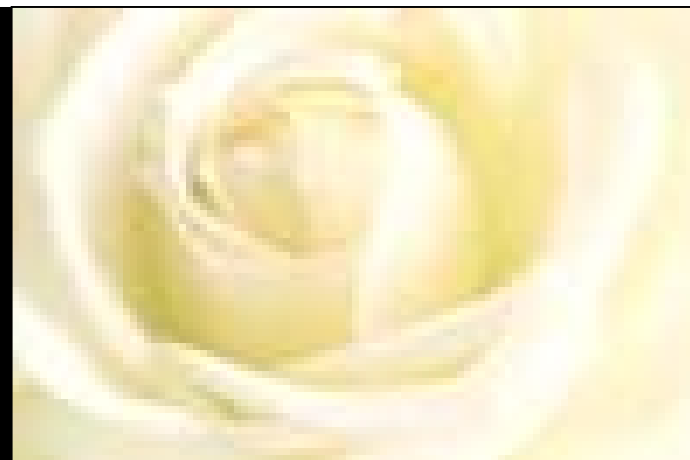


Vision Of
TAKE and GIVE, NEEDS
(ナスダック・ジャパン:4331)

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
2002年5月23日(木) 第4期決算説明会



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

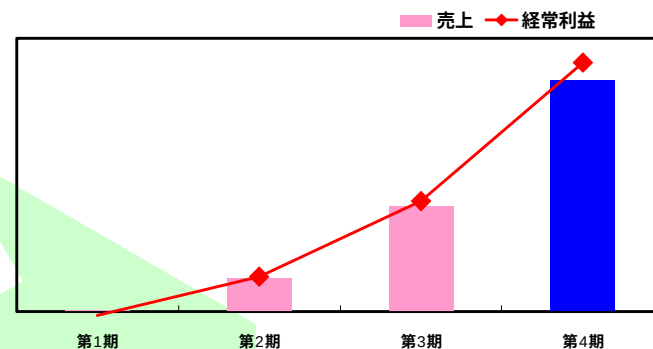
目次

- **第4期 (2001年度) 実績報告**
 - 第4期 (2001年度) 損益報告書 2
 - 第4期 (2001年度) 受注状況 3
 - 第4期 (2001年度) 貸借対照表 4
- **第5期 (2002年度) について**
 - 第5期 (2002年度) 出店計画 6
 - 第5期 (2002年度) 業績予想 7
 - 開業準備費用について 8
 - 直営店増加による収益構造改善 9
- **今後の戦略**
 - 3タイプの直営店を全国展開 11
 - 土地購入モデル採用へ 12
 - 出店と教育に注力 営業を強化 13
 - 継続的に教育を続ける体制を確立 14



第4期 (2001年度) 実績報告

業績UP



売上 +118.8%

経常利益 +126.6%

当期利益 +113.5%

第4期 (2001年度) 損益計算書

(単位:千円)	第3期 (2000年度)		第4期 (2001年度)		対前年
売上高	1,353,606		2,961,179		+118.8%
レストラン提携型	1,328,602	98.2%	2,070,827	69.9%	+55.9%
直営型	—		851,467	28.8%	—
その他	25,003	1.8%	38,883	1.3%	+55.5%
売上総利益	383,606	28.3%	1,067,599	36.0%	+178.3%
販管費	271,492	20.1%	812,460	27.4%	+199.3%
営業利益	112,114	8.3%	255,138	8.6%	+127.6%
経常利益	101,065	7.5%	229,002	7.7%	+126.6%
当期利益	55,763	4.1%	119,034	4.0%	+113.5%

■売上高 118.8%増
■売上総利益率 7.7%増
■営業利益 127.6%増

：新規直営店営業開始 (3店舗)、提携レストラン10店舗フル稼働により
：収益性の良い直営店の売上総利益寄与により
：直営店出店に伴う増員、開業準備費用で販管費199.3%アップにも関わらず
それを上回る増収により対前年比127.6%増

★売上高の「その他」は企業向けパーティーなど、挙式宴会売上以外の売上が含まれております。

第4期 (2001年度) 受注状況

(単位:件)	前期残高	第4期 (2001.4.1~2002.3.31)				残高	
		受注件数	対前年	実施件数	対前年	残高	対前年
提携レストラン	315	963	+14.1%	900	138.9%	335	+106.3%
直営店	27	784	+2803.7%	394	—	373	+1381.5%
挙式のみ	10	247	+2370.0%	172	—	73	+730.0%
挙式披露宴	17	537	+3058.8%	222	—	300	+1764.7%
その他		39		39	—	0	—
合計	342	1,786	205.1%	1,333	153.0%	708	207.0%

期末時点での次期計画に対する達成率

提携レストラン:35.4%

※直営店に関する達成率は、営業開始済みの店舗に関して算出しております。

期末時点での次期計画に対する達成率

提携レストラン:36.3%

直営店 :55.5%

第4期 (2001年度) 貸借対照表

貸借対照表

(単位:千円)	第3期 (2000年度)	第4期 (2001年度)	対前年
流動資産計	661,882	1,324,111	+100.1%
現金及び預金	624,041	1,133,324	+81.6%
売掛金	27,985	95,420	+241.0%
未収入金	708	30,398	
前払い費用	426	51,572	
その他	8,720	13,394	
固定資産計	292,974	639,522	+118.3%
建物及び構築物	2,796	254,411	+8999.1%
その他固定資産	290,178	385,111	
投資その他の資産	179,989	302,057	+67.8%
差入敷金保証金	92,222	207,866	+125.4%
その他	87,767	94,191	
総資産計	954,856	1,963,634	+105.6%
流動負債計	263,685	563,301	+113.6%
買掛金	70,073	187,562	+167.7%
短期借入金	80,000	142,940	+78.7%
その他	113,611	232,798	
固定負債計	38,727	321,953	+731.3%
株主資本計	652,444	1,078,379	+65.3%
負債・資本合計	954,856	1,963,634	+105.6%

直営店3店舗をオープンしたが、固定資産の大幅な増加を業務委託契約により、オフバランスを実現

- ・松濤店 東京イタリアンクラブとの業務委託契約
- ・東山店 ワタベウェディングとの業務委託契約

キャッシュフロー

(単位:千円)	第3期 (2000年度)	第4期 (2001年度)
営業活動によるキャッシュフロー	139,829	247,022
投資活動によるキャッシュフロー	△ 240,626	△ 409,786
フリーキャッシュフロー	△ 100,797	△ 162,764
財務活動によるキャッシュフロー	622,533	632,045
現金及び現金同等物の期末残高	624,041	1,093,322

- ・営業活動CF: 売上増による利益増加
- ・投資活動CF: 直営店出店のための投資
(有形固定資産取得、敷金保証金差入等)
- ・財務活動CF: 公募増資、借入、社債発行等

第5期 (2002年度) について

業績UP

売上 +62%

経常利益 +53%

当期利益 +31%



直営店新規5店舗出店

出店体制と教育を強化

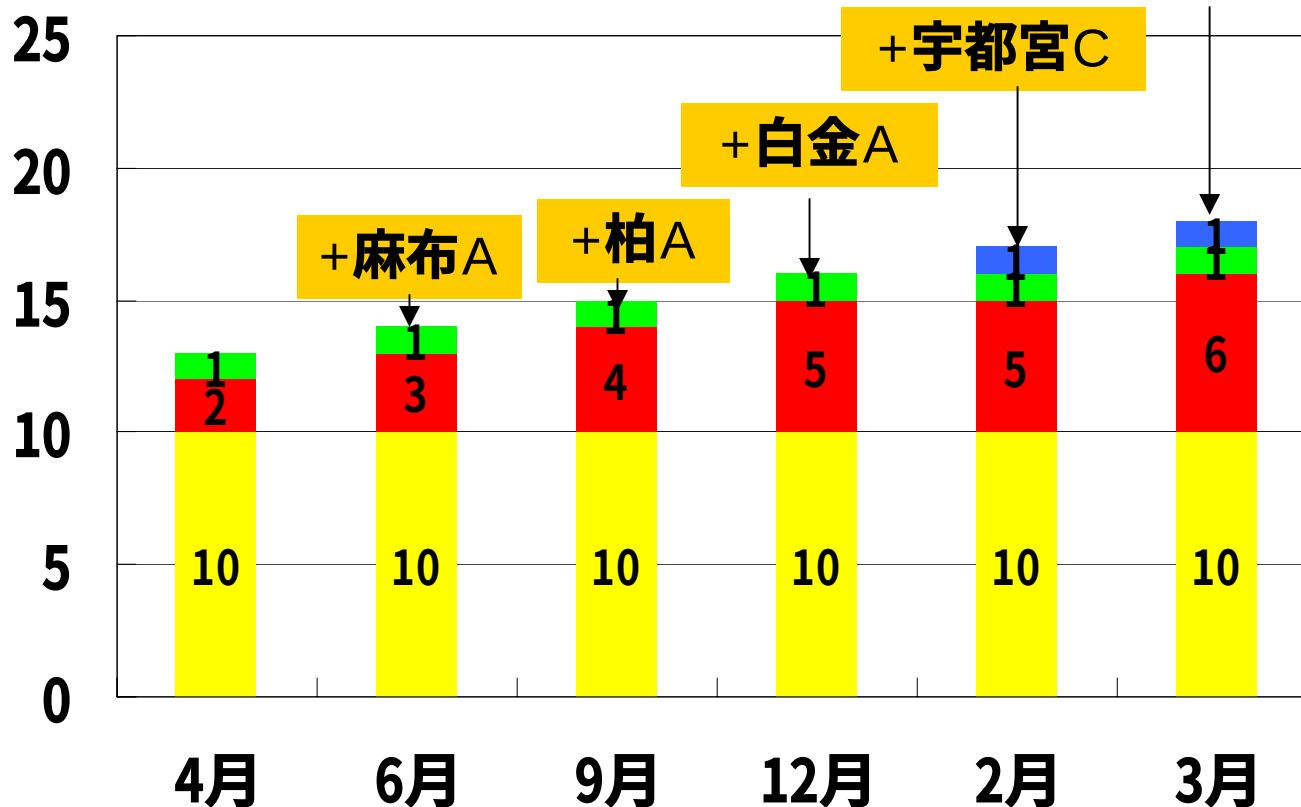
第5期 (2002年度) 出店計画

■ 提携レストラン ■ 直営A ■ 直営B ■ 直営C

店

※直営店モデルタイプA,B,Cにつきましてはスライド11を参照してください。

+福岡A



第5期 (2002年度) 業績予想

- **売上** : 4,804 **百万円** (対前年+62%)
レストラン提携型: 2,077百万円 直営店型: 2,727百万円
- **経常利益** : 350 **百万円** (対前年+53%)
- **当期利益** : 155 **百万円** (対前年+31%)

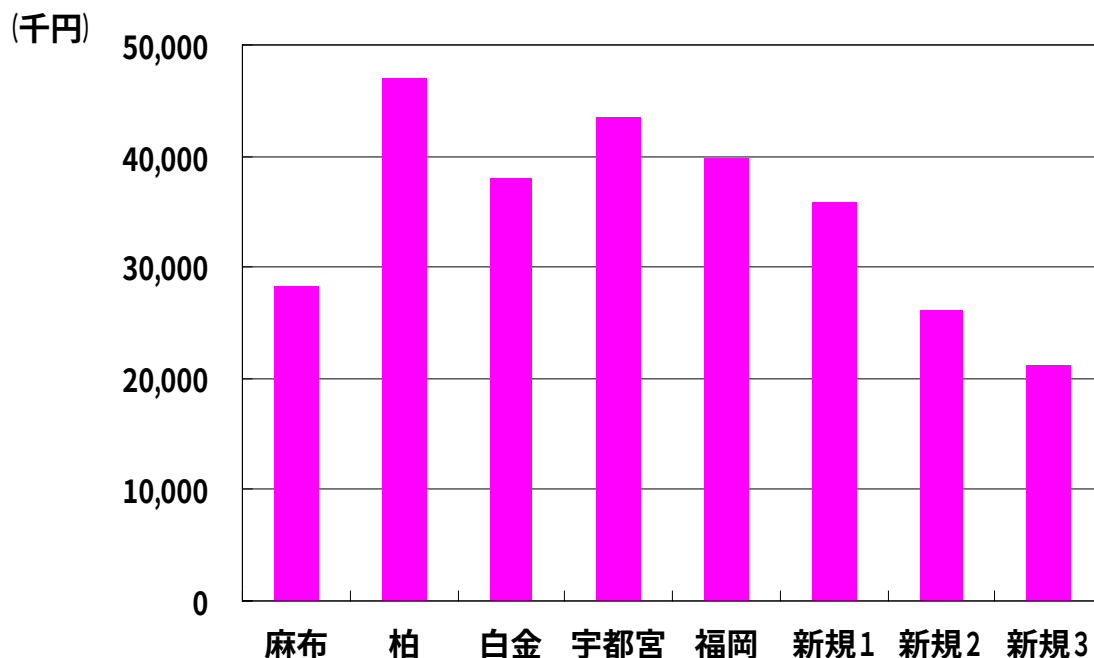
2.5億円の開業前準備費用が発生

★1店舗あたりおよそ60百万円～80百万円の費用が開業前（売上発生前）にかかります。

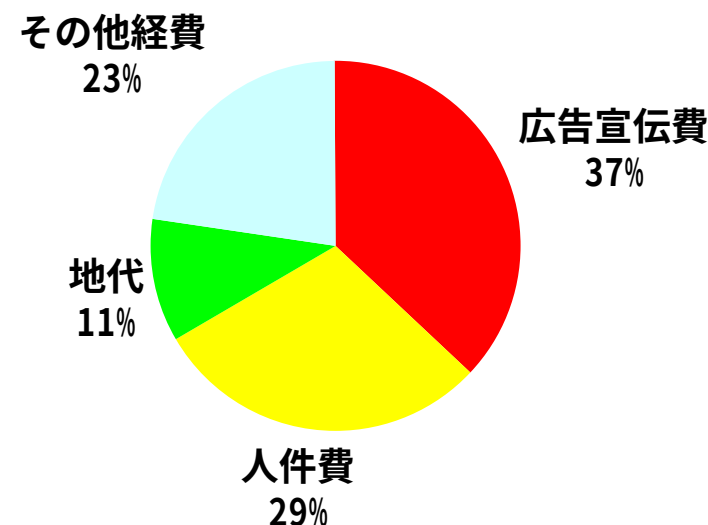
・ 発生対象

麻布、柏、白金、宇都宮、福岡（今期）

新規1、新規2、新規3（来期出店予定）

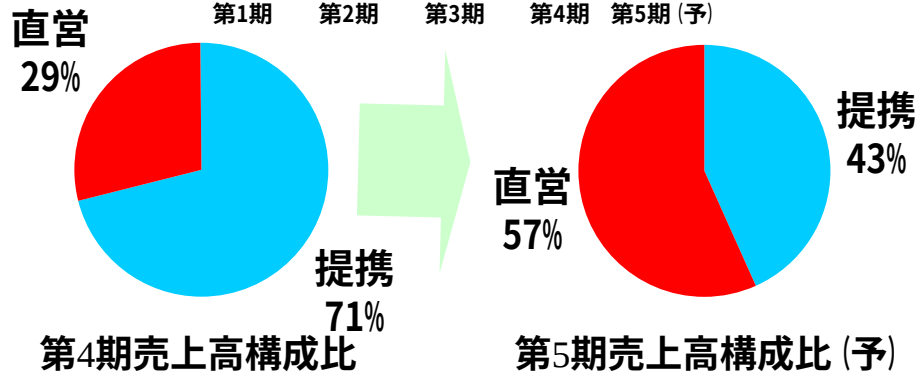
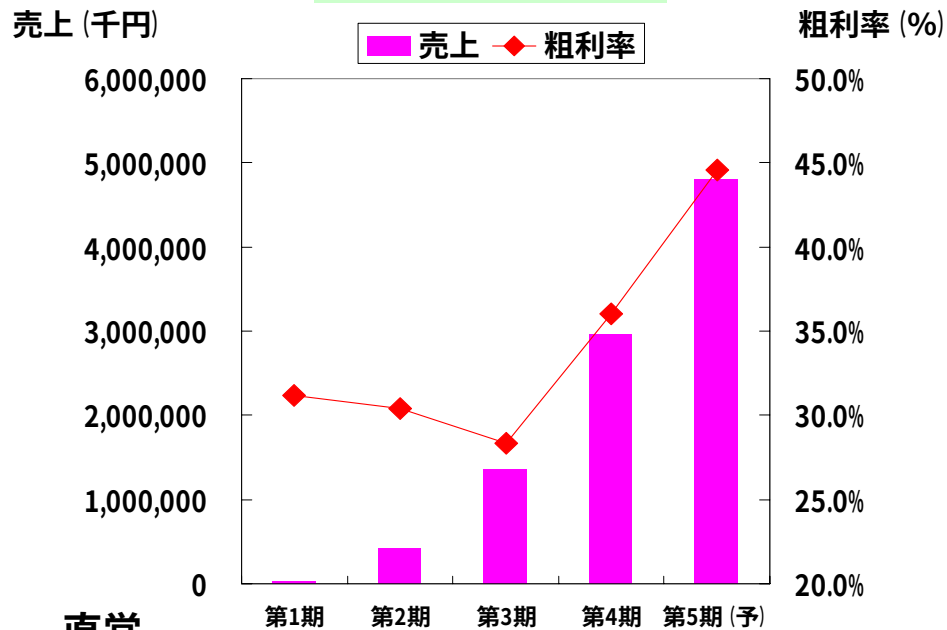


開業準備資金内訳

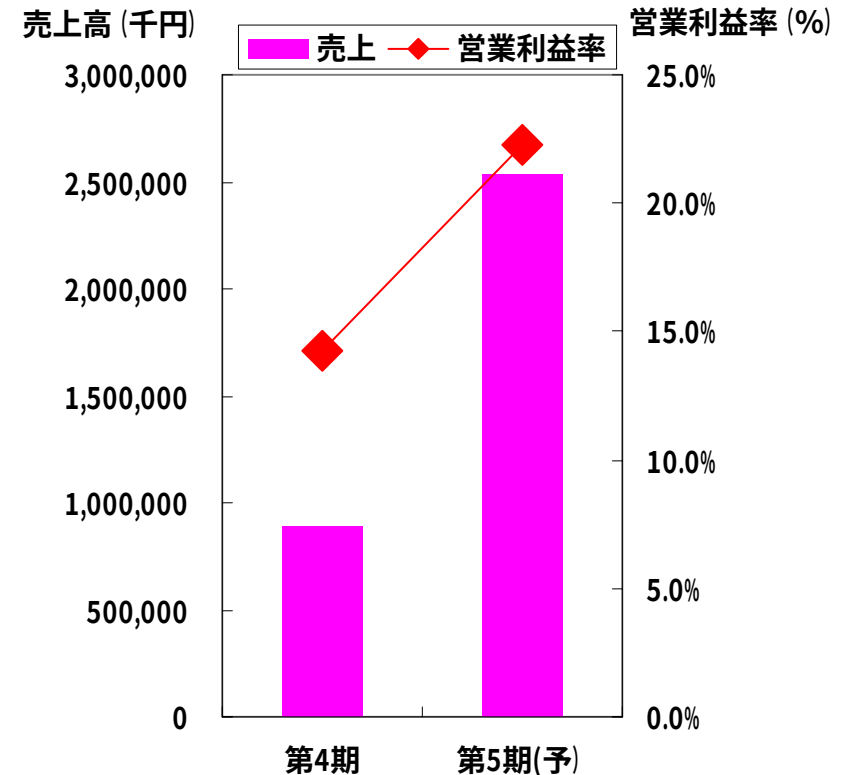


直営店増加により収益性がさらに向上

売上高と粗利率



直営店黒字転換分の売上高と営業利益率



★黒字転換対象店舗

第4期: 松濤、代官山、東山

第5期(予): 松濤、代官山、東山、麻布、柏、宇都宮

今後の戦略

高ROI (30%以上)

直営店全国出店



教育体制確立

3タイプの直営店を全国展開

(単位:千円)	Aタイプ		Bタイプ		Cタイプ	
年間収支						
売上	627,000		843,000		1,188,000	
売上総利益	376,200	60.0%	505,800	60.0%	712,800	60.0%
営業利益	164,274	26.2%	224,667	26.7%	330,635	27.8%
当期利益 (税率47%) (①)	87,065	13.9%	119,074	14.1%	175,237	14.8%
投資 (②)	290,000		350,000		560,000	
建築費	250,000		300,000		500,000	
保証金	40,000		50,000		60,000	
ROI	30.0%		34.0%		31.3%	

ROI=当期純利益/(建築費+保証金)

出店基準は

ROI 30%以上

敷地面積

600～800坪

1チャペル1バンケット

実績例: アーククラブ松濤
アーケイディア

独立チャペル1バンケット

実績例: アーカンジェル代官山
★教会独立型

敷地面積

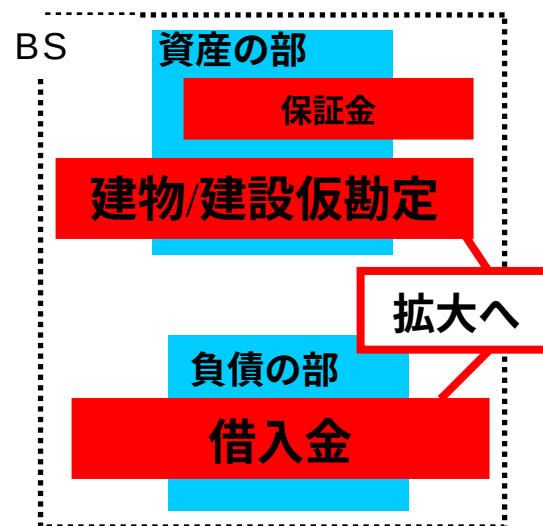
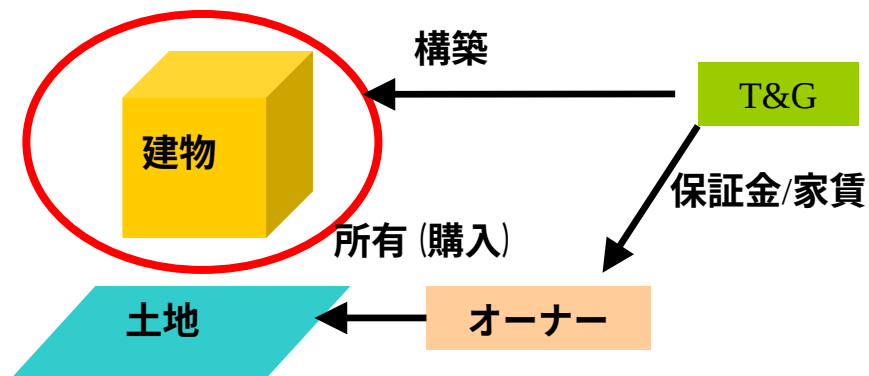
2000坪～3000坪

2チャペル2バンケット

予定: 宇都宮

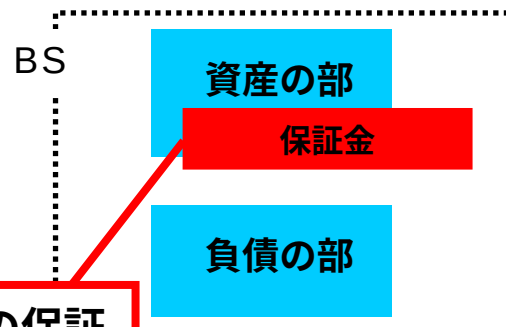
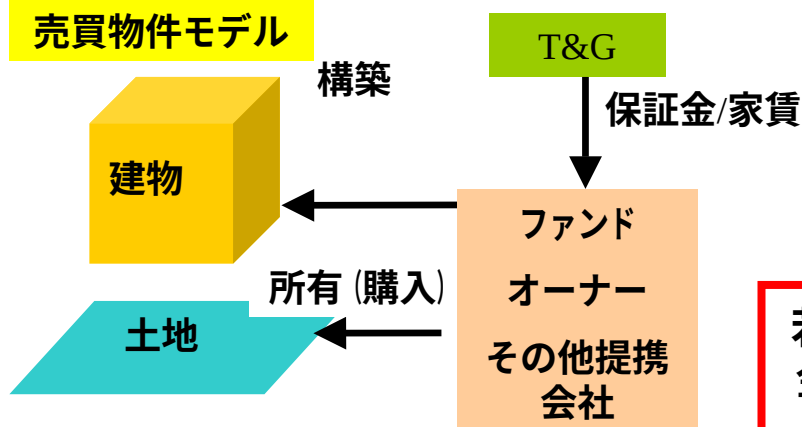
流動化スキームの活用による 売買物件への対応とオフバランスの実現

定期借地物件モデル



- ・物件情報が少ない
- ・固定資産/借入金
の拡大で総資産拡大へ

売買物件モデル

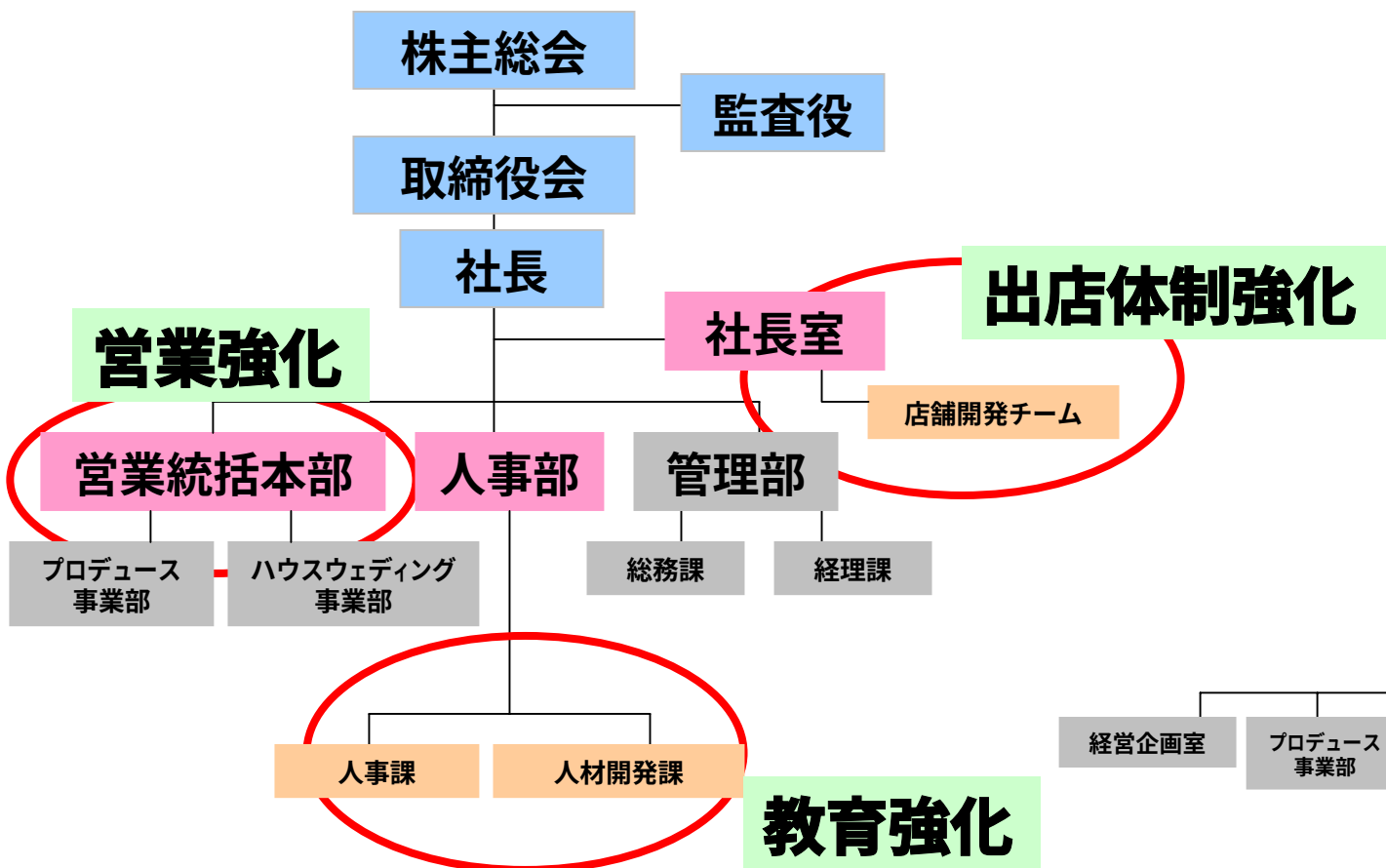


若干の保証
金が増える
のみ

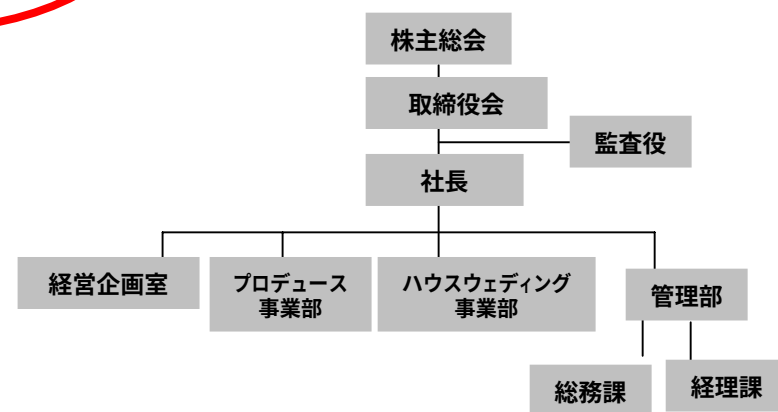
- ・物件情報が多い
- ・土地購入による価
格下落のリスクを回
避
- ・モデル収支よりも
家賃が増えるため、
収益性は土地定借
モデルよりもダウン

出店と教育に注力。営業を強化

新組織体制



旧組織体制



継続的に教育を続ける体制を確立

営業統括本部

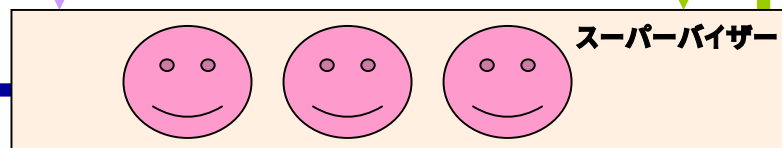
営業ポイント
販売促進材料

人事部

・コーチングスキル
・マネジメントスキル

人事評価材料

チーフ・支配人研修 (随時)
・店舗採算性に関する総合力
・マネジメント能力



プランナー研修 (随時)

・営業/販売推進力

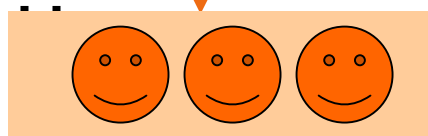
新人研修 (3ヶ月)

・基礎知識研修
・実務研修 (Off-JT, 計数管理)



チーフ/支配人

昇進



配属



新人

- スーパーバイザー
- 支配人/チーフプランナー
- プランナー
- 新入社員

本資料は、2002年3月期決算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3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

補足資料

- | | |
|--------------------|----|
| 1.会社概要 | 補1 |
| 2.挙式披露宴市場規模 | 補2 |
| 3.顧客ニーズの変化 | 補3 |
| 4.業績推移 | 補4 |
| 5.第4期月次売上と件数 | 補5 |
| 6.業界相関図とT&Gの強み | 補6 |
| 7.T&Gの強さ① 営業力 | 補7 |
| 8.T&Gの強さ② 一顧客一担当者制 | 補8 |



1. 会社概要

- ・ **社名**:株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ (証券コード:4331)
- ・ **設立**:1998年10月 ★2001年12月12日ナスダック・ジャパン上場
- ・ **事業内容**:結婚式の企画・運営
- ・ **資本金**:478百万円 (発行株式数 6,920株)
- ・ **役員**

代表取締役 野尻佳孝

取締役 中川貴之

取締役 堀田和宣

取締役 佐久間英徳

監査役 藤原 和雄 平田 毅彦 新井 達雄

- ・ **主要株主**:野尻佳孝38.58%、ウェルズ'通商 (株) 7.8% **株主数**652名

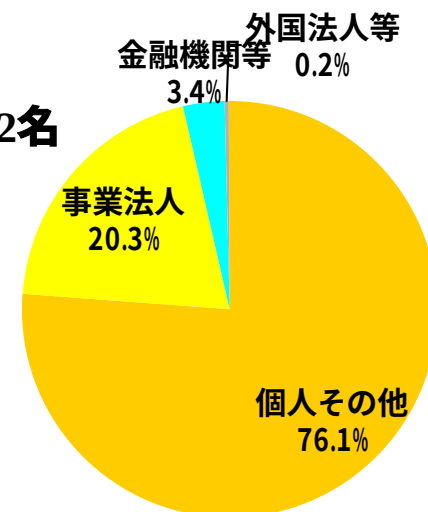
- ・ **従業員数**:78名 (02/3末)

- ・ **店舗数**

直営店 :3店舗

(アーククラブ松涛、アーカンジェル代官山、アーケイディア)

提携レストラン:10店舗



2. 挙式披露宴市場規模

●ブライダル市場は挙式披露宴だけで**2兆円**

結婚にまつわる市場は**5兆円**といわれている、巨大市場です

■ブライダル市場は、挙式、披露宴、新婚旅行のみでなく、
結婚をきっかけに購入する住宅、家具、保険、車など様々な可能性をもっています。

結婚にまつわる市場 5兆円

挙式披露宴市場
2兆円

資料：厚生省調査、厚生省 人口動態統計（平成9年）

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

結婚時にかける費用は**約700万円** 結婚披露宴にかかる費用は**約300万円** 婚姻数は**平均70～80万組**

3. 顧客ニーズの変化

顧客ニーズは一軒家ウェディングへ

ギャップ!

実際は、まだまだホテルが主流

最近の新聞記事から...

- 東京銀座独身女性100人アンケート 39人がレストランでのパーティを希望
「アットホームなウェディングを希望」 (2001・10/27付 日経流通新聞)
- 邸宅披露宴で集客強化 各ホテル、結婚式場 「一軒家でのウェディング
の需要にこたえる」 (2001・8/4付 日本経済新聞夕刊)
- 一軒家を丸ごと貸し切り自分たちで演出等を行うハウスウェディングが人気
(2001・2/17付 日本経済新聞夕刊)

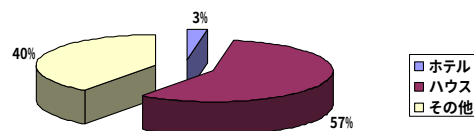
など多数の媒体で、ハウスウェディングを特集

■2001年8月に実施した当社の調査結果からも...

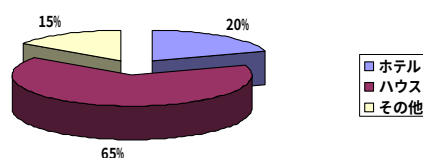
10代(潜在顧客)、20代(現在顧客)の過半数以上が、
一軒家での結婚式を支持しています。

(2001年8月 当社調べ)

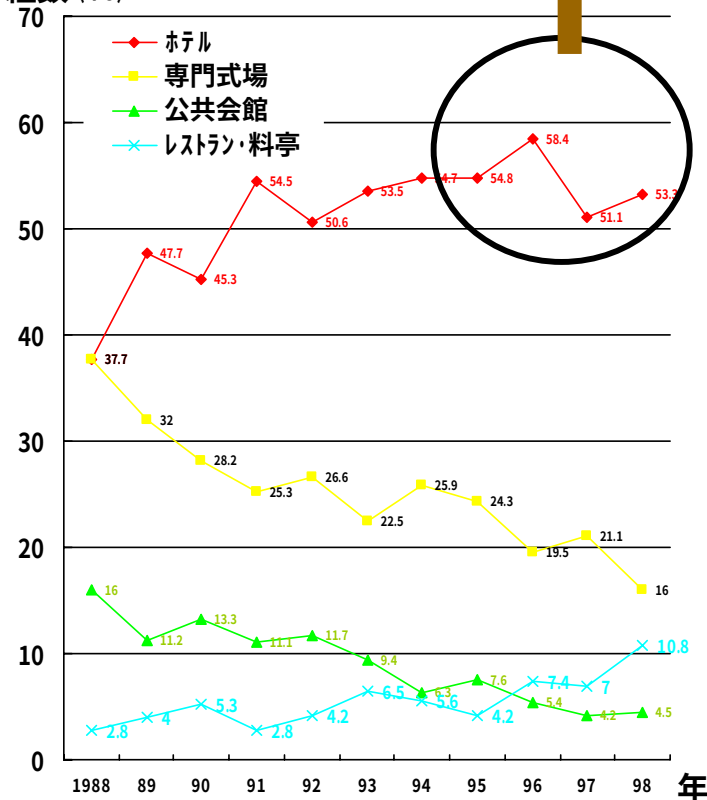
20代(n=110)



10代(n=256)



組数 (%)



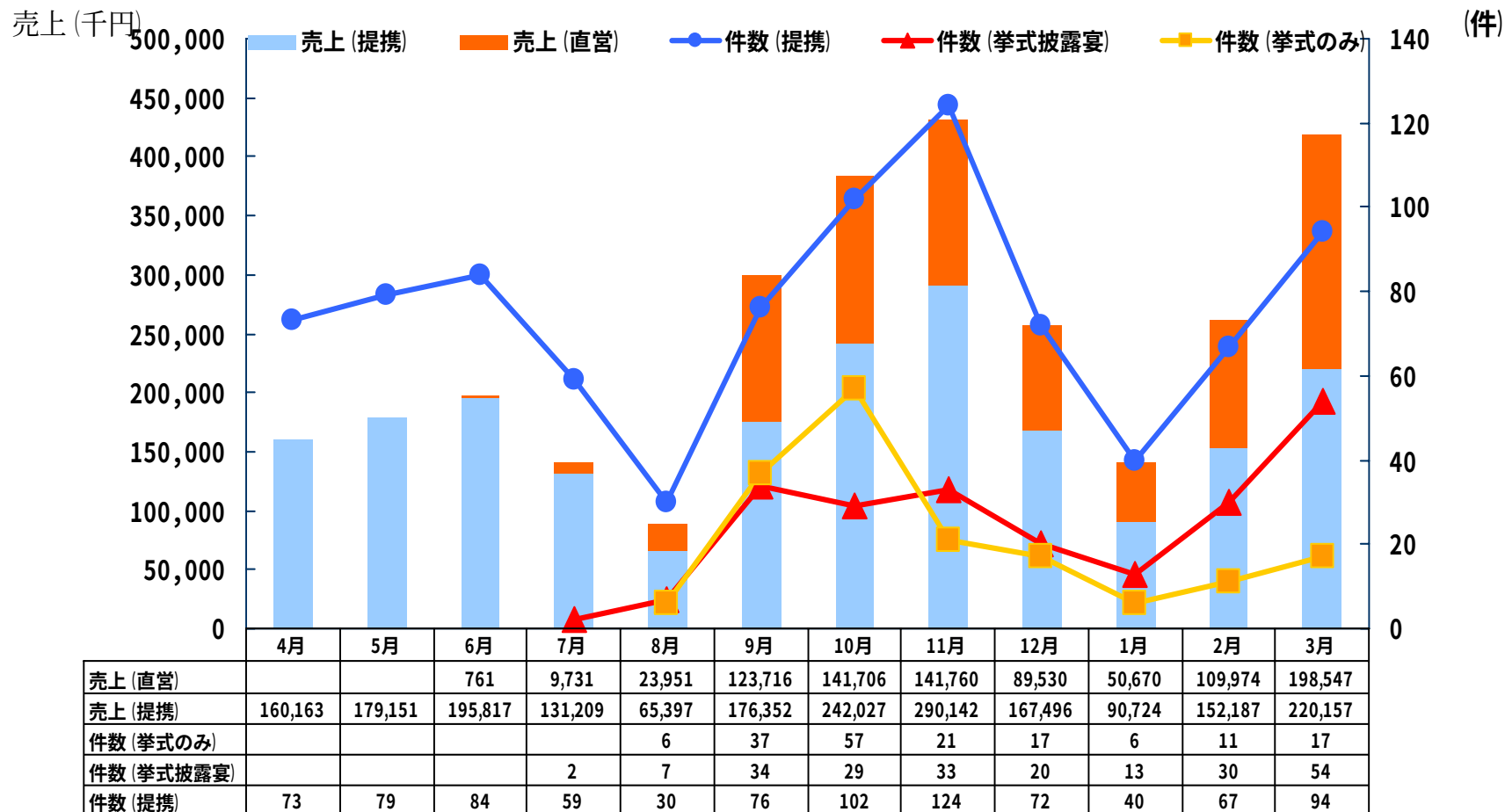
資料:三和銀行調査レポート「挙式前後の出納簿」(平成10年)

4. 業績推移

	第1期	第2期	第3期	第4期	対前年
売上高 (千円)	25,801	433,109	1,353,606	2,961,179	+118.8%
経常利益 (千円)	-3,373	32,257	101,065	229,002	+126.6%
当期純利益 (千円)	-3,373	17,373	55,763	119,034	+113.5%
EPS (円)	-8,434	43,434	74,906	23,255	
提携レストラン					
店舗数	2	5	10	10	
実績件数	15	242	648	900	38.9%
直営店					
店舗数	—	—	—	3	
実績件数	—	—	—	394	
うち挙式のみ	—	—	—	172	
一般宴会	—	—	—	39	

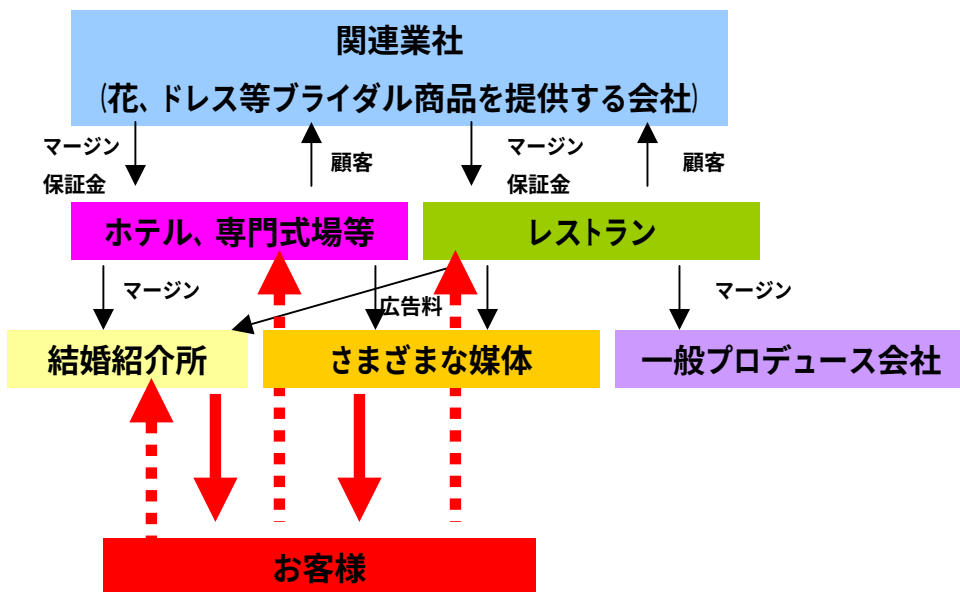
挙式披露宴は季節変動があり、8月と1月が通常ボトムとなります。

5. 第4期月次売上と件数



6. 業界相関図とT&Gの強み

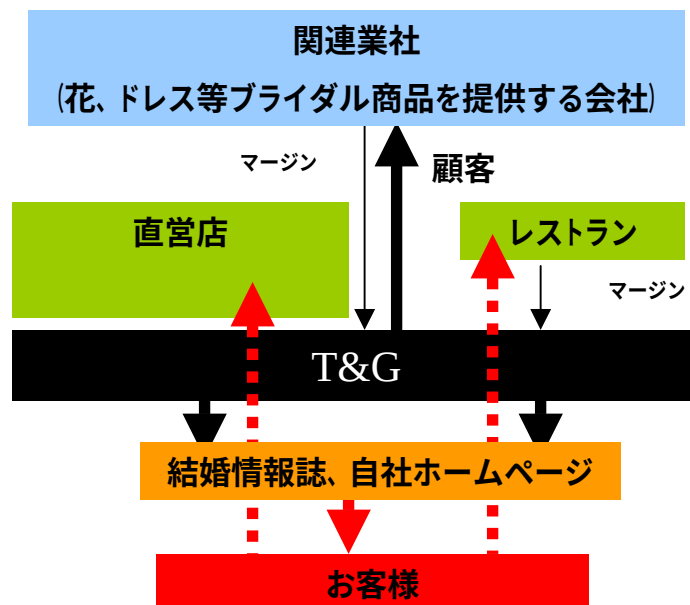
従来(一般)モデル



従来モデルでは……

- ・保証金制度のため、関連業社が限られる
→お客様へ提案する商品数が少ない
- ・一般レストランにとっては、運営に手間がかかるブライダルは広告費等を含め大きな負担。
→お客様を集客する広告費、対応するスタッフが不足

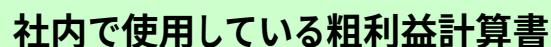
T&Gモデル



T&Gは……

- ・お客様へのアピールをシンプルに
(シンプルにしても集客できるハードづくり)
- ・レストランとの提携は広告費を含め、ブライダル業務を全面的に請負
(全面請負できる強力な人材)
- ・関連業社からは保証金をいただくず、お客様に多くの商品を提案するしみに

- 担当者が全商品の商品原価を把握
- 担当者が各店舗、各自の最低売上、最低粗利益を把握
- 最低粗利益を達成すれば、各担当者が自由に顧客へサービスが可能
- 担当者の粗利益、成約件数等に応じたインセンティブ制度

+ α の粗利益

各担当者で
ディスカウント可能

最低粗利益

粗利益

原価

8: T&Gの強さ② 一顧客一担当者制

お客様の細かいニーズまで汲み取るしくみを確立

