

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1四半期決算説明資料

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 経営企画部

Tel 03-6833-1172

E-Mail ir@tgn.co.jp

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

I.	2016年3月期第1四半期連結決算概要	P4-11
1.	総括	P5
2.	連結 損益計算書	P6-9
3.	連結 貸借対照表	P10-11
II.	2016年3月期 重点施策	P12-26
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
III.	2016年3月期 連結通期業績計画及び配当予想	P27-29
1.	2016年3月期 連結 通期業績計画	P28
2.	2016年3月期 配当予想について	P29

Results of First Quarter
FY Ending March 2016

2016年3月期 第1四半期連結決算概要

I 1. 2016年3月期第1四半期 総括

売上高・売上総利益は概ね計画通り着地

国内直営店の取扱組数が前年増により直営店売上も前年増
直営店の挙式披露宴単価は**402.4**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**+2.2pt**

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**12%**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**+3.1**億円

I 2-1. 連結 損益計算書 概要

売上高・売上総利益は概ね計画通り着地

単位: 百万円	2016/3 1Q計画	2016/3 1Q実績	計画比	(参考) 2015/3 1Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	14,400	14,319	-81	13,959	+360 (※1)
売上 総利益	8,400 58.3%	8,380 58.5%	-20 +0.2pt	7,854 56.3%	+525 +2.2pt (※2)
販管費	8,300 57.6%	8,055 56.3%	-245 -1.3pt	7,746 55.5%	+308 (※3) +0.8pt
営業 利益	100 0.7%	324 2.3%	+224 +1.6pt	108 0.8%	+216 +1.5pt
経常 利益	0 0.0%	302 2.1%	+302 +2.1pt	53 0.4%	+249 +1.7pt
四半期 純利益	△50 △0.3%	51 0.4%	+101 +0.7pt	△49 △0.4%	+100 +0.8pt

(第1四半期) 前期比差異要因

- 売上高 (※1)
前期比 +360百万円
(主な要因)
✓ 沖縄・グアムの海外リゾートの
件数増及び単価増
- 売上総利益率 (※2)
前期比 +2.2pt
(主な要因)
✓ 継続的な収益改善取組
- 販管費 (※3)
前期比 +308百万円
(主な要因)
✓ 新店準備費用
✓ 成長戦略に向けた人件費増

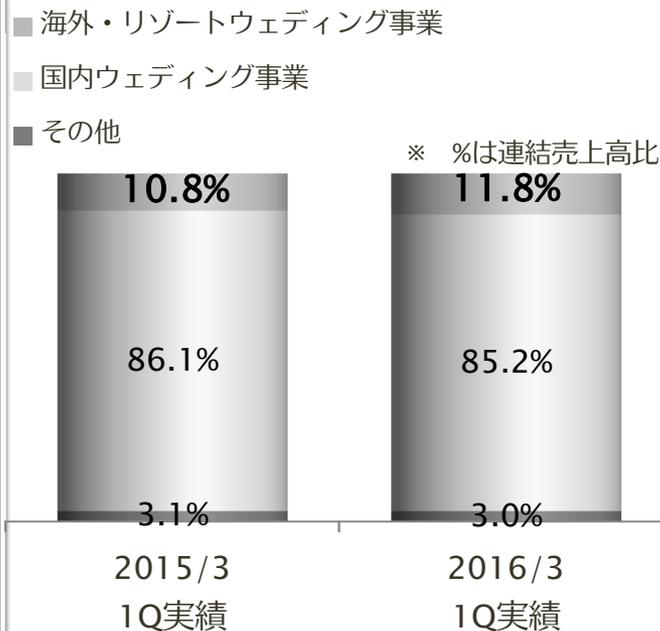
※ %は売上高比

2-2. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

海外・リゾートウェディング事業は引き続き堅調に推移
海外売上高比率は11.8%へ拡大

単位：百万円	2015/3 1Q実績	2016/3 1Q実績
国内ウェディング事業	12,023 (86.1%)	12,204 (85.2%)
直営店	10,828 (77.6%)	10,980 (76.7%)
コンサルティング型	558 (4.0%)	480 (3.4%)
(参考) 取扱高	1,273	1,199
その他	636 (4.6%)	743 (5.2%)
海外・リゾートウェディング事業	1,504 (10.8%)	1,688 (11.8%)
その他	431 (3.1%)	426 (3.0%)
連結売上高	13,959	14,319

(第1四半期) 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10.8% → 11.8%

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

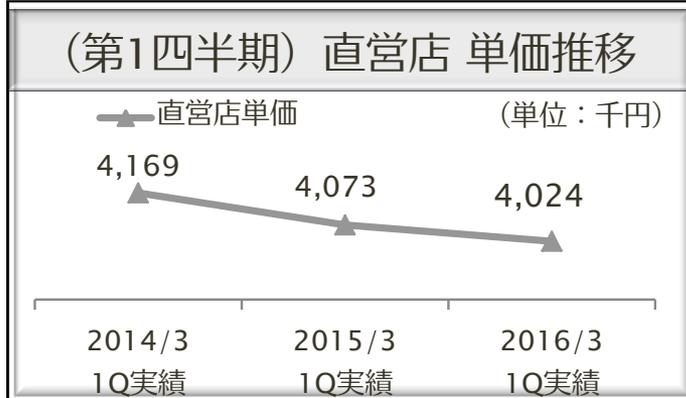
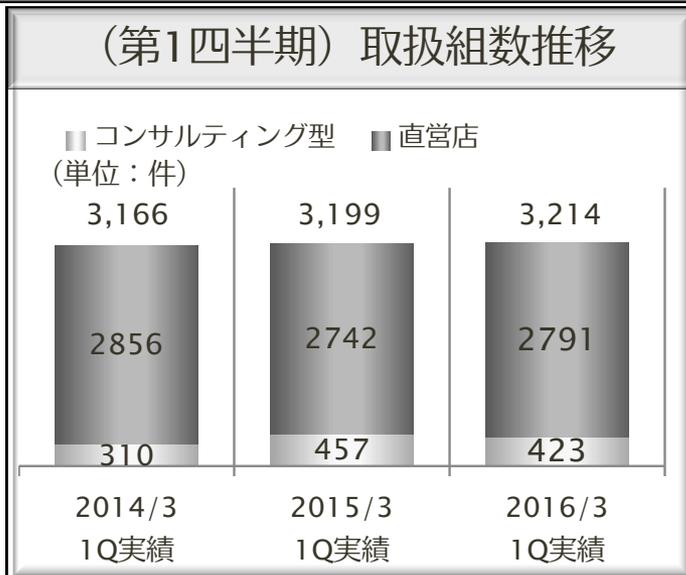
※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。

※ 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）

I 2-3. 国内ウェディング事業 内訳

直営店は取扱組数・単価が計画値を上回る
コンサルティング型は概ね計画通り着地

単位: 百万円	2016/3 1Q計画	2016/3 1Q実績	計画比	(参考) 2015/3 1Q実績	(参考) 前年 同期比
直営店					
売上高	10,780	10,980	+200	10,828	+152
取扱組数	2,740	2,791	+51	2,742	+49
平均単価 (千円)	4,000	4,024	+24	4,073	-49
平均人数	76	75	-1	76	-1
コンサルティング型					
取扱高	1,195	1,199	+4	1,273	-74
取扱組数	424	423	-1	457	-34

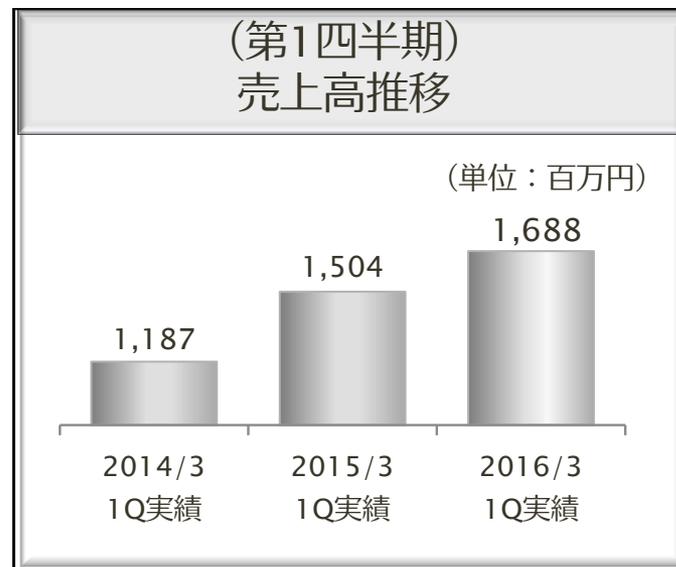


※ 直営店には、(株)T&G、(株)ブライズワード、(株)courtshipを含む。
 ※ コンサルティング型にはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。
 ※ コンサルティング型取扱高: 対象ホテルにおける売上高(ホテル婚礼運営受託分) + T&G売上高(レストラン提携等)

2-4. 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・前期を
共に上回り順調に推移

単位: 百万円	2016/3 1Q計画	2016/3 1Q実績	計画比	(参考) 2015/3 1Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	1,675	1,688	+13	1,504	+184
営業利益	△70	△6	+64	△63	+57



※ 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 (沖縄)



2015年1月 クリスタルチャペル
(グアム ホテル・ニッコー・グアム)



2015年1月 梅田サロン

I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

主に新規出店により固定資産増加

単位: 百万円	2015/ 3末	2015/ 6末	増減
流動資産	9,485	8,930	-554
現金及び預金	5,111	4,822	-288
固定資産	38,605	39,204	+598
有形固定資産	25,564	26,415	+851 (※1)
無形固定資産	2,187	2,293	+106
投資その他 資産	10,853	10,495	-358 (※2)
資産計	48,091	48,135	+43

主な増減要因

- 有形固定資産の増加 (※1)
前期末比 +851百万円
(主な要因)
✓ 新規出店 +940百万円
- 投資その他資産の減少 (※2)
前期末比 -358百万円
(主な要因)
✓ 敷金保証金 -157百万円

I 3-2. 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177億円

単位: 百万円	2015/ 3末	2015/ 6末	増減
負債合計	27,628	27,818	+190
流動負債計	14,058	14,254	+196
短期借入金	1,370	2,970	+1,600 (※1)
(一年内)長期 借入金・社債	4,124	4,080	-44
固定負債計	13,569	13,563	-6
長期借入金 ・社債	10,790	10,713	-77
純資産計	20,463	20,317	-146
負債・ 純資産計	48,091	48,135	+43
有利子負債	16,285	17,763	+1,478

主な増減要因

- 短期借入金の増加 (※1)
前期末比 +1,600百万円
(主な要因)
✓ 季節変動による短期借入増



Key Measures
FY Ending March 2016

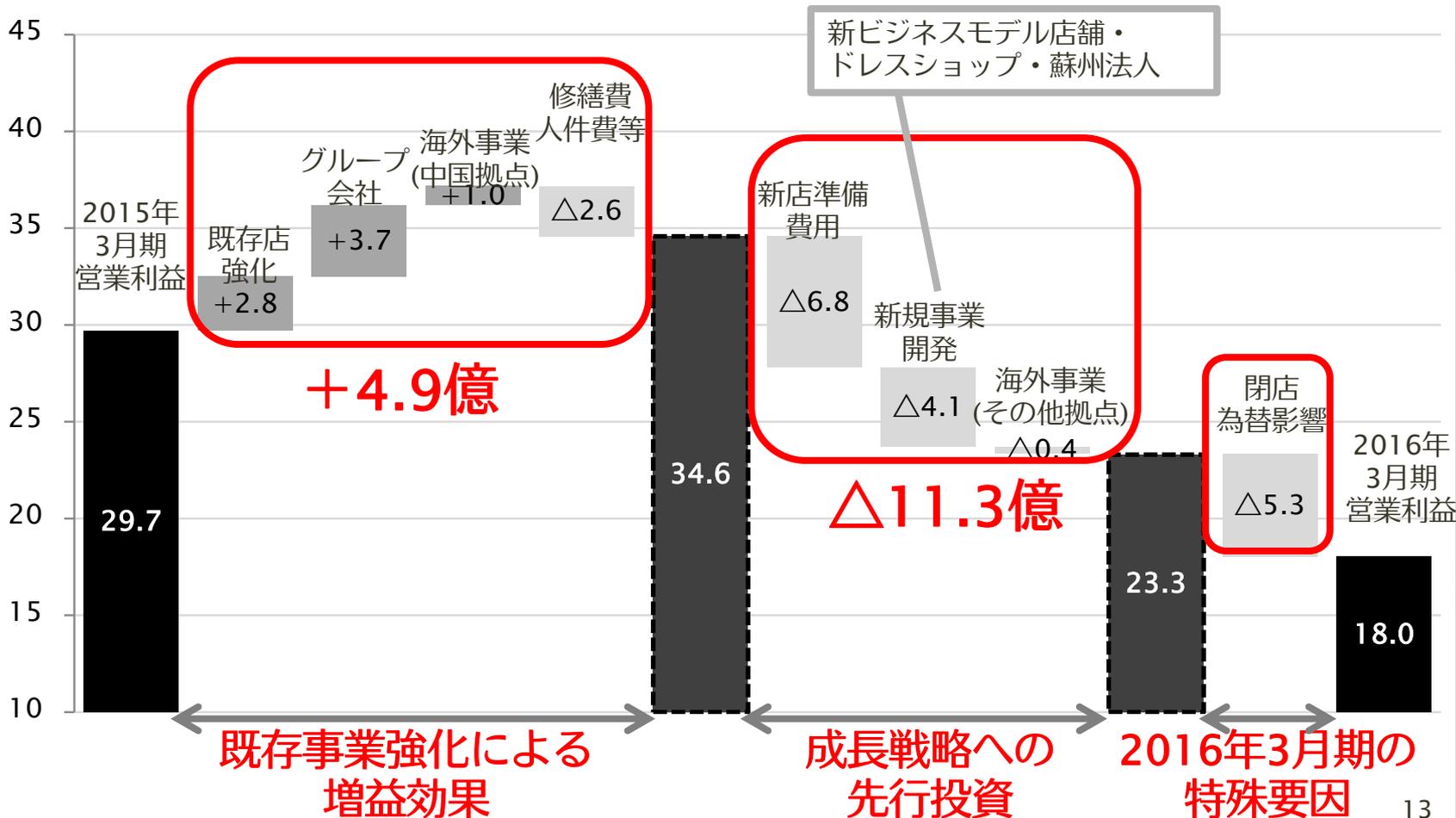
2016年3月期 重点施策

II 1. 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



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"> ● 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 ● 個店毎の競争環境に応じた施策を実行する
	新規出店	<ul style="list-style-type: none"> ● 「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 ● 新たにホテル事業に参入し、新しい市場を創出する
	新規事業開発	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● ドレスの内製化を本格的に推進する ● 蘇州法人活用により、商品企画～製造～販売までの一貫体制を実現する
	海外事業展開の強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● インドネシアでの事業を開始する

II 3-1. 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

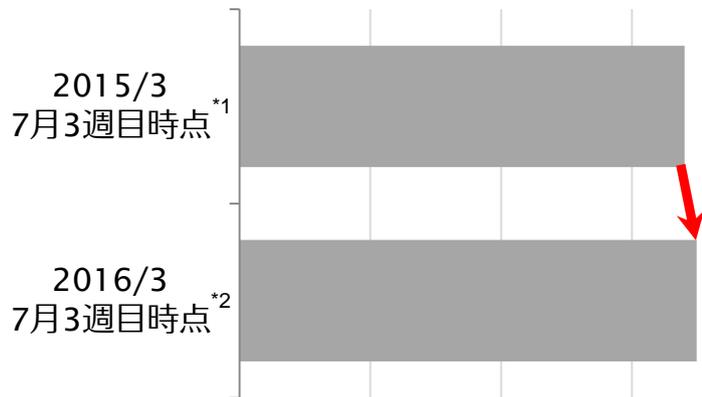
項目	対策	具体的取組内容
集客力向上	<ul style="list-style-type: none"> ● マーケティング改革実施 ● 「コンタクトセンター」新設 	<ul style="list-style-type: none"> ● 店舗毎に最適な広告媒体ミックスの見直しを実施 ● WEB・スマートフォン向けサイトの拡充、SNS戦略を強化 ● 会場別でターゲットに合わせた出稿モデルを構築 ● 新規お問合せへの対応品質向上の為、コンタクトセンターを設置。順次全国への拡大を予定
契約率向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 「スキルトレーニング部」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

2015年7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101.0%

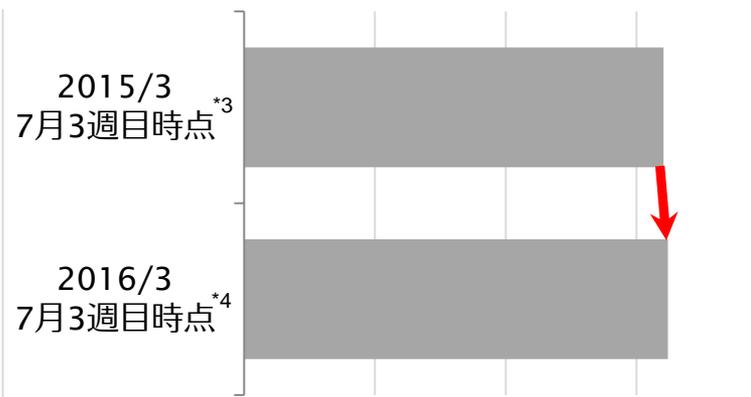
2016年3月期受注組数 対前期比

全店状況

既存店状況（2015年3月期閉店店舗除く）



前期比
101.0%



前期比
100.4%

*12015年3月期7月3週目時点での全店69店舗（株）T&G、(株)ブライズワード、(株)courtshipを含む。以下同様）

*22016年3月期7月3週目時点での全店70店舗

*32015年3月期7月3週目時点での既存店68店舗

*42016年3月期7月3週目時点での既存店68店舗

3-2-1. 新規出店概要

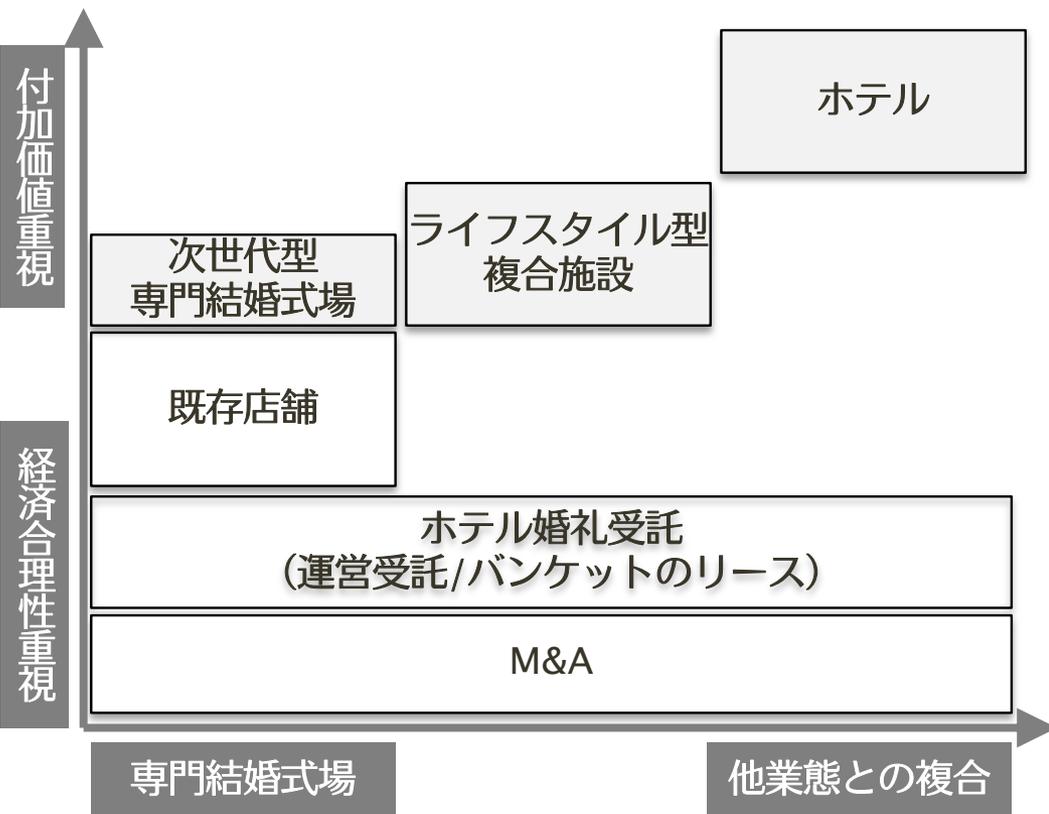
既存店
強化

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

2016年3月期、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	詳細内容/進捗
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。 受注活動を開始
横浜	BAYSIDE GEIHIRKAN VERANDA minatomirai	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

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で、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ます。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してまいります。



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



BAYSIDE GEIHKAN VERANDA minatomirai

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してまいります。

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おります。

II 3-3. 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

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

TRUNK BY SHOTO GALLERYは受注進捗が好調 前期に比べ、件数が大幅上昇

施設名	オープン	進捗状況
“TRUNK BY SHOTO GALLERY” (渋谷)	2014年 11月	<ul style="list-style-type: none"> ● 営業進捗が好調に推移 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 2016年3月期受注件数が前期比大幅増 ✓ 2017年3月期の契約に向けた営業活動中 ● 「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
“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
蘇州法人	2014年 2月	<ul style="list-style-type: none"> ● 渋谷店舗を中心に都内にて、装飾品を継続的に調達 ● 全国7店舗に向けても装飾品の横展開を秋に実施



TRUNK BY SHOTO GALLERY



MIRROR MIRROR

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

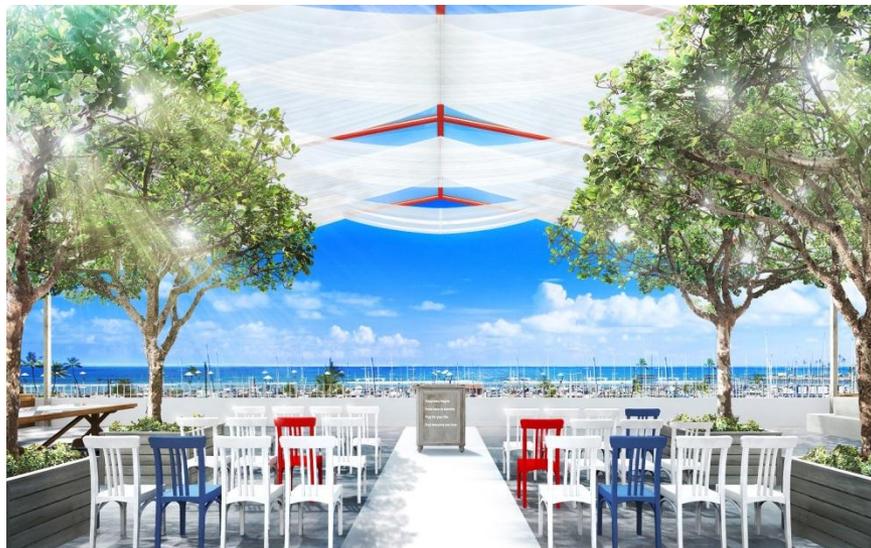
- ドレスの内製化を本格推進
- 欧米におけるトレンド最先端の高単価なインポートドレスをラインナップ
- 顧客満足度及び収益性の向上を目指す



リゾートウェディングでは新規施設開設 販売店舗網の拡大、収益力向上を図る

事業領域	重点テーマ	詳細内容
リゾート ウェディング	新規施設開設	<ul style="list-style-type: none"> ● 2015年度及び、2016年度以降の新規施設展開への準備を進める
	販売店舗網の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 2015年1月に大阪梅田にサロンを新設し、今後も継続的に、より強固な販売網を構築していく ● 当社サロン経由での、1Qの施工件数前期比は124%
	収益力向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 名古屋・仙台・福岡をはじめとして、ドレスショップをオープンさせ、継続的に収益向上を図る ● 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

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2015年8月より開始



ザ・モダンホノルル

挙式開始
2016年1月

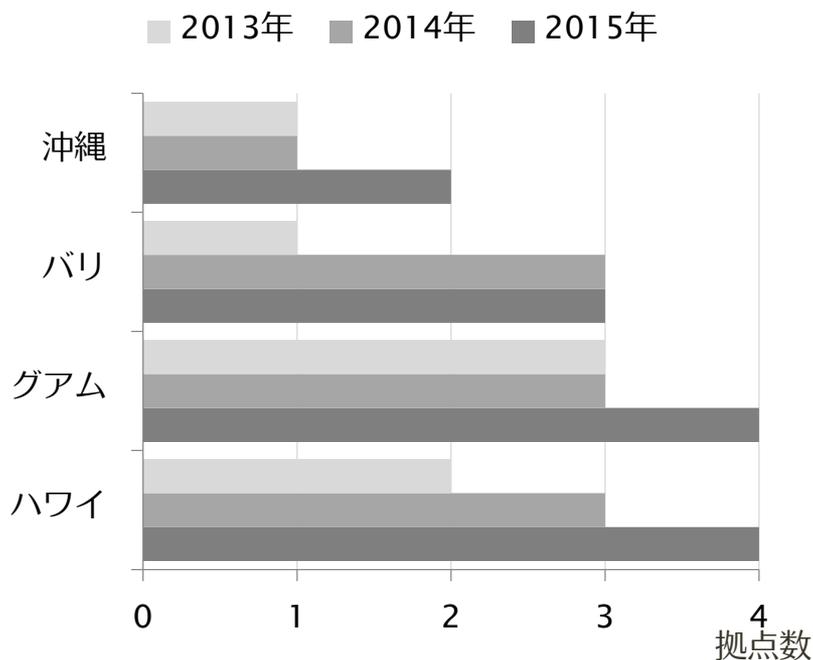
住所
1775 Ala Moana Boulevard
Honolulu, Hawaii 96815

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す。

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

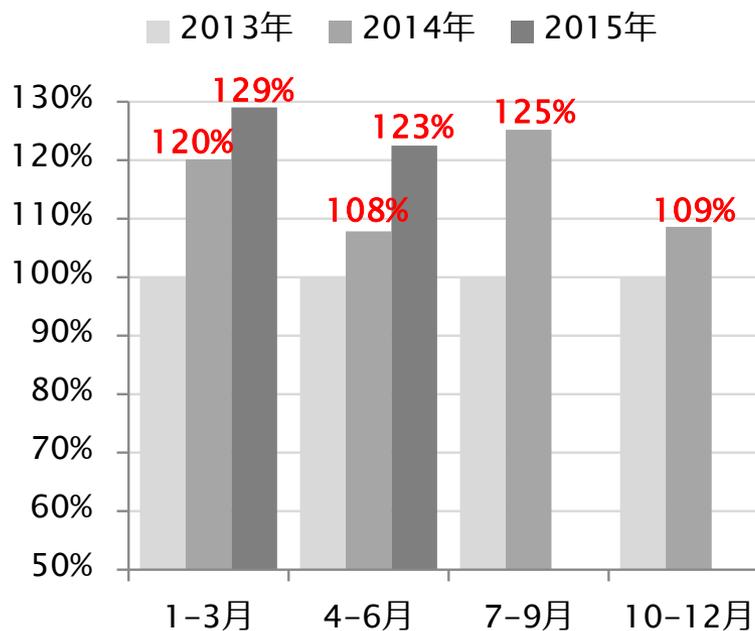
拠点数比較*1

*1拠点数の比較は、各年6月末時点での拠点数を表示

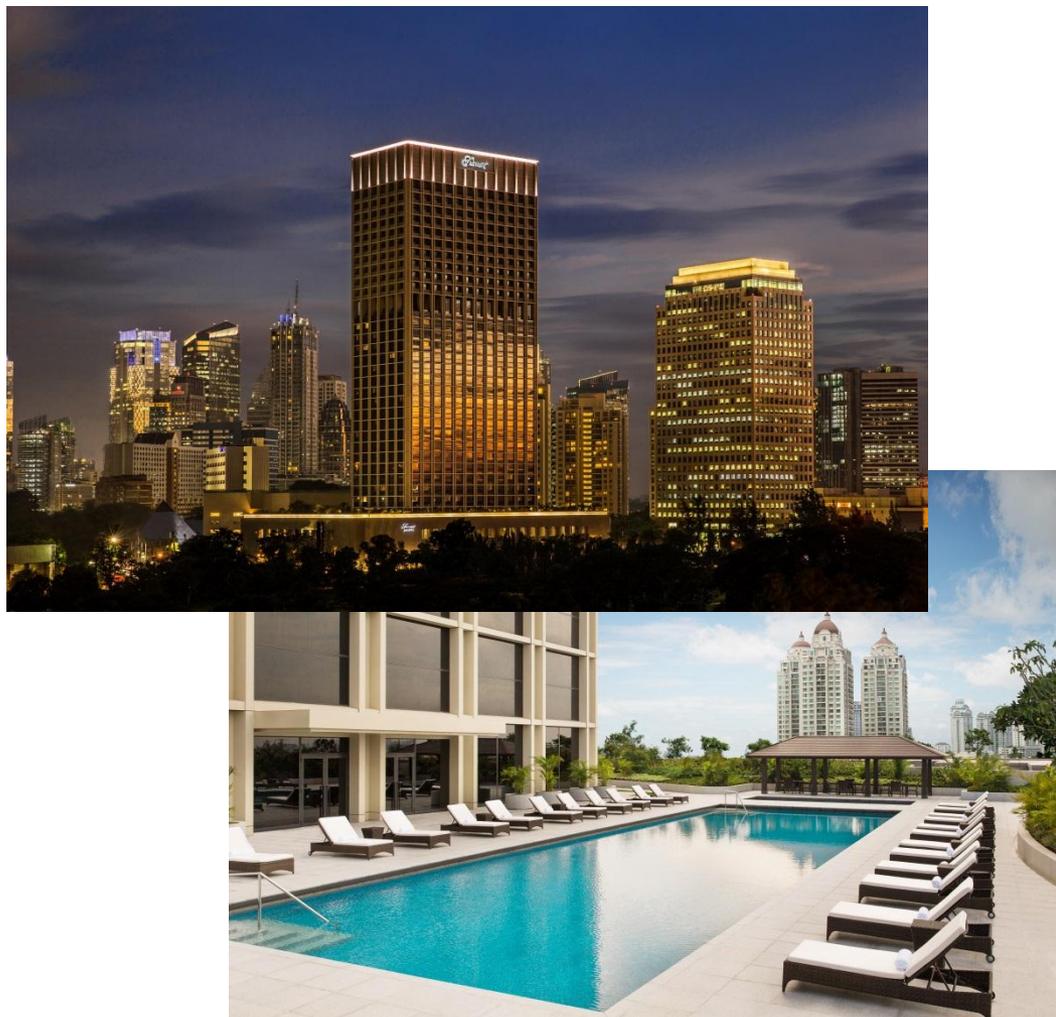


件数比較*2

*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



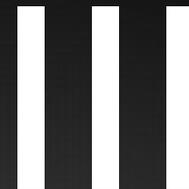
ジャカルタにて婚礼プロデュース新規業務提携 婚礼プロデュース新規業務提携



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。



Financial Plan and Dividend Forecast of FY Ending March 2016

2016年3月期 連結通期業績計画及び
配当予想

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	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

III 2. 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
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

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS