

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
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 連結決算概要 | |
| 1. 連結 損益計算書 概要 | P6-8 |
| 2. セグメント情報 | P9-13 |
| 3. 連結 貸借対照表 フリー・キャッシュフロー | P14-16 |
| II . 2020年3月期 経営方針および重点施策進捗 | |
| 1. 通期業績予想 | P18 |
| 2. 経営方針 | P19-20 |
| 3. 重点施策 | |
| 3-1. 国内ウエディング事業 | P22-30 |
| 3-2. ホテル事業 | P32-35 |
| 3-3. 海外・リゾートウエディング事業 | P37-48 |
| III . 長期経営方針 EVOL 2027 進捗報告 | P50-55 |
| IV . 2020年3月期 配当予想 | P57 |
| V . ESG活動報告 | P59-63 |
| VI . 会場一覧 | P65-68 |

2019年3月期 サマリー

| | | |
|----------------|-------------------------|---|
| 業績 | | <ul style="list-style-type: none">● 売上高668億円(前期比103.5%)、営業利益42億円(前期比153.7%) 国内外の取扱組数が増加し、前期比増収増益 |
| 今期 施策 進捗 | 国内 ウェディング 事業 | <ul style="list-style-type: none">● <u>2020年3月期 婚礼受注組数は前期比 全店99.2% 既存店101.2%</u>● 既存店強化のため、施設リニューアルを19店舗で実施● 関東エリアのドレスショップ増加によりドレス内製率が上昇● 東京會館のコンサルティング事業堅調。婚礼受注はリニューアル前比200%● 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 | <ul style="list-style-type: none">● <u>2020年3月期 婚礼受注組数は前期比102.2%</u>● 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60,511円。宿泊者の外国人比率は76.0% |
| | 海外・リゾート ウェディング 事業 | <ul style="list-style-type: none">● <u>2020年3月期 婚礼受注組数は前期比90.5%</u>● グラム受注減をハワイ、沖縄でカバーし、取扱組数が増加● 東アジアマーケット拡大のため、沖縄、プーケットの6拠点を販売開始 |

I

2019年3月期 連結決算概要

Results of FY03/2019

I 1-1. 連結 損益計算書 概要

売上高668億円（前期比103.5%）、 営業利益42億円（前期比153.7%）の増収増益

| 単位: 百万円 | 2019/3 計画 | 2019/3 実績 | 計画比 | 2018/3 実績 | 前年 同期比 |
|------------|-----------------|-----------------------|----------------|-----------------|--------------------------|
| 売上高 | 66,500 | 66,871 | +371 | 64,590 | +2,281 (※1) |
| 売上 総利益 | 41,850 62.9% | 42,173 63.1% | +323 +0.2pt | 39,848 61.7% | +2,325 +1.4% (※2) |
| 販管費 | 38,050 57.2% | 37,892 56.7% | -158 -0.5pt | 37,063 57.4% | +829 -0.7% (※3) |
| 営業 利益 | 3,800 5.7% | 4,281 6.4% | +481 +0.7pt | 2,785 4.3% | +1,495 +2.1pt |
| 経常 利益 | 3,400 5.1% | 3,900 5.8% | +500 +0.7pt | 2,489 3.9% | +1,411 +1.9pt |
| 当期 純利益 | 1,400 2.1% | (※4) 2,283 3.4% | +883 +1.3pt | 888 1.4% | +1,395 +2.0pt (※3) |

%は売上高比

前期比差異要因

■ 売上高（※1）

前期比 +2,281百万円

- ✓ 国内ウェディング 既存店リニューアル店舗の受注堅調
TRUNK(HOTEL)が通期稼働
- ✓ 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 +1.4pt

- ✓ 国内ウェディング 内製率増加による収益改善

■ 販管費（※3）

前期比 +829百万円

- ✓ 国内ウェディング TRUNK(HOTEL)通期稼働による
運営費増
- ✓ 海外ウェディング 新店開業準備費
自然災害による補修工事

■ 主な特別損失の内訳（※4）

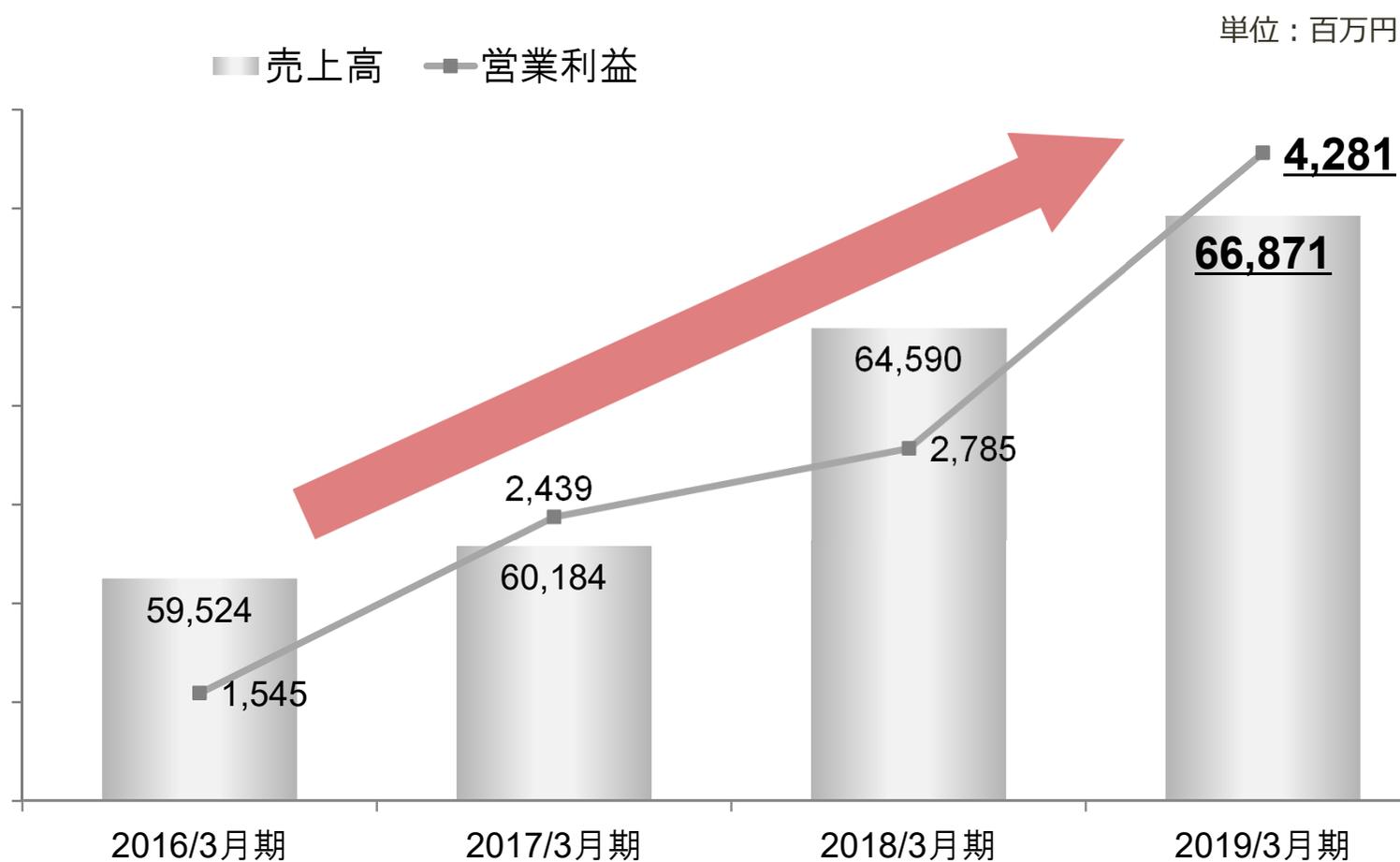
- ✓ 一部店舗の減損損失 ▲615百万円
- ✓ 一部店舗の契約解除損 ▲216百万円

■ 法人税などの調整（※4）

- ✓ 子会社吸収合併などによる税負担軽減
+250百万円

I 1-2. 業績推移

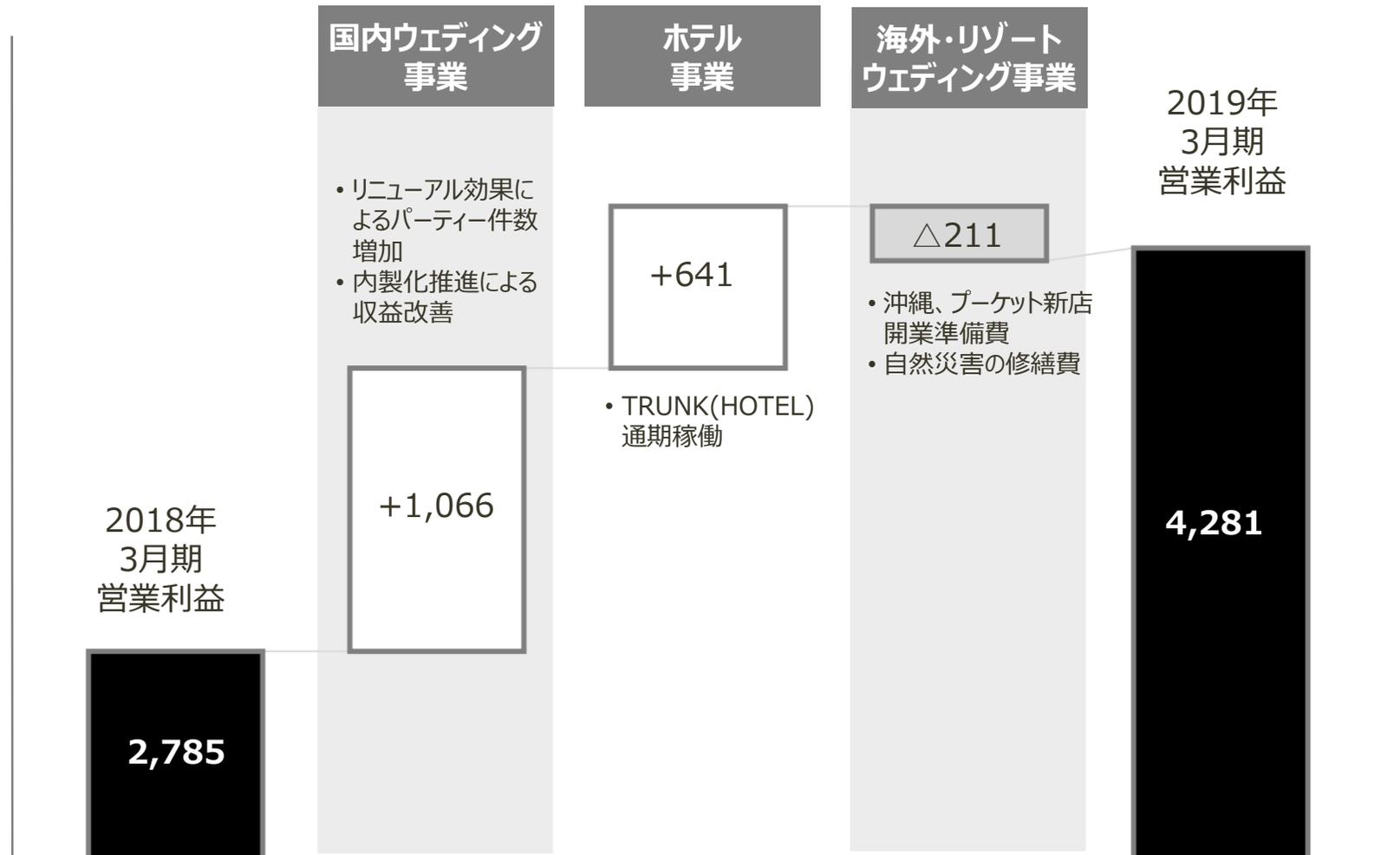
成長投資、収益力強化の取組みにより 業績は順調に伸長



I 1-2. 2019年3月期 増益要因

国内・ホテルは受注堅調、海外は成長投資を実施 前期比1,495百万円の営業増益

単位：百万円



I 2-1. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

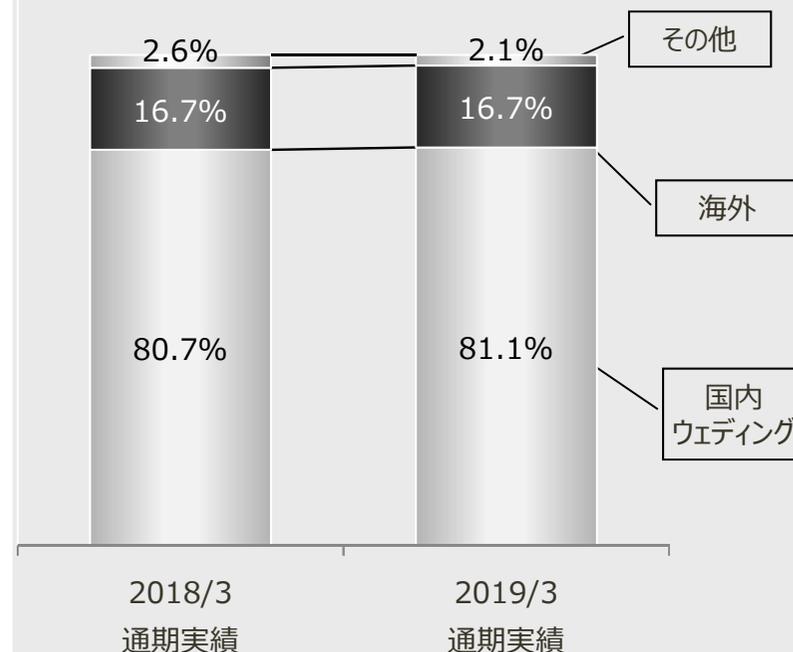
国内ウェディング事業の売上高は前期比104.2%

海外・リゾートウェディング事業の売上高は前期比103.5%

| 単位：百万円 | 2018/3 実績 | 2019/3 実績 | 前年 同期比 |
|---------------------|--------------|--------------|-----------|
| 国内ウェディング事業 | 52,096 | 54,259 | +2,163 |
| ホテル (TRUNK) | 3,646 | 4,641 | +995 |
| 海外・リゾート ウェディング事業 | 10,801 | 11,174 | +373 |
| その他 | 1,692 | 1,437 | -255 |
| 連結売上高 | 64,590 | 66,871 | +2,281 |

セグメント別売上構成比推移

※ %は連結売上高比



海外売上高比率 16.7%

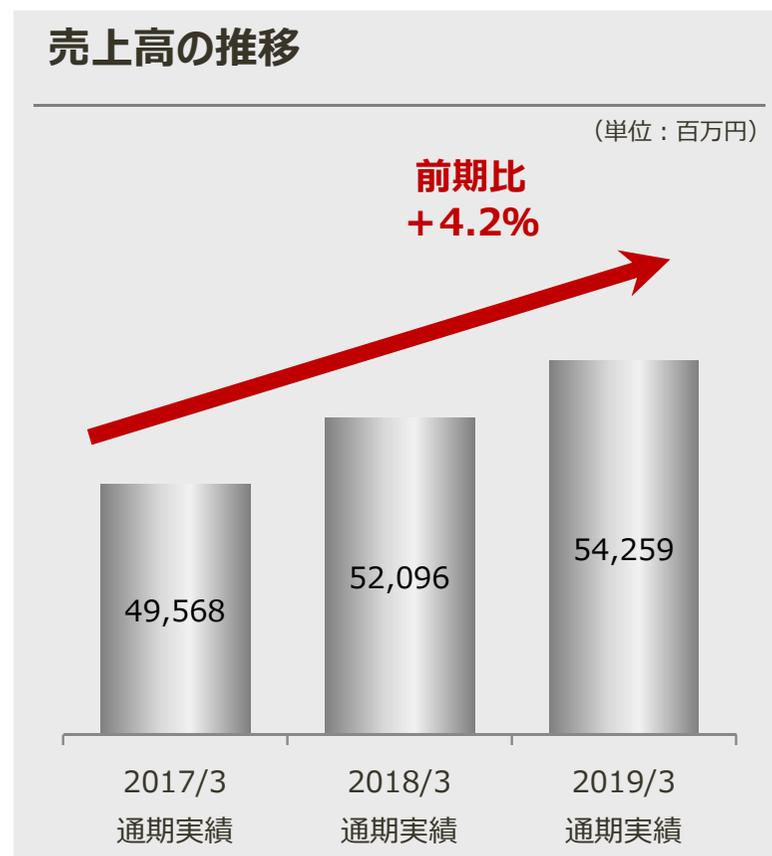
I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

国内ウェディング事業は、
取扱組数増、ホテルが堅調に推移し、増収増益

| 単位: 百万円 | 2019/3 計画 | 2019/3 実績 | 計画比 | 2018/3 実績 | 前年 同期比 |
|------------|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|
| 売上高 | 53,800 | 54,259 | +459 | 52,096 | +2,163 |
| 売上 総利益 | 33,450 62.2% | 33,849 62.4% | +399 +0.2% | 31,746 60.9% | +2,103 +1.5% |
| 営業 利益 | 5,450 10.1% | 5,846 10.8% | +396 +0.7% | 3,944 7.6% | +1,901 3.2% |

%は売上高比

※国内ウェディング事業は、(株)T&G、(株)TRUNK（2018年3月末時点：69店舗105会場、2019年3月末時点：67店舗102会場）

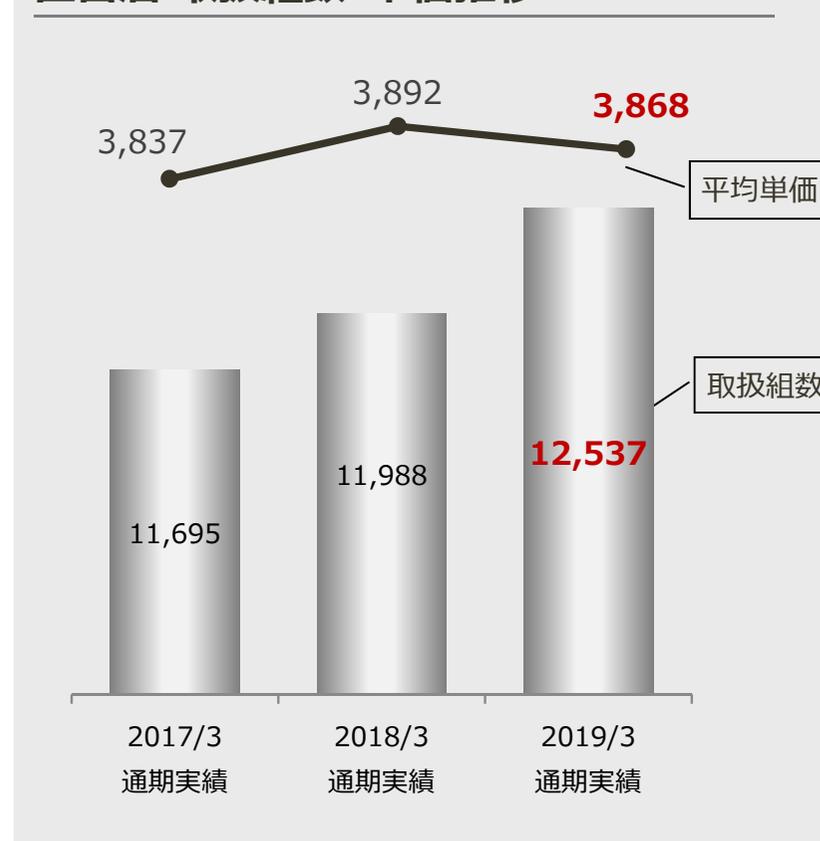


I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

直営店の取扱組数は前期比104.6%

| 単位: 百万円 | 2019/3 計画 | 2019/3 実績 | 計画比 | 2018/3 実績 | 前年 同期比 |
|------------------------|--------------|--------------|------|--------------|-----------|
| 直営店 | | | | | |
| 売上高 | 48,200 | 48,595 | +395 | 46,721 | +1,874 |
| 取扱組数 | 12,480 | 12,537 | +57 | 11,988 | +549 |
| 平均単価 (千円) | 3,850 | 3,868 | +18 | 3,892 | -24 |
| 平均人数 | 69.5 | 69.5 | 0.0 | 71.2 | -1.7 |
| コンサルティング | | | | | |
| 売上高 | 1,580 | 1,587 | +7 | 1,637 | -50 |
| 取扱高 | 2,380 | 2,410 | +30 | 1,673 | +737 |
| 取扱組数 | 700 | 707 | +7 | 563 | +144 |
| その他（宿泊、レストランなど） | | | | | |
| 売上高 | 4,020 | 4,071 | +51 | 3,738 | +333 |

直営店 取扱組数・単価推移 (単位：件数、千円)



※ 直営店には、(株)T&G、(株)TRUNK を含む。(2018年3月末時点：69店舗105会場、2019年3月末時点：67店舗102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。(2018年3月末時点7施設、2019年3月末時点6施設)

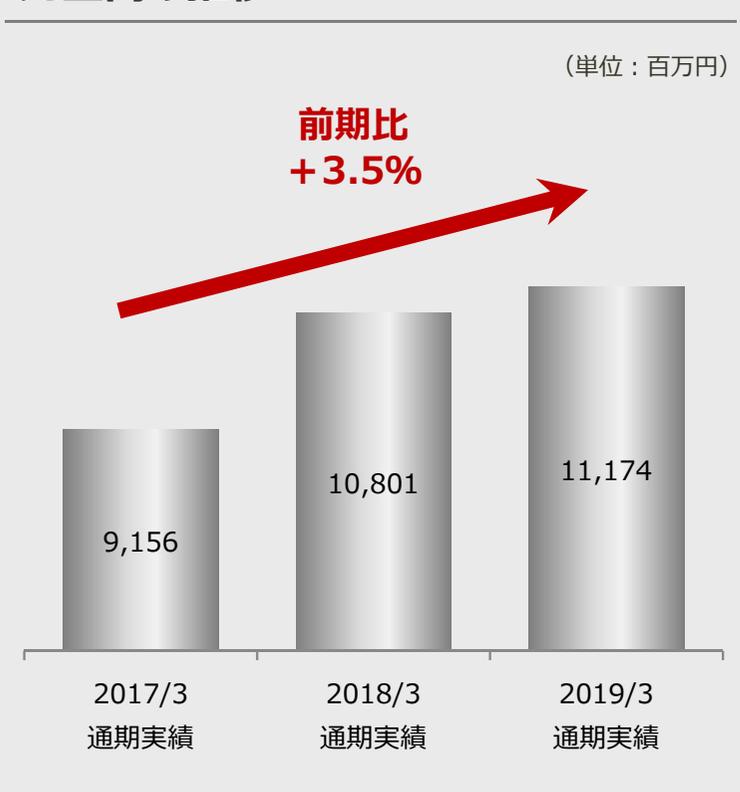
※ コンサルティング取扱高：対象施設における売上高（婚礼運営受託分）+ T&G売上高（レストラン提携等）

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103.5% 新店開業費用が発生

| 単位: 百万円 | 2019/3 計画 | 2019/3 実績 | 計画比 | 2018/3 実績 | 前年 同期比 |
|------------|----------------|----------------|---------------|----------------|-----------------|
| 売上高 | 11,150 | 11,174 | +24 | 10,801 | + 373 |
| 売上 総利益 | 7,640 68.5% | 7,661 68.6% | +21 +0.1pt | 7,479 69.2% | + 181 -0.6pt |
| 営業 利益 | 402 3.6% | 389 3.5% | -13 -0.1pt | 602 5.6% | -212 -2.1pt |

売上高の推移



%は売上高比

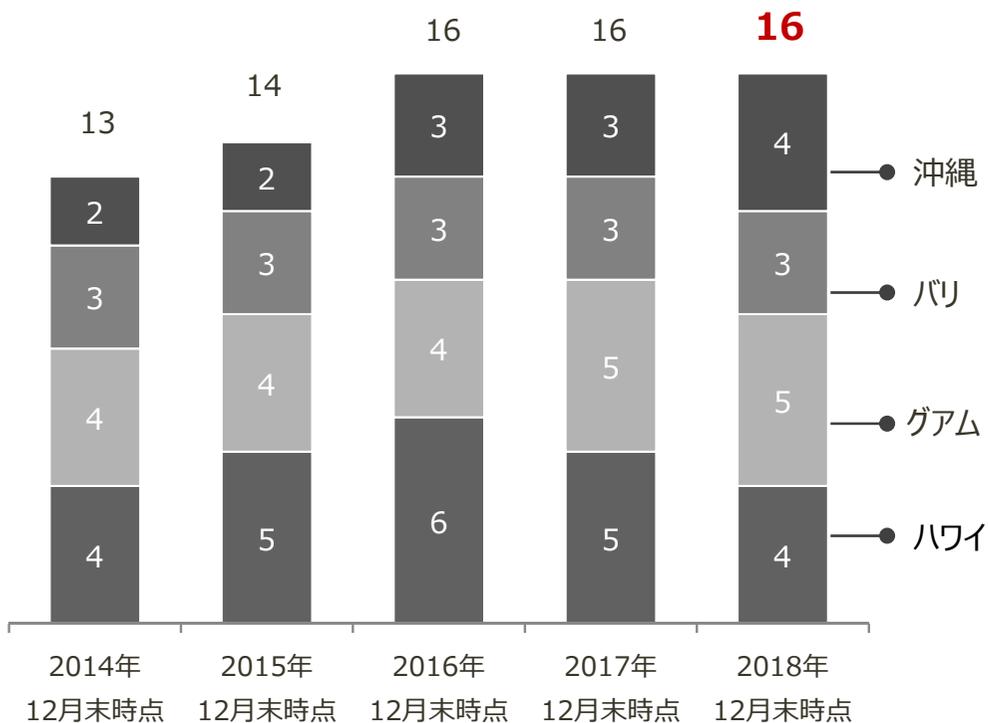
海外・リゾートウェディングは12月期決算

I 2-3. 【参考】海外・リゾート拠点数・組数比較

沖縄・ハワイの施行堅調で組数増加

国内マーケット 拠点数比較*1

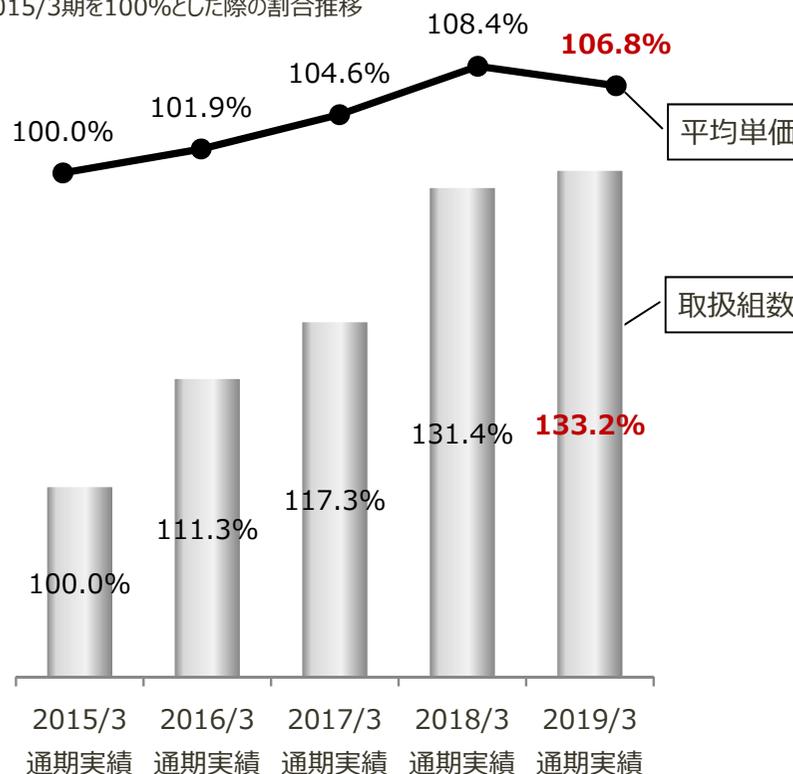
*1海外・リゾートウェディング事業は12月期決算のため
各年12月末時点での拠点数を表示（東アジアマーケットは省いた拠点数）



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ェ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

I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

2019年3月期の資産は前期末同水準

| 単位:百万円 | 2018/3末 | 2019/3末 | 増減 |
|-------------|---------|---------|--------|
| 流動資産 | 10,093 | 12,647 | +2,554 |
| 現金及び預金 | 4,769 | 6,782 | +2,012 |
| 固定資産 | 45,932 | 44,483 | -1,449 |
| 有形固定資産 | 35,037 | 34,331 | -706 |
| 無形固定資産 | 887 | 798 | -89 |
| 投資その他資産 | 10,007 | 9,352 | -655 |
| 資産計 | 56,025 | 57,130 | +1,104 |

主な増減要因

- 現預金の増加

「『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から14億円減

| 単位:百万円 | 2018/3末 | 2019/3末 | 増減 |
|----------------|---------|---------|--------|
| 負債合計 | 34,889 | 33,949 | -940 |
| 流動負債計 | 15,597 | 17,084 | +1,486 |
| 短期借入金 | 1,310 | 990 | -320 |
| (一年内) 長期借入金 | 4,990 | 5,741 | +750 |
| 固定負債計 | 19,291 | 16,864 | -2,426 |
| 長期借入金 | 12,912 | 10,994 | -1,918 |
| 純資産計 | 21,136 | 23,181 | +2,044 |
| 負債・純資産計 | 56,025 | 57,130 | +1,104 |
| 有利子負債 | 19,213 | 17,725 | -1,488 |

主な増減要因

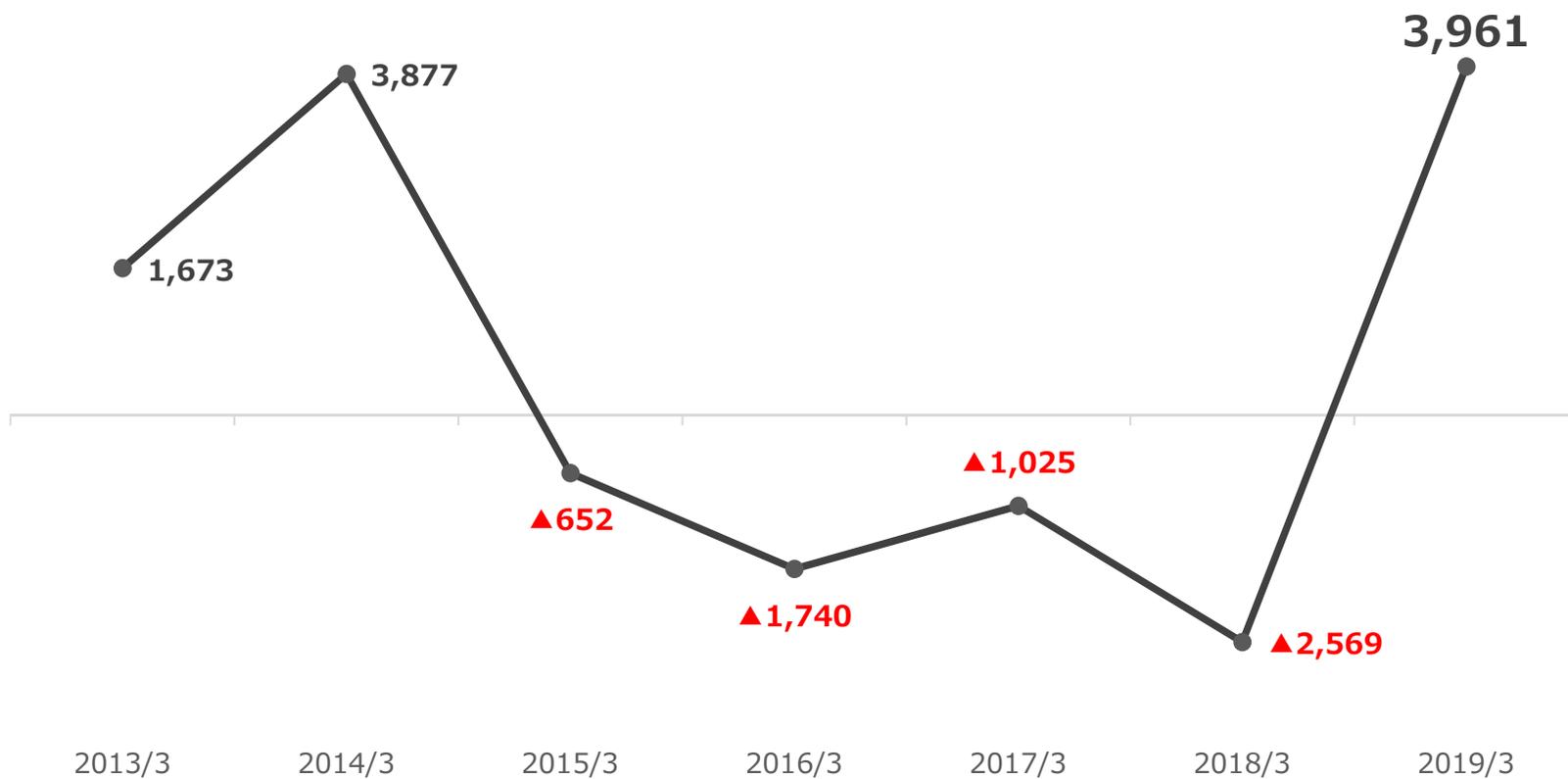
- 有利子負債 -1,488百万円

『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. フリー・キャッシュフロー

成長への投資を維持しつつ、フリー・キャッシュフローを大幅に改善

フリー・キャッシュフロー（単位：百万円）



II

2020年3月期
経営方針および重点施策進捗

*Management policies and Key Measures progress
of FY03/2020*

II 1. 2020年3月期 連結 通期業績予想

業績予想は売上高675億、営業利益40億

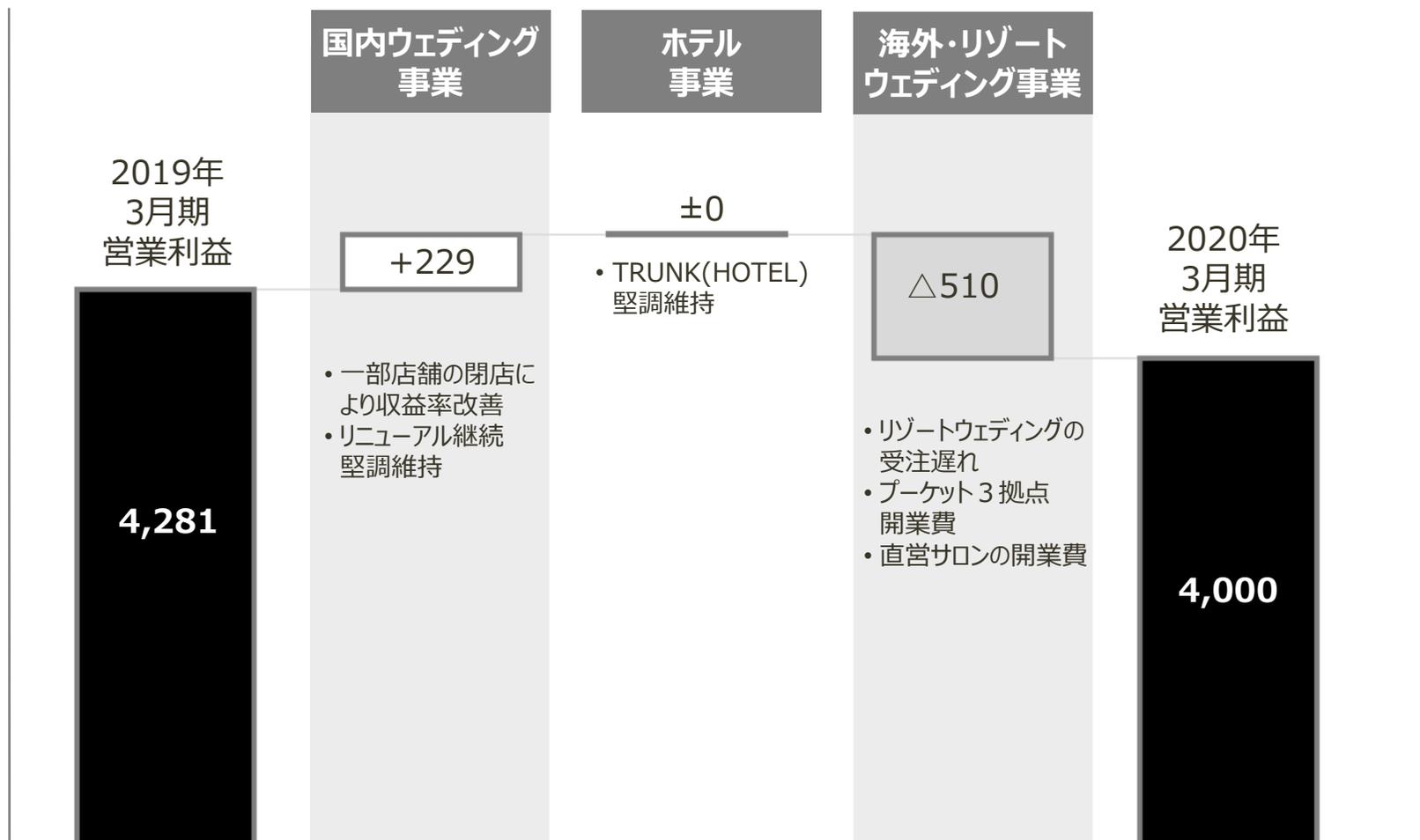
| 単位: 百万円 | 第2四半期 (累計) | | | 通期 | | |
|------------|---------------------|---------------------|--------------|---------------------|---------------------|--------------|
| | 2019/3 実績 (A) | 2020/3 予想 (B) | 増減額 (B-A) | 2019/3 実績 (A) | 2020/3 予想 (B) | 増減額 (B-A) |
| 売上高 | 32,742 | 33,000 | +258 | 66,871 | 67,500 | +629 |
| 営業利益 | 2,284 | 1,500 | -784 | 4,281 | 4,000 | -281 |
| 経常利益 | 2,090 | 1,300 | -790 | 3,917 | 3,600 | -317 |
| 当期利益 | 1,342 | 700 | -642 | 2,283 | 1,700 | -583 |

II 2. 2020年3月期の経営方針と営業利益

海外・リゾートウェディング事業で成長にむけた投資を実施

営業利益前期比増減額

単位：百万円



長期経営方針の達成に向け、各事業セグメントで成長戦略を推進

| 重点テーマ | 詳細 |
|---------------------|---|
| 国内 ウェディング事業 | <ul style="list-style-type: none">● 戦略的リニューアルによる婚礼組数増● 前期にグランドオープンした東京會館の通期稼働● LTV（顧客生涯価値）サービスの構築と推進による収益機会拡大● 内製化の継続推進● 効率化の一環として一部店舗を閉店 |
| ホテル事業 | <ul style="list-style-type: none">● ホテルの出店候補地を開拓 |
| 海外・リゾート ウェディング事業 | <ul style="list-style-type: none">● 業績回復に向け、営業方法の見直し、収益性向上の施策を実施● 国内マーケット組数増加・シェア拡大のため、国内直営サロン拡大● 東アジアマーケット進出に伴う、中国営業販売網拡大● 東アジアマーケット強化のため、ウェディング施設 新規出店 |

国内ウェディング事業



〈アーヴェリール迎賓館 高松 2019年1月リニューアル完成〉

戦略的リニューアルを継続

2020年3月期は17店舗でリニューアルを計画

◆ 2020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 |
|---------------|------|---------------|-----------------------------------|
| 大規模 リニューアル | 2店舗 | 200M | チャペル・バンケット・ガーデンの 全館改装 |
| 中規模 リニューアル | 6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 |
| 家具入替 | 9店舗 | 10M | 会場内の家具・調度品の デザインチェンジ |

II 3-1. 国内ウェディング事業：【参考】リニューアル店舗の受注状況

国内
ウェディング

ホテル

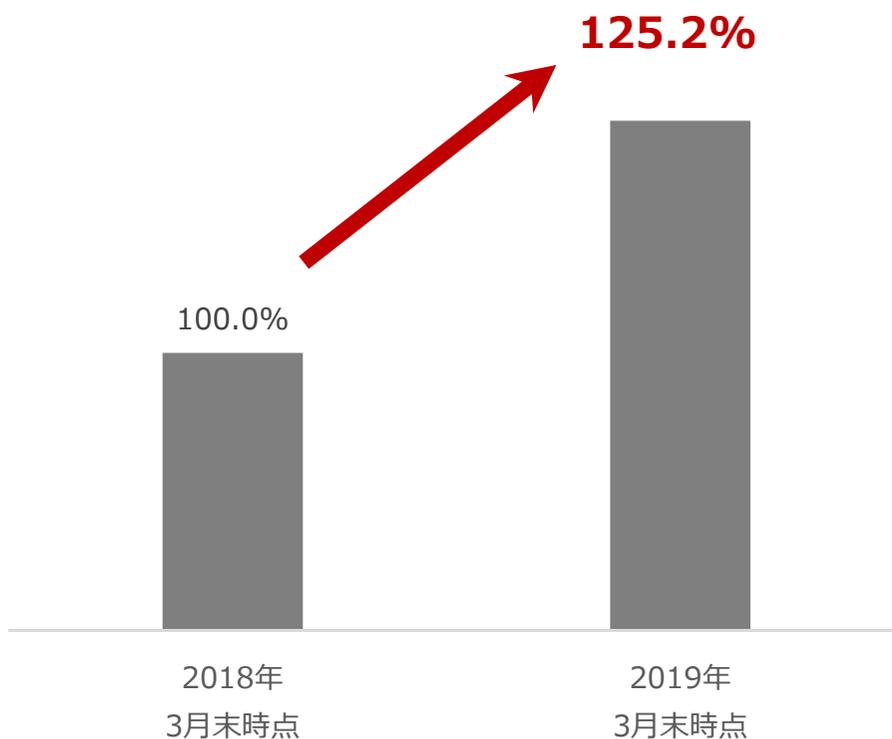
海外・
リゾート

リニューアル店舗の2020年3月期受注組数は 前期比125.2%と大幅増（2019年3月末時点）

リニューアル店舗※1
2020年3月期 受注組数 前期比※2

*12019年3月期の大規模、中規模リニューアル実施9店舗

*22018年3月末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 アーククラブ迎賓館 新潟>



<チャペルリニューアル ハイサイド迎賓館 松山>

II 3-1. 国内ウェディング事業：【参考】リニューアル竣工前・後

国内
ウェディ
ング

ホテル

海外・
リゾート

全国展開で培ったマーケティング力を駆使し、
各地の課題に沿った戦略的リニューアルで、件数・単価UPに成功

アーフェリーク迎賓館 岐阜

麻布迎賓館

アーククラブ迎賓館 新潟

リ
ニ
ュ
ー
ア
ル
（
前
）



リ
ニ
ュ
ー
ア
ル
（
後
）



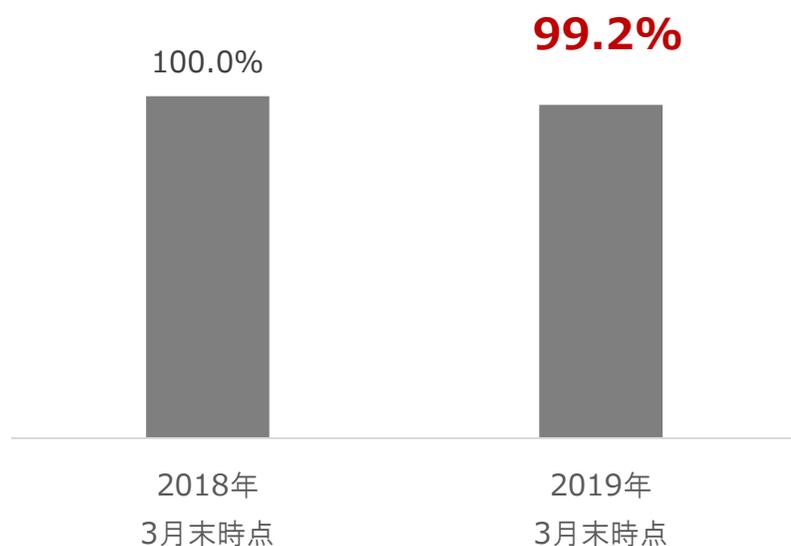
II 3-1. 国内ウェディング事業：【参考】受注組数進捗

2020年3月期受注組数の前期比は
グループ全店99.2%、既存店101.2%で推移（2019年3月末時点）

2020年3月期受注組数 対前期比

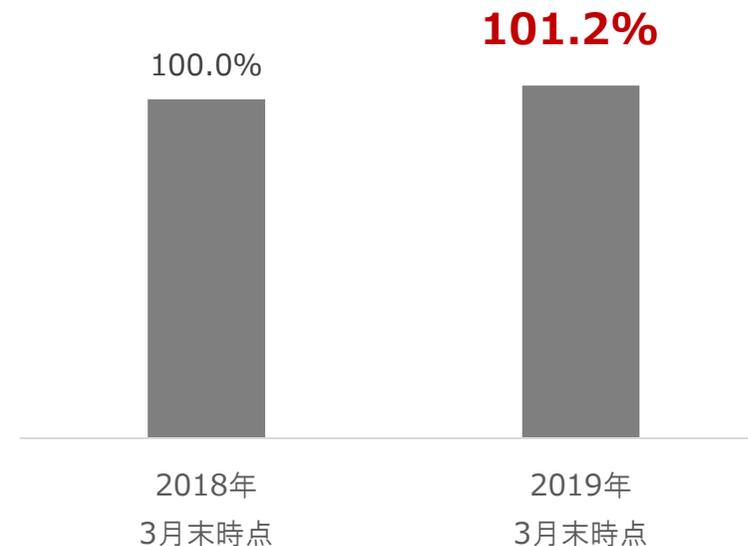
*12018年3月末時点の来期受注残数を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示

全店状況



全店：67店舗102会場（前年 69店舗105会場）

既存店状況（閉鎖店舗除く）



既存店：66店舗101会場

II 3-1. 国内ウェディング事業：ドレス内製化の推進

国内
ウェディング

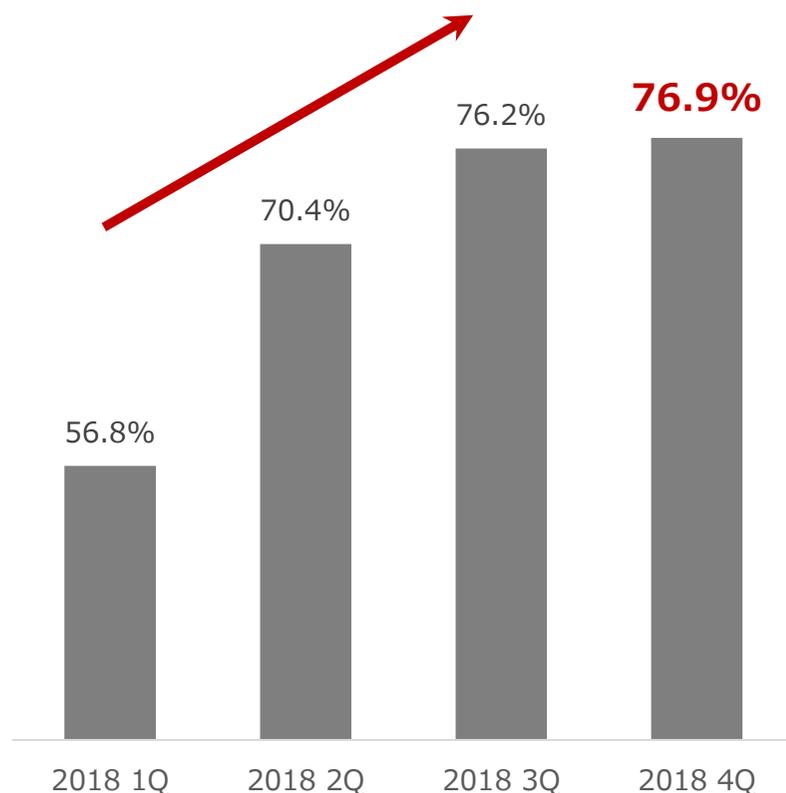
ホテル

海外・
リゾート

直営ドレスショップ出店エリア（関東・関西）における ドレス内製化は高水準を維持

関東・関西エリア 内製比率推移*1

*1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



都内・横浜を中心に展開する自社ブランド
MIRROR MIRROR



関西を中心に展開する自社ブランド
Dressmore

T&Gオートクチュールデザインチーム 国際的AWARD ウェディングプランナー部門にノミネート

ウェディング業界を盛り上げ、花嫁が憧れる美しく、華やかなウェディングを手がけたプランナー、チームに贈られる国際的AWARDに、当社の企画力、デザイン力、技術を結集した「T&G オートクチュールデザインチーム」がノミネートされました。結婚式という概念にとらわれない高いクリエイティブ力が話題となり、国内外からオファーをいただいています。

■ ELLE INTERNATIONAL BRIDAL AWARDS 2019 とは
60カ国以上に展開する世界最大級の女性向けファッション誌である「ELLE」が主催するウェディングアワード。世界的に優れているウェディングブランド・プランナーを、世界11のELLEエディターが選出し、10部門の最優秀受賞者を決める祭典です。



< ELLE BRIDAL AWARDS 2019 受賞式の様子 >



< 両国国技館での披露パーティ >



< 海南島での披露パーティ >

II 3-1. 国内ウェディング事業：コンサルティング提携

国内
ウェディ
ング

ホテル

海外・
リゾート

東京會館 2019年1月グランドオープン リニューアル前から受注組数200%へ伸長

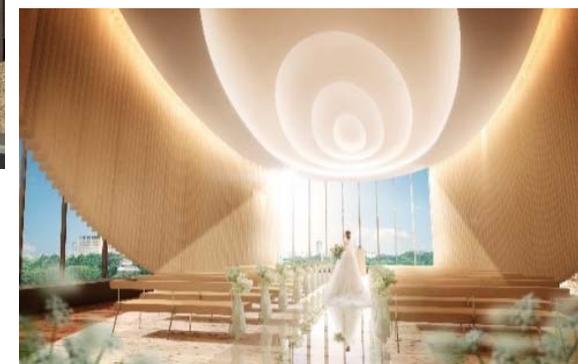
オープン日：2019年1月8日
住所：東京都千代田区丸の内3-2-1
披露宴会場：8会場
挙式会場：2会場（チャペル1会場、神殿1会場）

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。

【総合コンサル内容】



<エントランス>



<皇居が一望できるチャペル>

T&G TAKE and GIVE NEEDS

結婚式前後の収益機会の創出

BtoBビジネス展開や、結婚式後も顧客と繋がるイベントを実施



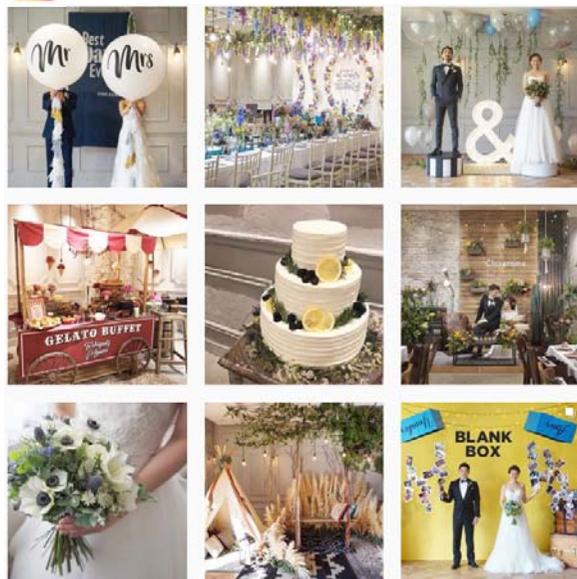
T&Gオリジナル配信メディアで、ライフイベントに沿ったサービスを情報配信（メール開封率約40%※）

※メルマガ開封率は一般的に15%以下（当社調べ）

資産を活用したBtoBビジネス 「装飾レンタル事業」を本格始動 スタート1年目で100会場以上の受注

ビジネスモデル

- ✓ Instagramフォロワー数計36万越えを誇る装飾力
- ✓ 装飾企画力・資材調達スキームを商品化



T&G TAKE and GIVE NEEDS

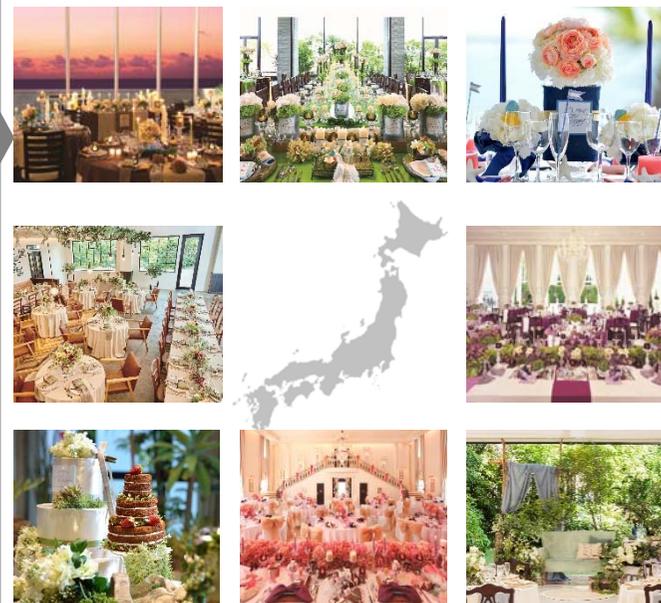
レンタル・販売

仲介



手数料支払い

- ✓ 会場装飾・セッティング技術一式をレンタル
- ✓ ブライダルフェア・広告撮影に使用
- ✓ 気に入った場合は、そのまま買取



全国の結婚式場 1,600会場

ホテル事業



< TRUNK (STAY) >

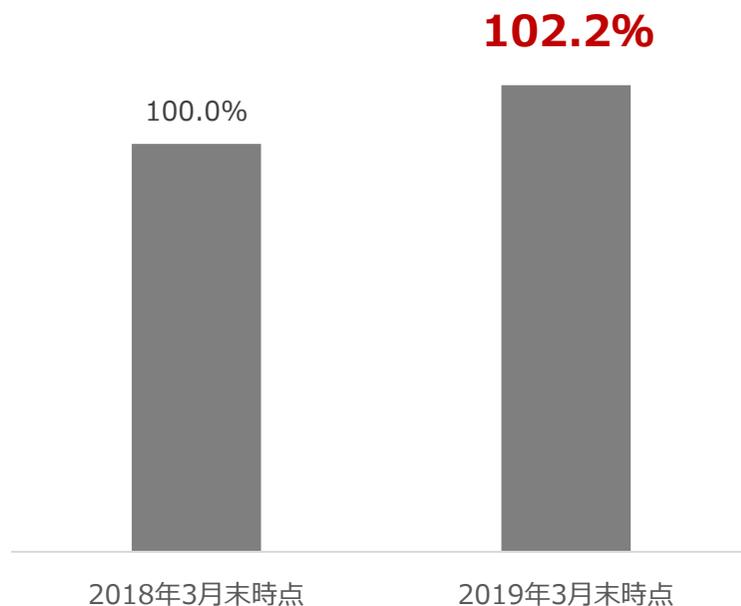
宿泊、婚礼共に堅調に推移

ADR高単価維持。2020年3月期婚礼受注も前年比プラス

婚礼受注実績

2020年3月期受注組数 対前期比^{※1}

*12018年4月2週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

60,511円

※2018年4-2019年3月実績

宿泊者の外国人比率

76.0%

うち欧米人の比率は72.0%

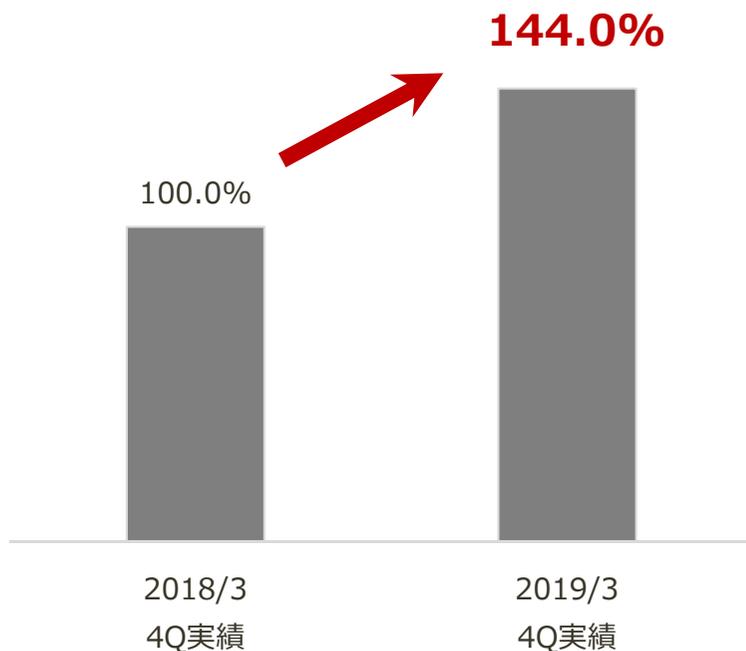
※2018年4-2019年3月実績

MICE^{※1} 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^{※2}



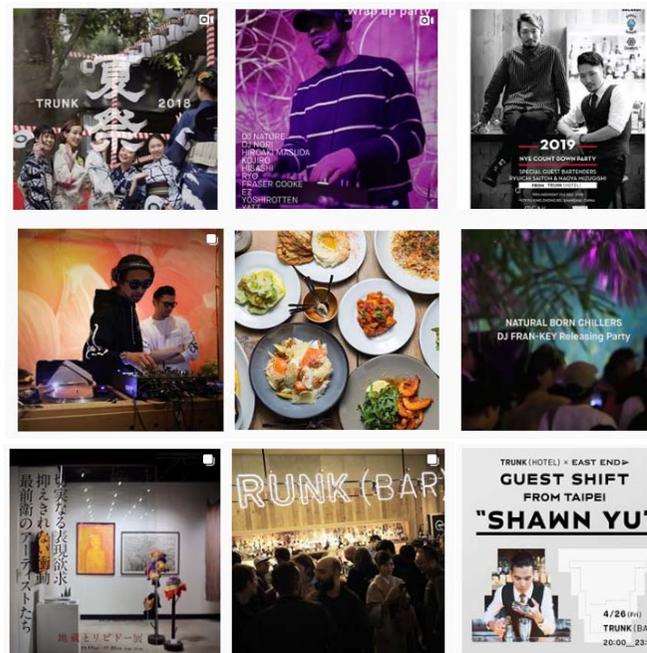
※1 MICEとは、企業等の会議 (Meeting)、報奨・研修旅行 (Incentive Travel) 国際機関・学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会 (Exhibition/Event) のこと。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称。「国土交通省観光庁Websiteより」

※2 2018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

オープンから3年経った今も、数多くの著名な企業が、商品発表会や、イベント等でTRUNK (HOTEL)を利用

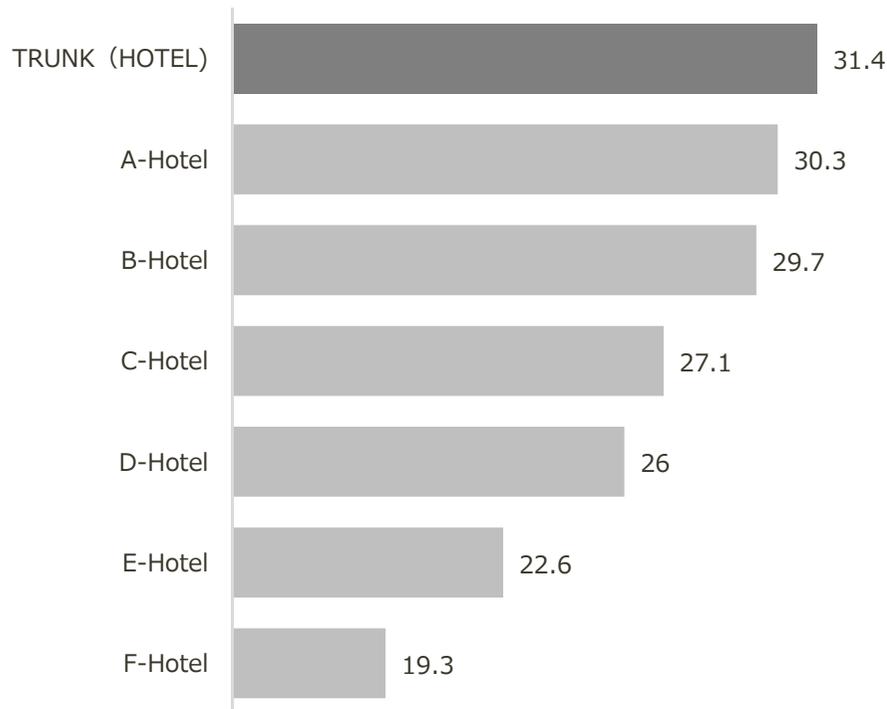
ex) ビー・エム・ダブリュー株式会社 ヴァレンティノ ジャパン
エミレーツ航空 ユニバーサル ミュージック 等



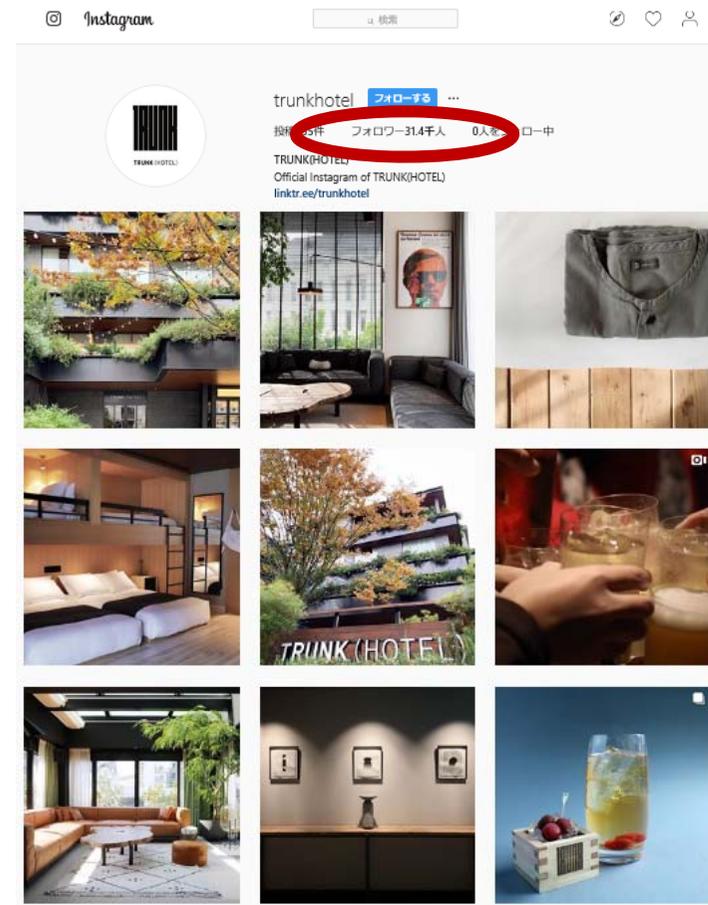
TRUNK(HOTEL) SNS集客戦略を推進 都内外資系人気ホテルのフォロワー数を超過

SNSフォロワー数 競合比較

Instagram フォロワー数 (単位: 千人) ※1



※1 2019年4月末時点。各ホテルInstagramより、当社作成。



II 3-2. ホテル事業【参考】

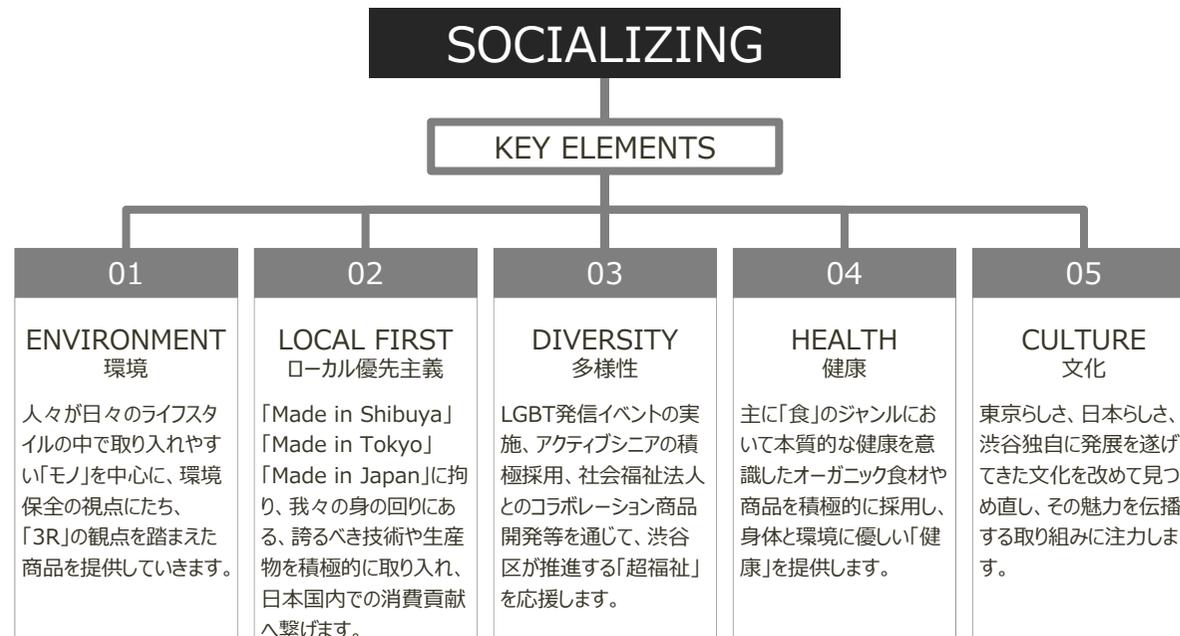
国内
ウェディ
ング

ホテル

海外・
リゾート

■ 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・リゾートウェディング事業



<カタタニリゾート 2018年11月オープン>

国内マーケットは、営業力強化と体制強化を取組む
東アジアマーケットは、新規出店を継続

| 事業領域 | 重点テーマ | 詳細 |
|---------------|----------------------------------|--|
| 国内 マーケット | 業績回復 | <ul style="list-style-type: none"> ● 旅行代理店（販売代理店）とのリレーション再強化 ● 社長直轄プロジェクトによる組織体制の整備と販売政策の見直し ● 直営サロン出店による自社受注の増加、単価上昇 |
| | 新規出店 | <ul style="list-style-type: none"> ● ハワイ ワイキキビーチ中心地に1拠点オープン ● リゾート開発が進む宮古島「シギラリゾート」内に2チャペルを新設 |
| 東アジア マーケット | ローカルウェディング リゾートウェディング 受注強化 | <ul style="list-style-type: none"> ● 東アジアの顧客を沖縄・プーケットへ、リゾートウェディング送客強化 ● 台湾の直営ゲストハウス「シャトー・ドゥ・フェリシテ」受注強化 ● 営業販売網拡大のため、北京・上海に営業所展開 |
| | 新規出店 | <ul style="list-style-type: none"> ● プーケット3拠点オープン |

ハワイ シェラトンホテル内に 「ザ・ダイヤモンドヘッドチャペル」オープン 2019年8月販売開始

販売開始：2019年8月
オープン：2020年6月（予定）
チャペル名：「ザ・ダイヤモンドヘッドチャペル」
所在地：2255 Kalakaua Ave., Honolulu, HI

2020年6月（予定）に、ハワイ ワイキキの一等地に佇む名門ホテル シェラトン・ワイキキ リゾートの最上階に「ザ・ダイヤモンドヘッドチャペル」をオープンすることが決定いたしました。「ワイキキの中心で叶う、贅沢なファーストクラスウェディング」をコンセプトに、広大なダイヤモンドヘッドを一望でき、都会的で洗練された最高峰のウェディングが叶います。



Sheraton®
WAIKIKI



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：21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した。～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。



<奏の教会>



<葵の教会>



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した。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』もオープンしています。



<グアム ジュエル・バイ・ザ・シー>

ARLUIS WEDDING

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した。



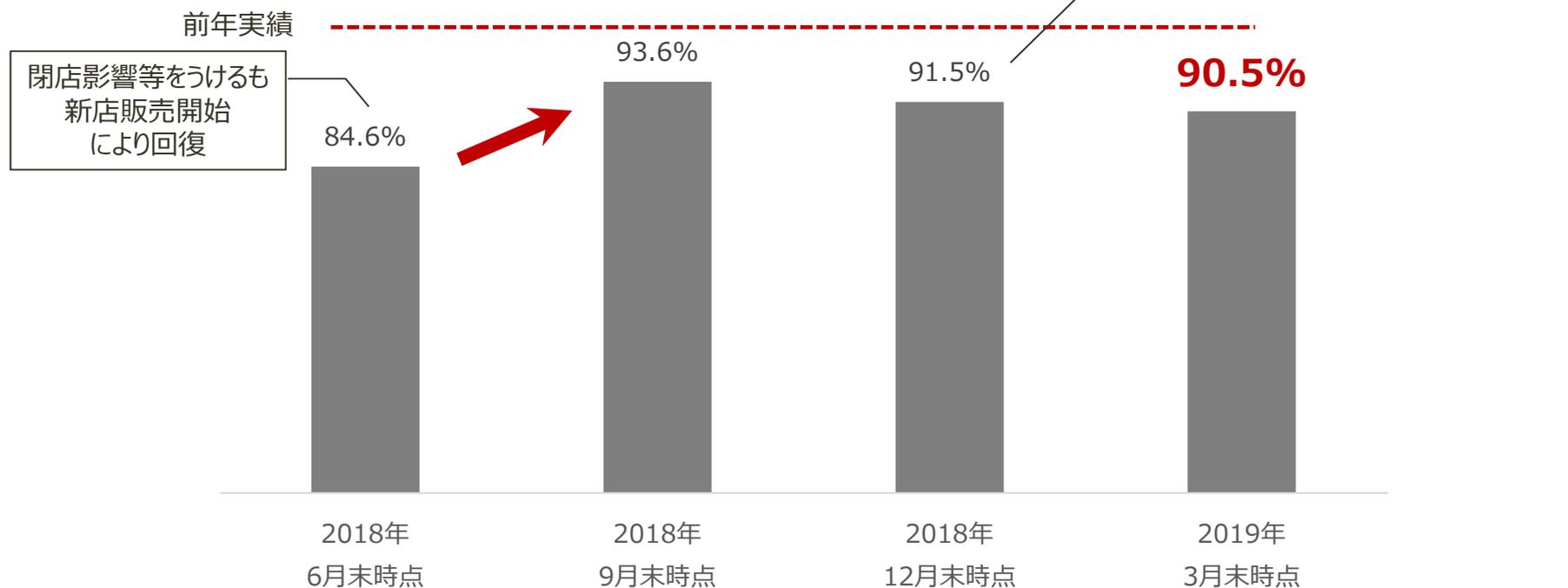
<沖縄 白の教会>

T&G TAKE and GIVE NEEDS

旅行代理店からの送客減少により 受注組数が前期比90.5%（2019年3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



営業面、組織人材面、双方の対策を講じ、 業績向上を図る

現状課題

営業の課題

外部環境（競合・地政学
リスク）への対応遅れ

旅行代理店との
リレーション弱体化

組織・人材の課題

急拡大に伴う
教育体制の遅れ

経営管理機能
不足

対策・取組内容

営業

- 旅行代理店（販売代理店）へのリレーション再強化
- 商品ラインナップに応じた販売政策（価格、接客枠運用）を本社で一元管理
- 広告・集客の強化
- 直営サロンの販売網拡大による自社比率増、単価アップへの取組み

組織・人材

- 社長直轄プロジェクトを発足。
組織体制の整備と、マーケティング・営業・コスト管理の徹底
- 教育チームを発足。
各拠点のOff-JTに加えて、本社からの教育を強化

国内シェア拡大のため、営業販売網を拡大 直営サロン1店舗拡張・2店舗出店、計9店舗へ

全国営業販売網 直営サロン



3店舗拡張・オープン

新宿サロン
2019年2月
拡張



広島サロン
2019年3月
オープン



名駅サロン
(名古屋2店目)
2019年6月
オープン



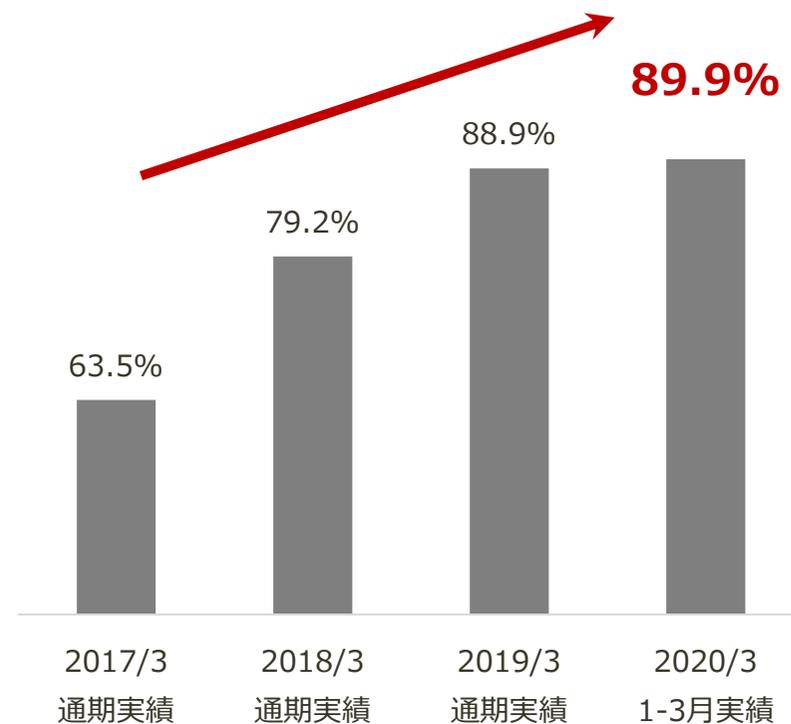
ドレス内製化比率は、高水準を維持 収益性改善に寄与



ARLUIS WEDDING

ドレス内製率推移*1

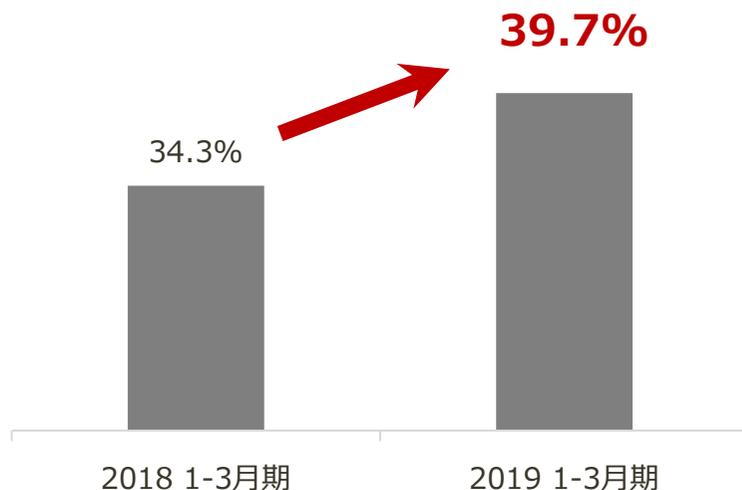
*1 ドレス内製率 (=内製化した組数÷全施行組数) の推移をグラフで表示



収益性向上を目的に ハネムーン・家族旅行のオリジナルプランの販売を強化

オリジナルプラン受注比率 推移※1

*1自社オリジナル旅行プランの受注比率
(=オリジナル旅行プラン受注件数÷新郎新婦含めた参列人数)の推移
オリジナルプランを選択しない場合は、旅行会社のパッケージプランを選択



オリジナルプラン受注 人数状況

2019年1-3月期旅行人数 対前期比※2

*22018年1-3月期に施行したオリジナル旅行人数を100%とした場合の%をグラフ表示



チャペルを独占販売しているハイブランドホテルと直接契約ができ、スイートルームUPグレードや、レストラン無料特典などを組み合わせたオリジナルプランを実現。受注率が大幅に伸びている。



II 3-3.海外R事業：東アジアマーケット新規出店

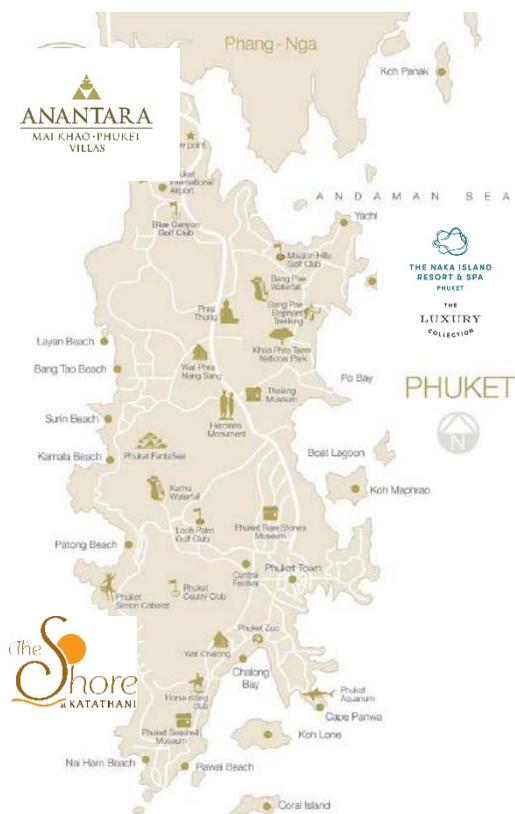
国内
ウェディ
ング

ホテル

海外・
リゾート

中国人240万人が訪れる人気のプーケット アジア独占契約販売で3拠点オープン

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



プーケット初！ 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



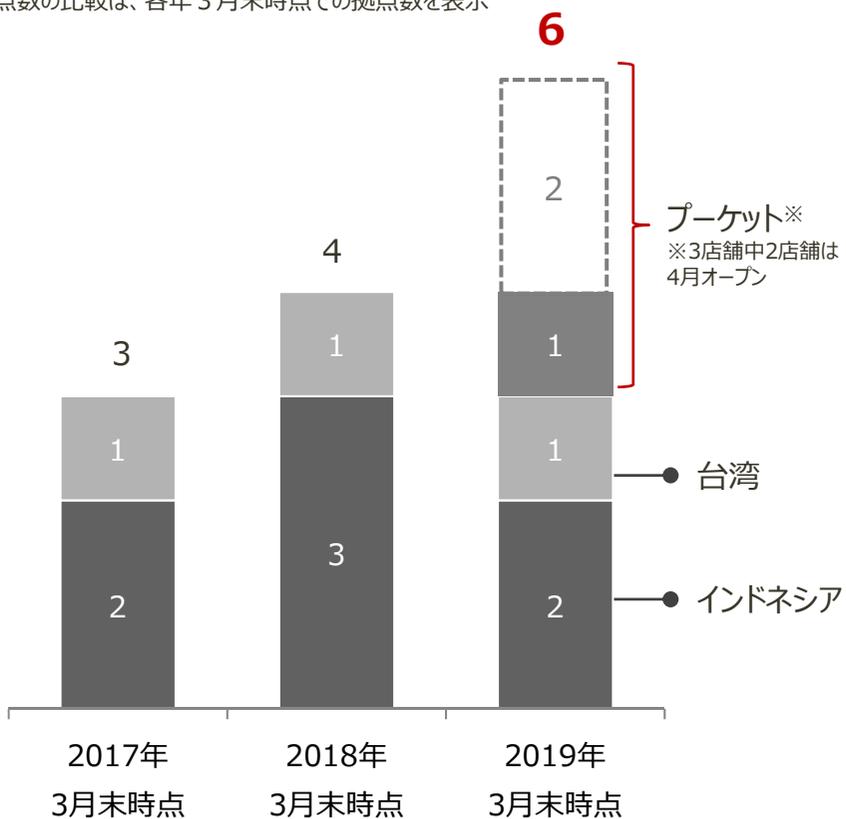
プーケットから船で5分の 幻想的なアイランド ウェディング「ナカ アイランド」

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

東アジアマーケット拡大のため出店を加速 上海、北京に営業所を展開

東アジアマーケット 拠点数比較*1

*1拠点数の比較は、各年3月末時点での拠点数を表示



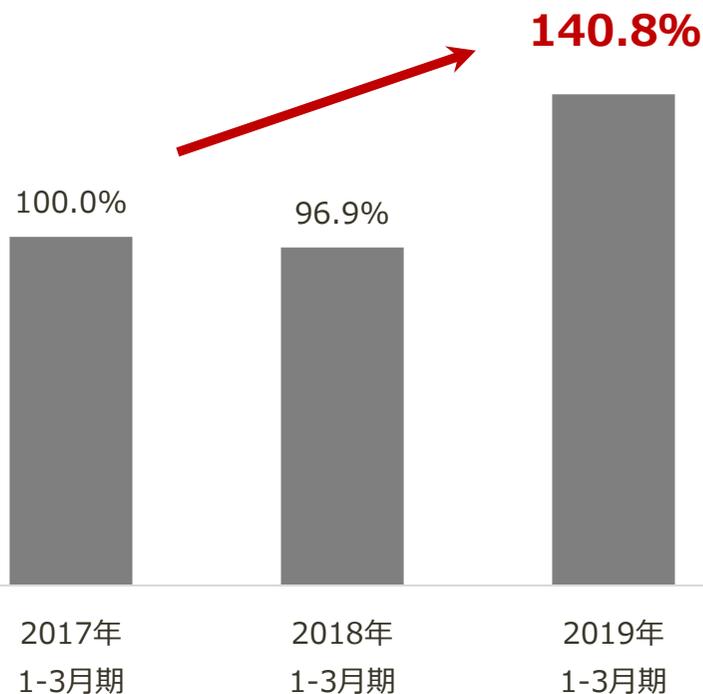
東アジア 営業販売網



東アジアマーケットのウェディングは堅調に推移

施行組数 推移*1

*1 アジア各国（台湾、香港等）から当社リゾート施設で施行した組数。
2017年1-3月を100%とした際の割合推移



台湾直営店 2019/3期実績*2

*2単価、施工組数：2019年3月期の実績を前期比較
受注組数：2017年の次期受注組数を100%とした場合のパーセンテージ

| | |
|------------------|------------|
| 2019年3月期 施行組数 | 前期比 136.6% |
| 2019年3月期 受注組数 | 前期比 152.0% |



〈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

長期経営方針 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

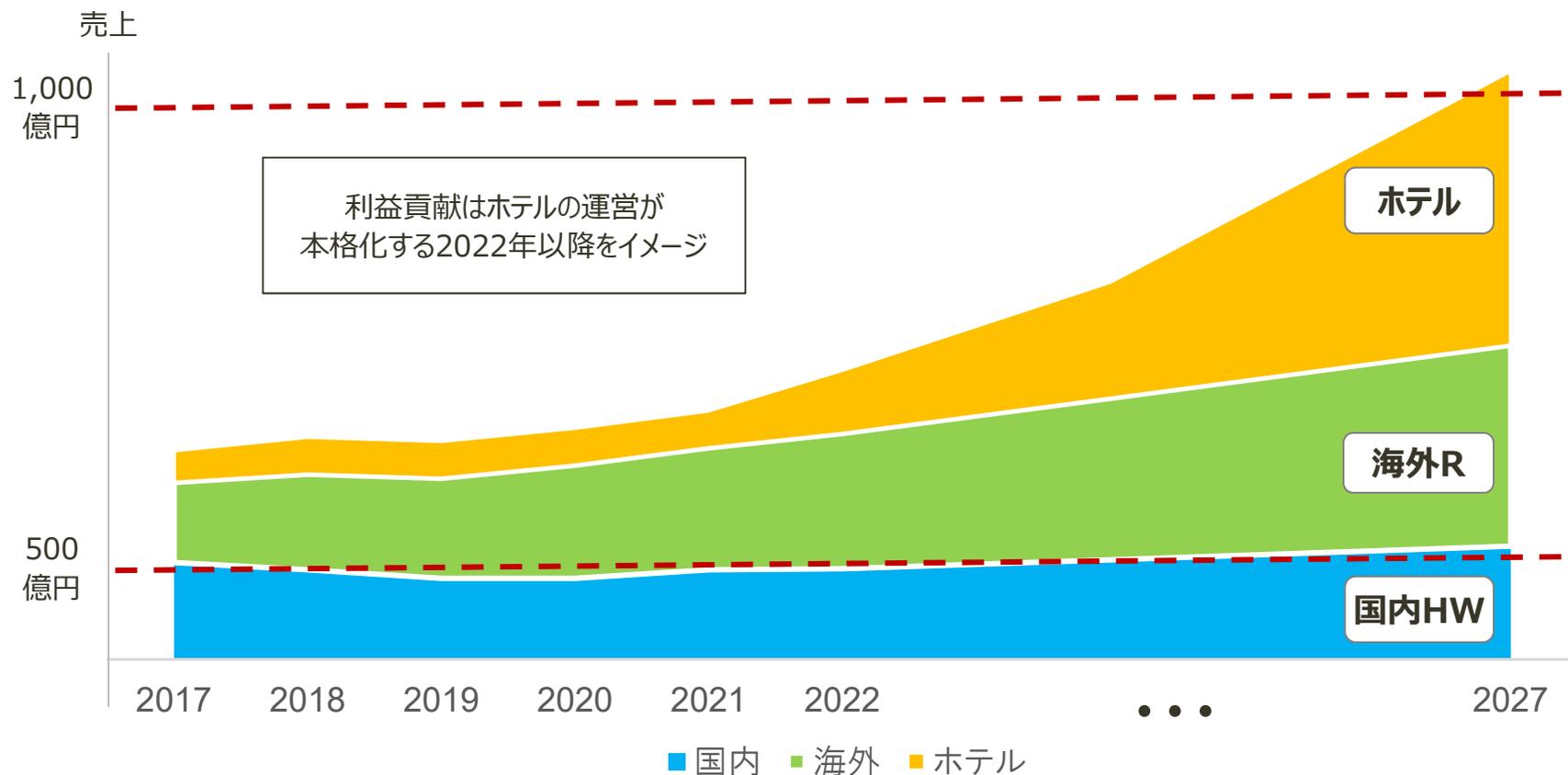
日本にブティックホテル
市場を創る

売上高300～400億円

Ⅲ EVOL 2027 長期成長イメージ

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

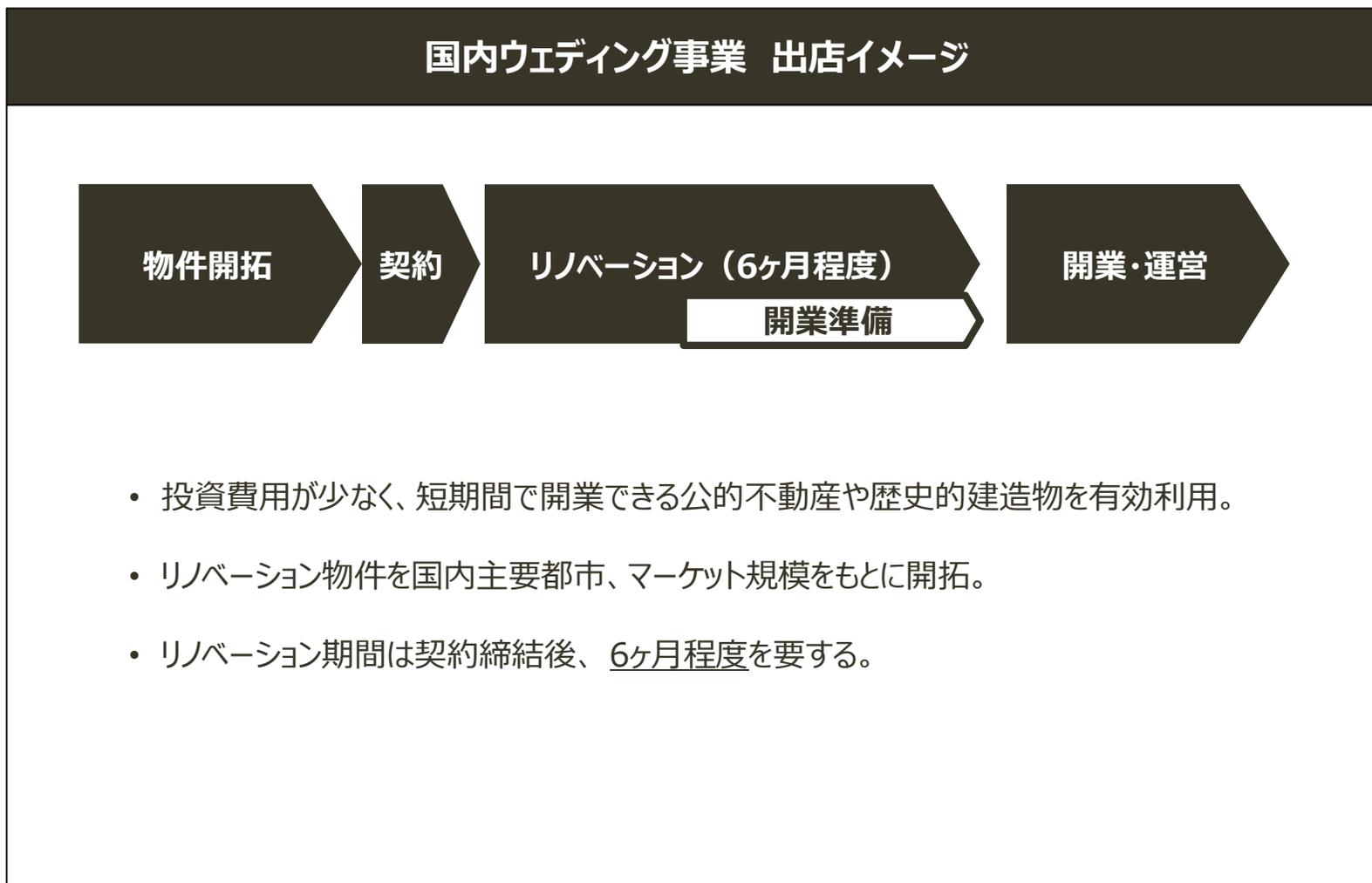


Ⅲ 経営方針 EVOL 2027 進捗報告

| 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 リノベーションを含めた出店を計画 | <ul style="list-style-type: none">• 継続した既存店舗のリニューアルを実施• 顧客と結婚式後も長期の関係を築く 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22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 |

Ⅲ 出店イメージ：国内ウェディング事業

国内ウェディング事業はリノベーションにより開拓



Ⅲ 出店イメージ：海外・リゾートウェディング事業

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。

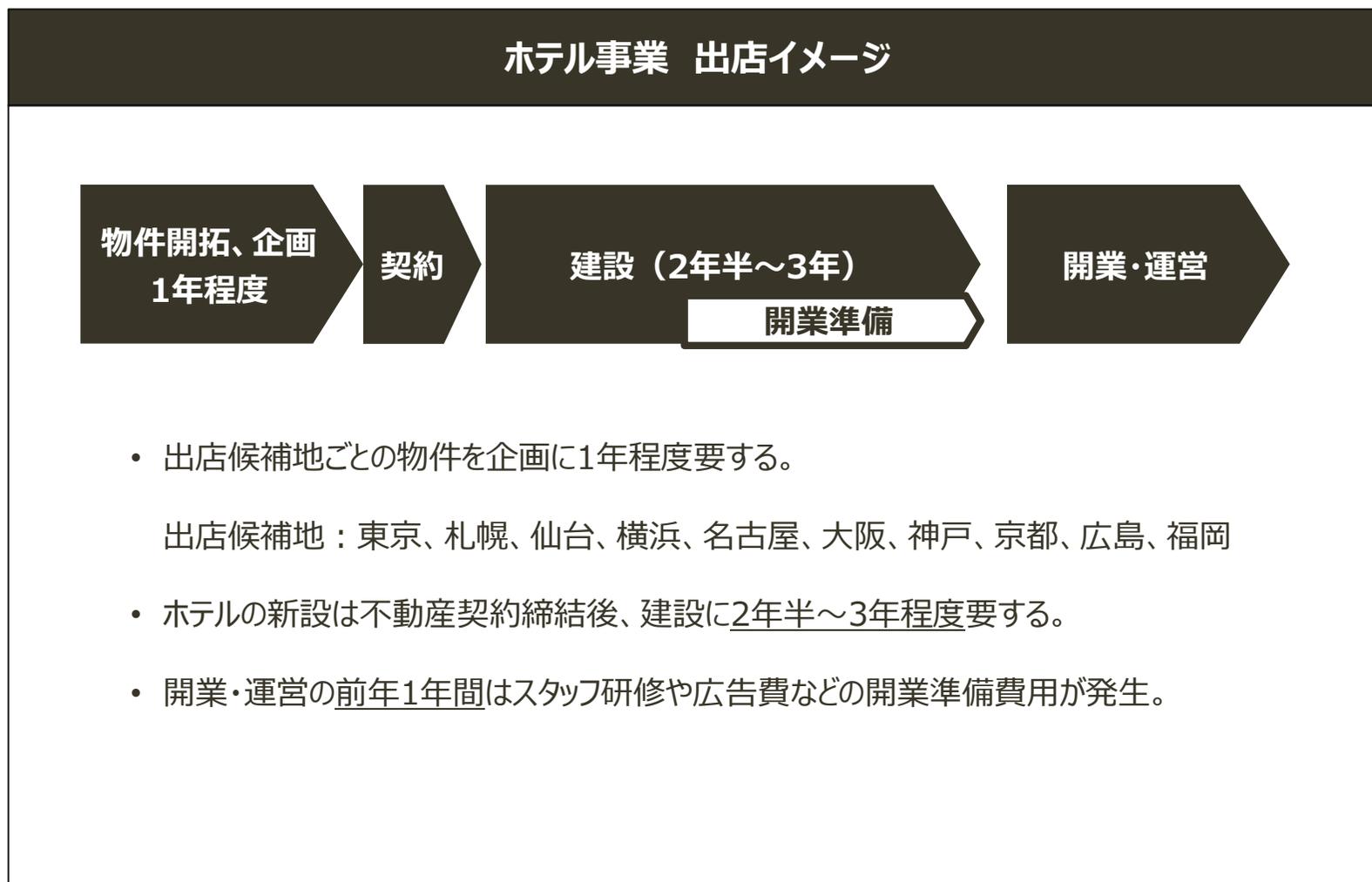
ケース②チャペル借受け



- ・ 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。

Ⅲ 出店イメージ：ホテル事業

ホテル事業の物件開拓～開業までの期間は約4年



IV

2020年3月期 配当予想

Dividend forecast for FY03/2020

IV 2020年3月期 配当予想

株主還元を強化

2020年3月期配当は5円増配し、1株当たり20円の配当を予想

| | 1株当たりの配当金 | | |
|----------------|------------|------------|------------|
| | 第2四半期末 | 期末 | 年間合計 |
| 2019/3 | 0円 | 15円 | 15円 |
| 2020/3 (予想) | 10円 | 10円 | 20円 |

V

ESG活動報告

ESG Activities

T&G初のアスリート採用 「五十嵐千尋」選手 世界選手権大会 日本代表に選出

【2019年3月期 受賞記録】

- アジア大会 4×100mリレー 優勝（日本新記録）
- 日本選手権水泳競技大会女子 400m自由形 2位
- 日本選手権水泳競技大会女子 200m自由形 2位



五十嵐 千尋
1995年5月24日 神奈川県出身

高校3年生の時に、日本選手権400m自由形で優勝して以来、同選手権6連覇。

2016年には、リオデジャネイロオリンピックにも出場し、日本女子自由形のリーダーとして個人種目とリレーで世界を舞台に活躍中。

2018年4月に、T&Gに、初のアスリート採用として入社。

< 第95回 日本選手権水泳競技大会での様子 >

TRUNK (HOTEL) ソーシャライジングに基づき NPO 4 団体の活動を支援

TRUNK(HOTEL)は、誰もが自らのライフスタイルの中で無理なく社会貢献に参加できるサービス・商品の企画を行っており、その活動の一環として、持続可能な社会に向け、同じ方向を目指すことのできる企業・団体に、売上の一部を寄付することを目標に、運営しています。

2018年度は、公募形式で希望団体を募り、応募総数40団体の中から、コンセプト「ソーシャライジング（環境、ローカル優先主義、多様性、健康、文化）」との高い親和性と、活動内容・寄付金使用用途を踏まえ、4団体を選出し、総額400万円を寄付させていただきました。

DONATION DESTINATION

— 寄付先団体 —

■ 子ども食堂ネットワーク

家庭の都合で、ご飯を1人で食べているこどもに開かれた“こども食堂”。地域の協力で運営されるこども食堂を、利用者、地域、社会とつなげるための支援を行う。

■ 渋谷みつばちプロジェクト

渋谷地域に建つビルなどの屋上で養蜂活動を行い、環境にやさしく健康にも良いはちみつを生産するプロジェクト。

■ 認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ

多様性が当たり前の社会を目指して。LGBTの豊かな生活を実現するために、カフェやシェアハウスなどの運営、企業コンサルティング、情報発信など幅広い活動を行う。

■ 一般社団法人more trees

「都市と森をつなぐ」をキーワードに活動を行う森林保全団体。音楽家 坂本龍一を代表とし、国内外で森林保全に取り組みほか、イベントを通じた森の情報や魅力の発信などを行う。



アフリカ・タンザニアに「GOOD LUCK LIBRARY」2校目完成 開発途上国の子どもたちの教育環境整備を支援

海外・リゾートウェディング事業を展開する(株)グッドラック・コーポレーションは、世界に7億8,100万人も読み書きができない人がいるという問題に寄与したいと考え、2016年から「結婚式 1組あたり3ドル」を国際NGO「Room to Read」に寄付し、図書館を設置するプロジェクトを開始しています。

2017年には1校目がカンボジア・カンポンチャム州の小学校内に完成し、そしてこの度、2校目がアフリカ・タンザニアの小学校内に完成いたしました。これからも文字の読み書きの機会を創り出すための取り組みとして、より多くの『GOOD LUCK LIBRARY』の設置を目指してまいります。

■ Room to Read とは

「子どもの教育が世界を変える」を信念に、元MicrosoftのNo.2であったジョン・ウッド氏が、2000年に創設した国際的なNGO団体。読み書きの能力の育成と教育における男女格差の是正に焦点をあて、これまで1,160万人の子供たちをサポート。



V 働きがいのある会社 ベストカンパニー選出

企業理念に基づいた取り組みが評価され 「働きがいのある会社」ベストカンパニーに選出

当社は、Great Place to Work® Institute Japan が実施した、480社が参加する2019年版の日本における「働きがいのある会社」ランキングにおいて、従業員1000名以上の部門で9位に選出されました。

働きがいとの相関関係が特に高いと分析された要素は、企業理念「人の心を、人生を豊かにする」を体現しているという点です。

約2,000名の社員が参加する海外研修旅行の一環で、非日常的なエンターテイメントの鑑賞や、全社員がドレスアップし成績優秀者を讃えるなど、お客様に感動を提供するために、社員の心を養うことを目的とした取り組みが評価されました。

■ Great Place to Work® Institute Japan とは

「働きがいのある会社」ランキングは、世界最大級の従業員の意識調査・分析であり、各国の有力メディアに掲載されることで、企業知名度、企業イメージ、企業ブランド価値の向上、採用活動、株価や売上など収益にも大きな効果をもたらす重要な手法の一つとして認知されています。

働きがいのある会社ランキング2019 大規模部門

| | |
|-------------------|---------------------------------|
| 1位 セールスフォース・ドットコム | 6位 モルガン・スタンレー |
| 2位 Plan・Do・See | 7位 DHLジャパン |
| 3位 ディスコ | 8位 LAVA Internatinal |
| 4位 アメリカン・エクスプレス | 9位 テイクアンドギヴ・ニーズ |
| 5位 プルデンシャル生命保険 | 10位 ジョンソン・エンド・ジョンソン 日本法人グループ |



＜ 成績優秀者を讃える社員総会の様子 ＞

V 2019年 新卒採用

人材確保の取り組みの多様化により 2019年新卒 174名が入社

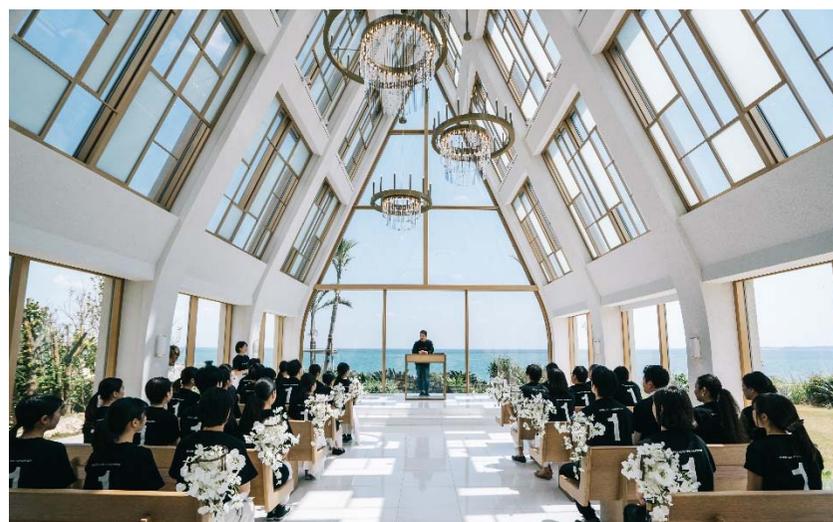
T&Gはグループ全体でウェディングプランナー、シェフ、フラワーコーディネーター、ドレスコーディネーターなどの職種に多くの学生に応募をいただき、2019年4月174名の新入社員を迎えました。

将来の優秀人材を確保するため、インターンシップや説明会を実施することはもちろん、大手専門学校や大学と産学連携を行い、ウェディング業界を支える人材を「育てる」ことから始めている営みが、少しずつ実を結んでいます。

今後も、未来を創る優秀な人材を確保すべく、様々な取り組みを実施して参ります。



< 国内ウェディング、ホテル事業の入社式 >



< 海外リゾート事業の入社式 >

VI

会場一覧

Venues

直営店舗：全国67店舗（102会場）

（2019年3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）

■ 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）
アルモニービアン（松本）



■ 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 TRUNK BY SHOTO GALLERY（渋谷）
麻布迎賓館
青山迎賓館 ヒルサイドクラブ迎賓館（八王子）
アーフェリーク白金 ヴィクトリアガーデン 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
TRUNK(HOTEL)

■ 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 GEIHINKAN VERANDA minatomirai（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12施設

(2019年3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（6施設）

- ✓ 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)
- ✓ イル・ブッテロ (広尾)
- ✓ TERAKOYA (武蔵野)



海外・リゾート：22店舗、海外ローカル：3店舗

(2019年3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 オアフ 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
- ✓ シェラトン・ワイキキ ダイヤモンドヘッドチャペル
(2020年6月オープン)

<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 (宮古島)
- ✓ 葵の教会 (宮古島)

<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

海外・リゾート直営サロン：9店舗

(2019年3月31日現在)



■ 直営サロン (9施設)

- ✓ 札幌
- ✓ 仙台
- ✓ 東京 (新宿本店)
- ✓ 横浜
- ✓ 名古屋 (栄)
- ✓ 名古屋 (名駅)
- ✓ 大阪 (梅田)
- ✓ 広島
- ✓ 福岡 (天神)

人の心を、人生を豊かにする

T&G TAKE and GIVE NEEDS