

APPENDIX

補足資料

目次

1. 市場概要

2. 事業内容

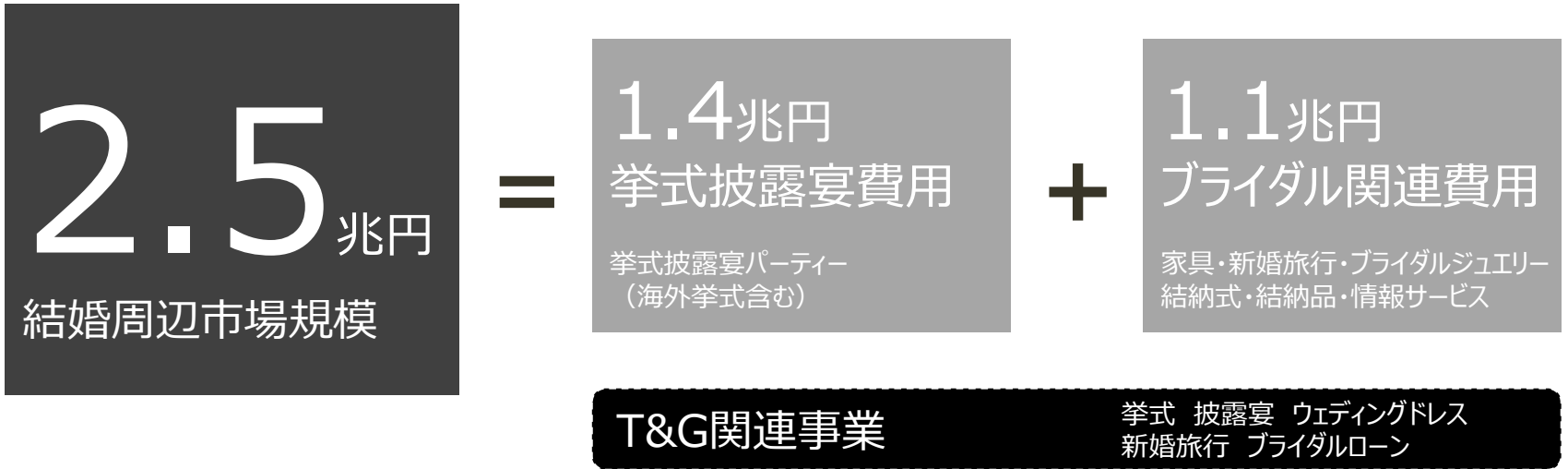
3. 会社概要

1 .市場概要

T&G TAKE and GIVE NEEDS

01 国内ウェディング：市場規模

結婚周辺市場規模



DATA：矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2019年版」およびゼクシィ新生活準備調査2017より当社作成

挙式披露宴市場規模

- 挙式披露宴平均単価（全国）

357.5万円

DATA:株式会社リクルート ゼクシィ結婚トレンド調査2018

- 2017年の婚姻組数

607,000組

DATA:厚生労働省 平成29年人口動態統計（推計数）

専門式場・ハウスウェディング市場規模

- 専門式場・ハウスウェディングの実施会場（シェア）

54.3%

DATA:矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2019年版」

T&G

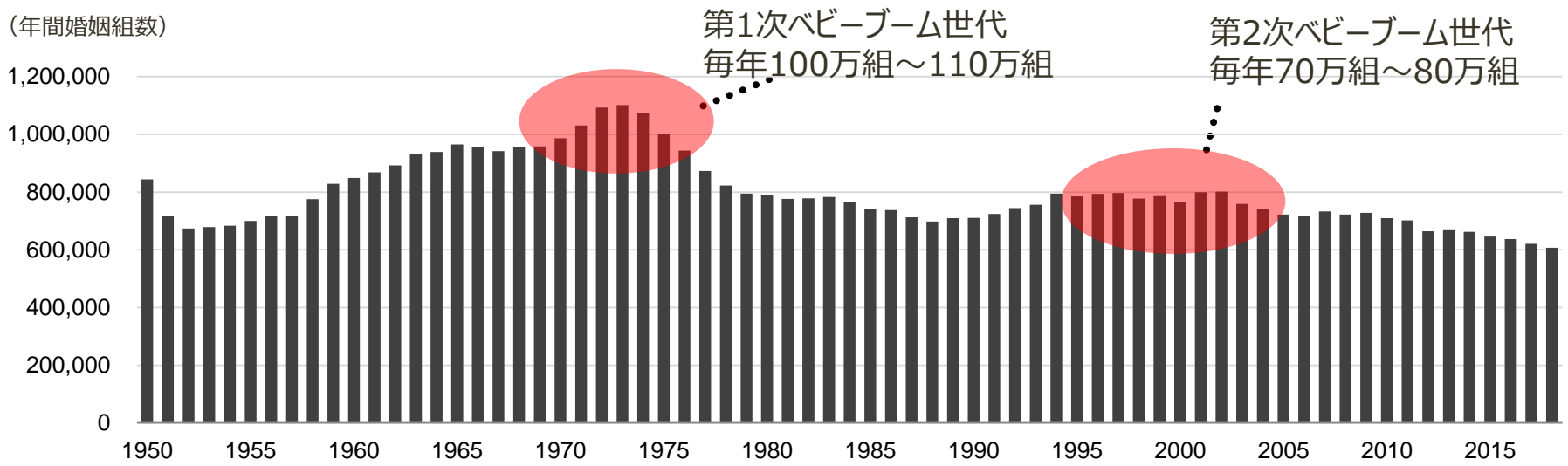
- 2019年3月期年間挙式披露宴組数（実績）

直営店
コンサルティング型
リゾート 合計

21,160組

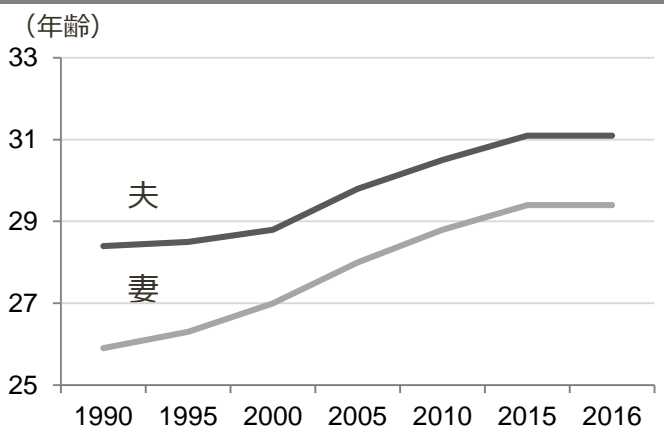
02 国内ウェディング：婚姻組数推移

日本の婚姻組数の推移



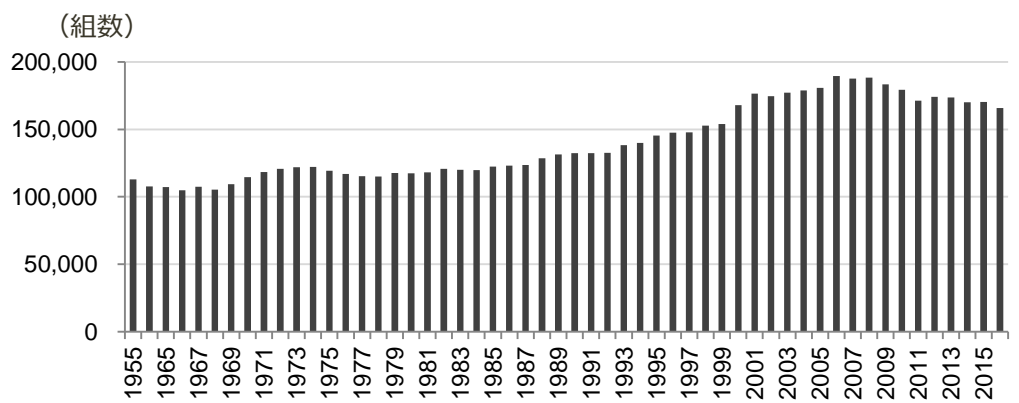
DATA:厚生労働省 平成29年人口動態調査 (推計数)

(参考) 初婚年齢の推移



DATA:厚生労働省 平成29年人口動態調査

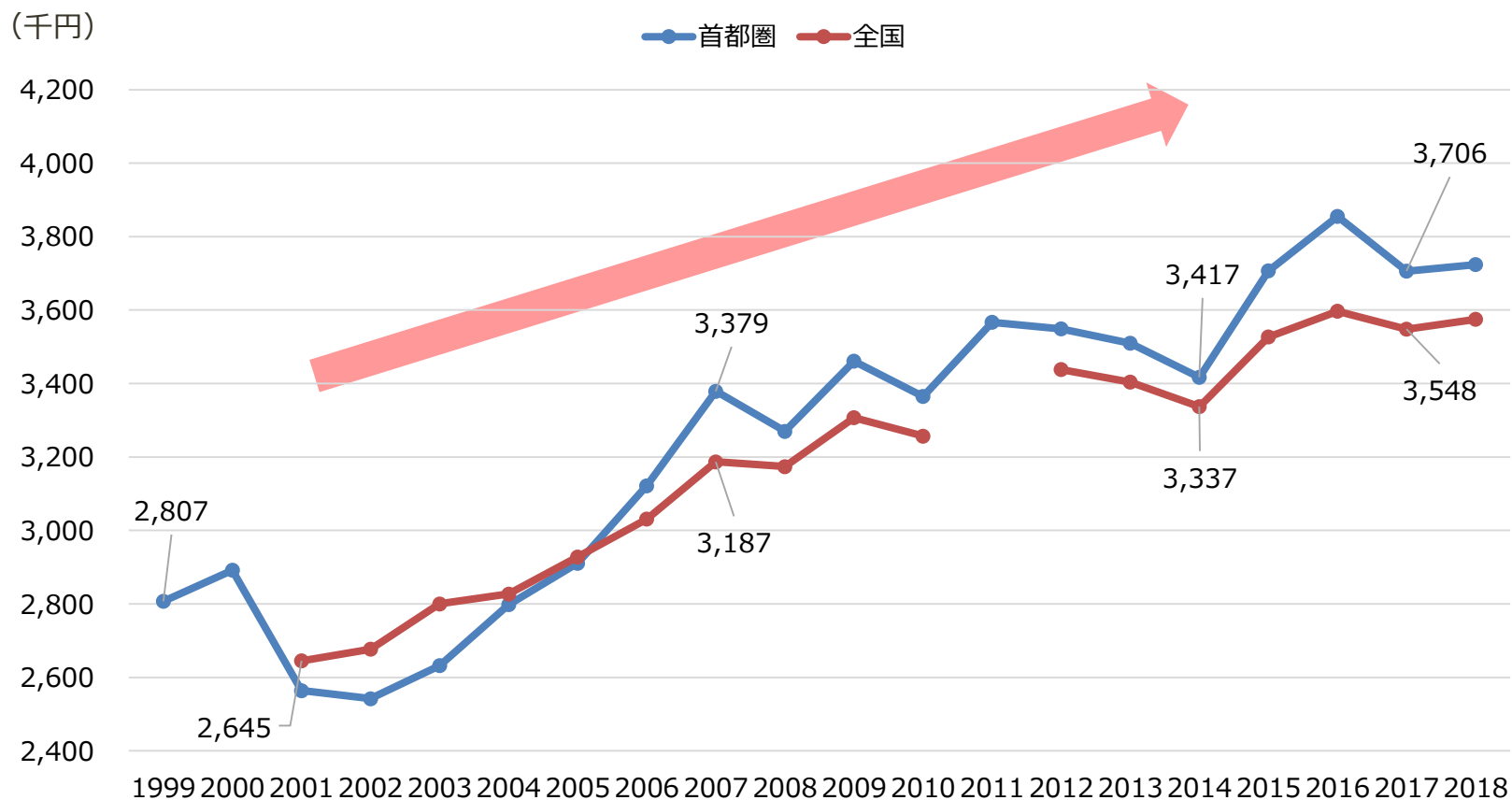
(参考) 日本の再婚組数の推移



DATA:厚生労働省 平成29年人口動態統計調査特殊報告

03 国内ウェディング：挙式披露宴単価の推移

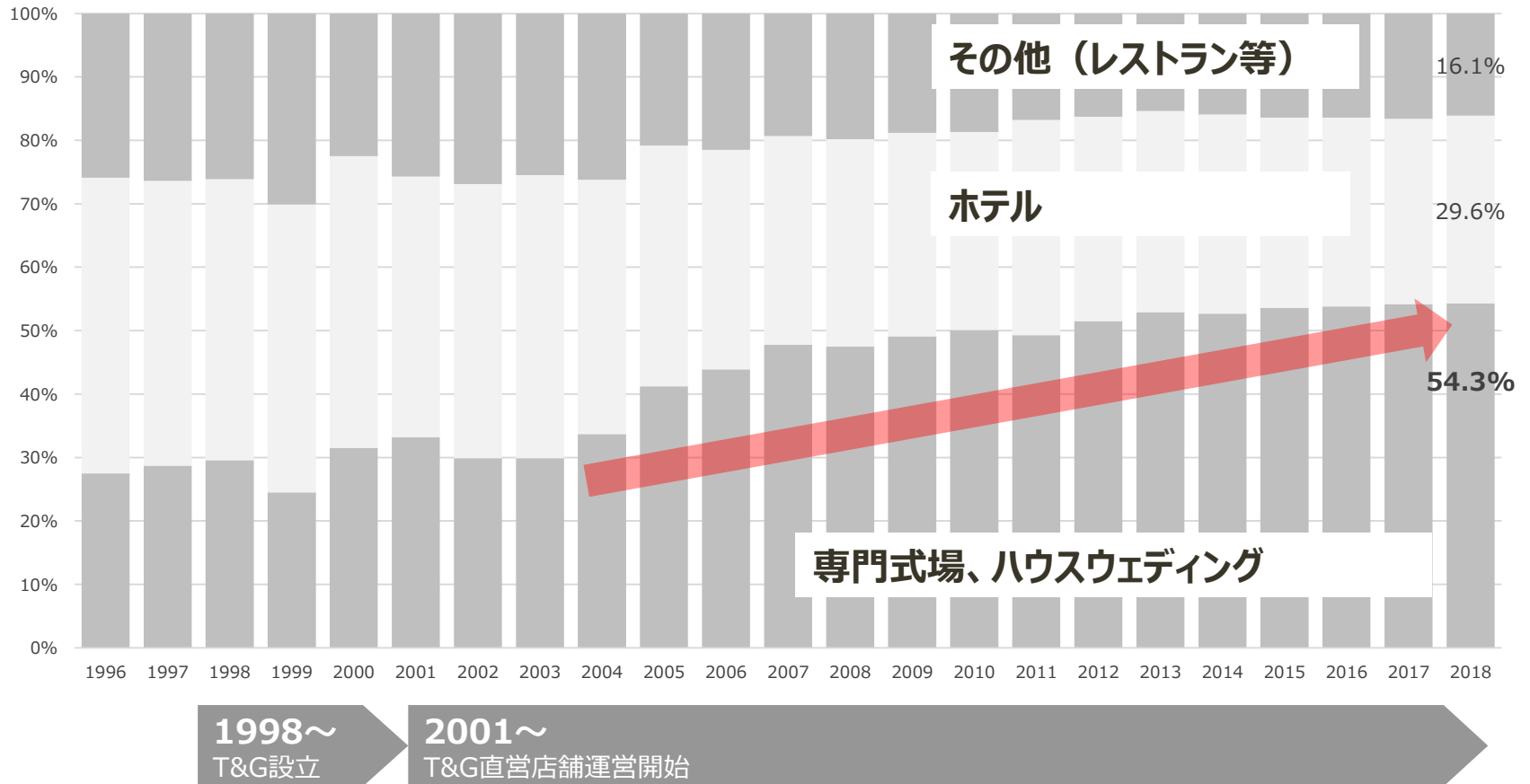
挙式披露宴平均単価の推移



DATA:株式会社リクルート ゼクシィ結婚トレンド調査1998-2017 (2011年度は東日本大震災の影響により、「全国版」の集計無)

04 国内ウェディング：挙式披露宴市場動向

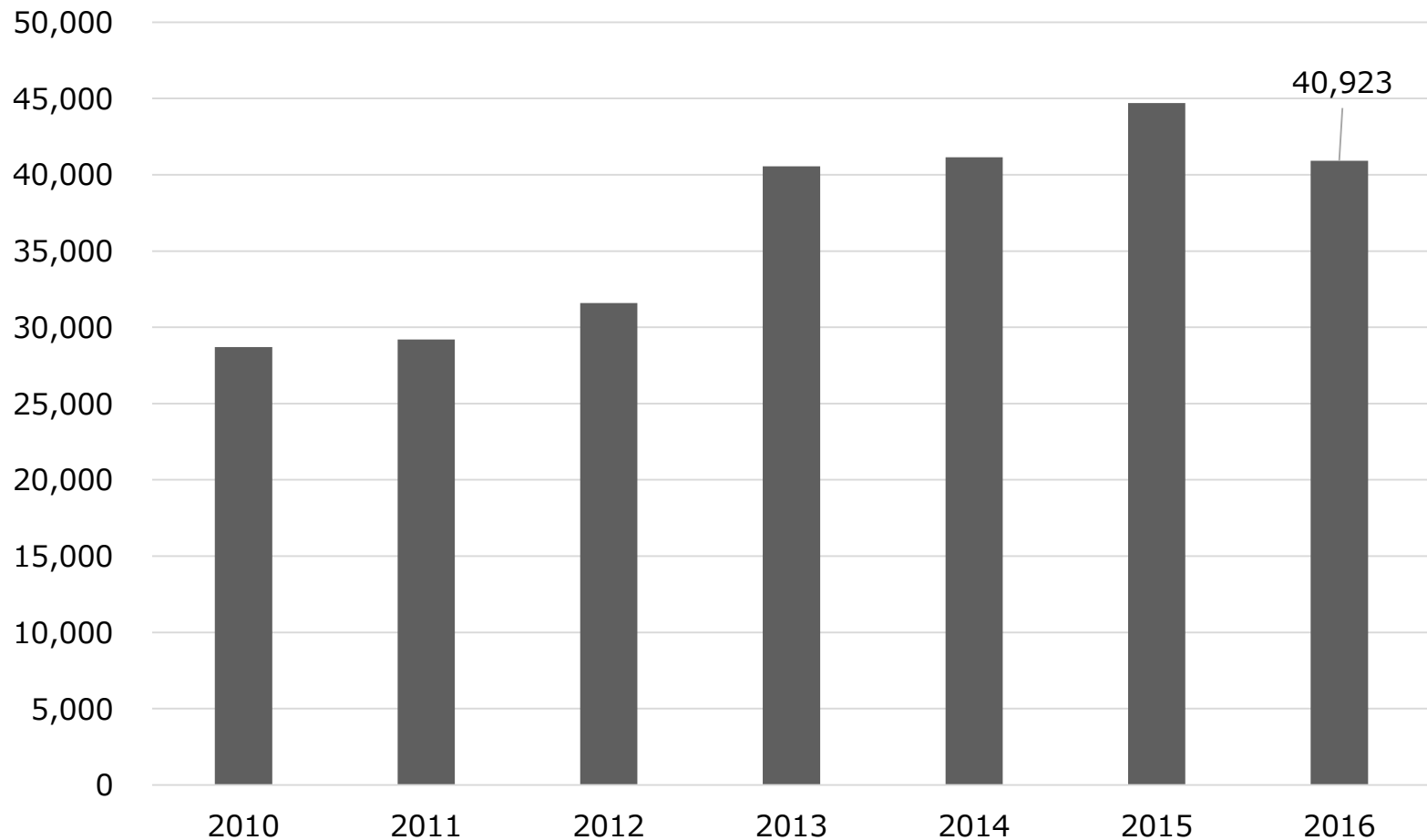
挙式披露宴実施会場の動向（全国）



DATA: 矢野経済研究所「ブライダル産業年鑑2019年版」、リクルート ブライダル総研 ゼクシィ結婚トレンド調査1996-2017 全国版及び首都圏版より弊社作成

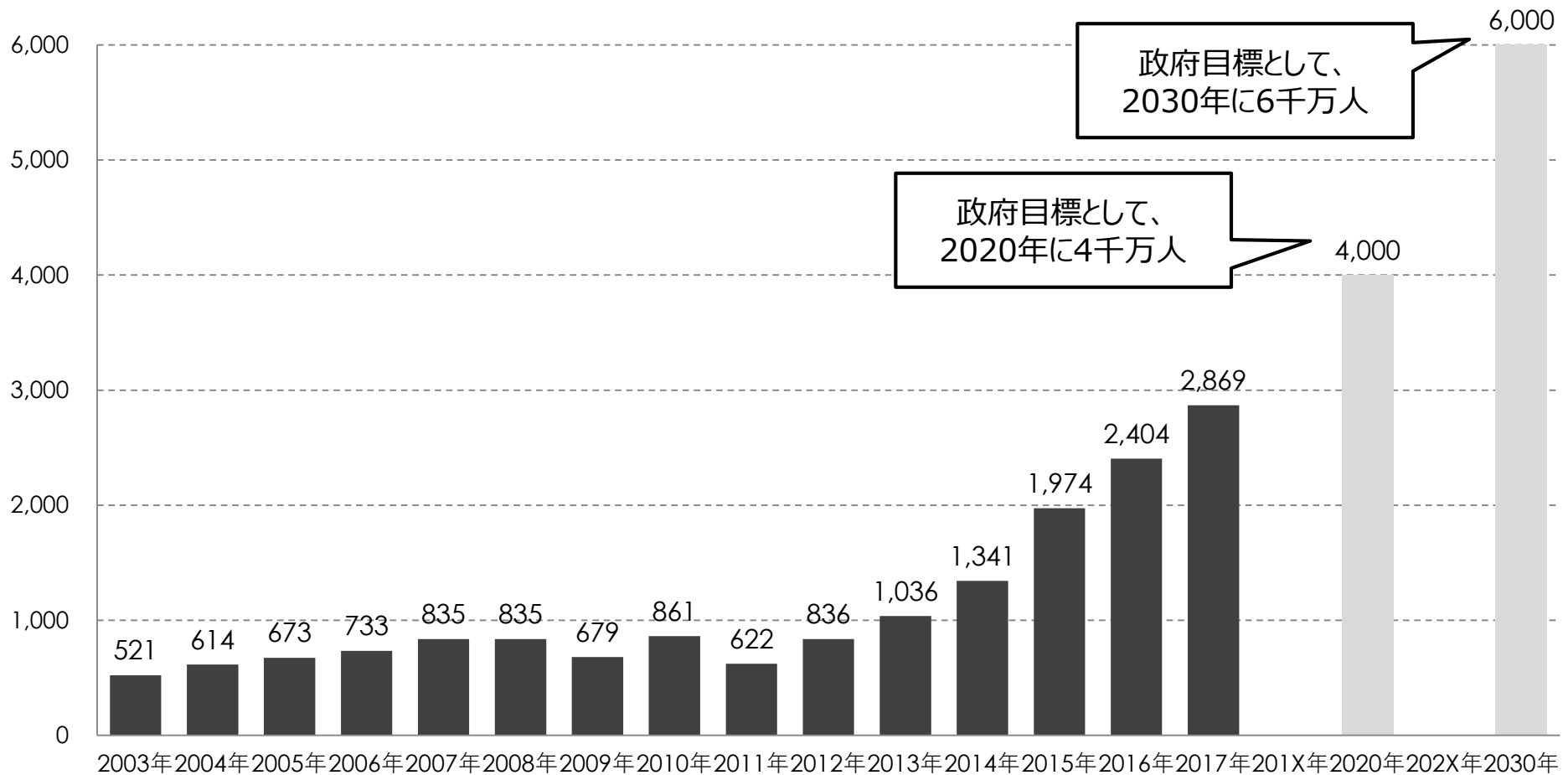
05 沖縄のリゾートウェディング

リゾートウェディング実施組数（沖縄）の推移



06 ホテル市場動向：訪日外国人観光客見通し

訪日外国人観光客数推移（単位：万人）



DATA:2003年から2017年は日本政府観光局（JNTO）

2.事業内容

T&G TAKE and GIVE NEEDS

01 会社概要

国内直営 **67** 店舗 **102** 会場

海外リゾート **25** 店舗

年間施行組数 **21,160**組

1,200名のウェディングプランナー

400名のシェフ

160名のフラワーコーディネーター

100名のドレスコーディネーター

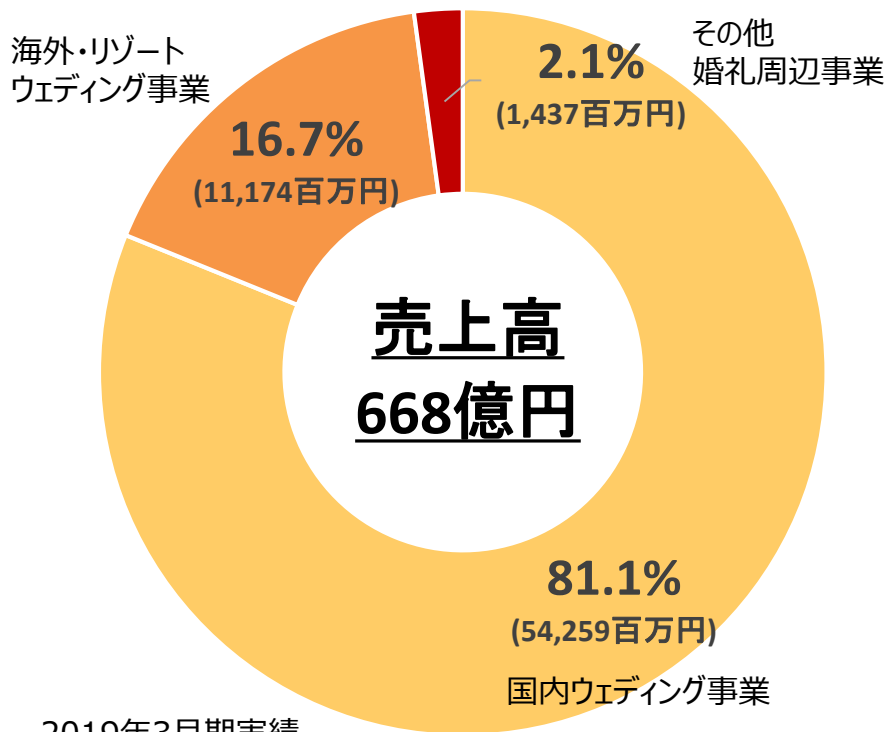
顧客満足度 **98.8%**



02 事業領域

「国内ウェディング」「海外・リゾートウェディング」を主とし
「その他 婚礼に関わる周辺サービス」を事業展開

事業別売上高



2019年3月期実績

T&G

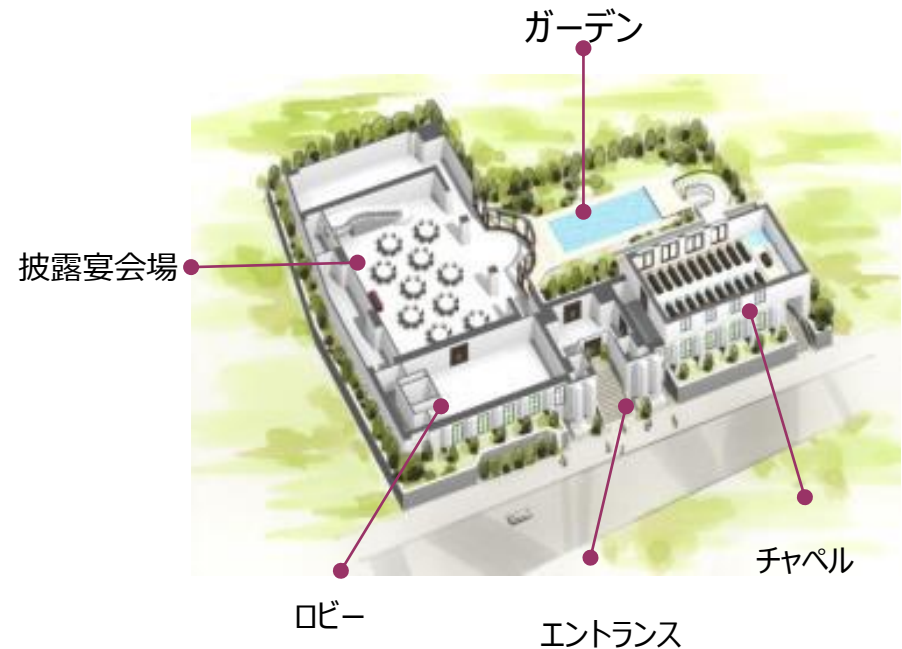
TAKE and GIVE NEEDS



03 国内ウェディング事業：一軒家完全貸切

T&Gは「一軒家完全貸切」

装飾や演出を自由にカスタマイズでき、高品質（高単価）な結婚식을創れる



T&G = 一軒家を全て貸切
他社 = 複数会場で同時挙式

<当社会場の特徴>

チャペル、パーティ会場、ガーデン、その全てをご新郎様・ご新婦様と参列されたゲストの方々に完全貸切。

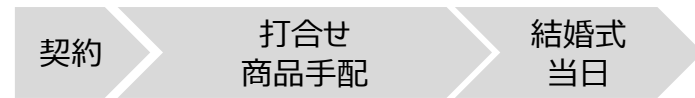
「心がひとつになる瞬間」を演出する環境をプロデュース

04 国内ウェディング事業：一顧客一担当制

T&Gは「一顧客一担当制」

総合的なプランニングと顧客満足度を高める仕組みで、高品質な結婚式が創れる

一顧客一担当制



T&G

契約時から結婚式当日まで
専属プランナーが総合的なプランニング

他社



分野ごとに担当者が異なるため
定型商品の提案となる

顧客満足度を高める仕組み



05 国内ウェディング事業：オーダーメイド型結婚式

100組100通りのカスタマイズされた結婚式を提供



06 国内ウェディング事業：商品の内製化

カスタマイズへの対応、付加価値向上のため、
各種商品の内製化を実施

ドレス内製化

直営ドレスショップを表参道・横浜・丸の内店にオープン
更に、2018年3月期に関西エリアのドレスショップを展開
都内・横浜・関西を中心にドレス内製化を強化



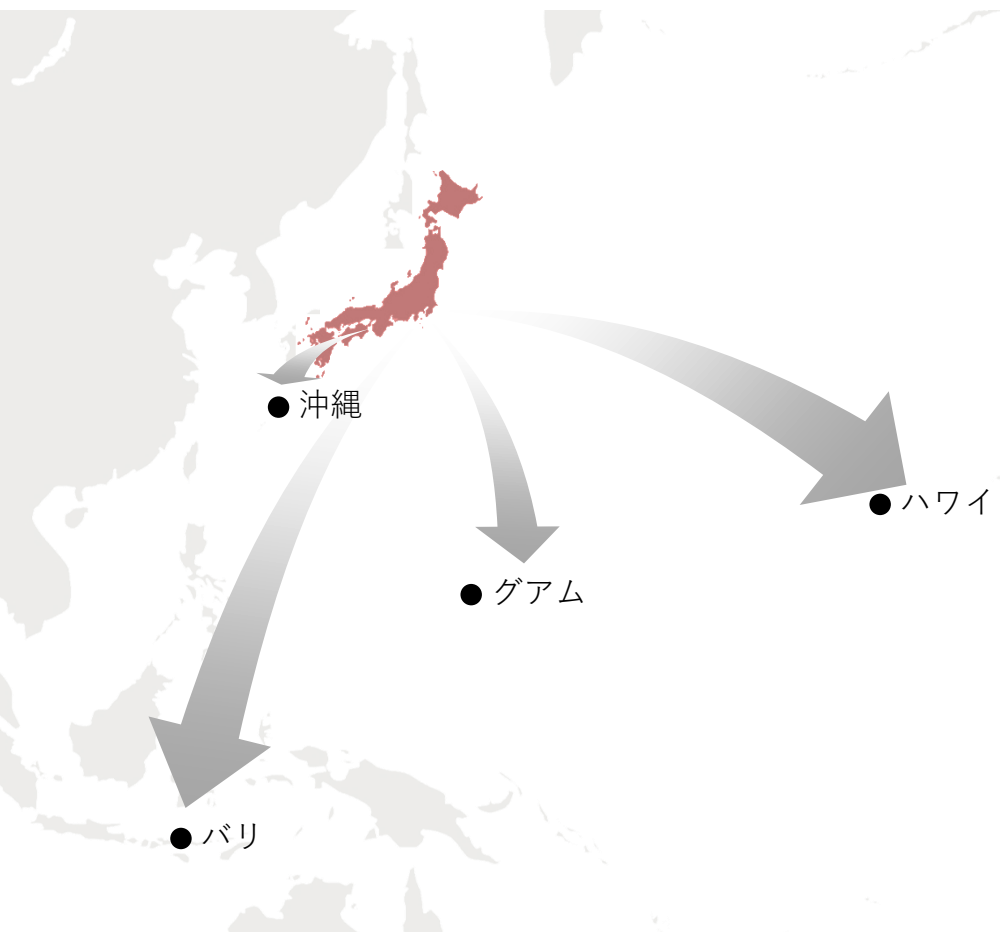
料理・装花の内製化

料理に続き、都内・横浜・大阪などでウェディングケーキの内
製化を推進
装花は「アトリエ」を新設し、直営店の約65%が内製完了



07 海外リゾート事業：出店エリアの集中

「All in One Hotel」をかかげ、ホテルの敷地内ですべてが叶えられるサービスを展開
人気リゾートであるハワイ・グアム・バリ・沖縄へ集中出店
オーシャンフロントに立つ五つ星ホテルとの独占販売契約により少ない投資で出店加速



拠点合計 17店舗

| | |
|---|--|
|  <p>ハワイ：5店舗</p> |  <p>バリ：3店舗</p> |
|  <p>グアム：5店舗</p> |  <p>沖縄：4店舗</p> |

08 海外リゾート事業：直営サロン、ドレスショップ

商品価値を高めるため自社直営サロン、ドレスショップを展開

自社直営サロン

国内主要都市に9店舗を展開

札幌、仙台、東京、横浜、名古屋（2店舗）、大阪、
広島、福岡



<広島サロン>

<新宿サロン>



自社ドレス WITH A WHITE

リゾートウェディングに適した人気のデザインをオリジナルで
制作



09 海外リゾート事業：旅行代理店とのアライアンス

旅行会社を中心とした販売代理店ネットワークを構築
店舗の共同運営やシステム開発により、アライアンスを強化



H.I.S. 共同運営店舗



JTB 共同運営店舗

10 ホテル事業：ブティックホテルの展開

唯一無二のコンセプトとマニュアル化しないサービスが特徴の
「ブティックホテル」を積極展開



ブティックホテルとは

『唯一無二なホテル』

- ✓ 高品質高価格
- ✓ 世界に1つのコンセプト
- ✓ マニュアル化しないサービス
- ✓ 独創的な店舗デザイン

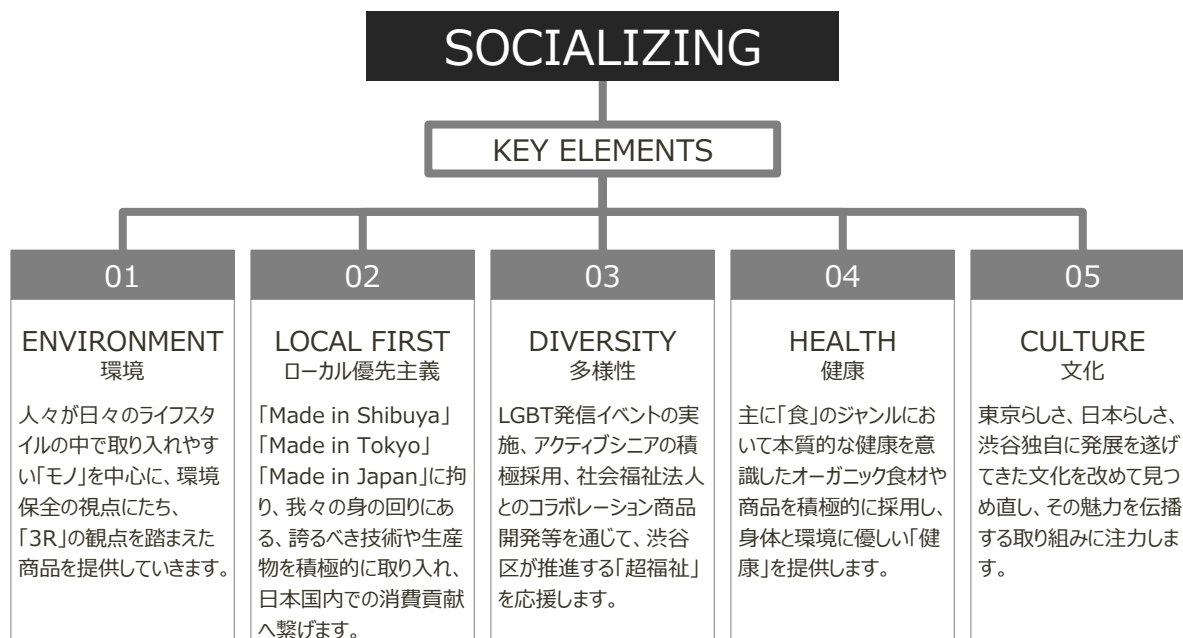
11 ホテル事業

■ TRUNK(HOTEL)コンセプト

TRUNK(HOTEL)のコンセプトは「ソーシャライジング」。

「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。



12 その他事業

<レストラン代表例>

P i e Holic (横浜みなとみらい)

- みなとみらいに2016年3月にオープンした「MARINE & WALK YOKOHAMA」内にパイの専門カフェ&レストランとして初出店
- アメリカ西海岸のソウルフードであるパイを食材や調理法に捉われず自由な発想で楽しめることが特徴のカリフォルニアスタイルのパイ専門店



ブライダルローン事業

- ブライダルローンを中心に、ライフサポートサービスを提供



Life Angel

ツーリズム事業

- オーダーメイドのハネムーンを提案する新しいスタイルの旅行会社
- ハネムーン専門店の専属トラベルプランナーが、ふたりだけの新婚旅行を提案、サポート



13 国内ウェディング直営店：全国67店舗（102会場）

（2019年3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ッセ（大阪）
アルモニーアンブラッセイトハウス（大阪）
アルモニーアッシュ（姫路）

■ 信越・北陸エリア

アークラブ迎賓館（新潟）
アーヴェリール迎賓館（富山）
アークラブ迎賓館（金沢）
ガーデンヒルズ迎賓館（松本）
アルモニービアン（松本）

■ 中国・四国エリア

アークラブ迎賓館（広島）
アークラブ迎賓館（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）
アーフェリーク迎賓館（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）
アルモニーサンク（小倉）

■ 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（松涛）
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
アルモニーソルーナ表参道

■ 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）
アルモニーテラッセ（岐阜）
アルモニーヴィラ オージャルダン（常滑）



14 直営ホテル・レストラン、業務提携先：全国12施設

(2019年3月31日現在)

■ 直営ホテル（4施設）

- ✓ TRUNK (HOTEL) (神宮前)
- ✓ ホテルアルモニーテラス (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)

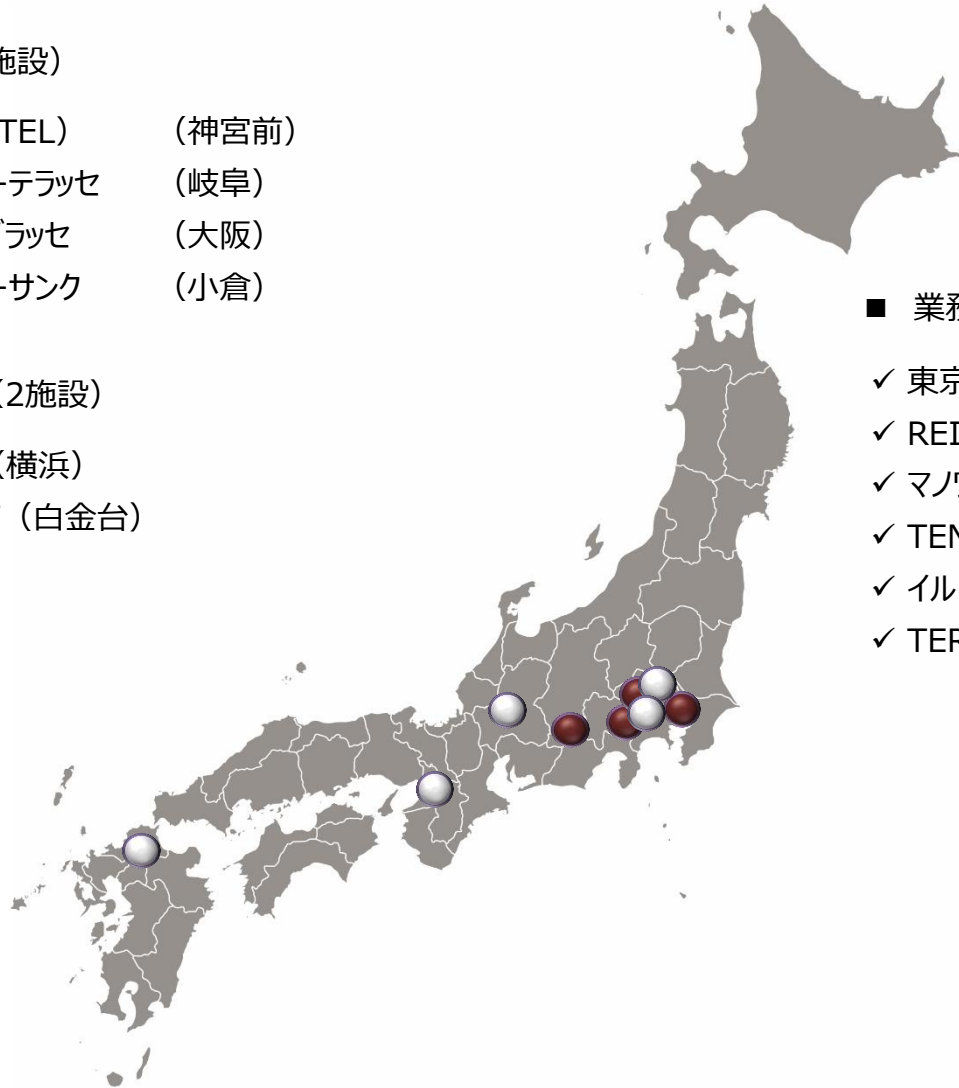
■ 直営レストラン（2施設）

- ✓ Pie Holic (横浜)
- ✓ BLUE POINT (白金台)

- : 業務提携先
- : 直営ホテル・レストラン

■ 業務提携先（6施設）

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



15 海外・リゾート：22店舗、海外ローカル：3店舗

(2019年3月31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6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 (2019年1月オープン)
- ✓ 葵の教会 (2019年1月オープン)

<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 (2019年4月オープン)
- ✓ ザ ナカ アイランド (2019年4月オープン)

■ 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



16 海外・リゾート直営サロン：9店舗

(2019年3月31日現在)



■ 直営サロン (9施設)

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

3. 会社概要

T&G TAKE and GIVE NEEDS

01 会社概要

| | | | |
|-------|--------------------------------|------------|-------------|
| 社名 | 株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ | | |
| 本社所在地 | 東京都品川区東品川2丁目3番12号 | | |
| 設立 | 1998年10月19日 | | |
| 代表者 | 代表取締役会長 野尻 佳孝 代表取締役社長 岩瀬 賢治 | | |
| 資本金 | 5,264百万円 | | |
| 上場取引所 | 東京証券取引市場第一部（証券コード：4331） | | |
| 業績 | 売上高 | 66,871百万円 | |
| | 営業利益 | 4,281百万円 | |
| | 当期純利益 | 2,283百万円 | ※2019年3月期連結 |
| 社員数 | [連結]2,320名 | [単体]1,567名 | ※2019年3月現在 |

02 企業理念

Mission

人の心を、人生を豊かにする

その時間のひとつひとつを、
「幸せな瞬間」に変えるプロフェッショナルになる。
「時間」を、「思い出」に変える仕事をつくる。

そして、人の心を、人生を豊かにする

Value

One Heart

ひとつになったからこそ、感謝できる過去。
ひとつになったからこそ、認め合い、よろこび合える今。
ひとつになったからこそ、誓い合い、分かち合える未来。

「One Heart」を産出し続ける約束。

Vision

EVOL

EVOLUTION（進化）の裏側には、必ずLOVEがあり、
LOVEのその先には、
必ずEVOLUTION（進化）があることを信じて。

03 沿革

- 1998年 設立／一軒家レストラン提携によるハウスウェディング事業を開始
- 2001年 ハウスウェディング直営店の展開を開始
- 2007年 海外・リゾートウェディングの展開を開始
- 2010年 ホテル婚礼受託にて、その他施設のコンサルティング型事業を開始
- 2012年 再生、歴史的建造物、ホテル運営を開始
- 2017年 Boutique Hotelの展開を開始

1998 ————— 2001 ————— 2007 ————— 2010 ————— 2012 ————— 2017

レストラン提携型ハウスウェディング
都内の邸宅タイプのレストランと提携

直営店ハウスウェディング
東京都内へ直営店出店～地方都市に全国展開

海外・リゾートウェディング
グアム・バリ・ハワイ・沖縄に自社チャペル保有

コンサルティング型
ホテル婚礼受託事業（コンサルティング）を開始

再生、歴史的建造物の運営
(株)ブライズワード連結子会社化

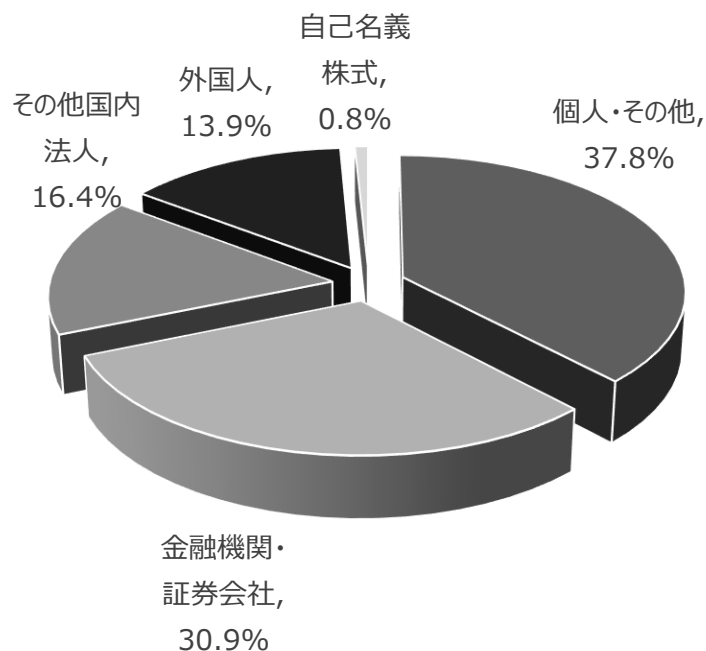
ブティックホテル展開
TRUNK (HOTEL) 出店

04 連結業績推移

| | 2002/3 | 2003/3 | 2004/3 | 2005/3 | 2006/3 | 2007/3 | 2008/3 | 2009/3 | 2010/3 |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高(百万円) | 2,961 | 5,275 | 11,444 | 21,830 | 33,962 | 45,833 | 43,642 | 46,206 | 46,039 |
| 営業利益(百万円) | 255 | 494 | 1,595 | 3,454 | 4,981 | 6,625 | -901 | 675 | 2,519 |
| 営業利益率(%) | 8.6% | 9.4% | 13.9% | 15.8% | 14.7% | 14.5% | -2.1% | 1.5% | 5.5% |
| 経常利益(百万円) | 229 | 467 | 1,447 | 3,501 | 5,153 | 6,857 | -1,403 | 31 | 1,882 |
| 経常利益率(%) | 7.7% | 8.9% | 12.7% | 16.0% | 15.2% | 15.0% | -3.2% | 0.1% | 4.1% |
| 当期利益(百万円) | 119 | 215 | 674 | 2,049 | 2,905 | 4,172 | -2,055 | -1,048 | 371 |
| 当期利益率(%) | 4.0% | 4.1% | 5.9% | 9.5% | 8.6% | 9.2% | -4.7% | -2.3% | 0.8% |
| 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 |
| 国内取扱組数(組) | 1,294 | 1,794 | 3,020 | 5,132 | 7,942 | 11,048 | 9,921 | 10,996 | 11,036 |
| 海外取扱組数(組) | - | - | - | - | - | - | 1,519 | 2,571 | 2,771 |
| 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 |
| 期末直営店会場数 | 1 | 7 | 22 | 41 | 62 | 84 | 88 | 87 | 87 |
| 期末直営店舗数 | 1 | 6 | 16 | 29 | 42 | 58 | 62 | 61 | 61 |
| 期末提携プロデュース会場数 | 10 | 10 | 11 | 12 | 13 | 13 | 17 | 16 | 15 |
| 総資産(百万円) | 1,963 | 5,254 | 14,250 | 17,185 | 19,212 | 32,340 | 41,160 | 41,425 | 43,456 |
| 自己資本比率(%) | 54.9% | 24.6% | 48.3% | 52.1% | 61.8% | 39.2% | 30.6% | 29.7% | 37.4% |
| 社員数 | 78 | 136 | 342 | 535 | 797 | 1,093 | 1,303 | 1,185 | 1,259 |
| | 2011/3 | 2012/3 | 2013/3 | 2014/3 | 2015/3 | 2016/3 | 2017/3 | 2018/3 | 2019/3 |
| 売上高(百万円) | 46,716 | 47,983 | 52,804 | 60,714 | 59,269 | 59,524 | 60,184 | 64,590 | 66,871 |
| 営業利益(百万円) | 2,282 | 2,212 | 2,832 | 3,706 | 3,021 | 1,545 | 2,439 | 2,785 | 4,281 |
| 営業利益率(%) | 4.9% | 4.6% | 5.4% | 6.1% | 5.1% | 2.6% | 4.1% | 4.3% | 6.4% |
| 経常利益(百万円) | 1,541 | 1,588 | 2,459 | 3,342 | 2,784 | 1,377 | 2,100 | 2,489 | 3,900 |
| 経常利益率(%) | 3.3% | 3.3% | 4.7% | 5.5% | 4.7% | 2.3% | 3.5% | 3.9% | 5.8% |
| 当期利益(百万円) | 214 | 453 | 1,086 | 1,370 | 1,008 | 230 | 360 | 888 | 2,283 |
| 当期利益率(%) | 0.5% | 0.9% | 2.1% | 2.3% | 1.7% | 0.4% | 0.6% | 1.4% | 3.4% |
| 取扱組数合計(組) | 14,250 | 14,446 | 15,838 | 18,762 | 19,451 | 19,872 | 19,894 | 20,360 | 21,160 |
| 国内取扱組数(組) | 10,535 | 10,543 | 11,480 | 13,408 | 13,385 | 13,191 | 12,921 | 12,551 | 13,244 |
| 海外取扱組数(組) | 3,715 | 3,903 | 4,358 | 5,354 | 6,066 | 6,681 | 6,973 | 7,809 | 7,916 |
| 直営店型単価(千円) | 3,890 | 3,975 | 4,019 | 4,093 | 4,017 | 3,971 | 3,837 | 3,892 | 3,868 |
| 期末直営店会場数 | 87 | 87 | 99 | 101 | 103 | 105 | 103 | 105 | 102 |
| 期末直営店舗数 | 61 | 61 | 68 | 69 | 70 | 70 | 69 | 69 | 67 |
| 期末提携プロデュース会場数 | 11 | 13 | 14 | 17 | 17 | 17 | 14 | 7 | 6 |
| 総資産(百万円) | 44,634 | 43,390 | 46,510 | 48,282 | 48,091 | 49,286 | 52,176 | 56,025 | 57,130 |
| 自己資本比率(%) | 36.7% | 38.4% | 38.2% | 39.6% | 42.2% | 41.0% | 38.9% | 37.3% | 40.2% |
| 社員数 | 1,544 | 1,545 | 1,879 | 1,911 | 2,059 | 2,101 | 2,196 | 2,364 | 2,320 |

05 株式保有状況（2019年3月現在）

所有者別分布



大株主上位10位

| 株主名 | 所有株数 | 持株比率 |
|-------------------------------|------------|-------|
| 1 野尻 佳孝 | 2,460,950株 | 18.8% |
| 2 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口） | 1,740,900株 | 13.3% |
| 3 株式会社東京ウエルズ | 1,045,970株 | 8.0% |
| 4 日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口） | 626,600株 | 4.8% |
| 5 株式会社ユニマットライフ | 543,200株 | 4.2% |
| 6 ウエルズ通商株式会社 | 450,000株 | 3.4% |
| 7 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口9） | 292,000株 | 2.2% |
| 8 ML PRO SEGREGATION ACCOUNT | 155,100株 | 1.2% |
| 9 資産管理サービス信託銀行株式会社（年金信託口） | 152,800株 | 1.2% |
| 10 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口5） | 144,000株 | 1.1% |

発行済株式総数

13,059,330株

株主総数

9,120名

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ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。

なお、本資料で使用するデータ及び表現等の欠落、誤謬、本情報の使用により引き起こされる損害等に対する責任は負いかねますのでご了承ください。

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>