

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2023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2023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. 2023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 | P6-8 |
| 2. 国内ウェディング事業 内訳 | P9-10 |
| 3. 連結 貸借対照表 | P11-12 |

II. 2023年3月期 通期連結業績予想

- | | |
|---------------------------------------------|--------|
| 1. 通期連結業績予想（業績予想修正値、営業利益増減要因） | P14-16 |
| 2. 新規婚礼運営受託決定案件（2025年3月期計画、婚礼運営受託スキーム、新規案件） | P17-22 |
| 3. 足元の状況（受注残組数） | P23 |
| 4. 配当予想 | P24 |

III. 2023年3月期第2四半期 トピックス

- | | |
|-------------------------|-----|
| 1. 利益向上策（内製化の強化） | P26 |
| 2. 既存店強化策（戦略的リニューアル） | P27 |
| 3. ライフタイムバリューの最大化に向けた活動 | P28 |
| 4. TRUNK（HOTEL）宿泊部門の状況 | P29 |
| 5. サステナビリティ活動の推進 | P30 |
| 6. 新卒採用活動の状況 | P31 |

IV. 市場環境と競争優位性、ESG活動

V. 補足資料

エグゼクティブ・サマリー

1 第2四半期 取扱組数、婚礼単価堅調により増収増益

- 売上高 22,602百万円 (前年同期差 +4,598百万円)
- 営業利益 2,789百万円 (前年同期差 +2,909百万円)

2 2023年3月期 通期業績予想を上方修正

- 売上高 44,500百万円 (前回発表差 ±0百万円)
- 営業利益 3,300百万円 (前回発表差 + 300百万円)

3 婚礼運営受託 2つのホテルで新規提携決定
業界内で更なるシェア拡大を目指す

I

2023年3月期第2四半期 連結決算概要

Results for the 2Q of FY 03/2023

営業利益27.8億円 大幅増益

単位：百万円	2023/3	前年同期	
	上期実績	実績	増減
売上高	22,602	18,004	(※1) 4,598
<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内ウェディング事業 	22,269	17,783	4,485
<ul style="list-style-type: none"> TRUNK (HOTEL) 	2,162	1,361	800
<ul style="list-style-type: none"> ■ その他 	333	221	112
売上総利益	14,671	11,635	3,036
	64.9%	64.6%	0.3pt
販管費	11,881	11,754	(※2) 127
	52.6%	65.3%	-12.7pt
営業利益	2,789	△119	2,909
	12.3%	-	12.3pt
経常利益	2,580	△373	2,953
	11.4%	-	11.4pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,178	445	3,733
	18.5%	2.5%	16.0pt

%は売上高比

前年同期差異要因

■ 売上高 (※1)

前年同期比 +4,598百万円

- ✓ 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 +127百万円

- ✓ 取扱組数の増加に伴い変動費増加

特別利益 377百万円

- ✓ 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 ▲1,340百万円

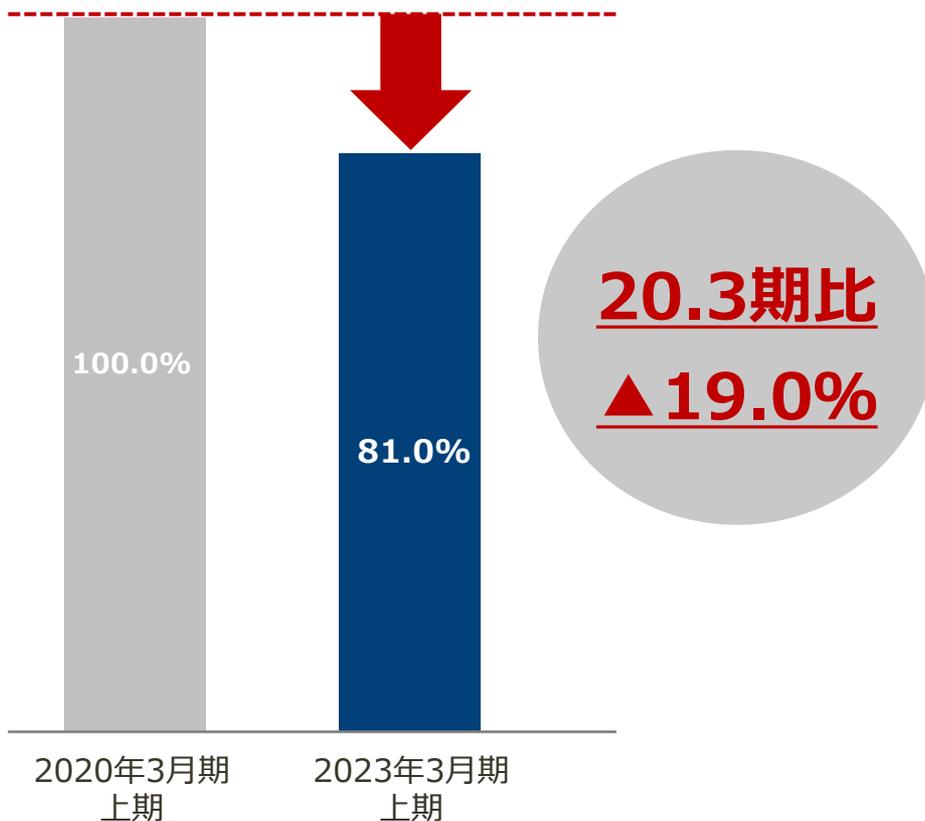
- ✓ 減資による繰延税金資産繰入

I 1-3. 収益構造の変化

損益分岐点の低下により 収益性は大幅に改善

販売管理費 20.3期上期比較

※ 20.3期上期の販売管理費の実績を100%とした場合の23.3期上期実績のパーセンテージをグラフ表示
 ※ 20.3期実績は、海外リゾートウエディング除く、販売管理費実績となります。



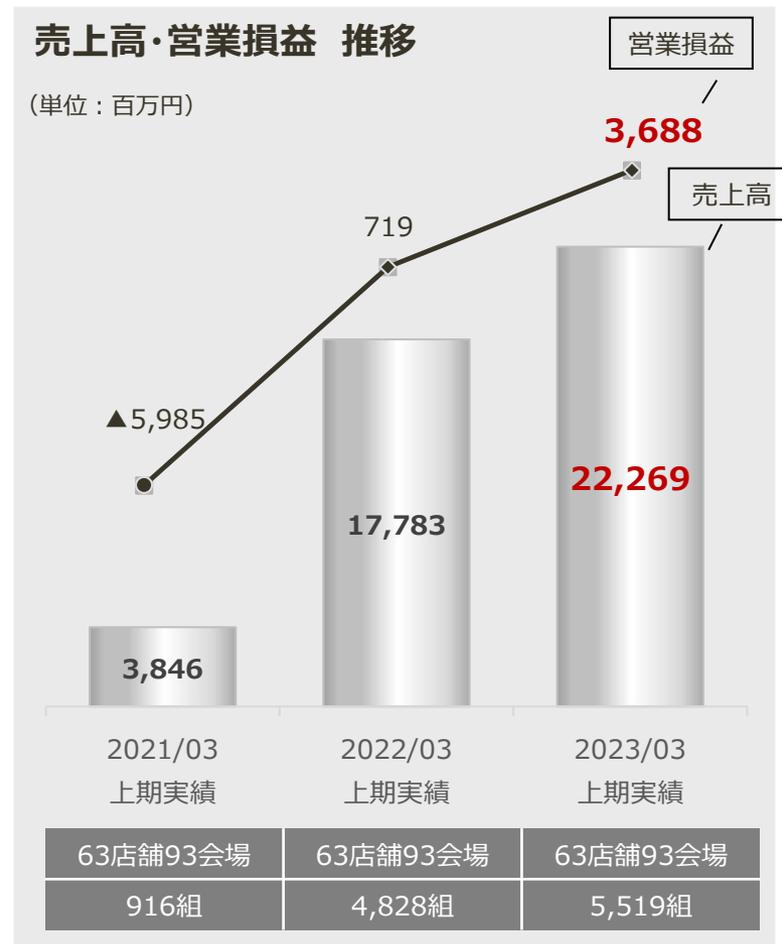
主なコスト構造の変化

- 人件費
 - デジタル推進により定員減
- 広告宣伝費
 - 出稿媒体絞り込み
 - マーケット動向に応じた出稿量の最適化
- 販売促進費
 - 新規営業コスト（試食、特典等）見直し
- 地代家賃
 - 本社オフィス縮小による家賃減
 - 事務所移転、統合による家賃減
- 旅費交通費
 - オンライン会議の徹底
 - ハイブリット型の採用面接、社員研修

I 2-1. 国内ウェディング事業 内訳

婚礼、宿泊、レストラン部門 稼働回復

単位：百万円	2023/3	前年同期	
	上期実績	実績	増減
売上高	22,269	17,783	4,485
直営店婚礼（TRUNK含）	20,401	16,666	3,735
■取扱組数（組） ※1	5,519	4,828	691
■平均単価（千円） ※2	3,700	3,470	230
■平均人数（人） ※2	55.8	48.4	7.4
コンサルティング	546	314	232
宿泊、レストラン、等	1,320	802	518
売上総利益	14,493	11,441	3,052
	65.1%	64.3%	0.8pt
営業利益	3,688	719	2,968
	16.6%	4.0%	12.6pt



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

%は売上高比

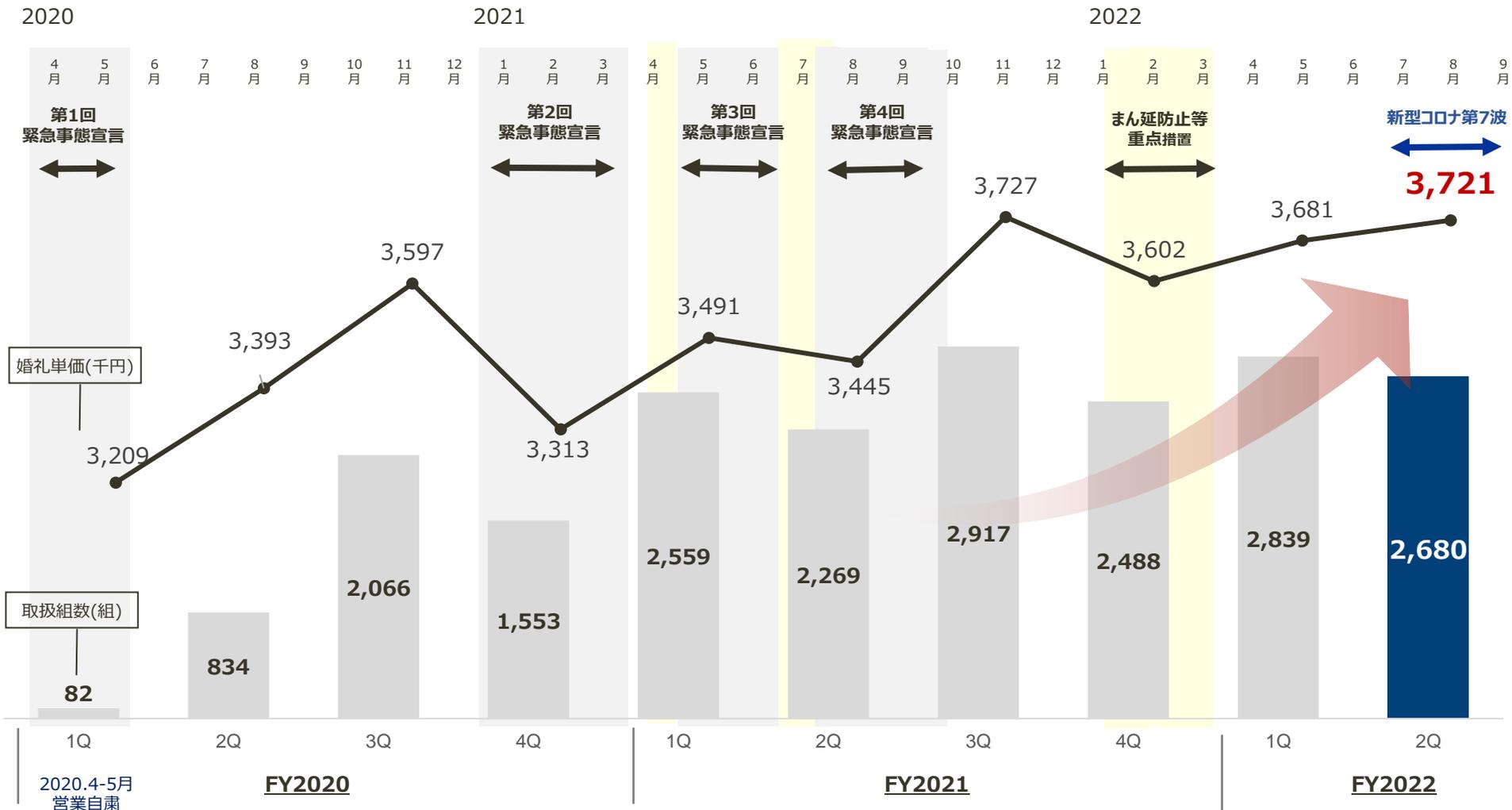
※直営婚礼店舗数（9月末時点）と取扱組数

(※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	2022/9末	増減
流動資産	15,644	16,881	1,237
現金及び預金	11,792	12,416	623
固定資産	38,387	39,495	1,107
有形固定資産	29,110	28,873	-236
無形固定資産	222	220	-1
投資その他資産	9,054	10,400	1,346
資産計	54,032	56,376	2,344

主な増減要因

- 現金及び預金 +623百万円
 - 婚礼組数の増加
- 投資その他資産 +1,346百万円
 - 繰延税金資産繰入

I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

自己資本比率改善

単位:百万円	2022/3末	2022/9末	増減
負債合計	42,188	40,443	-1,744
流動負債計	24,449	22,454	-1,995
短期借入金	10,280	10,160	-120
(一年内) 長期借入金	4,938	4,667	-270
固定負債計	17,739	17,989	250
長期借入金	13,111	13,481	370
純資産計	11,843	15,932	4,089
負債・純資産計	54,032	56,376	2,344

主な増減要因

■ 流動負債 ▲1,995百万円

✓ 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	28,309	-19
自己資本比率	21.9%	28.3%	6.3pt

II

2023年3月期 通期連結業績予想

Financial Result Forecasts for the FY 03/2023

全ての段階利益 上方修正

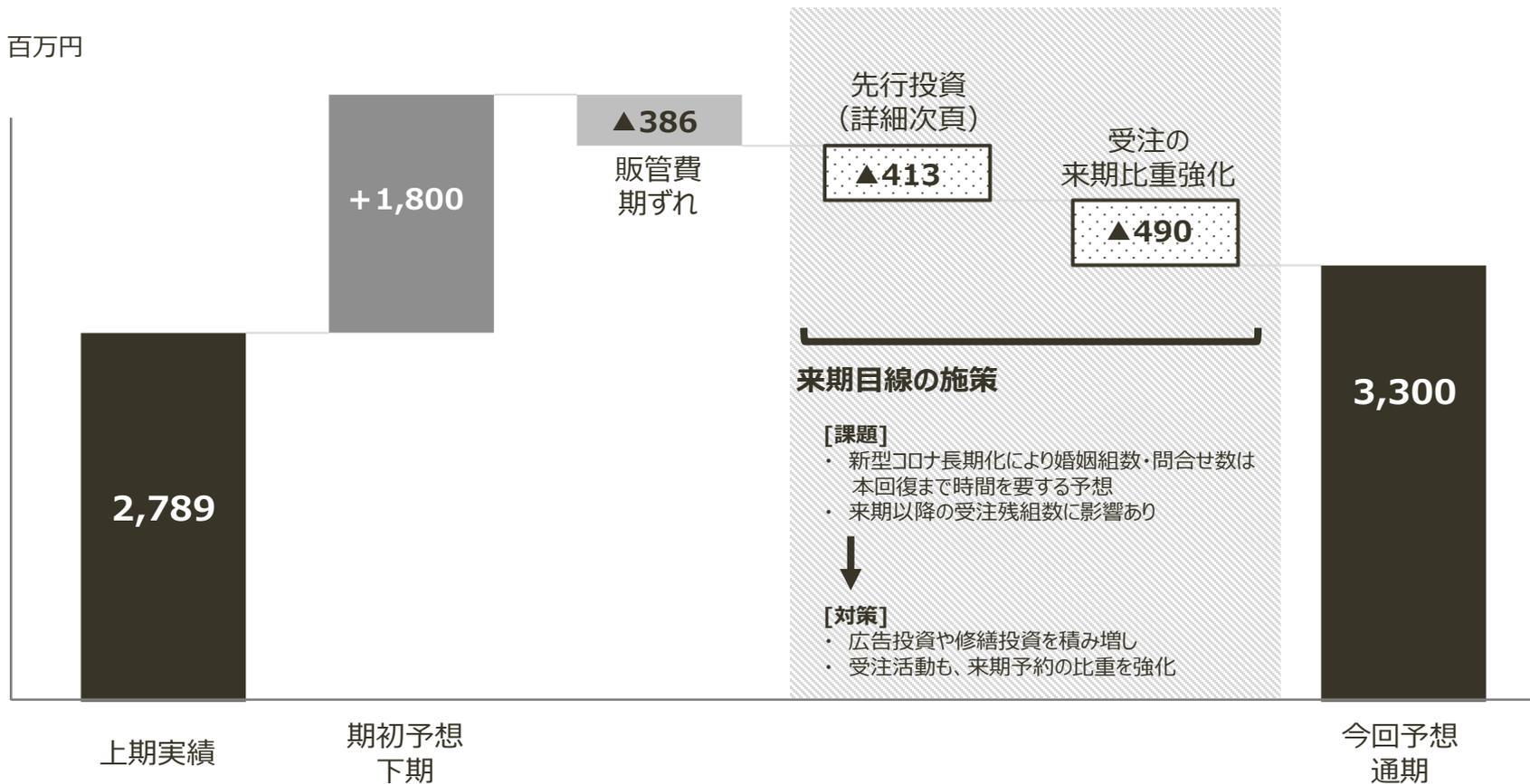
単位:百万円	第2四半期 (累計)				通期			
	前年同期 実績	8月発表 (A)	今期実績 (B)	増減 (B-A)	前年 実績	8月発表 (C)	今回発表 (D)	増減 (D-C)
売上高	18,004	21,000	22,602	+1,602	39,482	44,500	44,500	±0
営業利益	▲119	2,000	2,789	+789	2,089	3,000	3,300	+300
経常利益	▲373	1,700	2,580	+880	1,548	2,400	2,700	+300
当期純利益	445	3,500	(※1) 4,138	+638	1,877	3,000	(※1) 3,100	+100

(※1) 2023/3期：減資に伴う税効果（法人税等調整額）計上

来期に目線をシフト 先行投資・来期受注強化

営業利益増減

単位：百万円



来期以降の増益に向け、積極投資を再開

設備・リニューアル投資

当初計画比

+ 2 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

ホテル・運営受託
開拓投資

当初計画比

+ 1 億円

長期経営方針の柱である
ホテル・運営受託獲得に向けた
営業強化

人員強化



PR強化

情報ルート
強化

広告投資

当初計画比

+ 1 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

2025年3月期 直近10年間の最高益を目指す

2025年3月期計画に向けた施策

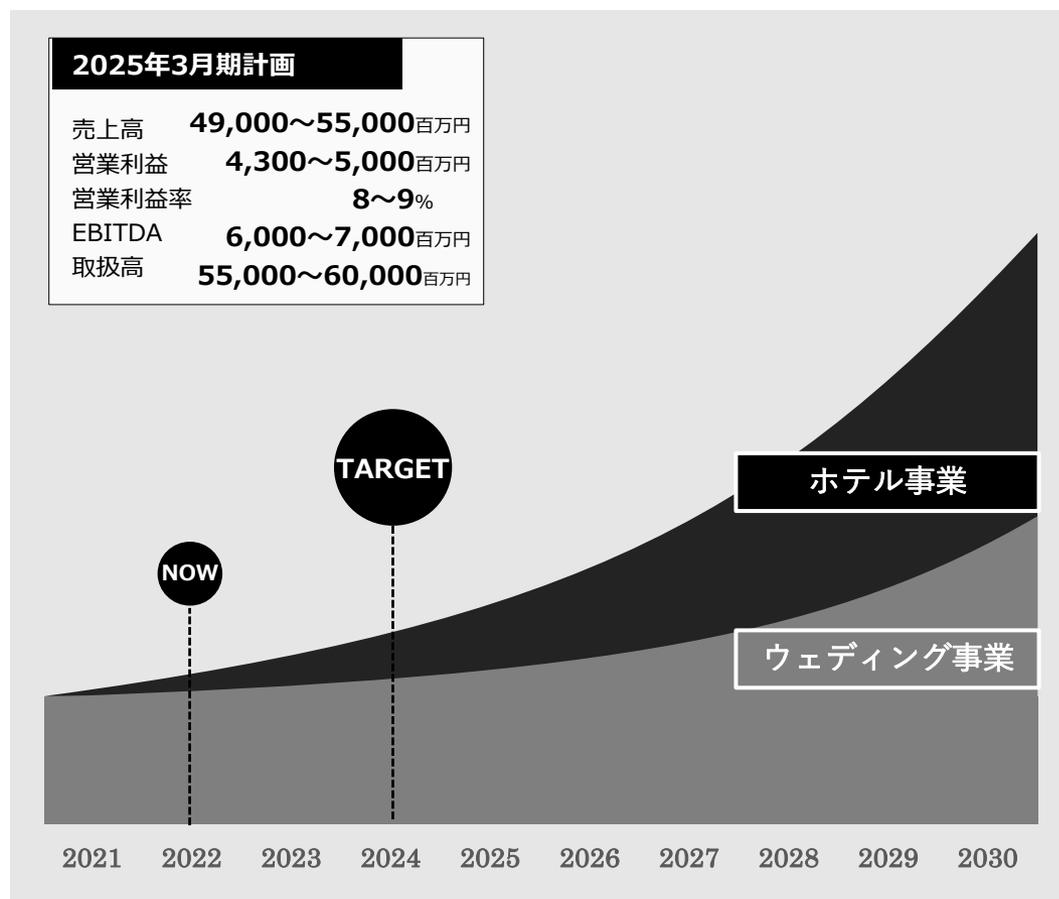
ホテル出店フェーズに入る前段階は、ウェディング事業による増益を目指しコロナ前を越える営業利益を創出する

婚礼運営受託の増加

大規模な初期投資がなく、当社の広告・営業・教育ノウハウを活かした他社婚礼施設の運営受託により、国内取扱婚礼組数を増加させる

内製化の継続推進・改善した収益構造の維持

新型コロナをきっかけとした構造改革後の収益構造の維持及び衣装や花の継続的な内製化推進



II 2-2. 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

新規提携決定

2022年12月 リーガロイヤルホテル小倉

長期経営方針「EVOL2030」で掲げた重点戦略に沿い、婚礼運営受託契約を締結。
2022年12月より、福岡県のリーガロイヤルホテル小倉との提携開始。

- 業務提携先 株式会社リーガロイヤルホテル小倉
- 住所 福岡県北九州市小倉北区
- 運営受託開始日 2022年12月
- 運営受託内容 婚礼部門の運営
- 婚礼設備 チャペル3 / メインバンケット（宴会場）5



5つのメインバンケットを筆頭に、大中小全15室の宴会場を保有



小倉駅直結。1935年開業の名門リーガロイヤルホテルグループが九州に唯一展開する北九州のランドマークホテル

新規提携決定

2023年1月 横浜グランドインターコンチネンタルホテル

長期経営方針「EVOL2030」で掲げた重点戦略に沿い、婚礼運営受託契約を締結。
2023年1月より、横浜市のグランドインターコンチネンタルホテルとの提携開始。

- 業務提携先 株式会社横浜グランドインターコンチネンタルホテル
- 住所 神奈川県横浜市西区
- 運営受託開始日 2023年1月
- 運営受託内容 婚礼部門の運営
- 婚礼設備 チャペル1 / バンケット（宴会場）9



横浜ベイエリアを見渡せる絶景で人気のバンケット



1991年誕生 コトの白い帆をイメージした横浜・みなとみらいを代表する国際ホテル

II 2-3. 婚礼運営受託

2022年4月～運営受託開始 シーサイドリゾートホテル グランドパーク小樽

当社は、長期経営方針に沿い、創業より培ってきた婚礼運営のノウハウを活かし、運営受託先拡大のため営業強化を図っております。2022年4月より、北海道小樽市のベイエリアに建つシーサイドリゾートホテル「グランドパーク小樽」において、婚礼運営受託を開始いたしました。

- 業務提携先 株式会社パーク・オタルチッコウ・オペレーションズ
- 住所 北海道小樽市築港 1 1-3
- 運営受託開始日 2022年4月
- 運営受託内容 婚礼部門の運営
- 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8



120名～380名収容の宴会場（樹林）



札幌中心部から電車又は車で30分
三方を山に囲まれ、目の前には石狩湾の大パノラマが広がるロケーション

2023年開業ホテル



- 開業日 2023年秋（予定）
- 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（予定）
- 客室数 25室～30室
- 客室単価 48,000円～180,000円

2027年開業ホテル



- 開業日 2027年（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

2027年開業ホテル

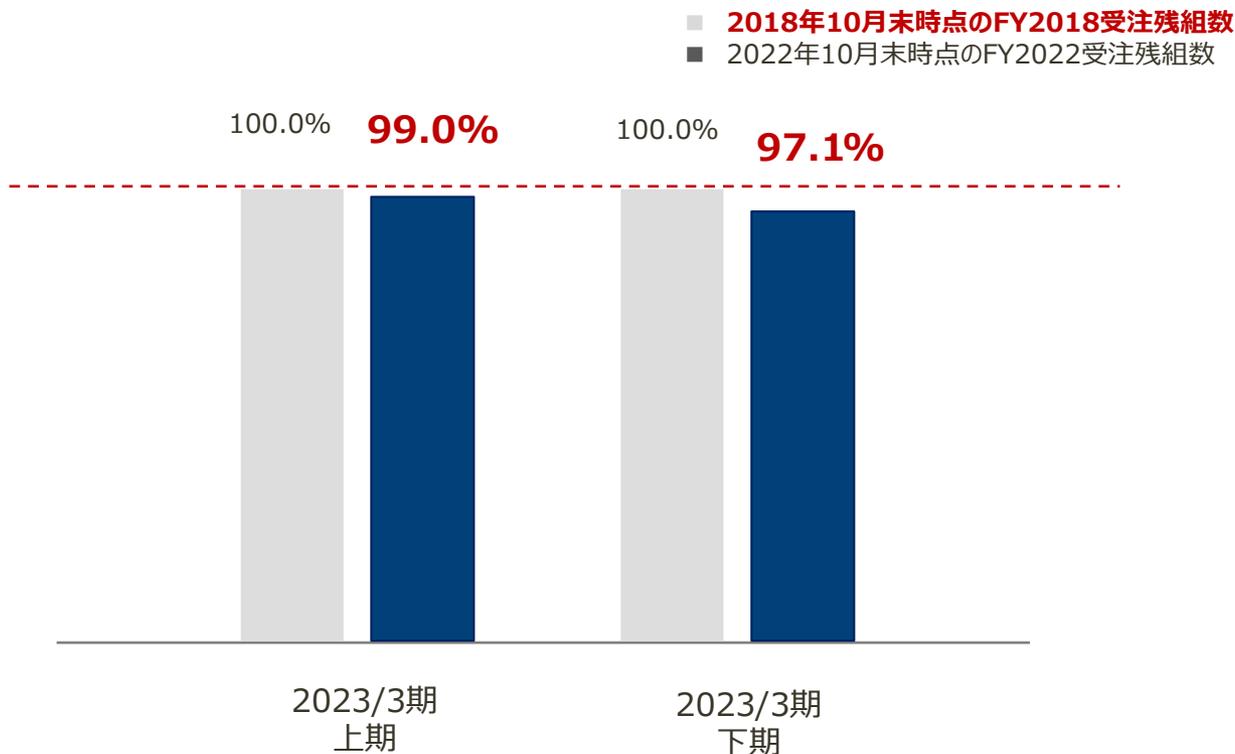


- 開業日 2027年3月（予定）
- 建設地 東京都渋谷区道玄坂2丁目
- 客室数 120室～130室
- 客室単価 50,000円～300,000円

2023年3月期受注残組数は、コロナ前同水準（2022年10月末時点）

2023年3月期受注残組数 2018年同時期比

- ※ 2018年10月末時点の「FY2018受注残組数」を100%とした場合の2022年10月末時点「FY2022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5店舗を除く）比較（2022年10月末時点 直営店63店舗93会場）



業績向上により、復配を目指す

1株当たりの配当金

第2四半期末

期末

年間合計

2022/3

0円

0円

0円

2023/3

0円

未定

未定

III

2023年3月期第2四半期 トピックス

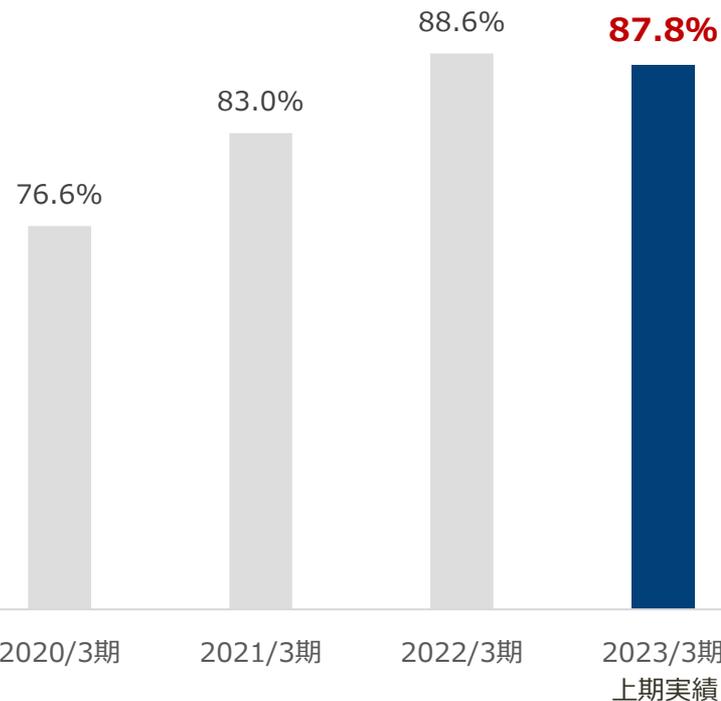
Topics for the 2Q of FY 03/2023

III 1. 利益向上策：内製化の強化

内製化の強化を継続

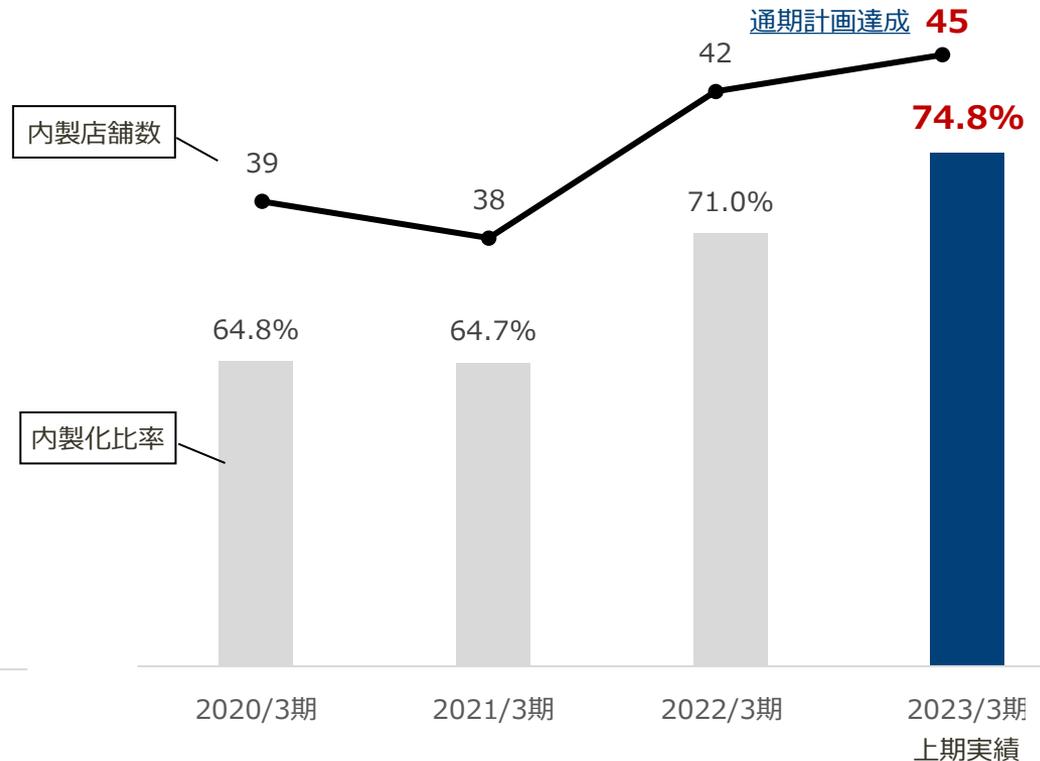
衣裳 内製化比率

内製店舗数 直営店63店舗のうち、首都圏、関西圏を中心に32店舗
 内製化比率（=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
- 内製化比率（=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

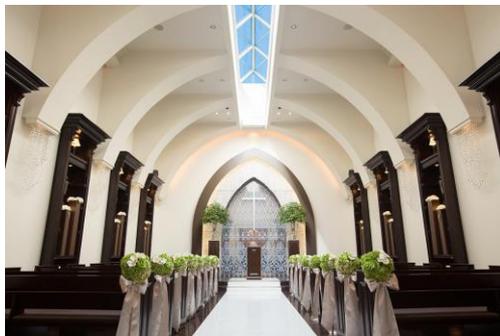


2. 既存店強化策：戦略的リニューアル

新規受注数増加を目的に、戦略的リニューアルを実施

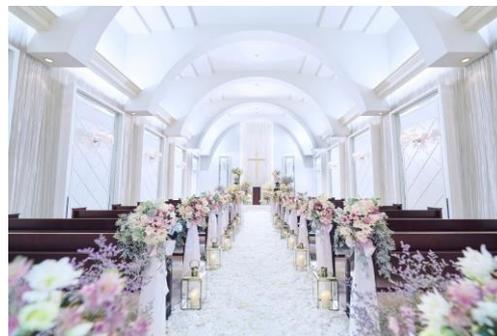
2022年9月完成

店舗所在地：千葉みなと



2023年2月完成（予定）

店舗所在地：神戸



リニューアル
店舗

2店舗

投資額
(1店舗)

50～70百万円

リニューアル
内容

チャペルのデザイン変更

投資効果

新規受注数
前年比 25%増

※過去の戦略的リニューアル店舗の実績

完成前

完成後

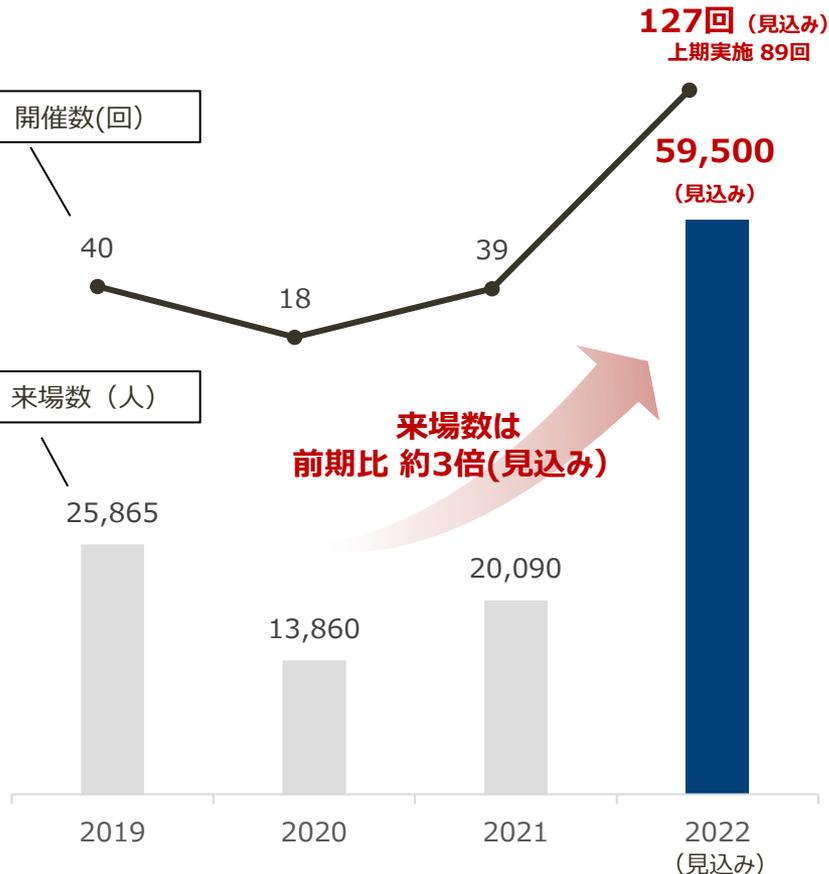


III 3. ライフタイムバリューの最大化に向けた活動

顧客データの有効活用

親子イベント来場数は、前期比3倍（見込み）

親子イベント開催数、来場者数の推移



FunFenFant

結婚式場で行うベビーとママで楽しめる体験型イベント。子育て期に役立つ企業のブース出展や、ワークショップ、プロカメラマンによる撮影会、チャペルで行うハイハイレースなど多数のコンテンツを用意しています。



T&G KIDS PROJECT
キッズプロジェクト

地域貢献活動として、全国の子供たちに体験と学びを提供するイベントを開催しています。食育体験含め、3つのコンテンツを用意。

2022年夏は、3年ぶりに過去最多の全国52ヶ所で3年ぶりに開催しました。



III 4. TRUNK (HOTEL) 宿泊部門の状況

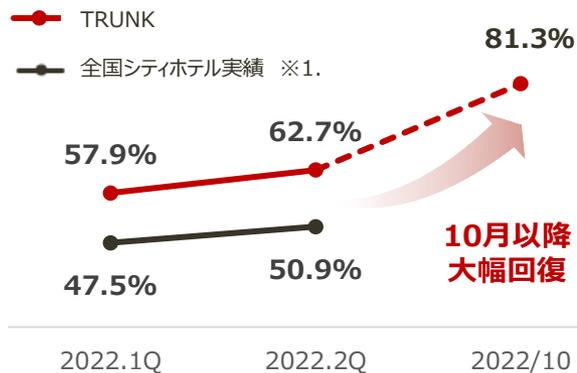
TRUNK (HOTEL) 回復

ADR

56,729 円

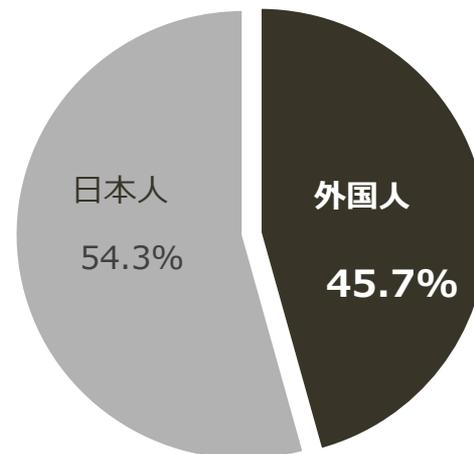
※2022年上期実績

宿泊稼働率



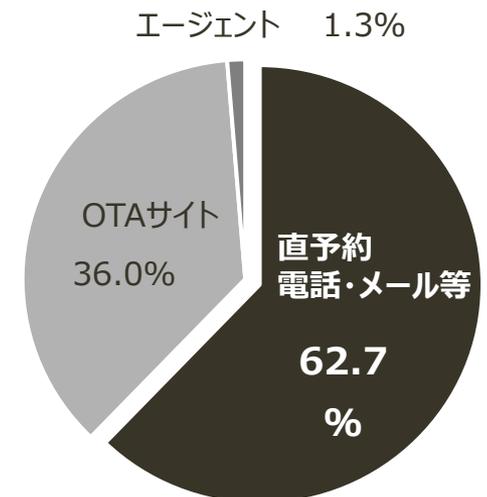
※1.出所 国土交通省 観光庁「宿泊旅行統計調査」
2022年4-8月数値：第2次速報値
2022年9月数値：第1次速報値

宿泊者 外国人比率



※2022年上期実績
参考：10月実績 78.2%

宿泊 直予約 (電話・メール) 比率



※2022年上期実績
参考：10月実績64.7%

III 5. サステナビリティ活動の推進

企業成長と持続可能な社会実現を目指し サステナビリティ推進室を新設

サステナビリティ推進室の役割



基本方針等の立案
マテリアリティ・KPIの設定



施策の企画・推進



社内啓蒙活動の
企画・推進



IR・PRと連携した
適切な情報開示



サステナビリティ推進室 室長

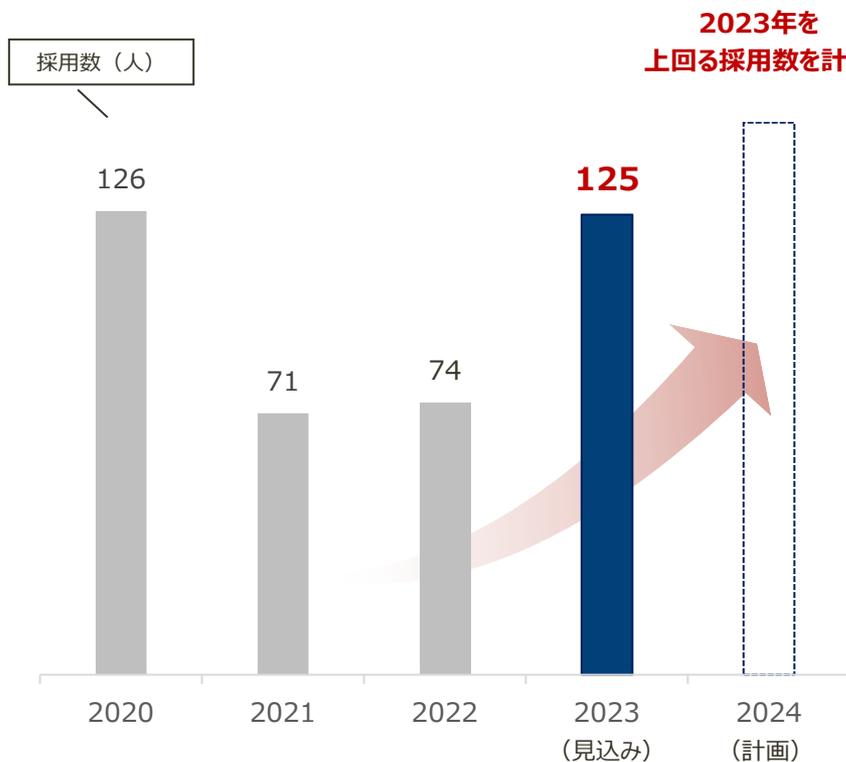
金井 友香里

2003年入社。直営店立ち上げ、営業統括部長、カスタマーセンター長、人事部長を経て、2022年7月より、サステナビリティ推進室長に就任。グループ全体の事業活動を通じて、持続的な社会の実現に貢献すべく、課題、施策を精査する。特に、当社事業の根幹である人的資本投資、ウェルビーイングの実現に向けた取り組みを、より一層強化する方針。

III 6. 新卒採用活動の状況

多様な才能、価値観を有する人材採用を強化 母集団形成は順調

新卒採用人数の推移



2024新卒採用活動の状況

- 事業の中核を担う人材の採用強化
- 選考プロセス改善
 - ターゲット特化型の媒体に出稿
 - 当社ロールモデルとなる人材と早期面談
 - インターンシップ、座談会のコンテンツ拡充



2023年新卒内定式の様子。3年ぶりの完全オフラインでの開催

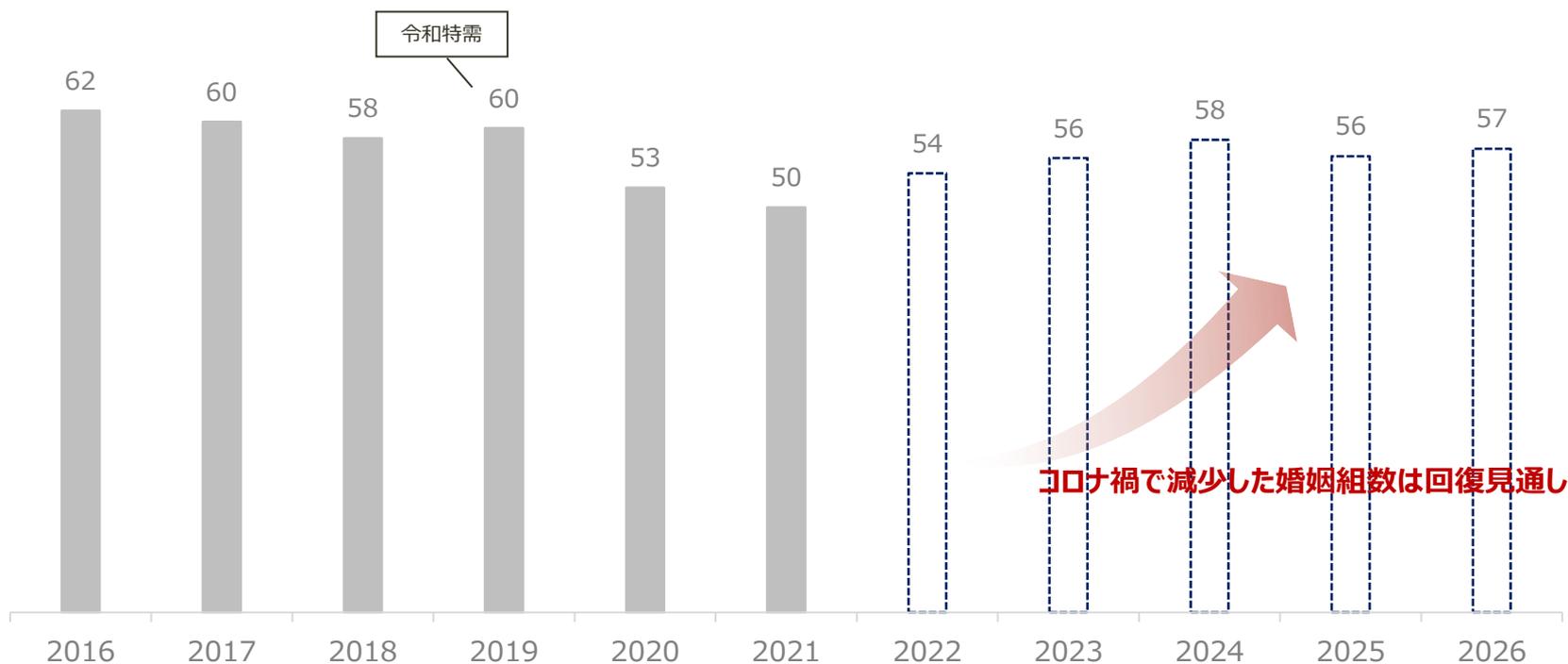
IV

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 ウェディングパーティ実施意欲は コロナ前同等

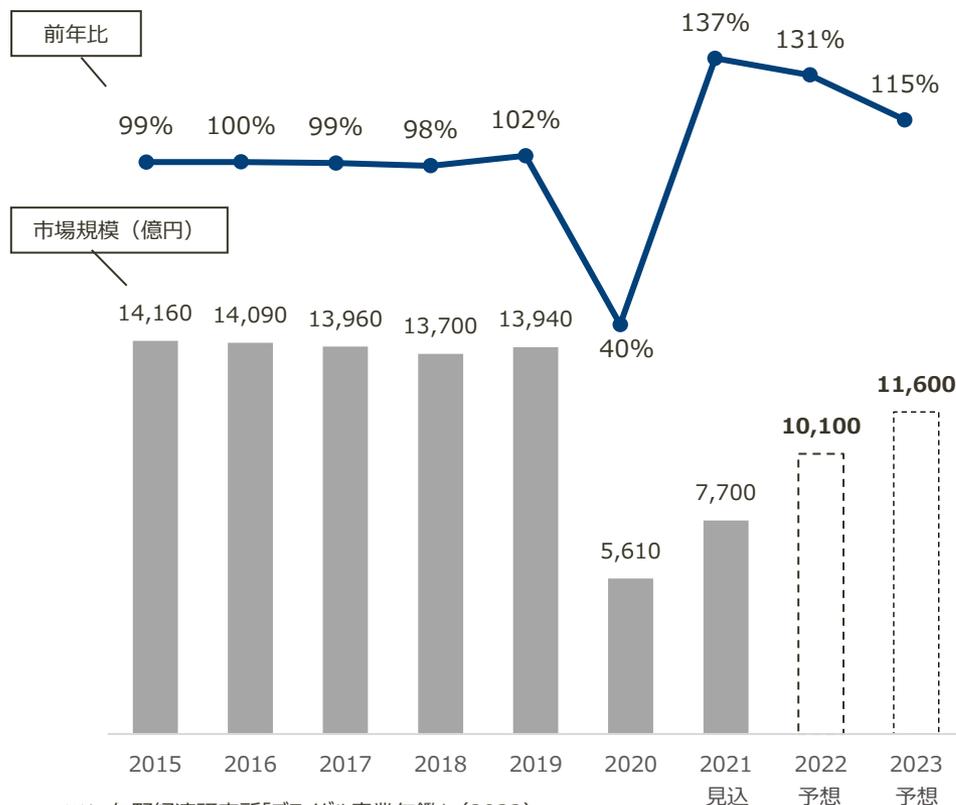
婚姻組数の推移（万組）



※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



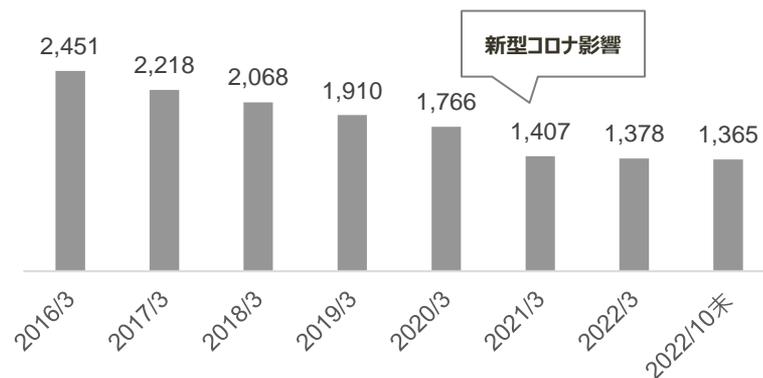
※1 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑」(2022)

※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 34

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

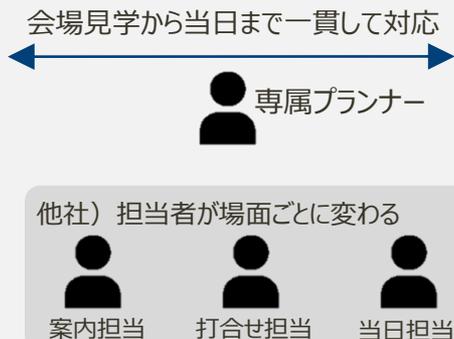


損益分岐点が低い

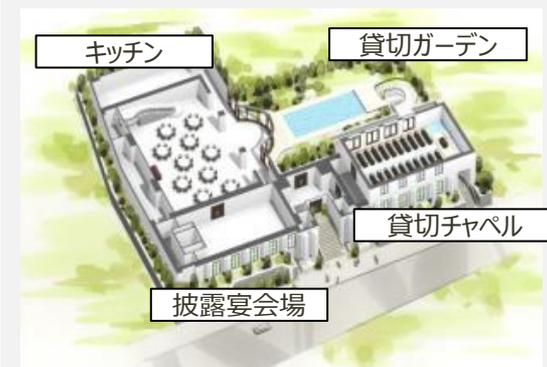
小規模店舗を全国で運営

- 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

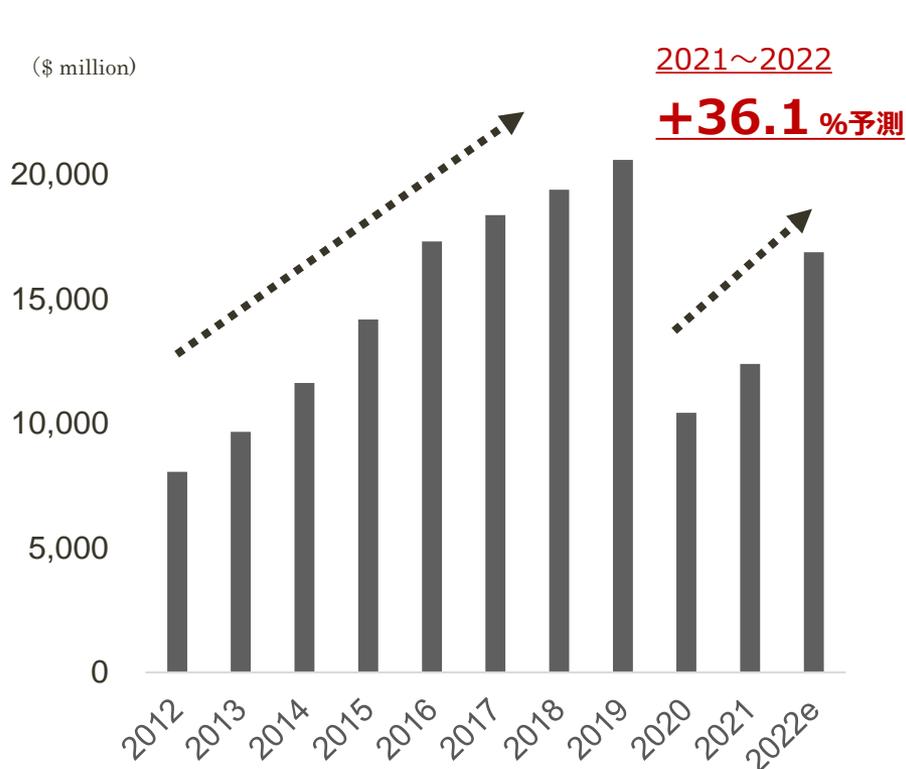


完全オリジナルウェディング



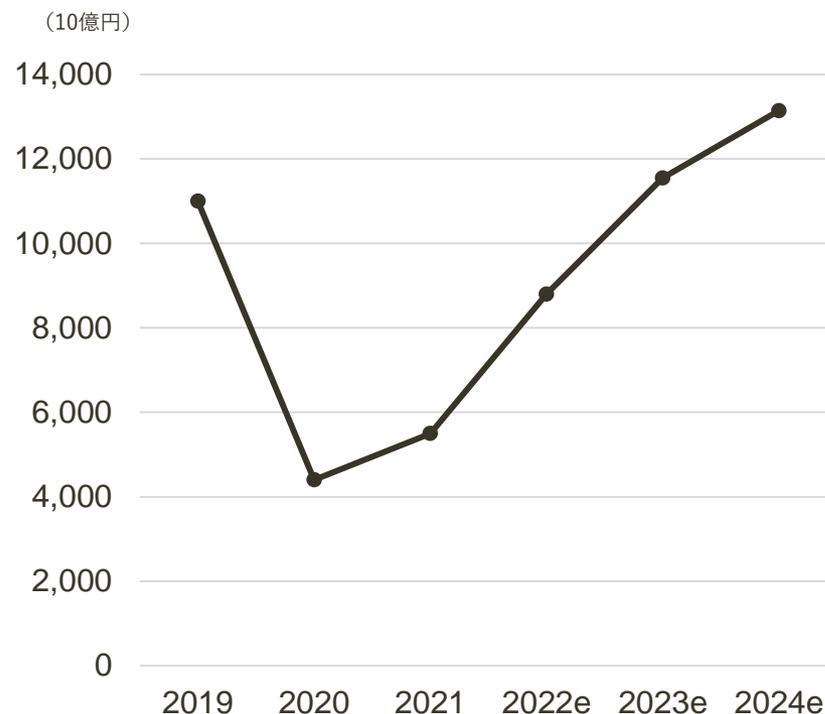
米国ブティックホテル市場規模は急伸 観光需要の回復見込み 日本にブティックホテルを創出

米国 ブティックホテル市場規模 ※¹



※¹ 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 ※²



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

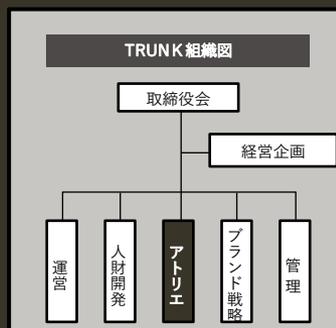
独自性を実現できるクリエイティビティ サステナビリティ要素をサービス、商品に展開

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



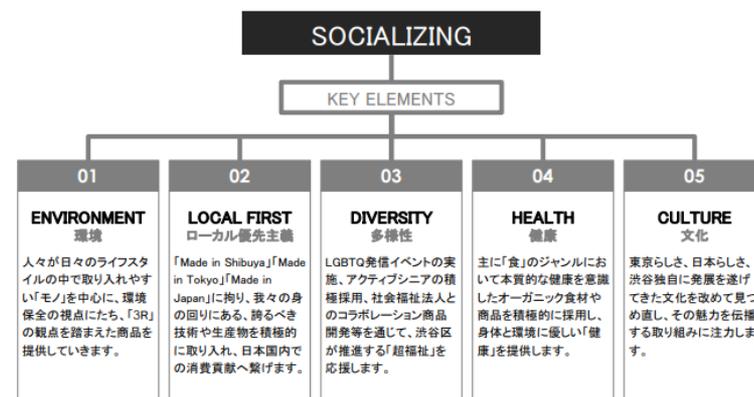
世界的なアワードを毎年受賞。
高いクリエイティビティが
多数のグローバル評価を得ている



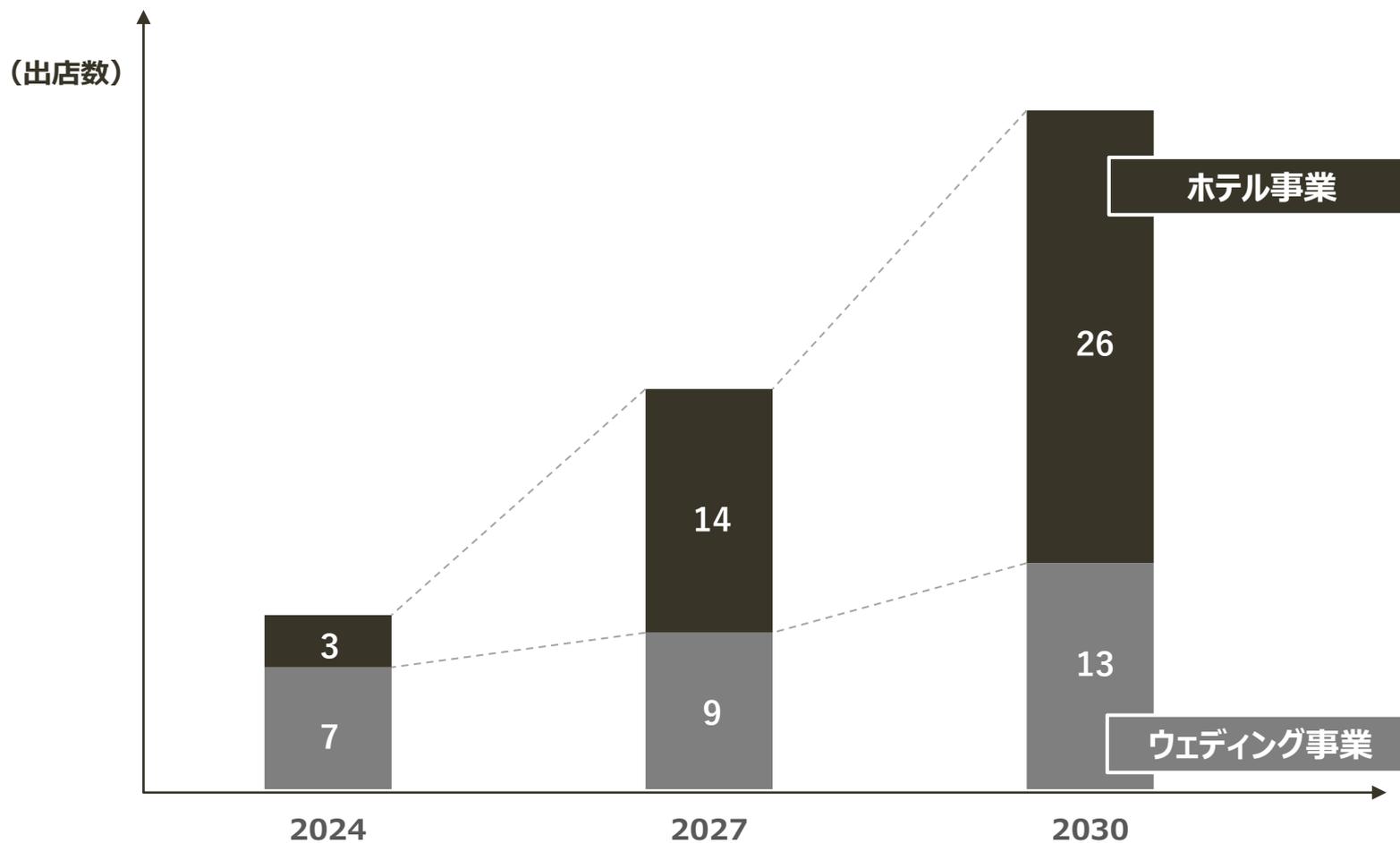
強み | サステナビリティ要素

- 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



運営受託での新規出店を加速





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



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。



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。

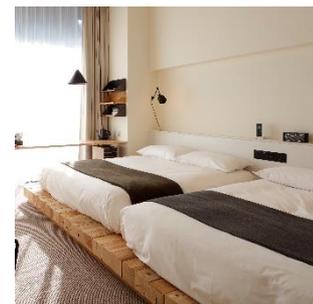


（写真）TRUNK（HOTEL）の宿泊ルームで使用しているサンダル



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）



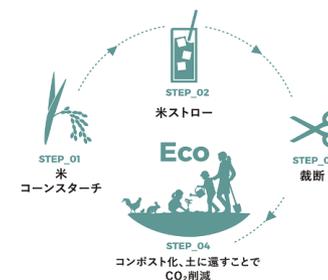
平和への祈りを込めて 千羽鶴を再利用した団扇

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。



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。



2022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、4年連続5回目の選出となりました。

Best Workplaces™

Great Place To Work®

JAPAN 2022

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



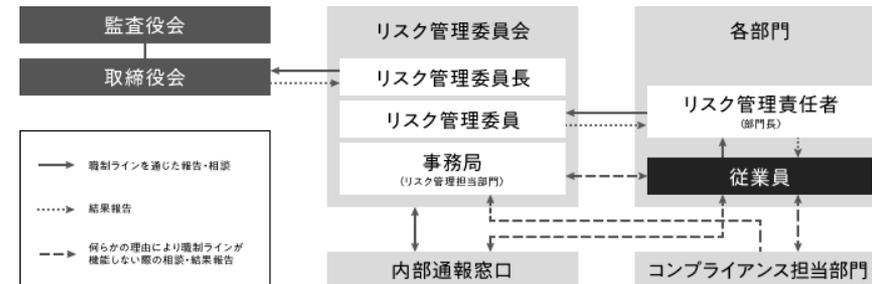
取締役会構成

- ✓ 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%

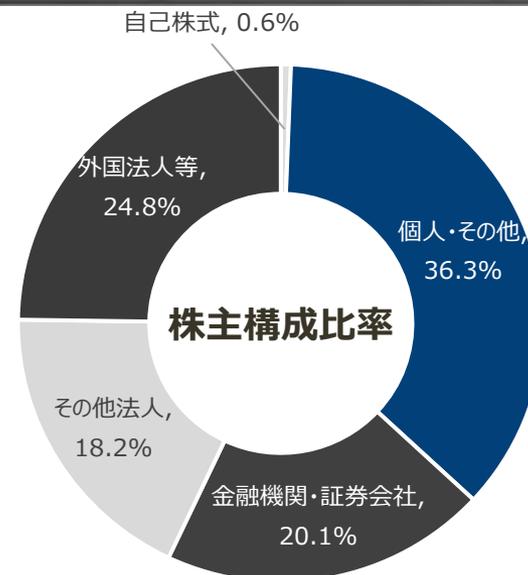
※2008/3期-2020/3期迄は、海外リゾートウェディング事業が含まれております。

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63店舗（93会場）

（2022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ッセ（大阪）
アルモニーアンブラッセイトハウス（大阪）
アルモニーアッシュ（姫路）

■ 信越・北陸エリア

アーククラブ迎賓館（新潟）
アーヴェリール迎賓館（富山）
アーククラブ迎賓館（金沢）
ガーデンヒルズ迎賓館（松本）
アルモニーピアン（松本）

■ 中国・四国エリア

アーククラブ迎賓館（広島）
アーククラブ迎賓館（福山）
アーヴェリール迎賓館（岡山）
アーヴェリール迎賓館（高松）
ベイサイド迎賓館（松山）
ヒルサイドクラブ迎賓館（徳島）

■ 九州エリア

アーカンジェル迎賓館（福岡）
アーフェリーク迎賓館（小倉）
ベイサイド迎賓館（長崎）
アーフェリーク迎賓館（熊本）

ベイサイド迎賓館（鹿児島）

■ 東海エリア

ベイサイド迎賓館（静岡）
アーセンティア迎賓館（静岡）
アクアガーデン迎賓館（沼津）
アーセンティア迎賓館（浜松）
アーヴェリール迎賓館（名古屋）
アクアガーデン迎賓館（岡崎）
アーフェリーク迎賓館（岐阜）
アルモニーヴィラ オージャルダン（常滑）

■ 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

■ 関東エリア

アーカンジェル迎賓館（宇都宮）
アーセンティア迎賓館（高崎）
アーククラブ迎賓館（水戸）
アーセンティア迎賓館（柏）
アーヴェリール迎賓館（大宮）
ガーデンヒルズ迎賓館（さいたま新都心）
ベイサイドパーク迎賓館（千葉）
アクアテラス迎賓館（新横浜）
山手迎賓館（横浜山手）
コットンハーバークラブ（横浜）
BAYSIDE GEIHINGAN VERANDA minatomirai（横浜）
THE SEASON'S（横浜）
茅ヶ崎迎賓館（茅ヶ崎）



直営ホテル・レストラン、業務提携先：全国12施設

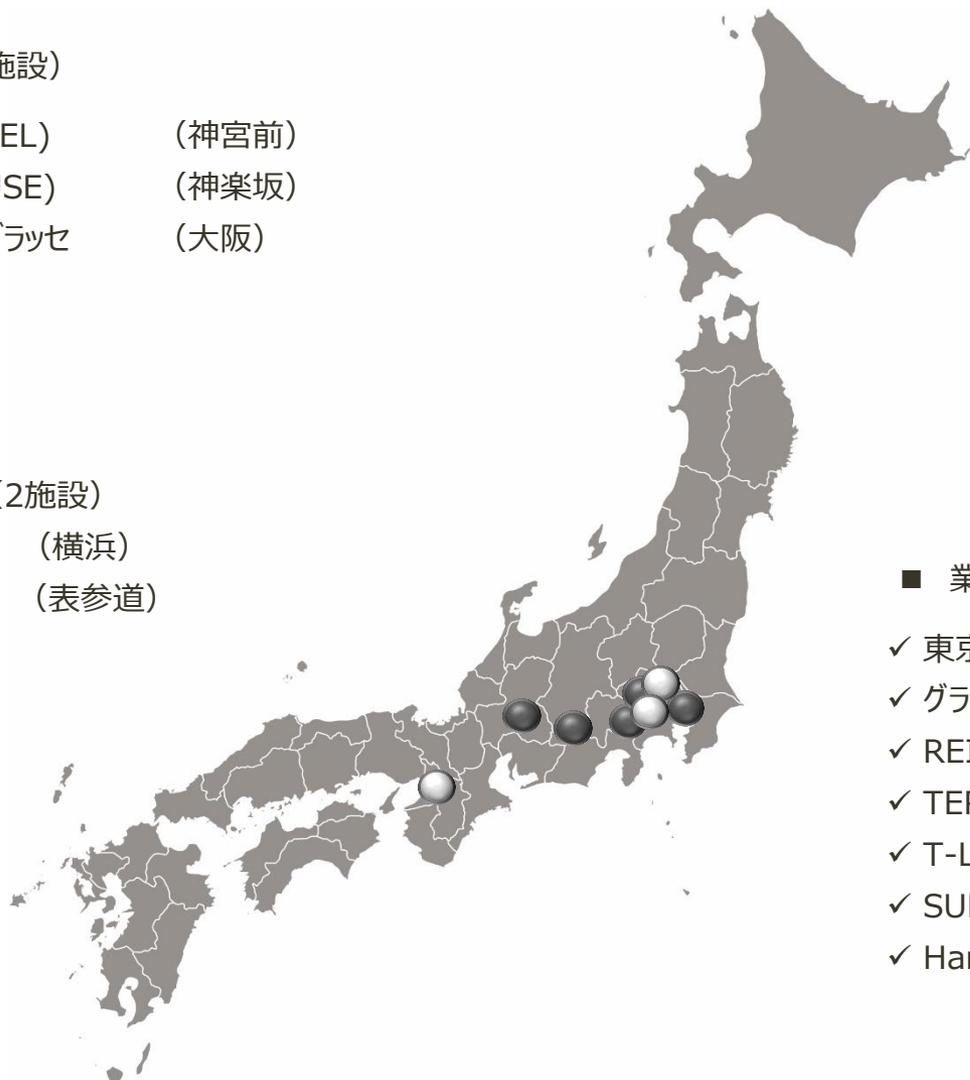
(2022年9月30日現在)

■ 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)
- ✓ 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9月30日現在)

