

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
2015年3月期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2015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.	2015年3月期 連結決算概要	P4-9
1.	総括	P5
2.	連結 損益計算書 概要	P6
3.	営業利益及び増減要因内訳	P7-9
II.	セグメント情報／連結貸借対照表	P10-15
1.	事業セグメント別売上高	P11-13
2.	連結 貸借対照表	P14-15
III.	2016年3月期 連結業績計画 及び 経営方針	P16-35
1.	連結 通期業績計画	P17
2~4.	経営方針	P18-35
IV.	2016年3月期 配当予想	P36-37

Results of FY Ending March 2015

2015年3月期 連結決算概要

I 1. 2015年3月期 総括

売上高は592億円、営業利益は29.7億円となり
概ね2015年2月に公表した修正計画通りで着地

国内直営店の取扱組数・単価の減少により売上減
直営店の挙式披露宴単価は**401.7**万円

継続的な収益改善取組により、売上総利益率は改善
売上高総利益率は前期比**+0.9pt**

海外・リゾートウェディング事業は引き続き業績拡大
海外売上高は順調に推移し、前期比**19%**増

新たな成長戦略に向けた先行投資を継続して実施
先行投資等により、販管費は前期比**+3.8**億円

- ✓ まず始めに、2015年3月期を総括いたします。
- ✓ 2015年3月期における業績は、売上高が592億円、営業利益が29.7億円となり、概ね2015年2月に公表した修正計画通りの着地となりました。また前期比では、国内事業の売上減少及び成長戦略に向けた先行投資により減収減益となりました。
- ✓ 2015年3月期のポイントとして、次の4点が挙げられます。
- ✓ 一つ目に、直営店の取扱組数・単価の減少により売上減となりました。直営店における挙式披露宴単価は401.7万円となりました。
- ✓ 二つ目に、収益構造改革の各種施策を推進し、売上総利益率が前期比で0.9pt改善いたしました。
- ✓ 三つ目に、アジアを含む海外・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、海外売上高は前期比で19%増となりました。
- ✓ 四つ目に、成長戦略に向けた先行投資を計画に沿って実施をしました。その結果、販管費は前期比で3.8億円増となりました。

I 2. 連結 損益計算書 概要

国内事業での取扱組数・単価の減少及び 成長戦略に向けた先行投資により減収減益

単位: 百万円	2015/3 計画	2015/3 実績	計画比	(参考) 2014/3 実績*	(参考) 前年 同期比
売上高	59,000	59,221	+221	60,714	-1,493
売上 総利益	33,800 57.3%	33,847 57.2%	+47 -0.1pt	34,199 56.3%	-352 +0.9pt
販管費	30,800 52.2%	30,874 52.1%	+74 -0.1pt	30,493 50.2%	+380 +1.9pt
営業 損益	3,000 5.1%	2,973 5.0%	-27 -0.1pt	3,706 6.1%	-733 -1.1pt
経常 損益	2,700 4.6%	2,784 4.7%	+84 +0.1pt	3,342 5.5%	-558 -0.8pt
当期 純損益	1,000 1.7%	1,008 1.7%	+8 ±0.0pt	1,370 2.3%	-361 -0.6pt

※ %は売上高比
※ 会計方針の変更を遡及適用しております。

(通期) 前期比差異要因

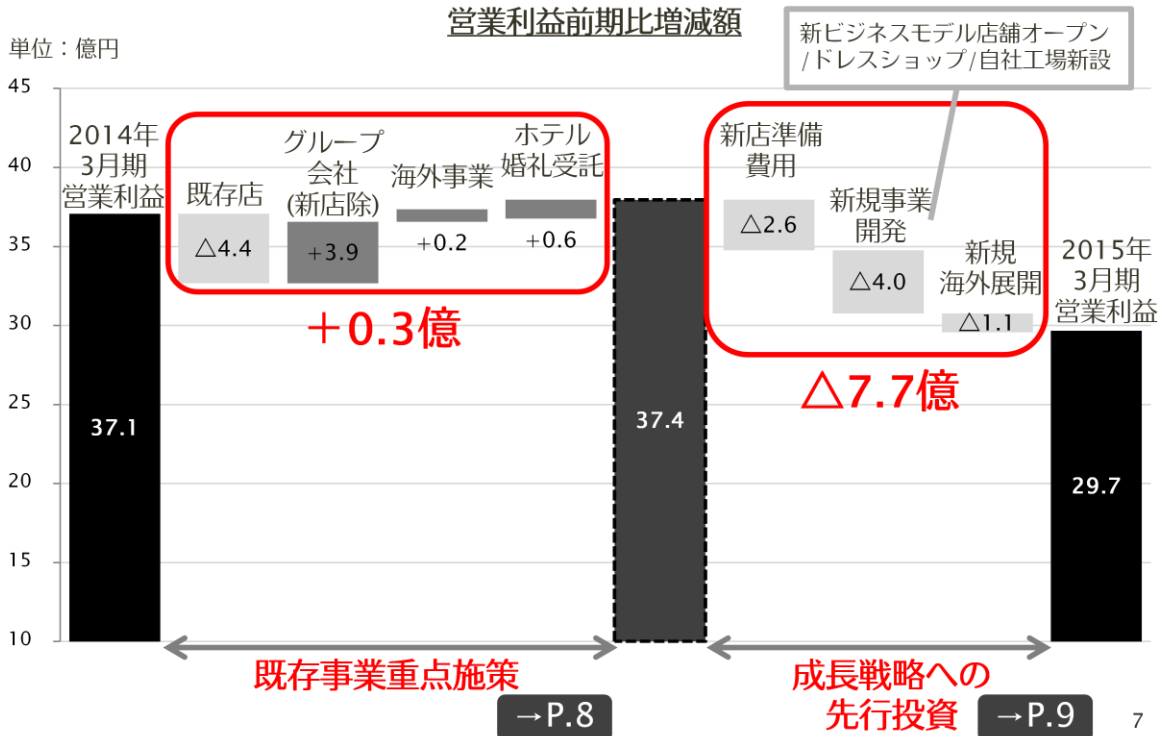
- ◆ 売上高
前期比 -1,493百万円
【主な要因】
 - ✓ 特定地域における競争激化
 - ✓ 閉店影響による取扱組数減
- ◆ 売上総利益
前期比 +0.9pt
 - ✓ 継続的な粗利改善取組の推進により利益率は改善
- ◆ 販管費
前期比 +380百万円
 - 成長戦略への先行投資による要因
 - ✓ 新店準備費用 +264百万円
 - ✓ 新規事業開発 +402百万円
 - ✓ 新規海外展開 +110百万円

T&G TAKE AND GIVE NEEDS

- ✓ 連結損益計算書の概要をご説明いたします。
- ✓ 2015年3月期は、売上高、営業利益共に、概ね2015年2月に公表した修正計画通りの着地となりました。前期比では、国内事業の売上減少及び成長戦略に向けた先行投資により減収減益となりました。
- ✓ 売上高は、59,221百万円（計画比+221百万円）となりました。前期比では、1,493百万円減となります。これは特定地域における競争激化、及び閉店店舗における取扱組数の減少が主な要因です。
- ✓ 販管費については、コストの効率化を推進しつつ、成長戦略に向けた先行投資を実施しております。販管費は、計画比74百万増の30,874百万円（前期比+380百万円）となりました。
- ✓ その結果、営業利益は2,973百万円（計画比-27百万円）、経常利益は2,784百万円（計画比+84百万円）、純利益は1,008百万円（計画比+8百万円）となりました。

I 3-1. 2015年3月期 営業利益実績

概ね2015年2月に公表した修正計画通りで着地



✓ 2015年3月期の重点施策について、通期での営業損益への影響（2014年3月期との増減）とともにご説明いたします。

✓ 営業損益増加要因といたしまして、グループ会社の増益が挙げられます。既存店のマイナスをグループ会社増益、海外事業、ホテル婚礼受託で補っております。

✓ また、成長戦略への先行投資を計画的に実施しました。具体的には、新店準備費用、新規事業開発及び新規海外展開のための投資となります。

✓ 以上の通り、収益面において若干の上積みがあり、一方で成長戦略に資源を投下し、2015年3月期の営業利益は29.7億円（2014年3月期比7億円減）となりました。

I 3-2. 既存事業重点施策効果の内訳

既存店においては受注件数が大幅に減少するも
グループ会社の収益増等により増益確保

項目	営業利益 (前期対比)	要因
既存店 (閉店店舗含む)	△4.4億	● 収益改善の取組を行うも、既存店での受注件数減により減収減益 ✓ 閉店店舗（横浜）/リニューアル店舗（渋谷）における販売減による影響 ✓ 2014年2月大雪の影響による契約数減 ✓ 特定地域における競争激化（横浜等） ⇒紙媒体を中心に集中的な広告宣伝費の投下を行ったものの、挽回できず
グループ会社 (新店除)	+3.9億	● グループ会社の収益増（新店除） ● M&A取得会場の通年寄与
海外事業	+0.2億	● 連結売上高シェアは12%超を達成 ● リゾート事業が堅調に推移 ● 日本国内に加えて、海外からの送客増
ホテル婚礼受託	+0.6億	● 提携ホテルの通年寄与、取扱高増加

- ✓ 2015年3月期重点施策について、ご説明いたします。
- ✓ まず既存事業の重点施策の効果についてご説明いたします。（P.7チャート左側部分）
- ✓ 一つ目は、国内既存店について、粗利改善やコスト削減といった収益改善の取組を行うも、受注件数の減少により4.4億円の減益となりました。
- ✓ 受注減少の主な要因としては、横浜の閉店店舗及び渋谷のリニューアル店舗における販売減、2014年2月における2週連続の大雪の影響による契約数減及び横浜等の特定地域における競争激化等が挙げられます。受注獲得に向け、紙媒体を中心に集中的な広告宣伝費の投下を行い一定の成果はあったものの、通期では挽回することができず、減収減益となりました。
- ✓ 二つ目は、グループ会社の収益増（新店除）及びM&Aの取得会場の通年寄与により増収増益となりました。
- ✓ 三つ目は、海外事業について、海外リゾートウエディングの新規会場の効果により、増収増益となりました。
- ✓ 四つ目は、ホテル婚礼受託について、提携ホテルの通年寄与により、取扱高が前期比で増加となりました。また提携先ホテルにおいて、契約率等の業績も改善しております。
- ✓ 上記効果により、既存事業の重点施策としては0.3億円の増益をいたしました。

I 3-3. 成長戦略への先行投資の内訳

新たな成長戦略の実現に向けて7.7億円の先行投資を実施

項目	営業利益 (前期対比)	要因
新店準備費用	△2.6億	● 表参道 “HARMONIE SOLUNA表参道”[*] (2015年3月グランドオープン) ● 京都 四条烏丸 “InStyle wedding KYOTO” (2015年9月グランドオープン) ● 横浜 (2016年春オープン予定) ● ホテル事業 新規参入準備
新規事業開発	△4.0億	● 渋谷 “TRUNK BY SHOTO GALLERY” (2014年11月オープン) ⇒新たなウェディングスタイル提案 ● 表参道 “MIRROR MIRROR” (2014年10月オープン) ⇒初のドレスショップ出店 ● 中国（蘇州）自社工場設立（2014年2月） ⇒新たなウェディングスタイルに必要な商品製造
新規海外展開	△1.1億	● インドネシア事業立ち上げなど

※（株）ブライズワード運営 東京初出店。

9

T&G
TAKE AND GIVE NEEDS

- ✓ 次に、成長戦略への先行投資の状況について、ご説明いたします。（P.7チャート右側部分）
- ✓ 一つ目は、新店準備費用について、（株）ブライズワードの東京初出店となる”HARMONIE SOLUNA 表参道”が2015年3月にグランドオープンし、加えて、2015年9月には京都四条烏丸、2016年春には横浜で新規出店が決定しております。各案件共にオープンに向けて順調に進捗をしております。本件での営業損益影響額は通期で△2.6億円となりました。
- ✓ また既にリリース済ですが、今後のホテル事業への新規参入に向けても準備を進めております。
- ✓ 二つ目は、新規事業開発について、新ビジネスモデルのトライアル店舗として、2014年11月 渋谷に”TRUNK BY SHOTO GALLERY”がオープンし、新たなウェディングスタイルの提案を行っております。同店舗の受注については、非常に好調に推移しております。
- ✓ 2014年10月には初のドレスショップ”MIRROR MIRROR”が表参道にオープンいたしました。また、中国（蘇州）に設立した自社工場が稼働しており、新たなウェディングスタイルに必要な商品を製造しております。”TRUNK BY SHOTO GALLERY”を始め、日本国内店舗において販売を開始しております。本件での営業損益影響額は通期で△4.0億円となりました。
- ✓ 三つ目は、新規海外展開にむけた準備を行い、営業損益影響額は△1.1億円となりました。
- ✓ 引き続き戦略的な先行投資を行い、将来の成長戦略の実現を目指してまいります。



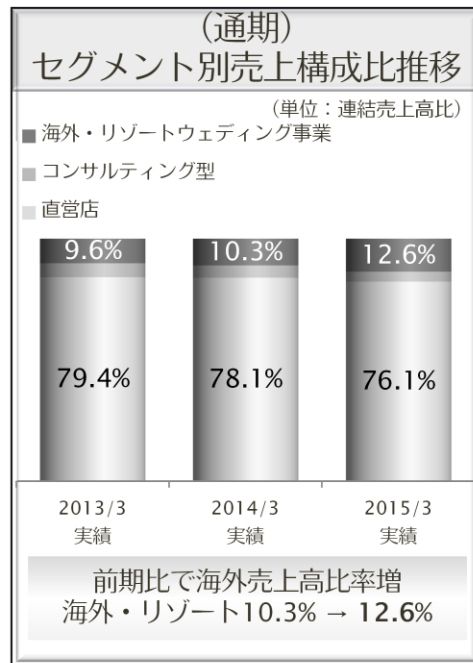
Results of FY Ending March 2015
Segment Information / Balance Sheet

2015年3月期
セグメント情報／連結貸借対照表

II 1-1. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

国内ウェディング事業は減収となるも 海外・リゾート事業は引き続き堅調に推移

単位：百万円 (連結売上高比)	2013/3 実績	2014/3 実績	2015/3 実績
国内ウェディング事業	46,138 (87.4%)	52,902 (87.1%)	50,059 (84.5%)
直営店	41,947 (79.4%)	47,422 (78.1%)	45,059 (76.1%)
コンサルティング型	2,835 (5.4%)	2,832 (4.7%)	2,220 (3.8%)
(参考) 取扱高	2,963	4,519	5,328
その他	1,355 (2.6%)	2,646 (4.4%)	2,779 (4.7%)
海外・リゾートウェディング事業	5,046 (9.6%)	6,235 (10.3%)	7,445 (12.6%)
その他	1,619 (3.1%)	1,577 (2.6%)	1,715 (2.9%)
連結売上高	52,804	60,714	59,221



※ 直営店には、(株)T&G、(株)プライズワード、(株)courtshipを含む。
 ※ 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)

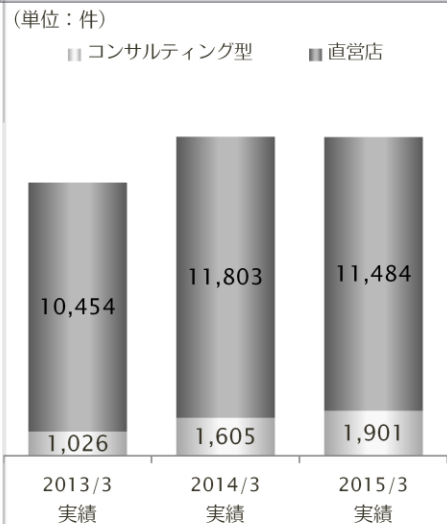
- ✓ 事業セグメント別の売上高及び売上構成比の推移についてご説明いたします。
- ✓ 一つ目は直営店ですが、同事業は連結売上高の大半を占める主力事業であります。2015年3月期においては取扱組数・単価の減少により減収となっております。
- ✓ 二つ目はコンサルティング型事業ですが、ホテル提携数の拡大により、取扱高が増加しております。売上高については、一部提携先との契約形態変更により減少しております。
- ✓ 三つ目は海外事業ですが、引き続きリゾートウェディングを中心に売上高が拡大し、連結売上高に対する海外比率は12%超となりました。

II 1-2. 国内ウェディング事業 内訳

直営店は修正計画数値で着地 コンサルティング型は、取扱高・取扱組数共に計画達成

単位: 百万円	2015/3 計画	2015/3 実績	計画比	(参考) 2014/3 実績	(参考) 前年 同期比
直営店					
売上高	50,000	50,059	+59	52,902	-2,842
取扱組数	11,470	11,484	+14	11,803	-319
平均単価 (千円)	4,020	4,017	-3	4,093	-76
平均人数	76	76	±0	77	-1
コンサルティング型					
取扱高	5,300	5,328	+28	4,519	+808
取扱組数	1,890	1,901	+11	1,605	+296

(通期) 取扱組数推移



※ 直営店には、(株) T&G、㈱ブライズワード、㈱courtshipを含む。
 ※ 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)

- ✓ 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3つの強みである「トータルコーディネート力」「心の想いの表現力」「ニーズをくみ取り実現する力」を打ち出し、追求することで差別化戦略を推進しております。
- ✓ 2015年3月期は、取扱組数が計画比で14件増の11,484件となりました。挙式披露宴単価については、計画比で3千円減の4,017千円となりました。
- ✓ その結果、売上高は50,059百万円 (計画比+59百万円、前期比-2,842百万円) となりました。
- ✓ コンサルティング型は、ホテルの婚礼受託事業の拡大に注力しております。2015年3月期は、主にホテルの取扱組数の拡大により、取扱組数は計画比で11件増の1,901件となりました。
- ✓ その結果、取扱高は5,328百万円 (計画比+28百万円、前期比+809百万円) となりました。

II 1-3. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

海外売上高・営業利益は計画・前期共に上回り、
順調に推移

単位: 百万円	2015/3 計画	2015/3 実績	計画比	(参考) 2014/3 実績	(参考) 前年 同期比
売上高	7,400	7,445	+45	6,235	+1,210
営業利益	340	347	+7	337	+9

※ 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



2014年9月 白の教会



2015年1月 クリスタルチャペル



2015年1月 梅田サロン



T&G TAKE AND GIVE NEEDS

- ✓ 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引き続き新規出店効果により取扱組数が増加し、特に主力であるグアムが好調に推移しました。
- ✓ 今後の海外事業拡大に向け、当初の計画通り先行投資を実施した結果、2015年3月期の海外・リゾートウェディング事業の売上高は、7,445百万円（前期比19%増）となり、営業利益は347百万円（前期比+3%）となりました。

II 2-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

店舗の契約更新に伴い、リース物件買取を実施

単位: 百万円	2014/ 3末	2015/ 3末	増減
流動資産	9,391	9,485	+93
現金及び預金	5,582	5,111	-471
固定資産	38,890	38,605	-285
有形固定資産	24,695	25,564	+868 (※1)
無形固定資産	2,384	2,187	-196
投資その他 資産	11,810	10,853	-957 (※2)
資産計	48,282	48,091	-191

主な増減要因

- ◆ 有形固定資産の増加 (※1)
前期比 +868百万円
【主な要因】
 - ✓ 新規事業開発投資 +410百万円
 - ✓ 海外事業投資 +223百万円
- ◆ 投資その他資産の減少 (※2)
前期比 -957百万円
【主な要因】
 - ✓ 敷金・保証金減 -660百万円
(店舗契約更新に伴い、リース資産の買取実施。買取時にリース保証金と相殺。)

✓ 連結貸借対照表の資産の部の解説です。

✓ 2015年3月期における総資産は前期と比較して191百万円減少し、48,091百万円となりました。

✓ 有形固定資産が増加（前期比868百万円）しておりますが、主に新規事業開発投資+410百万円、海外事業投資+223百万円によるものです。

✓ 投資その他資産が減少（前期比-957百万円）しておりますが、敷金・保証金の減少（前期比-660百万円）が主な要因となります。店舗における契約更新に伴い、リース資産の買取及びリース保証金と相殺を行ったことによるものです。

II 2-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

重点施策への先行投資を実施 有利子負債残高は162億円

単位: 百万円	2014/ 3末	2015/ 3末	増減
負債合計	28,921	27,628	-1,292
流動負債計	15,839	14,058	-1,780 (※1)
短期借入金	2,470	1,370	-1,100
(一年内)長期 借入金・社債	3,547	4,124	+577
固定負債計	13,081	13,569	+488
長期借入金 ・社債	9,827	10,790	+962
純資産計	19,361	20,463	+1,101
負債・ 純資産計	48,282	48,091	-191

主な増減要因

- ◆ 流動負債の減少 (※1)
前期比 -1,780百万円
- 【主な要因】
- ✓ 未払法人税等 -1,306百万円

- ✓ 連結貸借対照表の負債・純資産の部の解説です。
- ✓ 2015年3月期は成長戦略への先行投資を実施した結果、有利子負債残高は162億円となりました。
- ✓ 流動負債は、前期と比較して1,780百万円減少しております。主な要因は、納税による未払法人税等の減少-1,306百万円となっております。



Financial plan and Management Policies
of FY Ending March 2016

2016年3月期 連結業績計画
及び 経営方針

III 1. 2016年3月期 連結 通期業績計画

売上高615億円、営業利益18億円を計画

	第2四半期（累計）			通期		
単位： 百万円	2015/3 実績 (A)	2016/3 計画 (B)	増減額 (B-A)	2015/3 実績 (A)	2016/3 計画 (B)	増減額 (B-A)
売上高	27,740	29,200	+1,460	59,221	61,500	+2,279
営業損益	352	△250	-602	2,973	1,800	-1,173
経常損益	238	△400	-638	2,784	1,500	-1,284
当期損益	△72	△500	-428	1,008	700	-308

T&G TAKE AND GIVE NEEDS

✓ 2016年3月期の連結通期業績計画は下記のとおりとなります。

売上高 61,500百万円
 （前期比 +2,279百万円）
 営業利益 1,800百万円
 （前期比 -1,173百万円）
 経常利益 1,500百万円
 （前期比 -1,284百万円）
 当期純利益 700百万円
 （前期比 -308百万円）

✓ 増収減益の計画であります。

III 2. 2016年3月期 経営方針

2016年3月期は既存店強化及び 3つの成長戦略を柱とする

重点テーマ		詳細内容
既存店強化		● マーケティング強化、ハード投資、人材強化といったあらゆる観点から既存店強化を図る ● 個店毎の競争環境に応じた施策を実行する
成長戦略	新規出店	● 「次世代型専門結婚式場」「ライフスタイル型複合施設」を出店する ● 新たにホテル事業に参入し、新しい市場を創出する
	新規事業開発	● ゼロから創り上げる、新しいウェディングスタイルを一層洗練させる ● ドレスの内製化を本格的に推進する ● 蘇州工場設立により、商品企画～製造～販売までの一貫体制を実現する
	海外事業展開の強化	● リゾートウェディングにおいて新店を展開し、国内の販売体制を強化する ● インドネシアでの事業を開始する

✓ 次に、2016年3月期経営方針について、ご説明いたします。

✓ 一つ目は、既存店強化になります。マーケティング、ハード、人材などあらゆる観点から既存店強化を図ってまいります。

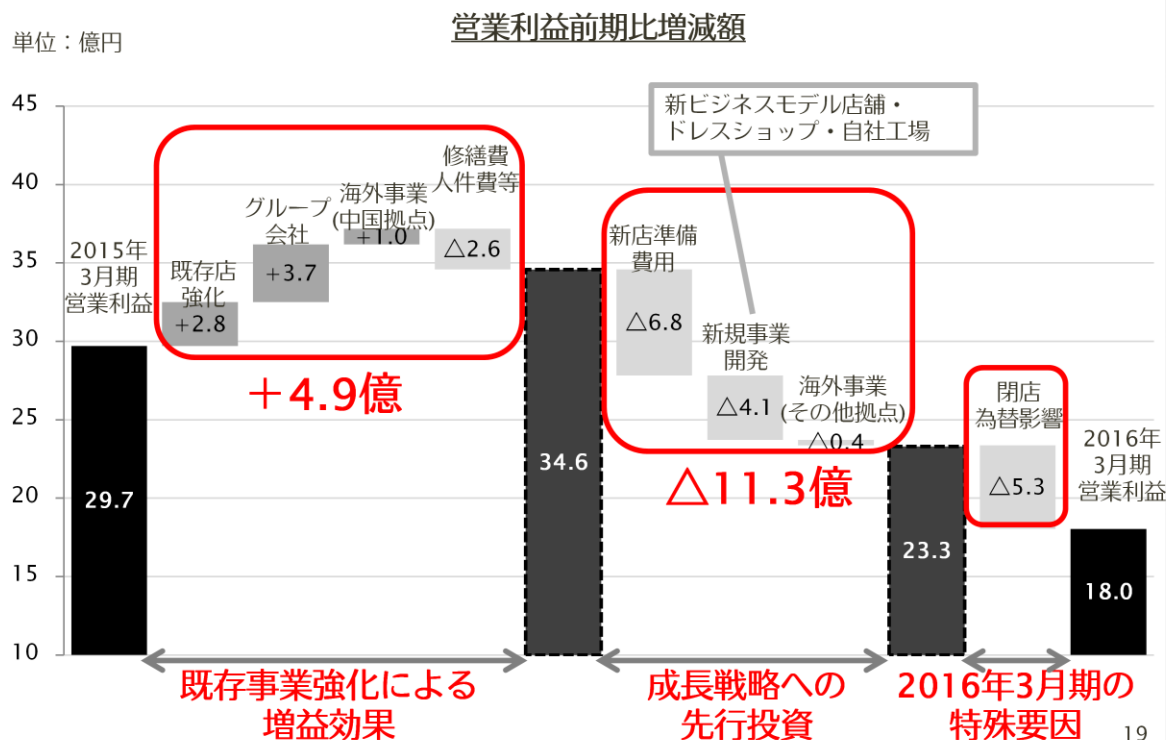
✓ 二つ目は、新規出店になります。これまでも発表してきましたように、次世代型専門結婚式場、ライフスタイル型複合施設を出店予定です。また、新たにホテル事業に参入し、新しい市場を創出してまいります。

✓ 三つ目は、新規事業開発になります。渋谷のTRUNK BY SHOTO GALLERYで行っているゼロから創り上げる新しいウェディングスタイルを一層洗練してまいります。また、ドレスの内製化を本格的に推進いたします。そして昨年設立した蘇州工場により、商品企画から販売までの一貫体制を実現いたします。

✓ 四つ目は、海外事業展開の強化になります。リゾートウェディングにおいて新店を展開し、国内の販売体制を強化してまいります。また、これまでの海外婚礼プロデュースの経験を活かし、インドネシアでの婚礼プロデュースを開始いたします。

III 3. 2016年3月期の重点施策と営業利益

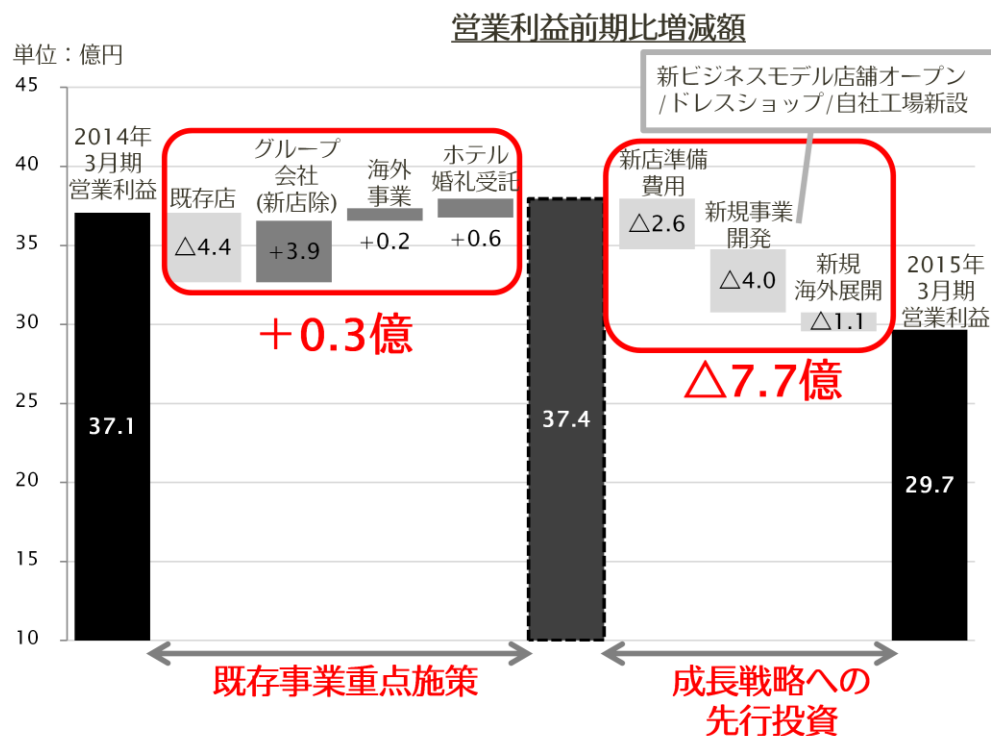
既存店強化・グループ会社増益等で4.9億円増益するも、
成長戦略への先行投資及び閉店・為替影響で営業利益18億円



- ✓ 2016年3月期における営業利益の通期見通しについて、前期比増減要因をご説明いたします。
- ✓ 既存店については、既存店強化対策により+2.8億円となる見込みです。また、グループ会社増益+3.7億円、海外事業+1.0億円、修繕費人件費等増大により、既存事業強化全体で+4.9億円の増益を見込んでおります。
- ✓ また、成長戦略による先行投資により、営業損益は11.3億円減の影響を見込んでおります。
- ✓ 具体的には、新規出店準備、ドレスショップ、蘇州工場等新規事業開発及び海外事業展開の強化のための投資となります。
- ✓ また、2016年3月期のみの特殊要因として、閉店影響及び、円安による為替影響が挙げられ、これにより5.3億円の減益となります。
- ✓ 以上の通り、既存事業強化によっては増益を確保できる見通しではありますが、一方で成長戦略に向けた先行投資を行っており、2016年3月期の営業利益は18.0億円（2015年3月期比11.7億円減）を見込んでおります。

Ⅲ 【参考】 2015年3月期 営業利益実績

成長戦略への先行投資を除いた2016年3月期の営業利益は
前期とほぼ同水準(2015年3月期37.4億円 2016年3月期34.6億円)



✓ P.7の再掲になります。P.19と比較してください。

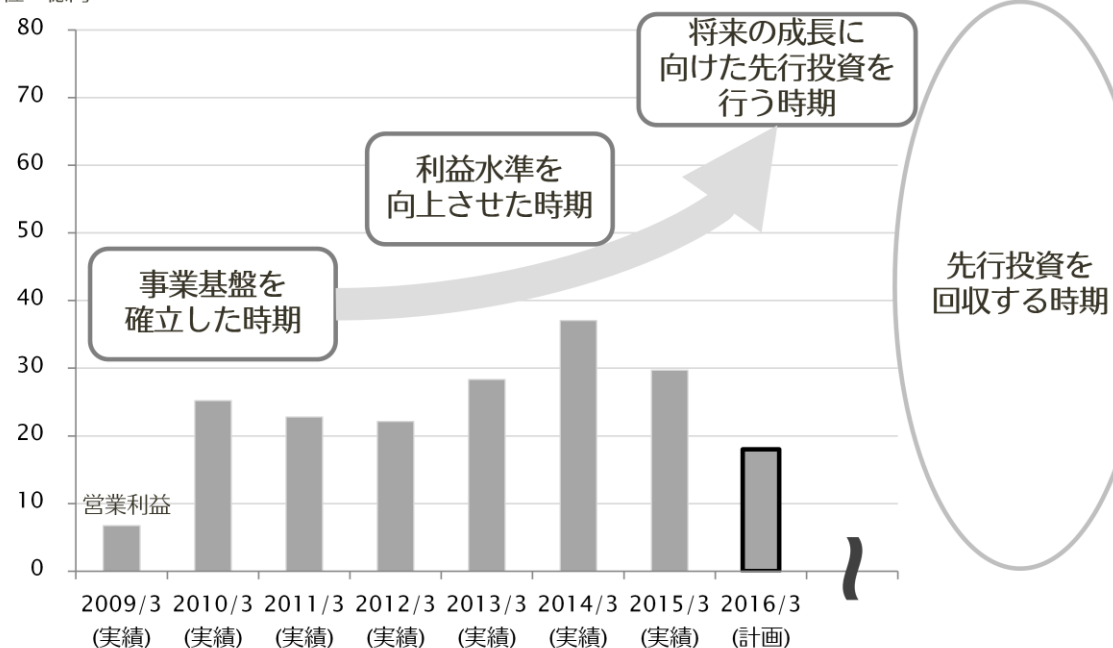
✓ 成長戦略への先行投資を除いた営業利益は、2016年3月期が34.6億円、2015年3月期が37.4億円となりほぼ同水準となります。

✓ しかしながら、2016年3月期は、成長戦略への投資及び閉店・為替の影響が大きく営業利益が18億円となります。

III 【参考】 営業利益の推移

2016年3月期は次の成長期に向けた先行投資時期となる

単位：億円



- ✓ 営業利益の推移についてご説明いたします。
- ✓ 2009年3月期からの3ヶ年は、事業基盤を確立した時期でありました。
- ✓ その後、2012年3月期からの3ヶ年は、利益水準を向上させる時期でありました。
- ✓ そして、2015年3月期からは、次の成長に向けた先行投資時期であり、将来的に先行投資を回収する予定となります。

III 4-1. 既存店強化対策

既存店
強化

新規
出店

新規
事業
開発

海外
展開
強化

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

2016年3月期の増収実現に向け、より細やかな 「個店戦略」を推進する

項目	対策	具体的取組内容
集客力向上	- マーケティング改革実施 「コンタクトセンター」新設	- 店舗毎に最適な広告媒体ミックスの見直しを実施 - WEB・スマートフォン向けサイトの拡充、SNS戦略を強化 - 会場別でターゲットに合わせた出稿モデルを構築 - 新規お問合せへの対応品質向上の為、コンタクトセンターを設置。順次全国への拡大を予定
契約率向上	「スキルトレーニング部」新設 「営業スーパーバイザー」設置	- 人材教育機能を統合した上で、営業力強化に向けたきめ細やかな教育により現場力のレベルアップを実現 - 営業支援体制を強化
組織体制	「事業戦略部」新設	エリア事業部を統括し、既存店強化の全体戦略を策定、実行
中長期的対策	大型リニューアル	ポテンシャルの高い店舗を選定し、今後数ヶ年で大型リニューアルを検討

✓ 既存店強化対策の具体的な取組内容についてご説明いたします。既に2014年10月より、既存店強化に向け各種施策を着手しており、より細やかな「個店戦略」を推進しております。

✓ 一つ目は、集客力向上に向けて、マーケティング改革を実施しております。店舗毎に最適な広告媒体ミックスの見直しを実施し、店舗別のWEBサイトやスマートフォン向けサイトの拡充、SNS戦略の強化を図っております。また、会場別でターゲットに合わせた出稿モデルを構築しております。そして、新規お問い合わせへの対応品質向上の為「コンタクトセンター」を新設いたしました。今後、順次全国へ拡大を図ってまいります。

✓ 二つ目は、契約率向上に向け、「スキルトレーニング部」の新設、及び「営業スーパーバイザー」の設置をしております。人材教育機能を統合した上で、きめ細やかな教育による現場力のレベルアップと営業支援体制の強化を進めております。

✓ 三つ目は、各エリア事業部を統括し、既存店強化の全体戦略を策定し、実行をするため「事業戦略部」を新設いたしました。

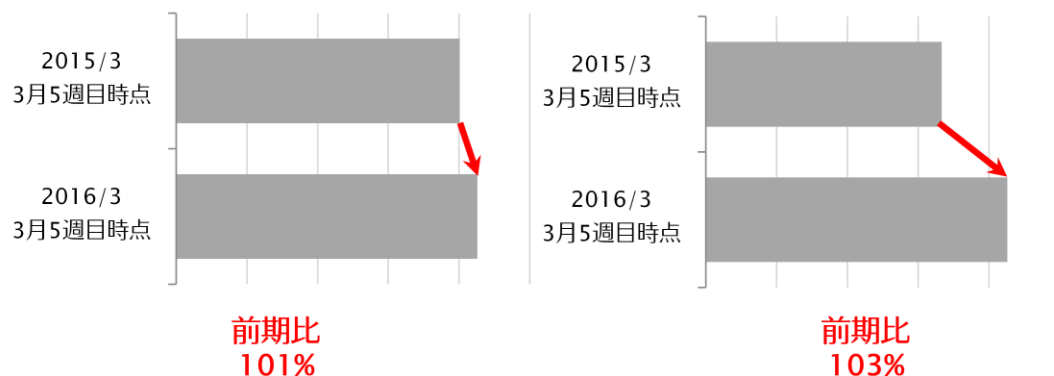
✓ 四つ目は、中長期的な対策として、国内市場においてポテンシャルの高い店舗を選定し、今後数ヶ年で大型リニューアルを検討し、更なる増販につなげてまいります。

2015年3月末時点で2016年3月期受注組数は
既存店ベースで、前期比103%

2016年3月期受注組数 対前期改善度

全店状況（2015年3月期閉店店舗含む）

既存店状況（2015年3月期閉店店舗除く）



- ✓ 既存店強化対策により、直近の受注状況は、改善しております。
- ✓ 2015年3月末時点で、2016年3月期の受注組数は、全店ベース（2015年3月期閉店店舗含む）でも前期比101%、既存店ベース（2015年3月期閉店店舗除く）では前期比103%となっております。
- ✓ みなとみらいの店舗がクローズし、新店オープンとの端境期ではありますが、2014年10月以降、受注状況は改善しております。

III 4-2-1. 新規出店概要

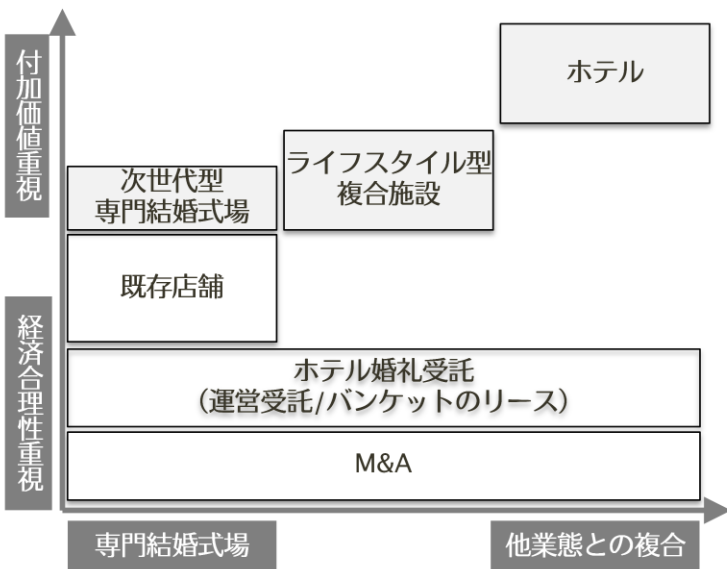
既存店
強化

新規
出店

新規
事業
開発

海外
展開
強化

「次世代型専門結婚式場」「ライフスタイル型複合施設」の出店 新たにホテル事業に参入し、新しい市場を創出する



コンセプト型ホテル

婚礼における装飾、演出力で培ったノウハウと魅力あるコンテンツの開発企画力を持つ当社が個性的なデザインにこだわったコンセプト型ホテル事業を展開

ライフスタイル型複合施設

レストラン、カフェ、バー、多目的スペースなど、最新のトレンドに合わせたライフスタイル型のコンテンツとの融合による情報発信力の高い複合施設

次世代型専門結婚式場

ゼロから建込みを行い、空間そのものをコーディネートする新たなウェディングを競争力のある価格で提供

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

- ✓ 当社の新規出店戦略についてご説明いたします。
- ✓ 当社はハウスウェディング市場のパイオニアとして業界全体を牽引してまいりました。しかしながら、今後ますます市場環境が厳しくなってまいりますので、当社は新規出店戦略において強みを活かし、従来とは異なる出店形態により、新しい市場を創り出し、婚礼市場全体の活性化に貢献してまいります。
- ✓ 一つ目は、ゼロから建込みを行い、空間そのものをコーディネートする新たなウェディングスタイルである「次世代型専門結婚式場」です。
- ✓ 二つ目は、最新トレンドに合わせたライフスタイル型コンテンツとの融合による情報発信力の高い「ライフスタイル型複合施設」です。
- ✓ そして三つ目として、新たにホテル事業に参入いたします。個性的なデザインにこだわった「コンセプト型ホテル」を展開してまいります。
- ✓ 既存店については、ハード面では優先順位に基づいた段階的な戦略投資を行い、ソフト面では新たなウェディングスタイルを順次展開することで、他社との差別化戦略を強化してまいります。

III 4-2-2. 新規出店一覧

既存店
強化

新規
出店

新規
事業
開発

海外
展開
強化

2015年3月以降、東京・京都・横浜において 新規出店が決定

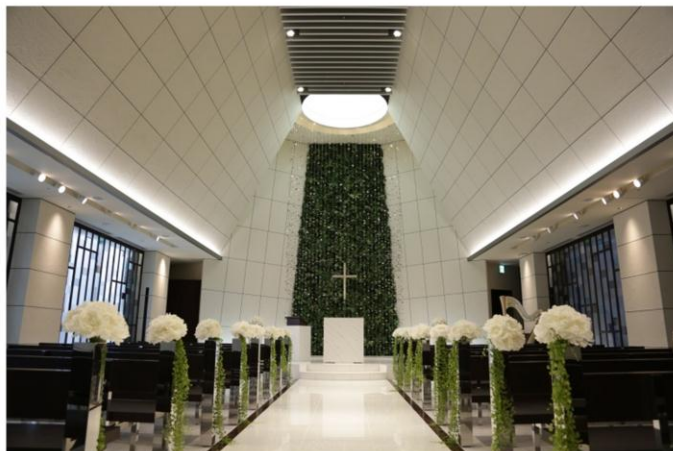
出店場所	施設名	オープン	進捗/強み
東京 表参道	HARMONIE SOLUNA 表参道	2015年 3月	(株) ブライズワード 東京初出店。 2015年3月27日 表参道でグランドオープン。 チャペル・バンケットに加え、レストラン「NEO BISTRO SOLUNA」も本格的な営業を開始。その他、 ウェディングサロン、控室等も充実の設備。 受注件数は、計画を上回って推移
京都 四条烏丸	InStyle wedding KYOTO	2015年 9月	阪急京都線「烏丸」駅、地下鉄烏丸線「四条」駅 徒歩1分という好立地。京都広域からの集客が見込 めるエリアであることから、ウェディング施設出店 を決定。 受注活動を開始
横浜	(未定)	2016年 春	ウェディング市場のマーケットが大きく、ポテン シャルが見込める横浜エリアにおいてウェディング 施設出店を決定

25

T&G
TAKE AND GIVE NEEDS

- ✓ 新規出店に関して、直近の進捗状況をご説明いたします。
- ✓ 2015年3月、表参道にオープンした「HARMONIE SOLUNA」については、直近の営業進捗が好調に推移しております。2016年3月期の受注件数は、2015年3月末において計画を上回って推移しており、順調に契約を獲得しております。
- ✓ 「InStyle wedding KYOTO」（2015年9月）については受注活動を開始し、「横浜」（2016年春）については、開業準備が順調に進んでおります。
- ✓ 今後も、当社の強みを活かし、従来とは異なる出店形態により新しい市場を創り出し、婚礼市場全体の活性化に貢献してまいります。

2015年3月 HARMONIE SOLUNA 表参道グランドオープン 受注件数は、計画を上回って進捗



HARMONIE SOLUNA 表参道

オープン

2015年3月27日

住所

東京都渋谷区神宮前6-28-6

交通

銀座線・半蔵門線・千代田線
表参道駅より徒歩7分
千代田線明治神宮前駅徒歩1分

設備

チャペル1、バンケット1、レスト
ラン1、ロビー、控室、写真室、
ウェディングサロン他

光の装飾をテーマにそれぞれのエリ
アに光をモチーフとしたデザインを
施し、都心とは思えないほどの緑と、
開放感に満ちた空間が広がる。

ウェディング会場だけではなく質の
高い料理を手軽に楽しめるレストラ
ン「NEO BISTRO SOLUNA」も営業
をスタート。

InStyle wedding KYOTOが2バンケットにて、 2015年9月グランドオープン 受注活動を開始



InStyle wedding KYOTO

オープン
2015年9月

住所

京都府京都市下京区烏丸通
綾小路下る二帖半敷町647-1
オンリー烏丸ビル4F

交通

阪急京都線「烏丸」駅、地下鉄烏丸線「四条」駅両駅より徒歩1分

街並みとの調和を大切にしたシックで上質感あるエントランスや、トレンドを発信する街ニューヨーク・ブルックリンのスタイルをイメージしたデザインが特徴的。伝統と革新が息づく京都にふさわしい空間が創られている。優れたデザイン性と新たなスタイルのウェディングサービスを通じて、話題性の高い施設づくりをしていくとともに、京都の歴史と顧客の心に深く刻まれる結婚式を提供する。



III 4-3. 新規事業開発概要

既存店
強化

新規
出店

新規
事業
開発

海外
展開
強化

渋谷店舗の2016年3月期受注進捗が好調 件数・単価共に大幅上昇し、予約枠が埋まっている状態

施設名	オープン	進捗状況
“TRUNK BY SHOTO GALLERY” (渋谷)	2014年 11月	営業進捗が好調に推移 ● 2016年3月期受注件数： ✓ 前期比大幅増 ✓ 既に2016年3月期の予約枠が埋まっている状態 ✓ 2017年3月期の契約に向けた営業活動中 ● 単価：リニューアル前と比べ上昇 ● 「自由度が高い」また「海外挙式スタイル」といった新たなウェディングスタイルを希望する顧客を取込
“MIRROR MIRROR” (表参道)	2014年 10月	● ドレスショップ契約率はほぼ計画通りで推移
自社工場 (中国・蘇州)	2014年 2月	● 稼働開始、既に国内店舗で装飾品等の販売開始



TRUNK BY SHOTO GALLERY



MIRROR MIRROR

- ✓ 続いて新規事業開発の概要に関して、直近の状況をご説明いたします。
- ✓ 一つ目に、2014年11月 渋谷にオープンした“TRUNK BY SHOTO GALLERY”については、営業進捗が好調に推移しております。2016年3月期の受注件数は前期比で大幅に増加しており、既に2016年3月期の予約枠は埋まっております。現在は、2017年3月期の契約に向けた営業活動を推進しております。単価についても、リニューアル前と比べて上昇しております。「海外挙式にあるようなより自由度の高い」新たなウェディングスタイルを希望される顧客を取込んでおり、新たな顧客層の開拓が順調に進んでおります。
- ✓ 二つ目に、2014年10月には初のドレスショップとしてオープンした“MIRROR MIRROR”（表参道）は最先端のインポートドレスをセレクトし、顧客のニーズに応えることで、契約率もほぼ計画通りで推移しております。
- ✓ 三つ目に、中国（蘇州）に設立した自社工場が稼働しており、新たなウェディングスタイルに必要な商品を製造しております。また、“TRUNK BY SHOTO GALLERY”を始め、日本国内店舗において販売を開始しております。今後も、魅力ある自社工場製品を、競争力のある価格で提供してまいります。

III 【参考】渋谷店舗リニューアル前後比較

既存店
強化

新規
出店

新規
事業
開発

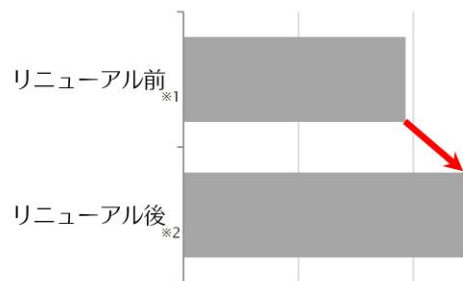
海外
展開
強化

T&G
TAKE AND GIVE NEEDS

TRUNK BY SHOTO GALLERYの単価及び1パーティー当たりの人数はリニューアル前に比べ、それぞれ113%と141%で推移

単価比較

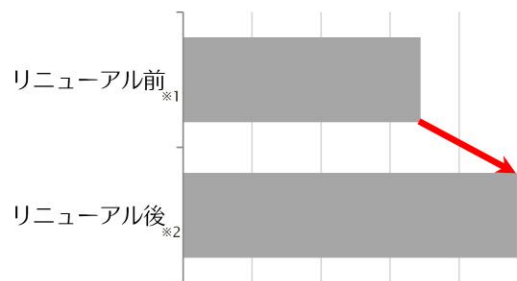
1パーティー当たり人数比較



リニューアル前対比
113%



※1:リニューアルは2014年4月～2014年8月の平均数値



リニューアル前対比
141%



※2:リニューアル後は2014年11月～2015年3月の平均数値

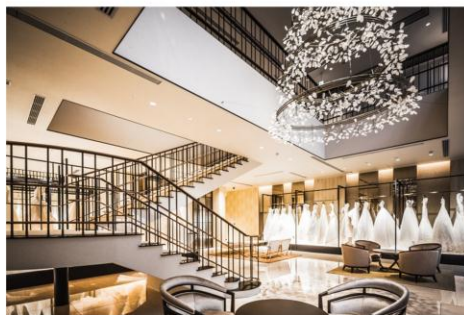
✓ TRUNK BY SHOTO GALLERYのリニューアル前後のデータについてご説明いたします。

✓ 単価については、空間そのものをトータルコーディネートしていることもあり、リニューアル後の単価は、リニューアル前の単価比で113%となっております。

✓ 1パーティー当たりの人数についても好調に推移しており、リニューアル後はリニューアル前の人数比で、141%となっております。

都内に自社ドレスショップ第一号をオープン 顧客満足度及び収益性の向上を目指す

- ドレスの内製化を本格推進
- 欧米におけるトレンド最先端の高単価なインポートドレスをラインナップ
- 顧客満足度及び収益性の向上を目指す



- ✓ 初のドレスショップとして、2014年10月にオープンした”MIRROR MIRROR”（表参道）についてご説明いたします。
- ✓ 前期よりドレスの内製化を開始しており、2016年3月期は、ドレスの内製化を本格的に推進してまいります
- ✓ MIRROR MIRRORでは欧米におけるトレンド最先端の高単価なインポートドレスを取り揃えており、お客様のニーズに幅広く答えてまいります。
- ✓ 業績面では、都内店舗からの送客率の向上及び、顧客満足度、収益性の向上を目指してまいります。

海外での事業経験を活かし、ジャカルタ進出 婚礼プロデュース新規業務提携



ジャカルタでの事業展開

T&Gグループは、更なるグローバル化を推進するために、このほど成長著しいASEAN市場本格進出の第一弾として、「PT TAKE AND GIVE. NEEDS INDONESIA」（インドネシア・ジャカルタ）を設立。

ジャカルタにおける事業展開としてまず、今年オープンした5つ星ホテル「フェアモントジャカルタ」において婚礼プロデュース事業を開始する。このほど、ホテルオーナーの鹿島建設株式会社のインドネシア関連会社「スナヤン・トリカリア・スンパナ」と業務提携契約を締結し、同ホテルで専属ウェディング・プランナーとしてハイエンドの顧客層をターゲットとした婚礼サービスを提供する。

2014年9月 アールイズ・ウエディング 直営チャペル 「ホテル オリオン モトブ」内に「白の教会」オープン



白の教会

オープン
2014年9月
販売開始
2014年5月17日より
収容人数
チャペル50名

ホテル オリオン モトブ リゾート&スパ

オープン
2014年7月26日
住所
沖縄県国頭郡本部町備瀬148-1
客室数 238室
碧く広がるエメラルドビーチ、東シ
ナ海に浮かぶ伊江島を一望。
亜熱帯の贅沢な時間を楽しめるリ
ゾートホテル。

グアムで人気の「ホテル・ニッコー・グアム」内に 直営チャペル「クリスタルチャペル」オープン



クリスタルチャペル

CRYSTAL CHAPEL

住所
245 Gun Beach Road,
Tamuning, Guam 96913

販売開始
2014年6月より
※2015 年1 月以降挙式実施の
お客様より取扱い

ホテル・ニッコー・グアム

hotel nikko guam

住所
245 Gun Beach Road, Tamuning,
Guam 96913

客室数 492室

2015年1月3日 アールイズ・ウエディング 大阪 梅田サロンオープン



アールイズ・ウエディング 大阪 梅田サロン

オープン

2015年1月3日

住所

大阪府大阪市北区梅田1-12-6
イーマ4F

交通

梅田地下街直結 JR大阪駅
各梅田駅より徒歩5分

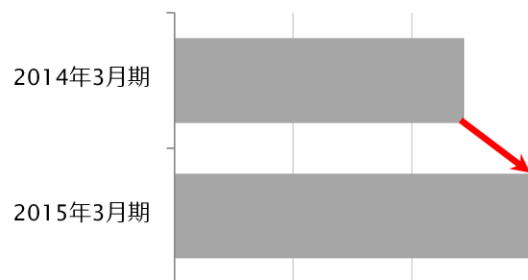
営業時間

11:00~20:00 (水曜定休)



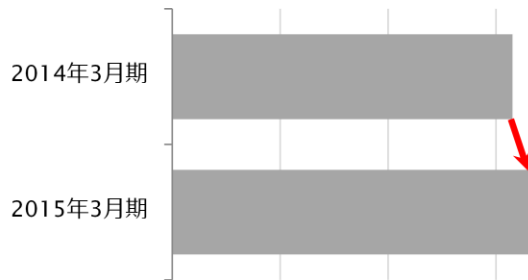
海外リゾートウェディングの件数・単価は
前期比でそれぞれ、111%と105%で推移

件数比較



前期比
111%

単価比較



前期比
105%

- ✓ 順調に推移している海外リゾート事業の単価・件数の進捗についてご説明いたします。
- ✓ 件数については、グアムなどへの送客が順調に推移しており、前期比111%となりました。
- ✓ 単価についても好調に推移しており、前期比105%となりました。

Dividend Forecast of FY Ending March 2016

2016年3月期 配当予想

IV 1. 2016年3月期 配当予想について

1株当たり15円の期末配当を予想

	1株当たりの配当金		
	第2四半期末	期末	年間合計
2015/3	0円	15円	15円
2016/3 (予想)	0円	15円	15円

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

- ✓ 2015年3月期の配当及び2016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。
- ✓ 2015年3月期の期末配当につきましては、上記の基本方針を勘案し、1株当たり15円とさせていただきます。
- ✓ また、2016年3月期の配当予想につきましては、2015年3月期と同水準の期末配当を予定しております。

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS