

2024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

2025年2月17日



TABLE OF CONTENTS

■ 連結決算概要	…	p. 3
■ セグメントハイライト	…	p.24
■ 持続的な成長へ向けて	…	p.31
■ 参考資料	…	p.36

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

前年同期比増収増益。

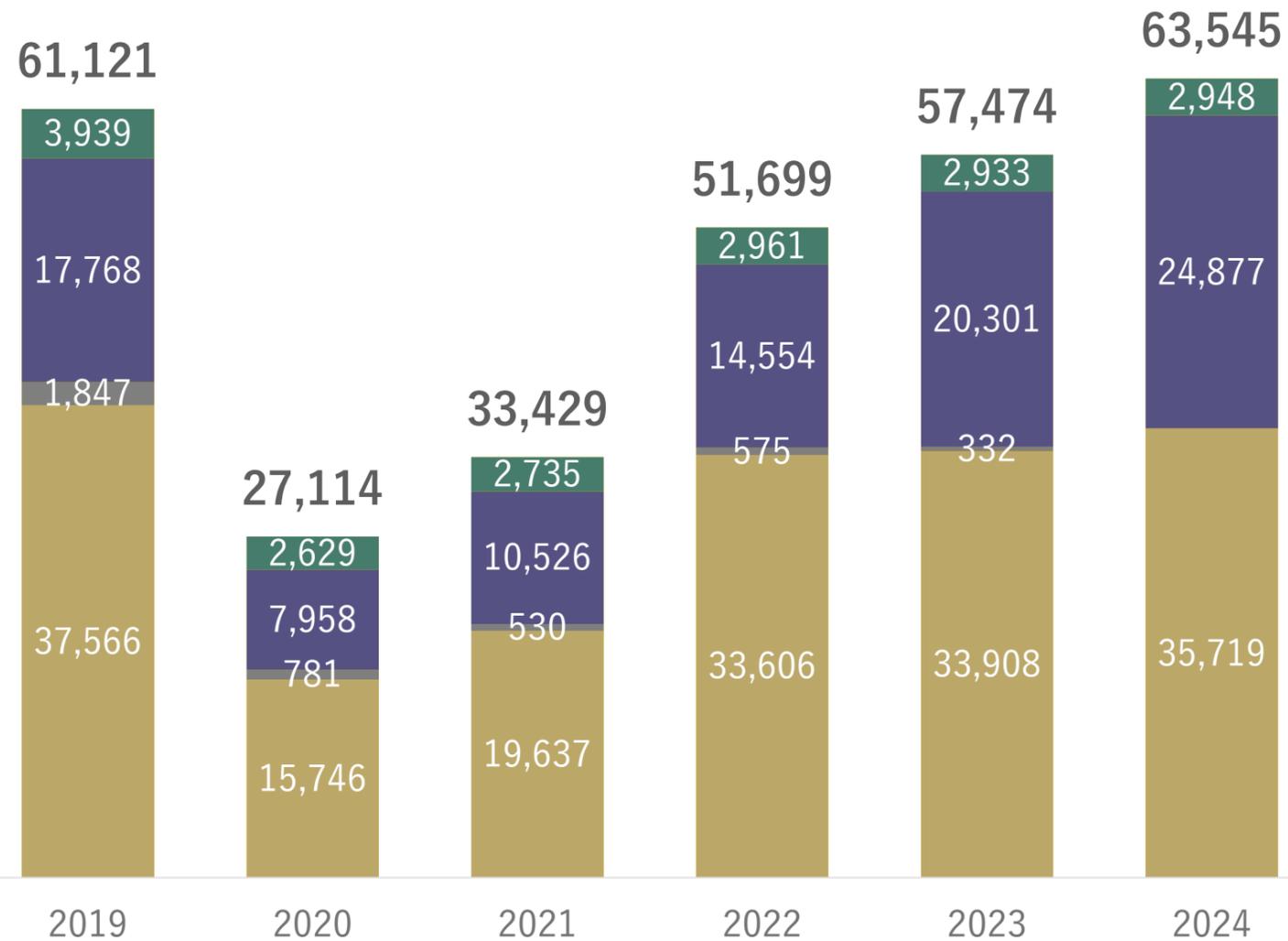
売上高、営業利益、経常利益、当期純利益のすべてにおいて過去最高を達成。

		前年同期	増減率	増減額
売上高	63,545 百万円	57,474 百万円	10.6 %	6,070 百万円
営業利益	7,408 百万円	5,341 百万円	38.7 %	2,066 百万円
経常利益	7,726 百万円	5,742 百万円	34.5 %	1,983 百万円
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,147 百万円	4,730 百万円	8.8 %	417 百万円

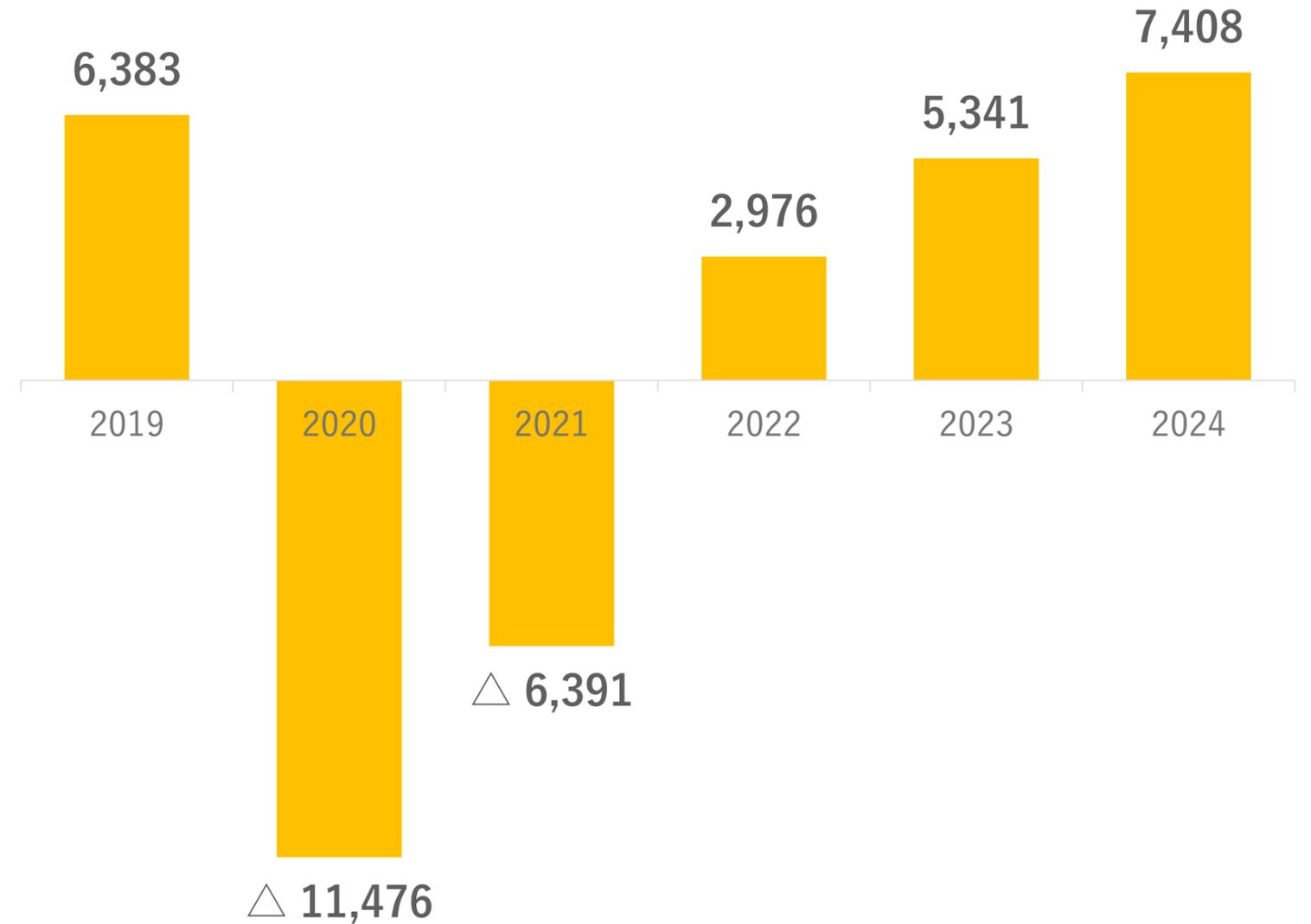
売上高・営業利益ともにコロナ禍からの順調な回復を見せ、今期で2019年を超えた。

売上高 (百万円)

■ 婚礼 ■ 婚礼(閉店) ■ ホテル ■ ウェルネス&リラクゼーション



営業利益 (百万円)

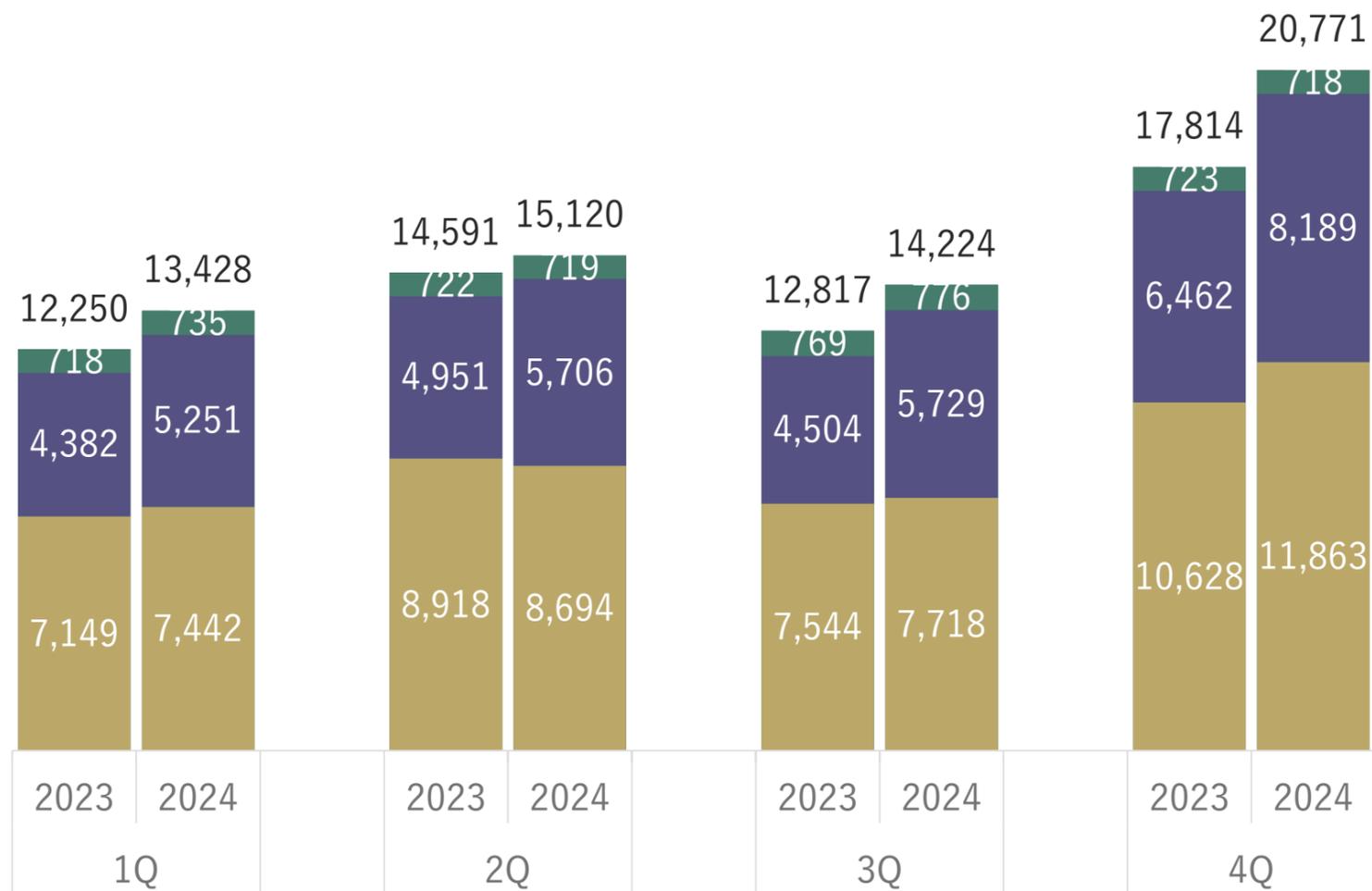


※ グレー部分は婚礼事業の閉店事業所分

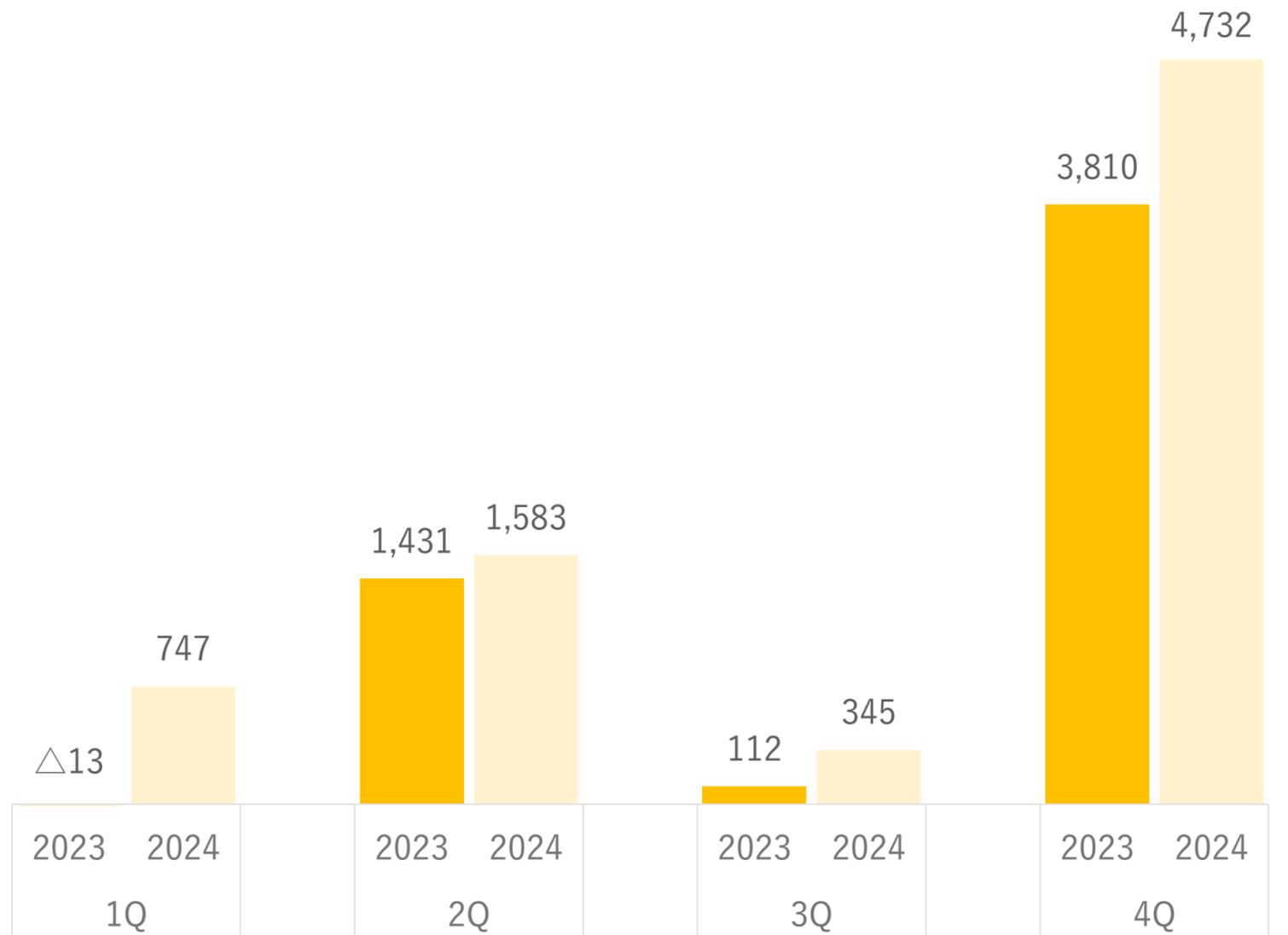
すべての四半期で売上高・営業利益が前年同期を上回った。

売上高 (百万円)

■ 婚礼 ■ ホテル ■ ウェルネス&リラクゼーション



営業利益 (百万円)



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 4Q累計	2024 4Q累計	増減率
売上高	57,474	63,545	+ 10.6%
婚礼	34,240	35,719	+ 4.3%
ホテル	20,301	24,877	+ 22.5%
ウェルネス&リラクゼーション	2,933	2,948	+ 0.5%
売上総利益	21,655	25,559	+ 18.0%
販売費及び一般管理費	16,314	18,151	+ 11.3%
営業利益	5,341	7,408	+ 38.7%
経常利益	5,742	7,726	+ 34.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,730	5,147	+ 8.8%

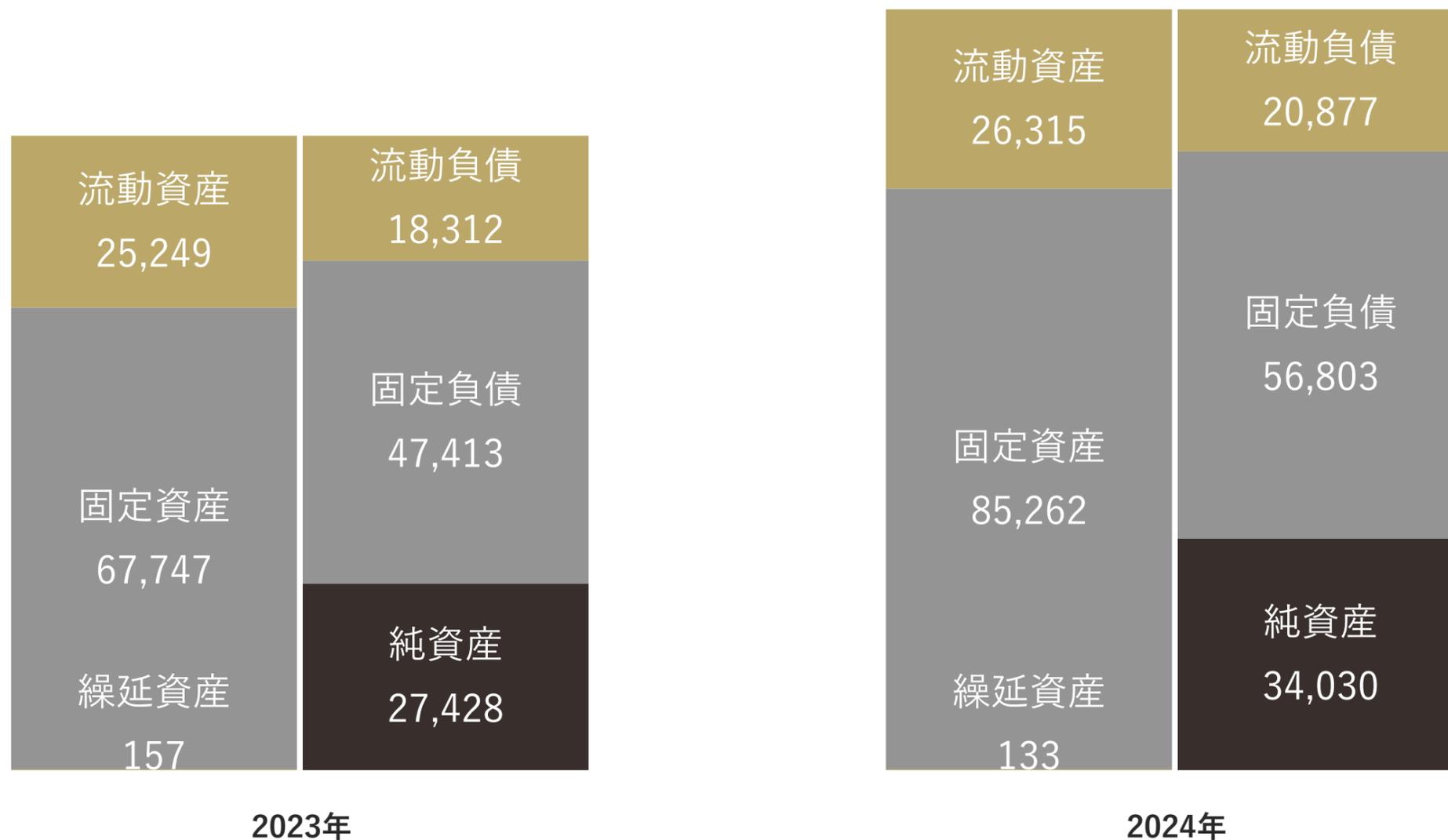
■ **為替差益 1,043百万円**

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) の株式追加取得に伴い、従前保有していた株式の評価替えを実施。

ホテルを取得したことにより、資産及び負債が増加。



■ 資産 +19.9%

- 固定資産 +25.9%
- 取得ホテルの土地・建物等の増加

■ 負債 +18.2%

- 各ホテルの取得により
長期借入金が増加
(36,391百万円 → 46,183百万円)

■ 純資産 +24.1%

- 利益剰余金 +4,670百万円
- 自己資本比率28.9%
(2023年12月期：29.2%)

営業キャッシュ・フローは前年同期比で28.7%増加し、100億円を超えた。

	2023 4Q累計	2024 4Q累計	増減率
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,075	10,394	+ 28.7%
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 11,764	△ 11,132	△ 5.4%
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,169	2,730	+ 133.5%
現金及び現金同等物に係る換算差額	287	185	△ 35.3%
現金及び現金同等物の増減額	△ 2,232	2,177	-
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期末残高	18,916	21,094	+ 11.5%

■ 営業キャッシュ・フロー

- 増収増益により税金等調整前当期純利益が増加

■ 投資キャッシュ・フロー

- 有形固定資産の取得による支出
10,430百万円

■ 財務キャッシュ・フロー

- 長期借入れによる収入 18,813百万円
- 長期借入金の返済による支出
14,693百万円

ホテル事業を中心とした積極投資により中長期的な企業価値向上を目指す。
コロナ禍に増大した有利子負債の削減にも注力し、財務を安定化させる。

既存事業の成長

- 宿泊単価の継続的な向上
- 値引き抑制等による婚礼単価の向上
- フォト等の新たな付加価値の追求

新たな収益獲得

- 婚礼運営の新たな受託

資本コストを意識した調達

- スピード感ある投資を支える資金調達



新規ホテルの取得・開発

- 国内・海外の有望なエリアへ出店
- 新規案件の開拓

婚礼の新たな価値創出

- 時代のニーズを先読みした改装
- これまでにない商品の開発

着実な有利子負債の返済

- コロナ禍に増大した負債を削減

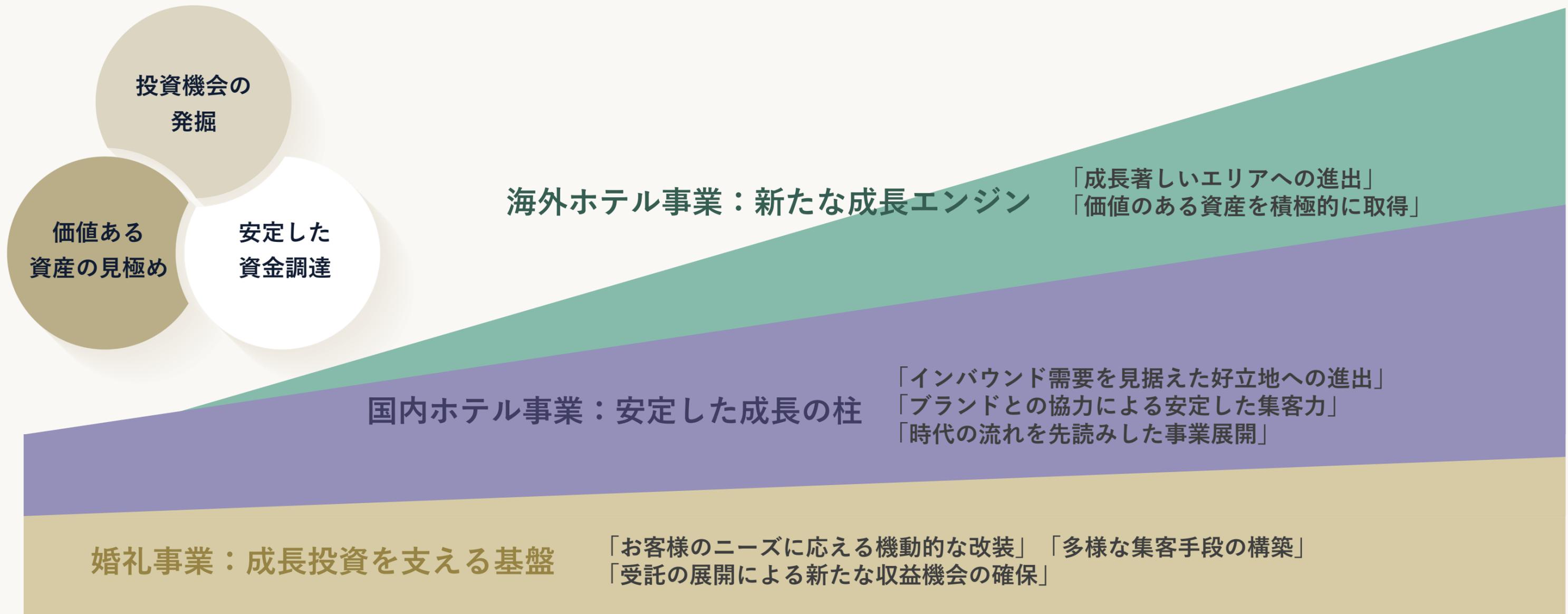
安定的な株主還元

- 投資による企業価値向上を優先しつつ増配や自己株式取得を検討・実施

今期業績予想は、売上高70,954百万円、営業利益8,800百万円、純利益5,268百万円。

	2024/12月期 実績	2025/12月期 予想	増減率
売上高	63,545	70,954	+ 11.7%
婚礼	35,719	38,302	+ 7.2%
ホテル	24,877	29,652	+ 19.2%
ウェルネス&リラクゼーション	2,948	2,999	+ 1.7%
売上総利益	25,559	29,656	+ 16.0%
販売費及び一般管理費	18,151	20,855	+ 14.9%
営業利益	7,408	8,800	+ 18.8%
経常利益	7,726	7,869	+ 1.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	5,147	5,268	+ 2.3%

ホテル事業への積極的な投資を通じて事業領域を拡大。海外への進出が加速。
グローバルなホテル展開を目指し、M&Aや新規開発により将来収益を拡大する。



重点戦略①

ホテル事業への積極投資

新たに2つのブランドホテルを取得。

継続的なホテル物件の取得により、ホテル事業のさらなる成長を目指す。

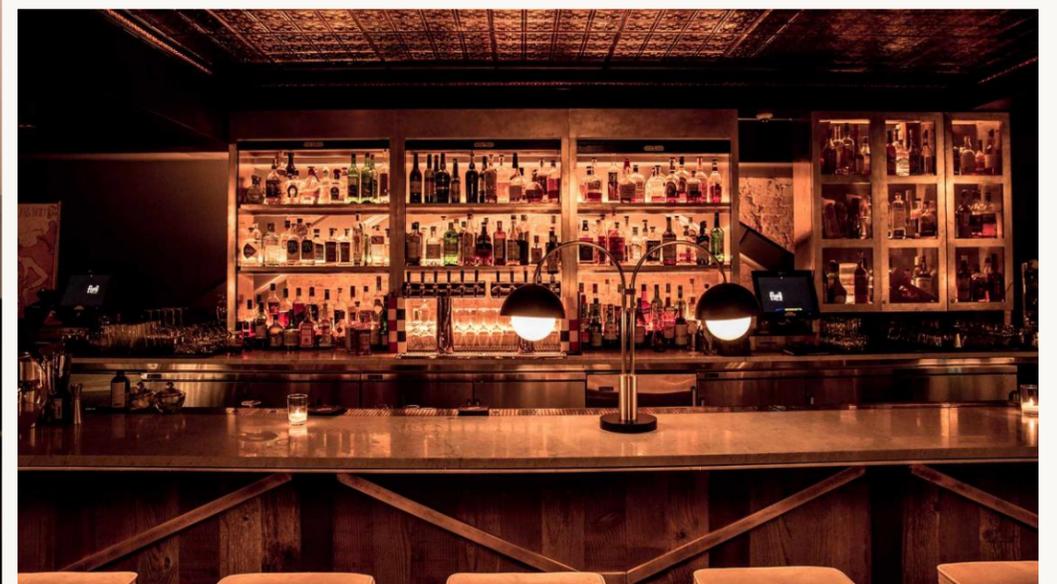
Kimpton Palladian Hotel (2024年9月取得)



ホリデイ・イン 東京ベイ (予定) (2024年12月取得)



Kimpton Palladian Hotelはワシントン州シアトルに所在する97室のホテル。



東京都品川区に所在する132室のホテルを取得。

ANA ホリデイ・イン 東京ベイとしてリブランド後、2025年4月にオープン予定。

ホテル名	ANA ホリデイ・イン 東京ベイ
所在	東京都品川区 (天王洲アイル駅)
客室数	132
ライセンサー	IHGホテルズ&リゾーツ
運営	ベストホスピタリティ・ネッ トワーク (当社連結子会社)
開業予定日	2025年4月



今回選択したホリデイ・インは、東京エリアに欠けていたカテゴリに属する。
ラグジュアリーからさらに間口を広げ、インバウンドの旺盛な需要を取り込む。

カテゴリとターゲットボリュームイメージ



対応するIHGのブランド



KIMPTON
HOTELS & RESTAURANTS



HOTEL
INDIGO

VOCO®
AN IHG HOTEL



東京への進出状況



KIMPTON
HOTELS & RESTAURANTS

HOTEL
INDIGO

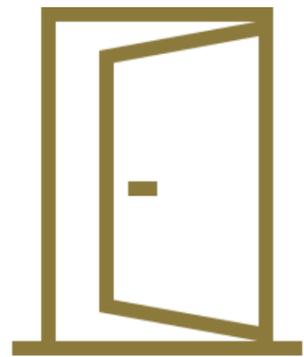
今回の進出ポジション

2024年通期では、新たに3つのホテルへ投資。客室は351室増加。

ホテル	所在地	客室数	総資産
 	<p>アメリカ合衆国 ハワイ州ホノルル</p>	<p>122室</p>	<p>133億円 ※当社の持分比率80%</p>
 	<p>アメリカ合衆国 ワシントン州シアトル</p>	<p>97室</p>	<p>60億円 ※当社の持分比率85%</p>
 <p>ANAホリデイ・イン東京ベイ ※2025年4月開業予定</p>	<p>東京都品川区 天王洲アイル</p>	<p>132室</p>	<p>30億円 ※改装投資後の見込み</p>

引き続き、2027年に向けて新規案件の検討を進めていく。

開発検討中の客室数



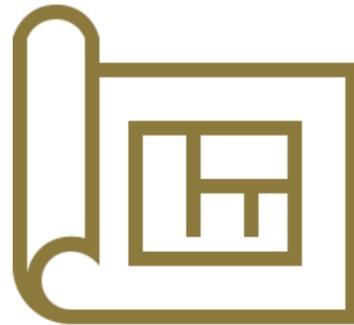
Openings

219
Rooms



Approvals

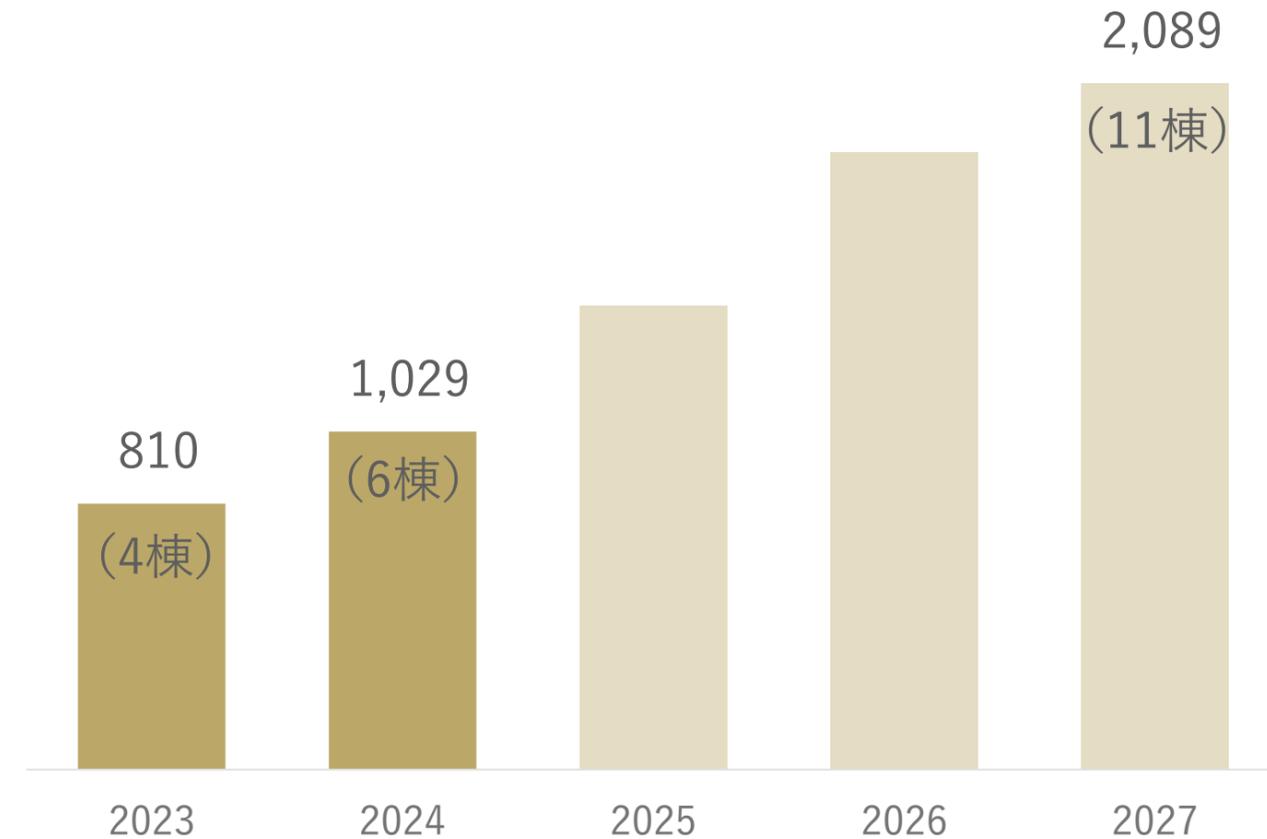
132
Rooms



Pipeline

928
Rooms

室数成長イメージ



→ ANAホリデイ・イン東京ベイ オープン予定

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。



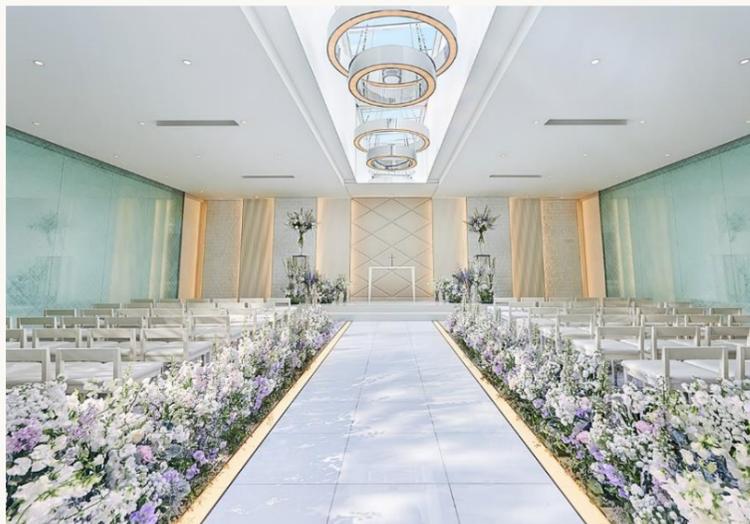
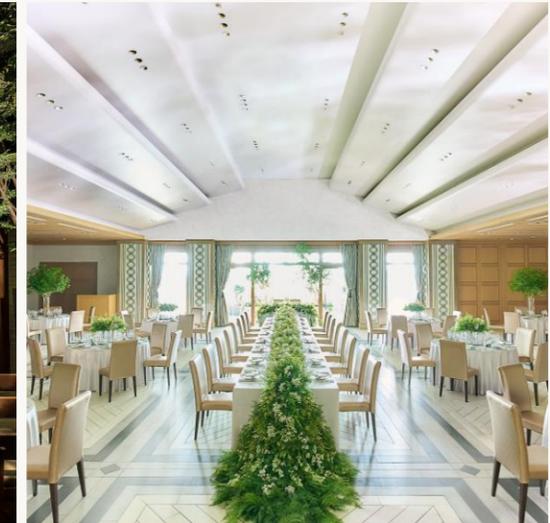
国際文化会館



ANAインターコンチネンタルホテル東京



ザストリングス 博多



オリエンタルホテル広島



グランドプリンスホテル大阪ベイ



新たにインターコンチネンタルホテル大阪の婚礼部門を受託。
2024年11月7日から、ブライダルフェア・結婚式の予約受付を開始。



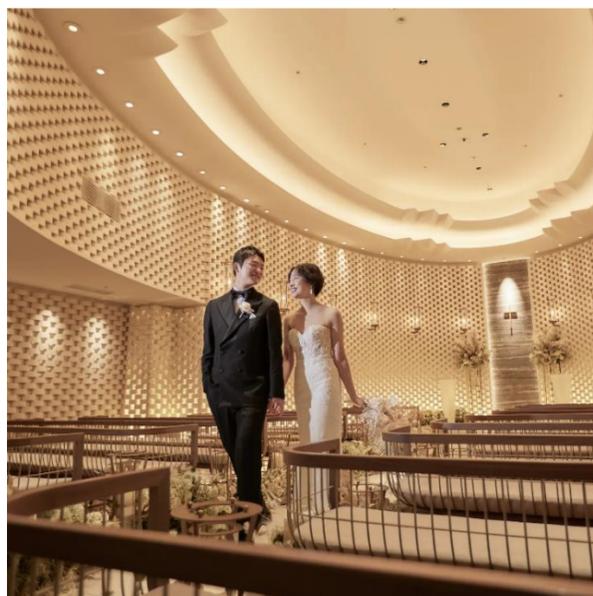
前撮りを含むフォトウェディングの件数は、6,216件。来期は10,860件を目指す。

3スタイルのフォトウェディングを展開

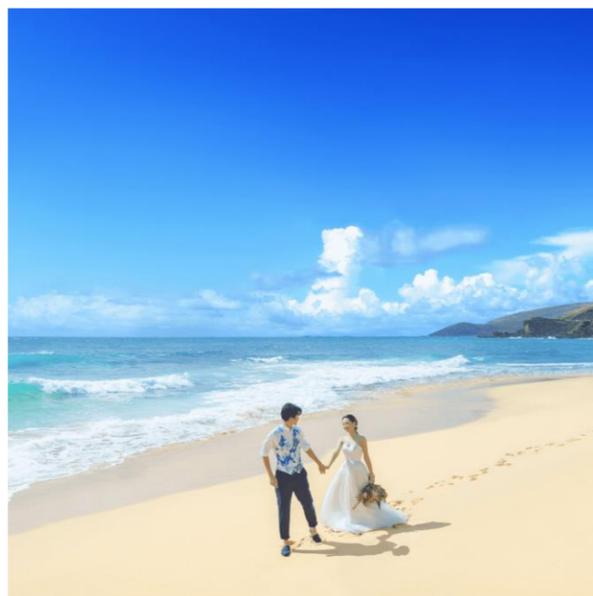
スタジオフォトパーク



チャペルフォトパーク



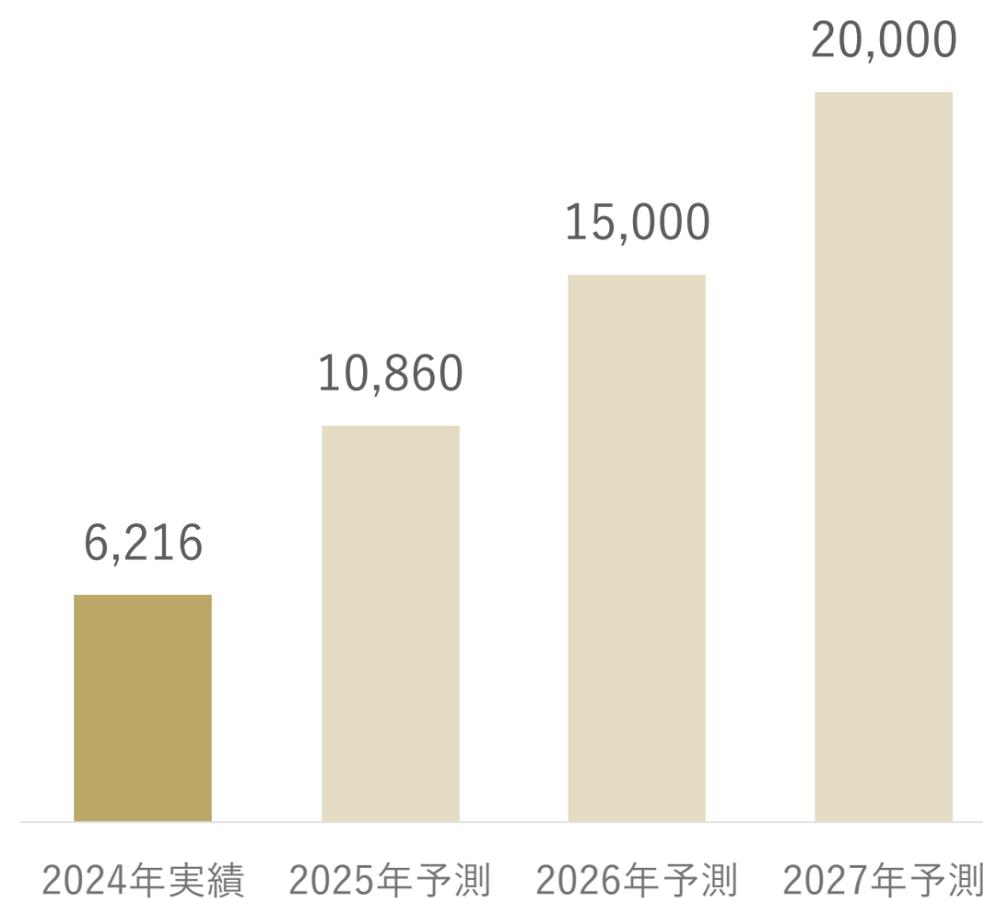
リゾートフォトパーク



スタジオフォトパーク出店状況



件数推移（前撮り含む）

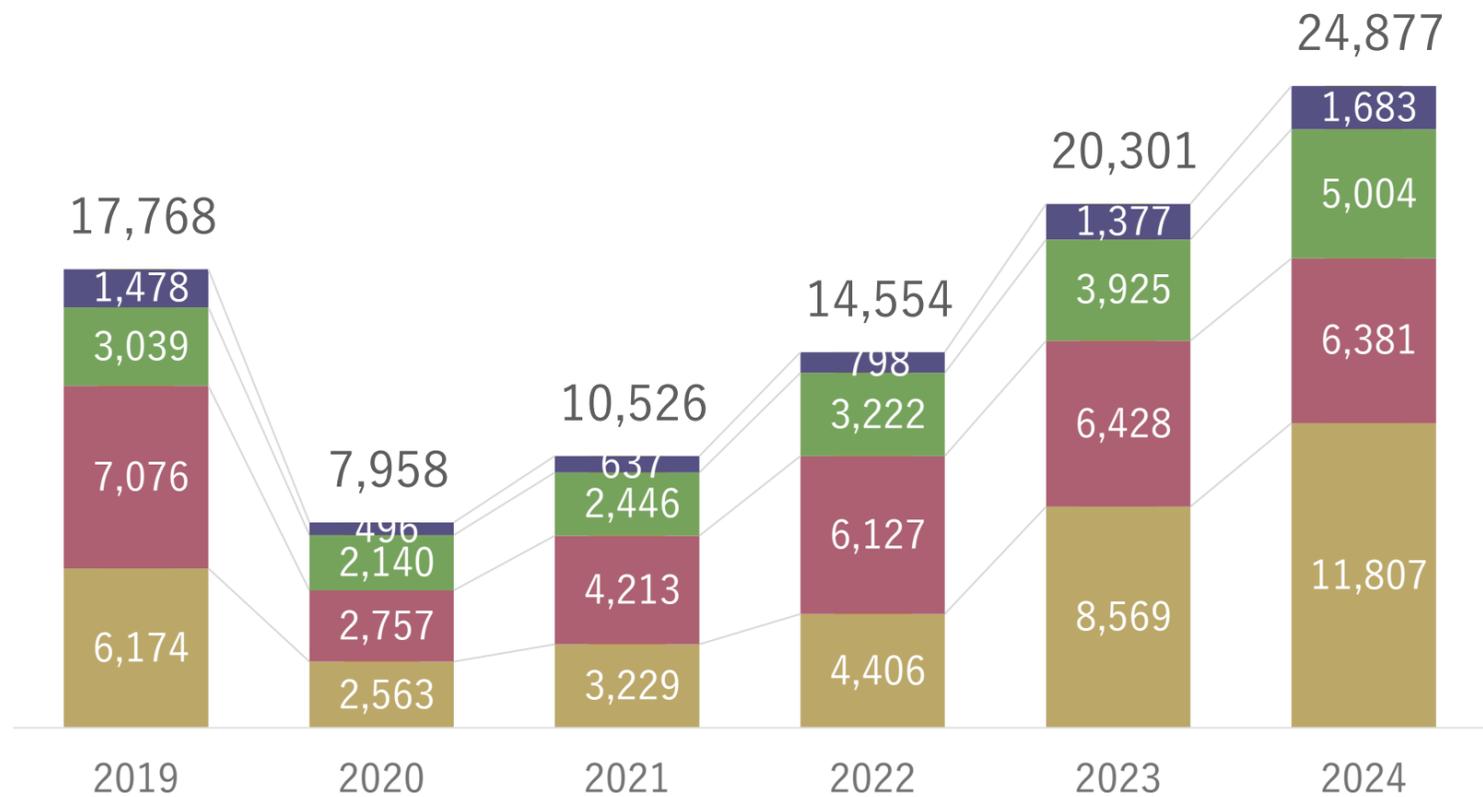


02 セグメントハイライト

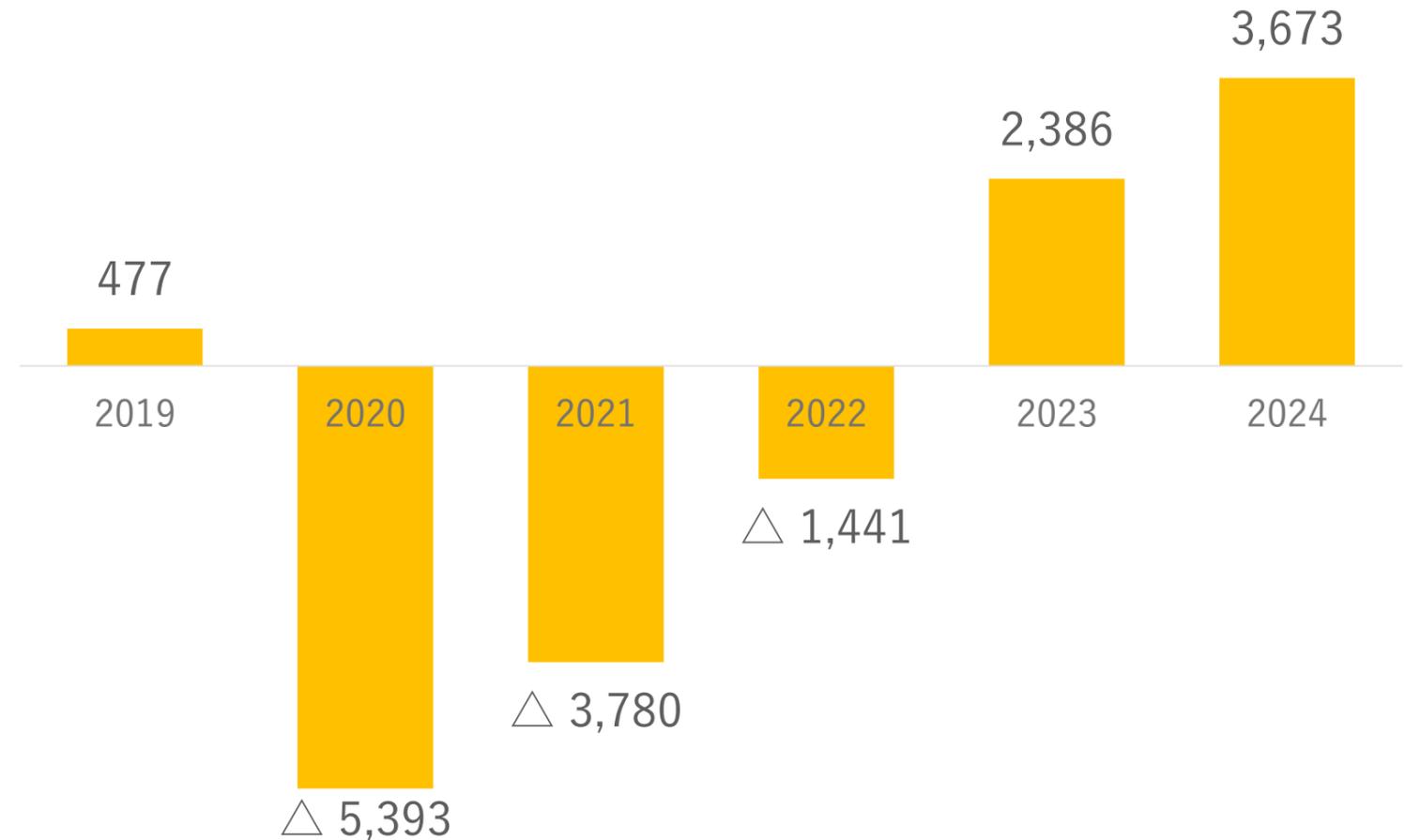
ホテルセグメントは増収増益。利益率の高い宿泊部門が好調だったため、セグメント利益は前期から53.9%増加し、2年連続で過去最高を記録。

売上高 (百万円)

■ 宿泊 ■ 婚礼 ■ レストラン ■ 宴会

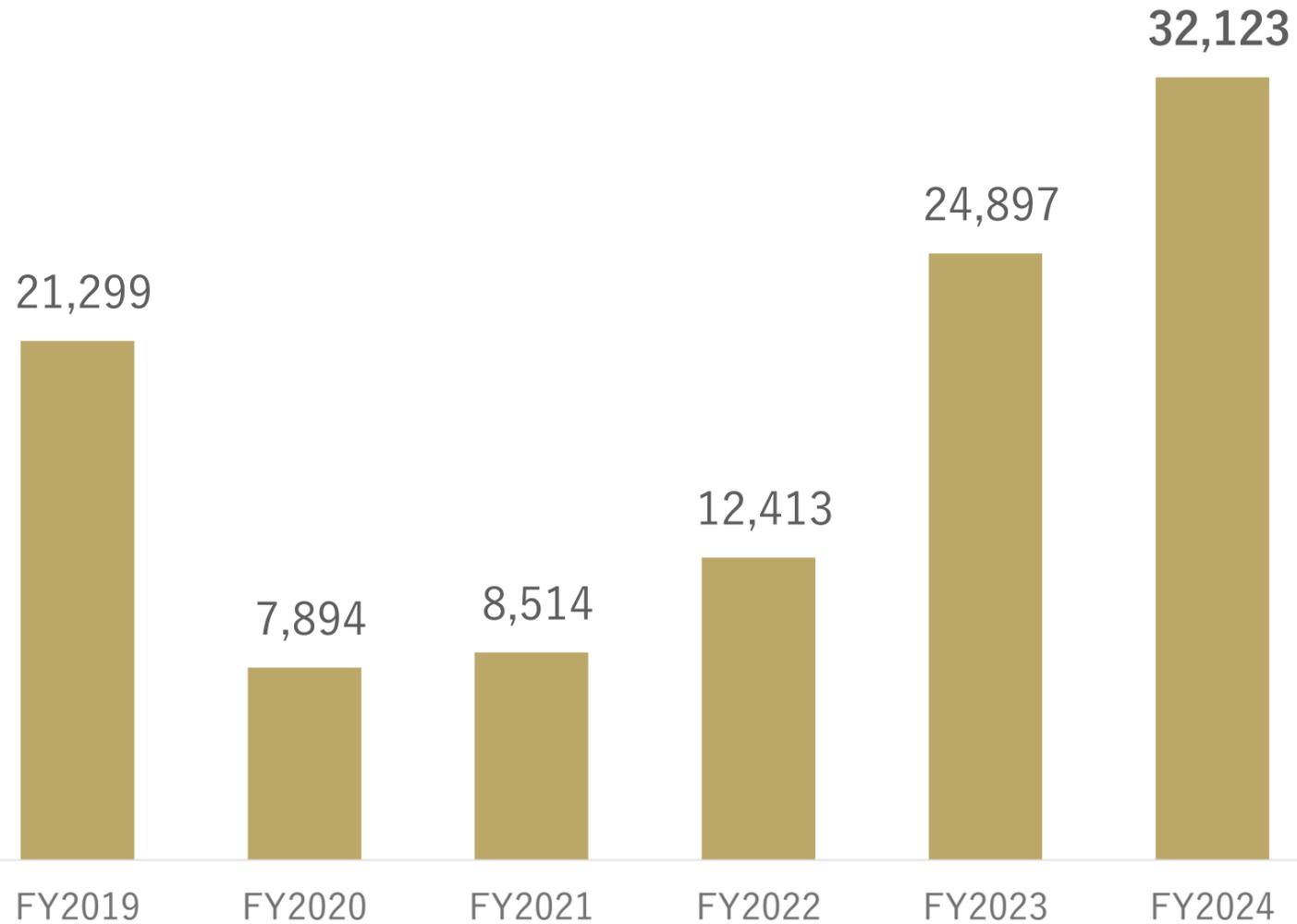


セグメント利益 (百万円)

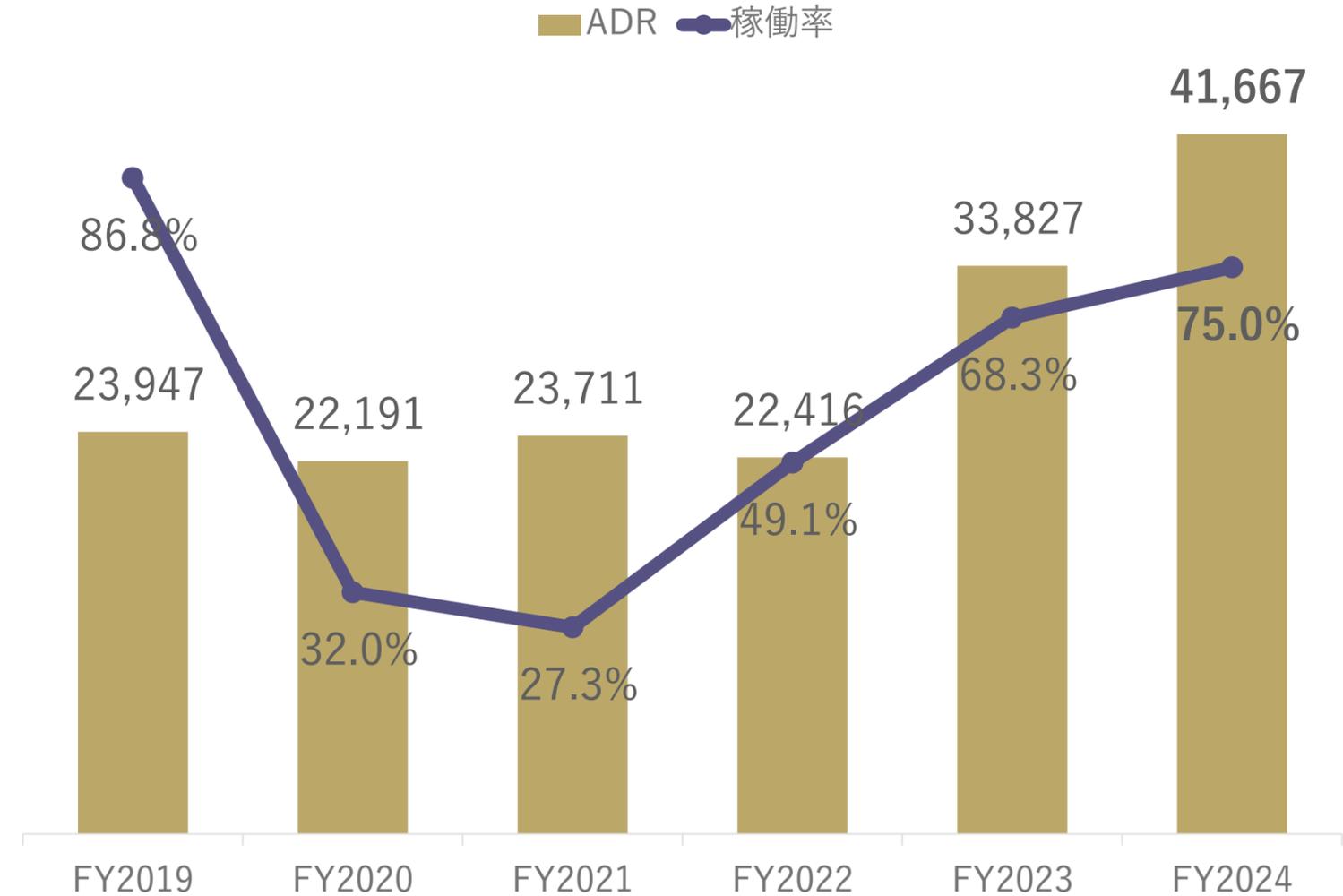


国内の宿泊部門では、RevPARが前年からさらに成長し、32,123円となった。
インバウンドが好調だったことから、ADRは41,667円となった。

RevPAR（販売可能な1室当たりの客室売上高）（円）



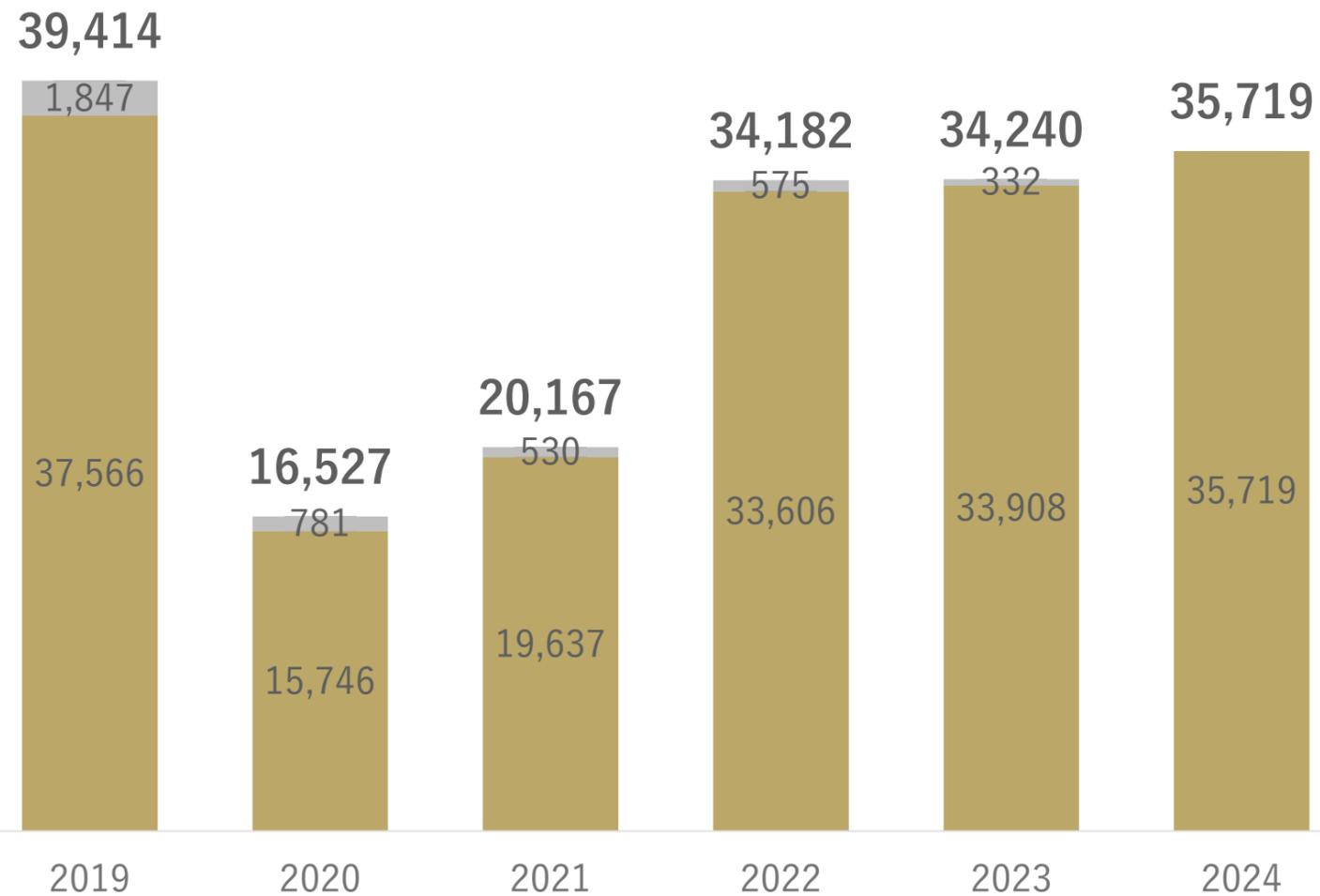
ADR（平均客室単価）・稼働率（円・%）



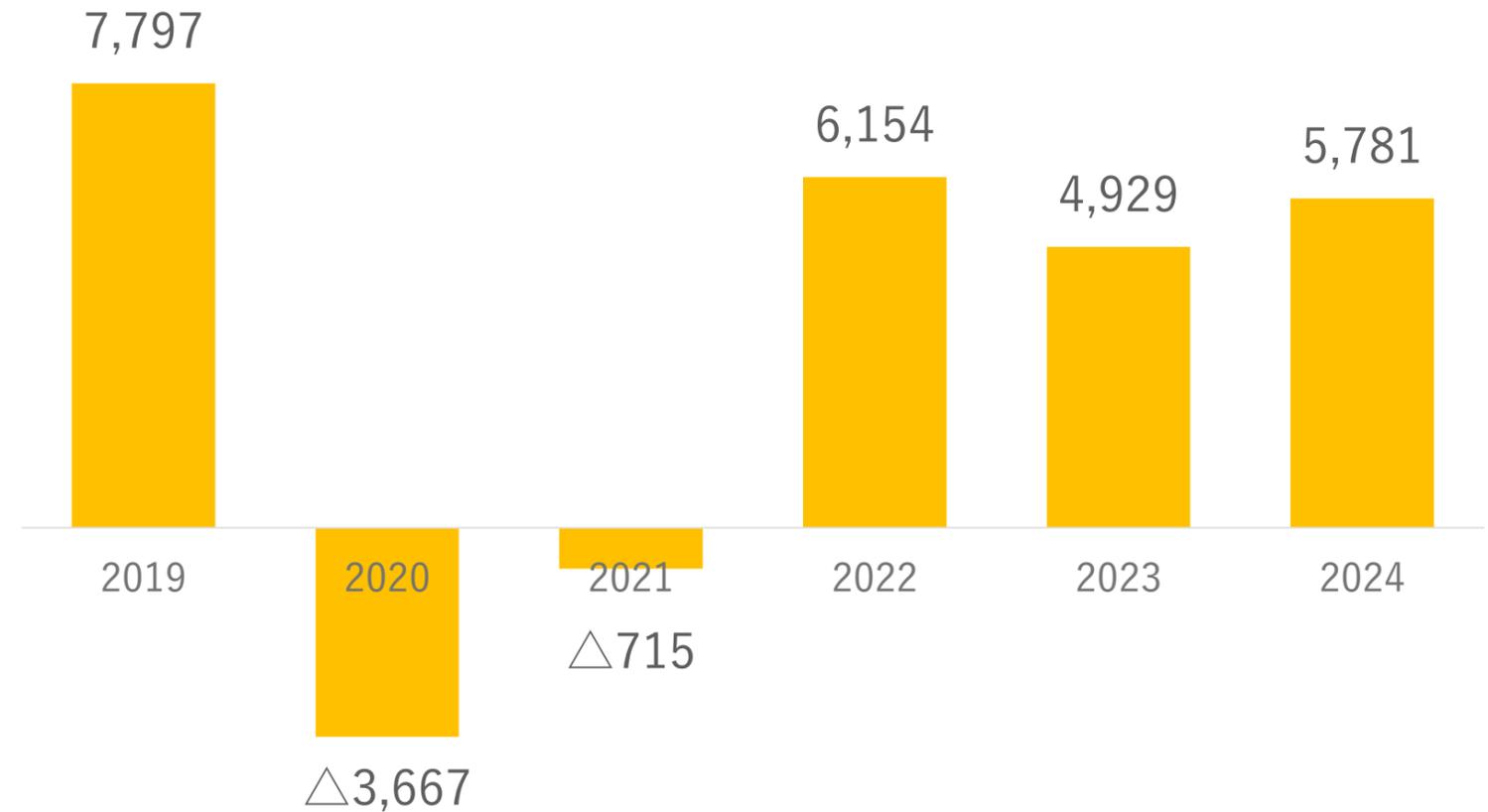
婚礼セグメントも増収増益。施行件数は減少するも単価の回復により利益率改善。

売上高 (百万円)

■ 婚礼 ■ 婚礼(閉店)



セグメント利益 (百万円)



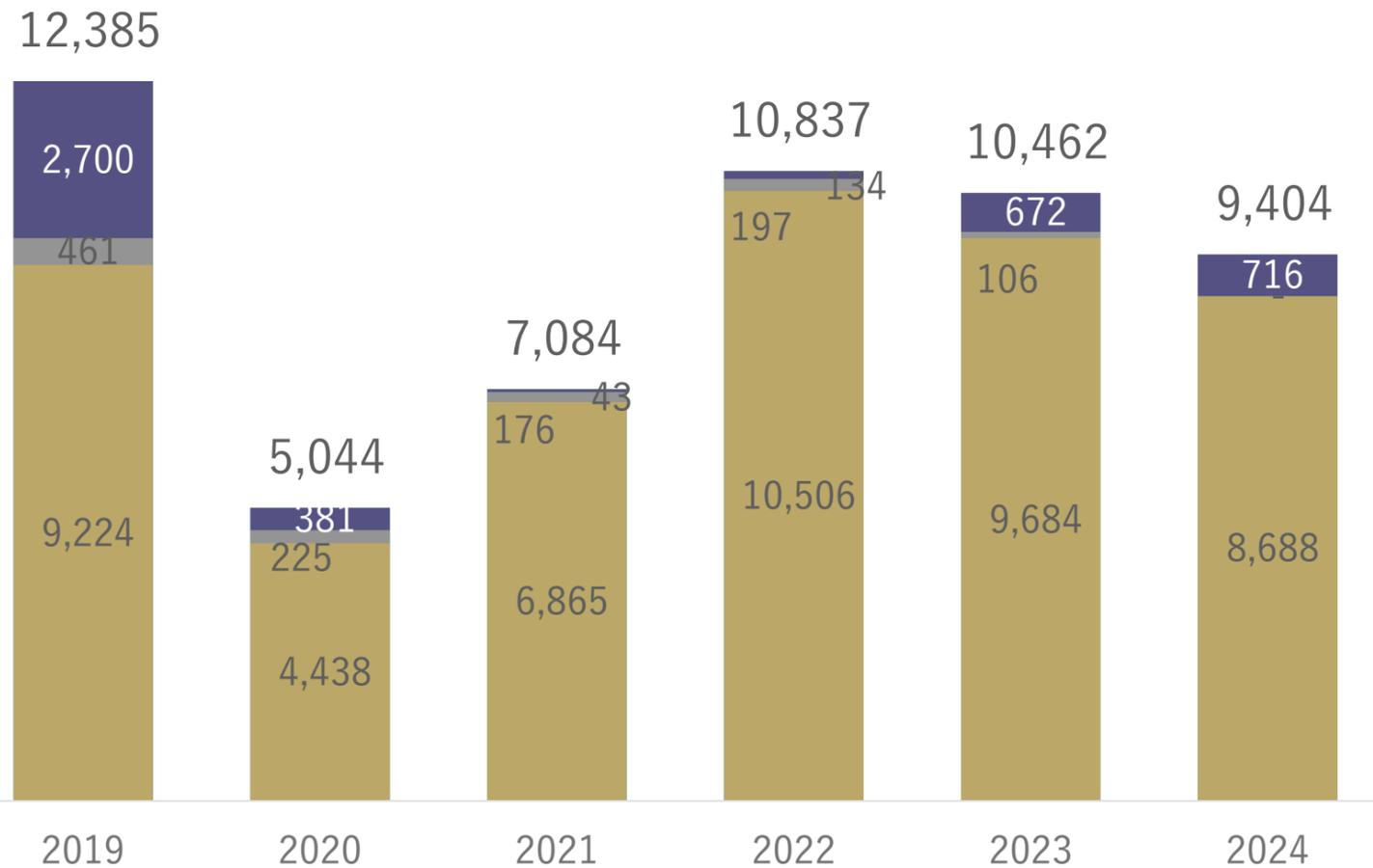
※ グレー部分は閉店事業所分

婚礼セグメント | 施行件数・受注件数の推移

施行件数は、9,404件。前年同期から10.1%の減少。
受注件数は、前年同期から0.3%増加し、10,047件。

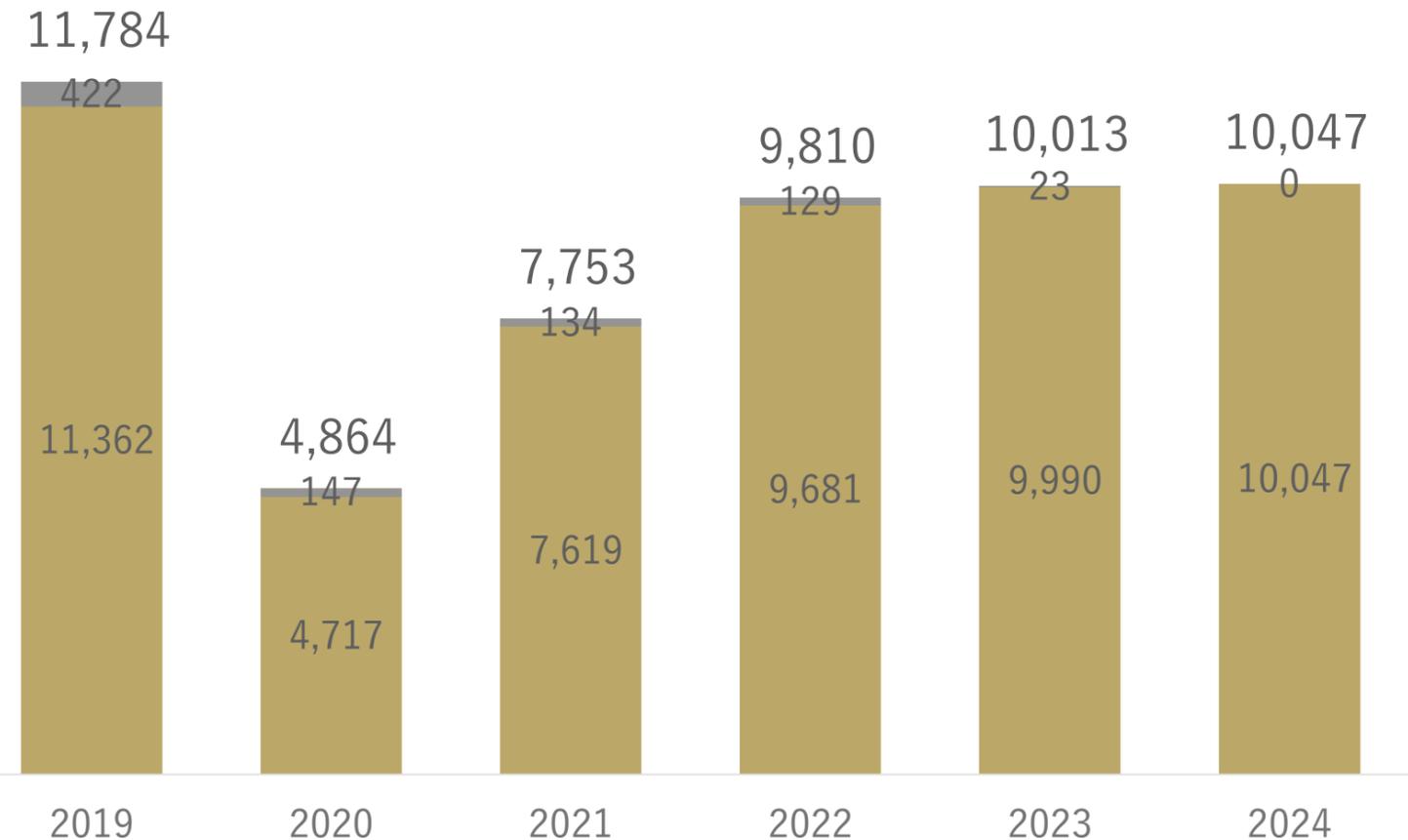
施行件数 (件)

■ 国内 ■ 閉店 ■ 海外



受注件数 (件)

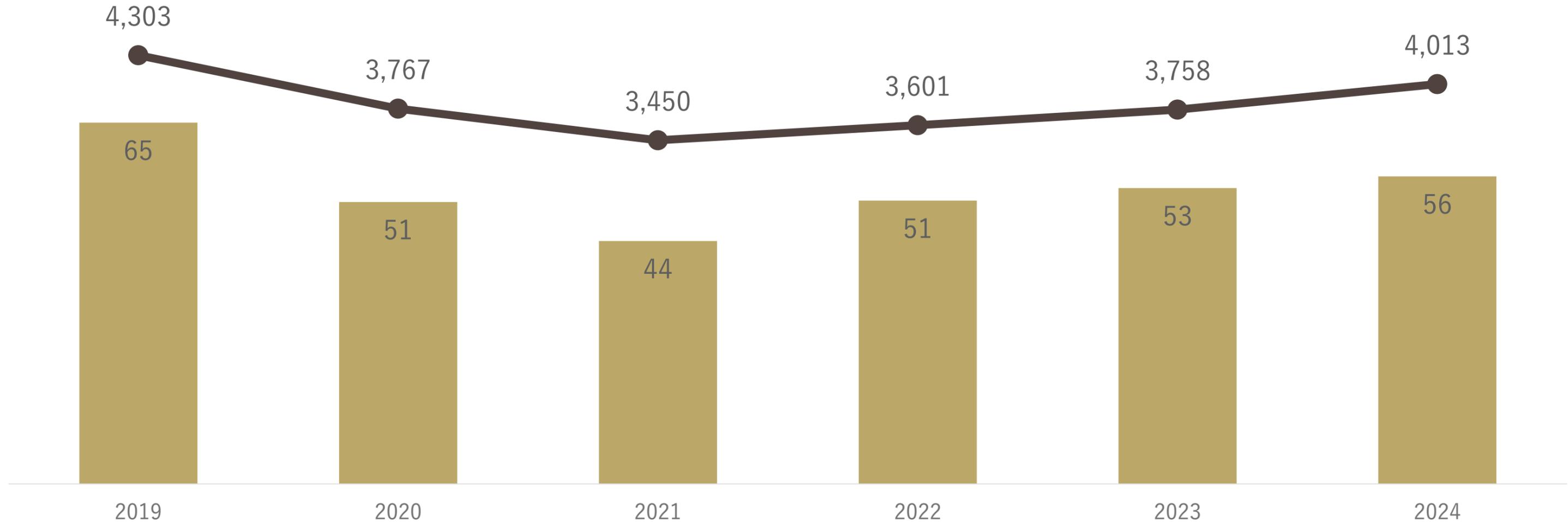
■ 婚礼 ■ 閉店



2022年以降、平均人数が緩やかに回復し、1組あたりの単価も上昇傾向。

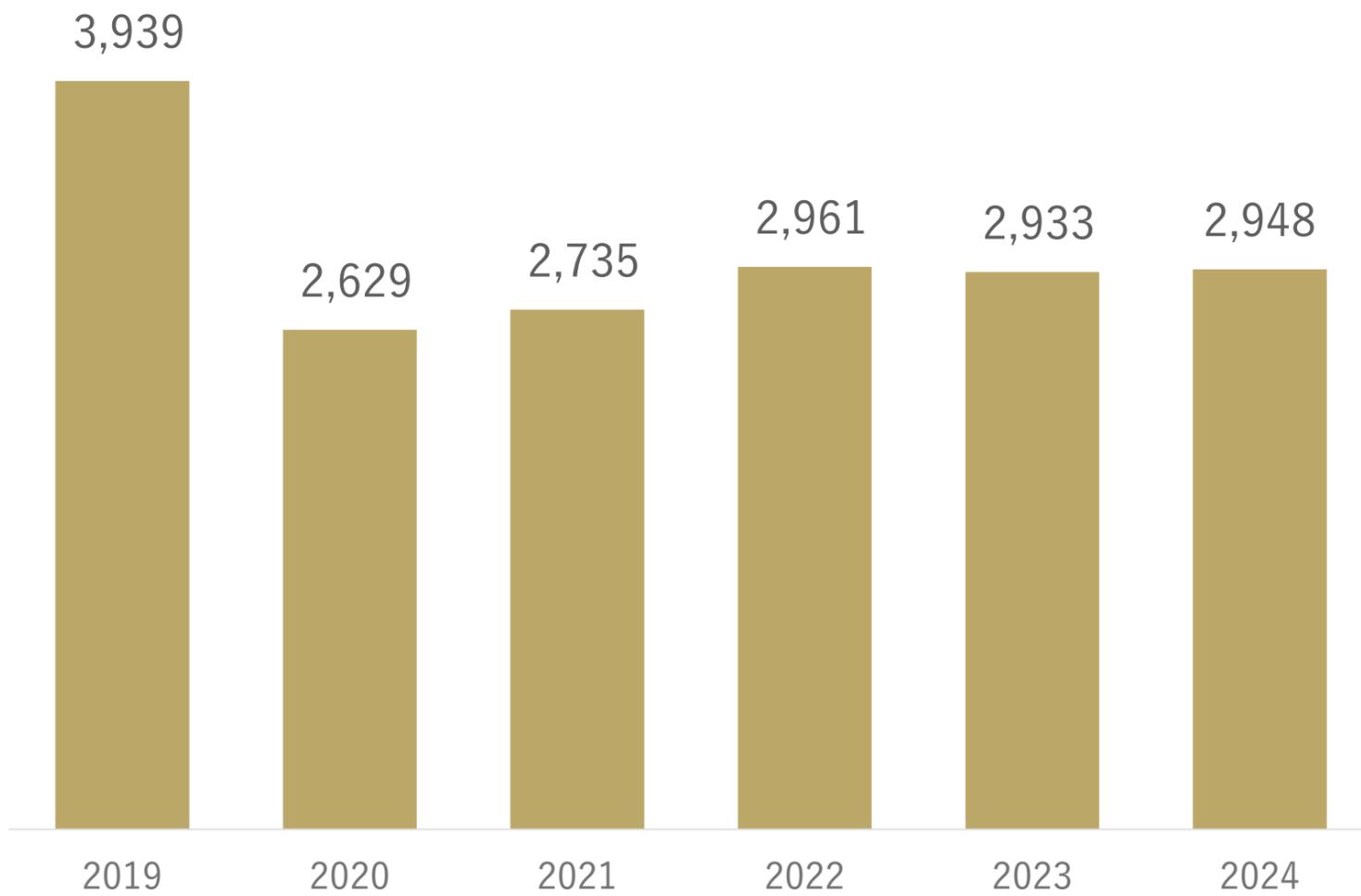
国内ゲストハウス 単価・平均人数の推移

■ 平均人数 (人) ● 1組単価 (千円)

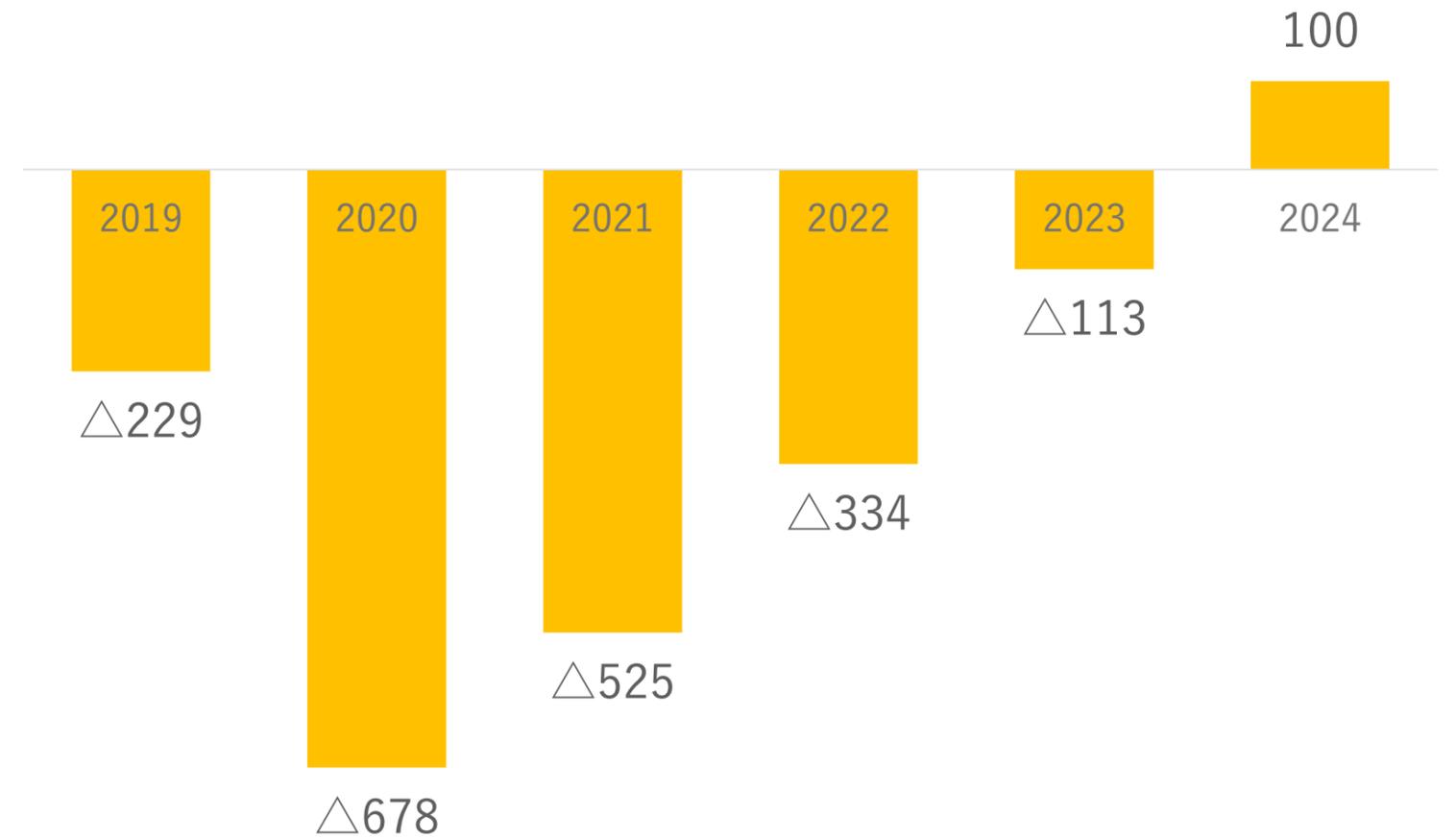


W&Rセグメントは、売上増と不採算店舗の閉店によりセグメント利益が黒字化。

売上高 (百万円)



セグメント損益 (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・伝統承継

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	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
	2. あらゆる人へ感動を提供できるサービス基盤構築		<input type="radio"/>							
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		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			
	2. 多彩なライフ・ワークスタイルへの対応	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>		
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	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
	2. 安心・安全な店舗、施設の開発・運営				<input type="radio"/>			<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
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		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>				<input type="radio"/>
	2. ガバナンス強化 / ダイバーシティ推進 / 人財育成	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>		

今期の主な取り組み

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

■ ピンクリボンモチーフのケーキやドリンクを販売

ベストホスピタリティーネットワーク（連結子会社）が運営するザ ストリングス 表参道では、乳がんに対する正しい知識の拡散と検診の受診率向上を目的とした「ピンクリボンフェスティバル」活動強化月間の10月に、ピンクリボンモチーフにしたケーキとドリンクを販売。本商品を通じてピンクリボン運動を応援し、ご自身の身体に関心を寄せるきっかけを提供。



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

■ 「レインボーフェスタ2024!」へブース出展

ベストブライダル（連結子会社）は、「大阪レインボーフェスタ2024!」へ昨年に続きブースを出展。ブース内では、ご来場された方の“幸せの瞬間”を収めた写真撮影を実施。レインボーカラーに彩られたお花のフォトスポットで、プロのフォトグラファーによる撮影を96組197名様に体験いただきました。



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

海外2つを含む7つのホテルを経営



ホテル インターコンチネンタル 東京ベイ

東京都港区 330室 6バンケット 1チャペル



ストリングスホテル東京インターコンチネンタル

東京都港区 203室 2バンケット 1チャペル



キンプトン 新宿東京

東京都新宿区 151室 3バンケット 1チャペル



ANA ホリデイ・イン 東京ベイ 2025年4月オープン

東京都品川区 132室



ストリングスホテル名古屋

愛知県名古屋市 126室 7バンケット 2チャペル



Kaimana Beach Hotel

米国ハワイ州 122室



Kimpton Palladian Hotel

米国ワシントン州 97室

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 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 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 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33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 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 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
GINZA BODY CARE 麻布十番
GINZA BODY CARE ヤエチカ
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

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 33店舗

TSUKADA GLOBAL HOLDINGS