

T & G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社ティイクアンドギヴ・ニーズ
2014年3月期
第3四半期決算説明資料

本資料は株式会社ティイクアンドギヴ・ニーズの2014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ございません。

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。

株式会社ティイクアンドギヴ・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 . 2014年3月期 第3四半期連結決算概要	P4-P16
1. 総括	P5
2-1. 連結 損益計算書	P6-12
2-2. 連結 貸借対照表	P13-14
3. 通期業績計画について	P15
4. 2014年3月期 配当予想について	P16
II . 2014年3月期 重点施策及びTopics	P17-P38
1. 2014年3月期 重点施策	P18
2. Topics	P20-38

I

Results of Third Quarter
FY Ending March 2014

2014年3月期 第3四半期連結決算概要

I 1. 2014年3月期 第3四半期累計期間 総括

売上高は、前年比18%増の451億円となり過去最高
営業利益は、前年比49%増の30億円

T&G直営店の取扱組数は過去最高、単価も好調
T&G直営店の挙式披露宴単価は413万円（前年比11万円増）

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

ホテル提携増加による婚礼受託事業の拡大
コンサルティング型(※)取扱高は前年同期比34%増

収益構造改革により、売上総利益率が改善
売上総利益率は前年同期比+2.8pt

* 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。

T&G

TAKE and GIVE NEEDS.

✓まず始めに、2014年3月期第3四半期累計期間の決算を総括いたします。

✓2014年3月期は、3ヵ年中期経営計画「153P」（2012年2月3日発表）の2年目として、153P計画達成を確固たるものとする1年と位置付けており、引き続き成長戦略の各施策に取り組んでおります。

✓当第3四半期累計期間における業績は順調に推移し、売上高、利益はともに計画を上回りました。売上高は過去最高となり、前年同期比18%増の451億円、営業利益は前年同期比49%増の30億円となり、增收増益を達成しました。

✓ポイントとして、次の4点が挙げられます。

✓一つ目に、T&G直営店の業績は引き続き順調に推移しました。取扱組数は過去最高となり、挙式披露宴単価も好調で、413万円（前年同期比11万円増）となりました。

✓二つ目に、海外・リゾートウェディング事業についても引き続き順調に業績を拡大し、海外売上高は前年同期比21%増となりました。リゾートウェディング、アジア婚礼プロデュースとともに組数が増加しました。

✓三つ目に、コンサルティング型はホテル提携数の増加（2013年12月末時点での提携ホテル数は7）により、取扱高は前年同期比で34%増となりました。

✓四つ目に、収益構造改革の各種施策を推進し、売上総利益率が前年同期と比較して2.8pt改善いたしました。

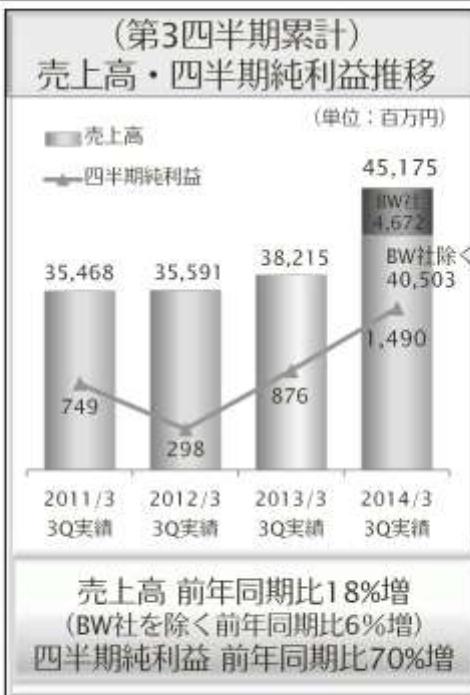
I 2-1-1. 連結 損益計算書 概要

T&G直営店、海外・リゾートウェディングとともに好調 売上、利益ともに計画・前年を上回る

単位: 百万円	2014/3 3Q計画	2014/3 3Q実績	計画比	(参考) 2013/3 3Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	44,800	45,175	+375	38,215	+6,960
売上 総利益	25,200 56.2%	25,444 56.3%	+244 +0.1pt	20,439 53.5%	+5,004 +2.8pt
販管費	22,500 50.2%	22,425 49.6%	-74 -0.6pt	18,411 48.2%	+4,014 +1.4pt
営業 利益	2,700 6.0%	3,018 6.7%	+318 +0.7pt	2,027 5.3%	+990 +1.4pt
経常 利益	2,500 5.6%	2,861 6.3%	+361 +0.7pt	1,710 4.5%	+1,151 +1.8pt
四半期 純利益	1,250 2.8%	1,490 3.3%	+240 +0.5pt	876 2.3%	+613 +1.0pt

* %は売上高比、数値は第3四半期累計

* BW社：（株）プライズワード * 2014年3月期計画は修正後数値



T&G

TAKE and GIVE NEEDS

✓連結損益計算書の概要をご説明いたします。

✓当第3四半期累計期間は、売上、利益ともに計画を上回り、前年同期に対し增收増益となりました。

✓売上高は、T&G直営店、海外・リゾートウェディングとともに好調に推移したことにより、45,175百万円（計画比+375百万円）となりました。前年同期比では、BW社グループ化効果（+4,672百万円）も加わり、18%の增收となりました。

尚、BW社を除く前年同期比においても、6%の增收を確保しております。

✓販管費は、コストの効率化を推進し、計画に対して74百万円減の22,425百万円（前年同期比+4,014百万円）となりました。

✓その結果、営業利益は3,018百万円（前年同期比+990百万円、49%増）、経常利益は2,861百万円（前年同期比+1,151百万円、67%増）、四半期純利益は1,490百万円（前年同期比+613百万円、70%増）となりました。

I 2-1-2. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

海外売上高比率9.1%、海外事業は引き続き拡大

単位：百万円	2012/3 3Q実績	2013/3 3Q実績	2014/3 3Q実績
国内ウェディング事業	31,439 (88.3%)	33,491 (87.6%)	39,848 (88.2%)
T&G直営店	29,249 (82.2%)	30,626 (80.1%)	32,231 (71.3%)
コンサルティング型	1,726 (4.9%)	2,195 (5.7%)	2,170 (4.8%)
(参考) 取扱高	1,728	2,252	3,022
BW社	—	—	4,672 (10.3%)
その他	462 (1.3%)	669 (1.8%)	774 (1.7%)
海外・リゾートウェディング事業	2,948 (8.3%)	3,369 (8.8%)	4,090 (9.1%)
その他	1,203 (3.4%)	1,354 (3.5%)	1,235 (2.7%)
連結売上高	35,591	38,215	45,175



* 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）

* %は売上高比、数値は第3四半期累計 * BW社：（株）プライズワード

T&G

TAKE and GIVE NEEDS

✓事業セグメント別の売上高及び売上構成比の推移についてご説明いたします。

✓3ヵ年中期経営計画「153P」では、3つの成長戦略を掲げ推進しております。

✓一つ目は「直営店舗の強化」ですが、同事業は連結売上高の大半を占める主力事業であり、順調に増収を確保しております。

✓二つ目は「海外戦略の加速」ですが、海外売上高はリゾートウェディングを中心に拡大しております。連結売上高に対する海外比率は9.1%となり、前年同期比で0.3pt増となりました。中期経営計画最終年度の目標である「海外売上高比率10%」に向けて、順調に進捗しております。

✓三つ目は「コンサルティング型」（特にホテル婚礼受託事業の拡大）ですが、ホテル提携数の増加により取扱高が3,022百万円（前年同期比+769百万円、34%増）と増加しております。

✓引き続き、直営店舗の強化を進めるとともに、成長領域である「海外」及び「コンサルティング型」の事業拡大を図ります。

I 2-1-3. 取扱組数

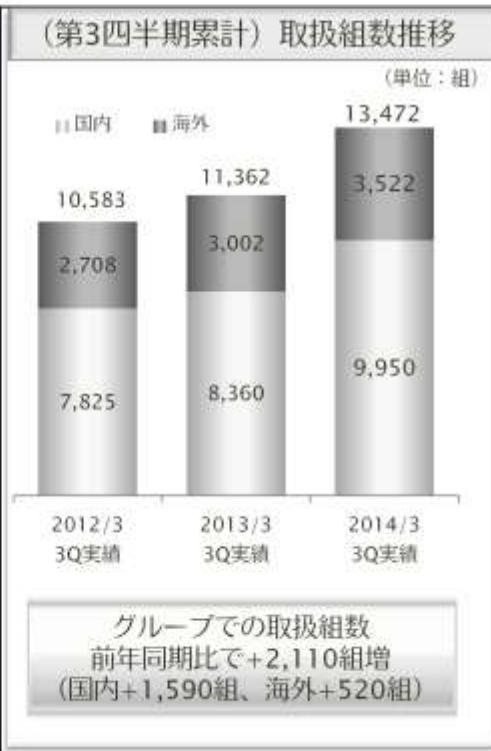
第3四半期累計期間の取扱組数は前年比19%増
年間取扱組数は18,500組(前年同期比17%増)を超える見通し

単位:組	2012/3 3Q実績	2013/3 3Q実績	2014/3 3Q実績	前年 同期比
取扱組数 合計	10,583	11,362	13,472	+2,110
内訳				
国内	7,875	8,360	9,950	+1,590
海外	2,708	3,002	3,522	+520

* 数値は第3四半期累計

(参考) 年間取扱組数実績・見通し推移

単位:組	2012/3 年間実績	2013/3 年間実績	2014/3 年間見通し
取扱組数 合計	14,449	15,878	18,500
前年比	-	109.9%	116.5%



✓取扱組数についてご説明いたします。

✓当社グループでは、T&G直営店、コンサルティング型、BW社、海外（リゾートウェディング、アジア婚礼プロデュース）において、挙式披露宴を執り行っています。

✓当第3四半期累計期間における当社グループ取扱組数は、13,472組（前年同期比+2,110組、19%増）となり、過去最高となりました。

✓現在の受注状況を踏まえると、今期の年間取扱組数は18,500組（前年同期比17%増）を超える見通しとなっています。

I 2-1-4. 国内ウェディング事業 内訳

**T&G直営店は受注進捗順調、単価は計画を大幅に上回る
コンサルティング型はホテル提携数増が寄与し取扱高増加**

単位: 百万円	2014/3 3Q計画	2014/3 3Q実績	計画比	(参考) 2013/3 3Q実績	(参考) 前年 同期比
------------	----------------	----------------	-----	------------------------	-------------------

T&G直営店

売上高	32,000	32,231	+231	30,626	+1,604
取扱組数	7,790	7,798	+8	7,609	+189
平均単価 (千円)	4,110	4,135	+25	4,024	+111
平均人數	75	76	+1	73	+3

BW社直営店

売上高	4,650	4,672	+22	—	—
取扱組数	1,015	1,026	+11	—	—

コンサルティング型

取扱高	2,970	3,022	+52	2,252	+769
取扱組数	1,110	1,126	+16	776	+350

* 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）

* BW社：(株) ブライズワード * 数値は第3四半期累計 * 2014年3月期計画は修正後数値



コンサルティング型 (ホテル婚礼運営受託) 受託後の改善例 (2013年受託分)

	ホテルA	ホテルB	ホテルC
接客数	10%	20%	67%
契約数	140%	50%	150%
契約率	42pt↑	10pt↑	17pt↑

受託後、契約数・契約率共に改善



TAKE and GIVE NEEDS.

✓国内ウェディング事業についてご説明いたします。

✓T&G直営店において、当社は真のオリジナルウェディングを“One Heart Wedding”と掲げ、追求することで差別化戦略を推進しております。当第3四半期累計期間は、高い契約率を維持することにより、取扱組数が前年同期比で189組増の7,798組となりました。また、挙式披露宴単価は、受注進捗が順調であったことや平均人數の増加等により、前年同期比で111千円増の4,135千円（計画比+25千円）となりました。

✓その結果、T&G直営店の売上高は32,231百万円（前年同期比+1,604百万円、5%増）となりました。

✓BW社直営店は、取扱組数1,026組、売上高4,672百万円となり、計画を上回りました。

✓コンサルティング型においては、特にホテルの婚礼受託事業の拡大に注力しております。主にホテルの受注組数の拡大により、取扱組数は前年同期比で350組増の1,126組となりました。

✓その結果、コンサルティング型の取扱高は3,022百万円（前年同期比+769百万円、34%増）となりました。

✓尚、コンサルティング型（ホテル婚礼運営受託）について、各ホテルの改善例（2013年受託分）を挙げております。当社が運営受託後、契約数・契約率共に改善しており、今後のさらなる事業拡大につなげてまいります。

I 2-1-5. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

**海外売上高は前年同期比21%増
各ローカル拠点での事業横展開に向けた先行投資を継続**

単位: 百万円	2014/3 3Q計画	2014/3 3Q実績	計画比	(参考) 2013/3 3Q実績	(参考) 前年 同期比
海外 売上高	4,050	4,090	+40	3,369	+721
営業利益	70	93	+23	98	-5
経常利益	50	143	+93	72	+71



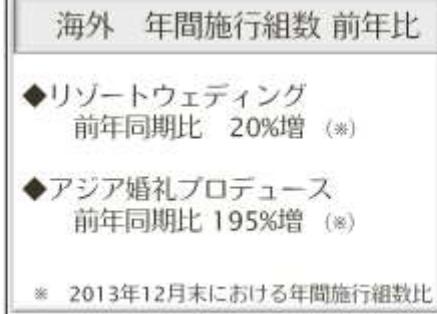
ザ・リッツカールトン広州



チャペルベリー・バイ・ザ・シー教会

* 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3月期計画は修正後数値



T&G

TAKE and GIVE NEEDS

✓海外・リゾートウェディング事業についてご説明いたします。

✓リゾートウェディングは販売網拡大により取扱組数が増加し、特に主力であるハワイ、グアムが好調に推移しました。

✓アジア婚礼プロデュースは、ホテルとの連携やWEB戦略強化等により、上海を中心に取扱組数が増加しております。

✓これらにより、海外・リゾートウェディング事業の売上高は、4,090百万円（前年同期比+721百万円、21%増）となりました。

✓営業利益については、アジア婚礼プロデュースへの先行投資及びリゾートウェディングにおける為替の影響を受けましたが、経常利益では為替差益により増益を確保しております。

✓尚、当期の年間施行組数については、前年同期比でリゾートウェディングが20%増、アジア婚礼プロデュースが195%増となり、順調に推移しています。

I 2-1-6. 連結 売上総利益・営業利益

売上総利益率は収益構造改革により、前年同期比+2.8pt改善
収益力向上により、営業利益率は6.7%

単位: 百万円	2014/3 3Q計画	2014/3 3Q実績	計画比	(参考) 2013/3 3Q実績	(参考) 前年 同期比
売上高	44,800	45,175	+375	38,215	+6,960
売上 総利益	25,200 56.2%	25,444 56.3%	+244 +0.1pt	20,439 53.5%	+5,004 +2.8pt
販管費	22,500 50.2%	22,425 49.6%	-74 -0.6pt	18,411 48.2%	+4,014 +1.4pt
営業 利益	2,700 6.0%	3,018 6.7%	+318 +0.7pt	2,027 5.3%	+990 +1.4pt

- ◆増収による売上総利益確保
- ◆収益構造改革による売上総利益率改善
 - ・受注サイクルの更なる適正化、提案力の向上
- ◆コスト効率化推進
 - ・広告戦略改善、不動産契約の見直し

* %は売上高比、数値は第3四半期累計 * BW社：（株）プライズワード



✓売上総利益及び営業利益に係る項目についてご説明いたします。

✓売上総利益については、売上高増による増加に加え、戦略的に進めている収益構造改革やBW社グループ化の影響により、前年同期比で5,004百万円増加しました。売上総利益率は、前年同期比で2.8pt改善しました。（BW社グループ化の影響を除くと2.0pt改善。）

✓販管費については、エリア制導入に伴うきめ細かい広告戦略の実施やWEB戦略の強化による広告宣伝費率の低減、また不動産の契約見直しによる地代家賃等の削減など、コストの効率化を進めています。その一方で当期は、3ヵ年中期経営計画「153P」の2年目として、153P達成を確実なものとするために、人材やハード・ソフトの強み創りといった事業基盤投資や、新規出店、新規提携及び海外戦略の強化などの成長投資を行っています。

✓その結果、販管費は22,425百万円（前年同期比+4,014百万円）となりました。

✓これらにより、営業利益は3,018百万円（前年同期比+990百万円）、営業利益率は6.7%となりました。

I 2-1-7. 連結 経常利益・四半期純利益

有利子負債の削減等により支払利息は減少
経常利益は28億円、四半期純利益は14億円

単位: 百万円	2014/3 3Q計画	2014/3 3Q実績	計画比	(参考) 2013/3 3Q実績	(参考) 前年 同期比
営業 利益	2,700	3,018	+318	2,027	+990
営業外 損益	△200	△156	+43	△317	+161 (※1)
経常 利益	2,500	2,861	+361	1,710	+1,151
特別 損益	0	5	+5	△46	+51
四半期 純利益	1,250	1,490	+240	876	+613

* 数値は第3四半期累計

* 2014年3月期計画は修正後数値



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓経常利益及び当期純利益に係る項目についてご説明いたします。

✓営業外損益は△156百万円（前年同期比+161百万円）となりました。主な増減要因は次の2点となります。

✓一つ目に、有利子負債の削減、金利の低減により支払利息が前年同期と比較して47百万円減少しました。

✓二つ目に、為替差益が前年同期と比較して75百万円増加しました。

✓その結果、経常利益は2,861百万円（前年同期比+1,151百万円）となりました。

✓また、四半期純利益は1,490百万円（前年同期比+613百万円）となりました。

I 2-2-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

新規出店、営業権の取得等により固定資産増
引き続き資産の効率化を推進

単位: 百万円	2013/ 3末	2013/ 12末	増減
流動資産	7,612	6,809	-802
現金及び預金	4,170	3,528	-642
固定資産	38,898	39,078	+179
有形固定資産	24,514	24,620	+105
無形固定資産	2,191	2,417	+226 (*1)
投資その他 資産	12,192	12,040	-151 (*2)
資産計	46,510	45,888	-622

その他の主な増減要因
◆無形固定資産の増加 (*1) 前期末比 +226百万円 (主な要因) ・のれんの増加 (THE SEASON'S 営業権取得) ・ソフトウェアの増加 (社内における新システム導入)
◆投資その他資産 (*2) 前期末比 -151百万円 (主な要因) ・敷金、保証金の減少 (リース資産買取時に相殺)

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

- ✓連結貸借対照表の資産の部の解説です。
- ✓当第3四半期末における総資産は前期末と比較して622百万円減少し、45,888百万円となりました。
- ✓無形固定資産の増加（前期末比+226百万円）については、「THE SEASON'S（ザ・シーズンズ）」営業権を取得したことによるのれんの増加、及び当期の重点施策である社内新システムの導入に伴うソフトウェア勘定の増加が主な要因となります。
- ✓投資その他資産の減少（前期末比-151百万円）については、リース資産買取時における保証金との相殺が主な要因となります。
- ✓引き続き、計画的に資産の効率化を進めてまいります。

I 2-2-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

有利子負債残高は163億円、引き続き削減を推進

単位： 百万円	2013/ 3末	2013/ 12末	増減
負債合計	28,550	26,571	-1,979
流動負債計	13,270	12,551	-718
短期借入金	1,257	1,920	+662
(一年内)長期 借入金・社債	3,986	3,659	-326
固定負債計	15,279	14,019	-1,260 (※1)
長期借入金 ・社債	12,655	10,783	-1,871
純資産計	17,960	19,317	+1,356
負債・ 純資産計	46,510	45,888	-622



その他の主な増減要因
◆ 固定負債の増減 (※1) 前期末比 -1,260百万円
(主な要因) ・長期借入金・社債減 -1,871百万円
・BW社資産売却に伴う 長期リース債務の増加 +414百万円

* BW社：(株) ブライズワード

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓連結貸借対照表の負債・純資産の部の解説です。

✓当第3四半期末における有利子負債残高は163億円となりました。2012年12月にグループ化したBW社※取得にかかる有利子負債（31億円）を除くと、同残高は132億円となり、順調に負債の圧縮が進んでおります。引き続き有利子負債の削減を推進してまいります。

✓なお、長期借入金・社債の減少を除くと、固定負債が増加しておりますが、BW社資産売却に伴い長期リース債務が増加したことが主な要因となります。

I 3. 通期業績計画について

2014年3月期 通期業績計画は据え置き
売上高は600億、営業利益は36億達成見込み

2014年3月期 連結業績計画



単位:百万円	<A> 期初発表計画 (2013/5/10発表)	 修正計画 (2013/11/8発表)	増減額 (B-A)	増減率 (%)	(参考) 前年同期 実績
売上高	58,000	60,000	+2,000	+3.4%	52,804
営業利益	3,400	3,600	+200	+5.9%	2,832
経常利益	3,000	3,300	+300	+10.0%	2,459
当期純利益	1,500	1,600	+100	+6.7%	1,086

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓当期における通期業績計画について、ご説明いたします。

✓当期の通期業績計画については、既に第2四半期決算発表時(2013年11月8日)において、上方修正いたしました。

✓一方で、当期は3ヵ年中期経営計画「153P」の2年目として、153P達成を確実なものとするための事業基盤投資や成長投資を行っております。これらを勘案した上で、今回は通期の修正計画を据え置きしております。

✓尚、通期業績計画の内容は下記の通りです。
(括弧内は、期初発表計画比)

売上高

営業利益 60,000 百万円 (+2,000 百万円)

経常利益 3,600 百万円 (+200 百万円)

当期純利益 3,300 百万円 (+300 百万円)

1,600 百万円 (+100 百万円)

I 4. 2014年3月期 配当予想について

期末配当は1株当たり15円へ増配を予定
(株式分割前、1株当たり150円)

1株当たりの配当金			
	第2四半期末	期末	年間合計
2012/3	0円	100円	100円
2013/3	0円	120円	120円
2014/3 (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（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（予想）の期末1株当たり配当金は150円となります。)



TAKE and GIVE NEEDS

✓2014年3月期の配当予想をご説明いたします。

✓当社は、企業の継続的な成長を実現するための投資を行いつつ、株主の皆様への利益還元を適正かつ安定的に行うことを基本方針に掲げております。

✓当期の配当予想につきましては、上記の基本方針を勘案し、1株当たり15円※へ増配させていただく予定であります。
(前回予想は1株当たり12円予定。)

※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（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（予想）の期末1株当たり配当金は150円となります。)

II

Plans and Topics
FY Ending March 2014

2014年3月期 重点施策及びTopics

II 1. 2014年3月期 重点施策

既存店の確実な伸長とBW社の通年寄与 新規出店・提携の収益化及び収益構造改革の実施

<153P 重点戦略>

海外戦略の加速

ホテル婚礼受託
事業の拡大

直営店舗の強化

強固な財務基盤
の構築

* BW社：(株)プライズワード

<重点施策>

<アジア婚礼プロデュース>

深圳、香港、台湾、ASEANへの展開

<海外・リゾートウェディング>

ハワイの名門シェラトン・ワイキキ・ホテル内に新
チャペルオープン（2013年6月オープン）

<ホテル提携数の拡大>

既存提携先の通年寄与
新規提携先の拡大

<既存店舗の強化>

①エリア制の更なる強化 ②戦略的リニューアル
③新システムの導入 ④収益構造改革

<M&A効果>

BW社通年寄与 及び シナジー効果

<新店準備>

153P 最終年度に向けた出店準備

✓期初に公表しております2014年3月期重点施策について、再度ご説明いたします。

✓2014年3月期は、3ヵ年の中期経営計画「153P※1」の2年目として、153P達成を確固たるものとする1年と位置付けております。

✓直営店舗の強化として、引き続き既存店の業績を確実に伸長させるため、様々な施策を展開いたします。また、2012年12月に連結子会社化したBW社が通年寄与するとともに、シナジー効果を生み出してまいります。加えて、来期に向けた新店準備を万全に行います。

✓ホテル婚礼受託事業においては、前期に提携を開始した2つのホテルが通年寄与いたします。引き続き提携先の拡大を推進してまいります。

✓海外戦略では、アジア婚礼プロデュースにおいて、上海に続き、深圳、香港、台湾、ASEANへの展開を進めてまいります。

✓海外・リゾートウェディングにおいては、新たな拠点として、シェラトン・ワイキキ・ホテル内にチャペルが2013年6月にオープンいたしました。順調に推移しており、約7か月の業績寄与※2を想定しております。

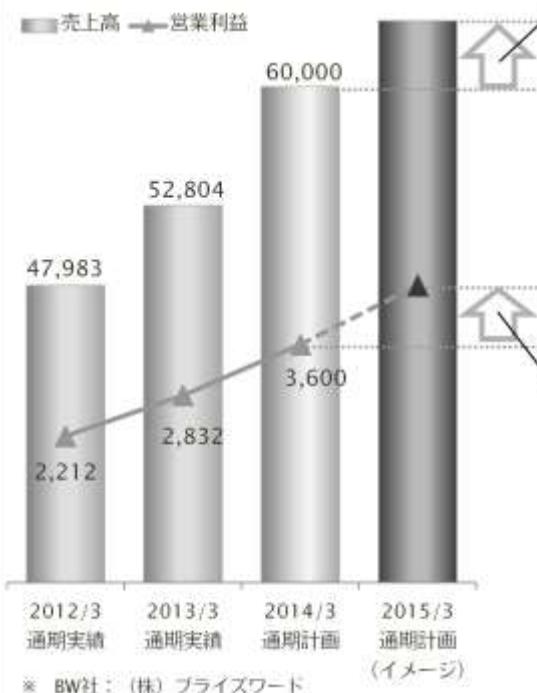
※1 153P:2013/3-2015/3の3ヵ年中期経営計画
(2012年2月3日発表)
<http://pdf.irpocket.com/C4331/oWM7/VU7I/JVyi.pdf>

※2 グループ会社である(株)グッドラック・コーポレーションが1月-12月期決算のため。

II (参考) 2015年3月期計画全体像 (イメージ)

国内、海外ともに成長戦略を加速
同時に収益改善施策も強化し、収益力向上を目指す

<収益推移 (イメージ) と概要>



◆ 売上高増加要素

<海外>

- ✓ アジア婚礼プロデュース提携ホテル数拡大
- ✓ リゾートウェディング会場拡大、通年寄与
 - ・ ハワイ シェラトン・ワイキキ・ホテル
 - ・ ハワイ キャルバリー・バイ・ザ・シー教会
 - ・ パリ ドア・カハヤ アット ブルーヘブン
- ✓ アジアからのリゾート送客本格化

<国内>

- ✓ 既存店舗の強化
- ✓ M&A実施、通年寄与
 - ・ HW営業権取得（恵比寿、横浜）
- ✓ コンサルティング事業拡大：ホテル提携数増

◆ 営業利益増加要素

上記売上高増加要素に加え、

<国内>

- ✓ BW社等M&A案件の収益改善、シナジー効果
- ✓ 既存店舗の収益構造改革
 - ・ 商流見直し、提案力向上による売上総利益率の改善
 - ・ コスト効率化推進による販管費率低減

【投資要素】

- ✓ (海外) 海外拠点拡大
- ✓ (国内) 新規出店準備、新システム導入

T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓ 参考として、中計最終年度となる来期2015年3月期計画の全体像について、ご説明いたします。

✓ 国内、海外ともに成長戦略を加速させ、同時に収益改善施策も強化し、収益力向上を目指します。

✓ 海外は、アジア婚礼プロデュースにおいて提携ホテル数の拡大、WEB戦略の強化により受注組数を増加させます。またリゾートウェディングでは、新たに出店、提携した会場の通年寄与により、引き続き高い成長を維持します。

✓ 国内は、既存店舗を強化し、安定的な成長を実現するとともに、積極的にM&A、コンサルティング案件を推進し、今期実行の新規M&A案件、新規提携ホテルの通年寄与と共に、さらなる成長を実現します。

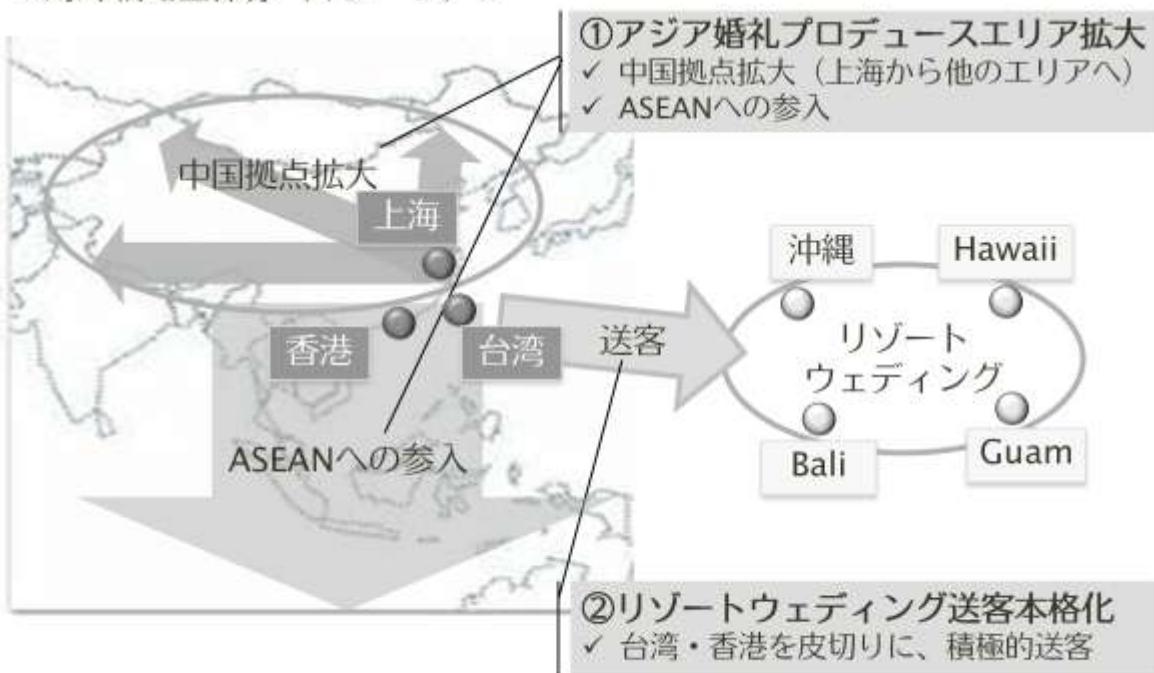
✓ 収益面においては、BW社等M&A案件のシナジー効果、既存店舗の収益構造改革により、収益性をより高めてまいります。

✓ 併せて、今後の成長に向け成長投資もいたしますが、更なる収益拡大を目指します。

II 2. 海外戦略の加速：海外戦略

アジア現地でのウェディング展開を、中国からASEANへ拡大
アジア現地からのリゾートウェディング送客も本格化

<海外戦略全体像（イメージ）>



T&G

TAKE and GIVE NEEDS

✓ 海外戦略について、ご説明いたします。

✓ アジア婚礼プロデュースは、上海を中心に事業を展開してまいりました。これまでの施行実績が高く評価され、5つ星ホテルとの提携数が増え、現在は上海のみならず、複数の都市で事業を展開しております。今後も展開する都市を拡大し、中国国内での事業を拡大してまいります。

✓ また、中国での事業ノウハウをベースに、香港、台湾、ASEAN各国へ本格参入いたします。

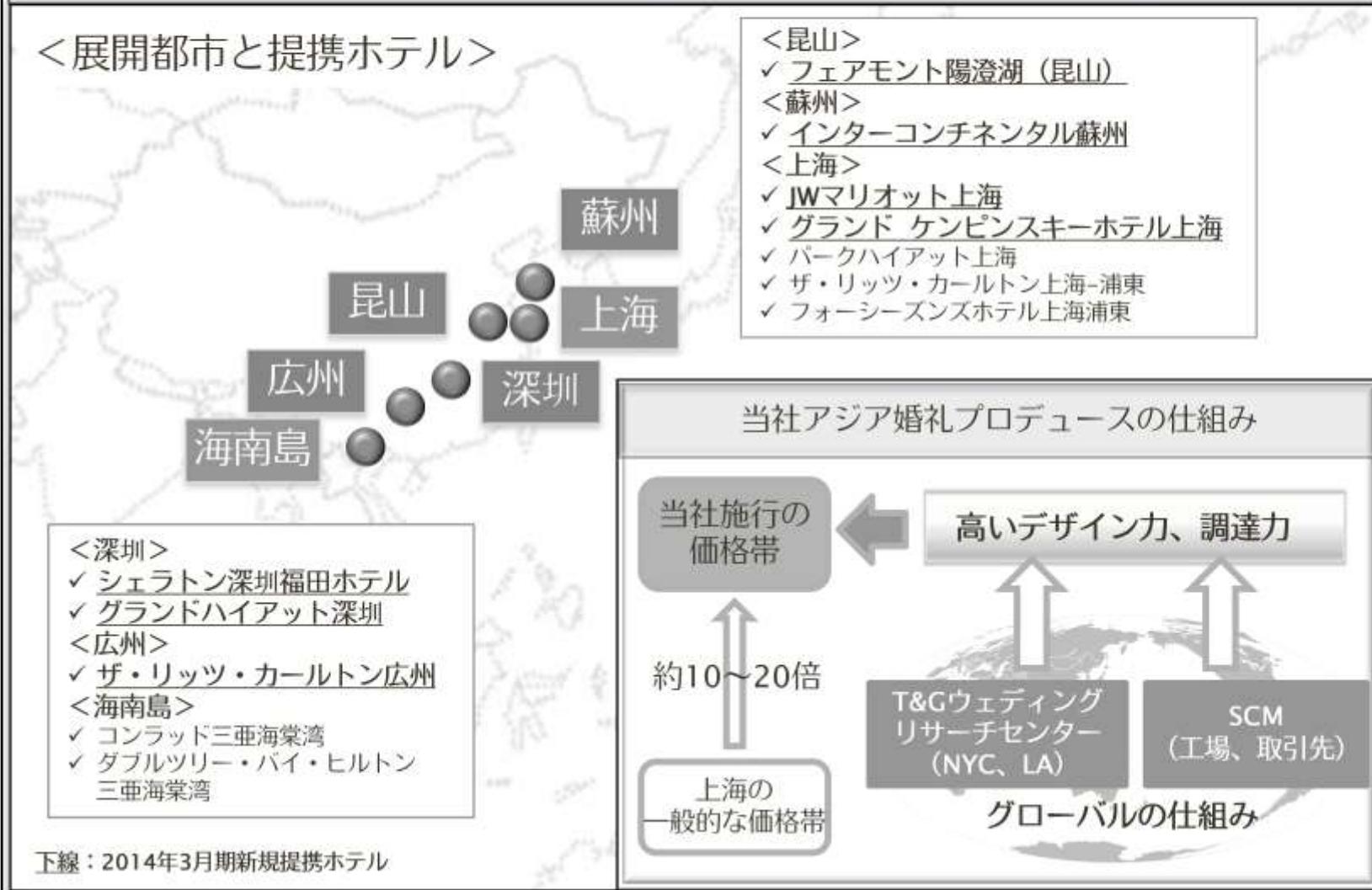
✓ 併せて、2つ目の事業領域として、台湾・香港を皮切りに、アジア各国からのリゾートウェディング送客を本格化しております。既に台湾には現地法人を設立し、旅行会社との提携、サロン設置、積極的PRを推進しております。また、新たなリゾートウェディング会場の追加や自社ドレスサロン展開等、事業拡大に向けた基盤強化を推進しています。

✓ 海外戦略は、これら2つの事業展開を軸に加速してまいります。

II 2-1. <Topic1>海外戦略の加速：アジア婚礼プロデュース

中国6都市に拡大、提携5つ星ホテルは着実に増加(提携数12)
高いデザイン力と調達力を強みに展開を加速

<展開都市と提携ホテル>



II 2-2. <Topic2>海外戦略の加速：海外・リゾートウェディング

ハワイ「キャルバリー・バイ・ザ・シー教会」人気枠独占取扱 ニコライ・バーグマン氏デザイン装花による独自プランも販売



チャペル



ニコライ・バーグマン氏

キャルバリー・ バイ・ザ・シー教会

チャペル名：
キャルバリー・バイ・ザ・シー

英語表記：Calvary By The Sea Lutheran
Church

住所：
5339 Kalanianaole Highway Honolulu
HAWAII

挙式人気枠において独占で取扱いを開始
(2014年7月1日以降に挙式実施のお客様
より)
リゾートウェディングでは初めて、
世界的に有名なフラワーアーティスト
「ニコライ・バーグマン」氏とのコラボ
レーションによるオリジナルウェディング
プランも提供開始

ニコライ・バーグマン氏

デンマーク、コペンハーゲン出身の
フラワーアーティスト
ヨーロピアンスタイルを活かしながら、日
本の細部までこだわる感性や、鍛え抜かれ
た職人技が一つに融合
今や現代フラワーアーティストの代名詞

II 2-3. <Topic3>海外戦略の加速：海外・リゾートウェディング

バリ 有数のリゾート地に、直営チャペル 「ドア・カハヤ アット ブルーヘブン」をオープン



外観



チャペル

ドア・カハヤ アット ブルーヘブン

英語表記：
doa:cahaya at BLUE HEAVEN

住所：
Jl. Labuansait, Uluwatu, 80364,
Bali, Indonesia

挙式開始：2014年1月

ブルーヘブン

住所：
Jl. Labuansait, Uluwatu,
80364, Bali, Indonesia

2013年5月にバリ島南部のパダンパダンビーチ (Padang Padang Beach) にオープンしたビーチクラブ。ウェディング会場としても有名なブルーポイント・ベイ・ヴィラス & スパの姉妹施設で、敷地内にはクリフトップ・プール、レストラン、チャペルを有する

II 2-4. <Topic4>海外戦略の加速：海外・リゾートウェディング

バリ直営「アールイス・ブルー・ポイント・バイ・ザ・シー」 チャペル、バンケットを戦略的リニューアル



チャペル



バンケット

アールイス・ブルー・ポイント・バイ・ザ・シー

チャペル名：
アールイス・ブルー・ポイント・バイ・ザ・シー

英語表記：
ARLUIS BLUE POINT BY THE SEA

住所：
Jl Labuansait Uluwatu Pecatu Bali
80364, Indonesia

インド洋を望む絶景のチャペルは、
“ナチュラルホワイト”をテーマカラーに、
白亜のチャペルへ生まれ変わる
開放感のある絶景バンケットも用意し、
おふたりの大切なゲストとプライベート
パーティを楽しめる

II 2-5. <Topic5>海外戦略の加速：海外・リゾートウェディング

好調な海外・リゾートウェディングのサービスを拡充
自社ドレスサロン「WITH A WHITE」福岡・仙台にオープン



WITH A WHITE
福岡サロン



WITH A WHITE
仙台サロン

WITH A WHITE 福岡サロン

住所：〒810-0041
福岡県福岡市中央区大名2-1-11
アルボーレ大名 5F

電話：0120-955-484

営業時間：平日11:00～20:00
土日祝10:00～19:00

定休日：毎週水曜日

アクセス：西鉄大牟田線
「西鉄福岡」駅より5分

WITH A WHITE 仙台サロン

住所：〒980-0803
宮城県仙台市青葉区国分町3-6-1
仙台パークビル1F

電話：0120-955-960

営業時間：10:00～19:00

定休日：毎週水曜日

アクセス：仙台市営南北線
「勾当台公園」駅より3分

II 2-6. <Topic6>海外戦略の加速：海外・リゾートウェディング

2013年6月オープンのハワイ「ザ・マカナチャペル」
(シェラトン・ワイキキ・ホテル) が好調なスタート



シェラトン・ワイキキ ザ・マカナチャペル

オープン
2013年6月

ワイキキビーチの目の前という
好ロケーションに位置する
大型リゾートホテル、シェラトン・
ワイキキ・ホテル内に新設

シェラトン・ワイキキ・ ホテル

Sheraton Waikiki Hotel

住所
2255 Kalakaua Ave.
Honolulu, HI, 96815-2579
U.S.A

客室総数：1636室
内スイートルーム128室

II 2-7. <Topic7>海外戦略の加速：海外・リゾートウェディング

アジアからのリゾートウェディング送客本格展開開始 台湾では現地法人設立、東南旅行社と提携、積極PR実施

台湾サロン設置

2013年9月に、台北市内（台北101近隣）に第一号店となる旗艦サロン開設。
台湾国内からのリゾートウェディングを販売。
2015年に400組のリゾートウェディング送客実現を目指す。



サロン外観

台湾現地法人

商号：幸運股份有限公司
所在地：
台北市大安區光復南路180巷2號1樓
設立年月日：2013年8月15日
資本金：1500万台湾ドル

台湾サロン

所在地：
台北市大安區光復南路180巷2號1樓
設立：2013年9月
坪数：約50坪

東南旅行社

商号：東南旅行社股份有限公司
所在地：
台北市中山區中山北路二段60號
設立年月日：1954年4月1日
資本金：1億9330萬元



DREAM GIRLSプロモーション

アジアで活躍中の女性ボーカルグループを使ったプロモーション企画。MusicVideoを当社会場にて撮影し、利用したものと同じ小物をプレゼントするキャンペーン等のPR企画を実施。



DREAM GIRLS

II 2-8. <Topic8>海外戦略の加速：セレブパーティのプロデュース

世界のセレブのパーティプロデュースを実施 T&Gグループの強みが世界で評価

Gene Simmons (ジーン・シモンズ) 様
ウェディングパーティー (ハワイ州マウイ島)



パーティースペース

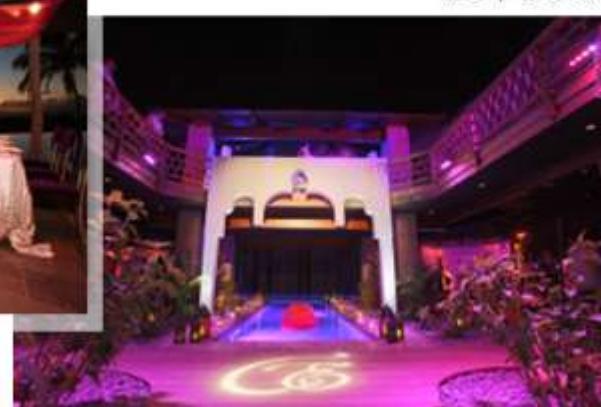


ダンススペース

Carmen Electra (カルメン・エレクトラ) 様
アニバーサリーパーティー (ハワイ州マウイ島)



パーティースペース

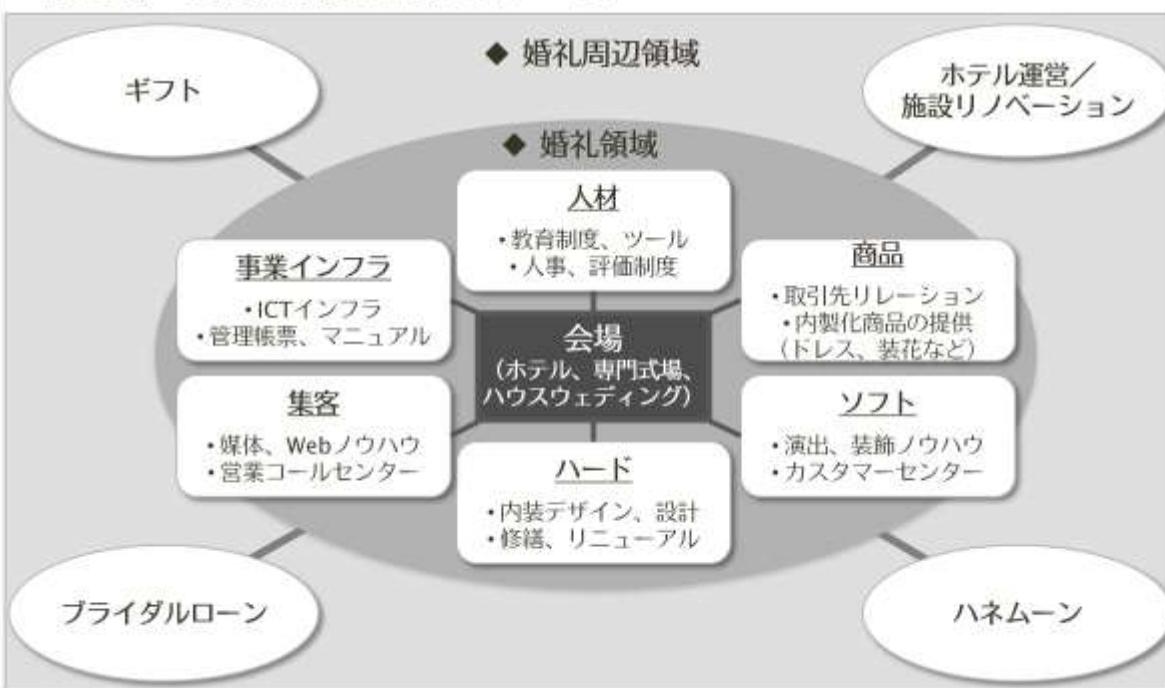


エントランス

II 3. コンサルティング事業の拡大：事業戦略

T&Gグループが持つノウハウを活かしたコンサル事業を拡大
専門式場、ハウスウェディング会場にも提供開始

<他会場への提供商品全体像（イメージ）>



T&G

TAKE and GIVE NEEDS

✓コンサルティング事業戦略について、ご説明いたします。

✓現在、ホテルの婚礼受託を第2の柱事業と位置付け、提携ホテル数を増やし、事業拡大を推進しております。

✓こうした事業拡大は、T&Gが持つ様々なノウハウが根底にあります。その提供領域は、「人材」「商品」「ソフト」「ハード」「集客」「事業インフラ」といった婚礼領域のみに留まらず、「ギフト」「ブライダルローン」「ハネムーン」「ホテル運営／施設リノベーション」といった婚礼周辺領域まで多岐に渡り、こうしたノウハウを提携ホテルに提供することで、Win-Winの関係にて、ホテルの業績向上を実現しております。

✓今後はこうした実績をベースに、ホテルのみならず、専門式場や同業であるハウスウェディングの他会場にも、ノウハウの提供を開始いたします。

✓ブライダル業界において当社のノウハウが浸透することで業界全体の活性化を図るとともに、コンサルティング事業として、事業拡大を推進してまいります。

II 3-1. <Topic9>コンサルティング事業の拡大：ホテル事業の拡大

「横浜ベイシェラトン」、「グリーンタワー幕張」と提携開始 初の首都圏案件、順調に新規提携先の拡大が進む



横浜ベイシェラトン
ホテル＆タワーズ
(2013年10月提携開始)

運営会社
相鉄ホテル株式会社
住所
横浜市西区北幸1-3-23
オープン
1998年9月
設備
地下6階、地上27階
客室総数：398室
バンケット：7
チャペル：1
神殿：1



II 3-2. <Topic10> ホテル婚礼受託事業の拡大：新規提携数の拡大

「ホテル ポストンプラザ草津」、「宮崎観光ホテル」と提携開始 順調に新規提携先の拡大が進む



ホテル ポストンプラザ草津
外観

ホテル ポストンプラザ草津 (2013年5月提携開始)

運営会社：
南興業株式会社
住所：
滋賀県草津市草津駅西口
ポストンスクエア内
オープン：
1996年7月（新館2011年11月）
設備：
地上12階、地下駐車場
客室総数：216室
バンケット：4
チャペル：1



宮崎観光ホテル
外観

宮崎観光ホテル (2013年7月提携開始)

運営会社：
株式会社宮崎観光ホテル
住所：
宮崎県宮崎市松山1-1-1
オープン：
1954年10月
設備：
地上13階（東館）、地上10階（西館）
客室総数：370室
バンケット：5
チャペル：1 神殿：1

II 4. 直営店戦略：出店、M&A、既存店舗の強化

国内シェア拡大に向け、新規出店、M&A戦略を加速
既存店舗は「エリア戦略／企業体質強化」で事業基盤強化

◆ 新規出店、M&A戦略の加速



T&G
TAKE and GIVE NEEDS

✓直営店戦略について、ご説明いたします。

✓国内においては、シェア拡大に向け、積極的に新規出店及びM&Aを実施いたします。

✓新規出店については、すでにご報告のとおり、2015年春に「(仮称) 神宮前6丁目プロジェクト」を予定しておりますが、今後も年間2~3店舗を目標に、積極的に新規出店を行う計画であります。

✓M&Aについては、2012年12月のBW社グループ化を皮切りに、ハウスウェディング会場の営業権を取得いたしました。新規出店と同様に、M&Aを重要な戦略のひとつと位置づけ、今後も隨時優良案件においてはM&Aによるシェア拡大を目指します。

✓既存店舗においてもエリア戦略及び企業体質強化を行い、リニューアルや収益構造改革、次世代ウェディングスタイル創出といった施策展開により、国内でのより確固たる地位を築きます。

II 4-1. <Topic11>直営店舗の強化：新規出店

株式会社ブライズワードとT&Gの強みを融合し 新しいコンセプトのウェディング施設を出店

(仮称) 神宮前6丁目プロジェクト (2015年春予定)

BW社の複合施設運営ノウハウと、
T&Gのプロデュース力を融合し、
新しいコンセプトの
ウェディング施設を出店予定



(仮称) 神宮前6丁目 プロジェクト

出店スタイル
ウェディング施設、
レストラン（予定）

出店場所
東京都渋谷区神宮前6-28-6

出店面積
2,347 m²（予定）

設備
チャペル、バンケット、
レストラン他（予定）

開業時期
2015年春（予定）

II 4-2. <Topic12>直営店舗の強化：M&Aの推進

ヴィクトリアガーデン恵比寿迎賓館に続き、 「THE SEASON'S（ザ・シーズンズ）」の営業権を取得



THE SEASON'S



会場外観



バンケット

THE SEASON'S (ザ・シーズンズ)

住所
神奈川県横浜市西区西平沼町
6-1

設備
バンケット：2
(収容人数 着席30名～90名)
チャペル：1

営業時間
平 日 11:00-20:00
土日祝 10:00-20:00
(祝日を除く水曜日定休)

アクセス
無料送迎バス横浜駅より 7分
相鉄線平沼橋駅より徒歩 5分
JR 地下鉄 私鉄横浜駅より
徒歩 20分
横浜駅西口インター 3分

II 4-3. <Topic13>直営店舗の強化：戦略的リニューアル

既存優良店舗の更なる強み創りへ積極投資 ヒルサイドクラブ迎賓館 八王子を戦略リニューアル



HILLSIDE CLUB
GEIHINKAN



プール付ガーデン（イメージ）



リニューアル後チャペル

ヒルサイドクラブ迎賓館
八王子

オープン
2004年11月

リニューアル
2013年7月

住所
〒192-0916
東京都八王子市みなみ野1-7-8

チャペルを
戦略的にリニューアル

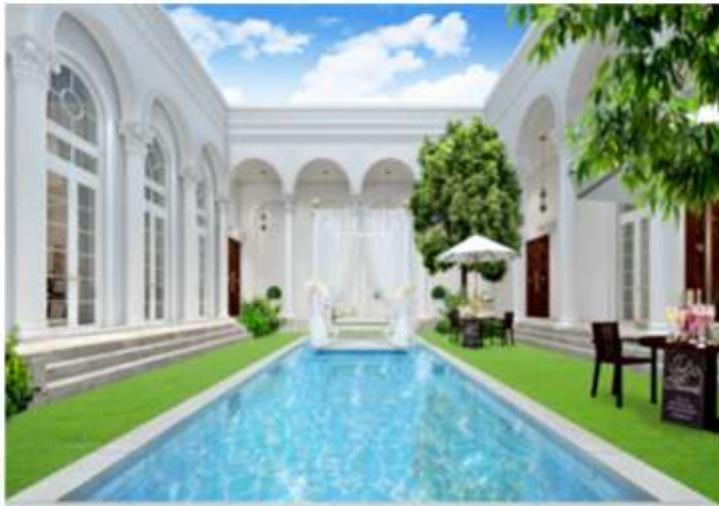
お客様ニーズを踏まえ、
デザイン性を追求したより魅力的な会場として維持
ブランドロイヤリティを更に高め、業績向上へ寄与

II 4-4. <Topic14>直営店舗の強化：戦略的リニューアル

既存優良店舗の更なる強み創りへ積極投資 アーフェリーク迎賓館 熊本を戦略リニューアル



ARFERIQUE



プール付ガーデン



リニューアルイメージ

アーフェリーク迎賓館 熊本

リニューアル
2013年8月

オープン
2013年9月

住所
〒860-0047
熊本県熊本市西区春日2-
2-12

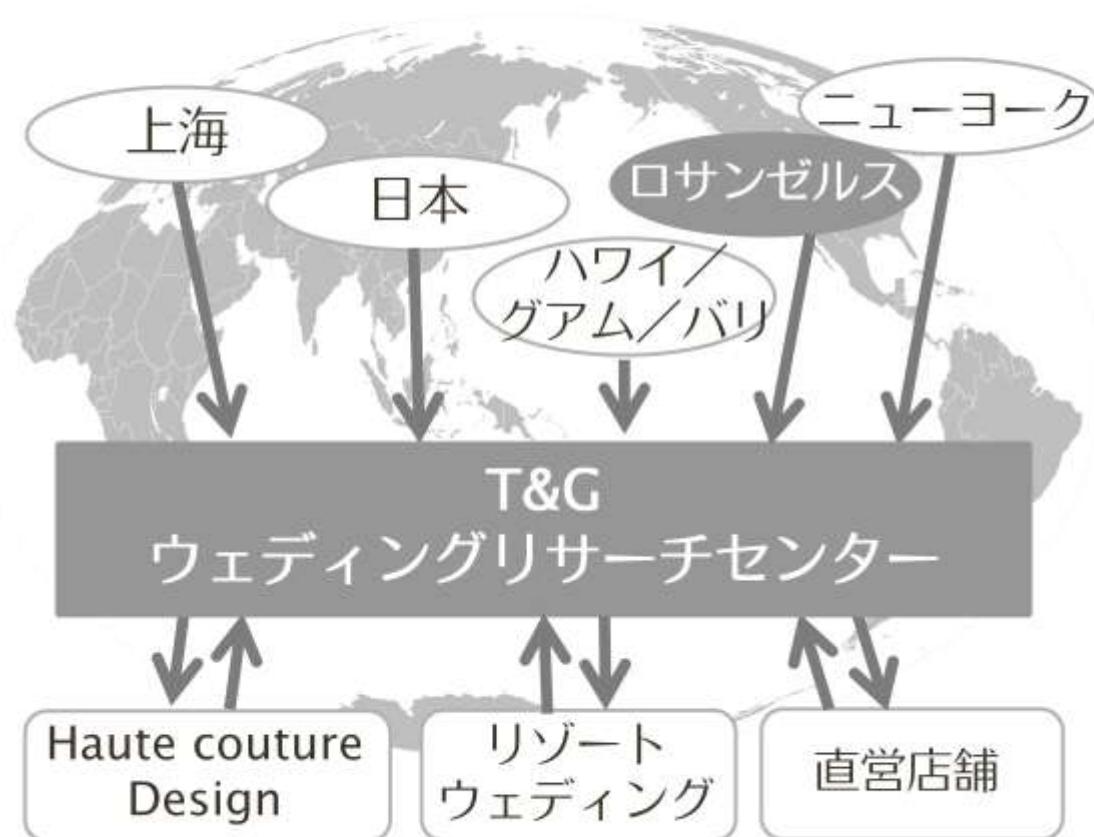
電話番号
096-312-8620

バンケット、ガーデンを
戦略的にリニューアル

お客様ニーズを踏まえ、
デザイン変更・利便性向上
により、より魅力的な会場
へ

II 4-5. <Topic15>次世代ウェディングスタイルの創出

T&Gウェディングリサーチセンターの情報力強化 ニューヨークに続きロサンゼルスへ情報基地を設立



T&G ウェディング リサーチセンター

設立
2012年9月1日

役割
T&Gグループにおける調査・研究機関
世界各国の最先端ウェディングの研究と、研究成果をグループ内に展開する機能を有する

情報拠点
2012年9月 東京、上海、ハワイ
グアム、バリ
2012年11月 ニューヨーク
2013年7月 ロサンゼルス

センター長
執行役員 有賀明美
これまで数多くの著名人のプロデュース実績をもつウェディングデザイナー
現在は、プロフェッショナルチームによるトータルウェディングサービス「Haute couture Design (オートクチュールデザイン)」のメンバーとしても活躍

II 4-6. <Topic16>次世代ウェディングスタイルの創出

Haute couture Designが ザ・リツ・カールトン東京と業務提携

“デザイナーズウェディング”

ペーパーアイテムから空間装飾、ヘアメイク、ウェディングドレスなど全てに至るまで、各分野のプロフェッショナルデザイナーが集結し、これまでにない先進的なウェディングスタイルを0(ゼロ)からオートクチュールでデザインし、創り上げていくウェディング



ザ・リツ・カールトン東京 “トワイライトウェディングプラン”

デザイナーズウェディングの一つのテーマプランとして
“Haute couture Design”（オートクチュールデザイン）が
プロデュースするウェディングプラン
(2013年8月より販売開始) ¥4,000,000～(60名様)

ザ・リツ・カールトン東京

住所
東京都港区赤坂9-7-1
東京ミッドタウン

オープン
2007年3月

Haute couture Design

URL
<http://www.tgn.co.jp/hcdesign/>

プロフェッショナルチームによる、
場所や概念に捉われないトータル
ウェディングプロデュースサービス

お客様のご要望をもとに、会場探し
から当日の施行・進行までをトータ
ルプロデュース

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS