

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2022 年 3 月期決算説明動画

2022 年 5 月 18 日

イベント概要

[企業名]	株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ		
[企業 ID]	4331		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2022 年 3 月期決算説明動画		
[決算期]	2021 年度 通期		
[日程]	2022 年 5 月 18 日		
[ページ数]	24		
[時間]	10:00 – 10:18 (合計：18 分、登壇：13 分、質疑応答：5 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]			
[登壇者]	1 名 代表取締役社長 岩瀬 賢治（以下、岩瀬）		

エグゼクティブ・サマリー

1 黒字転換 取扱組数の回復、収益改善策の効果

- 売上高 39,482百万円 (前年比 97.0%増)
- 営業利益 2,089百万円 (前年 営業損失 ▲11,191百万円)

2 2023年3月期業績予想は、増収増益

- 売上高 43,500百万円 (前年比 10.2%増)
- 営業利益 3,000百万円 (前年比 43.6%増)

3 長期経営計画を発表

2025年3月期は、過去10年間の最高益を目指す

- 2025年3月期 営業利益 4,300～5,000百万円
- 2025年3月期 営業利益率 8～9%

4

岩瀬：株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの代表取締役社長の岩瀬でございます。

それでは、2022年3月期の決算についてご説明いたします。

最初に、サマリーとして3点。

1点目です。2022年3月期は、売上高394億8,200万円、営業利益20億8,900万円と黒字転換いたしました。取扱組数の回復に加え、グループ全体でコスト削減を含めた収益性向上への取組みを継続してきたことで大幅に業績を回復することができました。

2点目です。進行中の2023年3月期は、売上高435億円、営業利益30億円の増収増益を計画しております。トップラインの伸長、筋肉質に変化した経営体制の維持を目指してまいります。

3点目です。この度、決算発表と同時に、2030年までの長期経営方針「EVOL2030」を発表いたしました。この計画のマイルストーンとして、2025年3月期までの3年間を中期経営計画としております。営業利益43億円以上、営業利益率8%以上を目指し、過去10年間の最高益を目指します。

I 1-1. 連結 損益計算書 概要

T&G TAKE and GIVE NEEDS

営業利益20億円の黒字転換

単位：百万円	2022/3	前年同期	
	通期	実績	増減
売上高	39,482	20,044	(※1) 19,437
■ 国内ウェディング事業	39,046	17,478	21,567
TRUNK (HOTEL)	3,228	1,176	2,052
■ 海外・リゾートウェディング事業 (2020年9月末に株式譲渡)	-	2,066	-2,066
■ その他	435	499	-63
売上総利益	25,736	12,778	12,957
	65.2%	63.8%	1.4pt
販管費	23,646	23,969	(※2) - 323
	59.9%	119.6%	-59.7pt
営業利益	2,089	△11,191	13,281
	5.3%	-	-
経常利益	1,548	△11,687	13,235
	3.9%	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,877	△16,214	18,092
	4.8%	-	-

前年差異要因

■ 売上高 (※1)

前年比 +19,437百万円

- ✓ 前年4-5月は、営業自粛
- ✓ 取扱組数、平均単価は大幅回復

■ 販管費 (※2)

前年比 ▲323百万円

- ✓ コスト削減の徹底により ▲323百万円
- ※前年同期は、営業自粛中の一部販管費 (2,443百万円) を、特別損失に計上しているため、
実質は、前期比▲2,766百万円となります。

特別利益 1,962百万円

- ✓ 営業時間短縮協力金等のコロナ関連補助金(1,962百万円)

特別損失 1,668百万円

- ✓ ハウスウェディング店舗等の減損損失(1,664百万円)

法人税等調整額 ▲753百万円

- ✓ 繰延税金資産繰入れ (824百万円)

%は売上高比

6

それでは、連結の損益計算書の概要についてご説明いたします。

売上高は、394億8,200万円、売上総利益は、257億3,600万円となりました。行動制限下でも、前年と比較すると延期を希望されるお客様は減少し、取扱組数、単価共に回復をいたしました。

販売管理費は、前年比3億2,300万円減少しております。販売管理費の削減の詳細は、次ページでご説明いたします。結果、営業利益 20億8,900万円、経常利益 15億4,800万円となりました。繰延税金資産の回収可能性を改めて検討し8億2,400万円計上したことにより、当期純利益は18億7,700万円となりました。

I 1-2. 新型コロナ前比較 販管費変動要因

前期（21/3期）は、新型コロナ影響が大きいため
コロナ影響前となる前々期（20/3期）と比較しております

販管費 前々年比 19.1%減

販管費変動額

※事業譲渡した海外ウエディング事業を除き、新型コロナ前（2020年3月期）の販管費と比較しています



7

次に、販売管理費の削減内訳についてご説明いたします。

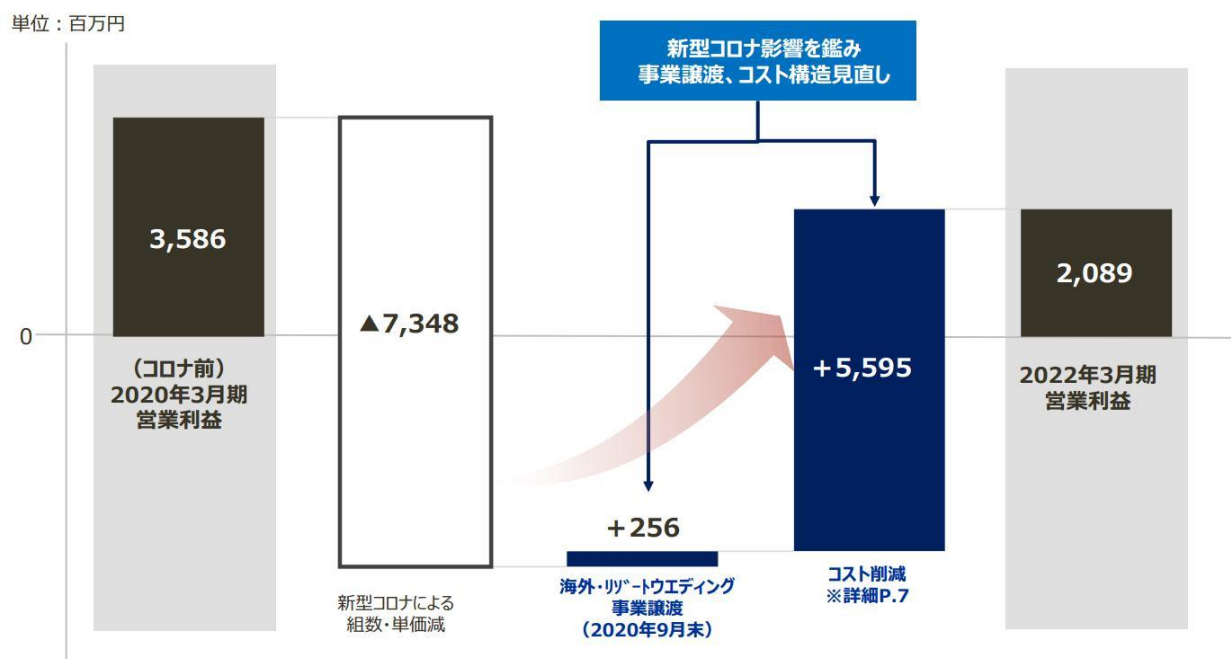
この表は、新型コロナ影響前の2019年度との比較です。譲渡した海外リゾート・ウェディング事業は除いております。結果として、通期で55億9,500万円の削減ができました。デジタル化推進による定員数の見直しや、リモート推進によるオフィスの縮小・旅費交通費を削減するなど、積極的に改善を行った結果、一定の販管費の削減は、今後も継続できるものと考えております。

I 1-3. 新型コロナ前比較 連結営業利益増減要因

前期（21/3期）は、新型コロナ影響が大きいため
コロナ影響前となる前々期（20/3期）と比較しております

筋肉質な経営体質に転換

営業利益 増減要因



8

こちらのページも、営業利益の増減を新型コロナ影響前の2019年度と比較しております。

前年の海外リゾート・ウェディング事業の譲渡による、営業利益の改善効果が2億5,600万円ございます。前期から取り組んできた収益改善策が、ご覧の通り取扱組数、単価減少分を大きくカバーしております。

I 2-1. 国内ウェディング事業 内訳

婚礼取扱組数 前年比+5,677組

単位：百万円	2022/3 通期	前年同期	
		実績	増減
売上高	39,046	17,478	21,567
直営店婚礼（TRUNK含）	36,347	15,572	20,775
■取扱組数（組） ※1	10,233	4,556	5,677
■平均単価（千円） ※2	3,575	3,455	120
■平均人数（人） ※2	50.8	47.1	3.7
コンサルティング	761	461	300
宿泊、レストラン、等	1,936	1,461	475
売上総利益	25,351 64.9%	10,952 62.7%	14,399 2.3%
営業利益	3,770 9.7%	△8,241 —	12,012 —

売上高・営業損益 推移（単位：百万円）



（※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。

※ 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

※3月末時点で稼働している直営婚礼店舗数と取扱組数

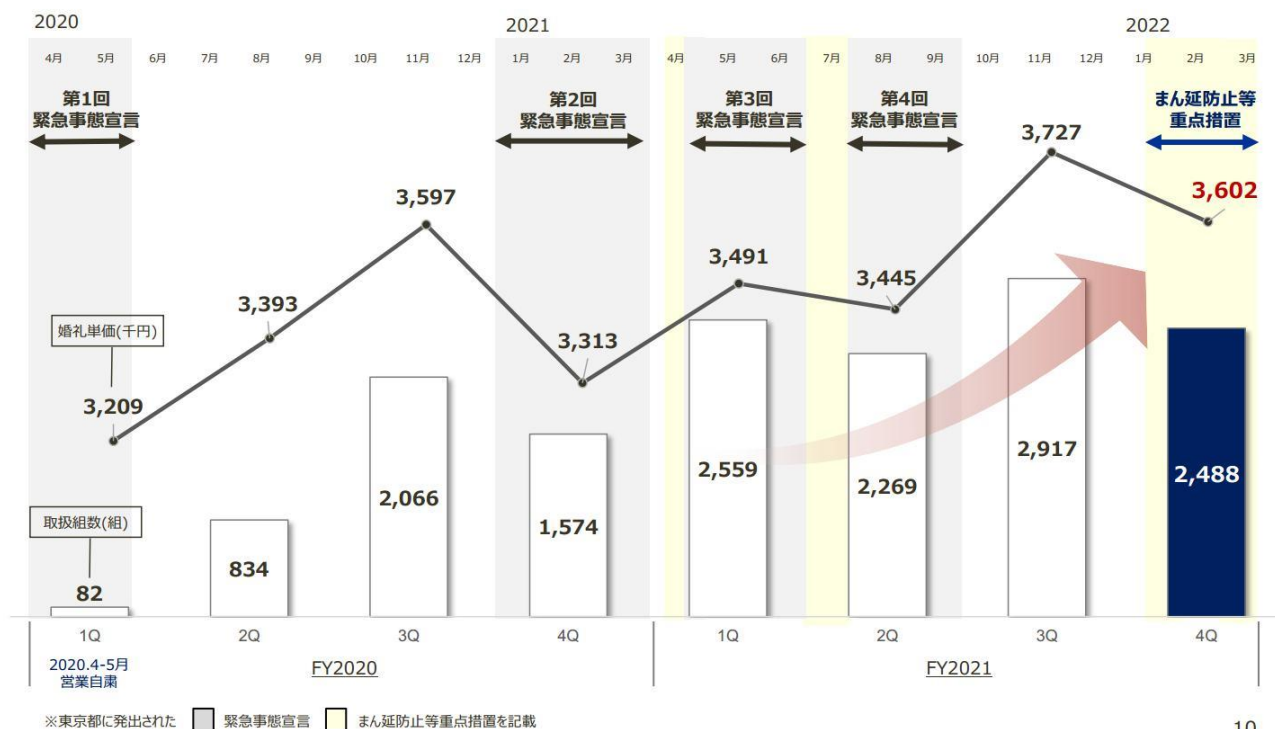
9

次に、国内ウェディング事業の詳細です。

売上高は、前期比 215 億 6,700 万円増の 390 億 4,600 万円となりました。取扱い組数は、前年比 5,677 組増の 10,233 組。単価は、平均人数が 3.7 名増加し、前年比 12 万円増の 357 万 5,000 円となりました。売上総利益は、前年比 143 億 9,900 万円増の 253 億 5,100 万円。セグメント営業利益は、前年比 120 億 1,200 万円増の 37 億 7,000 万の黒字となりました。

I 2-2. 取扱組数、婚礼単価の推移

行動制限を受けながらも 徐々に回復



10

こちらは、四半期別の取扱い組数、単価の推移です。

ご覧の通り、2022年3月期は第3四半期を除き、常に行動制限下にあった1年となりましたが、お客様の判断は慎重であり、取扱組数、単価共に回復基調となっています。

I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

現預金117億円（2021年3月末比 +71億円）

単位:百万円	2021/3末	2022/3末	増減	主な増減要因
流動資産	7,912	15,644	7,731	■ 現金及び預金 +7,198百万円 ✓ 業績回復によりFCF 6,251百万円 (営業CF 6,652百万円 + 投資CF ▲401百万円)
現金及び預金	4,594	11,792	7,198	
固定資産	40,665	38,387	-2,277	
有形固定資産	32,214	29,110	-3,103	
無形固定資産	256	222	-33	
投資その他資産	8,194	9,054	860	
資産計	48,578	54,032	5,454	

11

それでは、連結の貸借対照表についてご説明いたします。

最初に資産の部です。前期末と比較して、総資産は 54 億 5,400 万円増加し、540 億 3,200 万円となりました。業績回復によるフリーキャッシュフローの増加と、優先株発行による資金調達により、現金及び預金が増加をいたしました。

I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

自己資本比率 +7.0%改善

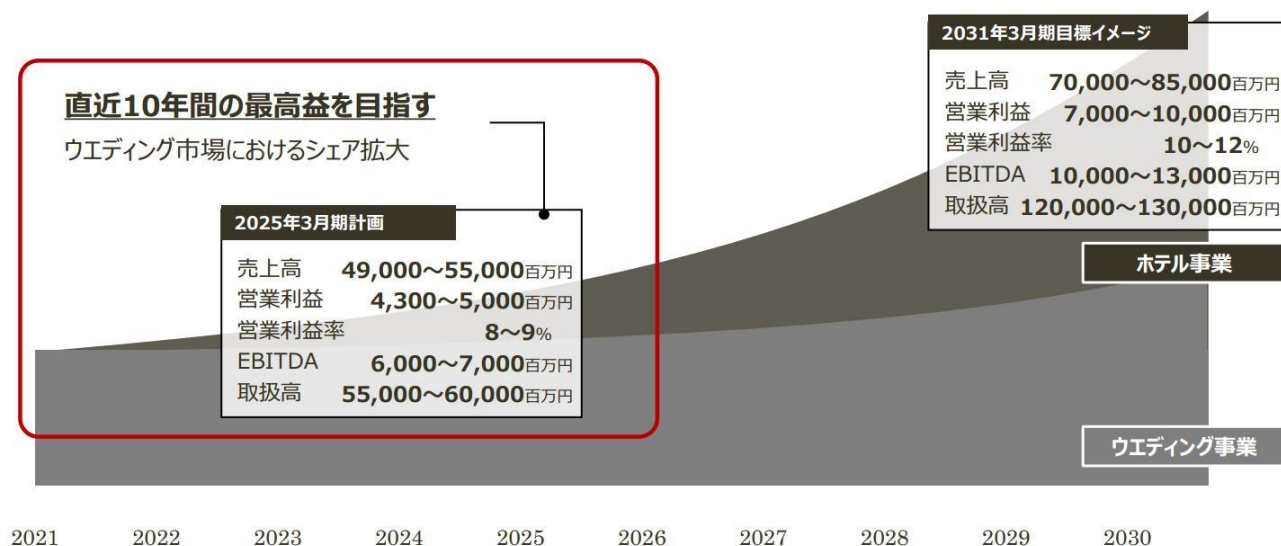
単位:百万円	2021/3末	2022/3末	増減	主な増減要因
負債合計	41,340	42,188	847	■有利子負債 ▲1,458百万円 ■自己資本比率 +7.0%改善 ✓ 優先株式発行による3,000百万円の増資
流動負債計	22,345	24,449	2,104	
短期借入金	11,105	10,280	-825	
(一年内)長期借入金	4,689	4,938	248	
固定負債計	18,995	17,739	-1,256	
長期借入金	13,992	13,111	-881	
純資産計	7,237	11,843	4,606	■無償減資 (22年6月 定時株主総会決議予定) ✓ 資本金、資本準備金を各100百万円に減資し、 その他資本剰余金に振替え
負債・純資産計	48,578	54,032	5,454	
有利子負債	29,788	28,329	-1,458	
自己資本比率	14.9%	21.9%	7.0%	

12

次に、負債・純資産の部です。

有利子負債は、前期末と比較して14億5,800万円減少いたしました。自己資本比率は21.9%となり、前期末から7%増加をいたしました。尚、すでに適時開示いたしました通り、財務の健全性を図ることを目的に、資本金、資本準備金を1億円に減資する予定であり、2022年6月の株主総会に議案提出いたします。

長期経営方針「EVOL2030」のマイルストーン 2025年3月期に向けた1年目



14

続きまして、2023年3月期の通期連結業績予想についてご説明いたします。

冒頭に申し上げました通り、決算と共に公表した「長期経営方針」のマイルストーンとして、2025年3月期までの3年間を中期経営計画としております。今期はこの中期経営計画の1期目です。

増収増益

営業利益前年比 +43.6%

	第2四半期（累計）			通期		
単位： 百万円	前年 実績 (A)	2023/03 予想 (B)	増減額 (B-A)	前年 実績 (A)	2023/03 予想 (B)	増減額 (B-A)
売上高	18,004	20,000	+1,995	39,482	43,500	+4,017
営業利益	△119	1,200	+1,319	2,089	3,000	+910
経常利益	△373	900	+1,273	1,548	2,400	+851
当期純利益	445	600	+154	*1) 1,877	*2) 2,500	+622

*1) 2022年3月期：新型コロナに伴う助成金等1,962百万円（特別利益）を計上

*2) 2023年3月期：減資に伴う税効果のスケジューリングを見直し、繰延税金資産の繰入れを想定

15

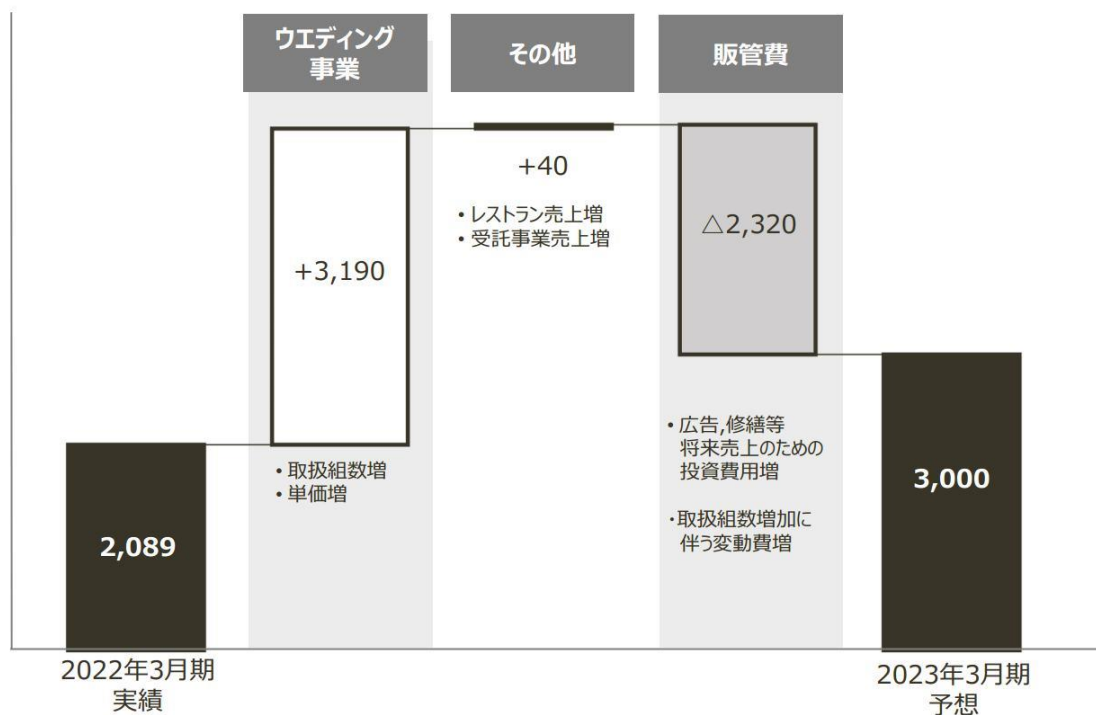
中計1期目となる今期の業績予想は次の通りです。

売上高 435 億円、営業利益 30 億円、経常利益 24 億円、当期純利益 25 億円 としております。

なお、当期純利益に関しましては、減資による税効果も加味しております。

【前年比】営業利益増減要因

単位：百万円



16

こちらのページに、営業利益増減要因を前年比較で記載しております。

新たな変異株発生等の不確実性は残るものの、ウェディング事業の取扱組数、単価においては、前年を上回り、またレストランやその他事業に関しても回復する前提で業績計画を策定しております。この2年間、グループ全体で不要不急の投資を止めてまいりましたが、修繕、広告費等、今後の成長に向けた投資は再開する計画であり、2023年3月期の営業利益は30億円の計画といたしました。

早期の業績回復、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

17

続きまして、配当予想につきましてご説明いたします。

第2四半期末につきましては無配とし、期末は未定とさせていただきます。まずは業績回復に注力をし、早期の復配が出来るよう努めてまいります。

II

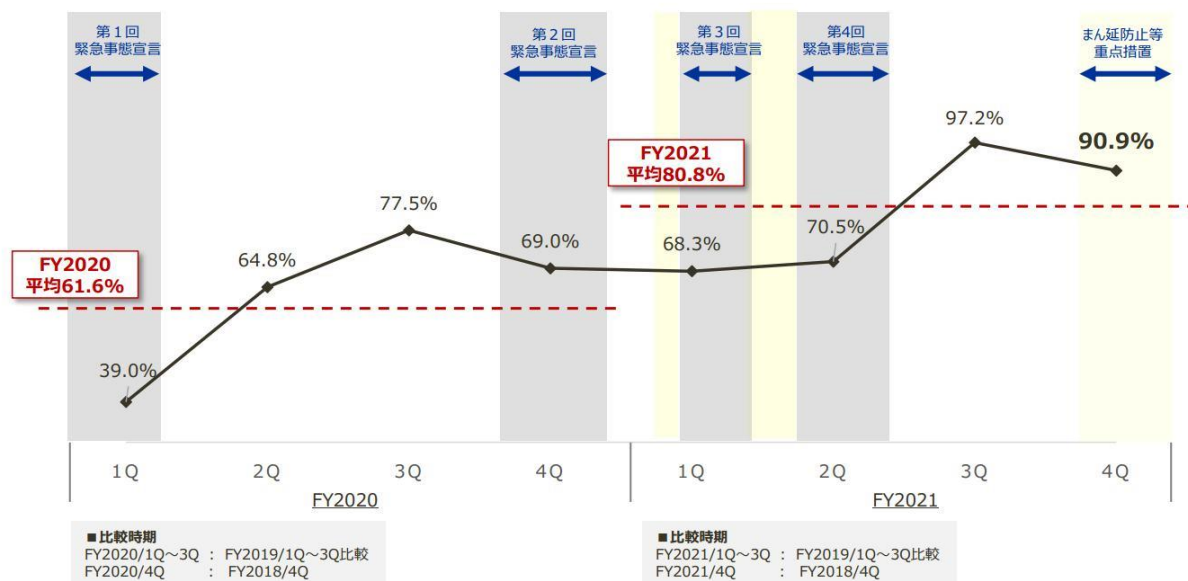
3-1. 足元の状況_新規問合せ数の推移

前年（2020年）は、新型コロナ影響が大きいため
コロナ影響前となる前々年（2019年）と比較しております

新規問合せ数は、回復基調

【割合】 新規問合せ数 2019年同時期比

※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



18

次に、足元の新規問い合わせ状況についてご説明いたします。

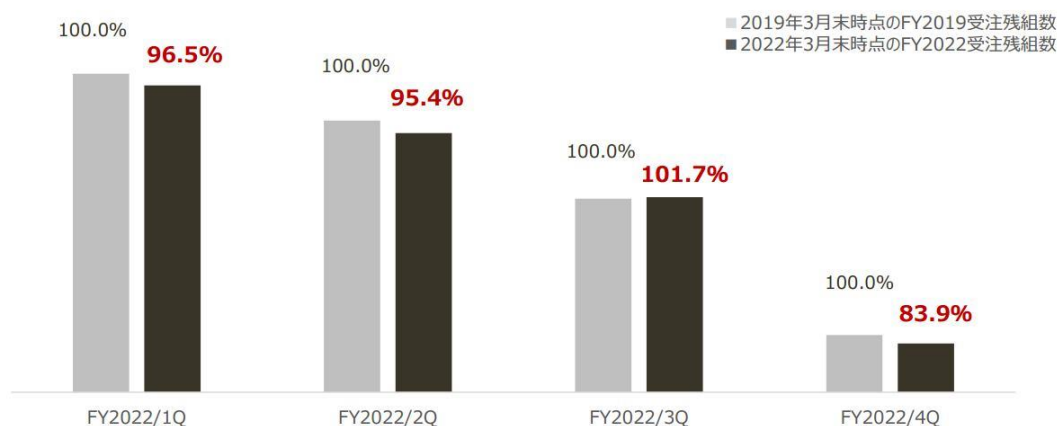
新型コロナ影響前の2019年との同時期比較をグラフに表しています。2022年1月から3月は、オミクロン株の感染急拡大により、営業活動への影響も懸念されましたが、2019年比90%台となりました。感染拡大の影響は小さくなっており、問い合わせは回復基調にあります。

II 3-2. 足元の状況_受注残組数

前年（2021年）は、新型コロナ影響が大きいため
コロナ影響前となる前々年（2019年）と比較しております

2023年3期受注残組数は、コロナ前同水準

【割合】 受注残組数 2019年同時期比



※ 2019年3月末時点の「FY2019受注残組数」を100%とした場合の2022年3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（閉店店舗を除く）比較（2022年3月末時点 直営店63店舗93会場）

19

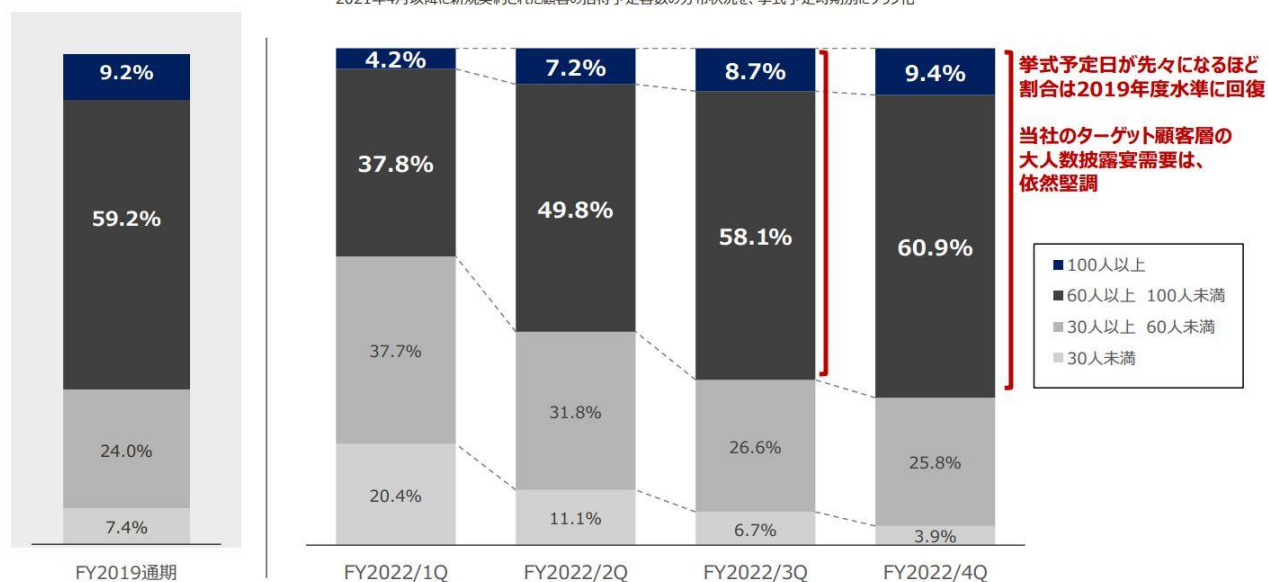
次に、2022年3月末時点の受注残組数の状況についてです。

新型コロナ影響前とほぼ同水準となっております。新規受注に関しては、市場も徐々に回復してきておりますが、一定期間は、コロナ前よりも低い水準が続くと思込んだ上で、計画を策定しております。

招待予定客数は段階的に回復

【割合】 挙式予定時期別の招待予定客数分布

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

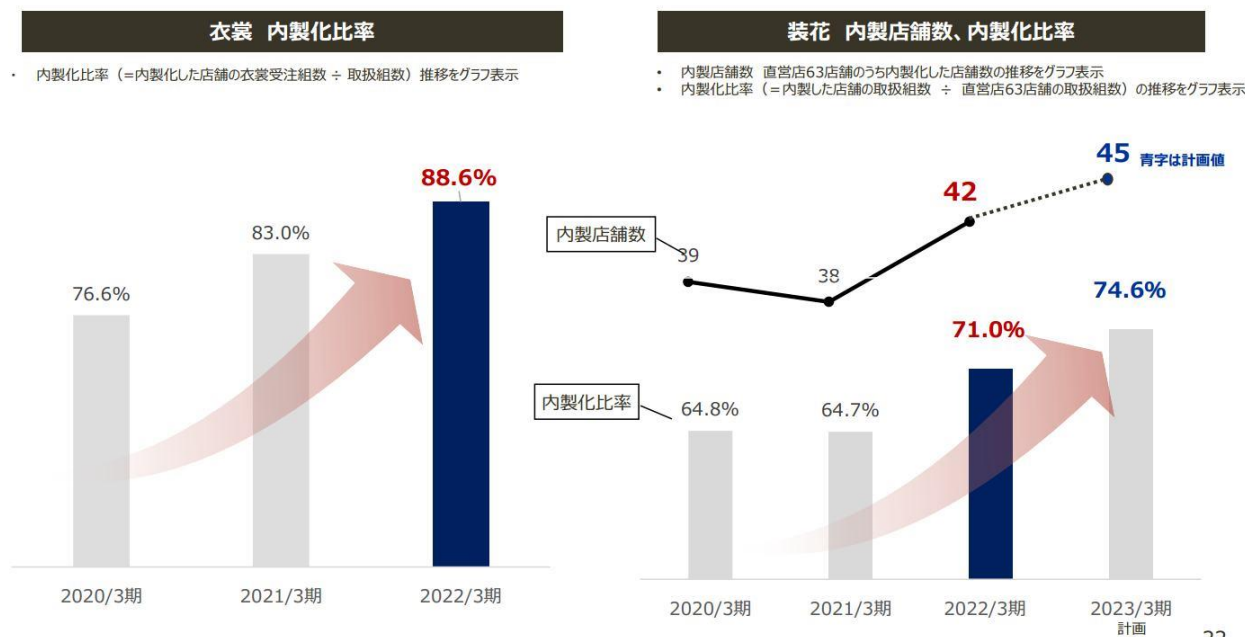


20

こちらのグラフは、当社式場で挙式を申込まれたお客様の予定招待客数を、挙式予定時期ごとに表したものとなり、単価を決める重要な KPI となっています。

第1四半期は、2021年度から挙式日延期をされたお客様の影響もあり招待客数が減少していますが、挙式日が先になるにつれ回復傾向にあります。しかしながら、以前の水準へ回復するには、まだ一定期間を要すると見込んだ上で、単価を予想しております。

内製比率は着実に上昇



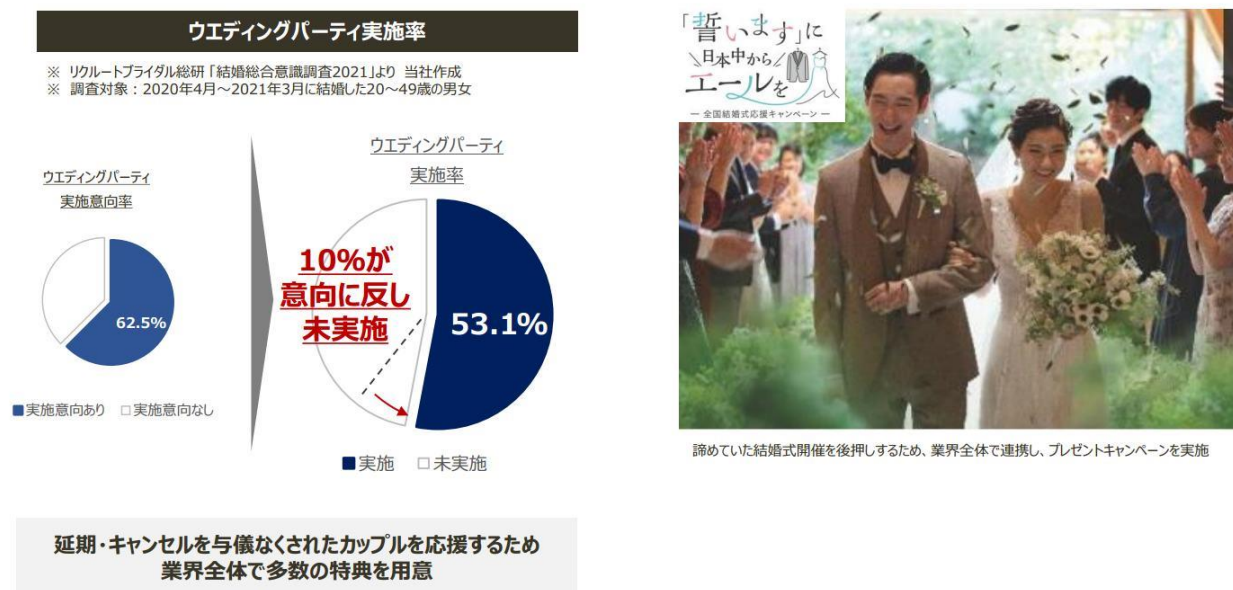
22

次にアフターコロナを見据えた取り組みに関して、ご説明します。

このページでは、コロナ禍も継続していた収益性向上施策として「内製化の推移」をご報告いたします。衣裳は、主に首都圏、関西地域で推進しており、対象地域の取扱組数を分母として内製化比率を計算しています。2年前と比較して12%増加をいたしました。

装花は、前期に対象店舗を4店舗拡大いたしました。来期には3店舗増やす計画としています。装花は、全国的に内製化を進めており、全ての取扱組数を分母として内製化比率を表しております。今期は対象店舗拡大により、内製化比率を前年比プラス3.6%の74.6%にすることを計画しております。

全国850会場とブライダル関連企業が協賛 結婚式開催を後押しするキャンペーン実施



23

次に、業界全体で取り組んだ結婚式開催を後押しするキャンペーンについてです。

2020年に結婚した男女を対象にして、リクルートブライダル総研が調査した最新情報では、約10%のお客様がウエディングパーティを実施したい意向はありながらも、まだ実施していないという結果になりました。コロナ禍で止む無く結婚式の開催を諦めた、もしくは迷っているカップルを応援するため、全国850会場と関連企業が協賛し、この春、様々な特典を用意したキャンペーンを実施いたしました。

※¹
LTVの最大化を目指し
※²
CRMを活用した他社協業イベント再開

自社CRMシステム等を活用し集客

※¹「顧客生涯価値」。ある顧客から生涯に渡って得られる利益のこと
※²「顧客関係管理」。顧客との関係性、コミュニケーションを管理し、
自社と顧客との関係を一元的把握できるようにすること

ライフスタイル型
モデルハウス見学会

- ・ 2021年11月開催
- ・ 参加者20組40名（定員3倍の応募あり）
- ・ 協業先：積水ハウス株式会社



ママを対象にしたイベント

- ・ 2021年4月～2022年3月の期間で、39回開催
- ・ 参加者 累計延べ 20,000名
- ・ 協業先 （株）ほけんのぜんぶ、積水ハウス（株）
オイシックス・ラ・大地（株）、他多数



24

次に、顧客生涯価値の最大化を目指した活動についてです。

当社はかねてより、CRM システムを活用し、結婚式後もお客様と長く信頼関係を構築できる仕組み創りに取り組んできました。徹底した感染対策のもと、他社協業イベントも再開をし、多くのお客様にご利用いただいています。今後も、よりお客様との関係性を長く深く築くことで、新しい収益を作ることに挑戦し続けていきたいと思っています。

2022年3月末時点 プライム市場基準を達成

(現況 当社試算)

	株主数 (人)	流通株式数 (単位)	流通株式 時価総額 (億円)	流通株式比率 (%)	日次平均 売買代金 (億円)
当社の状況 (2022年3月31日時点)	3,939	101,234	109.79 [※]	77.5	1.9
プライム市場 上場維持基準	800	20,000	100	35.0	0.2
達成状況	○	○	○	○	○

※計算に用いた株価

2022年1月から3月の当社の株価終値平均値 1,084.5円

25

最後に、東証再編についての対応です。当社は、プライム市場を申請しており、2022年3月末時点でも、全ての基準を達成しております。

以上が、2022年3月期決算及び2023年3月期の業績予想についての説明となります。

質疑応答

岩瀬 [A] : 続きまして、決算後に投資家の方々からいただいた代表的な質問に回答いたします。

1 つ目、2023 年 3 月期が大幅な増益予想となっている主な要因は何か。

主要因は、2 つと考えています。

1 つ目は結婚式の単価です。新型コロナ前の水準への回復は段階的であるものの、招待客数の減少をカバーするための、様々な施策を実施し、一定の単価水準を確保することが出来ると考えています。

2 つ目は、販売管理費です。この 2 年間、新型コロナ影響での売上、利益の減少をカバーするため、グループ全体で徹底したコスト効率化を図ってきました。その結果、損益分岐点が大きく下がり、筋肉質な経営体質に変化しております。今期はこの体質の維持と、将来の成長に向けた投資をバランスよく運営していきます。

2 つ目、同業マーケットの中でも、業績回復度合いが強いのはなぜか。

他社の詳細状況は分かりかねますが、当社はマーケット全体が集客活動を抑制していた時期も、各出店地域に綿密なマーケティングを行い、一定の広告出稿を計画的に実施してまいりました。そのため、新規問合せ数の回復度合いがマーケット水準を上回っております。加えて、自社の営業改善活動により契約率が上昇した結果、新規契約数は、問合せ以上の回復状況となっております。

業績の先行指標である「新規受注」への投資を、優先度高く行ってきたことが要因だと考えています。

3 つ目、2 年間のコロナ禍を経て、従業員のモチベーション状況はどうか。

未曾有の事態の中、不安を抱えるお客様からのご相談に寄り添い、安心・安全なサービス提供に、日々最新の注意を払いながら運営を続けていましたので、精神的にも肉体的にも大変辛い環境が続いていたことは、間違いのないと思います。

コロナ禍で打撃を受けた多くの企業が、人員削減や賞与カットなどの人的コストの削減を実施されたニュースが多くございましたが、当社は、コロナ禍で窮地に立たされたからこそ、最も大切なものは「ヒト」であることを再認識し、理念を軸に経営判断を行ってまいりました。

例えば、新型コロナ前から検討していた「若年層の給与水準の引き上げ」は、未来のために計画通り実施をいたしました。若年層の給与は年間平均 30 万円から 50 万円程度アップし、生産性向上も同時並行で推進できております。また、今後の当社の成長を担う来期新卒採用数に関しても、早期に回復の判断をし、採用活動を進めております。

このような経営判断を積み重ねてきた結果、離職率は過年度比で最も低く、従業員満足度調査である「働きがいのある企業ランキング」においても 5 年連続で高順位にランクしており、社員のモチベーションの高さ、企業と社員との信頼関係が、より一層高まっていることを実感しています。

つい先日の 2022 年 4 月には 85 名の新卒が入社し、入社式では、期待に胸を膨らませた当社の将来を担う若い力を間近で感じることができました。

まだ不安定な情勢は続くと思いますが、苦しい時期を必死に乗り越えてくれた社員と共に、T & G グループ一丸となって、今後の企業成長を実現してまいります。

ご視聴いただき、ありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

