

株式会社ブラス

東証・名証 1 部
証券コード：2424

BRASS | SMILE
AND
TEARS

2019年7月期 決算説明会資料



2019年9月26日

1. 2019年7月期決算概要

2. 2020年7月期業績計画

参考資料

3. ブラスの事業内容

4. 株主還元

5. 市場動向

1. 2019年7月期決算概要

- 売上高は初の100億円を突破、前期比107.0%
- 経常利益は2店舗の新規出店及び衣裳店の出店による経費が先行、前期比82.1%
また、広告費強化、受注体制整備への先行投資分は当期4Q以降で回収目処
- 当期純利益は前期比162.9%

(単位：百万円)

	2018/7期 実績 (売上比)	2019/7期			
		実績 (売上比)	前期比	期初計画	対計画 進捗率
売上高	9,711	10,390	107.0%	10,010	103.8%
売上総利益	6,076 (62.6%)	6,539 (62.9%)	107.6%	6,416	101.9%
販売費及び 一般管理費	5,385 (55.4%)	5,981 (57.6%)	111.1%	5,815	102.9%
営業利益	691 (7.1%)	558 (5.4%)	80.8%	600	93.0%
経常利益	709 (7.3%)	582 (5.6%)	82.1%	613	94.9%
当期純利益	226 (2.3%)	(※)369 (3.6%)	162.9%	368	100.3%
1株当たり 四半期純利益(円)	39.70円	64.69円	—	64.49円	—

(※) 社員の処遇改善の結果、所得拡大促進税制に基づく特別税額控除の適用となり、33百万円増加しております

- 施行件数は4Qが大きく貢献、前期比122件増加
- 受注件数は新店の好スタート、集客・受注体制の整備により、前期比595件増加
- 平均単価は衣裳・料理等単価が好調を継続、前期比101.9%

■ 全店

	2018/7期	2019/7期	増減	前期比
施行件数 (件)	2,521	2,643	122	104.8%
受注件数 (件)	2,487	3,082	595	123.9%
受注残件数 (件)	1,903	2,268	365	119.2%
平均単価 (千円)	3,782	3,854	72	101.9%

■ 既存店

	2018/7期	2019/7期	増減	前期比
施行件数 (件)	2,439	2,463	24	101.0%
受注件数 (件)	2,431	2,656	225	109.3%
受注残件数 (件)	1,747	1,929	182	110.4%
平均単価 (千円)	3,782	3,838	56	101.5%

(注) 既存店：前期期首から通年で稼働した店舗

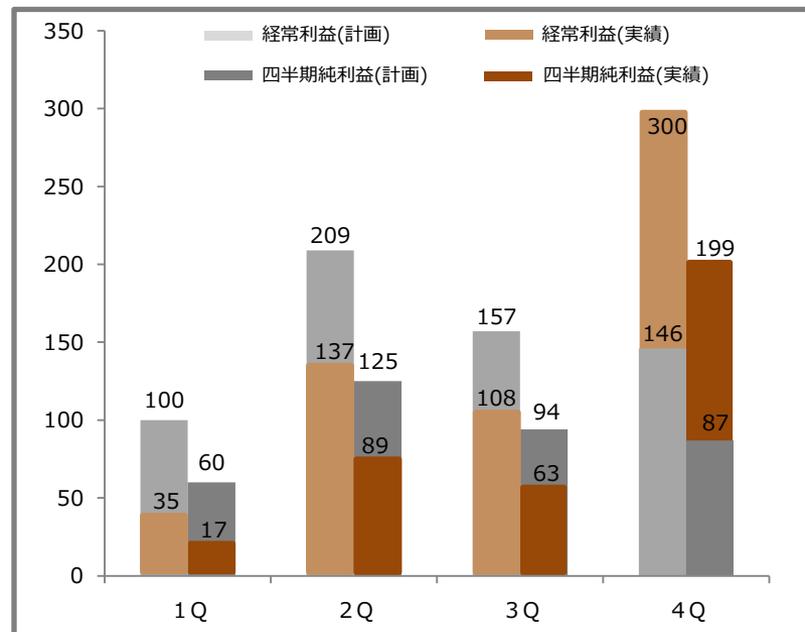
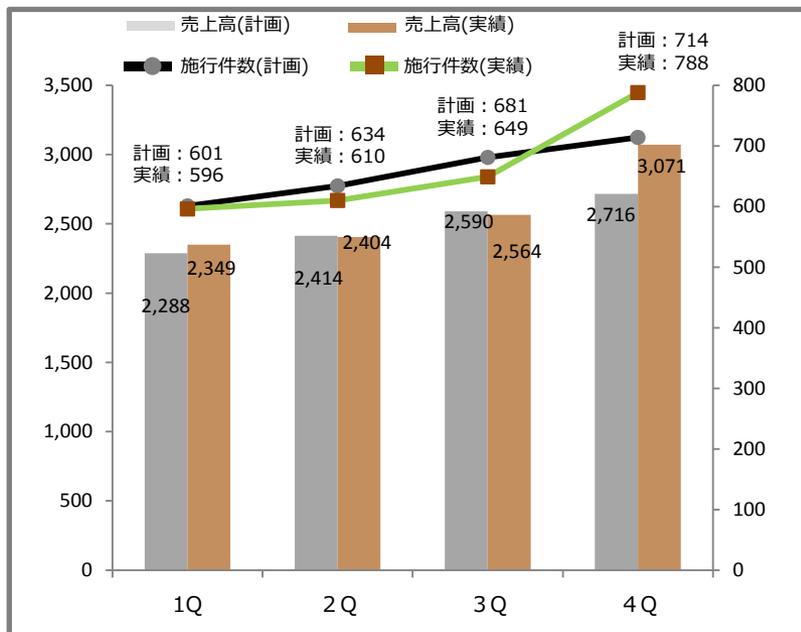
2019年7月期業績計画と実績

■ 4Qの施行件数が計画を大きく超え着地、売上高は計画を上回る

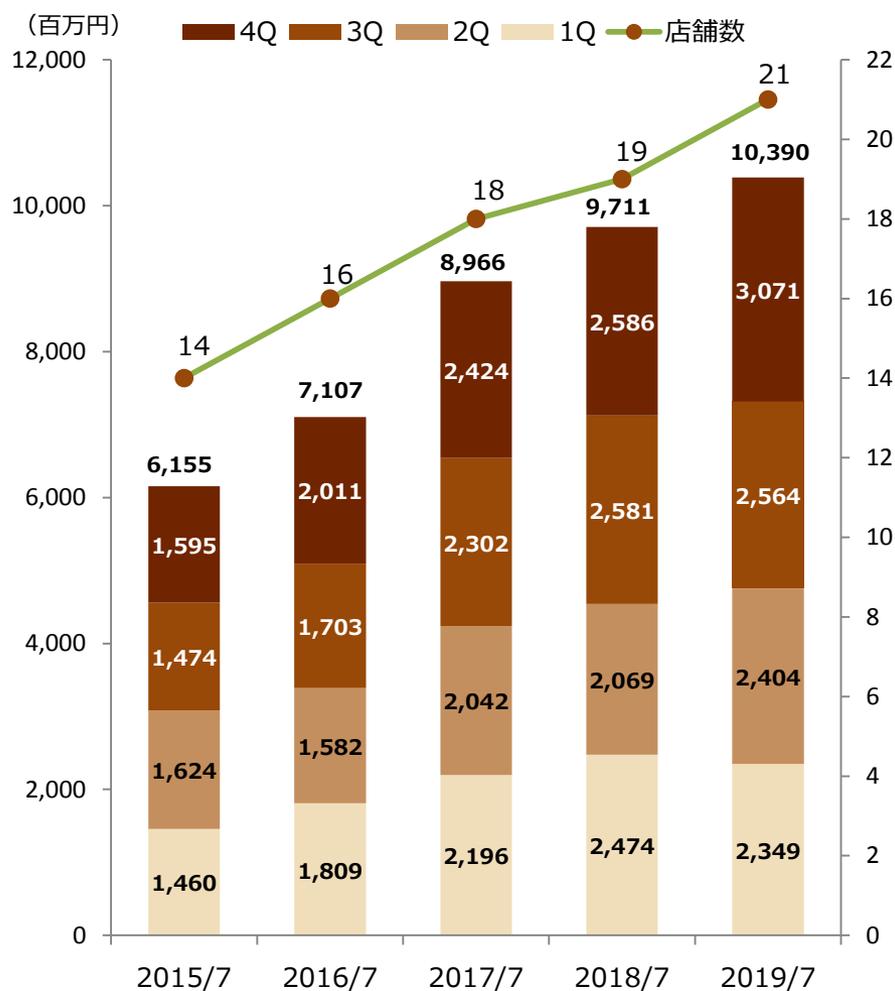
■ 集客・受注体制の整備による経費先行で3Q時点の当初利益計画を下回ったが、4Qで大きく回復

(単位：百万円)

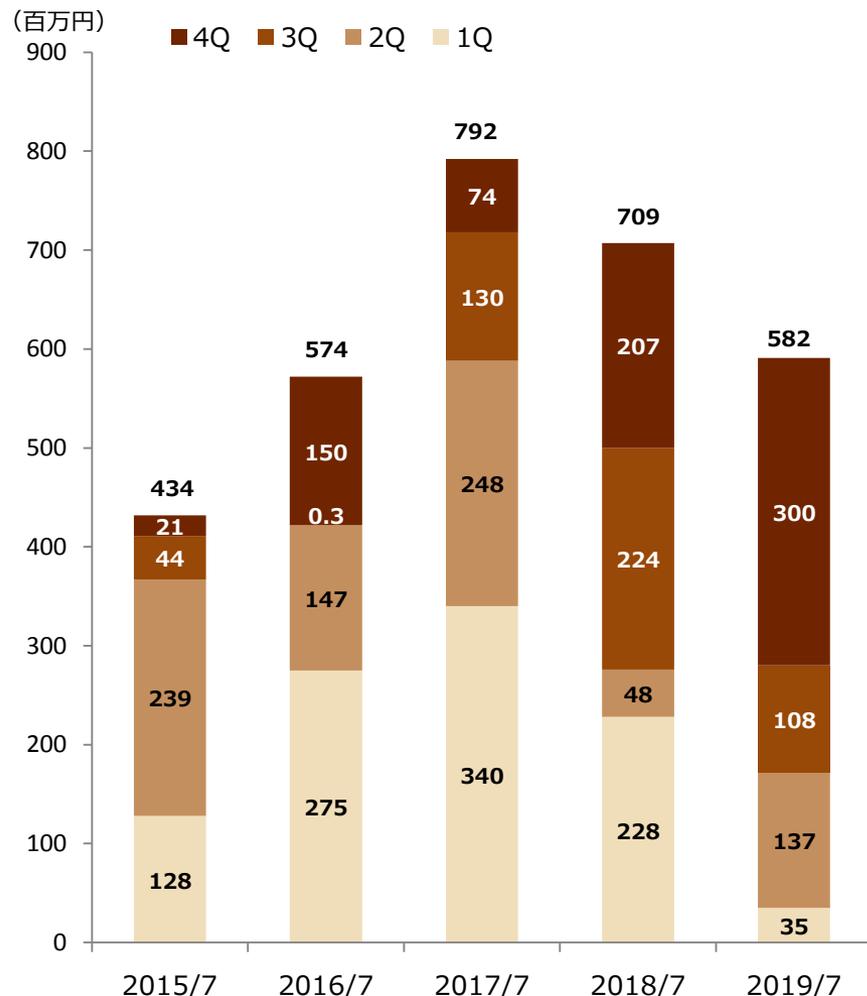
	1Q		2Q		3Q		4Q	
施行件数 (2018/7期実績)	647件		531件		671件		672件	
2019/7期実績と計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画
施行件数	596件	601件	610件	634件	649件	681件	788件	714件
売上高	2,349	2,288	2,404	2,414	2,564	2,590	3,071	2,716
経常利益	35	100	137	209	108	157	300	146
四半期純利益	17	60	89	125	63	94	199	87

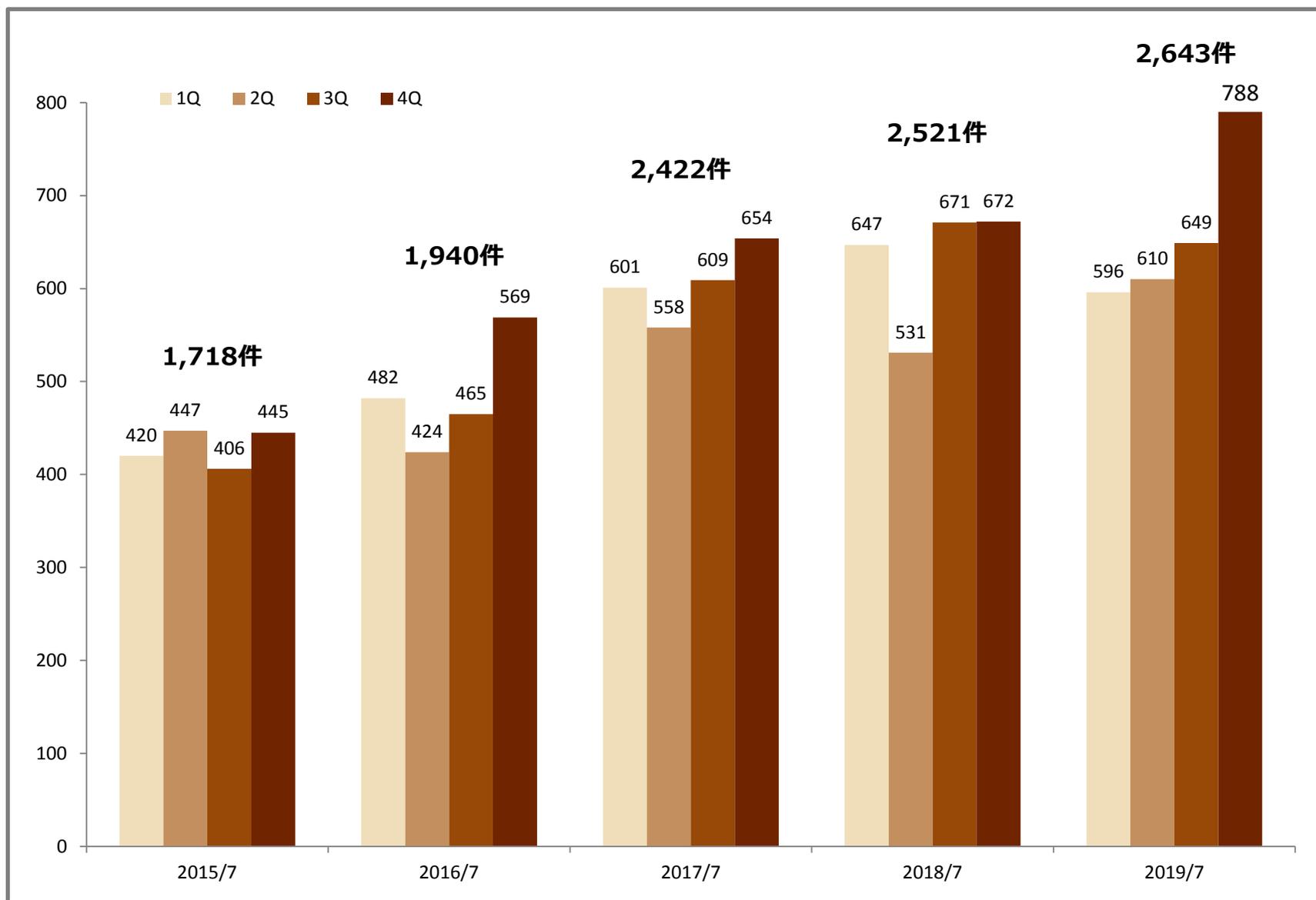


売上高及び店舗数



経常利益





(単位：百万円)

	2018/7期末	2019/7期末	増減	増減要因
資産合計	9,297	10,479	1,182	
流動資産	1,197	1,049	▲147	
当座資産	1,023	825	▲198	現預金の減少
その他流動資産	173	224	50	
固定資産	8,099	9,430	1,330	
有形固定資産	7,130	8,216	1,086	新店開業による固定資産取得
無形固定資産	87	78	▲8	
その他の資産	881	1,135	253	主に差入保証金の増加
負債合計	5,974	6,856	882	
流動負債	2,604	2,378	▲226	短期借入金の減少
固定負債	3,369	4,478	1,108	長期借入金の増加
純資産合計	3,322	3,623	300	繰越利益剰余金の増加
負債純資産合計	9,297	10,479	1,182	

(注) 『税効果会計に係る会計基準』の一部改正(企業会計基準第28号 平成30年2月16日)等を第1四半期会計期間の期首から適用しており、前会計年度に係る金額については、当該会計基準等を遡って適用した後の金額となっております。

営業CFは929百万円で前事業年度末に比べ195百万円減少

投資CFは2,048百万円となり、有形固定資産による支出が1,865百万円

財務CFは926百万円で、主に長期借入金による収入

現金及び現金同等物の期末残高は前事業年度に比べ192百万円の減少

(単位：百万円)

	2018年7月期	2019年7月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,125	929	▲195
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,291	▲2,048	757
財務活動によるキャッシュ・フロー	442	926	483
現金及び現金同等物の期末残高増減額	276	▲192	▲469
現金及び現金同等物の期首残高	672	949	276
現金及び現金同等物の期末残高	949	756	▲192

2. 2020年7月期業績計画

売上高は、前期実績比114.4%の11,890百万円

経常利益は、前期実績比126.2%の734百万円

施行件数は3,060件、平均単価は3,885千円で計画

(単位：百万円)

	2019/7期実績	構成比	2020/7期計画	構成比	増減率
売上高	10,390	100.0%	11,890	100.0%	114.4%
売上総利益	6,539	62.9%	7,584	63.8%	116.0%
販管費及び一般管理費	5,981	57.6%	6,872	57.8%	114.9%
営業利益	558	5.4%	711	6.0%	127.3%
経常利益	582	5.6%	734	6.2%	126.2%
当期純利益	369	3.6%	440	3.7%	119.3%
1株あたり当期純利益	64.69円	—	77.18円	—	—

	2019/7期実績	2020/7期計画	増減率
施行組数（件）	2,643	3,060	115.8%
平均単価（千円）	3,854	3,885	100.8%

3. ブラスの事業内容

会社名	株式会社ブラス
所在地	愛知県名古屋市西区名駅2丁目34番1号
代表者名	河合 達明
設立年月日	1998年4月
上場市場	東証・名証1部 (コード: 2424)
資本金	534百万円 (2019年7月31日現在)
従業員数	正社員 406名 (2019年7月31日現在)
事業内容	直営店型ハウスウェディング事業

「笑いと涙の結婚式を日本に広めたい」

関西エリア・静岡エリアの展開強化、来期の関東初出店が決まり、「それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創る。」その想いで私たちはこれからも会場をつくり続け、結婚式を通じて地域に貢献するとともに成長していきます。

関東エリア オープン予定 1店舗

- ・ アコールハーブ（千葉県船橋市）

名古屋エリア 4店舗

- ・ ブルーレマン名古屋（愛知県名古屋市）
- ・ クルヴェット名古屋（愛知県名古屋市）
- ・ ヴェルミオンバーグ（愛知県名古屋市）
- ・ オランジュベール（愛知県日進市）

三河・知多エリア 5店舗

- ・ ブルーブラン（愛知県岡崎市）
- ・ ブランベージュ（愛知県安城市）
- ・ ルージュアルダン（愛知県豊橋市）
- ・ アージェントパルム（愛知県豊田市）
- ・ マンダリンポルト（愛知県常滑市）

関西エリア 2店舗

+オープン予定 1店舗

- ・ ブランリール大阪（大阪府大阪市）
- ・ ブルーグレース大阪（大阪府大阪市）
- ・ アートルテラス鴨川（京都府京都市）

衣裳店 3店舗

+オープン予定 1店舗

- ・ ビードレッセ丸の内（愛知県名古屋市）
- ・ ビードレッセ名古屋（愛知県名古屋市）
- ・ ビードレッセ浜松（静岡県浜松市）
- ・ 翔風館（愛知県北名古屋市）

尾張・岐阜エリア 2店舗

- ・ ルージュブラン（愛知県一宮市）
- ・ ヴェールノアール（岐阜県羽島市）

静岡エリア 4店舗

- ・ マンダリンアリュール（静岡県浜松市）
- ・ アーブルオランジュ（静岡県浜松市）
- ・ ラピスアジュール（静岡県静岡市）
- ・ ラピスコライユ（静岡県静岡市）
- ・ オリゾンブルー（静岡県沼津市）

三重エリア 3店舗

- ・ ミエルクローチェ（三重県鈴鹿市）
- ・ ミエルシトン（三重県四日市市）
- ・ ミエルココン（三重県津市）

「それぞれの新郎新婦にとって、最高の結婚式を創る。」

新郎新婦はもちろん、ふたりが愛するすべての人にとって最高の結婚式を創るために。

創業以来、変わることのないブラスの理念です。

ブラスの使命は、「日本にひとつでも多くのいい結婚式を増やすこと」。

いい結婚式をひとつひとつ増やしていくことが、ブラスの出来る最大の社会貢献であります。

ブラスは、最高の結婚式を創るために絶対変えないこの3つのスタイルを大切にしています。

- ・完全貸切型ゲストハウス
- ・ウエディングプランナー一貫制
- ・オープンキッチンスタイル



すべての店舗が「1 チャペル・1 パーティ会場・1 キッチン」のプライベート空間。
完全貸切型ゲストハウスだからこそ、最高の結婚式を創ることが出来ます。

1 チャペル・1 パーティ会場 ・1 キッチン

ひとつの挙式会場にひとつの披露宴会場、隣接するひとつの調理場というスタイルで、他のお客さまとすれ違うことのない完全な「プライベート空間」。一つの会場が一つのチームとなり結婚式を創りあげることで非日常体験を提供しております。

ホームパーティのような空間

完全貸切型であるため、まるで自分の家に友人を招待したかのような雰囲気をお楽しみいただけます。ガーデンやテラスを使った演出や、会場全体を自由に装飾することが可能です。

時間も完全に貸し切り

当日の進行は、まわりの結婚式を気にすることなく、時間も貸し切りに。スタッフ全員が新郎新婦に代わり、大切なゲストをおもてないたします。



新郎新婦の新規来館から打合せ、結婚式当日の対応までを

1人のウエディングプランナーが担当。

信頼関係を築きながら進めて行くのでお客様の様々な意向をくみ取ることができ、提案が可能になります。

はじめての出会い (新規接客営業)

新郎新婦がはじめて会場にいらした際に伝えたいのは、結婚式場の外見ではなく結婚式の意味です。

多くの人が集まりおめでとくと祝ってくれる「かけがえのない一日」をイメージしてもらえようお話しします。



思いを込めて契約した新郎新婦だからこそその結婚式プランニング

結婚式をプランニング (打ち合わせ)

結婚式の日がちが決まった新郎新婦と、半年近くの打ち合わせ。「どのようなパーティにするか」という結婚式のすべてを新郎新婦と3人4脚で打ち合わせします。



信頼関係を築きながら打ち合わせを進めることにより、満足度、施行単価も上昇

最高の結婚式 (当日施行)

当日まで準備してきた一日を、担当者として全体の陣頭指揮をとります。新郎新婦を一番近くで見守り、結婚式が終わるまでの全てを任せていただきます。



予期せぬトラブルも安心出来るプランナーだからこそ回避

オープンキッチンからできたてのお料理を。

熱々のお料理を、美味しい温度でお召し上がりいただけるように、すべての店舗でパーティ会場に隣接するようにキッチンを実際設計しています。

パーティの進行に合わせて料理の提供

オープンキッチンからパーティ会場が見えるので、披露宴の進行に合わせ、ベストなタイミングで料理を提供いたします。



シェフやパティシエも参加

結婚式の進行が分かっているからこそ、シェフやパティシエも新郎新婦に代わりお客さまへサプライズ。単なる職人ではないマインドを形成しています。



4S（整理・整頓・清掃・清潔）が行き届き、衛生管理も安心安全

見えているからこそ、衛生管理も安心安全。1パーティ会場のチームだからこそ、独立した厨房組織ではなく、一体感あふれるチームワークが可能となります。



「結婚式後も、つながりを大切に」夏祭りをきっかけに次の結婚式を呼び込みます

プランナーとお客さまは、強い絆で結ばれるにも関わらず、結婚式は一生に一度。せっかくお二人との運命的な出会いをしたのに、結婚式を迎えると終わってしまう。ブラスでは、挙式後もお客さまとつながっていただける時間を提供しております。

ブラス夏祭り

各ゲストハウスで催される夏祭り。お祭気分満載の屋台や、イベントが盛りだくさんです。毎年、浴衣姿のカップルや赤ちゃんを連れてのご家族が集まり大盛況です。



夏祭り撮影会

ブラスとの“きずな”をいつまでも大事にしたい。挙式当日のお写真はもちろん、毎年の恒例イベントのご様子など、お二人の思い出をブラスと一緒に作っています。プロのカメラマンによる夏祭り撮影会は、毎年のご家族の成長記録になるとご好評いただいております。



メモリアルアルバム

毎年恒例の夏祭りに、いろんな話題で盛り上がることもこのアルバムがあってこそ。ブラスがずっと大切にしたい“きずな”を実感できる瞬間です。



リピートのない結婚式業界ではじめて「ロコミでいっぱいになる」ことを目指します

リピートのない業界と言われておりますが、当社では新郎新婦・列席者ともに満足度の高い結婚式を提供し続けることで、お客様が新たなお客様を呼び込み、良質なロコミと、独自のドミナント戦略による出店で事業展開しています。

最高の結婚式（顧客満足度が高い結婚式）を創る



ロコミがひろがる・地域でのブランディングが確立できる



長期的な利益を生む（安定的な集客の確保・隣接都市への出店を可能にする）

満足度の高いサービスで得た実績・信頼（ロコミ）を活かし、ドミナントを形成

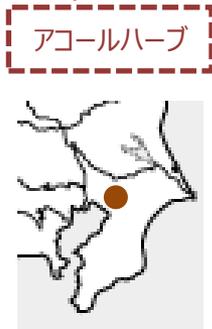
尾張・岐阜エリア



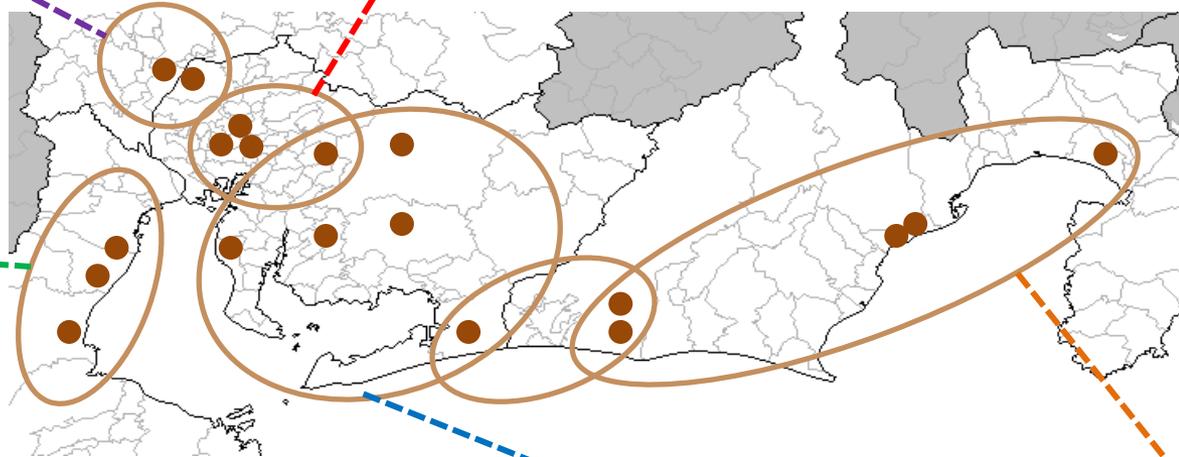
名古屋エリア



関東エリア



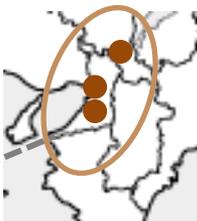
三重エリア



静岡エリア



関西エリア



三河・知多エリア



進出済みエリアでのシェア拡大のみならず、新たな地域に出店し、ドミナントを形成していきます。

史上初、2019年 オリコン顧客満足度調査「ハウスウェディング」において、 2年連続で当社が総合&全評価項目で第1位を獲得

評価項目別においても、「式場」「ウェディングプランナー」「料理」「ドレス・衣装」など、13項目中13項目すべて1位となりました。なお、2018年・2019年と【2年連続】で総合1位・全評価項目で1位となり、これは同調査では史上初となります。

受賞評価項目

- ・サロンの利用のしやすさ
- ・ウェディングプランナー
- ・料理
- ・引き出物
- ・式場
- ・新婦のメイクの仕上がり
- ・式場スタッフの対応
- ・サロンの清潔感・雰囲気
- ・ドレス・衣装
- ・装花
- ・見積もりのわかりやすさ
- ・式・披露宴
- ・写真・ビデオの仕上がり



リクルートブライダル総研主催「GOOD WEDDING AWARD 2019」 (ウエディングプランナーの全国コンテスト)において、当社結婚式場「ブルーレマン名古屋」所属の鈴木エグゼクティブプランナーがグランプリ獲得

2011年から始まった「GOOD WEDDING AWARD」開催以来初となる、東海エリアの結婚式場のウエディングプランナーの「グランプリ受賞」となりました。また、今回619件のエントリーから、ファイナリストとともに発表された「GOOD WEDDING AWARD 2019 ベスト50」には、鈴木を含め、当社の所属ウエディングプランナーが6名が選出されております。



プロテニスプレーヤー日比野菜緒選手と当社が所属契約を締結 世界に届けるたくさんのSMILE&TEARSをサポートします

プロ転向後、世界のトッププレーヤー相手に挑み続けている日比野選手。小柄でありながら、得意のストロークを武器に繰り広げる力強いプレー。そして、明るく前向きで、まっすぐな人柄は、応援する人たちに「笑顔や感動」を与え続けています。これからの世界ツアーや、オリンピックでの活躍も期待される日比野選手。彼女自身が世界に届けるたくさんの「SMILE&TEARS」を、株式会社ブラスはサポートしていきます。

プロフィール

出身地：愛知県一宮市

生年月日：1994年11月28日

身長：163cm、体重：57kg

利き腕：右

プロ転向：2013年4月

WTAランキング：139位（2019年8月6日時点）

JTAランキング：2位（2019年8月6日時点）



名古屋グランパスと愛知県豊田市のアーjent パルムがパートナー契約を締結

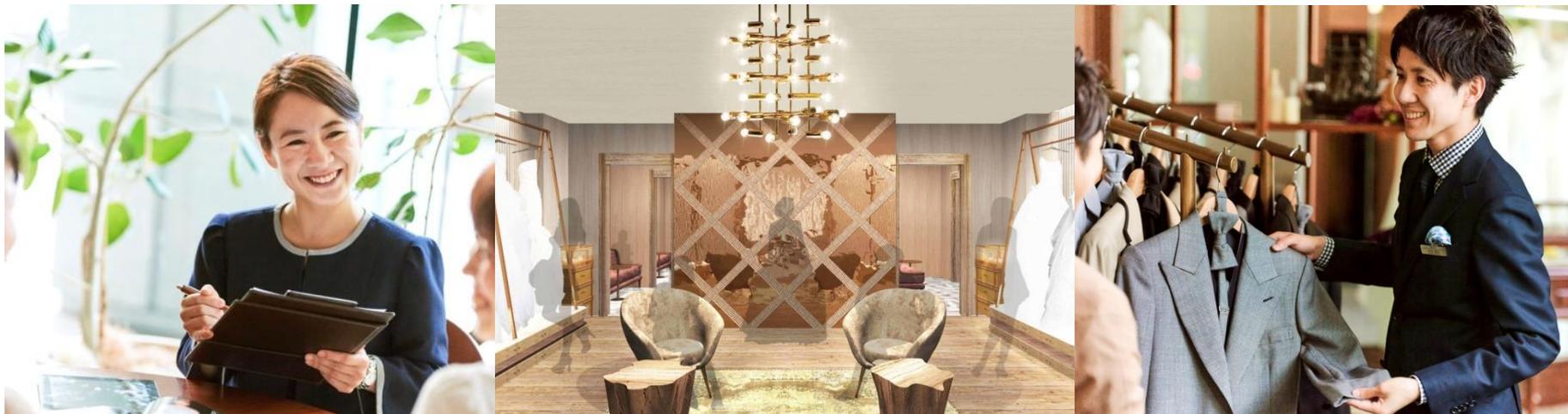


名古屋グランパスのホームタウンのひとつである豊田市のアーjentパルムは、2019年シーズンを通して名古屋グランパスをサポートするとともに、結婚式を通じて地域を盛り上げていきます



静岡県浜松市に衣裳店 3 店舗目となる出店

衣裳店 3 店舗目となる「ビードレッセ浜松店」が2018年10月に開業。
当社の掲げる「それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創る」という経営理念に基づき、
婚礼当日を彩る衣裳においても、国内外で買い付けた高品質なドレスや、オリジナルドレスの
提供で、より一層顧客のニーズに対応した提案、顧客の満足度を向上させるとともに衣裳事
業の更なる展開を推進します。



大阪2店舗目は再び大阪市北区へ出店 大阪エリアドミナント形成へ

関西2店舗目となる当出店は、大阪市の中でも多数のオフィス・商業施設がひしめく中心部で、ファッション・飲食・アミューズメントが盛んで活気のある茶屋町エリアに隣接し、梅田駅徒歩5分の都心にも関わらず、一軒家の邸宅を貸し切ることができ、130名収容可能なチャペル・パーティ会場を兼ね備えているのは、梅田駅エリアでの結婚式場としては大変珍しい施設となっています。



浜松市2店舗目は郊外型店舗の出店

静岡県内の4施設に続く、5店舗目の出店となります。当エリアにおけるドミナント展開の強化により、当社既存店とはコンセプトを明確に差別化することで、幅広い顧客をターゲットとして、シェア拡大が可能であると判断し、出店を決定いたしました。自然環境豊かなエリアで、広大な敷地を活かして、緑あふれる非日常の空間です。



関東初進出となる出店は、施設の譲渡案件2号店 再活性化する事業モデルとして当施設を運営

これまで幅広い支持を受けていた千葉県船橋市のレストランウエディング会場「ヴェント モデルノ」を当社が引き継ぎ、リニューアル後、「アコールハーブ（22号店）」として開業いたします。
出店予定地の船橋市は、千葉県の北西部に位置し、都心からも近く、豊かな交通網を持つなど非常に恵まれた立地条件で、人口は現在約63万人を擁する全国有数の都市です。



県内外からも注目を集める古の街「京都」に初出店 大阪2店舗に続く関西ドミナント展開

京都府初進出となる当出店予定地の京都市は、同府の過半数となる人口約150万人を誇ると同時に、全国の市区町村でも有数の婚姻数のある都市です。京都駅から車で5分、最寄り駅の清水五条駅から徒歩2分の好立地。遠方ゲストにも喜ばれる抜群のアクセスでありながら、鴨川の畔で東山を望む絶好のロケーション。目の前に流れる高瀬川や、歴史ある木屋町の街並みなど、京都の風情を感じることができます。



衣裳店 4 店舗目は名古屋駅に出店

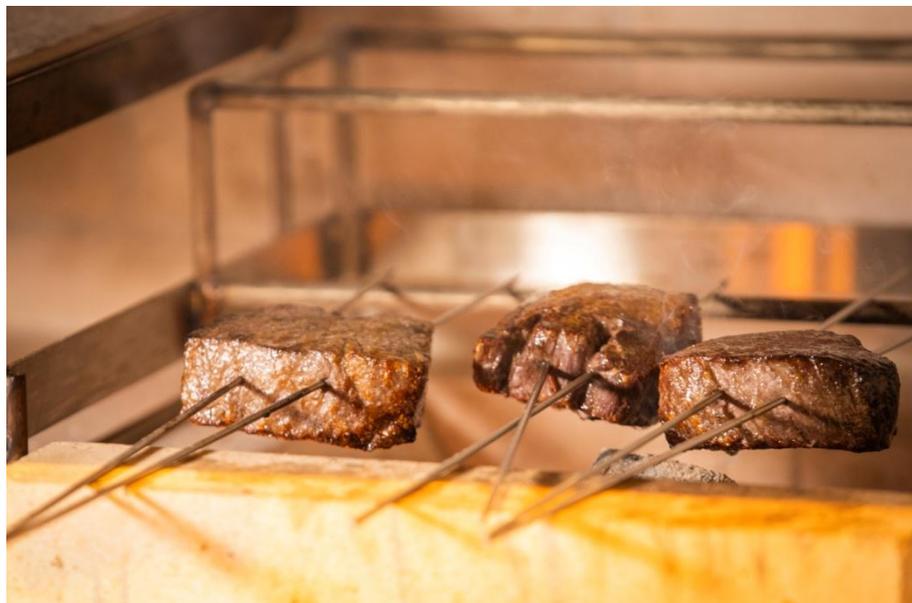
当出店で衣裳店としては4店舗目の出店となります。名古屋駅エリアで運営する当社の旗艦店となる「ブルーレマン名古屋」「クルヴェット名古屋」から至近で、多くの受注獲得が見込めます。さらに、インポートなど高単価商品を主体に扱うことで、「ビードレッセ丸の内」との差別化を図り、拳式単価向上に繋がっていきます。



当社初となる飲食事業として ステーキハウスとパティスリーを名古屋駅に出店

「窯焼きステーキ 焚火（TAKIBI）」では、名古屋でも大変珍しい、炉窯で調理したステーキ・料理を提供することができるレストランです。フランスのルナーージュ白土でできた特注の炉窯は400度の高温調理が可能。備長炭の直火で肉の表面を素早く焼き上げ、旨みや肉汁を閉じ込めたステーキは、外側はカリッと、中は遠赤外線ですっきりと仕上がります。また、メイン料理のステーキには、シェフがこだわり抜いた銘柄牛を、常時数種類ご用意。お客様に実際にご覧いただき、肉の種類や部位をお選びいただくスタイルとなっています。

窯焼きステーキ 焚火（TAKIBI）



ハワイウエディング検討者層に加え、既存顧客への手配が可能 ハワイで「それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創る」 ことを実現、新たな収益の創出

「B.Nature(ビーナチュラル)」Natureには、「自然」「本質」という意味があります。
“なぜ結婚式をするのか”それぞれの結婚式の「本質」に基づいて、ハワイの雄大な「自然」を舞台に、
「自然」体で楽しめるウエディングをご提案したい、そんな思いから、このブランドが誕生しました。私たちの
ミッションは、ハワイで「それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創る」ことです。



•年間1～2店舗の新規出店

建設コストの高騰を踏まえM & A等の出店戦略で投資の早期回収、より効率的な店舗展開と利益成長を果たします。

•ドレスショップの展開強化

当社独自のドレスの選定とオリジナルドレスの提供で、より一層顧客のニーズに対応した提案、顧客の満足度を向上させるとともに、挙式披露宴単価増を図ります。

•既存店の収益力向上

それぞれの新郎新婦にとって最高の結婚式を創ることで利用者の満足度を高め、既存店における稼働率の向上を図り、企業価値の最大化を目指します。

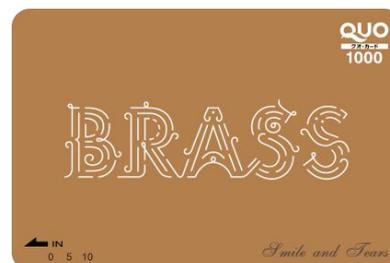
4. 株主還元

1. 優待制度の目的

株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資魅力を高め、当社株式を中長期的に保有していただける株主様の増加を図ることを目的として、株主優待を実施しております。

2. 株主優待制度の内容

株式保有数	優待内容
100株（1単元）以上	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全国の当社店舗でご利用いただける披露宴割引券10万円分 ■ 当社オリジナルクオカード1,000円分 ■ 株主様向け食事会へ特別価格でご招待（愛知・大阪で開催）



3. 対象

毎年7月末日現在の株主名簿に記載された、当社株式1単元（100株）以上を保有されている株主様を対象といたします。

安定的・継続的に配当を実施

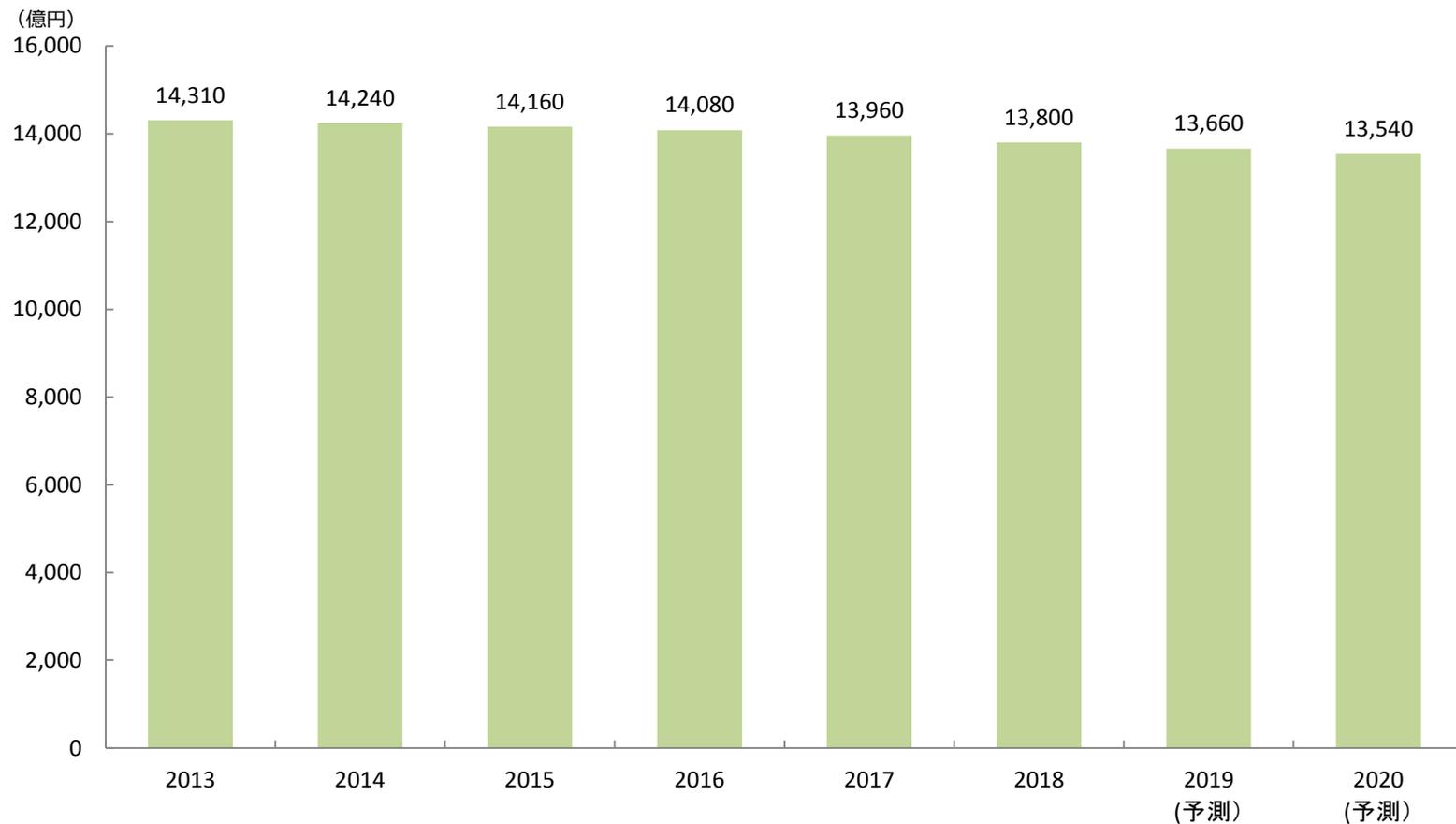
当社は、株主への利益還元を重要な経営目標の一つとして認識したうえで、財務状態・業績・事業計画等を勘案し、株主への利益還元を実施していくことを基本方針としております。

	中間	期末	年間合計	配当性向
2018年7月期（実績）	0円	12円	12円	30.2%
2019年7月期（予定）	0円	12円	12円	18.6%
2020年7月期（予想）	0円	12円	12円	15.5%

5. 市場動向

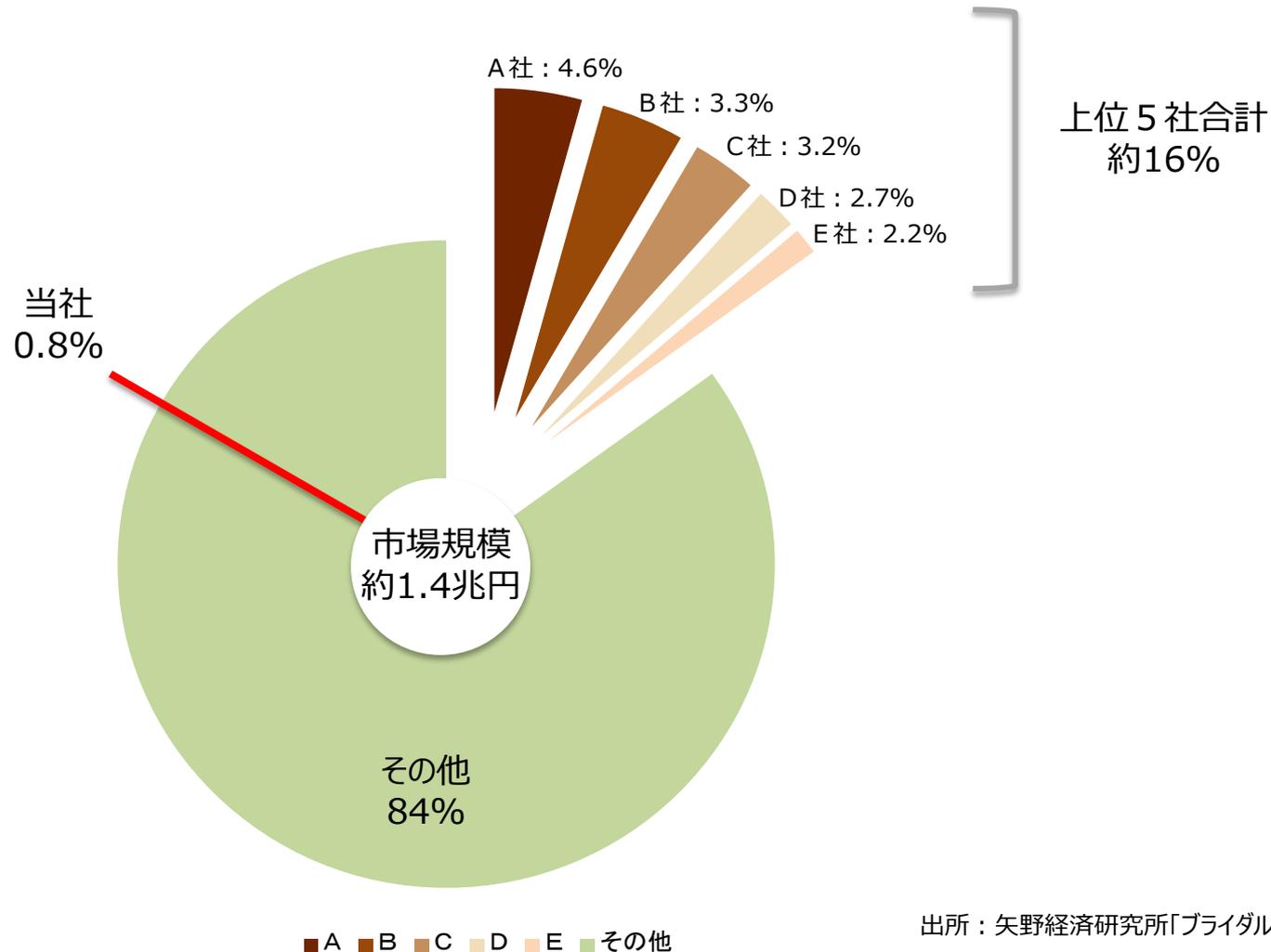
直近の市場規模は約 1 兆4,000億円で推移

挙式披露宴披露パーティの市場規模



出所：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2019年版」

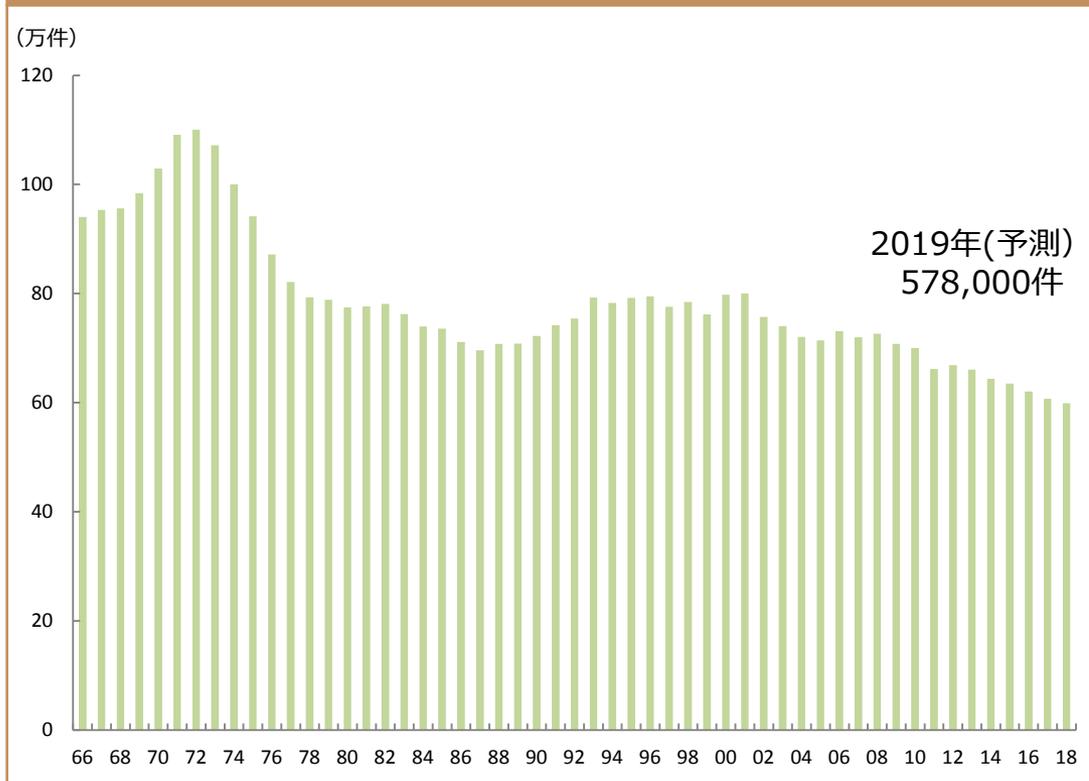
約1.4兆円の市場規模に対し、売上高上位5社の占める割合は約16%
圧倒的なシェアを持つガリバー企業が存在せず、シェア拡大の余地が大きい



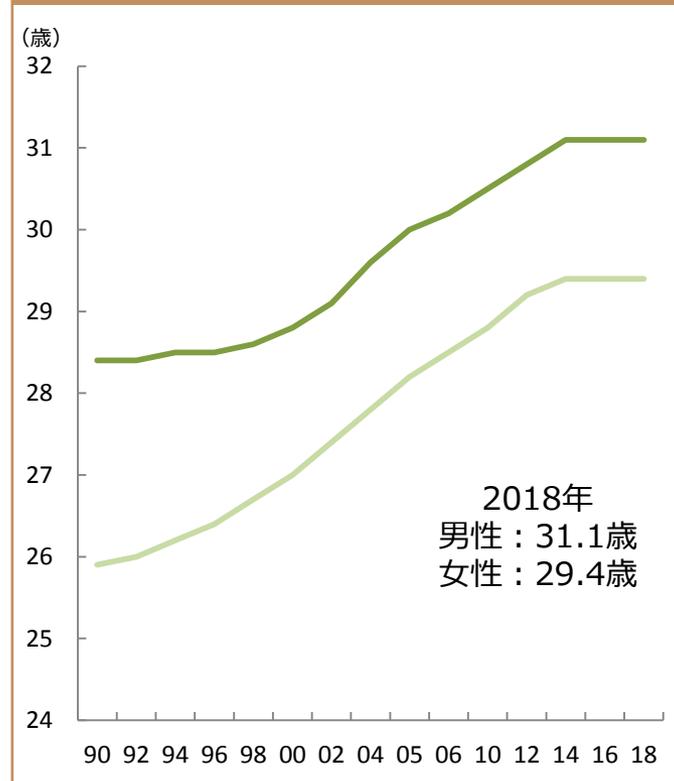
出所：矢野経済研究所「プライダル産業年鑑2019年版」

近年の婚姻件数は60万組前後で推移
晩婚が進み結婚対象となる潜在人口が増加

婚姻届出数



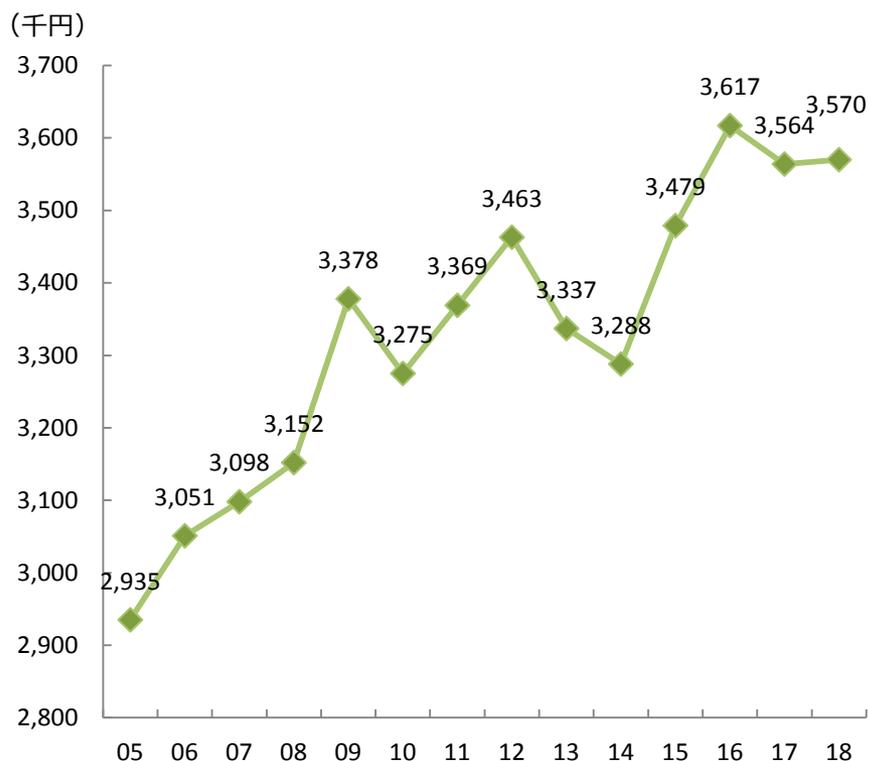
平均初婚年齢



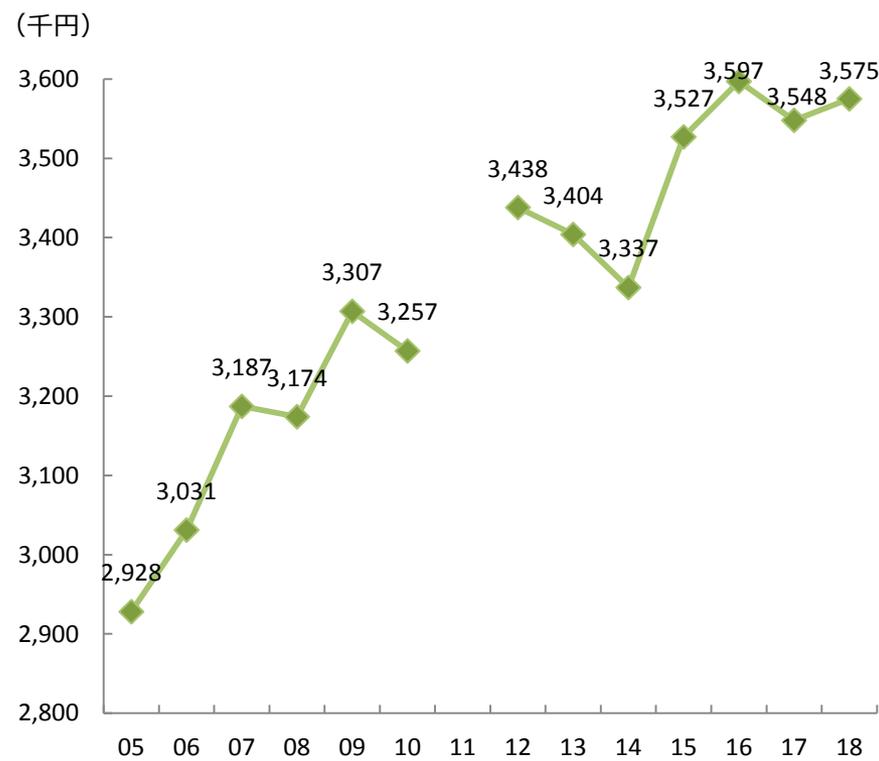
出所：厚生労働省「平成30年人口動態統計（確定数）」

招待客一人当たりにかかる費用が増加傾向

東海地方



全国



出所：(株)リクルートマーケティングパートナーズ「結婚トレンド調査」2018年度版
 ※東海地方は、愛知・岐阜・三重
 ※2011年は東日本大震災の影響を鑑み、全国平均データが公表されていません

ご留意事項及びお問い合わせ先

- 本資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的とし、あくまでも当社のご理解を促進して頂くために作成したものであり、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。
- 本資料に記載した内容等は、資料作成時における当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。また、予測等についても、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、今後予告無しに変更されることがあります。情報の正確性等について保証するものではありません。
- 実際の業績は、当社の事業領域を取り巻く経済状況・関連市場や競合状況・価格競争の動向、国内外の法規制、災害・事故・株価等、多分に今後様々な要因によって上記予想・見込みとは異なるものとなる可能性があります。

○IRについてのお問い合わせ先○

株式会社ブラス

TEL : 052-446-5338

E-Mail : ir@brass.ne.jp

URL : <https://www.brass.ne.jp/corporate/ir/index.html>