

TAKE AND GIVE.NEEDS

Corporate Presentation

November 28, 2006 2007年3月期 中間期決算説明会

T&G TSE 1st section:4331
<http://www.tgn.co.jp/ir>

4331

CONTENTS

1. 2007年3月期中間期決算報告

• 連結決算概要	
• 2007年3月期中間期連結決算概要	1
• 2007年3月期中間期連結決算概要:会計基準変更の伴う影響	2
• 参考:土地購入型SPCスキーム(開発型モデル)	3
• 参考:形態別出店状況	4
• 個別決算概要及び解説	
• 2007年3月期中間期個別決算概要	5-6
• [PL] 直営部門 総括	7
• [PL] 直営部門 既存店の状況	8-9
• [PL] 提携レストラン部門	10
• [PL] 売上総利益・販管費	11
• [BS] 資産の状況	12
• [BS] 負債・純資産の状況	13
• [CF] キャッシュ・フローの状況	14

2. 2007年3月期について

• 2007年3月期収益計画(個別)	15
• 出店計画	16
• 受注状況(9月30日現在)	17
• 組数達成に向けた取り組み	18
• 組数達成率の推移	19

3. 新規事業進捗状況

< ポータルサイト事業 >	20-21
< 派生事業 >	
ブライダル融資事業	22-23
旅行事業	24-25
美容事業	26-27
結婚情報サービス事業	28
中長期戦略概要	29-30

1

Result of Interim Period

FY Ending MARCH 31, 2007

2007年3月期中間期業績報告



2007年3月期中間期 連結決算概要

【損益計算書主要科目】

科目	2007年3月期中間
売上高	19,846
売上総利益	11,141
売上総利益率	56.1%
販管費	8,536
販管費率	43.0%
営業利益	2,604
営業利益率	13.1%
経常利益	2,497
経常利益率	12.6%
当期利益	1,327
当期利益率	6.7%

【貸借対照表主要科目】

科目	2006年9月末	構成比
資産合計	32,321	100.0%
流動資産合計	5,666	17.5%
現金及び預金	2,971	
受取手形及び売掛金	471	
短期貸付金	830	
前払費用	485	
固定資産合計	26,654	82.5%
有形固定資産合計	19,083	59.1%
無形固定資産合計	167	0.5%
投資その他の資産合計	7,403	22.9%
差入敷金保証金	4,964	
長期貸付金	1,487	

(単位:百万円)

科目	2006年9月末	構成比
負債・純資産合計	32,321	100.0%
流動負債合計	14,249	44.1%
支払手形及び買掛金	1,903	
短期借入金	7,602	
1年以内返済予定長期借入金	1,218	
未払法人税等	1,169	
前受金	1,176	
固定負債合計	5,375	16.6%
純資産合計	12,696	
株主資本合計	12,665	39.2%

■ 損益計算書

- 売上高の99%にあたる19,653百万円が、個別の事業によるもの

個別決算にて詳細を解説(スライド 以降)

■ 貸借対照表

- 会計基準変更に伴う連結子会社拡大による総資産の増加 (損益は、影響なし)

詳細の解説はスライド にて

2007年3月期中間期 連結決算概要： 会計基準変更の伴う影響

■ 連結子会社範囲拡大について

● 連結対象 SPC利用の22店舗・33会場のうち **4店舗・8会場**

- 連結子会社対象：開発型SPCスキーム利用の店舗（広島・大阪・小倉・松山）

総資産影響額・・・**63億円** *連結子会社（開発型SPC利用4店舗）資産・負債は以下のとおり

【資産の部】

資産合計	6,305
流動資産合計	426
現金及び預金	365
固定資産合計	5,878
有形固定資産合計	5,815
投資その他の資産合計	63

【負債の部】

負債及び純資産合計	6,305
流動負債合計	336
1年以内返済予定長期借入金	292
固定負債合計	5,216
長期借入金	5,092
純資産合計	752

- 前提：
2006年 9月8日 企業会計基準委員会より公表
投資事業組合に対する「実務対応報告第20号」
2006年10月15日 日本公認会計士協会より改正
「連結財務諸表における子会社等の範囲の決定に関するQ&A」 連結子会社の範囲拡大

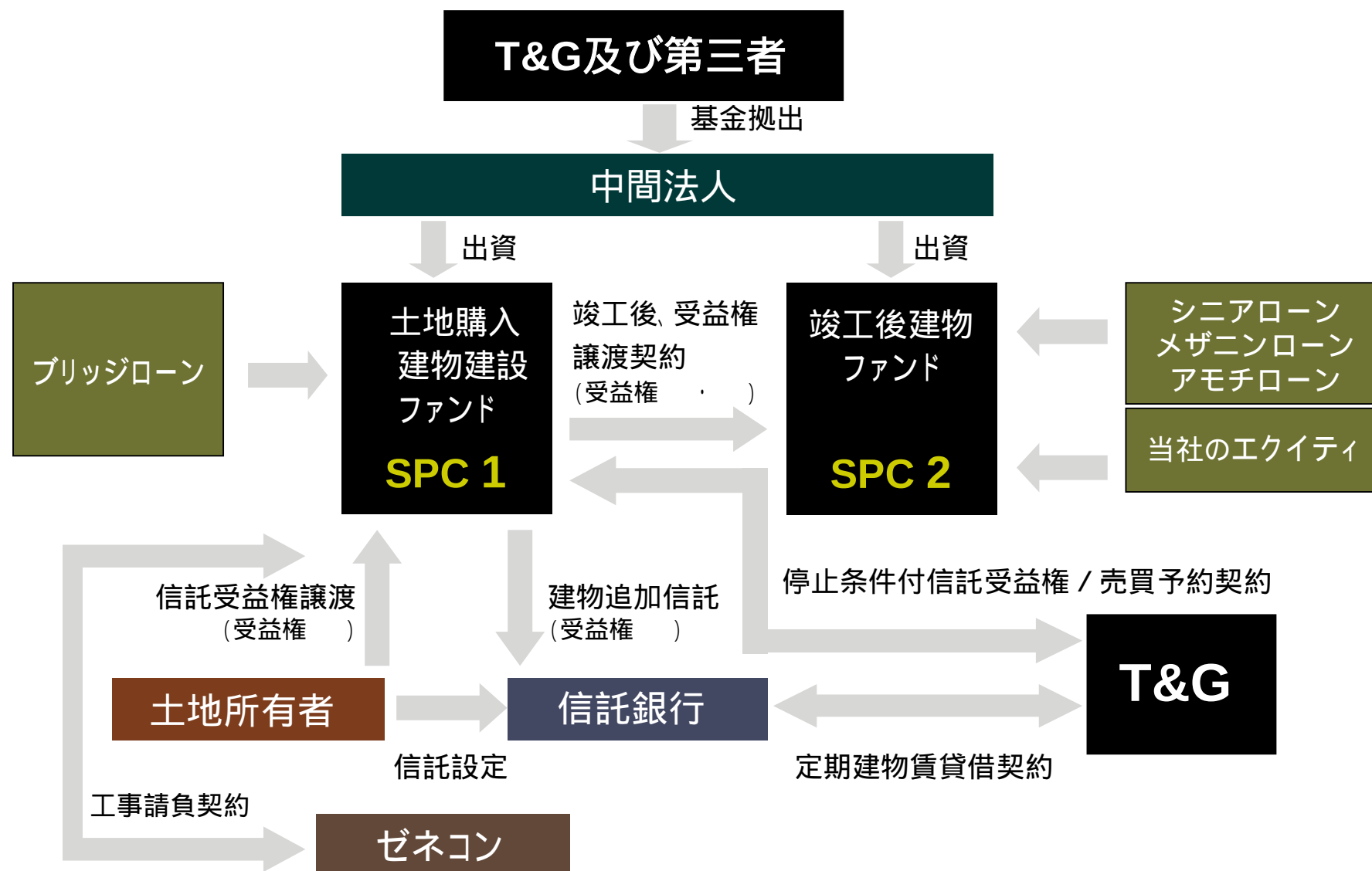
- 連結財務諸表への影響について：

連結貸借対照表 総資産の増加

連結損益計算書 従来より出資に対する損益は営業外損益として取り込んでいたため、影響なし
連結対象となりましたが、取引実態は従来と一切変更ありません。

現状の会計基準においては、他の店舗まで連結対象が拡大することはありません。

参考: 土地購入型SPCスキーム (開発型モデル)



- 開発型モデル: 土地購入時点からSPCを利用した不動産流動化スキーム
- 土地建物型SPC: 当社が一旦購入した土地に建物を建てた後、SPCに売却する不動産流動化スキーム

参考：形態別出店状況(2006年9月30日)

		オンバランス			オフバランス		計
		定期借地	定期借家	開発型SPC	不動産リース	SPC	
関東	東京都23区内	1	2		1		4
	東京それ以外				2		2
	茨城	2					2
	栃木	2					2
	群馬		2				2
	埼玉	1			2		3
	神奈川	3				1	4
	千葉	1				2	3
北海道	北海道	1					1
東北	宮城		3				3
	福島	1					1
甲信越・北陸	長野					2	2
	新潟		2				2
	富山		2				2
	石川		2				2
東海	静岡		2			1	3
	愛知	1				1 2	2
	岐阜					2	2
	三重					2	2
関西・近畿	大阪	1		2		3	6
	兵庫	1				2	3
	京都					1	1
	和歌山					2	2
中国・四国	岡山					2	2
	広島			2		1	3
	愛媛			2			2
九州	福岡	1		2		1 2	4
	熊本	1					1
	長崎					2	2
	鹿児島				2		2
計		17	15	8	7	25	72

1. 今回連結対象となりました会場を赤字にて表示
2. SPCのうち、名古屋・福岡(祇園)の2会場は土地建物型SPC。その他は建物型SPC

2 Result of Interim period

FY Ending MARCH 31, 2007

- 個別決算概要及び解説

2007年3月期中間期 個別決算概要

【損益計算書主要科目】

(単位:百万円)

	中間期			(参考) 通期業績		
	2006年3月期 中間	2007年3月期中間	対前年比	2006年3月期	2007年3月期(予)	対前年比
売上高	15,307	19,653	+28.4%	33,962	45,367	+33.6%
売上総利益	8,385	10,972	+30.9%	18,617		
売上総利益率	54.8%	55.8%		54.8%		
販管費	5,972	8,463	+41.7%	13,636		
販管費率	39.0%	43.1%		40.1%		
営業利益	2,412	2,508	+4.0%	4,981		
営業利益率	15.8%	12.8%		14.7%		
経常利益	2,471	2,659	+7.6%	5,153	7,156	+38.9%
経常利益率	16.1%	13.5%		15.2%	15.8%	
当期利益	1,397	1,475	+5.6%	2,905	4,186	+44.1%
当期利益率	9.1%	7.5%		8.6%	9.2%	

【主な資産の状況】

(単位:百万円)

	中間期末			期末	
	2005年9月末	2006年9月末	増減	2006年3月末	増減
総資産	18,164	26,609	+8,444	19,212	+7,396
自己資本	10,356	12,979	+2,622	11,865	+1,113
自己資本比率	57.0%	48.8%		61.8%	
有利子負債	2,497	8,088	+5,591	1,680	+6,408
有利子負債比率	13.7%	30.4%		8.7%	

2007年3月期中間期 個別決算概要

【部門別売上高】

(単位:百万円)

	2006年3月期 中間		2007年3月期 中間		対前年
売上高合計	15,307	100.0%	19,653	100.0%	28.4%
直営店型	13,651	89.2%	17,445	88.8%	27.8%
レストラン提携型	1,150	7.5%	1,280	6.5%	11.4%
その他	506	3.3%	927	4.7%	82.9%
直営店舗数	35		49		+14
直営会場数	50		72		+22
提携レストラン数	13		13		±0

【直営部門 取扱組数・平均単価】

	2006年3月期 中間	2007年3月期 中間	対前年
取扱組数	3,168	4,010	+842
拳式披露宴平均単価(千円)	4,277	4,302	+24

取扱組数には、拳式のための組数が、2006年3月期 中間は**3組**含まれています。(現在、拳式のための販売は終了)

【提携部門 取扱組数・平均単価】

	2006年3月期 中間	2007年3月期 中間	対前年
取扱組数	481	485	+4
拳式披露宴平均単価(千円)	2,371	2,621	+249

個別業績解説(PL):直営部門 総括

	2006年3月期 中間	2007年3月期 中間	対前年差異	対前年増加率
売上高	13,651	17,445	+3,794	+27.8%
期末会場数	50	72	+22	+44.0%
オフバランスによる会場	17	32	+15	+88.2%
取扱組数 (1)	3,168	4,010	+842	+26.6%
稼働率 (2)	58.7%	51.8%	-6.9point	-
挙式披露宴単価(千円) A	4,277	4,302	+24	0.6%
1挙式披露宴平均出席人数(人) B	79	79	±0	0.0%
1人あたりの単価(円) (A / B)	54,139	54,455	+316	0.6%

1 組数には、挙式のための組数が、2006年3月期 中間は3組含まれています。(現在、挙式のための販売は終了)

2 稼働率の算出方法:対象期間中の取扱組数÷(対象期間中の土日祝日数×会場数×2(当社の最大回転数))

3 上記売上高には、挙式・挙式披露宴当日の売上以外に、結婚式後の追加売上高(写真の焼増し等)が含まれております。

■ 稼働率減少要因

・1Q中に内部体制の立て直しを図っているが、2Qは引き続き、一部の既存店の不振が影響 (スライド 7 を参照)

不振店6店舗平均で稼働率は、前年同期比11.9ポイント低下

・今期は、5月のゴールデンウィークが大型連休であったため、稼働率が前年と比較して大幅に減少

大型連休中は食材保存・仕入れ等衛生管理上の理由により、前もって受注を控えたことによる影響

個別業績解説(PL):直営部門 既存店の状況 -1

	2006年3月期 中間	2007年3月期 中間	前年差異	前年比
売上高 (百万円)	12,107	11,026	-1,080	-8.9%
組数	2,797	2,513	-284	-10.2%
単価	4,329	4,388	+59	+1.4%
売上総利益 (百万円)	6,736	6,165	-571	-8.4%
売上高売上総利益率	55.6%	55.9%	+0.3point	
販管費(百万円)	3,863	3,878	+15	+0.4%
売上高販管費率	31.9%	35.2%		
経常利益 (百万円)	2,939	2,375	-564	-19.1%
経常利益率	24.3%	21.5%		

2005年3月末までにオープンした店舗を既存店として集計。

対象店舗:代官山、麻布、柏、白金、宇都宮、福岡(平和)、名古屋(白壁)、仙台、福岡(祇園)、熊本、仙台(泉中央)、高崎、大阪、水戸、広島、新潟
郡山、姫路、名古屋(八事)、富山、金沢、大宮、横浜、横浜みなとみらい、八王子、浜松、岡山、神戸、神戸三宮 合計29店舗

■ 売上高

- 既存店の一部店舗が運営体制の不備等による要因で不振。売上高は前年を下回った。
前年の売上高を下回った主な店舗:金沢・富山・広島・郡山・水戸・新潟
不振店舗については、1Q中に抜本的な体制の見直しを図り、3Qより回復傾向

■ 売上総利益

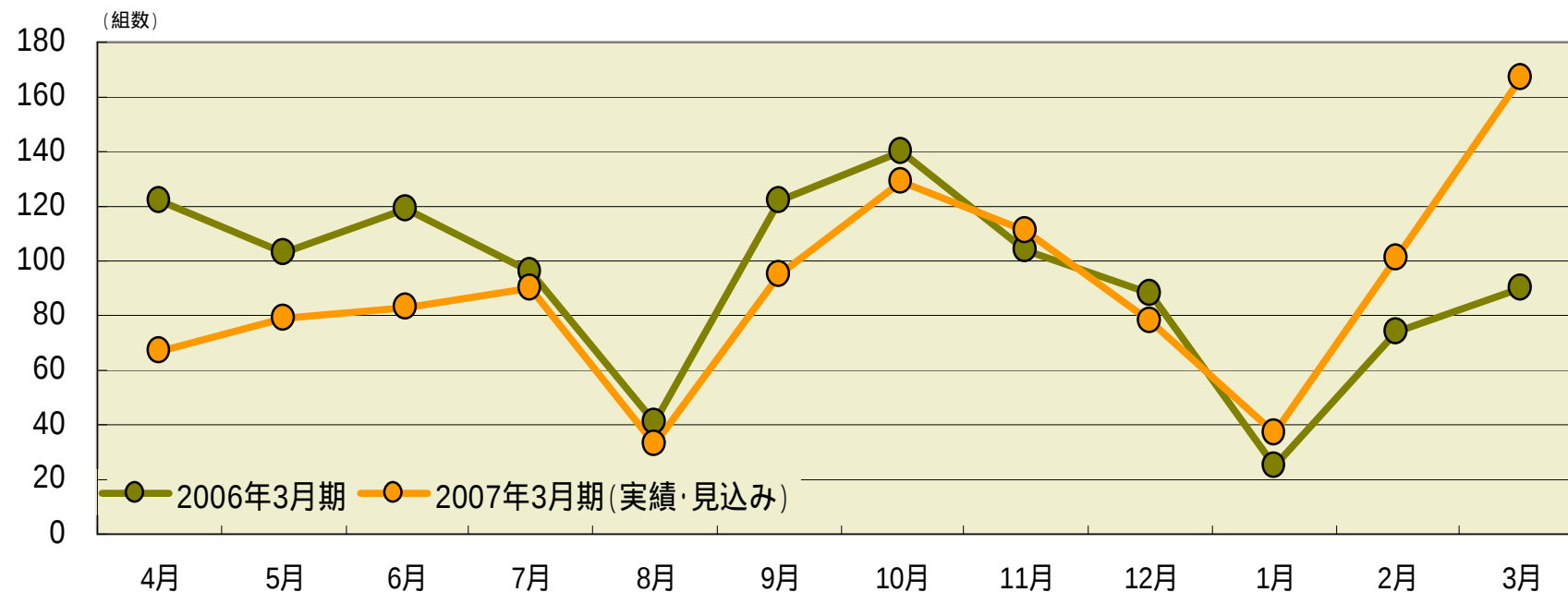
- 一部店舗において、装花の内製化を進めたことによる影響 (前年同期比+0.3ポイント)
装花の内製化を行った店舗:3店舗・3会場

個別業績解説(PL):直営部門 既存店の状況 -2

■不振店6店舗の回復状況

2006年9月現在では、第3四半期以降の組数は前年を上回る見込み
金沢・新潟・広島・郡山は第2四半期で前年並みまで回復
水戸・富山も回復の兆し

各月の6店舗 合計組数の比較



個別業績解説(PL):提携レストラン部門

	2006年3月期 中間	2007年3月期 中間	対前年差異
売上高	1,150	1,280	+130
期末会場数	13	13	±0
取扱組数	481	485	+4
拳式披露宴単価(千円)	2,371	2,621	+249

■ 増収要因

- ・(株)ワイズテーブルコーポレーションとの新規提携レストラン3店舗が増収に寄与
(ヴィア・アクアサンタはレストラン側の事情で提携終了)
- ・割引減少の影響で、単価は大幅に増加
- ・商品の販売施策の見直しも寄与

個別業績解説(PL): 売上総利益・販管費

■ 売上総利益

● 売上高売上総利益率

(前 中間) **54.8%** → (今 中間) **55.8%**

売上高売上総利益率は、前年同期比1.0ポイント改善

一部店舗における装花の内製化による影響

内製化を実施した店舗での平均改善ポイント: 3.9ポイント

9月末時点で、7店舗(今IQ比 +1店舗)・9会場(今IQ比 +1会場)

契約見直しによる協賛金の増加

■ 販売費及び一般管理費

● 売上高販管費率

(前 中間) **39.0%** → (今 中間) **43.1%**

売上高販売管理費率は、前年同期比4.1ポイントアップ

オフバランス出店の本格化による地代家賃の増加 (売上高地代家賃比率 2.8ポイントアップ)

ゴールデンウィーク中の集客強化・店舗体制強化のための人員確保に伴う広告費の増加

規模拡大に伴う人件費増加 (広告費・人件費比率合計で1.6ポイントアップ)

個別業績解説 (BS) : 資産の状況

(単位: 百万円)

	2005年9月末	2006年3月末	2006年9月末	増減 (9月末比較)	増減 (3月末比較)
流動資産合計	4,003	3,611	4,883	+880	+1,271
現金及び預金	3,303	2,877	2,459	-843	-417
短期貸付金	—	10	1,248	+1,248	+1,238
売掛金	146	40	446	+300	+406
前払費用	282	366	458	+176	+91
その他	279	324	283	+4	-41
貸倒引当金	-7	-7	-12	-5	-5
固定資産合計	14,161	15,601	21,725	+7,564	+6,124
有形固定資産計	8,285	8,530	13,093	+4,807	+4,563
建物・構築物	7,734	7,866	8,529	+794	+663
土地	107	107	3,309	+3,202	+3,202
建設仮勘定	1	16	661	+660	+645
その他	442	540	593	+150	+52
無形固定資産計	112	102	106	-5	+3
投資その他の資産計	5,762	6,967	8,525	+2,762	+1,557
投資有価証券	463	782	1,190	+727	+408
子会社・関連会社株式	5	91	481	+476	+390
長期貸付金	1,755	1,697	1,487	-268	-209
差入敷金保証金	3,031	3,922	4,890	+1,859	+968
その他	506	474	475	-31	+1
資産合計	18,164	19,212	26,609	+8,444	+7,396

税金の支払及び出店資金充当に伴う減少
関連会社への貸付による増加

店舗数増加に伴う家賃増

新規出店に伴う増加(参:スライド)

SPC出資に関わる増加

店舗増加に伴う増加
(SPC導入後も継続して発生)

個別業績解説 (BS) : 負債・純資産の状況

(単位: 百万円)

	2005年9月末	2006年3月末	2006年9月末	増減 (9月末比較)	増減 (3月末比較)
負債合計	7,807	7,347	13,630	+5,822	+6,283
流動負債合計	6,887	7,010	13,626	+6,739	+6,616
買掛金	1,627	1,852	1,898	+271	+46
短期借入金	—	—	7,172	+7,172	+7,172
1年以内返済予定長期借入金	1,530	1,346	916	-613	-429
1年以内償還予定社債	50	—	—	-50	±0
未払法人税等	1,030	1,277	1,168	+137	-108
前受金	1,397	1,012	1,169	-227	+156
その他	1,251	1,521	1,301	+49	-219
固定負債合計	920	336	3	-916	-333
長期借入金	916	333	—	-916	-333
その他	3	3	3	±0	±0
資本合計	10,356	11,865	12,979	+2,622	+1,113
資本金	2,949	2,949	2,949	±0	±0
資本剰余金	2,895	2,895	2,895	±0	±0
利益剰余金	4,511	6,020	7,134	+2,622	+1,113
負債・資本合計	18,164	19,212	26,609	+8,444	+7,396

