

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
2020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2020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-presen@tgn.co.jp

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

I . 2020年3月期 連結決算概要	
1. 連結 損益計算書 概要	P6-9
2. セグメント情報	P10-13
3. 連結 貸借対照表 キャッシュフロー	P14-16
II . 新型コロナウイルス感染症拡大への対応	P18-20
III . 2021年3月期 見通しと施策	
1. 見通しと施策	P22
2. セグメント別状況	P23-26
3. マーケット環境	P27-28
4. 配当予想	P29
IV . 市場環境と当社の競争優位性	P31-42
V . ESG活動報告	P44-49
VI . 補足資料	P51-56

1 20年3月期 連結通期業績は新型コロナ影響により減収減益

売上高 636億円（前期比 ▲4.8%）

営業利益 35.7億円（前期比 ▲16.4%）

▶2月時点の連結業績予想は営業利益45.0億。**5期連続増益**を見込んでいた

2 商品の高収益化、不採算事業の撤退により収益力向上

▶国内ウェディング事業は、継続的な収益改善の取り組みにより、

取扱組数が、前期比▲7.6%にも関わらず、**営業利益率は、前期比+0.4%**

3 21年3月期 通期業績予想は「未定」

▶緊急事態宣言期間の休業、挙式日延期の影響により、営業利益、経常利益、親会社に帰属する当期純利益、いずれも赤字見込み

▶緊急事態への当社対応「運転資金の確保」、「販管費抑制」、「海外拠点再編（固定費削減）」

I

2020年3月期 連結決算概要

Results of FY03/2020

I 1-1. 連結 損益計算書 概要

自粛要請による拳式日延期の影響で、減収減益

単位：百万円	2020/3	前年同期		通期予想（4月21日発表）	
	実績	実績	前年同期比	予想	予想比
売上高	63,678	66,871	95.2%	63,500	100.3%
<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内ウェディング事業 	51,145	54,259	94.3%	50,967	100.4%
<ul style="list-style-type: none"> TRUNK (HOTEL) 	4,649	4,641	100.2%	4,640	100.2%
<ul style="list-style-type: none"> ■ 海外・リゾートウェディング事業 	11,106	11,174	99.4%	11,107	100.0%
<ul style="list-style-type: none"> ■ その他 	1,426	1,437	99.2%	1,426	100.0%
売上総利益	40,330 63.4%	42,173 63.1%	95.6%	40,200 63.3%	100.3%
販管費	36,750 57.7%	37,892 56.7%	97.0%	36,700 57.8%	100.1%
営業利益	3,579 5.6%	4,281 6.4%	83.6%	3,500 5.5%	102.3%
経常利益	3,381 5.3%	3,900 5.8%	86.7%	3,300 5.1%	102.5%
当期純利益	(※1) 1,003 1.6%	2,283 3.4%	43.9%	未定 -	-

%は売上高比

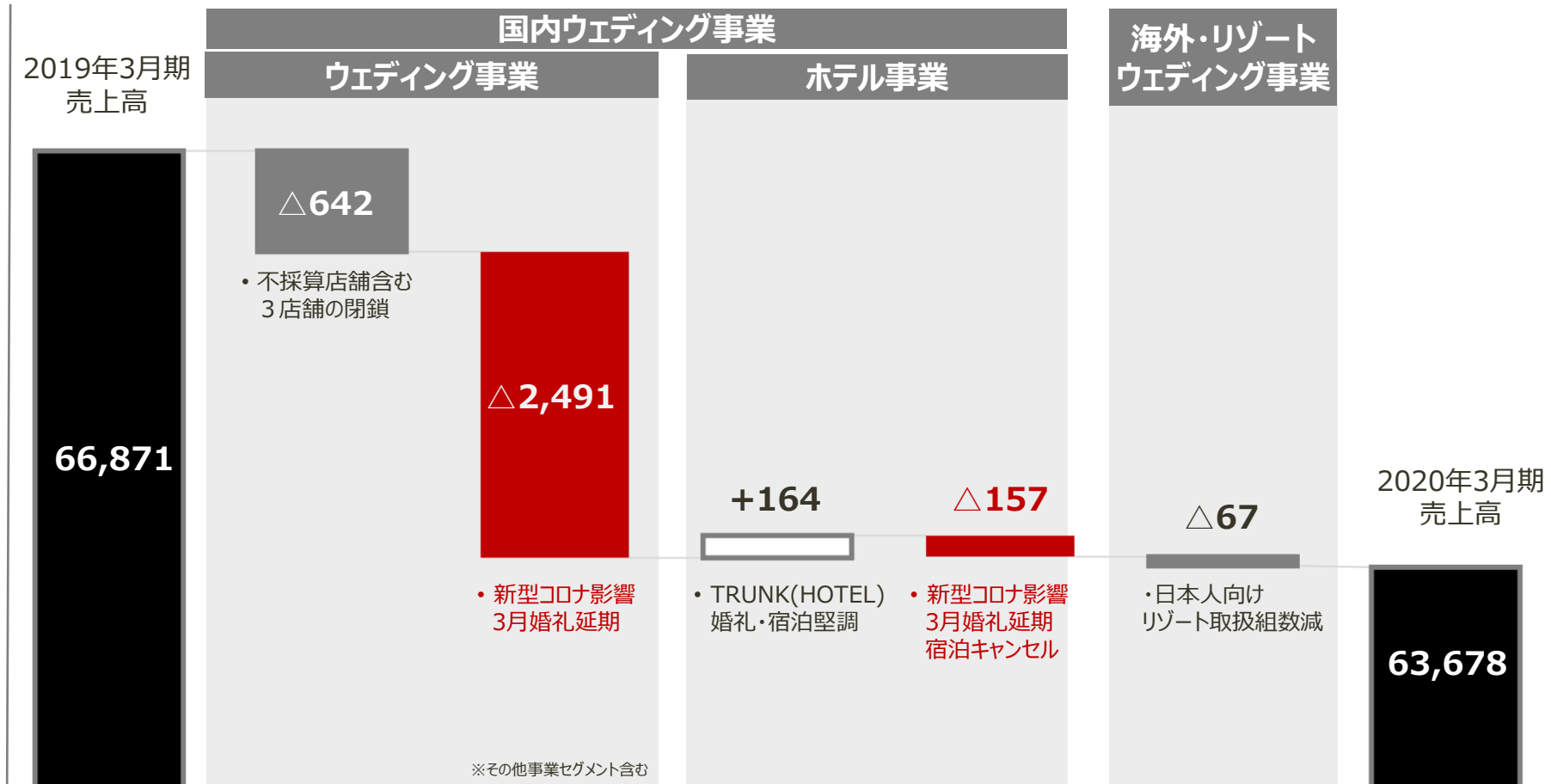
(※1) 特損1,458百万円（国内、海外不採算店舗の減損および売却損）

I 1-2. 2020年3月期 売上高増減要因

閉店影響とともに、挙式日延期、キャンセルにより減収
 新型コロナによる減収額は、26.4億円

売上高前期比増減額

単位：百万円

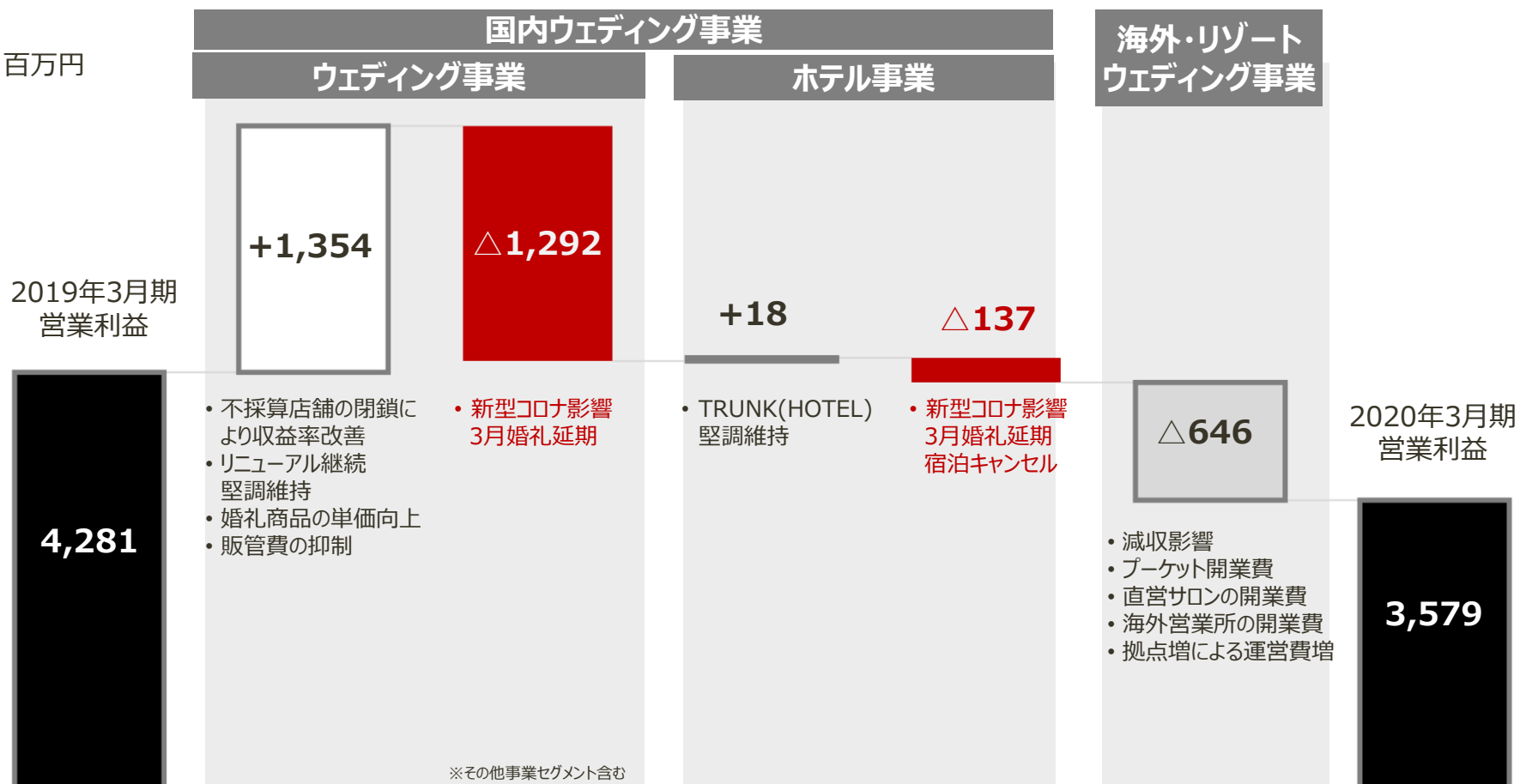


I 1-3. 2020年3月期 営業利益変動要因

収益力向上により増益を見込むも、新型コロナ影響で減益
 新型コロナによる減益額は、14.2億円

営業利益前期比増減額

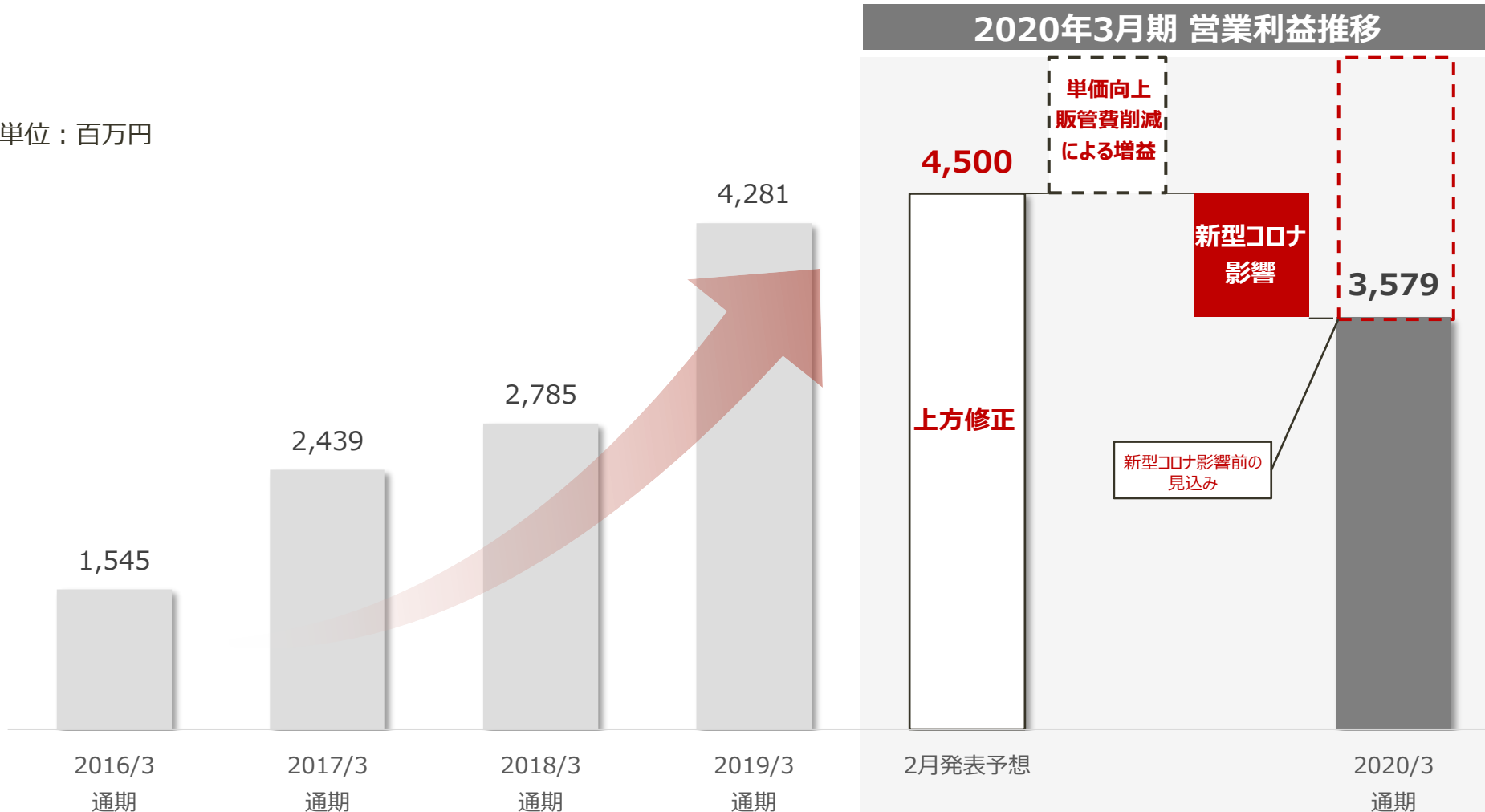
単位：百万円



I 1-4. 過年度の営業利益推移

商品の高収益化、不採算事業の撤退により収益力向上
新型コロナ影響の減益要因は限定的

単位：百万円



I 2-1. 国内ウェディング事業 内訳

新型コロナにより取扱組数が、前期比▲7.6%するも、
単価向上、内製化、不採算店舗閉鎖により、営業利益率改善

単位：百万円	2020/3	前年同期	
	実績	実績	増減
売上高	51,145	54,259	-3,113
直営店（TRUNK含）	45,824	48,595	-2,771
■ 取扱組数（組）	11,596	12,537	-941
■ 平均単価（千円）	3,947	3,868	+79
■ 平均人数（人）	69.7	69.5	+0.2
コンサルティング	1,535	1,587	-52
宿泊、レストラン、等	3,785	4,071	-286
売上総利益	32,383	33,849	-1,466
	63.3%	62.4%	+0.9%
営業利益	5,709	5,846	-137
	11.2%	10.8%	+0.4%

売上高・営業利益 推移 (単位：百万円)



※各期末時点の直営婚礼施設数と取扱組数

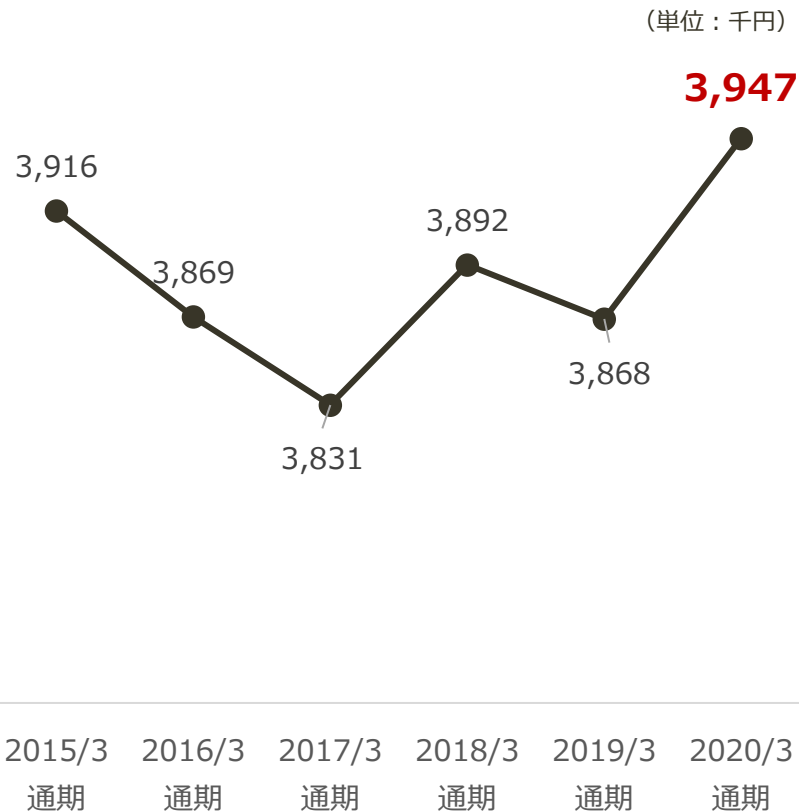
※国内ウェディング事業は、(株)T&G (株)TRUNK (株)Dressmore (株)GENTLE
(直営婚礼施設 2019/3期末：67店舗102会場、2020/3期末：64店舗94会場)

I 2-2. 国内ウェディング事業 平均単価

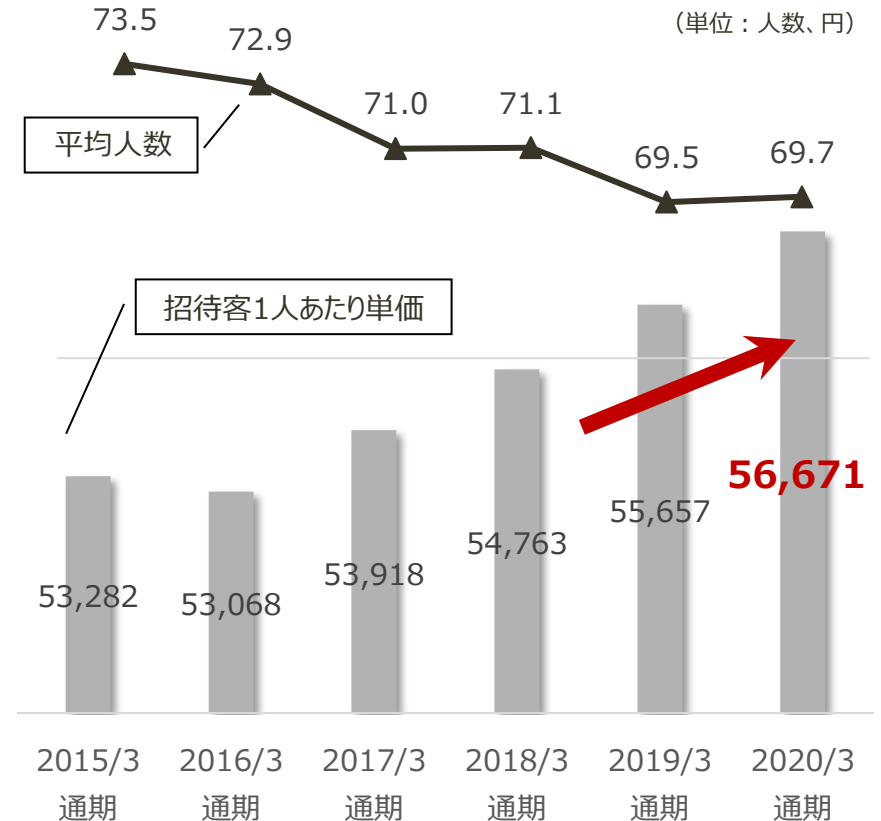
招待客1人あたり単価向上

直営店の平均単価は 3,947千円（前期比+79千円）

直営店 平均単価推移



直営店 平均人数と招待客単価推移



I 2-3. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

直営サロン3店舗開業による運営費増加により 営業損失2.5億円（前年同期 営業利益3.8億円）

単位：百万円	2020/3	前年同期	増減
	実績	実績	
売上高	11,106	11,174	-67
売上総利益	7,252 65.3%	7,661 68.6%	(※1) -408 -3.3pt
営業利益	△256 -	389 3.5%	-646 -

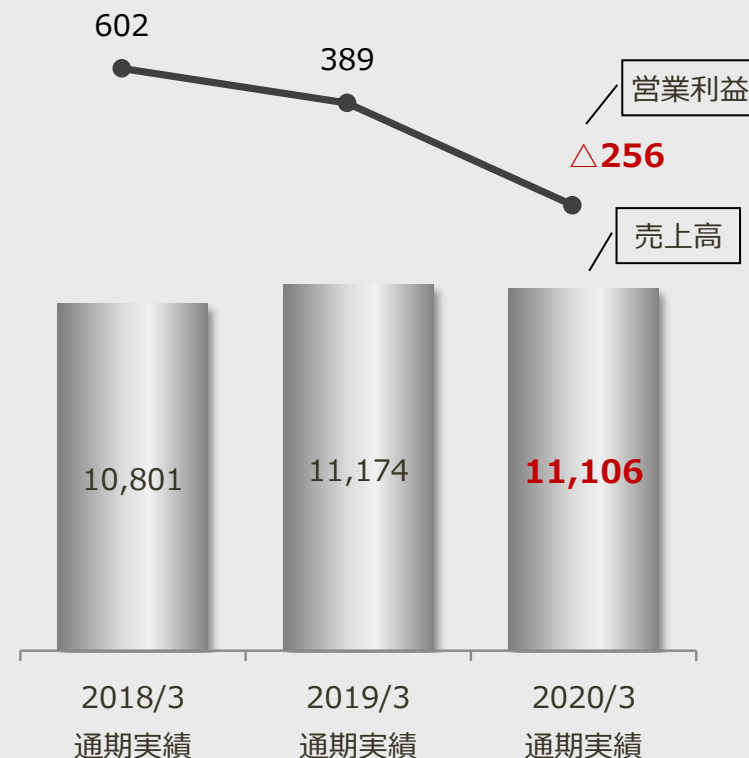
%は売上高比

海外・リゾートウェディングは12月期決算

※1) 2018年7月より、海外・リゾートウェディングに付随する旅行手配を、グループ会社より移管し、自社内で旅行事業として開始。オリジナル旅行販売の原価が発生したため。

売上高・営業利益の推移

(単位：百万円)



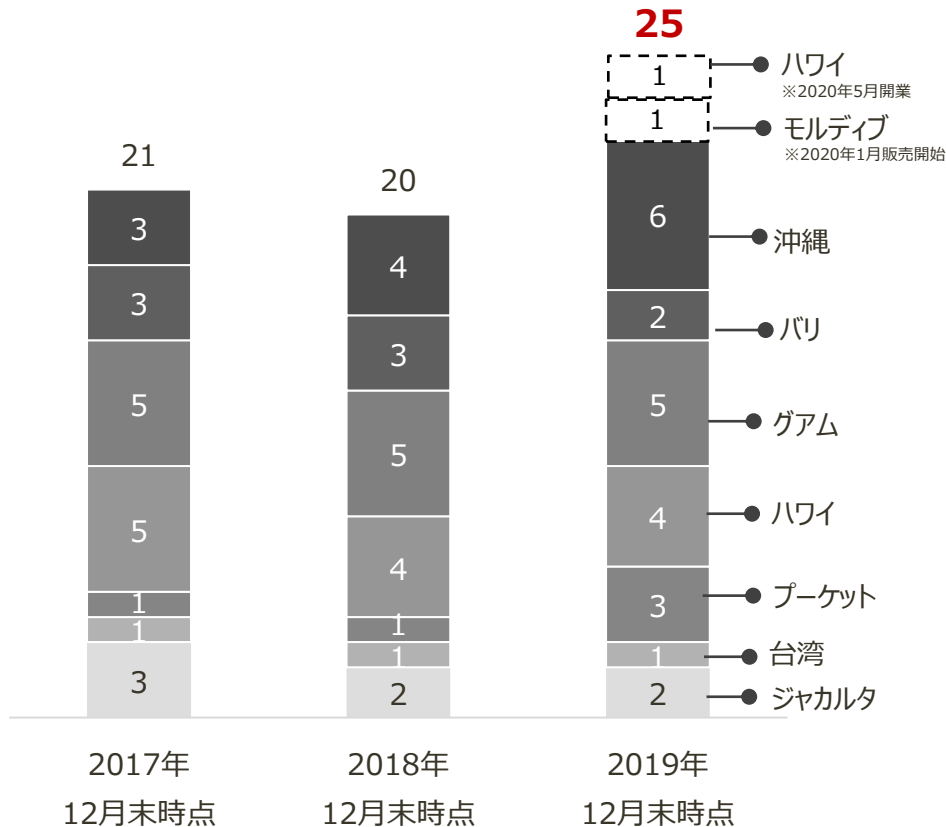
I 2-4. 海外・リゾート拠点数・組数比較

国内マーケットは、取扱組数が減少

東アジアマーケットは、拠点拡大とともに、取扱組数が増加

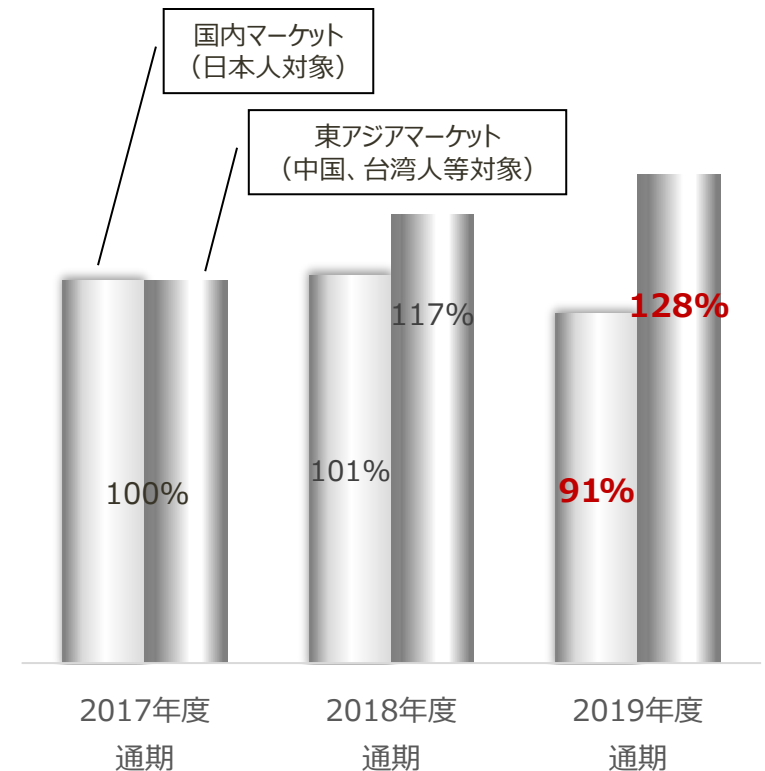
拠点数比較*1

*1海外・リゾートウェディング事業は12月期決算のため、12月末時点の拠点数を表示



挙式取扱組数比較*2

*2国内マーケットと東アジアマーケット各々の 2017年度通期の挙式取扱組数を 100%とした割合推移



I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

第1四半期、高収益店舗の土地取得により 有利子負債が増加

単位:百万円	2019/3末	2020/3末	増減
流動資産	12,647	11,428	-1,218
現金及び預金	6,782	6,455	(※1) -326
固定資産	44,483	46,769	+2,286
有形固定資産	34,331	37,124	+2,793
無形固定資産	798	462	-336
投資その他資産	9,352	9,182	-170
資産計	57,130	58,197	+1,067

主な増減要因

- 有形固定資産 +2,793百万円
- ✓ 第1四半期に、高収益店舗の土地を取得

(※1)
21年3月期
100億円の当座貸越契約締結済み

I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

第1四半期、高収益店舗の土地取得により 有利子負債が増加

単位:百万円	2019/3末	2020/3末	増減
負債合計	33,949	34,400	+451
流動負債計	17,084	16,175	-909
短期借入金	990	2,330	+1,340
(一年内) 長期借入金	5,741	5,554	-186
固定負債計	16,864	18,225	+1,360
長期借入金	10,994	12,741	+1,746
純資産計	23,181	23,797	+616
負債・純資産計	57,130	58,197	+1,067

有利子負債	17,725	20,625	+2,900
自己資本比率	40.2%	40.6%	+0.4pt

主な増減要因

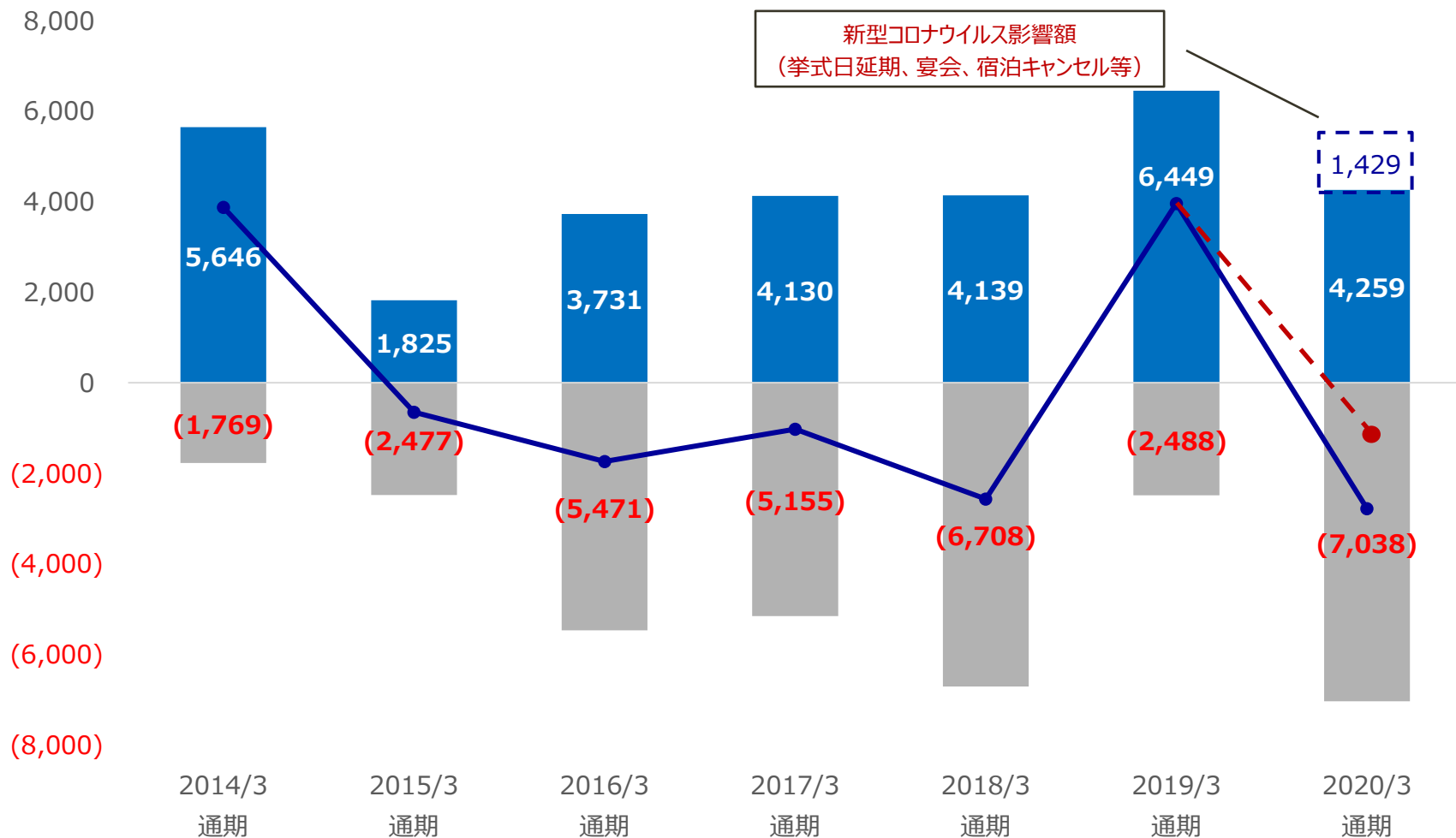
- 有利子負債 +2,900百万円
- ✓ 第1四半期に、高収益店舗の土地を取得

I 3-3. 連結 キャッシュフローの状況

新型コロナウイルス影響により、営業キャッシュフローが大幅減

単位：百万円

■ 営業CF ■ 投資CF ● フリーキャッシュフロー -●- 新型コロナウイルス影響を除いたフリーキャッシュフロー



II

新型コロナウイルス感染症拡大への対応

Response to COVID-19 Pandemic

II 1. 新型コロナウイルス感染症拡大への対応

顧客と社員の安全を第一に、休業を判断 収束後を見据えた施策も準備

国内ウェディング

- 全国の挙式施設臨時休業（4/8～）レストラン施設の臨時休業（3/31～）
- 該当時期の挙式日延期無料化
- システム体制整備。顧客との打合わせはオンラインで実施
- 営業再開に向け、「新しい生活様式」に準拠した結婚式オペレーション作成済

TRUNK(HOTEL)

- 臨時休業（3/30～）
- 営業再開に向け、宿泊・レストラン・結婚式全ての新オペレーション作成済

海外・リゾートウェディング

- 中国を含む東アジア拠点 臨時休業（1/31～）
- 全国営業カウンター・挙式施設 臨時休業（4/8～）
- 各国情勢の影響など、事態長期化を見越して、日程延期365日無料プラン打出し
- 今後の顧客動向の変化を見越して、オンラインフェア等新たな施策を開始

Ⅱ 2-1. 非常事態下の当社対応

政府・自治体発表に先駆け、経営判断を実行



I 2-2. 非常事態下の当社対応 効果

各種経営判断と、現場の丁寧な顧客対応により 受注維持95%

対応詳細

顧客

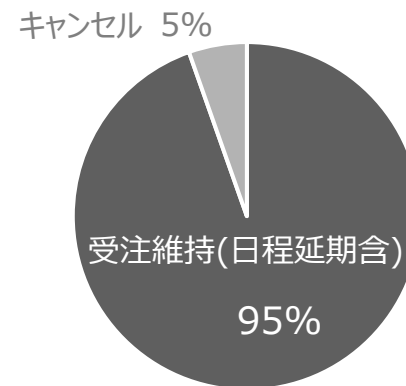
- 該当時期の挙式日延期を無料化
- 新型コロナウイルス感染症拡大初期の挙式施行時は、オペレーション変更を即時対応
- 全顧客登録メールマガジン「theDoors」にて関係性強化
- 外出自粛下の顧客へのサプライズ

従業員

- 在宅勤務
- 休業手当の支給
- 社内SNSによる在宅中の社員の体調チェック
- 社内SNSによる経営判断周知・コミュニケーション強化

受注維持・キャンセル状況

※国内ウェディング2020年2月末～4月末までに発生したキャンセル数
÷ (2020年2月末時点の2020年度以降全受注顧客数 + 新規受注数)



当社対応は各種メディアより注目され、取材多数

2/27 NHK様 Web記事掲載	3/23 朝日新聞様 (大阪)
2/27 TBS様	3/30 朝日新聞様 (首都圏・埼玉)
3/2 日経MJ様	4/7 日本経済新聞様 (電子版)
3/4 毎日新聞様	4/7 時事ドットコム様
3/5 日経産業新聞様	4/8 朝日新聞様
3/5 日本テレビ様	4/10 日経MJ様
3/17 読売新聞様	4/15 日経産業新聞様

III

2021年3月期 見通しと施策

*Forecast for the Fiscal Year Ending March 31, 2021
and Management policies.*

Ⅲ 1. 2021年3月期見通しと、収束後に向けた準備

業績予想

営業赤字予想。具体的数値は未定。合理的な算出が可能になった時点で速やかに開示

- キャンセルは僅少だが、受注残の挙式日延期はまだまだ続くと保守的予測
- 第1四半期は休業影響により売上高85%以上の減少見込み
- 第3四半期以降も、昨対100%は見込めないため、営業赤字予想
- 新規問合せも回復までは時間がかかる予測

資金計画

売上の保守的な予測を元に、当面の手元流動性は確保

- 2行より当座貸越契約100億円設定
- 他行からの追加融資も申請中
- リニューアル投資は、国内旗艦店1店舗を除き、国内、海外・リゾートウェディング共に延期
- 不採算事業・不採算店舗撤退も視野に、全固定費を含めた抜本的構造改革を実施

収束後に向けて

収束後を見越した施策に早期着手

- 顧客・従業員の安全を第一に、挙式日延期希望に丁寧に対応
国内、海外・リゾートウェディング共に、延期により、来期受注残は昨年同時期比プラス
- 収束後の「新しい生活様式」に準拠した結婚式・宿泊・レストランオペレーションガイドライン作成済
- オンライン接客体制の拡充
- 新型コロナウイルス感染症影響により、国内ウェディング市場の寡占化は加速予想。シェア向上施策に注力
- 少人数、家族のみの挙式需要増加を見込み、海外・リゾートウェディングのプラン増強

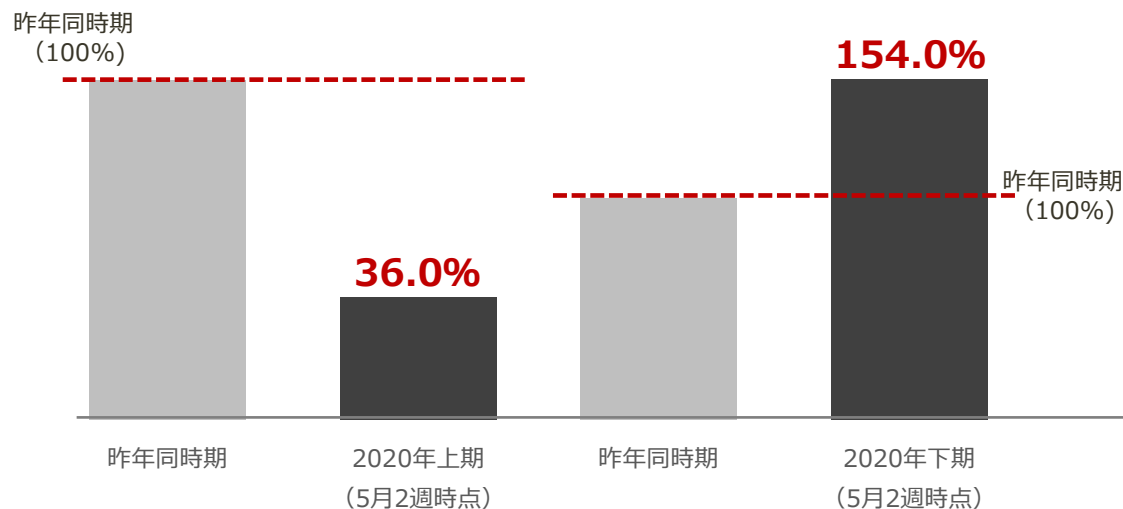
長期方針 EVOL2027

- スケジュールの再検討
- 収束後の環境変化を敏感にとらえ、事業ごとの戦略を再構築

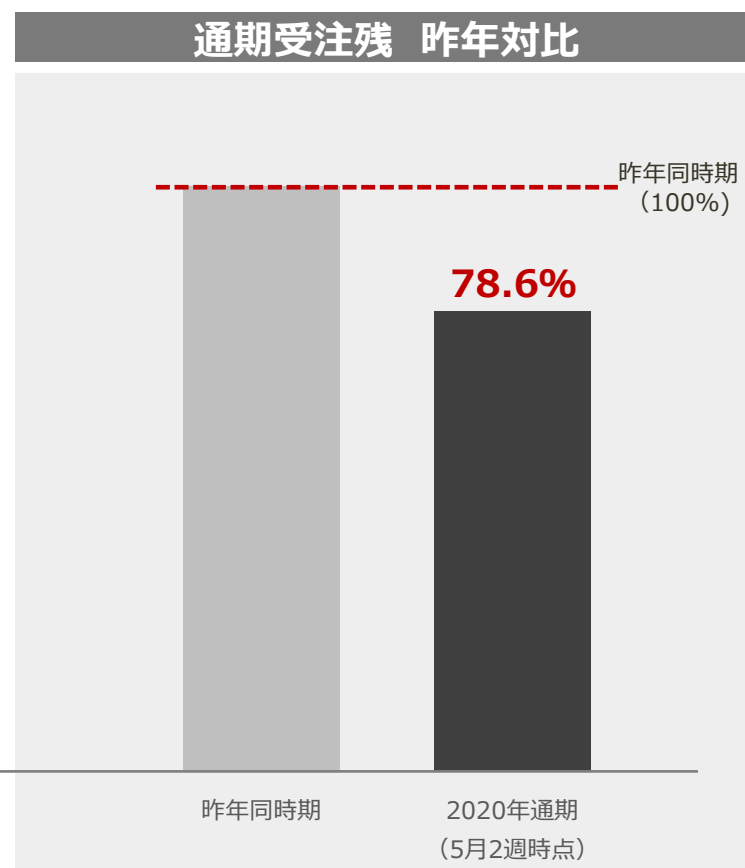
Ⅲ 2-1. 国内ウェディング事業 受注残状況

挙式日延期により今期受注残は昨対マイナスで推移

受注残組数 昨年対比



通期受注残 昨年対比

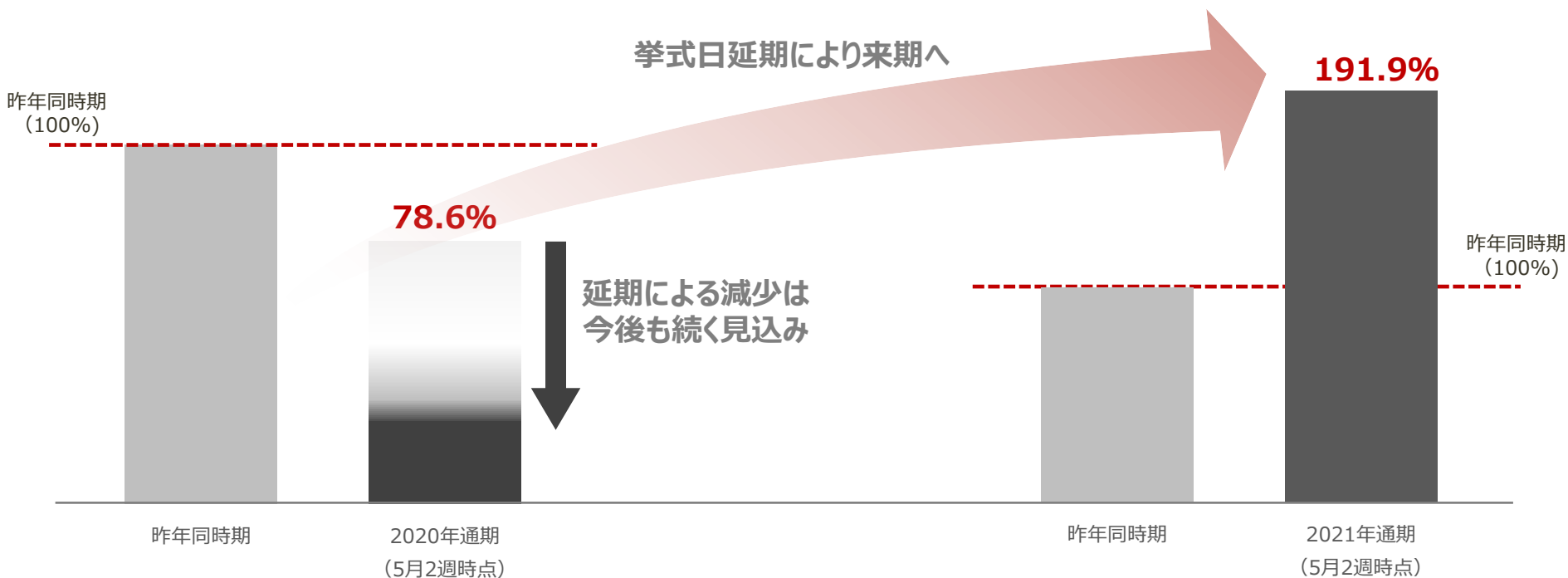


※昨年同時期（2019年5月2週時点）の「受注残組数」を100%とした場合の2020年5月2週時点受注残組数パーセンテージをグラフ表示

Ⅲ 2-1. 国内ウェディング事業 受注残状況

延期された受注残は2021年度の業績に寄与

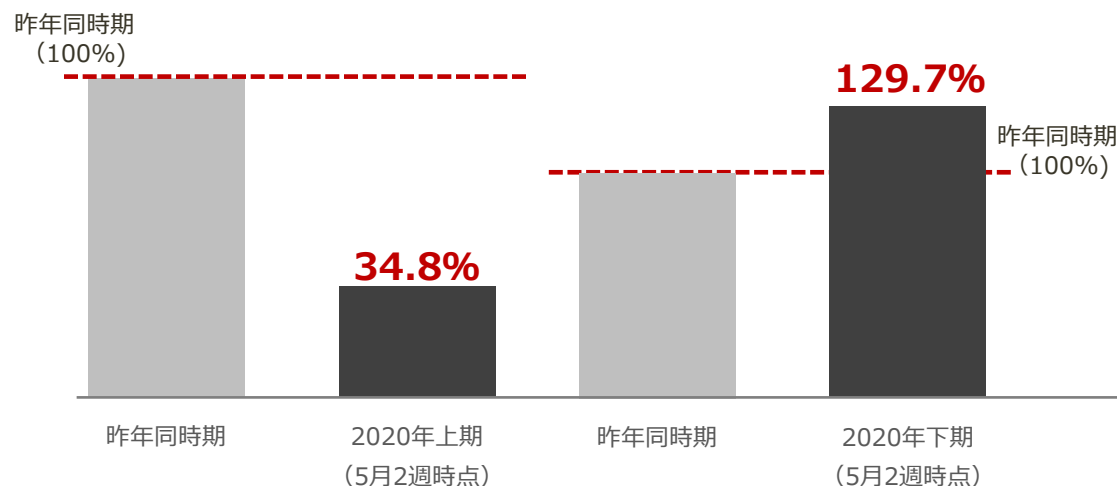
受注残組数 昨年対比



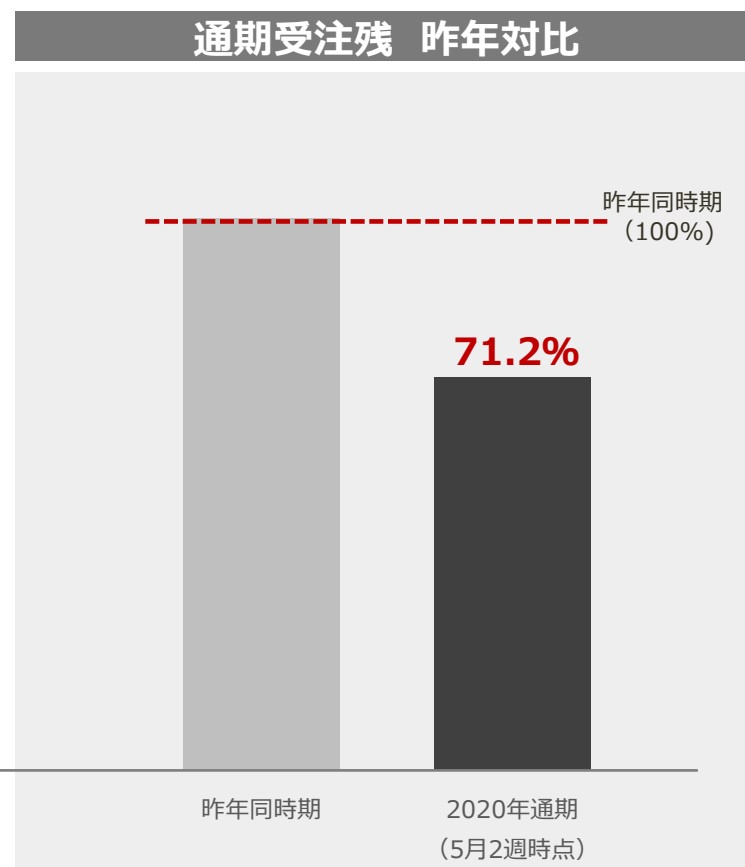
※昨年同時期（2019年5月2週時点）の「受注残組数」を100%とした場合の2020年5月2週時点受注残組数パーセンテージをグラフ表示

挙式日延期により今期受注残は昨対マイナスで推移

受注残組数 昨年対比



通期受注残 昨年対比

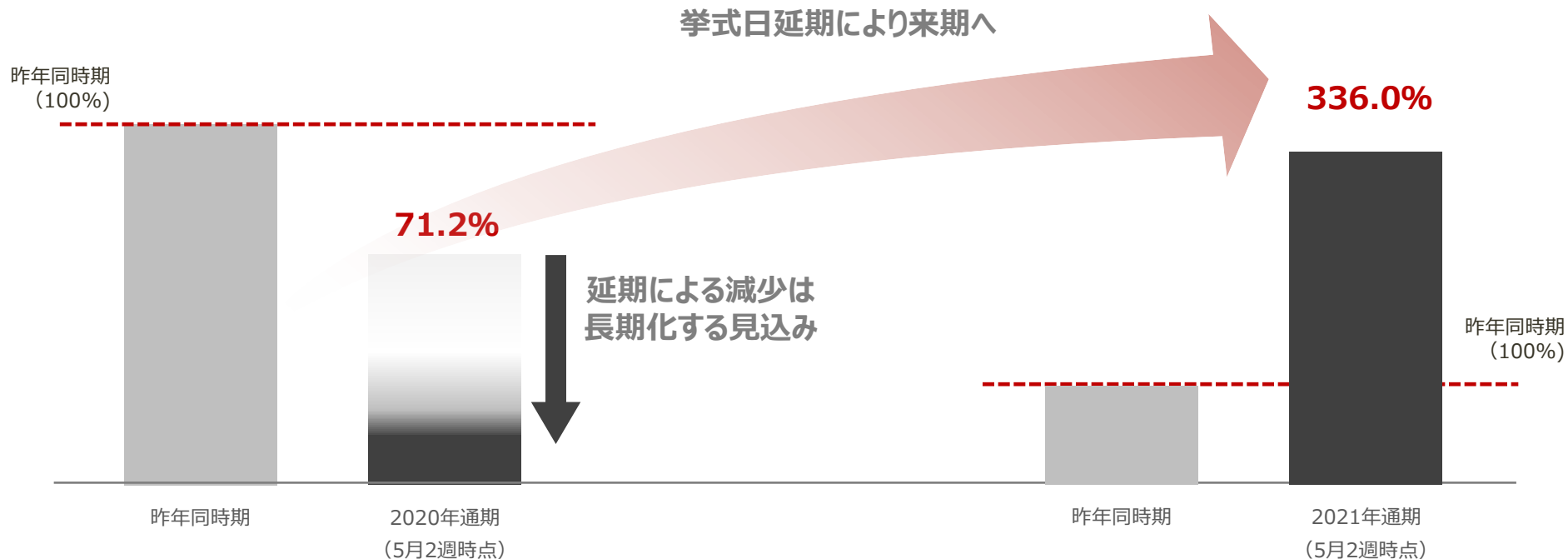


※昨年同時期（2019年5月2週時点）の「受注残組数」を100%とした場合の2020年5月2週時点受注残組数パーセンテージをグラフ表示

Ⅲ 2-2. 海外・リゾートウェディング事業 受注残状況

各国情勢や渡航制限等の影響で
挙式日延期は長期化する見込み

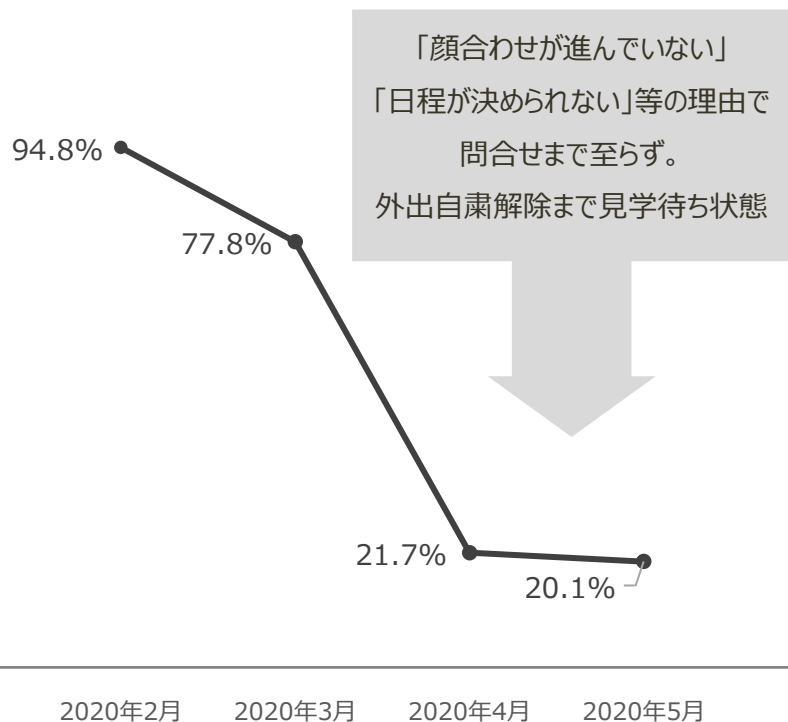
受注残組数 昨年対比



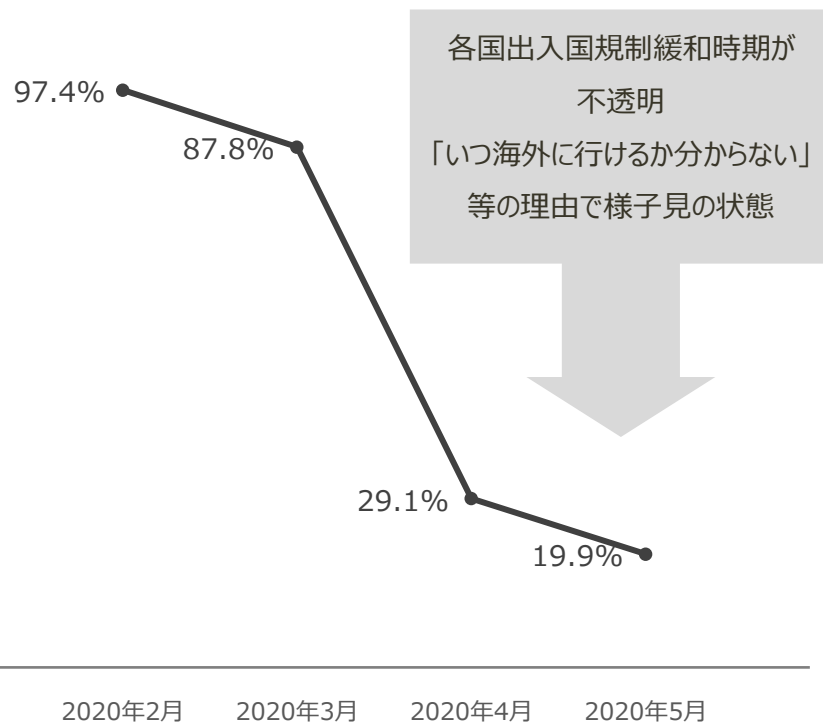
※昨年同時期（2019年5月2週時点）の「受注残組数」を100%とした場合の2020年5月2週時点受注残組数パーセンテージをグラフ表示

新規問合せは大幅減 新規受注は段階的にしか回復しない見込み

国内ウェディング新規問合せ数 前期比



海外・リゾートウェディング新規問合せ数 前期比

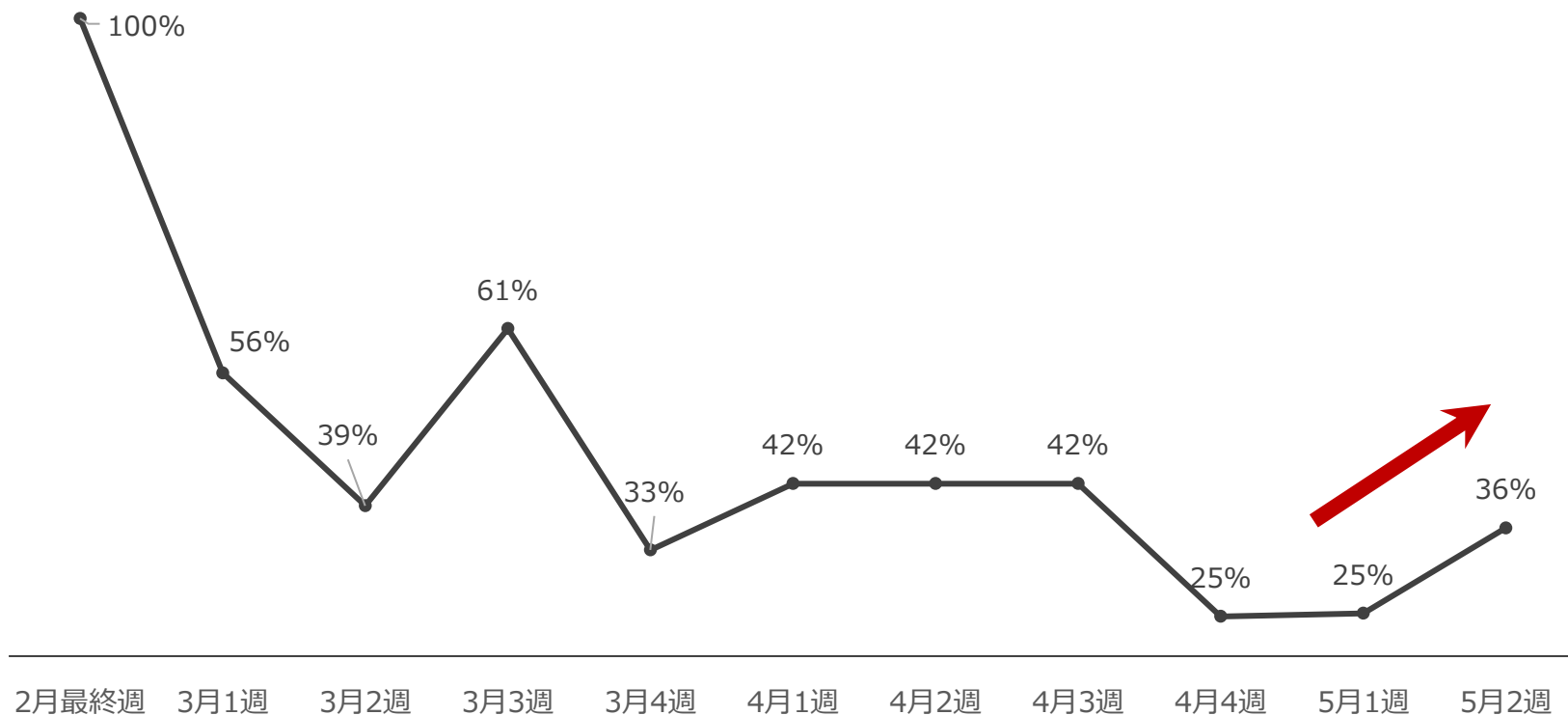


Ⅲ 3-2. ウェディングマーケットにおける顧客動向

5月初週から顧客の情報収集は復調の兆し 先行きはまだ不透明

大手ウェディング総合情報サイト相談件数 2020年2月末対比

※2020年2月最終週の相談件数を100%とした場合の各週相談件数パーセンテージをグラフ表示



※出典：株式会社くふうカンパニーグループ 株式会社みんなのウェディング 提供データ（2020年5月16日時点）を元に当社作成

Ⅲ 4. 配当予想の修正

21年3月期配当予定は、未定

	1株当たりの配当金		
	第2四半期末	期末	年間合計
2020/3	10円	10円	20円
2021/3 (予定)	未定	未定	未定

IV

市場環境と当社の競争優位性

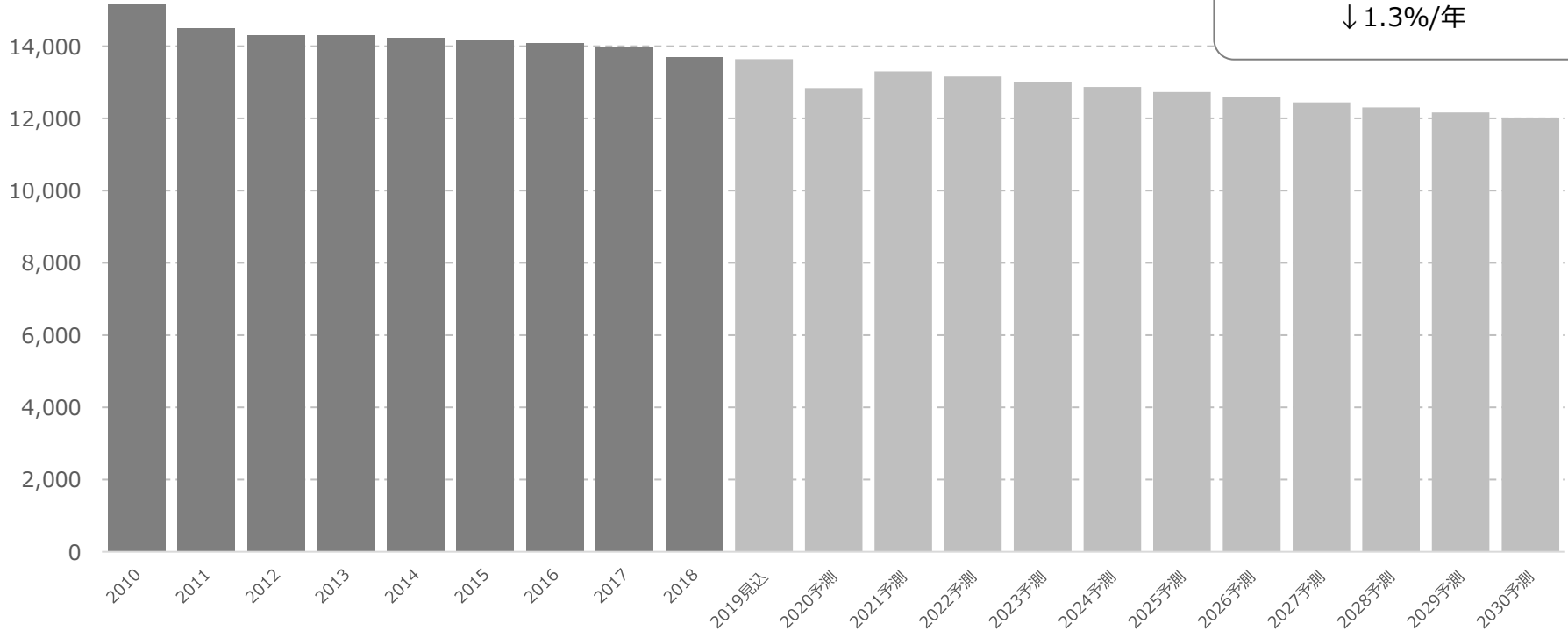
Market environment / Competitive Advantage

IV 国内ウェディングマーケット 規模

少子化影響により、マーケット規模は微減
縮小割合は僅少。10年後も1兆円越えの魅力的な規模が健在

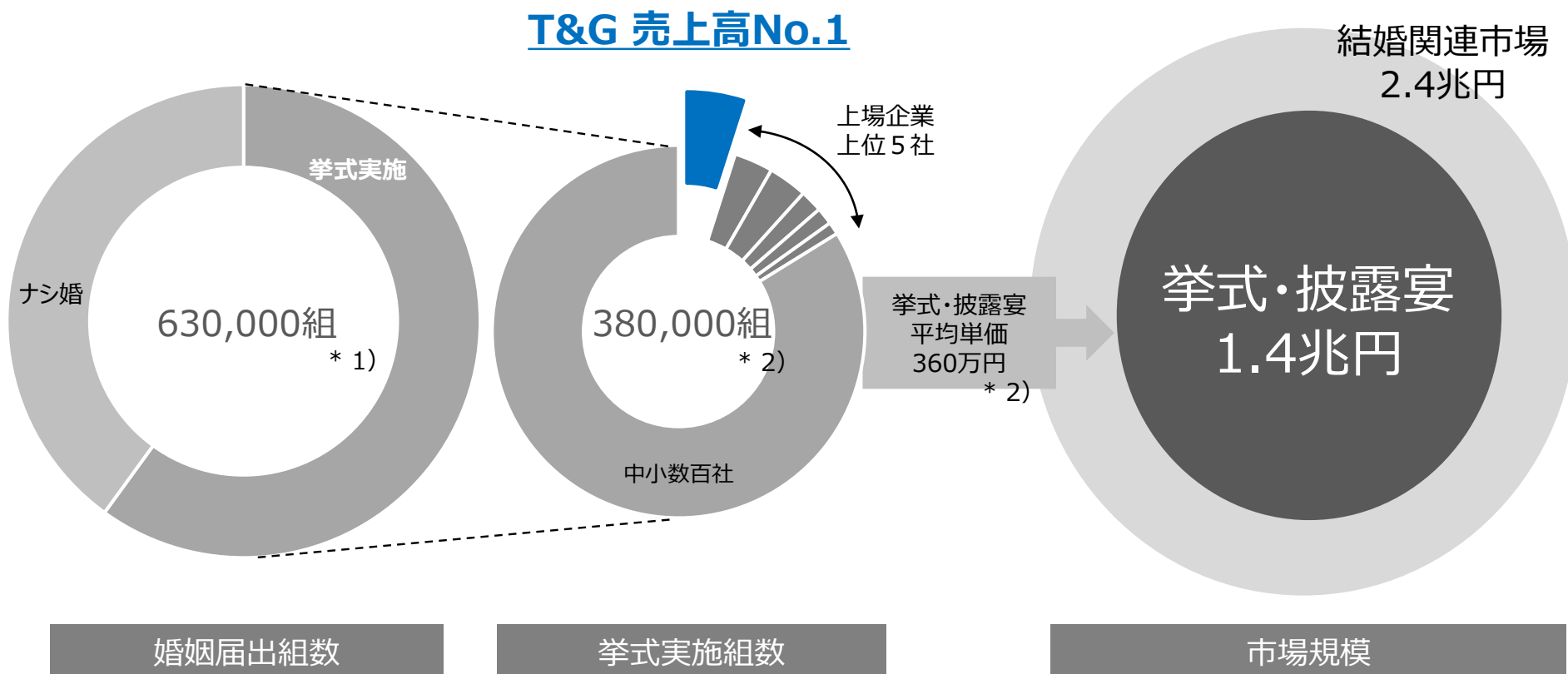
挙式・披露宴市場規模

(単位：億円)



IV 国内ウェディングマーケット 概況

市場規模1.4兆円 T & Gは売上高シェアNo.1
シェア拡大余地は大きい



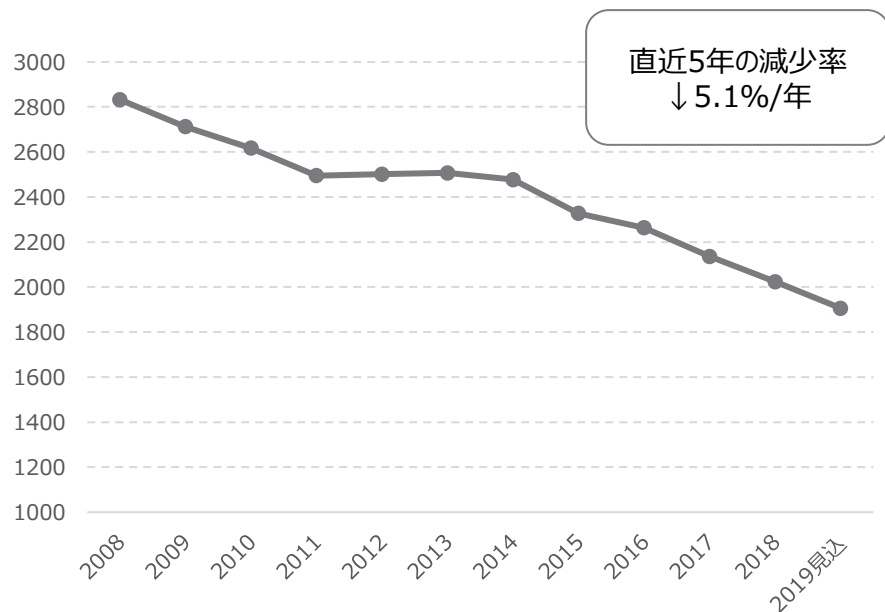
※出典 *1 厚生労働省「人口動態統計速報（2020年4月）」

*2 株式会社リクルートマーケティングパートナーズ「ゼクシットレンド調査（2019年）」 挙式・披露宴実施率から当社算出

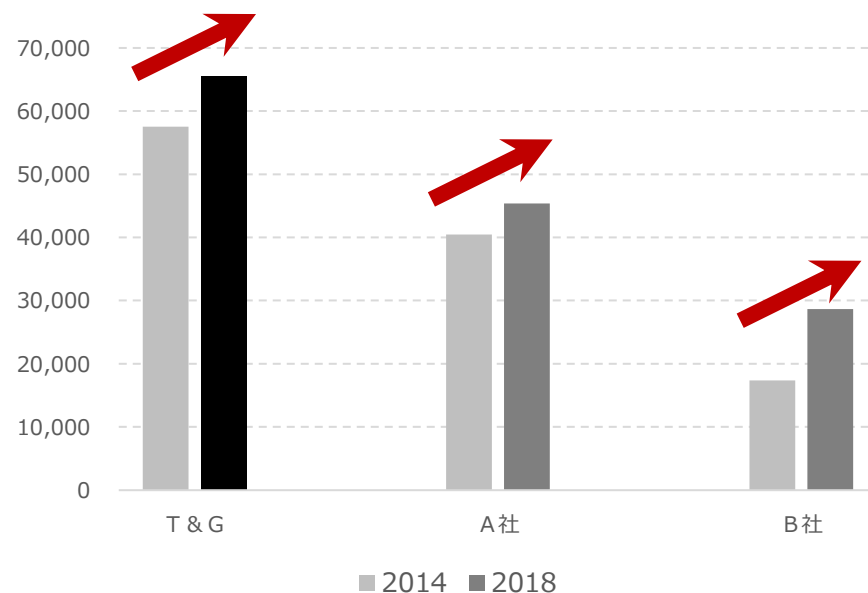
IV 国内ウェディングマーケット 寡占化傾向

プレーヤーが減少し、大手は売上伸長
新型コロナウイルス感染症影響後、寡占化は加速する予想

プレーヤー数推移



国内ウェディング上場大手3社 婚礼売上推移



IV 国内ウェディング事業 当社の競争優位性

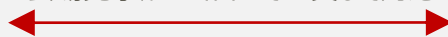
年間10,000組以上の結婚式で積み重ねたノウハウを元に
独自の仕組みでNo.1を維持

全国 100施設以上
年間取扱組数10,000組以上



一顧客一担当制

会場見学から当日まで一貫して対応



専属プランナー

他社) 担当者が場面ごとになる



案内担当

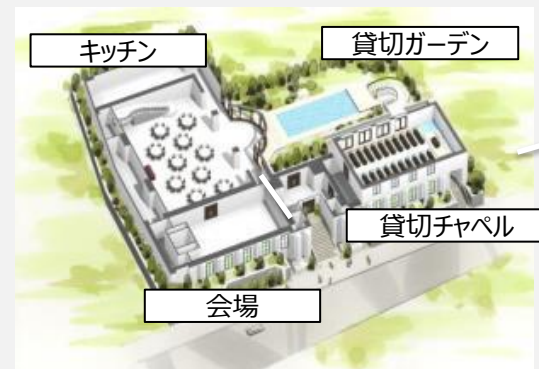


打合せ担当



当日担当

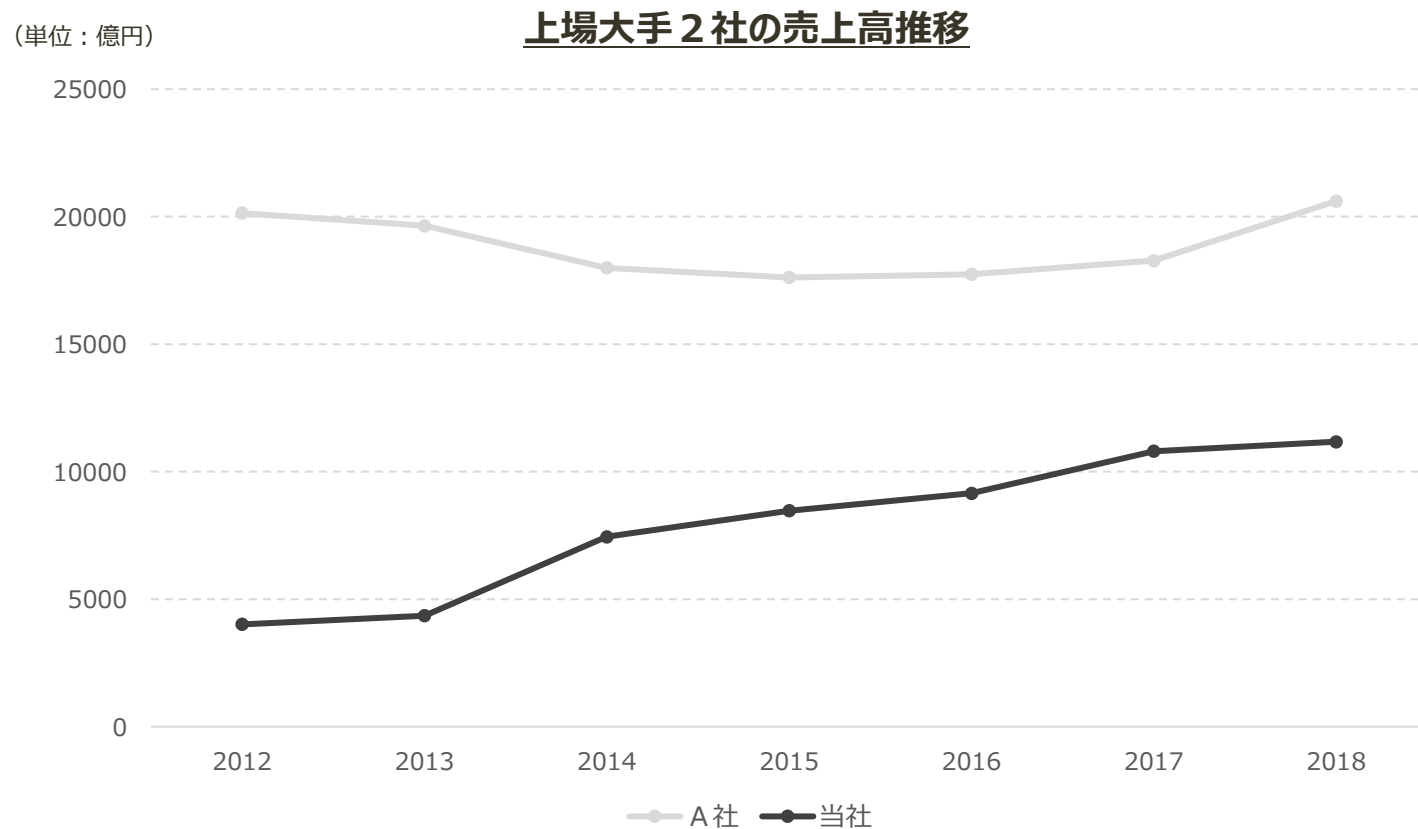
一軒家完全貸切



完全オリジナルウェディング



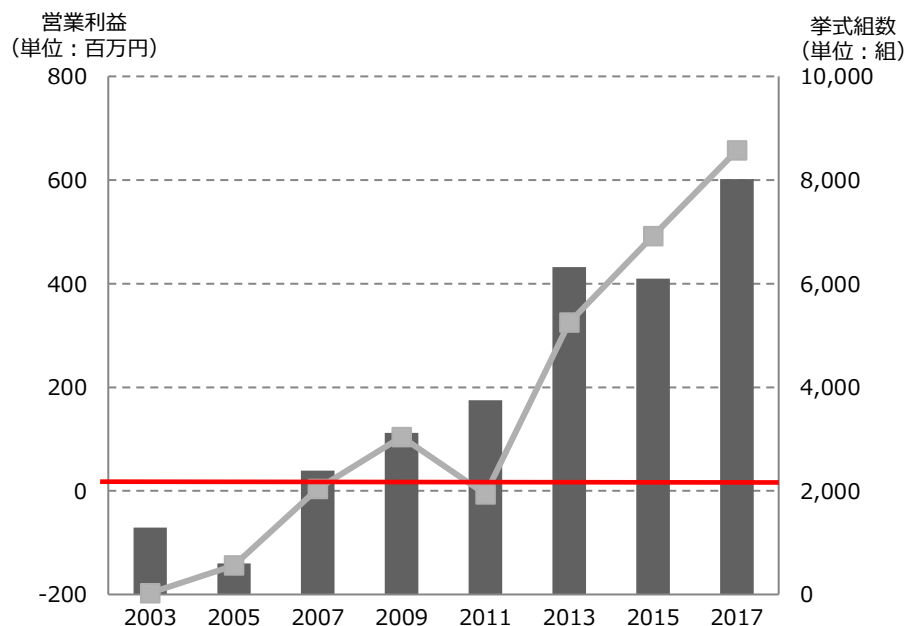
海外・リゾートウェディング市場は大手 2 強
当社は後発ながら国内マーケットシェア 2 位に成長



IV 海外・リゾートウェディングマーケット 概況

損益分岐点の高さ、限定的な開発地要件から
参入障壁が高い

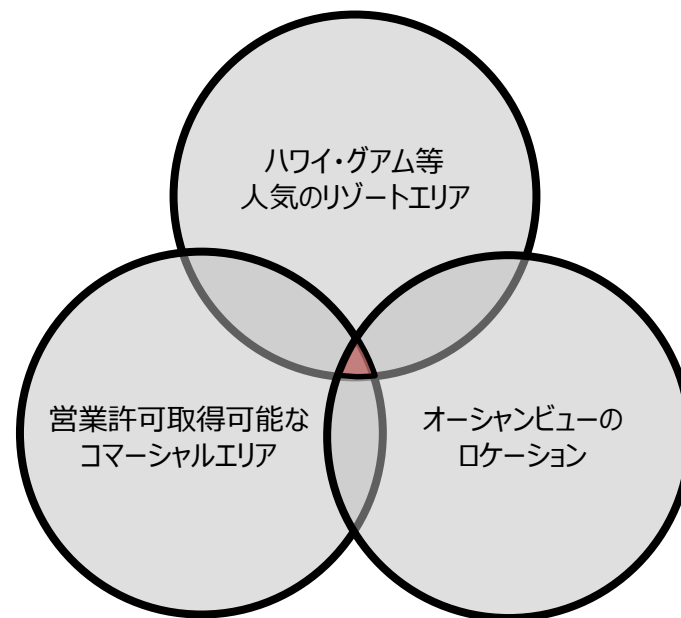
損益分岐ライン



※2011年度より決算期を6月から12月に変更しており、2011年度は7月から12月までの半期変則決算

2,000組前後が損益分岐ライン。一定の組数を獲得するための海外拠点・国内営業カウンター等販売コストが高い

限定された開発地要件

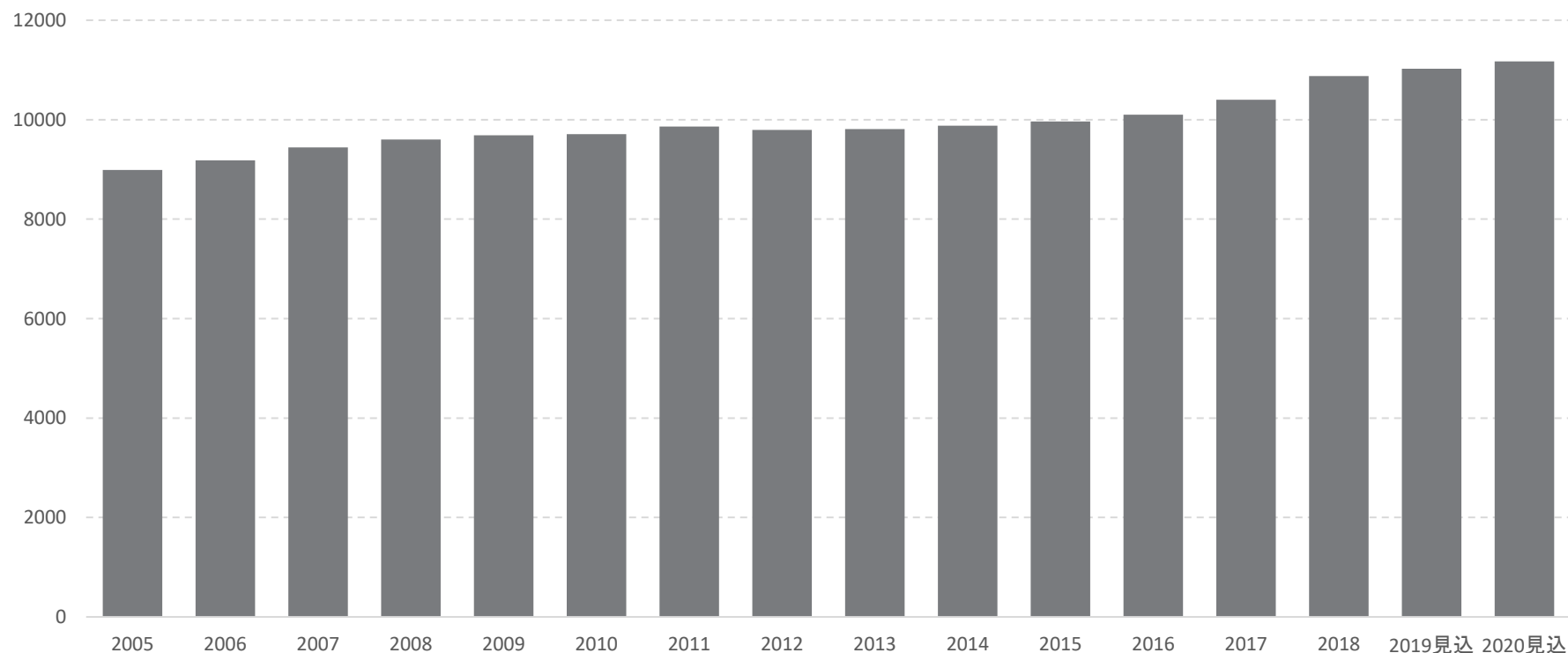


これら3つの条件を満たす物件は非常に希少のため、
出店難易度が高い。

主にビジネスホテル・外資系チェーンホテルの増加

ホテル施設数推移と予測

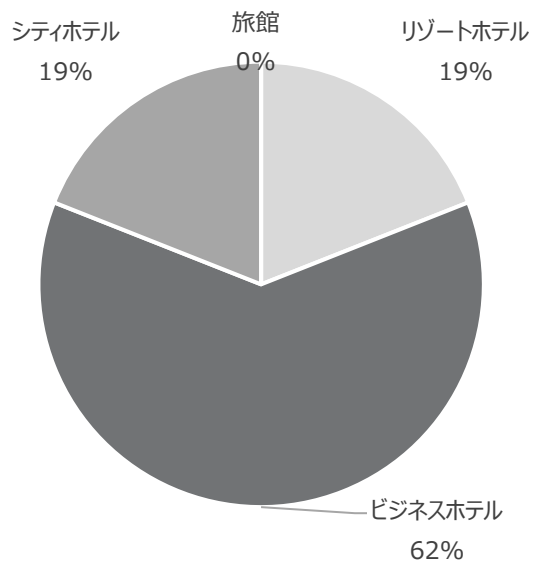
(単位：軒)



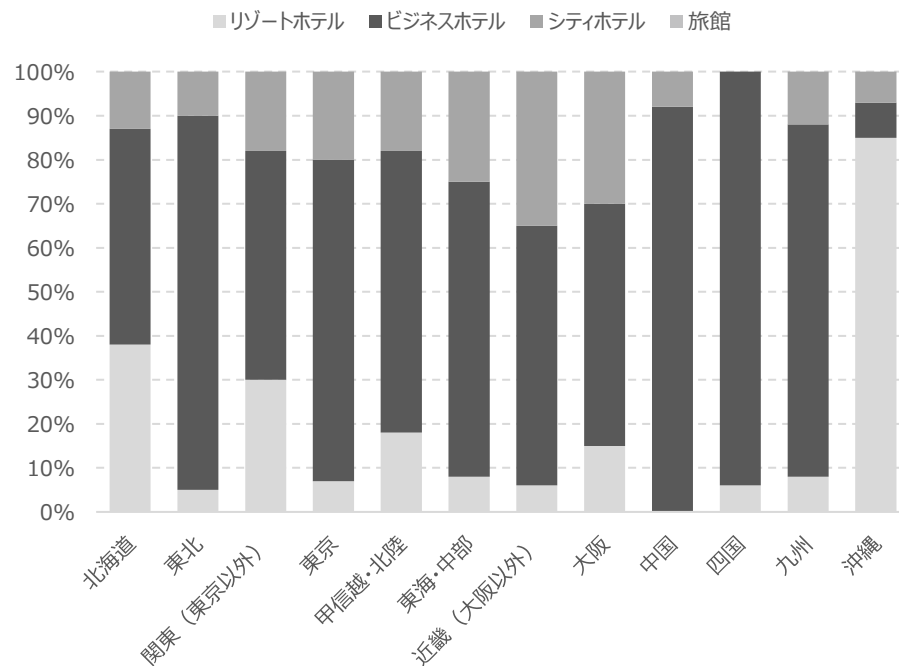
※出典：厚生労働省「衛生行政報告例（各年）」、CBREレポート「2020年ホテルマーケット」
メトロエンジンリサーチ「日本全国ホテル展開状況（2020年1月）」より当社作成

今後の開発予定のホテルタイプは大半がビジネスホテル

タイプ別のホテルオープン計画割合



地域別・タイプ別オープン計画割合



※出典：みずほ総合研究所「みずほレポート ホテル市場の変調の兆しをどう見るか（2018年）」より当社作成

IV ホテルマーケット 未開拓市場

ビジネスホテル・外資系チェーンホテルは飽和しているが
日本では高価格帯・独自性の強いブティックホテル市場が未開拓

世界のホテル市場ポジショニングマップ

日本のホテル市場ポジショニングマップ



※出典 「週刊ホテルレストラン各号」、「ホテル分類を考慮した重点開発項目の抽出研究_大阪観光大学教授 廣間準一氏（2015年）」
minuteメディア「ホテル分類に関する記事（2019年4月）」を参考に、タイプ別振り分けを当社作成

T & Gは日本において未開拓のブティックホテル市場へ進出

ブティックホテルとは？

「唯一無二なホテル」

- ✓ 欧米ではすでに多く存在
- ✓ 独創的
- ✓ 高いクリエイティビティを持つ
- ✓ 店舗ごとコンセプトが異なる
- ✓ オペレーションマニュアルがない
- ✓ 高品質高価格

世界のブティックホテル

UK

HAM YARD HOTEL
ACE HOTEL LONDON
THE NED
SHOREDITCH HOUSE
LITTLE HOUSE MAYFAIR
CHILTERN FIREHOUSE

PARIS

LA MAISON CHAMPS ELYSÉES
LES ROCHES ROUGES
HOTEL PARADIS PARIS
RELAIS CHRISTINE
HOTEL DU PETIT MOULIN

CHINA

MIDDLE HOUSE SHANGHAI
VUE HOTEL BEIJIN
THE TEMPLE HOUSE CHENGDU
ÉCLAT BEIJING
THE PULI HOTEL AND SPA

SINGAPORE

THE WAREHOUSE HOTEL
WANDERLUST HOTEL
VILLA SAMADHI
NAUMI SINGAPORE
THE VAGABOND CLUB SINGAPORE

USA

ACE HOTEL NEW YORK
WYTHE HOTEL NEW YORK
HIGH LINE NYC
THE MERCER HOTEL
CROSBY STREET HOTEL
LUDLOW HOTEL
THE NOMAD HOTEL NEWYORK
THE BEEKMAN A THOMPSON HOTEL
REFINERY HOTEL NEWYORK
GRAMECY PARK HOTEL NEWYORK
THE BOWERY HOTEL

日本のホテルマーケットの常識を覆した強み

強いマーケティング力

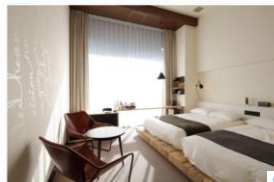
海外富裕層、特に欧米のメディアリレーションが豊富

1000 Views | Nov 27, 2019, 02:38pm

Five Cool Design Hotels Around the World

Forbes

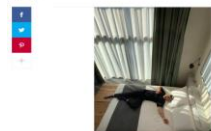
TRUNK Hotel - Tokyo - Japan



Fifteen-room TRUNK opened in May 2017 smack-bang in the center of Shibuya, a stone's throw from trendy cafes and shops. The hotel has aimed to be as green as possible, using recycled materials for the bed and interior furnishings; the hangers in the closet are from iron remnants from a factory; the bath products are made of organic Japanese ingredients, earning them an Ecocert certification. The rooms, from entry-level standard up to the palatial terrace suite, are wonderfully minimalist but plenty warm and bright. The lounge, backed by a bar, has comfy leather seating and a long, wooden communal table, a place for freelancers and digital nomads to post up.

VOGUE

Stargazing in Tokyo and Glamping Near Mt. Fuji: Ed Droste's Epic Japan Travel Diary



1 / 13
Stay here at the TRUNK HOTEL, Tokyo

The New York Times Style Magazine

NOTES ON THE CULTURE

A Tokyo Itinerary, Over-the-Top Hats and More

It's roundup of people, places and things to know now.



The entrance to Trunk (House). Tomooki Kangaku/Courtesy of Trunk

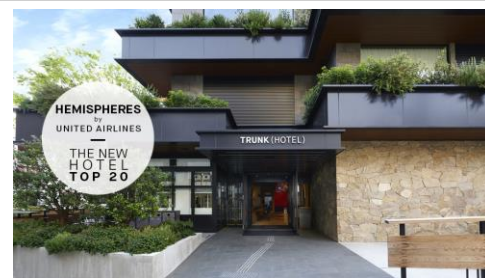
Kuma also oversaw the 2010 restoration of the Akagi shrine, a 15th-century Shinto holy site — here, the sound of ringing bells is joined by that of gentle clapping as visitors ward off evil spirits. Afterward, you might enjoy dinner at one of Kagurazaka's classic ryotei — *Toriyaya Bettai* has the best udon suki — or the new outpost of Toriko, which serves yakitori and wine, and then wander back to *Trunk (House)*, a 70-year-old former geisha house that was converted to a rental property in August. The two-story structure's *genkan*-style entryway looks onto a small indoor courtyard with azaleas, irises, Japanese holly ferns and stones salvaged from the wall that once encircled Edo Castle. — EMILY TOBIN

アワード実績

戦略的アワード受賞により海外で認知が広まり、宿泊者欧米比率80%以上

「New Concept of the Year (ニューコンセプト賞)」
「AHEAD Asia Hotel of the Year (ベストホテル賞)」第4位
アメリカCondé Nast TravelerのHot List受賞

アメリカの旅行誌「Travel + Leisure」「Travel + Leisure It List 2018」に選出
イギリス発のグローバル情報誌「MONOCLE」編集部が選ぶ「MONOCLE Travel Top 50」選出
アメリカン航空のメディア「American Way」読者アワード
「wallpaper」誌の、Best Urban Hotels 2019受賞

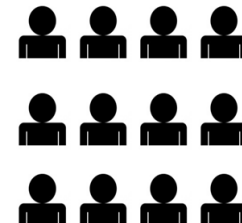


高いデザイン性を支える内製クリエイティブチーム

TRUNK内製クリエイティブチーム
TRUNK ATLIER



各業界を牽引する
トップクリエイター





ESG活動報告

ESG Activities

「ゴミを出さない経済循環」をテーマに、
廃棄物削減への取り組みを継続的に実施

廃棄物削減への取り組み 例

- ✓ 持続的な社会を目指したテーマの
サステナブルイベントを定期開催
- ✓ 婚礼や宴会で使用後の破棄する生花を
ホテル内でワンコイン販売
- ✓ 渋谷区の放置自転車を
レンタサイクルに加工し、再利用
- ✓ 婚礼引出物紙袋の
「エコバック（布製）」推奨



■ 開催実績・内容

第1回：20/1/27 参加者48名

第2回：20/2/13 参加者33名

第3回：20/3/31 新型コロナウイルス影響により延期

サステナブルイベント第1回目は、当社のフラワーデザインチームも課題に感じているロスフラワー（花材廃棄）の問題をテーマに、大量廃棄されている生花の現状を知り、参加者自身が解決方法を新規事業として創出するアイデアワークショップを実施しました。

V 【社会】ダイバーシティ雇用の推進

様々な視点、思考を組み込み、企業の活力、競争力を強化すべく、
多様なバックグラウンド、価値観を持つ人材を雇用

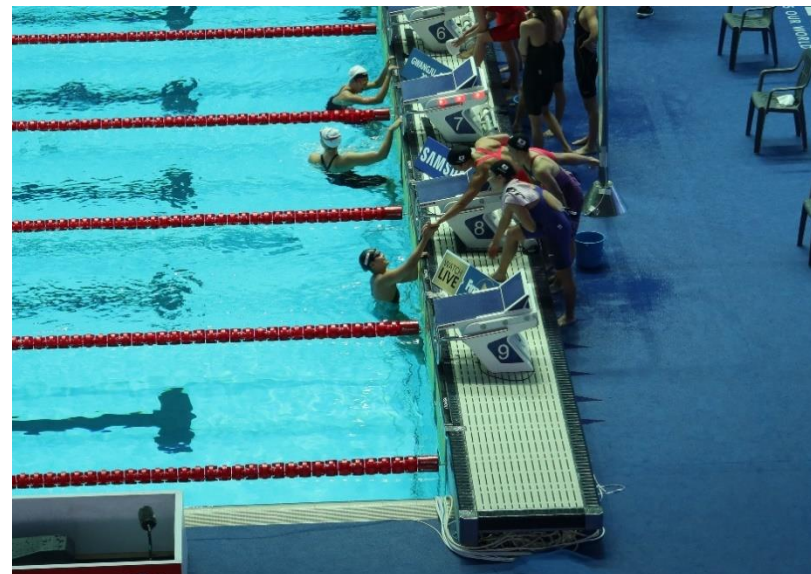
障がい者の雇用・活躍支援

2020年1月27日に、国際協力機構（JICA）視察団が、障がい者雇用の先進事例視察研修として当社施設を訪問されました。直接雇用への取り組みや、規制を超えた取り組みをしていることなどを高く評価いただきました。**【参考】障がい者雇用率2.53%（2020年3月実績）**



アスリートアンバサダー

T&Gアスリートアンバサダー「五十嵐千尋選手」が、2019年7月に韓国・光州で開催された「第18回世界水泳選手権大会」の出場。**女子4×200mリレー日本代表として、東京五輪出場枠を獲得**しました。



経営資源（人）の価値を最大化

従業員の可能性を広げるため、成長に向けた機会提供、働き方改革を推進

働きがいのある職場環境の整備

当社は、Great Place to Work® Institute Japan が実施した480社が参加する2020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8位**に選出されました。平等な成長機会の提供や評価が高く評価されました。



Great Place to Workとは

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。

働き方の多様性（女性活躍支援）

当社従業員の女性比率は6割を超え、女性従業員の活躍は事業の成長に不可欠となっています。多様な働き方を認め、さらに男女の垣根なく評価が行われた結果、**2019年度の女性管理職比率は30.8%**※1となり、既に、政府が2020年度に目標とする数値を上回っています。

※1 T&G単体のみの数値

働き方の多様化を支援する制度

副社員制度	出勤日数や時間を選択可能
フリーウェディングプランナー制度	フリーランスとして当社顧客を施行可能
ウェブトレーナー	オンラインでの教育担当可能
休日保育	グループ内で保育事業展開

婚礼事業を通して、開発途上国への教育支援や、 地域活性、交流を目的にした各種イベントを全国で開催

開発途上国の教育環境整備

「結婚式 1組あたり3ドル」を国際NGO「Room to Read」に寄付し、開発途上国に図書館を設置するプロジェクトを推進しています。

この度、**ネパールに3校目となる図書館を設置**しました。さらに、物語から絵、ネパール語への翻訳までこだわり抜いたオリジナル絵本を作成し寄贈しております。



Room to Readとは

「子どもの教育が世界を変える」を信念に創設された国際的なNGO団体となり、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しています。

地域活性化・交流の場づくり

全国で、親子で参加できる「婚育」「食育」「仕事体験」イベントや、「ママ限定イベント」を開催し、**2019年度は、全国で延べ3万人参加**をいただきました。各地域コミュニティへ積極的に関与することで、地域の魅力向上、交流に貢献し、地域、街とともに発展していく事業展開をめざしております。



商品のコモディティー化、価値観の変化を見据え、
顧客の声をいち早く汲み取る仕組みで、商品品質、サービスを継続的に改善

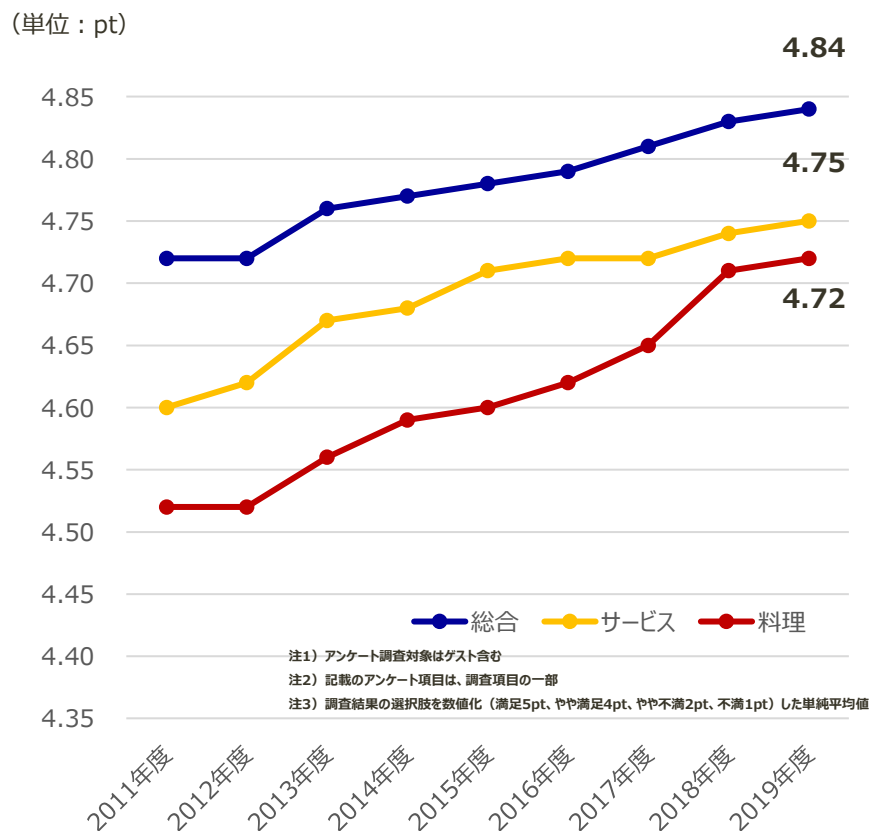
商品品質・サービス改善

国内の約12,000組の挙式済み顧客に電話調査を実施し、商品、サービスを見直す改善活動を継続的に実施しています。

また、品質改善を図るだけでなく、社員評価に直結する仕組み創りを構築しています。**2019年度の総合評価は4.84pt**となりました



アンケート満足度 年度推移



自然災害、新型コロナウイルス感染症拡大等の発生を踏まえ、 危機管理体制の強化を実施

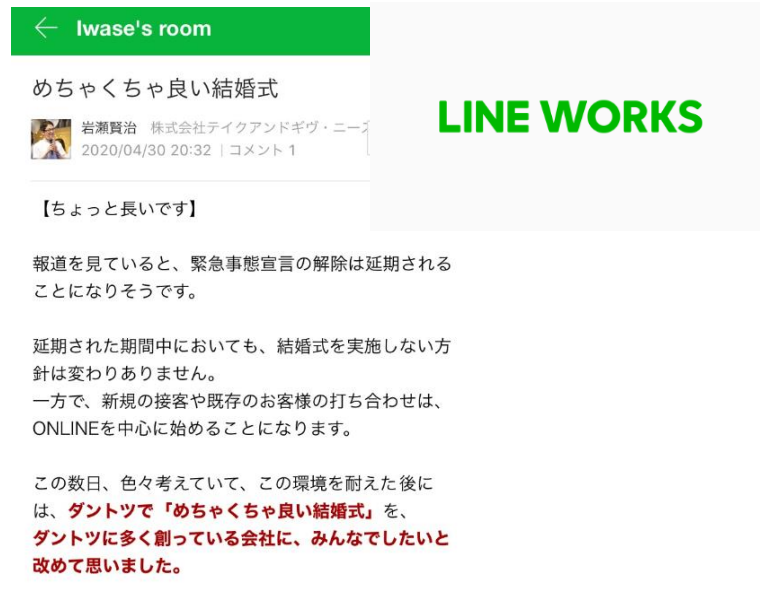
危機対応マニュアル

従業員、その家族の生命及び身体の安全確保を図るため、大規模災害の際の初期行動を記載した「ポケット版の危機対応マニュアル」を策定、配布しました。従業員に携帯を義務付け、突発的な危機の発生時に適切な初動対応をとる仕組みを構築しております。



緊急時のコミュニケーション

2,500人以上の従業員と自然災害など緊急時のコミュニケーションツールとして「LINE WORKS」を導入しました。緊急時に、授業員との情報伝達・共有を迅速にし、強固な防災体制を構築するとともに、SNS利用における情報漏洩リスクの再周知を図りました。



延期された期間中においても、結婚式を実施しない方針は変わりありません。一方で、新規の接客や既存のお客様の打ち合わせは、ONLINEを中心に始めることとなります。

この数日、色々考えていて、この環境を耐えた後には、**ダントツで「めちゃくちゃ良い結婚式」を、ダントツに多く創っている会社に、みんなでしたいと改めて思いました。**

VI

補足資料

Appendix

連結業績推移

	2002/3	2003/3	2004/3	2005/3	2006/3	2007/3	2008/3	2009/3	2010/3	2011/3
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
営業利益 (百万円)	255	494	1,595	3,454	4,981	6,625	-901	675	2,519	2,282
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%
経常利益 (百万円)	229	467	1,447	3,501	5,153	6,857	-1,403	31	1,882	1,541
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%
当期利益 (百万円)	119	215	674	2,049	2,905	4,172	-2,055	-1,048	371	214
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%
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
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
期末直営店会場数	1	7	22	41	62	84	88	87	87	87
期末直営店舗数	1	6	16	29	42	58	62	61	61	61
期末提携プロデュース会場数	10	10	11	12	13	13	17	16	15	11
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
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%

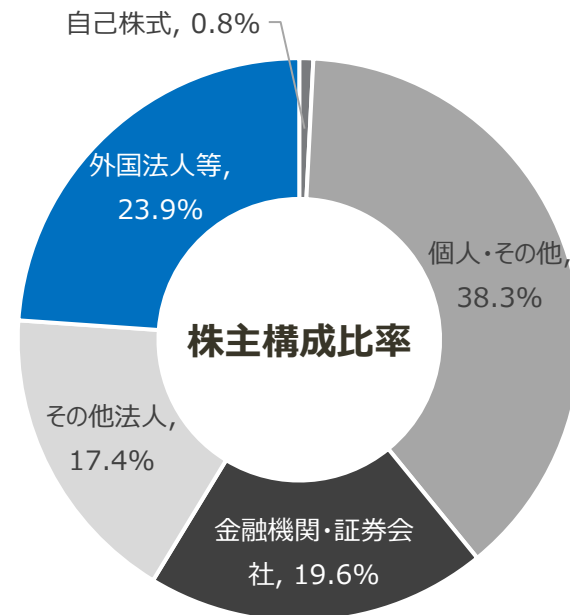
	2012/3	2013/3	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3
売上高 (百万円)	47,983	52,804	60,714	59,269	59,524	60,184	64,590	66,871	63,678
営業利益 (百万円)	2,212	2,832	3,706	3,021	1,545	2,439	2,785	4,281	3,579
営業利益率 (%)	4.6%	5.4%	6.1%	5.1%	2.6%	4.1%	4.3%	6.4%	5.6%
経常利益 (百万円)	1,588	2,459	3,342	2,784	1,377	2,100	2,489	3,900	3,381
経常利益率 (%)	3.3%	4.7%	5.5%	4.7%	2.3%	3.5%	3.9%	5.8%	5.3%
当期利益 (百万円)	453	1,086	1,370	1,008	230	360	888	2,283	1,003
当期利益率 (%)	0.9%	2.1%	2.3%	1.7%	0.4%	0.6%	1.4%	3.4%	1.6%
取扱組数合計 (組)	14,446	15,838	18,762	19,451	19,872	19,894	20,360	21,160	18,725
直営店型単価 (千円)	3,975	4,019	4,093	4,017	3,971	3,837	3,892	3,868	3,947
期末直営店会場数	87	99	101	103	105	103	105	102	94
期末直営店舗数	61	68	69	70	70	69	69	67	64
期末提携プロデュース会場数	13	14	17	17	17	14	7	6	6
総資産 (百万円)	43,390	46,510	48,282	48,091	49,286	52,176	56,025	57,130	58,197
自己資本比率 (%)	38.4%	38.2%	39.6%	42.2%	41.0%	38.9%	37.3%	40.2%	40.6%

株主保有状況（2020年3月31日現在）

1.発行済株式総数 13,059,330株

2.株主総数 8,598名

3.大株主（上位10名）



株主名	持株数	持株比率 (%)
野尻佳孝	2,460,950	18.99
株式会社東京ウエルズ	1,045,970	8.07
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	7,854,970	6.06
株式会社ユニマットライフ	543,200	4.19
ウエルズ通商株式会社	450,000	3.47
INTERACTIVE BROKERS LLC	330,800	2.55
BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES LUXEMBOURG/JASDEC/FIN/LUXEMBOURG FUNDS/UCITS ASSETS	317,500	2.45
DFA INTL SMALL CAP VALUE PORTFOLIO	276,950	2.13
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口9）	271,000	2.09
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	252,300	1.94

直営店舗：全国64店舗（94会場）

（2020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）

■ 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（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）

■ 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 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

(2020年3月31日現在)

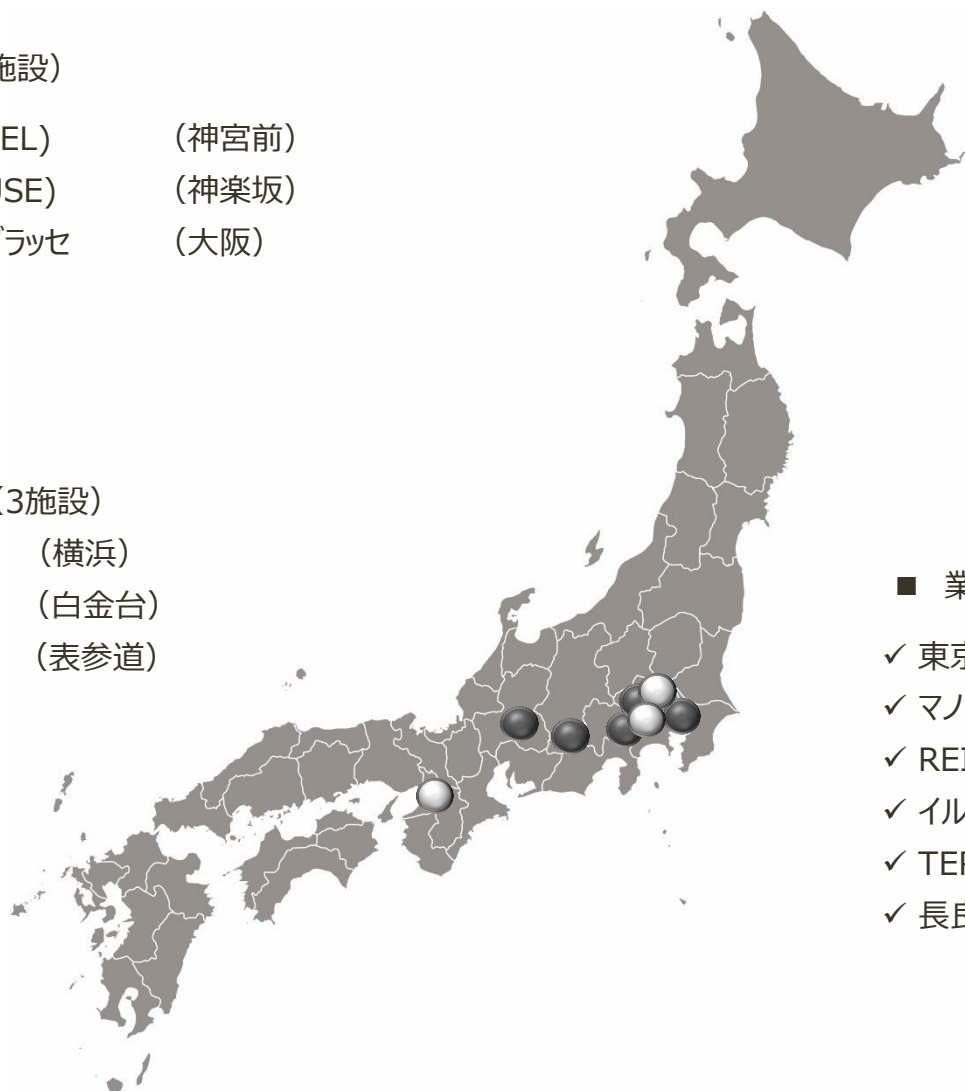
■ 直営ホテル（3施設）

- ✓ TRUNK(HOTEL) (神宮前)
- ✓ TRUNK(HOUSE) (神楽坂)
- ✓ アルモニーアンブラッセ (大阪)

■ 直営レストラン（3施設）

- ✓ Pie Holic (横浜)
- ✓ BLUE POINT (白金台)
- ✓ GENTLE (表参道)

- : 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)
- ✓ マノワール・ディノ (表参道)
- ✓ REIMS YANAGIDATE (表参道)
- ✓ イル・ブッテロ (広尾)
- ✓ TERAKOYA (武蔵野)
- ✓ 長良川の郷 (岐阜)

海外・リゾート：22拠点、海外ローカル：3拠点

(2020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 ザ・ダイヤモンドヘッドチャペル
(2020年5月オープン)

<Bali>

- ✓ 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
- ✓ ザ ナカ アイランド

<Maldives>

- ✓ コンラッド・モルディブ・ランガリ・アイランド

Maldives

Phuket

Guam

Hawaii

Jakarta

Bali

■ 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

● : 海外ローカル
● : リゾートウェディング

(2020年3月31日現在)



■ 国内直営サロン (10店舗)

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

■ 海外営業所 (4店舗)

- ✓ 香港
- ✓ 台湾
- ✓ 上海
- ✓ 北京