

Corporate Presentation

2010年3月期 第2四半期 決算説明資料

The logo for T&G, featuring a large, stylized white 'T' and 'G' with an ampersand between them, set against a dark blue background.

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
東京証券取引所市場第一部(証券コード:4331)
www.tgn.co.jp

目次

1. 2010年3月期 第2四半期 連結・個別業績について	1P
2. 当社ビジネスモデルとその歴史	11P
3. 2010年3月期 事業進捗と業績予想	18P
4. APPENDIX(補足資料)	23P

1

Results of Second quarter FY Ending March 31 , 2010

2010年3月期 第2四半期 連結・個別業績について

TAKE AND GIVE. NEEDS Co., Ltd.

TSE 1ST SECTION:4331

www.tgn.co.jp

《 連結決算 概況 》

- ・ 昨年同期比では売上高は小幅増
- ・ 各種業務プロセスと費用の見直しが進み、営業利益以下が大きく回復

(単位:百万円)

	2009年3月期2Q	2010年3月期2Q	前年比	(参考) 2009年3月期通期
売上高	21,005	21,506	+2.4%	46,206
売上総利益	10,536	11,588	+10.0%	23,650
売上総利益率	50.2%	53.9%	+3.7pt	51.2%
販管費	12,155	10,971	-9.7%	22,974
販管费率	57.9%	51.0%	-6.9pt	49.7%
営業利益	△ 1,618	617	-	675
営業利益率	-7.7%	2.9%	+10.6pt	1.5%
経常利益	△ 1,993	312	-	31
経常利益率	-9.5%	1.5%	+10.9pt	0.1%
四半期純利益	△ 1,399	△ 104	-	△ 1,048
四半期純利益率	-6.7%	-0.5%	+6.2pt	-2.3%

- ・ 売上高については国内ウェディング事業及び海外・リゾートウェディング事業における営業推進が寄与し、前年比2.4%の増加
- ・ 前期より継続して各種費用項目の見直しを進めたことにより、営業利益は黒字転換
- ・ 対前年同期比では、売上高、営業利益、経常利益、四半期純利益共に増加・改善

《 個別決算 概況 》

- ・連結同様、昨年同期比では売上高は小幅増
- ・各種業務プロセスと費用の見直しが進み、営業利益以下が大きく回復

(単位:百万円)

	2009年3月期2Q	2010年3月期2Q	前年比	(参考) 2009年3月期通期
売上高	18,762	19,071	+1.6%	41,484
売上総利益	9,383	10,319	+10.0%	21,257
売上総利益率	50.0%	54.1%	+4.1pt	51.2%
販管費	11,188	10,001	-10.6%	21,015
販管费率	59.6%	52.4%	-7.2pt	50.7%
営業利益	△ 1,805	317	-	241
営業利益率	-9.6%	1.7%	+11.3pt	0.6%
経常利益	△ 1,836	231	-	208
経常利益率	-9.8%	1.2%	+11.0pt	0.5%
四半期純利益	△ 1,295	△ 232	-	△ 2,449
四半期純利益率	-6.9%	-1.2%	+5.7pt	-5.9%

- ・個別は、国内ウェディング事業で全てを構成
- ・売上高については直営店型の取扱組数の増加により前年比1.6%の増加
- ・前期より継続して各種費用項目の見直しを進めたことにより、
販管比率は前年比7.2ポイント改善され、営業利益は黒字に転換

2010年3月期上期の業績予想と実績値との差異

— 2010年3月期 第2四半期 —

《 2010年3月期 第2四半期累計期間 業績予想と実績値との差異 》

・営業利益・経常利益ともに、第1四半期での修正予想を上回り着地

(単位:百万円)

【2Q連結】	期初発表予想	前回発表予想 (A)	実績値 (B)	増減額 (B-A)	増減率(%)	(ご参考) 前期2Q実績
売上高	21,454	21,753	21,506	△ 247	-1.1%	21,005
営業利益	△ 189	403	617	214	53.1%	△ 1,618
経常利益	△ 525	97	312	215	221.6%	△ 1,993
当期純利益	△ 234	△ 233	△ 104	129	-	△ 1,399

【2Q個別】	期初発表予想	前回発表予想 (A)	実績値 (B)	増減額 (B-A)	増減率(%)	(ご参考) 前期2Q実績
売上高	18,643	19,149	19,071	△ 78	-0.4%	18,762
営業利益	△ 468	112	317	205	183.0%	△ 1,805
経常利益	△ 571	14	231	217	-	△ 1,836
当期純利益	△ 284	△ 262	△ 232	30	-	△ 1,295

- ・主力事業である国内ウェディング事業において各種のコストが想定より良化
- ・コスト面での改善に関しては、期中も継続して見直しを推進

個別売上高内訳 解説<国内ウェディング事業 施設形態別 売上高> —2010年3月期 第2四半期—

《 国内ウェディング事業 売上高 》

- ・直営店型は引き続き安定的な回復基調、提携型は取扱組数の低下により売上高減

(単位:百万円)

国内ウェディング事業

	2009年3月期2Q 売上高	2010年3月期2Q 売上高	構成比	前年比
売上高	18,762	19,071	100.0%	+1.6%
直営店型	17,008	17,595	92.3%	+3.5%
レストラン提携型	1,548	1,214	6.4%	-21.5%
その他(一般宴会・試食会等)	205	260	1.4%	+26.8%

直営店型 詳細

	2009年3月期2Q	2010年3月期2Q	前年差異	前年比
売上高(百万円) (*1)	17,008	17,595	+587	+3.5%
会場数	87	87	+0	+0.0%
取扱組数	4,293	4,664	+371	+8.6%
挙式披露宴単価(千円) (A)	3,906	3,736	-169	-4.3%
平均出席人数 (B)	75	73	-2	-3.1%
一人当たり単価(円) (A/B)	51,875	51,184	-692	-1.3%

※1 売上高には、挙式・挙式披露宴当日の売上以外に、結婚式の追加売上高(写真の焼増し等)が含まれております。

- ・取扱組数の増加により、売上は拡大
- ・少人数パーティの増加等により披露宴単価は前期を下回った

レストラン提携型 詳細

	2009年3月期2Q	2010年3月期2Q	前年差異	前年比
売上高(百万円)	1,548	1,214	-333	-21.5%
会場数	16	16	+0	+0.0%
取扱組数	598	483	-115	-19.2%
挙式披露宴単価(千円)	2,566	2,490	-76	-3.0%

- ・取扱組数の減少により、売上は縮小
- ・これは期中の稼働している会場数が減少したため

《 販売費及び一般管理費・営業利益 》

・昨年度からの全般的な業務プロセス改善が奏功し、営業利益は黒字に大幅回復

(単位:百万円)

	2009年3月期2Q	2010年3月期2Q	前年差異
売上高	21,005	21,506	+500
売上原価	10,468	9,917	-551
売上総利益	10,536	11,588	+1,051
販売費及び一般管理費計	12,155	10,971	-1,183
営業利益	△1,618	617	+2,235

・売上総利益 当社独自の厳しい品質基準に基づき、仕入の見直しをすすめたことや、規模を活かした購買戦略を展開したことにより、売上高総利益率は前年同期比で3.7ポイントの改善

・営業利益 販管費においても引き続き抜本的な見直しを推進したことにより営業利益は黒字転換を達成

《 営業外損益・特別損益・純損益 》

- ・経常利益は黒字転換、純利益は赤字幅縮小
- ・特別損失として本社移転費用及び特別目的会社清算による評価損を計上

(単位:百万円)

	2009年3月期2Q	2010年3月期2Q	前年差異
営業利益	△ 1,618	617	+2,235
営業外損益 合計	△ 375	△ 304	+70
経常利益	△ 1,993	312	+2,306
特別損益 合計	△ 183	△ 534	-351
税前利益	△ 2,177	△ 222	+1,954
四半期純利益	△ 1,399	△ 104	+1,295

・営業外損益 支払利息(-314百万円)

・特別損益 減損損失(-150百万円)

投資有価証券評価損(-306百万円) SPC清算に伴う出資金の評価損

本社移転費用(-93百万円) 本社移転に伴う損失

《 事業セグメント別 実績 》

・各セグメントともに利益面で改善が進み、堅調な進捗

(単位:百万円)

	2009年3月期2Q		2010年3月期2Q		前年差異	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
国内ウェディング事業	18,762	△ 614	19,071	1,239	+308	+1,853
海外・リゾートウェディング事業	1,514	65	1,761	138	+247	+73
結婚派生事業	729	△ 77	673	△ 25	-55	+52
小計	21,005	△ 626	21,506	1,352	+500	+1,979
消去及び全社費用	-	△ 991	-	△ 735	-	+256
連結	21,005	△ 1,618	21,506	617	+500	+2,235

・国内ウェディング事業: (株)テイクアンドギヴ・ニーズ
 ・海外・リゾートウェディング事業: (株)グッドラック・コーポレーション
 ・結婚派生事業: (株)アニバーサリートラベル(旅行)、(株)ライフエンジェル(結婚資金融資)
 (株)T&G Beauty(美容事業)、など

・国内ウェディング事業

⇒ 上期の取扱組数増加、及び業務プロセス改善が奏功(4・5ページご参照)

・海外・リゾートウェディング事業

⇒ グアムのチャペルが本格的に稼動し、売上高・利益率ともに増加

・結婚派生事業

⇒ 一部事業からの撤退及び収益化した事業の更なる躍進により赤字幅は縮小

《 連結BS 資産の部 主要変動項目 》

・資産の部において、第2四半期は大きな変動無し

(単位:百万円)

【増減要因】

	2009年3月末	2009年9月末	増減
流動資産合計	5,195	5,376	+181
現金及び預金	2,865	2,845	-20
売掛金	243	293	+49
その他	2,087	2,238	+151
固定資産合計	36,229	36,284	+55
有形固定資産計	22,345	22,112	-232
建物及び構築物	11,844	11,826	-18
土地	9,661	9,661	+0
その他	839	624	-214
無形固定資産計	846	775	-70
投資その他の資産計	13,037	13,395	+358
長期貸付金	1,223	1,168	-55
敷金及び保証金	10,010	10,926	+916
その他	1,803	1,300	-502
資産合計	41,425	41,661	+236

キャッシュフロー計算書をご参照ください

子会社連結除外による短期貸付金の増加等

不動産リースに係る積立保証金の増加

《 連結BS 負債・純資産の部 主要変動項目 》

- ・純資産は、第三者割当増資(6月実施)により増加
- ・一方で負債は、債務の株式化(デット・エクイティ・スワップ)と返済により、圧縮が進む

(単位:百万円)

【増減要因】

	2009年3月末	2009年9月末	増減
負債合計	29,098	27,857	-1,240
流動負債合計	11,251	11,436	+184
買掛金	2,246	2,082	-164
短期借入金	3,530	3,770	+240
一年内返済予定長期借入金	2,429	2,429	+0
その他	3,045	3,154	+108
固定負債合計	17,846	16,421	-1,425
長期借入金	16,447	14,932	-1,514
長期リース資産減損勘定	1,038	1,042	+4
その他	361	446	+85
純資産合計	12,326	13,803	+1,477
資本金	3,449	4,199	+749
資本剰余金	3,395	4,145	+749
利益剰余金	5,696	5,592	-104
その他	△ 214	△ 133	+81
負債・純資産合計	41,425	41,661	+236

借入金返済及び、デット・エクイティ・スワップによる減少(300百万円)など

第三者割当増資(2009年6月)による増加

《 連結キャッシュ・フロー計算書 》

(単位:百万円)

	2009年3月期2Q 実績	2010年3月期2Q 実績
営業活動による キャッシュ・フロー	△ 892	840
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 1,190	△ 1,115
財務活動による キャッシュ・フロー	1,364	196

・営業活動によるキャッシュ・フロー

⇒ 税金等調整前四半期純利益の計上	△222百万円
投資有価証券評価損の計上	306百万円
減価償却費の計上	647百万円

・投資活動によるキャッシュ・フロー

⇒ 敷金及び保証金の差入による支出	△1,072百万円
-------------------	-----------

・財務活動によるキャッシュ・フロー

⇒ 株式の発行による収入	1,174百万円
長期借入金の返済による支出	△1,214百万円

2

T&G Business Model and History

当社ビジネスモデルとその歴史

TAKE AND GIVE. NEEDS Co., Ltd.

TSE 1ST SECTION:4331

www.tgn.co.jp

テイクアンドギヴ・ニーズの提供するハウスウェディング

婚礼マーケットの潜在ニーズを汲み取り、「ハウスウェディング」を世に広める

日本の従来の披露宴スタイル

儀式的な趣きと、形式的な
段取りによる挙式披露宴

各パート担当者に分割された
運営形態

スピードと効率を重視した、作り置きや
複数パーティ同時調理による婚礼料理

ゲストとの距離を感じさせる
高砂上の新郎新婦席

T&Gが提唱するハウスウェディング

※社名の由来・・・世の中のニーズを汲み取り（Take）

そのニーズにあったサービスを創り、提供（Give）する企業であること

外国映画のような、アットホーム感覚
新郎・新婦の個性を引き出し、おもてなしするパーティ

パーティ全体の一貫したプロデュースをする
ウェディングプランナーの存在

パーティ進行に合わせ、隣接するキッチンで調理して
ベストの状態で届けられる料理

同じ目線で自由に行き来し、対話のできるレイアウト

一般化していた「儀式」としての挙式披露宴に対して
顧客目線で自由度の高い、新しい挙式披露宴スタイルを提案・提供

ティクアンドギヴ・ニーズの特徴と優位性

お客様本位の『ハウスウェディング』を実現するための代表的なコンセプトは以下のふたつ

ソフト

一顧客一担当制

同一のウェディングプランナーが
1組のお客様を最後まで一貫してサポート

お客様との強い信頼関係を構築することが可能
多様なニーズを汲み取りサプライズ演出などの基礎となる

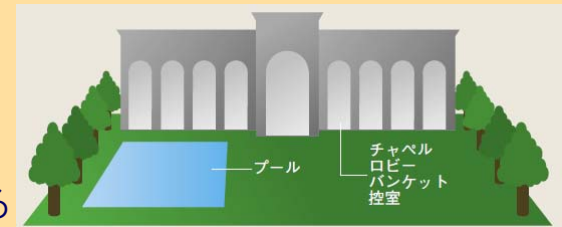
T
&
G
ス
タ
イ
ル

ハード

空間の完全貸し切り

他の新郎新婦やゲストに遭遇しない設計

すべてのスペースを1組のために使用できるため
親密感と高い自由度を
兼ねたパーティを実現できる



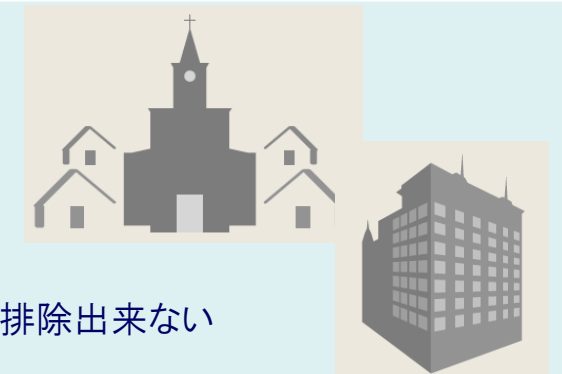
パーティ当日に至るまで以下のように分業する

- 1) 初回接客契約担当
- 2) 各種打ち合わせ担当
- 3) 当日パーティ運営担当

担当分野の知識のみで対応が可能だが
一組一組のお客様の個性を引き継ぐには限界がある

そ
の
他
の
ス
タ
イ
ル

ロビー、チャペル、控室など
共用部分が多いため
必然的に演出の幅の
制限を受ける

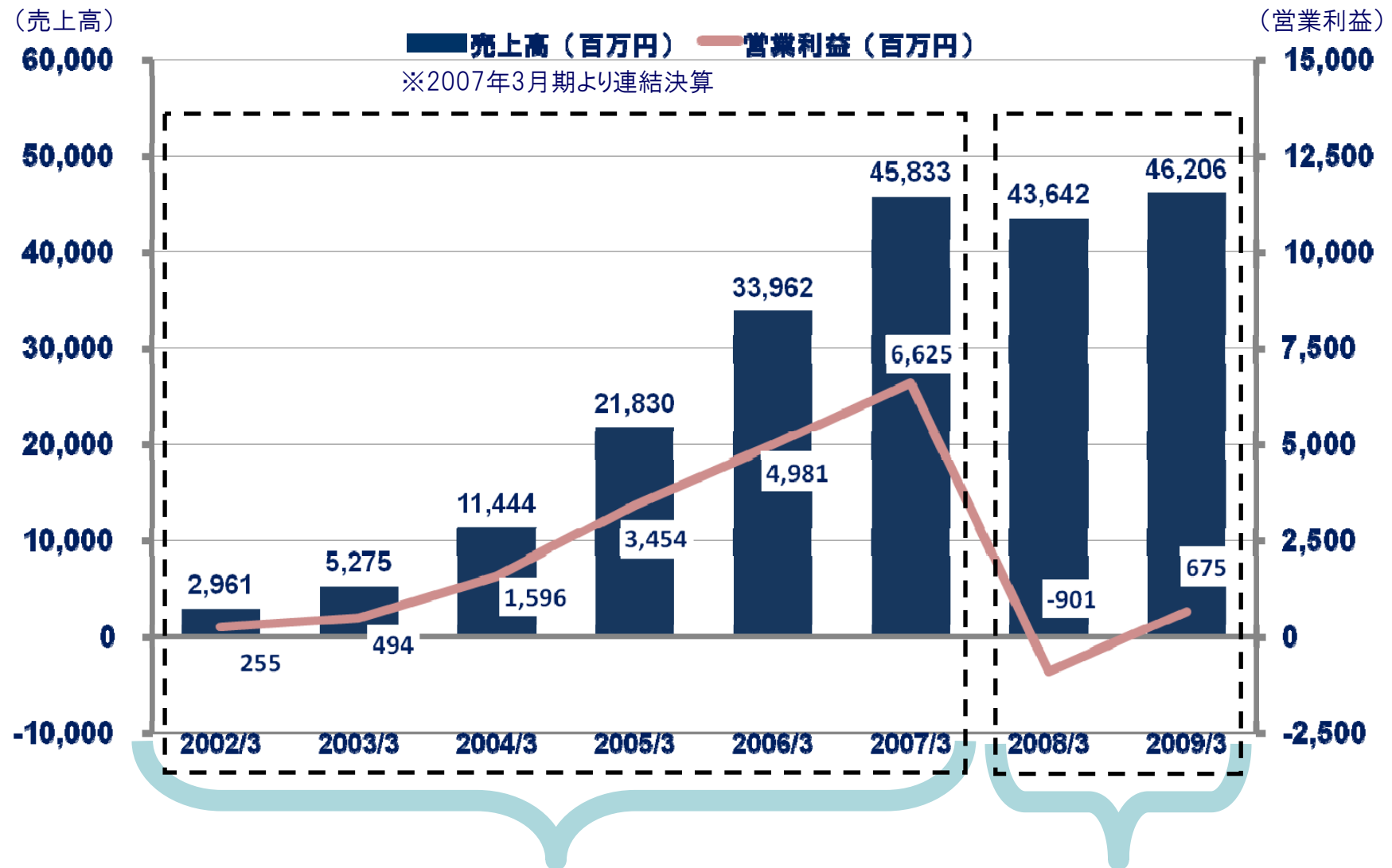


公共スペースでの疎外感も排除出来ない

顧客ニーズを可能な限り実現することを主眼とすることで
高い付加価値を生み出すビジネスモデルを確立

過年度業績推移 1

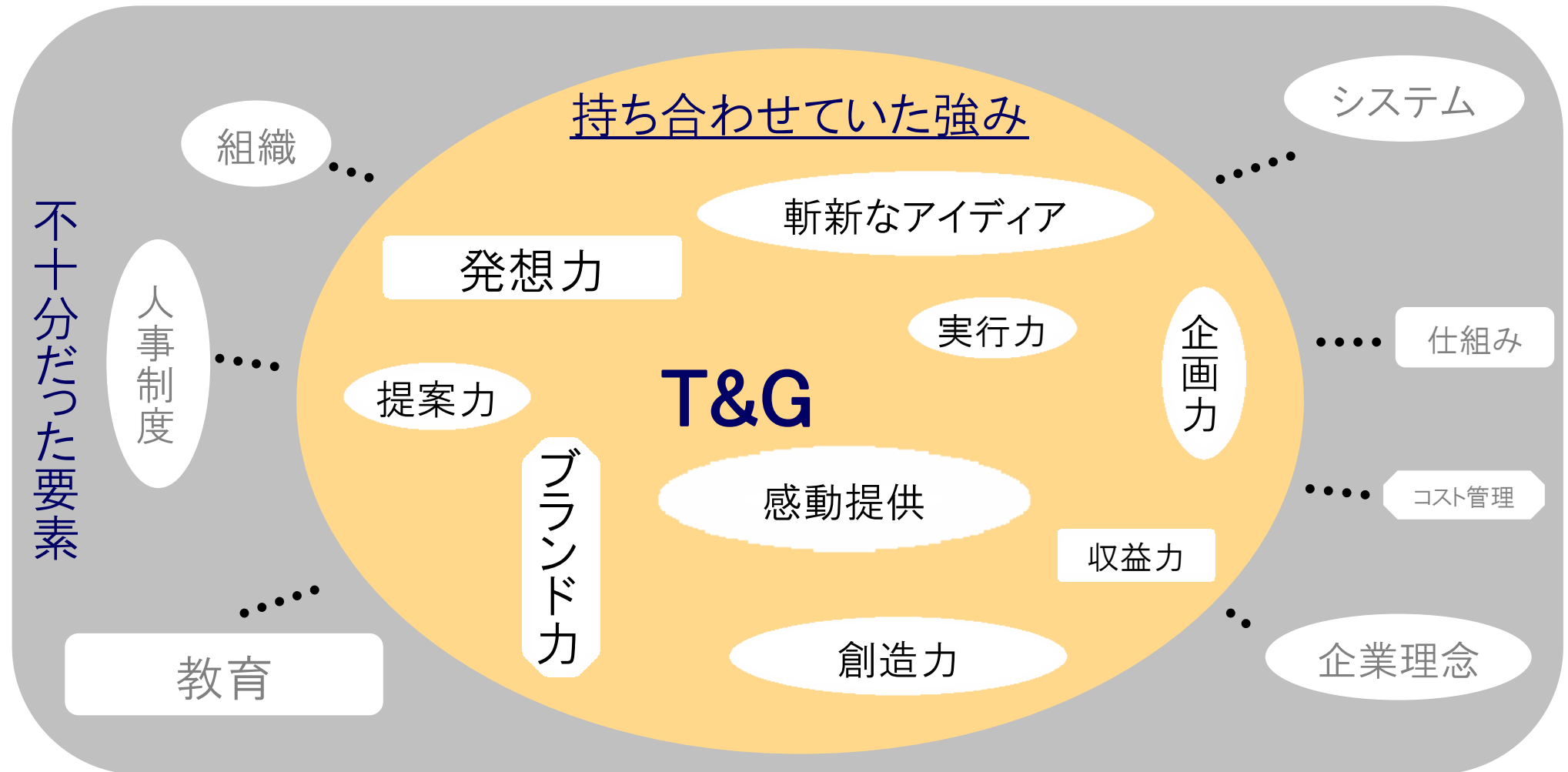
当社の歴史は、創業以来のスピード成長期と、2008年3月期からの基盤構築期に分けられる



新規出店を軸にしたスピード成長期

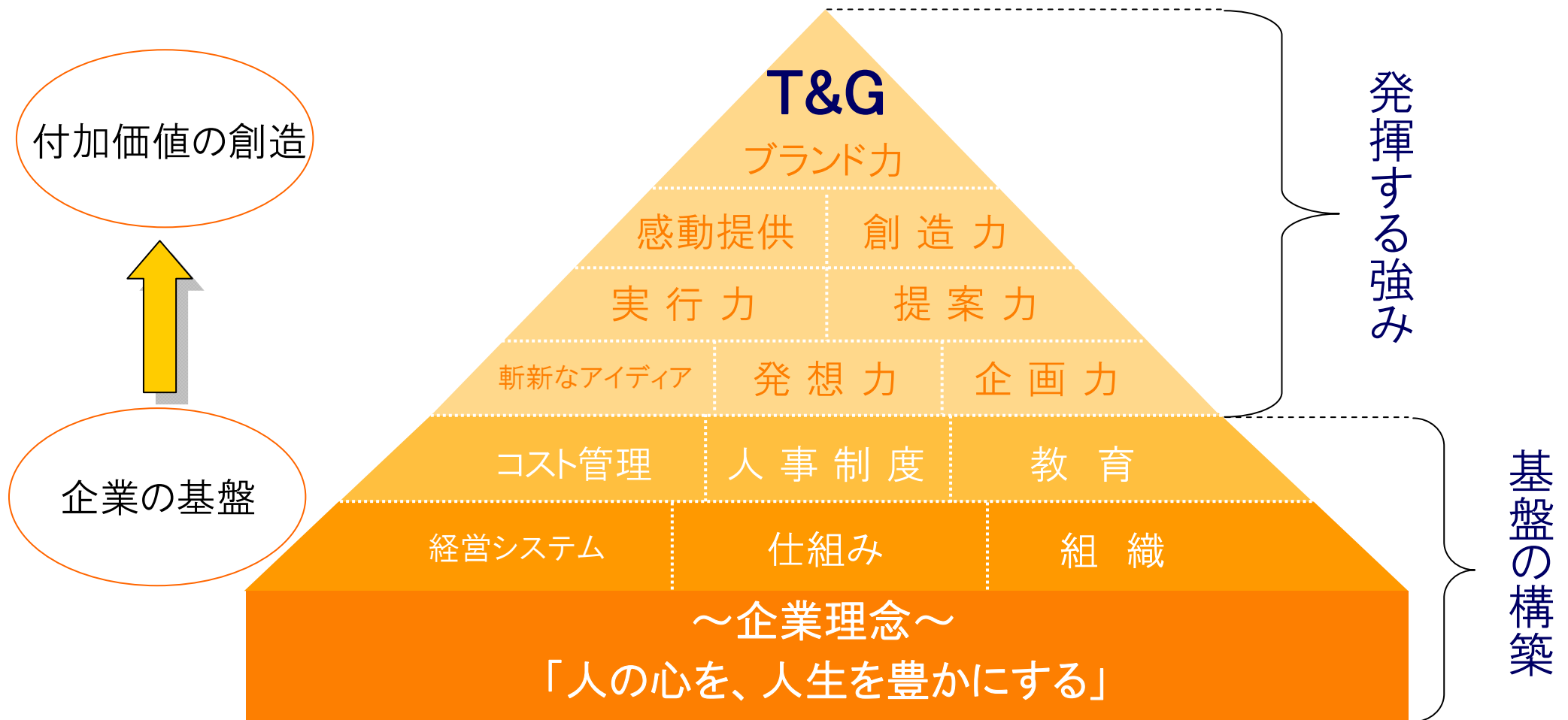
基盤構築期

スピード成長期はビジネスモデルの強みとブランド力に頼った成長だった



高いサービス力、ブランド力を誇っていたが
一方で企業としての基盤構築が立ち遅れていた

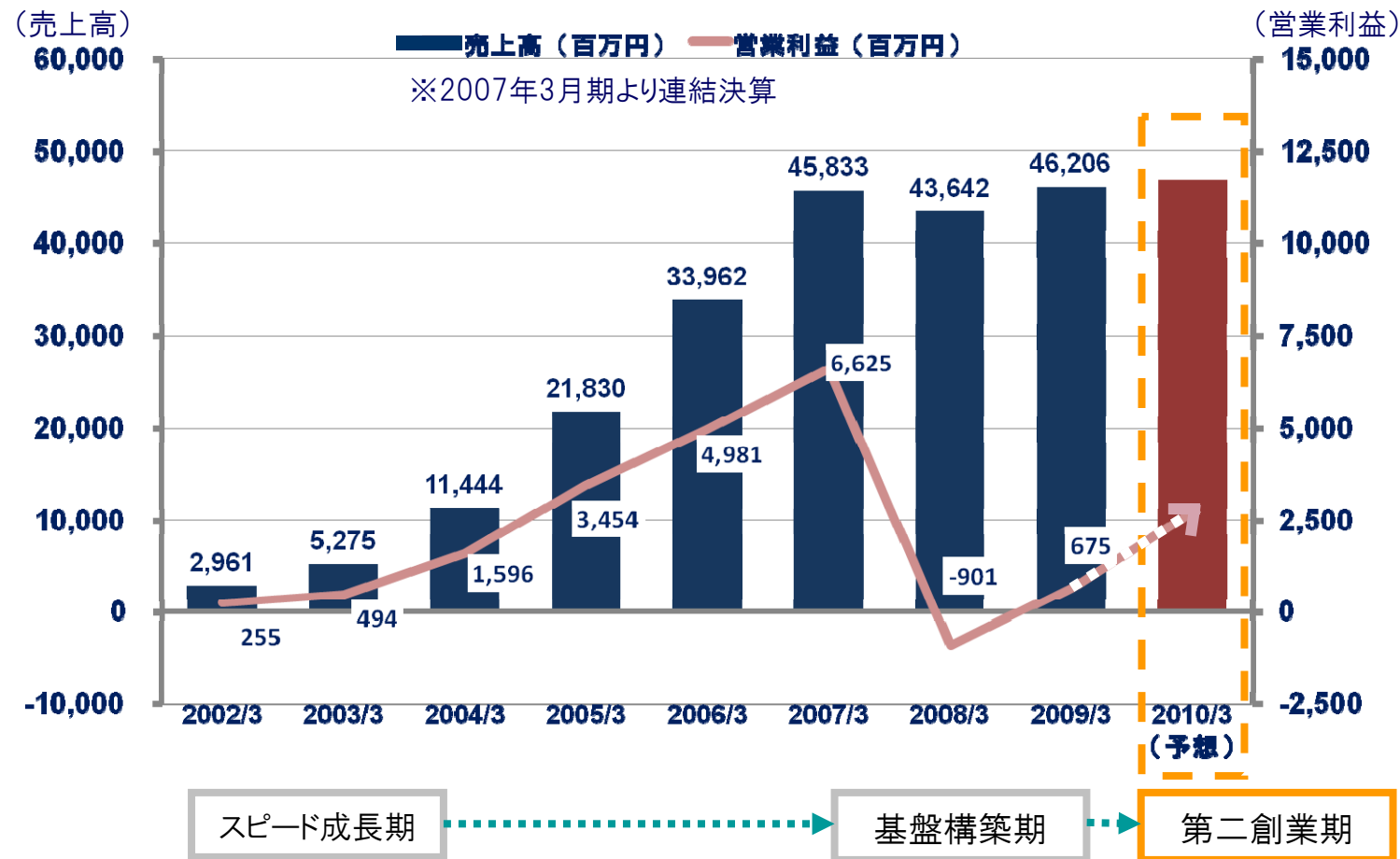
2008年3月期より長期、継続的成長を視野に入れた基盤固めに最注力



企業としての強固な基盤を構築し
その上で本来の強みを発揮する体制に移行

過年度業績推移 2

スピード成長後の基盤構築期を経て、「第二創業期」をスタート



第二創業期と位置づける今期、業績のV字回復を経て
長期、継続的に成長を重ねる企業へと歩を進める

足下の業績回復基調に安住せず、本質的な強靱さを備えた企業へと転換

2010年3月期経営方針

真の復活

- ◆ 強固な組織と効率的な仕組みにより
継続して成果を生み出す強い企業に
- ◆ お客様第一主義のもと、高い付加価値を常に
提供することで、T & Gのブランド力を再強化

「理念経営」を目指し、仕組み化、PDCAサイクル、お客様第一主義などをキーワードに、スピード成長期とは構造的に異なる安定した企業の仕組みを作る

3

Revenue plans for FY ending March 2010

2010年3月期 事業進捗および業績予想

期初に発表した今期事業展開計画は順調に進捗

体質強化の 施策

－ 事例 －

コストの見直しの継続

専門機関のノウハウ導入により
今後も各種見直しを継続

販売管理システムの刷新

新システムの完全稼動に向けて、最終調整中

クオリティの確保と向上

各種お客様アンケートの活用と、社内品質管理部隊の活動により
取引先を含めた「T&Gだからこそ」のクオリティを全国で追求

攻めの 施策

－ 事例 －

結婚周辺他業種との協業強化

当社顧客の特性・規模を活かし、
福利厚生代行・不動産等、相関性の高い各社との送客提携を開始

マーケティングの活用

地域戦略として大阪4会場の差別化を図り
想定ターゲット層毎の営業推進へ転換

営業販売推進の強化

オリジナルジュエリー、コラボレーションドレス等の新商品を開発
複数会場の大型リニューアルを実施

体質強化による業績安定と、成長のための新たな挑戦を両立
国内ウェディング事業は着実に復活を遂げようとしている

国内ウェディング事業に注力しながらも、グループ事業の展開も着実に進展

リゾートウェディング一番人気のハワイ市場に進出

ワイキキー等地オーシャンフロントのモアナ・サーフライダーホテルにチャペルを建設
子会社(株)グッドラックコーポレーションによるプロデュース

◆目標受注件数：
年間1500件～2000件

◆売上は来期以降に寄与

◆販売開始：2009年10月13日

◆挙式開始：2010年3月2日



ウェディングプランナーのプロデュース力を水平展開

新しいアニバーサリーサービスへ進出

結婚以来長く連れ添った夫婦からゲストへ「感謝の場としての銀婚式」サービスを開始
結婚式で培ったノウハウを活かし、家族の絆を深める新しい演出を提案

- ◆全国30万人のデータベースを持つ(株)シニアコミュニケーションと提携
- ◆初年度目標売上高:5000万円
- ◆年間目標件数:120件
- ◆受注開始:2009年10月17日
- ◆挙式開始:2009年12月 1日

その他プロデュース力の展開例

- ◆有賀明美がGREEN TOKYO PROJECT 等身大ガンダム前での結婚式をプロデュース
- ◆有名外資系ホテルでの大型挙式披露宴をT&Gによる一貫したプロデュースにて遂行
- ◆著名人の挙式披露宴のプロデュース依頼やブライダルイベントの講演・協力依頼が増加
- ◆メディアへのパブリシティの向上

当社の強みであるプランナーのプロデュース力が
各方面で高い評価を獲得

取扱組数はほぼ達成の見込み、単価は若干計画を下回るが下期回復を予想

取扱組数計画

(単位:件)

2009年3月期実績	2010年3月期計画
9,799	9,803

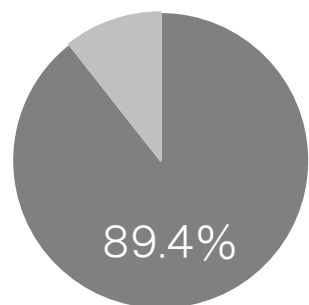
挙式披露宴単価計画

(単位:千円)

2010年3月期2Q実績	2010年3月期計画
3,736	3,905

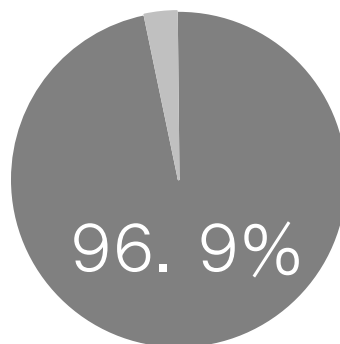
受注達成率

2008年9月末時点



※ 対2009年3月期実績

2009年9月末時点



※ 対2010年3月期計画

- ・上期実績は、通期計画に比して下回った
⇒ 少人数パーティの需要取り込みを行い、平均出席人数が減少したこと等によるが件数獲得、粗利の増加に貢献した



- ・営業力の回復により期初の取扱組数計画に対してはほぼ達成の見込み

- ・下期においては繁忙期を抱えているため付帯商品の販売を強化し単価向上を図る
- ・また、プランについては販売手法を変更済みであり来期以降単価上昇につながる見込み

通期の連結・単体業績予想は据え置き

(単位:百万円)

【連結】	2009年3月期 実績	2010年3月期 通期計画	通期 前期比 増減額	増減率(%)
売上高	46,206	47,918	1,712	+3.7%
営業利益	675	1,961	1,286	+190.5%
経常利益	31	1,285	1,254	—
当期純利益	△ 1,048	695	1,743	—

【個別】	2009年3月期 実績	2010年3月期 通期計画	通期 前期比 増減額	増減率(%)
売上高	41,484	41,816	332	+0.8%
営業利益	241	1,481	1,240	+514.5%
経常利益	208	1,276	1,068	+513.5%
当期純利益	△ 2,449	687	3,136	—

- ・第2四半期累計の業績については、当初予想を上回って着地した
- ・通期の業績予想は、進行中の下期における一部要因の見通しについて確度を高める必要があるため、現時点では修正しない

「人の心を、人生を豊かにする」

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2010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。

代表取締役社長 野尻 佳孝

(IR お 問 合 せ 先) 株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ 経営管理部
Tel : 03-6833-1172
Email : ir@tgn.co.jp



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