

Corporate Presentation

2009年3月期中間期決算説明資料

T&G

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
東京証券取引所市場第一部(証券コード:4331)
www.tgn.co.jp

目次 2009年3月期 中間期決算説明資料

1 連結決算概要

■ 連結決算概要 PL	 P1
◇ 売上高の状況	
< 国内ウェディング事業詳細① >	 P2
< 国内ウェディング事業詳細② >	 P3
◇ 販管費の状況	 P4
◇ 営業利益の状況	 P5
< 結婚派生事業詳細 >	 P6
■ 連結決算概要 BS	 P7
■ 業績予想の修正について（連結・個別）	
◇ 中間期連結業績予想の修正について	 P8
◇ 中間期個別業績予想の修正について	 P9
◇ 通期連結業績予想の修正について	 P10
◇ 通期個別業績予想の修正について	 P11

2 2009年3月期における取組み

■ 2008年3月期からの課題	 P12
■ 今期アクション	 P13
■ 集客数の増加に向けた取組み①	 P14
■ 集客数の増加に向けた取組み②	 P15
■ 接客数の増加に向けた取組み	 P16
■ 成約数の増加に向けた取組み	 P17
■ 上期振り返りと総評価	 P18
■ 今期受注達成率進捗	 P19
■ 収益性改善に向けた取組み～売上対策	 P20
■ 収益性改善に向けた取組み～コスト対策	 P21
■ 2009年3月期中間期グループ会社決算概要	 P22



Results of First half FY Ending March 31 , 2009

2009年3月期中間期連結決算概要及び解説

TAKE AND GIVE. NEEDS Co., Ltd.

TSE 1ST SECTION:4331

www.tgn.co.jp

(単位:百万円)

累計	08年3月期中間		09年3月期中間		増減率
	実績	%	実績	%	%
売上高	19,395	100.0%	21,005	100.0%	8.3%
国内ウェディング事業	18,302	—	18,762	—	2.5%
海外・リゾートウェディング事業	548	—	1,514	—	176.0%
結婚派生事業	543	—	729	—	34.1%
売上総利益	10,106	52.1%	10,536	50.2%	4.3%
販管費	11,761	60.6%	12,155	57.9%	3.3%
営業利益	△ 1,654	△8.5%	△ 1,618	△7.7%	—
経常利益	△ 1,787	△9.2%	△ 1,993	△9.5%	—
当期純利益	△ 1,449	△7.5%	△ 1,399	△6.7%	—

連結損益計算書の概要

- 海外・リゾートウェディング事業は、新規出店等をはじめとする積極的な営業努力の結果、前年対比9億65百万円(176.0%)の増収
- 派生事業は、各事業における営業努力の結果、前年対比1億85万円(34.1%)の増収

(単位:百万円)

累計	08年3月期中間		09年3月期中間		増減率
	実績	%	実績	%	
国内ウェディング事業	18,303	100.0%	18,762	100.0%	2.5%
直営店	16,758	91.6%	17,008	90.7%	1.5%
提携店	1,286	7.0%	1,548	8.3%	20.4%
一般宴会・試食会等	72	0.4%	200	1.1%	177.8%
その他	185	1.0%	4	0.0%	△99.5%

※国内ウェディング事業計には、内部売上を含むため、「連結決算概要PL」の計とは一致しません。

国内ウェディング事業売上高状況

- 直営店は、ほぼ横ばいの実績
- 提携店は、取扱組数が増加したことにより、前年対比2億61百万円の増収
- 一般宴会・試食会等については、積極的な営業が寄与し、大幅に増加

売上高の状況 <国内ウェディング事業詳細②>

—2009年3月期 中間期—

(単位:百万円)

直営店	08年3月期中間 累計実績	09年3月期中間 累計実績	増減率
売上高 (百万円)	16,758	17,008	1.5%
会場数	86	88	2.3%
取扱組数	3,965	4,293	8.3%
稼働率	39.7%	43.7%	10.2%
挙式披露宴単価 (千円)	4,171	3,906	△6.3%
平均出席人数	76	75	△1.3%
一人当たり単価	54,666	51,875	△5.1%

提携店	08年3月期中間 累計実績	09年3月期中間 累計実績	増減率
売上高 (百万円)	1,286	1,548	20.4%
会場数	13	16	23.1%
取扱組数	476	598	25.6%
挙式披露宴単価 (千円)	2,679	2,566	△4.2%

国内ウェディング事業状況

- 各種プランの導入により、顧客層の幅を拡大したことで、直営店の取扱組数が増加
- 併せて、稼働率も大きく向上
- 提携店部門においては、売上高ならびに取扱組数は大幅に向上
- 二次会の割合が増加したことで、単価は低下(挙式披露宴のみの単価は横ばい)

(単位:百万円)

累計	08年3月 期中間		09年3月 期中間		増減率
	実績	%	実績	%	%
販管費	11,761	100.0%	12,155	100.0%	3.3%
国内ウェディング事業	9,501	80.8%	9,997	82.2%	5.2%
海外・リゾートウェディング事業	402	3.4%	733	6.0%	82.1%
結婚派生事業	870	7.4%	515	4.2%	△40.8%

※連結による消去等を行っていないため、事業別合計は販管費計と一致しておりません。

販管費の状況

- 新規出店に伴う人件費、地代家賃の増加等により、販管費は全体的に増加
- 費用対効果の低い広告媒体の見直しにより、広告宣伝費は前年対比5億9百万円減少

(単位:百万円)

累計	08年3月 期中間		09年3月 期中間		増減率
	実績	%	実績	%	
営業利益	△ 1,654	100.0%	△ 1,618	100.0%	—
国内ウェディング事業	△ 26	1.6%	△ 614	37.9%	—
海外・リゾートウェディング事業	△ 195	11.8%	65	—	—
結婚派生事業	△ 445	26.9%	△ 77	4.8%	—

※連結による消去は行っていないため、事業別合計は営業利益計と一致していません。

営業利益の状況

- 国内ウェディング事業においては、粗利率が低下したことや販管費が増加したことから、営業利益は前年対比5億87百万円の減益
- 海外・リゾートウェディング事業は、新規出店等が寄与し、前年対比2億60百万円の増益
- 派生事業は、各グループ会社が大きく好転した事ならびに美容事業の不採算店舗を閉鎖したこと等により前年対比3億67百万円の増益

(単位:百万円)

累計	08年3月 期中間		09年3月 期中間	
	実績	%	実績	%
結婚派生事業	△ 445	100.0%	△ 77	100.0%
総合生活	△ 63	14.1%	△ 28	36.6%
ライフエンジェル	△ 40	9.0%	1	—
アニバーサリートラベル	△ 32	7.2%	△ 6	8.5%
T&G Beauty	△ 60	13.5%	△ 19	24.6%

※連結による消去は行っていないため、事業別合計は営業利益計と一致しておりません。

※重要性が低い関係会社の記載は省略しております。

結婚派生事業の営業利益状況

- ・ 総合生活は2008年9月において、創業来初の単月営業黒字を達成
- ・ ライフエンジェルは上期を通して経常黒字を達成
- ・ アニバーサリートラベルは通期黒字化の見込み
- ・ T&G Beautyは不採算店舗(心斎橋、神戸、天神大名)を閉鎖し、前年対比で大幅に改善

連結決算概要 BS

—2009年3月期 中間期—

(単位:百万円)

	08年3月期	%	09年3月期中間	%		08年3月期	%	09年3月期中間	%
流動資産	4,934	12.0%	4,738	11.5%	負債合計	28,528	69.3%	29,112	70.4%
固定資産	36,225	88.0%	36,626	88.5%	流動負債	11,224	27.3%	12,896	31.2%
					固定負債	17,304	42.0%	16,216	39.2%
					純資産合計	12,631	30.7%	12,252	30.0%
総資産	41,160	100.0%	41,365	100.0%	総資産	41,160	100.0%	41,365	100.0%

主な資産の状況	08年3月期	%	09年3月期中間	%
◆当座資産（当座比率）	2,762（ 24.9% ）		1,963（ 15.2% ）	
◆自己資本（自己資本比率）	12,596（ 30.6% ）		12,220（ 29.5% ）	
◆有利子負債（有利子負債比率）	22,522（ 178.8% ）		22,867（ 187.1% ）	
◆短期借入金	5,945	—	7,505	—
◆長期借入金	16,577	—	15,362	—
◆一株当たり純資産	17429.46	—	14,854.03	—

中間期連結業績予想の修正について

中間期の決算に際し、特別損失を計上したことが、業績予想の主な修正要因

(金額の単位:百万円)

【連結】	前回発表予想 (A)	実績値 (B)	増減額 (B - A)	増減率 (%)	(ご参考) 前期 (平成20年3月期) 実績
売上高	21,223	21,005	△ 218	△1.0%	19,395
営業利益	△ 1,492	△ 1,618	△ 126	△8.4%	△ 1,654
経常利益	△ 1,563	△ 1,993	△ 430	△27.5%	△ 1,787
当期純利益	△ 994	△ 1,399	△ 405	△40.7%	△ 1,449

中間期連結業績予想の修正の主な要因

特別損失を
計上したことによるもの

- ・ 収益性が低下している直営店舗(1店舗)について減損処理を実施 91百万円
- ・ 直営店舗の賃借先である不動産会社の経営破綻を受け、敷金等の引当を実施 93百万円

中間期個別業績予想の修正について

個別業績予想の修正についても、特別損失の計上が主な修正要因

(金額の単位:百万円)

【個別】	前回発表予想 (A)	実績値 (B)	増減額 (B－A)	増減率 (%)	(ご参考) 前期 (平成20年3月期) 実績
売上高	18,874	18,762	△ 112	△0.6%	18,303
営業利益	△ 1,487	△ 1,805	△ 318	△21.4%	△ 1,202
経常利益	△ 1,542	△ 1,836	△ 294	△19.1%	△ 1,146
当期純利益	△ 971	△ 1,295	△ 324	△33.4%	△ 758

中間期個別業績予想の修正の主な要因

特別損失を
計上したことによるもの

- ・ 収益性が低下している直営店舗(1店舗)について減損処理を実施
- ・ 直営店舗の賃借先である不動産会社の経営破綻を受け、敷金等の引当を実施

91百万円

93百万円

通期連結業績予想の修正について

中間期で計上した特別損失の影響と、連結子会社における為替差損による影響が主な要因

(金額の単位:百万円)

【連結】	前回発表予想 (A)	今回修正予想 (B)	増減額 (B - A)	増減率 (%)	(ご参考) 前期 (平成20年3月期) 実績
売上高	51,912	49,060	△ 2,852	△ 5.5%	43,642
営業利益	2,079	1,830	△ 249	△ 12.0%	△ 901
経常利益	1,963	1,270	△ 693	△ 35.3%	△ 1,403
当期純利益	1,049	450	△ 599	△ 57.1%	△ 2,055

通期連結業績予想の修正の主な要因

中間期における
特別損失
連結子会社での
為替差損

- ・ 中間期における特別損失計上の影響 約200百万円
- ・ 連結子会社の海外事業における為替差損の影響 約60百万円

通期個別業績予想の修正について

中間期で計上した特別損失の影響が主な要因

(金額の単位:百万円)

【個別】	前回発表予想 (A)	今回修正予想 (B)	増減額 (B - A)	増減率 (%)	(ご参考) 前期 (平成20年3月期) 実績
売上高	47,080	44,600	△ 2,480	△ 5.3%	40,520
営業利益	2,075	1,470	△ 605	△ 29.2%	△ 207
経常利益	1,981	1,400	△ 581	△ 29.3%	△ 167
当期純利益	1,069	570	△ 499	△ 46.7%	△ 1,697

通期連結業績予想の修正の主な要因

中間期における
特別損失

・ 中間期における特別損失計上の影響

約200百万円

2

Revenue plans for FY ending March 2009

2009年3月期における取組み

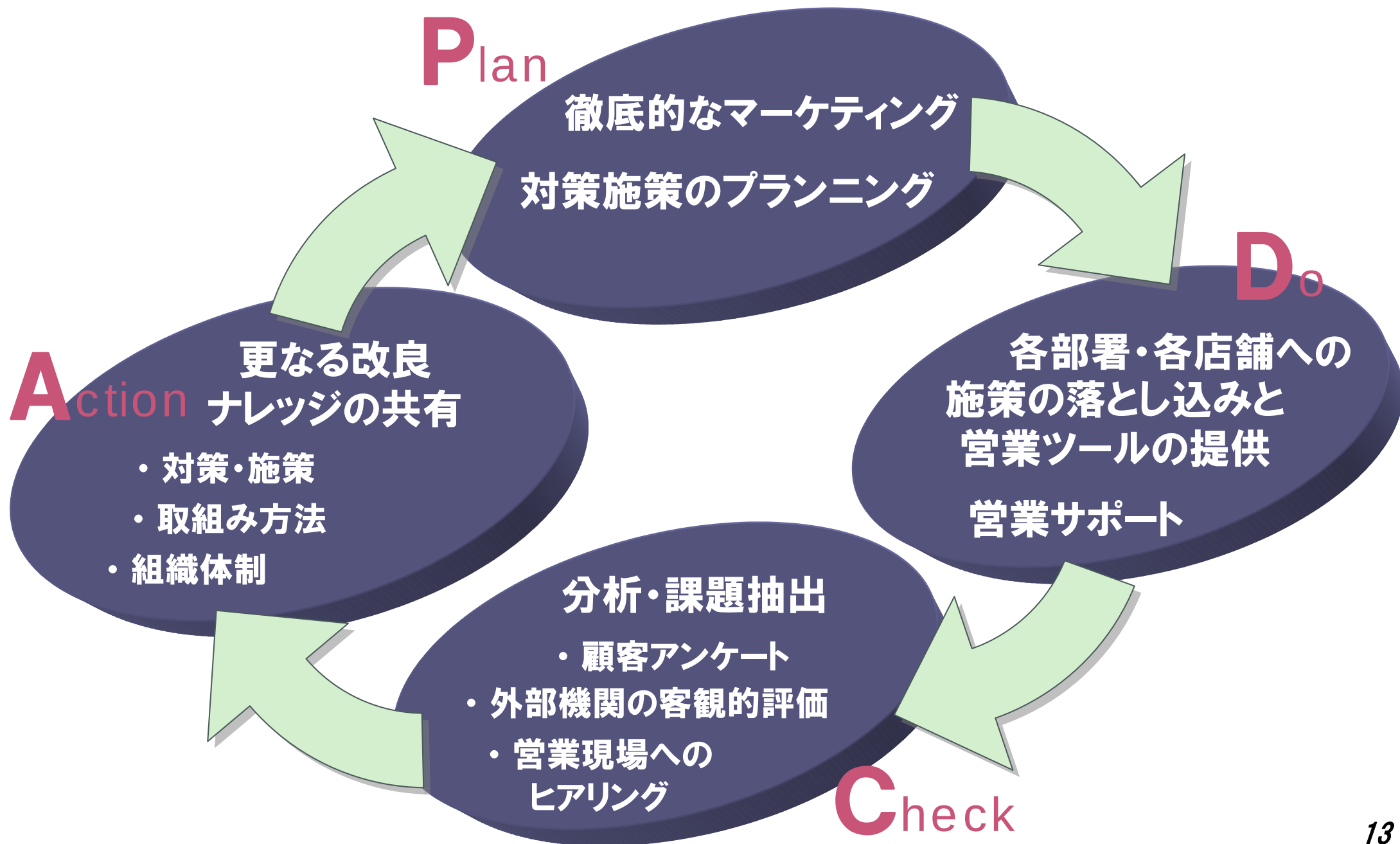
TAKE AND GIVE. NEEDS Co., Ltd.
TSE 1ST SECTION:4331
www.tgn.co.jp

「真の顧客主義」の追究

- 戦術・施策を打ち出すための徹底的なマーケティング
- クオリティの高いサービス基盤の構築と
営業現場のフォロー体制整備
- 施策を効率的に遂行できる組織体制の確立

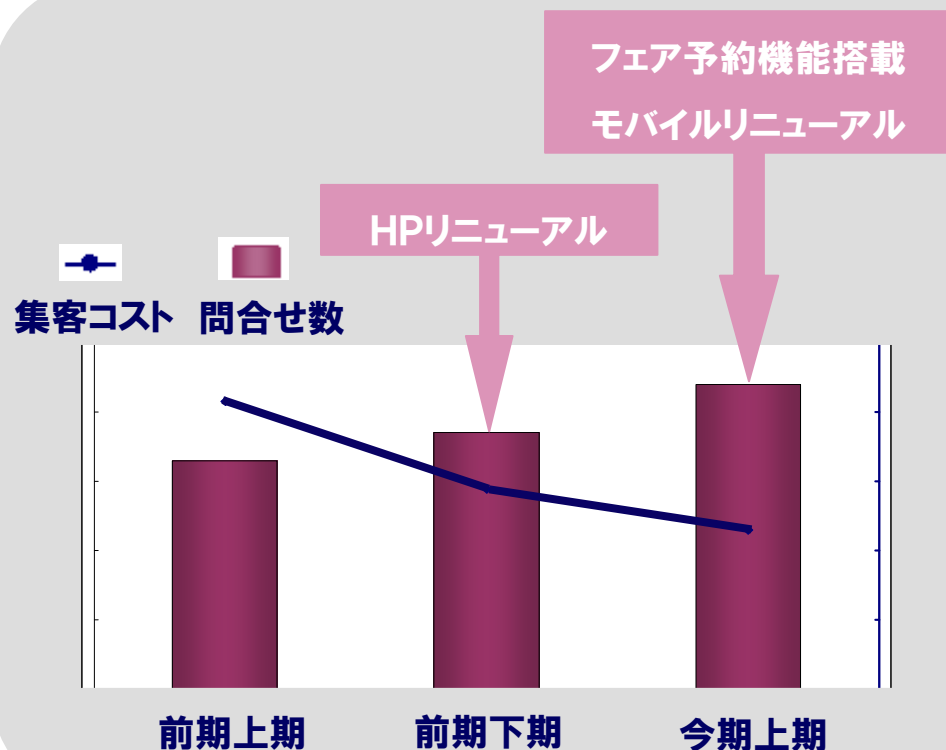
今期アクション

スピーディーなPDCAサイクルによる改革を推進



集客数の増加に向けた取組み①

総評：インターネットを活用した集客窓口の拡大を始め、広告効率の見直しを図り成果を上げた



◎問い合わせ数 21%増

◎集客1件あたりの広告コスト

30%削減

(対前年同期比)

⇒集客の効率化に成功

【具体的な取り組み内容】

■集客の効率化追究



・ネット、モバイルの強化

SEO対策・Web集客窓口の拡大

モバイルでのフェア予約機能搭載

集客数の増加に向けた取組み②

新たな顧客接点開拓や広告展開方法の見直しなどにより集客力を高めた

■集客間口の拡大



- ・披露宴以外での顧客接点拡大
法人営業の強化・イベント利用による会場PR

■新たな集客経路の確立



・企業との提携

- 【JAL】会員数1,800万人を超える国内最大のマイレージプログラムから集客を開始
- 【結婚相談所】顧客紹介における提携を開始

■テーマ性による訴求



・高付加価値プランの提案

- マタニティウェディングの増加へ対応
- 季節性を基にストーリー化したプラン開発

接客数の増加に向けた取組み

来館いただくまでの全てのタッチポイントを改善し接客数の増加を図った

■問い合わせ対応の スピード化



顧客対応業務の効率化

カスタマーセンター設置により対応を一本化し
資料請求などの各種対応をスピーディーに

■問い合わせ対応の クオリティ向上



- ・店舗案内資料の刷新
- ・ご挨拶状の見直し

■来館機会の創出



・地域密着型イベントの開催

近隣住民やカップルをお招きする様々な企画
マタニティ向けのイベント企画

成約数の増加に向けた取組み

顧客視点で臨機応変な提案やサービス提供ができる体制へ

■市場変化への対応 ➤

- ・ エリア特性別に価格設定を見直し
- ・ 準備期間の短い挙式サービスの確立
マタニティウェディング対応(最短4週間で挙式準備)

■顧客ニーズの追究 ➤

- ・ 柔軟なメニュー対応、商品構成・
組み合わせの多様化
- ・ カリスマプランナーが厳選した
付帯商品の提案
- ・ 提案力向上のための接客ツール開発

■企画力・提案力向上 ➤

- ・ 統一オペレーション基盤の構築
- ・ お客様アンケートに基づく
改善スキームの確立
- ・ ナレッジの共有

上期振り返りと総評価

営業力の向上に直結する指標において、全て計画を上回る達成

■対計画比

集客数



13.3%

接客数



11.2%

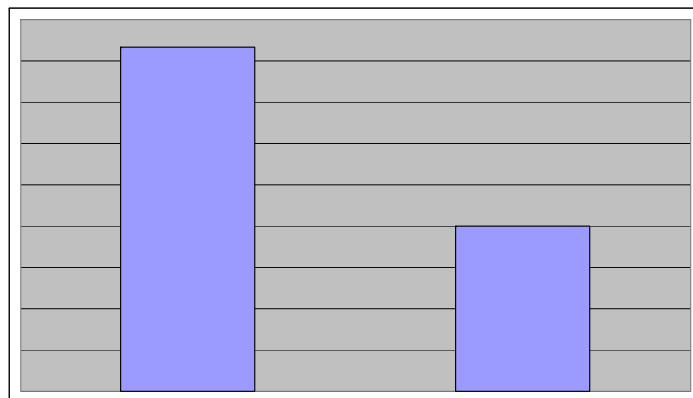
成約数



15.4%

⇒キャンセル率が激減

前年と比較し1/2に



前期上期

今期上期

【キャンセル率】

顧客視点に立ち返り、一連の改革を推進。

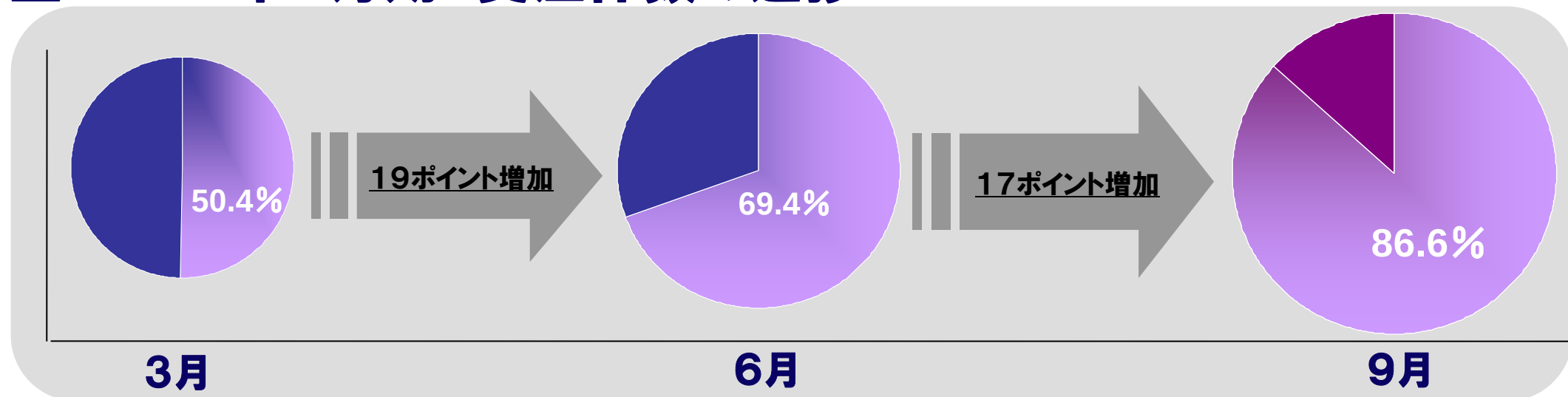
結婚式における安心感を醸成するための『統一オペレーション』を基盤に従業員・取引先のプロ意識が向上し、自社の強みである『T&Gへの期待感＝企画・提案力』とのバランスがとれる体制へ変貌していると評価。

下期は改革の成果を最大に発揮し、業界での優位性を獲得すべく、営業推進力を高めていく体制を再構築。

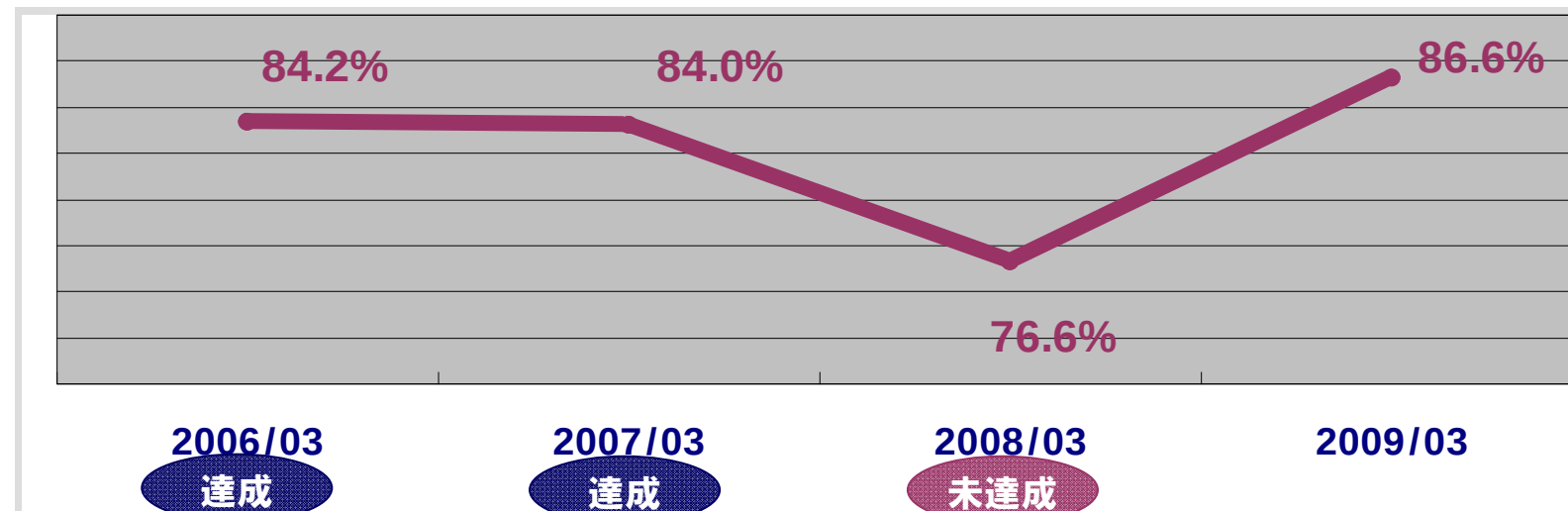
今期の受注達成率進捗

受注目標件数は計画通りに推移

■2009年3月期 受注件数の進捗



■過去3年間の達成率比較(中間期時点)



◎過去3年間と比較し
最も高い水準で推移

◎あわせて来期の受注
件数も前年同期比
136%で進捗

機会損失の低減

稼働率向上



- ・ 受注可能日の改定により連休・平日へも対応
- ・ 一般宴会需要への積極的な対応

単価向上



- ・ 列席人数制限の見直し
- ・ 商品構成、組み合わせオプションの多様化
- ・ 付帯商品の提案推進と提案用ツールの拡充

成約数向上



- ・ 付帯商品及び料飲メニューの柔軟化
- ・ 接客サロンスペースの適正化
- ・ 人材配置の見直し

コストのスリム化

クオリティの維持向上を前提とした抜本的な見直しを、社長直轄のプロジェクトにて実行

粗利改善



- ・ スケールメリットを活かした調達方法、管理方法の見直し
- ・ 挙式披露宴オペレーション体制の人員管理適正化
- ・ 装花部門の直営化推進

販管費削減



- ・ 全費目の見直しと削減
- ・ 店舗・間接部門の人員計画見直し

削減目標 5%

2009年3月期中間期グループ会社決算概要

グループ会社は上期を終え前年比で大きく好転し、2社が初の営業黒字を達成 ※(株)パートナーエージェントを除く

前年対比

売上

13億円増

営業利益

4.2億円増

グループ会社の主な成果



グッドラック・コーポレーション

・昨年新設したグアムのチャペルが好調。積極的な営業により取扱件数が前年比3倍に増加し、上期営業黒字を達成した。



ライフエンジェル

・創業からの営業努力が実を結び、上期経常黒字を達成した。
・ブライダルローン提携先が今期に入り3倍へ増加、T & G紹介以外の売上構成比率が40%に達し、ブライダルローン市場を醸成している。



総合生活

・初の単月営業黒字を達成、結婚準備室は月間利用者数53万人、閲覧PV数600万
前年対比で2.5倍に達し、結婚関連サイトの中では上位にランクインされる人気サイトへ成長し、EC売上が向上した。



アニバーサリートラベル

・上期1Qで経常黒字を達成、その後も単月での営業黒字を出す、ハネムーンのオリジナル商品の販売件数が前年対比で5倍に成長、収益性の高い商品を販売することで売上、利益共に大きく成長した。



T & G Beauty

・不採算店舗の閉鎖により、販管費を大幅に削減。
・商品メニュー・提案方法の見直しにより客単価が28%上昇、売上に大きく貢献した。

「人の心を、人生を豊かにする」

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2009年3月期中間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、完全性を保証し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。

代表取締役社長 野尻 佳孝

(IR お 問 合 せ 先) 株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ 社長室 IRグループ

Tel : 03-5469-3070

Email : ir@tgn.co.jp

T&G

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