

T&G

TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2014年3月期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2014年3月期の業績及び経営戦略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。

本資料に記載した意見や予測等は、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証又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。

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ 経営企画部

Tel 03-6833-1172

E-Mail ir@tgn.co.jp

HP <http://www.tgn.co.jp/company/ir>

I. 2014年3月期 連結決算概要	P4-P15
1. 2014年3月期 総括	P5
2. 連結 損益計算書	P6-12
3. 連結 貸借対照表	P13-14
4. 連結 キャッシュ・フロー計算書	P15
II. 153P進捗状況及び2015年3月期 連結業績計画	P16-P25
1. 2015年3月期の位置づけ	P17
2. 2015年3月期の重点施策と営業利益	P18-23
3. 2015年3月期 設備投資計画	P24
4. 2015年3月期 連結 通期業績計画	P25
III. 2015年3月期配当予想	P26-P27
1. 2015年3月期 配当予想について	P27

Results of Ending March 2014

---

2014年3月期 連結決算概要

## I 1. 2014年3月期 総括

売上高は、前年比15%増の607億円となり過去最高  
営業利益は、前年比28%増の36億円

T&G直営店の取扱組数は過去最高、単価も好調  
T&G直営店の挙式披露宴単価は409万円（前年比**7.4**万円増）

海外・リゾートウェディング事業は業績拡大  
海外売上高は順調に推移し、前年同期比**25%**増

ホテル提携増加による婚礼受託事業の拡大  
コンサルティング型(\*)取扱高は前年同期比**53%**増

収益構造改革により、売上総利益率が改善  
売上総利益率は前年同期比+**2.3**pt

\* コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。

5

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓まず始めに2014年3月期の決算を総括いたします。

✓2014年3月期は、3ヵ年中期経営計画「153P」（2012年2月3日発表）の2年目として、153P計画達成を確固たるものとする1年と位置付け、成長戦略の各施策に取り組んでまいりました。

✓その結果、当期における業績は順調に推移いたしました。売上高は過去最高となり、前年同期比15%増の607億円、営業利益は前年同期比28%増の36億円となり、増収増益を達成しました。

✓ポイントとして、次の4点が挙げられます。

✓一つ目に、T&G直営店の業績は引き続き順調に推移しました。取扱組数は過去最高となり、挙式披露宴単価も好調で、409万円（前年同期比7.4万円増）となりました。

✓二つ目に、海外・リゾートウェディング事業についても引き続き順調に業績を拡大し、海外売上高は前年同期比25%増となりました。リゾートウェディング、アジア婚礼プロデュースともに組数が増加しました。

✓三つ目に、コンサルティング型はホテル提携数の増加（2014年3月末時点で提携ホテル数は6）により、取扱高は前年同期比で53%増となりました。

✓四つ目に、収益構造改革の各種施策を推進し、売上総利益率が前年同期比で2.3pt改善いたしました。

## I 2-1. 連結 損益計算書 概要

### T&G直営店、海外・リゾートウェディングともに好調 連結ベースで増収増益を達成

単位: 百万円	2014/3 計画	2014/3 実績	計画比	2013/3 実績	前年 同期比
売上高	60,000	60,788	+788	52,804	+7,984
売上 総利益	33,800 56.3%	34,225 56.3%	+425 ±0pt	28,499 54.0%	+5,726 +2.3pt
販管費	30,200 50.3%	30,605 50.3%	+405 ±0pt	25,666 48.6%	+4,939 +1.7pt
営業 利益	3,600 6.0%	3,619 6.0%	+19 ±0pt	2,832 5.4%	+786 +0.6pt
経常 利益	3,300 5.5%	3,333 5.5%	+33 ±0pt	2,459 4.7%	+873 +0.8pt
当期 純利益	1,600 2.7%	1,358 2.2%	-242 -0.5pt	1,086 2.1%	+271 +0.1pt



\* %は売上高比

\* BW社: (株) ブライズワード \* 2014年3月期計画は修正後数値

T&G TAKE and GIVE NEEDS

✓連結損益計算書の概要をご説明いたします。

✓当期は、売上、利益ともに前年同期を上回り、増収増益を達成いたしました。

✓売上高は、T&G直営店、海外・リゾートウェディングともに好調に推移したことにより、60,788百万円(計画比+788百万円)となりました。前年同期比では、BW社グループ化効果(+4,873百万円)も加わり、15%の増収となりました。

なお、BW社を除く前年同期比においても、6%の増収を確保しております。

✓販管費は、コストの効率化を推進する一方、成長投資を行い、計画に対して405百万円増の30,605百万円(前年同期比+4,939百万円)となりました。

✓その結果、営業利益は3,619百万円(前年同期比+786百万円、28%増)、経常利益は3,333百万円(前年同期比+873百万円、36%増)、当期純利益は1,358百万円(前年同期比+271百万円、25%増)となりました。

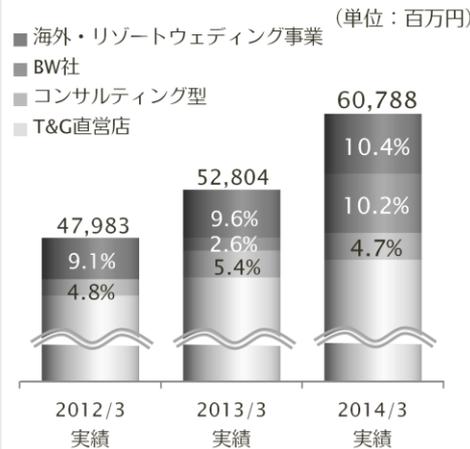
✓尚、当期純利益について、店舗閉店損失引当及び減損損失の計上により、修正計画を下回りましたが、売上高、営業利益、経常利益については、修正計画を上回って着地いたしました。

## I 2-2. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

### 「海外売上高比率10%超」を1年前倒しで計画達成

単位：百万円	2012/3 実績	2013/3 実績	2014/3 実績
国内ウェディング事業	42,036 (87.6%)	46,138 (87.4%)	52,902 (87.0%)
T&G直営店	39,057 (81.4%)	40,965 (77.6%)	42,831 (70.5%)
コンサルティング型	2,304 (4.8%)	2,835 (5.4%)	2,832 (4.7%)
(参考) 取扱高	2,307	2,963	4,519
BW社	—	1,361 (2.6%)	6,234 (10.2%)
その他	647 (1.3%)	975 (1.8%)	1,003 (1.6%)
海外・リゾートウェディング事業	4,355 (9.1%)	5,046 (9.6%)	6,309 (10.4%)
その他	1,591 (3.3%)	1,619 (3.1%)	1,577 (2.6%)
連結売上高	47,983	52,804	60,788

### (通期) セグメント別売上構成比推移



前年同期比で海外売上高比率増  
海外・リゾート9.6% → 10.4%

✓事業セグメント別の売上高及び売上構成比の推移についてご説明いたします。

✓3ヵ年中期経営計画「153P」では、3つの成長戦略を掲げ推進しております。

✓一つ目は「直営店の強化」ですが、国内ウェディング事業は連結売上高の大半を占める主力事業であり、順調に増収を確保しております。

✓二つ目は「海外戦略の加速」ですが、海外売上高はリゾートウェディングを中心に拡大しております。連結売上高に対する海外比率は10.4%となり、前年同期比で0.8pt増となりました。中期経営計画最終年度の目標である「海外売上高比率10%超」を1年前倒しで達成いたしました。

✓三つ目は「コンサルティング型」（特にホテル婚礼受託事業）の拡大ですが、ホテル提携数の増加により取扱高が4,519百万円（前年同期比+1,556百万円、53%増）と増加しました。

✓引き続き、直営店の強化を進めるとともに、成長領域である「海外」及び「コンサルティング型」の事業拡大を図ります。

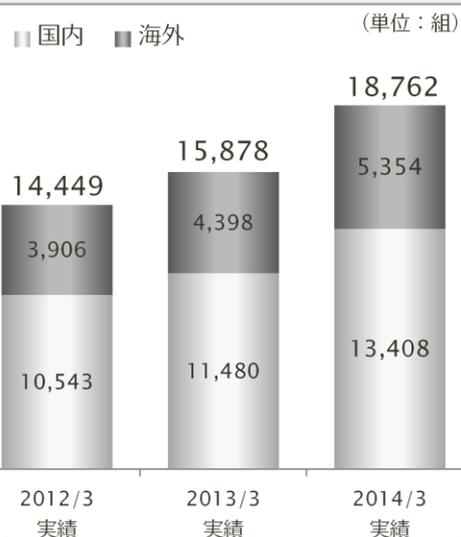
※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。  
 ※ コンサルティング型取扱高：対象ホテルにおける売上高（ホテル婚礼運営受託分）+T&G売上高（レストラン提携等）  
 ※ %は売上高比 ※ BW社：(株) ブライズワード

## I 2-3. 取扱組数

2014年3月期の取扱組数は前年比18%増  
年間取扱組数は18,762組となり、過去最高

単位: 組	2012/3 実績	2013/3 実績	2014/3 実績	前年 同期比	
取扱組数 合計	14,449	15,878	18,762	+2,884	
前年比 (%)	—	109.9%	118.2%	—	
内訳	国内	10,543	11,480	13,408	+1,928
	海外	3,906	4,398	5,354	+956

(通期) 取扱組数推移



グループでの取扱組数  
前年同期比で+2,884組増  
(国内+1,928組、海外+956組)

✓取扱組数についてご説明いたします。

✓当社グループでは、T&G直営店、コンサルティング型、BW社、海外（リゾートウェディング、アジア婚礼プロデュース）において、挙式披露宴を執り行っております。

✓当期における当社グループ取扱組数は、18,762組（前年同期比+2,884組、18%増）となり、過去最高となりました。

✓内訳では、前年同期比で国内+1,928組、海外+956組となっており、ともに順調に増加しております。

## I 2-4. 国内ウェディング事業 内訳

### T&G直営店は取扱組数・単価共に修正計画を上回る コンサルティング型はホテル提携数増が寄与し取扱高増加

単位: 百万円	2014/3 計画	2014/3 実績	計画比	2013/3 実績	前年 同期比
<b>T&amp;G直営店</b>					
売上高	42,430	42,831	+401	40,965	+1,865
取扱組数	10,400	10,433	+33	10,181	+252
平均単価 (千円)	4,070	4,093	+23	4,019	+74
平均人数	76	77	+1	74	+3
<b>BW社直営店</b>					
売上高	4,520	4,591	+71	981	+3,609
取扱組数	1,350	1,370	+20	287	+1,083
<b>コンサルティング型</b>					
取扱高	4,450	4,519	+69	2,963	+1,556
取扱組数	1,580	1,605	+25	1,026	+579

(通期) T&G直営店売上高/平均単価



コンサルティング型 (ホテル婚礼運営受託)  
受託後の改善例 (2013年受託分)

	ホテルA	ホテルB	ホテルC
接客数	38%↑	14%↑	15%↑
契約数	229%↑	48%↑	16%↑
契約率	27pt↑	10pt↑	9pt↑

受託後、契約数・契約率共に改善

- ※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。
- ※ コンサルティング型取扱高：対象ホテルにおける売上高 (ホテル婚礼運営受託分) + T&C売上高 (レストラン提携等)
- ※ BW社：(株) プライズワード ※ 2014年3月期計画は修正後数値

✓国内ウェディング事業についてご説明いたします。

✓T&G直営店において、当社は真のオリジナルウェディングを“One Heart Wedding”と掲げ、追求することで差別化戦略を推進してまいりました。当期は、高い契約率を維持することにより、取扱組数が前年同期比で252組増の10,433組となりました。また、挙式披露宴単価は、受注進捗が順調であったことや平均人数の増加等により、前年同期比で74千円増の4,093千円 (計画比+23千円) となりました。

✓その結果、T&G直営店の売上高は42,831百万円 (前年同期比+1,865百万円、5%増) となりました。

✓BW社直営店は、取扱組数1,370組、売上高4,591百万円となり、計画を上回りました。

✓コンサルティング型においては、特にホテルの婚礼受託事業の拡大に注力してまいりました。主にホテルの受注組数の拡大により、取扱組数は前年同期比で579組増の1,605組となりました。

✓その結果、コンサルティング型の取扱高は4,519百万円 (前年同期比+1,556百万円、53%増) となりました。

✓なお、コンサルティング型 (ホテル婚礼運営受託) について、各ホテルの改善例 (2013年受託分) を挙げております。当社が運営受託後、契約数・契約率共に改善しており、2014年度以降もさらなる事業拡大につなげてまいります。

## I 2-5. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

### 海外売上高は前年同期比25%増 リゾートウェディングを中心に更なる事業拡大を目指す

単位: 百万円	2014/3 計画	2014/3 実績	計画比	2013/3 実績	前年 同期比
海外 売上高	6,180	6,309	+129	5,046	+1,263
営業利益	240	250	+10	258	-7
経常利益	380	397	+17	264	+133



ザ・リッツカールトン広州



キャルバリー・バイ・ザ・シー教会

※ 海外・リゾートウェディング、アジア婚礼プロデュースを含む  
※ 2014年3月期計画は修正後数値



海外 年間施行組数 前年比

- ◆リゾートウェディング  
前年同期比 20.5%増
- ◆アジア婚礼プロデュース  
前年同期比 195.0%増

✓海外・リゾートウェディング事業についてご説明いたします。

✓リゾートウェディングは販売網拡大により取扱組数が増加し、特に主力であるハワイ、グアムが好調に推移しました。

✓アジア婚礼プロデュースは、ホテルとの連携やWEB戦略強化等により、上海を中心に取扱組数が増加しました。

✓これらにより、海外・リゾートウェディング事業の売上高は、6,309百万円（前年同期比+1,263百万円、25%増）となりました。

✓営業利益については、アジア婚礼プロデュースへの先行投資及びリゾートウェディングにおける為替の影響を受けましたが、経常利益では為替差益により増益を確保しております。

✓尚、当期の年間施行組数については、前年同期比でリゾートウェディングが20%増、アジア婚礼プロデュースが195%増となり、順調に推移いたしました。

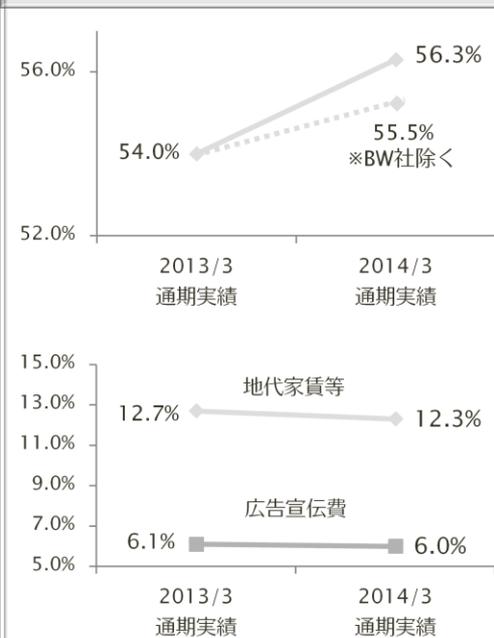
## I 2-6. 連結 売上総利益・営業利益

売上総利益率は収益構造改革により、前年同期比+2.3pt改善  
収益力向上により、営業利益率は6.0%

単位: 百万円	2014/3 計画	2014/3 実績	計画比	2013/3 実績	前年 同期比
売上高	60,000	60,788	+788	52,804	+7,984
売上 総利益	33,800 56.3%	34,225 56.3%	+425 ±0pt	28,499 54.0%	+5,726 +2.3pt
販管費	30,200 50.3%	30,605 50.3%	+405 ±0pt	25,666 48.6%	+4,939 +1.7pt
営業 利益	3,600 6.0%	3,619 6.0%	+19 ±0pt	2,832 5.4%	+786 +0.6pt

- ◆増収による売上総利益確保
- ◆収益構造改革による売上総利益率改善
  - ・受注サイクルの更なる適正化、提案力の向上
- ◆コスト効率化推進
  - ・広告戦略改善、不動産契約の見直し

(通期)  
売上総利益率推移・販管費低減要因



✓売上総利益及び営業利益に係る項目についてご説明いたします。

✓売上総利益については、売上高増による増加に加え、戦略的に進めている収益構造改革やBW社グループ化の影響により、前年同期比で5,726百万円増加しました。売上総利益率は、前年同期比で2.3pt改善しました。(BW社グループ化の影響を除くと1.5pt改善。)

✓販管費については、エリア制導入に伴うきめ細かい広告戦略の実施やWEB戦略の強化による広告宣伝費率の低減、また不動産の契約見直しによる地代家賃等の削減など、コストの効率化を進めてまいりました。その一方で当期は、3ヵ年中期経営計画「153P」の2年目として、153P達成を確実なものとするために、人材やハード・ソフトの強み創りといった事業基盤投資や、新規出店、新規提携及び海外戦略の強化などの成長投資を行ってまいりました。

✓その結果、販管費は30,605百万円(前年同期比+4,939百万円)となりました。

✓これらにより、営業利益は3,619百万円(前年同期比+786百万円)、営業利益率は6.0%となりました。

※ %は売上高比 ※ BW社：(株) プライズワード ※ 2014年3月期計画は修正後数値

## I 2-7. 連結 経常利益・当期純利益

有利子負債の削減等により支払利息は減少  
経常利益は33億円、当期純利益は13億円

単位: 百万円	2014/3 計画	2014/3 実績	計画比	2013/3 実績	前年 同期比
営業 利益	3,600	3,619	+19	2,832	+786
営業外 損益	△300	△286 (※1)	+14	△373	+87
経常 利益	3,300	3,333	+33	2,459	+873
特別 損益	0	△300 (※2)	-300	△226	-74
当期 純利益	1,600	1,358	-242	1,086	+271

※ 2014年3月期計画は修正後数値

### (通期) 主な増減要因

#### ◆営業外損益について (※1)

(主な要因)  
・支払利息 △329百万円  
(前年同期比 50百万円減少)

#### ◆特別損益について (※2)

(主な要因)  
・店舗閉店損失引当 △99百万円  
  
・店舗減損損失 △260百万円

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓経常利益及び当期純利益に係る項目についてご説明いたします。

✓営業外損益は△286百万円（前年同期比+87百万円）となりました。

✓主な要因として、支払利息が△329百万円（有利子負債の削減、金利の低減により、前年同期比50百万円減少）となりました。

✓その結果、経常利益は3,333百万円（前年同期比+873百万円）となりました。

✓特別損益は△300百万円となりました。

✓主な要因として、2014年度閉店予定の店舗に関わる損失引当計上が△99百万円、店舗に関わる減損損失計上が△260百万円となりました。尚、減損対象店舗に関しては、2014年度にリニューアルを行い、新モデル店舗としてオープンする予定です。

✓その結果、当期純利益は1,358百万円（前年同期比+271百万円）となりました。

## I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

### 新規出店や営業権の取得等により有形・無形固定資産増

単位: 百万円	2013/ 3末	2014/ 3末	増減
流動資産	7,612	9,391	+1,779
現金及び預金	4,170	5,582	+1,411
固定資産	38,898	38,890	-8
有形固定資産	24,514	24,695	+181 (※1)
無形固定資産	2,191	2,384	+192 (※2)
投資その他 資産	12,192	11,810	-381 (※3)
資産計	46,510	48,282	+1,771

#### 主な増減要因

- ◆有形固定資産の増加(※1)  
前期末比 +181百万円  
(主な要因)  
・マカナ出店
- ◆無形固定資産の増加(※2)  
前期末比 +192百万円  
(主な要因)  
・のれんの増加  
(THE SEASON'S営業権取得)  
・ソフトウェアの増加  
(社内における新システム導入)
- ◆投資その他資産の減少(※3)  
前期末比 -381百万円  
(主な要因)  
・敷金、保証金の減少  
(リース資産買取時に相殺)

✓連結貸借対照表の資産の部についてご説明いたします。

✓当期末における総資産は前期末と比較して1,771百万円増加し、48,282百万円となりました。

✓現金及び預金の増加(前期末比+1,411百万円)については、主に利益の積み上げによるものです。

✓有形固定資産の増加(前期末比+181百万円)については、海外リゾートウェディング事業におけるマカナ出店に伴う増加が主な要因となります。

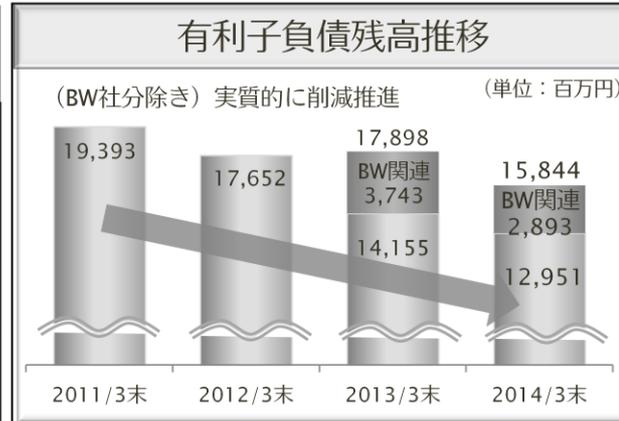
✓無形固定資産の増加(前期末比+192百万円)については、「THE SEASON'S(ザ・シーズンズ)」営業権を取得したことによるのれんの増加、及び当期の重点施策である社内新システムの導入に伴うソフトウェア勘定の増加が主な要因となります。

✓投資その他資産の減少(前期末比-381百万円)については、リース資産買取時における保証金との相殺が主な要因となります。

## I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

有利子負債残高は158億円、順調に削減が進む

単位: 百万円	2013/ 3末	2014/ 3末	増減
負債計	28,550	28,921	+370
流動負債	13,270	15,839	+2,568
短期借入金	1,257	2,470	+1,212
(一年内)長期 借入金・社債	3,986	3,547	-438
固定負債	15,279	13,081	-2,198 (※1)
長期借入金 ・社債	12,655	9,827	-2,827
純資産計	17,960	19,361	+1,401
負債・ 純資産計	46,510	48,282	+1,771



その他の主な増減要因

◆固定負債の増減 (※1)  
前期末比 -2,198百万円  
(主な要因)

- ・長期借入金・社債減 -2,827百万円
- ・BW社資産売却に伴う  
長期リース債務の増加 +387百万円

※ BW社: (株) プライスワード

14

✓連結貸借対照表の負債・純資産の部についてご説明いたします。

✓当期末における有利子負債残高は158億円となりました。2012年12月にグループ化したBW社※取得にかかわる有利子負債 (28億円) を除くと、同残高は129億円となり、順調に負債の圧縮が進んでおります。

✓なお、長期借入金・社債の減少を除くと、固定負債が増加しておりますが、BW社資産売却に伴い長期リース債務が増加したことが主な要因となります。

## I 4. 連結 キャッシュ・フロー計算書

### 積極的な投資と有利子負債圧縮を進めつつ キャッシュフロー良化を実現

単位: 百万円	2013/3 実績	2014/3 実績	主な増減要因
営業活動 によるCF	3,870	5,646	
投資活動 によるCF	△2,197	△1,769	投資活動によるCF (主な要因) ・マカナ出店 ・THE SEASON'S取得 ・社内における新システム導入
財務活動 によるCF	△2,377	△2,537	
現金及び 預金残高	3,939	5,346	

✓連結キャッシュ・フロー計算書についてご説明いたします。

✓営業活動の結果得られた資金は5,646百万円、投資活動の結果減少した資金は1,769百万円、財務活動の結果減少した資金は、2,537百万円となりました。

✓その結果、当期末における現金及び預金残高は5,346百万円となり、前期末と比べて1,406百万円増加しております。

✓投資活動の結果減少した資金の主な内訳は、マカナ出店や「THE SEASON'S (ザ・シーズンズ)」取得、新システム導入に伴うソフトウェアの取得等によるものです。

✓引き続き、積極的な投資と有利子負債圧縮をバランスよく進めつつ、キャッシュフローの良化を実現させてまいります。

## 153P Progress and Plans FY Ending March 2015

---

### 153P進捗状況及び 2015年3月期 連結業績計画

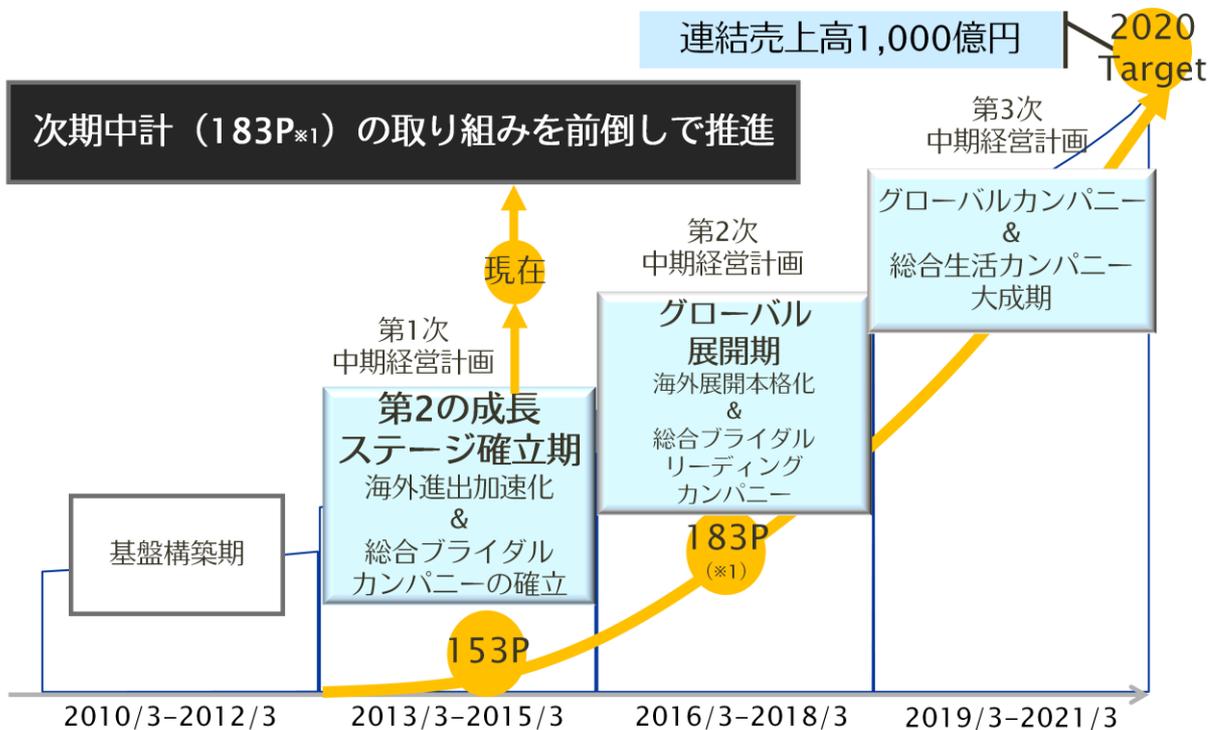
※153P：2013/3-2015/3の3ヵ年中期経営計画  
(2012年2月3日発表)

詳細はこちらをご覧ください

<http://pdf.irpocket.com/C4331/oWM7/VU7I/JVyi.pdf>

## Ⅱ 1. 2015年3月期の位置づけ

2020Targetに向け、成長戦略に舵を切り  
次期中計（183P※1）の取り組みを前倒して推進



※1 183P; 2015年度から始まる第2次中期（3か年）経営計画

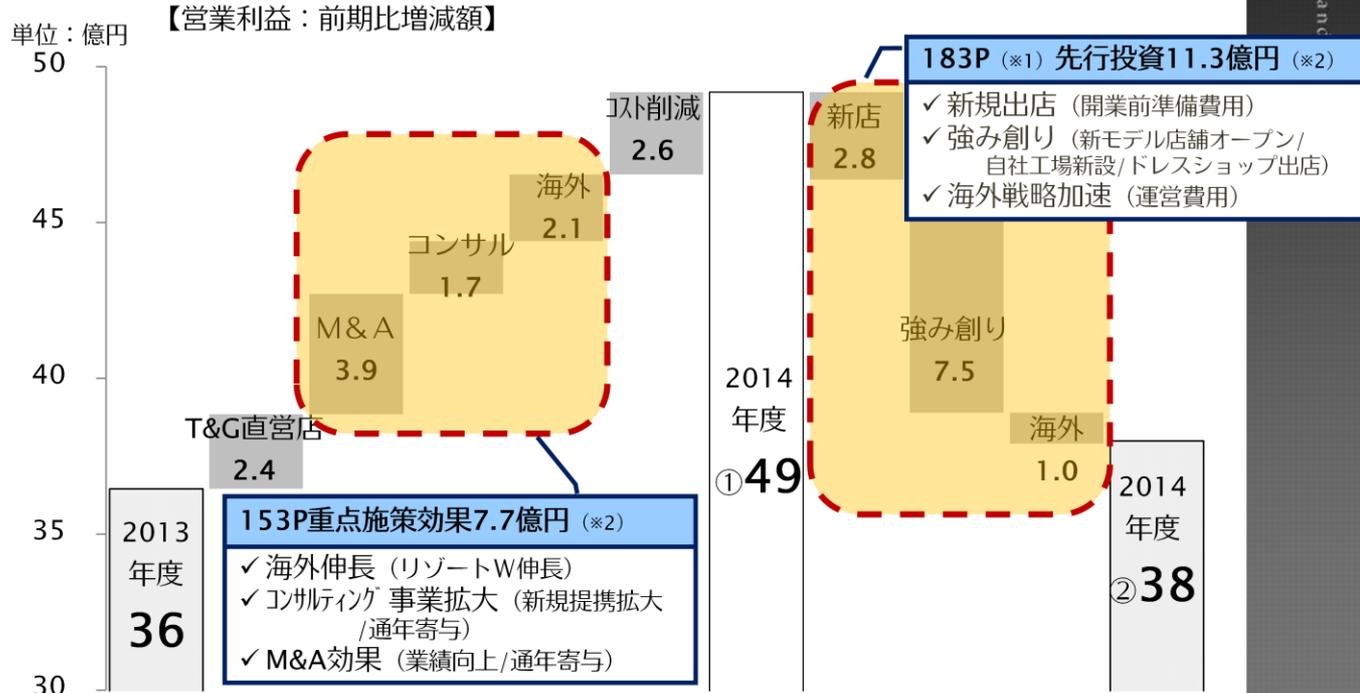
17

T&G  
TAKE AND GIVE NEEDS

- ✓ 2015年3月期の位置づけをご説明いたします。
- ✓ 2015年3月期は153P（第1次中期経営計画：3か年計画）の最終年度となります。
- ✓ 2014年3月期においては、153Pの3つの重点施策（直営店舗の強化、ホテル婚礼受託事業の拡大、海外戦略の加速）の効果により、中期経営計画の最終年度の売上高目標600億円を達成することができました。
- ✓ 2015年3月期においては、更なる施策への取り組みにより、153Pの総仕上げを行います。
- ✓ また、2020Target「売上高1,000億円」の達成に向け、成長戦略に舵を切り、第2次中期経営計画（183P※1）の取り組みを前倒して推進します。

## II 2. 2015年3月期の重点施策と営業利益

153P重点施策効果により収益増（7.7億円<sup>(※2)</sup>）を計画  
成長戦略に資源を投下、先行投資（11.3億円<sup>(※2)</sup>）実施



※1 183P：2015年度から始まる第2次中期（3か年）経営計画  
 ※2 営業利益影響額

T&G  
TAKE AND

- ✓ 2015年3月期の重点施策について、営業利益への影響（2014年3月期との増減）とともにご説明いたします。
- ✓ 営業利益増加要因といたしまして、T&G直営店の強化施策により2014年3月期比2.4億円増、153P重点施策効果により同7.7億円増、その他コスト削減により同2.6億円増、合計約13億円増を計画しております。
- ✓ 153P重点施策効果の具体的な内容は、主に海外伸長、コンサルティング事業の拡大及びM&Aの効果であります。
- ✓ また、先程ご説明したとおり、183P（※1）達成に向けた取り組みを前倒して推進します。この先行投資により営業利益は同11.3億円減の影響を見込んでおります。
- ✓ 具体的には、新規出店に関わる費用、新モデル店舗オープン、自社工場新設、ドレスショップオープン等の強み創りへの投資及び海外戦略加速のための投資を予定しております。
- ✓ 以上のとおり、収益面において大幅な積み上げを実現できる見通しではありますが、一方で成長戦略に資源を投下する計画であり、2015年3月期の営業利益は38億円（2014年3月期比2億円増）を計画しております。

## II 2-1. 153P重点施策効果

### 153P重点施策効果により収益増 (+7.7億円) を計画 特に海外売上比率は11.3%を目指す

#### ■海外事業伸長 (営業損益影響額2.1億円)

##### ■新規会場の拡大、通年寄与による件数増 【2013年度以降の新規出店・提携の会場】

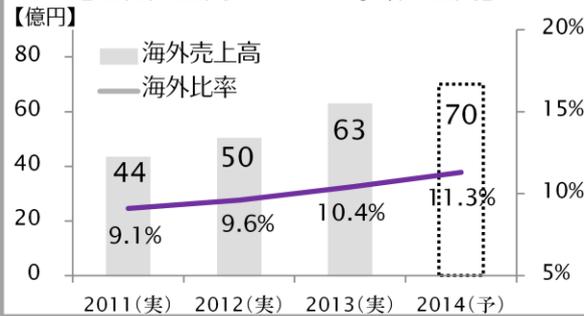
ホテル名	オープン時期
マカナチャペル (ハワイ)	2013年6月
キャルバリー・バイ・ザ・シー教会 (ハワイ)	2013年7月
ドア・カハヤアットブルーヘブン (バリ)	2014年1月
白の教会 (沖縄)	2014年9月

#### ■M&A効果 (営業損益影響額3.9億円)

##### ■業績向上、通年寄与による件数・単価増

会社・会場名	取得時期	
(株)ブライズワード	2012年12月	業績向上
ヴィクトリアガーデン 恵比寿迎賓館	2013年2月	業績向上
THE SEASON'S (横浜)	2013年6月	業績向上 通年寄与

#### 【連結売上高に占める海外売上高】



#### ■コンサルティング事業拡大 (営業損益影響額1.7億円)

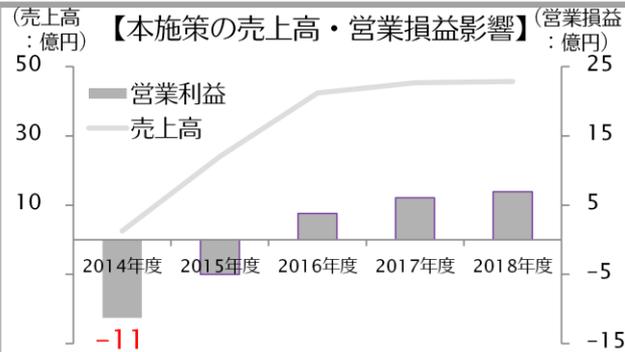
##### ■新規提携先拡大、通年寄与による取扱高増加 【2013年度提携の4ホテル】

ホテル名	提携時期
ホテルポストンプラザ草津	2013年5月
宮崎観光ホテル	2013年7月
横浜ベイシェラトン	2013年10月
グリーントワー幕張	2013年11月

- ✓ 次に、153P重点施策の効果の詳細についてご説明いたします。
- ✓ 3つの施策の効果により、営業損益は2014年3月期比7.7億円増を見込んでおります。
- ✓ 一つ目は、海外事業の伸長により、営業損益は同2.1億円増を見込んでおります。主にリゾートウエディングにおける2013年度以降の新規出店・提携(4会場)の寄与によるものです。
- ✓ これにより、連結売上高に占める海外比率は、前年同期比+0.9ptの11.3%となる見通しです。
- ✓ 二つ目は、M&A効果により、営業損益は同3.9億円増を見込んでおります。2012年12月に子会社化した(株)ブライズワード社の業績向上、営業権を取得した複数案件の業績向上、通年寄与によるものです。
- ✓ 三つ目は、コンサルティング事業の拡大により、営業損益は同1.7億円増を見込んでおります。2014年3月期に提携したホテルの通年寄与によるものです。

## Ⅱ 2-2-1. 183P<sup>(※1)</sup> 重点施策投資

### 183P<sup>(※1)</sup> への先行投資を実施 (△11億円<sup>(※2)</sup>) 本施策により、売上高・営業利益増を見込む



#### ■新規出店 (営業損益影響額△2.8億円)

■2015年度 (3店舗) 出店予定

【今後の出店予定】

← 183P<sup>(※1)</sup> →

	2015/3				2016/3				2017/3			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
国内					●	●	●					●

#### ■強み創り (営業損益影響額△7.5億円)

■新たなビジネスモデルを確立し、新市場を創出  
「欧米型のウェディング<sup>(※3)</sup>」を、競争力のある価格で提供<sup>(※3)</sup>。ゼロから建込みを行い、空間そのものをコーディネート

新モデル店舗オープン	東京都内(2014年11月)
ウェディング商品を製造する自社工場新設	中国・蘇州(2014年1月)

- ドレスショップ出店 (東京都内：2014年10月)
- 人員体制強化

#### ■海外展開拡大 (営業損益影響額△1億円)

■183P<sup>(※1)</sup> 「海外展開本格化」へ投資実施

##### ローカルウェディングの拡大

- ・中国 (上海・深圳) PD事業拡大
- ・アセアンへの展開加速 (現地法人設立予定)

##### リゾートウェディングの拡大

- ・新規出店 (2014年9月沖縄、2015年1月グアム)
- ・台湾・香港からの送客展開を本格化
- ・ドレス直営店展開 (2014年1月開始：福岡・仙台)

※1 183P：2015年度から始まる第2次中期 (3か年) 経営計画

※2 営業損益影響額

✓ 次に、183P重点施策投資の詳細についてご説明いたします。

✓ 183P重点施策として3つの施策に投資を行います。これにより、営業損益は約11億円減を見込んでおります。

✓ 一つ目は、新規出店に伴う開業準備費用により営業損益は2.8億円減を見込んでおります。2016年3月期に予定しております3店舗出店によるものであります。

✓ 二つ目は、強み創りへの取り組みにより、営業損益は7.5億円減を見込んでおります。次の施策を予定しております。

✓ 欧米型のウェディングを競争力のある価格で提供する新しいビジネスモデルを確立し、新市場の創出を目指します。この実現に向け、新モデル店舗の開設やウェディング商品を製造する自社工場を新設します。

✓ また、ドレスショップを都内にオープンするほか、人員体制の強化も行います。

✓ 三つ目は、海外展開拡大により営業損益は1億円減を見込んでおります。

✓ これら施策の効果により、今後売上高及び営業利益増を見込みます。

## II 2-2-2. (参考) 新しいビジネスモデルの確立

新たなウェディングスタイルを生み出し、新市場を創出  
新モデル店舗にて運営開始。自社工場を新設し競争力のある価格で提供

### 欧米型ウェディングスタイル



ゼロから建込みを行い空間そのものをコーディネート

### 一般的なハウスウェディング会場



テーブルコーディネート中心の装飾

### < T & Gが目指すもの >

- 欧米型ウェディングスタイルを「競争力のある価格」で提供
- T & Gの優位性とし既存店に展開を拡大新市場を創出する

### 【実現に向けた取り組み】

- ・ クリエイティブセンター新設 (2014年1月)  
クリエイティブ力強化のための専門部署  
トータルコーディネート力の強化
- ・ 自社工場新設 (2014年1月)  
高品質の商品を自社生産し、競争力のある価格で提供
- ・ 新モデル店舗の展開 (2014年11月)  
新たなビジネスモデルのモデル店舗として運営開始

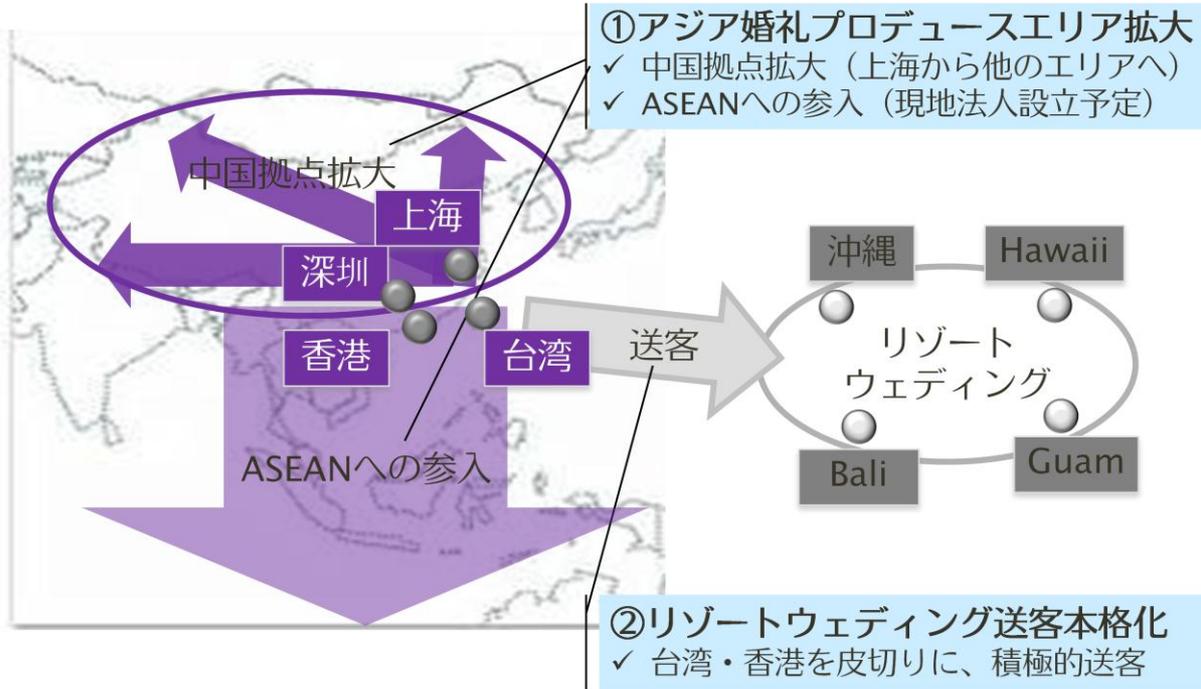
T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

- ✓ 参考として、「新しいビジネスモデルの確立」についてご説明いたします。
- ✓ 海外進出を行い、世界のウェディングを見てまいりました。そこではゼロから建込みを行い空間そのものをコーディネートする欧米型のウェディングが展開されており、世界で戦うためには高いコーディネート力の必要性を感じております。
- ✓ しかし、日本の一般的なハウスウェディング会場では、会場をベースとしたテーブルコーディネート中心の装飾に留まっており、世界水準とのギャップを感じております。
- ✓ 当社はかねてより欧米の情報を採り入れ、最近ではT&Gリサーチセンター（ロサンゼルス、ニューヨークに拠点）を新設し、最先端の情報の収集に努めてまいりました。また、「オートクチュールウェディング」として欧米型のウェディングサービスを展開、ハリウッドセレブのウェディングも手掛けてまいりました。
- ✓ 今後は、世界水準で戦える新しいビジネスモデルを構築し、圧倒的な優位性を持つ企業に進化させます。
- ✓ 具体的には欧米型のウェディングを競争力のある価格で提供する新ビジネスモデルを確立し、T & Gの優位性として既存店にも展開を拡大し新市場の創出を目指します。
- ✓ 実現に向け、クリエイティブセンター、自社工場の新設及び新モデル店舗の展開を進めます。

## II 2-2-3. (参考) 海外戦略の全体像

アジア現地でのウェディング展開を、中国からASEANへ拡大  
アジア現地からのリゾートウェディング送客も本格化

<海外戦略全体像 (イメージ)>



22

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓参考として海外戦略の全体像について、ご説明いたします。

✓アジア婚礼プロデュースは、上海を中心に事業を展開してまいりました。これまでの施行実績が高く評価され、5つ星ホテルとの提携数(6都市13ホテル)が増え、現在は上海のみならず、複数の都市で事業を展開しております。

✓今後は、中国での事業ノウハウをベースに、中国国内の展開に留まらず、香港、台湾、ASEAN各国へ本格参入いたします。  
✓香港においては2014年3月期よりプロデュース事業を開始いたしました。また、2015年3月期においてASEAN諸国においても現地法人設立し、事業展開を開始する準備を整える予定であります。

✓併せて、2つ目の事業領域として、台湾・香港を皮切りに、アジア各国からのリゾートウェディング送客を本格化しております。既に台湾にはサロンを新設し、旅行会社との提携を行うことで積極的PRを推進しております。また、新たなリゾートウェディング会場の追加や自社ドレスサロン展開等、事業拡大に向けた基盤強化を推進しています。

✓海外戦略は、これら2つの事業展開を軸に加速してまいります。

## II 2-3 T&G直営店

### 原価改善など、収益構造改革の施策効果により 受注減影響を上回り収益増（+2.4億円）の見通し

#### ■T&G直営店の収益構造改革を継続実施 (営業損益影響額 +2.4億円)

##### 【収益増加要因】 (営業損益影響額+8.5億円)

主な項目	内容
原価改善	・商流の見直し ・付加価値商品の投入
不動産関連費低減	・不動産契約更新に伴う減価償却負担の軽減等
法人営業強化	・一般宴会の取扱拡大

##### 【収益減少要因】 (営業損益影響額△6.1億円)

主な項目	内容
受注組数の減少 (前期比△299件)	・競合出店の影響 ・期間満了に伴う閉店
広告宣伝費の増加	・戦略的な投資
人件費の増加	・機能強化

#### □T&G直営店計画 (取扱組数、単価)

	2013年度	2014年度	増減
取扱組数(組) (①+②)	10,433	10,447	14
①既存店	10,236	9,937	△ 299
②営業権取得店舗	197	510	313
挙式披露宴単価(千円)	4,093	4,093	0

- ・競合出店の影響については、特定の地域のため、影響は限定的
- ・期間満了に伴う閉店への対応については、2015年度代替店決定済
- ・上記理由に伴う既存店の件数の減少は、営業権取得店舗でカバーし、全体では前期比14件増を計画
- ・挙式披露宴単価については上昇基調にあるが、保守的に横ばいで計画

- ✓ 次にT&G直営店の詳細についてご説明いたします。
- ✓ 2014年3月期に実施した収益構造改革を、継続して実施いたします。
- ✓ 主な収益増加要因として、原価改善、不動産関連費の低減、及び法人営業強化の3つの施策に取り組みます。営業損益は、2014年3月期比8.5億円増を見込んでおります。
- ✓ 一方で競合出店の影響や閉店の影響に伴う受注件数減少、戦略的な広告宣伝費の投下等により、営業損益への影響額は、同6.1億円減を見込んでおります。
- ✓ 上記により、T&G直営店の営業損益は、同2.4億円増を見込んでおります。
- ✓ なお、既存店の2015年3月期の年間取扱組数は、2014年3月期と比較し、299件減の9,937組を計画しております。
- ✓ 競合出店の影響は、特定地域のため影響は限定的であり、足元では改善が進んでいます。
- ✓ 期間満了に伴う閉店への対応については、2016年3月期に代替店が決定済みであります。
- ✓ 上記の理由に伴う既存店の件数の減少は、営業権取得店舗にてカバーし、全体では2014年3月期比14件増を計画しております。
- ✓ 挙式披露宴単価は上昇基調で推移しておりますが、保守的に横ばいで計画しております。

## II 3. 2015年3月期 設備投資計画

183P<sup>(※1)</sup> 取り組みへの先行投資実施に伴い、  
有利子負債は178億円を計画（前期比20億円増）

### 主な設備投資内容

- 新規出店投資
  - ・国内出店
  - ・海外リゾートウェディング出店
- 強み創り投資
  - ・新ビジネスモデル店舗のための既存店改装費用
  - ・自社工場新設費用
  - ・ドレスショップ出店費用
- 既存店投資
  - ・店舗リニューアル・修繕

### 有利子負債残高推移見通し



※1 183P：2015年度から始まる第2次中期（3か年）経営計画

✓設備投資計画について、ご説明いたします。

✓これまでご説明いたしました通り、次期中計（183P）（※1）に向け、前倒しで先行投資を行います。

✓主な設備投資の内容は次の通りとなります。

✓新規出店投資として国内出店、海外リゾート出店、強み創りとして新ビジネスモデル店舗開設に向けた既存店の改装費用、自社工場新設費用及びドレスショップ出店費用、及び既存店投資として店舗リニューアル、修繕費等であります。

✓以上の設備投資により、2015年3月期末の有利子負債残高は2014年3月期末と比較して20億円増の178億円を計画しております。

## II 4. 2015年3月期 連結 通期業績計画

売上高620億円、営業利益38億円を計画  
第2四半期は減益も通期では増収増益の見通し

単位: 百万円	第2四半期 (累計)			通期		
	2014/3 実績 (A)	2015/3 計画 (B)	増減額 (B-A)	2014/3 実績 (A)	2015/3 計画 (B)	増減額 (B-A)
売上高	28,442	28,500	+58	60,788	62,000	+1,212
営業損益	1,082	350	-732	3,619	3,800	+181
経常損益	1,001	200	-801	3,333	3,500	+167
当期損益	418	△150	-568	1,358	1,400	+42

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓以上のことを踏まえ、2015年3月期の連結通期業績計画は下記のとおりとなります。

売上高	62,000百万円	(前年比 +1,212百万円)
営業利益	3,800百万円	(前年比 +181百万円)
経常利益	3,500百万円	(前年比 +167百万円)
当期純利益	1,400百万円	(前年比 +42百万円)

✓第2四半期は減益となるものの、通期では増収増益の見通しであります。



Dividend Forecast FY Ending March 2015

2015年3月期配当予想

### Ⅲ 1. 2015年3月期 配当予想について

2014年3月期と同水準の期末配当（1株当たり15円）を予定

	1株当たりの配当金		
	第2四半期末	期末	年間合計
2013/3	0円	120円	120円
2014/3 (予定) <sup>(※)</sup>	0円	15円 <sup>(※)</sup>	15円 <sup>(※)</sup>
2015/3 (予想) <sup>(※)</sup>	0円	15円 <sup>(※)</sup>	15円 <sup>(※)</sup>

(※) 当社は、2013年10月1日効力発生日として1株につき10株の割合で株式分割を行っております。そのため、2014年3月期（予定）及び2015年3月期（予想）の期末1株当たり配当金については、株式分割を考慮した金額を記載しております。（株式分割を考慮しない場合の2014年3月期（予定）及び2015年3月期（予想）の期末1株当たり配当金は150円となります。）

27

✓2014年3月期及び2015年3月期の配当予想をご説明いたします。

✓当社は、企業の継続的な成長を実現するための投資を行いつつ、株主の皆様への利益還元を適正かつ安定的に行うことを基本方針に掲げております。

✓当期の期末配当につきましては、上記の基本方針を勘案し、1株当たり15円※とさせていただきます。予定しております。

✓また、2015年3月期の配当予想につきましては、当期と同水準の期末配当を予定しております。

※当社は、2013年10月1日効力発生日として1株につき10株の割合で株式分割を行っております。そのため、2014年3月期（予定）及び2015年3月期（予想）の期末1株当たり配当金については、株式分割を考慮した金額を記載しております。（株式分割を考慮しない場合の2014年3月期（予定）及び2015年3月期（予想）の期末1株当たり配当金は150円となります。）

人の心を、人生を豊かにする

T&G TAKE and GIVE NEEDS