



July.29, 2004

TAKE AND GIVE, NEEDS

2005年3月期 第1四半期 決算説明資料

THE TERM
1st Quarter
MARCH, 2005

2005年3月期 第1四半期事業報告

T&G

売上高	：	46億54百万円	(前年同期23億50百万円	+98.0%)
経常利益	：	9億35百万円	(前年同期 3億92百万円	+138.2%)
当期利益	：	5億45百万円	(前年同期 2億 3百万円	+168.4%)

Point

1

■計画通りに直営店出店を実現 ⇒ 直営店事業が大幅に伸長

- 第1四半期末店舗数 → 9店舗 から 19店舗へ
- 直営店の事業比率 → 69.9% から 81.6%へ
- 売上総利益率 → 50.2% から 54.5%へ

2

■提携レストラン・直営店ともに、単価アップを実現 ⇒ 業績に貢献

- 提携レストラン単価 : 2,501千円⇒2,559千円
- 直営店単価 : 4,022千円⇒4,491千円

損益計算書 (2004年4月～2004年6月)

1st Quarter of
FY March 2005

単位 (百万円)

	2003/4-2003/6		2004/4-2004/6		対前年
売上高	2,350		4,654		+98.0%
レストラン提携型	612	26.1%	718	15.4%	+17.2%
直営店型	1,642	69.9%	3,799	81.6%	+131.3%
その他	95	4.0%	136	3.0%	+44.2%
売上総利益	1,180	50.2%	2,537	54.5%	+114.9%
販管費	772	32.8%	1,612	34.6%	+108.7%
営業利益	408	17.4%	924	19.9%	+126.6%
経常利益	392	16.7%	935	20.1%	+138.2%
当期純利益	203	8.6%	545	11.7%	+168.4%

	2003年6月末	2004年6月末
直営店数	9	19
バンケット数 ※	10	25
提携レストラン数	10	11

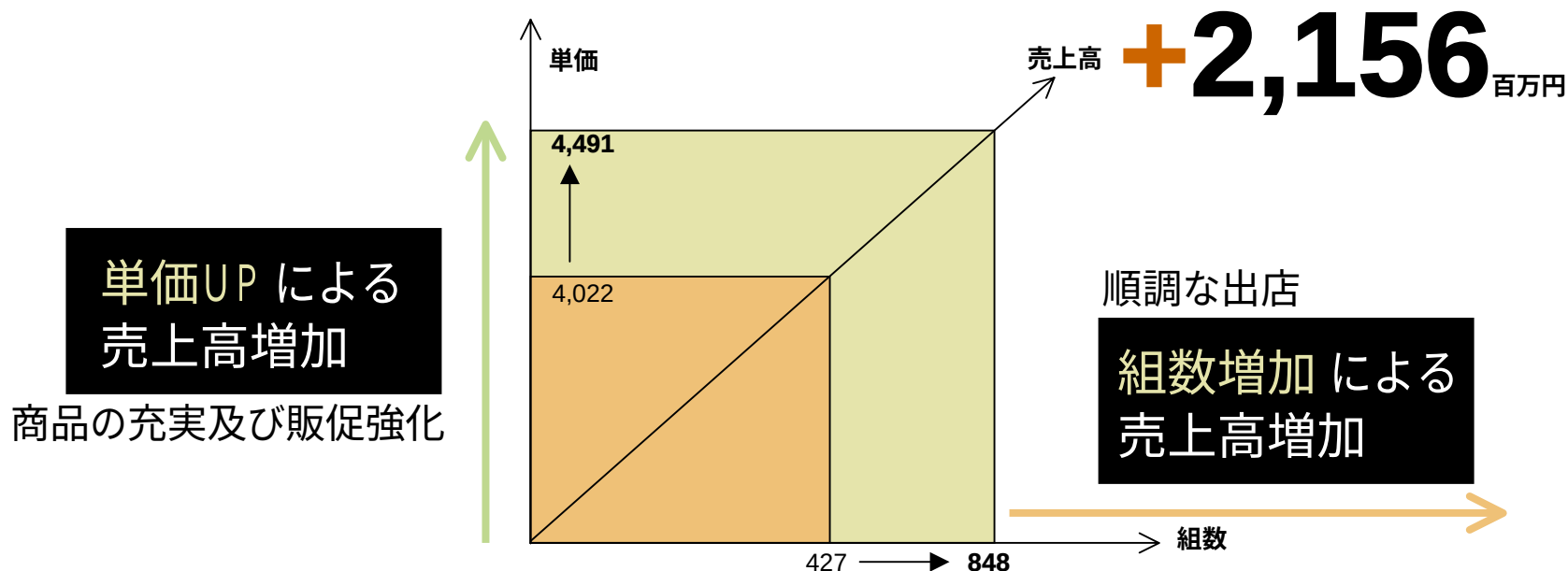
※直営店には1店舗に1つの挙式披露宴会場 (バンケット) をもつ「1バンケットタイプ」と1店舗に2つの挙式披露宴会場をもつ「2バンケットタイプ」があります。

- 売上高 **98.0%増** : 直営店舗数が増加 (2004年6月末店舗数で19店舗) ⇒ 直営店型部門の売上高が大幅に増加
提携レストランは単価及び受注が好調
- 売上総利益率 **4.3ポイント増** : 高収益である直営店型部門の売上高比率が**81.6%**まで増加
⇒全社的な売上総利益率が**54.5%**と、大幅に向上
- 営業利益 **126.6%増** : 店舗数増加に伴う営業費用の増加、開業前準備費用 (主に人件費、広告費) の増加、
及び管理部門の強化により全社的に販管費が増加(**108.7%増**)
⇒販管費増を上回る増収により前年同期より営業利益は**5億16百万円**の増加

★売上高のその他には、新規出店に伴う取引先からの協賛金、一般企業向け宴会、試食会など婚礼以外の売上を含んでおります。

売上高増加要因 (直営)

1st Quarter of
FY March 2005



	2003/4-2003/6	2004/4-2004/6	対前年
売上高(百万円)	1,642	3,799	+2,156
第1四半期末店舗数	9	19	+10
1バンケットタイプ	8	13	+5
2バンケットタイプ	1	6	+5
バンケット数合計	10	25	+15
組数 ※	427	848	+421
稼働率 (%) ※	77.5%	56.5%	
挙式披露宴単価(千円)	4,022	4,491	+11.7%

