用額	約 15.0億円
初年度 売上高	約 7.2億円
通年稼動時 売上高	約 24.0億円

2005年新規店 合計

6ゲストハウス	
総投資額	約 35.1億円
当期投資額	約 27.1億円
内 リース利用額	約 15.0億円
初年度 売上高	約 13.8億円
通年稼動時 売上高	約 36.0億円
新規開業費用	約 3.0億円

※ 青山出店計画の変更

隣地利用が可能となったため、2005年秋の開設予定であった青山店の建設計画を見直し

当初計画: 1チャペル 1ゲストハウス 修正計画: 1チャペル 2ゲストハウス

⇒ 規模を拡大し、2006年初春開設



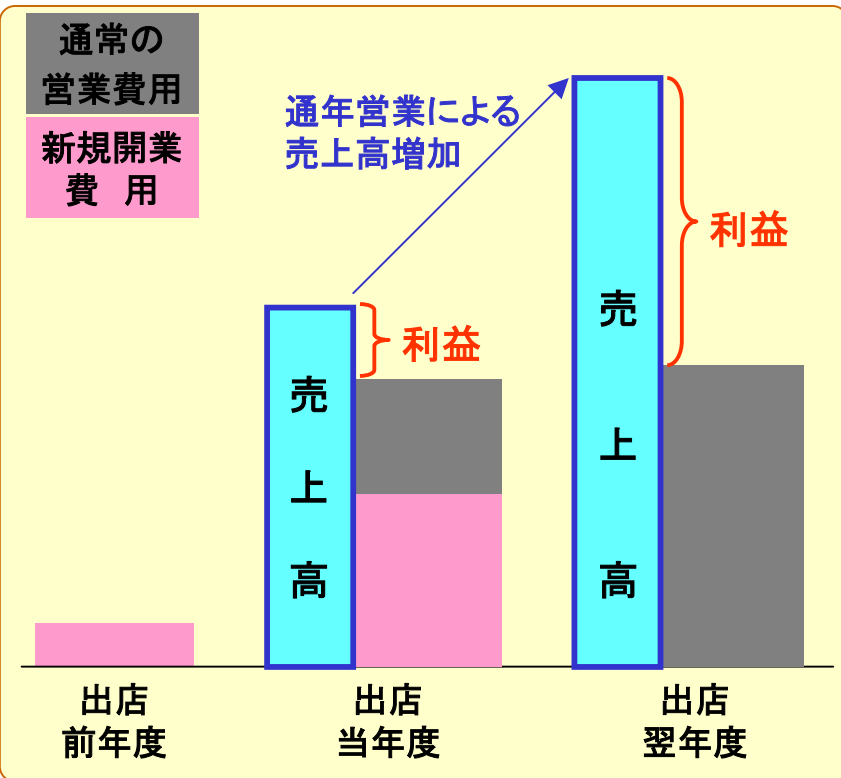
