

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
2012年3月期
第2四半期決算説明資料
Part1

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2012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. 2012年3月期 第2四半期 連結決算概要	P4
1. 総括	P5
2. 連結業績計画と実績値との差異	P6
3-1. 連結 損益計算書	P7-P10
3-2. 連結 貸借対照表	P11-P12
II. 2012年3月期 重点施策	P13
中期ビジョン	P14
1. 事業基盤の更なる強化	P16-P19
2. 成長への足固め	P20-P22
3. 海外事業の積極展開	P23-P24
III. 2012年3月期 通期業績計画	P25
1. 連結 通期業績計画	P26
2. 配当予想について	P27

Results of Second quarter
FY Ending March 2012

2012年3月期 第2四半期 連結決算概要

I 1. 第2四半期総括

第2四半期業績は上方修正して着地

既存店が順調に推移し、8月発表の修正計画を更に上回る

挙式披露宴単価は上昇基調を継続

既存店は前年比約**10**万円増加

成長への足固めが進む

ホテル提携案件、新店の業績は堅調に推移

T&G
TAKI AND GIVE NEEDS

✓まず始めに、第2四半期の総括についてご報告いたします。

✓2012年3月期第2四半期における業績は既存店が順調に推移し、8月5日に発表した修正計画を上方修正して着地いたしました。

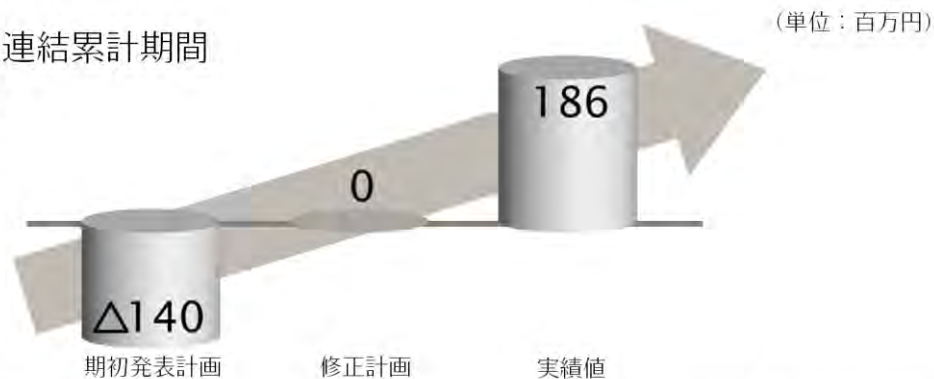
✓重要指数である挙式披露宴単価は前年からの上昇基調を継続し、既存店において前年と比較すると約10万円の増加となりました。

✓また、ホテル提携案件や新規店舗の業績も堅調に推移し、成長への足固めが進んでおります。

I 2. 連結業績計画と実績値との差異

8月発表の修正計画を更に上回り着地

第2四半期連結累計期間
営業利益



単位: 百万円	期初発表 計画	修正計画 (A)	実績値 (B)	増減額 (B-A)	増減率 (%)
売上高	22,000	22,000	22,099	+99	+0.5%
営業利益	△140	0	186	+186	-
経常損益	△450	△300	△50	+249	-
四半期純損益	△460	△400	△98	+301	-

※ 修正計画は2011年8月5日修正値

✓連結業績計画と実績値との差異のご説明です。

✓第2四半期連結累計期間の営業利益は、期初に発表した計画△140百万円を8月5日に0円に上方修正いたしましたが、実績値は その計画を更に上回り、186百万円となりました。

✓経常損益は修正計画を249百万円上回り、△50百万円、四半期純損益は修正計画を301百万円上回り△98百万円となりました。

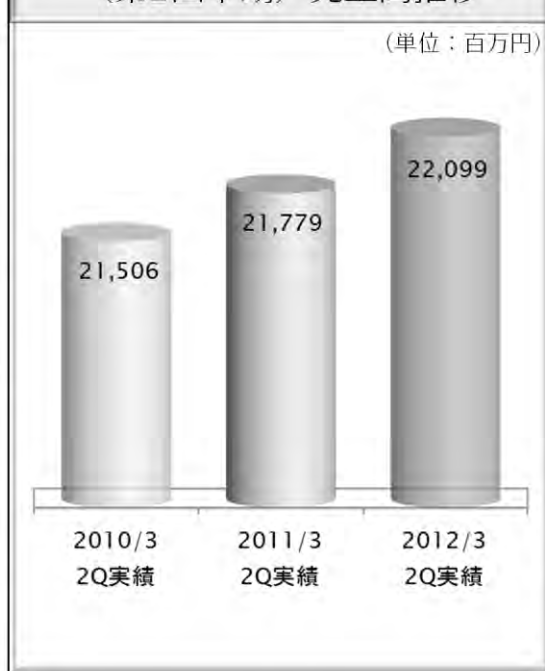
I 3-1-1. 連結損益計算書 概要

既存店が順調に推移し、計画を上回る

単位: 百万円	2012/3 2Q計画	2012/3 2Q実績	計画比	(参考) 2011/3 2Q実績
売上高	22,000	22,099	+99	21,779
売上 総利益	11,800 53.6%	11,846 53.6%	+46 ±0.0pt	11,681 53.6%
販管費	11,800 53.6%	11,659 52.8%	-140 -0.9pt	11,135 51.1%
営業 利益	0 -	186 0.8%	+186 -	546 2.5%
経常 損益	△ 300 -	△ 50 -	+249 -	138 0.6%
四半期 純損益	△ 400 -	△ 98 -	+301 -	△ 406 -

※ %は売上高比
※ 2012/3 2Q計画は2011年8月5日修正値

(第2四半期) 売上高推移



✓連結損益計算書の概要です。

✓第2四半期連結累計期間におきましては、既存店の業績が順調に推移し、すべての項目において計画を上回る結果となりました。

✓売上高は22,099百万円となり、前年同期と比較して320百万円増加し、1.5%の増収となりました。

✓今期は事業基盤構築の最終年度として人材及び商品・サービス力強化への投資を継続するとともに、中長期的な成長に向けた投資を行っております。一方で効率的な運営を進めた結果、販管費は11,659百万円（計画比 -140百万円）となりました。

✓その結果、営業利益は186百万円（計画比 +186百万円）、経常損益は△50百万円（計画比 +249百万円）、四半期純損益は△98百万円（計画比 +301百万円）となりました。

I 3-1-2. 国内ウェディング事業 売上高内訳

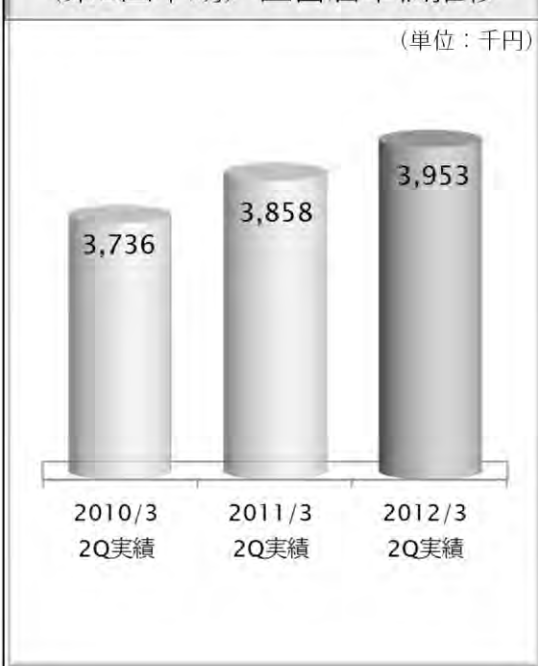
直営店は提案力の向上と順調な受注進捗により
単価は上昇基調を継続、前年比約10万円増加

単位: 百万円	2012/3 2Q計画	2012/3 2Q実績	計画比	(参考) 2011/3 2Q実績
直営店				
売上高	18,010	18,019	+9	17,961
取扱組数	4,505	4,507	+2	4,602
平均単価 (千円)	3,951	3,953	+2	3,858
平均人数	72	72	±0	73
プロデュース型				
売上高	935	954	+19	953
取扱組数	330	336	+6	333
平均単価 (千円)	2,822	2,824	+2	2,758

※ 2012/3 2Q計画は2011年8月5日修正値

※ プロデュース型には提携レストラン・提携ホテルを含む

(第2四半期) 直営店単価推移



✓続きまして国内ウェディング事業の売上高の内訳をご説明いたします。

✓直営店は、東日本大震災の影響が懸念されたものの、取扱組数は計画通りに進捗いたしました。

✓挙式披露宴単価は前年同期と比較して95千円増の3,953千円となり、上昇基調が続いております。これは営業提案力の向上や、受注進捗の順調な推移によるものであります。また、緻密なマーケティング活動による地域特性に応じた施策を展開したこと、クオリティを高めた料飲メニューや付帯商品の拡充を行ったことも寄与いたしました。

✓業界では画一的なパッケージプランや過当な価格競争が展開されておりますが、当社は挙式披露宴単価を重要指標と捉え、今後も、一組一組のお客様の想いをくみ取った、クオリティを重視した挙式披露宴の実現にこだわり続けてまいります。

✓以上のことから、直営店の売上高は18,019百万円となりました。

✓プロデュース型は、当社のプロデュース力を活かし、様々な個性とブランド力を有するレストランとの提携に加え、ビルイン施設のプロデュース及びホテル婚礼受託をスタートしております。

✓その結果、平均単価は前年同期と比較して66千円増の2,824千円となり、売上高は954百万円となりました。

I 3-1-3. 連結 売上総利益・営業利益

投資をしながらも効率的な運営により
販管費を抑制、営業利益は計画を上回る

単位: 百万円	2012/3 2Q計画	2012/3 2Q実績	計画比	(参考) 2011/3 2Q実績
売上高	22,000	22,099	+99	21,779
売上 原価	10,200 46.4%	10,253 46.4%	+53 ±0.0pt	10,097 46.4%
売上 総利益	11,800 53.6%	11,846 53.6%	+46 ±0.0pt	11,681 53.6%
販管費	11,800 53.6%	11,659 52.8%	-140 -0.9pt	11,135 51.1%
営業 利益	0 -	186 0.8%	+186 -	546 2.5%

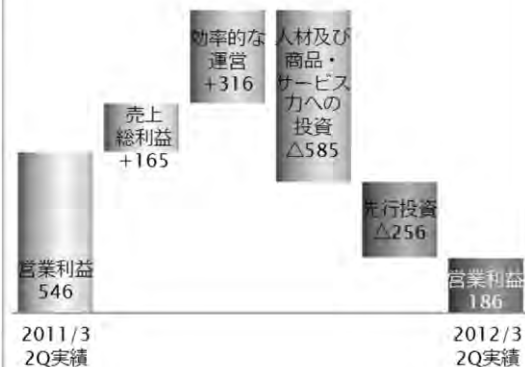
※ %は売上高比

※ 2012/3 2Q計画は2011年8月5日修正値

営業利益前年比増減

(単位：百万円)

今期の重点施策に対する
投資も計画通り



✓売上総利益及び営業利益に係る項目の内訳についてご説明いたします。

✓売上総利益は、取扱組数及び挙式披露宴単価が順調に推移した結果、前年同期との比較では165百万円増加し、11,846百万円となりました。

✓また、今期は人材及び商品・サービス力強化への投資を継続するとともに、中長期的な成長に向け、新規出店及び新規提携案件について先行投資を行っております。その一方で効率的な運営を進めた結果、販管費は11,659百万円（計画比 -140百万円）となりました。

✓この結果、営業利益は186百万円となり、8月に発表した修正計画を上回る水準を確保いたしました。

I 3-1-4. 連結 営業外損益・特別損益・純損益

営業利益が計画を上回った結果 経常損益、四半期純損益も計画を上回る

単位: 百万円	2012/3 2Q計画	2012/3 2Q実績	計画比	(参考) 2011/3 2Q実績	主な要因等
営業 利益	0	186	+186	546	
営業外 損益	△300	△236	+63	△407	
経常 損益	△300	△50	+249	138	
特別 損益	△100	△54	+45	△717	
四半期 純損益	△400	△98	+301	△406	

(参考) 2011年3月期第1四半期
資産除去債務会計基準の適用に
伴う影響額 647百万円

※ 2012/3 2Q計画は2011年8月5日修正値

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓経常損益及び四半期純損益に係る項目の解説です。

✓営業利益が計画を上回ったことから、経常損益は△50百万円（計画比 +249百万円）、四半期純損益は△98百万円（計画比 +301百万円）となりました。

I 3-2-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

震災影響を考慮し、手元資金の流動性を確保
今後キャッシュポジションの適正化を進める

単位: 百万円	2011/3 末	2011/9 末	増減	主な増減要因
流動資産	6,801	7,846	+1,044	
現金及び預金	4,094	5,024	+930	震災の影響を考慮し 手元資金の流動性を確保 現金及び預金 前年同期比+908百万円 (参考: 2010/9末4,116百万円)
固定資産	37,832	37,555	-276	
有形固定資産	20,927	20,897	-29	2012年3月期 資産効率を重視し 戦略的に資産の効率化を 推進する方針
無形固定資産	607	567	-40	
投資その他 資産計	16,297	16,090	-206	
資産計	44,634	45,402	+768	

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓連結貸借対照表の資産の部の解説です。

✓総資産は45,402百万円（前会計年度末比+768百万円）となりました。

✓震災の影響を考慮し、手元資金の流動性を確保した結果、現金及び預金は5,024百万円となり、前期末との比較では930百万円の増加、前年同期との比較では908百万円の増加となりました。

✓今後キャッシュポジションの適正化を進めてまいります。

I 3-2-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

財務体質の強化 資産の効率化、有利子負債の圧縮を推進

単位: 百万円	2011/3 末	2011/9 末	増減	主な内訳
負債合計	28,186	29,120	+933	
流動負債計	12,598	13,890	+1,291	
短期借入金	1,770	3,472	+1,702	震災の影響を考慮し 手元資金の流動性を確保したため 一時的に有利子負債は増加 → 今後資産の効率化を推進し 有利子負債の圧縮を図る
(一年内) 長期借入金	4,823	4,085	-737	
固定負債計	15,587	15,229	-357	
長期借入金	12,800	12,598	-201	
純資産計	16,447	16,282	-165	
負債・ 純資産計	44,634	45,402	+768	

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓連結貸借対照表の負債・純資産の部の解説です。

✓前述のとおり、震災の影響を考慮し、手元資金の流動性を確保したため、一時的に有利子負債は増加しております。

✓今後キャッシュポジションの適正化や、資産の効率化を推し進めることで、計画的に有利子負債は圧縮できる見込みであります。

T&G TAKE and GIVE NEEDS

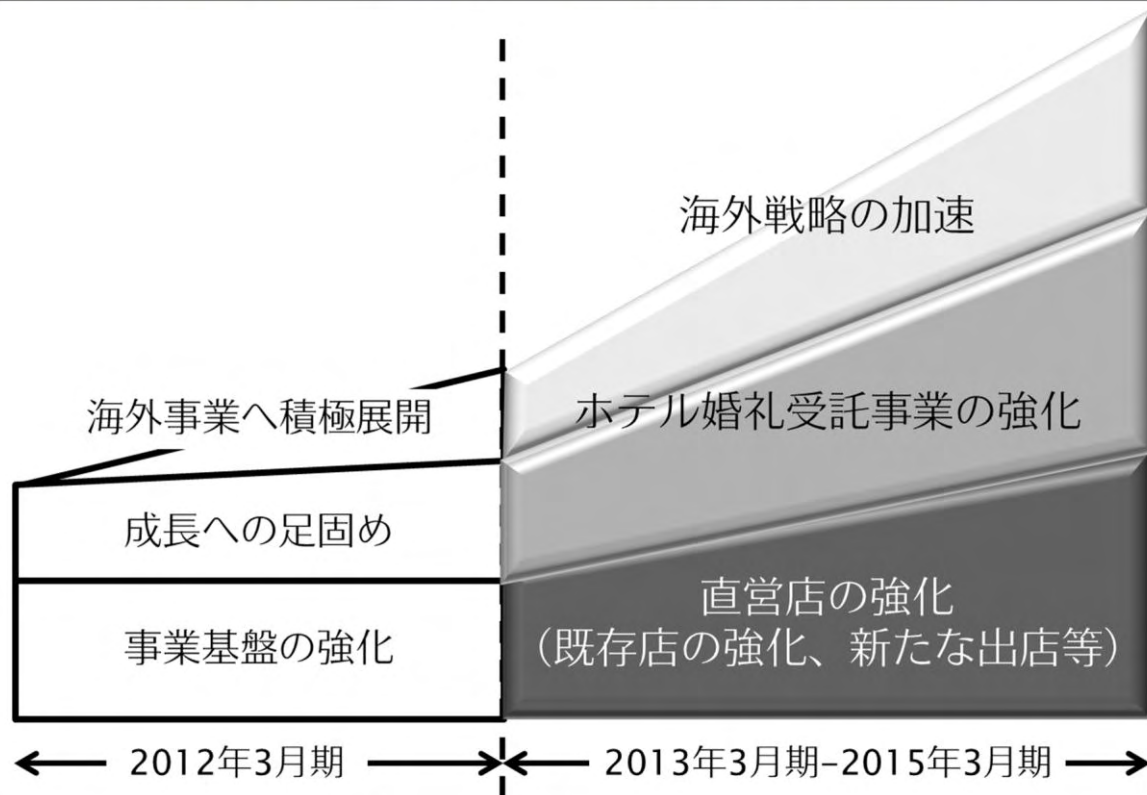
株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
2012年3月期
第2四半期決算説明資料
Part2

Revenue Plans FY Ending March 2012

2012年3月期 重点施策

Ⅱ 中期ビジョン

「事業基盤構築」の最終年度
2013年3月期から成長戦略の3ヵ年をスタート



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓まずは、中期ビジョンについてご説明いたします。

✓来期2013年3月期から、成長戦略の3ヵ年をスタートいたします。成長の軸は「直営店の強化」「ホテル婚礼受託事業の強化」「海外戦略の加速」の3つです。

✓「直営店の強化」は、既存店を強化するとともに、新たな出店も見据えた成長を目指します。

✓「ホテル婚礼受託事業の強化」は、当社のプロデュース力を最大限活用し、ホテルとのWin-Winの関係での市場参入を目指します。

✓「海外戦略の加速」は、中国を始めとしたアジアマーケットの創出及びリゾートウェディングのシェア拡大を目指します。

✓今期2012年3月期は「事業基盤構築」の最終年度であり、基盤構築の総仕上げを行いつつ、来期からの成長戦略に向けた準備を進めております。

Ⅱ 2012年3月期の重点施策

事業基盤の更なる強化

One Heart Weddingの追求、既存店リニューアル

成長への足固め

新規出店、ホテル婚礼受託の強化

海外事業の積極展開

事業基盤の構築、リゾートウェディングの強化

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓それでは、2012年3月期における重点施策の取り組み状況についてご説明いたします。

✓1つ目は、事業基盤の更なる強化として、結婚式の本質的価値(=“One Heart Wedding”)の追求に引き続き取り組んでおります。
また、戦略的に既存店のリニューアルを実施し、既存店の更なる強化を進めております。

✓2つ目は、成長への足固めとして、新規出店、提携によるシェアの拡大を進めており、特にホテル婚礼受託の強化を推進しております。

✓3つ目は、海外事業の積極展開として、上海サロンを拠点としたアジア市場での事業基盤の構築や、リゾートウェディングの強化を推進しております。

II 1. 事業基盤の更なる強化

結婚式の本質的な価値(=One Heart Wedding) の追求による差別化戦略を強化

「心がひとつになる瞬間」

「心がひとつになる瞬間」を生み出すことが結婚式の本質であり、このような結婚式を“One Heart Wedding”と名付け、さらなるサービスの向上に取り組む。

一組一組にプライベートな空間と時間を提供

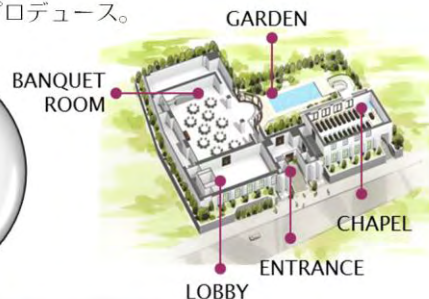
チャペル、パーティ会場、ガーデン。その全てをご新郎様・ご新婦様と参列されたゲストの方々で完全貸切。「心がひとつになる瞬間」を演出する環境をプロデュース。



ご新郎様・ご新婦様や親御様
参列された方々の
「心がひとつになる瞬間」

きめ細やかな提案で オリジナルの感動を実現する

ご新郎様・ご新婦様の想いをくみ取り最高の一日を創り上げるため、ご成約からパーティ施行まで、全てを一人のウェディングプランナーが担当。長い時間をかけて会話を重ね、きめ細かくニーズをくみ取る。



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓まず、事業基盤の更なる強化についてご説明いたします。

✓当社は、施設の「一軒家貸切」、一人のウェディングプランナーが最初からパーティ施行まで全てを担当させていただく「一顧客一担当制」という業界の中でもユニークなシステムによって、ご新郎様・ご新婦様一人一人の歩んでこられた人生や想いをくみ取り、オリジナルなウェディングを提供しております。

✓また、挙式披露宴において、ご新郎様・ご新婦様や親御様、参列されたゲストの方々の「心がひとつになる瞬間」を生み出すことが結婚式の本質であると考えております。このような結婚式を当社の提供する価値と位置づけ、“One Heart Wedding”と名付け、推進しております。

✓これらのハード面、ソフト面の独自スタイルを当社は今後も大切にし、お客様一組一組に対してクオリティの高いサービス(“One Heart Wedding”)をご提供することを差別化戦略として強化しております。

Ⅱ 1-1. 事業基盤の更なる強化

One Heart Weddingを推進する仕組みの強化

ブランディングの強化

- “ビジュアルクオリティ”の追求と全体の統一化を推進。
- 対象は「目に見える全てのもの」。(広告、ホームページ、営業ツール、店舗施設、付帯商品、人材の見え方等)

<取り組みの例>

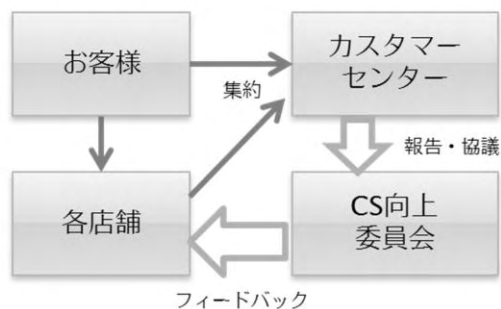
2011年10月ホームページリニューアル



お客様ニーズのくみ取りと反映の仕組みの強化

- ご新郎様・ご新婦様やゲストの方々からのアンケートに加え、カスタマーセンター設置による情報収集機能を強化。
- 本社内にCS向上委員会を設置し、お客様の声を業務改善につなげていく活動を更に強化。

<仕組みのイメージ>



✓One Heart Weddingを推進する仕組みの強化策として、具体的には二つの取り組みを行っております。

✓一つは、「ブランディングの強化」です。広告、ホームページ、営業ツールのみならず、店舗施設、付帯商品、人材の見え方といった目に見える全てのものについて、“ビジュアルクオリティ”を徹底的に高めるとともに、全体の統一化を図ります。その取り組みの一つとして、ホームページをリニューアルいたしました。

✓もう一つは、「お客様の声をくみ取り、反映する仕組みの強化」です。現在も、ご新郎様・ご新婦様やゲストの方々にご回答頂いたアンケート結果を、業務改善につなげる活動を行っておりますが、今後はこうした一連の仕組みを更に強化し、お客様の声により迅速かつ的確に応え、お客様満足度の向上を図ってまいります。

✓これらの取り組みによって、より高い水準でOne Heart Weddingをご提供してまいります。

II 1-2. 事業基盤の更なる強化

一号店「アーカンジェル代官山」リニューアル 長期安定的に業績を維持するノウハウを投入

バンケット、外観、ロビー、キッチン、
サロンを戦略的にリニューアル
お客様ニーズに応えつつ先進的な会場へ

【主なリニューアルポイント】

- ・バンケット（披露宴会場）拡張
- ・外観、ロビーのデザイン変更
- ・キッチン、接客サロンの機能拡張

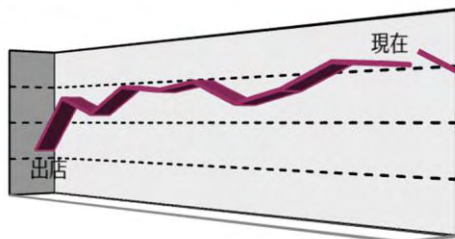


バンケットイメージ



外観イメージ

（参考）アーカンジェル代官山の取扱組数の推移



投資だけに頼らず、ソフト
面の強化により、出店から
10年が経過してもなお、
お客様から高い支持を受け
ている。

アーカンジェル代官山

リニューアル時期（予定）
2011年12月より順次

Open
2001年8月

Data
東京都目黒区青葉台1-4-6

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓「アーカンジェル代官山」は当社第一号の直営店ですが、今なお、お客様から高い支持を頂戴し、毎年多くのお客様の挙式披露宴を執り行っております。

✓このことは、ハード面の投資だけでなく、お客様対応などソフト面でのサービス力を充実させてきたことによるものであり、当社はハードとソフトの両面からバランスの取れた投資を行い、長期安定的に業績を維持させるノウハウを有している証左であると考えています。

✓この度のリニューアルは、オープンから10年を経過したこの店舗を、今後もより高い支持を得られる店舗として長期安定的に維持するための戦略的なものです。

✓具体的には、バンケット（披露宴会場）を拡張し、ガーデンとの融合感を高めることで、キャパシティを拡大しつつ、より一体感のある演出が可能な空間を実現します。また、外観・ロビーのデザイン変更により、T&Gのパイオニアとしてのイメージを保ちながら、より先進的なイメージに進化させます。また接客サロンの機能拡張により、お客様により快適にお過ごし頂ける空間をご提供します。

✓今後も長期安定的に業績を維持させるノウハウを駆使し、既存店の活性化につなげてまいります。

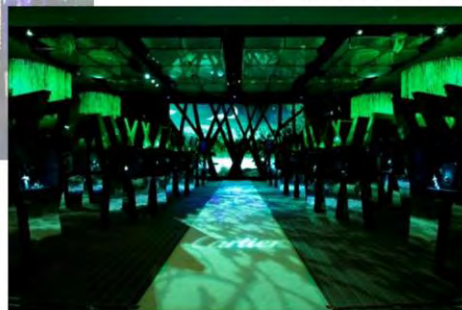
II 1-3. 事業基盤の更なる強化

ハイブランド企業のイベントプロデュース 資本提携によりプロデュース力の強化を加速



メインホール
(装飾：花のシャンデリア)

メインディスプレイエントランス
(装飾：宙を舞う胡蝶蘭)



T&G
・国内年間1万組の挙式披露宴で培ったプロデュース力
・ハイエンド層ウェディングのノウハウ

レキップ・トロワ
・イベント企画、運営力
・一流ブランドのクライアント実績

- ✓ プレミアム層（富裕層）の挙式披露宴獲得の強化
- ✓ イベント受注並びに海外展開等の新たな事業領域の創出

レキップ・トロワ社

Name
株式会社レキップ・トロワ

Address
東京都渋谷区神宮前1丁目2-8

Establishment
2006

Data
ファッションショーやコンサート、一流ブランドの企業イベント等の企画・演出・運営を行う。

主なイベント実績はディオールやアウディなどハイブランド企業の商品発表イベントや、ドームクラスのコンサート演出等。日本で培った経験をもとにアジアマーケットへの進出を図る。

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓すでにご報告の通り、2011年7月、イベント企画を手掛ける株式会社レキップ・トロワと資本提携いたしました。

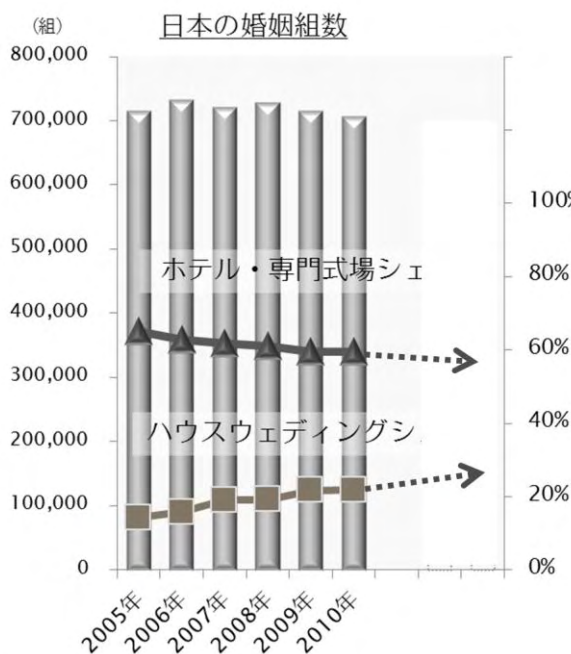
✓この度、この提携をベースとして、ハイブランド企業のイベントプロデュースを実施いたしました。この事例において、当社は年間1万組の挙式披露宴で培ったプロデュース力を発揮し、クオリティの高い装飾等で高い評価を頂きました。

✓今後も、両社ノウハウの融合によりこうした実績を積み重ねていくことで、当社のプロデュース力強化を加速してまいります。

✓また将来的には、プレミアム層（富裕層）の挙式披露宴の獲得を強化するとともに、大手企業のイベント受注並びに海外展開等を視野に入れ、T&Gグループとしての新たな事業領域の創出を目指します。

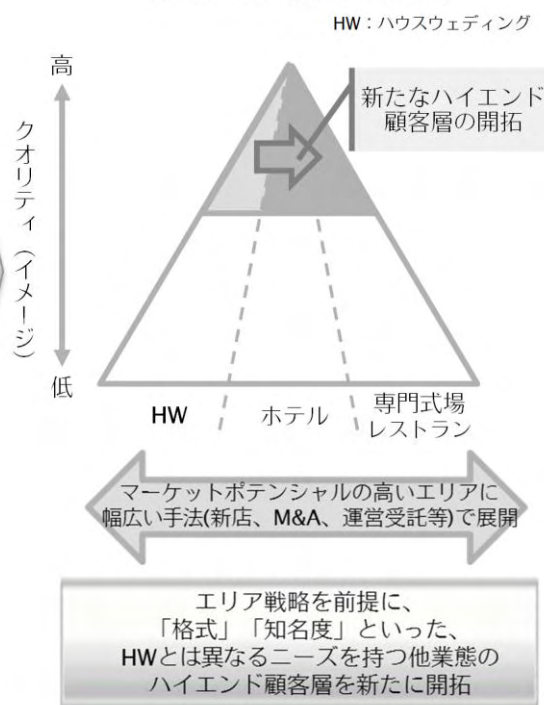
Ⅱ 2. 成長への足固め

拡大余地のあるハウスウェディング強化 ソフト面を活かし他業態の新顧客開拓



出典：リクルート「ゼクシィ結婚トレンド調査」、厚生労働省「人口動態統計」
矢野経済研究所「ブライダル産業白書」をもとにT&G推計

市場シェア拡大の考え方



✓次に、成長への足固めについてご説明いたします。

✓日本においては、中長期的に人口の減少による婚姻組数の減少が予想されています。一方で、当社が主たる事業として展開するハウスウェディング市場については、オリジナルウェディングのニーズの高まりとともに市場シェアが拡大すると予想しております。

✓当社はこの市場において、引き続き既存店を強化していくとともに、マーケットポテンシャルの高いエリアを選定し、新規出店やM&Aといった幅広い手法によってハウスウェディング市場でのシェア拡大を図ってまいります。

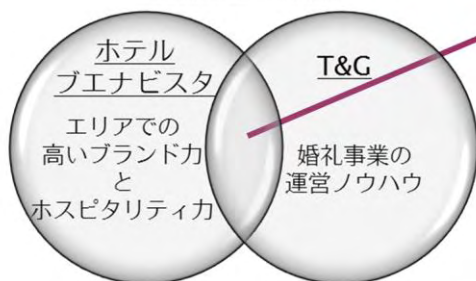
✓また、ハウスウェディングとは異なるニーズを持つホテル、専門式場、レストランといった他業態に対しても積極的な展開を図ってまいります。具体的には、当社のソフト面を活かし、運営受託・提携により新たなハイエンドの顧客層を開拓してまいります。

✓これらにより、ウェディング市場全体におけるシェア拡大を目指します。

Ⅱ 2-1. 成長への足固め

ホテルの婚礼受託事業強化

ホテルブエナビスタとの
連携による成果



ホテルの高いブランド力及び
ホスピタリティカと、T&Gの
婚礼事業運営ノウハウが融合



人材交流による、文化の融合も
始まっており、Win-Winの関係が
構築されつつある

事業展開イメージ



- ✓ 既存店舗が持つエリアでのノウハウを足がかりに、著名なホテルとの提携を積極的に展開
- ✓ ホテル婚礼事業の専門組織を設置し、成長戦略を加速化

ホテルブエナビスタ

Data
長野県松本市本庄 1-2-1
0263-37-0333

専門組織設置

組織名：事業推進室

ホテル婚礼受託事業を更に加速
する目的で、2011年10月1日
設置

5年後にはグループ売上高の
10%を目指す

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓すでにご報告の通り、信州の著名な老舗ホテルである「ホテルブエナビスタ」（長野県松本市）の婚礼事業の受託をスタートしております。

✓この事例においては、ホテルの高いブランド力及びホスピタリティカと、当社の婚礼事業運営ノウハウだけではなく、人材交流によるお互いの文化の融合も始まっており、Win-Winの関係が構築されつつあります。

✓2011年10月には、ホテル婚礼事業を更に加速することを目的とし、専門組織（事業推進室）を設置いたしました。

✓今後、当社の既存店舗を展開しているエリアでのノウハウを活かし、高いブランド力を有する著名ホテルとの提携を積極的に展開してまいります。

Ⅱ 2-2. 成長への足固め

ビルイン施設「ミラキュルーズ」 婚礼プロデューススタート



バンケット



エントランス

ミラキュルーズ

Start

2011年8月

Data

東京都千代田区丸の内
3-5-1

Point

東京駅直結徒歩5分

Salon

東京都中央区銀座2-2-4
ヒューリック西銀座
第二ビル5F
03-5524-1770
(11:00~20:00)

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓2011年8月、「ミラキュルーズ」
(東京都・有楽町)の婚礼プロデュースを
開始いたしました。

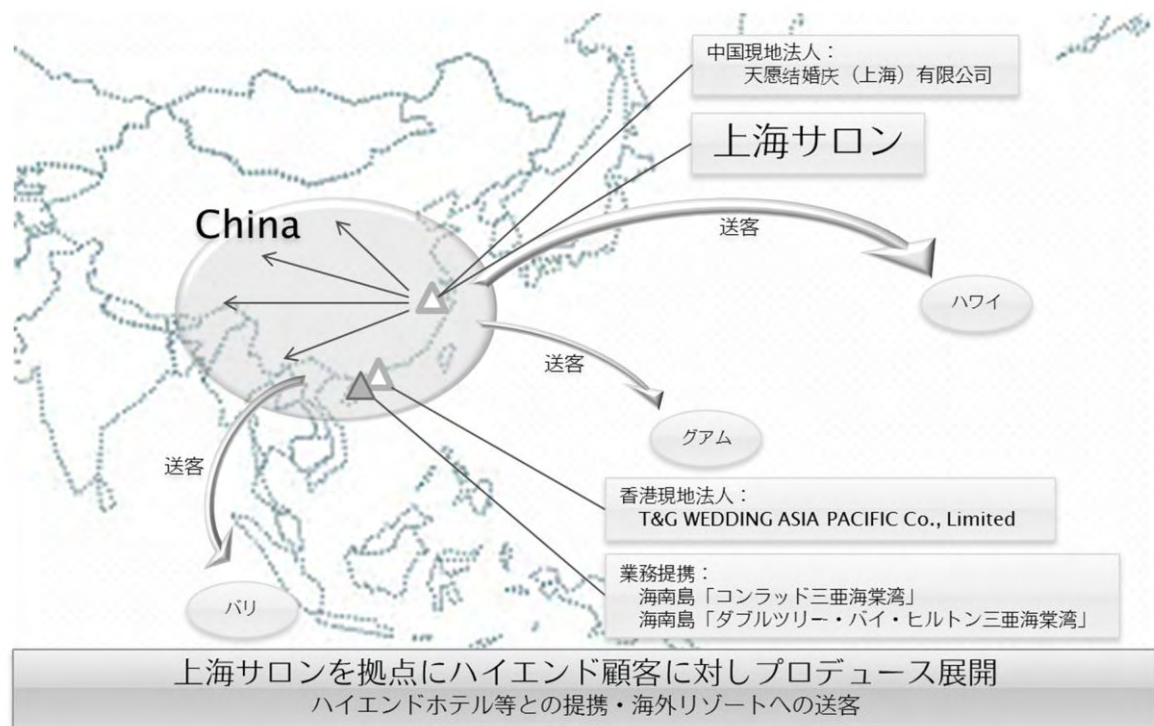
✓「ミラキュルーズ」は、東京駅地下直結、
徒歩5分という好立地に位置し、当社としては
丸の内・銀座周辺エリアで初のプロデュース
案件となります。

✓当社は、著名人ウェディング等を当社直営
店以外の施設でも多数手掛けております。
今回のプロデュースに至ったのは、こうした
実績に裏付けられる当社のノウハウ、
プロデュース力をご評価頂いたものであると
捉えております。

✓今後も、時代に先駆けたニーズを形にする
パイオニア企業として、直営店を積極的に
展開しながらも、このようなプロデュース
展開も強化してまいります。

Ⅱ 3. 海外事業の積極展開

T&Gブランドを海外へ アジア市場でプロデュース事業を展開



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓続きまして、海外事業の展開についてご説明いたします。

✓すでにご報告のとおり、当社は成長マーケットであるアジアへの展開をめざし、香港及び上海に現地法人を設立しました。2011年5月には、ヒルトン系列の5つ星ホテル「コンラッド三亚海棠湾」「ダブルツリー・バイ・ヒルトン三亚海棠湾」と業務提携、また海外戦略の拠点となる上海サロンを設立するなど、アジア市場での事業基盤の構築を順次進めております。

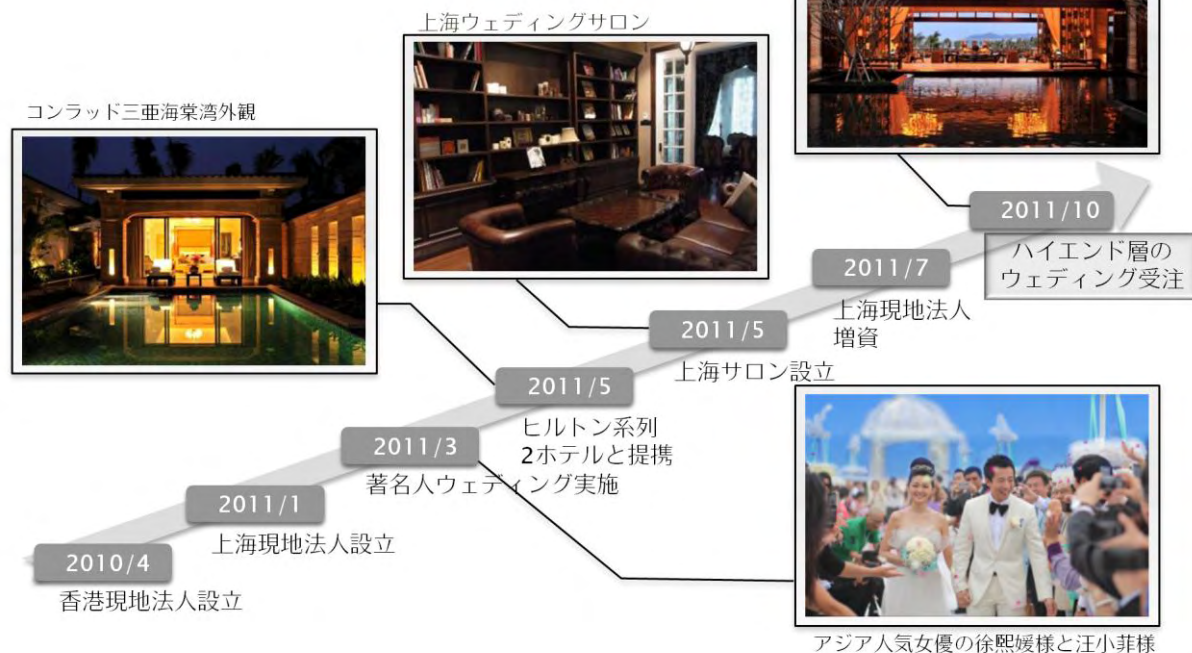
✓これらをもとに、アジア市場において、ハイエンドの顧客層をターゲットとしたプロデュース事業を展開し、新たなブライダルマーケットの創出を図り、T&Gブランドの確立を目指します。

✓更に、グループ会社で展開するハワイ、グアム等のリゾートウェディング施設への送客も行うほか、将来的にはアジア市場において直営店の展開も視野に入れた事業拡大を予定しております。

Ⅱ 3-1. 海外事業の積極展開

中国での事業基盤をベースに ハイエンド層のウェディング受注を開始

<イメージ>ハイエンド層の挙式を行う5つ星ホテル



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓2011年3月の中国海南島で実施した著名人のウェディングでは、当社のプロデュース力が高く評価され、口コミや紹介等により、ハイエンド層のお客様からのプロデュース依頼が増加しております。

✓現在受注している案件の多くは、挙式披露宴総額が日本円で約1,000万円超の高額なものであり、5つ星ホテルなどの著名なホテルを会場としたものであります。

✓こうしたハイエンド層でのプロデュース実績を積み重ねることで、T&Gのブランドイメージの確立を図り、業務提携先ホテルとプロデュース受注の拡大につなげてまいります。

✓2011年7月には上海現地法人の増資を行いました。今後も積極的に事業展開を加速し、アジアでの市場創出に向けて邁進してまいります。

Forecast FY Ending March 2012

2012年3月期 通期業績計画

Ⅲ 1. 連結 通期業績計画

通期の業績計画は据え置き

単位: 百万円	2012/3 通期計画 (A)	2011/3 通期実績 (B)	増減額 (A-B)	増減率 (%)
売上高	48,500	46,716	+1,784	+3.8
営業利益	2,350	2,282	+68	+3.0
経常利益	1,650	1,541	+109	+7.0
当期純利益	550	214	+336	+156.2

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓2012年3月期通期の連結業績計画です。

✓前述のとおり、当期は事業基盤構築期の最終年度と位置づけ、継続的な事業の安定と成長のために積極的に資源を投入していくことを事業方針としております。

✓従いまして、第2四半期において業績の上方修正を行いました。事業基盤構築の総仕上げや、今後の成長戦略に向けた体制整備等を勘案し、通期の業績計画は据え置きとしております。

Ⅲ 2. 2012年3月期 配当予想について

2011年3月期と同水準の期末配当を予定

	1株当たりの配当金		
	中間配当金	期末配当金	年間配当金
2011年3月期	0円	100円	100円
2012年3月期 (予想)	0円	100円	100円

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓最後に、2012年3月期の配当予想についてご説明させていただきます。

✓適正かつ安定的に利益配分を行う基本方針に則り、2011年3月期と同水準となる1株当たり100円の年間配当金を予定しております。

2011年3月11日に発生した「東日本大震災」によりお亡くなりになられた方々に対し、深く哀悼の意を表するとともに、被災されました皆様に謹んでお見舞い申し上げます。

この震災により被災された方々や地域に対し、「100万人のOne Heart」というチャリティー企画を実施しておりますが、下記の通り第二回の送金が完了いたしましたのでご報告いたします。

被災地へのご支援につきまして、当社は今後も息の長い活動として継続してまいりたいと考えております。

被災地におかれましては、一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

1. 送付総額 14,207,701円 (累計25,269,591円)
2. 送付先 日本赤十字社
3. 内訳 (全て、7～9月分)

「One Heart義援金」

当社で開催される挙式披露宴1組当たり5,000円を寄付

「One Heart募金」

全国の直営店及びブライダルサロンに設置した募金箱への募金全額

「義援金付きエコバッグ」

引き出物袋である当社オリジナルエコバッグの売上の一部を寄付



水戸の地域復興と発展に貢献するため、
サッカーJ2リーグ「水戸ホーリーホック」を応援



野外フェス「LIVE福島 風とロックSUPER野馬追」の
企画の一つとして被災地支援団体「福島リアル」の公募により
選出されたカップルの挙式をプロデュース

人の心を、人生を豊かにする

T&G TAKE and GIVE NEEDS