

APPENDIX

補足資料

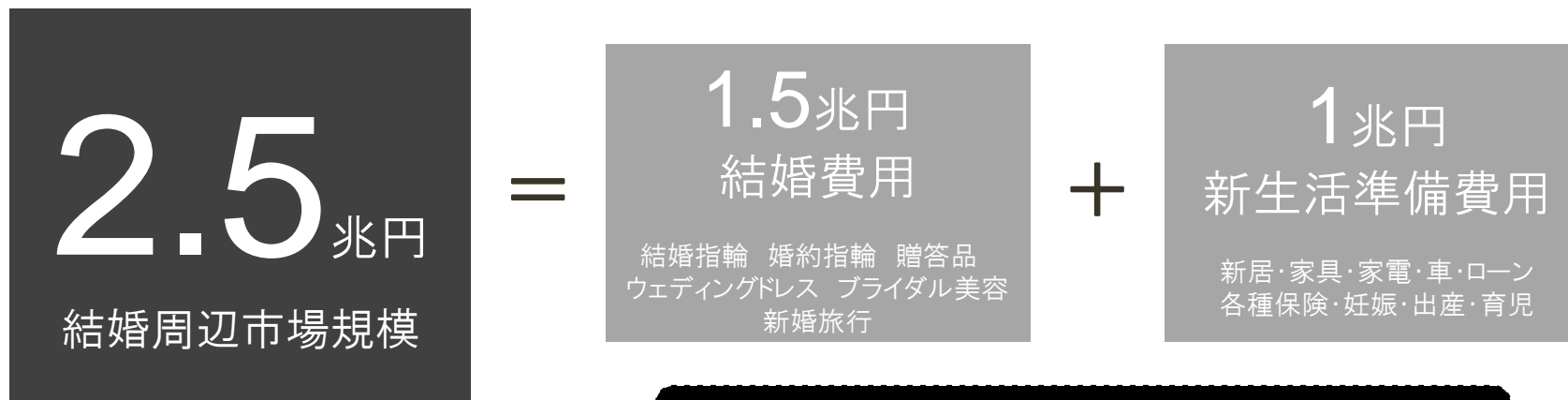
目次

1. 業界概況	P3-7
2. 当社の事業内容	P8-12
3. 当社のポジショニング	P13-18
4. 当社の強み	P19-26
5. 会社概要	P27-32

1. 業界概況

国内ウェディング市場規模

結婚周辺市場規模



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

DATA: 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2017年版」およびゼクシィ新生活準備調査2016より弊社作成

挙式披露宴市場規模

- 挙式披露宴平均単価(全国)

359.7万円

DATA: 株式会社リクルート ゼクシィ結婚トレンド調査2016

- 2016年の婚姻組数

621,000組

DATA: 厚生労働省 平成28年人口動態統計(推計数)

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)

53.8%

DATA: 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2017年版」

T&G

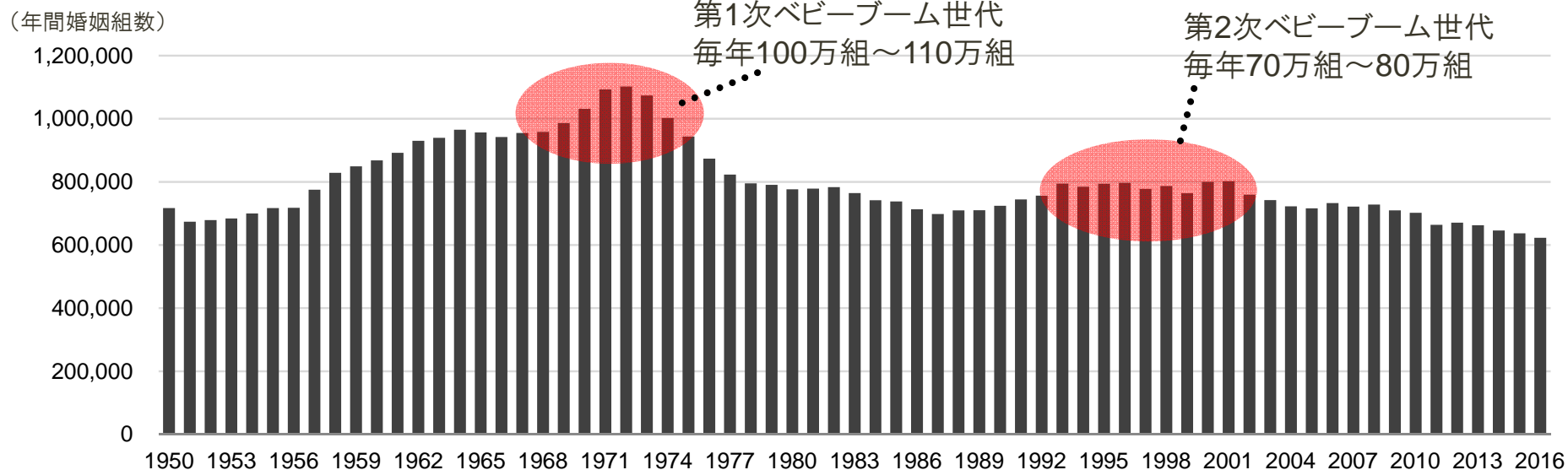
- 2017年3月期年間挙式披露宴組数(実績)

直営店
コンサルティング型
リゾート 合計

19,894組

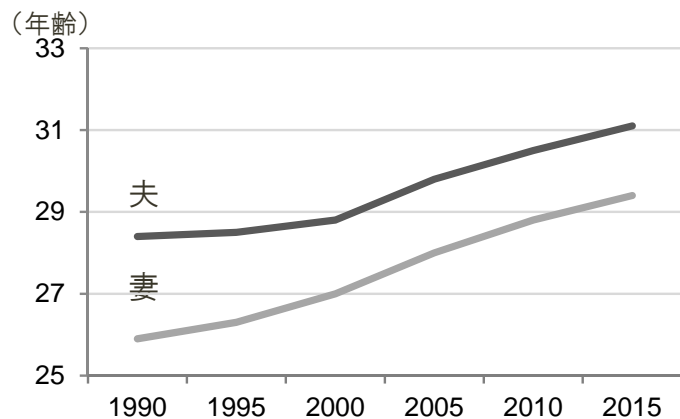
国内婚姻組数の推移

日本の婚姻組数の推移



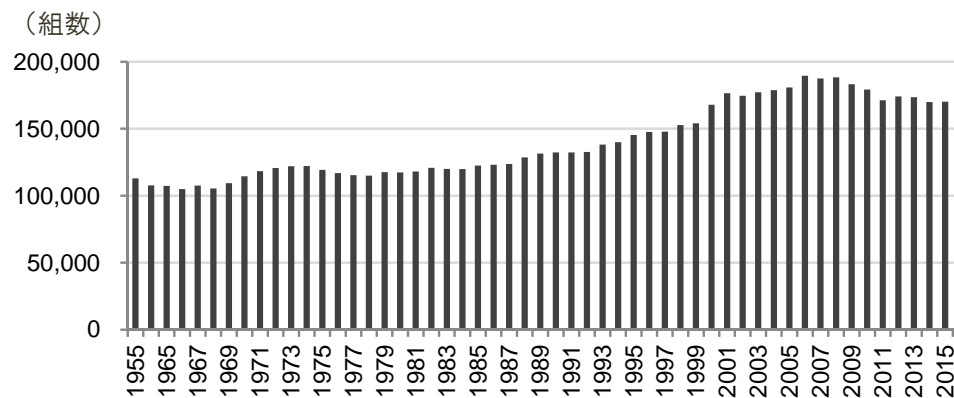
DATA:厚生労働省 平成28年人口動態統計(推計数)

(参考)初婚年齢の推移



DATA:厚生労働省 平成28年人口動態統計

(参考)日本の再婚組数の推移

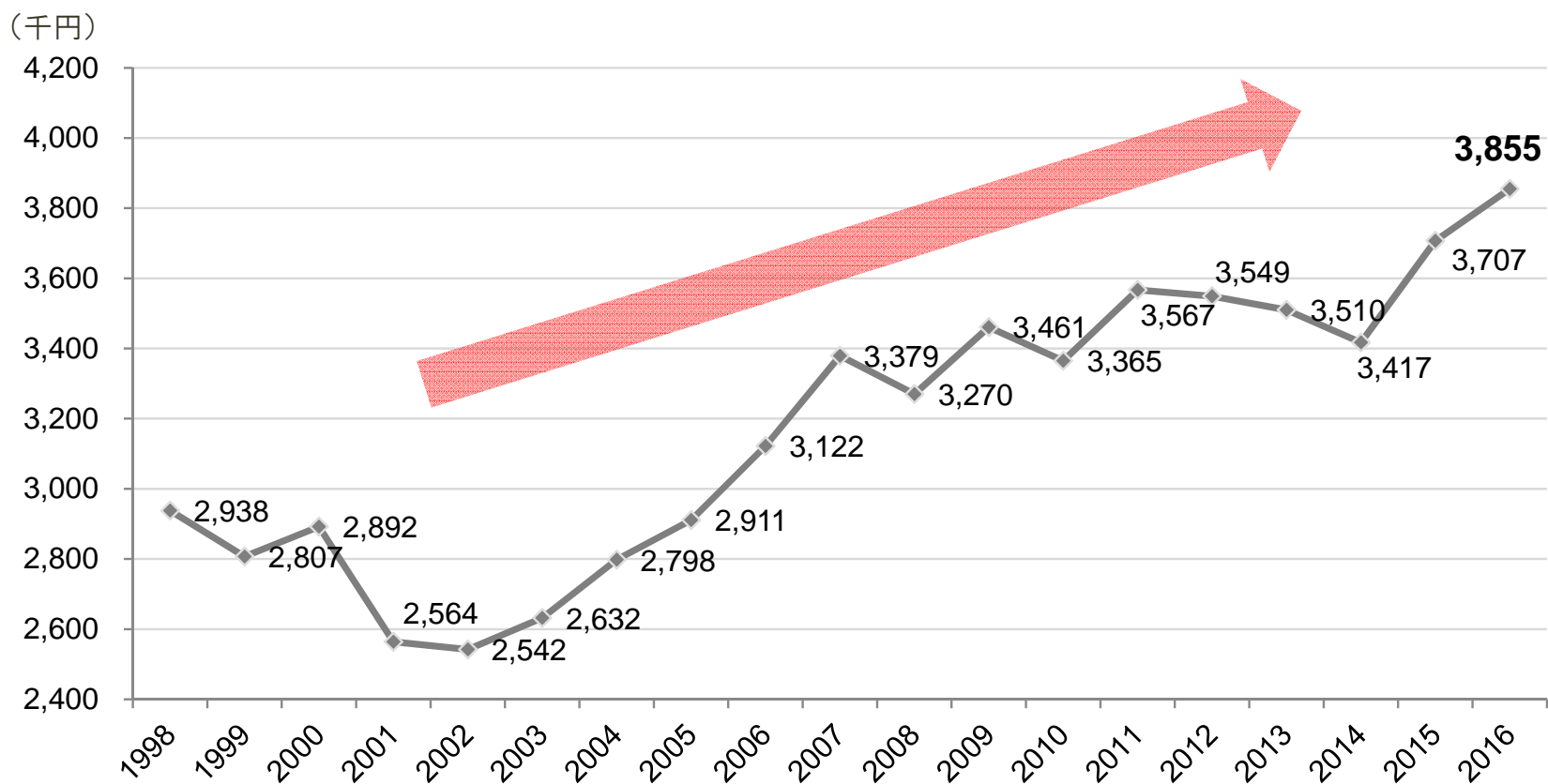


DATA:厚生労働省 平成28年人口動態統計調査特殊報告

国内挙式披露宴単価の推移

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

首都圏の挙式披露宴平均単価の推移

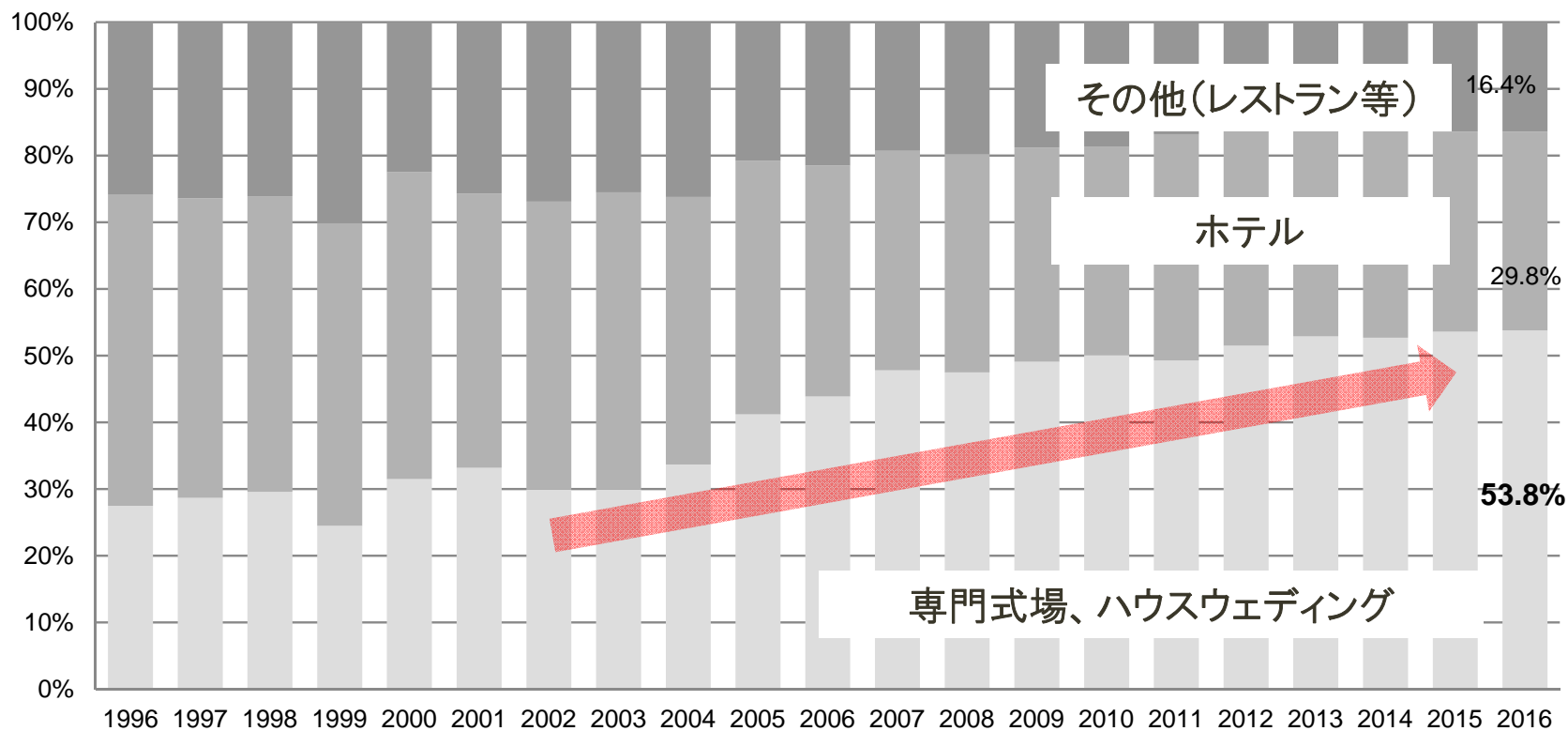


DATA:株式会社リクルート ゼクシィ結婚トレンド調査1998-2016

国内挙式披露宴市場動向

国内挙式における ハウスウェディングのシェアは右肩上がり

挙式披露宴実施会場の動向(全国)



1998～
T&G設立

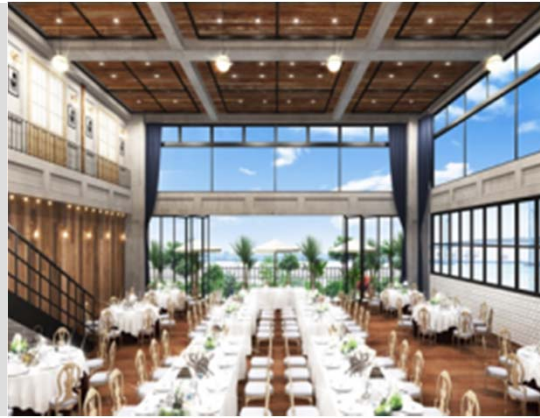
2001～
T&G直営店舗運営開始

2. 当社の事業内容

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



ホテル
運営



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

海外・リゾート
ウェディングプロデュース



オートクチュールデザイン

著名人ウェディング

イベントプロデュース
Premium Party &
Conference



レストラン
運営

直営店:68店舗(101会場)※(株)ブライズワード 10店舗 21会場

(2017年4月30日現在)

■ 近畿エリア

アーセンティア迎賓館(大阪)
 アーフェリーク迎賓館(大阪)
 アクアガーデンテラス(大阪)
 ベイサイド迎賓館(神戸)
 山手迎賓館(神戸三宮)
 アーヴェリール迎賓館(姫路)
 北山迎賓館(京都)
 InStyle wedding KYOTO(京都)
 アクアテラス迎賓館(大津)
 ベイサイド迎賓館(和歌山)
 アルモニーアンブラッセ(大阪)※
 アルモニーアンブラッセイトハウス(大阪)※
 アルモニーアッシュ(姫路)※

■ 中国・四国エリア

アーククラブ迎賓館(広島)
 アーククラブ迎賓館(福山)
 アーヴェリール迎賓館(岡山)
 アーヴェリール迎賓館(高松)
 ベイサイド迎賓館(松山)
 ヒルサイドクラブ迎賓館(徳島)

■ 九州エリア

アーカンジェル迎賓館(福岡)
 アーフェリーク迎賓館(福岡)
 アーフェリーク迎賓館(小倉)
 ベイサイド迎賓館(長崎)

■ 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(松本)
 アルモニーピアン(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	TRUNK BY SHOTO GALLERY(松涛)
麻布迎賓館	ヒルサイドクラブ迎賓館(八王子)
青山迎賓館	ヴィクトリアガーデン
アーフェリーク白金	恵比寿迎賓館※
白金倶楽部	アルモニーソルーナ表参道※
表参道TERRACE	

■ 関東エリア

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)
 アーセンティア迎賓館(柏)
 アーヴェリール迎賓館(大宮)
 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)
 山手迎賓館(横浜山手)
 BAYSIDE GEIHIKANKAN VERANDA minatomirai(横浜)
 茅ヶ崎迎賓館
 THE SEASON'S(横浜)※

■ 東海エリア

ベイサイド迎賓館(静岡)
 アーセンティア迎賓館(静岡)
 アクアガーデン迎賓館(沼津)
 アーセンティア迎賓館(浜松)
 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)
 アクアガーデン迎賓館(岡崎)
 アーフェリーク迎賓館(岐阜)
 ガーデンクラブ迎賓館(三重)
 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)※

アーフェリーク迎賓館(熊本)
 ベイサイド迎賓館(鹿児島)
 アルモニーサンク(小倉)※

コンサルティング:12施設(ホテル・結婚式場・レストラン等)

(2017年4月30日現在)

- : 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)
- ✓ 横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ (横浜)
- ✓ ホテルブエナビスタ (松本)
- ✓ ザ クラウンパレス新阪急高知 (高知)



■ 提携結婚式場、レストラン等

- ✓ 東京會館 (丸の内)
- ✓ REIMS YANAGIDATE (表参道)
- ✓ マノワール・ディノ (表参道)
- ✓ TENOHA DAIKANYAMA (代官山)
- ✓ ミラキュルーズ (有楽町)
- ✓ アンティコ・ブッテロ (広尾)
- ✓ イル・ブッテロ (広尾)
- ✓ TERAKOYA (武蔵野)

海外・リゾート:20店舗

(2017年4月30日現在)



■ リゾートウェディング

<Hawaii>

- ✓ フォーシーズンズ リゾート オアフ アット コオリナ
- ✓ ザ・モアナチャペル
- ✓ ザ・カハラ オーシャンウエディング
- ✓ シェラトン・ワイキキ ザ・マカナチャペル
- ✓ キャルバリー・バイ・ザ・シー教会
- ✓ ザ モダン ウエディング

<沖縄>

- ✓ アールイズ・スイート～海の教会～
- ✓ 白の教会
- ✓ ギノザリゾート 美らの教会

○ Hawaii

<Guam>

- ✓ シェラトン・ラグーナ ホワイトアロウチャペル
- ✓ ザ・シーサイド・スイート アットヒルトン・グアム
アクアステラチャペル
- ✓ ジュエル・バイ・ザ・シー アット ハイアット
リージェンシー グアム
- ✓ クリスタルチャペル
- ✓ ザ レインボーチャペル

<Bali>

- ✓ アールイズ・ブルーポイント・バイ・ザ・シー
- ✓ コンラッド インフィニティ
- ✓ ドア・カハヤ アット ブルーヘブン

3.当社のポジショニング

代表的な直営店舗

青山迎賓館(東京都港区)

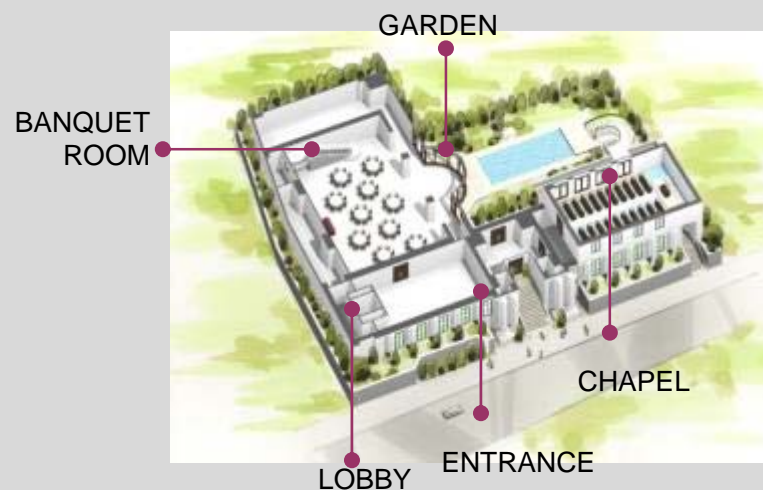
- コンセプトは、「エレガント」
遊び慣れたフランス貴族たちの邸宅をイメージ
- 特徴 天井開放可能なチャペル/大理石のバーカウンター等
- 収容人数 着席:120名・立食:150名
- 面積 敷地面積 1,359㎡・建築面積 856㎡
バンケット面積 207㎡・バンケット天井高 5.8 m
チャペル面積 113.36 ㎡
- 設立 2008年2月



<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



海外・リゾートウェディング

リゾートウェディングの特徴

- コンセプトは、「風までも、思い出になるウェディング」
- 海外のチャペルは世界の憧れを集める一流ブランドホテルとのコラボレーションを展開
- 「All in One Hotel」をかかげ、ホテルの敷地内ですべてが叶えられるリゾートウェディングスタイルを中心に
ご提案

会場代表例：コオリナロイヤルチャペル（ハワイ）

- ハワイの王族達の帰依する教会の趣を取り入れた
ステンドガラスの美しいチャペルから青い海を一望



自社ドレスサロン WITH A WHITE

- リゾートウェディングに適した人気のデザインを オリジナルで豊富にラインアップ



会場代表例：美らの教会（沖縄）

- 南国の花や森に囲まれながらも一面に広がる青い海を一望できる贅沢な空間で、自然と一体になった
リゾートウェディング



ホテル運営、レストラン運営

<ホテル代表例>

TRUNK(HOTEL) (原宿・神宮前)

- 2017年5月開業予定のT&G初の直営ホテル
- コンセプトは、新しい社会貢献のスタイル「ソーシャライジング」
- 客室数15室、バンケット4、チャペル1、料飲施設2、ショップ1



<レストラン代表例>

Pie Holic(横浜みなとみらい)

- みなとみらいに2016年3月にオープンした「MARINE & WALK YOKOHAMA」内にパイの専門カフェ&レストランとして初出店
- アメリカ西海岸のソウルフードであるパイを食材や調理法に捉われず自由な発想で楽しめることが特徴のカリフォルニアスタイルのパイ専門店



T&Gグループの国内事業展開・市場シェア

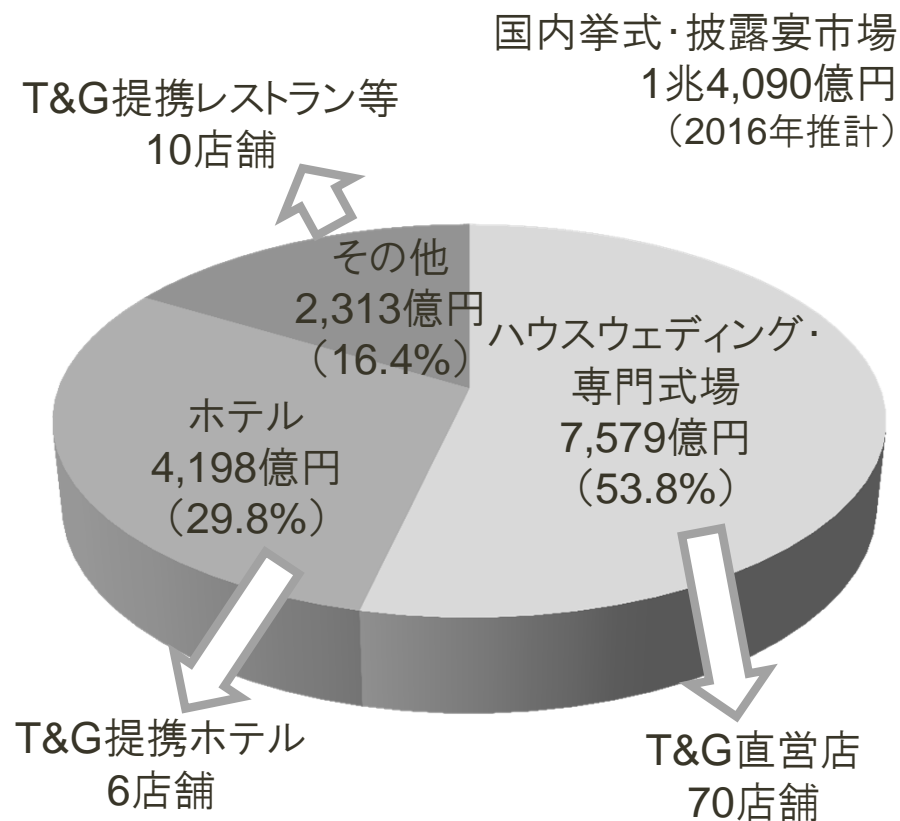
国内事業展開エリア

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33都道府県に展開

国内店舗数・市場シェア



- 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15.4% (T&G+BW直営店 売上高446億円)

4. 当社の強み

T&Gについて

(2017年3月31日現在)



国内直営**68**店舗**101**会場

年間施行組数**19,894**組 ※1

うち、国内**12,921**組



700名のウェディングプランナー

&**400**名のシェフ

&**170**名のフラワーコーディネーター

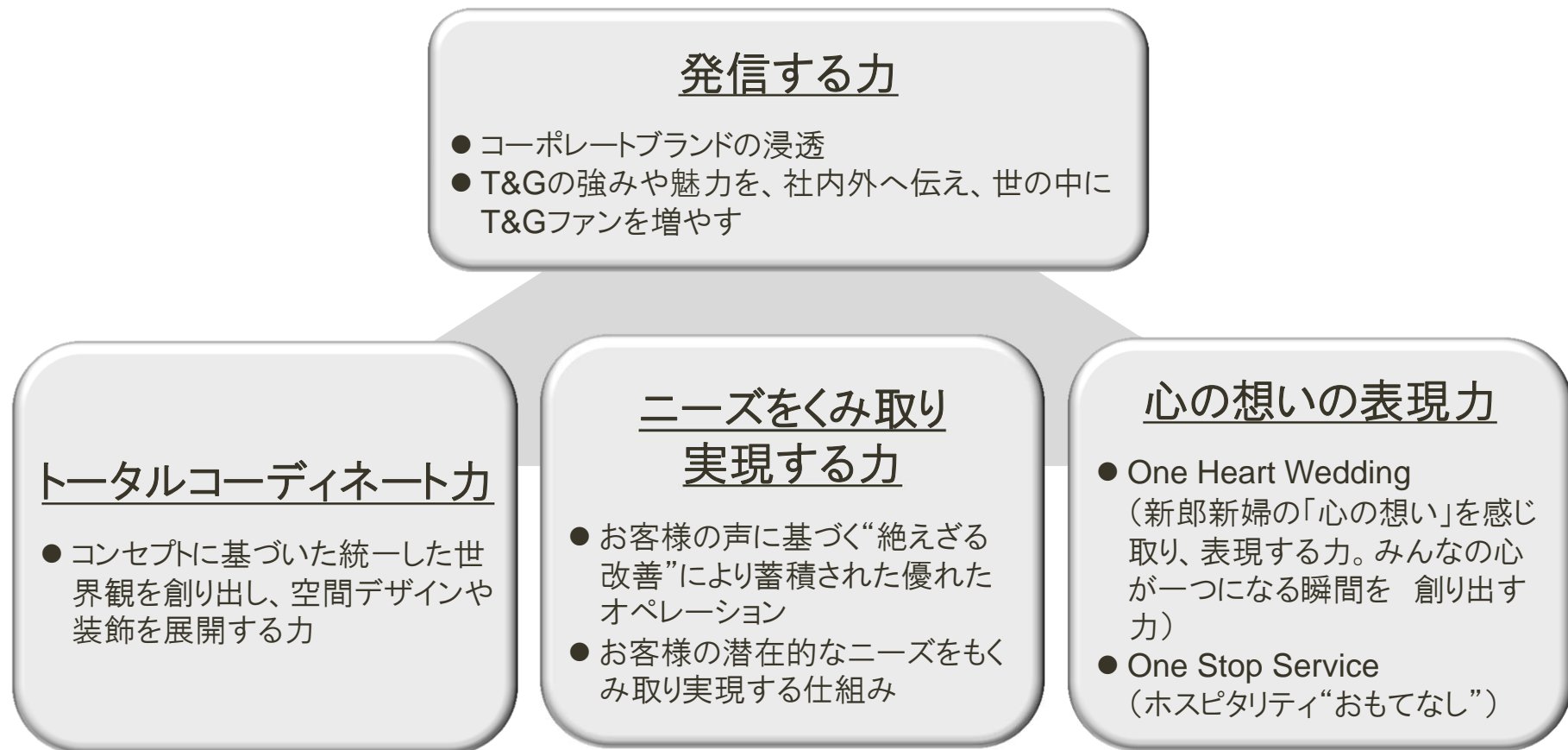


顧客満足度**98.8%** ※2

※1 2017年3月期実績 ※2 2017年3月期において、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

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」「発信する力」の4つを強みに優位性を確保



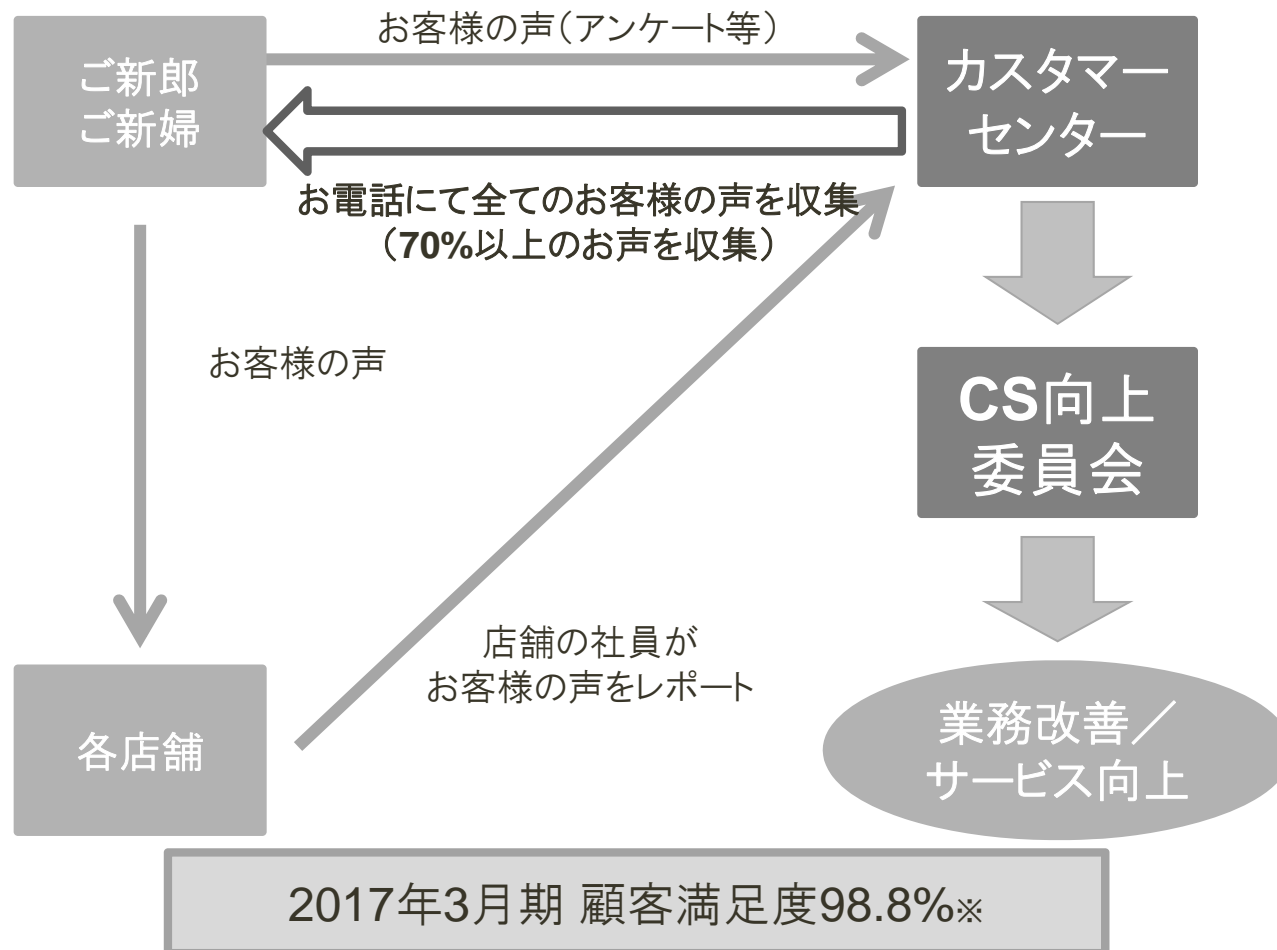
トータルコーディネート力(デザイン力、空間演出力)

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



ニーズをくみ取り実現する力(仕組み①: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アリング
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



カスタマーセンター

設立:2012年4月1日

お客様からの様々なお声を一元的に収集する組織

2012年10月よりお客様からの生の声を業務改善やサービス向上へつなげる「テレフォンレポート」制度を全店舗対象に導入

CS向上委員会

設立:2012年4月1日

全取締役と関係部門の責任者がカスタマーセンターに集約されたお客様のお声をもとに、業務改善・サービス向上策などを検討する組織

※ 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②: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

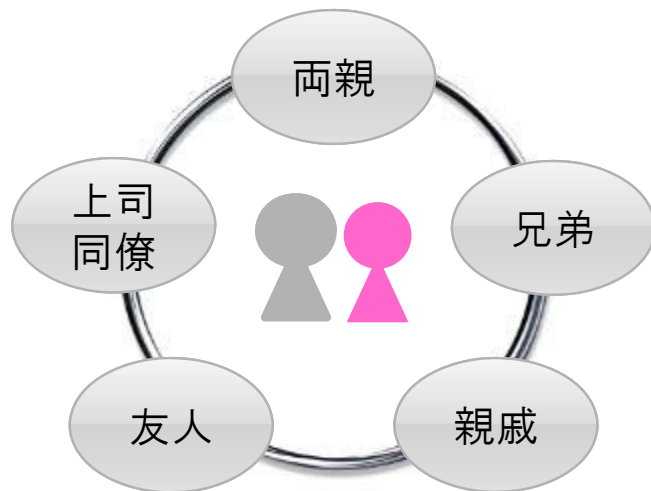
- 海外研修
- プロフェッショナルチョイス
- フリープランナー制度
- シェフ独立支援制度
- ジョブローテーション/
キャリア(職種)チェンジ
- マスター店舗責任者制度
- クリエイティブグレード制度
- T&G Assist Member制度

心の想いの表現力

新郎新婦の「心の思い」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

■ 三十年目の結婚式
ありがとうでは伝えきれない
思いがあった。
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
内緒で準備した三十年目の結婚式。

■ 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、
もう二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
「ウェディングストーリー」
大切な人に会いたくなる
結婚式の物語」(一部抜粋)

※他、結婚式の実話12の物語を収録

発信する力

T&Gの強みや魅力を、社内外へ伝え
世の中にT&Gのファンを増やす

「人の心を、人生を豊かにする」

1.トータル
コーディネート力

2.ニーズをくみ
取り実現する力

3.心の想いの
表現力

当社の想いを世の中へ

YouTube/Facebook/Instagram



2016年度

メディア露出数1,061件

TV/雑誌/ラジオ



5.会社概要

会社概要

(2017年3月31日現在)

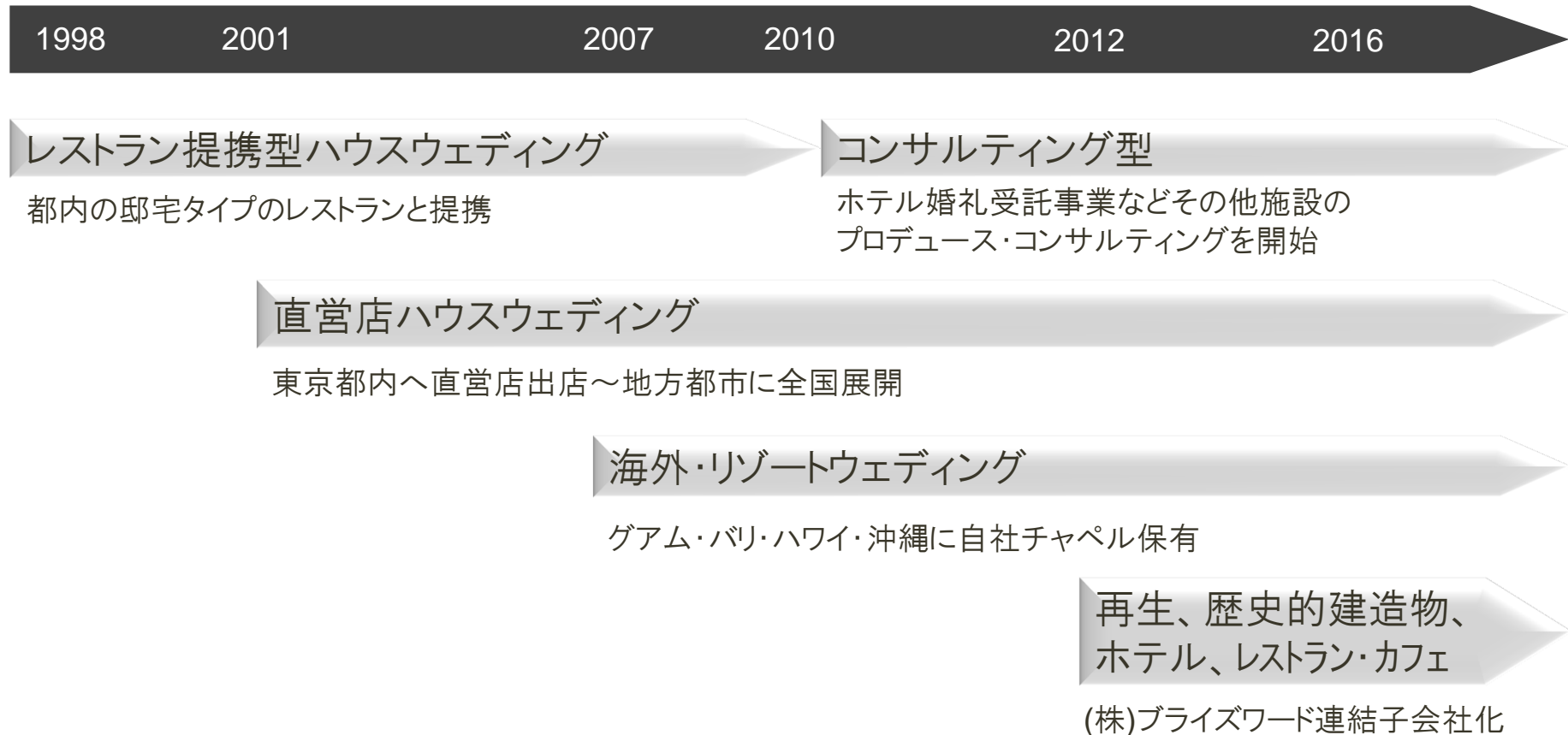
社名	株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ		
本社所在地	東京都品川区東品川2丁目3番12号		
設立	1998年10月19日		
代表者	代表取締役会長	野尻 佳孝	
	代表取締役社長	岩瀬 賢治	
資本金	5,264百万円		
上場取引所	東京証券取引市場第一部(証券コード:4331)		
業績	売上高	60,186百万円	
	営業利益	2,439百万円	
	当期純利益	360百万円	※2017年3月期連結
社員数	[連結]2,196名 [単体]1,406名		
	※2017年3月31日現在		

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(現東京証券取引所JASDAQ)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 |
| 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%) |
| 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 | 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 |
| 2013年 | 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 | 12月 | PT TAKE AND GIVE. NEEDS INDONESIA(インドネシア・ジャカルタ)を設立 |
| 2016年 | 12月 | 株式会社TRUNK、株式会社アンドカンパニーを設立 |

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 ホテル婚礼受託にて、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



連結業績推移

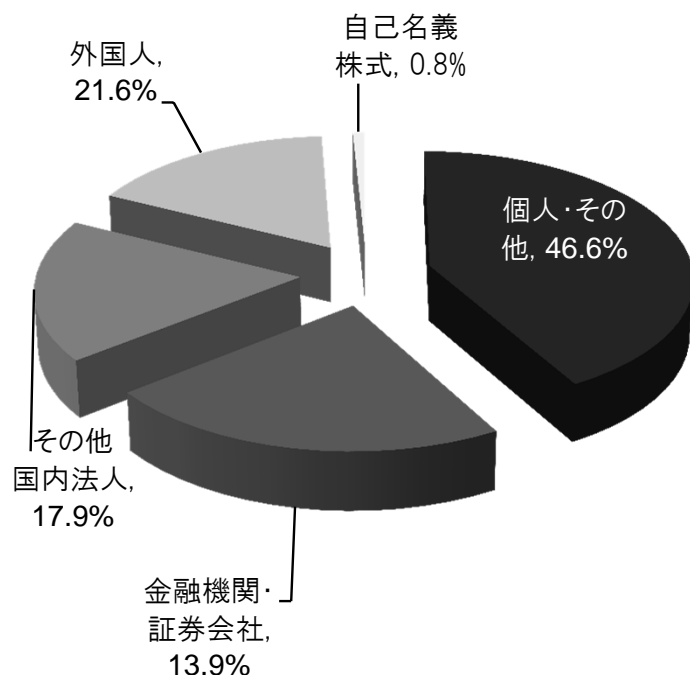
■ 主要項目推移(2007/3以降は連結)

	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	2015/3	2016/3	2017/3	year-on-year change
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	59,269	59,524	60,184	+1.1%
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	19,451	19,872	19,894	+0.1%
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	13,385	13,191	12,921	-2.0%
海外取扱組数(組)	—	—	—	—	—	—	1,519	2,571	2,771	3,715	3,903	4,358	5,354	6,066	6,681	6,973	+4.4%
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	4,093	4,017	3,971	3,923	-1.2%
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	3,021	1,545	2,439	+57.9%
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%	5.1%	2.6%	4.1%	+56.1%
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	2,784	1,377	2,100	+52.5%
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%	4.7%	2.3%	3.5%	+50.8%
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	1,008	230	360	+56.5%
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%	1.7%	0.4%	0.6%	+54.8%
期末直営店会場数※	1	7	22	41	62	84	88	87	87	87	87	99	101	103	105	103	-1.9%
期末直営店舗数	1	6	16	29	42	58	62	61	61	61	61	68	69	70	70	69	-1.4%
期末提携プロデュース会場数	10	10	11	12	13	13	17	16	15	11	13	14	17	17	17	14	-17.6%
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	48,091	49,286	52,176	+5.9%
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%	42.2%	41.0%	38.9%	-5.1%
社員数	78	136	342	535	797	1,093	1,303	1,185	1,259	1,544	1,545	1,879	1,911	2,059	2,101	2,196	+4.5%

※ 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(2017年3月現在)

所有者別分布



大株主上位10位

株主名	所有株数	持株比率
野尻 佳孝	2,460,950株	18.8%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,110,700株	8.5%
株式会社東京ウエルズ	1,045,970株	8.0%
株式会社ユニマツライフ	543,200株	4.2%
ウエルズ通商株式会社	450,000株	3.4%
資産管理サービス信託銀行株式会社(証券投資信託口)	291,300株	2.2%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	271,700株	2.1%
DFA INTL SMALL CAP VALUE	235,537株	1.8%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	178,600株	1.4%
CHASE MANHATTAN BANK GTS	174,810株	1.3%

株式数

13,059,330株

株主数

9,738名

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS