

# 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10月6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 20171003

# プラス (2424 東証一部 名証一部)

発行日: 2017/10/6

## 東海地区を中心に完全貸切ゲストハウスを展開 婚礼施行件数が順調に増加し、業績拡大に寄与

### > 要旨

#### ◆ 事業内容

- ・プラス(以下、同社)は、東海3県と静岡県、大阪府に挙式・披露宴を行うゲストハウスを展開している。一軒家完全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7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3施設、三重エリア3施設、大阪エリア1施設の合計18施設である。

#### ◆ 17年7月期決算の概要

- ・17/7期の売上高は前期比26.2%増の8,966百万円、営業利益は同33.9%増の818百万円であった。既存店の稼働率向上と16/7期に出店した2施設のフル稼働により、挙式・披露宴施行件数が前期比24.8%増と順調に増加し、業績拡大につながった。

#### ◆ 18年7月期の業績予想

- ・18/7期の会社計画は、売上高が前期比7.2%増の9,614百万円、営業利益が同10.0%増の900百万円。挙式・披露宴施行件数は前期比9.2%増を前提とし、増収増益が続く計画となっている。
- ・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、施行件数を会社想定より若干高く見ており、業績についても会社計画を上回る水準を予想している。

#### ◆ 事業戦略と中期業績見通し

- ・同社は持続的な成長のため、既存店の稼働率向上による収益力強化を図ると同時に、新規出店によるドミナント形成に注力している。当面は、年2施設程度の新規出店を継続していく考えで、18/7期は10月中旬に静岡県での4号店の出店を予定している。
- ・当センターでは、現在の施設分布を考慮すれば出店余地は大きく、同社が計画する年2施設程度の新規出店は可能であると考えている。施設数の増加が婚礼施行件数の増加につながり、20/7期まで増収増益が続く業績予想をしている。

#### 【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)
2016/7	7,107	15.5	611	32.3	574	32.3	317	20.1	62.4	458.0	5.0
2017/7	8,966	26.2	818	33.9	792	38.0	495	55.8	88.2	552.3	10.0
2018/7 CE	9,614	7.2	900	10.0	887	11.9	532	7.5	93.2	—	12.0
2018/7 E	9,800	9.3	980	19.8	935	18.1	564	13.9	98.8	639.0	12.0
2019/7 E	10,800	10.2	1,090	11.2	1,045	11.8	631	11.9	110.7	737.4	12.0
2020/7 E	11,800	9.3	1,200	10.1	1,155	10.5	698	10.6	122.3	847.6	12.0

(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】

	2017/10/29
株価(円)	1,040
発行済株式数(株)	5,709,300
時価総額(百万円)	5,938

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	11.8	10.5	9.4
PBR(倍)	1.9	1.6	1.4
配当利回り(%)	1.0	1.2	1.2

#### 【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	-7.6	-9.5	35.9
対TOPIX(%)	-10.3	-12.4	8.0

#### 【株価チャート】



#### アップデート・レポート

2/15

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。

> 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7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3施設、三重エリア3施設、大阪エリア1施設の合計18施設である(図表1)。

【図表1】施設一覧(17年7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	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
ラピスコライユ	静岡県静岡市	2017年7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

◆「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<sup>注1</sup>スタイルである。

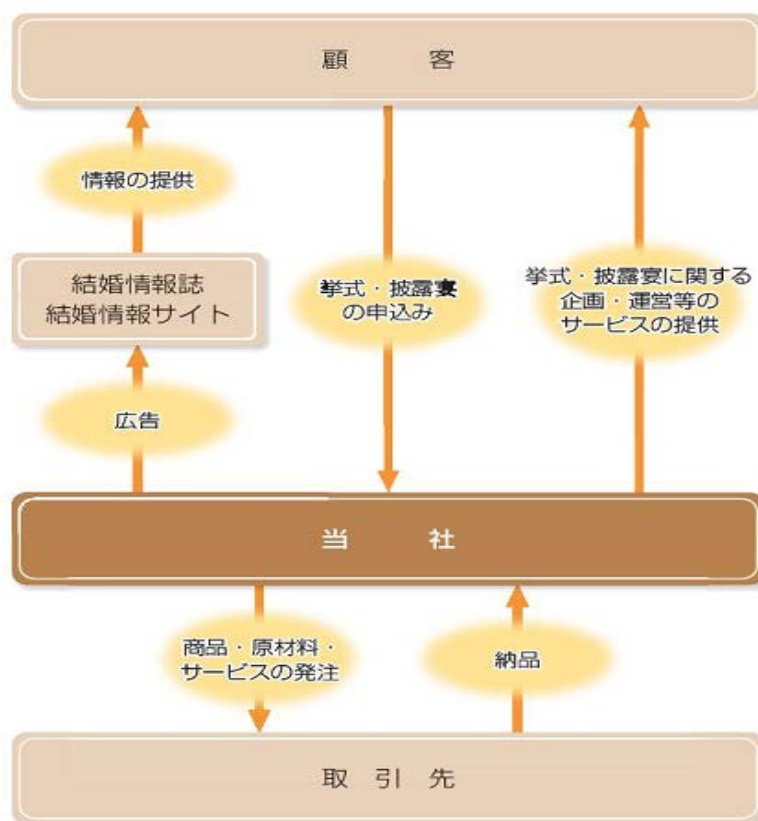
類似事業者が1施設に複数のパーティ会場を設置しているのに対して、同社が展開する施設は1パーティ会場であるため、結婚式場としては小規模である。このため、大型店舗の確保が難しい大都市や、人口が比較的少ない郊外においても展開が可能となっている。店舗形態は、人口約20万人以上の地方都市を中心に出店する「郊外型店舗」、人口約100万人の都市に出店する「都市型店舗」、都心部へ出店する「都心型テナント入居店舗」の3形態があり、地域人口及び地域の特性に合わせた施設展開をしている。

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期の実績で約364万円(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期の原価率は37.6%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期の販管費率は53.3%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、施設は基本的に一日一組のみ(施設と時期によっては最大二組)の利用で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<sup>注2</sup>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

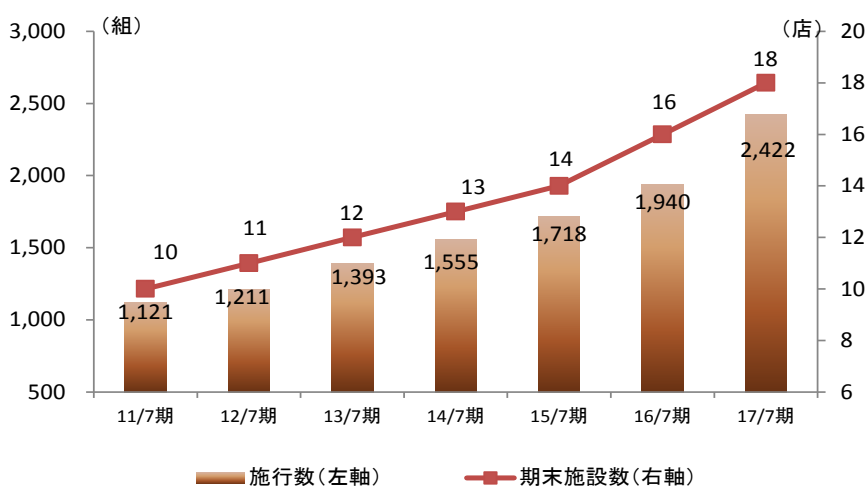
地域を特定し、その特定地域内に集中した店舗展開を進めることで、経営効率を高めるとともに、地域内でのシェア拡大を図る店舗戦略のこと。

◆ **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<sup>注3</sup>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、立地特性に合った18施設を持つことや、ウェディングプランナー一貫性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などである。弱みは、施設が特定の地域に集中しているため、その他の地域における認知度が低いことなどである。

【 図表 5 】 SWOT 分析

<b>強み</b> (Strength)	・立地特性に合ったゲストハウス18施設を持つこと ・ウェディングプランナー一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
<b>弱み</b> (Weakness)	・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 ・施設が特定の地域に集中しているため、その他の地域における認知度が低いこと
<b>機会</b> (Opportunity)	・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
<b>脅威</b> (Threat)	・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



> 知的資本分析

◆ 知的資本の源泉は蓄積した施設の運営ノウハウ、ウェディングプランナーの育成ノウハウなどにある

同社の競争力を、知的資本の観点で分析した結果を図表6に示し、KPIの数値をアップデートした。

同社の知的資本の源泉は、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やスタッフの育成ノウハウなどにある。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 6 】 知的資本の分析

項目	分析結果	KPI		
		項目	数値	
関係資本	ユーザー (一般消費者 (新郎新婦及び親族、ゲスト))	・施行件数	2,422件	
		・受注件数	2,483件	
		・平均単価	364万円	
	ブランド	・施設数	18施設	
		・東海3県と静岡県に完全貸切ゲストハウスを運営	・プライベート感を重視した施設	特になし
			・オリジナル感の高い演出	特になし
ネットワーク	・結婚式を創るパートナー	・ドレスデザイナーやフォトグラファー、司会者などのネットワーク	特になし	
組織資本	プロセス	・立地特性に合わせた施設展開	・施設数	18施設
		・ドミナント出店戦略		
		・最高の結婚式を作るための3つのスタイル	・完全貸切型ゲストハウス	特になし
	知的財産 ノウハウ		・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	
		・蓄積した挙式・披露宴の演出に関するノウハウ	・03年「ルージュ：プラン」運営開始以来の実績	14年
		・ウェディングプランナーによる接客やプランニングのノウハウ	・婚礼実施件数実績	1万5,149組 (17/7期末までの累計数)
		・チームワークを醸成するための人材育成ノウハウ	・ウェディングプランナー数	社員の約半数
			・継続的な新卒採用活動	特になし
			・各種研修・合宿制度	特になし
人的資本	経営陣	・現代表取締役社長の下での体制	・在任期間	19年
		・インセンティブ	・社長(資産管理会社含む)の保有	3,520,000株(63.0%) 17年1月末現在
			・役員報酬総額(取締役) *社外取締役は除く	132百万円(4名) 16年7月期
	従業員	・企業風土 (チームワークを重視した組織運営)	・従業員数	344名(派遣社員等除く)
			・平均年齢	27.7歳
			・平均勤続年数	3.8年
		・インセンティブ (持株会、多様な表彰制度やコンテストを導入)	・従業員持株会を導入	140,300株(2.5%) 17年1月末現在
			・ベストプランナー賞、ベストアニバーサリー賞	特になし
	・C1グランプリなどのコンテスト	特になし		

(注) KPIの数値は、特に記載がない場合は17/7期か17/7期末のものとする

(出所) プラス有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料、株主総会招集通知書、ヒアリングを基に証券リサーチセンター作成

## > 決算概要

### ◆ 17年7月期決算の概要

17/7期の売上高は前期比26.2%増の8,966百万円、営業利益は同33.9%増の818百万円、経常利益は同38.0%増の792百万円、当期純利益は同55.8%増の495百万円であった。

SNSを活用した広告宣伝の強化や店舗ディスプレイのリニューアル効果等により既存店の稼働率が上昇したこと、三重県に16年3月に新店出した「ミエルシトロン」、同じく6月に新店出した「ミエルココン」の通年稼働により、総施行件数は前年同期比24.8%増の2,422件となった。単価については、映像商品やブーケなど販売を強化した商品が伸びたことが主因で前期比1.1%増の約364万円となった。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、販管費率は前期比0.4%ポイント改善した。

期初予想(売上高8,393百万円、営業利益824百万円、経常利益778百万円、当期純利益408百万円)に対しては、売上高が6.8%上回り、営業利益及び経常利益は計画線上であった。売上高が期初計画を上回ったのは、施行件数が期初計画の2,290件を上回ったことによる。売上高が上振れた一方、戦略的に経費を積み増したことで、営業利益及び経常利益については計画線上となった。当期純利益が計画を21.3%上回ったのは、税金負担が期初想定より軽かったためである。

## > 事業戦略の進捗

### ◆ 既存店の稼働率向上や新規出店によるドミナント形成に取り組む

同社では、持続的な成長のため、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) 衣装事業の収益力強化に取り組んでいる。

#### 1) 既存店の稼働率向上による収益力強化

17/7期の既存店施行件数は前期比9.8%増の2,078件と好調な推移であった。18/7期も稼働率の維持・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」という好循環が継続することを目指している。

顧客満足度の向上策としては、料理の質の向上やアフターサービス強化などに引き続き注力していく考えである。尚、同社は8月に「目に見えないサービスを可視化する」をコンセプトにした顧客満足度調査ランキングである、2017年オリコン日本顧客満足度調査「ハウスウェディング」において、東海地区でのランキング1位を獲得している。

#### 2) 新規出店によるドミナント形成

今後は、年2施設程度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。

17/7 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19日にオープンした「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7)。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7】「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

大阪の中心、京阪神の中心でもある大阪梅田。その中でもグランフロントエリアは、東京やNYの雰囲気を持ち合わせたエリアです。テナント入居型ウェディングの絶対的な強みである「完全全天候型」「簡潔かつ機能的な動線」で全てのお客様に安定したおもてなしを提供することが可能です。



(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29日に静岡3施設目となる「ラピスコライユ」を出店した。「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。

また、17/7 期に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した(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「ヴィラエッフェ」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し、静岡エリア4店舗目の施設として運営する考えで、6月15日より予約受付を開始している。グランドオープンは10月中旬を予定している。

3) 衣装事業の収益力強化

同社の施設で婚礼予定の顧客に対して、和装のレンタルに関する営業を強化しており、17年1月には婚礼和装専門のセレクトショップ「翔風館」をオープンした。「翔風館」では、オリジナリティの高い新しい「キモノスタイル」を提案し、結婚式で着用する着物や小物のレンタル及び販売を行っている。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図る考えである。

> 業績予想

◆ 18年7月期も増収増益を見込む

18/7期の会社計画は、売上が前期比7.2%増の9,614百万円、営業利益は同10.0%増の900百万円、経常利益は同11.9%増の887百万円、当期純利益は同7.5%増の532百万円である(図表8)。

【図表8】18年7月期の会社計画

(単位:百万円)

	15/7期 実績	16/7期 実績	17/7期 実績	18/7期 会社計画	前期比
売上高	6,155	7,107	8,966	9,614	7.2%
売上総利益	3,800	4,427	5,598	-	-
売上総利益率	61.7%	62.3%	62.4%	-	-
営業利益	462	611	818	900	10.0%
営業利益率	7.5%	8.6%	9.1%	9.4%	-
経常利益	434	574	792	887	11.9%
経常利益率	7.1%	8.1%	8.8%	9.2%	-
当期純利益	264	317	495	532	7.5%

(出所)プラス決算短信および決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

新規施設については、10月中旬に静岡県にオリゾンブルーの新店が予定されており、7月に新店したラピスコライユとともに施行件数の増加に寄与すると見ている。総施行件数は前期比223件増の2,645件、単価は若干の低下を想定し、7.2%の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、増収率を若干上回る営業利益の伸びを計画している。

尚、第2四半期累計決算については6.7%増収、44.2%営業減益を計画しているが、これはオリゾンブルーの開業費用及び店舗改修工事に関する費用の発生を見込んでいるためである。

1株当たり配当金は12円を予定している(17/7期は、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)。

#### ◆ 証券リサーチセンターの業績予想

証券リサーチセンター（以下、当センター）では、同社の 18/7 期業績について、売上高 9,800 百万円（前期比 9.3%増）、営業利益 980 百万円（同 19.8%増）、経常利益 935 百万円（同 18.1%増）、当期純利益 564 百万円（同 13.9%増）と、会社予想を上回る水準を予想する（図表 9）。売上高から経常利益までは前回予想を据え置いており、想定税率の見直しにより当期純利益のみを前回予想から上方修正している。当センターの想定は以下の通りである。

- 1) 18/7 期の総施行件数は、会社計画を 27 件上回る 2,672 件（前期比 250 件増）とした。単価については、17/7 期を僅かに下回る 362 万円を想定した。
- 2) 18/7 期の売上総利益率は前期比 0.4%ポイント低下の 62.0%を予想する。これは、食材費の単価上昇を予想したためである。販管費率については、人件費は増加するものの、増収効果により前期比 1.3%ポイント改善すると想定した。

### > 中期業績予想

#### ◆ 証券リサーチセンターの中期業績予想

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、持続的な成長を目指す考えである。

当センターでは、19/7 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。19/7 期の業績予想は、前回予想を見直し、売上高が前期比 10.2%増の 10,800 百万円、営業利益は同 11.2%増の 1,090 百万円とした。前回予想（売上高 11,350 百万円、営業利益 1,146 百万円）との差異は、施行件数と単価を見直したために生じている。

20/7 期については、売上高が前期比 9.3%増の 11,800 百万円、営業利益が同 10.1%増の 1,200 百万円を予想する。

予想の前提は以下の通りである。

- 1) 19/7 期以降、施設数は年 2 施設の増加を想定した。施設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 19/7 期が 2,972 件、20/7 期が 3,270 件と予想した。
- 2) 挙式・披露宴の平均単価は 19/7 期以降 360 万円と 18/7 期の水準から横這うと想定した。和装を含めたドレス事業強化の効果で単価の上昇につながる要因がある一方で、少人数挙式が増加することによる下落要素があるためである。

3) 売上総利益率は食材価格の安定から年率 0.1%ポイント改善することを想定した。販管費率は横這いと予想した。

配当については、18/7 期と同水準の 1 株当たり年間配当金 12 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	17/7	18/7CE	18/7E (前回)	18/7E	19/7E (前回)	19/7E	20/7E
<b>損益計算書</b>									
売上高	6,155	7,107	8,966	9,614	9,800	9,800	11,350	10,800	11,800
前期比	9.3%	15.5%	26.2%	7.2%	16.8%	9.3%	15.8%	10.2%	9.3%
売上総利益	3,800	4,427	5,598	-	6,076	6,076	7,048	6,706	7,339
前期比	10.4%	16.5%	26.5%	-	16.9%	8.5%	16.0%	10.4%	9.4%
売上総利益率	61.7%	62.3%	62.4%	-	62.0%	62.0%	62.1%	62.1%	62.2%
販売費及び一般管理費	3,338	3,815	4,780	-	5,096	5,096	5,902	5,616	6,139
販管費率	54.2%	53.7%	53.3%	-	52.0%	52.0%	52.0%	52.0%	52.0%
営業利益	462	611	818	900	980	980	1,146	1,090	1,200
前期比	-17.4%	32.3%	33.9%	10.0%	18.8%	19.8%	16.9%	11.2%	10.1%
営業利益率	14.5%	8.6%	9.1%	9.4%	10.0%	10.0%	10.1%	10.1%	10.2%
経常利益	434	574	792	887	935	935	1,101	1,045	1,155
前期比	-20.2%	32.3%	38.0%	11.9%	19.9%	18.1%	17.8%	11.8%	10.5%
経常利益率	7.1%	8.1%	8.8%	9.2%	9.5%	9.5%	9.7%	9.7%	9.8%
当期純利益	264	317	495	532	493	564	581	631	698
前期比	-11.5%	20.1%	55.8%	7.5%	20.2%	13.9%	17.8%	11.9%	10.6%

(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入れている。17/7 期末の敷金及び保証金の総額は 368 百万円と資産合計の 4.4%を占めている。

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

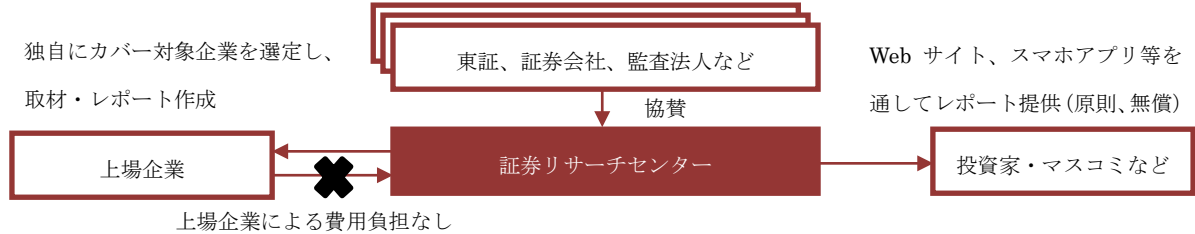
同社では、東海エリアを中心に施設を展開している。この地域において、大規模な自然災害が発生し、施設に被害が及んだ場合には、通常の事業継続が困難となり業績に悪影響が出る可能性がある。

証券リサーチセンターでは、同社を対象とするレポート発信を16年12月9日より開始いたしました。  
新規上場した企業を中心に紹介してゆくという当センターの設立趣旨に則り、同社についてのレポート発信は、今回を以て終了とさせていただきます。

## ホリスティック企業レポート(一般社団法人 証券リサーチセンター 発行)

### 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  
みずほ証券株式会社  
優成監査法人

SMBC 日興証券株式会社  
有限責任あずさ監査法人  
株式会社 ICMG

大和証券株式会社  
有限責任監査法人トーマツ

野村證券株式会社  
新日本有限責任監査法人

(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  
宝印刷株式会社

日本証券アナリスト協会  
株式会社プロネクサス

監査法人 A&A パートナーズ

いちよし証券株式会社

### 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

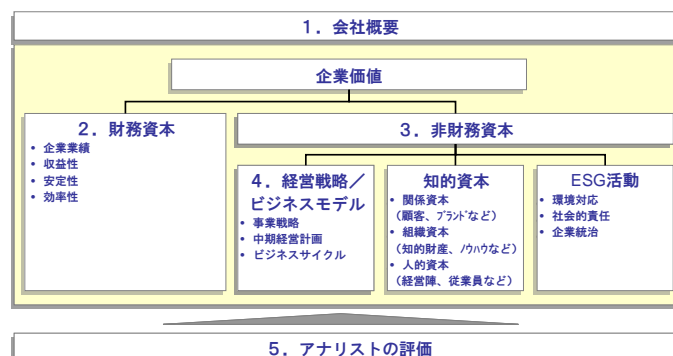
本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

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ので、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。