

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1四半期決算説明資料

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@tgn.co.jp

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

I. 2015年3月期 第1四半期連結決算概要	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. 2020Target連結売上高1,000億円に向けた 新規出店戦略	P12-14
III. 2015年3月期 重点施策	P15-P25
IV. 2015年3月期 連結通期業績計画及び配当予想	P26-28
1. 連結通期業績計画	P27
2. 配当予想について	P28

Results of First Quarter FY Ending March 2015

2015年3月期 第1四半期連結決算概要

I 1. 2015年3月期第1四半期 総括

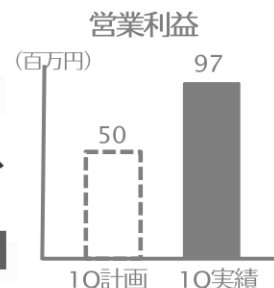
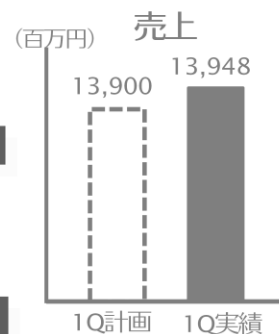
売上高、利益ともに概ね計画通りで推移
国内売上減少及び成長戦略に向けた先行投資により減収減益

直営店は取扱組数・単価共に概ね計画通り
直営店の挙式披露宴単価は**407万円**

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**27%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+**4.6億**

2020Targetに向けた新規出店戦略をリリース
連結売上高1,000億円に向けた成長戦略の第1弾発信



5

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓まず始めに、2015年3月期第1四半期を総括いたします。

✓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て推進する1年と位置づけております。

✓当第1四半期における業績は、売上高、利益ともに概ね計画どおりに推移いたしました。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、直営店は取扱組数・単価共に概ね計画通りに推移し、挙式披露宴単価は407万円となりました。

✓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27%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4.6億増となりました。

✓四つ目に、2020年度連結売上高1,000億円達成に向けた成長戦略の第1弾として、新規出店戦略を7月25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、利益ともに概ね計画通りで推移
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 1Q計画	2015/3 1Q実績	計画比	(参考) 2014/3 1Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	13,900	13,948	+48	14,630	-681 (※1)
売上 総利益	7,811 56.2%	7,844 56.2%	+33 +0.0pt	8,231 56.3%	-386 -0.1pt
販管費	7,761 55.8%	7,746 55.5%	-15 -0.3pt	7,281 49.8%	+465 +5.7pt (※2)
営業 利益	50 0.4%	97 0.7%	+47 +0.3pt	950 6.5%	-852 -5.8pt
経常 利益	0 0.0%	53 0.4%	+53 +0.4pt	906 6.2%	-853 -5.8pt
四半期 純利益	△100 △0.7%	△49 △0.3%	+51 +0.4pt	496 3.4%	-545 -3.7pt

※ %は売上高比

(第1四半期) 前年同期比差異要因

- ◆売上高(※1)
前年同期比 -681百万円
(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
- ◆販管費(※2)
前年同期比 +465百万円
(1) 重点施策投資による要因
 - ・新規出店準備コスト +37M
 - ・強み創り +48M
(新モデル店舗・ドレスショップ)
 - ・海外展開拡大 +255M
(新規出店準備、人員体制強化等)
- (2) M&A案件による要因
 - ・前年M&A店舗 販管費増 +131M

✓連結損益計算書の概要をご説明いたします。

✓当第1四半期は、売上高、利益ともに概ね計画どおりに推移いたしました。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、13,948百万円（計画比+48百万円）となりました。前年同期比では、-681百万円減となりました。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-15百万減の7,746百万円（前年同期比+465百万円）となりました。

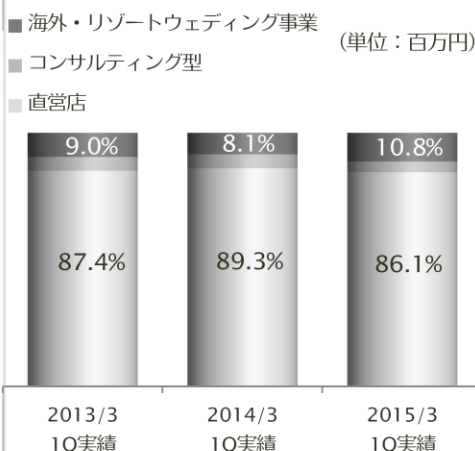
✓その結果、営業利益は97百万円（計画比+47百万円）、経常利益は53百万円（計画比+53百万円）、四半期純利益は△49百万円（計画比+51百万円）となりました。

I 2-1-2. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

海外・リゾート事業は引き続き堅調に推移
海外売上高比率は10%超へ拡大

単位：百万円	2013/3 1Q実績	2014/3 1Q実績	2015/3 1Q実績
国内ウェディング事業	10,899 (87.4%)	13,064 (89.3%)	12,013 (86.1%)
直営店	10,038 (80.5%)	12,059 (82.4%)	11,221 (80.4%)
コンサルティング型	648 (5.2%)	776 (5.3%)	558 (3.7%)
(参考) 取扱高	657	922	1,273
その他	216 (1.7%)	228 (1.5%)	233 (1.7%)
海外・リゾートウェディング事業	1,121 (9.0%)	1,187 (8.1%)	1,504 (10.8%)
その他	443 (3.6%)	378 (2.6%)	431 (3.1%)
連結売上高	12,463	14,630	13,948

(第1四半期)
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8.1% → 10.8%

※ %は連結売上高比

- ※ 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となっております。当第1四半期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。

✓二つ目は海外事業ですが、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。

✓三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。

✓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「コンサルティング型事業」の拡大を図ります。

I 2-1-3. 国内ウェディング事業 内訳

直営店は取扱組数・単価共に概ね計画通り コンサルティング型はホテル婚礼受託の取扱高拡大

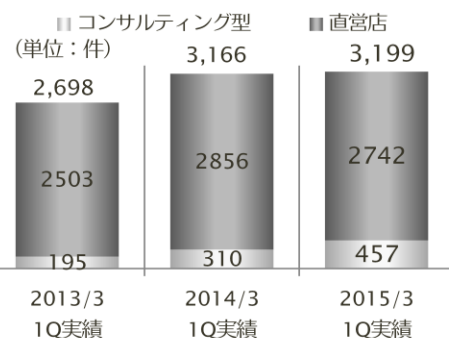
単位: 百万円	2015/3 1Q計画	2015/3 1Q実績	計画比	(参考) 2014/3 1Q実績	(参考) 前年 同期比
直営店					
売上高	10,800	10,828	+28	11,655	-827
取扱組数	2,736	2,742	+6	2,856	-114
平均単価 (千円)	4,070	4,073	+3	4,169	-96
平均人数	76	76	+0	76	+0
コンサルティング型					
取扱高	1,270	1,273	+3	922	+351
取扱組数	450	457	+7	310	+147

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

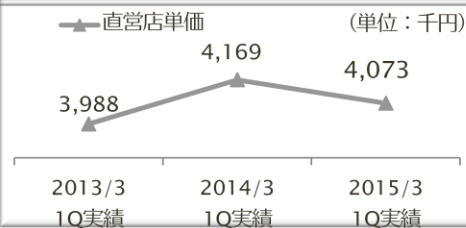
※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。

※ 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1四半期) 取扱組数推移



(第1四半期) 直営店 単価推移



✓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1四半期は、取扱組数が計画と比較して6件増の2,742件となりました。また、挙式披露宴単価も計画と比較して3千円増の4,073千円となりました。

✓その結果、売上高は10,828百万円（計画比+28百万円、前年同期比-827百万円）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1四半期は、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457件となりました。

✓その結果、取扱高は1,273百万円（計画比+3百万円、前年同期比+351百万円）となりました。

I 2-1-4. 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27%増
海外展開拡大に向け、計画通り先行投資を実施

単位: 百万円	2015/3 1Q計画	2015/3 1Q実績	計画比	(参考) 2014/3 1Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	1,490	1,504	+14	1,187	+316
営業利益	△70	△63	+7	31	-94

※ 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6月 マカナチャペル



2014年1月 WITH A WHITE 福岡サロン



2013年9月 台北市内旗艦サロン開設



2014年4月 ウォールドーフ アストリア 上海 オンザ バンド

(第1四半期) 売上高推移



(第1四半期) 主な投資内容

- ◆販管費前年同期比 +255百万円
 - ・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

✓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、これまでの施行実績が高く評価され、5つ星ホテルの提携数が増えております。

✓これらにより、当第1四半期期の海外・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27%増の1,504百万円（前年同期比+316百万円）となりました。なお、営業利益については、今後の海外事業拡大に向けた先行投資を計画通り実施した結果、△63百万円（計画比+7百万円、前年同期比-94百万円）となりました。

✓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 引き続き資産の効率化を推進

単位: 百万円	2014/ 3末	2014/ 6末	増減
流動資産	9,391	8,721	-670
現金及び預金	5,582	4,624	-958 (※1)
固定資産	38,890	38,476	-413
有形固定資産	24,695	24,747	+51
無形固定資産	2,384	2,283	-101
投資その他 資産	11,810	11,446	-364 (※2)
資産計	48,282	47,198	-1,084

その他の主な増減要因

- ◆現金及び預金の減少(※1)
前期末比 -958百万円
(主な要因)
・利益減及び買掛金支払等の季節要因
- ◆投資その他資産の減少(※2)
前期末比 -364百万円
(主な要因)
・敷金・保証金減 -339百万円
(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1四半期期末における総資産は前期末と比較して-1,084百万円減少し、47,198百万円となりました。

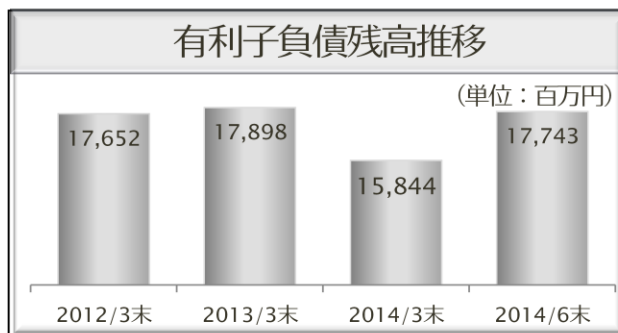
✓現金及び預金が減少(前期末比-958百万円)しておりますが、利益が減少したこと、及び買掛金支払等の季節要因によるものです。

✓投資その他資産が減少(前期末比-364百万円)しておりますが、敷金・保証金の減少(前期末比-339百万円)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177億円

単位: 百万円	2014/ 3末	2014/ 6末	増減
負債合計	28,921	28,272	-649
流動負債計	15,839	14,267	-1,571 (※1)
短期借入金	2,470	2,670	+200
(一年内)長期 借入金・社債	3,547	4,053	+505
固定負債計	13,081	14,004	+922
長期借入金 ・社債	9,827	11,020	+1,193
純資産計	19,361	18,926	-435 (※2)
負債・ 純資産計	48,282	47,198	-1,084



その他の主な増減要因

◆流動負債の減少 (※1)	
前期末比	-1,571百万円
(主な要因)	
・未払法人税等	-1.368百万円
◆純資産の減少 (※2)	
前期末比	-435百万円
(主な要因)	
・少数株主持分	-137百万円
※連結子会社アニバーサリートラベル (旅行業) 100%化	

✓連結貸借対照表の負債・純資産の部の解説です。

✓当第1四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177億円となりました。

✓流動負債は、前期末と比較して-1,571百万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-1,368百万円、買掛金の減少 (季節要因による) -825百万円、借入金増加 (利益減による) +705百万円となっております。

✓純資産は、前期末と比較して-435百万円減少しております。主な要因は、利益剰余金が-241百万円減少したこと、及び当第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-137百万円減少したこととなります。

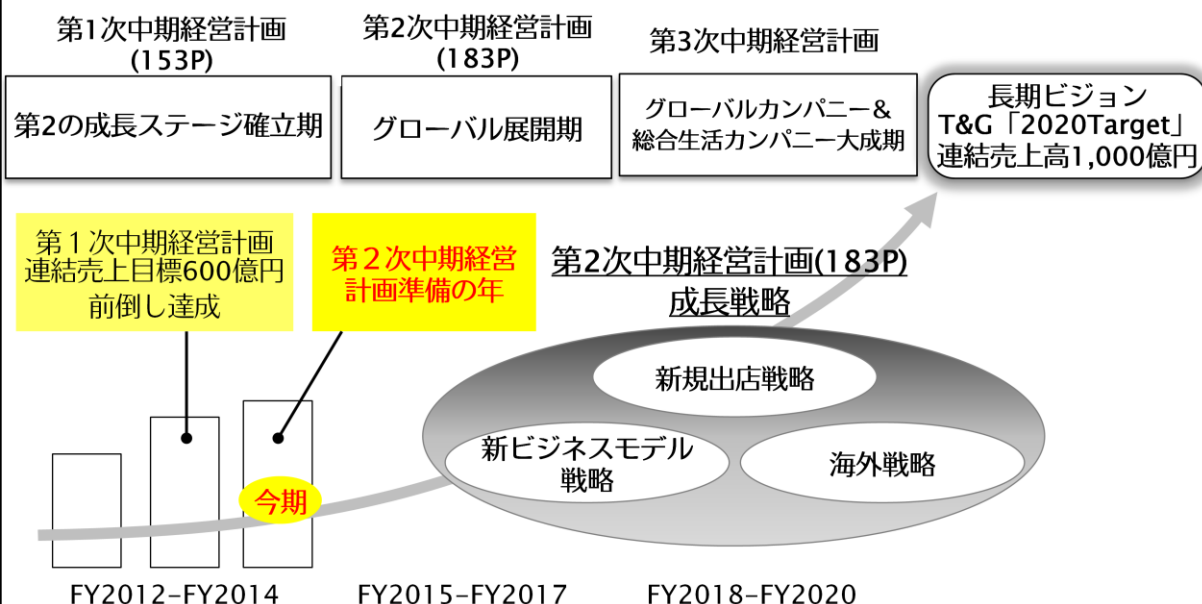
New Store Opening Strategy for “2020 Target”

2020Target連結売上高1,000億円に向けた
新規出店戦略

(2014年7月25日リリース)

II 1-1. 2020Targetに向けた新規出店戦略

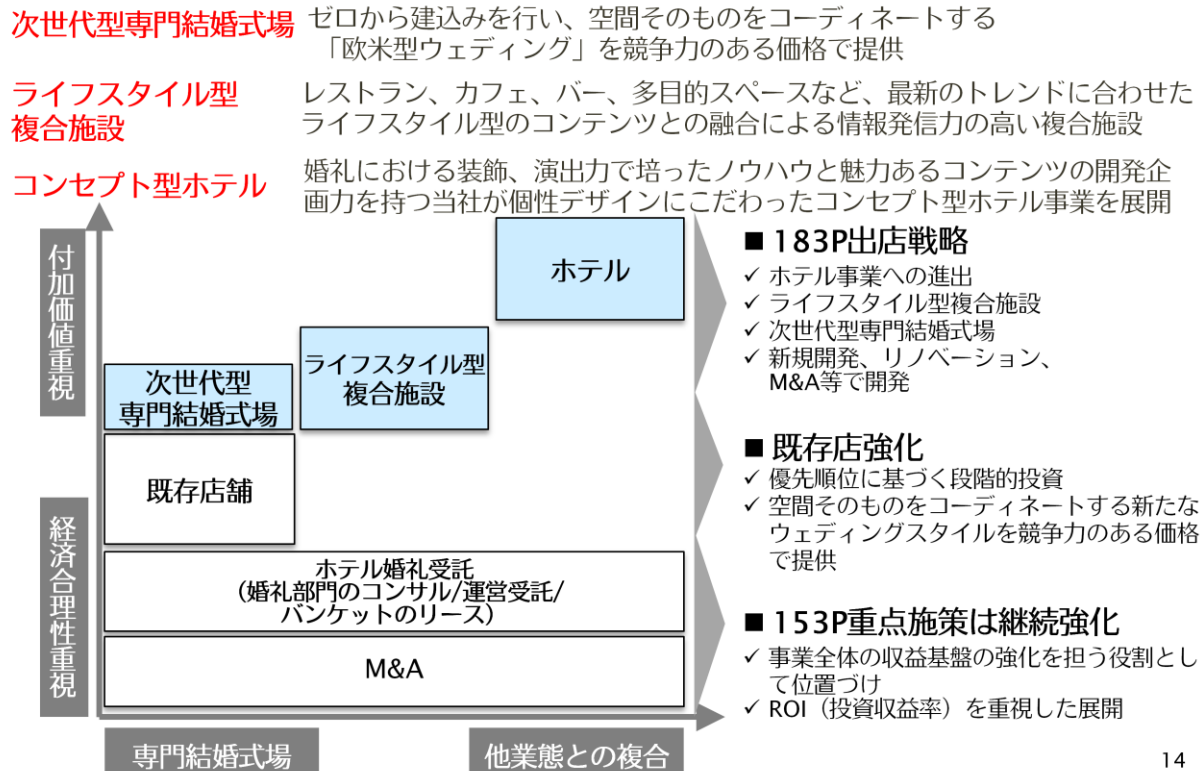
2020Target (2021年3月期) 連結売上高1,000億円
「グローバルカンパニー＆総合生活カンパニー」を目指す



- ✓ 2020Target (2021年3月期) 連結売上高1,000億円に向けた成長戦略第1弾「新規出店戦略」についてご説明いたします。
(2014年7月25日リリース)
- ✓ 当社は2020Target (2021年3月期) として、「グローバルカンパニー＆総合生活カンパニー」を掲げ、連結売上高1,000億円を目指しております。
- ✓ 2013年度において、第1次中期経営計画の売上目標である600億円を1年前倒しで達成し、今年度は更なる成長に向けた第2次中期経営計画 (183P) の準備の1年と位置付けております。
- ✓ 第2次中期経営計画 (183P) では、「新規出店戦略」「新ビジネスモデル」「海外戦略」の3つを成長戦略として位置付けております。

II 1-2. 2020Targetに向けた新規出店戦略

「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



T&G
TAKE AND GIVE NEEDS

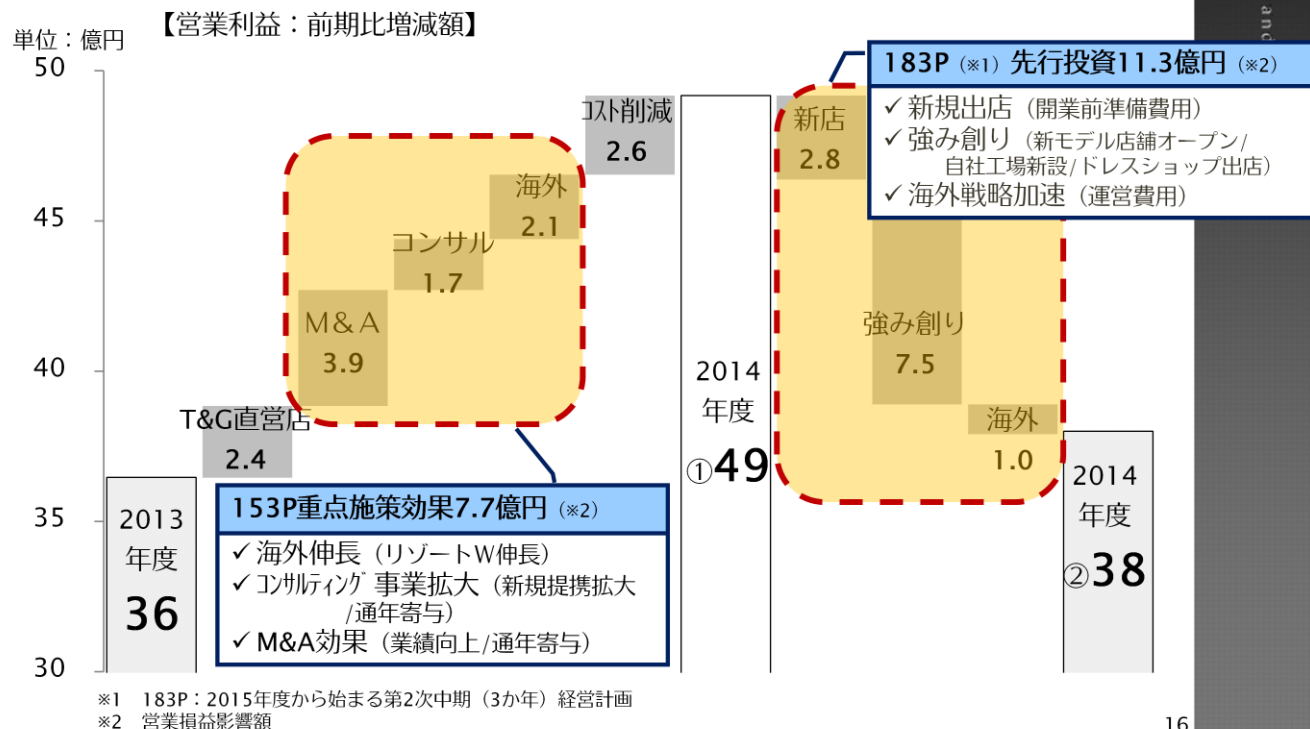
- ✓ 当社はハウスウェディング市場のパイオニアとして業界全体を牽引してまいりました。一方で、今後ますます厳しくなる市場環境の下、当社は新規出店戦略において、強みを活かした従来とは異なる出店形態により、新しい市場を創り出し、婚礼市場全体の活性化に貢献してまいります。
- ✓ 1つ目は、「欧米型ウェディングスタイル」を競争力のある価格で提供する「次世代型専門結婚式場」です。
- ✓ 2つ目は、最新トレンドに合わせたライフスタイル型コンテンツとの融合による情報発信力の高い「ライフスタイル型複合施設」です。
- ✓ そして新たにホテル事業に参入いたします。個性的なデザインにこだわった「コンセプト型ホテル」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。
- ✓ また、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。

Key Measures
FY Ending March 2015

2015年3月期 重点施策

Ⅲ 1. 2015年3月期の重点施策

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



- ✓ 2015年3月期の重点施策について、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 2-1. 153P重点施策効果

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】

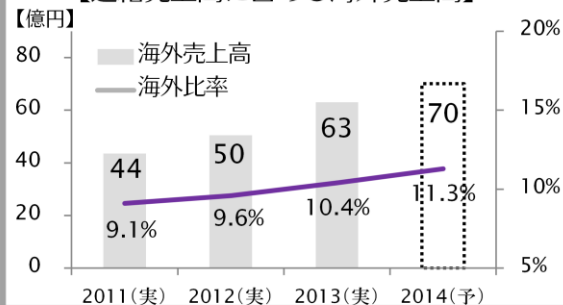
ホテル名	オープン時期
マカナチャペル（ハワイ）	2013年6月
キャルバリー・バイ・ザ・シー教会（ハワイ）	2013年7月
ドア・カハヤアットブルーヘブン（バリ）	2014年1月
白の教会（沖縄）	2014年9月

■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

【連結売上高に占める海外売上高】



■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
ホテルボストンブラザ草津	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

T&G TAKE AND GIVE NEEDS

- ✓ 次に、153P重点施策の効果の詳細についてご説明いたします。
- ✓ 3つの施策の効果により、営業損益は2014年3月期比7.7億円増を見込んでおります。
- ✓ 一つ目は、海外事業の伸長により、営業損益は同2.1億円増を見込んでおります。主にリゾートウエディングにおける2013年度以降の新規出店・提携（4会場）の寄与によるものです。
- ✓ これにより、連結売上高に占める海外比率は、前年同期比+0.9ptの11.3%となる見通しです。
- ✓ 二つ目は、M&A効果により、営業損益は同3.9億円増を見込んでおります。2012年12月に子会社化した(株)ブライズワード社の業績向上、営業権を取得した複数案件の業績向上、通年寄与によるものです。
- ✓ 三つ目は、コンサルティング事業の拡大により、営業損益は同1.7億円増を見込んでおります。2014年3月期に提携したホテルの通年寄与によるものです。

Ⅱ 2-2. 153P重点施策（直営店）

原価改善など、収益構造改革の施策効果により 受注減影響を上回り収益増（+2.4億円）の見通し

■直営店の収益構造改革を継続実施 （営業損益影響額 +2.4億円）

【収益増加要因】（営業損益影響額+8.5億円）

主な項目	内容
原価改善	・商流の見直し ・付加価値商品の投入
不動産関連費低減	・不動産契約更新に伴う減価償却負担の軽減等
法人営業強化	・一般宴会の取扱拡大

【収益減少要因】（営業損益影響額△6.1億円）

主な項目	内容
受注組数の減少	・競合出店の影響 ・期間満了に伴う閉店
広告宣伝費の増加	・戦略的な投資
人件費の増加	・機能強化

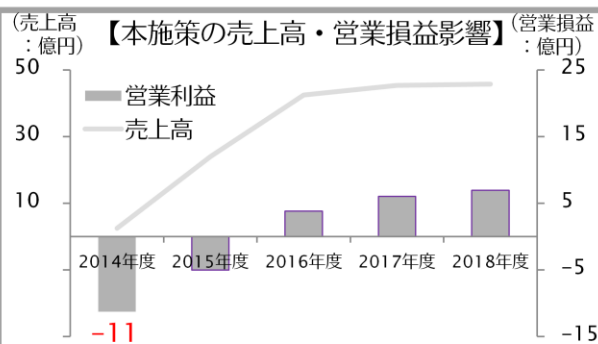
- ・特定の地域において、競合出店の影響を受ける見込み
- ・期間満了に伴う閉店への対応については、代替店決定済
- ・上記理由に伴う既存店の件数の減少は、営業権取得店舗でカバーする見込み
- ・挙式披露宴単価については上昇基調にあるが、保守的に横ばいで計画

T&G TAKE AND GIVE NEEDS

- ✓ 直営店の詳細についてご説明いたします。
- ✓ 2014年3月期に実施した収益構造改革を、継続して実施いたします。
- ✓ 主な収益増加要因として、原価改善、不動産関連費の低減、及び法人営業強化の3つの施策に取り組みます。営業損益は、2014年3月期比8.5億円増を見込んでおります。
- ✓ 一方で競合出店の影響や閉店の影響に伴う受注件数減少、戦略的な広告宣伝費の投下等により、営業損益への影響額は、同6.1億円減を見込んでおります。
- ✓ 上記により、T&G直営店の営業損益は、同2.4億円増を見込んでおります。
- ✓ 競合出店の影響については、特定地域において影響を受ける見込みです。
- ✓ 期間満了に伴う閉店への対応については、代替店が決定済みであります。
- ✓ 上記の理由に伴う既存店の件数の減少は、営業権取得店舗にてカバーする見込みです。
- ✓ 挙式披露宴単価は上昇基調で推移しておりますが、保守的に横ばいで計画しております。

Ⅲ 3-1. 183P^(※1) 重点施策投資

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 (営業利益影響額△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

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)

■ドレスショップ出店 (東京都内：2014年10月)
■人員体制強化

※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

■新規出店 (営業利益影響額△2.8億円)

■2015年度（3店舗）出店予定

【今後の出店予定】

	2015/3				2016/3				2017/3			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
国内					●	●	●				●	

■海外展開拡大 (営業利益影響額△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

- ・中国（上海・深圳）PD事業拡大
- ・アセアンへの展開加速（現地法人設立予定）

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
- ・ドレス直営店展開（2014年1月開始：福岡・仙台）

T&G TAKE and GIVE NEEDS

✓ 183P重点施策投資の詳細についてご説明いたします。

✓ 183P重点施策として3つの施策に投資を行います。これにより、営業利益は約11億円減を見込んでおります。

✓ 一つ目は、新規出店に伴う開業準備費用により営業利益は2.8億円減を見込んでおります。2016年3月期に予定しております3店舗出店によるものであります。

✓ 二つ目は、強み創りへの取り組みにより、営業利益は7.5億円減を見込んでおります。次の施策を予定しております。

✓ 欧米型のウェディングを競争力のある価格で提供する新しいビジネスモデルを確立し、新市場の創出を目指します。この実現に向け、新モデル店舗の開設やウェディング商品を製造する自社工場を新設します。

✓ また、ドレスショップを都内にオープンするほか、人員体制の強化も行います。

✓ 三つ目は、海外展開拡大により営業利益は1億円減を見込んでおります。

✓ これら施策の効果により、今後売上高及び営業利益増を見込みます。

III 3-4. 183P 重点施策投資① 強み創り

2014年11月「TRUNK BY SHOTO GALLERY」オープン
「0(ゼロ)」から創り上げる世界に一つだけのウエディング

*More Free Wedding.
The Fun I Make.*

**結婚式をもっと自由に！
創るって楽しい！！**

例えばハリウッド映画、ハッと目を引くウェディングシーンがあります。え、こんなものはない！自分が式を挙げるなら絶対こんなスタイルがいい！……
でも実際問題、金銭面でもいろいろと妥協することになる。あの映画みたいな式をしたいのに、セールのウェディング、ガマンばかりなんてイヤ、だったら思いを叶えてくれる場所を創ってあげませんか？

21世紀を生きる、ウェディングをするにはある意味、自分たちのライフスタイルのカタチを創り出すものになりつつあります。豊かな雰囲気もあっていい、でももっと美しくカジュアルな雰囲気も欲しい。自分たちのハッピーオーラのシャワーを降り注ぎたい。夢を希望もすべてが溢れている。そこに華やかさや華やかさのないイベントこそがウエディングなのかもしれません。

だからスタイルは100人から100通り。本当にそれだけの商品がなくてはいけません。じゃあ自分たちのスタイルに合った商品がなかったら？そう、作っちゃえばいい！実際に見たウエディングは、そんな作られたものに見えませんか。

ここTRUNKは、そんな作られたものに見えるステージです。

Here Comes the Bride

Today I marry my Best friend the one I laugh, live & dream with Love

**TRUNK
BY SHOTO GALLERY**

住所
東京都渋谷区松濤1-5-4

設備
チャペル、バンケット

オープン時期
2014年11月（予定）

※TRUNK BY SHOTO GALLERYパンフレットより抜粋

Ⅲ 3-4. 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



Ⅲ 3-5. 183P 重点施策投資② 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

Ⅲ 3-6. 183P 重点施策投資② 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

Ⅲ 3-7. 183P 重点施策投資② 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

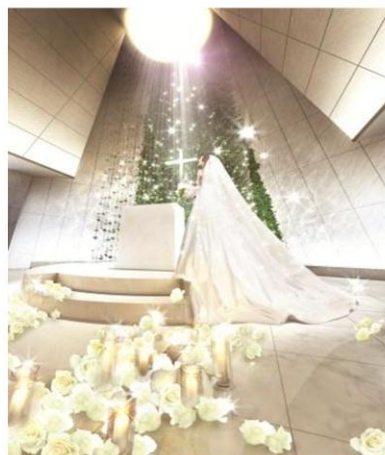
沖縄県国頭郡本部町備瀬148-1

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。

Ⅲ 3-2. 183P 重点施策投資③ 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

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

Ⅳ 1. 2015年3月期 連結 通期業績計画

売上高620億円、営業利益38億円を計画
第2四半期は先行投資により減益も、通期では増収増益

	第2四半期（累計）			通期		
単位： 百万円	2014/3 実績 (A)	2015/3 計画 (B)	増減額 (B-A)	2014/3 実績 (A)	2015/3 計画 (B)	増減額 (B-A)
売上高	28,442	28,500	+58	60,714	62,000	+1,286
営業損益	1,082	350	-732	3,706	3,800	+94
経常損益	1,001	200	-801	3,342	3,500	+158
当期損益	418	△150	-568	1,370	1,400	+30

27

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)

✓第2四半期は先行投資により減益となるものの、通期では増収増益の見通しであります。

Ⅳ 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。)

28

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