

# 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

3  
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2兆円 + 約1兆円 = 約3兆円

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

334万円

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2014

DATA:厚生労働省 平成25年人口動態統計（推計数）

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

2兆円 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  
新婚旅行

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

## 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

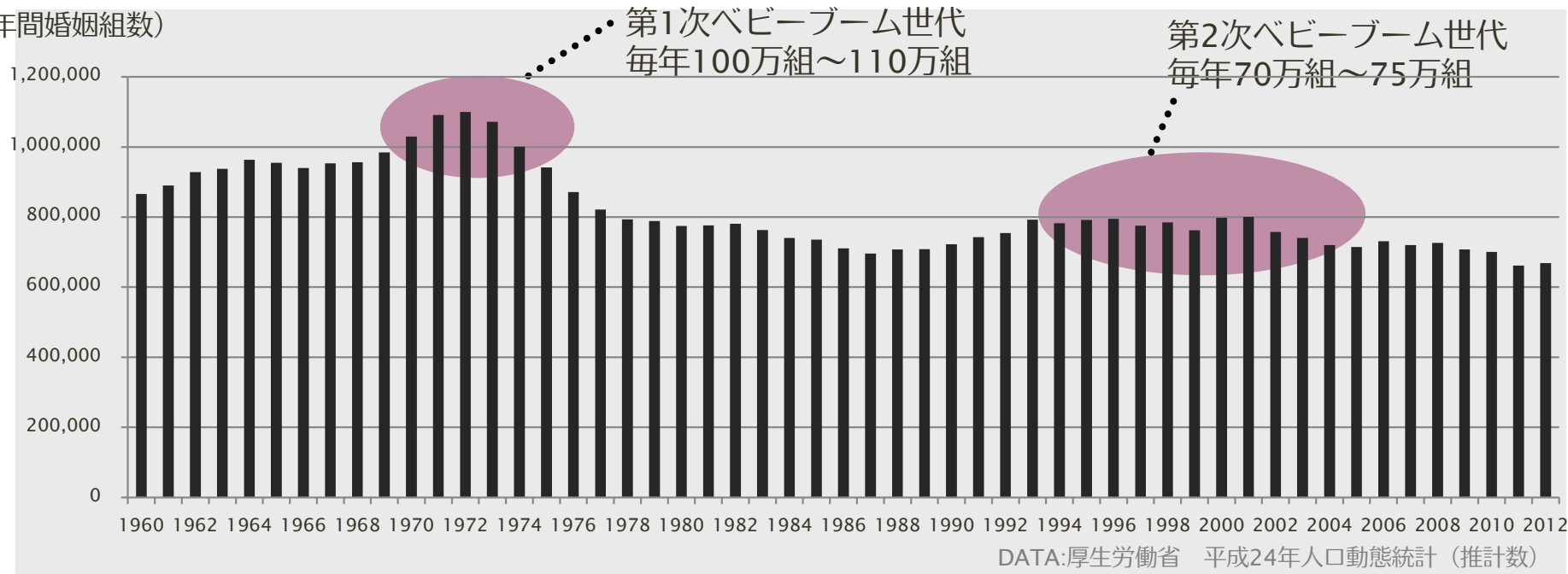
18,762組

DATA: 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2014」およびゼクシィ新生活準備調査2013より弊社作成

# 国内婚姻組数の推移

## 日本の婚姻組数の推移

(年間婚姻組数)

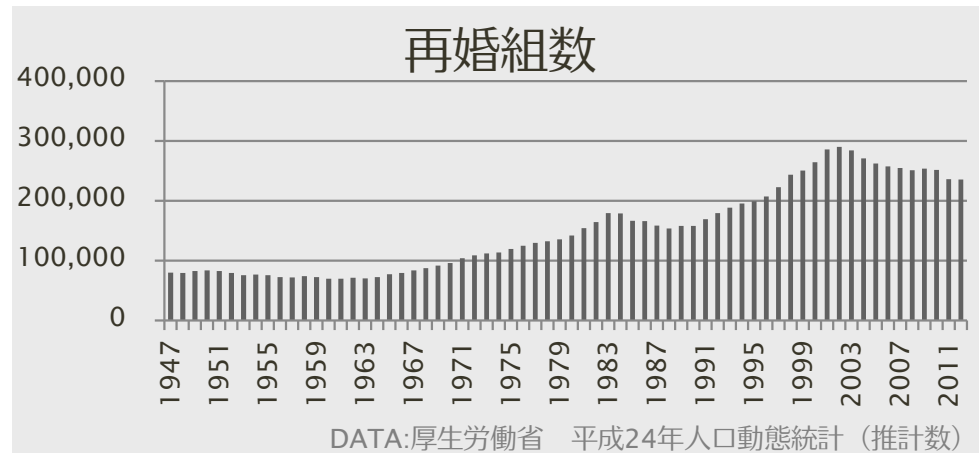


## 初婚年齢の推移

	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	28.3
2011	30.7	28.5
2012	30.9	29.2

DATA:厚生労働省 平成24年人口動態統計 (確定数)

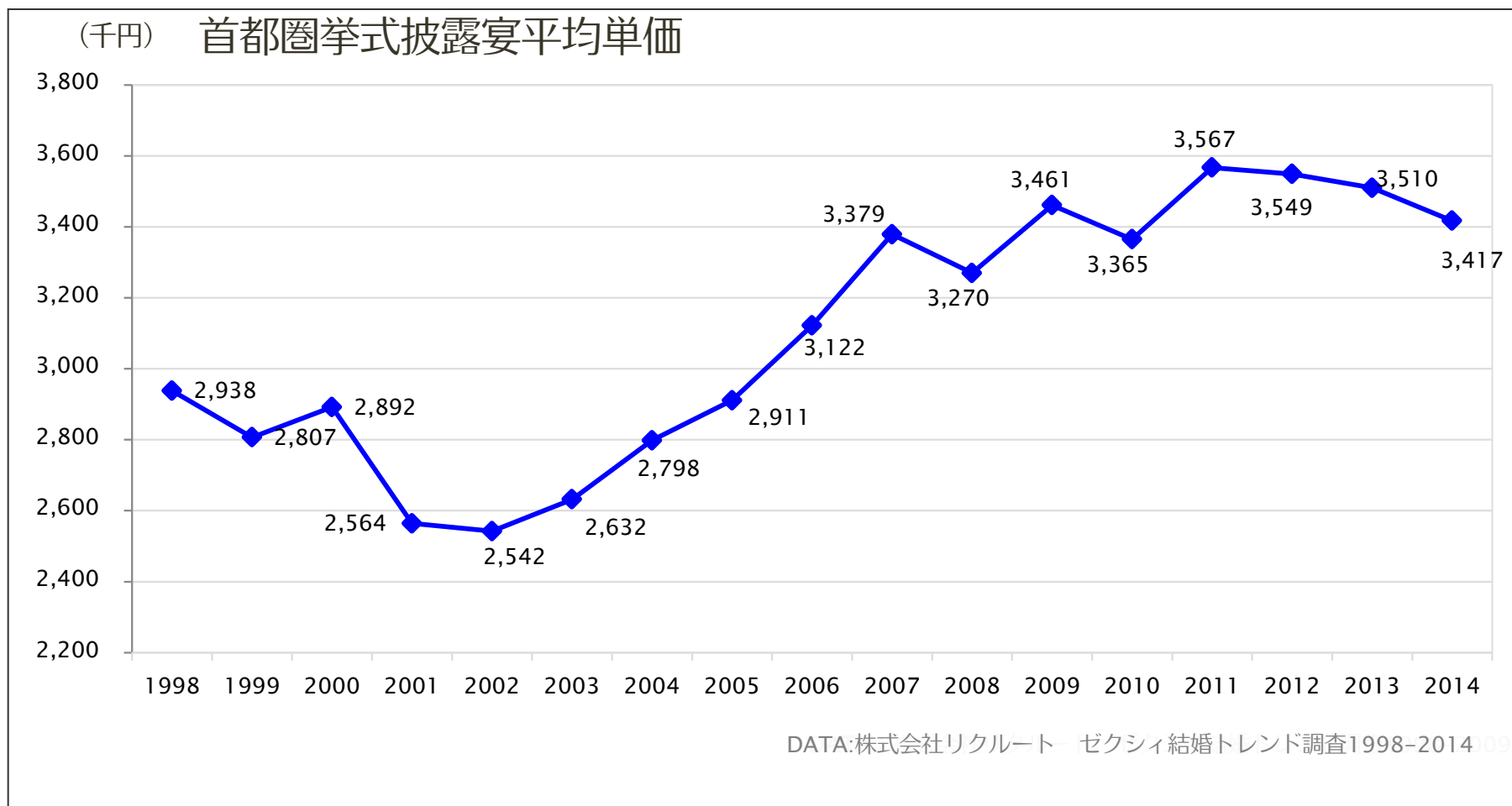
## (参考) 日本の再婚組数の推移



# 国内挙式披露宴単価の推移

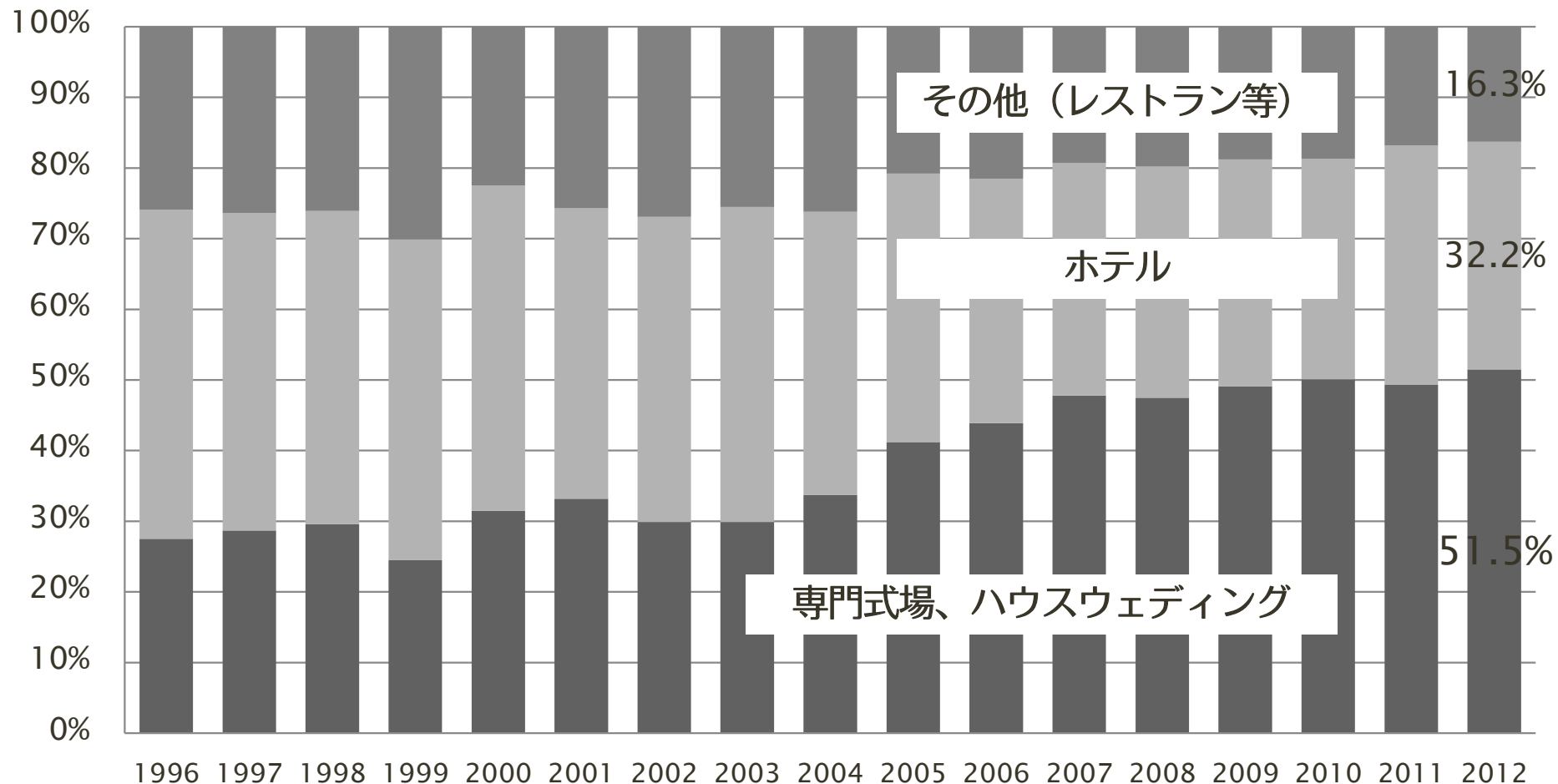
## ■首都圏の挙式披露宴平均単価の推移

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）



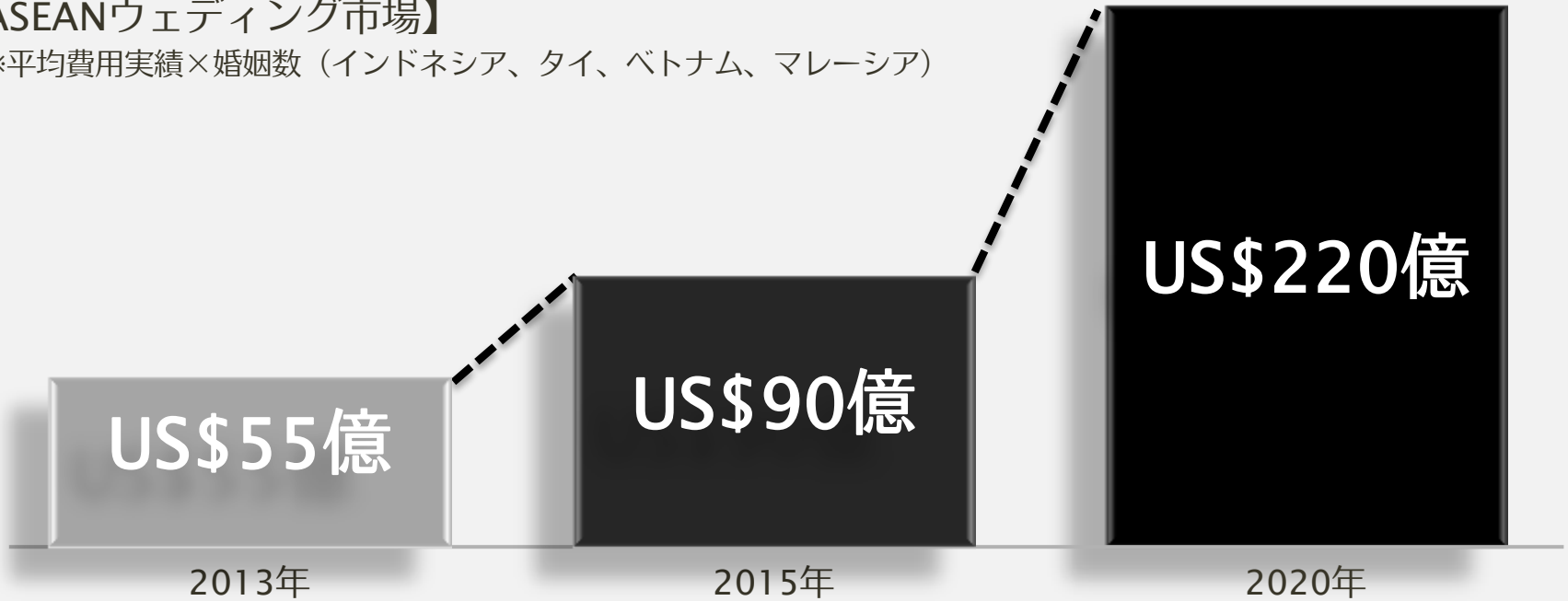
1998～  
T&G設立

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）





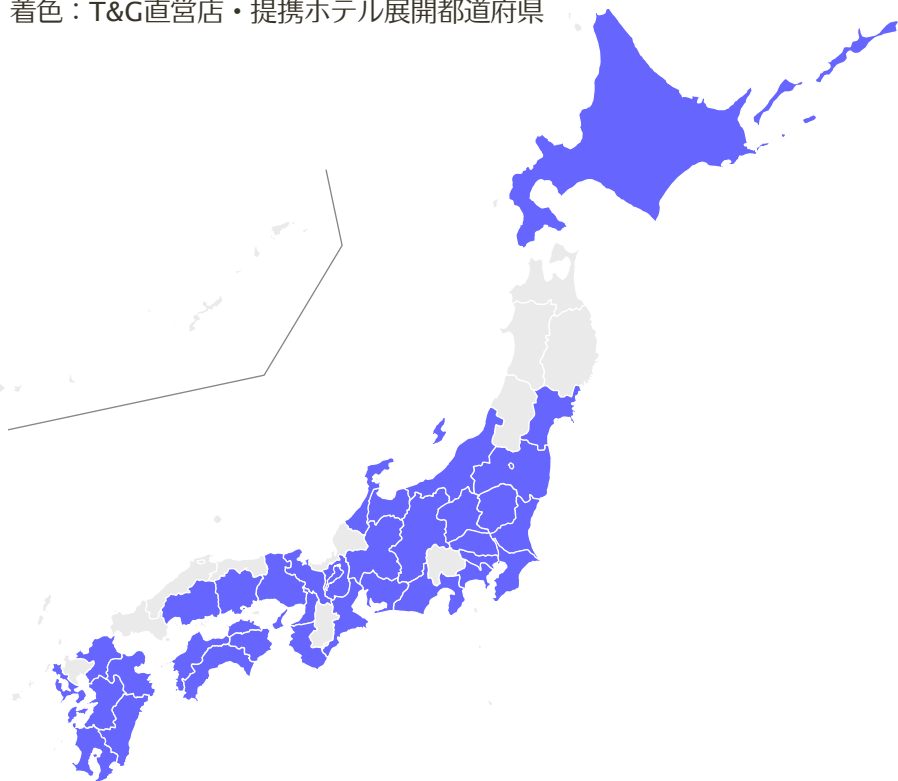
## 2. 当社のポジショニング

---

# 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

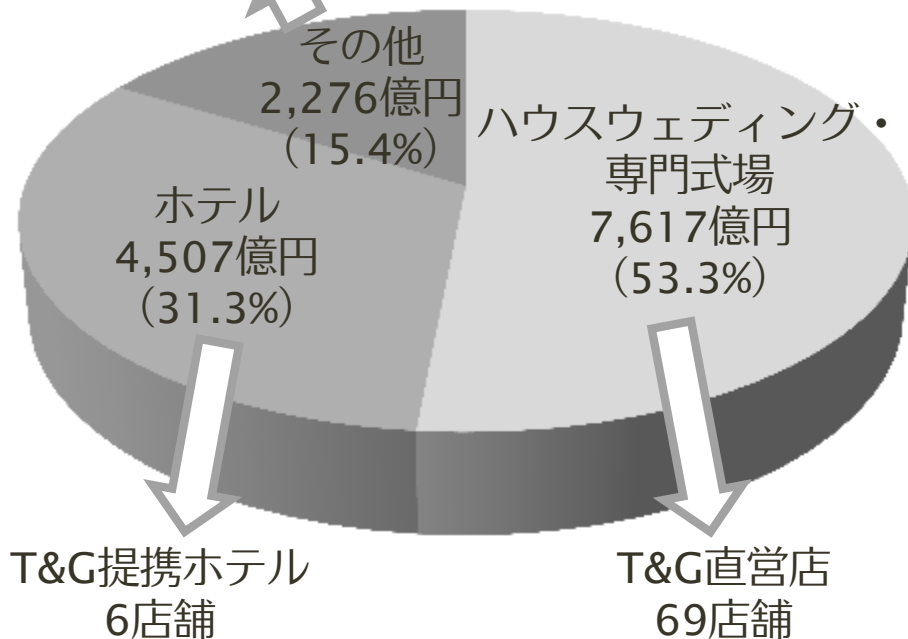


- ハウスウェディング直営店・提携ホテル（婚礼運営受託等）を全国35都道府県に展開

## 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

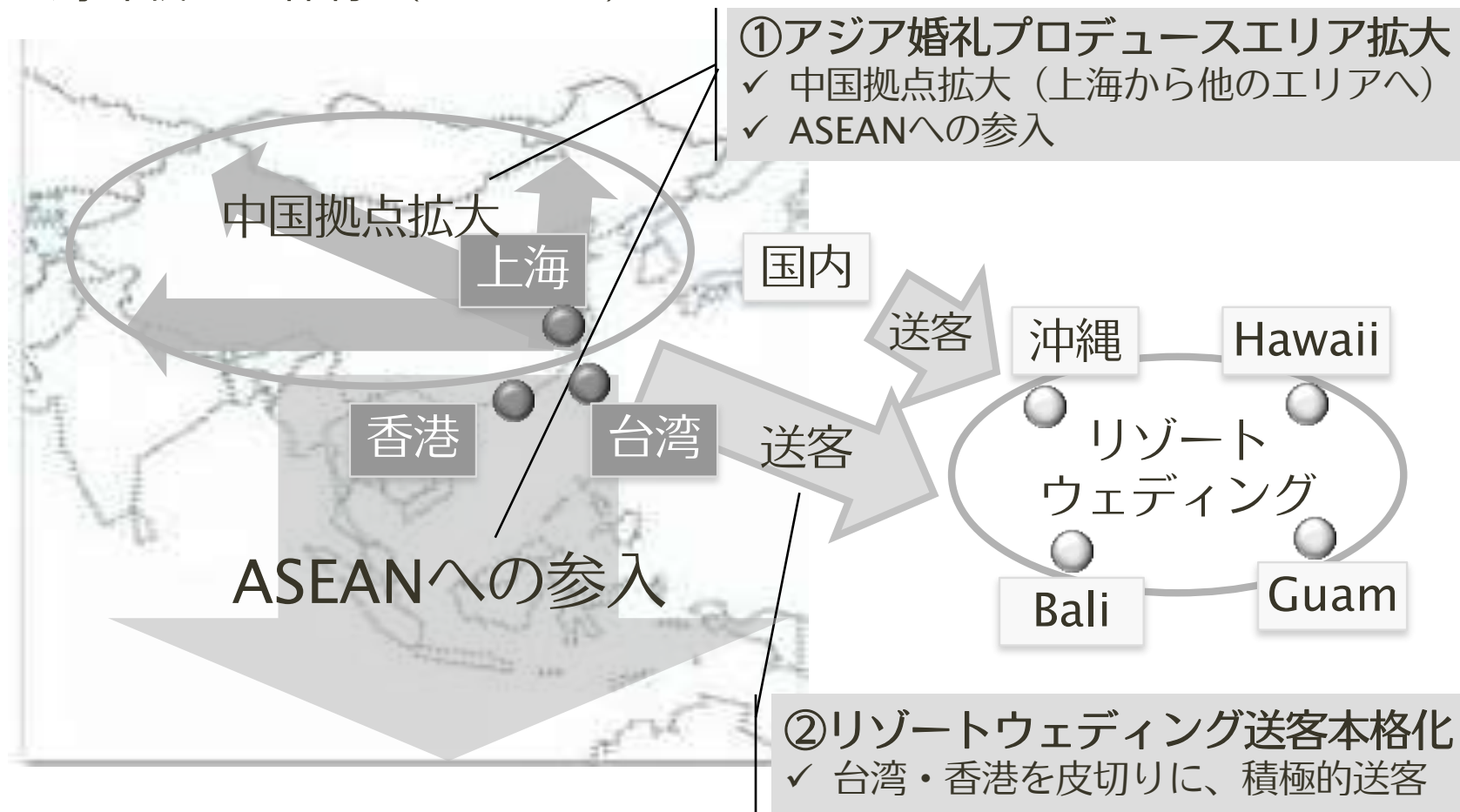


- ハウスウェディングを中心に、ホテル、その他へも事業を展開
- ハウスウェディング市場におけるシェアは15.2%  
(T&G+BW直営店 売上高474億円)

# 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）>

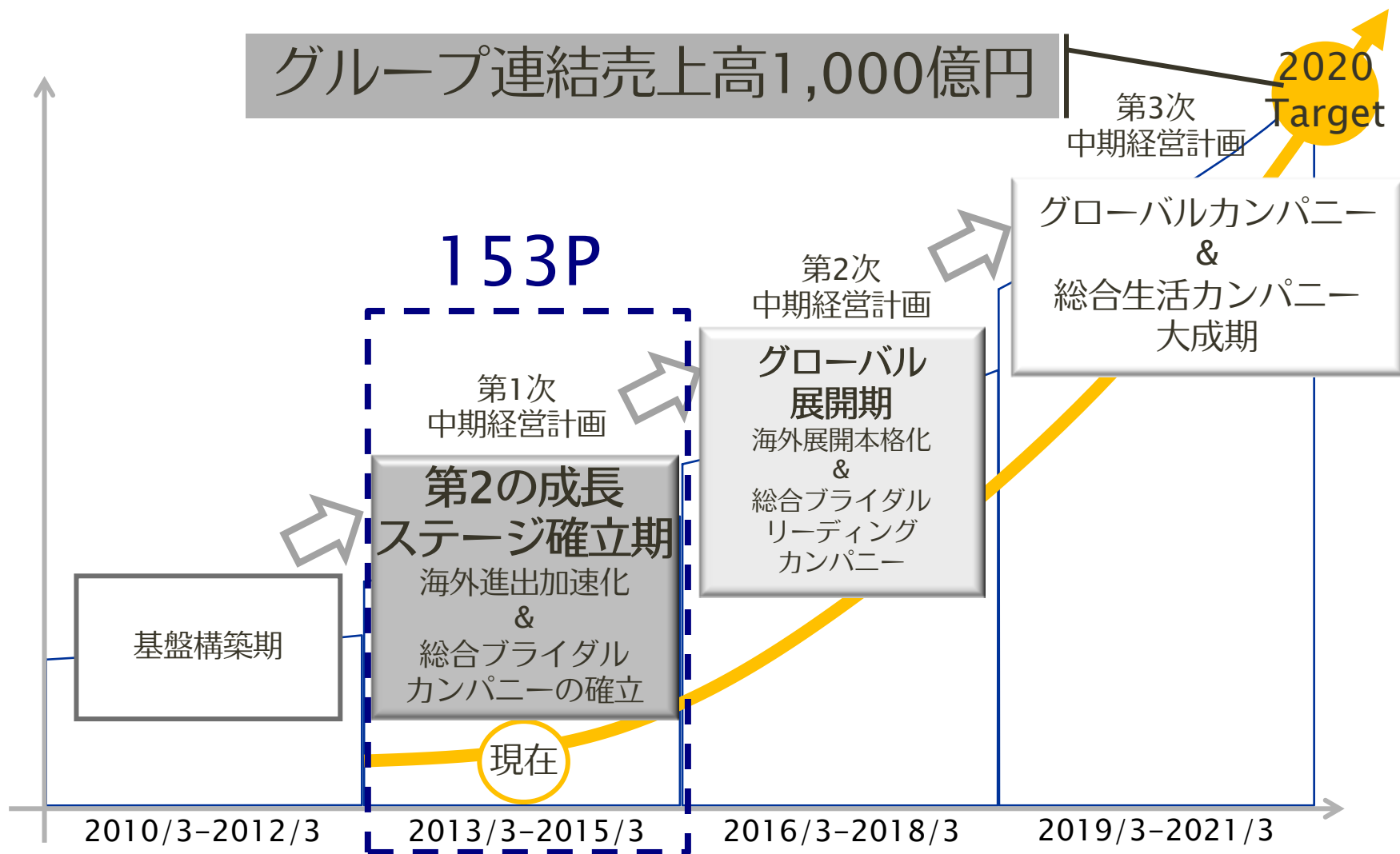


# 3.当社の事業戦略 ／事業内容

---

# 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)

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9月30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

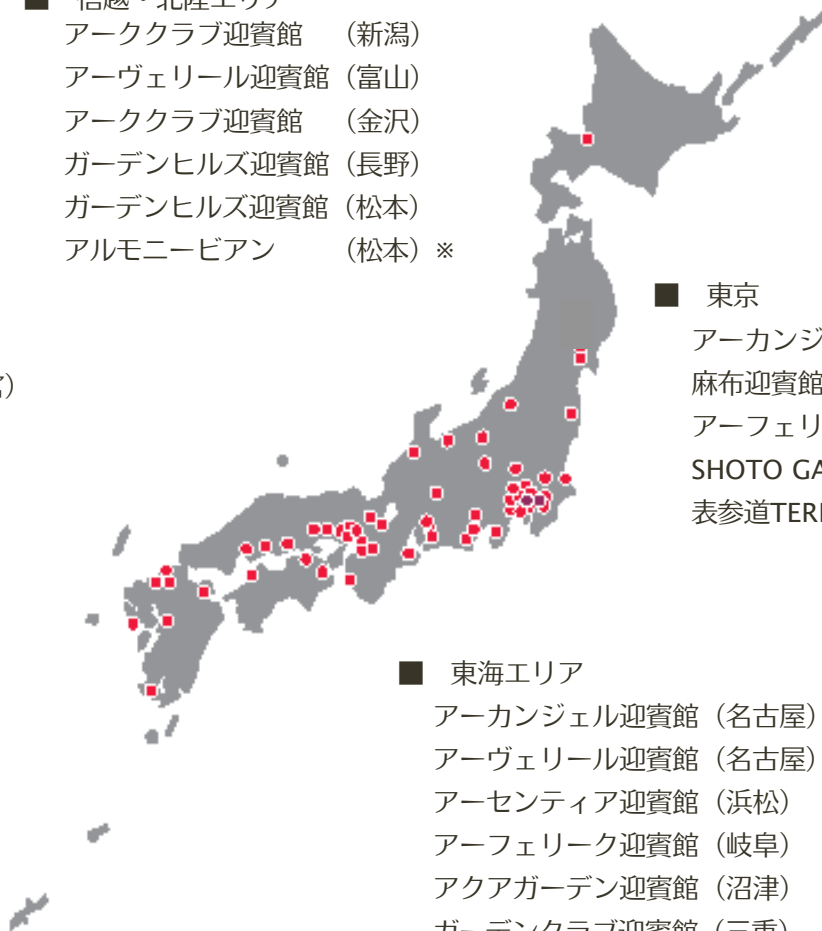
- アーククラブ迎賓館 (新潟)
- アーヴェリール迎賓館 (富山)
- アーククラブ迎賓館 (金沢)
- ガーデンヒルズ迎賓館 (長野)
- ガーデンヒルズ迎賓館 (松本)
- アルモニービアン (松本) ※

## ■ 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 ㎡

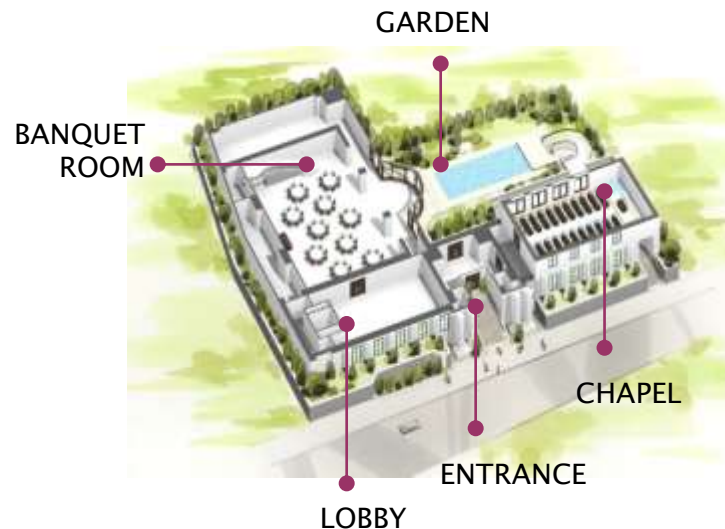
■設立 2008年2月



## <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9月30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9月30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
- ✓ ウォルdorf 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・リゾート
- ✓ キャルバリー・バイ・ザ・シー教会
- ✓ セントラル・ユニオン教会大聖堂
- ✓ カワイアハオ教会

### <沖縄>

- ✓ アールイズ・スイート~海の教会~
- ✓ ホテル オリオンモトブ リゾート&スパ 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
- ✓ ホテル・ニッコー・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 パダンパダンビーチ

- : 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

# 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



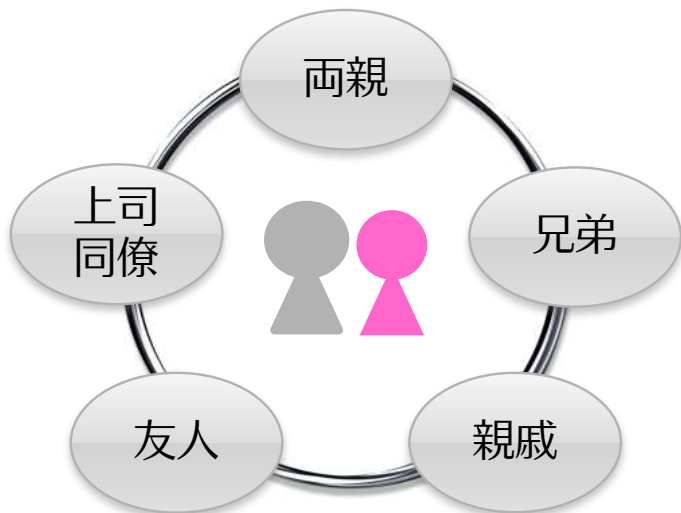


# 心の想いの表現力 (①One Heart Wedding)

新郎新婦の「心の想い」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実話  
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  
結婚式の実話」(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



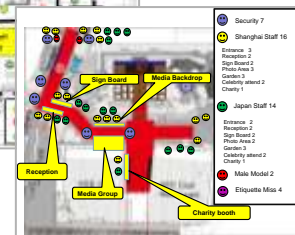
Rooms -allocations



Free activities



< The staff allocation of the day >



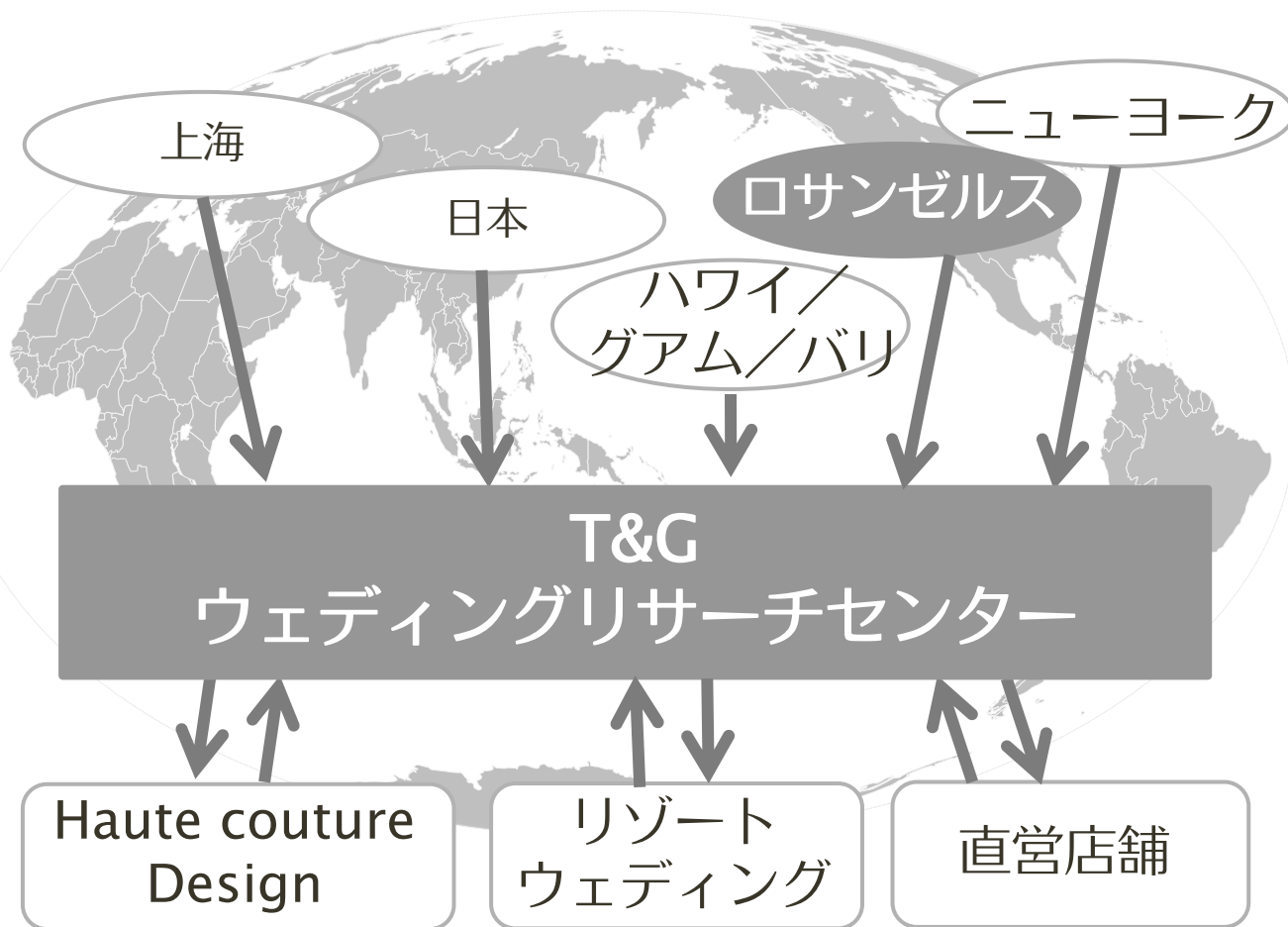
< Timetable >

Time	Area	Activities
17:00	01	All Grooming
17:00	02	Make-up/Photo in
17:00	03	Guest arrival
17:00	04	Guest arrival
17:00	05	Make-up/Photo in
17:00	06	Make-up/Photo in
17:00	07	Make-up/Photo in
17:00	08	Make-up/Photo in
17:00	09	Make-up/Photo in
17:00	10	Make-up/Photo in
17:00	11	Make-up/Photo in
17:00	12	Make-up/Photo in
17:00	13	Make-up/Photo in
17:00	14	Make-up/Photo in
17:00	15	Make-up/Photo in
17:00	16	Make-up/Photo in
17:00	17	Make-up/Photo in
17:00	18	Make-up/Photo in
17:00	19	Make-up/Photo in
17:00	20	Make-up/Photo in

Time	Area	Activities
17:00	01	All Grooming
17:00	02	Make-up/Photo in
17:00	03	Guest arrival
17:00	04	Guest arrival
17:00	05	Make-up/Photo in
17:00	06	Make-up/Photo in
17:00	07	Make-up/Photo in
17:00	08	Make-up/Photo in
17:00	09	Make-up/Photo in
17:00	10	Make-up/Photo in
17:00	11	Make-up/Photo in
17:00	12	Make-up/Photo in
17:00	13	Make-up/Photo in
17:00	14	Make-up/Photo in
17:00	15	Make-up/Photo in
17:00	16	Make-up/Photo in
17:00	17	Make-up/Photo in
17:00	18	Make-up/Photo in
17:00	19	Make-up/Photo in
17:00	20	Make-up/Photo in

# 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

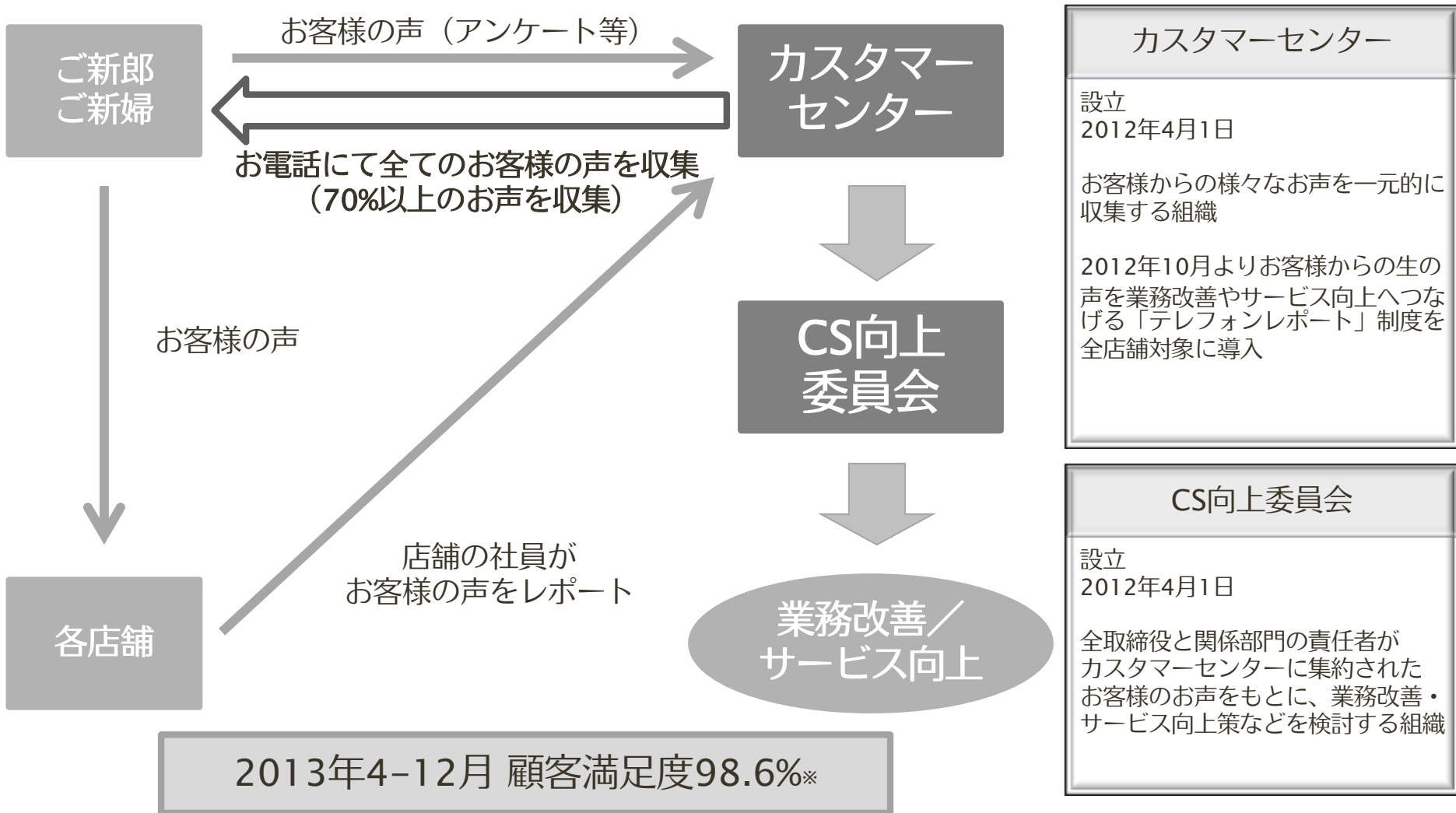
役割  
T&Gグループにおける調査・研究  
機関  
世界各国の最先端ウェディングの  
研究と、研究成果をグループ内に  
展開する機能を有する

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）

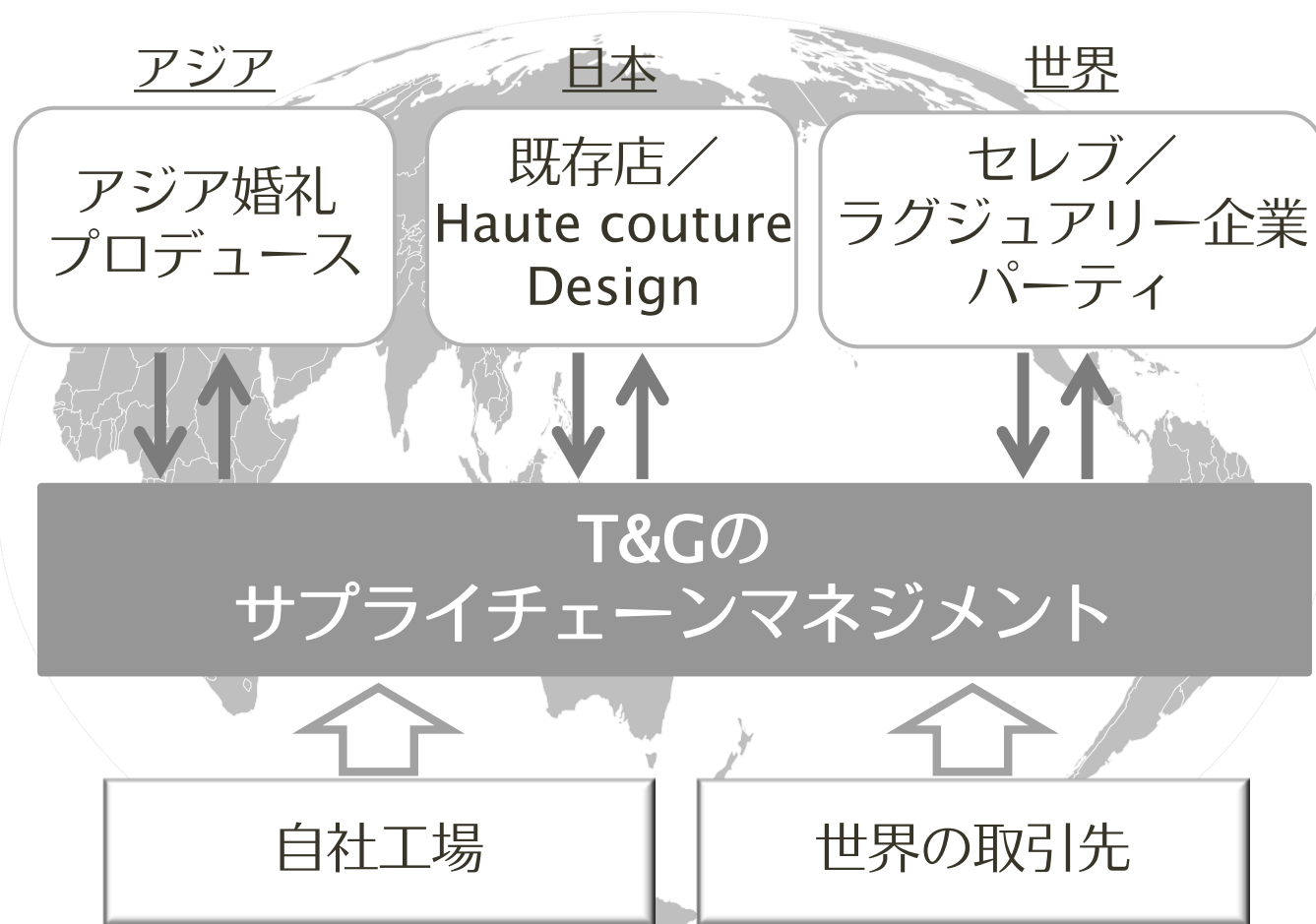
顕在化したニーズだけでなく、潜在的なニーズも自らヒヤリング  
お客様の声に基づく“絶えざる改善”を実行し、高いCSを維持



※ 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]2,068名	[単体]1,420名	
	※2014年9月30日現在		

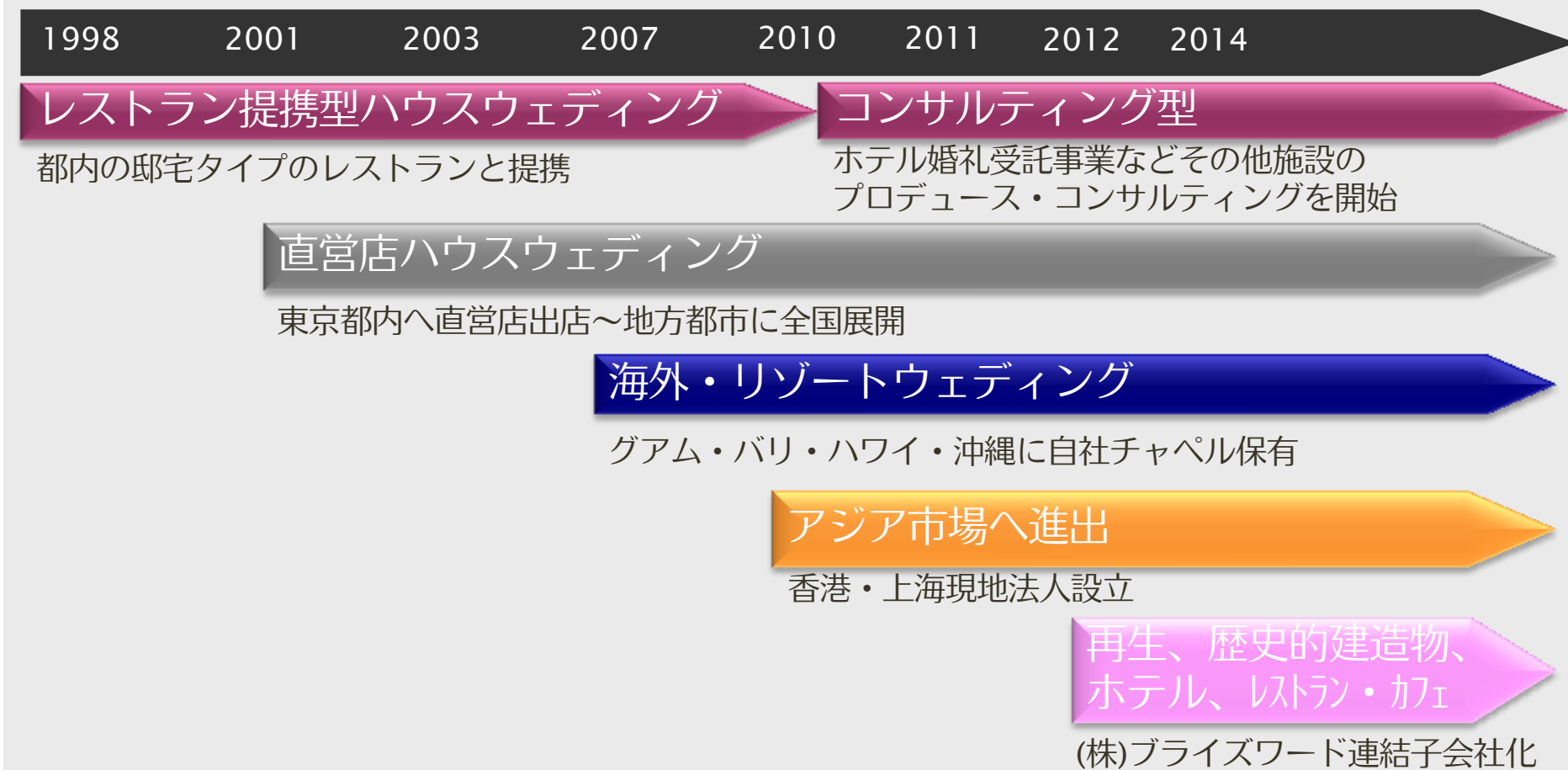


# T&Gグループ沿革

- 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



# 連結業績推移

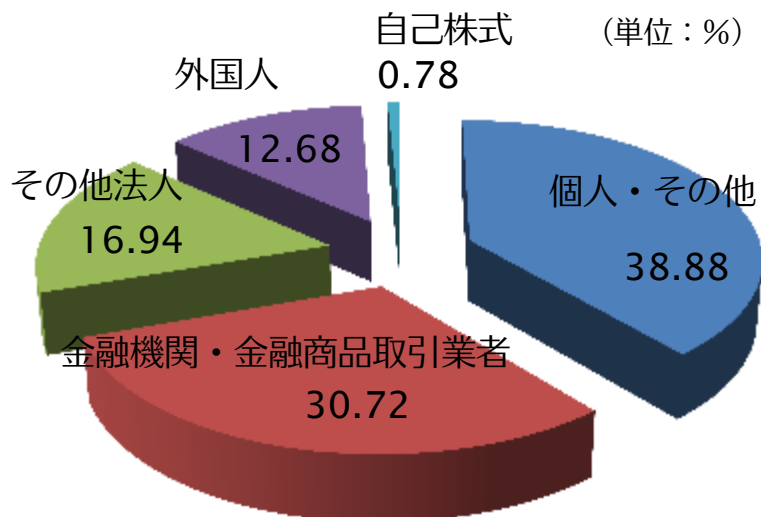
## ■主要項目推移 (2007/3以降は連結)

	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	60,714	+15.0%
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	3,706	+30.9%
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%	6.1%	+0.7pt
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	3,342	+35.9%
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	1,370	+26.2%
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%	2.3%	+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	48,282	+1,772
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9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%)
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)	989,000株(7.6%)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	685,700株(5.3%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	605,500株(4.6%)
株式会社ユニマットライフ	500,000株(3.8%)
ウエルズ通商株式会社	450,000株(3.4%)
野村信託銀行株式会社 (投信口)	239,700株(1.8%)
BNYML-NON TREATY ACCOUNT	198,500株(1.5%)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口9)	185,900株(1.4%)

株式数

13,059,330株

株主数

11,506名

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS