

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 連結決算概要	P4-9
1.	総括	P5
2.	連結 損益計算書 概要	P6
3.	営業利益及び増減要因内訳	P7-9
II.	セグメント情報／連結貸借対照表	P10-15
1.	事業セグメント別売上高	P11-13
2.	連結 貸借対照表	P14-15
III.	2016年3月期 連結業績計画 及び 経営方針	P16-37
1.	連結 通期業績計画	P17
2~4.	経営方針	P18-37
IV.	2016年3月期 配当予想	P38-39

Results of FY Ending March 2015

---

2015年3月期 連結決算概要

# I 1. 2015年3月期 総括

売上高は592億円、営業利益は29.7億円となり  
概ね2015年2月に公表した修正計画通りで着地

国内直営店の取扱組数・単価の減少により売上減  
直営店の挙式披露宴単価は**401.7**万円

継続的な収益改善取組により、売上総利益率は改善  
売上高総利益率は前期比**+0.9pt**

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、前期比**19%**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、販管費は前期比**+3.8**億円

## 1 2. 連結 損益計算書 概要

### 国内事業での取扱組数・単価の減少及び 成長戦略に向けた先行投資により減収減益

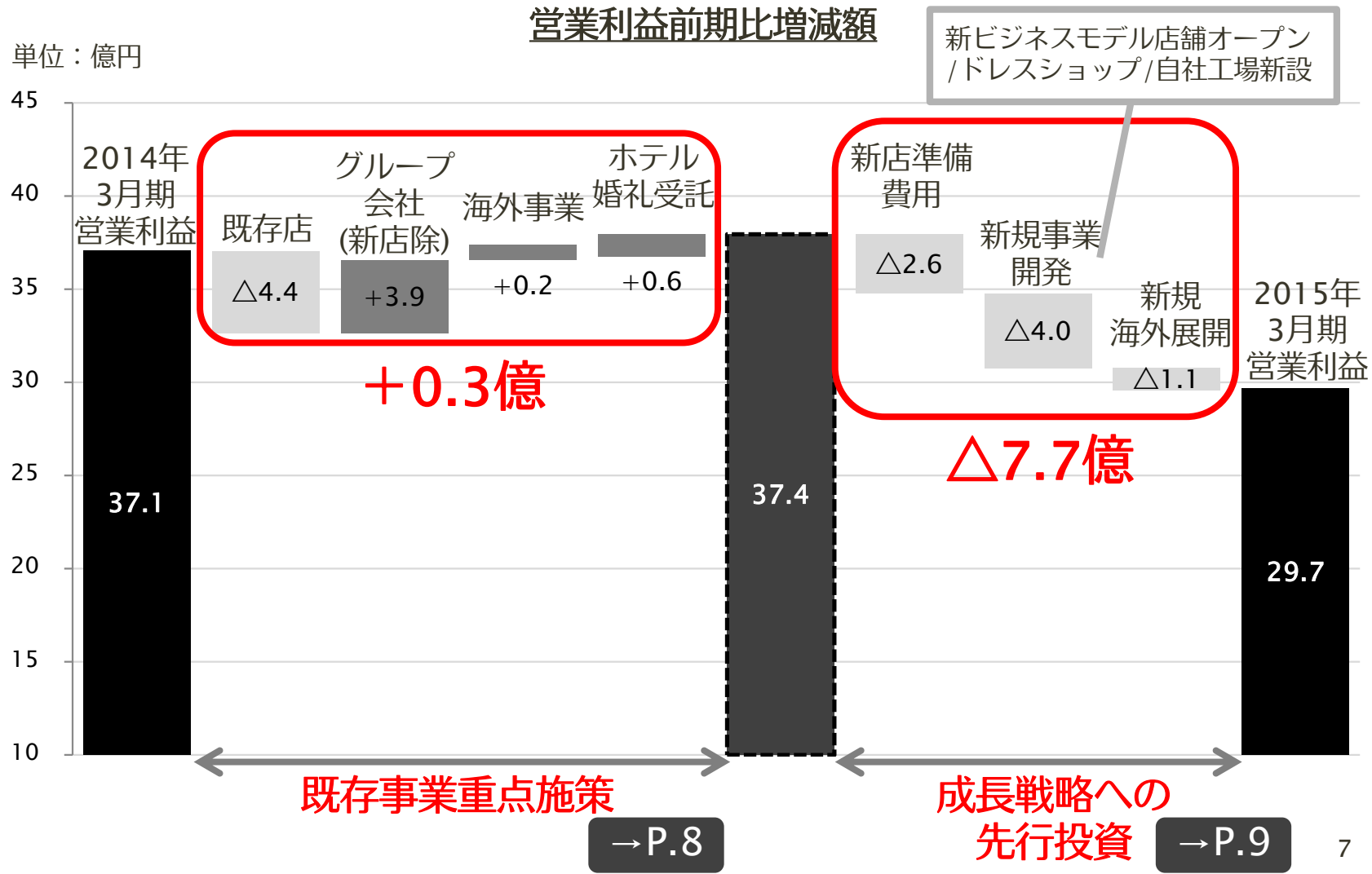
単位: 百万円	2015/3 計画	2015/3 実績	計画比	(参考) 2014/3 実績*	(参考) 前年 同期比
売上高	59,000	59,221	+221	60,714	-1,493
売上 総利益	33,800 57.3%	33,847 57.2%	+47 -0.1 pt	34,199 56.3%	-352 +0.9 pt
販管費	30,800 52.2%	30,874 52.1%	+74 -0.1 pt	30,493 50.2%	+380 +1.9 pt
営業 損益	3,000 5.1%	2,973 5.0%	-27 -0.1 pt	3,706 6.1%	-733 -1.1 pt
経常 損益	2,700 4.6%	2,784 4.7%	+84 +0.1 pt	3,342 5.5%	-558 -0.8 pt
当期 純損益	1,000 1.7%	1,008 1.7%	+8 ±0.0 pt	1,370 2.3%	-361 -0.6 pt

(通期) 前期比差異要因	
◆ 売上高 前期比	-1,493百万円
【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 前期比	+0.9pt
✓ 継続的な粗利改善取組の 推進により利益率は改善	
◆ 販管費 前期比	+380百万円
● 成長戦略への先行投資による要因	
✓ 新店準備費用	+264百万円
✓ 新規事業開発	+402百万円
✓ 新規海外展開	+110百万円

※ %は売上高比  
※ 会計方針の変更を遡及適用しております。

# I 3-1. 2015年3月期 営業利益実績

概ね2015年2月に公表した修正計画通りで着地



## I 3-2. 既存事業重点施策効果の内訳

既存店においては受注件数が大幅に減少するも  
グループ会社の収益増等により増益確保

項目	営業利益 (前期対比)	要因
既存店 (閉店店舗含む)	△4.4億	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 収益改善の取組を行うも、既存店での受注件数減により減収減益               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 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</li> <li>✓ 2014年2月大雪の影響による契約数減</li> <li>✓ 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</li> </ul> </li> </ul>
グループ会社 (新店除)	+3.9億	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ会社の収益増（新店除）</li> <li>● M&amp;A取得会場の通年寄与</li> </ul>
海外事業	+0.2億	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 連結売上高シェアは12%超を達成</li> <li>● リゾート事業が堅調に推移</li> <li>● 日本国内に加えて、海外からの送客増</li> </ul>
ホテル婚礼受託	+0.6億	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 提携ホテルの通年寄与、取扱高増加</li> </ul>



# I 3-3. 成長戦略への先行投資の内訳

## 新たな成長戦略の実現に向けて7.7億円の先行投資を実施

項目	営業利益 (前期対比)	要因
新店準備費用	△2.6億	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 表参道 “HARMONIE SOLUNA表参道”※ (2015年3月グランドオープン)</li> <li>● 京都 四条烏丸 “InStyle wedding KYOTO” (2015年9月グランドオープン)</li> <li>● 横浜 (2016年春オープン予定)</li> <li>● ホテル事業 新規参入準備</li> </ul>
新規事業開発	△4.0億	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 表参道 “MIRROR MIRROR” (2014年10月オープン) ⇒初のドレスショップ出店</li> <li>● 中国(蘇州) 自社工場設立 (2014年2月) ⇒新たなウェディングスタイルに必要な商品製造</li> </ul>
新規海外展開	△1.1億	<ul style="list-style-type: none"> <li>● インドネシア事業立ち上げなど</li> </ul>

※ (株) ブライズワード運営 東京初出店。



Results of FY Ending March 2015  
Segment Information / Balance Sheet

---

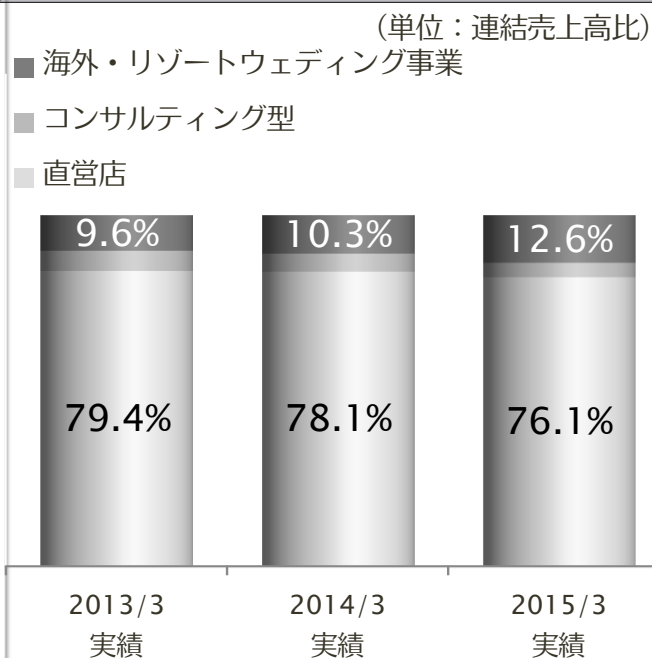
2015年3月期  
セグメント情報／連結貸借対照表

## II 1-1. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

国内ウェディング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 (連結売上高比)	2013/3 実績	2014/3 実績	2015/3 実績
国内ウェディング事業	46,138 (87.4%)	52,902 (87.1%)	50,059 (84.5%)
直営店	41,947 (79.4%)	47,422 (78.1%)	45,059 (76.1%)
コンサルティング型	2,835 (5.4%)	2,832 (4.7%)	2,220 (3.8%)
(参考) 取扱高	2,963	4,519	5,328
その他	1,355 (2.6%)	2,646 (4.4%)	2,779 (4.7%)
海外・リゾートウェディング事業	5,046 (9.6%)	6,235 (10.3%)	7,445 (12.6%)
その他	1,619 (3.1%)	1,577 (2.6%)	1,715 (2.9%)
連結売上高	52,804	60,714	59,221

### (通期) セグメント別売上構成比推移



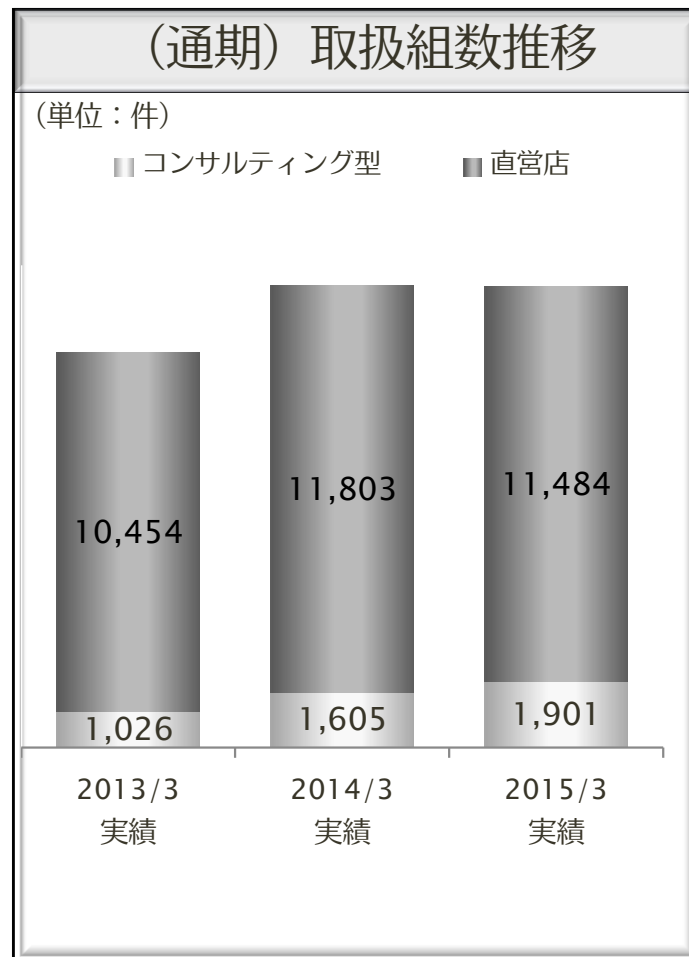
前期比で海外売上高比率増  
海外・リゾート10.3% → 12.6%

- ※ 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)

## II 1-2. 国内ウェディング事業 内訳

直営店は修正計画数値で着地  
コンサルティング型は、取扱高・取扱組数共に計画達成

単位: 百万円	2015/3 計画	2015/3 実績	計画比	(参考) 2014/3 実績	(参考) 前年 同期比
直営店					
売上高	50,000	50,059	+59	52,902	-2,842
取扱組数	11,470	11,484	+14	11,803	-319
平均単価 (千円)	4,020	4,017	-3	4,093	-76
平均人数	76	76	±0	77	-1
コンサルティング型					
取扱高	5,300	5,328	+28	4,519	+808
取扱組数	1,890	1,901	+11	1,605	+296

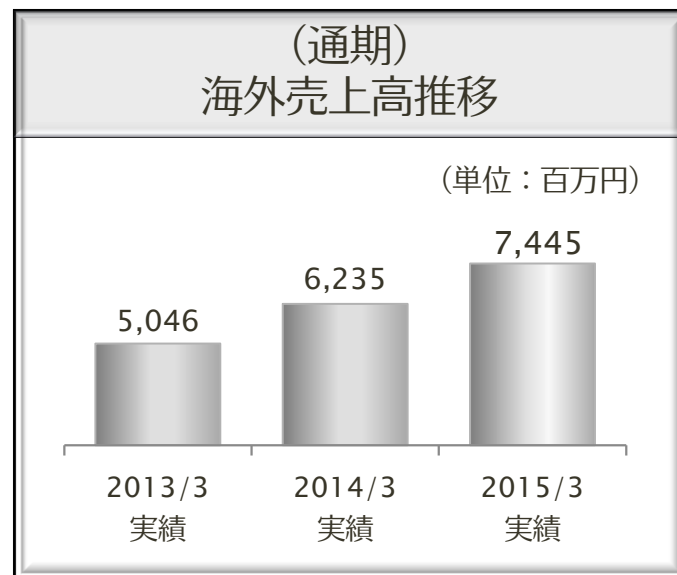


- ※ 直営店には、(株)T&G、(株)プライズワード、(株)courtshipを含む。
- ※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。
- ※ コンサルティング型取扱高：対象ホテルにおける売上高(ホテル婚礼運営受託分) + T&G売上高(レストラン提携等)

# II 1-3. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

海外売上高・営業利益は計画・前期共に上回り、  
順調に推移

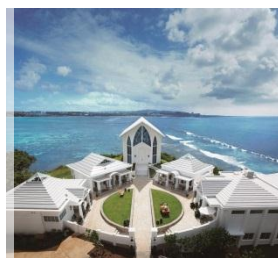
単位: 百万円	2015/3 計画	2015/3 実績	計画比	(参考) 2014/3 実績	(参考) 前年 同期比
売上高	7,400	7,445	+45	6,235	+1,210
営業利益	340	347	+7	337	+9



※ 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



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	2015/ 3末	増減
流動資産	9,391	9,485	+93
現金及び預金	5,582	5,111	-471
固定資産	38,890	38,605	-285
有形固定資産	24,695	25,564	+868 (※1)
無形固定資産	2,384	2,187	-196
投資その他 資産	11,810	10,853	-957 (※2)
資産計	48,282	48,091	-191

#### 主な増減要因

- ◆ 有形固定資産の増加 (※1)  
前期比 +868百万円  
【主な要因】
  - ✓ 新規事業開発投資 +410百万円
  - ✓ 海外事業投資 +223百万円
- ◆ 投資その他資産の減少 (※2)  
前期比 -957百万円  
【主な要因】
  - ✓ 敷金・保証金減 -660百万円  
(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。)

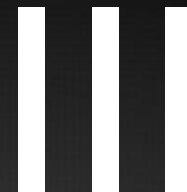
## II 2-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

### 重点施策への先行投資を実施 有利子負債残高は162億円

単位: 百万円	2014/ 3末	2015/ 3末	増減
負債合計	28,921	27,628	-1,292
流動負債計	15,839	14,058	-1,780 (※1)
短期借入金	2,470	1,370	-1,100
(一年内)長期 借入金・社債	3,547	4,124	+577
固定負債計	13,081	13,569	+488
長期借入金 ・社債	9,827	10,790	+962
純資産計	19,361	20,463	+1,101
負債・ 純資産計	48,282	48,091	-191

#### 主な増減要因

- ◆ 流動負債の減少 (※1)  
前期比 -1,780百万円
- 【主な要因】
- ✓ 未払法人税等 -1,306百万円



Financial plan and Management Policies  
of FY Ending March 2016

---

2016年3月期 連結業績計画  
及び 経営方針



### 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

単位: 百万円	第2四半期 (累計)			通期		
	2015/3 実績 (A)	2016/3 計画 (B)	増減額 (B-A)	2015/3 実績 (A)	2016/3 計画 (B)	増減額 (B-A)
売上高	27,740	29,200	+1,460	59,221	61,500	+2,279
営業損益	352	△250	-602	2,973	1,800	-1,173
経常損益	238	△400	-638	2,784	1,500	-1,284
当期損益	△72	△500	-428	1,008	700	-308

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

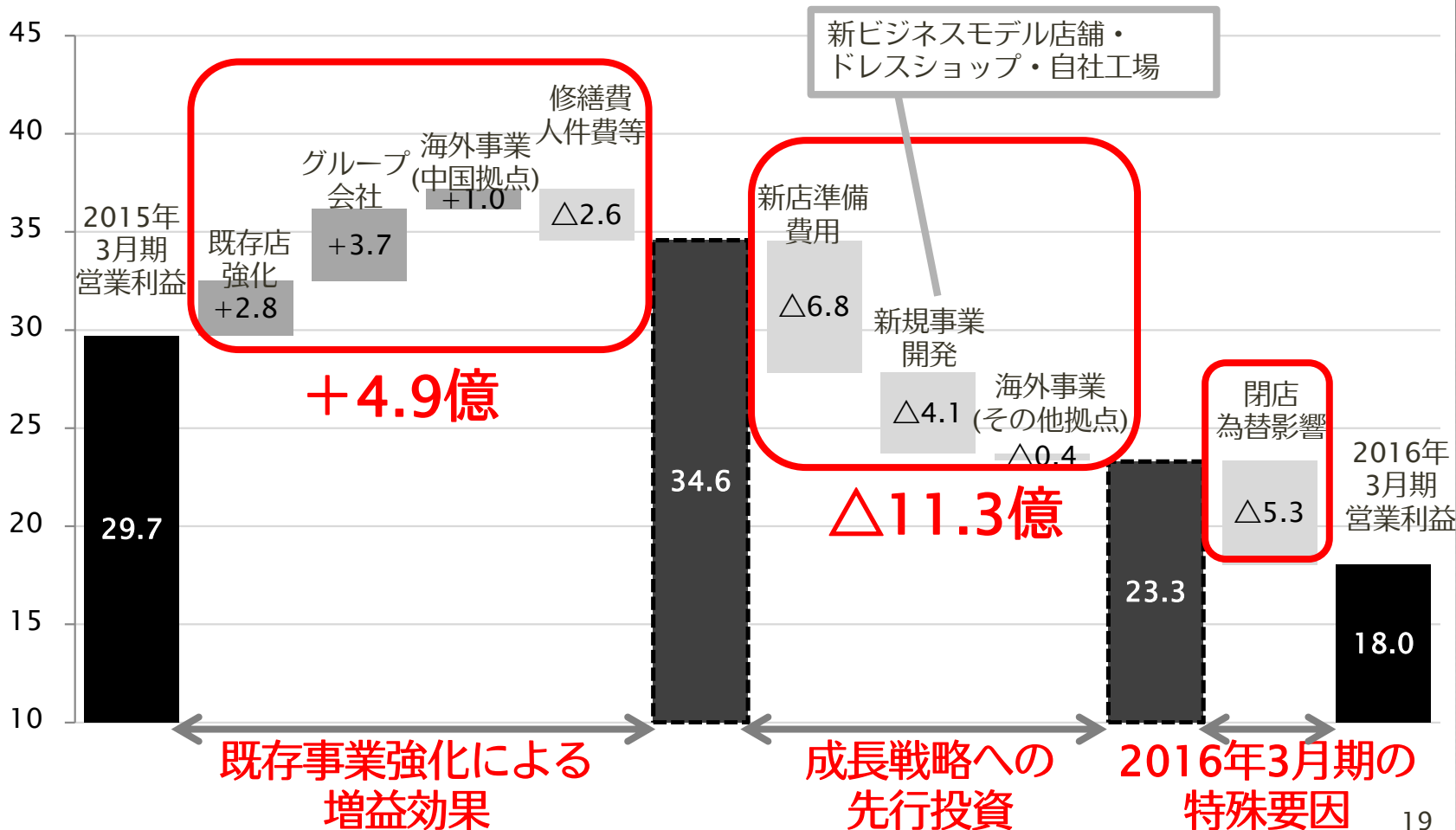
重点テーマ		詳細内容
成長戦略	既存店強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>● マーケティング強化、ハード投資、人材強化といったあらゆる観点から既存店強化を図る</li> <li>● 個店毎の競争環境に応じた施策を実行する</li> </ul>
	新規出店	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「次世代型専門結婚式場」「ライフスタイル型複合施設」を出店する</li> <li>● 新たにホテル事業に参入し、新しい市場を創出する</li> </ul>
	新規事業開発	<ul style="list-style-type: 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> <li>● 蘇州工場設立により、商品企画～製造～販売までの一貫体制を実現する</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>

### III 3. 2016年3月期の重点施策と営業利益

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

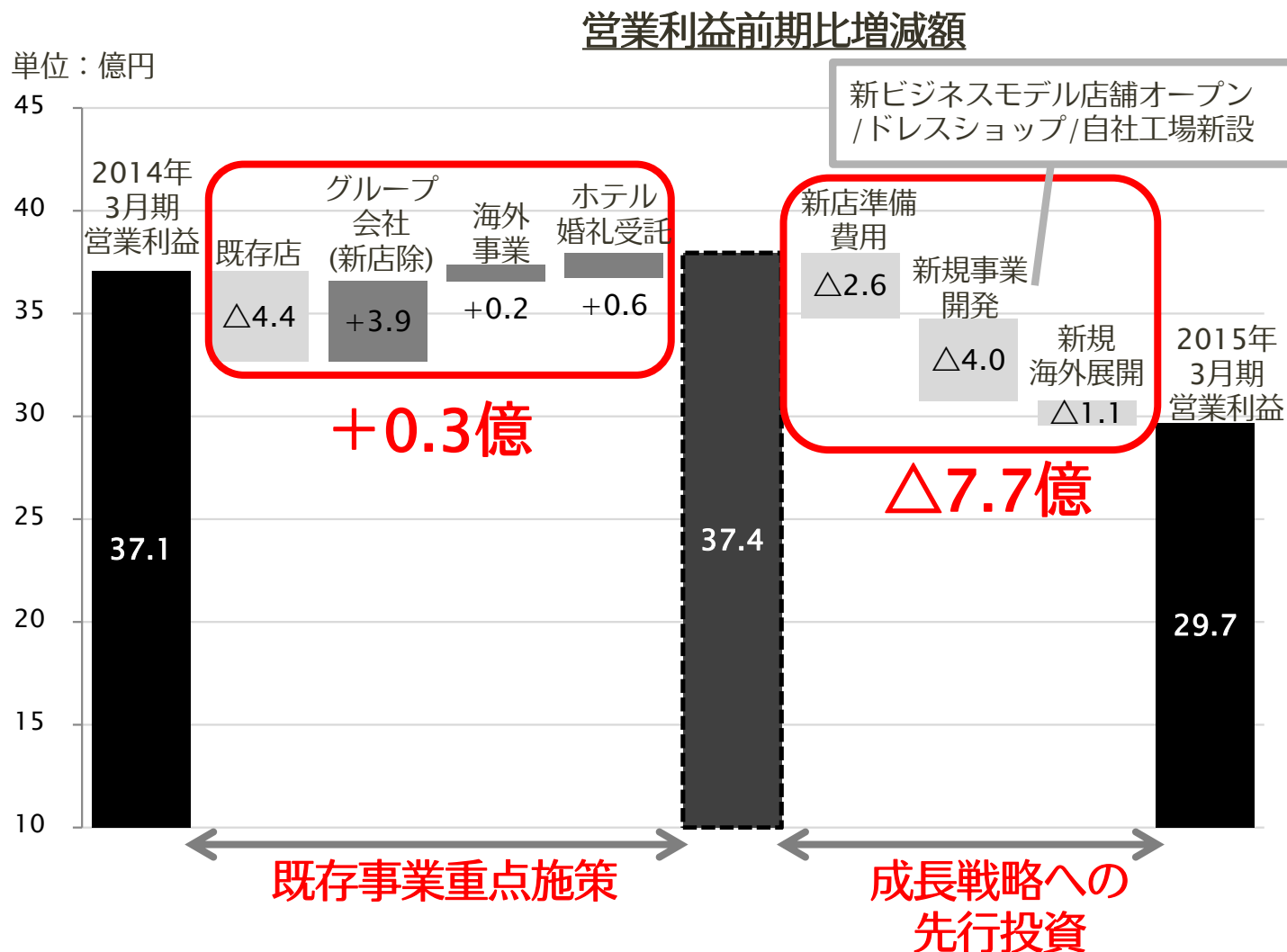
単位：億円



# Ⅲ 【参考】 2015年3月期 営業利益実績

成長戦略への先行投資を除いた2016年3月期の営業利益は  
前期とほぼ同水準(2015年3月期37.4億円 2016年3月期34.6億円)

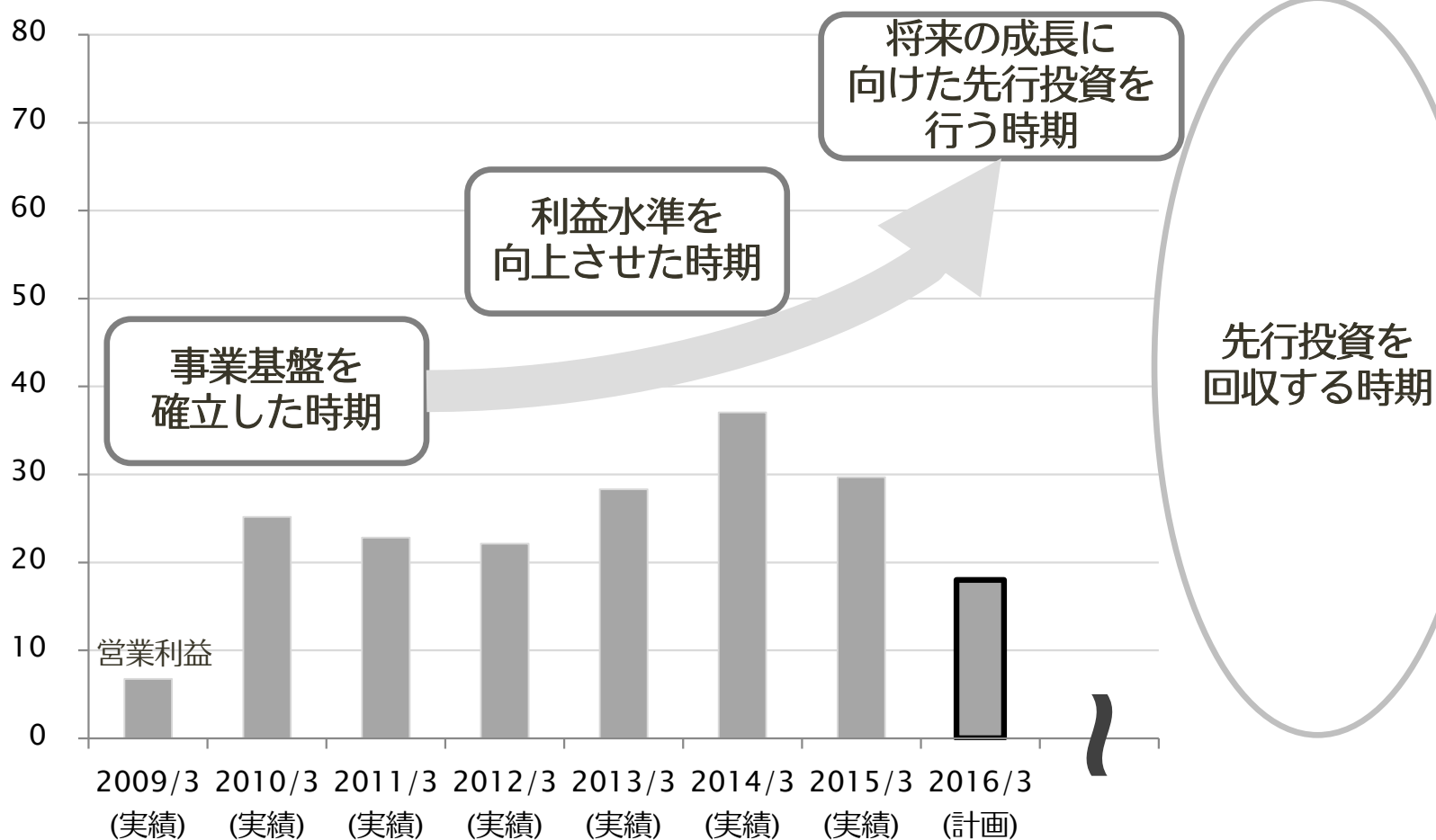
再掲



### Ⅲ 【参考】 営業利益の推移

2016年3月期は次の成長期に向けた先行投資時期となる

単位：億円



### Ⅲ 4-1. 既存店強化対策

既存店  
強化

新規  
出店

新規  
事業  
開発

海外  
展開  
強化

## 2016年3月期の増収実現に向け、より細やかな 「個店戦略」を推進する

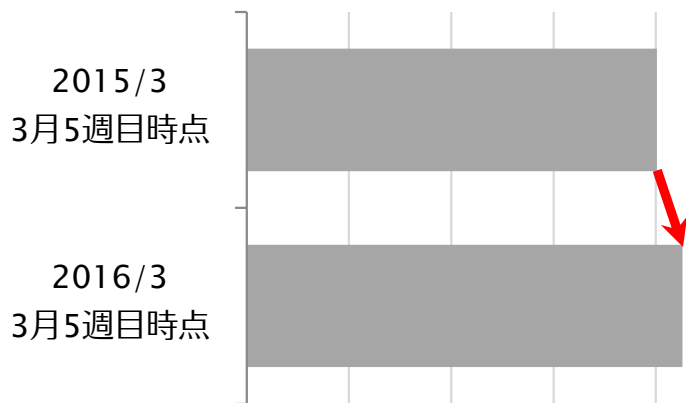
項目	対策	具体的取組内容
集客力向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● マーケティング改革実施</li> <li>● 「コンタクトセンター」新設</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗毎に最適な広告媒体ミックスの見直しを実施</li> <li>● WEB・スマートフォン向けサイトの拡充、SNS戦略を強化</li> <li>● 会場別でターゲットに合わせた出稿モデルを構築</li> <li>● 新規お問合せへの対応品質向上の為、コンタクトセンターを設置。順次全国への拡大を予定</li> </ul>
契約率向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「スキルトレーニング部」新設</li> <li>● 「営業スーパーバイザー」設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 営業支援体制を強化</li> </ul>
組織体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「事業戦略部」新設</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>
中長期的対策	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大型リニューアル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ポテンシャルの高い店舗を選定し、今後数ヶ年で大型リニューアルを検討</li> </ul>

2015年3月末時点で2016年3月期受注組数は  
既存店ベースで、前期比103%

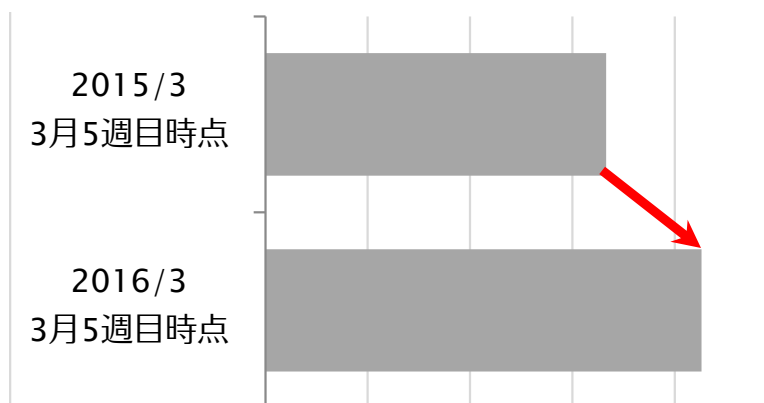
2016年3月期受注組数 対前期改善度

全店状況 (2015年3月期閉店店舗含む)

既存店状況 (2015年3月期閉店店舗除く)



前期比  
101%



前期比  
103%

# III 4-2-1. 新規出店概要

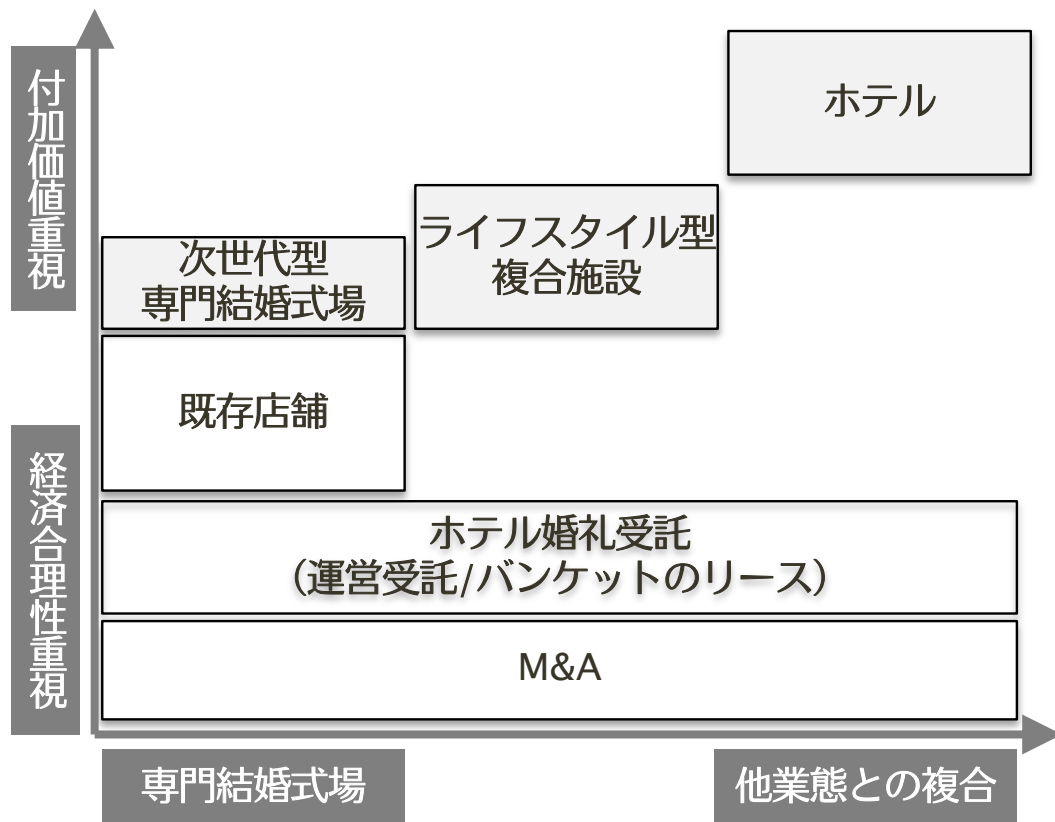
既存店  
強化

新規  
出店

新規  
事業  
開発

海外  
展開  
強化

「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

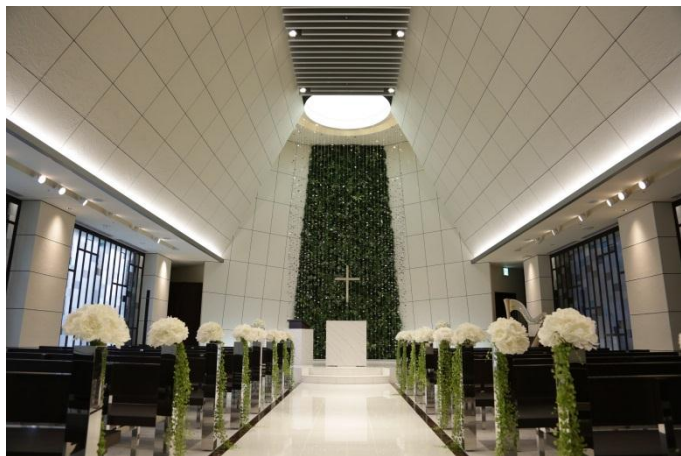


## 2015年3月以降、東京・京都・横浜において 新規出店が決定

出店場所	施設名	オープン	進捗/強み
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」も本格的な営業を開始。その他、 ウェディングサロン、控室等も充実の設備。 <b>受注件数は、計画を上回って推移</b>
京都 四条烏丸	InStyle wedding KYOTO	2015年 9月	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。 <b>受注活動を開始</b>
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

## 2015年3月 HARMONIE SOLUNA 表参道グランドオープン 受注件数は、計画を上回って進捗

  
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。

## 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



### InStyle wedding KYOTO

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。



### III 4-3. 新規事業開発概要

既存店  
強化

新規  
出店

新規  
事業  
開発

海外  
展開  
強化

渋谷店舗の2016年3月期受注進捗が好調  
件数・単価共に大幅上昇し、予約枠が埋まっている状態

施設名	オープン	進捗状況
“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"> <li>● 2016年3月期受注件数： <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>前期比大幅増</b></li> <li>✓ <b>既に2016年3月期の予約枠が埋まっている状態</b></li> <li>✓ 2017年3月期の契約に向けた営業活動中</li> </ul> </li> <li>● 単価：<b>リニューアル前と比べ上昇</b></li> <li>● 「自由度が高い」また「海外挙式スタイル」といった新たなウェディングスタイルを希望する顧客を取込</li> </ul>
“MIRROR MIRROR” (表参道)	2014年 10月	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ドレスショップ契約率はほぼ計画通りで推移</li> </ul>
自社工場 (中国・蘇州)	2014年 2月	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 稼働開始、既に国内店舗で装飾品等の販売開始</li> </ul>



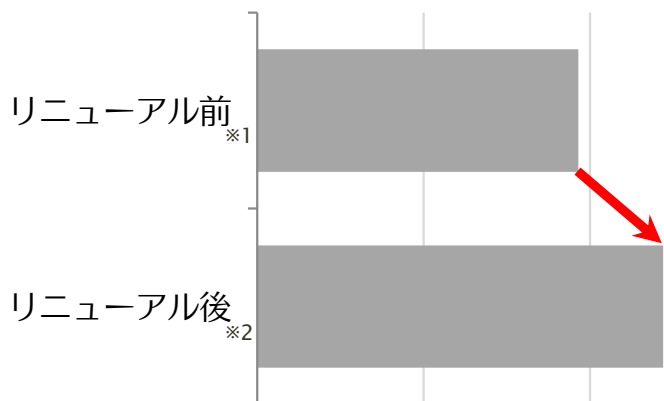
TRUNK BY SHOTO GALLERY



MIRROR MIRROR

TRUNK BY SHOTO GALLERYの単価及び1パーティー当たりの人数はリニューアル前に比べ、それぞれ113%と141%で推移

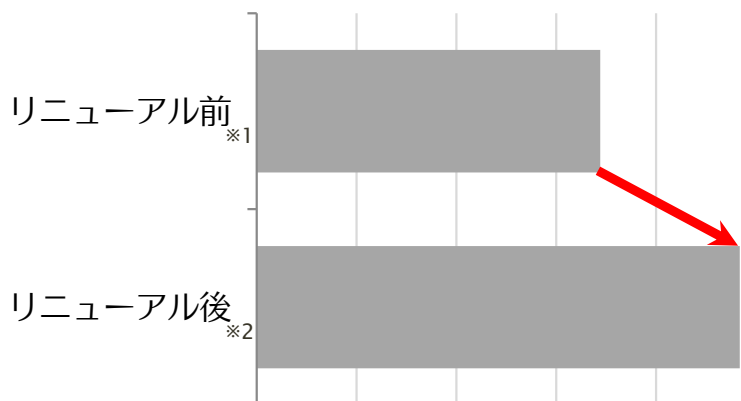
単価比較



リニューアル前対比  
113%



1パーティー当たり人数比較



リニューアル前対比  
141%



※1:リニューアルは2014年4月～2014年8月の平均数値

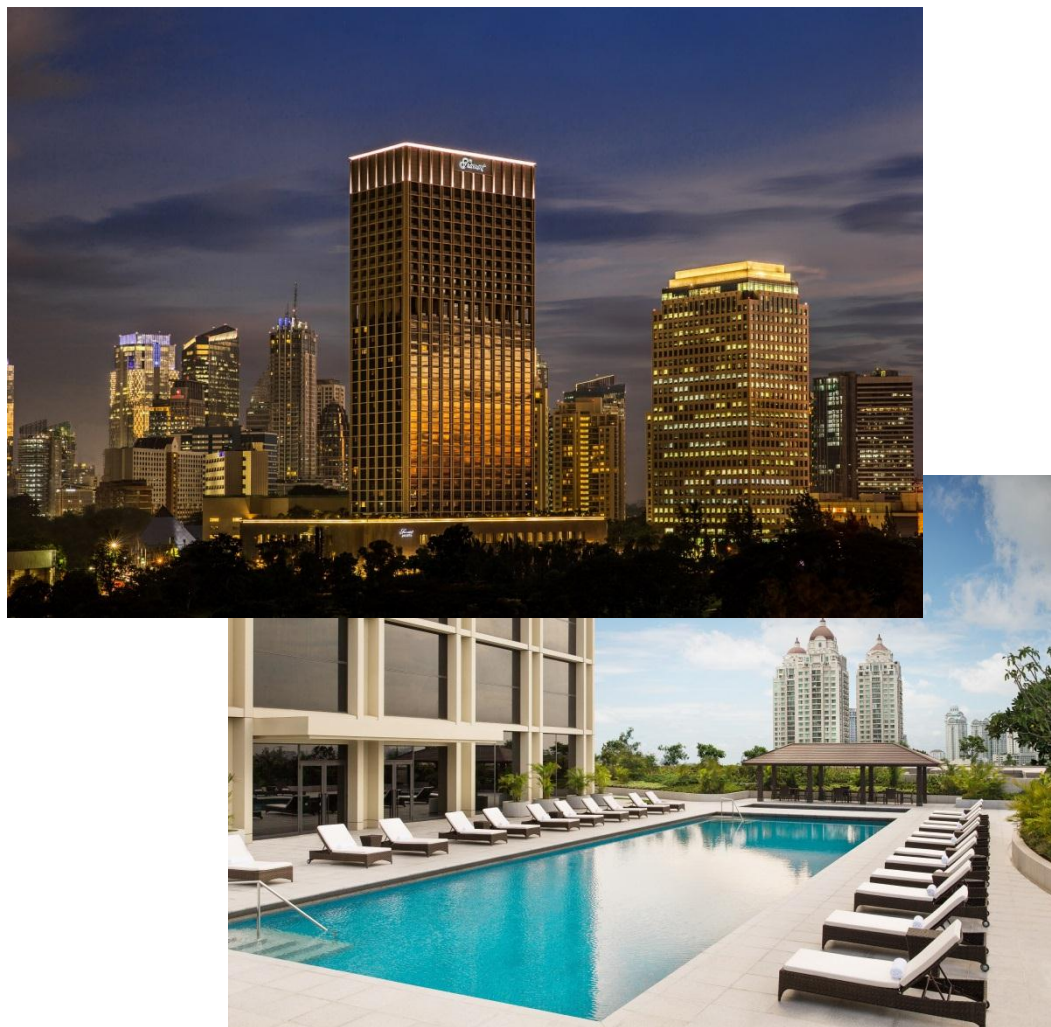
※2:リニューアル後は2014年11月～2015年3月の平均数値

都内に自社ドレスショップ第一号をオープン  
顧客満足度及び収益性の向上を目指す

- ドレスの内製化を本格推進
- 欧米におけるトレンド最先端の高単価なインポートドレスをラインナップ
- 顧客満足度及び収益性の向上を目指す



## 海外での事業経験を活かし、ジャカルタ進出 婚礼プロデュース新規業務提携



### ジャカルタでの事業展開

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。

# 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



## 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

## 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。



# 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



## クリスタルチャペル

### 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

# 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

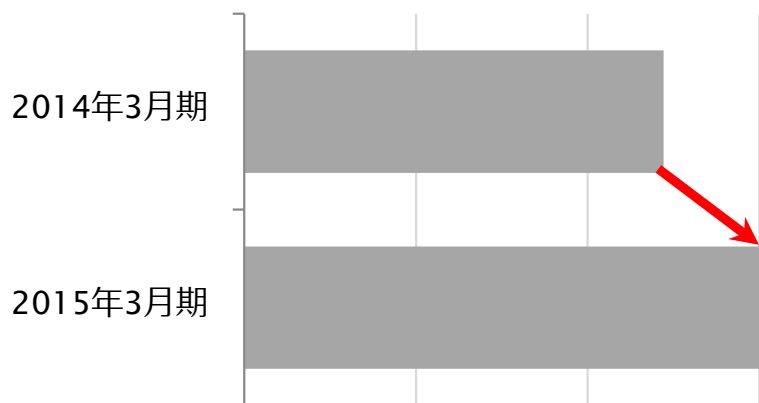
営業時間

11:00~20:00 (水曜定休)



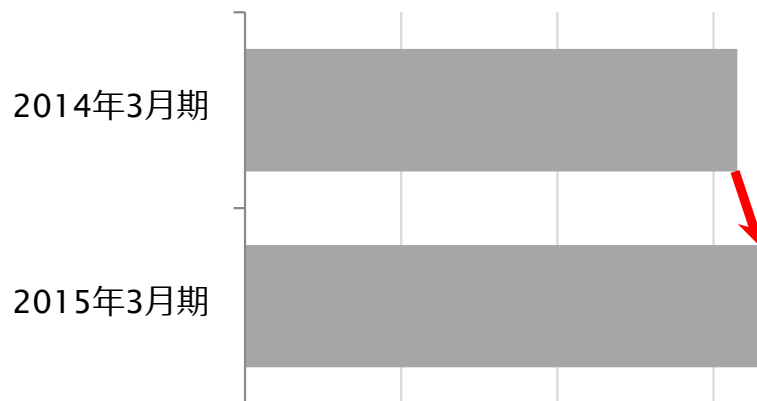
海外リゾートウェディングの件数・単価は  
前期比でそれぞれ、111%と105%で推移

件数比較



前期比  
111%

単価比較



前期比  
105%

## Dividend Forecast of FY Ending March 2016

---

2016年3月期 配当予想

## IV 1. 2016年3月期 配当予想について

1株当たり15円の期末配当を予想

	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

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS