

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2013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2013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@tgn.co.jp

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

I. 2013年3月期 第2四半期 連結決算概要	P4-P13
1. 総括	P5
2. 第2四半期計画及び実績	P6
3-1. 連結 損益計算書	P7-P11
3-2. 連結 貸借対照表	P12-P13
II. 2013年3月期 連結業績計画及び重点方針	P14-P21
1. 2013年3月期の重点方針	P15
2. Topics	P16-P19
3. 連結 業績計画	P20
4. 配当予想について	P21
参考. 153P (3ヵ年中期経営計画) 概要	P22-P26

Results of Second Quarter
FY Ending March 2013

2013年3月期 第2四半期 連結決算概要

I 1. 2013年3月期第2四半期総括

売上高は過去最高、前年同期比**8.2%**増収
営業利益は前年同期比**2.3**倍

既存店が順調に推移し、修正計画を上回る

既存店の取扱組数は前年同期比**7.1%**増

海外・リゾートウェディングの躍進が続く

前年同期比**11.9%**増収、アジアのパーティ施行本格始動

プロデュース型の売上高 大幅増収

ホテル事業が順調に拡大し、売上高は前年同期比**33%**増収

有利子負債の削減が進む

前期末比 約**12**億円削減

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓まず始めに、2013年3月期第2四半期を総括いたします。

✓当第2四半期累計期間における業績は、順調に推移し、8月3日に発表した修正計画を上回り、売上高は前年同期に対し8.2%の増収、営業利益は2.3倍で着地いたしました。

✓ポイントとして、次の4点が挙げられます。

✓一つ目に、既存の直営店、プロデュース型ともに取扱組数が増加し、前年同期に対し7.1%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が躍進し、前年同期比11.9%の増収となりました。リゾートウェディング事業は引き続きハワイを中心にシェアを拡大、またアジア婚礼プロデュースもこれまでに受注したパーティの施行が本格始動し、順調に進捗しております。

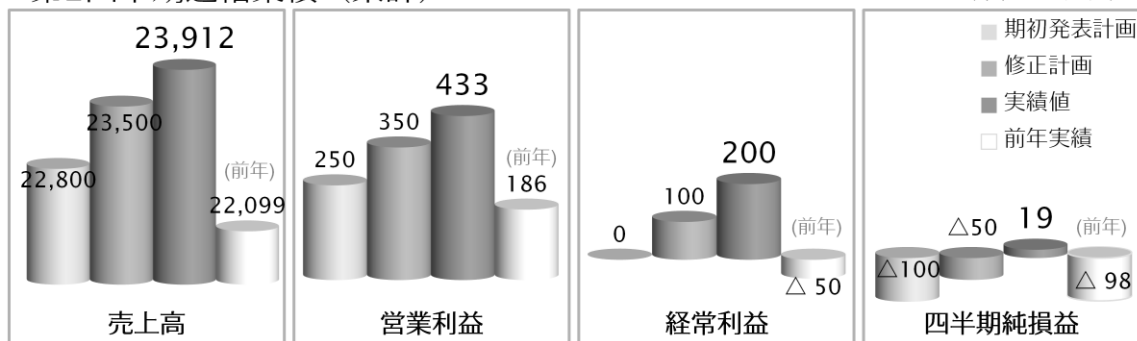
✓三つ目に、ホテル婚礼受託事業が順調に拡大しました。その結果、プロデュース型の売上高は前年同期に対し33%の増収となりました。

✓四つ目に、有利子負債削減を計画通り推進しております。当第2四半期末時点では、前期末と比較して約12億円減少し164億円となりました。

I 2. 第2四半期計画及び実績

8月発表の修正計画を更に上回り着地 大幅増益、四半期純利益は6期ぶりの黒字化

第2四半期連結業績（累計）



単位:百万円	(5/11発表) 期初 発表計画	(8/3発表) 修正計画 <A>	実績値 	増減額 <B-A>	増減率 (%)	(参考) 前年同時期 実績
売上高	22,800	23,500	23,912	+412	+1.8%	22,099
営業利益	250	350	433	+83	+23.9%	186
経常損益	0	100	200	+100	+100.3%	△50
四半期 純損益	△100	△50	19	+69	-	△98

✓当第2四半期の計画及び実績について、ご説明いたします。

✓前述のとおり、当期の業績が順調に推移したことを踏まえ、2012年8月3日に発表いたしました2013年3月期第2四半期累計期間の業績修正計画を上回り着地いたしました。前年同期と比較して大幅な増益となり、第2四半期累計期間での四半期純利益の黒字化は、2007年3月期以来6期ぶりとなります。

✓詳細は下記のとおりです。
(括弧内は、8/3発表 修正計画比)

売上高	23,912百万円	(+412百万円)
営業利益	433百万円	(+83百万円)
経常利益	200百万円	(+100百万円)
四半期純利益	19百万円	(+69百万円)

I 3-1-1. 連結 損益計算書 概要

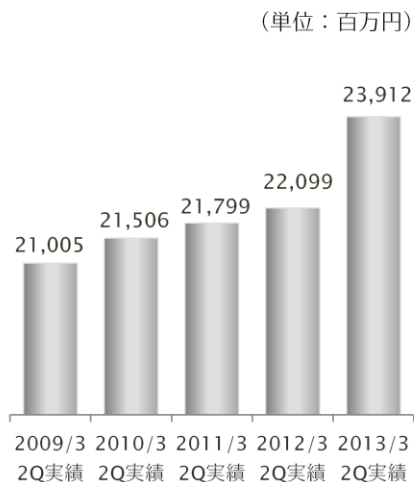
売上高 過去最高、営業利益は前年同期比2.3倍
四半期純利益は6期ぶりの黒字化

単位: 百万円	2013/3 2Q計画	2013/3 2Q実績	計画比	(参考) 2012/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	23,500	23,912	+412	22,099	+1,812
売上 総利益	12,550 53.4%	12,783 53.5%	+233 +0.1pt	11,846 53.6%	+937 -0.1pt
販管費	12,200 51.9%	12,350 51.6%	+150 -0.3pt	11,659 52.8%	+690 -1.2pt
営業 利益	350 1.5%	433 1.8%	+83 +0.3pt	186 0.8%	+247 +1.0pt
経常 損益	100 0.4%	200 0.8%	+100 +0.4pt	△ 50 -	+250 -
四半期 純損益	△50 -	19 0.1%	+69 -	△ 98 -	+117 -

※ %は売上高比、数値は第2四半期累計

※ 「2013/3 2Q計画」は、8/3発表の修正計画となります。

(第2四半期) 売上高推移



前年同期比 売上高8.2%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（以下、第2四半期）は、前年同期に対し増収増益となりました。

✓今期より3ヵ年中期経営計画「153P」（2012年2月3日発表）を開始し、成長戦略に舵をきっております。第1四半期からの好調な進捗を引き継ぎ、第2四半期も直営店、プロデュース型ともに順調に推移し、計画を上回る業績となりました。

✓売上高は過去最高の23,912百万円となり、前年同期と比較して1,812百万円増加、8.2%の増収となりました。

✓また、引き続き成長投資を行う一方で、コストの効率化を推進し、販管費は、12,350百万円（前年同期比+690百万円）となり、販管費率は前年同期と比較して1.2pt低下しました。

✓その結果、営業利益は433百万円（前年同期比+247百万円、132.7%増）、経常利益は200百万円（前年同期比+250百万円）となりました。四半期純利益は19百万円（前年同期比+117百万円）となり、6期ぶりに黒字を達成いたしました。

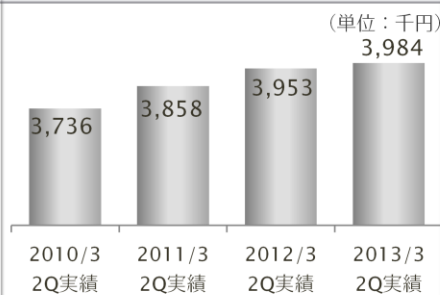
I 3-1-2. 国内ウェディング事業 内訳

直営店、取扱組数は過去最高、単価は順調に上昇
 今期受注進捗率は昨年同期を3.5pt上回る

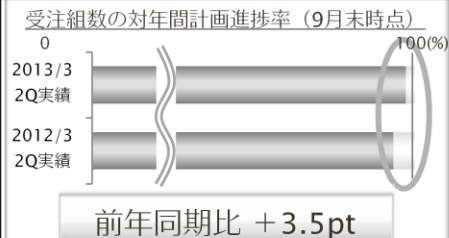
単位: 百万円	2013/3 2Q計画	2013/3 2Q実績	計画比	(参考) 2012/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
直営店					
売上高	18,900	18,932	+32	18,019	+913
取扱組数	4,720	4,748	+28	4,507	+241
平均単価 (千円)	3,950	3,984	+34	3,953	+30
平均人数	71	72	+1	72	0
プロデュース型					
売上高	1,180	1,271	+91	954	+316
取扱組数	410	438	+28	336	+102
平均単価 (千円)	2,850	2,949	+99	2,824	+125

※ プロデュース型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携、
 ビル内施設プロデュースを含む

(第2四半期) 直営店単価推移



今期受注進捗 (直営店)



✓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。

✓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。その結果、当第2四半期の取扱組数は前年同期と比較して5.3%増の4,748件と過去最高となりました。また、挙式披露宴単価は受注進捗が順調であったことと商品力強化により前年同期と比較して30千円増の3,984千円となりました。

✓その結果、売上高は18,932百万円となり（前年同期比+913百万円）、増収を確保いたしました。

✓プロデュース型は、特にホテルの婚礼受託事業の拡大を推進しております。

✓当第2四半期は、主にホテルの受注件数の拡大により、取扱組数は前年同期と比較して30.4%増の438件となりました。平均単価はホテルのシェアが高まったことにより、前年同期と比較して125千円増の2,949千円となりました。

✓その結果、売上高は1,271百万円（前年同期比+316百万円）となり、33.1%の増収となりました。

✓なお、当第2四半期の直営店の今期受注進捗率（受注組数実績÷年間受注組数計画）は、前年同期と比較して3.5pt増となり、順調に推移しております。

I 3-1-3. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

前年同期比11.9%の増収を実現
アジア婚礼プロデュースも好調に受注活動が進む

単位: 百万円	2013/3 2Q計画	2013/3 2Q実績	計画比	(参考) 2012/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	2,115	2,437	+322	2,178	+259



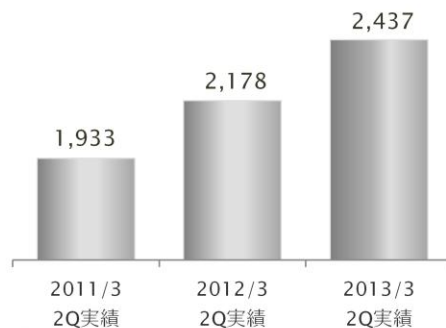
上海ウェディングサロン

ハワイ モアナサーフライダー
ウェスティン リゾート&スパ

※ 海外・リゾートウェディング事業には、
リゾートウェディング、アジア婚礼プロデュースを含む

(第2四半期)
売上高推移

(単位：百万円)



販売網拡大により増収確保

✓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の成果により躍進を続けており、引き続き主力であるハワイが好調に推移しました。

✓アジア婚礼プロデュースは、主に中国で展開をしておりますが、ターゲットとなるアッパーミドル層に高いクオリティが徐々に認知され始め、受注が順調に進捗しております。またこれまで受注してきたパーティが施行時期を迎え、売上増に寄与しはじめております。

✓これらにより、当第2四半期の海外・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11.9%増の2,437百万円（前年同期比+259百万円）となりました。

I 3-1-4. 連結 売上総利益・営業利益

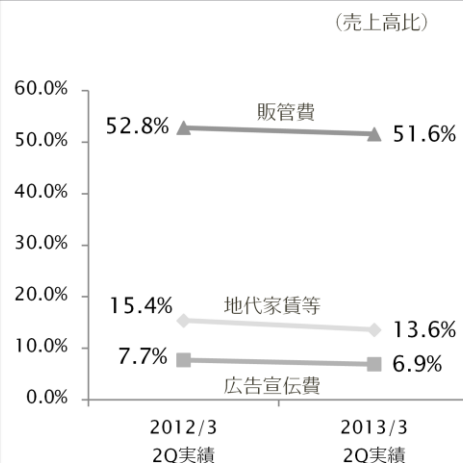
件数・単価が順調に推移し、売上総利益は計画を上回る
販管費率は広告宣伝費等の効率化により1.2pt低下

単位: 百万円	2013/3 2Q計画	2013/3 2Q実績	計画比	(参考) 2012/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	23,500	23,912	+412	22,099	+1,812
売上 原価	10,950 46.6%	11,128 46.5%	+178 -0.1pt	10,253 46.4%	+875 +0.1pt
売上 総利益	12,550 53.4%	12,783 53.5%	+233 +0.1pt	11,846 53.6%	+937 -0.1pt
販管費	12,200 51.9%	12,350 51.6%	+150 -0.3pt	11,659 52.8%	+690 -1.2pt
営業 利益	350 1.5%	433 1.8%	+83 +0.3pt	186 0.8%	+247 +1.0pt

※%は売上高比、数値は第2四半期累計

※「2013/3 2Q計画」は、8/3発表の修正計画となります。

(第2四半期) 販管費率等推移



コストの効率化が進む
・地代家賃等 15.4% → 13.6%
・広告宣伝費 7.7% → 6.9%

✓売上総利益及び営業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、売上拡大により、前年同期と比較して937百万円増加し、12,783百万円となりました。

✓今期は、3ヵ年中期経営計画「153P」を達成するための人材やハード・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。一方で、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の低減、そして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ました。

✓その結果、販管費は12,350百万円（前年同期比+690百万円）となり、販管費率が前年同期と比較して1.2pt(52.8%→51.6%)低下しました。

✓これらにより、営業利益は433百万円（前年同期比+247百万円）となり、132.7%の増益となりました。

I 3-1-5. 連結 経常損益・四半期純損益

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比18%減少

単位: 百万円	2013/3 2Q計画	2013/3 2Q実績	計画比	(参考) 2012/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
営業 利益	350	433	+83	186	+247
営業外 損益	△250	△233	+16	△236	+3
経常 損益	100	200	+100	△50	+250
特別 損益	0	6	+6	△54	+61
四半期 純損益	△50	19	+69	△98	+117

※ 数値は第2四半期累計

※ 「2013/3 2Q計画」は、8/3発表の修正計画となります。

主な増減要因

支払利息 216百万円
※前年同期比 -46百万円



✓経常損益及び四半期純損益に係る項目についてご説明いたします。

✓営業外損益の内訳となりますが、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46百万円減少しました。

✓その結果、経常利益は、前年同期と比較して250百万円増の200百万円となりました。

✓また、四半期純利益は、前年同期と比較して117百万円増の19百万円となりました。

I 3-2-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

資産の効率化が進み、 総資産は前期比17億円減少

単位: 百万円	2012/ 3末	2012/ 9末	増減
流動資産	7,779	6,713	-1,066
現金及び預金	5,035	3,727	-1,308
固定資産	35,610	34,893	-717
有形固定資産	20,803	20,725	-78
無形固定資産	557	672	+115
投資その他 資産計	14,249	13,495	-754
資産計	43,390	41,606	-1,783

主な増減要因

敷金及び保証金の減少
 前期末比 -649百万円
 主な要因
 ・リース料と保証金の相殺

✓連結貸借対照表の資産の部の解説です。

✓前期に引き続き、建物リースのうち一定期間を経過した店舗について、リース料と保証金との相殺を行っております。

✓それに伴い、敷金及び保証金は前期末と比較し649百万円減少し、投資その他資産計は13,495百万円となりました。

✓その結果、当第2四半期末の総資産は、前期末と比較して1,783百万円減少し、41,606百万円となりました。

✓153Pでは成長を実現させつつも、資産を効率化することを方針としており、今後も計画的に推進してまいります。

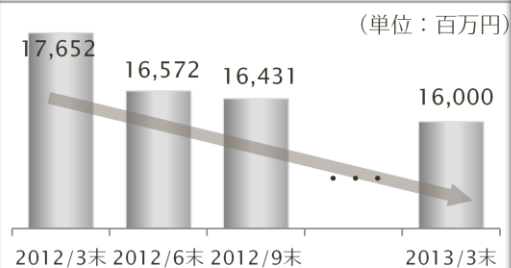
I 3-2-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

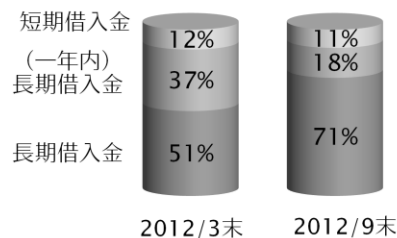
有利子負債は前期末比12億円削減 借入金の長期化が進み長期比率71%に上昇

単位: 百万円	2012/ 3末	2012/ 9末	増減
負債合計	26,598	24,882	-1,715
流動負債計	15,158	11,002	-4,156
短期借入金	2,140	1,820	-320
(一年内) 長期借入金	6,445	2,968	-3,476
固定負債計	11,439	13,880	+2,440
長期借入金	9,066	11,642	+2,576
純資産計	16,792	16,723	-68
負債・ 純資産計	43,390	41,606	-1,783

有利子負債残高推移



有利子負債内訳



✓連結貸借対照表の負債・純資産の部の解説です。

✓当期も引き続き、財務基盤を強化するため、計画的に有利子負債の削減を推し進めております。

✓その結果、当第2四半期末の有利子負債額は前期末と比較し1,220百万円減の16,431百万円となりました。

✓また、借入金の長期化を進め、有利子負債における長期借入金の比率は71%へ上昇しております。

Forecast and Plans FY Ending March 2013

2013年3月期 連結業績計画及び重点方針

Ⅱ 1. 2013年3月期の重点方針

3つの成長戦略を確実に実行 積極投資を行いつつも有利子負債削減を目指す

< 153P 重点戦略 >

海外戦略の加速

< ※：連結売上高構成比10%強へ >

ホテル婚礼受託 事業の拡大

< ※：ホテル婚礼受託
売上高50億円 >

直営店舗の強化

< 153P期間：差別化戦略の推進
成長、事業基盤投資額倍増 >

強固な財務基盤の 構築

< 重点方針 >

受注件数拡大で、アジア市場創出
リゾートウェディングシェアの拡大

ホテル提携数の拡大

確実な新規出店
ハード・ソフトの更なる強み創り
次世代ウェディングスタイルの創出

積極投資を行いつつもフリーCF増加
(2013/3末有利子負債目標額：160億円)

※：2015年3月期目標数値

✓2013年3月期の重点方針をご説明いたします。

✓153Pで掲げている3つの成長戦略を確実に実行いたします。

✓直営店舗の強化として、「確実な新規出店」、「ハード・ソフトの更なる強み創り」を推進いたします。また、「次世代ウェディングスタイルの創出」に挑戦し、差別化戦略を強化いたします。

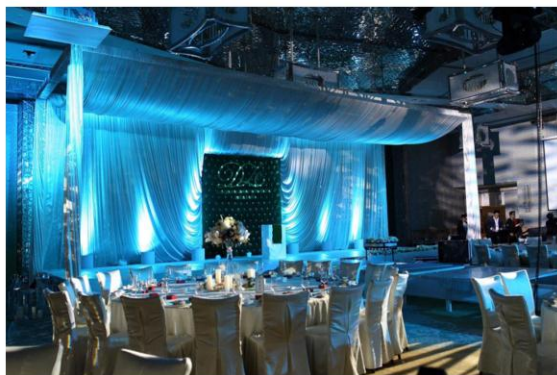
✓ホテル婚礼受託事業の拡大として、「ホテルの提携数の拡大」に注力いたします。

✓海外戦略の加速として、中国を中心にアジア婚礼プロデュースの受注件数を拡大し、「アジア市場の創出」を図ります。また、引き続き「リゾートウェディングシェアの拡大」を目指します。

✓その一方で、財務戦略として、積極投資を行いつつも、「フリー・キャッシュ・フロー増加」を図り、2013年3月期末の有利子負債額を160億円（前期末比-16億円）まで削減させることを目指します。

Ⅱ 2-1. <Topic1> 海外戦略の加速：受注件数拡大で、アジア市場創出

アップーミドル層の受注拡大により、計画を上回る高単価 5つ星ホテルでのパーティ施行本格始動



アジア施行事例①
ザ・リッツ・カールトン上海
-浦東



アジア施行事例②
パークハイアット上海

天愿结婚庆（上海） 有限公司

Address
中国 上海市

Representative
董事長 野尻佳孝

Establishment
2011年1月

上海ウェディングサロン

Address
中国 上海市

Open
2011年5月

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓海外戦略において、アジア婚礼プロデュースは順調に拡大しております。

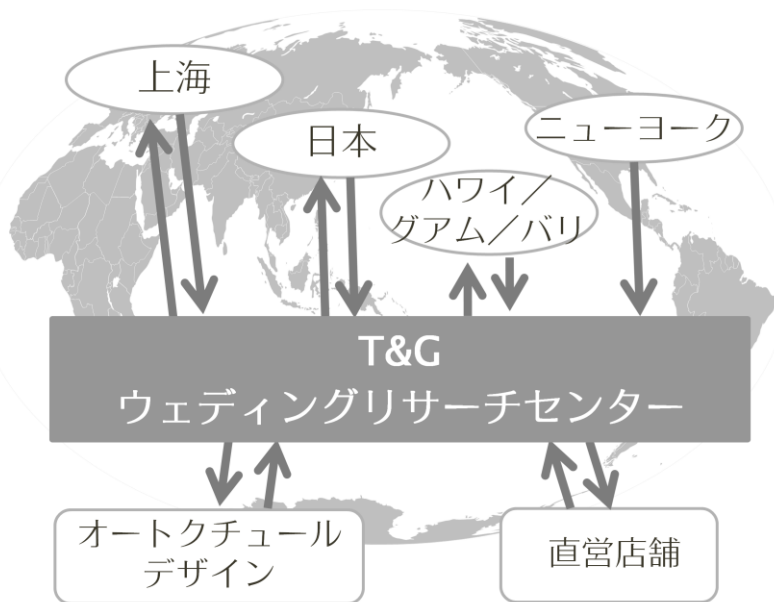
✓前述のとおり、アジアではアップーミドル層をターゲットに事業展開を進めており、計画を上回る高単価での受注が拡大しております。これらのパーティの多くは著名な5つ星ホテルを会場としたものであり、大変高い評価を頂戴しております。

✓このような実績を積み重ねてきた結果、当社の認知度も徐々に高まり、新規客の増加に繋がっています。また現地でのノウハウ、スキルの蓄積も進み、将来の成長に向けた確かな基盤が構築されつつあります。

✓今後も、こうしたアップーミドル層のプロデュース実績を積み重ねることで、T&Gのブランドイメージの確立を図り、ホテルとの連携による事業の拡大に繋げてまいります。

Ⅱ 2-2. <Topic2>直営店舗の強化：ハード・ソフトの更なる強み創り

T&Gウェディングリサーチセンター設立 世界規模の最先端情報ネットワークを構築



T&Gウェディング リサーチセンター

設立
2012年9月1日

役割
T&Gグループにおける調査・研究機関

世界各国の最先端ウェディングの研究と、研究成果をグループ内に展開する機能を有する

2012年11月には、ニューヨークに情報基地を設置

センター長
執行役員 有賀明美
これまで数多くの著名人のプロデュース実績をもつウェディングプランナー

現在は、プロフェッショナルチームによるトータルウェディングサービス「Haute couture Design（オートクチュールデザイン）」のメンバーとしても活躍

✓T&Gグループにおける調査・研究機関として「T&Gウェディングリサーチセンター（以下、T&G WRC）」を設立いたしました。

✓T&G WRCは、当社が事業展開をする日本、中国（上海）、ハワイ、グアム、バリにおける世界各国の最先端ウェディングを研究するとともに、情報を一元集約し、研究成果をT&Gグループに展開する機能を有する組織です。

✓その一環として、2012年11月にはトレンド発信の最先端都市であるニューヨークに情報基地を設置いたしました。今後も機能強化のため、他地域への設置も検討しております。

✓これら世界各国より集約したトレンド情報を店舗開発や新商品開発へと繋げるとともに、将来的には社外へトレンド情報を発信することで、業界の中でのオピニオンリーダーとしての地位を確立してまいります。

Ⅱ 2-3. <Topic3>直営店舗の強化：ハード・ソフトの更なる強み創り

成長支援制度 "Professional Club"を充実化 「海外研修制度」を導入

海外研修制度（今年度実績：10名）

ウェディングプランナー（WP）6名

フラワーコーディネーター（FC）1名

シェフ3名

- ・ 研修先：アメリカ（WP及びFC）、フランス（シェフ）
- ・ 期間：14日間
- ・ 内容例（WP）

現地WPとの交流や、海外の最新ウェディング体験を通じ
自己のプランニング能力、提案力の向上へ繋げる



海外研修制度

T&G成長支援制度
"Professional Club" のひ
とつとして導入

一定資格を満たす社員の中から
選抜されたメンバーを海外
へ派遣し、最先端のトレンド
や一流サービスに触れること
で、スキル向上を目指す

T&G 成長支援制度 "Professional Club"

2012年3月期より導入

各職種ごとのプロフェッショ
ナル人材の育成を目的とした
成長支援制度

一定資格を有する社員から選
抜されたメンバーを対象と
し、研修、体験旅行等多様な
カフェテリアプランを用意

✓2011年度に導入した社員の成長支援制度
"T&G Professional Club"に新たに「海外研修
制度」を導入いたしました。

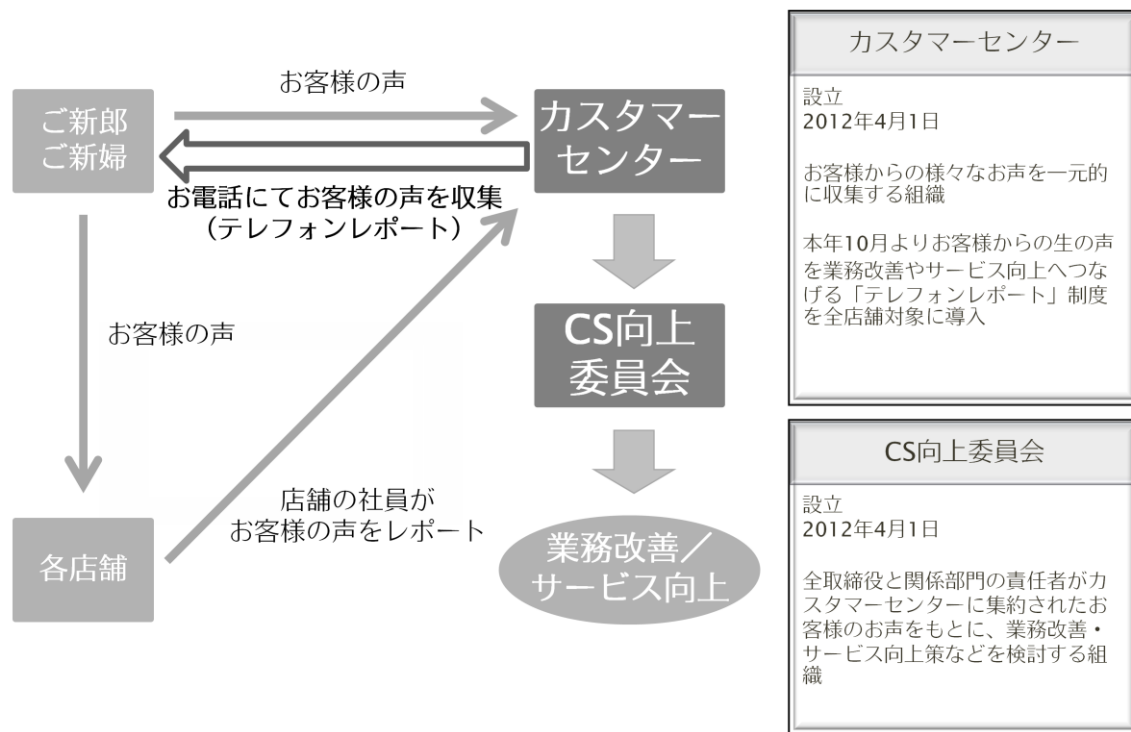
✓この制度は、各職種ごとのプロフェッショ
ナル人材の育成を目的とし、一定資格者の中
から選抜したメンバーに、海外で最先端のト
レンドや一流のサービスを体験させ、更なる
スキルの向上を目指しています。

✓今年度においては、ウェディングプラン
ナー及びフラワーコーディネーター7名と
シェフ3名の計10名を、6月から7月にかけて
それぞれアメリカとフランスへ派遣いたしま
した。

✓今後もこのような制度を通じ、社員の成長
を促し、お客様満足度の向上に繋げてまいり
ます。

Ⅱ 2-4. <Topic4>直営店舗の強化：ハード・ソフトの更なる強み創り

挙式済みお客様への「テレフォンレポート」全店導入 お客様の生の声を経営レベルで議論し、業務改善へ



カスタマーセンター

設立
2012年4月1日

お客様からの様々なお声を一元的に収集する組織

本年10月よりお客様からの生の声を業務改善やサービス向上へつなげる「テレフォンレポート」制度を全店舗対象に導入

CS向上委員会

設立
2012年4月1日

全取締役と関係部門の責任者がカスタマーセンターに集約されたお客様のお声をもとに、業務改善・サービス向上策などを検討する組織

✓全ての挙式済みお客様に直接電話を行い、お客様からの生の声を業務改善やサービス向上へ繋げる「テレフォンレポート」制度を、2012年10月より全店舗で導入いたしました。

✓これまでもお客様相談室やアンケート等を実施いたしておりましたが、お客様の潜在的なご不満やご要望までも積極的に聴き出し、更なる業務改善やサービス向上に繋げていくことを目的としています。この業務は、本年4月に設置したカスタマーセンターで行っており、ウェディングプランナーや支配人などの現場業務の豊富な経験者を配置いたしております。

✓また、「CS向上委員会」を設置し、社長をはじめ全役員、関係部門の責任者が収集された「お客様の声」をもとに業務改善・サービス向上策を検討する仕組みも導入しております。

✓これらの仕組みは本年4月より数店舗で先行導入しておりましたが、お客様からの評価も高く、また業務改善の効果も顕著であることから、今般、全店舗を対象に導入することにいたしました。

✓今後もこうした活動を継続し、更なるCS向上に繋げてまいります。

Ⅱ 3. 連結 業績計画

通期業績計画は、売上高500億円、
営業利益26億円の増収増益を計画

単位: 百万円	上期実績 (11/7発表)	<A> 2013/3 通期計画 (5/11発表)	 2012/3 通期実績	前期比 増減額 (A-B) 増減率((A-B)/B)
売上高	23,912	50,000	47,983	+2,016 +4.2%
営業利益	433	2,600	2,212	+387 +17.5%
経常利益	200	2,000	1,588	+411 +25.9%
当期純利益	19	800	453	+346 +76.6%

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓2013年3月期の連結業績計画をご説明いたします。

✓通期業績計画は現時点での修正はございません。

✓従って、通期計画は下記のとおりです。
(括弧内は、前期比)

売上高 50,000百万円 (+2,016百万円)
営業利益 2,600百万円 (+387百万円)
経常利益 2,000百万円 (+411百万円)
当期純利益 800百万円 (+346百万円)

Ⅱ 4. 2013年3月期 配当予想について

2012年3月期と同水準の期末配当を予定

	1株当たりの配当金		
	中間配当金	期末配当金	年間配当金
2012/3	0円	100円	100円
2013/3 (予想)	0円	100円	100円

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓2013年3月期の配当予想をご説明いたします。

✓適正かつ安定的に利益配分を行う基本方針に則り、中長期的な成長を実現するための投資の必要性等を総合的に勘案し、2012年3月期と同水準となる1株当たり100円の年間配当金を予定しております。

Medium-term Business Plan FY Ending March 2015

153P (2013/3-2015/3の3ヵ年中期経営計画)

※2012年2月3日発表

詳細はこちらをご覧ください

<http://pdf.irpocket.com/C4331/oWM7/VU7I/JVyi.pdf>

参考 1. T&G「2020 Target」

T&G「2020 Target」では、

企業理念「人の心を、人生を豊かにする」をベースに

- ◆ グローバルカンパニーとしての地位確立を目指します。
- ◆ 総合生活カンパニーへの進化を目指します。

そして、売上高1,000億円の達成を目指します。

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓2013年3月期からの3ヵ年中期経営計画153P（2012年2月3日発表）について、ご説明いたします。

✓中期経営計画を策定するにあたり、当社の2021年3月期（2020年度）の目指す姿を“T&G「2020Target」”として描きました。

✓“T&G「2020Target」”は、企業理念「人の心を、人生を豊かにする」をベースに、次の2つのことを掲げています。

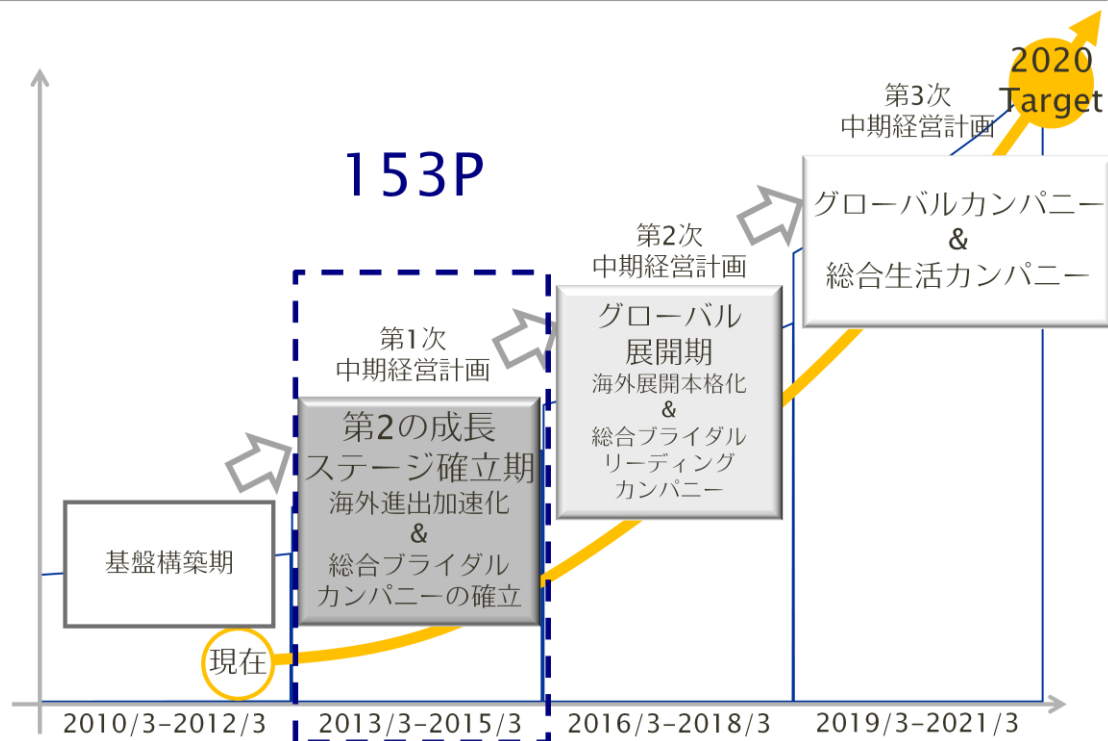
✓一つは、当社のプロデュース力とホスピタリティの高さをグローバルに展開し、「グローバルカンパニーとしての地位確立」を目指します。

✓もう一つは、結婚及びその周辺事業から、お客様の生活領域全般における総合的なビジネスを展開する「総合生活カンパニーへの進化」を目指します。

✓そして、当社グループ連結売上高1,000億円の達成を目指します。

参考 2. 153Pの位置づけ

「第2の成長」ステージを確立 2020Target実現へのファーストステップ



✓「2020Target」は、3段階の3ヵ年中期経営計画で実現を目指します。

✓第一次中期経営計画である153Pは、そのファーストステップであり、「第2の成長ステージ確立期」と定義しております。

✓ここでは、大きく2つのことを目指します。それは、「海外進出加速化」と「総合プライダルカンパニーの確立」です。

✓このことにより、次のステージである「グローバル展開期—海外展開本格化&総合プライダルリーディングカンパニー」への布石を打ってまいります。

※153P：創業『15』年目からの『3』ヵ年中期経営計画(『P』lan)

参考 3. 153P最終年度（2015年3月期）目標数値

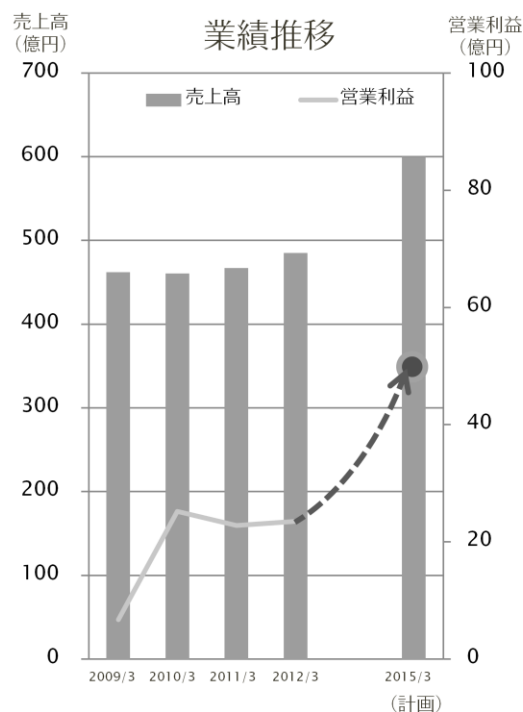
売上高600億円、営業利益48億円（営業利益率8%）
健全なる成長により財務基盤を強固に

■ 定量目標（連結）

（単位：億円）	2011/3 実績	2012/3 実績	2015/3 計画
売上高	467	479	600
営業利益 （対売上高 営業利益率）	22.8 (4.9%)	22.1 (4.6%)	48 (8%)
当期純利益	2.1	4.5	25
ROCE※	8.3%	8.7%	18%
自己資本 比率	36.7%	38.4%	50%
有利子負債	193	176	130

※ROCE（Return on Capital Employed）

=EBITDA（営業利益+減価償却費）÷投下資本（有利子負債+純資産+リース債務）



✓153P目標数値について、ご説明いたします。

✓153Pでは、成長と財務基盤の強化の両面を重視し、健全なる成長を目指します。

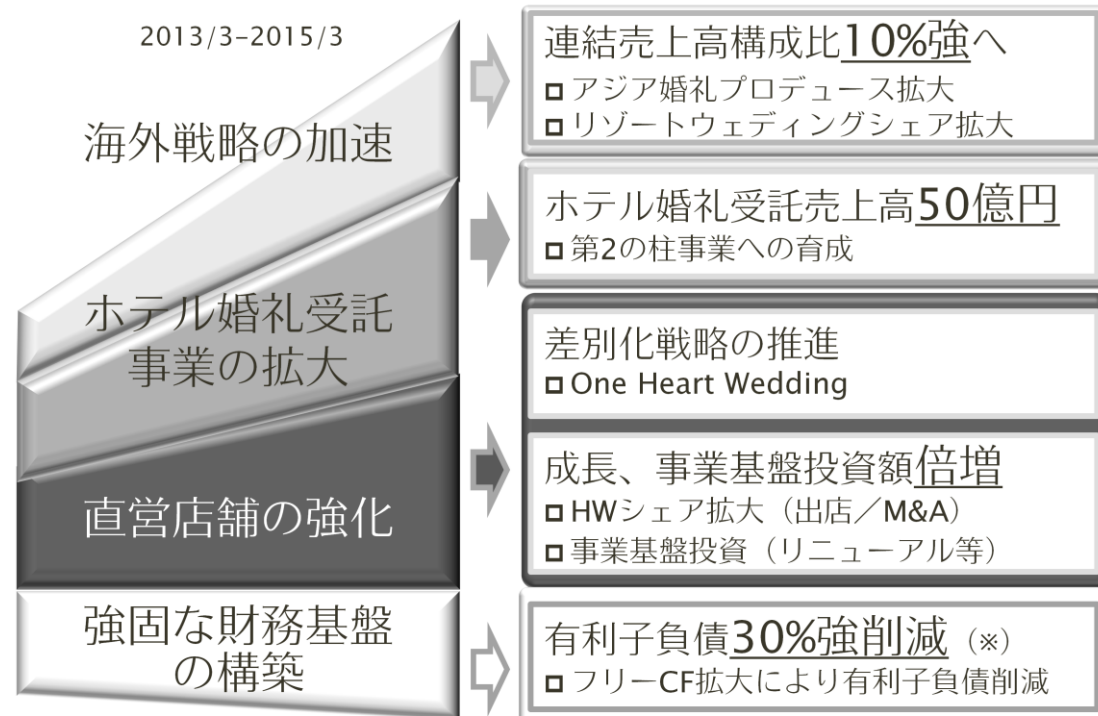
✓最終年度である2015年3月期において、売上高600億円、営業利益は2012年3月期の倍増となる48億円（営業利益率8%）、当期純利益25億円の達成を目指します。

✓また、投資効率性を重視した経営を推進いたします。「ROCE」を重要指標として設定し、18%への向上を目指します。

✓これにより、自己資本比率50%、有利子負債は130億円を目指し、財務基盤の強化を図ります。

参考 4. 153P成長イメージと重点戦略

海外と国内事業拡大により売上600億円を実現
強固な財務基盤構築で有利子負債削減



HW：ハウスウェディング

※2011年3月期末比

✓153P成長イメージと重点戦略について、ご説明いたします。

✓連結売上高600億円を実現するため、3つの成長戦略に取り組みます。

✓一つ目は、「直営店舗の強化」です。ここでは、差別化戦略として“One Heart Wedding”の追求を推進してまいります。また、シェア拡大と事業基盤強化を目的に、投資額を倍増させます。

✓二つ目は、「ホテル婚礼受託事業の拡大」です。第2の柱事業として育成し、売上高50億円の達成を実現いたします。

✓三つ目は、「海外戦略の加速」です。アジア婚礼プロデュース拡大とリゾートウェディングシェア拡大により、連結売上高における構成比を10%強にまで成長させます。

✓また、財務戦略として「強固な財務基盤の構築」を実現いたします。フリー・キャッシュ・フロー拡大により、2011年3月期末比30%強の有利子負債の削減（残高130億円）を実現いたします。

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS