

A photograph of a modern, two-story house with a swimming pool and lounge area. The house features a prominent concrete upper floor with a large glass window. The lower floor has a covered patio area with lounge chairs and umbrellas. A swimming pool is in the foreground, reflecting the sky and the house. The overall aesthetic is clean and minimalist.

2025年3月期 決算説明資料
株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

A hand is holding a white mug with a black logo that says "TRUNK HOTEL" and a latte art design. The mug is on a dark surface next to an open book and a plate of food. The word "CONTENTS" is overlaid on the image in a large, dark, sans-serif font.

CONTENTS

00 Executive Summary

01 2025/3期 報告

02 2025/3期 連結決算概要

03 Topics

04 市場環境と競争優位性 ESG

05 Appendix

00 Executive Summary

1 2025年3月期実績

- ホテル事業等の伸張で増収なるも、婚礼単価等僅かに計画に届かず
営業利益（前年比△2.5%）、経常利益（前年比△4.5%）減益
- 当期純利益は、税効果会計の影響により増益（前年比+93.7%）

2 投資効果好調。婚礼事業問合せ数、受注数 前年比100%超過

- 足元2025年4月-5月初速 問合せ数前年比106.5% 受注数前年比100.7%

3 決算期変更 3月決算→12月決算

- 成長ドライバーであるホテル事業を中心としたグローバル展開への備え
- 事業運営の効率化

4 2025年12月期 業績予想/配当予想

- 婚礼単価向上、及びホテル事業好調維持により増収を目指す
- ホテル開業フェーズを前に、従来の婚礼広告投資に加え、ホテル海外展開のための投資強化
- 投資等の影響による一時的な業績変動の影響を受けず、安定的に株主還元を実施するという方針の通り、DOE指標に沿った予想

AHEAD
GLOBAL
TOP 10

01 2025/3期 報告

TRUNK II ◆ TELA

1-1. 通期実績

(百万円未満切捨て)

単位:百万円	通期実績				
	2025/3実績 (A)	2024/3実績 (B)	前年比 (A-B)	2025/3計画 (C)	計画比 (A-C)
売上高	47,668	47,020	+647	47,000	+668
営業利益	4,104	4,208	-104	4,400	-295
経常利益	3,586	3,754	-167	3,900	-313
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,547	1,831	+1,736	2,000	+1,547

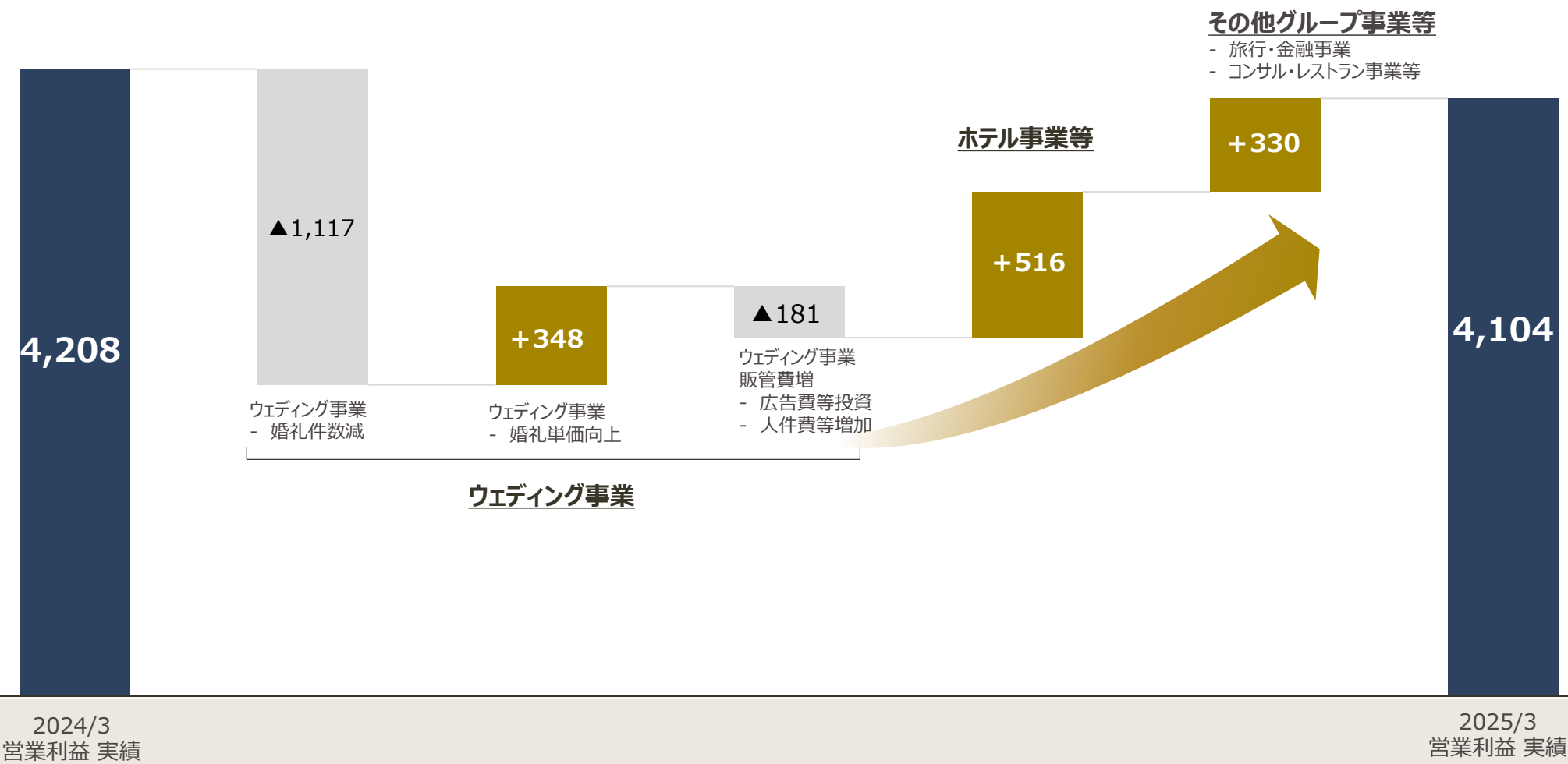
婚礼単価、その他事業等伸長するも、
僅かに計画に届かず、増収減益

*1 特別利益計上：2024年4月 固定資産譲渡（大分県の土地・建物）譲渡益469百万円

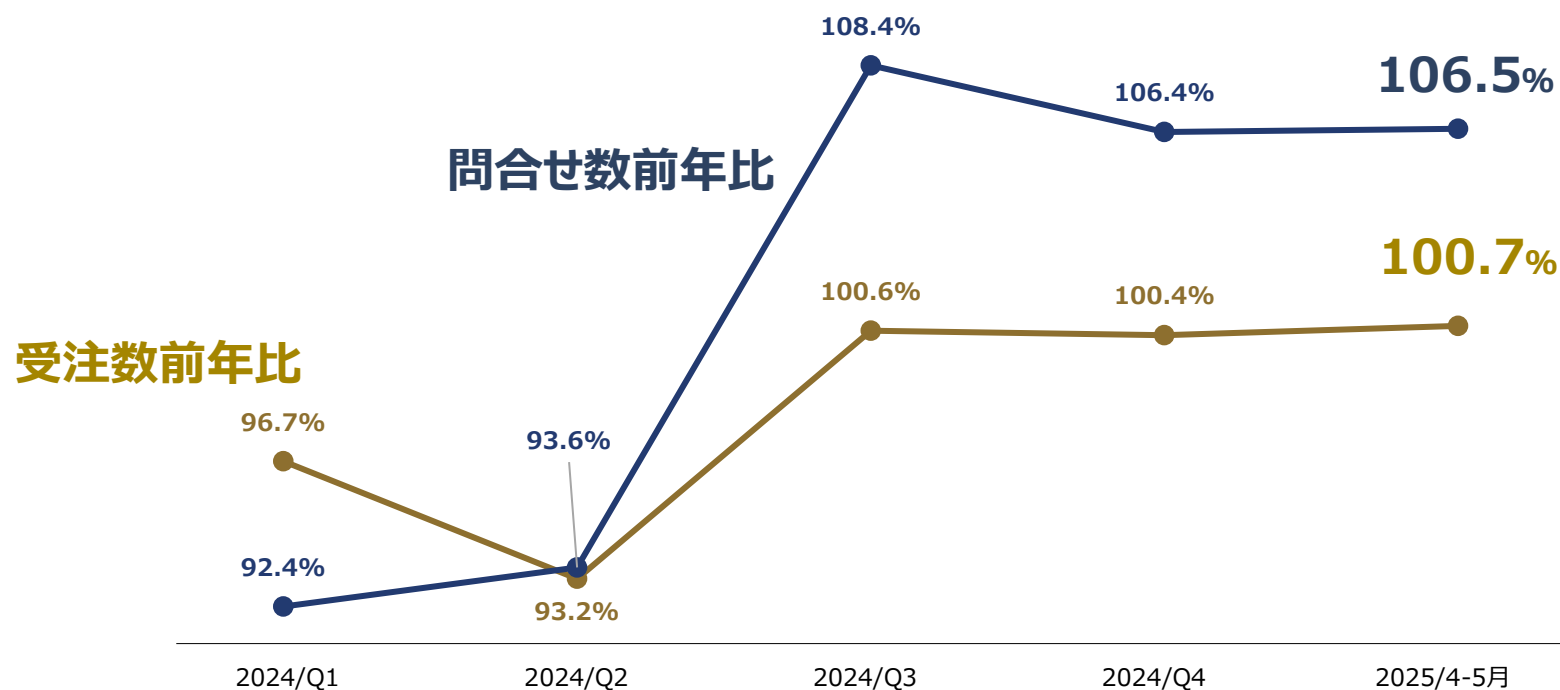
1-2. 営業利益 前年比詳細

(百万円未満切捨て)

(単位：百万円)



1-3. ウェディング事業 問合せ数、受注数好調

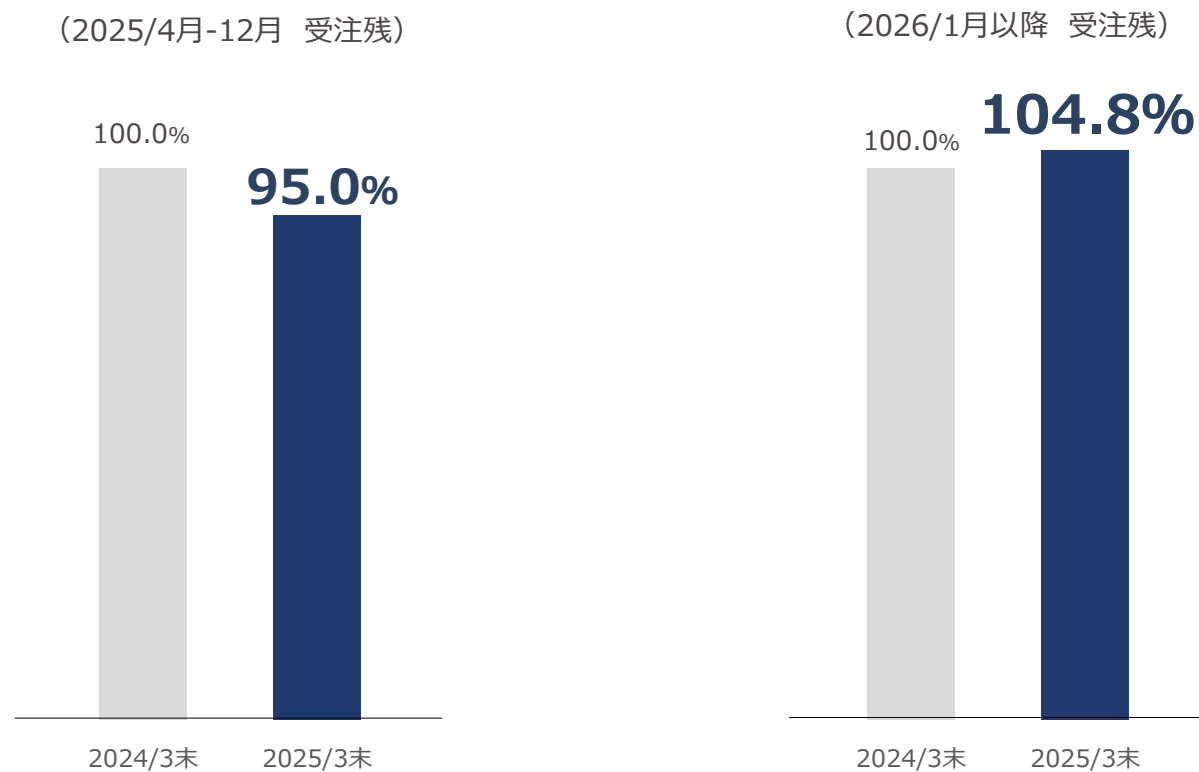


広告等投資により前年比100%超過
但し、競争環境は難化しており
広告費の増額や
集客チャネルの開拓等が今後の課題

* 既存店比較

1-4. ウェディング事業 受注残組数状況（前年同時期比）

*1)
決算期変更に伴い、2025/4月-12月（9ヶ月分）の受注残と2026/1月以降の受注残を開示



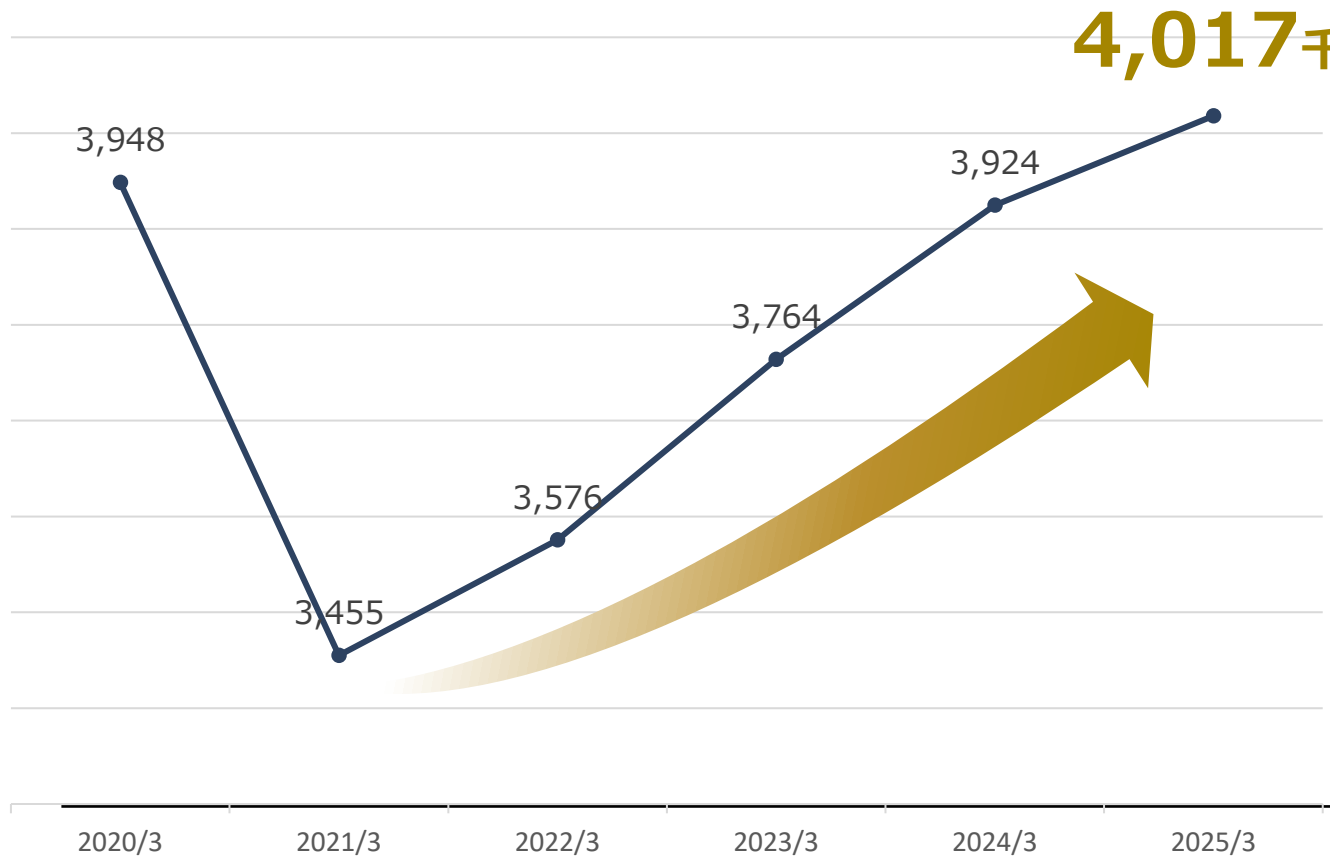
広告等投資効果により、
将来の受注残は増加

*1) 2025年5月14日 適時開示参照)

* 既存店比較

1-5. ウェディング事業 婚礼単価状況

(単位：千円)

**4,017千円 (前年比102.3%)****婚礼単価 4,000千円超 継続**販売促進、高単価商品ラインアップの強化、
招待客数増加推進等の施策が好調

*数値は通期実績推移

1-6. オートクチュールウェディング インバウンド需要増加

海外からの問合せ増

2025/3末時点の受注残、前年同時期比 146.2%

- 国内外の著名人の結婚式を数多く手がけてきた「T&Gオートクチュールデザインウェディング」。
- 既存の式場や形態を問わず、セレモニー、大規模パーティーまで幅広く対応。
- 昨年より、海外富裕層のお客様から、日本で行うウェディングの問合せが急増。
- 1パーティーあたりの単価は、1,000万円を超過。



1-7. ウェディング事業 新規運営受託 施行開始

NISHITETSU GRAND HOTEL

西鉄グランドホテル

SINCE 1969

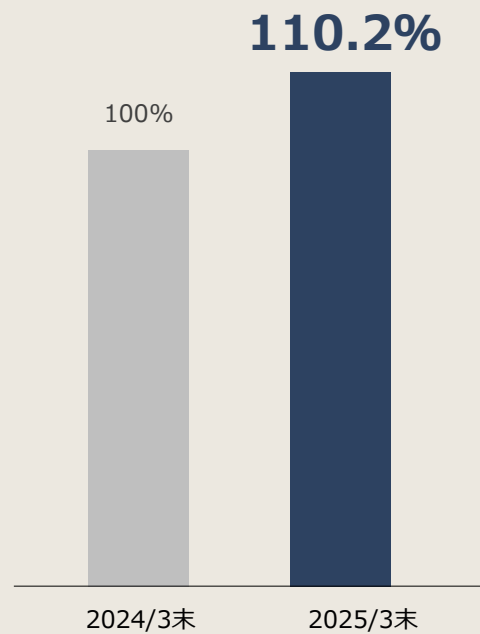
所在地	福岡市中央区大名2-6-60
披露宴会場数	4 会場
挙式会場数	2 会場（チャペル 1 神殿 1）

新規婚礼運営受託事業
2025年2月 施行開始



1-8. ウェディング事業 運営受託の受注残組数状況（前年同時期比）

提携先の受注残 大幅増



西鉄グランドホテル福岡



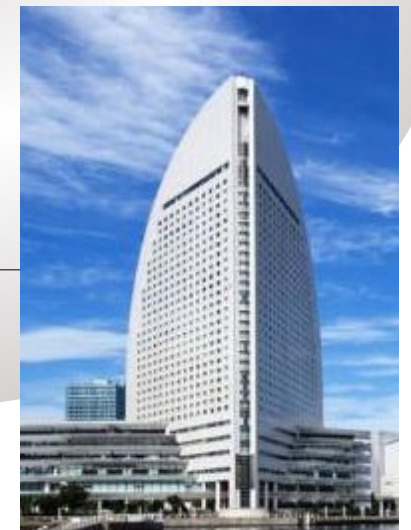
リーガロイヤルホテル広島



リーガロイヤルホテル小倉



東京會館



ヨコハマ グランド インターコンチネンタル ホテル

1-9. ホテル事業好調 各種KPI

TRUNK(HOTEL) 通期実績

■稼働率

93.4%

(前年比+6.6pt)

■平均客室単価

82,717円

(前年比+7,903円)

■外国人比率

93.8%

(前年比+4.1pt)

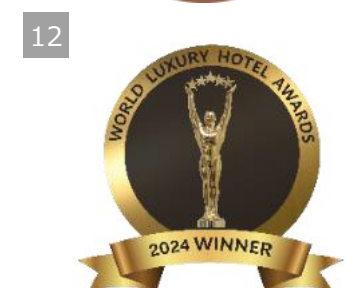
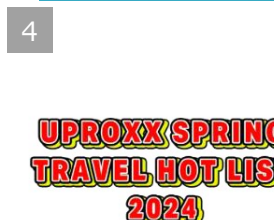
* 数値はCAT STREET（渋谷区神宮前）、YOYOGI PARK（渋谷区富ヶ谷）の合計

1-10. TRUNK(HOTEL) 高い客室単価、外国人比率を実現する海外プロモーション

海外でのTRUNK認知度を高める各種アワード実績

2025/3月期 主な受賞履歴

- 1 Travel+Leisure It List 2024をYOYOGI PARKが受賞
- 2 Conde Nast Traveler Hot List 2024をYOYOGI PARKが受賞
- 3 Hospitality Design Awards –Small Hotel、Visual Identity 2部門でファイナリストに選出
- 4 UPROXX Spring Travel Hot List 2024をYOYOGI PARKが受賞
- 5 ミシュランガイド ホテルセレクション2024「1 ミシュランキー」をYOYOGI PARKが受賞
- 6 Architectural Digest編集部が選ぶGreat Design Awards Hotel部門 YOYOGI PARKが受賞
- 7 AHEAD AsiaのNewbuild、Guestroomsの二部門で最優秀賞
Hotel of the Year 2024をYOYOGI PARKが獲得 AHEAD Global 2025 第4位にYOYOGI PARK入賞
- 8 The World Luxury Hotel Awards
Luxury Design Boutique Hotel (東アジア) Luxury Boutique Hotel (日本) の二部門を受賞
- 9 Tatler Asia主催Tatler Best 100 AwardsをYOYOGI PARKが受賞
- 10 GQが選ぶ「The Most Stylish Hotels on the Planet」をYOYOGI PARKが受賞
- 11 DestinAsianReaders' Choice Awards -Best Boutique City Hotels 第10位にYOYOGI PARK入賞
- 12 TRUNK(HOUSE)がTravel+LeisureAsia Pacific Luxury Awards City Hotels部門で日本国内5位を受賞



1-11. ホテル出店予定

日本を代表する
グローバルホテルブランドを目指し
出店開発を推進

01.



2027 Spring OPEN

TRUNK(HOTEL) SAPPORO (仮称)

客室数 100～110室
北海道 札幌市中央区南2条西4丁目

02.



2028 Spring OPEN

TRUNK(HOTEL) DOGENZAKA (仮称)

客室数 120～130室
東京都 渋谷区道玄坂2丁目

03.



2028 Spring OPEN

TRUNK(HOTEL) KOBE (仮称)

客室数 60～70室
兵庫県 神戸市中央区雲井通5丁目

1-12. 2025年12月期 業績予想

(百万円未満切捨て)

事業運営の効率化
ホテル事業を中心とするグローバル展開に備え
決算期変更

2025/4-12（9ヶ月間）の変則決算

ホテル展開、婚礼広告費増額等に伴い
9ヶ月間では、増収減益
12ヶ月比較では増収、利益同水準を目指す

*

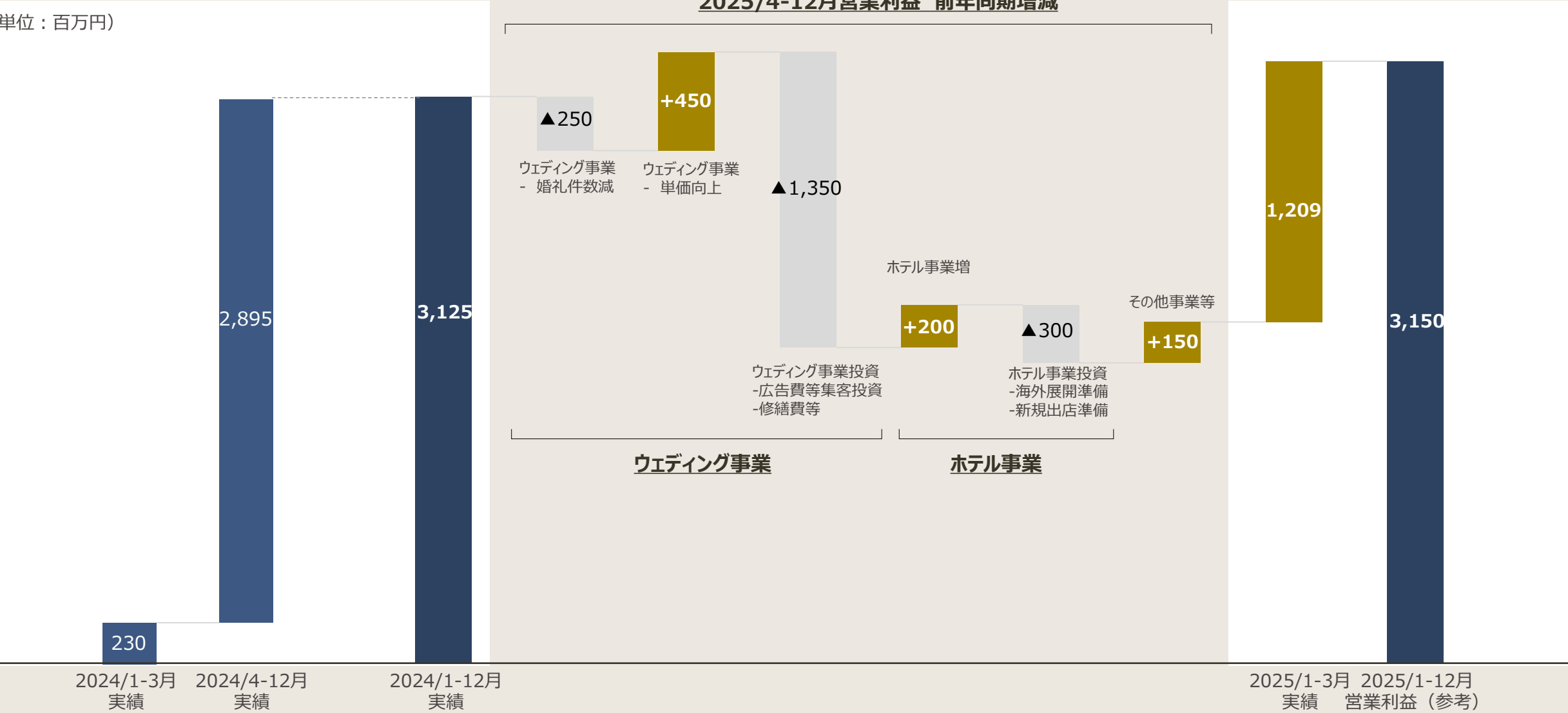
単位:百万円	業績予想 (変則決算 9ヶ月間)			ご参考 (12ヶ月比較)		
	2025/4-12 予想	2024/4-12 実績	前年比	2025/1-12 予想	2024/1-12 実績	前年比
売上高	35,450	35,422	+27	47,700	47,169	+530
営業利益	1,850	2,895	-1,045	3,150	3,125	+24
経常利益	1,450	2,495	-1,045	2,600	2,593	+6
親会社株主に 帰属する 当期純利益	500	*1 1,744	-1,244	*2,3 2,300	*1 1,426	+873

*1 特別利益・計上：2024年4月 固定資産譲渡（大分県の土地・建物）譲渡益469百万円
*2 特別損失・計上：2025年3月 店舗の減損損失 820百万円
*3 法人税等調整額：2025年3月 繰延税金資産 回収可能性見直し ▲704百万円

1-13. 2025年12月期 業績予想・参考値 前年比営業利益増減

(単位：百万円)

(予想値は10百万円未満切捨て)



1-14. 2025年12月期 ホテル事業 重点戦略

- ・ ブランド開発・拡充
- ・ ホテル出店 新規契約
- ・ 海外現地法人等 拠点準備
- ・ 2027年～開業予定新店準備

新規出店戦略 強化

ブランド開発・拡充

グローバルアワードの取得など、認知度が高まるにつれ、海外圏での出店オファーも増加。国内か海外か、都市型、リゾート型など、出店地特性に合わせた最適な出店提案ができるよう多様なブランドを開発中。

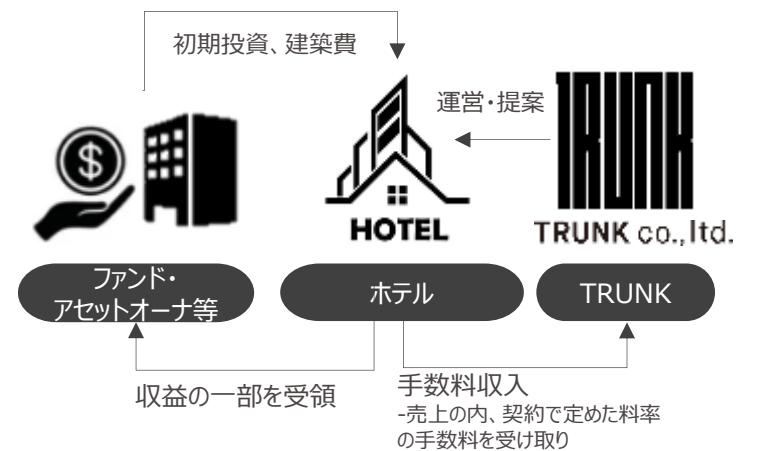


多様な契約スキームの推進

日本初の独立系
グローバルホテルブランドを目指す

土地、既存建造物のオーナー、ファンドなど、多様な関係者と最適なスキームでの出店を協議。独立系ブランドとしての認知度の高まりに伴い、オペレーター依頼等増加中。

出店スキーム例



1-15. 2025年12月期 ウェディング事業 重点戦略

リニューアル店舗数増加

+ 3 店舗

マーケットが大きいエリアを中心に、広告投資だけでなく、リニューアルによる集客のための話題性作りを継続。小規模婚礼用施設の増設等、多様な取組みに挑戦。

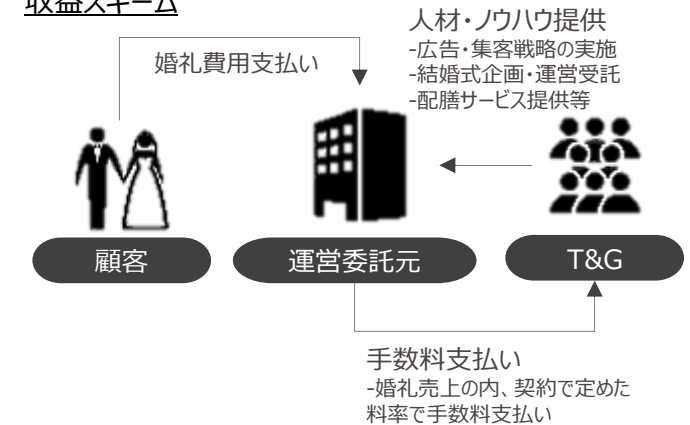
種別	対象店舗数	1店舗投資額 (百万円)	リニューアル内容
大規模	2店舗 (前年比+1)	150	施設増設 チャペルフルモデル
中規模	6店舗 (前年比+2)	30~80	チャペル 部分リニューアル
小規模	複数店舗	~5	装飾備品 家具入替等

コンサルティング事業推進

+ 2 店舗以上

T&Gがコンサルティングに入ると、問合せや受注件数の伸びだけでなく、婚礼単価も10~20%向上。地方含めた各都市で認知度が高いホテルを中心に新規提携を目指す。

収益スキーム



1-16. 配当予想

投資に伴う業績変動に左右されず
安定した株主還元を実施したいという趣旨から
2025年2月に発表した
株主還元方針に沿った配当決定

-2025月12末時点の株主資本予想×3.0%以上の配当総額が基準
-2025年4月-12月(9ヶ月/12ヶ月 = 3/4) 分に換算
-2025年12月末を基準日とし、基準日時点での株主名簿に
沿って、年間1回支払での支払い予定

	1株当たり配当金
	(2025年4月～2025年12月 9ヶ月分)
2025/12 予想	31円

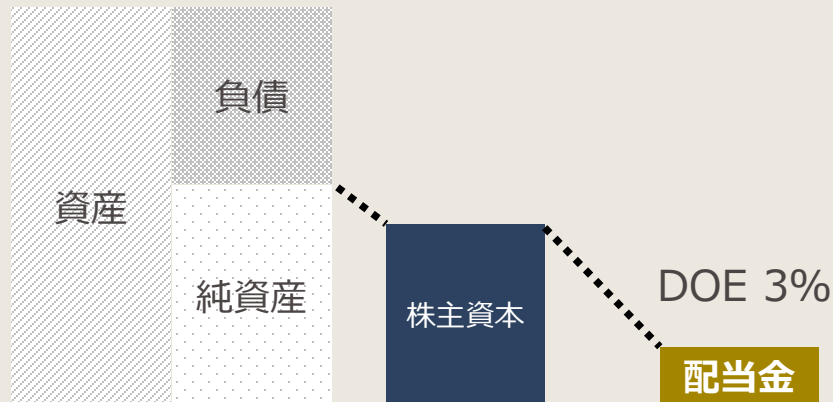
■ 配当額推移

	1株当たり配当金		
	第2四半期末	期末	通期
2025/3 実績	10円	30円	40円
2024/3 実績	10円	10円	20円
2023/3 実績	0円	20円	20円
2022/3 実績	0円	0円	0円

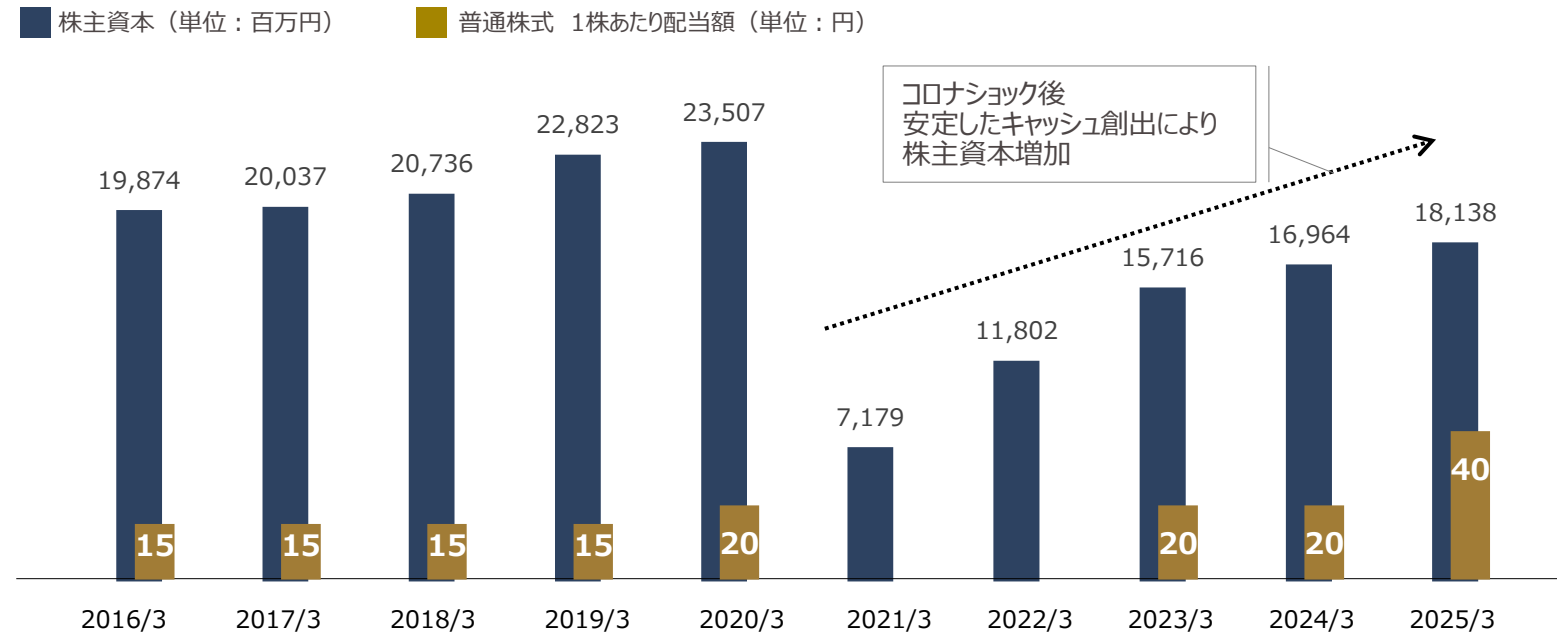
1-17. 株主還元方針

継続的な成長を実現するための投資を行いつつ、
安定的な配当額を維持するという基本方針を前提として、
株主資本配当率（DOE）3%以上を指標とする

$$\text{DOE (Dividend on Equity Ratio)} = \frac{\text{配当金}}{\text{株主資本}}$$



株主資本と1株あたり配当額推移



※ 2021年4月、コロナ禍にて優先株式発行（優先配当あり）。2024年4月に取得、償却済。



02 2025/3期 第2四半期（中間期） 連結決算概要

2-1. 連結損益計算書 概要

婚礼単価、ホテル事業等の伸長により、
売上高・売上総利益は堅調に増収増益
広告投資等の増加分補填に一步及ばず
営業利益・経常利益僅かに減益

- 売上高

✓ (前年比) 婚礼取扱件数減少 (▲4.4%)
婚礼単価上昇 (+2.4%)
新店ホテル通期稼働
婚礼運営受託等、その他

▲約1,800百万円
+約 900百万円
+約 400百万円
+約1,100百万円
- 販管費

✓ (前年比) 婚礼事業の広告投資、人件費等増
ホテル新店、稼働率上昇に伴う販管費増
その他

+約 120百万円
+約 400百万円
+約 100百万円
- 親会社株主に帰属する四半期純利益

✓ (特別利益) 固定資産譲渡益 (大分県の土地・建物)
(特別損失) 店舗の減損損失
(法人税等調整額) 繰延税金資産の回収可能性見直し

469百万円
820百万円
▲707百万円

単位：百万円 (%：売上高比)	2025/3 実績	前年	
		実績	増減
売上高	47,668	47,020	+647
■ 国内ウェディング事業	46,294	45,886	+407
TRUNK(HOTEL)	6,272	5,627	+645
■ その他	1,374	1,133	+240
売上総利益	31,829 66.8%	31,310 66.6%	+518 +0.2pt
販管費	27,724 58.2%	27,101 57.6%	+622 +0.5pt
営業利益	4,104 8.6%	4,208 9.0%	-104 -0.3pt
経常利益	3,586 7.5%	3,754 8.0%	-167 -0.5pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,547 7.4%	1,831 3.9%	+1,716 +3.5pt

2-2. 国内ウェディング事業 内訳

(百万円未満切捨て)

単位：百万円 (%：売上高比)	2025/3 実績	前年	
		実績	増減
売上高	46,294	45,886	+407
直営店婚礼（TRUNK含）	39,755	40,513	-757
■取扱件数（件）	9,853	10,350	-497
■平均単価（千円）	4,017	3,924	+93
■平均人数（人）	60.6	59.9	+0.7
コンサルティング	1,602	1,339	+263
■取扱件数（件）	2,271	2,021	+250
宿泊、レストラン、等	4,935	4,034	+901
売上総利益	31,097 67.2%	30,729 67.0%	+367 +0.2pt
営業利益	5,844 12.6%	5,977 13.0%	-132 -0.4pt

ホテル事業、その他事業、婚礼単価は好調
婚礼取扱件数のマイナスを補完

取扱件数増加のための投資効果が一步及ばず
営業利益減益

2-3. 連結 貸借対照表（資産の部）

（百万円未満切捨て）

単位:百万円	2024/3末	2025/3末	増減
流動資産	14,750	14,515	-235
現金及び預金	9,399	9,074	-325
固定資産	39,629	38,725	-903
有形固定資産	29,921	28,429	-1,491
無形固定資産	375	351	-23
投資その他資産	9,331	9,944	+612
資産計	54,380	53,241	-1,139

繰延税金資産の増加
不動産売却等により総資産減少
財務体質改善

(百万円未満切捨て)

2-4. 連結 貸借対照表（負債・純資産の部）

優先株式償還・消却
有利子負債 計画通り返済
利益剰余金+3,100百万円
自己資本比率向上

単位:百万円	2024/3末	2025/3末	増減
負債合計	37,416	35,029	-2,386
流動負債計	13,789	14,049	+259
短期借入金	640	880	+240
1年以内返済予定 長期借入金	5,350	5,409	+59
固定負債計	23,626	20,980	-2,646
長期借入金	16,949	14,310	-2,638
株主資本合計	16,963	18,138	+1,175
資本剰余金	13,084	11,074	-2,009
利益剰余金	3,845	7,013	+3,168
純資産計	16,963	18,211	+1,247
負債・純資産計	54,380	53,241	-1,139
有利子負債	22,939	20,600	-2,339
自己資本比率	31.2%	34.1%	+2.9pt

03 Topics



ミシュランガイド東京 10年連続三ツ星獲得の 「鮨さいとう」様と業務提携

■ TRUNK × 鮨さいとう協業における主な取り組み（予定）。

- ・ 国内外で今後展開予定のTRUNK(HOTEL) にて「鮨さいとう」を出店
- ・ 運営ホテルにおける、MICE（企業イベント）や婚礼、インルームダイニングメニューの共同開発
- ・ 鮨文化をコンセプトとした、全く新しいオーベルジュやホテルコンドミニアムなどの企画・開発
- ・ 協業による新規仕入れルートの構築・最適化



世界的なアワードAHEAD Asiaの審査員に TRUNK役員が就任

- 2024年Hotel of the Year受賞の実績が認められ、日本から唯一の審査員に抜擢
- マリオット、アコー、シックスセンスなど、グローバルブランドの審査員が名を連ねる中、日本の独立系ホテルブランドから選出されたのは、初の快挙
- グローバルな人脈を通じて、最先端の情報を開発へ活かし、TRUNKブランドの認知度をさらに高めることに繋がる



MASAYUKI KINOSHITA

Chief Development Officer – Trunk Hotels

Masayuki is the Chief Development Officer for Trunk Hotels & Resorts based in Tokyo. He is responsible for the expanding Trunk development in Japan and global. He also served as the Chief Creative Officer and led the team of architectural and interior design, concept and planning to deliver successful opening of Trunk Hotel Yoyogi Park which received the AHEAD Asia - Hotel of the Year and ranked #4 for the AHEAD Global - Accolades in 2024.

Educated in Switzerland and the US., Masayuki has over 22 years' career in the luxury hospitality

PANEL



CHRIS GODFREY
CEO - HBA



ALDWIN ONG
Senior Vice President -
CCD / Chang Chung
Design



BELINDA CHIA
Senior Director, Interior
Design, Global Design
(APEC) - Marriott
International



BILL BARNETT
Managing Director - C9
Hotelworks



CEDRIC JACCARD
Partner & Creative
Director - Avalon
Collective



CHINYU SANANT
Technical Services
Manager - Six Senses
Hotels Resorts Spas



CLINT NAGATA
Founder & Creative
Director - Blink Design
Group



DAVID HODKINSON
Design Director - Studio
Noor



FELICE IACOBELLIS
Director - SIRHAIO



GEMMA LIM
Brand Director - Ormond
Hotels



HAYLEY MITCHELL



KESATE B. ADESE



MADELAINE CHAN



MASAYUKI



PATRICK NGUYEN

3-2. ウェディング事業Topics

業界初となるリアルな見積りシミュレーションサービス 「mieruupark」を(株)ウェディングパーク共同開発

- 「デジタル×ウェディング」で事業を展開する株式会社ウェディングパーク（株式会社サイバーエージェントのグループ会社 1999年設立）と共同開発。
- 実際の料金データを元に結婚式場毎のリアルな費用シミュレーションができるWEBサービス。
当社が運営する全国20の結婚式場でβ版のテスト運用を実施中。
- ウェディング事業者が提供する正式な料金データを元にして、消費者が式場見学に行く前に、自由に費用のシミュレーションができるWEBサービスは業界初。（2024年8月 当社調べ）

mieruupark



挙式済みカップルの
支払総額データが見えるから

費用の感覚がつかめる

※画像はイメージです

Aug.2024

Wedding Park

3-2. ウェディング事業Topics

「株式会社 セブン銀行」様と協業 ご祝儀ATM送金サービスをスタート

- ゲストがATMからご祝儀を事前に送金できるサービス。
- 新札の準備や、ご祝儀袋への筆耕など、ゲストの負担を軽減。
- 当社提案が「セブン銀行 新規事業創出プログラム2023」にて採択され実現。



3-2. ウェディング事業Topics

リブランディング 新ブランドカラーやメッセージ設定 結婚式検討よりも前の段階でのイメージ訴求を開始

- 結婚式の検討、会場見学よりも前から、T&G WEDDINGを訴求。
- SNS等でも、従来の結婚式イメージの訴求ではなく、世界観の表現へ刷新。
- 新しいカラーパレットによる各種アイテムの統一。



3-3. その他Topics

プロバスケットボールチーム「千葉ジェッツ」の ホームゲーム会場VIPエリアの運営受託

- Resona Group B.LEAGUE 2024-25 SEASONより開始。
- 株式会社千葉ジェッツふなばしとの契約により、バスケットボールのホームゲーム会場である『LaLa arena TOKYO-BAY』において、VIPエリアの飲食やドリンク提供、サービスの運営を受託。
- 試合の前後をVIPラウンジでゆったり過ごし、試合中はコートサイド席や、コートサイドラウンジで観戦というスポーツの新しい楽しみ方を提供する施設。
- ホスピタリティ産業における20年以上のオペレーション力が評価されての運営受託オファー。
2023年～楽天モバイルパーク宮城での運営に続き、ウェディング・ホテル領域以外の可能性も広がっている。



Oct.2024

東京都知事賞受賞

障がい者雇用における特色ある優れた取組みを評価

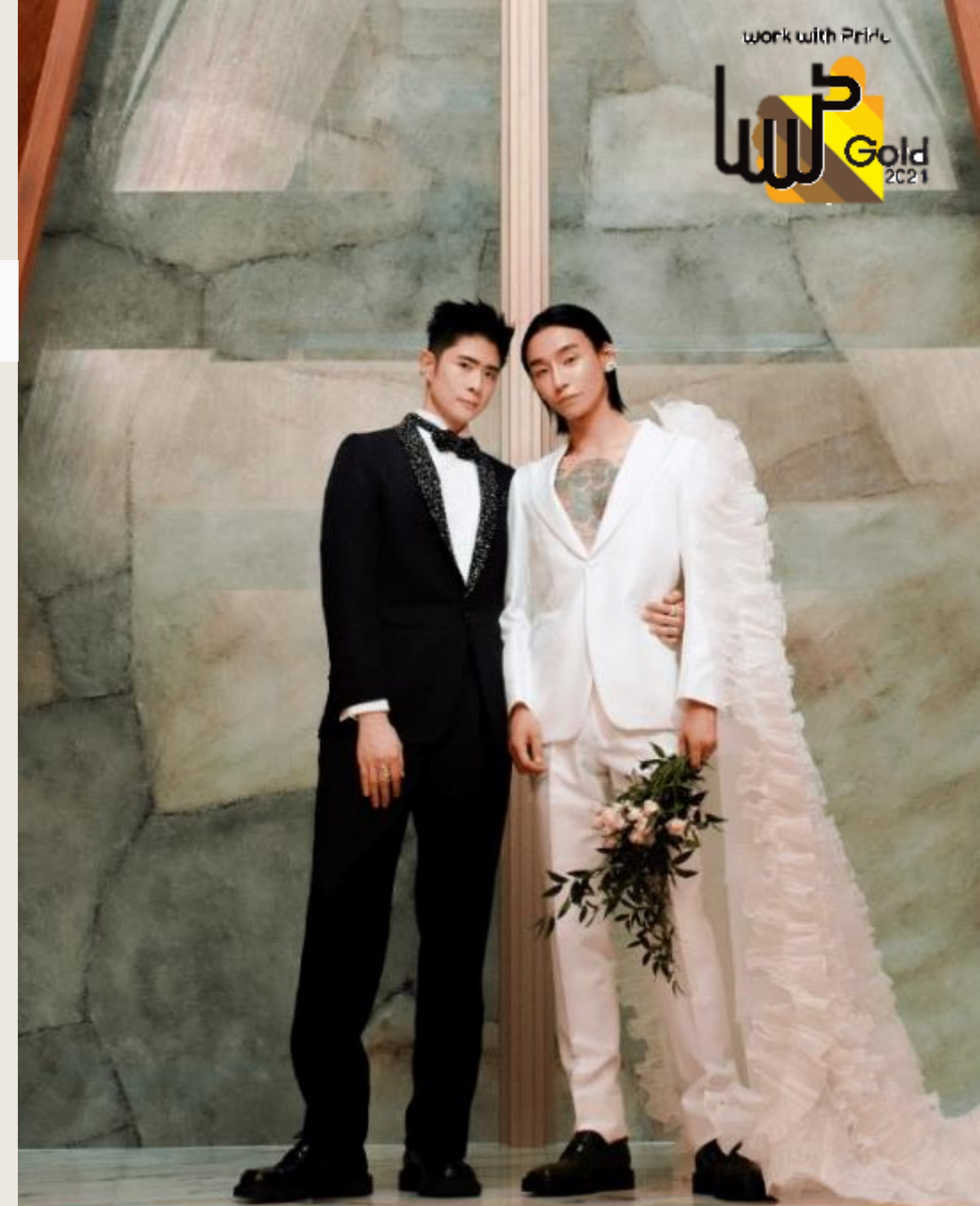
- 障がい者雇用において特色ある優れた取組みを行う企業として、「障害者雇用エクセレントカンパニー賞」の東京都知事賞を受賞。
- 2007年から障がい者雇用に取り組み、現在計28名の社員が都内の当社結婚式場の清掃業務を担当。雇用率は法定雇用率（2.5%）を上回る2.94%。
- 就業困難性が高い重度障がい者を中心に雇用し、他社平均の61.5%（＊障害者職業総合センター調べ）を大幅に超える約80%という高い定着率を維持している。
- 今後も社員一人ひとりが働きがいを感じながら能力を最大限に発揮できる環境づくりとともに、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン（DE&I）の推進を目指す。



3-4. サステナビリティTopics

LGBTQに関する取り組みを評価する 「PRIDE指標2024」 ゴールド認定

- LGBTQにとって働きやすい職場づくりを実現することを目的に、任意団体「work with Pride」により2016年に策定された指標。
- Policy（行動宣言）、Representation（当事者コミュニティ）、Inspiration（啓発活動）Development（人事制度・プログラム）、Engagement/Empowerment（社会貢献・渉外活動）の5つの基準の頭文字5文字を取った指標で評価され、「ゴールド」「シルバー」「ブロンズ」認定の3段階。
- あらゆるカップルのウェディングをお手伝いしたいと考えたことから、2014年から社内研修をスタート
- 近年には、NPO法人虹色ダイバーシティ理事長 村木真紀氏を社外取締役を迎え、社内の制度構築や理解促進のための取り組みを実施
- 2023年には、世界的に有名なボーイズカップルTaiki & Noahをメインモデルに起用し、性別や年齢にとらわれない自由で新しいウェディングスタイルの提案を始めている
- 全国的に式場を展開するブライダル事業者としての認定は、初（2024年11月時点自社調べ）



厚生労働省認定 女性活躍推進取組み企業

「えるぼし認定」2つ星取得

- えるぼし認定は、「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律（女性活躍推進法）」に基づき、厚生労働大臣が認定を行う制度
- 女性が能力を発揮しやすい職場環境であるかという観点から、「採用」「継続就業」「労働時間等の働き方」「管理職比率」「多様なキャリアコース」という5つの項目について、基準を満たす項目数に応じて3段階で評価
- 今回の評価項目でもある女性管理職比率は産業平均（13.7%）を大きく上回る29.3%を達成
- 育児や介護と仕事の両立を支援する「エリア社員制度」「副社員制度」などの多様な働き方の整備、またオンライン処方箋と購入時の費用半額補助や卵子凍結費用補助など女性特有の健康課題をサポートする『Femself BOX』の提供等を実施



D&Iに取り組む企業として表彰

「D&I Award 2024」 アドバンス認定

- ダイバーシティー & インクルージョンに取り組む企業を認定・表彰する日本最大のアワード
- 4段階のうち、上から2番目の「アドバンス」に認定。
- 女性社員比率が60%を超えるT&Gグループでは、オンライン処方や、卵子凍結費用の補助など、先進的なサポート制度を導入し、育児等との両立を叶え、女性が活躍。女性の部門責任者比率は36.4%
- LGBTQや障がい者雇用、外国人雇用など、多種多様な人材が活躍できる環境の推進に取り組んでいます。
- 全国的に式場を展開するブライダル事業者として、D&I Awardの認定は、初（2024年12月時点自社調べ）



3-4. サステナビリティTopics

土日休みが取りづらいサービス業界で 週末を含む5日間の一斉休館日を設定

- 2025年開始予定。
- 「リチャージ休暇」と称し、週末を含む連休取得を促進。
- 人材確保、働きやすい環境整備の一環としての新制度。



CDP気候変動プログラムに初参加 「B」スコアを取得

- 気候変動情報開示に対する活動を評価するCDP（カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト）
- CDPは、環境問題に高い関心を持つ世界の機関投資家や主要購買企業の要請に基づき、企業や自治体に、気候変動対策、水資源保護、森林保全などの環境問題対策に対して情報開示を求め、それを通じて対策を促す国際的な非営利団体
- 2024年は世界の時価総額の66%以上、24800社が参加、日本のプライム市場上場企業の7割を含む2,100社が参加。当社は、予めから環境に配慮した取り組みを、商品、サービスなどあらゆる運営に取り入れその情報開示も積極的に行ってきたことが評価され、A～D-の8段階において、初参加でBスコアを獲得

3-4. サステナビリティTopics

国内資源循環による脱炭素社会実現に向けた 「FRY to FLY Project」に参画

- 日揮ホールディングス株式会社が推進する「Fry to Fly Project」に参画。
- 廃食用油を再利用して持続可能な航空燃料「SAF（サフ）」を国内で製造し、航空機の運航に利用するプロジェクト。
- 全国の結婚式場の調理過程で生じる廃食用油を回収し、資源として提供することで、食用油の廃棄削減、及び、SAFの生産量増加への寄与を通してエネルギーの安定供給や大気汚染の抑制を目指している。

FRY to FLY Project



Photo by Tatsuya Tanaka

日揮ホールディングス株式会社提供

3-4. サステナビリティTopics

全国48か所で「T&Gキッズプロジェクト」を開催 「仕事体験」「食育体験」を実施

- 結婚式場で地域の子どもたちに、体験や学びの場を提供することが目的。
- 夏休みの子どもたちを対象に、オマール海老やホタテなどの本格的な食材を用いた食育体験を実施。



04 市場環境と競争優位性 ESG



ホテルマーケット概況

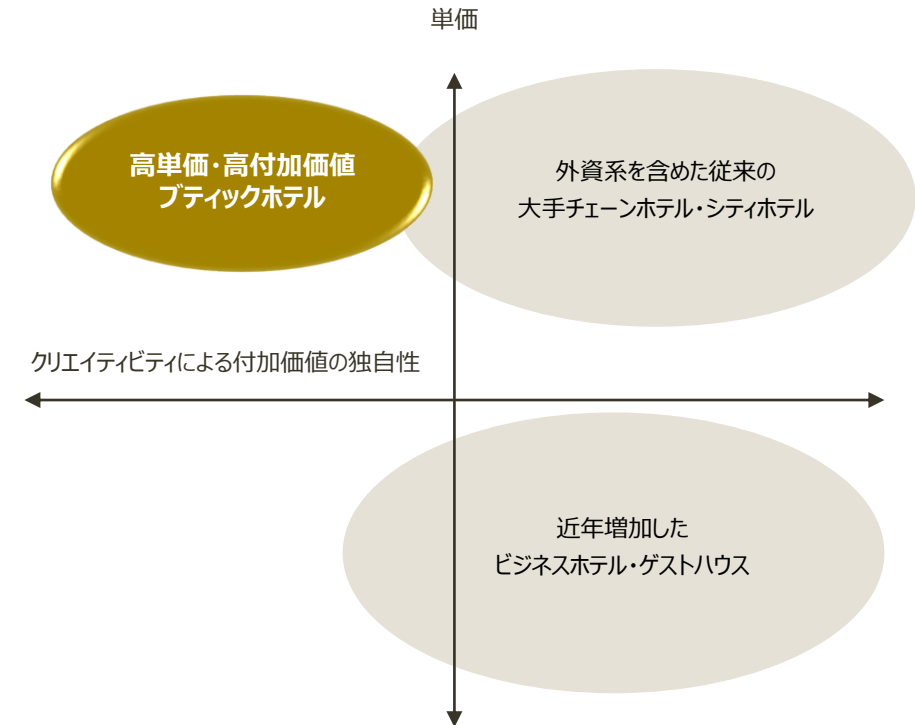
日本初のブティックホテルを出店 市場創出を目指す

訪日外国人旅行者数・旅行消費額の推移と政府目標



日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び政府発表より弊社作成
 *2020年暦年は新型コロナにより調査が一部期間中止のため試算値

ターゲットとしている領域



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



■「アトリエ」機能を内製化

ブティックホテルの高い独自性、デザイン性を実現し
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。

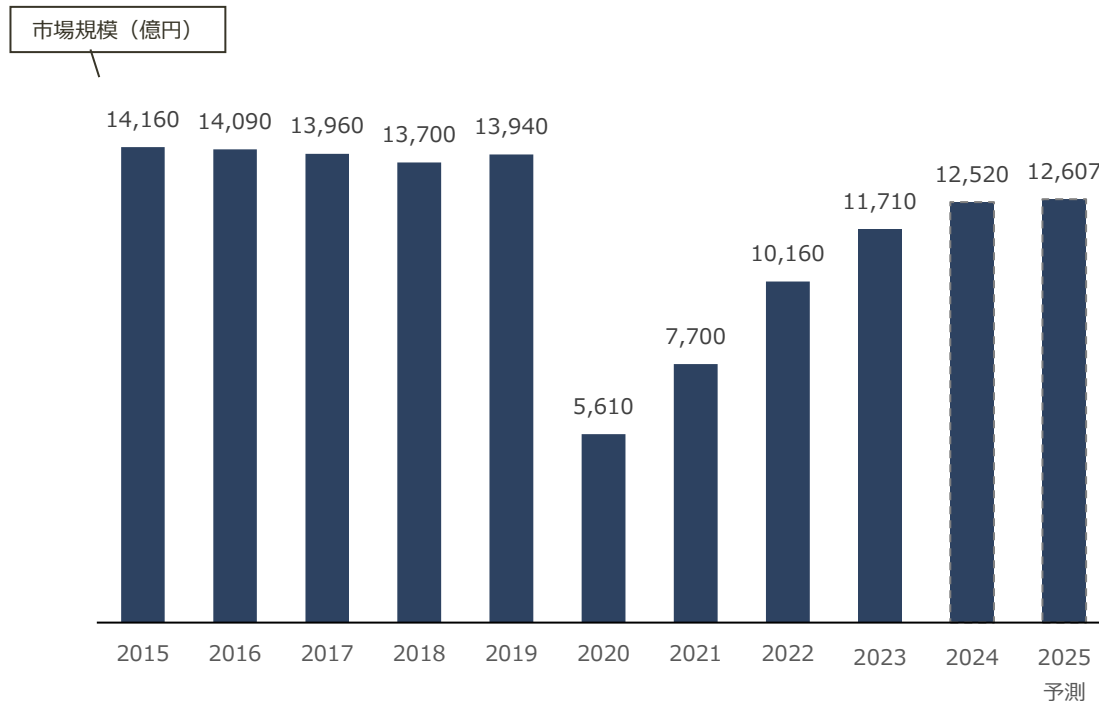
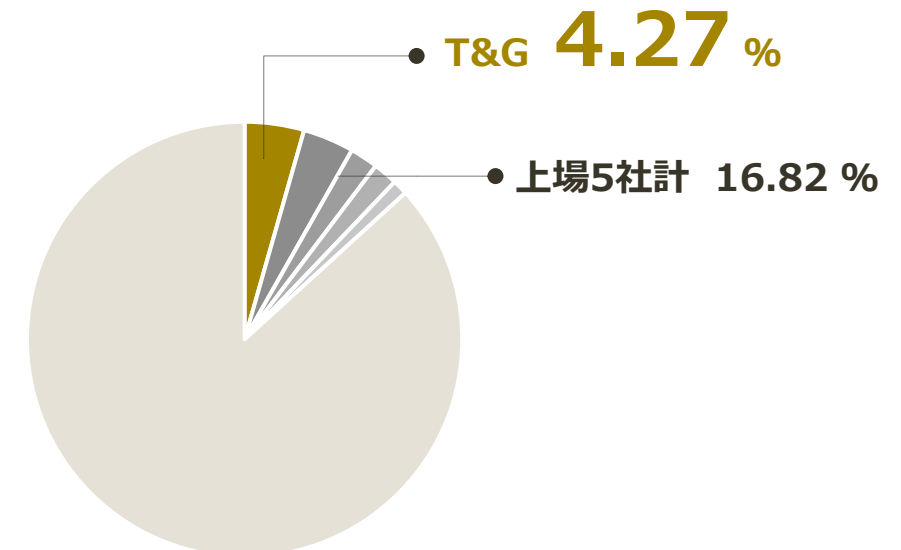
■ 社会的課題への貢献

TRUNK(HOTEL) CAT STREETは
サステナビリティ要素をコンセプトに取り入れることで
新しい付加価値を創出している。



国内ウェディングマーケット情報

婚姻件数減少ながら、市場規模1兆円強

*1
挙式披露宴・披露パーティ市場規模推移*2
上場企業5社シェア（2024年実績）

*1 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑」（2025）

*2 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑」（2025）、各社決算資料（2024）

年間10,000件以上の結婚式で積み上げたノウハウを元に 独自の仕組みで 取扱件数No.1を維持



■ 完全オリジナルウェディング

会場見学から当日まで、専属のプランナーが対応。
一軒家完全貸し切りの強みを生かし
新郎新婦の想像を超える一日を実現している。

■ 国内取扱件数 No.1

小規模店舗を全国で運営することにより
有事の際のリスク分散が可能。
損益分岐点が低いことで、利益の維持も可能に。



2025年2月期 指定領域における市場調査
調査機関：日本マーケティングリサーチ機構



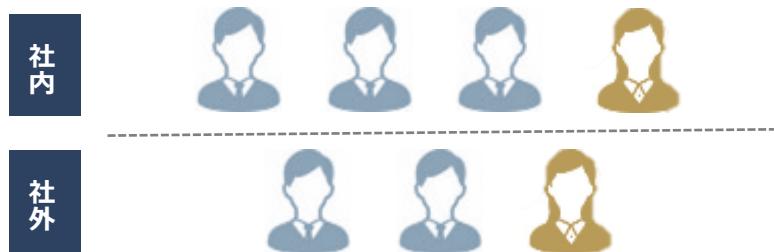
コーポレート・ガバナンスの状況



取締役会は独立社外取締役3分の1以上 女性比率28.5%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。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。取締役会の女性比率は、28.5%。

取締役 7名 （2025/3末時点）



取締役会構成

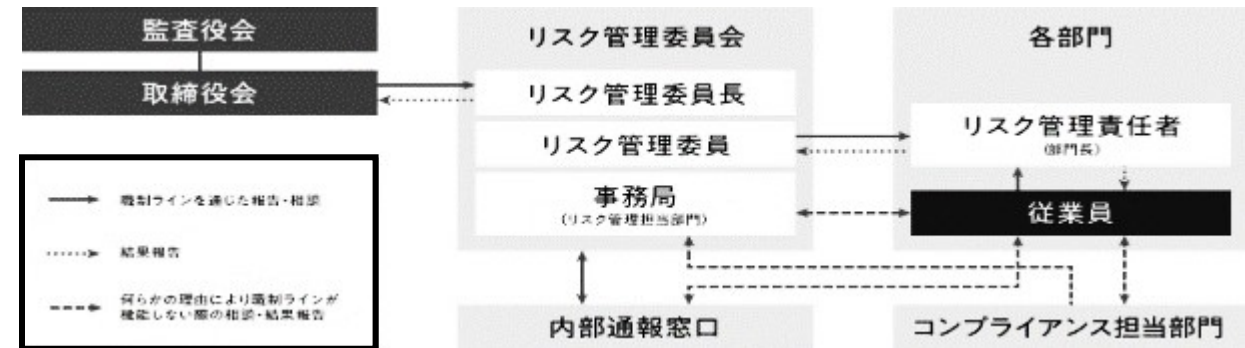
- ✓ 社内4名 社外3名（社外3名は、独立社外取締役）
- ✓ 男性5名 女性2名



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。

「リスク管理委員会」は四半期ごとに開催され、リスク対応状況を把握、検討し、必要に応じた対策を指示。



人的資本の向上に向けた取り組み

部門責任者 女性比率**40.1%**

9/22部門の部門責任者が女性。

役員兼任者もあり、管理部門、事業部門問わず、女性責任者が抜擢されている。



障がい者雇用率 **3.43%** (前年比+0.5pt)

2007年より 重度知的障がい者の方を中心に雇用を継続。

定着率の高さや、細やかなサポート体制が評価され、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る。



従業員の国籍は **13か国以上**

生活環境や文化、価値観が異なる者同士での意見交換による新たなアイデアの創出を期待。

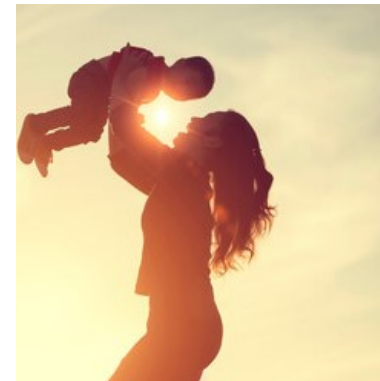
積極的な外国人雇用を行っており
出身地を含めると 20か国以上の人材が集まっている。

育休復帰率 **100%**

男性育休取得率 **31.60%** (前年比+15.0pt)

出産に伴い一時的なお休みに入ったメンバーも子育ての経験を糧として 再び活躍できるよう様々な雇用形態を準備。

時短勤務や、副社員制度など
今後もこのような細やかなサポートが不可欠と考えている。



人的資本の向上に向けた取り組み



働きがいのある会社ランキング 6年連続7回選出

“働きやすさ”と“やりがい”の両方を兼ね備えた
企業が選出されるランキング。当社の様々な
制度や施策が評価されている

- 01 福利厚生サービスの拡充
- 02 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
- 03 男女問わず公平な評価を実施
【年収比較：男性＜女性（+1.6%）※2024/3月末時点】
- 04 希望する地域で勤務できる「エリア限定社員制度」
- 05 年間を通じ一定の業務委託数が割り当てられる「フリーウェディングプランナー制度」
- 06 他社で数年間働くことができる「社外留職」「副業制度」
- 07 130の研修ラインアップを用意 人間性を広げられるコンテンツも魅力
- 08 業務に沿った自己啓発を支援 新たなチャレンジを後押しする制度が充実
- 09 若くして役員に抜擢される風土があり 最年少役員は31歳 ※2024/3月末時点
- 10 年次、性別を問わない評価制度により 20代前半で管理職に抜擢される人材も
- 11 若年層の給与をベースアップ

ダイバーシティ & インクルージョン



成長意欲の 支援



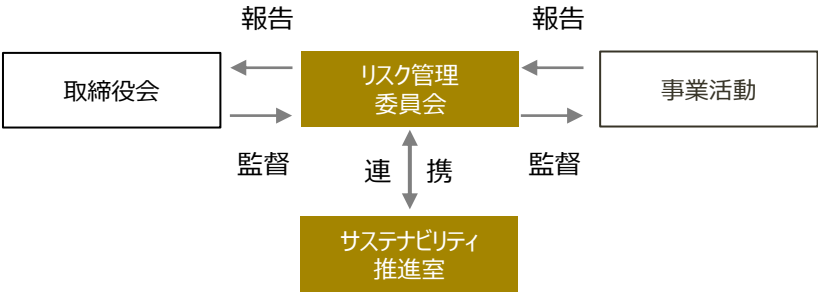
若年層の 活躍



サステナビリティ（気候変動リスク含）に関する考え方

ガバナンス

- 代表取締役社長、取締役、全グループ責任者、部門長が参加する「リスク管理委員会」を設置
- 気候変動リスクに限らず、サステナビリティに関連する重要なリスクの特定及び対応、計画の作成、重要課題への取組推進、進捗のモニタリング、実績の確認を行う
- 案件に応じて、取締役会へも報告



リスク管理

- 「サステナビリティ推進室」と「リスク管理委員会」が連携し、リスクの識別・評価・管理を行う
- サステナビリティ推進室
潜在的もしくは顕在化している気候変動リスクを各部門から抽出するとともに、定性・定量の両面から評価を行い、リスク管理委員会へ報告
 - リスク管理委員会
グループ全体で起こりうるその他リスクと気候関連リスクを相対的に評価し、「重要リスク」の絞り込みを行う

戦略

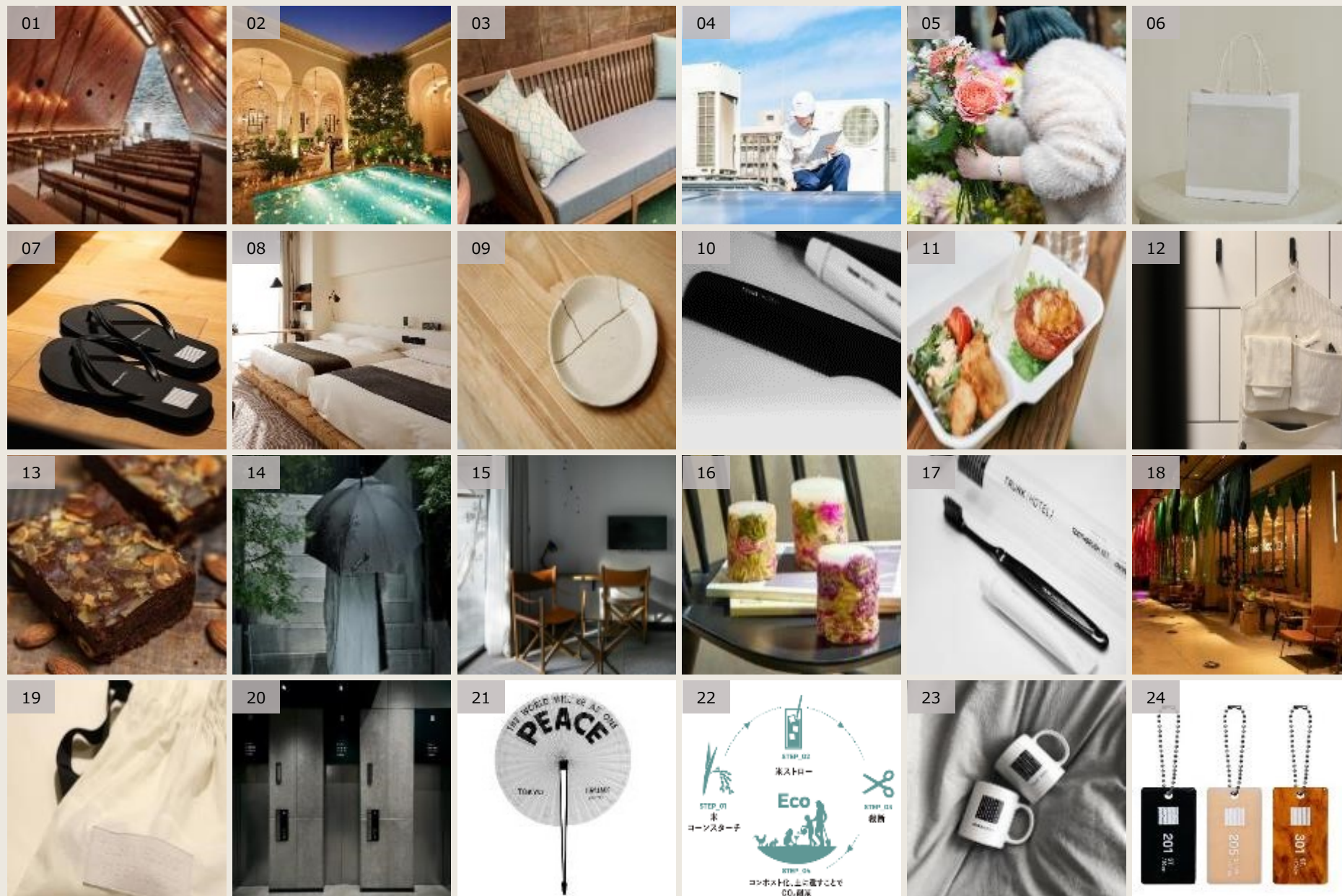
	分類	項目	内容	影響
移行リスク	政策	炭素税の導入	炭素税による課税コストの増加	中
	市場	エネルギーコストの変化	再生可能エネルギー導入によるコストの増加 設備投資コストの増加	中
物理リスク	急性	異常気象の激甚化	営業活動の停止 調達難の発生 被災による建物破損、修繕コスト増加	大
	慢性	気温上昇	空調コストの増加 冷蔵、冷凍庫への設備投資費用の増加	大
機会	市場	顧客の行動変化	環境配慮を重視する国内外の顧客が 当社商品・サービスをより一層選好することによる売上増	中
	評判	企業ブランドへの寄与	すでに多くの取組を実施している環境配慮の 姿勢が評価され、当社のサービスが選好されることでの売上増	小

指標及び目標

- パリ協定で定められた日本政府の削減目標及び、日本政府が産業界別に定めた方針に合わせた温室効果ガス排出量削減目標を設定
- 【温室効果ガス排出量 スcope1・2】
- 2030年までに、50%削減 ※2022年3月期（11851.2t-CO2）比
 - 2050年までに、ネットゼロ
- 参考）2024年3月期 実績：6873.6t-CO2

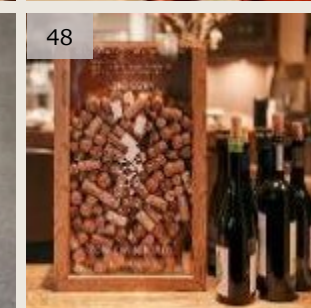
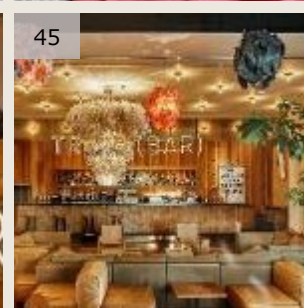
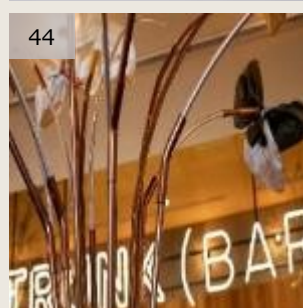
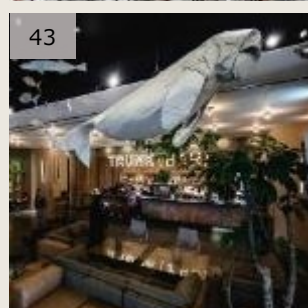
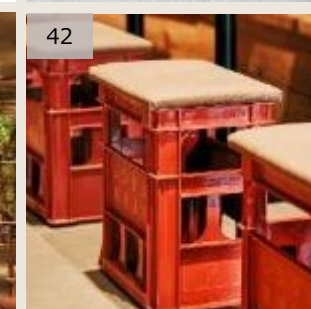
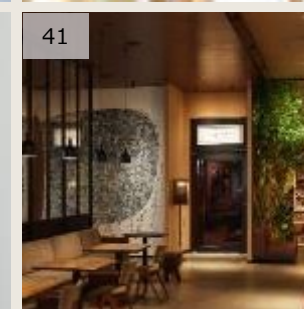
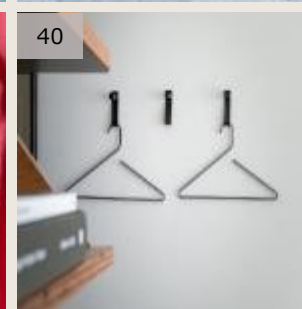
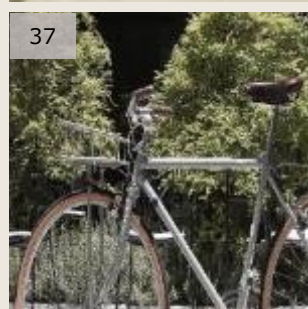
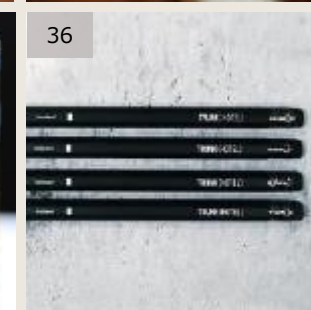
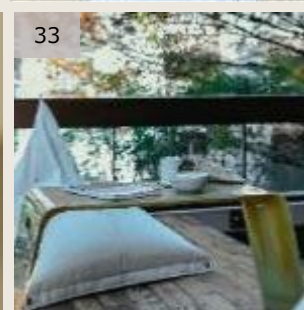
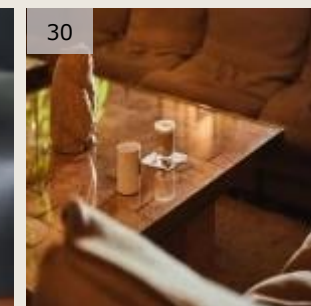
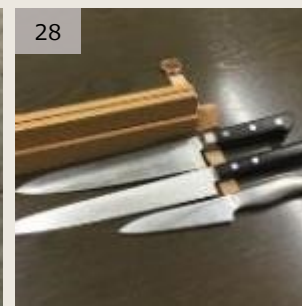
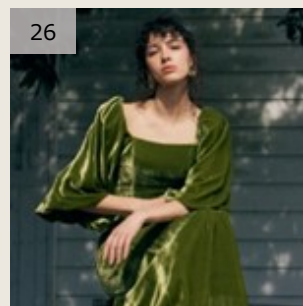
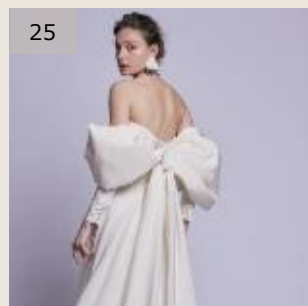
環境に配慮した取り組み

- 01 リニューアルに古材やペットボトル再生生地を使用
- 02 会場内外照明をLED照明へ随時更新
- 03 新しいエコ素材 海洋プラスチック再生綿を使用
- 04 コージェネレーションシステムの導入
- 05 ロスフラワーをブーケにアップサイクルして販売
- 06 結婚式の引出物袋を再生紙に
- 07 再利用可能なサンダルをルームシューズに
- 08 古材を利用した建築商品開発の取り組みを強化
- 09 レストラン食器も金継ぎしてアップサイクル
- 10 ポストプラスチック原料で作る アメニティグッズ
- 11 社員発信で生まれた 余った食材で作る社食弁当
- 12 和紙を主原料とする サステナブルなウォールポケット
- 13 アーモンドミルクの絞りかすを活用したブラウニー
- 14 使い捨てない傘で 良質なライフスタイルの提案
- 15 循環型社会形成に貢献 新素材を積極的に活用
- 16 廃棄される会場装花を アロマキャンドルにリメイク
- 17 環境にも体にも優しい 歯ブラシセット
- 18 環境に配慮したアーティストとのコラボレーション
- 19 アップサイクルファブリックブランドと連携したアイテム
- 20 高い耐火性能を持つ 地球にも人体にも優しい建材
- 21 世界中から広島に寄付される千羽鶴を団扇に
- 22 プラスチック使用量削減に向け 米ストローに移行
- 23 使用済み食器を再利用した マグカップ
- 24 端材やデッドストックを再利用した キーチェーン



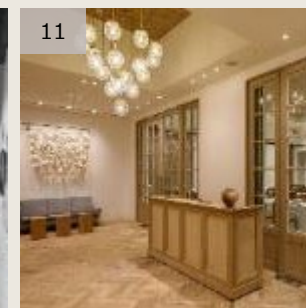
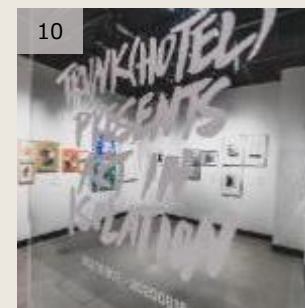
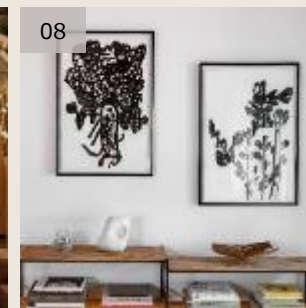
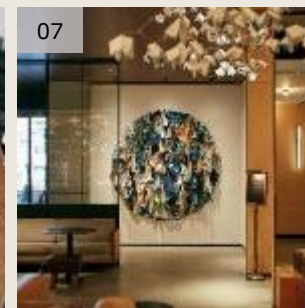
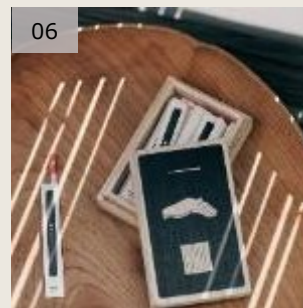
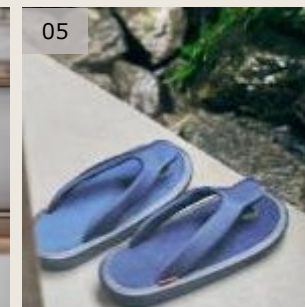
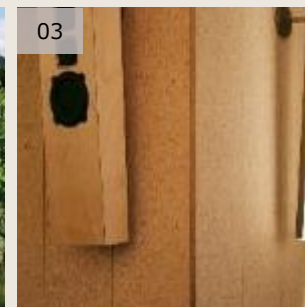
環境に配慮した取り組み

- 25 廃棄予定ドレスを再構築 アップサイクルドレス
- 26 廃棄予定花材で染める ボタニカル・ダイドレス
- 27 海岸のプラスチックを集める ビーチコーミングに参加
- 28 使用済みコルクワインを回収 調理備品として購入
- 29 残皮を再利用した ティッシュボックス
- 30 間伐材を使用した オリジナルテーブル
- 31 古材と廃プラスチックを再利用した 浴室用コースター
- 32 鉄板の端材と余ったボルトで作る サニタリーボックス
- 33 船上で役目を果たしたセイル（帆）をアップサイクル
- 34 繊維系廃材「リフモ」を使用した ダストボックス
- 35 「流水硝子館」と共同開発 廃蛍光灯から作るグラス
- 36 軸も芯も地球に優しい 廃木材を再利用した鉛筆
- 37 放置自転車のパーツを使用した レンタル自転車
- 38 廃棄予定のキャンドルに香りをブレンドし再利用
- 39 アートとしての役目を終えた生地をアップサイクル
- 40 端材や廃棄材の鉄を再利用した 丈夫なハンガー
- 41 枯葉や廃材をホテルの建築に使用 「Bug Hotel」
- 42 一升瓶のケースを再利用した 機能性もある椅子
- 43 廃棄段ボールで作る作品で 海洋汚染問題を提起
- 44 役目を終えたテントの素材を使った アートワーク作品
- 45 海洋漂流プラスチックを材料にした ランプシェード
- 46 廃棄されてしまうベンチを塗り直し テラスで再利用
- 47 自動車部品から出る鉄くずや端材を再利用したラック
- 48 廃棄コルクをワインコルクプロジェクトに提供

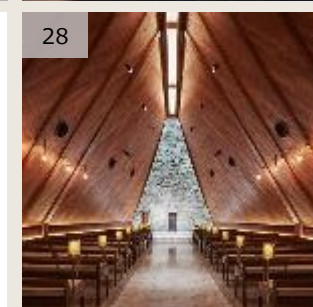
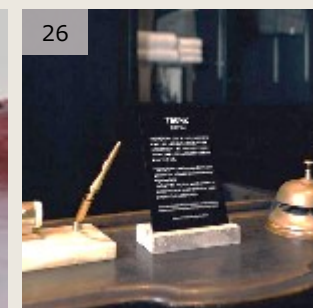
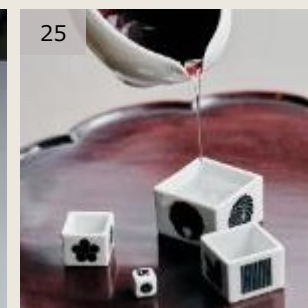
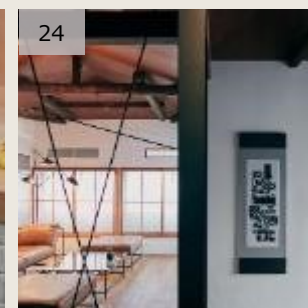
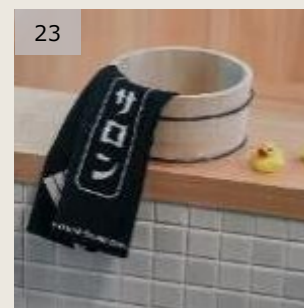
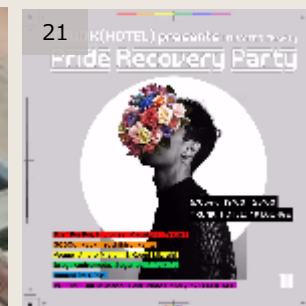
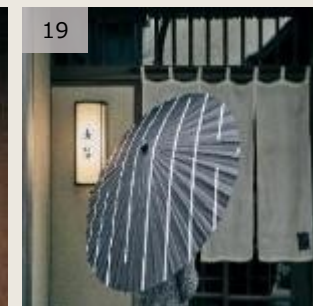
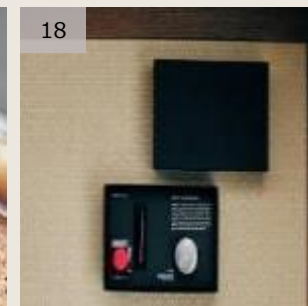


地域社会への貢献

- 01 体験プログラムを全国52か所で無料開催 子どもたちに「食品ロス問題」について考える機会を提供
- 02 国産ワインの普及に貢献するため 取扱比率向上を目指し 国産ワインへの切り替えを実施
- 03 間伐材を有効に活用した国産初のストランドボードを開発し TRUNK(LOUNGE)の柱面に使用
- 04 渋谷の老舗珈琲店「Double Tall Café」と共同開発したコーヒーを販売 売り上げは渋谷区社会福祉協議会に寄付
- 05 京都・祇園で100年を超え履物を作り続ける「ない藤」が作る 新しい形の草履型サンダルを販売
- 06 創業300年の歴史を持つ楊枝専門店とのコラボレーション 桐箱のデザインにもTRUNKならではの遊び心が光る
- 07 定期的に変化するホテルの内装 アーティストとの連携で文化発信
- 08 全国の福祉施設を巡ってセレクトした 正規の芸術の美術教育訓練を受けていないアーティストが制作した作品を展示
- 09 一般社団法人530とのコラボレーションによる「ゼロウェイスト」をテーマにしたトークセッションやワークショップを開催
- 10 アーティストやアートコミュニティのサポートとして作品発表の機会を提供 作品の売上金の一部はNPO法人ハンズオン東京に寄付
- 11 TRUNK(HOTEL) に訪れる方に日本の伝統工芸に触れてもらいたいという思いから ホワイエの照明は江戸切子の職人さんに制作いただいた
- 12 「PRIDE with TRUNK(HOTEL)」を開催し LGBTQ+のコミュニティサポートに繋がる様々なコンテンツを提供
- 13 就労支援事業所ジョブなしろで働く方々が製造を担う 国産のグアバと有機栽培の原料にこだわったオーガニックジュースを販売
- 14 ネオ角打ち酒屋/レストラン「no.501」とのコラボレーションによるナチュラルワインを提供 売り上げの一部を障がい者支援施設や過疎化地域へ寄付



地域社会への貢献



- 15 木材パルプやコットンを原料とする素材でできたゴミ箱 製造工程の一部は福祉作業施設で働く方々の手で行われている
- 16 神奈川県丹沢水系の天然水 すべてアルミ製で、製缶工程での熱エネルギーと水使用量を削減 リサイクル性にも優れている
- 17 障がい者を積極的に雇用している パンと焼菓子のお店「まる福」とのコラボレーション商品
- 18 100年以上にわたって続く伝統的な練朱肉の製造方法を継承する「ÉDIT (h)」とのコラボレーション商品を販売
- 19 和傘の老舗「日吉屋」が提案する 時代に合わせた新しい和傘 エコロジーでスタイリッシュなこだわりの一品
- 20 日本の風情を絵札にした花札 原画はすべてTRUNK(HOUSE)のためだけに作られた完全オリジナルデザイン
- 21 TRUNK(HOTEL) では毎年 東京レインボープライドウィークに合わせてイベントやパーティーを企画・開催
- 22 横浜市SDGs認証制度にて 上位認証を取得 「環境」「社会」「ガバナンス」「地域」の4つの分野、30の項目で評価
- 23 明治時代から続く染めの技法「注染」を用い 一枚一枚職人の手によってつくる手ぬぐい専門店とコラボレーション
- 24 花街建築の象徴と呼ばれる黒塀に囲まれた石畳の路地の景観を壊さぬよう 築70年の歴史を持つ外観を生かした建築
- 25 神楽坂の花街をイメージしてデザインした遊興杯
- 26 「環境」「ローカル優先主義」「多様性」「健康」「文化」の観点から選出した団体に TRUNK(HOTEL)の売上の一部を毎年寄付
- 27 SDGsの理念を尊重した経営活動を推進する企業をさいたま市が認証する「さいたま市SDGs企業認証制度」において 認証企業に選出
- 28 ベイサイド迎賓館 神戸が「ウッドデザイン賞2023」を受賞 快適で優れた価値ある空間を評価する「インテリアプランニングアワード2023」でも入選

05

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	2012/3	2013/3
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	52,804
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	2,832
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%	5.4%
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	2,459
経常利益率 (%)	7.7%	8.9%	12.6%	16.0%	15.2%	15.0%	-	0.1%	4.1%	3.3%	3.3%	4.7%
当期利益 (百万円)	119	215	674	2,049	2,905	4,172	-2,055	-1,048	371	214	453	1,086
当期利益率 (%)	4.0%	4.1%	5.9%	9.4%	8.6%	9.1%	-	-	0.8%	0.5%	0.9%	2.1%
国内施行組数 (組)	1,294	1,794	3,020	5,132	7,945	11,048	9,921	10,996	11,036	10,535	10,543	11,494
直営店	394	918	2,076	4,109	6,935	10,011	8,944	9,799	10,071	9,897	9,738	10,468
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	1,026
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	3,975	4,019
期末直営店会場数	1	7	22	41	62	84	88	87	87	87	87	99
期末直営店舗数	1	6	16	29	42	58	62	61	61	61	61	68
期末コンサルティング提携数	10	10	11	12	13	13	17	16	15	11	13	14
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	46,510
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%	38.2%

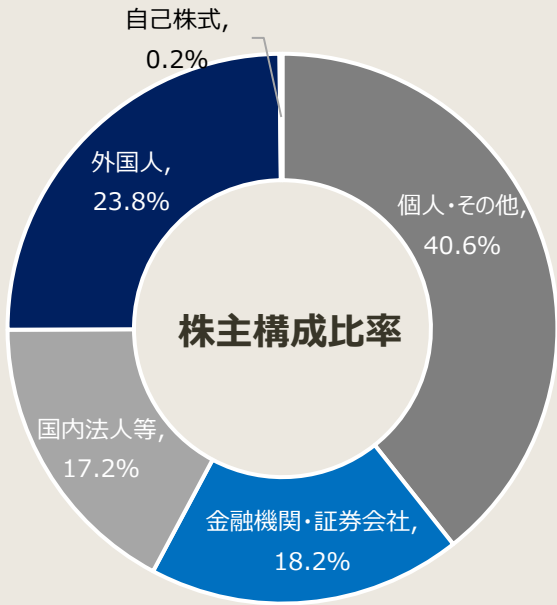
	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
売上高 (百万円)	60,714	59,221	59,524	60,186	64,590	66,871	63,678	20,044	39,482	45,532	47,020	47,668
営業利益 (百万円)	3,706	2,973	1,545	2,439	2,785	4,281	3,579	-11,191	2,089	3,681	4,208	4,104
営業利益率 (%)	6.1%	5.0%	2.6%	4.1%	4.3%	6.4%	5.6%	-	5.3%	8.1%	8.9%	8.6%
経常利益 (百万円)	3,342	2,784	1,377	2,100	2,489	3,900	3,381	-11,687	1,548	3,181	3,754	3,586
経常利益率 (%)	5.5%	4.7%	2.3%	3.5%	3.9%	5.8%	5.3%	-	3.9%	7.0%	8.0%	7.5%
当期利益 (百万円)	1,370	1,008	230	360	888	2,283	1,003	-16,214	1,877	4,108	1,831	3,547
当期利益率 (%)	2.3%	1.7%	0.4%	0.6%	1.4%	3.4%	1.6%	-	4.8%	9.0%	3.9%	7.4%
国内施行組数 (組)	13,408	13,385	13,191	12,921	12,551	13,244	12,963	5,059	11,371	12,339	12,371	12,124
直営店	11,803	11,484	11,491	11,695	11,988	12,537	11,596	4,556	10,233	10,857	10,350	9,853
コンサルティング提携店	1,605	1,901	1,700	1,226	563	707	1,367	503	1,138	1,482	2,021	2,271
直営店型単価 (千円)	4,093	4,017	3,971	3,923	3,980	3,868	3,947	3,455	3,575	3,764	3,924	4,017
期末直営店会場数	101	103	105	103	105	102	94	93	93	92	92	88
期末直営店舗数	69	70	70	69	69	67	64	63	63	62	62	60
期末コンサルティング提携数	17	17	17	14	7	6	6	6	6	9	10	10
総資産 (百万円)	48,282	48,091	49,286	52,176	56,025	57,130	58,197	48,578	54,032	55,235	54,380	53,176
自己資本比率 (%)	39.6%	42.2%	41.0%	38.9%	37.3%	40.2%	40.6%	14.9%	21.9%	28.5%	31.2%	34.1%

*2008/3期－2020/3期は、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（2025年3月31日時点）

1.発行済普通株式総数 14,619,330株

2.株主総数（普通株式） 8,718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	16.87
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,546,000	10.59
TSUNAGU INVESTMENTS PTE.LTD.	1,091,527	7.48
株式会社東京ウエルズ	1,035,970	7.10
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	618,000	4.23
株式会社ユニマットライフ	548,200	3.76
ウエルズ通商株式会社	440,000	3.01
BNY GCM GLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG（FE-AC）	377,797	2.59
NOMURA SINGAPORE LIMITED CUSTOMER SEGREGATED A/C FJ-1309	305,000	2.09
RE FUND 107-CLIENT AC	300,000	2.06

*持株比率は、自己株式（25,217株）を控除して計算しております。

直営婚礼店舗 全国60店舗（88会場）

■ 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）

■ 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）
 ガーデンヒルズ迎賓館（松本）
 アルモニービアン（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）

■ 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）

■ 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
 アルモニーソルーナ表参道
 TRUNK BY SHOTO GALLERY
 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
 TRUNK(HOTEL) CAT STREET

■ 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 オーシャルダン（常滑）

（2025年3月31日時点）

直営ホテル・レストラン・業務提携先 全国16施設

(2025年3月31日時点)

■ 直営ホテル（4施設）

- ✓ TRUNK(HOTEL) CAT STREET （神宮前）
- ✓ TRUNK(HOUSE) （神楽坂）
- ✓ TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARK （代々木公園）
- ✓ 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（10施設）

- ✓ 東京會館 （丸の内）
- ✓ ヨコハマ グランド インターコンチネンタル ホテル （横浜）
- ✓ リーガロイヤルホテル小倉 （小倉）
- ✓ リーガロイヤルホテル広島 （広島）
- ✓ 西鉄グランドホテル （福岡）
- ✓ REIMS YANAGIDATE （表参道）
- ✓ TERAKOYA （武蔵野）
- ✓ T-LOTUS M （品川）
- ✓ SUD/Restaurant TERAKOYA （竹芝）
- ✓ Harmonie agréable （表参道）