



Vision of

TAKE AND GIVE, NEEDS

May.19, 2004
2004年3月期
決算説明資料



**THE TERM
ENDED
MARCH, 2004**

2004年3月期 事業報告

T&G

売上高	: 114億44百万円	(前年同期52億75百万円	+117.0%)
経常利益	: 14億47百万円	(前年同期 4億67百万円	+210.0%)
当期利益	: 6億74百万円	(前年同期 2億15百万円	+213.6%)

Point

1

■計画通りに直営店出店を実現 ⇒ 直営店事業が大幅に伸長

- 新規出店10店舗 (1バンケットタイプ:5店舗 2バンケットタイプ:5店舗)
- 直営店の取扱組数は、918組から2,076組へ

2

■提携レストラン・直営店ともに、単価アップを実現 ⇒ 業績に貢献

- 提携レストラン単価:2,364千円⇒2,532千円
- 直営店単価 :3,796千円⇒4,248千円

3

■収益率のよい直営店の事業比率が増加 ⇒ 利益率が全社的に向上

■新規出店に伴う開業前準備費用負担を吸収 ⇒ 大幅な増収増益へ

- 開業前準備費用:7億83百万円 (販管費に占める割合 17.4%)
- ※前年同期は2億95百万円で、販管費に占める割合は15.3%

4

■財務状況改善 ⇒ 48億86百万円の公募増資実施

⇒ SPCスキームも導入開始

- 自己資本比率:48.3% (前年同期 24.6%)

→ 自己資本比率等、大幅な改善へ

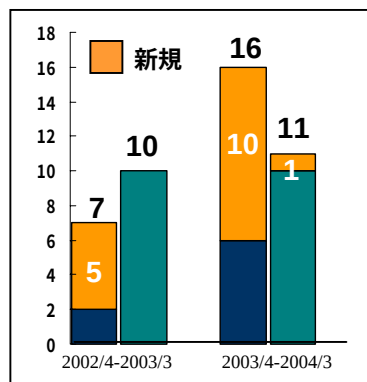
損益計算書 (2003年4月～2004年3月)

FY March
2004

単位 (百万円)

	2002/4-2003/3		2003/4-2004/3		対前年
売上高	5,275		11,444		+117.0%
レストラン提携型	2,098	39.8%	2,412	21.1%	+15.0%
直営店型	2,903	55.0%	8,363	73.1%	+188.1%
その他	273	5.2%	668	5.8%	+144.3%
売上総利益	2,424	46.0%	6,097	53.3%	+151.5%
販管費	1,929	36.6%	4,501	39.4%	+133.3%
営業利益	494	9.4%	1,595	13.9%	+222.3%
経常利益	467	8.9%	1,447	12.7%	+210.0%
当期純利益	215	4.1%	674	5.9%	+213.6%

店舗数	2002/4-2003/3 期末店舗数		2003/4-2004/3 期末店舗数	
直営店	(うち、新規OPEN)	5	7	10
提携レストラン	(うち、新規提携)	0	10	1
				11



■売上高 **117.0%増** : 直営店舗数が増加 (新規OPEN10店舗) ⇒ 直営店型部門の売上高が大幅に増加
提携レストランは単価及び受注が好調 (2月より新規1店舗提携を実施)

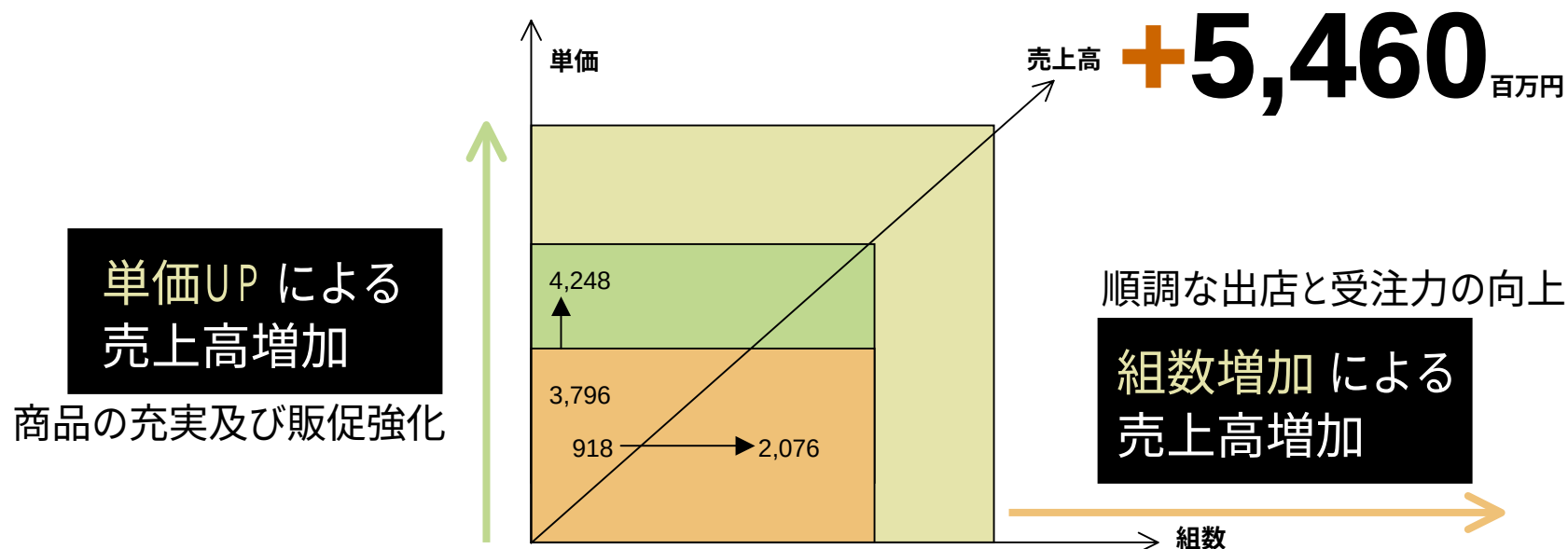
■売上総利益率 **7.3ポイント増** : 高収益である直営店型部門の売上高比率が**73.1%**まで増加
⇒全社的な売上総利益率が53.3%と、大幅に向上

■営業利益 **222.3%増** : 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
⇒販管費が増加(**133.3%増**) したがそれを上回る増収により前年同期より11億円の増加(**222.3%増**) と大幅な増益となりました。

★売上高のその他には、新規出店に伴う取引先からの協賛金、一般企業向け宴会、試食会など婚礼以外の売上を含んでおります。

売上高増加要因 (直営)

FY March
2004



	2002/4-2003/3	2003/4-2004/3	対前年
売上高(百万円)	2,903	8,363	+5,460
期末店舗数	7	16	+9
1バンケットタイプ	6	10	+4
2バンケットタイプ	1	6	+5
組数 ※	918	2,076	+1,158
稼働率 (%)	64.7%	64.0%	-0.7%
挙式披露宴単価(千円)	3,796	4,248	+11.9%

※組数には、挙式のための組数がそれぞれ2002/4-2003/3 は152組、2003/3-2004/3は131組含まれています。

新規出店店舗、及び、前期中にOPENし、当期フル稼働した店舗詳細 ⇒

参DATA 6P

売上高増加要因 (直営) - 単価アップ要因 -

- ・地方展開の実施により、挙式披露宴の招待人数が増加。単価アップへ貢献
- ・既存店は、プランナー販売促進力向上のため、1人当たりの単価アップ

全社比較

	2002/4-2003/3	2003/4-2004/3	前年比
平均招待人数(人)	81	89	+10.5%
1人あたりの単価(円) 挙式披露宴平均単価/平均招待人数	46,907	47,730	+1.8%

都心エリア以外の出店を積極的に実施 → 挙式披露宴への招待人数が増加 → 単価アップへ

■参考: 挙式披露宴招待人数 全国平均: 83人 (ボリュームゾーン 60~90人)

首都圏: 68.7人 東北: 118.3人 北関東: 96.5人 新潟: 71.5人 長野: 92人 北陸: 62.3人 東海: 61.7人 静岡: 77.2人 関西: 60.5人
中国: 66.5人 四国: 83.6人 九州: 98.5人 (ゼクシィ結婚トレンド調査2003 (株)リクルート)

既存店比較

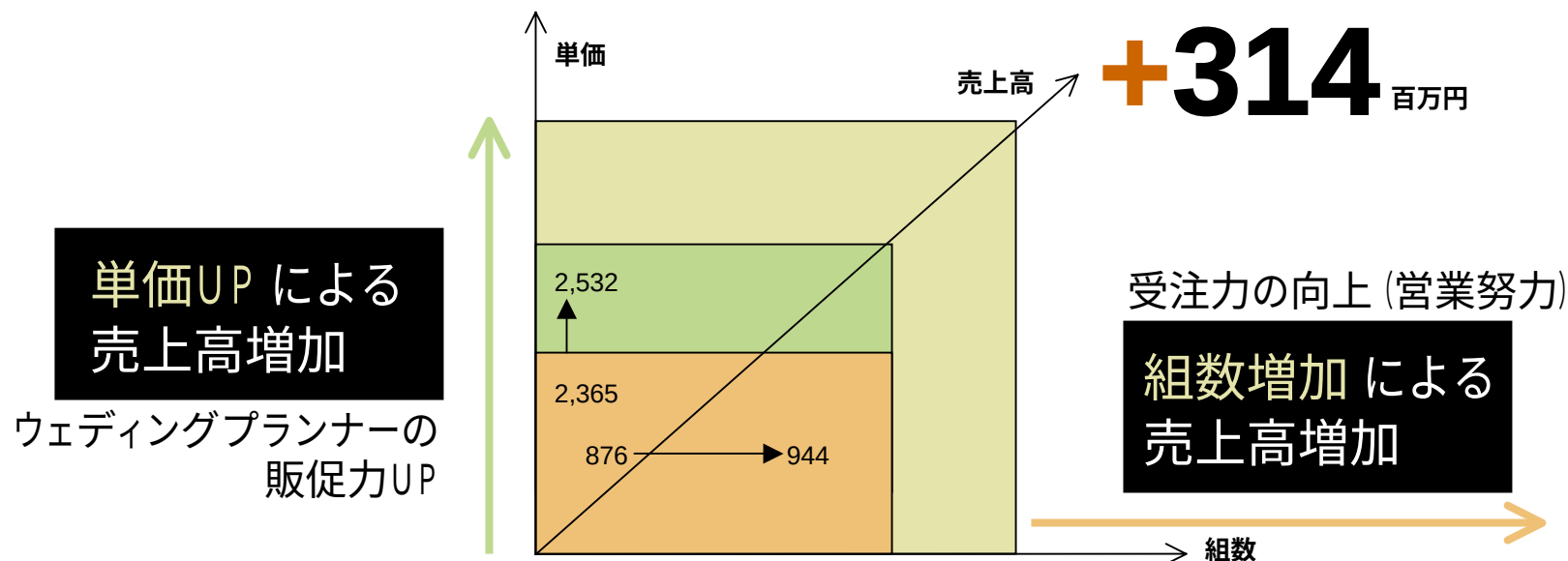
参考店舗	当期OPEN	前期は新規OPEN 当期はフル稼働			既存店 (2年以上稼働)		
	名古屋等	麻布、柏、白金、宇都宮、福岡平和			代官山		
	2003/4-2004/3	2002/4-2003/3	2003/4-2004/3	前年比	2002/4-2003/3	2003/4-2004/3	前年比
平均招待人数(人)	90	84	88	+4.8%	74	75	+1.2%
1人あたりの単価(円) 挙式披露宴平均単価/平均招待人数	47,834	43,576	48,057	+10.3%	49,455	54,661	+10.5%

稼働期間が長いほど、単価アップ傾向

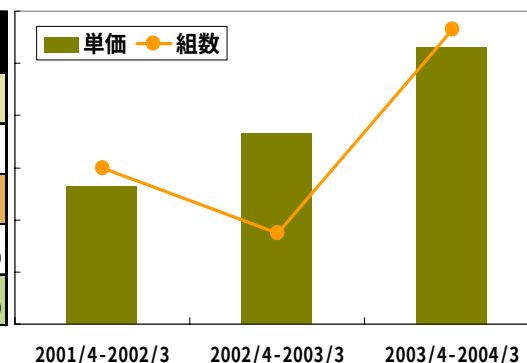
■プランナーの販売促進力向上により、1人あたりの単価アップに成功→新規出店店舗は、今後単価アップを強化

売上高増加要因 (提携)

FY March
2004



	2002/4-2003/3	2003/4-2004/3	対前年
売上高(百万円)	2,098	2,412	+314
期末店舗数	10	11	+1
組数	876	944	+68
稼働率 (%)	37.8%	39.4%	1.6%
単価(千円)	2,365	2,532	+7.1%

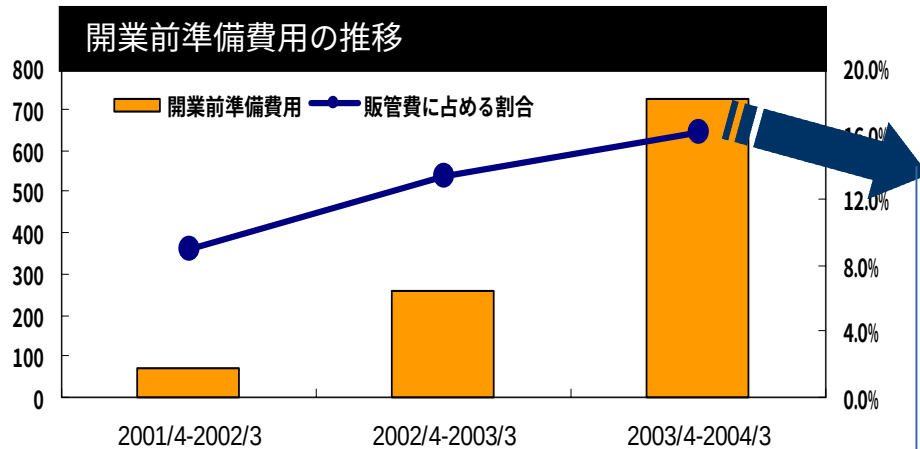


※2003年12月より新規提携となったブルーポイントの組数は、6組であり、既存店10店舗の組数は、前期と比較して62組増と大幅な増加となった。単価においても7%の増加となり、3期連続で単価アップを達成し、設立以来継続しているレストラン提携型事業は、ウェディングプランナーの受注力、販売力がバランスよく向上したことで、継続的な成長を実現できている。

販管費増加要因

- ・開業前準備費用の増加、管理部門の費用増加により売上高販管費率は増加
- ・ただし、これらの費用負担率は当期までがピーク

(百万円)



1 開業前準備費用 (※) の増加

295百万円 ⇒ 783百万円 (+165.6%)
 (2002/4-2003/3) (2003/4-2004/3)
 販管費に占める割合: 15.3% 販管費に占める割合: 17.4%

新規出店数の増加に伴い、大幅に増加

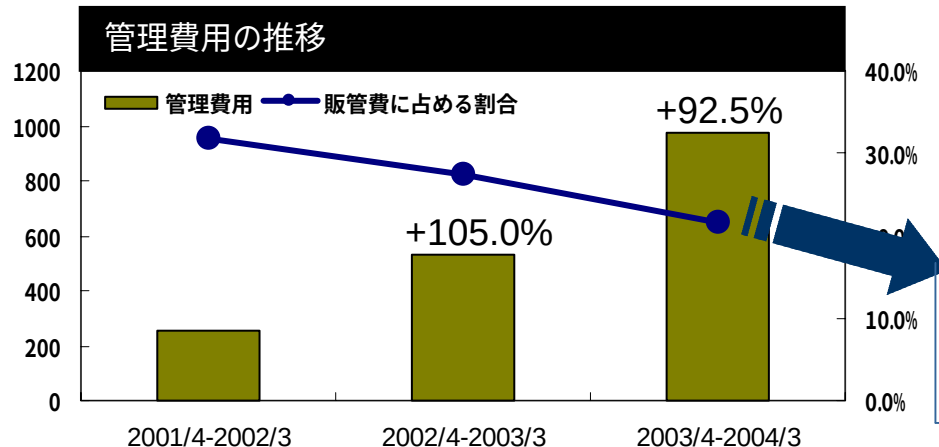
【対象店舗】	2002/4-2003/3	2003/4-2004/3
	(当期分) 麻布ほか、全5店舗 (次期分) 名古屋ほか、全7店舗	(当期分) 仙台ほか、全9店舗 (次期分) 郡山ほか、全10店舗

参DATA 5P

※T&G店舗は、原則として営業開始の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。新規出店を続ける期間は開業準備費用が発生する

負担率は、当期がピーク

(百万円)



2 管理費用の増加

529百万円 ⇒ 1,019百万円 (+92.5%)
 (2002/4-2003/3) (2003/4-2004/3)
 販管費に占める割合: 27.4% 販管費に占める割合: 22.6%

管理体制強化に伴い、大幅に増加

販管費に占める割合は、今後さらに減少

増加率は、前期がピーク

営業利益増加要因

FY March
2004

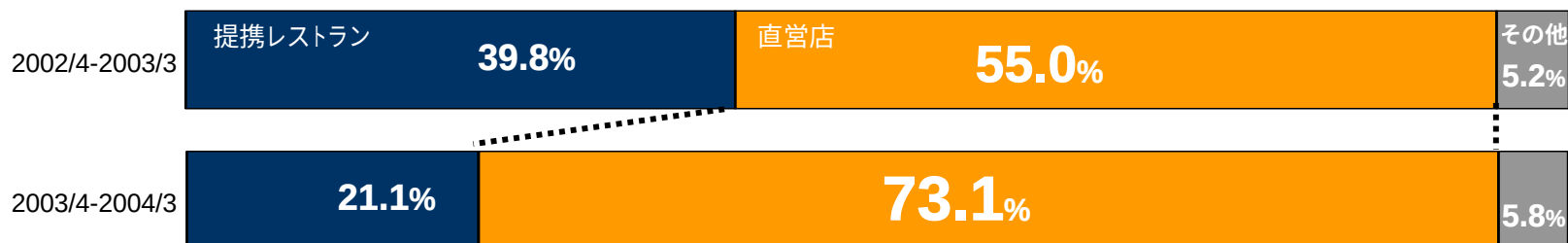
- 直営店の売上高比率増加により、売上総利益が大きく増加
- 結果として、販管費の増加を吸収し、大幅な増益を達成

売上高売上総利益率の向上

46.0% → 53.3%

収益性の高い直営店型の売上高比率の増加により向上

●売上高比率



	直営店	提携レストラン
単価(千円)	4,000～4,700	2,200～3,200
売上高売上総利益率 (%)	57～60	22～30

売上総利益: +36億72百万円

販管費増加: △25億72百万円

営業利益増加: +11億00百万円

既存店の状況 一順調に推移。投資回収状況も良好一

FY March
2004

【業績比較】

	代官山			麻布			柏			白金			宇都宮		
	2002/4-2003/3	2003/4-2004/3	対前年比	2002/7-2003/3	2003/7-2004/3	対前年比	2002/10-2003/3	2003/10-2004/3	対前年比	2002/12-2003/3	2003/12-2004/3	対前年比	2003/2-2003/3	2003/2-2004/3	対前年比
売上高 (百万円)	813	772	95.0%	277	504	181.9%	288	380	132.0%	199	245	123.2%	224	231	103.3%
売上高売上総利益率 (%)	56.7%	57.9%		59.8%	58.1%		58.2%	60.0%		58.2%	54.2%		50.9%	57.7%	
営業利益 (百万円)	224	204	91.0%	55	167	301.8%	79	133	169.2%	26	38	145.7%	52	79	151.9%
売上高営業利益率 (%)	27.5%	26.4%		19.9%	33.0%		27.4%	35.1%		13.1%	15.5%		23.4%	34.3%	

※麻布以降の店舗は、2003年3月期中のOPENのため、業績比較はOPEN翌月から行っております。

※代官山店におきましては、主に当期8月中に改装工事を実施したこと、また期中より、貸切感を高めるため挙式のための販売を積極的に行わない方針としたため、売上高が前期比95%となり、また当期からの家賃上昇により、営業利益も前期比91.0%となっておりますが、次期以降、大きな変動はない見込みです。

【投資回収状況】

	代官山	麻布	柏	白金	宇都宮	福岡平和
運営期間	2001.8.24～	2002.6.29～	2002.9.17～	2002.12.1～	2003.2.1～	2003.3.1～
①投資額 (建築費+保証金+器具備品) (百万円)	364	109	413	119	739	341
②累積営業利益 (百万円) (月中開店の場合は開店月除く)	540	259	322	237	503	144
③累積暫定償却前利益 (税引後利益+減価償却費) (百万円)	361	172	228	142	350	115
④運営月数 (月) (月中開店の場合は開店月除く)	31	21	18	16	14	13
⑤平均純利益/月 (③/④) (百万円)	12	8	13	9	25	9
⑥暫定ROI (⑤×12ヶ月/①)	38.4%	90.4%	36.8%	89.4%	40.6%	31.2%

※麻布店は既存建物のリニューアル、白金店は建設協力金による出店投資額が通常より低く抑えられております。

※当社の出店基準は、ROI (償却前利益/投資額) 30%以上です。



参DATA 2P

貸借対照表 (資産) (2004年3月31日現在)

FY March
2004

項目 (金額単位: 百万円)	2004年3月末 金額	2003年3月末 金額	増減	
			金額	%
流動資産				
現金及び預金	5,725	860	4,865	+565.7%
売掛金	14	121	△106	△88.0%
商品	15	5	9	+161.6%
前払費用	135	54	80	+147.3%
繰延税金資産	44	17	27	+156.4%
その他	41	29	11	+33.5%
流動資産計	5,976	1,089	4,887	+448.8%
固定資産				
有形固定資産				
建物	3,434	1,258	2,175	+172.8%
土地	—	1,488	△1,488	—
建設仮勘定	822	353	468	+132.3%
構築物等	798	300	498	+166.0%
有形固定資産計	5,055	3,401	1,654	+48.6%
無形固定資産計	94	74	19	+26.5%
投資その他の資産				
出資金	103	0	103	+94090.9%
長期貸付金	1,382	88	1,294	+1455.3%
長期前払費用	249	97	151	+154.8%
繰延税金資産	37	7	30	+408.0%
差入敷金保証金	1,323	484	838	+173.0%
その他	27	10	17	+175.0%
投資その他の資産計	3,124	689	2,435	+353.4%
固定資産計	8,274	4,165	4,109	+98.6%
資産合計	14,250	5,254	8,996	+171.2%

流動資産の増減について

・現金及び預金の増加について

2004年1月29日に48億86百万円の公募増資を実施

→現金及び預金が大幅に増加

→この資金はすべて2005年3月期の新規出店資金に充当する予定

・その他

当社事業は売掛金が発生しにくい形態

⇒しかし、2003年3月期においては、ワタベウィーディング株式会社からの運営受託を受けていた店舗があったため、一部売掛金が発生していました。

⇒2004年3月期中に運営を終了しているため、売掛金はほとんど発生していません。また、前払費用は各店舗の地代家賃が主なものであり、店舗数の増加に伴い増加する傾向にあります。

固定資産の増減について

・土地の減少について

2004年3月に名古屋及び福岡祇園の2店舗の土地・建物(信託受益権)をSPCへ譲渡いたしました。

・その他

2004年3月期は新規に10店舗の出店を行ったため、建物・差入敷金保証金が店舗数の増加に伴い増加。また、建設協力金による出店の場合、建設協力金は長期貸付金に計上しております。また、2005年3月期において出店を予定している店舗に関して一部建設仮勘定が計上されています。なお、出資金はSPCへの出資金です。

貸借対照表 (負債・資本) (2004年3月31日現在)

FY March
2004

項目	2004年3月末	2003年3月末	増減	
(金額単位: 百万円)	金額	金額	金額	%
流動負債				
買掛金	647	392	254	+64.7%
短期借入金	—	820	△820	—
1年内返済予定長期借入金	1,433	447	986	+220.2%
1年内償還社債	300	200	100	+50.0%
未払金	478	233	245	+104.9%
前受金	465	240	224	+93.3%
その他	564	164	400	+243.9%
流動負債計	3,889	2,499	1,390	+55.6%
固定負債				
社債	200	500	△300	△60.0%
長期借入金	3,275	959	2,316	+241.5%
その他	—	2	△2	—
固定負債計	3,475	1,461	2,013	+137.8%
負債計	7,364	3,960	3,403	+85.9%
資本計	6,886	1,293	5,592	+432.3%
負債・資本合計	14,250	5,254	8,996	+171.2%

負債の増加について

従来は、新規出店に関する資金は、資本コストを鑑み金融機関からの借入を中心に調達を行ってきました。

⇒2004年3月期に出店した店舗の資金は借入により充当したため、有利子負債は2003年3月末と比較し、22億82百万円の増加となりました。

	2004年3月末	2003年3月末	増減
有利子負債	5,209	2,926	2,282

(百万円)

なお、2004年3月に2店舗の土地・建物をSPCへ売却したことにより得た資金は借入金の返済に充当しており、

⇒2004年3月期中の投資額62億62百万円に対しては、有利子負債の増加は低く抑えることができました。

⇒2005年3月期の出店に関しては、2004年1月に実施した公募増資資金を充当し、2006年3月期以降は不動産流動化スキームを積極的に導入することで今後有利子負債は減少させていく方針です。

資本の増加について

・48億86百万円の公募増資の実施により資本金は増加し、自己資本比率は48.3%となりました。なお、2004年3月末は24.6%でした。

キャッシュフロー計算書 (2003年4月～2004年3月)

FY March
2004

項目 (金額単位: 百万円)	2003年3月期 金額	2004年3月期 金額
営業活動によるキャッシュフロー		
税引前当期純利益	411	1,220
減価償却費	74	265
支払利息	18	79
固定資産売却損	—	82
その他	458	831
小計	963	2,477
利息の支払額	△18	△68
法人税等の支払額	△150	△257
営業活動によるキャッシュフロー	794	2,155
投資活動によるキャッシュフロー		
有形固定資産の取得による支出	△3,069	△4,003
有形固定資産の売却による収入	—	1,984
貸付による支出	△88	△1,310
敷金保証金の差入による支出	△280	△862
その他	△84	△262
投資活動によるキャッシュフロー	△3,521	△4,453
財務活動によるキャッシュフロー		
短期借入金の純増減額	811	△820
長期借入れによる収入	1,300	5,830
長期借入金の返済による支出	△246	△2,527
社債の発行による収入	588	—
社債の償還による支出	—	△200
株式の発行による収入	—	4,881
財務活動によるキャッシュフロー	2,453	7,163
フリーキャッシュフロー	△2,727	△2,298

営業活動によるキャッシュフロー

営業活動によるキャッシュフローは、業績拡大に伴い、大幅に増加し、21億55百万円となりました。

投資活動によるキャッシュフロー

投資活動によるキャッシュフローは、主に直営店新規出店に伴い、有形固定資産の取得による支出及び建設協力金としての貸付による支出が増加しました。

⇒一方で、有形固定資産の売却による収入が19億84百万円となったため、投資活動によるキャッシュフローは44億53百万円となりました。

財務活動によるキャッシュフロー

●財務活動によるキャッシュフローは、2004年3月期は直営店新規出店のための資金を借入金にて充足したことで借入による収入が増加しました。

●また2005年3月期の出店資金の調達を目的として2004年1月に公募増資を実施したため、株式の発行による収入が48億81百万円となりました。

●当社は長期借入金の返済期間を原則として3年以内と設定しているため、2004年3月期は借入金の返済が25億27百万円となり、結果として財務活動によるキャッシュフローは71億63百万円となりました。

フリーキャッシュフロー

2004年3月期のフリーキャッシュフローは△22億98百万円(前期は△27億27百万円)。利益拡大により改善はされているものの、フリーキャッシュフローを早期にプラスに転じることが当社の当面の課題。

**TERM PLAN
ENDED
MARCH, 2005**

2005年3月期 業績計画

T&G

売上高	: 216億75百万円	(前年同期114億44百万円	+89.4%)
経常利益	: 35億 1百万円	(前年同期 14億47百万円	+141.8%)
当期利益	: 20億65百万円	(前年同期 6億74百万円	+206.2%)

	2003/4-2004/3		2004/4-2005/3		対前年増加率
売上高	11,444		21,675		+89.4%
レストラン提携型	2,412	21.1%	2,371	10.9%	-1.7%
直営店型	8,363	73.1%	18,404	84.9%	+120.1%
その他	668	5.8%	900	4.2%	+34.7%
売上総利益	6,097	53.3%	12,160	56.1%	+99.4%
販管費	4,501	39.4%	8,657	39.9%	+92.3%
営業利益	1,595	13.9%	3,502	16.2%	+119.6%
経常利益	1,447	12.7%	3,501	16.2%	+141.8%
当期純利益	674	5.9%	2,065	9.5%	+206.2%

売上高・売上総利益

売上高 対前年+89.4%
売上総利益率 53.3%⇒56.1%へ

- 直営店を13店舗新規に出店予定
福島県(郡山)、兵庫県(姫路、神戸)、
愛知県(名古屋)、富山県、石川県(金沢)、
埼玉県(大宮)、神奈川県(横浜)、
東京都(八王子)、静岡県(浜松)、岡山県
他1店舗
- 直営店の売上高伸び率は、
+120%、売上高比率85%へ
- 新規出店に伴う協賛金を取引先より
受領する予定 (13店舗分 9億円)
- 提携レストランにおいては、
改装工事が一部店舗で発生 (2店舗累計4ヶ月間)

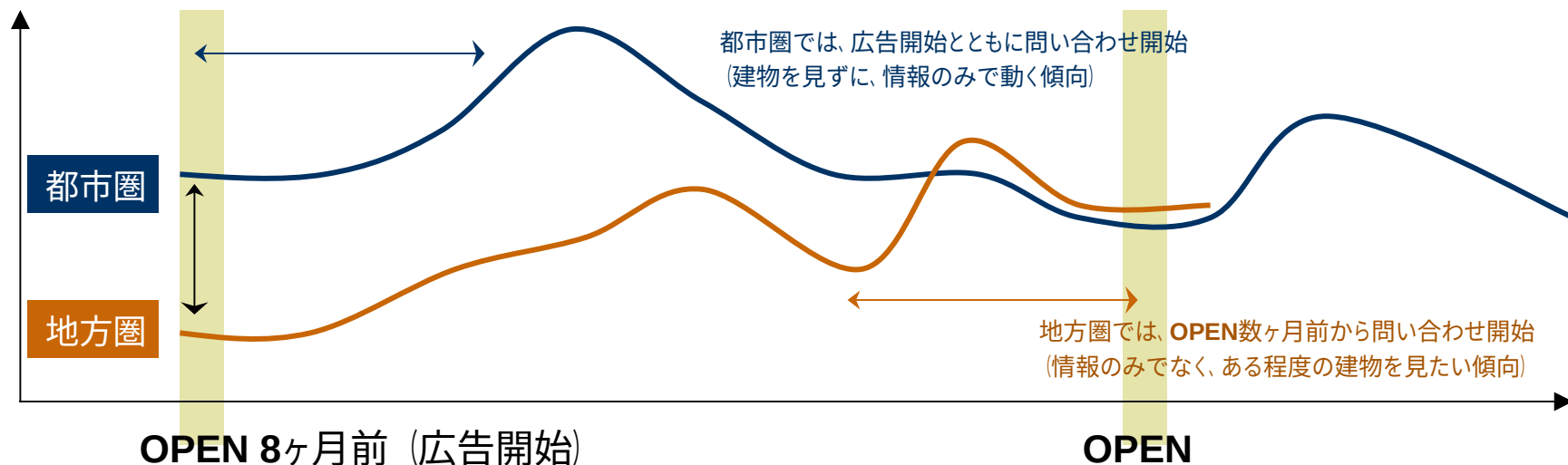
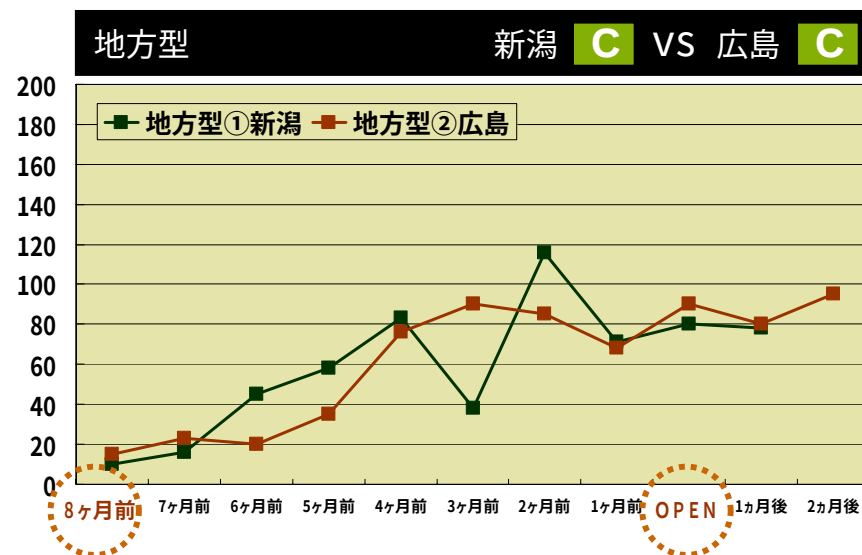
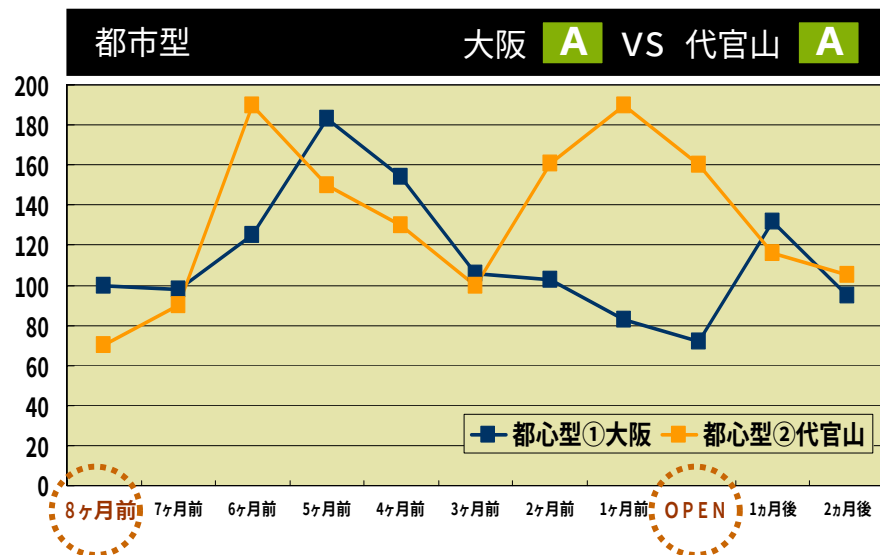
販管費 対前年+92.3% (前期は+133.3%)

- ブランド強化のため、広告戦略を増強。採用教育体制も強化
→ 広告費は、売上高に対し、約7.8%を見込む (前年 8.1%)
- 開業前準備費用は、9億47百万円を見込む (対販管費率: 10.9%)
- SPCスキームの導入を本格化するため、組成費用として1億円

問合せ数の差異 (都市型 対 地方型)

FY March
2005

■ オープンまでの問合せ数の比較 (地域による差)



店舗別 収益差異

FY March
2005

	1Bモデル	2Bモデル
売上高(百万円)	608	1,050
営業利益(百万円)	152	262
営業利益率 (%)	25	25

ランク	A	B	C
	営業利益の見込みがモデルの+30%以上	営業利益の見込みがモデルを上回る	営業利益の見込みがモデルを下回る
年間問合せ数/1B	700~1,000	400~700	200~400
例	代官山、麻布、白金、 宇都宮、高崎、大阪	柏、福岡平和、名古屋、 仙台A、水戸	仙台C、広島、新潟、郡山
計画例 (1B)	白金	柏	郡山
売上高(百万円)	909	671	517
営業利益(百万円)	254	195	110
営業利益率 (%)	27.9	29.0	21.3
計画例 (2B)	宇都宮	水戸	新潟
売上高(百万円)	1,278	1,118	922
営業利益(百万円)	418	313	209
営業利益率 (%)	32.7	28.0	22.7

	北海道	東北	新潟	長野	北陸	関西	茨城・栃木・群馬	首都圏	静岡	東海	広島・岡山	四国	九州
ゼクシィ発行部数(万部)	1.46	1.72	0.9	0.97	1.12	4.3	1.68	6.2	1.3	2.7	1.59	1.68	2.4
A						1	2	3					
B		1					1	1		1			3
C		1	1								1		
新規出店(2005年3月期)		1			2	2	1	4	1	1	1		

■ 今期13店出店予定のうち12店舗はすでに**契約済**（郡山・姫路は**OPEN**）

契約済み店舗一覧

（2004年5月19日現在）

			TYPE
– 2004.4月	アーククラブ迎賓館（郡山）	—————	1 Banquet
– 5月	アーヴェリール迎賓館（姫路）	—————	1 Banquet
– 6月	アーヴェリール迎賓館（名古屋八事）	—————	1 Banquet
– 7月	アーヴェリール迎賓館（富山）	—————	2 Banquet
– 7月	アーククラブ迎賓館（金沢）	—————	2 Banquet
– 9月	アーヴェリール迎賓館（大宮）	—————	1 Banquet
– 9月	山手迎賓館（横浜）	—————	1 Banquet
– 10月	ベイサイド迎賓館（横浜みなとみらい）	—————	2 Banquet
– 11月	ヒルサイドクラブ迎賓館（八王子）	—————	2 Banquet
– 12月	アーセンティア迎賓館（浜松）	—————	2 Banquet
– 2005.1月	アーヴェリール迎賓館（岡山）	—————	2 Banquet
– 2月	ベイサイド迎賓館（神戸）	—————	1 Banquet

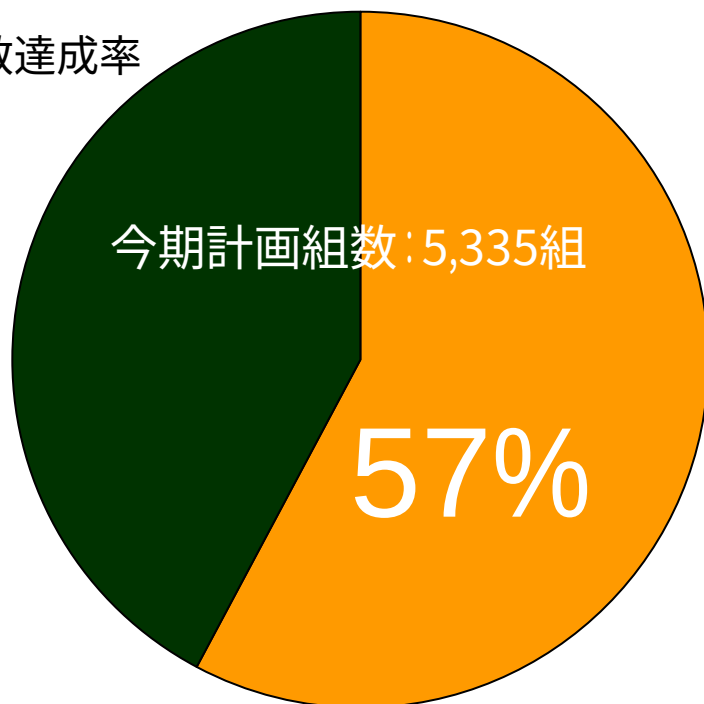
2004年4月末現在受注状況

FY March
2005

●提携レストラン、直営店ともに受注は順調

➡ 今期計画総組数に対し、57%の受注を達成 !! (2004年4月末現在)

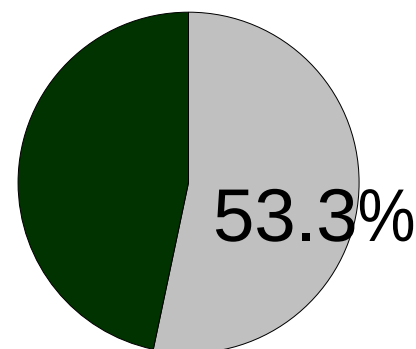
●組数達成率



(2004年4月末の実績・予約組数/今期計画組数)

	計画の57%	前期実績
売上高 (百万円)	12,355	11,444
経常利益 (百万円)	1,995	1,447

※前年4月末の組数達成率



(2003年4月末の実績・予約組数/前期計画組数)

今期出店に係る資金は現段階で調達済み

今期出店予定の13店舗分の投資は公募増資による調達資金で充当できる見込み



- 公募増資により **48億86百万円** の調達を実施 (2004年1月29日)
- ダイヤモンドリース株式会社と、オールリースによる出店契約を締結
(ヒルサイドクラブ迎賓館(八王子) 2バンケットタイプ 1店舗)

	タイプ	契約形態	投資額	資金
郡山	1B	定期借地	約3億円	増資資金+内部留保
姫路	1B	定期借地	約3億円	増資資金+内部留保
八事	1B	定期借地	約3億円	増資資金+内部留保
富山	2B	定期借家	約6億円	増資資金+内部留保
金沢	2B	定期借家	約6億円	増資資金+内部留保
大宮	1B	定期借地	約3億円	増資資金+内部留保
山手	1B	定期借地	約3億円	増資資金+内部留保
みなとみらい	2B	定期借地	約6億円	増資資金+内部留保
八王子	2B	リース	-	-
浜松	2B	定期借家	約6億円	増資資金+内部留保
岡山	2B	定期借地	約6億円	増資資金+内部留保
神戸	1B	定期借地	約3億円	増資資金+内部留保
新規	1B	定期借地	約3億円	増資資金+内部留保
合計			約51億円	

課題① 有利子負債の増加

■ 2004年3月末の有利子負債残高は52億円

⇒ 出店資金は資本コストを鑑み、主に銀行からの借入金にて調達したため

課題② B/Sの膨張・フリーキャッシュフローの悪化

■ 年間の設備投資額は60億円以上

⇒ 来期以降、年間**14**店舗の出店を計画通り実施した場合
年間約**63**億円の投資が必要であり、有形固定資産が増加する

※事業用定期借地及び定期借家による出店の場合・・・**1**バンケットタイプで約**3**億円、**2**バンケットタイプで 約**6**億円必要

今までの対策

- ① 2004年1月に48億円の増資を実施。今期の有利子負債増加はなし
- ② 2004年3月に土地所有モデルの店舗をSPCへ売却



さらに、これらの課題を解決するため、今後はオフバランスを本格化

■既存店

定期借地モデル

定期借家モデル (建設協力金)

土地購入モデル

リース会社へ売却
or SPCへ組み込み

※ただし、上記モデルは地権者との交渉等未確定要素があるため、時期等は未定

※2004年3月にSPCへ売却済み

■新規出店

定期借地モデル

定期借家モデル (建設協力金)

土地購入モデル

① 建物型SPCへ
組み込み

⇒定期借地モデルは組み込み開始
(第1弾: 2004年5月19日公表)

② 土地建物型SPC
へ組み込み

⇒新規にSPCを組成



3 YEARS PROFIT PLAN 2004-2006

3力年中期収益 計画

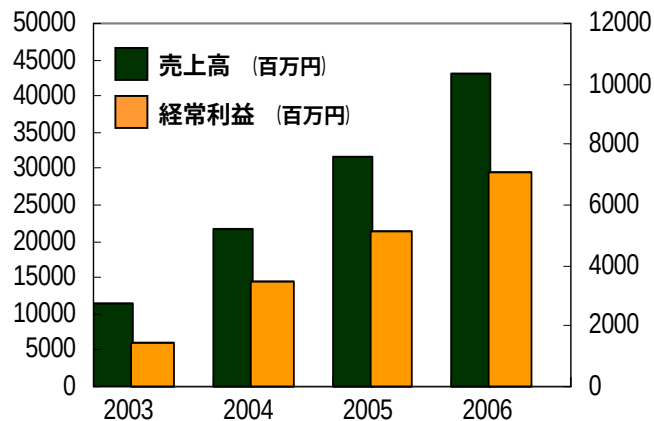
T&G

3ヵ年中期収益計画 (2004年5月17日公表)

3years
Profit Plan

単位 (百万円)

	2003年度	2004年度	対前年	2005年度	対前年	2006年度	対前年
売上高	11,444	21,675	+89.4%	32,153	+48.3%	42,961	+33.6%
経常利益	1,447	3,501	+141.8%	5,146	+47.0%	7,156	+39.1%
経常利益率	12.7%	16.2%		16.0%		16.7%	
当期利益	674	2,065	+206.2%	3,036	+47.0%	4,222	+39.1%
当期利益率	5.9%	9.5%		9.4%		9.8%	
期末店舗数	27	41	+14	55	+14	69	+14
直営店	16	29	+13	43	+14	57	+14
1バンケットタイプ	10	17	+7	24	+7	31	+7
2バンケットタイプ	6	12	+6	19	+7	26	+7
提携レストラン	11	12	+1	12	±0	12	±0



【策定前提】

- ・2005年度及び2006年度は、直営店を新規に14店舗出店予定。
- ・2007年度以降の直営店新規出店は計画しておりません。
- ・2005年度以降の新規出店は、
すべてSPCによる出店を前提としております。

■商品力の強化

- ・競争が増えていく中、今まで以上に「T&Gならでは」のサービスを強化できるか

■人材の教育

- ・新規出店に伴い、人員は今後も大幅に増加 (342名⇒624名_(予)⇒873名_(予)⇒1,021名_(予))
2003年度 2006年度
- ・お客様に「最高のウェディング」を提供するためには、人材の教育を徹底することが不可欠

■管理体制

- ・店舗管理の徹底 (食材管理、備品管理等)
- ・本社管理の徹底 (労務管理等)
- ・コンプライアンス意識の強化



本資料は、2004年3月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 お問い合わせ先

代表取締役社長：野尻 佳孝
社長室 IR 担当：吉村 美代子

TEL : +81-3-5469-3070 e – MAIL : ir@tgn.co.jp
<http://www.tgn.co.jp>

T&G



参考資料 -1

Presentation Reference



T&Gのハウスウェディング運営形態

ーレストラン提携型と直営店型ー

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（レストラン提携型ハウスウェディング）。

※レストラン提携型においては、売上高の約半分を占める料飲売上高の約90%をレストランへ還元するため、直営店型と比較して利益率が低くなっております。

※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

	レストラン提携型	直営店型
平均人数(人)	50～60	80～100
平均単価(千円)	2,300～2,400	4,000～4,200
売上高売上総利益率 (%)	27～30	55～60
売上高営業利益率 (%)	13～15	25～35

※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。

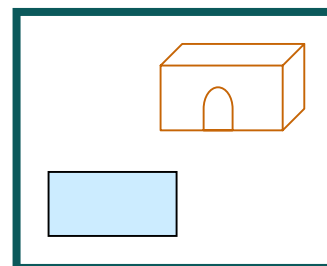
T&G 直営店の収支モデル

■1バンケットタイプ収支モデル

投資① (建築費+敷金保証金)	312	
建築費	270	
敷金保証金	42	
売上高	590	100.0%
売上総利益	348	59.0%
販管費	200	33.9%
人件費	56	9.5%
広告費	32	5.4%
地代家賃	42	7.1%
減価償却費	16	2.9%
その他	52	8.9%
営業利益	147	25.1%
当期利益	76	13.0%
償却前利益 ②	93	15.9%
ROI (①/②)	30.1%	

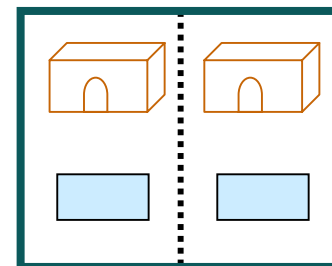
(単位: 百万円)

出店基準 = 3年回収



1 Banquet Type

2 Banquet Type



※当社では、1つの敷地内に1つの邸宅風施設を設置する「1バンケットタイプ」と1つの敷地内を完全に2つに仕切り、2つの邸宅風施設を設置する「2バンケットタイプ」の2つの店舗タイプを設定しています。

※それぞれの邸宅内には、チャペル、パーティールーム等婚礼に必要なすべての施設を備えており、2バンケットタイプにおいても、当社のコンセプトである「完全な貸切」を実現することができます。

T&G 直営店の商品

■ブライダル商品構成

付帯商品
ドレス、花、写真、
引出物、司会
etc.

料飲商品
フルコース料理、
ドリンク、ケーキ
etc.

■顧客単価例 (80名様の場合)

適要	単価 (円)	備考
SPACE	400,000	会場使用料
CEREMONY	200,000	キリスト教式
FLOWER	200,000	会場装花・ブーケ・ブートニア等
PHOTO・VIDEO	200,000	アルバム、ビデオ等
PRINT	150,000	招待状、席次表等
DRESS	150,000	ドレス等衣装
HAIR MAKE	50,000	ヘアメイク
PRESENT	240,000	引出物、引き菓子等
ENTERTAINMENT	200,000	司会、弦楽四重奏等
付帯商品計①	1,790,000	
FOOD	2,000,000	フルコース
DRINK	320,000	フリードリンク
CAKE	80,000	オリジナル生ケーキ
小計	2,400,000	
サービス料(10%)	240,000	
料飲商品計②	2,640,000	
合計 (①+②)	4,430,000	



直営店オープンモデル

オープンの8ヶ月前から 開業前準備費用が発生





開業前準備費用増加／対象店舗

【対象店舗】

・2002/4-2003/3

(当期分) 麻布、柏、白金、宇都宮、福岡 (平和)

(次期分) 名古屋、仙台、福岡 (祇園)、熊本、高崎、仙台 (泉中央)、大阪

・2003/4-2004/3

(当期分) 仙台、福岡 (祇園)、熊本、仙台 (泉中央)、高崎、大阪、水戸、
広島、新潟

(次期分) 郡山、姫路、名古屋、富山、金沢、大宮、横浜、横浜みなとみらい、
八王子、浜松



新規出店店舗

2004年3月期 新規出店店舗

1バンケットタイプ:

- 4月 アーカンジェル迎賓館 (名古屋)
- 6月 アーカンジェル迎賓館 (仙台)
- 8月 アーフェリーク迎賓館 (福岡祇園)
- 10月 アーフェリーク迎賓館 (熊本)

2バンケットタイプ:

- 11月 アーセンティア迎賓館 (仙台泉中央)
- 12月 アーセンティア迎賓館 (高崎)
- 12月 アーセンティア迎賓館 (大阪)
- 1月 アーククラブ迎賓館 (水戸)
- 2月 アーククラブ迎賓館 (広島)
- 3月 アーククラブ迎賓館 (新潟)

2003年3月期 2004年3月期 フル稼働店舗

1バンケットタイプ:

- 6月 麻布迎賓館 (都内)
- 9月 アーセンティア迎賓館 (柏)
- 12月 アーフェリーク白金 (都内)
- 3月 アーカンジェル迎賓館 (福岡平和)

2バンケットタイプ:

- 2月 アーカンジェル迎賓館 (宇都宮)



直営店舗一覧

2004年5月現在

	店舗名	出店地	契約形態	開店	タイプ	備考
1	アーカンジェル代官山	東京都目黒区	定期借地	2001/8/24	1B	
2	麻布迎賓館	東京都港区	定期借家	2002/6/29	1B	森トラスト株式会社所有物件
3	アーフェリーク白金	東京都港区	定期借家	2002/12/1	1B	建築協力金
4	アーセンティア迎賓館	千葉県柏市	定期借地	2002/9/17	1B	
5	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	
6	アーカンジェル迎賓館(福岡)	福岡県福岡市	定期借地	2003/3/1	1B	
7	アーカンジェル迎賓館(名古屋)	愛知県名古屋市	SPC	2003/4/5	1B	2004年3月 SPCへ売却
8	アーカンジェル迎賓館(仙台)	宮城県仙台市	定期借家	2003/6/7	1B	建築協力金
9	アーフェリーク迎賓館(福岡)	福岡県福岡市	SPC	2003/8/2	1B	2004年3月 SPCへ売却
10	アーフェリーク迎賓館(熊本)	熊本県熊本市	定期借地	2003/10/4	1B	
11	アーセンティア迎賓館(仙台)	宮城県仙台市	定期借家	2003/11/29	2B	建築協力金
12	アーセンティア迎賓館(高崎)	群馬県高崎市	定期借家	2003/12/6	2B	建築協力金
13	アーセンティア迎賓館(大阪)	大阪府大阪市	定期借地	2003/12/13	1B	
14	アーククラブ迎賓館(水戸)	茨城県水戸市	定期借地	2004/1/10	2B	
15	アーククラブ迎賓館(広島)	広島県広島市	定期借家	2004/2/1	2B	建築協力金
16	アーククラブ迎賓館(新潟)	新潟県新潟市	定期借家	2004/3/6	2B	建築協力金
17	アーククラブ迎賓館(郡山)	福島県郡山市	定期借地	2004/4/3	1B	
18	アーヴェリール迎賓館(姫路)	兵庫県姫路市	定期借地	2004/5/1	1B	
19	アーヴェリール迎賓館(八事)	愛知県名古屋市	定期借地	2004/6(予)	1B	
20	アーヴェリール迎賓館(富山)	富山県富山市	定期借家	2004/7(予)	2B	建築協力金
21	アーククラブ迎賓館(金沢)	石川県金沢市	定期借家	2004/7(予)	2B	建築協力金
22	アーヴェリール迎賓館(大宮)	埼玉県大宮市	定期借地	2004/9(予)	1B	
23	山手迎賓館(横浜)	神奈川県横浜市	定期借地	2004/9(予)	1B	
24	ベイサイド迎賓館(横浜みなとみらい)	神奈川県横浜市	定期借地	2004/10(予)	2B	
25	ヒルサイドクラブ迎賓館(八王子)	東京都八王子市	リース	2004/11(予)	2B	ダイヤモンドリース(株)と契約
26	アーセンティア迎賓館(浜松)	静岡県浜松市	定期借家	2004/12(予)	2B	建築協力金
27	アーヴェリール迎賓館(岡山)	岡山県岡山市	定期借地	2005/1(予)	2B	
28	ベイサイド迎賓館(神戸)	兵庫県神戸市	定期借地	2005/2(予)	1B	

閑静な住宅街

デーツスポット・人の集まるエリア

主要幹線道路沿い

主要駅の近辺



提携レストラン一覧

(2004年5月現在)



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スキ



寺子屋



ヴィア アクアサンタ



マノワール・ディノ



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



ブルーポイント

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)
2004/02	ブルーポイント (東京都港区)



参考資料 -2

市場動向 及び T&Gの優位性



挙式披露宴市場規模



挙式披露宴規模=2兆円

●年間婚姻組数 約70万組～80万組

●挙式披露宴平均単価 280万円

73万組×280万円 = 約2兆円

■2003年 婚姻組数 .. 737,000 組

(推計値)

Source:2003 厚生労働省人口動態統計

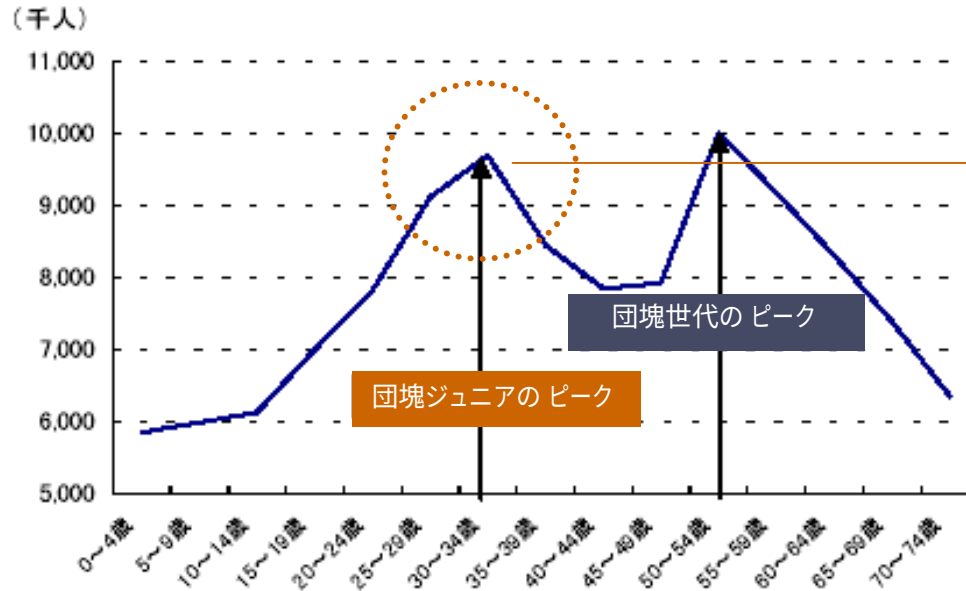
■2002年 挙式披露宴費用(全国) 280万円

(首都圏) 263万円

Source:リクルート「ゼクシィ」結婚トレンド調査



団塊Jr. 世代マーケット



現在第二次ベビーブーム世代が婚礼期を迎えているため、婚姻組数は近年75~80万組で推移しております。今後は徐々に少子化が進んでまいりますが、同時に晩婚化が進んでいるため、数年間は同水準の婚姻組数で推移することが予測されます。その後は、少子化の影響により市場縮小が進むため、より顧客ニーズに応えられるサービスを提供することが求められます。

ボリューム人口層



ブライダル需要層



マーケット競争激化



オリジナル婚支持層



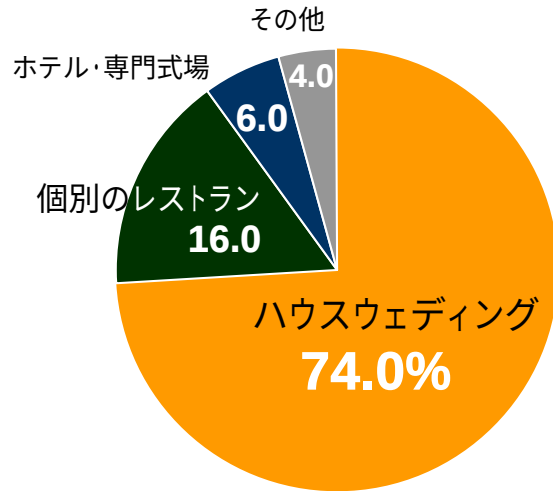
彼らのニーズを捉える力



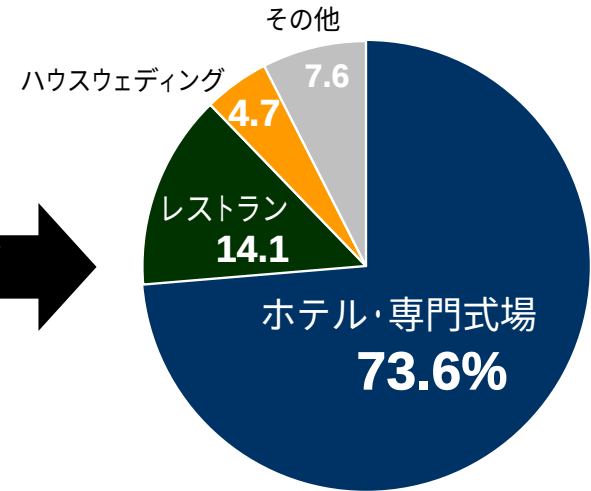
T & Gが支持される要因



顧客ニーズの変化と需給ギャップ



【挙式披露宴を行いたい場所】
T&Gホームページアンケート
(対象期間2002.4/1～2003.10/31)

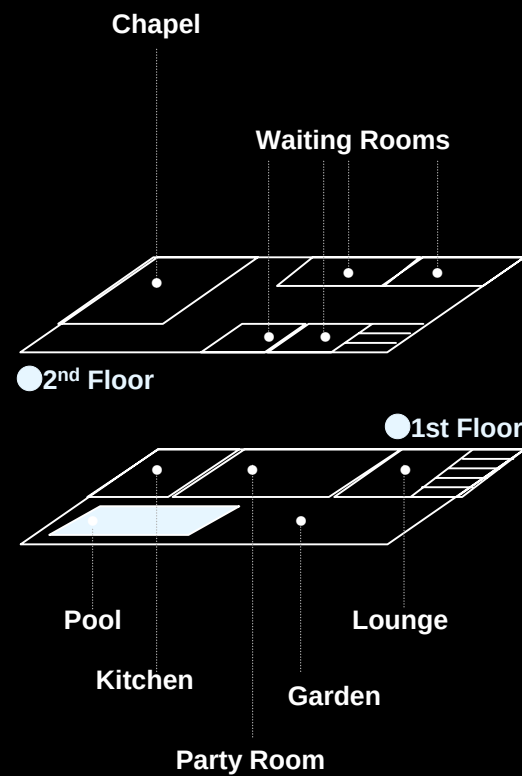


【実際に挙式披露宴を行った場所】
ゼクシィ結婚トレンド調査2003 リクルート社
※2003年より新しく「ハウスウェディング」
というカテゴリが定義されました。



- ・ハウスウェディングを望む顧客が70%以上であるのに対し、
- ・実際に挙式披露宴を実施した会場のうち、ハウスウェディングの割合は5%未満
- ・ハウスウェディング会場の供給不足により、
日本全国において需要と供給にギャップがある状態

T & Gの優位性 ① 商品 (ハード)



- ・欧米の豪華な邸宅をイメージした外観をもつ会場内に、チャペル、バンケット、控え室など、すべてを完備。
- ・敷地内には、ガーデンやプールなどを備え、非日常的な演出を可能にする施設を全会場に用意。

🔍 T & Gの優位性 ① 商品 (ソフト)



- ・料飲商品: 本格フレンチを、手作りでオリジナルメニューにてご提供
- ・付帯商品: 様々なラインアップにより、質の高い商品をご提供
- ・サービス: 専属のウェディングプランナーが、オーダーメイドのウェディングを提供
 - ↳ 常に、お客様の「ニーズ」に合った商品をご提供

T & Gの優位性 ② ブランド



■ ブライダルに関するドラマの監修

■ 秋元康プロデュースによる様々な企画商品の提案

著名人による対談シリーズ … 林真理子さん、柴門ふみさん、松岡修三さん、高田万由子さん、中村江里子さん
芸能人のビデオメッセージ … コージー富田さん、くりいむしゅーさん、テツandトモさん、TIMさん

- ・ブランド認知の高い企業とのコラボレーション
 - ・多くの芸能人が当社会場を利用
 - ・TV・女性誌など多数の媒体への掲載 … 1998-2004でメディア掲載1万件以上
- 全国的に知名度UP



T & Gの優位性 ③ 人材 (営業力)



・高収益体制を実現する支配人の育成

- 徹底した独立採算制度により、営業利益に対する意識を徹底
- “野尻塾”を開講し、経営学を指導
- インターネット会議を頻繁に実施

・高成約率を誇るウェディングプランナーの育成

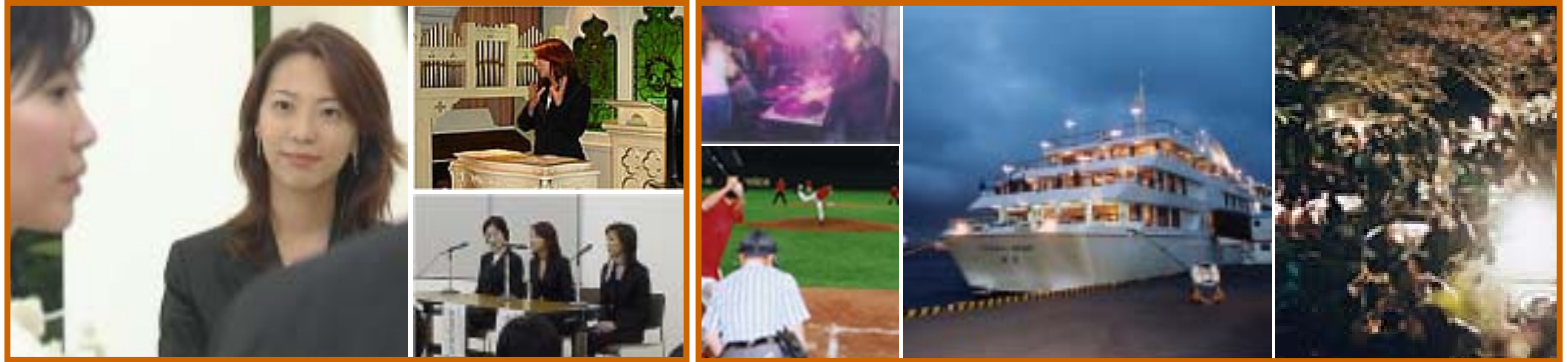
- ディスカウント権限の譲与
- 成約、売上高及び利益の達成率による明確なインセンティブの支給
- 一顧客一担当者制の導入により、高いモチベーションを維持



各店舗営業利益率**25%以上**の高収益体制を実現



T & Gの優位性 ③ 人材 (採用・教育)



■ 優秀な人材を確保 ⇒ “カリスマプランナー”有賀 明美の活躍
日本全国にて講演、講習会を実施
各種メディアへの掲載

■ 企画力・発想力・実行力をもつ人材の創出

⇒ 社内イベントを積極的に実施

今までにないパーティー演出の提案

今までにないウェディングパーティーを実現できる人材を採用・教育



T & Gの優位性 ④ 展開力

・店舗開発力

不動産会社、建設業者、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
日本全国の土地オーナー向けのセミナー、講習会を実施

・資金調達力

結婚式場業としては、初の株式上場により、資金調達力の強化
不動産投信、SPCなど不動産流動化スキームをいち早く確立



PROFILE

商号	: 株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
上場取引所	: 東京証券取引所 市場第二部 (2004年2月16日上場) : 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 http://www.tgn.co.jp/ir (IR)
創立	: 1998年10月19日
資本金	: 2,937,350千円
決算	: 3月
社員	: 342名 (2004年3月31日現在)
発行済株式数	: 23,946株 (2004年3月31日現在)

※2004年6月18日付で、2004年4月30日現在の株主に対して、1:3の株式分割を行い、
2004年6月18日以降の株数は71,898株となる予定であります。