

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

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 第2四半期連結決算概要	P4-11
1. 総括	P5
2-1. 連結 損益計算書	P6-9
2-2. 連結 貸借対照表	P10-11
II. 長期ビジョン実現に向けた成長戦略	P12-15
1. 新規出店戦略	P13
2. 新ビジネスモデル戦略	P14-15
III. 2015年3月期 重点施策	P16-P20
IV. 2015年3月期 重点施策に関するTopics	P21-P28
V. 2015年3月期 連結通期業績計画及び配当予想	P29-31
1. 連結通期業績計画	P30
2. 配当予想について	P31

Results of Second Quarter
FY Ending March 2015

2015年3月期 第2四半期連結決算概要

I 1. 2015年3月期第2四半期累計期間 総括

売上高は計画未達となるも、利益計画は達成

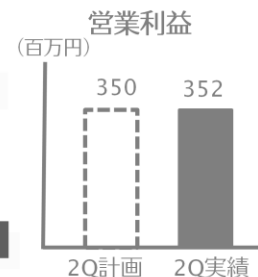
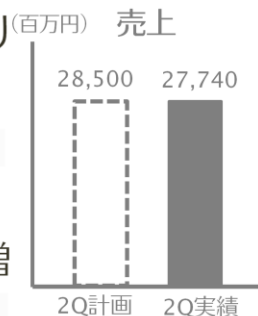
国内売上減少及び成長戦略に向けた先行投資により減収減益

直営店の取扱組数は計画未達、単価は計画通り
直営店の挙式披露宴単価は**403.6**万円

リゾートW・アジア事業は引き続き業績拡大
海外売上高は順調に推移し、前年同期比**18.2%**増

成長戦略に向けた先行投資を計画通りに実施
先行投資により、販管費は前年同期比+**4.8**億

長期ビジョン 第**1**弾「新規出店戦略」および
第**2**弾「新ビジネスモデル戦略」をリリース



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓まず始めに、2015年3月期第2四半期累計期間を総括いたします。

✓2015年3月期は、3ヵ年中期経営計画「153P」(2012年2月3日発表)の最終年度として総仕上げを行うと同時に、次期中期経営計画の取り組みを前倒しで推進する1年と位置づけております。

✓当第2四半期累計期間における業績は、売上高は計画未達となったものの、利益については計画を達成いたしました。前年同期比では、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。

✓ポイントとして、次の4点が挙げられます。

✓一つ目に、直営店の取扱組数は計画未達となったものの、単価は概ね計画通りに推移し、挙式披露宴単価は403.6万円となりました。

✓二つ目に、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、海外売上高は前年同期比で18.2%増となりました。

✓三つ目に、次期中期経営計画の前倒しとして、成長戦略に向けた先行投資を計画通りに進めております。その結果、販管費は前年同期比で4.8億増となりました。

✓四つ目に、当社の成長戦略に関する長期ビジョンとして、第1弾の「新規出店戦略」を7月25日に、第2弾の「新ビジネスモデル戦略」を10月22日にリリースをいたしました。

I 2-1-1. 連結 損益計算書 概要

売上高は計画未達もマージン改善/コスト削減により利益計画は達成
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

単位: 百万円	2015/3 2Q計画	2015/3 2Q実績	計画比	(参考) 2014/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	28,500	27,740	-760	28,432	-692 (※1)
売上 総利益	16,188 56.8%	15,770 56.9%	-418 +0.1pt	16,034 56.4%	-263 +0.5pt (※2)
販管費	15,838 55.6%	15,418 55.6%	-420 ±0pt	14,937 52.5%	+480 +3.1pt (※3)
営業 損益	350 1.2%	352 1.3%	+2 +0.1pt	1,097 3.9%	-744 -2.6pt
経常 損益	200 0.7%	238 0.9%	+38 +0.2pt	1,031 3.6%	-793 -2.7pt
四半期 純損益	△150 △0.5%	△72 △0.3%	+78 +0.2pt	446 1.6%	-519 -1.9pt

※ %は売上高比、数値は第2四半期累計

(第2四半期累計) 前年同期比差異要因

- ◆売上高(※1)
前年同期比 -692百万円
(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(※2)
・値引抑制及び継続的なマージン改善
取組の推進により利益率は確保
- ◆販管費(※3)
前年同期比 +480百万円
(1) 重点施策投資による要因
・新規出店準備コスト +76
・強み創り +151
(新モデル店舗・ドレスショップ)
・海外展開拡大 +427
(リゾートW拡大+414、新規投資+13)
(2) M&A案件による要因
・前年M&A店舗 販管費増 +216

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。

✓当第2四半期累計期間は、売上高は計画未達となったものの、マージン改善やコスト削減の取組を推進したことで、利益は計画を達成いたしました。前年同期比では、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、27,740百万円(計画比-760百万円)となりました。前年同期比では、-692百万円減となりました。これは特定地域における競争激化、及び既に閉店が決定している店舗における取扱組数の減少が主な要因です。

✓販管費は、コストの効率化を推進しつつ、成長戦略に向けた各項目において、先行投資を実施しております。販管費は、計画に対して-420百万減の15,418百万円(前年同期比+480百万円)となりました。

✓その結果、営業利益は352百万円(計画比+2百万円)、経常利益は238百万円(計画比+38百万円)、四半期純利益は△72百万円(計画比+78百万円)となりました。

I 2-1-2. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

国内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	2013/3 2Q実績	2014/3 2Q実績	2015/3 2Q実績
国内ウェディング事業	20,654 (86.4%)	24,719 (86.9%)	23,369 (84.2%)
直営店	18,932 (79.2%)	22,128 (77.8%)	20,974 (75.6%)
コンサルティング型	1,296 (5.4%)	1,317 (4.6%)	1,006 (3.6%)
(参考) 取扱高	1,300	1,652	2,344
その他	425 (1.8%)	1,273 (4.5%)	1,389 (5.1%)
海外・リゾートウェディング事業	2,437 (10.2%)	2,983 (10.5%)	3,526 (12.7%)
その他	820 (3.4%)	730 (2.6%)	843 (3.1%)
連結売上高	23,912	28,432	27,740

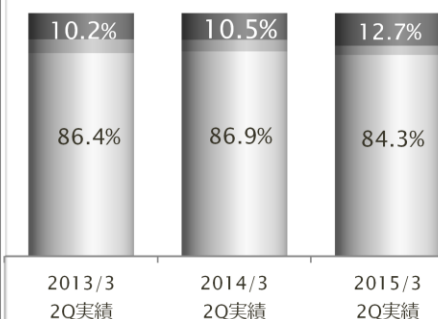
※ 直営店には、(株)T&G、(株)ブライズワード、(株)courtshipを含む。

※ 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）

(第2四半期累計) セグメント別売上構成比推移

■ 海外・リゾートウェディング事業 (単位：百万円)
■ コンサルティング型
■ 直営店



前年同期比で海外売上高比率増
海外・リゾート10.5% → 12.7%

※ %は連結売上高比、数値は第2四半期累計

✓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となっております。当第2四半期累計期間においては取扱組数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。

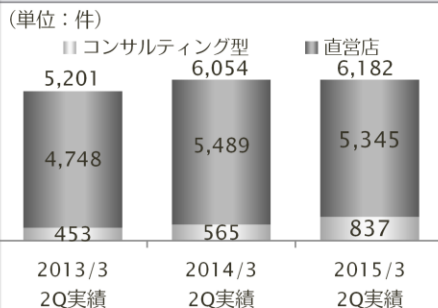
✓三つ目は海外事業ですが、引き続きリゾートウェディングを中心に売上高が拡大し、連結売上高に対する海外比率は10%超となりました。

I 2-1-3. 国内ウェディング事業 内訳

直営店は取扱組数減少、単価は概ね計画通り
今期受注進捗は遅れているものの、来期は順調に進捗

単位: 百万円	2015/3 2Q計画	2015/3 2Q実績	計画比	(参考) 2014/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
直営店					
売上高	22,000	20,974	-1,026	22,128	-1,154
取扱組数	5,500	5,345	-155	5,489	-144
平均単価 (千円)	4,030	4,036	+6	4,112	-76
平均人数	76	74	-2	76	-2
コンサルティング型					
取扱高	2,340	2,344	+4	1,652	+692
取扱組数	830	837	+7	565	+272

(第2四半期累計) 取扱組数推移



受注進捗状況 (直営店)



※ 直営店には、(株)T&G、(株)ブライズワード、(株)courtshipを含む。 ※ 数値は第2四半期累計
 ※ 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)

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。

✓直営店において、当社は3つの強み、すなわち「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。

✓当第2四半期累計期間は、取扱組数が計画と比較して155件減の5,345件となりました。挙式披露宴単価については、計画と比較して6千円増の4,036千円となりました。

✓その結果、売上高は20,974百万円 (計画比-1,026百万円、前年同期比-1,154百万円) 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。当第2四半期累計期間は、主にホテルの受注組数の拡大により、取扱組数は計画と比較して7件増の837件となりました。

✓その結果、取扱高は2,344百万円 (計画比+4百万円、前年同期比+692百万円) となりました。

✓尚、受注進捗については、今期分は当初計画から遅れているものの、来期分については順調に進捗しております。

I 2-1-4. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

海外事業拡大に向け、計画通り先行投資を実施
海外売上高は計画を上回り、順調に推移

単位: 百万円	2015/3 2Q計画	2015/3 2Q実績	計画比	(参考) 2014/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	3,475	3,526	+51	2,983	+542
営業利益	70	115	+45	229	-114

※ 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



2013年9月 台北市内旗艦サロン開設



2014年4月 ウォルドルフ
アストリア 上海 オンザバンド



2014年9月 白の教会



2015年1月 クリスタルチャペル

(第2四半期累計)
海外売上高推移



(第2四半期累計)
主な投資内容

- ◆ 販管費前年同期比 +427百万円
- ・新規出店準備コスト
 - ・台湾／香港からの送客展開投資
 - ・ドレス直営展開投資
 - ・人員体制強化

※ 数値は第2四半期累計

9

✓ 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、5つ星ホテルとの提携により、これまでの施行実績が高く評価されております。

✓ 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、当第2四半期累計期間の海外・リゾートウェディング事業の売上高は、計画と比較して1%増の3,526百万円（前年同期比18%増）となりました。営業利益についても、計画と比較して+45百万円増の115百万円となり、計画を上回って順調に推移しております。

✓ 先行投資の主な内容としては、新規出店準備コスト、台湾及び香港からの送客展開及びドレス直営展開に向けた投資、海外人員体制強化となります。

I 2-2-1. 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	2014/ 9末	増減
流動資産	9,391	10,565	+1,173
現金及び預金	5,582	6,418	+835 (※1)
固定資産	38,890	38,260	-630
有形固定資産	24,695	24,910	+214
無形固定資産	2,384	2,242	-142
投資その他 資産	11,810	11,108	-702 (※2)
資産計	48,282	48,826	+543

主な増減要因

- ◆現金及び預金の増加(※1)
前期末比 +835百万円
(主な要因)
・一時的にキャッシュポジションを高めた為に増加。
- ◆投資その他資産の減少(※2)
前期末比 -702百万円
(主な要因)
・敷金・保証金減 -462百万円
(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。

✓当第2四半期期末における総資産は前期末と比較して543百万円増加し、48,826百万円となりました。

✓現金及び預金が増加（前期末比+835百万円）しておりますが、一時的にキャッシュポジションを高めたことによるものです。

✓投資その他資産が減少（前期末比-702百万円）しておりますが、敷金・保証金の減少（前期末比-462百万円）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。

I 2-2-2. 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187億円

単位: 百万円	2014/ 3末	2014/ 9末	増減	主な増減要因
負債合計	28,921	29,970	+1,049	◆流動負債の増加(※1) 前期末比 +604百万円 (主な要因) ・短期借入金増 +1,550百万円 ・一年内長期借入金増 +497百万円 ・未払法人税等 -1,209百万円
流動負債計	15,839	16,443	+604 (※1)	
短期借入金	2,470	4,020	+1,550	
(一年内)長期借入金・社債	3,547	4,045	+497	
固定負債計	13,081	13,526	+445	◆純資産の減少(※2) 前期末比 -505百万円 (主な要因) ・少数株主持分減 -130百万円 ※連結子会社アニバーサリートラベル(旅行業)100%化
長期借入金・社債	9,827	10,647	+819	
純資産計	19,361	18,855	-505 (※2)	
負債・純資産計	48,282	48,826	+543	

11

✓連結貸借対照表の負債・純資産の部の解説です。

✓当第2四半期は重点施策への先行投資を実施した結果、有利子負債残高は187億円となりました。

✓流動負債は、前期末と比較して604百万円増加しております。主な要因は、短期借入金増+1,550百万円、一年内長期借入金増+497百万円、納税による未払法人税等の減少-1,209百万円となっております。

✓純資産は、前期末と比較して-505百万円減少しております。主な要因は、配当等により利益剰余金が-265百万円減少したこと、及び第1四半期において、連結子会社であるアニバーサリートラベル(旅行業)を100%子会社化し、少数株主持分が-130百万円減少したこととなります。

Growth Strategy to Long Term Vision

長期ビジョン実現に向けた成長戦略

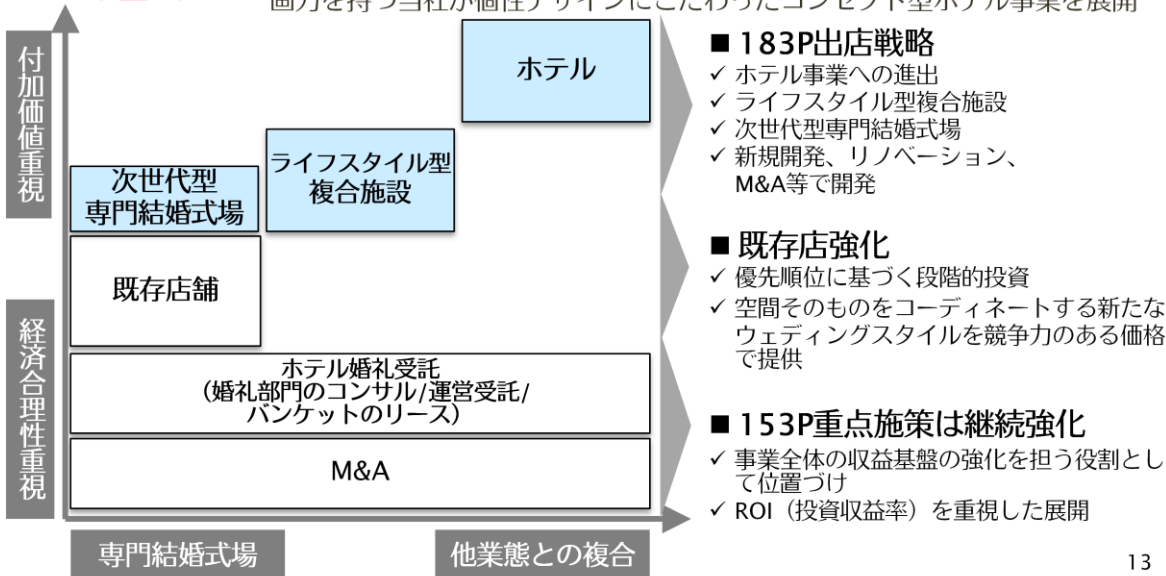
新規出店(2014年 7月25日リリース)

新ビジネスモデル(2014年10月22日リリース)

II 1. 長期ビジョン 新規出店戦略

「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、新しい市場を創り出す

- 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「欧米型ウェディング」を競争力のある価格で提供
- 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
- 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デザインにこだわったコンセプト型ホテル事業を展開



T&G
TAKE AND GIVE NEEDS

- ✓ 当社の長期ビジョン実現に向けた成長戦略についてご説明いたします。まず「新規出店戦略」についてです。
- ✓ 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。一方で、今後ますます厳しくなる市場環境の下、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。
- ✓ 1つ目は、「欧米型ウェディングスタイル」を競争力のある価格で提供する「次世代型専門結婚式場」です。
- ✓ 2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3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。
- ✓ これまで取り組んでまいりました「ホテル婚礼受託」「M&A」についても、ROI（投資収益率）を重視し、引き続き展開してまいります。

Ⅱ 2-1. 長期ビジョン 新ビジネスモデル戦略①

ゼロから創り上げる、新しいウェディングスタイル 空間そのものをトータルコーディネート

従来の一般的なハウスウェディング

テーブルコーディネート中心



<トータルコーディネート>



✓ 次に「新ビジネスモデル戦略」についてご説明いたします。

✓ T&Gは2012年にT&Gリサーチセンター（東京、New York、Los Angeles 他）を立上げ、海外の最先端のウェディング情報を取り入れるとともに、プロフェッショナルチームによるウェディングプロデュースサービス“Haute couture Design”（オートクチュールデザイン 以下、HCD）をスタートさせ、これまでの装飾、演出の域を超えた、挙式会場の空間全体をゼロから作り上げる先進的なウェディングスタイルを提案してまいりました。

✓ HCDの提供単価は一般の挙式に比べ高価格となるため、利用者は著名人や富裕層のお客様に限られていましたが、一般のお客様からの問い合わせも多数いただいていたことを踏まえ、今回、多くのお客様に同様のサービスをご提供することを可能にする新しいビジネスモデルを構築いたしました。

✓ 新しいビジネスモデルとは、第一に、従来のテーブルコーディネート中心の装飾の域を脱し、会場の天井、壁面を含めた空間全体をコーディネートするものであります。お客様の思い描くイメージを、空間全体を用いて表現することで、世界観を感じる演出が可能となります。

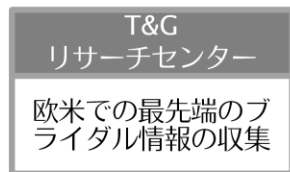
T&G
TAKE and GIVE NEEDS

Ⅱ 2-2. 長期ビジョン 新ビジネスモデル戦略②

新たな市場創出に向け、
商品企画～製造～販売までの一貫体制を構築

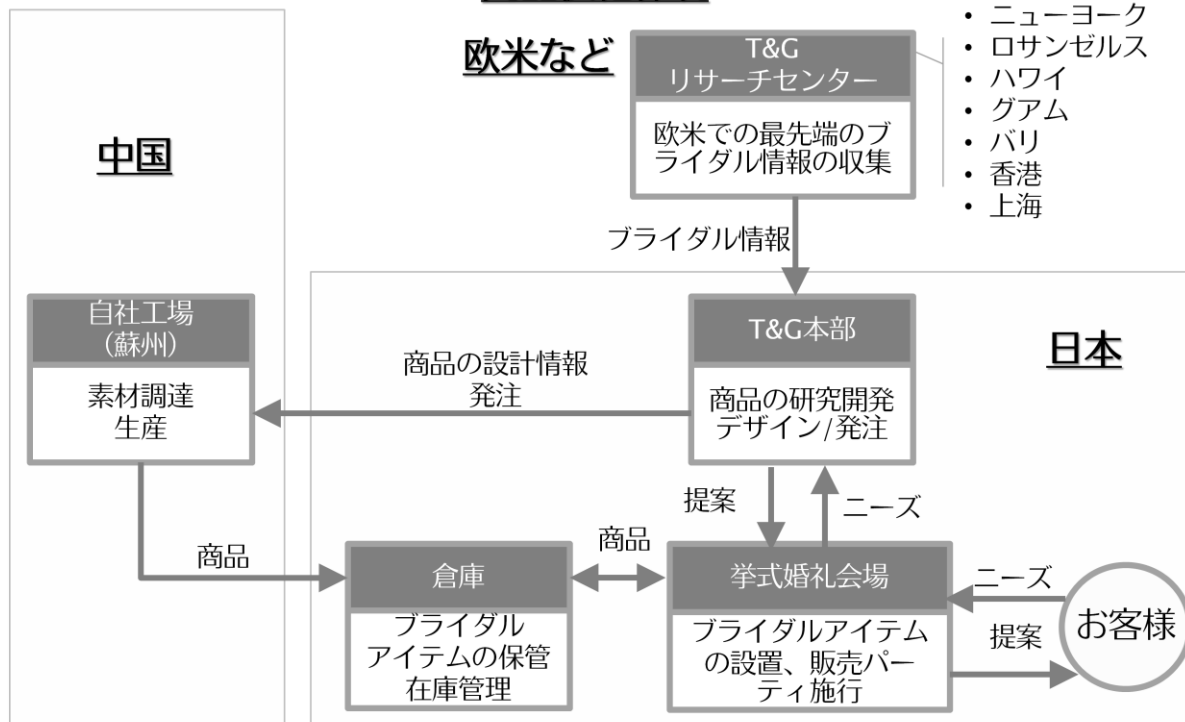
— 商品供給体制 —

欧米など



- ・ ニューヨーク
- ・ ロサンゼルス
- ・ ハワイ
- ・ グアム
- ・ バリ
- ・ 香港
- ・ 上海

ブライダル情報



15

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

- ✓ 第二に、装飾品については、自社工場で生産することにより、従来にない豊富な品揃えを用意いたしました。また、お客様のご要望に基づいてお客様オリジナルの装飾品を制作することも可能です。このように装飾品の種類の充実を図るとともに、T&Gリサーチセンターによる最先端の情報を取り入れた斬新な商品開発により、常にお客様の要望にお応えできる体制を確立いたします。
- ✓ 第三に、こうした装飾品をリーズナブルな価格でご提供できる商品供給体制を構築しました。自社工場（中国・蘇州）を新設し、企画、開発、製造までを一貫して行います。徹底したクオリティ管理のもと、全ての工程を自社で行うことにより、お客様のニーズに沿った高品質な商品を低コストで生産することができます。
- ✓ これらにより、これまで特定の方に限られていた「空間全体をゼロから作り上げるような会場装飾」が、一般的な挙式会場での装飾にかかる費用に近い価格でご提供することが可能になります。
- ✓ 今後、この「新ビジネスモデル戦略」を推進し商品企画から製造、販売までの一貫体制を構築することで、新たな市場を創出してまいります。

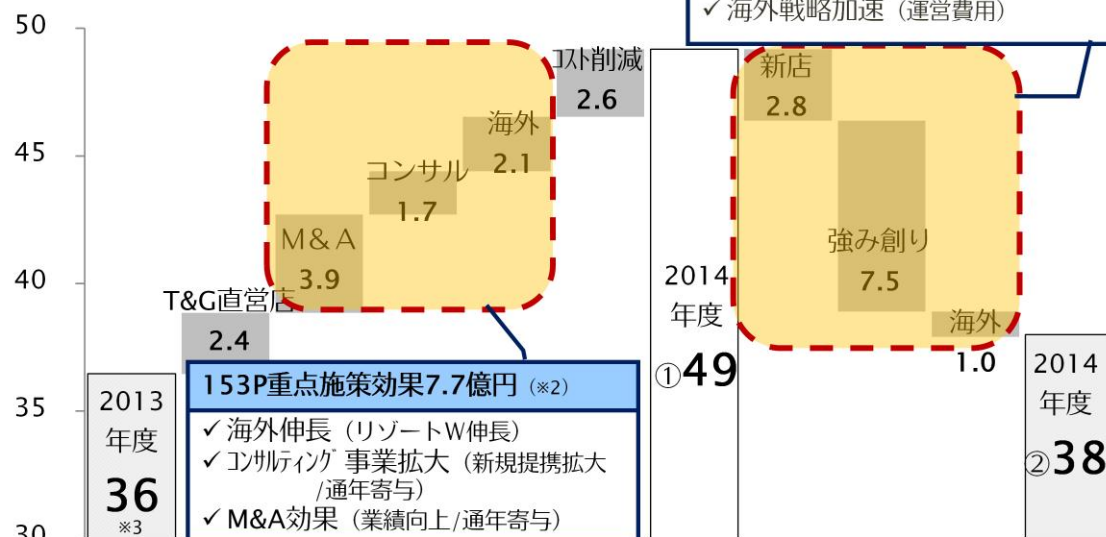
Key Measures
FY Ending March 2015

2015年3月期 重点施策

Ⅲ 1. 2015年3月期 重点施策

153P重点施策効果により収益増（7.7億円（※2））を計画
成長戦略に資源を投下、先行投資（11.3億円（※2））実施

単位：億円 【営業利益：前期比増減額】



※1 183P：2015年度から始まる第2次中期（3か年）経営計画
 ※2 営業利益影響額
 ※3 2014年5月開示の決算実績数値（会計基準変更前）

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

- ✓ 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、T&G直営店の強化施策により2014年3月期比2.4億円増、153P重点施策効果により同7.7億円増、その他コスト削減により同2.6億円増、合計約13億円増を計画しております。
- ✓ 153P重点施策効果の具体的な内容は、主に海外伸長、コンサルティング事業の拡大及びM&Aの効果であります。
- ✓ また、先程ご説明したとおり、183P（※1）達成に向けた取り組みを前倒しで推進します。この先行投資により営業損益は同11.3億円減の影響を見込んでおります。
- ✓ 具体的には、新規出店に関わる費用、新モデル店舗オープン、自社工場新設、ドレスショップオープン等の強み創りへの投資及び海外戦略加速のための投資を予定しております。
- ✓ 以上のとおり、収益面において大幅な積み上げを実現できる見通しであります。一方で成長戦略に資源を投下する計画であり、2015年3月期の営業利益は38億円（2014年3月期比2億円増）を計画しております。

Ⅲ 2. 2015年3月期 重点施策 2Q累計総括

153重点施策効果により、海外事業・M&A取得店舗で増収確保 成長戦略に向けた先行投資を計画通り実施

153P重点施策効果

(1) 海外事業伸長による増収

- ・海外リゾートウェディングの新規会場拡大、および通年寄与（ハワイ・グアム等）
- ・特に、中国や台湾からの送客増加
⇒ **海外売上高前年比118%**と増収達成

(2) M&A効果による増収

- ・M&A取得4店舗の業績向上および通年寄与
- ・業績改善取組による件数・単価増
⇒ **売上高前年比322%**と増収達成

(3) コンサルティング事業拡大

- ・新規提携先拡大および通年寄与により、
取扱高前年比141%
- ・提携先ホテルでの業績改善効果
契約率改善例：Aホテル+24% Bホテル+12%

183P先行投資

(1) 強み創り

- ・蘇州工場 2014年2月設立
- ・ドレスショップ 2014年10月オープン
「MIRROR MIRROR」（表参道）
- ・新ビジネスモデル店舗 2014年11月オープン
「TRUNK BY SHOTO GALLERY」（渋谷）
- ・**営業損益影響額△1.5億**

(2) 新規出店

- ・（株）ブライズワード 2015年春オープン
「HARMONIE SOLUNA」（表参道）
- ・2015年度以降の新規出店に向け順調に進捗
- ・**営業損益影響額△0.8億**

(3) 海外戦略加速

- ・ASEAN展開に向けた準備、新規出店加速
- ・**営業損益影響額△0.1億**

通期でほぼ計画通りの先行投資（11.3億）を行い、成長戦略の実現を目指す

T&G TAKE AND GIVE NEEDS

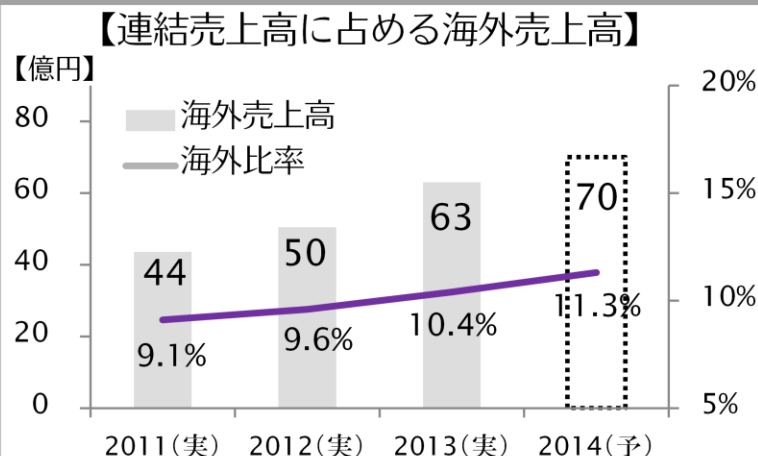
- ✓ 次に、2015年3月期重点施策について、2Q累計期間の総括をご説明いたします。
- ✓ 153P重点施策の効果についてご説明いたします。
- ✓ 一つ目は、海外事業について、海外リゾートウェディングの新規会場拡大および通年寄与により、前年比118%の増収を達成いたしました。
- ✓ 二つ目は、M&A取得4店舗の業績向上および通年寄与により前年比322%の増収を達成いたしました。
- ✓ 三つ目は、コンサルティング事業の拡大について、新規提携先拡大および通年寄与により、取扱高は前年比141%となりました。また提携先ホテルにおいて、契約率等の業績も改善しております。
- ✓ 183Pに向けた先行投資についてご説明いたします。
- ✓ 一つ目は、強み創りとして、蘇州工場の設立（2014年2月）、ドレスショップオープン（2014年10月）、新ビジネスモデル店舗オープン（2014年11月）に向けて投資を実施いたしました。2Q累計での営業損益影響額は△1.5億となります。
- ✓ 二つ目は、ブライズワード社東京初出店となる「HARMONIE SOLUNA」（表参道）、および2015年度以降の新規出店に向け順調に進捗しております。2Q累計での営業損益影響額は△0.8億となります。
- ✓ 三つ目は、海外戦略加速に向けて、ASEAN展開および新規出店に向けた準備を進めております。2Q累計での営業損益影響額は△0.1億となっております。
- ✓ 尚、通期では当初の計画通り、11.3億の投資を行い、将来の成長戦略の実現を目指してまいります。

153P重点施策効果により収益増（+7.7億円）を計画 特に海外売上比率は11.3%を目指す

■海外事業伸長（営業損益影響額2.1億円）

■新規会場の拡大、通年寄与による件数増 【2013年度以降の新規出店・提携の会場】

ホテル名	オープン時期
マカナチャペル（ハワイ）	2013年6月
キャルバリー・バイ・ザ・シー教会（ハワイ）	2013年7月
ドア・カハヤアットブルーヘブン（パリ）	2014年1月
白の教会（沖縄）	2014年9月



■M&A効果（営業損益影響額3.9億円）

■業績向上、通年寄与による件数・単価増

会社・会場名	取得時期	
(株)ブライズワード	2012年12月	業績向上
ヴィクトリアガーデン 恵比寿迎賓館	2013年2月	業績向上
THE SEASON'S (横浜)	2013年6月	業績向上 通年寄与

■コンサルティング事業拡大（営業損益影響額1.7億円）

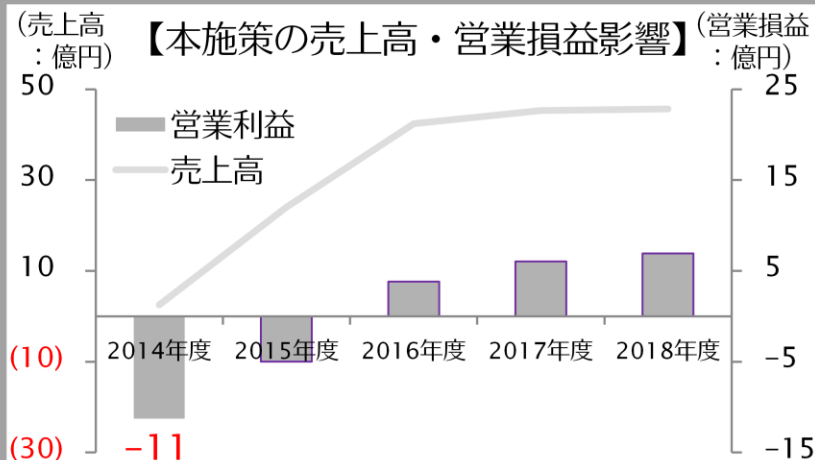
■新規提携先拡大、通年寄与による取扱高増加 【2013年度提携の4ホテル】

ホテル名	提携時期
ホテルボストンプラザ草津	2013年5月
宮崎観光ホテル	2013年7月
横浜ベイシェラトン	2013年10月
グリーンタワー幕張	2013年11月

Ⅲ (参考) 183P^(※1) 重点施策投資

※2014年5月9日発表 決算説明会資料より

183P^(※1) への先行投資を実施 (△11億円^(※2)) 本施策により、売上高・営業利益増を見込む



■強み創り (通期営業損益影響額△7.5億円)

■新たなビジネスモデルを確立し、新市場を創出
「欧米型のウェディング^(※3)」を、競争力のある価格で提供^(※3) ゼロから建込みを行い、空間そのものをコーディネート

「TRUNK BY SHOTO GALLERY」 新ビジネスモデル店舗出店	東京都内 (2014年11月)
ウェディング商品を製造 する自社工場新設	中国蘇州 (2014年1月)

■ドレスショップ「MIRROR MIRROR」出店
(東京都内：2014年10月)

■新規出店 (通期営業損益影響額△2.8億円)

■2015年4月
(株) ブライズワード 東京に初出店
「HARMONIE SOLUNA」 (表参道)

新モデル店舗オープン	東京都内(2014年11月)
ウェディング商品を製造 する自社工場新設	中国・蘇州(2014年1月)

⇒ホテル事業への参入、次世代型専門結婚式場
およびライフスタイル型複合施設の出店

■海外展開拡大 (通期営業損益影響額△1億円)

■183P^(※1) 「海外展開本格化」へ投資実施

ローカルウェディングの拡大

- ・アセアンへの展開加速 (現地法人設立予定)
- ・中国における更なる事業拡大

リゾートウェディングの拡大

- ・新規出店 (2014年9月沖縄、2015年1月グアム)
- ・台湾・香港からの送客展開を本格化

IV

Topics

FY Ending March 2015

2015年3月期 重点施策に関するTopics

IV 1-1. 183P 重点施策投資① 強み創り

七変化 (EVER CHANGING) する多目的施設 TRUNK BY SHOTO GALLERY 11月渋谷・松濤にオープン



TRUNK (トランク) BY SHOTO GALLERY

オープン
2014年11月22日

出店場所
東京都渋谷区松濤1-5-4

交通
半蔵門線・銀座線・JR
東急東横線・田園都市線渋谷駅
より徒歩5分

営業時間
平日/12:00~20:00
土日祝日/10:00~20:00
月曜・火曜定休

「結婚式をもっと自由に!
もっとオシャレに!!」
TRUNKでは、遊び心のあるプランニングで、誰もがオリジナルのアイデアを実現できる空間。
ウェディング利用のみならず、10名程度の小規模なパーティから600名規模のイベント、展示会、フォトスタジオなど様々なシーンで活用することが可能。



IV 1-2. 183P 重点施策投資① 強み創り

中国工場を新設し、ウェディング商品を製造開始
「欧米型ウェディング」商品を競争力のある価格で提供



欧米型ウェディングスタイル

新たなウェディングスタイルを生み出し、新市場を創出

ゼロから建込みを行い、空間そのものをコーディネート

自社工場にてウェディング商品を製造し、競争力のある価格で提供



IV 1-3. 183P 重点施策投資① 強み創り

ドレスショップ「MIRROR MIRROR (ミラーミラー)」
10月31日、表参道にオープン

外観



MIRROR MIRROR
(ミラーミラー)

オープン
2014年10月31日

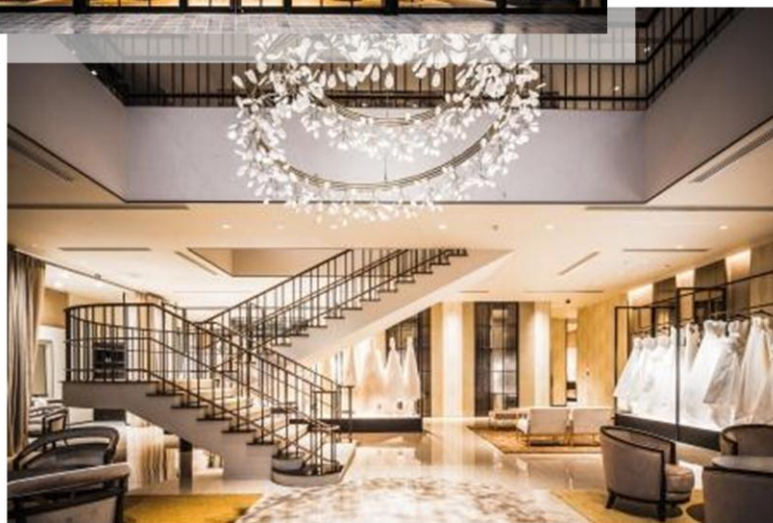
出店場所
東京都港区北青山3-9-3
表参道393 1-2F

交通
銀座線、半蔵門線、千代田線
表参道駅より徒歩4分

取扱うドレスブランド
・Temperley LONDON (イギリス)
・DAVID FIELDEN (イギリス)
・INES DI SANTO (アメリカ)
・PETERLANGNER (イタリア)
・ANTONIO RIVA (イタリア)
・TONY HAMAWY (アメリカ)
・Austin Scarlett (アメリカ)
・Giuseppe Papini (イタリア)

他多数

ウェディングプランナー野上ゆう子
がクリエイティブプロデューサーに
就き、お客様の希望を叶えるトレ
ンド最先端のインポートドレスをセ
レクト



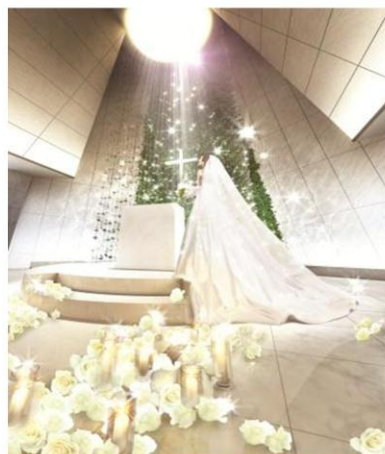
ドレスショップ内

IV 2-1. 183P 重点施策投資② 新規出店

2012年12月連結子会社化した（株）ブライズワード 東京に初出店
2015年春 HARMONIE SOLUNA 表参道にオープン



バンケット
イメージ



チャペルイメージ



2階テラスイメージ

HARMONIE SOLUNA 表参道

出店場所

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10分

千代田線 明治神宮前駅徒歩1分

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）

開業時期

2015年春（予定）

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。

ウェディング会場だけではなく、質の高い料理を追求した本格レストランとしても営業スタート。

IV 3-1. 183P 重点施策投資③ 海外展開の拡大

2014年4月 上海5つ星ホテル
ウォルdorf アストリア 上海 オンザバンド提携開始

W
WALDORF
ASTORIA
SHANGHAI on the BUND
上海外滩华尔道夫酒店

ウォルdorf
アストリア
上海 オンザバンド

英字表記
Waldorf Astoria Shanghai on
the Bund

住所
No.2 Zhong Shan Dong Yi
Rd Huang Pu, Shanghai,
200002, China

客室数 285室

万国建築博覧会と呼ばれる
1920年代の租界時代の建築物
が残る外滩（バンド）中心に
位置し、絵のように美しい黄
浦江を背景に新しい上海のラ
ンドマーク的存在

IV 3-2. 183P 重点施策投資③ 海外展開の拡大

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



チャペル外観



チャペル

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

バージンロード 約8メートル

「東京スカイツリー®」の外観デザインを手がけた吉野繁氏とインテリアデザインを手がけた片山賢氏のコンビにより、洗練された沖縄らしさがちりばめられた空間

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。

IV 3-3. 183P 重点施策投資③ 海外展開の拡大

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

チャペル



チャペル外観

CRYSTAL CHAPEL

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



Forecast and Plans
FY Ending March 2015

2015年3月期 連結通期業績計画及び
配当予想

V 1. 2015年3月期 連結 通期業績計画

売上高620億円・営業利益38億円、増収増益を計画

	通期		
単位: 百万円	2014/3 実績 (A)	2015/3 計画 (B)	増減額 (B-A)
売上高	60,714	62,000	+1,286
営業損益	3,706	3,800	+94
経常損益	3,342	3,500	+158
当期損益	1,370	1,400	+30

30

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓2015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。なお2014年3月期決算発表時（5月9日）の業績計画と変更ございません。

売上高	62,000百万円 (前年比 +1,286百万円)
営業利益	3,800百万円 (前年比 +94百万円)
経常利益	3,500百万円 (前年比 +158百万円)
当期純利益	1,400百万円 (前年比 +30百万円)

V 2. 2015年3月期 配当予想について

前期と同様、1株当たり15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
2013/3	0円	120円	120円
2014/3 (※)	0円	15円 _(※)	15円 _(※)
2015/3 (予想) _(※)	0円	15円 _(※)	15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月期及び2015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月期及び2015年3月期（予想）の期末1株当たり配当金は150円となります。)

31

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓2015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月期の配当予想につきましては、上記の基本方針を勘案し、前期と同様の1株当たり15円※とさせていただく予定であります。

※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 及び2015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 及び2015年3月期（予想）の期末1株当たり配当金は150円となります。）

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS