

TSUKADA
GLOBALH
OLDINGS

株式会社ツカダ・グローバルホールディング
2019年12月期 **決算説明会**

代表取締役社長 塚田 正之

2020年2月17日

1. 2019年12月期 決算概要	03
2. 2020年12月期 業績予想	13
3. 今後の事業戦略	15
<input type="checkbox"/> 参考資料	34

本資料で記述されている業績見通し、並びに将来予測は、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、様々な要因の変化により、実際の業績は記述されている将来見通しとは、大きく異なる可能性があることをご承知おき下さい。

IR・本資料に関する問い合わせ先：株式会社ツカダ・グローバルホールディング TEL 03-5464-0081 e-mail ir-sec@tsukada-global.holdings

2019年12月期 決算概要

ホテルの大改装・リブランドによる売止等のマイナス要因がありましたが、国内婚礼組数・単価が堅調に推移し1.5%の増収

売上高

61,121百万円
(前年同期比 101.5%)

国内婚礼組数・単価が堅調に推移

営業利益

6,383百万円
(前年同期比 121.6%)

婚礼コンテンツ内製化の推進により大幅増益

経常利益

6,222百万円
(前年同期比 118.4%)

親会社株主に帰属する四半期純利益

2,565百万円
(前年同期比 105.8%)

特別損失（減損損失等）1,330百万円を吸収し増益

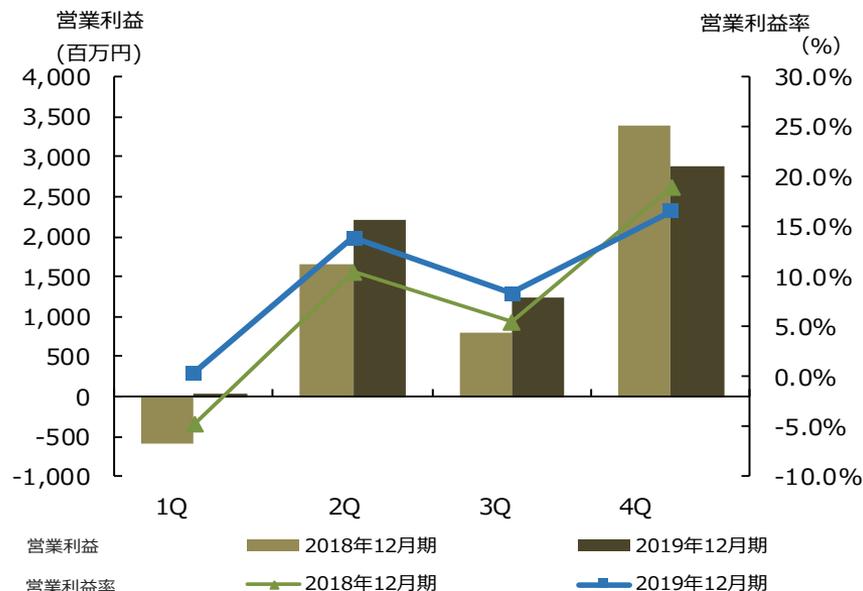
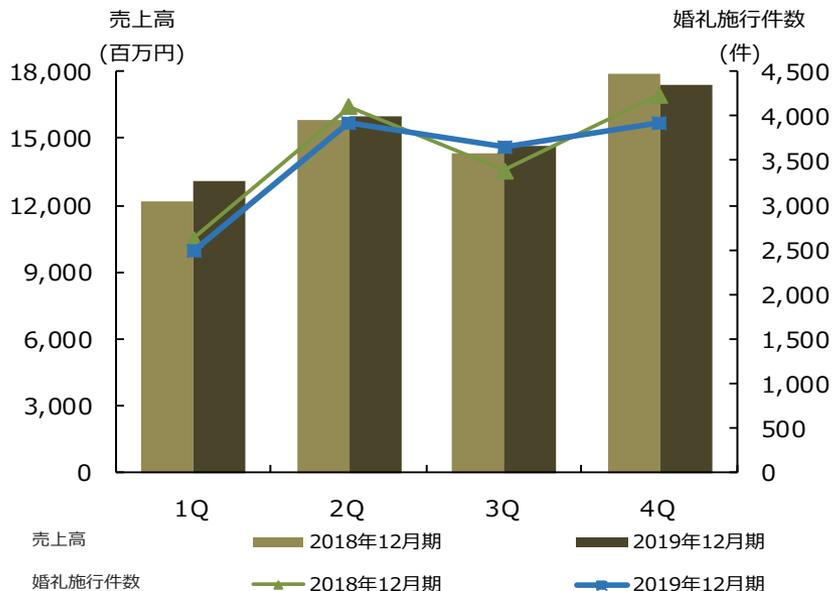
増収・増益

- ・売上高は計画に対し微減となるが、対前期で増収（国内婚礼事業が牽引）
- ・婚礼コンテンツの内製化により営業利益・経常利益は大幅増収

(単位：百万円)

	2018/12期	2019/12期	前年同期比増減率	2019/12期計画	計画比増減率
売上高	60,197	61,121	+1.5%	63,000	△3.0%
婚礼事業	38,113	39,414	+3.4%	40,200	△2.0%
ホテル事業	18,244	17,768	△2.6%	18,600	△4.5%
ウェルネス&リラクゼーション事業	3,839	3,939	+2.6%	4,200	△6.2%
売上総利益	19,599	21,107	+7.7%	20,400	+3.5%
販売費及び一般管理費	14,349	14,724	+2.6%	14,900	△1.2%
営業利益	5,249	6,383	+21.6%	5,500	+16.1%
経常利益	5,257	6,222	+18.4%	5,560	+11.9%
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,424	2,565	+5.8%	3,100	△17.3%
1株当たり四半期純利益	50円82銭	53円78銭	+5.8%	64円99銭	△17.3%
1株当たり年間配当金	10円(中5、期末5)	10円(中5、期末5)		10円(中5、期末5)	

婚礼施行数は3.6%減少 = 国内は増加、海外は減少
 営業利益率が1.7%増加し、10.4%（内製化による影響）
 2Q・4Q売上高増加の季節変動は継続



売上高 (百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
2018/12	12,173	15,818	14,338	17,866	60,197
2019/12	13,049	16,022	14,683	17,367	61,121

営業利益 (百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
2018年12月期	△ 583	1,660	795	3,377	5,249
2019年12月期	48	2,213	1,233	2,888	6,383

婚礼施行件数(件)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
2018/12	2,785	4,101	3,394	4,238	14,518
2019/12	2,779	3,918	3,365	3,934	13,996

営業利益率 (%)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
2018年12月期	△4.8%	10.5%	5.5%	18.9%	8.7%
2019年12月期	0.4%	13.9%	8.3%	16.6%	10.4%

※ホテル婚礼含む

増収・増益

- ・国内婚礼の施行組数・単価が堅調、婚礼コンテンツの内製化により大幅増益
- ・楽婚も前期に引き続き好調に推移
- ・家族挙式はTVCMの影響により認知度アップ

(単位：百万円)

	2018/12期	2019/12期	前年同 期 比	
			増減	増減率
売上高	38,113	39,414	+1,300	+3.4%
セグメント利益	6,333	7,797	+1,463	+23.1%
施行件数	12,806件	12,385件	△421件	△3.3%
国内	9,487件	9,685件	+198件	+2.1%
海外	3,319件	2,700件	△619件	△18.7%

減収・減益

- ・ストリングスホテル東京インターコンチネンタル・ストリングスホテル八事NAGOYAのリニューアル工事の影響により減収・減益
- ・キンプトン新宿ホテルの開業準備費用の発生等により、セグメント利益は半減
- ・ストリングスホテル名古屋の増収増益効果がセグメント全体の利益に貢献

(単位：百万円)

	2018/12期	2019/12期	前年同 期 比	
			増減	増減率
売上高合計	18,244	17,768	△ 475	△2.6%
宿泊売上	6,251	6,174	△ 76	△1.2%
婚礼売上	7,278	7,076	△ 202	△2.8%
レストラン売上	3,235	3,039	△ 195	△6.1%
宴会売上	1,479	1,478	△0	△0.1%
セグメント利益	981	477	△ 503	△51.3%
婚礼施行件数	1,712件	1,611件	△101件	△5.9%

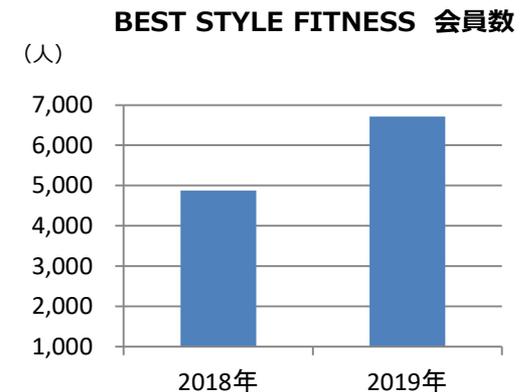
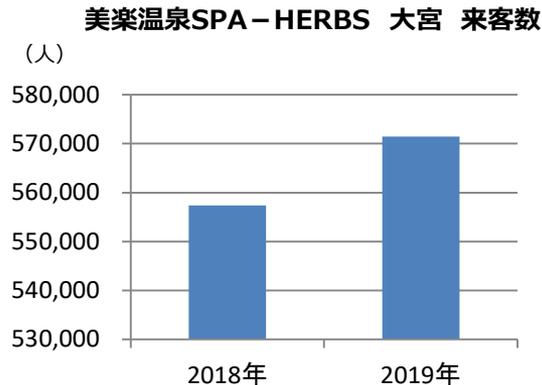
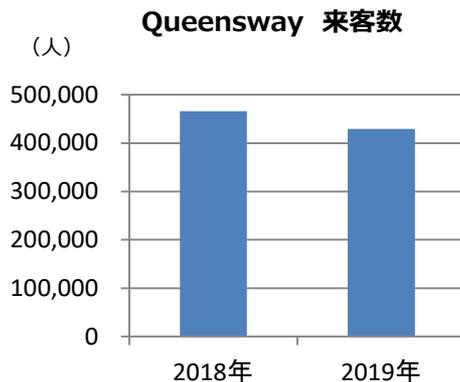
増収

- ・ サロン事業 (Queensway) 及びフィットネス事業において不採算店舗の閉鎖と既存店の効率化を実施したことにより、セグメント損失が大幅に改善
- ・ フィットネス事業においては海浜幕張店が通期稼働、9月に京都烏丸店をオープン

(単位：百万円)

	2018/12期	2019/12期	前年同 期 比	
			増減	増減率
売上高	3,839	3,939	+99	+2.6%
セグメント利益	△426	△229	+196	-
期末店舗数	50	48	△2	-

来客数・会員数の推移



キンプトン新宿ホテルの建設及び同施設に係る資金調達により資産・負債ともに増加

自己資本比率も37.7%と微減

(単位：百万円)

	2018/12期	2019/12期	増 減	主な増減項目
流動資産	27,506	34,076	+6,569	現預金+4,141
固定資産	63,174	65,115	+1,941	
有形固定資産	44,610	43,520	△1,090	建設仮勘定（キンプトン他）+7,864、連結範囲変更△9,141
無形固定資産	1,922	1,670	△251	のれん償却
投資その他の資産	16,641	19,925	+3,283	投資有価証券+4,164、連結範囲変更△970
繰延資産	160	151	△9	
資産合計	90,841	99,343	+8,502	
流動負債	13,778	17,859	+4,081	1年内長期借入+1,445、その他+2,176
固定負債	39,981	44,080	+4,098	社債+2,032、長期借入+1,594
負債合計	53,759	61,939	+8,179	
純資産合計	37,081	37,404	+322	利益剰余金+2,088、連結範囲変更△1,533
負債純資産合計	90,841	99,343	+8,502	
自己資本比率	39.1%	37.7%	△1.4%	
有利子負債	40,066	44,723	4,656	主にキンプトン新宿ホテルの工事代金を調達
有利子負債依存度	44.1%	45.0%	+0.9%	

※「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」（企業会計基準第28号 平成30年2月16日）等を2019/12期第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2018/12期期末の連結財政状態については、当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。

連結キャッシュ・フローの状況【概要】

- ・ 税前利益の増加により営業CFは増加するも、キンプトン新宿ホテルの建設により投資CFが大きくマイナスとなりFCFは大きく減少。
- ・ 営業CFの増加により、CF対有利子負債比率は0.5年改善

(単位：百万円)

	2018/12期	2019/12期	増 減
営業活動によるキャッシュ・フロー (I)	6,050	7,297	+1,247
投資活動によるキャッシュ・フロー (II)	△375	△12,838	△12,462
フリー・キャッシュフロー (I) + (II)	5,675	△5,540	△11,215
財務活動によるキャッシュ・フロー (III)	3,704	9,686	+5,981
現金及び現金同等物に係る換算差額 (IV)	△3	△4	△0
現金及び現金同等物の増減額 (I) + (II) + (III) + (IV)	9,375	4,141	△5,234
現金及び現金同等物の期首残高	14,896	24,117	+9,220
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	△154	-	+154
現金及び現金同等物の期末残高	24,117	28,259	+4,141
キャッシュ・フロー対有利子負債比率 (年)	6.6	6.1	0.5

