A photograph of a modern, multi-story building with a swimming pool in the foreground. The building features large glass windows and a balcony with a railing. The pool area is furnished with lounge chairs and umbrellas. The text is overlaid on the image.

2025年3月期 第2四半期（中間期） 決算説明資料  
株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2025年3月期第2四半期（中間期）の連結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 経営企画部

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

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



# CONTENTS

- 00 Executive Summary
- 01 2025/3期 第2四半期（中間期）報告
- 02 2025/3期 第2四半期（中間期）連結決算概要
- 03 Topics
- 04 市場環境と競争優位性 ESG
- 05 Appendix

## 1 婚礼事業 広告投資効果により受注好調

- 第2四半期以降、広告積極投資 問合せ数 前年同期比108.0%まで回復
- 第4四半期受注残 前年同期比101.5%

## 2 ホテル事業 引き続き好調

- 稼働率90%台・平均客室単価80,000円超の高水準を維持
- 世界的アワード「AHEAD Asia」にて、最優秀賞「Hotel of the Year」受賞

## 3 通期各段階利益 前年比増益見込みは計画通り

- 販売促進施策等により、婚礼単価は前年同期比103.6%まで上昇
- 好調なホテル事業、婚礼事業の回復により、通期増益を目指す

00 Executive  
Summary



01 2025/3期 第2四半期（中間期） 報告

## 1-1. 第2四半期（中間期）実績と業績予想

(百万円未満切捨て)

売上高は、計画超過・前年同期比増益

広告追加投資等により  
各種段階利益は計画を下回ったが、  
通期前年比増益は計画通り

単位:百万円	第2四半期（中間期）					通期		
	2025/3 計画 (A)	2025/3 実績 (B)	計画比 (B-A)	2024/3 実績 (C)	前年比 (B-C)	2025/3 計画 (D)	2024/3 実績 (E)	前年比 (D-E)
売上高	21,000	21,724	+724	21,662	+62	47,000	47,020	-20
営業利益	1,000	583	-416	1,410	-826	4,400	4,208	+192
経常利益	750	314	-435	1,169	-855	3,900	3,754	+146
親会社株主に 帰属する中間純利益	450	*1 437	-12	744	-307	2,000	1,831	+169

\*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

## ■ 売上高

- ✓ (前年比) 婚礼事業の取扱件数減少を婚礼単価向上、ホテル事業、レストラン、婚礼運営受託、その他事業伸長で補填
- ✓ (計画比) 婚礼単価好調 +約20,000円  
ホテル新店 平均客室単価上昇 +約 5,000円  
稼働率好調 +約 7.5%  
レストラン、婚礼運営受託、その他事業等が計画超過

## ■ 営業利益

- ✓ (前年比) 婚礼事業の減価償却費、人件費増、ホテル新店の販管費増加等
- ✓ (計画比) 婚姻件数減少に伴う婚礼マーケットの落ち込みに対し、今後の受注を強化するため、広告費・修繕費等追加投資  
ホテル事業、その他事業の稼働上昇に伴う人件費等増加

## ■ 通期予想

- ✓ 早急に判断した広告追加投資等が功を奏し、受注好調（P8-9参照）
- ✓ 中間期の追加投資により増加した販管費分を好調な婚礼単価、ホテル事業等で補完しつつ、販管費の合理化により、前年比増益見込み

## 1-2. 営業利益 前年比詳細

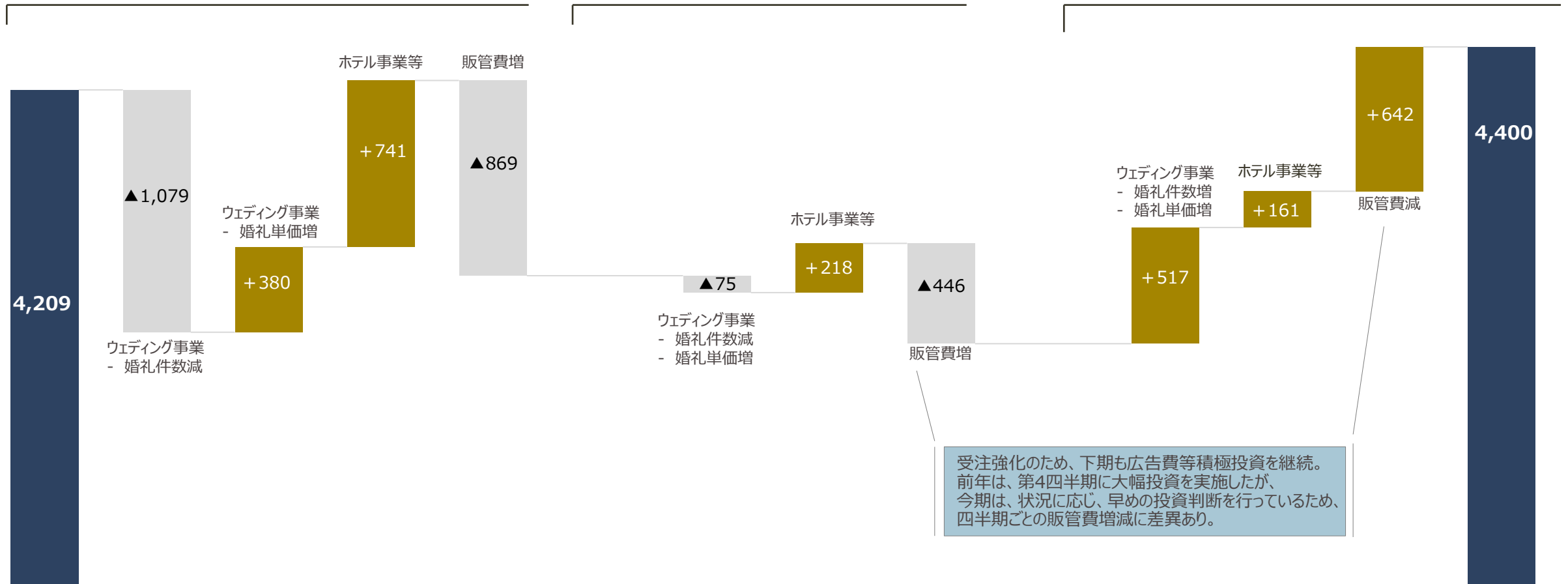
(百万円未満切捨て)

(単位：百万円)

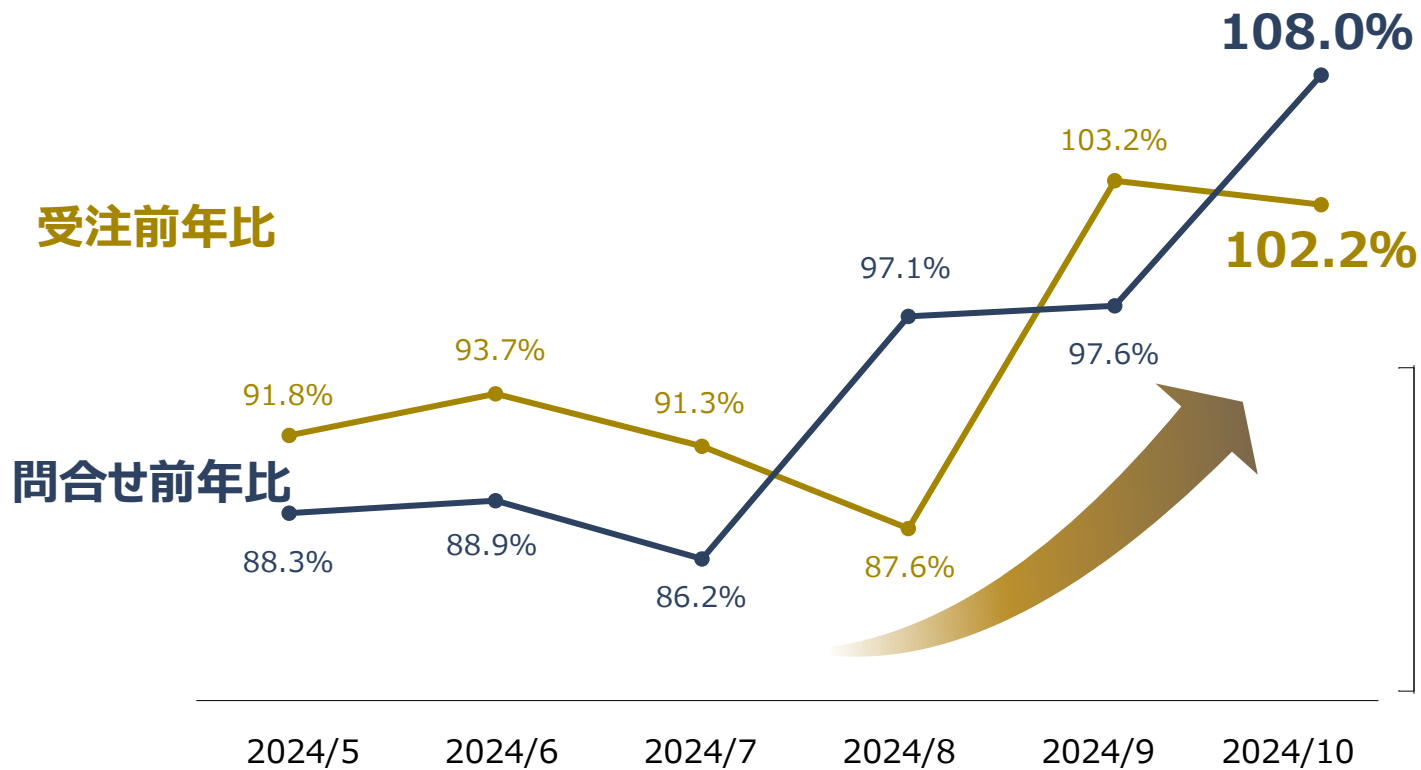
## 上期実績

## Q3計画

## Q4計画

2024/3  
営業利益 実績2025/3  
営業利益 予想

## 1-3. ウェディング事業 広告積極投資により問合せ、受注回復



第2四半期以降、広告投資再強化  
問合せ数、受注数回復

各月の土日・祝日数の違いや、  
集客イベント実施後から会場見学に至るまでの  
リードタイム等の影響により、月ズレが発生するため、  
各月前年比数値に変動あり。  
但し、総じて問合せ数回復に加え、高い契約率を  
維持し、受注数増加



## 1-4. ウェディング事業 受注残組数状況（前年同時期比）

(上期実績)

(Q3受注残)

(Q4受注残)

100.0%  
92.1%

100.0%  
96.8%

100.0%  
101.5%

2023/10末時点 2024/10末時点

2023/10末時点 2024/10末時点

2023/10末時点 2024/10末時点

第4四半期 前年同時期比+101.5%

第2四半期以降の  
広告追加投資の効果により受注残増加

## 1-5. ウェディング事業 重点施策リニューアル

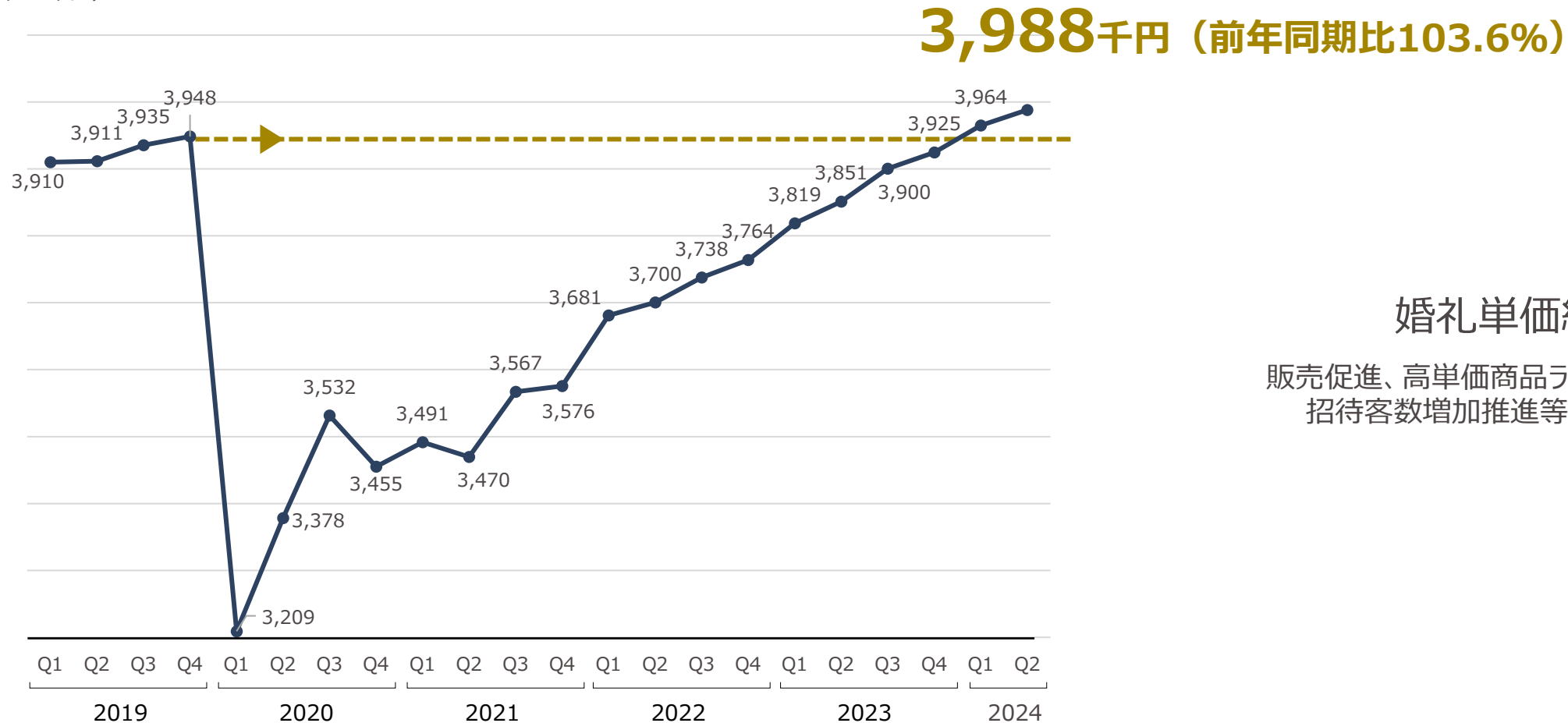
広告投資に加え、リニューアルにより  
受注件数増を目指す

種別	対象 店舗数	1店舗あたり 投資額	リニューアル内容
大規模 リニューアル	1店舗 (前年比±0)	400 百万円	全館
中規模 リニューアル	4店舗 (前年比±0)	60~85 百万円	チャペル・付帯施設等
部分リニューアル (家具入替等)	37店舗 (前年比+32)	~5 百万円	装飾備品・家具等



## 1-6. ウェディング事業 婚礼単価状況

(単位：千円)



## 婚礼単価続伸

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

\*数値は四半期累計の推移

## 1-7. 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

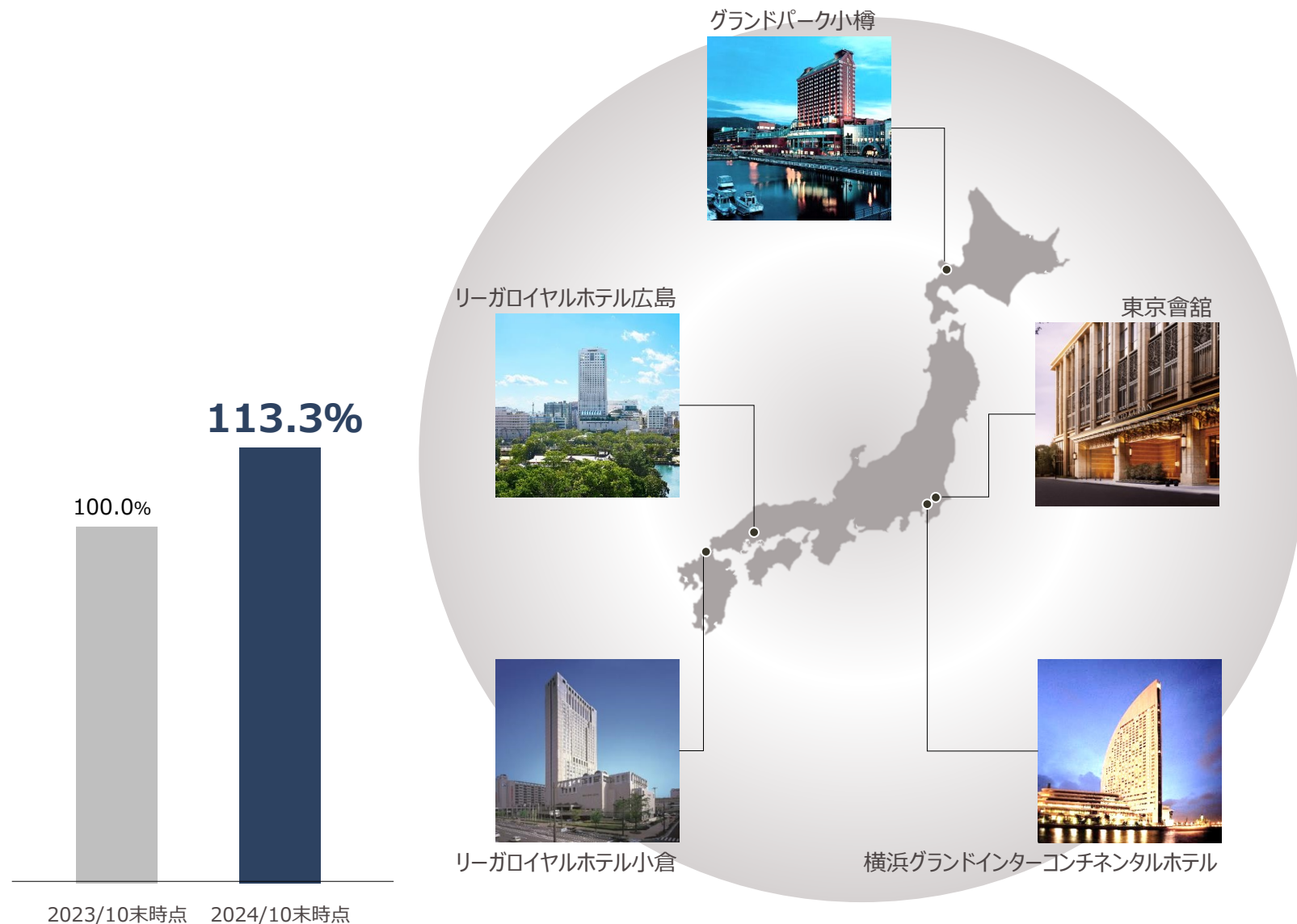
2024/9末時点の受注残、前年同時期比 166.7%

- 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。



### 1-8. 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）

提携先の受注向上  
今後も、提携会場数増加を目指す



## 1-9. ウェディング事業 業界支援を企図した新たなビジネスモデルに挑戦

### 自社リソースを全国の式場へ外販 業界支援を企図

#### 教育システム

教育を担う人材が不足している式場へ  
オンラインでのプランニング指導や  
メンター機能としてアドバイザー提供



#### オンライン結婚式準備ツール

結婚式の準備が一目で分かる  
オリジナルWEBツールを  
ASPサービス提供



全国の結婚式場を対象として、  
リソース提供することで、  
業界支援を目指す

#### ブライダルローンシステム

グループ会社ライフエンジェルが提供  
している後払い・分割払いサービス  
を提供



#### 会場装飾

広告等で使用する大規模装飾を  
自社で製作・保管できない企業様へ  
レンタル提供



## 1-10. ホテル事業好調 各種KPI

## CAT STREET (渋谷区神宮前)

■稼働率

92.8%

(前年同期比+1.3%)

■平均客室単価

82,886円

(前年同期比+11,782円)

## YOYOGI PARK (渋谷区富ヶ谷)

■稼働率

93.4%

■平均客室単価

85,476円

\* 数値は全て、2025/3 第2四半期 (中間期) 実績

\* YOYOGI PARKは、2023年9月OPENのため、前年同期比記載なし

## 世界的なアワードAHEAD Asiaで 「Hotel of the Year 2024」を含む3つの賞を獲得

- イギリスのホテルデザイン誌「Sleeper」が主催する「AHEADアワード」。最も革新的なホテルを表彰するアワードとしてホスピタリティ体験やデザインを軸にホテルを評価。
- アジアパシフィック圏で全カテゴリーのノミネートから最も優れたホテルを選出する特別賞「Hotel of the Year」を受賞。
- TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARKは、その高いクリエイティビティを評価され「Guestrooms（客室）」「Hotel Newbuild（新築ホテル）」カテゴリーにおいても最優秀賞に選出。
- 世界的なアワードを受賞することで、世界各地のメディアに取り上げられ、それが、TRUNK(HOTEL)の高い直接予約比率、外国人比率に繋がっている。





## 米国デザイン専門誌「Architectural Digest」が選ぶ 「2024 AD Great Design Awards」を受賞

- 米大手出版社の建築・デザイン媒体『アーキテクチュラル・ダイジェスト（Architectural Digest）』が発表した「2024 AD Great Design Awards : Hotels」に選出。
- 「AD Great Design Awards」は、VOGUEやGQなどの雑誌を発行しているコンテナスト社の歴史あるデザインインテリア専門誌『アーキテクチュラル・ダイジェスト』が発表するアワード。過去1年間に開業した世界中の宿泊施設の中から、同誌の編集者により、デザインやインテリアにおいて特に優れた施設が選出。
- 2020年にはTRUNK(HOUSE) も同アワードを受賞。



## 国内初となる「ミシュランキー」ホテルセレクションで 1ミシュランキーを獲得

- ミシュランは今年4月からフランス、アメリカ、スペイン、イタリアで特に優れた体験を提供する宿泊施設である「ミシュランキー」を発表。アジア圏では初となる「ミシュランキー」の発表を日本で実施。
- 1ミシュランキー（特別な滞在）の定義  
独自の個性と魅力を持った目的地として、他にはない体験を提供している。サービスは常に一步先を行き、  
-同じ価格帯の宿泊施設より遥かに多くのことを提案している。



## 1-12. 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.

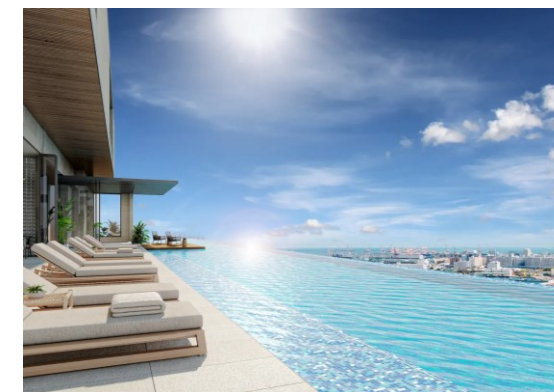


**2027 Summer OPEN**

**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



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

(百万円未満切捨て)

## 売上高・売上総利益は堅調に増益 広告投資等強化により減益

### ■ 売上高

✓ (前年比) 婚礼事業の取扱件数減少	▲約1,600百万円
婚礼単価上昇	+約 550百万円
新店ホテル通期稼働	+約 500百万円
婚礼運営受託、その他事業等	+約 600百万円

### ■ 販管費

✓ (前年比) 婚礼事業の減価償却費、広告投資等増	+約 500百万円
ホテル新店、稼働率上昇に伴う販管費等	+約 300百万円
その他事業 稼働上昇に伴う販管費増	+約 100百万円

### ■ 親会社株主に帰属する中間純利益

✓ (特別利益) 固定資産譲渡益 (大分県の土地・建物)	469百万円
------------------------------	--------

単位：百万円 (%：売上高比)	2025/3 第2四半期（中間期）実績	前年同期	
		実績	増減
売上高	21,724	21,662	+62
■国内ウェディング事業	21,001	21,099	-97
TRUNK(HOTEL)	3,080	2,520	+559
■その他	722	563	+159
売上総利益	14,483 66.7%	14,373 66.4%	+110 +0.3pt
販管費	13,900 64.0%	12,963 59.8%	+937 +4.2pt
営業利益	583 2.7%	1,410 6.5%	-826 -3.8pt
経常利益	314 1.4%	1,169 5.4%	-855 -4.0pt
親会社株主に帰属する 中間純利益	437 2.0%	744 3.4%	-307 -1.4pt

## 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 第2四半期（中間期）実績	前年同期	
		実績	増減
売上高	21,001	21,099	-97
直営店婚礼（TRUNK含）	17,869	18,870	-1,001
■取扱件数（件）	4,431	4,899	-468
■平均単価（千円）	3,988	3,851	+137
■平均人数（人）	60.1	58.7	+1.4
コンサルティング	766	554	+211
■取扱件数（件）	1,111	919	+192
宿泊、レストラン、等	2,365	1,673	+692
売上総利益	14,112 67.2%	14,096 66.8%	+16 +0.4pt
営業利益	1,437 6.8%	2,291 10.9%	-853 -4.1pt

閉店等の影響も含め、婚礼取扱件数減少  
 婚礼単価は引き続き上昇  
 ホテル事業、婚礼運営受託、  
 その他事業等好調

## 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	2024/9末	増減
流動資産	14,750	13,033	-1,717
現金及び預金	9,399	7,722	-1,677
固定資産	39,629	38,938	-690
有形固定資産	29,921	29,326	-595
無形固定資産	375	360	-15
投資その他資産	9,331	9,251	-79
資産計	54,380	51,972	-2,407

第1四半期の優先株式取得により  
現預金減  
不動産売却により固定資産減

## 2-4. 連結 貸借対照表（負債・純資産の部）

(百万円未満切捨て)

単位:百万円	2024/3末	2024/9末	増減
負債合計	37,416	36,798	-618
流動負債計	13,789	13,856	+66
短期借入金	640	910	+270
1年以内返済予定 長期借入金	5,350	5,275	-74
固定負債計	23,626	22,941	-684
長期借入金	16,949	16,240	-709
純資産計	16,963	15,174	-1,789
負債・純資産計	54,380	51,972	-2,407
有利子負債	22,939	22,425	-513
自己資本比率	31.2%	29.2%	-2.0pt

第1四半期 優先株式取得・消却  
有利子負債 計画通り減少



## 2-5. 配当予想

業績向上  
株主還元強化を目指す

	1株当たり配当金		
	第2四半期末	期末	通期
2025/3 予想	—	10円	20円
2025/3 実績	10円	—	—
2024/3 実績	10円	10円	20円

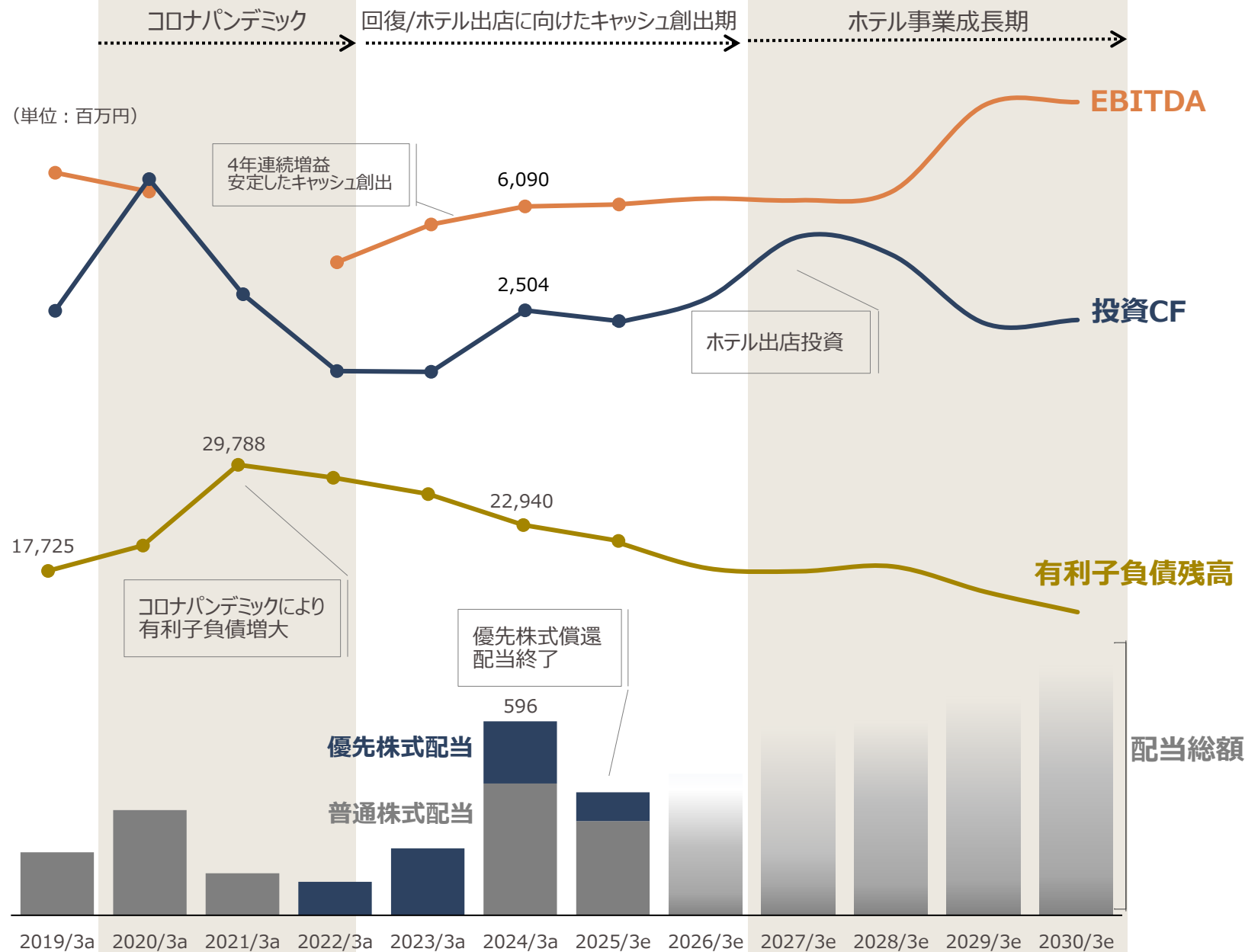
2023/3 実績	0円	20円	20円
-----------	----	-----	-----

2022/3 実績	0円	0円	0円
-----------	----	----	----

2021/3 実績	0円	0円	0円
-----------	----	----	----

2020/3 実績	10円	10円	20円
-----------	-----	-----	-----

## 2-6. 長期キャッシュアロケーションイメージ



2021/3期コロナパンデミック後  
2022/3期より安定的にキャッシュを創出  
有利子負債を計画的に減少

次の成長を支えるホテル事業へ必要な投資を  
実施しつつ、EBITDAの推移を見ながら  
配当政策を検討中（近日発表予定）

※2021/3a EBITDAはコロナ影響により▲9,172百万円

※配当総額グラフは、CFベース（参考：1株あたり配当金 2025/3通期予想 20円）



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



### 3-1. 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

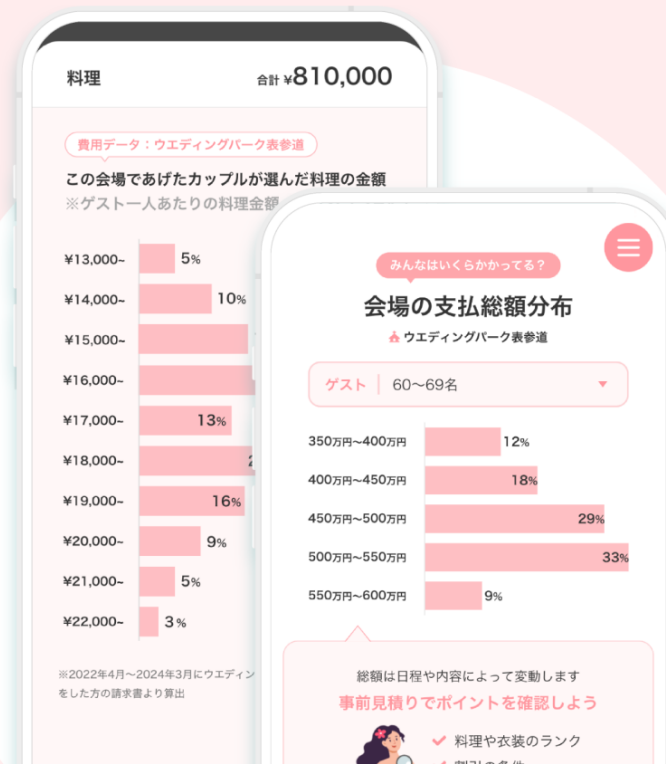


Photo by Tatsuya Tanaka

日揮ホールディングス株式会社提供

## 業界初となるリアルな結婚式費用シミュレーション サービス「mieruu」を(株)ウエディングパーク共同開発

- 「デジタル×ウエディング」で事業を展開する株式会社ウエディングパーク（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。
- ウエ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）



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

## 3-1. 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。



## 3-1. Topics

### 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。





### 3-1. 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

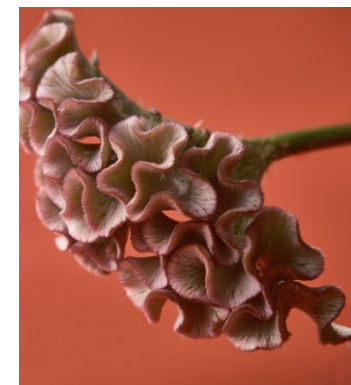
- 結婚式場で地域の子どもたちに、体験や学びの場を提供することが目的。
- 夏休みの子どもたちを対象に、オマール海老やホタテなどの本格的な食材を用いた食育体験を実施。



## 3-1. 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。



BAR

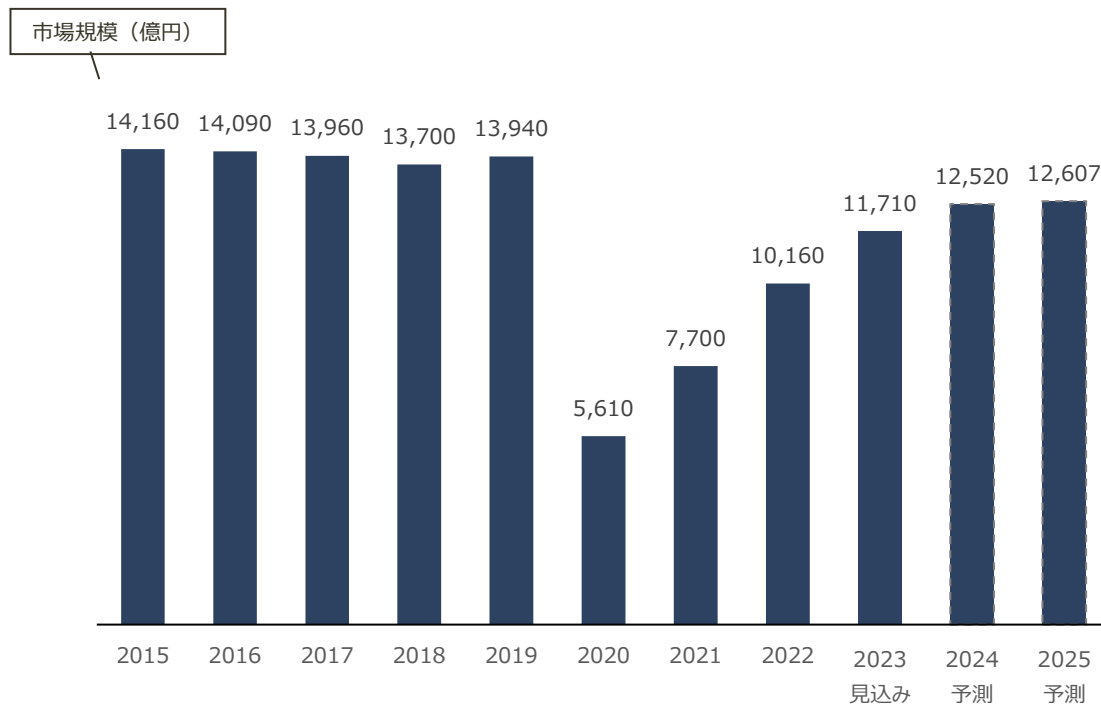
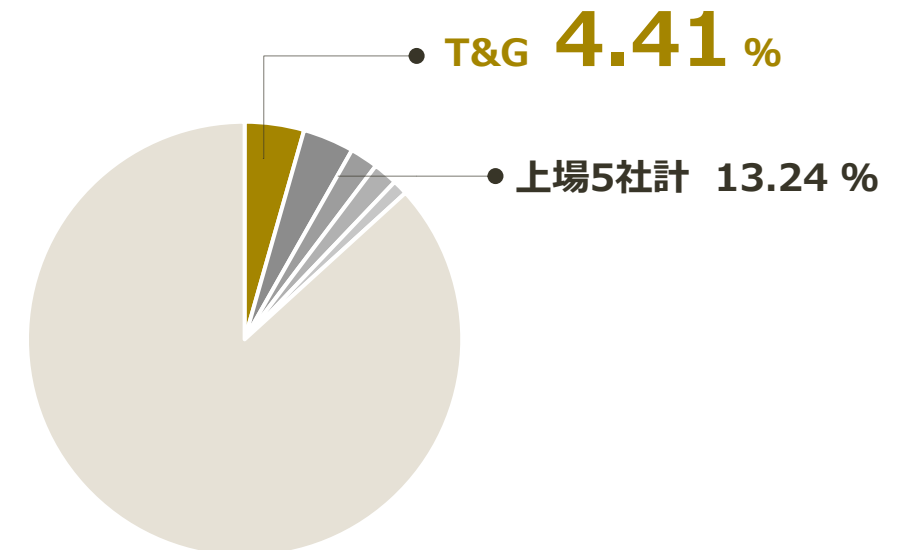


04 市場環境と競争優位性 ESG



## 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 (2023年実績)

\*1 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑」(2024)

\*2 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑」(2024)、各社決算資料(2023)

## 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

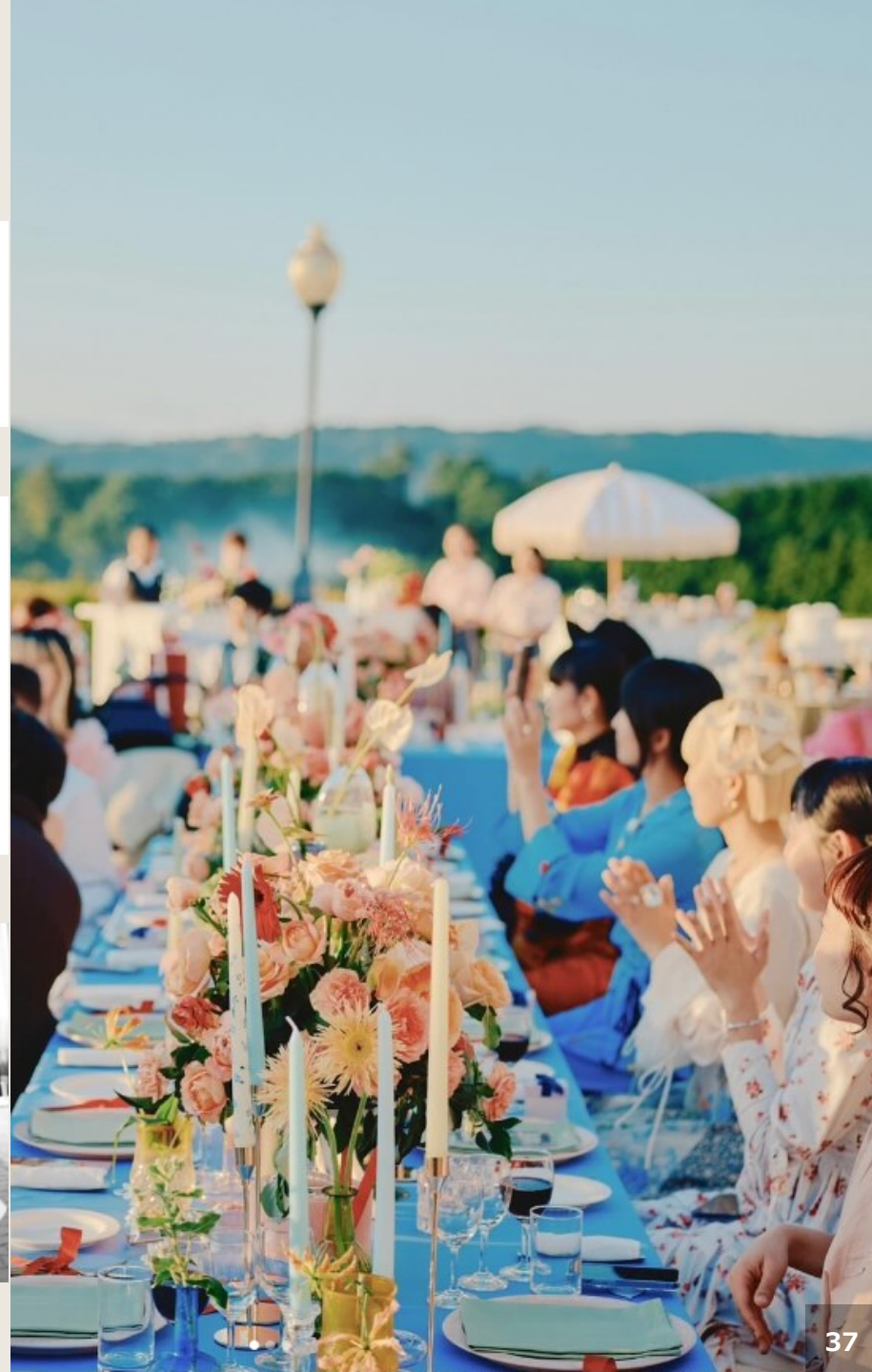
会場見学から当日まで、専属のプランナーが対応。  
一軒家完全貸し切りの強みを生かし  
新郎新婦の想像を超える一日を実現している。

### ■ 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。



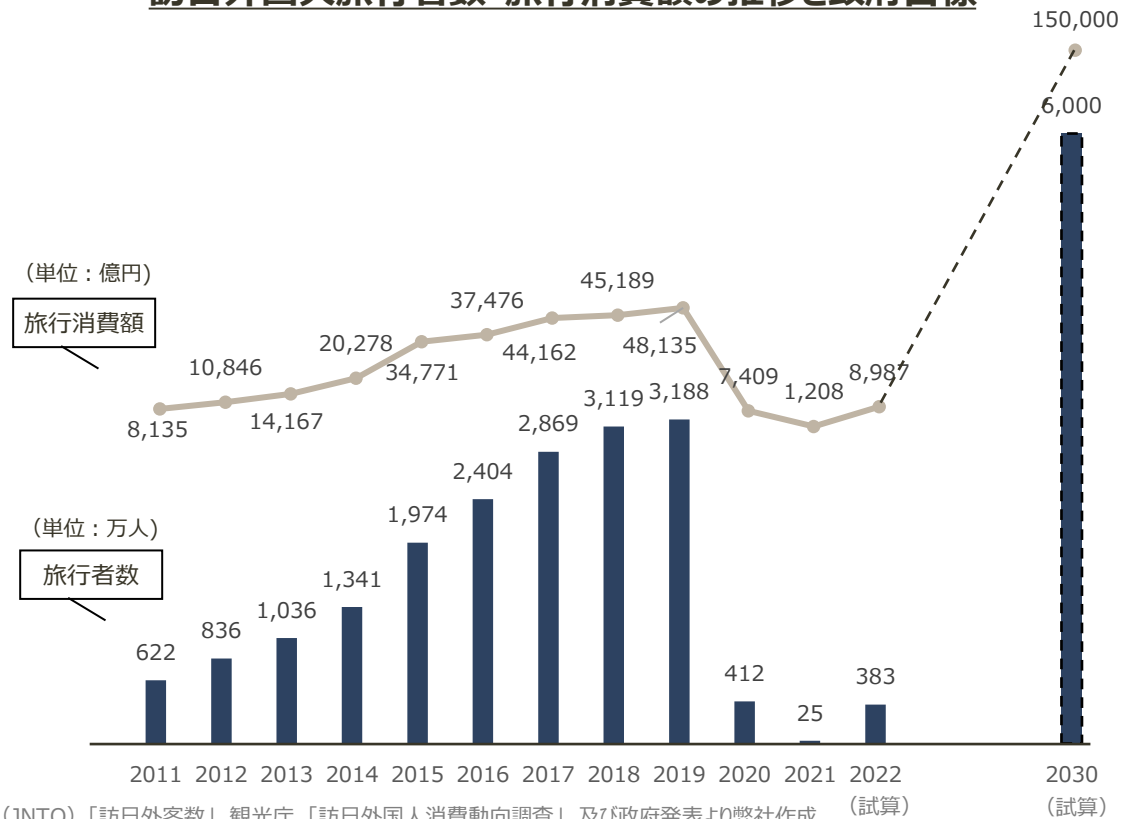
2023年12月期\_指定領域における市場調査  
調査機関：日本マーケティングリサーチ機構



## ホテルマーケット概況

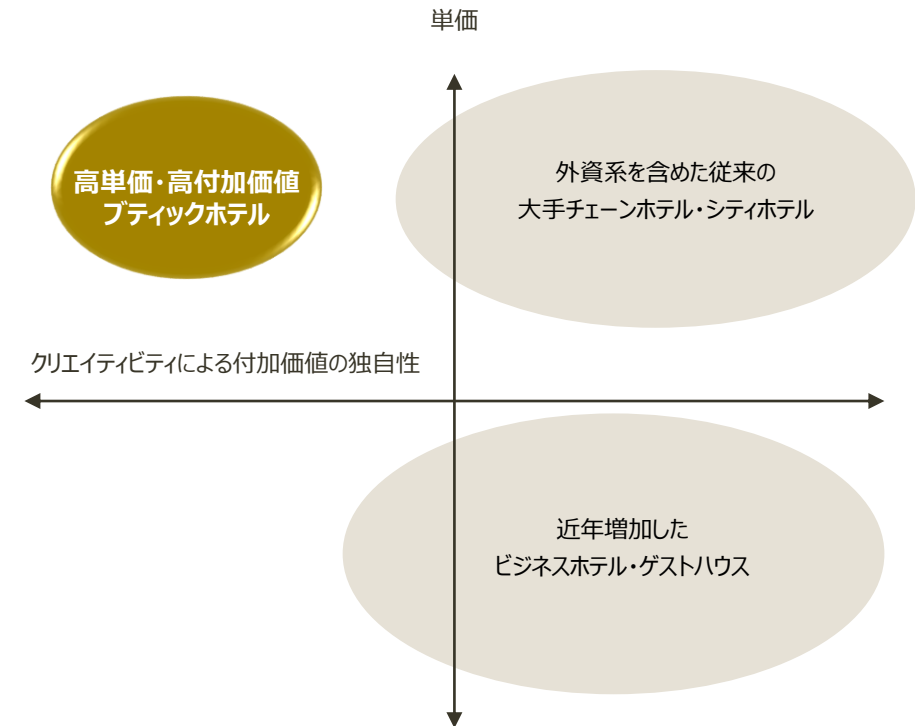
## 日本初のブティックホテルを出店 市場創出を目指す

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。







## 人的資本の向上に向けた取り組み

### 部門責任者 女性比率 **37.0%**

全27部門のうち 10の部門において女性の責任者が着任。

管理部門、事業部門間わず  
抜擢されている。



### 障がい者雇用率 **2.94%**

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。

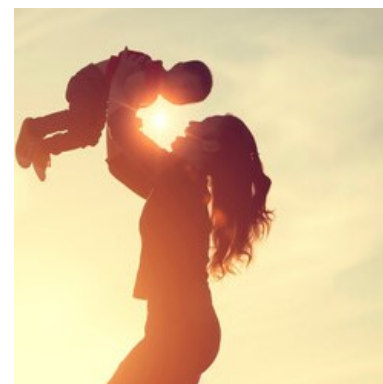
積極的な外国人雇用を行っており  
出身地を含めると 20か国以上の人材が集まっている。

### 育休復帰率 **100%**

### 男性育休取得率 **13.04%**

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回目の選出

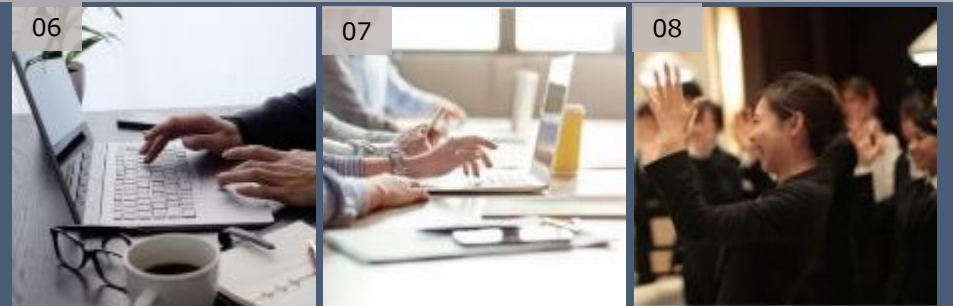
“働きやすさ”と“やりがい”の両方を兼ね備えた企業を選出されるランキング。当社の様々な制度や施策が評価されている

- 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 人間性を上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



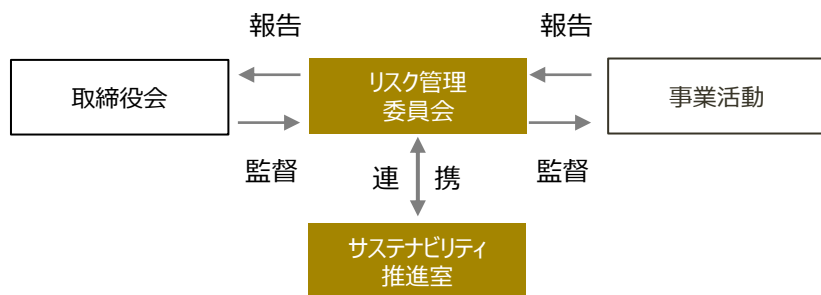
### 若年層の 活躍



# 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ようにな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

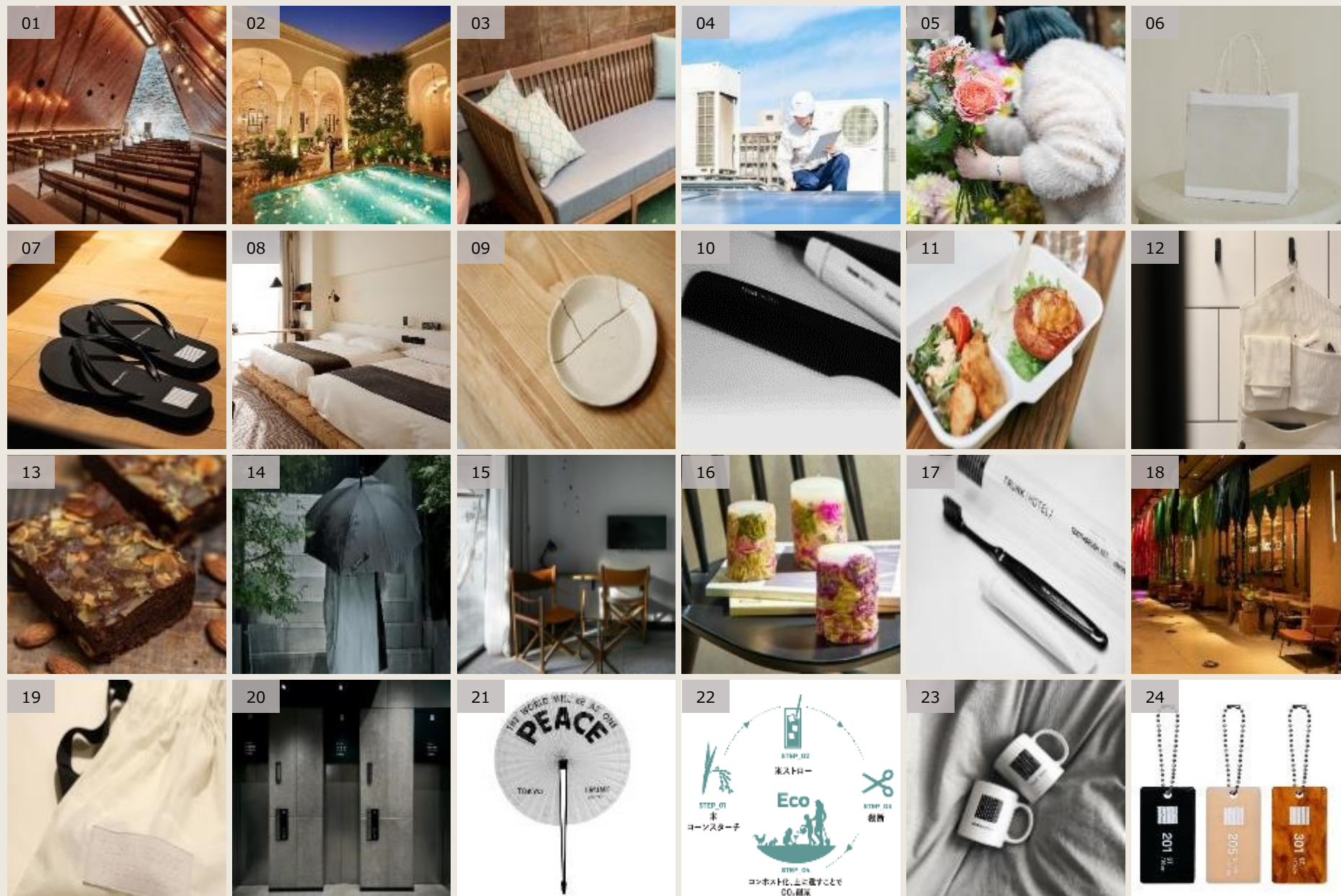
【温室効果ガス排出量 スコープ1・2】

- 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 サステイ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

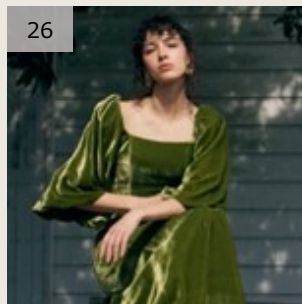


## 環境に配慮した取り組み

- 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 「流氷硝子館」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



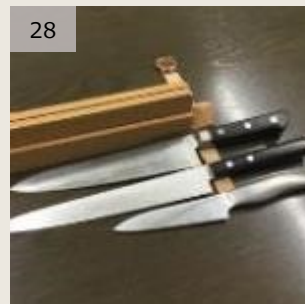
25



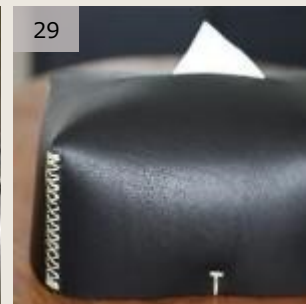
26



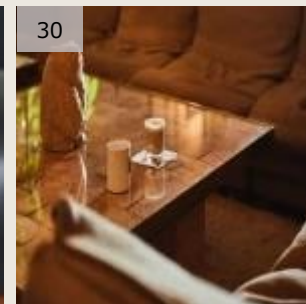
27



28



29



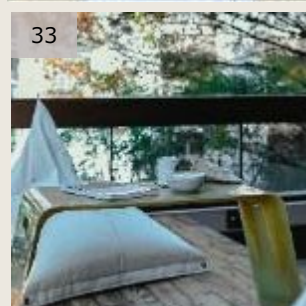
30



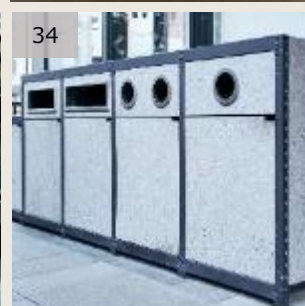
31



32



33



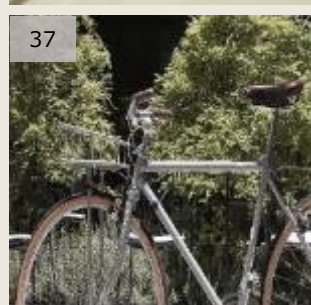
34



35



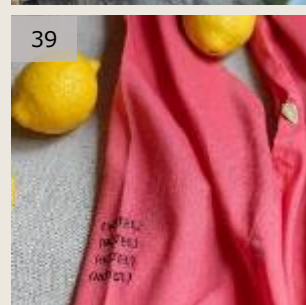
36



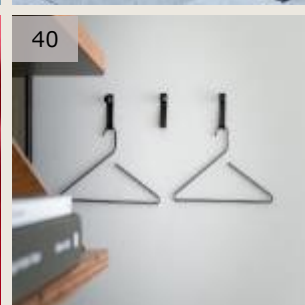
37



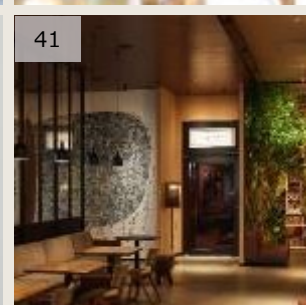
38



39



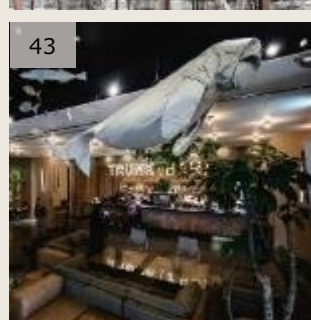
40



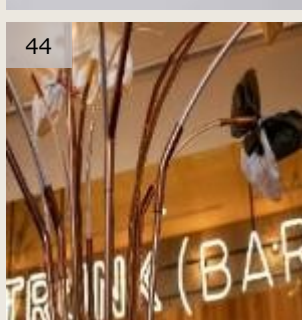
41



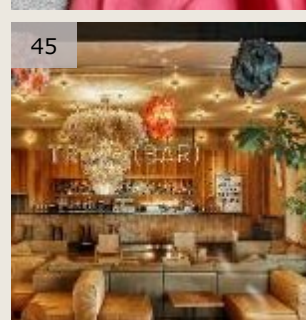
42



43



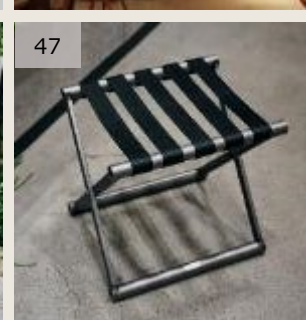
44



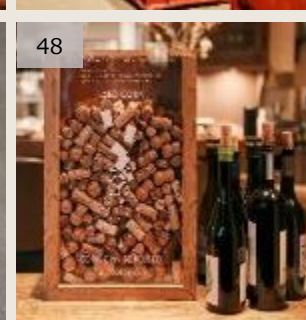
45



46

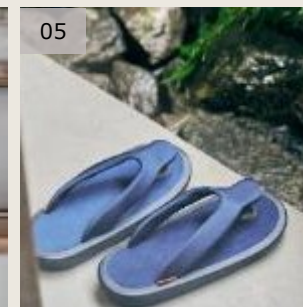


47



48

## 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

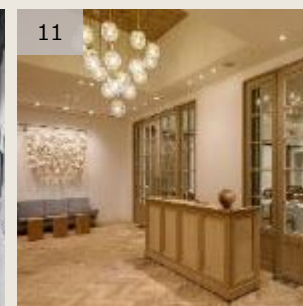
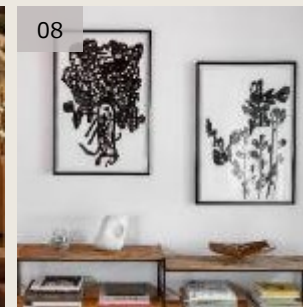
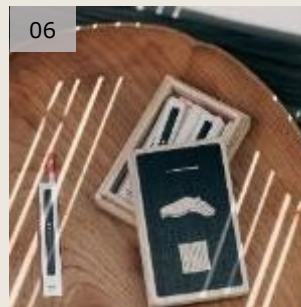
10 アーティストやアートコミュニティのサポートとして作品発表の機会を提供 作品の売上金の一部はNPO法人ハンズオン東京に寄付

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



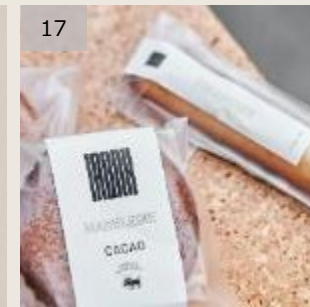
15

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



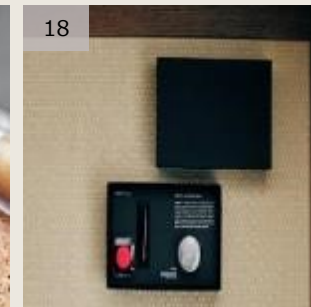
16

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



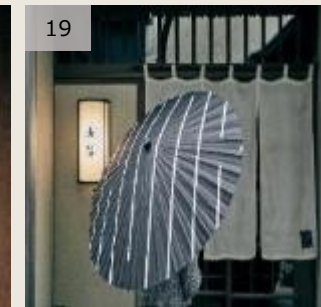
17

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

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

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

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

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



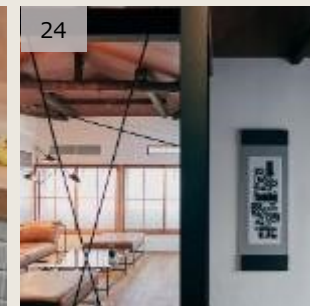
22

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



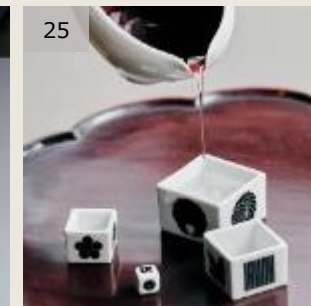
23

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

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

25 神楽坂の花街をイメージしてデザインした遊興杯



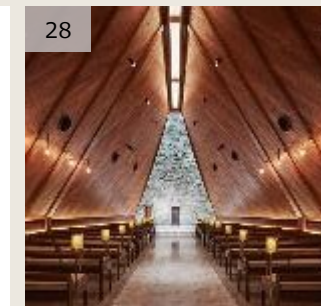
26

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

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

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%

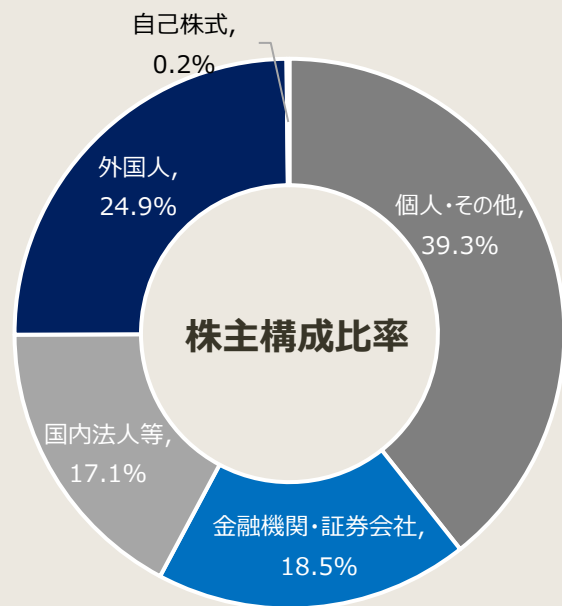
	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3
売上高 (百万円)	60,714	59,221	59,524	60,186	64,590	66,871	63,678	20,044	39,482	45,532	47,020
営業利益 (百万円)	3,706	2,973	1,545	2,439	2,785	4,281	3,579	-11,191	2,089	3,681	4,208
営業利益率 (%)	6.1%	5.0%	2.6%	4.1%	4.3%	6.4%	5.6%	-	5.3%	8.1%	8.9%
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
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%
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
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%
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
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
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
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
期末直営店会場数	101	103	105	103	105	102	94	93	93	92	92
期末直営店舗数	69	70	70	69	69	67	64	63	63	62	62
期末コンサルティング提携数	17	17	17	14	7	6	6	6	6	9	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
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%

\*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（2024年9月30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） 8,445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）	1,507,800	10.33
TSUNAGU INVESTMENTS PTE.LTD.	1,492,327	10.23
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）	749,500	5.14
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
CACEIS BANK/QUINTET LUXEMBOURG SUB AC /UCITS CUSTOMERS ACCOUNT	319,400	2.19
RE FUND 107-CLIENT AC	300,000	2.06
NOMURA SINGAPORE LIMITED CUSTOMER SEGREGATED A/C FJ-1309	277,000	1.90

\*持株比率は、自己株式（25,197株）を控除して計算しております。

## 直営婚礼店舗 全国61店舗 (90会場)

(2024年9月30日時点)

## ■ 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)

## ■ 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 オージャルダン (常滑)

## 直営ホテル・レストラン・業務提携先 全国16施設

(2024年9月30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)

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