

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2023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2023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

E-Mail [ir-presen@tgn.co.jp](mailto:ir-presen@tgn.co.jp)

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

## 0. 決算エグゼクティブサマリー

P5-9

### I. 2023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    | P11-12 |
| 2. 国内ウェディング事業 内訳 | P13-14 |
| 3. 連結 貸借対照表      | P15-16 |

### II. 2023年3月期通期 連結業績予想

- |                                  |        |
|----------------------------------|--------|
| 1. 通期連結業績予想（業績予想、先行投資の詳細）        | P18-21 |
| 2. 足元の状況（来期受注残組数、TRUNK（HOTEL）宿泊） | P22-23 |
| 3. 新規出店計画の進捗（新規出店会場の詳細）          | P24-29 |
| 4. 配当予想                          | P30    |

### III. 2023年3月期第3四半期 トピックス

- |                                 |        |
|---------------------------------|--------|
| 1. 既存店強化策（戦略的リニューアル今期進捗と来期投資計画） | P32-33 |
| 2. 利益向上策（内製化の強化）                | P34-35 |
| 3. 宴会、レストランの状況                  | P36    |
| 4. ライフタイムバリューの最大化に向けた活動         | P37    |
| 5. サステナビリティ推進の取り組み              | P38-41 |

### IV. 市場環境と競争優位性、ESG活動

### V. 補足資料

# 決算エグゼクティブサマリー

---

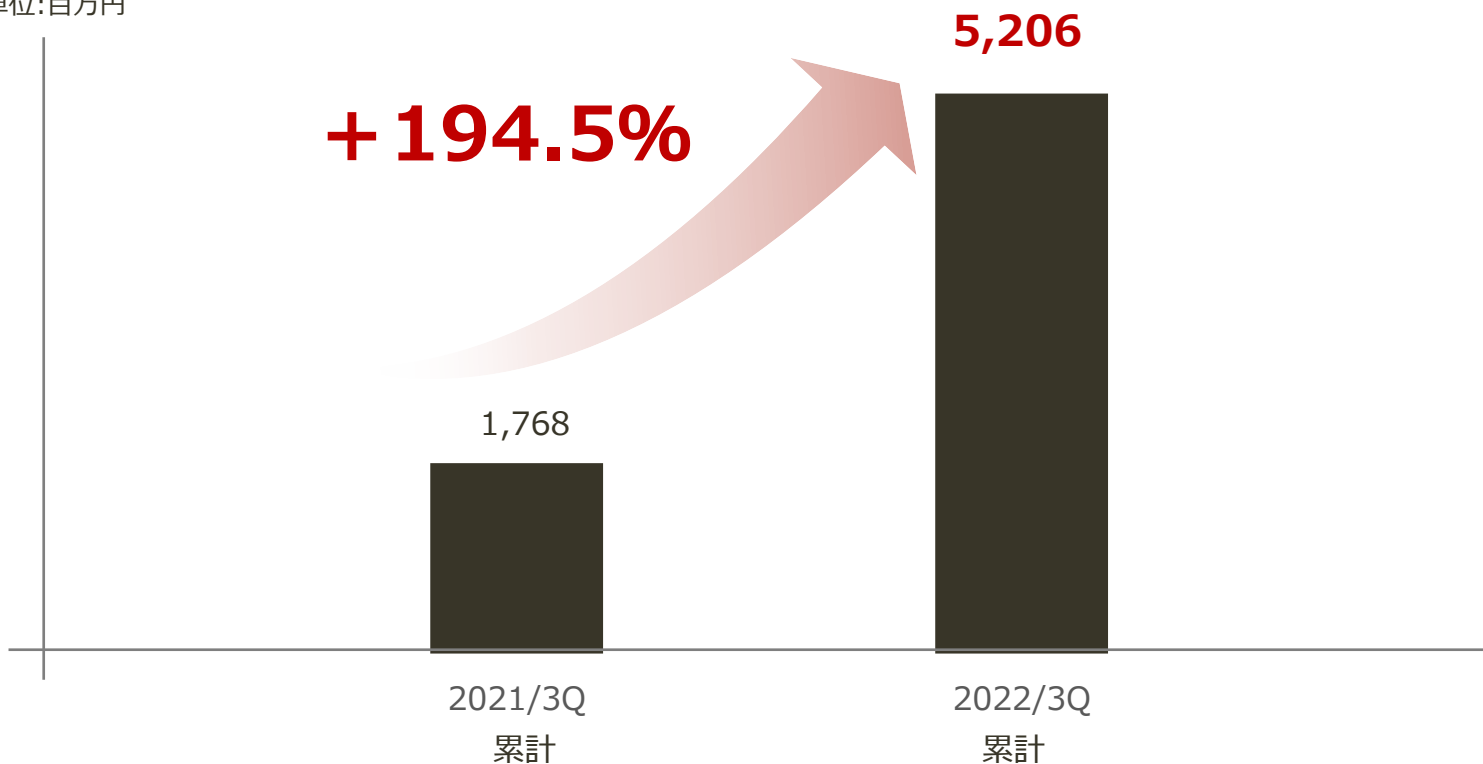
Highlights of the 3Q FY 03/2023

## 業績好調

営業利益 前年同期比 + 194.5%

第3四半期累計 営業利益（前年同期比）

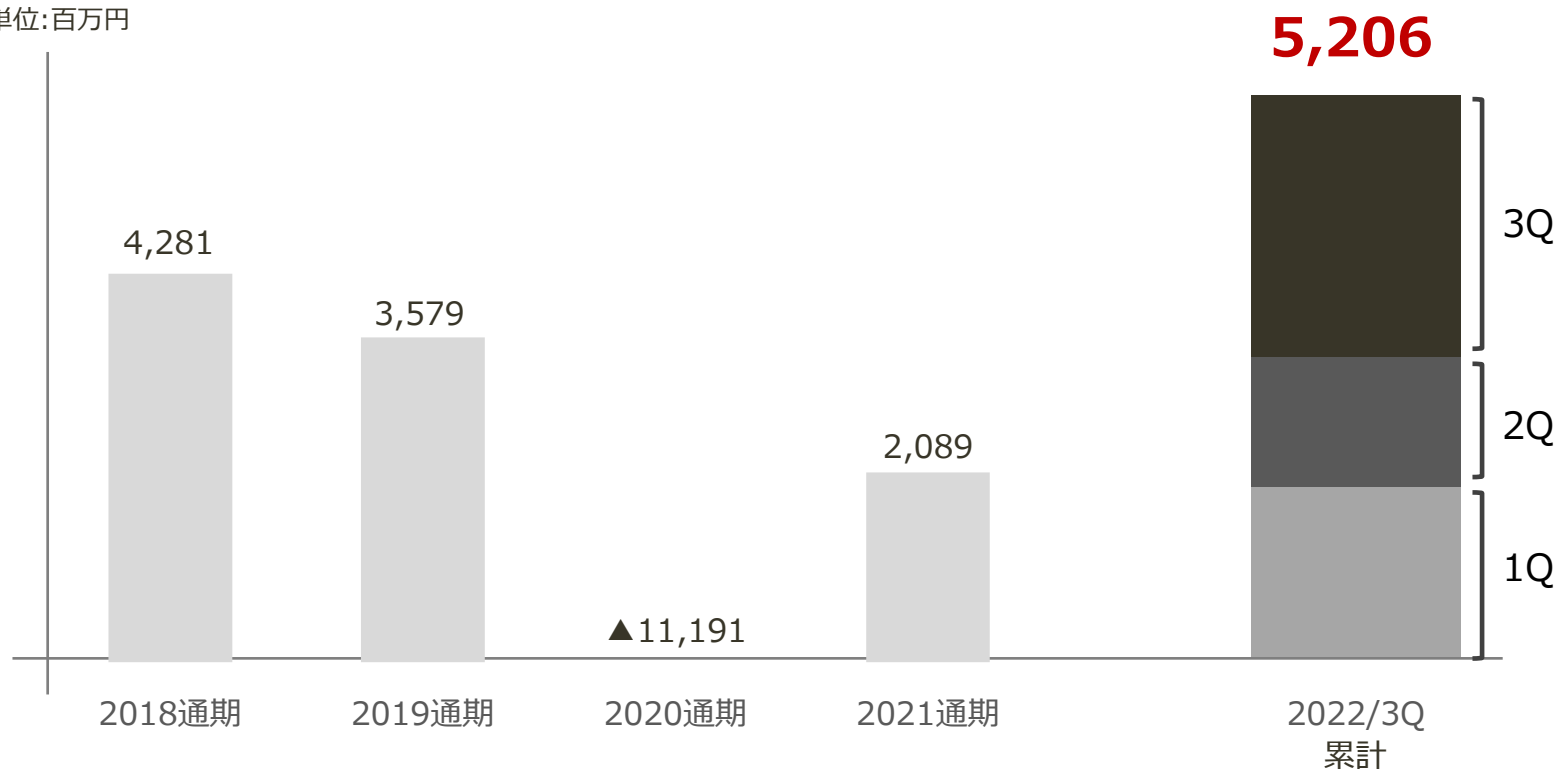
単位:百万円



## 第3四半期累計時点で 近年の通期営業利益を大幅超過

### 年度別 営業利益推移

単位:百万円



## 配当予想修正 復配

## 1株当たりの配当金

第2四半期末

期末

年間合計

2023/3  
(今回予想)

0円

20円

20円

2023/3  
(前回予想)

0円

未定

未定

2022/3 実績

0円

0円

0円

2021/3 実績

0円

0円

0円

2020/3 実績

10円

10円

20円

## 前年比 大幅増益予想

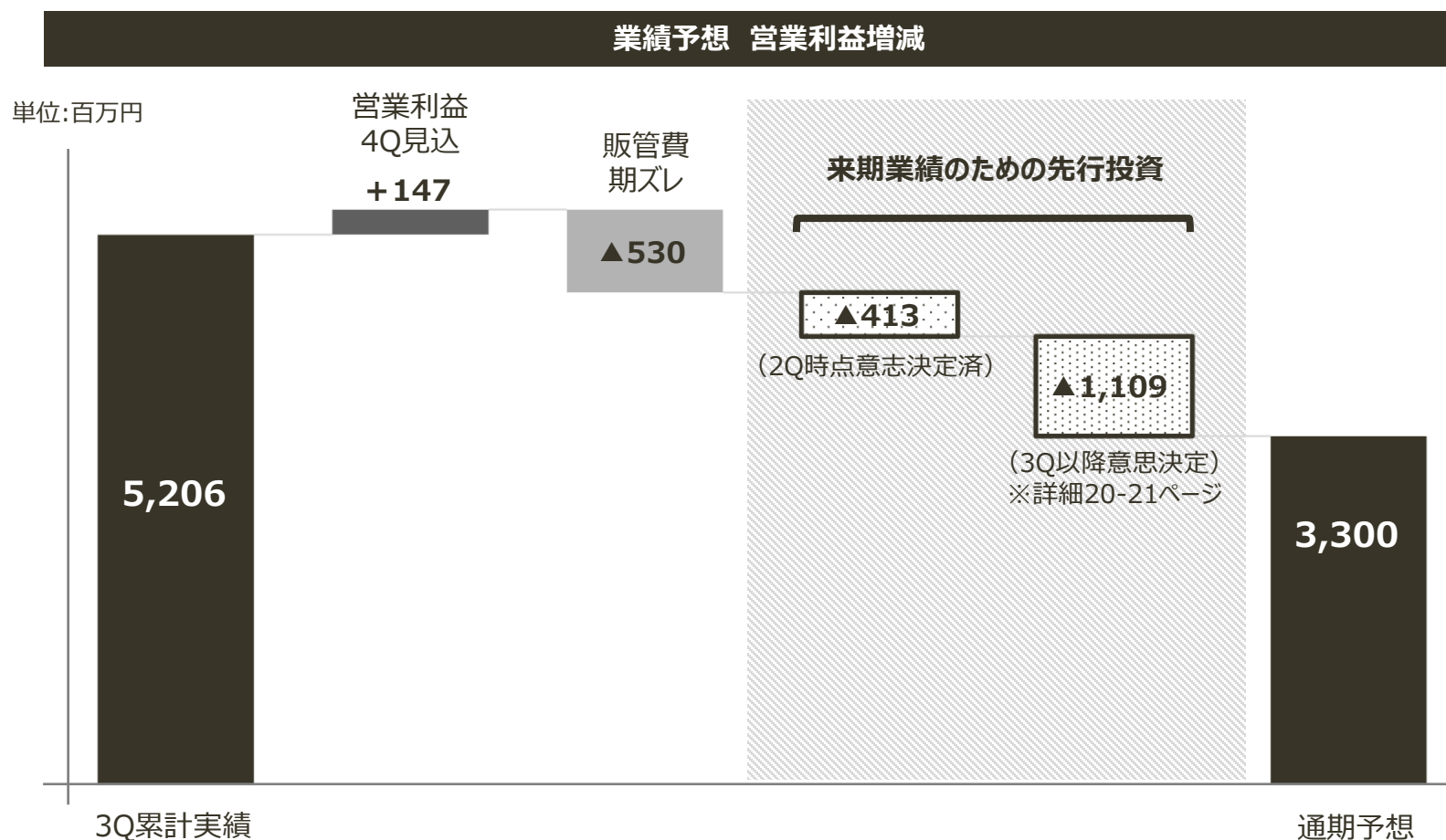
単位:百万円	第2四半期 (累計)			通期		
	前年同期 実績 (A)	2023/3実績 (B)	増減額 (B-A)	前年実績 (C)	2023/3予想 (2022/11 発表) (D)	増減額 (D-C)
売上高	18,004	22,602	+ 4,598	39,482	44,500	+ 5,018
営業利益	▲119	2,789	+ 2,908	2,089	3,300	+ 1,211
経常利益	▲373	2,580	+ 2,953	1,548	2,700	+ 1,152
当期純利益	(※1) 445	(※2) 4,178	+ 3,733	1,877	3,100	+ 1,223

(※1) 2022/3期：新型コロナ関連補助金（特別利益+1,962百万円）、店舗等の減損損失（特別損失▲1,664百万円）  
繰延税金資産繰入れ（法人税等調整額▲824百万円）計上

(※2) 2023/3期：減資による繰延税金資産繰入れ（法人税等調整額▲1,687百万円）計上



## 目線を来期に 第4四半期 先行投資を実施



I

# 2023年3月期第3 四半期 連結決算概要

---

Results for the 3Q of FY 03/2023

## 営業利益52億円 大幅増益

単位：百万円	2023/3	前年同期	
	3Q累計	実績	増減
売上高	35,767	29,651	(※1) 6,116
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 国内ウェディング事業</li> </ul>	35,247	29,325	5,922
<ul style="list-style-type: none"> <li>TRUNK (HOTEL)</li> </ul>	3,487	2,463	1,024
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ その他</li> </ul>	519	325	193
売上総利益	23,300	19,336	3,963
	65.1%	65.2%	-0.1pt
販管費	18,094	17,568	(※2) 525
	50.6%	59.3%	-8.7pt
営業利益	5,206	1,768	3,438
	14.6%	6.0%	8.6pt
経常利益	4,880	1,383	3,497
	13.7%	4.7%	9.0pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	5,830	2,686	3,143
	16.3%	9.1%	7.2pt

％は売上高比

## 前年同期差異要因

## ■ 売上高 (※1)

前年同期比 +6,116百万円

- ✓ 婚礼の取扱組数、単価の回復
- ✓ 宿泊、宴会、レストラン等の稼働回復

## ■ 販管費 (※2)

前年同期比 +525百万円

- ✓ 取扱組数の増加に伴い変動費増加
- ✓ 来期以降の増益を見据えた先行投資（修繕、広告等）

## 特別利益 378百万円

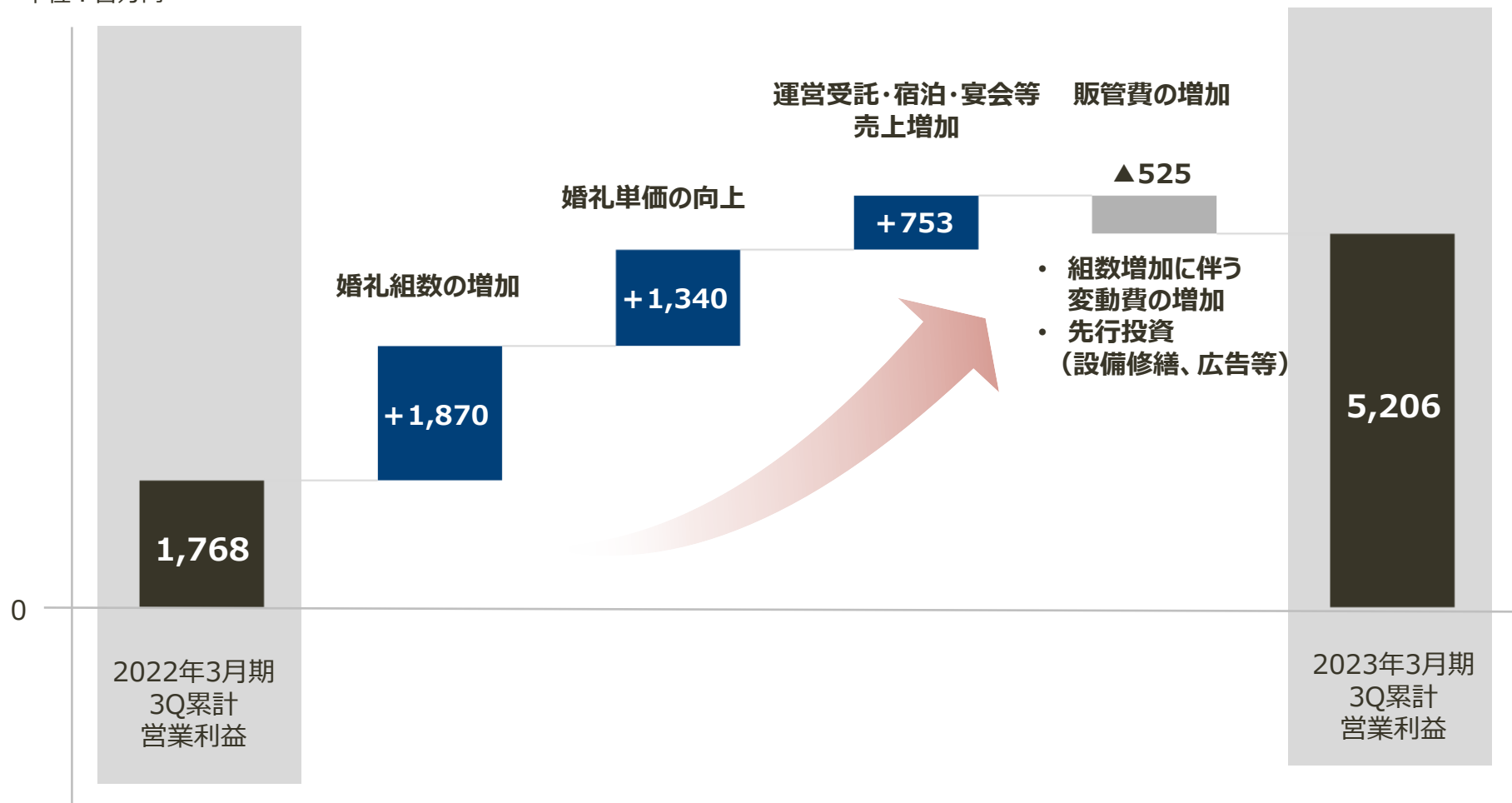
- ✓ 営業時間短縮協力金等のコロナ関連補助金の受領

## 法人税等調整額 ▲759百万円

- ✓ 減資による繰延税金資産繰入

## 営業利益 前年比増益要因

単位：百万円

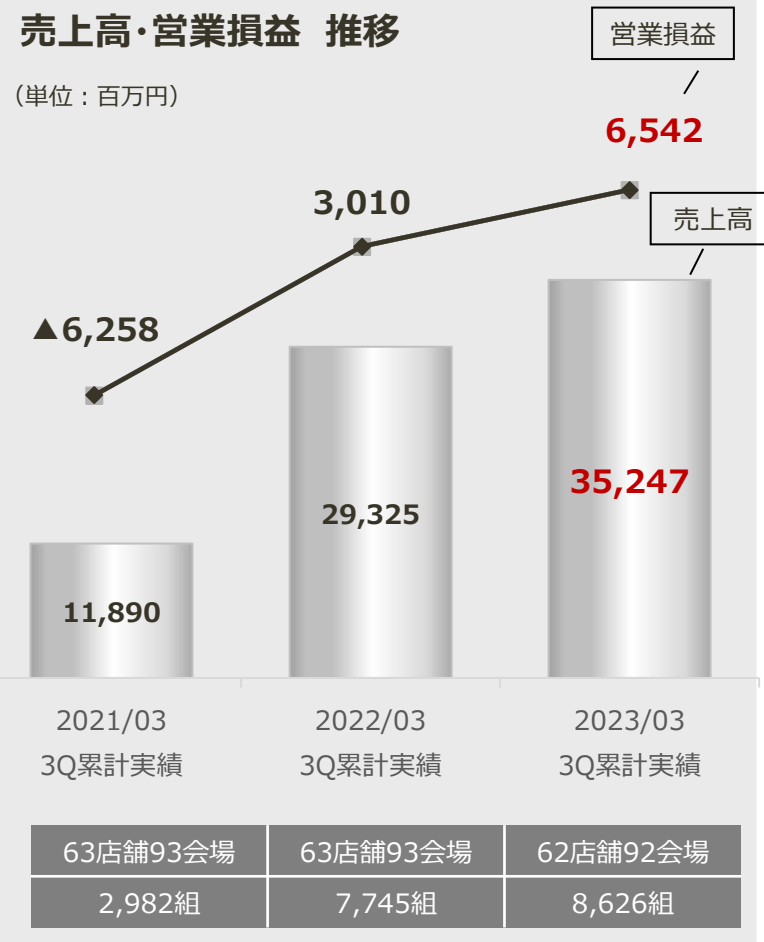


## 婚礼、宿泊、レストラン部門 稼働回復

単位：百万円	2023/3 3Q累計	前年同期	
		実績	増減
売上高	35,247	29,325	5,922
直営店婚礼（TRUNK含）	32,219	27,302	4,917
■取扱組数（組） ※1	8,626	7,745	881
■平均単価（千円） ※2	3,738	3,567	171
■平均人数（人） ※2	56.6	50.5	6.1
コンサルティング	815	506	309
宿泊、レストラン、等	2,212	1,516	695
売上総利益	23,017	19,047	3,970
	65.3%	65.0%	0.3pt
営業利益	6,542	3,010	3,531
	18.5%	10.3%	8.2pt

## 売上高・営業損益 推移

(単位：百万円)



国内ウェディング事業は、(株)T&amp;G (株)TRUNK (株)Dressmore (株)GENTLE

％は売上高比

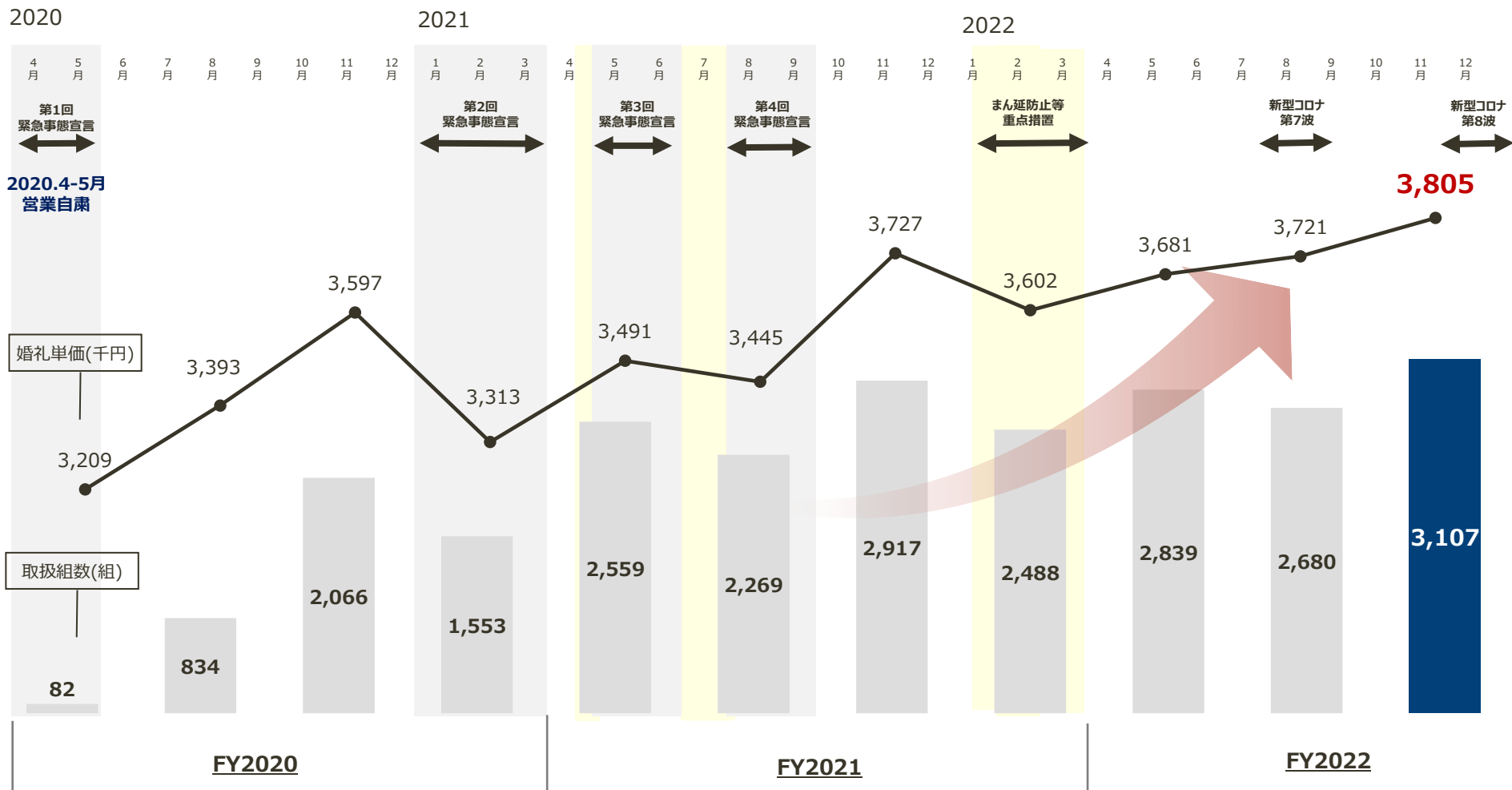
※直営婚礼店舗数（12月末時点の稼働店舗）と取扱組数

(※1) 取扱組数は、挙式のみ（披露宴実施無）の施行組数を含み算出

(※2) 平均単価、平均人数は、挙式のみ（披露宴実施無）の施行組数を含まず算出

# I 2-2. 取扱組数、婚礼単価の推移

## 取扱組数、単価は回復傾向



※東京都に発出された 緊急事態宣言 まん延防止等重点措置を記載

# I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

単位:百万円	2022/3末	2022/12末	増減
流動資産	15,644	16,584	940
現金及び預金	11,792	12,255	462
固定資産	38,387	38,776	388
有形固定資産	29,110	28,749	-360
無形固定資産	222	199	-22
投資その他資産	9,054	9,826	771
資産計	54,032	55,360	1,328

## 主な増減要因

- 現金及び預金 +462百万円
  - ・ 婚礼組数の増加
- 投資その他資産 +771百万円
  - ・ 繰延税金資産繰入

## I 3-2. 連結 貸借対照表 &lt;負債・純資産の部&gt;

## 自己資本比率改善

単位:百万円	2022/3末	2022/12末	増減
負債合計	42,188	37,878	-4,309
流動負債計	24,449	20,959	-3,489
短期借入金	10,280	10,475	195
(一年内) 長期借入金	4,938	4,492	-445
固定負債計	17,739	16,918	-820
長期借入金	13,111	12,431	-680
純資産計	11,843	17,482	5,638
負債・純資産計	54,032	55,360	1,328

## 主な増減要因

## ■ 流動負債 ▲3,489百万円

✓ 未払法人税、消費税等の納税

## ■ 無償減資 (効力発生日 2022年7月15日)

✓ 資本金、資本準備金を各100百万円に減額し、  
その他資本剰余金に振替

有利子負債	28,329	27,398	-930
自己資本比率	21.9%	31.6%	9.7pt



# II

## 2023年3月期 通期連結業績予想

---

Financial Result Forecasts for the FY 03/2023

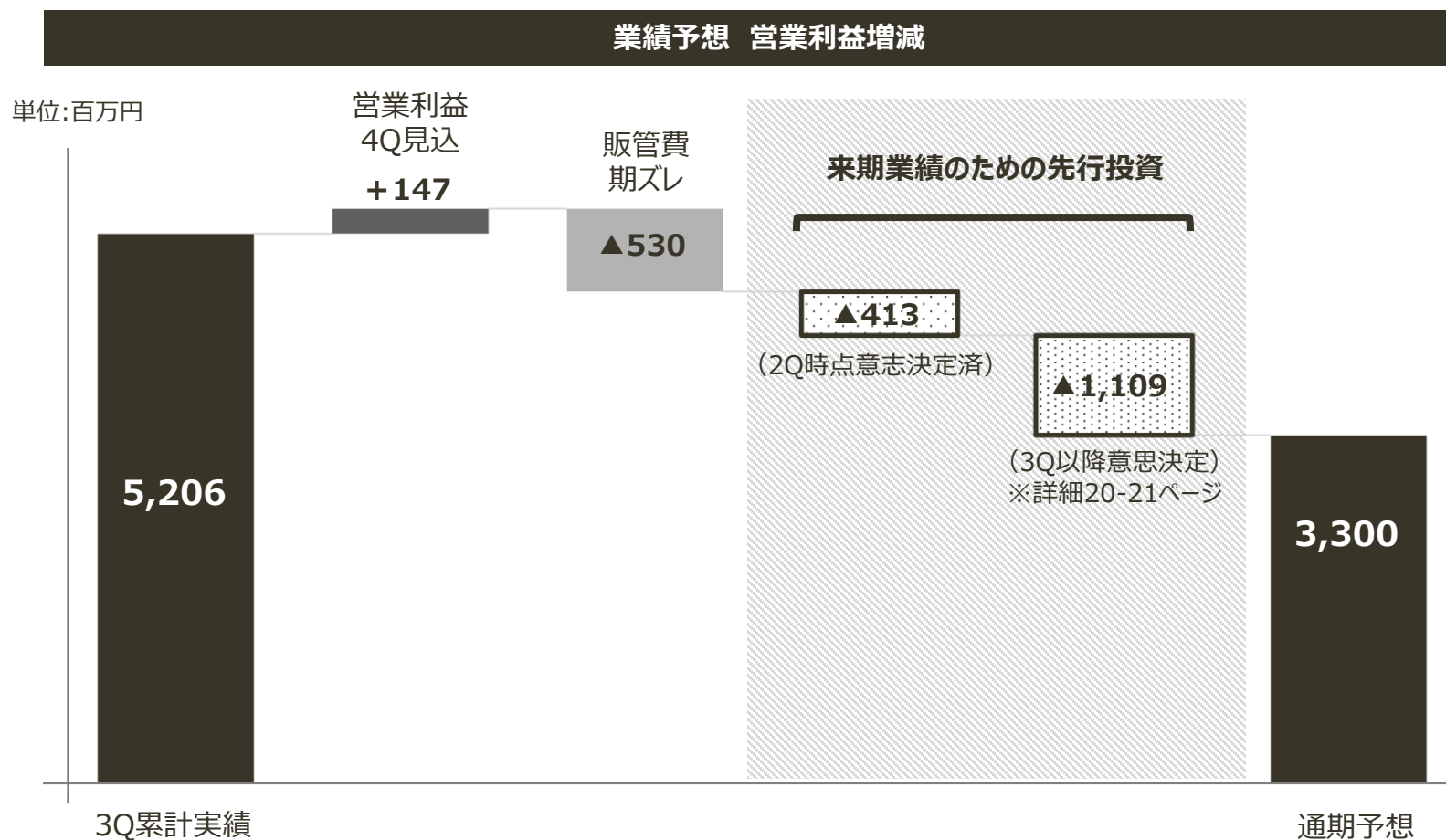
## 前年比 大幅増益予想

単位:百万円	第2四半期 (累計)			通期		
	前年同期 実績 (A)	2023/3実績 (B)	増減額 (B-A)	前年実績 (C)	2023/3予想 (2022/11 発表) (D)	増減額 (D-C)
売上高	18,004	22,602	+ 4,598	39,482	44,500	+ 5,018
営業利益	▲119	2,789	+ 2,908	2,089	3,300	+ 1,211
経常利益	▲373	2,580	+ 2,953	1,548	2,700	+ 1,152
当期純利益	(※1) 445	(※2) 4,178	+ 3,733	1,877	3,100	+ 1,223

(※1) 2022/3期：新型コロナ関連補助金（特別利益+1,962百万円）、店舗等の減損損失（特別損失▲1,664百万円）  
繰延税金資産繰入れ（法人税等調整額▲824百万円）計上

(※2) 2023/3期：減資による繰延税金資産繰入れ（法人税等調整額▲1,687百万円）計上

## 目線を来期に 第4四半期 先行投資を実施



# II 1-3. 来期業績に向けた先行投資の詳細

## コロナ禍で抑制した設備投資を再開

### 設備・リニューアル投資

当初計画比

+ 9 億円

来期受注増に繋がる会場装飾の  
リニューアルや家具修繕等



装飾リニューアル



塗装修繕



家具修繕

施工後



披露宴会場、チャペルの内覧装飾入替え

施工後



プール内面のコーティング、塗装修繕

施工後



色褪せたガーデンデッキを塗装修繕

施工後



外壁、階段等の塗装修繕

# II 1-4. 来期業績に向けた先行投資の詳細

## 新規受注率は改善基調 受注積上げ加速のため 広告投資増

### 広告投資

当初計画比

+ 2 億円

広告宣伝費効率化のための  
オウンドメディア強化  
SDGs・ESGコンテンツの充実



SDGs  
SDGs・ESG  
対応



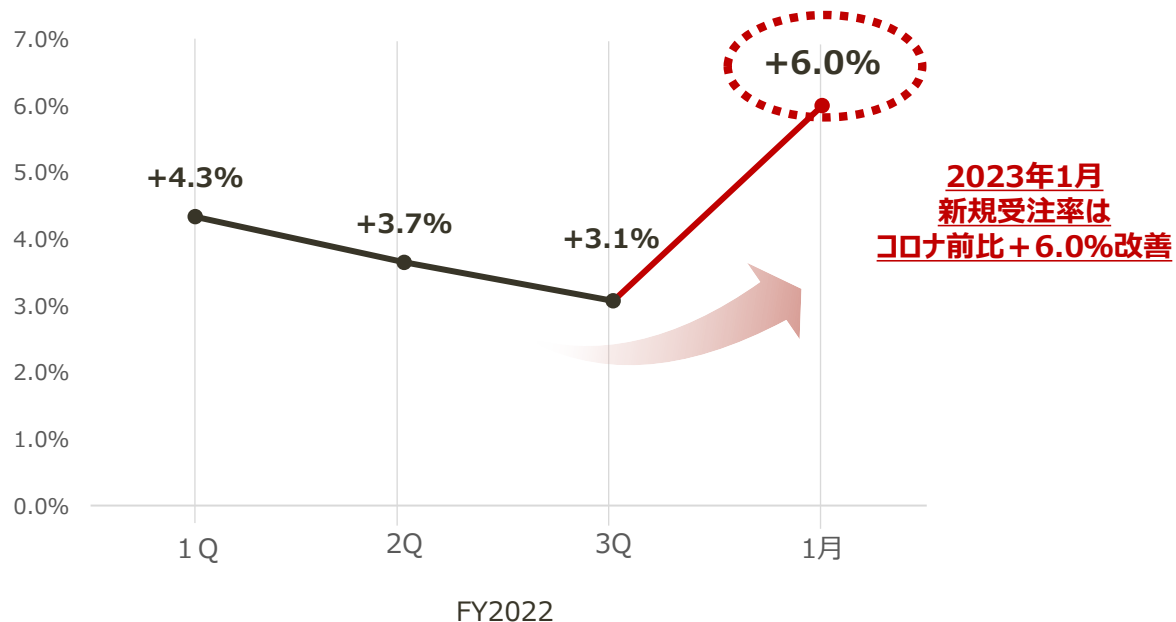
オウンドメディア  
強化



集客イベント

### 新規受注率の改善幅<sup>※1</sup> FY2019 (コロナ前) 比較

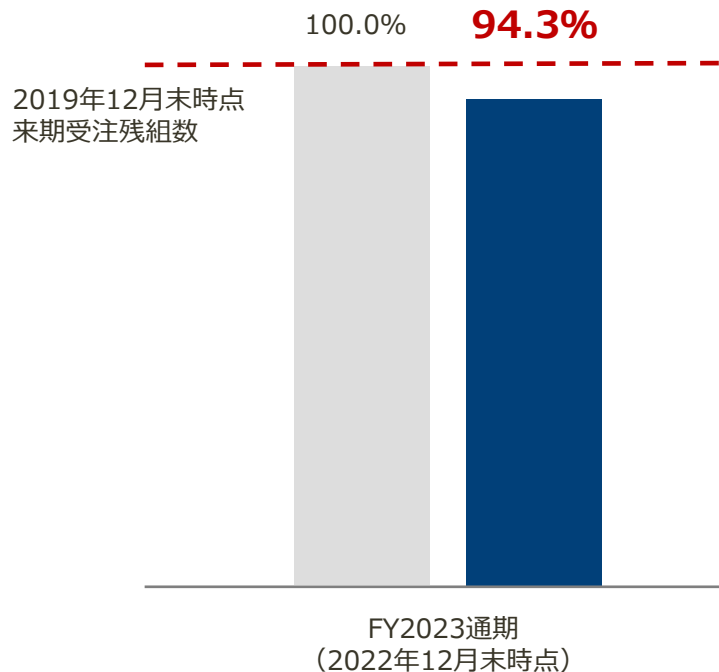
※1 FY2022とFY2019 (コロナ前) の「新規受注率 = 受注数 ÷ 接客数」差異を改善幅として記載  
※ 対象店舗：既存店62店舗 (閉店5店舗除く)



## 来期受注残組数 2019年同時期比 94.3%

### 来期受注残組数 2019年同時期比

※ 2019年12月末時点の「来期受注残組数」を100%とした場合の2022年12月末時点「来期受注残組数」のパーセンテージをグラフ表示  
※ 対象店舗：既存店62店舗（閉店5店舗除く）



#### 課題

新型コロナウイルス感染拡大の長期化により、  
婚姻組数、集客数の回復に遅れあり

#### 対策

- ▶ **広告投資の増加により集客回復**
  - ・ 高ポテンシャル店舗を選定し、広告露出を強化
- ▶ **高契約率の継続**
  - ・ 営業研修内容の変更、継続により、  
新規受注率は、コロナ禍前比で大幅に上昇（※前頁を参照）

**来期以降の受注積み上げを加速**

# II 2-2. 足元の状況 TRUNK (HOTEL) 宿泊

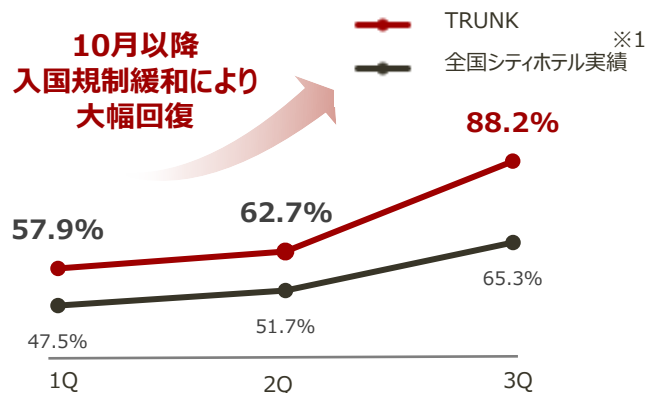
## TRUNK (HOTEL) 好調

### ADR

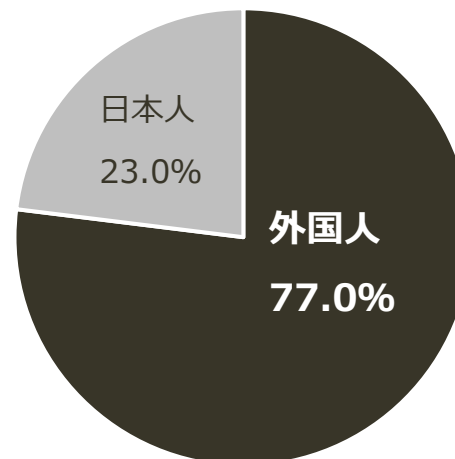
**61,878 円**

※2022年10-12月実績

### 宿泊稼働率

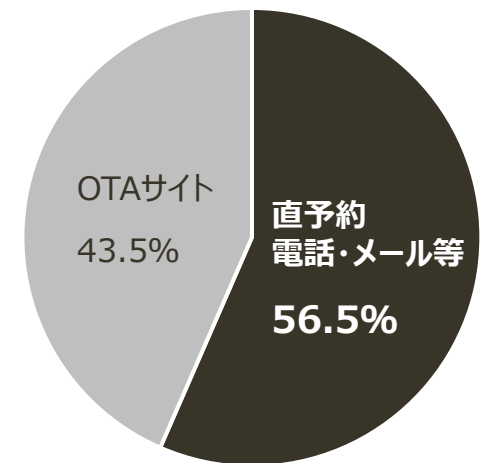


### 宿泊者 外国人比率



※2022年10-12月実績

### 宿泊 直予約 (電話・メール) 比率



※2022年10-12月実績

# II 3-1. 新規出店計画の進捗

FY2021～2024(中期)

FY2025～2030(長期)

テーマ

ウェディング市場におけるシェア拡大

収益性向上 ・ ブティックホテル市場創出

施策

- ・ 他社婚礼施設の運営受託契約の強化
- ・ 構造改革後の収益構造の維持
- ・ 内製化推進

- ・ アセットライトを重視し、運営受託契約、ファンド提携による新規ホテル出店
- ・ 新規出店に備えた人材採用、教育の強化

**直近10年間の最高益を目指す**

2031年3月期目標イメージ

売上高	70,000～85,000百万円
営業利益	7,000～10,000百万円
営業利益率	10～12%

2035年3月期計画

売上高	49,000～55,000百万円
営業利益	4,300～5,000百万円
営業利益率	8～9%

ホテル事業

ウェディング事業

2022

2023

2024

2025

2026

2027

2028

2029

2030

新規出店

ホテル

ウェディング

1. グラントパーク小樽

1. 渋谷富ヶ谷

4. ルクラニ沖縄

2. リーガロイヤルホテル小倉

2. 神戸三宮

3. 渋谷道玄坂

3. 横浜グラントインターコンチネンタルホテル



## 渋谷富ヶ谷 TRUNK (HOTEL) 工事順調 2023年夏開業予定

- ホテル名 TRUNK (HOTEL) YOYOGIPARK
- 建設地 東京都渋谷区富ヶ谷1丁目
- 付帯施設 ルーフトッププール&バーラウンジ  
オールデーダイニング、客室数 25室～30室
- 客室単価 48,000円～180,000円



最上階のルーフトップデッキからは、東京都心最大規模の代々木公園を一望できる



1Fレストランは、窓から光が降り注ぐ心地よい空間。開放感あるテラス席もあり 25

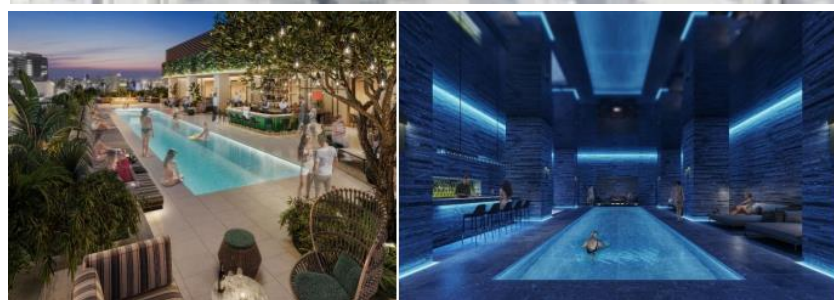
## 神戸三宮、渋谷道玄坂 HOTEL 2027年竣工（予定）

- 建設地 兵庫県神戸市中央区雲井通5丁目
- 客室数 60室～70室
- 客室単価 30,000円～200,000円



上：客室  
左下：外観（参考：事業協力者選定時）  
右下：ルーフトッププール

- 建設地 東京都渋谷区道玄坂2丁目
- 客室数 120室～130室
- 客室単価 50,000円～300,000円



上：外観  
左下：ルーフトッププール  
右下：スパ

# II 3-4. 新規 婚礼運営受託

## 新規提携決定

### 2023年10月 ハレクラニホテル沖縄

- 業務提携先 三井不動産リゾートマネジメント株式会社
- 所在地 沖縄県国頭郡恩納村
- 運営受託開始 2023年10月
- 運営受託内容 婚礼部門の運営
- 婚礼設備 ガーデンチャペル1 / バンケット（宴会場）1



恩納村の沖縄海岸国定公園内の約1.7kmにわたる海岸線に立つハレクラニ沖縄



ホスピタリティを格付けする世界有数の「フォーブス・トラベルガイド2022」で沖縄初・日本のリゾートホテル初の5つ星を獲得したラグジュアリーホテル

# II 3-5. 式場・ホテル 婚礼運営受託先

## グランドパーク小樽



- 運営受託開始 2022年4月
- 所在地 北海道小樽市築港
- 婚礼設備 チャペル2（ガーデンチャペル含）  
神殿1／バンケット（宴会場）8

## 東京会館



- 運営受託開始 2017年12月
- 所在地 東京千代田区丸の内
- 婚礼設備 チャペル1 / 神殿1  
バンケット（宴会場）7

## リーガロイヤル小倉



- 運営受託開始 2022年12月
- 所在地 福岡県北九州市小倉北区
- 婚礼設備 チャペル3  
バンケット（宴会場）5

## ハレクラニ沖縄



- 運営受託開始 2023年10月
- 所在地 沖縄県国頭郡恩納村
- 婚礼設備 ガーデンチャペル  
バンケット（宴会場）1

## 横浜グランド インターコンチネンタル



- 運営受託開始 2023年1月
- 所在地 神奈川県横浜市西区
- 婚礼設備 チャペル1  
バンケット（宴会場）9

掲載順は順不同

# II 3-6. 2025年3月期計画に向けた施策

## 婚礼運営受託とは

### 運営受託の特徴と狙い

#### 直営店に加え 運営受託施設を増加

それぞれの形態の特徴を踏まえ  
効率的に国内婚礼取扱組数シェアを  
UPする



直営店

売上規模大

婚礼単価高

初期投資有

オリジナル  
ウェディング層



運営受託

手数料収入

粗利率高

初期投資小

ホテル  
ウェディング層

### スキーム



#### 顧客

T&Gの直営店とは異なるホテルウェディングや  
レストランウェディングを嗜好する顧客層

婚礼費用支払い



#### 運営受託施設

ホテル等、ハウスウェディングと異なる形態  
主力の宿泊売上等に集中し、婚礼運営の  
外部委託を検討されている施設

手数料支払い

人材・ノウハウ提供



#### T&G TAKE and GIVE NEEDS

長年培った婚礼運営における広告、営業、教  
育等のノウハウをコンサルティングとして提供する

## 配当予想修正 復配

## 1株当たりの配当金

第2四半期末

期末

年間合計

2023/3  
(今回予想)

0円

20円

20円

2023/3  
(前回予想)

0円

未定

未定

2022/3 実績

0円

0円

0円

2021/3 実績

0円

0円

0円

2020/3 実績

10円

10円

20円

# III

## 2023年3月期第3四半期 トピックス

---

Topics for the 3Q of FY 03/2023

## 戦略的リニューアル 新規受注数 前年同期比147.9%

### 2023/3期 リニューアル店舗※1

### 新規受注数 前年同期比※2

※1 2023/3期竣工の2店舗

※2 リニューアル告知から2023年1月末までの前年同期間の新規受注数を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示

147.9%

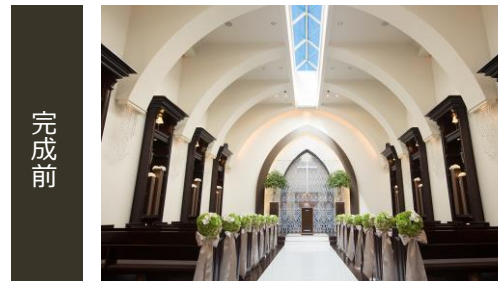
100.0%

戦略的リニューアル告知後  
新規受注数は向上

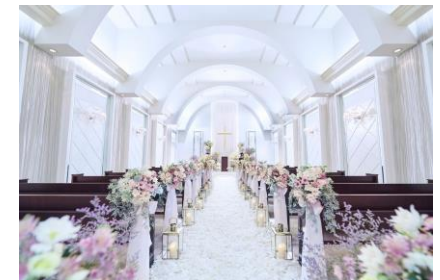
前年同期  
(リニューアル告知前)

2023/3期  
新規受注数  
(リニューアル告知後)

2022年9月完成 千葉みなと



2023年2月完成 (予定) 神戸





## 戦略的リニューアル 来期5店舗を計画

### 2024/3期 リニューアル投資計画

- 対象店舗（地域）：5店舗（東京、神奈川、大阪）
- 1店舗投資額：50～70百万円
- リニューアル内容：チャペルのデザイン変更

2023年7月完成予定 表参道



2023年7月完成予定 大阪



2023年8月完成予定 横浜



完成前



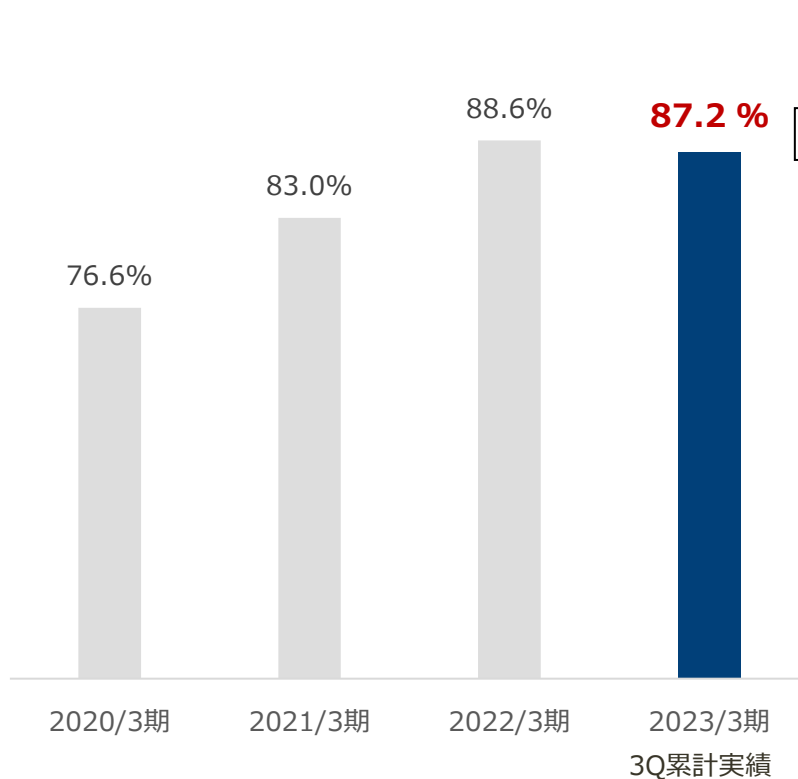
完成後

# III 2-1. 利益向上策 内製化の強化

## 内製化の強化を継続

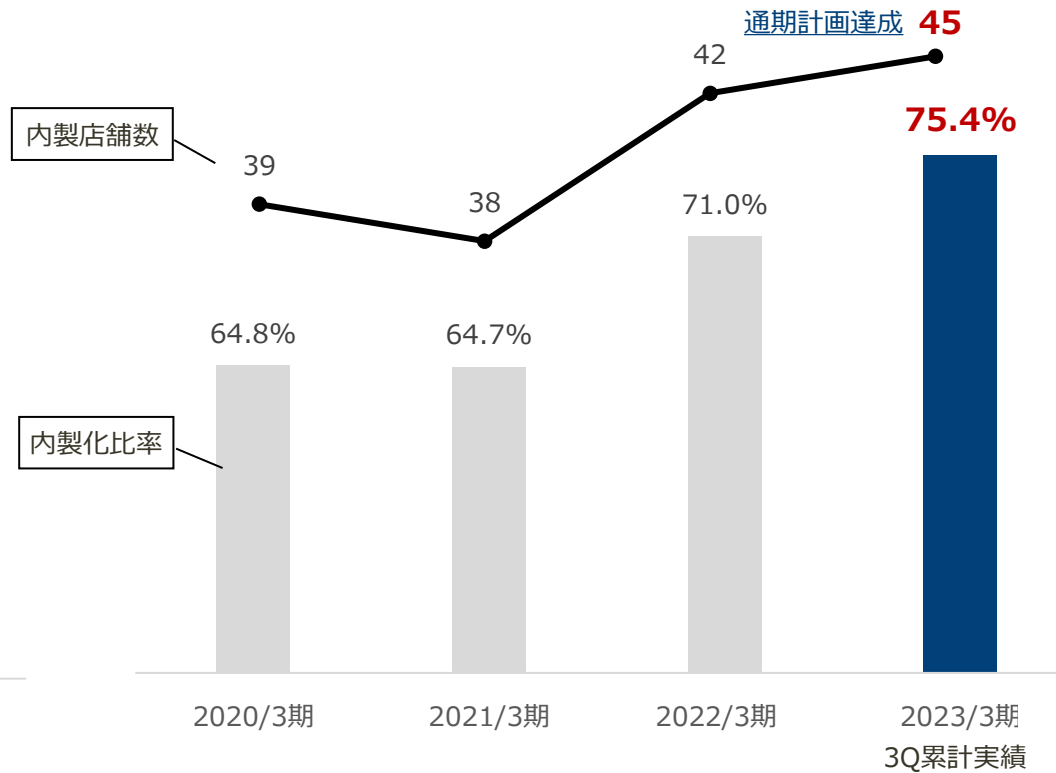
### 衣裳 内製化率

- 内製店舗数 直営店62店舗のうち、首都圏、関西圏を中心に32店舗
- 内製化率（=内製衣裳の受注組数 ÷ 内製店舗の婚礼取扱組数）推移をグラフ表示



### 装花 内製店舗数、内製化率

- 内製店舗数 直営店62店舗のうち内製化した店舗数の推移をグラフ表示
- 内製化率（=内製店舗の取扱組数 ÷ 直営店63店舗の取扱組数）の推移をグラフ表示



## III 2-2. 利益向上策 内製化ドレスサロンリニューアル

# 衣裳内製化率上昇に伴い 関西ドレスサロン設備増設

- ドレスサロン名称 DRESSMORE大阪
- リニューアルオープン 2023年1月
- 所在地 大阪府大阪市中央区南船場

	完成前	完成後
衣装 試着室	8 室	<b>12</b> 室
メイクルーム	0 室	<b>2</b> 室
フォト スタジオ	無	<b>有</b>



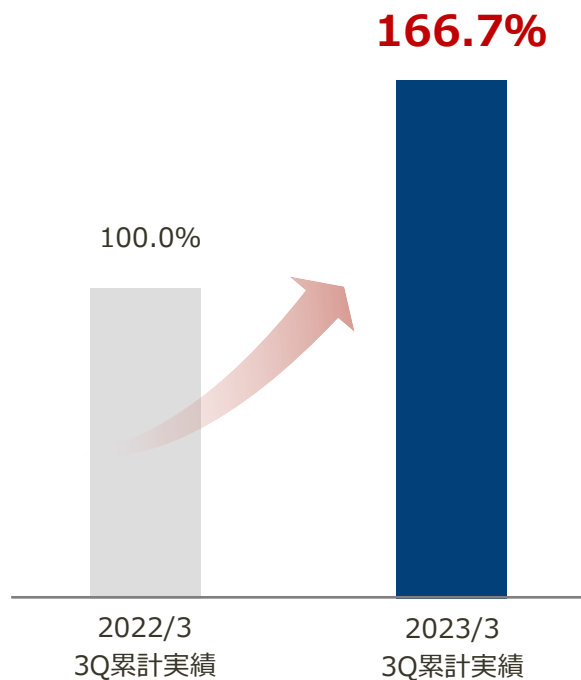
上 : ウエディングドレスフロア  
 左下 : メイクルーム  
 右下 : メンズルーム

# III 3. 宴会、レストランの状況

## 宴会、レストランの売上高 大幅回復

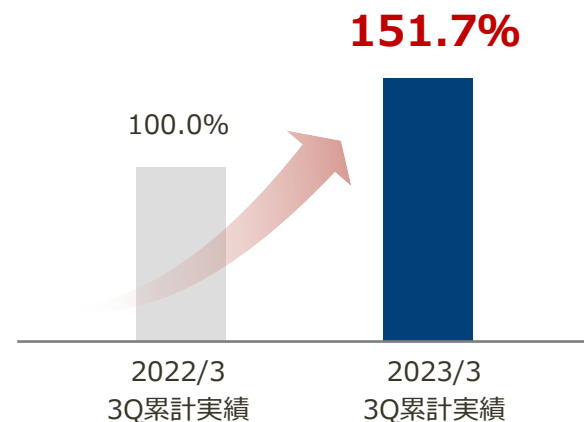
### 宴会・イベント売上高 前年同期比

2021年4-12月に実施した直営店62店舗（TRUNK（HOTEL）含）の宴会・イベント等の売上高を100%としたパーセンテージをグラフ表示



### レストラン売上高 前年同期比

2021年4-12月の直営レストラン6店舗（TRUNK（HOTEL）含）の売上高を100%としたパーセンテージをグラフ表示



#### GENTLE Italian & Sushi Bar

表参道にあるイタリアンと鮎処の2業態を併設したレストラン  
イタリアンをベースに、スペインやギリシアなどのエッセンスを織り交ぜた地中海料理を楽しむ

# III 4. ライフタイムバリューの最大化に向けた活動

## 顧客データの有効活用 他社協業イベント堅調

### ライフスタイル型 モデルハウス見学会

#### ■ 協業先

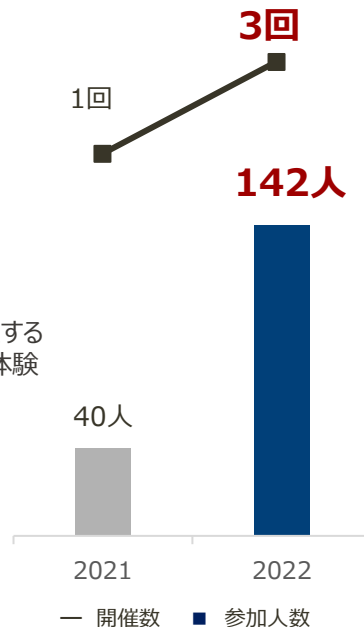
積水ハウス株式会社



モデルハウスの家族像をペルソナ設定することで、リアリティある住環境・空間を体験

毎回定員を上回る  
応募あり

#### 開催数と参加人数



### ママを対象にしたイベント

#### ■ 協業先

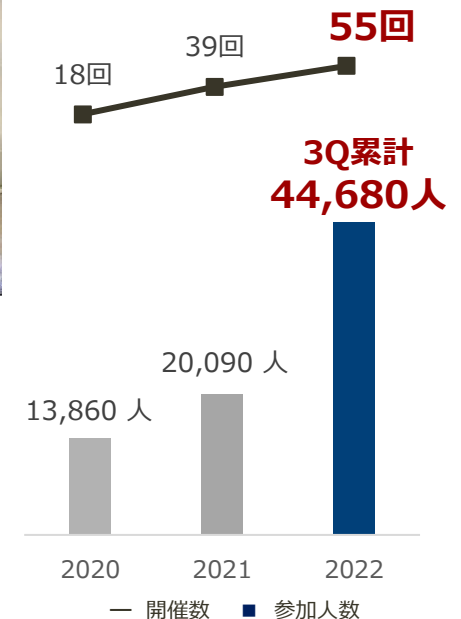
(株) ほけんのぜんぶ、オイシックス・ラ・大地 (株) 他



お子様との撮影や、ワークショップ、コンサートなどを実施

2018年開始以降  
累計10万人の参加あり

#### 開催数と参加人数



# III 5-1. サステナビリティ推進の取り組み（環境）

## アップサイクルドレスのレンタル開始 環境保全活動として 多数メディア掲載

### 廃棄予定ドレスを再構築 アップサイクルドレスとしてレンタル開始

- 廃棄予定の良質素材ドレスを選定
- アップサイクルドレスを9着制作
- 1着につき平均5着分のパーツ（生地、レース、ビーズ等）を組み合わせ



#### 【アップサイクルドレス作成工程】

レンタル期間終了

手作業で解体

使用可能素材を厳選

**新ドレスとして再構築**

#### 代表的な掲載メディア

SPUR.JP / ethica

J-WAVE / ラジオ日本

ブライダル産業新聞 / Wedding Park

織研新聞（誌面、WEB）



## III 5-2. サステナビリティ推進の取り組み（社会）

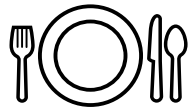
# SDGsブース出展 持続可能なまちづくりに貢献

全国32都道府県に直営店を運営する当社は、各地域の自治体との連携を強化し、地域活性化とともに持続可能なまちづくりの実現に向けた取り組みを推進しています。2022年12月に横浜で開催された「BALLPARK FANTASIA2022」において、サステナビリティに関連するワークショップ、アイテム展示を行い、賑わいの場を提供することと同時に、環境保全活動の認知向上に貢献いたしました。

### SDGsブース 出展内容



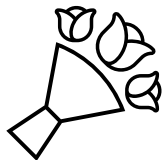
アップサイクルドレス  
展示



ロス食材活用  
メニュー販売



廃棄コルク活用  
アイテム販売



ロスフラワー活用  
キャンドル制作



廃棄品を利用した  
フォトブース

### ロス食材メニューをキッチンカー販売



端肉を使用したミートパイ等、ロス食材をスペシャルな料理へ昇華し販売

### ロスフラワーキャンドルのワークショップ



ロスフラワーを活用したキャンドル制作でサステナブルなワークショップを開催

## III 5-3. サステナビリティ推進の取り組み（社会）

## 障がい者雇用チーム 永年勤続表彰式を開催

### 細やかなサポート体制で高い定着率を維持

雇用率

法定雇用率

2.3 %

T&amp;G

3.0 %

2022年3月末時点

勤続年数

全国平均※1

7 年

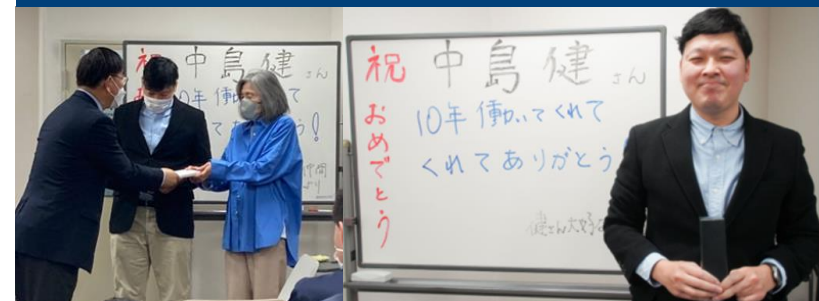
T&amp;G

9 年

2023年1月末時点

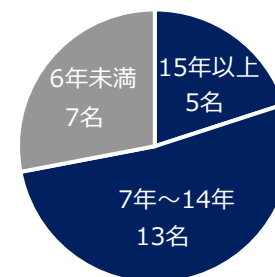
※1 厚生労働省「平成30年度障がい者雇用実態調査」

永年勤続表彰式の様子



勤続10年の中島健さん。ご本人の努力はもちろん、周囲のサポートを称えるため、お母様にお越しいただき記念品贈呈が行われました。

障がい者雇用チーム 勤続年数の内訳※2



**従業員25名中18名(全体の72%)が  
全国平均(7年)以上勤続**

※2 障がい者雇用チーム25名の勤続年数の内訳（2023年1月末時点）



## III 5-4. サステナビリティ推進の取り組み（社会）

# ダイバーシティ&インクルージョンの実現を目指し 研修、制度導入を強化

### 全社員対象 LGBTQ研修



社外取締役 村木氏の監修で、全社員を対象とした研修を行いました。

#### 【研修内容】

・知識理解

LGBTQ

+

SOGIE

・ケーススタディ

アライとしての姿勢

### 新制度の導入



ダイバーシティ&インクルージョン実現にむけ、新制度の導入を強化しています。

- パートナーシップ制度**：同性パートナーを配偶者とみなし、社内規定を適用
- エリア限定社員**：ライフステージの変化に応じ、勤務地の変更を可能に
- 副社員制度**：出勤日数・勤務時間の選択が可能に

# IV

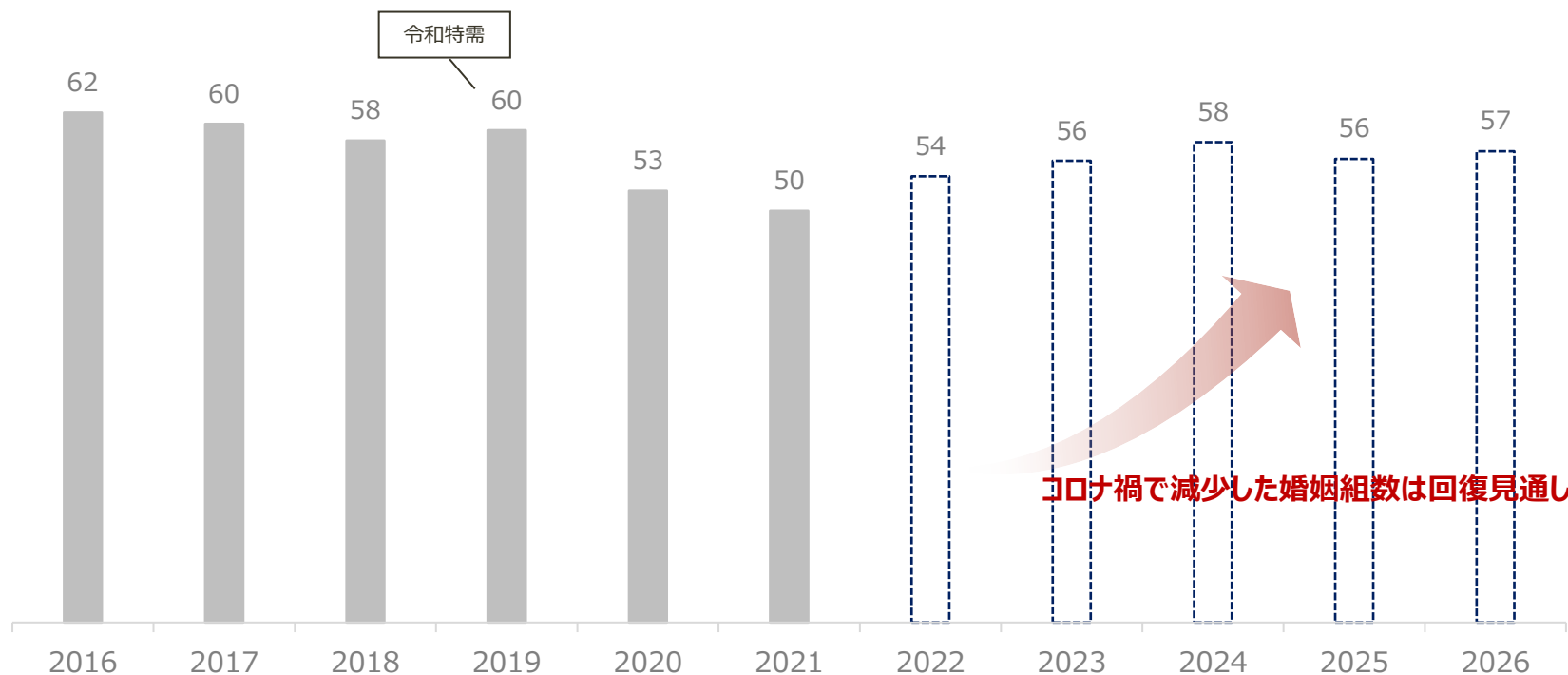
## 市場環境と当社の競争優位性、ESG活動

---

ESG / Market environment / Competitive Advantages

## コロナ影響での婚姻組数減は底打ち

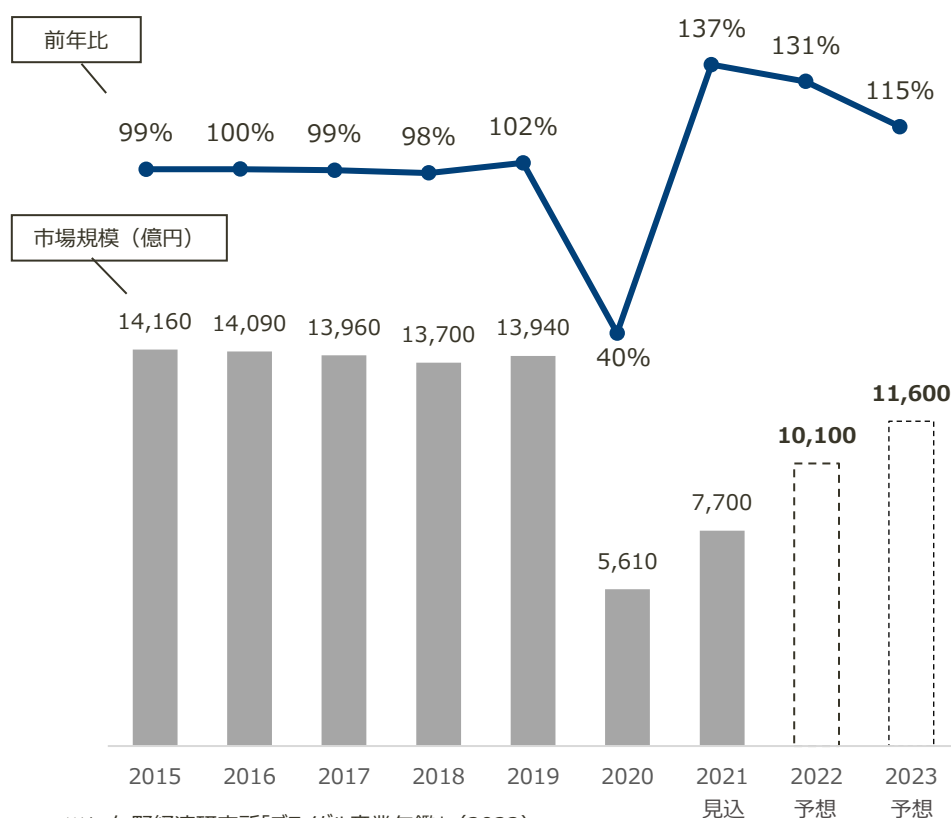
婚姻組数の推移（万組）



※リクルートブライダル総研作成「婚姻組数予測」（2022年）

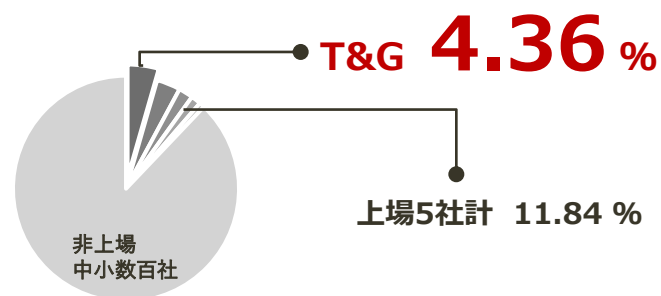
## 市場規模1兆円強 T&G市場シェア4.36%（2019年実績） 拡大余地は大きい

※1 挙式披露宴・披露パーティ市場規模推移



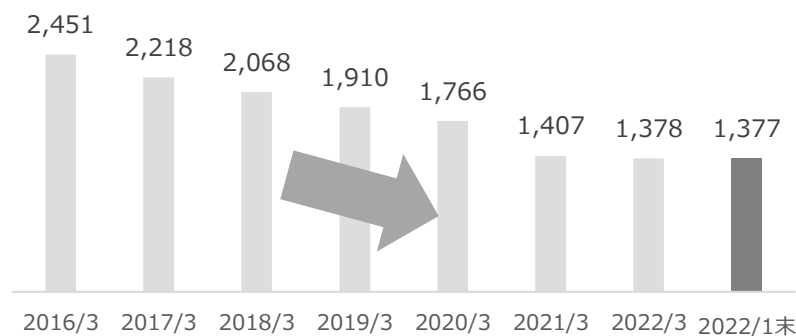
※1 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑」(2022)

※2 上場企業5社シェア（2019年実績）



※2 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑」(2020-2021)、各社決算資料(2019)

※3 ウェディング情報誌掲載屋号数推移



※3 各期末のウェディング情報誌掲載屋号数（少人数会場合）を当社カウントで作成

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 取扱組数No.1を維持

## 年間取扱組数10,000組以上

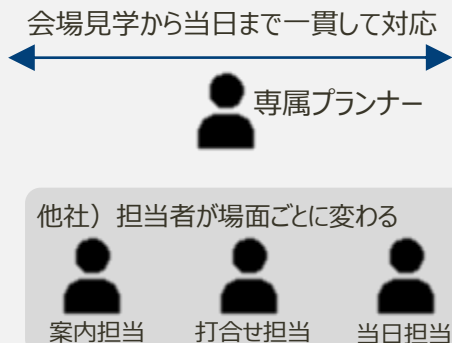


損益分岐点が低い

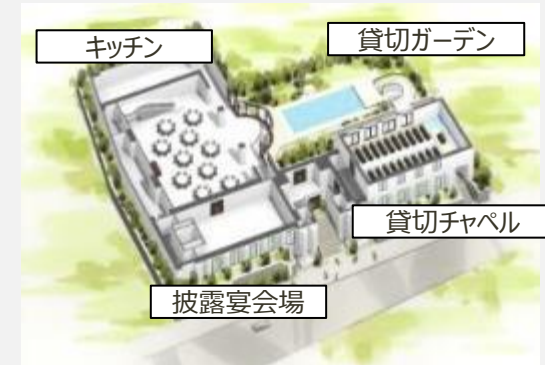
小規模店舗を全国で運営

- 特徴① 各店舗の利益が維持しやすい
- 特徴② 有事（災害、感染拡大等）のリスク分散が可能

## 一顧客一担当制



## 一軒家完全貸切

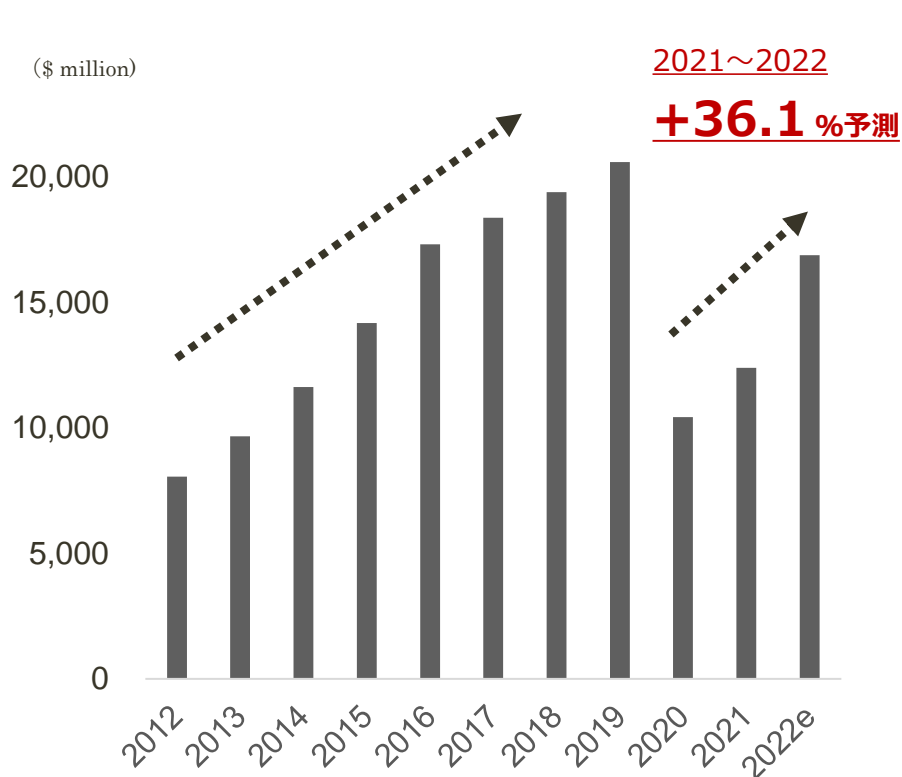


## 完全オリジナルウェディング



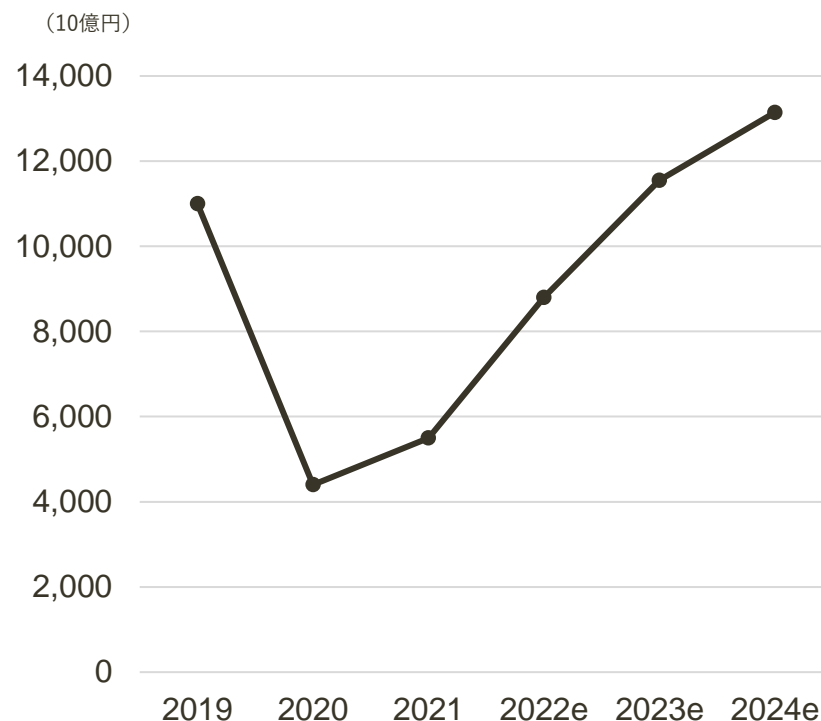
## 米国ブティックホテル市場規模は急伸 観光需要の回復見込み 日本にブティックホテルを創出

米国 ブティックホテル市場規模 ※<sup>1</sup>



※<sup>1</sup> 旅行調査世界大手 Pocuswright (米) 「Japan Travel Market Report」(2021)

日本市場 旅行予約高予測 ※<sup>2</sup>



※<sup>2</sup> IBIS World「Hotels & Motels in the US」「Boutique Hotels in the US」(2021)

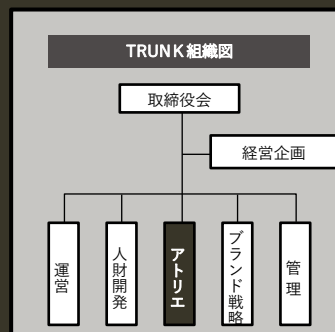
## 独自性を実現できるクリエイティビティ サステナビリティ要素をサービス、商品に展開

### 強み | 独自性を実現するアトリエ機能

- 内装から商品等の全ての「アトリエ」機能を内製化
- ブティックホテルの高い独自性、デザイン性を実現



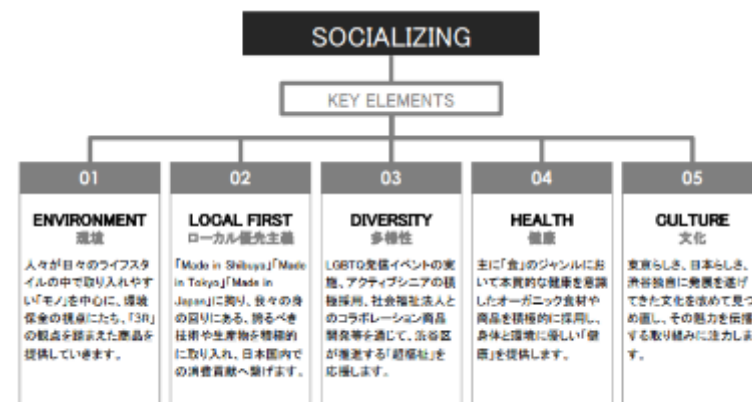
世界的なアワードを毎年受賞。  
高いクリエイティビティが  
多数のグローバル評価を得ている



### 強み | サステナビリティ要素

- 2017年渋谷神宮前に開業したTRUNK (HOTEL) は、サステナビリティ要素コンセプトに取り入れたブティックホテル。
- 今後のホテル展開も、事業を通じ社会的課題への貢献に寄与することで、新しい付加価値を創出していく

### TRUNK (HOTEL) 神宮前コンセプト



# IV ESG活動報告（環境）



## ロスフラワー（廃棄生花）を ブーケにアップサイクルして販売

TRUNK（HOTEL）のパブリックテラスでは、ウェディングやイベント装飾で使用し破棄される生花を、ブーケにアップサイクル販売しています。



（写真）TRUNK（HOTEL）で開催の「FLOWER MARKET」の様子



## ルームシューズは 再利用可能なサンダルに

TRUNK（HOTEL）は、使い捨てスリッパでなく、宿泊者に長く愛用いただけるビーチサンダルを提供。素材も、サンダル製造過程で発生する端材を活用しています。



（写真）TRUNK（HOTEL）の宿泊ルームで使用しているサンダル



## 結婚式の引出物袋を再生紙に

年間約60万人が利用する引出物袋を再生紙に変更。また、持続可能な森林の利用と保護を図る生産品であることの証明としてFSC®認証を取得しています。



## 古材を施設に再利用

古材を利用した建築、商品開発の取り組みを強化しています。

現在では、TRUNK（HOTEL）、婚礼直営店のチャペル等で古材を再利用。今後も環境、気候変動への悪影響、廃棄物、森林破壊の削減などに貢献します。



（写真）TRUNK（HOTEL）の宿泊ROOMの様子



# IV ESG活動報告（環境）



## 平和への祈りを込めて 千羽鶴を再利用した団扇

世界中から広島に贈与される千羽鶴を団扇にアップサイクル。広島市に贈られる千羽鶴の数は年間1千万羽、重さにして10トン。平和への祈りをプロダクトに込めています。



## 婚礼直営店 米ストローに全面切り替え

プラスチック使用量削減にむけ、ホテル、結婚式場で提供しているプラスチック製ストローを順次、米ストローに切替いたします。



## 使用済み食器を再利用したマグカップ

使用済みの食器を全国から回収、粉碎し素材として再生し、新しい粘土と混ぜ合わせ焼き上げたマグカップ。環境負荷の少ないモノづくりを目指す、岐阜県の「グリーンライフ21プロジェクト」と共同開発。



## 端材やデッドストックを再利用 TRUNK (HOTEL) キーチェーン

TRUNK (HOTEL) の全15部屋のキーチェーンは生産工程で発生する端材やデッドストックの亚克力板をアップサイクル。東京都足立区にある亚克力専門加工場の「ミュキ亚克力」と共同開発。





## 廃棄予定ドレスを再構築 アップサイクルドレス

廃棄予定のウェディングドレスのパーツを組み合わせ、新たなデザインで再構築した「アップサイクルドレス」のレンタルを開始しました。



## 船の帆を再利用したビーンバッグ

航海後に未使用となった船の帆をビーンバッグにアップサイクル。船や停泊していた港の名前などが印字されTRUNK（HOTEL）のテラスで利用されています。



## 海岸のプラスチックを集める ビーチコーミングに参加

海洋プラスチックでランプシェード制作するアーティストと共に海外に漂着したプラスチックを集めるビーチコーミングに参加。



## 使用済みワインコルク回収し 調理備品として購入

使用済みのワインコルクを全国の直営店で回収し、洗浄、選別、商品製造を障がいを持つ方に依頼。商品化された「ナイフホルダー」は、当社のシェフが利用する調理備品として購入しています。



# IV ESG活動報告（社会）



## 子供たちに学ぶ機会を 体験プログラム全国52か所で無料開催

ウェディング事業のインフラやノウハウを活かし、地域の子どもたちに、「食品ロス問題学習」「職業体験」の機会提供する体験プログラムを全国の直営店舗で開催しています。



（写真）食品ロス問題の学習と共にシェフ職業体験実施の様子



## 国内生産者を応援 ワインを国産に切替えへ

国内外で高評価の国産ワインですが、後継者や販路確保、認知度において課題を抱えています。当社は、国産ワイン取扱比率を、現状30%から10年後100%を目指し、国産ワインの普及に貢献します



（写真）直営店の婚礼ワインである「梔子ワイン」を製造する梔子ワイナリーの様子



## 日本文化復興を ルームウェアは「ステテコ」

日本文化の復旧、創造を目的に、世界初のステテコ研究所と協働し、オリジナルステテコをルームウェアとして提供しています。



## 地域商店と協働

渋谷で豆の焙煎から行う老舗の珈琲店「Double Tall Café」と協働し商品開発したコーヒーを販売。売上は、渋谷区社会福祉協議会に寄付されます。





## 障がい者雇用 定着率、サポート体制が高評価

2007年より重度知的障がい者の方を中心に雇用を継続しています。定着率の高さや、細やかなサポート体制が評価され、近年では、国際協力機構（JICA）の視察団の受け入れなど、活動の幅が広がっています。



## 外国人雇用 20か国以上の国籍の従業員が活躍

生活環境、文化、価値観が異なる者同士での意見交換は、新しい目線や斬新な発想で、新たなアイデアの創出が期待できると考え、積極的な外国人雇用を行っています。



## T&Gアスリートアンバサダー 五十嵐千尋選手が活躍

2018年4月入社のアスリートアンバサダー五十嵐千尋選手。2022年10月開催の競泳「日本選手権（25m）」で、200m自由形 優勝、100m自由形 2位入賞を果たしました。日本代表としても、国際大会に出場しています。



## 同性カップルとその子供を 福利厚生や社内規定の適用対象に

当社は、同性カップルとその子供を、配偶者や子供と同様に福利厚生制度や社内規定の適用対象といたします。また、並行してLGBTQ+への理解や正確な知見を養うべく、社内研修を強化しています。





## 副業、社外留職制度を導入

当社に在籍しながら他社で数年間働く経験ができる「社外留職」や「副業制度」の運用を開始しました。既に複数名の社員が新たな場所で活躍しています。



## フリーウェディングプランナー制度

個々のライフスタイルの変化に対応、支援できるよう、在宅での勤務や柔軟な働き方が可能な制度です。年間を通じ一定の業務委託数が割当られ、収入の安定が図れるようになっています。



## 自己啓発支援制度

### 社内公募の人事異動制度を導入

従事する業務に沿った自己啓発を目的に、一人あたり8万円分が付与されています。更に、年に4回、公募制の人事異動制度があり、新たなチャレンジを後押しする環境を整えています。



## 2023版GPTW®

### 働きがいのある会社にランクイン

GPTWジャパンが認定する「働きがいのある会社」は“働きやすさ”と“やりがい”の両方が兼ね備わった企業が認定されます。当社の様々な制度や施策が評価され、5年連続6回目の選出となりました。



# IV ESG活動報告（ガバナンス）



## 取締役会は独立社外取締役3分の1以上 女性比率25%で構成

当社は、透明性の高い経営と強固な経営監督機能を確立し、企業価値の向上を図るため、取締役会全体の3分の1以上を独立社外取締役で構成しています。また、女性活躍は当社の持続的な成長に不可欠であると認識しており、取締役会の女性比率は、25.0%となっております。

### 取締役 8名（2022年6月末時点）

社内



社外



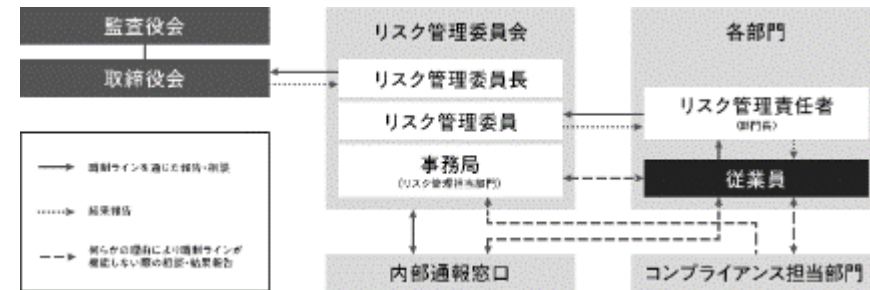
#### 取締役会構成

- ✓ 社内5名 社外3名（社外3名は、独立社外取締役）
- ✓ 男性6名 女性2名



## グループ全体のリスクを把握・分析 リスク管理委員会の設置

企業活動の持続的発展を阻害する業務執行に係るリスクを認識・評価し、適切なリスク対応を行うため、各部門責任者、グループ会社社長などを委員とする「リスク管理委員会」を設置しております。「リスク管理委員会」ではリスク対応状況を把握・検討し、必要に応じた対策を指示しております。



(2022年3月末時点)

連結従業員数  
(女性比率)



**1,605名**  
**(61.2%)**

女性管理職比率



**27.5%**  
※政府目標30.0%

部長職数  
(女性比率)



**男性 14人**  
**女性 7人**  
**(33.3%)**

※T&G単体の数値

障がい者雇用率



**3.0%**  
※法定雇用率2.3%

産・育休取得比率



**100.0%**  
※男性育休取得実績あり

発生・見込リスク  
経営報告率



**100.0%**

コンプライアンス研修  
受講率



**100.0%**

従業員満足度  
(「公正」項目)



※T&G単体の数値  
※GPTWジャパンが実施した従業員満足度調査における「公正」項目に関して、「満足」と回答した率

**86.0%**  
※同調査大企業平均 82.0%

V

補足資料

---

Supplement



# 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	2012/3
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	47,983
営業利益(百万円)	255	494	1,595	3,454	4,981	6,625	-901	675	2,519	2,282	2,212
営業利益率(%)	8.6%	9.4%	13.9%	15.8%	14.7%	14.5%	-	1.5%	5.5%	4.9%	4.6%
経常利益(百万円)	229	467	1,447	3,501	5,153	6,857	-1,403	31	1,882	1,541	1,588
経常利益率(%)	7.7%	8.9%	12.7%	16.0%	15.2%	15.0%	-	0.1%	4.1%	3.3%	3.3%
当期利益(百万円)	119	215	674	2,049	2,905	4,172	-2,055	-1,048	371	214	453
当期利益率(%)	4.0%	4.1%	5.9%	9.5%	8.6%	9.2%	-	-	0.8%	0.5%	0.9%
国内取扱組数(組)	1,294	1,794	3,020	5,132	7,945	11,048	9,921	10,996	11,036	10,535	10,543
直営店	394	918	2,076	4,109	6,935	10,011	8,944	9,799	10,071	9,897	9,738
コンサルティング提携店	900	876	944	1,023	1,010	1,037	977	1,197	965	638	805
直営店単価(千円)	3,347	3,796	4,248	4,350	4,349	4,123	4,137	3,825	3,773	3,890	3,975
期末直営店会場数	1	7	22	41	62	84	88	87	87	87	87
期末直営店舗数	1	6	16	29	42	58	62	61	61	61	61
期末業務提携会場数	10	10	11	12	13	13	17	16	15	11	13
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	43,390
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%	38.4%

	2013/3	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3
売上高(百万円)	52,804	60,788	59,221	59,524	60,186	64,590	66,871	63,678	20,044	39,482
営業利益(百万円)	2,832	3,706	2,973	1,545	2,439	2,785	4,281	3,579	-11,191	2,089
営業利益率(%)	5.4%	6.1%	5.0%	2.6%	4.1%	4.3%	6.4%	5.6%	-	5.3%
経常利益(百万円)	2,459	3,333	2,784	1,377	2,100	2,489	3,900	3,381	-11,687	1,548
経常利益率(%)	4.7%	5.5%	4.7%	2.3%	3.5%	3.9%	5.8%	5.3%	-	3.9%
当期利益(百万円)	1,086	1,358	1,008	230	360	888	2,283	1,003	-16,214	1,877
当期利益率(%)	2.1%	2.2%	1.7%	0.4%	0.6%	1.4%	3.4%	1.6%	-	4.8%
国内取扱組数(組)	11,494	13,408	13,385	13,191	12,921	12,551	13,244	12,963	5,059	11,371
直営店	10,468	11,803	11,484	11,491	11,695	11,988	12,537	11,596	4,556	10,233
コンサルティング提携店	1,026	1,605	1,901	1,700	1,226	563	707	1,367	503	1,138
直営店単価(千円)	4,019	4,093	4,017	3,971	3,923	3,980	3,868	3,947	3,455	3,575
期末直営店会場数	99	101	103	105	103	105	102	94	93	93
期末直営店舗数	68	69	70	70	69	69	67	64	63	63
期末業務提携会場数	14	17	17	17	14	7	6	6	6	6
総資産(百万円)	46,510	48,282	48,091	49,286	52,176	56,025	57,130	58,197	48,578	54,032
自己資本比率(%)	38.2%	39.6%	42.2%	41.0%	38.9%	37.3%	40.2%	40.6%	14.9%	21.9%

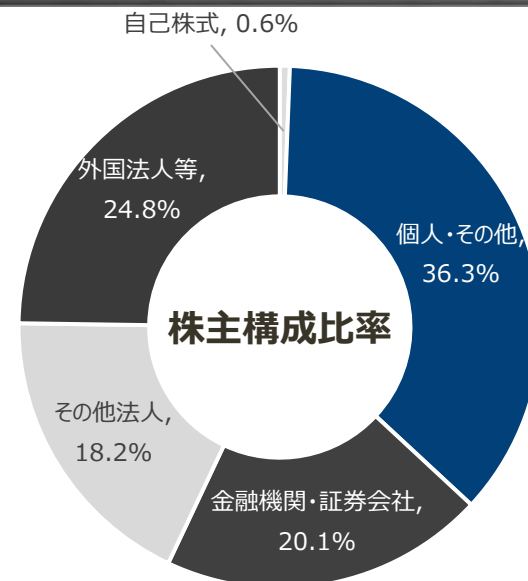
※2008/3期-2020/3期迄は、海外リゾートウェディング事業が含まれております。

# 株式保有状況（2022年9月30日現在）

1.発行済普通株式総数 13,059,330株  
(自己株式80,652株を含む)

2.株主総数（普通株式） 7,671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	18.96
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,302,900	10.03
株式会社東京ウエルズ	1,035,970	7.98
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	735,200	5.66
株式会社ユニマットライフ	548,200	4.22
QUINTET PRIVATE BANK（EUROPE） S.A.107704	497,500	3.83
ウエルズ通商株式会社	440,000	3.39
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG（FE-AC）	380,679	2.93
NOMURA PB NOMINEES LIMITED OMNIBUS-MARGIN(CASHPB)	325,200	2.50
JP JPMSE LUX RE J.P. MORGUN SEC PLC EQ CO	257,000	1.98

（注）持ち株比率は、自己株式（80,652株）を控除して計算しております。

# 直営婚礼店舗：全国62店舗（92会場）

（2022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）  
アルモニーピアノ（松本）

## ■ 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  
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  
アルモニーソルーナ表参道

## ■ 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）



# 直営ホテル・レストラン、業務提携先：全国13施設

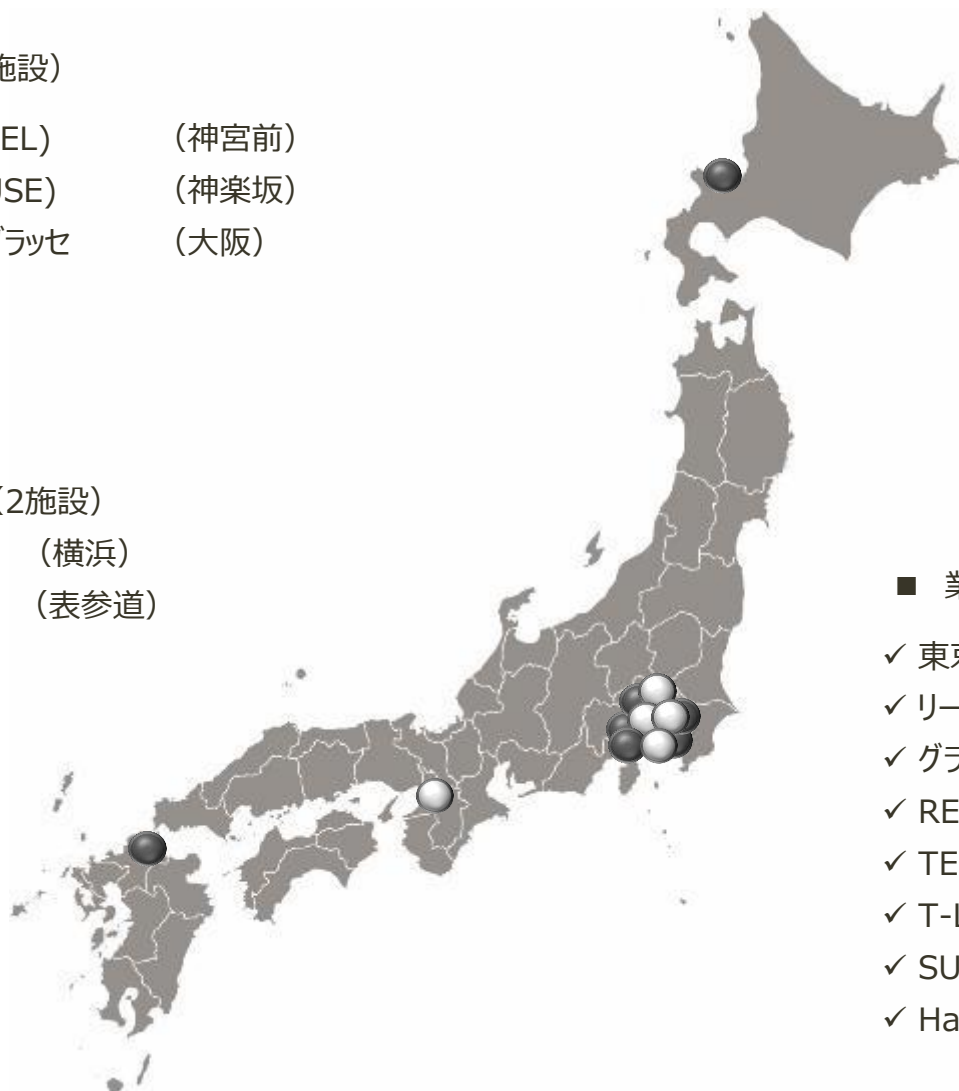
(2022年12月31日現在)

## ■ 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（2施設）

- ✓ Pie Holic (横浜)
- ✓ GENTLE (表参道)



## ■ 業務提携先（8施設）

- ✓ 東京會館 (丸の内)
- ✓ リーガロイヤルホテル小倉 (小倉)
- ✓ グランドパーク小樽 (小樽)
- ✓ REIMS YANAGIDATE (表参道)
- ✓ TERAKOYA (武蔵野)
- ✓ T-LOTUS M (品川)
- ✓ SUD/Restaurant TERAKOYA (竹芝)
- ✓ Harmonie agréable (表参道)

# 直営衣裳店：全国9施設

(2022年12月31日現在)

