

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2022年3月期

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2022年3月期通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. 2022年3月期 連結決算概要

- | | |
|------------------|--------|
| 1. 連結 損益計算書 概要 | P6-8 |
| 2. 国内ウエディング事業 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 | P14-16 |
| 2. 配当予想 | P17 |
| 3. 足元の状況（新規問合せ、受注残組数、招待予定客数） | P18-20 |

III. アフターコロナへ向けた取り組み

- | | |
|------------------|-----|
| 1. 利益向上策（内製化の強化） | P22 |
| 2. 婚礼需要回復に向けた活動 | P23 |
| 3. LTVの最大化に向けた活動 | P24 |
| 4. 東証市場再編に関する対応 | P25 |

IV. 市場環境と当社の競争優位性、ESG活動

V. 補足資料

エグゼクティブ・サマリー

1 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%

I

2022年3月期 連結決算概要

Results for FY 03/2022

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
■ 国内ウエディング事業	39,046	17,478	21,567
TRUNK (HOTEL)	3,228	1,176	2,052
■ 海外・リゾートウエディング事業 (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 65.2%	12,778 63.8%	12,957 1.4pt
販管費	23,646 59.9%	23,969 119.6%	(※2) - 323 -59.7pt
営業利益	2,089 5.3%	△11,191 -	13,281 -
経常利益	1,548 3.9%	△11,687 -	13,235 -
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,877 4.8%	△16,214 -	18,092 -

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

- ✓ ハウスウエ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

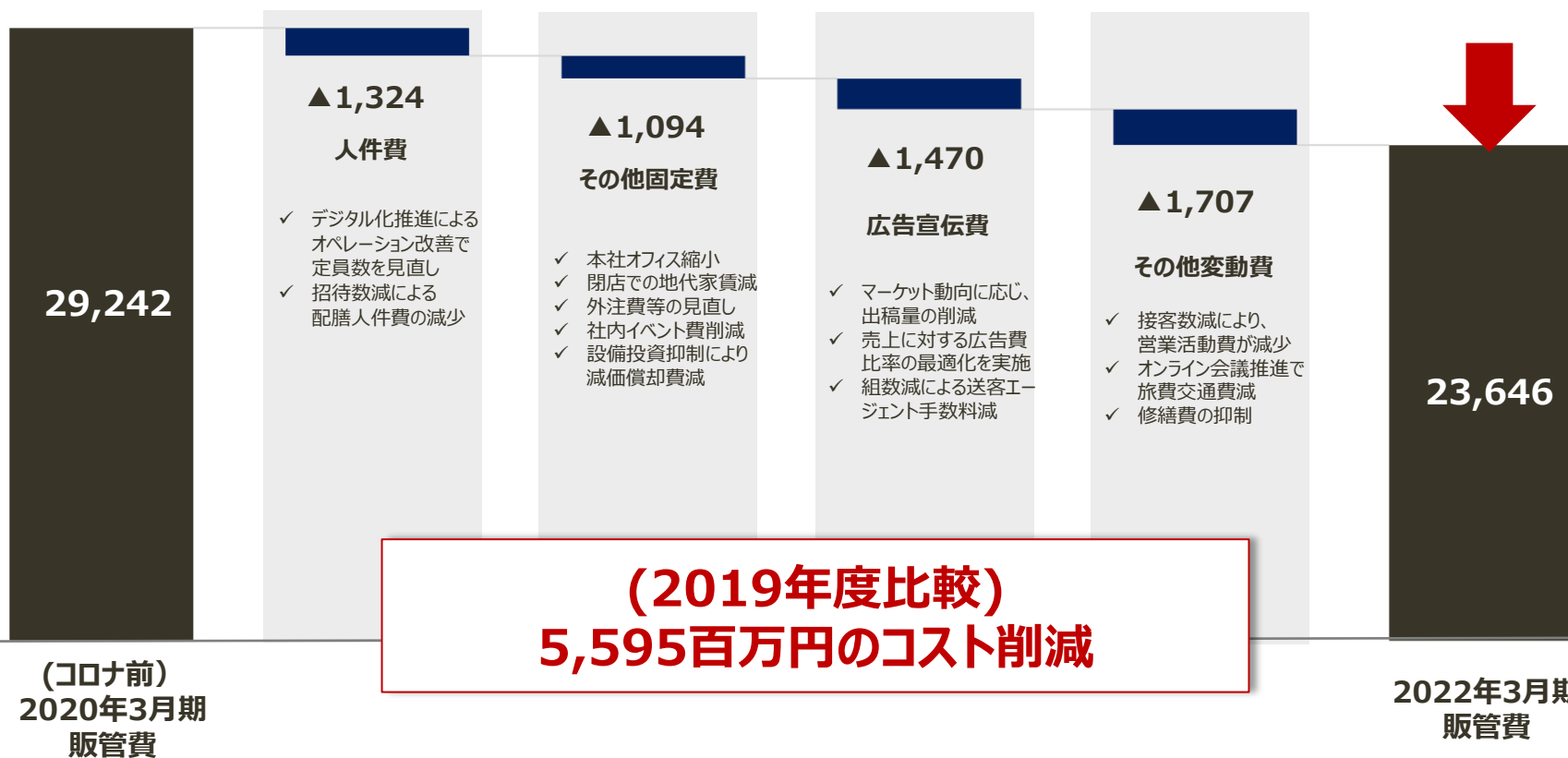
- ✓ 繰延税金資産繰入れ (824百万円)

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

単位：百万円



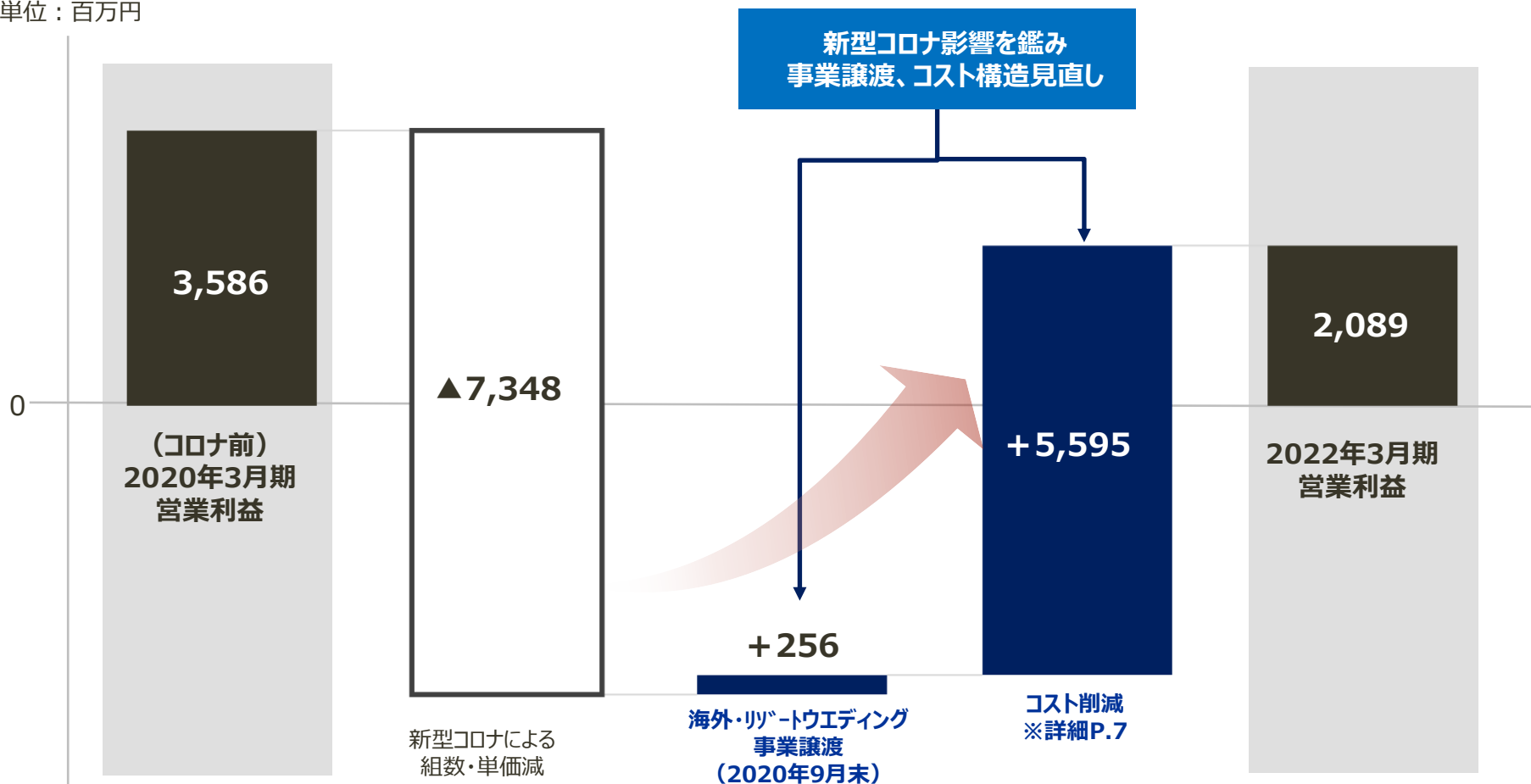
I 1-3. 新型コロナ前比較 連結営業利益増減要因

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

単位：百万円

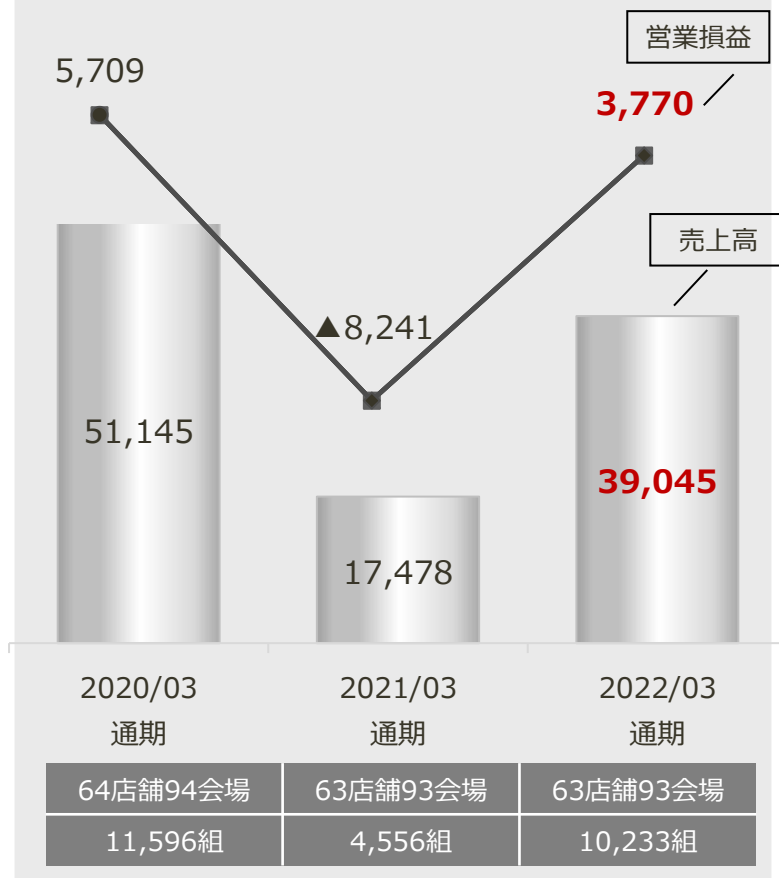


2-1. 国内ウエディング事業 内訳

婚礼取扱組数 前年比+5,677組

単位：百万円	2022/3	前年同期	
	通期	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	10,952	14,399
	64.9%	62.7%	2.3%
営業利益	3,770	△8,241	12,012
	9.7%	—	—

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。

%は売上高比

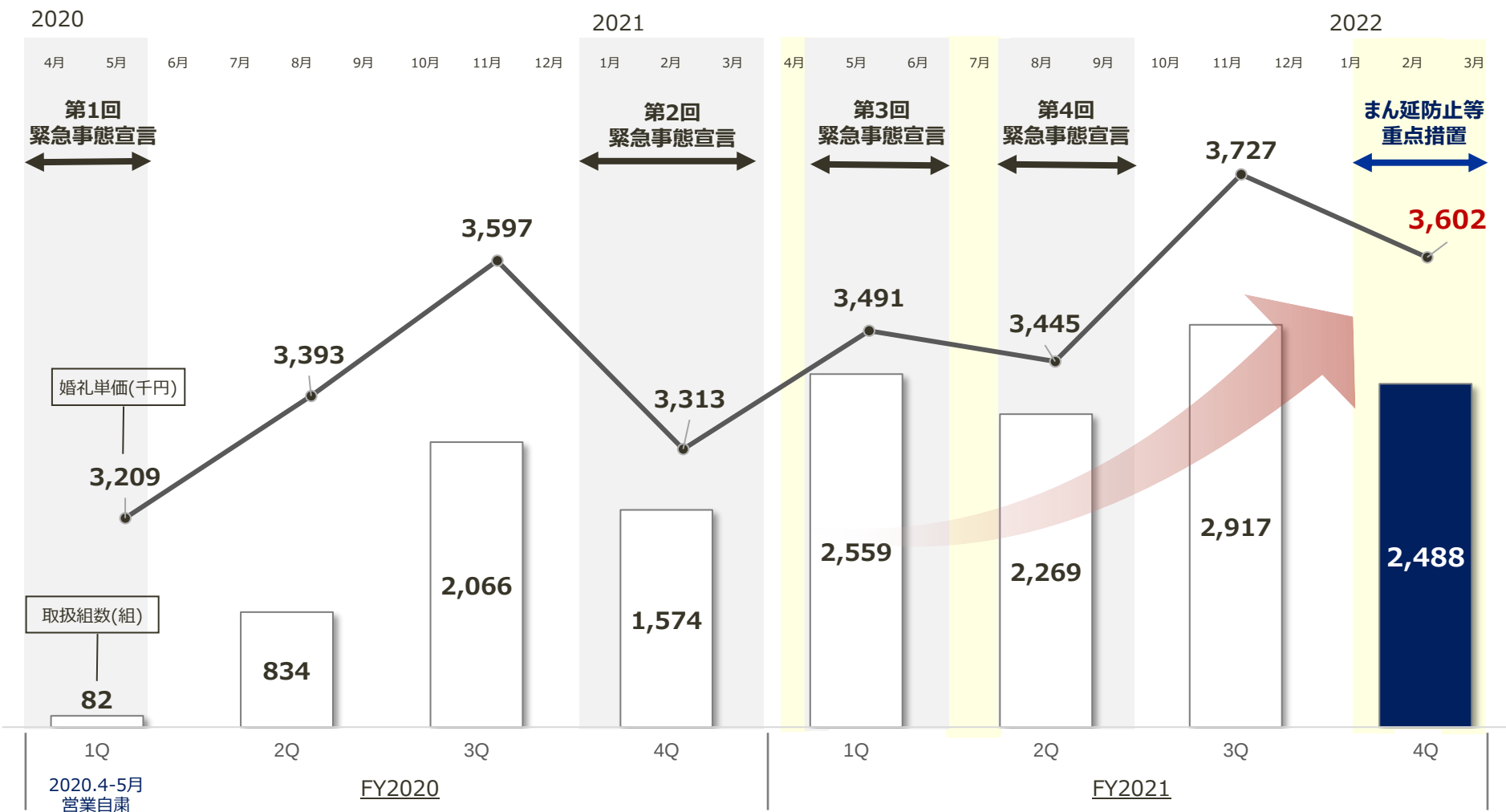
※3月末時点で稼働している直営婚礼店舗数と取扱組数

（※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。

※ 国内ウエディング事業は、(株)T&G (株)TRUNK (株)Dressmore (株)GENTLE

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



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
流動資産	7,912	15,644	7,731
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

主な増減要因

■ 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）

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
負債合計	41,340	42,188	847
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
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%

主な増減要因

■ 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

■ 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

II

2023年3月期 通期連結業績予想

Financial Plan of FY 03/2023

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

直近10年間の最高益を目指す

ウエディング市場におけるシェア拡大

2025年3月期計画

売上高	49,000～55,000百万円
営業利益	4,300～5,000百万円
営業利益率	8～9%
EBITDA	6,000～7,000百万円
取扱高	55,000～60,000百万円

2031年3月期目標イメージ

売上高	70,000～85,000百万円
営業利益	7,000～10,000百万円
営業利益率	10～12%
EBITDA	10,000～13,000百万円
取扱高	120,000～130,000百万円

ホテル事業

ウエディング事業

2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030

増収増益

営業利益前年比 +43.6%

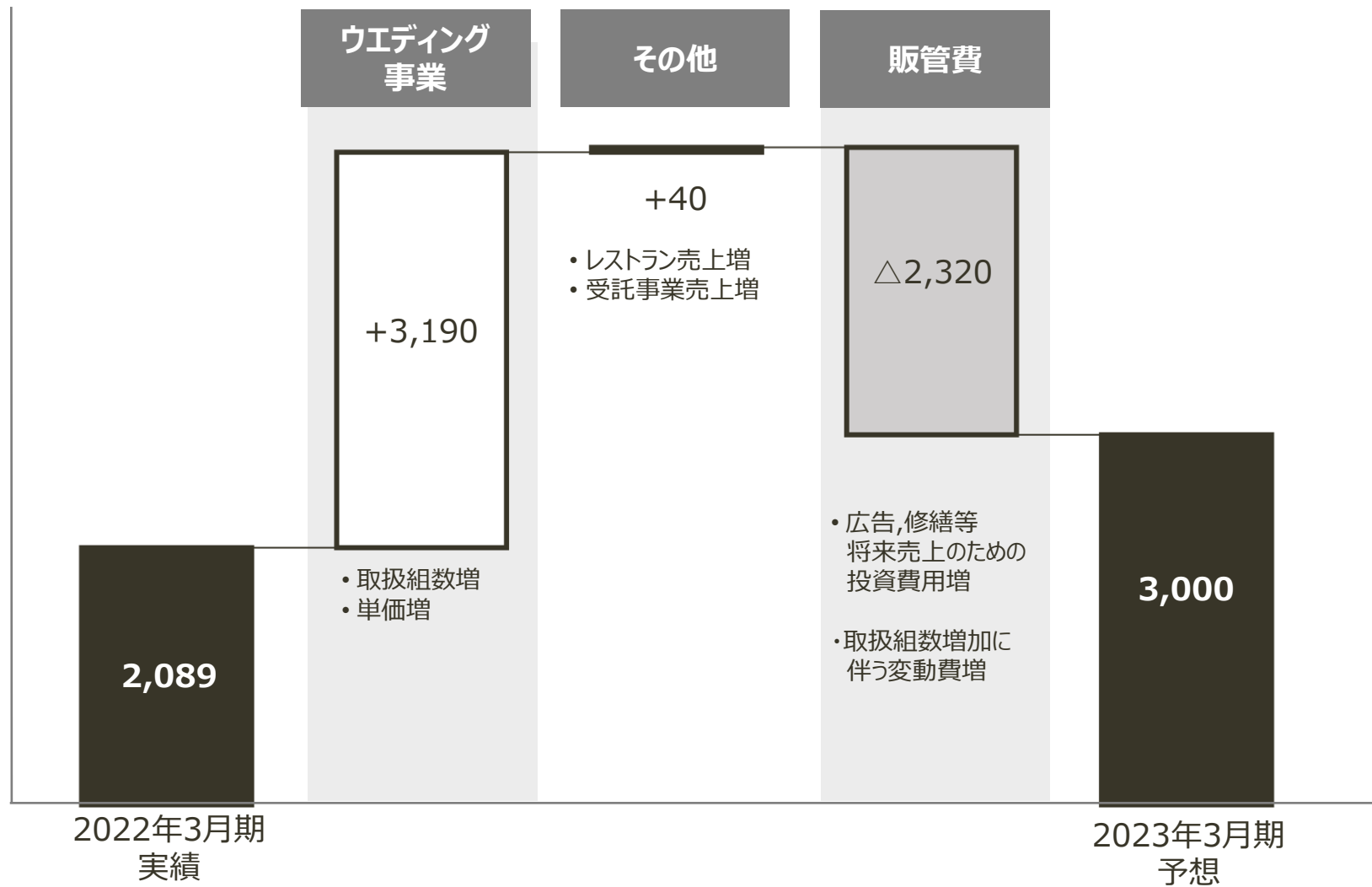
	第2四半期（累計）			通期		
単位： 百万円	前年 実績 (A)	2023/03 予想 (B)	増減額 (B-A)	前年 実績 (A)	2023/03 予想 (B)	増減額 (B-A)
売上高	18,004	20,000	+1,995	39,482	43,500	+4,017
営業利益	△119	1,200	+1,319	2,089	3,000	+910
経常利益	△373	900	+1,273	1,548	2,400	+851
当期純利益	445	600	+154	*1) 1,877	*2) 2,500	+622

*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ルリングを見直し、繰延税金資産の繰入れを想定

【前年比】営業利益増減要因

単位：百万円



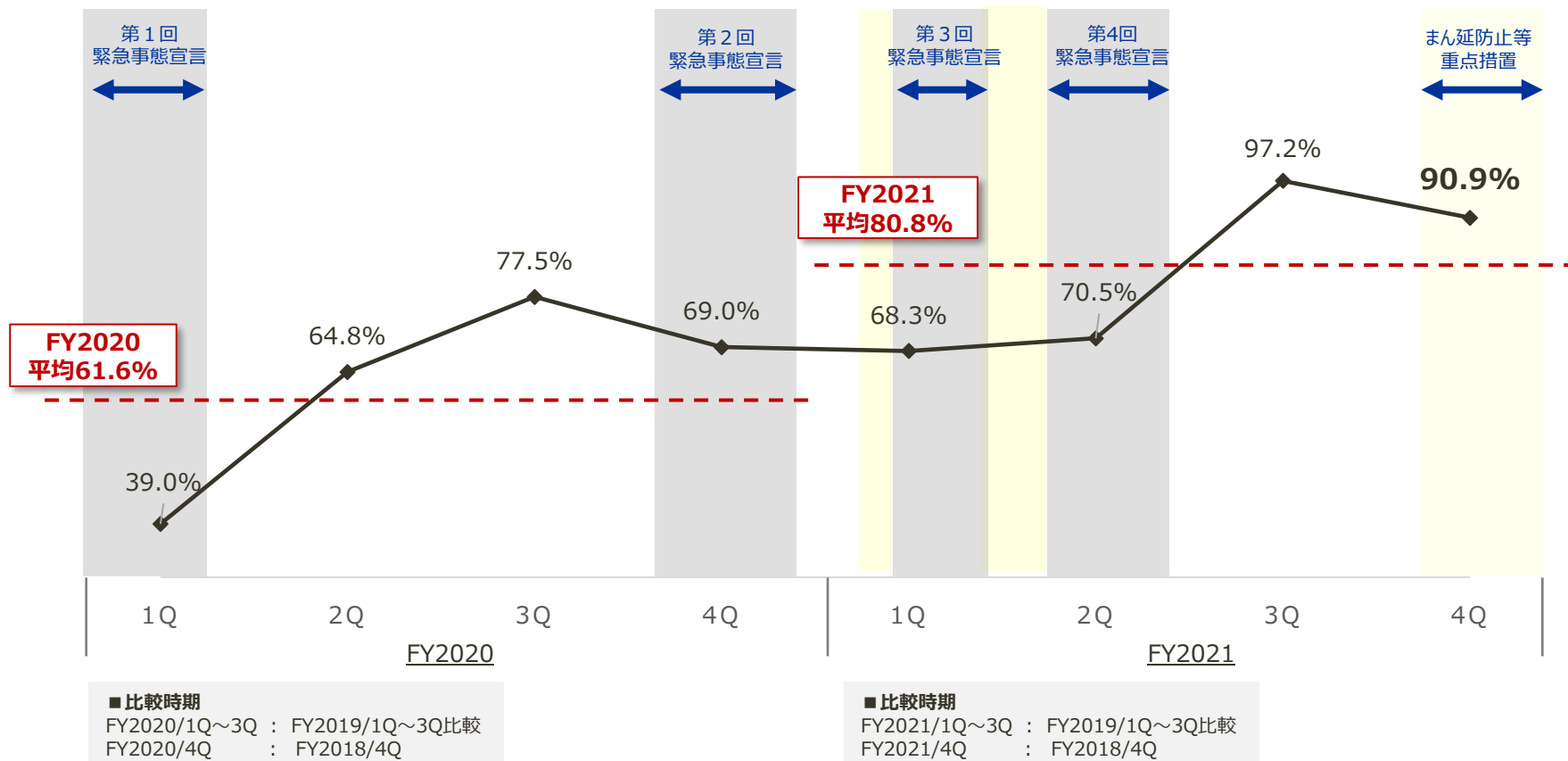
早期の業績回復、復配を目指す

	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

新規問合せ数は、回復基調

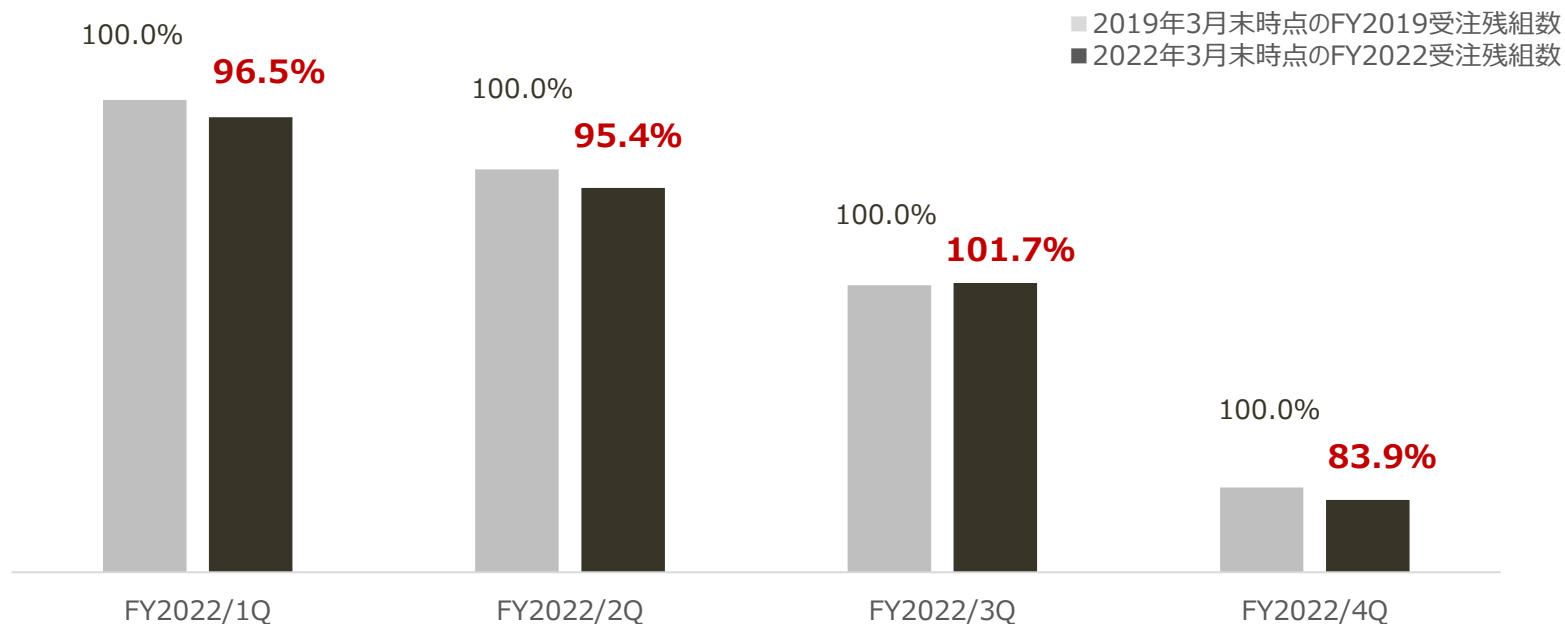
【割合】 新規問合せ数 2019年同時期比

※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



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



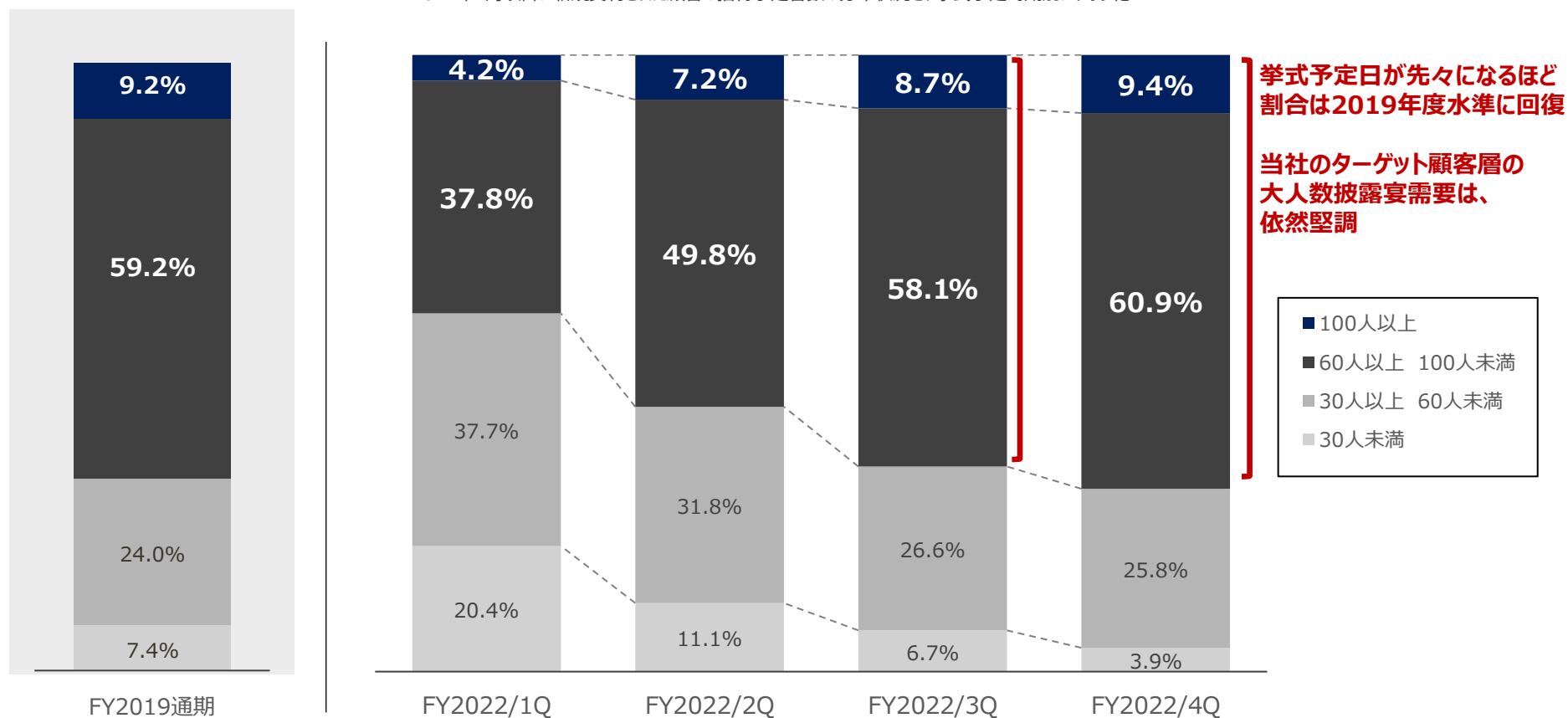
※ 2019年3月末時点の「FY2019受注残組数」を100%とした場合の2022年3月末時点「FY2022受注残組数」のパーセンテージをグラフ表示
※ 既存店（閉店店舗を除く）比較（2022年3月末時点 直営店63店舗93会場）

3-3. 足元の状況_招待予定客数の傾向

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



III

アフターコロナへ向けた取り組み

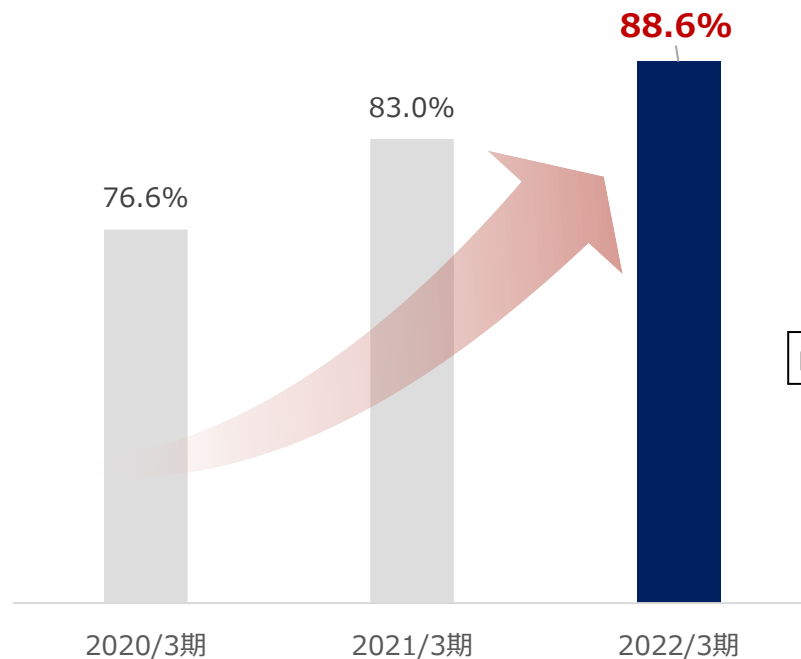
efforts toward the post-covid-19 world

III 1. 利益向上策：内製化の強化

内製比率は着実に上昇

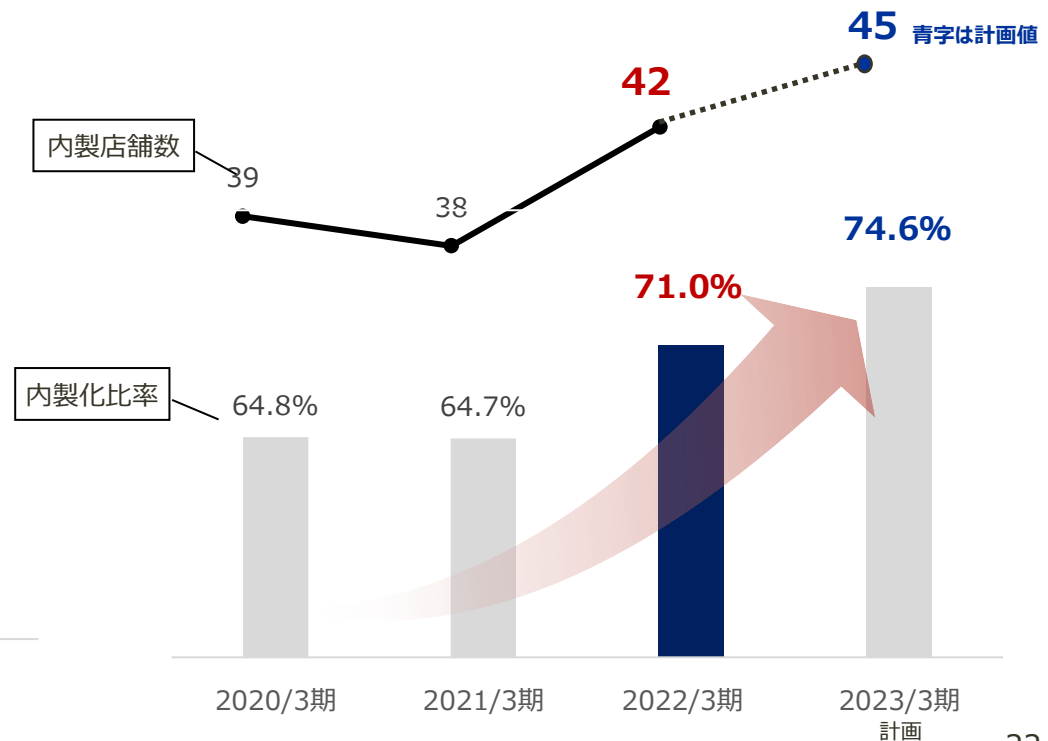
衣裳 内製化比率

- ・ 内製化比率（＝内製化した店舗の衣裳受注組数 ÷ 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（＝内製した店舗の取扱組数 ÷ 直営店63店舗の取扱組数）の推移をグラフ表示

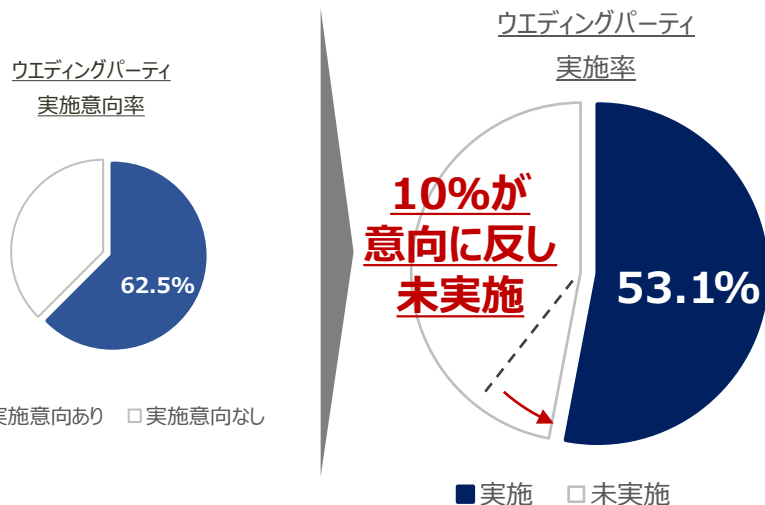


III 2. 婚礼需要回復に向けた活動

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

ウエディングパーティ実施率

※ リクルートブライダル総研「結婚総合意識調査2021」より 当社作成
※ 調査対象：2020年4月～2021年3月に結婚した20～49歳の男女



「誓います」に
日本中から
エールを

— 全国結婚式応援キャンペーン —



諦めていた結婚式開催を後押しするため、業界全体で連携し、プレゼントキャンペーンを実施

延期・キャンセルを与儀なくされたカップルを応援するため
業界全体で多数の特典を用意

III 3. LTVの最大化に向けた活動

※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

ママを対象にしたイベント

- ・ 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

- ・ 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



III 4. 東証市場再編に関する対応

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

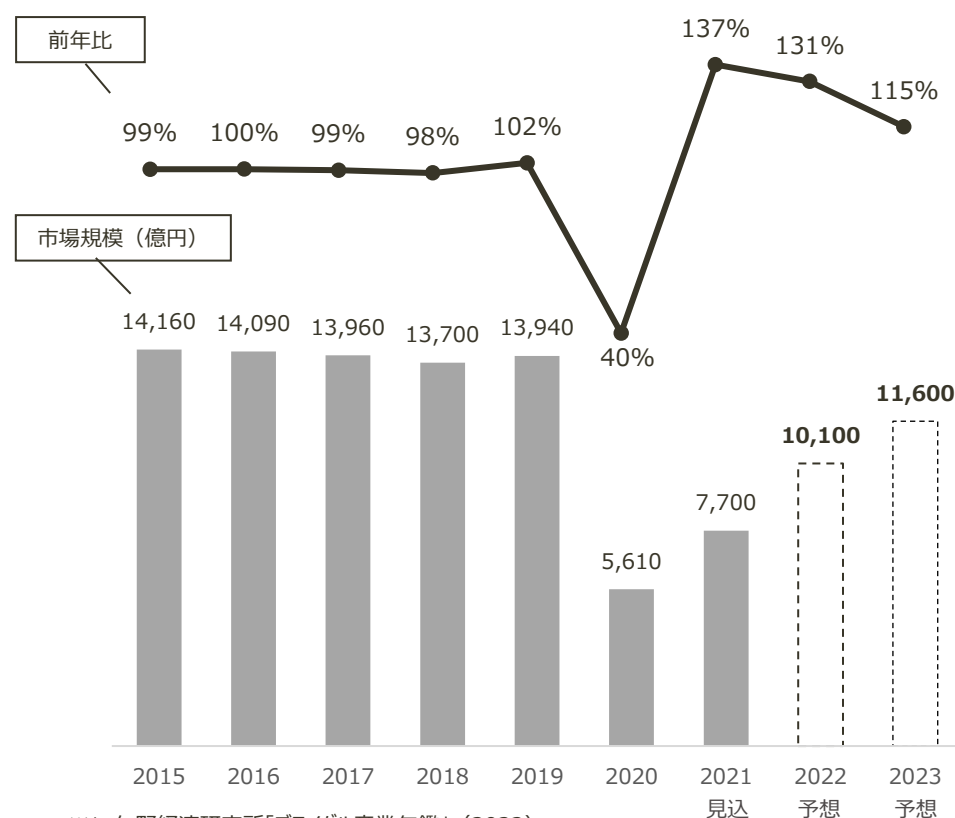
IV

市場環境と競争優位性、ESG活動

ESG / Market environment / Competitive Advantages

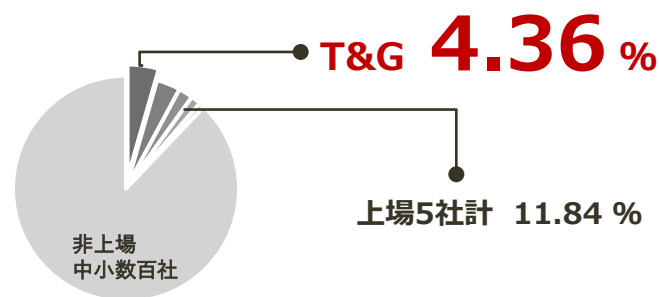
市場規模1兆円強 T&G市場シェア4.36%(2019年実績) 拡大余地は大きい

※¹ 挙式披露宴・披露パーティ市場規模推移



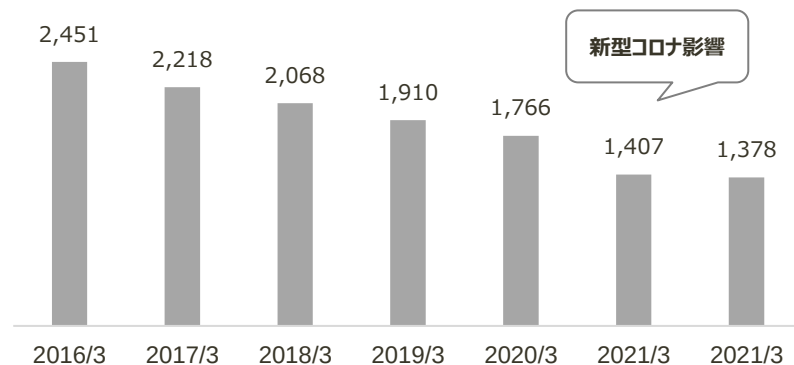
※¹ 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑」(2022)

※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



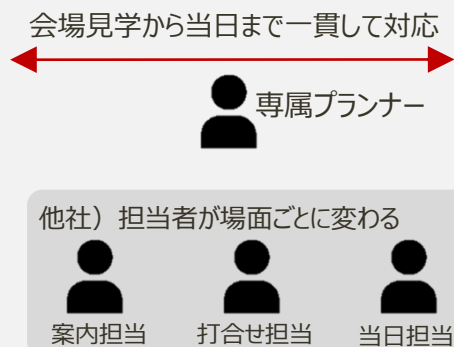
※³ 各期末のウェディング情報誌掲載屋号数 (少人数会場合) を当社カウントで作成

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

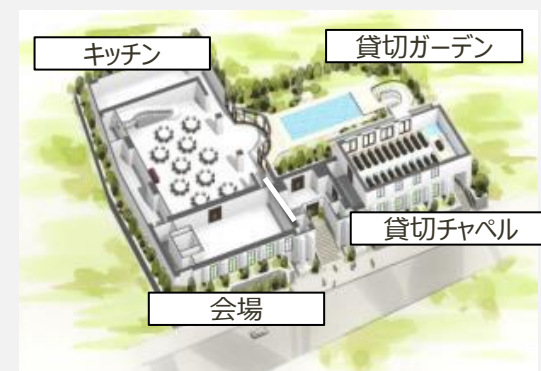
年間取扱組数10,000組以上



一顧客一担当制



一軒家完全貸切

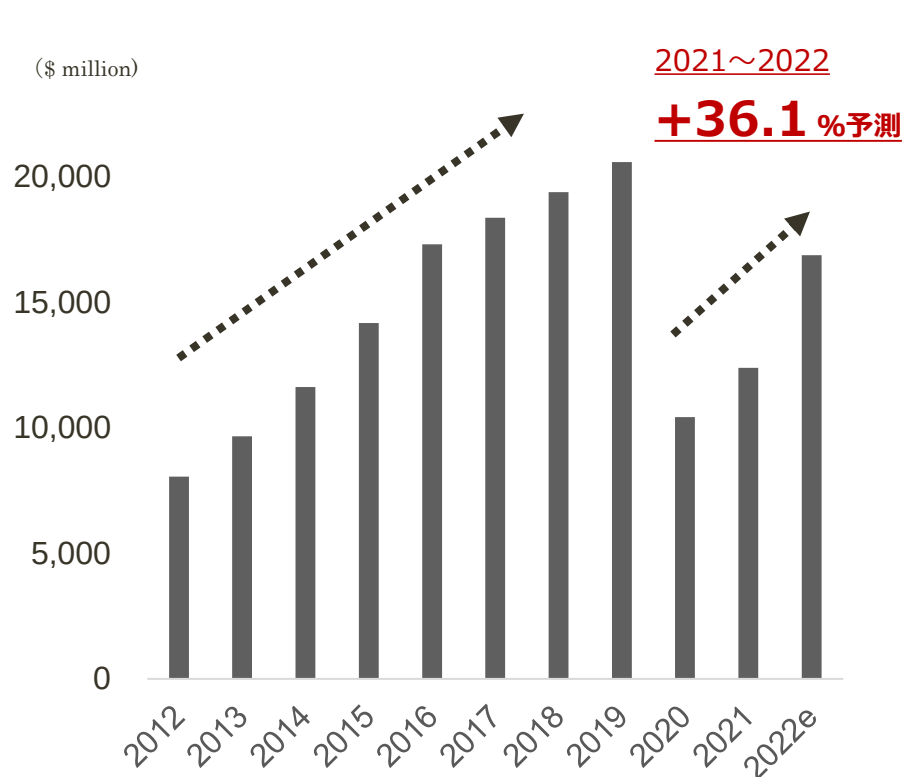


完全オリジナルウェディング



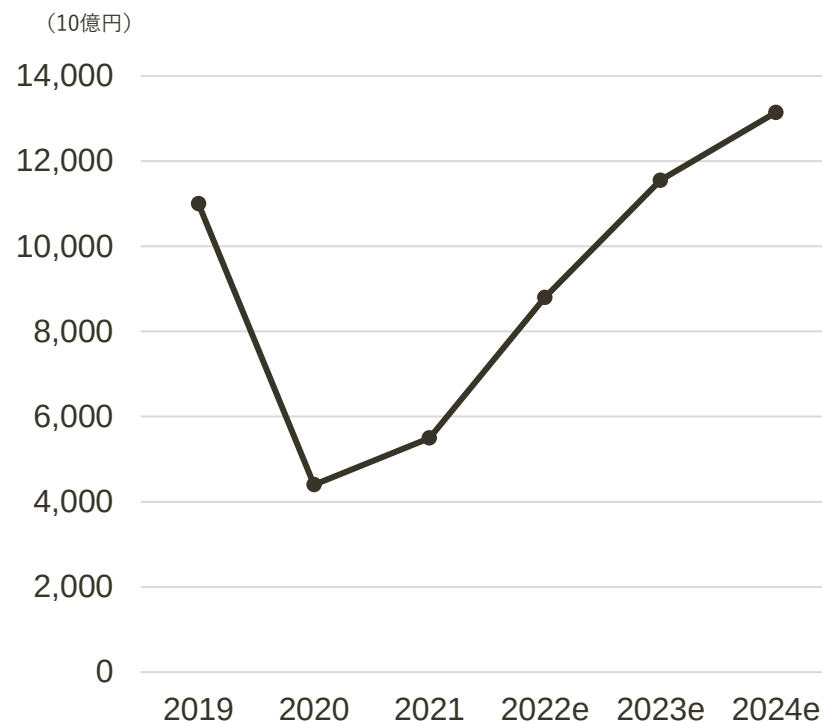
米国ブティックホテル市場規模は急伸 観光需要の回復見込み 日本にブティックホテルを創出

米国 ブティックホテル市場規模 ※¹



※¹ 旅行調査世界大手 Phocuswright (米) 「Japan Travel Market Report」(2021)

日本市場 旅行予約高予測 ※²

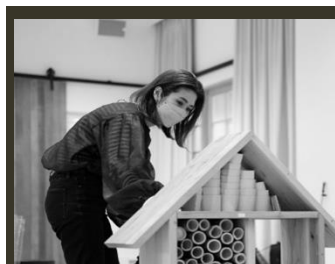


※² IBIS World「Hotels & Motels in the US」「Boutique Hotels in the US」(2021)

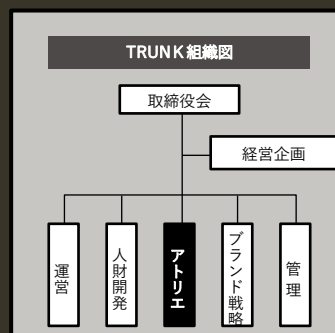
独自性を実現できるクリエイティビティ サステナビリティ要素をサービス、商品に展開

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



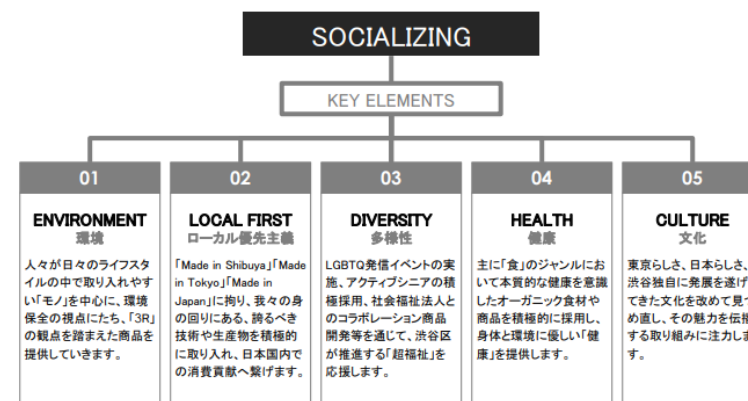
世界的なアワードを毎年受賞。
高いクリエイティビティが
多数のグローバル評価を得ている



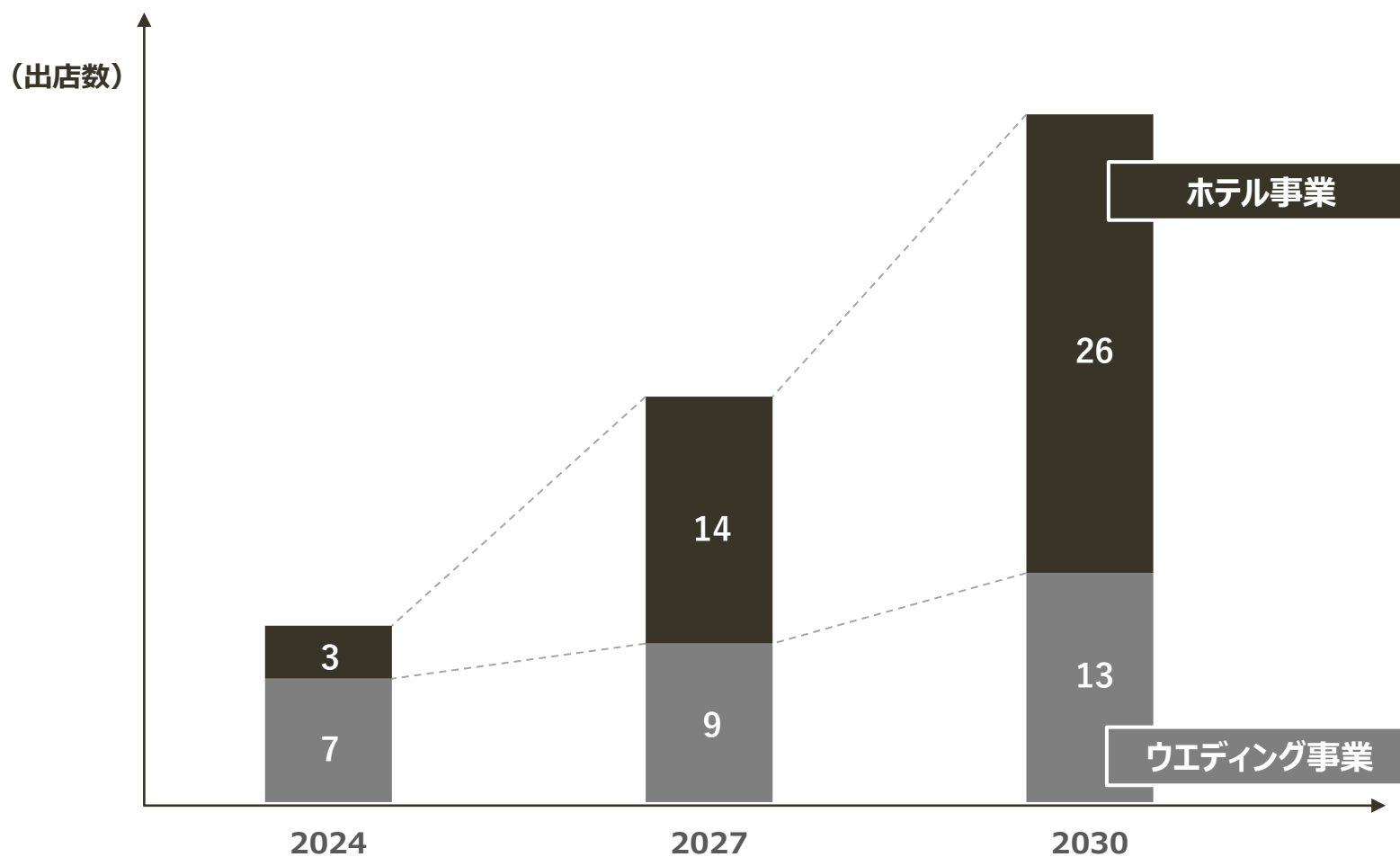
強み | サステナビリティ要素

- 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い破棄される生花を、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。

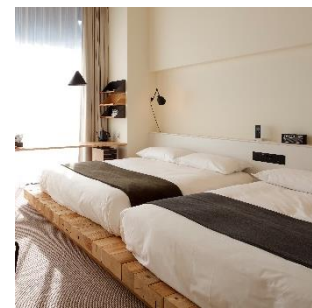


（写真）TRUNK（HOTEL）の宿泊ルームで使用しているサンダル



古材をベッドフレームに再利用

古材を活用した建築、商品開発の取り組みを強化しています。今後も古材の再利用により、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



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。



船の帆を再利用したビーンバッグ

航海後に未使用となった船の帆をビーンバッグにアップサイクル。船や停泊していた港の名前などが印字されTRUNK(HOTEL)のテラスで利用されています。



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「ミユキ亚克力」と共同開発。





子供たちに学ぶ機会を 体験プログラム全国無料開催

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



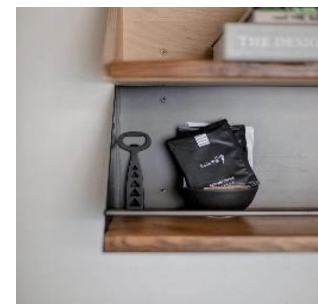
日本文化復興を ルームウェアは「ステテコ」

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。2021年6月開催の「競泳ジャパンオープン2021」では、自由形で3冠&自己ベスト更新を果たしました。日本代表としても、国際大会に出場しています。



同姓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、同姓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、年連続5回目の選出となりました。





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

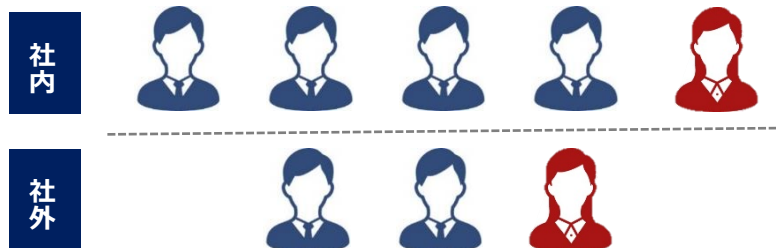
当社は、透明性の高い経営と強固な経営監督機能を確立し、企業価値の向上を図るため、取締役会全体の3分の1以上を独立社外取締役で構成しています。また、女性活躍は当社の持続的な成長に不可欠であると認識しており、2名の女性取締役候補者を選任いたしました。



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。

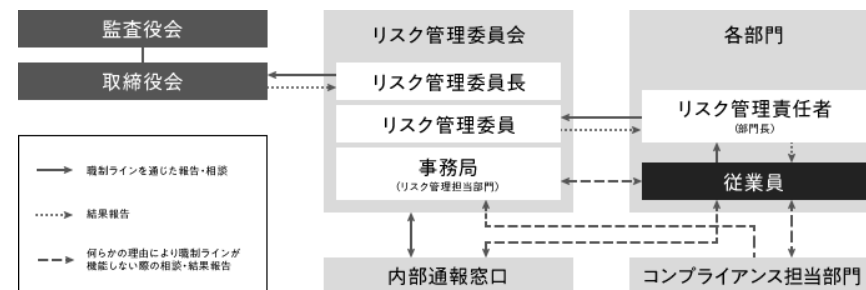
取締役 8名（2022年6月末予定）



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

注）2022年6月開催の定時株主総会で決議予定の取締役候補者含む



(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%

部長職ジェンダー比率



※T&G単体の数値

男性 14人
女性 7人

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%

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%

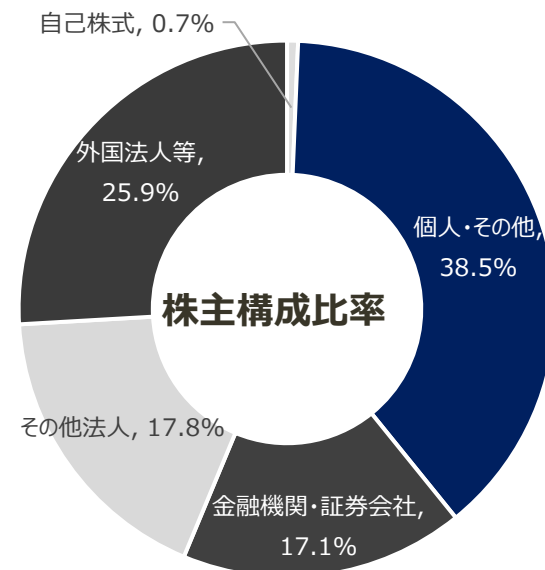
※2008/3期～2020/3期迄は、海外リゾートウェディング事業が含まれております。

株式保有状況（2022年3月31日現在）

1.発行済株式総数 13,059,330株
(自己株式88,152株を含む)

2.株主総数 8,105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	18.97
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,515,100	11.68
株式会社東京ウエルズ	1,035,970	7.98
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	773,694	5.96
株式会社ユニマットライフ	548,200	4.22
QUINET PRIVATE BANK（EUROPE） S.A.107704	497,500	3.83
ウェルズ通商株式会社	440,000	3.39
NOMURA PB NOMINEES LIMITED OMNIBUS-MARGIN(CASHPB)	369,800	2.85
瀬戸 健	277,300	2.13
INTERACTIVE BROKERS LLC	247,300	1.90

(注) 持ち株比率は、自己株式(88,152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3月31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）

■ 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）

■ 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）

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11施設

(2022年3月31日現在)

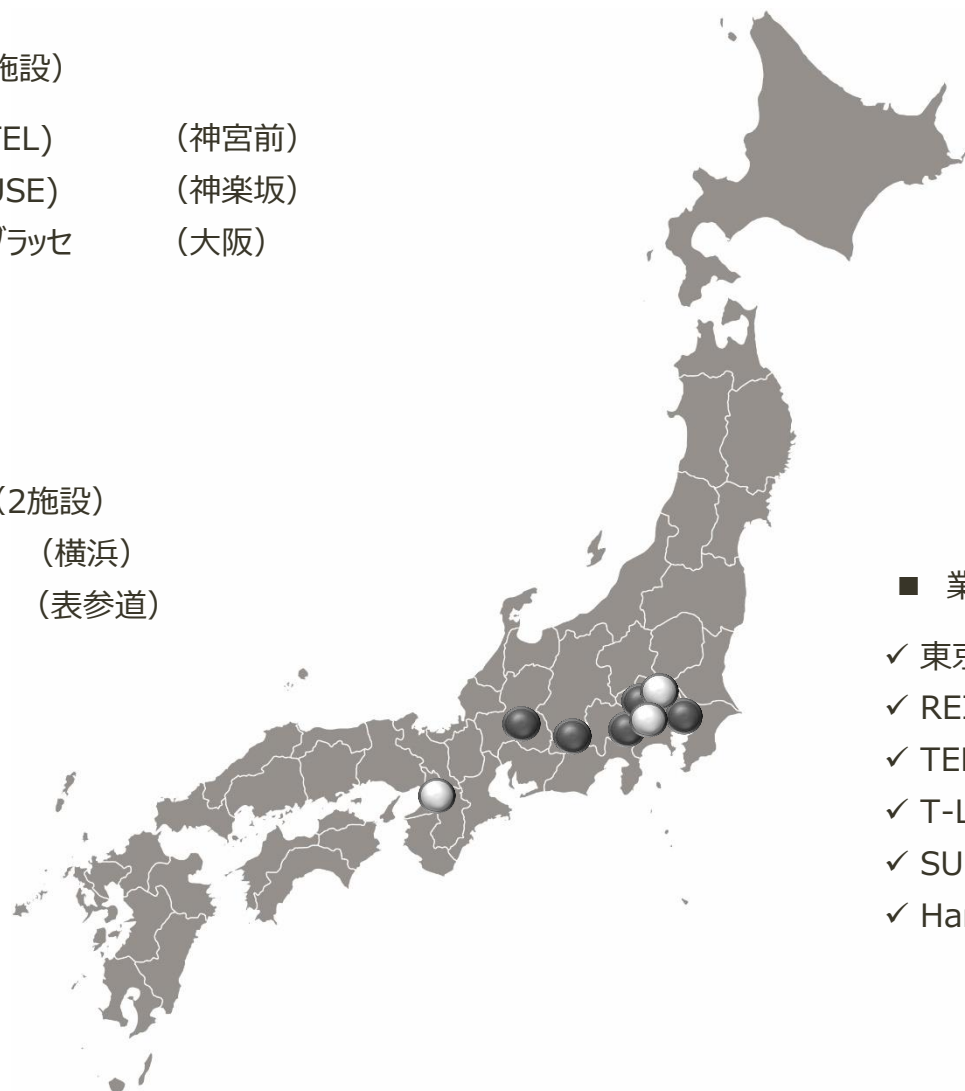
■ 直営ホテル（3施設）

- ✓ 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（6施設）

- ✓ 東京會舘 (丸の内)
- ✓ 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3月31日現在)

