

## 株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2022 年 3 月期第 1 四半期決算説明

2021 年 8 月 12 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 1 四半期決算説明                           |  |  |
| [決算期]    | 2021 年度 第 1 四半期                                  |  |  |
| [日程]     | 2021 年 8 月 12 日                                  |  |  |
| [ページ数]   | 23                                               |  |  |
| [時間]     | 15:30 – 15:45<br>(合計：15 分、登壇：15 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<br>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。それでは、2022年3月期第1四半期の決算概要につきましてご説明いたします。

この第1四半期は、4月に3回目の緊急事態宣言が発出され、まん延防止等重点措置も併せて、短期間の間に対象地域の拡大、期間の延長などが頻繁に発出され、先行きの不透明さが続く、四半期でした。

T&G TAKE and GIVE NEEDS

### エグゼクティブ・サマリー

#### 1 取扱組数の回復、コスト削減の徹底により、営業黒字に転換

|      |              |                |
|------|--------------|----------------|
| 売上高  | 9,475百万円（前期比 | +264.1%）       |
| 営業利益 | 104百万円（前期実績  | 営業利益▲3,483百万円） |

#### 2 挙式日延期は漸減 下半期以降、段階的に回復の見込み

#### 3 第三者割当増資により、自己資本比率改善 引き続き、財務基盤の強化を図る

4

---

最初に、サマリーとして3点。

1点目。第1四半期の業績は、取扱組数の回復とコストの削減効果により、営業利益は黒字転換することができました。

2点目。足元では、4回目となる緊急事態宣言の対象地域も広がっていますが、挙式日を延期されるお客様は漸減傾向にあります。

3 点目。財務基盤については、4 月に第三者割当増資の払込も完了し、強化が図れています。  
加えて、資金繰りにつきましても、新型コロナの融資枠を延長できており、問題はございません。

# I 1. 連結 損益計算書 概要

T&G TAKE and GIVE NEEDS

## 営業損益は、黒字に転換

| 単位：百万円                               |               | 2022/3 | 前期     |            |
|--------------------------------------|---------------|--------|--------|------------|
|                                      |               | 1Q実績   | 実績     | 増減         |
| 売上高                                  |               | 9,475  | 2,602  | (※1) 6,873 |
| ■ 国内ウェディング事業                         |               | 9,365  | 498    | 8,866      |
|                                      | TRUNK (HOTEL) | 701    | 15     | 686        |
| ■ 海外・リゾートウェディング事業<br>(2020年9月末に株式譲渡) |               | -      | 1,955  | -1,955     |
| ■ その他                                |               | 110    | 148    | -38        |
| 売上総利益                                |               | 6,110  | 1,666  | 4,444      |
|                                      |               | 64.5%  | 64.0%  | +0.5pt     |
| 販管費                                  |               | 6,006  | 5,149  | (※2) 856   |
|                                      |               | 63.4%  | 197.9% | -134.5pt   |
| 営業利益                                 |               | 104    | △3,483 | 3,587      |
|                                      |               | 1.1%   | -      | -          |
| 経常利益                                 |               | △84    | △3,563 | 3,479      |
|                                      |               | -      | -      | -          |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益                 |               | 383    | △5,992 | 6,375      |
|                                      |               | 4.0%   | -      | -          |

%は売上高比

### 前年同期差異要因

- 売上高 (※1)  
前期比 +6,873百万円  
✓ 前期4-5月は、営業自粛  
✓ 取扱組数、婚礼単価は緩やかに回復傾向
- 販管費 (※2)  
前期比 +856百万円  
✓ 海外・リゾートウェディング事業譲渡 ▲1,645百万円  
✓ 取扱組数増に伴う営業活動費増加 +2,502百万円  
※前期は、営業自粛中の一部販管費(2,311百万円)を、特別損失に計上しているため、  
実質は、前期比▲1,454百万円となります。

### 特別利益(436百万円)の内訳

- ✓ 雇用調整助成金 (436百万円)

### 「収益認識に関する会計基準」等適用の影響額

- ✓ 売上高 ▲142百万円
- ✓ 売上原価 ▲80百万円
- ✓ 営業利益、経常利益、税前四半期純利益 ▲62百万円

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。

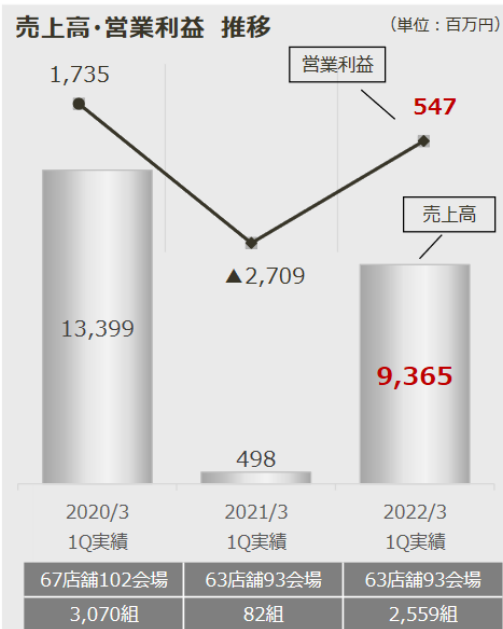
売上高は 94 億 7,500 万円。売上総利益は 61 億 1,000 万円となりました。取扱組数、単価ともに徐々に回復しております。販売管理費は 60 億 600 万円。前期比 8 億 5,600 万円増となりますが、前期は営業自粛期間中の一部販売管理費が特別損失に計上されていたため、実質は 14 億 5,400 万円削減することができました。詳細は、後ほどご説明いたします。

結果として、営業利益は 1 億 400 万円。経常損益は第三者割当増資に伴う手数料と借入金増加による金利負担もあり、8,400 万円の赤字。四半期純利益は雇用調整助成金などの影響もあり、3 億 8,300 万円の黒字となりました。

## I 2-1. 国内ウェディング事業 内訳

### 取扱組数は、前期比+2,477組

| 単位：百万円        | 2022/3<br>1Q実績 | 前期           |                |
|---------------|----------------|--------------|----------------|
|               |                | 実績           | 増減             |
| 売上高           | 9,365          | 498          | 8,866          |
| 直営店婚礼（TRUNK含） | 8,772          | 352          | 8,420          |
| ■取扱組数（組）（※1）  | 2,559          | 82           | 2,477          |
| ■平均単価（千円）（※2） | 3,491          | 3,209        | 282            |
| ■平均人数（人）（※2）  | 48.6           | 44.4         | 4.2            |
| コンサルティング      | 79             | 12           | 67             |
| 宿泊、レストラン、等    | 512            | 133          | 379            |
| 売上総利益         | 6,012<br>64.2% | 265<br>53.2% | 5,747<br>11.0% |
| 営業利益          | 547<br>5.8%    | △2,702<br>—  | 3,250<br>—     |



(※1) 取扱組数は、挙式のみ（披露宴実施無し）の施行組数を含み算出。

(※2) 平均単価、平均人数は、挙式のみ（披露宴実施無し）の施行組数を含まず算出。

※国内ウェディング事業は、㈱T&G ㈱TRUNK ㈱Dressmore ㈱GENTLE  
(直営婚礼施設 2021年3月期1Q：63店舗93会場 2022年3月期1Q：63店舗93会場)

%は売上高比

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93億6,500万円、前期比88億6,600万円のプラスとなりました。取扱組数は2,559組、前期比2,477組のプラス。平均単価は人数が4.2名増加し、349万1,000円。前期比28万2,000円プラスとなりました。

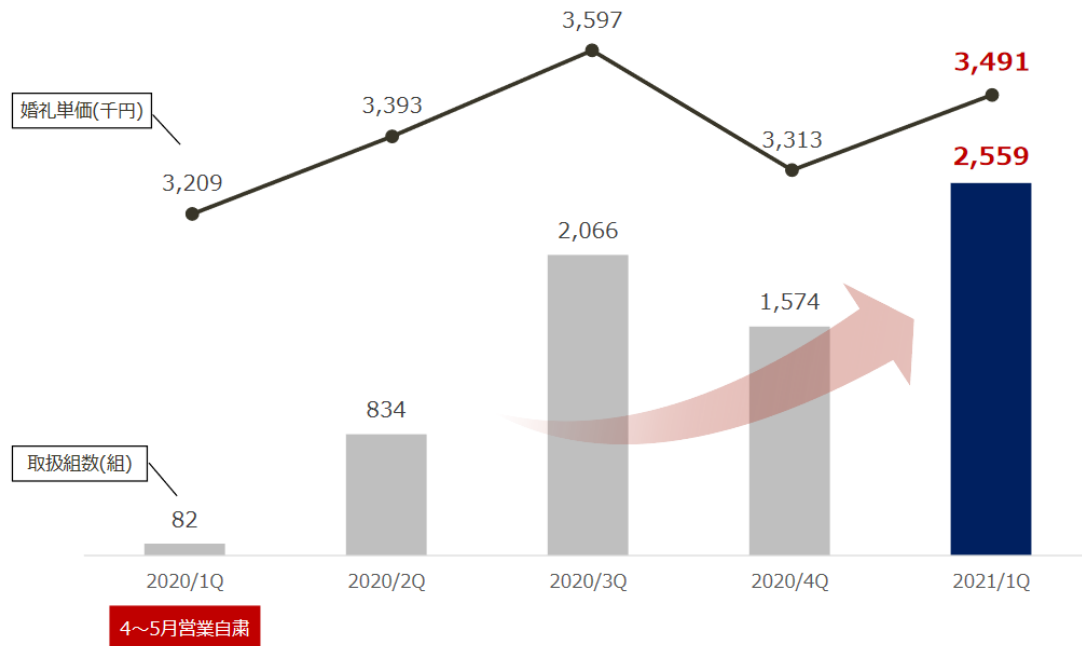
緊急事態宣言が継続的に発出される中でも、当社を含め業界全体で安心して結婚式を提供できる環境整備に取り組んできたことがお客様にご理解をいただけ、結婚式を執り行うことが常態化してきています。

売上総利益、営業利益は記載の通りです。

## I 2-2. 四半期別 取扱組数・婚礼単価推移

T&G TAKE and GIVE NEEDS

第4波の影響を受けるも、  
婚礼単価、取扱組数は、緩やかに回復傾向



8

参考に、四半期ごとの取扱組数と平均単価の推移を記載しております。

記載の通り、前年度第4四半期は2回目の緊急事態宣言の影響を受けましたが、取扱組数、平均単価ともに緩やかに回復しています。

# I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

総資産は519億円（2021年3月末比 +33億円）

| 単位:百万円  | 2021/3末 | 2021/6末 | 増減    | 主な増減要因                                  |
|---------|---------|---------|-------|-----------------------------------------|
| 流動資産    | 7,912   | 11,534  | 3,621 | ■ 現金及び預金 +3,582百万円<br>✓ 優先株式発行による30億円増資 |
| 現金及び預金  | 4,594   | 8,176   | 3,582 |                                         |
| 固定資産    | 40,665  | 40,379  | -286  |                                         |
| 有形固定資産  | 32,214  | 31,758  | -456  |                                         |
| 無形固定資産  | 256     | 227     | -29   |                                         |
| 投資その他資産 | 8,194   | 8,394   | 199   |                                         |
| 資産計     | 48,578  | 51,913  | 3,335 |                                         |

9

次に、連結の貸借対照表です。

前期末と比較して、総資産は 33 億 3,500 万円増加をいたしました。

主に優先株発行によるものです。

## I 3-2. 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20.1%（2021年3月末比 +5.2%）

| 単位:百万円  |                | 2021/3末 | 2021/6末 | 増減          |
|---------|----------------|---------|---------|-------------|
| 負債合計    |                | 41,340  | 41,465  | 125         |
|         | 流動負債計          | 22,345  | 23,854  | 1,509       |
|         | 短期借入金          | 11,105  | 10,913  | -192        |
|         | (一年内)<br>長期借入金 | 4,689   | 4,706   | 16          |
|         | 固定負債計          | 18,995  | 17,611  | -1,384      |
|         | 長期借入金          | 13,992  | 12,687  | -1,304      |
| 純資産計    |                | 7,237   | 10,447  | 3,210       |
| 負債・純資産計 |                | 48,578  | 51,913  | 3,335       |
| 有利子負債   |                | 29,788  | 28,307  | (※1) -1,481 |
| 自己資本比率  |                | 14.9%   | 20.1%   | (※2) 5.2%   |

#### 主な増減要因

■ 有利子負債 ▲1,481百万円

(※1)  
✓ 当座貸越契約枠（165億円）のうち、  
82.5億円の借入実行（2021年6月末時点）

#### 資本増強策

(※2)  
✓ 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

10

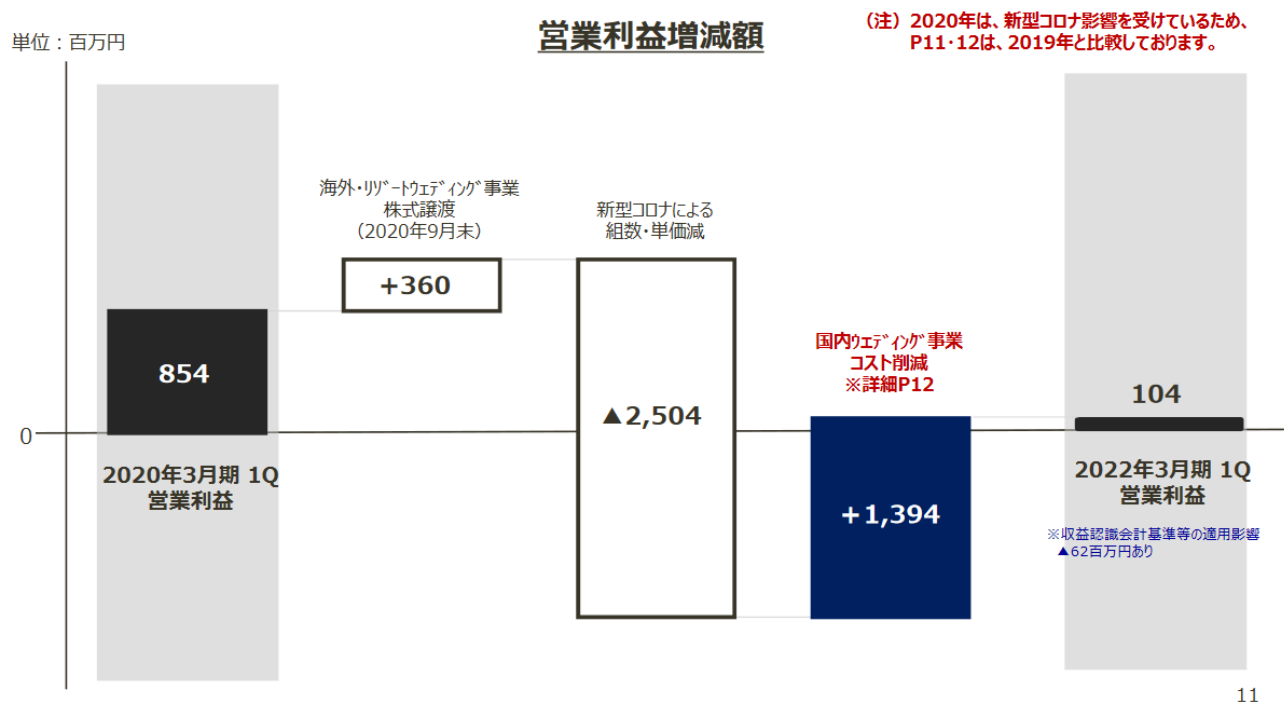
次に、負債・純資産の部です。

有利子負債は前期末と比較して 14 億 8,100 万円減少いたしました。

金融機関と 165 億円の当座貸越契約を締結しており、前年度第 3 四半期までに 82 億 5,000 万円の借入を実行しておりますが、それ以降の新たな借入はございません。



## 新型コロナ影響は残るも、コスト構造改革により、黒字を確保



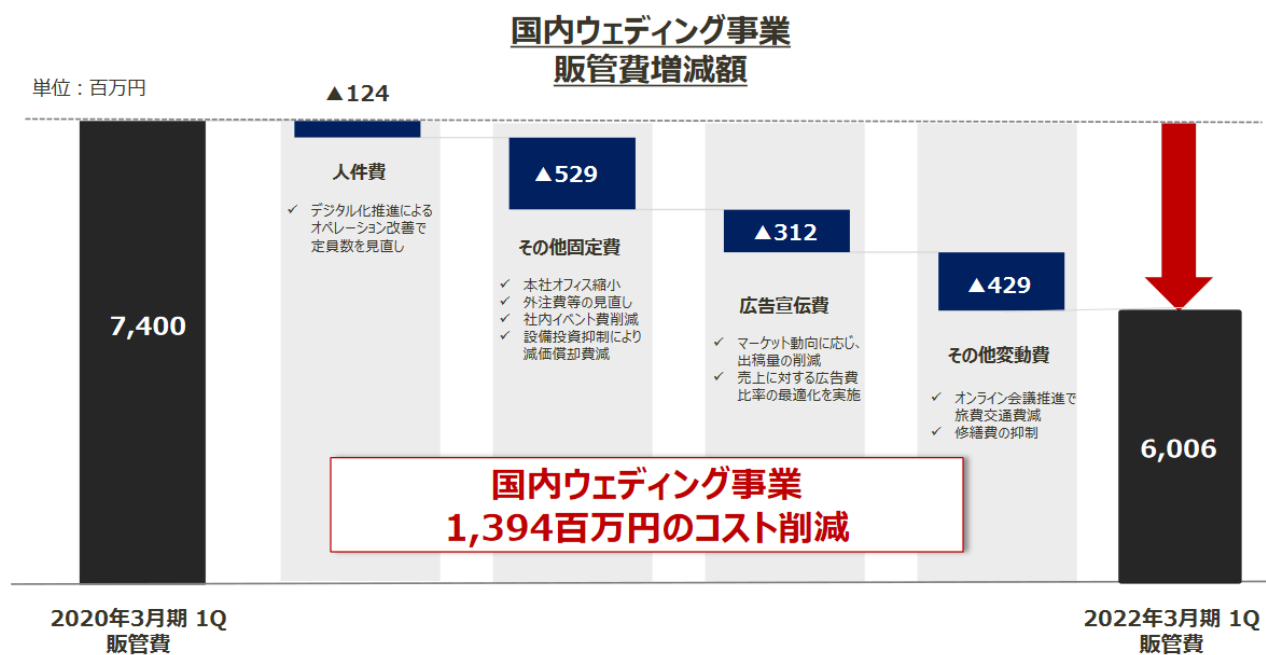
11

ここから、第1四半期の業績を、新型コロナ影響を受ける前の2019年度の実績と比較し、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。

新型コロナ影響のマイナスは25億400万円と多額に及びますが、海外・リゾートウェディング事業の株式譲渡による3億6,000万円の営業利益改善、また、前期より取り組んできたコスト削減13億9,400万円によって、第1四半期の営業損益を黒字化することができました。

コスト削減、最適化の継続により、損益分岐点は低下



12

コスト削減額 13 億 9,400 万円の内訳は、記載の通りです。

取扱組数 2,559 組、平均単価 349 万 1,000 円の水準で黒字化できる体質にできたことは、今後の経営において非常に意味のあることだと思います。

## II

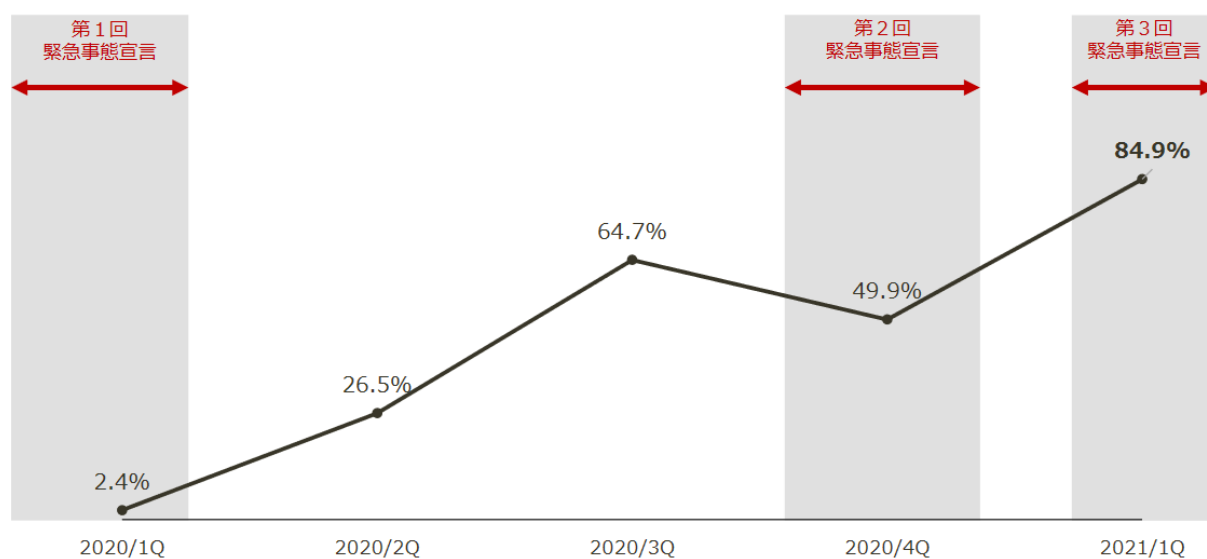
### 1-1. 足元の状況\_取扱組数の推移

T&G TAKE and GIVE NEEDS

(注) 2020年は、新型コロナ影響を受けているため、P14・15・17は、2019年と比較しております。

#### 取扱組数 回復基調

##### 【割合】取扱組数 2019年比



※ 2020/1Q~3Q : 2019/1Q~3Q比較  
2020/4Q~2021/1Q : 2018/4Q~2019/1Q比較

14

続きまして、2022年3月期の通期連結業績予想をご説明いたします。

まずは、足元の状況です。

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

取扱組数は、緊急事態宣言の影響を受けながらも、第1四半期は2019年度対比で84.9%まで回復をいたしました。

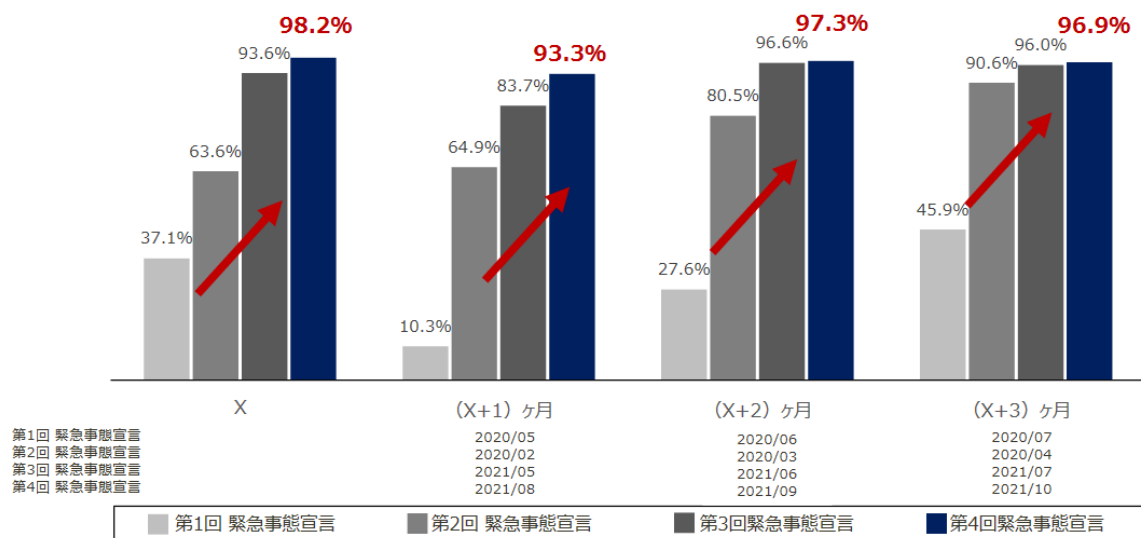
## 延期をせずに留まる顧客の割合は増加

## 【割合】緊急事態宣言発出後の受注残組数残存度合

## 第1回～第4回緊急事態宣言比較

※宣言当月をXと置く

※宣言発出3週間後に挙式日延期やキャンセルをせずに留まっている各月組数 ÷ 宣言発出時点の各月受注残組数



15

緊急事態宣言を経るごとにお客様の反応が落ち着いていることは、依然変わっておりません。

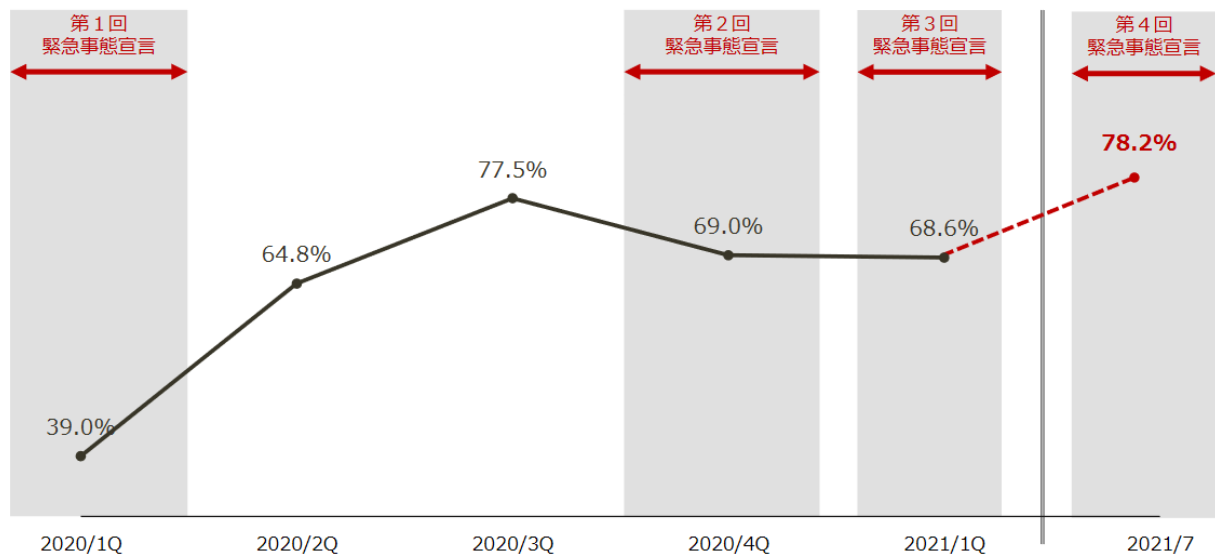
グラフは発出から3週間後の時点で延期を選択されず、そのままの挙式日で留まるお客様の割合について、過去4回の宣言を比較しています。

各宣言の発出月から1か月先、2か月先、3か月先に（挙式を）予約されている顧客の変動割合です。

回を追うごとにお客様の動きは減少していることがわかりいただけると思います。

## 新型コロナ影響長期化により回復鈍化 2021年7月は微増

### 【割合】 新規問合せ数 2019年比



※ 2020/1Q～3Q : 2019/1Q～3Q比較  
2020/4Q～2021/1Q : 2018/4Q～2019/1Q比較

16

一方で、新規問合せは回復傾向にあるものの、依然として2019年比70%前後の数値で推移しています。感染拡大の影響で、式場探しの時期を延期されているお客様がいらっしゃることを要因だと考えています。

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7月の数値も開示しております。

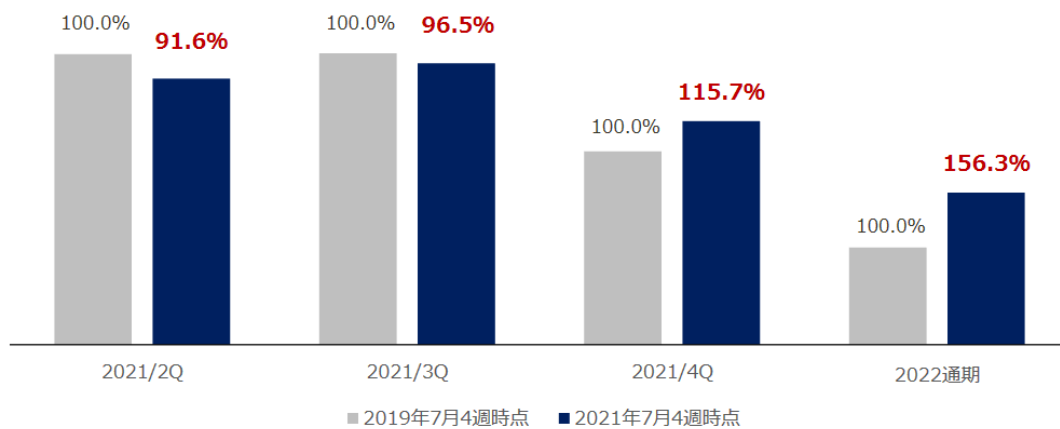
ここまでご説明してきたことをまとめると、既に予約済みのお客様はコロナ禍でも、当社の感染拡大防止対策を信頼いただき、挙式を実施される方が増加しています。

また、緊急事態宣言が発出されても、延期を選択される方が減少しています。

一方で、新しく式場を探すお客様は、感染拡大の長期化から、時期を見定めていることもあり、問合せ数の回復は鈍化しています。

挙式日延期は減少しているが、  
新規契約は2022年1月以降の希望が増加

【割合】受注残組数 2019年同時期比



※ 2019年7月4週時点の「受注残組数」を100%とした場合の2021年7月4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7月4週時点 直営店63店舗93会場）

17

結果として、直近7月4週目時点での受注残組数はグラフのような状況です。

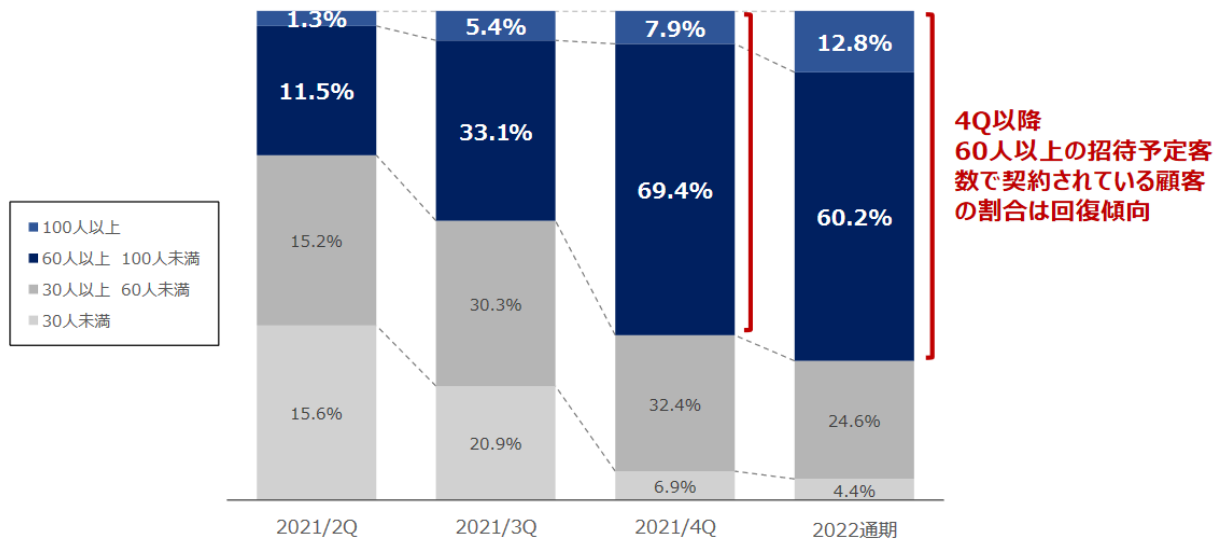
新規契約のお客様は感染拡大の収束時期を考慮し、開催時期を先送りにされている方が多く、  
2022年1月以降の挙式日の申込みが増えています。

この結果、2019年度並みの本格的な回復は、もう少し先になると考えています。

## 2022年1月以降の招待予定客数は 従前と同水準に回復傾向

### 【割合】 挙式予定時期別の招待予定客数分布

2021年4月以降に新規契約を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



18

このページでは、2021年の4月以降に当社式場に新規でご契約されたお客様が何名ぐらいの招待客数をご予定されているかを、挙式予定時期ごとに表したものです。

ご覧いただいてわかるように、挙式日が先になるにつれて60名以上、100名以上の招待客数を予定されているお客様の割合は増加しており、この数値は2019年度の数値と遜色はございません。

つまり、当社がターゲットとする顧客層は新型コロナ影響前と同様に、大人数の披露宴をご希望されていらっしゃるということがわかりいただけると思います。

## 業績予想 据え置き

|            | 第2四半期累計             |                     |                     | 通期                  |                     |                     |
|------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 単位:<br>百万円 | 2021/3<br>実績<br>(A) | 2022/3<br>予想<br>(B) | 増減額<br>(B-A)        | 2021/3<br>実績<br>(A) | 2022/3<br>予想<br>(B) | 増減額<br>(B-A)        |
| 売上高        | 6,183               | 19,500<br>~20,000   | +13,316<br>~+13,816 | 20,044              | 42,000<br>~45,000   | +21,955<br>~+24,955 |
| 営業利益       | △8,103              | △650<br>~△300       | +7,453<br>~+7,803   | △11,191             | 600<br>~2,500       | +11,791<br>~+13,691 |
| 経常利益       | △8,380              | △950<br>~△600       | +7,430<br>~+7,780   | △11,687             | 0<br>~1,900         | +11,687<br>~+13,587 |
| 当期利益       | △13,159             | △900<br>~△550       | +12,259<br>~+12,609 | △16,214             | △700<br>~800        | +15,514<br>~+17,014 |

19

これら足元の状況をふまえて、通期の業績予想は据え置きといたします。

第1四半期はコスト削減などの効果もあり、良いスタートが切れていますが、ご説明してきましたように予断を許さない状況が続いており、本格的に回復するまでの時間を固く見込んで、業績予想は据え置きといたしました。



## II

### 3. 配当予想

T&G TAKE and GIVE NEEDS

## 2022年3月期 中間配当は無配 通期配当は、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<br>(前回5月13日発表) | 未定        | 未定 | 未定   |
| 2022年3月期<br>(今回修正)      | 0円        | 未定 | 未定   |
| 2021年3月期<br>(前期)        | 0円        | 0円 | 0円   |

20

また、業績状況から中間配当は、誠に遺憾ながら、無配とさせていただきます。

通期配当予想は引き続き未定といたします。

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



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を得なかった方が、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。

22

次に、アフターコロナを見据えた取り組みに関してご説明いたします。

まずは単価向上施策として、オンライン参列商品の販売を開始いたしました。

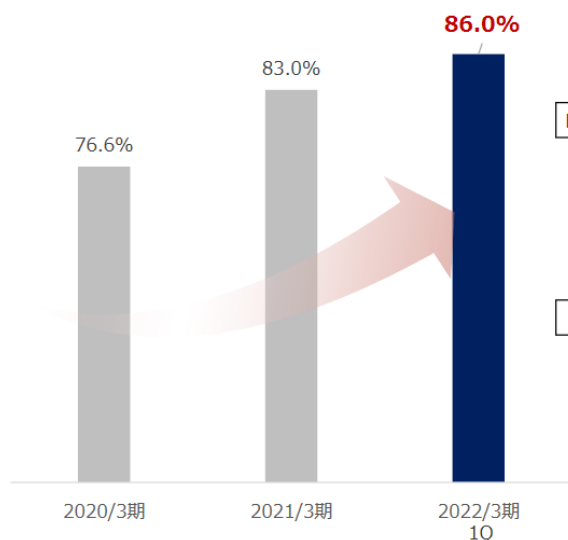
コロナ禍において、通常の結婚式の参列に加えて、オンラインでの参列も増えてまいりました。オンライン参列者に向けて、しっかりとしたおもてなしが出来ること、式場参列と遜色ない一体感が提供できることは、主催者である新郎・新婦様にとって、大変重要なことです。

このことを解決するために開発した商品が、結果として、単価向上に繋がるものと考えています。

## 収益改善を目的に、衣裳、装花の内製化を強化

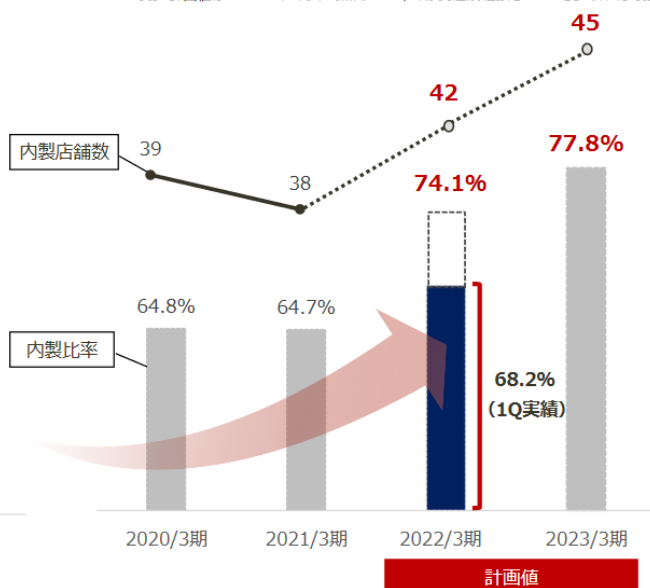
## 衣裳 内製比率

内製比率（＝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  
 なお、計画値は、2021年7月末時点の2022/3期 受注残組数を100%とし、算出しております。



23

こちらは、内製化による利益率向上施策です。

衣裳の内製化比率は主に関東、関西地区の内製化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、内製化店舗を7店舗増やす計画です。

## 全国7地域で、新型コロナワクチンの職域接種を実施 従業員、取引先含め1,611人が接種

当社は、職域での新型コロナワクチン接種に関する政府方針を受け、お客様の安全・安心を確保し続けていくために、新型コロナワクチンの職域接種の実施を決定いたしました。  
引き続き、従業員のみならず、お客様、取引先の皆様の安全を最優先に考え、積極的に接種を推進することで、新型コロナウイルス感染症の早期終息と社会経済活動の回復に貢献してまいります。

|       |                                      |
|-------|--------------------------------------|
| 接種開始日 | 7/6（火）より順次開始                         |
| 場所    | 全国7地域にて実施<br>（札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、広島、福岡） |
| ワクチン  | 政府より配布されるモデルナ社製ワクチン                  |
| 対象者   | 接種希望の当社グループ全従業員とその家族、取引先、及び同業企業      |
| 接種人数  | 1,611人                               |



全国7地域で、7月に1回目接種、8月に第2回目接種を実施予定。

24

また、従業員や取引先の方々の感染予防と、お客様により安心して安全なサービスを提供するために、全国7地域において職域接種を実施しております。

## TRUNK (HOUSE) 神楽坂 高いデザイン性、品質が評価され、世界的なAWARDを受賞

### 受賞した「LIV HOSPITALITY DESIGN AWARDS」とは？

ホスピタリティ業界における建築、デザイン、ゲストエクスペリエンス（顧客体験）のアワードとして、2020年に創設。36名の審査委員は建設業界における功績が世界的に評価されている建築家、デザイナー、デベロッパーなどで形成されている。「リビングスペース」（住む空間と称した多様な宿泊施設）、「イーティングスペース」（食事をする空間と称した多様な外食の場）の2つのジャンルの中、世界で最も質の高い、優れたプロジェクトを表彰する。



LIV HOSPITALITY DESIGN AWARDS 2020の受賞書



TRUNK (HOUSE) 外観



TRUNK (HOUSE) 内装

25

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社アワードから高い関心をいただくことができ、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、6日の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、ご回答いたします。

一つ目。第1四半期の結果は業績予想と比較してどうか、というご質問です。

5月13日の業績予想発表後、緊急事態宣言の延長や、まん延防止対象のエリア拡大が発出されましたが、先ほどご説明した通り延期を選択されるお客様が減少した結果、第1四半期の婚礼組数、単価を含めトップラインの実績は、ほぼ想定通りでした。

一方で、前年度から継続してきたコスト抑制徹底の効果が想定を上回り、黒字転換となりました。コロナ禍を契機に、コスト構造を見直し、より筋肉質な体制が作れていることを実感しています。

二つ目。招待客数の減少から見ると、単価減少幅が少ないのではないか、という質問です。

一組あたりの結婚式の売上は招待客数によって変動する売上と、変動しない固定の売上に分かれます。婚礼単価全体を100%とすると、連動する売上は45%程度、連動しない売上は55%程度です。例えば、当社の強みである一軒家貸切りの結婚式は、30名であっても100名であっても会場費を含め会場を飾りつける装飾の単価は大きく変わりません。

また、現状、緊急事態宣言などの発出によって招待客数は減少傾向にありますが、この環境下でご参列される方々のおもてなしに関わる商品である料理、引き出物などはご新郎・ご新婦様がランクアップの選択をされることも多く、単価は向上しております。

三つ目。宣言対象地域、非対象地域で顧客の反応は変わるかというご質問です。

残存度合いは宣言対象地域は75%から85%、非対象地域は95%と差があり、当然ながら宣言対象地域の方が延期は発生いたします。しかしながら、当社は全国に会場が分散しているため、全体を均すと減少のリスクを低減することができ、開示をしているような残存度合いとなっております。

また、第3回の緊急事態宣言以降はアルコールが提供できない状態にもかかわらず、この残存度合いとなっており、お客様が挙式を実施する選択をしてくださっているということは大変ありがたい、人生の節目としてお客様が結婚式をととても大切にされていらっしゃる、実施欲の高まりを感じております。以上でございます。

感染拡大に伴い、引き続き厳しい経営環境が予想されますが、お客様に安心していただけるサービスが提供できるよう最大限の努力をすることで、業績回復を目指してまいります。

引き続きご支援を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。