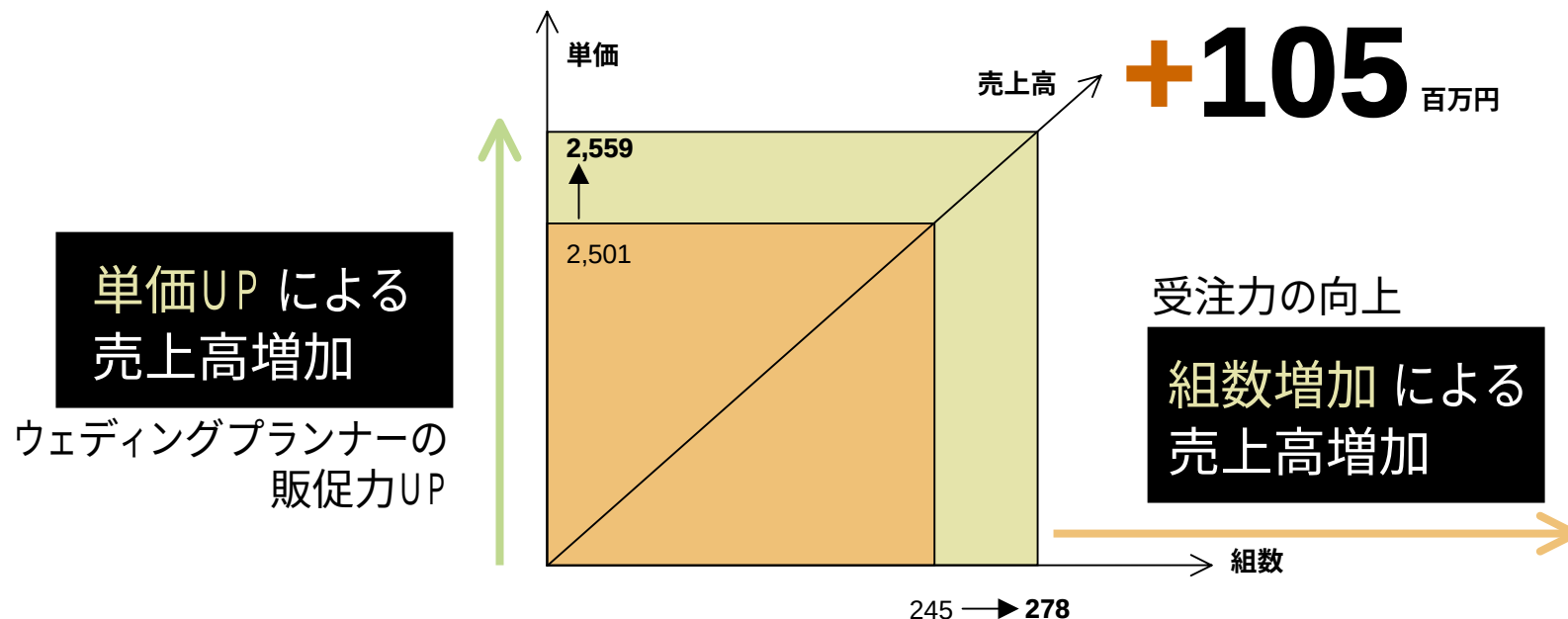
※組数には、挙式のみ組数がそれぞれ2003/4-2003/6 は24組、2004/4-2004/6は10組含まれています。
(2004/7現在、挙式のみ販売は中止しております。)

※2004/4-6において計画上、稼働率を低く設定している2バンケットタイプの割合が増加したため、稼働率が全体的に減少しておりますが、
上記の稼働率は当初の計画どおりの数値となっています。

(別添 APPENDIX A-11 参照)

売上高増加要因 (提携)

1st Quarter of
FY March 2005



	2003/4-2003/6	2004/4-2004/6	対前年
売上高(百万円)	612	718	+105
第1四半期末店舗数	10	11	+1
組数	245	278	+33
稼働率 (%)	43.8%	40.8%	
挙式披露宴単価(千円)	2,501	2,559	+2.3%

※設立以来継続しているレストラン提携事業は、ウェディングプランナーの受注力、販売力がバランスよく向上したことで、継続的な成長を実現しています。なお、2002/4-2002/6 の組数は231組、単価は2,463千円でした。

営業利益増加要因

1st Quarter of
FY March 2005

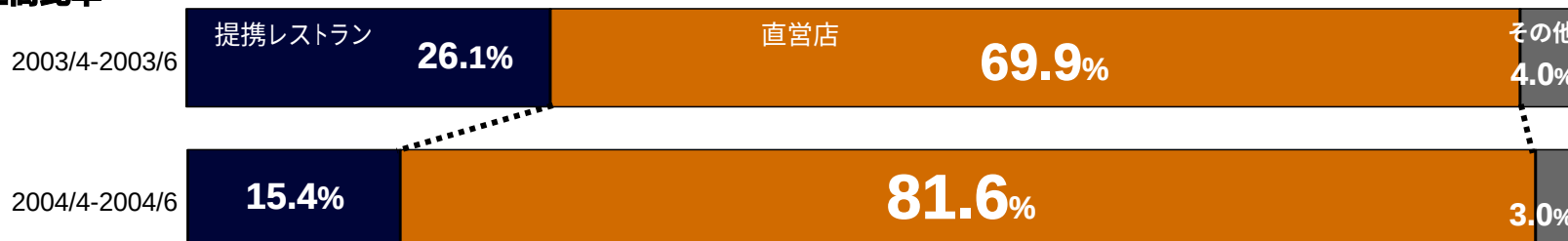
- 直営店の売上高比率増加により、売上総利益が大きく増加
- 結果として、販管費の増加を吸収し、大幅な増益を達成

売上高売上総利益率の向上

50.2% → 54.5%

収益率の高い直営店型の売上高比率の増加により向上

●売上高比率



	直営店	提携レストラン
単価(千円)	4,000～4,700	2,200～3,200
売上高売上総利益率 (%)	57～60	22～30

売上総利益増加: +13億56百万円

販管費増加: △ 8億39百万円

〔開業前準備費用(※)の増加: △1億32百万円 (110百万円 ⇒ 242百万円)
(2003/4-2003/6) (2004/4-2004/6)
管理部門強化に伴う費用の増加: △76百万円 (187百万円 ⇒ 263百万円)
(2003/4-2003/6) (2004/4-2004/6)
その他の販管費増加は、店舗数増加に伴った営業費用の増加です。〕

営業利益増加: + 5億16百万円

※当社の直営店は、原則として営業開始の8ヶ月前から受注活動を開始するため、営業開始前から広告費、人件費等の開業前準備費用が発生します。

既存店の状況

1st Quarter of
FY March 2005

- ・組数は、横ばい。単価は増加傾向に
- ・売上総利益率・営業利益率が向上し、全体的に増収増益

【業績比較（既存店合計値）】

	2003/4-2003/6	2004/4-2004/6	対前年
売上高 (百万円)	1,476	1,535	+4.0%
組数	348	341	△2.0%
単価	4,100	4,400	+7.3%
売上総利益 (百万円)	853	913	+7.0%
売上総利益率	57.8%	59.5%	
営業利益 (百万円)	486	531	+9.3%
営業利益率	32.9%	34.6%	

■ 上記の表は、2003年4月以前にOPENした店舗の売上高、売上総利益等を合計値で示しています。

■ 2003年4月以前にOPENした店舗:代官山・麻布・柏・白金・宇都宮・福岡平和・名古屋

【単価比較】

	2003/4-2003/6	2004/4-2004/6	対前年
1挙式披露宴出席人数 (人)	85	84	△1.2%
1人あたりの単価(円) 挙式披露宴平均単価/出席人数	48,236	52,377	+8.6%

貸借対照表 (2004年6月30日現在)

1st Quarter of
FY March 2005

■資産

(単位: 百万円)	2003/6	2004/3	2004/6	増減 (2004/6 vs 2003/6)	増減 (2004/6 vs 2004/3)
流動資産	1,329	5,976	4,299	+2,969	△ 1,677
有形固定資産	3,977	5,055	6,001	+2,024	+945
無形固定資産	75	94	107	+31	+12
投資その他の資産	909	3,124	3,777	+2,867	+653
総資産	6,291	14,250	14,185	+7,893	△ 65

■負債・資本

(単位: 百万円)	2003/6	2004/3	2004/6	増減 (2004/6 vs 2003/6)	増減 (2004/6 vs 2004/3)
流動負債	2,670	3,889	4,031	+1,361	+142
固定負債	2,124	3,475	2,699	+575	△ 775
資本	1,496	6,886	7,454	+5,957	+567
負債・資本合計	6,291	14,250	14,185	+7,893	△ 65

■資産の状況

・計画通りの出店に伴い、固定資産は16億11百万円の増加

関連勘定科目: 有形固定資産 (建物・構築物・建設仮勘定)

: 投資その他の資産 (長期貸付金 ← 建築協力金のため)

・2004年1月に実施した公募増資で得た資金を主に、出店費用へ充当したため、現金は減少

・有利子負債は2004年3月末時点から減少 5,209百万円 ⇒ **4,721**百万円へ

※今後、有利子負債を増加させない方針であり、今期は期中**約17億円の返済を予定**

・自己資本比率の向上 48.3% (2004年3月末) ⇒ **52.5%** (2004年6月末)

■負債・資本の状況

Progress of
TERM ENDED
MARCH, 2005

2005年3月期 進捗状況

T&G

	2005年 3月期 計画	2004年 3月期	対 前 年
売上高	216億75百万円	114億44百万円	+89.4%
経常利益	35億 1百万円	14億47百万円	+141.8%
当期利益	20億65百万円	6億74百万円	+206.2%

●13店舗の新規出店を計画

●収益性の高い直営店の比率 **73.1%** ⇨ **84.9%**

大幅に増加するため、**大幅な増収増益**

■ 今期13店出店予定の全店舗が**契約済み** (郡山・姫路・八事・富山は**OPEN済み**)

契約済み店舗一覧

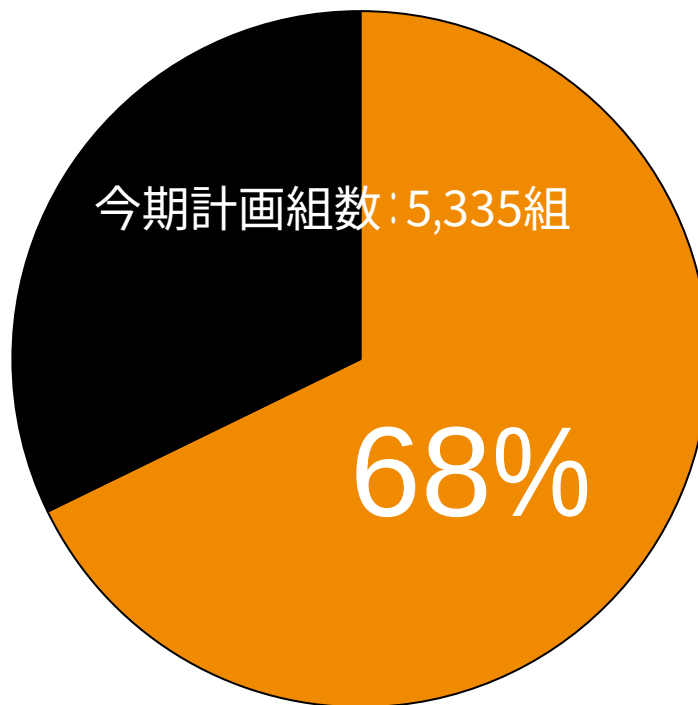
(2004年7月29日現在)

TYPE

2004. 4月	アーククラブ迎賓館 (郡山)	1 Banquet
5月	アーヴェリール迎賓館 (姫路)	1 Banquet
6月	アーヴェリール迎賓館 (名古屋八事)	1 Banquet
7月	アーヴェリール迎賓館 (富山)	2 Banquet
7月	アーククラブ迎賓館 (金沢)	2 Banquet
9月	アーヴェリール迎賓館 (大宮)	1 Banquet
9月	山手迎賓館 (横浜)	1 Banquet
10月	ベイサイド迎賓館 (横浜みなとみらい)	2 Banquet
11月	ヒルサイドクラブ迎賓館 (八王子)	2 Banquet
12月	アーセンティア迎賓館 (浜松)	2 Banquet
2005.1月	アーヴェリール迎賓館 (岡山)	2 Banquet
2月	ベイサイド迎賓館 (神戸)	1 Banquet
3月	山手迎賓館 (神戸三宮)	1 Banquet

●提携レストラン、直営店ともに受注は順調

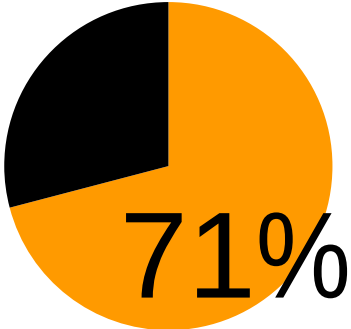
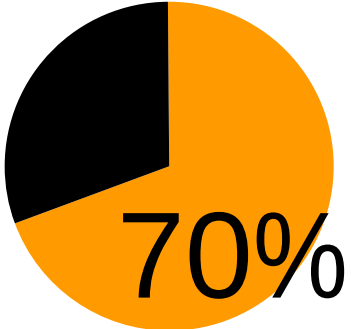
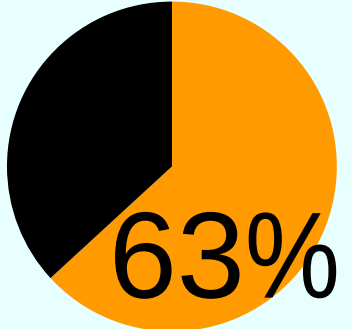
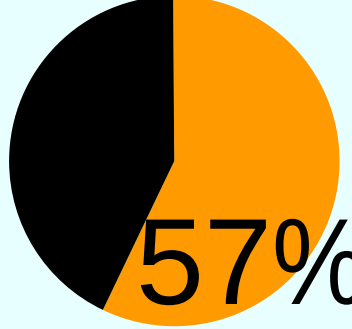
➡ 今期計画総組数に対し、68%の受注を達成 (2004年6月末現在)



(2004年6月末の実績・予約組数/今期計画組数)

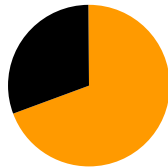
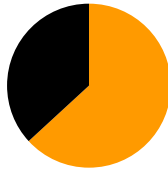
■ 受注の達成状況に地域差が生じている

➡ ゼクシィの集客力への影響力の差が原因

ゼクシィ 発行部数	4万部 以上	2~ 4万部	1.5~ 2万部	1.5万部 以下
ゼクシィ 発行エリア	首都圏／関西	東海／九州	東北／茨城・栃木・ 群馬／広島・岡山	静岡／北陸／新潟
達成率	 71%	 70%	 63%	 57%
対象店舗	代官山／麻布／白金／柏／八王子 ／横浜／みなとみらい／大宮／大阪 ／神戸／神戸三宮／姫路	名古屋／名古屋八事／福岡平和 ／福岡祇園／熊本	仙台／仙台泉中央／郡山／宇都宮 ／高崎／水戸／広島／岡山	浜松／富山／金沢／新潟

■ 当社出店エリアは婚姻組数も十分なマーケット

Data: 国土地理協会 住民基本台帳 人口要覧 (2002) / 東洋経済 地域経済総覧

	エリア	T&G出店都市	商圏人口	商圏婚姻組数	店舗数	バンケット数
 71%	首都圏／関西	東京23区	9,084,987	68,702	3	3
		横浜市	3,651,502	26,094	2	3
		さいたま市	1,242,601	8,778	1	1
		八王子市	408,242	2,288	1	2
		柏市	405,681	2,510	1	1
 70%	東海／九州	大阪市	4,038,513	29,704	1	1
		神戸市	1,820,611	11,120	2	2
		姫路市	616,581	4,005	1	1
		名古屋市	2,858,469	19,434	2	2
		福岡市	1,765,894	13,363	2	2
 63%	東北／茨城・栃木・群馬／ 広島・岡山	熊本市	838,652	5,632	1	1
		仙台市	1,238,524	8,758	2	3
		郡山市	417,418	2,720	1	1
		宇都宮市	611,237	4,663	1	2
		水戸市	405,269	2,704	1	2
		高崎市	358,407	2,459	1	2
		広島市	1,302,933	8,561	1	2
 57%	静岡／北陸／新潟	岡山市	794,540	5,397	1	2
		浜松市	709,749	4,939	1	2
		金沢市	527,370	3,540	1	2
		富山市	422,366	2,669	1	2
		新潟市	665,642	3,987	1	2

参考) 当社では、商圏人口が30万人以上の都市を出店対象として検討しております。

〔未出店で現在検討対象の都市〕 札幌市／京都市／川崎市／北九州市／千葉市／堺市／静岡市／相模原市／鹿児島市／船橋市／東大阪市／松山市／尼崎市
松戸市／川口市／市川市／西宮市／大分市／倉敷市／横須賀市／長崎市／福山市／岐阜市／枚方市／豊中市／和歌山市／藤沢市／町田市／奈良市／豊橋市
いわき市／長野市／旭川市／高槻市／豊田市／吹田市／岡崎市／高松市／川崎市／高知市／所沢市／秋田市／越谷市／宮崎市／那覇市／青森市／福島市
四日市市／盛岡市／大津市／春日井市／前橋市／市原市／八尾市／一宮市／徳島市／加古川市／茨木市／山形市／平塚市／下関市／福井市／寝屋川市

■ 当面の課題は、ゼクシィの影響力が弱いエリアの集客強化と認識

➡ メディアミックスによる様々な広告掲載により、集客力をアップさせる

Media MIX 広告戦略

媒体出稿

結婚情報誌

リクルート社ゼクシィほか、各地域の結婚情報誌に積極的に出稿

女性誌

Oggi, MORE等、若い女性に人気の全国女性誌に広告掲載

TVCM ラジオCM

地方エリアを中心に15秒・30秒の2パターン放映

折込チラシ

地方エリアを中心に発行 **10~20万部/発行**

タウン誌

各エリアに出稿

電車中吊広告

全車両一斉広告

看板 他

看板・ポスティング



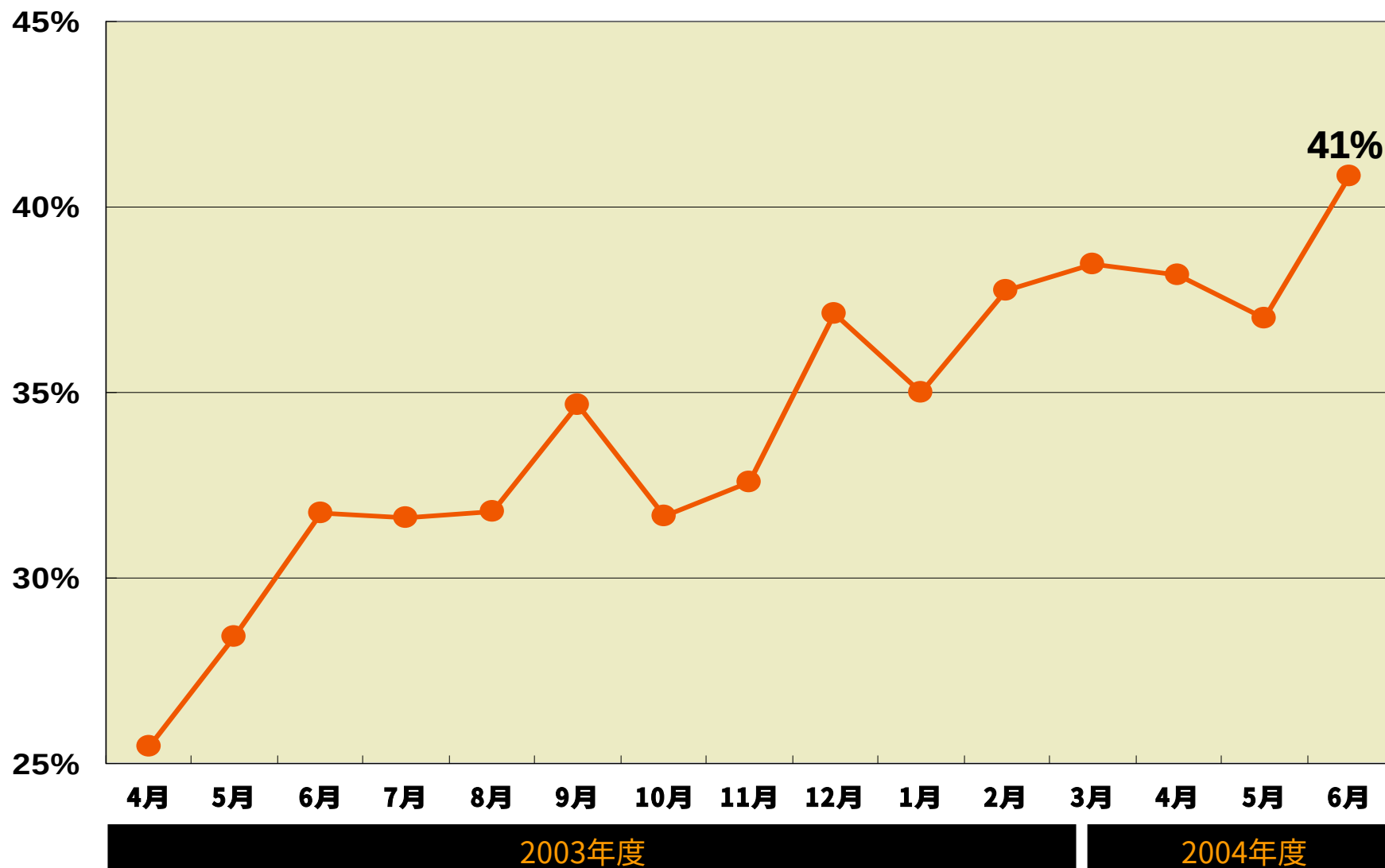
ホームページ・検索エンジン

魅力のHP、キーワード検索広告→アクセス確保

様々な媒体から注目・記事掲載

5年間で1万件以上のメディア掲載

■全社的にプランナーの教育成果が現れ、成約率も上昇傾向



※成約率=受注数／接客数

■商品力の強化

・競争が増えていく中、今まで以上に「T&Gならではの」サービスを強化できるか

⇒ エンターテインメント商品等オリジナル商品の強化

■人材の教育

・新規出店に伴い、人員は今後も大幅に増加

392名 (2004.6末) ⇒ 624名 (2005.3末 予定)

⇒ 組織体制の強化、マネージャーの育成に注力

・ウェディングプランナー、シェフ等職種別の教育を強化することが必要

⇒ 勉強会の実施、情報共有ツール (インターネット会議、顧客カルテ等) の積極活用

■管理体制

・施設管理の徹底 ⇒ 専門会社 ((株) 太平エンジニアリング) へ施設管理及びチェックを委託

・衛生管理の徹底 ⇒ 専門会社 ((株) 町田衛生予防研究所等) によるキッチン及びシェフの衛生検査を実施

・労務管理の徹底 ⇒ 各会場で業務の効率化及び作業環境の整備など、勤務時間管理を徹底



本資料は、2005年3月期第1四半期の業績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。また、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 担当：吉村 美代子

TEL : 03-5469-3070 e – MAIL : ir@tgn.co.jp

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

T&G

Appendix -1

市場動向及びT&Gの優位性



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 280万円

74万組×280万円 = 約2兆円

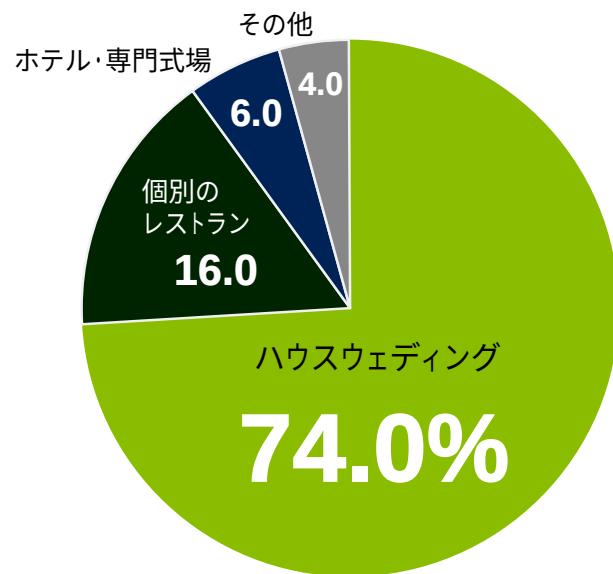
■2003年 婚姻組数 … 740,220 組

Source:2003 厚生労働省人口動態統計

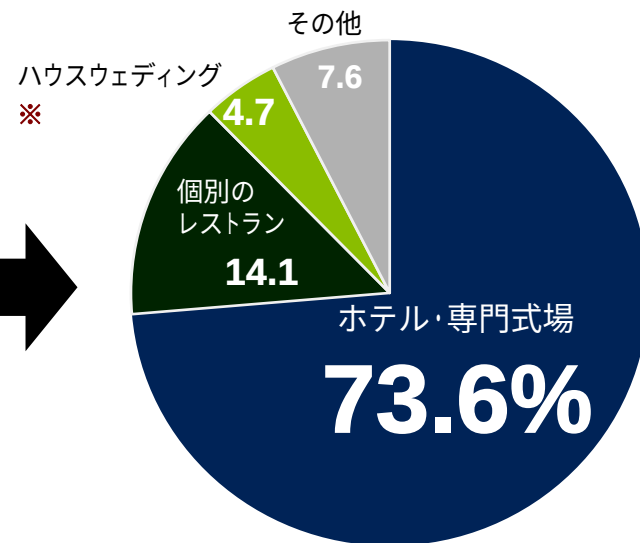
■2002年 挙式披露宴費用(全国) 280万円
(首都圏) 263万円

Source:リクルート「ゼクシィ」結婚トレンド調査

顧客ニーズの変化と需給ギャップ



T & Gホームページアンケート
(対象期間2002.4/1～2003.10/31)

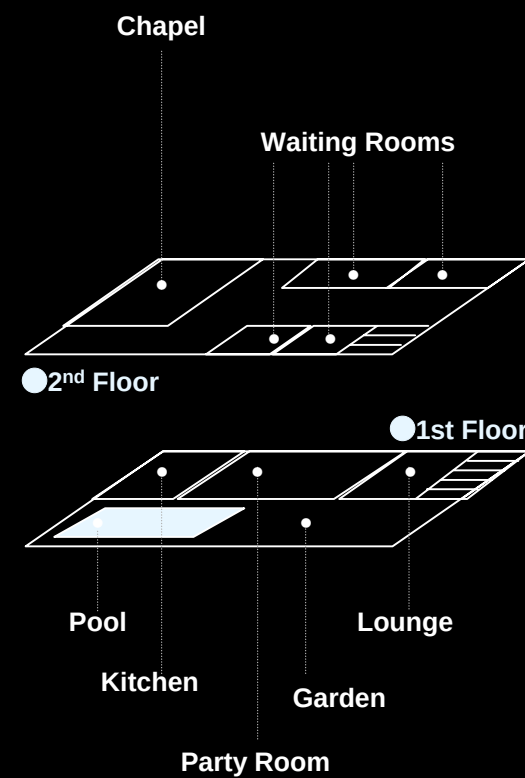


ゼクシィ結婚トレンド調査2003 リクルート社

- ・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**5%未満**
- ・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。

T & Gの優位性 ① 商品 (ハード)



- ・欧米の豪華な邸宅をイメージした外観をもつ会場内に、チャペル、バンケット、控え室など、すべてを完備。
- ・敷地内には、ガーデンやプールなどを備え、非日常的な演出を可能にする施設を全会場に用意。

T & Gの優位性 ① 商品 (ソフト)



- ・料飲商品：本格フレンチを、手作りでオリジナルメニューにてご提供
- ・付帯商品：様々なラインアップにより、質の高い商品をご提供
- ・サービス：専属のウェディングプランナーが、オーダーメイドのウェディングを提供

➡ 常に、お客様の「ニーズ」に合った商品をご提供

T&G's Original Entertainment Service

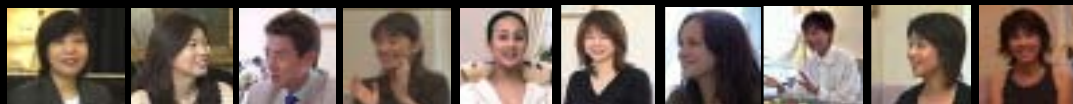
Yasushi Akimoto Presents



‘56年5月2日生まれ 中央大学文学部中退
高校時代から放送作家として頭角をあらわし、数多くの番組構成を手がける。
‘83年ごろから作詞家として活躍。20代後半から30代前半までの人はよくご存知のおニャン子クラブ、小泉今日子「なんてったってアイドル」やとんねるずの数々のヒット作を手がけ、美空ひばりの「川の流れるように」は幅広く親しまれている。最近では中島美嘉の「STARS」など。
野尻佳孝の経営観とハウスウェディングに共感し、T & GのCMに親子で出演するなど、共同で仕掛けていくことにお互いの意志が一致。

秋元 康氏による「協力ウェディングプロジェクト」、続々始動

— T&Gホームページ上における著名人対談



— 著名人Message Video



— TV Program 「T&Gで結婚しました」

T&Gで
結婚しました

秋元 康氏 Presents

2004年7月3日~ オンエア (東京MXTV)



Talent List

- Announcer
- Singer
- Comedian
- Magician
- Others 多数

■ウェディングプランナーが人気職種に

“カリスマプランナー” 有賀 明美の活躍

■全国的に、多くの応募

新卒採用 (募集:10名)

2003年度新卒採用 (昨年) 応募者:約5,000名

2004年度新卒採用 (今年) 応募者:約10,000名

中途採用 (募集:若干名)

都内開催会社説明会 (1ヶ月～1ヶ月半に1度開催) 応募者:200名以上

地方説明会 (募集:4名～8名)

100～150名



各種メディアへの掲載



日本全国にて講演、講習会を実施

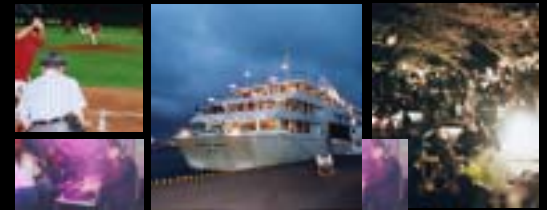


WEDDING PLANNER

今までにないウェディングパーティーを実現できる人材を教育

- プランナー全員が商品開発担当
- 企画力・発想力・実行力を養うため社内イベントを積極的に実施
- 原価計算を理解し、ディスカウント権限を持つことで高い利益意識を養う
- 日本全国のパーティー情報をプランナー全員で共有

—顧客カルテ・勉強会の実施により全プランナーがすべてのパーティー内容を把握。アイデアの共有化へ



MANAGER

経営者の視点・スキルを持つ、マネージャー/幹部候補の育成

- 週1回のインターネット会議、月に1回の営業会議で情報共有・勉強会
- 経営者育成塾-野尻塾-の実施
- 完全独立採算制 (経営者としての意識)

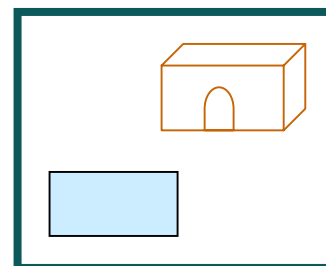
T & Gの優位性 ④ 財務体質 (高収益モデル)

■1バンケットタイプ収支モデル

投資① (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 ②	93	15.9%
ROI (②/①)	30.1%	

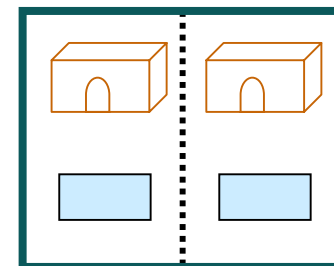
(単位: 百万円)

出店基準 = 3年回収



1 Banquet Type

2 Banquet Type



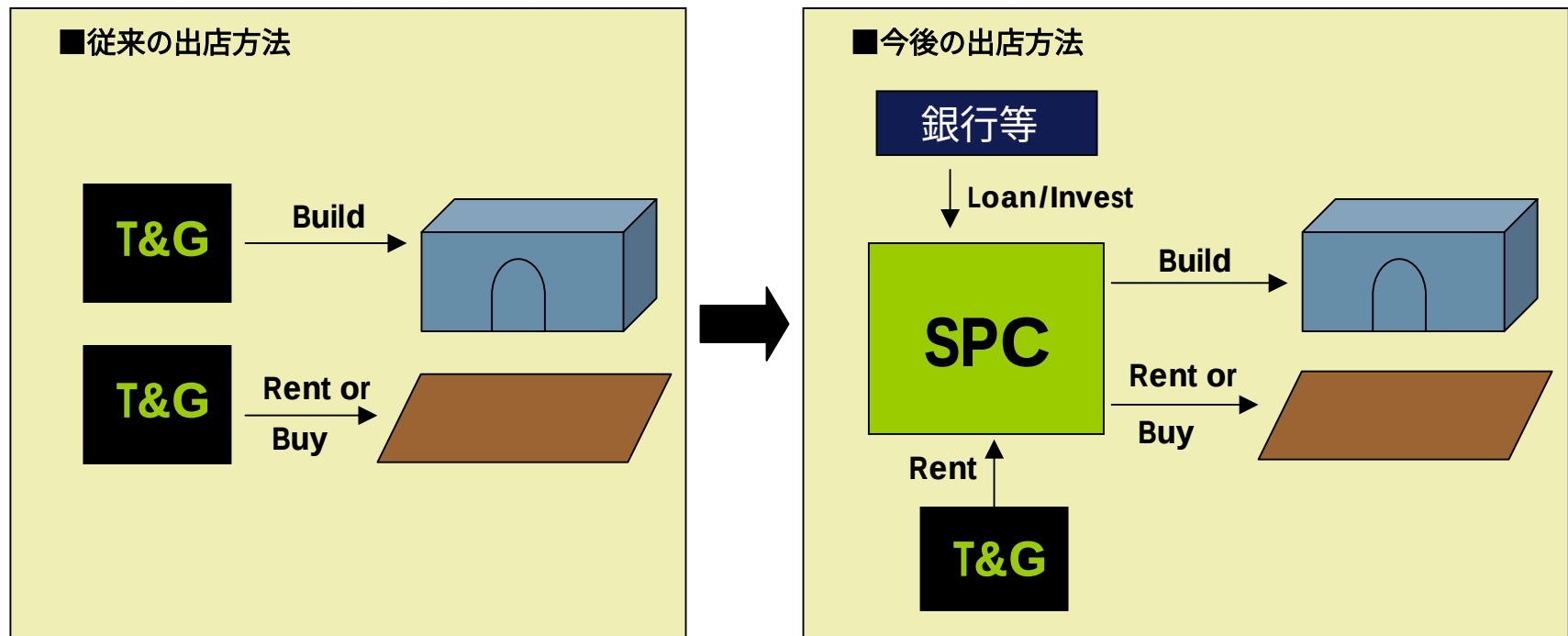
※当社では、1つの敷地内に1つの邸宅風施設を設置する「1バンケットタイプ」と1つの敷地内を完全に2つに仕切り、2つの邸宅風施設を設置する「2バンケットタイプ」の2つの店舗タイプを設定しています。

※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。

T & Gの優位性 ④ 財務体質 (不動産流動化スキーム)

SPC & REIT

不動産流動化スキームの活用で、バランスの良い財務体質を実現



初期投資を抑えた出店により、財務指標の大幅な改善へ

●有利子負債ゼロ (= 無借金) へ

● ROE 30 % 以上 ROA 20 % 以上 へ

Appendix -2

T & Gのビジネスの基本情報及びデータ

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－

当社は設立当初、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（レストラン提携型ハウスウェディング）。

※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。

※2001年6月より直営店型の店舗の展開を行っております。

■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

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.

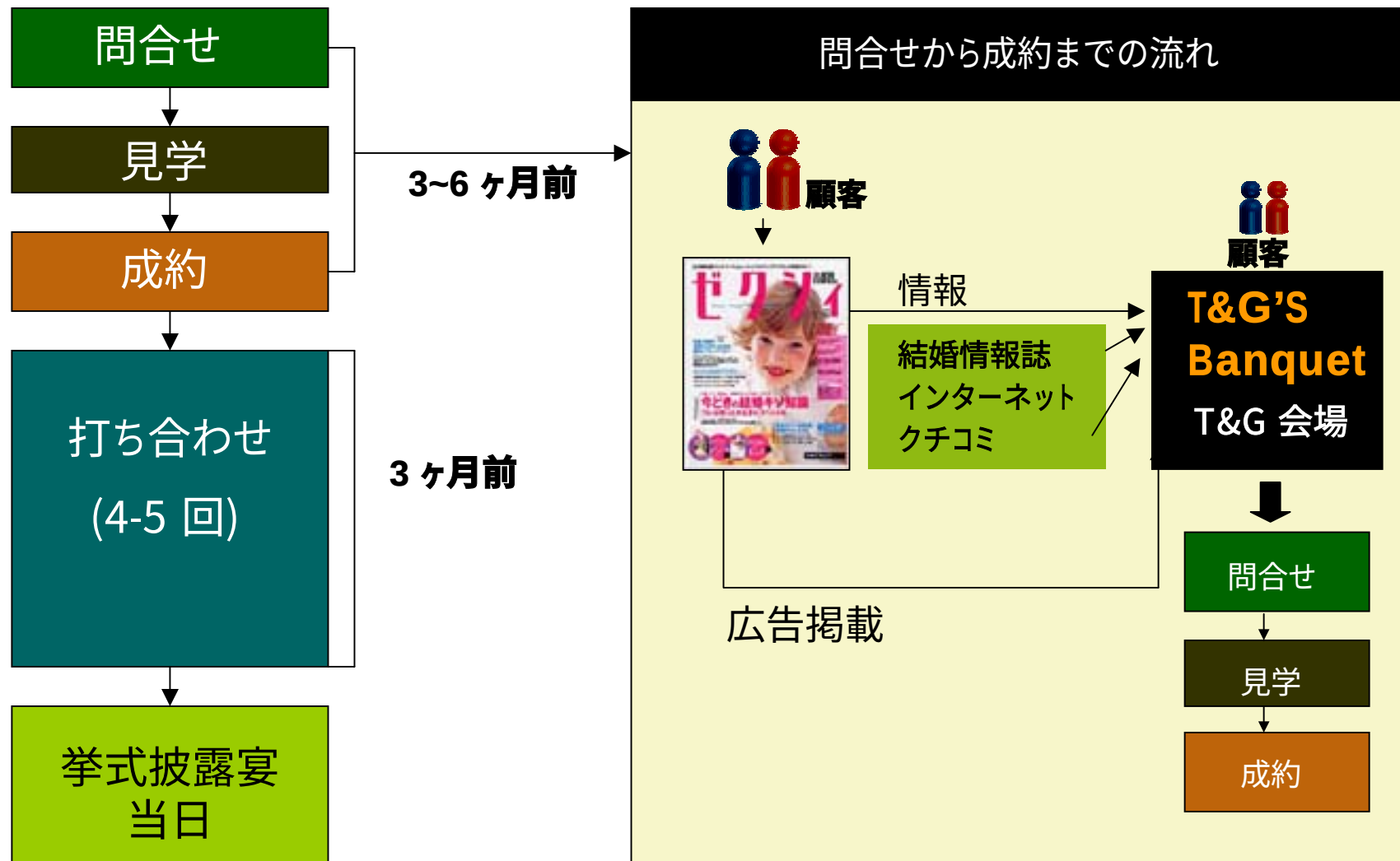
■顧客単価例 (80名様の場合)

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	150,000	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	1,790,000	
FOOD	2,000,000	フルコース
DRINK	320,000	フリードリンク
CAKE	80,000	オリジナル生ケーキ
小計	2,400,000	
サービス料(10%)	240,000	
料飲商品計②	2,640,000	
合計 (①+②)	4,430,000	

直営店オープンモデル

オープンの8ヶ月前から 開業前準備費用が発生





直営店一覧

(2004年7月現在)

	店舗名	出店地	契約形態	開店	タイプ	備考
1	アーカンジェル代官山	東京都目黒区	定期借地	2001/8/24	1B	
2	麻布迎賓館	東京都港区	定期借家	2002/6/29	1B	森トラスト株式会社所有物件
3	アーセンティア迎賓館	千葉県柏市	定期借地	2002/9/17	1B	
4	アーフェリーク白金	東京都港区	定期借家	2002/12/1	1B	建築協力金
5	アーカンジェル迎賓館(宇都宮)	栃木県宇都宮市	定期借地	2003/2/1	2B	
6	アーカンジェル迎賓館(福岡)	福岡県福岡市	定期借地	2003/3/1	1B	
7	アーカンジェル迎賓館(名古屋)	愛知県名古屋市	SPC	2003/4/5	1B	2004年3月 SPCへ売却
8	アーカンジェル迎賓館(仙台)	宮城県仙台市	定期借家	2003/6/7	1B	建築協力金
9	アーフェリーク迎賓館(福岡)	福岡県福岡市	SPC	2003/8/2	1B	2004年3月 SPCへ売却
10	アーフェリーク迎賓館(熊本)	熊本県熊本市	定期借地	2003/10/4	1B	
11	アーセンティア迎賓館(仙台)	宮城県仙台市	定期借家	2003/11/29	2B	建築協力金
12	アーセンティア迎賓館(高崎)	群馬県高崎市	定期借家	2003/12/6	2B	建築協力金
13	アーセンティア迎賓館(大阪)	大阪府大阪市	定期借地	2003/12/13	1B	
14	アーククラブ迎賓館(水戸)	茨城県水戸市	定期借地	2004/1/10	2B	
15	アーククラブ迎賓館(広島)	広島県広島市	定期借家	2004/2/1	2B	建築協力金
16	アーククラブ迎賓館(新潟)	新潟県新潟市	定期借家	2004/3/6	2B	建築協力金
17	アーククラブ迎賓館(郡山)	福島県郡山市	定期借地	2004/4/3	1B	
18	アーヴェリール迎賓館(姫路)	兵庫県姫路市	定期借地	2004/5/1	1B	
19	アーヴェリール迎賓館(八事)	愛知県名古屋市	定期借地	2004/6/5	1B	
20	アーヴェリール迎賓館(富山)	富山県富山市	定期借家	2004/7/3	2B	建築協力金
21	アーククラブ迎賓館(金沢)	石川県金沢市	定期借家	2004/7/31	2B	建築協力金
22	アーヴェリール迎賓館(大宮)	埼玉県大宮市	定期借地	2004/9(予)	1B	
23	山手迎賓館(横浜)	神奈川県横浜市	定期借地	2004/9(予)	1B	
24	ベイサイド迎賓館(横浜みなとみらい)	神奈川県横浜市	定期借地	2004/10(予)	2B	
25	ヒルサイドクラブ迎賓館(八王子)	東京都八王子市	リース	2004/11(予)	2B	ダイヤモンドリース㈱と契約
26	アーセンティア迎賓館(浜松)	静岡県浜松市	定期借家	2004/12(予)	2B	建築協力金
27	アーヴェリール迎賓館(岡山)	岡山県岡山市	定期借地	2005/1(予)	2B	
28	ベイサイド迎賓館(神戸)	兵庫県神戸市	定期借地	2005/2(予)	1B	
29	山手迎賓館(神戸三宮)	兵庫県神戸市	定期借地	2005/3(予)	1B	

閑静な住宅街

デートスポット・人の集まるエリア

主要幹線道路沿い

主要駅の近辺

提携レストラン一覧 (2004年7月現在)



アンティコ ブッテロ
/ イル ブッテロ



リヴァデリエトゥルススキ



寺子屋



ヴィア アクアサンタ



マノワール・ディノ



クイーンアリス迎賓館



リストランテ アガペ



クイーンアリス
イクスピアリ



フェリチタ



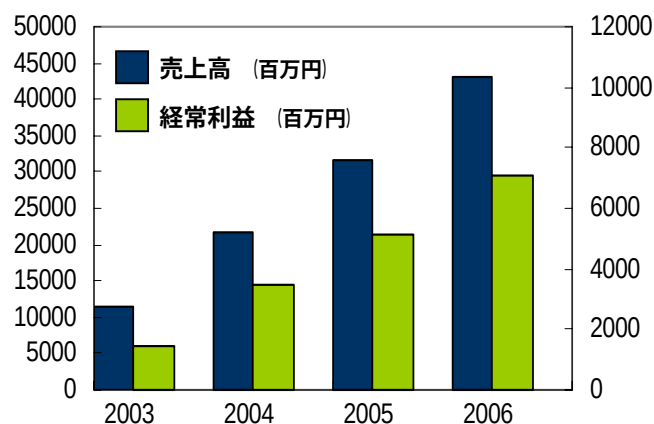
ブルーポイント

営業開始	レストラン名
1998/10	アンティコ ブッテロ (東京都渋谷区)
1999/02	リヴァデリ エトゥルススキ (東京都港区)
1999/05	寺子屋 (東京都小金井市)
1999/12	ヴィア アクアサンタ (東京都港区)
2000/01	マノワール・ディノ (東京都渋谷区)
2000/04	クイーンアリス迎賓館 (東京都港区)
2000/06	リストランテ アガペ (東京都港区)
2000/07	クイーンアリス イクスピアリ (千葉県浦安市)
2000/12	フェリチタ (東京都港区)
2000/12	イル ブッテロ (東京都渋谷区)
2004/02	ブルーポイント (東京都港区)

3ヵ年中期収益計画 (2004年5月17日公表)

単位 (百万円)

	2003年度	2004年度	対前年	2005年度	対前年	2006年度	対前年
売上高	11,444	21,675	+89.4%	32,153	+48.3%	42,961	+33.6%
経常利益	1,447	3,501	+141.8%	5,146	+47.0%	7,156	+39.1%
経常利益率	12.7%	16.2%		16.0%		16.7%	
当期利益	674	2,065	+206.2%	3,036	+47.0%	4,222	+39.1%
当期利益率	5.9%	9.5%		9.4%		9.8%	
期末店舗数	27	41	+14	55	+14	69	+14
直営店	16	29	+13	43	+14	57	+14
1バンケットタイプ	10	17	+7	24	+7	31	+7
2バンケットタイプ	6	12	+6	19	+7	26	+7
提携レストラン	11	12	+1	12	±0	12	±0



【策定前提】

- ・2005年度及び2006年度
➡ 直営店を新規に各14店舗出店予定。
- ・2007年度以降の直営店新規出店は計画しておりません。
- ・2005年度以降の新規出店は、
すべてSPCによる出店を前提としております。

T&G's Profile

社名

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

本社

〒107-0062
東京都港区南青山六丁目7番14号
TEL.+81-3-5469-3070

役員

(2004年6月29日付)

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

設立

1998年10月

資本金

2,948,600千円

社員数

392 名(2004年6月30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)
アークラブ迎賓館 (水戸)
アーヴェリール迎賓館 (大宮) 04/9 (予)
山手迎賓館 (横浜山手) 04/9 (予)
ベイサイド迎賓館 (横浜みなとみらい) 04/10 (予)
ヒルサイドクラブ迎賓館 (八王子) 04/11 (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)
アークラブ迎賓館 (郡山)

■ 北陸/中部地区

アーカンジェル迎賓館 (名古屋)
アークラブ迎賓館 (新潟)
アーヴェリール迎賓館 (名古屋) 04/6 (予)
アーヴェリール迎賓館 (富山)
アークラブ迎賓館 (金沢)
アーセンティア迎賓館 (浜松) 04/12 (予)

■ 近畿/中国地区

アーセンティア迎賓館 (大阪)
アークラブ迎賓館 (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) 05/1 (予)
ベイサイド迎賓館 (神戸) 05/2 (予)
山手迎賓館 (神戸三宮) 05/3 (予)

■ 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)

