

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2021年3月期

第2四半期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2021年3月期第2四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

E-Mail ir-presen@tgn.co.jp

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

I. 2021年3月期第2四半期 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 | P8-9 |
| 3. 連結 貸借対照表 | P10-11 |

II. 2021年3月期 通期連結業績予想

- | | |
|---------------------------------|--------|
| 1. 通期連結業績予想 | P13-14 |
| 2. グループ子会社（海外・リゾートウェディング事業）株式譲渡 | P15-16 |
| 3. 業績予想の前提と実績比較 | P17-18 |
| 4. 配当予想 | P19 |

III. 直近の状況と中期展望・取り組み

- | | |
|-----------------------------------|--------|
| 1. サマリー | P21 |
| 2. 国内ウェディング 新規問合せ数、受注残組数、挙式施行の状況等 | P22-27 |
| 3. 中期展望と取り組み | P28 |

IV. 市場環境と当社の競争優位性

V. 補足資料

1 21年3月期 第2四半期（累計）は 新型コロナ影響で減収減益

売上高 61.8億円（前年同期比 ▲81.1%）

営業利益 ▲81.0億円（前年同四半期 22.1億円）

▶国内、海外ともに取扱組数が大幅減となったことが要因（国内直営店 取扱組数916組 前年同期比▲5,157組）

2 海外・リゾートウェディング事業撤退と、国内拳式施行回復により 21年3月期 通期業績予想の営業利益、経常利益を上方修正

▶20年9月に、海外・リゾートウェディング事業を運営する株式会社グッドラック・コーポレーションを株式譲渡

▶21年3月期 第2四半期 : 関係会社株式売却損10.9億円、海外子会社事業整理損7.3億円計上

▶21年3月期 通期業績予想 : 営業利益、経常利益は、20～30億円の赤字幅縮小

3 22年3月期は、前年同期を上回る受注残組数を維持

▶受注残組数の状況

22年3月期上期 前年同期比235.8% 22年3月期下期 前年同期比226.0%

I

2021年3月期第2四半期 連結決算概要

Results for the 2Q of FY 03/2021

I

1-1. 連結 損益計算書 概要

2021年3月期上期は、新型コロナ影響により減収減益
海外拠点撤退、コスト削減策により、計画を上回り推移

単位：百万円	2021/03	前年同期		計画（8月7日発表）	
	上期実績	実績	増減	計画	増減
売上高	6,183	32,741	-26,557 (※1)	5,500	683
■ 国内ウェディング事業	3,846	26,488	-22,641	3,180	666
TRUNK (HOTEL)	198	2,366	-2,168	210	-12
■ 海外・リゾートウェディング事業	2,066	5,469	-3,402	2,066	0
■ その他	270	783	-513	254	16
売上総利益	3,964	20,632	-16,667	3,465	499
	64.1%	63.0%	1.1pt	63.0%	1.1%
販管費	12,067	18,417	-6,350 (※2)	12,865	-798
	195.2%	56.3%	138.9pt	233.9%	-38.7%
営業利益	△8,103	2,214	-10,317	△9,400	1,297
	-	6.8%	-	-	(※3) -
経常利益	△8,380	2,079	-10,459	△9,600	1,220
	-	6.4%	-	-	-
四半期純利益	△13,159	946	-14,105	△10,000	-3,159
	-	2.9%	-	-	-

前年同期差異要因

- 売上高 (※1)
 - 前年同期比 ▲26,557百万円
 - ✓ 新型コロナ影響で取扱組数が大幅減
- 販管費 (※2)
 - 前年同期比 ▲6,350百万円
 - ✓ 削減科目の詳細は、次ページ参照

計画差異要因

- 営業利益 (※3)
 - 計画比 +1,297百万円
 - ✓ 海外拠点撤退による固定費減
 - ✓ 経費削減施策による販管費減

特別利益（1,703百万円）の内訳

- ✓ 雇用調整助成金（980百万円）
- ✓ 海外子会社売却益（715百万円）

特別損失（5,744百万円）の内訳

- ✓ 臨時休業中の一部販管費（2,443百万円）
- ✓ 海外・リゾート拠点の減損損失（1,464百万円）
- ✓ 海外子会社の清算費用等（739百万円）
- ✓ グループ子会社の株式売却損（1,096百万円）

繰延税金資産の取り崩し

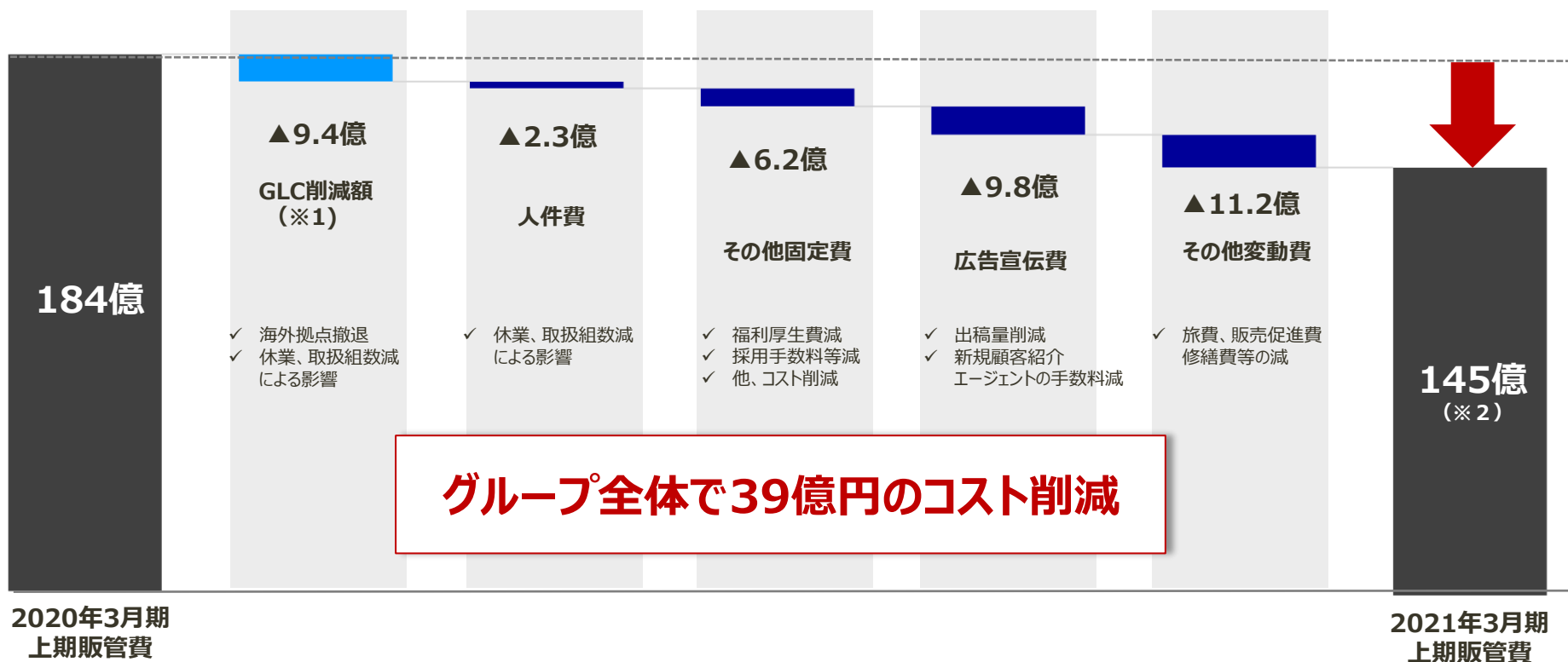
- ✓ 法人税等（807百万円）

%は売上高比

I 1-2. 2021年3月期第2四半期累計 販管費増減

海外拠点の撤退を含め、グループ全体で徹底的なコスト削減を実施
下期もコスト削減を継続

販管費前期比増減額



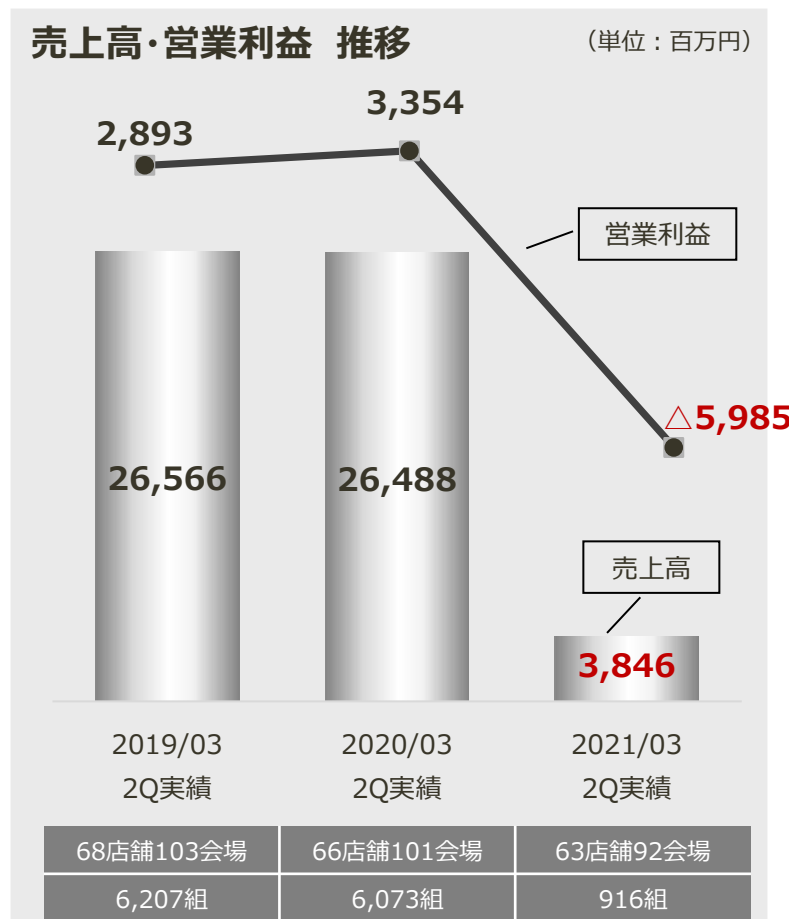
(※1) GLC：海外・リゾートマーケティング事業を運営するグループ子会社 株式会社グッドラック・コーポレーションの略称（2020年9月 株式譲渡）

