

Corporate Presentation

2010年3月期 決算説明資料

T&G

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 2010年3月期 決算説明資料

1 2010年3月期連結決算概要

- P3 連結業績推移
- P4 業績サマリー
- P5 連結損益計算書 概要
- P6 売上高内訳 解説
- P7 連結 売上総利益・営業利益 解説
- P8 連結 営業外損益 特別損益 純損益 解説
- P9 事業セグメント別 解説
- P10 連結貸借対照表 解説＜資産の部＞
- P11 連結貸借対照表 解説＜負債・純資産の部＞
- P12 連結キャッシュ・フロー計算書 解説
- P13 財務戦略 資金調達とリファイナンス

2 2011年3月期事業施策及び業績予想

- P15 2011年3月期の位置づけ
- P16 2011年3月期 国内ウェディング事業重点施策
- P18 2011年3月期 重点投資施策
- P19 2011年3月期 連結業績予想
- P20 2011年3月期 主要指数計画

3 新経営体制と中長期ビジョン

- P22 新経営体制について
- P23 中期ビジョンについて
- P29 長期ビジョン

1

Results of FY Ended March 31 2010

2010年3月期 連結決算概要

TAKE AND GIVE. NEEDS Co., Ltd.
TSE 1ST SECTION:4331
www.tgn.co.jp

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ代表取締役社長の野尻佳孝です。

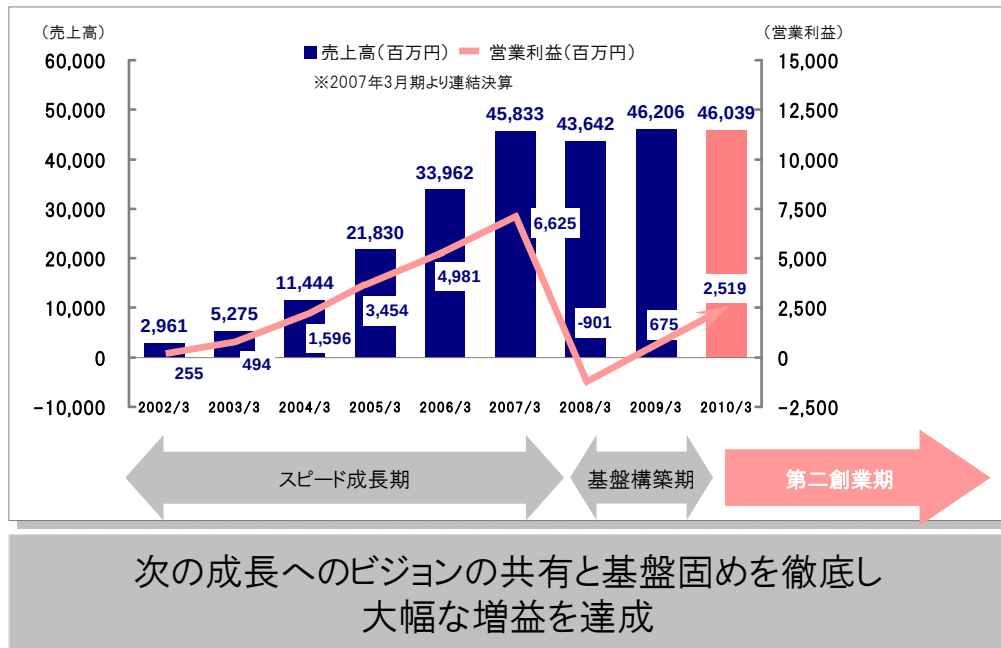
まず2010年3月期、連結業績について各項目のポイントをご説明いたします。

その後、当社における2011年3月期の位置づけと重点施策、
通期の業績予想について、ご説明いたします。

そして最後に、当社の今後の中長期的な取り組みについてお話させていただきます。
それではよろしくお願いいたします。

1-1 連結業績推移

「第二創業期」…V字回復 『真の復活』へ



3

まずは業績の推移をご確認いただきます。

当社は2008年3月期より、基盤構築を優先して取り組みを進めた結果、一時的に業績が落ち込む形になりました。

しかし2009年3月期は、その結果が現れ始め、営業利益と経常利益で黒字に回復いたしました。

そして、2010年3月期からを「第二創業期」として、短期的な業績ばかりを追い求めるのではなく、企業としての基盤を再整備した上で、長期的・安定的に利益と成長を積み重ねることにフォーカスする企業のステージだと位置づけました。

この結果、「真の復活」を命題に掲げた2010年3月期は、V字回復を果たし、大幅な増益を達成することができました。

**営業利益、経常利益は
公表計画(09年12月上方修正)を達成**

主力の国内ウェディング事業が大幅な収益改善
有利子負債の圧縮も計画通りに進む

3年ぶりに当期純利益が黒字へ

事業構造を徹底的に見直し
確実に利益を出す仕組みを確立

4

2010年3月期は、昨年12月に通期連結業績予想を上方修正しておりましたが、営業利益、経常利益でその予想を達成いたしました。

これは主に、主力である国内ウェディング事業の大幅な収益改善によるものであります。
また有利子負債の圧縮も計画通りに進んでおります。

事業構造の見直しを徹底的に実施したことや、グループ会社の収益が改善したこと等により、確実に利益を出す仕組みを確立し、三年ぶりに最終黒字を確保いたしました。

1-3 連結損益計算書 概要

— 2010年3月期 —

《収益の基盤を強化・・・V字回復を実現》

営業推進と、事業構造の改革を実施

(単位:百万円)

	2009年3月期	2010年3月期	前年比
売上高	46,206	46,039	-0.4%
売上総利益	23,650	24,655	+4.2%
売上総利益率	51.2%	53.6%	+2.4pt
販管費	22,974	22,135	-3.6%
販管費率	49.7%	48.1%	-1.6pt
営業利益	675	2,519	+272.7%
営業利益率	1.5%	5.5%	+4.0pt
経常利益	31	1,882	+0.0%
経常利益率	0.1%	4.1%	+4.0pt
当期純利益	△ 1,048	371	-
当期純利益率	-2.3%	0.8%	+3.1pt

・売上高

主力の国内ウェディング(直営店型)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、計画通りの売上高を確保

・利益

各種営業施策及びあらゆる業務プロセスの見直しにより、売上総利益率の改善及び販管費の削減が実現し、営業利益、経常利益が大幅に増加し、当期純利益も大幅に改善

5

連結損益計算書の概要をご説明いたします。

売上高は 46,039百万円、
 営業利益は 2,519百万円、
 経常利益は 1,882百万円、
 当期純利益は 371百万円となりました。

売上高については、
 子会社が持分法適用関連会社になったこと等による減収要因があったものの、
 主力の国内ウェディング直営店型事業、
 及び海外・リゾートウェディング事業の増収によって、
 概ね計画通りの結果となりました。

利益面では、営業利益、経常利益ともに前年度比18億円の増益、
 当期純利益では同じく14億円の増益となりました。

これらの大幅な回復の理由は、昨年より全社一丸となって取り組んでまいりました
 各種の営業施策ならびに、あらゆる業務プロセスの見直しが反映されてきたものです。

1-4 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 —

《主力の直営店型が増収を確保》

(単位:百万円)

	2009年3月期 売上高	2010年3月期 売上高	構成比	前年比
国内ウェディング事業	41,482	41,429	100.0%	-0.1%
直営店型	37,874	38,422	92.7%	+1.4%
レストラン提携型	3,150	2,452	5.9%	-22.2%
その他(一般宴会・試食会等)	458	555	1.3%	+21.1%

直営店型 詳細	2009年3月期	2010年3月期	前年比	前年比
売上高(百万円) (*1)	37,874	38,422	+548	+1.4%
会場数	87	87	+0	+0.0%
取扱組数	9,799	10,071	+272	+2.8%
挙式披露宴単価(千円) (A)	3,825	3,773	-51	-1.4%
上期	3,906	3,736	-169	-4.3%
下期	3,762	3,805	+43	+1.1%
平均出席人数 (B)	75	74	-1	-1.7%
一人当たり単価 (円) (A/B)	51,007	51,203	+196	+0.4%

※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。

プロデュース力の強化によって、取扱組数は過去最高となり、増収を確保
単価は上期における施策が奏功し、下期では前年を上回る

レストラン提携型 詳細	2009年3月期	2010年3月期	前年比	前年比
売上高(百万円)	3,150	2,452	-698	-22.2%
会場数	16	15	-1	-6.3%
取扱組数	1,197	965	-232	-19.4%
挙式披露宴単価(千円)	2,608	2,520	-87	-3.4%

期中の実質的な稼働会場の減少により、売上高は減少
単価は下期において改善しており、今後も上昇する見込み

6

主力の国内ウェディング事業の売上高の内訳に関するご説明です。

2010年3月期の売上高は、41,429百万円となりました。

形態別で見ますと、直営店型は前年を上回りましたが、レストラン提携型は前年を下回りました。

まずは、直営店型の詳細です。

2010年3月期は、取扱組数は過去最高となり、前年度比272件増の10,071件となりました。

また、年間での挙式披露宴単価は3,773千円となり、前年度比で51千円の減少となりました。

しかしながら、上期より各種の単価施策を実施してきたことが

下期に成果となって現れ、前年を上回る水準で推移いたしました。

今後も挙式披露宴単価は緩やかに上昇する見込みです。

現在当社は、主力事業である国内ウェディング事業に注力することを掲げ、

従前以上にきめ細やかな施策を的確にかつスピーディに提供できる体制が整いつつあります。

同じ店舗数ながら売上高が前年度を上回ったのは、その成果があらわれてきたものであります。

次に、レストラン提携型に移ります。

2010年3月期は、取扱組数は前年度比232件減少の965件となりました。

これは、期中においての提携レストランの閉鎖等による入れ替えにより、

実質的に稼働している会場数が減少していたことが要因であります。

また単価は、提携レストランの入れ替えを進めているなかで、

高単価会場との提携を解消したことにより2,520千円となり、

前年度比で87千円の減少となりました。

今後も積極的に提携を進めていくとともに、

既存提携先における施策が奏功し始めており単価は上昇する見込みです。

《売上総利益・営業利益は大幅増益》
積極的に投資を実施しながらコスト構造の改善を実現

(単位:百万円)

	2009年3月期	2010年3月期	前年差異
売上高	46,206	46,039	-167
売上原価	22,556	21,383	-1,172
売上総利益	23,650	24,655	+1,004
販売費及び一般管理費計	22,974	22,135	-838
営業利益	675	2,519	+1,843

・売上総利益 品質基準の確立と規模を活かした購買戦略等によって、効率的な仕入れプロセスが確立し、売上総利益は大幅に増加
・営業利益 施設のリニューアルのための修繕及びブランド力強化のための投資を積極的に行ったものの、一方で徹底した業務プロセスの見直し等のコスト構造改革を実現したことにより販管費は減少し、営業利益は増加

売上総利益ならびに営業利益に係る項目のご説明です。

売上総利益につきましては、当期は24,655百万円となり、前年同期に比べ、1,004百万円の増加となりました。
大きなポイントとしては、品質基準の確立と新たな購買戦略の確立が挙げられます。

当社では、お客様により高いご満足をいただくために独自の品質基準を設定し、その基準に基づき、すべての商品のクオリティと価格を見直しました。
また全国に店舗を持つ規模を活かして、集中的に購買を行うなどの戦略を進めた結果、売上総利益は大きく改善いたしました。

また、販売費及び一般管理費につきましては、22,135百万円となり、前年同期に比べ、838百万円の圧縮となりました。
2010年3月期は施設のリニューアルのための修繕費及びブランド力強化のための広告宣伝費や販売促進費を積極的に投入いたしましたが、一方で規模を活かした集中購買の実施や細部にわたる購買プロセス及び業務プロセスの見直し等のコスト構造改革を実現したことにより、営業利益は2,519百万円となり、前年同期に比べ1,843百万円の増加となりました。

1-6 連結 営業外損益・特別損益・純損益 解説

— 2010年3月期 —

《営業利益25億円を確保し純損益は黒字転換》
V字回復を果たし、基盤固めが進んだことから、
より保守的に先の見通しを試算し、減損損失を積み増す

(単位:百万円)

	2009年3月期	2010年3月期	前年差異
営業利益	675	2,519	+1,843
営業外損益合計	△ 644	△ 637	+6
経常利益	31	1,882	+1,850
特別損益合計	△ 1,244	△ 1,669	-424
当期純利益	△ 1,048	371	+1,420

・営業外損益	支払利息:612百万円
・特別損益	減損損失:1,211百万円
	投資有価証券評価損:308百万円(SPC清算に伴う出資金の評価損(2Q))

8

経常損益、純損益にかかる項目です。

営業外費用では、支払利息の612百万円が主な支出となっています。

この結果、経常利益は1,882百万円となり、
前年同期に比べ1,850百万円の増加となりました。

特別損益は、減損損失として1,211百万円を計上いたしました。
V字回復を果たし、基盤固めが進んだことから、
より保守的に先の見通しを試算し、積み増したためであり、
これらは全て足元の業績回復に支えられてこそのもものと認識しております。

また、第2四半期にSPCを清算したことによる出資金の評価損を308百万円、
本社移転費用として約1億円を計上しております。

この結果、当期純利益は黒字転換し、371百万円となりました。

1-7 事業セグメント別 解説

— 2010年3月期 —

《国内ウェディング事業が大幅な収益改善》

(単位:百万円)

	2009年3月期		2010年3月期		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	41,482	2,395	41,429	4,143	-53	+1,748
海外・リゾートウェディング事業	2,977	141	3,246	108	+268	-33
結婚派生事業	1,746	△ 108	1,363	△ 4	-383	+104
小計	46,206	2,428	46,039	4,247	-167	+1,819
消去及び全社費用	-	△ 1,752	-	△ 1,728	-	+24
連結	46,206	675	46,039	2,519	-167	+1,843

・国内ウェディング事業: 株式会社アンドギグ・ニーズ

・海外・リゾートウェディング事業: 株式会社グッドラック・コーポレーション

・結婚派生事業: 株式会社バーサリトラベル(旅行)、株式会社エンジェル(結婚資金融資)
株式会社T&G Beauty(美容事業)、など

・国内ウェディング事業

レストラン提携型の期中稼働会場数減少による減収要因があったものの、
主力の直営店の取扱組数が増加し、売上高は前年水準を確保
コスト構造の見直しに取り組んだ結果、営業利益は大幅増益

・海外・リゾートウェディング事業

グアムのチャペルの本格稼働により売上高が増加
2010年3月にオープンしたハワイのチャペルの開業準備費用により営業利益は微減

・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営業利益は大幅に改善

9

事業セグメント別の損益です。

国内ウェディング事業につきましては、スライド6ページにあるように、
レストラン提携型については期中の実質稼働会場数の減少による
減収要因がありましたが、主力の直営店型の取扱組数が増加し、
売上高は計画通り前年水準を確保しております。
また、コスト構造改革により、営業利益は大幅に増加いたしました。

海外・リゾートウェディング事業につきましては、
2009年4月にオープンしたグアムのチャペルが本格的に稼働したことにより、
売上高は3,246百万円となり、前年同期と比べ268百万円の増加となりました。
なお、2010年3月にハワイのモアナサーフライダーホテルにオープンしたチャペルの
開業準備費用が発生したため、営業利益は微減となっております。

結婚派生事業につきましては、
旅行事業、金融事業、美容事業が主でございます。
コストコントロールが進んだことなどにより、損失の圧縮が一段と進みました。

1-8 連結貸借対照表 解説 <資産の部>

— 2010年3月期 —

《財務体質の強化が進む》

資金調達により流動資産が1,662百万円増加

(単位:百万円)

【増減要因】

	2009年3月末	2010年3月末	増減	
流動資産合計	5,195	6,858	+1,662	
現金及び預金	2,865	4,559	+1,694	キャッシュフロー計算書をご参照ください
売掛金	243	214	-28	
その他	2,087	2,083	-3	
固定資産合計	36,229	36,598	+368	
有形固定資産計	22,345	21,095	-1,249	
建物及び構築物	11,844	10,878	-966	減損処理及び減価償却による減少
土地	9,661	9,661	+0	
その他	838	555	-282	減価償却による減少・建設仮勘定の減少
無形固定資産計	846	743	-102	
投資その他の資産計	13,037	14,758	+1,721	
長期貸付金	1,223	1,112	-110	
敷金及び保証金	10,010	11,640	+1,630	不動産リースに係る積立保証金の増加
その他	1,803	2,005	+201	
資産合計	41,425	43,456	+2,031	

10

連結貸借対照表の資産の部です。

2009年3月末と比較し、現金及び預金が増加しております。

また、敷金及び保証金が増加しておりますが、これは一部の不動産リースにおいて、保証金を分割支払いする形で、リース料を前倒しで納めているためで、当期においても増加いたしました。

1-9 連結貸借対照表 解説 <負債・純資産の部>

— 2010年3月期 —

《財務体質の強化が進む》

有利子負債は△3,274百万円の圧縮、純資産は3,995百万円の増加

(単位:百万円)

【増減要因】

	2009年3月末	2010年3月末	増減	
負債合計	29,098	27,134	-1,963	
流動負債合計	11,251	13,397	+2,146	
買掛金	2,246	2,347	+100	
短期借入金	3,530	2,790	-740	
一年内返済予定長期借入金	2,429	4,496	+2,066	借入金返済など
その他	3,045	3,762	+718	未払法人税・未払金の増加
固定負債合計	17,846	13,736	-4,109	
長期借入金	16,447	11,846	-4,600	
長期リース資産減損勘定	1,038	1,434	+396	
その他	361	456	+95	
純資産合計	12,326	16,322	+3,995	
資本金	3,449	5,239	+1,789	第三者割当増資(2009年6月)
資本剰余金	3,395	5,185	+1,789	公募増資(2010年2月)による増加
利益剰余金	5,696	6,068	+371	
その他	△ 214	△ 170	+43	
負債・純資産合計	41,425	43,456	+2,031	

11

連結貸借対照表の負債・純資産の部です。

当期は6月に第三者割当増資、2月に公募増資を行っております。

この結果、純資産の部において、資本金、および資本剰余金がそれぞれ1,789百万円増加しております。

一方で、有利子負債については計画通り圧縮が進んでおります。
当期は、約定返済の進行等により33億円の減少となりました。

《収益力の強化により、営業キャッシュ・フローが大幅改善》

(単位:百万円)

	2009年3月期 実績	2010年3月期 実績
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,618	3,383
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,128	△ 2,030
財務活動によるキャッシュ・フロー	900	287

・営業活動によるキャッシュ・フロー	
⇒税金等調整前当期純利益の計上	+212百万円
減価償却費の計上	+1,296百万円
減損損失の計上	+1,211百万円
投資有価証券評価損の計上	+308百万円
・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	△1,940百万円
・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	+3,238百万円
長期借入金の返済による支出	△2,434百万円

連結キャッシュ・フロー計算書です。

営業活動によるキャッシュ・フローは、+3,383百万円となりました。

これは、税引前当期純利益が前年同期の△1,212百万円に比べ14億円増加し、
+212百万円と大きく改善したことが主たる要因であり、収益環境は大幅に改善しております。

投資活動によるキャッシュ・フローは、△2,030万円となりました。

これは、主に敷金及びリース保証金の差入による支出によるものであります。

財務活動によるキャッシュ・フローは、+287百万円となりました。

これは、第三者割当増資及び公募増資による3,238百万円の調達と、
長期借入金の返済による2,434百万円の支出が主なものでございます。

《財務基盤固めをし、経営の安定化を実現》

第三者割当増資と公募増資により、約32億円を調達

「設備投資による競争力強化」
(店舗リニューアル及びメンテナンス・システム基盤の構築)
「財務基盤の強化」
(有利子負債の圧縮)

リファイナンス(2011年3月期実施予定)

借入の長期化と返済の平準化により、キャッシュポジションを改善
財務基盤を強化し、経営の安定化を図る

13

続いて主な財務施策についてご説明いたします。

当社は第三者割当増資と公募増資により、約32億円の資金調達を行いました。

新たな企業のステージに向けて、今後の長期的・安定的な業績の成長をより確固たるものにするために、調達した資金は、主に当社の強みとする全国各地のハウスウェディング施設の設備強化やリニューアル等、競争力強化のための投資に充当させていただきます。
また、一部を有利子負債の返済にも振り分けることで、財務体質の強化を実現いたしました。

また、2011年3月期に実施を予定しておりますが、当社のスピード成長期に実施した多くの借り入れに関するポートフォリオの改善を行います。
これにより、借入の長期化を図るとともに、年度ごとにばらつきがあったためにキャッシュポジションの圧迫要因となっていた返済スケジュールの平準化を行い、財務基盤の更なる強化を実現いたします。

2

Plans and Forecasts for FY ending 31 March 2011

2011年3月期 事業施策及び業績予想

続きまして、2011年3月期の計画についてご説明いたします。

2-1 2011年3月期の位置づけ

— 2011年3月期 —

2011年3月期はステップの年

短期的な収益に目を向けるのではなく、永続的な事業基盤の安定と成長のために積極的に資源を投入

2012年3月期

《業界でのポジションを確固たるものに》

T & Gだからこそ結婚式を創る集団に

強固な基盤を背景にさらなるクオリティの追求 <名実ともに業界随一のブランド確立を実現>

2011年3月期

《更なるお客様満足度の向上》

過去の利益追求や、業績の低迷により先送りしてきた
本質的な仕組み創りに積極的に投資

当社の財産である「人」を中心に投資をすることでお客様満足度の最大化を目指す

2010年3月期

《真の復活の基礎固めの1年》

利益を確保しながら、お客様に満足いただく体制の基礎を確立

次の成長に向けて、ビジョンの共有と基礎固め <体質強化の施策 × 攻めの施策>

15

2011年3月期の位置づけについてご説明いたします。

当社が「第二創業期」と認識している2010年3月期は、

「真の復活」を目指して基礎固めに徹底した1年でした。

2011年3月期は、来期、日本におけるウェディング業界での

確固たるポジションを確立するために、重要なステップの1年と言えます。

業績の回復を達成し、以前と同じ水準の利益を追い求めるのは簡単です。

しかしながら、ここ数年来の業績低迷を受け、先送りによって実施できていなかった、表面的ではない、本質的な仕組みづくりを敢えて今実施します。

これにより、足元の業績の回復だけではなく、

中期的、長期的な観点からみた競争力を維持し、

また新たな競争力を生み出し続けられる体制作りを行っていきたいと考えます。

当社の最大の財産は、1,000人を超える社員です。

最高の結婚式を全てのお客様にご提供し続けるため、

今年度は引き続き安定した収益を実現しながらも、

人材を中心に、積極的な投資を行ってまいります。

お客様満足度の更なる向上

結婚式のクオリティの本質的な根幹を強化

最大の財産である人材への投資

- 「人材のクオリティアップ」
 - ・当社独自の強みである「一顧客一担当制」を担う人材育成の更なる強化
 - ・人材の早期戦力化に向けた研修・教育体制の強化
- 「従業員満足度の向上」
 - ・やりがいを出せる雇用環境に資する、教育及び人事・報酬制度の整備

商品・サービスのクオリティ向上

- 「T & Gにしかできない強みの展開」
 - ・最先端かつ高水準の空間プロデュースやウェディングトレンドの研究、上質商品の登用
 - ・T & G独自の品質基準の更なる進化とお取引先様との徹底した共有
- 「競争優位性を保持する施設の強化」
 - ・マーケティングに基づいた大型リニューアルや細部のメンテナンス等の投資を随時実施

お客様を真に感じ、心からのホスピタリティをもって
最高の結婚式を創り上げる人材の育成

16

2011年3月期の重点戦略について詳しくご説明いたします。

今年度、当社では、「結婚式」という商品のクオリティをさらに引き上げ、お客様により高いご満足をいただくための、根幹作りに注力いたします。

大きく2つの観点から実施いたします。

一点目は、最大の財産である人材への投資です。

私たちは「結婚式」という商品の価値の大部分は、当社の社員という「人」そのものの総合力によって、生み出されると考えております。これは、営業スキルやトークといった、表面的な力ではなく、お客様を真に感じ、心からのホスピタリティをもって、最高の結婚式を創り上げられるマインドと、企画力、実現力、クリエイティビティを兼ね備えた人材の育成が必要です。そしてその力を最大限伸ばし、発揮できる環境創りを徹底してまいります。

具体的には、当社が創業来培ってきた独自のノウハウを体系化、標準化し、これを支配人クラスをはじめ、新卒社員にいたるまで、ウェディングプランナー、フラワーコーディネーター、シェフなどの専門スタッフに対し、効率的、スピーディに共有できる研修・教育制度を導入します。さらに、やりがいを出し、モチベーションを高めるための人事制度の導入や報酬制度の改定などを実施します。

お客様満足度の更なる向上

結婚式のクオリティの本質的な根幹を強化

最大の財産である人材への投資

「人材のクオリアップ」

- ・当社独自の強みである「一顧客一担当制」を担う人材育成の更なる強化
- ・人材の早期戦力化に向けた研修・教育体制の強化

「従業員満足度の向上」

- ・やりがい創出する雇用環境に資する、教育及び人事・報酬制度の整備

商品・サービスのクオリティ向上

「T & Gにしかできない強みの展開」

- ・最先端かつ高水準の空間プロデュースやウェディングトレンドの研究、上質商品の登用
- ・T & G独自の品質基準の更なる進化とお取引先様との徹底した共有

「競争優位性を保持する施設の強化」

- ・マーケティングに基づいた大型リニューアルや細部のメンテナンス等の投資を随時実施

最高の結婚式の時間と空間のクオリティ
それらの体験価値を最大限に高めるための投資を実施

17

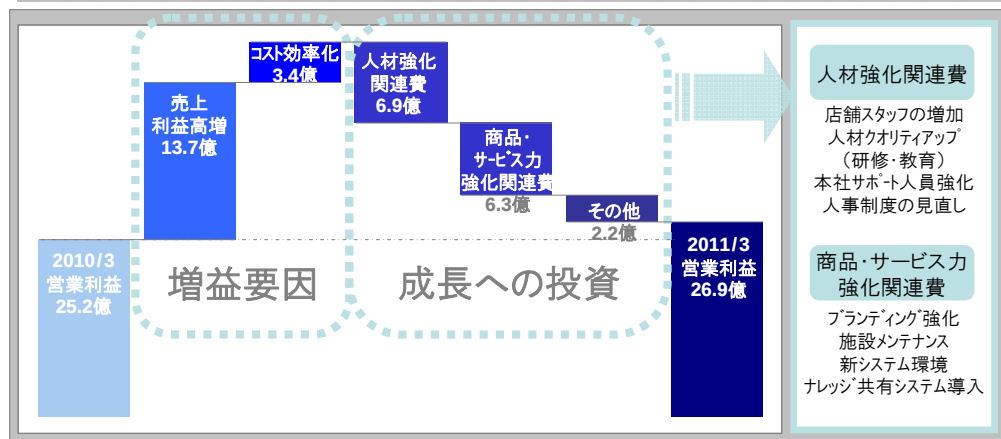
二点目は最高の結婚式の時間と空間のクオリティ、それらの体験価値を最大限に高めるための投資です。

具体的には、常に新しい提案をお客様に提供できるよう、欧米の最先端の空間プロデュースや、ウェディングトレンドなどを研究し、上質な商品を積極的に取り入れることや、T&Gのノウハウを集結し、独自の品質基準をさらに高いレベルに進化させながら、当社グループのみならず、お取引先企業様ともその共有を行うことにより、当社グループにしかない商品力を生み出してまいります。

また、全国61箇所にあるハウスウェディング施設について、地域の特性を活かすために緻密なマーケティングを行い、それに基づいた施設の大型リニューアルを実施します。さらに、建物・植栽等、細部にわたるメンテナンスを行うことにより施設の美化を保持することで、競争優位性を保持してまいります。

これら二つの大きな取り組みのうち、特に、人材への投資につきましては将来の成長戦略の礎となると確信しており、経営の重点課題として今後も積極的に投資してまいります。

中長期的な成長を実現する基盤構築に投資



中長期的な成長には一定以上の投資が必要
人材・商品・サービス力強化関連費等に積極的に費用を投下

18

2011年3月期に実施する、主な施策と営業利益の関係についてご説明いたします。

2010年3月期に、収益基盤の再構築が概ね完了したことを受け

2011年3月期は、増収増益を実現できる体制となりました。

しかしながら、中長期的な成長の為に、

当社の最大の財産である人材を中心に一定の先行投資が必要であると考え、

2011年3月期においても積極的に費用を投入することといたしました。

売上高の伸張並びにコストの一層の効率化の進展により十分な増益は可能ですが、図で示されるように将来の成長と収益の源泉となる人員の増強や教育といった、人材強化関連費用並びに施設のメンテナンスやブランド力の強化といった、商品・サービス関連費用といった項目について大きく資源を振り向けることを計画しています。

2-4 2011年3月期 連結業績予想

— 2011年3月期 計画 —

着実に業績を向上させつつも将来に向けた事業基盤の構築に注力する

(単位:百万円)

【連結】	2010年3月期 実績	2011年3月期 第2四半期累計計画	2011年3月期 通期計画	通期 前期比 増減額	増減率 (%)
売上高	46,039	21,727	47,759	+1,720	+3.7%
営業利益	2,519	273	2,688	+169	+6.7%
経常利益	1,882	△ 145	1,984	+102	+5.4%
当期純利益	371	△ 439	857	+486	+130.6%

- ・主力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が売上高増に寄与する
- ・中長期的な成長を視野に入れ、人材強化関連、商品・サービス力強化関連費等に積極的に費用を投下するため、利益は微増の計画
- ・会計基準の変更により、資産除去債務を期首に6億円を特別損失として計上

19

以上の施策を踏まえ、2011年3月期連結業績予想はこのようになります。

主力の国内ウェディング事業の営業推進によって、
直営店型は増収を計画しております。

また海外・リゾートウェディング事業において、本年3月に出店した
ハワイのモアナサーフライダーホテルのチャペルが本格稼働いたします。
この結果として、売上高は47,759百万円を計画しております。

しかしながら、重点戦略や重点投資施策でご説明いたしましたとおり、
安定した収益を確保しながらも、敢えて将来の成長のために、
当社の財産である人材への投資を中心とした施策を積極的に行う方針であるため、
営業利益は微増となります。

この結果として、営業利益は2,688百万円、経常利益は1,984百万円、
会計基準の変更により、期首に資産除去債務を約6億円計上するため、
当期純利益は857百万円を見込んでおります。

なお、前述の通り人材の強化等に投資を行い、年間を通しての販管費が増加するため、
第2四半期累計期間においては経常利益では赤字を見込んでおります。

2011年3月期は、着実に業績を向上させつつも、
将来の成長に向け、さらに事業基盤の構築への投資も同時に行ってまいります。

2-5 2011年3月期 主要指数計画

— 2011年3月期 計画 —

国内ウェディング事業 主要指数計画

直営店型	2010年3月期実績	2011年3月期計画
取扱組数(単位:組)	10,071	10,202
挙式披露宴単価(単位:千円)	3,773	3,867

取扱組数は、お客様のニーズに合致したサービス提案により増加する見通し
単価は、前年度からの施策が奏功し、下期に引き続き上昇する見通し

レストラン提携型	2010年3月期実績	2011年3月期計画
取扱組数(単位:組)	965	670
挙式披露宴単価(単位:千円)	2,520	2,757

取扱組数は、提携会場数の減少により減少する見通し
単価は、付帯商品販売の強化施策により上昇する見通し

20

国内ウェディング事業の主要指標計画です。

直営店型の取扱組数に関しては、販売推進の強化やアンケートの活用による、お客様のニーズに合致したサービスのご提案などにより、前年を約130件上回り、10,202件を計画しております。
単価につきましては、2010年3月期の上期より各種の単価施策を行ってきましたが、下期にはそれが結果として現れてきております。
2011年3月期にはさらにそれら施策が定着しており、単価は上昇し、年間平均で3,867万円となる見通しです。

続いてレストラン提携型です。

取扱組数に関しましては、レストランの閉店に伴う提携解除等により会場数が減少するため、670件を計画しております。
なお、期中も積極的にレストランとの提携は進め、事業の拡大を行ってまいります。
単価につきましては、付帯商品販売の強化を行うことで、単価は上昇し、年間平均で2,757万円となる見通しです。

3

Our Medium-term Growth Strategy

中長期ビジョン

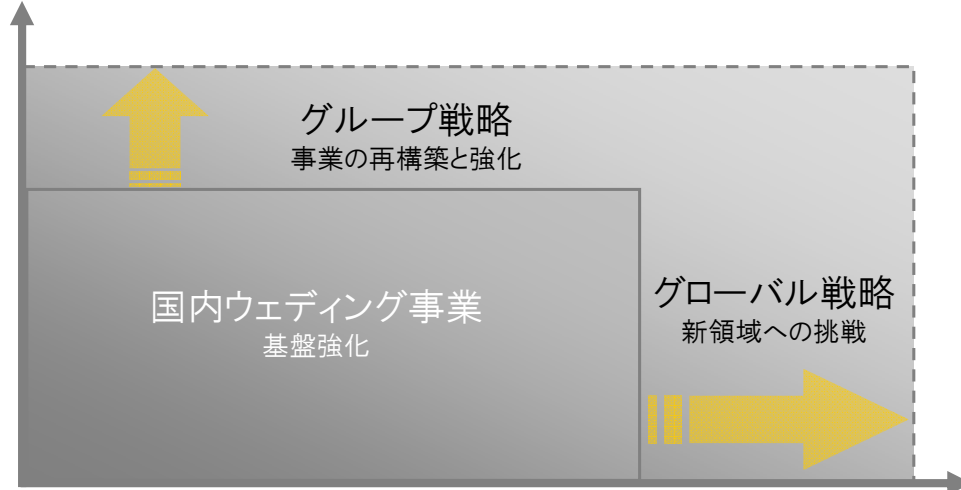
2011年3月期の計画の説明は以上です。

続きまして当社の中長期のビジョンおよび成長戦略の概要について
ご説明いたします。

3-1 新経営体制について

代表取締役2名体制により、基盤をさらに強化し成長戦略への道筋を拡幅

代表取締役会長：野尻 佳孝※1・・・広範なグループ戦略、国内W事業強化、グローバル展開推進
代表取締役社長：知識 賢治※2・・・国内ウェディング事業の基盤強化と成長戦略



※1. 2010年6月29日開催予定の株主総会終了後の取締役会における決議を経て就任予定

※2. 2010年6月29日開催予定の株主総会における取締役の選任及び総会終了後の取締役会における決議を経て就任予定

22

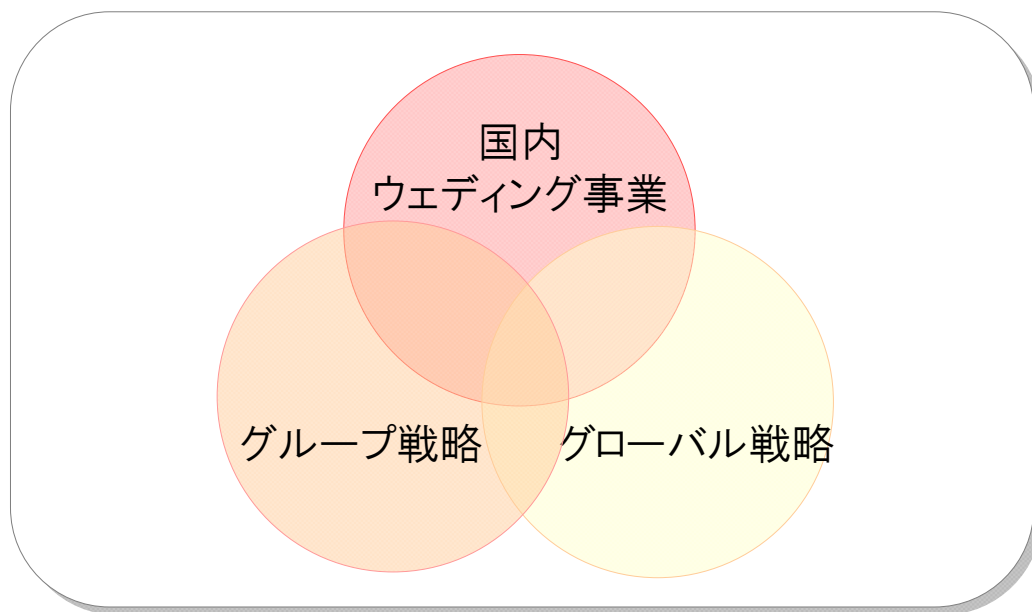
2010年4月6日に発表いたしました当社の新たな経営体制についてご説明いたします。

2010年6月29日開催予定の当社第12期株主総会ならびに
その後に開催される取締役会での決議をもって正式に就任する予定ではありますが、
このたび私野尻は代表取締役会長となり、
新たな代表取締役社長として知識賢治氏を招聘いたします。

知識氏は産業再生機構の下で、株式会社カネボウ化粧品の再生に際し
代表執行役社長 兼 最高執行責任者として優れた手腕を発揮した方であり、
昨年7月より当社の社外顧問として経営に対して様々な助言を頂いており、
当社事業についても理解が深く、その見識についても当社の経営を担うに十分であり、
当社ウェディング事業の再構築、並びに更なる成長基盤の構築に最適の人物であります。

後述の中長期ビジョンは、この新体制のもと、知識氏には
国内ウェディング事業の基盤強化ならびに新たな成長にむけての礎作りに最注力いただき、
私・野尻は知識氏と一体となって引き続き国内ウェディング事業の
更なる発展に尽力するとともに、
新たな成長戦略に向けた海外・リゾートウェディング事業の強化と、
中国・アジア地域でのグローバル戦略の展開に注力してまいります。

3-2 中期ビジョンを構成する三つの領域

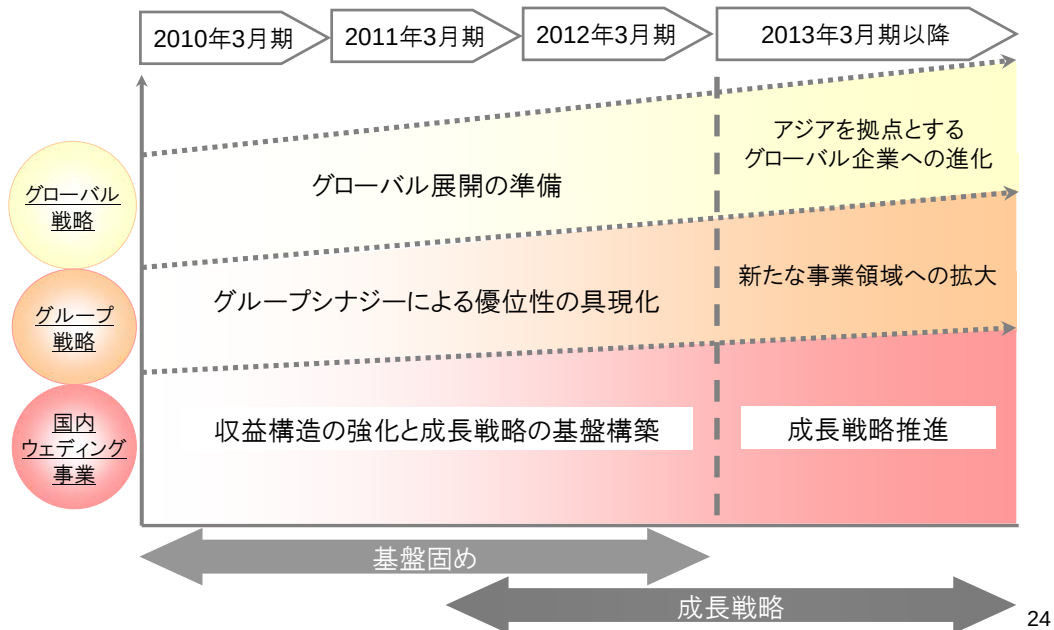


23

当社の中期ビジョンはご覧の3つの領域から構成されます。

3-3 中期ビジョンロードマップ

基盤固めから成長戦略の実現へ



24

これら中期ビジョンのロードマップについてご説明いたします。

大きくは2012年3月期までの基盤固めのステージと2013年3月期以降に本格稼働する、あらたな成長戦略の実現ステージに分かれることとなります。

2012年3月期までは、現在に引き続き基盤固めを最優先課題としながら成長に向けた準備を進め、同時に2013年3月期以降の、新たな成長戦略の実現に向けてのインキュベーションを進めます。

ここ数年、基盤固めに注力してきた結果、収益体質は大きく改善され、

また各種ファイナンスにより財務基盤の安定を実現いたしました。

さらに2011年3月期からは、新体制をスタートし経営基盤の安定も進めてまいります。

2012年3月期までに、主力の国内ウェディング事業においては成長戦略に向けた基盤構築を完了させ、またグループ会社の一体戦略を推進し、当社グループのシナジーによる優位性の具現化を進めます。

さらに、新たにグローバル市場への将来の展開を視野に入れ、その準備を進めてまいります。

2013年3月期以降は、これらの基盤をベースとして各種の成長戦略を実施してまいります。

国内ウェディング事業は当社の付加価値を活かしたマーケットの拡大戦略を実施します。

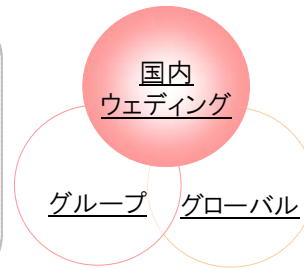
グループ戦略においては、現在展開している事業領域のみならず、

結婚式にかかわる様々な分野の周辺事業をシナジーを最大限に発揮しながら展開してまいります。

またグローバル戦略においては、アジアを拠点とした展開を進めます。

3-4 中期施策①国内ウェディング事業戦略について

リーディングカンパニーとしての
確固たるマーケットポジションの確立



国内ウェディング事業の主要戦略

直営店舗網の再構築と有力エリアへの積極的新規出店
受託型事業の拡大
レストランの提携先の拡大
再生型事業及びM&Aの推進
セグメント別ブランド戦略の推進
新しいスタイルのウェディング開発

25

各項目についての詳細をご説明します。

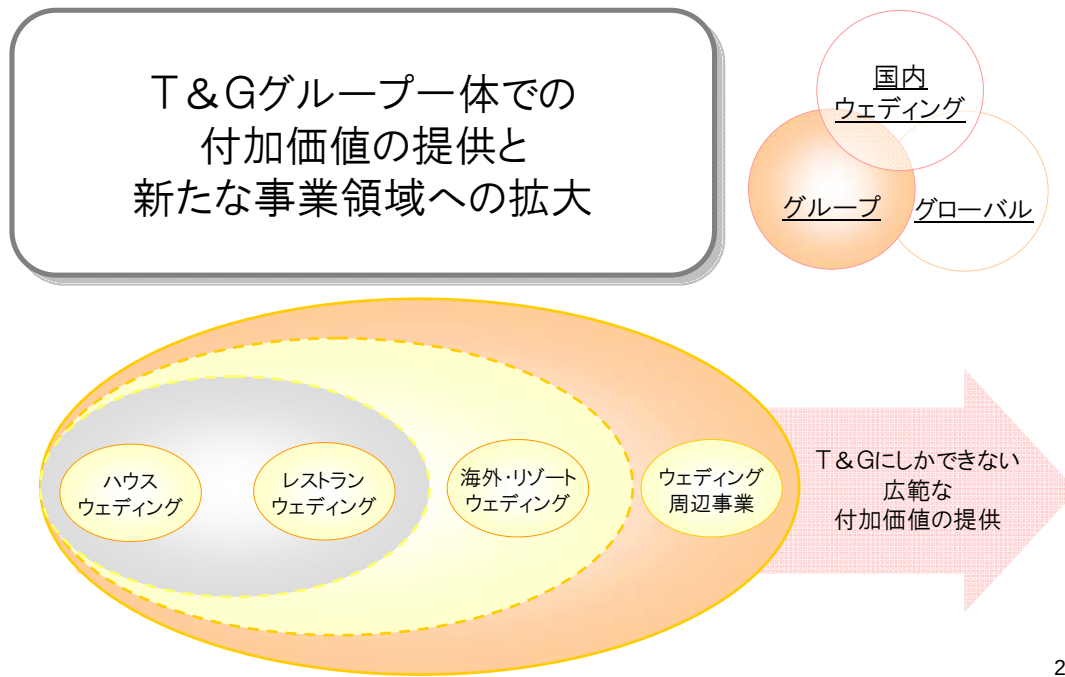
主力の国内ウェディング事業においては、マーケットシェアの拡大を図り、リーディングカンパニーとしての確固たるマーケットポジションを確立します。

これまで全国に展開し蓄積してきた緻密なマーケティングによる地域戦略とブランド力を活かして、新規出店を積極的に実施してまいります。

また当社の強みであるプロデュース力や一顧客一担当制という付加価値を活かし、ここ数年当社において増加しているハードに依存しないプロデュース主体のビジネスの取り組みを一層進化させ、ウェディングの受託業務の拡大や、ブランド力を活かしたレストラン提携の拡大、再生型事業の推進に加え、さらに、規模の強みを活かしたセグメント別新規ブランドの立ち上げや、新しいスタイルのウェディング開発を行ってまいります。

これらの取り組みにより、中期的にマーケットシェアを拡大し優位性を一層高め、強固な事業基盤を作り上げます。

3-5-1 中期施策②グループ戦略について



26

グループ事業においては、T & Gグループ一体となった付加価値の提供と、シナジーを創出する新たな事業領域への拡大を図ります。

当社ではこれまで他社に先行して、海外ウェディング事業や旅行、金融、美容といった結婚式周辺事業をグループ事業として立ち上げてまいりました。これらの事業においては、2010年3月期にはグループの派生事業としてほぼ収益化が可能となりました。

今後はこれらの事業リソースを、当社グループにしかできない付加価値を創出する大きな優位性として、一体化して運営することにより、お客様満足度の最大化が実現できると確信しております。

そのため、今後はグループ一体となって、必要なリソースの共有、ならびに事業連携の仕組みを構築し、同一の理念、ビジョンのもとで新たな商品、サービスの開発を行い、当社にしかできない広範な付加価値の提供を実現します。

また、現在行っていない結婚式の周辺事業についても、統合によるシナジー効果によりお客様に更なる付加価値を提供できる新たな事業について、積極的に展開してまいります。

3-5-2 グループ戦略の具体的な取り組み事例

— 2011年3月期 —

規模とグループ会社のシナジーを活かし、業界初の総合ブライダルサロンを開設

会場選びからハネムーンまで一貫した提案とサービス提供を実現



店舗名: T&G WEDDING LOUNGE

オープン日: 2010年4月28日

住所: 東京都港区北青山3-5-12

営業時間: 11時～20時

27

中期施策の最後にグローバル戦略についてご説明いたします。

グループ戦略の具体的な取り組み事例として、2010年4月28日に会場選びからハネムーンまで一環した提案とサービス提供ができる「T & G WEDDING LOUNGE」を東京・青山に開設しました。

グループ会社のシナジーを活かした新しい試みとして、従来になかった業界初の総合ブライダルサロンです。

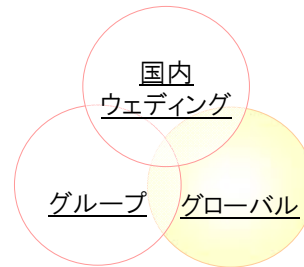
ここでは、当社のほか、海外・リゾートウェディング事業の「グッドラックコーポレーション」、ブライダル美容事業の「T & G Beauty」、ハネムーン特化型旅行会社の「アニバーサリートラベル」、ファイナンシャルサービスを手がける「ライフエンジェル」の5社が揃ったことにより、国内ウェディングと海外ウェディングの両方のみならず、ハネムーンや支払いの相談、ブライダルの美容に関するサービスまでをワンストップで提供できることに加え、これら各社のノウハウや外部のリソースを活かした各種セミナーを実施することにより、ウェディングに関わる総合サービスを利用いただくことができます。

また、最新のウェディングやドレスに関わるトレンドや、装花、メイクの最新情報、さらにはハネムーンなど各種の最先端の情報を発信し続け、当社発のブランド発信基地として様々な展開を行います。

このような取り組みを例として、今後も新たな付加価値を生む取り組みを進めてまいります。

3-6 中期施策③グローバル戦略について

グローバル展開の事業基盤構築と
アジアを拠点とした
グローバルカンパニーへの躍進



28

グローバル展開は今後の成長を見据えた上で重要な位置づけにあると考えております。

近年アジア諸国はグローバル経済においてそのプレゼンスを増しており、
当ブライダル業界においてもその傾向は顕著であります。
中国を始め、成長著しいアジア各国においては、マーケットポテンシャルとしての
人口の多さはもとより、消費者のバイイングパワーも年々増強しており、
これら各国においてのビジネス展開は当社においてもその検討が不可避であり、
長期的な経営戦略上、重要なポジションを占めてくると予想されます。

すでに当社グループでは海外・リゾートウェディング事業を展開しておりますが、
今後は新たにアジア各国を顧客を有する「市場」と捉えて、
アジアを拠点としたグローバルカンパニーへの躍進を図ります。

中期戦略のそれぞれにつきましては、今後様々な取り組みが具体的に決定される都度、
さらに詳しく皆様にご説明させていただきます。

2020年
総合生活カンパニー
アジアを拠点とするグローバルカンパニー
として
売上高1,000億円
を目指します

29

最後にT & Gグループの長期ビジョンを発表いたします。
2020年、結婚式を中心とした総合生活カンパニーとして、
業界のマーケットシェア10%を確保し、売上高1,000億円を目指します。
当社は創業来の急成長期から、急激な業績の悪化とそこから回復と、
厳しい時期を経験した中で様々な学びをいただきました。
そしてそれら反省を踏まえ、この2年は基盤構築に注力し、
ようやく次のステージへ向かうことができる体制となりました。
リーディングカンパニーとして、これからは結婚式を通じて
世の中の人々の心を人生を豊かにしていくことに挑戦してまいります。
さらに結婚式の概念を変えていきたいと考えています。
結婚式という儀式の奥深さを追及していき、
結婚する以前の人達にも結婚式の大切さを訴求していきたいと思います。
世の中の人々の概念を変えるためには、大きな力が必要です。
そして、その力を発揮するには一定の規模すなわち売上、シェアが必要と考えます。
当社は現時点で約3%のシェアでしかありません。
当社が結婚式の概念を変える影響力を持つようになるには
まだまだ売上・シェアが足りていません。
当社グループはまず1000億の売上高を目指します。
そうしてマーケットシェアを獲得し結婚式の概念を変えていきます。
また、地方都市雇用促進、女性の社会進出や少子高齢化への取り組み、
子育て支援、シルバー人材の登用などの社会への貢献にも
努めていきたいと考えています。

「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>

今はまだまだの会社かもしれません。
しかし地に足を着け、着実に基盤作りを進めてきました。
これからもそのスタンスを守りながら、
業界のリーディングカンパニーとして、
世の中に必要とされる会社を目指してまいります。

引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。