

Vision Of
TAKE and GIVE, NEEDS
(大阪証券取引所 ヘラクレス市場:4331)

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2003年2月 平成15年3月期第3四半期決算説明資料



<http://www.tgn.co.jp>

目次

- **平成15年3月期第3四半期実績報告**
 - 損益計算書 (2002年4月～2002年12月) 1
 - 業績向上要因① (売上高の向上) 2
 - 業績向上要因② (利益の向上) 3
 - 貸借対照表 (2002年12月) 4
 - 通期業績見込み 5
 - 出店状況 6
 - 中期計画 (1) 7
 - 中期計画 (2) 8
 - TOPICS 9
- **参考資料**

平成15年3月期第3四半期実績報告

損益計算書 (2002年4月～2002年12月)

単位 (百万円)

	2001/4-2001/12		2002/4-2002/12		対前年
売上高	2,138		3,551		+66.1%
レストラン提携型	1,607	75.2%	1,598	45.0%	-0.6%
直営店型	512	24.0%	1,883	53.0%	+267.5%
その他	18	0.8%	69	2.0%	+274.5%
売上総利益	743	34.8%	1,552	43.7%	+108.7%
販管費	488	22.8%	1,207	34.0%	+147.1%
営業利益	255	11.9%	345	9.7%	+35.3%
経常利益	235	11.0%	324	9.1%	+37.9%

■売上高 66.1%増

：新規直営店営業開始 (3店舗)、既存直営店 (3店舗) が好調に推移した
提携レストラン10店舗との提携も維持し、業績はほぼ前年と同様に推移した

■売上総利益率 8.9ポイント増

：収益性の高い直営店の売上高が増加したことにより、売上総利益率が増加した

■営業利益 35.3%増

：直営店出店に伴う開業前準備費用 (主に人件費、広告費) の増加及び管理部門の強化により、販管費が大幅に増加 (147.1%増) したが、それを上回る増収により対前年比 35.3%の増加となった

★売上高のその他には、一般企業向け宴会、試食会及びブライダルスクールなど婚礼以外の売上が含まれております

業績向上要因① (売上高の向上)

直営店の順調な出店と受注力、販売促進力の向上により全社的に業績向上

〔レストラン提携型〕

稼働日合計:ブライダル業界において一般的に営業日とされている土日祝日数の全店舗合計日数

	2001/4-2001/12	2002/4-2002/12	対前年
店舗数	10	10	±0
件数	698	666	-4.6%
売上高(百万円)	1,607	1,598	-0.6%
稼働日合計	870	860	-1.1%
平均単価(千円)	2,300	2,401	+4.4%

〔直営店型 (表上:挙式のみ 表下:挙式披露宴)〕

挙式のみ	2001/4-2001/12	2002/4-2002/12	対前年
店舗数	1	1	±0
件数	138	126	-8.7%
売上高(百万円)	89	108	+21.3%
稼働日合計	42	86	+104.8%
平均単価(千円)	643	854	+32.9%

挙式披露宴	2001/4-2001/12	2002/4-2002/12	対前年
店舗数	2	6	+4
件数	125	502	+301.6%
売上高(百万円)	421	1,775	+321.4%
稼働日合計	109	360	+230.3%
平均単価(千円)	3,363	3,536	+5.2%
平均単価(千円) 参考※	3,363	3,830	+13.9%

〔レストラン提携型〕

稼働日合計数が前年同期より少なかったこと等により若干件数は減少しているものの、平均パーティー単価の上昇により、売上高はほぼ横ばい

〔直営店型〕

＜挙式のみ＞

・アーカンジェル代官山においては挙式のための販売も行っているが、挙式披露宴を希望する顧客が増加傾向にある。今後はさらに顧客単価の高い挙式披露宴の顧客にターゲットを絞る

＜挙式披露宴＞

・計画通りの出店による新規直営店型店舗の業績寄与

2002年1月19日:アーケイディア (東京都目黒区)

2002年6月29日:麻布迎賓館 (東京都港区)

2002年9月17日:アーセンティア迎賓館 (千葉県柏市)

2002年12月1日:アーフェリーク白金 (東京都港区)

・受注力の向上により稼働日合計数の増加 (+230.3%) を上回る件数の増加率 (+301.6%)

・さらに販売促進力の向上により平均パーティー単価が上昇し、売上高の増加率は321.4%となった

※「アーケイディア」はワタベウェディング株式会社との提携出店であり、売上高は店舗全体の約75%となります。表中の参考値は店舗全体の売上高から算出した単価です。

業績向上要因② (利益の向上)

売上高売上総利益率の向上 (34.8%⇒43.7%)

収益性の高い直営店型の売上高比率の増加 (24.0%⇒53.0%) により向上
平成15年3月期末は直営店型が約60%となり、売上高売上総利益率も47%となる見込み

販管費の増加について

①開業前準備費用 (※) の増加

新規出店数の増加に伴い、大幅に増加

47百万円 ⇒ 188百万円 (+298.4%)

(2001/4-2001/12)

(2002/4-2002/12)

【対象店舗】

・2001/4-2001/12

松濤、代官山

・2002/4-2002/12

麻布、柏、白金、宇都宮、福岡(平和)、名古屋、仙台、福岡(祇園)

※当社の店舗は、営業開始の8ヶ月前から受注活動を開始するため、営業開始前から広告費、人件費等の費用が発生します。

②社内管理体制の強化による増加

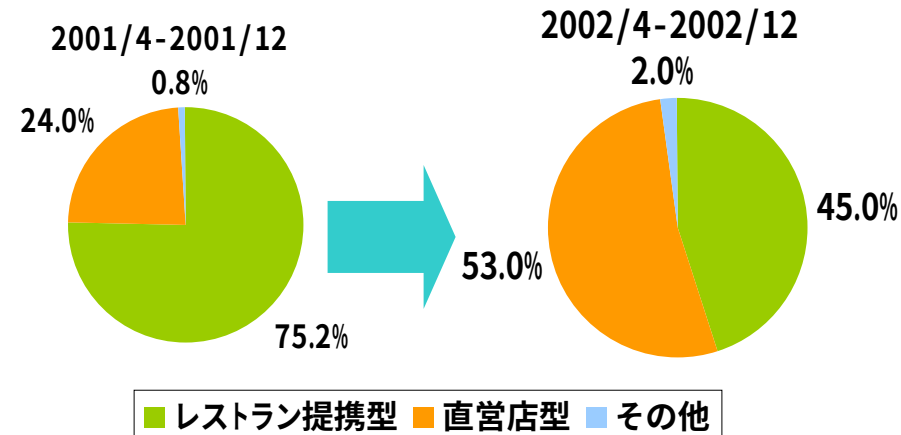
人事部、営業統括本部、店舗開発部の新設

社内管理体制を強化したことに伴う管理費用の増加

170百万円 ⇒ 355百万円 (+96.6%)

(2001/4-2001/12)

(2002/4-2002/12)



貸借対照表 (2002年12月)

単位 (百万円)

	2002/12	増減額	2002/03
(資産)			
現金及び預金	758	△ 375	1,133
建物	539	302	237
土地	740	740	—
建設仮勘定	402	351	51
差入敷金保証金	454	246	207
(負債)			
1年以内返済予定長期借入金	313	179	134
1年以内償還予定社債	100	100	—
前受金	251	186	64
社債	600	500	100
長期借入金	379	161	218

■新規直営店型店舗の出店に伴う設備投資により、建物、土地、建設仮勘定、差入敷金保証金が増加

■負債の主な増加要因は、新規直営店型店舗の出店に伴う設備投資のため、金融機関からの借入、社債の発行を行ったため

平成14年9月25日 第2回無担保普通社債：発行総額50百万円

平成14年9月30日 第3回無担保普通社債：発行総額500百万円

平成14年10月25日 第4回無担保普通社債：発行総額50百万円

※その他、株式会社みずほ銀行とシンジゲートローン8億円について契約する等 (平成14年11月18日)、資金調達は間接金融を中心に実施する予定

通期業績見込み

売上高:49億76百万円 経常利益:4億58百万円 当期純利益:2億11百万円

・受注はレストラン提携型、直営店型ともに順調

受注状況(2002年12月末現在)

	当期 (1月～3月) 分の受注残		来期 (4月～翌3月) 分の受注残	
	2001/12末現在	2002/12末現在	2001/12末現在	2002/12末現在
レストラン提携型	169	193	154	182
対計画 (通期)	98.6%	100.4%	16.7%	20.1%
直営店型	106	286	178	434
対計画 (通期)	89%	101%	23.5%	27.3%

・提携レストラン、直営店ともに今期計画件数はほぼ達成できる見込み

・提携レストランにおいては、営業統括本部からの指導等により受注状況が改善。来期の受注状況は前年同期を上回る達成率

・直営店においては既存店に加え、特に地方店 (柏、宇都宮、福岡、名古屋、仙台) の受注が好調のため、来期分の受注状況は前年同時期を上回る達成率

出店状況

- ・ **計画通りの出店を実現**

平成15年3月期における出店実績 (予定)

- － 6月 麻布迎賓館 (東京都港区)
- － 9月 アーセンティア迎賓館 (千葉県柏市)
- － 12月 アーフェリーク白金 (東京都港区)
- － 2月 アーカンジェル迎賓館 (栃木県宇都宮市)
- － 3月 アーカンジェル迎賓館 (福岡県福岡市) (予定)

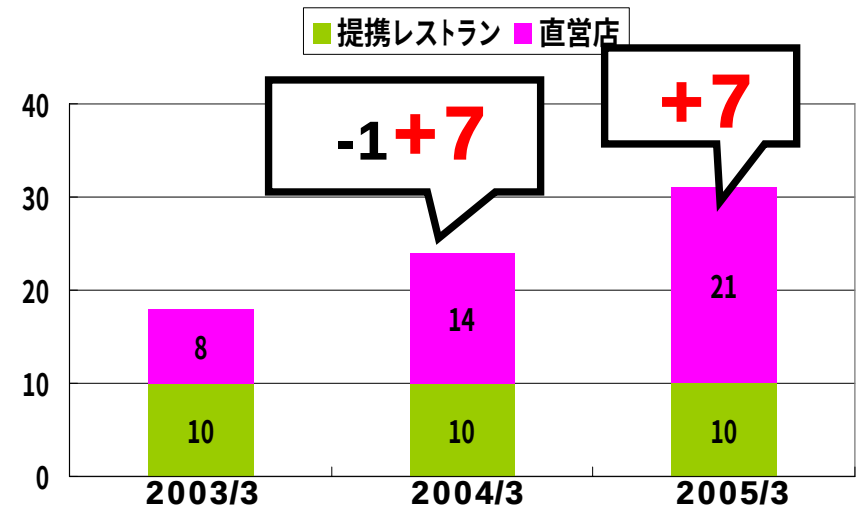
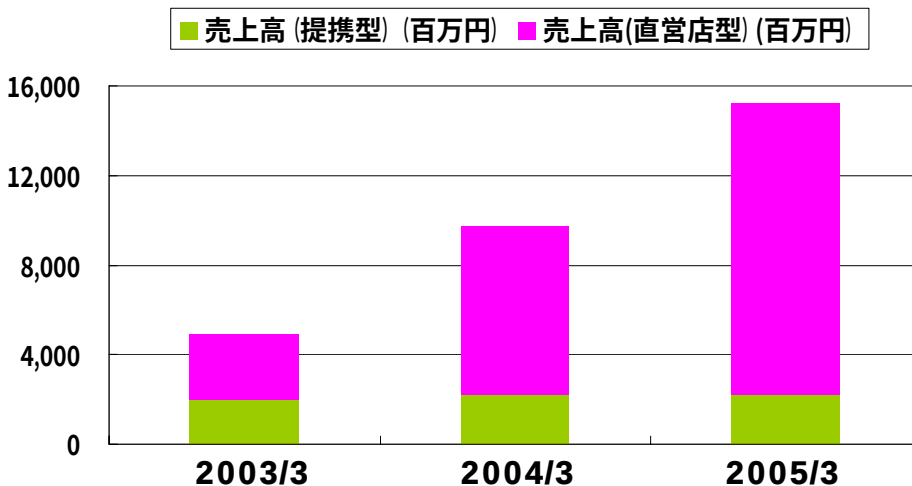
- ・ **平成16年3月期出店予定**

- － 4月 1バンケットタイプ (アーカンジェル迎賓館 (愛知県名古屋市) 予定)
- － 6月 1バンケットタイプ (アーカンジェル迎賓館 (宮城県仙台市) 予定)
- － 8月 1バンケットタイプ (アーフェリーク迎賓館 (福岡県福岡市) 予定)
- － 10月 2バンケットタイプ
- － 12月 1バンケットタイプ
- － 1月 2バンケットタイプ
- － 3月 2バンケットタイプ

※タイプ等詳細は参考資料 「直営店型店舗一覧」 (参19) を参照してください。

中期計画 (1)

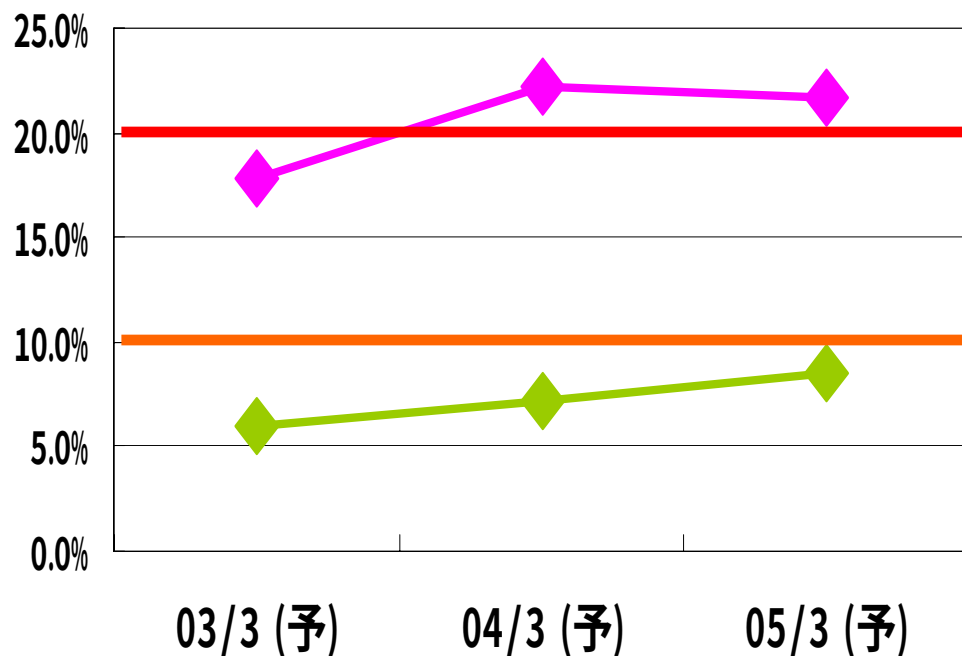
	2002/3	2003/3	対前年	2004/3	対前年	2005/3	対前年
売上高 (百万円)	2,961	4,976	+68.1%	9,747	+95.9%	15,219	+56.1%
経常利益 (百万円)	229	458	+100.0%	907	+98.0%	1,822	+100.9%
売上高経常利益率	7.7%	9.2%		9.3%		12.0%	
当期純利益 (百万円)	119	211	+78.0%	471	+123.2%	947	+101.2%
売上高当期純利益率	4.0%	4.2%		4.8%		6.2%	
直営店数 (店)	3	8	+5	14	+6	21	+7
提携レストラン数 (店)	10	10	±0	10	±0	10	±0



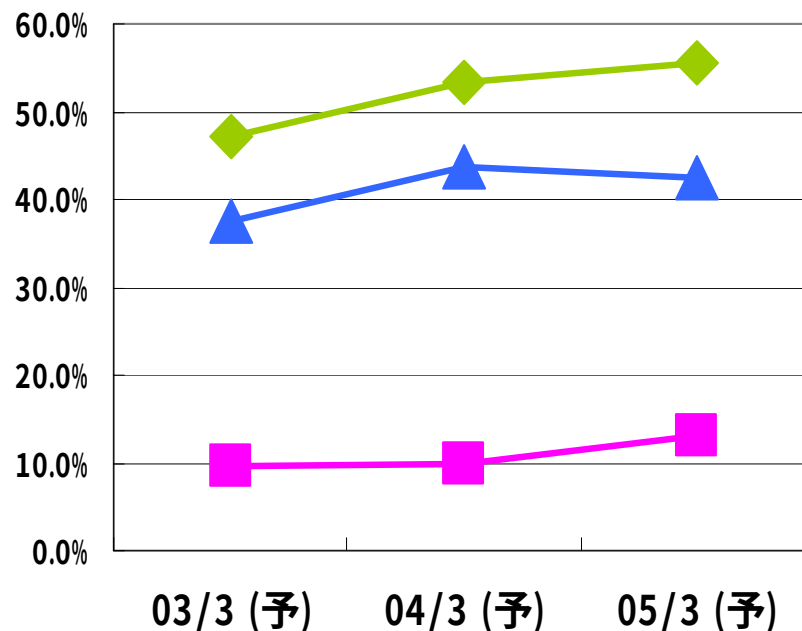
中期計画 (2)

ROE 20% ROA 10%以上 を目指してまいります

株主資本利益率 (ROE) % 総資本当期利益率 (ROA) %



売上高総利益率 (%) 売上高営業利益率 (%)
売上高販管比率 (%)



TOPICS

●平成14年12月1日麻布迎賓館にて人気アーティストが挙式披露宴を実施

●フジテレビとのタイアップ企画「Kiss me ODAIBA」球体ウェディング



麻布迎賓館

(2002年6月29日OPEN)

イベントプロデューサー
梅宮アンナさんも祝福

●秋元康プランニングによるCMを放映開始



秋元康さんと秋元さんのお嬢様が出演

本資料は、平成15年3月期第3四半期の業績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。また、本資料は2002年12月31日現在のデータに基づき作成しております。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、完全性を保証し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。

【IRお問合せ先】

IR統括責任者：野尻佳孝

IR担当：佐久間、吉村

E-mail :ir@tgn.co.jp

TEL :03-5469-3070

T&Gについて

- ・会社概要 参1
- ・役員紹介 参2
- ・株主構成 参3

市場環境について

- ・挙式披露宴市場規模 参4
- ・挙式披露宴商品 参5
- ・顧客ニーズの変化と需給ギャップ 参6
- ・T&Gが提供する「ハウスウェディング」 参7
- ・T&Gのハウスウェディング提供形態～レストラン提携型と直営店型～ 参8

T&G拡大戦略と優位性及び今後の展開について

- ・T&G拡大戦略～全国展開にむけて～ 参9
- ・T&Gの優位性① 高収益店舗 参10
- ・T&Gの優位性② 直営店スピード展開体制 参11
- ・T&Gの優位性③ ブランド展開 参12
- ・今後の展開①今後の店舗展開方針 参13
- ・今後の展開②地方展開における広報戦略 参14
- ・今後の展開③出店戦略 参15
- ・今後の展開④資金調達 参16
- ・今後の展開⑤採用教育 参17

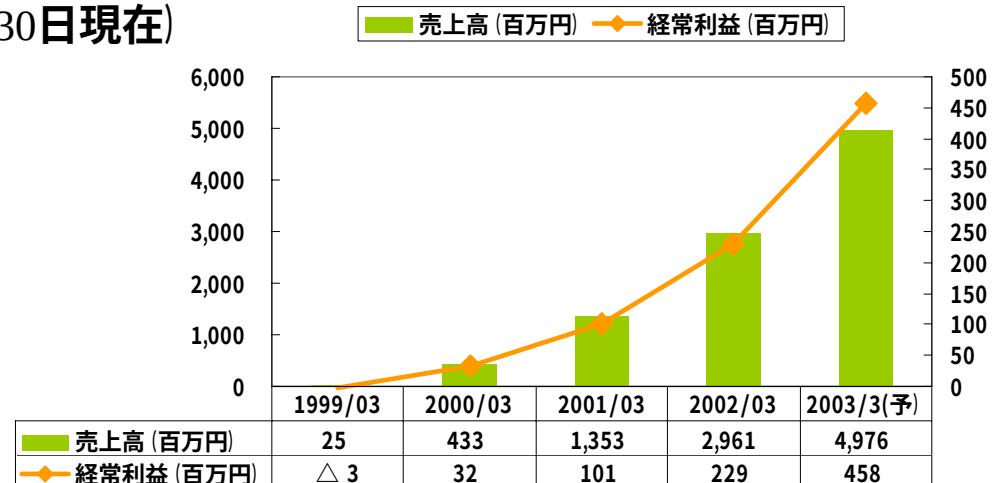
T&G店舗情報

- ・提携レストラン一覧 参18
- ・直営店型店舗一覧 参19
- ・直営店型店舗の年間実績例 参20

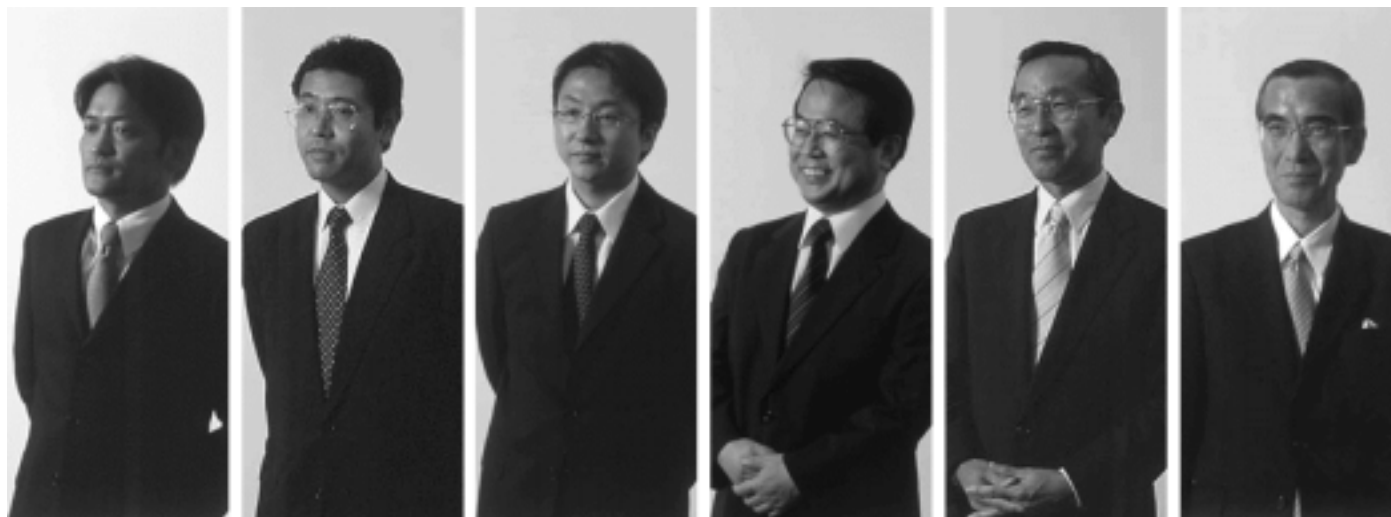
T&Gについて

会社概要

商号 : 株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
 上場取引所 : 大阪証券取引所 ヘラクレス市場 (2001年12月12日上場)
 証券コード : 4331
 事業内容 : ハウスウェディング会場 (結婚式場) の開発・運営
 本社所在地 : 〒107-0062 東京都港区南青山六丁目7番14号
 HPアドレス : <http://www.tgn.co.jp> (IR) <http://www.tgn.co.jp/ir>
 創立 : 1998年10月19日
 資本金 : 478,500千円
 決算 : 3月
 従業員 : 88名 (2002年9月30日現在)
 発行済株式数 : 6,920株



役員紹介



写真左から

野尻佳孝 (代表取締役)

佐久間英徳 (取締役)

羽毛田昌寛 (取締役)

藤原和雄 (監査役)

平田毅彦 (監査役)

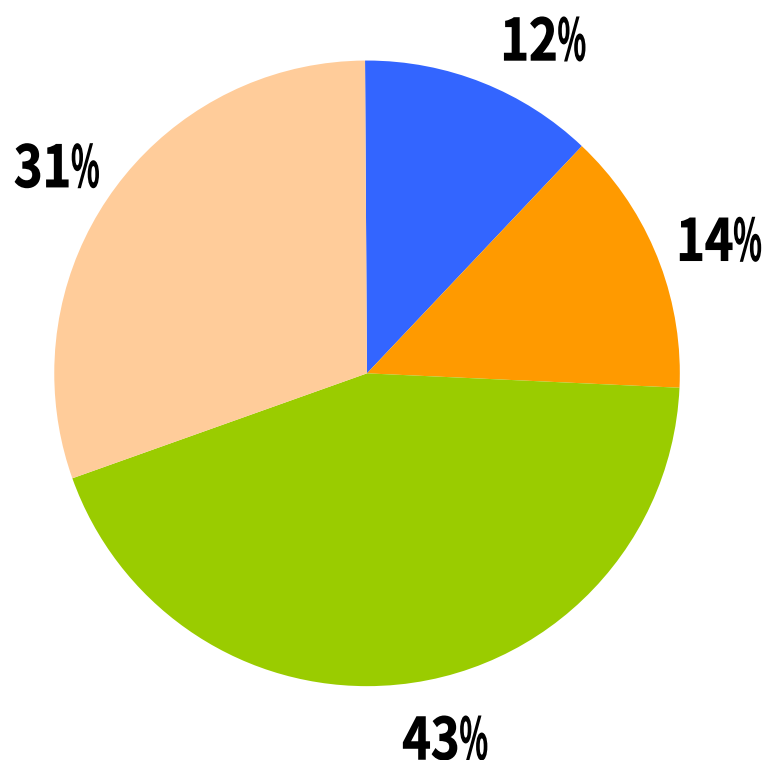
新井達雄 (監査役)

代表取締役 野尻佳孝

- ・昭和47年6月4日生 ～自営業の家に生まれ、早期に独立起業を意識する～
- ・中学・高校とラグビー部で活躍
- ・大学時代は名門明大ラグビー部で日本一を2度経験
- ・平成7年4月 住友海上火災保険株式会社 (現 三井住友会場火災保険株式会社) 入社
～様々なベンチャー企業を担当し、多くのビジネスモデルを研究～
- ・平成10年 当社設立

株主構成(2002年9月30日現在)

株数:6,920株 株主数:528名

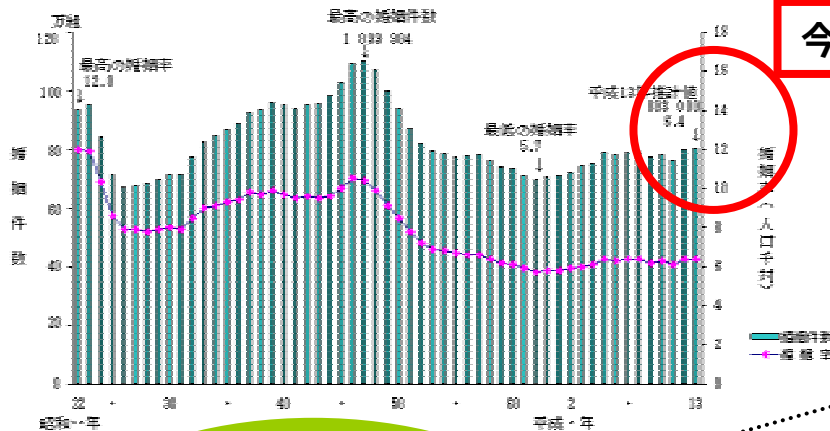


- 機関投資家
(投資信託・年金信託設定・その他)
- その他法人
- 個人 (当社役員、社員、役員血縁)
- 個人その他

市場環境について

挙式披露宴市場規模

第二次ベビーブーマーが婚礼期を迎えており、平成13年24年ぶりに婚姻組数が80万組を超えるなど、市場は活性化しております。



今後数年間はほぼ同水準で推移すると予測されております。

ブライダルにかかわる主な産業

(資料: 同文書院 「ブライダルコーディネーターになりたい」)

市場分類	関連事業
プレ・ブライダル市場 (結婚前)	結婚相談業
	式場斡旋業
	宝石・貴金属業
挙式披露宴市場	結婚式場業、貸衣装業など 神社、教会 貸衣装業 写真業 その他
ハネムーン市場 (新婚旅行)	旅行代理業 鉄道・航空・運輸業 ホテル・旅館業 その他
ニューライフ市場 (新生活準備)	家電業
	家電産業
	寝装品業
	住宅産業
	日用・雑貨小売店・その他

結婚にまつわる市場 5兆円

挙式披露宴市場
2兆円

資料: 三和銀行調査レポート「挙式前後の出納簿」(1998年)、厚生労働省 人口動態統計

結婚時にかける費用は約700万円 挙式披露宴にかかる費用は約300万円 婚姻数は平均70～80万組

挙式披露宴商品

ブライダル商品は料飲商品、付帯商品に大別され、全体的に高利益率であるのが特徴です。

ほぼ同比率

料飲商品

付帯商品

料飲商品

付帯商品

コース料理、飲み物
ケーキなど

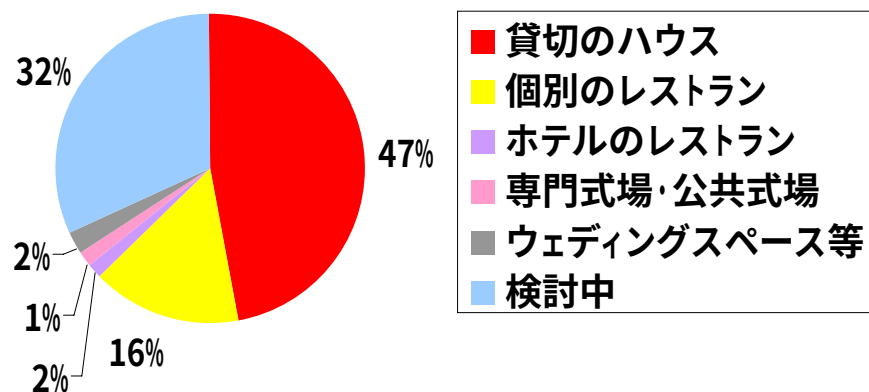
ドレス、招待状、引き出物、花
その他演出など



顧客ニーズの変化と需給ギャップ

顧客ニーズは一軒家ウェディングへ

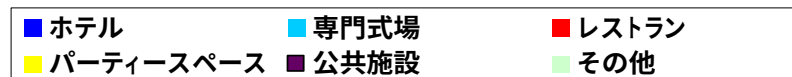
披露宴を行いたい場所



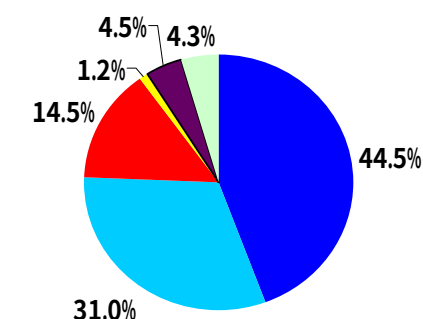
ギャップ

実際は、まだホテル・専門式場が主流

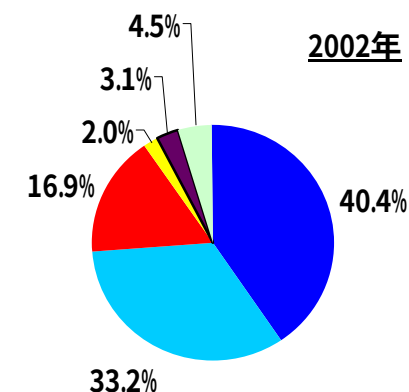
披露宴を行った会場



2001年



2002年



ハウスウェディング形式に近い「レストラン」、「パティースペース」の割合は15.7%⇒18.9%と増加傾向にありますが、まだ全国的な施設不足からホテル・専門式場の割合が多くなっております。

DATA:ゼクシィ「結婚トレンド調査2001、2002」

それぞれブライダルマーケット編。上記データは地域別のデータを北海道を除いて集計したものです。

対象地域 2001年:東北、首都圏、東海、静岡、関西、広島・岡山、九州

2002年:東北、北関東、首都圏、新潟、長野、北陸、東海、

静岡、関西、広島・岡山、九州

DATA:当社ホームページアンケートより

(対象期間2001年8月1日～2002年9月31日 有効回答数:346)

回答者性別 女性:83.7% 男性:16.3%

回答者住居 東京53.0% その他関東地方 32.7% その他14.3%

回答者年齢 ～19歳:1.4% 20～24歳:12.5% 25～29歳:65.6%

30～34歳:18.2% 35歳～ 2.3%

T&Gが提供する「ハウスウェディング」

T&Gは、**時間と空間を独占できる**贅沢な「ハウスウェディング」を商品として提供しております。

ホテル



レストラン



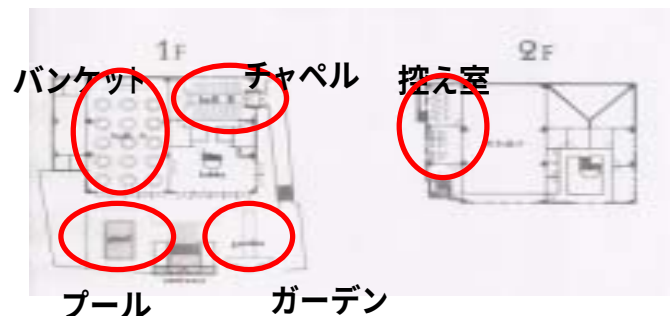
豪華な一軒家を敷地ごとすべて貸切で使用していただきます。



専門式場



ハウス



●一軒家を貸しきって、

ホームパーティーウェディング

● 1日2組限定で**時間と空間を独占する**

贅沢ウェディング

一日何組ものお客様を扱うホテルなどの
他会場と違い、貸切の贅沢感を重視

T&Gのハウスウェディング提供形態

～レストラン提携型と直営店型～

- 当社は設立当初、いち早くハウスウェディングサービスを提供するため、都心を中心とした「一軒家の」レストランと提携し、サービスを開始しました。
- 2001年6月より直営店型の店舗の展開を行っております。
- レストラン提携型と直営店型の主な相違点は下記のとおりです。

	レストラン提携型	直営店型
平均人数(人)	50～60	75～80
平均単価(千円)	2,300～2,400	3,600～3,800
売上高売上総利益率 (%)	27～30	55～60
売上高営業利益率 (%)	13～15	25～30

※2002年12月末現在においては、直営店型の店舗は東京都内の店舗がほとんどですが、今後の地方展開に伴い、直営店型における平均人数は増加する可能性があります。

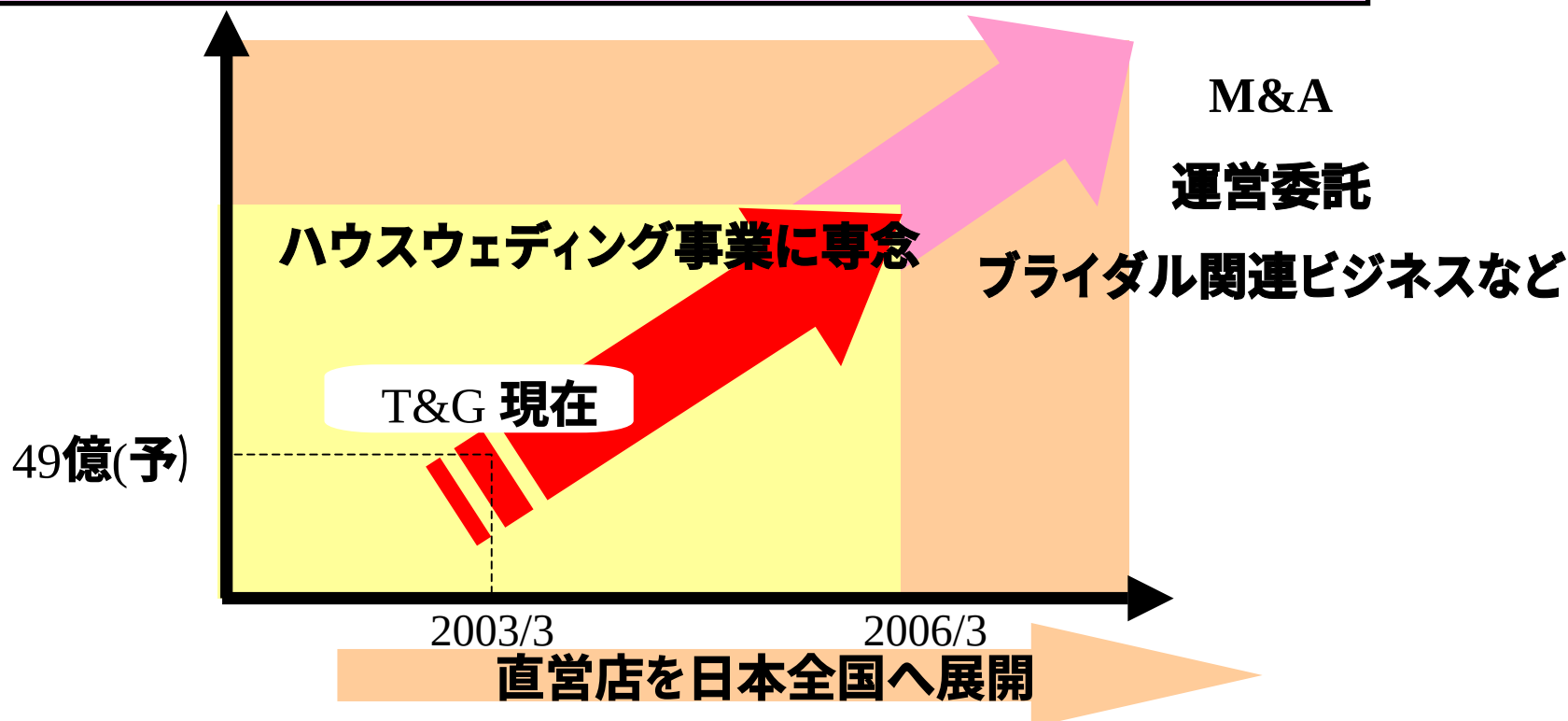
T & G拡大戦略と優位性及び今後の展開について

T & G 今後の拡大戦略

～全国展開へむけて～

今後は直営店の出店に注力し、

2006/3(第8期)までに30店舗の直営店展開を目指します



T&Gの優位性① 高収益店舗

ROI30%以上、営業利益率25%以上の高収益な店舗づくりを実現していること

全社員が利益意識、コスト意識を持てる体制

- 支配人は、各店舗のPLに基づく損益管理を行い、営業利益まで管理
- 各プランナーは原価計算を研修時に習得し、全商品の売価、原価を把握し、さらにディスカウント権限を持つ
- シェフ、キッチンスタッフは原価率20%以内の商品開発を行う
- 成約率、売上高、粗利益に連動したインセンティブ制度を導入し、成果を即時に給与に反映



コストを抑えた店舗開発に成功

従来の式場と比較して1/3~1/5の建築費



ROI (当期純利益/(建築費+保証金)) 30%以上の店舗づくりを実現

例)アーカンジェル代官山

2001.9~2002.8の年間収支においてROI 30.6%

営業利益率25.1%

	アーカンジェル代官山
年間収支	(2001.9-2002.8)
売上高(百万円)	809
営業利益(百万円)	203
売上高営業利益率	25.1%
当期純利益(百万円)	111
投資	
保証金(百万円)	84
建築費等(百万円)	279
投資額(百万円)	363
ROI	
(当期純利益/(保証金+建築費等))	30.6%
備考	定期借地契約

T&Gの優位性② 直営店スピード展開体制

店舗を直営にてスピーディーに展開できる体制を確立していること

- ・株式上場により、様々な資金調達方法を準備

- 株式市場からの資金調達

- 銀行借入 (シンジゲートローン等)

- 不動産リース

- 建築協力金による出店

- 不動産投信

- SPC

- ・店舗開発部を新設し、物件情報収集力を高め、出店スピードを加速

- 不動産会社、建築業社、マンションデベロッパー等から幅広く情報を収集

- 銀行、生損保等金融機関の遊休地情報を市場へ流通する前に入手

T&Gの優位性③ ブランド展開

**メディアを有効活用やエンターテインメント企業との共同企画など、
ブランド戦略を視野に入れた広報戦略を実施していること**

- ・TV局等各メディアに対する積極的なPR活動
- ・エンターテインメント企業との提携による商品提供
- ・ドラマ制作及び総合監修
- ・秋元康プランニング制作のTVCMを放映開始
- ・充実したコンテンツを揃えたホームページによりタイムリーに情報発信
- ・有名レストランとの提携



ホームページは月に2～3回の頻度で更新
パーティーの様子やオリジナルサプライズ等

当社独自のサービスをはじめ、さまざまなコンテンツを用意



フジテレビ系列「ウェディングプランナー」

2002年4月～2002年6月放映



フジテレビとのタイアップ企画
「KISS ME ODAIBA」

2002年12月～2003年1月

当社が紹介されたテレビ番組 (一部) (2001年4月～)

- ・テレビ朝日「スーパー」チャンネル 「スーパーモーニング」
- ・フジテレビ「とくダネ！」
- ・日本テレビ「スーパーテレビ情報最前線」
- ・NHK-BS1「BS23 経済最前線」
- ・テレビ東京「IRリポート」
- ・BSジャパン「ネクスト経済研」・東京MXTV「東京リトルガリバー」



ウェディングプランナーを目指す若い女性に大人気
「ウェディングプランナー」は全国書店にて発売中

積極的なPR活動により、TVをはじめとしたラジオ、
新聞、雑誌等の様々な媒体にて紹介されました。

今後の展開 ①今後の店舗展開方針

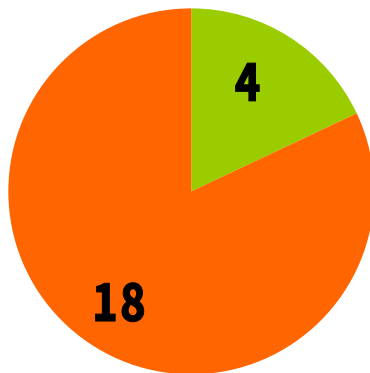
今後は地方展開に注力

★ハウスウェディングの需要は現在首都圏から日本全国へ拡大中

2002年度下半期OPEN予定の ハウスウェディング施設

(DATA:ブライダル産業新聞 11月第486号より)

■ 首都圏 ■ その他の地域



さらに、専門式場のリニューアルが全国的に行われており、ハウスウェディング施設の増加が進んでおります。

他社の地方出店状況

2002年11月現在出店済み

- ・ A 社
大宮、ひたちなか、金沢、岐阜、宝ヶ池、新潟、名古屋
- ・ B 社
博多

T&Gの地方出店予定

- 千葉 : アーセンティア迎賓館 (02/9 OPEN)
- 栃木 : アーカンジェル迎賓館 (03/2 OPEN)
- 福岡 : アーカンジェル迎賓館 (03/3 OPEN予定)
- 名古屋 : アーカンジェル迎賓館 (03/4 OPEN予定)
- 仙台 : アーカンジェル迎賓館 (03/6 OPEN予定)
- 福岡 : アーフェリーク迎賓館 (03/8 OPEN予定)

今後の展開 ②地方展開における広報戦略

地域密着メディアにも着目し、より効率的な集客を実現

地域密着メディア

その地域で若者たちに支持されている
媒体（ラジオ、雑誌、TV番組等）

放映予定の番組

■福岡（2002年12月放映開始）

局名：RKB毎日

番組名：ハッピー＊ハッピー

時間：毎週日曜日13:00～13:54

■名古屋（2002年12月放映開始）

局名：RKB毎日

番組名：Bella Spirito

時間：毎週土曜日10:55

※<http://www.nbn.co.jp/bella/>

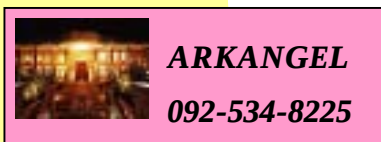
■仙台（2002年12月放映開始）

局名：東北放送（TBS系）

番組名：体感TVぐらまらず

時間：毎週木曜日18:55～19:54

その地域で支持されている
結婚情報誌



主要幹線道路沿いへ看板

東京都心における店舗展開時と同様に、メディアを
有効活用した効率的な集客を実現してまいります。

全国メディア

全国的に圧倒的な支持を受けている
結婚情報誌：ゼクシィ



今後の展開 ③出店戦略

婚姻組数の多い都市へ優先して出店

東京都心部にて確立した

高収益の店舗モデル(★)を



婚姻組数の多い都市へ優先して出店



さらに全国へ

(★)東京都心の店舗の年間実績例につきましては、「参6」を参照してください。

T&G地方店の受注状況

東京都心の店舗以上の受注ペースを実現

	接客開始	接客期間	2002年10月末現在 成約済件数	接客開始からの同期間 都心店舗成約済件数 (東山)
宇都宮(2バンケット)	2002年8月	3ヶ月	91	—
福岡	2002年8月	3ヶ月	47	46
名古屋	2002年9月	2ヶ月	35	29
仙台	2002年10月	1ヶ月	18	11

都道府県別婚姻組数ベスト20			
順位	都道府県	婚姻組数(平成13年)	備考
1	東京	88,538	アーフェリーク白金(02/12 OPEN) +直営店4店舗(松涛、代官山、東山、麻布) +提携レストラン10店舗
2	神奈川	61,763	契約交渉中
3	大阪	59,864	契約交渉中
4	愛知	48,296	アーカンジェル迎賓館(名古屋)(03/4 OPEN予定)
5	埼玉	45,720	契約交渉中
6	千葉	39,532	アーセンティア迎賓館(02/9 OPEN)
7	兵庫	35,124	契約交渉中
8	北海道	34,427	
9	福岡	31,143	アーカンジェル迎賓館(福岡)(03/3 OPEN予定)、 アーフェリーク迎賓館(03/8 OPEN予定)
10	静岡	24,019	契約交渉中
11	茨城	18,013	
12	広島	17,387	契約交渉中
13	京都	15,775	契約交渉中
14	宮城	15,194	アーカンジェル迎賓館(仙台)(03/6 OPEN予定)
15	長野	13,385	
16	新潟	12,893	
17	栃木	12,695	アーカンジェル迎賓館(宇都宮)(03/2 OPEN)
18	福島	12,623	
19	群馬	12,320	契約交渉中
20	岐阜	12,013	

T&G直営店の主な立地条件

閑静な住宅街 / デートスポット /
主要幹線道路沿い

今後の展開 ④資金調達

様々な資金調達方法を活用

1.銀行借入による資金調達

シンジゲートローン契約締結(平成14年11月18日)

・アレンジャー	株式会社みずほ銀行
・金額	8億円
・使用用途	設備投資資金
・期間	3年6ヶ月
・担保	無担保
・金利	全銀協Tibor +1.125%
・参加銀行	みずほ銀行、中京銀行、東和銀行、東京とみん銀行
その他さらなるシンジゲートローン、コミットメントラインの設定も検討中	

私募債(無担保社債)の発行(平成14年9月、10月)

東京三菱銀行 5,000万円 三井住友銀行 5億円 みずほ銀行 5,000万円

2.リースの活用

従来の什器備品のリースに加え、不動産リースも検討中

3.不動産投信の活用による出店

4.SPCの活用による出店

今後の展開 ⑤採用教育 モデルに沿った採用・教育を実現

早めに人材を確保 (採用) し、配属はモデルに沿って効率的に。

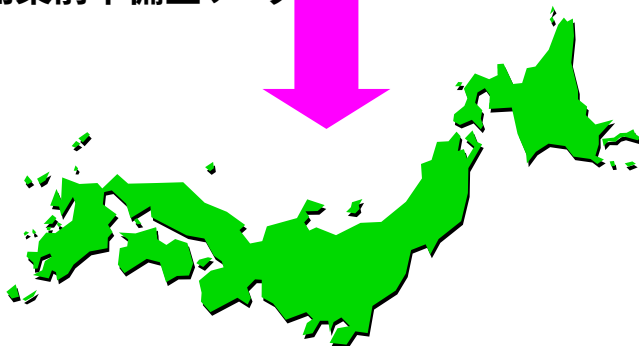
スーパーバイザーが全国にて教育を実施

T&Gスーパーバイザー



新人研修/プランナー研修
/支配人研修等の教育

開業前準備室リーダー



要員は出店地にて採用

募集方法

- ・採用情報誌に掲載
- ・ホームページ

その他、TV、雑誌を見た方からの応募を多数頂いております。

店舗モデルの要員計画に沿った募集を行っているため、競争率は地方店においても高くなっており、宇都宮店の募集におきましては、30倍を超える競争率となりました。

宇都宮会社説明会の模様



T & G店舗情報

提携レストラン一覧



アンティコ ブッテロ
/ イル ブッテロ



リヴァデリエトゥルスキ



寺子屋



ヴィア アクアサンタ



マノワール・ディノ

2003年2月現在



クイーンアリス迎賓館



リストランテ アガペ



クイーンアリス イクスピアリ



フェリチタ

営業開始	レストラン名
1998/10	アンティコ ブッテロ (東京都渋谷区)
1999/02	リヴァデリ エトゥルスキ (東京都港区)
1999/05	寺子屋 (東京都小金井市)
1999/12	ヴィア アクアサンタ (東京都港区)
2000/01	マノワール・ディノ (東京都渋谷区)
2000/04	クイーンアリス迎賓館 (東京都港区)
2000/06	リストランテ アガペ (東京都港区)
2000/07	クイーンアリス イクスピアリ (千葉県浦安市)
2000/12	フェリチタ (東京都港区)
2000/12	イル ブッテロ (東京都渋谷区)

直営店型店舗一覧

2003年2月現在

店舗名	出店地	契約形態	開店	タイプ	収容人数 (着席)	備考
アーククラブ松濤	東京都渋谷区	運営委託	2001/6/1	1B	60～100名	平成15年3月末をもって契約終了
アーカンジェル代官山	東京都目黒区	定期借地	2001/8/24	1B+CP	60～100名	挙式のための販売も行っている
アーケイディア	東京都目黒区	運営委託	2002/1/19	1B	70～120名	ワタベウェディング株式会社
麻布迎賓館	東京都港区	定期借家	2002/6/29	1B	45～90名	森トラスト株式会社
アーセンティア迎賓館	千葉県柏市	定期借地	2002/9/17	1B	70～120名	
アーフェリーク白金	東京都港区	定期借家	2002/12/1	1B	70～120名	建築協力金
アーカンジェル迎賓館(宇都宮)	栃木県宇都宮市	定期借地	2003/2/1	2B	60～120名	
アーカンジェル迎賓館(福岡)	福岡県福岡市	定期借地	2003/3(予)	1B	60～140名	
アーカンジェル迎賓館(名古屋)	愛知県名古屋市	購入	2003/4(予)	1B	70～130名	信託設定済み
アーカンジェル迎賓館(仙台)	宮城県仙台市	定期借家	2003/6(予)	1B	60～120名	建築協力金
アーフェリーク迎賓館(福岡)	福岡県福岡市	購入	2003/8(予)	1B	60～130名	信託設定済み

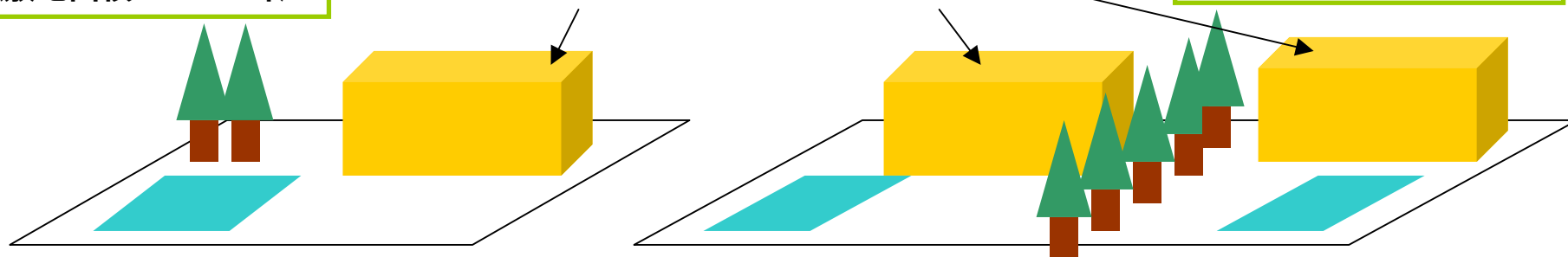
閑静な住宅街
 デートスポット
 主要幹線道路沿い

※1B:1バンケットタイプ 2B:2バンケットタイプ CP:独立チャペル(挙式のための販売あり)

1バンケットタイプ
(敷地面積600～800坪)

チャペル、バンケット(パーティー会場)併設

2バンケットタイプ
(敷地面積2,000～3,000坪)



直営店型店舗の年間実績例

	アーククラブ松濤	アーカンジェル代官山
年間収支	(2001.7-2002.6)	(2001.9-2002.8)
売上高(百万円)	462	809
営業利益(百万円)	144	203
売上高営業利益率	31.2%	25.1%
当期純利益(百万円)	79	111
投資		
保証金(百万円)	41	84
建築費等(百万円)	52	279
投資額(百万円)	93	363
ROI (当期純利益/(保証金+建築費等))	84.9%	30.6%
備考	運営委託契約	定期借地契約