

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2四半期決算説明資料

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2四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2四半期 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	P17-19
3. 重点施策	
3-1. 国内ウェディング事業	P21-31
3-2. ホテル事業	P33-35
3-3. 海外・リゾートウェディング事業	P37-50
III . 2020年3月期 配当予想	P52-53
IV . ESG活動報告	P55-58
V . 会場一覧	P60-63

2020年3月期 第2四半期サマリー

業績

第2四半期（累計）連結業績予想 上方修正

売上高 327億円（前期比100.0%）

営業利益 22億円（前期比 96.9%）

経常利益 20億円（前期比 99.5%）

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99.1% 既存店99.8%
- リニューアル戦略は引き続き好調 今期は18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
- CRM運用代行サービス 外販開始

ホテル事業

- 2020年3月期 婚礼受注組数は前期比101.8%
- TRUNK(HOTEL) 3年目もOPEN当初の高水準を維持
平均客室単価63,950円 宿泊者の外国人比率87.0%

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90.4%
足元の新規契約数は復調、集客・管理コスト効率化は継続対応中
- 東アジアマーケット リゾート挙式施行組数増加、単価も堅調

I

2020年3月期第2四半期 連結決算概要

*Results for the Second Quarter
of FY03/2020*

I 1-1. 連結 損益計算書 概要

売上高327億円（前期比100.0%）

営業利益22億円（前期比96.9% 計画比147.6%）

単位: 百万円	2020/3 2Q計画	2020/3 2Q実績	計画比	2019/3 2Q実績	前年 同期比
売上高	33,000	32,741	-258	32,742	-1 (※1)
売上 総利益	20,610 62.5%	20,632 63.0%	+21 +0.5pt	20,713 63.3%	-81 -0.3pt (※2)
販管費	19,110 57.9%	18,418 56.3%	-692 -1.6pt	18,429 56.3%	-11 -0.0pt (※3)
営業 利益	1,500 4.5%	2,214 6.8%	+714 +2.3pt	2,284 7.0%	-70 -0.2pt (※4)
経常 利益	1,300 3.9%	2,079 6.4%	+779 +2.5pt	2,090 6.4%	-11 -0.0pt (※4)
当期 純利益	700 2.1%	946 2.9%	+246 +0.8pt	1,342 4.1%	-395 -1.2pt (※5)

%は売上高比

差異要因

■ 売上高（※1）

前期比 -1百万円

- ✓ 国内ウェディング 不採算店閉鎖で組数減。単価向上
- ✓ 海外ウェディング 旅行事業、東アジアマーケット増

■ 売上総利益（※2）

前期比 -81百万円

- ✓ 海外ウェディング粗利率低下

■ 販管費（※3）

前期比 -11百万円 計画比 -692百万円

- ✓ 国内ウェディング 期ずれ及び効率化による純減
- ✓ 海外ウェディング 東アジア・新拠点展開により増加

■ 営業利益・経常利益（※4）

営利前期比 -70百万円 経常前期比-11百万円

- ✓ 海外ウェディングの減益幅を国内ウェディングが補完

■ 当期純利益（※5）

前期比 -395百万円

- ✓ 減損損失計上475百万円

海外・リゾートウェディング事業の減益幅を 国内ウェディング事業が補完

単位：百万円

営業利益前期比増減額



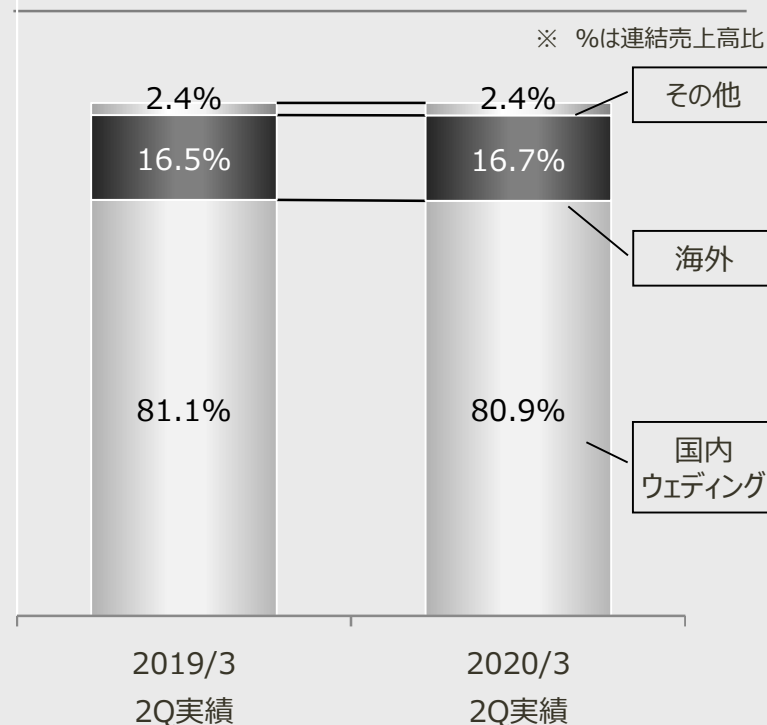
I 2-1. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

国内ウェディング事業売上高 前期比99.7%

海外・リゾートウェディング事業売上高 前期比101.3%

単位：百万円	2019/3 2Q実績	2020/3 2Q実績	前年 同期比
国内ウェディング事業	26,566	26,488	-77
ホテル (TRUNK)	2,262	2,366	+104
海外・リゾート ウェディング事業	5,397	5,469	+71
その他	778	783	+5
連結売上高	32,742	32,741	-1

セグメント別売上構成比推移



海外売上高比率 16.7%

I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

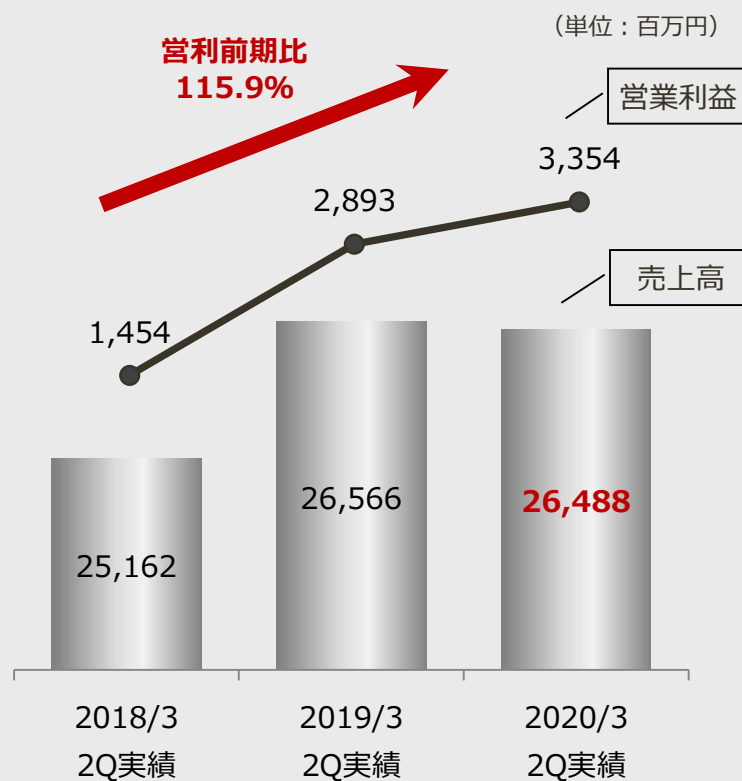
国内ウェディング事業 減収増益 営業利益33億円（前期比115.9%）

単位: 百万円	2020/3 2Q計画	2020/3 2Q実績	計画比	2019/3 2Q実績	前年 同期比
売上高	26,802	26,488	-314	26,566	-77
売上 総利益	16,800 62.7%	16,732 63.2%	-67 +0.5pt	16,644 62.7%	+88 +0.5pt
営業 利益	2,849 10.6%	3,354 12.7%	+505 +2.1pt	2,893 10.9%	+461 +1.8pt

%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2Q：68店舗103会場、2020/3期2Q：66店舗101会場)

売上高・営業利益の推移

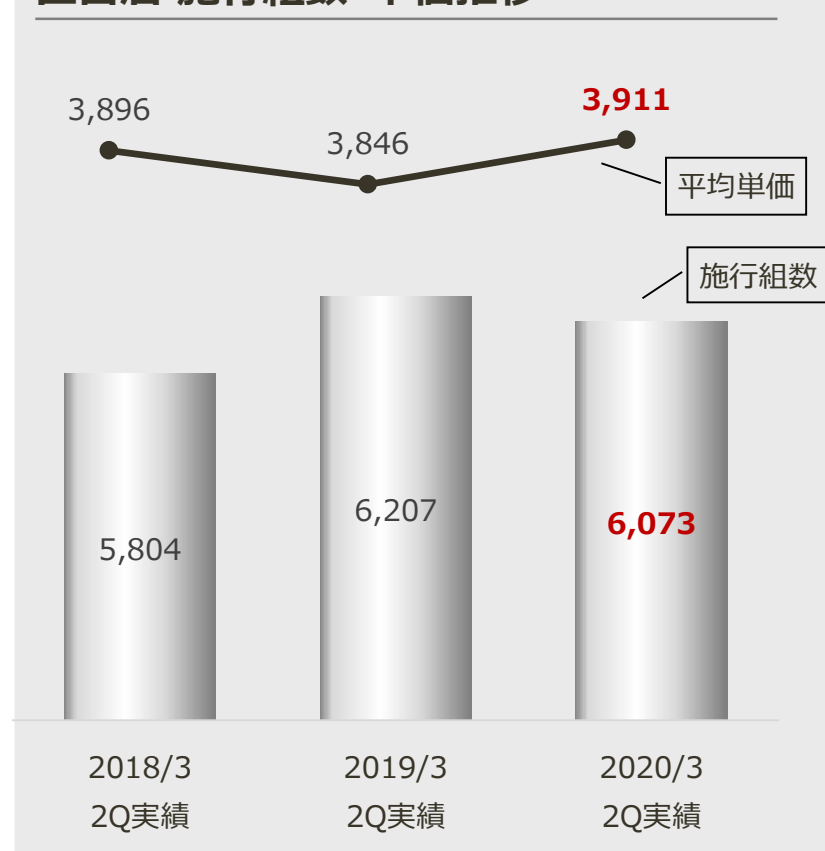


I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

閉店影響により施行組数減するも
商品の販売強化により、単価は前期比+65千円

単位: 百万円	2020/3 2Q計画	2020/3 2Q実績	計画比	2019/3 2Q実績	前年 同期比
直営店					
売上高	23,900	23,775	-125	23,915	-139
施行組数	6,120	6,073	-47	6,207	-134
平均単価 (千円)	3,900	3,911	+11	3,846	+65
平均人数	69.7	69.4	-0.3	68.8	+0.6
コンサルティング					
売上高	870	829	-41	713	+115
取扱高	3,200	3,168	-32	649	+2,518
施行組数	785	771	-14	242	+529
その他（宿泊、レストランなど）					
売上高	2,030	1,883	-147	1,936	-53

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2Q：68店舗103会場、2020/3期2Q：66店舗101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2Q：8施設、2020/3期2Q：6施設)

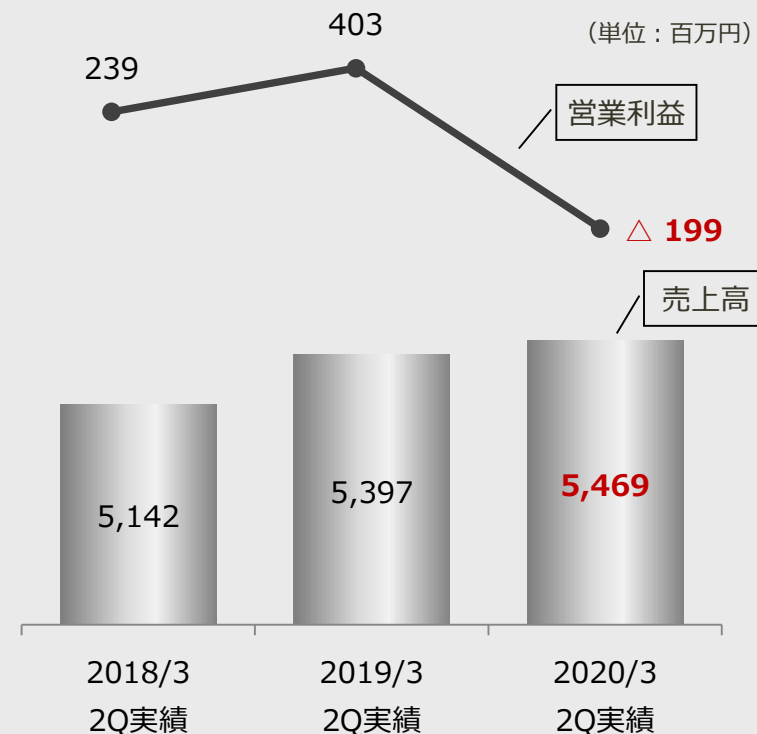
※ コンサルティング取扱高：対象施設における売上高（婚礼運営受託分）+ T&G売上高（レストラン提携等）

I 2-3. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

東アジアマーケット、旅行事業好調 国内マーケット受注不調、投資による販管費増

単位: 百万円	2020/3 2Q計画	2020/3 2Q実績	計画比	2019/3 2Q実績	前年 同期比
売上高	5,534	5,469	-64	5,397	+71
売上 総利益	3,619 65.4%	3,541 64.8%	-78 -0.6pt	3,727 69.1%	-185 -4.3pt (※1)
営業 利益	△322 -5.8%	△199 -3.6%	+123 +2.2%	403 7.5%	-603 -11.1pt

売上高・営業利益の推移



%は売上高比 海外・リゾートウェディングは12月期決算

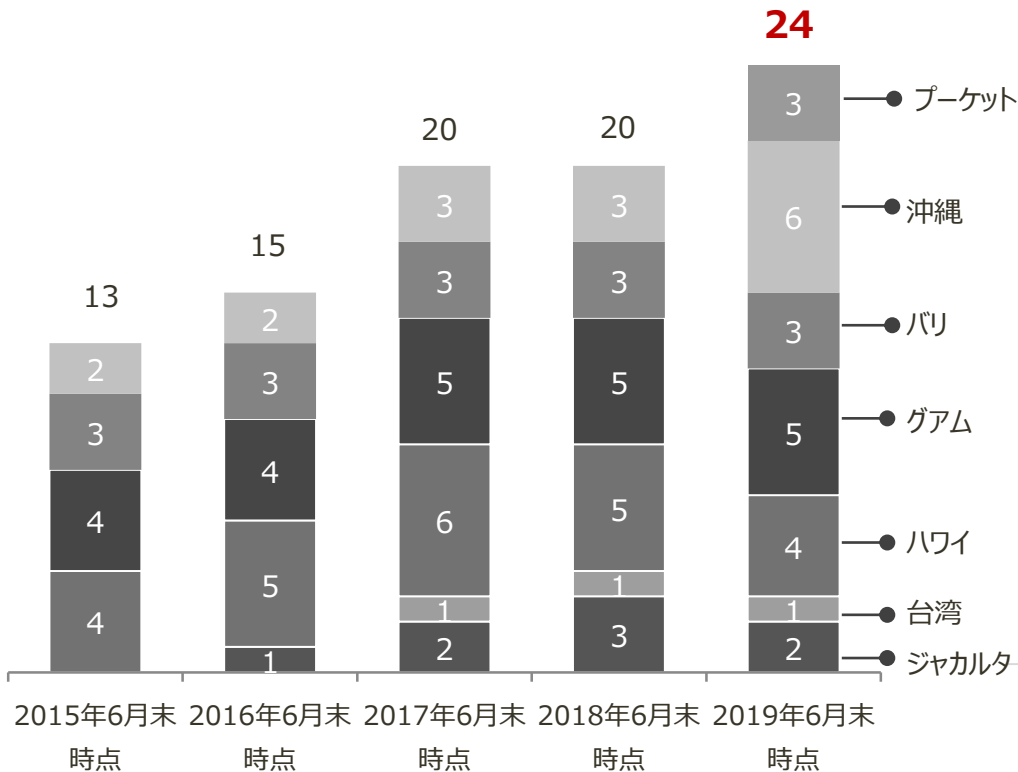
*1) 2018年7月より、海外・リゾートウェディングに付随する旅行手配を、グループ会社より移管し、自社内で旅行事業として開始。オリジナル旅行販売の原価が発生したため。

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、施行組数減少 東アジアマーケットは、拠点拡大とともに、施行組数増加

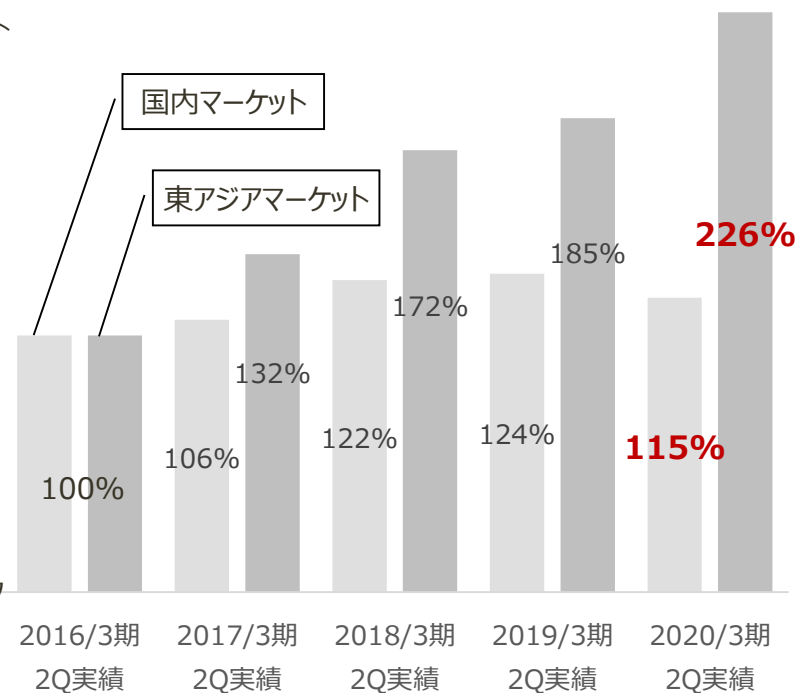
拠点数比較*1

*1海外・リゾートウェディング事業は12月期決算のため、6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各々の 2016/3期施行組数を100%とした割合推移



I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

第2四半期の有形固定資産は増加

単位:百万円		2019/3末	2019/9末	増減
流動資産		12,647	12,569	-77
	現金及び預金	6,782	7,389	+607
固定資産		44,483	48,097	+3,614
	有形固定資産	34,331	38,265	+3,934
	無形固定資産	798	701	-97
	投資その他資産	9,352	9,130	-222
資産計		57,130	60,667	+3,537

主な増減要因

■ 現金及び預金増 +607百万円

✓ 季節変動要因

■ 有形固定資産 +3,934百万円

✓ 第1四半期に、高収益店舗の土地を所得

I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

有利子負債残高は土地購入により増加

単位:百万円	2019/3末	2019/9末	増減
負債合計	33,949	36,838	+ 2,889
流動負債計	17,084	17,240	+156
短期借入金	990	2,210	+ 1,220
(一年内) 長期借入金	5,741	5,856	+ 115
固定負債計	16,864	19,597	+ 2,732
長期借入金	10,994	13,887	+ 2,893
純資産計	23,181	23,829	+ 648
負債・純資産計	57,130	60,667	+3,537
有利子負債	17,725	21,954	+ 4,229

主な増減要因

■ 有利子負債 +4,229百万円

✓ 第1四半期に、土地を購入

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*

II 1. 2020年3月期 連結 通期業績予想

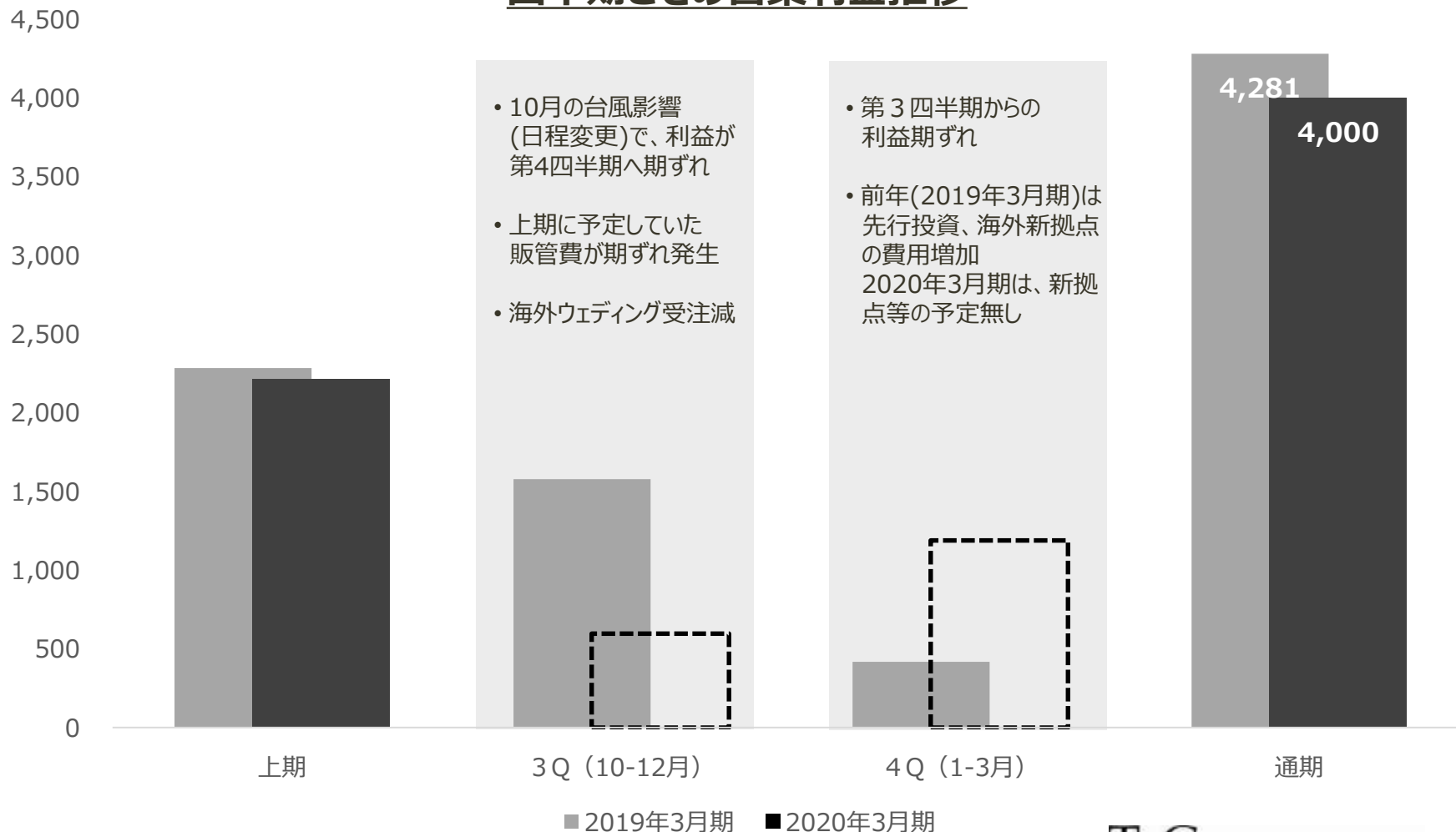
第2四半期（累計）は、業績予想を上回り、上方修正
販管費の期ずれにより、通期予想は据え置き

	第2四半期（累計）					通期		
単位: 百万円	2019/3 実績 (A)	2020/3 5月予想 (B)	2020/3 実績 (C)	前期比 (C-A)	予想比 (C-B)	2019/3 実績 (A)	2020/3 予想 (B)	前期比 (B-A)
売上高	32,742	33,000	32,741	-1	-258	66,871	67,500	+628
営業利益	2,284	1,500	2,214	-70	+714	4,281	4,000	-281
経常利益	2,090	1,300	2,079	-11	+779	3,900	3,600	-300
当期利益	1,342	700	946	-395	+246	2,283	1,700	-583

通期営業利益は、40億円据え置き

単位：百万円

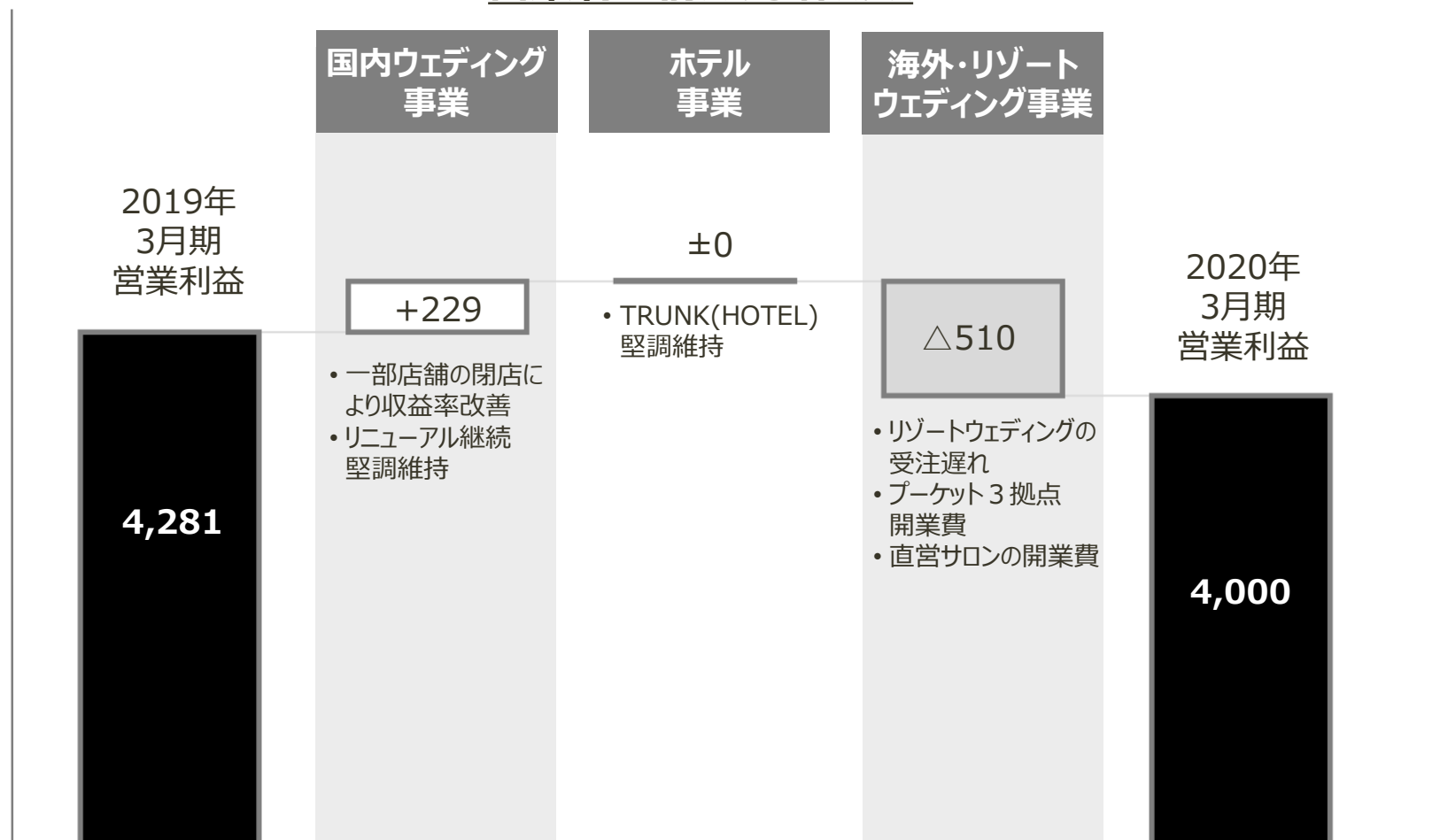
四半期ごとの営業利益推移



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

単位：百万円

営業利益前期比増減額

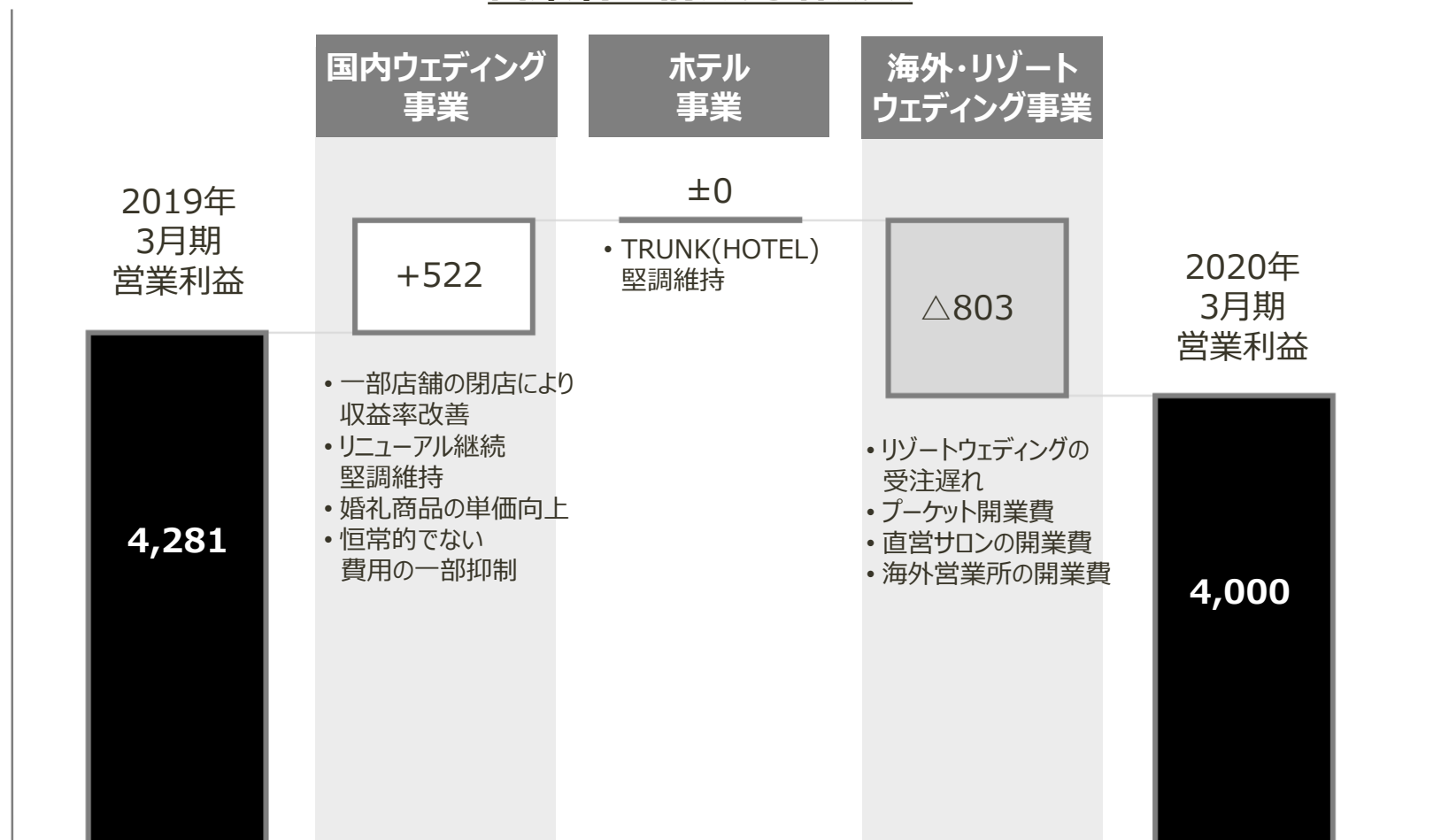


II 3. 2020年3月期 営業利益前期比増減額

海外リゾート・ウェディング事業は、受注遅れにより前期比8億円の減益予想
国内ウェディング事業の増益で補完

単位：百万円

営業利益前期比増減額



国内ウェディング事業



＜アーセンティア迎賓館 浜松 2019年8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

商品の販売強化により、直営店の単価、利益率が向上
CRM運用代行サービスの外販開始。新たな収益機会創出に挑戦

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 ● 商品販売強化、サービス拡充により、平均単価、利益率向上 ● 不採算、契約満了に伴う店舗閉鎖により、リソースの再配置を実施
コンサルティング	● 東京會舘 受注堅調。年間受注は1,000組超え
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 ● 社内構築したノウハウを基に、「CRM運用代行サービス」の外販開始

戦略的リニューアルを継続

2020年3月期は18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9月末点）

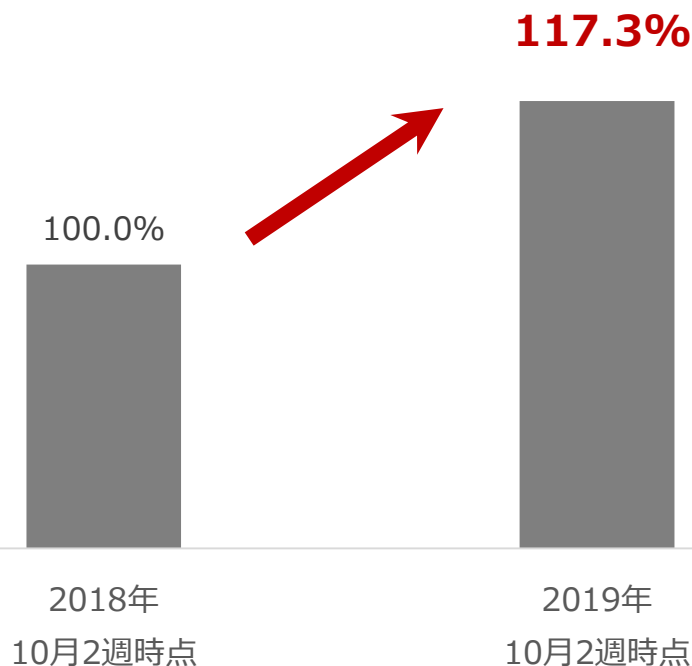
種別	対象店舗	1店舗あたり 投資額 (単位：百万円)	リニューアル内容
大規模 リニューアル	1店舗	200M	チャペル・バンケット・ガーデンの 全館改装
中規模 リニューアル	6店舗	20M～50M	チャペル、ガーデン、バンケット 独立した空間単独リニューアル
家具入替	11店舗	10M	会場内の家具・調度品の デザインチェンジ

大・中規模リニューアル店舗 2020年3月期受注組数は 前期比117.3%と大幅増（2019年10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10月2週時点の「当期の施行組数」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 アーフェリーク迎賓館 熊本＞



＜バンケットリニューアル ヒルサイドクラブ迎賓館 札幌＞

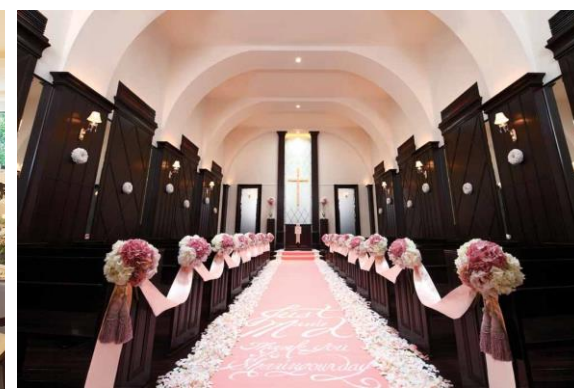
全国展開で培ったマーケティング力を駆使し、
課題に沿った戦略的リニューアルで、受注組数、単価は向上

アーフェリーク迎賓館 岐阜

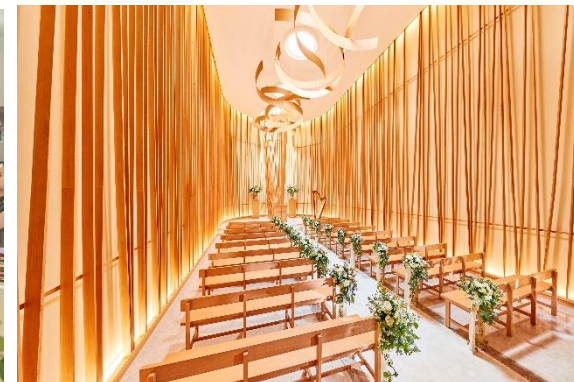
麻布迎賓館

山手迎賓館 神戸

リ
ニ
ュ
ー
ア
ル
（
前
）



リ
ニ
ュ
ー
ア
ル
（
後
）

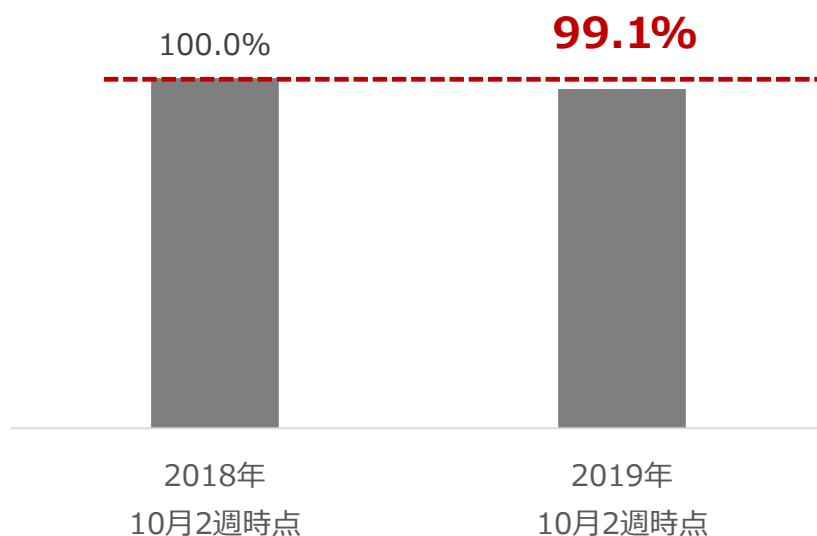


2020年3月期受注組数の前期比は
全店99.1%、既存店99.8%で推移（2019年10月2週時点）

2020年3月期受注組数 対前期比※

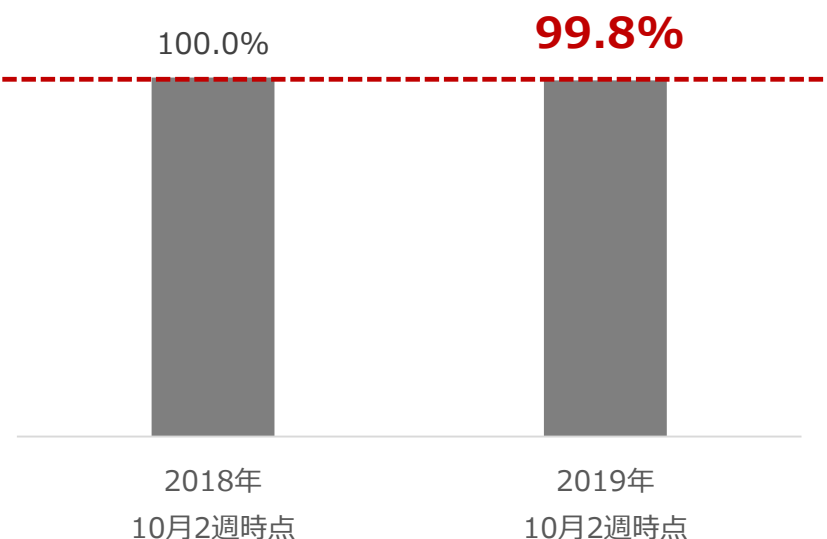
※2018年10月2週時点の「当期の施行組数」を100%とした場合の
パーセンテージをグラフ表示

全店状況



全店：67店舗102会場（前年 69店舗105会場）
※TRUNK（HOTEL）含

既存店状況（閉鎖店舗除く）

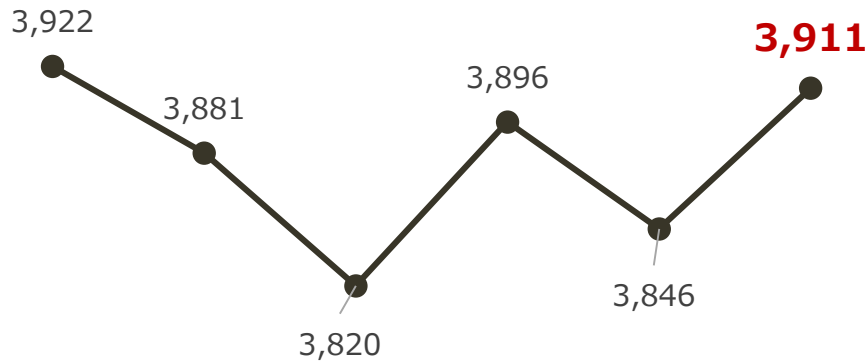


既存店：64店舗94会場
※TRUNK（HOTEL）含

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 3,911千円（前期比+65千円）

直営店 平均単価推移

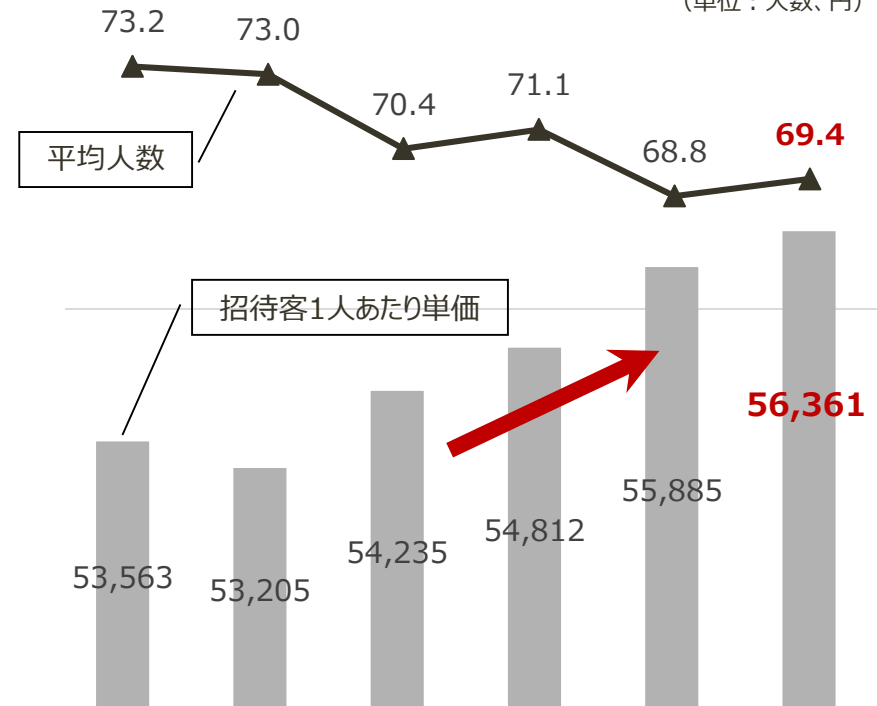
（単位：千円）



2015/3 2Q実績 2016/3 2Q実績 2017/3 2Q実績 2018/3 2Q実績 2019/3 2Q実績 2020/3 2Q実績

直営店 平均人数と招待客単価推移

（単位：人数、円）



2015/3 2Q実績 2016/3 2Q実績 2017/3 2Q実績 2018/3 2Q実績 2019/3 2Q実績 2020/3 2Q実績

コンサルティング事業 堅調

東京會館 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

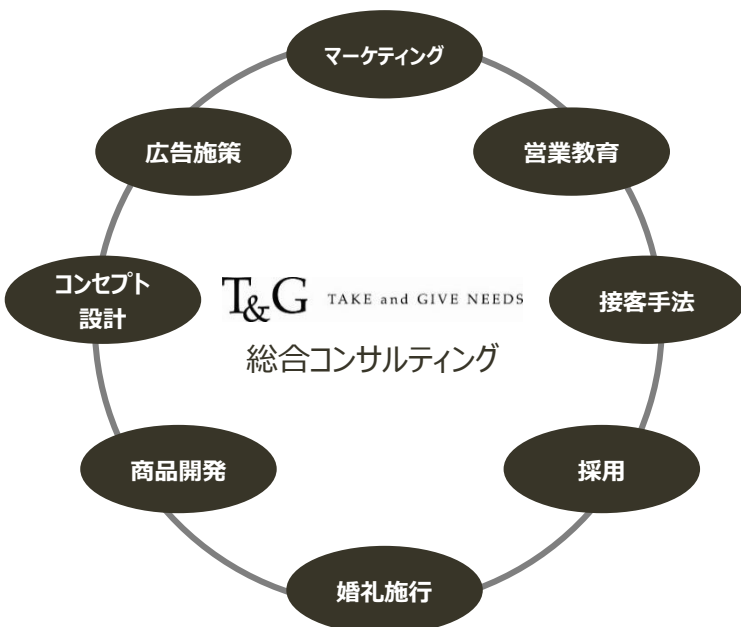
住所：東京都千代田区丸の内3-2-1

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



皇居を一望できるチャペル

新ホテルのメインダイニングとなるレストランをオープン 多様性が評価され、ターゲットメディアに多数掲載

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



MATCHA



Upper-left, upper-right, and lower-right pictures courtesy of GENTLE

Are you hungry and looking for something suitable for celebrating with family and friends?

GENTLE Italian & Sushi Bar, located on a side street of Omotesando, near Harajuku, is a restaurant that will answer these needs. Ideal for diners looking for something out of the ordinary and catering to diverse food needs and preferences, this restaurant is a great place to savor a special meal. With an Italian restaurant, serving **vegetarian and vegan options and meat and seafood-based dishes**, and a sushi restaurant where guests can try a **full-course sushi dinner**, there is something everyone can enjoy.

Continue to read to learn about the menu and why GENTLE is a must-visit restaurant in

【主要掲載メディア】

YAHOO! ニュース
JAPAN

livedoor NEWS

MENS Precious

Buono

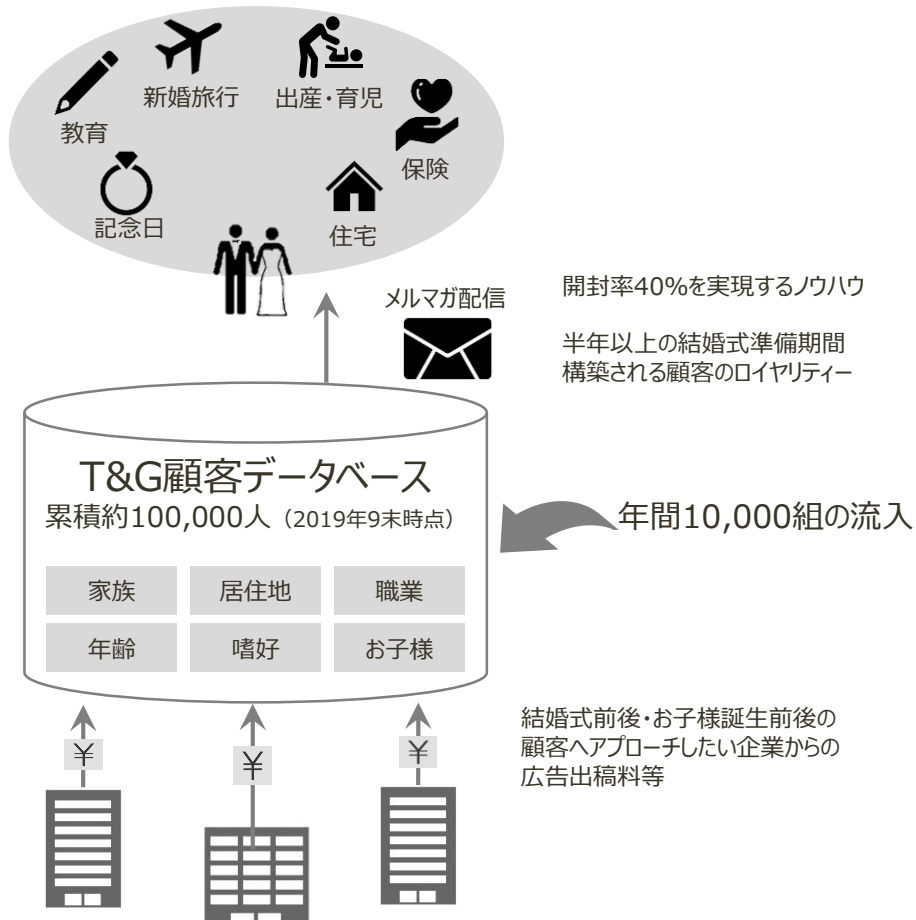
VOGUE

T&G TAKE and GIVE NEEDS

＜人気の選べる前菜ワゴンサービスは、メニューの約半分がビーガン料理＞

特徴的な顧客データへの関心度高く デジタルマーケティング好調

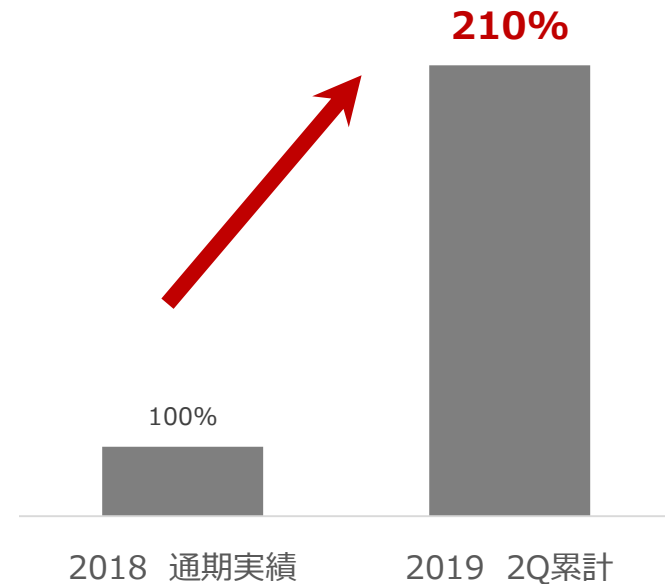
ビジネスモデル



結婚式前後・お子様誕生前後の顧客へアプローチしたい企業からの広告出稿料等

第2四半期（累計）売上高

※2018年「通期売上高」を100%とした場合の
2019年第2四半期（累計）売上高のパーセンテージをグラフ表示



※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「装飾レンタル事業」 延べ受注式場数は、100以上となり黒字化

ビジネスモデル

T&G TAKE and GIVE NEEDS

- ✓ 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

レンタル・販売

RECRUIT
リクルートマーケティングパートナーズ

仲介

手数料支払い

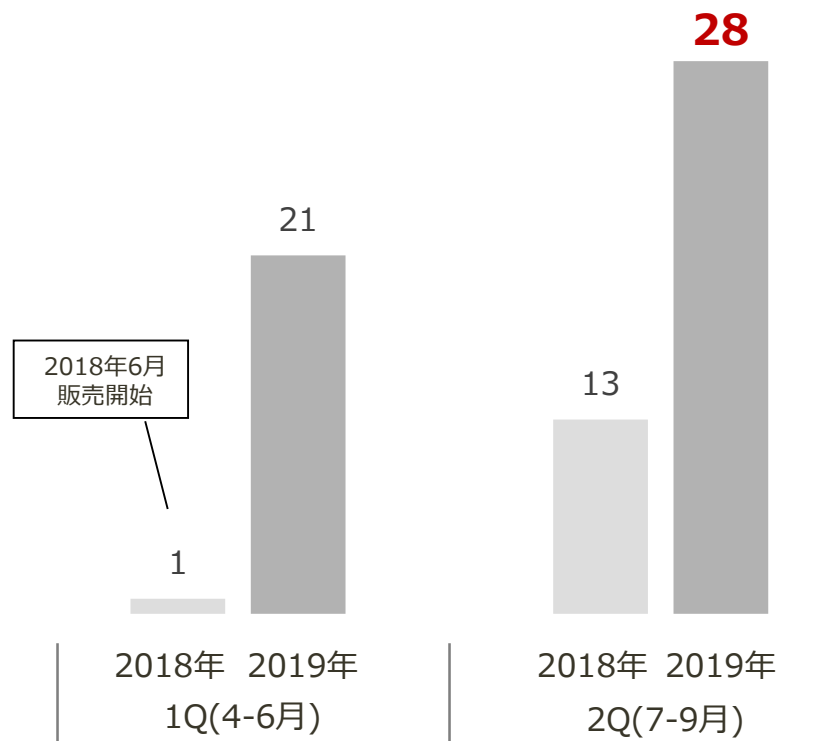
販売対象の式場 全国1,600式場

- ✓ 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



受注式場数 前期比（単位：式場）

注）下記は、受注式場数となり、受注企画数とは異なる
1式場につき、複数の装飾レンタル企画の受注する場合もあり

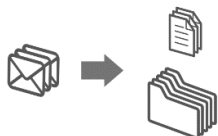


CRM運用代行サービスを外販開始 弁護士ドットコムと提携で幅広い業界にサービス提案が可能に

サービス内容

**CRMを活用した
「デジタルマーケティング施策」を運用代行**
最大開封率**76%** 常時**30~40%**の実績

01.データ蓄積管理 配信シナリオ設計



02.コンテンツ企画 記事制作



03.デザイン製作 (HTMLメール) 製作



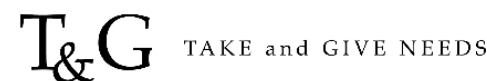
04.KPIレポートینگ PDCA提案



新規業務提携



タブレットで契約締結するサービスで **「顧客情報をデータ化」**



データ管理、メール製作、配信まで包括的な **「CRM運用を代行」**



資産の有効活用を提案

ホテル事業



< TRUNK (STAY) >

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10月2週時点の「当期の施行組数」を100%とした場合の
パーセンテージをグラフ表示

