

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

2024年3月期

---

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2024年3月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 経営企画部

E-Mail [ir-presen@tgn.co.jp](mailto:ir-presen@tgn.co.jp)

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

00. エグゼクティブサマリー	P3
01. 2024/3期 重要な経営指標の進捗	P4
1. 2024/3期 実績	P5
2. 2024/3期 営業利益 前年比増減要因	P6
3. 営業利益 経年推移	P7
4. 2025/3期 業績予想	P8
5. 2025/3期 業績予想 営業利益前年比増減詳細	P10
6. 2025/3期 注力施策	P11
7. ホテル事業の状況	P12
8. ウェディング事業の状況	P14
9. 長期経営方針進捗	P19
10. 配当予想	P21
02. 2024/3期 連結決算概要	P22
1. 連結損益計算書 概要	P23
2. 国内ウェディング事業 内訳	P24
3. 連結 貸借対照表<資産の部>	P25
4. 連結 貸借対照表<負債・純資産の部>	P26
5. 優先株式の状況	P27
03. トピックス	P28
04. 市場環境と競争優位性 ESG	P35
05. 補足資料	P66

## 00. エグゼクティブサマリー

### 1 3年連続 増収増益（営業利益）

---

- 期初の業績予想以上に婚礼単価、ホテル事業が推移し、減収増益予想から増収増益に着地
- 営業利益率9.0%（コロナ禍前2019/3期比+2.6pt）

### 2 婚礼単価上昇 ホテル平均客室単価も高水準を維持

---

- 婚礼単価 3,924千円（前年比+4.3%）
- TRUNK(HOTEL) CAT STREET 第4四半期 平均客室単価81,750円

### 3 来期業績予想 営業利益 過去10年の最高益

---

- 婚姻件数の低迷による取扱件数減少を単価向上、ホテル事業へのシフトでカバー
- 営業利益率続伸を目指す



# 01.

2024/3期  
重要な経営指標の進捗

Important Factor of FY2023

## 1-1. 2024/3期 実績

## 増収増益（営業利益）、計画超過 上期のマイナスを下期で大幅に挽回

(百万円未満切捨て)

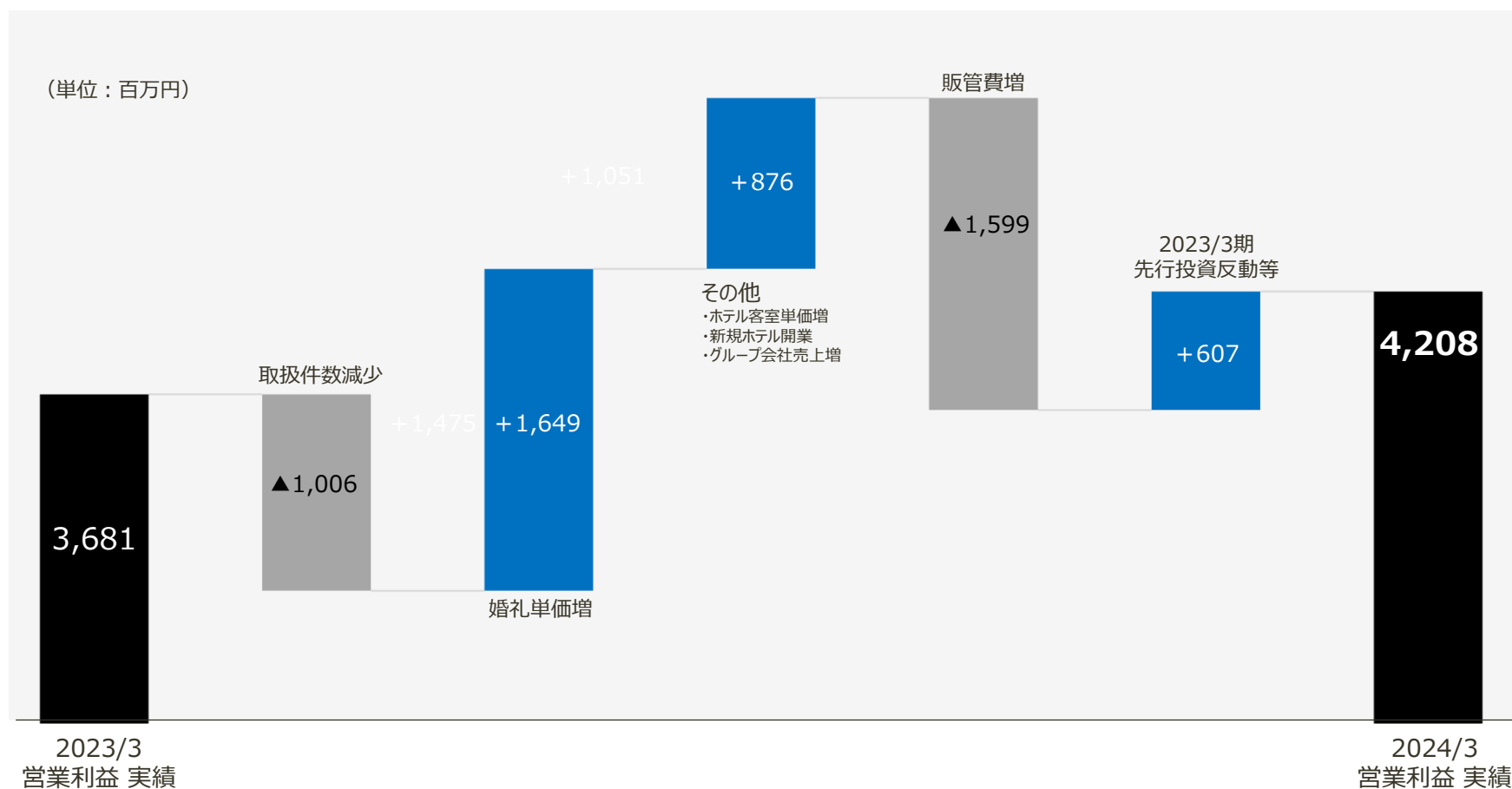
単位:百万円	第2四半期（累計）			通期				
	2023/3 実績 (A)	2024/3 実績 (B)	前年比 増減額 (B-A)	2023/3 実績 (C)	2024/3 計画 (D)	2024/3 実績 (E)	前年比 増減額 (E-C)	計画比 増減額 (E-D)
売上高	22,602	<b>21,662</b>	-940	45,532	46,000	<b>47,020</b>	+1,487	+1,020
営業利益	2,789	<b>1,410</b>	-1,379	3,681	4,150	<b>4,208</b>	+527	+58
経常利益	2,580	<b>1,169</b>	-1,410	3,181	3,550	<b>3,754</b>	+572	+204
親会社株主に帰属 する当期純利益	4,178	<b>744</b>	-3,433	(*) 4,108	1,700	(*) <b>1,831</b>	(*) -2,277	+131

(\*1) 2023/3期：減資による繰延税金資産繰入れ（法人税等調整額▲1,573百万円）/新型コロナ関連補助金380百万円 /婚礼店舗の減損損失▲710百万円

(\*2) 2024/3期：婚礼店舗の減損損失計上 ▲530百万円

## 1-2. 2024/3期 営業利益 前年比増減要因

## 取扱件数減少を単価向上、ホテル事業で補完し増益



\* グラフ内数値は百万円未満切捨て

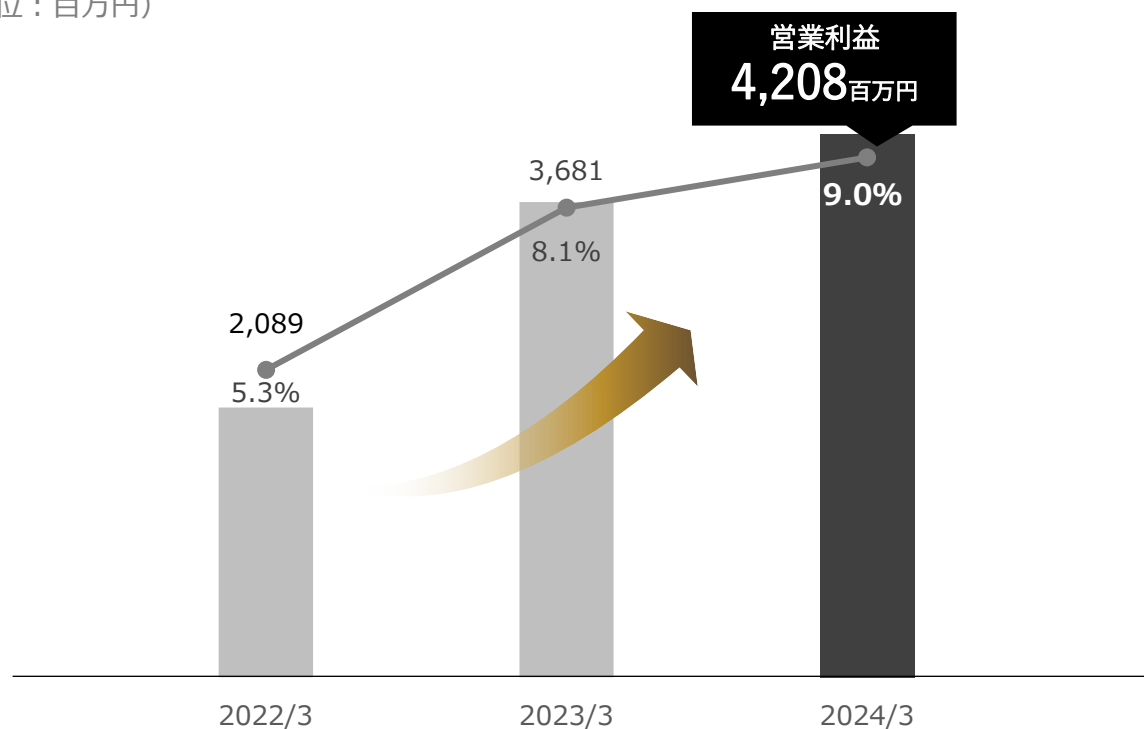
## 1-3. 営業利益 経年推移

3年連続 営業利益増  
営業利益率も右肩上がり

営業利益・営業利益率 経年推移

■ 営業利益 (単位：百万円)

— 営業利益率

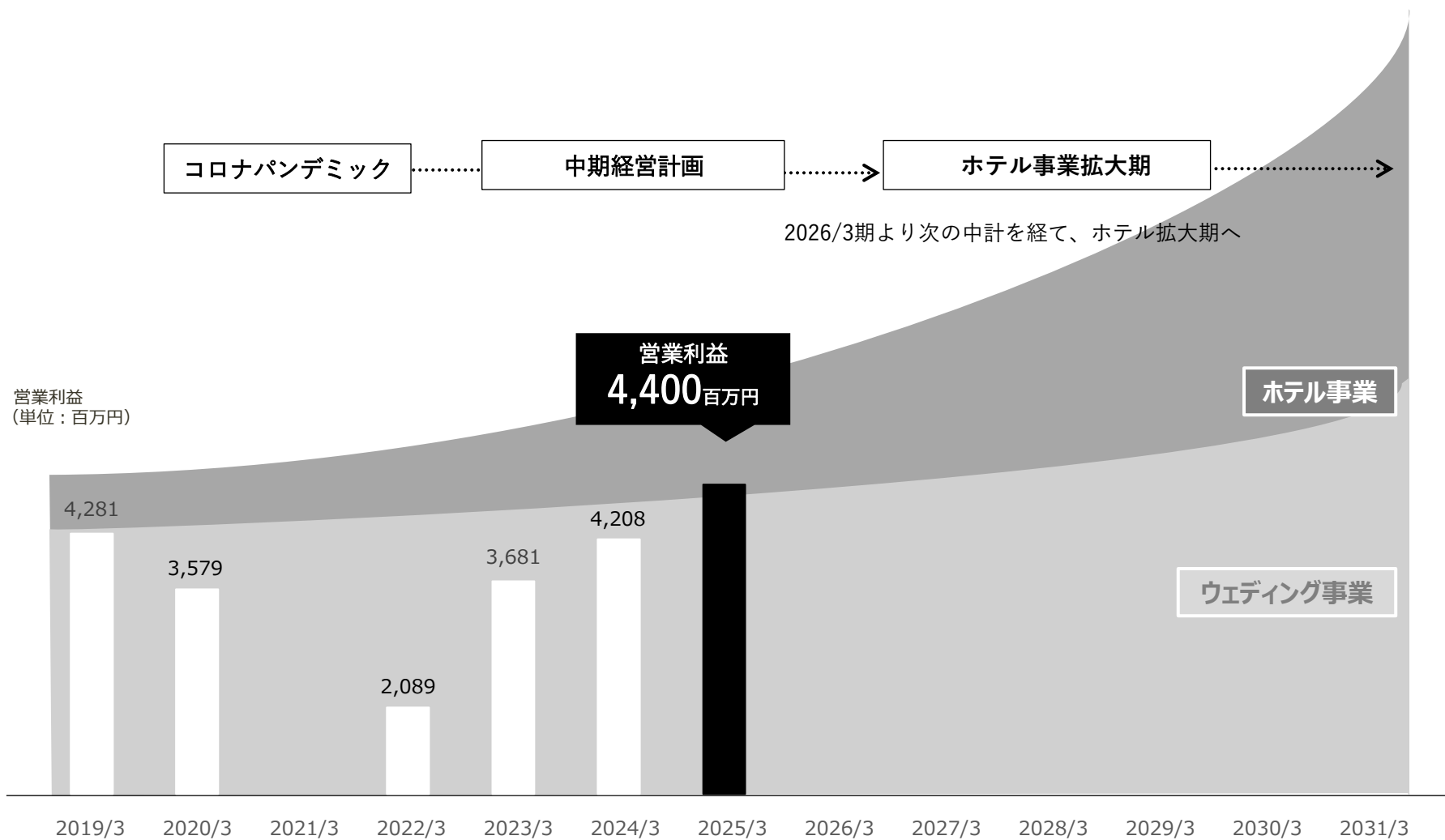




## 1-4. 2025/3期 業績予想

# 4年連続増益

## 営業利益 過去10年の最高益を目指す



※ 2022/3期は、▲11,191百万円の赤字

## 1-4. 2025/3期 業績予想

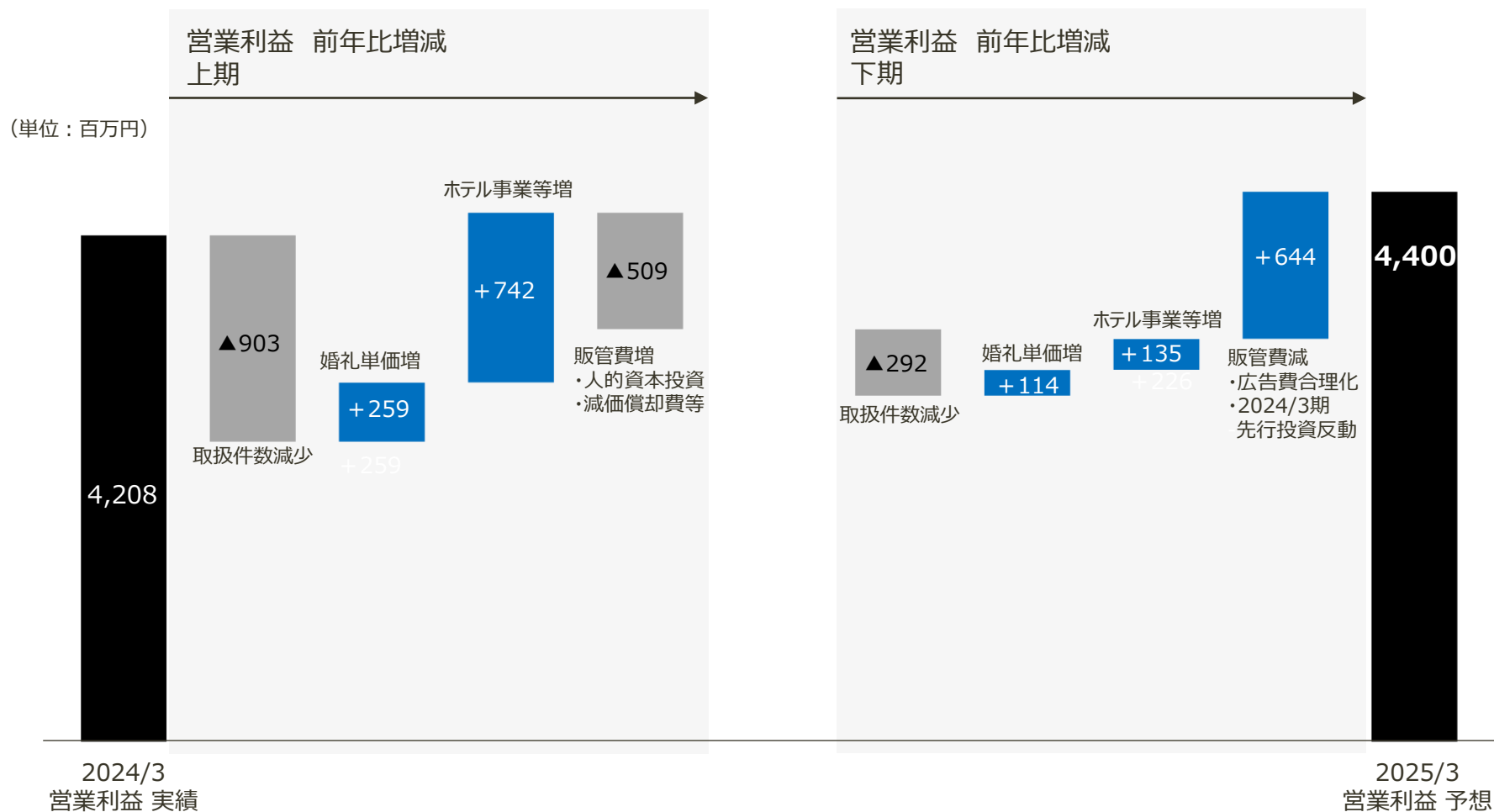
## 各段階利益 通期増益を目指す

(百万円未満切捨て)

単位:百万円	第2四半期 (累計)			通期		
	2024/3 実績 (A)	2025/3 計画 (B)	前年比 増減額 (B-A)	2024/3 実績 (C)	2025/3 計画 (D)	前年比 増減額 (D-C)
売上高	21,662	<b>21,000</b>	-662	47,020	<b>47,000</b>	-20
営業利益	1,410	<b>1,000</b>	-410	4,208	<b>4,400</b>	+192
経常利益	1,169	<b>750</b>	-419	3,754	<b>3,900</b>	+146
親会社株主に帰属する 当期純利益	744	<b>450</b>	-294	1,831	<b>2,000</b>	+169

# 1-5. 2025/3期 業績予想 営業利益前年比増減詳細

## 取扱件数減少を単価向上、ホテル事業で補完し増益



\* グラフ内数値は百万円未満切捨て

## 4年連続増益（営業利益）を目指す

### ホテル<sup>(\*1)</sup>

- レベニューマネジメントの実施。客室単価のさらなる向上。
- 稼働率、客室単価の急激な上昇に対応するため、店舗の部分修繕、リニューアル実施。
- 国内外での出店開発。デベロッパー、ファンド等と積極的開発交渉。
- ホテル事業拡大期に向け、教育・PR等投資を継続。

### ウェディング

- 高いクオリティの高単価商品ラインナップを充実、販売強化。婚礼単価のさらなる向上。
- マーケット環境の厳しい中で、集客に効果的なリニューアルの継続実施。
- 婚礼部門運営受託先の増加。
- 教育、システム化推進等、内部体制への投資も重視。

### その他

- グループ各社過去最高益を目指す（ドレス事業、レストラン事業、旅行事業、ブライダルクレジット事業）。
- 新規事業の創出。

(\*1) 開示セグメントでは、国内ウェディング事業に内包されています

## 1-7. ホテル事業の状況

## 平均客室単価の高水準維持を目指す

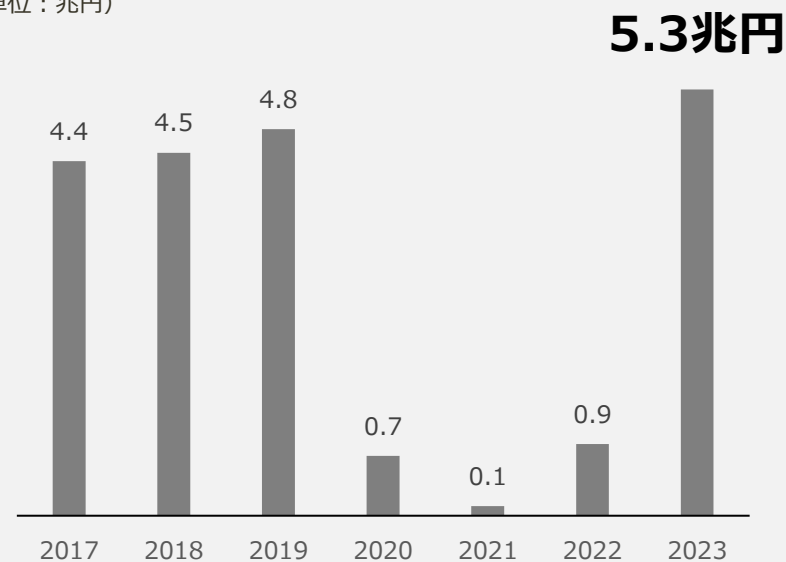
## TRUNK(HOTEL) CAT STREET 実績推移



- ▶ 訪日外国人旅行者数の増加に加え、為替影響を一因とした1人あたり旅行支出額もコロナ禍前より増加。
- ▶ 2025年の訪日外国人旅行者数は3,310万人予想  
(出典：株式会社JTB「2024年(1月～12月)の旅行動向見通し」)
- ▶ 外国人比率の維持と、旅行エージェントを経由しない直接予約比率の向上、及び、マーケットの動向に応じて客室単価をコントロールし、2025/3期も平均客室単価の高水準維持を目指す

## 訪日外国人旅行消費高 (出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」)

(単位：兆円)



## 1-7. ホテル事業の状況

TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARK  
客室単価・稼働率ともに向上を目指す

TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARK (渋谷区富ヶ谷)

2024/3期 Q4実績

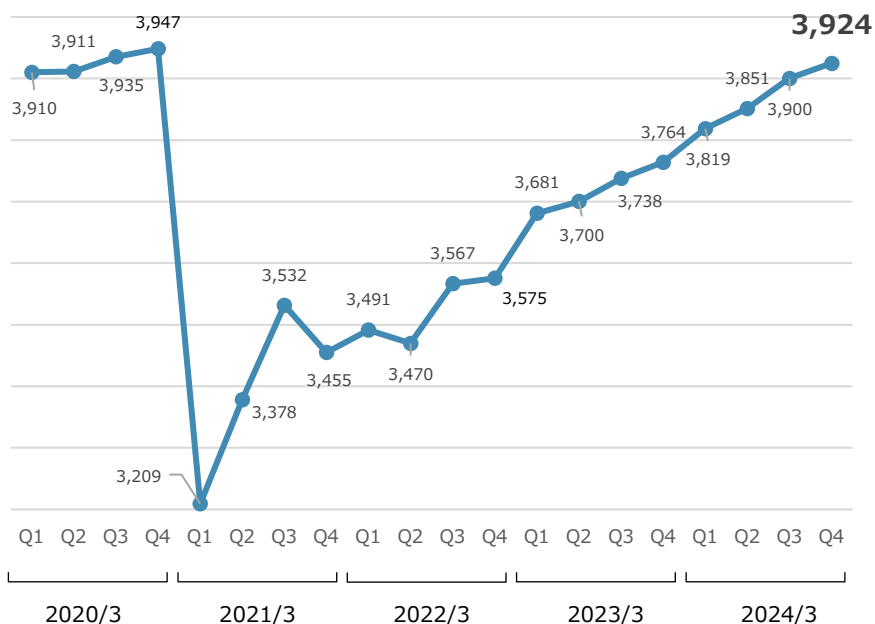
平均客室単価 **77,533円**稼働率 **84.8%**外国人比率 **95.3%**

## 1-8. ウェディング事業の状況

## クオリティの高い高価格商品ラインナップを増加 婚礼単価の向上

婚礼単価 経年推移 (四半期累計)

(単位：千円)



### 料理単価向上



- 料理のコース内容を大幅変更
- より魅力的な高単価コースのラインアップを増加
- ケーキ等のオリジナル対応も一層のクオリティ向上

### ドレス単価向上



- 海外から最新のドレスを仕入れ高単価ラインアップ増強
- よりハイクオリティな小物類も増加し、販売強化

### 装花単価向上

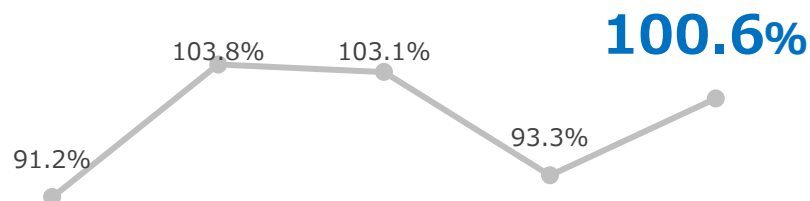


- 新しい装飾アイテムの増強
- 会場リニューアルと併せて装飾可能スペースの拡充

## 1-8. ウェディング事業の状況

## 婚姻件数低迷により問合せ数は一進一退 リニューアル投資等により問合せ数確保を図る

問合せ数 前年同期比推移

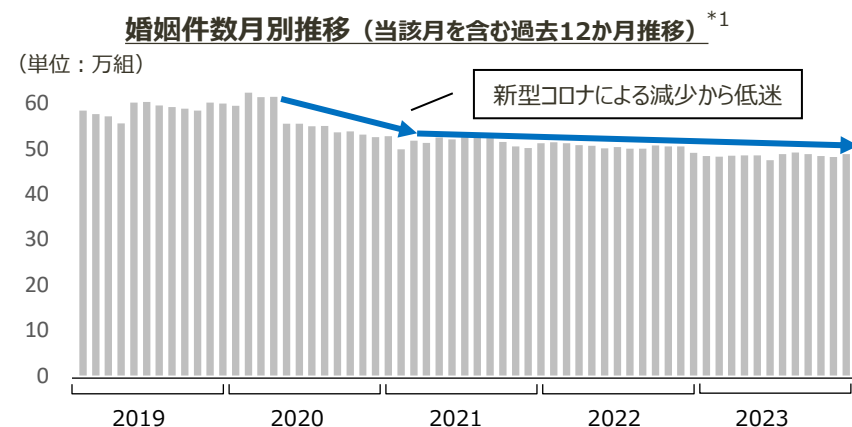


2024/3	2025/3
Q1	4月
Q2	
Q3	
Q4	

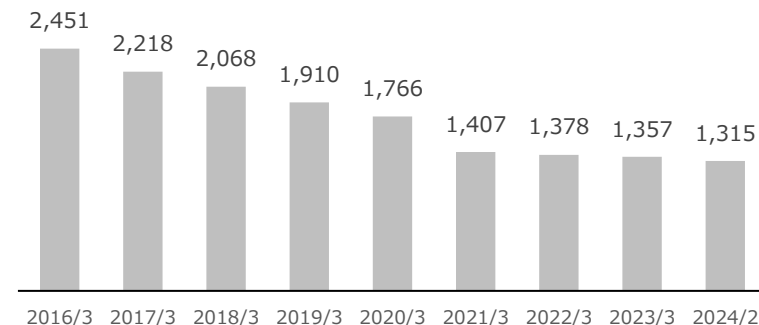
\* 2023/3 Q1-2023/4月の「問合せ数」「当期純増」を100%とした場合の2024/3 Q1-2024/4月の「問合せ数」パーセンテージをグラフ表示

\* 対象店舗：既存店62店舗

競争環境



\*1 厚生労働省「人口動態統計」

ウェディング情報誌掲載屋号数推移<sup>\*2</sup>

\*2 各時期のウェディング情報誌掲載屋号数（少人数会場合）を当社カウントで作成

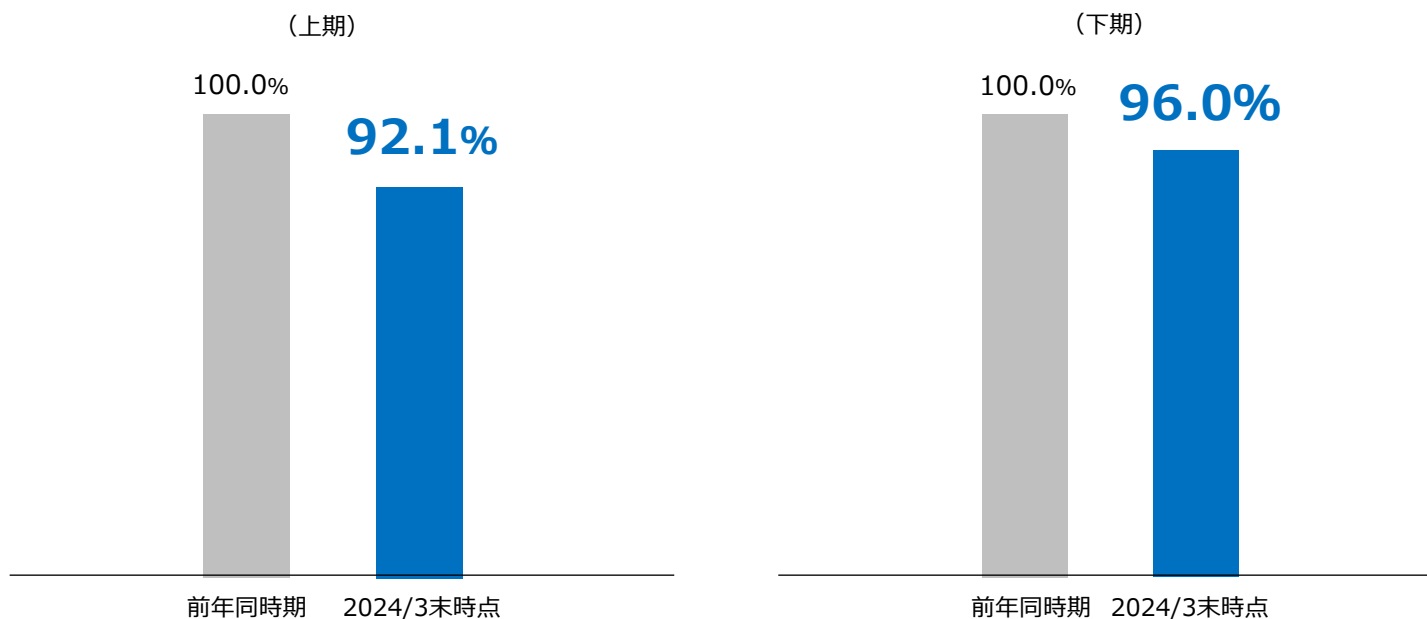


## 1-8. ウェディング事業の状況

## 閉店等に伴う受注残組数減少を 婚礼単価、ホテル事業で補完し増益

2025/3期 受注残組数 前年同時期比

旗艦店大規模リニューアルに伴う工事期間中の受注停止、  
2店舗閉店、婚姻件数低迷による問合せ減少影響



\* 2023/3末時点の、2024/3 上期・下期それぞれの「受注残組数」を100%とした場合の  
2024/3末時点の、2025/3 上期・下期それぞれの「受注残組数」パーセンテージをグラフ表示  
\* 対象店舗：全店62店舗

## 1-8. ウェディング事業の状況

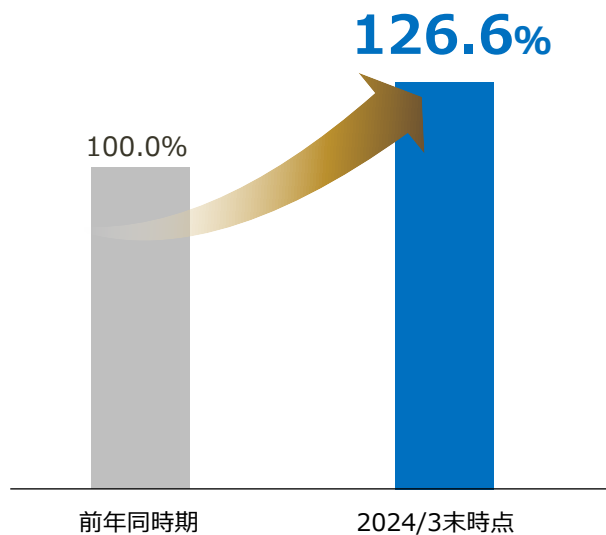
## 大小リニューアルを42店舗で実施 受注件数増、婚礼単価向上を目指す

種別	対象店舗数	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 (前年比±0)	400百万円	全館リニューアル
中規模 リニューアル	4店舗 (前年比±0)	60～85百万円	チャペル、付帯施設等 一部設備のリニューアル
部分リニューアル (家具入替等)	37店舗 (前年比+32)	3～5百万円	単価向上のための装飾備品 家具・サロン等のデザインチェンジ

# 1-8. ウェディング事業の状況

## 運営受託提携先の増加 取扱組数増加を目指す

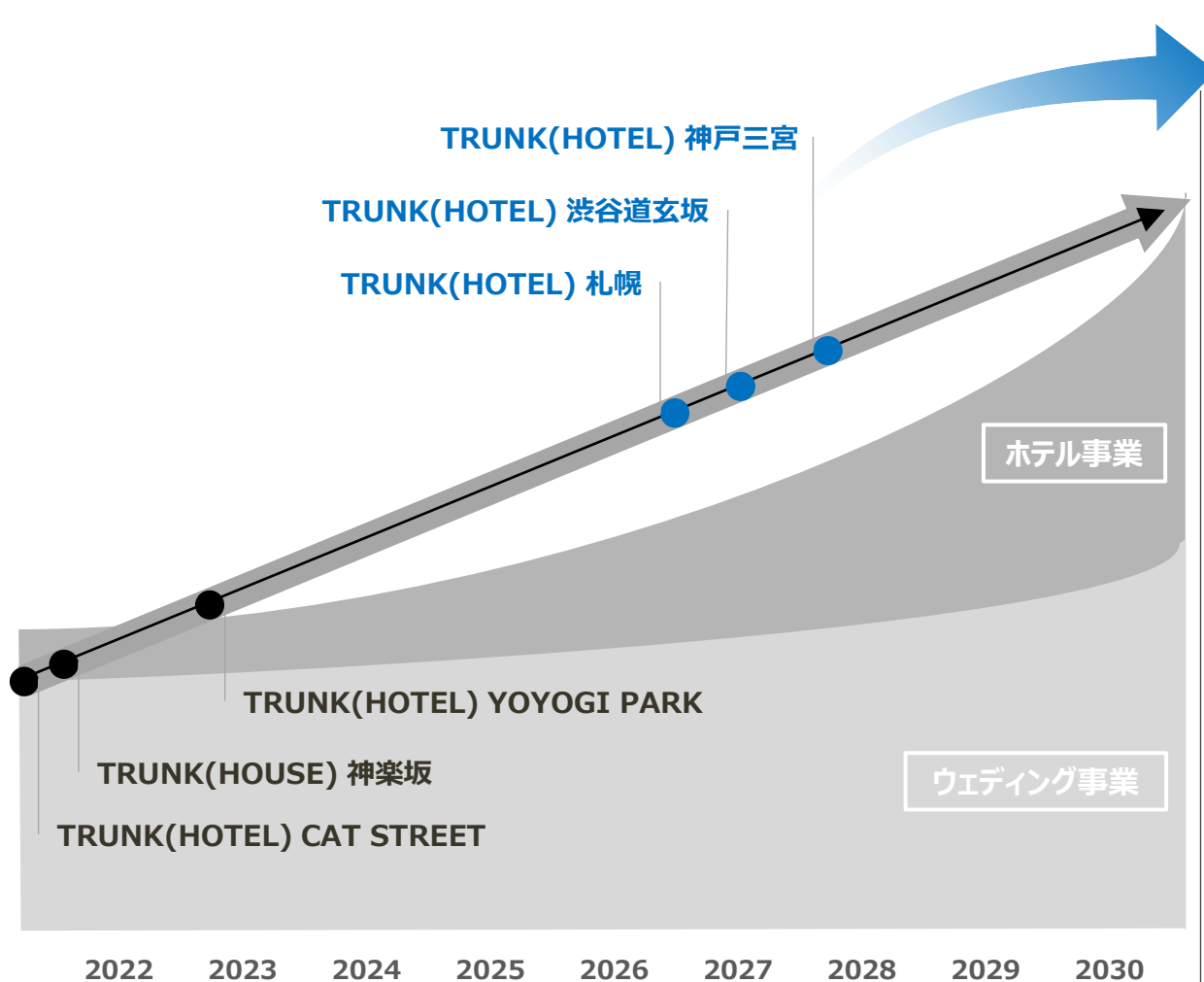
2025/3期 (運営受託)受注残組数 前年同時期比



\* 2023/3末時点の婚礼運営受託施設（他社ホテル）の「受注残組数」を100%とした場合の2024/3末時点の「受注残組数」のパーセンテージをグラフ表示  
\* 対象店舗：2023/3末時点 4店舗 2024/3末時点 5店舗

1-9. 長期経営方針進捗

# 日本初のグローバルホテルブランドを目指し 出店開発を推進



ホテル事業モデル	
出店予定地	欧米・東アジア・国内
形態	ブティックホテル
ターゲット	外国人旅行者
コンテンツ ※場所により選択	客室/レストラン/シネマ インフィニティープール バンケット
客室数	50~150室
客室単価	50,000~300,000円
売上規模	35~40億円
営業利益率	10~13%



1-9. 長期経営方針進捗

ホテル新規出店予定



2027.春  
北海道 札幌

**TRUNK(HOTEL) SAPPORO** (仮称)

客室数 100~110室  
客室単価 60,000円~700,000円  
北海道札幌市中央区南2条西4丁目



2027.夏  
東京都 渋谷道玄坂

**TRUNK(HOTEL) DOGENZAKA** (仮称)

客室数 120~130室  
客室単価 50,000円~400,000円  
東京都渋谷区道玄坂2丁目



2028.春  
兵庫県 神戸三宮

**TRUNK(HOTEL) KOBE** (仮称)

客室数 60~70室  
客室単価 30,000円~400,000円  
兵庫県神戸市中央区雲井通5丁目

## 1-10. 配当予想

安定配当を基本方針とし  
業績向上、株主還元強化を目指す

	1株当たり配当金		
	第2四半期末	期末	通期
2025/3 予想	<b>10円</b>	<b>10円</b>	<b>20円</b>
2024/3 実績	10円	10円	20円

---

2023/3 実績	0円	20円	20円
2022/3 実績	0円	0円	0円
2021/3 実績	0円	0円	0円
2020/3 実績	10円	10円	20円



# 02.

2024/3期  
連結決算概要

---

Results for FY2023

## 2-1. 連結損益計算書 概要

## 増収増益（営業利益・経常利益）

(百万円未満切捨て)

単位：百万円 (%：売上高比)	2024/3	前年	
	実績	実績	増減
売上高	47,020	45,532	+1,487
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 国内ウェディング事業</li> </ul>	45,886	44,853	+1,033
<ul style="list-style-type: none"> <li>TRUNK(HOTEL)</li> </ul>	5,627	4,647	+979
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ その他</li> </ul>	1,133	679	+454
売上総利益	31,310 66.6%	29,692 65.2%	+1,617 +1.4pt
販管費	27,101 57.6%	26,011 57.1%	+1,090 +0.5pt
営業利益	4,208 9.0%	3,681 8.1%	+527 +0.9pt
経常利益	3,754 8.0%	3,181 7.0%	+572 +1.0pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,831 3.9%	4,108 9.0%	-2,277 -5.1pt
EBITDA	6,089	5,469	+619

## 前年差異要因

## ■ 売上高

- 前年比 +1,487百万円
- ✓ 婚礼取扱件数 -507件
    - ・長期化したコロナ禍の受注低調による余波
    - ・前年（2023/3）実績は、一昨年前からの  
挙式日延期による一時的な件数増があったため
  - ✓ 婚礼単価 +160千円
  - ✓ ホテル事業（TRUNK）好調、  
婚礼運営受託事業、その他（旅行、法人宴会等）の増加

## ■ 販管費

- 前年比 +1,090百万円
- ✓ 新規ホテル運営費の増加
  - ✓ 受注件数増加のため、積極的営業投資

## ■ 当期純利益

- 前年比 -2,277百万円
- ✓ 前年（2023/3）コロナ補助金 380百万円計上
  - ✓ 前年（2023/3）減資に伴う繰延税金資産繰入  
法人税等調整額▲1,573百万円計上
  - ✓ 前年（2023/3）店舗の減損損失▲710百万円計上
  - ✓ 2024/3 店舗の減損損失▲530百万円計上  
(2025/3閉店予定の2店舗含)

## \* EBITDA

営業利益 + 償却費



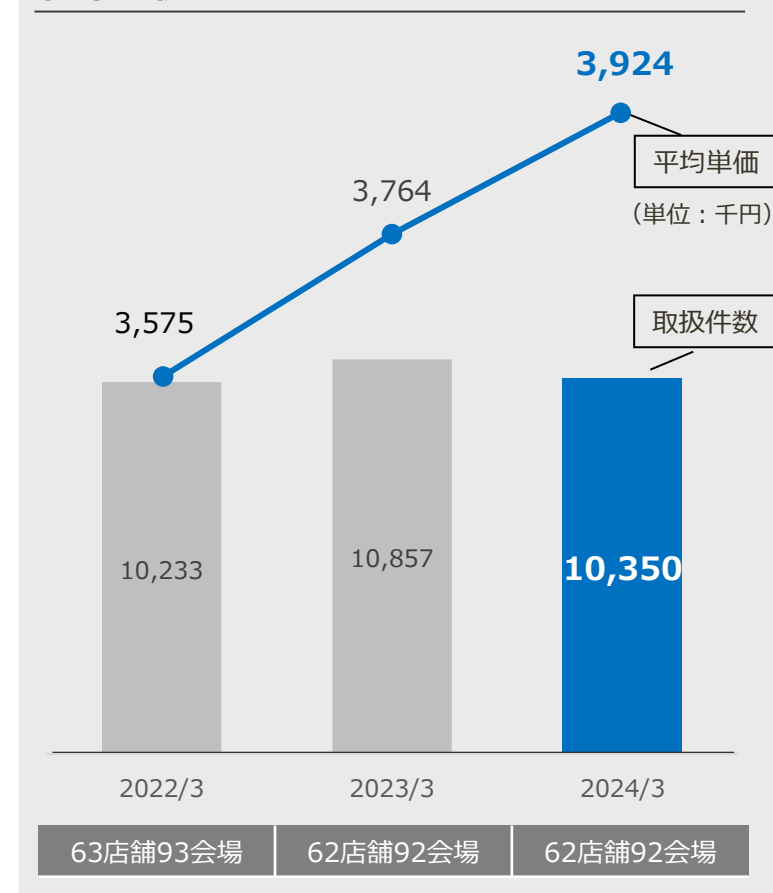
## 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

# ウェディング事業 婚礼単価続伸 運営受託・ホテル事業 増加

(百万円未満切捨て)

単位：百万円 (%：売上高比)	2024/3	前年	
	実績	実績	増減
売上高	45,886	44,853	+1,033
直営店婚礼 (TRUNK含)	40,513	40,848	-335
■取扱件数 (件) (*1)	10,350	10,857	-507
■平均単価 (千円) (*2)	3,924	3,764	+160
■平均人数 (人) (*2)	59.9	57.3	+2.7
コンサルティング	1,339	1,102	+236
■取扱件数 (件) (*3)	2,021	1,482	+539
宿泊、レストラン、等	4,034	2,901	+1,132
売上総利益	30,729	29,312	+1,416
	67.0%	65.4%	+1.6pt
営業利益	5,977	5,548	+429
	13.0%	12.4%	+0.6pt

## 経年推移



- (\*1) 取扱件数は、挙式のみ（披露宴実施無）の件数を含み算出  
 (\*2) 平均単価、平均人数は、挙式のみ（披露宴実施無）の取扱件数を含まず算出  
 (\*3) 婚礼運営受託、レストラン婚礼、オートケールテザインウェディングの取扱件数計

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

## 2-3. 連結 貸借対照表&lt;資産の部&gt;

## ホテル出店に伴う固定資産増

(百万円未満切捨て)

単位:百万円	2023/3末	2024/3末	増減
流動資産	17,281	14,750	-2,530
現金及び預金	12,527	9,399	-3,127
固定資産	37,953	39,629	+1,676
有形固定資産	27,112	29,921	+2,809
無形固定資産	226	375	+149
投資その他資産	10,614	9,331	-1,282
資産計	55,235	54,380	-854

## 主な増減要因

## ■ 現金及び預金 -3,127百万円

- TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARK 建築関連支出
- 借入金返済

## ■ 有形固定資産 +2,809百万円

- 新規ホテル開業

## 2-4. 連結 貸借対照表&lt;負債・純資産の部&gt;

## 利益剰余金増加、有利子負債返済 自己資本比率 + 2.7pt

(百万円未満切捨て)

単位:百万円	2023/3末	2024/3末	増減
負債合計	39,481	37,416	-2,065
流動負債計	15,290	13,789	-1,500
短期借入金	1,410	640	-770
(1年以内) 長期借入金	5,447	5,350	-96
固定負債計	24,191	23,626	-564
長期借入金	19,621	16,949	-2,671
純資産計	15,753	16,963	+1,210
負債・純資産計	55,235	54,380	-854
有利子負債	26,478	22,939	-3,538
自己資本比率	28.5%	31.2%	+2.7pt

### 主な増減要因

- 有利子負債 -3,538百万円
- ✓ 長期借入金 -2,671百万円

## 2-5. 優先株式の状況

## 第一種優先株式 全株式の取得・消却 コロナ禍で実施した資本増強策 終結

### 第一種優先株式 概要

保有者	農林中金キャピタル2019投資事業有限責任組合
株式数	2,000株
価額	1株につき 金1,000,000円
資金調達額	20億円
優先配当年率	8.8% (年)
	※2024年4月 取得 希薄化リスク解消、優先株式配当 2024年6月で終了

### 第二種優先株式 概要

割当先	Tsunagu Investments Pte.Ltd.
株式数	1,000株
価額	1株につき 金1,000,000円
資金調達額	10億円
優先配当年率	3.0% (年)
	※2023年4月 消却済

- **2021年2月**  
第三者割当による第一種、第二種優先株式の発行を決定
- **2021年4月**  
第一種、第二種優先株式の払込完了
- **2022年12月**  
第一種優先株式 割当先農林中央金庫から、農林中金キャピタルへ譲渡
- **2023年4月**  
第二種優先株式 普通株式へ転換
- **2023年4月**  
自己株式（第二種優先株式） 消却
- **2024年4月**  
第一種優先株式 金銭による償還、消却

A photograph of the interior of a bar named TRUNK (BAR), viewed through a glass window. The bar has a wooden wall and a well-stocked backbar. Several people are visible at the bar and in the foreground. A green exit sign is visible on the ceiling.

TRUNK (BAR)

03.

トピックス

---

FY2023 Topics

## 3-1. グループ会社の状況

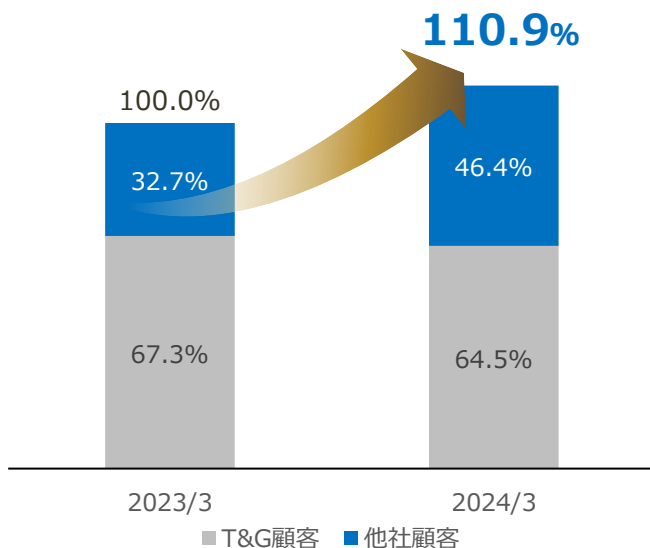
## グループ会社も業績伸長

## ■ ライフエンジェル

結婚式費用の後払いを支援するプライダルクレジット事業を運営。  
T&Gグループだけでなく、提携する同業他社のお客様も支援。

申込件数・内訳前年比

提携企業数の増加により申込件数増加



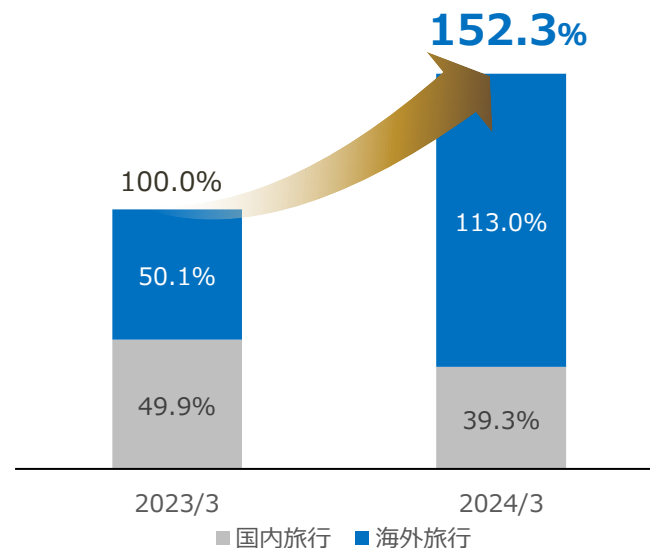
\* 2023/3 の申込件数合計（T&G顧客・他社顧客計）を100%とした場合の  
2024/3 の申込件数、内訳（T&G顧客/他社顧客）をパーセンテージ表示

## ■ アニバーサリートラベル

T&Gグループで結婚式をされたお客様のハネムーン手配事業を運営。  
結婚式同様オリジナルな行程作成が強み。

申込件数・内訳前年比

申込率の増加により件数増。海外旅行者数が倍増。

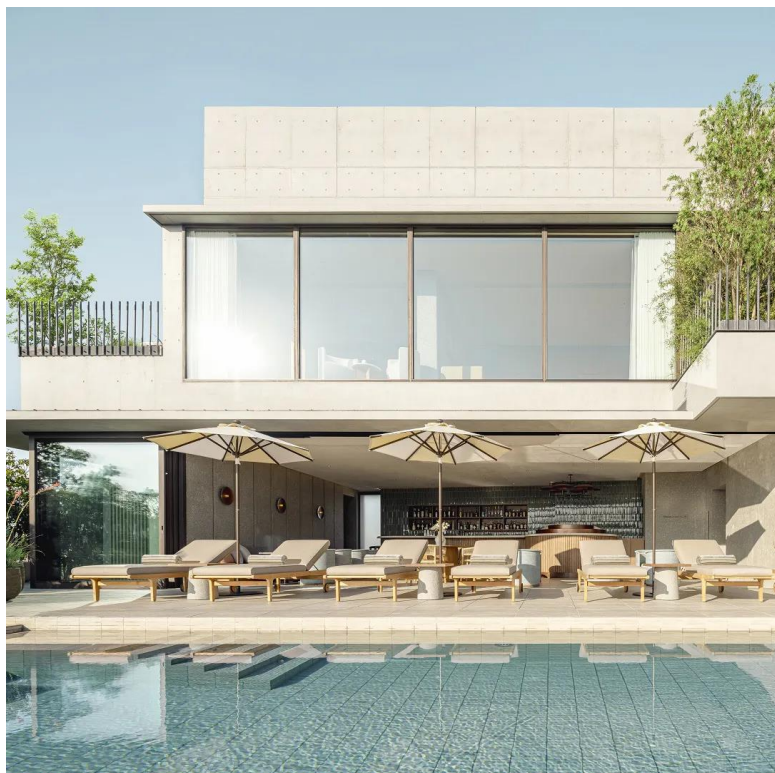


\* 2023/3 の申込件数合計（国内旅行・海外旅行計）を100%とした場合の  
2024/3 の申込件数、内訳（国内旅行/海外旅行）をパーセンテージ表示

## 3-2. ホテル事業 アワード受賞

# TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARK ホテルアワード受賞

2023/9オープン直後から海外のアワードを多数受賞。訪日外国人旅行者の認知度向上に繋がっている。



メディア等

*Condé Nast Traveler*

*Travel + Leisure*

*LIV Hospitality Awards*

*DestinAsian*

*UPROXX*

*FWA*

受賞アワード

*Hot List 2024*

*It List 2024*

*Hotel-Boutique/Brand New/Asia*

*THE LUXE LIST 2023*

*Spring Travel Hot List 2024*

*FWA of the Day*



## 3-3. ウェディング事業 インバウンド需要

## 海外からの問合せ 引き続き増加 「T&Gオートクチュールデザインウェディング」

国内外の著名人の結婚式を数多く手がけてきた「T&Gオートクチュールデザインウェディング」  
発足から10年、場所や形態を問わず、ウェディングフォト、セレモニー、パーティーまで幅広く対応。

### ■ 問合せ数 前年同期比

257.1%

100.0%

2023/3

2024/3



\* 2023/3 の海外からの問合せ数を100%とした場合の  
2024/3 の問合せ数のパーセンテージをグラフ表示



## 3-4. 人的資本への取組み

# 「働きがいのある会社」ランキング 6年連続選出

社員の成長を手厚くバックアップし、モチベーションを維持する独自の人事制度に加え、個人の成果を認め合う文化が評価され、6年連続7回目の選出を果たす。

### ■ T&Gオリジナルの人事制度事例

#### VALUEシェアリング

企業理念(creativity、challenge、kindness)を体現した結婚式を社内SNSにて共有し、全社員でその挑戦を讃える。全国の情報を迅速に共有することで、全国的なクオリティの維持・向上に繋がっている。

#### 俺の私のチャンス制度

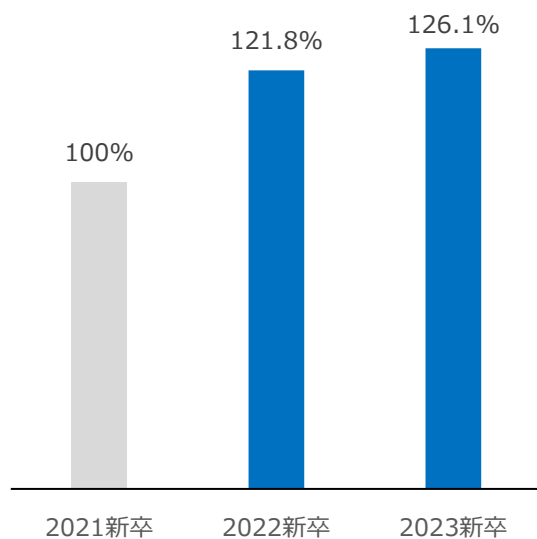
年2回行われる、公募制の人事異動制度。自薦他薦を問わずエントリーでき、キャリア形成において挑戦を後押しする風土の醸成に繋がっている。



## 3-4. 人的資本への取組み

## 新卒採用市場における強い競争力を保持 2024年は202名の新卒社員が入社

### ■ 新卒採用 エントリー数推移



2024年4月入社式。  
リクルートスーツではなく、ホワイトのドレスコードで入社式を迎えた2024年新卒生。  
中長期経営計画を踏まえた採用が進んでいる。

\* 2021新卒のエントリー数を100%とした場合の  
2022-2023新卒のエントリー数のパーセンテージをグラフ表示

## 3-4. 人的資本への取組み

# TRUNK(HOTEL)

## 社員紹介による採用42.1% ※2024/3 実績

TRUNK(HOTEL) では企業理解のある社員からの紹介による採用が高水準を維持しています。入社後、カルチャーフィットする可能性も高く、エンゲージメント指標、採用費削減にも繋がっています。

### ■社員紹介（リファラル）採用事例



Aさん 30代

外資系都内ホテル  
→TRUNK(HOTEL) フロントスタッフ



Bさん 30代

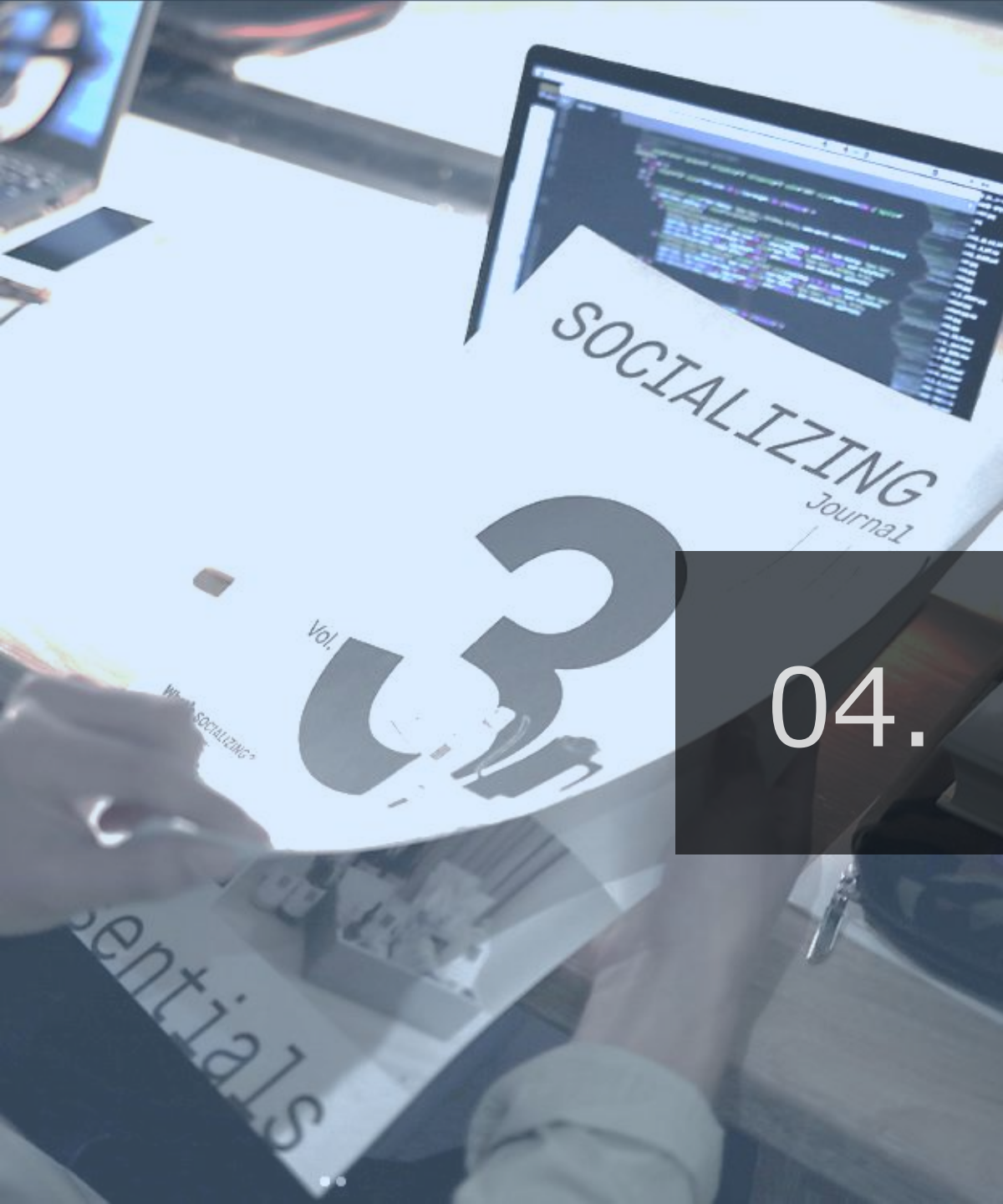
外資系地方ホテル  
→TRUNK(HOTEL) 宿泊部門長



Cさん 20代

外資系都内ホテル  
→TRUNK(HOTEL) レストランサービススタッフ





# 04.

市場環境と競争優位性  
ESG

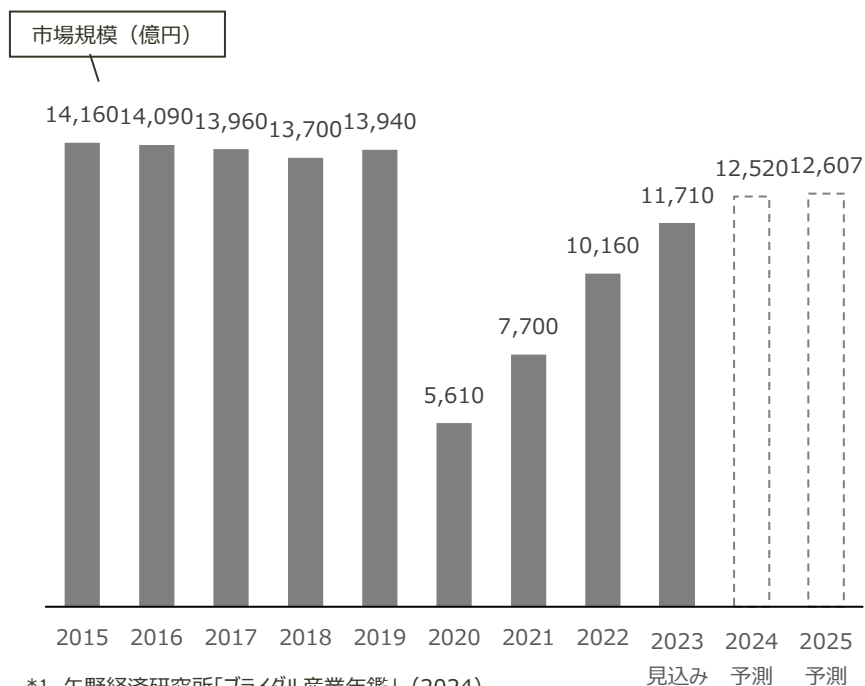
---

Market environment/  
Competitive Advantages/ESG

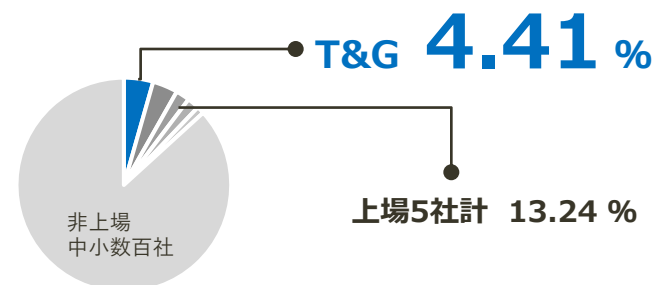
# 国内ウェディングマーケット概況

市場規模1兆円強  
 T&G市場シェア4.41%（2022年実績） 拡大余地は大きい

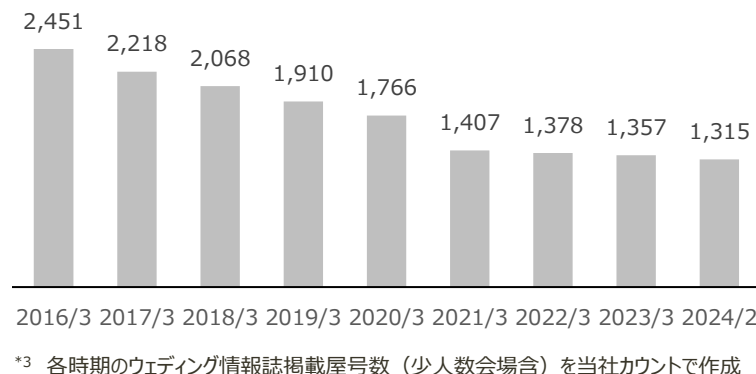
## 挙式披露宴・披露パーティ市場規模推移 <sup>\*1</sup>



## 上場企業5社シェア（2022年実績） <sup>\*2</sup>



## ウェディング情報誌掲載屋号数推移 <sup>\*3</sup>



年間10,000件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 取扱件数No.1を維持

### 国内取扱件数 No.1



2023年12月期\_指定領域における市場調査  
調査機関：日本マーケティングリサーチ機構



損益分岐点が低い

小規模店舗を全国で運営

- 特徴① 各店舗の利益が維持しやすい
- 特徴② 有事のリスク分散が可能

### 一顧客一担当制

会場見学から当日まで一貫して対応



専属プランナー

他社) 担当者が場面ごとになる



案内担当

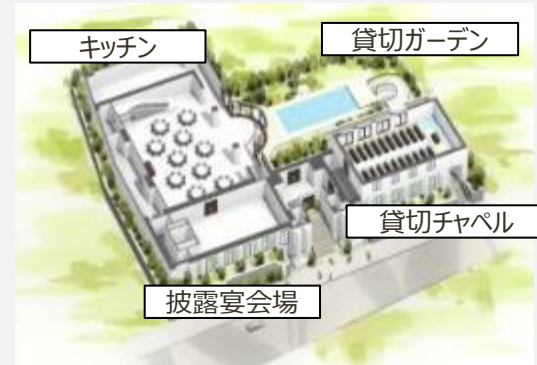


打合せ担当



当日担当

### 一軒家完全貸切

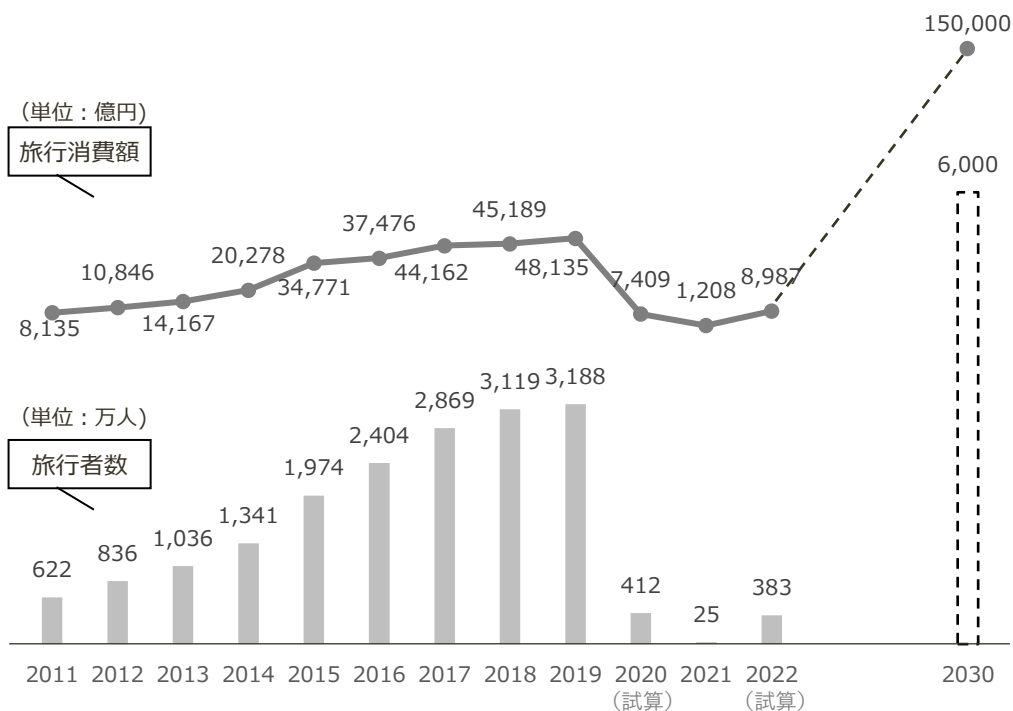


### 完全オリジナルウェディング

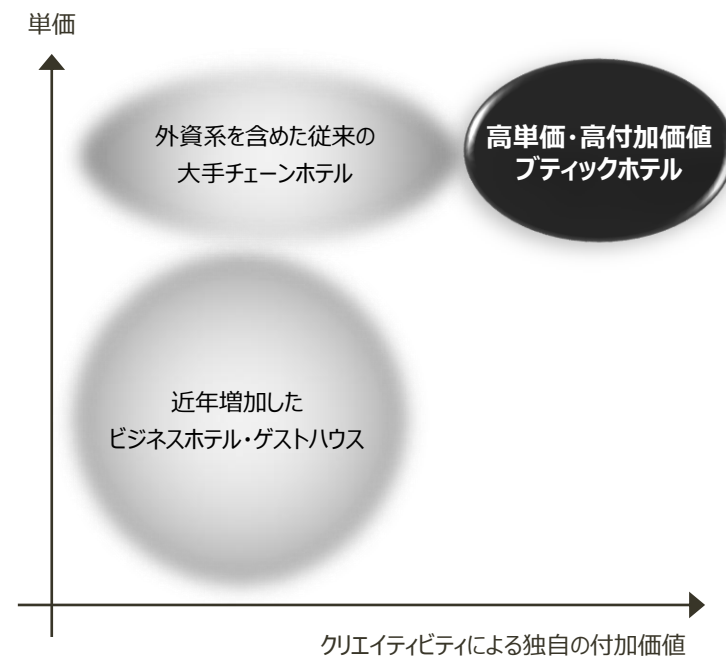


## 米国ブティックホテル市場規模は急伸 観光需要の回復見込み 日本にブティックホテルを創出

訪日外国人旅行者数・旅行消費額の推移と政府目標



ターゲットとする領域



日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数」  
観光庁 「訪日外国人消費動向調査」 及び政府発表より弊社作成  
\*2020年暦年は新型コロナにより調査が一部期間中止のため試算値

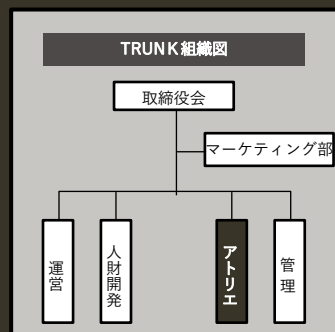
## 独自性を実現できるクリエイティビティ サステナビリティ要素をサービス、商品に展開

### 強み | 独自性を実現するアトリエ機能

- 内装から商品等の全ての「アトリエ」機能を内製化
- プティックホテルの高い独自性、デザイン性を実現



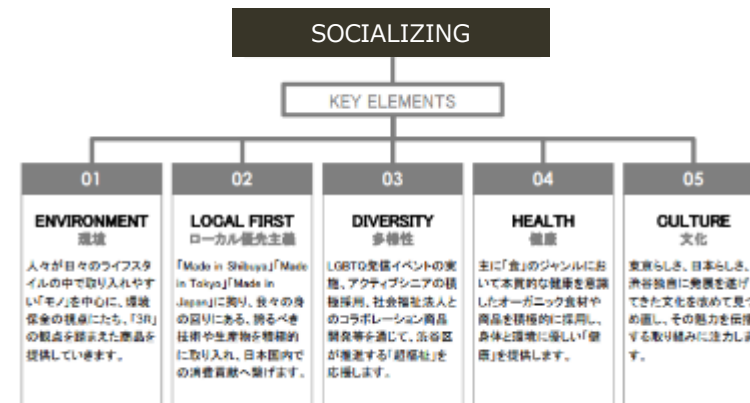
世界的なアワードを毎年受賞。  
高いクリエイティビティが  
多数のグローバル評価を得ている



### 強み | サステナビリティ要素

- 2017年渋谷神宮前に開業したTRUNK(HOTEL) は、サステナビリティ要素コンセプトに取り入れたプティックホテル。
- 今後のホテル展開も、事業を通じ社会的課題への貢献に寄与することで、新しい付加価値を創出していく

### TRUNK(HOTEL) CAT STREETコンセプト

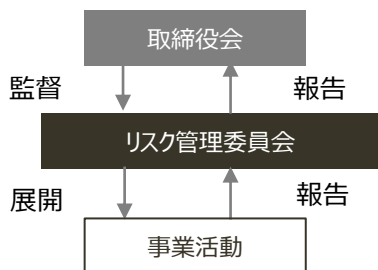




## TCFD提言以前から、事業運営の過程で自然と取り組んできた 気候変動への対応／環境への配慮

### ガバナンス

- 代表取締役社長、取締役、全グループ責任者、部門長が参加する「リスク管理委員会」を設置。
- 気候変動リスクに限らず、サステナビリティに関連する重要なリスクの特定及び対応、計画の作成、重要課題への取組推進、進捗のモニタリング、実績の確認を行う。
- 開催 四半期ごと
- 案件に応じて、取締役会へも報告



### リスク管理

- リスク管理委員会にて経営が設定している重要リスクのモニタリング、再評価を実施
- 事業活動における新たなリスクの確認や報告を受けたリスクの対応策を協議、決定し、事業活動へ展開
- 重要リスクの絞り込み、取締役会への適宜報告
- 開催 四半期ごと
- 代表取締役社長、全社リスク・コンプライアンス管理担当役員以下、各グループ責任者、部門長が出席

### 戦略

移行リスク

物理リスク

機会

### 指標

分類	項目	内容	財務影響
政策	炭素税の導入	炭素税による増税	中
政策	エネルギーコストの変化	再生可能エネルギー導入によるコスト増や設備投資コストの増加	中
急性	異常気象の激甚化	営業活動の停止 調達難の発生	大
急性	異常気象の激甚化	被災による建物破損、修繕コスト増加	大
市場	顧客の行動変化	環境配慮を重視する国内外の顧客が当社商品・サービスをより一層選好するようになることでの売上増	中
評判	企業ブランドへの寄与	すでに多くの取組を実施している環境配慮の姿勢が評価され、当社のサービスが選好されることでの売上増	中

- 2022/3期（一昨年度）のGHG排出量を算出済
- 今後の削減数値目標を専門機関と共に算定中

## 気候変動への対応／環境への配慮



### チャペルリニューアルに古材や ペットボトル再生生地を使用

当社の重要戦略であるチャペルリニューアルの建築資材においても新しい取り組みを実施。チャペル壁面の仕上げ材に古材を使用したり、チャペルベンチの張地に100%ペットボトル再生生地を使用



### 会場内外照明をLED照明へ随時更新

ハウスウェディング会場のガーデンイルミネーション、外壁照明、屋内の照明等、会場内外の照明を順次LEDへ切り替え、設備面での環境配慮を推進。



### 家具クッションにも新しいエコ素材を 海洋プラスチック再生綿

ガーデンやロビーのクッションには、海洋プラスチック再生綿 Suprelle™blueという新素材を使用。カバーには原着ポリエステル糸を使用するなど、環境に配慮した新しい素材を積極的に導入



### コージェネレーションシステムの導入

GHP空調機の排熱を利用し、発電するコージェネレーションシステム。東京ガス、大阪ガス、北海道ガスの対応エリアにおいて使用。



## 気候変動への対応／環境への配慮



### ロスフラワー（廃棄生花）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、ウェディングやイベント装飾で使用し破棄される生花を、ブーケにアップサイクル販売しています。



(写真) TRUNK(HOTEL) で開催の「FLOWER MARKET」の様子



### ルームシューズは 再利用可能なサンダルに

TRUNK(HOTEL) は、使い捨てスリッパでなく、宿泊者に長く愛用いただけるビーチサンダルを提供。素材も、サンダル製造過程で発生する端材を活用しています。



(写真) TRUNK(HOTEL) の宿泊ルームで使用しているサンダル



### 結婚式の引出物袋を再生紙に

年間約60万人が利用する引出物袋を再生紙に変更。また、持続可能な森林の利用と保護を図る生産品であることの証明としてFSC®認証を取得しています。



### 古材を施設に再利用

古材を利用した建築、商品開発の取り組みを強化しています。  
現在では、TRUNK(HOTEL)、婚礼直営店のチャペル等で古材を再利用。今後も環境、気候変動への悪影響、廃棄物、森林破壊の削減などに貢献します。



(写真) TRUNK(HOTEL) の宿泊ROOMの様子

## 気候変動への対応／環境への配慮



### レストラン食器も金継ぎして アップサイクル

TRUNK(KITCHEN) で破損してしまったお皿やカップはスタッフが金継ぎして使用しています。割れたら捨てるのではなく大切にものを扱うことに取り組んでいます。



### ポスト・プラスチック推進 細かなアメニティまで気を配る

客室で提供するヘアコームは“ポスト・プラスチック原料”とも言われる、日本製の新素材「MAPKA」で作られています。MAPKAの主原料は「紙」。ウォータープルーフ仕様で、使い心地と環境配慮を両立しております。



### 社員発信のアイデアを大切に フードロス社食弁当

食材の端材や余りを活用したお弁当を調理スタッフが作り、社員に向けた「社食弁当」として販売しています。このアイデアは実際に調理をしているスタッフからのもので、捨てるのはもったいない、フードロスを削減したいというWANTがかたちになったものです。



### 環境に配慮した生産者との連携 サステナブルなウォールポケット

客室に設置するウォールポケットは、多孔質により軽くて通気性や給水速乾性に優れた和紙素材を外側に、リサイクルポリエステル生地を内側に採用し、汚れが付きにくいように加工したものです。日本古来の製法に基づき製造された和紙を主原料とするサステナブルな素材となっています。



# 気候変動への対応／環境への配慮



## フードロス推進 ラウンジのペストリーにもこだわりを

メインラウンジTRUNK(LOUNGE)で販売するブラウニー。アーモンドミルクの絞りかす（パルプ）を捨てずにブラウニーの材料として活用したスイーツ。グルテンフリーにもこだわりヘルシーなブラウニーです。



## 使い捨てを当たり前にしない 良質なライフスタイルの提案

ブラックカラーをベースにシンプルにデザインした、ユニセックスな商品です。特に使い捨て感覚で使われるビニール傘は、忘れて買う、どこかに置き忘れる、また買う、の悪循環が繰り返されます。良質な傘を持ち歩くことでそんな負のサイクルから抜け出せるかもしれません。



## 新しい環境素材を積極的に活用 エコマウッド

客室のキャビネットや洗面台で使用するエコマウッドは「限りある資源を大切に」をテーマに循環型社会形成に貢献するために開発された環境新素材。



## 思い出と共に長く楽しむ アフターフラワーキャンドル

アフターブーケとして結婚式後も形に残されることの多いブーケとは異なり、会場装花は廃棄されることも多くあります。大切な日の会場装花を、結婚式後の自宅のインテリアにも合うように、アロマキャンドルにリメイク。新郎新婦お二人で楽しみながら制作することも可能です。



# 気候変動への対応／環境への配慮



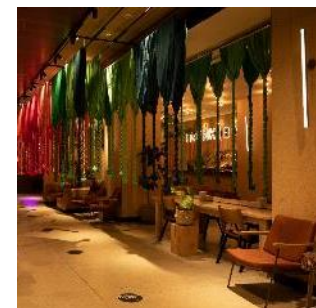
## エコ素材を積極活用 環境にも体にも優しい歯ブラシセット

ホテルの歯ブラシ＝使い捨てという概念を脱却する機能性とデザイン性を追求した歯ブラシセット。持ちやすさに配慮したグリップは、環境に優しいエコ素材で作られています。歯磨き粉は国産オーガニック茶葉とキシリトールを配合した低発砲タイプです。



## 環境に配慮したアーティストとの コラボレーション

フラワーショップ「The Little Shop of Flowers」との作品。毎日廃棄せざるを得ない花から、抽出した染料を生地に吸着させ、植物本来の持つ鮮やかな色を実現する新しい染色技術を施しテキスタイルを染め上げ、アーティスト大脇千加子氏が造形を手がけました。



## アップサイクルファブリックブランドと連携 オンリーワンのヘア 드라이ヤー

アップサイクルファブリックブランド「U.C.TILE FABRICS」と、TRUNK(HOTEL)のダブルネームで作られたヘアドライヤーバッグ。国内の縫製工場で作上げた、一つひとつ異なる風合いをもち同じものがないオンリーワンアイテムです。



## 建築資材にも配慮

TRUNK(LOUNGE)の壁面やエレベーターホールなどに使用するのは木毛セメント材。高い耐火性能があり、関東大震災以降、火災対策として日本でも使われています。リボン状に削ったヒノキの間伐材と水・セメントのみが材料という、地球にも人体にも優しい建材です。



# 気候変動への対応／環境への配慮



## 平和への祈りを込めて 千羽鶴を再利用した団扇

世界中から広島に贈与される千羽鶴を団扇にアップサイクル。広島市に贈られる千羽鶴の数は年間1千万羽、重さにして10トン。平和への祈りをプロダクトに込めています。



## 婚礼直営店 米ストローに全面切り替え

プラスチック使用量削減にむけ、ホテル、結婚式場で提供しているプラスチック製ストローを順次、米ストローに切替いたします。



## 使用済み食器を再利用したマグカップ

使用済みの食器を全国から回収、粉砕し素材として再生し、新しい粘土と混ぜ合わせ焼き上げたマグカップ。環境負荷の少ないモノづくりを目指す、岐阜県の「グリーンライフ21プロジェクト」と共同開発。



## 端材やデッドストックを再利用 TRUNK(HOTEL) キーチェーン

TRUNK(HOTEL) の全15部屋のキーチェーンは生産工程で発生する端材やデッドストックの亚克力板をアップサイクル。東京都足立区にある亚克力専門加工場の「ミュキ亚克力」と共同開発。



## 気候変動への対応／環境への配慮



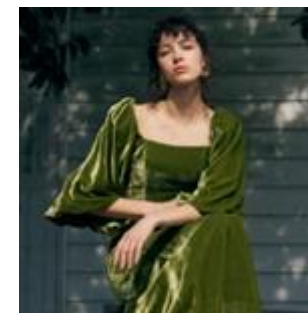
### 廃棄予定ドレスを再構築 アップサイクルドレス

廃棄予定のウェディングドレスのパーツを組み合わせ、新たなデザインで再構築した「アップサイクルドレス」のレンタルを開始しました。



### 廃棄予定花材から抽出した染料で染め上げる ボタニカル・ダイドレス

結婚式の会場装花として使用された廃棄予定の花材から天然の染料を抽出。植物の持つ多様な色素によって色に奥行きが生じ、自然由来の染料でしか出せない複雑かつ心地の良い色を生み出しています。



### 海岸のプラスチックを集める ビーチコーミングに参加

海洋プラスチックでランプシェード制作するアーティストと共に海外に漂着したプラスチックを集めるビーチコーミングに参加。



### 使用済みワインコルク回収し 調理備品として購入

使用済みのワインコルクを全国の直営店で回収し、洗浄、選別、商品製造を障がいを持つ方に依頼。商品化された「ナイフホルダー」は、当社のシェフが利用する調理備品として購入しています。





# 気候変動への対応／環境への配慮



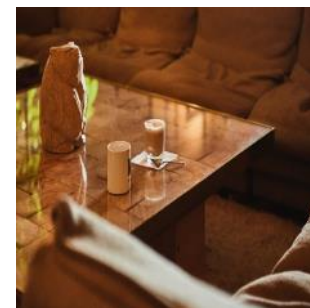
## 残革を再利用したティッシュボックス

渋谷区内のアパレル工場から出た残革で作られたティッシュボックス。ローカルで発生した残革を再利用することで、地域循環の形成に貢献します。



## 間伐材を使用した環境に優しい オリジナルテーブル

間伐材を使用して作った TRUNK(HOTEL) オリジナルのテーブル。すべての木材を無駄なく使うことへの取り組みに繋がり、環境に優しいテーブルです。



## 古紙と廃プラスチックを再利用したコースター

古紙と廃プラスチックを再利用した、環境に優しい素材で作られた浴室用のコースター。もともと、映画館やマンションの防振・浮床工事でコンクリートを打設する耐水・木素材として使用される素材を原料にした、遊び心あるアイテムです。



## 廃材を再利用したサニタリーボックス

客室内トイレに設置するサニタリーボックスのボディには鉄板の端材、取っ手には余ったボルトを使用しており、循環型社会の形成に貢献します。

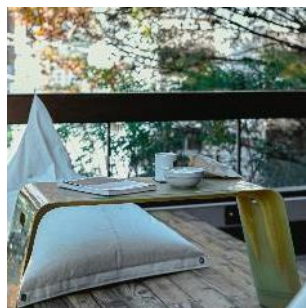


# 気候変動への対応／環境への配慮



## セイルをアップサイクルした屋外家具

船上で役目を果たしたセイル（帆）に、新たな価値と有用性を生み出しアップサイクルした屋外家具。水にも強く耐久性もあり、質の高い再生素材です。ビーンバッグのボディには、「使用していた船」「停泊していた港」「セイルタイプ」「セイルメーカー」「エディショナルナンバー」が振られています。



## 繊維系廃材を使用したダストボックス

TRUNK(HOTEL) のエントランス横に設置するダストボックスは、リフモを材料にしています。リフモとは繊維リサイクル率の向上を目指し、開発を行った100%繊維系廃材から加熱・加圧成形して開発したリサイクル素材です。



## 使用済蛍光灯をアップサイクルしたオリジナルグラス

使用済の蛍光灯をアップサイクルしたオリジナルグラス。全国の自治体や企業から集めた廃蛍光灯を原料とした製品づくりを行う北海道網走市の「流水硝子館」と共同開発しました。



## 廃木材を再利用したリサイクル鉛筆

廃木材の再利用率93%をほこる、地球に優しいこのリサイクル鉛筆。「ふし」や「欠け」で使えない部分を切断し、残った使える木片同士をつなぎあわせた「ジョイント工法」を用いて鉛筆の軸にしています。また、芯部分も純度の高いリサイクル芯を使用した商品になります。環境への負荷を減らすことにこだわり、エコマークにも認定されています。



## 気候変動への対応／環境への配慮



### 放置自転車のパーツを使用し レンタル自転車を再構築

TRUNK(HOTEL) で貸し出しているヴィンテージ感あふれるレンタル自転車は、東京都で年間およそ5.5万台とも言われている放置自転車のパーツを活用し、TRUNKのアートディレクターの手により再構築されたものです。



### 装飾で使用したキャンドルをアップサイクル

TRUNK(HOTEL) の結婚式の装飾で使われ廃棄されてしまうキャンドルの成分の一部を採用し、精油を一から調香したシトラスレモンガラスの香りを高配合でブレンドしています。キャンドルの容器には不要になった食器や破損してしまった食器からアップサイクルされた陶器を容器にしています。



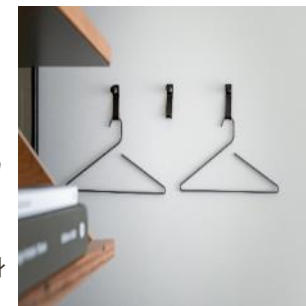
### 空間装飾で使用した生地をバックやTシャツに 廃棄が出ないようにパターン設計

TRUNK(LOUNGE) の空間装飾「Interaction of Color」で使用された生地を活用。アートとして役目を終えた後の生地を廃棄することなく、バッグやTシャツ等のアイテムにアップサイクルして生まれ変わらせました。すべてのアイテムは、生地幅を有効的に考えて、できる限り無駄や廃棄が出ないようパターンされています。



### 端材や廃棄材の鉄を再利用した デザイン性のあるハンガー

端材や廃棄材の鉄を再利用し、丈夫で長く使い続けることができるデザインに仕上げたハンガー。今日のように循環型社会が注目される前から、当たり前のようにリサイクルされてきた素材である鉄を有効的に用いることも、TRUNK(HOTEL) が捉える等身大の社会貢献のひとつです。



## 気候変動への対応／環境への配慮



### 枯葉や廃材をホテルの建築に使用

Bug Hotel とは、虫たちが冬を越すための枯葉や端木材で作ったホテルのこと。TRUNK(HOTEL) からでた廃材や拾い集めたものをアップサイクルしています。



### 一升瓶のケースを再利用した椅子

TRUNK(KUSHI) で使われている椅子は、TRUNK(HOTEL) が使用していた一升瓶のケースを再利用したものです。座面を付けることで椅子にもなり、座面を外せば中に荷物を入れることも可能なつくりになっています。



### 廃棄される段ボールを使用したアートワーク作品 海洋汚染問題にメッセージ

TRUNK(HOTEL) で廃棄される段ボールを回収し制作されたアートワーク作品。深刻化する海洋汚染問題について向き合っ欲しいというメッセージが込められています。



### 役目を果たしたテントの素材を使った アートワーク作品

テントの生地を使ったランプシェードなど、本来の役目を果たしたコールマン社のテントのポールや素材を使ったアートワーク作品。無機質な素材を組み合わせ有機的な物へと生まれ変わらせる「次の形」へと進化させました。



# 気候変動への対応／環境への配慮



## 洋漂流プラスチックを材料にしたランプシェード

洋漂流プラスチックを材料にしたランプシェード。作品の材料となるプラスチックの一部は、TRUNK(HOTEL)のスタッフも拾い集めたもの。実際に海洋漂流物の多さを目の当たりにし、それが深刻な問題のひとつであると改めてスタッフも実感しました。



## 廃棄されてしまうベンチを塗り直し再利用

昔公園やどこかで見たことある記憶が残っている人もいるであろうコカ・コーラのベンチ。そんな廃棄されてしまうベンチを塗り直し再利用。TRUNK(HOTEL)のパブリックテラスに設置しています。



## 自動車部品や建築機械部品を再利用し パゲージラックのペースを製作

自動車部品や建設機械部品などで廃棄されてしまう鉄くずや鉄端材を再利用し、パゲージラックのペースを製作しました。また、ラックのトップには廃棄されてしまう車のシートベルトを有効活用しています。



## 廃棄のコルクを回収しリサイクルに ワインコルクプロジェクトに提供

TRUNK(HOTEL)館内で使用したワインのコルクを廃棄せずに回収し、ワインコルクのプロジェクトに提供しリサイクルに役立てています。



## 長期経営方針「EVOL2030」に基づいた 人材戦略上の優先課題を継続的に推進

### ダイバーシティ & インクルージョン



女性活躍はもちろん、LGBTQ、外国人、障がい者等、多様な人材の活躍を推進。

女性活躍を推進するという単純な思想ではなく、抜擢や給与、評価に際して性別を問わない、同様に障がいの有無、国籍を問わず、また、活躍したいという人が子育て両立を必要としたり、家族との生活のため、働く地域を限定する必要性などに応える支援策を推進しています。

### 成長意欲の支援



成長したいという社員の意欲、社員から発信される能動的なアイデアを重要視。

全員に機械的に年次に合わせた研修を行うというような画一的な思想ではなく、自主的な意欲を持った人が年次や現職に関係なく選べる研修の用意や、会社が決める定期異動ではなく、新しい職務で活躍したいと考える人が、自分で手を挙げて希望部署へ応募できる制度の用意など、成長を願う意欲をサポートする制度を推進しています。

### 若手の活躍



年次に関係なく若年層を抜擢。若手の活躍を積極的に支援。

20～30代の若年層がお客様として多い事業であるため、お客様により近い若手が年次に関係なく活躍できることを重視しています。また、今までにとらわれず、新たな発想で時代に合わせて変化できること、それが企業の持続的成長を支えると考え、若手の活躍、抜擢を推進しています。

## 人的資本の向上に向けた取り組み



### 部門責任者 男性17 女性10 女性比率37.0%

全27部門の部門責任者は、女性が37.0%を占めています。育児をしながら活躍する女性責任者や、グループ会社の役員を務める女性など、管理部門、事業部門問わず、抜擢されています。



### 外国人雇用 20か国以上の国籍の従業員が活躍

生活環境、文化、価値観が異なる者同士での意見交換は、新しい目線や斬新な発想で、新たなアイデアの創出が期待できると考え、積極的な外国人雇用を行っています。



### 福利厚生サービスの拡充

「ワーク・ライフ・バランスの実現」「健康増進」「自己啓発の支援」を目的とした、ベネフィットステーションの導入を開始しました。また、女性の健康課題に対する支援体制度として、オンラインピル処方や、卵子凍結費用の補助などを行っています。



### 同性カップルとその子供を 福利厚生や社内規定の適用対象に

当社は、同性カップルとその子供を、配偶者や子供と同様に福利厚生制度や社内規定の適用対象といたします。また、並行してLGBTQ+への理解や正確な知見を養うべく、社内研修を強化しています。



# 人的資本の向上に向けた取り組み



## 障がい者雇用率 2.75% (法定2.30%) 定着率、サポート体制が高評価

2007年より重度知的障がい者の方を中心に雇用を継続しています。定着率の高さや、細やかなサポート体制が評価され、近年では、国際協力機構（JICA）の視察団の受け入れなど、活動の幅が広がっています。



## 新卒5年目の年収比較

一定の専門スキルが身につく成果に差が大きく差が出てくる5年目の給与比較。  
新卒5年目の月給比較（2024/3月末時点）  
男性<女性（+1.6%）  
男女問わず公平に評価をしているため、もちろん逆転することもあり。性別によって評価や処遇の差異をつけていません。



## エリア限定社員制度

住み慣れた地域で暮らしたい、子供が受験生なので地域を離れたくないなど働く地域の希望に応じて勤務できる制度を備えています。



## フリーウェディングプランナー制度

個々のライフスタイルの変化に対応、支援できるよう、在宅での勤務や柔軟な働き方が可能な制度です。年間を通じ一定の業務委託数が割当られ、収入の安定が図れるようになっています。





# 人的資本の向上に向けた取り組み



## 副業、社外留職制度を導入

当社に在籍しながら他社で数年間働く経験ができる「社外留職」や「副業制度」の運用を開始しました。既に複数の社員が新たな場所で活躍しています。



## 研修ラインアップ計130 T&G College

職種や年次に関係なく、オンラインで誰もが学べる研修ラインアップを用意。「フランス料理の歴史を学ぶ」「人生100年時代を考えるキャリア形成」といったような業務とは少し離れた人間性を広げられるコンテンツも魅力。



## 自己啓発支援制度 社内公募の人事異動制度を導入

従事する業務に沿った自己啓発を目的に、一人あたり8万円分が付与されています。更に、年に2回、公募制の人事異動制度があり、新たなチャレンジを後押しする環境を整えています。



## 2024版GPTW® 働きがいのある会社にランクイン

GPTWジャパンが認定する「働きがいのある会社」は“働きやすさ”と“やりがい”の両方が兼ね備わった企業が認定されます。当社の様々な制度や施策が評価され、6年連続7回目の選出となりました。

**Best  
Workplaces™**

**Great  
Place  
To  
Work.®**

**JAPAN  
2024**

™

## 人的資本の向上に向けた取り組み



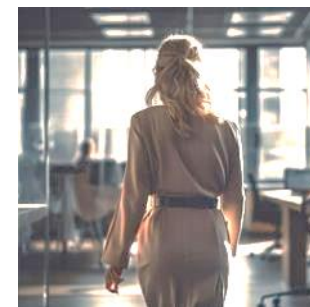
**最年少役員 31歳**  
(2024年3月時点 グループ会社含む)

社内公募などで手を挙げた人が、希望する部署で自発的に仕事をし、学びたいと思う意欲を支える各種研修制度が充実しているため、若くして成果を出しグループ会社を含む役員や執行役員に抜擢される風土があります。



**最年少支配人 27歳**  
**最年少マネジャー 23歳**

年次、性別を問わず、人格、スキル、成果を公平に判断する評価制度のため、20代前半で管理職に抜擢され、素晴らしいチームマネジメントを行い、新しい発想で事業に刺激を与えられる人材がいます。



**育休復職率100.00%**  
**男性育休取得率13.04%**

若年層は、出産に伴う一時的なお休みに入るメンバーも多くいます。彼ら彼女らが子育ての経験を糧として、活躍できるよう、様々な雇用形態を準備しており、復帰をかなえています。若手活躍の裏には、こういった細やかなサポートが不可欠と考えます。



**若年層の給与をベースUP**

以前から若年層の給与ベースUPを計画。新型コロナパンデミックに見舞われた2020年計画通り、若年層のベースUPを実行。





## 子供たちに学ぶ機会を 体験プログラム全国52か所で無料開催

ウェディング事業のインフラやノウハウを活かし、地域の子どもたちに、「食品ロス問題学習」「職業体験」の機会提供する体験プログラムを全国の直営店舗で開催しています。



## 国内生産者を応援 ワインを国産に切替えへ

国内外で高評価の国産ワインですが、後継者や販路確保、認知度において課題を抱えています。当社は、国産ワイン取扱比率を、現状30%から10年後100%を目指し、国産ワインの普及に貢献します



## 国産初のストランドボードを開発 TRUNK (LOUNGE)

TRUNK(LOUNGE) の柱面に使用している素材は、間伐材を有効に活用して荒廃を深める森林の再生に寄与したいという願いから、国産初のストランドボードを開発したものです。多くの点で桧無垢材と同等の働きを持ち、素敵な桧の香りを漂わせてくれます。



## 地域商店と協働

渋谷で豆の焙煎から行う老舗の珈琲店「Double Tall Café」と協働し商品開発したコーヒーを販売。売上は、渋谷区社会福祉協議会に寄付されます。



## ESG活動報告（社会）



## 日本の伝統技術と最先端テクノロジーを用いた 草履型サンダル

京都・祇園で百年を超えて履物を作り続ける「ない藤」が作る新しい形の草履型サンダル「JOJO」。日本の伝統技術と最先端テクノロジーを用いて、草履をベースとしたモダンで機能的、快適なサンダル。オリジナルネームがついた、オールネイビーのスタイルリッシュな一足に仕上げました。



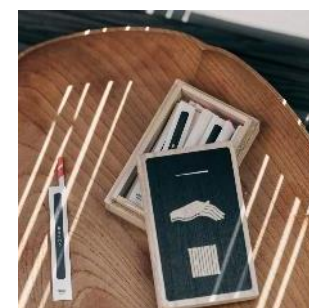
## 定期的に変化するホテル内装 アーティストとの連携で文化発信

枝や木の皮、根や葉、そして花びらといった草木から色をいただき、染料として染め上げる技法を使った天然染め。室内にしながら愛でる生花の様に「木」を眺める事で自然を感じさせてくれるアートです。



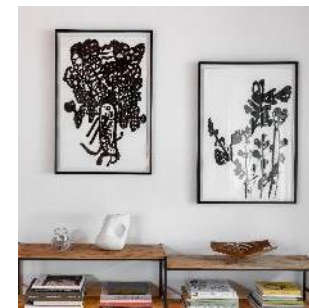
## 創業三百年の歴史を持つ楊枝専門店との コラボレーション爪楊枝

江戸時代から続く創業三百年の歴史を持つ、日本唯一の楊枝専門店。こだわりの素材や熟練の職人技が光る楊枝は、折れにくく使い心地が良いものになっています。食後、口元に手を添えながら爪楊枝で「シーシーする」というシーンをデザインした桐箱もTRUNKならではの遊び心。



## 福祉施設を巡ってセレクトしたアート作品

正規の芸術の美術教育訓練を受けていないアーティストが制作した作品のことをさし、TRUNK(HOTEL)の主なアートは全国の福祉施設を巡ってセレクトしたものになります。それぞれ作者の個性があり、見る人を惹きつける作品ばかりです。





## ゼロウェイストをテーマに トークセッションやワークショップを開催

「ゴミを出さない経済循環」を提案することで持続可能な社会を目指し、地域活動や商品開発を行う一般社団法人 530（ゴミゼロ）とのコラボレーションによるイベントを開催。「ゼロウェイスト」をテーマに、各界で活躍するアーティストや生産者をゲストに迎えたトークセッション等を行いました。



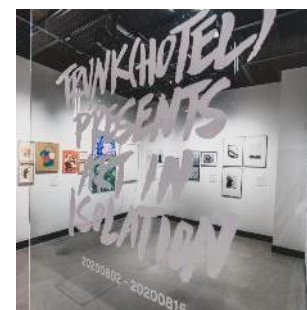
## 江戸切子職人による照明を設置

KEYAKIホワイエに設置する照明は、TRUNK(HOTEL) のために江戸切子の職人さんに特別に制作いただいたもの。TRUNK(HOTEL) に訪れる方に日本の伝統工芸に触れてもらいたいという思いから採用しています。



## アーティストやアートコミュニティのサポート 作品発表の機会を提供

新型のため、活動を縮小せざるを得なくなったローカルのアーティストやアートコミュニティのサポートとして作品発表の機会を提供。作品の売上金の一部は、NPO 法人ハンズオン東京に寄付を行い、医療従事者や関係者のもとに、マスクや必要とする日用品などをお届けする活動にご活用いただきました。



## 国際的な運動に賛同 平等で多様な社会を実現していく取り組み

PRIDE MONTHに合わせ「PRIDE with TRUNK(HOTEL)」を開催。チャリティーモクテル&カクテルやミュージックを通してLGBTQ+のコミュニティサポートに繋がる様々なコンテンツを提供しました。このような国際的な運動に賛同し、平等で多様な社会を実現していく取り組みを行っています。





## 就労支援事業所で栽培から製造まで 一貫加工の国産有機グアバジュース

希少価値が高い国産のグアバと有機栽培の原料にこだわったオーガニックジュース。グアムの産地、高知県にある就労支援事業所ジョブなしろで働く方々が製造を担っています。栽培（有機）～製造まで一貫加工されています。



## 製造工程を福祉作業施設で行った 木材パルプやコットンを原料とするゴミ箱

客室に置いてあるゴミ箱の素材は、木材パルプやコットンを原料とするバルカナイズド・ファイバー。優れた強度、耐久性、電気絶縁特性を持ち合わせています。製造工程の一部は、福祉作業施設で働く方々の手で行われています。



## ナチュラルワインの売上の一部を 障害者や過疎化地域へ支援金寄付

外苑前のネオ角打ち酒屋/レストラン「no.501」とのコラボレーションによるオリジナルのナチュラルワインを提供しています。亜硫酸塩を一切使用せず、天然酵母による葡萄の本来の味を楽しめるナチュラルワイン。売り上げの一部を障害者支援施設や過疎化する地域の支援金として寄付しています。



## 客室等のミネラルウォーターも リサイクル優等生

神奈川県丹沢水系の天然水を使用したナチュラルミネラルウォーター。採水、加熱殺菌、ボトルングまで一貫した品質管理体制が整った工場での製造。全てアルミ製で、製缶工程での熱エネルギーと水使用量を削減し、リサイクル性にも優れる。



## ESG活動報告（社会）



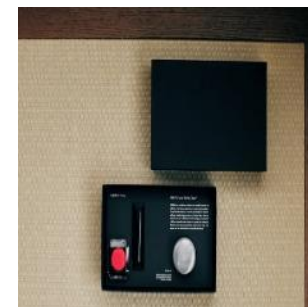
### 障害を抱えた方にも働く喜びを

パンと焼菓子のお店、渋谷まる福との商品。渋谷まる福は、障がいをもった方を積極的に雇用しています。障がいを抱えながらも仕事をして生活をたて働く喜びを感じられる機会を創出しています。材料を厳選し、おいしくて体にやさしい商品です。



### 伝統的な練朱肉の製造方法を継承する「ÉDIT (h)」とのコラボレーション

日本の印章の伝統とフレグランスがもつ偶然の親和性の発見から誕生。百年以上にわたって続く伝統的な練朱肉の製造方法を継承する「ÉDIT (h)」とのコラボレーション。



### 時代合わせたスタイリッシュな和傘

和傘の老舗「日吉屋」が提案する、新しい和傘の形「ryoten」。ただ伝統を受け継いでいくだけではなく、時代に合わせて和傘をイノベーション、エコロジーでスタイリッシュなこだわりの和傘が完成しました。



### 日本の風情を絵札にした花札

一月から十二月までの日本の風情を絵札にした花札は、もともと江戸幕府から賭け事でも使われていた「かるた」を禁止する法令の抜け道としてアレンジされたのが始まり。原画は、全てTRUNK(HOUSE)のためだけに作られた完全オリジナルデザインです。





## LGBTQ活動支援につながる取り組み

TRUNK(HOTEL) では、東京レインボープライドウィークに合わせて、毎年イベントやパーティーを企画・開催し、LGBTQの活動支援をしています。ホテル内のポップアップスペースにプライドギャラリーを開催したり、社員がパレードに参加するなど、様々な形で取り組んでおります。



## 日本の伝統文化の手ぬぐいを 現代風にアレンジ

明治時代から続く染めの技法「注染」を用い、一枚一枚職人の手によって作る手ぬぐい専門店とコラボレーション。日本の伝統文化を象徴する一つでもある手ぬぐいを身近に感じられるよう、現代風にアレンジしました。



## 築70年の歴史を持つ外観を生かし建築

花街建築の象徴と呼ばれる黒塀に囲まれた石畳の路地。「かくれんぼ横丁」とも呼ばれるこの路地の景観を壊さないよう、築70年の歴史を持つ外観はそのまま残しました。



## 神楽坂の花街をイメージしてデザインした 遊興杯

昔から酒宴を盛り上げるために盃を使って遊ぶことを「遊興杯」と呼んでいました。サイコロを振って、出た目の升でお酒を飲んで楽しむ。神楽坂の花街をイメージしたデザインで、粋な遊びを試みるのも一興です。





## ESG活動報告（社会）



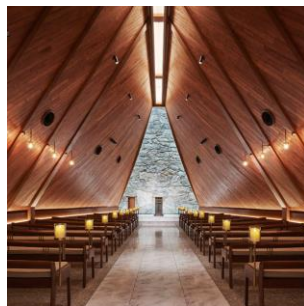
## 横浜市SDGs認証制度にて、上位認証取得

SDGs達成に向けて取り組む  
企業・団体を認証する制度  
。「環境」「社会」「ガバナ  
ンス」「地域」の4つの分野、  
30項目で評価。




## 「ウッドデザイン賞2023」を受賞 「インテリアプランニングアワード2023」入選

「ベイサイド迎賓館 神戸」のチャペルが、木の良さや価値を、デザイン力で再構築することを目的として、優れた建築・空間や製品等を表彰する「ウッドデザイン賞2023」を受賞。同チャペルは快適で優れた価値ある空間を評価する「インテリアプランニングアワード2023」でも入選。




## TRUNK(HOTEL) 売上の一部を寄付

「ENVIRONMENT（環境）」  
「LOCAL FIRST（ローカル優先主義）」  
「DIVERSITY（多様性）」  
「HEALTH（健康）」  
「CULTURE（文化）」の観点から選出した団体に売り上げの一部を毎年寄付。  
令和6年能登半島地震被災地へも寄付。




## さいたま市SDGs認証企業に選出

SDGsの理念を尊重した経営活動を推進する企業をさいたま市が認証する「さいたま市SDGs企業認証制度」において認証企業に選出





## 取締役会は独立社外取締役3分の1以上 女性比率28.5%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以上を独立社外取締役で構成しています。また、女性活躍は当社の持続的な成長に不可欠であると認識しており、取締役会の女性比率は、28.5%となっております。



## 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。

### 取締役 7名（2024/3末時点）

社内

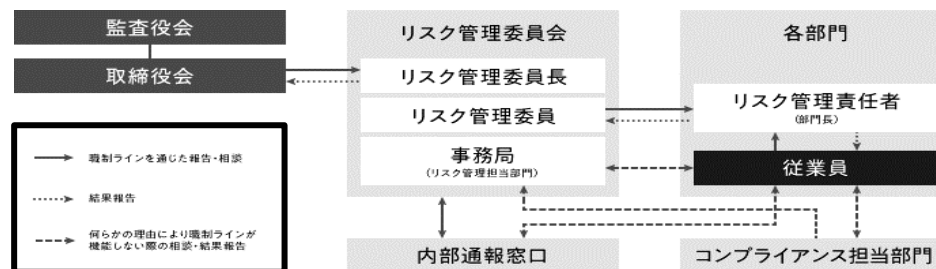


社外



#### 取締役会構成

- ✓ 社内4名 社外3名（社外3名は、独立社外取締役）
- ✓ 男性5名 女性2名





# 05.

補足資料

---

Appendix

# 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	2012/3	2013/3
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	47,983	52,804
営業利益 (百万円)	255	494	1,595	3,454	4,981	6,625	-901	675	2,519	2,282	2,212	2,832
営業利益率 (%)	8.6%	9.4%	13.9%	15.8%	14.7%	14.5%	-	1.5%	5.5%	4.9%	4.6%	5.4%
経常利益 (百万円)	229	467	1,447	3,501	5,153	6,857	-1,403	31	1,882	1,541	1,588	2,459
経常利益率 (%)	7.7%	8.9%	12.6%	16.0%	15.2%	15.0%	-	0.1%	4.1%	3.3%	3.3%	4.7%
当期利益 (百万円)	119	215	674	2,049	2,905	4,172	-2,055	-1,048	371	214	453	1,086
当期利益率 (%)	4.0%	4.1%	5.9%	9.4%	8.6%	9.1%	-	-	0.8%	0.5%	0.9%	2.1%
国内施行組数 (組)	1,294	1,794	3,020	5,132	7,945	11,048	9,921	10,996	11,036	10,535	10,543	11,494
直営店	394	918	2,076	4,109	6,935	10,011	8,944	9,799	10,071	9,897	9,738	10,468
コンサルティング提携店	900	876	944	1,023	1,010	1,037	977	1,197	965	638	805	1,026
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	3,975	4,019
期末直営店会場数	1	7	22	41	62	84	88	87	87	87	87	99
期末直営店舗数	1	6	16	29	42	58	62	61	61	61	61	68
期末コンサルティング提携数	10	10	11	12	13	13	17	16	15	11	13	14
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	43,390	46,510
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%	38.4%	38.2%

	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3
売上高 (百万円)	60,714	59,221	59,524	60,186	64,590	66,871	63,678	20,044	39,482	45,532	47,020
営業利益 (百万円)	3,706	2,973	1,545	2,439	2,785	4,281	3,579	-11,191	2,089	3,681	4,208
営業利益率 (%)	6.1%	5.0%	2.6%	4.1%	4.3%	6.4%	5.6%	-	5.3%	8.1%	8.9%
経常利益 (百万円)	3,342	2,784	1,377	2,100	2,489	3,900	3,381	-11,687	1,548	3,181	3,754
経常利益率 (%)	5.5%	4.7%	2.3%	3.5%	3.9%	5.8%	5.3%	-	3.9%	7.0%	8.0%
当期利益 (百万円)	1,370	1,008	230	360	888	2,283	1,003	-16,214	1,877	4,108	1,831
当期利益率 (%)	2.3%	1.7%	0.4%	0.6%	1.4%	3.4%	1.6%	-	4.8%	9.0%	3.9%
国内施行組数 (組)	13,408	13,385	13,191	12,921	12,551	13,244	12,963	5,059	11,371	12,339	12,371
直営店	11,803	11,484	11,491	11,695	11,988	12,537	11,596	4,556	10,233	10,857	10,350
コンサルティング提携店	1,605	1,901	1,700	1,226	563	707	1,367	503	1,138	1,482	2,021
直営店型単価 (千円)	4,093	4,017	3,971	3,923	3,980	3,868	3,947	3,455	3,575	3,764	3,924
期末直営店会場数	101	103	105	103	105	102	94	93	93	92	92
期末直営店舗数	69	70	70	69	69	67	64	63	63	62	62
期末コンサルティング提携数	17	17	17	14	7	6	6	6	6	9	10
総資産 (百万円)	48,282	48,091	49,286	52,176	56,025	57,130	58,197	48,578	54,032	55,235	54,380
自己資本比率 (%)	39.6%	42.2%	41.0%	38.9%	37.3%	40.2%	40.6%	14.9%	21.9%	28.5%	31.2%

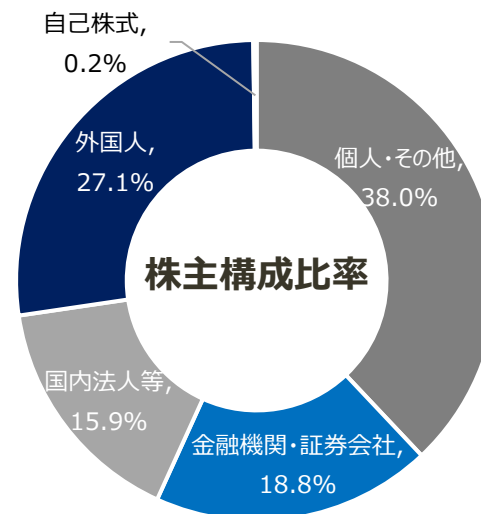
\*2008/3期-2020/3期は、海外リゾートウェディング事業が含まれております。

## 株式保有状況（2024年3月31日時点）

1.発行済普通株式総数 14,619,330株

2.株主総数（普通株式） 8,206名

## 3.大株主（上位10名）



株主名	持株数	持株比率 (%)
野尻 佳孝	2,460,950	16.87
TSUNAGU INVESTMENTS PTE.LTD.	1,492,327	10.23
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,456,200	9.98
株式会社東京ウエルズ	1,035,970	7.10
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	633,400	4.34
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	620,641	4.25
株式会社ユニマットライフ	548,200	3.75
CACEIS BANK/QUINTET LUXEMBOURG SUB AC/UCITS CUSTOMERS ACCOUNT	497,500	3.41
ウエルズ通商株式会社	440,000	3.01
RE FUND 107-CLIENT AC	283,400	1.94

\* 持株比率は、自己株式（33,427株）を控除して計算しております。

## 直営婚礼店舗 全国62店舗 (92会場)

(2024年3月31日時点)

## ■ 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)

## ■ 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 TRUNK BY SHOTO GALLERY (渋谷)  
 麻布迎賓館  
 青山迎賓館 ヒルサイドクラブ迎賓館 (八王子)  
 アーフェリーク白金 ヴィクトリアガーデン 恵比寿迎賓館  
 表参道TERRACE  
 アルモニーソルーナ表参道 TRUNK(HOTEL) CAT STREET

## ■ 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)



## 直営ホテル・レストラン・業務提携先 全国16施設

(2024年3月31日時点)

## ■ 直営ホテル (4施設)

- ✓ TRUNK(HOTEL) CAT STREET (神宮前)
- ✓ TRUNK(HOUSE) (神楽坂)
- ✓ TRUNK(HOTEL) YOYOGI PARK (代々木公園)
- ✓ アルモニーアンブラスセ (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 (10施設)

- ✓ 東京會館 (丸の内)
- ✓ 横浜グランドインターコンチネンタルホテル (横浜)
- ✓ リーガロイヤルホテル小倉 (小倉)
- ✓ グランドパーク小樽 (小樽)
- ✓ リーガロイヤルホテル広島 (広島)
- ✓ REIMS YANAGIDATE (表参道)
- ✓ TERAKOYA (武蔵野)
- ✓ T-LOTUS M (品川)
- ✓ SUD/Restaurant TERAKOYA (竹芝)
- ✓ Harmonie agréable (表参道)