

2024年12月期 第2四半期(中間期) 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8月19日



TABLE OF CONTENTS

■ 連結決算概要	…	p. 3
■ セグメントハイライト	…	p.23
■ 持続的な成長へ向けて	…	p.30
■ 参考資料	…	p.37

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

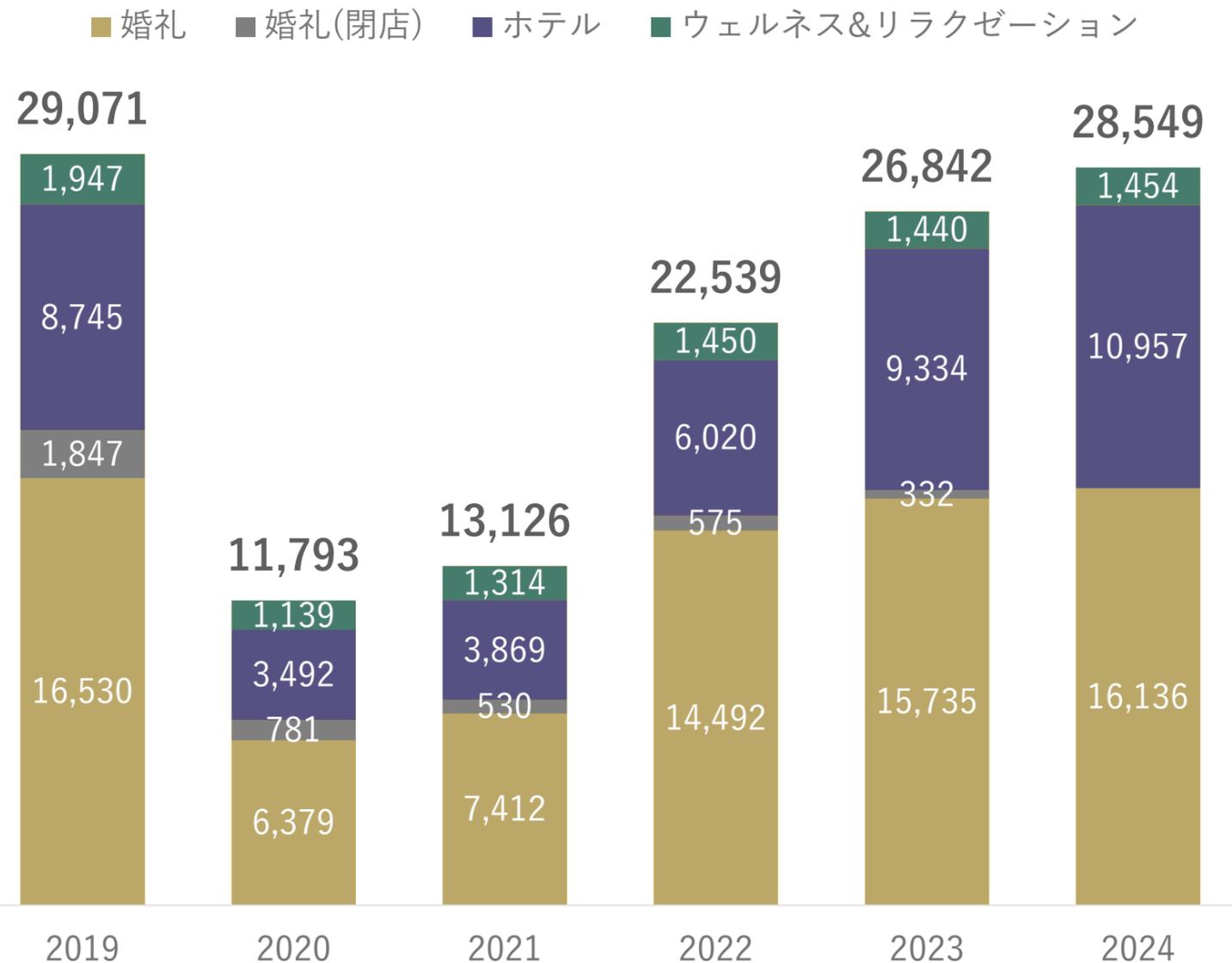
ホテル事業が牽引し、増収増益。

為替差益・段階取得に係る差益計上により、経常利益及び純利益は過去最高。

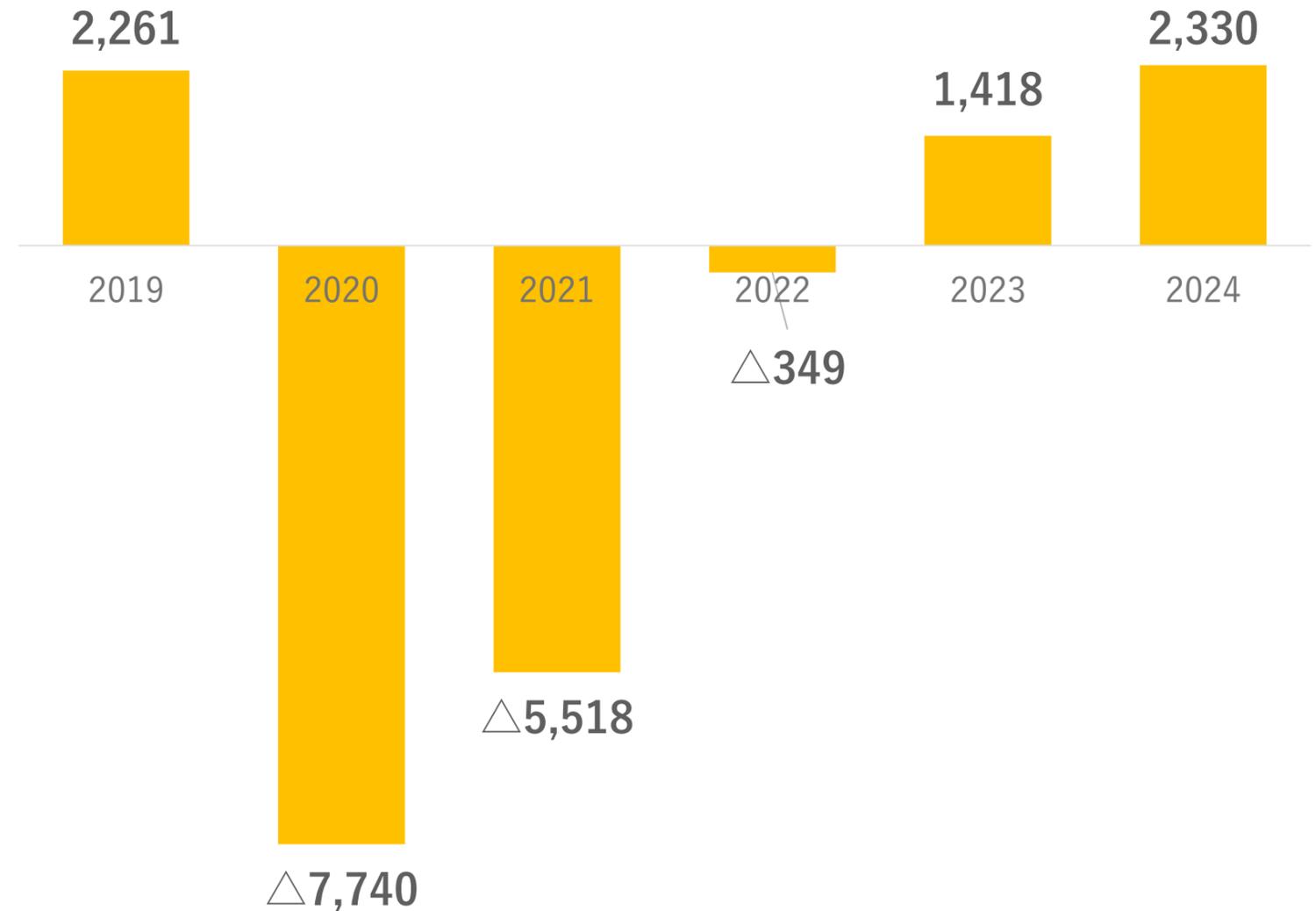
		前年同期	増減率	増減額
売上高	28,549 百万円	26,842 百万円	6.4 %	1,706 百万円
営業利益	2,330 百万円	1,418 百万円	64.4 %	912 百万円
経常利益	3,292 百万円	2,165 百万円	52.1 %	1,127 百万円
親会社株主に帰属する 中間純利益	3,037 百万円	2,036 百万円	49.1 %	1,001 百万円

全セグメントで増収。営業利益はコロナ前の2019年を上回った。

売上高 (中間・百万円)



営業利益 (中間・百万円)

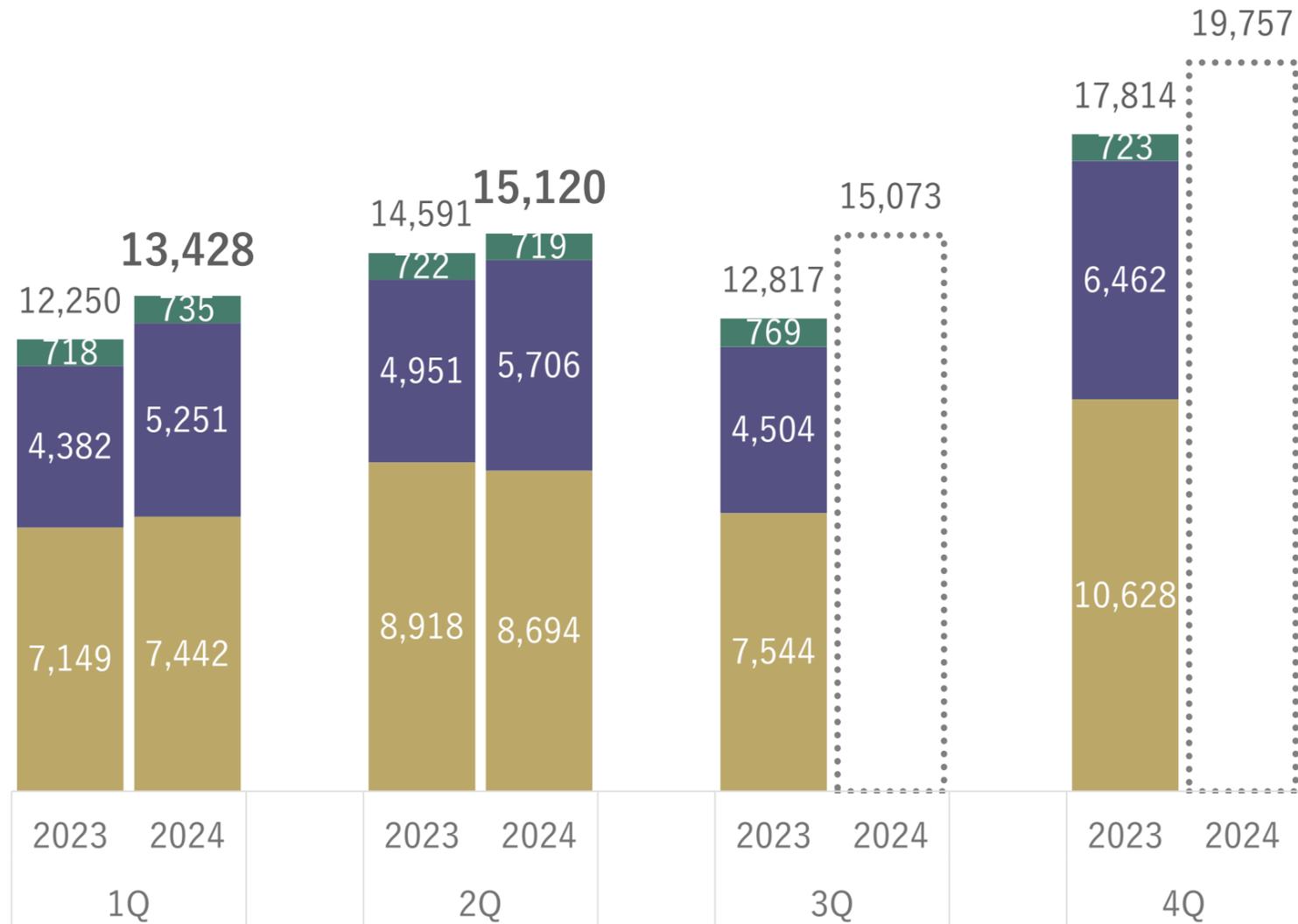


※ グレー部分は婚礼事業の閉店事業所分

第1四半期・第2四半期ともに売上高・営業利益が前年同期を上回った。

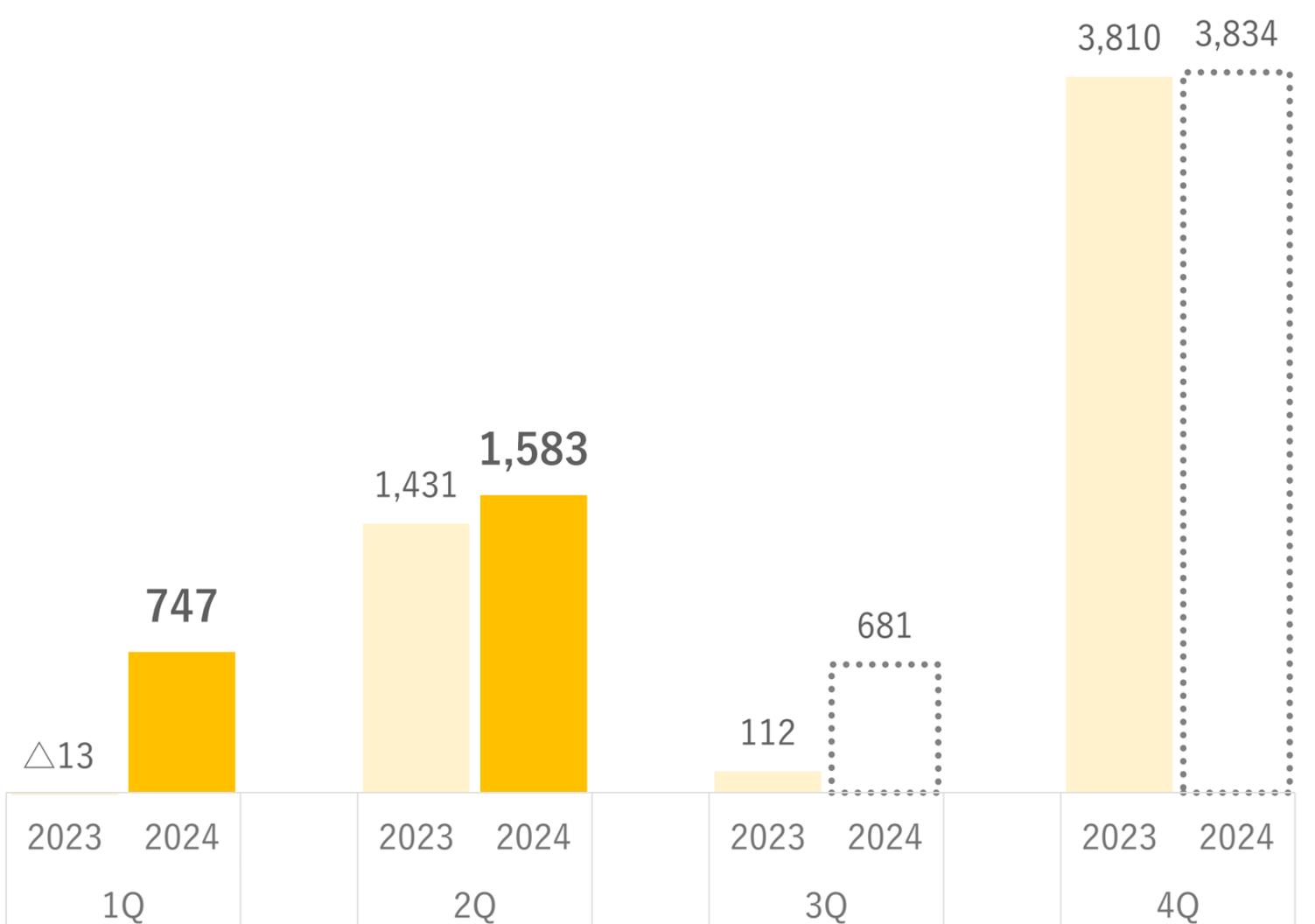
売上高 (百万円)

■ 婚礼 ■ ホテル ■ ウェルネス&リラクゼーション



※ 点線部は予想

営業利益 (百万円)



※ 点線部は予想

全セグメントで増収となり、営業増益。為替差益と段階取得に係る差益を計上。

	2023 2Q累計	2024 2Q累計	増減率
売上高	26,842	28,549	+ 6.4%
婚礼	16,067	16,136	+ 0.4%
ホテル	9,334	10,957	+ 17.4%
ウェルネス&リラクゼーション	1,440	1,454	+ 1.0%
売上総利益	9,430	11,072	+ 17.4%
販売費及び一般管理費	8,012	8,741	+ 9.1%
営業利益	1,418	2,330	+ 64.4%
経常利益	2,165	3,292	+ 52.1%
親会社株主に帰属する中間純利益	2,036	3,037	+ 49.1%

■ **為替差益 1,225百万円**

外貨建て資産の評価益を計上。

■ **段階取得に係る差益 1,058百万円**

BT KALAKAUA, LLC (Kaimana Beach Hotel運営会社) の株式取得に伴い、従前保有していた株式の評価替えを実施。

BT KALAKAUA, LLCを連結したことにより、資産及び負債が増加。

	2023 4Q	2024 2Q	増減率
流動資産	25,249	22,663	△ 10.2%
固定資産	67,747	80,776	+ 19.2%
有形固定資産	46,481	58,960	+ 26.8%
無形固定資産	1,622	2,180	+ 34.4%
投資その他の資産	19,644	19,636	△ 0.0%
繰延資産	157	143	△ 8.5%
資産合計	93,154	103,583	+ 11.2%
流動負債	18,312	26,057	+ 42.3%
固定負債	47,413	46,402	△ 2.1%
負債合計	65,726	72,459	+ 10.2%
純資産合計	27,428	31,123	+ 13.5%
負債純資産合計	93,154	103,583	+ 11.2%

■ 資産

- 固定資産 +19.2%
BT KALAKAUA, LLCの連結により
土地及び建物・構築物を固定資産へ
計上

■ 負債

- BT, KALAKAUA, LLCの連結により
1年内返済予定の長期借入金が増加

■ 純資産

- 利益剰余金 +2,799百万円
- 自己資本比率28.8%
(2023年12月期：29.2%)

営業キャッシュ・フローは前年同期比で50%以上増加。

	2023 2Q累計	2024 2Q累計	増減率
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,157	3,275	+ 51.8%
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,391	△ 2,718	-
フリーキャッシュ・フロー	△ 1,234	557	-
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,123	△ 1,796	-
現金及び現金同等物に係る換算差額	274	207	△ 24.4%
現金及び現金同等物の増減額	△ 3,083	△ 1,031	-
現金及び現金同等物の期首残高	21,149	18,916	△ 10.6%
現金及び現金同等物の中間期末残高	18,065	17,884	△ 1.0%

■ 営業キャッシュ・フロー

- 増収増益により税金等調整前中間純利益が増加

■ 投資キャッシュ・フロー

- 有形固定資産等を取得

■ 財務キャッシュ・フロー

- 借入金返済、社債償還

重点戦略①

ホテル事業への積極投資

前期まで、国内に4つのホテルを経営。

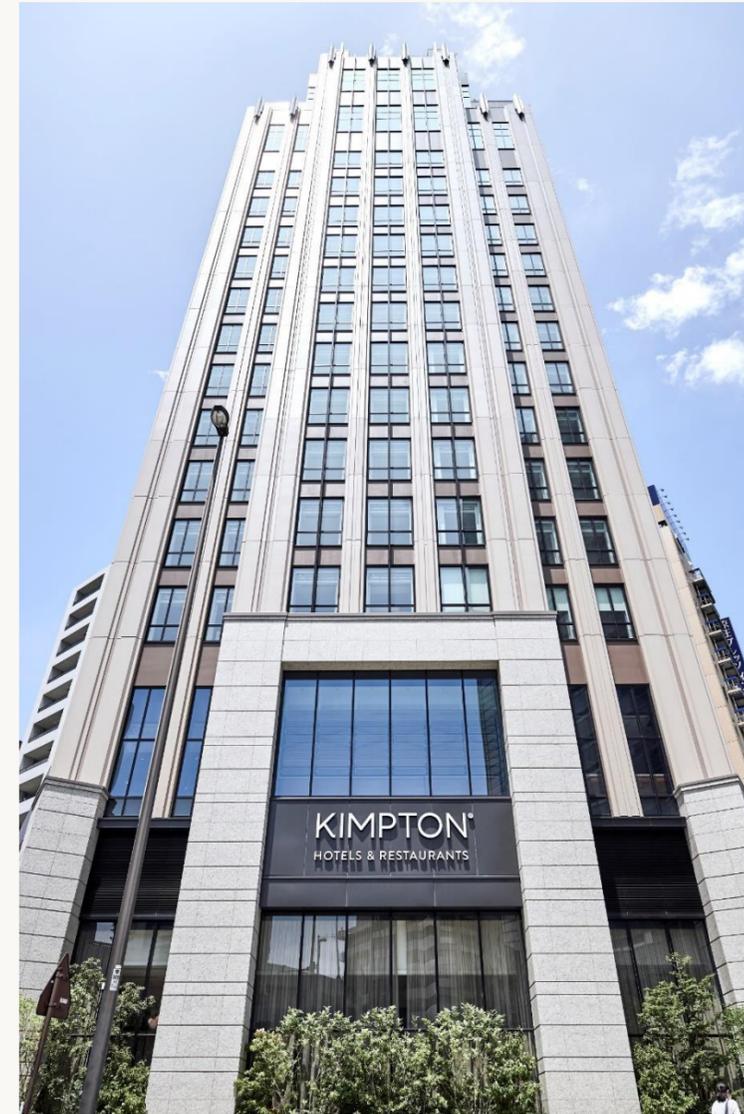
インバウンドの好影響もあり、コロナ前の2019年と比較しても大幅に増収増益。



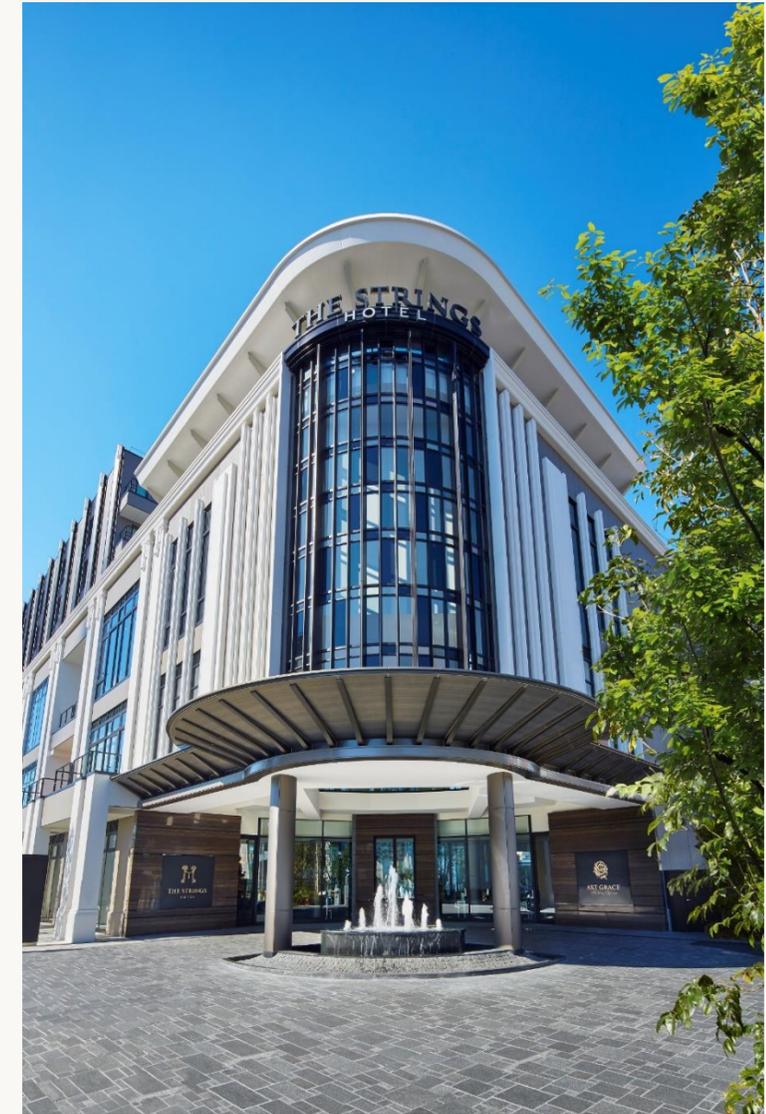
ホテルインターコンチネンタル東京ベイ



ストリングスホテル東京インターコンチネンタル



キンプトン新宿東京



ストリングスホテル名古屋

今期、米国ハワイ州のホテル「Kaimana Beach Hotel」を運営する会社へ追加出資。
出資持分の過半数を取得し、同ホテルの経営を主導。海外ホテル市場へ事業展開。

追加出資後の出資関係と議決権所有割合

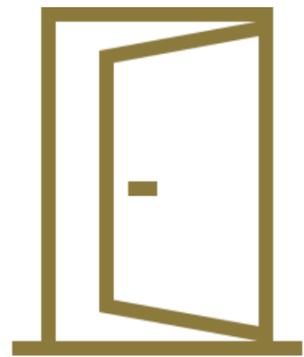


BT Kalakaua, LLCが所有・経営・運営するKaimana Beach Hotelは、
ホノルルでは希少なビーチフロントにあるホテル。



今後、成長著しいホテル事業へ国内外を問わず幅広く投資していき、3年後には11棟1,882室にまで拡大することを目指す。

開発検討中の客室数



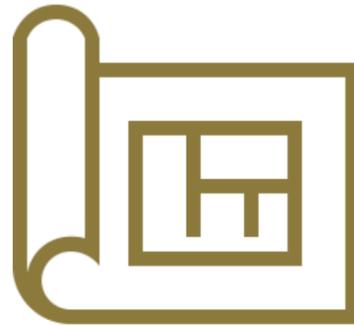
Openings

122
Rooms



Approvals

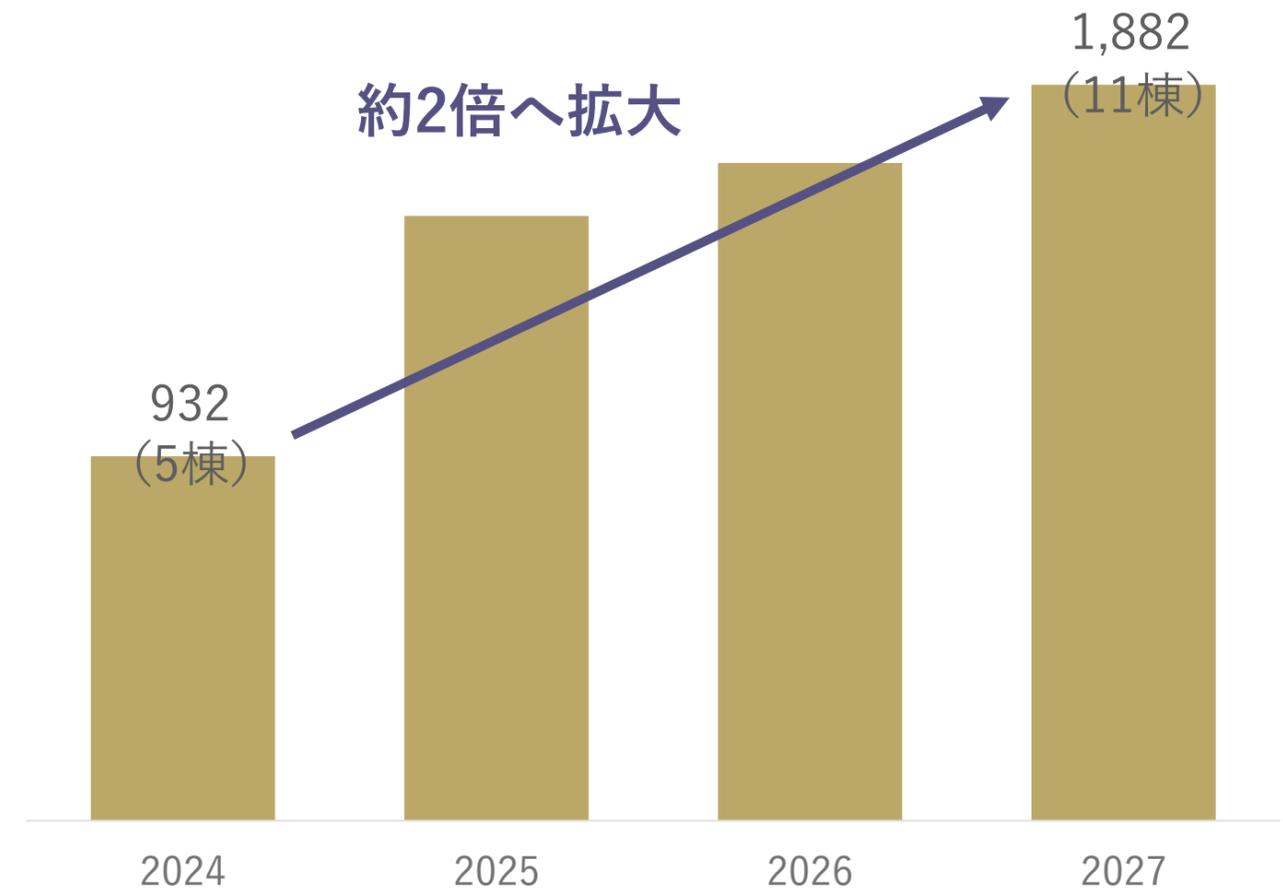
60
Rooms



Pipeline

890
Rooms

室数成長イメージ



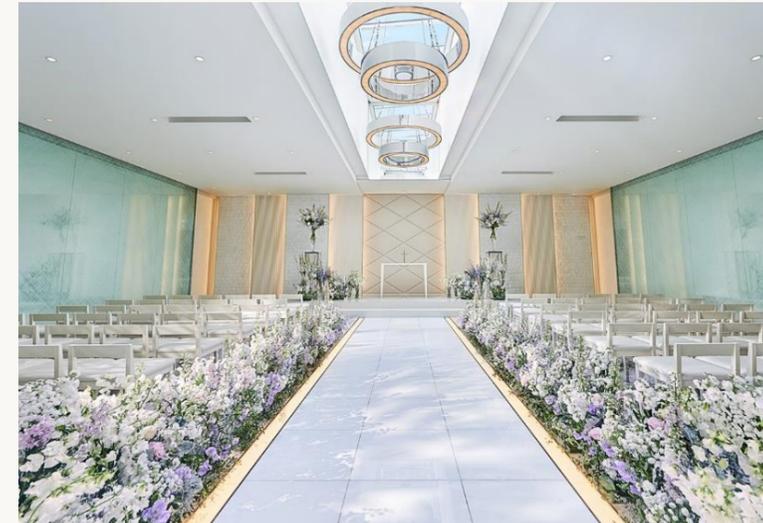
重点戦略②

婚礼のさらなる成長へ

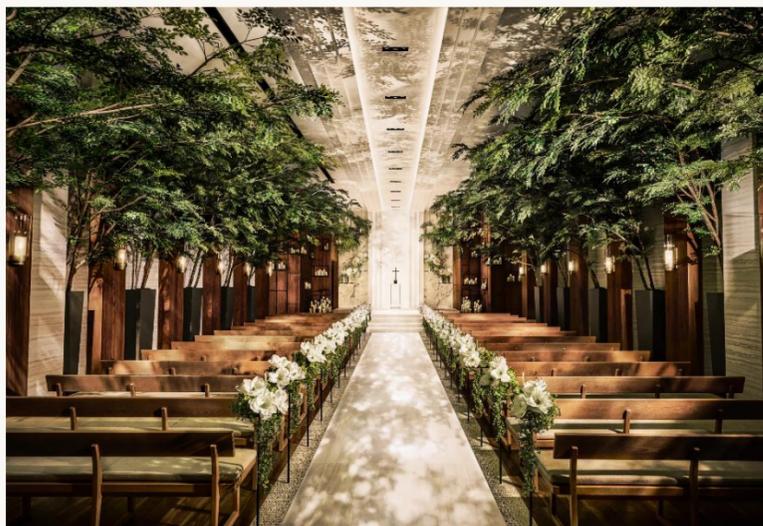
ナレッジやスキル、ブランドといった無形資産を最大活用し、式場の婚礼運営を受託。
新たな投資を抑えながら、婚礼取扱組数を増やす。



国際文化会館



オリエンタルホテル広島



ザストリングス 博多



ANAインターコンチネンタルホテル東京



新たにグランドプリンスホテル大阪ベイの婚礼事業を受託。
2024年7月1日から、ブライダルフェア・結婚式の予約受付を開始。





前撮り・フォトウェディングブランド「studio PHOTO PARK」は
既存4店舗に加えて、2024年下期に3店舗をオープンし、7店舗へ。

東京・名古屋・京都・大阪に4店舗営業中



東京スタジオ



名古屋スタジオ

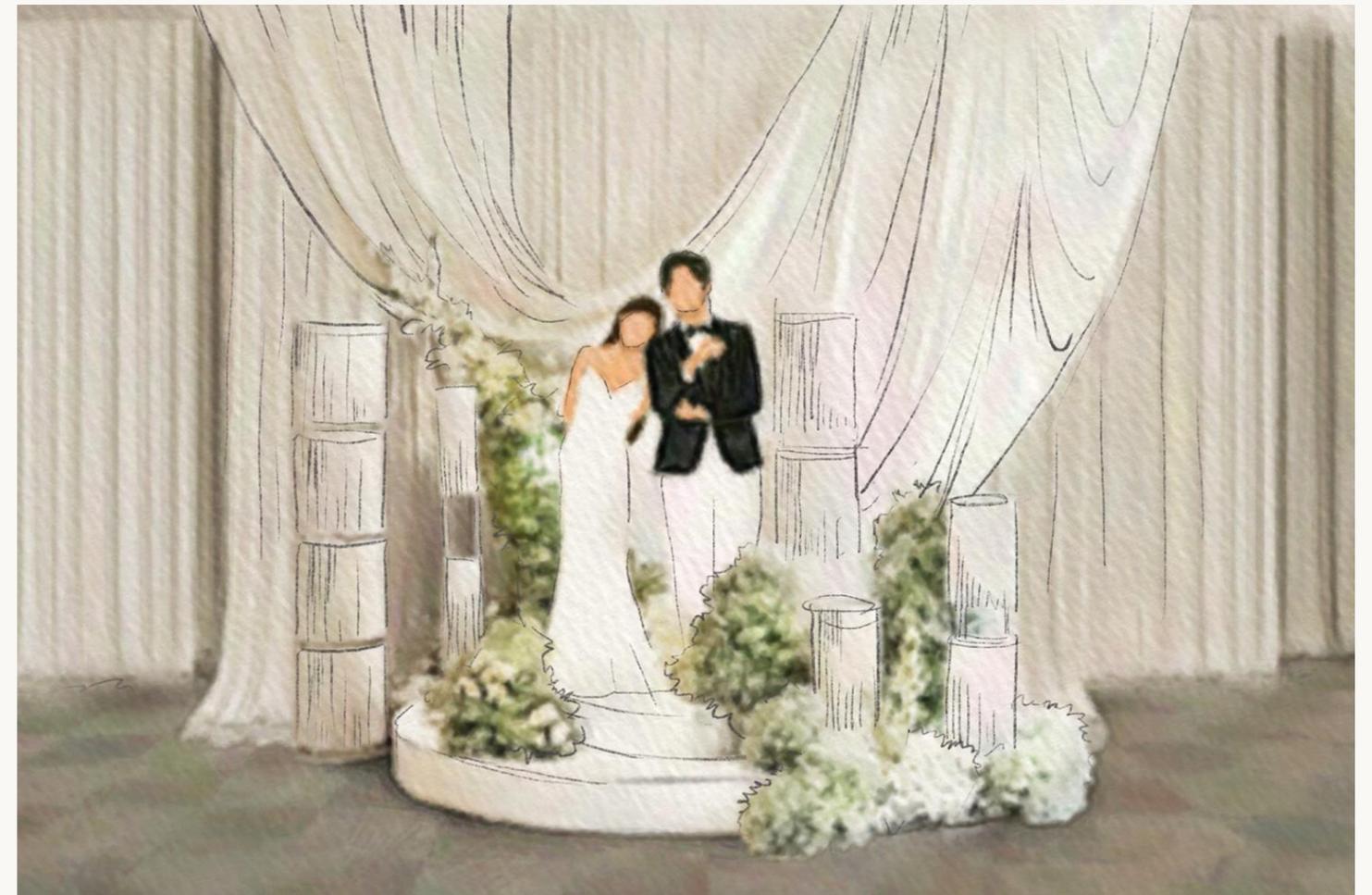


京都スタジオ



大阪南港スタジオ

2024年下期に3店舗をオープン予定

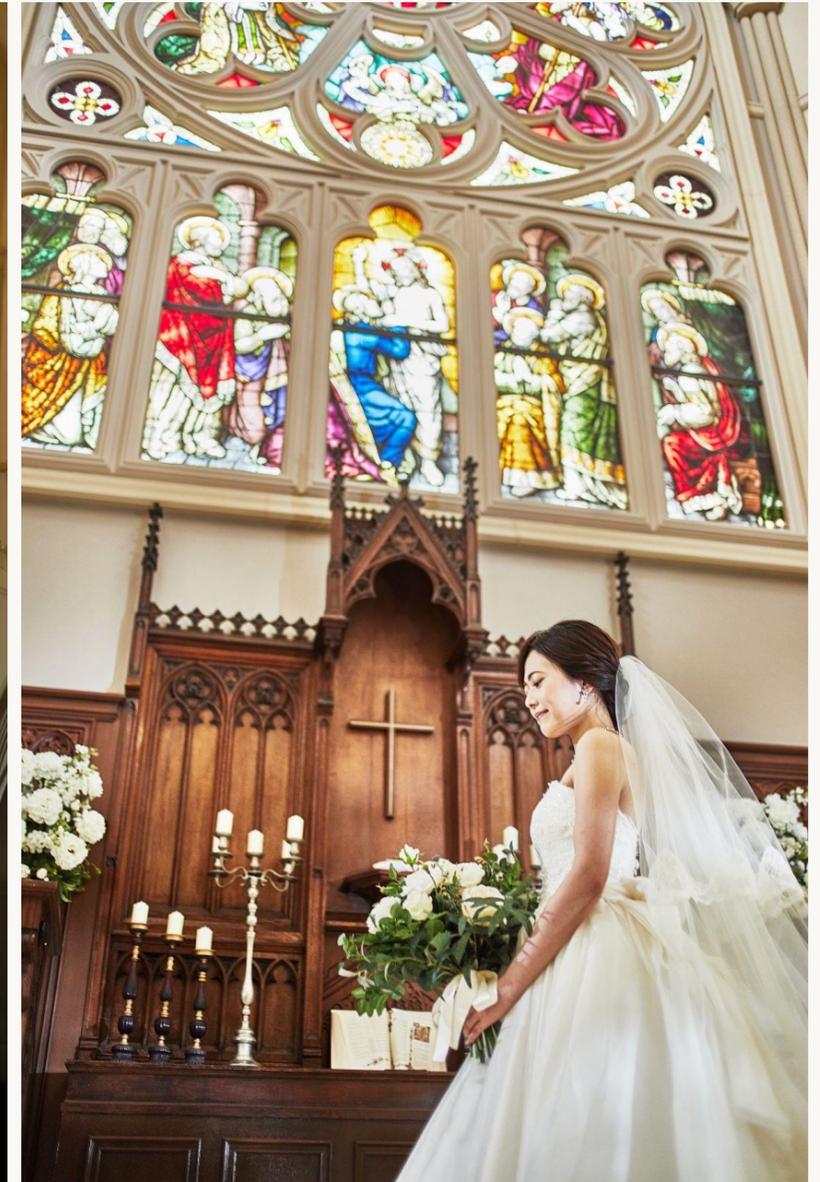


2024年9月
2024年秋

大阪梅田スタジオ OPEN
大宮スタジオ、横浜スタジオ OPEN



さらに「chapel PHOTO PARK」では、スタジオではなく
実際の結婚式で使用するチャペルでのフォトウェディングを提供。



ハワイや沖縄などのリゾートにおけるフォトウェディングも展開。
写真や衣裳といったコンテンツを活用し、需要を幅広く取り込む。



東京・京橋に海外高級ブランドのドレスサロンをオープン予定。
強みである衣裳を当社以外の式場で挙式するお客様へも提供し、新たな売上を創出。

取り扱い予定ブランド：アントニオ・リーヴァ（取扱数日本最多）、プロノビアス（FC事業者以外で初の店舗）



既存のドレスサロンでも、当社以外の式場で挙式するお客様へ衣裳をご提供。
顧客ターゲットを広げることで、さらなる成長を実現。

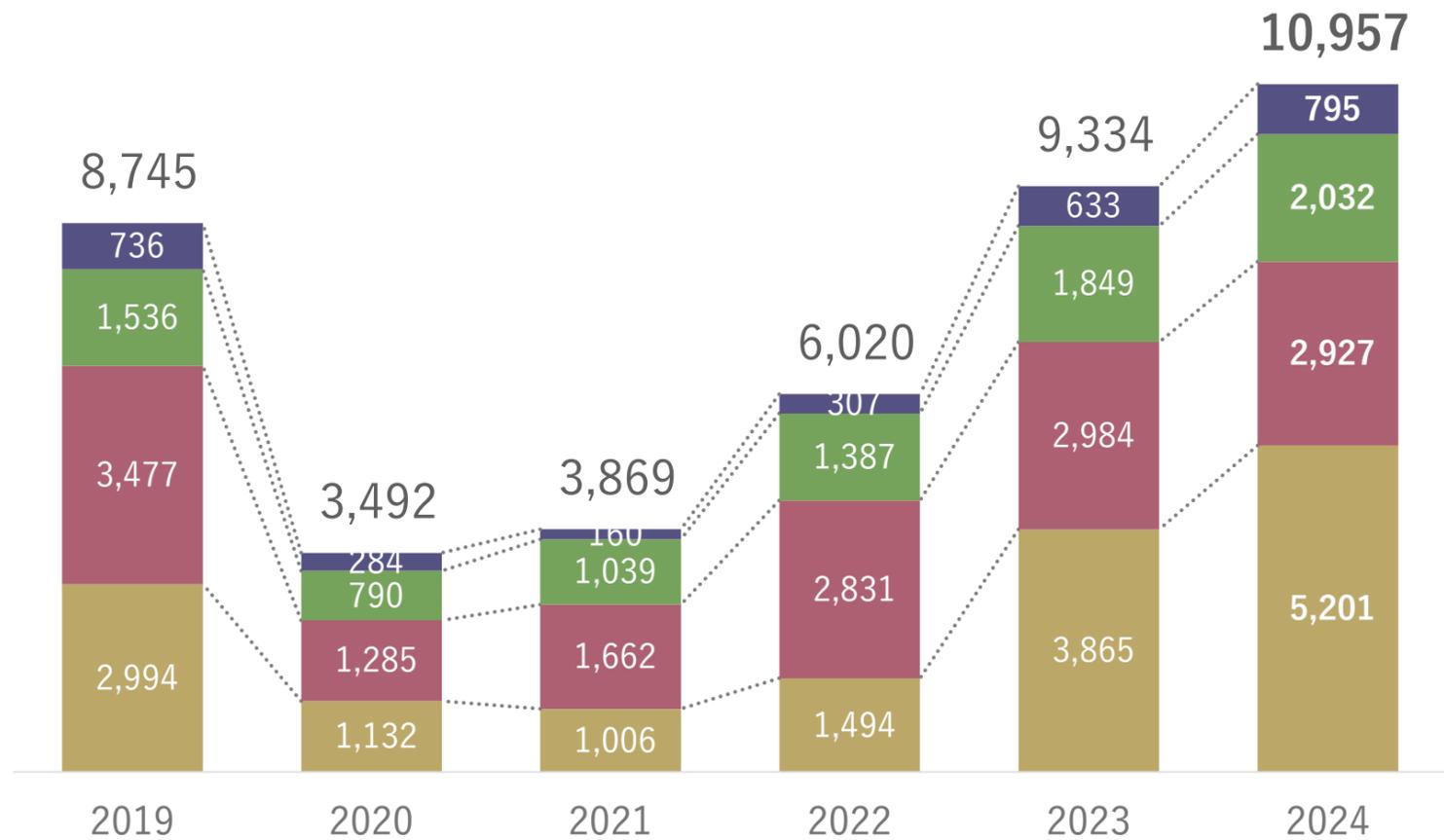


02 セグメントハイライト

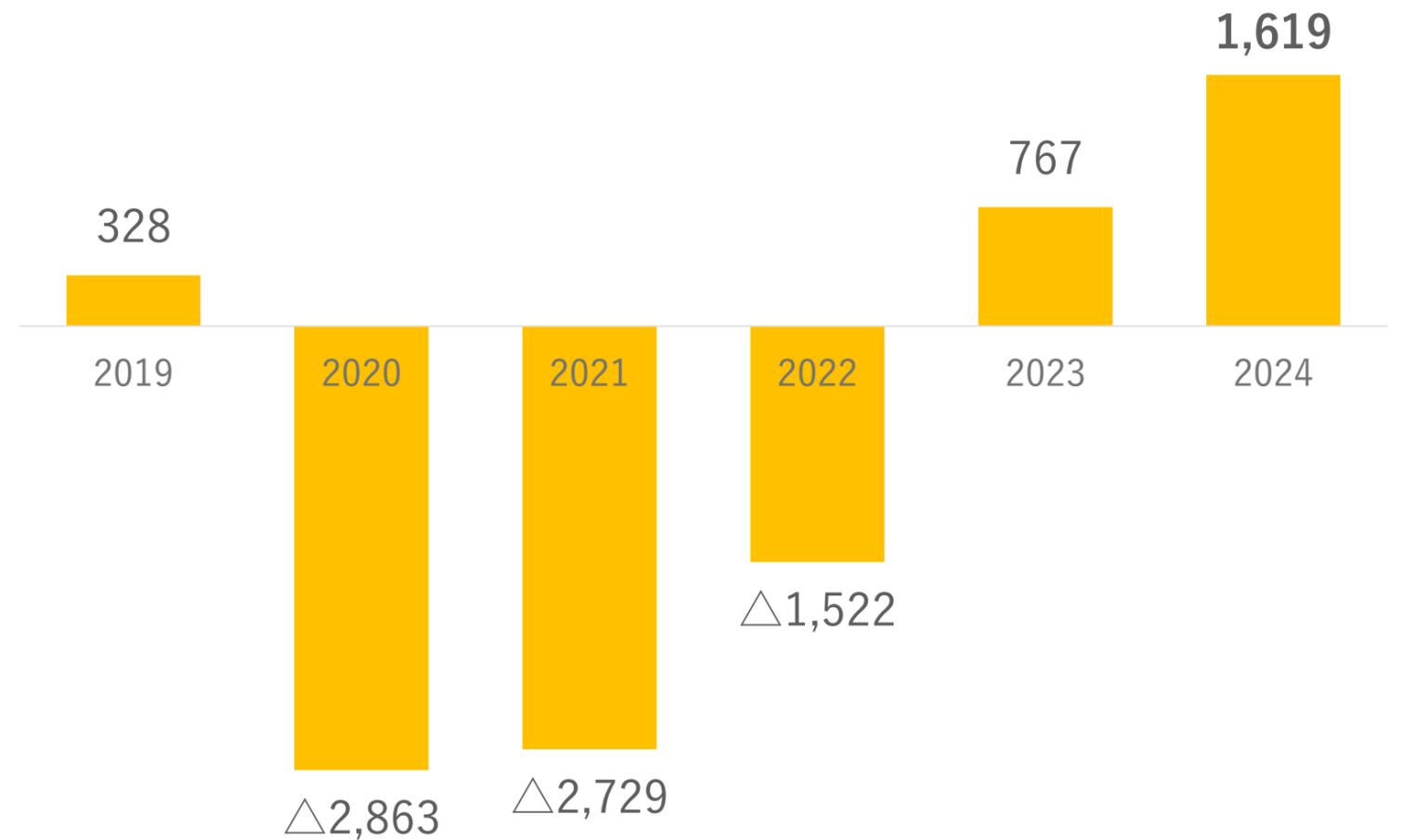
ホテルセグメントは増収増益。利益率の高い宿泊部門が好調だったため、セグメント利益は前期から111%増加し、第2四半期としては前年に続き過去最高を記録。

売上高 (中間・百万円)

■ 宿泊 ■ 婚礼 ■ レストラン ■ 宴会

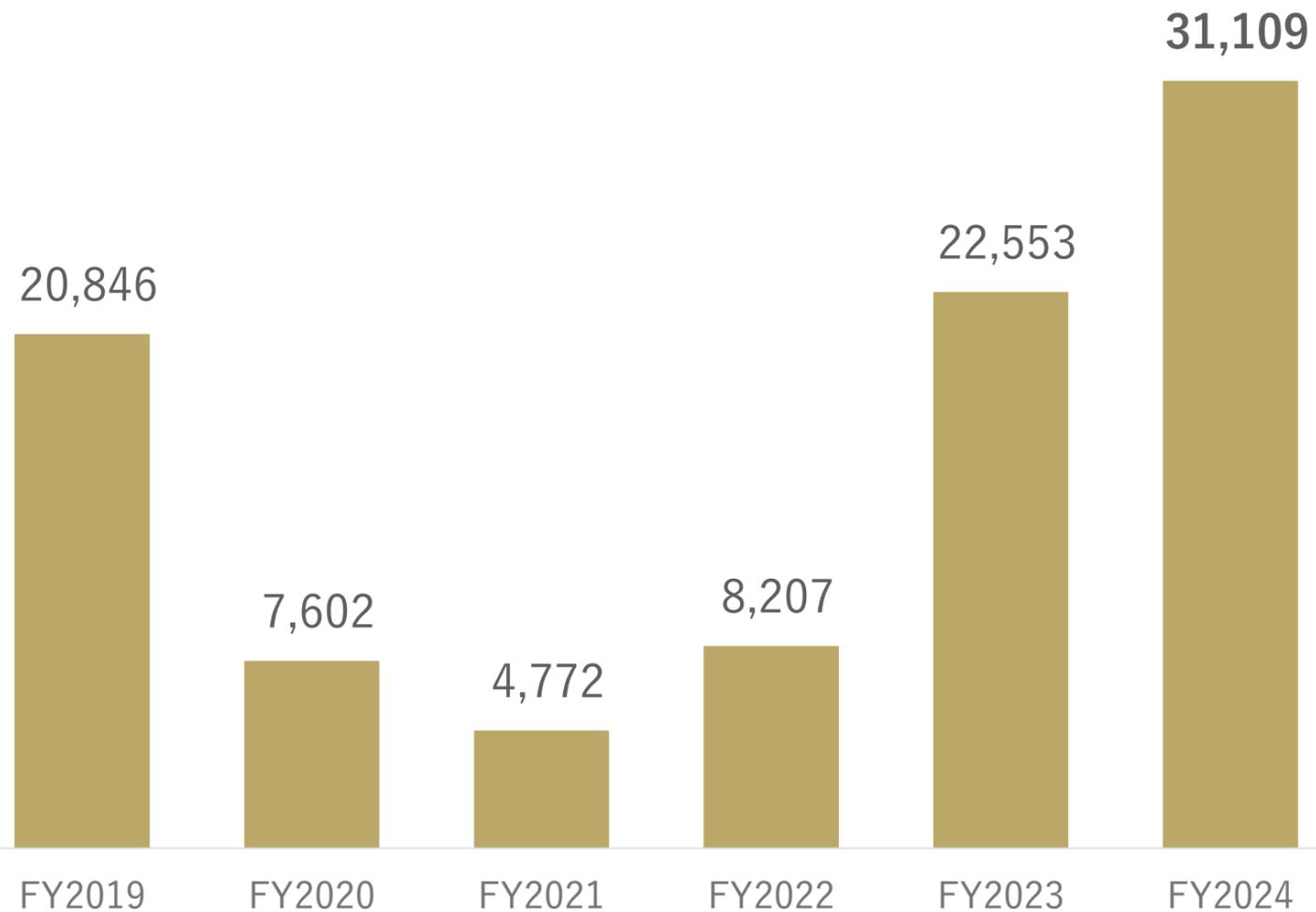


セグメント利益 (中間・百万円)

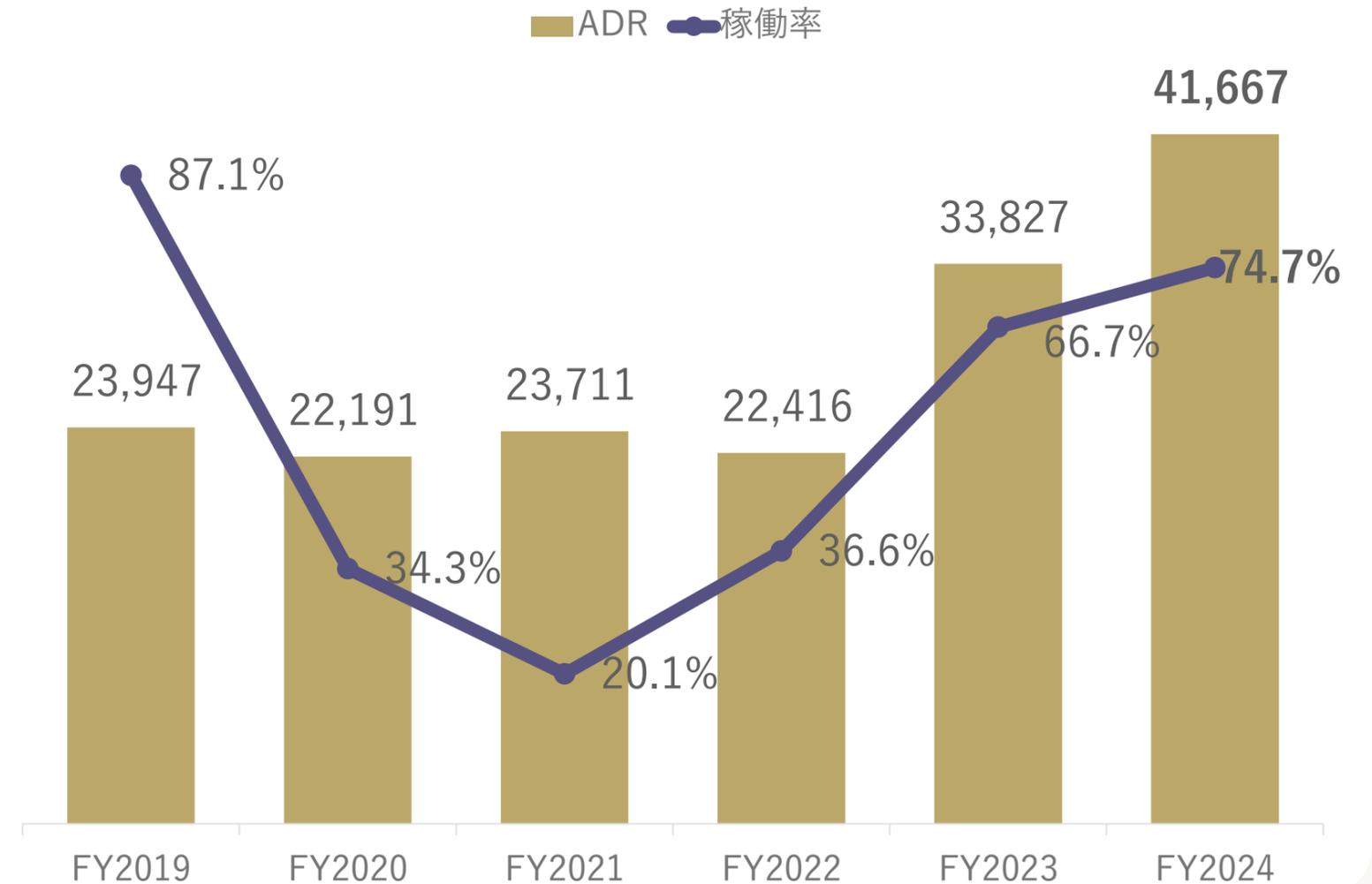


宿泊部門では、RevPARが前年同期から37.9%上昇。2019年のおよそ1.5倍に成長。
ADRは当初の計画を上回り、41,000円を超えた。

RevPAR（販売可能な1室当たりの客室売上高）（円）



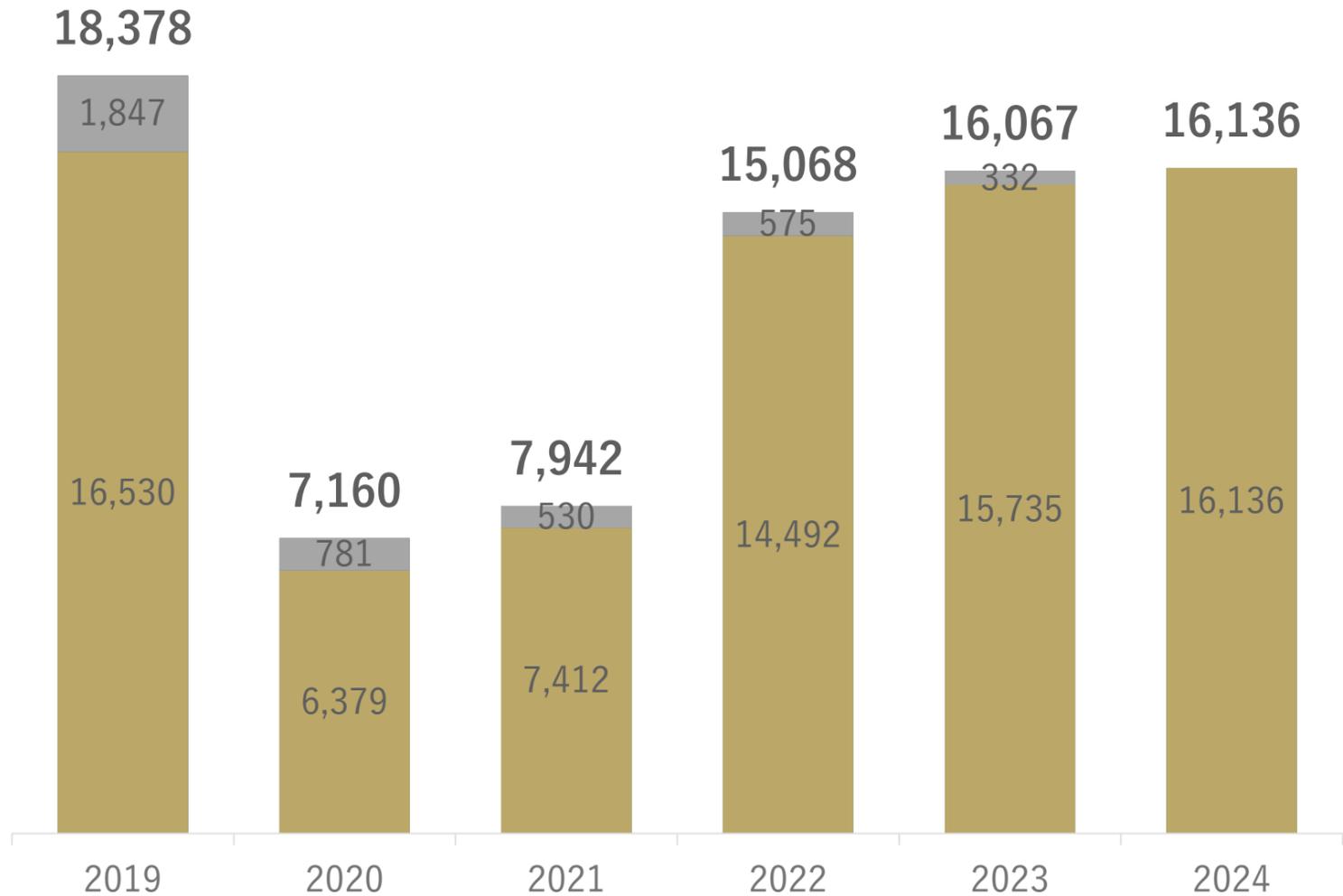
ADR（平均客室単価）・稼働率（円・%）



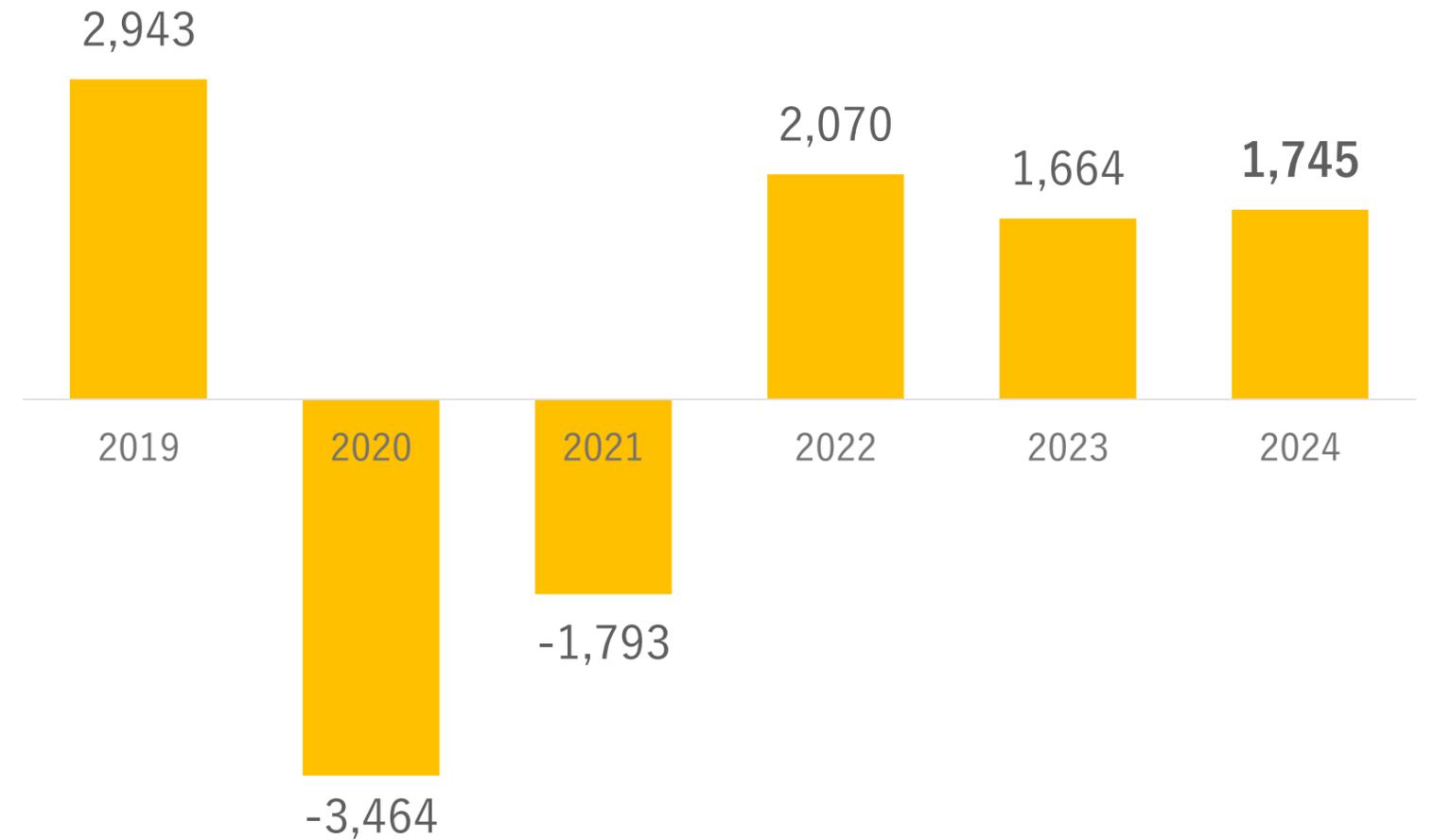
婚礼セグメントも増収増益。単価の上昇により利益率改善。

売上高 (中間・百万円)

■ 婚礼 ■ 閉店



セグメント利益 (中間・百万円)



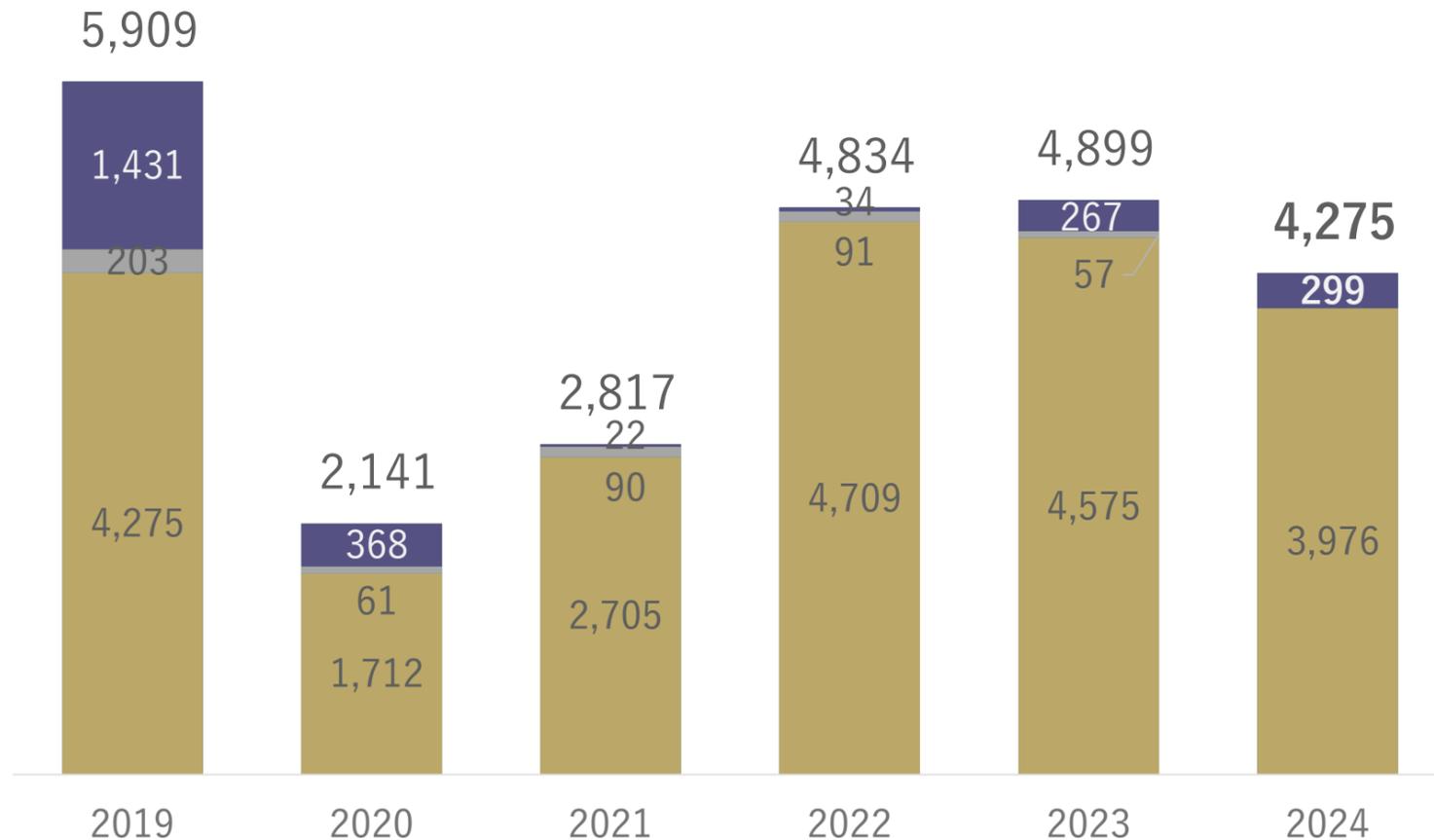
※ グレー部分は閉店事業所分

婚礼セグメント | 施行件数・受注件数の推移

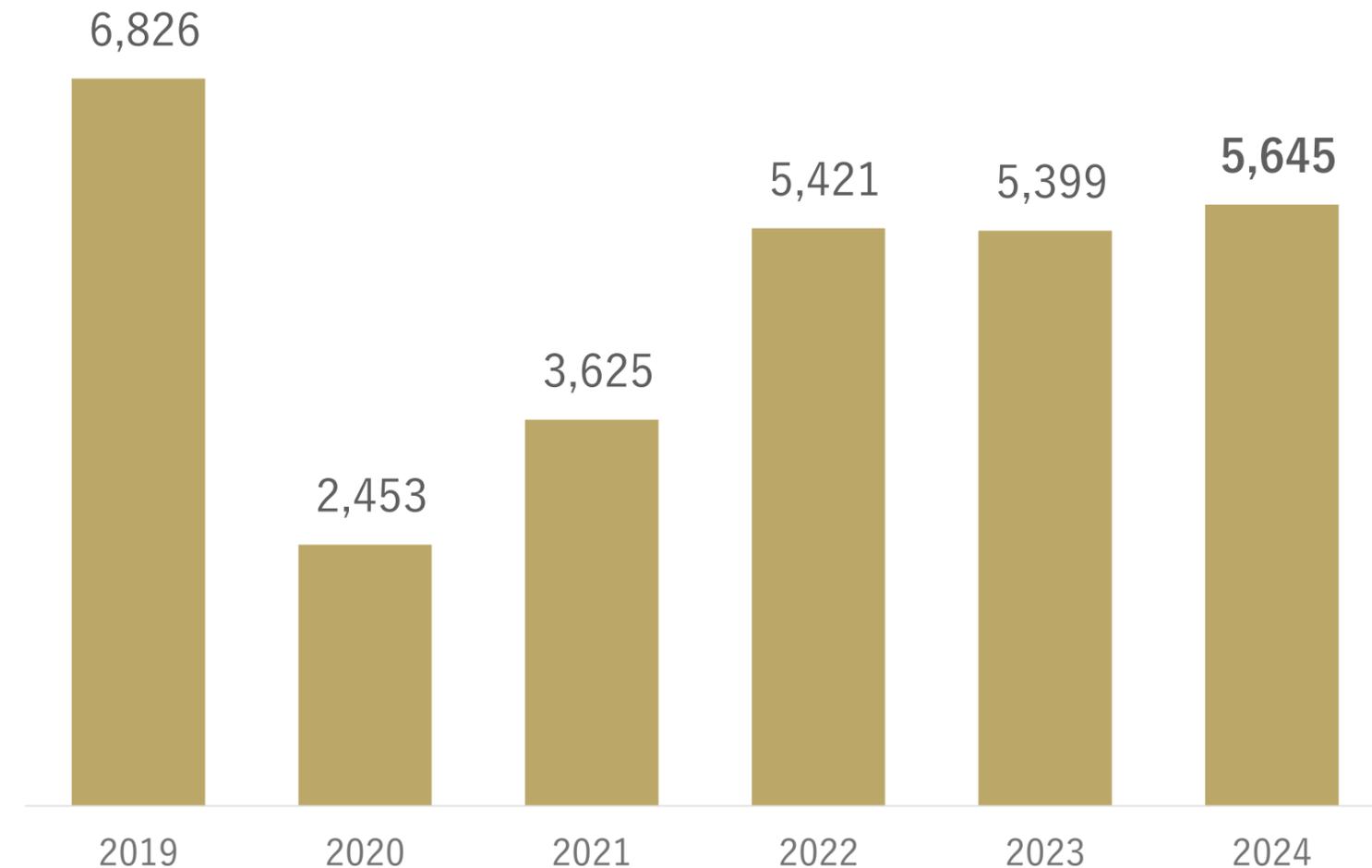
施行件数は、4,275件。前年同期から12%の減少。
受注件数は、前年同期から4.6%増加し、5,645件。

施行件数 (中間・件)

■ 国内 ■ 閉店 ■ 海外



受注件数 (中間・件)



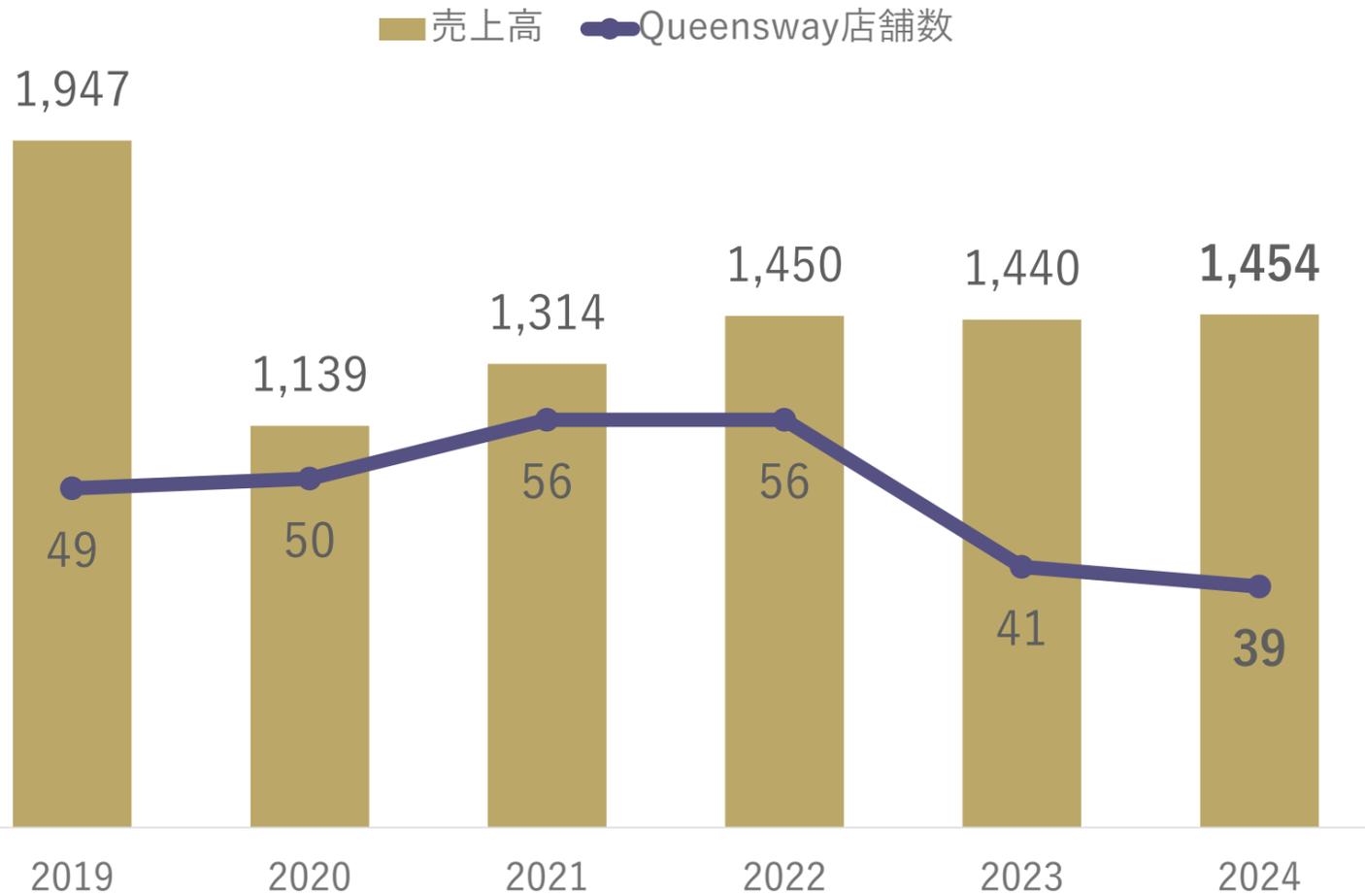
2022年以降、平均人数が緩やかに増加し、1組あたりの単価も上昇傾向。

国内ゲストハウス 単価・平均人数の推移 (2019年1月～2024年6月)

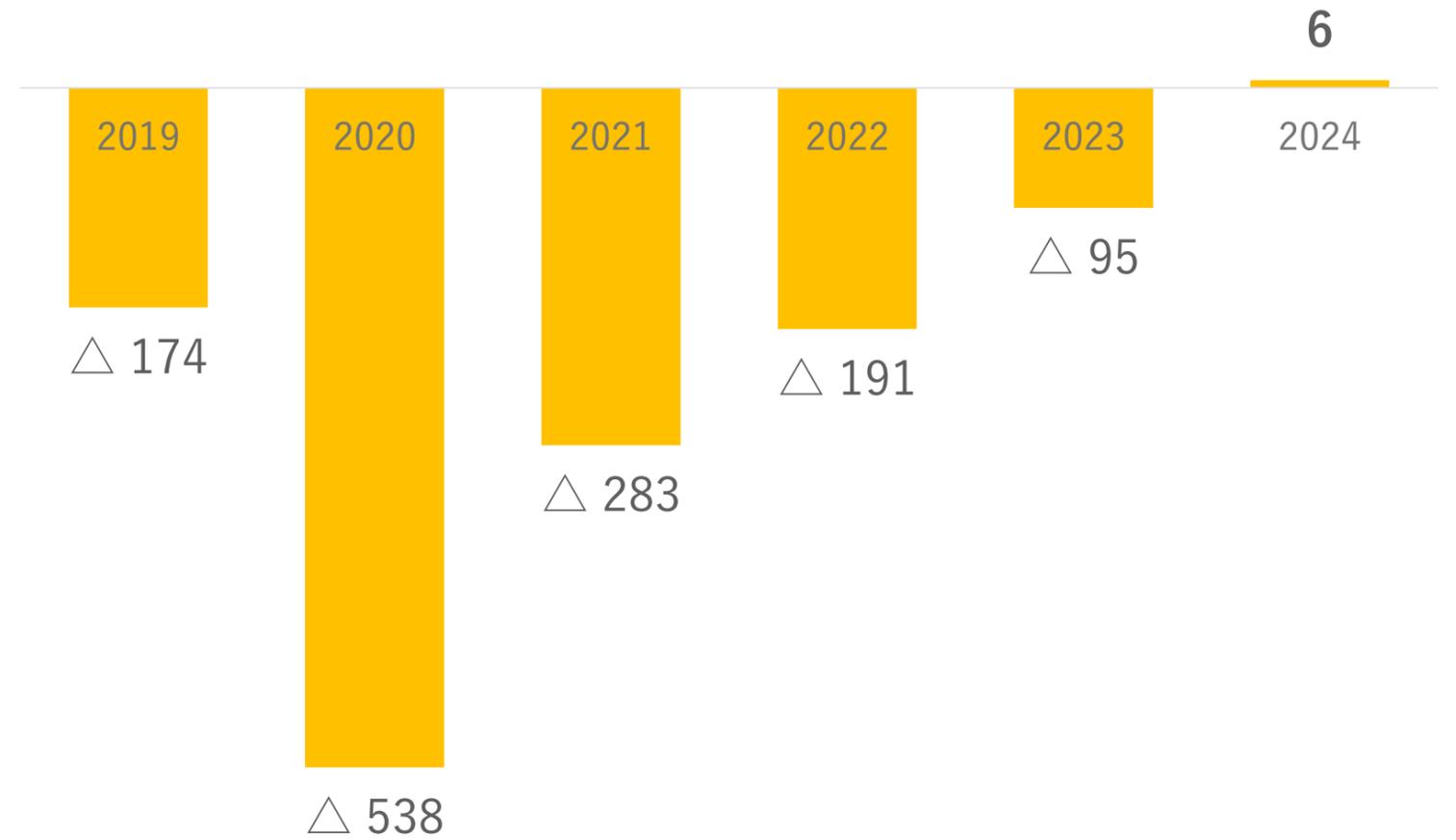


W&Rセグメントは、売上増と不採算店舗の閉店によりセグメント利益が黒字化。

売上高 (中間・百万円)



セグメント損益 (中間・百万円)



03 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出す**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								
										
① すべての人へ もっと思い出を。もっと感動的に。										
	1. ウェ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		○		○	○	○			
	2. 多彩なライフ・ワークスタイルへの対応	○	○	○	○		○			
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	○			○	○		○		○
	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		○		○	○				○
	2. ガバナンス強化 / ダイバーシティ推進 / 人財育成	○	○	○	○		○			

今期の主な取り組み

MATERIALITY 3-2

人々が安心、ワクワクして集い、つながる場所の創出を。

安心・安全な店舗、施設の開発・運営

■ 婚礼で使用したお花を再利用し、ホテルをデコレーション

ベスト-アニバーサリーがプロデュースする「SPIM Flower&Decoration」が婚礼で活躍したお花を再利用して、ストリングスホテル東京インターコンチネンタル26階のパブリックスペースをデコレーション。シェアリングフラワーとして、実際の婚礼で活躍したお花を新たな作品へ昇進します。



MATERIALITY 4-2

新たな価値創造で、新たな時代を共にきり拓く力を。

ダイバーシティ推進

■ スイーツやカクテルでプライドマンスを祝福

6月のプライド月間、キンプトン新宿東京では、ゲストと一緒にLGBTQ+への理解を深め、ひとりひとりが「自分らしさ」を大切にしてお過ごせるよう、想いをこめた取り組みを行ってまいります。期間中はレインボースイーツやプライドカクテルをご用意し、ホテル全体でプライドマンスを祝福します。



chapel PHOTO PARKを通じて、すべての人へ結婚式を。



最も結婚式らしい写真が撮れる

チャペルフォトウェディング。

本物のチャペル・大聖堂を贅沢に貸切り、
特別な一日を記録に残し記憶に刻みます。

費用は通常の結婚式の約10分の1に抑え、

面倒な準備は極力省きながら

二人だけはもちろん、

ご家族や友人を招いての会食付撮影や
今の自分を美しく残すソロウェディング

洋装だけではなく和装のこだわりなど

様々なニーズにお応えします。

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

■ 「東京レインボープライド2024」へ出店

ベストブライダル（連結子会社）は、アジア最大級のLGBTQ+関連イベント「東京レインボープライド2024」へ、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ブース出展しました。ブース内では、ご来館された方の“幸せの瞬間”を収めた写真撮影を実施。



「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到立ち、サービス内容を改めて見つめ直すための取り組みです。ベストブライダルでは、まずは当事者の視点を知ら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。



LGBTQ+のお客様に向けて



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」「心に焼きつく思い出」

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。

04 參考資料

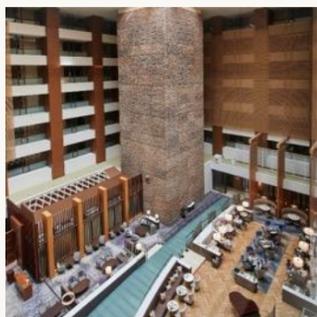
新たにKaimana Beach Hotelを加え、5つのホテルを経営する。



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」
- ・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」



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)



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



Kaimana Beach Hotel (Hawaii)

(122室)

- ・HAU TREE
- ・SUNSET PROVISIONS



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)

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 アプローチスクエア 名古屋迎賓館(1)

西日本

京都 アートグレイス ウェディングヒルズ(3)
大阪 アートグレイス ウェディングコースト 大阪(5)
心齋橋 セントグレース ヴィラ(2)

東日本

仙台 アートグレイス ウェディングフォレスト(3)
大宮 アートグレイス ウェディングシャトー(4)
大宮璃宮(4)
新浦安 新浦安 アートグレイス ウェディングコースト 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 アプローチスクエア 東京迎賓館(1)
赤坂 アプローチスクエア迎賓館(1)
表参道 ザ ストリングス 表参道(5)
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)



沖縄・ハワイ・バリ島でリゾートウェディングを展開

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 (2)

セント・カタリナ・シーサイドチャペル
プルメリアガーデン



バリ島 (2)

ティルタ・ウルワツ
ガラスハウス・バイ・ティルタ



W&R事業は、リラクゼーション39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

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
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

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

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)

京都

クイーンズウェイ 高島屋京都店

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)

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

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

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



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 39店舗

TSUKADA GLOBAL HOLDINGS