

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
2019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2019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

Tel 03-3471-6806

E-Mail ir@tgn.co.jp

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

I .	2019年3月期第2四半期 連結決算概要	
1.	連結 損益計算書 概要	P6-7
2.	セグメント情報	P8-12
3.	連結 貸借対照表	P13-14
II .	2019年3月期 経営方針および重点施策進捗	
1.	通期業績予想	P16
2.	経営方針	P17-20
3.	重点施策	
	3-1. 国内ウェディング事業	P21-31
	3-2. ホテル事業	P32-37
	3-3. 海外・リゾート事業	P38-47
III .	2019年3月期第2四半期 配当予想	P49
IV .	会場一覧	P51-53
V .	参考資料	P55
VI .	トピックス	P57-64

2019年3月期第2四半期 サマリー

業績

- 売上高327億円(前期比105.3%)、営業利益22億円(前期比334.2%)
3事業全てが前期比増収増益
- 2019年3月期業績予想を営業利益34億円から38億円に上方修正

今期施策進捗

国内 ウェディング 事業

- 2019年3月期 婚礼受注組数は前期比104.9%
- 既存店強化のため、施設リニューアルを5店舗で実施（今期19店舗を計画）
- ドレス内製化の推進
- インバウンド挙式の受注強化
- 平日稼働、アニバーサリーサービスの強化などにより収益機会を拡大

ホテル事業

- 2019年3月期 婚礼受注組数は前期比125.9%
- コンセプトが注目され、国内外の経済誌・ライフスタイル誌に掲載
- オープンコミュニティ（人・地域の交流）を実現する多数のパブリックイベント開催
- ADR（平均客室単価）は52,769円。宿泊者の外国人比率は77.0%

海外・リゾート ウェディング 事業

- 2019年3月期 婚礼受注組数は前期比100.6%
- ハワイ、台湾の受注増により、売上高が前期比105.0%
- プークットに3拠点同時オープン

I

2019年3月期第2四半期 連結決算概要

*Results of Second Quarter
FY03/2019 results*

I 1-1. 連結 損益計算書 概要

売上高327億円（前期比105.3%）、
営業利益22億円（前期比334.2%）の増収増益

単位: 百万円	2019/3 2Q計画	2019/3 2Q実績	計画比	2018/3 2Q実績	前年 同期比
売上高	32,000	32,742	+742	31,082	+1,659 (※1)
売上 総利益	20,100 62.8%	20,713 63.3%	+613 +0.5pt (※4)	19,032 61.2%	+1,681 +2.1pt (※2)
販管費	18,600 58.1%	18,429 56.3%	-171 -1.8pt	18,349 59.0%	+80 -2.7pt (※3)
営業 利益	1,500 4.7%	2,284 7.0%	+784 (※5) +2.3pt	683 2.2%	+1,600 +4.8pt
経常 利益	1,350 4.2%	2,090 6.4%	+740 +2.2pt	491 1.6%	+1,599 +4.8pt
当期 純利益	750 2.3%	1,342 4.1%	+592 +1.8pt	36 0.1%	+1,305 +4.0pt

%は売上高比

前期比差異要因

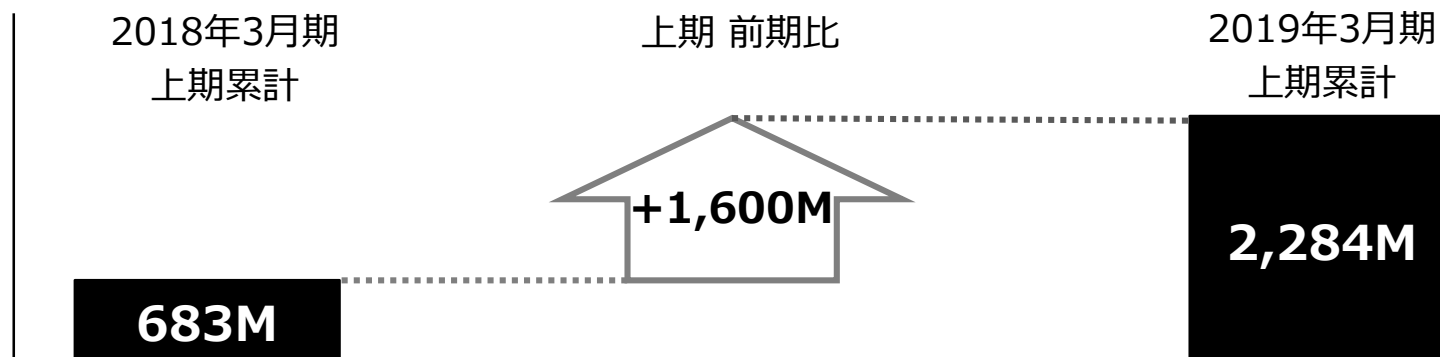
- 売上高（※1）
前期比 +1,659百万円
✓ 国内ウェディング、リニューアル店舗が好調
✓ TRUNK(HOTEL)好調に推移
✓ 海外ウェディング、グアムマイナス分を他エリアでカバー
- 売上総利益率（※2）
前期比 +2.1pt
✓ 内製化による収益改善効果
- 販管費（※3）
前期比 +80百万円
✓ 新店開業に伴い人件費が増加

計画比差異要因

- 売上総利益率（※4）
計画比 +0.5pt
✓ 内製化による収益改善効果
- 営業利益（※5）
計画比 +784百万円
✓ 国内ウェディングが好調であり売上増加
✓ 販管費の期ずれ

I 1-2. 2019年3月期2Q 増益要因

国内既存店の組数増・TRUNK（HOTEL）通期稼働により
前期比1,600百万円の営業増益
営業利益上期累計 前期比



差異要因

国内 ウエディング

+871M

- ・ リニューアル効果により組数増
- ・ 内製化推進により収益力改善
- ・ 少人数婚の取扱組数増

ホテル

+565M

- ・ 開業費負担なく、2か月プラス稼働
- ・ 新店開業に向けた人材採用

海外 リゾート

+164M

- ・ グラム施行低迷を他エリアでカバー

I 2-1. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

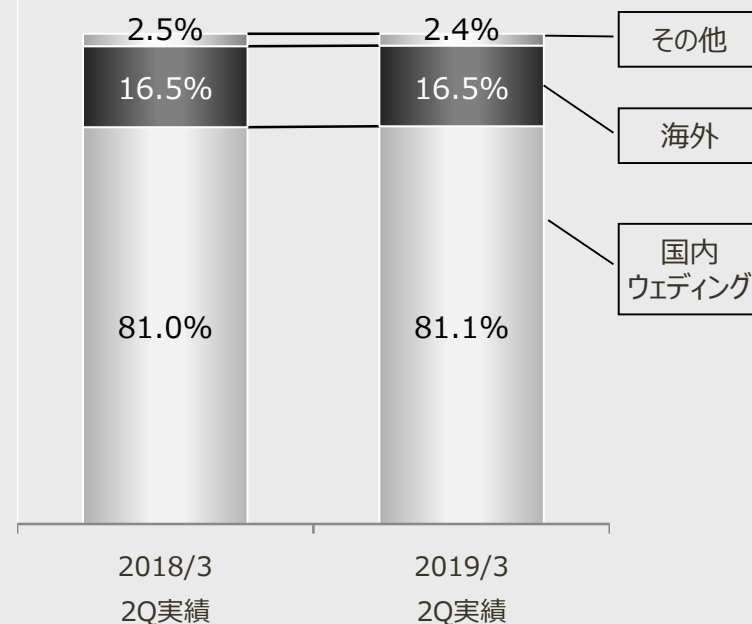
国内ウェディング事業の売上高は前期比105.6%

海外・リゾートウェディング事業の売上高は前期比105.0%

単位：百万円	2018/3 2Q実績	2019/3 2Q実績	前年 同期比
国内ウェディング事業	25,162	26,566	+1,403
ホテル (TRUNK)	1,588	2,262	+673
海外・リゾート ウェディング事業	5,142	5,397	+254
その他	777	778	+1
連結売上高	31,082	32,742	+1,659

セグメント別売上構成比推移

※ %は連結売上高比



海外売上高比率 16.5%

I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

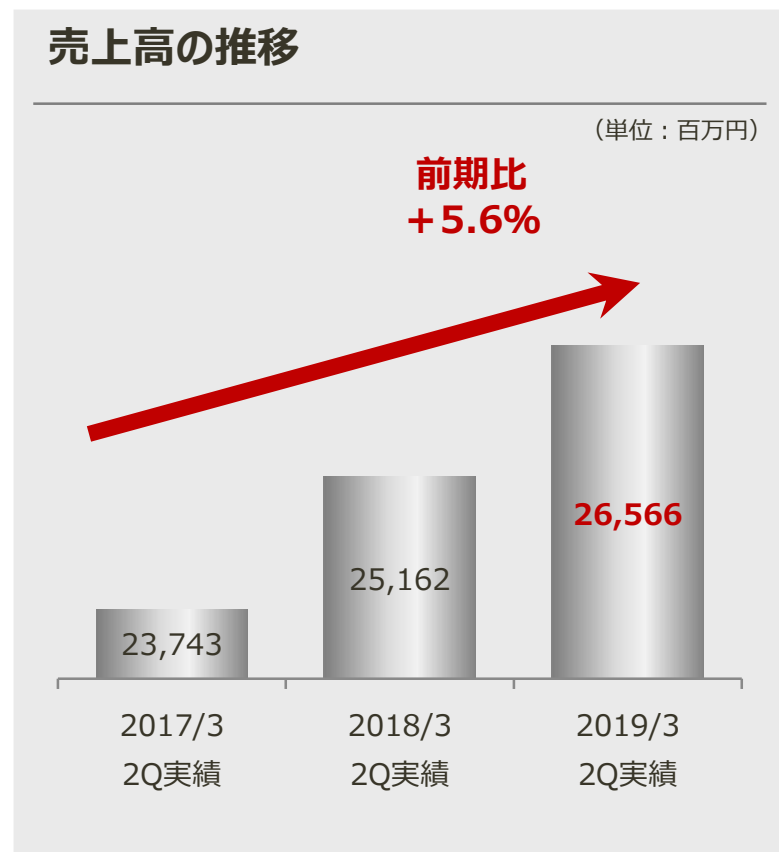
国内ウェディング事業は

リニューアル効果、ホテル通期稼働、内製率の向上により増収増益

単位: 百万円	2019/3 2Q計画	2019/3 2Q実績	計画比	2018/3 2Q実績	前年 同期比
売上高	25,900	26,566	+666	25,162	+1,403
売上 総利益	16,150 62.4%	16,644 62.7%	+494 +0.3pt	15,247 60.6%	+1,396 +2.1pt
営業 利益	2,400 9.3%	2,893 10.9%	+493 +1.6pt	1,454 5.8%	+1,439 +5.1pt

%は売上高比

※国内ウェディング事業は、(株)T&G、(株)TRUNK（2017年9月末時点：69店舗105会場、2018年9月末時点：68店舗103会場）



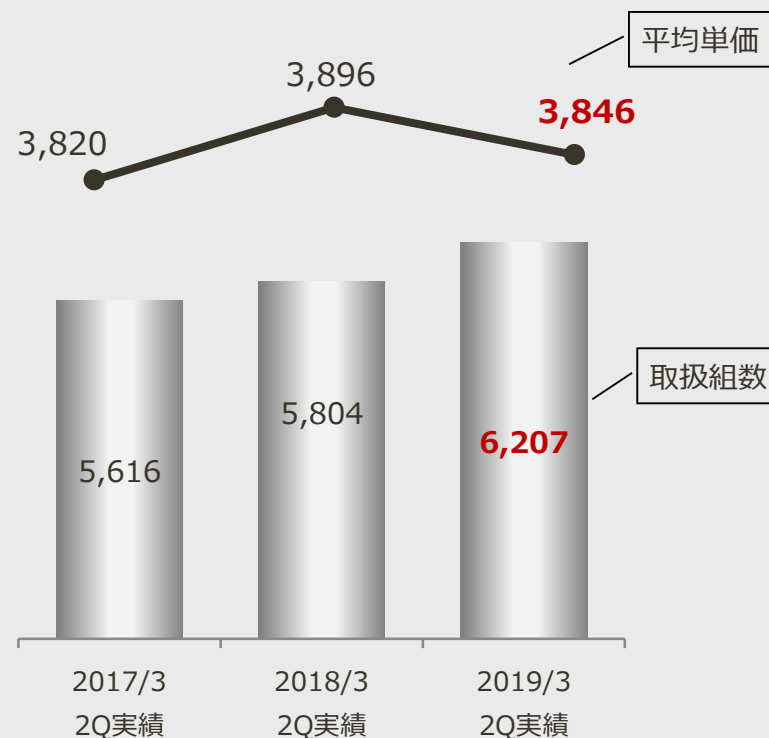
I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

直営店の取扱組数は前期比106.9%

単価は少人数婚の受注増により 前期比で下落

単位: 百万円	2019/3 2Q計画	2019/3 2Q実績	計画比	2018/3 2Q実績	前年 同期比
直営店					
売上高	23,300	23,915	+615	22,640	+1,275
取扱組数	6,050	6,207	+157	5,804	+403
平均単価 (千円)	3,850	3,846	-4	3,896	-50
平均人数	69.5	68.6	-0.9	71.1	-2.5
コンサルティング					
売上高	710	713	+3	737	-23
取扱高	639	649	+10	975	-326
取扱組数	230	242	+12	306	-64
その他（宿泊、レストランなど）					
売上高	1,900	1,936	+36	1,784	+152

直営店 取扱組数・単価推移 (単位：件数、千円)



※ 直営店には、(株)T&G、(株)TRUNK を含む。(2017年9月末時点：69店舗105会場、2018年9月末時点：68店舗103会場)

※ 直営店の平均単価は(株)プライズワードを吸収合併したことにより定義を変更（詳細は参考資料P55を参照）

※ コンサルティングには婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。(2017年9月末時点9施設、2018年9月末時点で7施設)

※ コンサルティング取扱高：対象施設における売上高（婚礼運営受託分）+ T&G売上高（レストラン提携等）

I 2-3. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

海外・リゾートウェディング事業は売上高が前期比105.0%
グアムの地政学リスクの影響をハワイ・沖縄でカバーし増収増益

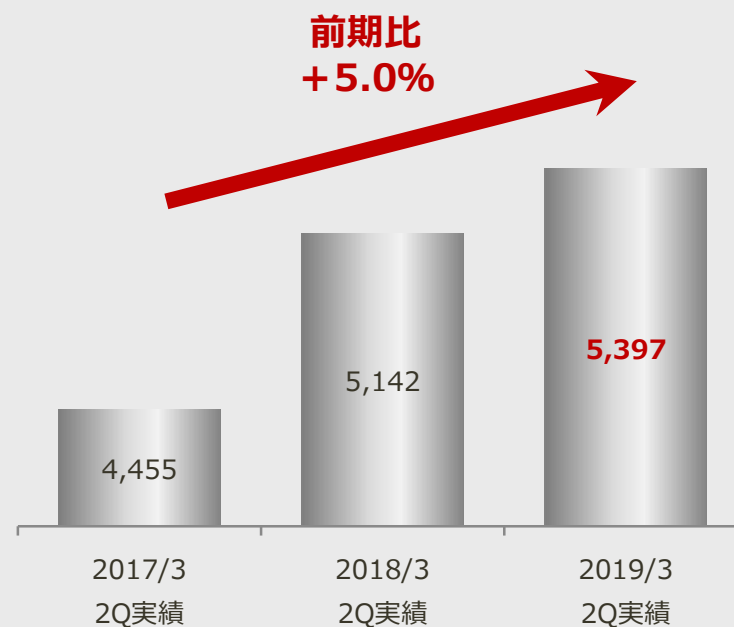
単位: 百万円	2019/3 2Q計画	2019/3 2Q実績	計画比	2018/3 2Q実績	前年 同期比
売上高	5,350	5,397	+47	5,142	+254
売上 総利益	3,650 68.2%	3,727 69.1%	+77 +0.9pt	3,515 68.3%	+211 +0.7pt
営業 利益	200 3.7%	403 7.5%	+203 +3.8pt	239 4.6%	+164 +2.8pt

%は売上高比

海外・リゾートウェディングは12月期決算

売上高の推移

(単位：百万円)

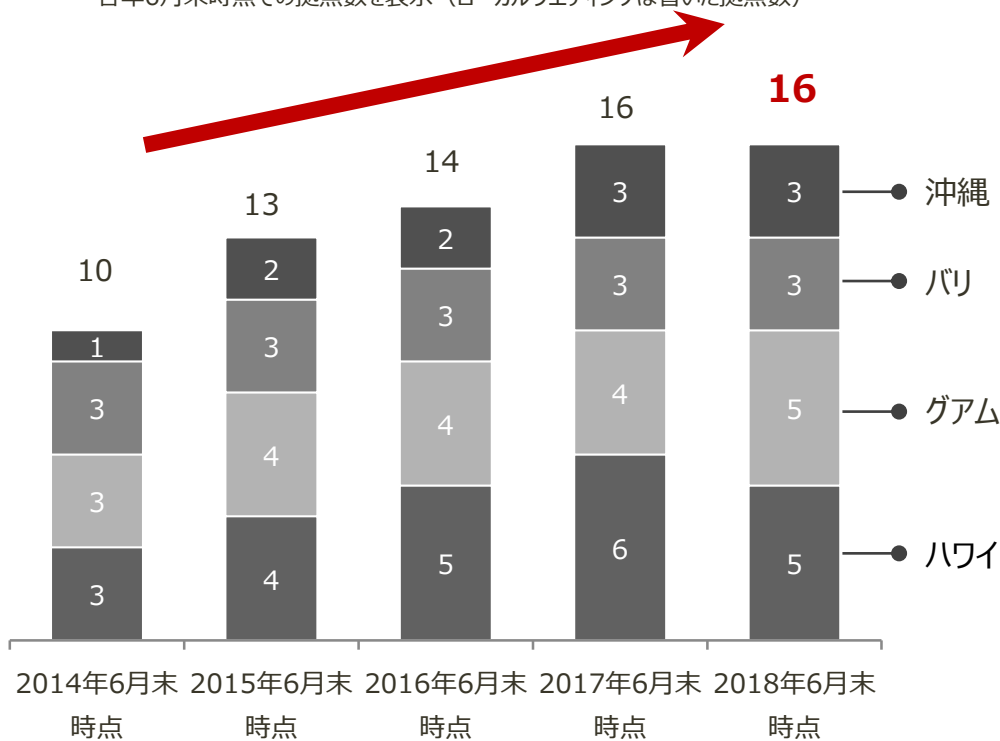


I 2-3. 【参考】海外・リゾート拠点数・件数比較

海外情勢悪化の影響を受けるも 施行組数、単価ともに前期比で上昇

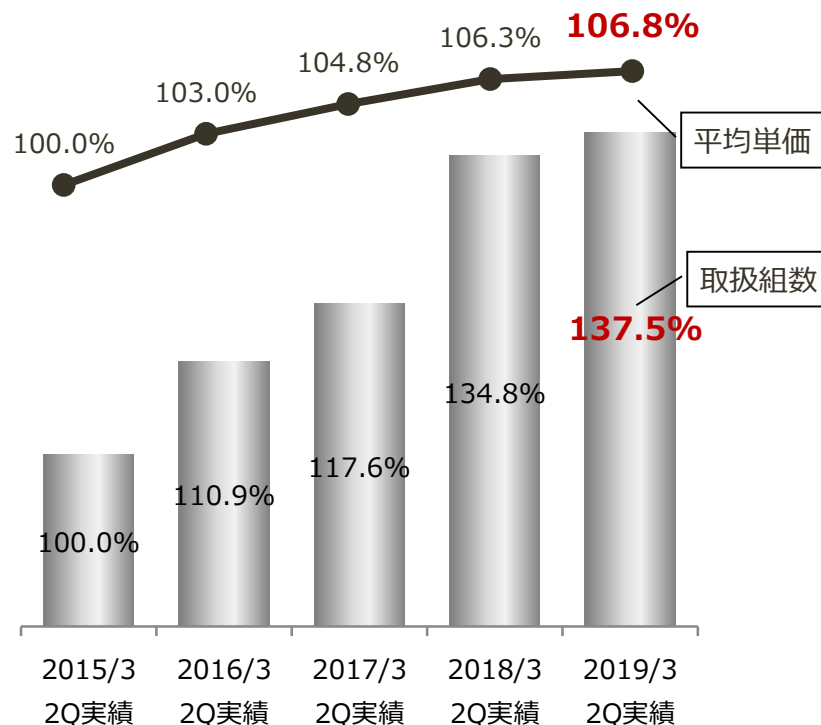
リゾートウエディング拠点数比較*1

*1海外・リゾートウエディングは12月期決算のため
各年6月末時点での拠点数を表示（ローカルウエディングは省いた拠点数）



取扱組数・単価比較*2

*2日本人を対象としたリゾートウエディングの取扱組数と単価
2015/3期を100%とした際の割合推移



I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

第2四半期の資産は前期末同水準

単位:百万円		2018/3末	2018/9末	増減
流動資産		10,520	11,086	+565
	現金及び預金	4,769	5,111	+341
固定資産		45,505	45,019	-486
	有形固定資産	35,037	34,549	-487
	無形固定資産	887	864	-23
	投資その他資産	9,580	9,605	+24
資産計		56,025	56,105	+79

主な増減要因

■ 特になし

I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

有利子負債残高は前期末6億円減

単位:百万円		2018/3末	2018/9末	増減
負債合計		34,889	33,878	-1,010
	流動負債計	15,597	16,017	+419
	短期借入金	1,310	1,250	-60
	(一年内) 長期借入金	4,990	5,629	+638
	固定負債計	19,291	17,861	-1,430
	長期借入金	12,912	11,736	-1,175
純資産計		21,136	22,226	+1,090
負債・純資産計		56,025	56,105	+79
有利子負債		19,213	18,615	-598

主な増減要因

- 有利子負債 -598百万円

II

2019年3月期 経営方針および重点施策進捗

*Management policies and Key Measures progress
of FY03/2019*

II 1. 2019年3月期 連結 通期業績予想

売上、利益ともに通期業績予想を上方修正

	第2四半期（累計）				通期			
単位： 百万円	2018/3 実績 (A)	2019/3 予想	2019/3 実績 (B)	増減額 (B-A)	2018/3 実績 (A)	2019/3予想		増減額 (C-A)
						8月発表 (B)	11月発表 (C)	
売上高	31,082	32,000	32,742	+ 1,659	64,590	66,000	66,500	+1,910
営業利益	683	1,500	2,284	+ 1,600	2,785	3,400	3,800	+1,015
経常利益	491	1,350	2,090	+ 1,599	2,489	3,000	3,400	+911
当期利益	36	750	1,342	+ 1,305	888	1,200	1,400	+512

2019年3月期は3つの事業の成長戦略を推進

重点テーマ

概要

国内ウェディング事業

- 既存店舗の戦略的リニューアルを継続
- ドレス内製化の強化（丸の内と関西ドレスショップの通年稼働）
- 吸収合併による効率化の推進
- 東京會館施行開始
- LTV（顧客生涯価値）サービスの構築と推進
- 収益機会拡大に向け協業サービスを拡充
- 保育事業の拠点拡大

ホテル事業

- TRUNK（HOTEL）通年稼働
- ホテルの出店を計画

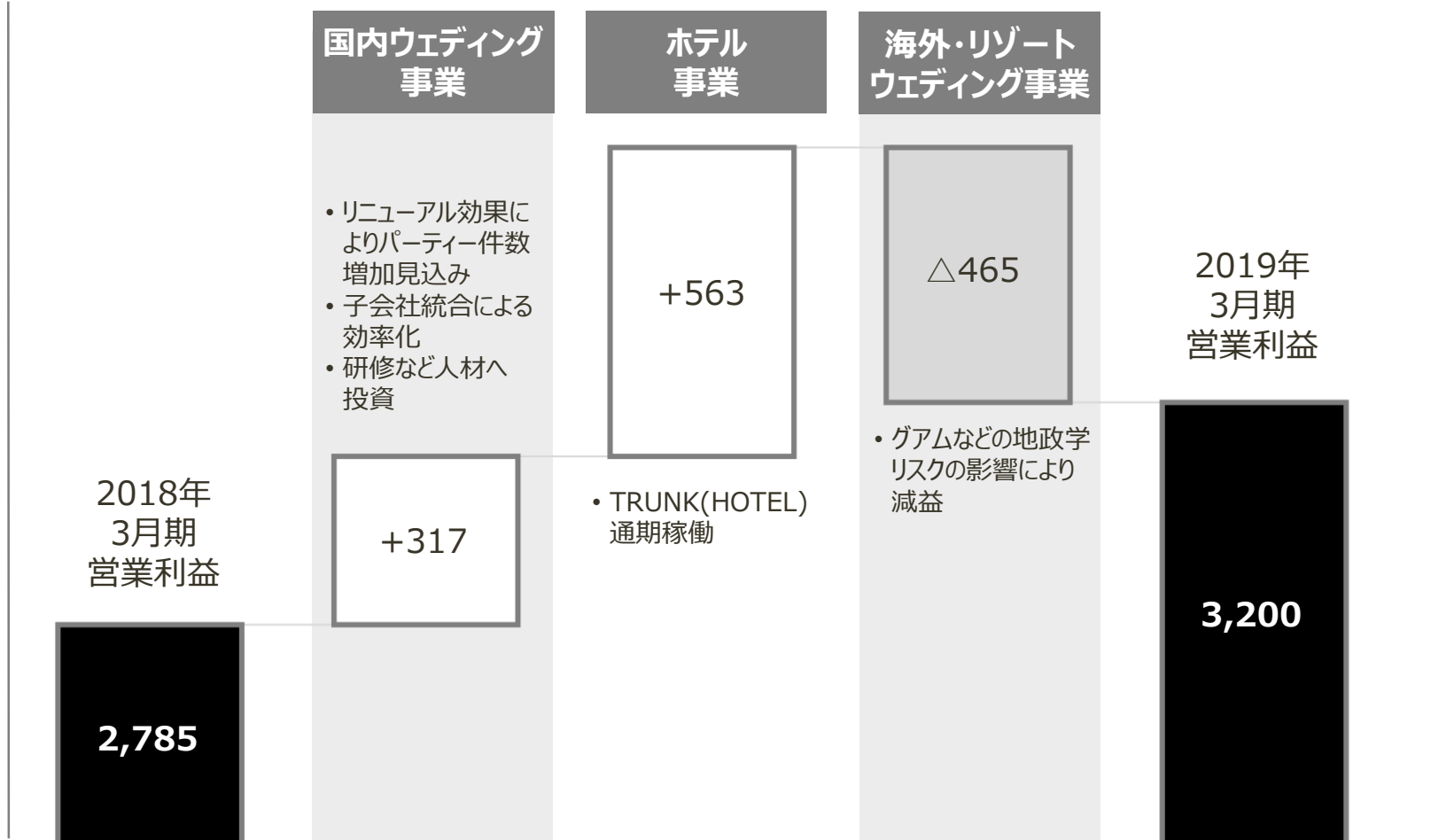
海外・リゾートウェディング
事業

- 沖縄「瀬良垣島教会」が2018年9月にオープン
- グアム「ジュエル・バイ・ザ・シー」をリニューアル
- アジア地域の拠点拡大、人材育成

2019年3月期営業利益は32億円（+15.0%）を計画

営業利益前期比増減額

単位：百万円

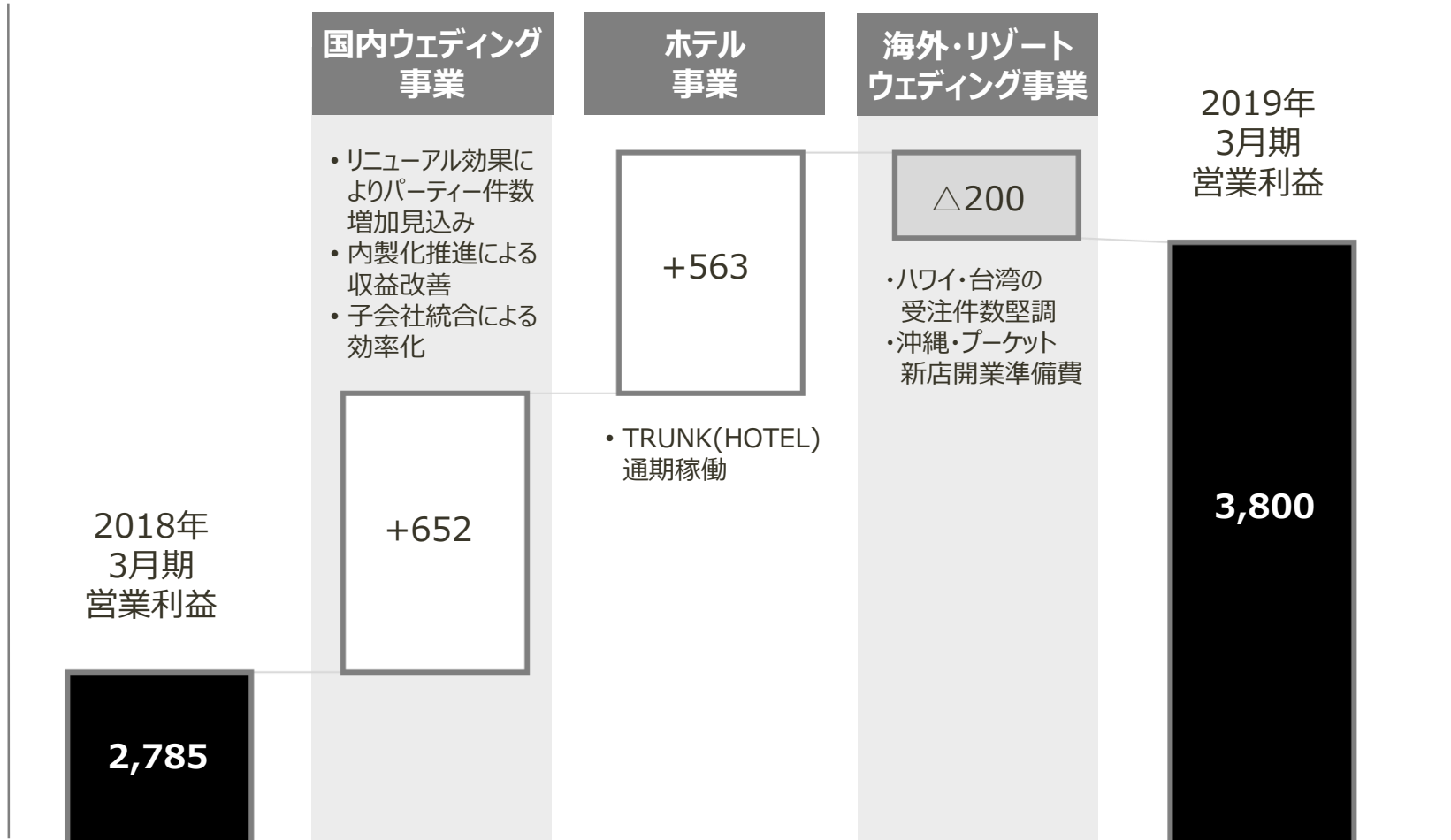


II 2. 2019年3月期の経営方針と営業利益

2019年3月期営業利益は38億円（+36.4%）に上方修正

営業利益前期比増減額

単位：百万円



II 2. 2019年3月期の経営方針と営業利益

下期は各セグメントの成長投資と自然災害の補修工事を実施

- 大規模・中規模リニューアルへの投資実施
- 来期受注強化のための広告投資
- 台風・地震影響による補修工事
- 沖縄・プーケット 新店6店舗の開業準備費
- 新店開業に向けた人材採用



＜アーククラブ迎賓館 広島 2019年4月リニューアル完成＞



＜宮古島 シガラリゾート2019年1月オープン＞

国内ウェディング事業



＜アーフェリーク迎賓館 岐阜 2019年3月リニューアル完成＞

戦略的リニューアルを継続

2019年3月期は19店舗でリニューアルを計画、5店舗完了

◆ 2019年3月期 店舗リニューアル計画

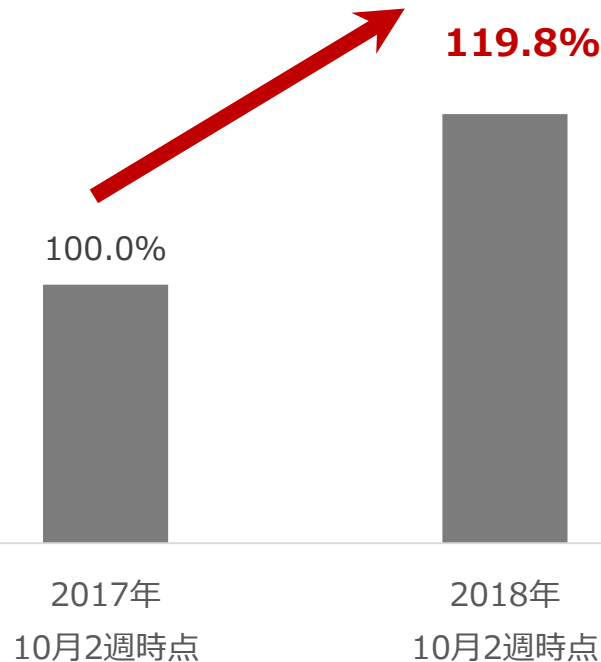
種別	対象店舗	1店舗あたり 投資額	リニューアル内容	進捗状況
大規模 リニューアル	2店舗	150M	チャペル・バンケット・ガーデンの 全館改装	2店舗着手 (来春完成予定)
中規模 リニューアル	7店舗	20M～50M	チャペル、ガーデン、バンケット 独立した空間単独リニューアル	4店舗完了 3店舗着手
家具入替	10店舗	10M～20M	会場内の家具・調度品の デザインチェンジ	1店舗完了 他デザイン企画中

リニューアル店舗の2019年3月期受注組数は 前期比119.8%と大幅増（2018年10月2週時点）

リニューアル店舗※1
2019年3月期 受注組数 前期比※2

*12018年3月期の大規模、中規模リニューアル実施11店舗

*22017年の次期受注組数を100%とした場合のパーセンテージをグラフで表示



＜チャペルリニューアル アクアガーデンテラス岡崎＞



＜バンケットリニューアル 麻布迎賓館＞

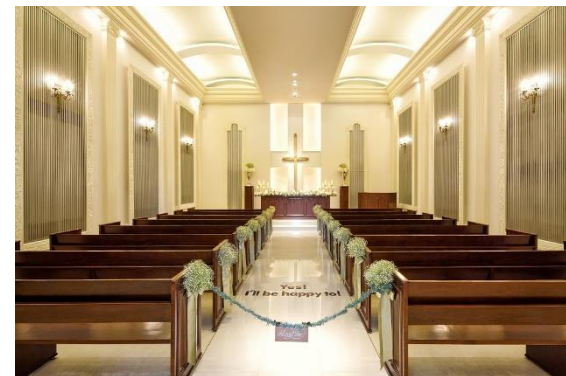
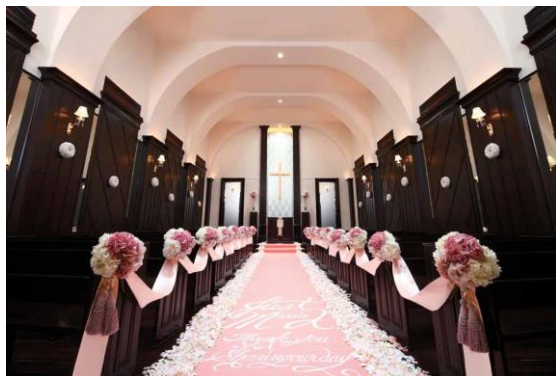
マーケティング強化による戦略的リニューアルで 新たなターゲットの獲得に成功

山手迎賓館 神戸

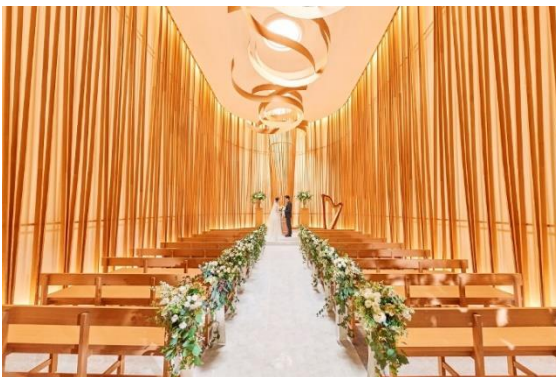
アーヴェリール迎賓館 名古屋

アーセンティア迎賓館 柏

リ
ニ
ュ
ー
ア
ル
（
前
）



リ
ニ
ュ
ー
ア
ル
（
後
）

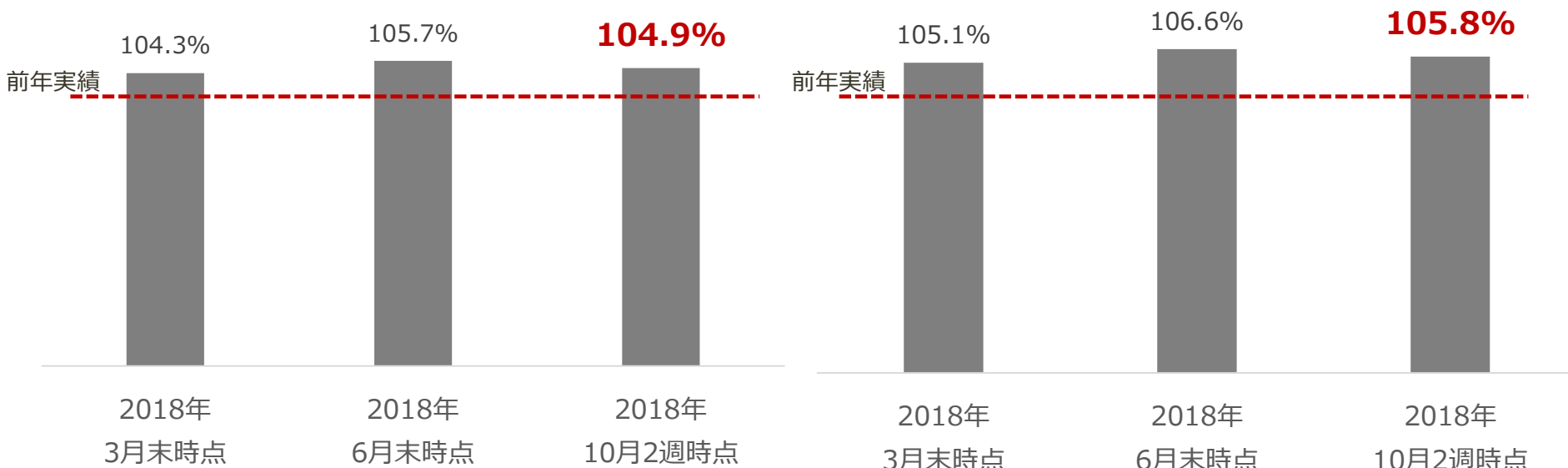


2019年3月期受注組数はグループ全店で
前期比104.9%で推移（2018年10月2週時点）

2019年3月期受注組数 対前期比

全店状況

既存店状況（閉鎖店舗除く）



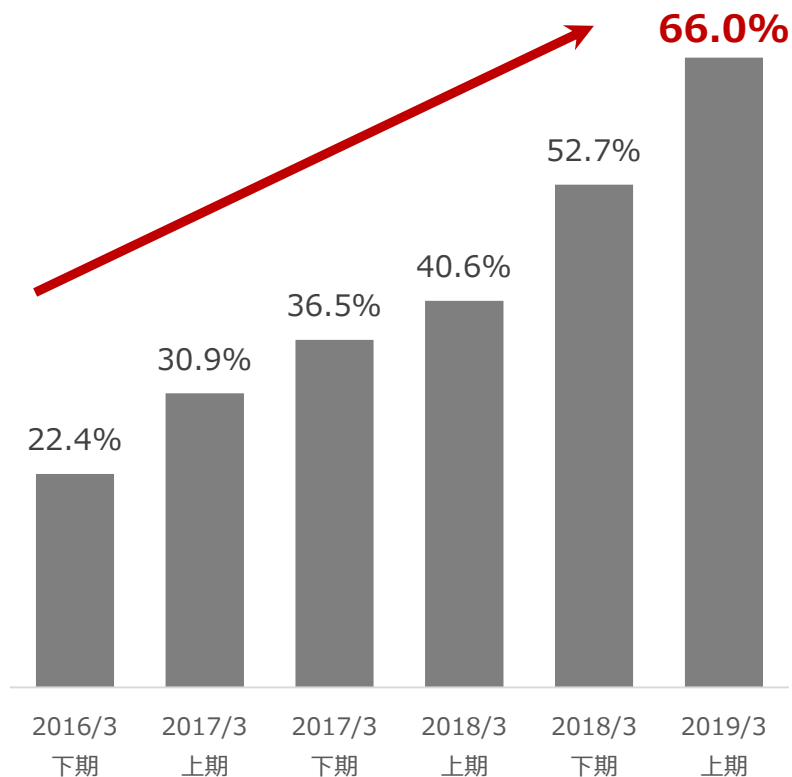
全店：2018年 3月末 69店舗105会場（前年 69店舗105会場）
 2018年 6月末 69店舗105会場（前年 69店舗105会場）
 2018年 10月2週 69店舗105会場（前年 69店舗105会場）

既存店：68店舗103会場

ドレス内製化は順調に進捗

都内、横浜エリア 内製比率推移*1

*1各年6ヶ月間のドレス内製化比率
(=内製化した店舗のドレス受注件数÷婚礼件数) の推移をグラフで表示



関西エリア 内製比率推移

関西エリア4店舗
内製化比率
(2019/3 上期)

67.9%



海外富裕層からの問合せ増加

場所・空間を選ばないハイクオリティなフルオーダーメイドウェディング

オーダーメイドを実現できる T&Gの態勢

- 1,600名のウェディング専門スタッフ
- 全国規模の取引先
- 効率的な資材調達スキーム
- 国内外の旅行手配



オーダーメイドウェディングを
SNS情報発信 

旅行行程を含め

「テーマ」に沿って企画・運営・設営をトータルプロデュース

200名で草原でのパーティ、コース料理提供



新たな収益機会の創出

結婚式後も、顧客と繋がる情報配信を強化



※メルマガ開封率は一般的に6～8%（当社調べ）

T&Gオリジナル配信メディアで 地域イベント開催、式後顧客向けのサービスを拡充

地域イベント

地域交流、新たな顧客との接点を目的に、全国25会場でイベントを開催。
地元企業と協業した企画は、各会場で満員御礼となっています。



SUMMER 泡FES (参加者 224名)

地元花火大会に協賛。
老若男女問わず、
多くのお客様に参加いただき
大盛況となりました。

<ベイサイド迎賓館 松山>

THANKS FESTA! KITAYAMA (参加者 600名)

オープンハウス形式で実施。
多くの地域人気店に
出店いただき、交流の場を
提供できました。



<北山迎賓館>

アニバーサリー サービス

Anniversary Restaurant



結婚式後も、思い出が詰まった会場に
訪れていただく機会を創るため、
結婚記念日やご家族のイベントの
お祝いが叶う「アニバーサリーレストラン」
を開始しました。

4～9月で全国37会場で開催
特別記念コース ¥10,000円（税抜）

Anniversary Photo

平日に結婚式場を貸し切り、
ゆっくり撮影できる贅沢な
Photoメニューの販売を開始。
専属のフォトグラファーが、
大切な家族写真を撮影します。

通常価格：50,000円（税抜）



企画力・資材調達スキームの活用 結婚式場向け「装飾レンタル事業」の受注堅調

ビジネスモデル概要

T&G × RECRUIT
リクルートマーケティングパートナーズ

- ✓ マーケティング調査
- ✓ 資材調達・納品
- ✓ 会場装飾の企画・デザイン・制作

17パターンの「会場装飾アイテム」を用意

装飾一式を
レンタル・販売

利用料支払

日本全国の結婚式場※

※47都道府県（1600会場）対象

- ✓ 24都道府県で受注
- ✓ 会場装飾を使い、広告撮影を実施
- ✓ ブライダルフェアを実施



<広告撮影の様子>

企業主導型保育事業「も、の保育園みなとみらい」 第12回キッズデザイン賞を受賞

妊娠・出産・子育てに関わる人が利用する製品、建築・空間、サービス、活動、研究において、安全かつ楽しく育児に取り組める工夫がなされたデザインを表彰する「子どもたちを産み育てやすいデザイン部門」で受賞



◆も、の保育園 概要◆

運営形態：内閣府企業主導型保育
園名：「も、の保育園 みなとみらい」
施設規模：専有面積：390.57㎡
時間：7:30 ～ 20:30（最大延長21:30）
休園日：なし（日祝も開園）
定員：30名

当社は、はたらく「も」、育つ「も」、おとな「も」、子ども「も」、全員が思いっきり楽しんでいただきたいという願いから、特にサービス業向けに休園日を設けない「も、の保育園」を開設、運営しています。働くことと、育てることを応援し、個人と社会の未来を豊かにする保育園を目指しています。

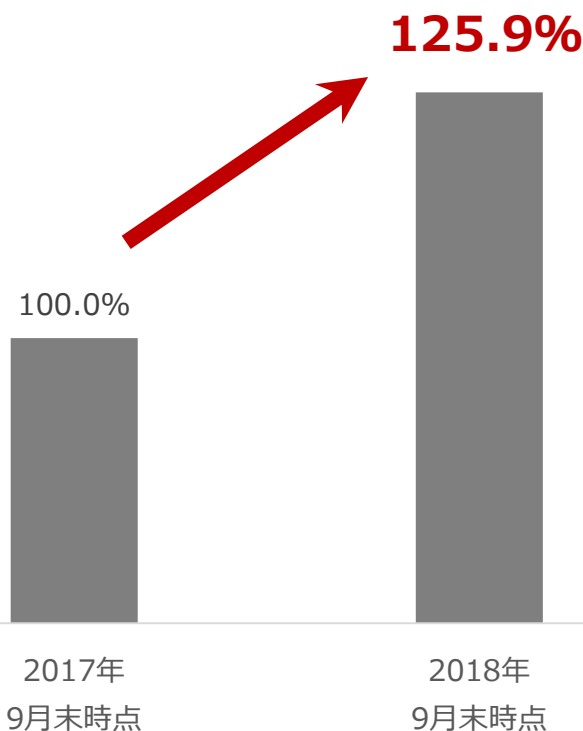


2019年3月期の婚礼受注は堅調 平均客室単価は高単価を維持

婚礼実績

2019年3月期受注組数 対前期比※1

※1 2017年9月末時点の当期受注組数を100%とした場合のパーセンテージをグラフで表示



宿泊実績

ADR

52,769円

※2018年4-9月実績

宿泊者の外国人比率

77.0%

うち欧米人の比率は69.0%

※2018年4-9月実績

アメリカン航空機ファーストクラス機内誌

「The 2018 Platinum List Awards」国内から唯一の選出

2018年9月に発表されたアメリカン航空のファーストクラス機内誌「Celebrated Living」が選ぶ「The Platinum List Awards」のベストブティックホテル部門に、国内から唯一選出されました。

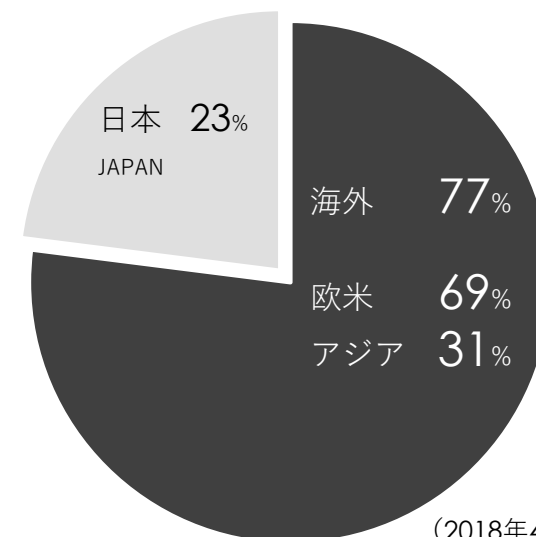
「The Platinum List Awards」はトラベル、ファッション、メディア、スポーツ、アートなど多岐にわたるジャンルの審査員によってノミネートされ、読者投票によりその中でも特に優れたホテルが選ばれる賞です。

9月に発表となった最新のリストでは、世界中215軒のホテル、リゾート、飲食施設、スパ等のうち、読者投票により19カ国77軒がベスト・オブ・ベストに選出される中、日本からはTRUNK(HOTEL)が唯一受賞いたしました。

オリジナリティ溢れる客室や、ユニークな宿泊ゲスト向けアクティビティなどを高くご評価頂きました。



■ TRUNK(HOTEL) 宿泊者国籍内訳

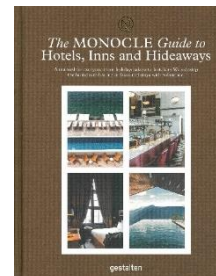


(2018年4-9月実績)

環境に配慮したコンセプトやオーナーシップを意識した人材教育が 経済誌・ライフスタイル誌で話題



Oct 31, 2018.
How A Wedding Titan Created Trunk Hotel,
Tokyo's Coolest Property



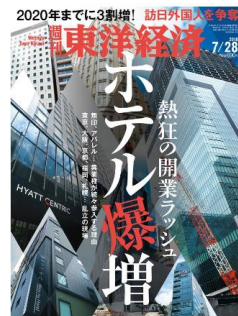
英グローバル情報誌「MONOCLE」の初ホテルBOOK。
巻頭の編集部おすすめホテル100選で紹介。
都内での掲載は2ホテルのみ。

日本経済新聞

若者やインバウンドに支持を集める環境に配慮した宿泊施設として、
当ホテルのコンセプトや実例が紹介。



価値観の多様化に合わせ
マニュアルを不要とする
人材教育が特集。



ホテル出店ラッシュの中で、
「こだわりと独創性」があり、
欧米人に支持されるホテル
として紹介。



デザイン誌「Casa BRUTUS」の
ライフスタイルホテル特集で、
コンセプトである
「ソーシャライジング」が評価され、
6ページ掲載



ライフスタイル誌「Pen」の
新しい働き方特集で、
人事戦略である
「オーナーシップ」「福利厚生」
が評価され、4ページ掲載

オープンコミュニティ（人・地域の交流）を実現する 多数のパブリックイベント開催

－ ダイバーシティ － LGBT-MIX ラウンジパーティー

ダイバーシティをコンセプトにするTRUNK（HOTEL）は、社会福祉法人やLGBT支援団体との商品開発やイベント開催を通じ、年齢、性格、学歴、価値観を超えた社会生活を推進しています。

今回のLGBTパーティーでのチャリティカクテルの売上はLGBTコミュニティや、HIV/STDの予防啓発へ全額寄付。
招待制だったパーティ形式も、今回からは誰でも出入りできるエントランスフリー形式に変更しました。



－ 環境 －

伐採、廃棄された竹をアートワークに

荒廃した竹林の竹、干からびた筍や球根、農家畑に落ちている花びら。
廃棄される運命の植物を輪にし、植物の最後の力を引き出す作家活動をしているアーティスト「二名良日氏」による作品を展示。
多くの来館者を魅了しています。



－ 地域交流 －

アップサイクル※テーマに ワークショップを開催

パブリックテラスで開催したワークショップでは、“アップサイクル”をコンセプトに、

- ✓ コルクのミニプランター作り
- ✓ Tシャツペイント
- ✓ バーテンダーとノンアルコールカクテルを作る
キッズバーテンダー体験

などを実施しました。

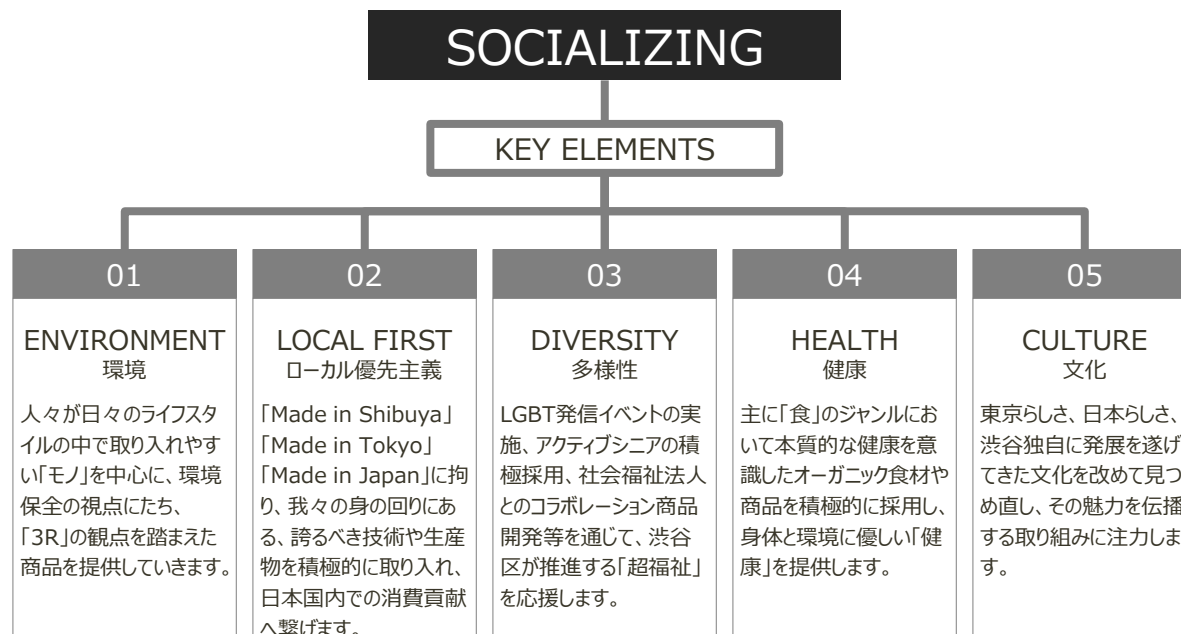


※廃物や素材をそのまま再利用するだけでなく、商品としての価値を高めること

■ TRUNK(HOTEL)コンセプト

TRUNK(HOTEL)のコンセプトは「SOCIALIZING」。

「ENVIRONMENT（環境）」「LOCAL FIRST（ローカル優先主義）」「DIVERSITY（多様性）」「HEALTH（健康）」「CULTURE（文化）」という5つのカテゴリに注力しながら、「一人ひとりが日々のライフスタイルの中で、自分らしく、無理せず等身大で、社会的な目的を持って生活すること。」という「ソーシャライジング」をコンセプトに掲げる。誰もが取り入れやすい社会的活動を生み出し提供することで、社会的価値と経済的価値を満たすビジネスモデルの創出を目指している。



海外・リゾートウエディング事業



<プーケット THE NAKA ISLAND 2019年4月オープン>

海外・リゾートウェディング事業は 新規拠点開拓を強化

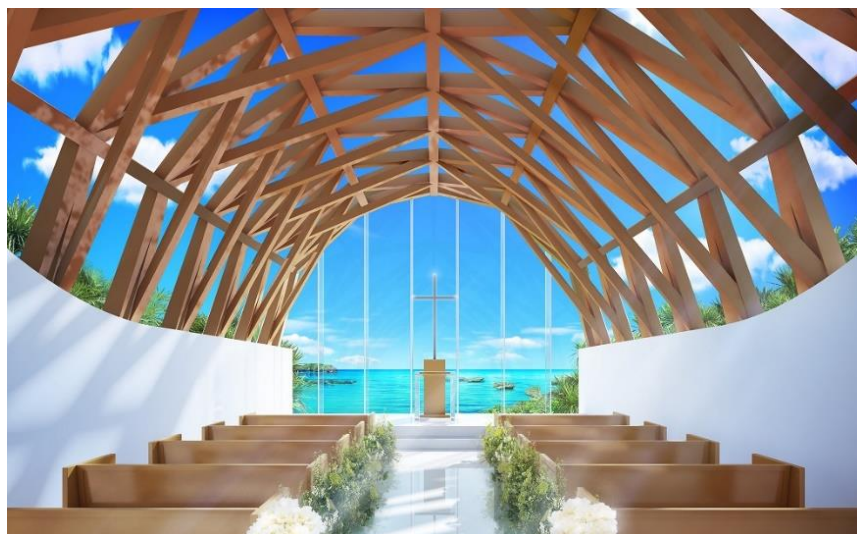
事業領域	重点テーマ	詳細
リゾート ウェディング	新規拠点	● 「ハイアットリージェンシー 瀬良垣アイランド沖縄」内にチャペルを新設 ● 宮古島「シギラリゾート」内に2チャペルを新設 ● グアム「ジュエル・バイ・ザ・シー」のリニューアル
リゾート ×アジア	アジアからの送客	● アジア現地からのリゾートウェディング送客強化 ● プークェットに3拠点同時オープン
海外 ローカル ウェディング	新規拠点	● 台湾の直営ゲストハウス「シャトー・ドウ・フェリシテ」集客・受注共に好調に推移

ハイアットリージェンシー 瀬良垣アイランド 沖縄に 「瀬良垣島教会」 2018年9月オープン

オープン：2018年9月
チャペル名：瀬良垣島教会
所在地：沖縄県国頭郡恩納村字瀬良垣都田原1108番地
収容人数：最大40名（着席）

那覇空港から車で約60分、沖縄本島屈指のビーチリゾートである恩納村・西海岸エリアの沖縄海岸国定公園区域内に位置し、沖縄本島と一本の橋で繋がった瀬良垣島。

ハイアット初の国内ビーチリゾート「ハイアットリージェンシー瀬良垣アイランド沖縄」内に誕生する『瀬良垣島教会』は、島の中でも爽やかな風が吹く海に近い絶景のチャペルで、前面のガラス越しに美ら海を臨むことができます。



＜日本のウェディング業界初となるティファニー製の十字架を使用＞

ARLUIS WEDDING



＜チャペル外観＞

T&G TAKE and GIVE NEEDS

宮古島 シギラリゾート内に 「奏の教会」「葵の教会」 2拠点オープン（2019年1月）

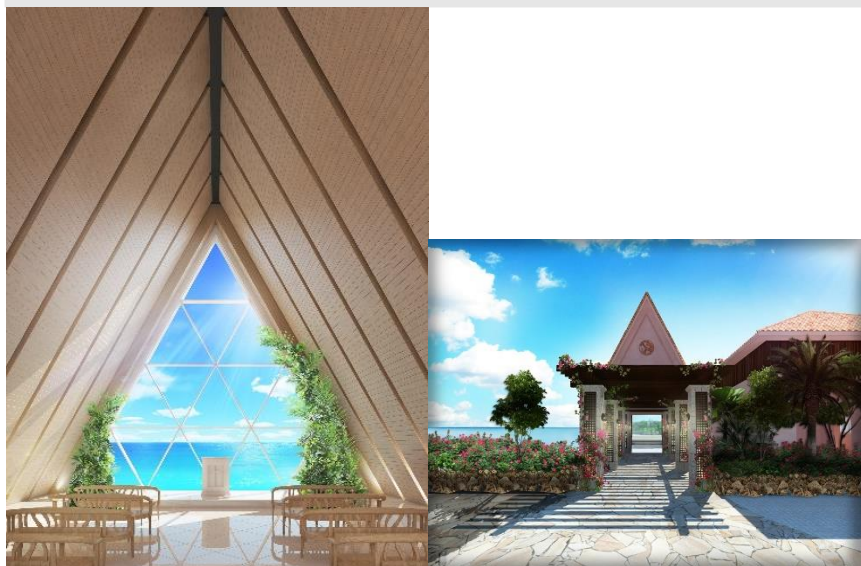
オープン：2019年1月

チャペル名：「葵の教会」「奏の教会」

所在地：沖縄県宮古島市上野字新里 1405-212

収容人数：38名（奏の教会）／ 27名（葵の教会）

沖縄本島から南西300kmの世界屈指の透明度を誇る美しい海に囲まれた宮古島。2019年1月に、宮古島の自然を活かした沖縄最大級のリゾートホテル「シギラリゾート」内に2拠点を同時オープンいたします。～より記憶に残る挙式に～という想いのもと、五感を通して“音”を感じる「奏の教会」と、“香り”で感じる「葵の教会」。東洋一美しいビーチと言われる人気スポットでの「トリップフォト」など宮古島の魅力を体験できる商品も話題となっています。



＜葵の教会＞



＜奏の教会＞

ジュエル・バイ・ザ・シー アット ハイアット リージェンシー グアム 2019年1月にリニューアルオープン

オープン：2019年1月

チャペル名：ジュエル・バイ・ザ・シー

所在地：1155 Pale San Vitores Road, Tumon, Guam 96913

収容人数：最大45名（着席）

ジュエル・バイ・ザ・シーは、スワロフスキー社製のクリスタルをシャンデリアと祭壇に無数に用いて“海辺の宝石箱”をコンセプトに創られたグアムの数あるチャペルの中でいちばん海に近いチャペルです。今回のリニューアルでは、ラグジュアリーな輝きだけでなく、海をより近く感じられるような爽やかな優しさと明るさを感じられる、まさにグアムの海を楽しむウェディング空間に生まれ変わります。

また、セレモニーの後は、ドリンクを片手にグアムの美しい海を贅沢に楽しめる『ホワイトサンズカフェ』がオープンします。



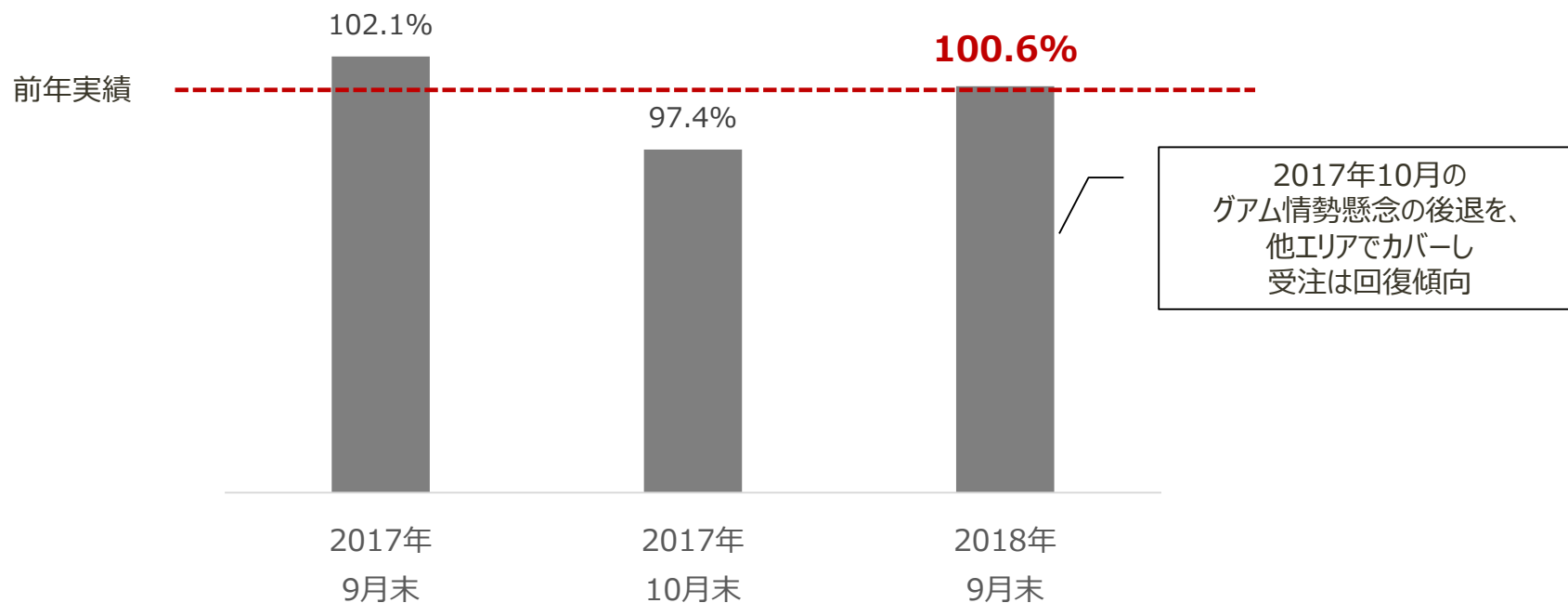
<チャペル内観>



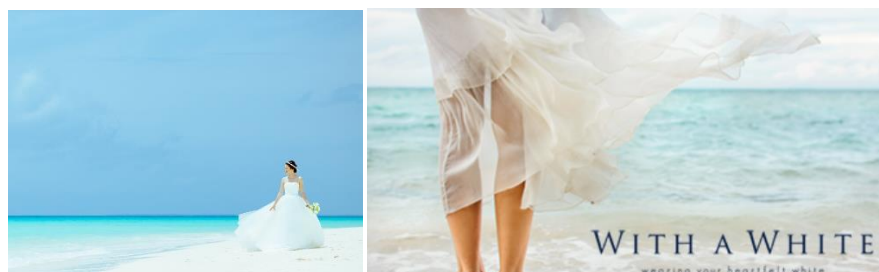
<チャペル外観>

2019年3月期受注組数は、前期並みに回復 (2018年9月末時点)

2019年3月期受注組数 対前期比



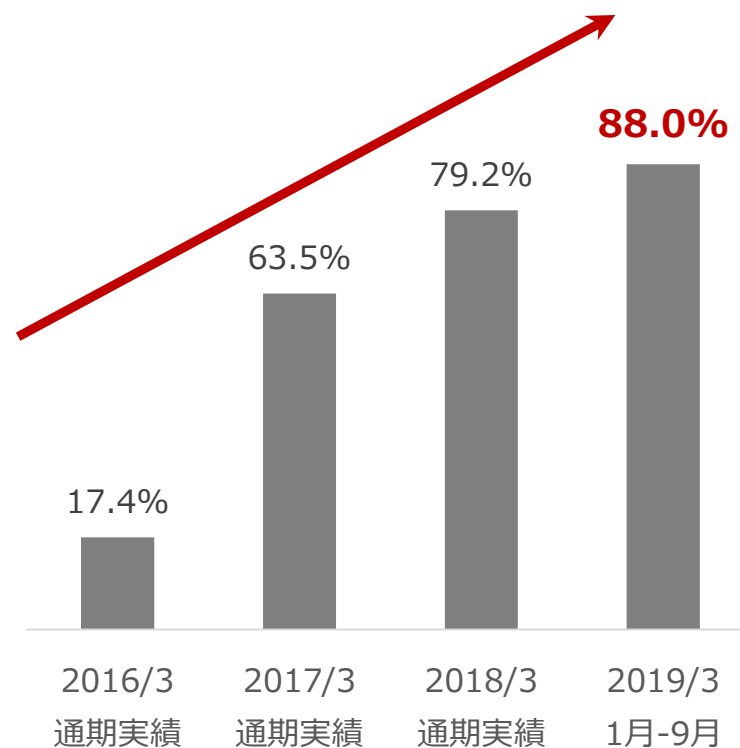
ドレス内製化が好調に推移 単価・売上総利益率向上に寄与



ARLUIS WEDDING

ドレス内製率推移*1

*1 ドレス内製率（＝内製化した組数÷全施行組数）の推移をグラフで表示



アジアマーケットに本格参入 東アジアで人気エリア プーケットに3拠点同時オープン

3つのホテルとウェディング事業の独占販売契約を締結



プーケット初！ 絶景のオーシャンビューチャペル「カタタニリゾート」

ホテル名称 : The Shore at Katathani Resort
 収容人数 : チャペル40名 / バンケット36名
 挙式開始日 : 2018年11月



雄大な自然をバックに 究極のビーチ ウェディング「アナンタラ」

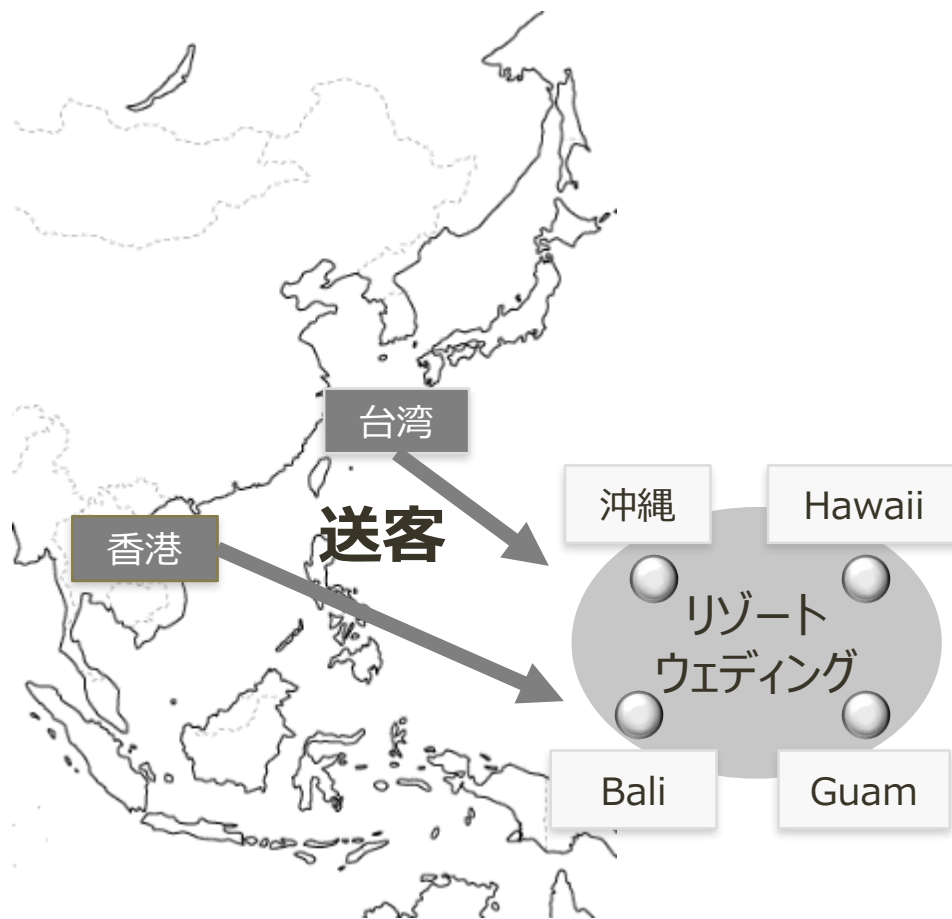
ホテル名称 : Anantara Mai Khao Phuket Villas
 収容人数 : 60名
 挙式開始日 : 2019年4月



プーケットから船で5分の 幻想的なアイランド ウェディング「ナカ アイランド」

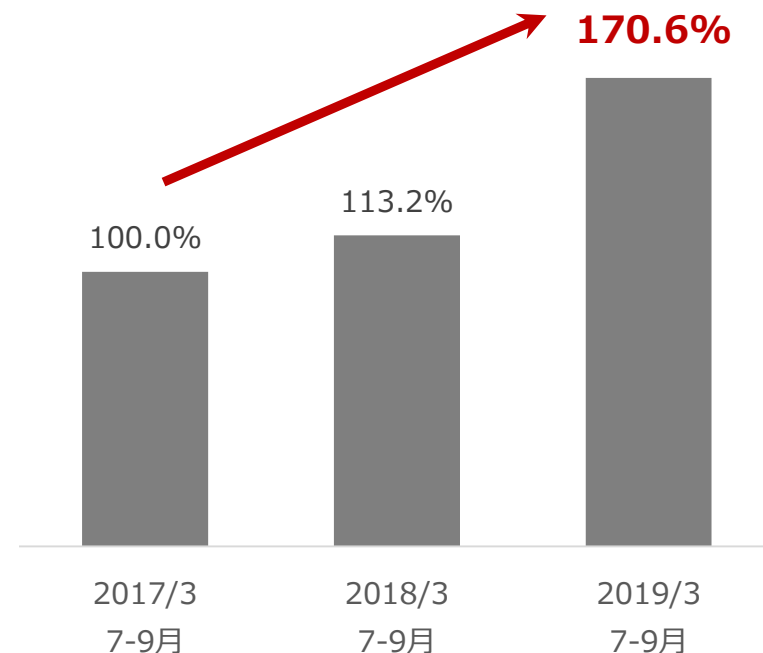
ホテル名称 : The Naka Island, A Luxury
 Collection Resort & Spa Phuket
 収容人数 : 40名
 挙式開始日 : 2019年4月

沖縄の拠点数増により、 アジア現地からのリゾートウェディング送客は前期比170.6%



施行組数 推移*1

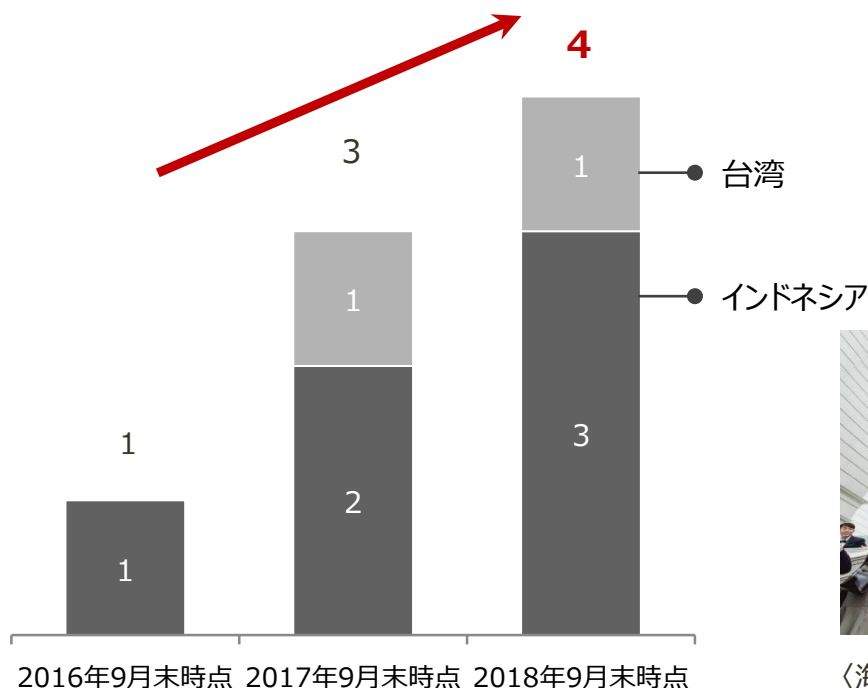
*1 アジア各国から当社リゾート施設で施行した組数
2017/3期を100%とした際の割合推移。



海外向けの拠点をアジアで拡大 台湾直営店は受注組数・単価ともに前期比増

海外ローカル 拠点数比較*1

*1拠点数の比較は、各年9月末時点での拠点数を表示



台湾直営店 実績*2

*2単価、施工組数：2019年3月期7-9月の実績を前期比較

受注組数：2017年の次期受注組数を100%とした場合のパーセンテージ

単価	前期比 101.1%
2018年7-9月 施行組数	前期比 162.5%
2019年3月期 受注組数	前期比 166.7%



〈海外直営1号店 シャードウフェリシテ〉



〈台湾で唯一のチャペル併設の式場〉

III

2019年3月期 配当予想

Dividend forecast for FY03/2019

1株当たり15円の期末配当を予想

	1株当たりの配当金		
	第2四半期末	期末	年間合計
2018/3	0円	15円	15円
2019/3 (予想)	0円	15円	15円

IV

会場一覧

Venues

直営店舗：全国68店舗（103会場）

（2018年9月30日現在）

■ 近畿エリア

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

■ 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）
 アーカンジェル迎賓館（名古屋）
 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）
 アルモニーテラス（岐阜）
 アルモニーヴィラ オーザルダン（常滑）

■ 北海道・東北エリア

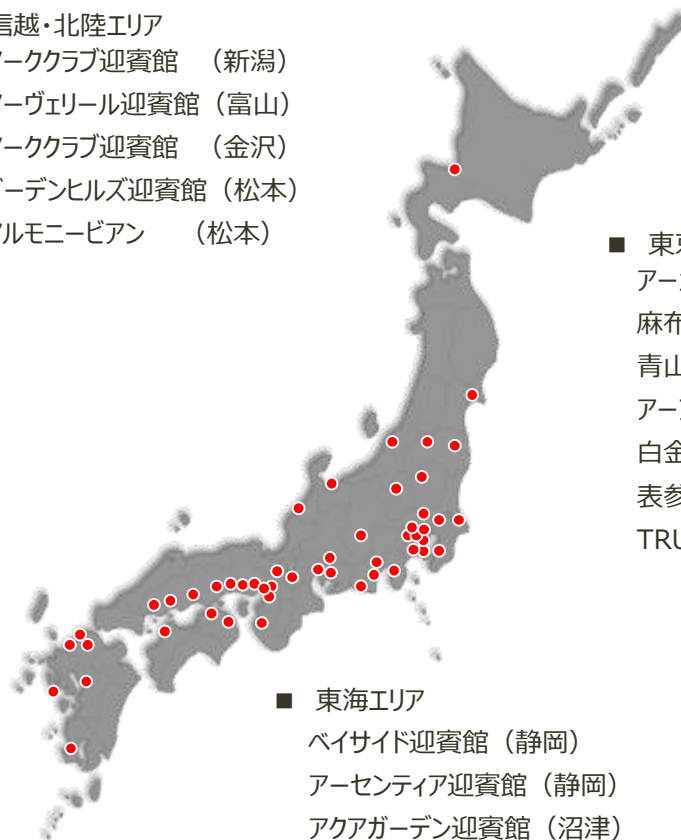
ヒルサイドクラブ迎賓館（札幌）
 アーカンジェル迎賓館（仙台）
 アーククラブ迎賓館（郡山）

■ 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
 白金倶楽部
 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

■ 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）
 コットンハーバークラブ（横浜）
 山手迎賓館（横浜山手）
 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13施設

(2018年9月30日現在)

■ 直営ホテル（4施設）

- ✓ TRUNK(HOTEL) (神宮前)
- ✓ ホテル アルモニーテラス (岐阜)
- ✓ アルモニーアンブラッセ (大阪)
- ✓ ホテル アルモニーサンク (小倉)

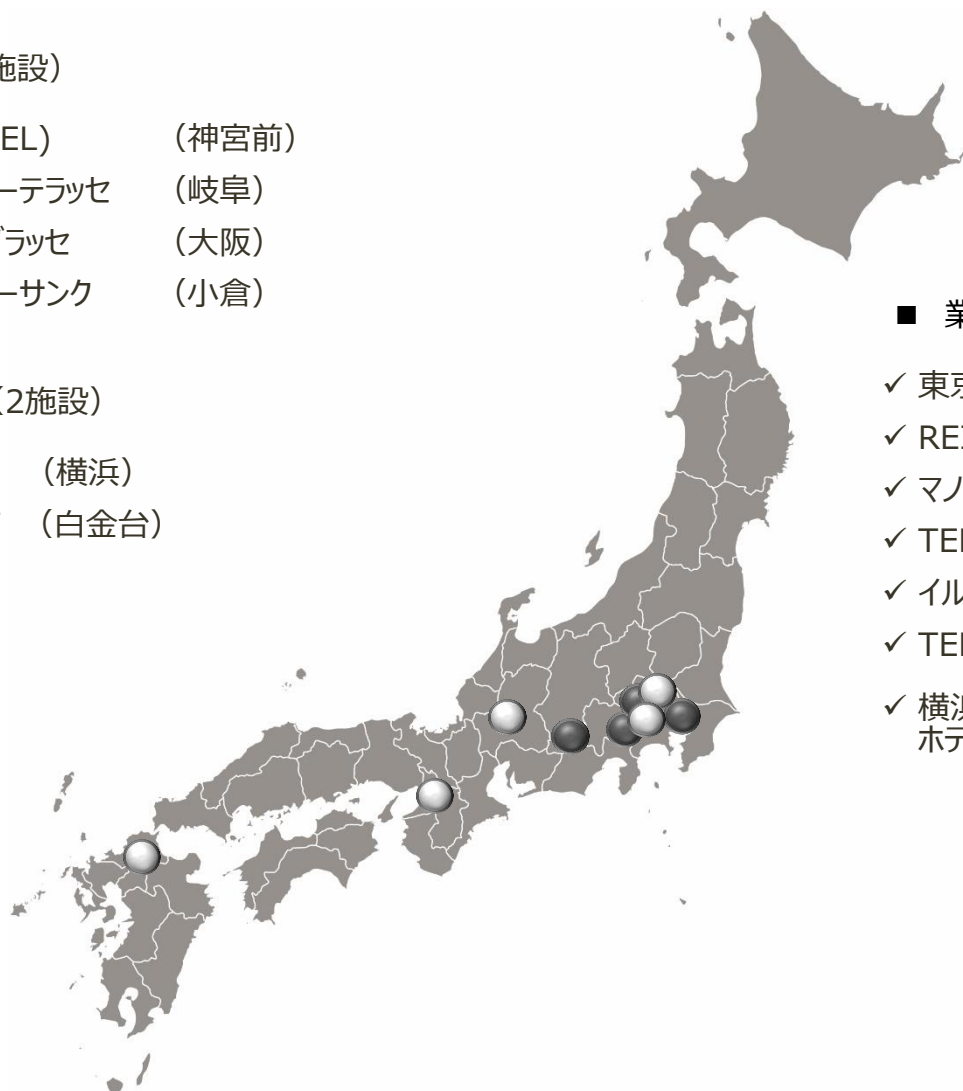
■ 直営レストラン（2施設）

- ✓ Pie Holic (横浜)
- ✓ BLUE POINT (白金台)

- ：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)
- ✓ マノワール・ディノ (表参道)
- ✓ TENOHA DAIKANYAMA (代官山)
- ✓ イル・ブッテロ (広尾)
- ✓ TERAKOYA (武蔵野)
- ✓ 横浜ベイシェラトン
ホテル& Towers (横浜)



海外・リゾート：22店舗、海外ローカル：4店舗

(2018年9月30日現在)

■ リゾートウェディング

<Hawaii>

- ✓ フォーシーズンズ リゾート オフ アット コオリナ
- ✓ ザ・モアナチャペル
- ✓ シェラトン・ワイキキ ザ・マカナチャペル
- ✓ キャルバリー・バイ・ザ・シー教会
- ✓ ザ モダン ウエディング

<Bali>

- ✓ アールイズ・ブルーポイント・バイ・ザ・シー
- ✓ コンラッド インフィニティ
- ✓ ドア・カハヤ アット ブルーヘブン

<沖縄>

- ✓ アールイズ・スイート～海の教会～
- ✓ 白の教会
- ✓ ギノザリゾート 美らの教会
- ✓ 瀬良垣島教会
- ✓ 奏の教会 (2019年1月オープン)
- ✓ 葵の教会 (2019年1月オープン)

<Guam>

- ✓ シェラトン・ラグーナ ホワイトアロウチャペル
- ✓ ザ・シーサイド・スイート アット ヒルトン・グアム
アクアステラチャペル
- ✓ ジュエル・バイ・ザ・シー アット ハイアット
リージェンシー グアム
- ✓ クリスタルチャペル
- ✓ ザ レインボーチャペル

<Phuket>

- ✓ カタニ プークет ビーチ リゾート (2018年11月オープン)
- ✓ アナンタラ プークет ヴィラ (2019年4月オープン)
- ✓ ザ ナカ アイランド (2019年4月オープン)

■ 海外ローカルウェディング

<台湾>

- ✓ シャトー・ドゥ・フェリシテ

<Jakarta>

- ✓ フェアモント ジャカルタ
- ✓ ロイヤル チューリップ グナン
グリス リゾート アンド ゴルフ
- ✓ スイスホテル



- : 海外ローカル
- : リゾートウェディング

V

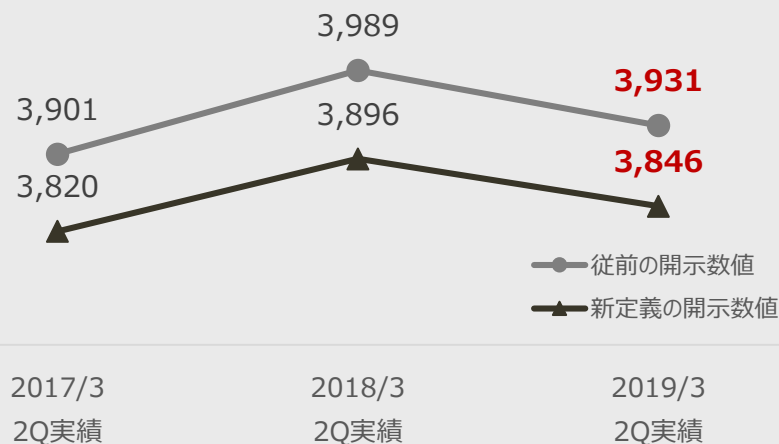
参考資料

Appendix

子会社ブライズワード吸収合併により、国内ウェディング事業の 単価の定義を変更

直営店 単価推移

(単位：千円)



		2017/3	2018/3	2019/3
単価	① 従前の開示数値	3,901	3,989	3,931
	② 新定義の開示数値	3,820	3,896	3,846
	② - ①	-81	-93	-85
人数	① 従前の開示数値	72.0	74.7	70.5
	② 新定義の開示数値	70.5	71.1	68.6
	② - ①	-1.5	-3.6	-1.9

新定義には旧子会社（株）ブライズワード10店舗含む

VI

トピックス

TOPIX

未婚率上昇や少子化対策の一環

全国30店舗で2,047名の親子が参加し、60の媒体で特集

実施期間：2018年7月～9月

「キッズプロジェクト」は、未婚率上昇、少子化対策の一環として、子どもたちが結婚式場に足を運び、「結婚式の意味や大切さ」「結婚式の仕事の楽しさ」などを様々な体験プログラムを通して学ぶことで、結婚式をより身近に感じてもらうことを目的に全国30店舗で実施しています。

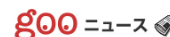
親御様含めお喜びの声をいただき、参加人数は年々上昇。
取組みが話題となり、60の媒体で紹介していただきました。

5つの体験プログラムを用意

開催店舗：30店舗 来場者数2,047名



メディア60媒体に露出



VI 少子化対策 キッズプロジェクト

婚育プログラム

開催店舗：5店舗 来場者数：321名

「結婚式って何？」がテーマ
模擬挙式などを通じ、結婚式の意味を学ぶ



食育プログラム

開催店舗：9店舗 来場者数：225名

食材を使った調理体験で
命の大切さ、食に対する感謝を深める



仕事体験プログラム

開催店舗：6店舗 来場者数：481名

結婚式の仕事を体験しながら
結婚式の素晴らしさと働くことの意義を学ぶ



T&G Films For MAMA

開催店舗：5店舗 来場者数：114名

お子様連れママ限定 映画鑑賞会
普段ゆっくりと映画を見れないママに
ゆとりの時間を提供



Family Photo

開催店舗：5店舗 来場者数：906名

多くのフォトスポットがある結婚式場で
プロのカメラマンが家族写真を撮影
時間、思い出を記録に



「起業体験プログラム」に協賛 「家庭内の食品ロス」をテーマに高校生と商品開発

みなとみらいで人気のカリフォルニアスタイル パイ専門店「Pie Holic」が、品川女子学院の「起業体験プログラム」に協賛。
世界でも深刻な問題となっている「食品ロス」に着目し、高校生と商品開発を行いました。
開発した商品は、品川女子学院の文化祭で販売し、1,400個を完売いたしました。

「起業体験プログラム」とは、事業活動の疑似体験を行う品川女子学院の教育プログラム。
社会課題をテーマにした商品開発から、制作・販売というプロセスを疑似体験することで、
学生に自ら学び、考える力を伝え、起業家精神を育むことを目的にしています。



「家庭で残りがちなおかず、
シチューを食材にした
パイの商品開発
2日間で約1400個を販売



< 品川女子学院 文化祭での様子 >

人材採用・育成を目的に

大学・専門学校と連携強化、65コンテンツのオンライン教育実施

■ 人材採用

当社はホスピタリティ産業の持続的な発展、安定的な人材の確保を目的として、複数の大学・専門学校と提携を行い、現役社員を教授・講師として派遣し、実践的な授業を行っています。「モノ消費からコト消費」に変化する時代の中で、実践的な授業プログラムを通して、ホスピタリティ産業の魅力を伝えつつ、学生の皆様に仕事への理解を深めていただき、当社も学生が求めることを汲みとり双方のギャップをなくすことで、安定的に人材を確保できる仕組みづくりを行っています。

■ 人材育成

全国68拠点に及ぶ1600人の社員の人材教育を目的に、オンライン教育システム「T&G College」を構築いたしました。「社会人基礎力」「ウェディング専門スキル」「ビジネススキル」など65コンテンツを準備し、自らが必要とする知識を選択形式で学べる教育体制を整え、社員一人ひとりが自己成長意欲を養う雰囲気醸成してまいります。

人材採用

明星大学

桜美林大学

滋慶学園グループ

三幸学園

連携強化

- 経営学部客員教授に就任
- オープンキャンパスの企画
- 特別事業の講師
- 学校法人から依頼を受け
授業カリキュラムを実施

人材育成

T&G COLLEGE 2018

気軽に・手軽に・簡単に。自分で選んで受講するネットカレッジ。

オンライン教育エントリー率 平均117.0%※

※2018年4月-9月実施エントリー率（エントリー数÷定員数）

ビジネススキル（29コンテンツ）

ウェディング専門スキル（28コンテンツ）

社会人基礎力（8コンテンツ）

T&G初のアスリート採用「五十嵐千尋」 パンパシフィック、アジア競技大会で多数のメダルを獲得

- ◆パンパシフィック大会女子800mフリーリレーで日本新記録
- ◆アジア競技大会出場4種目全てでメダル獲得
- ◆アジア競技大会400mフリーリレーで日本新記録
- ◆日本社会人選手権水泳競技大会女子200mと400m自由形で優勝



五十嵐 千尋
1995年5月24日 神奈川県出身

高校3年生の時に、日本選手権400m自由形で優勝して以来、同選手権6連覇。

2016年には、リオデジャネイロオリンピックにも出場し、日本女子自由形のリーダーとして個人種目とリレーで世界を舞台に活躍中。

2018年4月に、T&Gに、初のアスリート採用として入社。

アーククラブ迎賓館広島 赤井顕治

JAL国際線28路線の機内食、西武鉄道特別メニューを監修

当社が運営するアーククラブ迎賓館 広島で料理人を務める赤井顕治が、日本航空株式会社（JAL）とRED U-35のコラボレーションで実現した機内食メニュー「RED U-35 ～若き料理人たちによる機内食～」の秋メニューを監修いたしました。

また、西武鉄道株式会社の企画である、特別で優雅な空間と時間を楽しむことのできる全席レストラン車両の西武旅するレストラン「52席の至福」でも、ランチ・ディナーコースのメニューを監修いたしました。当社では、より魅力的な料理を提供すべく、シェフを始めとした人材の育成、コンペティションへの参加をバックアップしています。



< JAL国際線機内食 ハヤシライス >



< 野菜とチーズのオムレツ >



< 濃厚なチョコレートムースとフランボワーズソース >



<RED U-35>

夢と野望を抱く、新しい世代の新しい価値観の料理人（クリエイター）を見出す日本最大級のコンペティション。

赤井顕治は、2017年度「RED U-35」において、5代目グランプリ・RED EGGを受賞しました。

TRUNK (HOTEL) ソーシャライジングに基づき 寄付先候補団体 NPO 4 団体を選出

持続可能な社会に向けて、社会貢献を取り入れた新たなライフスタイルを広めることを目指すTRUNK (HOTEL) は、誰しもが自らのライフスタイルの中で無理なく社会貢献に参加できるサービス・商品の企画を行っており、その活動の一環として、売上のうち500万円／年を寄付することを目標とし、日々運営しています。

この度、2018年度寄付先候補として「ソーシャライジングとの親和性/活動内容/寄付金使用用途」を踏まえ、コンセプトに沿って同じ方向を目指すことができる4団体を、選出させていただきました。



2018 DONATION DESTINATION — 寄付先候補団体 —

◆子ども食堂ネットワーク

家庭の都合で、ご飯を1人で食べているこどもに開かれた“こども食堂”。
地域の協力で運営されるこども食堂を、利用者、地域、社会とつなげるための支援を行う。

◆渋谷みつばちプロジェクト

渋谷地域に建つビルなどの屋上で養蜂活動を行い、
環境にやさしく健康にも良いはちみつを生産するプロジェクト。

◆認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ

多様性が当たり前の社会を目指して。LGBTの豊かな生活を実現するために、
カフェやシェアハウスなどの運営、企業コンサルティング、2020年に向けた情報発信など幅広い活動を行う。

◆一般社団法人more trees

「都市と森をつなぐ」をキーワードに活動を行う森林保全団体。
音楽家 坂本龍一を代表とし、国内外で森林保全に取り組むほか、イベントを通じた森の情報や魅力の発信などを行う。

STEP 1. 募集

40団体より公募いただきました。

STEP 2. 1次選考

TRUNK(HOTEL)全スタッフ参加のオンライン1次投票

STEP 3. 最終選考

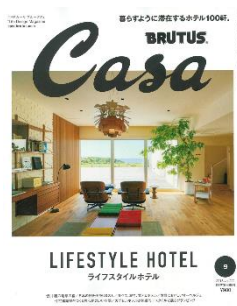
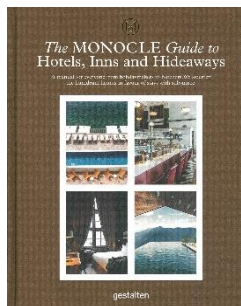
各団体のプレゼンテーション

決定

「ソーシャライジングとの親和性/活動内容/寄付金使用用途」
を踏まえ、4団体を、選出させていただきました。

注目度が上昇し、新聞・雑誌等に多数掲載

T&Gグループのメディア露出は昨対160.3%（4月-9月）



人の心を、人生を豊かにする

T&G TAKE and GIVE NEEDS