

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2015年3月期

第3四半期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2015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. 2015年3月期 第3四半期連結決算概要	P4-14
1. 総括	P5
2. 連結 損益計算書	P6
3. 2015年3月期 通期見通し（営業利益）	P7
4. 153P重点施策取組	P8-11
5. 183P先行投資	P12-14
II. セグメント情報／連結貸借対照表	P15-20
1. 事業セグメント別売上高	P16-18
2. 連結 貸借対照表	P19-20
III. 2015年3月期 連結通期業績計画及び配当予想	P21-24
1. 連結通期業績計画	P22-23
2. 配当予想について	P24
IV. 長期ビジョン実現に向けた成長戦略	P25-28
1. 新規出店戦略	P26
2. 新ビジネスモデル戦略	P27-28
V. 2015年3月期 重点施策に関するTopics	P29-P39

Results of Second Quarter
FY Ending March 2015

2015年3月期 第3四半期連結決算概要

I 1. 2015年3月期第3四半期累計期間 総括

売上高は443億、営業利益は20億となり計画未達
国内売上減少等の要因により、通期業績計画を下方修正

国内直営店の取扱組数・単価は共に計画未達となり売上減
直営店の挙式披露宴単価は**405.9**万円

海外・リゾートウェディング事業は引き続き業績拡大
海外売上高は順調に推移し、前年同期比**21**%増

新たな成長戦略に向けた先行投資を継続して実施
先行投資等により、販管費は前年同期比+**8.1**億

国内売上減少等の要因により、通期業績計画を下方修正
修正後の通期計画は売上高**590**億、営業利益**30**億

I 2. 連結 損益計算書 概要

国内事業での受注件数減により、売上・利益共に計画未達
売上減及び成長戦略に向けた先行投資により減収減益

単位: 百万円	2015/3 3Q計画	2015/3 3Q実績	計画比	(参考) 2014/3 3Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	46,500	44,396	-2,104	45,170	-773 (※1)
売上 総利益	26,412 56.8%	25,313 57.0%	-1,099 +0.2pt	25,442 56.3%	-128 +0.7pt (※2)
販管費	23,912 51.4%	23,232 52.3%	-680 +0.9pt	22,418 49.6%	+813 +2.7pt (※3)
営業 損益	2,500 5.4%	2,081 4.7%	-419 -0.7pt	3,023 6.7%	-942 -2.0pt
経常 損益	2,300 4.9%	1,950 4.4%	-350 -0.5pt	2,867 6.3%	-916 -1.9pt
四半期 純損益	950 2.0%	923 2.1%	-27 +0.1pt	1,495 3.3%	-572 -1.2pt

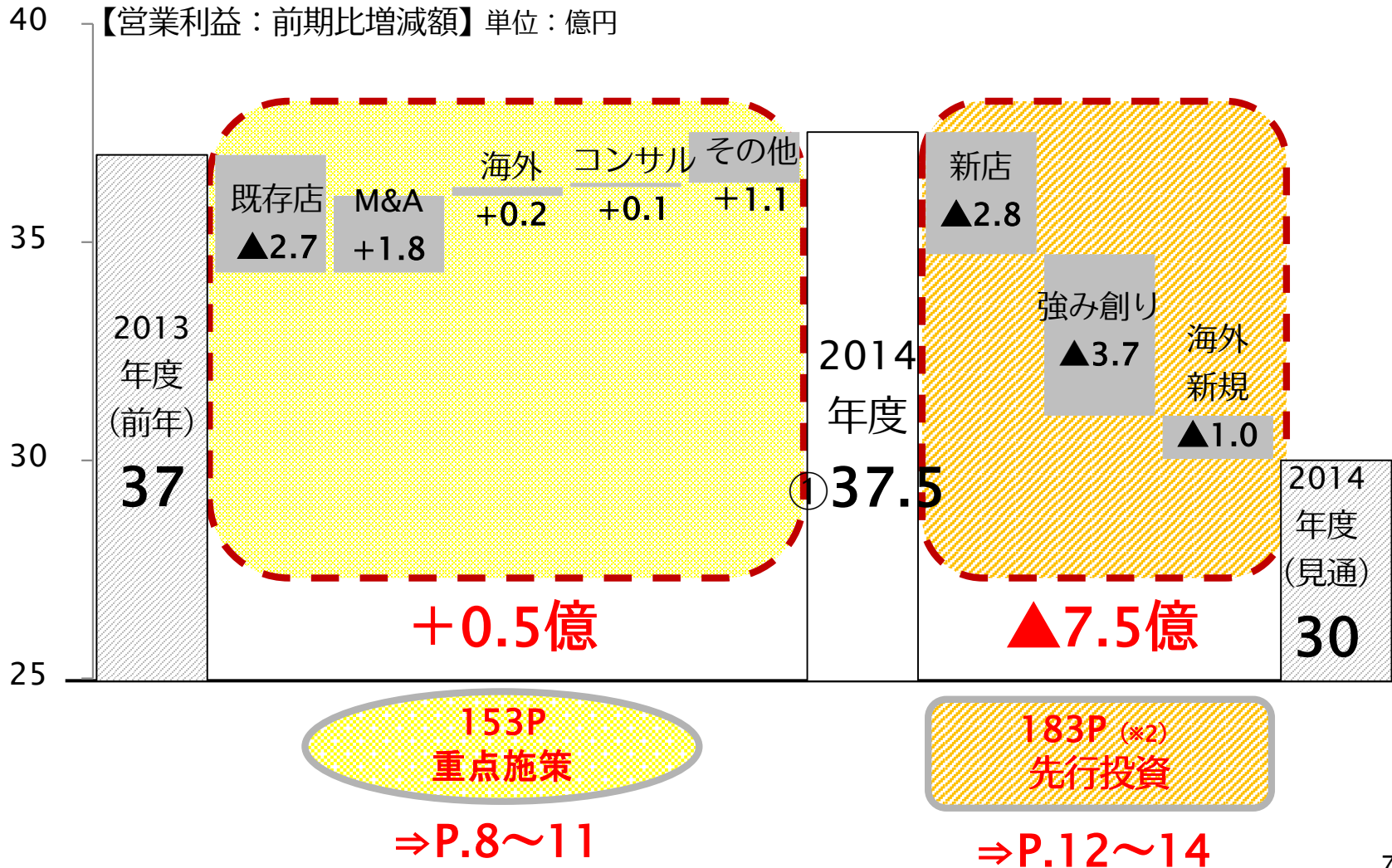
(第3四半期累計) 前年同期比差異要因

- ◆売上高 (※1)
前年同期比 -773百万円
(主な要因)
 - ・特定地域における競争激化
 - ・閉店影響による取扱組数減
- ◆売上総利益 (※2)
 - ・継続的なマージン改善取組の推進により利益率は確保
- ◆販管費 (※3)
前年同期比 +813百万円
(1) 重点施策先行投資による要因
 - ・新規出店準備コスト +143
 - ・強み創り +281
(新モデル店舗・ドレスショップ)
 - ・海外新規投資 +58
 (2) M&A案件による要因
 - ・前年M&A店舗 販管費増 +279

※ %は売上高比、数値は第3四半期累計

I 3. 2015年3月期 通期見通し（営業利益）

153P重点施策効果により収益増（0.5億円^{※1}）の見通し
成長戦略に資源を投下、先行投資（7.5億円^{※1}）実施



※1 営業損益影響額 ※2 183P：2015年度から始まる第2次中期（3か年）経営計画

I 4-1. 153P重点施策取組 進捗状況

153P
重点施策

既存店においては受注件数が大幅に減少するも
コスト削減やマージン改善等により増益確保 (+0.5億)

2014年度 153P重点施策取組

項目	通期見通し (前年対比)	進捗	要因
1 既存店 (閉店店舗含む)	▲2.7億	×	<p>収益改善取組（マージン改善+2億、コスト削減+6億）を行うも、既存店での受注件数減により減収減益見通し</p> <p><受注減少要因></p> <ul style="list-style-type: none"> ・閉店店舗（横浜）/リニューアル店舗（渋谷）における販売減による影響 ・2014年2月大雪の影響による契約減 ・特定地域における競争激化（横浜等） ⇒紙媒体を中心に集中的な広告宣伝費の投下を行ったものの、挽回できず
2 M&A	+1.8億	○	・M&A取得会場 通年寄与及び収益改善
3 海外事業	+0.2億	○	・リゾート事業が堅調に推移 日本国内に加えて、海外からの送客増
4 コンサルティング事業	+0.1億	○	・提携ホテルの通年寄与、取扱高増加
5 その他	+1.1億	○	・国内グループ会社増益等

来期増益に向けて、既存店強化対策が課題

2014年10月より、既存店強化に向け各種施策を着手済
来期増収実現に向け、より細やかな「個店戦略」を推進

国内直営店（既存店）対策

項目	対策	具体的取組内容
1 集客力向上	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング改革実施 ・「コンタクトセンター」新設 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗毎に最適な広告媒体ミックスの見直しを実施 ・WEBサイト、SNS戦略の強化（店舗別のWEBサイト及びSNS、スマートフォン向けサイトの拡充等） ・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。順次全国へ拡大を図る。
2 契約率向上	<ul style="list-style-type: none"> ・「スキルトレーニング部」新設 ・「営業スーパーバイザー」設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・人材教育機能を統合した上で、営業力強化に向けたきめ細やかな教育により現場力のレベルアップを実現 ・営業支援体制の強化
3 組織体制	<ul style="list-style-type: none"> ・「事業戦略部」新設 	<ul style="list-style-type: none"> ・エリア事業部を統括し、既存店強化の全体戦略を策定、実行
4 中長期的対策	<ul style="list-style-type: none"> ・大型リニューアル 	<ul style="list-style-type: none"> ・ポテンシャルの高い店舗を選定し、今後数年間で大型リニューアル検討

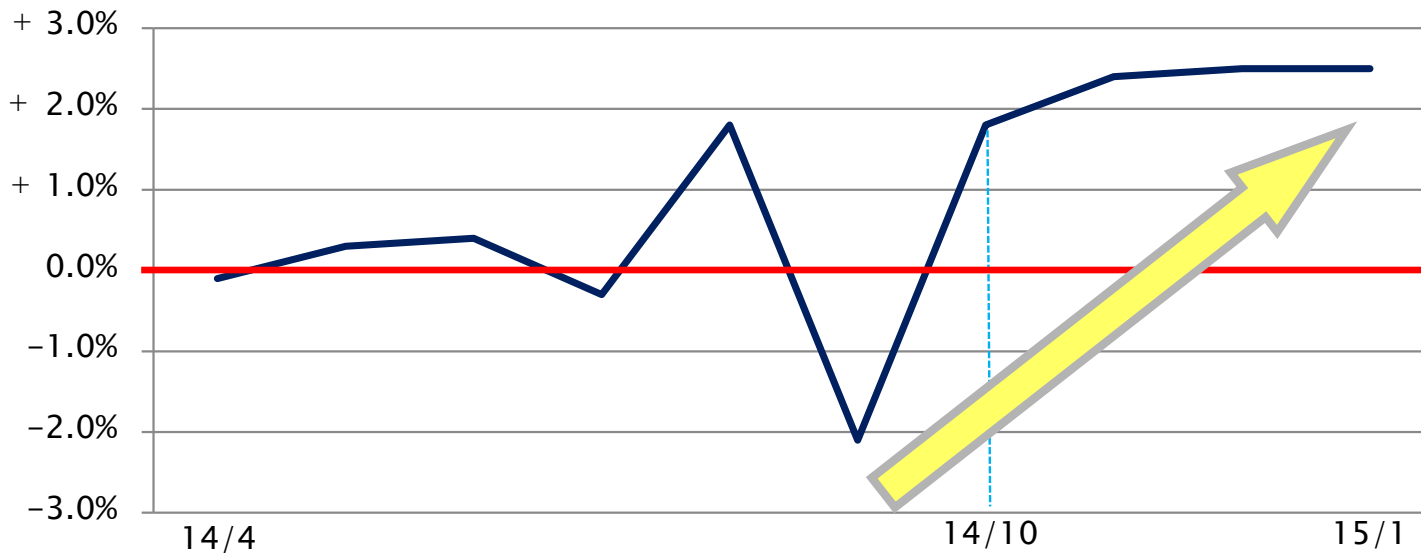
I 4-3-1. 既存店対策 進捗①

153P
重点施策

国内直営店（既存店）強化に向けた各種施策の実行により
2014年10月以降、受注状況は大幅に改善

契約率は2014年10月以降改善し、前年同期比で
毎月+2%以上上昇で推移

<契約率 対前年改善度>*



*契約率 対前年改善度 = 2014年度 月間契約率 - 2013年度 月間契約率

I 4-3-2. 既存店対策 進捗②

153P
重点施策

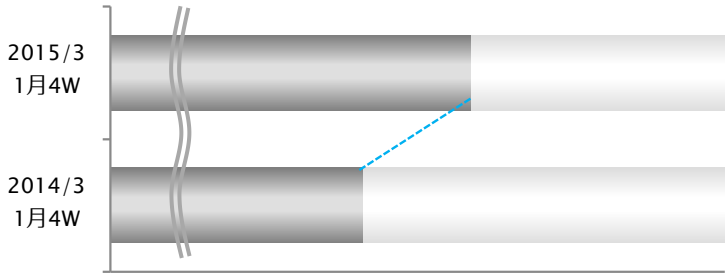
国内直営店（既存店）強化に向けた各種施策の実行により
2014年10月以降、受注状況は大幅に改善

2015年1月末時点 来期（2015年度）受注組数は
前年同期比105%（既存店ベース）

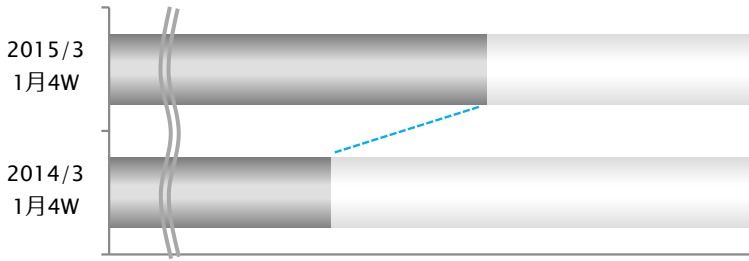
<2015年度受注組数 対前年改善度>

①全店状況（2014年度閉店店舗含む）

②既存店状況（2014年度閉店店舗除く）



前年同期比
102%



前年同期比
105%

I 5-1. 183P先行投資 進捗状況

183P
先行投資

新たな成長戦略（①新規出店②強み創り③海外展開拡大）の
実現に向けて、戦略的な先行投資を実施（7.5億）

2014年度 183P先行投資

	項目	通期見通し (前年対比)	進捗	実施内容
1	新規出店	2.8億	○	<ul style="list-style-type: none"> 表参道 "HARMONIE SOLUNA表参道"※1 (2015年3月グランドオープン) 京都 四条烏丸 (2015年秋) 横浜 (2016年春) ホテル事業 新規参入準備
2	強み創り	3.7億	○	<ul style="list-style-type: none"> 渋谷 "TRUNK BY SHOTO GALLERY" (2014年11月オープン) ⇒新たなウェディングスタイル提案 表参道 "MIRROR MIRROR" (2014年10月オープン) ⇒初のドレスショップ出店 中国(蘇州) 自社工場設立 (2014年2月) ⇒「欧米型ウェディング」商品製造
3	海外展開拡大	1.0億	○	<ul style="list-style-type: none"> リゾートウェディング事業 新規出店 インドネシア事業立ち上げ

※1) (株) ブライズワード運営 東京初出店

I 5-2-1. 183P先行投資 進捗①新規出店

183P
先行投資

2015年2月以降、新規出店4店舗が決定
オープンに向けて営業・開業準備共に順調に進捗

	施設名	オープン	進捗状況
1	HARMONIE SOLUNA 表参道	2015年3月	<ul style="list-style-type: none"> 営業進捗が好調に推移 2015年度受注件数 : 計画比125%
2	京都 四条烏丸	2015年秋	<ul style="list-style-type: none"> オープンに向けて順調に進捗
3	横浜	2016年春	<ul style="list-style-type: none"> オープンに向けて順調に進捗
4	Restaurant REIMS YANAGIDATE (表参道)	2015年2月	<ul style="list-style-type: none"> 2015年2月 本格的なウェディング施設を整えて、フレンチレストランとしてリニューアルオープン。



Restaurant REIMS YANAGIDATE



HARMONIE SOLUNA 表参道

I 5-2-2. 183P先行投資 進捗②強み創り

183P
先行投資

新ビジネスモデルトリアル店舗 来期受注進捗が好調
件数・単価共に大幅上昇し、来期予約枠の90%受注済

	施設名	オープン	進捗状況
1	“TRUNK BY SHOTO GALLERY” (渋谷)	2014年11月	<p>営業進捗が好調に推移</p> <ul style="list-style-type: none"> 2015年度受注件数：前年同期比大幅増 既に来期予約枠の90%受注済 ⇒再来期の契約に向けた営業活動準備 単価：リニューアル前と比べ2桁率上昇 新たなウェディングスタイルを希望する顧客を取込 （「自由度が高い」「海外挙式スタイル」を希望）
2	“MIRROR MIRROR” (表参道)	2014年10月	<ul style="list-style-type: none"> ドレスショップ契約率はほぼ計画通りで推移
3	自社工場 (中国・蘇州)	2014年2月	<ul style="list-style-type: none"> 稼働開始、既に国内店舗で販売開始（装飾等）



TRUNK BY SHOTO GALLERY



MIRROR MIRROR

Results of Second Quarter
FY Ending March 2015
Segment Information / Balance Sheet

2015年3月期 第3四半期連結決算
セグメント情報／貸借対照表

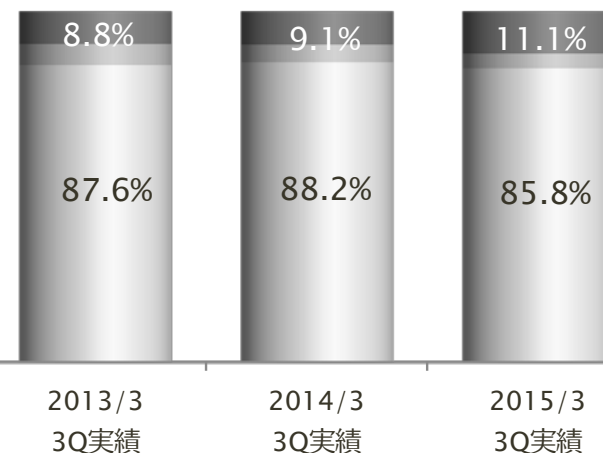
II 1-1. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

国内事業は減収となるも
海外・リゾート事業は引き続き堅調に推移

単位：百万円	2013/3 3Q実績	2014/3 3Q実績	2015/3 3Q実績
国内ウェディング事業	33,491 (87.6%)	39,848 (88.2%)	38,102 (85.8%)
直営店	30,626 (80.1%)	35,688 (79.0%)	34,220 (77.1%)
コンサルティング型	2,195 (5.7%)	2,170 (4.8%)	1,735 (3.9%)
(参考) 取扱高	2,252	3,022	4,152
その他	669 (1.8%)	1,989 (4.4%)	2,147 (4.8%)
海外・リゾートウェディング事業	3,369 (8.8%)	4,085 (9.1%)	4,945 (11.1%)
その他	1,354 (3.5%)	1,235 (2.7%)	1,348 (3.0%)
連結売上高	38,215	45,170	44,396

(第3四半期累計) セグメント別売上構成比推移

■ 海外・リゾートウェディング事業 (単位：百万円)
■ コンサルティング型
■ 直営店



前年同期比で海外売上高比率増
海外・リゾート9.1% → 11.1%

※ 直営店には、(株) T&G、(株)ブライズワード、(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）

※ %は連結売上高比、数値は第3四半期累計

Ⅱ 1-2. 国内ウェディング事業 内訳

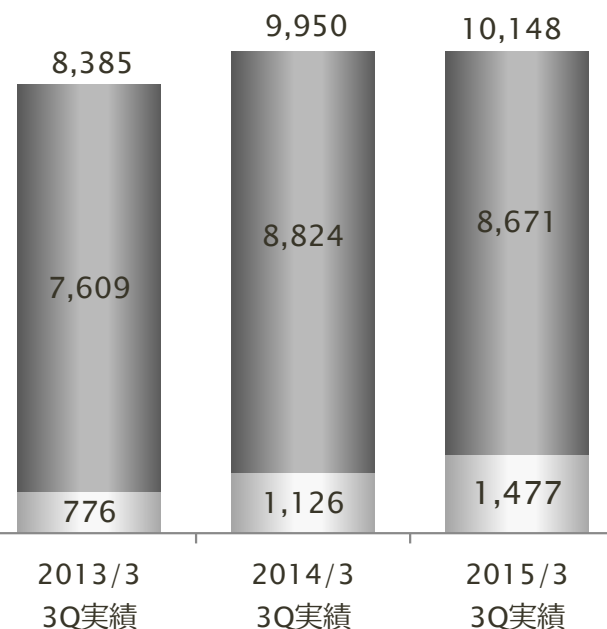
直営店は取扱組数減少、単価も計画を下回る
来期分の受注獲得に向けて各種施策を推進中

単位: 百万円	2015/3 3Q計画	2015/3 3Q実績	計画比	(参考) 2014/3 3Q実績	(参考) 前年 同期比
直営店					
売上高	36,200	34,220	-1,980	35,688	-1,467
取扱組数	9,120	8,671	-449	8,824	-153
平均単価 (千円)	4,080	4,059	-21	4,135	-76
平均人数	76	75	-1	76	-1
コンサルティング型					
取扱高	4,100	4,152	+52	3,022	+1,130
取扱組数	1,400	1,477	+77	1,126	+351

(第3四半期累計) 取扱組数推移

(単位：件)

■ コンサルティング型 ■ 直営店

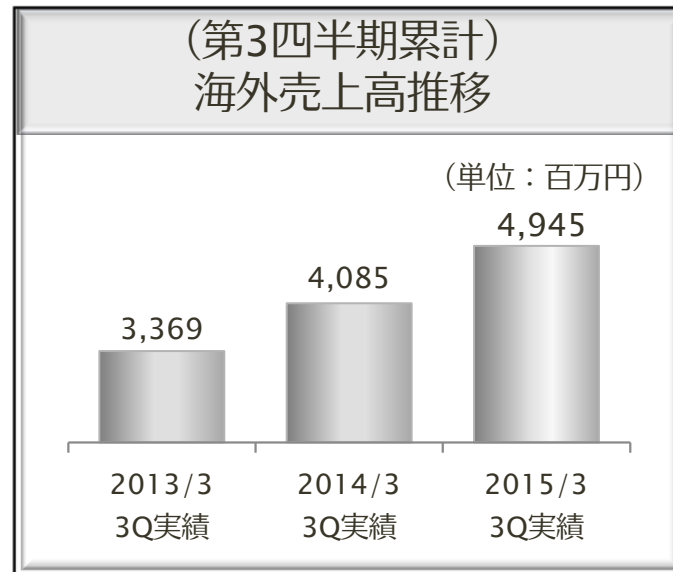


- ※ 直営店には、(株)T&G、(株)プライズワード、(株)courtshipを含む。 ※ 数値は第3四半期累計
- ※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。
- ※ コンサルティング型取扱高：対象ホテルにおける売上高(ホテル婚礼運営受託分) + T&G売上高(レストラン提携等)

II 1-3. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

海外売上高は計画・前年共に上回り、順調に推移
 新店効果（沖縄・グアム等）により、増収を確保

単位: 百万円	2015/3 3Q計画	2015/3 3Q実績	計画比	(参考) 2014/3 3Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	4,940	4,945	+5	4,085	+859
取扱組数	4,090	4,103	+13	3,522	+581



※ 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3四半期累計



2014年9月 白の教会



2015年1月 クリスタルチャペル



2015年1月 梅田サロン

Ⅱ 2-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

店舗の契約更新に伴い、リース物件買取を実施

単位: 百万円	2014/ 3末	2014/ 12末	増減
流動資産	9,391	8,400	-991
現金及び預金	5,582	4,344	-1,238 (※1)
固定資産	38,890	38,394	-496
有形固定資産	24,695	25,146	+451
無形固定資産	2,384	2,192	-191
投資その他 資産	11,810	11,055	-755 (※2)
資産計	48,282	46,795	-1,487

主な増減要因

- ◆現金及び預金の減少 (※1)
前期末比 -1,238百万円
(主な要因)
 - ・法人税等支払 -1,408百万円
 - ・運転資金増減等 +170百万円

- ◆投資その他資産の減少 (※2)
前期末比 -755百万円
(主な要因)
 - ・敷金・保証金減 -541百万円
(店舗契約更新に伴い、リース資産の買取実施。買取時にリース保証金と相殺。)

Ⅱ 2-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

重点施策への先行投資を実施 有利子負債残高は171億円

単位: 百万円	2014/ 3末	2014/ 12末	増減
負債合計	28,921	26,736	-2,184
流動負債計	15,839	13,910	-1,928 (※1)
短期借入金	2,470	3,170	+700
(一年内)長期 借入金・社債	3,547	3,911	+363
固定負債計	13,081	12,825	-256
長期借入金 ・社債	9,827	10,023	+195
純資産計	19,361	20,058	+697
負債・ 純資産計	48,282	46,795	-1,487

主な増減要因

- ◆流動負債の減少 (※1)
 前期末比 -1,928百万円
 (主な要因)
- ・未払法人税等 -1,408百万円
 - ・運転資金増減等 -520百万円



Forecast and Plans
FY Ending March 2015

2015年3月期 連結通期業績計画及び
配当予想

Ⅲ 1-1. 通期業績計画の修正

2015年3月期 通期業績計画を下方修正
売上高590億、営業利益30億

2015年3月期 連結業績計画

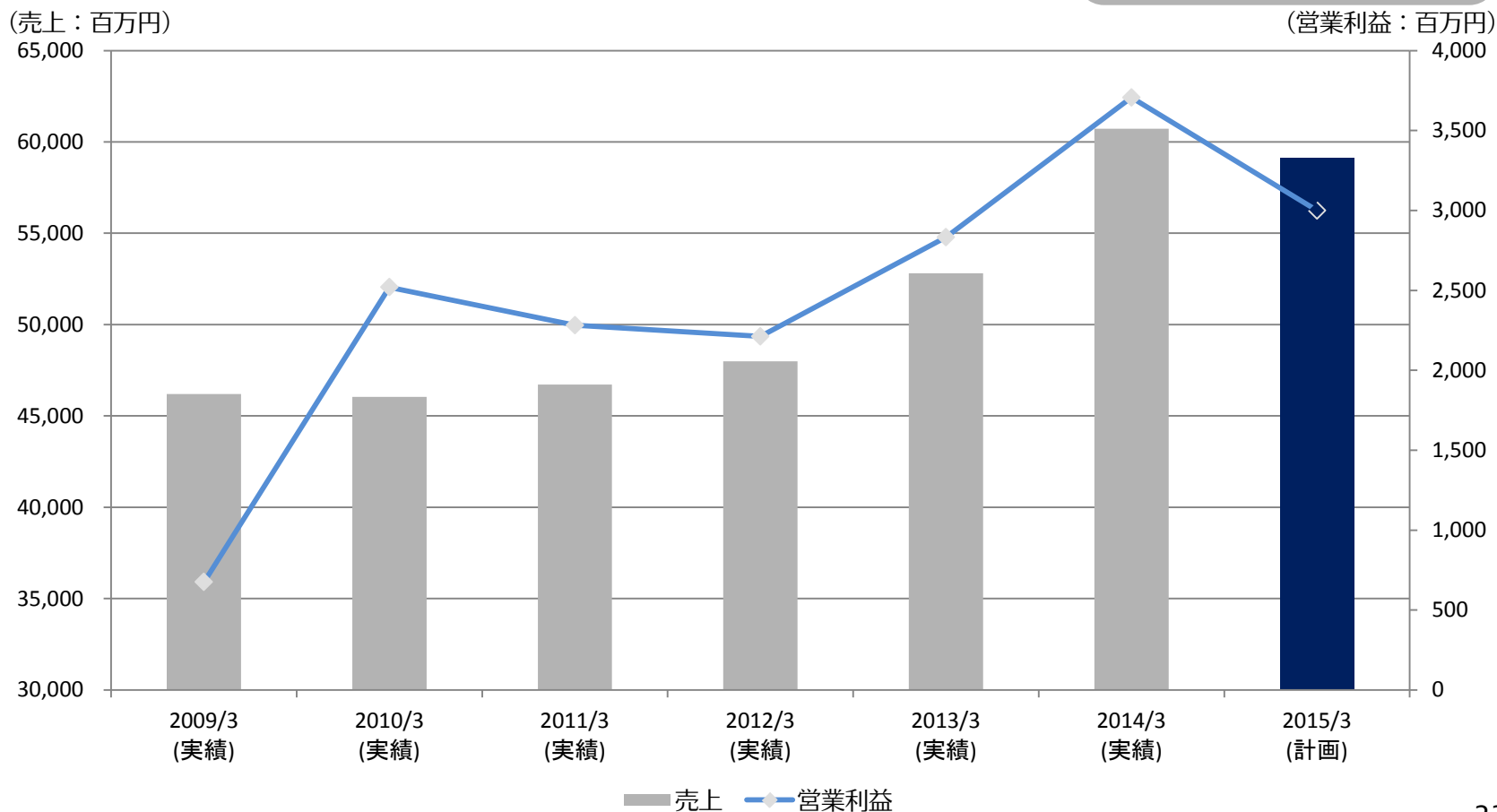
単位:百万円	<A> 期初発表計画 (2014/5/9発表)	 修正計画 (2015/2/6発表)	増減額 (B-A)	<C> 前年同時期 実績	増減額 (B-C)
売上高	62,000	59,000	-3,000	60,714	-1,714
営業利益	3,800	3,000	-800	3,706	-706
経常利益	3,500	2,700	-800	3,342	-642
当期純利益	1,400	1,000	-400	1,370	-370

収益改善取組（マージン改善・コスト削減等）や先行投資の絞込を行うも、既存店における販売減等により、期初利益計画から▲8億下方修正

Ⅲ 1-2. 通期業績計画の修正

2015年3月期 通期業績計画を下方修正
売上高590億、営業利益30億

次の成長戦略に
向けた体制固め



Ⅲ 2. 2015年3月期 配当予想について

前期と同様、1株当たり15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
2013/3	0円	120円	120円
2014/3 (※)	0円	15円 _(※)	15円 _(※)
2015/3 (予想) _(※)	0円	15円 _(※)	15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月期及び2015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月期及び2015年3月期（予想）の期末1株当たり配当金は150円となります。)