100.0%
101.8%

2018年
10月2週時点

2019年
10月2週時点

宿泊実績

ADR（平均客室単価）

63,950円

※2019年4-9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4-9月実績

ブランディングを目的とした施設を神楽坂にオープン 独創性が評価され 多くの海外メディアで掲載

<築七十年の外観を残し、内装のみフルリノベーション>

❖ **DEPARTURES**
アメリカン・エクスプレスのプラチナカード会員向け会報誌

❖ **MONOCLE**
欧米を中心に世界中の高感度なビジネスマン・文化人を読者にもち、
世界65か国以上で販売されている グローバル情報誌

❖ **VOGUE LIVING**
オーストラリア版VOGUEのインテリア&ライフスタイルマガジン
内装からインテリア小物まで、ハイセンスで洗練されたアイディアを提供する雑誌

❖ **Madame Figaro**
モード系ファッション誌のひとつ。海外名門ブランド商品の掲載が多いハイエンドライフスタイルマガジン
Figaro Japonの編集長が、東京ガイドの情報として紹介される

❖ **T Magazine**
ニューヨークタイムズが展開するライフスタイルメディア。東京ガイドの情報として紹介される



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、営業体制の再構築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」を出店決定 ● 2020年5月 ハワイ「ザ・ダイヤモンドヘッドチャペル」を出店決定
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出店決定



THE DIAMOND HEAD
CHAPEL

31階 最上階



2階 バンケット
「THE ROOM」



販売開始：2019年10月

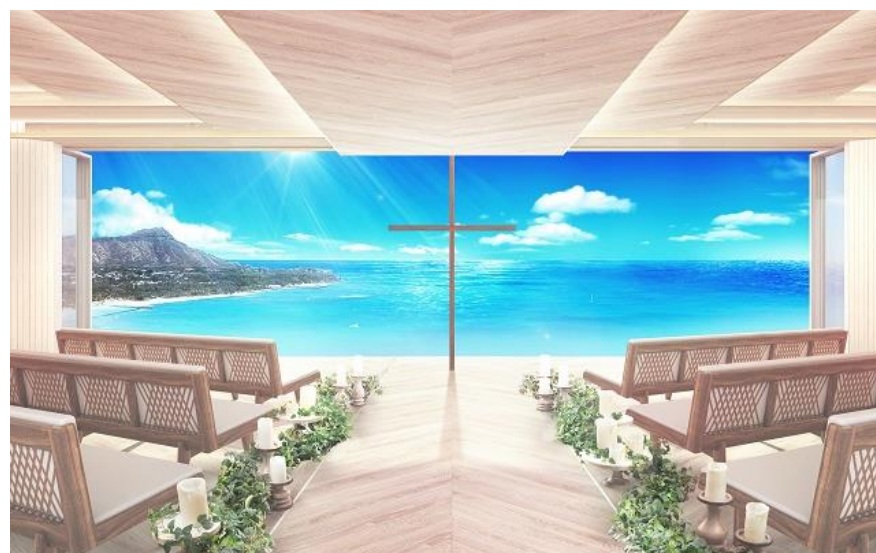
オープン：2020年5月（予定）

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

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。

2Fのバンケットでは、予約が取れないハワイの名門イタリアンレストラン「アランチーノ」のお料理をお召し上がりいただけます。



既存店の商品力強化のため

2020年3月 沖縄 人気観光エリアに「ふくぎの写真館」出店決定

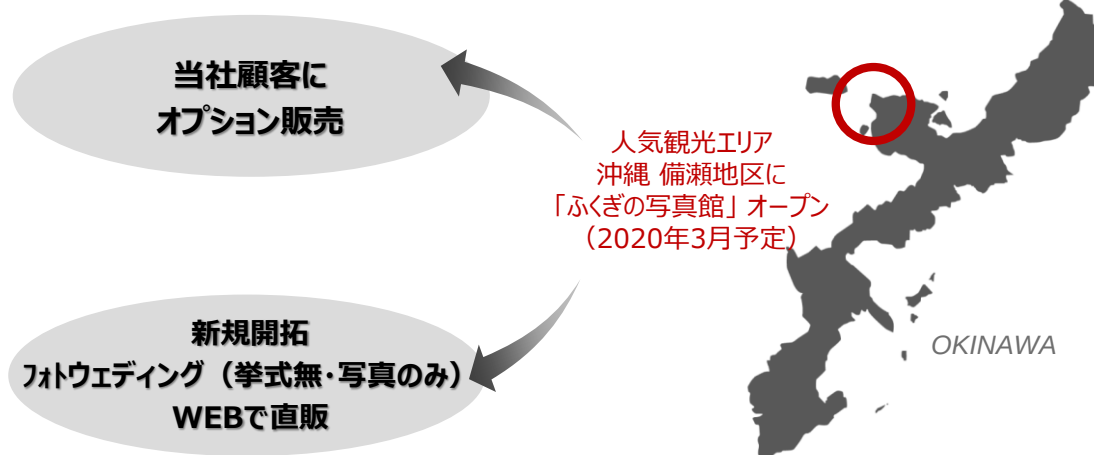


＜ 人気フォトスポット 備瀬地区のフクギ並木 ＞
沖縄の原風景が残る観光名所。「幸福を呼ぶ」と呼ばれる
2万本の「フクギ（福木）」が1 kmの並木を作る神秘的空間

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としております。



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

営業体制の再構築により

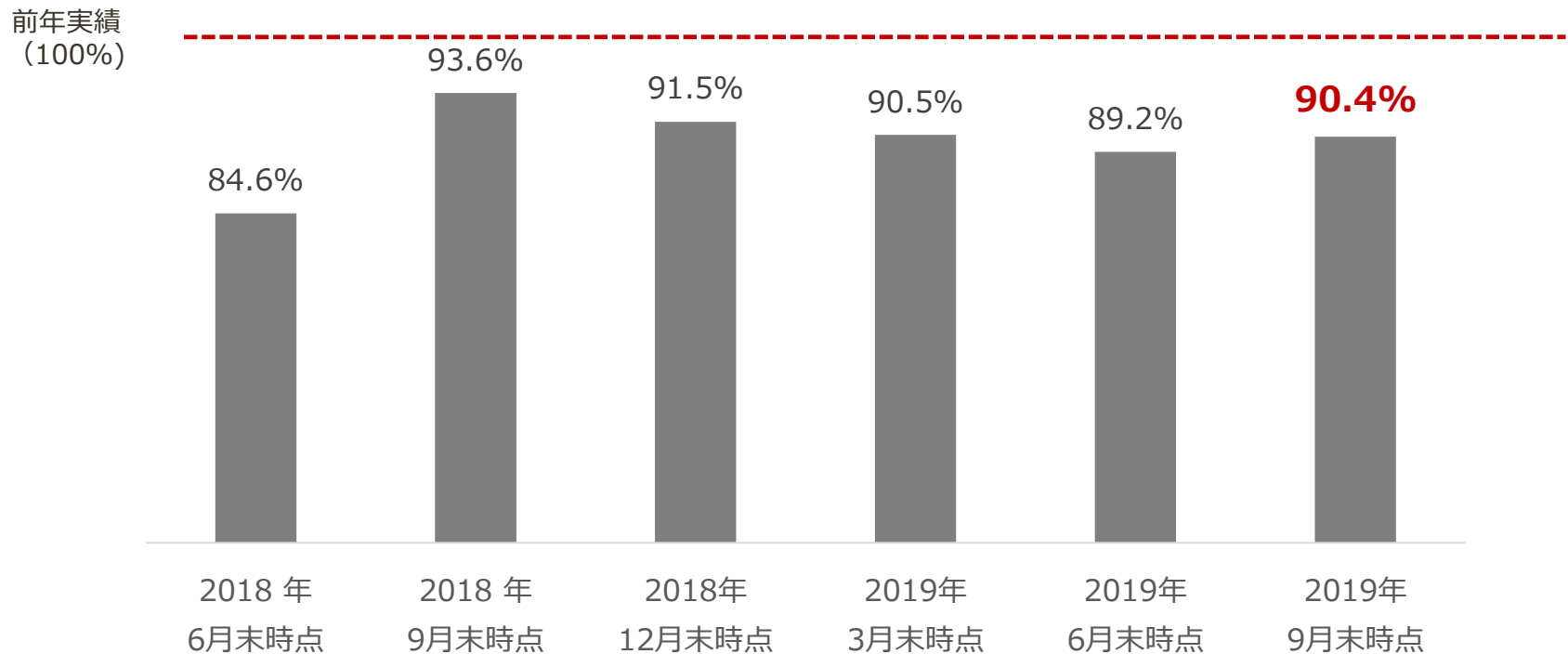
契約数は復調するも、集客、単価、コスト管理は継続課題

分野	結果 (19年9月末時点)	継続課題	対策・取組内容 (19年5月公表)	実施内容 (19年5月～9月)
営業	 集客	旅行代理店本部との関係性構築	✓ 旅行代理店 リレーション強化 ✓ 広告・集客の強化 ✓ 直営サロンの新規出店	・ 高スキル人材をフロントへ配置転換 ・ 代理店マーケティング担当へのトッパプローチ ・ タレントプロモーションにより、自社ホームページ導線強化 ・ 3サロン出店。ハウスウェディング66店舗で相談受付開始
	 単価	戦略的な商品開発MD計画	✓ 直営サロン比率増加 ✓ 価格の本社一元管理	・ 高収益率の付帯商品をプラン化 ・ 商品紹介時間を拡大（従前より30分延長） ・ 各拠点のKPI見える化、マネジメント強化
組織・人材	 契約数	—	✓ 教育チームの発足	・ 高契約率の選抜人材が、新人教育に着手 ・ バディ制度導入
	 数値・コスト管理	管理コストの効率化	✓ 組織体制の整備 ✓ 営業・コスト管理の徹底	・ 営業本部を再編。営業管理体制を再構築 ・ 新規採用抑制、不採算拠点の契約交渉 ・ 管理コストの見直し

2020年3月期受注組数 前期比は90.4%（2019年9月末時点）

2020年3月期受注組数 対前期比※

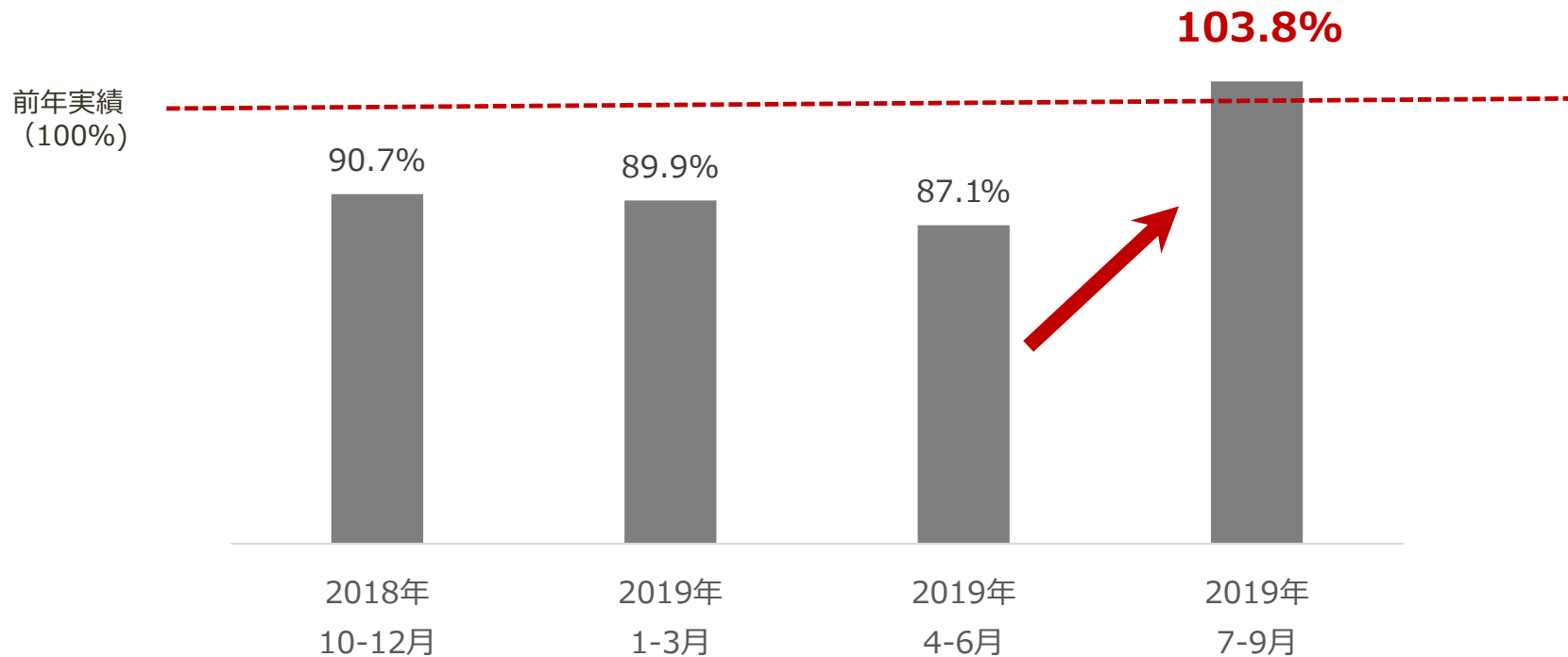
※1各時点の前年同期実績を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



営業体制の強化、教育プログラムの見直しにより 新規契約数は復調傾向

四半期別 新規契約数 対前期比※

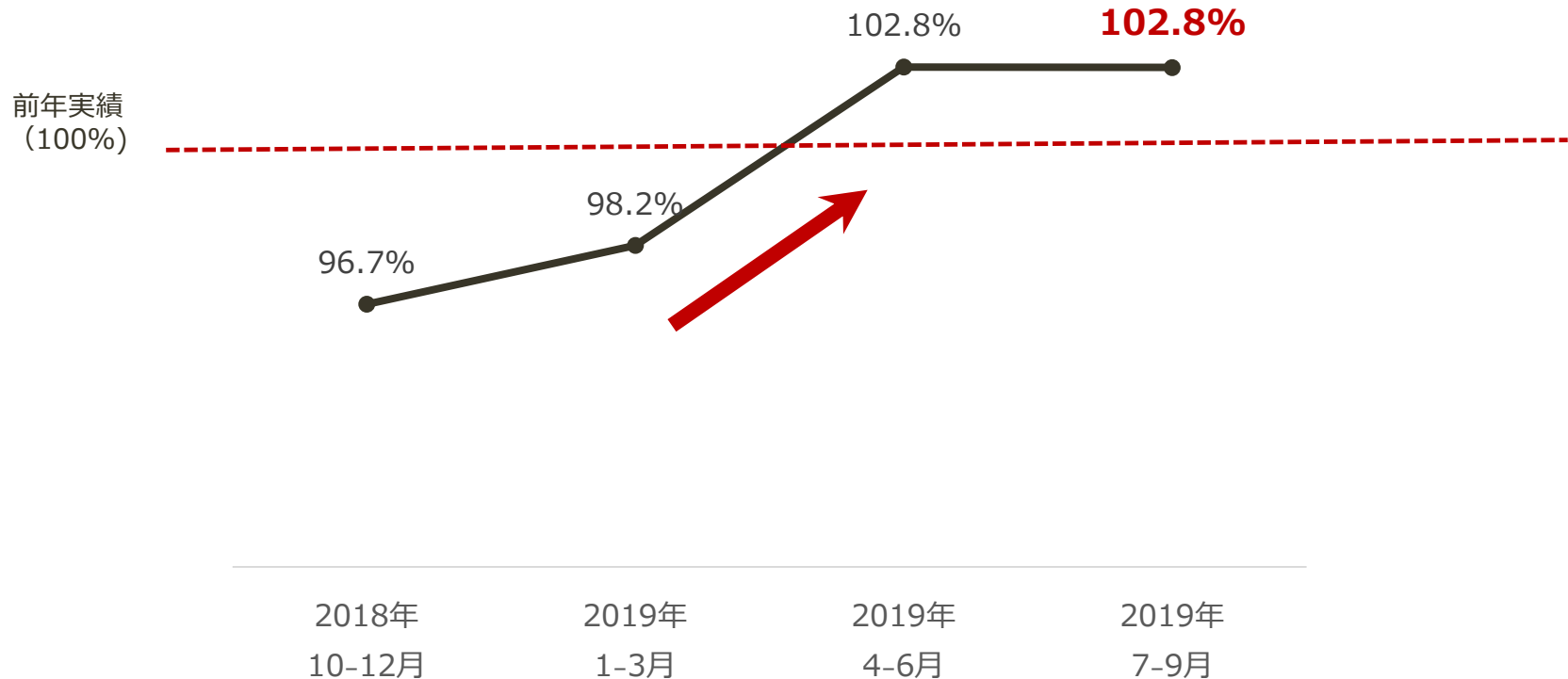
※新規契約した組数（来期以降の施行含）の
前年同期実績を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



商品企画、価格の本社一元管理により 国内マーケット リゾートウェディングの平均単価は向上

四半期別 平均単価 対前期比※

※各期間の施行単価の前年同期実績を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

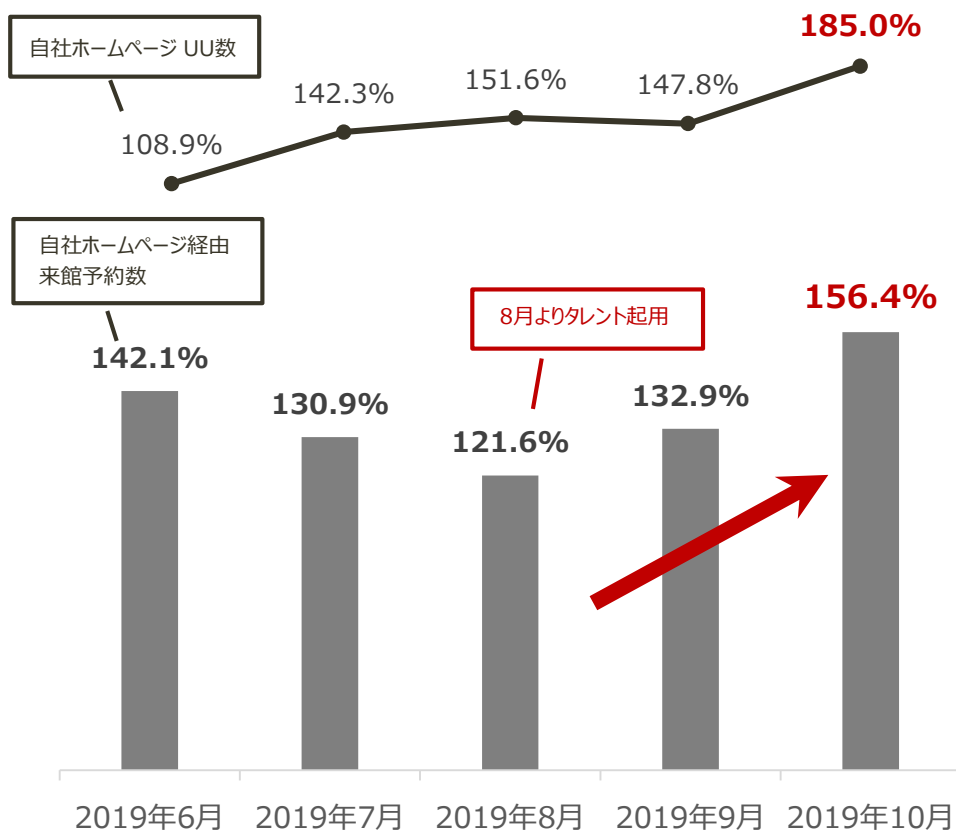
集客拡大を目的に、
ハウスウェディング全国66店舗でも、
海外リゾート相談受付を開始



集客、認知度向上を目的に タレントプロモーション開始 ソーシャルメディア、自社ホームページ導線を強化

自社ホームページ UU数・来館予約数 前年同期比

※前年同期実績を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



吉岡里帆
オリジナル
ウェディングドレス
プレゼント
キャンペーン

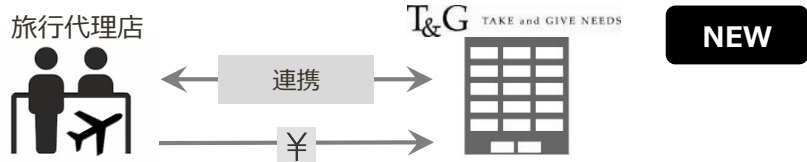
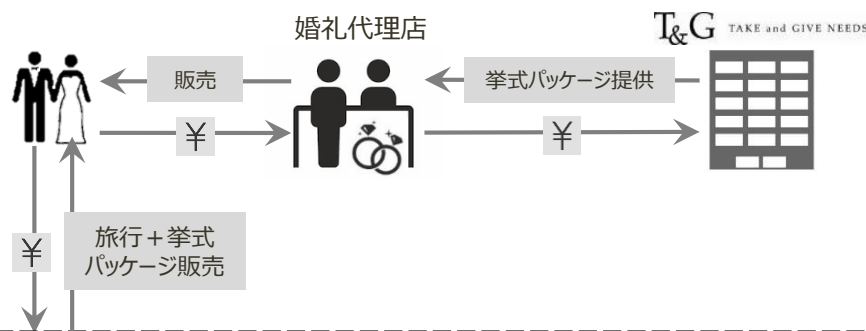


GDPの成長に沿って、中国の海外挙式数も伸長予測

ビジネスモデル

中国大手旅行代理店と「旅行＋海外挙式」連携販売スキームを構築

*中国では、カップルの9割が婚礼代理店を訪れ、挙式会場や写真のパッケージを購入。海外挙式の航空券等は、通常、旅行代理店へ自己手配。



提携旅行代理店

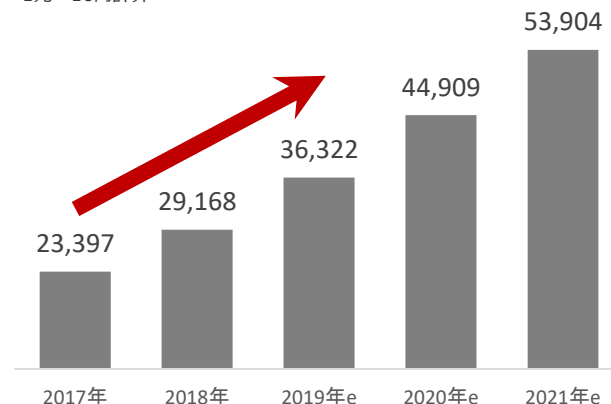
Ctrip
众信旅游 (u-tour)
Caissa 凯撒旅游
春秋国际旅行社



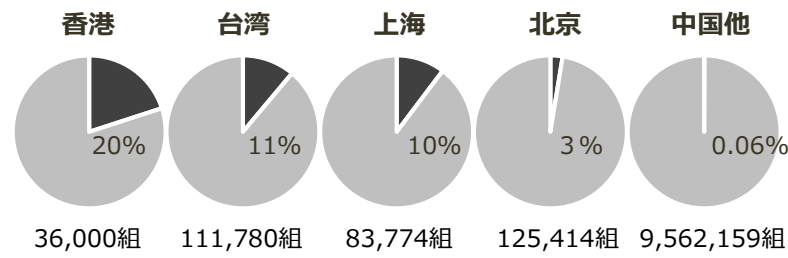
市場規模

中国婚礼市場規模予測 (単位：十億円)

1元 = 16円計算



海外挙式実施率 (単位：%)



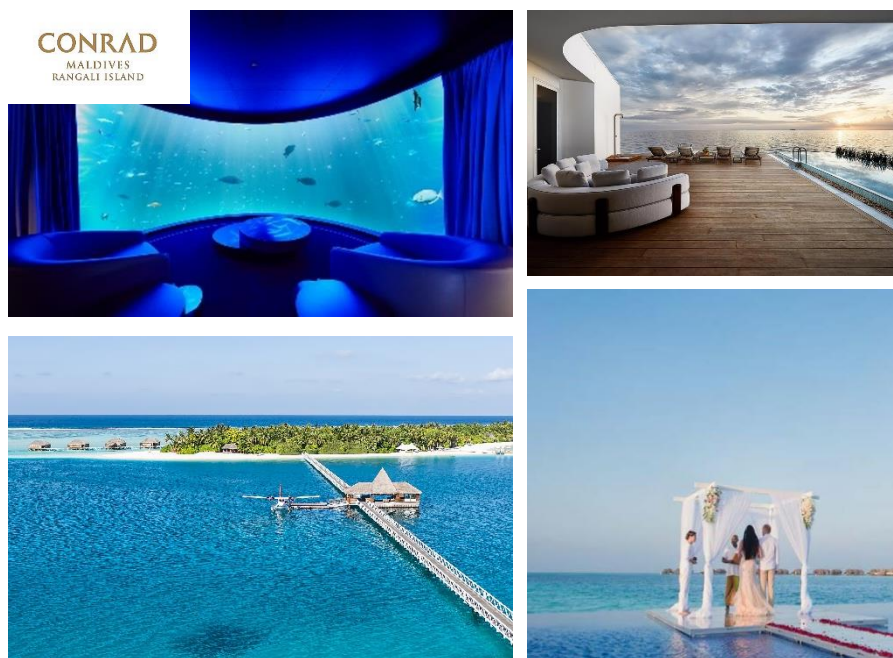
挙式
組数

出典:「2018中国结婚产业发展报告」「2018国人海岛婚礼趋势调研白皮书」

「百合网2017中国人婚礼状况调研报告」「sohu.com 2018-11-04」

中国人向け送客先を拡充 コンラッド・モルディブ、プーケット 3 拠点

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



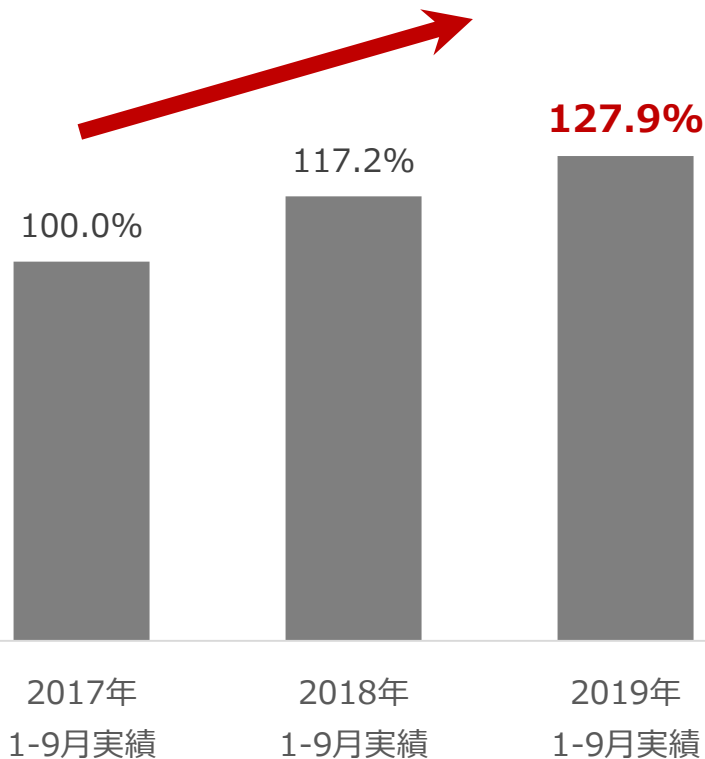
プーケットから船で5分 幻想的な「ナカ アイランド」

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 リゾート挙式は組数、単価共に伸長

リゾート挙式 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1-9月を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



リゾート挙式 単価推移*2

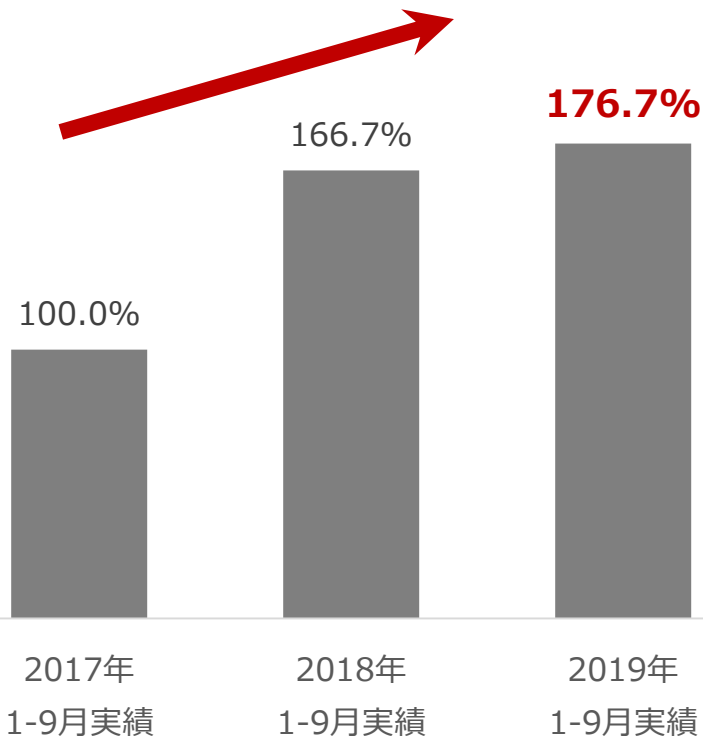
*2 東アジアマーケットにおいて、当社リゾート施設で施行した挙式単価。
2017年1-9月を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



東アジアマーケット 台湾直営店は 施行組数伸長 単価も一昨年水準へ復調

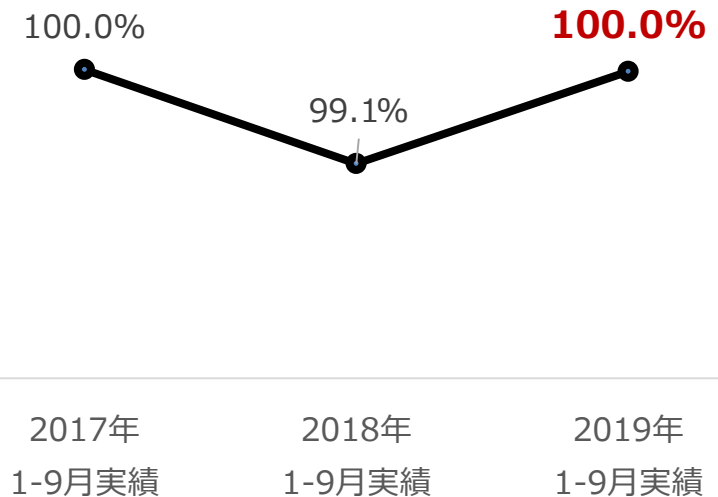
台湾直営店挙式 施行組数 推移*1

*1 東アジアマーケットにおいて、当社台湾直営店で施行した組数。
2017年1-9月を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



台湾直営店挙式 単価推移*2

*2 東アジアマーケットにおいて、当社台湾直営店で施行した挙式単価。
2017年1-9月を100%とした場合のパーセンテージをグラフ表示



III

2020年3月期 配当予想

Dividend forecast for FY03/2020

営業利益は過去10年最高水準を維持 次の成長への足固め

経営管理体制強化

ハウスウェディングの
パイオニアとして市場開拓終了

新規参入増加

経営管理体制を強化

M&A・収益性向上

経営管理体制整い、利益率向上

プライズワード社を買収
統合に苦戦

選択と集中

リニューアル戦略の成功
不採算店舗の閉鎖・内製化推進

選択と集中により、利益率向上

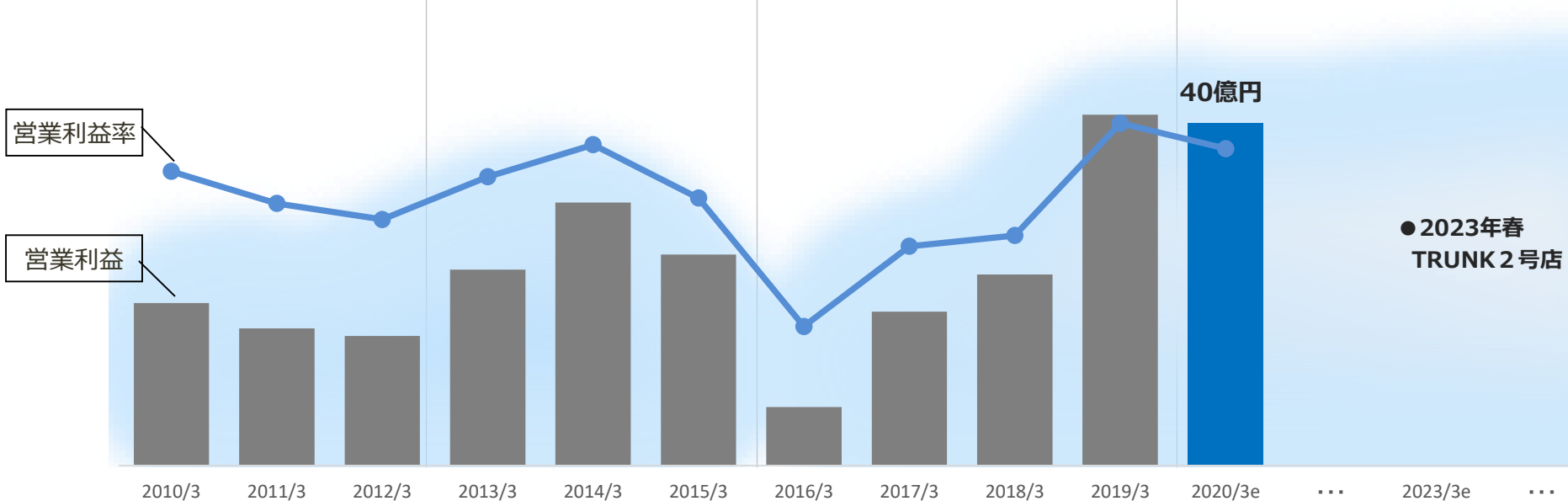
海外ウェディング成長

EVOL2027

国内ウェディングは勝ち負け明確化
シェア拡張

東アジアマーケット進出

ブティックホテルのパイオニアとして
新店開発中



2020年3月期 中間配当金10円を決議
年間配当は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)	<u>10円</u> (決定額)	10円	20円

IV

ESG活動報告

ESG Activities

地域社会への貢献 3つの教育プログラムを無料開催 全国26店舗 1,691名の親子が参加 95のメディアで特集

実施期間：2019年7月～8月

当社は、全国に66店舗の直営店を展開しており、地域社会と密接不可分の関係にあります。そのため、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。

「キッズプロジェクト」は、ウェディング事業におけるインフレやノウハウを活かした様々な体験型プログラム。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。

婚育プログラム

開催店舗：6店舗 来場者数：451名

家庭内コミュニケーション不足を背景に
親子で互いに気持ちを伝えあう体験型プログラム
コミュニケーションの重要性を学ぶ



食育プログラム

開催店舗：8店舗 来場者数：276名

「食品ロス」や「地産地消」をテーマにしたプログラム
地元食材を使った調理体験で、地域食材の魅力や
生産者のへ感謝、食材の大切さを学ぶ



仕事体験プログラム

開催店舗：12店舗 来場者数：964名

仕事体験で職業観の育成を目指したプログラム
結婚式の様々な職業の体験を通して、
結婚式の素晴らしさと共に、働くことの楽しさ・意義を学ぶ



T&Gアスリート社員 競泳「五十嵐千尋」選手

世界選手権大会 4×200mリレー 東京五輪出場枠を獲得

2019 大会結果

■ 第61回 日本選手権（25m）水泳競技大会

- 200m自由形 2位（自己ベスト）
- 400m自由形 1位

■ 第74回 国民体育大会水泳競技大会

- 50m自由形 3位
- 200m個人メドレー 5位
- 4×50m自由形リレー 3位

■ 第18回世界水泳選手権大会

- 4×200m自由形リレー 8位（東京オリンピック出場枠を獲得）

■ ジャパンオープン2019

- 50m 自由形 2位（自己ベスト）
- 100m自由形 4位
- 200m自由形 2位
- 400m自由形 2位

■ 第95回 日本選手権水泳競技大会

- 100m自由形 4位（自己ベスト）
- 200m自由形 2位
- 400m自由形 2位



<10/26-27 日本選手権では200m自由形 自己ベスト更新>



<母校の嶺山小学校に訪問。スポーツの楽しさや夢や努力をテーマに講話>

TRUNK (HOTEL) ソーシャライジングに基づき 2020年3月期 NPO5団体の活動支援を決定

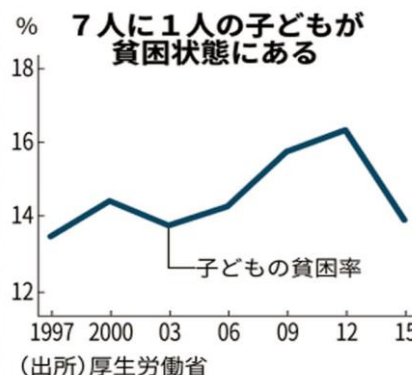
TRUNK (HOTEL) は、誰しもが自らのライフスタイルの中で無理なく社会貢献に参加できるサービス・商品の企画を行っており、その活動の一環として、持続可能な社会に向け、同じ方向を目指すことのできる企業・団体に、売上の一部を寄付することを目標に、運営しています。

コンセプト「ソーシャライジング（環境、ローカル優先主義、多様性、健康、文化）」との高い親和性と、活動内容・寄付金使用用途を踏まえ、アルバイトスタッフ含む全社員のオンライン投票により、2019年度寄付先5団体を選出しました。

DONATION DESTINATION

— 寄付先団体 —

- **NPO 法人全国こども食堂支援センター・むすびえ**
こども食堂の活動の中で、普段の食事に特別感を与えるメニューを追加、提供するための食材の購入費用として活用いただきます
- **認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ**
日本では見かけることの少ない、LGBTをテーマとした絵本の翻訳と出版にかかる費用として活用いただきます
- **渋谷の遊び場を考える会**
外遊びの意味や価値を考察し、よりよい遊び場を広く社会へ提案する活動を実施
プレイパークの情報を提供する広報活動費用として活用いただきます
- **一般社団法人more trees**
都会にいながら木とふれあい、森を感じる「木育」イベントの運営費の一部に活用いただきます
- **一般社団法人Arts and Creative Mind**
知的障害など、様々なハンディのある人々の表現である「アウトサイダーアート」展示し
身近に触れることのできるエキシビジョンの開催費用として活用いただきます



人材確保の取り組みの多様化により 2020年度 新卒社員143名 内定式を実施

サービス業の人材不足、採用難が課題となる昨今ですが、当社は、2020年度の新卒として、ウェディングプランナー、シェフ、フラワーコーディネーター、ドレスコーディネーターなどの職種に多くの応募をいただき、2019年9月に143名の内定式を実施いたしました。

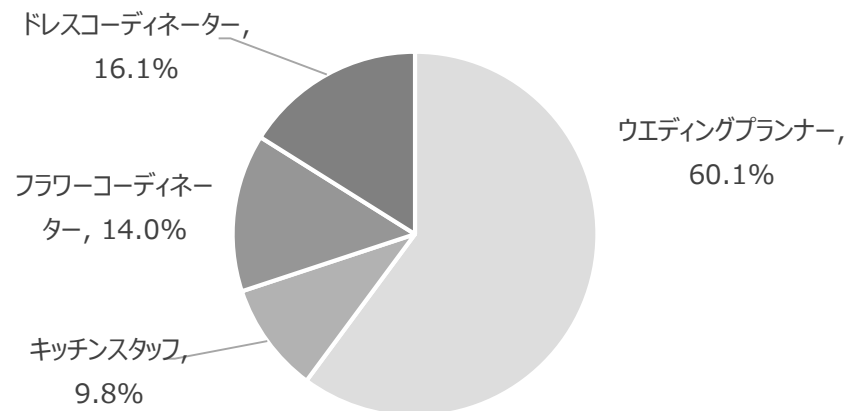
将来の優秀人材を確保するため、インターンシップや説明会を実施することはもちろん、大手専門学校や大学と産学連携を行い、ウェディング業界を支える人材を「育てる」ことから始めている営みが、少しずつ実を結んでいます。

今後も、未来を創る優秀な人材を確保すべく、様々な取り組みを実施して参ります。



＜ 東京、横浜、大阪の3か所で内定式を実施 ＞

2020年度 新卒社員 職種割合
(2019年9月末時点)



V

会場一覧

Venues

直営店舗：全国66店舗（101会場）

（2019年9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）
アーヴェーリール迎賓館（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）
アーヴェーリール迎賓館（岡山）
アーヴェーリール迎賓館（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）

■ 信越・北陸エリア

アーククラブ迎賓館（新潟）
アーヴェーリール迎賓館（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）
アーヴェーリール迎賓館（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）
アルモニーテラス（岐阜）
アルモニーヴィラ オージャルダン（常滑）

■ 北海道・東北エリア

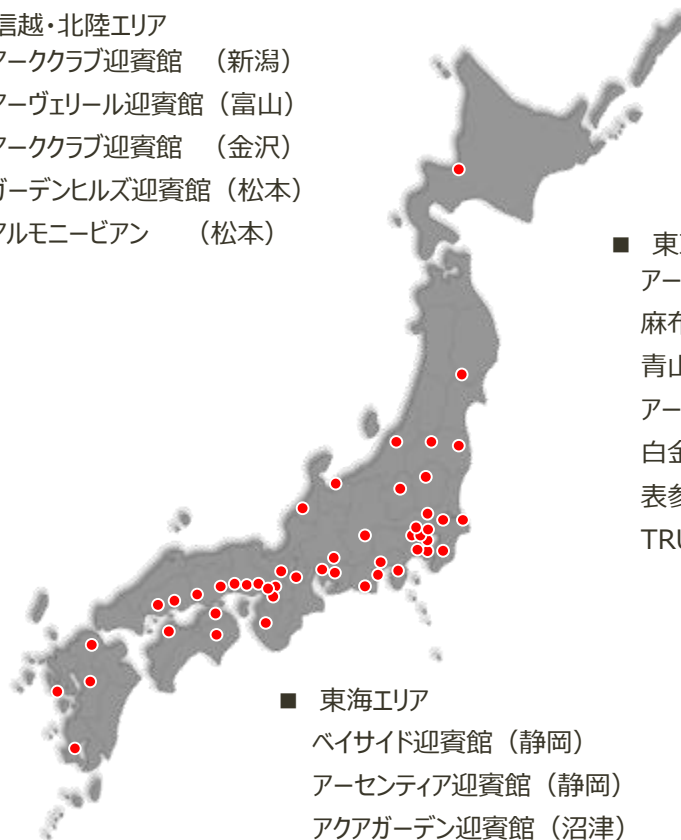
ヒルサイドクラブ迎賓館（札幌）
アーカンジェル迎賓館（仙台）
アーククラブ迎賓館（郡山）

■ 東京

アーカンジェル代官山
麻布迎賓館
青山迎賓館
アーフェリーク白金
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）
アーヴェーリール迎賓館（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）



直営ホテル・レストラン、業務提携先：全国14施設

(2019年9月30日現在)

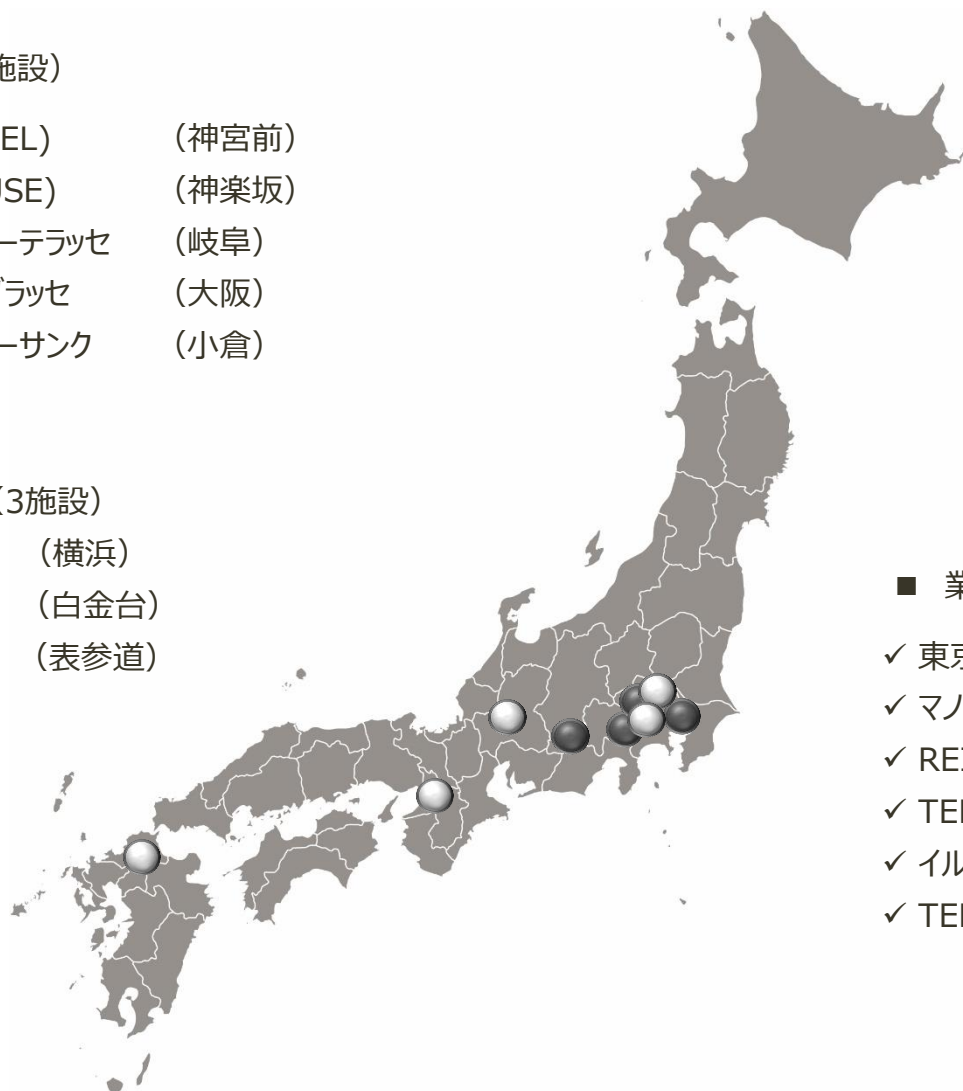
■ 直営ホテル（5施設）

- ✓ TRUNK(HOTEL) (神宮前)
- ✓ TRUNK(HOUSE) (神楽坂)
- ✓ ホテル アルモニーテラス (岐阜)
- ✓ アルモニーアンブラス (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)

- ：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)
- ✓ TERA KOYA (武蔵野)

海外・リゾート：22拠点、海外ローカル：3拠点

(2019年9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 オーフ 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>

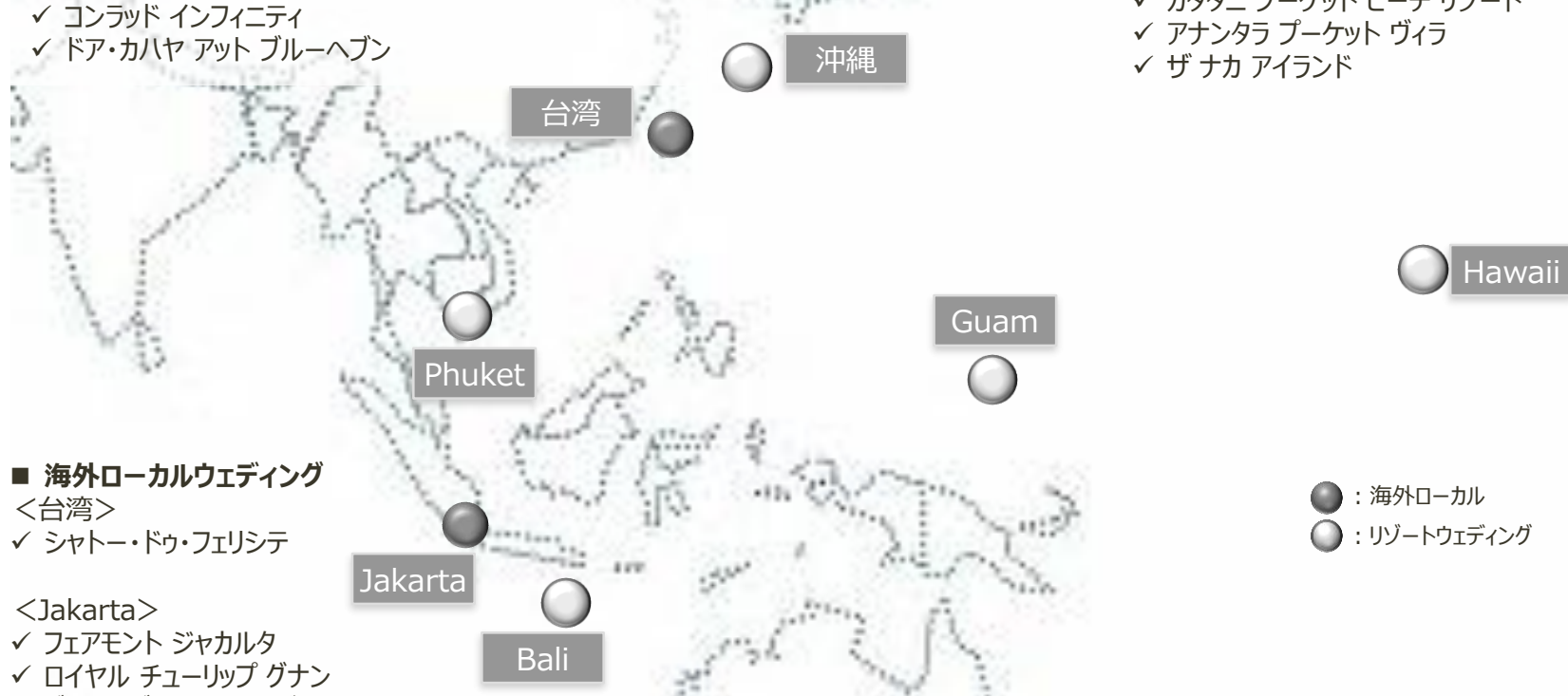
- ✓ アールイズ・スイート～海の教会～
- ✓ 白の教会
- ✓ ギノザリゾート 美らの教会
- ✓ 瀬良垣島教会
- ✓ 奏の教会 (宮古島)
- ✓ 葵の教会 (宮古島)

<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ет ビーチ リゾート
- ✓ アナンタラ プークет 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

- : 海外ローカル
- : リゾートウェディング

(2019年9月30日現在)



■ 国内直営サロン (10店舗)

- ✓ 札幌
- ✓ 仙台
- ✓ 東京 (新宿本店)
- ✓ 東京 (銀座)
- ✓ 横浜
- ✓ 名古屋 (栄)
- ✓ 名古屋 (名駅)
- ✓ 大阪 (梅田)
- ✓ 広島
- ✓ 福岡 (天神)

■ 海外営業所 (4店舗)

- ✓ 香港
- ✓ 台湾
- ✓ 上海
- ✓ 北京

人の心を、人生を豊かにする

T&G TAKE and GIVE NEEDS