単一店舗で見た場合

新規出店と売上・利益の関係

出店初年度

新規開業費用が発生。営業期間：1年未満

⇒ 翌期より本格的に利益貢献



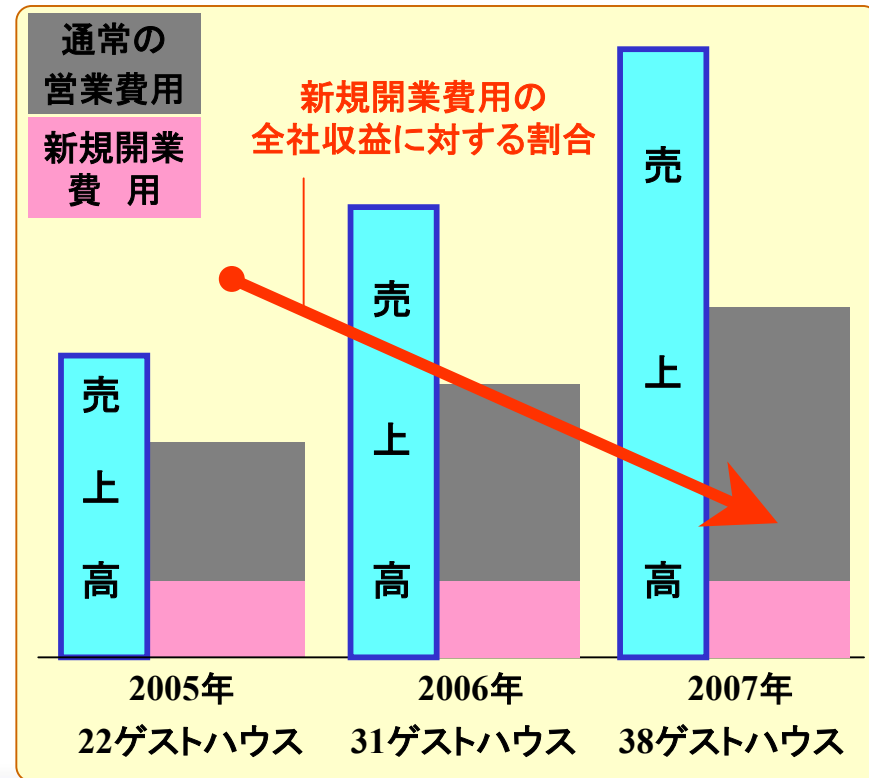
全社収益の中で見た場合

全社収益と新規開業費用

今後、毎期5~8ゲストハウスを出店

新規開業費用総額は、今後は毎期平準化。

⇒ 収益の高成長が恒常化



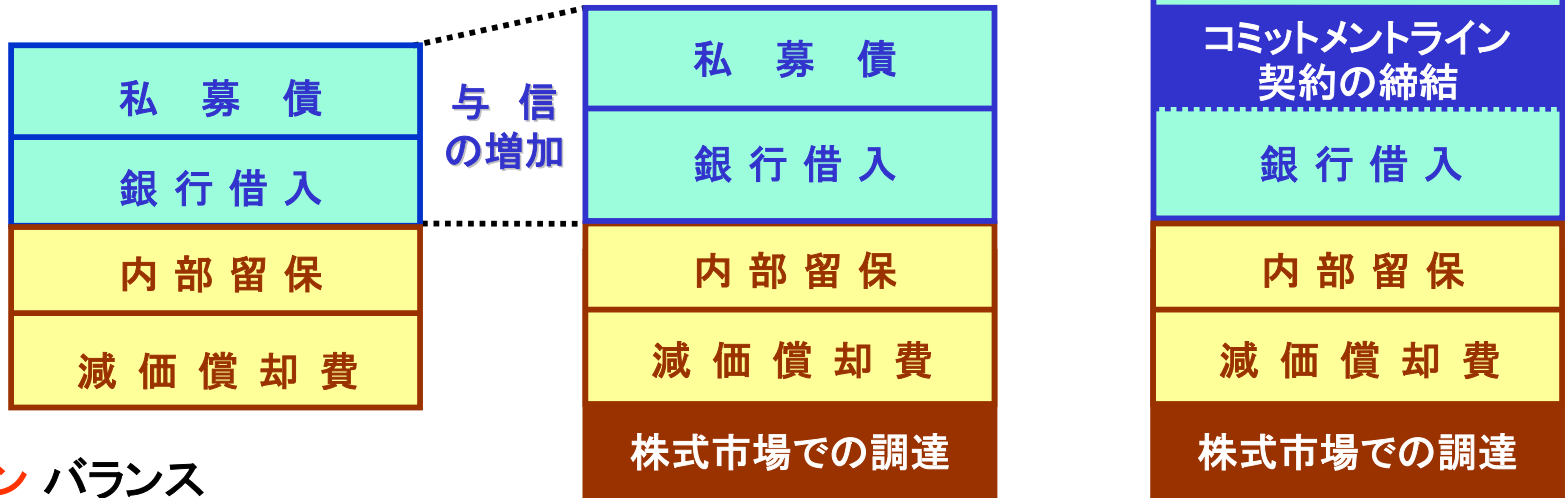


今後の成長・積極的な出店戦略に備え、資金調達手法を多様化

株式上場前

株式上場

今期以降 ~



オンバランス

オフバランス

今後はオフバランスでの投資戦略も実施

⇒ 収益性と資産効率を
勘案した投資戦略を実施





2004年

2005年

2006年

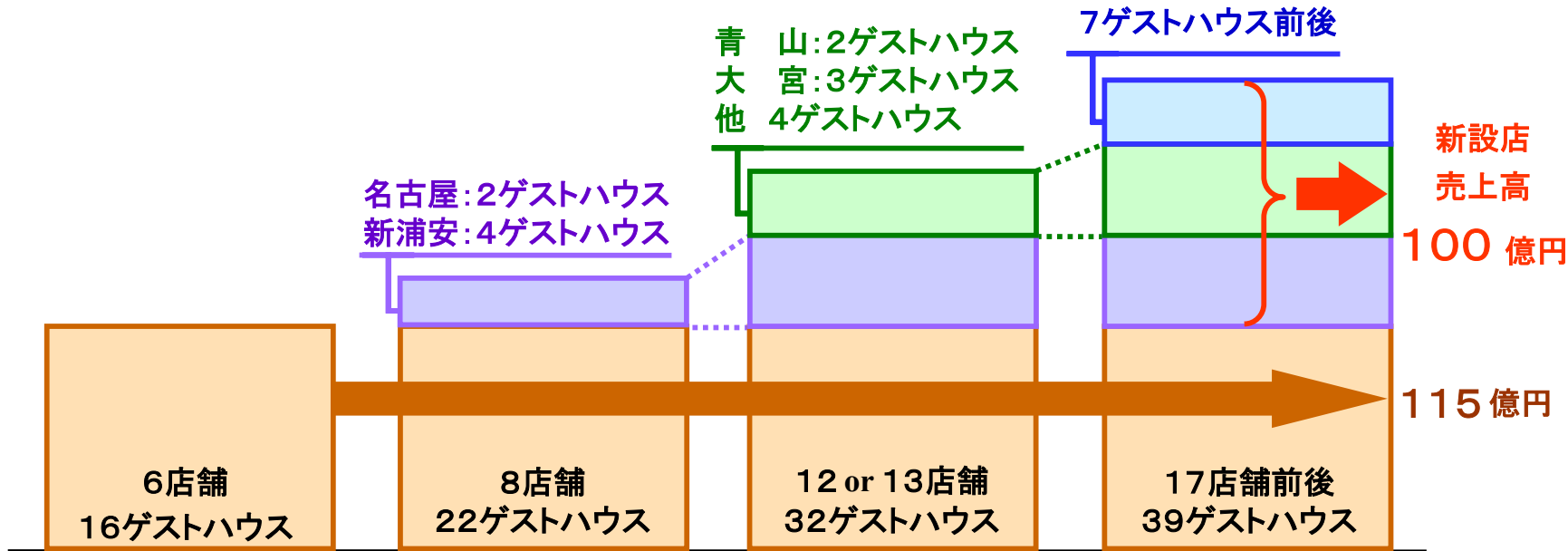
2007年

118 億円

128 億円

175 億円

215 億円



新店投資額 (当年度分+次年度分)	約 38.6 億円 (資金手当て済み)	約 40.0 億円	約 40.0 億円
内部留保 減価償却費合計	約 15.0 億円	約 21.4 億円	約 28.9 億円
新店開業費用 (当年度分+次年度分)	約 4.9 億円	約 5.5 億円	約 5.5 億円
新店粗利増加分 (新規開業費用控除後)	約 4.1 億円	約 18.0 億円	約 30.0 億円

