

# T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ  
2016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2016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 社長室

Tel 03-3471-6806

E-Mail ir@tgn.co.jp

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

I.	2016年3月期 第2四半期連結決算概要	
1.	連結 損益計算書	P6-9
2.	連結 貸借対照表	P10-11
II.	2016年3月期 重点施策	
1.	2016年3月期の重点施策と営業利益	P13
2~3.	経営方針	P14-26
4.	本社組織及びグループ会社の構造改革	P27
III.	2016年3月期 連結通期業績計画及び配当予想	
1.	連結通期業績計画	P29
2.	配当予想	P30
IV.	トピックス	P32-34

第2四半期  
業績

- 前期比は、売上が103%と増収も、新店準備費用により営業利益は減益
- 計画比は、販管費の期ずれにより、営業利益が+525百万円

事業  
状況

- 国内ウェディング事業については、受注件数が全店ベースで100.1%、既存店ベースで前期比99.4%
- 海外売上高は堅調に推移し、前期比115%

今後の  
方向性

- 今後に向け、中期経営計画(2013/3期-2015/3期)で新たに取り組んだ事業の整理・再編を行っていく
- 国内では、新店を京都・横浜みなとみらいにて、自社ドレスショップ2号店を横浜にてオープン予定
- 海外では、新店をハワイにてオープン予定
- 本社組織をスリム化し、迅速な意思決定と施策の実行のスピードアップを図る



2016年3月期 第2四半期連結決算概要

---

*Results of Second Quarter  
FY Ending March 2016*

# I 1-1. 連結 損益計算書 概要

## 売上高は前期比103%

継続的な収益改善取組により、売上総利益率は1.6pt改善

単位: 百万円	2016/3 2Q計画	2016/3 2Q実績	計画比	(参考) 2015/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	29,200	28,709	-491	27,763	+946 (※1)
売上 総利益	16,800 57.5%	16,792 58.5%	-8 +1.0pt	15,793 56.9%	+999 (※2) +1.6pt
販管費	17,050 58.4%	16,517 57.5%	-533 -0.9pt	15,418 55.5%	+1,099 (※3) +2.0pt
営業 利益	△250 △0.9%	275 1.0%	+525 (※5) +1.9pt	375 1.4%	-100 -0.4pt
経常 利益	△400 △1.4%	239 0.8%	+639 +2.2pt	238 0.9%	+1 -0.1pt
四半期 純利益	△500 △1.7%	△168 (※4) △0.6%	+332 +1.1pt	△72 △0.3%	-95 -0.3pt

※ %は売上高比

### 第2四半期 前期比差異要因

- 売上高(※1)  
前期比 +946百万円  
✓ ハワイ・グアム・沖縄の海外リゾートの件数・単価増
- 売上総利益率(※2)  
前期比 +1.6pt  
✓ 継続的な収益改善取組
- 販管費(※3)  
前期比 +1,099百万円  
✓ 新店準備費用  
✓ 成長戦略に向けた人件費増
- 特別損失(※4)  
✓ 深セン・香港・蘇州株式評価損  
✓ 店舗の減損

### 第2四半期 計画比差異要因

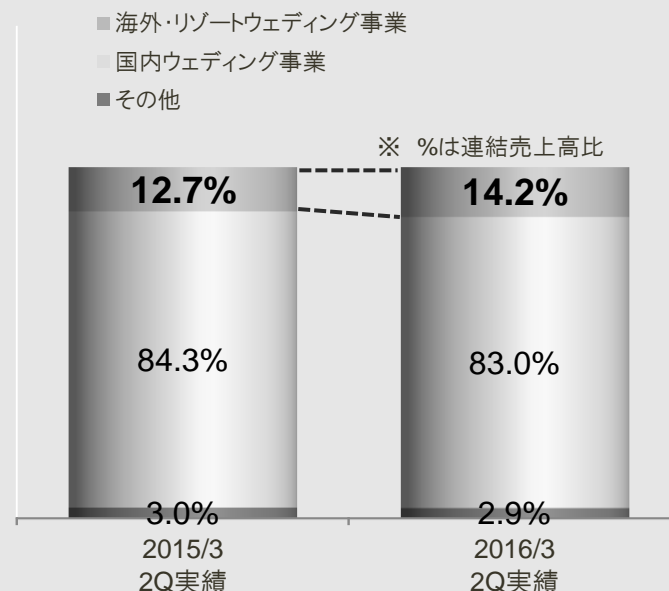
- 営業利益(※5)  
計画比 +525百万円  
✓ 費用の期ずれ

## I 1-2. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

国内ウェディング事業は前期比101.8%  
海外売上高比率は14.2%へ拡大

単位:百万円	2015/3 2Q実績	(参考) 前期比	2016/3 2Q実績	(参考) 前期比
国内ウェディング 事業	23,392	94.6%	23,823	101.8%
直営店	20,974	94.8%	21,437	102.2%
コンサルティング型	1,006	76.4%	993	98.7%
(参考)取扱高	2,344	141.9%	2,290	97.7%
その他	1,412	110.9%	1,392	98.6%
海外・リゾート ウェディング事業	3,526	118.2%	4,063	115.2%
その他	843	115.6%	823	97.5%
連結売上高	27,763	97.6%	28,709	103.4%

### 第2四半期累計 セグメント別売上構成比推移



前期比で海外売上高比率増

海外・リゾート12.7% → 14.2%

※ 直営店には、(株)T&G、(株)プライズワード、(株)courtshipを含む。

※ 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)

# I 1-3. 国内ウェディング事業 内訳

## 直営店の単価は微減するも取扱組数は前期比103%

単位: 百万円	2016/3 2Q計画	2016/3 2Q実績	計画比	(参考) 2015/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比
国内ウェディング事業					
売上高	24,535	23,823	-712	23,392	+431
営業利益	953	1,165	+212	1,406	-241

セグメント別					
直営店					
売上高	21,801	21,437	-364	20,974	+463
取扱組数	5,676	5,501	-175	5,345	+156
平均単価 (千円)	3,966	3,995	+28	4,036	-40
平均人数	76	75	-1	75	±0

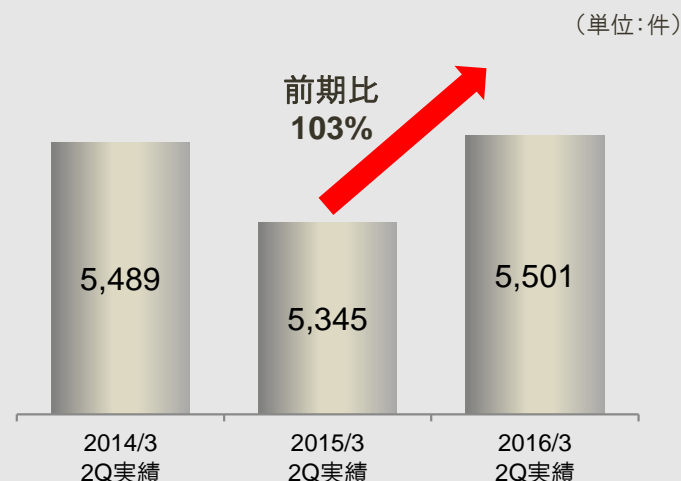
コンサルティング型					
取扱高	2,254	2,290	+35	2,344	-54
取扱組数	811	827	+16	837	-10

※ 直営店には、(株)T&G、(株)プライズワード、(株)courtshipを含む。

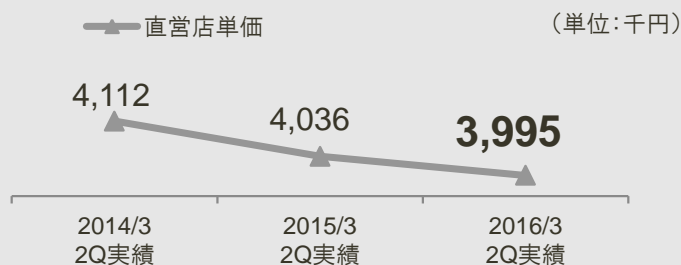
※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。

※ 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)

### (第2四半期)直営店取扱組数推移



### (第2四半期)直営店 単価推移

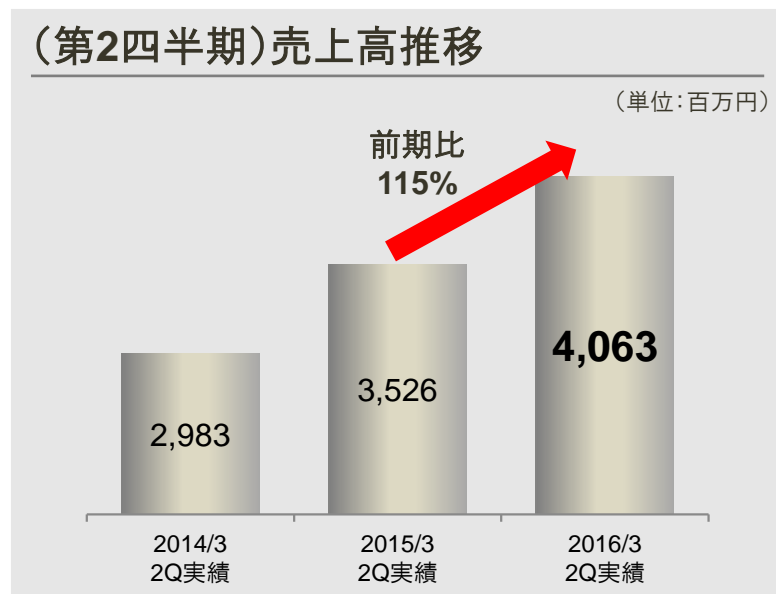




## 海外売上高は堅調に推移し、前期比115%

単位: 百万円	2016/3 2Q計画	2016/3 2Q実績	計画比	(参考) 2015/3 2Q実績	(参考) 前年 同期比 (比率)
売上高	3,992	4,063	+71	3,526	+536 (115.2%)
営業 利益	122	186	+64	115	+70 (161.6%)

※ 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



## I 2-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

### 新店により有形固定資産が前期末比1,456百万円増

単位:百万円	2015/3末	2015/9末	増減
流動資産	9,485	9,937	+451
現金及び預金	5,111	5,541	+430
固定資産	38,605	39,128	+522
有形固定資産	25,564	26,790	+1,226 (※1)
無形固定資産	2,187	2,208	+20
投資その他資産	10,853	10,129	-724 (※2)
資産計	48,091	49,066	+974

#### 主な増減要因

- 有形固定資産の増加(※1)  
前期末比 +1,226百万円
  - ✓ 新店 +1,456百万円
- 投資その他資産の減少(※2)  
前期末比 -724百万円
  - ✓ 敷金保証金 △427百万円
  - ✓ 関係会社株式 △244百万円

## I 2-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

### 新店への先行投資を実施 有利子負債残高は182億円

単位:百万円	2015/3末	2015/9末	増減
負債合計	27,628	28,958	+1,329
流動負債計	14,058	13,732	-326
短期借入金	1,370	1,270	-100
(一年内)長期借入金・社債	4,124	4,513	+388
固定負債計	13,569	15,226	+1,656
長期借入金・社債	10,790	12,418	+1,628 (※1)
純資産計	20,463	20,108	-355
負債・純資産計	48,091	49,066	+974
有利子負債	16,285	18,201	+1,916

#### 主な増減要因

- 長期借入金の増加(※1)  
前期末比 +1,628百万円
  - ✓ 新店への先行投資
  - ✓ 季節変動による借入金増



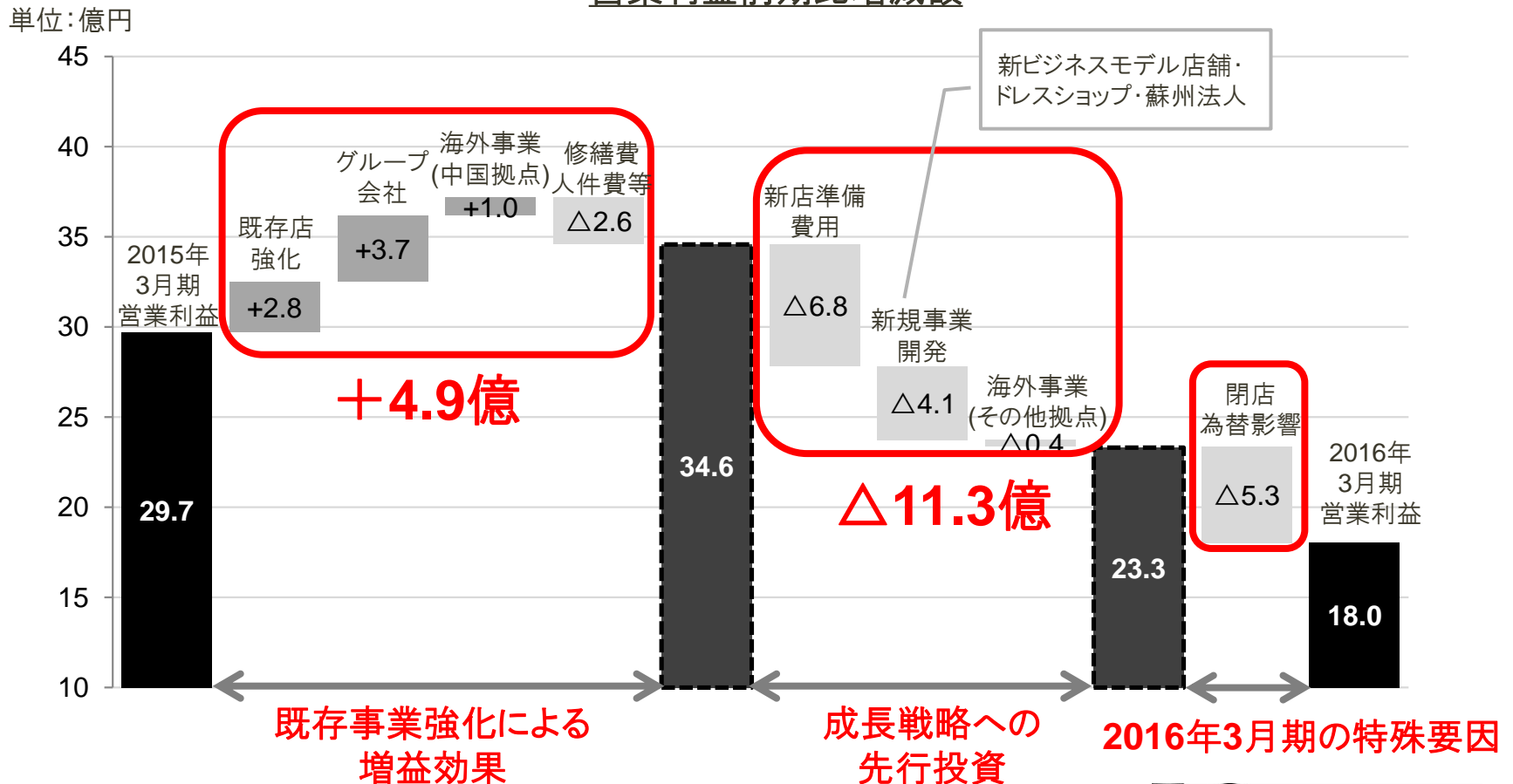
# 2016年3月期 重点施策

---

*Key Measures*  
*FY Ending March 2016*

既存店強化・グループ会社増益等で4.9億円増益するも、  
成長戦略への先行投資及び閉店・為替影響で営業利益18億円

営業利益前期比増減額



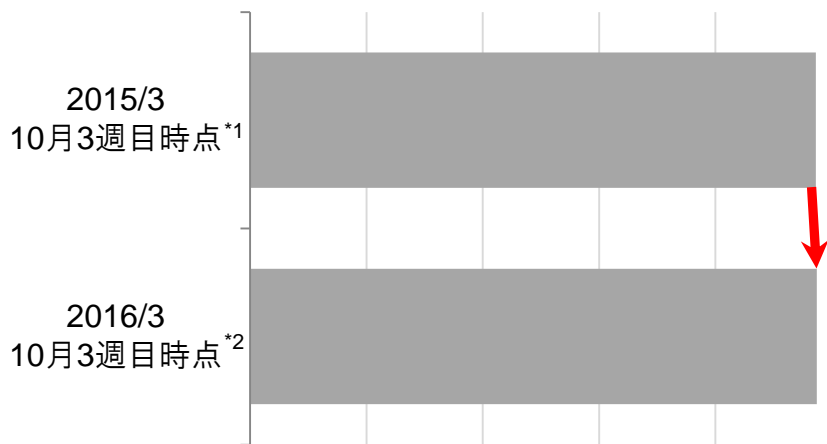
## 2016年3月期は既存店強化及び 3つの成長戦略を柱とする

重点テーマ	詳細内容	
既存店強化	<ul style="list-style-type: none"><li>● マーケティング強化、ハード投資、人材強化といったあらゆる観点から既存店強化を図る</li><li>● 個店毎の競争環境に応じた施策を実行する</li></ul>	
成長戦略	新規出店	<ul style="list-style-type: none"><li>● 「次世代型専門結婚式場」「ライフスタイル型複合施設」を出店する</li><li>● 新たにホテル事業に参入し、新しい市場を創出する</li></ul>
	新規事業開発	<ul style="list-style-type: none"><li>● ゼロから創り上げる、新しいウェディングスタイルを一層洗練させる</li><li>● ドレスの内製化を本格的に推進する</li></ul>
	海外事業展開の強化	<ul style="list-style-type: none"><li>● リゾートウェディングにおいて新店を展開し、国内の販売体制を強化する</li><li>● インドネシアでの事業を開始する</li></ul>

2015年10月3週時点で2016年3月期受注組数は  
全店ベースで、前期比100.1%

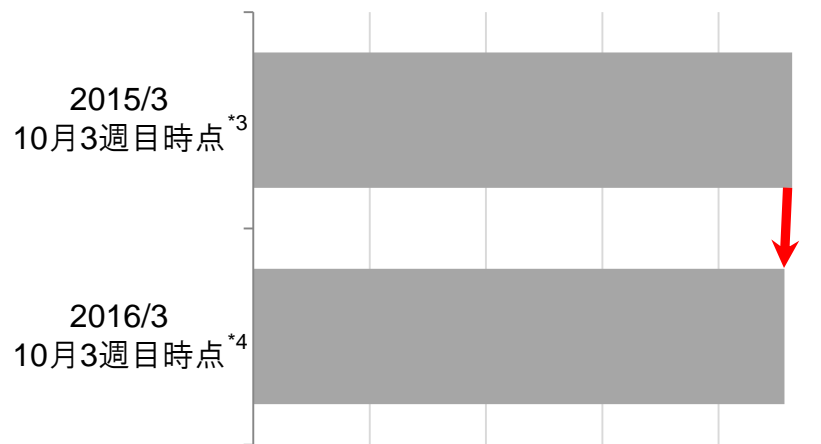
2016年3月期受注組数 対前期比

全店状況



前期比  
100.1%

既存店状況(2015年3月期閉店店舗除く)



前期比  
99.4%

\*1 2015年3月期10月3週目時点での全店69店舗((株)T&G、(株)プライズワード、(株)courtshipを含む。以下同様)

\*2 2016年3月期10月3週目時点での全店71店舗

\*3 2015年3月期10月3週目時点での既存店68店舗

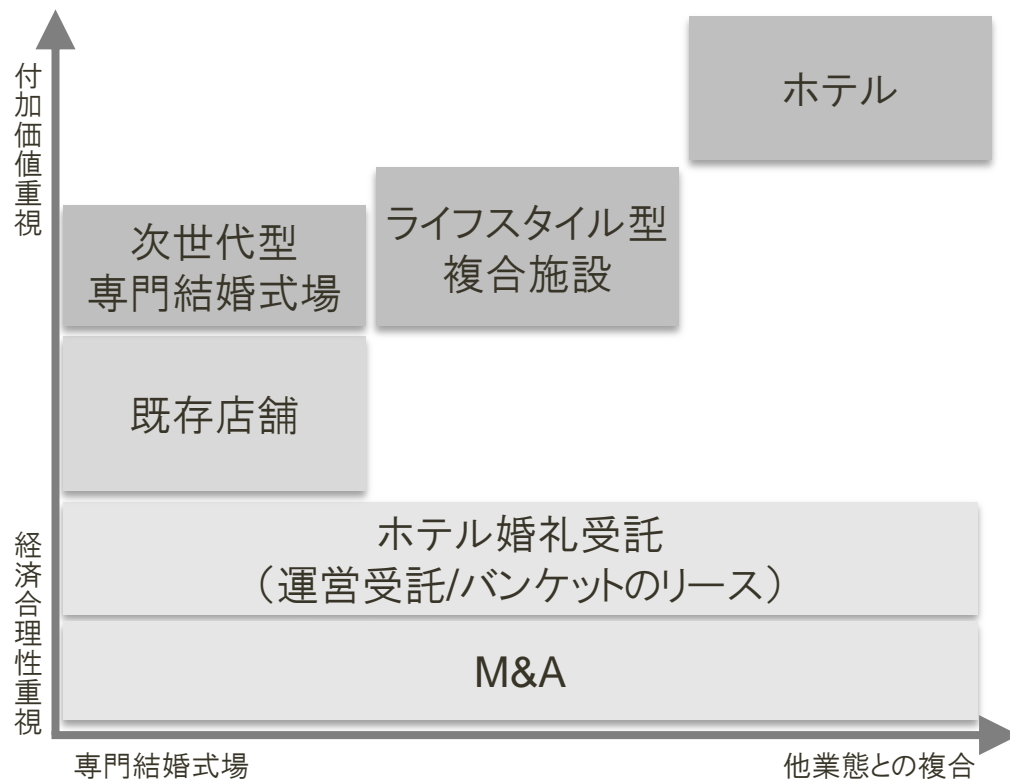
\*4 2016年3月期10月3週目時点での既存店68店舗

問い合わせ数の減少を契約率で補いきれず受注件数が前期比減  
受注件数増加に向け、契約までの各段階で各種施策を遂行

		対策	具体的取組内容
		■ 上期取組 ■ 今後の取組	
問い合わせ	問い合わせ数 低下	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ マーケティング改革実施</li> <li>■ 広告媒体への追加投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗毎に最適な広告媒体ミックスの見直しを実施</li> <li>● WEB・スマートフォン向けサイトの拡充、SNS戦略を強化</li> <li>● <u>Web系媒体への投資をすることで当社HPへの流入の増加を図る</u></li> </ul>
	接客率 ほぼ不変	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「コンタクトセンター」新設</li> <li>■ 接客枠の本部管理</li> <li>■ ギフト送付</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新規お問合せへの対応品質向上の為、コンタクトセンターを設置</li> <li>● 高契約率プランナーの接客枠を本部で管理</li> <li>● <u>来館予約のあったお客様に来館前にギフトを送付</u></li> </ul>
	契約率 上昇	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 営業スーパーバイザー設置</li> <li>■ トレーニング専門部隊新設</li> <li>■ 少人数婚プランの導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 営業推進専門部隊を配置し、<u>営業に特化した環境と仕組みを整える</u></li> <li>● 人材教育機能を統合した上で、<u>営業力強化に向けたきめ細やかな教育</u>により現場力のレベルアップを実現</li> <li>● <u>昨今のライフスタイルの変化に対応し、新たな商品を投入稼働率向上にも寄与</u></li> </ul>



# 「次世代型専門結婚式場」「ライフスタイル型複合施設」の出店 新たにホテル事業に参入し、新しい市場を創出する



## コンセプト型ホテル

婚礼における装飾、演出力で培ったノウハウと魅力あるコンテンツの開発企画力を持つ当社が個性的なデザインにこだわったコンセプト型ホテル事業を展開

## ライフスタイル型複合施設

レストラン、カフェ、バー、多目的スペースなど、最新のトレンドに合わせたライフスタイル型のコンテンツとの融合による情報発信力の高い複合施設

## 次世代型専門結婚式場

ゼロから建込みを行い、空間そのものをコーディネートする新たなウェディングを競争力のある価格で提供

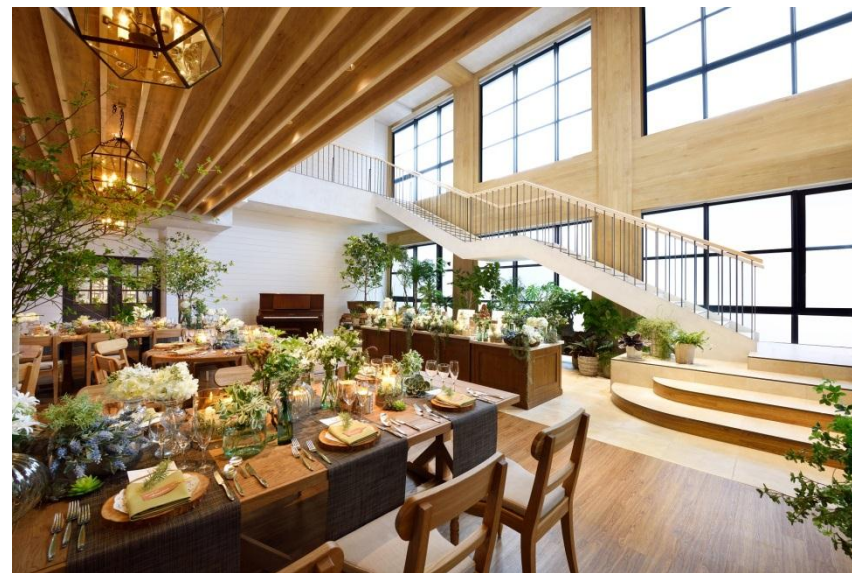
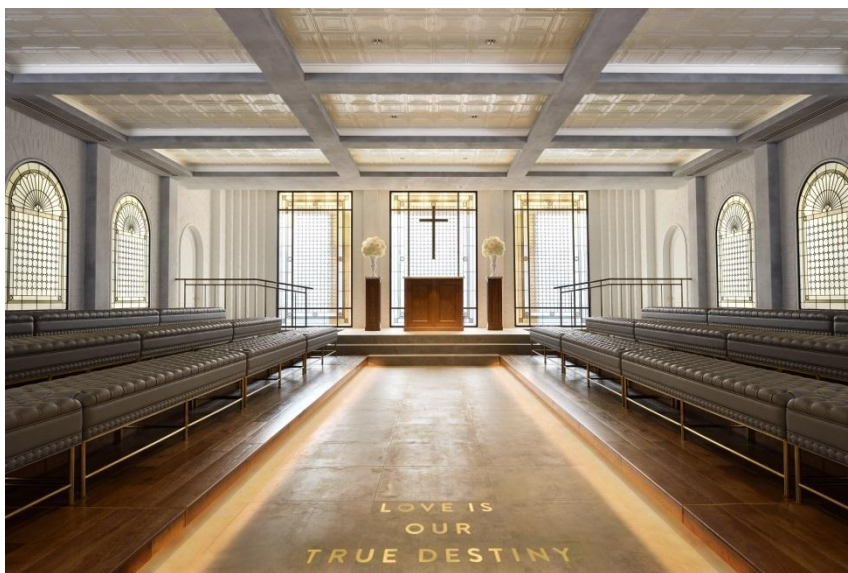
# InStyle wedding KYOTOが2バンケットにて、 2015年9月グランドオープン 受注活動を開始

オープン:2015年9月

住所:京都府京都市下京区烏丸通綾小路下る二帖半敷町647-1 オンリー烏丸ビル4F

交通:阪急京都線「烏丸」駅、地下鉄烏丸線「四条」駅両駅より徒歩1分

街並みとの調和を大切にしたシックで上質感あるエントランスや、トレンドを発信する街ニューヨーク・ブルックリンのスタイルをイメージしたデザインが特徴的。伝統と革新が息づく京都にふさわしい空間が創られている。優れたデザイン性と新たなスタイルのウェディングサービスを通じて、話題性の高い施設づくりをしていくとともに、京都の歴史と顧客の心に深く刻まれる結婚式を提供する。



# BAYSIDE GEIHKAN VERANDA minatomiraiが 1バンケットにて2016年春グランドオープン

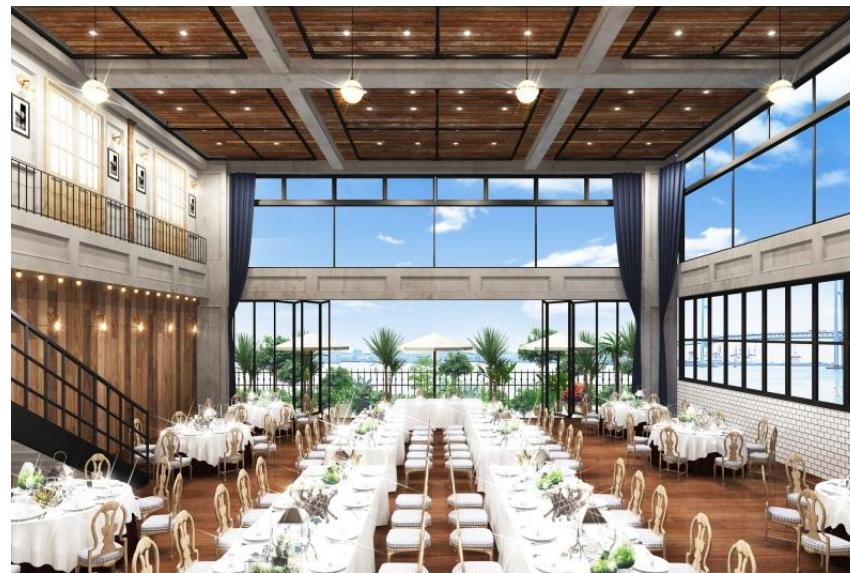
オープン:2016年春

住所:神奈川県横浜市中区新港1-12-3、12-8、12-9

交通:みなとみらい線 馬車道駅6番出口より徒歩9分 JR・市営地下鉄 桜木町駅より徒歩15分

「自由で、オシャレで、心地よい」をコンセプトに、世界各地から厳選した最旬のアイテムと、形式に捉わられることなく空間も時間も自由にコーディネートできる完全貸切り型の会場で、新しいウェディングスタイルを提供する。

また、同店舗はシンプルな美しさ、ニュアンスのある素材感、ユニークなディテール、グラフィックなど、日本でも改めて注目されているアメリカ西海岸、カリフォルニアカルチャーのインスピレーションにあふれた空間となっている。





# 都内のドレスショップにてドレスの内製化を本格推進 ドレスショップ2号店を来秋横浜にオープン

オープン:2016年秋  
出店場所:神奈川県横浜市

【参考】ドレスショップ1号店

オープン:2014年10月31日

出店場所:東京都港区北青山3-9-3 表参道393 1-2F

交通:銀座線、半蔵門線、千代田線表参道駅より徒歩4分

取扱うドレスブランド: Temperley LONDON(イギリス), DAVID FIELDEN(イギリス), INES DI SANTO(アメリカ), PETERLANGNER(イタリア), ANTONIO RIVA(イタリア), TONY HAMAWY(アメリカ), Austin Scarlett(アメリカ), Giuseppe Papini(イタリア)他多数



MIRROR MIRROR1号店外観



MIRROR MIRROR1号店内装

## 各種事業の整理を行い 収益性の高い事業に経営資源を投下

事業領域	重点テーマ	詳細内容
ローカル ウェディング 蘇州法人	各種事業の整理	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 上海・香港での婚礼プロデュース事業に関して、<u>上海は2015年12月、香港は2016年6月に終了する</u></li> <li>● ウェディング商品を自社生産していた蘇州法人を<u>2016年に清算予定</u></li> </ul>
ローカル ウェディング	好調な地域への注力	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ジャカルタでの婚礼プロデュース事業は、<u>受注件数が堅調</u>。今後単価を上げる為に、認知度を高めていくべく施策を遂行</li> <li>● 直営店舗開業に向けリサーチを継続</li> </ul>
リゾート ウェディング	新規拠点開設	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2015年度及び2016年度以降、<u>ハワイなどへの新規施設展開の準備を進める</u></li> </ul>
	販売店網の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>2015年1月に梅田にて、2015年12月に新宿にてサロンを新設し</u>、今後もより強固な販売網を構築していく</li> </ul>
ローカル × リゾート	収益力向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>名古屋・仙台・福岡・梅田をはじめとして、ドレスショップをオープンさせ</u>、継続的に収益向上を図る</li> <li>● <u>ドレスショップへの送客数も堅調に推移し、粗利改善に寄与</u></li> </ul>
	アジアからの送客	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アジア現地からのリゾートウェディング送客を本格化</li> </ul>

## ジャカルタにて婚礼プロデュース新規業務提携

T&Gグループは、更なるグローバル化を推進するために、このほど成長著しいASEAN市場本格進出の第一弾として、「PT TAKE AND GIVE. NEEDS INDONESIA」(インドネシア・ジャカルタ)を設立。

ジャカルタにおける事業展開としてまず、今年オープンした5つ星ホテル「フェアモントジャカルタ」において婚礼プロデュース事業を開始する。このほど、ホテルオーナーの鹿島建設株式会社のインドネシア関連会社「スナヤン・トリカリア・スンパナ」と業務提携契約を締結し、同ホテルで専属ウェディング・プランナーとしてハイエンドの顧客層をターゲットとした婚礼サービスを提供する。





# ハワイのデザイナーズホテル「ザ モダン ホノルル」と業務提携 「ザ モダン ウェディング」の発売を開始

挙式開始：2016年1月

住所：1775 Ala Moana Boulevard Honolulu, Hawaii 96815

この度、新たに挙式の取扱いを開始するデザイナーズホテル「ザ モダン ホノルル」は、数々の有名なホテルを手掛けたイアン・シュレーガー氏がプロデュースし、米「フォーブス」誌で4つ星を獲得している注目のホテルである。日本のプロデュース会社としては初めて独占取組が決定し、ホテルの中でも象徴的な場所・アラワイハーバーを一望できるラグジュアリーなロケーションに、緑に囲まれたテラスチャペルを新設。コンセプトは「ここからはじまりここからつながるふたりと家族のヴァカンスウェディング」。アラワイハーバーの開放感あふれる立地とアートが融合した新しいスタイルのウェディングである。



ARLUIS WEDDING



## 国内最大級の広さと情報量を誇る旗艦店

### 「アールイズ・ウエディング新宿サロン」が2015年12月グランドオープン

オープン:2015年12月11日

所在地:〒160-0022 東京都新宿区新宿4丁目2-23 新四curumuビル 7F

店舗面積:450.03平米(事務室やドレスストックを除く)

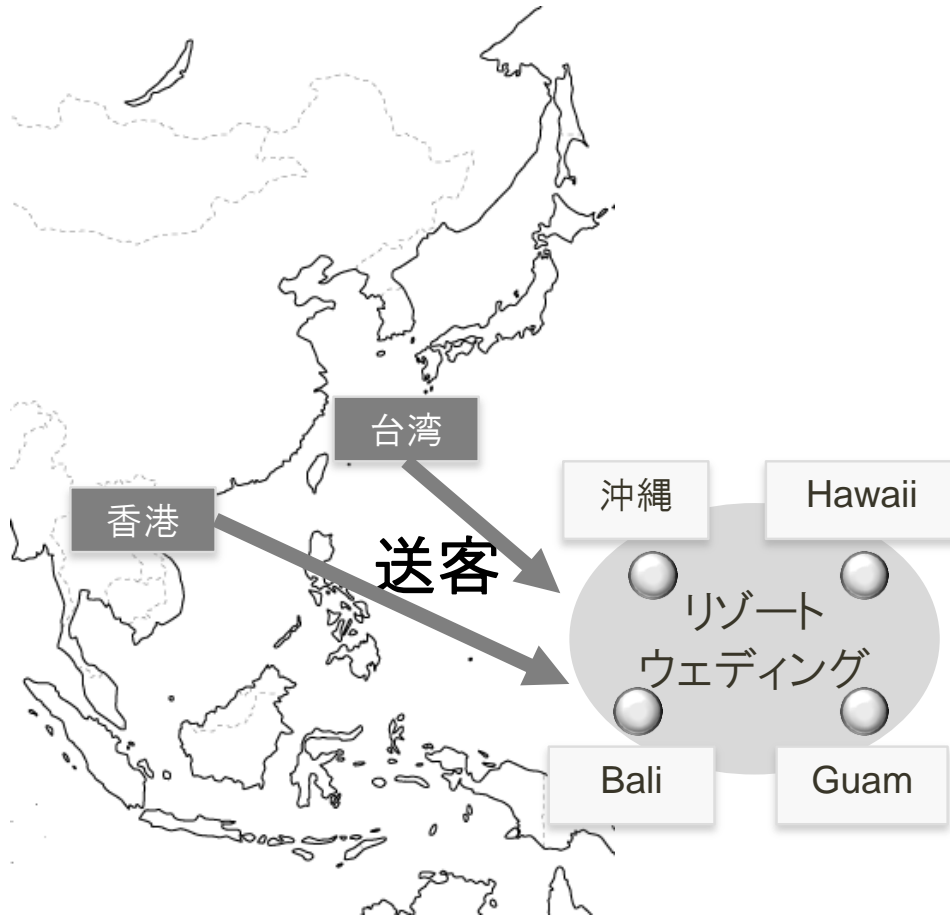
席数:アールイズサロン席数:18席(VIPROOM含む)、フィッティングルーム数:12部屋、オープンスペースの席数:7席(予定)

総面積450平米を超える国内最大級の広さの中に、「リゾートウエディングヒント アンド ライブラリー」コーナーを設置し、すでに挙式を上げたお客様の事例を閲覧できる「事例検索カウンター」や、あらゆる現地情報やウエディング情報を得られる「ライブラリー」、リハーサルメイクやドレスの試着、ウォーキングレッスンなどができる「レッスンコーナー」などパーフェクトな花嫁になるため、より現実に挙式当日をイメージできるサービスを充実させる。またリゾートウエディング専門のドレスサロン「ウイズ ア ホワイト」も併設することで、挙式のみならずご衣装までトータルにサポートする。



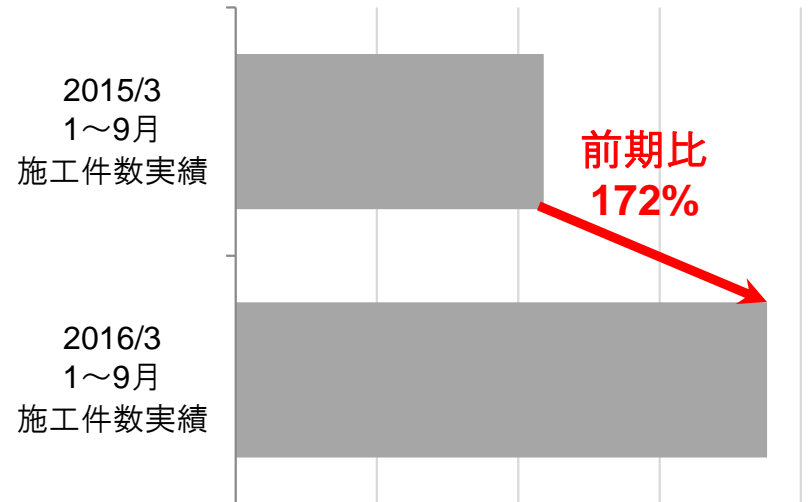


# アジアでの今後の事業としては アジア現地からのリゾートウェディング送客を本格化



件数前年比較\*1

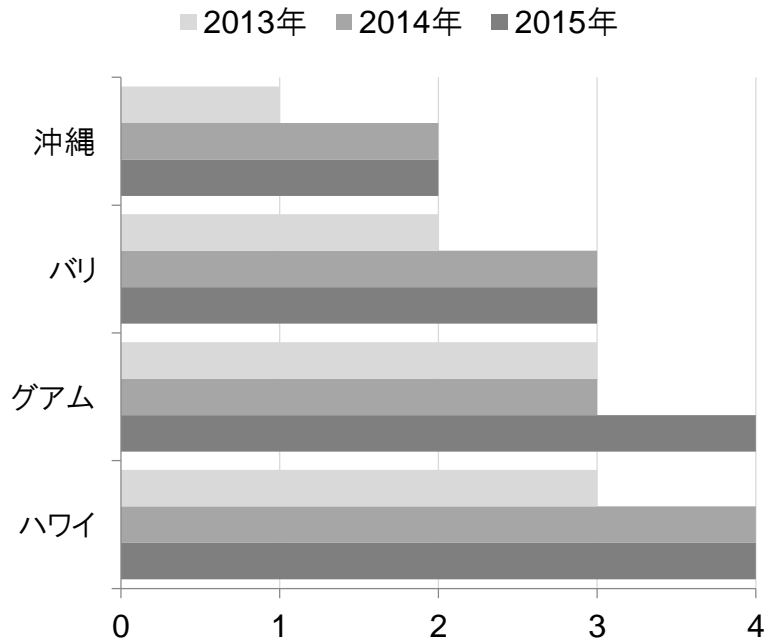
\*1アジア各国から当社リゾート施設で施工した件数の前年比較



# 海外リゾートウェディングの拠点数増加により 2013年から件数が堅調に増加

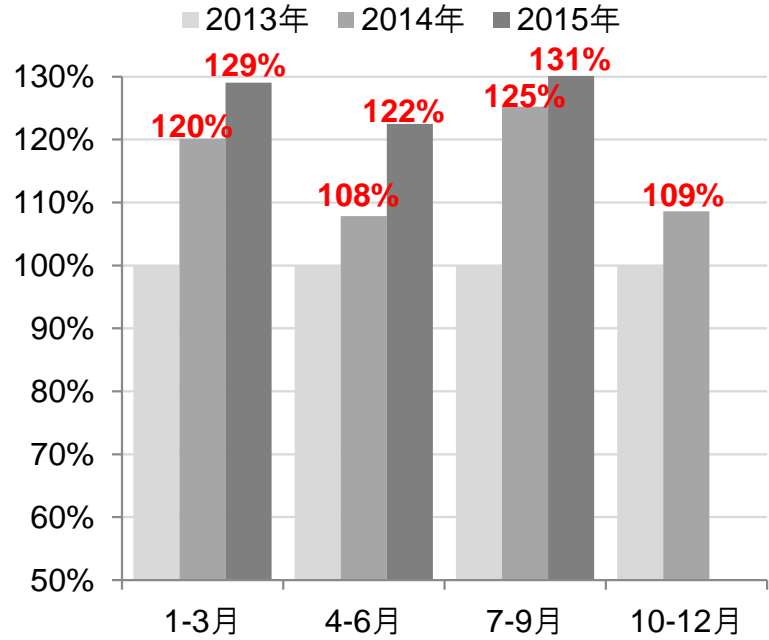
拠点数比較\*1

\*1拠点数の比較は、各年9月末時点での拠点数を表示



件数比較\*2

\*22013年の各四半期の件数を100%とした場合のパーセンテージをグラフとして表示



## II 4. 本社組織及びグループ会社の構造改革

本社組織をスリム化・グループ会社を整理・再編することで  
実行のスピードを上げ、収益性の向上を図る

### 重点テーマ

### 詳細内容

#### T&G本社の 組織改編

- **3本部 26 部室を3本部18 部室に改編**

既存事業の強化と新規事業育成に向け、迅速な意思決定と施策の実行のスピードを上げることを目的とする

#### グループ会社 整理・再編

- **上海・香港の婚礼プロデュース事業を終了**

- **蘇州法人を清算**

- **上海・香港事業の2016年3月期の営業利益見通し△80百万円が2017年3月期は解消**



2016年3月期 連結通期業績計画及び  
配当予想

---

*Financial Plan and Dividend Forecast of  
FY Ending March 2016*

III 1. 2016年3月期 連結 通期業績計画

売上高615億円、営業利益18億円を計画  
2015年3月期4Q発表時と変更なし

単位:百万円	通期		
	2015/3 実績 (A)	2016/3 計画 (B)	増減額 (B - A)
売上高	59,221	61,500	+2,279
営業損益	2,973	1,800	-1,173
経常損益	2,784	1,500	-1,284
当期損益	1,008	700	-308

### III 2. 2016年3月期 配当予想

1株当たり15円の期末配当を予想  
2015年3月期4Q発表時と変更なし

#### 1株当たりの配当金

第2四半期末

期末

年間合計

2015/3

0円

15円

15円

2016/3  
(予想)

0円

15円

15円

# IV

トピックス

---

*TOPICS*

## IV 婚育プロジェクト

### 少子化対策として「婚育プロジェクト」を始動

### 子供たちが結婚の意味について考える「婚育(こんいく)」の機会を創出

**背景：**  
内閣府は、「多くの若者が将来家庭を持つことを望み、希望する子どもの数は平均2人以上となっている。しかしながら、晩婚化が進むとともに生涯未婚率は上昇し、国民の希望を叶えることが出来ていない現状がある。」\*1とし、少子化進行の一つに未婚率の上昇が考えられている。

**プロジェクト概要：**  
「社会で子どもを育てる」をコンセプトにした小中学生児童の放課後事業を展開する特定非営利活動法人放課後NPO アフタースクールと共同で、少子化の抑止に寄与する社会貢献活動「婚育プロジェクト」を開始。子供たちが結婚の意味について考える「婚育(こんいく)」の機会を創出。

**活動内容：**  
第一弾として2015年8月3日(月)に、「結婚」をテーマに小学生から高校生を対象としたワークショップ「婚育サマープログラム」を開催し、結婚についてのディスカッションや結婚式の模擬体験などを行った。



\*1内閣府政府統括官による「家族と地域における子育てに関する意識調査報告書[概要版]」(平成26年3月)



# 人事部の森田赳人さんが、2015年スペシャルオリンピックス 夏季世界大会・ロサンゼルスでの体操部門にてメダル獲得

スペシャルオリンピックスとは：

スペシャルオリンピックスは、知的障がいのある人たちの自立や社会参加を目的に1968年に設立された国際的なスポーツ組織で、オリンピック種目に準じたスポーツトレーニングと、その成果を発表する競技会を提供している。オリンピックと同様、夏季・冬季それぞれ4年に一度開催され、14回目を迎える本大会は、177の国と地域から7,000名の選手団が参加し、9日間にわたり25競技を競う。

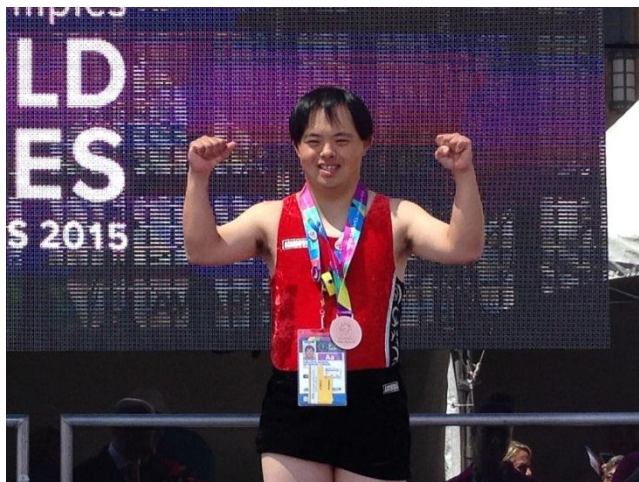
森田選手のスペシャルオリンピックスでの過去実績：

2007年スペシャルオリンピックス夏季世界大会・上海 男子床運動 金メダル、男子跳馬 銀メダル受賞

2011年スペシャルオリンピックス夏季世界大会・アテネ 男子床運動 銀メダル受賞

テイクアンドギヴ・ニーズの障がい者雇用について：

多様な人材を雇用するために柔軟な対応が求められる昨今、T&Gでは2005年より障がいのある人たちの安定雇用と戦力化に前向きに取り組んでおり、現在17名が勤務。施設のバンケットやチャペル、ガーデンなどの清掃業務を担当している。



# 岡山店舗での8年越しの結婚式が 各種メディアで取り上げられ書籍化

8年前、ご結婚式を挙げる予定だったおふたり。しかし、挙式の3カ月前にご新婦が突然のご病気により意識不明に...

ご新婦がいつ目を覚ますかわからない状況で、ずっと一途に待ち続けたご新郎。

そして、6年間待ち続けたある日、奇跡的にご新婦の意識が回復。

ご新婦の体調の回復を待って、当時ご結婚式を考えた時と同じ、アーヴェリール迎賓館で迎えた「8年越しの結婚式」  
ご新郎ご新婦、ご家族様、ご友人様...たくさんの想いが込められたご結婚式。会場スタッフも8年間待ち続けていた。

各種メディアで取り上げられ、2015年7月1日、『8年越しの花嫁 キミの目が覚めたなら』(主婦の友社)が発行された。



新婦が眠っている間にご友人・ご家族・  
新郎でつくった7千羽鶴の一部



人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS