

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
2004年2月 2004年3月期 第3四半期決算説明資料



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

2004年3月期 第3四半期事業報告

2004年3月期 第3四半期事業報告

計画通りの出店・受注及び全社的な単価アップにより、業績伸長

- 計画通りの出店

- － 4月：名古屋 6月：仙台 8月：福岡祇園 10月：熊本 11月：仙台泉中央 12月：高崎、大阪

- 好調な受注・単価UP

- － 提携レストラン 組数 +10.5% 単価 +5.2%
 - － 直営店 組数 +166.9% 単価 +9.1%

売上高 ：79億62百万円

(前年同期35億51百万円 +124.2%)

経常利益 ：12億57百万円

(前年同期3億24百万円 +287.5%)

損益計算書 (2003年4月～2003年12月)

単位 (百万円)

	2002/4-2002/12		2003/4-2003/12		対前年
売上高	3,551		7,962		+124.2%
レストラン提携型	1,598	45.0%	1,877	23.6%	+17.4%
直営店型	1,883	53.0%	5,677	71.3%	+201.5%
その他	69	2.0%	407	5.1%	+483.7%
売上総利益	1,552	43.7%	4,172	52.4%	+168.8%
販管費	1,207	34.0%	2,852	35.8%	+136.3%
営業利益	345	9.7%	1,320	16.6%	+282.3%
経常利益	324	9.1%	1,257	15.8%	+287.5%

■売上高 124.2%増

: 直営店の店舗数が増加したこと (新規OPEN7店舗) で直営店型部門の売上高が大幅に増加した。なお、提携レストラン10店舗との提携も維持し、好調に推移。

■売上総利益率 8.7ポイント増

: 高収益である直営店型部門の売上高比率が71.3%まで増加したことにより、売上総利益率が52.4%と、大幅に向上した。

■営業利益 282.3%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、販管費が増加(136.3%増)したが、それを上回る増収により前年同期より9億74百万円の増加と大幅な増益となった。

★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が含まれております

売上高増加要因①(組数)

直営店の順調な出店と受注力の向上により全社的に組数は増加

[提携レストラン]

プランナーのスキルアップにより、受注力が向上。提携レストラン数は同数でありながら、前年同期を70組上回る。

	2002/4-2002/12	2003/4-2003/12	対前年
店舗数	10	10	±0
組数	666	736	+10.5%
稼働日合計	860	870	+1.2%

[直営店(挙式披露宴)]

・新規直営店型店舗の業績寄与

宇都宮(2B 03/2) 福岡平和(1B 03/3) 名古屋(1B 03/4) 仙台(1B 03/6) 福岡祇園(1B 03/8) 熊本(1B 03/10)

仙台泉中央(2B 03/11) 高崎(2B 03/12) 大阪(1B 03/12) ※1B:1バンケットタイプ 2B:2バンケットタイプ ()内はOPEN月

・T&Gブランドの浸透及びプランナーのスキルアップによる受注力の向上

	2002/4-2002/12	2003/4-2003/12	対前年
店舗数 _(12月末時点)	6	13	+7
組数	502	1,340	+166.9%
稼働日合計	360	896	+148.9%

※稼働日合計は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から算出しております。期中にOPENした店舗は、OPEN日からの計算となります。なお、1つの店舗に2つの会場をもつ「2バンケットタイプ」においては、稼働日は1店舗あたり2日として算出しております。

売上高増加要因② (平均単価)

販売推進力を向上させたことにより、全社的な単価アップに成功

(単位:千円)	2002/4-2002/12	2003/4-2003/12	対前年
提携レストラン	2,401	2,527	+5.2%
直営店 (挙式披露宴)	3,835	4,184	+9.1%

※上記単価は、ワタベウェディングとの提携店舗に関しての調整を除いて算出をしております。

【単価アップ要因】 例) アーセンティア迎賓館 (柏) 平成14年11月と平成15年11月との比較

	平成14年11月	平成15年11月	差額
平均単価(千円)	3,725	4,126	+401
平均参加人数(人)	83	81	△2
付帯商品合計 (千円)	1,943	2,121	+178
料飲商品合計 (千円)	1,782	2,005	+223

・商品のラインアップの充実及び差別化、プランナーの販売推進力の向上により、出席人数に大きな変化がないにも関わらず、付帯商品、料飲商品ともに単価アップ。

・付帯商品の単価アップは主に会場費の単価アップ及び演出商品が増加したことによる。

会場費 : ハウスウェディング認知及びT&Gブランドの浸透により、会場費をディスカウントせずにサービス提供が可能となった。

演出商品 : 感動商品、芸能人メッセージビデオ等、T&Gならではの商品をはじめオリジナル演出に係る商品の販売数が増加した。

・料飲商品の単価アップは、料理のコースの単価アップ (13,000円⇒15,000円) やデザートbuffetの普及等による。

営業利益増加要因

直営店型の売上高の増加により、利益率が向上。販管費の増加を吸収

売上高売上総利益率の向上 (43.7%⇒52.4%)

収益性の高い直営店型の売上高比率の増加により向上
(53.0%⇒71.3%)

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

188百万円 ⇒ 441百万円 (+134.6%)

(2002/4-2002/12)

(2003/4-2003/12)

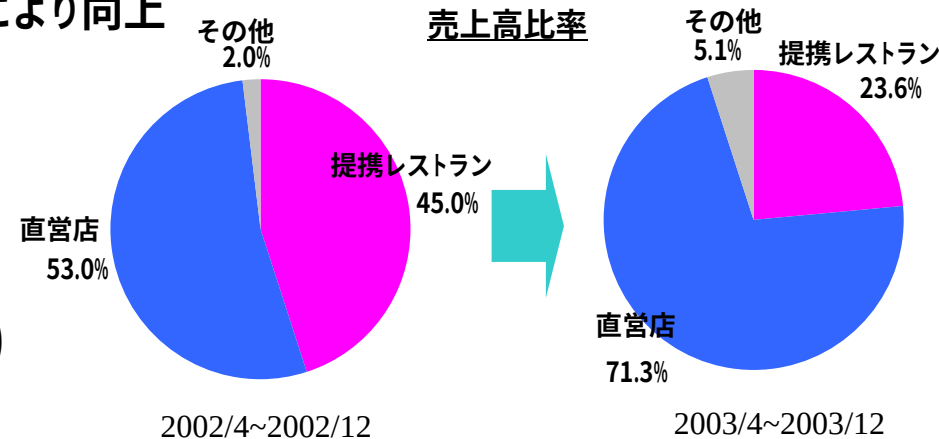
[対象店舗]

・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)

・2003/4-2003/12

仙台、福岡(祇園)、熊本、仙台(泉中央)、高崎、大阪、水戸、広島、新潟、郡山、姫路、富山
大宮、金沢、横浜、横浜みなとみらい



※当社の店舗は、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します。現在、日本全国に50店舗の直営店展開を計画しており、新規出店を続ける期間は開業準備費用が発生することとなります。

②社内管理体制及び出店体制(店舗開発部、営業統括本部、人事部)強化による管理費用の増加

335百万円 ⇒ 635百万円 (+189.3%)

既存店の状況

既存店も順調に推移。投資回収状況も良好

【業績比較】

	代官山			麻布			柏		
	2002/4-2002/12	2003/4-2003/12	対前年比	2002/7-2002/12	2003/7-2003/12	対前年比	2002/10-2002/12	2003/10-2003/12	対前年比
売上高 (百万円)	632	622	98.5%	183	381	208.2%	186	225	121.2%
売上高売上総利益率 (%)	57.3%	57.5%		61.9%	58.2%		59.0%	60.6%	
営業利益 (百万円)	185	175	94.3%	39	138	350.3%	60	91	151.2%
売上高営業利益率 (%)	29.4%	28.1%		21.6%	36.4%		32.5%	40.5%	

※麻布店は02/6/29OPEN,柏店は02/9/17OPENのため、業績比較はOPEN翌月から行っております。

【投資回収状況】

	代官山	麻布	柏
運営期間	2001.8.24～	2002.6.29～	2002.9.17～
①投資額 (建築費+保証金+器具備品) (百万円)	364	109	413
②累積営業利益 (百万円) (月中開店の場合は開店月除く)	512	231	280
③暫定償却前利益(税引後利益+減価償却費) (百万円)	310	138	179
④運営月数 (月) (月中開店の場合は開店月除く)	28	18	15
⑤平均純利益/月 (③/④) (百万円)	11	8	12
⑥暫定ROI (⑤×12ヶ月/①)	36.6%	84.5%	34.7%

※麻布店は既存建物のリニューアルによる出店のため、投資額が通常の約3分の1に抑えられております。

貸借対照表 (2003年12月31日現在)

(単位: 百万円)	2003/12	増減額	2003/03
(資産)			
現金及び預金	628	△231	860
建物 ※1	2,684	+1,425	1,258
土地 ※2	1,496	+7	1,488
建設仮勘定 ※3	1,378	+1,024	353
長期貸付金 ※4	1,172	+1,083	88
差入敷金保証金 ※5	930	+445	484
その他	1,144	+421	723
資産計	9,432	+4,178	5,254
(負債・資本)			
1年以内返済予定長期借入金	1,436	+988	447
1年以内償還予定社債	200	±0	200
前受金	397	+156	240
社債	400	△100	500
長期借入金	3,813	+2,854	959
その他	1,299	△315	1,614
負債計 ※6	7,545	+3,584	3,960
資本計 ※7	1,887	+594	1,293
負債・資本計	9,432	+4,178	5,254

資産の増加について (※1、※3、※4、※5)

直営店の出店に伴い、新設した店舗及び今後OPENする予定の資産が増加。なお、建設協力金は長期貸付金に計上しております。

新設店舗 : 名古屋、仙台、福岡祇園、熊本

仙台泉中央、高崎

OPEN予定店舗 : 水戸、広島、新潟、郡山、姫路

名古屋八事、富山、金沢、大宮

土地について (※2)

当社は原則として土地は所有しない方針で出店を行っていましたが、今後は不動産投信等の不動産流動化スキームを利用した出店を行っていくため、条件の良い立地を選別し、土地を一時的に所有しております。(名古屋、福岡祇園)

負債の増加及び自己資本比率について (※6、※7)

当社は資金の調達コストを鑑み、間接金融からの調達を中心として出店を行っていましたが、今後はさらに財務状況を改善するため、不動産流動化スキームによる出店を中心に行うことで、自己資本比率を向上させ、負債を減少させていく方針です。また、2004年1月29日をもって公募増資により48億86百万円の調達を実施することにより、自己資本比率は大幅に増加いたしました。

近況報告

来期の出店状況について

来期12店出店予定のうち8店舗はすでに契約済

(2004年2月4日現在)

2005年3月期新設店舗 (12店舗を予定)

契約済み店舗一覧

-4月	アーククラブ迎賓館 (郡山)	1バンケットタイプ
-5月	アーヴェリール迎賓館 (姫路)	1バンケットタイプ
-6月	アーヴェリール迎賓館 (名古屋八事)	1バンケットタイプ
-7月	アーヴェリール迎賓館 (富山)	2バンケットタイプ
-8月	アーククラブ迎賓館 (金沢)	2バンケットタイプ
-9月	アーヴェリール迎賓館 (大宮)	1バンケットタイプ
-9月	山手迎賓館 (横浜)	1バンケットタイプ
-10月	ベイサイド迎賓館 (横浜みなとみらい)	2バンケットタイプ

2003年12月末現在受注状況

提携レストラン、直営店ともに受注は順調

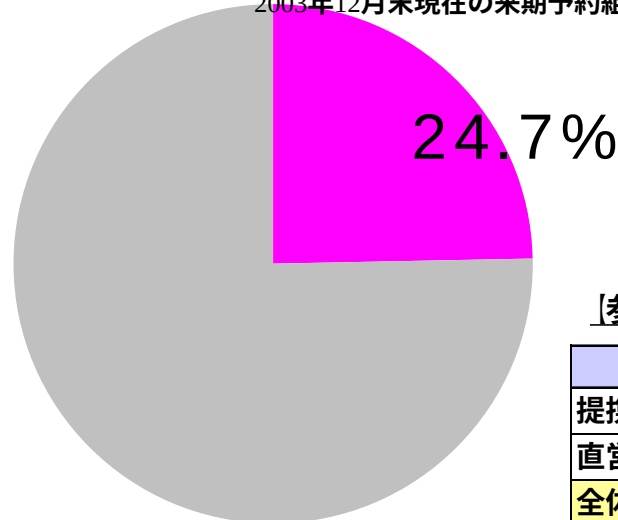
来期計画総組数に対し、24.7%の受注を達成しております。(2003年12月末現在)

2003年12月末現在受注状況

	当期 (1月～3月) 分の計画達成率	来期 (4月～翌3月) 分の計画達成率
提携レストラン	112.2%	23.6%
直営店	100.3%	25.0%
全体	102.9%	24.7%

来期計画組数達成率

2003年12月末現在の来期予約組数 ÷ 来期計画総組数



[参考] 2002年12月末現在受注状況

	平成15年3月期 (1月～3月) 分の計画達成率	平成16年3月期分の計画達成率
提携レストラン	100.4%	20.7%
直営店	101.0%	23.8%
全体	104.8%	22.8%

資金調達状況

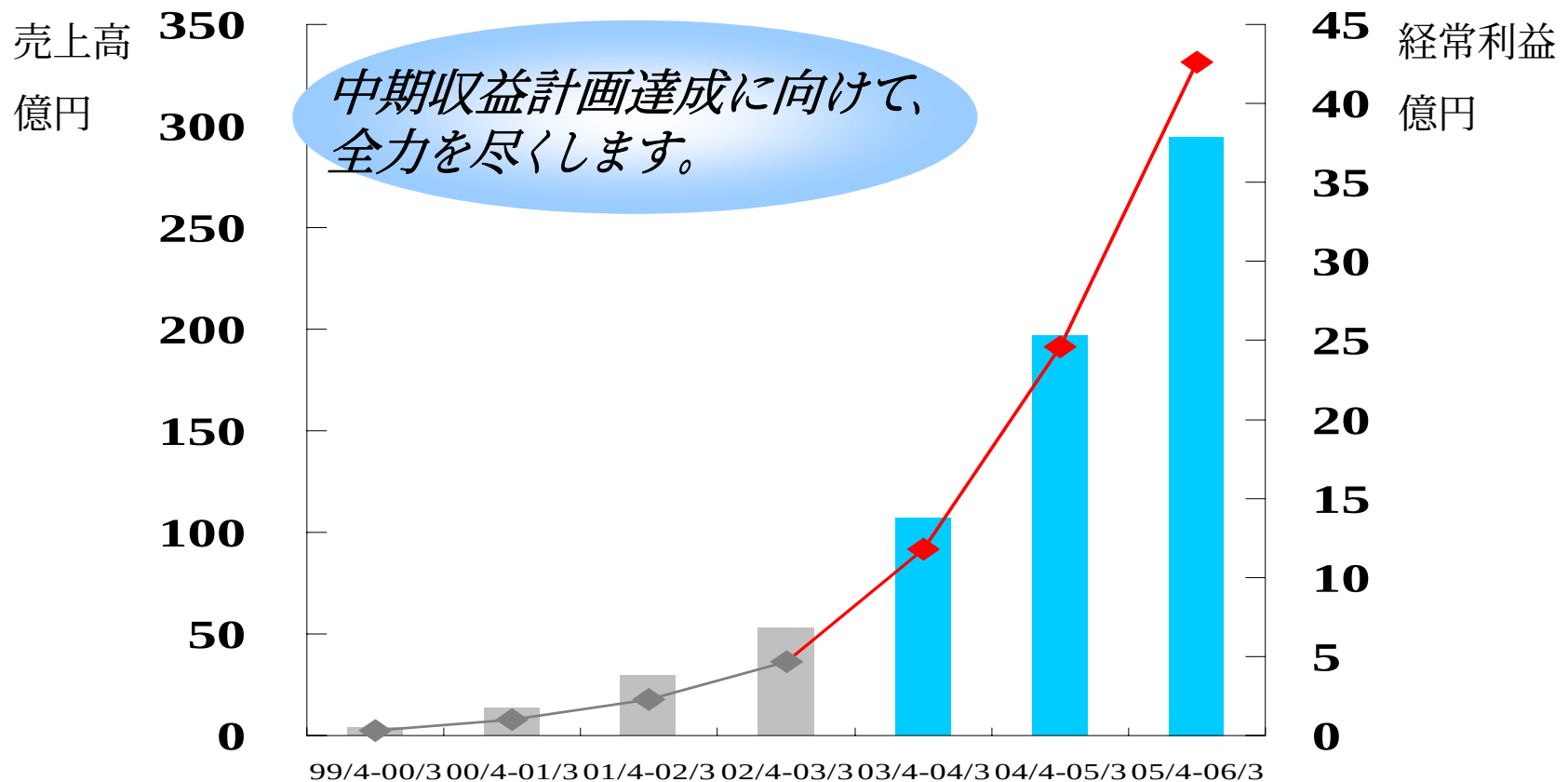
来期出店に係る資金は現段階で調達済み

- ・ 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 (2バンケットタイプ 1店舗)
- ・ 今期中にSPCスキームにて一部の既存店を流動化予定

来期出店予定の12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です。

今後は既存店の不動産を順次流動化し、来期以降に出店を計画している店舗を不動産流動化スキームにて出店していく予定

中期収益計画 (2003年5月22日公表)



	2003/3	対前年	2004/3	対前年	2005/3	対前年	2006/3	対前年
売上高 (百万円)	5,275	+78.1%	10,710	+103.0%	19,660	+83.6%	29,451	+49.8%
経常利益 (百万円)	467	+104.0%	1,181	+152.9%	2,458	+108.1%	4,262	+73.4%
売上高経常利益率	8.9%		11.0%		12.5%		14.5%	
当期純利益 (百万円)	215	+80.8%	544	+153.2%	1,278	+134.7%	2,216	+73.4%
売上高当期純利益率	4.1%		5.1%		6.5%		7.5%	
直営店数 (店)	7	+4	16	+9	28	+12	40	+12
提携レストラン数	10	±0	10	±0	10	±0	10	±0



本資料は、2004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】

最新の情報は当社IRホームページ

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

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

社長室 IR担当

吉村美代子

にてご提供しております。

E-mail :ir@tgn.co.jp

※店舗OPEN情報等、最新情報のメール配信サービスを行っております。是非ご利用ください。

TEL :03-5469-3070

参考資料：市場動向及びT&Gの優位性

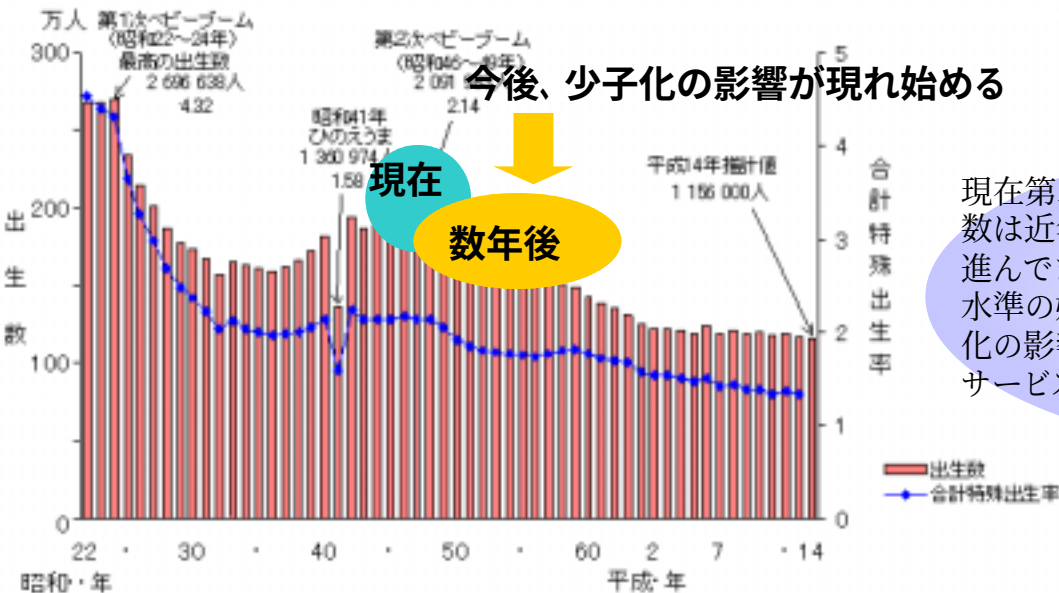
挙式披露宴市場規模

挙式披露宴規模＝2兆円

平成14年婚姻組数 : 757,331組 (平成14年人口動態統計 厚生労働省)

挙式披露宴平均費用 : 280万円 (ゼクシィ結婚トレンド調査2003 株式会社リクルート)

出生数及び合計特殊出生率の年次推移

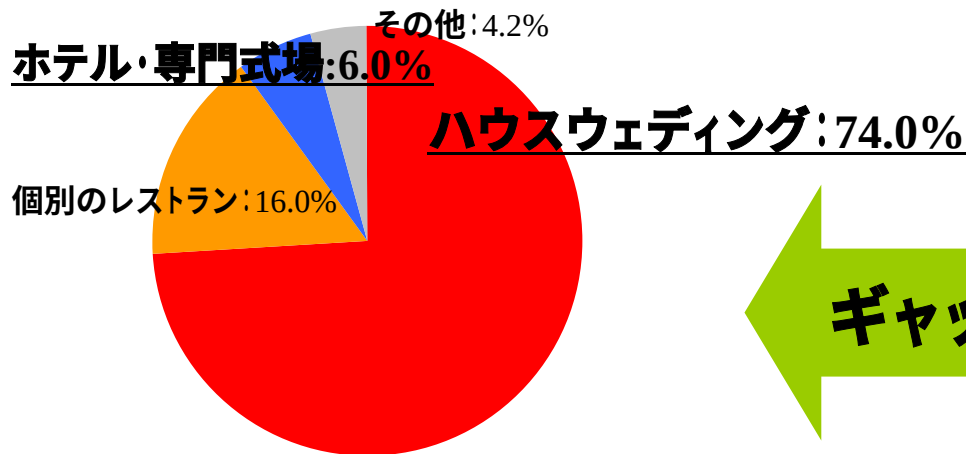


現在第二次ベビーブーム世代が婚礼期を迎えているため、婚姻組数は近年75~80万組で推移しております。今後は徐々に少子化が進んでまいりますが、同時に晩婚化が進んでいるため、数年間は同水準の婚姻組数で推移することが予測されます。その後は、少子化の影響により市場縮小が進むため、より顧客ニーズに応えられるサービスを提供することが求められます。

顧客ニーズの変化と需給ギャップ

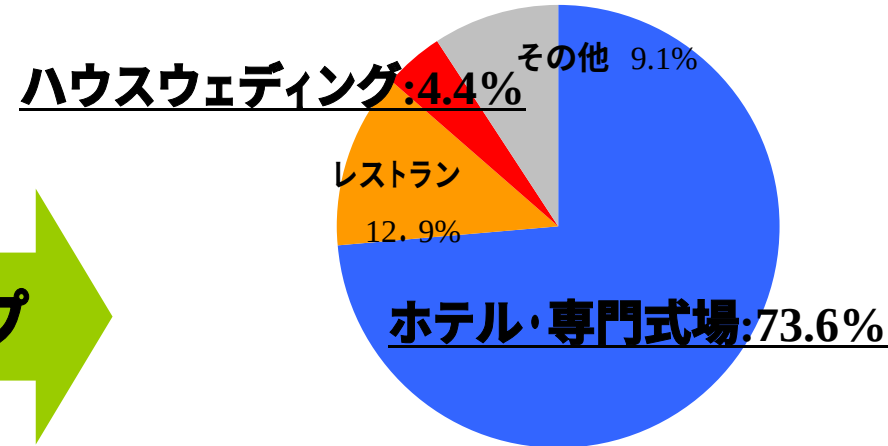
- ・ **ハウスウェディングを望む顧客が70%以上**であるのに対し、
- ・ 実際に挙式披露宴を実施した会場のうち、**ハウスウェディングの割合は5%未満**です。
- ・ **ハウスウェディング会場の供給不足**により、日本全国において**需要と供給にギャップ**がある状態です。

【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年4月1日～2003年10月31日)

【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。

順調な業績を達成できるT & Gの優位性

①ブランド力

②商品力

③人材

④「直営」によるスピード出店

T & Gの優位性① ブランド力

- ・多くの芸能人が当社会場を利用
- ・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



紫門 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



- ・ブランド認知の高い企業とのコラボレーション
- ・TV・女性誌など多数の媒体への掲載



全国的に認知度アップ

T & Gの優位性② 商品力

・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



試食会の実施
⇒高成約率



・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

当社ウェディングプランナー全員が「商品開発担当者」
頻繁に模擬披露宴を実施し、常に新しい商品を発掘



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

日本全国へ講演・講習会の実施

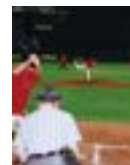


有賀 明美

・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



直営店をクラブに改造。
人気DJや芸能人とクラブパーティー

仮装パーティー。パーティー後
は全員プールへ

豪華客船貸切で船上パーティー

東京ドーム貸切で野球大会

青山墓地で花見パーティー



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 「直営」によるスピード展開

・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



T & Gの目指す経営指標

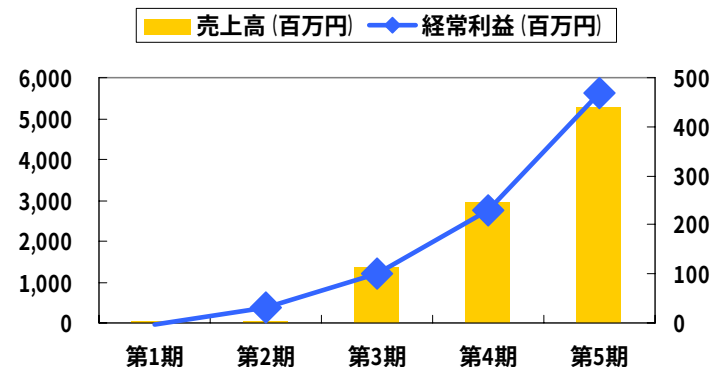
**S P C、不動産投信等を導入し、オフバランス化を実現
→無借金経営へ**

- ・ **自己資本比率の向上**
- ・ **ROEの向上**
- ・ **1株あたりのキャッシュフローの向上**

参考資料：T&G' DATA

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	：2,937,350千円
決算	：3月
社員	：299名 (2004年1月31日現在) ※契約社員を含む
発行済株式数	：10,048株(2004年1月31日現在) ※2004年2月20日をもって2003年12月31日現在の株主に対して1:3の株式分割を行う予定であり、2004年2月20日以降の株数は23,946株となる予定であります。



T&Gの商品と収支モデル

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%	

3年回収を出店基準としております。

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	1,600,000	フルコース
DRINK	320,000	フリードリンク
CAKE	100,000	オリジナル生ケーキ
小計	2,020,000	
サービス料(10%)	202,000	
料飲商品計②	2,222,000	
合計 (①+②)	4,012,000	

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（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	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。

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いたします。



12~10ヶ月前



開業準備室



8ヶ月前



OPEN!!

店舗・営業

出店予定地契約

広告出稿開始
開業準備室OPEN
受注開始



設計・施工

人事

採用活動

研修・配属

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



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

New!

New!

2004年2月現在

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)
2004/02	ブルーポイント (東京都港区)

直営店舗一覧

2004年2月現在

店舗名	出店地	契約形態	開店	タイプ	備考
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	挙式のための販売も行っている
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
アーセンティア迎賓館	千葉県柏市	定期借地	2002/9/17	1B	
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
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	
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	
アーカンジェル迎賓館(名古屋)	愛知県名古屋市	購入	2003/4/5	1B	土地購入・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	2003/6/7	1B	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	2003/8/2	1B	土地購入・信託設定済み
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	
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
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
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	
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	
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
アーククラブ迎賓館(新潟)	新潟県新潟市	定期借家	2004/3(予)	2B	建築協力金
アーククラブ迎賓館(郡山)	福岡県郡山市	定期借地	2004/4(予)	1B	
アーヴェリール迎賓館(姫路)	兵庫県姫路市	定期借地	2004/5(予)	1B	
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	
アーヴェリール迎賓館(富山)	富山県富山市	定期借地	2004/7(予)	2B	
アーククラブ迎賓館(金沢)	石川県金沢市	定期借地	2004/8(予)	2B	
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	
山手迎賓館(横浜)	神奈川県横浜市	定期借地	2004/9(予)	1B	
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	

 閑静な住宅街
 デートスポット・人の集まるエリア
 主要幹線道路沿い
 主要駅の近辺

※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)

※当社は、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おります。