

ホリスティック企業レポート プラス

2424 東証一部 名証一部

アップデート・レポート
2017年5月19日 発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20170516

プラス (2424 東証一部 名証一部)

発行日: 2017/5/19

東海地区を中心に完全貸切ゲストハウスを展開 施設数増に伴い婚礼施行件数が順調に増加、17年7月期も二桁増収増益を見込む

> 要旨

◆ 事業内容

- ・プラス(以下、同社)は、東海3県と静岡県に挙式・披露宴を行う完全貸切ゲストハウスを展開している。一軒家貸切タイプの施設でプライベート感とオリジナル感を重視した婚礼スタイルを提供している。
- ・17年4月末の施設数は、名古屋エリア4施設、三河・知多エリア5施設、尾張・岐阜エリア2施設、静岡エリア2施設、三重エリア3施設、大阪エリア1施設の合計17施設である。

◆ 17年7月期上期決算の概要

- ・17/7期第2四半期累計期間(以下、上期)の売上高は前年同期比25.0%増の4,239百万円、営業利益は同36.0%増の589百万円であった。16/7期に出店した2施設の好調な立ち上がりにより挙式・披露宴施行件数が順調に増加し、業績拡大に寄与した。尚、同社の上期予想に対する達成率は売上高で101.5%、営業利益で101.9%であった。

◆ 17年7月期の業績予想

- ・17/7期の会社計画は期初予想通り売上高が前期比18.1%増の8,393百万円、営業利益が同35.0%増の824百万円。施設数増加に伴う挙式・披露宴施行件数の増加により二桁増収増益となる計画である。
- ・証券リサーチセンター(以下、当センター)は会社計画とほぼ同水準の業績予想を据え置いている。

◆ 事業戦略と中期業績見通し

- ・同社は成長戦略として、既存店の稼働率向上による収益力強化、新規出店によるドミナント形成を挙げている。当面は、年2施設の新規出店を継続していく考えで、17年7月には静岡3施設目となるラピスコライユの出店を計画している。
- ・当センターでは、同社が計画する年2施設の新規出店は可能であると考えている。現在の施設分布を考慮すれば候補立地は数多く残されており、厳選した立地に着実な施設展開を進めることが収益力強化につながると思われる。

【2424プラス 業種: サービス業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2015/7	6,155	9.3	462	-17.4	434	-20.2	264	-11.5	64.9	300.2	0.0
2016/7	7,107	15.5	611	32.3	574	32.3	317	20.1	62.4	458.0	5.0
2017/7 CE	8,393	18.1	824	35.0	778	35.6	408	28.4	73.0	—	10.0
2017/7 E	8,393	18.1	825	35.0	780	35.9	410	29.3	71.9	510.2	10.0
2018/7 E	9,800	16.8	980	18.8	935	19.9	493	20.2	86.4	586.6	10.0
2019/7 E	11,350	15.8	1,146	16.9	1,101	17.8	581	17.8	101.9	678.4	10.0

(注) CE: 会社予想、E: 証券リサーチセンター予想。16年11月1日付で1:2、17年1月1日付で1:2の株式分割、17年5月2日付で118,900株の第三者割当増資を実施
過去のEPS、BPS、配当金は株式分割を考慮に入れて修正。

アップデート・レポート

2/14

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

アナリスト: 佐々木 加奈

+81(0)3-6858-3216

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

【主要指標】

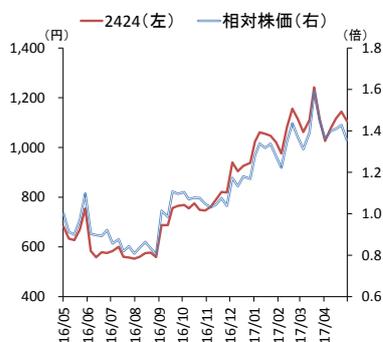
	2017/5/12
株価(円)	1,107
発行済株式数(株)	5,709,300
時価総額(百万円)	6,320

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	17.7	15.4	12.8
PBR(倍)	2.4	2.2	1.9
配当利回り(%)	0.5	0.9	0.9

【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	-0.8	-4.7	71.8
対TOPIX(%)	-3.9	-7.5	50.0

【株価チャート】



(注) 相対株価は対TOPIX、基準は2016/5/13

> 事業内容

◆東海地区を中心に完全貸切ゲストハウスを展開

プラス(以下、同社)は、「それぞれの新郎新婦にとって、最高の結婚式を創る。」という理念のもと、完全貸切ゲストハウスにこだわった、ウェディング事業を展開している。

同社が展開するゲストハウス(以下、施設)は全て直営方式で運営しており、プライベート感やオリジナル感を重視した挙式・披露宴を顧客に提供している。同社は03年に「ルージュ:ブラン」(愛知県一宮市)を初出店した後、每期1施設のペースで新規出店を続けている(16/7期は2施設を新規出店)。17年4月末現在の施設数は、名古屋エリア4施設、三河・知多エリア5施設、尾張・岐阜エリア2施設、静岡エリア2施設、三重エリア3施設、大阪エリア1施設の合計17施設である(図表1)。

【図表1】施設一覧(17年4月末現在)

施設名(名古屋エリア)		出店年月
ブルーレマン名古屋	愛知県名古屋市	2005年12月
クルヴェット名古屋	愛知県名古屋市	2015年5月
ヴェルミヨンバーグ	愛知県名古屋市	2012年2月
オランジュ:パール	愛知県日進市	2004年11月
施設名(三河・知多エリア)		
ブルー:ブラン	愛知県岡崎市	2005年5月
ブラン:ページュ	愛知県安城市	2007年3月
ルージュアルダン	愛知県豊橋市	2009年6月
アージェントパルム	愛知県豊田市	2010年2月
マンダリンポルト	愛知県常滑市	2008年2月
施設名(尾張・岐阜エリア)		
ルージュ:ブラン	愛知県一宮市	2003年2月
ヴェールノアール	岐阜県羽島市	2008年10月
施設名(静岡エリア)		
マンダリンアリュール	静岡県浜松市	2013年6月
ラピスアジュール	静岡県静岡市	2014年6月
施設名(三重エリア)		
ミエルクローチェ	三重県鈴鹿市	2011年1月
ミエルシトロン	三重県四日市市	2016年3月
ミエルココン	三重県津市	2016年6月
施設名(大阪エリア)		
ブランリール大阪	大阪府大阪市	2017年3月

(出所) プラス決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

同社が提供する婚礼スタイルの特徴は、「完全貸切型ゲストハウス」、「ウェディングプランナー一貫制」、「オープンキッチンスタイル」である。

◆「ウェディング事業」の単一セグメント。

同社に連結子会社はなく、「ウェディング事業」の単一セグメントで、売上高の開示についても、「ウェディング事業」のみである。

> ビジネスモデル

注1) ハウスウェディング
貸切の一軒家で挙式・披露宴を
行うウェディングスタイル。専
用のチャペルやガーデンを備え
た施設が多く、プライベート感
のある挙式・披露宴を行なうこ
とができる。

◆顧客が支払う挙式・披露宴費用が収益

同社の「ウェディング事業」は、専門式場やホテル、レストラン等で行う従来型のスタイルではなく、「1 チャペル、1 パーティ会場、1 キッチン」の完全なプライベート空間で行う、ハウスウェディング^{注1}スタイルである。

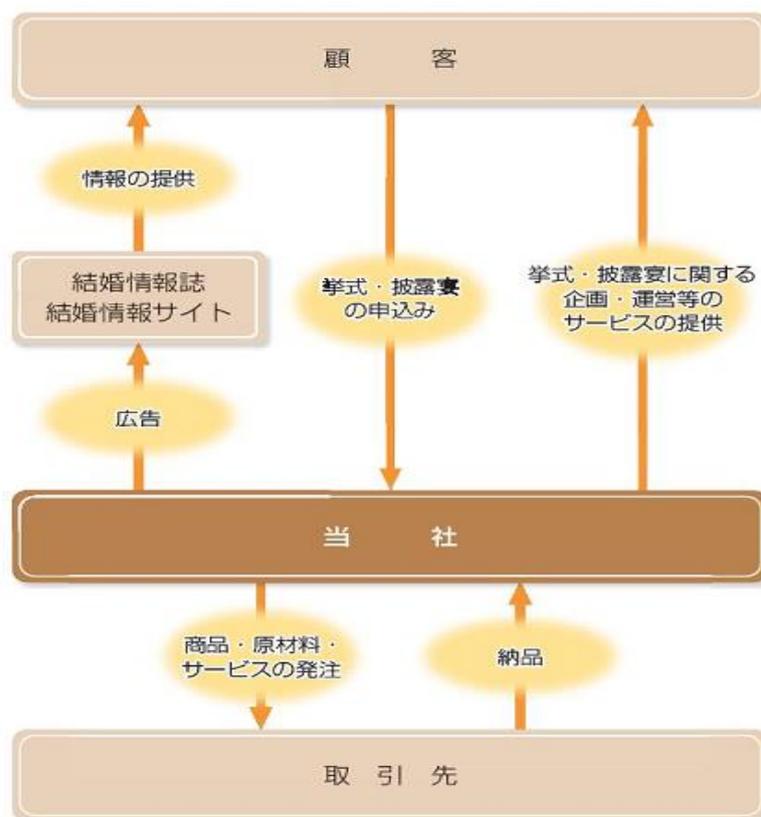
類似事業者が1施設に複数のパーティ会場を設置しているのに対して、同社が展開する施設は1パーティ会場であるため、結婚式場としては小規模である。このため、大型店舗の確保が難しい大都市や、人口が比較的少ない郊外においても展開が可能となっている。店舗形態は、人口約20万人以上の地方都市を中心に出店する「郊外型店舗」、人口約100万人の都市に出店する「都市型店舗」、都心部へ出店する「都心型テナント入居店舗」の3形態があり、地域人口及び地域の特性に合わせた施設展開をしている。

同社の顧客は挙式・披露宴をする一般の消費者で、顧客が支払う挙式・披露宴に関する企画・運営等のサービス提供の対価が同社の収益となる(図表2)。顧客が支払う平均単価は17/7期第2四半期累計期間(以下、上期)の実績で約360万円(挙式・披露宴の1組単価)となっている。この平均単価と施行件数を掛け合わせたものが同社の売上高である。

同社の売上原価は、料理や飲料の仕入に関する費用及び衣装や花などの婚礼関係商品の費用が大きな部分を占め、17/7期上期の原価率は37.4%である。販売費及び一般管理費(以下、販管費)の主な費目は、人件費、広告宣伝費、地代家賃などで、17/7期上期の販管費率は48.6%であった。

売上高を増加させるためには、挙式・披露宴の施行件数を増やすことが必要であり、そのためには施設の新設を継続的に進める必要がある。施設は、全てが賃借契約で、設備投資は建物・設備に関するものが大部分を占めている。

【 図表 2 】 プラスの事業概要



(出所) プラス有価証券届出書

◆ プラスウェディングの特徴

同社は、「それぞれの新郎新婦にとって、最高の結婚式を創る。」を理念とし、その実現のために、1) 完全貸切型ゲストハウス、2) ウェディングプランナー一貫制、3) オープンキッチンスタイルを重要視した事業展開を進めている。

1) 完全貸切型ゲストハウス

同社の展開する全ての施設が「1 チャペル、1 パーティ会場、1 キッチン」となっており、顧客は完全なプライベート空間として利用することができる。このため、各施設に併設しているガーデンやテラスを使った演出や、会場に自由な装飾などをすることが可能で、オリジナリティの高い挙式・披露宴を実施できる(図表3)。

また、挙式・披露宴当日については時間も自由に使えるため、進行状況を気にすることなく、ゲストをもてなすことができる。こうした点が、専門式場やホテルで行う従来型の挙式・披露宴との差別化につながっている。

【 図表 3 】 プラスの施設一例



(出所) プラス目論見書

2) ウェディングプランナー一貫制

新郎新婦が新規に来館した時から、挙式・披露宴に向けた打ち合わせ、当日の対応までを、一人のウェディングプランナーが担当する「ウェディングプランナー一貫制」を採用している。このため、信頼関係を築きながら顧客の要望にきめ細かく対応することが可能で、顧客満足度の向上につながっている。

3) オープンキッチンスタイル

同社の施設では、パーティ会場からキッチンが見えるオープンキッチンスタイルを採用している。このため、パーティの進行に合わせて、ベストなタイミングで料理を提供することが可能となっている。また、レストランで働くシェフやパティシエも参加したサプライズ^{注2}の提供など、料理提供のみに留まらないサービスを実現している。

注2) サプライズ

「驚き」、「不意打ち」の意味で、挙式・披露宴を行なうカップルやゲストを驚かせた後喜ばせるための様々な企画のこと。

注3) ドミナント戦略

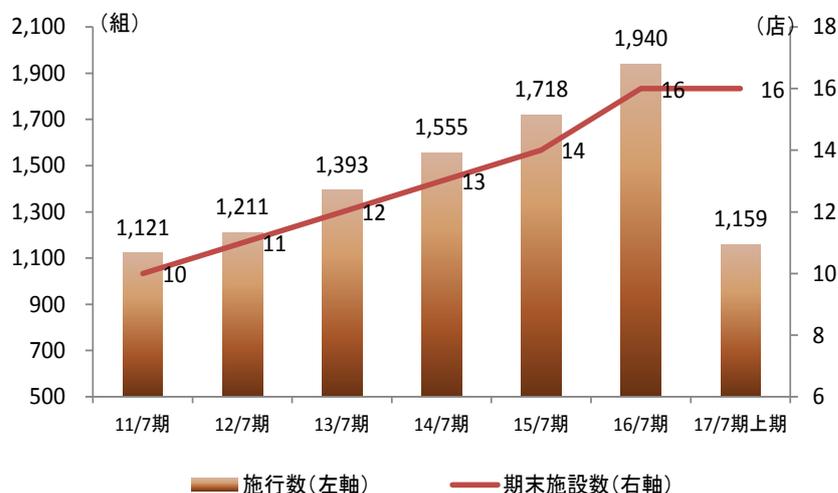
地域を特定し、その特定地域内に集中した店舗展開を進めることで、経営効率を高めるとともに、地域内でのシェア拡大を図る店舗戦略のこと。

◆ **ドミナント出店戦略と地域特性に合わせた出店戦略**

同社は、東海エリアでドミナント^{注3}戦略を進めることで、マネジメントの効率化及び運営管理コストの低減を図っている。

店舗形態としては「郊外型店舗」、「都市型店舗」、「都心型テナント入居店舗」の3形態があり、「郊外型店舗」については、競合する店舗が少なくランニングコストが低い、「都心型テナント入居店舗」については、初期投資を抑えられるなどの特徴がある。このため、地域の特性や出店条件を考慮したうえでの最適な出店が可能となっており、03年2月の1号店出店から着実に施設数を増加させている(図表4)。

【図表4】施設数と施行件数の推移



(出所) プラス有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

> 強み・弱みの分析

◆ SWOT 分析

同社の内部資源（強み、弱み）、および外部環境（機会、脅威）は、図表 5 のようにまとめられる。

同社の強みは、03 年の施設開設以来蓄積してきた、立地特性に合わせた施設の運営ノウハウや、顧客をサポートするウェディングプランナーの育成ノウハウを持つことである。結果として顧客から支持を得て、順調な事業規模拡大を実現している。

【 図表 5 】 SWOT 分析

強み (Strength)	<ul style="list-style-type: none"> ・立地特性に合ったゲストハウス16施設を持つこと ・ウェディングプランナー貫制によるきめ細かいサービスを背景とした顧客満足度の高さ ・自社内での人材育成制度が充実していること ・顧客の口コミ、紹介による新規顧客が多いこと
弱み (Weakness)	<ul style="list-style-type: none"> ・特定人物（代表取締役社長）への依存度が高い事業運営 ・ウェディング事業の単一事業であること ・事業モデルを模倣される可能性があること
機会 (Opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス拡充による挙式・披露宴単価の上昇余地があること ・施設を展開する地域の拡大余地があること ・上場による人材確保の容易化や知名度向上による顧客獲得の容易化
脅威 (Threat)	<ul style="list-style-type: none"> ・結婚適齢期の人口減少による潜在顧客の減少 ・競合の増加による事業環境の悪化 ・景気の悪化やトレンドの変化による挙式・披露宴単価の下落 ・非婚化が進んでいること、挙式だけ少人数で済ませるといった婚礼スタイルが増えつつあること

(出所) 証券リサーチセンター

> 決算概要

◆ 17 年 7 月期上期決算の概要

17/7 期上期の売上高は前年同期比 25.0%増の 4,239 百万円、営業利益は同 36.0%増の 589 百万円、経常利益は同 38.9%増の 588 百万円、純利益は同 32.9%増の 363 百万円であった。

16 年 3 月に出店した「ミエルシトロン」、同年 6 月に出店した「ミエルココン」の立ち上がり好調であったことに加え既存店も健闘し、総施行件数は前年同期比 27.9%増の 1,159 件となった。単価については、前年同期比 2.3%減の約 360 万円と、少人数施行が増加したことで若干低下した。広告宣伝費を中心とした経費増を売上高の増加で吸収し、販管費率は前年同期比 1.1%ポイント改善した。

期初予想（売上高 4,175 百万円、営業利益 578 百万円、経常利益 545

百万円、純利益 286 百万円) はクリアし、上期予想に対する達成率は売上高で 101.5%、営業利益で 101.9%となっている (図表 6)。

【 図表 6 】 上期決算及び達成率

(単位: 百万円)

	16/7期 通期実績	16/7期 上期実績	17/7期 上期実績(A)	前年同期比	17/7期上期 会社計画 (B)	達成率 (A) / (B)
売上高	7,107	3,392	4,239	25.0%	4,175	101.5%
売上総利益	4,427	2,119	2,652	25.1%	-	-
売上総利益率	62.3%	62.5%	62.6%		-	-
営業利益	611	433	589	36.0%	578	101.9%
営業利益率	8.6%	12.8%	13.9%		13.8%	-
経常利益	574	423	588	38.9%	545	107.9%
経常利益率	8.1%	12.5%	13.9%		13.1%	-
純利益	317	273	363	32.9%	286	126.9%

(出所) プラス決算短信をもとに証券リサーチセンター作成

＞ 今後の事業戦略

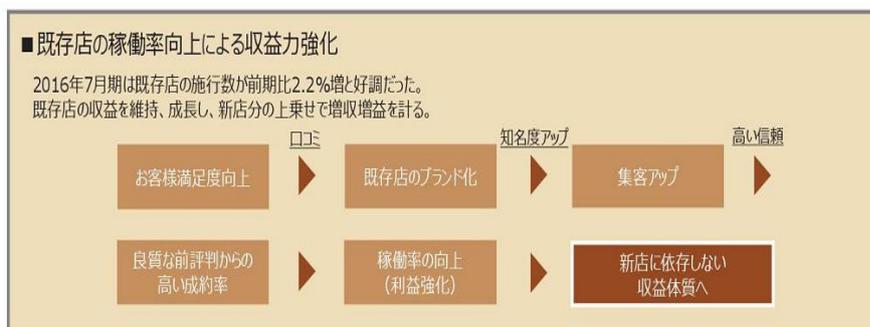
◆ 既存店の稼働率向上による収益力強化、新規出店によるドミナント形成などに取り組む

同社では、今後の成長戦略として、1) 既存店の稼働率向上による収益力強化、2) 新規出店によるドミナント形成、3) ドレス事業の収益力強化を挙げている。

1) 既存店の稼働率向上による収益力強化

16/7 期の既存店施行件数は前期比 2.2% 増の 1,730 件、17/7 期上期も順調な推移であった。今後も稼働率の維持・向上を図るため、「顧客満足度の向上→既存店のブランド化→集客アップ」というサイクルを確立して継続することを目指す考えである (図表 7)。

【 図表 7 】 今後の成長戦略 (既存店の稼働率向上による収益力強化)



(出所) プラス決算説明会資料

顧客満足度の向上策として取り組んでいるのが、「チームワークをつくるための人材採用・育成」、「料理の質の向上」、「顧客へのアフターサービス強化」である。

「チームワークをつくるための人材採用・育成」では、新卒の採用活動を強化するとともに、各種研修や合宿を取り入れ、継続的な社員教育を実施している。また、同社の理念である「最高の結婚式を創る。」ためには、メンバー（従業員、アルバイト、パートタイマーを含む全てのスタッフ）同士のチームワークが不可欠であるという考えのもと、サークル活動など、メンバー同士の結束を固めるための様々な取り組みを実施している。

「料理の質の向上」

披露宴に招かれたゲストが重要視するのは提供される料理である。同社では、効率重視のセントラルキッチンを採用せず、調理済み食品や冷凍食材を使用しない本格的な料理を提供することにこだわっている。

「顧客へのアフターサービス強化」

挙式・披露宴は通常一組一回なので、この業界に顧客をリピート化するという概念はない。しかし同社では、「結婚式後もつながりを大切に」という方針を持っており、各施設で「プラス夏祭り」などのイベントを継続的に実施している。

「プラス夏祭り」とは、同社の施設で挙式・披露宴をした新郎新婦をそれぞれの式場に招待し、屋台やイベント、写真撮影などで楽しんでもらうイベントである。過去の顧客とのつながりを持ち続けることで、口コミや紹介などによる地域顧客の施設来館を促し、成約につなげて行く考えである。

2) 新規出店によるドミナント形成

今後は、年2施設の新規出店を継続し、既存エリアのドミナント強化及び新規エリアでのドミナント形成を進める考えである。

今期は、新たなエリアとして大阪への進出を実現している。3月にオープンした「ブランリール大阪」は、JR 大阪駅徒歩3分、阪急梅田駅徒歩1分の好立地の都心型テナント入居店舗である（図表8）。同社ではこの施設を関西エリアでのドミナント形成の足掛かりとする考えを持っている。

【 図表 8 】「ブランリール大阪」の概要

オープン時期	:	2017年3月
所在地	:	大阪府大阪市
最寄駅	:	阪急梅田駅
形態	:	都心型テナント入居店舗
特徴・コンセプト	:	都心×緑×貸切のゲストハウス



(出所) プラス決算説明会資料

尚、静岡県におけるドミナント強化のため、7月に静岡3施設目となる「ラピスコライユ」を出店する予定である。「ラピスコライユ」は、JR 東海道本線、清水駅西口ロータリーに隣接する立地で、140名収容できるパーティ会場を備えた施設である。現在、無料試食会などを開催し、認知度向上を図っている。

また、株式会社ビーライン（以下、ビーライン、静岡県沼津市）からブライダル事業を譲受することとなった（契約締結日は17年3月31日）。ビーラインは静岡県沼津市にブライダル施設「ヴィラエツフェ」を運営している（1施設のみ、130名収容可能なパーティ会場を備える）。同社はこの施設を完全貸切のハウスウェディング会場としてリニューアル後に運営する考えで、営業開始予定は17年10月としている。

3) ドレス事業の収益力強化

同社の施設で婚礼予定の顧客に対し、和装のレンタルに関する営業を強化している。洋装のドレスにプラスアルファの提案をすることで、挙式1件当たりの単価の引き上げを目指す考えである。この17年1月には婚礼和装専門のレンタルセレクトショップ「翔風館」をオープンしている。

> 業績予想

◆ 17年7月期の二桁増収増益見込みに変更なし

17/7 期の会社計画は、期初予想通り売上高が前期比 18.1%増の 8,393 百万円、営業利益は同 35.0%増の 824 百万円、経常利益は同 35.6%増の 778 百万円、当期純利益は同 28.4%増の 408 百万円である。

新規施設については、ブランリール大阪が3月に新店出店済みで、下期は7月にラピスコライユの出店を計画している。総施行件数は前期比 350 件増の 2,290 件を想定し、増収を見込んでいる。人件費、広告宣伝費等の経費増加を想定するものの、売上高の伸びで吸収し、増収率を上回る営業利益の伸びを計画している。

株主還元に関しては、1株当たり普通配当金 7.5 円、上場市場変更に伴う記念配当金 2.5 円の合計 10 円を予定している。同社は 16 年 11 月 1 日付で 1:2、17 年 1 月 1 日付で 1:2 の株式分割を実施しており、分割考慮後の 16/7 期の一株当たり配当金 5 円に対して倍増の計画となっている。

◆ 証券リサーチセンターの業績予想

当センターでは、同社の 17/7 期業績について、売上高 8,393 百万円（前期比 18.1%増）、営業利益 825 百万円（同 35.0%増）、経常利益 780 百万円（同 35.9%増）、当期純利益 410 百万円（同 29.3%増）と、会社予想とほぼ同水準の予想をしている（図表 9）。

当センターでは、業績予想を策定する上で、以下の想定をした。

- 1) 17/7 期の総施行件数は前期比 350 件増加の 2,290 件と会社想定と同じである。単価については、16/7 期を若干上回る 361 万円を想定した。
- 2) 17/7 期の売上総利益率は前期比 0.4%ポイント低下して 61.9%になると予想する。これは、食材費の増加が予想されるためである。販管費率については、人件費の実額は増加するものの、増収効果により前期比 1.6%ポイント改善すると想定した。

> 中期業績予想

◆ プラスの中期業績予想

同社は中期経営目標について、数値、期間を含めて公表はしていないものの、上述の様に既存店の稼働率向上及び新施設の着実な出店により、継続的な成長を目指す考えである。

◆ 証券リサーチセンターの中期業績予想

当センターでは、18/7 期以降も施設数増加が施行件数拡大に繋がり、売上高、利益の成長が継続すると予想している。18/7 期の業績予想に

については、前回予想通り売上高が前期比 16.8%増の 9,800 百万円、営業利益は同 18.8%増の 980 百万円を予想している。19/7 期については、売上高が前期比 15.8%増の 11,350 百万円、営業利益が同 16.9%増の 1,146 百万円を予想する。

予想の前提は以下の通りである。

1) 18/7 期以降、施設数は年 2 施設程度の増加を想定した。施設の規模はこれまでと同程度の 1 パーティ会場とし、挙式・披露宴の施行件数は 18/7 期が 2,640 件、19/7 期が 2,990 件と予想した。

2) 挙式・披露宴の平均単価は 18/7 期が 366 万円、19/7 期が 375 万円と想定した。平均単価の上昇を見込むのは、和装を含めたドレス事業強化の効果を見込むためである。

2) 売上総利益率は食材価格の上昇が一巡し、年率 0.1%ポイント改善することを想定した。販管費率は、広告宣伝の効率化により 18/7 期に 0.1%ポイント改善し、19/6 期は横這いと予想した。

配当については、17/7 期と同水準) の 1 株当たり年間配当金 10 円が継続すると予想する。

【 図表 9 】 証券リサーチセンターの業績予想 (損益計算書) (単位: 百万円)

	15/7	16/7	17/7CE	17/7E	18/7E	19/7E
損益計算書						
売上高	6,155	7,107	8,393	8,393	9,800	11,350
前期比	9.3%	15.5%	18.1%	18.1%	16.8%	15.8%
売上総利益	3,800	4,427	5,196	5,196	6,076	7,048
前期比	10.4%	16.5%	17.4%	17.4%	16.9%	16.0%
売上総利益率	61.7%	62.3%	61.9%	61.9%	62.0%	62.1%
販売費及び一般管理費	3,338	3,815	4,371	4,371	5,096	5,902
販管費率	54.2%	53.7%	52.1%	52.1%	52.0%	52.0%
営業利益	462	611	824	825	980	1,146
前期比	-17.4%	32.3%	35.0%	35.0%	18.8%	16.9%
営業利益率	14.5%	8.6%	9.8%	9.8%	10.0%	10.1%
経常利益	434	574	778	780	935	1,101
前期比	-20.2%	32.3%	35.6%	35.9%	19.9%	17.8%
経常利益率	7.1%	11.2%	9.3%	9.3%	9.5%	9.7%
当期純利益	264	317	408	410	493	581
前期比	-11.5%	20.1%	28.4%	29.3%	20.2%	17.8%

(注) CE:会社予想 E:証券リサーチセンター予想

(出所) プラス有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料をもとに証券リサーチセンター作成

> 投資に際しての留意点

◆ 衛生管理について

同社は挙式・披露宴時に料理や飲料を提供しているため、食品衛生法の規制対象となり、所轄保健所から営業許可証を取得して事業を行っている。

衛生面については、施設ごとに食品衛生責任者を配置し、外部専門機関による定期的な衛生検査を実施するなど、安全性と品質の確保に努めている。しかし、食中毒等の事故、問題食材の使用などが発生した場合には、社会的信用の低下により業績に悪影響が出る可能性がある。

◆ 差入保証金について

同社の施設用地については、賃借より出店を行うことを基本方針としており、全ての店舗について保証金を差し入れている。これは、退店時には貸主から返還されることになっているが、貸主の財政状態の悪化により差入保証金の一部または全部が返還されない場合には、業績及び財政状態に悪影響が出る可能性がある。

◆ 自然災害について

同社では、東海エリアを中心に施設を展開している。この地域において、大規模な自然災害が発生し、施設に被害が及んだ場合には、通常の事業継続が困難となり業績に悪影響が出る可能性がある。

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。



■ **協賛会員**

(協賛)			
東京証券取引所	SMBC 日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村證券株式会社
みずほ証券株式会社	有限責任あずさ監査法人	有限責任監査法人トーマツ	新日本有限責任監査法人
優成監査法人	株式会社 ICMG		
(準協賛)			
三優監査法人	太陽有限責任監査法人	株式会社 SBI 証券	
(賛助)			
日本証券業協会	日本証券アナリスト協会	監査法人 A&A パートナーズ	いちよし証券株式会社
宝印刷株式会社	株式会社プロネクサス		

本レポートの特徴

「ホリスティック企業レポートとは」

ホリスティック企業レポートとは、証券リサーチセンターが発行する企業調査レポートのことを指します。ホリスティック企業レポートは、企業側の開示資料及び企業への取材等を通じて収集した情報に基づき、企業価値創造活動の中長期の持続可能性及び株価評価などの統合的分析結果を提供するものです

■ **魅力ある上場企業を発掘**

新興市場を中心に、アナリスト・カバーがなく、独自の製品・技術を保有している特徴的な企業を発掘します

■ **企業の隠れた強み・成長性を評価**

本レポートは、財務分析に加え、知的資本の分析手法を用いて、企業の強みを評価し、企業の潜在的な成長性を伝えます。さらに、今後の成長を測る上で重要な KPI (業績指標) を掲載することで、広く投資判断の材料を提供します

■ **第三者が中立的・客観的に分析**

中立的な立場にあるアナリストが、企業調査及びレポートの作成を行い、質の高い客観的な企業情報を提供します

本レポートの構成

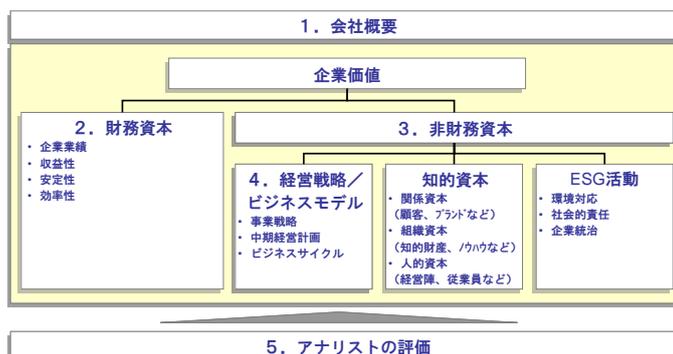
本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

企業の価値は、「財務資本」と「非財務資本」から成ります。

「財務資本」とは、これまでに企業活動を通じて生み出したパフォーマンス、つまり財務諸表で表される過去の財務成果であり、目に見える企業の価値を指します。

それに対して、「非財務資本」とは、企業活動の幹となる「経営戦略/ビジネスモデル」、経営基盤や IT システムなどの業務プロセスや知的財産を含む「組織資本」、組織の文化や意欲ある人材や経営陣などの「人的資本」、顧客との関係性やブランドなどの「関係資本」、社会との共生としての環境対応や社会的責任などの「ESG 活動」を指し、いわば目に見えない企業の価値のことを言います。

本レポートは、目に見える価値である「財務資本」と目に見えない価値である「非財務資本」の両面に着目し、企業の真の成長性を包括的に分析・評価したものです。



指標・分析用語の説明

■ PER (Price Earnings Ratio)

株価を1株当たり当期純利益で除したもので、株価が1株当たり当期純利益の何倍まで買われているのかを示すものです

■ PBR (Price Book Value Ratio)

株価を1株当たり純資産で除したもので、株価が1株当たり純資産の何倍まで買われているのかを示すものです

■ 配当利回り

1株当たりの年間配当金を、株価で除したもので、投資金額に対して、どれだけ配当を受け取ることができるかを示すものです

■ ESG

Environment: 環境、Society: 社会、Governance: 企業統治、に関する情報を指します。近年、環境問題への関心や企業の社会的責任の重要性の高まりを受けて、海外の年金基金を中心に、企業への投資判断材料として使われています

■ SWOT 分析

企業の強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、脅威 (Threat) の全体的な評価を SWOT 分析と言います

■ KPI (Key Performance Indicator)

企業の戦略目標の達成度を計るための評価指標 (ものさし) のことです

■ 知的資本

顧客関係や業務の仕組みや人材力などの、財務諸表には表れないが、財務業績を生み出す源泉となる「隠れた経営資源」を指します

■ 関係資本

顧客や取引先との関係、ブランド力など外部との関係性を示します

■ 組織資本

組織に内在する知財やノウハウ、業務プロセス、組織・風土などを示します

■ 人的資本

経営陣と従業員の人材力を示します

免責事項

- 本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- 本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- 本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。特に記載のないかぎり、将来のパフォーマンスの予想はアナリストが適切と判断した材料に基づくアナリストの予想であり、実際のパフォーマンスとは異なることがあります。したがって、将来のパフォーマンスについては明示又は黙示を問わずこれを保証するものではありません。
- 本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- 一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- 本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。