前提
オンバランス
の場合



M&Aによる拡大戦略

ハワイにおける日本人向け挙式サービスの老舗
(大手旅行会社からの送客を中心に海外挙式を主催)

MATZKI INC.より、営業権を譲受け



① 独占使用が可能な教会が新たに2ヶ所増加

② 大手旅行会社の店舗網を活用した新たな
集客基盤の確保

⇒ 海外挙式サービス提供数
の大幅な増加



St. Mark's Episcopal Church



Waioli Chapel

ヒルトンホテルとの共同事業を開始

ヒルトンハワイアンビレッジ敷地内の土地を
リースで借受け、大型チャペル

『オーシャン クリスタル チャペル』
を建設。



融 合

ヒルトンハワイアン
ビレッジの
有する高いブランドカ

ゲストハウス
ウエディングに関する
当社のノウハウ

2005年秋
オープン予定

年間
800組
の挙式を施行



従来戦略

直営(独占販売権)のチャペル・ゲストハウスの新規建設・強化

- ① 直販サロンでの集客を強化
 - ② ハワイの現地法人化によるリレーションシップ戦略
 - ③ 高単価の客層のターゲット化による、ブランディング
- 旅行から挙式・披露宴まで、一貫したサービス提供と
「顧客本位のきめ細かなプロデュース」を強化



Angel Garden



Paradise Cove

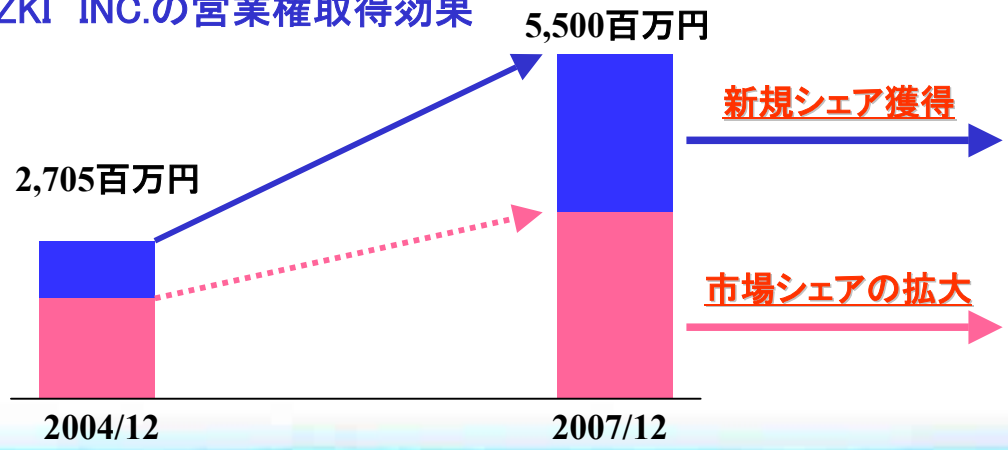


+

新規戦略

海外ウエディング市場でのシェア拡大

MATZKI INC.の営業権取得効果



提携営業
 (旅行代理店経由の顧客)
 … 挙式・披露宴サービスのみ提供
M&Aにより、新たに取り込み

直販営業
 … 一貫サービスの提供
従来戦略の更なる強化

ブライダルは時代を映す鏡です。時代が今求めている新しい
価値観を私たちは常に創り続け、お客様に提供してまいります。

また、2007年12月期 中期利益計画

連結売上高 : 27,000百万円

連結経常利益 : 4,000百万円

連結当期純利益 : 2,000百万円

を達成し、株主価値のより一層の向上に努めてまいります。

IRに関する問合せ先

株式会社ベストブライダル

経営企画本部

電話:03-5464-0081

e-mail ir@bestbridal.co.jp

本資料につきましては、株主・投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましても、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、株主・投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、株主・投資家の皆様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。