事業ドメインの拡大と安定的な自己資本の充実を図る

- ① 安定した婚礼事業から創出される営業キャッシュ・フローが、強固な財務基盤の源泉となる。
- ② 期間利益による自己資本の積み上げを着実に図り、財務体質の健全化を推進。

【財政状態】

(単位：百万円)

	2005/12	2006/12	2007/12	2008/12	2009/12	2010/12	2011/12	2012/12	2013/12	2014/12	2015/12	2016/12	2017/12	2018/12	2019/12
総資産	16,601	22,745	33,386	32,427	37,530	40,891	47,382	48,381	53,968	67,269	80,327	84,752	84,447	90,841	99,343
自己資本	4,023	5,703	7,594	9,490	12,546	15,832	17,825	20,815	24,668	28,710	31,807	32,618	34,208	35,548	37,404
自己資本比率	24.2%	25.1%	22.7%	29.3%	33.4%	38.7%	37.6%	43.0%	45.7%	42.7%	39.6%	38.5%	40.5%	39.1%	37.7%
有利子負債残高	8,260	11,524	19,050	15,862	17,071	15,773	18,332	16,647	19,273	27,149	35,409	38,351	35,283	40,066	44,723
D/Eレシオ	2.1	2.0	2.5	1.7	1.4	1.0	1.0	0.8	0.8	0.9	1.1	1.2	1.0	1.1	1.2
ネットD/Eレシオ	0.9	1.2	1.6	1.0	0.7	0.5	0.4	0.3	0.2	0.3	0.6	0.7	0.6	0.4	0.4

※ネットD/Eレシオ = (有利子負債残高 - 現金及び現金同等物) / 自己資本

【キャッシュ・フロー】

営業CF	1,901	4,364	5,331	5,389	6,287	6,272	5,190	5,223	6,022	6,960	5,686	6,559	7,062	6,050	7,297
投資CF	△ 3,892	△ 7,486	△ 10,490	△ 2,055	△ 5,375	△ 3,888	△ 3,488	△ 2,409	△ 5,457	△ 10,780	△ 12,887	△ 12,352	△ 3,976	△ 375	△ 12,838
財務CF	2,056	3,108	7,359	△ 3,639	760	△ 1,690	388	△ 2,198	1,897	7,108	7,712	3,131	△ 3,573	3,704	9,686
現金及び現金同等物	4,443	4,425	6,625	6,164	7,825	8,473	10,532	11,205	13,758	17,354	17,863	15,380	14,896	24,117	28,259
フリーCF	△ 1,990	△ 3,121	△ 5,158	3,333	911	2,383	1,701	2,813	565	△ 3,819	△ 7,201	△ 5,793	3,086	5,675	△ 5,540

営業利益	1,959	3,652	4,805	6,077	6,269	7,221	6,395	6,519	6,856	6,406	5,392	3,515	4,268	5,249	6,383
減価償却費	708	1,270	1,830	2,018	2,031	2,310	2,538	2,521	2,653	2,696	2,763	3,349	3,344	3,275	3,140
のれん償却費	-	-	-	15	12	13	93	83	84	162	291	266	266	266	267
EBITDA	2,667	4,922	6,635	8,111	8,314	9,546	9,026	9,124	9,594	9,265	8,447	7,131	7,879	8,791	9,791

※『「税効果会計に係る会計基準」の一部改正』（企業会計基準第28号 平成30年2月16日）等を2019/12期第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2018/12期期末の連結財政状態については、当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。

2020年12月期 業績予想

- 婚礼事業 ・ 婚礼受注数の増加とキャンセル件数の削減対策を進め増収を見込む
- ホテル事業 ・ 東京オリンピック・パラリンピック開催国効果を見込む
- ・ キンプトン新宿ホテルの開業による増収
- W&R事業 ・ 京都烏丸店（フィットネス事業）の通期稼働により増収
- ・ フィットネス会員数の取込と退会の抑止を進め、改善・効率化を図り初の黒字転換を目指す

(単位：百万円)

	2019/12期 実績	2020/12期 計画	前期比	
			増減	増減率
売上高	61,121	64,000	+2,878	+4.7%
婚礼事業	39,414	40,000	+585	+1.5%
ホテル事業	17,768	19,800	+2,031	+11.4%
W&R事業	3,939	4,200	+260	+6.6%
営業利益	6,383	6,700	+316	+5.0%
営業利益率	10.4%	10.5%		
経常利益	6,222	6,500	+277	+4.5%
経常利益率	10.2%	10.2%		
親会社株主に帰属する当期純利益	2,565	3,800	+1,234	+48.1%
当期純利益率	4.2%	5.9%		

今後の事業戦略

**顧客のニーズを的確かつ適切に把握した経営資源の最適投資
環境変化に対応する、国内外の強固な事業基盤の確立**

婚礼事業
(1995年～)

- ・国内ゲストハウス挙式
- ・楽婚・家族挙式
- ・海外挙式 (ハワイ、パリ、北米)
- ・国内リゾート挙式 (沖縄)

ホテル事業
(2011年～)

- ・竹芝
- ・品川
- ・名古屋駅
- ・西新宿
- ・ハワイ
- ・八事

ウェルネス & リラクゼーション事業
(2014年～)

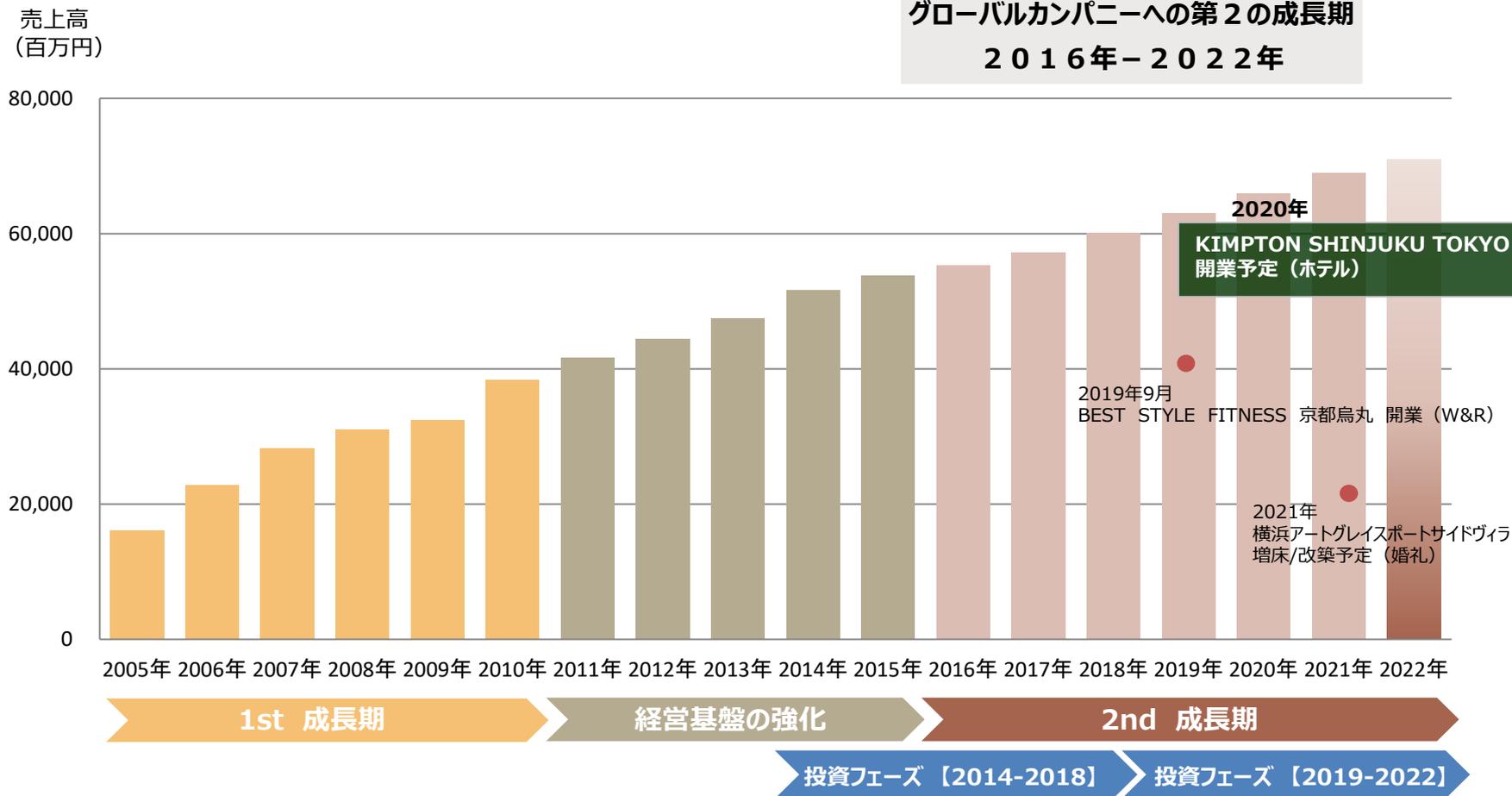
- ・Queensway
- ・SPA HERBS
- ・BEST STYLE FITNESS

重点戦略

- 1. Reborn the ゲストハウス ウェディング～顧客ニーズを凌駕する**
新たなブランドマーケティング/新たな顧客ニーズの創造
- 2. Ourビジネスモデル～ホテル事業拡大のKSF**
ウェディングをコア戦略とした、新たなホテル事業ビジネスモデル
- 3. 多様な投資バランス推進～3セグメント&国内/海外**
既存ビジネス成功をベースに、固定観念を打破した積極投資と適正バランス
- 4. 再構築～既存ビジネスモデルの成長ドライバーへのブラッシュアップ**
リラクゼーション事業・大型ホテル投資の再構築と成長→プロフィットセンターへの成長期
- 5. グループシナジー最大化への飛躍期**
利益構造改革～シナジー効果によるコストダウンを超越するコストマネジメント

持続的な成長に向けた事業開発の創出と成長

事業構造の転換を更に追求
グローバルカンパニーへの第2の成長期
2016年-2022年



グループシナジーの一層の強化

- ・海外を含めたグループ会社のシナジー効果を最大限に発揮し、事業としての安定成長を図る

① 株式会社ベストブライダル

- ・ゲストハウス層の更なる獲得のための新たなリニューアル手法の推進
- ・グループホテル事業の婚礼業務受託開始
- ・エリアの組織を細分化し、それぞれの地域特性を活かした商品開発
- ・顧客満足度を追求し、サービスクオリティの向上のための接客マニュアルの見直しによる口コミ評価改善
- ・既存顧客獲得強化と階層別商品開発による縦横ビジネス展開の強化
- ・ゲストハウス稼働率および生涯顧客構築獲得のための自社企画イベントやレストラン運営の促進

② 株式会社ベスト-アニバーサリー

・ハワイ Best Bridal Hawaii, Inc
・パリ PT.Tirtha Bridal

- ・ハワイ事業の提携販売拠点拡張と新たな商品開発「邸宅ウェディング」による販売強化
- ・沖縄事業の積極的な商品開発（地元婚）とブランドホテルとのコラボレーション強化
- ・衣裳部門の単価向上（ドレス新ブランド導入・和装専門店・メンズタキシード強化）
- ・装花、音響部門の内製化の加速
- ・ウェディングコンテンツのターゲットをセグメントした商品開発による売上増加
- ・ハワイ・沖縄・国内フォトウェディング事業の新商品開発による強化

③ 株式会社ベストプランニング

- ・多様な成長戦略に対応する顧客ニーズとトレンドを兼ね備えた料理の開発・提供
- ・安心と安全を最高レベルに引き上げるHACCP対応による衛生管理
- ・7大アレルギー（小麦・卵・乳・落花生・そば・エビ・カニ）対応メニュー開発を含む顧客対応の拡充と満足の高立

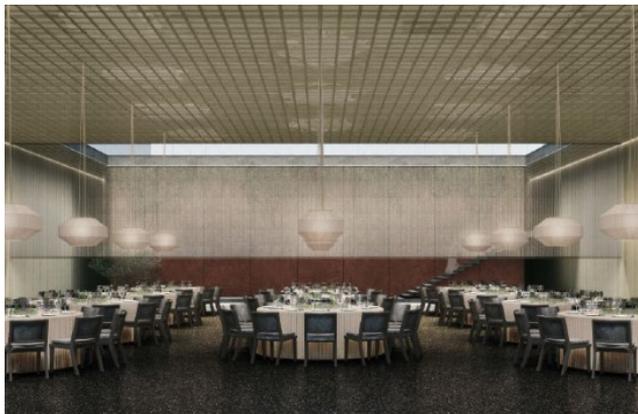
ブランド構築による階層別の販売強化

- ・ブランドマーケティングによるポジショニングの最適化を図りそれぞれのブランドを再構築
- ・低価格商品から高価格商品までのバリエーションを充実
- ・社会の多様なニーズに合わせた商品開発
- ・大型店による経営効率、資産効率の高さを実現
- ・楽婚、家族挙式により、【なし婚層】の需要喚起
- ・海外ウエディングの帰国後パーティを積極販売

1. ホテルウエディング (東京ベイ・品川・新宿)	ブランド力、大人数、付帯設備、接客スキル重視
2. ザ スtringス (表参道・名駅・八事)	料理・サービスのハイクオリティ、好立地
3. ゲストハウスウエディング (ベストブライダル)	貸切感、オリジナリティ、多様性に対応した商品ラインナップ
4. 楽婚	コストパフォーマンス、手軽さ
5. 家族挙式 (国内・海外・リゾート)	家族中心、リゾート感重視

ゲストハウス層の更なる取り込みに向けた増床・改装の推進

- ・ 横浜アートグレイSPORTサイドヴィラの増床/改装
新たな顧客ニーズの創造のため、既存施設の隣地に新バンケットを建築。さらに同時に既存施設もリニューアルさせることで
新旧顧客併せた集客・成約の最大化を図る
- ・ 伊勢山ヒルズ、星ヶ丘アートグレイスクラブ、心斎橋セントグレースヴィラなど
リニューアルトピックスにより新たな客層の取り込みや成約強化を図る



【横浜アートグレイSPORTサイドヴィラ】
アネックス 2021年7月完成予定



【伊勢山ヒルズ】ヴェネツィア邸（左）ヴェネチア邸リビング（右）
2020年 9月完成予定



【心斎橋セントグレースヴィラ】
カーサドルチェ邸 2019年8月完成



【星ヶ丘アートグレイスクラブ】
チャペル 2019年7月完成

各施設稼働率・生涯顧客構築獲得に向けた自社企画イベントへの取り組み

生涯にわたるお客様とのつながりを構築するため、
全国のエリア特性、施設特性、グループシナジーを活かしたイベントを年間を通じて展開



婚礼のお客様だけではなく、一般のお客様にもお楽しみ頂ける、グループコンテンツの強みを活かした
デザートブッフェ、フラワーアレンジメントレッスン、ヨガイベント、ビアガーデンを開催
各施設の稼働率を上げ、新たな価値創造と共に、売上向上、ファンの創造・構築へ繋げる

ハワイ初となる新たなウェディングスタイル「邸宅ウェディング」

- ・ハワイ最高峰の「時間」と「空間」をトータルプロデュースし、高度な多様化したニーズに対応
- ・オリジナリティが溢れる、これまでにない全く新しいウェディングシーンを創造



邸宅2階の室内にはハワイの海を一望できる開放的なチャペル（イメージ）



プライベートビーチと広大な緑のガーデンを備える、贅を尽くした邸宅を貸切に



ガーデン挙式も可能



1日の過ごし方をプロデュース



ゲストへのおもてなし準備



ガーデンでウェルカムパーティ



テラス又は室内でゲストと会食

海外・国内リゾート商品の国内販売拠点拡大

- ・海外・国内リゾートの独自商品を直接販売できる拠点を全国へ拡大、新たなニーズの開拓と同時に、横展開での販売強化を図る
- ・東京・名古屋・大阪・広島・博多にランドサロンを設置
(海外商品以外に、家族挙式・楽婚・帰国後パーティ・衣裳を販売)



札幌FIT



大阪梅田ランドサロン



なんばFIT



神戸FIT



京都FIT



名古屋栄ランドサロン



仙台FIT



東京ランドサロン



新宿ランドサロン



博多ランドサロン



広島ランドサロン



沖縄FIT



竹芝FIT



横浜FIT



大宮FIT



千葉FIT

ブライダルコンテンツ 内製化の拡大

(衣裳・美容・プレケア・介添え・装花・写真・映像・挙式・司会・音響)

- ・グループシナジーによる各コンテンツ事業の内製化を拡張し、グループ全体の増収・増益へ繋げる
衣裳・美容・プレケア・挙式部門は、完全内製化を完了 / 装花・映像・音響部門の内製化を加速
- ・多様化、高度化したニーズに対応するため、ターゲットをセグメントした商品開発による売上増加
- ・コンテンツ毎の垣根を超えたコラボレーションによる商品・サービスの充実



メンズタキシード強化



親御様・列席衣裳の充実



コンテンツ部門を超えた連携によるトータルビューティの追求



外部コンテンツ受託のエリア拡大

- ・外部コンテンツ提携営業の活動強化及びエリア拡張による、グループ外での新たな売上の創出
- ・外部コンテンツ受託による実績・ナレッジを蓄積し、婚礼事業全般の受託へ拡張・新規開拓を目指す



NEW 音響 インターコンチネンタルホテル大阪



NEW 挙式 ANAクラウンプラザホテル岡山



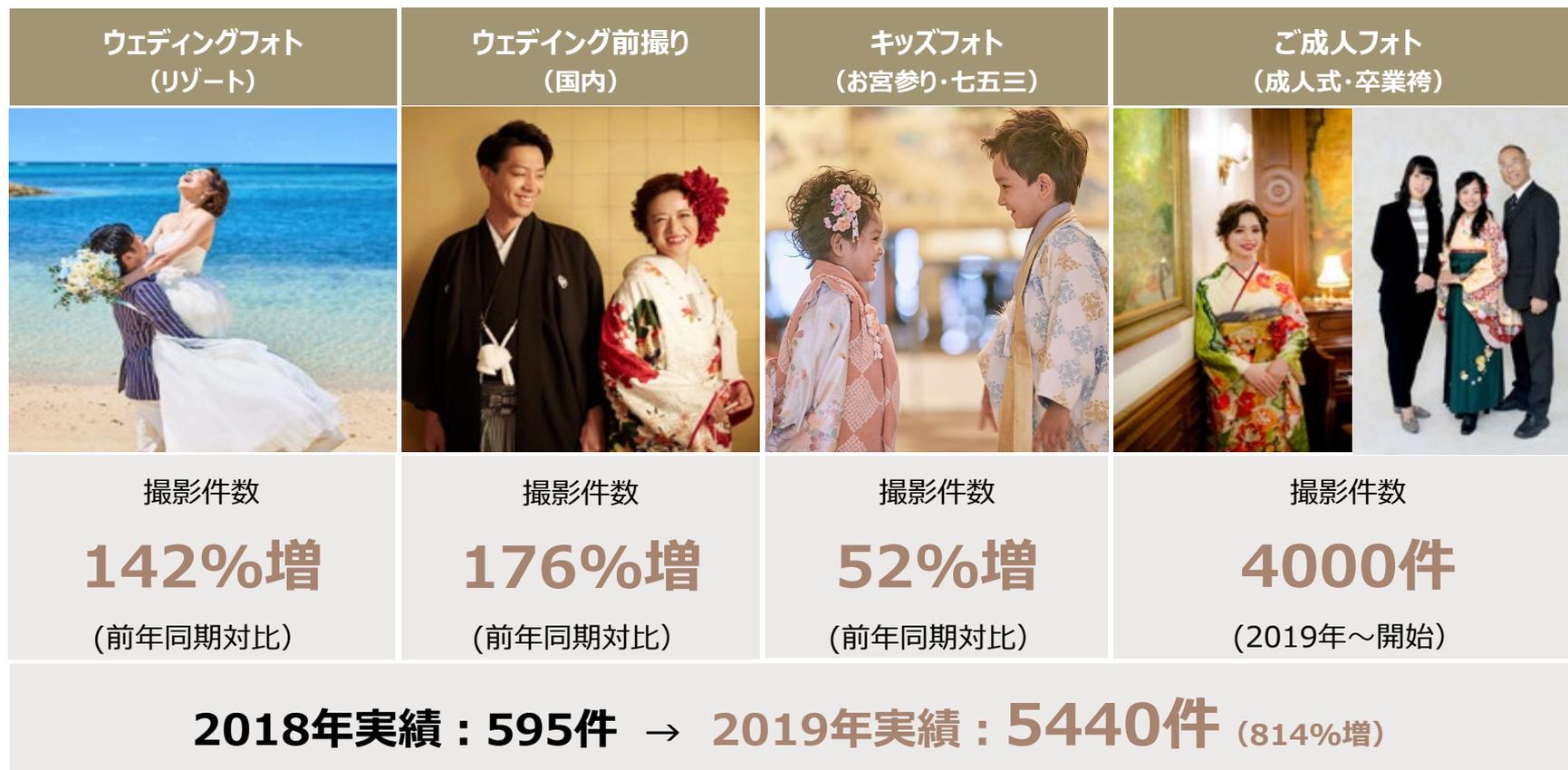
NEW 映像 カーサフェリス広島



NEW 映像 KKRホテル熊本

ウェディングフォト・アニバーサリーフォト事業の拡大

- ・ハワイ・沖縄・国内フォトウェディングの販売拠点の拡張、及び旅行代理店販売による強化
- ・アニバーサリーフォト（七五三・卒業袴・成人式）の積極的な商品開発・事業領域拡大による売上増加



「集う・体験・発信」をコンセプトに始動

「BASE TOKYO」のマルチ展開

- ・グループ婚礼事業の新たな価値創造として、結婚式当日まで「ワクワク」する打合せ空間・プロセス・体験の開発
- ・これまでに「体験」したことがない全く新しいフォトスタジオ空間を開設（美容室併設）
→ 1年中、撮影ができる、したくなる「七五三」「成人式」、アニバーサリーフォトのトレンド発信地へ
- ・ショーケース、展示会、受注会を積極的に開催し、新たな売上を創出
- ・商品開発拠点、生産管理、品質管理などの分散拠点の集約による運用管理の効率化



高田馬場駅から徒歩5分の好立地に一際目を引く外観（完成イメージ）



装花のラボラトリーや各種衣装の展示コーナー・商談スペースも併設

ラグジュアリーな空間と共に、最上級のおもてなしを提供

<現在稼働中総客室数 887室>
<婚礼宴会用 21バンケット> <6チャペル・1神殿>

IHGとの業務提携による新ブランドホテル「KIMPTON SHINJUKU TOKYO」のオープンと
国内外の観光客による宿泊需要拡大と安定的な婚礼需要に対応した「INTERCONTINENTAL TOKYO BAY」
大規模リニューアルを実施

2019年12月 グランドオープン「THE STRINGS BY INTERCONTINENTAL TOKYO」

2020年春 グランドオープン「INTERCONTINENTAL TOKYO BAY」

2020年6月 グランドオープン「KIMPTON SHINJUKU TOKYO」

リニューアル	品川	リニューアル	東京ベイ	オープン	新宿
<p>THE STRINGS BY INTERCONTINENTAL TOKYO</p> <p>(203室)</p>  <p>JR品川駅港南口直結、徒歩1分 2014年1月 ホテル経営権取得</p> <p>2019年12月グランドオープン 新コンセプト「Tokyo, personally orchestrated. 一人ひとりのゲストに奏でる、東京という音色」 客室・宴会場・ロビー・レストラン・チャペルを全面改装。</p>		<p>INTERCONTINENTAL TOKYO BAY</p> <p>(330室)</p>  <p>新交通ゆりかもめ「竹芝」駅 直結 2011年1月 ホテル運営権取得</p> <p>2020年春 グランドオープン</p> <p>世界60か国以上のインターコンチネンタル ホテルズ アンド リゾーツから受け継ぐ質の高いホスピタリティを 提供。</p>		<p>KIMPTON SHINJUKU TOKYO</p> <p>(151室)</p>  <p>新宿駅/JR新宿駅南口より徒歩10分 都営大江戸線都庁前駅より徒歩7分</p> <p>2020年6月 グランドオープン</p> <p>世界44都市に展開するブランドが日本初上陸。 NYのトップデザイナーによる大胆かつ上質な内装とラ グジュアリーライフスタイル型のホテルとしてそれぞれの 用途に合わせた上質な体験を提供。</p>	

2019年12月 グランドオープン 「THE STRIGS BY INERCONTINENTAL TOKYO」



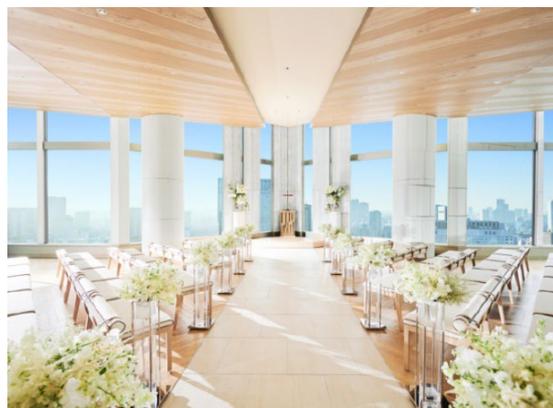
26階 アトリウム



イタリアングリル「メロディア」



クラブインターコンチネンタルラウンジ



チャペル (ソナー)



客室

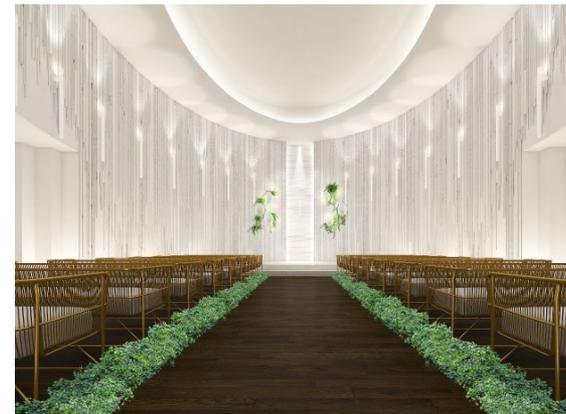
2020年 春 グランドオープン 「INTERCONTINENTAL TOKYO BAY」



1階ロビー



1階バー&ラウンジ



チャペル



VIPラウンジ

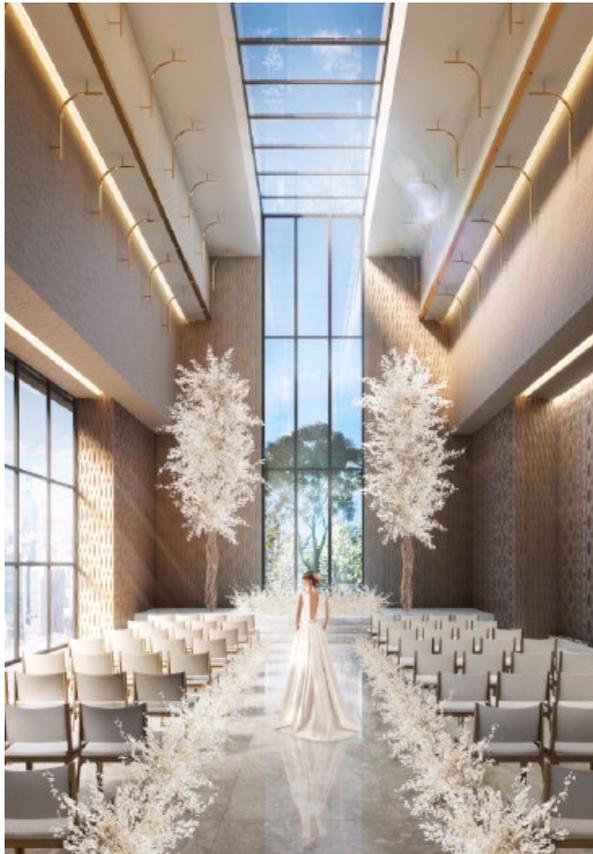


バンケット (ルグラン/ウィラード)

2020年6月 日本初進出「KIMPTON SHINJUKU TOKYO」を開業予定

インターコンチネンタルホテルズグループのラグジュアリーブティックホテルブランド

グローバルに展開し、従来にはない施設とサービスを提供できるホテルを実現するために、キンプトンブランドの日本初導入に至る



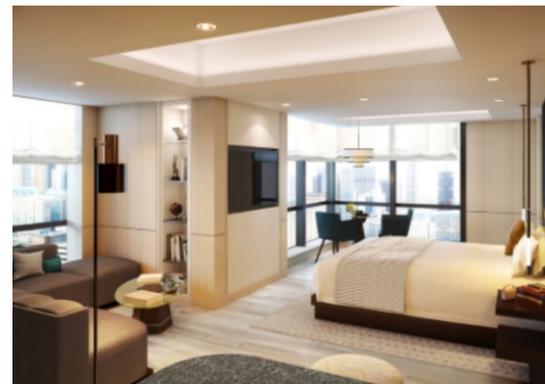
チャペル



エントランス (車寄せ)



1階ロビー



客室



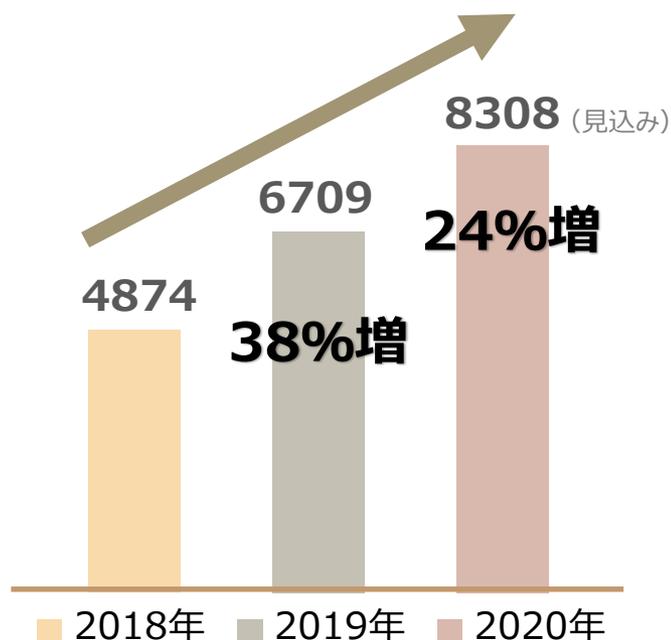
バンケット (14F Bowery)

フィットネス事業4年目 黒字化による安定運営



- ・紹介制度、SNS広告の最適化による持続的な集客・会員数の増加
- ・適性コストの見直しによる運営最適化を実現
- ・ターゲットをセグメントした商品開発による新たなコミュニティ・売上の増加

2019年-2020年会員数推移



シニア世代向けの「やさしいプログラム」の提供
専用のリラックススペース完備 / 充実したスパ施設が利用可能

ウェルネス（スパ）事業 運営最適化による黒字化 / ニフティ ランキングの向上

SPA  HERBS

- ・WEB戦略強化による入浴客者数増
- ・運営コストの見直しによる経営の最適化
- ・おもてなし強化による口コミ評価の向上



リラクゼーション（サロン）事業 新たな出店戦略 / クイーンズウェイブランドの拡大



- ・クイーンズウェイブランドが手がける専門サロンの強化
- ・SV（スーパーバイザー）担当エリア制度による運営支援構築
- ・新規顧客の生涯顧客化（LTV最大化）



Queensway
Relaxation Salon



Queensway
GINZA BODY CARE



參考資料

ホテル (5ホテル 887室 21バンケット 6チャペル 1神殿)



- ・**ストリングスホテル 八事 NAGOYA (八事)**
(77室 3バンケット 1チャペル 1神殿)
 - ・ブッフェレストラン「スカラテラス」
 - ・TAKUMI イタリアン
 - ・TAKUMI 鉄板焼
 - ・TAKUMI 会席
 - ・オールデイ・ラウンジ&バー「STRINGS LOUNGE」



- ・**ホテル インターコンチネンタル 東京ベイ (浜松町)**
(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」 ・シリオン
 - ・シェフズ ライブ キッチン
 - ・レインボーブルジビュアーダイニング&シャンパンバー マンハッタン
 - ・スカイビューラウンジ



- ・**ストリングスホテル東京インターコンチネンタル (品川)**
(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「リュモス」



- ・**ストリングスホテル名古屋 (名古屋)**
(126室 7バンケット 2チャペル)
 - ・ニューヨークラウンジ ・鉄板焼「匠」
 - ・シリオン ・シェフズ ライブ キッチン
 - ・グラマシースイート



- ・**キンポトン 新宿東京 (新宿) (2020年6月開業予定)**
(151室 3バンケット 1チャペル)
 - ・THE JONES CAFÉ & BAR
 - ・DISTRICT (オールデイダイニング)
 - ・86 (バーラウンジ)

ゲストハウス (19店舗 61ゲストハウス)

- | | |
|--------|----------------------------------|
| 仙台 | : A.R.E.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) |
| 千葉 | : セントグレース ヴィラ(2) |
| 新浦安 | : アートグレイス・ウエディングコースト(5) |
| 日本橋 | : アフロディテ(1) |
| 白金 | : アートグレイスクラブ(2) |
| 青山 | : セントグレース大聖堂(3) |
| 市ヶ谷 | : アプローチスクエアTOKYO(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) |
| 星ヶ丘 | : 星ヶ丘・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(1) |
| 名古屋港 | : セントグレース大聖堂(3) |
| 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(5) |
| 心斎橋 | : セントグレース ヴィラ(2) |
| 芦屋 | : アートグレイス ネクスト アシヤ(3) |



※()内はゲストハウス数

レストラン

- ・四季庭 (大宮)
- ・VINO BUONO (青山)
- ・マンジャーレ (伊勢山・横浜)
- ・バー&グリル ダンボ (表参道)
- ・カフェ&ダイニング ゼルコヴァ (表参道)



家族挙式

- ・オーシャンビューチャペル・トーキョーベイ (浜松町)
- ・セントファミリアチャペル (広島)
- ・セントアクアチャペル (梅田)
- ・セントフォレストチャペルなんば (心斎橋)
- ・セントファミリアチャペル (博多)
- ・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 (沖縄)

アメリカ・ハワイに5施設、インドネシア・バリに2施設、沖縄に1施設

・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



● 沖縄

・ティルタ・ウルワツ
・グラスハウス・バイ・ティルタ



● BALI

HAWAII

・パラダイスガーデン・クリスタルチャペル
・ダイヤモンドヘッド・ホワイトビーチチャペル
・ブルメリアガーデン
・イリス オーシャンフロント・ガーデンヴィラ
・アプローズエステート



- ◆フィットネススタジオ 4店舗
- ◆スパ施設 1店舗
- ◆リラクゼーション・ビューティサロン 48店舗

北海道：クイーンズウェイ 札幌APIA
 スパクイーンズウェイ 札幌APIA
 クイーンズウェイ 東急百貨店さっぽろ



東京：クイーンズウェイ 銀座並木通り
 クイーンズウェイ 八重洲地下街
 クイーンズウェイ 麻布十番
 クイーンズウェイライト 浜松町
 クイーンズウェイ 新宿京王百貨店
 クイーンズウェイキューツ 新宿京王モール アネックス
 クイーンズウェイ 小田急百貨店新宿店
 クイーンズウェイ アトレ目黒
 スパクイーンズウェイ アトレ大森
 クイーンズウェイライト 渋谷道玄坂
 クイーンズウェイ 池袋東武
 クイーンズウェイ 池袋西口地下街
 クイーンズウェイビーンズ赤羽
 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
 クイーンズウェイキューツ 北千住マルイ
 クイーンズウェイ 松坂屋上野
 Q's for-rest有楽町マルイ
 Q's for-rest羽田空港
 Qtto八重洲地下街
 Qtto新宿ルミネ
 (東京本校：市ヶ谷)

埼玉：クイーンズウェイ 大宮そごう内専門店街
 クイーンズウェイ 浦和コルソ
 クイーンズウェイ 川口

- 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 ちらテラス 武蔵小杉
 クイーンズウェイライト ラスカ平塚
 クイーンズウェイライト ラスカ小田原

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

京都：クイーンズウェイ 高島屋京都

- BEST STYLE FITNESS (京都烏丸)

福岡：クイーンズウェイ 福岡三越
 クイーンズウェイ はかた駅前通り

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
 クイーンズウェイライト/Q'sボディケア 大阪空港
 クイーンズウェイ 大丸梅田
 クイーンズウェイ イーマ梅田
 Qttonんぼウォーク

会社名	株式会社ツカダ・グローバルホールディング
英文名	TSUKADA GLOBAL HOLDINGS Inc.
設立	1995年10月
本社	東京都渋谷区東三丁目11番10号
代表者	代表取締役社長 塚田 正之
資本金	472百万円
従業員数	連結 2,241名
発行済株式の総数	48,960,000株（単元株数100株）
株主数	22,958名
連結子会社 (2019年12月31日現在)	(株) ベストブライダル (株) ベストプランニング (株) ベスト-アニバーサリー (株) ベストホスピタリティーネットワーク (株) ベストグローバル (株) BEST HERBS (株) RAJA (株) ベストライフスタイル Best Bridal Hawaii,Inc.（米国法人） PT.Tirtha Bridal（インドネシア法人） Ecpark Pte.Ltd.（シンガポール法人） BEST HOSPITALITY LLC（米国法人） Best Resort LLC（米国法人） TSUKADA GLOBAL ASIA PTE.LTD.（シンガポール法人）

TSUKADA
GLOBALH
OLDINGS