

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2012年3月期

第3四半期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2012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. 2012年3月期 第3四半期 連結決算概要	P4
1. 総括	P5
2-1. 連結 損益計算書	P6-P10
2-2. 連結 貸借対照表	P11-P12
II. 2012年3月期 重点施策	P13
1. 事業基盤の更なる強化	P15-P17
2. 成長への足固め	P18-P19
3. 海外・リゾートウェディングの積極展開	P20-P23
III. 2012年3月期 通期業績計画	P24
1. 連結 通期業績計画	P25
2. 配当予想について	P26

Results of Third Quarter
FY Ending March 2012

2012年3月期 第3四半期 連結決算概要

I 1. 第3四半期総括

計画通りの進捗
既存店が堅調に推移

挙式披露宴単価は上昇基調を継続
既存店は前年比約9万円増加

海外・リゾートウェディングが順調拡大
リゾートウェディングは売上高前年比10%増

財務基盤の強化を推進
有利子負債は第2四半期末比約12億円削減

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓まず始めに、第3四半期の総括についてご報告いたします。

✓2012年3月期第3四半期における業績は既存店が堅調に推移し、計画通りの進捗となりました。

✓重要指数である挙式披露宴単価は前年からの上昇基調を継続し、既存店において前年同期と比較すると約9万円の増加となりました。

✓海外・リゾートウェディングも順調に拡大しており、売上高は前年同期と比較し10%の増収となりました。

✓また、財務基盤の強化に継続して取り組んでおり、有利子負債は第2四半期末より1,184百万円減少し18,971百万円となり、計画的に削減を推進しております。

I 2-1-1. 連結損益計算書 概要

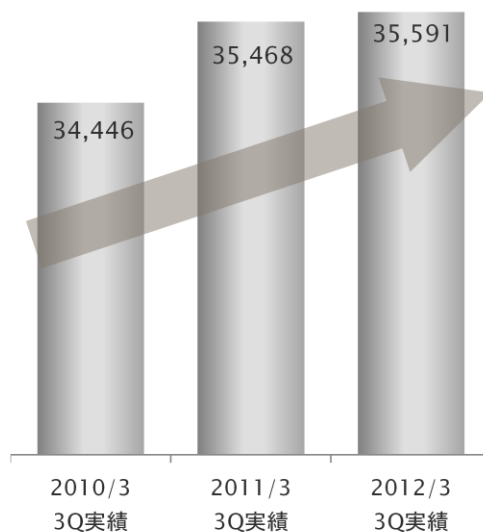
既存店が堅調に推移し、計画通りに進捗

単位: 百万円	2012/3 3Q計画	2012/3 3Q実績	計画比	(参考) 2011/3 3Q実績
売上高	35,490	35,591	+101	35,468
売上 総利益	19,110 53.8%	19,154 53.8%	+44 ±0	19,027 53.6%
販管費	17,660 49.8%	17,613 49.5%	-46 -0.3pt	16,865 47.5%
営業 利益	1,450 4.1%	1,540 4.3%	+90 +0.2pt	2,161 6.1%
経常 利益	1,040 2.9%	1,159 3.3%	+119 +0.4pt	1,573 4.4%
四半期 純利益	280 0.8%	298 0.8%	+18 ±0	749 2.1%

※ %は売上高比

第3四半期売上高推移

(単位：百万円)



✓連結損益計算書の概要です。

✓第3四半期連結累計期間におきましては、既存店の業績が堅調に推移し、計画通りに進捗いたしました。

✓売上高は35,591百万円となり、前年同期と比較して122百万円増加し、0.3%の増収となりました。

✓今期は事業基盤構築の最終年度として人材及び商品・サービス力強化への投資を継続するとともに、来期から始まる中期経営計画に向けて、中長期的な成長への投資を行った結果、販管費は前年同期と比較して747百万円増加し、17,613百万円（計画比 -46百万円）となりました。

✓その結果、営業利益は1,540百万円（計画比 +90百万円）、経常利益は1,159百万円（計画比 +119百万円）、四半期純利益は298百万円（計画比 +18百万円）となりました。

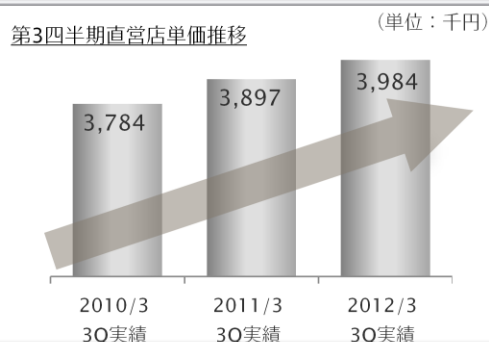
I 2-1-2. 国内ウェディング事業 売上高内訳

単価は上昇基調を継続、前年比約9万円増加
来期受注進捗も順調に推移

単位: 百万円	2012/3 3Q計画	2012/3 3Q実績	計画比	(参考) 2011/3 3Q実績
直営店				
売上高	29,210	29,249	+39	29,744
取扱組数	7,356	7,271	-85	7,547
平均単価 (千円)	3,933	3,984	+51	3,897
平均人数	72	72	±0	74
プロデュース型				
売上高	1,700	1,726	+26	1,491
取扱組数	679	604	-75	527
平均単価 (千円)	2,500	2,842	+342	2,739

※ プロデュース型には提携レストラン・提携ホテルを含む

直営店単価推移



来期受注組数進捗

2013年3月期の受注組数残高前年同期比

直営店	プロデュース型
104%	155%

(1月末日時点)

T&G TAKE and GIVE NEEDS

✓続きまして国内ウェディング事業の売上高の内訳をご説明いたします。

✓直営店の挙式披露宴単価は上昇基調が続いております。これは営業提案力の向上や、受注進捗の順調な推移によるものであります。

✓業界では画一的なパッケージプランや過当な価格競争が展開されておりますが、当社はクオリティを重視した挙式披露宴の実現にこだわり続けるとともに、受注サイクルの更なる適正化を戦略的に推進しております。そのことが奏功し、件数は計画を下回ったものの、披露宴単価は前年同期と比較して87千円増の3,984千円となりました。

✓その結果、直営店の売上高は計画水準を確保し、29,249百万円となりました。

✓プロデュース型は、当社のプロデュース力を活かし、様々な個性とブランド力を有するレストランとの提携に加え、ビルイン施設のプロデュース及びホテル婚礼受託をスタートしております。

✓取扱組数は前年同期と比較して77件増の604件となり、平均単価は前年同期と比較して103千円増の2,842千円となりました。

✓その結果、売上高は前年同期と比較して235百万円増の1,726百万円となりました。

✓なお、1月末日時点における、2013年3月期の受注組数残高は、前年同時期と比較すると直営店で104%、プロデュース型では155%の進捗と、順調に推移しております。

I 2-1-3. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

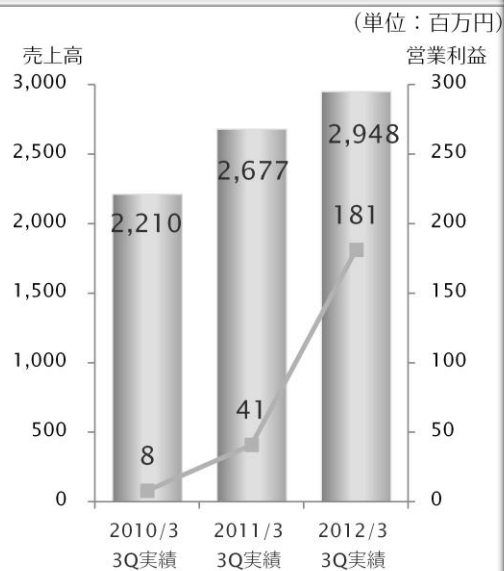
海外・リゾートウェディングは躍進

単位: 百万円	2010/3 3Q実績	2011/3 3Q実績	2012/3 3Q実績	差異
売上高	2,210	2,677	2,948	+271
営業利益	8	41	181	+140



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

(第3四半期) 売上・営利推移



✓続きまして海外・リゾートウェディング事業の売上高及び営業利益の内訳をご説明いたします。

✓ハワイの「モアナサーフライダー ウェスティン リゾート&スパ」内のチャペルにおける取扱組数が順調に伸び、売上高は2,948百万円（前年同期比 +271百万円）、営業利益は181百万円（前年同期比 +140百万円）と躍進しております。

✓今後も海外・リゾートウェディング市場を成長分野の一つと位置付け、積極的な事業拡大を進めてまいります。

I 2-1-4. 連結 売上総利益・営業利益

中長期的な成長に向けた投資をしながらも 計画水準を確保

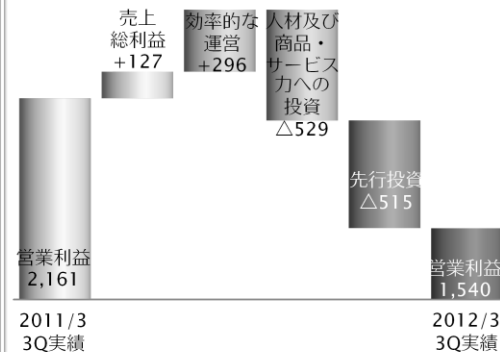
単位: 百万円	2012/3 3Q計画	2012/3 3Q実績	計画比	(参考) 2011/3 3Q実績
売上高	35,490	35,591	+101	35,468
売上 原価	16,380 46.2%	16,436 46.2%	+56 ±0	16,441 46.4%
売上 総利益	19,110 53.8%	19,154 53.8%	+44 ±0	19,027 53.6%
販管費	17,660 49.8%	17,613 49.5%	-46 -0.3pt	16,865 47.5%
営業 利益	1,450 4.1%	1,540 4.3%	+90 +0.2pt	2,161 6.1%

※ %は売上高比

営業利益前年比増減

(単位：百万円)

今期の重点施策に対する
投資も計画通り



✓売上総利益及び営業利益に係る項目の内訳についてご説明いたします。

✓売上総利益は、挙式披露宴単価の順調な推移が寄与し、前年同期との比較では127百万円増加し、19,154百万円となりました。

✓また、今期は人材及び商品・サービス力強化への投資を継続するとともに、中長期的な成長に向け、新規出店及び新規提携等について先行投資を行っております。その一方で効率的な運営を進め、販管費は17,613百万円（計画比 -46百万円）と計画水準に留めることができました。

✓この結果、営業利益は1,540百万円となり、計画水準を確保しております。

I 2-1-5. 連結 営業外損益・特別損益・純利益

経常利益・四半期純利益も計画水準を確保

単位: 百万円	2012/3 3Q計画	2012/3 3Q実績	計画比	(参考) 2011/3 3Q実績	主要因等
営業 利益	1,450	1,540	+90	2,161	
営業外 損益	△410	△380	+29	△587	
経常 利益	1,040	1,159	+119	1,573	
特別 損益	△100	△137	-37	△758	(参考) 2011年3月期第1四半期 資産除去債務会計基準の適用に 伴う影響額 △647百万円
税前 利益	940	1,022	+82	815	
四半期 純利益	280	298	+18	749	2012年3月期第3四半期 税制改正に伴う税効果会計適用に よる影響額 △231百万円

T&G TAKE and GIVE NEEDS

✓経常利益及び四半期純利益に係る項目の解説です。

✓経常利益は1,159百万円（計画比 +119百万円）となりました。

✓また、税制改正に伴い繰延税金資産を231百万円取り崩した結果、四半期純利益は298百万円（計画比 +18百万円）となりましたが、税制改正がなかったと仮定いたしますと、概算で四半期純利益は529百万円となり、計画を大きく上回る水準を確保したものであると思います。

I 2-2-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

戦略的に資産の効率化を推進

単位: 百万円	2011/ 3末	2011/ 12末	増減	主な増減要因
流動資産	6,801	6,897	+95	
現金及び預金	4,094	4,397	+303	キャッシュポジションを適正化 現金及び預金第2四半期末比 △627百万円
固定資産	37,832	36,486	-1,345	
有形固定資産	20,927	21,096	+168	
無形固定資産	607	575	-31	
投資その他 資産計	16,297	14,815	-1,482	敷金及び保証金の減少 ・リース資産の買取 ・リース料と保証金の相殺
資産計	44,634	43,384	-1,249	

11

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓連結貸借対照表の資産の部の解説です。

✓総資産は前会計年度末と比較して1,249百万円減少し、43,384百万円となりました。

✓震災後に手元資金の流動性を確保する目的で一時的に現金及び預金を増加させましたが、第3四半期においてキャッシュポジションの適正化を進めた結果、現金及び預金は第2四半期末と比較して627百万円減少し4,397百万円となりました。

✓また、一部の建物リース物件を自社保有とするため、購入価格相当額を保証金と相殺いたしました。加えて、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。

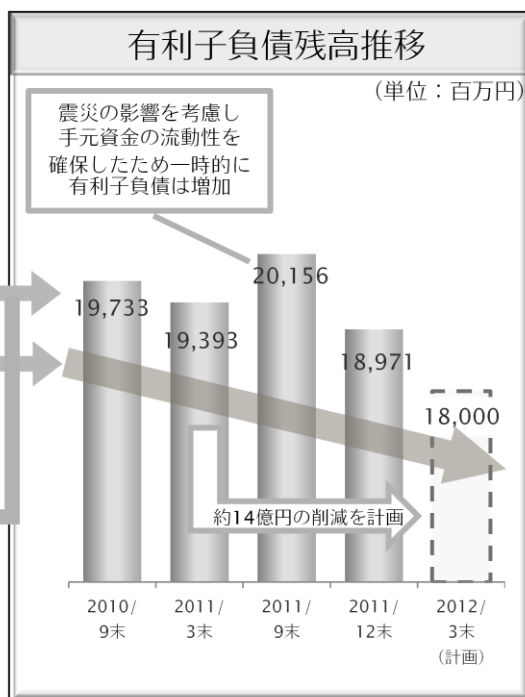
✓以上の主な要因により、敷金及び保証金が前会計年度末と比較して1,270百万円減少いたしました。今後、建物リース物件を購入したことによりリース料の軽減による損益の改善が見込まれるとともに、リース料と保証金との相殺によるキャッシュフローの改善が進みます。

✓今後も、財務戦略として資産効率化を推進してまいります。

I 2-2-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

有利子負債は前期末比約14億円の削減を計画

単位: 百万円	2011/ 3末	2011/ 12末	増減
負債合計	28,186	26,756	-1,429
流動負債計	12,598	15,285	+2,686
短期借入金	1,770	3,171	+1,401
(一年内) 長期借入金	4,823	6,815	+1,991
固定負債計	15,587	11,471	-4,116
長期借入金	12,800	8,985	-3,814
純資産計	16,447	16,627	+179
負債・ 純資産計	44,634	43,384	-1,249



✓連結貸借対照表の負債・純資産の部の解説です。

✓第2四半期までは震災の影響を考慮し、手元資金の流動性を確保したため、一時的に有利子負債を増加させましたが、第3四半期より計画的な削減を推し進めました。

✓その結果、借入額は第2四半期末と比較し1,184百万円削減の18,971百万円となりました。

✓なお、2012年3月期末には前会計年度末と比較して約14億円の削減を計画しております。

✓今後もフリーキャッシュ・フローの拡大により、有利子負債の圧縮を加速してまいります。

Revenue Plans FY Ending March 2012

2012年3月期 重点施策

Ⅱ 2012年3月期の重点施策

事業基盤の更なる強化

One Heart Weddingの追求による差別化戦略の推進

成長への足固め

新規出店、ホテル婚礼受託の強化

海外・リゾートウェディングの積極展開

事業基盤の構築、リゾートウェディングの強化

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓それでは、2012年3月期における重点施策の取り組み状況についてご説明いたします。

✓1つ目は、事業基盤の更なる強化として、結婚式の本質的価値(=“One Heart Wedding”)の追求に引き続き取り組み、差別化戦略を推進しております。

✓2つ目は、成長への足固めとして、新規出店、提携によるシェアの拡大を進めており、特にホテル婚礼受託の強化を推進しております。

✓3つ目は、海外・リゾートウェディング事業の積極展開として、上海サロンを拠点としたアジア市場での事業基盤の構築や、リゾートウェディングの強化を推進しております。

II 1. 事業基盤の更なる強化

結婚式の本質的な価値(=One Heart Wedding)の追求による差別化戦略を強化

「心がひとつになる瞬間」

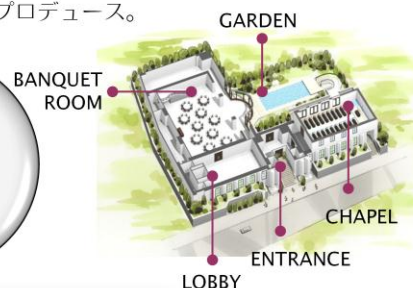
「心がひとつになる瞬間」を生み出すことが結婚式の本質であり、このような結婚式を“One Heart Wedding”と名付け、更なるサービスの向上に取り組む。



ご新郎様・ご新婦様や親御様
参列された方々の
「心がひとつになる瞬間」

一組一組にプライベートな空間と時間を提供

チャペル、パーティ会場、ガーデン。
その全てをご新郎様・ご新婦様と
参列されたゲストの方々に完全貸切。
「心がひとつになる瞬間」を演出する環境を
プロデュース。



きめ細やかな提案で オリジナルの感動を実現する

ご新郎様・ご新婦様の想いをくみ取り最高の一日を
創り上げるため、ご成約からパーティ施行まで、
全てを一人のウェディングプランナーが担当。
長い時間をかけて会話を重ね、
きめ細かくニーズをくみ取る。



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓まず、事業基盤の更なる強化について
ご説明いたします。

✓当社は、施設の「一軒家貸切」、一人の
ウェディングプランナーが最初からパーティ
施行まで全てを担当させていただく
「一顧客一担当制」という業界の中でも
ユニークなシステムによって、ご新郎様・
ご新婦様一人一人の歩んでこられた人生や
想いをくみ取り、オリジナルなウェディング
を提供しております。

✓また、挙式披露宴において、ご新郎様・
ご新婦様や親御様、参列されたゲストの方々の
「心がひとつになる瞬間」を生み出すこと
が結婚式の本質であると考えております。
このような結婚式を当社の提供する価値と
位置づけ、“One Heart Wedding”と名付け、
推進しております。

✓これらのハード面、ソフト面の独自スタイ
ルを当社は今後も大切にし、お客様一組一組
に対してクオリティの高いサービス
（“One Heart Wedding”）をご提供することを
差別化戦略として強化しております。

Ⅱ 1-1. 事業基盤の更なる強化

“One Heart Wedding”を伝える映像商品 「One Heart Story」の販売を開始



One Heart Story

Start
2011年11月11日

内容
映像演出商品

Price
¥262,500 (税込)

販売場所
T&Gの直営店および提携店、
プロデュース会場
全国110会場

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓2004年に発売された映像商品「撮って出しエンドロール」を「One Heart Story」としてリニューアル強化し、販売を開始いたしました。

✓当日の映像をその日に上映することができる「撮って出しエンドロール」は、発売以来T&Gを代表する商品としてご支持をいただてきました。今回、結婚式当日の流れを単純に編集するのではなく、おふたりの挙式披露宴のテーマに基づき、ウェディングプランナーと制作・編集スタッフが綿密な打ち合わせを行うことで、今まで以上に感性と視覚に訴えられる商品として生まれ変わりました。

✓今後も“One Heart Wedding”を当社のサービスコンセプトとして位置づけ、差別化戦略を推進してまいります。

II 1-2. 事業基盤の更なる強化

当社を代表するプランナー有賀明美の書籍出版 One Heart Weddingに基づく12の実話を収載



日常生活で忘れがちな大切な人の存在に気付く
12の結婚式の実話が収載された書籍
有賀が12年間に自身が手掛けた印象に残っている
結婚式の実話と、T&Gに在籍するウェディング
プランナーが創り上げた結婚式の実話を収載

タイトル：ウェディングストーリー
大切な人に会いたくなる結婚式の物語
著者：有賀明美（ありが あけみ）
出版社：ダイヤモンド社
ページ数：133ページ
定価：1,260円（税込）

ウェディングプランナー
有賀明美

数多くの芸能人やアーティスト、プロスポーツ選手などから指名を受け結婚式をプロデュースしてきた実績を持つ。

「サプライズ」という新しい概念をつくりだした先駆者的存在。

ブライダルにおける大胆な発想力と、それを支えるエネルギッシュな行動力は高く評価され、多くの番組に出演ドラマでのウェディング監修を担当。

著者に『なりたい自分になれる魔法の幸せ計画』がある。

オフィシャルブログ
(<http://ameblo.jp/a-ariga/>)



「ウェディングストーリー
大切な人に会いたくなる
結婚式の物語」（一部抜粋）

■ 優しい記憶

「父から娘に伝えたい溢れる想い」
その想いを託した手紙を結婚式で
父が読んだ時小さな奇跡が起こった。

■ 言えなかった言葉

長い長い兄弟げんかだった。
仲のいい兄弟がふとしたことで、
もう2年も口をきかなくなっていた。
そんな中迎えた、弟の結婚式。
言えずにいた想いを弟は
結婚式で兄に伝えた。

■ 30年目の結婚式

ありがとうでは伝えきれない
想いがあつた。
その日、結婚式を迎えた息子。
育ててくれた両親に
感謝の気持ちを伝えたい。
ありがとうの代わりに息子は、
おめでとうを言うことにした。
式を挙げない父と母のために
内緒で準備した30年目の結婚式。

※他、結婚式の実話12の物語を収載

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓当社のウェディングプランナー有賀明美による書籍「ウェディングストーリー 大切な人に会いたくなる結婚式の物語」がダイヤモンド社より出版されました。

✓本書は、有賀が12年間のウェディングプランナー人生の中で自身が手掛けた印象に残っている結婚式の実話を含め、計12のエピソードを収載した書籍です。

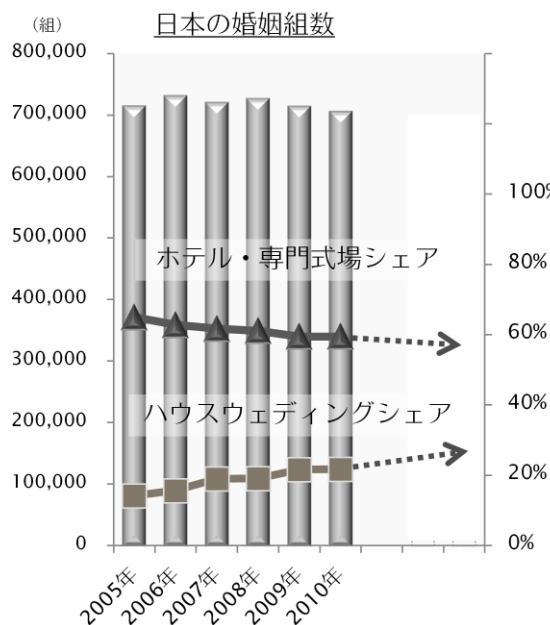
✓こうした実話が、以前テレビ番組で取り上げられた際、書籍化を望む声が多数寄せられ、この度の出版に至ったものであります。

✓本書によって、当社のサービスコンセプトである“One Heart Wedding”の意味を多くの方にお伝えできると考えております。

✓人と人との絆が改めて見直されている今、本書を通して多くの方々に、日常生活で忘れがちな大切な人の存在に気付くきっかけを届けられればと考えております。

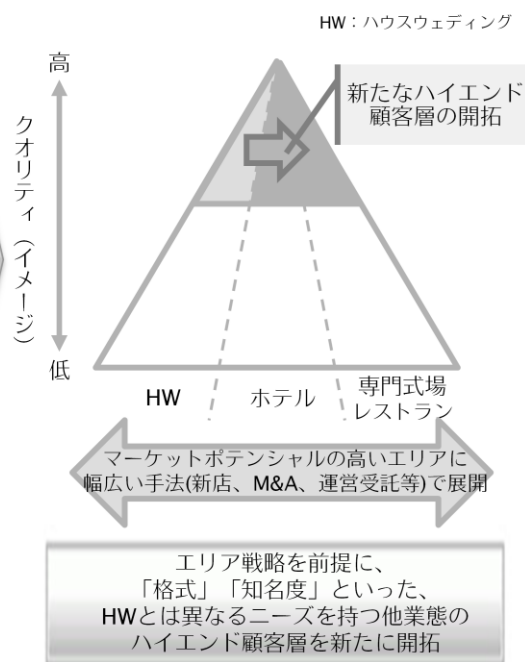
Ⅱ 2. 成長への足固め

拡大余地のあるハウスウェディング強化 ソフト面を活かし他業態の新顧客開拓



出典：リクルート「ゼクシィ結婚トレンド調査」、厚生労働省「人口動態統計」
矢野経済研究所「ブライダル産業白書」をもとにT&G推計

市場シェア拡大の考え方



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓次に、成長への足固めについてご説明いたします。

✓日本においては、中長期的に人口の減少による婚姻組数の減少が予想されています。一方で、当社が主たる事業として展開するハウスウェディング市場については、オリジナルウェディングのニーズの高まりとともに市場シェアが拡大すると予想しております。

✓当社はこの市場において、引き続き既存店を強化していくとともに、マーケットポテンシャルの高いエリアを選定し、新規出店やM&Aといった幅広い手法によってハウスウェディング市場でのシェア拡大を図ってまいります。

✓また、ハウスウェディングとは異なるニーズを持つホテル、専門式場、レストランといった他業態に対しても積極的な展開を図ってまいります。具体的には、当社のソフト面を活かし、運営受託・提携により新たなハイエンドの顧客層を開拓してまいります。

✓これらにより、ウェディング市場全体におけるシェア拡大を目指します。

Ⅱ 2-1. 成長への足固め

自治体との連携プロジェクト 北海道三大夜景が望める藻岩山でウェディング



(イメージ) 藻岩山展望台山頂



(イメージ) プラネタリウム演出

THE JEWELS

Data

北海道札幌市南区北の沢
1956番地先 藻岩山山頂

Tel

011-513-0531

Open

2011年12月23日

Time

夏11:30~21:00
冬12:00~20:00

Seat

90席

T&G

TAKE and GIVE NEEDS

✓株式会社札幌振興公社様が運営する藻岩山展望台内に、「アニバーサリーレストラン」をコンセプトとする「THE JEWELS」をオープンいたしました。

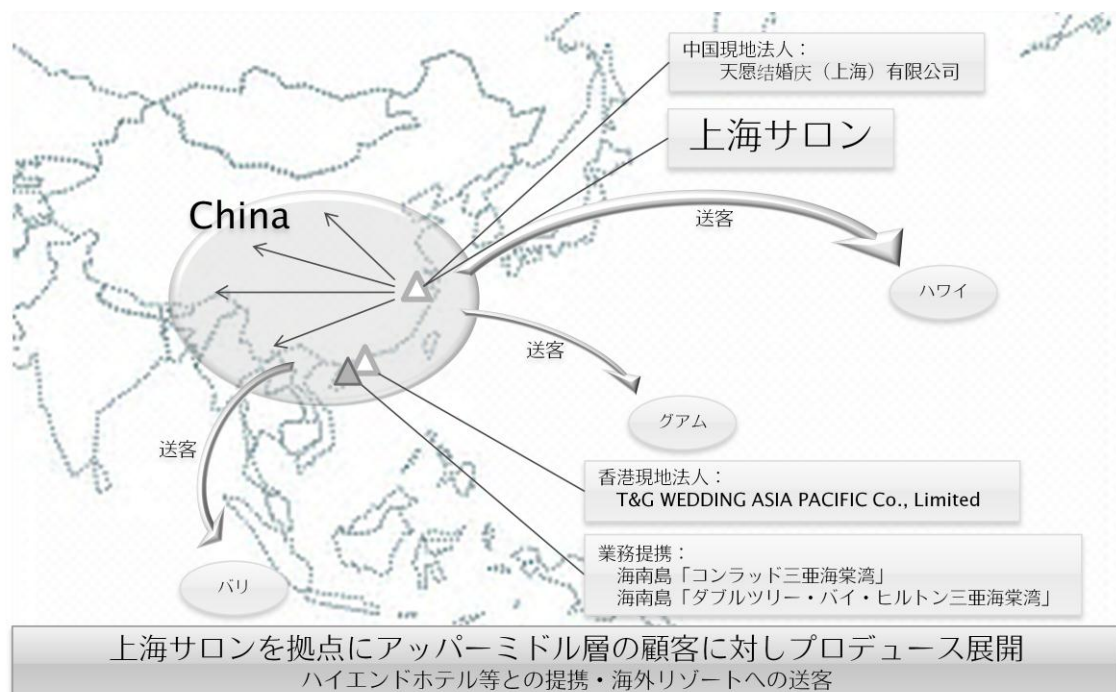
✓このレストランは、札幌市及び札幌振興公社様にて策定された「藻岩山魅力アップ構想施設再整備基本計画」に基づいた事業の一環として位置づけられており、当社のプロデュース力が認められた証左であると考えております。

✓藻岩山山頂の展望台から望めるパノラマ夜景は北海道三大夜景の一つに数えられており、眼下に広がる札幌の都会的な夜景を楽しむことができます。

✓お客様の大切な記念日にはプレミアムルーム・シートでのおもてなしをご提案する他、誕生日やプロポーズなどの記念日限定メニューのご提供、展望台にあるプラネタリウムを使用した特別な演出等、当社のプロデュース力を最大限に発揮することが可能です。また、今後は挙式披露宴も執り行っております。

Ⅱ 3. 海外・リゾートウェディングの積極展開

T&Gブランドを海外へ アジア市場でプロデュース事業を展開



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓続きまして、海外事業の展開についてご説明いたします。

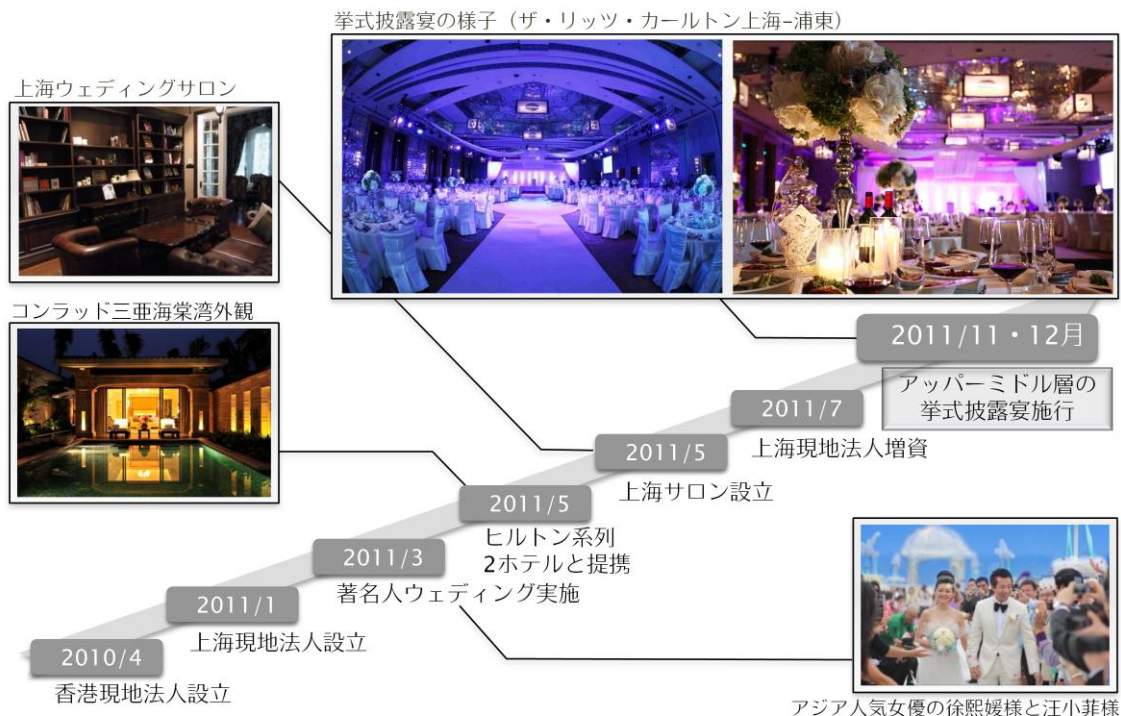
✓すでにご報告のとおり、香港及び上海に現地法人を設立し、成長マーケットであるアジアへの展開を積極的に進めております。

✓アジア市場において、アップーミドルの顧客層をターゲットとしたプロデュース事業を展開し、新たなブライダルマーケットの創出を図り、T&Gブランドの確立を目指します。

✓更に、グループ会社で展開するハワイ、グアム等のリゾートウェディング施設への送客も行うほか、将来的にはアジア市場において直営店の展開も視野に入れた事業拡大を予定しております。

Ⅱ 3-1. 海外・リゾートウェディングの積極展開

中国での事業基盤をベースに アッパーミドル層の挙式披露宴施行を開始



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓中国海南島で実施した著名人のウェディングでは、当社のプロデュース力が高く評価され、口コミや紹介等により、アッパーミドル層のお客様からのプロデュース依頼が増加しております。

✓現在受注している案件の多くは、挙式披露宴総額が日本円で約1,000万円超の高額なものであり、5つ星ホテルなどの著名なホテルを会場としたものであります。

✓11月からは実際の挙式披露宴の施行も開始し、大変ご好評をいただいております。

✓こうしたアッパーミドル層で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、業務提携先ホテルとプロデュース受注の拡大につなげてまいります。

Ⅱ 3-2. 海外・リゾートウェディングの積極展開

ハワイカハラホテルと提携 業界初のホテル内専属サロンを開設



カハラホテル外観



ガーデンパーティの会場

The Kahala Hotel & Resort

Data
5000 Kahala Ave
Honolulu, Hawaii
96816-5498 U.S.A.

Access
ワイキキより車で約10分
ホノルル国際空港より車で
約20分

Room
306室
スイートルーム32室

Restaurant
5カ所（リージョナルキュー
イジーヌ/グリル/カフェレ
ストラン/和食/ラウンジ）

URL
<http://www.kahalaresort.com/>

Alliance date
2012年4月

✓2012年4月、「ザ・カハラ・ホテル&リゾート」（ハワイ）と提携し、“ザ・カハラ オーシャンウェディング”の取扱いを開始いたします。

✓当ホテルは、オアフ島のワイキキから10分、ダイヤモンドヘッドの東側にある閑静なカハラ地区に位置し、世界の中でも屈指の由緒あるホテルのひとつです。

✓この度の提携の最大の特徴は、ホテル内にウェディング企業初の専用ウェディングサロンを開設し、挙式を行うお客様を日本人コーディネーターがフルアテンドさせていただく点です。

✓ハワイでは既に「モアナサーフライダー ウェスティン リゾート&スパ」内のチャペルがご好評いただいておりますが、この度のカハラホテルとの提携により、当社のハワイにおけるシェアを更に高めてまいります。

Ⅱ 3-3. 海外・リゾートウェディングの積極展開

沖縄のゲストハウスをリニューアル テーマは“沖縄モダンなリゾート感”



(イメージ) TERRACE SUITE (パーティ会場)

沖縄の文化① 紅型 (びんがた)

沖縄を代表する伝統的な紅型という染色法で染められ、琉球時代に王族や貴族の衣装に利用された模様をシャンドリアにあしらいます。

沖縄の文化② 青海波(せいがいは)文様

青い海原の大きな波を表現する伝統的な模様で、「無限に広がる吉祥(めでたい・福德)の波」という意味がある模様を、新郎新婦席の後方などにあしらひ、より沖縄らしい雰囲気を醸し出します。



(イメージ) GUEST ROOM (親族控室)

ARLUIS SUITE海の教会 ホワイト・テラス

Data

沖縄県国頭郡恩納村字山田
3085-1

Open

2005年9月6日

Renewal

◇TERRACE SUITE
(パーティ会場)

◇LOBBY

◇GUEST ROOM
(ゲスト用控室)

沖縄の文化がモダンに散り
ばめられた会場に

◇OCEAN FRONT SUITE
(新郎新婦控室)

ヘアメイク中も美ら海を眺
められるようメイクデスク
を配置

◇GUEST ROOM
(親族控室)

観光についても会話が弾む
よう沖縄のオリジナル映像
を上映

T&G

TAKE and GIVE NEEDS

✓また、沖縄本島で1,000坪の敷地を誇るリゾートウェディング会場「アールイズ・スイート～海の教会～」をリニューアルいたしました。

✓当施設はロビー、披露宴会場、新郎新婦控室、親族控室、ゲスト用控室の全ての場所から海を真正面に望むことができる配置を施しており、これまでも多数のお客様にご好評いただいております。

✓この度のリニューアルでは、沖縄の伝統文化を象徴するデザインを施し、沖縄らしい空間の演出にも力を入れました。

✓今後も海外・リゾートウェディング事業の更なる強化を図ってまいります。

Forecast FY Ending March 2012

2012年3月期 通期業績計画

Ⅲ 1. 連結 通期業績計画

通期の業績計画は据え置き

単位: 百万円	2012/3 通期計画 (A)	2011/3 通期実績 (B)	増減額 (A-B)	増減率 (%)
売上高	48,500	46,716	+1,784	+3.8
営業利益	2,350	2,282	+68	+3.0
経常利益	1,650	1,541	+109	+7.0
当期純利益	550	214	+336	+156.2

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓2012年3月期通期の連結業績計画です。

✓前述のとおり、当期は事業基盤構築期の最終年度と位置づけ、継続的な事業の安定と中長期的な成長のために積極的に資源を投入していくことを事業方針としております。

✓従いまして、事業基盤構築の総仕上げや、今後の成長戦略に向けた体制整備等を勘案し、通期の業績計画は据え置きとしております。

Ⅲ 2. 2012年3月期 配当予想について

2011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
2011年3月期	0円	100円	100円
2012年3月期 (予想)	0円	100円	100円

✓最後に、2012年3月期の配当予想についてご説明させていただきます。

✓適正かつ安定的に利益配分を行う基本方針に則り、2011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。

2011年3月11日に発生した「東日本大震災」によりお亡くなりになられた方々に対し、深く哀悼の意を表するとともに、被災されました皆様に謹んでお見舞い申し上げます。

この震災により被災された方々や地域に対し、「100万人のOne Heart」というチャリティー企画を実施しておりますが、下記の通り第3回の送金が完了いたしましたのでご報告いたします。

被災地へのご支援につきまして、当社は今後も息の長い活動として継続してまいりたいと考えております。

被災地におかれましては、一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

1. 送付総額 14,264,361円 (累計39,533,952円)
2. 送付先 日本赤十字社
3. 内訳

「One Heart義援金」

当社で開催される挙式披露宴1組当たり5,000円を寄付

「One Heart募金」

全国の直営店及びブライダルサロンに設置した募金箱への募金全額

「義援金付きエコバッグ」

引き出物袋である当社オリジナルエコバッグの売上の一部を寄付



人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS