

T&G

APPENDIX

2005.5 2005年3月期決算説明資料＜補足資料＞

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ 東京証券取引所 市場第二部 証券コード:4331

T&G TAKE and GIVE NEEDS

CONTENTS

1.市場環境

結婚市場規模	A-1
顧客ニーズの変化と需給ギャップ	A-2
挙式披露宴市場動向	A-3

2.T&Gのハウスウェディング事業戦略

MISSION	A-4
ハウスウェディング事業戦略	A-5
T & Gのハウスウェディング	A-6
収益モデル	A-7
店舗展開モデル	A-8
出店形態	A-9
建物型SPCスキーム	A-10
土地購入型SPCスキーム	A-11

3.T&Gのビジネス基本データ

ビジネスフロー	A-12
ハウスウェディング運営形態	A-13
稼働率の考え方	A-14
直営店の商品	A-15

4.会社概要及び出店状況

業績推移	A-16
株式保有状況	A-17
会社概要	A-18
直営店一覧	A-19

Appendix -1

市場環境



挙式披露宴市場規模 = 2兆円

- 年間婚姻組数 約70万組 ~ 80万組
- 挙式披露宴平均単価 283万円

72万組 × 283万円 = 約2兆円

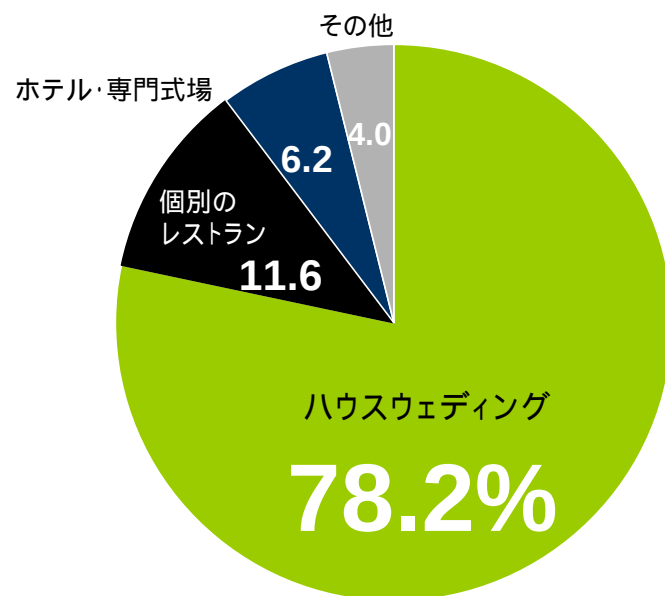
■ 2004年 婚姻組数 .. 725,000組

Source: 2004 厚生労働省人口動態推計

■ 挙式披露宴費用 (全国) 283万円
(首都圏) 279万円

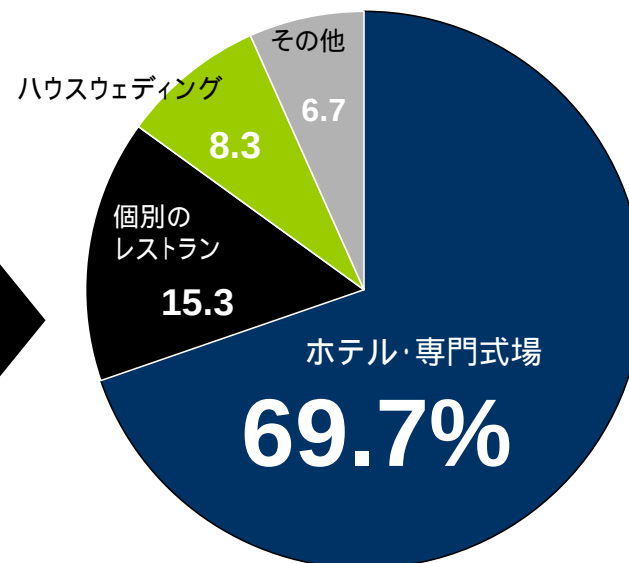
Source: リクルート「ゼクシィ」結婚トレンド調査 2004

顧客ニーズの変化と需給ギャップ



【挙式披露宴を行いたい場所】

T & Gホームページアンケート
(対象期間2002.4/1 ~ 2005/3/31)



