

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2014年3月期

第2四半期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2014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@tn.co.jp

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

I . 2014年3月期 第2四半期連結決算概要

1. 総括
2. 通期業績計画の修正
- 3-1. 連結 損益計算書
- 3-2. 連結 貸借対照表
4. 2014年3月期 配当予想について
5. 株式分割及び単元株制度の採用

P4-17

P5

P6

P7-14

P15-16

P17

P18

II . 2014年3月期 重点施策及びTopics

1. 2014年3月期 重点施策
2. Topics

P19-P30

P20

P21-30

Results of Second Quarter
FY Ending March 2014

2014年3月期 第2四半期連結決算概要

I 1. 2014年3月期第2四半期累計期間 総括

売上高過去最高、営業利益10.8億円(前年比2.5倍)
第2四半期累計期間・通期業績計画を上方修正

||| T&G直営店の取扱組数は過去最高、単価も好調
T&G直営店の挙式披露宴単価は411万円(前年比**13**万円増)

||| 海外・リゾートウェディング事業は業績拡大
海外売上高は順調に推移し、前年同期比**23**%増

||| ホテル提携増加による婚礼受託事業の拡大
コンサルティング型(*)取扱高は前年同期比**27**%増

||| 収益構造改革により、売上総利益率が改善
売上総利益率は前年同期比+**2.9**pt

※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓まず始めに、2014年3月期第2四半期累計期間を総括いたします。

✓2014年3月期は、3ヵ年中期経営計画「153P」(2012年2月3日発表)の2年目として、153P達成を確固たるものとする1年と位置付けており、引き続き成長戦略の各施策に取り組んでおります。

✓当第2四半期累計期間における業績は順調に推移し、売上高、利益はともに計画を上回りました。売上高は過去最高となり、前年同期に対して19%増の284億円、営業利益は10.8億円(前年同期比2.5倍)の増収増益となりました。

✓ポイントとして、次の4点が挙げられます。

✓一つ目に、T&G直営店の業績は順調に推移しました。取扱組数は過去最高となり、挙式披露宴単価も好調で、411万円(前年同期比13万円増)となりました。

✓二つ目に、海外・リゾートウェディング事業は引き続き順調に業績を拡大し、海外売上高は前年同期と比較して23%増となりました。リゾートウェディングではハワイ・グアムの取扱組数が増加、またアジア婚礼プロデュースも施行組数が順調に拡大しました。

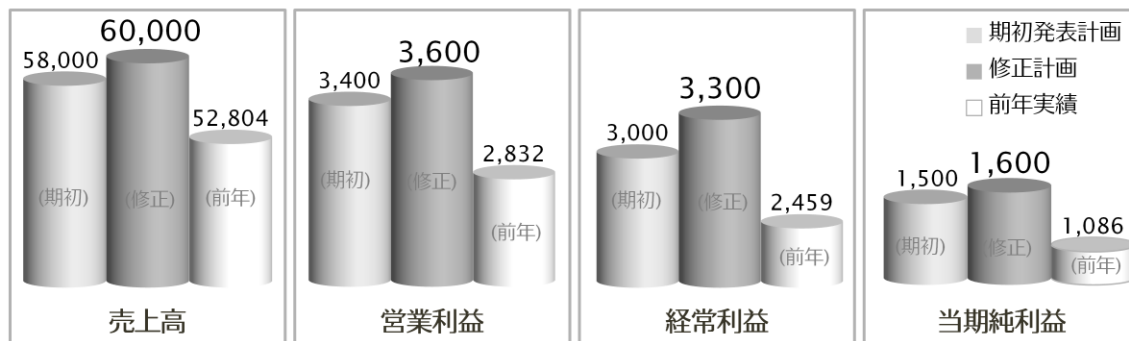
✓三つ目に、ホテル婚礼受託事業はホテル提携数の増加により、取扱高は拡大しております。2013年9月末時点で提携ホテル数は5となっております。ホテル婚礼運営受託、及びレストラン提携等を含むコンサルティング型取扱高は前年同期比で27%増となりました。

✓四つ目に、収益構造改革の各種施策を推進し、売上総利益率が前年同期と比較して2.9pt改善いたしました。

I 2. 通期業績計画の修正

2014年3月期 通期業績計画を上方修正 売上高は中期計画最終年度目標600億達成見込み

2014年3月期 連結業績計画



単位:百万円	<A> 期初発表計画 (2013/5/10発表)	 修正計画 (2013/11/8発表)	増減額 (B-A)	増減率 (%)	(参考) 前年同時期 実績
売上高	58,000	60,000	+2,000	+3.4%	52,804
営業利益	3,400	3,600	+200	+5.9%	2,832
経常利益	3,000	3,300	+300	+10.0%	2,459
当期純利益	1,500	1,600	+100	+6.7%	1,086

✓当期における通期業績計画の修正について、ご説明いたします。

✓前述のとおり、第2四半期累計期間において、国内ウェディング事業、海外・リゾートウェディング事業ともに想定を上回り好調に推移したこと、今後の受注見通し及び新規出店等の費用発生を考慮し、期初（2013年5月10日）に発表いたしました2014年3月期の通期業績計画を上方修正いたしました。

✓売上高は3か年中期経営計画最終年度目標の600億を1年前倒しで達成の見込みとなります。

✓修正内容は下記の通りです。
(括弧内は、期初発表計画比)

売上高 60,000百万円 (+2,000百万円)
 営業利益 3,600百万円 (+200百万円)
 経常利益 3,300百万円 (+300百万円)
 当期純利益 1,600百万円 (+100百万円)

I 3-1-1. 連結 損益計算書 概要

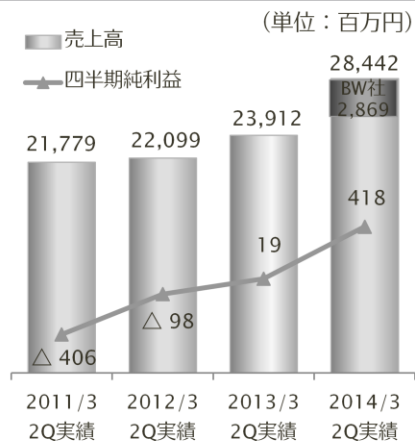
**T&G直営店、海外・リゾートウェディングともに好調
売上高は前年同期比18.9%増、売上、利益ともに計画を上回る**

単位: 百万円	2014/3 2Q計画	2014/3 2Q実績	計画比	(参考) 2013/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	26,800	28,442	+1,642	23,912	+4,530
売上 総利益	15,080 56.3%	16,037 56.4%	+957 +0.1pt	12,783 53.5%	+3,253 +2.9pt
販管費	14,610 54.5%	14,954 52.6%	+344 -1.9pt	12,350 51.6%	+2,604 +1.0pt
営業 利益	470 1.8%	1,082 3.8%	+612 +2.0pt	433 1.8%	+649 +2.0pt
経常 利益	250 0.9%	1,001 3.5%	+751 +2.6pt	200 0.8%	+800 +2.7pt
四半期 純利益	50 0.2%	418 1.5%	+368 +1.3pt	19 0.1%	+398 +1.4pt

※ %は売上高比、数値は第2四半期累計

※ BW社：(株) プライズワード

(第2四半期累計) 売上高・四半期純利益推移



売上高 前年同期比18.9%増
(BW社グループ化増収効果29億円)
四半期純利益 前年同期比4億増

✓連結損益計算書の概要をご説明いたします。

✓当第2四半期累計期間は、売上、利益ともに計画を上回り、前年同期に対し増収増益となりました。

✓売上高は、T&G直営店、海外・リゾートウェディングともに好調に推移したことにより、計画を上回る28,442百万円（計画比+1,642百万円、+6.1%）となりました。前年同期との比較では、BW社グループ化効果（+2,869百万円）も加わり、4,530百万円増、18.9%増となりました。

✓当期は、成長のための投資を実施しつつ、一方でコストの効率化を推進しております。販管費は、計画に対して344百万円増の14,954百万円（前年同期比+2,604百万円）となりました。

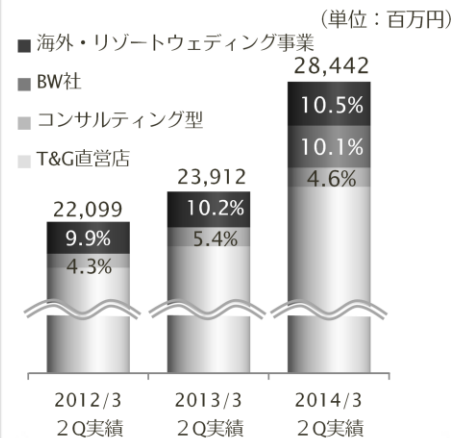
✓その結果、営業利益は1,082百万円（前年同期比+649百万円）、経常利益は1,001百万円（前年同期比+800百万円）、四半期純利益は418百万円（前年同期比+398百万円）となりました。

I 3-1-2. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

海外売上高比率10%超、海外事業が順調に拡大

単位：百万円	2012/3 2Q実績	2013/3 2Q実績	2014/3 2Q実績
国内ウェディング事業	19,196 (86.9%)	20,654 (86.4%)	24,719 (86.9%)
T&G直営店	18,019 (81.5%)	18,932 (79.2%)	20,065 (70.5%)
コンサルティング型	954 (4.3%)	1,296 (5.4%)	1,317 (4.6%)
(参考) 取扱高	955	1,300	1,652
BW社	—	—	2,869 (10.1%)
その他	222 (1.0%)	425 (1.7%)	466 (1.6%)
海外・リゾートウェディング事業	2,178 (9.9%)	2,437 (10.2%)	2,993 (10.5%)
その他	723 (3.3%)	820 (3.4%)	730 (2.6%)
連結売上高	22,099	23,912	28,442

(第2四半期累計) セグメント別売上構成比推移



前年同期比で海外売上高比率増
海外・リゾート10.2% → 10.5%
(BW社を除くと2014/3 2Q 11.7%)

※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。
 ※ コンサルティング型取扱高：対象ホテルにおける売上高（ホテル婚礼運営受託分）+ T&G売上高（レストラン提携等）
 ※ %は売上高比、数値は第2四半期累計 ※ BW社：（株）プライズワード

✓事業セグメント別の売上高及び売上構成比の推移についてご説明いたします。

✓3ヵ年中期経営計画「153P」では3つの成長戦略を掲げ推進しております。

✓一つ目は「直営店舗の強化」ですが、同事業は連結売上高の大半を占める主力事業であり、順調に増収を確保しております。

✓二つ目は「海外戦略の加速」ですが、海外売上高はリゾートウェディングを中心に拡大し、連結売上高に対する海外比率は10.5%となり、前年同期比で0.3pt増となりました。アジア婚礼プロデュースも施行組数が順調に増加しました。中期経営計画最終年度の目標である「海外売上高比率10%」を超え、順調に進捗しております。

✓三つ目は「ホテル婚礼受託事業の拡大」ですが、ホテル提携数の増加によりコンサルティング型取扱高が1,652百万円（前年同期比+352百万円、27.1%増）と増加しております。

✓引き続き、直営店舗の強化を進めるとともに、成長領域である「海外」及び「ホテル婚礼受託」の事業拡大を図ります。

I 3-1-3. 取扱組数

第2四半期累計期間の取扱組数は前年比17%増
年間取扱組数は18,000組(前年同期比13%増)を超える見通し

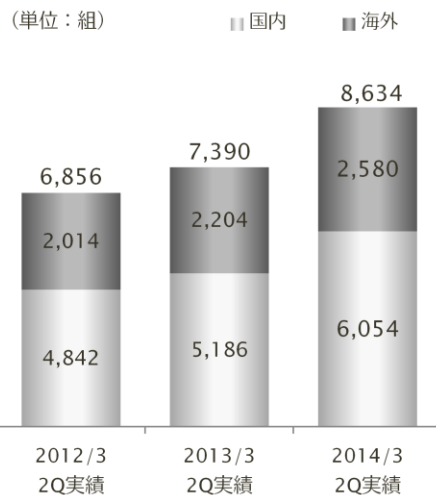
単位: 件	2012/3 2Q実績	2013/3 2Q実績	2014/3 2Q実績	前年 同期比
取扱組数 合計	6,856	7,390	8,634	+1,244
内 訳	国内	4,842	5,186	+868
	海外	2,014	2,204	+376

※ 数値は第2四半期累計

(参考) 年間取扱組数実績・見通し推移

単位: 件	2012/3 年間実績	2013/3 年間実績	2014/3 年間見通
取扱組数 合計	14,449	15,878	18,000
前年比	-	109.9%	113.4%

(第2四半期累計) 取扱組数推移



グループでの取扱組数
前年同期比で1,244組増
(国内+868組、海外+376組)

✓取扱組数についてご説明いたします。

✓当社グループでは、T&G直営店、コンサルティング型、BW社、海外（アジア婚礼プロデュース、リゾートウェディング）において、挙式披露宴を執り行っております。

✓当第2四半期累計期間における当社グループ取扱組数は、前年同期比16.8%増の8,634組（前年同期比+1,244組）の過去最高となりました。

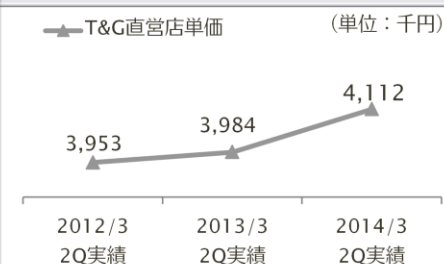
✓現在の受注状況を踏まえると、年間の取扱組数は18,000組（前年同期比13%増）を超える見通しとなっております。

I 3-1-4. 国内ウェディング事業 内訳

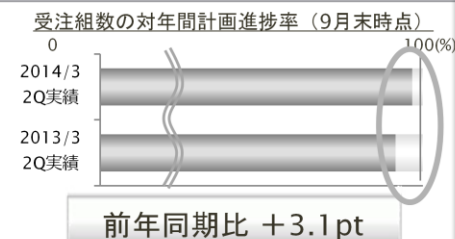
**T&G直営店は受注進捗順調、単価は計画を大幅に上回る
コンサルティング型はホテル提携数増が寄与し取扱高増加**

単位: 百万円	2014/3 2Q計画	2014/3 2Q実績	計画比	(参考) 2013/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
T&G直営店					
売上高	18,950	20,065	+1,115	18,932	+1,133
取扱組数	4,750	4,877	+127	4,748	+129
平均単価 (千円)	3,985	4,112	+127	3,984	+128
平均人数	75	76	+1	75	+1
BW社直営店					
売上高	2,000	2,062	+62	—	—
取扱組数	600	612	+12	—	—
コンサルティング型					
取扱高	1,600	1,652	+52	1,300	+352
取扱組数	550	565	+15	453	+112

(第2四半期累計) T&G直営店単価推移



今期受注進捗 (T&G直営店)



※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。
 ※ コンサルティング型取扱高：対象ホテルにおける売上高（ホテル婚礼運営受託分）+T&G売上高（レストラン提携等）
 ※ BW社：（株）ブライズワード ※ 数値は第2四半期累計

T&G TAKE and GIVE NEEDS

✓続きまして、国内ウェディング事業についてご説明いたします。

✓T&G直営店において、当社は真のオリジナルウェディングを“One Heart Wedding”と掲げ、追求することで差別化戦略を推進しております。当第2四半期累計期間は、高い契約率を維持することにより、取扱組数が前年同期と比較して129組増の4,877組となりました。また、挙式披露宴単価は受注進捗が順調であったことや平均人数の増加等により、前年同期と比較して128千円増の4,112千円（計画比+127千円）となりました。

✓その結果、売上高は20,065百万円（前年同期比+1,133百万円）となり、6.0%の増収となりました。

✓BW社直営店は受注を堅調に積み上げ、取扱組数612組、売上高2,062百万円となり、計画を上回りました。T&G直営店と合計すると、取扱組数5,489組、売上高22,127百万円となります。

✓コンサルティング型は、特にホテルの婚礼受託事業の拡大に注力しております。主にホテルの受注組数の拡大により、取扱組数は前年同期と比較して15組増の565組となりました。

✓その結果、コンサルティング型の取扱高は1,652百万円（前年同期比+352百万円）となり、27.1%増となりました。

✓尚、直営店における今期受注組数（対年間計画）は、9月末時点で前年同期比+3.1ptとなり、順調に進捗しています。

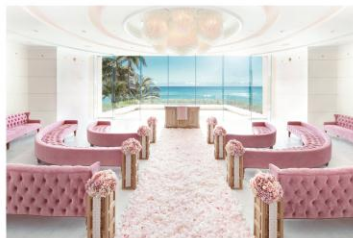
I 3-1-5. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

海外売上高は前年同期比23%増と躍進
海外、リゾートウェディングともに受注進捗も好調

単位: 百万円	2014/ 32Q計 画	2014/ 32Q実 績	計画比	(参考) 2013/32 Q実績	(参考) 前年 同期比
海外 売上高	2,630	2,993	+363	2,437	+556
営業利益	194	215	+21	152	+63



グランドハイアット深圳



ザ・マカナチャペル

※ 海外・リゾートウェディング、アジア婚礼プロデュースを含む
※ 数値は第2四半期累計

(第2四半期累計)
海外売上高推移



海外 今期受注進捗

- ◆ リゾートウェディング
前年同期比 21%増 (※)
- ◆ アジア婚礼プロデュース
前年同期比 65%増 (※)

※ 9月末時点における受注組数比

✓ 続きまして、海外・リゾートウェディング事業についてご説明いたします。

✓ リゾートウェディングは販売網拡大により取扱組数が増加し、特に主力であるハワイ、グアムが好調に推移しました。

✓ アジア婚礼プロデュースは、上海を中心に5つ星ホテルからの送客が増加し、施工件数が増加しております。

✓ これらにより、海外・リゾートウェディング事業の売上高は、前年同期と比較して22.8%増の2,993百万円（前年同期比+556百万円）となりました。

✓ 尚、9月末時点における海外の今期受注進捗については、前年同期比でリゾートウェディングが21%増、アジア婚礼プロデュースが65%増となり、順調に推移しています。

I 3-1-6. 連結 売上総利益

好調な受注進捗、増収による売上総利益確保
収益構造改革により売上総利益率が改善

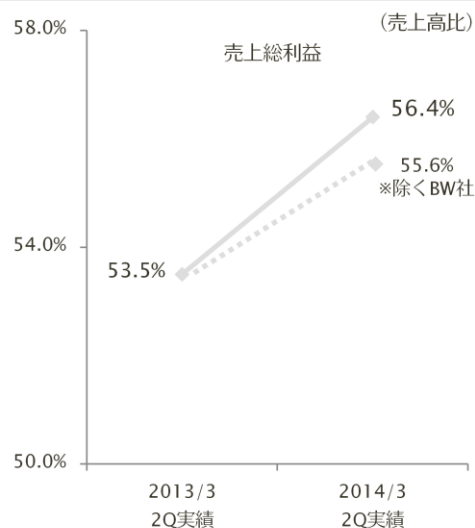
単位: 百万円	2014/3 2Q計画	2014/3 2Q実績	計画比	(参考) 2013/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	26,800	28,442	+1,642	23,912	+4,530
売上 原価	11,720 43.7%	12,404 43.6%	+684 -0.1pt	11,128 46.5%	+1,276 -2.9pt
売上 総利益	15,080 56.3%	16,037 56.4%	+957 +0.1pt	12,783 53.5%	+3,253 +2.9pt

- ◆増収による売上総利益確保
- ◆収益構造改革による売上総利益率改善
(BW社除く前年対比+2.1pt)
 - ・受注サイクルの更なる適正化
 - ・提案力向上
 - ・商流見直し

※ %は売上高比、数値は第2四半期累計

※ BW社：(株) プライスワード

(第2四半期累計)
売上総利益 良化要因



✓売上総利益に係る項目についてご説明いたします。

✓売上総利益は、売上高増に伴う増加に加え、戦略的に進めている収益構造改革やBW社グループ化の影響により、前年同期と比較して3,253百万円増加し、16,037百万円となりました。売上総利益率は、前年同期と比較して2.9pt改善いたしました。

(BW社グループ化の影響を除くと2.1pt改善。)

✓戦略的な収益構造の具体的な内容は以下の通りとなります。

- ・受注サイクルの更なる適正化による単価の向上
- ・提案力向上による商品単価の向上
- ・商流見直しによる原価率の改善

I 3-1-7. 連結 営業利益

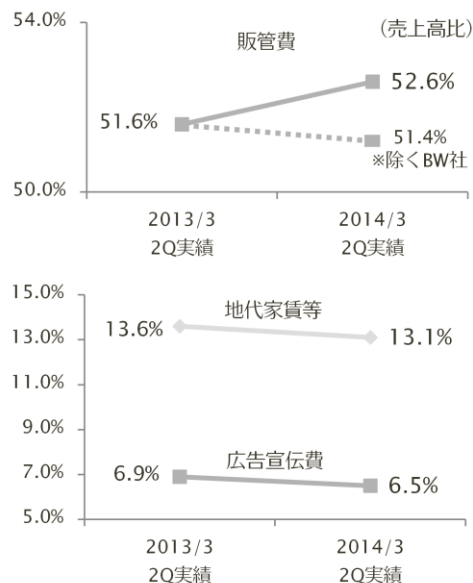
広告宣伝費率の低減と地代家賃の削減を推進 コスト効率化推進により販管費率の低減が進む

単位: 百万円	2014/3 2Q計画	2014/3 2Q実績	計画比	(参考) 2013/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上 総利益	15,080 56.3%	16,037 56.4%	+957 +0.1pt	12,783 53.5%	+3,253 +2.9pt
販管費	14,610 54.5%	14,954 52.6%	+344 -1.9pt	12,350 51.6%	+2,604 +1.0pt
営業 利益	470 1.8%	1,082 3.8%	+612 +2.0pt	433 1.8%	+649 +2.0pt

◆コスト効率化推進による販管費率低減
(BW社除く前年対比-0.2pt)
・広告戦略改善、不動産契約の見直し

※ %は売上高比、数値は第2四半期累計
※ BW社：(株) プライズワード

(第2四半期累計)
販管費率推移・低減要因



✓営業利益に係る項目についてご説明いたします。

✓販管費に関して、エリア制導入に伴うきめ細かい広告戦略の実施やWEB戦略の強化による広告宣伝費率の低減、また不動産の契約見直しによる地代家賃等の削減など、コストの効率化を進めております。その一方で当期は、3ヵ年中期経営計画「153P」の2年目として、153P達成を確実なものとするために、人材やハード・ソフトの強み創りといった事業基盤投資や、新規出店、新規提携及び海外戦略の強化などの成長投資を行っております。

✓その結果、販管費は14,954百万円（前年同期比+2,604百万円）となりました。

✓販管費率は前年同期と比較して1.0pt増加しましたが、BW社グループ化の影響を除くと、前年同期と比較して0.2pt改善しております。

✓これらにより、営業利益は1,082百万円（前年同期比+649百万円）となり、前年より2.5倍の増益となりました。

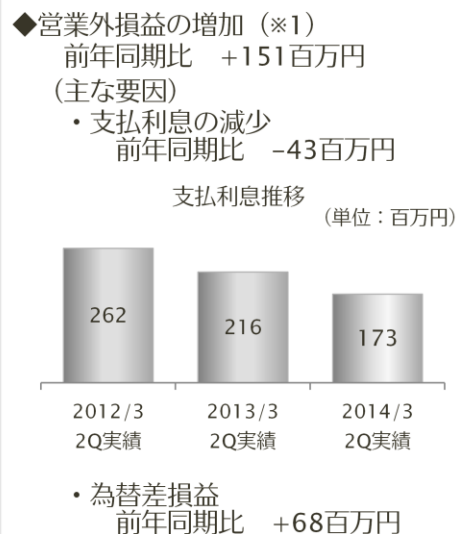
I 3-1-8. 連結 経常利益・四半期純利益

有利子負債の削減等により支払利息は減少
経常利益は前年同期比5倍の10億円、四半期純利益は4億円

単位: 百万円	2014/3 2Q計画	2014/3 2Q実績	計画比	(参考) 2013/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
営業 利益	470	1,082	+612	433	+649
営業外 損益	△220	△81	+139	△233	+151 (※1)
経常 利益	250	1,001	+751	200	+800
特別 損益	0	45	+45	6	+38
四半期 純利益	50	418	+368	19	+398

※ 数値は第2四半期累計

(第2四半期累計) 主な増減要因



✓経常利益及び当期純利益に係る項目についてご説明いたします。

✓営業外損益は△81百万円となりました。主な増減要因ですが、一つ目に、有利子負債の削減、金利の低減により支払利息が前年同期と比較して43百万円減少(前年同期比20.1%減)しました。

✓二つ目に、為替差益が前年同期と比較して68百万円増加しました。

✓経常利益は、営業利益の増加、及び営業外損益の改善により、前年同期比+800百万円の1,001百万円となりました。

✓また、四半期純利益は、前年同期比+398百万円の418百万円となりました。

I 3-2-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

新規出店、営業権の取得等により固定資産増 引き続き資産の効率化を推進

単位: 百万円	2013/ 3末	2013/ 9末	増減
流動資産	7,612	7,269	-342
現金及び預金	4,170	3,964	-206
固定資産	38,898	39,770	+871
有形固定資産	24,514	24,844	+329 (※1)
無形固定資産	2,191	2,443	+252 (※2)
投資その他 資産	12,192	12,482	+289 (※3)
資産計	46,510	47,039	+529

その他の主な増減要因

- ◆有形固定資産の増加 (※1)
前期末比 +329百万円
(主な要因)
 - ・マカナ出店
 - ・THE SEASON'S取得
- ◆無形固定資産の増加 (※2)
前期末比 +252百万円
(主な要因)
 - ・のれんの増加
(THE SEASON'S営業権取得)
 - ・ソフトウェア仮勘定の増加
(新システム導入)
- ◆投資その他資産 (※3)
前期末比 +289百万円
(主な要因)
 - ・敷金、保証金の増加
(新規出店、THE SEASON'S取得)

✓連結貸借対照表の資産の部の解説です。

✓当第2四半期末における総資産は前期末と比較して529百万円増加し、47,039百万円となりました。

✓有形固定資産の増加（前期末比+329百万円）につきましては、2013年6月にハワイにオープンした「ザ・マカナチャペル」、及び営業権を取得した横浜のハウスウェディング会場「THE SEASON'S（ザ・シーズンズ）」に伴う資産が主な要因となります。

✓無形固定資産の増加（前期末比+252百万円）につきましては、「THE SEASON'S（ザ・シーズンズ）」営業権を取得したことによるのれんの増加、及び当期の重点施策である新システムの導入に伴うソフトウェア仮勘定の増加が主な要因となります。

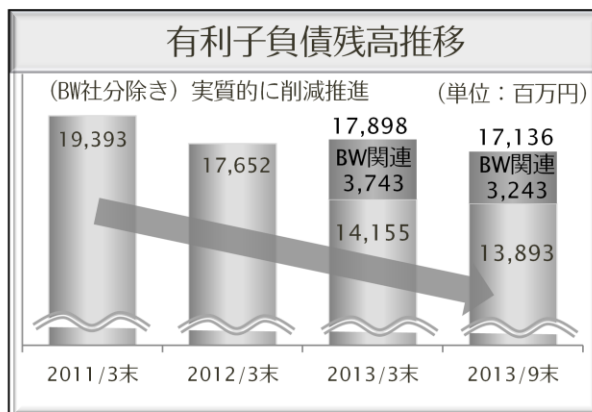
✓投資その他資産の増加（前期末比+289百万円）につきましては、新規出店等に伴う敷金、保証金の増加が主な要因となります。

✓引き続き、計画的に資産の効率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>

有利子負債残高は171億円、引き続き削減を推進

単位: 百万円	2013/ 3末	2013/ 9末	増減
負債合計	28,550	28,764	+214
流動負債計	13,270	13,893	+622
短期借入金	1,257	1,920	+662
(一年内)長期 借入金・社債	3,986	3,670	-315
固定負債計	15,279	14,870	-409 (※1)
長期借入金 ・社債	12,655	11,545	-959
純資産計	17,960	18,275	+315
負債・ 純資産計	46,510	47,039	+529



その他の主な増減要因

◆固定負債の増減 (※1)

前期末比 -409百万円
(主な要因)

・長期借入金・社債減	-959百万円
・BW社資産売却に伴う 長期リース債務の増加	+442百万円

※ BW社: (株) プライズワード

✓連結貸借対照表の負債・純資産の部の解説です。

✓2013年9月末時点で、有利子負債残高は171億円となりました。2012年12月にグループ化したBW社※取得にかかわる有利子負債(32億円)を除くと、同残高は138億円となります。引き続き削減を推進してまいります。

✓なお、長期借入金・社債の減少を除くと、固定負債が増加しておりますが、BW社資産売却に伴い長期リース債務が増加したことが主な要因となります。

I 4. 2014年3月期 配当予想について

1株当たり12円（株式分割前、1株当たり120円）の
期末配当を予定

	1株当たりの配当金		
	第2四半期末	期末	年間合計
2012/3	0円	100円	100円
2013/3	0円	120円	120円
2014/3 (予想)(※)	0円	12円(※)	12円(※)

(※) 当社は、2013年10月1日効力発生日として1株につき10株の割合で株式分割を行っております。そのため、2014年3月期（予想）の期末1株当たり配当金については、株式分割を考慮した金額を記載しております。
(株式分割を考慮しない場合の2014年3月期（予想）の期末1株当たり配当金は120円となります。)

✓2014年3月期の配当予想をご説明いたします。

✓当社は、企業の継続的な成長を実現するための投資を行いつつ、株主の皆様への利益還元を適正かつ安定的に行うことを基本方針に掲げております。

✓当期の配当予想につきましては、上記の基本方針を勘案し、2013年3月期と同水準となる1株当たり12円※とさせていただきます予定であります。

※当社は、2013年10月1日効力発生日として1株につき10株の割合で株式分割を行っております。そのため、2014年3月期（予想）の期末1株当たり配当金については、株式分割を考慮した金額を記載しております。

（株式分割を考慮しない場合の2014年3月期（予想）の期末1株当たり配当金は120円となります。）

I 5. 株式分割及び単元株制度の採用

全国証券取引所の「行動計画」に基づき 株式分割及び単元株制度を採用

- 株式分割
分割方法 1株につき10株の割合
基準日 2013年9月30日
分割後の発行済株式総数 13,059,330株
(増加する株式数 11,753,397株)
- 単元株制度の採用
単元株式数 100株
効力発生日 2013年10月1日

✓株式分割及び単元株制度の採用についてご説明いたします。

✓すでに開示しておりますが、東京証券取引所が有価証券上場規定445条において望ましい投資単位の水準を5万円以上50万円未満と定めていることから、現在の当社株価の水準を踏まえ、当社株式1株につき10株の割合をもって株式分割を実施いたしました。

✓併せて、全国証券取引所が定める公表した「売買単位の集約に向けた行動計画」（2007年11月27日公表）の主旨に鑑み、当社株式の売買単位を100株とするため、単元株制度を採用いたしました。

※詳細はこちらをご覧ください。

http://www.tgn.co.jp/company/ir/faq_stock/index.html

Plans and Topics
FY Ending March 2014

2014年3月期 重点施策及びTopics

Ⅱ 1. 2014年3月期 重点施策

既存店の確実な伸長とBW社の通年寄与 新規出店・提携の収益化及び収益構造改革の実施

<153P 重点戦略>

<重点施策>

海外戦略の加速

ホテル婚礼受託
事業の拡大

直営店舗の強化

強固な財務基盤
の構築

<アジア婚礼プロデュース>

深圳、香港、台湾、ASEANへの展開

<海外・リゾートウェディング>

ハワイの名門シェラトン・ワイキキ・ホテル内に新
チャペルオープン（2013年6月オープン）

<ホテル提携数の拡大>

既存提携先の通年寄与
（ノホテル甲子園、ザ・クラウンパレス新阪急高知）
新規提携先の拡大

<既存店舗の強化>

①エリア制の更なる強化 ②戦略的リニューアル
③新システムの導入 ④収益構造改革

<M&A効果>

BW社通年寄与 及び シナジー効果

<新店準備>

153P 最終年度に向けた出店準備

※ BW社：（株）プライズワード

T&G
TAKE AND GIVE NEEDS

✓期初に公表しております2014年3月期重点施策
について、再度ご説明いたします。

✓2014年3月期は、3ヵ年の中期経営計画
「153P※1」の2年目として、153P達成を確固た
るものとする1年と位置付けております。

✓直営店舗の強化として、引き続き既存店の業績
を確実に伸長させるため、様々な施策を展開い
たします。また、2012年12月に連結子会社化し
たBW社が通年寄与するとともに、シナジー効果
を生み出してまいります。加えて、来期に向け
た新店準備を万全に行います。

✓ホテル婚礼受託事業においては、前期に提携を
開始した2つのホテルが通年寄与いたします。引
き続き提携先の拡大を推進してまいります。

✓海外戦略では、アジア婚礼プロデュースにおい
て、上海に続き、深圳、香港、台湾、ASEANへ
の展開を進めてまいります。

✓海外・リゾートウェディングにおいては、新た
な拠点として、シェラトン・ワイキキ・ホテル
内にチャペルが2013年6月にオープンいたしまし
た。順調に推移しており、約7か月の業績寄与※2
を想定しております。

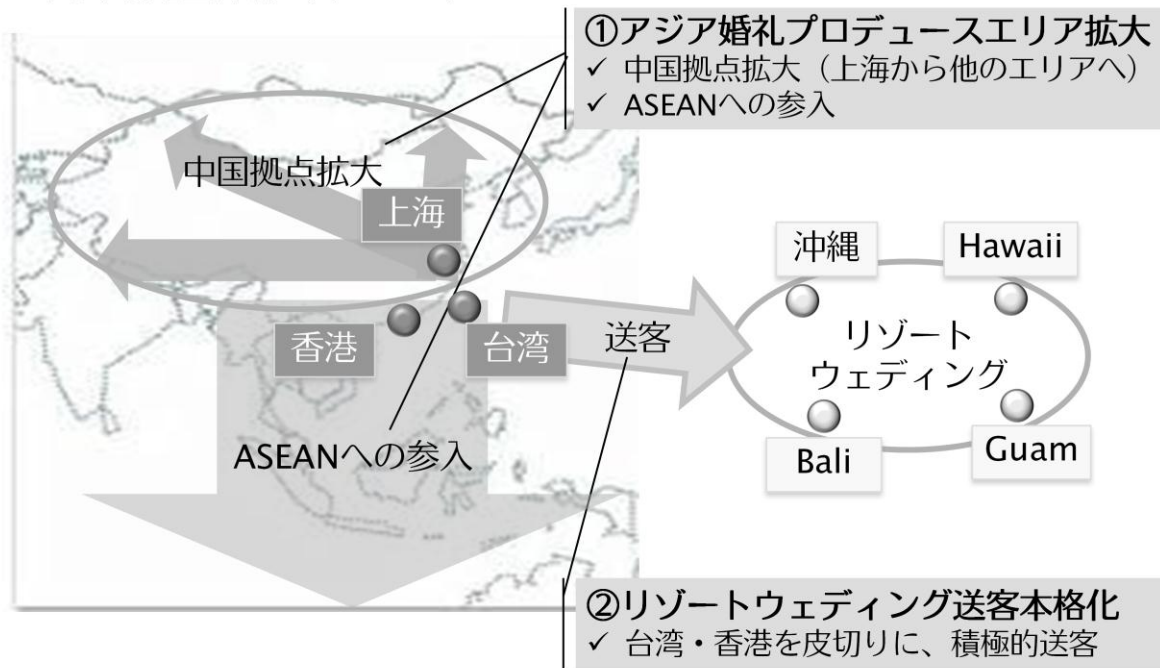
※1 153P:2013/3-2015/3の3ヵ年中期経営計画
（2012年2月3日発表）
<http://pdf.irpocket.com/C4331/oWM7/VU7I/JVyi.pdf>

※2 グループ会社である（株）グッドラック・コーポ
レーションが1月-12月期決算のため。

Ⅱ 2. 海外戦略の加速：海外戦略

アジア現地でのウェディング展開を、中国からASEANへ拡大
アジア現地からのリゾートウェディング送客も本格化

<海外戦略全体像（イメージ）>



✓海外戦略について、ご説明いたします。

✓アジア婚礼プロデュースは、上海を中心に事業を展開してまいりました。これまでの施行実績が高く評価され、5つ星ホテルとの提携数が増え、現在は上海のみならず、複数の都市で事業を展開しております。今後も展開する都市を拡大し、中国国内での事業を拡大してまいります。

✓また、中国での事業ノウハウをベースに、香港、台湾、ASEAN各国へ本格参入いたします。

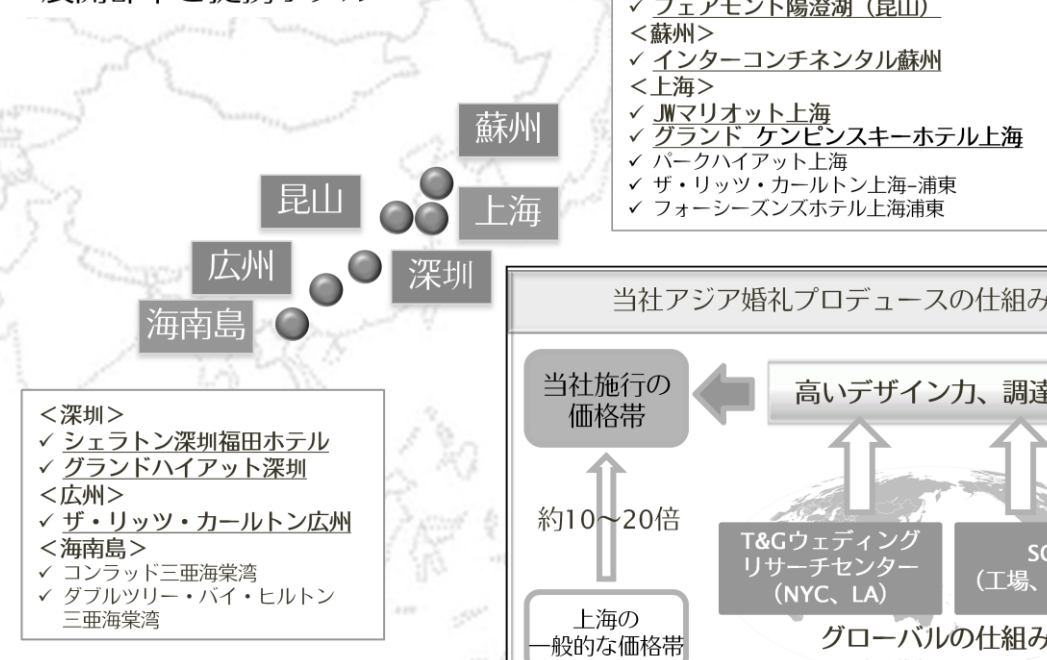
✓併せて、2つ目の事業領域として、台湾・香港を皮切りに、アジア各国からのリゾートウェディング送客を本格的に開始いたします。

✓海外戦略は、これら2つの事業展開を軸に加速してまいります。

Ⅱ 2-1. <Topic1>海外戦略の加速：アジア婚礼プロデュース

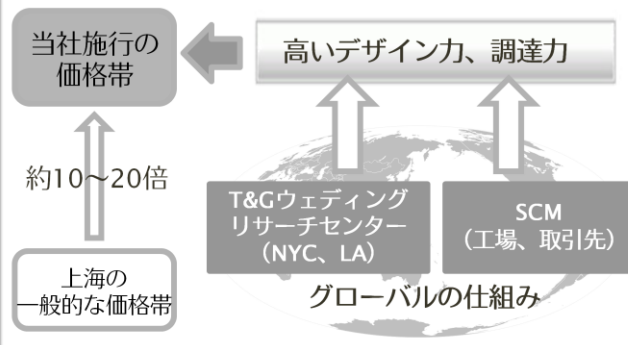
中国6都市に拡大、提携5つ星ホテルは着実に増加(提携数12) 高いデザイン力と調達力を強みに展開を加速

<展開都市と提携ホテル>



下線：2014年3月期新規提携ホテル

当社アジア婚礼プロデュースの仕組み



✓アジアの婚礼プロデュースは、5つ星ホテル等との提携を拡大し、アップ層をターゲットとした婚礼プロデュースの実績を積み重ねております。こうした実績を活かし、現在6都市に拡大、計12のホテルと提携しています。

<2014年3月期新規提携 7ホテル>

- ・ザ・リッツ・カールトン広州
- ・シェラトン深圳福田ホテル
- ・グランドハイアット深圳
- ・フェアモント陽澄湖 (昆山)
- ・インターコンチネンタル蘇州
- ・JWマリオット上海
- ・グランドケンピンスキーホテル上海

✓当社のアジア婚礼プロデュースは、最先端の情報をニューヨークやロサンゼルス等より取り入れ、工場での生産やグローバルでの調達等のSCMを背景に、高いデザイン力を提供することが強みとなっています。その結果、一般的な価格帯と比較して約10～20倍の価格帯にて、サービスを提供しております。

II 2-2. <Topic2>海外戦略の加速：海外・リゾートウェディング

アジアからのリゾートウェディング送客本格展開開始 台湾では東南旅行社と提携、現地法人設立

台湾サロン設置

2013年9月に、台北市内（台北101近隣）に第一号店となる旗艦サロン開設。
台湾国内からのリゾートウェディングを販売。
2015年に400組のリゾートウェディング送客実現を目指す。



外観



東南旅行社との
提携記者会見

台湾現地法人

商号：幸運股份有限公司
所在地：
台北市大安區光復南路180巷2號1樓
設立年月日：2013年8月15日
資本金：1500万台湾ドル

台湾サロン

所在地：
台北市大安區光復南路180巷2號1樓
設立：2013年9月
坪数：約50坪

東南旅行社

商号：東南旅行社股份有限公司
所在地：
台北市中山區中山北路二段60號
設立年月日：1954年4月1日
資本金：1億9330萬元

✓T&Gの連結子会社であるグッドラック・コーポレーションのリゾートウェディング事業での業績が拡大しております。更なる成長を目指し、アジアからリゾート地へ送客する事業を本格的に開始いたしました。

✓台湾では現地法人を設立し、現地の旅行代理店「東南旅行社」との業務提携を行い、第一号店となる旗艦サロンをオープンいたしました。この旗艦サロンでは、2015年に400組のリゾートウェディング送客実現を目指します。

✓台湾を皮切りに、今後香港やASEAN諸国からのリゾートウェディング送客を本格化し、アジアでのリゾートウェディング市場を掘り起こし、海外・リゾートウェディング事業の更なる拡大を目指します。

Ⅱ 2-3. <Topic3>海外戦略の加速：海外・リゾートウェディング

2013年6月オープンのハワイ「ザ・マカナチャペル」 (シェラトン・ワイキキ・ホテル) が好調なスタート



チャペル



オープンテラス

シェラトン・ワイキキ ザ・マカナチャペル

オープン
2013年6月

ワイキキビーチの目の前という好ロケーションに位置する大型リゾートホテル、シェラトン・ワイキキ・ホテル内に新設。

シェラトン・ワイキキ・ ホテル

Sheraton Waikiki Hotel

住所
2255 Kalakaua Ave.
Honolulu, HI, 96815-2579
U.S.A

客室総数：1636室
内スイートルーム128室

✓2013年6月に、ハワイ州ホノルル市の中心にある名門ホテル「シェラトン・ワイキキ・ホテル」の施設内に自社チャペル「ザ・マカナチャペル」をオープンいたしました。

✓「ザ・マカナチャペル」は、世界に名高いワイキキビーチの目の前に位置し、美しい自然と名門ホテルならではの行き届いたおもてなしが強みです。2012年12月受注開始以降、期初の計画を大きく上回り、好調に推移しております。

Ⅱ 2-4. <Topic4>海外戦略の加速：セレブパーティのプロデュース

世界のセレブのパーティプロデュースを実施 T&Gグループの強みが世界で評価

Gene Simmons (ジーン・シモンズ) 様
ウェディングパーティー (ハワイ州マウイ島)



パーティスペース

ダンススペース



Carmen Electra (カルメン・エレクトラ) 様
アニバーサリーパーティー (ハワイ州マウイ島)



パーティスペース

エントランス



✓2013年9月に、世界のセレブのパーティを2組プロデュースいたしました。

✓1組は世界的に活躍するロックバンド「KISS」(キス)のボーカル/ベーシスト Gene Simmons (ジーン・シモンズ) 様のウェディングパーティー、もう1組はハリウッドセレブ Carmen Electra (カルメン・エレクトラ) 様のアニバーサリーパーティーを、ハワイ州マウイ島にて相次いで執り行いました。

✓両パーティーは、世界規模での会場選びから、コンセプト作り、空間デザイン、グラフィックデザイン、テーブルデコレーション、オリジナルギフトなどを国内外から選定、ディレクションするとともに、エアブッキングや空港・ホテルでのゲストケアに至る全てを、T&Gがゼロからご提案する「オートクチュールスタイル」にて総合プロデュースいたしました。

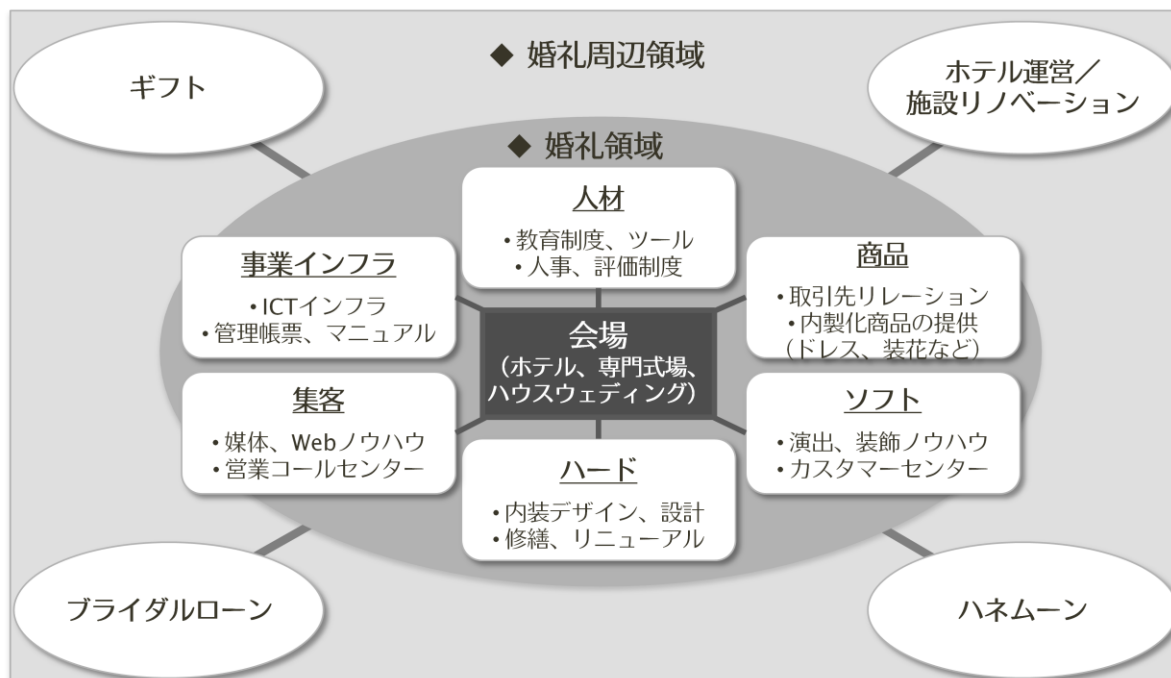
✓T&Gの優れたデザイン力と、日本が誇るきめ細やかな“おもてなし”を感じるサービスは、当日のゲストの皆様からも高く評価されました。

✓世界のセレブ、ラグジュアリー企業からの依頼は増加しており、今後もこうしたオートクチュールスタイルのパーティプロデュース力を世界に発信し、ブランド価値向上とグローバル事業展開の加速に繋げてまいります。

Ⅱ 3. コンサルティング事業の拡大：事業戦略

**T&Gグループが持つノウハウを活かしたコンサル事業を拡大
専門式場、ハウスウェディング会場にも提供開始**

< 他会場への提供商品全体像（イメージ） >



✓コンサルティング事業戦略について、ご説明いたします。

✓現在、ホテルの婚礼受託事業を第2の柱事業と位置付け、提携ホテル数を増やし、事業拡大を推進しております。

✓こうした事業拡大は、T&Gが持つ様々なノウハウが根底にあります。その提供領域は、「人材」「商品」「ソフト」「ハード」「集客」「事業インフラ」といった婚礼領域のみに留まらず、「ギフト」「ブライダルローン」「ハネムーン」「ホテル運営／施設リノベーション」といった婚礼周辺領域まで多岐に渡り、こうしたノウハウを提携ホテルに提供することで、Win-Winの関係にて、ホテルの業績向上を実現しております。

✓今後はこうした実績をベースに、ホテルのみならず、専門式場や同業であるハウスウェディングの他会場にも、ノウハウの提供を開始いたします。

✓ブライダル業界において当社のノウハウが浸透することで業界全体の活性化を図るとともに、コンサルティング事業として、事業拡大を推進してまいります。

Ⅱ 3-1. <Topic5>コンサルティング事業の拡大：ホテル事業の拡大

「横浜ベイシェラトン」、「グリーンタワー幕張」と提携開始 初の首都圏案件、順調に新規提携先の拡大が進む



横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ (2013年10月提携開始)

運営会社
相鉄ホテル株式会社
住所
横浜市西区北幸1-3-23
オープン
1998年9月
設備
地下6階、地上27階
客室総数：398室
バンケット：7
チャペル：1
神殿：1



ホテルグリーンタワー幕張 (2013年11月提携開始)

運営会社
株式会社グリーンタワー
住所
千葉市美浜区ひび野2-10-3
オープン
1991年6月
設備
地上20階
客室総数：205室
バンケット：4
チャペル：1
神殿：1



ホテルブエナビスタ（松本）

ホテルボストンプラザ草津（滋賀）

ノボテル甲子園（兵庫）

ザ クラウンパレス新阪急高知（高知）

宮崎観光ホテル（宮崎）

T&G TAKE AND GIVE NEEDS

✓2013年10月に神奈川県横浜市で今年開業15周年を迎えた「横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ」、同11月に千葉県千葉市の有力ホテル「ホテルグリーンタワー幕張」の2ホテルと、婚礼事業での提携を開始いたしました。「横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ」は当社における首都圏初のホテル提携案件となります。

✓「横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ」は、横浜駅徒歩1分という好立地とグローバルブランドが提供するホスピタリティが人気のホテルであり、多様なウェディングスタイルの結婚式を行える魅力を有しております。

✓「ホテルグリーンタワー幕張」は、「幕張メッセ」のオフィシャルホテルとして幕張新都心に開業し、長く地域に愛されてきたホテルです。駅から徒歩2分という恵まれた立地に加え、一面に広がる海や夜景を堪能できるスカイバンケットやシックで落ち着いたあるチャペルなど充実した施設を備えております。

✓こうしたホテルの特性・強みに、当社のプロデュース力及び運営ノウハウを融合させ、優位性の高いサービスの提供を目指してまいります。

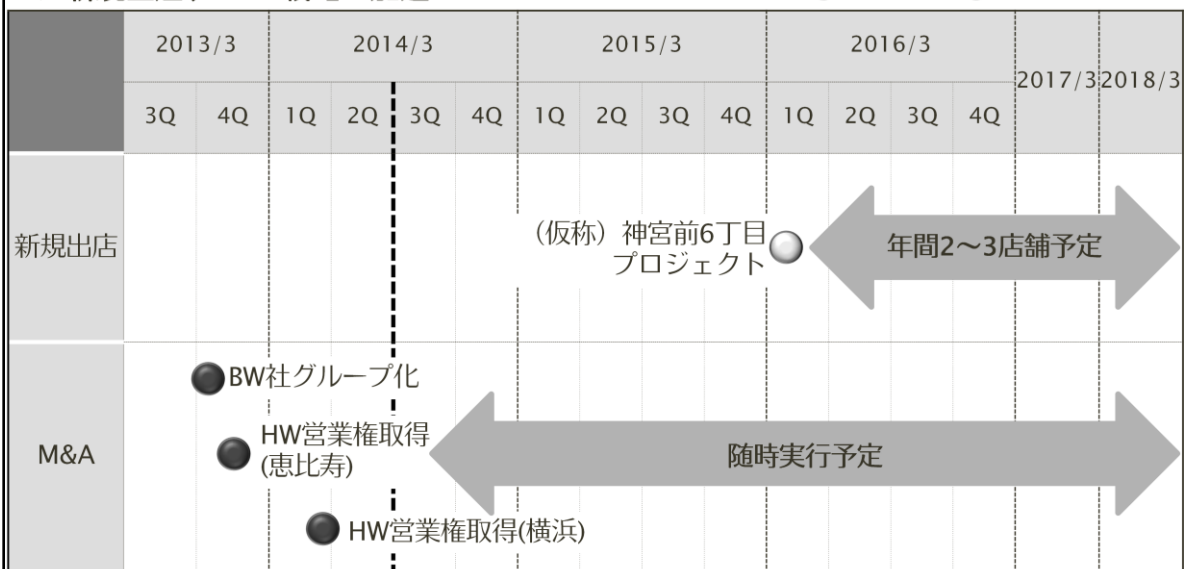
✓今後も引き続き、有力なホテルとの新規提携に注力し、提携先の拡大を図ってまいります。

II 4. 直営店戦略：出店、M&A、既存店舗の強化

国内シェア拡大に向け、新規出店、M&A戦略を加速
既存店舗は「エリア戦略／企業体質強化」で事業基盤強化

◆ 新規出店、M&A戦略の加速

●：実行済み案件 ○：予定案件（公表済み）



✓直営店戦略について、ご説明いたします。

✓国内においては、シェア拡大に向け、積極的に新規出店及びM&Aを実施いたします。

✓新規出店については、すでにご報告のとおり、2015年春に「（仮称）神宮前6丁目プロジェクト」を予定しておりますが、今後も年間2～3店舗を目途に、積極的に新規出店を行う計画であります。

✓M&Aについては、2012年12月のBW社グループ化を皮切りに、ハウスウェディング会場の営業権を取得いたしました。新規出店と同様に、M&Aを重要な戦略のひとつと位置づけ、今後も随時優良案件においてはM&Aによるシェア拡大を目指します。

Ⅱ 4-1. <Topic6>直営店舗の強化：新規出店、M&A

BW社とT&Gの強みを融合した店舗開発力にて出店加速 M&Aノウハウを積み上げ、営業権取得案件も増やす

◆ 新規出店

(仮称) 神宮前6丁目プロジェクト (2015年春予定)

BW社の複合施設運営ノウハウと、T&Gのプロデュース力を融合し、

新しいコンセプトのウェディング施設を出店予定。

- ・出店スタイル：ウェディング施設、レストラン（予定）
- ・出店場所：東京都渋谷区神宮前6-28-6
- ・出店面積：2,347 m²（予定）
- ・設備：チャペル、バンケット、レストラン他（予定）

※ BW社：（株）ブライズワード



外観イメージ

2階テラスイメージ

◆ M&A（営業権取得）

ヴィクトリアガーデン恵比寿迎賓館 (2013年2月より)

東京都渋谷区恵比寿にあるハウスウェディング施設
（チャペル1、バンケット1）の営業権取得。



THE SEASON'S（ザ・シーズンズ） (2013年6月より)

神奈川県横浜市にあるハウスウェディング施設
（チャペル1、バンケット2）の営業権取得。



✓すでにご報告のとおり、2015年春に、当社グループ会社の株式会社ブライズワードにて、東京都渋谷区の「（仮称）神宮前6丁目プロジェクト」に新規出店することを決定いたしました。

✓今回の新規出店は、株式会社ブライズワードを2012年12月に連結子会社化して初めての案件となりますが、同社の持つ独自の店舗開発力と当社のプロデュース力を融合し、新しいコンセプトのウェディング施設を出店いたします。

✓また、2013年2月に「ヴィクトリアガーデン恵比寿迎賓館」、同6月には横浜市「THE SEASON'S」と、ハウスウェディング施設の営業権を取得いたしました。

✓今後も新規出店を加速するとともに、M&Aノウハウを積み上げ、優良案件を増やすことで、国内でのシェア拡大を推進してまいります。

II 4-2. <Topic7>直営店舗の強化：戦略的リニューアル

既存優良店舗の更なる強み創りへ積極投資 ヒルサイドクラブ迎賓館 八王子を戦略リニューアル



HILLSIDE CLUB
GEIHINKAN



プール付ガーデン（イメージ）



リニューアル後チャペル

ヒルサイドクラブ迎賓館 八王子

オープン
2004年11月

リニューアル
2013年7月

住所
〒192-0916
東京都八王子市みなみ野1-7-8

チャペルを
戦略的にリニューアル

お客様ニーズを踏まえ、
デザイン性を追求したより魅力的
な会場として維持
ブランドロイヤリティを更に高
め、業績向上へ寄与

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓当期は、直営店舗強化の重点施策のひとつとして戦略的リニューアルを掲げており、年間7～8店舗を計画しております。

✓2013年7月に「ヒルサイドクラブ迎賓館 八王子」のリニューアルを実施いたしました。同店舗は、2013年11月で満10年を迎えますが、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、今後も業績拡大が期待される優良店舗です。

✓この度のリニューアルにより、お客様ニーズに応え、デザイン性を追求した魅力的な会場として維持することで、ブランドロイヤリティを更に高め、業績向上に寄与いたします。

✓今後も、業績拡大の伸び代のある店舗に対しては、お客様のニーズを踏まえ、デザイン性・利便性を追求した更なる魅力的な会場とするため、戦略的リニューアルを積極的に実施いたします。

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS