

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>

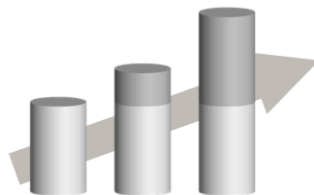
I. 2011年3月期 第2四半期 連結決算概要	P4
1. 第2四半期総括	P5
2. 連結 業績計画と実績値との差異	P6
3-1. 連結 損益計算書	P7-P10
3-2. 連結 貸借対照表	P11-P12
3-3. 連結 キャッシュ・フロー計算書	P13
II. 2011年3月期 今後の主な施策	P14
1. 将来の成長への布石	P16-P19
2. 業界を牽引するT & Gウェディングの進化	P20-P23
3. クオリティの追求による付加価値の向上	P24-P27
III. 2011年3月期 通期連結業績計画	P28
1. 連結 通期業績計画	P29

Results of Second quarter FY Ending March 2011

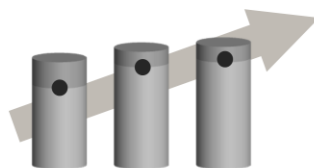
2011年3月期 第2四半期 連結決算概要

I 1. 第2四半期総括

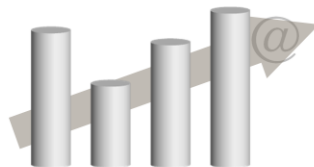
修正計画をさらに
上方修正して着地



受注件数は
計画通りに進捗



挙式披露宴単価は上昇
着実に前年対比増収



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓まず始めに、第2四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2四半期における業績は2010年8月6日に修正した業績計画をさらに上方修正して着地いたしました。

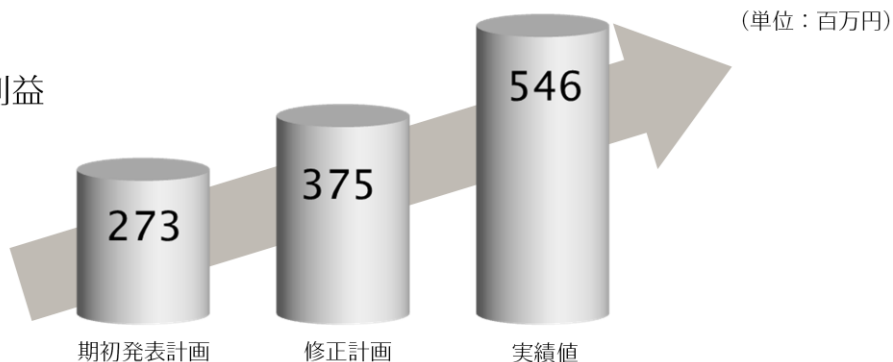
✓受注件数は計画通りに進捗いたしました。

✓重要指標である挙式披露宴単価は、前年同時期と比較し大幅に上昇し、2008年以来同じ店舗数にも関わらず、売上高は前年を上回りました。

I 2. 連結業績計画と実績値との差異

修正計画をさらに上回り着地

第2四半期
上期営業利益



単位: 百万円	期初発表 計画	修正計画 (A)	実績値 (B)	増減額 (B - A)	増減率 (%)
売上高	21,727	21,727	21,779	+52	+0.0%
営業利益	273	375	546	+171	+45.6%
経常利益	△145	△90	138	+228	-
四半期純損益	△439	△439	△406	+33	-

※ 修正計画(A)は2010年8月6日修正値

✓連結業績計画と実績値との差異のご説明です。

✓当第2四半期連結累計期間の業績は、期初に公表した計画を2010年8月6日に上方修正いたしましたが、実績値はその計画をさらに上回りました。

✓営業利益は修正計画を171百万円上回り546百万円となり、経常利益は赤字の見込みであった修正計画を228百万円上回り、138百万円となり、黒字に転換いたしました。

I 3-1-1. 連結損益計算書 概要

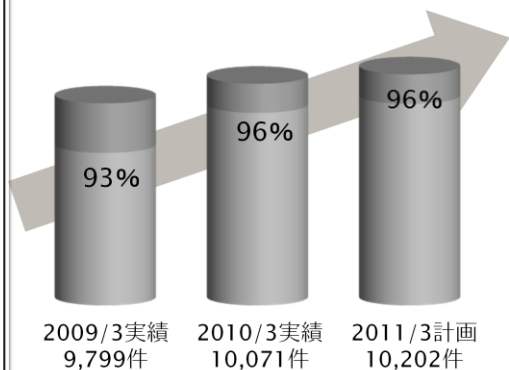
計画を上回る利益を確保、受注進捗は順調

単位: 百万円	2011/3 2Q計画	2011/3 2Q実績	計画比	(参考) 2010/3 2Q
売上高	21,727 100.0%	21,779 100.0%	+52 ±0	21,506
売上 総利益	11,666 53.7%	11,681 53.6%	+15 -0.1pt	11,588 53.9%
販管費	11,291 52.0%	11,135 51.1%	-156 -0.9pt	10,971 51.0%
営業 利益	375 1.7%	546 2.5%	+171 +0.8pt	617 2.9%
経常 利益	△ 90 -	138 0.6%	+228 -	312 1.5%
四半期 純損益	△ 439 -	△ 406 -	+33 -	△ 104 -

※ %は売上高比、2011/3 2Q計画は2010年8月6日修正値

受注進捗率（10月4週目時点）

	2009/3 実績	2010/3 実績	2011/3 計画
取扱組数	9,799	10,071	10,202
進捗率	93%	96%	96%



✓連結損益計算書の概要です。

✓当第2四半期連結累計期間におきましては、業績は順調に推移し、売上高、営業利益、経常利益、四半期純損益のすべての項目において計画を上回る結果となりました。

✓また、当期は年間取扱組数10,202件を計画しておりますが、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、10月4週目時点での受注達成率は96%と、堅調に推移しております。

I 3-1-2. 国内ウェディング事業 売上高内訳

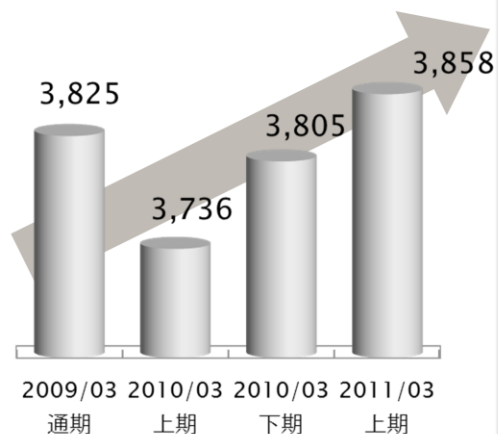
主力の直営店は増収、挙式披露宴単価は上昇

単位: 百万円	2011/3 2Q計画	2011/3 2Q実績	計画比	(参考) 2010/3 2Q
直営店型				
売上高	17,918	17,961	+43	17,595
会場数	87	87	±0	87
取扱組数	4,595	4,602	+7	4,664
平均単価 (千円)	3,861	3,858	-3	3,736
平均人数	74	73	-1	73
レストラン提携型				
売上高	857	953	+96	1,214
会場数	10	10	±0	16
取扱組数	312	333	+21	483
平均単価 (千円)	2,749	2,758	+9	2,490

※ 2011/3 2Q計画は2010年8月6日修正値

直営店型挙式披露宴単価推移

(単位：千円)



✓国内ウェディング事業の売上高の内訳の解説です。

✓直営店型の挙式披露宴単価は前年と比較して122千円上昇し3,858千円となりました。2008年以来、会場数は変わりませんが、直営店型の売上高は、前年と比較し約4億円の増加となり、着実に業績を拡大しております。

✓挙式披露宴単価が前年と比較して上昇している理由は、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、お客様への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、付帯商品の拡充などを行った成果が現れてきたものです。

✓レストラン提携型の売上高は、計画を上回り953百万円（計画比 +96百万円）となりました。

✓挙式披露宴単価は、比較的高単価の提携店の取扱組数が上昇したこと等により前年と比較し268千円上昇し、2,758千円となりました。

I 3-1-3. 連結 売上総利益・営業利益 解説

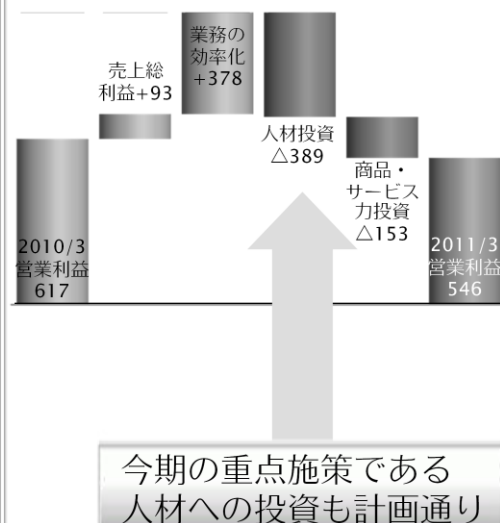
売上総利益は計画水準を確保
営業利益は計画を上回る

単位: 百万円	2011/3 2Q計画	2011/3 2Q実績	計画比	(参考) 2010/3 2Q
売上高	21,727 100.0%	21,779 100.0%	+52 ±0	21,506 100.0%
売上 原価	10,061 46.3%	10,097 46.4%	+36 +0.1pt	9,917 46.1%
売上 総利益	11,666 53.7%	11,681 53.6%	+15 -0.1Pt	11,588 53.9%
販管費	11,291 52.0%	11,135 51.1%	-156 -0.5pt	10,971 51.0%
営業 利益	375 1.7%	546 2.5%	+171 -0.8pt	617 2.9%

※ %は売上高比、2011/3 2Q計画は2010年8月6日修正値

(参考)前年同期との営業利益比較

(単位：百万円)



✓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11,681百万円となり、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、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、一層のコスト合理化が進み、販管費は11,135百万円（計画比 -156百万円）となりました。

✓営業利益は546百万円（計画比 +171百万円）となりました。

I 3-1-4. 連結 営業外損益・特別損益・純損益 解説

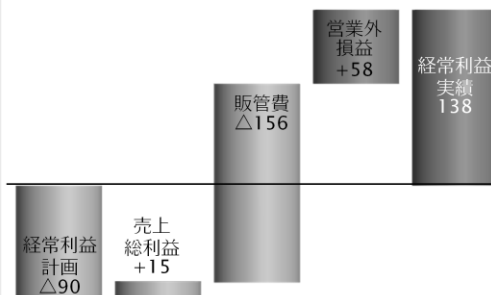
経常利益・四半期純利益共に計画を上回る

単位: 百万円	2011/3 2Q計画	2011/3 2Q実績	計画比	(参考) 2010/3 2Q
営業 利益	375	546	+171	617
営業外 損益	△465	△407	+58	△304
経常 利益	△90	138	+228	312
特別 損益	△732	△717	+15	△534
税前 利益	△822	△578	+244	△222
四半期 純損益	△439	△406	+33	△104

※ %は売上高比、2011/3 2Q計画は2010年8月6日修正値

計画値との経常利益比較

経常利益は
赤字計画から黒字へ転換



✓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、営業利益が計画を上回ったこと等により、138百万円となり（計画比 +228百万円）修正計画では赤字の見込みでしたが、黒字となりました。

✓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、四半期純損失は△406百万円（計画比 +33百万円）となりました。

I 3-2-1. 連結 貸借対照表 解説 <資産の部>

増資資金を計画的に投資へ充当

	2010/3 末	2010/9 末	増減	主な増減要因
流動資産	6,858	6,382	-475	
現金及び預金	4,559	4,116	-443	
固定資産	36,598	37,581	+982	
有形固定資産	21,095	21,539	+443	建物及び構築物 +514百万円 ・宇都宮・広島の 大型リニューアル投資 ・ハワイチャペルの取得等
無形固定資産	743	665	-78	
投資その他 資産計	14,758	15,376	+617	繰延税金資産 +272百万円 敷金及び保証金 +318百万円
資産計	43,456	43,963	+507	

✓連結貸借対照表の資産の部の解説です。

✓総資産は43,963百万円（前会計年度末比+507百万円）となりました。

✓2010年2月に公募増資によって約22億円を調達し、当期は重点施策として掲げている人材及び商品・サービス力の強化の一環として、施設のリニューアル・強化等へ計画的に投資を行っております。

✓その一環として、宇都宮・広島的大型リニューアル投資等を行った結果、有形固定資産が443百万円増加いたしました。

✓また、主に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617百万円増加したことが主な資産の増加要因となります。

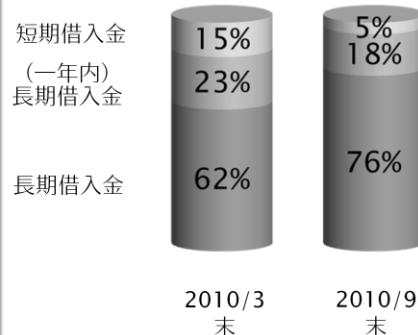
I 3-2-2. 連結 貸借対照表 解説 <負債・純資産の部>

財務基盤の安定化が進む

単位: 百万円	2010/3 末	2010/9 末	増減
負債合計	27,134	28,086	+952
流動負債計	13,397	10,493	-2,904
短期借入金	2,790	1,050	-1,740
(一年内) 長期借入金	4,496	3,619	-877
固定負債計	13,736	17,593	+3,856
長期借入金	11,846	15,063	+3,217
純資産計	16,322	15,877	-444
負債・ 純資産計	43,456	43,963	+507

主な増減要因

リファイナンスによって
借入金の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。

✓短期借入金及び一年以内返済予定の長期借入金が減少し、長期借入金が増加しております。これは、キャッシュポジションの改善を図ることを目的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が実現し、財務基盤の安定化が進みました。

I 3-3. 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: 百万円	2011/3 1Q	2011/3 2Q	2011/3 2Q累計	主な増減要因 (単位：百万円)
営業活動 によるCF	△675	743	67	
投資活動 によるCF	△745	△400	△1,145	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)
財務活動 によるCF	32	563	595	
現金残高	2,653	3,547	—	

※（参考）2009/9末 現金及び預金残高 2,321百万円

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓連結キャッシュ・フロー計算書の解説です。

✓当期の方針のとおり、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9月末の現金及び預金残高は3,547百万円となりました。

Revenue plans FY Ending March 2011

2011年3月期 今後の主な施策

Ⅱ 今後の主な施策

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

✓今後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。

✓その実現により、中長期的な成長を目指しており、現在大きく3点の施策に組んでおります。

✓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
であります。

Ⅱ 今後の主な施策

1. 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

提携会場の拡大ー新規レストラン

グループシナジーを活かしたサロン拡大

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓具体的な施策につきまして順にご説明をしております。

✓将来の成長への布石として、3点に注力しております。

✓1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投資です。

✓2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。

✓3点目は、新しい集客チャネルとして、結婚式からハネムーンまで、グループシナジーを活かした総合ブライダルサロンの拡大を進めております。

Ⅱ 1-1. 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



白金倶楽部



アーカジェル迎賓館仙台

白金倶楽部

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
アーククラブ迎賓館宇都宮
⇒2会場を異なる個性に

2011年1月（予定）

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（予定）

アーフェリーク白金
⇒森田恭通氏デザイン

T&G TAKE and GIVE NEEDS

✓まず、今後の成長戦略に向けた新規出店です。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「白金倶楽部」がオープンします。

✓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・サービス力の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いたします。

✓2010年8月にはアーククラブ宇都宮、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予定しております。

✓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、約12億円の投資を予定しており、新規出店とあわせ、既存店の活性化を戦略的に実施してまいります。

Ⅱ 1-2. 将来の成長への布石

提携会場の拡大ー新規レストラン



クルーズ船LADY CRYSTAL



水辺のレストラン CLUB HOUSE

クリスタルヨットクラブ

クルーズ船
[LADY CRYSTAL]
船上挙式やプライベートな
クルージングが行える

水辺のレストラン
[CLUB HOUSE]
大小2つのバンケットから
構成され、木目調の床や陽
光が差し込む開放的な空間

Open
2010年9月22日

Data
品川区東品川5-9-16
03-6833-1136

Office hour
11時～20時

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓提携会場の拡大として、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・ホテル等の施設との提携により、多様化するニーズに応え、売上の拡大を進めております。

✓その中で、2010年9月1日に、品川エリアの「クリスタル ヨット クラブ」と提携し、T & G初となる船上ウェディング、レストランウェディングのプロデュースを開始いたしました。

✓横浜の「DANZERO」、汐留の「Fish Bank Tokyo」に続き、2010年では3店舗目のプロデュース型事業の新規提携となります。

✓今後も、同様の提携型案件や事業再生型案件を、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 1-3. 将来の成長への布石

グループシナジーを活かしたサロン拡大



横浜サロン



青山サロン



大阪サロン

T&G WEDDING LOUNGE 青山

Open
2010年4月28日
Data
港区北青山3-5-12
03-5775-5547

T&G WEDDING LOUNGE 横浜

Open
2010年9月10日
Data
横浜市区高島2-19-12
045-450-2161

T&G WEDDING LOUNGE 大阪

Open
2010年11月1日
Data
大阪市中央区
心斎橋筋1-9-17
06-6253-8622

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓また、グループシナジーを活かしたサロン拡大を進めております。2010年4月にオープンした東京・青山の総合ブライダルサロンの成功事例を受け、横浜・大阪に総合ブライダルサロンを出店いたしました。

✓青山の総合ブライダルサロンは、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誕生しました。これにより、会場見学を検討する前の潜在顧客層にリーチすることに成功いたしました。

✓新サロンを出店した横浜・大阪エリアは、東京都内に次ぐ規模のブライダルマーケットを持ち、当社が複数の店舗を展開している地域であります。その中でも横浜駅から徒歩3分、心斎橋駅から徒歩1分という利便性の高い立地に出店することで、集客の拡大を目指しております。

✓全国展開の強みである店舗ネットワークと、グループシナジーによる一貫したサービスを提供できる強みを融合させた、ブライダルサロンの強化及び展開を進め、取扱組数の拡大を図ります。

Ⅱ 今後の主な施策

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

アニバーサリーウェディングの提案

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

✓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、業界を牽引する企業として、画一的なパッケージではない真のオリジナルウェディングを追求するとともに、常に新しいウェディングの開発に取り組んでおります。

✓今期におきましても、お客様のニーズを汲み取り、今までになかったT & Gオリジナル商品の開発を積極的に進めております。

Ⅱ 2-1. 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



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

✓まず、業界初の試みとして、日本助産師会との提携をスタートいたしました。

✓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、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 2-2. 業界を牽引するT & Gウェディングの進化

アニバーサリーウェディングの提案

連れ添ってきた夫婦が人生の節目に
もう一度愛を誓う新しいウェディングスタイル



アニバーサリー ウェディング

「結婚式をしなかったことを後悔している」…約6割

「子どもと結婚式をあげたい」…マタニティウェディングの割合約30%

「改めて感謝の気持ちを伝えたい」

Data
Anniversary Plan
発売開始：11月1日
人数：20名～
金額：¥312,000

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓また、新たなウェディングスタイルの提案として、アニバーサリーウェディングの取り組みをスタートいたしました。

✓近年、様々な事情により結婚式を挙げなかったカップルから、実施しなかったことを後悔しているという声が上がっております。

✓そのようなお客様のニーズに対して、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となるアニバーサリーウェディングの提供を開始いたしました。

✓このようなタイミングを逃してしまったご夫婦へ結婚式を挙げるきっかけを提供することで、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 2-3. 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



「Happy♡Wedding」



「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
またはタキシード
販売金額：¥26,250-（税込）
制作期間：1ヶ月
販売対象：2010年9月1日以降
に挙式披露宴実施のお客様
販売場所：T & Gの直営店および
提携店（全国98会場）
制作：茂木商事株式会社

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
レンタル開始：2010年10月20日
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

✓さらに、すでに公表しておりますが、業界で初めてのペット用ドレスの製作や、著名アーティストのウェディングをテーマとした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 今後の主な施策

3. クオリティの追求による 付加価値の向上

クオリティアップにつながる
サービススタッフの自社雇用

著名人ウェディングプロデュースの拡大
そこから新商品の開発へ

高い衛生管理体制が認められ
衛生管理施設に認定

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

クオリティアップにつながる サービススタッフの自社雇用



サービススタッフ 自社雇用

■人材育成のための教育を充実によるクオリティアップ

■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

クオリティアップと
コスト効果の実現

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓その中で、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。

✓その考え方の一環として実施したサービススタッフの自社雇用により、更なるクオリティアップとコスト効果を同時に実現いたします。

✓サービススタッフにつきましては、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、自社雇用によりパーティ稼働に合わせて柔軟な人員体制が可能となり、コスト面でも効果が現れ始めております。

Ⅱ 3-2. 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

感動
キセキを生む
結婚式創り

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。

清水宏保様・高垣麗子様より



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いい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。

石田純一様・東尾理子様より

オリジナリティ
を随所に

新しい商品（例）

■エコバック

「エコ」がテーマのお二人のプロデュースから生まれた新しいエコバックの引き出物袋は環境に優しいだけでなく、丈夫で繰り返し利用できるため、ゲストの皆様にも大好評



■エコ箸

同じく「エコ」がテーマのお二人から生まれたアイテムー当日使用したエコ箸を持ち帰り、結婚式後もお手元に



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓また今期におきまして、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まで入り込んで創り出されるこれらのウェディングは、多くの著名人の皆様にも好評を賜り、数多くお喜びの声を頂戴しています。

✓また、これらのウェディングのプロデュースを通じて、従来にない新しいアイディ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の取り組みにより、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。

Ⅱ 3-3. 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衛生管理施設に認定



第1号施設
ヴィクトリアハウス

第2号施設
ホワイトハウス



ガーデンヒルズ迎賓館大分

Data
大分市大字下郡字尾西
1607-1

097-554-8310

食品自主衛生管理 優秀施設認定制度

■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



<表彰時の様子>



<大分市役所庁舎>

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓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おります。

✓2010年8月には、「ガーデンヒルズ迎賓館大分」のヴィクトリアハウスとホワイトハウスが、大分県大分市の定める「食品自主衛生管理優秀施設認定制度」の第1号施設、第2号施設としてそれぞれ認定されました。

✓今回の認定は、2009年に神奈川県横浜市より認定された「ベイサイドガーデンクラブ横浜」に続き2施設目・3施設目の認定となり、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となりました。

Forecast FY Ending March 2011

2011年3月期 通期連結業績計画

Ⅲ 1. 通期連結業績計画

通期の業績は増収増益を計画

単位: 百万円	2011/3 通期計画 (A)	2010/3 通期実績 (B)	増減額 (A－B)	増減率 (%)
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%

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓当社の2011年3月期通期の連結業績計画です。

✓前述のとおり、当期は短期的な利益に目を向けるのではなく、永続的な事業の安定と成長のために積極的に資源を投入していくということを事業方針に捉えております。

✓その中で、クオリティの更なる向上、エリア特性に応じたきめ細やかな営業戦略の実施、お客様への提案力の強化など、着実な事業運営を進めてまいります。

✓それらの結果、通期の業績は期初に発表した通期計画を据え置いておりますが、計画を確実に達成し、前年に対して増収増益を見込んでおります。

人の心を、人生を豊かにする

T&G TAKE and GIVE NEEDS