2023年12月期 決算説明会

株式会社ツカダ・グローバルホールディング

代表取締役社長塚田正之

2024年2月19日



TABLE OF CONTENTS

■ 連結決算概要 ··· p. 3

■ ホテルセグメント … p.13

■ 婚礼セグメント ··· p.19

■ W&Rセグメント ... p.31

■ 持続的な成長へ向けて ··· p.36

■ 参考資料 … p.42

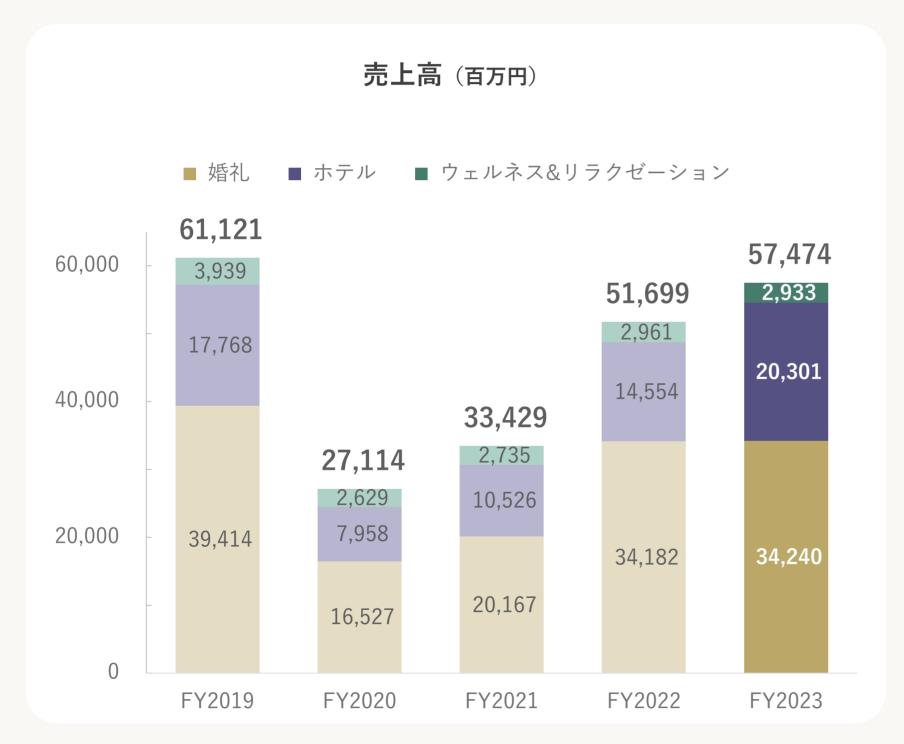
本資料で記述されている内容のうち、将来予測部分は、現時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断した見通しであり、潜在的なリスク・不確実性が含まれています。 そのため、実際の業績は様々な要因の変化により、記述されている将来見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おき下さい。

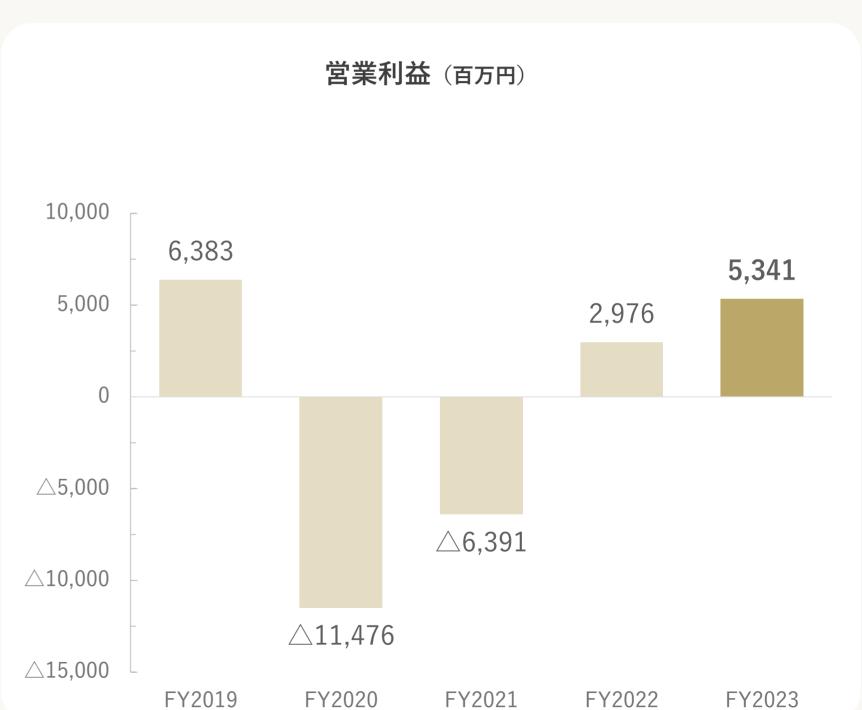
01 連結決算概要

前年同期比で増収増益。当期純利益は前年から215.6%増加し、過去最高益。

| 売上高 | 57,474 百万円 | 前年同期 51,699 百万円 | 增減率 + 11.2 % | 增減額 + 5,775 百万円 |
|---------------------|-------------|---------------------------|------------------------|---------------------------|
| 営業利益 | 5,341 百万円 | 2,976 百万円 | + 79.5 % | + 2,365 百万円 |
| 経常利益 | 5,742 百万円 | 4,758 百万円 | + 20.7 % | + 984 百万円 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | る 4,730 百万円 | 1,498 百万円 | + 215.6 % | + 3,231 百万円 |

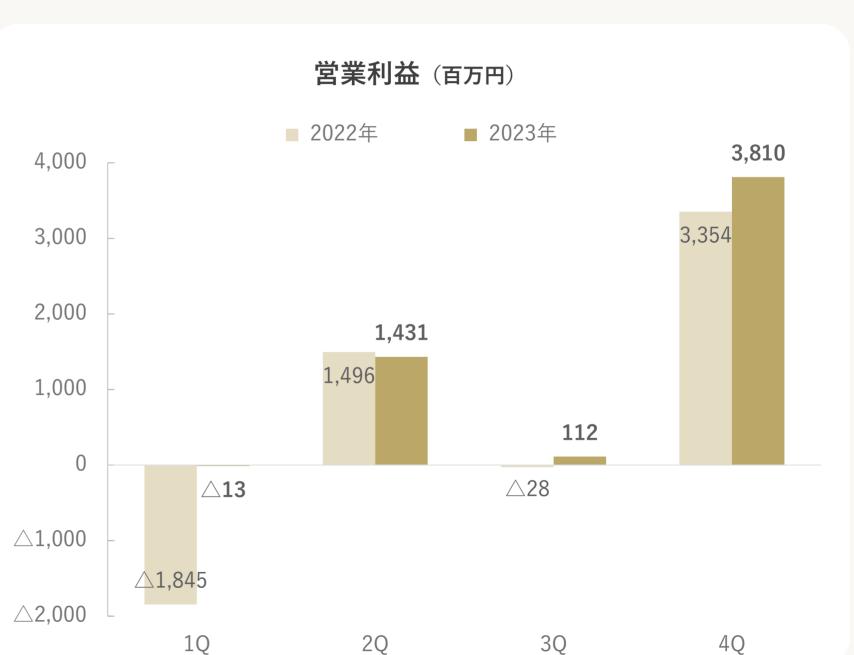
売上高・営業利益ともに2020年以降右肩上がりで増加。





売上高は全四半期で前年同期を上回る。営業利益は第2四半期を除き前年同期超。 婚礼セグメントを中心に、第2四半期及び第4四半期に取引高が増加する傾向。





売上の増加に伴い、すべての段階利益が増益。

| | 2022/12月期 4Q累計 | 2023/12月期 4Q累計 | 増減率 | |
|-----------------|-------------------|-------------------|----------|--|
| 売上高 | 51,699 | 57,474 | + 11.2% | |
| 婚礼 | 34,182 | 34,240 | + 0.2% | |
| ホテル | 14,554 | 20,301 | + 39.5% | |
| ウェルネス&リラクゼーション | 2,961 | 2,933 | △ 1.0% | |
| 売上総利益 | 17,478 | 21,655 | + 23.9% | |
| 販売費及び一般管理費 | 14,502 | 16,314 | + 12.5% | |
| 営業利益 | 2,976 | 5,341 | + 79.5% | |
| 経常利益 | 4,758 | 5,742 | + 20.7% | |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 1,498 | 4,730 | + 215.6% | |

■ 売上総利益 +23.9%

営業利益 +79.5%

売上増に対して、特に人件費や賃料などの固定費を中心にコストの伸びを抑制。その結果、売上総利益や営業利益が大きく増加した。

■ 当期純利益 +215.6%

営業外収益として為替差益を、特別利益として受取補償金を、それぞれ計上したことにより大きく増加した。

純利益計上により純資産が18.8%増加。自己資本比率は29.2%に上昇。

| | 2022/12月期 | 2023/12月期 | 増減率 |
|----------|-----------|-----------|---------|
| | 4Q末 | 4Q末 | 7目//火一 |
| 流動資産 | 24,588 | 25,249 | + 2.7% |
| 固定資産 | 62,702 | 67,747 | + 8.0% |
| 有形固定資産 | 41,131 | 46,481 | + 13.0% |
| 無形固定資産 | 2,177 | 1,622 | △ 25.5% |
| 投資その他の資産 | 19,392 | 19,644 | + 1.3% |
| 繰延資産 | 181 | 157 | △ 13.5% |
| 資産合計 | 87,472 | 93,154 | + 6.5% |
| 流動負債 | 18,530 | 18,312 | △ 1.2% |
| 固定負債 | 45,855 | 47,413 | + 3.4% |
| 負債合計 | 64,386 | 65,726 | + 2.1% |
| 純資産合計 | 23,086 | 27,428 | + 18.8% |
| 負債純資産合計 | 87,472 | 93,154 | + 6.5% |

■ 資産 +5,682百万円

- 土地 +7,229百万円
- 現金及び預金 △2,232百万円

■ 負債 +1,340百万円

- 社債 △994百万円
- 長期借入金 +2,669百万円

■ 純資産 +4,342百万円

- 利益剰余金 +4,253百万円
- 自己資本比率29.2%(前年比+3.1pt) (2022年12月期:26.1%)

第4四半期にアートグレイス ウエディングコースト東京ベイの土地を取得。 これにより連結貸借対照表上、土地が前期末比で増加。

株式会社ツカダ・グローバルホールディング

匿名組合出資(出資比率100%)

合同会社新浦安・SPC

アートグレイスウエディングコースト東京ベイが所在する土地の

不動産信託受益権を保有

- 株式会社ツカダ・グローバルホールディングは、合同会社新浦安・SPCに対して 匿名組合出資を実行
- 合同会社新浦安・SPCは、負債調達とあ わせ、アートグレイス ウエディングコー スト東京ベイが所在する土地の不動産信 託受益権を取得

営業キャッシュ・フローは前年から1.5%増加。

| | 2022/12月期 | 2023/12月期 | 増減率 | |
|------------------|-----------|-----------|----------------|--|
| | 4Q累計 | 4Q累計 | Hum | |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 7,958 | 8,075 | + 1.5% | |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | 2,077 | △ 11,764 | - | |
| フリーキャッシュ・フロー | 10,035 | △ 3,689 | - | |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △ 5,420 | 1,169 | - | |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | 83 | 287 | | |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 4,698 | △ 2,232 | - | |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 16,451 | 21,149 | | |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 21,149 | 18,916 | △ 10.6% | |
| | | | | |

■ 営業キャッシュ・フロー

- 税金等調整前当期純利益 5,993百万円

■投資キャッシュ・フロー

- 有形固定資産の取得による支出 △8,976百万円

■財務キャッシュ・フロー

- 長期借入れによる収入 10,220百万円
- 長期借入金の返済による支出 △7,539百万円

今期業績予想は、売上高60,775百万円、営業利益6,003百万円、純利益4,095百万円。

| | 2023/12月期 実績 | 2024/12月期 予想 | 増減率 | |
|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|--|
| 売上高 | 57,474 | 60,775 | + 5.7% | |
| 婚礼 | 34,240 | 35,958 | + 5.0% | |
| ホテル | 20,301 | 21,714 | + 7.0% | |
| ウェルネス&リラクゼーション | 2,933 | 3,103 | + 5.8% | |
| 売上総利益 | 21,655 | 23,065 | + 6.5% | |
| 販売費及び一般管理費 | 16,314 | 17,061 | + 4.6% | |
| 営業利益 | 5,341 | 6,003 | + 12.4% | |
| 経常利益 | 5,742 | 5,730 | △ 0.2% | |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 4,730 | 4,095 | △ 13.4% | |

新時代の事業機会を見定めた価値創造/持続的な成長へ向けたビジネス基盤の構築

重

点

戦

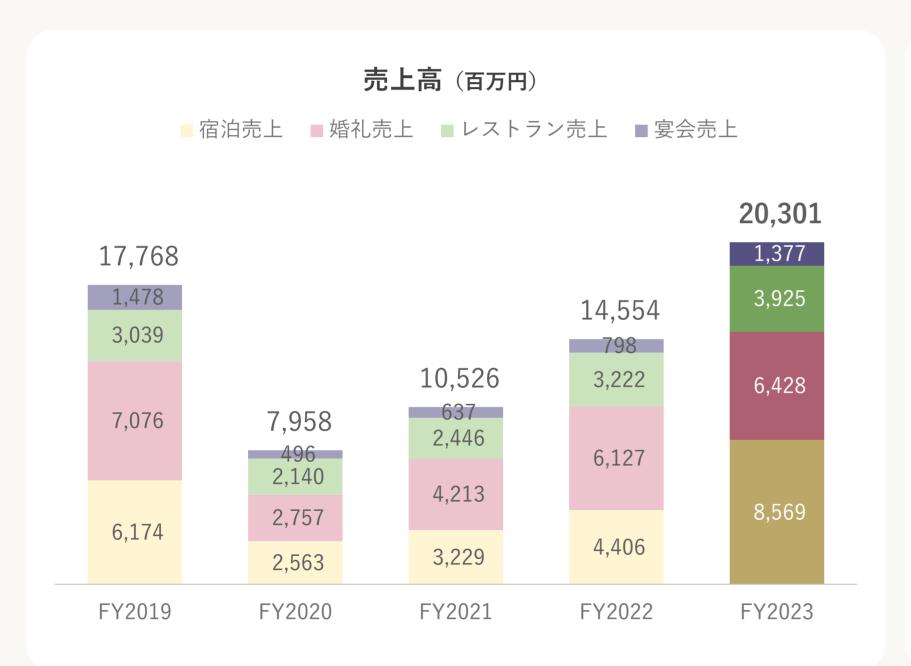
略

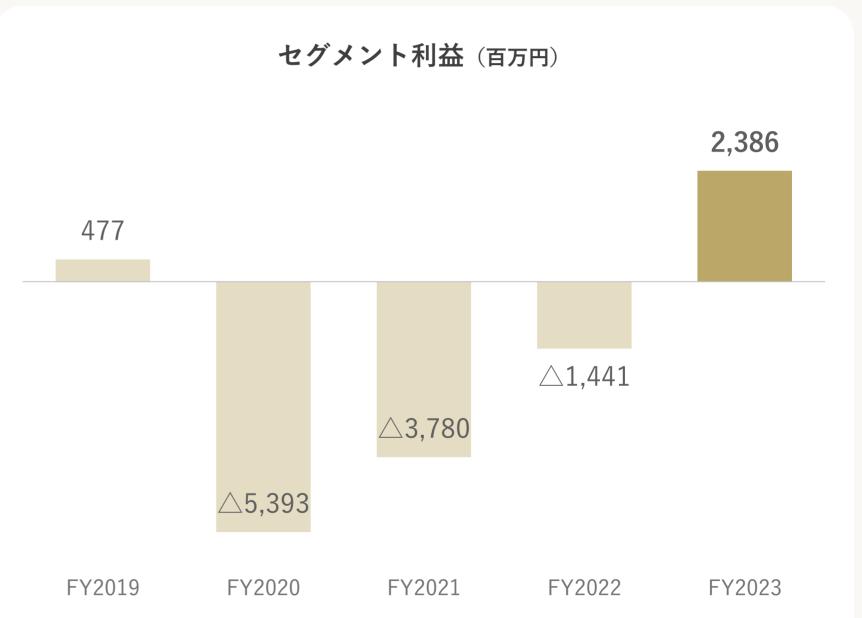
これまでにない「時間」と「空間」を創造し、新たな需要及び売上の創出を目指す

- 1 売上拡大:海外を始めとした成長市場への投資・時間と空間の最大活用
 - 価値観の多様化による新たなウエディングスタイルの展開、婚礼及びホテル事業における海外市場への展開
- 収益向上:新たな価値創造と事業モデルの再構築
 - 原点に立ち返った婚礼事業の再構築、リソースを活用した受託事業の推進、W&R事業の整理統合
- **持続成長:人的資本への投資による事業基盤の整備**
 - 持続的な成長の実現に向け、事業の基盤である人材育成を強化

02 ホテルセグメント

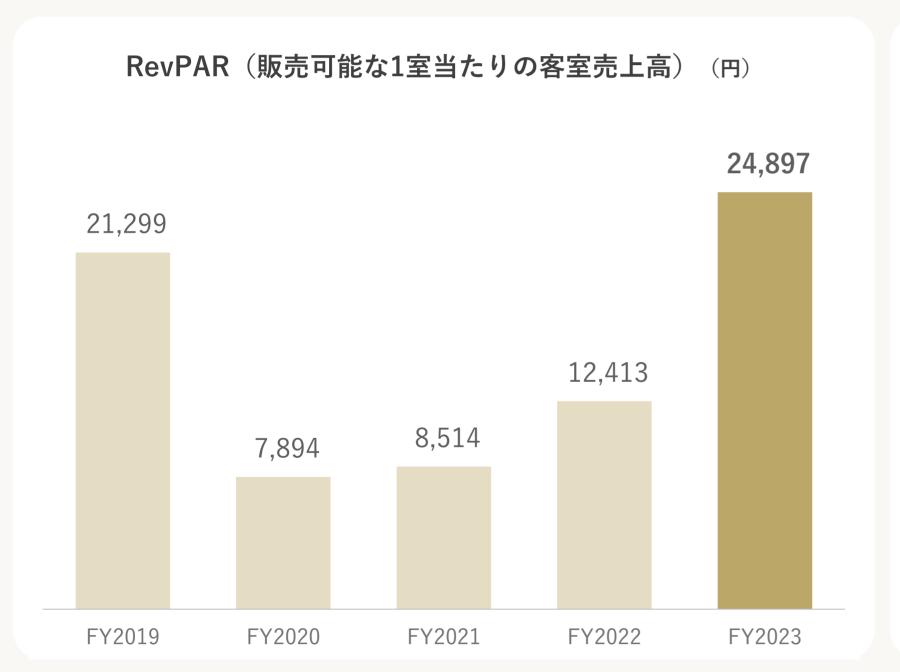
ホテルセグメントは、すべての部門売上が前年同期を上回った。 全体では39.5%の増収となり、セグメント利益も2019年以来の黒字化。

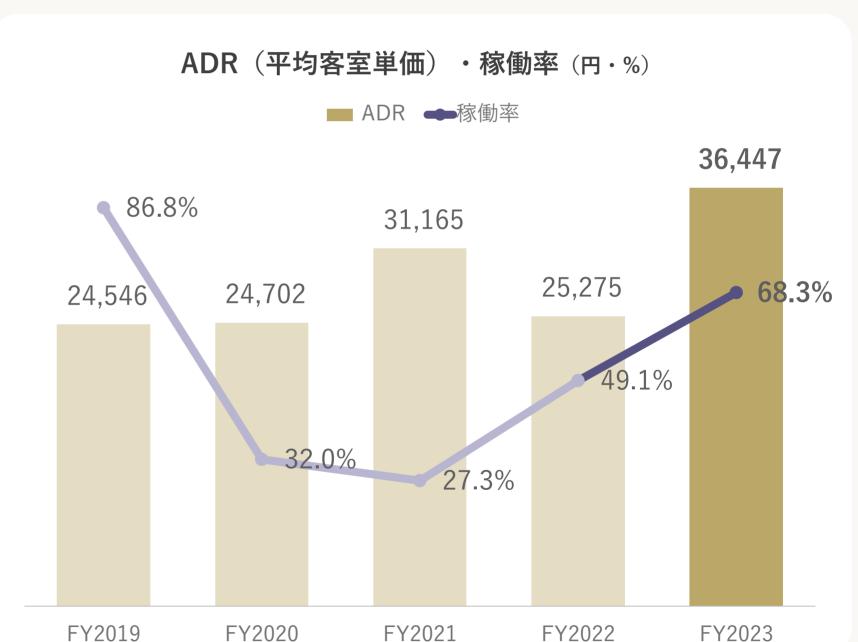




※ 2020年10月 キンプトン新宿東京 開業

宿泊部門では、RevPARが前年の2倍に成長し、2019年を上回った。 ADR及び稼働率も前年から躍進した。





ホテルインターコンチネンタル東京ベイ「和-NAGOMI- LOUNGE」対象客室を 4フロアへ拡張。インバウンド需要の拡大を捉え、和のサービスや体験をご提供。



エグゼクティブフロア (14・15F)



洗練された空間と贅を尽くしたおもてなしが魅力の和-NAGOMIラウンジ

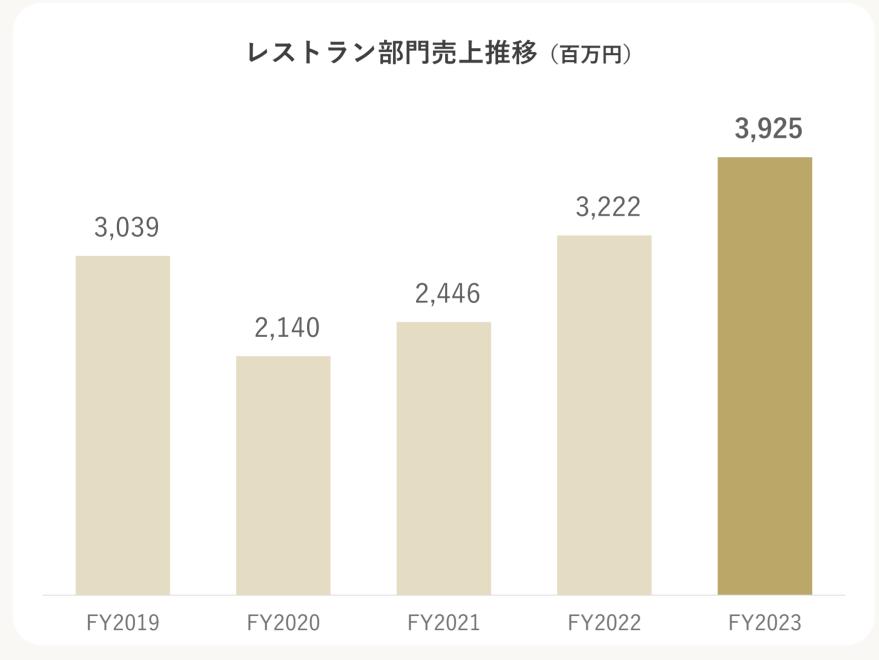


和風御膳で提供する夕食サービス



和スタイルのアフタヌーンティー

記念日やイベントにあわせた多様なプランにより、幅広い需要を取り込むことで、レストラン売上は順調に拡大。過去5年間で最高の売上となった。

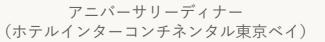




キャンドルライト バレンタインデー ディナー (キンプトン新宿東京)

1日1組限定のシェフズ・テーブルコース (キンプトン新宿東京)

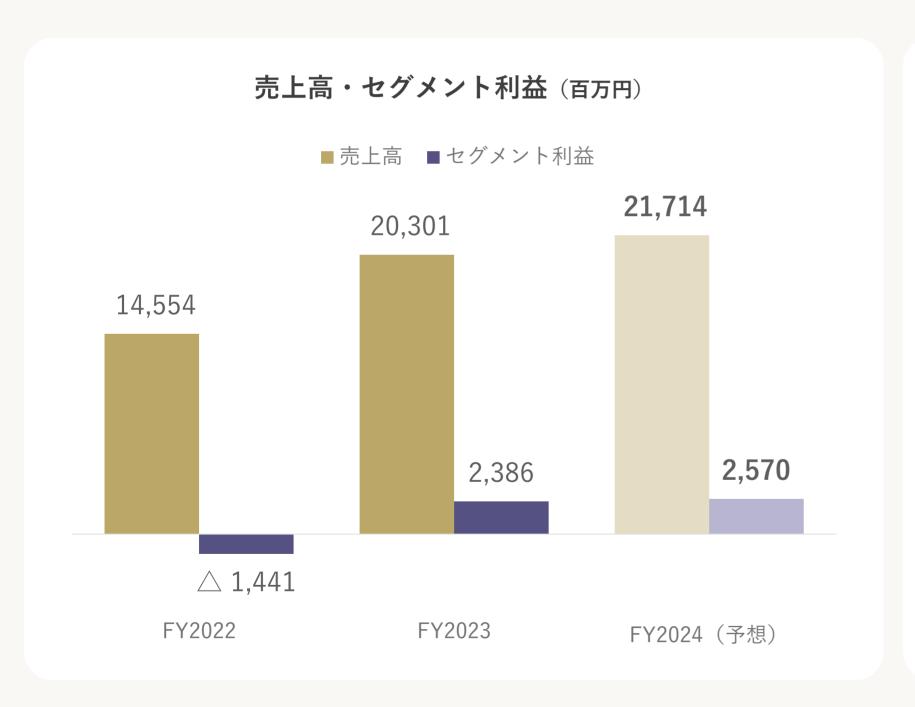


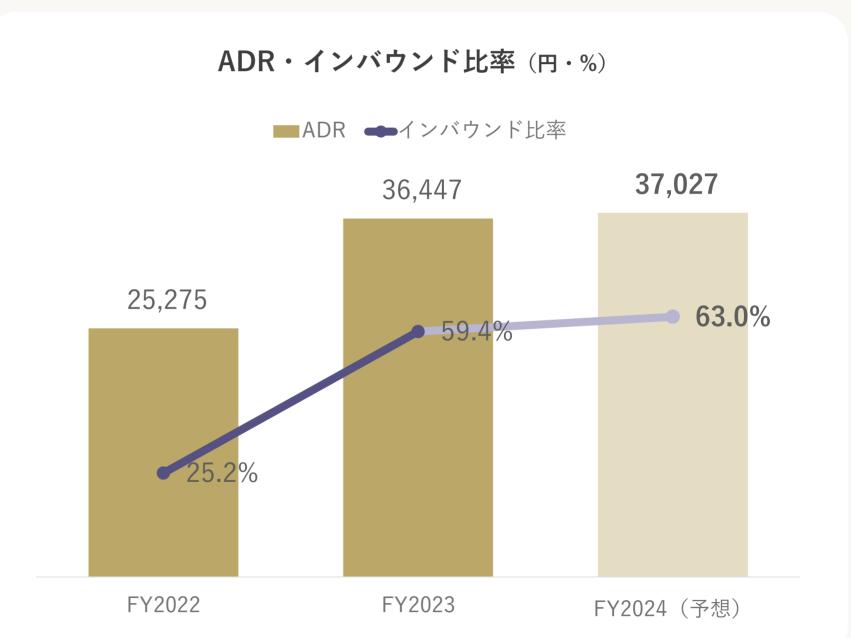




ストリングス シェアリングディナープラン (ストリングスホテル東京インターコンチネンタル)

2024年12月期は、インバウンド比率を上げることでさらに単価を上げ、 売上高と利益をさらに成長させる。

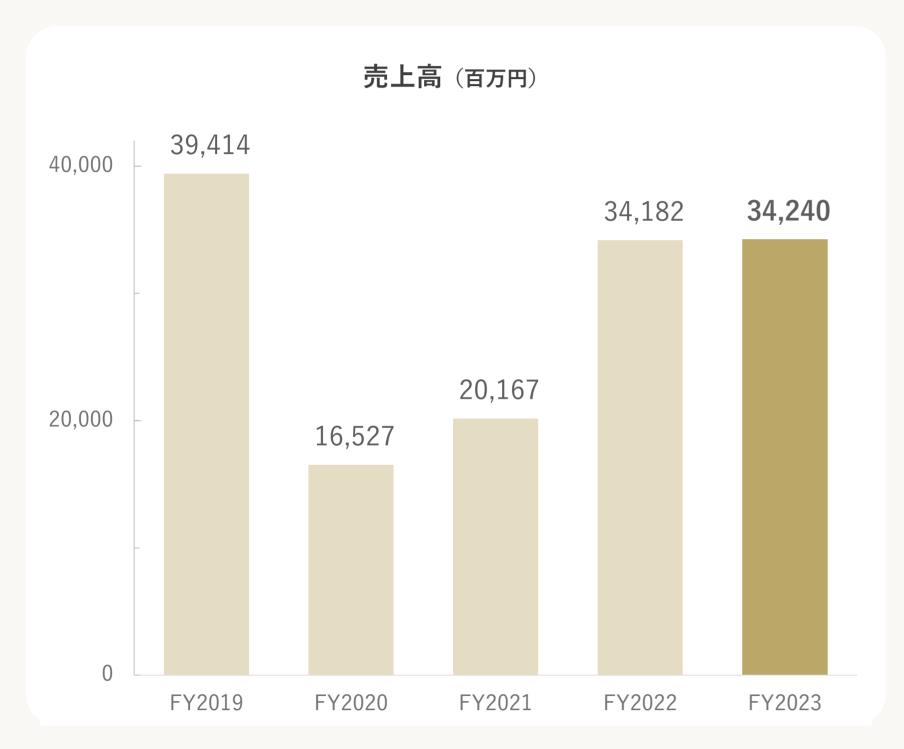


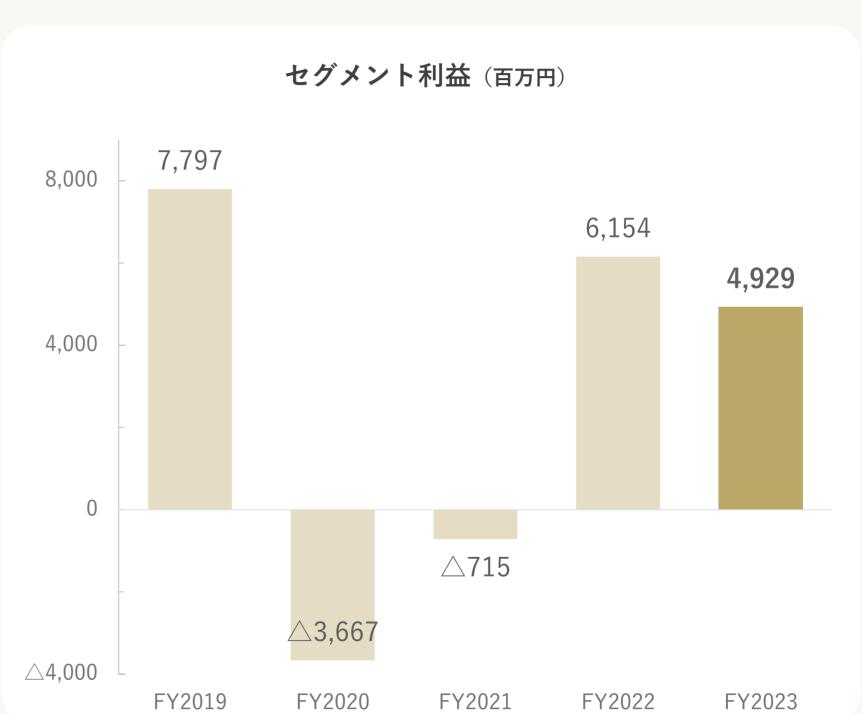


03 婚礼セグメント

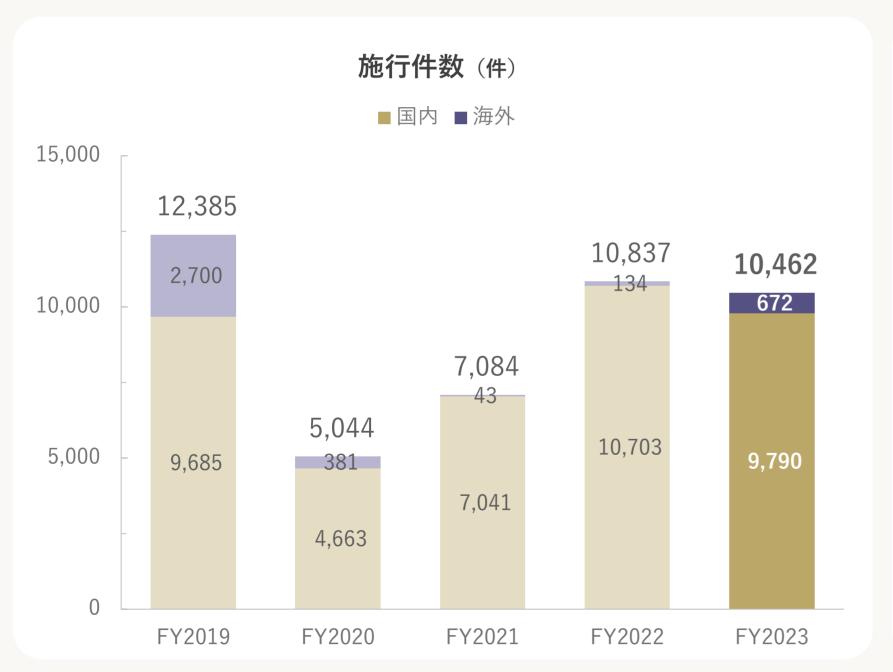


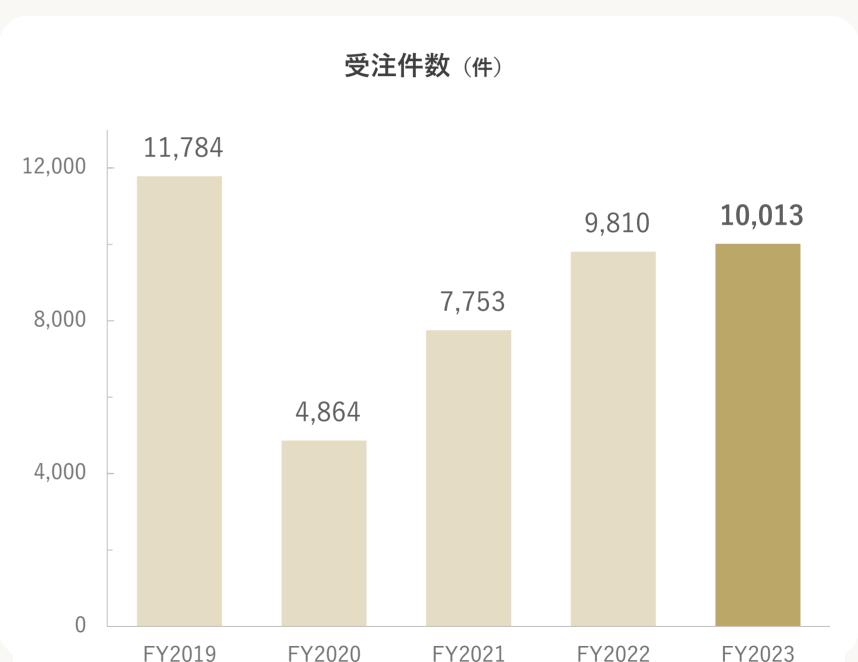
婚礼セグメントは、売上高が前年同期から微増するも、セグメント利益は減少。



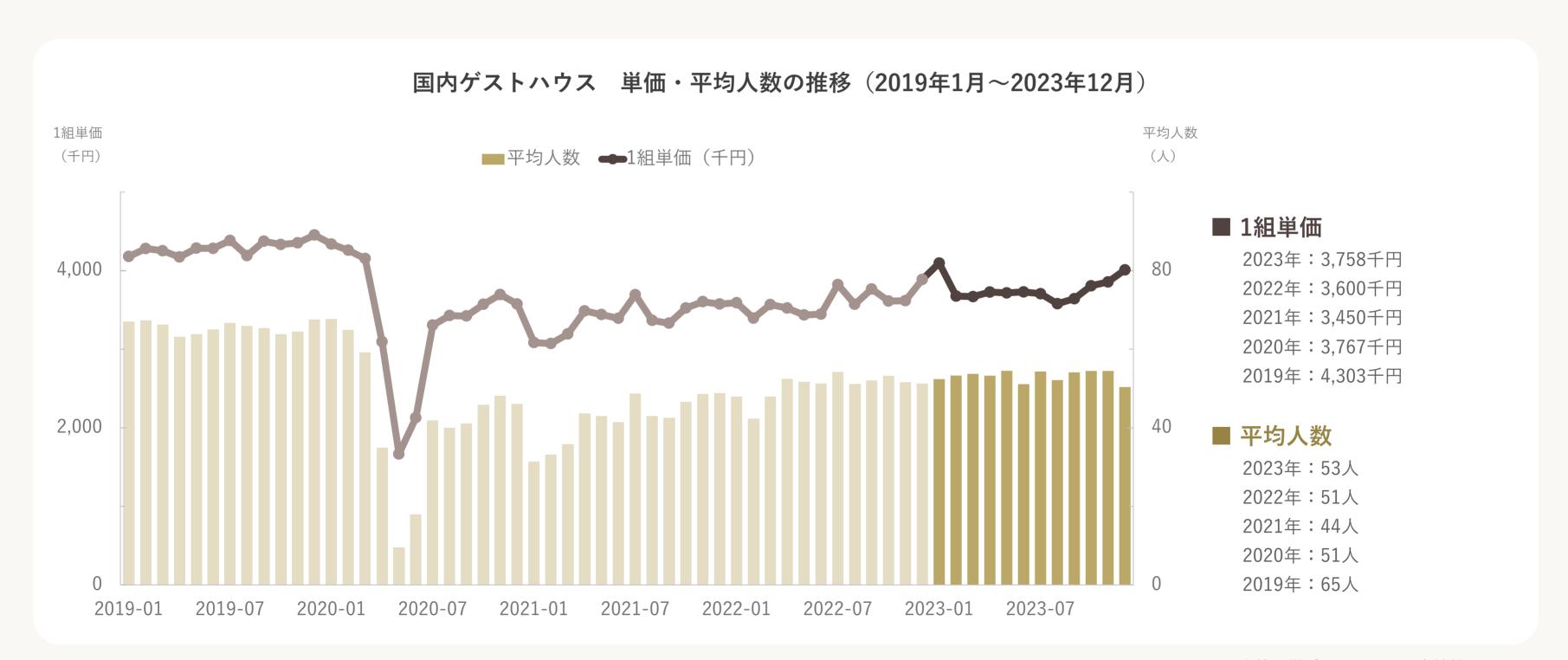


施行件数は、10,462件。コロナによる延期分が含まれる前年同期からはわずかに減少。受注件数は、右肩上がりで成長し、前年同期より203件増加して10,013件となった。





1組あたりの単価は、2021年以降、平均人数回復に伴い上昇傾向。



2023年は新規に1会場を新設したほか、時代に合わせたリニューアルを実施。





新浦安アートグレイスウエディングコースト 大聖堂



アートグレイス星ヶ丘迎賓館「オランジュリーガーデン」邸



伊勢山ヒルズ「ブルックリンテラス」邸



伊勢山ヒルズ「オックスフォードガーデン」邸

新設

青山セントグレース大聖堂「ノリータ」邸

2024年も継続してお客様のニーズを先読みして施設のリニューアルを実施。





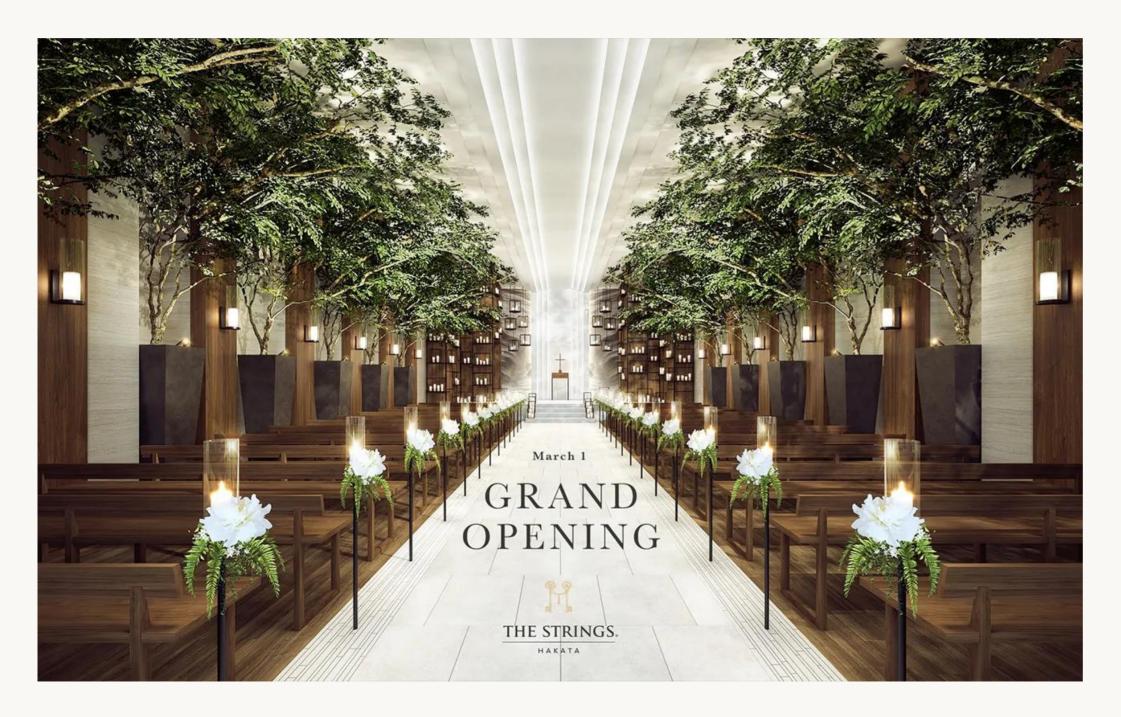


京都アートグレイスウエディングヒルズ 大聖堂

心斎橋 セントグレース ヴィラ チャペル

横浜 アートグレイス ポートサイドヴィラ「ニューヨーク」邸

マネジメント契約のウエディング施設を"ザストリングス博多"へリブランディング。ストリングスのブランドカ・ナレッジを活かし、集客・運営を強化。



CONCEPT

RESONANCE

「共鳴・反響・余韻|

素晴らしい音が誰かの胸に響くように、私たちが 創り上げるウエディングが皆様の心を震わせたい。 ストリングスというステージで、 チーム全員による楽団「The Strings Club Orchestra」がおふたりだけの音を奏でます。 2023年8月から、新たにオリエンタルホテル広島の婚礼運営を受託。 2023年9月には、新たなドレスサロン「デスティニーライン 広島」をオープン。











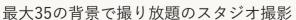


オリエンタルホテル広島

DESTINY Line HIROSHIMA

東京、大阪に続き、名古屋と京都に前撮り・フォトウエディングの新店舗をオープン。 フォトジェニックなスタジオやチャペル・ロケーションで感動の時間と空間をご提供。







本物の結婚式場でのチャペル撮影



豊富なロケーションフォト

好調なアフタヌーンティーを全てのゲストハウスへ展開。 ブライダル以外の利用シーンを確立し、多角的な収益獲得を目指す。



『マリーアントワネットのストロベリールージュ アフタヌーンティー』(仙台)



『ストロベリーチョコレートKiss』 (青山)



『はんなり苺アフタヌーンティー』 (京都)



『クラシカルレディーの ストロベリーアフタヌーンティー』(心斎橋)

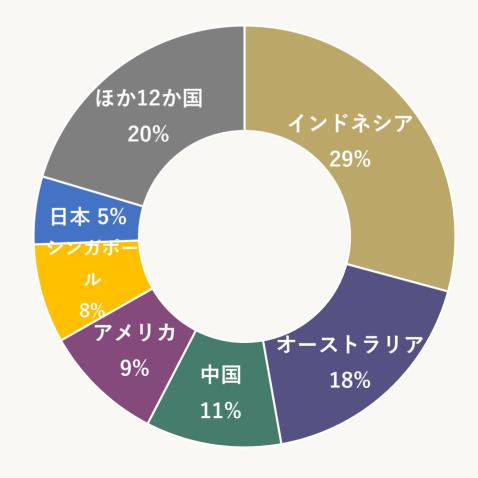


『マジックオータムアフタヌーンティー』 (新浦安)

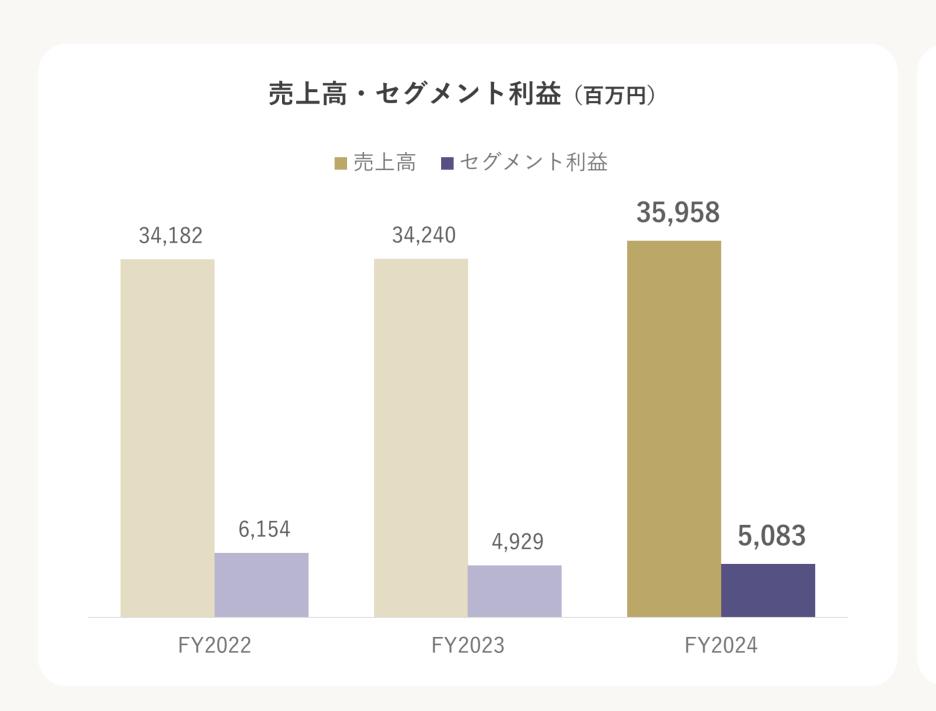
インドネシア・バリ島でのインターナショナルウエディングは引き続き好調。 施行・受注ともに2022年から2倍以上に拡大。



■ インターナショナルマーケットに おいてウエディングを展開



2024年12月期の見通しは、1組単価を上げることで売上・利益を伸ばす。単価上昇要因は、1組あたり人数の増加、前撮りの促進、衣裳単価の上昇。



■ 1組あたり人数の増加

- 2023年から2人程度増加する見込み
- 1人あたり平均単価70,000円 → 1組あたり14万円の上昇効果

■前撮りの促進

- 『スタジオフォトパーク』展開によるプレミアムな前撮り
- チャペル・ロケーションフォト需要を新たに取り込む

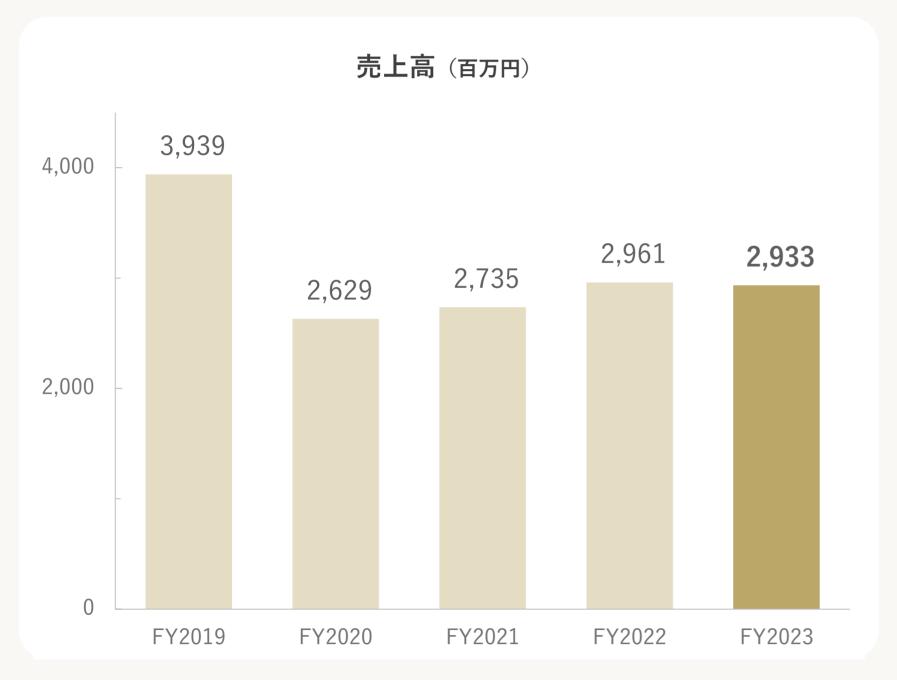
■ 衣裳単価の上昇

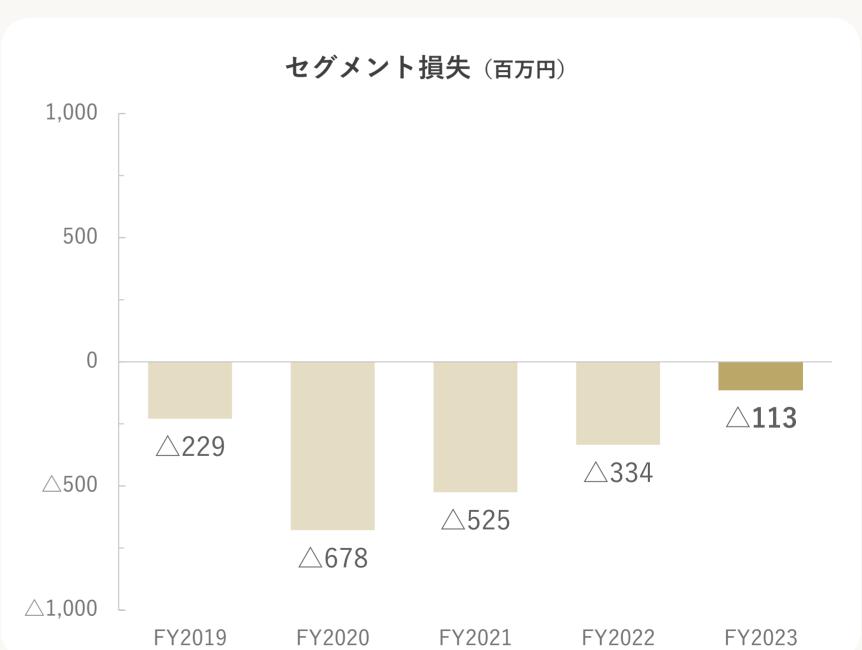
- ドレスの取扱いを26ブランドから30ブランドへ増やし、 日本一のブランド取扱数を実現
- 海外からのインポートドレスを充実させ衣裳単価を上げる とともに2着目の販売を促進する

04 ウェルネス&リラクゼーションセグメント (W&R)

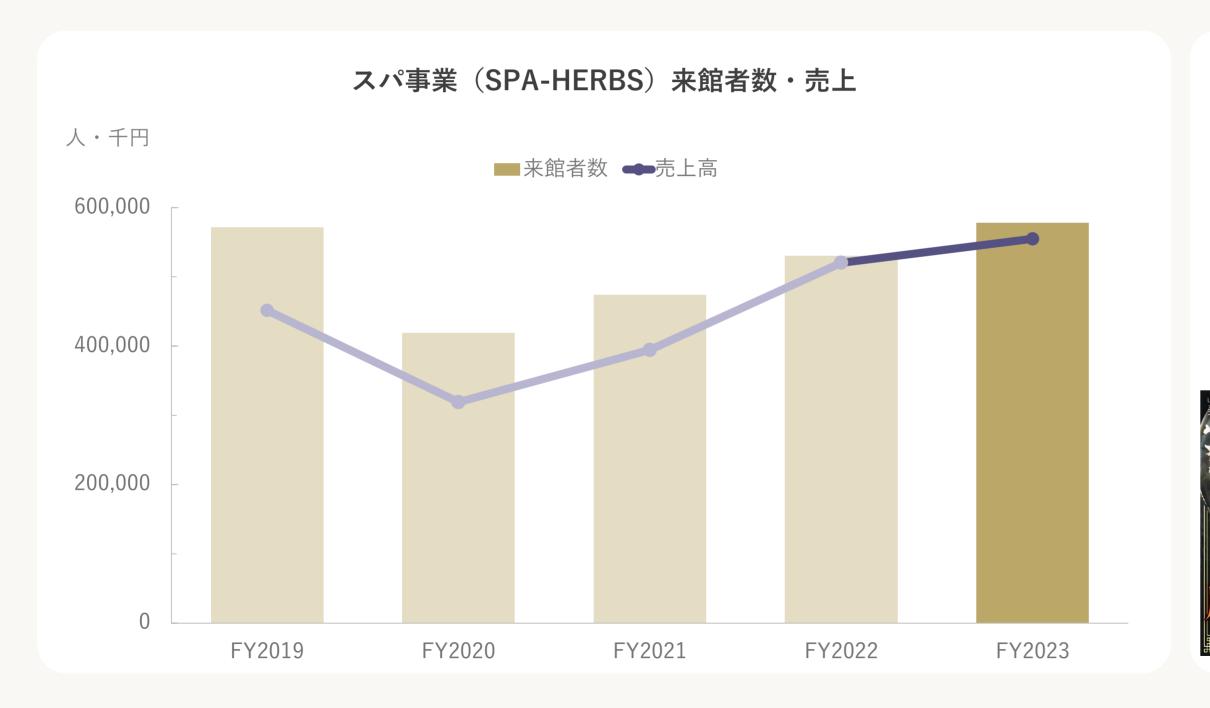


W&Rセグメントは、リラクゼーション事業における不採算店舗の閉店や人員不足による回復の遅れにより売上高が前年同期から減少するも、セグメント損失が改善。



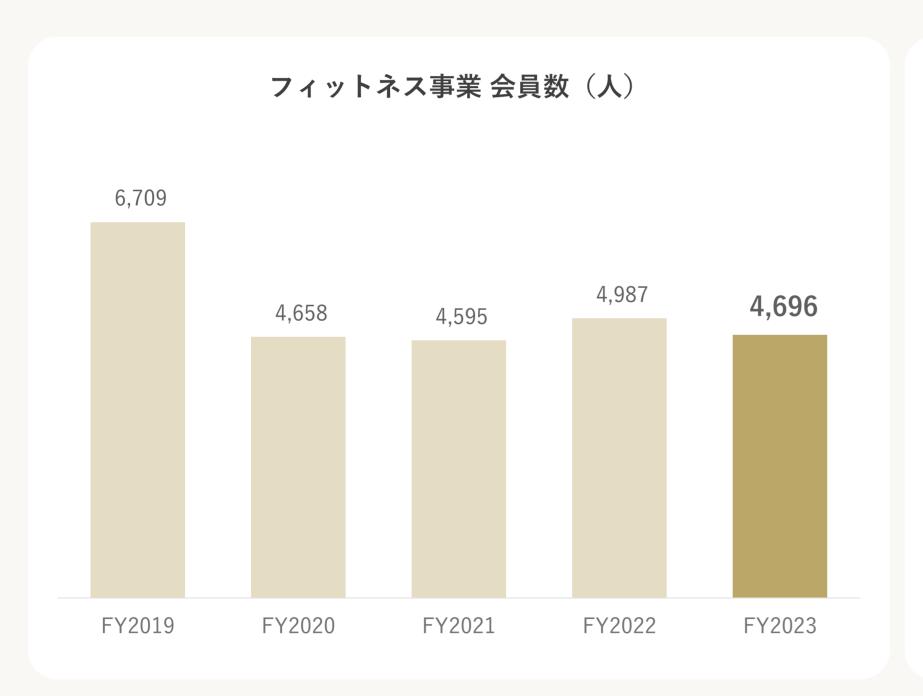


スパ事業「SPA-HERBS」は、来館者数の増加及び単価変更により増収。 様々なフェアやイベントを開催し、継続的に選ばれる施設を目指す。





フィットネス事業は、京都店を閉店し、フォトウエディングスタジオへ業態変更。 閉店に伴い会員数は前年同期から5.8%減少。

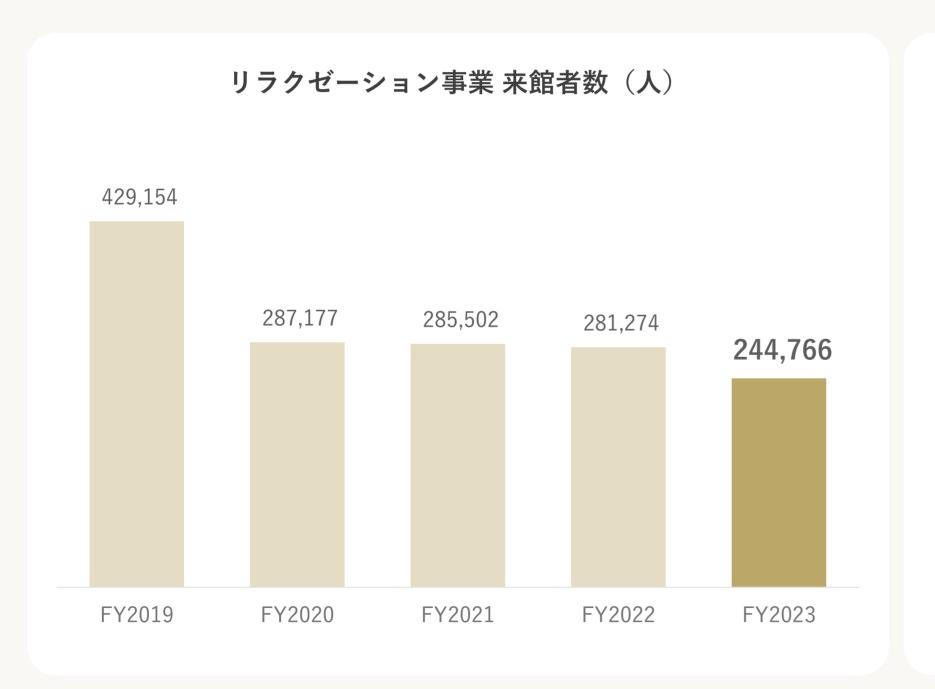


■ BEST STYLE FITNESS京都烏丸を スタジオフォトパーク京都店へ業態変更





リラクゼーション事業は、不採算店舗の閉店により来館者数が減少。 引き続き店舗構成の強化を図り、将来の収益性向上を目指す。



■店舗閉店

- 2023年: Qtto八重洲地下街、 クイーンズウェイ 新宿京王 モールアネックス

■新規店舗

- 2023年3月に、 Queensway LUX 東京ミッドタウン八重洲をオープン



05 持続的な成長へ向けて

心に灼きつく プロのおもてなしで、 人々が集うシーンをプロデュースする

「心に灼きつく」とは

人々がまだ気づいていない時代のニーズを 先取りし、**今までになかった時間と空間を 創りだす**ことにより、その感動の余韻が、 生涯お客様の心に残りつづけること。

「プロのおもてなし」とは

おいしい料理、たのしい時間、心地よいと 感じていただける接客といった、お客様に 触れるものすべてに、**おもてなしのプロ**として 誇りを持って提供すること。

「人々が集うシーンをプロデュースする」とは

人々がふれあい、感動をわかちあえる

「人々が集いたくなる場所」を創造し続けること



企業活動・事業を通じた社会課題解決

晩婚化・未婚化

人口減少・少子高齢化

地域振興・伝統継承

感動で、人と人を結ぶ、幸せがあふれる 心豊かな社会へ

マテリアリティと関連するSDGs

| テーマ | マテリアリティ | 関連するSDGs | | | | | | | | |
|------------------------------|-------------------------------|--------------------|----------------|----------------------------|------------------|------------------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
| | | 3 すべての人に 健康と福祉を | 4 質の高い教育を みんなに | 5 ジェンダー平等を 実現しよう | 8 働きがいも 経済成長も | 9 産業と技術革新の 基盤をつくろう | 10 人や国の不平等 をなくそう | 11 住み続けられる まちづくりを | 12 つくる責任 つかう責任 | 17 バートナーシップで 目標を達成しよう |
| ① すべての人へ もっと思い出を。もっと感動的に。 | | | | | | | | | | |
| | 1. ウエディング以外の多様な記念日・イベント開発 | | | | | | | | | |
| | 2. あらゆる人へ感動を提供できるサービス基盤構築 | | | | | | | | | |
| ②「個」の成長が「集」の成長、「社会」の成長へ。 | | | | | | | | | | |
| | 1. 外部への技術・職業研修の積極実施 | | | | | \bigcirc | \bigcirc | | | |
| | 2. 多彩なライフ・ワークスタイルへの対応 | \bigcirc | | | | | | | | |
| ③ 人々が安心、ワクワクして集い、つながる場所の創出を。 | | | | | | | | | | |
| | 1. 都市・地域の魅力度の向上 | \bigcirc | | | | | | | | |
| | 2. 安心・安全な店舗、施設の開発・運営 | | | | | | | | | |
| ④ 新たな価値創造で、新たな時代を共にきり拓く力を。 | | | | | | | | | | |
| | 1. DX推進・技術開発・新たなパートナーシップ強化 | | | | | \bigcirc | | | | |
| | 2. ガバナンス強化 / ダイバーシティ推進 / 人財育成 | | | | | | | | | |

ホテルによる地域コミュニティへの貢献(キンプトン新宿東京)

MATERIALITY 3-1

人々が安心、ワクワクして集い、つながる場所の創出を。

都市・地域の魅力度の向上

■ 近隣地区の子ども食堂サポートボランティア

キンプトン新宿東京のスタッフが子ども食堂のサポートボランティアに参加。ホテルから歩いて5分の場所にある会場で配膳等を行った。





■ JR新宿駅の清掃活動に参加

優しさ、思いやり、地域への貢献を祝うIHG GIVING FOR GOOD月間。キンプトン新宿東京のCSRチームが主導となり、JR新宿駅の清掃活動に参加。





Happinessプロジェクト ~多様な人々の視点を理解することで新たな"おもてなし"へ

MATERIALITY 1-2

すべての人へもっと思い出を。もっと感動的に。

あらゆる人へ感動を提供できるサービス基盤構築

■ 「レインボーフェスタ!2023」へ出店

LGBTQ+などの性的指向および性自認に関わらず性の多様性を祝福し、分かち合う場として、当事者や各企業が集い、交流を深めるイベント「レインボーフェスタ!2023」。ベストブライダルは、どんな方でも安心してご利用いただける施設を目指したLGBTQ+フレンドリー企業として参画。



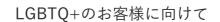


「Happinessプロジェクト」とは

社会において様々な需要が高まるなか、更にお客様満足の向上を目指し、障害のある方やLGBTQ+の方、ご高齢の方、外国の方など多様な方の視点に立ち、サービス内容を改めて見つめ直すための取組みです。ベストブライダルでは、まずは当事者の視点を知るために知識の習得からスタートし、学んだ視点をどのようにサービスに活かしていけるのかを話し合い、適切なサービスを整えていくことを目指しています。









障害をお持ちのお客様に向けて

TGH 独自テーマ(18番目のゴール)

もっと世界中に心の豊かさを



ツカダ・グローバルホールディング独自の18番目のゴールは「時間と空間のプロデュース」を通して、世の中の多くの人々へ、感動と喜び、かけがえのない思い出を提供することを目標としております。 婚礼・ホテル・記念日・W&R事業を通じて、「つながる感動」「集う喜び」「心に灼きつく思い出」 目に見える世の中に必要なものだけではなく、人々の心・人生にとって「大切なもの」、人々の「心の豊かさ」を 提供することがツカダ・グローバルホールディングが世の中に貢献できる最大の価値と考えます。

06 参考資料

ゲストハウス:直営店全国17店舗(54バンケット)

中日本

星ヶ丘 星ヶ丘迎賓館 アートグレイスクラブ(2)

名古屋丸の内 アプローズスクエア 名古屋迎賓館(1)

西日本

京都 アートグレイス ウエディングヒルズ(3)

大阪 アートグレイス ウエディングコースト 大阪(5)

心斎橋 心斎橋 セントグレース ヴィラ(2)

東日本

仙台 仙台 アートグレイス ウエディングフォレスト(3)

大宮 アートグレイス ウエディングシャトー(4)

大宮璃宮(4)

新浦安 新浦安 アートグレイス ウエディングコースト 東京ベイ(5)

日本橋 東京 アフロディテ(1)

白金 白金迎賓館 アートグレイスクラブ(2)

青山 青山 セントグレース大聖堂(4)

市ヶ谷 アプローズスクエア 東京迎賓館(1)

赤坂 赤坂 アプローズスクエア迎賓館(1)

表参道 ザストリングス 表参道(5)

横浜 横浜 アートグレイス ポートサイドヴィラ(4)

伊勢山 伊勢山ヒルズ(7)

関東及び名古屋に複数のホテル・レストランを運営



ホテル インターコンチネンタル 東京ベイ (港区)

(330室 6バンケット 1チャペル)

- ・ニューヨークラウンジ ・ラ・プロヴァンス ・鉄板焼匠
- ・シェフズ ライブ キッチン ・ハドソンラウンジ
- ・イタリアンダイニング ジリオン
- ・レインボーブリッジビューダイニング&シャンパンバー マンハッタン



ストリングスホテル東京インターコンチネンタル(港区)

(203室 2バンケット 1チャペル)

- ・イタリアングリル「メロディアー ・鉄板焼「風音」
- ・中国料理「チャイナシャドー」・カフェ&バー「リュトモス」



ストリングスホテル名古屋(名古屋市)

(126室 7バンケット 2チャペル)

- ・ニューヨーク ラウンジ
- ・ダイニング&カフェグラマシースイート
- ・シェフズ ライブ キッチン ・鉄板焼 匠



レストラン

- ・四季庭(大宮)・マンジャーレ(伊勢山・横浜)
- ・タバーン・バイ ザ グリーン (表参道)
- ・カフェ&ダイニング ゼルコヴァ (表参道)



キンプトン 新宿東京 (新宿区)

(151室 3バンケット 1チャペル)

- ・ザ・ジョーンズ カフェ&バー
- ・ディストリクト ブラッスリー・バー・ラウンジ
- ・86 (ルーフトップバー)

沖縄・ハワイ・バリ島でリゾートウエディングを展開

沖縄(1)

アートグレイス オーシャンフロントガーデンチャペル沖縄

ハワイ (4)

セント・カタリナ・シーサイドチャペル アロハエスクラブ・シーサイドガーデン プルメリアガーデン ザ・ハウスオブイリス

バリ島(2)

ティルタ・ウルワツ グラスハウス・バイ・ティルタ







W&R事業は、リラクゼーション41店舗、フィットネススタジオ3店舗、スパ温浴1店舗で構成

北海道

クイーンズウェイ 札幌APIA クイーンズウェイ 東急百貨店さっぽろ店

埼玉

クイーンズウェイ 大宮そごうビル内専門店街 クイーンズウェイ 浦和コルソ SPA-HERBS (大宮) BEST STYLE FITNESS (大宮)

千葉

クイーンズウェイ シャポー市川 BEST STYLE FITNESS(新浦安) BEST STYLE FITNESS(海浜幕張)

神奈川

クイーンズウェイ 横浜地下街ポルタ クイーンズウェイ 川崎アゼリア クイーンズウェイ ららテラス 武蔵小杉 クイーンズウェイ ラスカ小田原 GINZA BODY CARE 横浜地下街ポルタ

東京

クイーンズウェイ 銀座並木通り クイーンズウェイ ヤエチカ クイーンズウェイ 麻布十番 クイーンズウェイ 新宿京王百貨店 クイーンズウェイ アトレ目黒 クイーンズウェイ アトレ大森 クイーンズウェイ 池袋東武店 クイーンズウェイ 池袋西口地下街 クイーンズウェイ 立川 クイーンズウェイ アトレ吉祥寺 クイーンズウェイ 荻窪タウンセブン クイーンズウェイ 北千住マルイ クイーンズウェイ 丸ビル クイーンズウェイ 有楽町マルイ GINZA BODY CARE 麻布十番 GINZA BODY CARE 銀座並木通り GINZA BODY CARE ヤエチカ Queensway LUX 銀座並木通り Queensway LUX 東京ミッドタウン八重洲

静岡

クイーンズウェイ 静岡パルシェ

愛知

クイーンズウェイ 名古屋ユニモール クイーンズウェイ 名古屋地下街サンロード

京都

クイーンズウェイ 高島屋京都店

大阪

クイーンズウェイ 大阪ディアモール クイーンズウェイ 梅田阪急三番街 クイーンズウェイ 京阪モール クイーンズウェイ 大阪空港 クイーンズウェイ 大丸梅田 GINZA BODY CARE 大阪空港

兵庫

クイーンズウェイ 神戸マルイ

福岡

クイーンズウェイ 福岡三越

五

フィットネススタジオ 3店舗



スパ温浴施設 1店舗



リラクゼーション施設 41店舗

TSUKADA GLOBAL HOLDINGS