

T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ
2020年3月期
第1四半期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2020年3月期第1四半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

Tel 03-3471-6806

E-Mail ir@tgn.co.jp

HP <https://www.tgn.co.jp/company/ir>

I. 2020年3月期第1四半期 連結決算概要

- | | |
|----------------|--------|
| 1. 連結 損益計算書 概要 | P6-7 |
| 2. セグメント情報 | P8-12 |
| 3. 連結 貸借対照表 | P13-14 |

II. 2020年3月期 経営方針および重点施策進捗

- | | |
|----------------------|--------|
| 1. 通期業績予想 | P16 |
| 2. 経営方針 | P17 |
| 3. 重点施策 | |
| 3-1. 国内ウェディング事業 | P19-28 |
| 3-2. ホテル事業 | P30-35 |
| 3-3. 海外・リゾートウェディング事業 | P37-46 |

III. 2020年3月期 配当予想

P48

IV. 会場一覧

P50-53

2020年3月期 第1四半期サマリー

業績

売上高 160億円 (前期比101.3%)
 営業利益 8.5億円 (前期比 99.6%)
 経常利益 8.2億円 (前期比114.2%)

今期施策進捗

国内 ウェディング 事業

- 2020年3月期 婚礼受注組数は前期比 全店99.8% 既存店100.7%
- リニューアル戦略が業績を牽引。今期は19店舗実施予定。
- 東京會館のコンサルティング事業通期寄与。受注組数1,000組越え。
- LTV（顧客生涯価値）事業 売上増。

ホテル事業

- 2020年3月期 婚礼受注組数は前期比101.6%
- TRUNK(HOTEL) 2号店の出店決定
- 平均客室単価59,115円。宿泊者の外国人比率87.0%。高水準を維持。

海外・リゾート ウェディング 事業

- 2020年3月期 国内マーケット婚礼受注組数は前期比89.2%
足元の新規契約数は復調。
- 東アジアマーケット施行組数は前期比124.3%
モルディブに新規拠点 5ツ星ホテル「コンラッド」と独占契約

I

2020年3月期第1四半期 連結決算概要

*Results for the First Quarter
of FY03/2020*

I 1-1. 連結 損益計算書 概要

売上高160億円（前期比101.3%）

営業利益8.5億円（同99.6%） 経常利益8.2億円(同114.2%)

単位: 百万円	2020/3 1Q計画	2020/3 1Q実績	計画比	2019/3 1Q実績	前年 同期比
売上高	16,000	16,012	+12	15,801	+210 (※1)
売上 総利益	10,000 62.5%	10,049 62.8%	+49 +0.3pt	9,923 62.8%	+125 0.0pt (※2)
販管費	9,400 58.8%	9,195 57.4%	-205 -1.4pt	9,066 57.4%	+128 0.0pt (※3)
営業 利益	600 3.8%	854 5.3%	+254 +1.5pt	857 5.4%	-3 -0.1pt (※4)
経常 利益	500 3.1%	821 5.1%	+321 +2.0pt	719 4.6%	+101 +0.5pt (※4)
当期 純利益	300 1.9%	468 2.9%	+168 +1.0pt	480 3.0%	-11 -0.1pt (※5)

%は売上高比

前期比差異要因

■ 売上高（※1）

前期比 +210百万円

- ✓ 国内ウェディング 単価増
- ✓ 海外ウェディング 国内マーケットは組数減 東アジア組数増

■ 売上総利益（※2）

前期比 +125百万円

- ✓ 国内ウェディング 内製化影響通期寄与による増加
- ✓ 海外ウェディング 旅行事業原価増による減少

■ 販管費（※3）

前期比 +128百万円

- ✓ 海外ウェディング 新店通期稼働による増加

■ 営業利益・経常利益（※4）

営業利益前期比 -3百万円 経常利益前期比 +101百万円

- ✓ 海外ウェディング事業の減益を国内ウェディング事業がカバー

■ 当期純利益（※5）

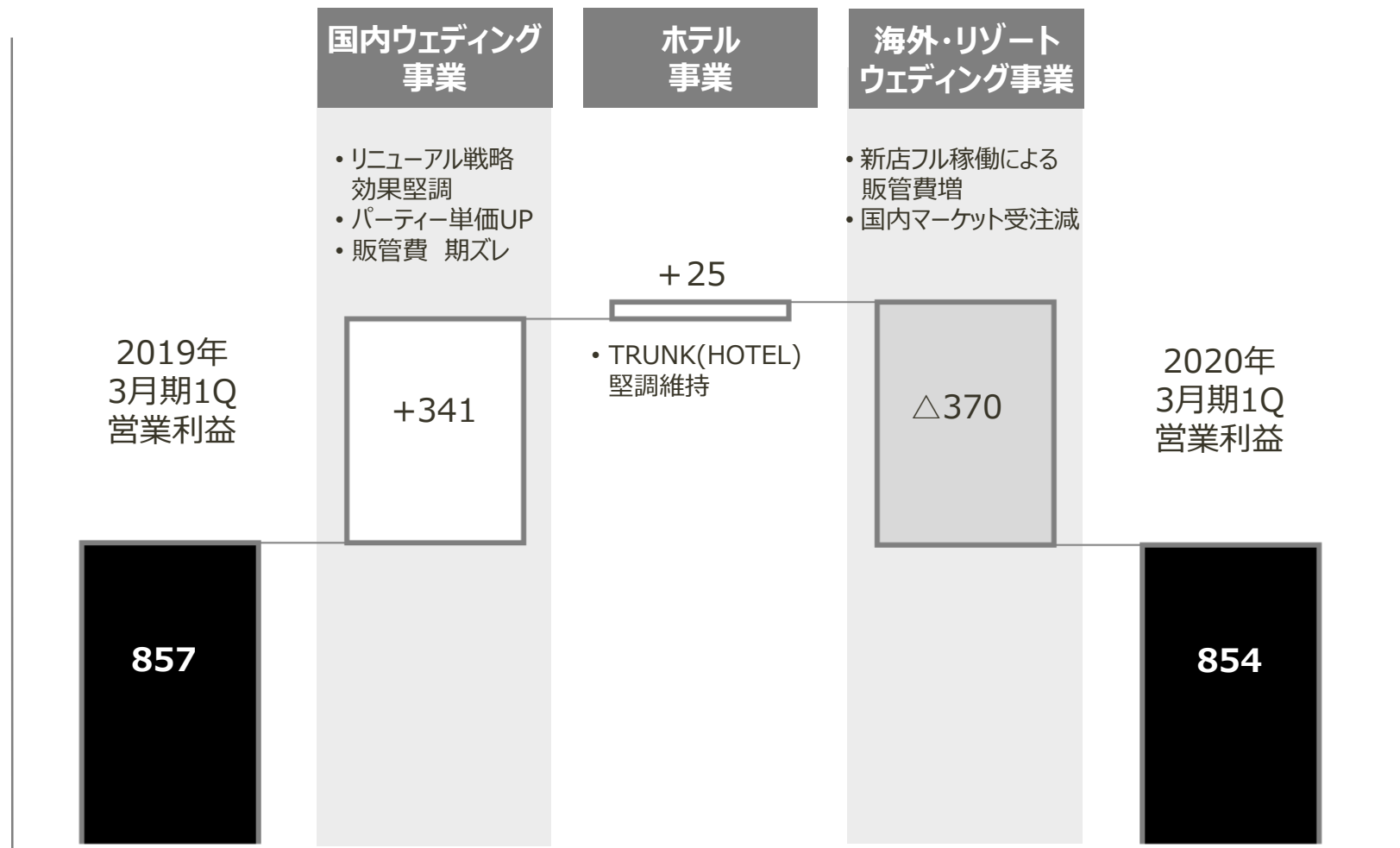
前期比 -11百万円

- ✓ 一部店舗の減損損失計上65百万円

I 1-2. 2020年3月期第1四半期 差異要因

国内・ホテルの増益で、海外の減益をカバー 前年同水準にて計画比プラス推移

単位：百万円



I 2-1. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

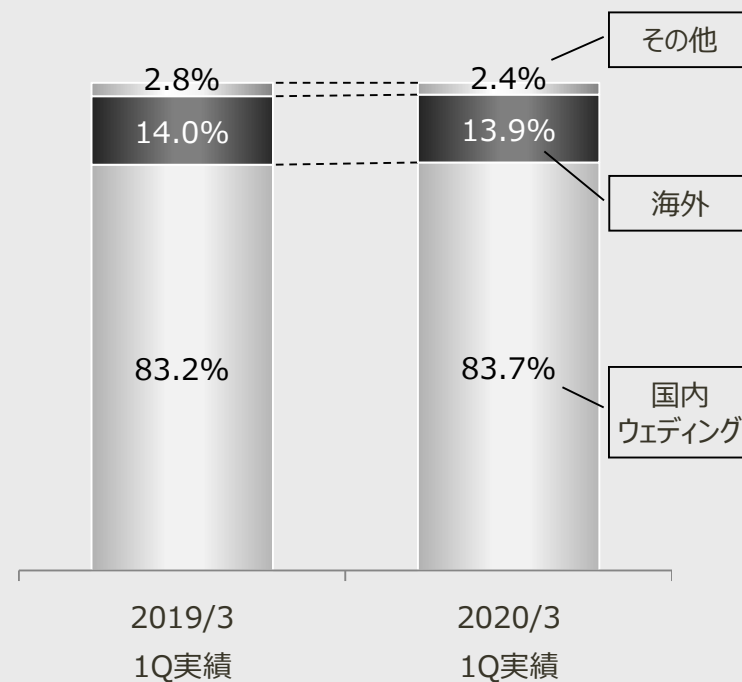
国内ウェディング事業売上高 前期比101.9%

海外・リゾートウェディング事業売上高 前期比100.5%

単位：百万円	2019/3 1Q実績	2020/3 1Q実績	前年 同期比
国内ウェディング事業	13,151	13,399	+248
ホテル (TRUNK)	1,072	1,180	+108
海外・リゾート ウェディング事業	2,216	2,227	+11
その他	434	385	-49
連結売上高	15,801	16,012	+210

セグメント別売上構成比推移

※ %は連結売上高比



海外売上高比率 13.9%

I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

国内ウェディング事業 増収増益

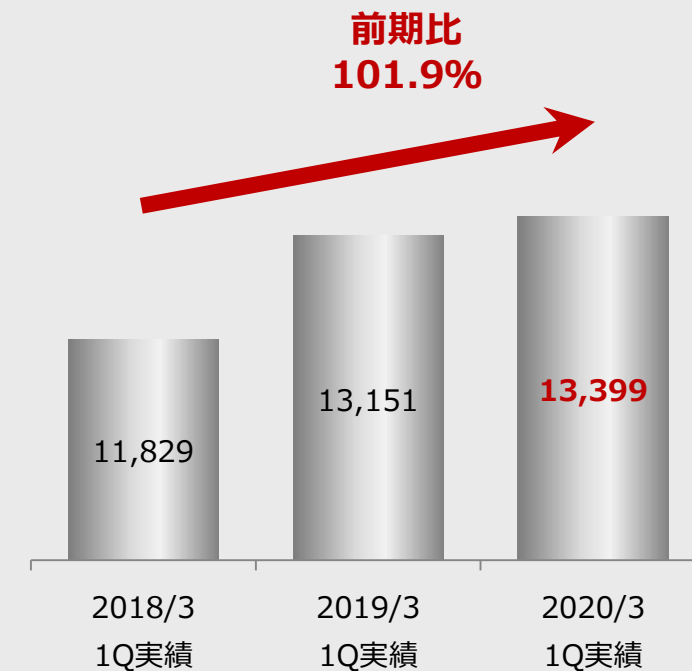
単位: 百万円	2020/3 1Q計画	2020/3 1Q実績	計画比	2019/3 1Q実績	前年 同期比
売上高	13,385	13,399	+14	13,151	+248
売上 総利益	8,400 62.8%	8,455 63.1%	+55 +0.3pt	8,219 62.5%	+236 +0.6pt
営業 利益	1,392 10.4%	1,735 12.9%	+343 +2.5pt	1,349 10.3%	+385 +2.6pt

%は売上高比

※国内ウェディング事業は、(株)T&G (株)TRUNK (株)Dressmore (株)GENTLE
(直営婚礼施設 2019/3期1Q：69店舗105会場、2020/3期1Q：67店舗102会場)

売上高の推移

(単位：百万円)

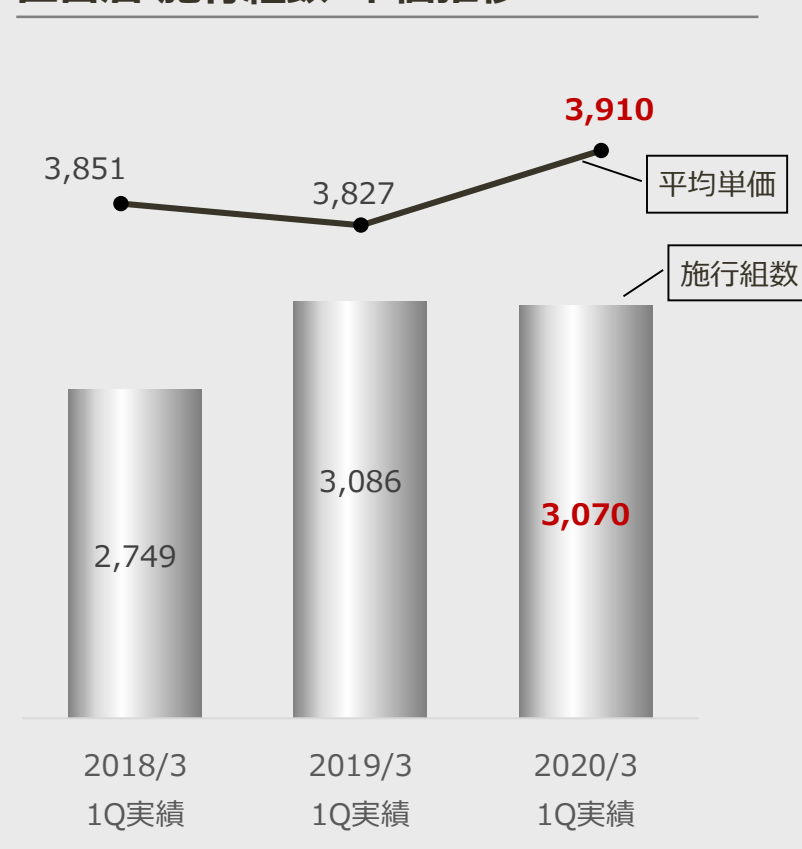


I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

2店舗閉店するも、直営店の施行組数は前期水準
平均人数増、販売強化により、単価は前期比+83千円

単位: 百万円	2020/3 1Q計画	2020/3 1Q実績	計画比	2019/3 1Q実績	前年 同期比
直営店					
売上高	12,000	12,013	+13	11,837	+176
施行組数	3,070	3,070	+0	3,086	-16
平均単価 (千円)	3,900	3,910	+10	3,827	+83
平均人数	69.0	69.3	+0.3	68.0	+1.3
コンサルティング					
売上高	410	430	+20	354	+75
取扱高	1,600	1,692	+92	325	+1,367
施行組数	400	403	+3	117	+286
その他（宿泊、レストランなど）					
売上高	975	955	-20	959	-3

直営店 施行組数・単価推移 (単位：組数、千円)



※ 直営店には、(株)T&G、(株)TRUNK を含む。(2019/3期1Q：69店舗105会場、2020/3期1Q：67店舗102会場)

※ コンサルティングには婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。(2019/3期1Q：8施設、2020/3期1Q：6施設)

※ コンサルティング取扱高：対象施設における売上高（婚礼運営受託分）+ T&G売上高（レストラン提携等）

I 2-3. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

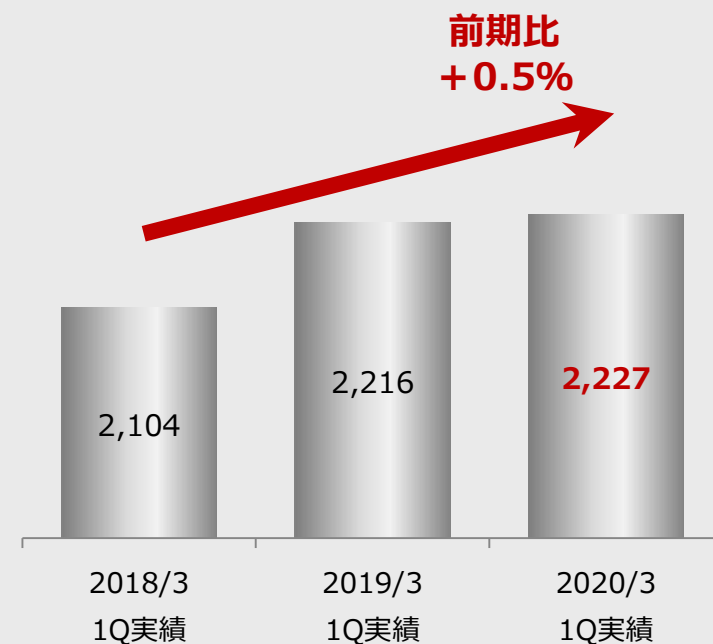
売上高22億円（前期比100.5%）

国内マーケット受注減ながら東アジアマーケット、旅行事業売上増

単位: 百万円	2020/3 1Q計画	2020/3 1Q実績	計画比	2019/3 1Q実績	前年 同期比
売上高	2,231	2,227	-3	2,216	+11
売上 総利益	1,457 65.3%	1,435 64.4%	-21 -0.9pt	1,529 69.0%	-94 -4.6pt (※1)
営業 利益	△351 -	△360 -	-9 -	10 0.5%	-370 -

売上高の推移

（単位：百万円）



%は売上高比 海外・リゾートウェディングは12月期決算

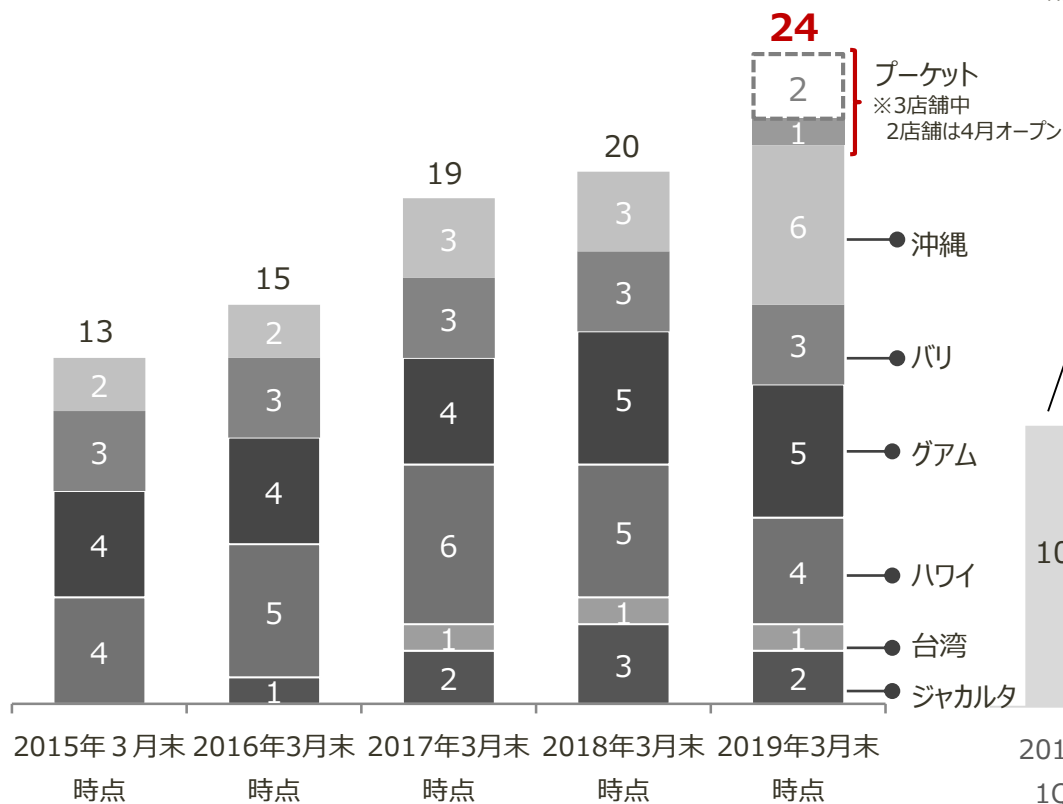
*1) 2018年7月より、海外・リゾートウェディングに付随する旅行手配を、グループ会社より移管し、自社内で旅行事業として開始。オリジナル旅行販売の原価が発生したため。

I 2-3. 【参考】海外・リゾート拠点数・組数比較

国内マーケットは、受注減の影響を受けるも
東アジアマーケットは拠点拡大とともに、施行組数増加

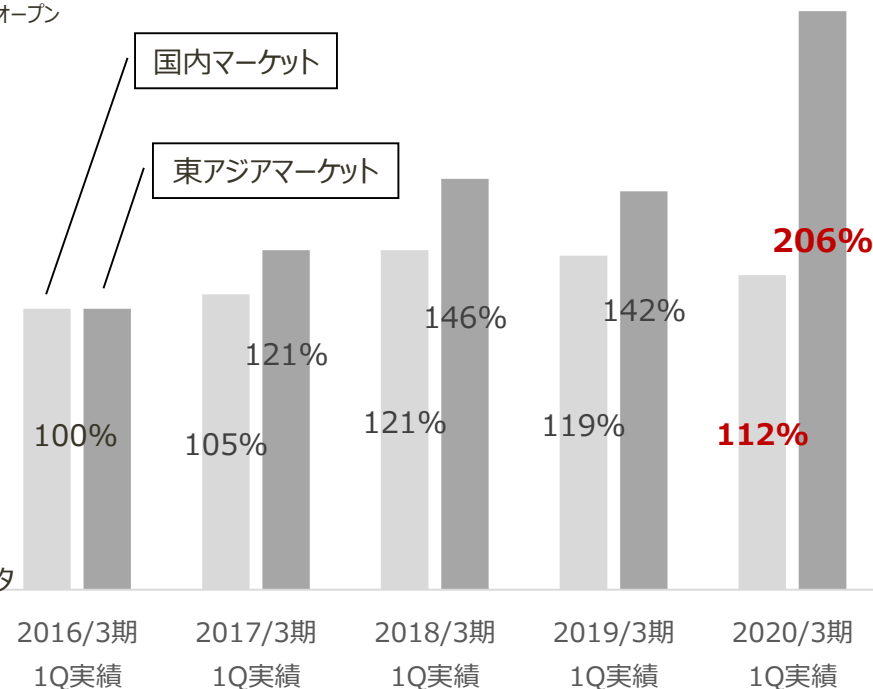
拠点数比較*1

*1海外・リゾートウェディング事業は12月期決算のため、3月末時点の拠点数を表示



施行組数比較*2

*2国内マーケットと東アジアマーケットの 2016/3期施行組数を100%とした際の割合推移



I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

土地の自社所有化により資産増加

単位:百万円		2019/3末	2019/6末	増減
流動資産		12,647	11,079	-1,567
	現金及び預金	6,782	5,401	-1,380
固定資産		44,483	48,643	+4,160
	有形固定資産	34,331	38,445	+4,113
	無形固定資産	798	761	-37
	投資その他資産	9,352	9,436	+83
資産計		57,130	59,722	+2,592

主な増減要因

■ 有形固定資産 +4,113百万円

✓ 土地 +4,388百万円

高収益店舗の土地を購入し
自社所有化

I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

有利子負債増加

単位:百万円	2019/3末	2019/6末	増減
負債合計	33,949	36,290	+ 2,341
流動負債計	17,084	17,013	-71
短期借入金	990	2,900	+ 1,910
(一年内) 長期借入金	5,741	5,863	+ 122
固定負債計	16,864	19,277	+ 2,412
長期借入金	10,994	13,506	+ 2,511
純資産計	23,181	23,432	+ 251
負債・純資産計	57,130	59,722	+2,592
有利子負債	17,725	22,269	+ 4,544

主な増減要因

■ 有利子負債 +4,544百万円

✓ 前頁記載の土地購入のため、
借入を実施

II

2020年3月期 経営方針および重点施策進捗

*Management policies and Key Measures progress
of FY03/2020*

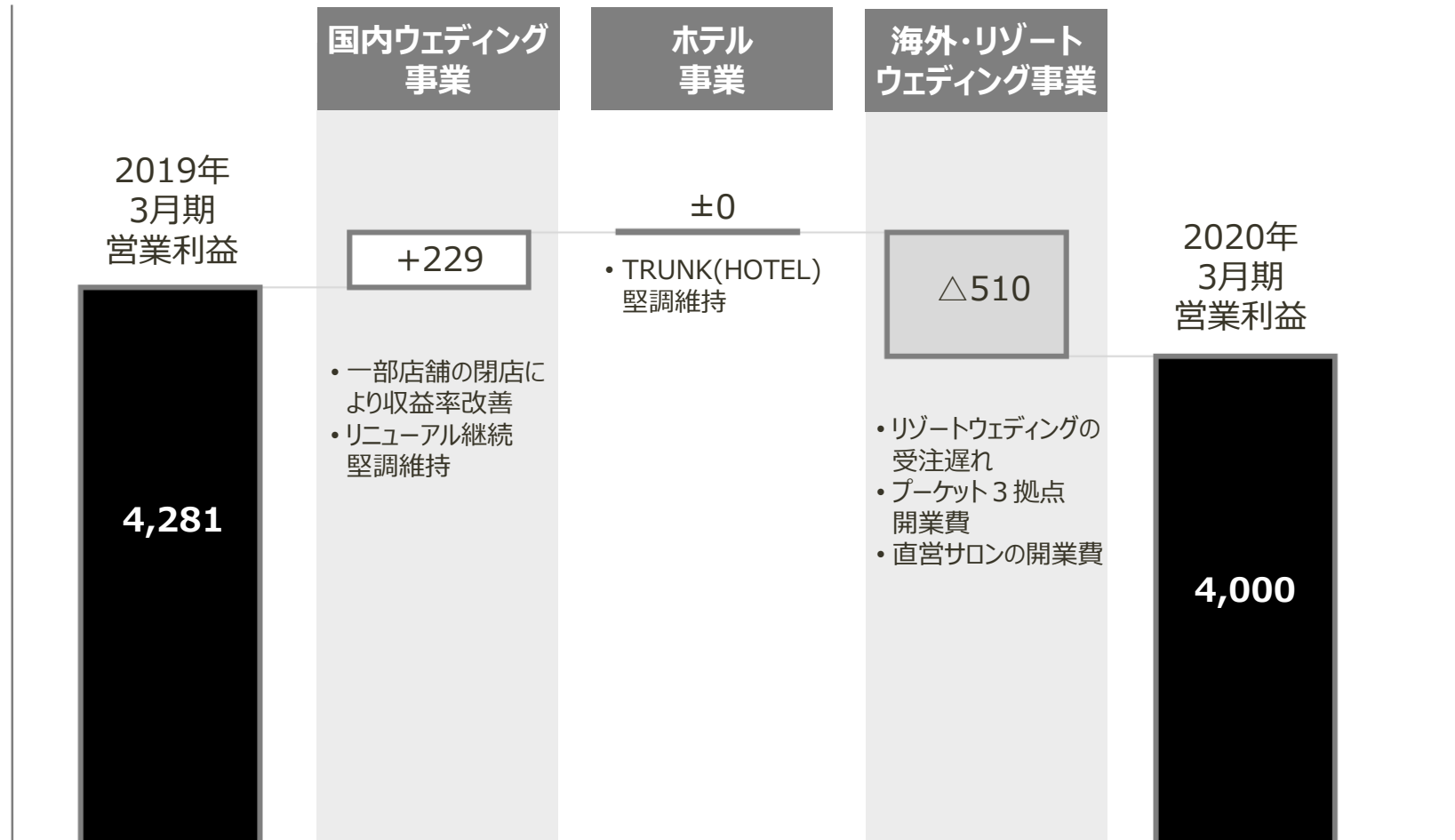
業績予想は売上高675億、営業利益40億

	第2四半期（累計）			通期		
単位： 百万円	2019/3 実績 (A)	2020/3 予想 (B)	増減額 (B-A)	2019/3 実績 (A)	2020/3 予想 (B)	増減額 (B-A)
売上高	32,742	33,000	+258	66,871	67,500	+629
営業利益	2,284	1,500	-784	4,281	4,000	-281
経常利益	2,090	1,300	-790	3,900	3,600	-300
当期利益	1,342	700	-642	2,283	1,700	-583

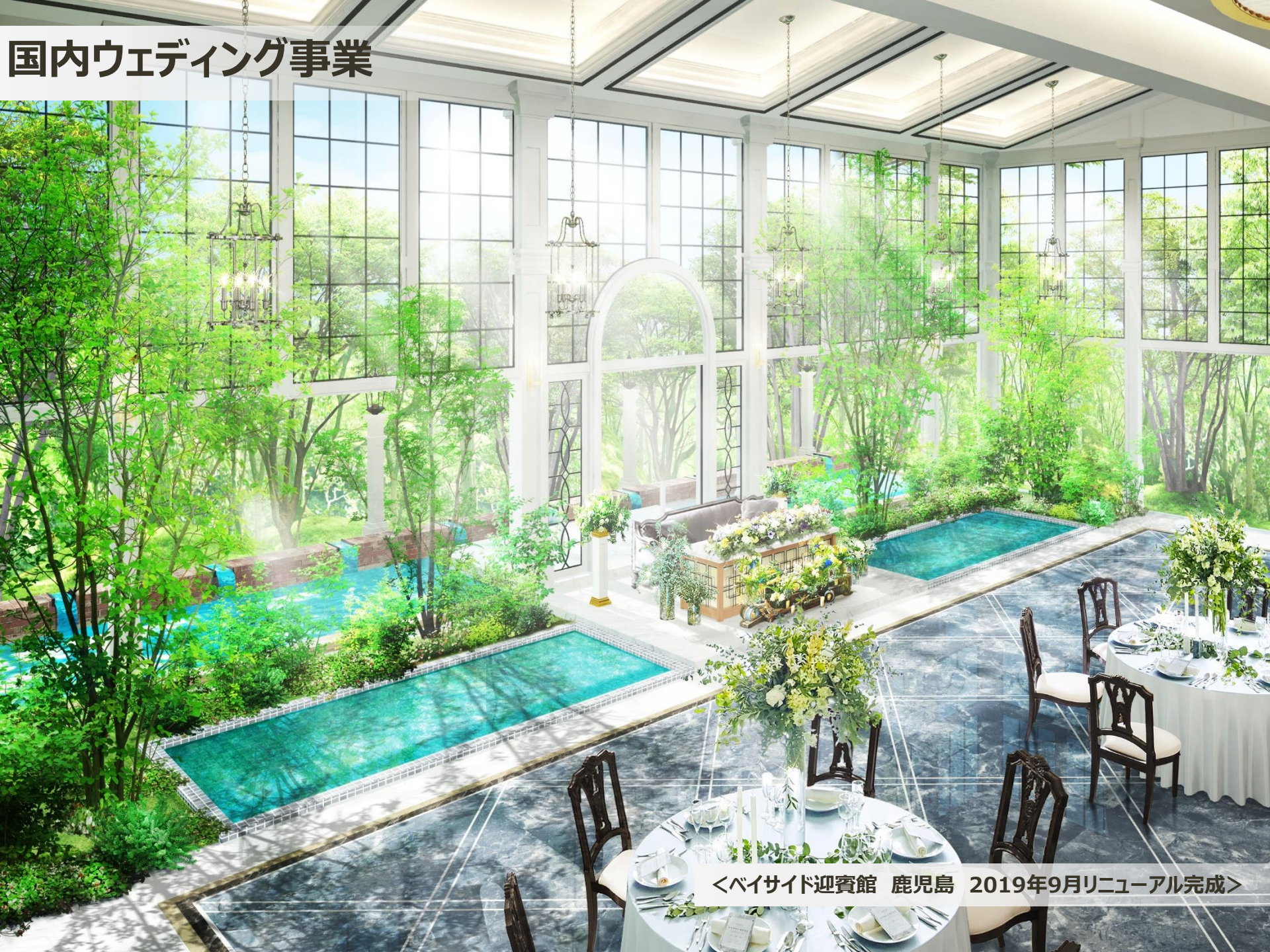
海外・リゾートウェディング事業で成長にむけた投資を実施

営業利益前期比増減額

単位：百万円



国内ウェディング事業



＜ベイサイド迎賓館 鹿児島 2019年9月リニューアル完成＞

II 3-1.国内ウェディング事業：進捗サマリ

招待客人数増、商品の販売強化により、直営店の単価が向上 LTV（顧客生涯価値） イベント強化で収益機会を創出

重点テーマ

詳細

既存店強化

- リニューアル店舗の受注組数増加
- 招待客人数の増加、婚礼商品の販売強化により、平均単価が向上
- 横浜、岐阜エリアのウェディングケーキを内製化

コンサルティング

- 東京會舘 通期稼働。受注は堅調に推移
- 採算性の低い2店舗の業務提携終了

新規事業

- LTV（顧客生涯価値）事業の売上は、前期比大幅増
- 結婚式場向け「装飾レンタル事業」が黒字化

戦略的リニューアルを継続

2020年3月期は19店舗でリニューアルを計画

◆ 2020年3月期 店舗リニューアル計画（2019年6月末時点）

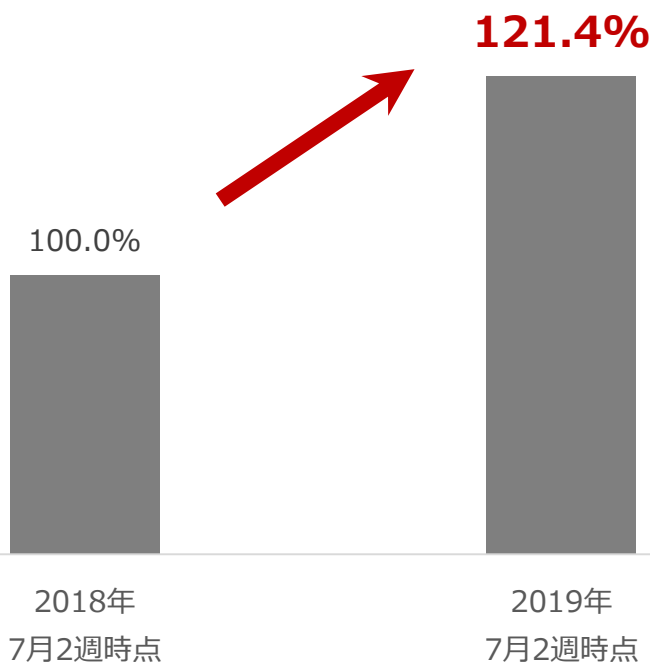
種別	対象店舗	1店舗あたり 投資額	リニューアル内容
大規模 リニューアル	1店舗	200M	チャペル・バンケット・ガーデンの 全館改装
中規模 リニューアル	6店舗	20M～50M	チャペル、ガーデン、バンケット 独立した空間単独リニューアル
家具入替	12店舗	10M	会場内の家具・調度品の デザインチェンジ

リニューアル店舗の2020年3月期受注組数は 前期比121.4%と大幅増（2019年7月2週時点）

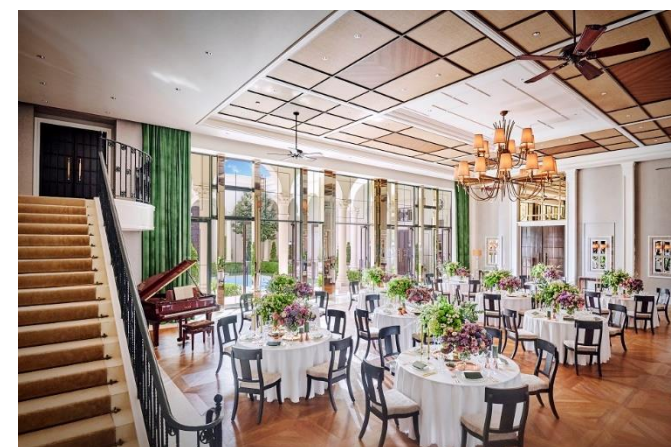
リニューアル店舗※1 2020年3月期 受注組数 前期比※2

*12019年3月期の大規模、中規模リニューアル実施9店舗

*22018年7月2週時点の「当期の婚礼組数」を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



<チャペルリニューアル 北山迎賓館 京都>



<バンケットリニューアル アーフェリーク迎賓館 岐阜>

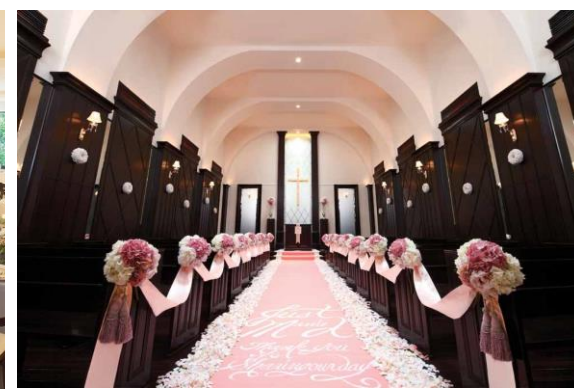
全国展開で培ったマーケティング力を駆使し、
課題に沿った戦略的リニューアルで、受注組数、単価は向上

アーフェリーク迎賓館 岐阜

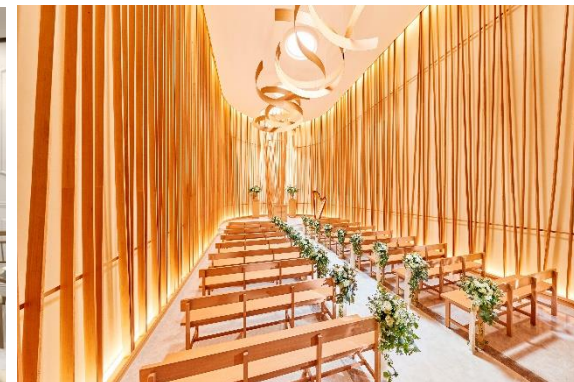
麻布迎賓館

山手迎賓館 神戸

リ
ニ
ュ
ー
ア
ル
（
前
）



リ
ニ
ュ
ー
ア
ル
（
後
）



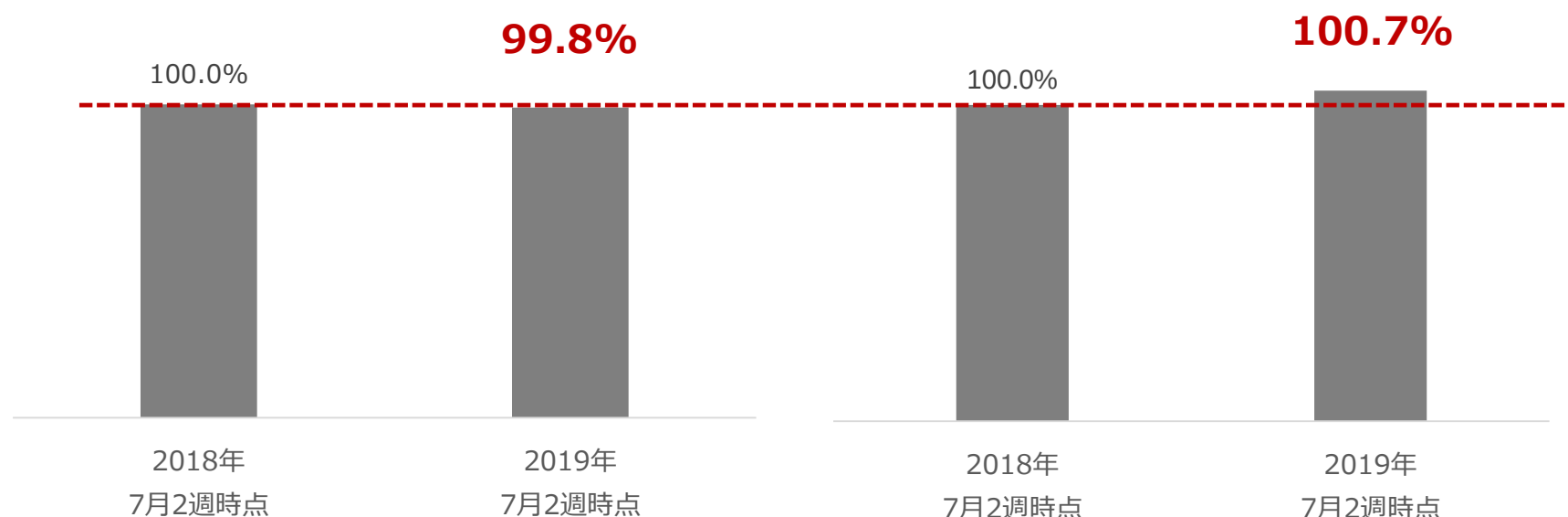
2020年3月期受注組数の前期比は
全店99.8%、既存店100.7%で推移（2019年7月2週時点）

2020年3月期受注組数 対前期比※

※2018年7月2週時点の「当期の婚礼組数」を100%とした場合の
パーセンテージをグラフ表示

全店状況

既存店状況（閉鎖店舗除く）



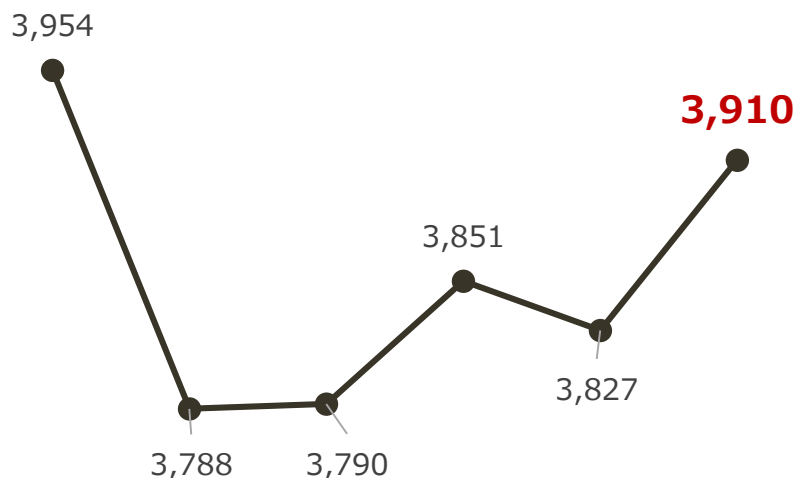
全店：67店舗102会場（前年 69店舗105会場）

既存店：66店舗101会場

商品販売強化により、招待客1人あたり単価向上
直営店の平均単価は 3,910千円（前期比+83千円）

直営店 平均単価推移

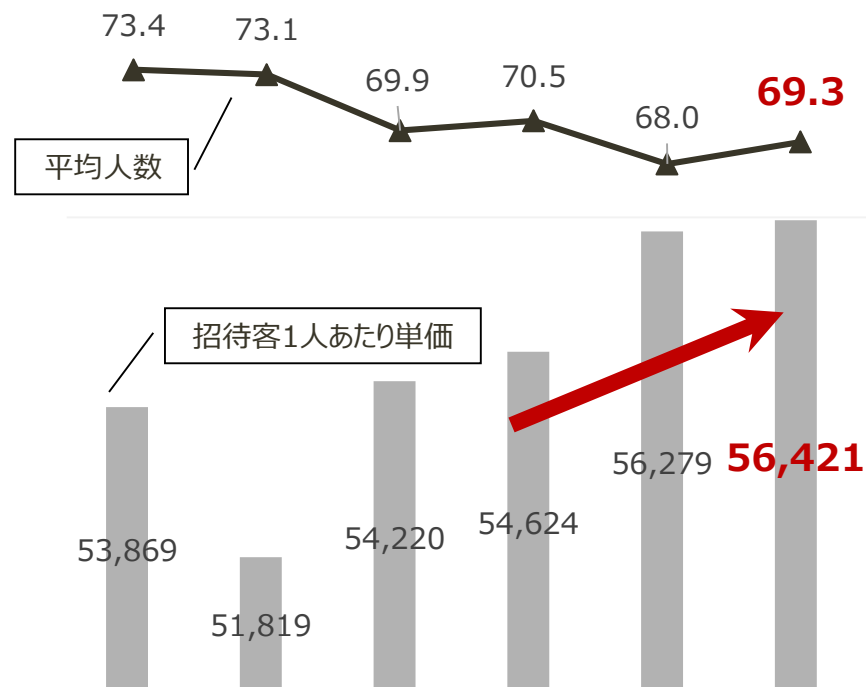
（単位：千円）



2015/3 2016/3 2017/3 2018/3 2019/3 2020/3
1Q実績 1Q実績 1Q実績 1Q実績 1Q実績 1Q実績

直営店 平均人数と招待客単価推移

（単位：人数、円）



2015/3 2016/3 2017/3 2018/3 2019/3 2020/3
1Q実績 1Q実績 1Q実績 1Q実績 1Q実績 1Q実績

東京會館コンサルティング

婚礼部門の年間受注は 1,000組を超える

オープン日：2019年1月8日
住所：東京都千代田区丸の内3-2-1
披露宴会場：8会場
挙式会場：2会場（チャペル1会場、神殿1会場）

婚礼部門のコンサルティングを請け負う東京會館では、既存に加え、新たな顧客層を獲得できたことにより、当初予想を上回る取扱組数となり、年間受注は1,000組を超えております。当社は、マーケティング調査、コンセプト設計、料理や演出などの商品開発などを行って、新ウェディングコンセプト「NEW CLASSICS」を東京會館側と協働で創り上げました。新たなコンセプトをもとに、集客施策から営業教育、接客に至るまでを担当し、高い契約率を維持しております。

【総合コンサルティング内容】



東京駅3分。歴史ある社交場のエントランス



高稼働の中、効率的な接客を可能にした
VR接客システム

2019年7月 多様性に対応したレストランをオープン 新ホテルのメインダイニングとして 全国展開を見込む

レストラン名：GENTLE（ジェントル）

オープン日：2019年7月16日

住所：東京都渋谷区神宮前5-47-6

定休日：日曜日

フロア構成：【1F】イタリアン 121席 / BAR 7席 【B1F】鮨処 16席（カウンターのみ） / 個室 2部屋（8名用）

当社は、長期経営方針「EVOL2027」で発表した新規ホテルプロジェクトの一環として、今後全国に展開するホテルのメインダイニングとなるレストランを東京・表参道エリアにオープンいたしました。イタリアンと鮨処の2業態を併設したレストランとなり、1Fのイタリアンは、異なる食習慣の人たちが楽しくテーブルを囲めるよう、メニューの約半分をビーガン料理※とし、B1F鮨処では、プライベート感を重視したカウンター席で、価格と品目を明示した、お任せコース1種類のみとしております。※動物性食品を使用しない料理のこと

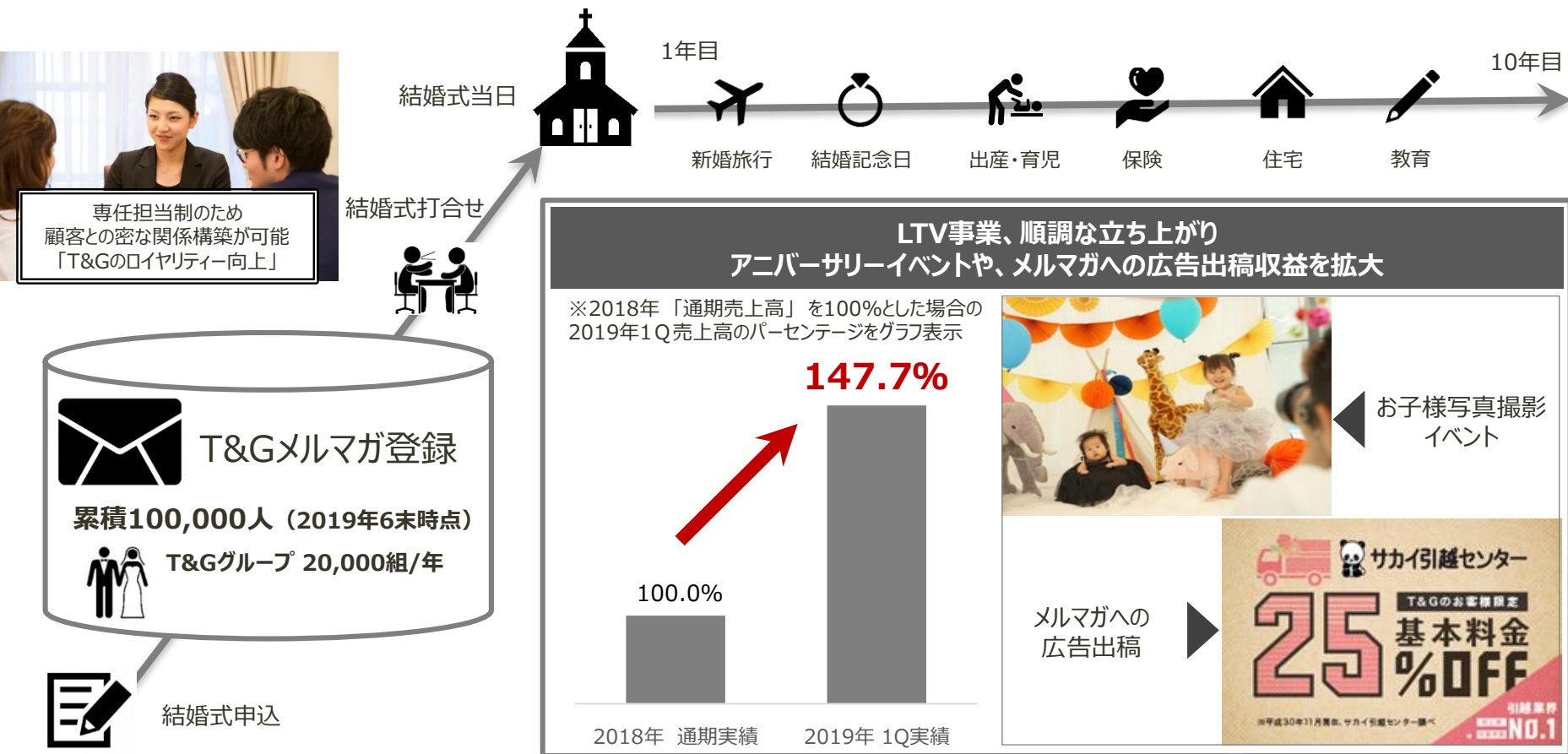


＜高い天井と大きなガラス窓が特徴のエレガントな空間 1Fイタリアン＞



＜控え目な照明の隠れ家的な雰囲気 B1F鮨処＞

スタート1年目に確立したデジタルマーケティングの仕組みにより
1Q売上高は、すでに前年通期実績比147.7%の進捗



T&Gオリジナル配信メディアで、ライフイベントに沿ったサービスを情報配信（メール開封率約40%※）

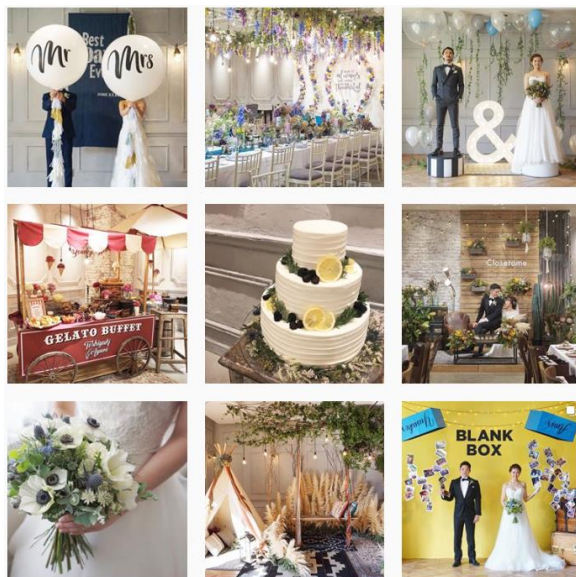
※メルマガ開封率は一般的に15%以下（当社調べ）

資産を活用したBtoBビジネス「装飾レンタル事業」 100会場を越える受注により、黒字化

ビジネスモデル

✓ Instagramフォロワー数計36万越えを誇る装飾力

✓ 装飾企画力・資材調達スキームを商品化



T&G TAKE and GIVE NEEDS

レンタル・販売

仲介

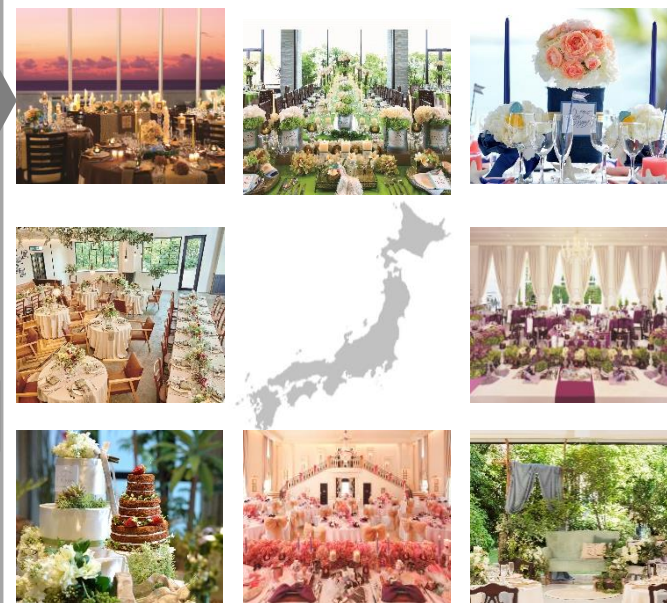
RECRUIT
リクルートマーケティングパートナーズ

手数料支払い

✓ 会場装飾・セッティング技術一式をレンタル

✓ ブライダルフェア・広告撮影に使用

✓ 気に入った場合は、そのまま買取



全国の結婚式場 1,600会場

T&G TAKE and GIVE NEEDS



東京 渋谷エリアにTRUNK(HOTEL)2号店 出店決定

施設概要

- 施設名称 未定
- 出店場所 東京都渋谷区富ヶ谷
- 延床面積 1,499㎡（予定）
- 開業時期 2023年春（予定）

当社は、東京都渋谷エリアに、TRUNK（HOTEL）2号店を開業することを決定いたしました。

この計画地は、緑溢れる代々木公園の眺望を望む客室により、都心には無い快適な空間創りが可能となります。

最寄り駅から徒歩2分という好立地を活かし、訪日外国人を中心にビジネスからレジャー層まで、幅広い顧客層の獲得を見込んでおります。



インバウンド富裕層をターゲットに ブランディングを目的にした施設を神楽坂にオープン

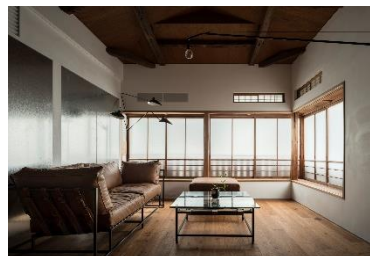


唯一無二の空間

神楽坂は、江戸時代の花街として賑わいを見せた面影や洗練された雰囲気がいまだ残り、文豪や政治家に愛され続けてきた特別な地域となります。

築七十年の外観は、神楽坂の街や建物と調和させるため、そのまま残し、内装のみフルリノベーションいたしました。

お茶をたてる畳と囲炉裏、浮世絵師によって描いた絵をしつらえた檜風呂など、デザイン性・独創性ある空間創りとなっております。



TRUNK (HOUSE)

デザイン性・独創性が支持され国内外の多くのメディアに掲載



Awards

- ✓ アジアパシフィックすべてのホテルを対象に最も革新的なホテルを表彰するアワード「AHEAD Asia」で、特別賞である「New Concept of the Year（ニューコンセプト賞）」と「AHEAD Asia Hotel of the Year（ベストホテル賞）」第4位を受賞。
- ✓ アメリカの富裕層向けトラベルメディア「Condé Nast Traveler」の編集部やジャーナリスト、フォトグラファーによって選ばれる世界の最新ベストホテルを選出する賞である、Condé Nast Traveler（コンデナスト・トラベラー）のHot Listを受賞。国内のホテルでは過去に2016年「Amanemu」、2017年「星のや東京」が受賞し、2018年は、「TRUNK(HOTEL)」は日本国内で唯一選出。
- ✓ アメリカの旅行誌「Travel + Leisure」編集部が世界中の新しいホテルの中から優れたホテルを選ぶ「Travel + Leisure It List 2018」に選出。
- ✓ イギリス発のグローバル情報誌「MONOCLE」編集部が選ぶ「MONOCLE Travel Top 50」に選出。
- ✓ ユナイテッド航空）が発行する機内誌「Hemispheres」編集部が世界中の新しいホテルの中から優れたホテルを選ぶThe Best New Hotelsに国内で唯一選出



News Paper

- ✓ 「The Daily Telegraph」（イギリス）、「The Japan Times」、「日本経済新聞」等でも紹介。



Magazine

- ✓ 国内外のファッション、ライフスタイル系メディアに数多く掲載。
- ✓ 「Forbes」（アメリカ）、「DEPARTURES」（アメリカ）、「MONOCLE」（イギリス）、「FRAME」（オランダ）、「OCEANS」「FINE」「BRUTUS」「Casa BRUTUS」「POPEYE」「Pen」「GQ」「ELLE」「VOGUE」「FIGARO」「WWD JAPAN」等でも紹介。

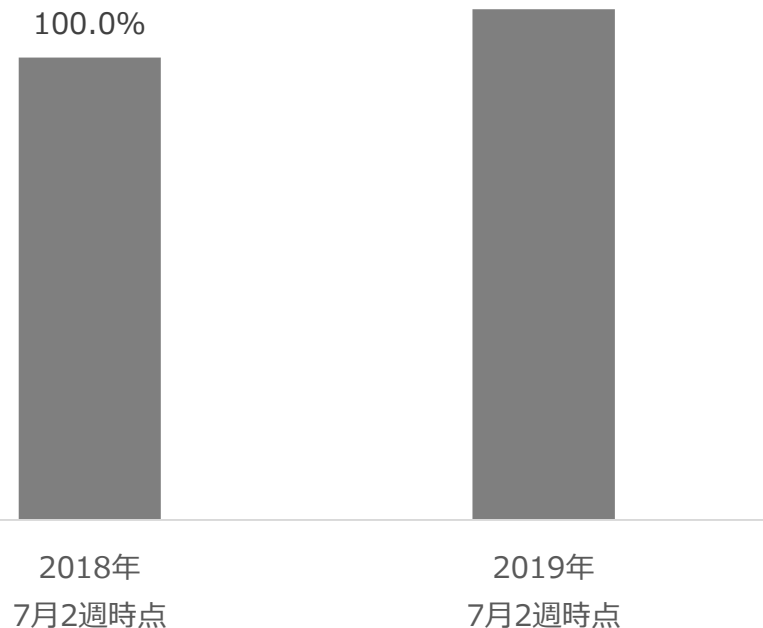
TRUNK(HOTEL)1号店は 3年目も、宿泊、婚礼共に高水準を維持

婚礼受注実績

2020年3月期受注組数 対前期比※1

*12018年7月2週時点の「当期の婚礼組数」を100%とした場合の
パーセンテージをグラフ表示

100.0% 101.6%



宿泊実績

ADR (平均客室単価)

59,115円

※2019年4-6月実績

宿泊者の外国人比率

87.0%

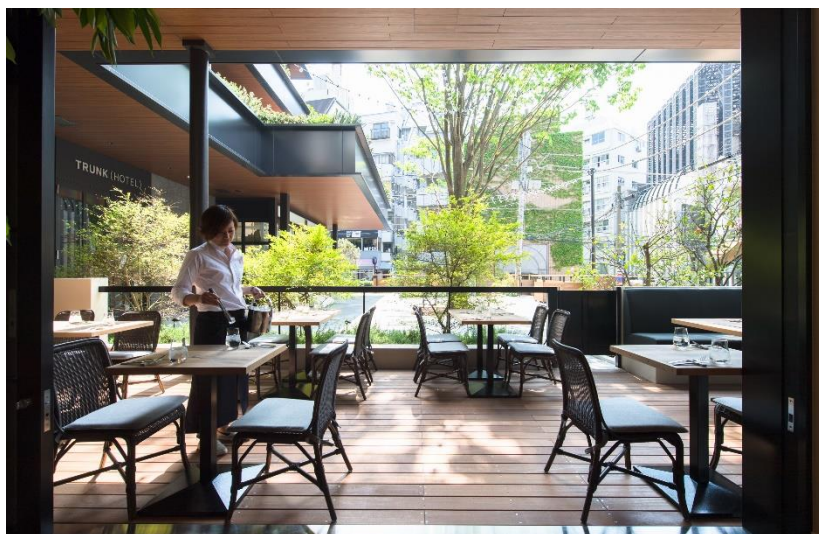
うち欧米人の比率は81.0%

※2019年4-6月実績

メインダイニング TRUNK(KITCHEN)のメニュー、価格を一新 リニューアルオープン後の来店数は、前期比172.1%

コンセプトは「TRUNKER'S DINER」

TRUNK(HOTEL)のメインダイニングであるTRUNK(KITCHEN)が、メニュー、価格を一新し、リニューアルオープンいたしました。産地にこだわった国産の野菜、肉類やシーフードの素材を生かした料理を中心に提供し、ベジタリアンやグルテンフリーなどの要望にも応えてまいります。日常使いできるホテルのメインダイニングとしてカジュアルに生まれ変わったことで、リニューアルオープン後の来店数は前年同期比172.1%となっております。



＜ 光が降り注ぐ開放的なテラス席を増設 ＞

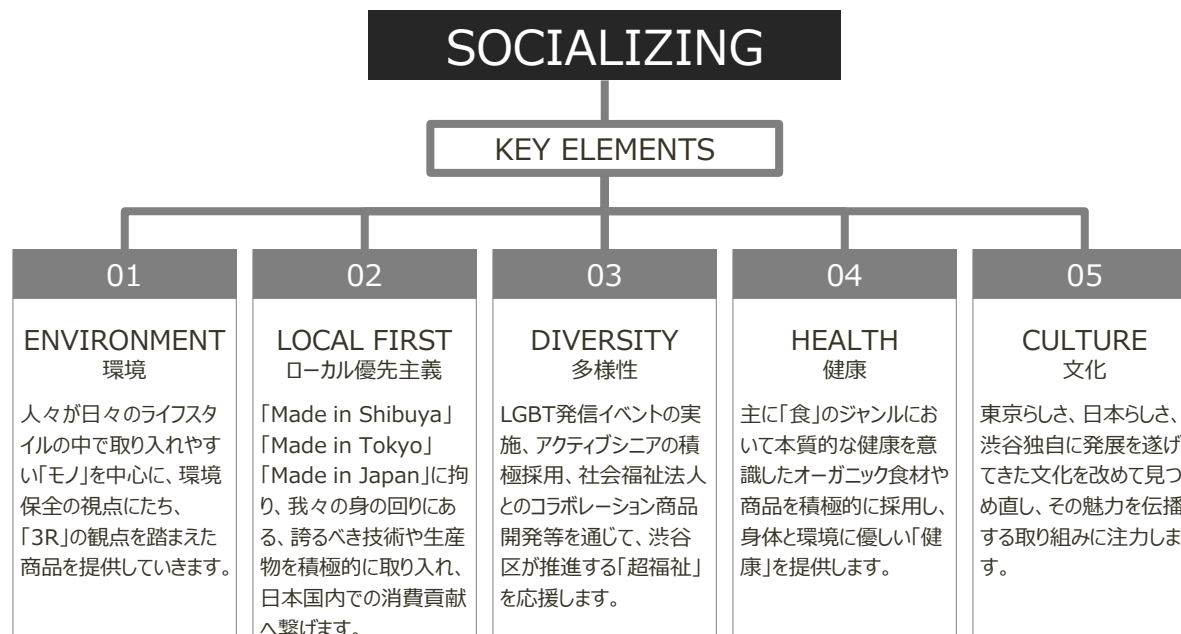
	2019年5-6月 来店数 前年同期比
5月	161.0%
6月	183.7%
合計	172.1%

※各月の前年同時期実績を100%とした場合のパーセンテージを表示

■ TRUNK(HOTEL)神宮前コンセプト

TRUNK(HOTEL)のコンセプトは「SOCIALIZING」。

「ENVIRONMENT（環境）」「LOCAL FIRST（ローカル優先主義）」「DIVERSITY（多様性）」「HEALTH（健康）」「CULTURE（文化）」という5つのカテゴリーに注力しながら、「一人ひとりが日々のライフスタイルの中で、自分らしく、無理せず等身大で、社会的な目的を持って生活すること。」という「ソーシャライジング」をコンセプトに掲げる。誰もが取り入れやすい社会的活動を生み出し提供することで、社会的価値と経済的価値を満たすビジネスモデルの創出を目指している。



海外・リゾートウェディング事業



<ハワイ ザ・ダイヤモンドヘッドチャペル 2020年5月オープン>

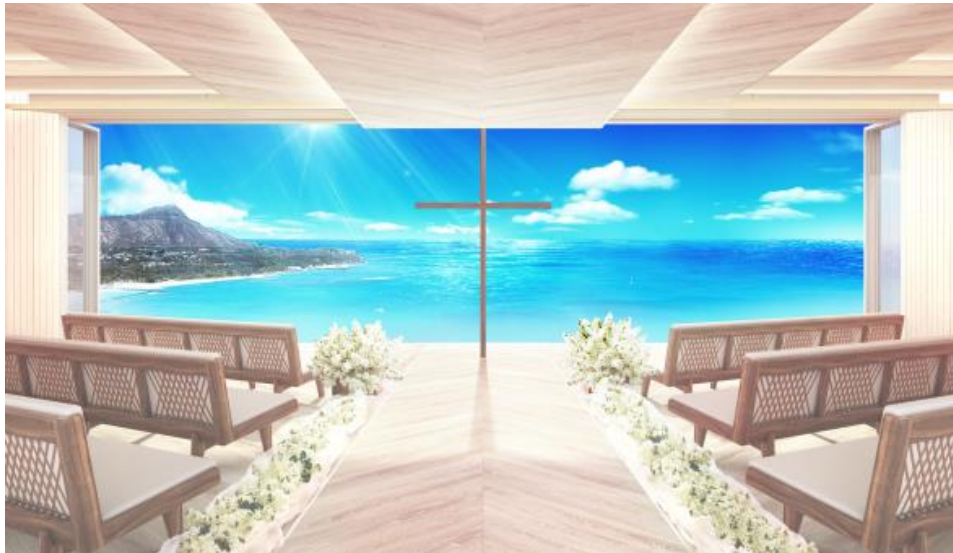
国内マーケットは、組織再編により業績回復を図る 東アジアマーケットは、モルディブに拠点拡大

事業領域	重点テーマ	詳細
国内 マーケット	業績回復	● 組織、教育体制の見直しにより新規契約数は復調 ● 広島・名古屋・銀座に直営サロンをオープン
	新規出店	● 2019年1月 宮古島「シギラリゾート」内に2チャペルをオープン ● 2020年3月 沖縄 備瀬地区に「ふくぎの写真館」をオープン ● 2020年5月 ハワイ「ザ・ダイヤモンドヘッドチャペル」をオープン
東アジア マーケット	ローカル・リゾート ウェディング受注強化	● 2019年4月 営業販売網拡大のため、北京・上海に営業所設置
	新規出店	● 2019年4月 プーケットに2拠点オープン ● 「コンラッド・モルディブ・ランガリ・アイランド」と契約締結 2020年1月より販売開始

ハワイ5拠点目の「ザ・ダイヤモンドヘッドチャペル」 2020年5月 シェラトンホテルの最上階にオープン

販売開始：2019年10月
オープン：2020年5月（予定）
チャペル名：「ザ・ダイヤモンドヘッドチャペル」
所在地：2255 Kalakaua Ave., Honolulu, HI

2020年5月（予定）に、ハワイ ワイキキの一等地に佇む名門ホテル シェラトン・ワイキキ リゾートの最上階にハワイエリア5拠点目となる「ザ・ダイヤモンドヘッドチャペル」をオープンすることが決定いたしました。
「ワイキキの中心で叶う、贅沢なファーストクラスウェディング」をコンセプトに、広大なダイヤモンドヘッドを一望でき、都会的で洗練された最高峰のウェディングが叶います。



Sheraton®
WAIKIKI



2020年3月 沖縄 人気観光エリアに「ふくぎの写真館」オープン フォトウェディングマーケットの開拓に着手



販売開始：2019年8月
オープン：2020年3月（予定）
施設名：「ふくぎの写真館」
所在地：沖縄県本部町字備瀬地区

沖縄本島の本部半島先端部の備瀬地区に「ふくぎの写真館」をオープンすることを決定いたしました。那覇から車で1時間30分の備瀬地区は、樹齢300年以上とも言われる2万本ものフクギ並木が集落を囲い、その神秘的な光景が「パワースポット」として、人気の高い観光エリアとなっています。

当施設は、既存商品の付加価値向上に加え、国内外で拡大するフォトウェディングマーケットの新規開拓を目的にしております。

当社顧客に
オプション販売

新規開拓
フォトウェディング（挙式無・写真のみ）
WEBで直販

人気観光エリア
沖縄 備瀬地区に
「ふくぎの写真館」オープン
(2020年3月予定)



OKINAWA

＜ 人気フォトスポット 備瀬地区のフクギ並木 ＞
沖縄の原風景が残る観光名所。「幸福を呼ぶ」と呼ばれる
2万本の「フクギ（福木）」が1kmの並木を作る神秘的空間

営業面、組織人材面、双方の対策を講じ、 業績向上を図る

現状課題

営業の課題

外部環境（競合・地政学
リスク）への対応遅れ

旅行代理店との
リレーション弱体化

組織・人材の課題

急拡大に伴う
教育体制の遅れ

経営管理機能
不足

対策・取組内容

営業

- 旅行代理店（販売代理店）へのリレーション再強化
- 商品ラインナップに応じた販売政策（価格、接客枠運用）を本社で一元管理
- 広告・集客の強化
- 直営サロンの販売網拡大による自社比率増、単価アップへの取組み

組織・人材

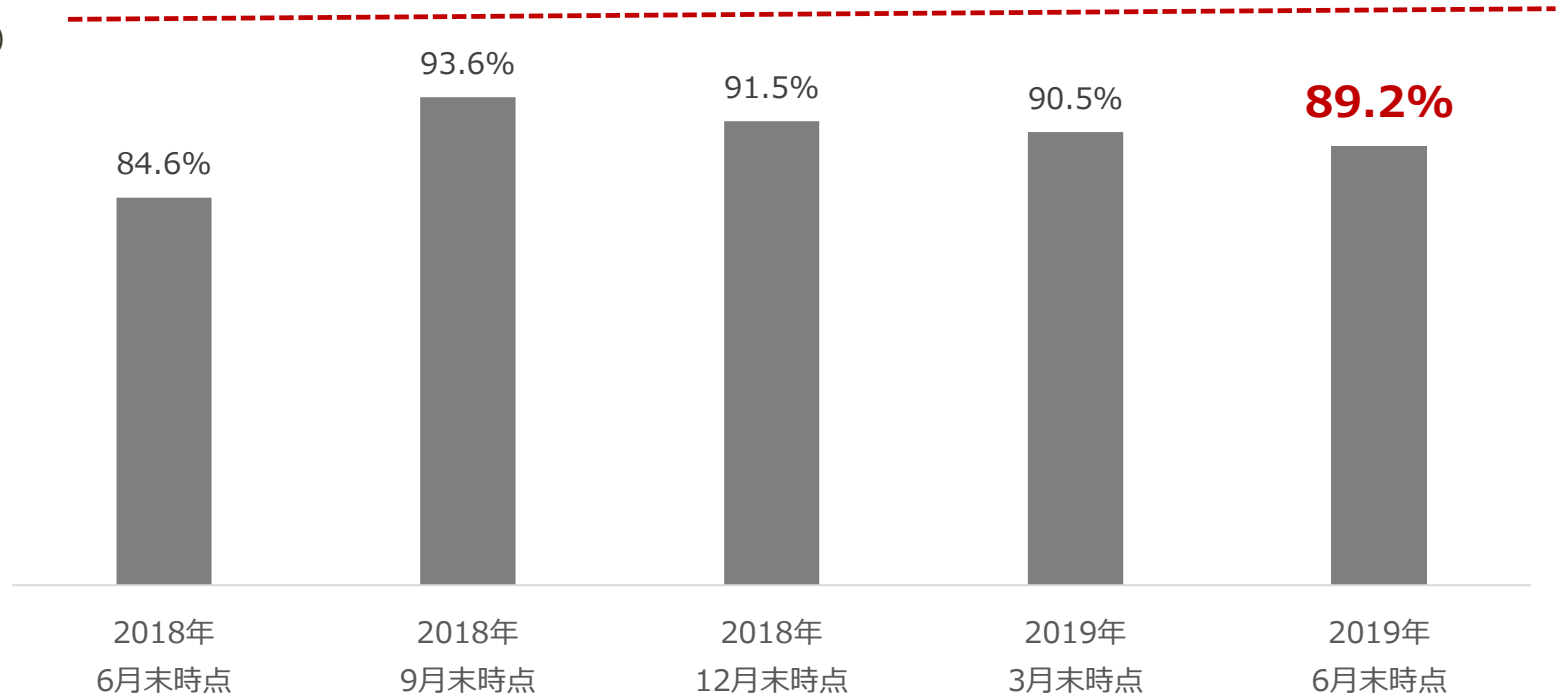
- 社長直轄プロジェクトを発足。
組織体制の整備と、マーケティング・営業・コスト管理の徹底
- 教育チームを発足。
各拠点のOff-JTに加えて、本社からの教育を強化

2020年3月期受注組数の前期比は89.2%（2019年6月末時点）

2020年3月期受注組数 対前期比※

※各時点の前年同時期実績を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示

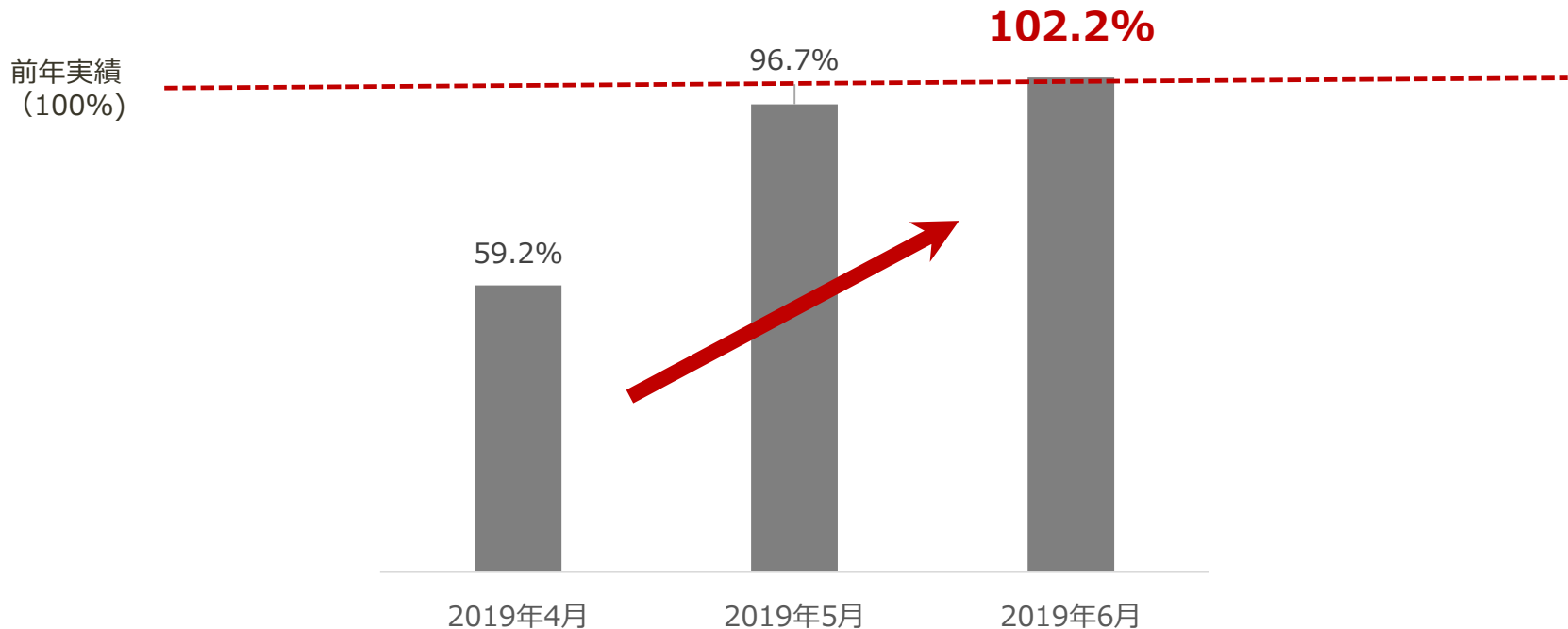
前年実績
(100%)



組織管理体制の強化、教育プログラムの見直しにより 新規契約数は復調傾向

2019年4-6月 新規契約数 対前期比※

※2019年4～6月に新規契約した組数（来期以降の施行含）の
前年同時期実績を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



国内営業販売網を拡大 直営サロン10店舗目 銀座店が2019年8月オープン

国内営業販売網



2020年3月期開業 直営サロン



銀座サロン 2019年8月オープン

- ✓ オープン日：2019年8月1日
- ✓ 最寄駅：「銀座」駅 徒歩1分
- ✓ 席数：接客カウンター7席



新宿サロン
2019年2月フロア拡張



広島サロン
2019年3月オープン



名駅サロン
2019年6月オープン

集客拡大を目的に、
ハウスウェディング全国66店舗でも、
海外リゾート相談受付を開始



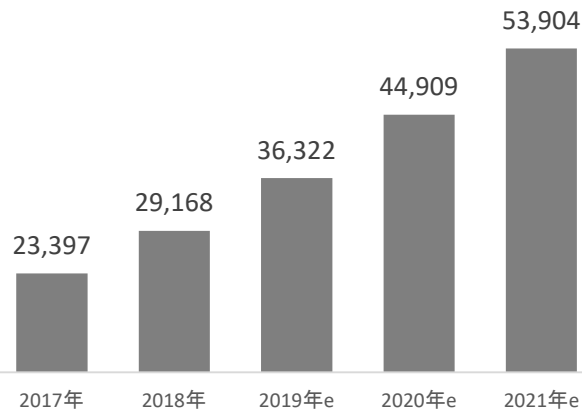
中国の婚礼市場規模は増加傾向

主要都市だけでも海外ウェディング潜在顧客数は日本の2倍

中国人に人気のエリアへ拠点展開

中国婚礼市場規模予測（単位：十億円）

1元 = 16円計算



上海・北京
台湾・香港
5万組



コンラッド・モルディブと新規契約 プーケット 3 拠点本格稼働

**新たに、世界的な5ツ星ホテル
「コンラッド・モルディブ・ランガリ・アイランド」と独占契約**



VISA取得の容易さから、中国人富裕層が多数訪れるモルディブで滞在型ウェディングを提供。360°海のパノラマビューが叶う水上コテージウェディングや、幻想的な水中レジデンス「THE MURAKA」での写真撮影などラグジュアリーウェディングを実現いたします。

販売開始予定：2020年1月

中国人に大人気のプーケットにてアジア独占契約 3 拠点



**プーケット初！絶景のオーシャンビュー
「カタタニリゾート」**

収容人数：チャペル40名
バンケット36名
挙式開始日：2018年11月



**雄大な自然をバックに
究極のビーチ ウェディング「アナンタラ」**

収容人数：60名
挙式開始日：2019年4月



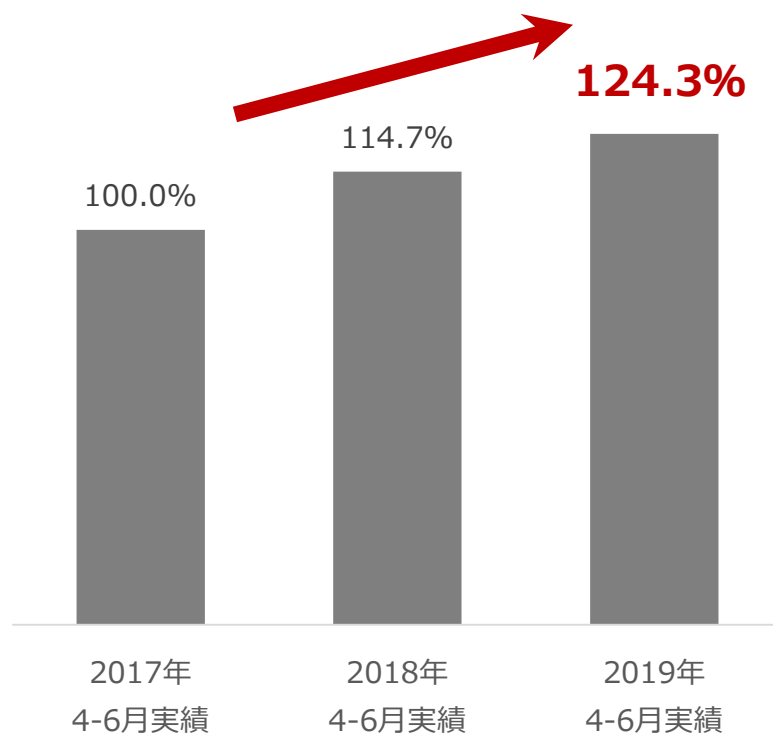
**プーケットから船で5分
幻想的な「ナカ アイランド」**

収容人数：40名
挙式開始日：2019年4月

東アジアマーケットのウェディングは堅調に推移

施行組数 推移*1

*1 東アジアマーケットにおいて、当社リゾート施設で施行した組数。
2017年4-6月を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



台湾直営店 2019/4-6月実績*2

*2 施工組数：2018年4-6月施行組数を100%とした場合の2019年4-6月組数割合
受注組数：2018年6月末時点での2019年3月期受注組数を100%とした場合の
2019年6月末時点での2020年3月期受注組数

2019年4-6月 施行組数	前期比 105.4%
2020/3期 受注組数	前期比 113.0%



〈海外直営1号店 台湾唯一のチャペルを有したシャトーウフェリシテ〉

III

2020年3月期 配当予想

Dividend forecast for FY03/2020

株主還元を強化

2020年3月期配当は5円増配し、1株当たり20円の配当を予想

1株当たりの配当金			
	第2四半期末	期末	年間合計
2019/3	0円	15円	15円
2020/3 (予想)	10円	10円	20円

IV

会場一覧

Venues

直営店舗：全国66店舗（101会場）

（2019年6月30日現在）

■ 近畿エリア

アーセンティア迎賓館（大阪）
 アーフェリック迎賓館（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）
 アーフェリック迎賓館（小倉）
 ベイサイド迎賓館（長崎）
 アーフェリック迎賓館（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）
 アルモニーサンク（小倉）

■ 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）
 アーフェリック迎賓館（岐阜）
 アルモニーテラス（岐阜）
 アルモニーヴィラ オーチャルダン（常滑）

■ 北海道・東北エリア

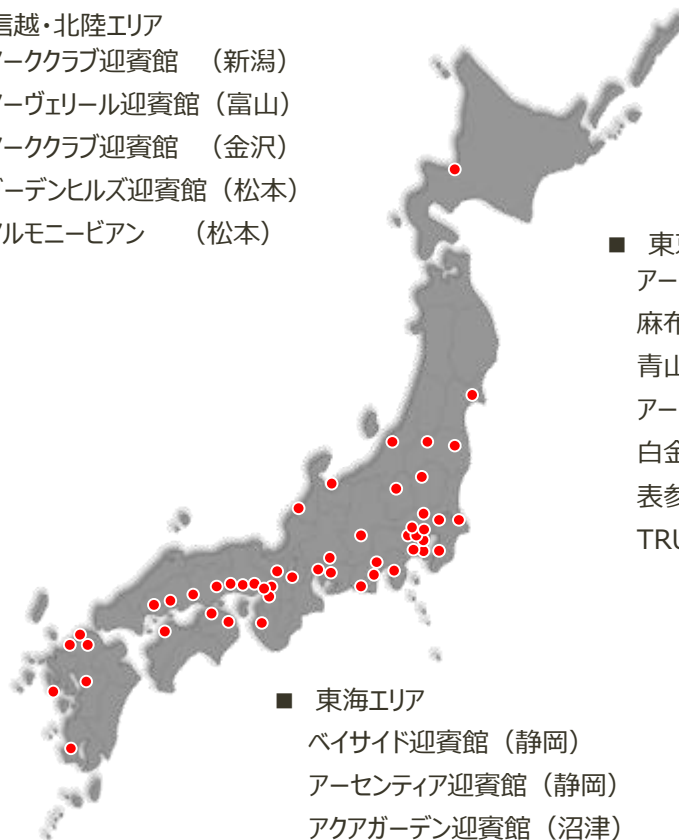
ヒルサイドクラブ迎賓館（札幌）
 アーカンジェル迎賓館（仙台）
 アーククラブ迎賓館（郡山）

■ 東京

アーカンジェル代官山
 麻布迎賓館
 青山迎賓館
 アーフェリック白金
 白金倶楽部
 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 GEIHINGKAN 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14施設

(2019年6月30日現在)

■ 直営ホテル（5施設）

- ✓ TRUNK(HOTEL) (神宮前)
- ✓ TRUNK(HOUSE) (神楽坂) ※2019年8月オープン
- ✓ ホテル アルモニーテラッセ (岐阜)
- ✓ アルモニーアンブラッセ (大阪)
- ✓ ホテル アルモニーサンク (小倉)

■ 直営レストラン（3施設）

- ✓ Pie Holic (横浜)
- ✓ BLUE POINT (白金台)
- ✓ GENTLE (表参道) ※2019年7月オープン

- ：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)
- ✓ マノワール・ディノ (表参道)
- ✓ REIMS YANAGIDATE (表参道)
- ✓ TENOHA DAIKANYAMA (代官山)
- ✓ イル・ブッテロ (広尾)
- ✓ TERAKOYA (武蔵野)



海外・リゾート：22店舗、海外ローカル：3店舗

(2019年6月30日現在)

■ リゾートウェディング

<Hawaii>

- ✓ フォーシーズンズ リゾート オフ アット コオリナ
- ✓ ザ・モアナチャペル
- ✓ シェラトン・ワイキキ ザ・マカナチャペル
- ✓ キャルバリー・バイ・ザ・シー教会
- ✓ シェラトン・ワイキキ ダイヤモンドヘッドチャペル
(2020年5月オープン)

<Bali>

- ✓ アールイズ・ブルーポイント・バイ・ザ・シー
- ✓ コンラッド インフィニティ
- ✓ ドア・カハヤ アット ブルーヘブン

<沖縄>

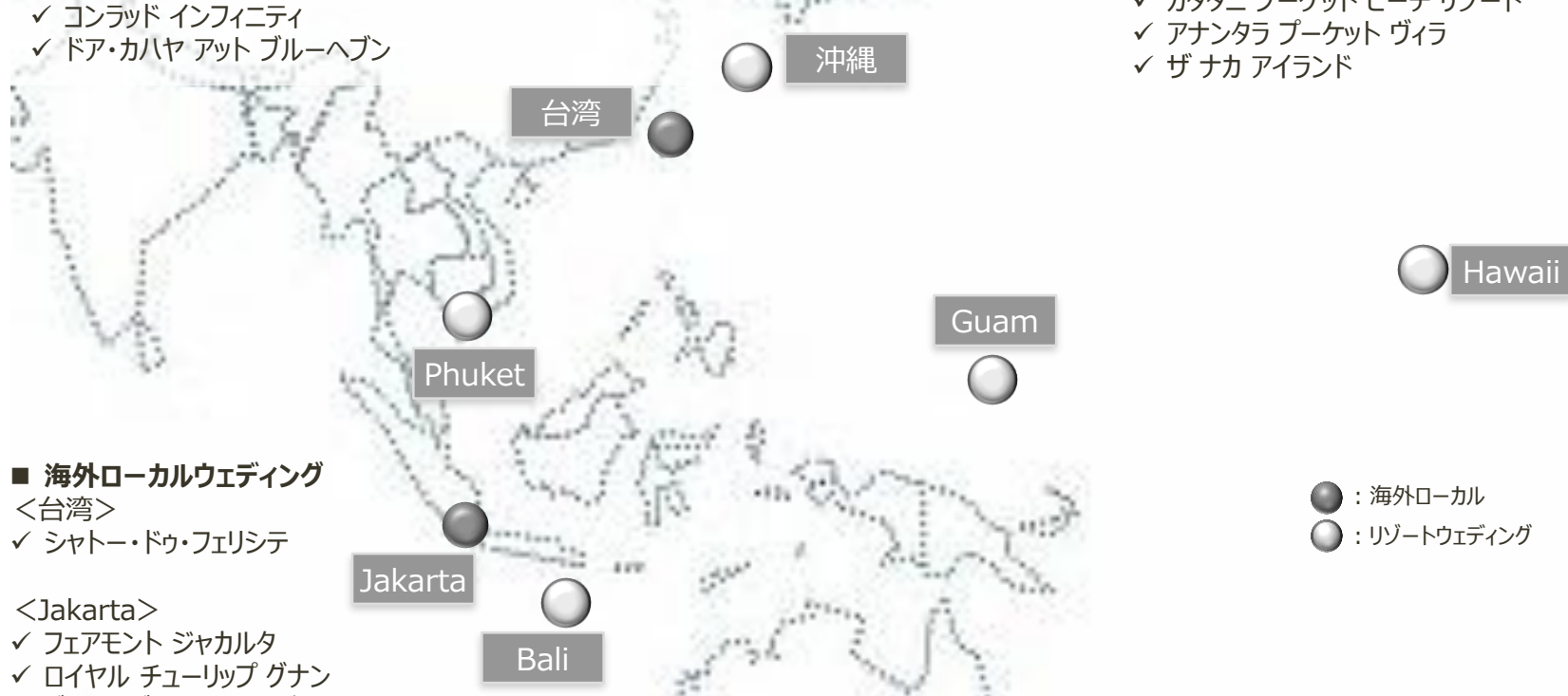
- ✓ アールイズ・スイート～海の教会～
- ✓ 白の教会
- ✓ ギノザリゾート 美らの教会
- ✓ 瀬良垣島教会
- ✓ 奏の教会 (宮古島)
- ✓ 葵の教会 (宮古島)

<Guam>

- ✓ シェラトン・ラグーナ ホワイトアロウチャペル
- ✓ ザ・シーサイド・スイート アット ヒルトン・グアム
アクアステラチャペル
- ✓ ジュエル・バイ・ザ・シー アット ハイアット
リージェンシー グアム
- ✓ クリスタルチャペル
- ✓ ザ レインボーチャペル

<Phuket>

- ✓ カタニ プークット ビーチ リゾート
- ✓ アナンタラ プークット ヴィラ
- ✓ ザ ナカ アイランド



■ 海外ローカルウェディング

<台湾>

- ✓ シャトー・ドゥ・フェリシテ

<Jakarta>

- ✓ フェアモント ジャカルタ
- ✓ ロイヤル チューリップ グナン
グリス リゾート アンド ゴルフ

海外・リゾート直営サロン：10店舗

(2019年6月30日現在)



■ 直営サロン（10施設）

- ✓ 札幌
- ✓ 仙台
- ✓ 東京（新宿本店）
- ✓ 東京（銀座）※2019年8月オープン
- ✓ 横浜
- ✓ 名古屋（栄）
- ✓ 名古屋（名駅）
- ✓ 大阪（梅田）
- ✓ 広島
- ✓ 福岡（天神）

人の心を、人生を豊かにする

T&G TAKE and GIVE NEEDS