

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2014年3月期

第2四半期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2014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。

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ 経営企画部

Tel 03-6833-1172

E-Mail ir@tgn.co.jp

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

I. 2014年3月期 第2四半期連結決算概要	P4-17
1. 総括	P5
2. 通期業績計画の修正	P6
3-1. 連結 損益計算書	P7-14
3-2. 連結 貸借対照表	P15-16
4. 2014年3月期 配当予想について	P17
5. 株式分割及び単元株制度の採用	P18
II. 2014年3月期 重点施策及びTopics	P19-P30
1. 2014年3月期 重点施策	P20
2. Topics	P21-30

Results of Second Quarter
FY Ending March 2014

2014年3月期 第2四半期連結決算概要

I 1. 2014年3月期第2四半期累計期間 総括

売上高過去最高、営業利益10.8億円(前年比2.5倍)
第2四半期累計期間・通期業績計画を上方修正

T&G直営店の取扱組数は過去最高、単価も好調
T&G直営店の挙式披露宴単価は411万円(前年比**13**万円増)

海外・リゾートウェディング事業は業績拡大
海外売上高は順調に推移し、前年同期比**23**%増

ホテル提携増加による婚礼受託事業の拡大
コンサルティング型(*)取扱高は前年同期比**27**%増

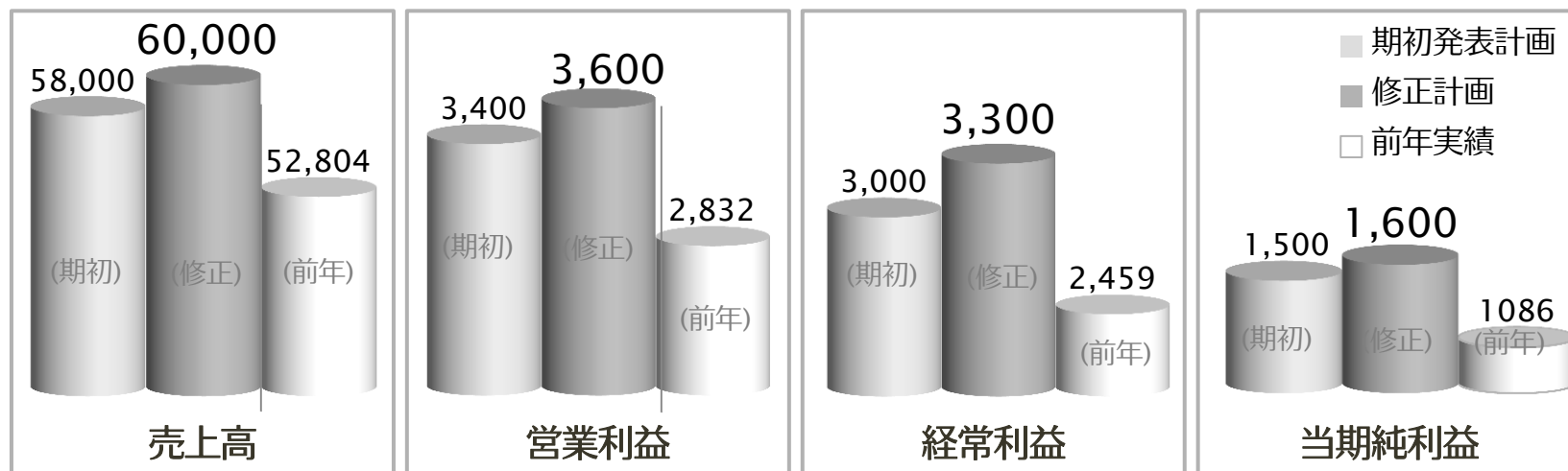
収益構造改革により、売上総利益率が改善
売上総利益率は前年同期比+**2.9**pt

I 2. 通期業績計画の修正

2014年3月期 通期業績計画を上方修正
売上高は中期計画最終年度目標600億達成見込み

2014年3月期 連結業績計画

(単位：百万円)



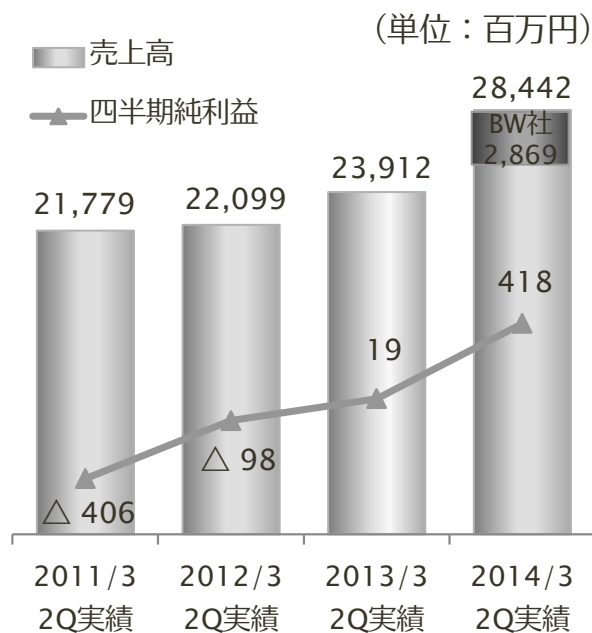
単位:百万円	<A> 期初発表計画 (2013/5/10発表)	 修正計画 (2013/11/8発表)	増減額 (B-A)	増減率 (%)	(参考) 前年同時期 実績
売上高	58,000	60,000	+2,000	+3.4%	52,804
営業利益	3,400	3,600	+200	+5.9%	2,832
経常利益	3,000	3,300	+300	+10.0%	2,459
当期純利益	1,500	1,600	+100	+6.7%	1,086

I 3-1-1. 連結 損益計算書 概要

T&G直営店、海外・リゾートウェディングともに好調
売上高は前年同期比18.9%増、売上、利益ともに計画を上回る

単位: 百万円	2014/3 2Q計画	2014/3 2Q実績	計画比	(参考) 2013/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	26,800	28,442	+1,642	23,912	+4,530
売上 総利益	15,080 56.3%	16,037 56.4%	+957 +0.1pt	12,783 53.5%	+3,253 +2.9pt
販管費	14,610 54.5%	14,954 52.6%	+344 -1.9pt	12,350 51.6%	+2,604 +1.0pt
営業 利益	470 1.8%	1,082 3.8%	+612 +2.0pt	433 1.8%	+649 +2.0pt
経常 利益	250 0.9%	1,001 3.5%	+751 +2.6pt	200 0.8%	+800 +2.7pt
四半期 純利益	50 0.2%	418 1.5%	+368 +1.3pt	19 0.1%	+398 +1.4pt

(第2四半期累計) 売上高・四半期純利益推移



売上高 前年同期比18.9%増
(BW社グループ化増収効果29億円)
四半期純利益 前年同期比4億増

※ %は売上高比、数値は第2四半期累計

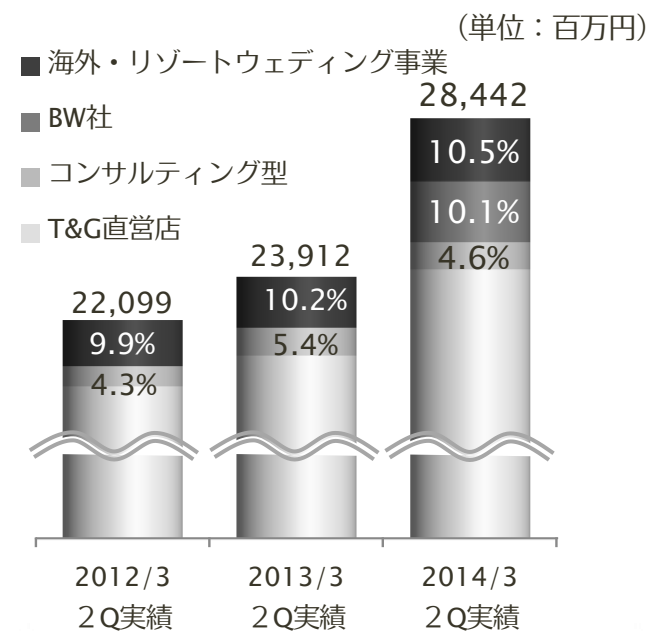
※ BW社：(株) ブライズワード

I 3-1-2. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

海外売上高比率10%超、海外事業が順調に拡大

単位：百万円	2012/3 2Q実績	2013/3 2Q実績	2014/3 2Q実績
国内ウェディング事業	19,196 (86.9%)	20,654 (86.4%)	24,719 (86.9%)
T&G直営店	18,019 (81.5%)	18,932 (79.2%)	20,065 (70.5%)
コンサルティング型	954 (4.3%)	1,296 (5.4%)	1,317 (4.6%)
(参考) 取扱高	955	1,300	1,652
BW社	—	—	2,869 (10.1%)
その他	222 (1.0%)	425 (1.7%)	466 (1.6%)
海外・リゾートウェディング事業	2,178 (9.9%)	2,437 (10.2%)	2,993 (10.5%)
その他	723 (3.3%)	820 (3.4%)	730 (2.6%)
連結売上高	22,099	23,912	28,442

(第2四半期累計) セグメント別売上構成比推移



前年同期比で海外売上高比率増
海外・リゾート10.2% → 10.5%
(BW社を除くと2014/3 2Q 11.7%)

※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。
 ※ コンサルティング型取扱高：対象ホテルにおける売上高（ホテル婚礼運営受託分）+ T&G売上高（レストラン提携等）
 ※ %は売上高比、数値は第2四半期累計 ※ BW社：(株) ブライズワード

I 3-1-3. 取扱組数

第2四半期累計期間の取扱組数は前年比17%増
年間取扱組数は18,000組(前年同期比11%増)を超える見通し

単位: 件	2012/3 2Q実績	2013/3 2Q実績	2014/3 2Q実績	前年 同期比	
取扱組数 合計	6,856	7,390	8,634	+1,244	
内訳	国内	4,842	5,186	6,054	+868
	海外	2,014	2,204	2,580	+376

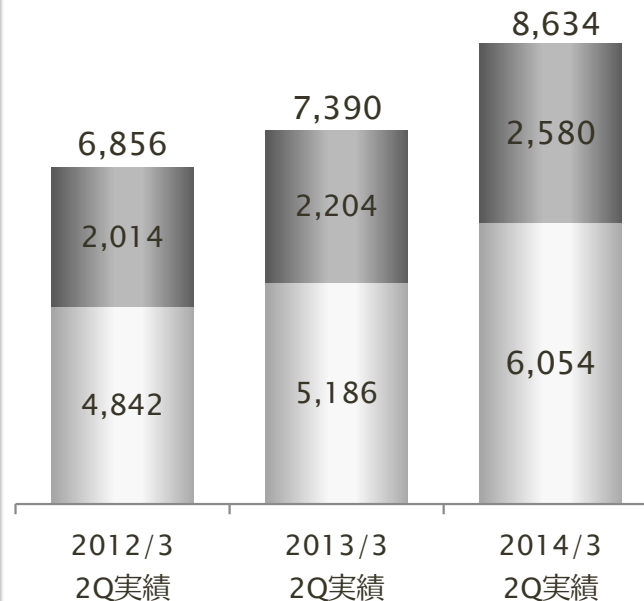
※ 数値は第2四半期累計

(参考) 年間取扱組数実績・見通し推移

単位: 件	2012/3 年間実績	2013/3 年間実績	2014/3 年間見通
取扱組数 合計	14,449	16,218	18,000
前年比	-	112.2%	111.0%

(第2四半期累計) 取扱組数推移

(単位: 組) ■ 国内 ■ 海外



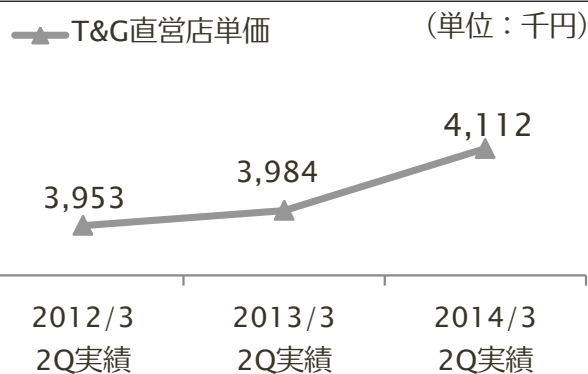
グループでの取扱組数
前年同期比で1,244組増
(国内+868組、海外+376組)

I 3-1-4. 国内ウェディング事業 内訳

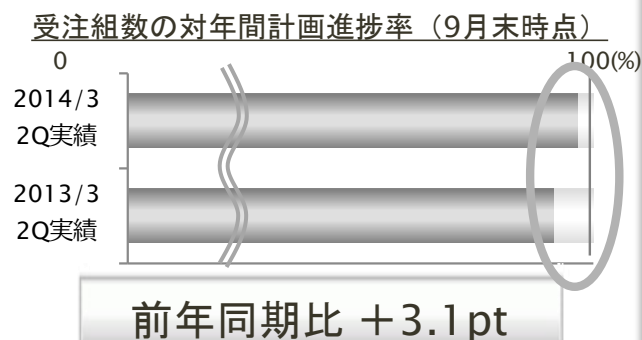
T&G直営店は受注進捗順調、単価は計画を大幅に上回る
コンサルティング型はホテル提携数増が寄与し取扱高増加

単位: 百万円	2014/3 2Q計画	2014/3 2Q実績	計画比	(参考) 2013/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
T&G直営店					
売上高	18,950	20,065	+1,115	18,932	+1,133
取扱組数	4,750	4,877	+127	4,748	+129
平均単価 (千円)	3,985	4,112	+127	3,984	+128
平均人数	75	76	+1	75	+1
BW社直営店					
売上高	2,000	2,062	+62	—	—
取扱組数	600	612	+12	—	—
コンサルティング型					
取扱高	1,600	1,652	+52	1,300	+352
取扱組数	550	565	+15	453	+112

(第2四半期累計) T&G直営店単価推移



今期受注進捗 (T&G直営店)

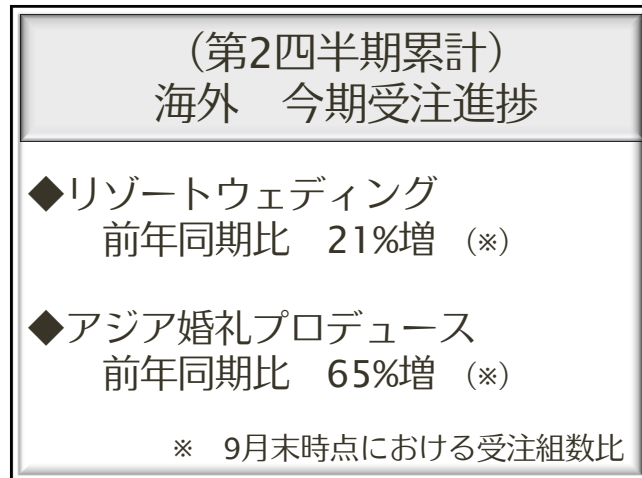
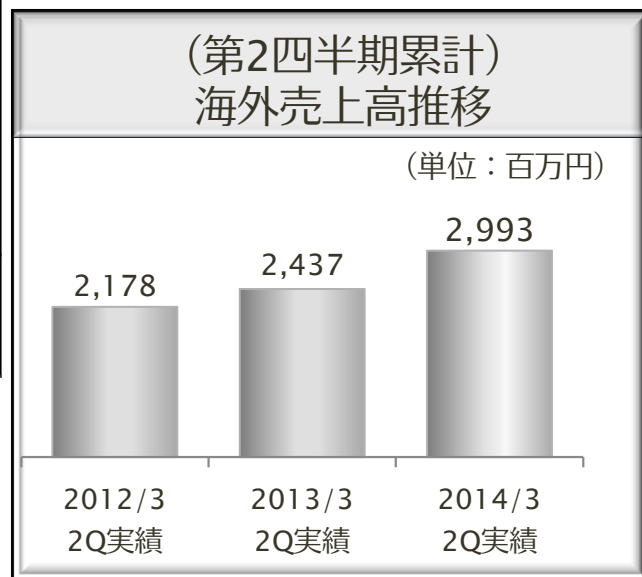


※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。
 ※ コンサルティング型取扱高：対象ホテルにおける売上高（ホテル婚礼運営受託分）+ T&G売上高（レストラン提携等）
 ※ BW社：(株) プライズワード ※ 数値は第2四半期累計

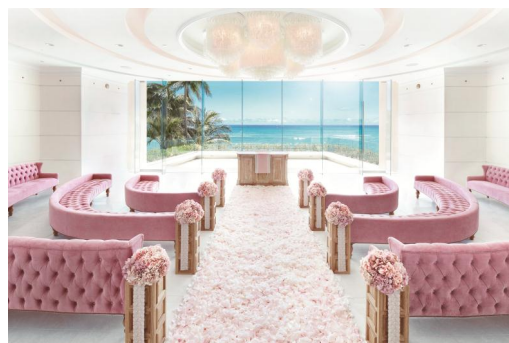
I 3-1-5. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

海外売上高は前年同期比23%増と躍進
海外、リゾートウェディングともに受注進捗も好調

単位: 百万円	2014/ 32Q計 画	2014/ 32Q実 績	計画比	(参考) 2013/32 Q実績	(参考) 前年 同期比
海外 売上高	2,630	2,993	+363	2,437	+556
営業利益	194	215	+21	152	+63



グランドハイアット深圳



ザ・マカナチャペル

※ 海外・リゾートウェディング、アジア婚礼プロデュースを含む

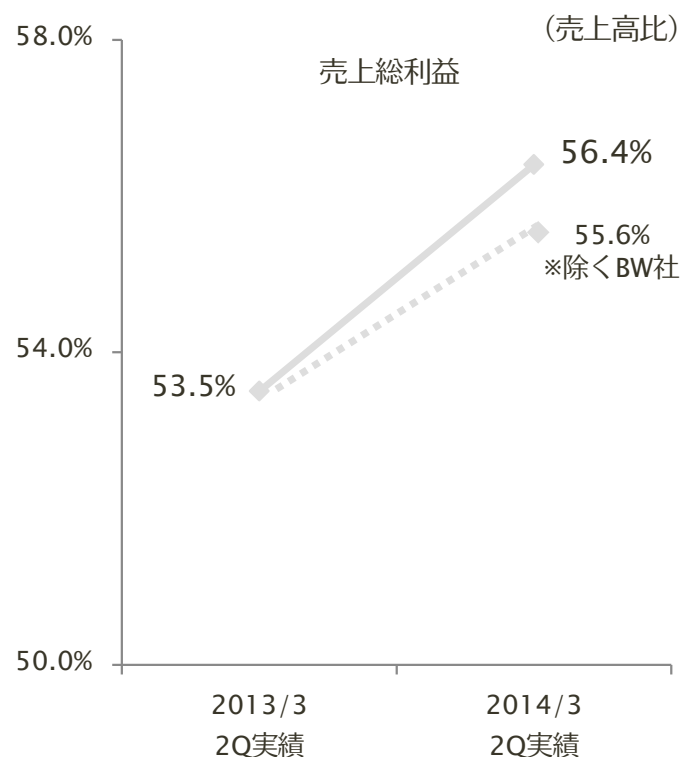
※ 数値は第2四半期累計

I 3-1-6. 連結 売上総利益

好調な受注進捗、増収による売上総利益確保
収益構造改革により売上総利益率が改善

単位: 百万円	2014/3 2Q計画	2014/3 2Q実績	計画比	(参考) 2013/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	26,800	28,442	+1,642	23,912	+4,530
売上 原価	11,720 43.7%	12,404 43.6%	+684 -0.1 pt	11,128 46.5%	+1,276 -2.9 pt
売上 総利益	15,080 56.3%	16,037 56.4%	+957 +0.1 pt	12,783 53.5%	+3,253 +2.9 pt

(第2四半期累計)
売上総利益 良化要因



- ◆増収による売上総利益確保
- ◆収益構造改革による売上総利益率改善
(BW社除く前年対比+2.1 pt)
 - ・受注サイクルの更なる適正化
 - ・提案力向上
 - ・商流見直し

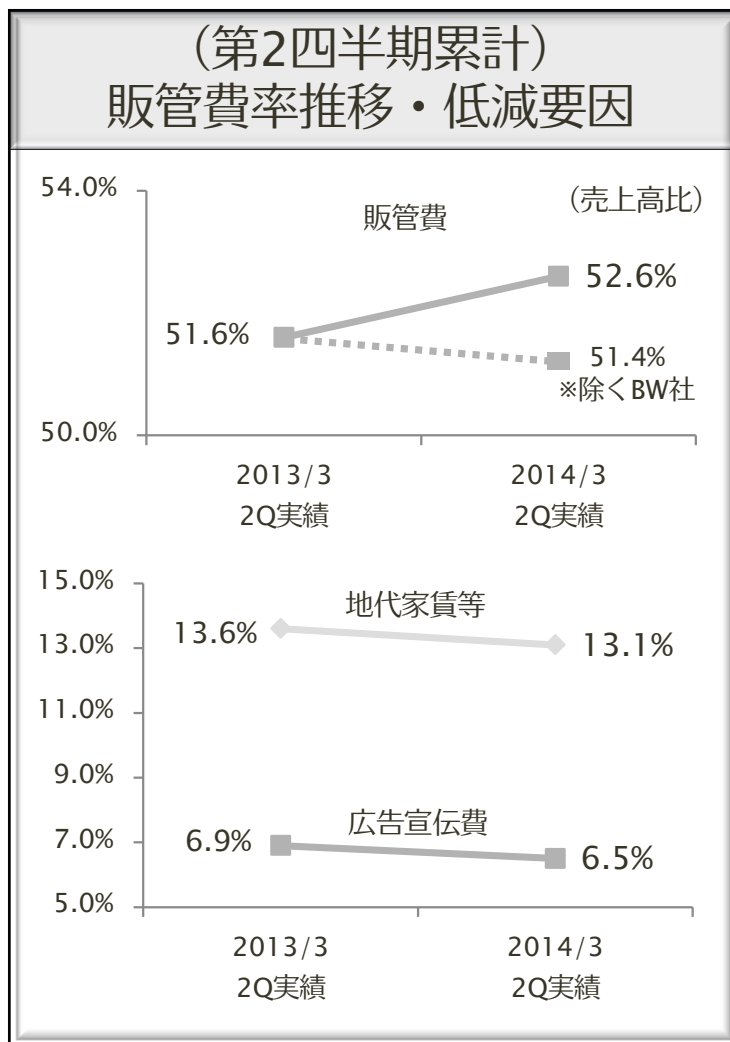
※ %は売上高比、数値は第2四半期累計

※ BW社：(株) ブライズワード

I 3-1-7. 連結 営業利益

広告宣伝費率の低減と地代家賃の削減を推進
コスト効率化推進により販管費率の低減が進む

単位: 百万円	2014/3 2Q計画	2014/3 2Q実績	計画比	(参考) 2013/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上 総利益	15,080 56.3%	16,037 56.4%	+957 +0.1pt	12,783 53.5%	+3,253 +2.9pt
販管費	14,610 54.5%	14,954 52.6%	+344 -1.9pt	12,350 51.6%	+2,604 +1.0pt
営業 利益	470 1.8%	1,082 3.8%	+612 +2.0pt	433 1.8%	+649 +2.0pt



◆コスト効率化推進による販管費率低減
(BW社除く前年対比-0.2pt)

・広告戦略改善、不動産契約の見直し

※ %は売上高比、数値は第2四半期累計

※ BW社：(株) ブライズワード

I 3-1-8. 連結 経常利益・四半期純利益

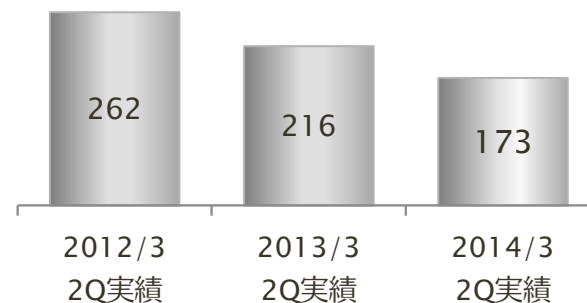
有利子負債の削減等により支払利息は減少
 経常利益は前年同期比5倍の10億円、四半期純利益は4億円

単位: 百万円	2014/3 2Q計画	2014/3 2Q実績	計画比	(参考) 2013/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
営業利益	470	1,082	+612	433	+649
営業外 損益	△220	△81	+139	△233	+151 (※1)
経常利益	250	1,001	+751	200	+800
特別 損益	0	45	+45	6	+38
四半期 純利益	50	418	+368	19	+398

(第2四半期累計) 主な増減要因

- ◆営業外損益の増加 (※1)
 前年同期比 +151百万円
 (主な要因)
 ・支払利息の減少
 前年同期比 -43百万円

支払利息推移 (単位:百万円)



- ・為替差損益
 前年同期比 +68百万円

※ 数値は第2四半期累計

I 3-2-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

新規出店、営業権の取得等により固定資産増
引き続き資産の効率化を推進

単位: 百万円	2013/ 3末	2013/ 9末	増減
流動資産	7,612	7,269	-342
現金及び預金	4,170	3,964	-206
固定資産	38,898	39,770	+871
有形固定資産	24,514	24,844	+329 (※1)
無形固定資産	2,191	2,443	+252 (※2)
投資その他 資産	12,192	12,482	+289 (※3)
資産計	46,510	47,039	+529

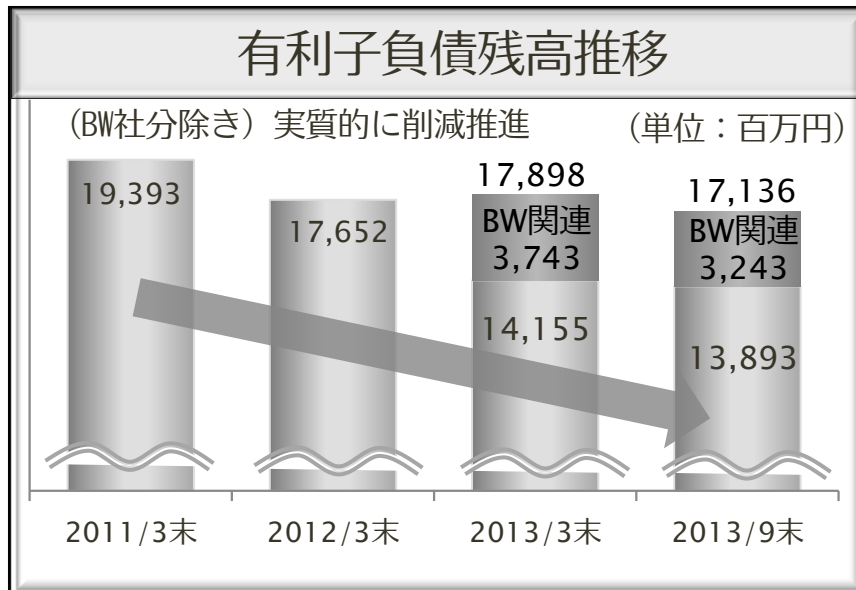
その他の主な増減要因

- ◆有形固定資産の増加 (※1)
前期末比 +329百万円
(主な要因)
 - ・マカナ出店
 - ・THE SEASON'S取得
- ◆無形固定資産の増加 (※2)
前期末比 +252百万円
(主な要因)
 - ・のれんの増加
(THE SEASON'S営業権取得)
 - ・ソフトウェア仮勘定の増加
(新システム導入)
- ◆投資その他資産 (※3)
前期末比 +289百万円
(主な要因)
 - ・敷金、保証金の増加
(新規出店、THE SEASON'S取得)

I 3-2-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

有利子負債残高は171億円、引き続き削減を推進

単位: 百万円	2013/ 3末	2013/ 9末	増減
負債合計	28,550	28,764	+214
流動負債計	13,270	13,893	+622
短期借入金	1,257	1,920	+662
(一年内)長期 借入金・社債	3,986	3,670	-315
固定負債計	15,279	14,870	-409 (※1)
長期借入金 ・社債	12,655	11,545	-959
純資産計	17,960	18,275	+315
負債・ 純資産計	46,510	47,039	+529



その他の主な増減要因

◆固定負債の増減 (※1)
前期末比 -409百万円
(主な要因)

- ・長期借入金・社債減 -959百万円
- ・BW社資産売却に伴う長期リース債務の増加 +442百万円

※ BW社: (株) ブライズワード

I 4. 2014年3月期 配当予想について

1株当たり12円（株式分割前、1株当たり120円）の
 期末配当を予定

	1株当たりの配当金		
	第2四半期末	期末	年間合計
2012/3	0円	100円	100円
2013/3	0円	120円	120円
2014/3 (予想)(※)	0円	12円(※)	12円(※)

(※) 当社は、2013年10月1日効力発生日として1株につき10株の割合で株式分割を行っております。そのため、2014年3月期（予想）の期末1株当たり配当金については、株式分割を考慮した金額を記載しております。（株式分割を考慮しない場合の2014年3月期（予想）の期末1株当たり配当金は120円となります。）

I 5. 株式分割及び単元株制度の採用

全国証券取引所の「行動計画」に基づき
株式分割及び単元株制度を採用

- 株式分割
 - 分割方法 1株につき10株の割合
 - 基準日 2013年9月30日
 - 分割後の発行済株式総数 13,059,330株
 - (増加する株式数 11,753,397株)
- 単元株制度の採用
 - 単元株式数 100株
 - 効力発生日 2013年10月1日

Plans and Topics
FY Ending March 2014

2014年3月期 重点施策及びTopics

Ⅱ 1. 2014年3月期 重点施策

既存店の確実な伸長とBW社の通年寄与 新規出店・提携の収益化及び収益構造改革の実施

<153P 重点戦略>

<重点施策>

海外戦略の加速

<アジア婚礼プロデュース>

深圳、香港、台湾、ASEANへの展開

<海外・リゾートウェディング>

ハワイの名門シェラトン・ワイキキ・ホテル内に新チャペルオープン（2013年6月オープン）

ホテル婚礼受託
事業の拡大

<ホテル提携数の拡大>

既存提携先の通年寄与
（ノボテル甲子園、ザ・クラウンパレス新阪急高知）
新規提携先の拡大

直営店舗の強化

<既存店舗の強化>

- ①エリア制の更なる強化
- ②戦略的リニューアル
- ③新システムの導入
- ④収益構造改革

<M&A効果>

BW社通年寄与 及び シナジー効果

<新店準備>

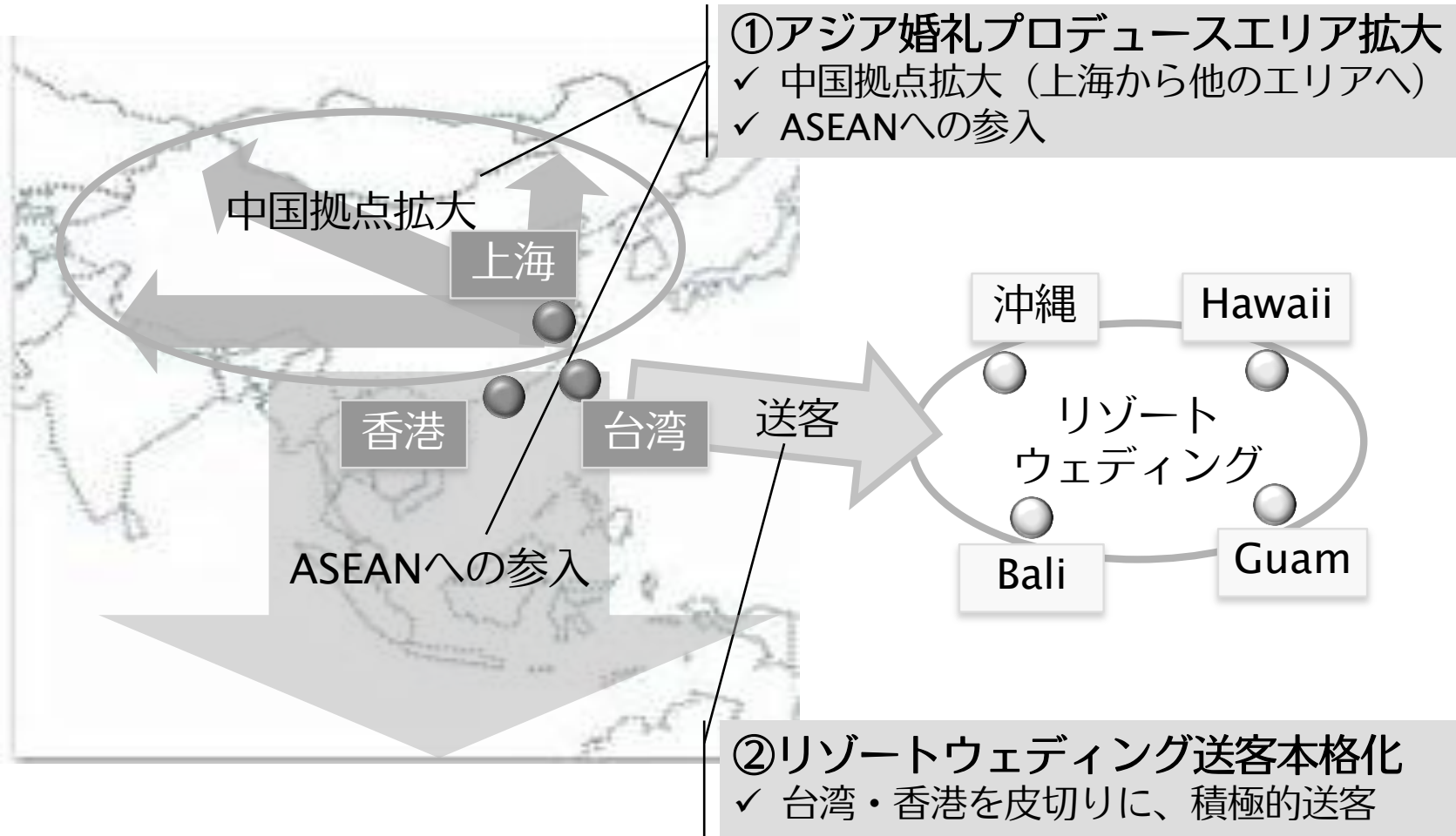
153P 最終年度に向けた出店準備

強固な財務基盤
の構築

II 2. 海外戦略の加速：海外戦略

アジア現地でのウェディング展開を、中国からASEANへ拡大
 アジア現地からのリゾートウェディング送客も本格化

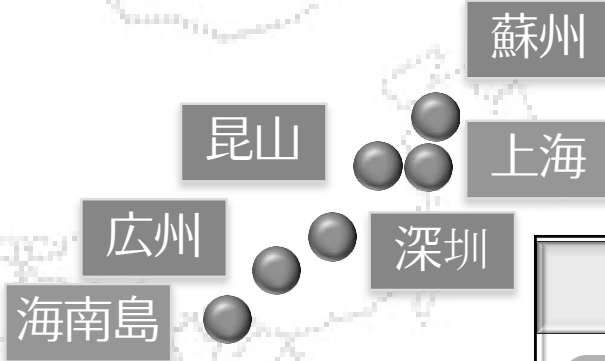
< 海外戦略全体像 (イメージ) >



II 2-1. <Topic1>海外戦略の加速：アジア婚礼プロデュース

中国6都市に拡大、提携5つ星ホテルは着実に増加(提携数12) 高いデザイン力と調達力を強みに展開を加速

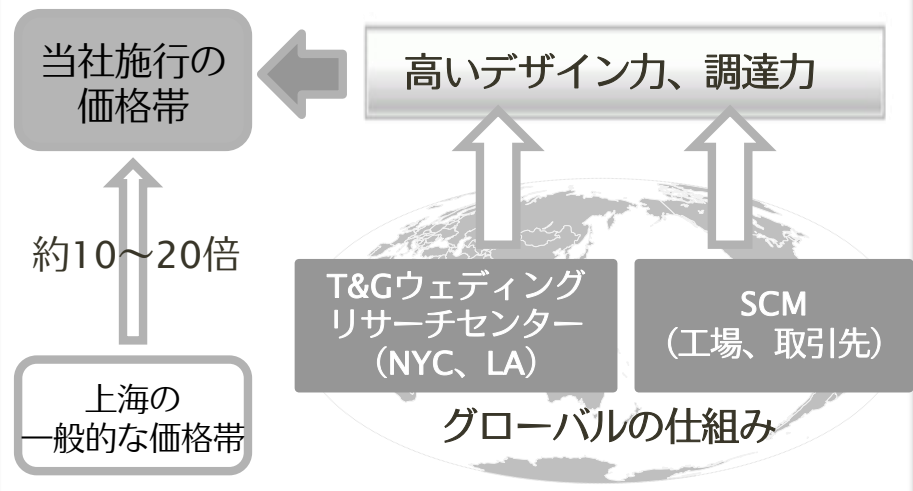
<展開都市と提携ホテル>



- <昆山>
 - ✓ フェアモント陽澄湖 (昆山)
- <蘇州>
 - ✓ インターコンチネンタル蘇州
- <上海>
 - ✓ JWマリオット上海
 - ✓ グランド ケンピンスキーホテル上海
 - ✓ パークハイアット上海
 - ✓ ザ・リッツ・カールトン上海-浦東
 - ✓ フォーシーズンズホテル上海浦東

- <深圳>
 - ✓ シェラトン深圳福田ホテル
 - ✓ グランドハイアット深圳
- <広州>
 - ✓ ザ・リッツ・カールトン広州
- <海南島>
 - ✓ コンラッド三亜海棠湾
 - ✓ ダブルツリー・バイ・ヒルトン三亜海棠湾

当社アジア婚礼プロデュースの仕組み



II 2-2. <Topic2>海外戦略の加速：海外・リゾートウェディング

アジアからのリゾートウェディング送客本格展開開始 台湾では東南旅行社と提携、現地法人設立

台湾サロン設置

2013年9月に、台北市内（台北101近隣）に第一号店となる旗艦サロン開設。
台湾国内からのリゾートウェディングを販売。
2015年に400組のリゾートウェディング送客実現を目指す。



外観



東南旅行社との
提携記者会見

台湾現地法人

商号：幸運股份有限公司
所在地：
台北市大安區光復南路180巷2號1樓
設立年月日：2013年8月15日
資本金：1500万台湾ドル

台湾サロン

所在地：
台北市大安區光復南路180巷2號1樓
設立：2013年9月
坪数：約50坪

東南旅行社

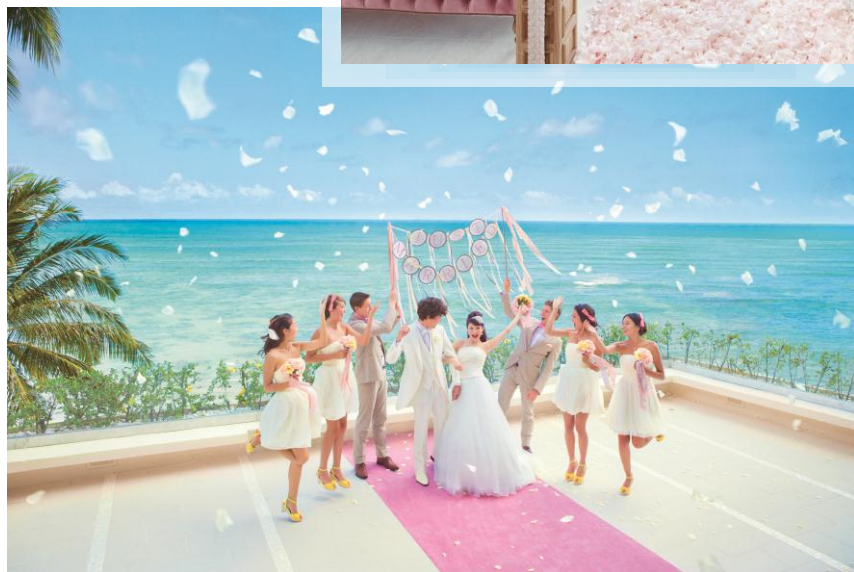
商号：東南旅行社股份有限公司
所在地：
台北市中山區中山北路二段60號
設立年月日：1954年4月1日
資本金：1億9330萬元

II 2-3. <Topic3>海外戦略の加速：海外・リゾートウェディング

2013年6月オープンのハワイ「ザ・マカナチャペル」 (シェラトン・ワイキキ・ホテル) が好調なスタート



チャペル



オープンテラス

シェラトン・ワイキキ
ザ・マカナチャペル

オープン
2013年6月

ワイキキビーチの目の前という好ロケーションに位置する大型リゾートホテル、シェラトン・ワイキキ・ホテル内に新設。

シェラトン・ワイキキ・
ホテル

Sheraton Waikiki Hotel

住所
2255 Kalakaua Ave.
Honolulu, HI, 96815-2579
U.S.A

客室総数：1636室
内スイートルーム128室

世界のセレブのパーティプロデュースを実施 T&Gグループの強みが世界で評価

Gene Simmons (ジーン・シモンズ) 様
ウェディングパーティー (ハワイ州マウイ島)



パーティスペース

ダンススペース



Carmen Electra (カルメン・エレクトラ) 様
アニバーサリーパーティー (ハワイ州マウイ島)



パーティスペース

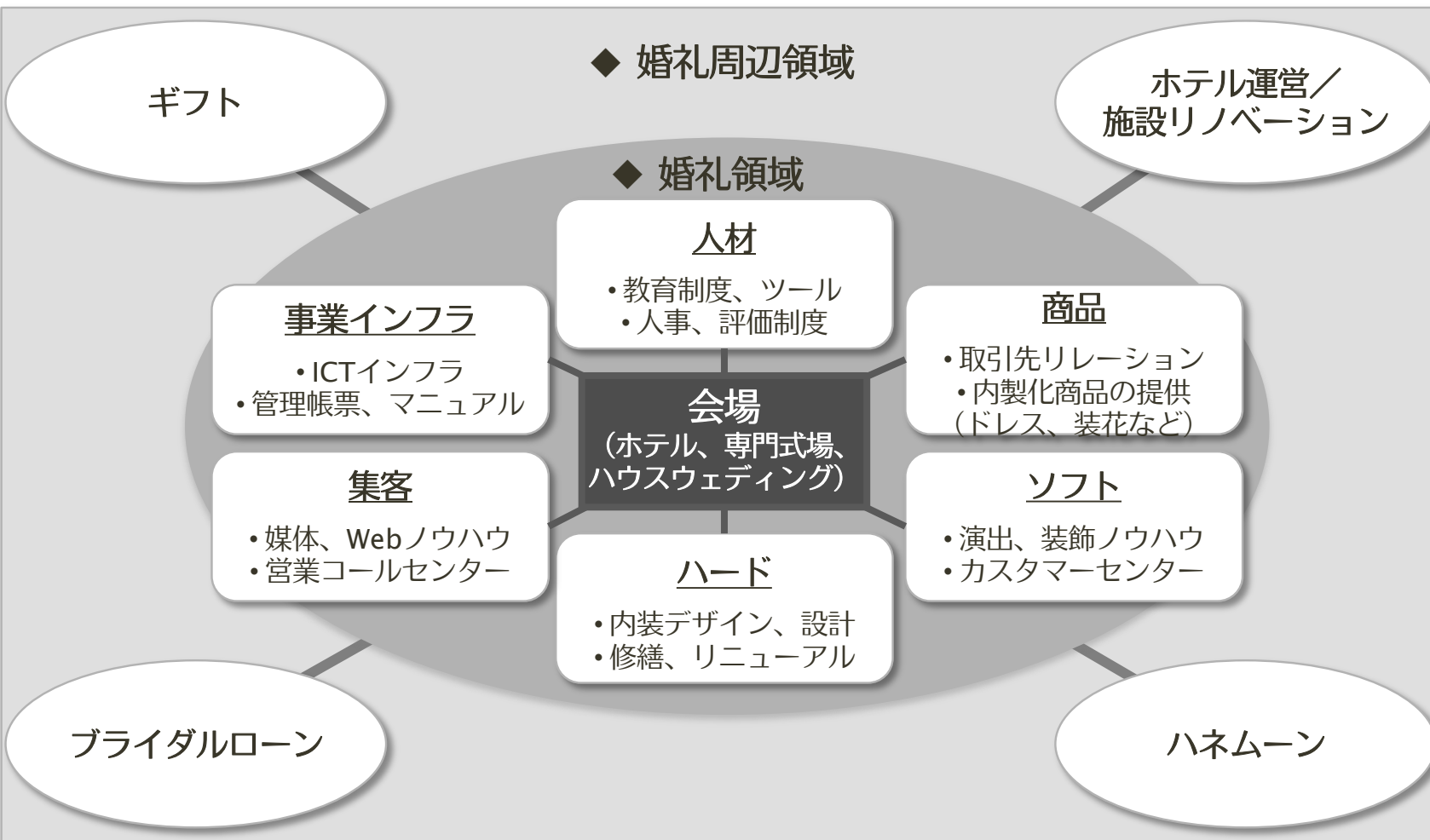
エントランス



II 3. コンサルティング事業の拡大：事業戦略

T&Gグループが持つノウハウを活かしたコンサル事業を拡大
専門式場、ハウスウェディング会場にも提供開始

< 他会場への提供商品全体像（イメージ） >



II 3-1. <Topic5>コンサルティング事業の拡大：ホテル事業の拡大

「横浜ベイシェラトン」、「グリーンタワー幕張」と提携開始 初の首都圏案件、順調に新規提携先の拡大が進む



横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ (2013年10月提携開始)

運営会社
相鉄ホテル株式会社
住所
横浜市西区北幸1-3-23
オープン
1998年9月
設備
地下6階、地上27階
客室総数：398室
バンケット：7
チャペル：1
神殿：1



ホテルグリーンタワー幕張 (2013年11月提携開始)

運営会社
株式会社グリーンタワー
住所
千葉市美浜区ひび野2-10-3
オープン
1991年6月
設備
地上20階
客室総数：205室
バンケット：4
チャペル：1
神殿：1



ホテルブエナビスタ (松本)

ホテルボストンプラザ草津 (滋賀)

ノホテル甲子園 (兵庫)

ザクラウンパレス新阪急高知 (高知)

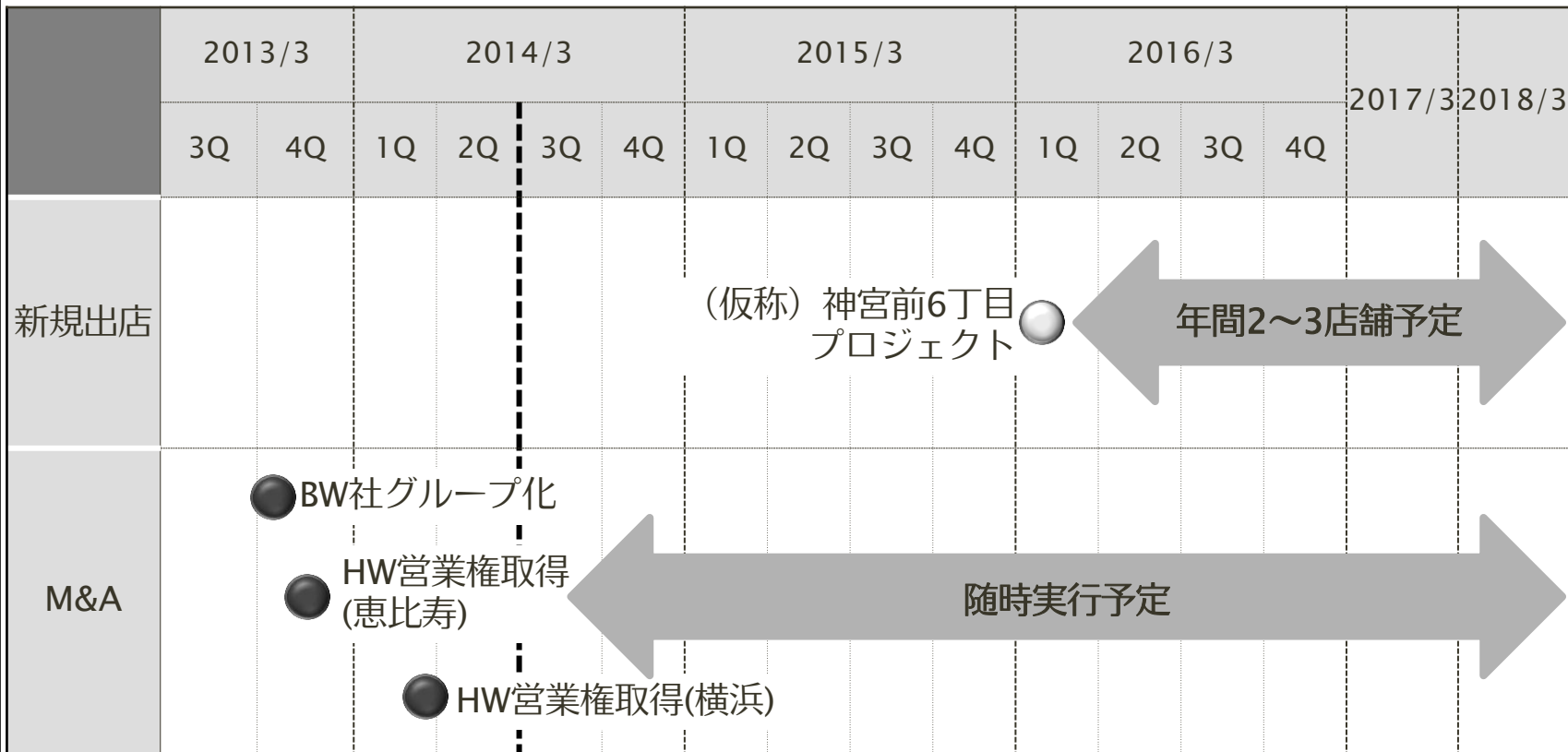
宮崎観光ホテル (宮崎)

II 4. 直営店戦略：出店、M&A、既存店舗の強化

国内シェア拡大に向け、新規出店、M&A戦略を加速
 既存店舗は「エリア戦略／企業体質強化」で事業基盤強化

◆ 新規出店、M&A戦略の加速

●：実行済み案件 ●：予定案件（公表済み）



II 4-1. <Topic6>直営店舗の強化：新規出店、M&A

BW社とT&Gの強みを融合した店舗開発力にて出店加速 M&Aノウハウを積み上げ、営業権取得案件も増やす

◆ 新規出店

(仮称) 神宮前6丁目プロジェクト (2015年春予定)

BW社の複合施設運営ノウハウと、T&Gのプロデュース力を融合

し、
新しいコンセプトのウェディング施設を出店予定。

- ・ 出店スタイル：ウェディング施設、レストラン（予定）
- ・ 出店場所：東京都渋谷区神宮前6-28-6
- ・ 出店面積：2,347 m²（予定）
- ・ 設備：チャペル、バンケット、レストラン他（予定）

※ BW社：(株) ブライズワード



外観イメージ



2階テラスイメージ

◆ M&A (営業権取得)

ヴィクトリアガーデン恵比寿迎賓館 (2013年2月より)

東京都渋谷区恵比寿にあるハウスウェディング施設
(チャペル1、バンケット1) の営業権取得。

THE SEASON'S (ザ・シーズンズ) (2013年6月より)

神奈川県横浜市にあるハウスウェディング施設
(チャペル1、バンケット2) の営業権取得。



II 4-2. <Topic7>直営店舗の強化：戦略的リニューアル

既存優良店舗の更なる強み創りへ積極投資 ヒルサイドクラブ迎賓館 八王子を戦略的リニューアル



HILLSIDE CLUB
GEIHINKAN



プール付ガーデン（イメージ）



リニューアル後チャペル

ヒルサイドクラブ迎賓館 八王子

オープン
2004年11月

リニューアル
2013年7月

住所
〒192-0916
東京都八王子市みなみ野1-7-8

チャペルを
戦略的にリニューアル

お客様ニーズを踏まえ、
デザイン性を追求したより魅力的
な会場として維持
ブランドロイヤリティを更に高
め、業績向上へ寄与

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS