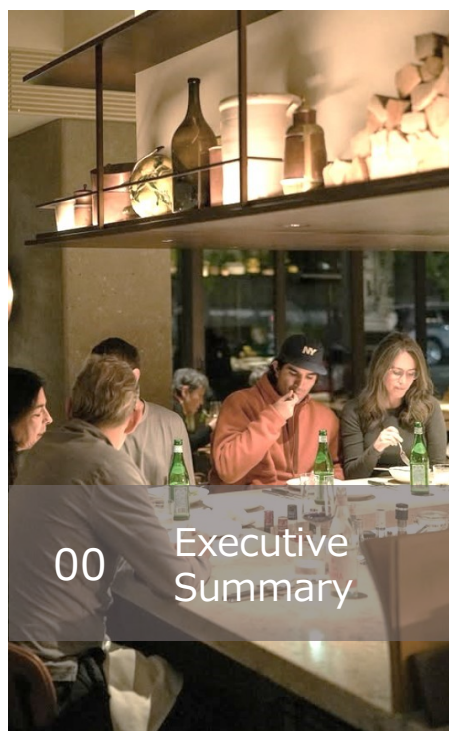


岩瀬:株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの岩瀬でございます。2025 年 12 月期第 1 四半期の決算について、ご説明いたします。

最初に、決算のポイントをエグゼクティブサマリーとしてまとめています。



2025年12月期の方向性と実績サマリー

1 成長ドライバーであるホテル事業伸長への注力

- 平均客室単価 97,952円（前年同期比15,134円増）*
マーケットは、訪日外国人旅行者消費単価が為替影響で低下する中でも、TRUNK(HOTEL)は、高い稼働率・外国人比率を維持しながら、平均客室単価向上。
- 海外出店のための準備開始。International Presidentを招聘

2 ウェディング事業 広告投資の最大化を追求

- Q1実績は前年同期比減収減益ながら、予算超過でスタート
- 件数確保のため思い切った広告投資を実施。問合せ数前年比100%超過を継続
- 継続的に単価向上。前年比3.0%増
- インバウンドウェディング、他社婚礼運営受託（コンサルティング）等、利益率が高くアセットライトな周辺ビジネスへの取り組みを一層強化

3 経営合理化、グローバル展開に向けて決算期変更

- 3月期→12月期に変更。2025/12月期は9ヶ月の変則決算
- ホテル事業を中心とした海外展開への備え

* 当該四半期は、TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARK（渋谷区恵比寿）がグランドアップ工事中で4月から6月までの宿泊サービスを一時的に停止したため、TRUNK(HOTEL) CAT STREET（渋谷区神宮前）のみの数値

©TAKE and G
NEEDS Co., Ltd.

3

1 点目、成長ドライバーであるホテル事業は極めて好調です。昨今は、為替影響などで訪日外国人旅行者の消費単価が低下しているというニュースもございますが、TRUNK ホテルは平均客室単価が引き続き伸びています。

2 点目、ウェディング事業においては、期初申し上げた通り、集客のための広告投資を積極的に行い、当社は前年比 100%を超過する問合せを獲得することができています。

ただし、マーケット環境は今後も厳しい状況が続くと予想されますので、取り扱い件数の減少を、単価の伸長、コンサルティング事業など、直営店以外の領域での利益増加により、補填してまいります。

3 点目、既に発表しております通り、決算期を変更いたしました。この進行期は 9 カ月間の変則決算となります。

それでは、連結業績、各種指標の詳細をご報告いたします。

01-1. 2025年12月期 第1四半期 業績ハイライト

- 第1四半期業績は前年同期比で減収減益だが、予算超過でスタート
- 広告出稿再強化および人材への成長投資の影響で、営業利益は前年同期比減
- 婚礼単価は上昇を継続。足元の受注状況順調であるため連結業績予想に変更なし

単位：百万円 %：売上高比	2025/3 Q1実績	2025/12 Q1実績	増減	YoY	2025/12 通期予想
売上高	11,228	11,100	-127	-1.1%	35,450
売上総利益	7,481 66.6%	7,504 67.6%	+22	+0.3%	-
販管費	6,882 61.3%	7,492 67.5%	+609	+8.9%	-
営業利益	598 5.3%	12 0.1%	-586	-98.0%	1,850 5.2%
経常利益	478 4.3%	-125 -	-603	-	1,450 4.1%
当期純利益	605 5.4%	-43 -	-648	-	500 1.4%

先ほど申し上げました通り、婚礼の問合せ数確保のため、今期は最大限の広告投資を行い、かつ、今後のホテル事業成長の準備のための投資があり、前年よりも6億円近く販管費が増加したため、第1四半期は営業利益以下、減益となっています。

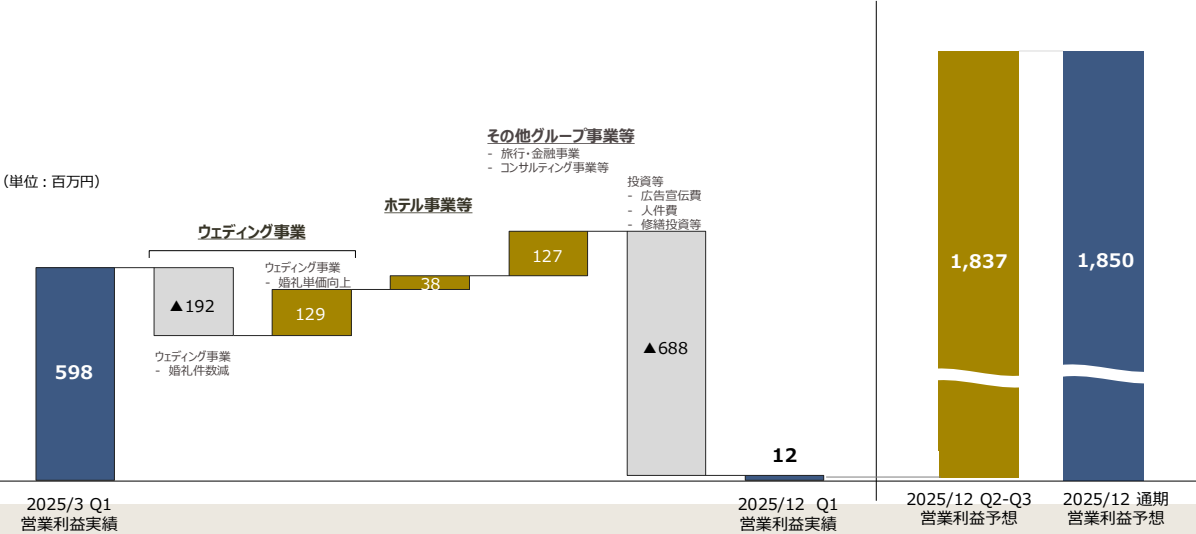
婚礼の取り扱い件数は減少しておりますが、その分、婚礼単価が伸び、ホテル事業も好調であるため、売上高は前年同水準で推移しています。

売上高の1億2,700万円の減収は、TRUNK ホテル YOYOGI PARK のグレードアップ工事のため、一時的な宿泊サービス休止によるもので、継続的な影響はございません。

今申し上げた、営業利益の前年比増減詳細を、こちらのグラフでまとめています。

01-2. 2025年12月期 第1四半期 営業利益 前年同期比詳細

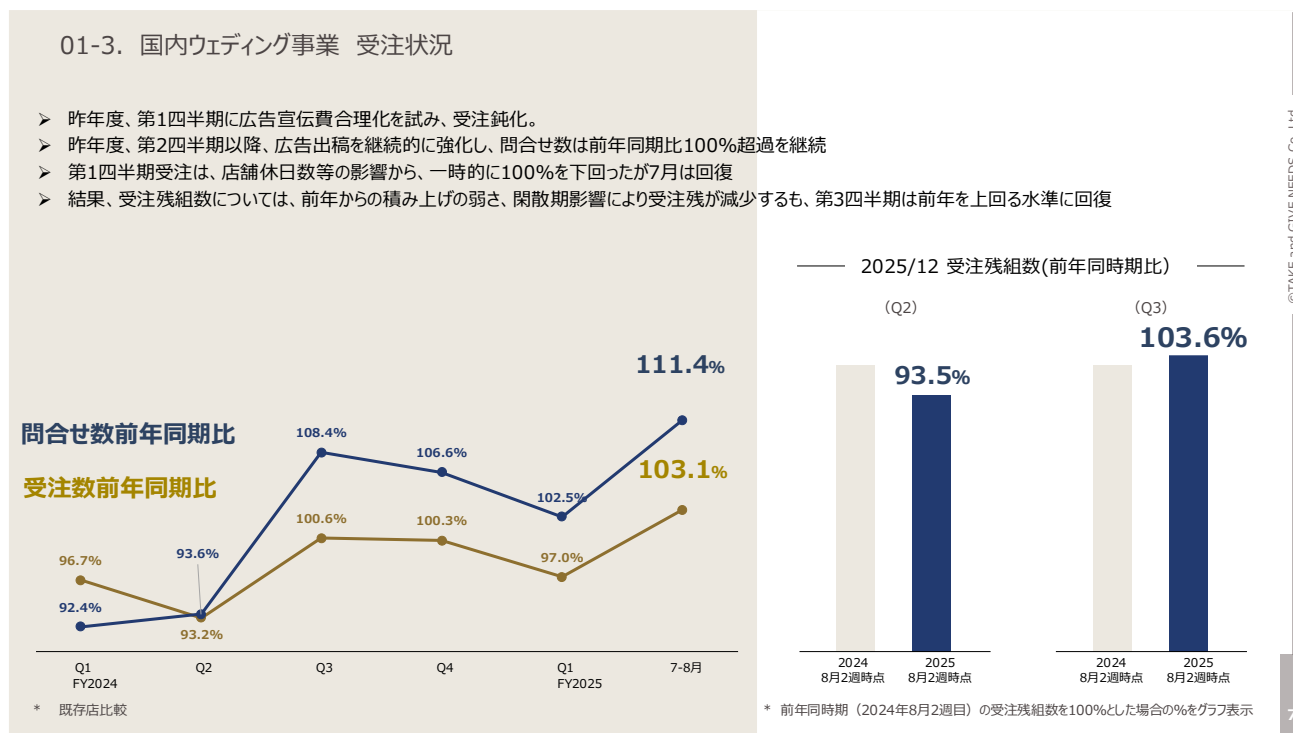
- 婚礼取扱件数の減少を、単価向上、コンサルティング事業等其他事業、及び成長ドライバーのホテル事業で補填
但し、第1四半期は集客のための大幅な広告投資、事業成長のための人的投資等により減益
- 通期業績予想に変更なし。第2四半期-第3四半期は1,800百万円超の営業利益予想



婚礼の取り扱い件数減少の影響が1億9,200万円ですが、そちらを婚礼単価の向上で1億2,900万円、ホテル事業で3,800万円、その他周辺事業などで1億2,700万円補填をし、増益となっておりますが、広告宣伝費の投資が4億円、人的投資が1.5億円、ホテル事業などの投資が1億円強となり、全体で6億8,800万円の大幅な成長投資を行っています。

結果として、第1四半期の営業利益は1,200万円となりますが、第2四半期、第3四半期は、18億円強の営業利益を計画しており、最終的に通期業績予想を達成してまいります。

広告投資の結果の受注状況は、ご覧の通りです。



第1四半期も継続的に問合せ数は前年比100%を超えて推移しています。

6月の全店休業日の影響で、6月の受注が1週分不足しているため、受注数が前年同期比97%となっておりますが、足元、7月、8月は問合せ数111.4%、受注数が103.1%と、問題なく推移しています。

ただし、広告宣伝費を4億円近く大幅に投下している中で、前年比の伸びは想定ほど伸びず、広告効果が弱まっているため、今後も投資効果の最大化に取り組んでまいります。

受注残組数は、第2四半期が93.5%、第3四半期は103.6%となっています。昨年、期初の積み上げの弱さが第2四半期に影響しておりますが、その後の問合せ数プラスにより、第3四半期は100%を超過しています。

セグメント別業績は、こちらの通りです。

01-4. 2025年12月期 第1四半期 セグメント別業績

- 国内ウェディング事業は、昨年度の広告出稿量合理化の影響で施行件数が減少するも婚礼単価の上昇により前年同期比2.1%減に留まる
- TRUNK (HOTEL) YOYOGI PARKグレードアップ工事を実施。これに伴い4月から6月までの宿泊サービスを一時休止した影響で減収だが足元予約状況は好調

単位：百万円	2025/3 Q1実績	2025/12 Q1実績	増減	YoY	2025/3 Q3実績	2025/12 通期予想
売上高	11,228	11,100	-127	-1.1%	35,422	35,450
国内ウェディング事業	10,872	10,641	-231	-2.1%	34,313	
(TRUNK)	1,602	1,426	-175	-11.0%	4,924	
その他	355	458	+103	+29.2%	1,109	
売上総利益	7,481	7,504	+22	+0.3%	23,688	
販管費	6,882	7,492	+609	+8.9%	20,792	
営業利益	598	12	-586	-98.0%	2,895	1,850
国内ウェディング事業	1,045	491	-554	-53.0%	4,162	
その他	96	122	+26	+26.9%	296	
全社費用他	-543	-601	-57	-	-1,563	

国内ウェディング事業 106 億 4,100 万円。そのうち、TRUNK が 14 億円近くを占めています。

TRUNK が減収である理由は、最初に申し上げました通り、TRUNK ホテル YOYOGI PARK のグレードアップ工事に伴う宿泊サービスの休止影響です。

その他、グループ会社の事業は 1 億 300 万円増加し、全体で 111 億円の売上高となりました。売上総利益は、前年比 2,200 万円増益の 75 億 400 万円。販管費の増加に関しては、繰り返し申し上げている通り、ほぼ国内ウェディング事業の投資による影響です。

国内ウェディング事業の詳細は、こちらの通りです。

01-5. 2025年12月期 第1四半期 国内ウェディング事業

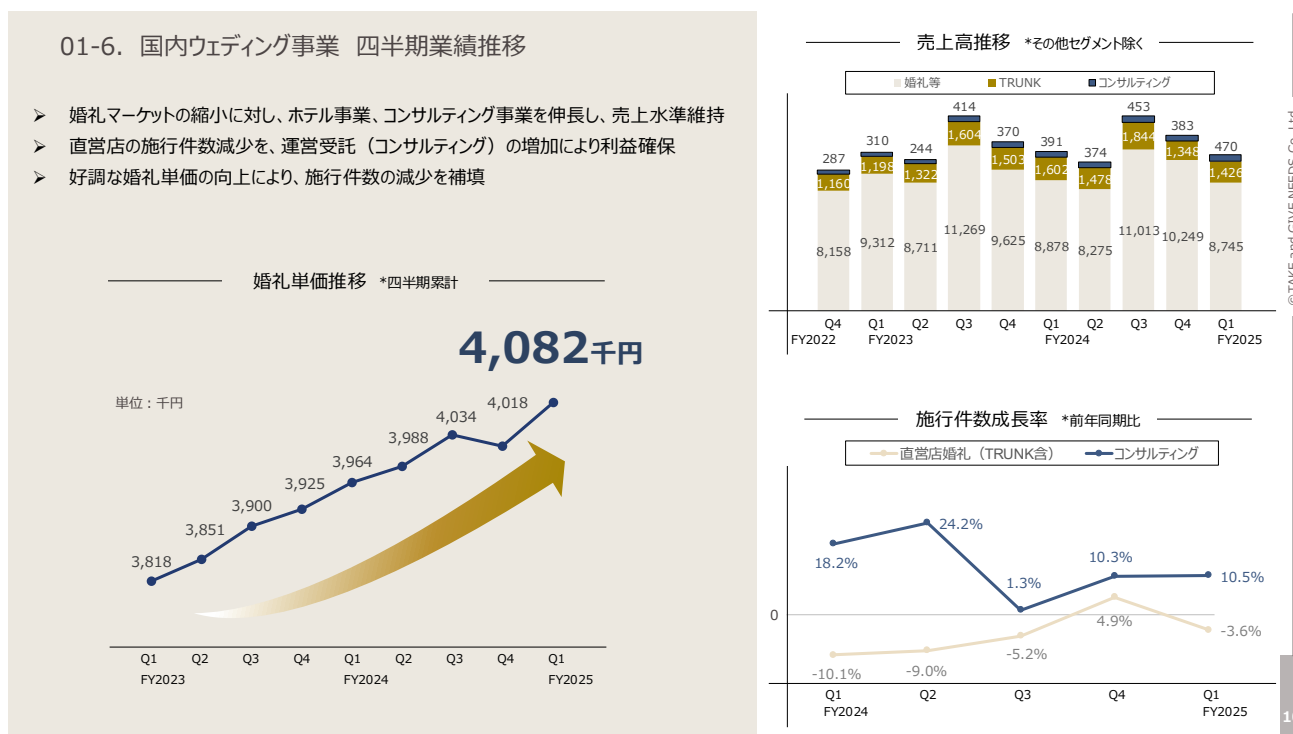
- コンサルティング事業推進。仙台ロイヤルパークホテルの婚礼運営を受託
- リニューアル投資は計画通り進行中

単位：百万円 %：売上高比	2025/3 Q1実績	2025/12 Q1実績	増減	YoY
売上高	10,872	10,641	-231	-2.1%
直営店婚礼（TRUNK含）	9,229	9,096	-133	-1.4%
■ 取扱件数（件）	2,276	2,194	-82	-3.6%
■ 平均単価（千円）	3,964	4,082	+118	+3.0%
■ 平均人数（人）	59.5	60.3	+0.8	+1.3%
コンサルティング	391	470	+78	+20.0%
■ 取扱件数（件）	592	654	+62	+10.5%
宿泊、レストラン、等	1,251	1,068	-183	-14.6%
売上総利益	7,300 67.1%	7,228 67.9%	-72 +0.8pt	-1.0%
営業利益	1,045 9.6%	491 4.6%	-554 -5.0pt	-53.0%

直営店の婚礼取り扱い件数は82件、前年比で減少しておりますが、婚礼単価が11万8,000円伸び、400万円台を引き続き維持しています。

コンサルティング事業は、取り扱い件数が62件増加したため、7,800万円増収。宿泊、レストランなどの事業の1億8,300万円の減収は、繰り返しになりますが、TRUNK ホテル YOYOGI PARK の一時的な工事影響です。

これまで申し上げてきた全体像を、こちらのスライドでまとめております。



右上のグラフの通り、四半期ごとの売上高は大きく変動はありませんが、婚礼マーケットの縮小を鑑み、直営店の婚礼からコンサルティング事業、つまり運営受託事業やホテル事業を伸ばす方向へシフトしています。

右下のグラフを見ていただくと、直営店と運営受託の件数変化の推移も、よくわかりいただけると思います。

一方で、直営店の婚礼単価の向上は引き続き注力しており、408万2,000円まで向上いたしました。

直営店や運営受託だけでなく、インバウンドなどの領域も、引き続き動いています。

01-7. オートクチュールデザインウェディング

国内著名人のウェディングに加え 海外からの問合せも継続的に増加

- 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
- 近年、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。前年比42.9%増



オートクチュールデザインウェディングチームには、継続的に海外のお客様からの問い合わせをいただいております。問合せ数は前年同期比42.9%増加しています。オートクチュールウェディングチームは、10年以上前から国内外の著名な方々の結婚式をプロデュースさせていただいています。この度、プロサッカー選手の堂安様の結婚式をお手伝いさせていただきました。日本国内で本当の意味でのオーダーメイドのウェディングを作る唯一のチームであること、また、これまで海外のお客様のプロデュースを通じて、オンラインでの打ち合わせに慣れていることから、海外在住のお二人にお任せいただいたことを、大変嬉しく思っております。

TRUNK ホテルの各種 KPI は、極めて好調です。

90%以上の高い稼働率を維持しながら、平均客室単価は前年同期比 1 万 5,000 円以上プラスとなり、9 万 7,952 円となりました。

01-8. ホテル事業 各種KPI



- 訪日外国人消費単価が為替影響等で低下するも、TRUNK(HOTEL)は高い平均客室単価を維持
- 稼働率・外国人比率も引き続き好調

■ 平均客室単価

97,952円 (前年同期比 + 15,134円)

■ 稼働率

91.0% (前年同期比 - 3.8pt)

■ 外国人比率

93.6% (前年同期比 + 0.2pt)

* 当該四半期は、TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARK (渋谷区宮ヶ谷) がグランドアップ工事中で4月から6月までの宿泊サービスを一時的に停止したため、TRUNK(HOTEL) CAT STREET (渋谷区神宮前) のみの数値

*1 観光庁「インバウンド消費動向調査 4-6月集計」

ここからは、トピックスをご紹介します。

仙台のロイヤルパークホテル様と、婚礼運営受託の新規提携が決まりました。

02-1. 国内ウェディング事業 新規婚礼運営受託

運営受託 新規決定

- ▶ 仙台ロイヤルパークホテルと業務提携
2025年10月より開始
- ▶ 伝統的ホテルのロイヤルパークとゲストハウスウェディングのT&Gの強味を活かし、ブランド再構築。
- ▶ 提携によりホテルの価値最大化を図るとともに、T&Gの知見を活かし、婚礼事業の付加価値と顧客満足のさらなる向上を目指す

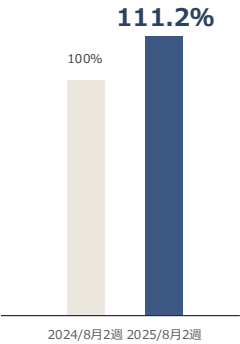


所在地	宮城県仙台市泉区
運営	三菱地所ホテル&リゾート株式会社
施設	披露宴 5会場 挙式 3会場
特徴	開業30周年のリゾート型ホテル 格式・料理・接客に高い評価

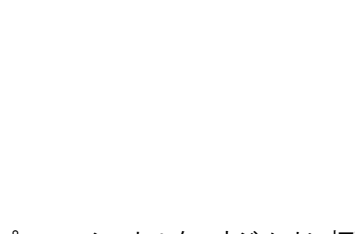
提携先の増加とともに、受注残組数も伸びています。現時点で、前年同時期比 111.2%となっています。

02-2. 国内ウェディング事業 運営受託受注残組数状況

提携先受注残組数（前年同時期比）



提携先全7施設



ホテルの海外展開に向けて、グローバルなホテル展開、運営のプロフェッショナルをマネジメントに招聘いたしました。

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。

今後のホテル展開などに向けて人材確保が重要であることは明らかなですが、今期の投資の中でも、広告に続いて増加しているのが人的投資です。T&Gグループの人材への取り組みを一部、こちらにまとめました。

02-5. T&Gグループの未来を創る人材への取り組み①（成長投資）

**優秀な人材の確保と定着を実現し、
T&Gグループの持続的な成長と
競争力強化を目指すとともに、
働きやすい、働き続けたい職場環境の整備を促進**

- 昨年度は福利厚生制度を拡充し、四半期毎に社員を表彰するクォーター MVP制度を新たに導入
- 今年度の社員総会は全社員を対象に沖縄で開催
- LGBTQ+フレンドリー企業風土醸成に向け、e-learning、意見交換会など月例で開催



年に1回社員総会を行い、経営方針などを全社員に共有しつつ、成果を上げた社員を表彰する機会を、大変大切にしています。

また、LGBTQ など、ダイバーシティの理解促進のため、全社員必須のオンライン研修を用意し、多様性のある組織風土の醸成に努めています。

02-5. T&Gグループの未来を創る人材への取り組み②（成長投資）

**TRUNKの社員エンゲージメントの取り組み
自主的に行動し、自己実現する組織を原動力に
全社員が一丸となってグローバル展開を推進**

- 優秀な人材確保に向け、社員の基本給を8%ベースアップ。年次昇給を含めると2025年度は11-13%の質上げ
- 会社のビジョンや目指す方向性を共有・理解する「ブランドキャラバン」
- ジブン時間制度による社員が主体的に挑戦できる環境を整備
- 年4回の人事評価で社員の努力がタイムリーに報われる仕組みを構築
- 毎月 MVP選出など表彰制度を充実。年間MBP（Most Branding Person）受賞者には希望地での2週間の海外研修も
- リファラル採用（社員紹介採用）比率は42.1%



TRUNK では、会社のビジョンを共有する研修や、MVP の表彰などを定期的に行っています。直近では、基本給を8%ベースアップするなど、社員エンゲージメントを非常に重視しており、結果として、社員からの紹介による採用、いわゆるリファラル採用が40%以上ございます。

最後に、決算発表後、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。

一つ目の質問です。

TRUNK ホテルの ADR が向上しているのはなぜか、というご質問をいただきました。

以前から開示しております通り、TRUNK ホテルは独自のプロモーション戦略により、海外での認知度を高めることに成功しています。宿泊客の90%以上が海外、特に欧米のお客様になります。

また、海外のアワード受賞、および受賞のニュースが海外現地のメディアに取り上げられ、情報が拡散されることから、宿泊予約サイトなどでの集客に依存せず、直接予約の割合も高いことが特徴です。

直接予約で、かつ海外のお客様の場合、予約から宿泊までのリードタイムが長く、宿泊日数も長期に渡るため、宿泊予約サイトなどを利用した場合の割引価格ではなく、正規の価格での予約が一定量を占め、安定した ADR を従来から維持することができています。

その上で、スイートルームなど、高価格帯のお部屋の稼働率をプロモーションなどの工夫により高めることで、継続的に ADR を向上させることに成功しています。

二つ目の質問です。

婚礼単価は今後も伸びる余地があるか、というご質問をいただきました。

婚礼単価は今後も向上させていく施策を、既に実施しております。ただ単純に販売促進や値上げを行うのではなく、競争優位性のある商品の拡充に継続的に取り組んでいることが、単価向上を支えています。

一例を挙げると、例えば衣装の単価に関しては、内製化をしている店舗は、その他の店舗よりもお客様に品質や希少性の高い商品を、より多く気に入ってご購入いただくことができおり、最終的な衣装単価が20%ほどプラスであるのが現状です。

それは、長年ブランディングなどの積み重ねで、日本初上陸の海外のドレスブランドから提携のお声がけをいただいたり、オートクチュールデザインウェディングのような、最先端のトレンドをいち早く掴んで、より魅力的なドレスを仕入れることができているからです。

結果として、高品質、高単価のものをお客様に選んでいただけているというのが、理由の一つであると考えています。

このように、単純な値上げや販売促進ではなく、より魅力的で、他にはない商品、サービスを増やしていくことで、単価を向上させるといった施策を、継続的に進めています。

以上でございます。引き続き、企業価値向上に向け、尽力してまいります。最後までご視聴いただきありがとうございました。

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、SCRIPTS Asia 株式会社(以下、「当社」という)は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。