(※2) 新型コロナ影響による損失として特別損失計上の販管費（人件費、地代家賃、減価償却費）2,443百万円を含む T&G TAKE and GIVE NEEDS

I 2-1. 国内ウェディング事業 内訳

直営店の取扱組数は、前年同期比▲5,157組
招待客減による単価低下も影響し、営業損失59.8億円

単位：百万円	2021/03	前年同期	
	上期実績	実績	増減
売上高	3,846	26,488	-22,641
直営店 (TRUNK含)	3,171	23,775	-20,601
■取扱組数 (組)	916	6,073	-5,157
■平均単価 (千円)	3,378	3,911	-533
■平均人数 (人)	46.1	69.4	-23.3
コンサルティング	124	829	-704
宿泊、レストラン、等	548	1,883	-1,335
売上総利益	2,360	16,732	-14,372
	61.4%	63.2%	(※1) -1.8%
営業利益	△5,985	3,354	-9,340
	-	12.7%	-



(※1) 挙式日延期に伴い、手配物のキャンセルが発生したことにより原価が増加

%は売上高比

※各四半期末時点で作働している直営店挙式施設数と取扱組数

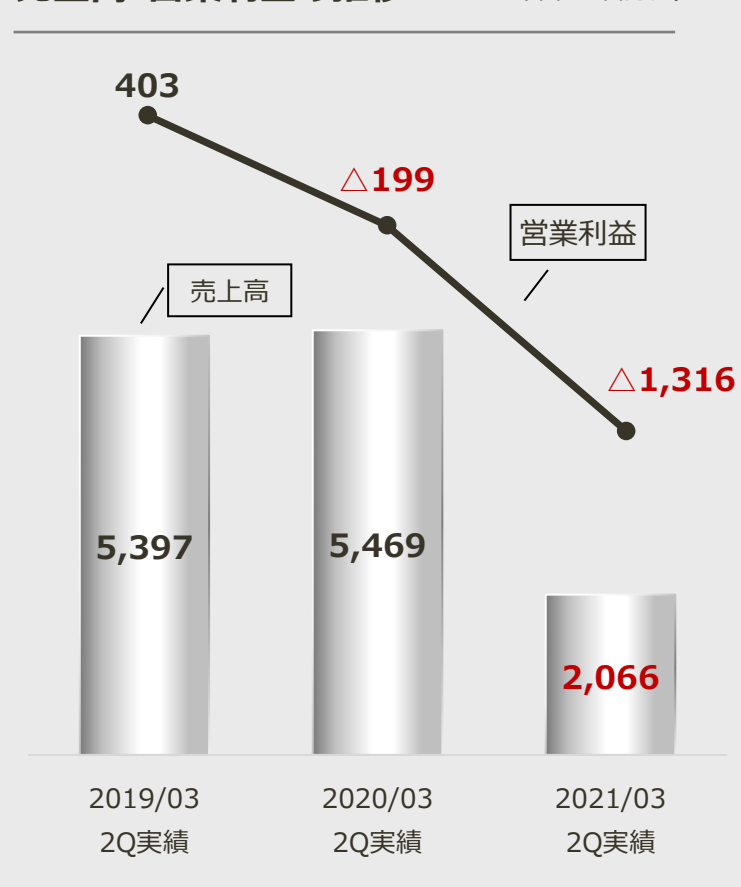
※国内ウェディング事業は、(株)T&G (株)TRUNK (株)Dressmore (株)GENTLE
(直営挙式施設 20年3月期 2Q：66店舗101会場、21年3月期 2Q：63店舗92会場)

I 2-2. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

第2四半期（4-6月）は、臨時休業 営業損失13.1億円

単位：百万円	2021/03 上期実績	前年同期	
		実績	増減
売上高	2,066	5,469	-3,402
売上総利益	1,348	3,541	-2,192
	65.2%	64.8%	0.4pt
営業利益	△1,316	△199	-1,117
	-	-3.6%	-

売上高・営業利益の推移 (単位：百万円)



※海外・リゾートウェディング事業は12月期決算

%は売上高比

I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

グループ子会社の株式譲渡により、
 総資産は513.3億円（2020年3月末比 ▲68.5億円）

単位:百万円	2020/03末	2020/09末	増減
流動資産	11,428	9,213	-2,214
現金及び預金	6,455	5,609	-846
固定資産	46,769	42,125	-4,644
有形固定資産	37,124	33,973	-3,151
無形固定資産	462	319	-143
投資その他資産	9,182	7,833	-1,349
資産計	58,197	51,338	-6,859

主な増減要因

- 固定資産 ▲4,644百万円
- ✓ 設備投資の抑制
- ✓ 繰延税金資産の取崩し
- ✓ 海外・リゾートウェディング事業を運営するグループ子会社を株式譲渡

I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

当面の資金繰りに対応するため、有利子負債が増加

単位:百万円	2020/03末	2020/09末	増減
負債合計	34,400	41,101	6,700
流動負債計	16,175	21,566	5,391
短期借入金	2,330	9,050	6,720
(一年内)長期借入金	5,554	5,017	-537
固定負債計	18,225	19,534	1,309
長期借入金	12,741	14,303	1,562
純資産計	23,797	10,237	-13,559
負債・純資産計	58,197	51,338	-6,859

主な増減要因

■ 有利子負債 +7,745百万円

(※1) 2021年3月期 第1四半期に締結した
当座貸越契約(165億円)のうち、
70億円の借入実行(2020年9月末時点)

有利子負債	20,625	28,371	(※1) +7,745
自己資本比率	40.6%	19.9%	-20.7%

II

2021年3月期 通期連結業績予想

Financial Plan of FY 03/2021

II

1-1. 2021年3月期 通期連結業績予想

営業利益・経常利益 上方修正

単位: 百万円	第2四半期 (累計)			通期			
	前年同期 実績 (A)	2021/03 実績 (B)	増減額 (B-A)	前年実績 (A)	2021/03予想		増減額 (C-A)
					8月発表 (B)	11月発表 (C)	
売上高	32,741	6,183	-26,557	63,678	22,000 ~25,000	22,000 ~25,000	-41,678 ~-38,678
営業利益	2,214	△8,103	-10,317	3,579	△15,000 ~△12,000	△12,000 ~△10,000	-15,579 ~-13,579
経常利益	2,079	△8,380	-10,459	3,381	△15,500 ~△12,500	△12,500 ~△10,500	-15,881 ~13,881
当期利益	946	△13,159	-14,105	1,003	△16,500 ~△13,000	△16,500 ~△14,500	-17,503 ~15,503

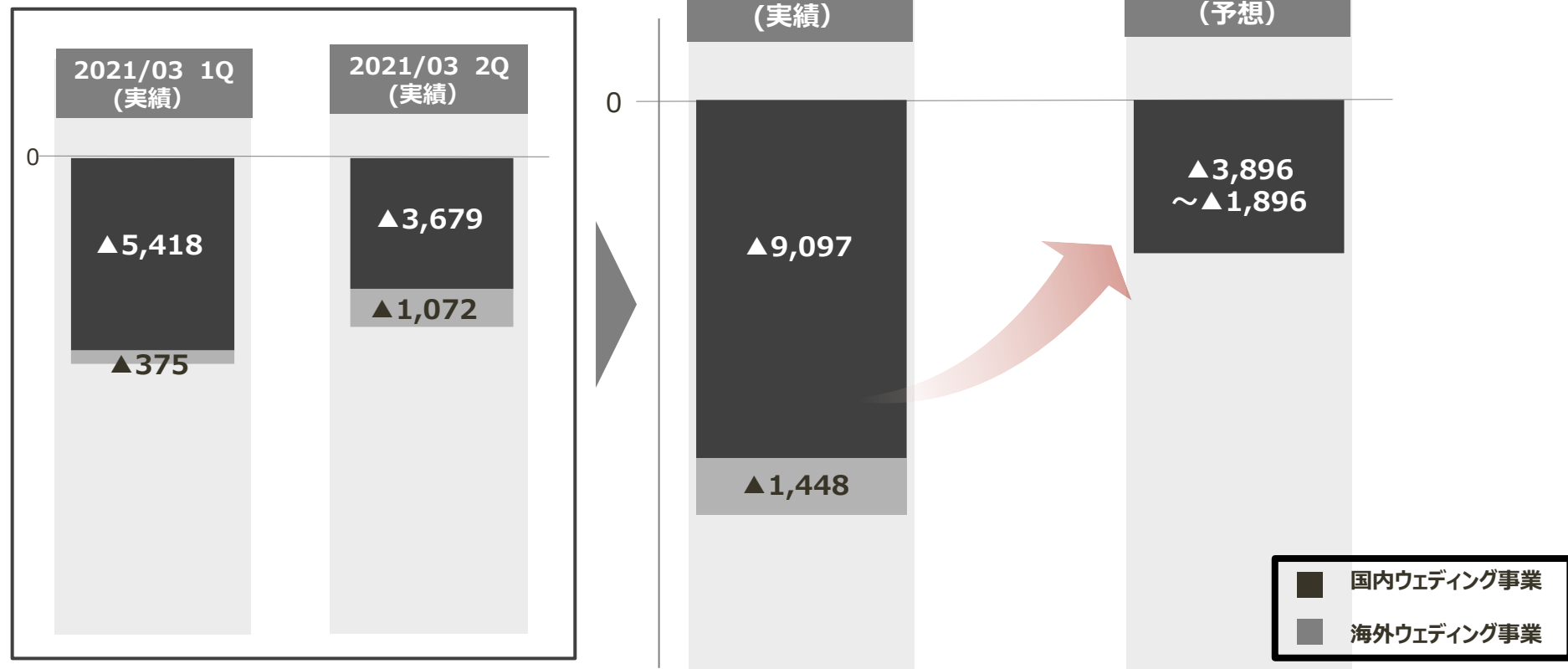
業績予想の前提

2020年9月末時点での顧客の挙式実施率、キャンセル率、挙式日延期割合から、今後の施行予定組数を予測し、業績予想を設計
新型コロナウイルス感染症影響に伴い、販管費や単価の変動に不透明な部分があるため、レンジ開示
再度の全国規模の緊急事態宣言発令や、全店臨時休業は当該予想には見込んでおりません

下期に向けて、営業赤字幅縮小見込み
 グループ子会社株式譲渡・国内事業回復影響

(※1)
 事業別営業利益 推移予想

単位：百万円



(※1)特別損失に計上いたしました臨時休業時の一部販管費(2,443百万円)を加味した実質営業利益

投資効率向上を目的にグループ子会社株式譲渡 2021年3月期 営業利益改善により赤字幅縮小の見通し

●異動したグループ子会社の概要

名称	株式会社グッドラック・コーポレーション
代表者	代表取締役社長 堀田和宣
事業内容	海外・国内リゾートにおける結婚式の企画・運営
保有比率（譲渡前）	株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ91.8% 堀田 和宣 8.2%
売上高	2,163百万円（2019年12月期）
営業利益	▲245百万円（2019年12月期）
当期純利益	▲548百万円（2019年12月期）

予てから、グアムにおける海外挙式運営において協力関係あり。
様々なホテルチェーンと協業し、国内外でホテル事業を展開している
ケン不動産リース株式会社を最適なパートナーとして選定。

●譲渡先の概要

名称	ケン不動産リース株式会社
代表者	代表取締役社長 佐藤 繁
事業内容	国内外でのホテル事業／都内におけるマンション・オフィスビルなどの賃貸物件運営・管理
資本金	100,000千円

●譲渡の目的と影響額

目的

2017年3月期以降、当該事業の営業利益率悪化

国内ウェディング以上に、海外・リゾートウェディングは回復まで長い時間を要すると判断

国内・海外両事業の継続的な成長、投資効率向上のため、外部企業への株式譲渡を決断

影響額

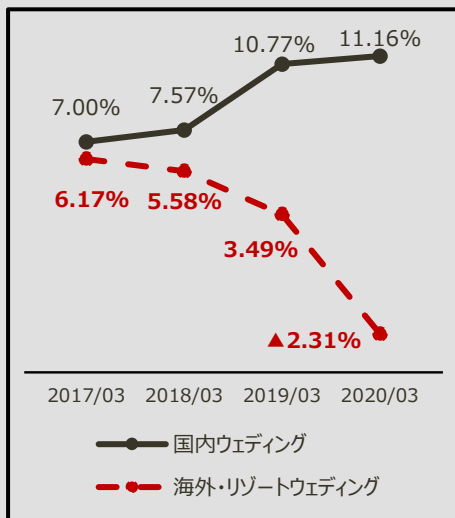
2021年3月期営業利益見通しの良化 16億円
（連結子会社から外れることにより、営業赤字幅縮小）

II 2-2. グループ子会社（海外・リゾートウェディング事業）株式譲渡

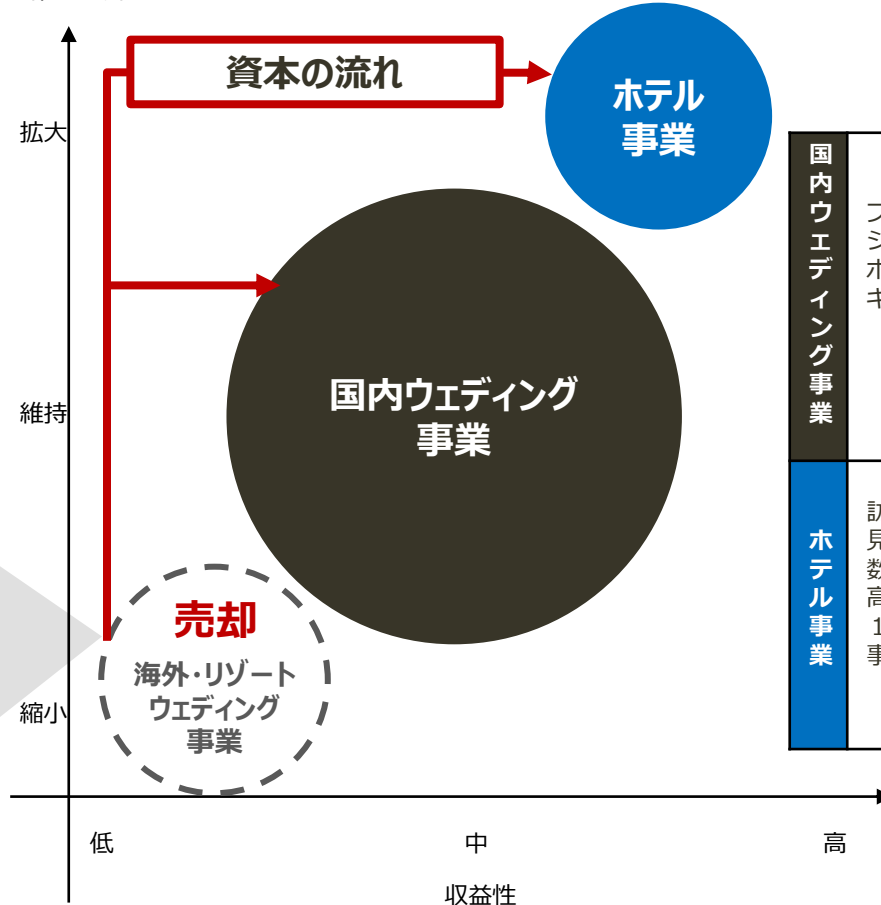
事業ポートフォリオの変更により収益構造最適化

海外・リゾートウェディング事業は、
経年、営業利益率が悪化

事業別 営業利益率 推移



当社の方針



国内ウェディング事業	プレーヤー数の減少を見込み、シェア拡大を目指す。 ホテル事業へ投資するための安定したキャッシュを創出する。
ホテル事業	訪日外国人需要回復時期、5年以上先を見越して、出店を計画。 数を追う出店ではなく、大都市中心部の高立地出店に集中。 1号店同様、高ADRに拘り、収益性重視の事業方針。

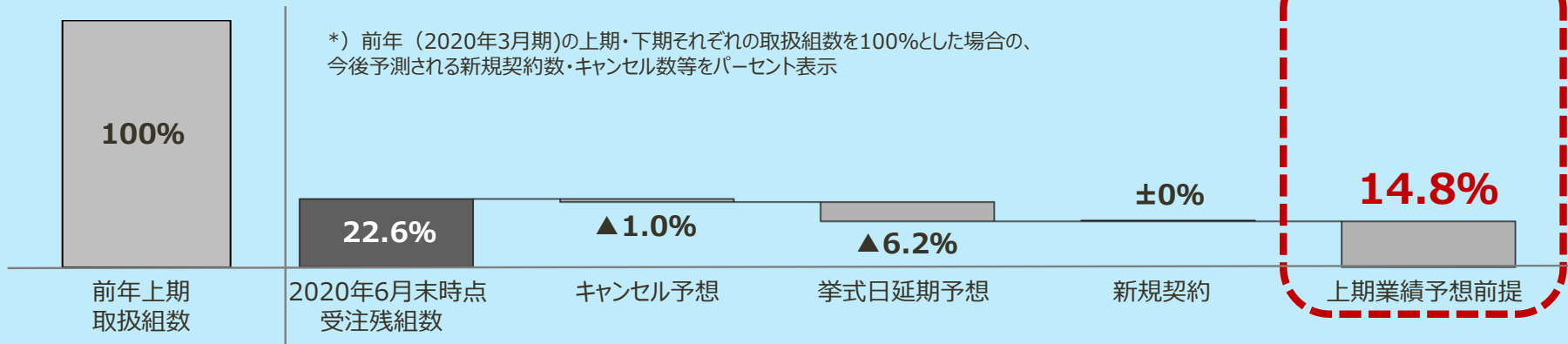
II 3-1. 業績予想の前提と実績比較 国内ウェディング事業

上期

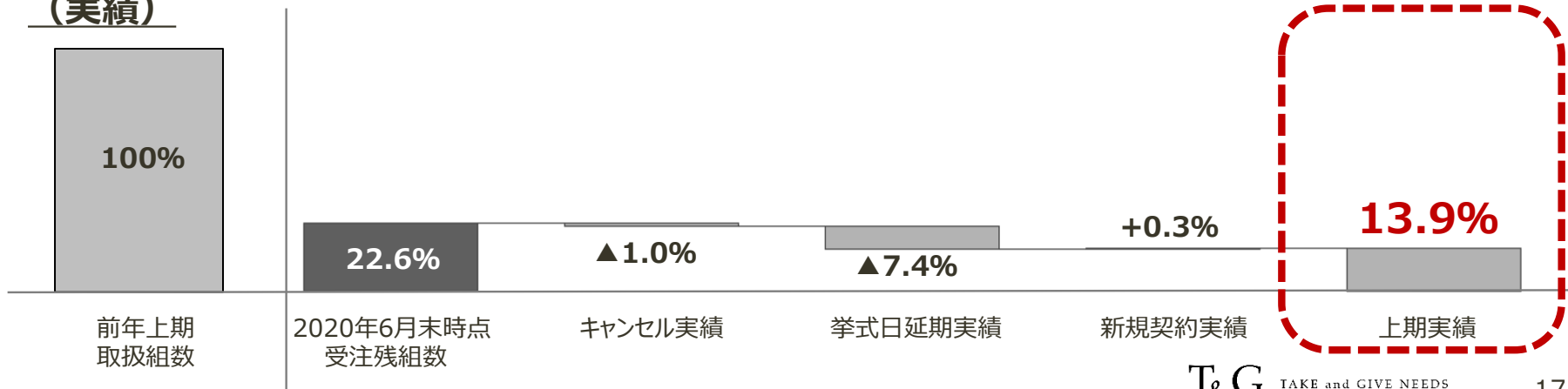
上期、ほぼ計画通り

(業績予想前提)

* 前年（2020年3月期）の上期・下期それぞれの取扱組数を100%とした場合の、今後予測される新規契約数・キャンセル数等をパーセント表示



(実績)

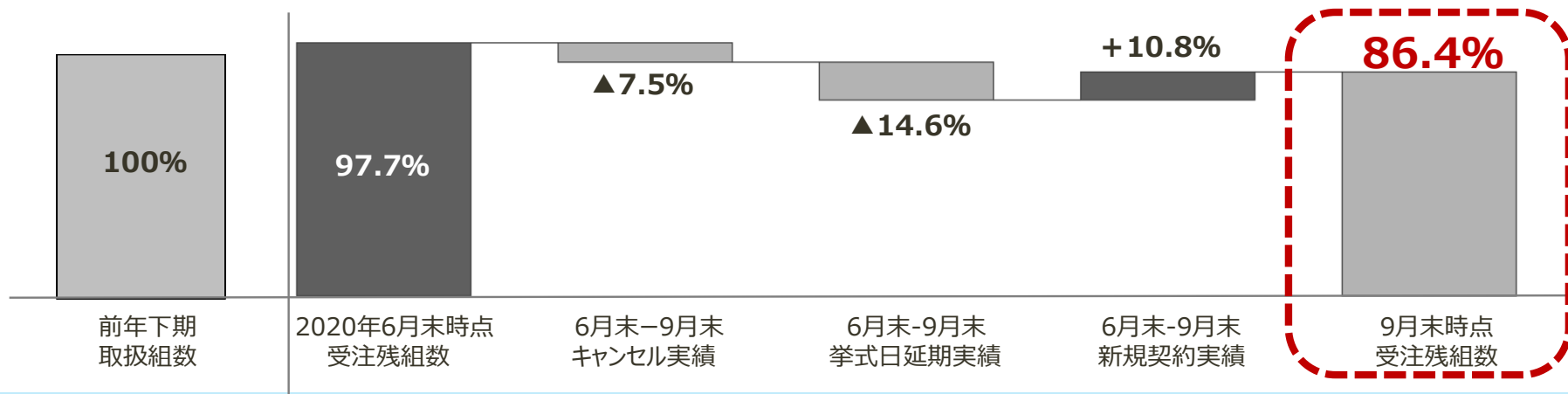


II 3-2. 業績予想の前提と実績比較 国内ウェディング事業

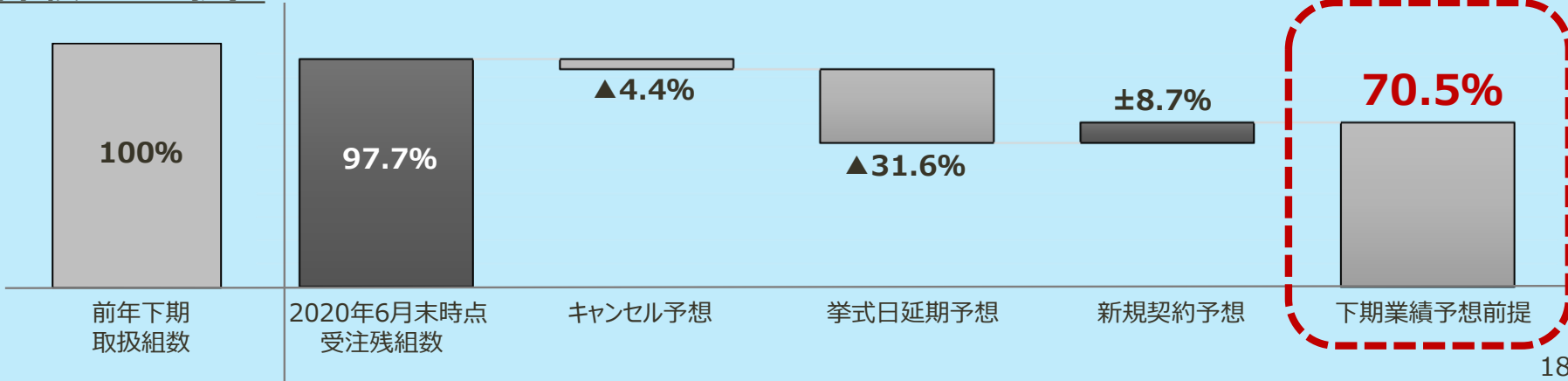
下期

下期の挙式日延期は、ほぼ予想通りの進捗
キャンセルは若干増加したが、新規契約も増加

(9月末時点)



(業績予想前提)



II 4. 配当予想

最終利益大幅赤字に伴い、今期配当は見送り

	1株当たりの配当金		
	第2四半期末	期末	年間合計
2020/03	10円	10円	20円
2021/03 (予定)	0円	0円	0円

III

直近の状況と中期展望・取り組み

Current aspect and Medium-term Outlook

7月末の感染再拡大により、挙式日延期が発生 2021年1月以降の受注残組数の積み上がりに寄与

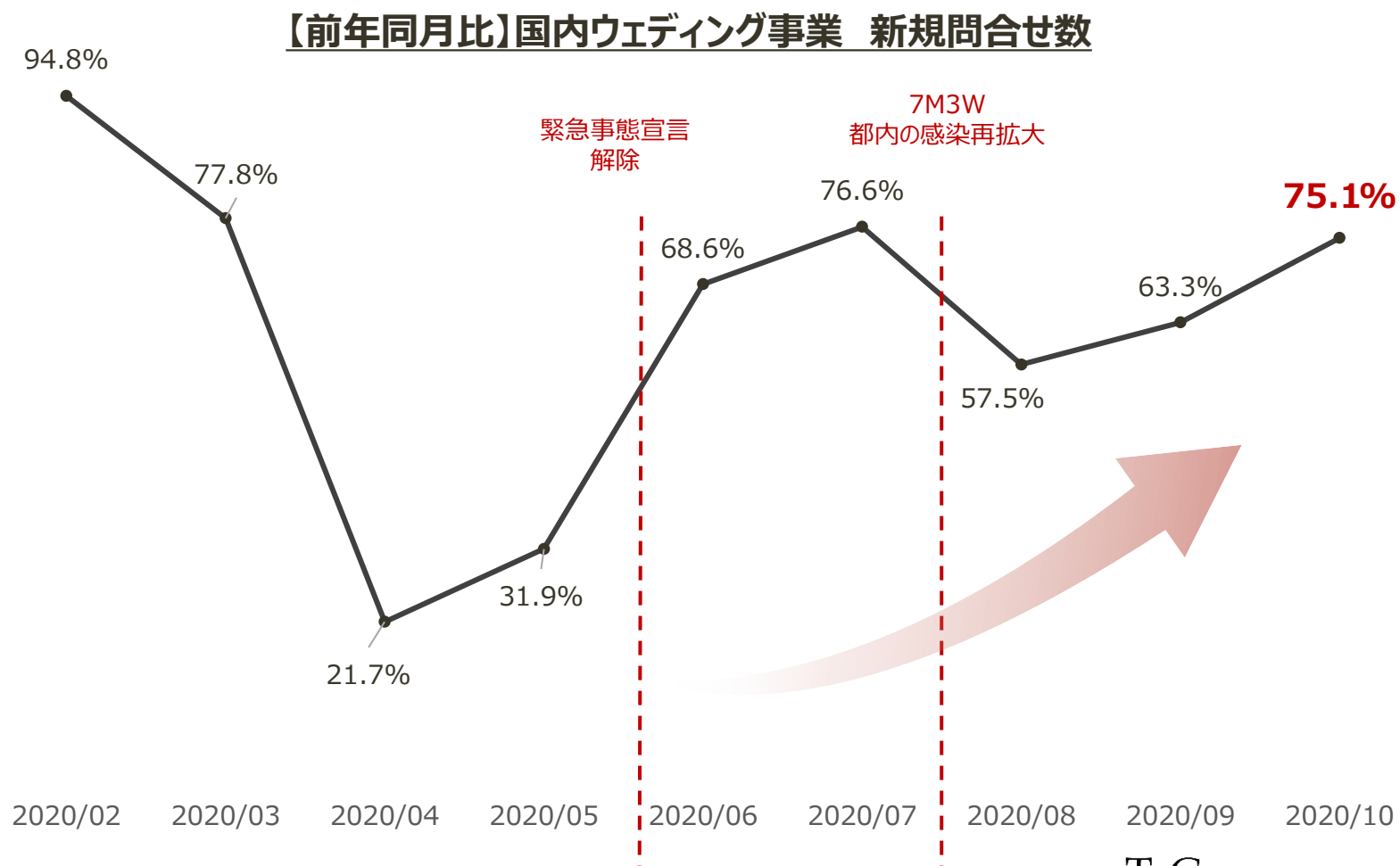
国内ウェディング

TRUNK(HOTEL)

- **新規問合せ数**
-7月末の感染再拡大で、8月月間は減少するが、9月以降は回復傾向
 - **新規契約数**
-顧客の挙式実施意向は強く、契約率上昇。10月の新規契約数は、前年同期比79.1%
 - **受注残組数**
-7月末の感染再拡大で、2020年8～12月に挙式予定の顧客の挙式日延期が発生し、
2021年1月以降の受注残組数の積み上がりに寄与
 - **挙式施行状況**
-10月以降の挙式施行数（前年同月比）は、上昇傾向
-
- レストランの客足は、回復傾向。10月の来客数は、前年同期比100.2%
 - 宿泊は、10月実績 ADR 71,552円

III 2-1. 国内ウェディング 新規問合せ数の推移

新規問合せ数は、7月の感染再拡大で減少するも
9月以降回復傾向



III 2-2. 国内ウェディング 受注残組数状況

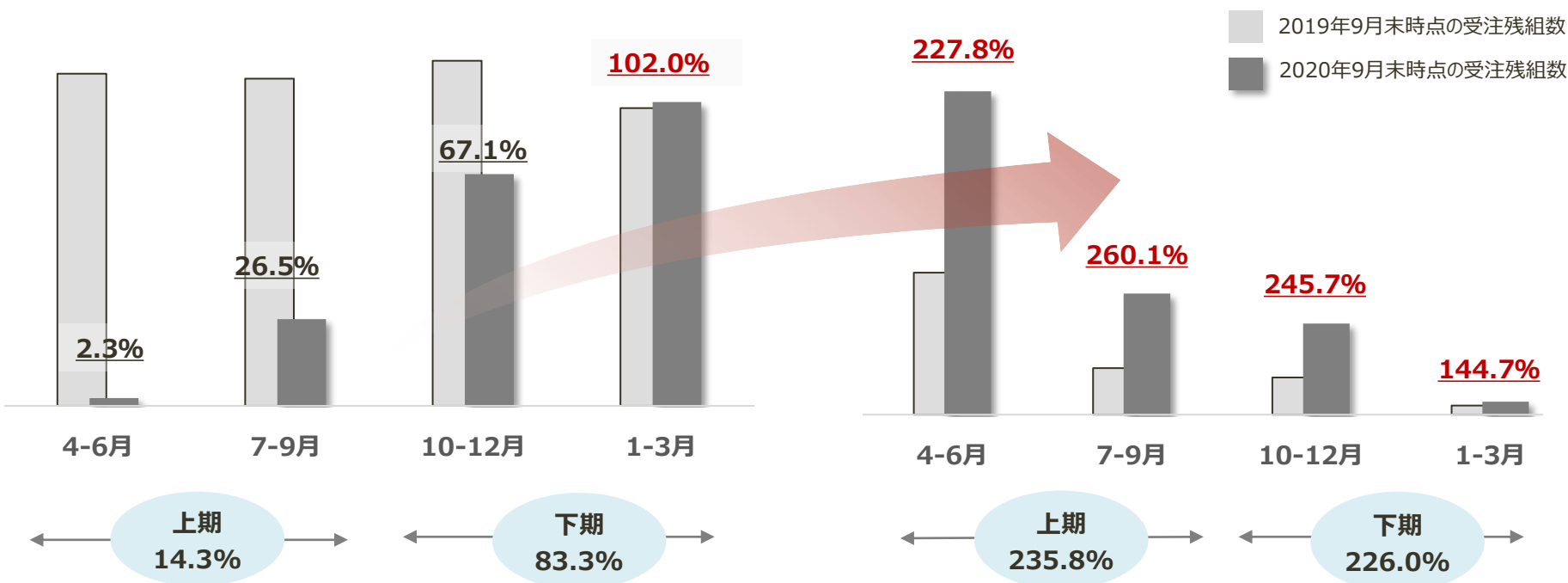
感染再拡大で、今期9-12月を中心に挙式日延期が発生
 今期1月以降の受注残組数は、前年同時期を上回る

受注残組数 前年同時期比（2020年9月末時点）

※前年同時期（2019年9月末時点）の「受注残組数」を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示
 ※既存店（閉店店舗抜）比較（2020年9月末時点 直営店63店舗92会場）

2021/03期

2022/03期

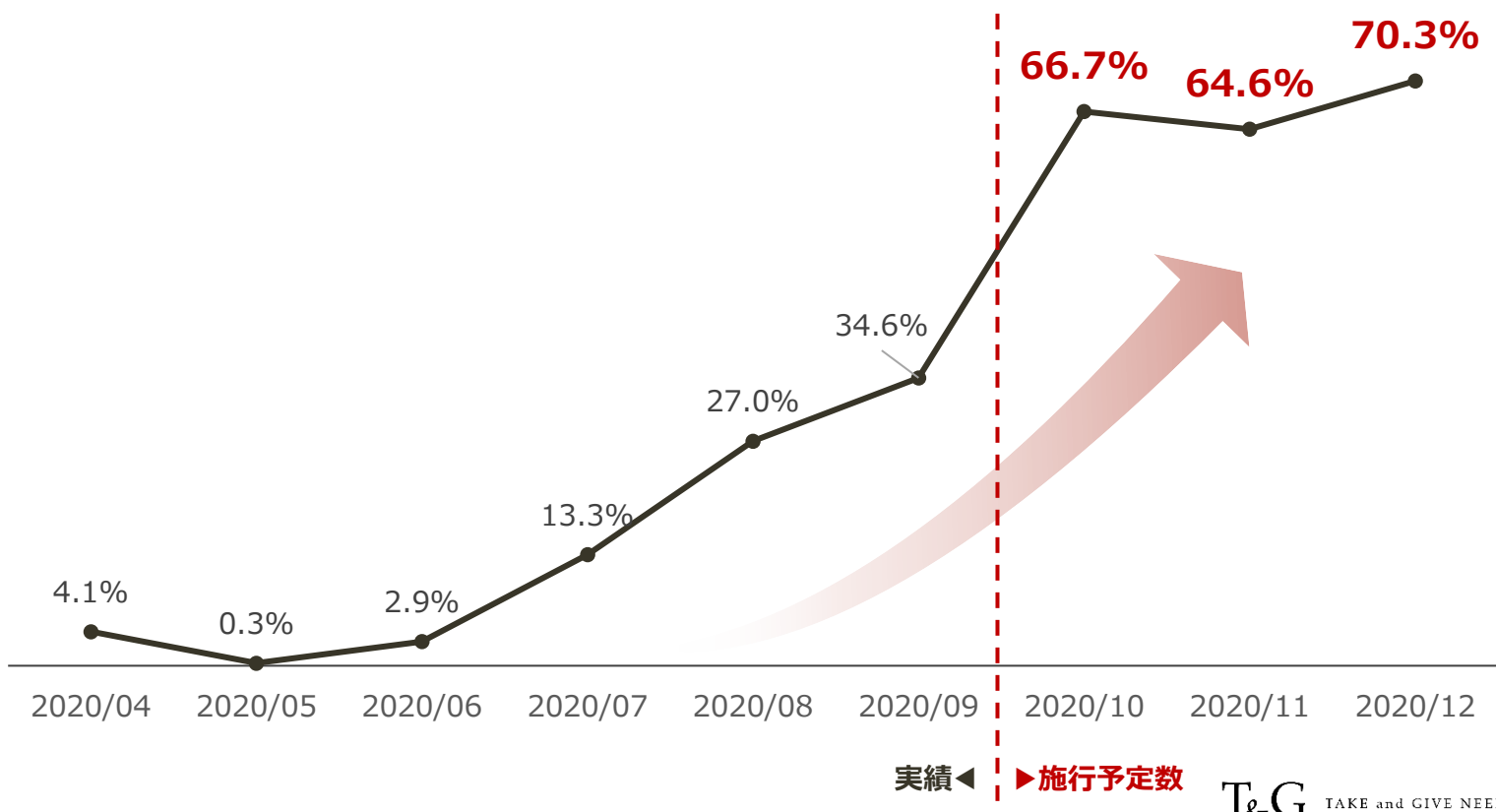


III 2-3. 国内ウェディング 挙式施行状況の推移

挙式施行数（前年同月比） 回復傾向

【前年同月比】挙式施行数、および10月以降挙式施行予定数

※2020/04-2020/09 挙式施行数実績 ÷ 各月前年挙式施行数実績
※2020/10-2020/12 2020年10月4週時点 各月受注残組数 ÷ 各月前年挙式施行数実績



安心、安全な環境と、高いサービスクオリティを提供すべく ガイドラインの改定を重ね、本格的に挙式施行開始

感染拡大防止ガイドライン抜粋（2020年10月末時点）



招待客に、感染予防対策の映像をQRコードで事前配布



挙式司式者のマウスシールド着用
（ビジュアル面を考慮し、マスクでなくマウスシールドで統一）



全国直営店の披露宴会場内にアクリル板を常設



挙式開催または、招待客が参列するにあたり、
勤務先等に説明できる当社の感染拡大防止策が
明記された資料を作成



オンラインを活用し、遠方の新婦友人が参列した披露宴の様子（2020年7月挙式）

細やかな顧客対応、感染拡大防止ガイドラインの徹底で、 例年同水準の高い顧客満足度を維持

新郎・新婦 満足度アンケート（5段階評価）			
	21年3月期 上期実績	前年同期 実績	差異
総合点	4.81pt	4.79pt	0.02pt

- ✓ 2021年3月期上期に挙式された新郎新婦に対して実施した「打合せから挙式当日までの満足度調査」の平均値と前年同期比
- ✓ 5段階評価：満足5pt、やや満足4pt、やや不満2pt、不満1pt
- ✓ 全国65会場（TRUNK抜、コンサルティング店舗含）で実施
- ✓ 回収率：2021年3月期上期64.9% / 2020年3月期上期50.3%



新婦

発注物変更等、詳細なスケジュールをアドバイスいただき、挙式開催を直前まで一緒に悩んでくれました。



新郎

感染防止対策の説明動画（QRコード配布）を、招待客に共有したところ、欠席者が出ませんでした。



招待客

招待客全員の検温、消毒、換気等の徹底に、安心して参列することができました。



親御様

社長から感染防止対策が明記された手紙が届きふたりの晴れ舞台を、後押しすることができました。

挙式後に当社カスタマーセンター宛てにいただいたお声より抜粋

III 2-6. 国内ウエディング 戦略的リニューアル

152名収容の大型披露宴会場が完成

前年同期比 新規契約数107.0% 予定招待客数20.7名増加



於 アーフェリーク白金 (東京・白金台)

チャペル新設と共に、披露宴会場を拡張。
収容人数30名増加 (最大収容人数152名) により収益増を目論んだ戦略的リニューアル。

リニューアル告知後 新規契約数
(前年同期比)

107.0%

リニューアル告知後 (2020年2~10月) の
新規契約数 (累計) の前年同期比

新規申込時 招待客数
(前年同期比)

20.7名増加

リニューアル告知後 (2020年2~10月) の
新規契約者の招待客数(予定) の平均値 前年同期比

市場環境変化を見据え、
対面価値（競争優位性）向上を目指した取り組みに着手

中期展望

対面価値の追求、向上

コスト最適化

非付加価値業務のIT化

企業価値となる対面すべきサービス・内容を徹底的に精査し、非付加価値業務のIT化を推進

取
組
み

人員効率化

組織・人員体制の再構築、効率化

オンラインを活用したマネジメント体制の確立、および拠点移動を最小限にしたオペレーションを構築

新たな
収益源創出

非稼働日を活かした新事業参入、他社協業を加速

新しい生活様式の価値観（顧客ニーズ）に沿った新事業の企画・開発に着手

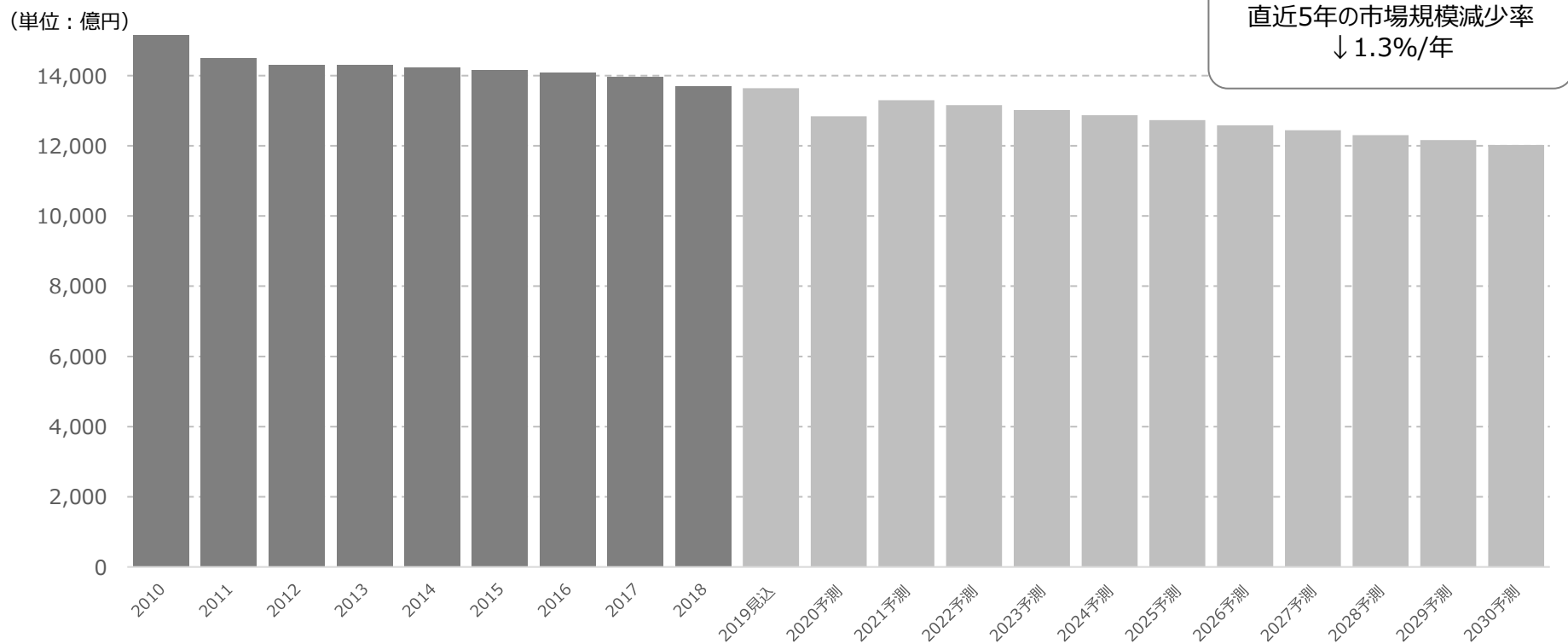
IV

市場環境と当社の競争優位性

Market environment / Competitive Advantage

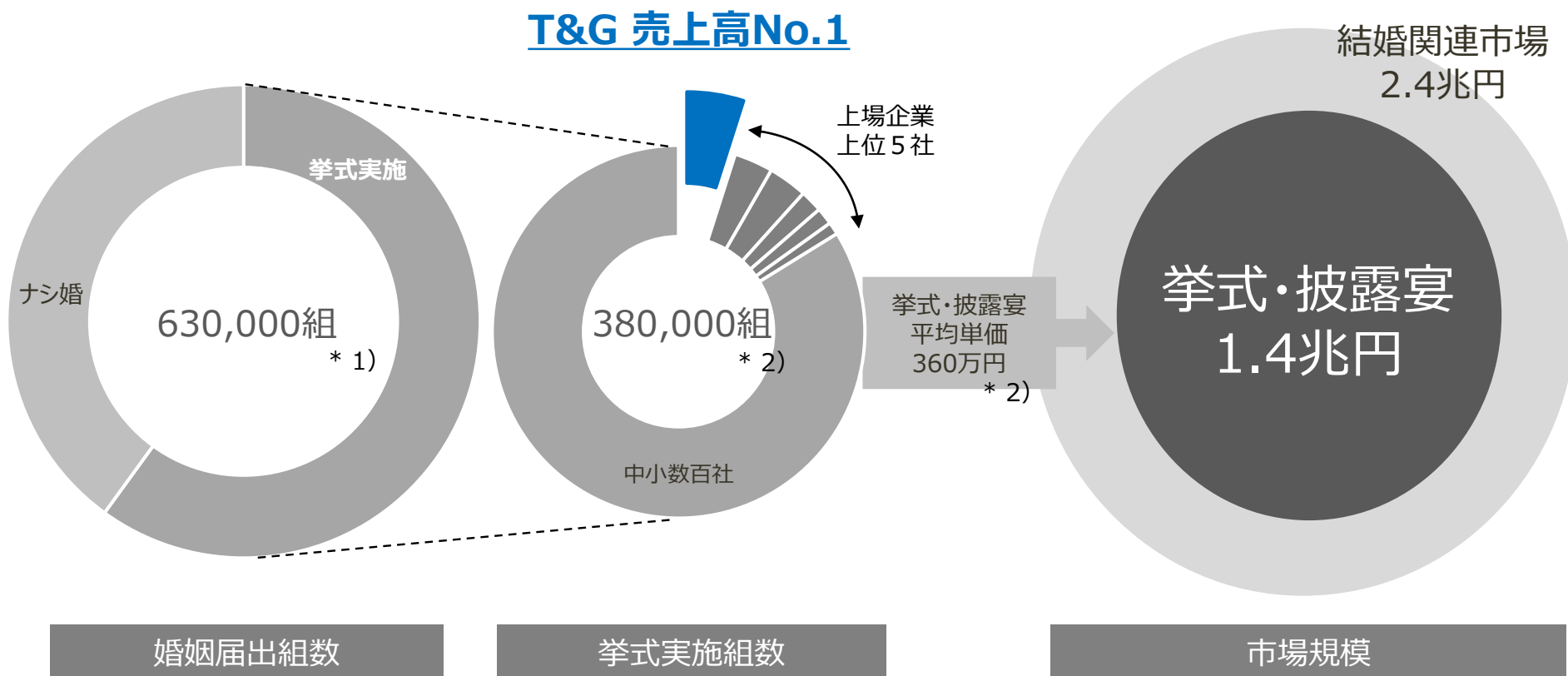
少子化影響により、マーケット規模は微減
縮小割合は僅少。10年後も1兆円越えの魅力的な規模が健在

挙式・披露宴市場規模



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

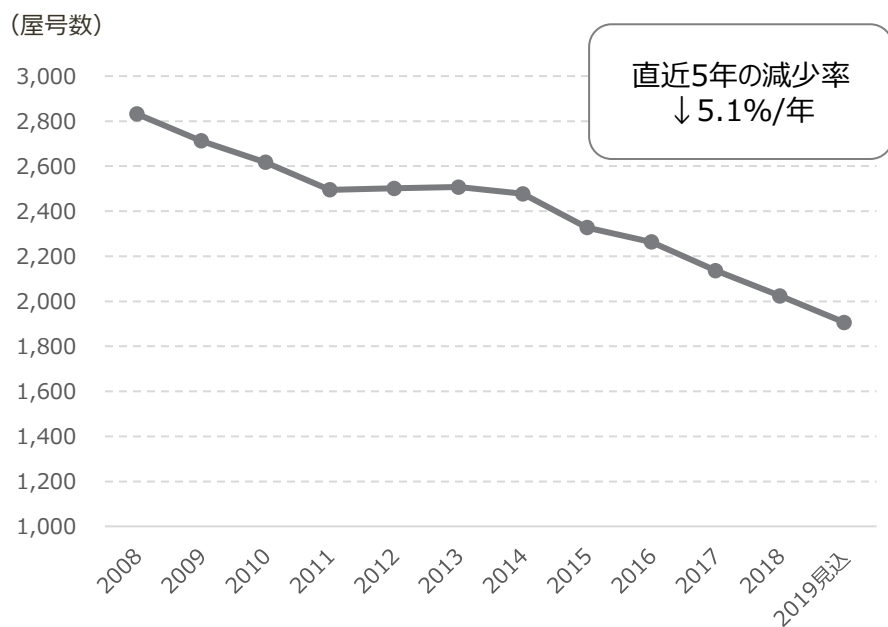


※出典 *1 厚生労働省「人口動態統計速報（2020年4月）」
*2 株式会社リクルートマーケティングパートナーズ「ゼクシイトレンド調査（2019年）」 挙式・披露宴実施率から当社算出

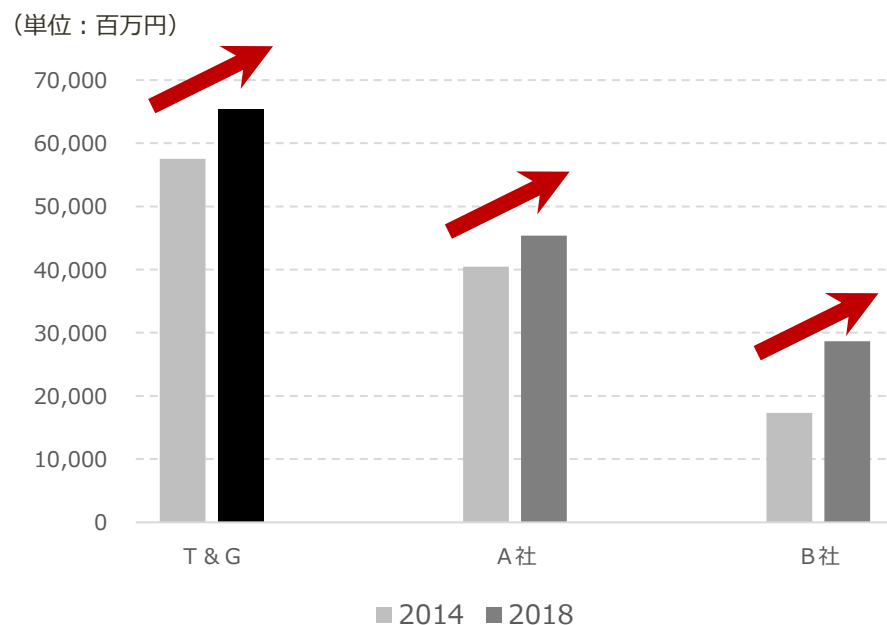
IV 国内ウェディングマーケット 寡占化傾向

プレイヤーが減少し、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

プレイヤー数推移



国内ウェディング上場大手3社 拳式売上推移



※出典：各ウェディング情報誌に掲載されている「屋号数」カウントにより、当社作成

※出典：各社決算説明資料より当社作成

IV 国内ウェディング事業 当社の競争優位性

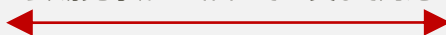
年間10,000組以上の結婚式で積み重ねたノウハウを元に
独自の仕組みでNo.1を維持

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

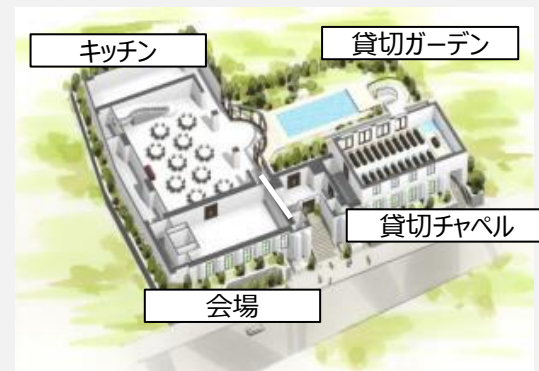


打合せ担当



当日担当

一軒家完全貸切



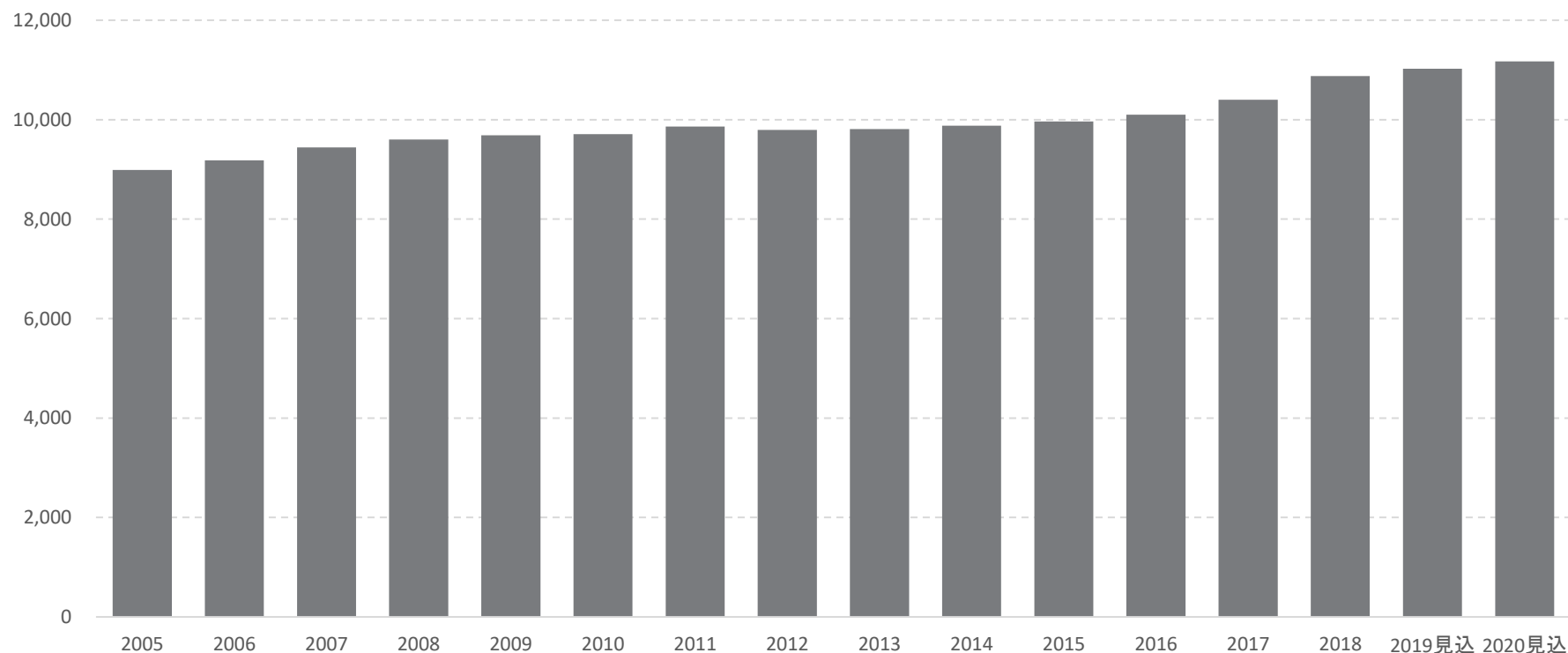
完全オリジナルウェディング



主にビジネスホテル・外資系チェーンホテルの増加

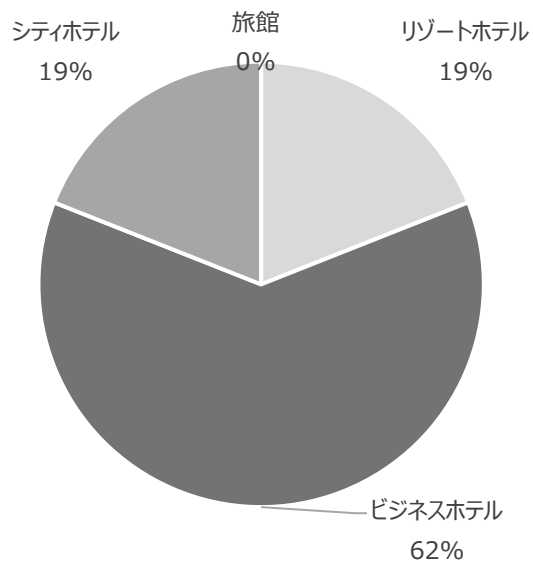
ホテル施設数推移と予測

(単位：軒)

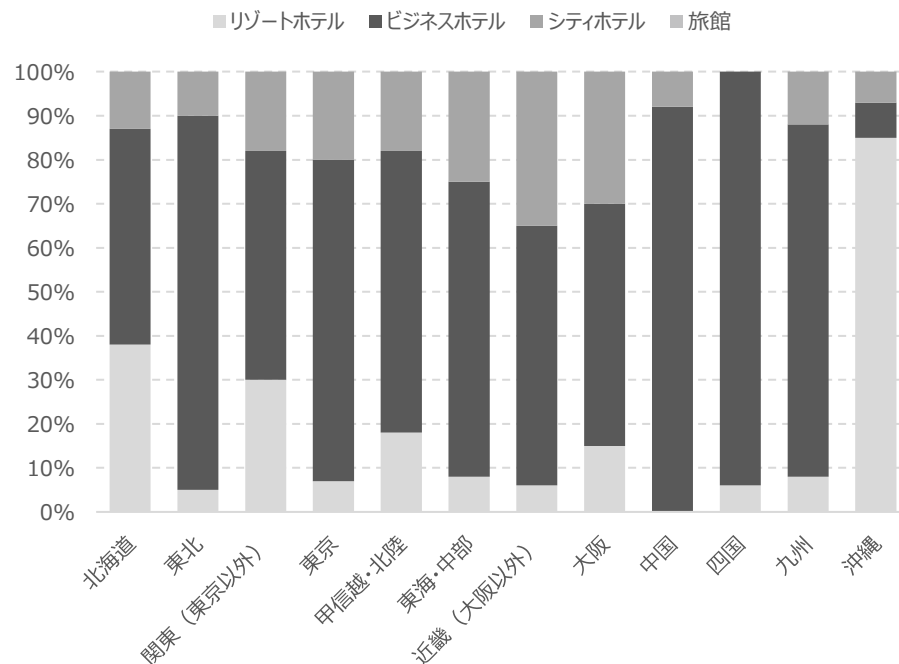


今後の開発予定のホテルタイプは大半がビジネスホテル

タイプ別のホテルオープン計画割合



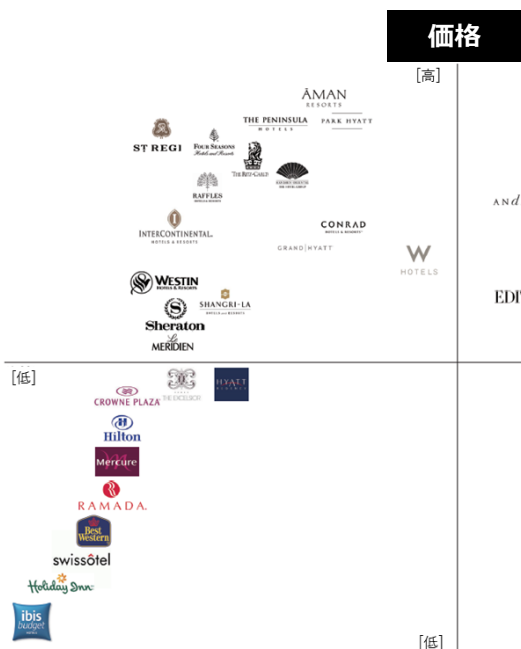
地域別・タイプ別オープン計画割合



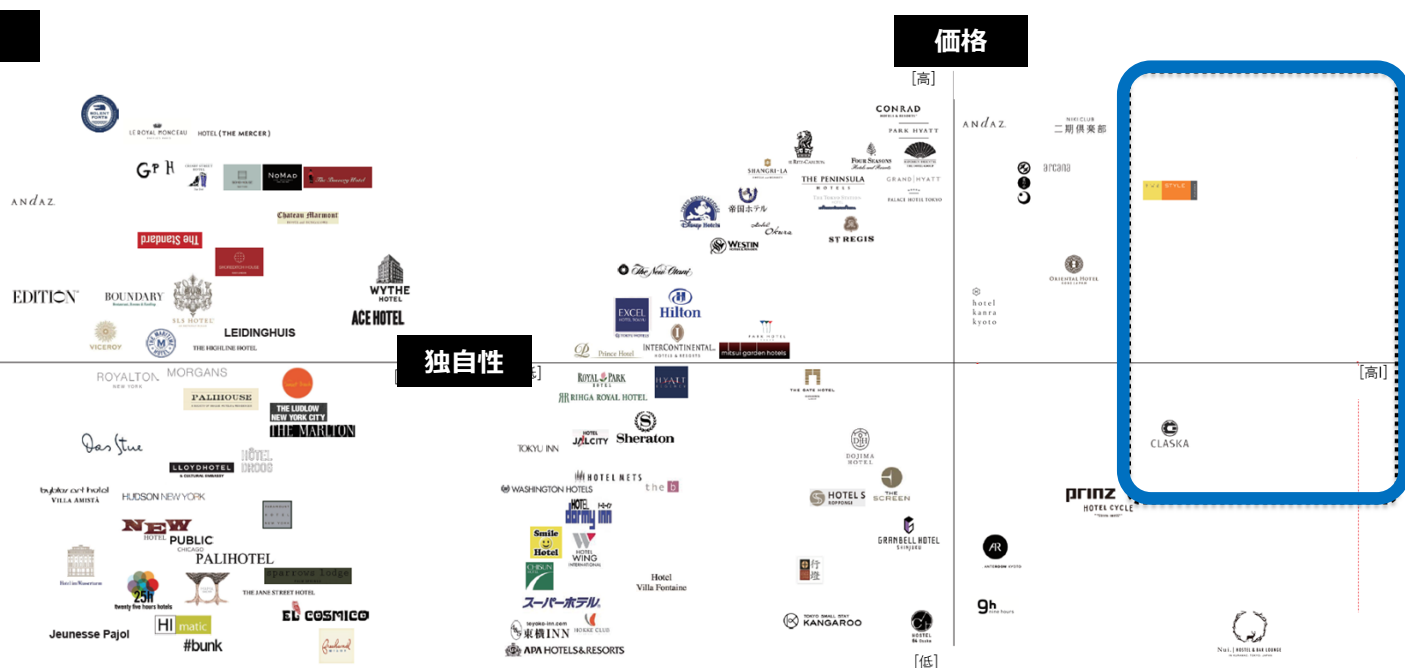
IV ホテルマーケット 未開拓市場

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

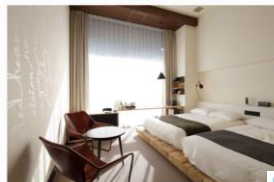
海外富裕層、特に欧米のメディアリレーションが豊富

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

Five Cool Design Hotels Around the World

Forbes

TRUNK Hotel - Tokyo - Japan

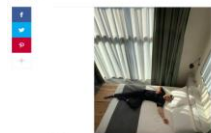


A beautiful place to stay at TRUNK HOTEL in Tokyo, Japan - House of TRUNK, Tokyo

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
This hotel 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 Bettei* 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 staves salvaged from the wall that once encircled Edo Castle. — EMILY TOBIN

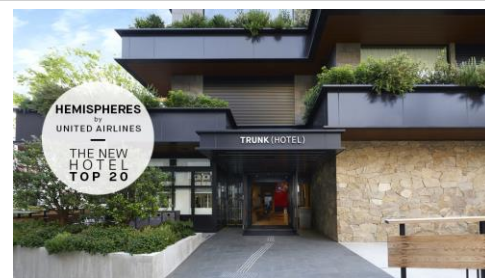
アワード実績

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

TRUNK(HOUSE) 世界的なデザイン誌『Architectural Digest』のアワードを受賞

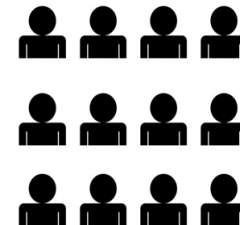


高いデザイン性を支える内製クリエイティブチーム

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



V

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%

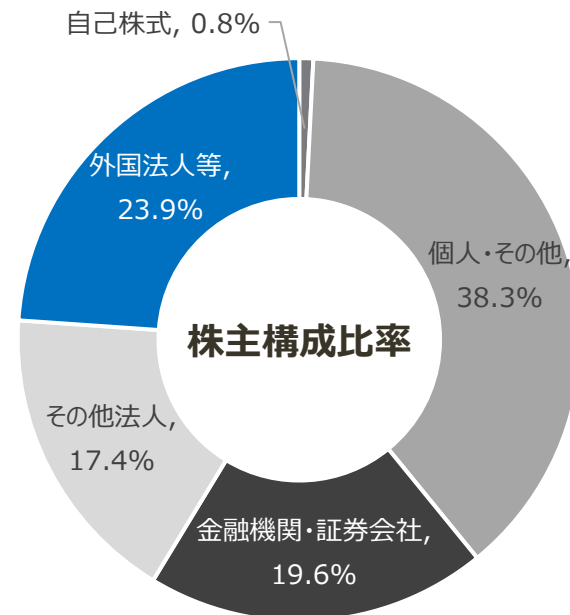
	2012/3	2013/3	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3
売上高 (百万円)	47,983	52,804	60,714	59,269	59,524	60,184	64,590	66,871	63,678
営業利益 (百万円)	2,212	2,832	3,706	3,021	1,545	2,439	2,785	4,281	3,579
営業利益率 (%)	4.6%	5.4%	6.1%	5.1%	2.6%	4.1%	4.3%	6.4%	5.6%
経常利益 (百万円)	1,588	2,459	3,342	2,784	1,377	2,100	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	19,104
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）	785,400	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63店舗（92会場）

（2020年9月30日現在）

■ 近畿エリア

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

■ 信越・北陸エリア

アークラブ迎賓館（新潟）
アーヴェリール迎賓館（富山）
アークラブ迎賓館（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

アークラブ迎賓館（広島）
アークラブ迎賓館（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

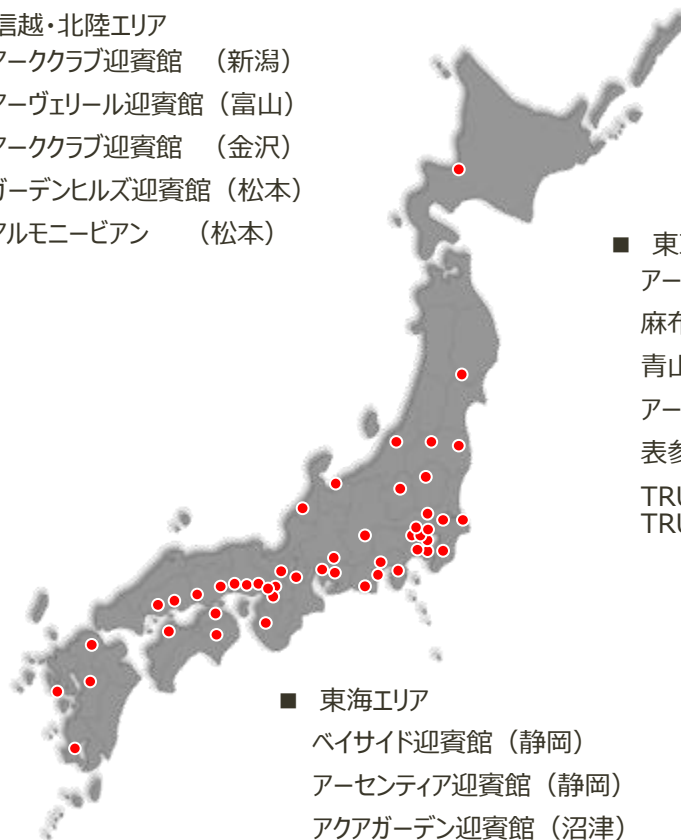
ヒルサイドクラブ迎賓館（札幌）
アーカンジェル迎賓館（仙台）
アークラブ迎賓館（郡山）

■ 東京

アーカンジェル代官山 GALLERY（渋谷）
麻布迎賓館 ヒルサイドクラブ迎賓館（八王子）
青山迎賓館 ヴィクトリアガーデン 恵比寿迎賓館
アーフェリーク白金 アルモニーソルーナ表参道
表参道TERRACE
TRUNK(HOTEL)
TRUNK BY SHOTO

■ 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

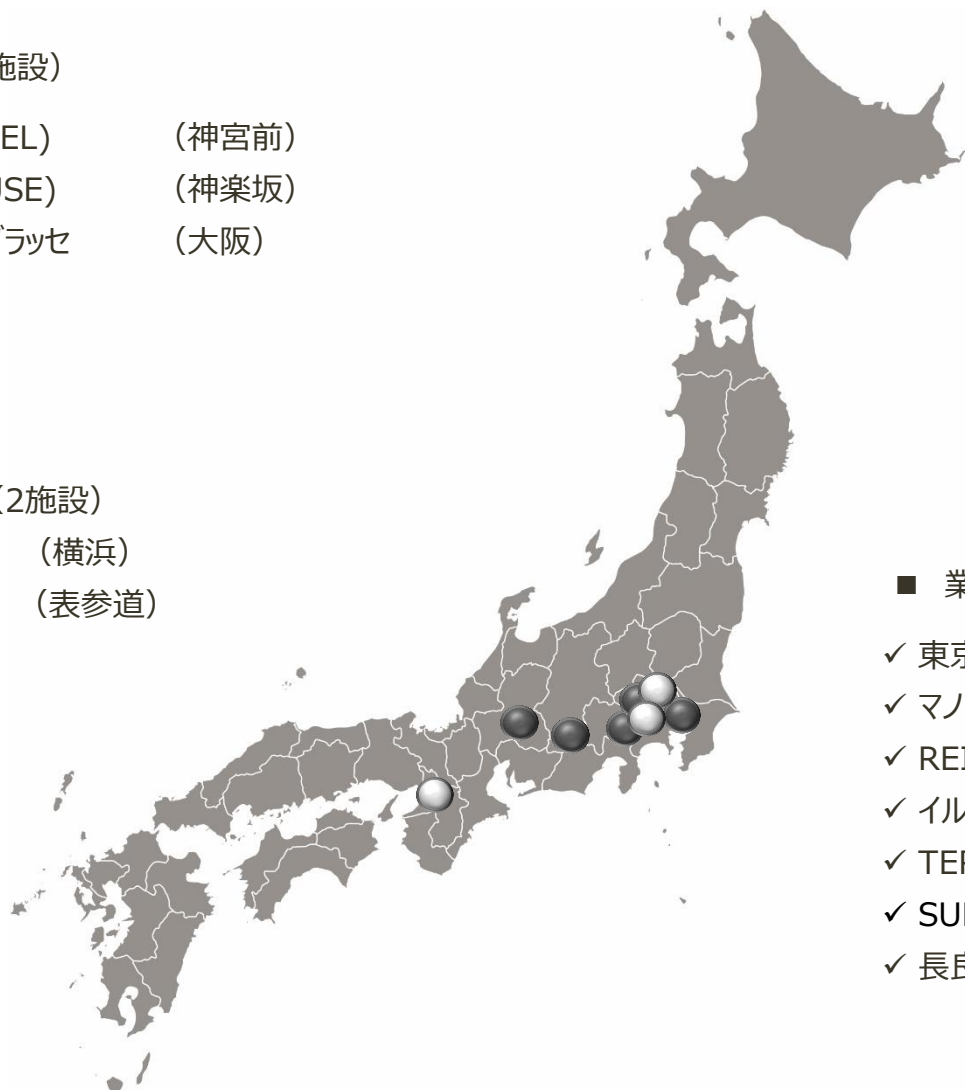
(2020年9月30日現在)

■ 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（2施設）

- ✓ Pie Holic (横浜)
- ✓ GENTLE (表参道)



- : 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)
- ✓ 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)
- ✓ SUD/Restaurant TERAKOYA (竹芝)
- ✓ 長良川の郷 (岐阜)