

APPENDIX

補足資料

1. 業界概況	P3-8
2. 当社のポジショニング	P9-11
3. 当社の事業戦略／事業内容	P12-20
4. 当社の強み	P21-30
5. 会社概要	P31-37

1. 業界概況

国内ウェディング市場規模

4兆円

結婚周辺市場規模

結婚周辺市場規模

■結婚周辺市場規模

約3兆円 + 約1兆円 = 約4兆円

結婚費用

新生活準備費用

結婚周辺市場規模

挙式披露宴市場規模

■挙式披露宴平均単価（全国） ■2013年の婚姻組数

340万円

663,000組

DATA:株式会社リクルート
ゼクシィ結婚トレンド調査2013

DATA:厚生労働省 平成25年人口動態統計（推計数）

専門式場・ハウスウェディング市場規模

■専門式場・ハウスウェディングの実施会場（シェア）

52.9%

DATA:矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2014年版」

T&G

■2014年3月期年間挙式披露宴組数（実績）

直営店
コンサルティング型
リゾート 合計

18,762組

1兆円

新生活準備費用

新居・家具・家電・車・ローン
各種保険・妊娠・出産・育児

3兆円 結婚費用

結婚指輪 婚約指輪 贈答品

ウェディングドレス ブライダル美容

T&G関連事業

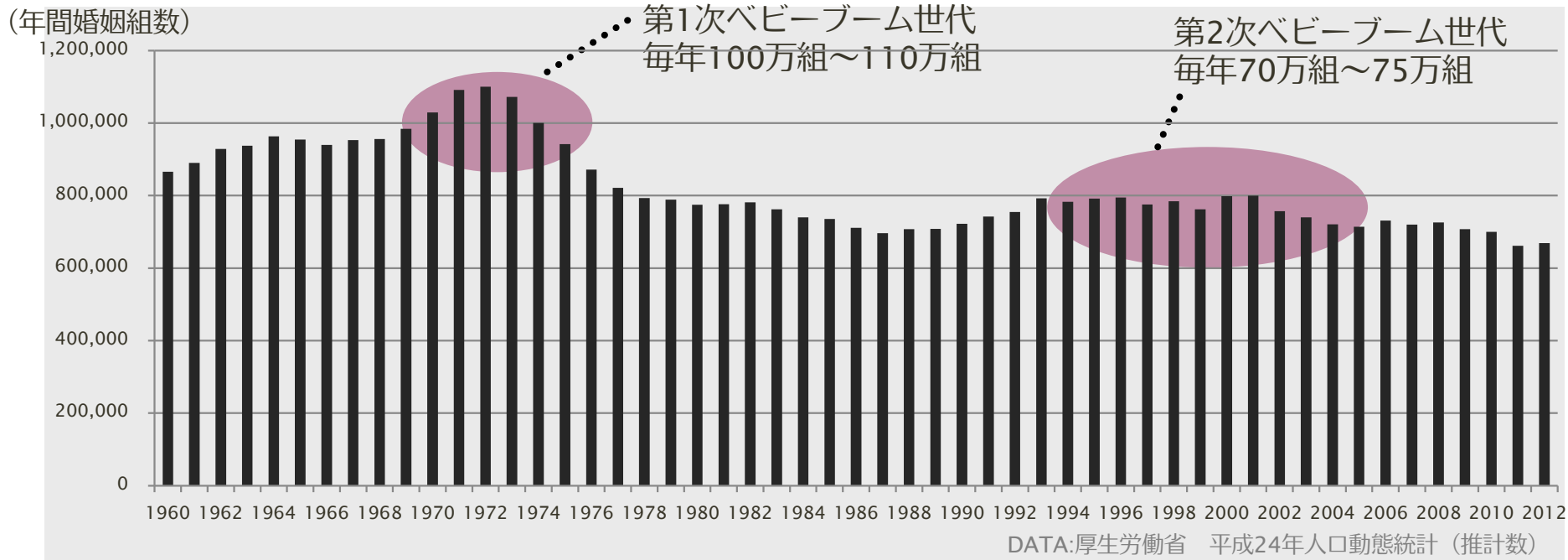
挙式 披露宴 新婚旅行

ブライダルローン 美容事業

DATA:株式会社リクルート ゼクシィ結婚トレンド調査2010、2012・新生活準備調査2011

国内婚姻組数の推移

日本の婚姻組数の推移

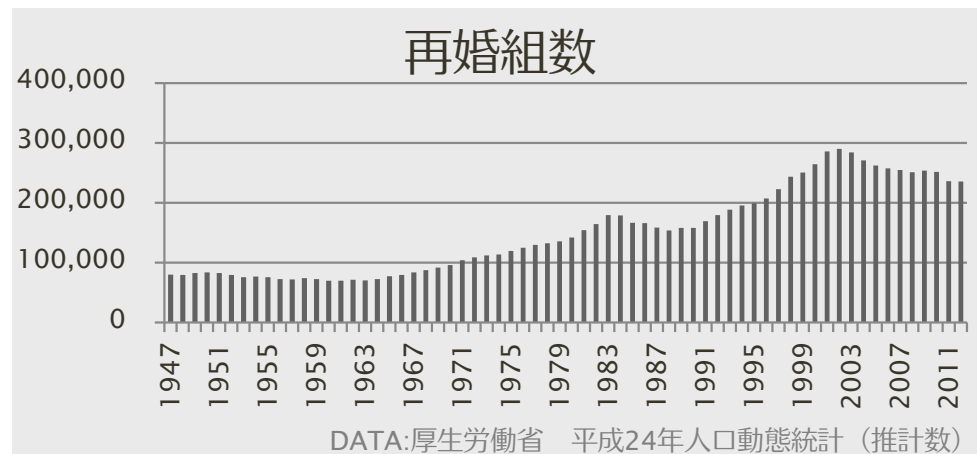


初婚年齢の推移

	夫年齢	妻年齢
1989	28.4	25.9
1994	28.5	26.3
1999	28.8	27.0
2003	29.4	27.6
2010	30.5	28.8
2011	30.7	29.0

DATA:厚生労働省 平成23年人口動態統計(確定数)

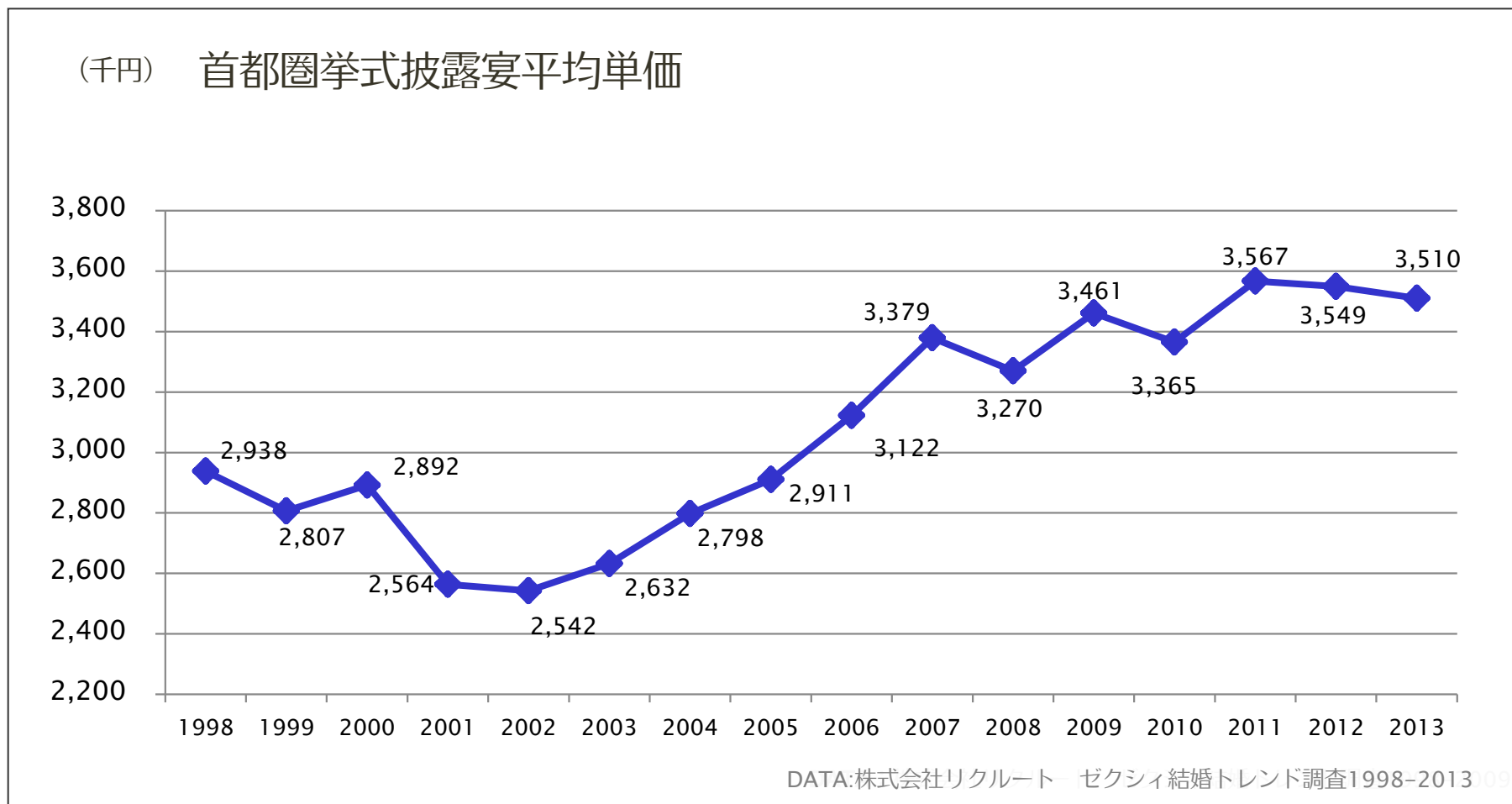
(参考) 日本の再婚組数の推移



国内挙式披露宴単価の推移

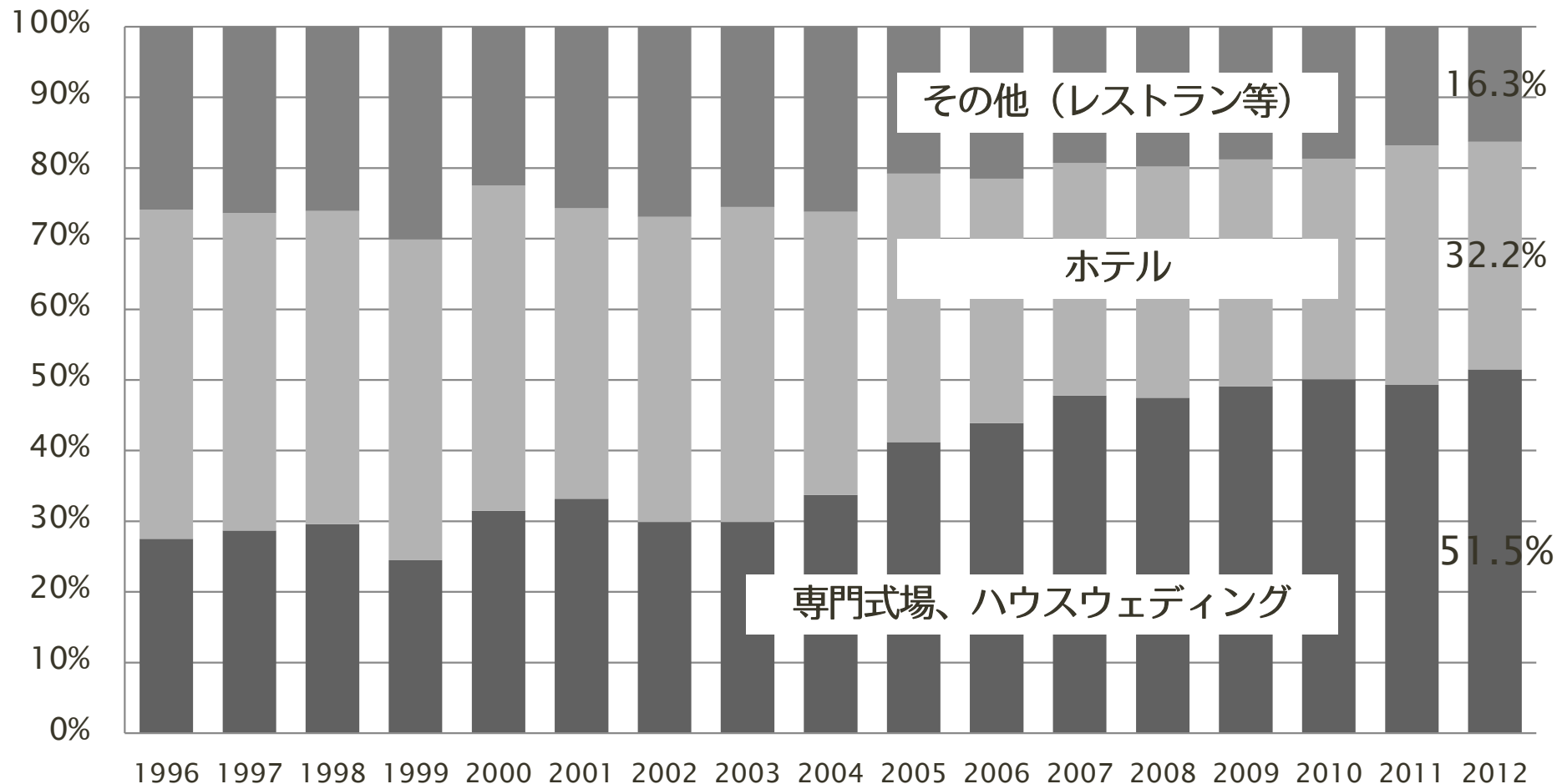
■首都圏の挙式披露宴平均単価の推移

ハウスウェディングの普及により、近年単価は高い水準を維持している



国内挙式披露宴市場動向

■ 挙式披露宴実施会場の動向（全国）



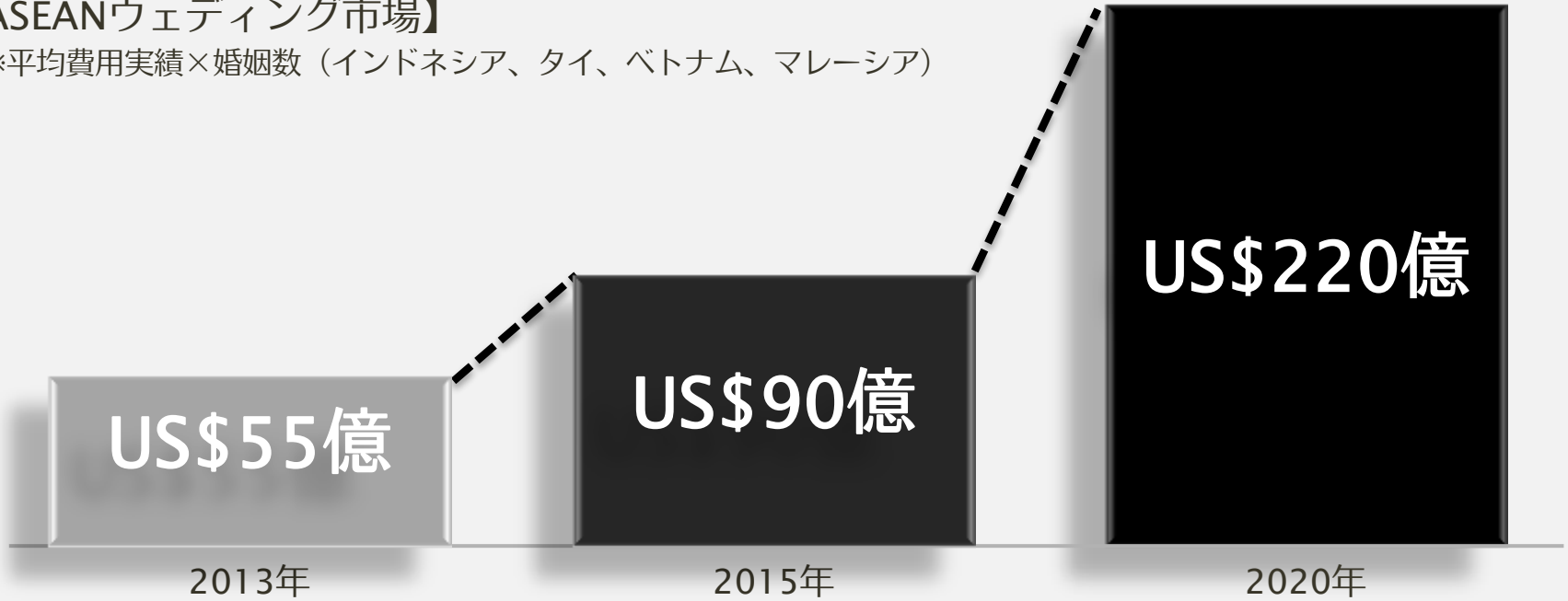
1998～
T&G設立

2001～
T&G直営店舗運営開始

海外ウェディング市場規模

【ASEANウェディング市場】

※平均費用実績×婚姻数（インドネシア、タイ、ベトナム、マレーシア）



【ASEANウェディング市場（富裕層）】

※平均費用実績×婚姻数（インドネシア、タイ、ベトナム、マレーシア）

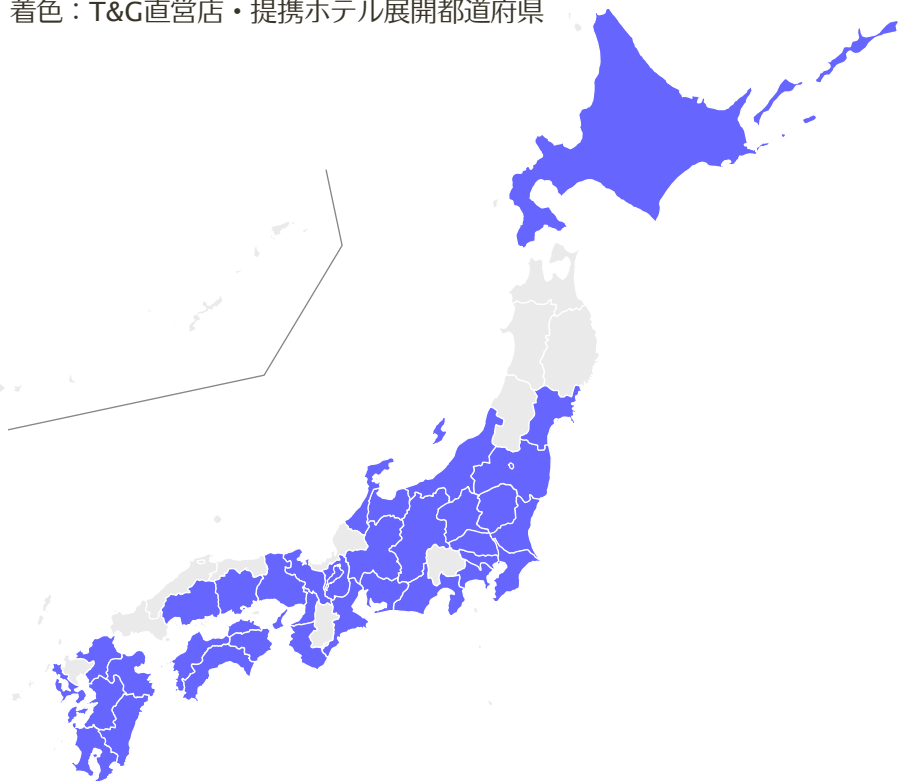


2. 当社のポジショニング

T&Gグループの国内事業展開・市場シェア

国内事業展開エリア

着色：T&G直営店・提携ホテル展開都道府県

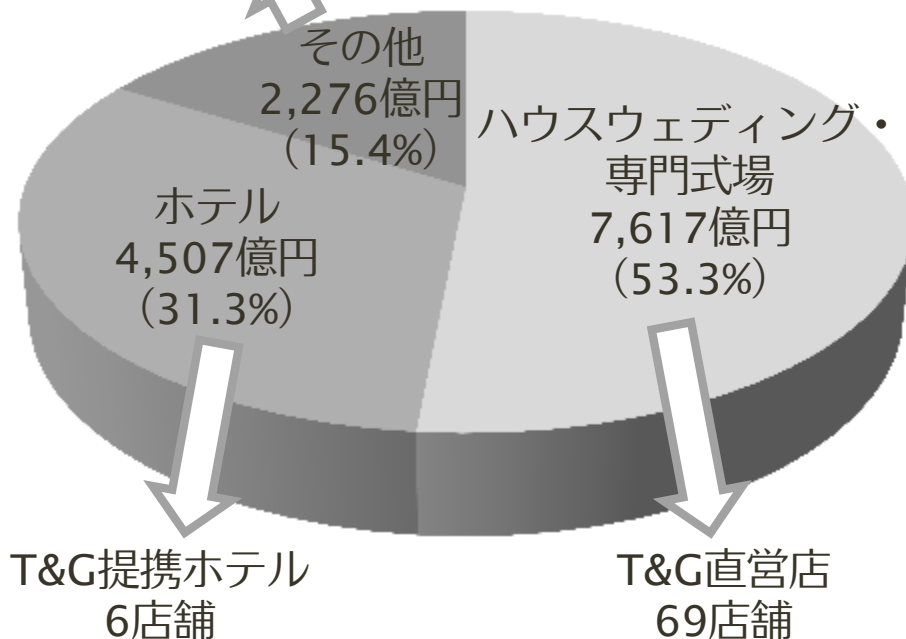


- ハウスウェディング直営店・提携ホテル（婚礼運営受託等）を全国35都道府県に展開

国内店舗数・市場シェア

国内挙式・披露宴市場
約1兆4,400億円
(2013年推計)

T&G提携レストラン等
10店舗

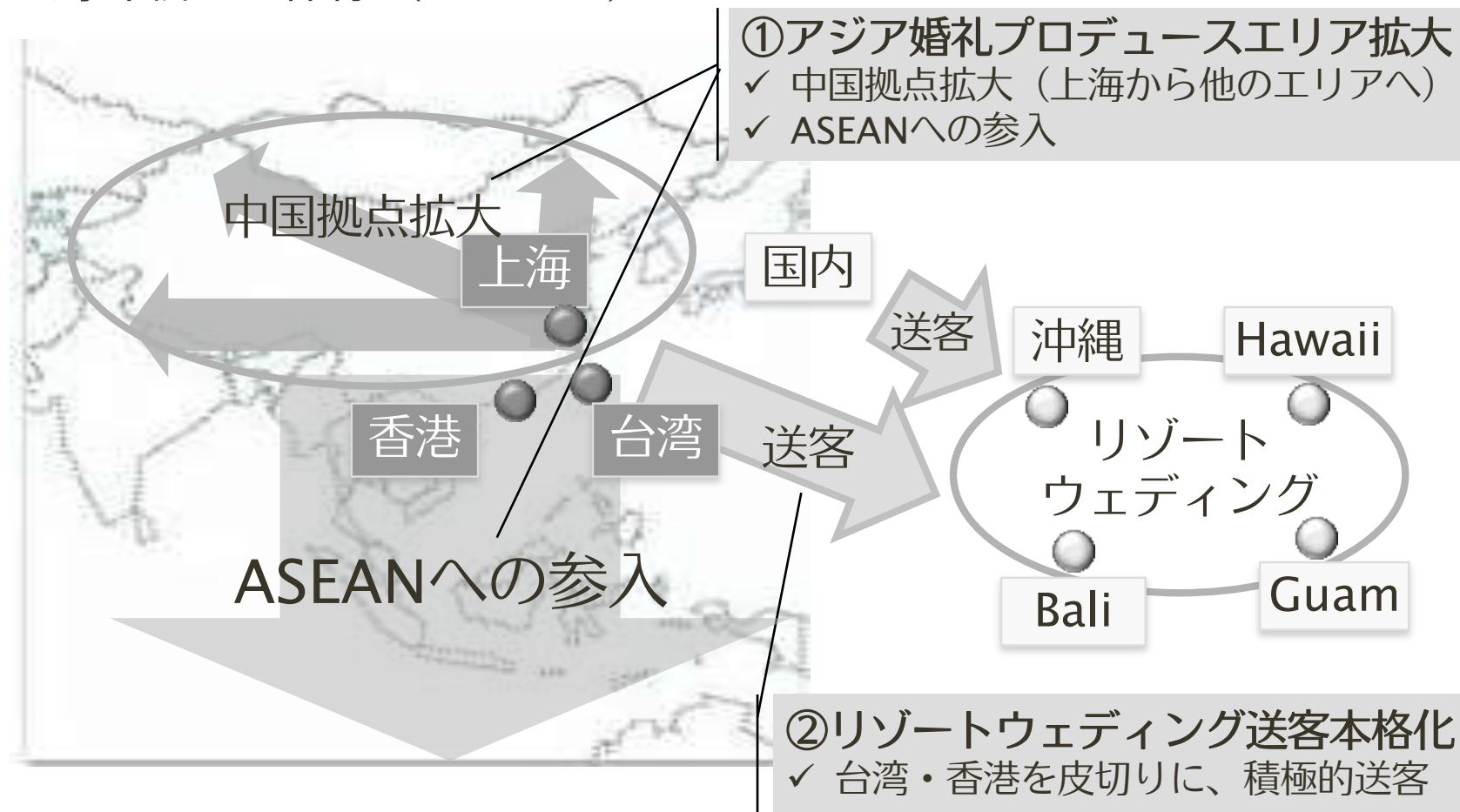


- ハウスウェディングを中心に、ホテル、その他へも事業を展開
- ハウスウェディング市場におけるシェアは15.2%
(T&G+BW直営店 売上高474億円)

T&Gグループの海外事業展開

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

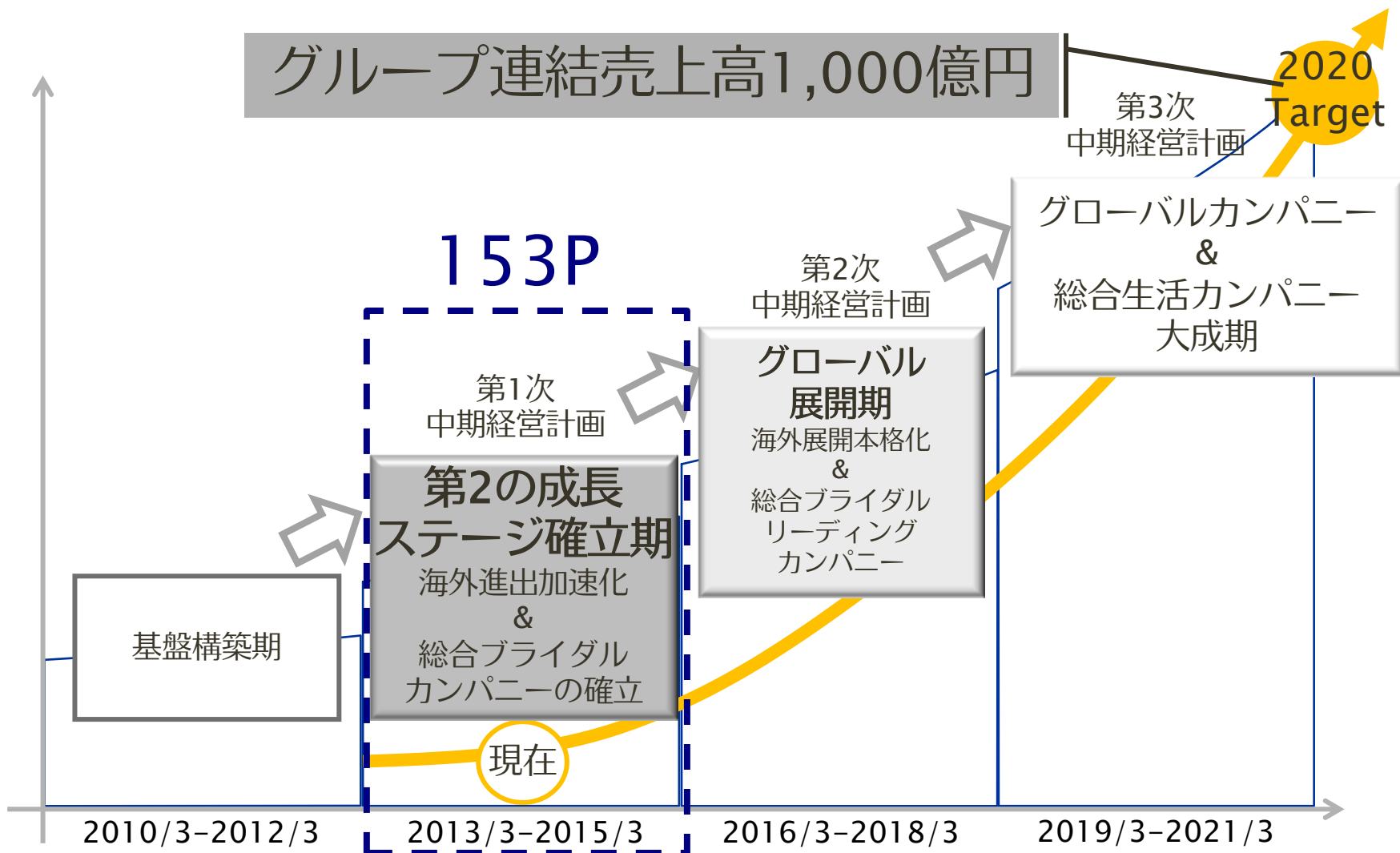
<海外戦略全体像（イメージ）>



3.当社の事業戦略 ／事業内容

153P※の位置づけ

「第2の成長」ステージを確立する
2020Target実現へのファーストステップ



※ 153P：2013/3-2015/3の3ヵ年中期経営計画。創業15年目からの3ヵ年のPlanの頭文字より命名。

事業領域

ウェディングプロデュース

- ・ハウスウェディング
- ・レストランウェディング
- ・ホテルウェディング
- ・レストラン併設型ウェディング



海外 ウェディング プロデュース



オリジナル ハネムーン

ブライダルクレジット

トリートメント&スパ



オートクチュール デザイン

著名人
ウェディング



ホテル運営



イベントプロデュース

Premium Party &
Conference



レストラン運営

(2014年3月31日現在 (概算))

国内直営**69**店舗**101**会場

会場数
国内No.1

年間施行組数**18,762**組 ※1

うち、国内**13,408**組

国内施行組数
国内No.1

ハウスウェディングシェア**15%**超 ※2

シェア
国内No.1

700名のウェディングプランナー、
100名のデザイナー、
&**400**名のシェフ

専門職社員数
世界No.1

顧客満足度**98.6%** ※3

直営店舗：全国69店舗（101会場）

※(株)ブライズワード 6店舗 12会場

(2014年3月31日現在)

■ 近畿エリア

- アーセンティア迎賓館 (大阪)
- アーフェリック迎賓館 (大阪)
- ベイサイドパーク迎賓館 (大阪)
- アクアガーデンテラス (大阪)
- アーセンティア大使館 (大阪)
- ベイサイド迎賓館 (和歌山)
- アーヴェリール迎賓館 (姫路)
- ベイサイド迎賓館 (神戸)
- 山手迎賓館 (神戸三宮)
- 北山迎賓館 (京都)
- アクアテラス迎賓館 (大津)
- アルモニーアンブラッセ (大阪) ※
- アルモニーアッシュ (姫路) ※

■ 信越・北陸エリア

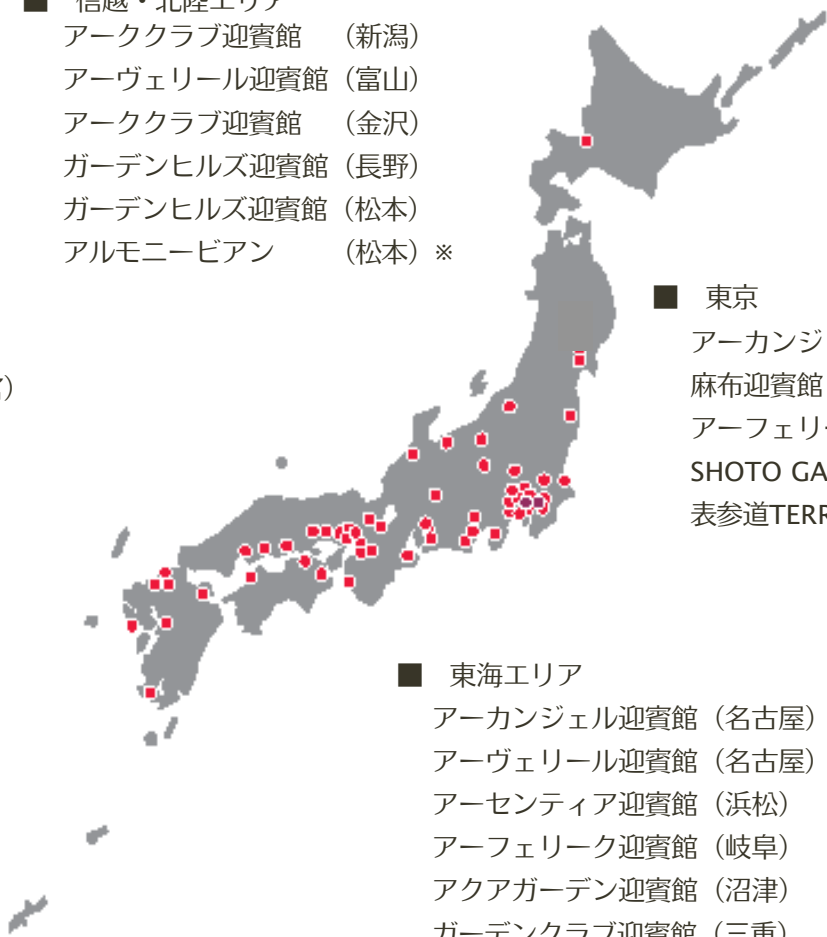
- アーククラブ迎賓館 (新潟)
- アーヴェリール迎賓館 (富山)
- アーククラブ迎賓館 (金沢)
- ガーデンヒルズ迎賓館 (長野)
- ガーデンヒルズ迎賓館 (松本)
- アルモニービアン (松本) ※

■ 北海道・東北エリア

- ヒルサイドクラブ迎賓館 (札幌)
- アーカンジェル迎賓館 (仙台)
- アーククラブ迎賓館 (郡山)

■ 東京

- アーカンジェル代官山
- 麻布迎賓館
- アーフェリック白金
- SHOTO GALLERY (松涛)
- 表参道TERRACE
- 青山迎賓館
- 白金倶楽部
- ヒルサイドクラブ迎賓館 (八王子)
- ヴィクトリアガーデン 恵比寿迎賓館



■ 中国・四国エリア

- アーククラブ迎賓館 (広島)
- アーヴェリール迎賓館 (岡山)
- アーククラブ迎賓館 (福山)
- ベイサイド迎賓館 (松山)
- アーヴェリール迎賓館 (高松)
- ヒルサイドクラブ迎賓館 (徳島)

■ 東海エリア

- アーカンジェル迎賓館 (名古屋)
- アーヴェリール迎賓館 (名古屋)
- アーセンティア迎賓館 (浜松)
- アーフェリック迎賓館 (岐阜)
- アクアガーデン迎賓館 (沼津)
- ガーデンクラブ迎賓館 (三重)
- ベイサイド迎賓館 (静岡)
- アクアガーデン迎賓館 (岡崎)
- アーセンティア迎賓館 (静岡)
- アルモニーテラッセ (岐阜) ※
- アルモニーヴィラ オージャルダン (常滑) ※

■ 関東エリア

- アーセンティア迎賓館 (柏)
- アーカンジェル迎賓館 (宇都宮)
- アーセンティア迎賓館 (高崎)
- アーククラブ迎賓館 (水戸)
- アーヴェリール迎賓館 (大宮)
- 山手迎賓館 (横浜山手)
- ベイサイド迎賓館 (横浜みなとみらい)
- ガーデンヒルズ迎賓館 (さいたま新都心)
- ベイサイドパーク迎賓館 (千葉)
- アクアテラス迎賓館 (新横浜)
- コットンハーバークラブ (横浜)
- 茅ヶ崎迎賓館
- THE SEASON'S (横浜)

■ 九州エリア

- アーカンジェル迎賓館 (福岡)
- アーフェリック迎賓館 (福岡)
- アーフェリック迎賓館 (熊本)
- ベイサイド迎賓館 (鹿児島)
- アーフェリック迎賓館 (小倉)
- ベイサイド迎賓館 (長崎)
- ガーデンヒルズ迎賓館 (大分)
- アルモニーサンク (小倉) ※

代表的な直営店舗

青山迎賓館（東京都港区）

■コンセプトは、「エレガント」
遊び慣れたフランス貴族たちの邸宅をイメージ

■特徴 天井開放可能なチャペル/大理石のバーカウンター等

■収容人数 着席：120名・立食：150名

■面積 敷地面積 1,359㎡・建築面積 856㎡
バンケット面積 207㎡・バンケット天井高 5.8 m
チャペル面積 113.36 ㎡

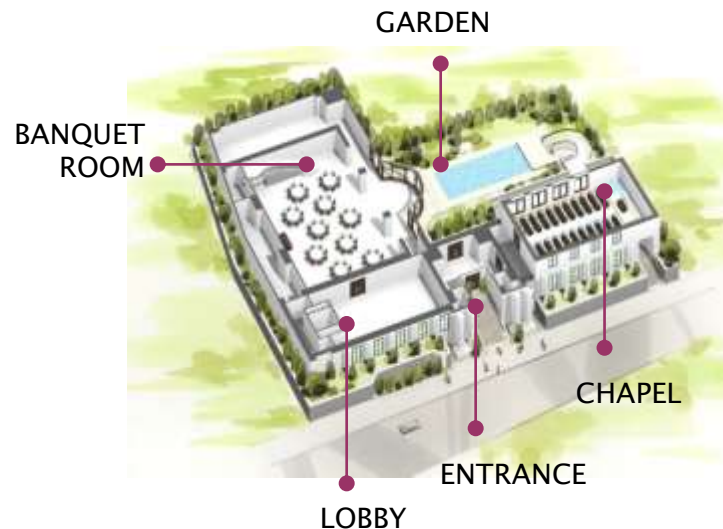
■設立 2008年2月



<当社会場の特徴>

■一軒家貸切

チャペル、パーティ会場、ガーデン、その全てをご新郎様・ご新婦様と参列されたゲストの方々に完全貸切。
「心がひとつになる瞬間」を演出する環境をプロデュース。



■一顧客一担当制

ご新郎様・ご新婦様の想いをくみ取り最高の一日を創り上げるため、ご成約からパーティ施行まで、全てを一人のウェディングプランナーが担当。
長い時間をかけて会話を重ね、きめ細かくニーズをくみ取る。



コンサルティング型：全国16施設（ホテル・レストラン等）

（2014年3月31日現在）

■ 提携レストラン等

THE JEWELS (札幌)

クリスタル ヨット クラブ (品川)

フェリチタ (表参道)

マノワール・ディノ (表参道)

アンティコ・ブッテロ (広尾)

イル・ブッテロ (広尾)

TERAKOYA (武蔵野)

Fish Bank TOKYO (汐留)

トゥーランドット 游仙境 (みなとみらい)

ミラキュルーズ (有楽町)

●：提携ホテル
●：提携レストラン等



■ 提携ホテル

ホテルグリーンタワー幕張 (幕張)

横浜ベイシェラン ホテル&タワーズ (横浜)

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)

ザ クラウンパレス新阪急高知 (高知)

宮崎観光ホテル (宮崎)

海外拠点：展開都市と提携ホテル

(2014年3月31日現在)

■ アジア婚礼プロデュース

<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

蘇州工場

情報基地
T&Gウェディング
リサーチセンター

New York

Los Angeles

■ アジア婚礼プロデュース

<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
- ✓ ワールドーフ アストリア 上海 オンザ バンド
- ✓ 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

蘇州

上海

昆山

沖縄

広州

台湾

海南島

深圳

香港

Guam

Hawaii

■ リゾートウェディング

<Hawaii>

- ✓ モアナ サーフライダー
- ✓ ウェスティン リゾート&スパ
- ✓ ザ・カハラ・ホテル&リゾート
- ✓ シェラトン・ワイキキ・ホテル
- ✓ キャルバリー・バイ・ザ・シー教会

<沖縄>

- ✓ アールイズ・スイート
- ✓ 白の教会

<Guam>

- ✓ シェラトン・ラグーナ・グアム・リゾート
- ✓ ヒルトン・グアム・リゾート&スパ
- ✓ ハイアット リージェンシー グアム

<Bali>

- ✓ ブルーポイント・ベイ・ヴィラ&スパ
- ✓ コンラッド・バリ
- ✓ ブルーヘブン

● : アジア婚礼プロデュース

● : リゾートウェディング

■ : 情報基地、工場等

下線：2014年3月期新規提携ホテル及び2015年3月期提携予定

ホテル運営、レストラン運営

<ホテル運営 代表例>

アルモニーアンブラッセ（大阪市北区）

- ◆ 2010年4月にオープンしたスモールラグジュアリーホテル。
- ◆ 顧客満足度を何よりも重視した上質なサービスとホスピタリティが高く評価され、『ミシュランガイド関西2014』にて、開業以来4年連続で「3レッドパビリオン（非常に快適の中でも特に快適）」を獲得。
- ◆ 客室38室、レストラン1、チャペル1、バンケット2、ドレスショップ、エステルーム



<レストラン運営 代表例>

ブルーポイント（東京都港区白金台）

- ◆ 白金プラチナ通りに佇む、カジュアルフレンチレストラン。
- ◆ 世界的に活躍するデザイナー「森田恭通」氏のデザインでリニューアルオープン。
- ◆ 五つ星ホテルのロビーのように落ち着いた大人の雰囲気漂う店内と、プラチナ通りに面したスタイリッシュで開放的なオープンテラスが特徴。



4. 当社の強み

T&Gの強み全体像

T&Gは「トータルコーディネート力」「心の想いの表現力」「ニーズをくみ取り実現する力」の3つを強みに優位性を確保

トータルコーディネート力

- 統一した世界観を醸し出すトータルコーディネート力（デザイン力、空間演出力）
- ブランド力

心の想いの表現力

- One Heart Wedding
（新郎新婦の「心の想い」を感じ取り、表現する力。
みんなの心が一つになる瞬間を創り出す力。）
- One Stop Service
（ホスピタリティ “おもてなし”）

ニーズをくみ取り実現する力

- 顕在化したニーズだけではなく、潜在的なニーズもくみ取り実現する仕組み
- お客様の声に基づく“絶えざる改善”により蓄積された優れたオペレーション（T&Gリサーチセンター、カスタマーセンター、SCM、人）

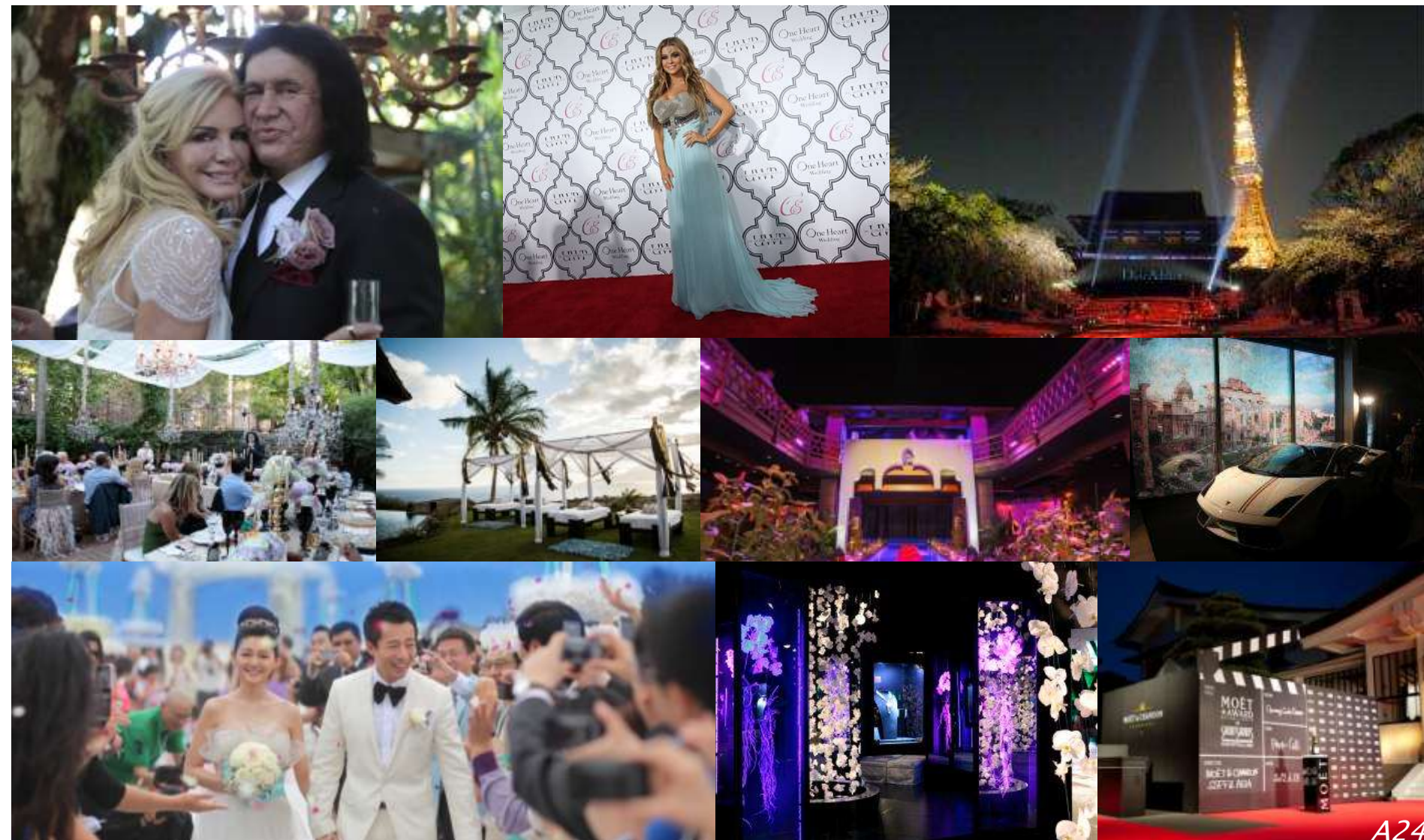
トータルコーディネート力 (①デザイン力、空間演出力)

パーティコンセプトに基づき、統一した世界観を創り出す
デッサンを描きおこし、空間デザイン、装飾へ展開



トータルコーディネート力 (②ブランド力)

世界のセレブやラグジュアリー企業のパーティをプロデュース
実績が評価され、パーティプロデュースの依頼が世界から増加

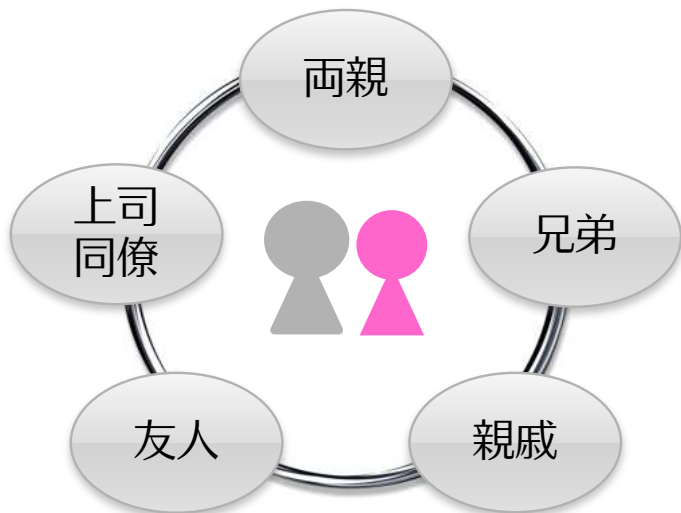


心の想いの表現力 (①One Heart Wedding)

新郎新婦の「心の思い」を感じ取り、表現する
みんなの心がひとつになる瞬間を創り出す

One Heart Wedding

ご新郎ご新婦様やご親族様、
参列されたゲストの方々の
「心がひとつになる瞬間」



日常生活で忘れがちな大切な人の存在に気付く
12の結婚式の実話が収録された書籍
有賀が12年間に自身が手掛けた印象に残っている
結婚式の実話と、T&Gに在籍するウェディング
プランナーが創り上げた結婚式の実話を収録

タイトル：ウェディングストーリー
大切な人に会いたくなる結婚式の物語
著者：有賀明美（ありが あけみ）
出版社：ダイヤモンド社
ページ数：133ページ
定価：1,260円（税込）

■30年目の結婚式
ありがとうでは伝えきれない
想いがあった。
その日、結婚式を迎えた息子。
育ててくれた両親に
感謝の気持ちを伝えたい。
ありがとうの代わりに息子は、
おめでとうを言うことにした。
式を挙げていない父と母のために
内緒で準備した30年目の結婚式。

■言えなかった言葉
長い長い兄弟げんかだった。
仲のいい兄弟がふとしたことで、
もう2年も口をきかなくなっていた。
そんな中迎えた、弟の結婚式。
言えずにいた想いを弟は
結婚式で兄に伝えた。

■優しい記憶
「父から娘に伝えたい溢れる想い」
その想いを託した手紙を結婚式で
父が読んだ時小さな奇跡が起こった。

「ウェディングストーリー」
大切な人に会いたくなる
結婚式の物語」（一部抜粋）

※他、結婚式の実話12の物語を収録

心の想いの表現力 (②One Stop Service)

日本の婚礼で培ったノウハウを更に進化させ、
きめ細やかな所までの“おもてなし”が世界から評価

- ◆ 全てを世界規模でディレクション
コンセプト作り世界規模での会場選び、空間デザイン、グラフィックデザイン、デコレーション、オリジナルギフトまで、パーティに必要な全てを企画、調達。

- ◆ 細部に至るまでケアするホスピタリティ
—日本の誇る“おもてなし”—
エアブッキングから空港・ホテルでのゲスト
ケアに至る全てを、T&Gがゼロから提案。
人員配置からタイムスケジュールも様々な
事態を想定して事前に詳細設計。

< 提案書イメージ(海外案件) >

Transportation
from the airport

Concept



Location



Visual Image



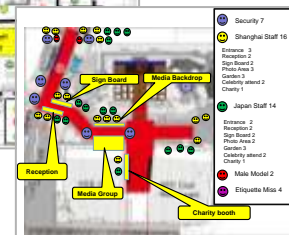
A welcome gift box

Rooms -allocations

Free activities



< The staff allocation of the day >



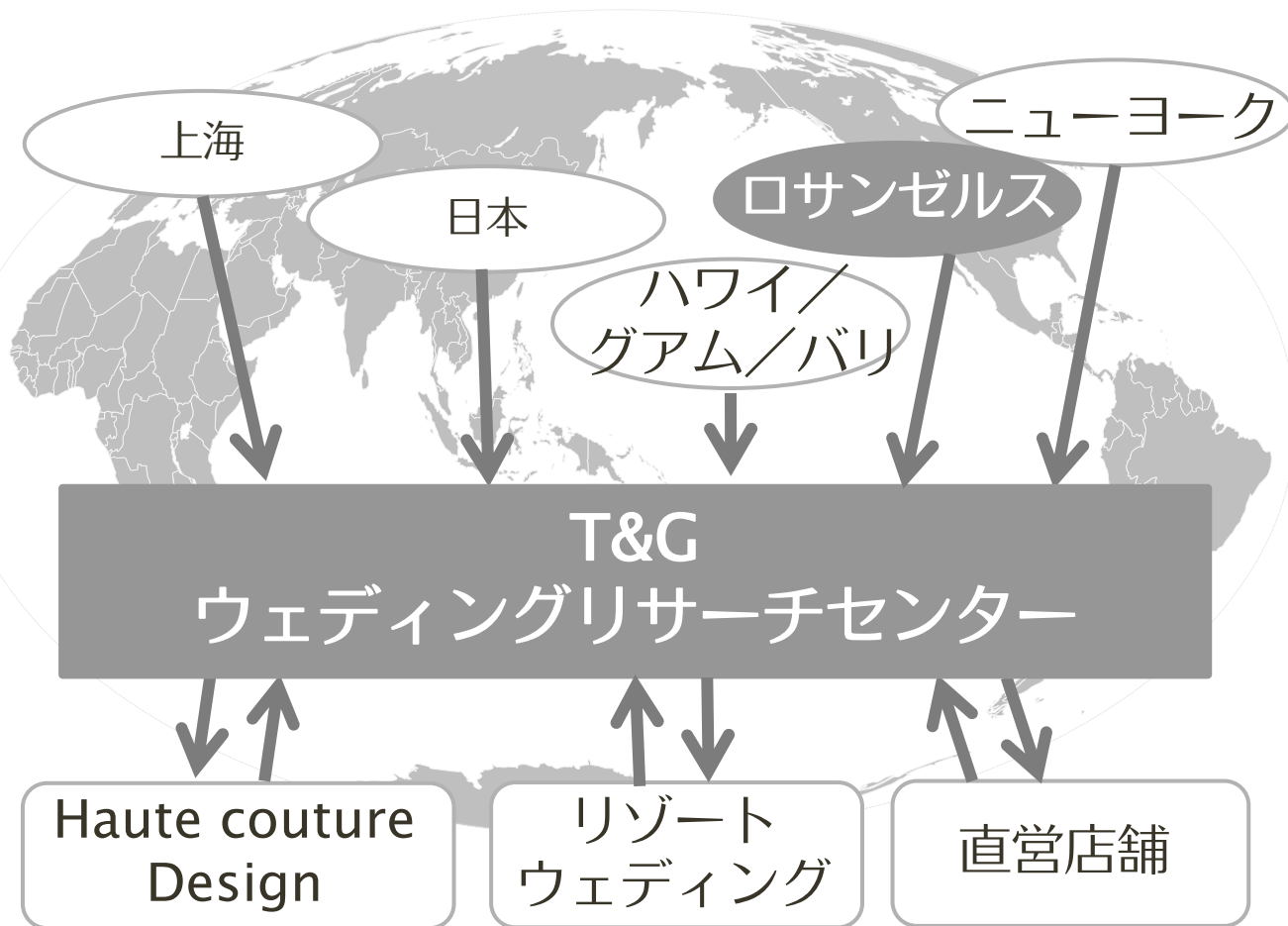
< Timetable >

Time	Area	Activity
17:00	01	All Greeting
17:00	02	Media Photo in
17:00	03	Guests arrival
17:00	04	Guest arrival
17:00	05	Media Photo in
17:00	06	Guest arrival
17:00	07	Guest arrival
17:00	08	Guest arrival
17:00	09	Guest arrival
17:00	10	Guest arrival
17:00	11	Guest arrival
17:00	12	Guest arrival
17:00	13	Guest arrival
17:00	14	Guest arrival
17:00	15	Guest arrival
17:00	16	Guest arrival
17:00	17	Guest arrival
17:00	18	Guest arrival
17:00	19	Guest arrival
17:00	20	Guest arrival

Time	Area	Activity
17:00	01	All Greeting
17:00	02	Media Photo in
17:00	03	Guests arrival
17:00	04	Guest arrival
17:00	05	Media Photo in
17:00	06	Guest arrival
17:00	07	Guest arrival
17:00	08	Guest arrival
17:00	09	Guest arrival
17:00	10	Guest arrival
17:00	11	Guest arrival
17:00	12	Guest arrival
17:00	13	Guest arrival
17:00	14	Guest arrival
17:00	15	Guest arrival
17:00	16	Guest arrival
17:00	17	Guest arrival
17:00	18	Guest arrival
17:00	19	Guest arrival
17:00	20	Guest arrival

ニーズをくみ取り実現する力 (仕組み①：リサーチセンター)

世界規模の最先端情報ネットワーク「リサーチセンター」で
世界中のトレンドをくみ取る仕組みを構築



T&Gウェディング リサーチセンター

設立
2012年9月1日

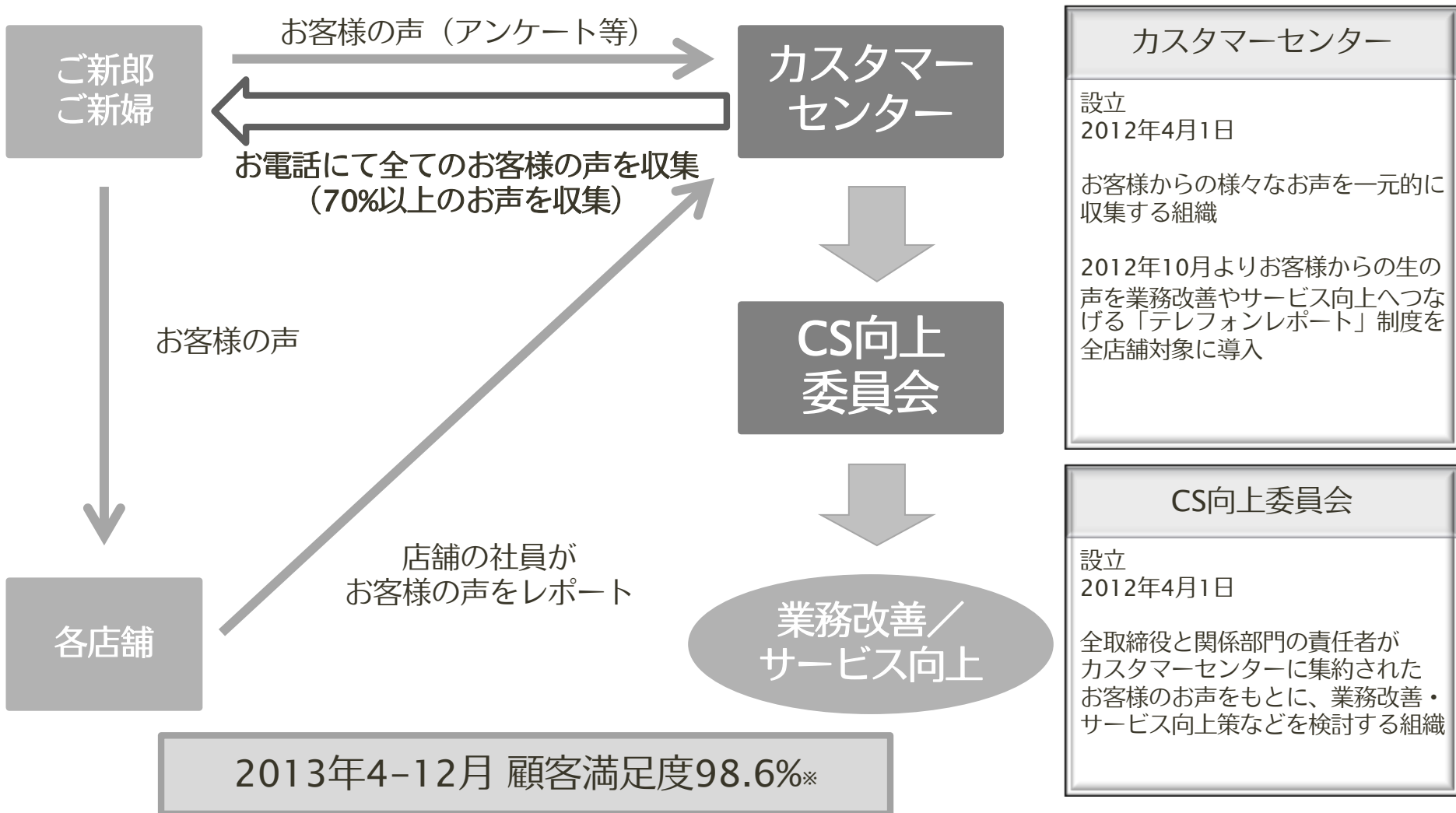
役割
T&Gグループにおける調査・研究
機関
世界各国の最先端ウェディングの
研究と、研究成果をグループ内に
展開する機能を有する

情報拠点
2012年9月 東京、上海、ハワイ
グアム、バリ
2012年11月 ニューヨーク
2013年7月 ロサンゼルス

センター長
執行役員 有賀明美
これまで数多くの著名人のプロ
デュース実績をもつウェディング
デザイナー
現在は、プロフェッショナルチ
ームによるトータルウェディング
サービス「Haute couture
Design (オートクチュールデザ
イン)」のメンバーとしても活躍

ニーズをくみ取り実現する力（仕組み②：カスタマーセンター）

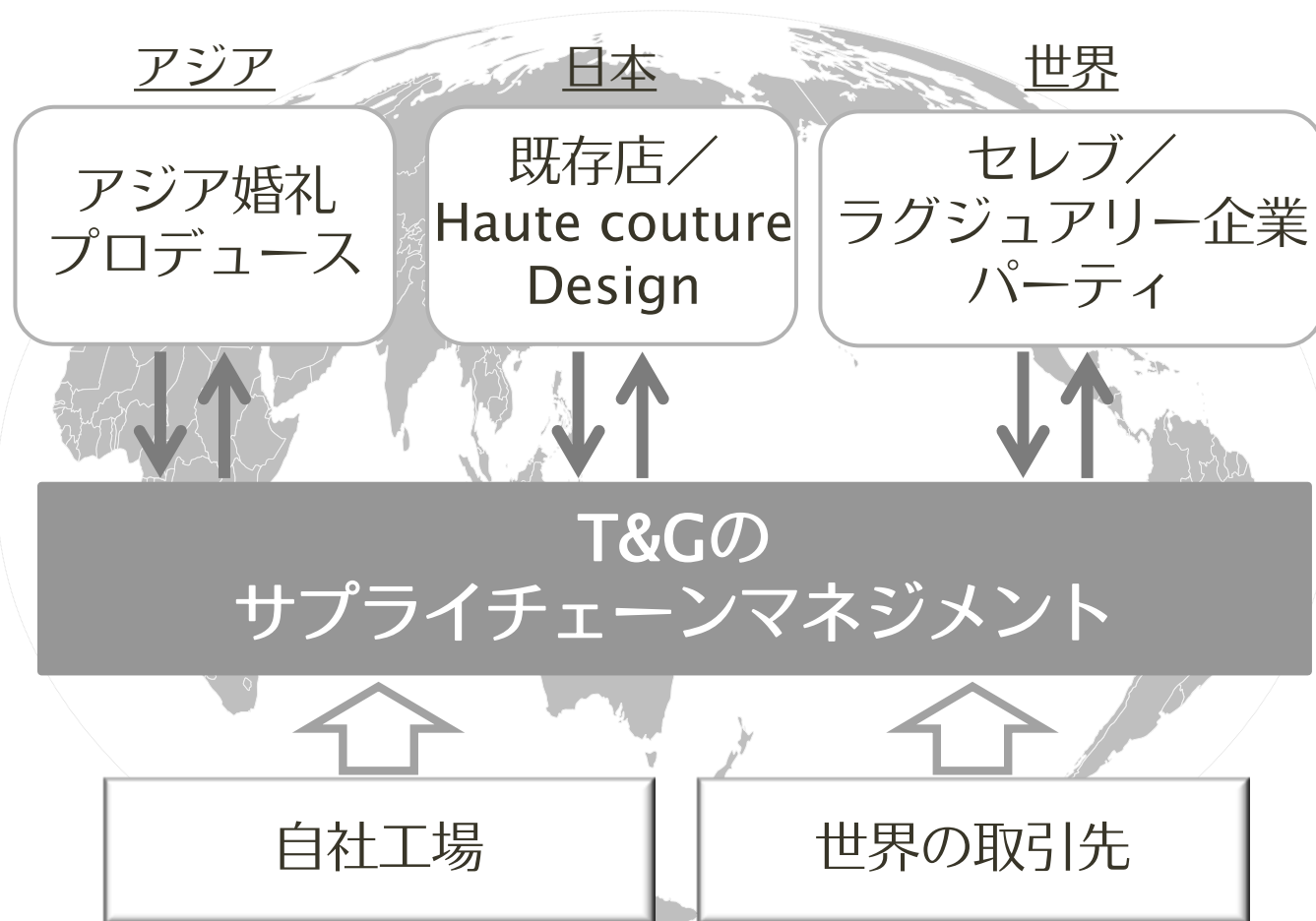
顕在化したニーズだけでなく、潜在的なニーズも自らヒヤリング
お客様の声に基づく“絶えざる改善”を実行し、高いCSを維持



※ ご新郎・ご新婦アンケートにて満足度が高いと回答された方。

ニーズをくみ取り実現する力 (仕組み③ : SCM)

ニーズを実現するため世界規模のSCM(サプライチェーン)を構築
自社工場構想等、お客様へ高い品質を、安価に提供する仕組みへ



T&Gのサプライチェーン マネジメント

T&Gの調達力

世界中の2,000サプライヤー、
取扱商品50,000のネットワーク

自社工場構想

アジアに自社工場を設立
自社商品だけでなく、
アジア婚礼プロデュース、日本の
「Haute couture Design (オー
トクチュールデザイン)」、
世界のセレブウェディングや
ラグジュアリー企業パーティ等
での装飾、建込み等を保有し、
お客様へ提供する仕組みを構築。
これにより、高品質のものを安価
に提供できる仕組みを実現。

ニーズをくみ取り実現する力（仕組み④：人）

T&Gのサービスの根底にある企業理念を、世界中で徹底して浸透
業界を先んじた“人の成長が企業の成長を支える”仕組みを導入

企業理念

Mission（使命） 私たちの存在する意味

人の心を、人生を豊かにする

Value（約束） 私たちの大切にすること

One Heart

Vision（展望） 私たちが目指すもの

EVOL

T&Gの人材成長の主な仕組み

- ✓ 海外研修
- ✓ プロフェッショナルチョイス
- ✓ フリープランナー制度
- ✓ シェフ独立支援制度
- ✓ ジョブローテーション/
キャリア（職種）チェンジ
- ✓ マスター店舗責任者制度
- ✓ クリエイティブグレード制度
- ✓ T&G Assist Member制度

（参考）海外研修模様



5. 会社概要

社名	株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ		
本社所在地	東京都品川区東品川2丁目3番12号		
設立	1998年10月19日		
代表者	代表取締役会長	野尻 佳孝	
	代表取締役社長	知識 賢治	
資本金	5,264百万円		
上場取引所	東京証券取引市場第一部 (証券コード：4331)		
業績	売上高	60,788百万円	
	営業利益	3,619百万円	
	当期純利益	1,358百万円	※2014年3月期連結
社員数	[連結]1,911名	[単体]1,325名	

T&Gグループ沿革

- 1998年 10月 当社設立 提携レストランにて、ハウスウェディング事業を開始
- 2001年 6月 直営店型ハウスウェディング事業を開始
- 2001年 12月 ナスダック・ジャパン（現 ヘラクレス）市場へ上場
- 2004年 2月 東京証券取引市場第二部へ上場
- 2005年 6月 株式会社グッドラック・コーポレーションへ出資参加
- 2005年 7月 株式会社ライフエンジェルを設立し、金融事業を開始
- 2006年 2月 株式会社アニバーサリートラベルを設立し旅行事業を開始
（株式会社ジェイティービーと共同出資）
- 2006年 3月 東京証券取引所市場第一部へ指定
- 2007年 1月 株式会社グッドラック・コーポレーションを連結子会社化（73.8%）し、
海外・リゾートウェディング事業を開始
- 2007年 4月 株式会社グッドラック・コーポレーションへ追加出資（91.8%）
- 2010年 4月 T&G WEDDING ASIA PACIFIC Co., Limited（香港）を設立
- 2011年 1月 天愿结婚庆（上海）有限公司（中国・上海市）を設立
- 2011年 5月 中国上海市にて直営ウェディングサロンの営業を開始し、
アジア婚礼プロデュース事業を開始
- 2012年 12月 株式会社ブライズワードを連結子会社化（2013年3月末時点100%）
- 2013年 6月 天愿结婚庆（深圳）有限公司（中国・深圳市）を設立
天愿结婚庆（台湾）有限公司を設立
- 8月 株式会社グッドラック・コーポレーションの台湾現地法人を設立
- 9月 台湾サロンを開設し、アジアからのリゾートウェディング送客を本格化
- 2014年 2月 苏州天愿结婚企业形象设计有限公司（中国・蘇州市）工場設立

T&Gグループの事業展開推移

- 設立後は、ノウハウ蓄積を優先し、レストラン提携によるハウスウェディング事業を開始
- 2001年 ハウスウェディング直営店の展開を開始
- 2007年 海外・リゾートウェディングの展開を開始
- 2010年 海外進出、ホテル婚礼受託などその他施設のコンサルティング型事業を開始
- 2012年 再生、歴史的建造物、ホテル運営を開始
- 2014年 自社工場設立、オリジナル商品の製造を開始

1998 2001 2003 2007 2010 2011 2012 2014

レストラン提携型ハウスウェディング

都内の邸宅タイプのレストランと提携

コンサルティング型

ホテル婚礼受託事業などその他施設の
プロデュース・コンサルティングを開始

直営店ハウスウェディング

東京都内へ直営店出店～地方都市に全国展開

海外・リゾートウェディング

グアム・バリ・ハワイ・沖縄に自社チャペル保有

アジア市場へ進出

香港・上海現地法人設立

再生、歴史的建造物、 ホテル、レストラン・カフェ

(株)ブライズワード連結子会社化

連結業績推移

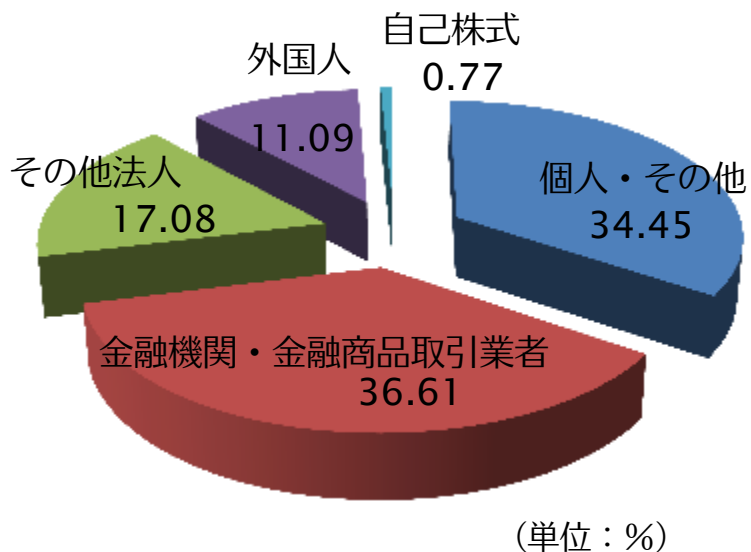
■主要項目推移 (2007/3以降は連結)

	2002/3	2003/3	2004/3	2005/3	2006/3	2007/3	2008/3	2009/3	2010/3	2011/3	2012/3	2013/3	2014/3	対前年
売上高 (百万円)	2,961	5,275	11,444	21,830	33,962	45,833	43,642	46,206	46,039	46,716	47,983	52,804	60,788	+15.1%
取扱組数合計 (組)	1,294	1,794	3,020	5,132	7,942	11,048	11,440	13,567	13,807	14,250	14,446	15,838	18,762	+18.5%
国内取扱組数 (組)	1,294	1,794	3,020	5,132	7,942	11,048	9,921	10,996	11,036	10,535	10,543	11,480	13,408	+16.8%
海外取扱組数 (組)	—	—	—	—	—	—	1,519	2,571	2,771	3,715	3,903	4,358	5,354	+22.9%
直営店型単価 (千円)	3,347	3,796	4,248	4,350	4,349	4,123	4,137	3,825	3,773	3,890	3,975	4,019	4,094	+1.9%
営業利益 (百万円)	255	494	1,595	3,454	4,981	6,625	-901	675	2,519	2,282	2,212	2,832	3,619	+27.8%
営業利益率 (%)	8.6%	9.4%	13.9%	15.8%	14.7%	14.5%	-2.1%	1.5%	5.5%	4.9%	4.6%	5.4%	6.0%	+0.6pt
経常利益 (百万円)	229	467	1,447	3,501	5,153	6,857	-1,403	31	1,882	1,541	1,588	2,459	3,333	+35.5%
経常利益率 (%)	7.7%	8.9%	12.7%	16.0%	15.2%	15.0%	-3.2%	0.1%	4.1%	3.3%	3.3%	4.7%	5.5%	+0.8pt
当期利益 (百万円)	119	215	674	2,049	2,905	4,172	-2,055	-1,048	371	214	453	1,086	1,358	+25.0%
当期利益率 (%)	4.0%	4.1%	5.9%	9.5%	8.6%	9.2%	-4.7%	-2.3%	0.8%	0.5%	0.9%	2.1%	2.2%	+0.2pt
期末直営店会場数※	1	7	22	41	62	84	88	87	87	87	87	99	102	+3
期末直営店舗数	1	6	16	29	42	58	62	61	61	61	61	68	69	+8
総資産 (百万円)	1,963	5,254	14,250	17,185	19,212	32,340	41,160	41,425	43,456	44,634	43,390	46,510	48,294	+1,784
自己資本比率 (%)	54.9%	24.6%	48.3%	52.1%	61.8%	39.2%	30.6%	29.7%	37.4%	36.7%	38.4%	38.2%	39.6%	+1.4pt
社員数	78	136	342	535	797	1,093	1,303	1,185	1,259	1,544	1,545	1,879	1,911	+32

※ 直営店舗数及び会場数は、(株) ブライズワード含む

株式保有状況（2014年3月現在）

所有者別分布



大株主上位10位

野尻佳孝	2,460,950株(18.8%)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	1,537,700株(11.8%)
株式会社東京ウエルズ	1,045,970株(8.0%)
資産管理サービス信託銀行株式会社（年金信託口）	999,700株(7.7%)
株式会社ユニマットライフ	500,000株(3.8%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	474,100株(3.6%)
ウェルズ通商株式会社	470,000株(3.6%)
野村信託銀行株式会社（投信口）	398,300株(3.0%)
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	290,000株(2.2%)
有限会社サムライパワー	169,490株(1.3%)

株式数	13,059,330株
株主数	11,106名

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS