

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2022年3月期

第3四半期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2022年3月期第3四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

E-Mail ir-presen@tgn.co.jp

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

I. 2022年3月期第3四半期 連結決算概要

- | | |
|------------------|--------|
| 1. 連結 損益計算書 概要 | P6-8 |
| 2. 国内ウェディング事業 内訳 | P9-11 |
| 3. 連結 貸借対照表 | P12-13 |

II. 2022年3月期 通期連結業績予想

- | | |
|------------------------------|--------|
| 1. 通期連結業績予想 | P15-16 |
| 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） | P18-21 |

III. アフターコロナへ向けた取り組み

- | | |
|------------------|-----|
| 1. オミクロン株 感染防止対応 | P23 |
| 2. 利益向上策（内製化の強化） | P24 |
| 3. 農林中央金庫との協業 | P25 |

IV. 市場環境と当社の競争優位性

V. 補足資料

エグゼクティブ・サマリー

1 第3四半期累計は、全ての段階利益において、大幅増益

- 営業利益 1,768百万円 (前年同期差異 +10,548百万円)
- 最終利益 2,686百万円 (前年同期差異 +15,843百万円)

2 第3四半期は、取扱組数、婚礼単価が急速に回復 営業利益は、2019年同四半期と同水準

- 2021年第3四半期 国内ウエディング事業 営業利益：2,290百万円
- 2019年第3四半期 国内ウエディング事業 営業利益：2,481百万円

3 オミクロン株影響を鑑み、2022年3月期通期業績予想は据え置き

I

2022年3月期第3四半期 連結決算概要

Results for the 3Q of FY 03/2022

1-1. 連結 損益計算書 概要

売上高の回復と、コスト削減の徹底により大幅増益

単位：百万円	2022/3 3Q累計	前年同期	
		実績	増減
売上高	29,651	14,348	(※1) 15,302
■ 国内ウェディング事業 TRUNK (HOTEL)	29,325	11,890	17,434
■ 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	325	390	-64
売上総利益	19,336 65.2%	9,214 64.2%	10,122 1.0pt
販管費	17,568 59.2%	17,994 125.4%	(※2) -425 -66.2pt
営業利益	1,768 6.0%	△8,780 -	10,548 -
経常利益	1,383 4.7%	△9,135 -	10,519 -
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,686 9.1%	△13,156 -	15,843 -

前年同期差異要因

■ 売上高 (※1)

前期比 +15,302百万円

- ✓ 前年同期4-5月は、営業自粛
- ✓ 取扱組数、平均単価は回復傾向

■ 販管費 (※2)

前期比 ▲425百万円

- ✓ 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 +1,808百万円
- ※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▲2,869百万円となります。

特別利益

- ✓ 営業時間短縮協力金等のコロナ関連補助金(1,557百万円)

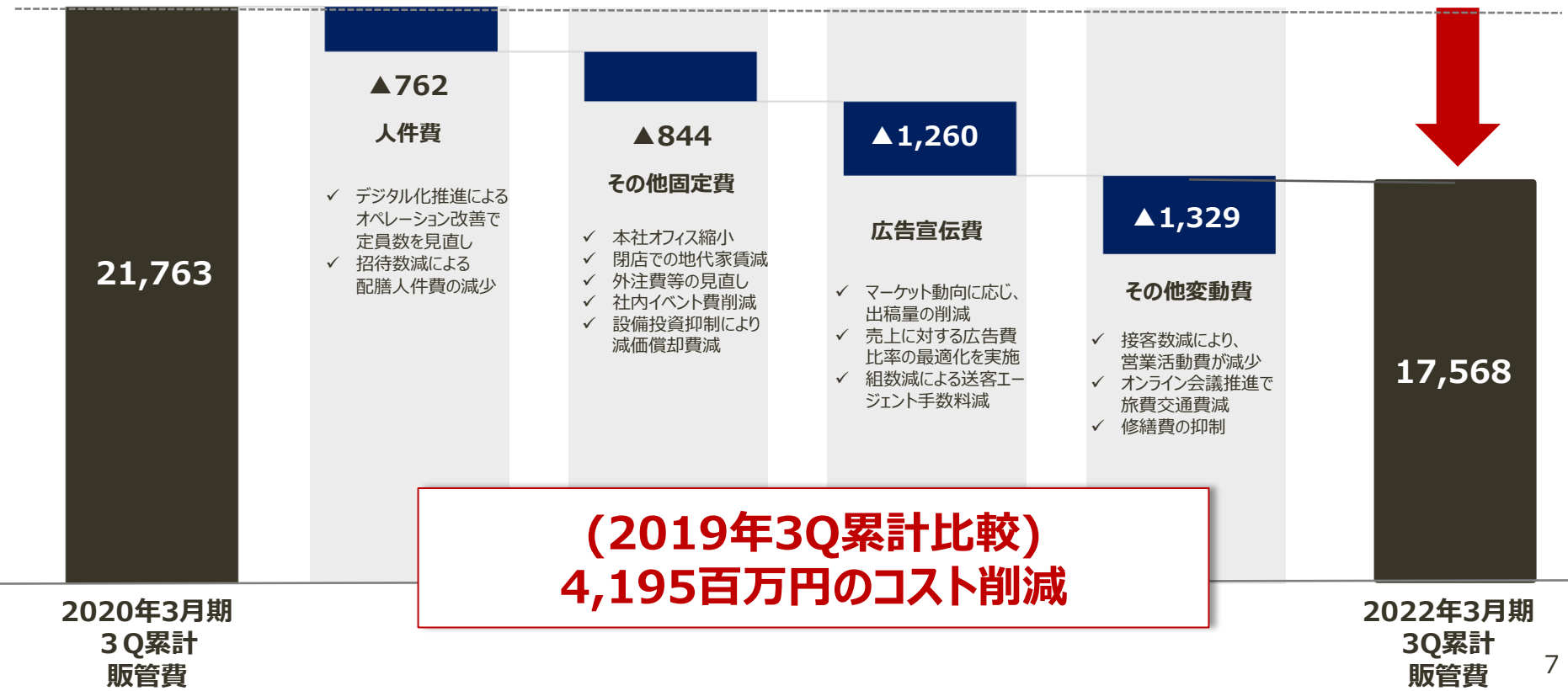
%は売上高比

前々期比 19.3%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月期同四半期）の販管費と比較しています

単位：百万円



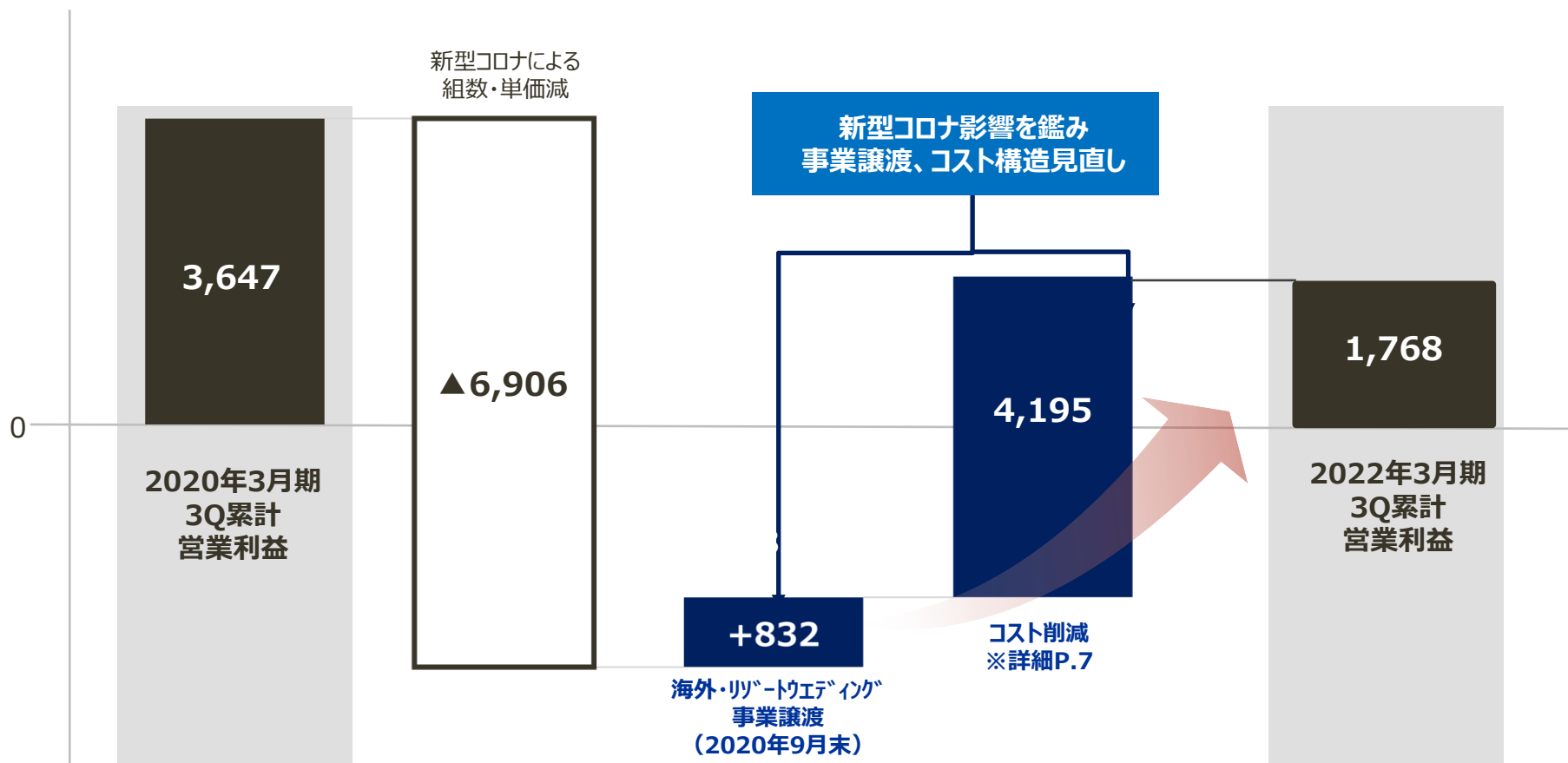
I 1-3. 新型コロナ前比較 連結営業利益増減要因

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

コスト構造見直しにより、収益性改善

営業利益 増減要因

単位：百万円



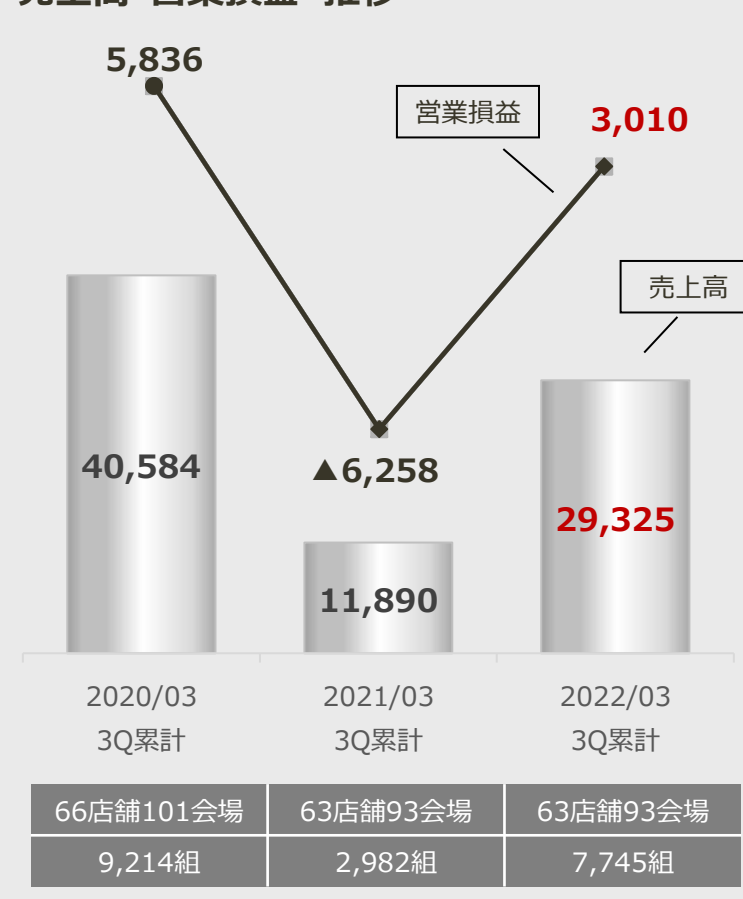
2-1. 国内ウェディング事業 内訳

国内ウェディング事業は、回復基調

単位：百万円	2022/3 3Q累計	前年同期	
		実績	増減
売上高	29,325	11,890	17,434
直営店婚礼（TRUNK含）	27,302	10,459	16,843
■取扱組数（組） ※1	7,745	2,982	4,763
■平均単価（千円） ※2	3,567	3,532	35
■平均人数（人） ※2	50.5	49.1	1.4
コンサルティング	506	317	189
宿泊、レストラン、等	1,516	1,114	402
売上総利益	19,047	7,497	11,549
	65.0%	63.1%	1.9pt
営業利益	3,010	△6,258	9,268
	10.3%	—	—

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

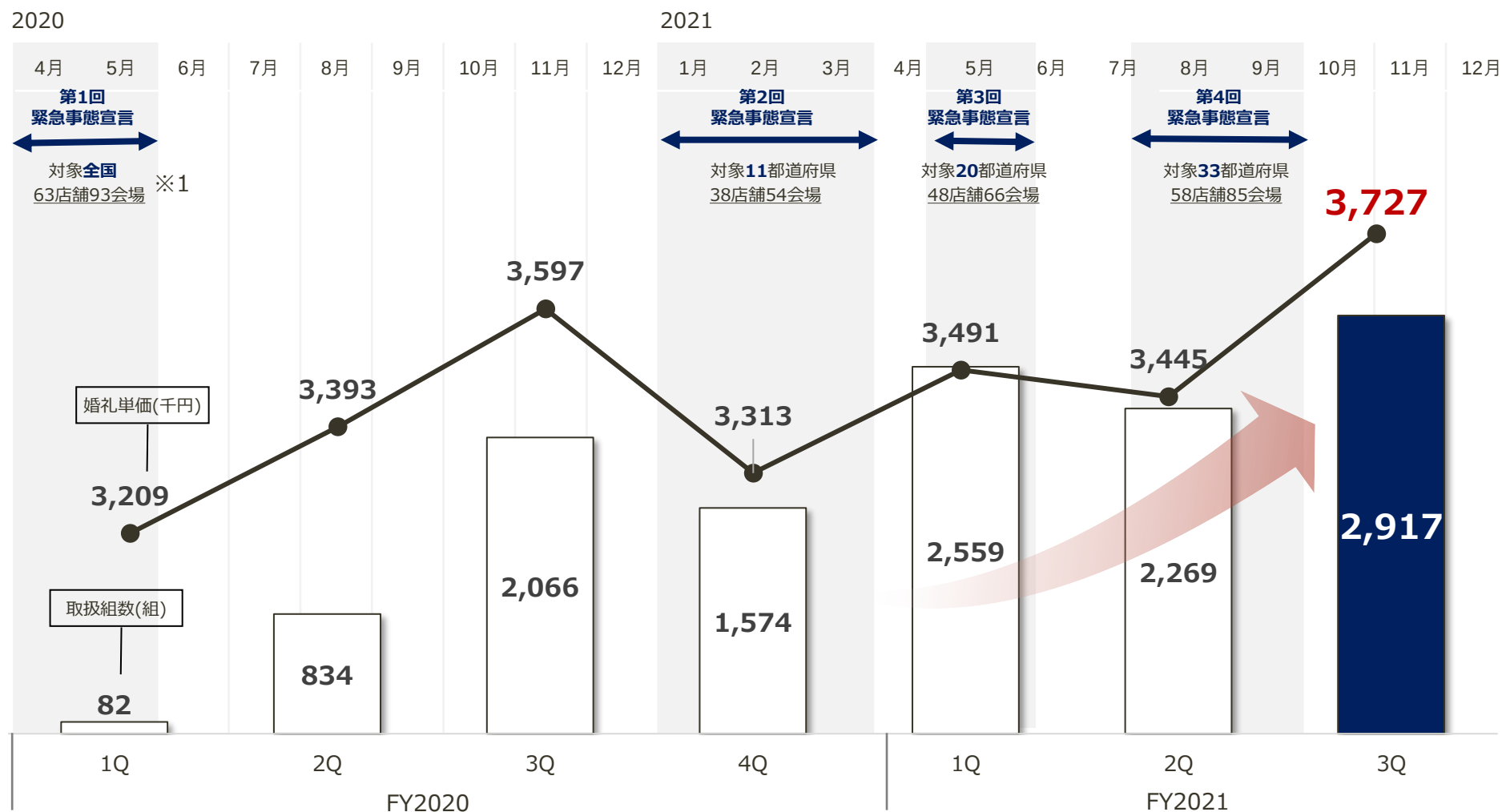
※12月末時点で稼働している直営婚礼店舗数と取扱組数

(※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。

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

2-2. 取扱組数、婚礼単価の推移

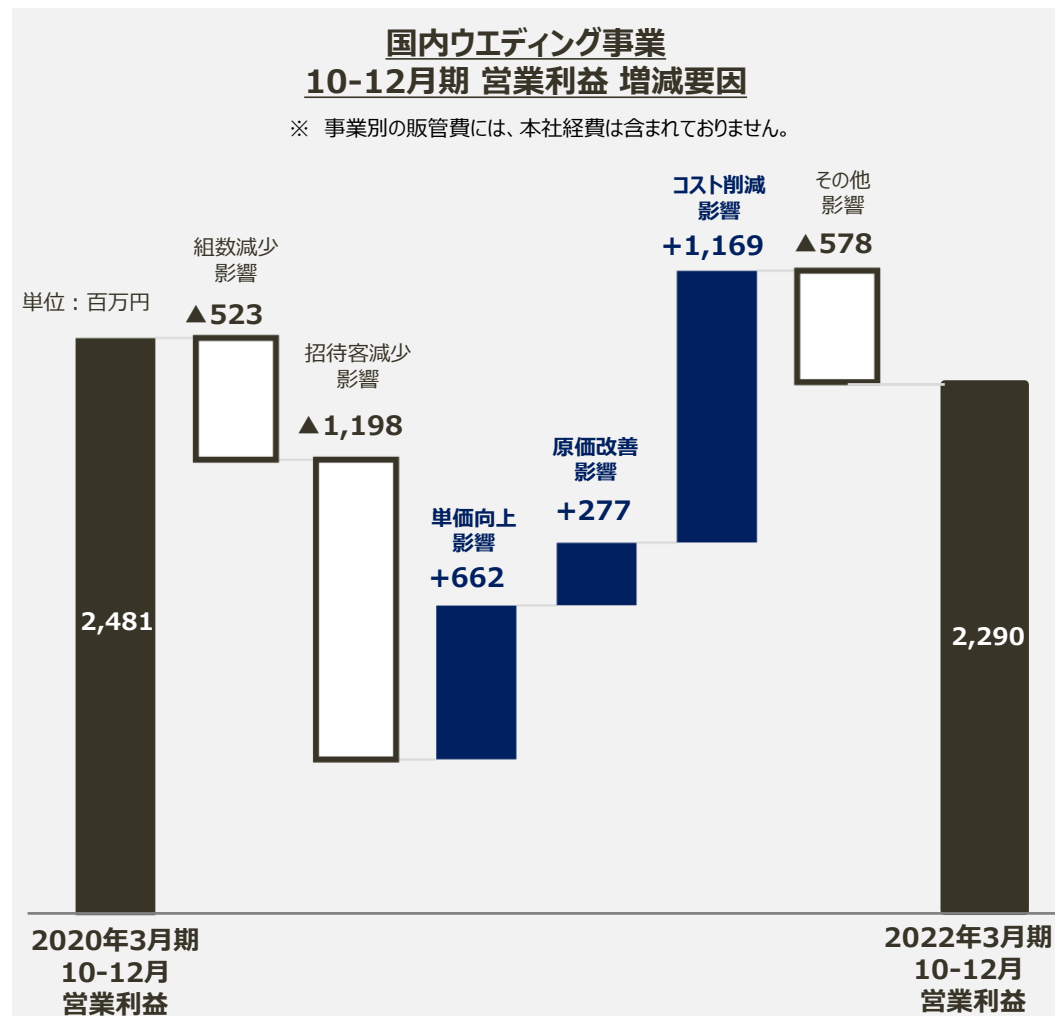
10月以降は、取扱組数、単価共に大幅回復



10-12月期 営業利益は、新型コロナ前の同水準を達成

単位：百万円	2022/3 10-12月期 (当期)	2020/3 10-12月期 (前々期)	増減
売上高	11,542	14,095	-2,553
売上総利益	7,605	8,964	-1,358
売上総利益率	65.9%	63.5%	2.4pt
営業利益	2,290	2,481	-190
営業利益率	19.8%	17.6%	2.2pt

新型コロナ影響による売上高減少分を
収益改善施策で補完



3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

総資産は557億円（2021年3月末比 +72億円）

単位:百万円	2021/3末	2021/12末	増減
流動資産	7,912	15,989	8,076
現金及び預金	4,594	12,559	7,964
固定資産	40,665	39,789	-876
有形固定資産	32,214	30,927	-1,287
無形固定資産	256	174	-82
投資その他資産	8,194	8,687	493
資産計	48,578	55,778	7,200

主な増減要因

- 現金及び預金 +7,964百万円
 - ✓ 優先株式発行による3,000百万円増資
 - ✓ シンジケートローン契約締結 3,560百万円

長期借入金の借り換えを実行

単位:百万円		2021/3末	2021/12末	増減
負債合計		41,340	43,144	1,804
	流動負債計	22,345	24,206	1,861
	短期借入金	11,105	10,930	-175
	(一年内) 長期借入金	4,689	5,016	326
	固定負債計	18,995	18,938	-56
	長期借入金	13,992	14,216	224
純資産計		7,237	12,633	5,396
負債・純資産計		48,578	55,778	7,200

有利子負債	29,788	30,163	375
自己資本比率	14.9%	22.6%	7.7%

主な増減要因

- 長期借入金 +224百万円
- 株主資本 +5,433百万円
✓ 第三者割当 優先株式発行による3,000百万円の増資
2021年4月20日 払込完了
- 自己資本比率 +7.7%改善

II

2022年3月期 通期連結業績予想

Financial Plan of FY 03/2022

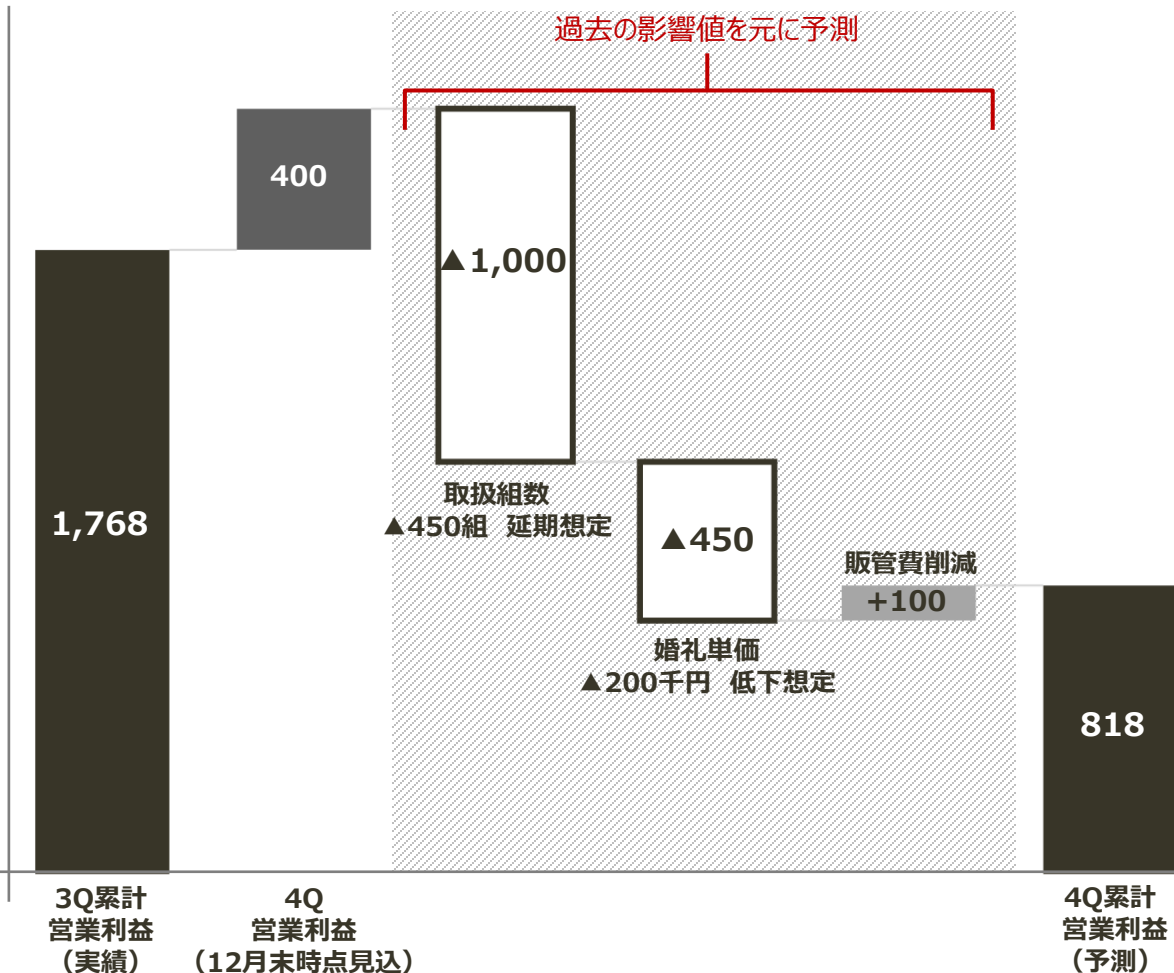
オミクロン株の影響不透明 通期予想は据え置き

	第3四半期累計		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	14,348	29,651	20,044	42,000 ~45,000	38,000	-4,000 ~-7,000
営業利益	△8,780	1,768	△11,191	600 ~2,500	800	+200 ~-1,700
経常利益	△9,135	1,383	△11,687	0 ~1,900	300	+300 ~-1,600
当期利益	△13,156	2,686	△16,214	△700 ~800	400	+1,100 ~-400

1-2. 2022年3月期 通期連結業績予想の前提

過去の感染拡大時の影響値を元に予測

(単位：百万円)

**オミクロン株による業績影響は不透明**

- ・ 現時点では、顧客の挙式日延期等の判断は慎重
- ・ 行動制限継続の場合、延期が増加する可能性有
- ・ 第5波では、1ヶ月弱で400組の延期実績あり
- ・ 今後の政府、自治体の行動制限要請は不透明

**オミクロン株による業績影響を
過去の実績を元に予測し、業績予想は据え置き**

期末配当 無配

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
(前回11月11日発表)

0円

未定

未定

2022年3月期
(今回修正)

0円

0円

0円

2021年3月期
(前期)

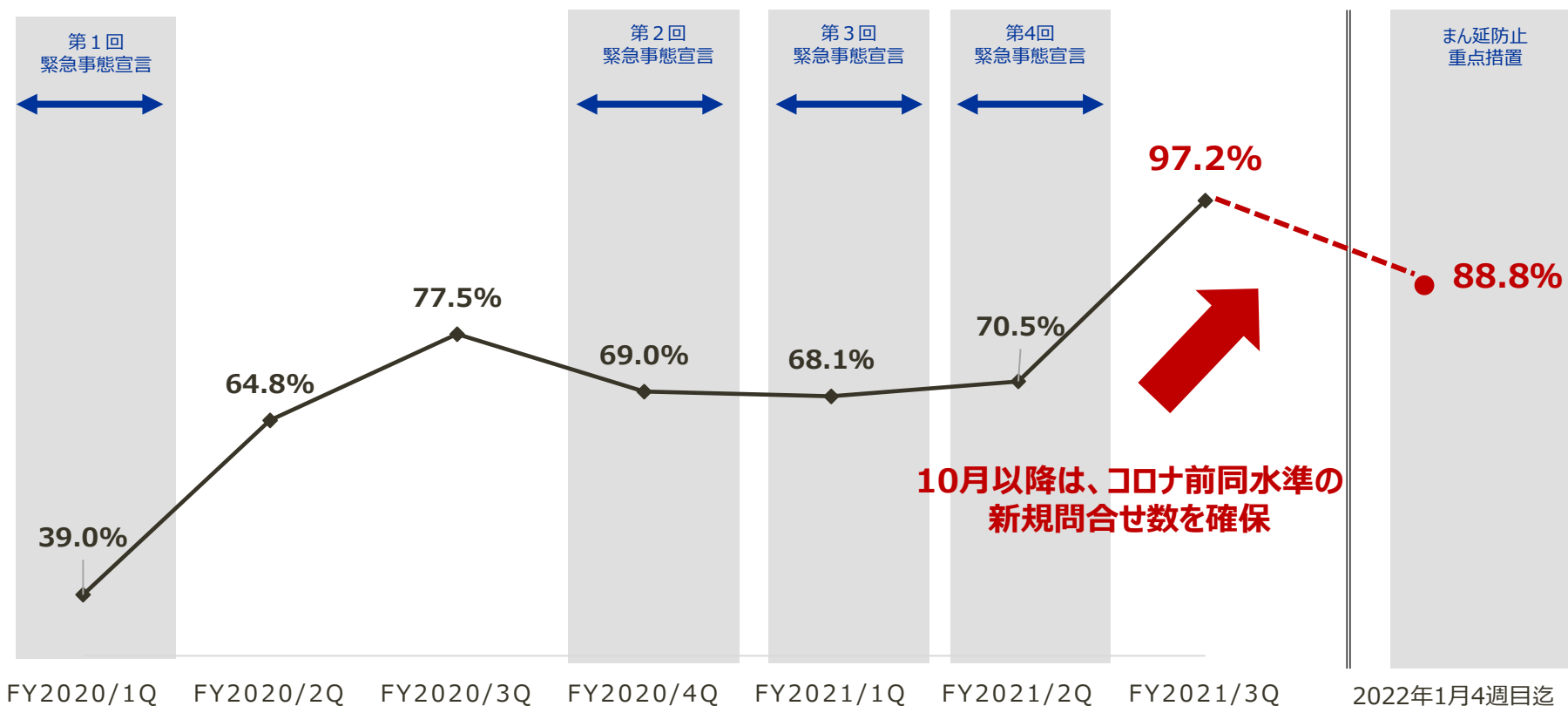
0円

0円

0円

10月以降は、急速に回復

【割合】 新規問合せ数 2019年同時期比

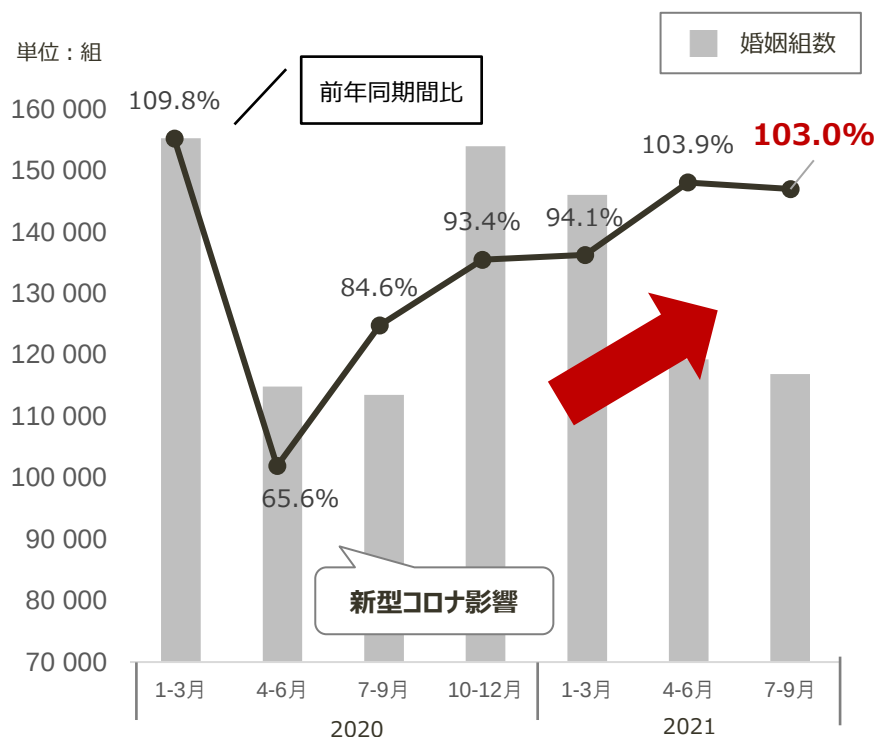


※ FY2020/1Q～3Q : FY2019/1Q～3Q比較
FY2020/4Q～FY2021/2Q : FY2018/4Q～2019/2Q比較

婚姻組数は、緩やかに回復する一方、他式場数は減少

婚姻組数の推移

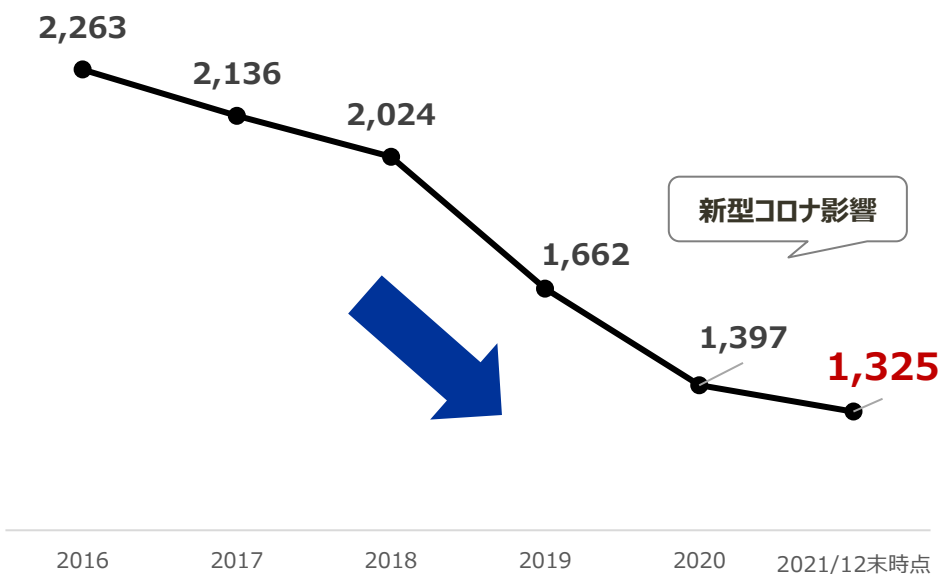
比較対象期間 2020年1月～12月 : 2019年1月～12月
比較対象期間 2021年1月～9月 : 2020年1月～9月



※厚生労働省 人口動態調査 / 人口動態統計 月報 (概数) より当社作成

広告媒体掲載屋号数の推移

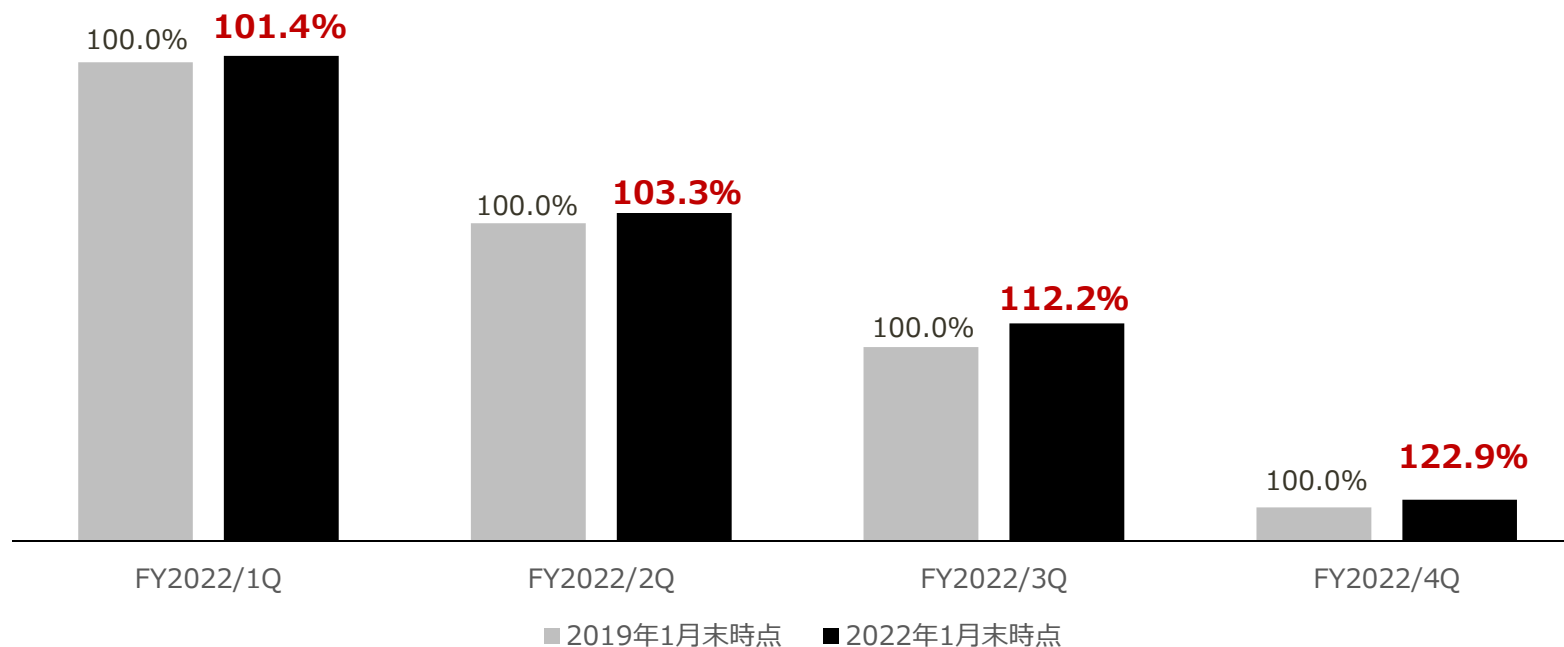
単位：屋号



※広告媒体掲載屋号数：ウェディング情報誌に掲載されている「屋号数」の年度平均値
※当社作成

来期受注組数は 堅調に推移

【割合】 受注残組数 2019年同時期比



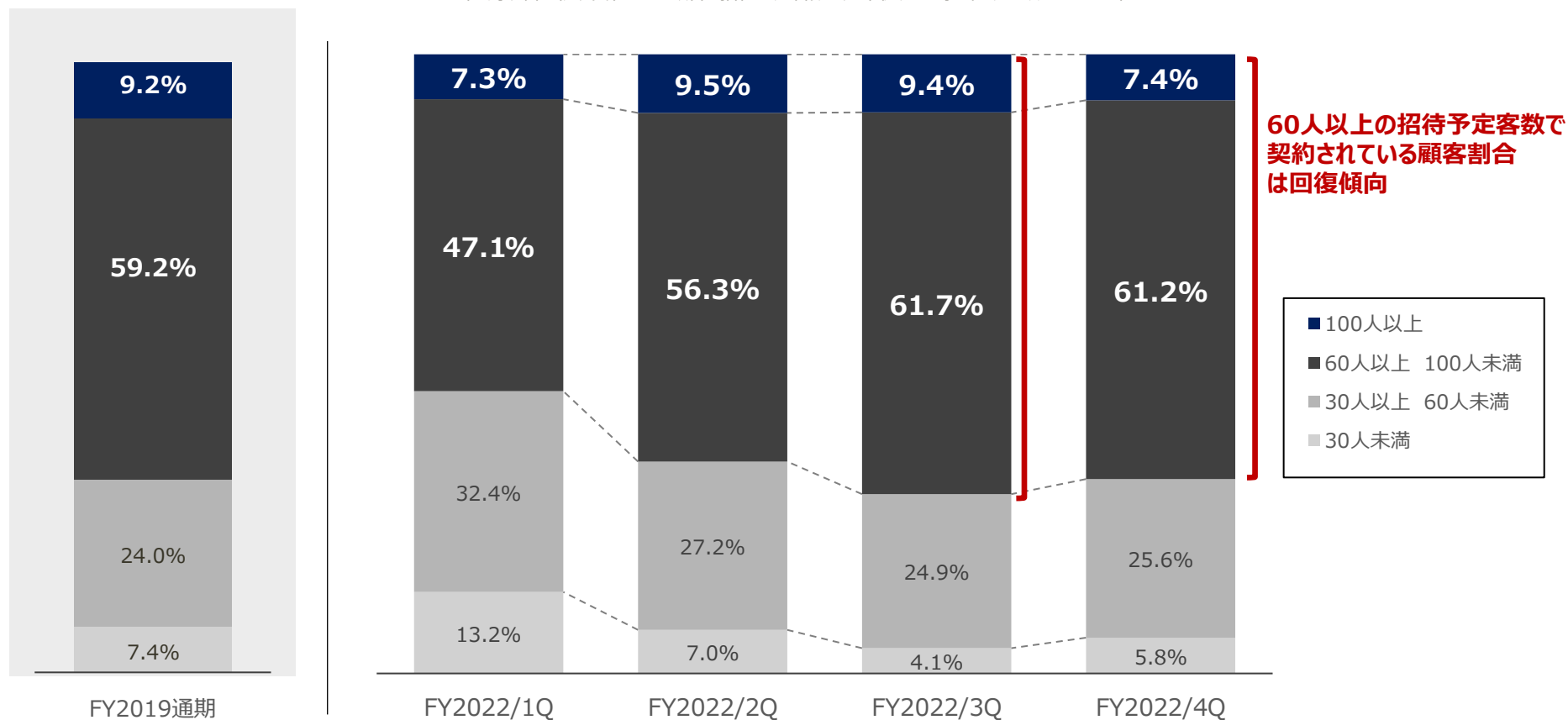
※ 2019年1月末時点の「受注残組数」を100%とした場合の2022年1月末時点「受注残組数」のパーセンテージをグラフ表示
※ 既存店（閉店店舗を除く）比較（2022年1月4週時点 直営店63店舗93会場）

3-4. 足元の状況_招待予定客数の傾向

婚礼単価の回復は、2022年度下期以降

【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



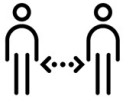
III

アフターコロナへ向けた取り組み

efforts toward the post-covid-19 world

III 1. オミクロン株 感染防止対応

各自治体の要請内容を遵守し、婚礼施行を実施

要請内容（2021/2/7時点）	要請対象地域（対象店舗数・会場数）
人数制限 	35都道府県（59店舗87会場）
酒類提供の禁止 	※1 4県（5店舗9会場）

※1 新型インフルエンザ等対策特別措置法第31条の6に基づく要請が発令された地域



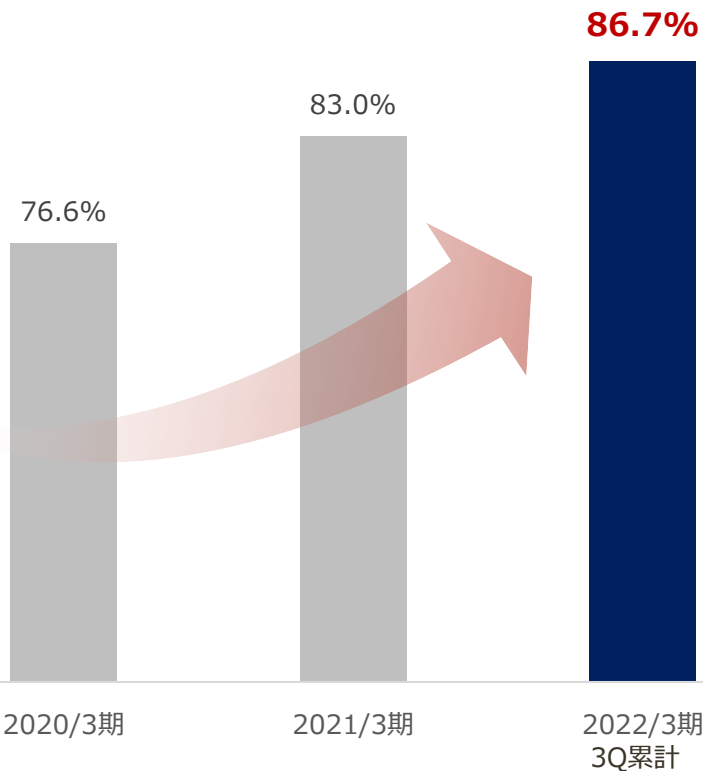
一部店舗は、自治体の要請に従い、ワクチン・検査パッケージ制度を実施。実証実験でのオペレーション経験を活かして、ゲスト全員の陰性証明、ワクチン接種証明書の確認を行っております。

III 2. 利益向上策：内製化の強化

衣裳、装花の内製化を拡大 内製率は着実に上昇

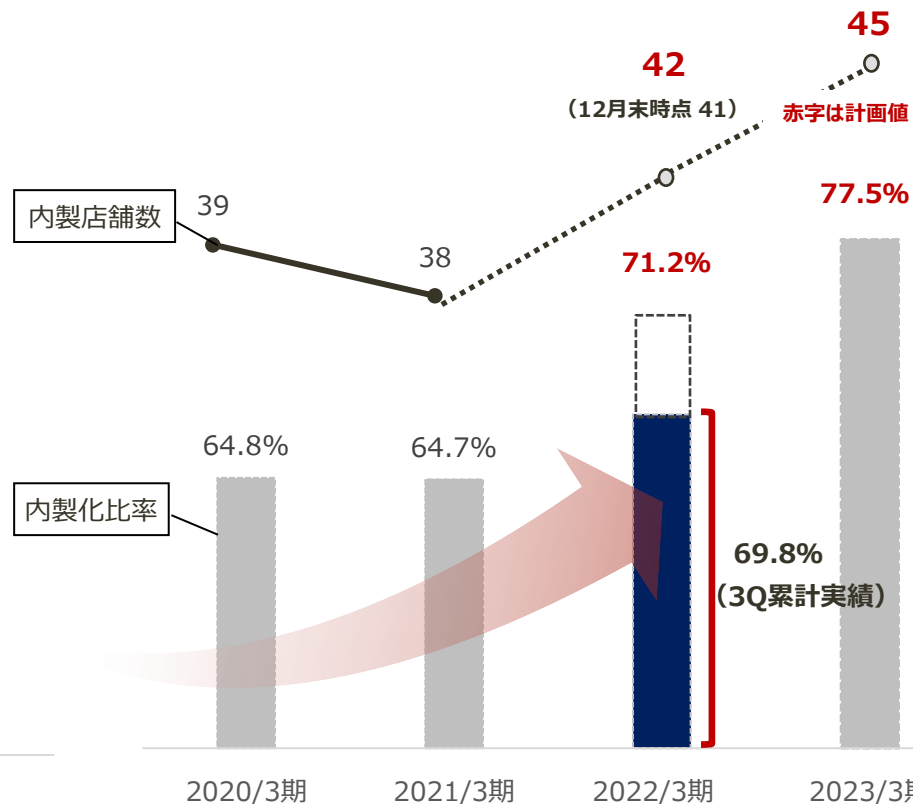
衣裳 内製化比率

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



III 3. 農林中央金庫との協業

第一種優先株主「農林中央金庫」様と協業 国産の厳選食材を活かした料理コースを開発

千葉県南房総産 伊勢海老

- ✓ 南房総を中心に活動する「東安房漁業協同組合」様から仕入れ
- ✓ 仕入コスト平均単価 15.2%圧縮 ※1 2021年10-12月実績
- ✓ 安定供給の確保



千葉県南房総市を中心に地域漁業を支える「東安房漁業協同組合」様より仕入れ



Premier 国産伊勢海老マリネ 海藻ヴィシソワーズ

岩手県産 ほろほろ鳥

- ✓ 日本で唯一の専門農場「石黒農場」様から仕入れ
- ✓ 高品質で希少性の高い食材仕入れ先を開拓
- ✓ 国産食材を用いた高単価コースの開発



岩手県花巻市で、日本唯一の「ほろほろ鳥」専門農場を営む「石黒農場」様より仕入れ



Riz 岩手県産ホロホロ鶏 すべての味わうビスク 胸肉の炙り

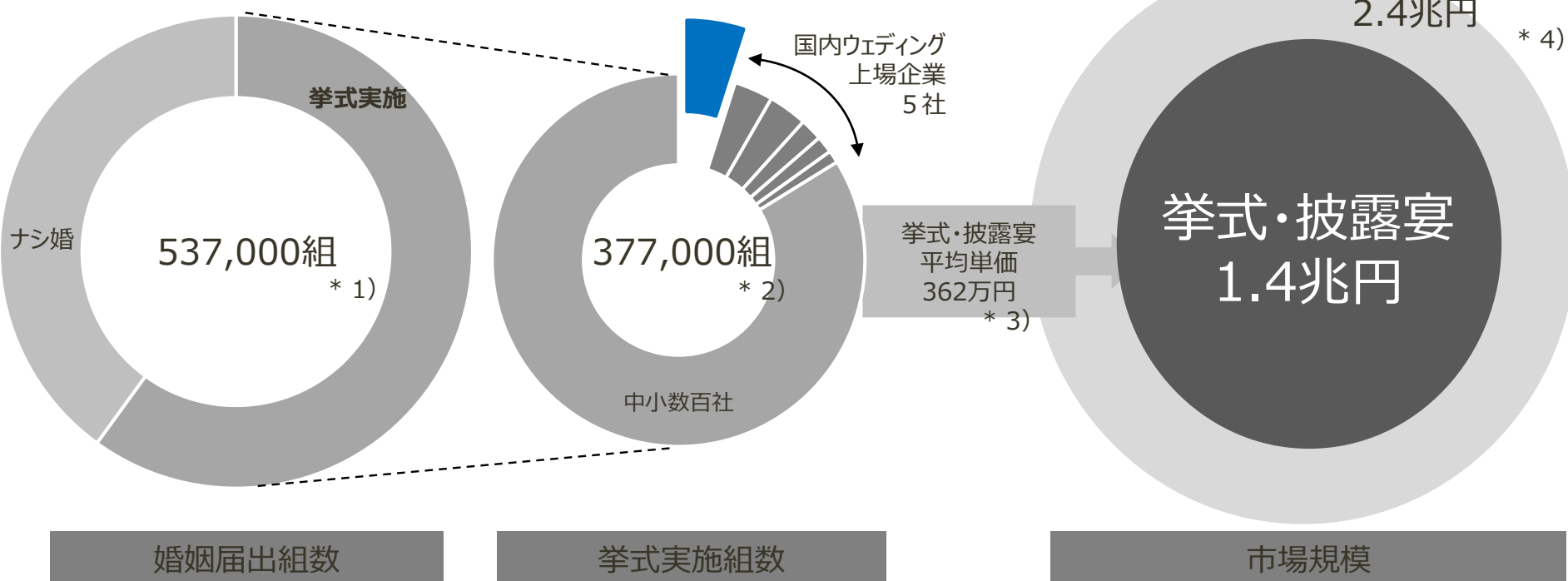
IV

APPENDIX

ESG / Market environment / Competitive Advantages

市場規模1.4兆円 T&Gは国内挙式取扱組数 第1位
シェア拡大余地は大きい

T&G 取扱組数 第1位

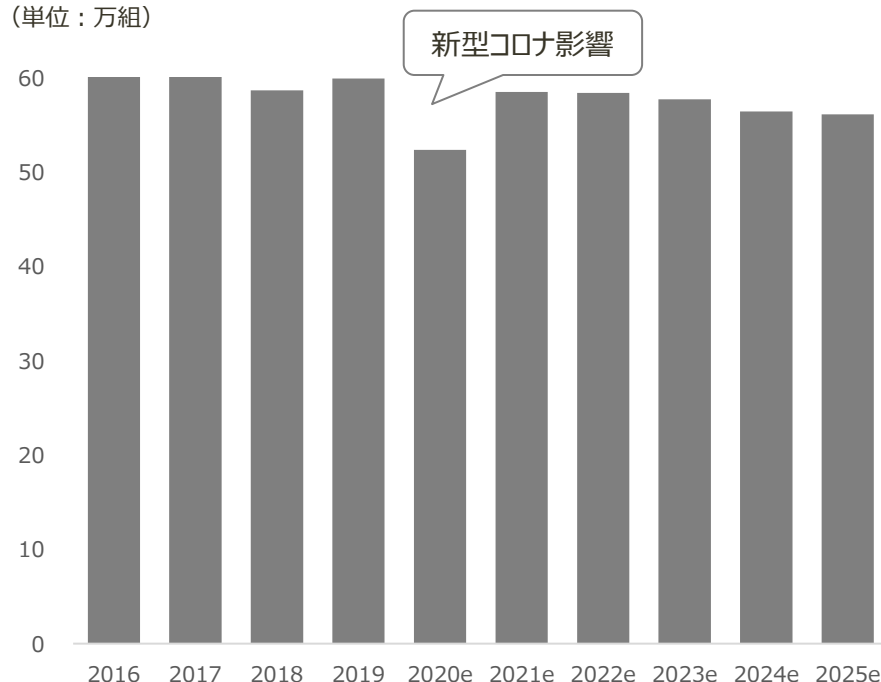


※出典 *1 厚生労働省「人口動態統計（2020年12月）」当月を含む過去1年間の婚姻組数
*2 「結婚総合意識調査2020（リクルートブライダル総研調べ）」ウェディングパーティー実施率から当社算出
*3 「ゼクシィ 結婚トレンド調査2020調べ」挙式・披露宴ウェディングパーティー総額
*4 株式会社矢野経済研究所「2019年ブライダル関連市場規模」

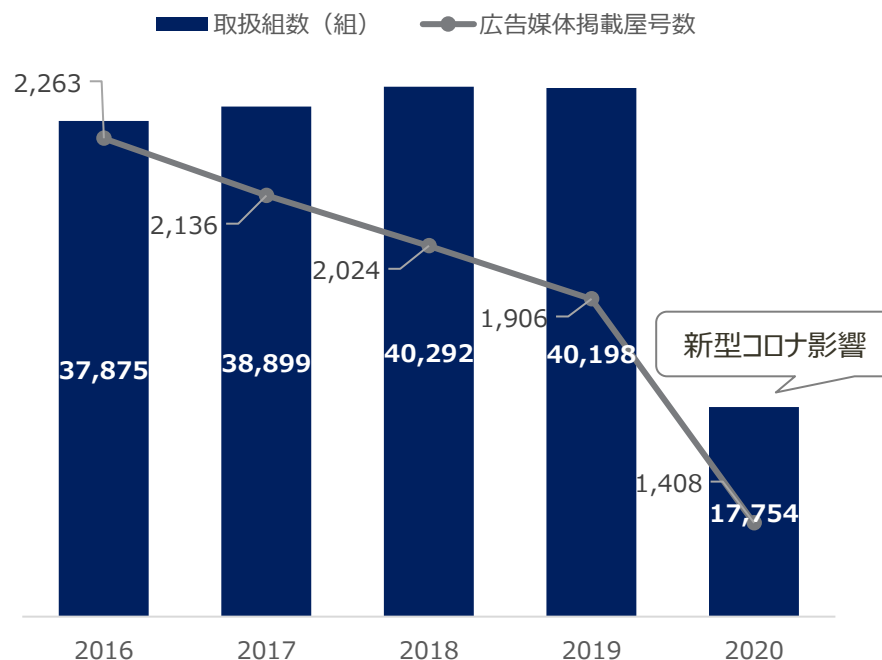
婚姻組数は緩やかに減少傾向ながら、
他式場数が大幅に減少し、上場5社取扱組数合計は伸長
新型コロナウイルス感染症影響後、寡占化は加速する予想

婚姻組数予測

(単位：万組)



広告媒体掲載屋号数と 上場5社国内ウェディング取扱組数合計の推移

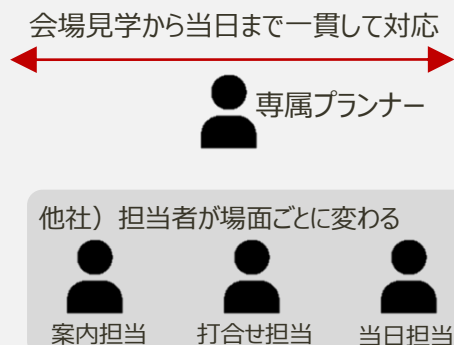


年間10,000組以上の結婚式で積み重ねたノウハウを元に
独自の仕組みで 取扱組数No.1を維持

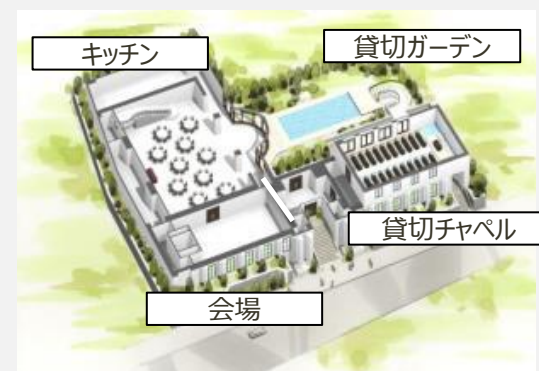
年間取扱組数10,000組以上



一顧客一担当制



一軒家完全貸切



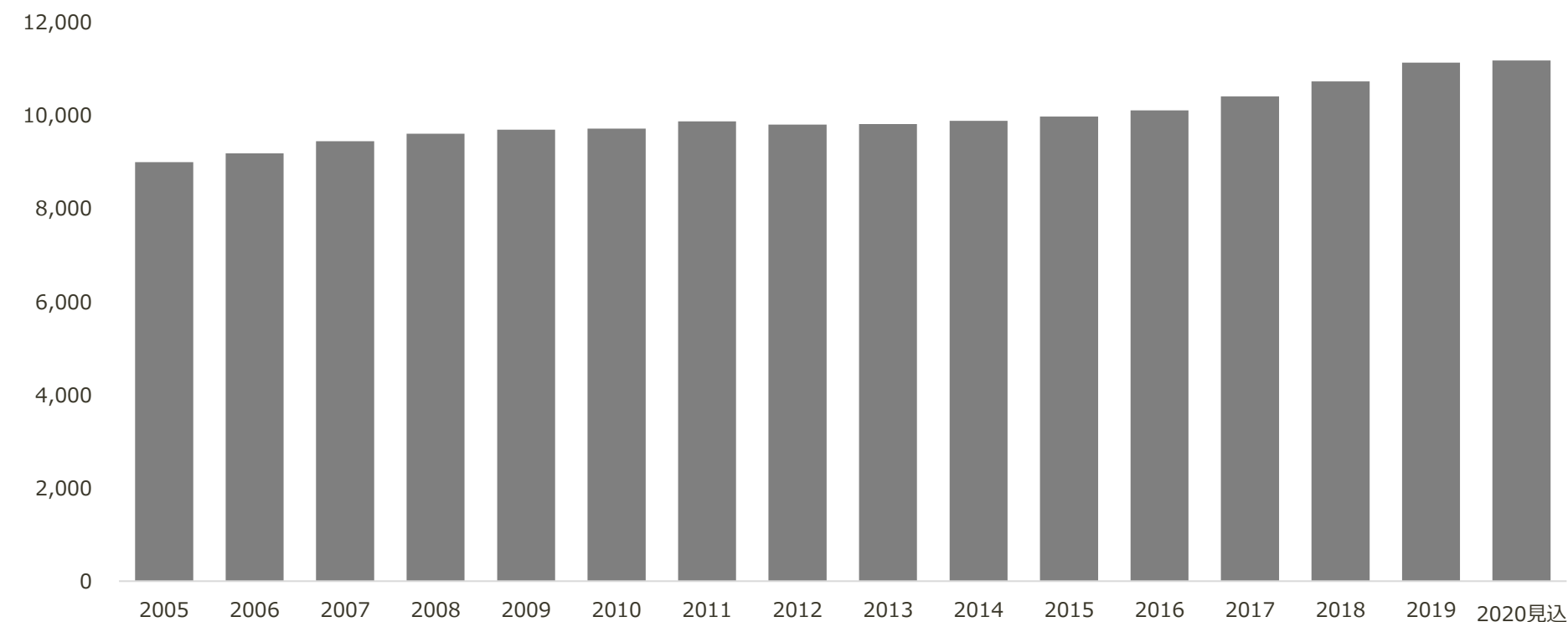
完全オリジナルウェディング



主にビジネスホテル・外資系チェーンホテルの増加

ホテル施設数推移と予測

(単位：施設)



※出典：厚生労働省 2019年度「衛生行政報告例（付表1）」、CBREレポート「2020年ホテルマーケット」
 メトロエンジンリサーチ「日本全国ホテル展開状況（2020年1月）」より当社作成

T&Gは日本において未開拓のブティックホテル市場へ進出

「唯一無二なホテル」

- ✓ 欧米ではすでに多く存在
- ✓ 独創的
- ✓ 高いクリエイティビティを持つ
- ✓ 店舗ごとコンセプトが異なる
- ✓ オペレーションマニュアルがない
- ✓ 高品質高価格

世界のブティックホテル

UK

HAM YARD HOTEL
ACE HOTEL LONDON
THE NED
SHOREDITCH HOUSE
LITTLE HOUSE MAYFAIR
CHILTERN FIREHOUSE

PARIS

LA MAISON CHAMPS ELYSÉES
LES ROCHES ROUGES
HOTEL PARADIS PARIS
RELAIS CHRISTINE
HOTEL DU PETIT MOULIN

CHINA

MIDDLE HOUSE SHANGHAI
VUE HOTEL BEIJIN
THE TEMPLE HOUSE CHENGDU
ÉCLAT BEIJING
THE PULI HOTEL AND SPA

SINGAPORE

THE WAREHOUSE HOTEL
WANDERLUST HOTEL
VILLA SAMADHI
NAUMI SINGAPORE
THE VAGABOND CLUB SINGAPORE

USA

ACE HOTEL NEW YORK
WYTHE HOTEL NEW YORK
HIGH LINE NYC
THE MERCER HOTEL
CROSBY STREET HOTEL
LUDLOW HOTEL
THE NOMAD HOTEL NEWYORK
THE BEEKMAN A THOMPSON HOTEL
REFINERY HOTEL NEWYORK
GRAMERCY PARK HOTEL NEWYORK
THE BOWERY HOTEL

IV ホテル事業 当社の競争優位性

日本のホテルマーケットの常識を覆した強み

強いマーケティング力

海外富裕層、特に欧米のメディアリレーションが豊富

1000 views | Nov 27, 2015, 02:34pm

Five Cool Design Hotels Around the World

Forbes

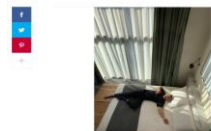
TRUNK Hotel - Tokyo - Japan



Fifteen-room TRUNK opened in May 2017 smack-bang in the center of Shibuya, a stone's throw from trendy cafes and shops. The hotel has aimed to be as green as possible, using recycled materials for the bed and interior furnishings; the hangers in the closet are from iron remnants from a factory; the bath products are made of organic Japanese ingredients, earning them an Ecocert certification. The rooms, from entry-level standard up to 10 palatial terrace suite, are wonderfully minimalist but plenty warm and bright. The lounge, backed by a bar, has comfy leather seating and a long, wooden communal table, a place for freelancers and digital nomads to post up.

VOGUE

Stargazing in Tokyo and Glamping Near Mt. Fuji: Ed Droste's Epic Japan Travel Diary



Ed Droste at the TRUNK Hotel, Tokyo

T The New York Times Style Magazine

NOTES ON THE CULTURE

A Tokyo Itinerary, Over-the-Top Hats and More

T's roundup of people, places and things to know now.



The entrance to Trunk (House). Tomoko Kengaku/Courtesy of Trunk

Kuma also oversaw the 2010 restoration of the Akagi shrine, a 15th-century Shinto holy site — here, the sound of ringing bells is joined by that of gentle clapping as visitors ward off evil spirits. Afterward, you might enjoy dinner at one of Kagurazaka's classic ryotei — *Toriya Bettei* has the best udon suki — or the new outpost of Toriko, which serves yakitori and wine, and then wander back to *Trunk (House)*, a 70-year-old former geisha house that was converted to a rental property in August. The two-story structure's *genkan*-style entryway looks onto a small indoor courtyard with azaleas, irises, Japanese holly ferns and stones salvaged from the wall that once encircled Edo Castle. — EMILY TOBIN

アワード実績

「New Concept of the Year (ニューコンセプト賞)」
「AHEAD Asia Hotel of the Year (ベストホテル賞)」第4位
アメリカCondé Nast TravelerのHot List受賞

アメリカの旅行誌「Travel + Leisure」「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」選出
アメリカン航空のメディア「American Way」読者アワード
「wallpaper」誌の、Best Urban Hotels 2019受賞
TRUNK(HOUSE) 世界的なデザイン誌『Architectural Digest』のアワードを受賞



高いデザイン性を支える内製クリエイティブチーム

TRUNK内製クリエイティブチーム
TRUNK ATLIER

建築ディレクター

内装ディレクター

ランドスケープ
ディレクター

FFEディレクター

映像ディレクター

クリエイティブ
ディレクター

FBディレクター

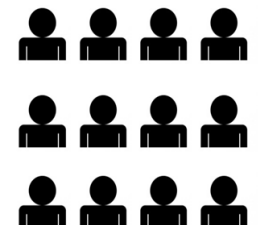
グラフィック
ディレクター

コンセプト
ディレクター

プロダクト
ディレクター



各業界を牽引する
トップクリエイター



廃棄物の削減

ロスフラワー（廃棄予定の生花）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、館内で行われるウェディングやイベントの装飾で使用した破棄される生花を、ブーケにアップサイクルして販売しています。

※開催日は、現在月曜日の午後14:00～16:00



TRUNK（HOTEL）で開催される「FLOWER MARKET」の様子

リユース、リサイクルの推進

使用済コルクを回収し再資源化 廃棄物削減、障がい者の雇用創出に取り組む

婚礼で使用した使用済みのワインコルクを全国の直営店で回収。回収物の洗浄、選別、商品製造を障がいを持つ方にお渡し、商品化された「ナイフホルダー」は調理備品として購入。廃棄物のリユース推進と共に、障がい者の自立と社会参加を応援しています。

※本活動は、NPO法人「RE機構」の活動に賛同し、実施しています。



T&Gで回収した使用済みワインコルクを再利用した「ナイフホルダー」

地域社会の貢献

食品ロス問題、働くことの楽しさを伝える 各種教育プログラムを、全国無料開催

当社は、各地域コミュニティへ積極的に関与することで、街や地域の魅力向上に貢献し、ともに発展していく事業展開をめざしています。ウェディング事業におけるインフラやノウハウを活かした様々な体験型プログラムを通じ、子どもたちに、「コミュニケーションの大切さ」「食品ロス問題」「働くことの楽しさ、意義」を学ぶ機会を提供することで、地域の活性化に貢献する取り組みを継続しています。



新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、現在、本プロジェクトは自粛しております。

地域社会の発展

国内の生産者を応援 取扱量10万本/年のワインを国産に切替えへ

国内外で評価が高い国産ワインですが、後継者や販路の確保、認知度において課題を抱えています。
T&Gでは、国産ワインの取扱比率を、現状の30%から10年後には100%にすることを目指し、国内産ワインの普及に貢献します。



直営店の婚礼ワインとして提供する「梔子ワイン」を製造する「梔子ワイナリー（長野県上田市）」の生産者の様子

ダイバーシティ推進（LGBTQの理解）

価値観を尊重する社会に LGBTQ+※1の理解促進に貢献

性的思考や性自認に関わらず、誰もが自分らしく生き、働ける組織、社会の実現をめざして、多様な生き方や価値観をお互いに尊重しあえるより良い社会の実現に向け、TRUNK（HOTEL）では、啓蒙活動を定期的 to 実施しています。

※1LGBTQ+：多様なセクシュアリティの在り方を示す総称



多様性を祝福し、LGBTQ+の権利尊重を訴えるプライド月間（6月）に、チャリティカクテルを販売。収益の一部は、NPO法人に寄付し活動を支援しています。

ダイバーシティの促進（アスリート雇用）

アスリートアンバサダー 五十嵐千尋選手 「第97回日本選手権水泳競技大会」 女子200m自由形で優勝！

2018年4月に当社に入社したアスリートアンバサダー五十嵐千尋選手が「第97回日本選手権水泳競技大会」女子200m自由形で優勝しました。当社は、今後も多様なバックグラウンドや価値観のある人材雇用を促進してまいります。



2021年4月開催の「第97回 日本選手権水泳競技大会」の様子

IV ESG活動報告 ガバナンス取り組み事例

コーポレートガバナンスの強化

公正で透明性の高い経営

取締役会は独立社外取締役3分の1以上で構成

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以上が独立社外取締役で構成されています。また別途、社外監査役を2名選任し、監査機能の強化を図っています。

取締役 6名（2021年6月末時点）



社内取締役 4名



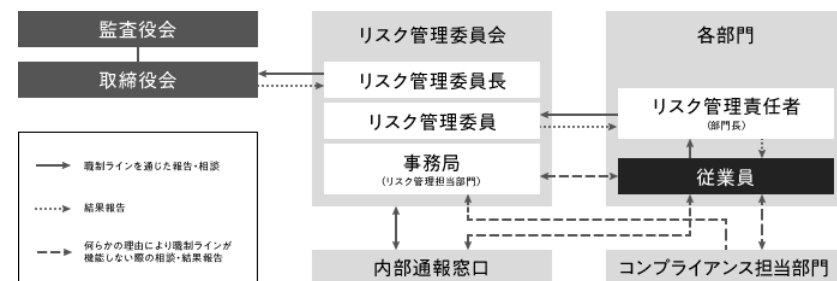
社外取締役 2名
(うち独立役員 2名)

リスク管理体制の強化

グループ全体のリスクを把握・分析

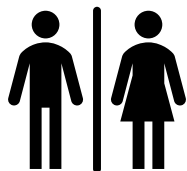
リスク管理委員会の設置

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。



(2021年3月末時点)

連結従業員数
(女性比率)



1,731名
(61.0%)

女性管理職比率



27.2%
※政府目標30%

障がい者雇用率



2.96%
※法定雇用率2.3%

産・育休取得比率



100.0%

産・育休復帰率



86.8%

外国人従業員
国籍数



13カ国

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
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
営業利益（百万円）	255	494	1,595	3,454	4,981	6,625	-901	675	2,519	2,282
営業利益率（％）	8.6%	9.4%	13.9%	15.8%	14.7%	14.5%	-	1.5%	5.5%	4.9%
経常利益（百万円）	229	467	1,447	3,501	5,153	6,857	-1,403	31	1,882	1,541
経常利益率（％）	7.7%	8.9%	12.7%	16.0%	15.2%	15.0%	-	0.1%	4.1%	3.3%
当期利益（百万円）	119	215	674	2,049	2,905	4,172	-2,055	-1,048	371	214
当期利益率（％）	4.0%	4.1%	5.9%	9.5%	8.6%	9.2%	-	-2.3%	0.8%	0.5%
取扱組数合計（組）	1,294	1,794	3,020	5,132	7,942	11,048	11,440	13,567	13,807	14,250
直営店型単価（千円）	3,347	3,796	4,248	4,350	4,349	4,123	4,137	3,825	3,773	3,890
期末直営店会場数	1	7	22	41	62	84	88	87	87	87
期末直営店舗数	1	6	16	29	42	58	62	61	61	61
期末提携プロデュース会場数	10	10	11	12	13	13	17	16	15	11
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
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%

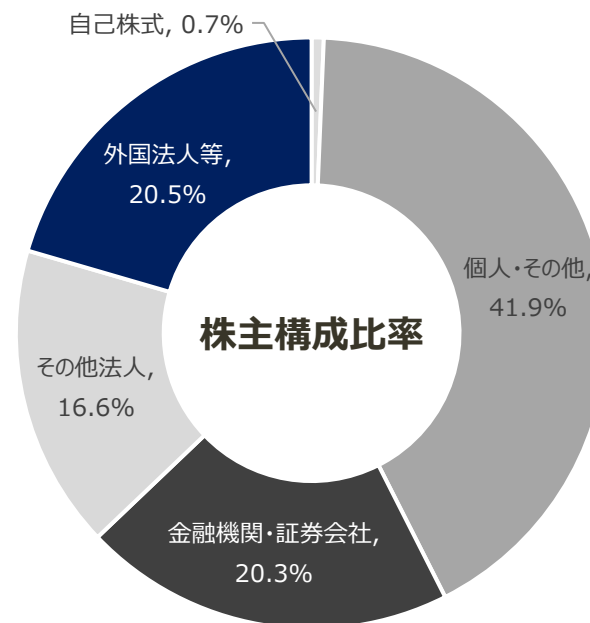
	2012/3	2013/3	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3
売上高（百万円）	47,983	52,804	60,714	59,269	59,524	60,184	64,590	66,871	63,678	20,044
営業利益（百万円）	2,212	2,832	3,706	3,021	1,545	2,439	2,785	4,281	3,579	-11,191
営業利益率（％）	4.6%	5.4%	6.1%	5.1%	2.6%	4.1%	4.3%	6.4%	5.6%	-
経常利益（百万円）	1,588	2,459	3,342	2,784	1,377	2,100	2,489	3,900	3,381	-15,068
経常利益率（％）	3.3%	4.7%	5.5%	4.7%	2.3%	3.5%	3.9%	5.8%	5.3%	-
当期利益（百万円）	453	1,086	1,370	1,008	230	360	888	2,283	1,003	-16,214
当期利益率（％）	0.9%	2.1%	2.3%	1.7%	0.4%	0.6%	1.4%	3.4%	1.6%	-
取扱組数合計（組）	14,446	15,838	18,762	19,451	19,872	19,894	20,360	21,160	19,104	4,677
直営店型単価（千円）	3,975	4,019	4,093	4,017	3,971	3,837	3,892	3,868	3,947	3,455
期末直営店会場数	87	99	101	103	105	103	105	102	94	93
期末直営店舗数	61	68	69	70	70	69	69	67	64	63
期末提携プロデュース会場数	13	14	17	17	17	14	7	6	6	6
総資産（百万円）	43,390	46,510	48,282	48,091	49,286	52,176	56,025	57,130	58,197	48,578
自己資本比率（％）	38.4%	38.2%	39.6%	42.2%	41.0%	38.9%	37.3%	40.2%	40.6%	14.9%

株主保有状況（2021年9月30日現在）

1.発行済株式総数 13,059,330株

（自己株式87,712株を含む）

2.株主総数 8,915名



3.大株主（上位5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）	1,514,700	11.67
株式会社東京ウエルズ	1,035,970	7.98
株式会社ユニマットライフ	548,200	4.22
ウェルズ通商株式会社	440,000	3.39

（注）持ち株比率は、自己株式（87,712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）

（2021年12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）

■ 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）
 アルモニーピアノ（松本）

■ 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

■ 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）

■ 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）

■ 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）

■ 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）

ベイサイド迎賓館（鹿児島）



直営ホテル・レストラン、業務提携先：全国11施設

(2021年12月31日現在)

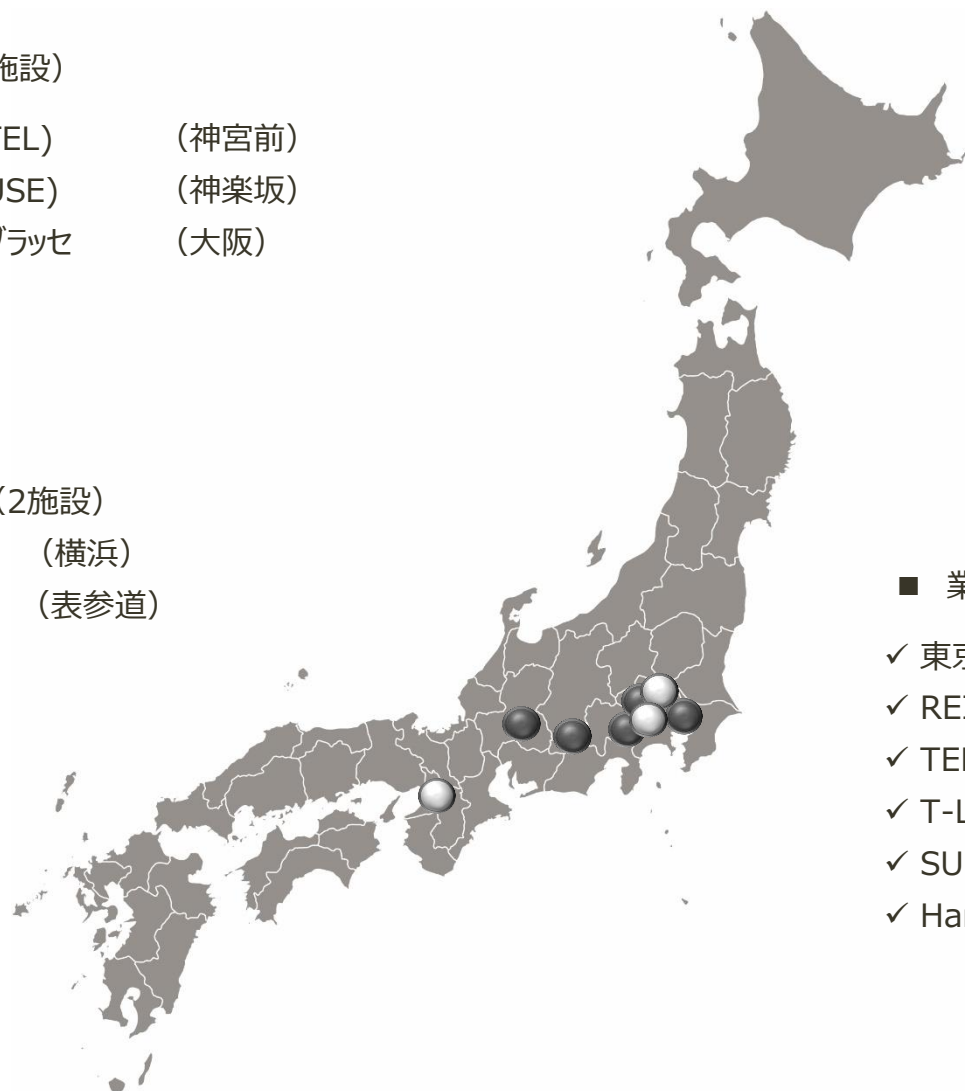
■ 直営ホテル（3施設）

- ✓ 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)
- ✓ TERA KOYA (武蔵野)
- ✓ T-LOTUS M (品川)
- ✓ SUD/Restaurant TERA KOYA (竹芝)
- ✓ Harmonie agréable (表参道)

直営衣裳店：全国9施設

(2021年12月31日現在)

