

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2022年3月期

第1四半期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2022年3月期第1四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. 2022年3月期第1四半期 連結決算概要

- | | |
|------------------------------|--------|
| 1. 連結 損益計算書 概要 | P6 |
| 2. 国内ウエディング事業 内訳 | P7-8 |
| 3. 連結 貸借対照表 | P9-10 |
| 4. 2020年3月期第1四半期（新型コロナ影響前）比較 | P11-12 |

II. 2022年3月期 通期連結業績予想

- | | |
|--|--------|
| 1. 足元の状況（取扱組数、顧客反応、新規問合せ、受注残組数、招待予定客数） | P14-18 |
| 2. 通期連結業績予想 | P19 |
| 3. 配当予想 | P20 |

III. アフターコロナへ向けた取り組み

- | | |
|--------------------------|-----|
| 1. 売上向上策（オンライン参列商品の販売開始） | P22 |
| 2. 利益向上策（内製化の強化） | P23 |
| 3. 新型コロナワクチンの職域接種対応 | P24 |
| 4. TRUNK（HOUSE）アワード受賞 | P25 |

IV. 市場環境と当社の競争優位性

V. 補足資料

エグゼクティブ・サマリー

1 取扱組数の回復、コスト削減の徹底により、営業黒字に転換

売上高 9,475百万円（前期比 +264.1%）
営業利益 104百万円（前期実績 営業利益▲3,483百万円）

2 拳式日延期は漸減
下半期以降、段階的に回復の見込み**3** 第三者割当増資により、自己資本比率改善
引き続き、財務基盤の強化を図る

I

2022年3月期第1四半期 連結決算概要

Results for the 1Q of FY 03/2022

I 1. 連結 損益計算書 概要

営業損益は、黒字に転換

単位：百万円	2022/3	前期					
	1Q実績	実績	増減				
売上高	9,475	2,602	(※1) 6,873				
■ 国内ウェディング事業 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>TRUNK (HOTEL)</td> <td>701</td> <td>15</td> <td>686</td> </tr> </table>	TRUNK (HOTEL)	701	15	686	9,365	498	8,866
TRUNK (HOTEL)	701	15	686				
■ 海外・リゾートウェディング事業 (2020年9月末に株式譲渡)	-	1,955	-1,955				
■ その他	110	148	-38				
売上総利益	6,110	1,666	4,444				
	64.5%	64.0%	+0.5pt				
販管費	6,006	5,149	(※2) 856				
	63.4%	197.9%	-134.5pt				
営業利益	104	△3,483	3,587				
	1.1%	-	-				
経常利益	△84	△3,563	3,479				
	-	-	-				
親会社株主に帰属する 四半期純利益	383	△5,992	6,375				
	4.0%	-	-				

前年同期差異要因

■ 売上高 (※1)

前期比 +6,873百万円

- ✓ 前期4-5月は、営業自粛
- ✓ 取扱組数、婚礼単価は緩やかに回復傾向

■ 販管費 (※2)

前期比 +856百万円

- ✓ 海外・リゾートウェディング事業譲渡 ▲1,645百万円
 - ✓ 取扱組数増に伴う営業活動費増加 +2,502百万円
- ※前期は、営業自粛中の一部販管費(2,311百万円)を、特別損失に計上しているため、実質は、前期比▲1,454百万円となります。

特別利益(436百万円)の内訳

- ✓ 雇用調整助成金 (436百万円)

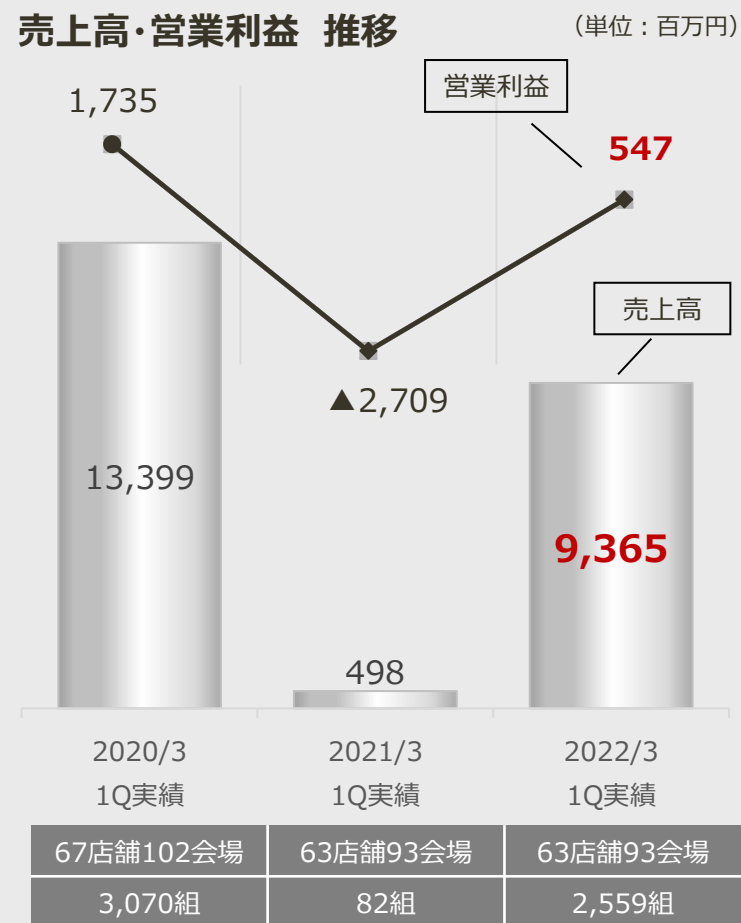
「収益認識に関する会計基準」等適用の影響額

- ✓ 売上高 ▲142百万円
- ✓ 売上原価 ▲80百万円
- ✓ 営業利益、経常利益、税前四半期純利益 ▲62百万円

%は売上高比

取扱組数は、前期比+2,477組

単位：百万円	2022/3	前期	
	1Q実績	実績	増減
売上高	9,365	498	8,866
直営店婚礼 (TRUNK含)	8,772	352	8,420
■取扱組数 (組) (※1)	2,559	82	2,477
■平均単価 (千円) (※2)	3,491	3,209	282
■平均人数 (人) (※2)	48.6	44.4	4.2
コンサルティング	79	12	67
宿泊、レストラン、等	512	133	379
売上総利益	6,012	265	5,747
	64.2%	53.2%	11.0%
営業利益	547	△2,702	3,250
	5.8%	—	—



(※1) 取扱組数は、挙式のみ（披露宴実施無し）の施行組数を含み算出。

%は売上高比

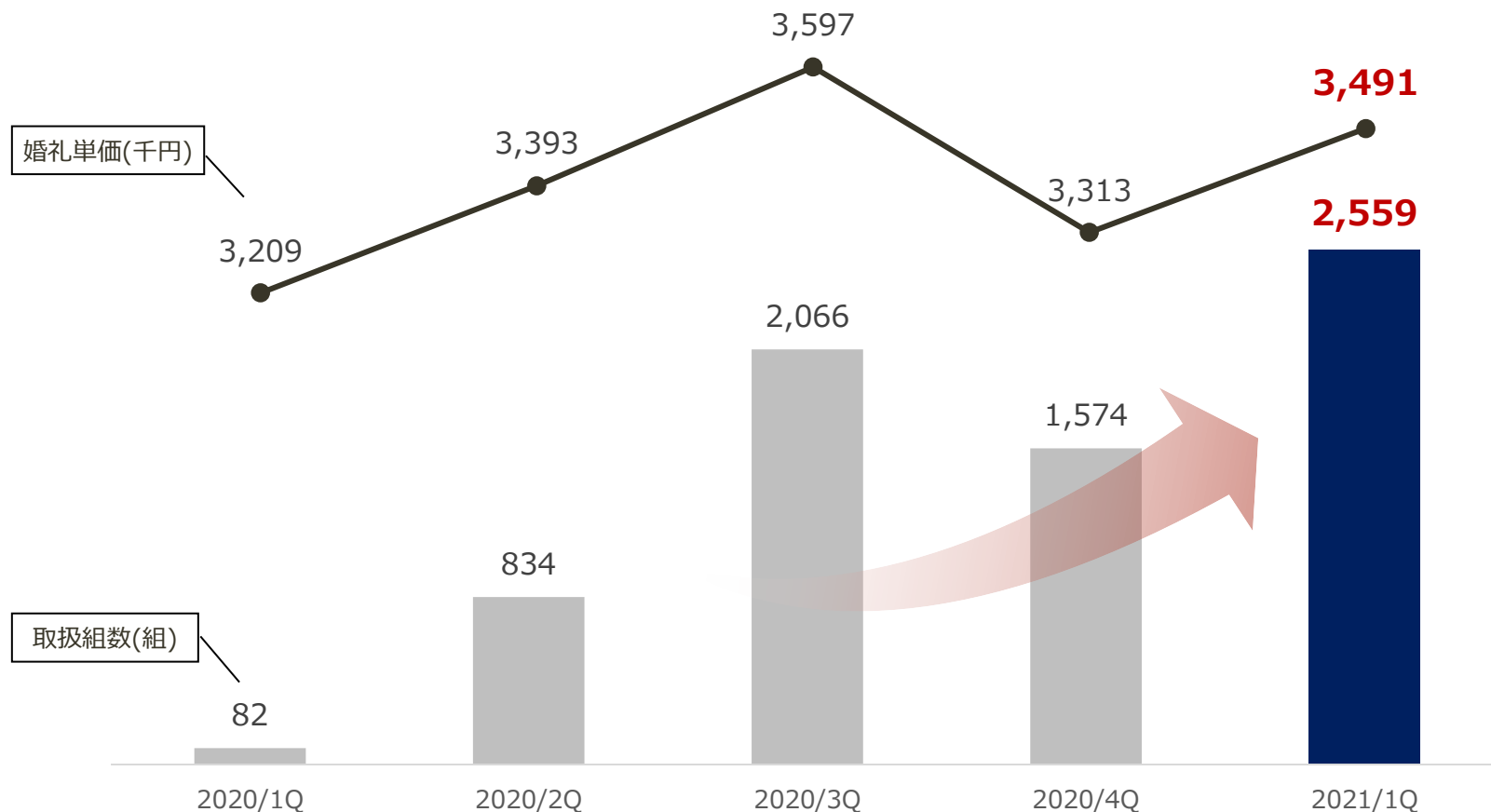
※四半期末時点で稼働している直営婚礼店舗数と取扱組数

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

※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 2021年3月期1Q：63店舗93会場 2022年3月期1Q：63店舗93会場)

I 2-2. 四半期別 取扱組数・婚礼単価推移

第4波の影響を受けるも、
婚礼単価、取扱組数は、緩やかに回復傾向



4~5月営業自粛

I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

総資産は519億円（2021年3月末比 +33億円）

単位:百万円	2021/3末	2021/6末	増減
流動資産	7,912	11,534	3,621
現金及び預金	4,594	8,176	3,582
固定資産	40,665	40,379	-286
有形固定資産	32,214	31,758	-456
無形固定資産	256	227	-29
投資その他資産	8,194	8,394	199
資産計	48,578	51,913	3,335

主な増減要因

- 現金及び預金 +3,582百万円
- ✓ 優先株式発行による30億円増資

I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

第三者割当による優先株式発行で 自己資本比率20.1%（2021年3月末比 +5.2%）

単位:百万円	2021/3末	2021/6末	増減
負債合計	41,340	41,465	125
流動負債計	22,345	23,854	1,509
短期借入金	11,105	10,913	-192
(一年内) 長期借入金	4,689	4,706	16
固定負債計	18,995	17,611	-1,384
長期借入金	13,992	12,687	-1,304
純資産計	7,237	10,447	3,210
負債・純資産計	48,578	51,913	3,335

有利子負債	29,788	28,307	(※1) -1,481
自己資本比率	14.9%	20.1%	(※2) 5.2%

主な増減要因

■ 有利子負債 ▲1,481百万円

(※1)

✓ 当座貸越契約枠（165億円）のうち、
82.5億円の借入実行（2021年6月末時点）

資本増強策

(※2)

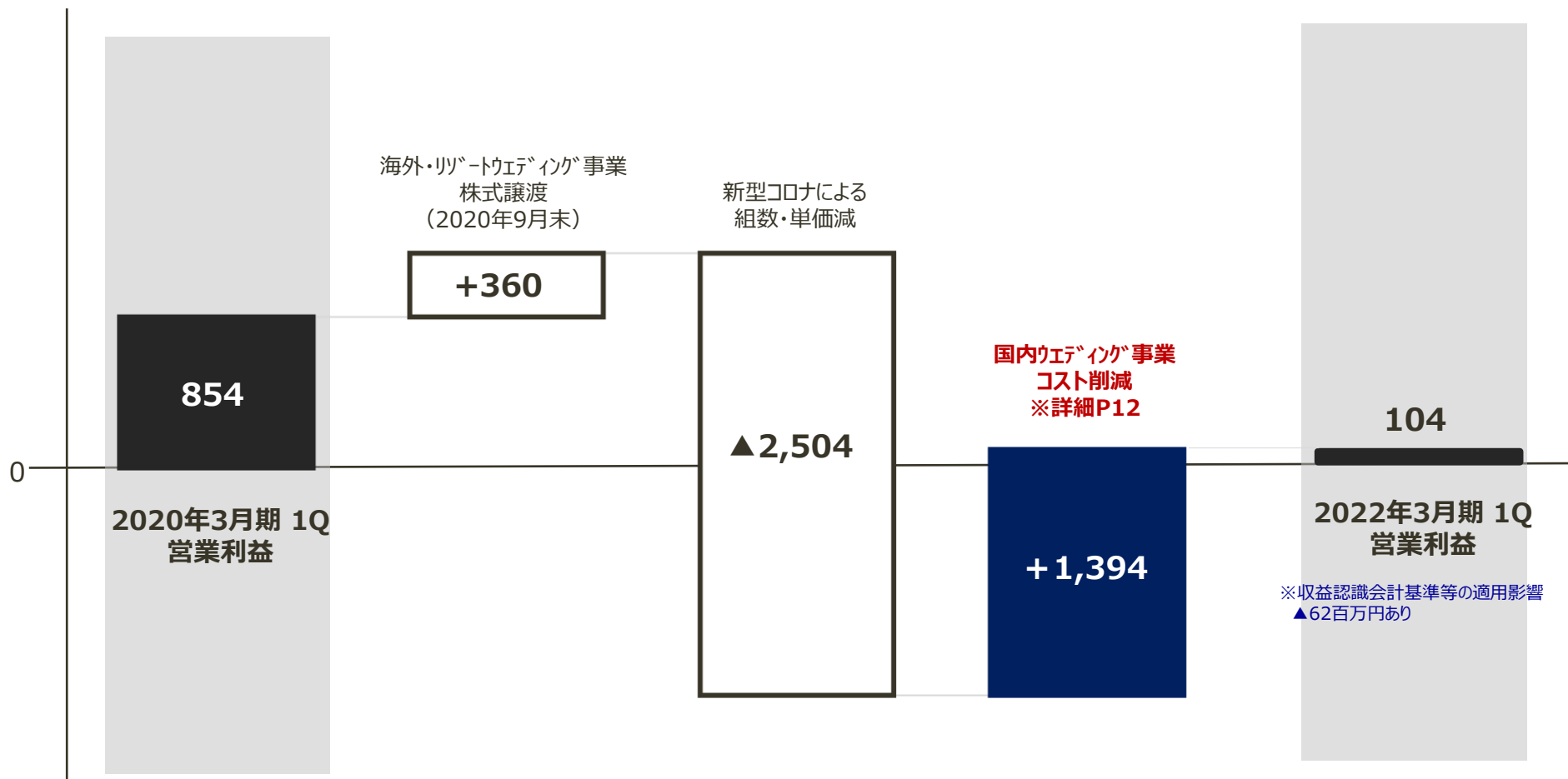
✓ 第三者割当 優先株式発行による30億円の増資
2021年4月20日 払込完了

新型コロナ影響は残るも、コスト構造改革により、黒字を確保

単位：百万円

営業利益増減額

(注) 2020年は、新型コロナ影響を受けているため、P11・12は、2019年と比較しております。



コスト削減、最適化の継続により、損益分岐点は低下

国内ウェディング事業
販管費増減額

単位：百万円

▲124

人件費

- ✓ デジタル化推進によるオペレーション改善で定員数を見直し

▲529

その他固定費

- ✓ 本社オフィス縮小
- ✓ 外注費等の見直し
- ✓ 社内イベント費削減
- ✓ 設備投資抑制により減価償却費減

▲312

広告宣伝費

- ✓ マーケット動向に応じ、出稿量の削減
- ✓ 売上に対する広告費比率の最適化を実施

▲429

その他変動費

- ✓ オンライン会議推進で旅費交通費減
- ✓ 修繕費の抑制

7,400

6,006

**国内ウェディング事業
1,394百万円のコスト削減**

2020年3月期 1Q
販管費2022年3月期 1Q
販管費

II

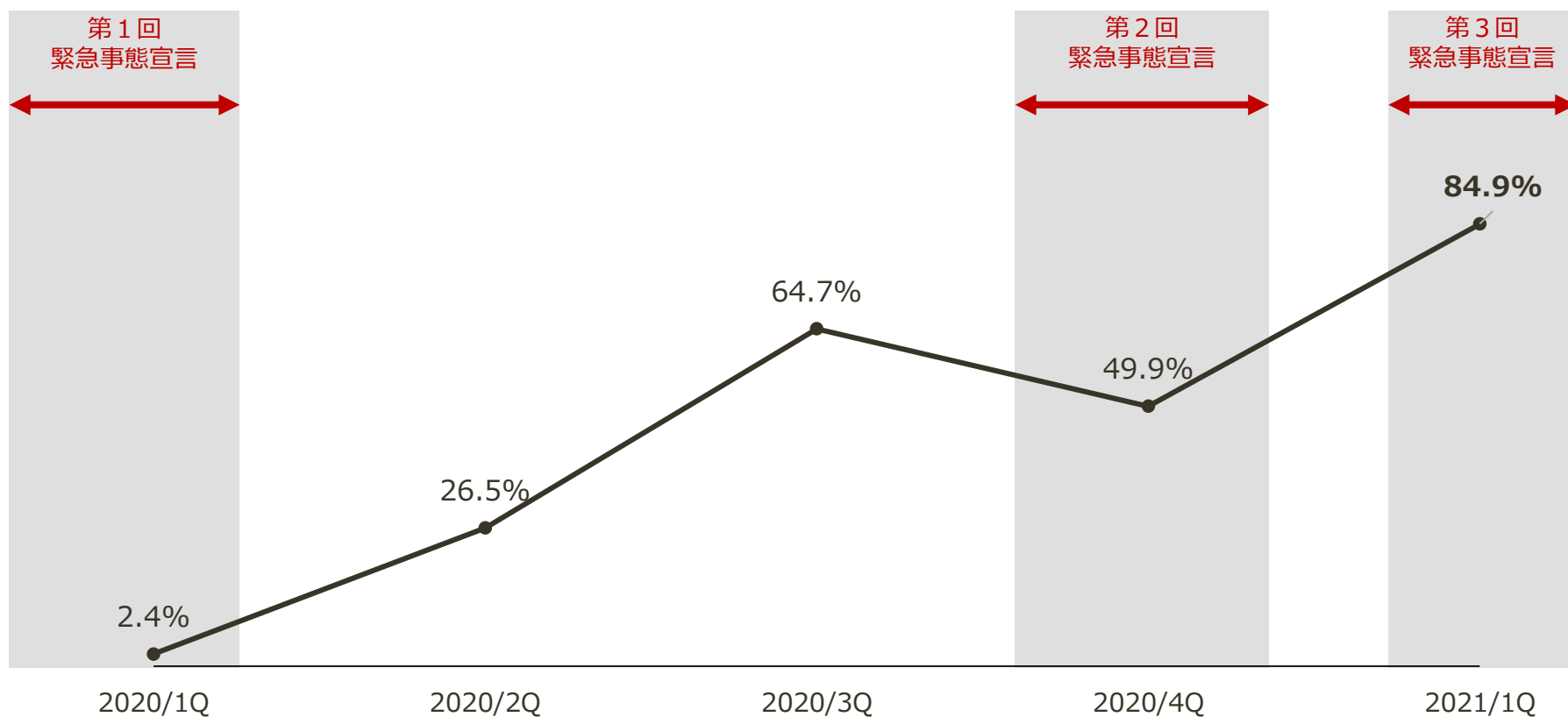
2022年3月期 通期連結業績予想

Financial Plan of FY 03/2022

(注) 2020年は、新型コロナ影響を受けているため、
P14・15・17は、2019年と比較しております。

取扱組数 回復基調

【割合】 取扱組数 2019年比



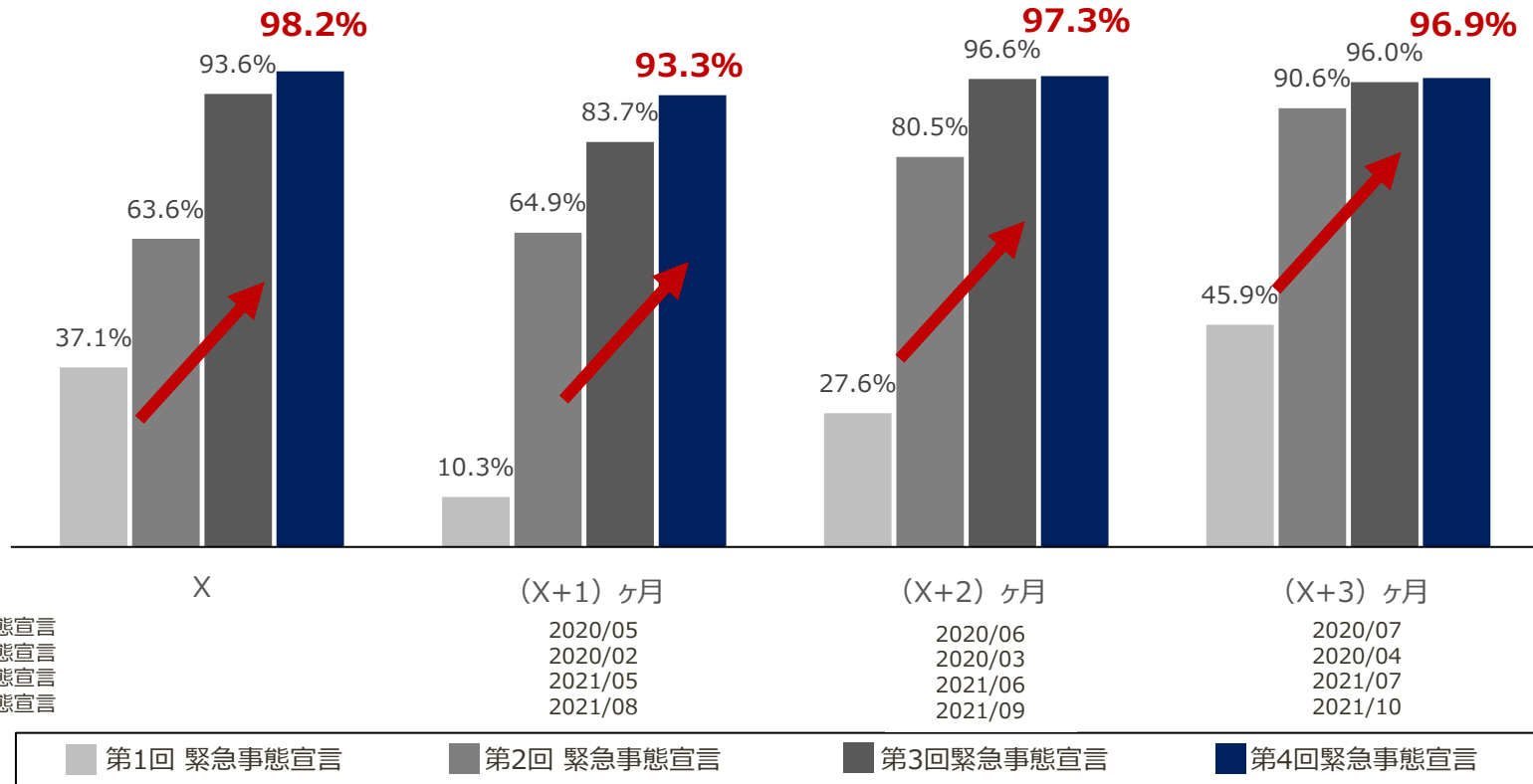
※ 2020/1Q~3Q : 2019/1Q~3Q比較
2020/4Q~2021/1Q : 2018/4Q~2019/1Q比較

延期をせずに留まる顧客の割合は増加

【割合】緊急事態宣言発出後の受注残組数残存度合 第1回～第4回緊急事態宣言比較

※宣言当月をXと置く

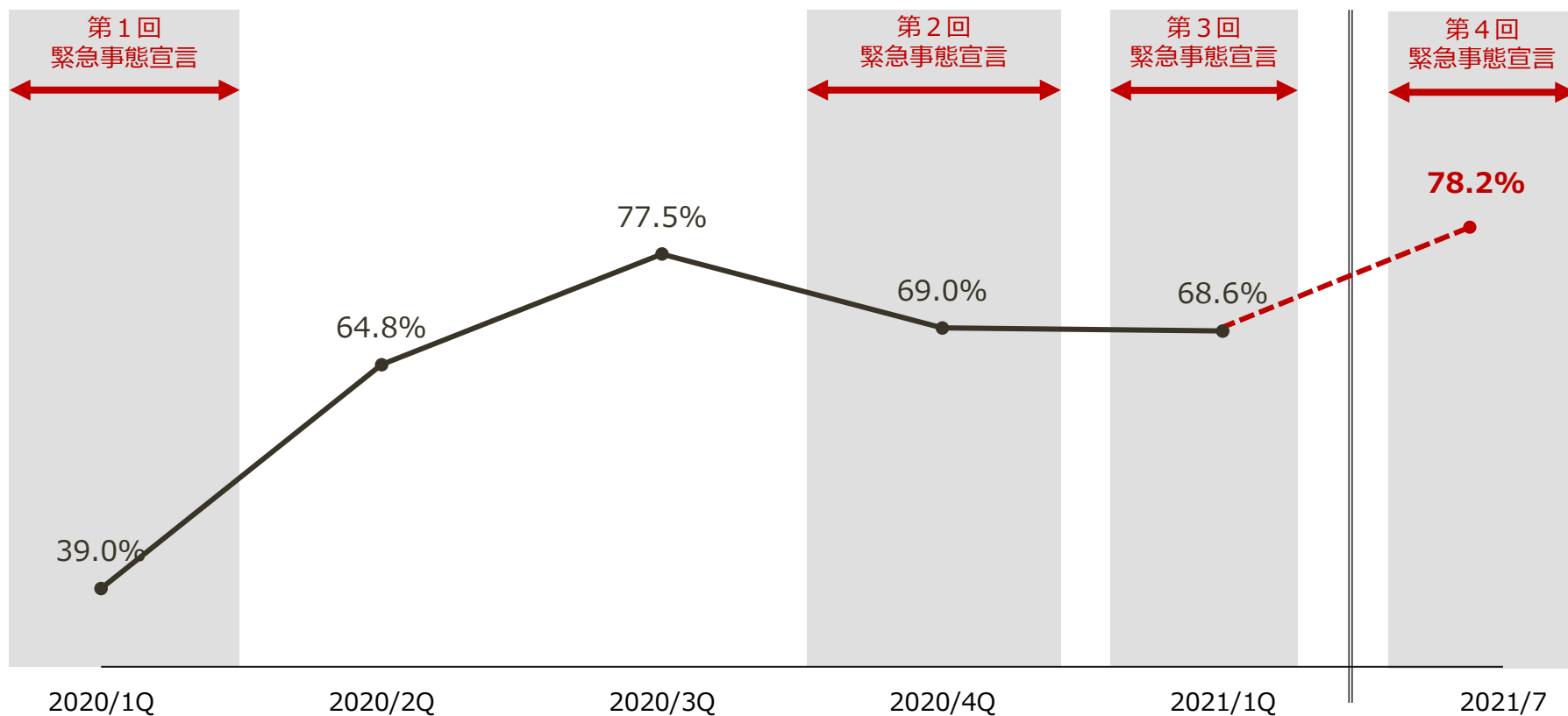
※宣言発出3週間後に挙式日延期やキャンセルをせずに留まっている各月組数 ÷ 宣言発出時点の各月受注残組数



新型コロナ影響長期化により回復鈍化

2021年7月は微増

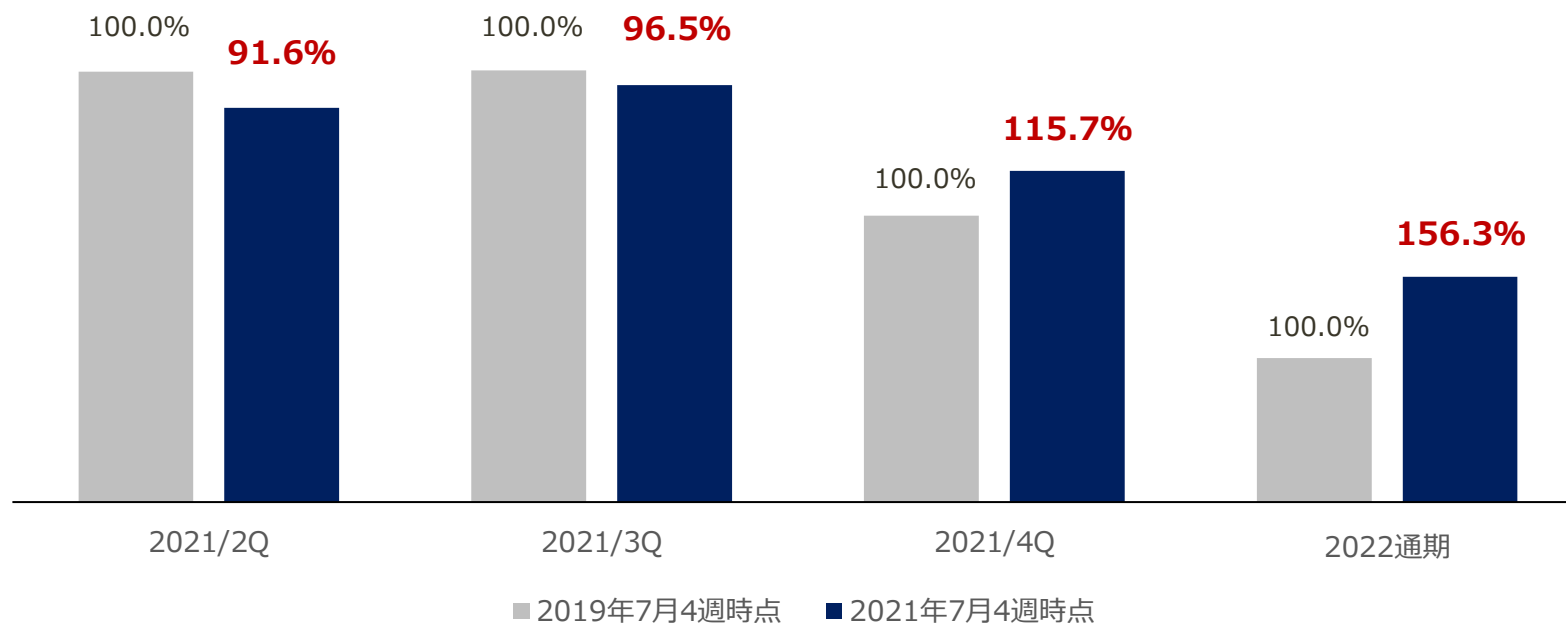
【割合】 新規問合せ数 2019年比



※ 2020/1Q~3Q : 2019/1Q~3Q比較
 2020/4Q~2021/1Q : 2018/4Q~2019/1Q比較

拳式日延期は減少しているが、
新規契約は2022年1月以降の希望が増加

【割合】 受注残組数 2019年同時期比



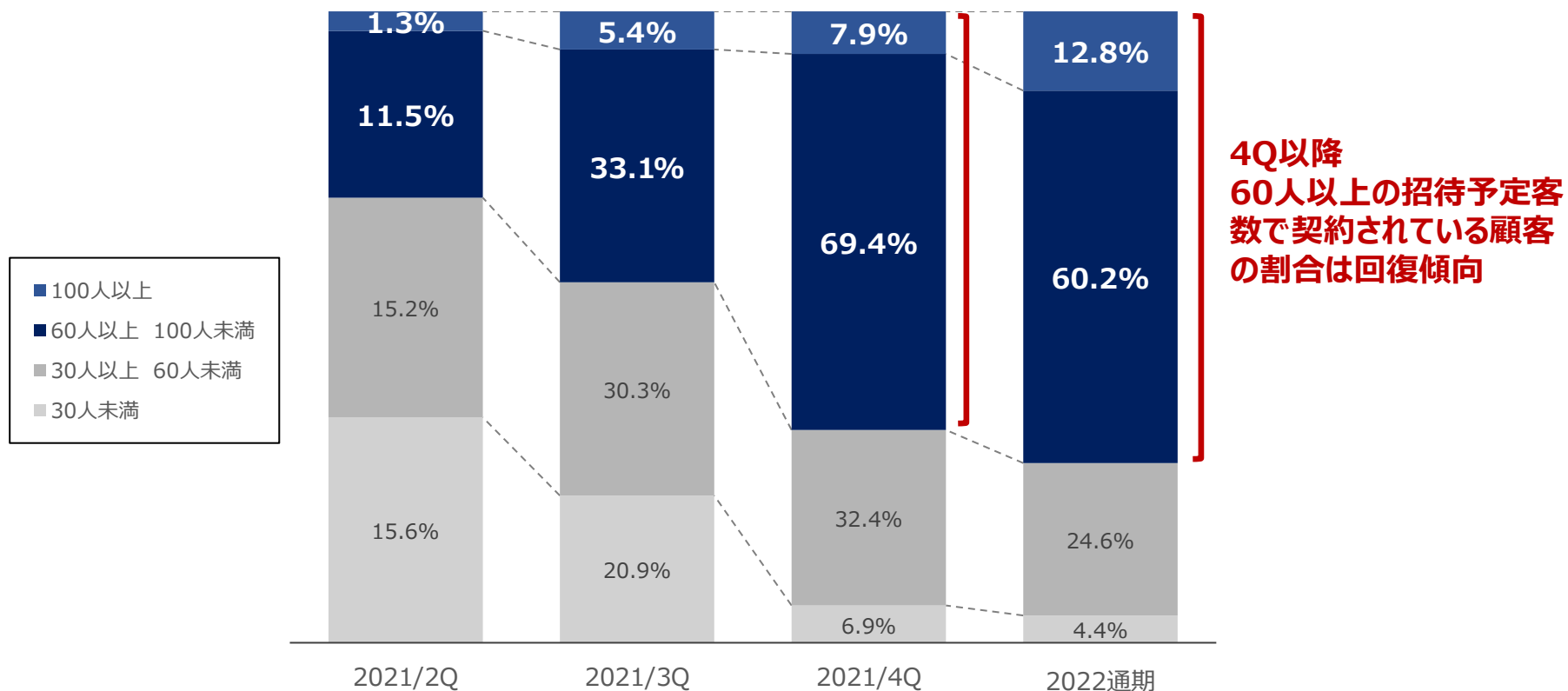
※ **2019年**7月4週時点の「受注残組数」を100%とした場合の2021年7月4週時点「受注残組数」のパーセンテージをグラフ表示

※ 既存店（閉店店舗を除く）比較（2021年7月4週時点 直営店63店舗93会場）

2022年1月以降の招待予定客数は 従前と同水準に回復傾向

【割合】 拳式予定時期別の招待予定客数分布

2021年4月以降に新規契約をされた顧客の招待予定客数の分布状況を、拳式予定時期別にグラフ化



業績予想 据え置き

単位: 百万円	第2四半期累計			通期		
	2021/3 実績 (A)	2022/3 予想 (B)	増減額 (B-A)	2021/3 実績 (A)	2022/3 予想 (B)	増減額 (B-A)
売上高	6,183	19,500 ~20,000	+13,316 ~+13,816	20,044	42,000 ~45,000	+21,955 ~+24,955
営業利益	△8,103	△650 ~△300	+7,453 ~+7,803	△11,191	600 ~2,500	+11,791 ~+13,691
経常利益	△8,380	△950 ~△600	+7,430 ~+7,780	△11,687	0 ~1,900	+11,687 ~+13,587
当期利益	△13,159	△900 ~△550	+12,259 ~+12,609	△16,214	△700 ~800	+15,514 ~+17,014

2022年3月期 中間配当は無配
通期配当は、未定

1株当たりの配当金

第2四半期末

期末

年間合計

2022年3月期
(前回5月13日発表)

未定

未定

未定

2022年3月期
(今回修正)

0円

未定

未定

2021年3月期
(前期)

0円

0円

0円

III

アフターコロナへ向けた取り組み

efforts toward the post-covid-19 world

III 1. 売上向上策：オンライン参列者向け商品

高品質を追求した「オンライン参列商品」を販売開始 参列者の増加による婚礼単価向上を図る

オンライン参列商品

商品名

ENISHI

商品内容

1. 挙式・披露宴のLIVE配信（専属カメラマン・オペレーター付）
2. 料理、引き出物の宅配

商品の魅力

専属スタッフ
2名配置

リアル会場との一体感を追求し、
**専属カメラマン・オペレーターが、
オンライン参列者を常時フォロー**

高品質な音声

著作権問題となるBGMやノイズを排除。
フリー音源を代用しながら、
マイク音声をダイレクトに配信

料理・引き出物
宅配

婚礼日直前に宅配。
**リアル会場の参列者と変わらない
おもてなし**を提供



オンラインとリアルを融合したハイブリッド型の新しい結婚式のカチを提案。
遠方の方、ご年配の方、小さなお子様がいる方など、これまで欠席せざる得なかった方が、参列頂ける環境を創ります。



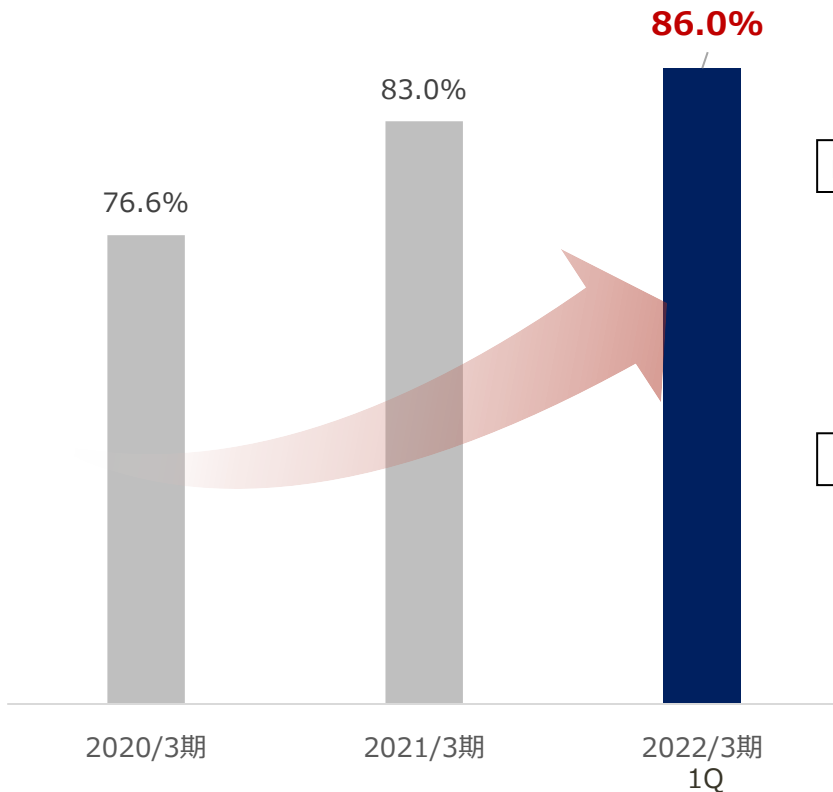
ハウスウェディング直営店のシェフ手作りのフランス料理13品をオンライン参列者のご自宅にお届けします。

III 2. 利益向上策：内製化の強化

収益改善を目的に、衣裳、装花の内製化を強化

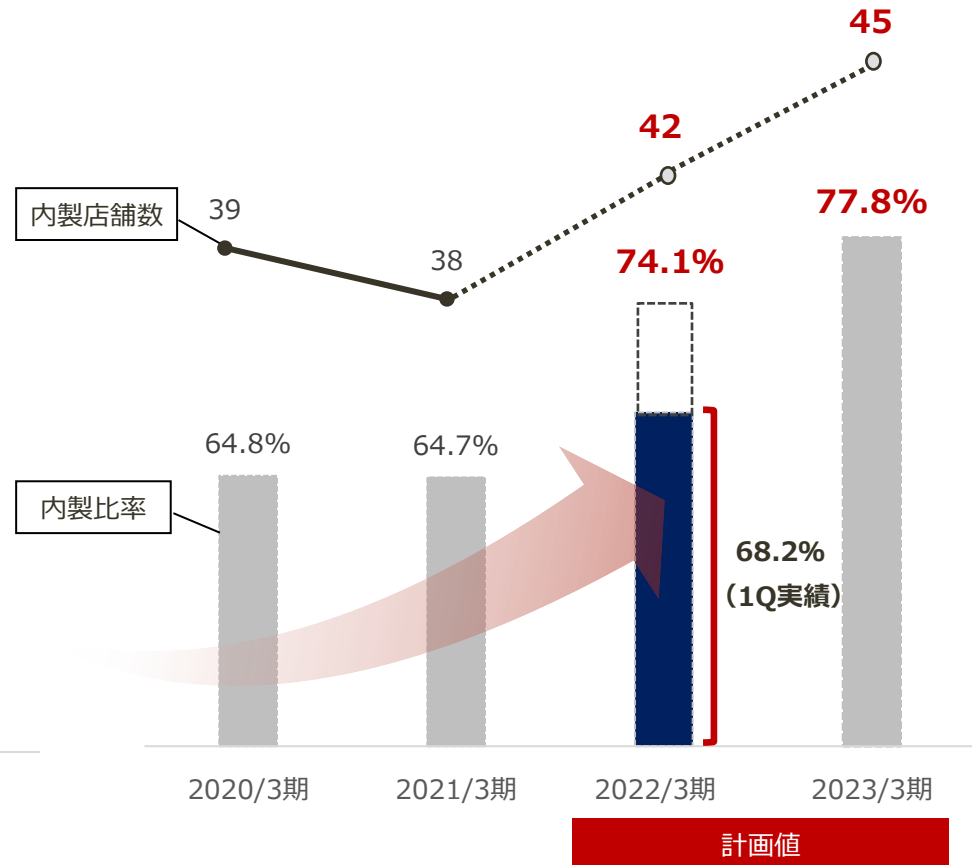
衣裳 内製比率

内製比率（＝内製化した店舗の衣裳受注件数 ÷ 取扱組数）の推移をグラフ表示



装花 内製店舗数、内製比率

・内製店舗数 直営店63店舗のうち内製化した店舗数の推移をグラフ表示
 ・内製比率（＝内製した店舗の取扱組数 ÷ 直営店63店舗の取扱組数）の推移をグラフ表示
 なお、計画値は、2021年7月末時点の2022/3期 受注残組数を100%とし、算出しております。



III 3. 新型コロナワクチンの職域接種対応

全国7地域で、新型コロナワクチンの職域接種を実施 従業員、取引先含め1,611人が接種

当社は、職域での新型コロナワクチン接種に関する政府方針を受け、お客様の安全・安心を確保し続けていくために、新型コロナワクチンの職域接種の実施を決定いたしました。

引き続き、従業員のみならず、お客様、取引先の皆様の安全を最優先に考え、積極的に接種を推進することで、新型コロナウィルス感染症の早期終息と社会経済活動の回復に貢献してまいります。

接種開始日	7/6（火）より順次開始
場所	全国7地域にて実施 （札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、広島、福岡）
ワクチン	政府より配布されるモデルナ社製ワクチン
対象者	接種希望の当社グループ全従業員とその家族、取引先、及び同業企業
接種人数	1,611人



全国7地域で、7月に1回目接種、8月に第2回目接種を実施予定。

III 4. TRUNK (HOUSE) アワード受賞

TRUNK (HOUSE) 神楽坂

高いデザイン性、品質が評価され、世界的なAWARDを受賞

受賞した「LIV HOSPITALITY DESIGN AWARDS」とは？

ホスピタリティ業界における建築、デザイン、ゲストエクスペリエンス（顧客体験）のアワードとして、2020年に創設。

36名の審査委員は建設業界における功績が世界的に評価されている建築家、デザイナー、デベロッパーなどで形成されている。

「リビングスペース」（住む空間と称した多様な宿泊施設）、「イーティングスペース」（食事をする空間と称した多様な外食の場）の2つのジャンルの中、世界で最も質の高い、優れたプロジェクトを表彰する。



LIV HOSPITALITY DESIGN AWARDS 2020の受賞書



TRUNK (HOUSE) 外観



TRUNK (HOUSE) 内装

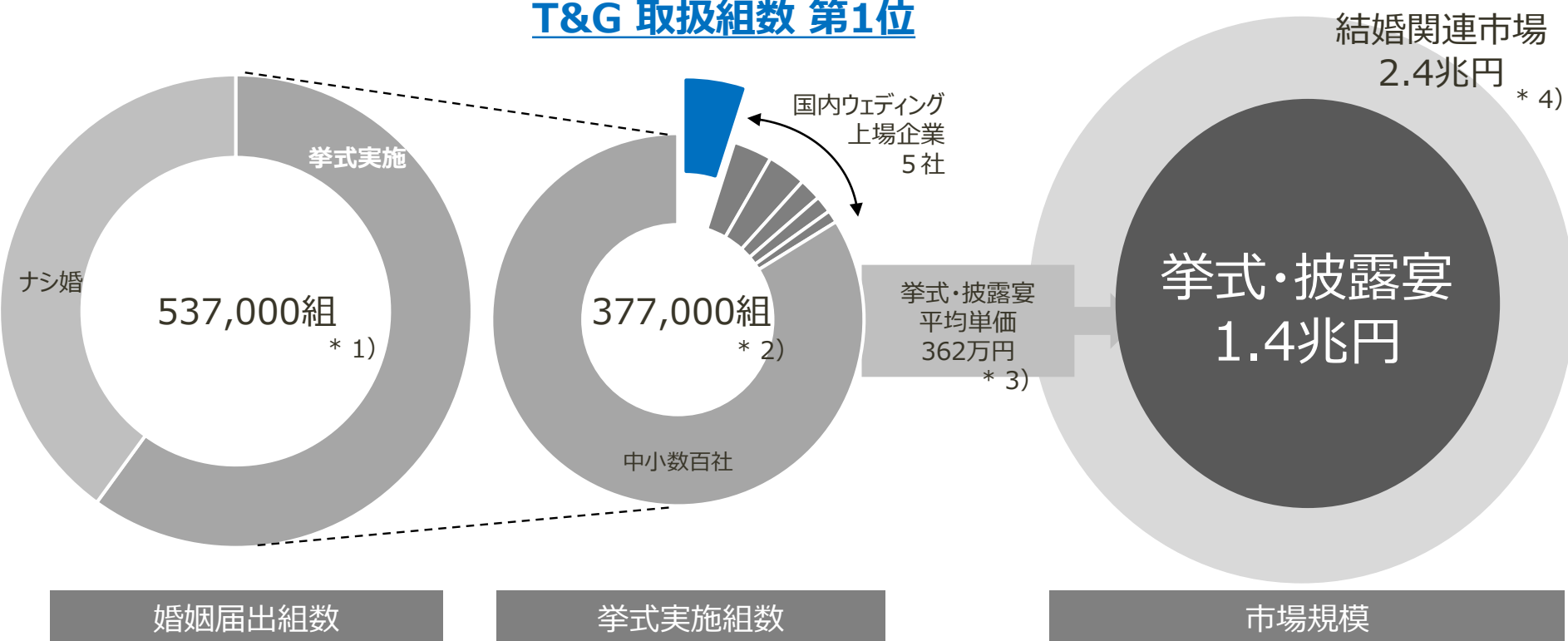
IV

APPENDIX

ESG / Market environment / Competitive Advantages

市場規模1.4兆円 T&Gは国内挙式取扱組数 第1位
シェア拡大余地は大きい

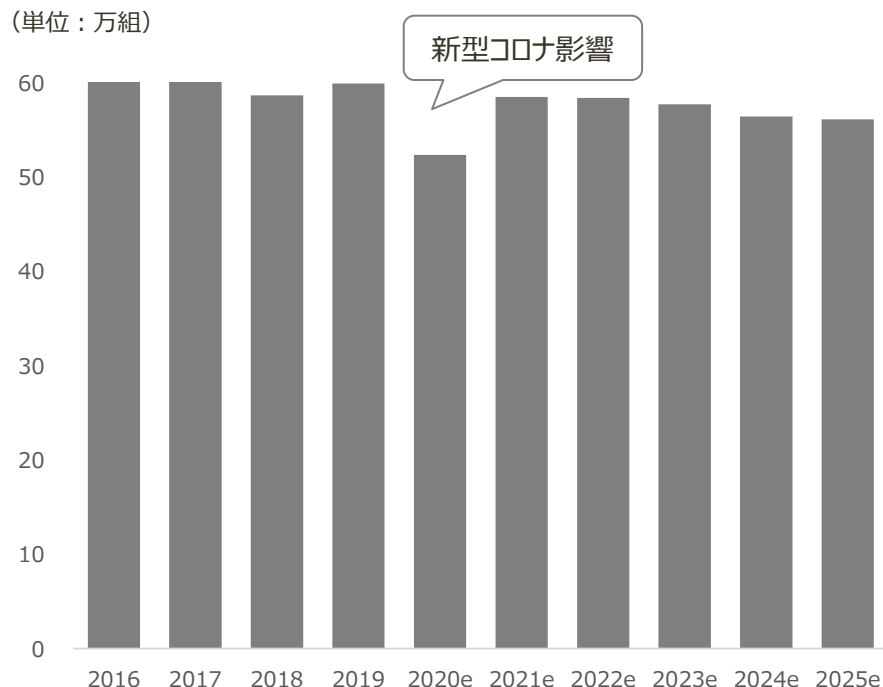
T&G 取扱組数 第1位



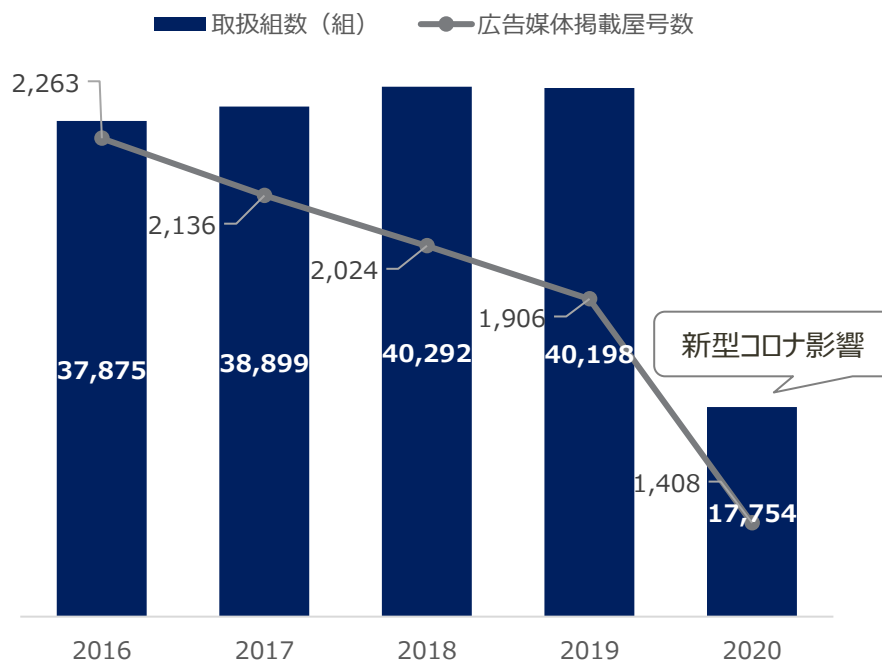
※出典 *1 厚生労働省「人口動態統計（2020年12月）」当月を含む過去1年間の婚姻組数
*2 「結婚総合意識調査2020（リクルートブライダル総研調べ）」ウェディングパーティー実施率から当社算出
*3 「ゼクシィ 結婚トレンド調査2020調べ」挙式・披露宴ウェディングパーティー総額
*4 株式会社矢野経済研究所「2019年ブライダル関連市場規模」

婚姻組数は緩やかに減少傾向ながら、
プレーヤー数が大幅に減少し、上場5社取扱組数合計は伸長
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

婚姻組数予測



広告媒体掲載屋号数と 上場5社国内ウェディング取扱組数合計の推移



※出典：リクルートブライダル総研作成 婚姻組数予測 (2021年3月)

※出典：取扱組数：各社決算説明資料より当社にて算出
広告媒体掲載屋号数：各ウェディング情報誌に掲載されている「屋号数」より、当社作成

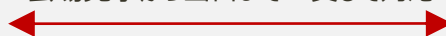
年間10,000組以上の結婚式で積み重ねたノウハウを元に
独自の仕組みでNo.1を維持

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

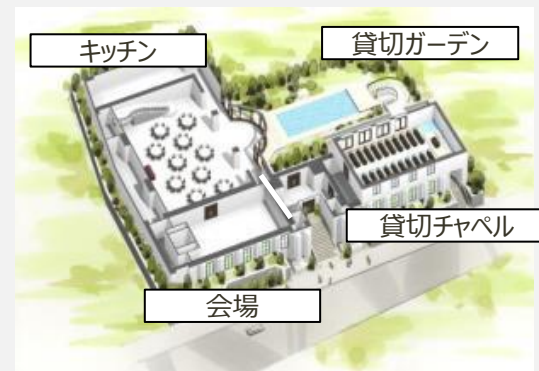


打合せ担当



当日担当

一軒家完全貸切



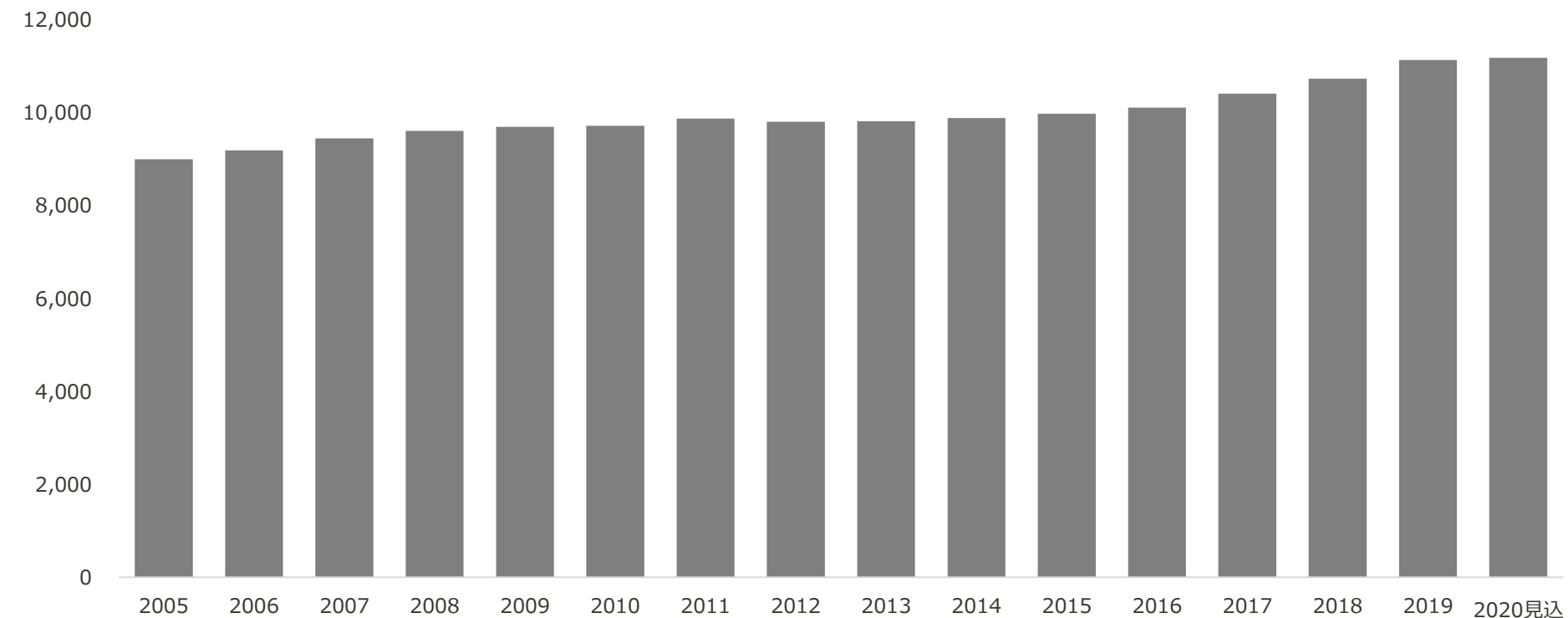
完全オリジナルウェディング



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：施設)



※出典：厚生労働省 2019年度「衛生行政報告例（付表1）」、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

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

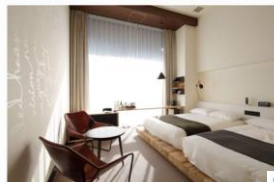
海外富裕層、特に欧米のメディアリレーションが豊富

1000 Views | Nov 27, 2019, 02:34pm

Five Cool Design Hotels Around the World

Forbes

TRUNK Hotel - Tokyo - Japan



The New York Times Style Magazine

NOTES ON THE CULTURE

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

T's roundup of people, places and things to know now.

A Japanese place called "TRUNK HOTEL" in Tokyo, Japan

Fifteen-room TRUNK opened in May 2017 smack-bang in the center of Shibuya, a store'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.



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

VOGUE

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



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 stones salvaged from the wall that once encircled Edo Castle. — EMILY TOBIN

アワード実績

「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

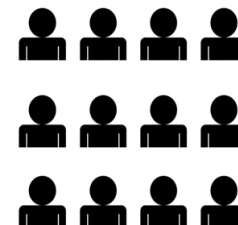


高いデザイン性を支える内製クリエイティブチーム

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



廃棄物の削減

ロスフラワー（廃棄予定の生花）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、館内で行われるウェディングやイベントの装飾で使用した破棄される生花を、ブーケにアップサイクルして販売しています。

※開催日は、現在月曜日の午後14:00~16:00



TRUNK（HOTEL）で開催される「FLOWER MARKET」の様子

リユース、リサイクルの推進

使用済コルクを回収し再資源化 廃棄物削減、障がい者の雇用創出に取り組む

婚礼で使用した使用済みのワインコルクを全国の直営店で回収。回収物の洗浄、選別、商品製造を障がいを持つ方にお渡しし、商品化された「ナイフホルダー」は調理備品として購入。廃棄物のリユース推進と共に、障がい者の自立と社会参加を応援しています。

※本活動は、NPO法人「RE機構」の活動に賛同し、実施しています。



T&Gで回収した使用済みワインコルクを再利用した「ナイフホルダー」

地域社会の貢献

食品ロス問題、働くことの楽しさを伝える 各種教育プログラムを、全国無料開催

当社は、各地域コミュニティへ積極的に関与することで、街や地域の魅力向上に貢献し、ともに発展していく事業展開をめざしています。ウェディング事業におけるインフラやノウハウを活かした様々な体験型プログラムを通じ、子どもたちに、「コミュニケーションの大切さ」「食品ロス問題」「働くことの楽しさ、意義」を学ぶ機会を提供することで、地域の活性化に貢献する取り組みを継続しています。



新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、現在、本プロジェクトは自粛しております。

地域社会の発展

国内の生産者を応援 取扱量10万本/年のワインを国産に切替えへ

国内外で評価が高い国産ワインですが、後継者や販路の確保、認知度において課題を抱えています。T&Gでは、国産ワインの取扱比率を、現状の30%から10年後には100%にすることを目指し、国内産ワインの普及に貢献します。



直営店の婚礼ワインとして提供する「梔子ワイン」を製造する「梔子ワイナリー（長野県上田誌長瀬）」の生産者の様子

ダイバーシティ推進（LGBTQの理解）

価値観を尊重する社会に LGBTQ+※1の理解促進に貢献

性的思考や性自認に関わらず、誰もが自分らしく生き、働ける組織、社会の実現をめざして、多様な生き方や価値観をお互いに尊重しあえるより良い社会の実現に向け、TRUNK（HOTEL）では、啓蒙活動を定期的実施しています。

※1LGBTQ+：多様なセクシュアリティの在り方を示す総称



多様性を祝福し、LGBTQ+の権利尊重を訴えるプライド月間（6月）に、チャリティカクテルを販売。収益の一部は、NPO法人に寄付し活動を支援しています。

ダイバーシティの促進（アスリート雇用）

アスリートアンバサダー 五十嵐千尋選手 「第97回日本選手権水泳競技大会」 女子200m自由形で優勝！

2018年4月に当社に入社したアスリートアンバサダー五十嵐千尋選手が「第97回日本選手権水泳競技大会」女子200m自由形で優勝しました。当社は、今後も多様なバックグラウンドや価値観のある人材雇用を促進してまいります。



2021年4月開催の「第97回 日本選手権水泳競技大会」の様子

IV ESG活動報告 ガバナンス取り組み事例

コーポレートガバナンスの強化

公正で透明性の高い経営

取締役会は独立社外取締役3分の1以上で構成

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以上が独立社外取締役で構成されています。また別途、社外監査役を2名選任し、監査機能の強化を図っています。

リスク管理体制の強化

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。

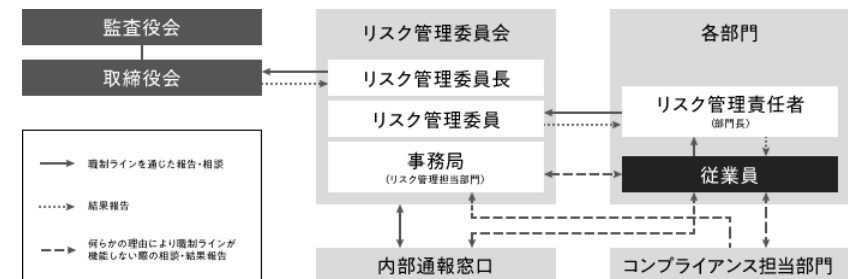
取締役 6名 (2021年6月末時点)



社内取締役 4名

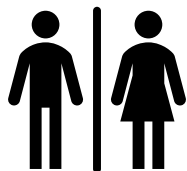


社外取締役 2名
(うち独立役員 2名)



(2021年3月末時点)

連結従業員数
(女性比率)



1,731名
(61.0%)

女性管理職比率



27.2%
※政府目標30%

障がい者雇用率



2.96%
※法定雇用率2.3%

産・育休取得比率



100.0%

産・育休復帰率



86.8%

外国人従業員
国籍数



13カ国

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
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%	-	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%	-	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%	-	-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%

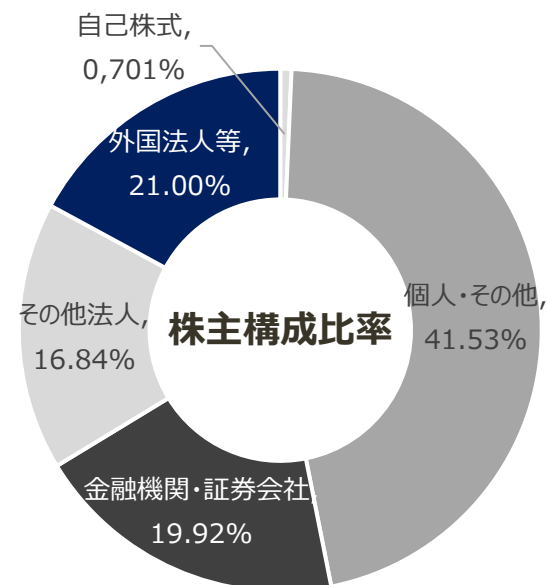
	2012/3	2013/3	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3
売上高 (百万円)	47,983	52,804	60,714	59,269	59,524	60,184	64,590	66,871	63,678	20,044
営業利益 (百万円)	2,212	2,832	3,706	3,021	1,545	2,439	2,785	4,281	3,579	-11,191
営業利益率 (%)	4.6%	5.4%	6.1%	5.1%	2.6%	4.1%	4.3%	6.4%	5.6%	-
経常利益 (百万円)	1,588	2,459	3,342	2,784	1,377	2,100	2,489	3,900	3,381	-15,068
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	-16,214
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	4,677
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	3,455
期末直営店会場数	87	99	101	103	105	103	105	102	94	93
期末直営店舗数	61	68	69	70	70	69	69	67	64	63
期末提携プロデュース会場数	13	14	17	17	17	14	7	6	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	48,578
自己資本比率 (%)	38.4%	38.2%	39.6%	42.2%	41.0%	38.9%	37.3%	40.2%	40.6%	14.9%

株主保有状況（2021年3月31日現在）

1.発行済株式総数 13,059,330株

2.株主総数 9,207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	18.84
株式会社東京ウエルズ	1,045,970	8.00
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	753,500	5.76
株式会社ユニマットライフ	543,200	4.15
ウエルズ通商株式会社	450,000	3.44
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	444,400	3.40
JPMBL RE NOMURA INTERNATIONAL PLC 1COLL EQUITY	406,200	3.11
I N T E R A C T I V E B R O K E R S L L C	334,600	2.56
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	299,490	2.29
株式会社SBI証券	264,084	2.02

直営婚礼店舗：全国63店舗（93会場）

（2021年6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）

■ 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）

■ 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）

■ 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）



直営ホテル・レストラン、業務提携先：全国12施設

(2021年6月30日現在)

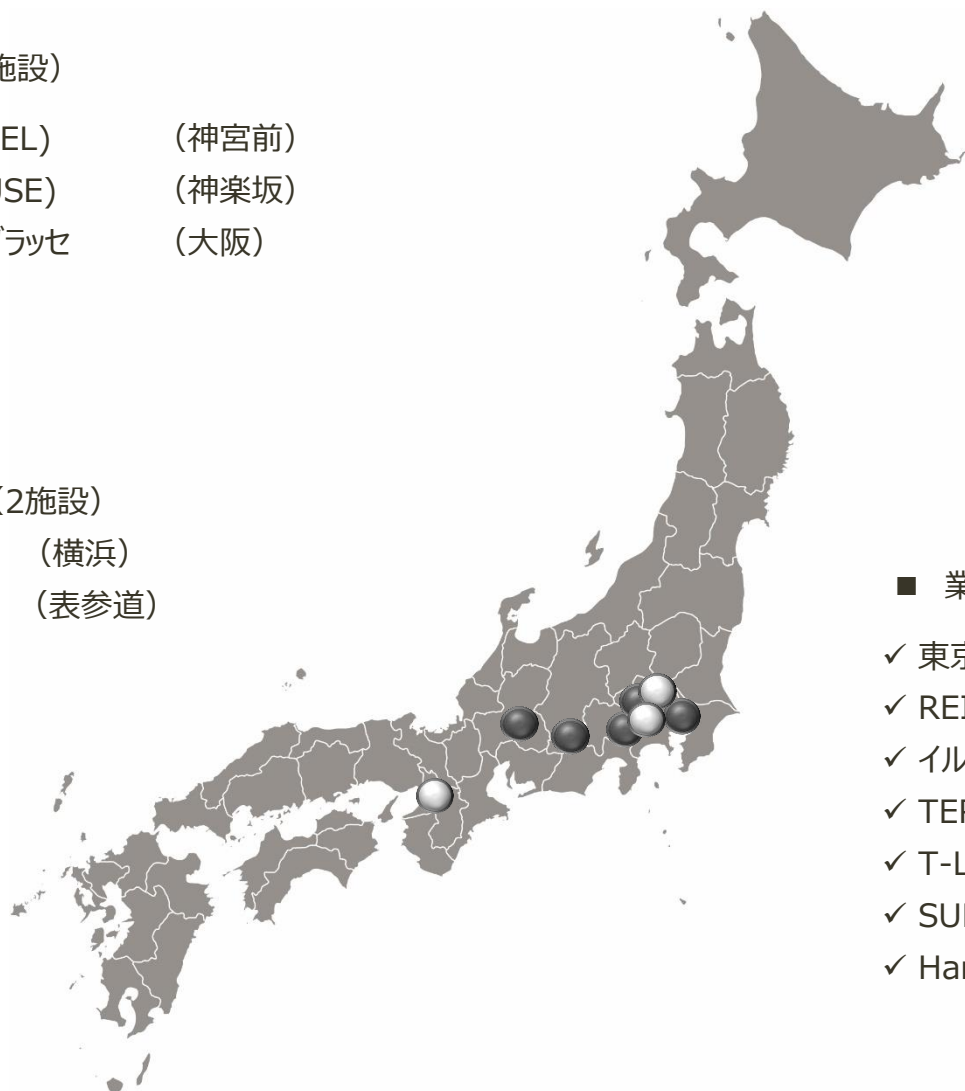
■ 直営ホテル（3施設）

- ✓ 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)
- ✓ REIMS YANAGIDATE (表参道)
- ✓ イル・ブッテロ (広尾)
- ✓ 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10施設

(2021年6月30日現在)

