

A wide-angle photograph of a modern hotel rooftop infinity pool. The pool's edge is perfectly aligned with the horizon, creating a seamless transition between the turquoise water and the city skyline. Several light-colored lounge chairs with folded towels are arranged on the pool deck. The sky is a vibrant blue with scattered white clouds, and the sun is shining brightly, casting a soft glow over the scene. In the background, a dense urban landscape with various buildings and a harbor with ships is visible.

2025年12月期 決算説明資料

FY2025 Financial Results

T&G TAKE and GIVE NEEDS



CONTENTS

- 00 Executive Summary
- 01 2025年12月期 連結決算概要
- 02 Topics
- 03 2026年12月期 連結業績予想
長期経営方針「EVOL2030」について
- 04 Appendix

Executive Summary

1 2025年12月（2025年度）期業績ハイライト

- 決算期を3月期 ⇒ 12月期に変更。当期は9ヵ月の変則決算
- 売上高は35,709百万円。営業利益は1,622百万円。
- 婚礼施行件数は減少したものの婚礼単価は上昇、また、直営4店舗の閉店影響を吸収し、前年同時期と同水準を維持

2 2026年12月期（2026年度）業績予想/配当予想

- 売上高47,840百万円、営業利益は1,240百万円を予想
- 2025年12月期からの広告投資の積極化で、足元の受注動向は好調。直営店の婚礼施行件数（TRUNK含む）は通期で9,230件を見込む
- 2026年12月期は将来の更なる成長に向け、人材・広告への積極投資を継続。ホテル開発プロジェクトの積極化および2027年12月期のホテル開業準備をスタート

3 今後の戦略を見直し、中期経営計画を2026年12月期中発表へ

- 昨今の事業環境を踏まえ、2022年5月に発表の長期経営方針「EVOL2030」の見直し
- ウェディング事業：市場環境変化に応じた事業ポートフォリオを拡充し、収益性と成長性を両立
- ホテル事業：ブランドとスキームの拡大に取り組み、確度の高い案件を複数確保。今後のホテル開発計画を含め、改めてT&Gグループの成長戦略を発表へ

00

Executive
Summary

01 2025年12月期 連結決算概要

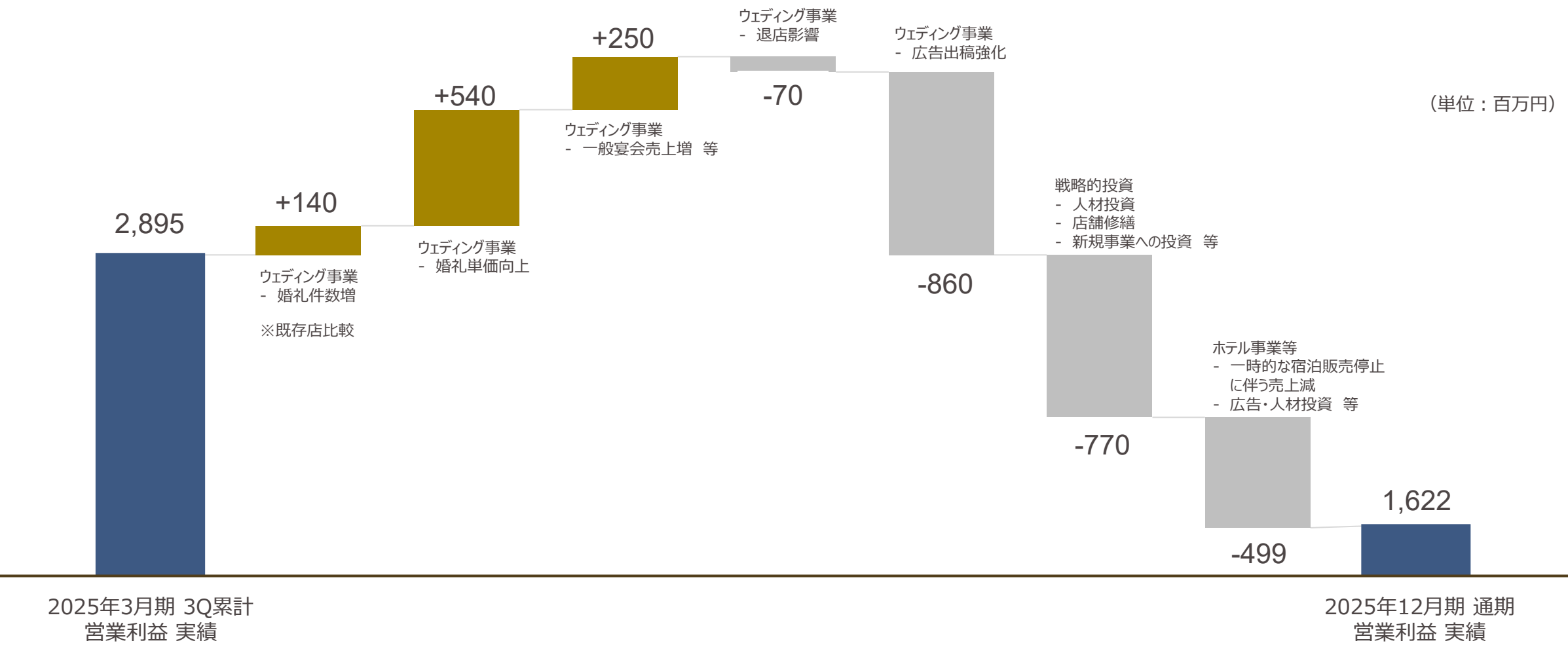
01-1. 2025年12月期 業績ハイライト

- 売上高は35,709百万円。店舗の統廃合影響を吸収し、前年同時期と同水準を維持
 - 将来成長を見越した人材および広告投資の積極化で、営業利益は前年同時期の水準を下回り1,622百万円
 - 地方店を中心に今後の収益性を見直し、減損損失1,219百万円を計上。当期純損失は-76百万円
- (単位：百万円)

単位：百万円 %：売上高比	2025年3月期 3Q累計実績 (2024年4-12月)	2025年12月期 通期 実績 (2025年4-12月)	増減	YoY	(ご参考) 2025年12月期 予想
売上高	35,422	35,709	+287	+0.8%	35,450
売上総利益	23,688 66.8%	24,169 67.7%	+481	+2.0%	-
販管費	20,792 58.7%	22,546 63.1%	+1,753	+8.4%	-
営業利益	2,895 8.2%	1,622 4.5%	-1,272	-43.9%	1,550 4.4%
経常利益	2,455 6.9%	1,214 3.4%	-1,240	-50.5%	1,200 3.4%
当期純利益	1,744 4.9%	-76 -	-1,821	-	300 0.8%

01-2. 2025年12月期 営業利益 前年同期比詳細

- 増益要因： 国内ウェディング事業の既存店件数増および婚礼単価向上
- 減益要因： 国内ウェディング事業の退店影響および広告出稿強化、その他戦略的投資やホテル事業の減収



01-3. 2025年12月期 セグメント別業績

- 売上高は、国内ウェディング事業の婚礼施行件数が減少するも婚礼単価の上昇によりほぼ前年同期並み0.6%増
- TRUNK(HOTEL)は、主に1Qおよび2Qにおいて一部客室の販売を止めていたこと等が影響し前年同期比200百万円減

単位：百万円	2025年3月期 3Q累計実績	2025年12月期 通期 実績	増減	YoY
売上高	35,422	35,709	+287	+0.8%
国内ウェディング事業	34,313	34,522	+209	+0.6%
（TRUNK）	4,924	4,723	-201	-4.1%
その他	1,109	1,186	+77	+6.9%
売上総利益	23,688	24,169	+481	+2.0%
販管費	20,792	22,546	+1,753	+8.4%
営業利益	2,895	1,622	-1,272	-43.9%
国内ウェディング事業	4,162	3,004	-1,158	-27.8%
その他	296	356	+60	+20.3%
全社費用他	-1,563	-1,737	-174	—

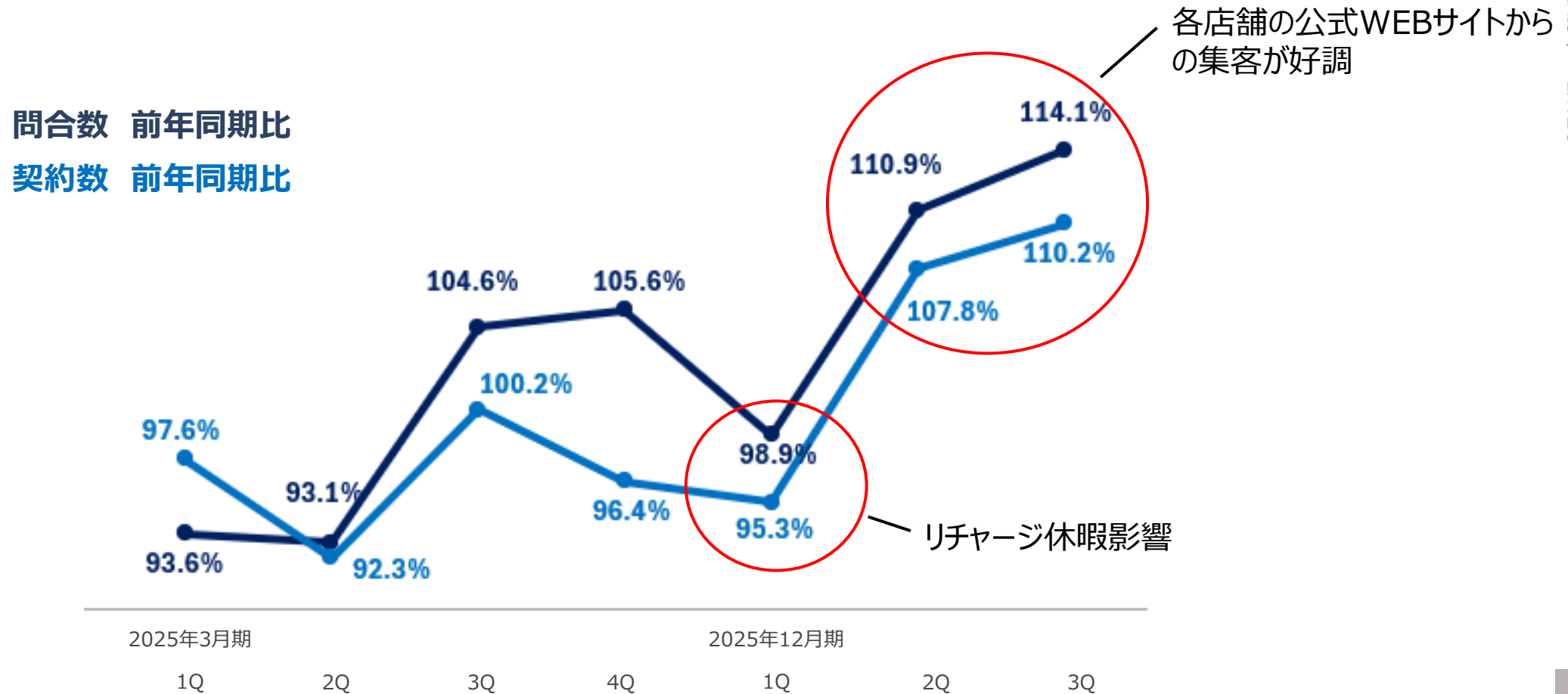
01-4. 2025年12月期 国内ウェディング事業

- 婚礼平均単価上昇するも、直営店舗の戦略的再編を含む婚礼施行件数の減少で減収
- 今後の事業成長を見据えた広告出稿強化および戦略的投資（人材、店舗修繕、新規事業等）により営業利益は30億円

単位：百万円 %：売上高比	2025年3月期 3Q累計実績	2025年12月期 通期実績	増減	YoY
売上高	34,313	34,522	+209	+0.6%
直営店婚礼（TRUNK含）	29,203	29,201	-2	-0.0%
■ 施行件数（件）	7,182	6,994	-188	-2.7%
■ 平均単価（千円）	4,034	4,159	+124	+3.1%
■ 平均人数（人）	60.3	61.1	+0.8	+1.3%
コンサルティング	1,219	1,373	+154	+12.6%
■ 取扱件数（件）	1,735	1,988	+253	+14.6%
宿泊、レストラン、等	3,889	3,948	+59	+1.5%
売上総利益	23,116 67.4%	23,600 68.4%	+484 +1.0pt	+2.1%
営業利益	4,162 12.1%	3,004 8.7%	-1,158 -3.4pt	-27.8%

01-5. 国内ウェディング事業 受注状況 (1)

- 2025年12月期：広告出稿強化により、受注活動は伸長
- 2026年12月期：メディアMIXによる効率化で、利益最大化を狙う

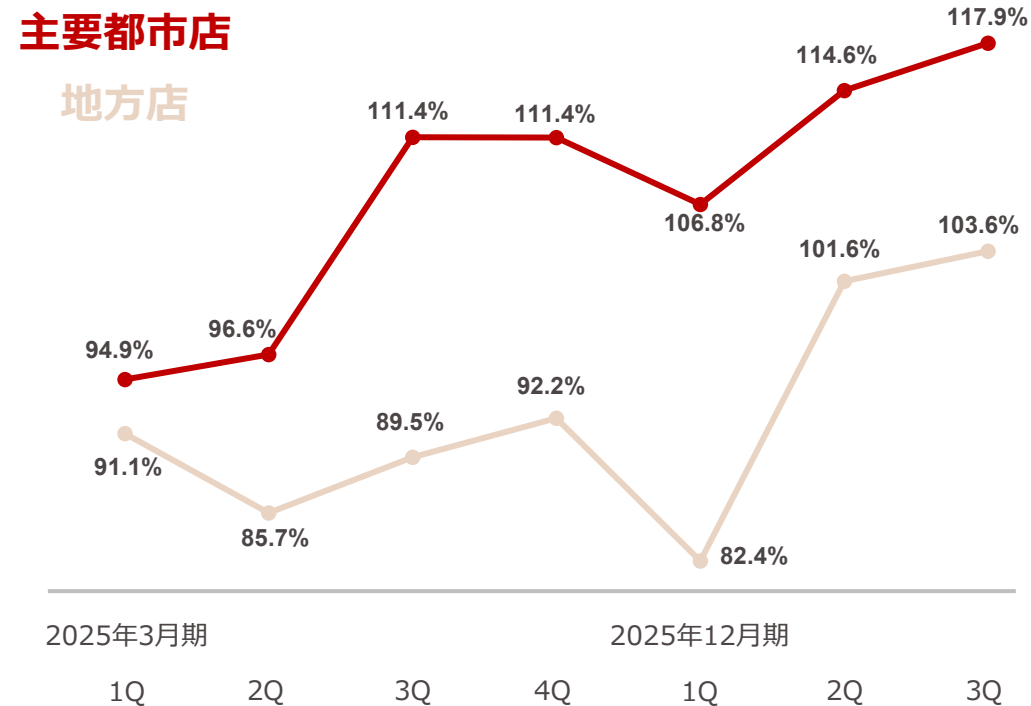


* 退店を除いた既存店比較

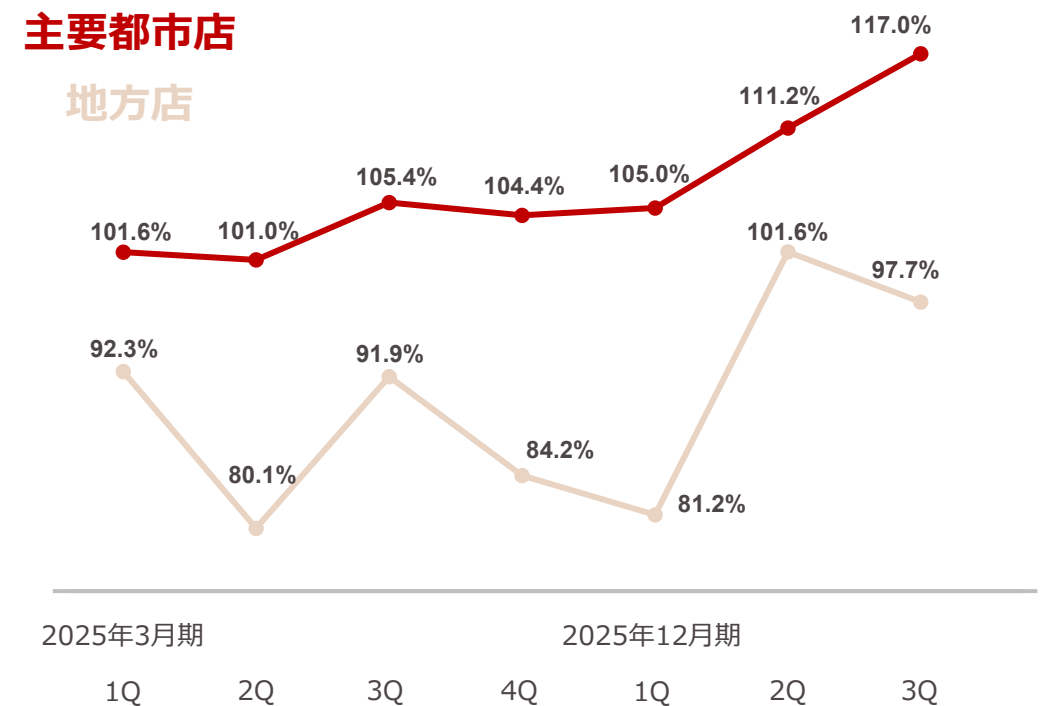
01-5. 国内ウェディング事業 受注状況（2）

- 主要都市店舗は堅調に推移。人口動態の影響を受ける地方店を補完
- 競合店の動向や需要水準を慎重に見極めながら、事業効率を重視した戦略的な統廃合も検討

問合せ数推移（前年同期比）



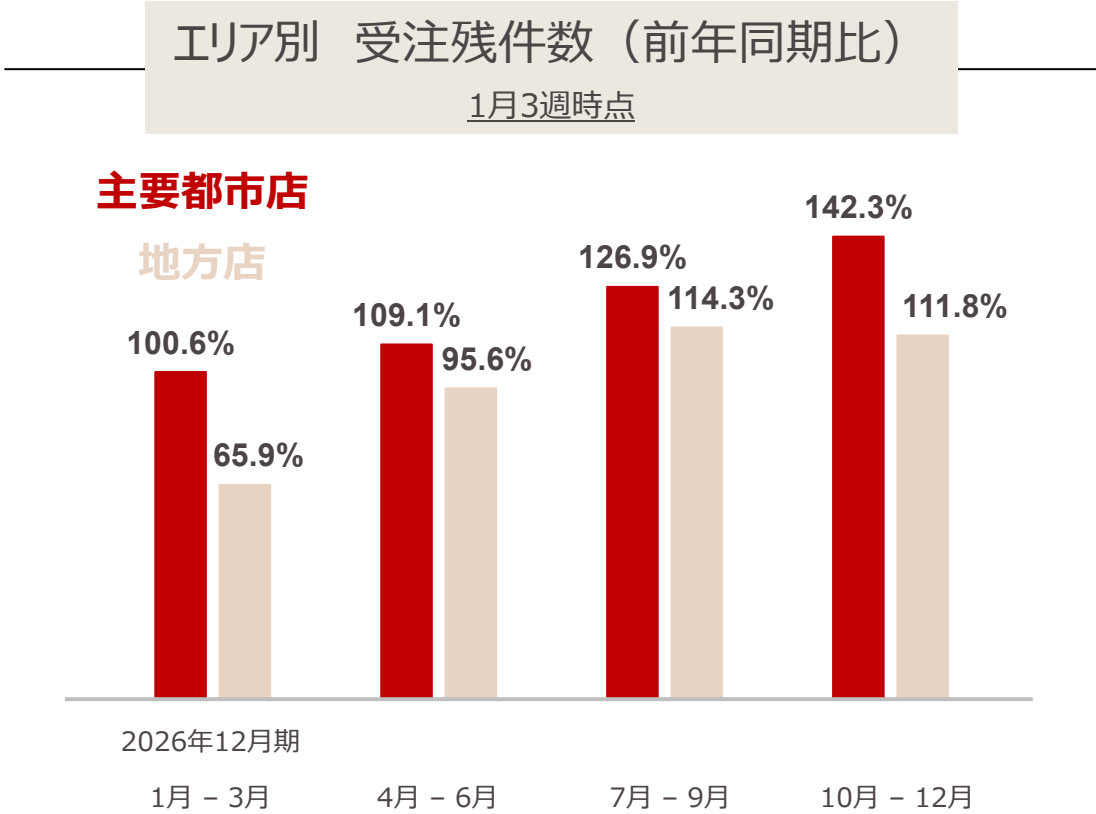
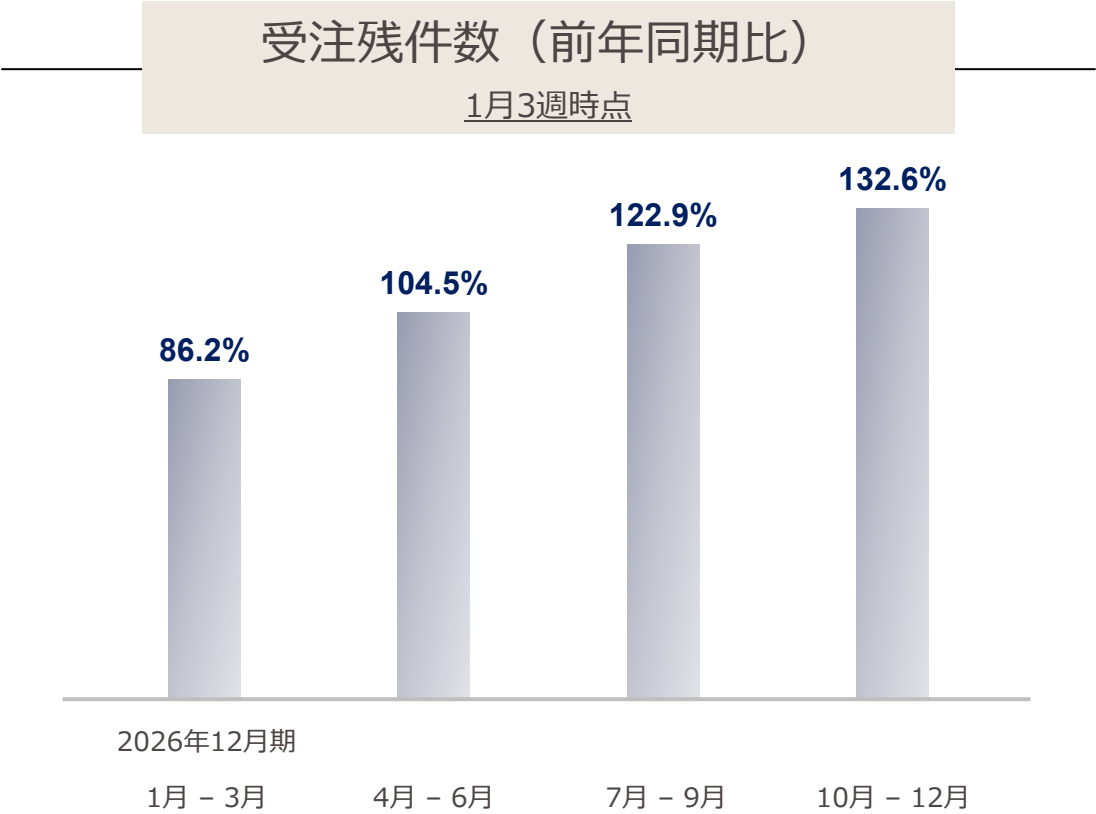
契約数推移（前年同期比）



* 退店を除いた既存店比較

01-5. 国内ウェディング事業 受注状況（3）

- 受注の伸長により、受注残も堅調に推移。2026年12月期の業績を下支えするに十分な受注を確保
- 2026年1月-3月の落ち込みは、決算期変更に伴う影響（従来は1月-3月を期末として営業活動を強化）
- 決算期変更により、今後の受注残推移は平準化の見通し

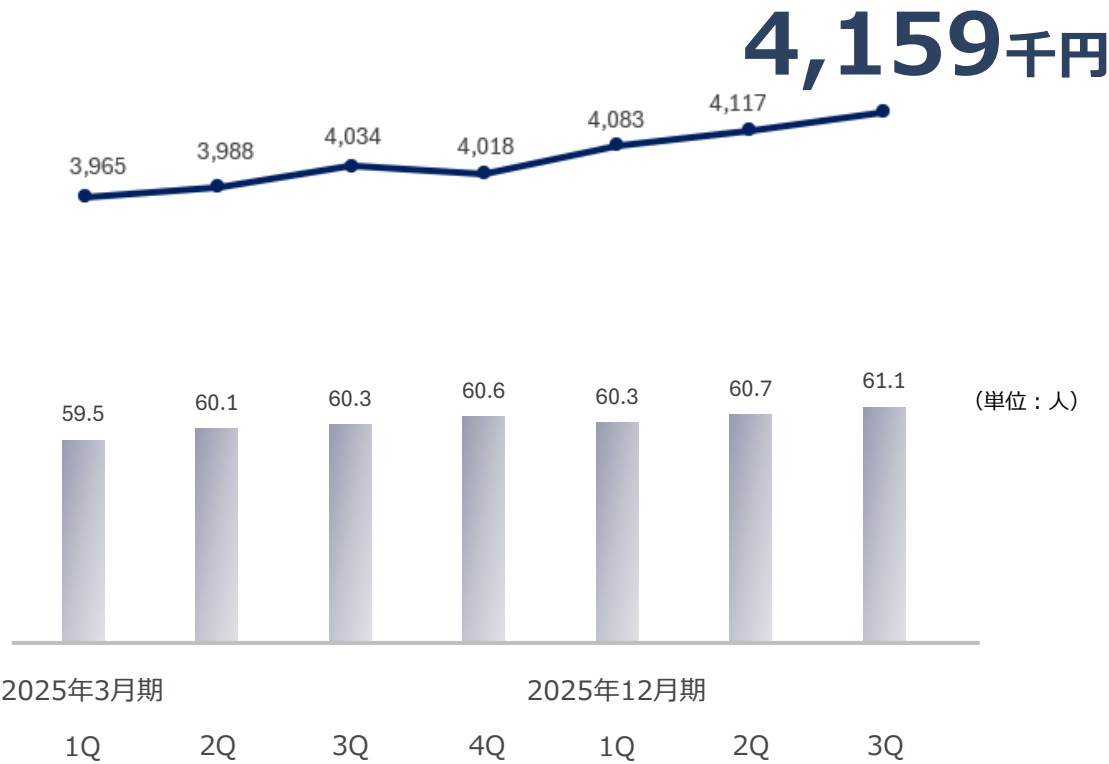


* 退店を除いた既存店比較

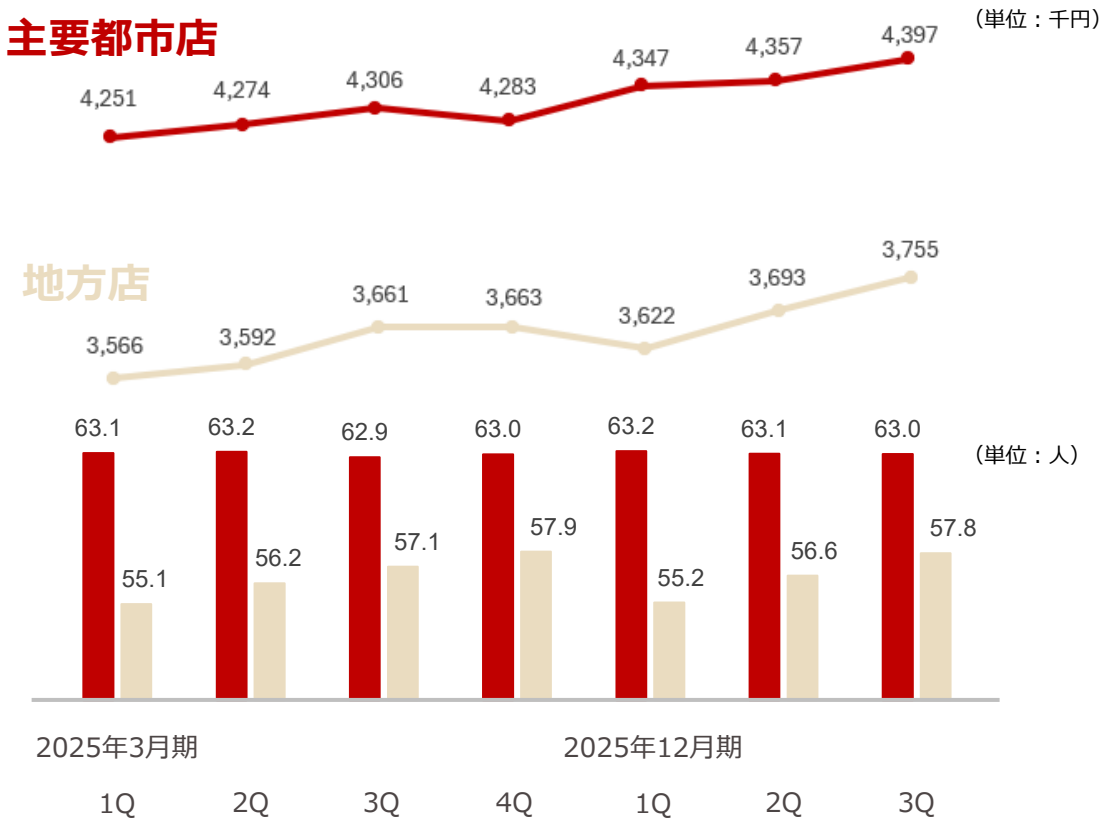
01-6. 国内ウェディング事業 婚礼単価推移

- 季節性はあるが、婚礼単価は上昇継続。3Q単価は2025年3月期1Q対比で194千円増
- 婚礼人数は一定の水準で安定。計画的な販促施策が寄与し、商品販売力が向上

婚礼単価と人数の推移 *累計



エリア別 婚礼単価と人数の推移 *累計



01-7. 国内ウェディング事業 主要商品単価推移

- 主要商品の販促施策が婚礼単価の計画的な上昇を確実に牽引
- 2026年12月期以降も段階的な施策強化により、さらなる単価上昇を見込む

料飲商品

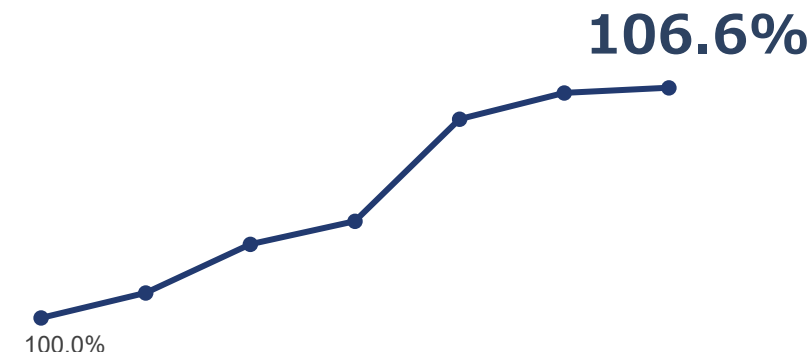
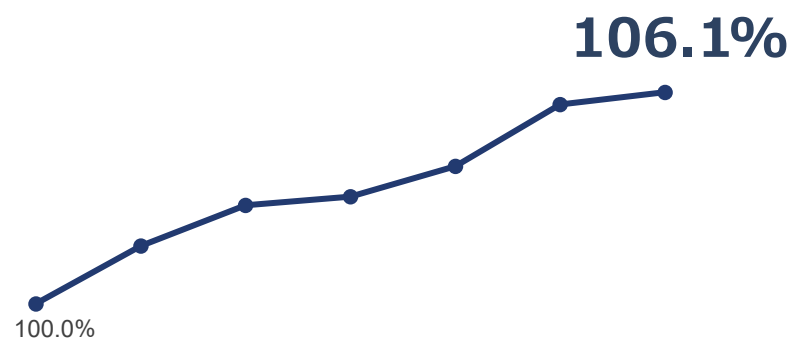
- 販促キャンペーンの実施
- 付加価値メニューの拡充 など

装花商品

- 装花・装飾プランのパッケージ内容見直し
- 商品ポートフォリオの高度化 など

衣装商品

- 高付加価値商品の仕入れ強化
- 指名制度導入による販売促進及びES向上 など



2025年3月期

2025年12月期

2025年3月期

2025年12月期

2025年3月期

2025年12月期

1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q

1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q

1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q

* 2025年3月期1Qの「衣装商品単価」を100%とした場合
* テイクアンドギヴ・ニーズ単体の婚礼直営店のみの推移



CAT STREET（渋谷区神宮前）

■ 平均客室単価

97,765円
(前年同期比 + 12,593円)

■ 稼働率

92.1%
(前年同期比 - 2.2pt)

YOYOGI PARK（渋谷区富ヶ谷）

■ 平均客室単価

102,364円
(前年同期比 + 14,808円)

■ 稼働率

93.9%
(前年同期比 - 1.5pt)

02 TOPICS



トリフォーリアNAGOYA、インフィニート名古屋の2店舗を譲受
2025年12月1日より運営スタート

■ トリフォーリアNAGOYA

所在地	名古屋市中区丸の内
施設	披露宴 1会場 挙式 1会場（チャペル）
特徴	名古屋駅から車で5分。 3年連続『BEST CHAPEL in Japan』受賞。幻想的な チャペルが魅力



■ インフィニート名古屋

所在地	名古屋市中村区名駅
施設	披露宴 1会場 挙式 1会場（チャペル）
特徴	名古屋駅から徒歩5分。 印象的なドーム型チャペル と、美食が魅力

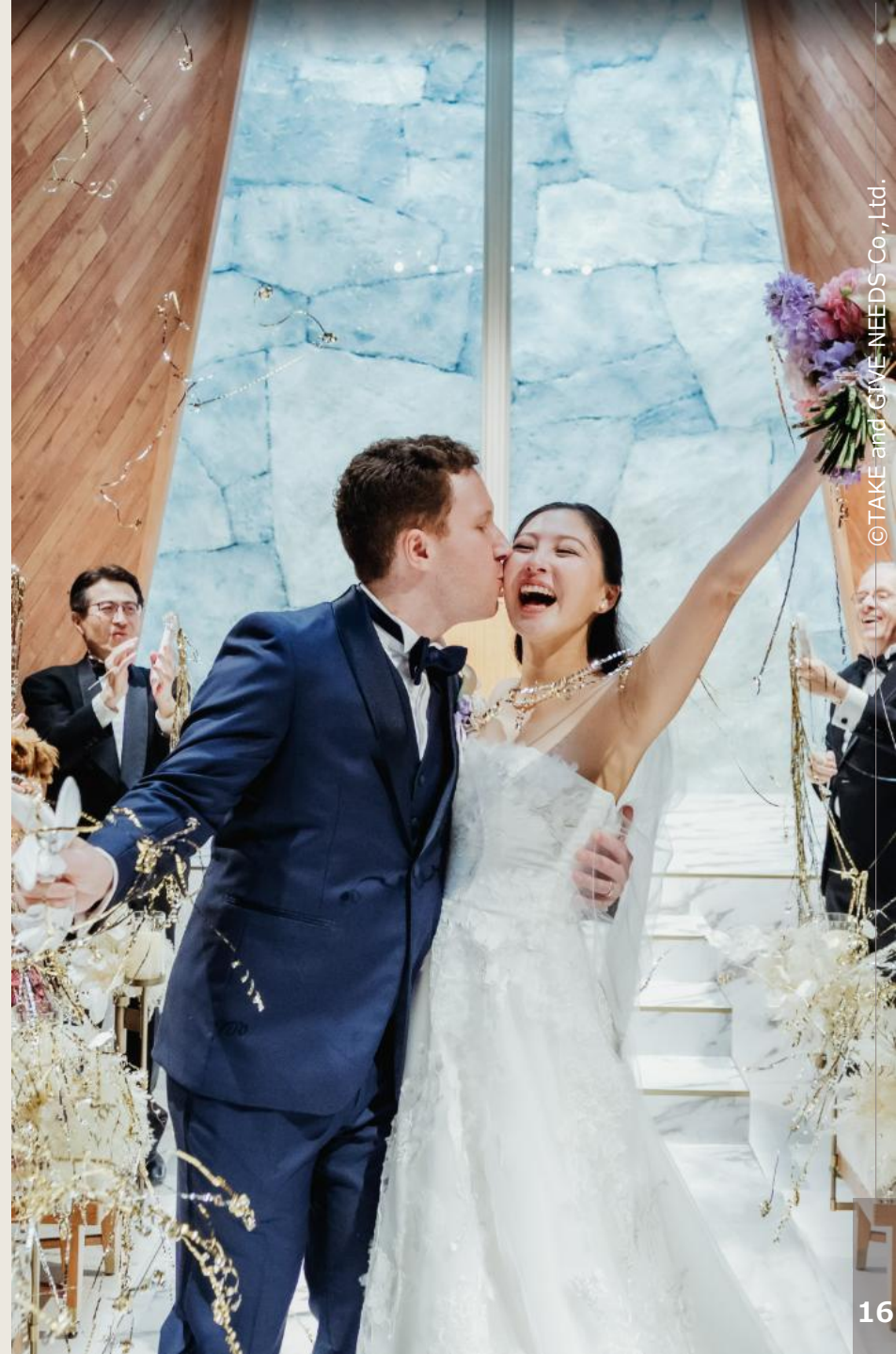


02-2. 国内ウェディング事業 インバウンドウェディングビジネスに本格参入

高品質なサービスと高いクリエイティビティ、ホスピタリティ溢れるおもてなしを感じられるT&Gのウェディングを海外のお客様向けに提供

香港の大手旅行会社 「東瀛遊旅行社有限公司（EGL Tours Company Limited）」と インバウンド向けウェディング領域で業務提携

- EGL Toursは香港における日本旅行分野で確固たる地位を有し、15年以上にわたり海外挙式をプロデュース
- 香港をはじめ、東南アジア各国の訪日旅行は高水準で推移しており、合わせて日本での海外挙式ニーズも高まっている
- まずは香港からの直行便が就航している東京（白金）、横浜、常滑、大阪、広島、高松の6会場を対象に平日中心に実施
- インバウンド向けウェディングの対象エリアは順次拡大していく予定で、合わせて式場所在地とも連携し、新郎新婦とゲストが楽しめる観光や体験提供も検討

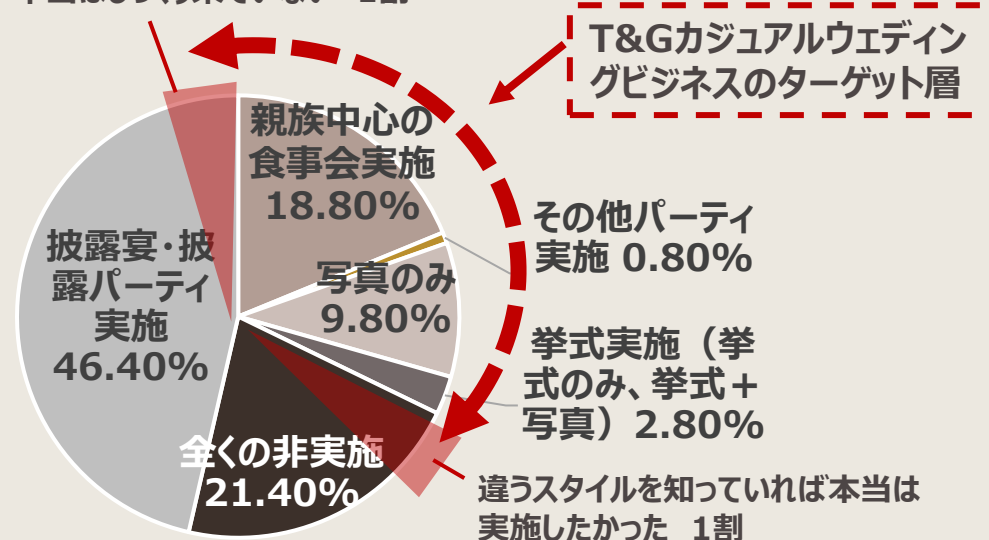


大阪に「UNWEDDING中之島」をオープン

ブランドコンセプト“主役にならない結婚式”

- 新しいウェディング需要への対応
 - 最近のトレンドに合わせ、写真撮影時間をゆったり確保
 - 形式や演出にとらわれない層を主要ターゲットに設定
 - 「主役にならなくていい」「自然体で過ごしたい」ニーズに対応した新しいウェディングを提案
 - 同窓会や企業イベント等、ウェディング以外の用途の需要を多数獲得。店舗の平日稼働率向上につながる副次的収益機会を創出

挙式披露宴を実施はしたものの
本当はしっくり来っていない 1割



会場費

カメラマン

衣装・
アクセサリ

メイク

ブーケ

打合せ2回

基本プラン 66万円
＋
フードドリンク
11,000円×人数



仙台ロイヤルパークホテルの婚礼運営を受託 2025年10月より開始

所在地	宮城県仙台市泉区		
運営	三菱地所ホテル&リゾート株式会社		
施設	披露宴	5会場	
	挙式	3会場	(チャペル1、神殿1、ガーデン1)
特徴	開業30周年のリゾート型ホテル 格式・料理・接遇に高い評価		



リーガロイヤルホテル京都の婚礼運営を受託 2026年1月より開始

所在地	京都市下京区
運営	RRH京都オペレーションズ合同会社
施設	披露宴 7会場 挙式 2会場（チャペル1、神殿1）
特徴	1969年開業、客室数489室 世界遺産へのアクセス、回転展望フレンチレストラン等、京都で愛され続けている伝統と格式のあるホテル



02-6. 国内ウェディング事業 運営受託営業状況

提携先受注残件数（前年同期比）

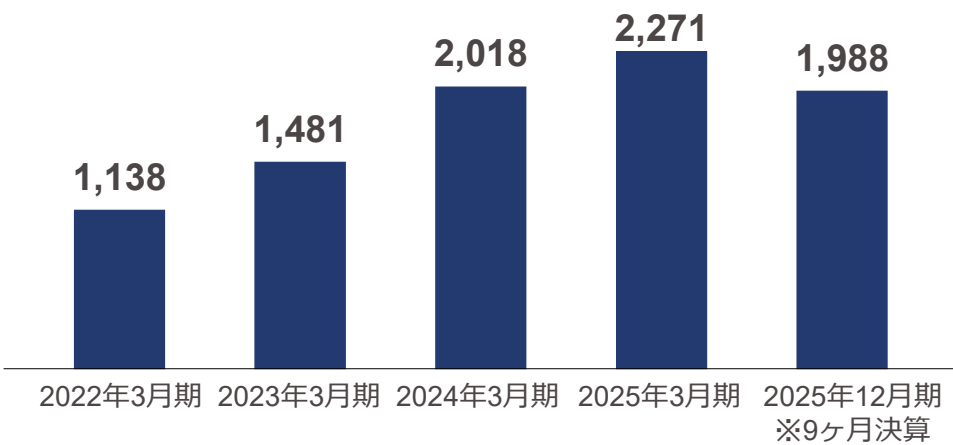
1月3週時点

112%



※ハレクラニ沖縄を除く

運営受託取扱件数（件）



提携先全8施設



ハレクラニ沖縄



リーガロイヤルホテル京都



リーガロイヤルホテル小倉

西鉄グランドホテル福岡



ヨコハマ グランド
インターコンチネンタル ホテル



リーガロイヤルホテル広島



東京會館



仙台ロイヤルパークホテル

海外出店 体制強化のために

TRUNK International Presidentを招聘

- 世界各地でラグジュアリー & ライフスタイル型ブティックホテルの展開を牽引してきたホテル業界の第一人者
- アンダーズ・アムステルダムの開業を成功させ、同ブランドを象徴する存在に育て上げたほかハイアットやcitizenMでは複数ホテルの立ち上げと運営を主導
- 直近ではcitizenMアジア副社長として、アジア全域のホテル展開とブランド成長に大きく貢献
- グローバルな人脈を通じ、最先端の情報を開発へ活かし、TRUNKブランドのさらなる認知度向上に期待



Toni Hinterstoisser トニ・ヒンターストイッサー

30 年以上にわたりラグジュアリーおよびライフスタイルホテルの開発・運営・マネジメントに携わってきたホスピタリティ業界のプロフェッショナル。

パーク ハイアット 東京、アンダーズ ウォール・ストリート、アンダーズ アムステルダムなどで総支配人等の要職を歴任。

TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARK 2年連続で1ミシュランキーを獲得

- 「ミシュランガイド」によるホテル評価制度「ミシュランキー」において、**1ミシュランキーを獲得**
- **2025年、日本国内で選出されたミシュランキーホテルは全128軒**
- 「特別な滞在を提供する宿泊施設」として、**2年連続で獲得**



02-9. T&Gのサステナビリティ活動



2025年度品川区エシカル消費普及・啓発事業委託事業者として、エシカル消費イベント「SHINAGAWA ETHICAL 2025」を開催。当日の来場者数は前年度比2倍の1,100人！



地球のリズムに寄り添い、旬の花で季節を彩る。自然との共生と環境配慮、国内生産者支援を両立する装飾プラン
「季綴ーときつづりー」がスタート



CDP気候変動プログラムで
2年連続で「B」スコアを取得



「D&I Award 2025」において、
最高位の「ベストワークプレイス」に認定

02-10. T&Gのサステナビリティ活動



MIRROR MIRRORが、有松絞りなど伝統工芸を融合した一点物ドレス3型と、廃棄予定ドレスを再構築したアップサイクル新作4型のレンタルを開始



関西大学と連携し「万博共創チャレンジ」に参画。学内イベント出展やトークセッション登壇を通じ、DE&I推進および共創の取り組みを展開



LGBTQ+に関する職場での取り組みの評価指標「PRIDE指標2025」において、最高評価である「ゴールド」を2年連続で認定



子ども向け職業・食育の体験型学習 イベント「T&Gキッズプロジェクト」を全国49か所の式場で実施
過去最多の約2500名の親子が参加

ブライダル企業として初

「東京都認証ソーシャルファーム」の認証を取得

- 2024年の「障害者雇用エクセレントカンパニー賞」東京都知事賞に次ぐ認証取得
- 障がい者が活躍できる環境と独自支援体制を構築
- ウェディング現場のホスピタリティ向上に寄与
- 多様性を活かした組織づくりが高評価



03 2026年12月期業績予想と長期経営方針「EVOL2030」について

03-1. 2026年12月期 業績予想

- 2026年12月期売上高は47,840百万円、営業利益は1,240百万円予想
- 婚礼単価の継続的な上昇で増収の予想
- 2027年12月期以降の成長を見据え、当期は費用先行期。次の成長につなげる

単位:百万円	2025年12月期 (2025年4-12月) 実績	2026年12月期 予想	
		第2四半期累計	通期
売上高	35,709	23,350	47,840
直営店婚礼施行件数 (TRUNK含む)	6,994件	4,527件	9,230件
営業利益	1,622	170	1,240
経常利益	1,214	-90	720
当期純利益	-76	502	570
1株あたり配当金	31円	20円	40円

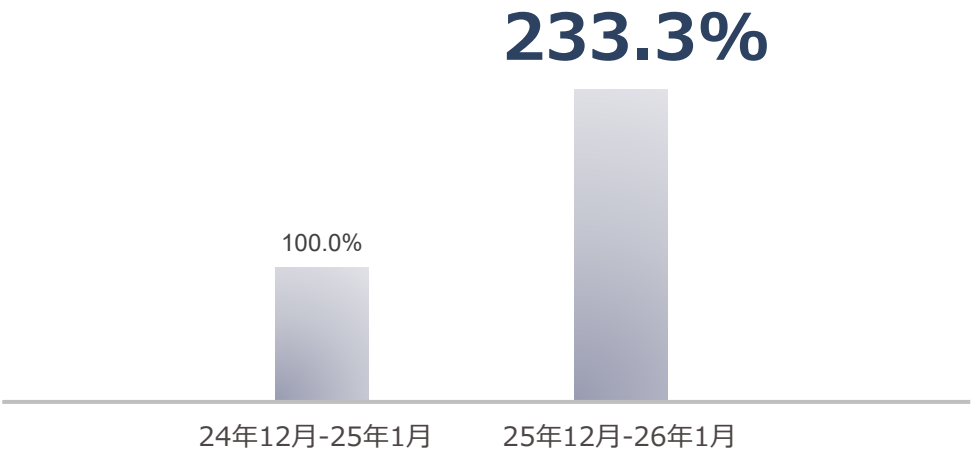
※ 前年度（2025年12月期）は決算期変更影響で、9ヵ月間の変則決算期となっています。そのため、前年同期比較をしていません。

03-2. 2026年12月期 重点的な取り組み

重点項目	詳細
店舗ポートフォリオの見直し	M&A活用による出店、店舗ごとの収益性を見極め（収益性の低い店舗の撤退も視野）。
集客戦略の最適化	地域ごとの最適なメディアMIXの見極め、媒体構成を見直す。オウンドメディア（HP/SNS等）のコンバージョン増加を推進。
婚礼単価の計画的上昇	商品力の向上、段階的な販促施策の実行による単価上昇。
ホテル開業準備の本格化	札幌が27年夏にオープン、道玄坂、神戸も28年春オープンに向け順調に進捗。

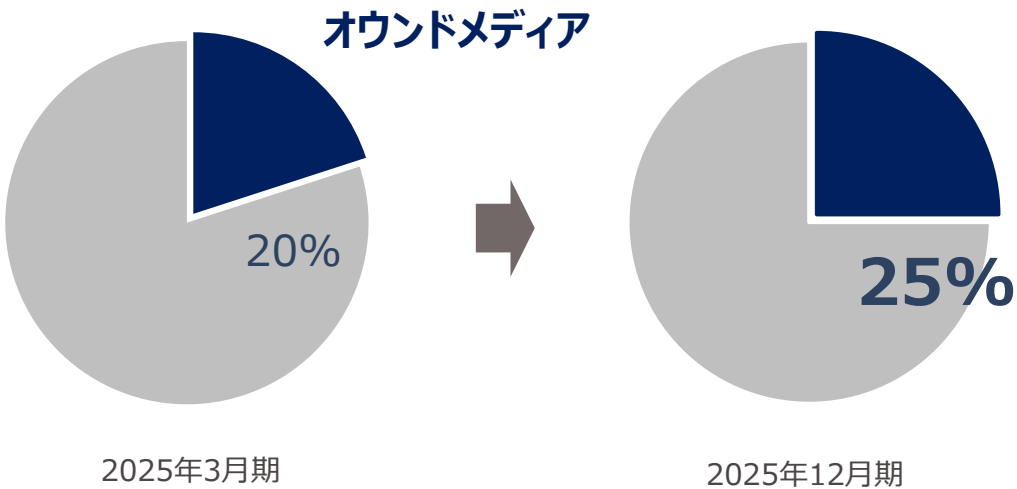
M&A新店の契約数速報 *前年同期比

- M&A後、契約数は倍増
- 更なる受注促進のために、リニューアルを計画



オウンドメディア 問合せ数構成比の推移

- 2025年12月期の問合せ数が前年比で増加する中、オウンドメディアの媒体比率も上昇



* 全体の問合せ数を100%と置いた場合

高品質な婚礼と高い事業運営力を基盤に、 収益性と成長性を両立したウェディング事業を推進

これまでの戦略

- 店舗再編
戦略的な統廃合による事業効率の向上
- リニューアル投資の積極化
更なる成長が見込まれる店舗を中心とした売上拡大
- コンサルティング事業の推進
婚礼運営受託を通じた収益機会の拡大

既存成長戦略に加えた新たな成長施策

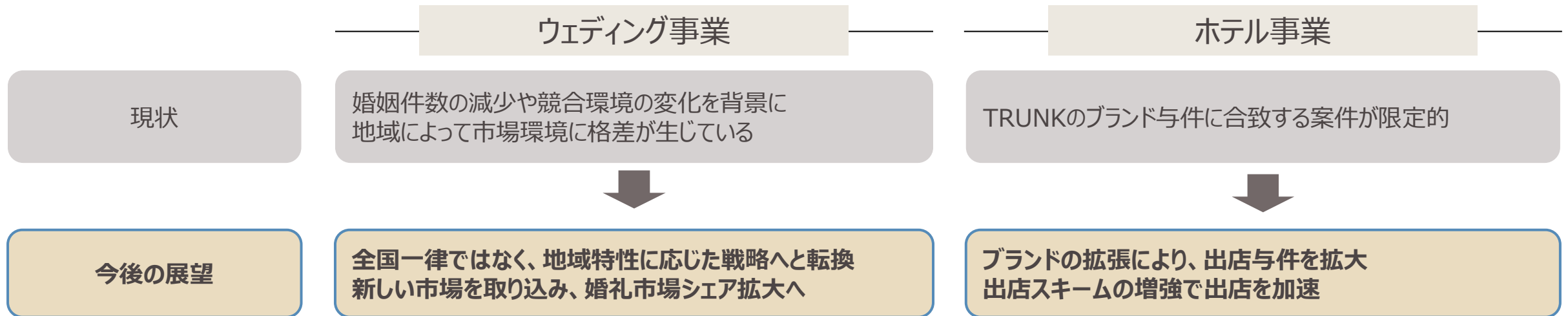
- M&Aの推進
主要都市圏における店舗ネットワークの拡充
- 市場環境の変化に応じた事業ポートフォリオの拡充
多様化する顧客ニーズに対応したカジュアルウェディングおよび
インバウンドウェディングへの展開
- 広告戦略の再構築
オウンドメディアを軸とした戦略的メディアMIXの推進・高度化



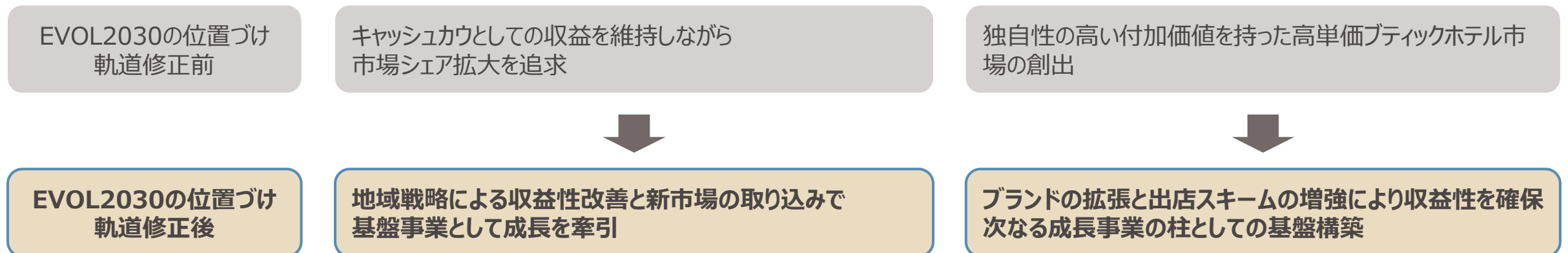
03-4. ホテル事業 出店進捗

- **2027年12月期、2028年12月期開業**の3ホテルは**売上規模140億円**を見込む
- 中長期的な成長を見据え、利用シーン、立地特性、ターゲット層を踏まえた**新たなホテルブランド**展開を検討
- 引き続き国内外のホテル開発案件獲得に向けプロモーション活動を推進
- 2035年までの開業を見据え、LOI締結済みおよび契約**確度の高い案件を複数確保**。パイプライン総額は**取扱高100億円超**の規模





上記の状況を鑑み、EVOL2030を軌道修正（今期中発表を予定）





04 Appendix

04-1. 連結貸借対照表

単位:百万円	2025/3末	2025/12末	増減
流動資産	14,515	12,569	-1,945
現金及び預金	9,074	6,586	-2,487
固定資産	38,725	39,338	+612
有形固定資産	28,429	28,277	-152
無形固定資産	351	705	+353
投資その他資産	9,944	10,355	+411
資産計	53,241	51,908	-1,332

単位:百万円	2025/3末	2025/12末	増減
負債合計	35,029	34,141	-888
流動負債計	14,049	15,155	+1,105
短期借入金	880	3,130	+2,250
1年以内返済予定 長期借入金	5,409	5,197	-212
固定負債計	20,980	18,986	-1,994
長期借入金	14,310	12,266	-2,043
株主資本合計	18,138	17,631	-507
資本剰余金	11,074	11,065	-9
利益剰余金	7,013	6,499	-514
純資産計	18,211	17,766	-444
負債・純資産計	53,241	51,908	-1,332
有利子負債	20,600	20,593	-6
自己資本比率	34.1%	33.9%	-0.2pt

04-2. 会社概要

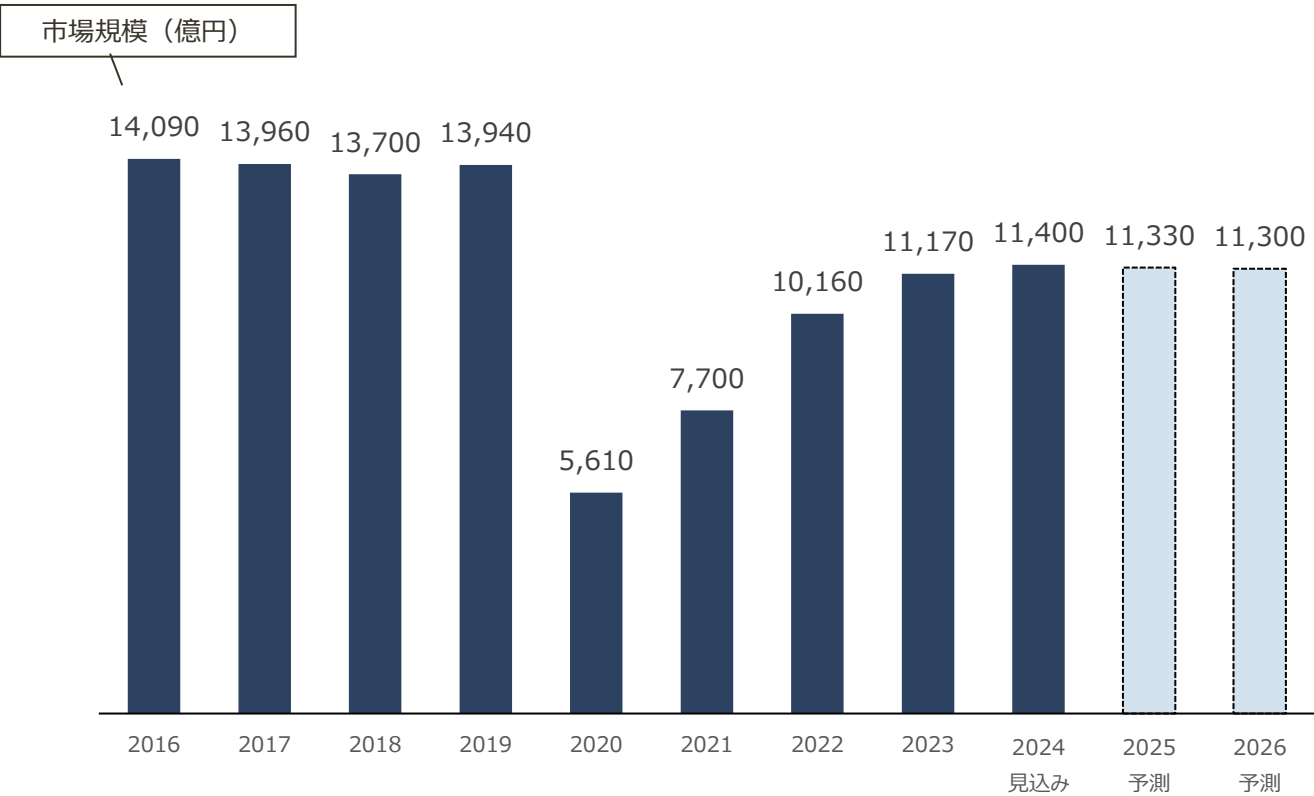
会社名	株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ	
設立	1998年10月19日	
代表者	代表取締役会長 野尻佳孝 代表取締役社長 岩瀬賢治	
資本金	100百万円	
上場取引所	東京証券取引所プライム市場	
社員数	連結1,846名 単体1,810名（2025.12末）	
事業内容	国内ウェディング事業 TRUNK (HOTEL)事業 その他ウェディング関連事業	
本社所在地	東京都品川区東品川	
主要株主	野尻佳孝	16.86%
	日本マスタートラスト信託銀行株式会社	9.13%
	株式会社東京ウェルズ	7.10%
	TSUNAGU INVESTMENTS PTE. LTD.	5.76%
	株式会社SBI証券	4.05%

ホスピタリティ業界に
イノベーションを起こし
日本を躍動させる

T&G TAKE and GIVE NEEDS

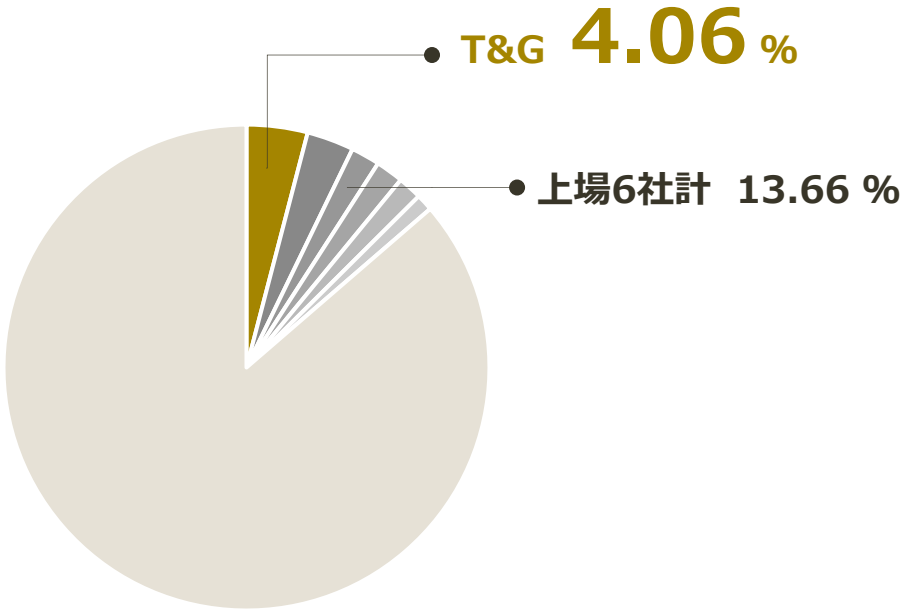
婚姻件数減少ながら、市場規模1兆円強

挙式披露宴・披露パーティ市場規模推移 ^{*1}



^{*1} 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑」（2025）

上場企業6社シェア（2024年実績） ^{*2}



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

ウェディング事業における強み

- ハウスウェディングのパイオニア 圧倒的な取扱件数で業界をリード
- 一顧客一担当制
経験豊富なウェディングプランナーによるきめ細やかな対応で
パーソナライズドサービスを提供
- 完全オリジナルウェディング
新郎新婦の想像を超える、唯一無二の一日を実現
- 国内取扱件数 No.1
信頼と実績に裏打ちされた圧倒的なシェア
- 強力なブランディング戦略と業界トップクラスの人材力
長年のノウハウと豊富な人財で高品質な婚礼運営サービスを提供



04-5. 株式会社TRUNK 会社概要

会社名	株式会社TRUNK
設立	2016年12月19日
代表者	代表取締役社長 野尻佳孝
資本金	14百万円
社員数	312名（2025.12末）
事業内容	ホテルの開発・経営・運営

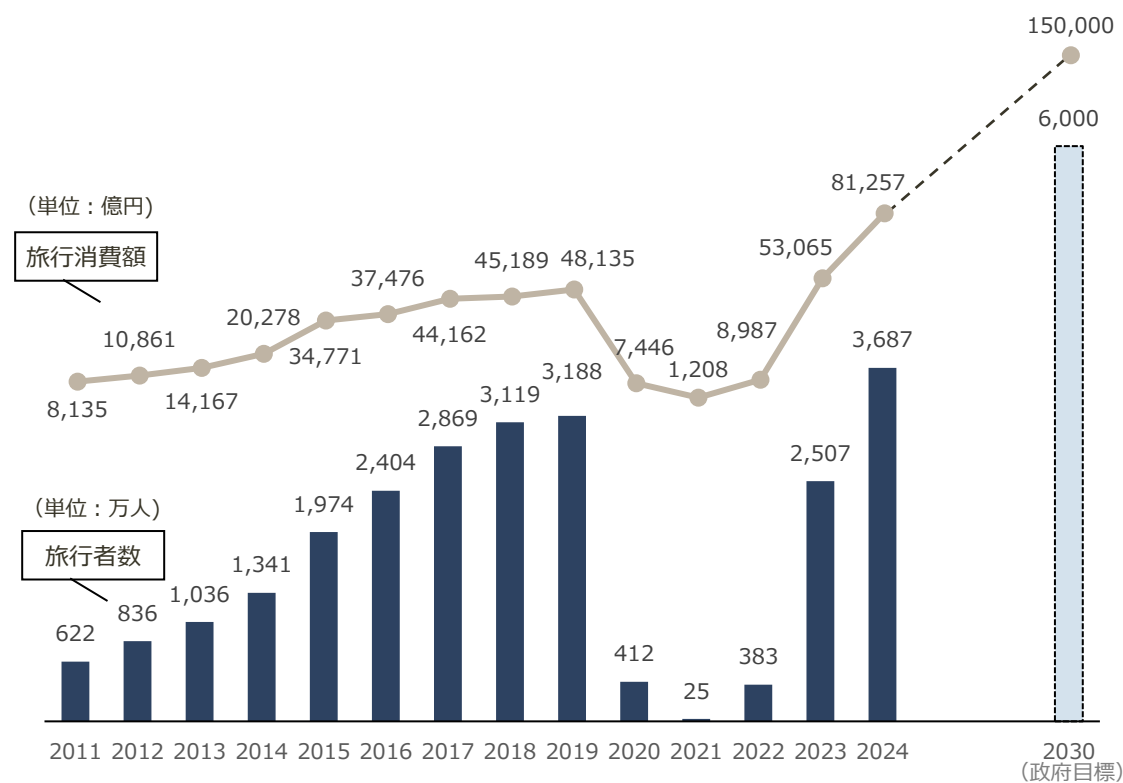
日本初の
グローバルホテルブランドになる

TRUNK

TRUNK Co., Ltd

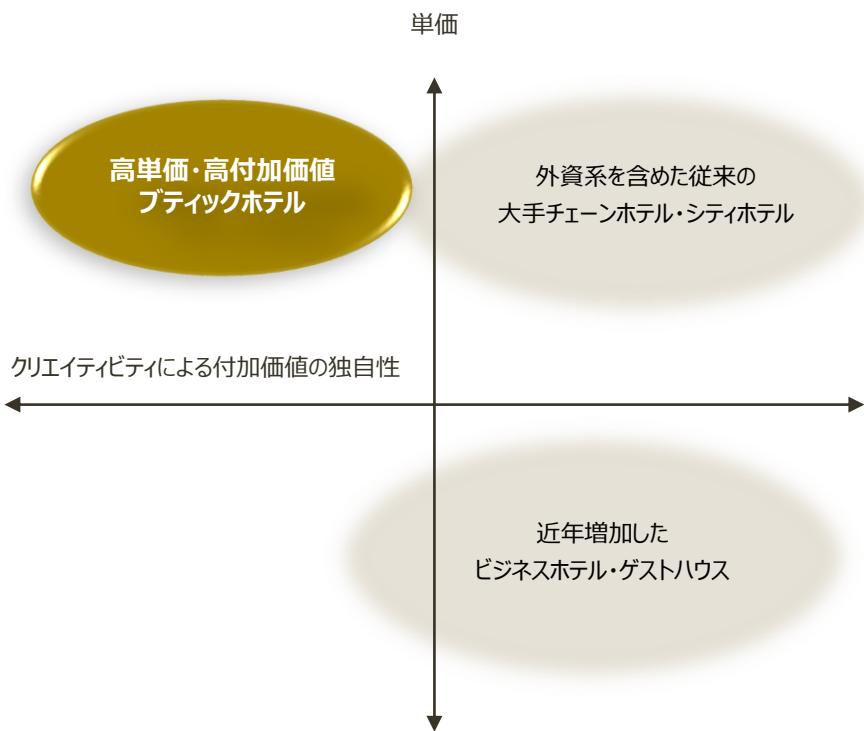
日本初のブティックホテルを出店 市場創出を目指す

訪日外国人旅行者数*1・旅行消費額*2の推移と政府目標



*1 日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」及び政府発表より弊社作成
*2 観光庁「インバウンド消費動向調査（旧：訪日外国人消費動向調査）」及び政府発表より弊社作成

ターゲットとしている領域



04-7. 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	2014/3
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	60,714
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	3,706
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%	6.1%
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	3,342
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%	5.5%
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	1,370
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%	2.3%
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	13,408
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	11,803
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	1,605
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	4,093
期末直営店会場数	1	7	22	41	62	84	88	87	87	87	87	99	101
期末直営店舗数	1	6	16	29	42	58	62	61	61	61	61	68	69
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	17
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	48,282
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%	39.6%

	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2025/12
売上高（百万円）	59,221	59,524	60,186	64,590	66,871	63,678	20,044	39,482	45,532	47,020	47,668	35,709
営業利益（百万円）	2,973	1,545	2,439	2,785	4,281	3,579	-11,191	2,089	3,681	4,208	4,104	1,622
営業利益率（％）	5.0%	2.6%	4.1%	4.3%	6.4%	5.6%	-	5.3%	8.1%	8.9%	8.6%	4.5%
経常利益（百万円）	2,784	1,377	2,100	2,489	3,900	3,381	-11,687	1,548	3,181	3,754	3,586	1,214
経常利益率（％）	4.7%	2.3%	3.5%	3.9%	5.8%	5.3%	-	3.9%	7.0%	8.0%	7.5%	3.4%
当期利益（百万円）	1,008	230	360	888	2,283	1,003	-16,214	1,877	4,108	1,831	3,547	-76
当期利益率（％）	1.7%	0.4%	0.6%	1.4%	3.4%	1.6%	-	4.8%	9.0%	3.9%	7.4%	-
国内施行組数（組）	13,385	13,191	12,921	12,551	13,244	12,963	5,059	11,371	12,339	12,371	12,124	8,982
直営店	11,484	11,491	11,695	11,988	12,537	11,596	4,556	10,233	10,857	10,350	9,853	6,994
コンサルティング提携店	1,901	1,700	1,226	563	707	1,367	503	1,138	1,482	2,021	2,271	1,988
直営店型単価（千円）	4,017	3,971	3,923	3,980	3,868	3,947	3,455	3,575	3,764	3,924	4,017	4,159
期末直営店会場数	103	105	103	105	102	94	93	93	92	92	88	90
期末直営店舗数	70	70	69	69	67	64	63	63	62	62	60	61
期末コンサルティング提携数	17	17	14	7	6	6	6	6	9	10	10	11
総資産（百万円）	48,091	49,286	52,176	56,025	57,130	58,197	48,578	54,032	55,235	54,380	53,176	51,908
自己資本比率（％）	42.2%	41.0%	38.9%	37.3%	40.2%	40.6%	14.9%	21.9%	28.5%	31.2%	34.1%	33.9%

*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。

04-8. 直営婚礼店舗一覧 全国61店舗90会場

(2025年12月31日時点)

■ 近畿エリア

アーセンティア迎賓館（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）
 UNWEDDING中之島（大阪）

■ 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）

■ 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）
 インフィニート名古屋（名古屋）
 トリフォリアNAGOYA（名古屋）

■ 北海道・東北エリア

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

■ 関東エリア

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

■ 東京

アーカンジェル代官山
 麻布迎賓館
 ニーズ青山（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



(2025年12月31日時点)

■ 直営ホテル（4施設）

- ✓ TRUNK(HOTEL) CAT STREET （神宮前）
- ✓ TRUNK(HOUSE) （神楽坂）
- ✓ TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARK （代々木公園）
- ✓ アルモニーアンブラッセ （大阪）

■ 直営レストラン（2施設）

- ✓ Pie Holic （横浜）
- ✓ GENTLE （表参道）



- : 業務提携先
- : 直営ホテル・レストラン

■ 業務提携先（11施設）

- ✓ 東京會館 （丸の内）
- ✓ ヨコハマ グランド インターコンチネンタル ホテル （横浜）
- ✓ リーガロイヤルホテル小倉 （小倉）
- ✓ リーガロイヤルホテル広島 （広島）
- ✓ 西鉄グランドホテル （福岡）
- ✓ ハレクラニ沖縄 （沖縄）
- ✓ 仙台ロイヤルパークホテル （仙台）
- ✓ TERAKOYA （小金井）
- ✓ REIMS YANAGIDATE （表参道）
- ✓ SUD Restaurant TERAKOYA （竹芝）
- ✓ Harmonie agréable （表参道）

本資料に記載されている将来見通し、戦略、計画等は、現在入手可能な情報および合理的と判断される一定の前提に基づいて作成されたものであり、将来の業績や実際の結果を保証するものではありません。

本資料は、当社の事業内容および経営戦略のご理解を深めていただくことを目的としており、投資勧誘を目的とするものではありません。

投資に関する最終的な判断は、閲覧者ご自身の責任において行っていただくようお願いいたします。

なお、将来見通しについて、当社は新たな情報や将来の事象を反映して、本資料を適宜更新または修正する義務を負うものではありません。

お問い合わせ先

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ 経営企画部

〒140-0002 東京都品川区東品川2-3-12 メール：ir-presen@tgn.co.jp