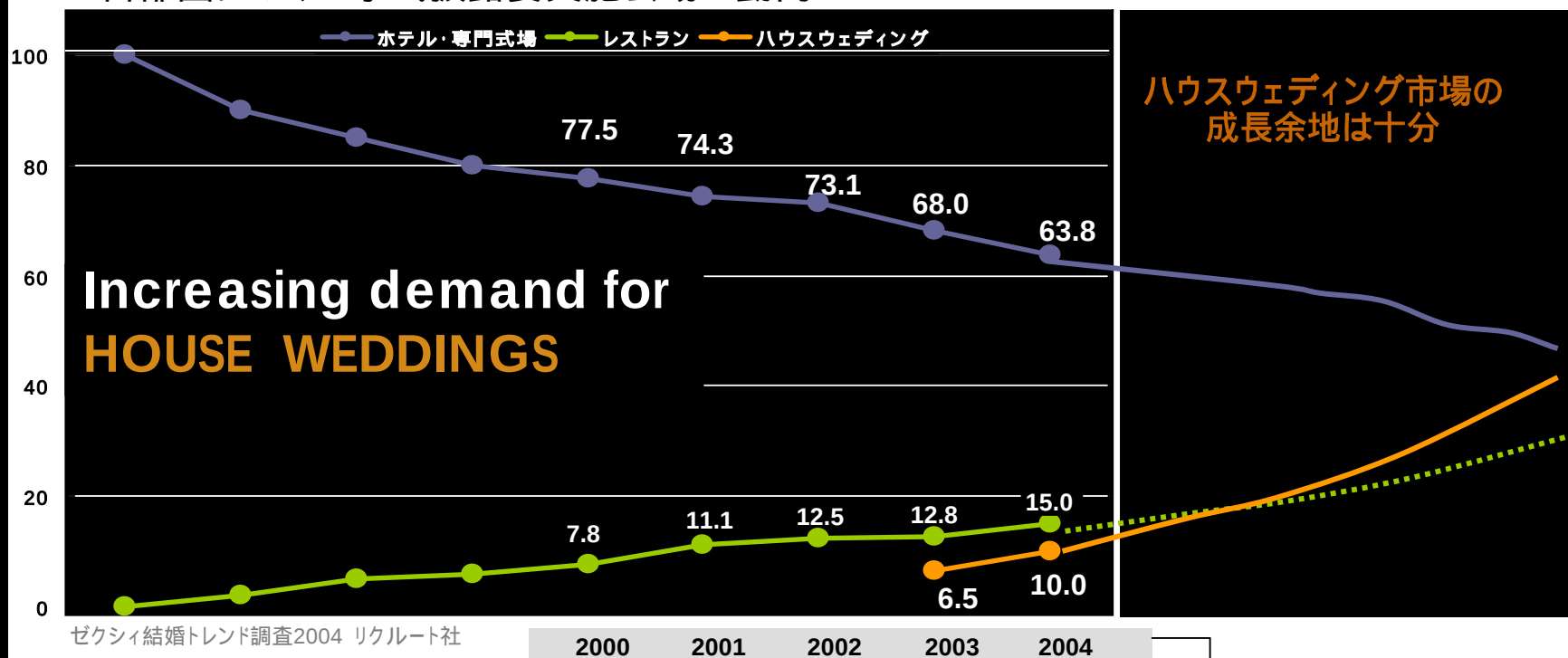
【実際に挙式披露宴を行った場所】

ゼクシィ結婚トレンド調査2004 リクルート社

- ・ハウスウェディングを望む顧客が**70%以上**であるのに対し、実際に挙式披露宴を実施した会場のうち、ハウスウェディングの割合は**10%未満**(昨年は4.7%)
- ・ハウスウェディング会場の供給不足により、日本全国において需要と供給にギャップがある状態

2003年より新しく「ハウスウェディング」というカテゴリが定義されました。

■ 首都圏における挙式披露宴実施会場の動向



~1990

ホテル・専門式場がほとんどのシェアを占める

1990

「ゼクシィ」等の結婚情報誌が創刊

NO.1

レストランウェディングが普及

1998

T&G 設立

ハウスウェディングサービスの提供を開始

ハウスウェディングの認知・普及

2003

「ハウスウェディング」が公共用語へ
「ハウスウェディング」が「日経経済用語辞典」に登録、ゼクシィ内にもカテゴリが新設される

ハウスウェディングシェア
50% 成長

2004

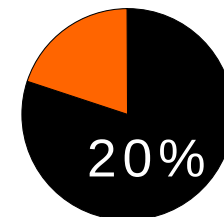
Appendix -2

T&Gのハウスウェディング事業戦略

MISSION: 日本の「結婚式」に対する認識を変える

長年の売手中心の業界特性により、
結婚式は「つまらない」「やりたくない」という認識が拡大

■ 挙式披露宴を行わない割合



BIA:「平成16年度中小企業活路開拓調査・実現化事業
若者の思考変化とブライダル産業のあり方に関する調査研究 報告書」

T&G's
MISSION

T&Gは「結婚式」の良さを改めて認識してもらうべく、
顧客ニーズを捉え、顧客の期待を上回るウェディングスタイルを
提案し、提供し続けてまいります。

T&Gは**第一段階**として、顧客ニーズを捉えた「**ハウスウェディング**」事業を展開

Strategy: 財務バランスを保ちながら、高成長を遂げる

高収益を達成するビジネスモデルを確立し

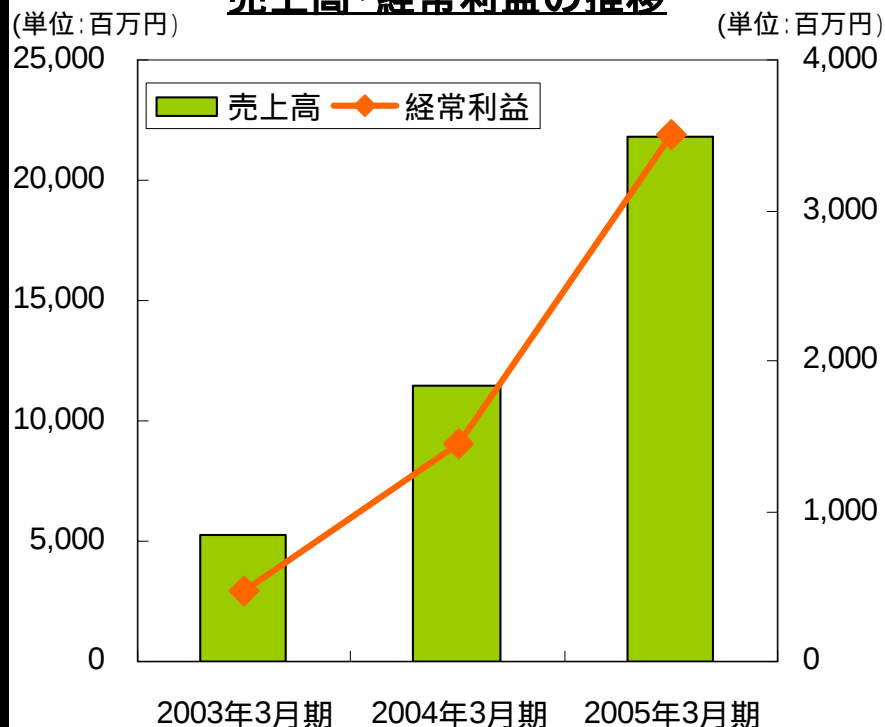
顧客に支持される商品 & 高収益モデル

財務バランスを保ちながら、スピード展開を行う

店舗展開のモデル化 & 不動産流動化スキーム

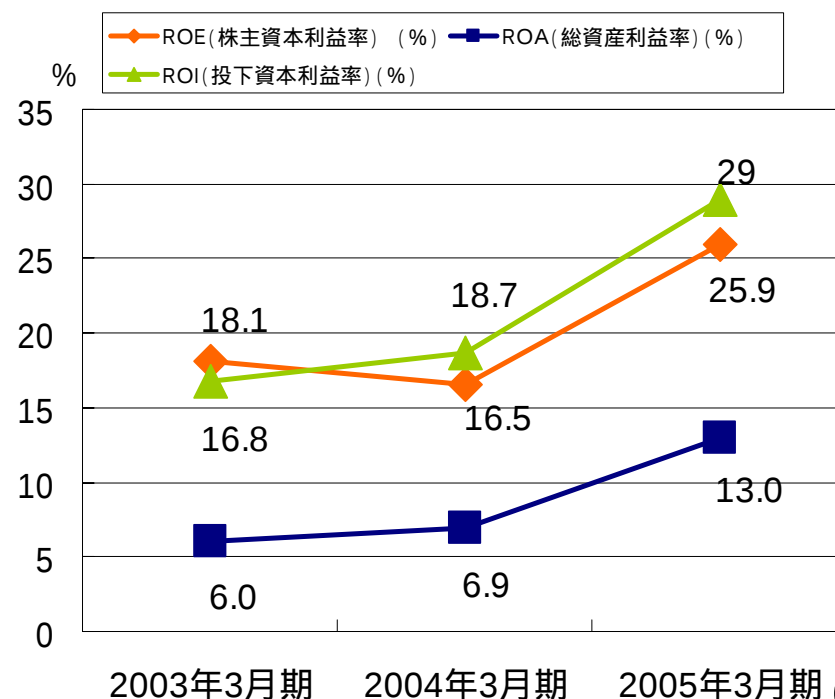
収益の高成長を遂げながら

売上高・経常利益の推移



ROE等財務指標は改善

ROE/ROA/ROI



Business model: 顧客からの支持を集めるT & Gのハウスウェディング

HARD 挙式披露宴に必要な施設をすべてそろえた邸宅を完全貸切

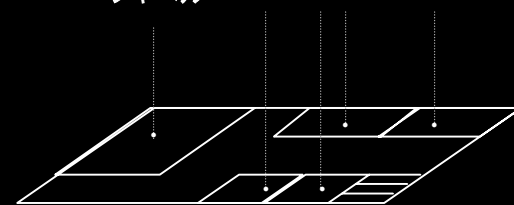


チャペルから披露宴会場まで、すべてが「ハウス」に集結

●2階

チャペル

控入室



●1階

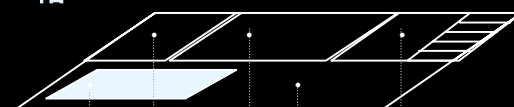
プール

お庭

ロビー

キッチン

披露宴会場



SOFT オリジナリティに溢れ、かつ出席者全員が楽しめるパーティーを創出

料理

シェフが各会場に常駐。
ソースからすべて手作りのフランス料理を提供



商品

厳選した商品を豊富にご用意
T & Gオリジナル商品を常時開発

おちまさ氏プロデュース 映像商品



著名人からのビデオメッセージ

ウェディングプランナー

1顧客1担当者制。
すべてのパーティーはカスタムメイド



Business model: 3年で投資回収可能な高収益ビジネスモデル

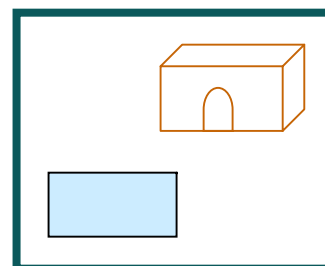
税引後の利益で投資を3年回収できるビジネスモデルを確立

■ 1バンケットタイプ収支モデル

投資 (建築費 + 敷金保証金)	312	
建築費	270	
敷金保証金	42	
売上高	590	100.0%
売上総利益	348	59.0%
販管費	200	33.9%
人件費	56	9.5%
広告費	32	5.4%
地代家賃	42	7.1%
減価償却費	16	2.9%
その他	52	8.9%
営業利益	147	25.1%
当期利益	76	13.0%
償却前利益	93	15.9%
ROI (/)	30.1%	

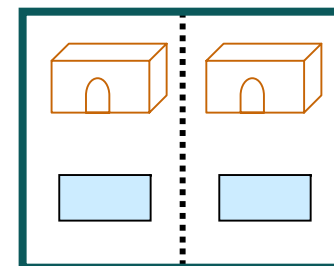
(単位: 百万円)

出店基準 = 3年回収



1 Banquet Type

2 Banquet Type



当社では、1つの敷地内に1つの挙式披露宴会場を設置する「1バンケットタイプ」と1つの敷地内を完全に2つに仕切り、2つの挙式披露宴会場を設置する「2バンケットタイプ」の2つの店舗タイプを設定しています。

それぞれの邸宅内には、チャペル、パーティールーム等婚礼に必要なすべての施設を備えており、2バンケットタイプにおいても、当社のコンセプトである「完全な貸切」を実現することができます。

スピード展開:年間13店舗出店を可能とした店舗展開モデル

店舗契約から採用・教育まですべてをモデル化。効率的な出店を実現



スピード展開:年間13店舗出店を可能とした多様な出店形態

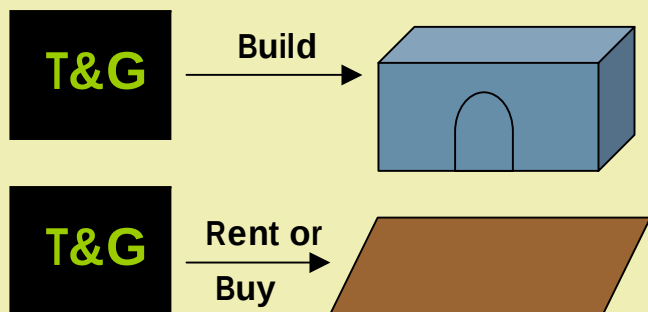
多様な出店形態を実現・設備投資を抑える独自の不動産流動化スキームを確立



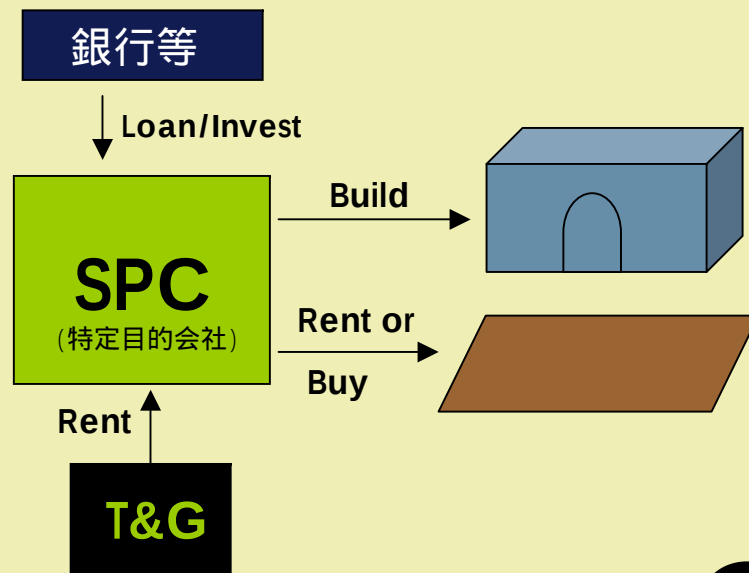
今後の出店に関しては、
SPCを利用した出店方法を活用していく

■従来の出店方法

定期借地・定期借家・土地購入

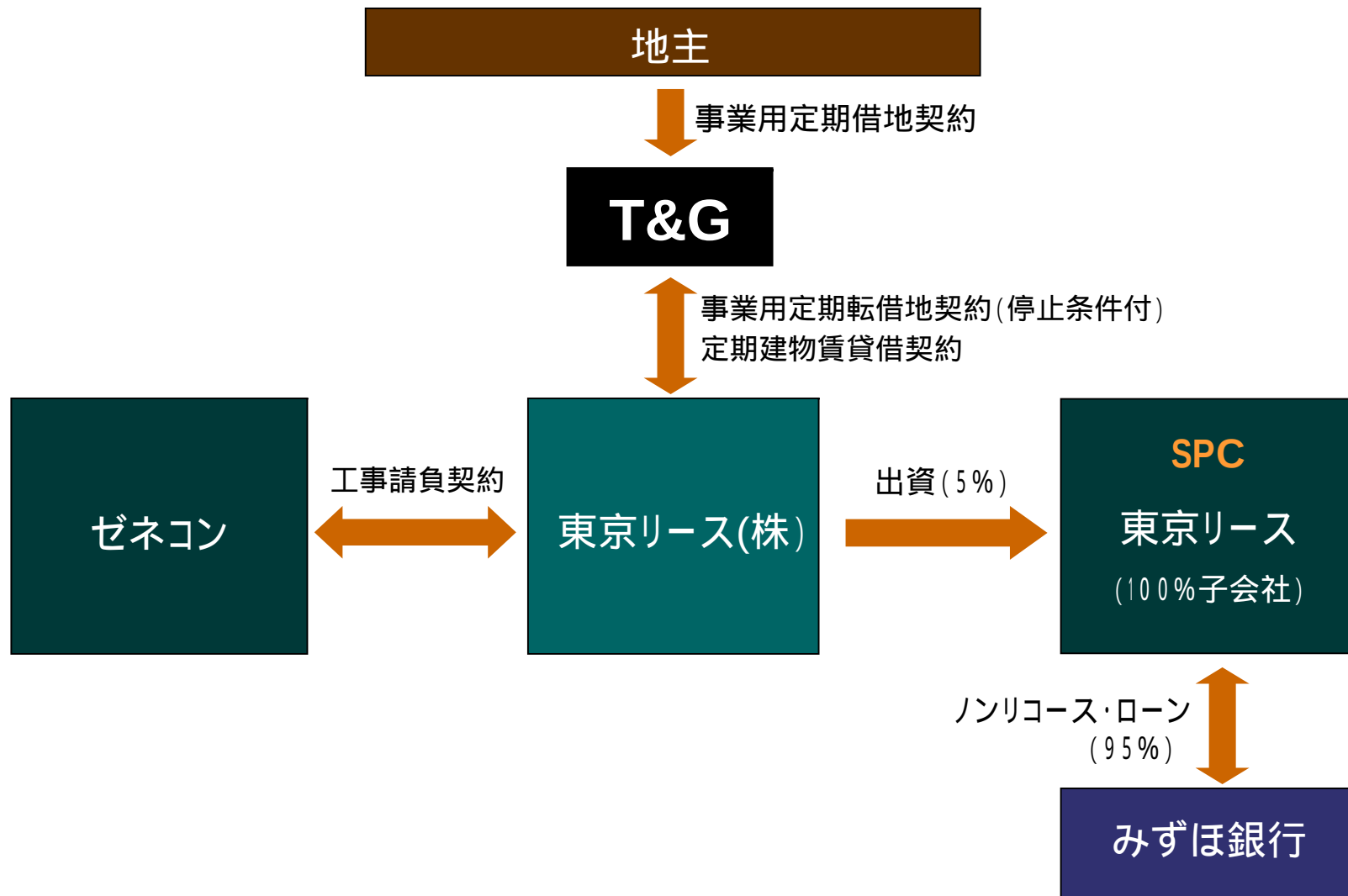


■今後の出店方法 建物型SPC・土地購入型SPC

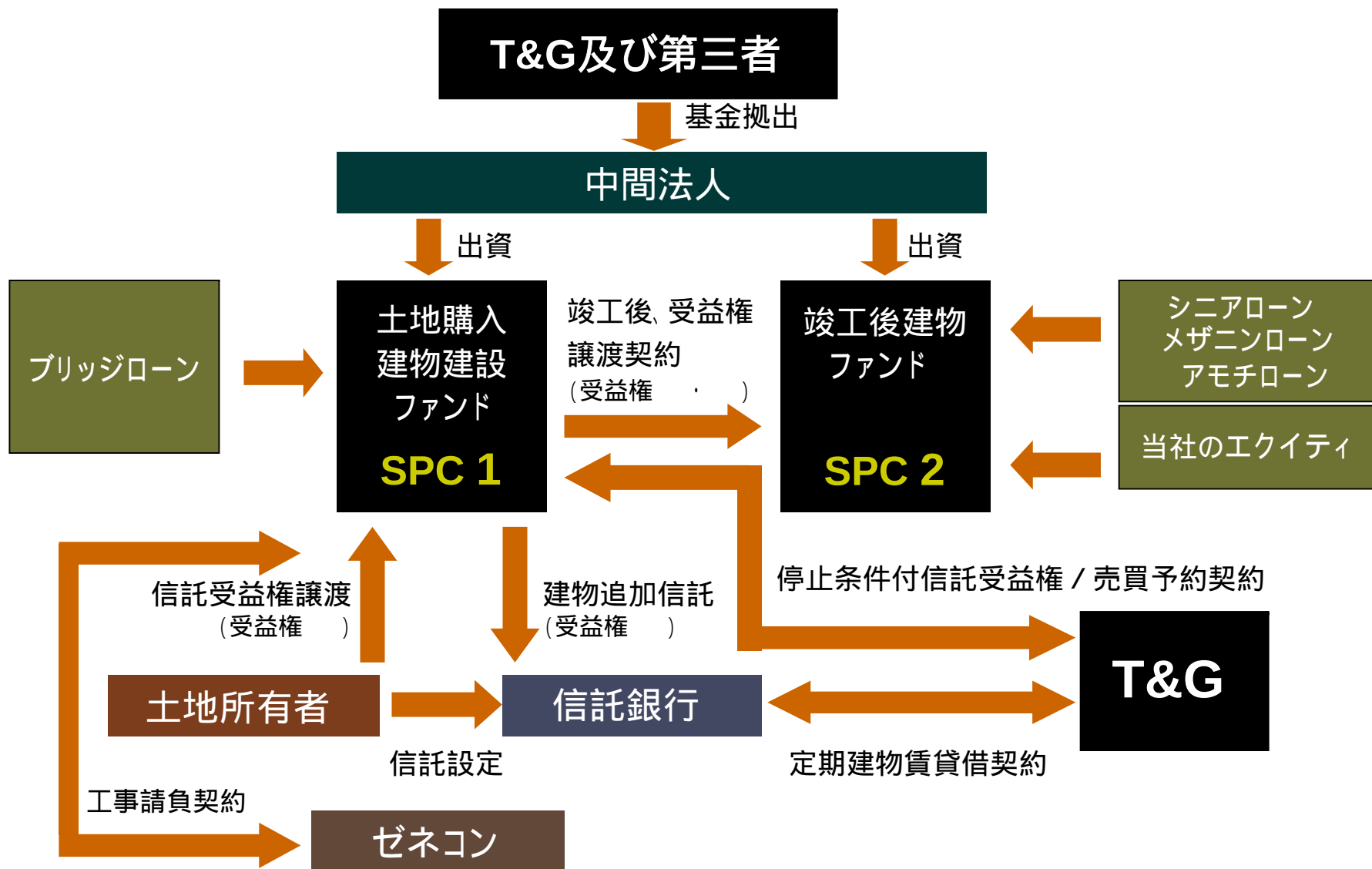


建物型SPCスキーム

東京リース社とのスキーム (2004年5月19日公表)



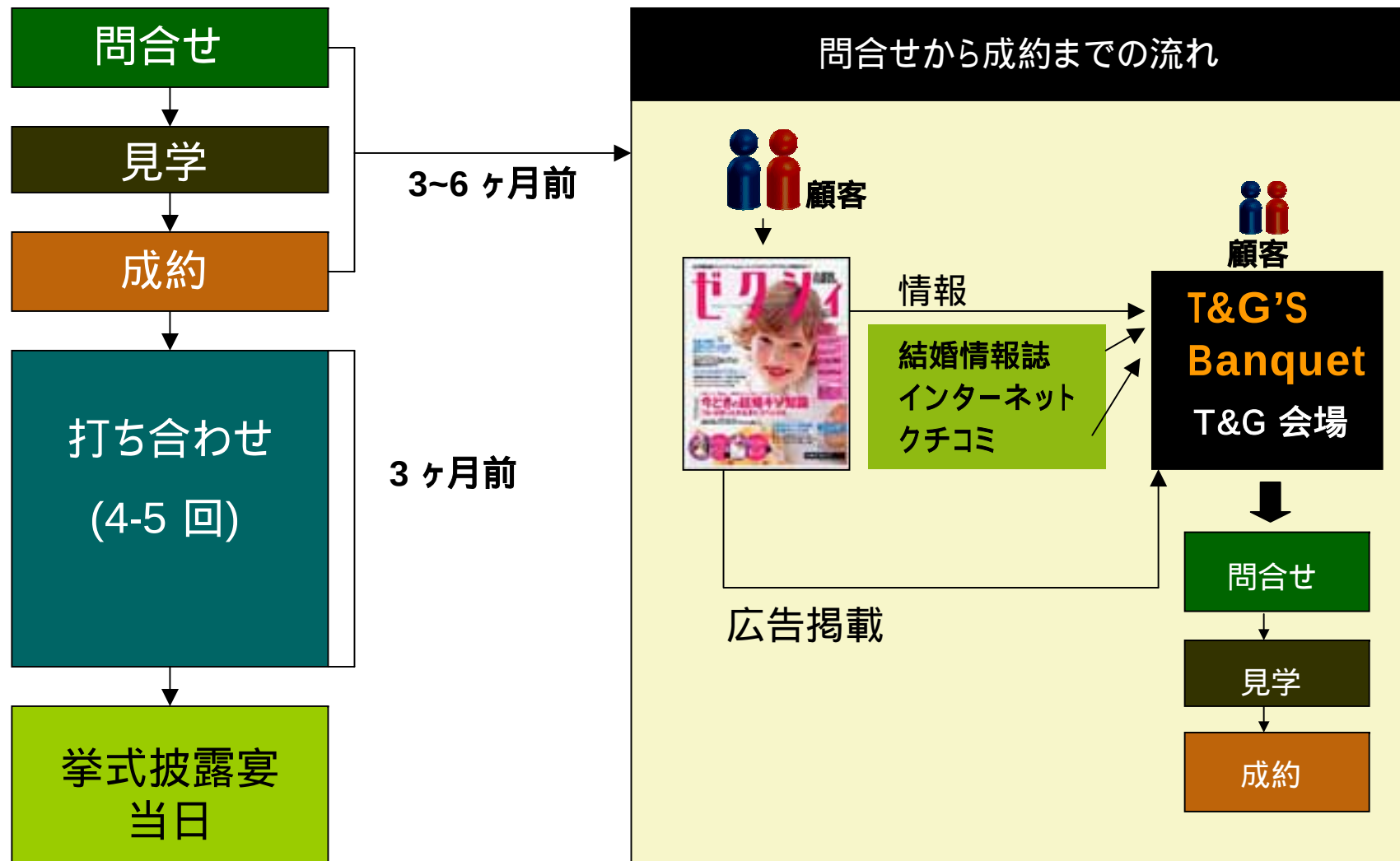
土地購入型SPCスキーム



Appendix -3

T&Gのビジネス基本データ

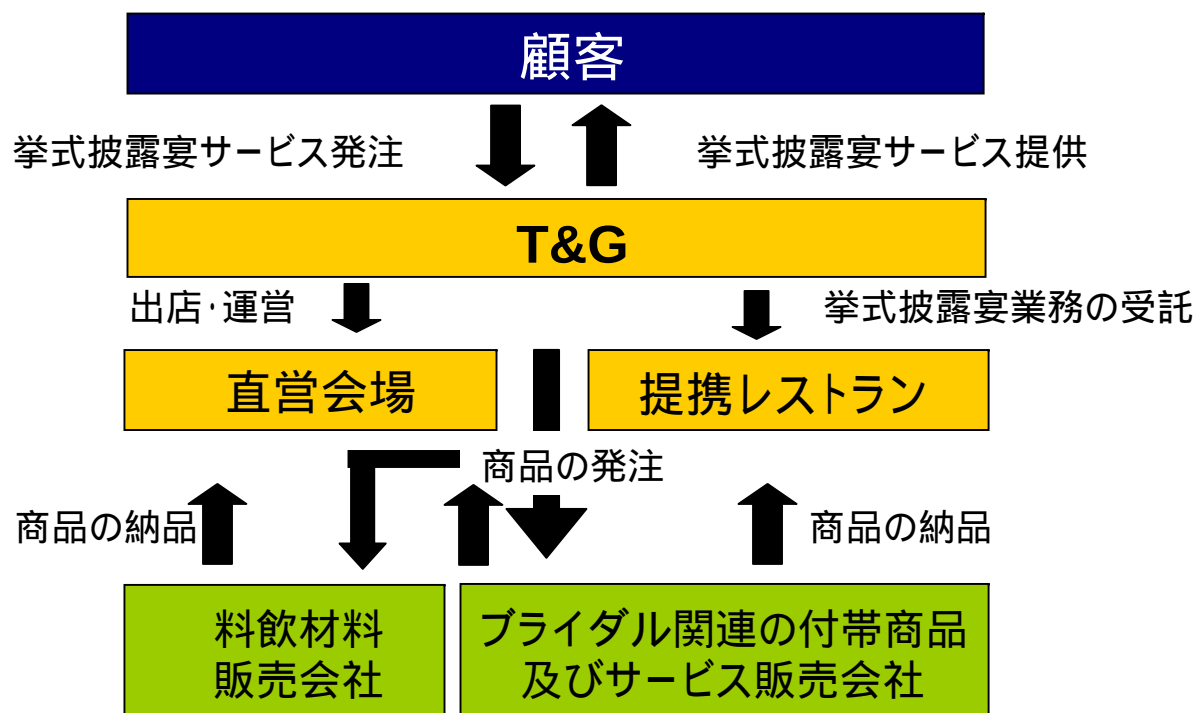
ビジネス フロー



T&Gのハウスウェディング運営形態

- レストラン提携型と直営店型 -

- T&Gは設立当初、いち早くハウスウェディングサービスを提供するため、都心を中心とした「一軒家の」レストランと提携し、サービスを開始しました。(レストラン提携型ハウスウェディング) 2001年6月より直営店の運営を開始しています。
- T&Gの商品は、直営店にて提供する料理以外・ドレス・花等・は、すべて取引先と提携することで提供しています。



■ レストラン提携型と直営店型の主な相違点

	レストラン提携型	直営店型
平均人数(人)	50 ~ 60	80 ~ 100
平均単価(千円)	2,200 ~ 3,200	4,000 ~ 4,700
売上高売上総利益率(%)	22 ~ 30	57 ~ 60
売上高営業利益率(%)	13 ~ 15	25 ~ 35

レストラン提携型においては、売上高の約半分を占める料飲売上高の約90%をレストランへ還元するため、直営店型と比較して利益率が低くなっております。

稼働率の考え方

- ・日本では、一般的に土日祝日に挙式披露宴を実施する傾向が強く、当社では「稼働可能日」を土日祝日に設定しています。
- ・当社では、贅沢感を重視した挙式披露宴を実現するため、直営店及び提携レストラン共に、1日最大2組までの取扱としています。

$$\text{稼働率 (\%)} = \frac{\text{組数}}{\text{稼働可能日 : 期間内の土日祝日数} \times 2}$$

【稼働率の設定について】

当社では、運営・収益性等のバランスを考慮し、下記のように稼働率を設定しております。

	稼働率 (%)
提携レストラン	38 ~ 40
直営店(1Bタイプ)	60 ~ 65
直営店(2Bタイプ)	50 ~ 55

■ ブライダル商品構成

付帯商品
ドレス、花、写真、引出物、司会
etc.

料飲商品
フルコース料理、ドリンク、ケーキ
etc.

■ 顧客単価例(80名様の場合)

適要	単価 (円)	備考
SPACE	400,000	会場使用料
CEREMONY	200,000	キリスト教式
FLOWER	200,000	会場装花・ブーケ・ブートニア等
PHOTO・VIDEO	200,000	アルバム、ビデオ等
PRINT	150,000	招待状、席次表等
DRESS	300,000	ドレス等衣装
HAIR MAKE	50,000	ヘアメイク
PRESENT	240,000	引出物、引き菓子等
ENTERTAINMENT	200,000	司会、弦楽四重奏等
付帯商品計	1,940,000	
FOOD	1,600,000	フルコース
DRINK	400,000	フリードリンク
CAKE	80,000	オリジナル生ケーキ
小計	2,080,000	
サービス料(10%)	208,000	
料飲商品計	2,288,000	
合計 (+)	4,228,000	

Appendix -4

会社概要及び出店状況

業績推移

【主要項目推移】

	2001年3月期	2002年3月期	2003年3月期	2004年3月期	2005年3月期	対前年	2006年3月期(予)	対前年
売上高(百万円)	1,354	2,961	5,275	11,444	21,830	+90.8%	32,868	+50.6%
経常利益(百万円)	101	229	467	1,447	3,501	+141.8%	5,150	+47.1%
経常利益率(%)	7.5%	7.7%	8.9%	12.7%	16.0%		15.7%	
当期利益(百万円)	56	119	215	674	2,049	+203.8%	3,013	+47.0%
当期利益率(%)	4.1%	4.0%	4.1%	5.9%	9.5%		9.2%	
期末提携レストラン会場数	10	10	10	11	12	+1	13	+1
期末直営店会場数	-	3	8	22	41	+19	62	+21
期末直営店舗数()		3	7	16	29	+13	42	+13
総資産(百万円)	954	1,963	5,254	14,250	17,185	+20.6%		
フリーキャッシュフロー(百万円)		-162	-2,727	-2,298	-169			
自己資本比率(%)	66.4%	54.9%	24.6%	48.3%	52.1%			
RCE(%)	16.2%	13.8%	18.1%	16.5%	25.9%			

当社は、1つの敷地内に1つの挙式披露宴会場を設置する「1バンケットタイプ」と1つの敷地内を完全に2つに仕切り、2つの挙式披露宴会場を設置する「2バンケットタイプ」の2つの店舗タイプを設定しています。

【T&G沿革】

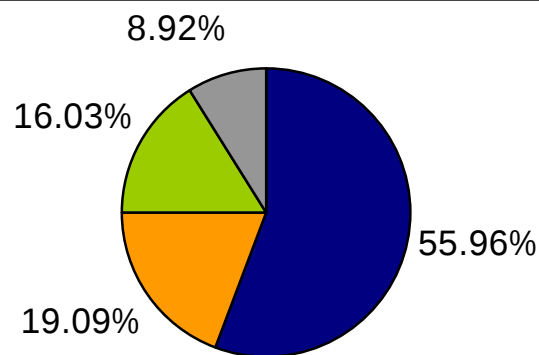
1998	T & Gを設立(10月)
	レストランと提携することで、ハウスウェディングサービスを開始
2001	直営店展開開始(6月)
	ナスダック・ジャパン(現ヘラクレス)市場へ株式上場(12月)
2004	東京証券取引所市場第二部へ上場(2月)

株式保有状況 (2005年3月31日現在)

株式数	722,700
株主数	11,193

■ 所有者別分布

■ 個人その他	■ 外国法人等
■ 金融機関・証券会社	■ その他の法人



■ 大株主上位10名

野尻 佳孝	202,350株(27.99%)
ウェルズ通商株式会社	48,600株(6.72%)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	41,059株(5.68%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	25,748株(3.56%)
ザチェースマンハッタンバンクエヌエイロンドンエスエルオムニバスアカウント	18,391株(2.54%)
ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー 505019	16,159株(2.23%)
モルガンスタンレーアンドカンパニーインク	16,063株(2.22%)
日本証券金融株式会社	9,123株(1.26%)
三菱信託銀行株式会社(信託口)	6,000株(0.83%)
ユナイテッドネーションズフオーザユーエヌジェーエスピーエフアユーエヌオーガンスモールキャップエン	5,470株(0.75%)

T&G's Profile

社名

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
東京証券取引所 市場第二部(証券コード:4331)

本社

〒107-0062
東京都港区南青山六丁目7番14号
TEL.03-5469-3070

役員

代表取締役社長	野尻 佳孝
取締役	佐久間 英徳
取締役	美濃部 哲也
常勤監査役	二宮 功
監査役	窪川 秀一
監査役	佐々木 公明

設立

1998年10月

資本金

2,949,350千円

社員数

535名(2005年3月31日現在)

T&G wedding venues

■ 関東地区

アーカンジェル代官山
麻布迎賓館
アーフェリーク白金
アーセンティア迎賓館(柏)
アーカンジェル迎賓館(宇都宮)
アーセンティア迎賓館(高崎)
アーククラブ迎賓館(水戸)
アーヴェリール迎賓館(大宮)
山手迎賓館(横浜山手)
ベイサイド迎賓館(横浜みなとみらい)
ヒルサイドクラブ迎賓館(八王子)
ガーデンヒルズ迎賓館(さいたま新都心) 05/8(予)
ベイサイドパーク迎賓館(千葉) 06/1(予)

■ 東北地区

アーカンジェル迎賓館(仙台)
アーセンティア迎賓館(仙台泉中央)
アーククラブ迎賓館(郡山)

■ 九州地区

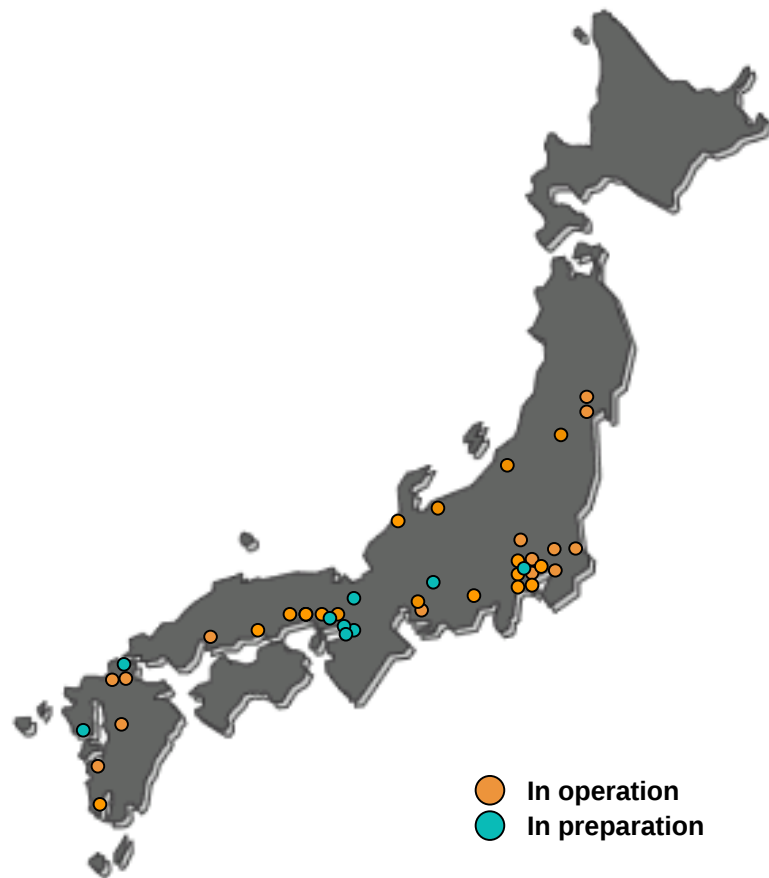
アーカンジェル迎賓館(福岡)
アーフェリーク迎賓館(福岡)
アーフェリーク迎賓館(熊本)
ベイサイド迎賓館(鹿児島)
アーフェリーク迎賓館(小倉) 05/12(予)
ベイサイド迎賓館(長崎) 06/2(予)

■ 北陸/中部地区

アーカンジェル迎賓館(名古屋)
アーククラブ迎賓館(新潟)
アーヴェリール迎賓館(名古屋)
アーヴェリール迎賓館(富山)
アーククラブ迎賓館(金沢)
アーセンティア迎賓館(浜松)
アーフェリーク迎賓館(岐阜) 05/9(予)

■ 近畿/中国地区

アーセンティア迎賓館(大阪)
アーククラブ迎賓館(広島)
アーヴェリール迎賓館(姫路)
アーヴェリール迎賓館(岡山)
ベイサイド迎賓館(神戸)
山手迎賓館(神戸三宮)
アーセンティア大使館(大阪)
北山迎賓館(京都) 05/6(予)
アーフェリーク迎賓館(大阪) 05/7(予)
ベイサイドパーク迎賓館(大阪) 05/10(予)
アーククラブ迎賓館(福山) 05/11(予)



● In operation
● In preparation