IV

Growth Strategy to Long Term Vision

長期ビジョン実現に向けた成長戦略

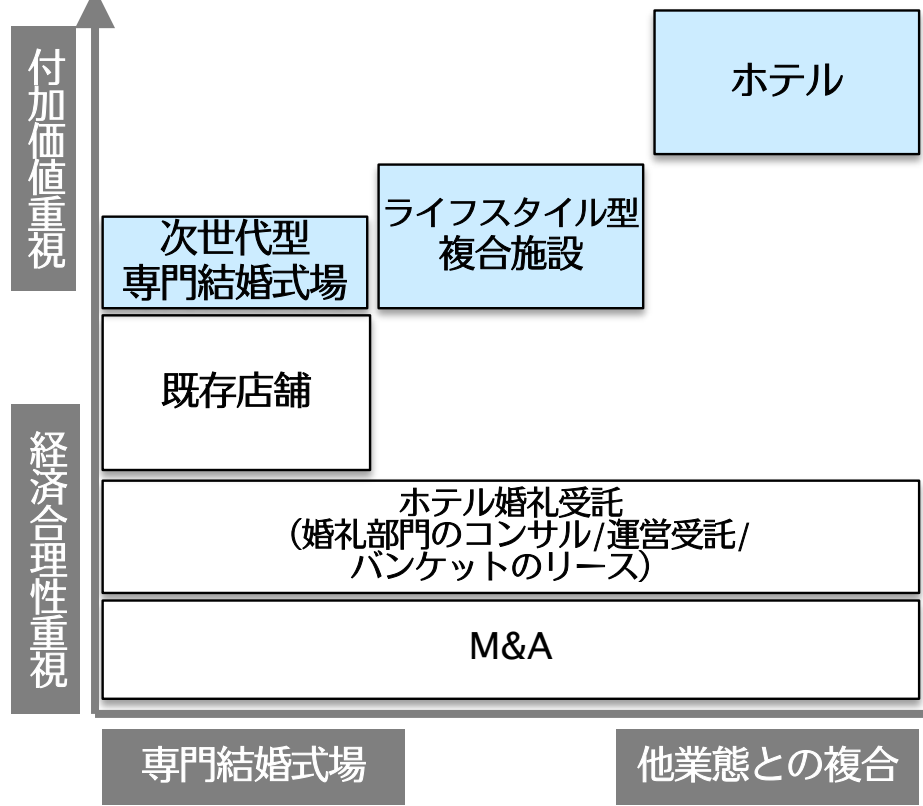
新規出店(2014年 7月25日リリース)

新ビジネスモデル(2014年10月22日リリース)

IV 1. 長期ビジョン 新規出店戦略

「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、新しい市場を創り出す

- 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「欧米型ウェディング」を競争力のある価格で提供
- 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
- 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デザインにこだわったコンセプト型ホテル事業を展開



- 183P出店戦略**
 - ✓ ホテル事業への進出
 - ✓ ライフスタイル型複合施設
 - ✓ 次世代型専門結婚式場
 - ✓ 新規開発、リノベーション、M&A等で開発
- 既存店強化**
 - ✓ 優先順位に基づく段階的投資
 - ✓ 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スタイルを競争力のある価格で提供
- 153P重点施策は継続強化**
 - ✓ 事業全体の収益基盤の強化を担う役割として位置づけ
 - ✓ ROI（投資収益率）を重視した展開

ゼロから創り上げる、新しいウェディングスタイル
空間そのものをトータルコーディネート

従来一般的なハウスウェディング

テーブルコーディネート中心



<トータルコーディネート>

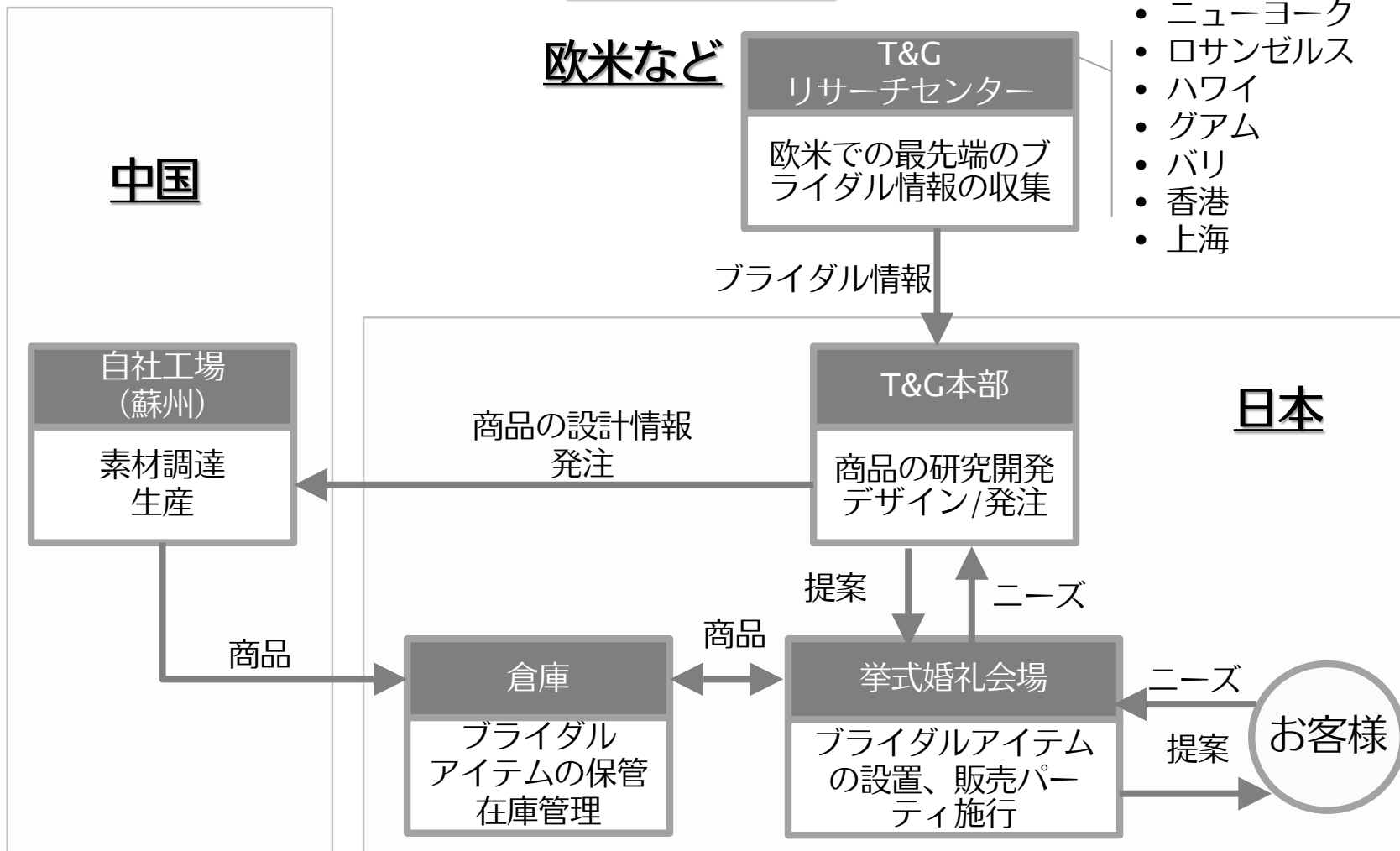


テーブルだけでなく、
天井（吊りもの）、壁、椅子など
空間そのものをコーディネート

Ⅳ 2-2. 長期ビジョン 新ビジネスモデル戦略②

新たな市場創出に向け、
商品企画～製造～販売までの一貫体制を構築

— 商品供給体制 —





Topics

FY Ending March 2015

2015年3月期 重点施策に関するTopics

V 1-1. 183P 重点施策投資① 新規出店

2015年2月以降、東京・横浜・京都において
新規出店4店舗が決定

	出店場所	施設名	オープン	概要
1	東京 表参道	HARMONIE SOLUNA 表参道	2015年 3月	(株) ブライズワード 東京初出店。 2015年3月27日 表参道でグランドオープン。 チャペル・バンケットに加え、レストラン「NEO BISTRO SOLUNA」としても本格的なレストラン営 業を開始。その他、ウェディングサロン、控室等も 充実の設備。 ※P.28参照
2	京都 四条烏丸	(未定)	2015年 秋	阪急京都線「烏丸」駅、地下鉄烏丸線「四条」駅 徒歩1分という好立地。 京都広域からの集客が見込めるエリアである ことから、ウェディング施設出店を決定。
3	横浜	(未定)	2016年 春	ウェディング市場のマーケットが大きく、 ポテンシャルが見込める横浜エリアにおいて ウェディング施設出店を決定。
4	東京 表参道	Restaurant REIMS YANAGIDATE	2015年 2月	表参道駅徒歩1分の好立地にあり、有名シェフ 柳館 功氏こだわりの創作フレンチレストラン。 本格的なウェディング施設を整えて リニューアルオープン。 ※P.29参照

V 1-2. 183P 重点施策投資① 新規出店

2012年12月連結子会社化した(株)ブライズワード 東京に初出店
2015年3月 HARMONIE SOLUNA 表参道グランドオープン


HARMONIE
SOLUNA
OMOTESANDO



HARMONIE SOLUNA 表参道

オープン
2015年3月27日

住所
東京都渋谷区神宮前6-28-6

交通
銀座線・半蔵門線・千代田線
表参道駅より徒歩7分
千代田線明治神宮前駅より徒歩1分

設備
チャペル1、バンケット1、
レストラン1、ロビー、控室、
写真室、ウェディングサロン他

光の装飾をテーマにそれぞれの
エリアに光をモチーフとした
デザインを施し、都心とは
思えないほどの緑と、開放感に
満ちた空間が広がる。
ウェディング会場だけではなく
質の高い料理を手軽に楽しめる
レストラン「NEO BISTRO
SOLUNA」も営業をスタート。

V 1-3. 183P 重点施策投資① 新規出店

2015年2月 表参道の一軒家レストラン
「Restaurant REIMS YANAGIDATE」と提携開始



Restaurant
REIMS YANAGIDATE
レストラン ランス ヤナギダテ

リニューアルオープン
2015年2月1日

出店場所
東京都港区北青山3-10-13

交通
半蔵門線・銀座線・JR
東急東横線・田園都市線渋谷駅
より徒歩1分

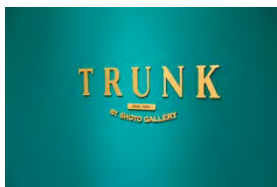
営業時間
12:00-14:00 (L.O.)
18:00-21:00 (L.O.)
月曜定休

設備
チャペル、メイク室、控室、
美容室、着付け室、ガーデン、
バーカウンター、音響、ピアノ他

表参道駅徒歩1分の好立地にあり
有名シェフ柳館 功氏こだわりの
創作フレンチ。
本格的なウェディング施設を
整えてリニューアルオープン

V 2-1. 183P 重点施策投資② 強み創り

七変化 (EVER CHANGING) する多目的施設 “TRUNK BY SHOTO GALLERY” 渋谷・松濤にオープン



TRUNK (トランク) BY SHOTO GALLERY

オープン
2014年11月22日

出店場所
東京都渋谷区松濤1-5-4

交通
半蔵門線・銀座線・JR
東急東横線・田園都市線渋谷駅
より徒歩5分

営業時間
平日/12:00~20:00
土日祝日/10:00~20:00
月曜・火曜定休

「結婚式をもっと自由に!
もっとオシャレに!!」
TRUNKでは、遊び心のある
プランニングで、誰もがオリジナル
のアイデアを実現できる空間。
ウェディング利用のみならず、
10名程度の小規模なパーティから
600名規模のイベント、展示会、
フォトスタジオなど様々なシーンで
活用することが可能。

V 2-2. 183P 重点施策投資② 強み創り

中国工場を新設し、ウェディング商品を製造開始
「欧米型ウェディング」商品を競争力のある価格で提供



欧米型ウェディングスタイル

新たなウェディングスタイルを生み出し、新市場を創出

ゼロから建込みを行い、空間そのものをコーディネート

自社工場にてウェディング商品を製造し、競争力のある価格で提供



ドレスショップ「MIRROR MIRROR (ミラーミラー)」 2014年10月 表参道にオープン

外観



ドレスショップ内

MIRROR MIRROR (ミラーミラー)

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

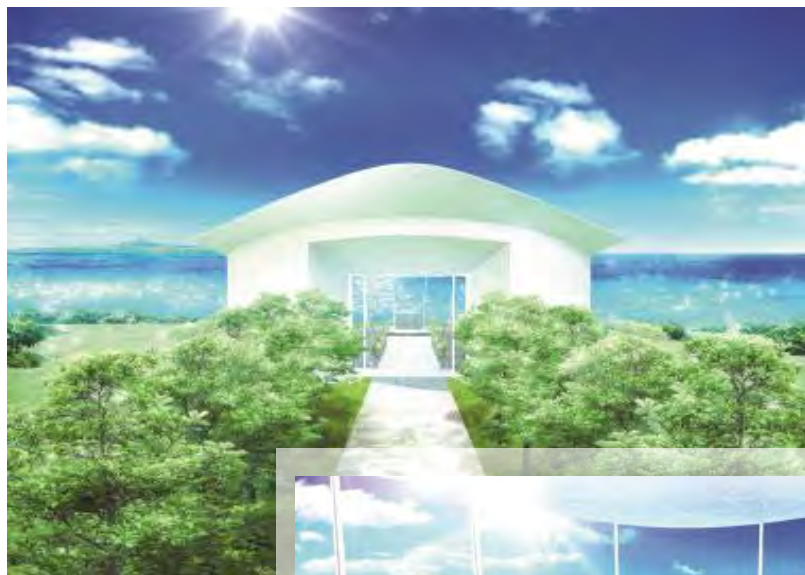
取扱うドレスブランド
□Temperley LONDON (イギリス)
□DAVID FIELDEN (イギリス)
□INES DI SANTO (アメリカ)
□PETERLANGNER (イタリア)
□ANTONIO RIVA (イタリア)
□TONY HAMAWY (アメリカ)
□Austin Scarlett (アメリカ)
□Giuseppe Papini (イタリア)

他多数

ウェディングプランナー野上ゆう子がクリエイティブプロデューサーに就き、お客様の希望を叶えるトレンド最先端のインポートドレスをセレクト

V 3-1. 183P 重点施策投資③ 海外展開の拡大

2014年9月 アールイズ・ウエディング 直営チャペル
「ホテルオリオンモトブ」内に「白の教会」オープン



チャペル外観



チャペル

白の教会

オープン

2014年9月

販売開始

2014年5月17日より

収容人数

チャペル50名

バージンロード 約8メートル

「東京スカイツリー®」の外観デザインを手がけた吉野繁氏とインテリアデザインを手がけた片山賢氏のコンビにより、洗練された沖縄らしさがちりばめられた空間

ホテルオリオンモトブ リゾート&スパ

オープン

2014年7月26日

住所

沖縄県国頭郡本部町備瀬148-1

客室数 238室

碧く広がるエメラルドビーチ、東シナ海に浮かぶ伊江島を一望。亜熱帯の贅沢な時間を楽しめるリゾートホテル。

V 3-2. 183P 重点施策投資③ 海外展開の拡大

グアムで人気の「ホテル・ニッコー・グアム」内に 直営チャペル「クリスタルチャペル」オープン



チャペル



チャペル外観

CRYSTAL CHAPEL

CRYSTAL CHAPEL

住所
245 Gun Beach Road,
Tamuning, Guam 96913

販売開始
2014年6月より
※2015年1月以降挙式実施の
お客様より取扱い

ホテル・ニッコー・グアム

hotel nikko guam

住所
245 Gun Beach Road,
Tamuning, Guam 96913

客室数 492室

V 3-3. 183P 重点施策投資③ 海外展開の拡大

2015年1月3日 アールイズ・ウエディング
大阪 梅田サロンオープン



アールイズ・ウエディング
大阪 梅田サロン

オープン
2015年1月3日

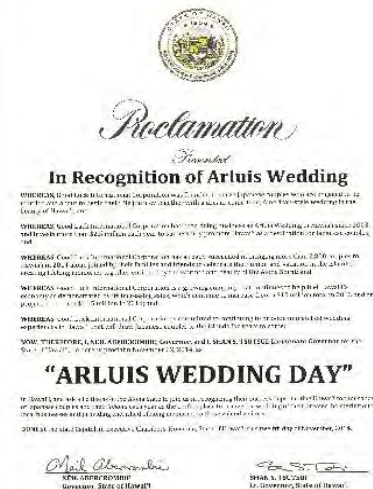
住所
大阪府大阪市北区梅田1-12-6
イーマ4F

交通
梅田地下街直結 JR大阪駅
各梅田駅より徒歩5分

営業時間
11:00~20:00(水曜定休)



米国ハワイ州 11月22日（いい夫婦の日）を 「ARLUIS WEDDING DAY」に制定



証明書

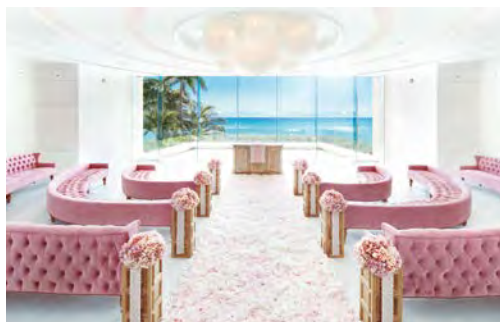
ARLUIS WEDDING DAY アールイズ・ウエディング デイ

日本のお客様のハワイ送客を促進することでハワイ州に経済的に貢献し、ハイクオリティなウェディングを提供している実績が評価され、アメリカ合衆国ハワイ州より、11月22日が「ARLUIS WEDDING DAY」に制定された。

今後11月22日にアールイズ・ウエディングを通してハワイウェディングを行うカップルに、世界で唯一の特別な結婚証明書を発行しプレゼント。



ザ・モアナチャペル



ザ・マカナチャペル



キアルバリー・バイ・ザ・シー教会

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS