

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
2019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2019年3月期第3四半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 総合企画部

Tel 03-3471-6806

E-Mail ir@tgn.co.jp

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

I . 2019年3月期第3四半期 連結決算概要	
1. 連結 損益計算書 概要	P6-7
2. セグメント情報	P8-12
3. 連結 貸借対照表	P13-14
II . 2019年3月期 経営方針および重点施策進捗	
1. 通期業績予想	P16
2. 経営方針	P17-18
3. 重点施策	
3-1. 国内ウェディング事業	P20-27
3-2. ホテル事業	P29-32
3-3. 海外・リゾート事業	P34-42
III . 長期経営方針 EVOL 2027 進捗報告	P44-49
IV . 2019年3月期第3四半期 配当予想	P51
V . 会場一覧	P53-55

2019年3月期第3四半期 サマリー

業績

- 売上高501億円(前期比103.4%)、営業利益38億円(前期比181.2%)
3事業全てが前期比増収増益

国内 ウェディング 事業

- 2020年3月期 婚礼受注組数は前期比102.2%
- 既存店強化のため、施設リニューアルを12店舗で実施（今期19店舗を計画）
- ドレス内製化は順調に推進
- 東京會館が2019年1月グランドオープン。婚礼受注堅調
- 平日稼働、協業サービスの拡充により収益機会を拡大

ホテル事業

- 2020年3月期 婚礼受注組数は前期比100.6%
- MICE受注堅調。広いジャンルで多数の企業がイベント利用
- ADR（平均客室単価）は60,446円。宿泊者の外国人比率は80.0%

海外・リゾート ウェディング 事業

- 2020年3月期 婚礼受注組数は前期比91.5%
- 国内販売網を拡大。直営サロン 新宿店の拡張及び広島店を新規オープン
- 沖縄3拠点（瀬良垣、宮古島）、プーケット3拠点オープン

今期 施策 進捗

I

2019年3月期第3四半期 連結決算概要

*Results of Third Quarter
FY03/2019 results*

I 1-1. 連結 損益計算書 概要

売上高501億円（前期比103.4%）、 営業利益38億円（前期比181.2%）の増収増益

単位: 百万円	2019/3 3Q計画	2019/3 3Q実績	計画比	2018/3 3Q実績	前年 同期比
売上高	50,000	50,144	+144	48,494	+1,650 (※1)
売上 総利益	31,450 62.9%	31,585 63.0%	+135 +0.1pt (※4)	29,763 61.4%	+1,822 +1.6% (※2)
販管費	27,650 55.3%	27,723 55.3%	+73 ±0.0pt	27,631 57.0%	+91 -1.7% (※3)
営業 利益	3,800 7.6%	3,862 7.7%	+62 +0.1pt	2,131 4.4%	+1,730 +3.3%
経常 利益	3,500 7.0%	3,603 7.2%	+103 +0.2pt	1,871 3.9%	+1,731 +3.3%
当期 純利益	2,000 4.0%	2,287 4.6%	+287 +0.6pt	814 1.7%	+1,473 +2.9%

%は売上高比

前期比差異要因

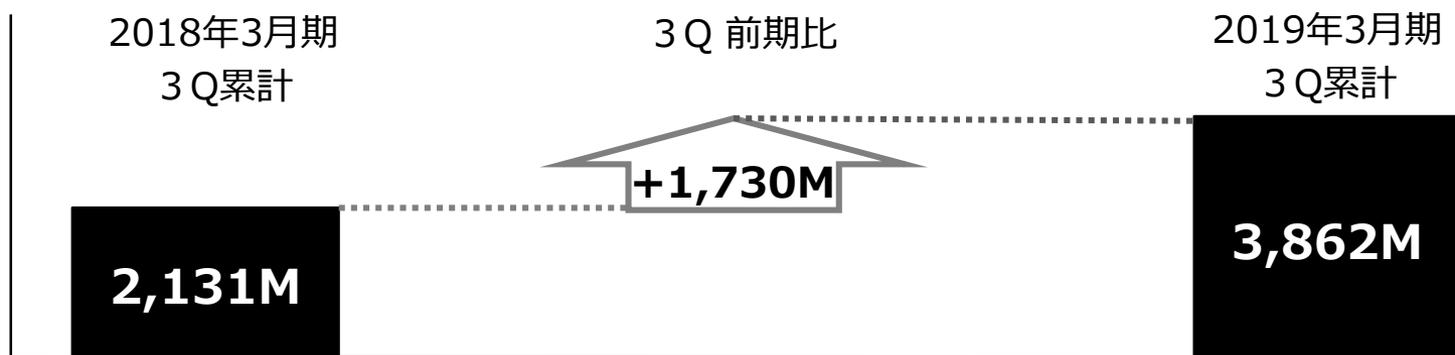
- 売上高 (※1)
前期比 +1,650百万円
 - ✓ 国内ウェディング、リニューアル店舗が好調
 - ✓ TRUNK(HOTEL)は2年目も堅調推移
 - ✓ 海外ウェディング、グアムの落ち込みを他エリアでカバー
- 売上総利益率 (※2)
前期比 +1.6pt
 - ✓ 国内ウェディング 内製化率増加
- 販管費 (※3)
前期比 +91百万円
 - ✓ 国内ウェディング 内製化拠点費用増加
 - ✓ 海外ウェディング 出店費用増加

I 1-2. 2019年3月期3Q 増益要因

国内既存店の組数増・TRUNK (HOTEL)堅調維持

前期比1,730百万円の営業増益

営業利益上期累計 前期比



差異要因

国内
ウェディング

+967M

- ・ リニューアル効果により組数増
- ・ 内製化推進により収益力改善
- ・ 少人数婚の取扱組数増

ホテル

+688M

- ・ 開業費負担なく、2か月プラス稼働
- ・ 新店開業に向けた人材投資

海外
リゾート

+75M

- ・ グラム施行低迷を他エリアでカバー
- ・ 宮古島 新店開業費用

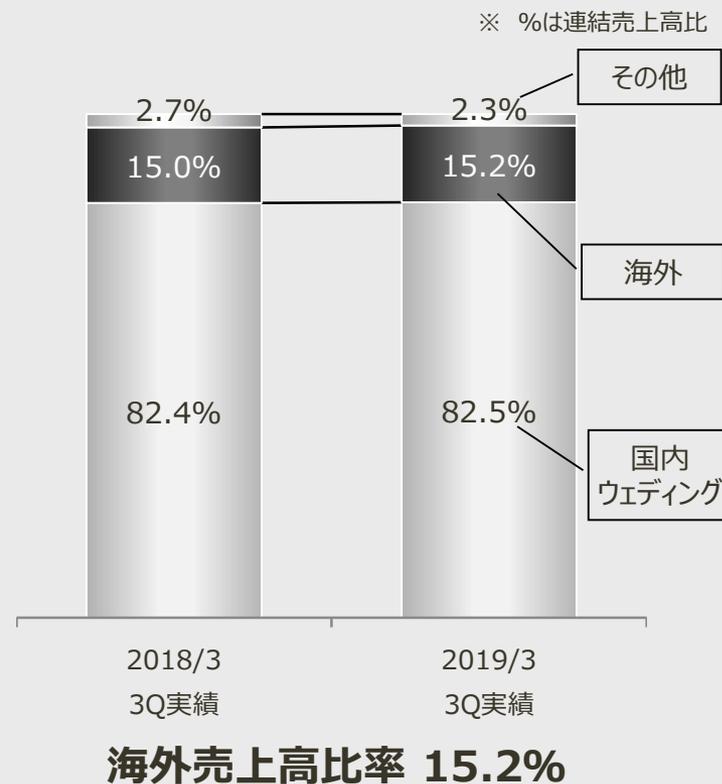
I 2-1. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

国内ウェディング事業の売上高は前期比103.6%

海外・リゾートウェディング事業の売上高は前期比105.1%

単位：百万円	2018/3 3Q実績	2019/3 3Q実績	前年 同期比
国内ウェディング事業	39,946	41,376	+1,429
ホテル (TRUNK)	2,726	3,577	+850
海外・リゾート ウェディング事業	7,257	7,627	+369
その他	1,290	1,140	-149
連結売上高	48,494	50,144	+1,650

セグメント別売上構成比推移



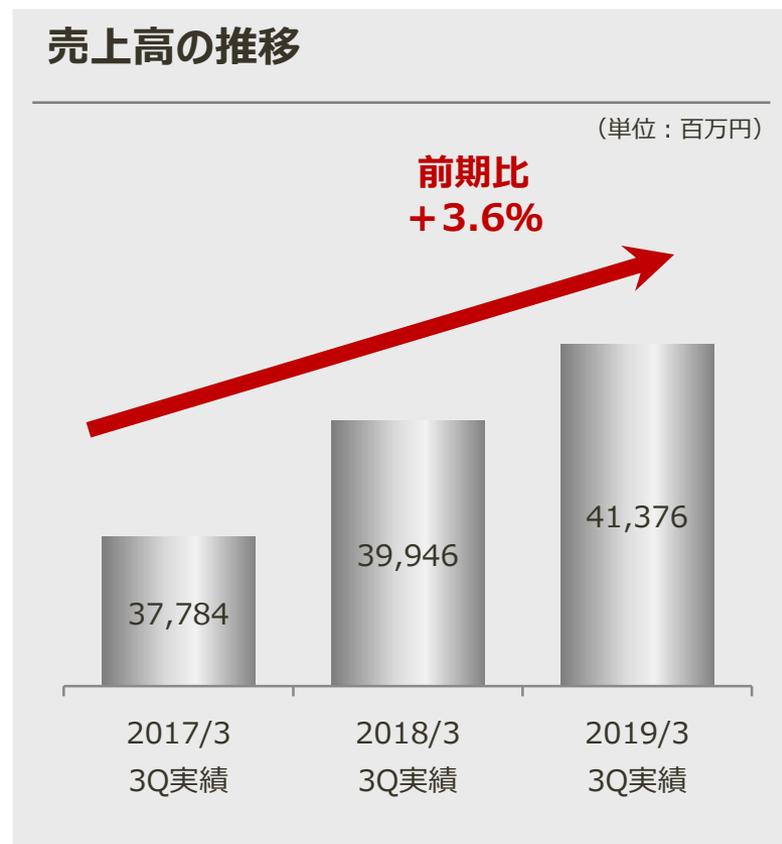
I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

国内ウェディング事業は、
リニューアル効果、ホテルの堅調な推移により、増収増益

単位: 百万円	2019/3 3Q計画	2019/3 3Q実績	計画比	2018/3 3Q実績	前年 同期比
売上高	41,200	41,376	+176	39,946	+1,429
売上 総利益	25,700 62.4%	25,843 62.5%	+143 +0.1%	24,315 60.8%	+1,527 +1.7%
営業 利益	5,200 12.6%	5,233 12.6%	+33 ±0.0%	3,511 8.8%	+1,721 3.9%

%は売上高比

※国内ウェディング事業は、(株)T&G、(株)TRUNK（2017年12月末時点：69店舗105会場、2018年12月末時点：68店舗103会場）



I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

直営店の取扱組数は前期比104.7%

単位: 百万円	2019/3 3Q計画	2019/3 3Q実績	計画比	2018/3 3Q実績	前年 同期比
直営店					
売上高	36,900	37,064	+164	35,795	+1,269
取扱組数	9,520	9,562	+42	9,131	+431
平均単価 (千円)	3,850	3,871	+21	3,917	-45
平均人数	69.5	69.2	-0.3	71.1	-1.9
コンサルティング					
売上高	1,170	1,179	+9	1,272	-92
取扱高	1,070	1,080	+10	1,416	-335
取扱組数	380	387	+7	460	-73
その他（宿泊、レストランなど）					
売上高	3,130	3,131	+1	2,879	+252



※ 直営店には、(株)T&G、(株)TRUNK を含む。(2017年12月末時点: 69店舗105会場、2018年12月末時点: 68店舗103会場)

※ コンサルティングには婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。(2017年12月末時点8施設、2018年12月末時点で7施設)

※ コンサルティング取扱高: 対象施設における売上高(婚礼運営受託分) + T&G売上高(レストラン提携等)

I 2-3. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

海外・リゾートウェディング事業は売上高が前期比105.1%
グアムの落ち込みをハワイ・沖縄でカバーし、増収増益を維持

単位: 百万円	2019/3 3Q計画	2019/3 3Q実績	計画比	2018/3 3Q実績	前年 同期比
売上高	7,600	7,627	+27	7,257	+369
売上 総利益	5,180 68.2%	5,225 68.5%	+45 +0.3pt	4,982 68.7%	+242 -0.2pt
営業 利益	60 0.8%	39 0.5%	-21 -0.3pt	△36 △0.5%	+75 +1.0pt

%は売上高比

海外・リゾートウェディングは12月期決算

売上高の推移

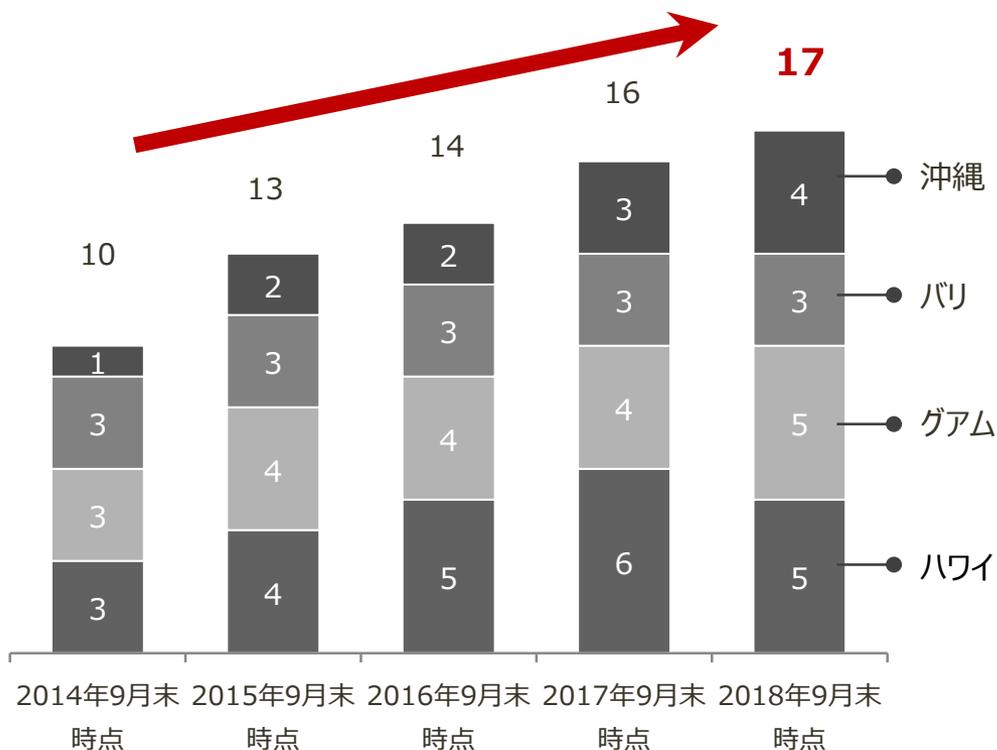


I 2-3. 【参考】海外・リゾート拠点数・件数比較

拠点数増加により、施行組数は前期比で上昇

リゾートウエディング拠点数比較*1

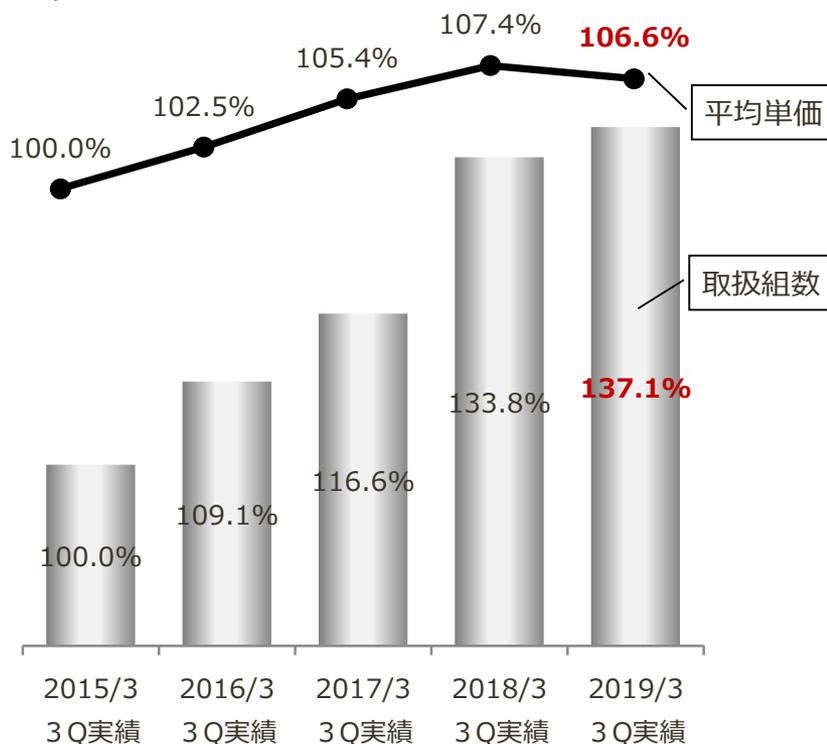
*1海外・リゾートウエディングは12月期決算のため
各年9月末時点での拠点数を表示（ローカルウエディングは省いた拠点数）



ARLUIS WEDDING

取扱組数・単価比較*2

*2日本人を対象としたリゾートウエディングの取扱組数と単価
2015/3期を100%とした際の割合推移



T&G TAKE and GIVE NEEDS

第3四半期の資産は前期末同水準

単位:百万円	2018/3末	2018/12末	増減
流動資産	10,093	11,363	+1,270
現金及び預金	4,769	5,700	+930
固定資産	45,932	44,611	-1,321
有形固定資産	35,037	34,498	-538
無形固定資産	887	848	-39
投資その他資産	10,007	9,264	-742
資産計	56,025	55,975	-50

主な増減要因

- 特になし

『税効果会計に係る会計基準』の一部改正等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、繰延税金資産を「投資その他の資産」の区分に表示し、繰延税金負債は「固定負債」の区分に表示しております。

I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

有利子負債残高は前期末 6 億円減

単位:百万円	2018/3末	2018/12末	増減
負債合計	34,889	32,778	-2,111
流動負債計	15,597	16,188	+ 591
短期借入金	1,310	2,450	+ 1,140
(一年内) 長期借入金	4,990	5,498	+ 508
固定負債計	19,291	16,589	-2,702
長期借入金	12,912	10,612	-2,300
純資産計	21,136	23,197	+ 2,060
負債・純資産計	56,025	55,975	-50

主な増減要因

- 有利子負債 -652百万円

有利子負債	19,213	18,561	-652
-------	--------	--------	------

「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」等を第 1 四半期連結会計期間の期首から適用しており、繰延税金資産を「投資その他の資産」の区分に表示し、繰延税金負債は「固定負債」の区分に表示しております。

II

2019年3月期

経営方針および重点施策進捗

*Management policies and Key Measures progress
of FY03/2019*

II 1. 2019年3月期 連結 通期業績予想

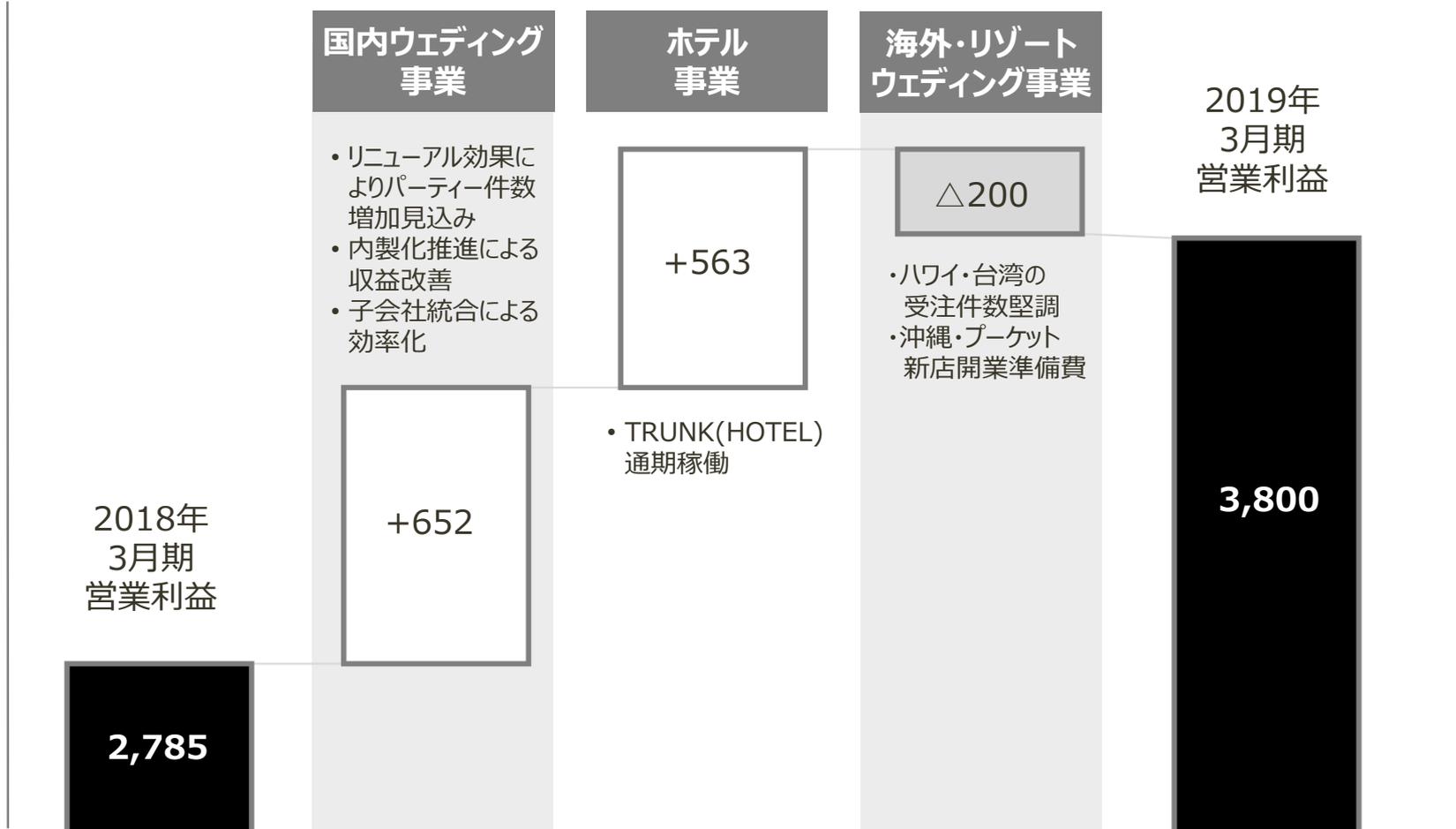
通期業績予想は単価の影響を考慮し据え置き

単位: 百万円	第2四半期 (累計)			通期		
	2018/3 実績 (A)	2019/3 実績 (B)	増減額 (B-A)	2018/3 実績 (A)	2019/3 予想 (B)	増減額 (B-A)
売上高	31,082	32,742	+1,659	64,590	66,500	+1,910
営業利益	683	2,284	+1,600	2,785	3,800	+1,015
経常利益	491	2,090	+1,599	2,489	3,400	+911
当期利益	36	1,342	+1,305	888	1,400	+512

2019年3月期営業利益は38億円（+36.4%）を計画

営業利益前期比増減額

単位：百万円



下期は各セグメントの営業強化、成長投資を実施

国内 ウェディング事業

- 大規模・中規模リニューアルへの投資
- 来期受注強化のための広告投資
- 台風、地震影響による補修工事

ホテル事業

- 新店開発にむけた人材費用

海外・リゾート ウェディング事業

【販売強化】

- 国内販売網拡大に向け、直営サロン開業準備費
- 前倒した来期受注強化のための広告投資

【アジアマーケット拡大】

- 沖縄・プーケット 新店6店舗の開業準備費
- 営業網拡大に向けた開発費用

【修繕】

- 台風、地震影響による補修工事



<アーフェリーク迎賓館 岐阜 2019年3月リニューアル完成>



<宮古島 シギラリゾート 2019年1月オープン>

国内ウェディング事業



〈麻布迎賓館 2019年1月リニューアル完成〉

戦略的リニューアルを推進し、受注は堅調に推移

重点テーマ

詳細

既存店強化

- 既存店強化のため、施設リニューアルを12店舗で実施、リニューアル店舗の受注組数は大幅増
- 資源の再配置により採算性の低い2店舗を閉鎖
- ドレス内製化を継続的に推進
- 吸収合併子会社の効率化は完了
一部店舗の営業体制の改善に遅れ

コンサルティング

- 東京會館1月グランドオープン、受注は堅調

新規事業

- LTV（顧客生涯価値）サービスとしてのイベントを開催、収益機会を拡大
- 既存事業を活用した協業サービス、結婚式場向け「装飾レンタル事業」が順調に拡大
- 保育2園目の候補地選定を継続

戦略的リニューアルを継続

2019年3月期は19店舗でリニューアルを計画、12店舗完了

◆ 2019年3月期 店舗リニューアル計画

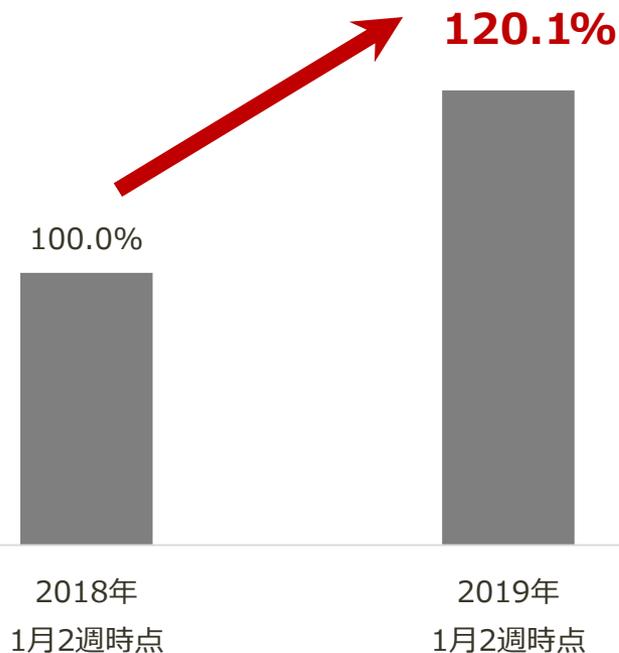
種別	対象店舗	1店舗あたり 投資額	リニューアル内容	進捗状況
大規模 リニューアル	2店舗	150M	チャペル・バンケット・ガーデンの 全館改装	2店舗着手 (今春完成予定)
中規模 リニューアル	7店舗	20M～50M	チャペル、ガーデン、バンケット 独立した空間単独リニューアル	7店舗完了
家具入替	10店舗	10M～20M	会場内の家具・調度品の デザインチェンジ	5店舗完了 他デザイン進行中

リニューアル店舗の2020年3月期受注組数は 前期比120.1%と大幅増（2019年1月2週時点）

リニューアル店舗※1
2020年3月期 受注組数 前期比※2

*12017年3月期の大規模、中規模リニューアル実施11店舗

*22018年1月2週時点の来期受注残数を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



<チャペルリニューアル アーヴェリール迎賓館 高松>



<バンケットリニューアル アーフェリーク迎賓館 岐阜>

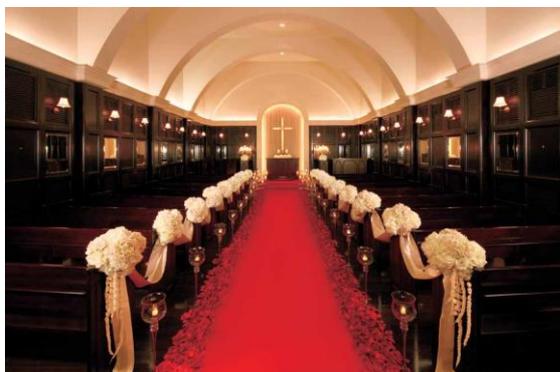
マーケティング強化による戦略的リニューアルで 新たなターゲットの獲得に成功

アーククラブ迎賓館 広島

麻布迎賓館

ヒルサイドクラブ迎賓館 八王子

リ
ニ
ュ
ー
ア
ル
(
前
)



リ
ニ
ュ
ー
ア
ル
(
後
)

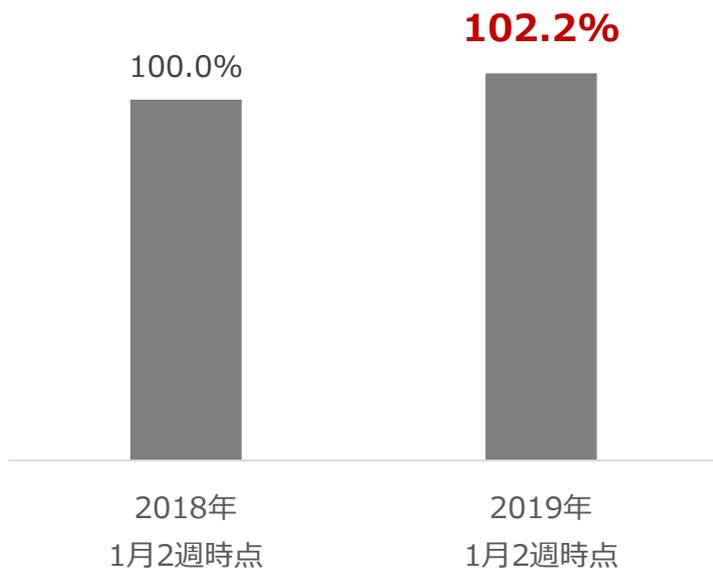


2020年3月期受注組数はグループ全店で
前期比102.2%で推移（2019年1月2週時点）

2020年3月期受注組数 対前期比

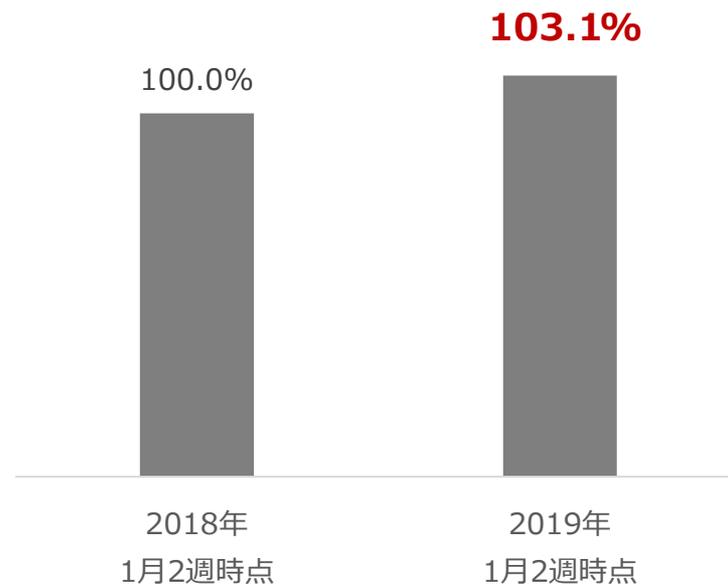
*12018年1月2週時点の来期受注残数を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示

全店状況



全店：69店舗105会場（前年 69店舗105会場）

既存店状況（閉鎖店舗除く）

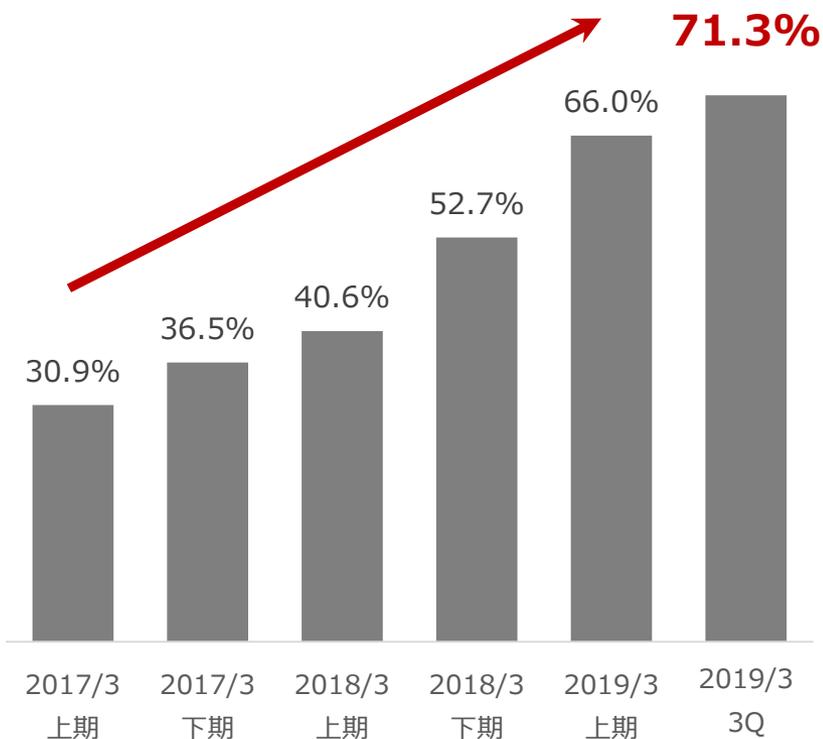


既存店：67店舗102会場

ドレス内製化は順調に進捗

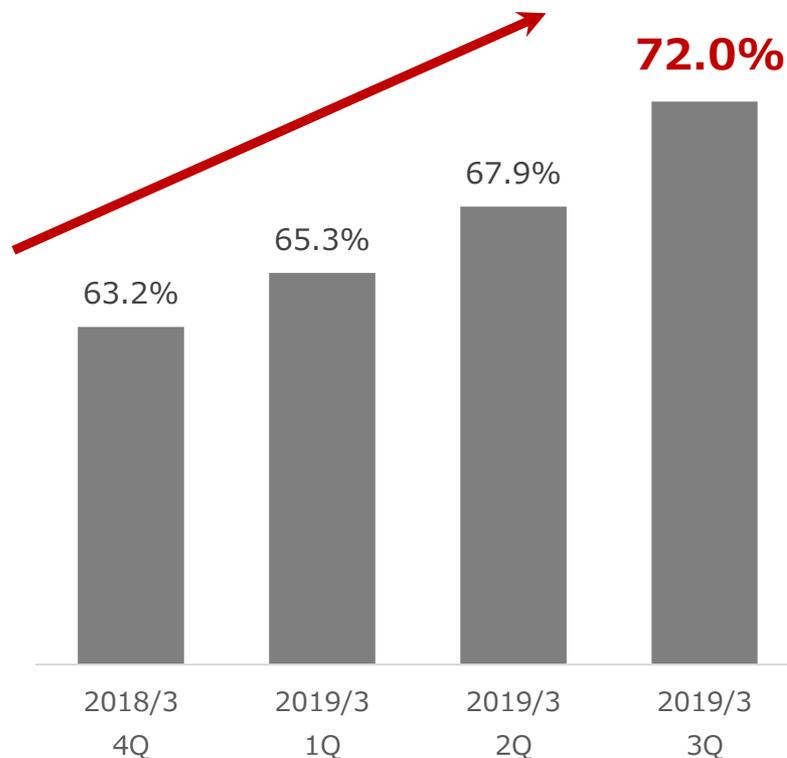
都内、横浜エリア 内製比率推移*1

*1各年6ヶ月間のドレス内製化比率
(=内製化した店舗のドレス受注件数÷婚礼件数) の推移をグラフ表示



関西エリア 内製比率推移*2

*2各年3ヶ月間のドレス内製化比率
(=内製化した店舗のドレス受注件数÷婚礼件数) の推移をグラフ表示



新たな収益機会の創出

結婚式前後も、顧客と繋がる情報を配信、各種イベントの実施



T&Gオリジナル配信メディアで、ライフイベントに沿ったサービスを情報配信（メール開封率約40%※）

※メルマガ開封率は一般的に6～8%（当社調べ）

東京會館がグランドオープン、 受注組数はリニューアル前と比較して200%超で推移

オープン日：2019年1月8日
住所：東京都千代田区丸の内3-2-1
披露宴会場：8会場
挙式会場：2会場（チャペル1会場、神殿1会場）

東京會館と婚礼部門のコンサルティング業務を提携。新しく伝統的というこれまでにないコンセプト「NEWCLASSICS.」を掲げ、これまで当社が培ってきたウェディングのノウハウやナレッジを活かし、マーケティング調査、コンセプト設計、料理や演出などの商品開発、接客を担当してきました。また、新たな接客ツールとしてVR接客システムも導入し、接客の効率化も実現しています。



<歴史ある社交場のエントランス>

【コンサルティング プロセス】



<光が降り注ぎ皇居が一望できるチャペル>

【接客の新たなツール導入】
接客ツールとしてVRシミュレーションツールを導入。
接客時の式場案内を時間や場所を選ばず提供可能。



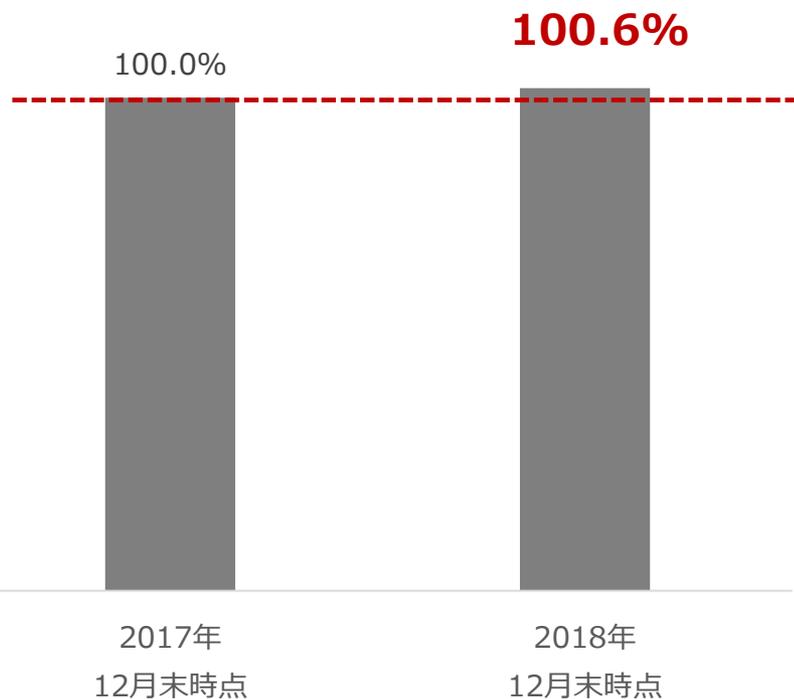


2020年3月期の婚礼受注は堅調を維持 平均客室単価は高単価を維持

婚礼実績

2020年3月期受注組数 対前期比^{※1}

^{※1}2017年12月末時点の来期受注組数を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



宿泊実績

ADR

60,446円

※2018年4-12月実績

宿泊者の外国人比率

80.0%

うち欧米人の比率は69.0%

※2018年4-12月実績

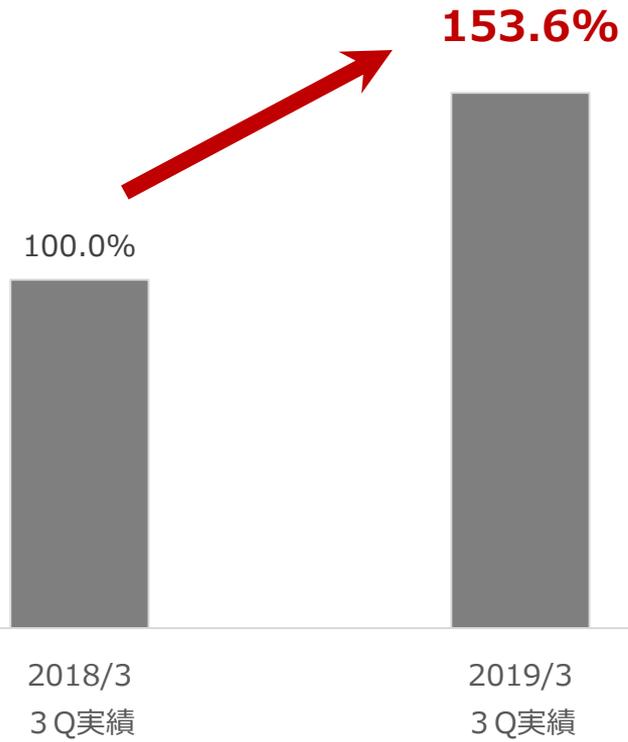
MICE受注好調

広いジャンルで多数の企業が利用

MICE実績

2019年3月期実績件数 対前期比^{※1}

*12018年3月期3Q累計のMICE実績件数を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



利用企業実績 ※敬称略、順不同

- ✓ ビー・エム・ダブリュー株式会社
- ✓ ヴァレンティノ ジャパン
- ✓ エミレーツ航空
- ✓ ユニバーサル ミュージック 等



10/18開催 国内最大級のファッション祭典
Amazon Fashion Week TOKYO 2019 S/Sの公式イベントの様子

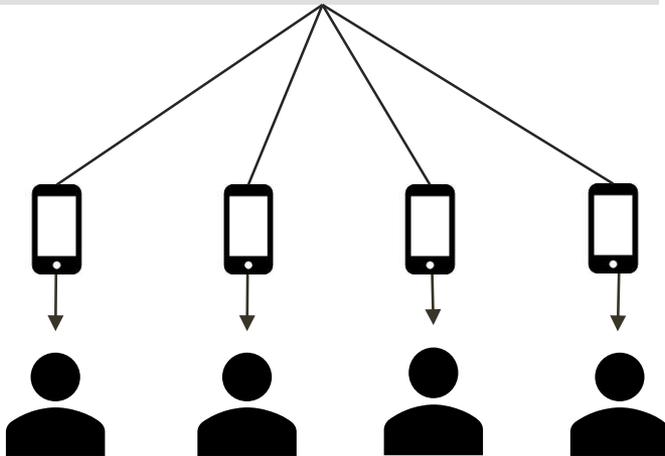
集客効率の良化を目的に 婚礼でのSNS戦略を強化

SNS戦略の概要



TRUNK(HOTEL)挙式済で「SNS発信力」がある花嫁を「TRUNK Ambassador」に認定。
現在、30名の「Ambassador」が活躍中。
(2019年1月時点)

- ✓ TRUNK(HOTEL)の魅力を実体験をもとにSNS発信
- ✓ 結婚を控えた女性向けの相談会を実施
- ✓ 新商品開発



「Ambassador」にエンゲージメントのある結婚予定の女性

SNS経由での来館割合

21.9%

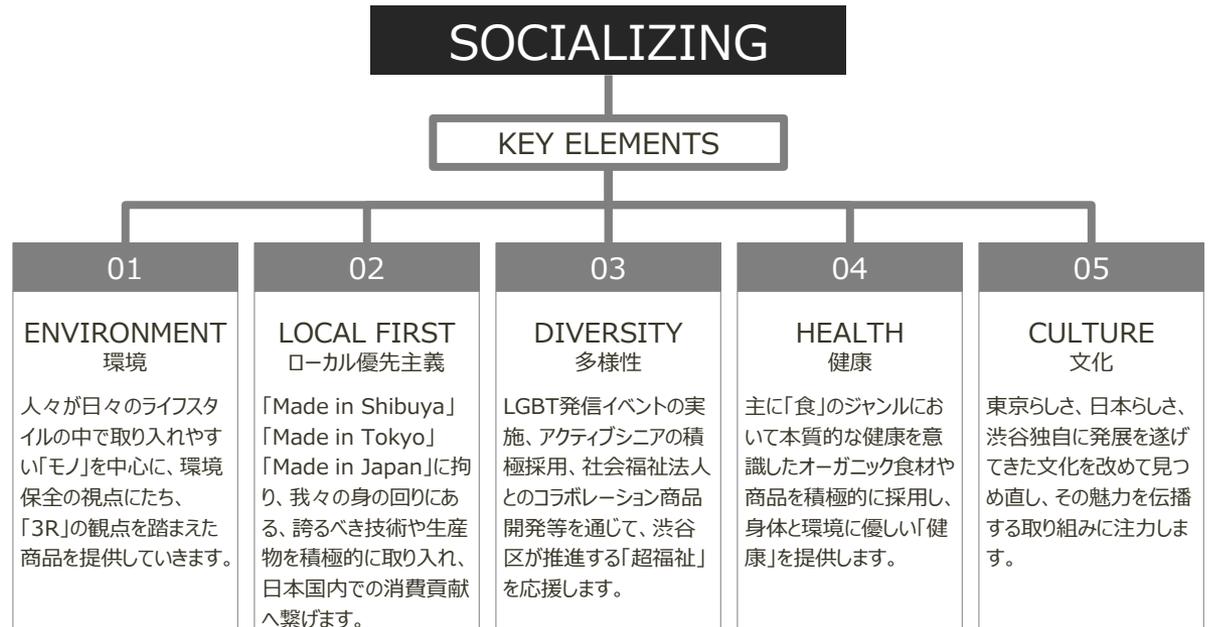
(当社都内6店舗平均 4.2%)



活躍中の「TRUNK Ambassador」

■ TRUNK(HOTEL)コンセプト

TRUNK(HOTEL)のコンセプトは「SOCIALIZING」。
 「ENVIRONMENT（環境）」「LOCAL FIRST（ローカル優先主義）」「DIVERSITY（多様性）」「HEALTH（健康）」「CULTURE（文化）」
 という5つのカテゴリーに注力しながら、「一人ひとりが日々のライフスタイルの中で、自分らしく、
 無理せず等身大で、社会的な目的を持って生活すること。」という「ソーシャライジング」をコンセプトに掲げる。
 誰もが取り入れやすい社会的活動を生み出し提供することで、社会的価値と経済的価値を満たすビジネスモデルの創出を目指している。



海外・リゾートウエディング事業



〈プーケット THE NAKA ISLAND 2019年4月オープン〉

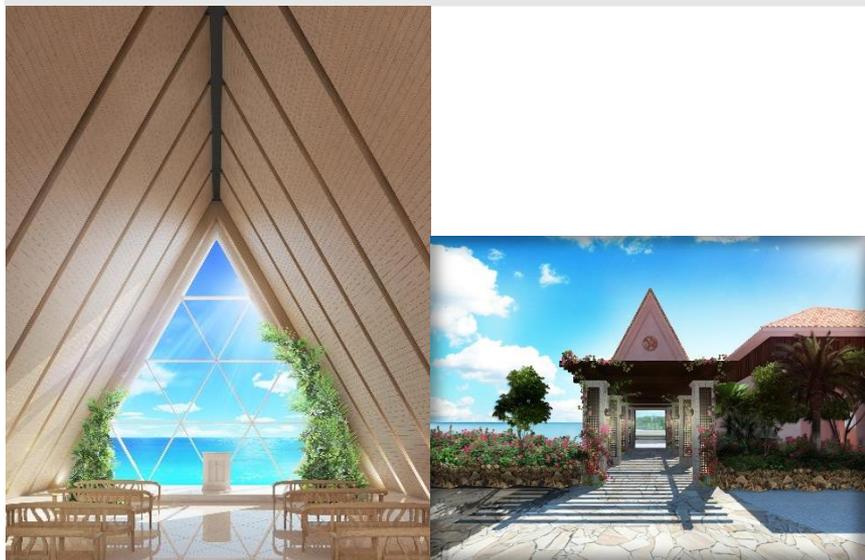
海外・リゾートウェディング事業は 新規拠点開拓とともに、国内外の販売網を拡大

事業領域	重点テーマ	詳細
リゾート ウェディング	新規拠点/リニューアル	<ul style="list-style-type: none"> ● 宮古島「シギラリゾート」内に2チャペルを新設 ● グアム「ジュエル・バイ・ザ・シー」のリニューアル ● 沖縄「白の教会」のリニューアル ● 国内販売網拡大に向けた直営サロン出店
リゾート ×アジア	アジアからの送客	<ul style="list-style-type: none"> ● アジア現地からのリゾートウェディング送客強化 ● プーケットに3拠点オープン ● 海外販売網拡大のため、北京・上海に営業事務所設立を予定
海外 ローカル ウェディング	新規拠点	<ul style="list-style-type: none"> ● 台湾の直営ゲストハウス「シャトー・ドウ・フェリシテ」集客・受注共に好調に推移

宮古島 シギラリゾート内に 「奏の教会」「葵の教会」 2拠点オープン (2019年1月)

オープン : 2019年1月
 チャペル名 : 「葵の教会」「奏の教会」
 所在地 : 沖縄県宮古島市上野字新里 1405-212
 収容人数 : 38名 (奏の教会) / 27名 (葵の教会)

沖縄本島から南西300kmの世界屈指の透明度を誇る美しい海に囲まれた宮古島。2019年1月に、宮古島の自然を活かした沖縄最大級のリゾートホテル「シギラリゾート」内に2拠点を同時オープンいたします。～より記憶に残る挙式に～という想いのもと、五感を通して“音”を感じる「奏の教会」と、“香り”で感じる「葵の教会」。東洋一美しいビーチと言われる人気スポットでの「トリップフォト」など宮古島の魅力を体験できる商品も話題となっています。



<葵の教会>



<奏の教会>

グアム、沖縄のチャペルが 2019年1月にリニューアルオープン

オープン : 2019年1月
ホテル名 : ハイアットリージェンシーグアム
チャペル名 : ジュエル・バイ・ザ・シー (グアム)
収容人数 : 最大45名 (着席)

スワロフスキー社製の約20万個のクリスタルが魅力で、グアムの数あるチャペルの中で一番、海に近いチャペルです。リニューアルで、より海を近くに感じ、明るく爽やかなウェディング空間に生まれ変わります。また、セレモニーの後は、ドリンクを片手にグアムの美しい海を贅沢に楽しめる『ホワイトサンズカフェ』がオープンします。



<グアム ジュエル・バイ・ザ・シー>

オープン : 2019年1月
ホテル名 : ホテル オリオン モトブ リゾート&スパ
チャペル名 : 白の教会 (沖縄)
収容人数 : 最大50名 (着席)

備瀬エリアに佇む沖縄初の「デザイナーズチャペル」。今回のリニューアルでは、備瀬の自然と旅を演出するため、ベンチ装花にオリーブの淡いグリーンを彩り、バージンロードはナチュラルカラーを基調にした上質な空間に生まれ変わります。

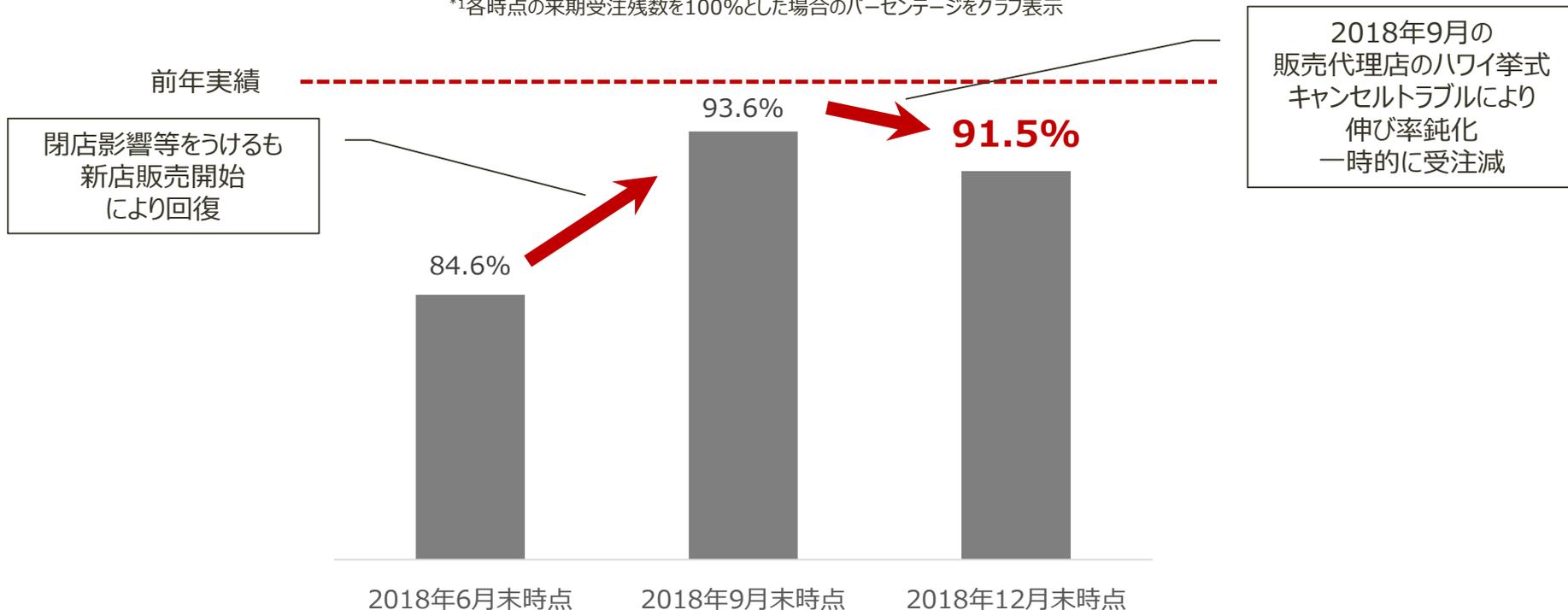


<沖縄 白の教会>

2020年3月期受注組数は、
店舗閉店等の影響により前期比91.5%（2018年12月末時点）

2020年3月期受注組数 対前期比※1

*1各時点の来期受注残数を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



直営サロン出店により、国内販売網を拡大 2019年2月 新宿店拡張、2019年3月 広島店オープン

サロン拡張により、接客カウンター9席増加

サロン名称 : リゾートウェディング相談カウンター 新宿本店
店舗 面積 : 7階 653.60㎡ 197.71坪
 8階 502㎡ 152.19坪
席 数 : 接客カウンター33席、フィッティングルーム数 16部屋



中四国エリア初となる直営店をオープン

サロン名称 : リゾートウェディング相談カウンター 広島店
最寄 駅 : 広島電鉄「八丁堀」電停より徒歩3分
席 数 : 接客カウンター 4席、フィッティングルーム数 2部屋

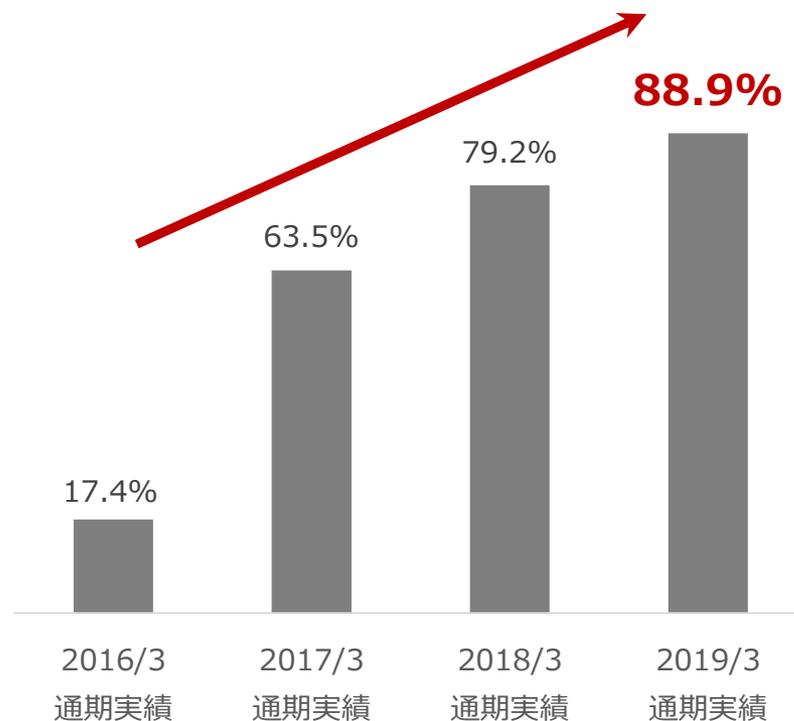


ドレス内製化が好調に推移 単価・売上総利益率向上に寄与



ドレス内製率推移*1

*1 ドレス内製率（=内製化した組数÷全施行組数）の推移をグラフで表示



アジアマーケットに本格参入 東アジアで人気エリア プークェットに3拠点同時オープン

3つのホテルとウェディング事業の独占販売契約を締結



プークェット初！ 絶景のオーシャンビューチャペル「カタタニリゾート」

ホテル名称 : The Shore at Katathani Resort
 収容人数 : チャペル40名 / バンケット36名
 挙式開始日 : 2018年11月



雄大な自然をバックに 究極のビーチ ウェディング「アナンタラ」

ホテル名称 : Anantara Mai Khao Phuket Villas
 収容人数 : 60名
 挙式開始日 : 2019年4月



プークェットから船で5分の 幻想的なアイランド ウェディング「ナカ アイランド」

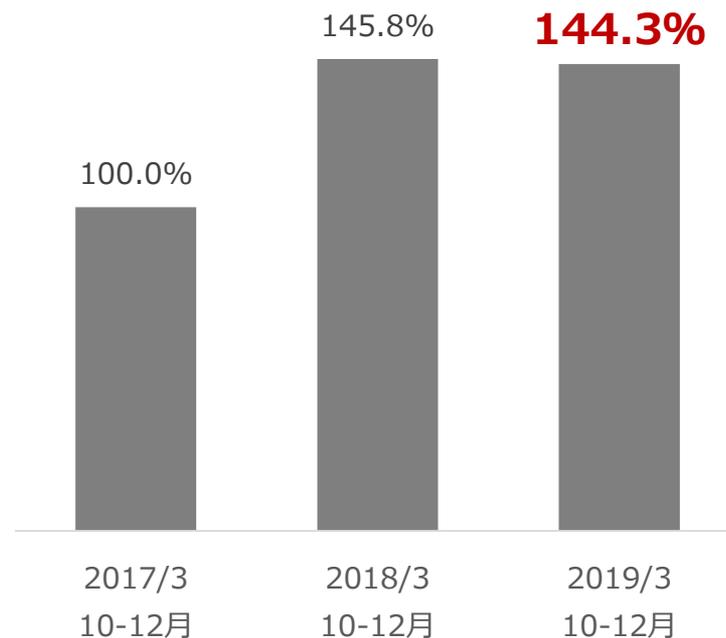
ホテル名称 : The Naka Island, A Luxury
 Collection Resort & Spa Phuket
 収容人数 : 40名
 挙式開始日 : 2019年4月

沖縄・プーケットの拠点数増により、リゾート送客は堅調 販売網拡大に向け、上海、北京に事務所設立予定



施行組数 推移*1

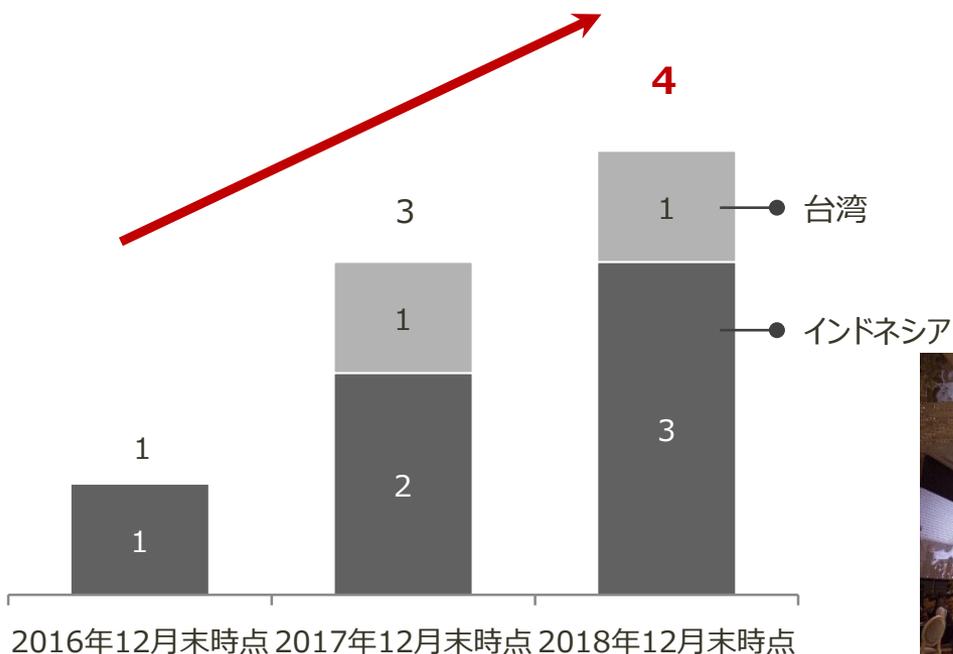
*1 アジア各国から当社リゾート施設で施行した組数。2017年3月期を100%とした際の割合推移



海外ローカル拠点をアジアで拡大 台湾直営店は受注組数・単価ともに前期比増

海外ローカル 拠点数比較*1

*1拠点数の比較は、各年12月末時点での拠点数を表示



〈海外直営1号店 シャトードゥフェリシテ〉

〈台湾で唯一のチャペル併設の式場〉

III

長期經營方針 EVOL 2027 進捗報告

*Long-term Management Policy -EVOL2027-
Progress Report*

Vision

EVOL

Mission ホスピタリティ産業にイノベーションを

グループ売上高1,000億円

国内ウェディング事業

結婚式の品質を向上させ続け
高い顧客価値を提供する

売上高500億円

海外・リゾート ウェディング事業

世界の顧客にリゾート
ウェディングを提供する

売上高200～300億円

ホテル事業

日本にブティックホテル
市場を創る

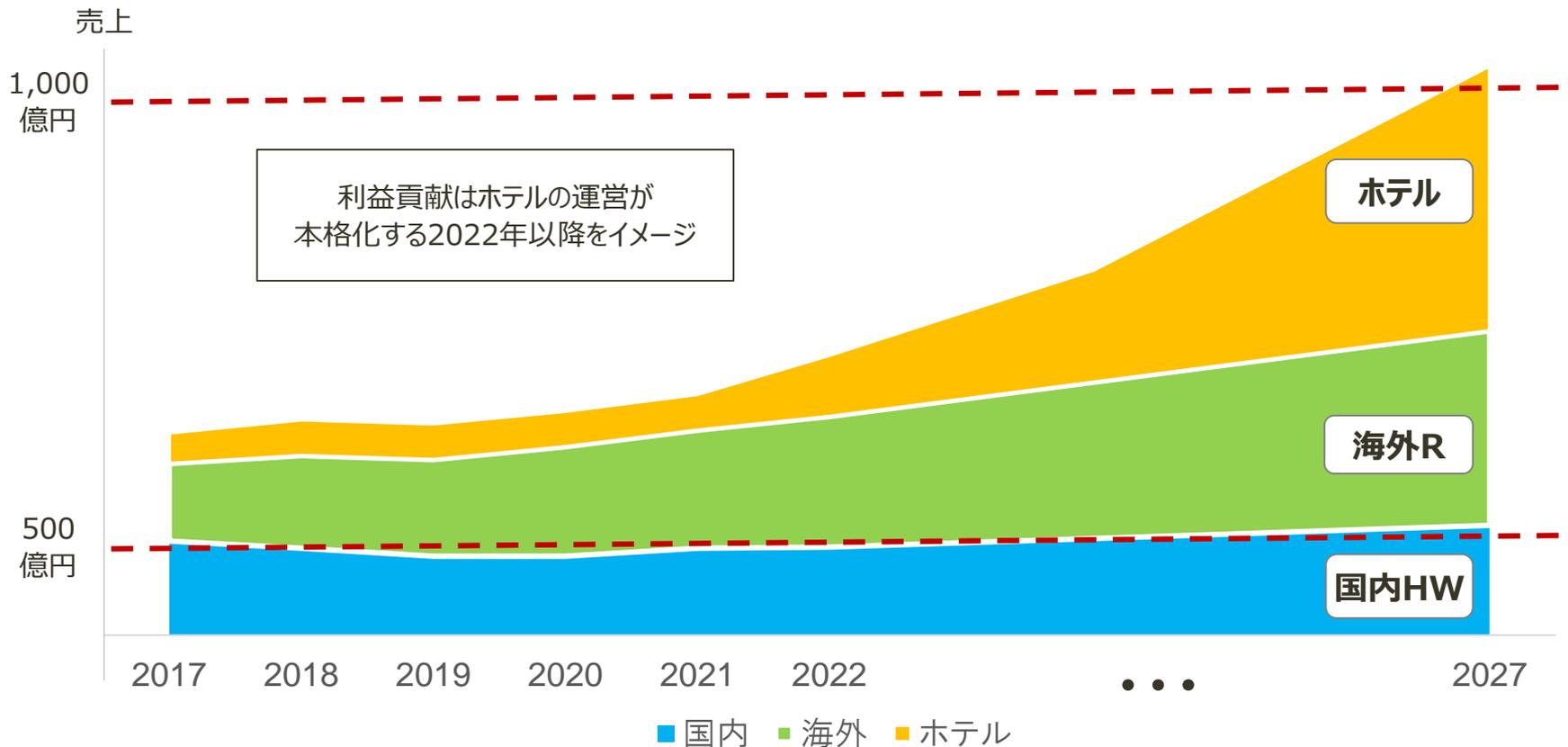
売上高300～400億円

Ⅲ 経営方針 EVOL 2027 進捗報告

事業領域	計画	進捗
国内 ウェディング	結婚式の品質を向上させ続け 高い顧客価値を提供する	<ul style="list-style-type: none">• 継続した既存店舗のリニューアルを実施• 顧客と長期の関係を構築するLTVサービスを構築
ホテル	日本にブティックホテル市場を創る 10年で10店舗を目指す	<ul style="list-style-type: none">• TRUNK(HOTEL)好調• ホテルの出店候補地を開拓中
海外 リゾート	世界の顧客にリゾートウェディングを 提供する 10年で25,000組、50店舗を 目指す	<ul style="list-style-type: none">• 新拠点であるプーケットに3拠点同時オープン• 店舗数21店舗• 国内販売拠点を増加• 中国に海外営業拠点を2拠点増加予定

国内・海外・ホテルの3事業を主力に長期の成長を目指す

長期成長イメージ ポートフォリオを3本化し新たな成長



国内ウェディング事業はリノベーションにより開拓

国内ウェディング事業 出店イメージ



- 投資費用が少なく、短期間で開業できる公的不動産や歴史的建造物を有効利用。
- リノベーション物件を国内主要都市、マーケット規模をもとに開拓。
- リノベーション期間は契約締結後、6ヶ月程度を要する。

海外・リゾートウェディング事業の 物件開拓～開業までの期間は約1年

海外・リゾートウェディング事業 出店イメージ

ケース①チャペル新設



- ・ 施設（チャペル）の新設は契約締結後、建設に6ヶ月程度要する。
- ・ 開業・運営の3カ月前にスタッフ研修や広告費などの開業準備費用が発生。

ケース②チャペル借受け



- ・ ホテルに既設のチャペルを借受けのため、一部リノベーションを実施。
- ・ 開業・運営の3カ月前にスタッフ研修や広告費などの開業準備費用が発生。

ホテル事業の物件開拓～開業までの期間は約4年

ホテル事業 出店イメージ



- 出店候補地ごとの物件を企画に1年程度要する。

出店候補地：東京、札幌、仙台、横浜、名古屋、大阪、神戸、京都、広島、福岡

- ホテルの新設は不動産契約締結後、建設に2年半～3年程度要する。
- 開業・運営の前年1年間はスタッフ研修や広告費などの開業準備費用が発生。

IV

2019年3月期 配当予想

Dividend forecast for FY03/2019

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3四半期末	期末	年間合計
2018/3	0円	15円	15円
2019/3 (予想)	0円	15円	15円

V

会場一覽

Venues

直営店舗：全国68店舗（103会場）

（2018年12月31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）

■ 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）

■ 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）

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）

■ 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）
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）

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

■ 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）
山手迎賓館（横浜山手）
コットンハーバークラブ（横浜）
BAYSIDE GEIHINGAN VERANDA
minatimirai（横浜）
THE SEASON'S（横浜）
茅ヶ崎迎賓館（茅ヶ崎）



直営ホテル・レストラン、業務提携先：全国13施設

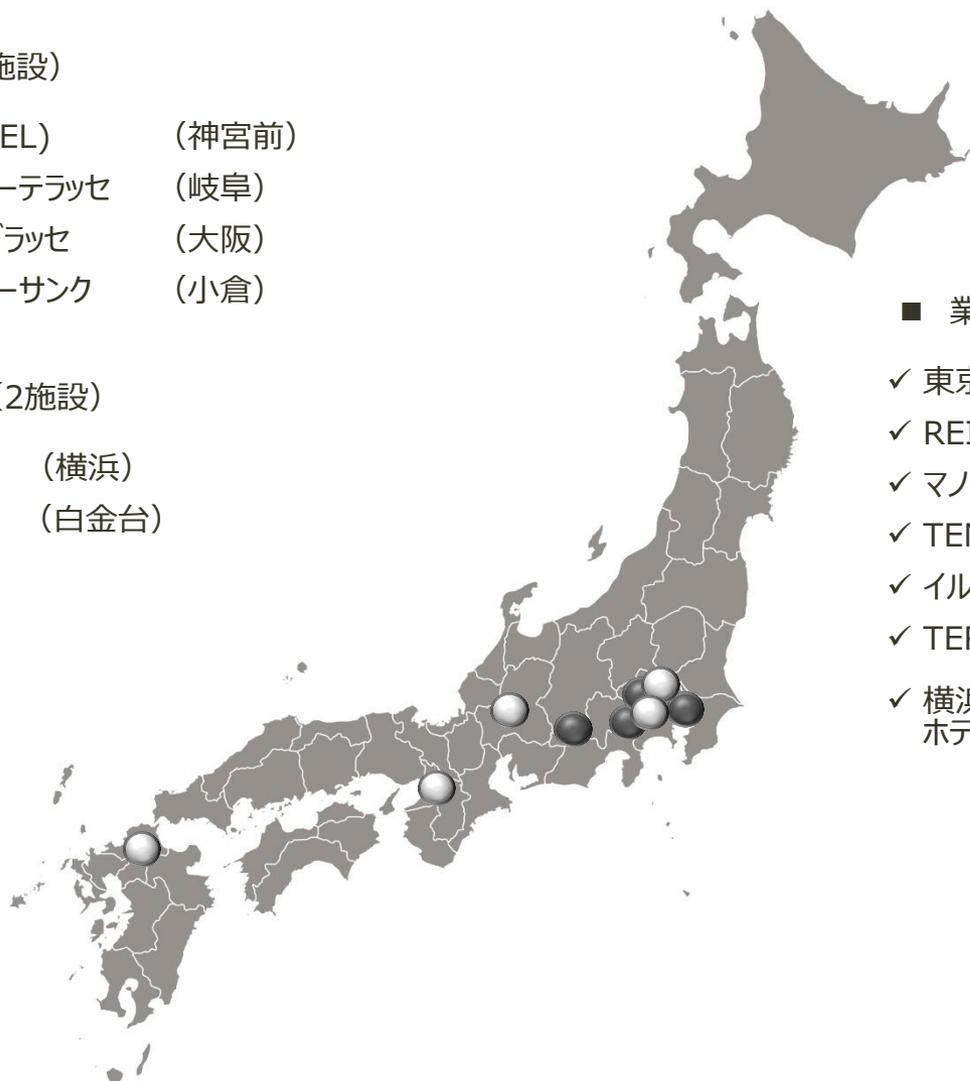
(2018年12月31日現在)

■ 直営ホテル（4施設）

- ✓ TRUNK(HOTEL) (神宮前)
- ✓ ホテル アルモニーテラス (岐阜)
- ✓ アルモニーアンブラッセ (大阪)
- ✓ ホテル アルモニーサンク (小倉)

■ 直営レストラン（2施設）

- ✓ Pie Holic (横浜)
- ✓ BLUE POINT (白金台)



- : 業務提携先
- : 直営ホテル・レストラン

■ 業務提携先（7施設）

- ✓ 東京會舘 (丸の内)
- ✓ REIMS YANAGIDATE (表参道)
- ✓ マノワール・ディノ (表参道)
- ✓ TENOHA DAIKANYAMA (代官山)
- ✓ イル・ブッテロ (広尾)
- ✓ TERAKOYA (武蔵野)
- ✓ 横浜ベイシェラトンホテル& Towers (横浜)

海外・リゾート：21店舗、海外ローカル：4店舗

(2018年12月31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 オーフ アット コオリナ
- ✓ ザ・モアナチャペル
- ✓ 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

<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

<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
- ✓ 瀬良垣島教会
- ✓ 奏の教会 (2019年1月オープン)
- ✓ 葵の教会 (2019年1月オープン)

<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

<Phuket>

- ✓ カタニ プークット ビーチ リゾート
- ✓ アナンタラ プークット ヴィラ (2019年4月オープン)
- ✓ ザ ナカ アイランド (2019年4月オープン)

■ 海外ローカルウェディング

<台湾>

- ✓ シャトー・ドゥ・フェリシテ

<Jakarta>

- ✓ フェアモント ジャカルタ
- ✓ ロイヤル チューリップ グナン
グリス リゾート アンド ゴルフ
- ✓ スイスホテル



人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS