

# T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ  
2011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2011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. 2011年3月期 第3四半期 連結決算概要 | P4      |
| 1. 第3四半期総括               | P5      |
| 2-1. 連結 損益計算書            | P6-P10  |
| 2-2. 連結 貸借対照表            | P11-P12 |
| 2-3. 連結 キャッシュ・フロー計算書     | P13     |
| II. 2011年3月期 主な施策        | P14     |
| 1. 将来の成長への布石             | P16-P23 |
| 2. 業界を牽引するT & Gウェディングの進化 | P24-P28 |
| 3. クオリティの追求による付加価値の向上    | P29-P33 |
| III. 2011年3月期 通期連結業績計画   | P34     |
| 1. 連結 通期業績計画             | P35     |
| 2. 配当予想の修正について           | P36     |

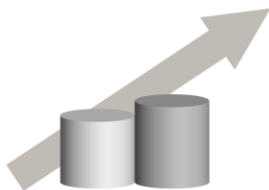
Results of Third quarter  
FY Ending March 2011

---

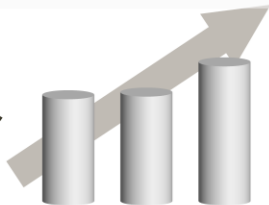
2011年3月期 第3四半期 連結決算概要

## I 1. 第3四半期総括

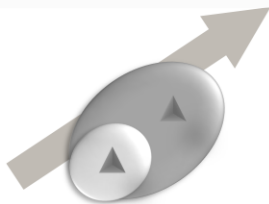
通期計画達成に向け計画通り  
営業利益は**21**億円を計上



既存店のみで前年同期比増収  
直営店売上高は前年同期比**10**億円増



披露宴単価は上昇基調継続  
直営店で前年比**11**万円を超える上昇



<TOPIC> 2011年3月期期末 **復配** 予定 (1株当たり**100**円)

T&G  
TAKI 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。詳細は後述いたします。

✓2011年3月期第3四半期における業績は、今期の重点施策である人材及び商品・サービス力強化のために投資を行いながらも、増収とともに営業利益も確保できており、通期計画達成に向け順調に推移いたしました。

✓第3四半期累計期間の営業利益は21億円を計上しました。また売上高は、店舗数が変わらない中、既存店のみで着実に前年同期比増収を実現し、特に直営店では前年同期比10億円の増収となりました。

✓挙式披露宴単価も継続して上昇基調であり、直営店においては前年同期比11万円を超える上昇となりました。引き続き単価は順調に推移しております。

✓以上の通り、通期計画の達成に向け、着実に進捗しております。以上のことと、今後の見通しに鑑み、復配する方針といたしました。概要は最後にご説明いたします。

## I 2-1-1. 連結損益計算書 概要

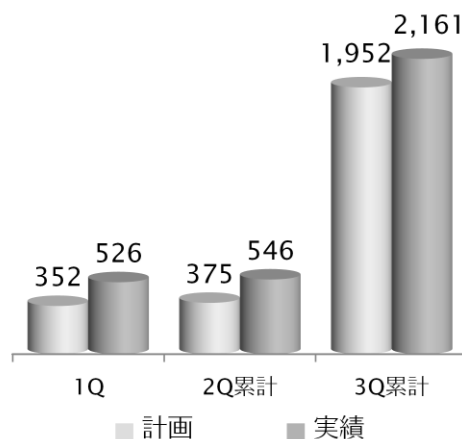
営業利益は21億円を計上し  
計画水準を上回る

| 単位:<br>百万円 | 2011/3<br>3Q累計<br>計画 | 2011/3<br>3Q累計<br>実績 | 計画比              | (参考)<br>2010/3<br>3Q累計 |
|------------|----------------------|----------------------|------------------|------------------------|
| 売上高        | 35,420<br>100.0%     | 35,468<br>100.0%     | + 48<br>±0       | 34,446<br>100.0%       |
| 売上<br>総利益  | 19,005<br>53.7%      | 19,027<br>53.6%      | + 22<br>- 0.1%   | 18,647<br>54.1%        |
| 販管費        | 17,053<br>48.1%      | 16,865<br>47.5%      | - 188<br>- 0.6pt | 16,418<br>47.7%        |
| 営業<br>利益   | 1,952<br>5.5%        | 2,161<br>6.1%        | + 209<br>+0.6pt  | 2,228<br>6.5%          |
| 経常<br>利益   | 1,401<br>4.0%        | 1,573<br>4.4%        | + 172<br>+0.4pt  | 1,750<br>5.1%          |
| 四半期<br>純損益 | 659<br>1.9%          | 749<br>2.1%          | + 90<br>+0.2pt   | 657<br>1.9%            |

※ %は売上高比

営業利益推移 計画比

(単位：百万円)



✓連結損益計算書の概要です。

✓当第3四半期連結累計期間におきましては、エリアの特性に応じたきめ細やかな営業戦略の実施と、お客様への提案力の向上により、売上高は前年同期との比較においても順調に推移しており、売上高、営業利益、経常利益、四半期純損益、すべての項目において計画を上回る結果となりました。

✓今期は、人材及び商品・サービス力強化に向けた投資を行っておりますが、そのような状況の中でも計画を上回る利益を確保し、特に営業利益については21億円を計上することができました。

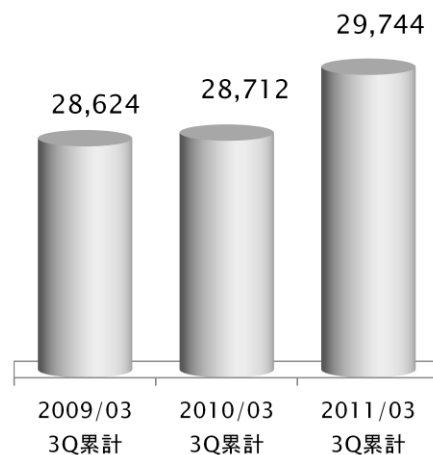
## I 2-1-2. 国内ウェディング事業 売上高内訳

### 直営店は前年同期比10億円増

| 単位:<br>百万円   | 2011/3<br>3Q累計<br>計画 | 2011/3<br>3Q累計<br>実績 | 計画比 | (参考)<br>2010/3<br>3Q累計 |
|--------------|----------------------|----------------------|-----|------------------------|
| 直営店型         |                      |                      |     |                        |
| 売上高          | 29,720               | 29,744               | +24 | 28,712                 |
| 会場数          | 87                   | 87                   | ±0  | 87                     |
| 取扱組数         | 7,545                | 7,547                | +2  | 7,512                  |
| 平均単価<br>(千円) | 3,892                | 3,897                | +5  | 3,784                  |
| 平均人数         | 75                   | 74                   | -1  | 75                     |
| レストラン提携型     |                      |                      |     |                        |
| 売上高          | 1,413                | 1,491                | +78 | 2,049                  |
| 会場数          | 11                   | 11                   | ±0  | 15                     |
| 取扱組数         | 515                  | 527                  | +12 | 804                    |
| 平均単価<br>(千円) | 2,746                | 2,739                | -7  | 2,528                  |

直営店売上高推移

(単位：百万円)



✓国内ウェディング事業における売上高内訳の解説です。

✓直営店型の売上高は、2008年以来会場数は変わらないものの、直営店型の挙式披露宴単価が前年同期と比較して上昇したことなどにより、前年同期と比較し約10億円の増加となりました。

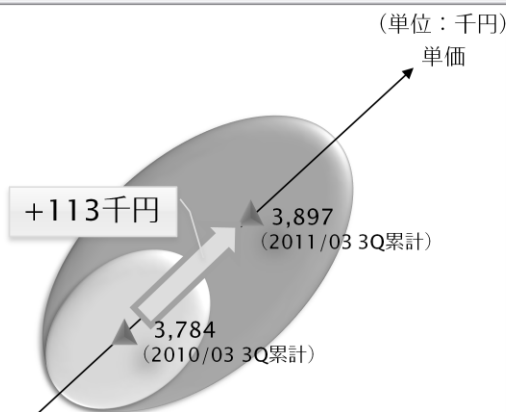
(※挙式披露宴単価の詳細はP.8でご説明)

✓レストラン提携型の売上高は、様々な個性とブランド力を有するレストランと提携し、当社のプロデュース力を活かした展開を進めた結果計画を上回り、売上高は1,491百万円(計画比 +78百万円)となりました。

## I 2-1-2'. 直営店 挙式披露宴単価

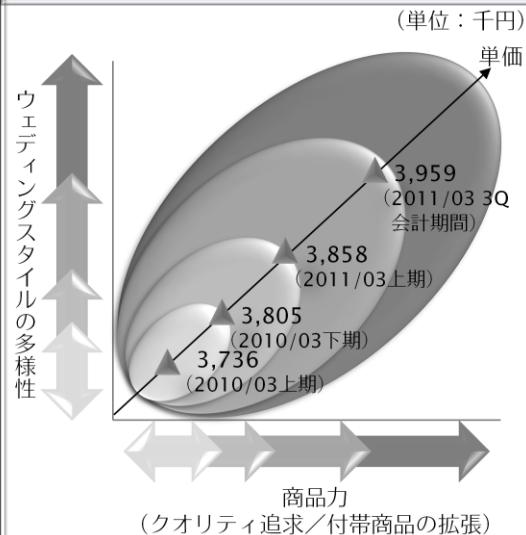
### 披露宴単価は前年同期比11万円を超える上昇

直営店 挙式披露宴単価 前年同期比



2011/03 3Q累計は  
前年同期比で + 113千円

直営店 挙式披露宴単価 推移



お客様のウェディングスタイル多様化に応じた  
商品ラインアップの拡張により単価は着実に上昇

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓国内ウェディング事業の直営店における挙式披露宴単価の解説です。

✓市場では価格競争が加速する中で、第3四半期累計期間における直営店型の挙式披露宴単価は前年同期より113千円増の3,897千円となり、着実に上昇してきております。

✓具体的な取り組みとしては、人材及び商品・サービス力の強化への投資を積極的に実施し、お客様のウェディングスタイルの多様化に応じた提案力が向上したこと、またクオリティを高めた料飲メニューの投入や付帯商品の拡充を行ってきたこと等が挙げられます。



## I 2-1-3. 連結 売上総利益・営業利益 解説

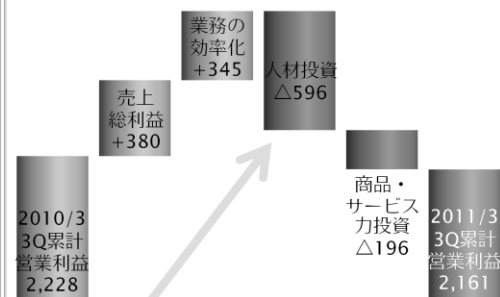
### 売上総利益・営業利益共に計画を上回る

| 単位:<br>百万円 | 2011/3<br>3Q累計<br>計画 | 2011/3<br>3Q累計<br>実績 | 計画比              | (参考)<br>2010/3<br>3Q累計 |
|------------|----------------------|----------------------|------------------|------------------------|
| 売上高        | 35,420<br>100.0%     | 35,468<br>100.0%     | + 48<br>±0       | 34,446<br>100.0%       |
| 売上<br>原価   | 16,415<br>46.3%      | 16,441<br>46.4%      | + 26<br>+ 0.1pt  | 15,798<br>45.9%        |
| 売上<br>総利益  | 19,005<br>53.7%      | 19,027<br>53.6%      | + 22<br>- 0.1pt  | 18,647<br>54.1%        |
| 販管費        | 17,053<br>48.1%      | 16,865<br>47.5%      | - 188<br>- 0.6pt | 16,418<br>47.7%        |
| 営業<br>利益   | 1,952<br>5.5%        | 2,161<br>6.1%        | + 209<br>+0.6pt  | 2,228<br>6.5%          |

※ %は売上高比

#### (参考)前年同期との営業利益比較

(単位：百万円)



今期の重点施策である  
人材への投資も計画通り

✓売上総利益及び営業利益に係る項目の内訳についての解説です。

✓売上総利益は19,027百万円となり、計画水準を確保することができました。

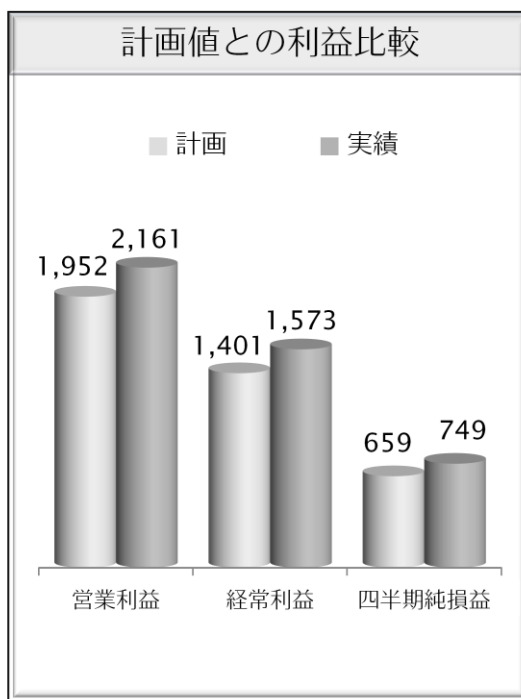
✓また、今期の重点施策である人材及び商品・サービス力への投資を計画通り行う一方で、WEBの強化等、集客媒体への投資の適正配分を行った結果、コスト合理化が進み、販管費は16,865百万円（計画比 -188百万円）となりました。

✓その結果、営業利益は2,161百万円（計画比 +209百万円）となり、先述の投資を行いながらも、前年と比較しても概ね同水準に達してきております。

## I 2-1-4. 連結 営業外損益・特別損益・純損益 解説

### 経常利益・四半期純利益共に計画を上回る

| 単位:<br>百万円 | 2011/3<br>3Q累計<br>計画 | 2011/3<br>3Q累計<br>実績 | 計画比   | (参考)<br>2010/3<br>3Q累計 |
|------------|----------------------|----------------------|-------|------------------------|
| 営業<br>利益   | 1,952                | 2,161                | +209  | 2,228                  |
| 営業外<br>損益  | △550                 | △587                 | -37   | △478                   |
| 経常<br>利益   | 1,401                | 1,573                | +172  | 1,750                  |
| 特別<br>損益   | △732                 | △758                 | -26   | △535                   |
| 税前<br>利益   | 669                  | 815                  | + 146 | 1,215                  |
| 四半期<br>純損益 | 659                  | 749                  | + 90  | 657                    |



✓経常損益及び四半期純損益に係る項目の解説です。

✓経常利益は第3四半期も順調に推移し、1,573百万円（計画比 +172百万円）となりました。

✓なお、第1四半期連結会計期間に、資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額を特別損失として647百万円計上しております。

✓この結果、四半期純利益は749百万円（計画比 +90百万円）となりました。

## I 2-2-1. 連結 貸借対照表 解説 <資産の部>

### 将来の成長に向けた投資を実施

| 単位:<br>百万円   | 2010/3<br>末 | 2010/12<br>末 | 増減     |
|--------------|-------------|--------------|--------|
| 流動資産         | 6,858       | 5,722        | △1,136 |
| 現金及び預金       | 4,559       | 3,527        | △1,032 |
| 固定資産         | 36,598      | 38,120       | +1,521 |
| 有形固定資産       | 21,095      | 21,231       | +136   |
| 無形固定資産       | 743         | 627          | △116   |
| 投資その他<br>資産計 | 14,758      | 16,260       | +1,502 |
| 資産計          | 43,456      | 43,842       | +385   |

#### 主な増減要因

建物及び構築物 + 257百万円

- ・宇都宮・広島等の  
大型リニューアル投資
- ・ハワイチャペルの取得等



(ハワイ モアナサーフライダー リゾート&スパ)

繰延税金資産  
敷金及び保証金 } 等の増加

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43,842百万円（前会計年度末比+385百万円）となりました。

✓先程触れました通り、当期は既存直営店で前年同期比10億円の売上伸長を実現しております。更に来期以降の成長を実現するため、施設のリニューアル（宇都宮、広島、仙台等）並びに新規出店である白金倶楽部への投資を行いました。

✓また、繰延税金資産と敷金及び保証金の増加により投資その他資産が1,502百万円増加しております。

✓これらの結果、固定資産は1,521百万円増加いたしました。

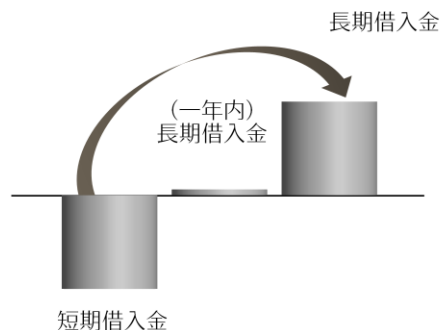
## I 2-2-2. 連結 貸借対照表 解説 <負債・純資産の部>

### 財務基盤の安定化が進む

| 単位:<br>百万円     | 2010/3<br>末 | 2010/12<br>末 | 増減     |
|----------------|-------------|--------------|--------|
| 負債合計           | 27,134      | 26,849       | △284   |
| 流動負債計          | 13,397      | 10,720       | △2,677 |
| 短期借入金          | 2,790       | 1,220        | △1,570 |
| (一年内)<br>長期借入金 | 4,496       | 4,609        | +112   |
| 固定負債計          | 13,736      | 16,129       | +2,392 |
| 長期借入金          | 11,846      | 13,661       | +1,815 |
| 純資産計           | 16,322      | 16,992       | +670   |
| 負債・<br>純資産計    | 43,456      | 43,842       | +385   |

#### 前期末比借入金増減（イメージ）

リファイナンスによって  
借入金返済の平準化が完了



✓連結貸借対照表の負債・純資産の部の解説です。

✓短期借入金が減少し、長期借入金が増加しております。

✓これは、すでにご報告の通りですが、資金繰りを安定させるために2010年8月に実施したリファイナンスによるものであります。これにより、借入金返済の平準化を実現し、財務基盤の安定化が進みました。

## I 2-3. 連結 キャッシュ・フロー計算書 解説

### 積極的な投資を行いながら 適正なキャッシュポジションを確保

| 単位:<br>百万円 | 2011/3<br>1Q | 2011/3<br>2Q | 2011/3<br>3Q | 2011/3<br>3Q累計 |
|------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| 営業活動によるCF  | △675         | 743          | 75           | 143            |
| 投資活動によるCF  | △745         | △400         | △254         | △1,400         |
| 財務活動によるCF  | 32           | 563          | △245         | 350            |
| 現金残高       | 2,653        | 3,547        | 3,111        | —              |

#### 主な増減要因

中長期的な成長のための投資  
・商品／サービス力の強化  
(大型リニューアルの実施等)



(アーケクラブ迎賓館広島)

✓連結キャッシュ・フロー計算書の解説です。

✓当期の方針の通り、事業基盤の安定と中長期的な成長のために、商品・サービス力の強化として大型リニューアルや新店への投資を計画通り行っております。

✓なお、積極的な投資を行いながら、適正なキャッシュポジションを確保し、2010年12月末の現金及び預金残高は3,111百万円となりました。

Revenue plans FY Ending March 2011

---

2011年3月期 主な施策

## Ⅱ 主な施策

### 1. 将来の成長への布石

### 2. 業界を牽引する T & G ウェディングの進化

### 3. クオリティの追求による 付加価値の向上

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓今期の主な施策について順にご説明いたします。

✓2011年3月期は、お客様満足度の更なる向上を命題に掲げ、結婚式のクオリティを高めるという方針のもと、最大の財産である人材への投資、商品・サービスのクオリティ向上に取り組んでおります。

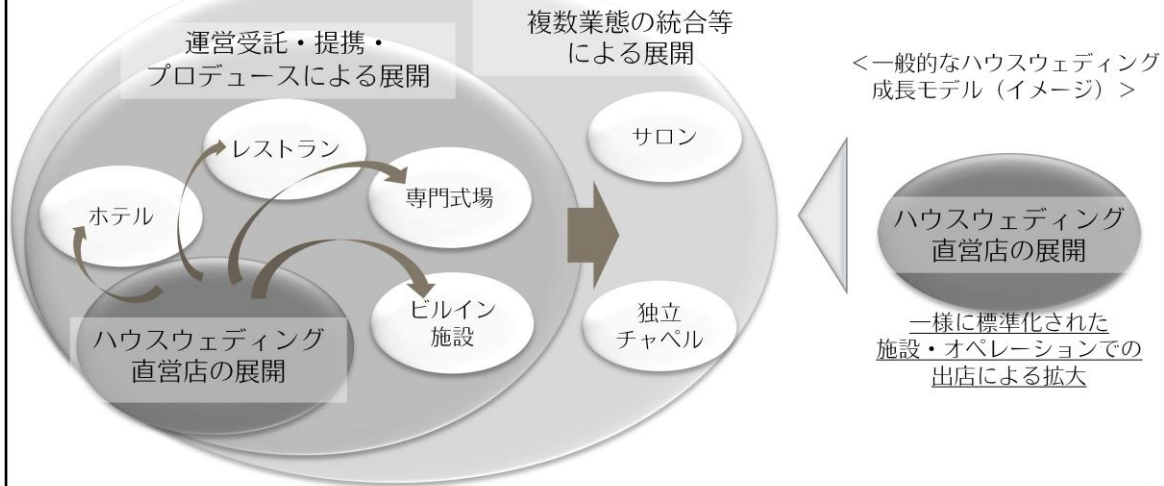
✓それらの実現による中長期的な成長を目指し、主に3点の施策に取り組んでおります。

✓1点目は将来の成長への布石、  
✓2点目は業界を牽引するT & G ウェディングの進化、  
✓3点目はクオリティの追求による付加価値の向上です。

## II 主な施策

### 1. 将来の成長への布石

<T&Gが目指すオリジナルウェディングの展開>  
(高付加価値の追求)



自社の強みであるプロデュース力を発揮できる仕組みを活かし  
オリジナルウェディングを追求することで拡大展開を目指す

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓当社は創業以来、ハウスウェディングのマーケットを創出し、拡大してまいりました。

✓現在、次の企業ステージにおいて、将来のウェディング業界における確固たる姿を創りあげるべく、成長の布石として様々な取り組みを行っております。

✓当社が目指す成長とは、一様に標準化された施設・オペレーションをベースに出店を拡大することではありません。

✓当社の強みであるプロデュース力をベースに、既存の概念・業態にとらわれず、高付加価値を追求したオリジナルウェディングを展開することが、真の成長であると考えます。



## Ⅱ 主な施策

### 1. 将来の成長への布石

ホテルの婚礼受託事業に参入

ドミナント戦略として札幌に新業態サロンを出店

ウェディング施設にレストランを併設した新業態

初のビル内ウェディング施設をプロデュース

提携会場の拡大ー新規レストラン

新規出店再開と大型リニューアルの実施

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓施策の内容につきまして順にご説明をまいります。

✓将来の成長への布石として、以下の6点に注力しております。

✓1点目は、地域の活性化モデルとして信州の著名な老舗ホテルの婚礼受託事業に参入いたしました。

✓2点目は、ドミナント戦略として、札幌に新業態サロンを出店いたしました。

✓3点目は、ウェディング施設にレストランを併設した新業態の総合プロデュースを開始いたします。

✓4点目は、当社初となるビル内ウェディング施設のプロデュースを開始いたします。

✓5点目は、プロデュース力の強みを生かしたマーケットの拡大策として、提携会場の拡大を積極的に進めております。

✓6点目はすでに公表しておりますが、3年ぶりの新規出店と、既存店の強化策としての大型リニューアルを実施いたしました。

## II 1-1. 将来の成長への布石

### ホテルの婚礼受託事業に参入



ホテル外観



神殿 出雲



THE COZY MUSIC HALL



バンケット MEDIANO

#### ホテルブエナビスタ

##### Start

2011年2月1日

##### Data

長野県松本市本庄 1-2-1

0263-37-0333

##### Ceremony

チャペル THE COZY MUSIC HALL  
神殿 出雲

##### Cuisine

フレンチ  
和食  
フレンチ&和食  
モダンチャイニーズ

##### Party Room

バンケットGRANDE <400名>  
バンケットMEDIANO <180名>  
バンケットAMBASSADEUR <50名>  
料亭 深志楼<62名>  
レストランSORPRESA<70名>

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓この度、企業再生支援に携わる企業などと連携し、信州の著名な老舗ホテルである「ホテルブエナビスタ」（長野県松本市）のホテル婚礼受託事業に参入いたしました。

✓「ホテルブエナビスタ」は、信州の総合生活関連事業を展開するアルピコホールディングス株式会社の子会社である、東洋観光事業株式会社が運営するホテルです。

✓同ホテルは婚礼部門の強化が焦眉の経営課題でありました。当社は長野県において直営施設を2店舗運営しており、地域特性の知見や地域での人材活用ができる強みに加え、婚礼事業におけるノウハウ、経験、プロデュース力を活かすことが可能であることから、地元金融機関、再生コンサルティング会社等と連携し、同ホテルの婚礼事業を受託いたしました。

✓当社は、今後も積極的にホテル等の婚礼受託事業の拡大を図り、5年後に10施設を手掛ける事業規模を目指します。

✓最終的には、こうした取り組みにより、社会貢献にも帰する地域活性化のロールモデルの構築を目指します。

## II 1-2. 将来の成長への布石

### ドミナント戦略として札幌に新業態サロンを出店



T&G WEDDING PRODUCE

聖バレンティン教会



北海道大神宮



提携レストラン

#### T&G WEDDING PRODUCE 札幌

Open

2011年1月5日

Data

札幌市中央区北1条西3丁  
目 3番ばらと北1条ビル6F  
011-200-1521

T&G Wedding Lounge 青山

2010年4月28日Open

港区北青山3-5-12

03-5775-5547

T&G Wedding Lounge 横浜

2010年9月10日Open

横浜市西区高島2-19-12

045-450-2161

T&G Wedding Lounge 大阪

2010年11月1日Open

大阪市中央区心斎橋筋1-9-17

06-6253-8622

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓すでにご報告の通り、今期におきまして、総合ブライダルサロンを東京、横浜、大阪に出店してきました。これらは会場紹介のみならず、ハネムーン等のブライダル関連サービスをワンストップで提供する業界初のサロンとして運営をしております。

✓この度、新たに札幌に4か所目となるサロンを出店いたしました。

✓当サロンでは既存のサービスに加え、ホテル、レストランなどの複合型のプロデュースができる機能を付加しております。

✓このような複合型のプロデュース機能を新たに付加することで、多様なお客様ニーズを取り込み、札幌でのドミナント戦略により取扱組数を増加させ、マーケットシェア拡大を図ってまいります。



## II 1-3. 将来の成長への布石

### ウェディング施設にレストランを併設した 新業態の総合プロデュースを開始



アーフェリーク白金バンケットイメージ



「BLUE POINT」内装イメージ

#### 白金倶楽部

Open  
2011年2月19日  
Data  
港区白金台4-19-19  
03-5475-1641  
Point  
森田恭通氏デザイン

#### アーフェリーク白金

Renewal  
2011年2月19日  
Data  
港区白金台4-19-19  
03-5449-0950  
Point  
森田恭通氏デザイン

#### BLUE POINT

Open  
2011年2月19日  
Data  
東京都港区白金台4-19-19  
03-5475-1641

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓この度、当社の直営型施設である「白金倶楽部」「アーフェリーク白金」に、2011年2月よりレストラン「BLUE POINT（ブルーポイント）」（白金プラチナ通り）を併設し、総合プロデュースいたします。

✓これは、白金エリアにおいて、ウェディング施設とレストランが一体となった取り組みにより、多様なお客様ニーズにお応えすることで事業としての相乗効果を目指す、新たな試みです。

✓「BLUE POINT」はカフェレストランとして運営し、隣接するウェディング施設の認知度を高め集客増加への寄与を狙います。同時に、結婚式後の記念日に「アニバーサリーレストラン」としての利用をご提案することにより、顧客満足度の向上を図ります。

## II 1-4. 将来の成長への布石

### 初のビル内ウェディング施設をプロデュース



エントランスイメージ



バンケットイメージ

#### MIRACLEUSE

##### Open

2011年7月予定

##### Data

東京都千代田区丸の内3-5-1 国際フォーラム1F  
03-5524-1770

##### Point

東京駅直結徒歩5分

MIRACLEUSEを有するのはフランスの世界遺産“モン・サン＝ミシェル”より日本初上陸するレストラン「ラ・メール・プラール」

✓2011年夏に「東京国際フォーラム」内にオープンするウェディング施設「MIRACLEUSE（ミラキュルーズ）」（東京都・有楽町）のプロデュースを開始いたします。

✓「MIRACLEUSE（ミラキュルーズ）」は、東京の中心で文化と情報を国際規模で発信する「東京国際フォーラム」内、東京駅地下直結・徒歩5分という好立地に位置し、当社としては初の東京駅周辺エリアでのプロデュースとなります。

✓当社は、年間1万組の挙式披露宴を取り扱う中で、著名人ウェディング等を当社直営店以外の婚礼施設でも多数手掛けており、こうした実績を支える当社のノウハウ、プロデュース力をご評価頂き、今回のプロデュースに至ったものと捉えております。

✓今後も、時代に先駆けたニーズを形にするパイオニア企業として、直営店を積極的に展開しながらも、このような直営店にこだわらないプロデュース展開を進めてまいります。

## Ⅱ 1-5. 将来の成長への布石

### 提携会場の拡大ー新規レストラン



トゥーランドット游仙境バンケット



トゥーランドット游仙境からの展望

#### トゥーランドット游仙境

中国料理の伝統を軸に、フレンチと見まがう程の美しさと繊細さを誇るモダンチャイニーズを確立し注目を集めたシェフ脇屋友詞氏プロデュースのレストラン

#### Open

2010年12月1日

#### Data

神奈川県横浜市西区

みなとみらい2-3-7

パンパシフィック

横浜ベイホテル東急3F

045-450-2160

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓当社は高いプロデュース力をベースに、様々な個性とブランド力を有するレストラン・ホテル等との提携を進めております。最近では横浜の「DANZERO」、汐留の「Fish Bank Tokyo」等と提携いたしております。

✓この度、提携会場の拡大として、パンパシフィック 横浜ベイホテル東急内にあるモダンチャイニーズレストラン「トゥーランドット游仙境（ゆうせんきょう）」と提携いたしました。

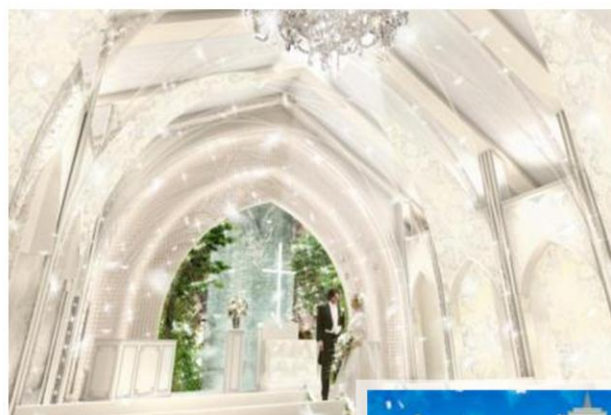
✓脇屋友詞氏がオーナーシェフを務める「トゥーランドット 游仙境」は、みなとみらい駅直結のホテルの充実した施設を使用できるという利便性の高さに加え、バンケットフロアから横浜を代表する景色が一望できるという独自性を持っています。

✓今後も、このような提携型案件を適宜拡大していく予定であり、多様化する顧客ニーズに対応するとともに、提携先と当社の収益の最大化を図ります。



## Ⅱ 1-6. 将来の成長への布石

### 新規出店再開と大型リニューアルの実施



アーカジェル迎賓館仙台独立型チャペル



アーカジェル迎賓館仙台独立型チャペル外観  
(高さ13メートル)

#### 白金俱樂部

##### Open

2011年2月

##### Data

港区白金台4-19-19  
03-5475-1641

##### Point

森田恭通氏デザイン

#### 大型リニューアル

##### 2010年8月

アーククラブ迎賓館広島

⇒女性的な空間に

アーカジェル迎賓館宇都宮

⇒2会場を異なる個性に

##### 2011年1月

アーカジェル迎賓館仙台

⇒仙台初独立型チャペル

##### 2011年2月

アーフェリーク白金

⇒森田恭通氏デザイン

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓また、すでにご報告の通り、中長期的な成長に向け、2011年2月、都内人気エリアである港区白金台に、当社の62店舗目の直営店型ハウスウェディング施設となる「白金俱樂部」をオープンいたします。

✓今後も、当社のポリシーとコンセプトに相応しい立地を厳選しながら、積極的に出店を行ってまいります。

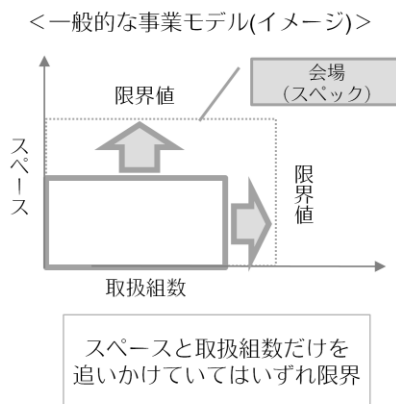
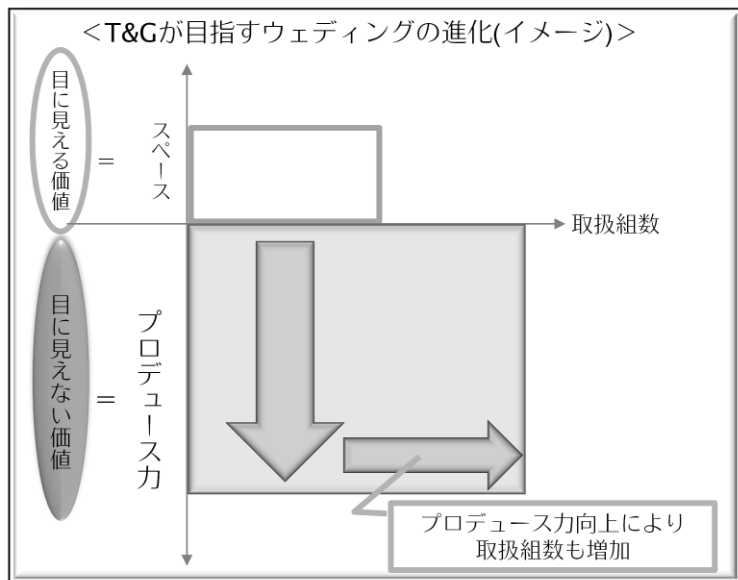
✓また、当期の重点施策である商品・サービス強化の実現に向けて、主力店舗の戦略的リニューアルを実施しております。

✓2010年8月には「アーカジェル迎賓館宇都宮」「アーククラブ迎賓館広島」のリニューアルを実施し、2011年1月には「アーカジェル迎賓館仙台」、2011年2月には「アーフェリーク白金」のリニューアルをいたしました。

✓当期はこれらの大型リニューアル4店舗を含む店舗強化のために約12億円の投資を行い、新規出店とあわせ、既存店の活性化を戦略的に実施しております。

## II 主な施策

### 2. 業界を牽引するT&Gウェディングの進化



お客様の多様なニーズを汲み取り  
目に見えない価値である「プロデュース力」を最大限に

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓次に、業界を牽引するT&Gウェディングの進化についてご説明いたします。

✓当社は、多様化するお客様ニーズに応えるためには、会場（スペック）といった目に見える価値のみを追求する事業モデルでは限界があると考えております。

✓そこで当社は、創業以来こだわってきた、一組一組のお客様のニーズを汲み取り実現する「プロデュース力」という目に見えない価値を深めることで、お客様のニーズに応えるとともに、新たな潜在ニーズを引き出すことを進化の可能性として考えております。

✓今後も、当社が持つ可能性を無限に広げるため、日々新たなウェディングの進化を目指し商品開発等に取り組んでおります。



## Ⅱ 主な施策

# 2. 業界を牽引する T & G ウェディングの進化

新しいウェディングの提案

大人ウェディング  
アニバーサリーウェディング

ウェディング業界初の日本助産師会との提携

お客様のニーズを先取りした商品・サービスの開発

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓今期においても様々なウェディングスタイルや商品を開発し、提案を行ってまいりました。

✓具体的には、大人ウェディングやアニバーサリーウェディングの提案、日本助産師会との提携、お客様のニーズを先取りした商品・サービスの開発等を進めました。

## Ⅱ 2-1. 業界を牽引するT & Gウェディングの進化

### 新しいウェディングの提案



イメージコンサルティングにより  
本当の自分スタイルを引き出す  
大人ウェディング

連れ添ってきた夫婦が  
人生の節目にもう一度愛を誓う  
アニバーサリーウェディング



#### 大人ウェディング

Data  
大人ウェディングプラン  
2010年12月20日より  
人数：30名～  
金額：¥1,480,000～

#### アニバーサリー ウェディング

Data  
Anniversary Plan  
2010年11月1日より  
人数：20名～  
金額：¥312,000～

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓2010年12月より“大人ウェディング”プランを発売開始いたしました。

✓このプランは、人の個性や魅力を引き出すプロであるイメージコンサルタントによりトータルコーディネートをお勧めすることで、お二人の魅力を最大限に引き出す新しいウェディングスタイルです。

✓また、すでにご報告の通りですが、夫婦が人生の節目にもう一度愛を誓い、夫婦や家族の新たな記念日をきっかけとしたアニバーサリーウェディングのプランを発売し、ご好評を賜っております。

✓今後もこうした新しいウェディングスタイルを世の中に広め、新たなマーケットの創出を目指してまいります。

## Ⅱ 2-2. 業界を牽引するT & Gウェディングの進化

### ウェディング業界初の日本助産師会との提携

結婚・妊娠・出産・育児に関する  
女性の不安やストレスをケア

**Seminar 1**  
妊婦の身体と  
心の変化・生活上の注意  
◆体重コントロール  
◆冷えを予防して楽しいマタニティ生活  
◆結婚式までに気をつけたいこと

**Seminar 2**  
お腹の中の  
赤ちゃんの  
すごい力  
講師  
社団法人日本助産師会 助産師  
助産師とは—  
助産師・michelleの講演は「女性とともにいる人」  
女性に寄り添い、女性の声に耳を傾け、女性の味方  
であること。  
これが助産師の本質であり、出産の介助、妊娠中、  
産後・母乳育児の保健指導・ケアを中心に  
リプロダクティブ・ヘルス（性と生殖に関する健康）  
の専門家として女性の生涯の健康支援を行う。

**Seminar 3**  
パートナーと  
赤ちゃんとの  
「ふれ愛」  
◆子育ては妊娠中から  
始まっている

**Seminar 4**  
パースプランニング  
WHO ガイドライン  
◆出産をどこで誰とするか、  
あなたの望む出産・子育て  
を考える

#### サービス内容

■マタニティセミナー  
T&Gが運営する総合ブライ  
ダルサロン等にて妊娠・出  
産のプロである助産師が新  
婦の不安や疑問をケア

■助産師派遣  
助産師による結婚式当日の  
サポートを首都圏会場より  
導入

■電話サポート  
「子育て・女性健康支援セ  
ンター」の電話サポートを  
全国98会場で導入

Data  
名称  
社団法人日本助産師会  
本部所在地  
東京都台東区鳥越2-12-2  
代表者  
加藤尚美（会長）

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓すでにご報告の通りですが、業界初の試みとして、日本助産師会との提携をスタートしております。

✓結婚前に妊娠が判明した場合、新婦にかかる精神的・身体的な負担は大きく、これまでも結婚式の実施を見送るケースが多く見られました。

✓当社ではそうした状況に対し、2008年より、妊娠・出産に関する知識を習得した経験豊富なウェディングプランナーによるサポートサービスや、“マタニティウェディング”というオリジナルプランの推進を強化してまいりました。

✓2010年9月に、サービス強化の一環として、出産・母子保健に関する啓蒙活動や助産師の職能向上活動を行う社団法人日本助産師会と業務提携いたしました。

✓これにより、妊娠・出産のプロである助産師と経験豊富な当社のウェディングプランナーが一体となって、結婚・妊娠・出産・育児に不安やストレスを抱える女性を、従来以上にきめ細やかにサポートし、より一層安心感のある最高の結婚式を提供してまいります。

## Ⅱ 2-3. 業界を牽引するT & Gウェディングの進化

### お客様のニーズを先取りした 商品・サービスの開発

家族同然のペットと  
最高の一日を



ふたりの思い出の品として  
大切な記念日などに  
いつまでも結婚式の感動を



「Flower Shower」

ウェディングプランナー有賀明美が  
ウェディング曲の  
プロモーションビデオと  
新郎新婦の“想い”を伝える  
ウェディングソング集をプロデュース

#### ペットドレス

商品名：Pet Dress  
内容：ペット用オーダードレス  
販売金額：¥26,250-（税込）  
制作期間：1ヶ月  
販売：2010年9月1日より

#### プロモーションビデオ監修

アーティスト：cargo×seira  
タイトル：「Flower Shower」  
発売開始：2010年8月4日  
ビデオ監修曲：「Two of Us」  
撮影場所：青山迎賓館

#### ウェディングCD

タイトル：「Happy♡Wedding」  
取扱：全国のTSUTAYA  
販売開始：2010年10月27日  
販売価格：¥1,500（税込）  
収録曲数：全11曲

#### ファーストバイトスプーン

商品名：マイファーストスプーン  
販売開始：2010年7月23日  
販売価格：¥21,000（税込）  
制作：仏メーカー クリストフル

T & G  
TAKE AND GIVE NEEDS

✓また、業界で初めてのペット用ドレスの製作や、ウェディングをテーマとした著名アーティストのアルバムのプロモーションビデオの監修、ウェディングCDの監修、ファーストバイトのためのスプーンの共同制作など、お客様のニーズを先取りした商品の開発をいたしました。

✓今後もお客様のニーズを先取りした商品の開発を積極的に展開することで、T & Gウェディングのブランド価値向上を追求していきます。

## Ⅱ 主な施策

### 3. クオリティの追求による 付加価値の向上

T & G独自のナレッジシステムの導入

高い衛生管理体制が認められ  
新たに衛生管理施設に認定

財産である「人材」を育てる  
サービススタッフ自社雇用

著名人ウェディングプロデュースの拡大  
そこから新商品やトレンドの開発へ

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓続きましてクオリティの追求による付加価値の向上についてご説明いたします。

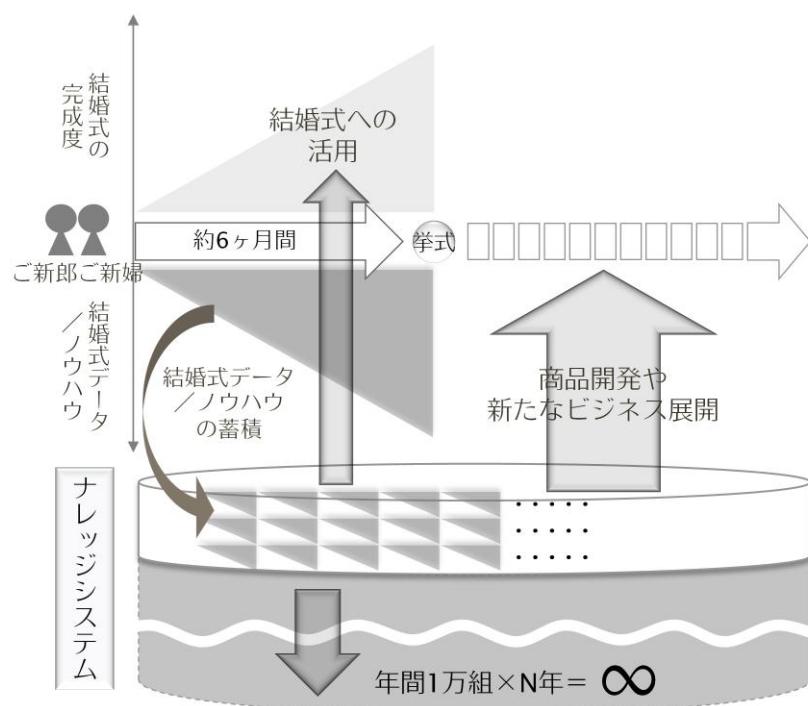
✓当社は、一組一組異なるお客様の想いを汲み取り、それぞれの価値観を実現するオリジナル結婚式創りを目指しております。

✓その実現に向け、当社は常にクオリティの向上を第一義とし、お客様の満足度の向上を目指しております。



## Ⅱ 3-1. クオリティの追求による付加価値の向上

### T & G 独自のナレッジシステムの導入



#### T&G独自のナレッジシステム導入

■年間1万組以上の膨大な結婚式データを蓄積

■結婚式に活用すると共に、今後の商品開発やビジネス展開においても圧倒的な自社の強みとなる



T&Gナレッジシステム

✓この度、T & G独自のナレッジシステムを導入いたしました。

✓当社では全国約500名のウェディングプランナーと、その他パートナー企業であるお取引先様が一体となって、年間1万組を超える結婚式をプロデュースしております。当社の結婚式は、ウェディングプランナーがお二人の想いを深く汲み取り実現したものであり、1組ごとにすばらしい事例があります。

✓これらをデータベース化し、膨大に蓄積していることは当社の強みであり、これまでも全社員及びお取引先様で共有しながら、結婚式のプロデュースに活かしてまいりました。

✓今回新たにナレッジシステムを導入することで、これまでの活動に加え、よりリアルタイムなノウハウの共有が可能となりました。今後、年間1万組以上の実績が蓄積されるデータベースを活用した商品開発や新たなビジネス展開も視野に入れ、ノウハウの蓄積を進めてまいります。

T&G TAKE and GIVE NEEDS



## Ⅱ 3-2. クオリティの追求による付加価値の向上

### 高い衛生管理体制が認められ 新たに衛生管理施設に認定



ガーデンヒルズ迎賓館  
大分ヴィクトリアハウス



ガーデンヒルズ迎賓館  
大分ホワイトハウス



アクアガーデン迎賓館岡崎



ベイサイドガーデンクラブ横浜



アーカンジェル迎賓館仙台

#### 食品自主衛生管理 優秀施設認定制度

(大分市の例)

■衛生の自主運営管理が  
できている営業施設のみが認  
定される制度

■認定基準は清掃・消毒、  
廃棄物処理、仕入や水質管  
理等の17項目



仙台市青葉保健所 表彰状

✓2010年12月に「アクアガーデン迎賓館 岡崎」が岡崎市食品衛生管理優秀店に認定され、岡崎市保健所より表彰されました。

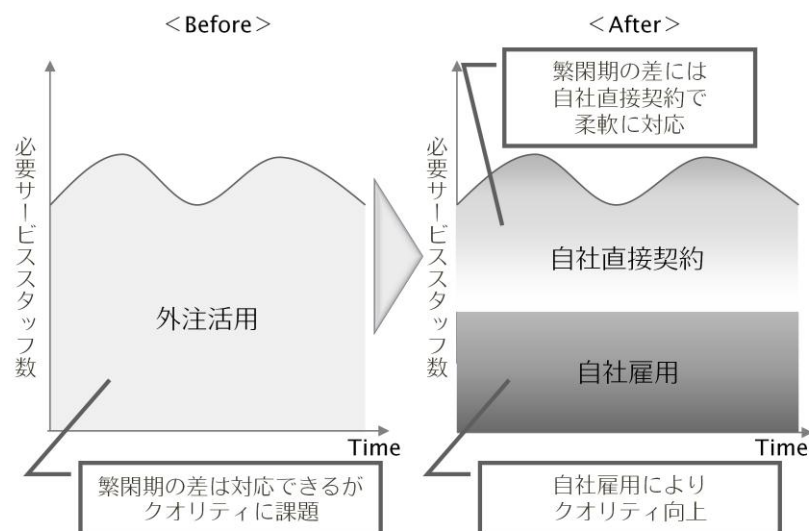
✓また、2011年1月には「アーカンジェル迎賓館仙台」が仙台市青葉区の保健所より、青葉区公衆衛生功労者表彰実施基準に基づき表彰を受けました。

✓これらは神奈川県横浜市より表彰された「ベイサイドガーデンクラブ横浜（2009年）」、大分県大分市より認定された「ガーデンヒルズ迎賓館大分ヴィクトリアハウス（2010年8月）」と「同ホワイトハウス（2010年8月）」に続き5例目であり、当社の徹底した衛生管理への取り組みが高く評価された結果だと考えております。

✓今後も、お客様に安全かつ安心な食材を提供することを結婚式のクオリティ強化の重要な要素と捉え、衛生管理への取り組みについても強化してまいります。

## Ⅱ 3-3. クオリティの追求による付加価値の向上

### 財産である「人材」を育てる サービススタッフ自社雇用



人材育成強化と柔軟な人員調整が可能となり  
クオリティ向上とコスト効果を実現

#### サービススタッフ 自社雇用

■ 自社の人材育成教育にてクオリティ向上

■ パーティ稼働に合わせて柔軟な人員体制によるコスト効果



T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓また、すでにご報告しておりますが、挙式披露宴でお客様と最前線で接するサービススタッフを自社雇用化いたしました。

✓当社は、打ち合わせから挙式披露宴当日まで、すべての結婚式のプロセスにおいて、担当プランナーはもちろん、会場のスタッフ全員が一体となって最高の一日を創り上げること重視しております。

✓今回の自社雇用化により、サービススタッフにつきましても、営業、料飲、フラワーコーディネーター同様に、人材育成のための教育をより充実させ、更なるクオリティアップにつなげます。

✓また、繁忙期の差による必要サービススタッフ数の変動に対しては、自社直接契約で柔軟に対応することでコスト面でも効果を実現し、今後もその効果の最大化を目指してまいります。

## Ⅱ 3-4. クオリティの追求による付加価値の向上

### 著名人ウェディングプロデュースの拡大 そこから新商品やトレンドの開発へ



清水宏保様  
高垣麗子様の  
コメント

君島十和子様の化粧品ブランド  
「FELICE TOWAKO」  
"Crystal Anniversary Party"より



ハワイで挙式をしていたけれど、今回の披露宴は挙式とはまた違った感動がありました！こんなにたくさんの方々に支えられているからこそ、今の自分達がいることを実感しました。  
お互いに内緒でサプライズを考えていたことにもびっくりし、全てに感動しっぱなしの夢のような時間でした。



石田純一様  
東尾理子様の  
コメント

本当に楽しくて時間が経つのがあっという間でした！  
来て下さったたくさんの方々からお褒めの言葉を頂き、自分達らしくこだわったかがあったと思っています。  
お互いへのサプライズではゲストからも「良かった！」「びっくりした！」と反響が大きく、特に家族も巻き込めたことがいい思い出になりました。  
プランナーさんにはたくさんアイデアを頂いて、私たちだけでは創りあげられなかったと感謝しています。

#### 新しい商品（例）

##### ■エコバック



##### ■エコ箸



##### ■ LOVEキャンドル



T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓今期におきまして、テレビや映画、舞台など様々なジャンルで一流と言われる著名人の方々から、当社のウェディングプランナーによるプロデュースのご要望をいただきました。

✓一組一組のお客様のご要望の背景に奥深く入り込み創り出されるこれらのパーティは、多くの著名人の皆様にもご好評を賜り、お喜びの声を頂戴しています。

✓また、これらのプロデュースを通じて、従来にない新しいアイデアや最新トレンドを取り入れた商品、新しいウェディングスタイルが生まれ、当社のトレンド開発力につながっています。

✓これからも常に著名人ウェディングプロデュースに取り組むことで、T & Gの優位性を更に高めるとともに、T & Gブランドの強化を実現します。

Forecast FY Ending March 2011

---

2011年3月期 通期連結業績計画



### Ⅲ 1. 連結 通期業績計画

## 2年連続で営業利益25億円超 EBITDA40億円の収益基盤を構築

| 単位:<br>百万円 | 2011/3<br>通期計画<br>(A) | 2010/3<br>通期実績<br>(B) | 増減額<br>(A - B) | 増減率<br>(%) |
|------------|-----------------------|-----------------------|----------------|------------|
| 売上高        | 47,759                | 46,039                | +1,720         | +3.7%      |
| 営業利益       | 2,688                 | 2,519                 | +169           | +6.7%      |
| 経常利益       | 1,984                 | 1,882                 | +102           | +5.4%      |
| 当期純利益      | 857                   | 371                   | +486           | +130.6%    |

補足

第4四半期も受注単価は好調に推移中  
通期営業利益25億円超、EBITDA40億円の収益基盤を作り上げる

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓通期業績についての解説です。

✓今までご説明した通り、当第3四半期は売上高、売上総利益、営業利益、経常利益、四半期純損益、すべての項目において計画を順調に上回る実績となっております。

✓また、現在の第4四半期においても、受注単価は好調で、取扱組数も堅調に推移しております。

✓これらのことから、安定して確実な収益を生み出す事業体質になったと考えております。

✓2010年3月期に続き通期営業利益を2年連続25億円超とし、EBITDA40億円を確保し、通期計画の達成を引き続き目指してまいります。



### Ⅲ 2. 配当予想の修正について

#### 期末配当の復配を予定

| 基準日                     | 1株当たりの配当金 |       |       |
|-------------------------|-----------|-------|-------|
|                         | 中間配当金     | 期末配当金 | 年間配当金 |
| 前回発表予想<br>(2010/11/5発表) | 0円        | 未定    | 未定    |
| 今回修正予想                  | 0円        | 100円  | 100円  |
| 前期実績<br>(2010/3期)       | 0円        | 0円    | 0円    |

T&G  
TAKE and GIVE NEEDS

✓最後に、2011年3月期の配当予想についてのご説明です。

✓当社は、株主の皆様への利益還元を重要な経営課題として認識しており、企業発展のための利益確保に努め継続的な成長を目指すとともに、適正かつ安定的に利益配分を行う方針としております。

✓期末配当につきましては、平成20年3月期以降、誠に遺憾ながら無配としてまいりましたが、この期間に人材及び商品・サービス力強化への投資による収益基盤の構築と、財務基盤の強化に努めてまいりました。

✓平成23年3月期は、当初配当予想を「未定」としておりましたが、上述の施策等の効果により、当連結会計年度における営業利益は2年連続で25億円を超える見通しとなり、復配する方針といたしました。

✓1株あたりの配当金額は、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、100円とする予定であります。

✓なお、期末配当につきましては、平成23年6月下旬の第13回定時株主総会の決議をもって正式に決定、実施する予定であります。

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS