

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2022 年 3 月期第 2 四半期決算説明

2021 年 11 月 17 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 月期第 2 四半期決算説明		
[決算期]	2021 年度 第 2 四半期		
[日程]	2021 年 11 月 17 日		
[ページ数]	26		
[時間]	15:30 – 15:48 (合計：18 分、登壇：18 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）		

登壇

岩瀬：株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの岩瀬でございます。

2022年3月期第2四半期の決算についてご説明をいたします。

この第2四半期はご承知の通り、全期間にわたり、緊急事態宣言等が発出されておりました。特に8月20日以降に、対象地域がこれまでになく広がったことで、挙式日の延期を選択するお客様が多くなり、業績に大きな影響を与えることになりました。

T&G TAKE and GIVE NEEDS

エグゼクティブ・サマリー

1 緊急事態宣言の影響を受けながらも、 利益は、業績予想を上回り、最終損益は黒字確保

■ 売上高	18,004百万円	(業績予想差異 ▲1,995百万円)
■ 営業利益	△119百万円	(業績予想差異 +181百万円)
■ 最終利益	445百万円	(業績予想差異 +995百万円)

※業績予想差異は、2021/5/13発表のレンジ形式業績予想「上限値」との差異となります。

2 2022年3月期 通期連結業績予想を修正

- 2022年3月期 通期連結業績予想（2021年11月11日発表）
売上高 38,000百万円 営業利益 800百万円 経常利益 300百万円 当期純利益 400百万円

3 東証 新市場区分「プライム市場」へ申請 更なる企業価値向上に向け、長期経営方針を策定中

4

それでは最初に、サマリーとして3点。

1点目、第2四半期は冒頭でもお話しした通り、2021年7月に発出された緊急事態宣言が長期化し、かつ対象地域が大幅に広がったため、非常に苦しい四半期でしたが、単価増、コスト削減など、細かな対応を積み重ねることで、上期公表数字を上回る結果を出すことができ、当期純利益は黒字を確保いたしました。

2 点目、2022 年 3 月期の業績を修正しました。詳細は後ほどご説明をいたします。

3 点目、東京証券取引所の市場再編に伴い、当社はプライム市場を選択申請いたしました。

また、2018 年に発表した長期方針「EVOL 2027」は、新型コロナ影響による大幅な環境変化に伴い、刷新が必要となりましたため、新たに策定中です。近日中に発表できるよう進めております。

I 1. 連結 損益計算書 概要

T&G TAKE and GIVE NEEDS

2022年3月期上期の最終損益黒字

単位：百万円	2022/3 上期実績	前年同期		前年同期差異要因
		実績	増減	
売上高	18,004	6,183	(※1)11,820	■ 売上高 (※1) 前期比 +11,820百万円 ✓ 前年同期4-5月は、営業自粛 ✓ 取扱組数、平均単価は緩やかに回復傾向 ■ 販管費 (※2) 前期比 ▲313百万円 ✓ 海外・リゾートウェディング事業譲渡 ▲2,664百万円 ✓ 取扱組数増に伴う営業活動費増加 +2,977百万円 ※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▲2,756百万円となります。
■ 国内ウェディング事業	17,783	3,846	13,936	
TRUNK (HOTEL)	1,361	198	1,163	
■ 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	221	270	-48	
売上総利益	11,635 64.6%	3,964 64.1%	7,670 0.5pt	特別利益 ✓ 雇用調整助成金等の新型コロナ関連補助金(676百万円)
販管費	11,754 65.3%	12,067 195.2%	(※2)-313 129.9pt	
営業利益	△119 -	△8,103 -	7,983 -	
経常利益	△373 -	△8,380 -	8,006 -	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	445 2.5%	△13,159 -	13,604 -	

%は売上高比

6

それでは、連結の損益計算書の概要につきましてご説明いたします。

売上高は180億400万円。売上総利益は116億3,500万円となりました。販売管理費は117億5,400万円となり、前年同期比3億1,300万円の減少となります。販売管理費の削減は、小さなオペレーションの見直し等を積み重ねた結果となります。

詳細につきましては後ほどご説明をいたします。

緊急事態宣言の長期化による第2四半期の取扱組数、単価の減少を販管費の削減で補完し、結果として、営業損益は1億1,900万円の赤字となり、当初計画を上回った着地となりました。

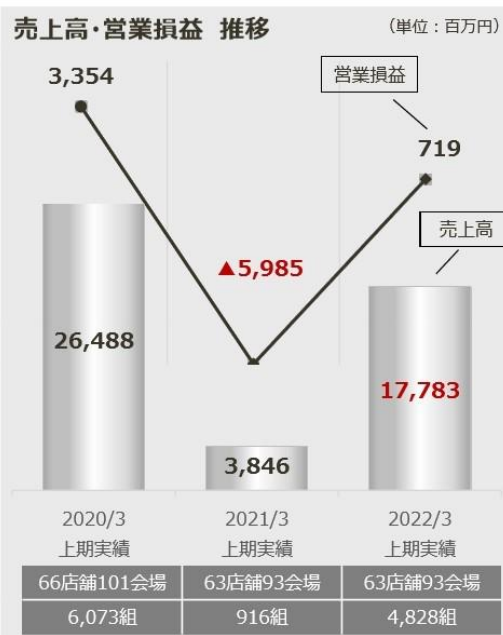
経常損益は、3 億 7,300 万円の赤字。四半期純利益は、雇用調整助成金など、特別利益の計上もあり、4 億 4,500 万円の黒字となりました。

I 2. 国内ウェディング事業 内訳

T&G TAKE and GIVE NEEDS

取扱組数、平均単価は緩やかに回復傾向

単位：百万円	2022/3	前年同期	
	上期実績	実績	増減
売上高	17,783	3,846	13,936
直営店婚礼（TRUNK含）	16,666	3,171	13,492
■取扱組数（組） ※1	4,828	916	3,912
■平均単価（千円） ※2	3,470	3,378	92
■平均人数（人） ※2	48.4	46.1	2.3
コンサルティング	314	124	190
宿泊、レストラン、等	802	548	254
売上総利益	11,441	2,360	9,080
	64.3%	61.4%	2.9%
営業利益	719	△5,985	6,705
	4.0%	—	—



(※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

(※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

7

次に、国内ウェディング事業の内訳についてご説明いたします。

売上高は 177 億 8,300 万円、前年同期比 139 億 3,600 万円のプラスとなりました。

取扱組数は 4,828 組、前年同期比 3,912 組のプラス。平均単価は、人数が 2.3 名増加し、347 万円、前年同期比 9 万 2,000 円のプラスとなりました。

売上総利益、営業利益は記載の通りです。

I 3. 連結業績予想と実績の差異

コスト削減により、利益は業績予想を上回る

	2022/3 第2四半期（累計）		
単位:百万円	実績 (A)	5月発表予想 (B)	差異 (B-A)
売上高	18,004	19,500 ～20,000	-1,495 ～-1,995
営業利益	△119	△650 ～△300	+531 ～+181
経常利益	△373	△950 ～△600	+577 ～+227
当期利益	445	△900 ～△550	+1,345 ～+995

業績予想差異要因

■ 売上高

- ✓ 取扱組数（業績予想比 ▲463組）※1
 - ・ 緊急事態宣言の対象地域拡大により、7-9月挙式が約500組延期
- ✓ 平均単価（業績予想比 +52千円）※1
 - ・ コロナ禍の需要を踏まえた新商品開発及び各種商品の販売強化

■ 販管費

業績予想比 ▲1,156百万円

- ✓ 取扱組数の減少による変動費減
- ✓ 行動制限影響（新規集客減）を踏まえ、営業活動費を最適化
- ✓ 業務のデジタル化により、期初予想から定員数が減少
- ✓ 不要不急のコストを再抑制

■ 特別利益

業績予想比 +393百万円

- ✓ 5月発表予想は、4月末申請済分までの助成金を加味
実績は、5月以降申請分を計上

※1. 2021/5/13発表のレンジ形式業績予想「上限値」の差異となります。

8

次に業績予想との差異についてご説明いたします。

5月に発表した業績予想との差異はご覧の通りです。

7月に発出された緊急事態宣言は、8月初旬までは従来の予測の範囲内でしたが、対象地域が全国に拡大し、期間も長期化したことで、第2四半期は期間中全てが緊急事態宣言等の行動制限を課された状態となり、取扱組数、単価とも厳しい状況となりました。

結果、売上高は上期の業績予想を下回りましたが、昨年から継続して取り組んでいるコスト削減の結果、営業利益以下、全ての段階利益において業績予想を上回る着地となりました。

行動制限対象地域の拡大で、7-9月予定の挙式延期が発生



9

次のページに、今回の緊急事態宣言の影響を過去の緊急事態宣言と比較し、対象地域、店舗数の違いなどを含めてまとめております。

記載の通り、この第2四半期においては90%以上の会場が対象地域となりました。

都心部は、2回目、3回目の宣言において対象となっていたこともあり、お客様の影響に大きな変化はございませんでした。しかしながら、地方部においては影響が大きく、全体として、7月第1週目には2,700組を超える受注残がございましたが、約500組のお客様が下期以降に日程を延期されました。

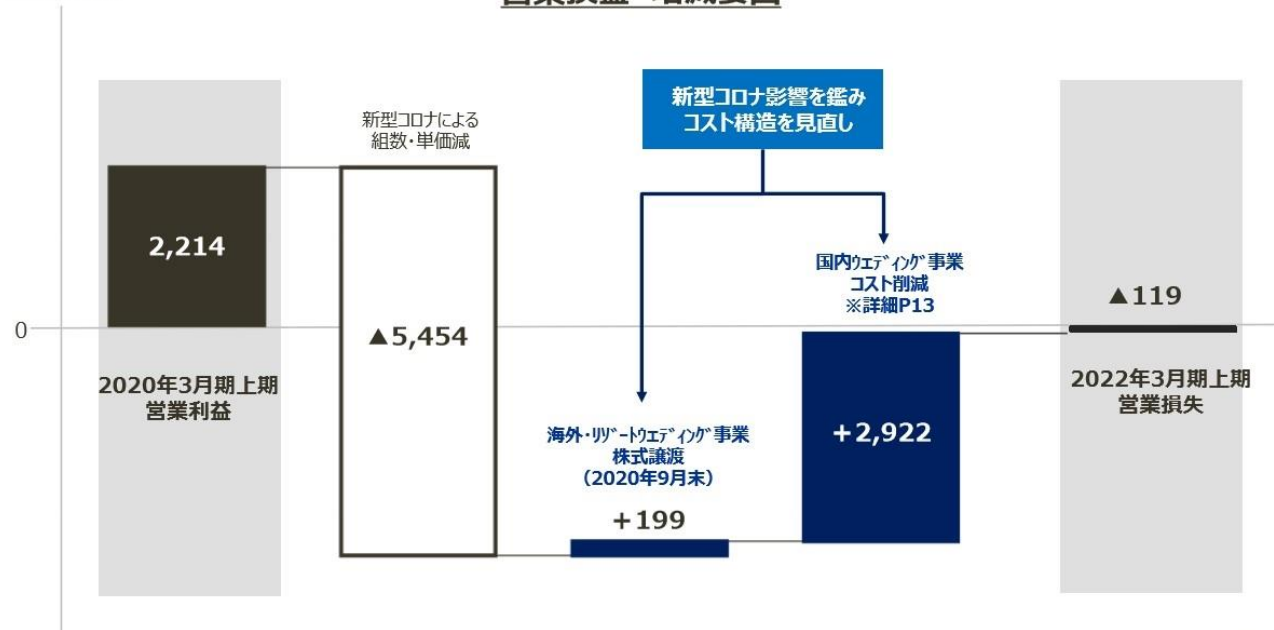
I 4-1. 新型コロナ影響前比較 営業損益変動要因

前年（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年（20/3期）と比較しております

コスト構造の見直しにより、筋肉質な経営体質へ転換

単位：百万円

営業損益 増減要因



10

ここからは第2四半期の業績について、新型コロナ影響を受ける前の2019年度実績と比較し、ご説明いたします。

まず営業損益の増減はご覧の通りです。

新型コロナ影響によるマイナスは、54億5,400万円と多額におよびますが、海外リゾートウェディング事業の株式譲渡による1億9,900万円の営業利益改善、また、前期より取り組んできたコスト削減効果29億2,200万円によって、緊急事態宣言下における営業損失を最小化することができたと考えております。

I

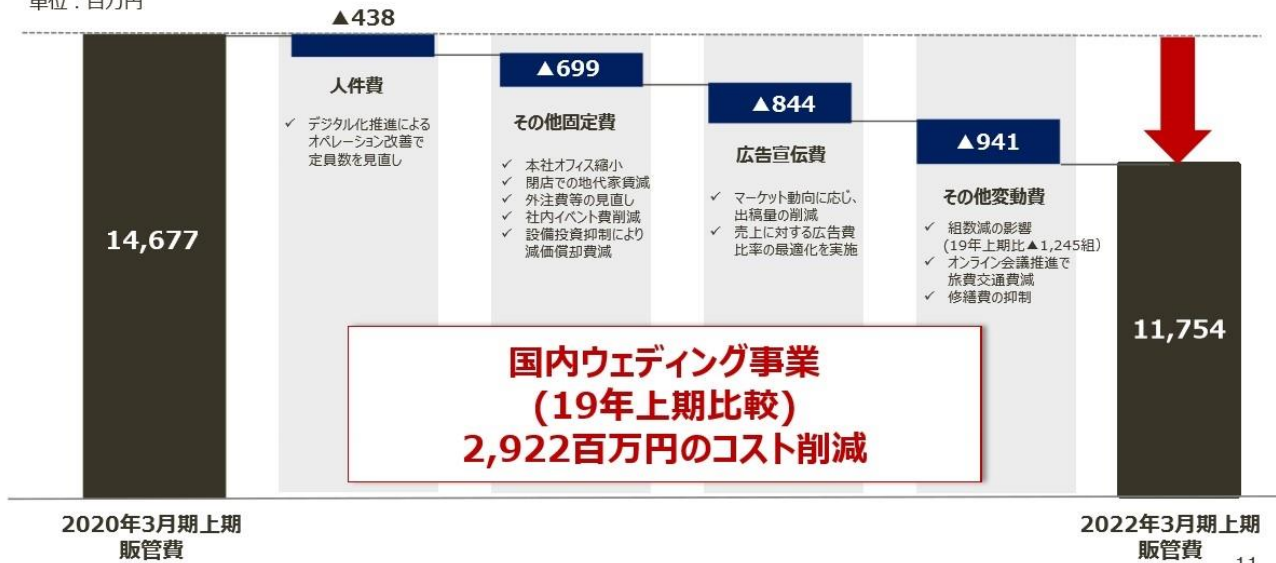
4-2. 新型コロナ影響前比較 販管費変動要因

前年（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年（20/3期）と比較しております

新型コロナ前の前々期比 19.9%減

国内ウェディング事業 販管費変動額

単位：百万円



11

コスト削減額、29 億 2,200 万円の内訳につきましては記載の通りです。

組数減少に伴う変動費以外にも、緊急事態宣言等が長期化することが懸念される中、早い段階からコスト抑制の動きが取れたこともあり、2019 年度比で約 20%の削減となりました。

I 5-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

総資産は507億円（2021年3月末比 +21億円）

単位:百万円	2021/3末	2021/9末	増減	主な増減要因
流動資産	7,912	10,554	2,642	■ 現金及び預金 +2,306百万円 ✓ 優先株式発行による30億円増資
現金及び預金	4,594	6,900	2,306	
固定資産	40,665	40,209	-455	
有形固定資産	32,214	31,308	-905	
無形固定資産	256	198	-57	
投資その他資産	8,194	8,702	508	
資産計	48,578	50,764	2,186	

12

次に、連結の貸借対照表につきましてご説明いたします。

前期末と比較して、総資産は21億8,600万円増加をいたしました。主に、優先株式発行によるものです。

I 5-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

第三者割当による優先株式発行で 自己資本比率20.7%（2021年3月末比 +5.8%）

単位:百万円	2021/3末	2021/9末	増減
負債合計	41,340	40,260	-1,079
流動負債計	22,345	23,748	1,402
短期借入金	11,105	10,520	-584
(一年内) 長期借入金	4,689	4,479	-209
固定負債計	18,995	16,512	-2,482
長期借入金	13,992	11,668	-2,323
純資産計	7,237	10,503	3,266
負債・純資産計	48,578	50,764	2,186
有利子負債	29,788	26,669	-3,118
自己資本比率	14.9%	20.7%	5.8%

主な増減要因

- ✓ 長期借入金 ▲2,323百万円
- ✓ 株主資本 +3,295百万円

資本増強策

第三者割当 優先株式発行による30億円の増資
2021年4月20日 払込完了

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 31 億 1,800 万円減少いたしました。金融機関からも継続的な支援を得られており、優先株発行と相まって、当面の資金繰りは安心していただける状況となっております。

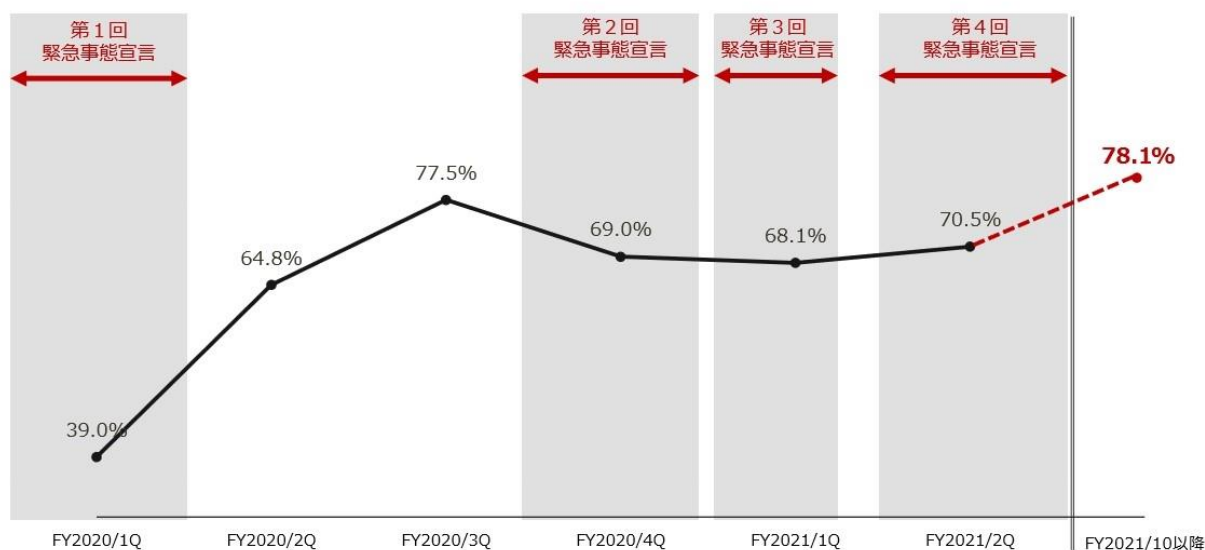
II

1-1. 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 足元緩やかに回復

【割合】 新規問合せ数 2019年同期比



※ FY2020/1Q～3Q : FY2019/1Q～3Q比較
FY2020/4Q～FY2021/2Q : FY2018/4Q～2019/2Q比較

15

続きまして、2022年3月期の通期連結業績予想についてご説明をいたします。

まずは、足元の状況をご説明いたします。

前提として、このスライド以降は、コロナ影響を受ける前の、2019年度実績と比較した数値を開示しております。

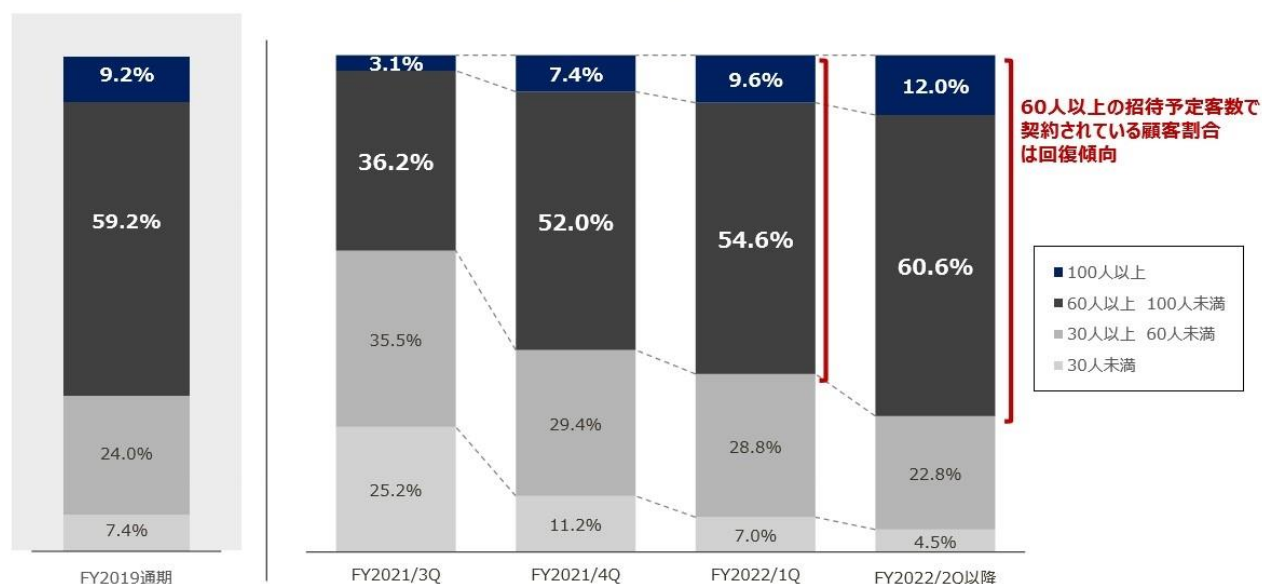
新規問合せ数は、緊急事態宣言の影響を受け、昨年から2019年度比70%前後の数値で推移しております。コロナ禍の行動制限により、ご両親への挨拶や、挙式日の相談等を延期する方が多いことが一因だと考えております。

できる限り直近の状況を開示するため、四半期推移に加えて、10月から11月初旬の数値も開示しております。

2022年度以降の招待予定客数は、従前と同水準

【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



16

こちらのグラフは、当社式場で挙式を申し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です。

お申し込み時期は、2021年4月以降となっています。

ご覧いただいておりますように、挙式日が先になるにつれ、60名以上、100名以上の招待客の挙手割合は増加しており、この数値は、新型コロナ前の2019年度の数値と比較して遜色はございません。

当社がターゲットとする顧客層は、新型コロナ前と同様に、大人数帯での披露宴を希望されていることが、お分かりいただけると思います。

II

1-3. 足元の状況_受注残組数

前年（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年（20/3期）と比較しております

挙式日延期分の一部は、来期以降へ

【割合】 受注残組数 2019年同時期比



※ 2019年11月1週時点の「受注残組数」を100%とした場合の2021年11月1週時点「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（2021年11月1週時点 直営店63店舗93会場）

17

直近 11 月 1 週目時点での受注残組数は、グラフのような状況です。

先ほどご説明しました通り、行動制限の広域化、長期化により、新規問い合わせ数は回復が遅れました。

但し、今期施行予定のお客様が来期へ延期になったこと、さらにキャンセル発生率はわずかであったため、現状も、来期以降の受注残はコロナ前の 2019 年度同時期と比較し、100%以上を維持できています。

業績予想修正 全ての段階利益で黒字を確保

	第2四半期累計		通期			
単位: 百万円	前年同期 実績 (A)	2022/3 実績 (B)	前年実績 (A)	2022/3 予想		
				5月発表 (B)	今回発表 (C)	増減額 (C-B)
売上高	6,183	18,004	20,044	42,000 ～45,000	38,000	-4,000 ～-7,000
営業利益	△8,103	△119	△11,191	600 ～2,500	800	+200 ～-1,700
経常利益	△8,380	△373	△11,687	0 ～1,900	300	+300 ～-1,600
当期利益	△13,159	445	△16,214	△700 ～800	400	+1,100 ～-400

業績予想の前提

新型コロナ再拡大（第6波等）により、緊急事態宣言等が発令され、再度、全国広域にわたる長期的な行動制限が要請された場合の影響値は、織り込んでおりません。

18

これら足元の状況を踏まえて、通期の業績予想を修正いたしました。

上期の業績は5月発表の予想を上回りましたが、例年であれば、多くの新規受注をいただくお盆、シルバーウィークを含んだ、8月、9月に広い範囲で行動制限を受けたことで、当初予想と比較し、通期で1,000組の取扱組数の減少を見込み、売上高を修正いたしました。

一方で、コスト削減は継続し、予想を上回るスピードで結果が出ていることから、全ての段階利益においては、当初予想で発表したレンジ内となる見込みです。

なお、第2四半期に発生したような全国広域にわたる、長期的な強い行動制限がかかることは、現段階では予想に織り込まず算出をしています。

売上減少を、継続的なコスト削減で補完
当初業績予想レンジ内で、全ての段階利益を確保

単位： 百万円	2022/3 通期			増減要因 (当初業績予想上限値からの増減)
	当初 業績予想	今回 業績予想	増減額	
売上高	42,000 ～45,000	38,000	-4,000 ～-7,000	- 取扱組数 ▲約1,000組 -上期 挙式日延期影響 ▲463組（前章参照） -下期は、上期からの挙式日延期分が加算されているものの、新規受注による積み上げが想定を下回る。 - 単価 ▲約100千円 -新型コロナ影響により少人数挙式を予定している顧客が、下期に多く延期しているため、保守的に修正。 - その他、レストラン事業やホテル事業の回復遅延影響を加味。
営業利益	600 ～2,500	800	+200 ～-1,700	- 売上高の減少に伴う売上総利益 ▲約4,000百万円 - 各種構造見直しにより、販管費を大幅削減 ▲約2,000百万円
経常利益	0 ～1,900	300	+300 ～-1,600	営業利益からの段階的影響
当期純利益	△700 ～800	400	+1,100 ～-400	雇用調整助成金 +約500百万円

19

次に、業績予想の前提を表にまとめております。

先ほど申し上げました通り、取扱組数は、当初予想よりも通期で約 1,000 組の減少を見込んでおります。また、長引く新型コロナ影響により、招待客数を制限されたお客様が下期に延期されたことを踏まえ、単価は当初予想から約 10 万円減少すると見込んでおります。

これらのトップラインの減少を、コスト削減の継続で補完し、当初予想のレンジ内で段階利益を確保いたします。

II 3. 配当予想

期末配当 未定

	1株当たりの配当金		
	第2四半期末	期末	年間合計
2022年3月期 (予想)	0円	未定	未定
2021年3月期 (前期)	0円	0円	0円

20

通期配当予想は、このような業績状況から、引き続き未定といたします。

プライム市場を選択申請

(現況 当社試算)

	株主数 (人)	流通株式数 (株)	流通株式 時価総額 (億円)	流通株式比率 (%)	売買代金 (億円)
当社の状況 (2021年9月30日時点)	4,590	102,936 ※ ¹	105.87 ※ ²	78.8	1.4
プライム市場 上場維持基準	800	20,000	100	35.0	0.2
達成状況	○	○	○	○	○

※¹ 流通株式数

移行基準日時点（2021年6月30日）における東証からの一次判定では、流通株式とみなされていなかった事業法人株式に関して、一部株主から純投資目的の保有である旨の申告を受け、売買実績も確認。よって当社から東京証券取引所へは、当該株式の流通株式算入を二次申請し、当該事業法人からは大量保有報告書の提出等、適切な手続きを進行中。手続き後の流通株式数の当社試算。

※² 計算に用いた株価

2021年7月から9月の当社株式最終価格平均値 1028.6円

21

次に、東京証券取引所の再編についてです。

当社は、プライム市場を選択いたします。記載の通り、当社資産では、9月末時点において全ての基準値を満たしておりますが、継続のため、一層の企業価値向上が必須と考えております。最初に申し上げました通り、長期経営方針、成長戦略の策定に現在注力しておりますので、株主の皆様へできる限り早く公表できるよう進めてまいります。

業界を代表し、内閣府、自治体に働きかけ 行動制限緩和に向けた実証実験を実施

結婚式場の行動制限（例）

酒類提供の禁止	収容制限（上限50人）
20時迄の営業時間短縮	宴会時間短縮（90分以内）

制限緩和に向けた実証実験を実施

実証実験の内容

- 1 開宴前** 来館者全員の「ワクチン接種証明」もしくは、「PCR検査の陰性」を確認

- 2 披露宴** 万全な感染防止対策の環境で酒類提供を可とした披露宴を実施

- 3 閉宴後** 体調、実証実験の是非を事後アンケート




来館時には、事前に確認済みのワクチン接種証明書を照合。

23

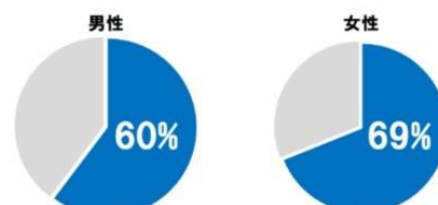
次に、アフターコロナを見据えた取り組みに関しましてご説明いたします。

報道でも、飲食店やイベントの実証実験がスタートしているとありますが、ブライダル業界としても、今後、感染拡大時の行動制限に対する緩和策を目的とし、政府や自治体に積極的に働きかけ、実証実験を行っております。

未婚少子化対策として、業界支援を政府へ提言

[illegible]

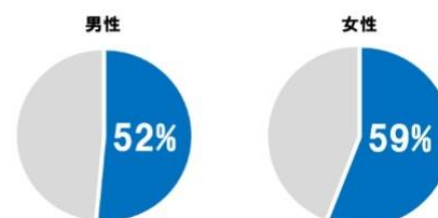
結婚式への参加後に結婚意欲が高まった未婚者



20代未婚者が結婚式に参加後、「結婚したい気持ちが高まった」と答えた割合

出所：「結婚式の影響性調査」（リクルートブライダル総研）

結婚式への参加後に子どもを持ちたい意欲が高まった未婚者



20代未婚者が結婚式に参加後、「子供を持ちたい気持ちが高まった」と答えた割合

出所：「結婚式の影響性調査」（リクルートプライダル総研）

24

同時に、政府関係者へ業界支援を提言するなどの動きも、業界を挙げて推進をしております。

高品質を追求した「オンライン参列商品」を販売開始 参列者の増加による婚礼単価向上を図る

オンライン参列商品	
商品名	(EN)ISHI
商品内容	1. 挙式・披露宴のLIVE配信 (販売価格 50,000円 ～ 98,000円) 2. 料理、引き出物の宅配 (販売価格 1名 25,000円)
商品の魅力	専属スタッフ 2名配置 リアル会場との一体感を追求し、 専属カメラマン・オペレーターが、 オンライン参列者を常時フォロー
	高品質な音声 著作権問題となるBGMやノイズを排除。 フリー音源を代用しながら、 マイク音声をダイレクトに配信
	料理・引き出物 宅配 婚礼日直前に宅配。 リアル会場の参列者と変わらない おもてなしを提供



オンラインとリアルを融合したハイブリッド型の新しい結婚式のカタチを提案。
遠方の方、ご年配の方、小さなお子様がいる方など、これまで欠席せざる得なかった方が、参列頂ける環境を創ります。



ハウスウェディング直営店のシェフ手作りのフランス料理13品をオンライン参列者のご自宅にお届けします。

25

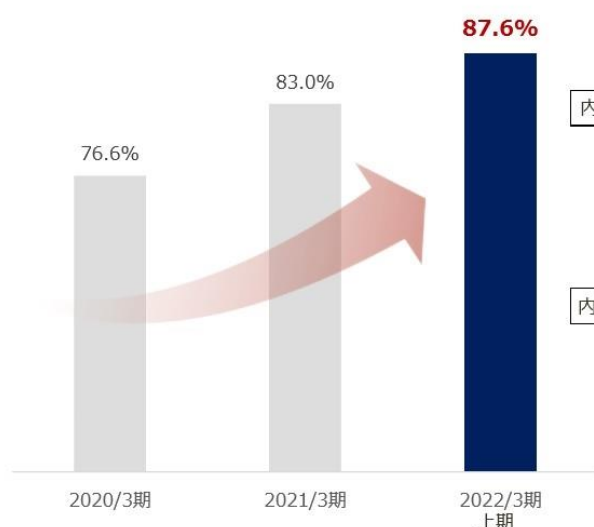
こちらは、前回決算時にご説明した内容の再掲になります。

単価向上施策の一つとして、オンライン参列商品の販売を推進しております。

衣裳、装花の内製化を拡大 内製率は着実に上昇

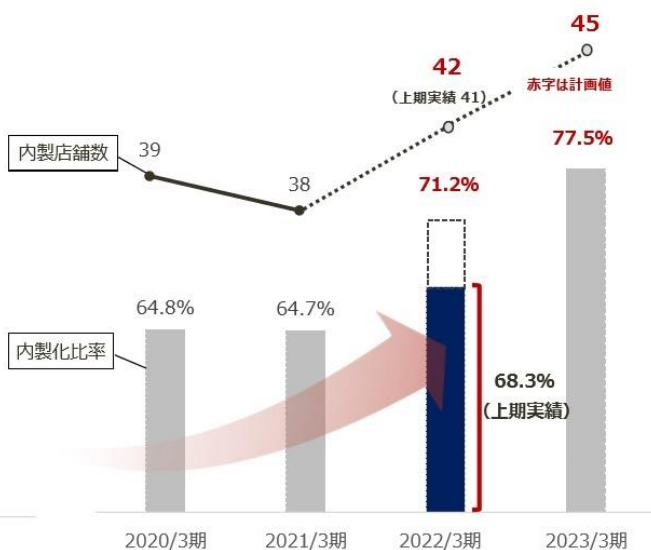
衣裳 内製化比率

内製化比率（＝内製化した店舗の衣裳受注件数 ÷ 取扱組数）の推移をグラフ表示



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



26

このページでは、内製化による利益率向上政策の影響を開示しております。

衣裳については、主に関東、関西地区の対象地域での内製化比率を表しています。装花は、全国での取扱組数を分母として内製化比率を表しています。

今期から来期にかけ、7店舗増やす計画であり、足元は計画通りに推進をしております。

第一種優先株主「農林中央金庫」と連携開始

当社は、第一種優先株主である農林中央金庫と、婚礼食材の調達に関して、質の向上・原価効率化を目指した協議を進めてまいりました。この度、宮崎県産「都農ワイン」、愛媛県 宇和島産「養殖鯛」の商品取引契約が締結いたしましたので、お知らせします。

今後も、全国37都道府県63店舗の婚礼施設において、高付加価値な商品、サービス展開をすべく、各地域の食材を活かした婚礼メニューを強化し、地域の生産者を支援することで、地域活性化に貢献していきたいと思っております。

宮崎 都農町産「都農ワイン」

- ✓ 世界最大規模のワイン品評会（IWC）4年連続入賞
- ✓ 「宮崎産の都農ぶどう」のみを使用
- ✓ 甘くフルーティな味わいが特徴



2021年に開催された世界的ワイン品評会（IWC）で受賞したワイン

愛媛 宇和島産「養殖鯛」

- ✓ ミネラル豊富な宇和海により、脂ののり引き締まった身が特徴
- ✓ 愛媛県は養殖鯛の生産量が日本一
- ✓ 仕入コスト4.7%圧縮 ※対象となる一部店舗の仕入れコスト



黒潮が流れ込み、ミネラル豊富な宇和海の養殖漁場と現地の漁業生産者の様子。

27

次に、増資をお引き受けいただいた農林中央金庫様との連携についてです。

当社は、年間約1万組の結婚式をお手伝いさせていただいており、食材の仕入れも非常に大きな量になります。農林中央金庫様の独自ネットワークを活用させていただき、仕入れの効率化はもちろん、より高品質な商品提供を目指していきたいと考えています。

このような連携で、日本全国から特色ある食材を仕入れることで、生産者の方々に応援し、地域活性化につながる動きを今後も続けていきたいと考えております。

TRUNK (HOTEL)

高いデザイン性、品質が評価され、世界的アワードを受賞

2021 Travel & Hospitality Awards

旅行&ホスピタリティ業界における世界的アワード。
Asia Hotels and Tours部門で、日本のDesign Hotel of the Yearに選出

Travel & Hospitality Awards とは？

ロンドンを拠点とし、ホテル、レストランやスパをはじめ、全世界の旅行&ホスピタリティに携わるビジネス・カテゴリーを表彰するグローバル・アワード。
審査委員会では、サービスの質、デザイン、経験、コンテンツに加え、お客様の声を評価基準としている。

ANNUAL WORLD LUXURY HOTEL AWARDS

ラグジュアリーホテルを表彰する世界的アワード
第15回目開催の国別カテゴリーで日本を代表するブティックホテルに選出

WORLD LUXURY HOTEL AWARDSとは？

2006年に設立され、ラグジュアリーホテル業界において世界的に権威あるアワード。毎年、30万人以上の旅行者、業界関係者の一般投票で表彰ホテルが決定する。ラグジュアリー分類に限定し、ビーチリゾート、スキーリゾート、ブティックホテル、ゲストハウス、シティホテルなど様々な形態のホテルのホスピタリティ、施設、サービスを評価。

28

ホテル事業の TRUNK は、コロナ禍においても、感度の高い海外メディア、ホスピタリティ産業における各種アワードから高い関心をいただいております、前期に引き続き、新たに世界的なアワードを受賞することができました。

最後に、11日の決算発表後、投資家の方々からいただいた代表的なご質問に回答をいたします。

一つ目、新規問合せの11月に入ってから回復度合いはどうかというご質問です。

9月末の緊急事態宣言解除後、週を追うごとに回復傾向にあります。コロナ前の状況への完全回復にはまだ時間を要すと考えておりますが、緩やかに回復基調であることを感じています。

二つ目、販売管理費の削減は継続性があるのかというご質問です。

現状、コロナ禍での業績の不確実性を踏まえ、不要不急のコストを全て抑制してまいりました。そのため、収束後、通常の営業活動に戻れば、組数に連動する費用をはじめ、増加するコストはございます。ただ、コロナ禍を契機にコスト構造を見直し、筋肉質な体制がつくれていることは確かです。

現状、継続性を感じている削減項目は、大きく三つございます。一つ目、業務の効率化を進め、各店舗の店員・人員の削減が可能になっていること。二つ目、オンラインでのコミュニケーションを推進し、定着したことで、本社賃料削減と、採用、研修、およびマネジメントにおける出張機会が見直されたこと。三つ目。コロナ禍を経て、従来、出稿量を競い合うことで増加傾向であった広告費が、同業他社様も含めて適正に見直しが図られていること。この3点については、継続性が高いと考えております。

三つ目、通期の業績予想修正の前提を詳細に教えてほしいというご質問です。

まず、5月発表時の業績予想の前提についてお話をいたします。上限値は、4月25日に発出された緊急事態宣言が5月末で解除され、その後は回復基調となることを想定していました。一方、下限値は、第3回の緊急事態宣言解除後も再度、同程度の行動制限を伴う宣言が発出されることを想定しておりました。

今回は、下限値で想定していた以上の期間、地域に行動制限が発生しており、売上高は下方修正しておりますが、先ほどご説明しました通り、コスト削減が想定以上に結果が出ていることもあり、段階利益は5月発表予想のレンジ内を確保できると考えております。

以上でございます。

現在は、感染防止対策は引き続き行っているものの、人数の規制緩和、アルコールの提供など、幸いなことに、お客様のご希望に沿った結婚式が提供できるようになってきております。一組一組の結婚식을大切にしながら、業績回復を目指してまいります。引き続き、ご支援のほど、よろしくお願いいたします。

本日はご視聴いただき、ありがとうございました。