土地購入資金充当及び子会社投資等のため
(土地購入資金はオープンまでは短期借入金で対応)

利益貢献による資本増強のため

個別業績解説 (CF) : キャッシュ・フローの状況

(単位:百万円)

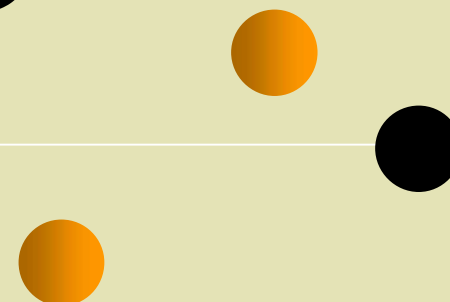
	2006年3月期中間	2006年3月期	2007年3月期中間
営業活動によるキャッシュフロー	1,794	4,277	1,001
税引き前中間(当期)純利益	2,471	5,059	2,589
減価償却費	328	724	386
法人税等の支払額	-1,329	-2,154	-1,226
その他	324	648	-746
投資活動によるキャッシュフロー	-1,335	-3,427	-7,470
貸付による支出	-	-70	-1,238
有形固定資産の取得による支出	-362	-1,324	-4,777
敷金保証金の差入による支出	-795	-1,770	-1,189
その他	-176	-261	-266
財務活動によるキャッシュフロー	-977	-1,795	6,051
短期借入金の返済による支出	-	-	7,172
長期借入金の返済による支出	-827	-1,595	-763
社債の償還による支出	-150	-200	-
その他	-	-	-357
現金及び現金同等物の期末残高	3,263	2,837	2,419

2

FISCAL YEAR ENDING

MARCH 31, 2007

2007年3月期計画について



2007年3月期収益計画(個別)

売上高 : 453億67百万円 (前年同期 339億62百万円 + 33.6%)

経常利益 : 71億56百万円 (前年同期 51億53百万円 + 38.9%)

当期利益 : 41億86百万円 (前年同期 29億05百万円 + 44.1%)

EPS : 5,793.08円 (前年同期 4,020.88円 + 44.1%)

前提

- 出店 ————— ● 年間16店舗・22会場を新設 (一部自社保有含む)

出店状況 : 計画どおりに進捗

9月末までに、7店舗・10会場出店済み

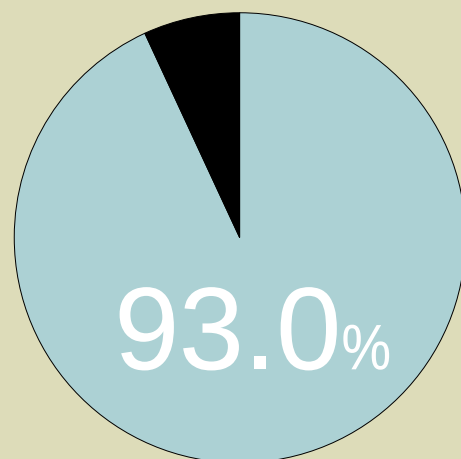
11月末現在、10店舗・15会場出店済み

出店計画

■ 16店舗・22会場の新設を予定 →すべての店舗が契約済み

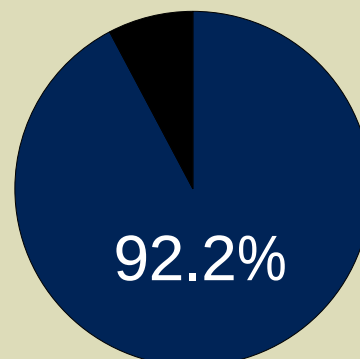
OPEN予定	店舗名称	店舗タイプ	出店形態
2006. 4月	アクアガーデンテラス (大阪)	1 Banquet	建物型SPC
2006. 5月	ベイサイド迎賓館 (松山)	2 Banquet	土地建物型SPC
2006. 6月	アクアテラス迎賓館 (新横浜)	1 Banquet	建物型SPC
2006. 7月	アクアガーデン迎賓館 (沼津)	1 Banquet	建物型SPC
2006. 8月	ベイサイド迎賓館 (和歌山)	2 Banquet	建物型SPC
2006. 8月	ガーデンヒルズ迎賓館 (札幌)	1 Banquet	土地: 定期借地 建物: 自社保有
2006. 9月	ガーデンクラブ迎賓館 (四日市)	2 Banquet	建物型SPC
2006. 10月	アクアテラス迎賓館 (大津)	1 Banquet	土地建物ファンド
2006. 10月	ガーデンヒルズ迎賓館 (大分)	2 Banquet	土地建物保有
2006. 11月	ガーデンヒルズ迎賓館 (松本)	2 Banquet	建物型SPC
2006. 12月	アーヴェリール迎賓館 (高松)	2 Banquet	建物型SPC
2007. 1月	ベイサイド迎賓館 (静岡)	1 Banquet	土地建物ファンド
2007. 2月	アクアガーデン迎賓館 (岡崎)	1 Banquet	建物型SPC
2007. 2月	アーセンティア迎賓館 (静岡)	1 Banquet	土地建物ファンド
2007. 3月	コットンハーバークラブ (横浜)	1 Banquet	建物型SPC
2007. 3月	ヒルサイドクラブ迎賓館 (札幌)	1 Banquet	土地建物保有

受注状況 (9月30日現在)

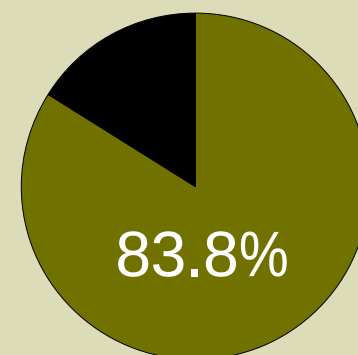


2006年

9月30日現在の予約組数 / 2007年3月期計画総組数



2005年



2004年

■ 受注獲得の遅れを挽回、昨年を上回る

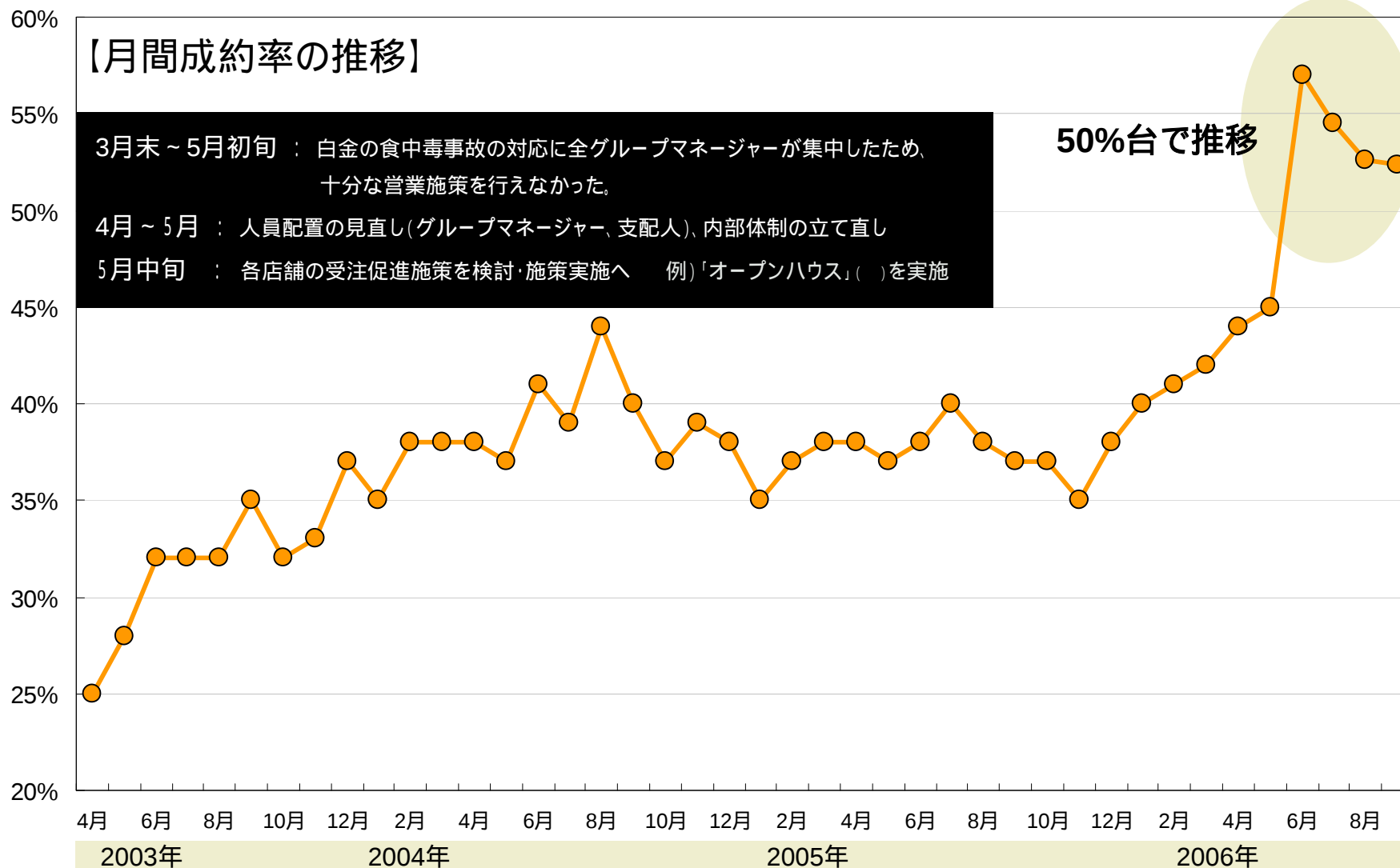
・内部体制立て直しの効果

統括者のマネジメントスキルの重要性を再認識

・達成率の低い店舗には集中的な対策を継続的に実施

フィールドトレーナーを設置し、集中的に接客スキル等の再教育を実施

組数達成に向けた取り組み

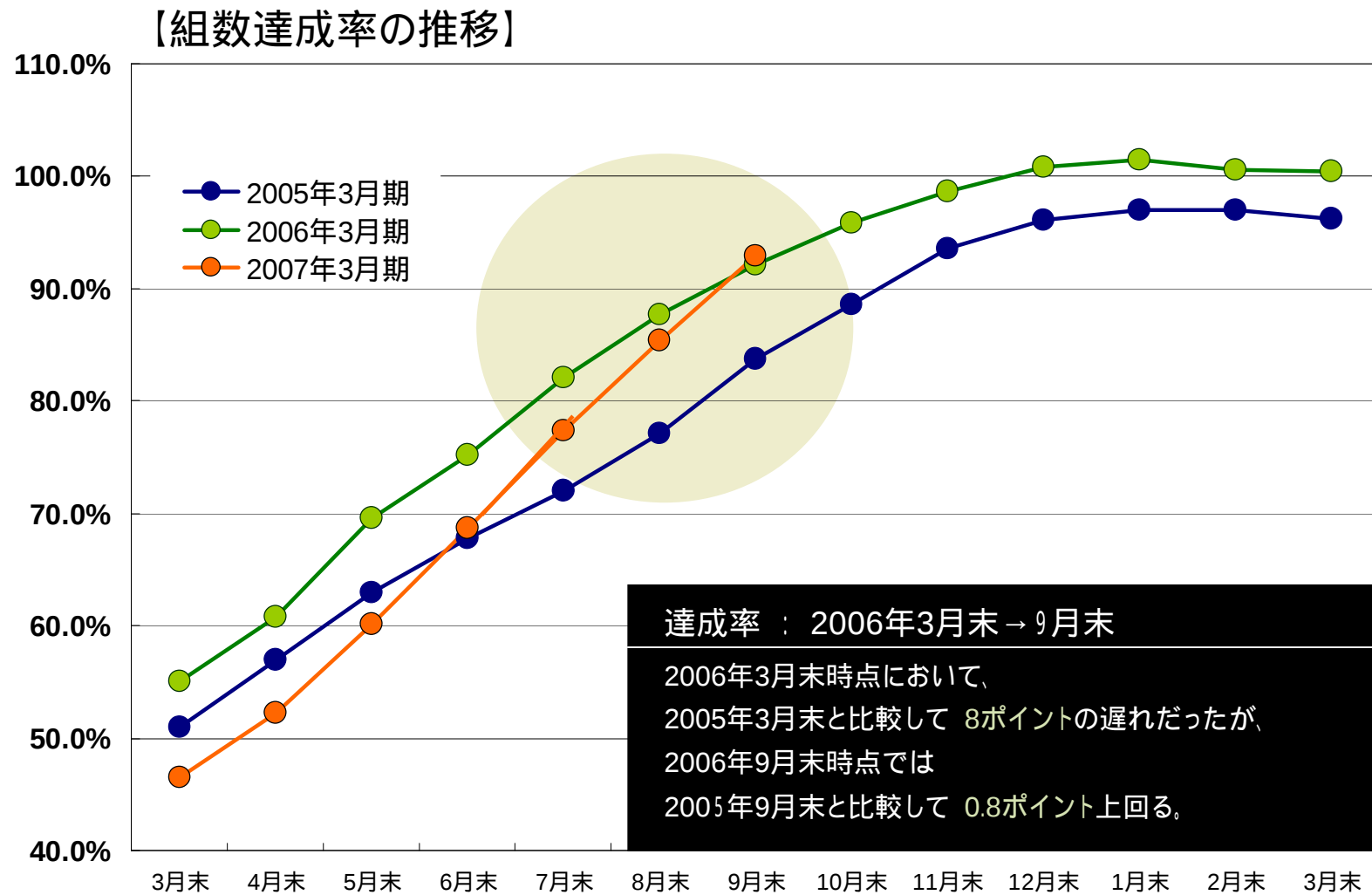


「オープンハウス」とは

通常、T & Gではお客様に店舗を見学していただくのに完全予約制としておりますが、一部の店舗では建物を完全開放する日程を設定しています。当日は挙式披露宴で実際に行われる数々の演出を自由に見ていただくことで、より具体的なパーティーのイメージを持っていただけます。

組数達成率の推移

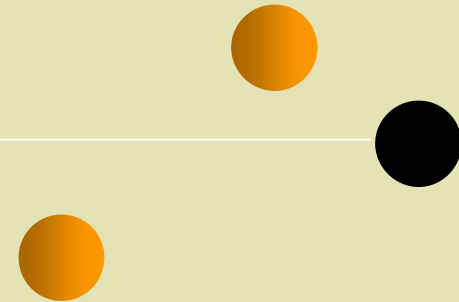
■ 9月末には前期水準の達成率までに、受注獲得の遅れを挽回



3

Progress of New Business

新規事業進捗状況



ポータルサイト事業

株式会社総合生活



2005年9月開設からPV数、訪問者数は順調な伸び
コンテンツの充実と共に、ユーザー側の認知度向上

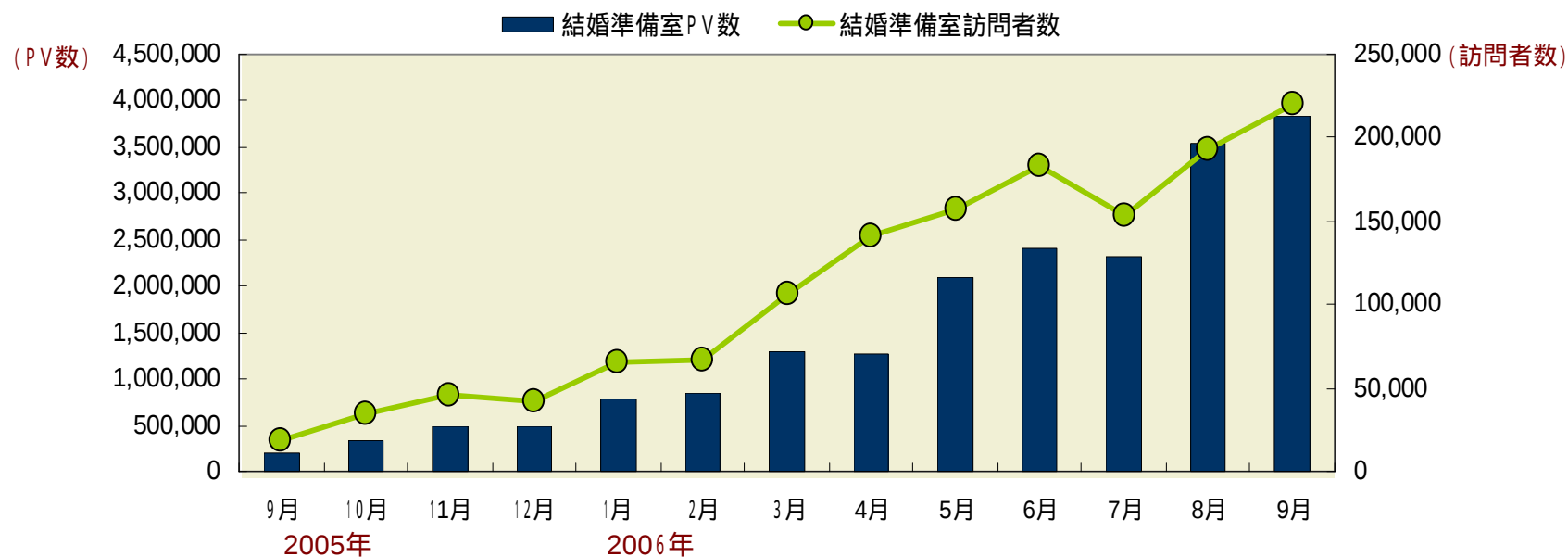
9月の実績

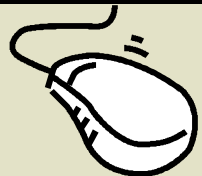
PV数: **3,831,708**
訪問者数: **220,173**

2007年3月期中間期(連結調整前)

売上高: 82百万円

経常利益: 3百万円

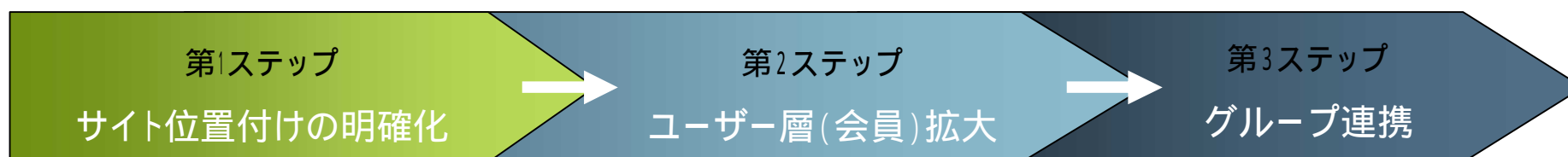




グループの集客エンジン機能

グループの強みを生かした仕組み作りと顧客データベース拡充が大きな役割

■ 運用プロセス



【ユーザーの認知促進】

- ・結婚準備に関わる詳細な情報提供
- ・“便利”、“役立つ”サイトとして認知拡大
- ・コンテンツ(Q&A、ブログ)の充実
- ・会員制度の導入

【ユーザー同士の情報交換】

- ・SNSの年内導入
- ・モバイルサイトの運用開始 (11/13～)
- ・Q&A・ブログのオープン化
- ・T&G施設利用以外の顧客、ゲストも
- ・EC(電子商取引)の導入
T&Gのプランナーが厳選した商品の取扱い
(ドレス、アクセサリ、手袋からウェルカムボードまで)

【集客と収益拡大】

- ・広告枠・種類の拡大
- ・EC: 販売対象商品の拡大
- ・別サイトの運営
招待客対象、新生活準備専門等サイト拡充
- ・ポイント制の導入
T&G全グループ適用の仕組み作り

SNS: Social Networking Serviceの略。登録制、招待制のコミュニティー型Webサイトで、「趣味」などの共通要因をキーワード別のネットワークや、「学生」「地域」などリアルな交流を前提としたネットワークなど多数存在している。



T & G 顧客利用率 6%超

下期中には単月黒字化、来期には通期黒字化の予定

2007年3月期中間期(連結調整前)

売上高:19百万円

経常損失:17百万円

9月末貸付残高:339百万円 9月末貸付組数:340組

融資残高が6億円以上となれば、単月黒字へ。

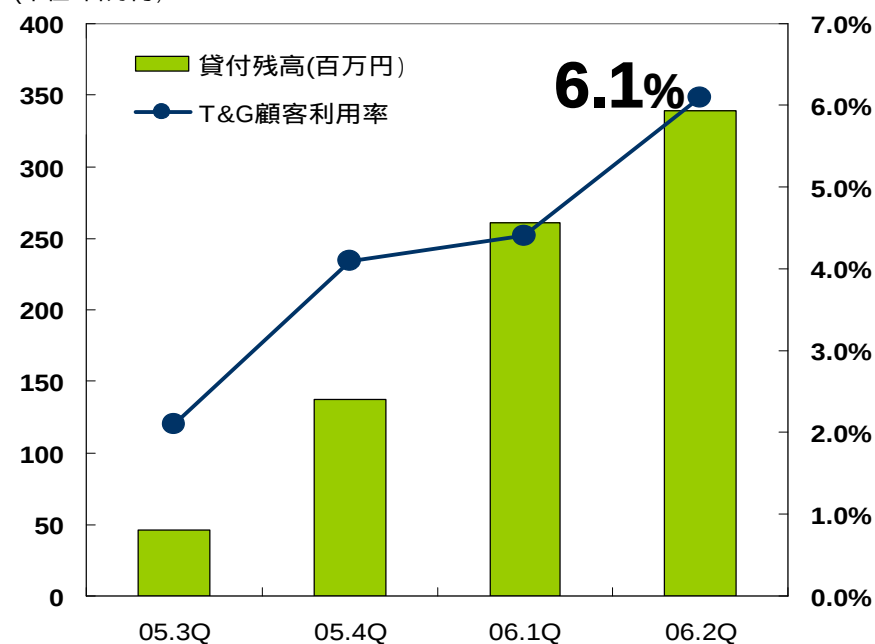
■ TOPICS

1組あたりの平均貸付金額
約120～130万円

お申し込み頂く割合
T&G顧客のうち約3割

貸倒実績
9月末時点において貸倒ゼロ

(単位:百万円)



貸付残高は各四半期末の数値



ブライダル融資事業：戦略進捗

株式会社ライフエンジェル

長期目標：婚礼市場全体のシェア10%獲得

■ Mission

ブライダルローン市場の創出 = 「結婚式を分割払いで」という新しい行動文化の普及
少子化対策の一環とし、結婚費用の障壁を低くし、挙式披露宴を行う人の層を拡大
T&Gプランナーとの連携強化により、無店舗・高収益経営を実現

現状 & ビジネス拡大に向けた施策

現状：安定運用に向けた体制作りとノウハウ蓄積

与信・回収体制の基盤確立：貸倒に備えた体制も完備（未だ貸倒ゼロ）

T&Gプランナーとの連携：プランナーの役割を明確にした案内マニュアルの導入

今後：体制確立に伴い、T&G以外の式場の顧客の利用促進

- T&G以外が運営する施設（専門式場、ホテル）11会場と契約済、他にもひき合いあり

プラス効果をもたらす外部環境

- 同業他社の参入（分割払いサービスの自社開発、信販会社との提携等）
 - ・ブライダル業界として必要性認知
 - ・顧客の選択肢拡大（＝ブライダルローンに対するイメージの払拭）



8月に第一種旅行業の資格を取得

独自サイト・オリジナル商品をもって、T&G顧客向けの営業本格化

2007年3月期中間期(連結調整前)

取扱金額: 207百万円

営業収入: 20百万円

経常損失: 22百万円

営業準備費用が先行したため

TOPICS

1件あたりの平均単価
約60～80万円

T&Gグループ施策

- ・グッドラック社(リゾートウェディング)からの送客
- ・参列者の移動・宿泊の取扱い





T&Gウェディングプランナーとの連携が成功のポイント

■ Mission

独自サイトを利用した無店舗販売 / 高収益体制を実現

付加価値の高いオリジナル商品の販売開始により、一般旅行会社との差別化を図る

現状 & ビジネス拡大に向けた施策

現状: 販売インフラの整備完了に伴い、営業本格化

今後の注力ポイント:

商品品揃えの拡充

- ・多様な商品の仕入れ実績作り
- ・オリジナル商品の企画には、T&G顧客のアンケートデータが必須
(新婚旅行で行きたい国の4割が南の島 第1弾オリジナル商品はモルディブ、タヒチ)
- ・アニバーサリトラベルならではの企画、特典付加を随時提案

T&Gプランナーとの連携強化

- ・送客: 接客マニュアル(紹介のタイミング、案内トーク etc.)、独自サイトの登録推進
- ・顧客の声を反映: プランナーに寄せられる顧客の悩みや、ご紹介した際の反応 等



2006年5月 第1号店代官山に続き、2店舗出店
2007年3月期は合計で6店舗の新規出店の予定

2007年3月期中間期(連結調整前)

売上高: 46 百万円

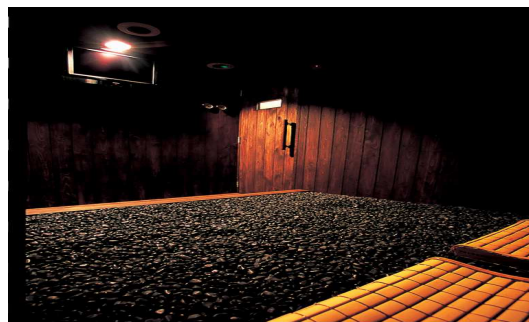
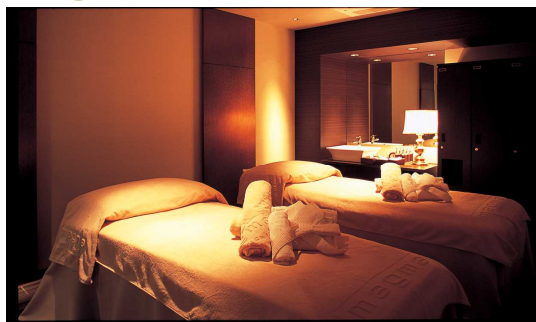
経常損失: 38 百万円

出店に関わる費用が先行したため

■ 今期出店計画

代官山(5月open)、福岡(9月open)、大阪(11月open)
表参道(11月open)、神戸(1月予定)、赤坂(3月予定)

magma RELAXATION SPA(代官山)



■ TOPIX

1人あたりの平均単価 : 約5,500 ~ 7,500 円 (溶岩浴のみ利用も含む、平均値算出)
スポーツジム併設型も新たに出店



■ Mission

将来のグループ展開を見据え、リピートビジネスのノウハウ蓄積
T&Gの出店実績を基に、出店モデルを確立し、来期以降スピード出店も視野

現状 & ビジネス拡大に向けた施策

現状：今期中は、店舗モデル（収益、組織体制）作り

- 税引後ROI30%以上の出店基準を基に、3パターンの収容人数別店舗モデルを確立

今後の注力ポイント：

集客ノウハウの蓄積（リピート促進及び新規開拓）

- ・効果的な広告／DM戦略
- ・新メニューの導入：フランス高級エステブランドの高単価トリートメントメニューの導入
女性客層の拡大（ブライダルエステの送客、口コミ効果）

出店に備えた人材育成（セラピスト）

- ・接客、施術マニュアルのみならず、T&Gグループの一員として収益意識の高い人材養成
- ・T&Gの研修プログラムの転用



利用者側の“受け入れやすさ”を重視したサービス展開により、市場拡大の可能性大

潜在的な需要の大きさと市場成長性

- 潜在需要
 - ・晩婚化と言われる中、結婚適齢期世代の大半は「結婚したい」意向
 - ・独身の理由は、「適当な相手にめぐり会えないから」が男女共40%以上
 - ・社会環境の変化により、出会いの機会が減少 “出会いの場”を求めるニーズ大

Data: 経済産業省「少子化時代の結婚関連産業の在り方に関する調査研究報告書」

- 市場成長性
 - ・結婚情報サービス市場規模は500 - 600億円
 - ・全国独身者約1,900万人のうち、利用者はわずか3%程度
 - ・大手事業者は、8%程度に留まり、個人事業者による結婚相談所が大半

Data: 総務省「平成17年国勢調査」

商品戦略 & 拡大戦略

完全専任制・・・「専属コンシェルジュ」による1対1のマッチングサポート

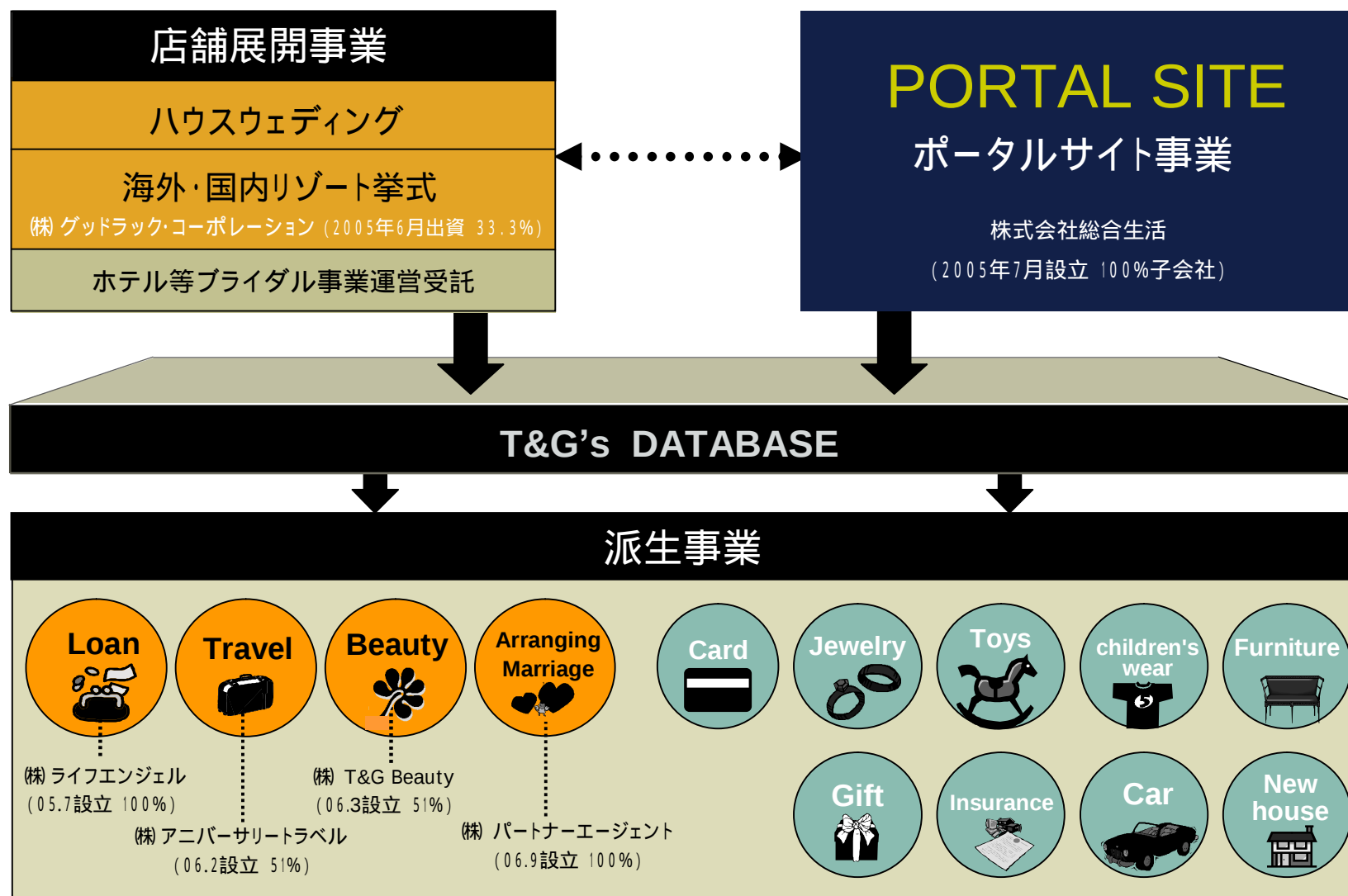
独自モデルの開発・・・マッチングロジック、アセスメントツール、コンシェルジュ養成カリキュラム

後払い制の導入・・・サービス対価の透明性、わかりやすい価格体系

法人向け営業の強化・・・今期中に100社獲得の見込み

中長期成長戦略概要

「店舗展開事業」に加え、「ポータルサイト事業」も開始
より多くの顧客データベースの拡大・蓄積を狙う

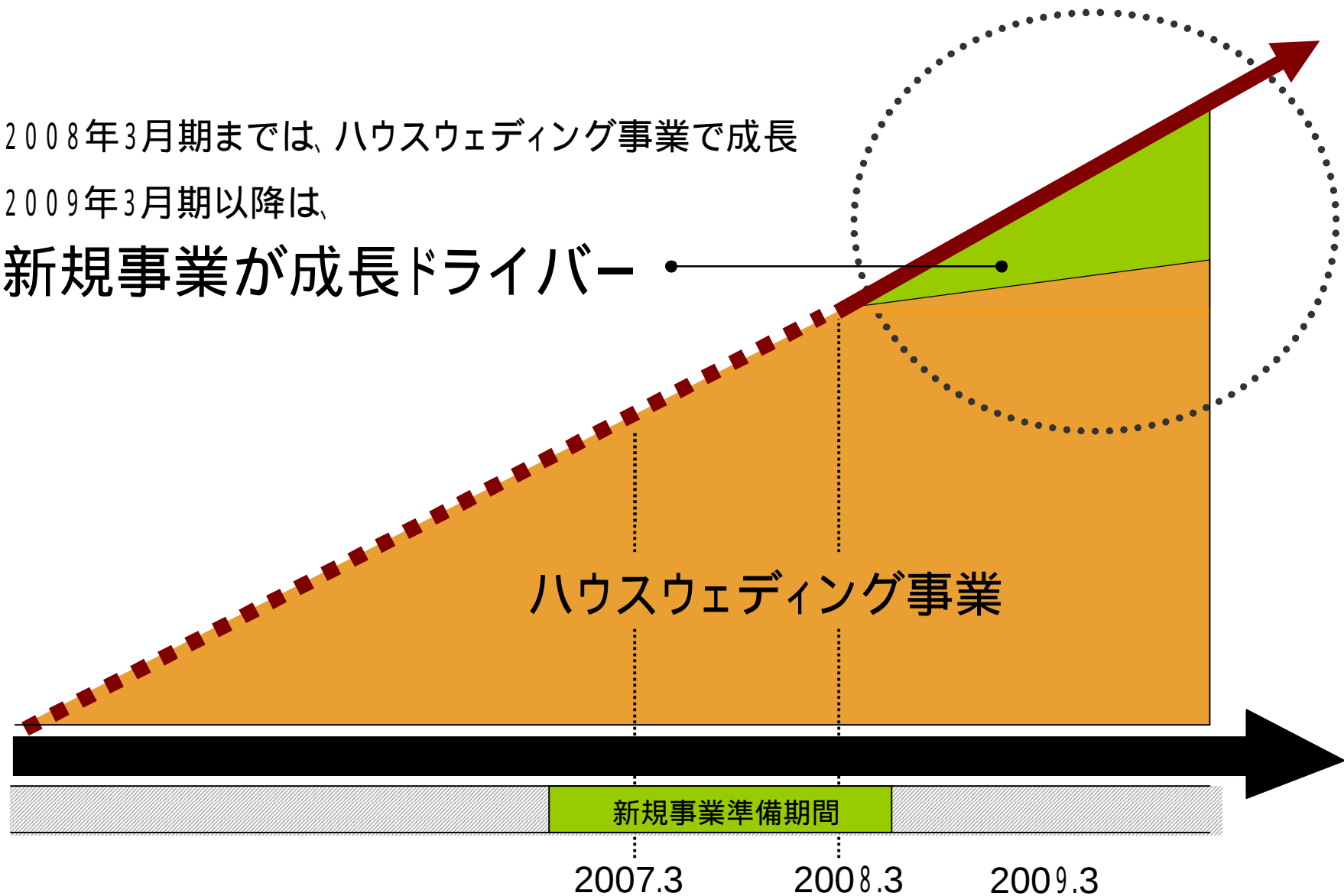


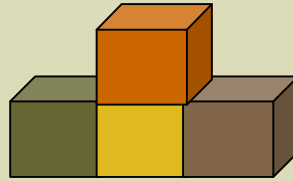
2006 → 2009

2008年3月期までは、ハウスウェディング事業で成長

2009年3月期以降は、

新規事業が成長ドライバー





T A K E A N D G I V E N E E D S

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2007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。

■ IR お問い合わせ先



代表取締役社長 : 野尻 佳孝

社長室 IR グループ : 吉村 美代子・堀 友美・浦川 智子

TEL : 03-5469-3070 Email : ir@tgn.co.jp

T&G

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