

TABLE OF CONTENTS

■ 連結決算概要 ··· p. 3

■ 通期の見通し ··· p.14

■ 今後の事業戦略 ··· p.17

■ 持続的な成長へ向けて … p.29

■ 参考資料 … p.35

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。

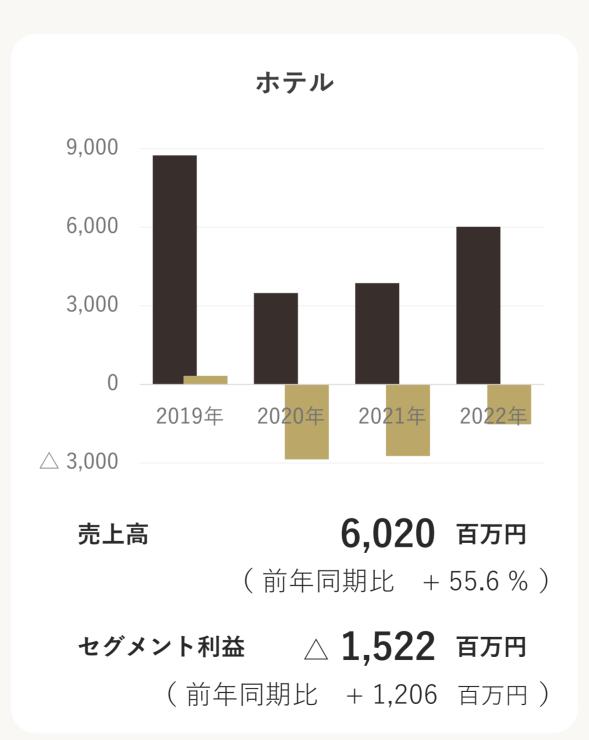
01 連結決算概要

全項目において前年同期を上回る。経常利益及び四半期純利益はV字回復し黒字を達成。

売上高	22,539 百万円	前年同期 13,126 百万円	增減率 + 71.7 %	增減額 + 9,412 百万円
営業損益	△ 349 百万円	△ 5,518 百万円	- %	+ 5,168 百万円
経常損益	1,338 百万円	△ 5,007 百万円	- %	+ 6,346 百万円
親会社株主に帰 四半期純損益	帰属する 2 百万円	△ 4,452 百万円	- %	+ 4,454 百万円

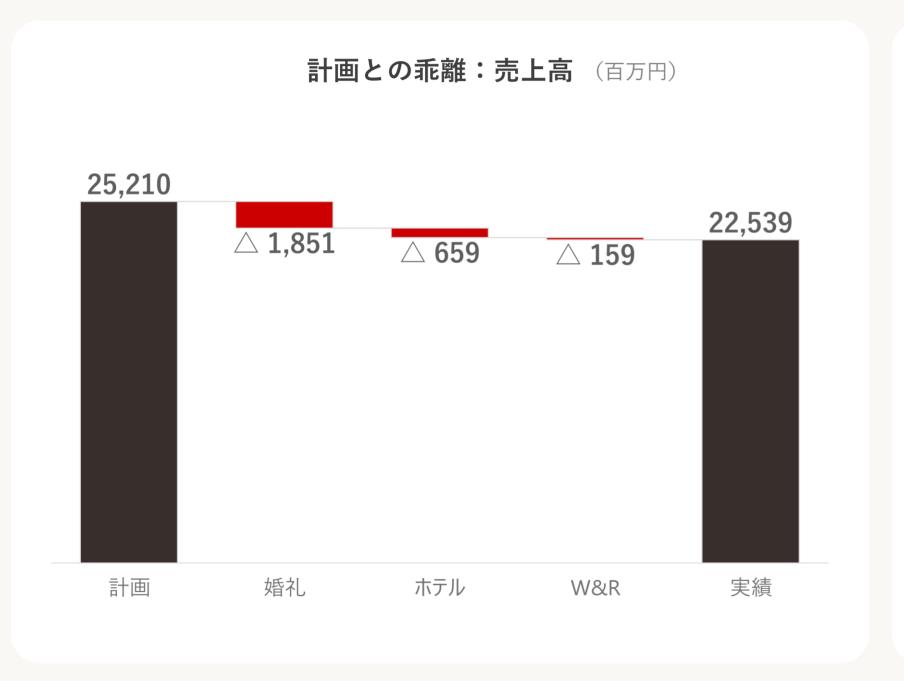
全セグメントで前年同期比増収増益を達成。婚礼事業はセグメント利益黒字化。

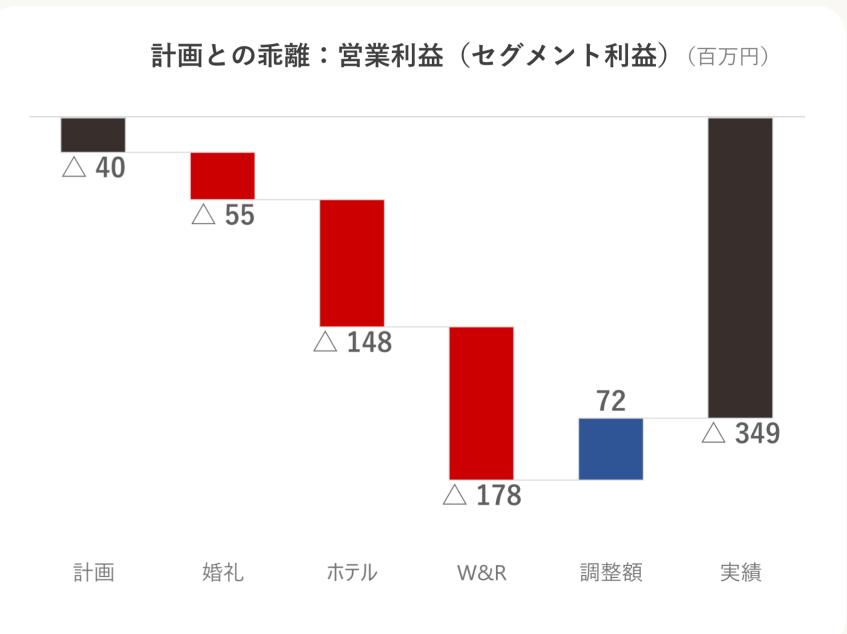






一方で、期初計画と比較すると、全セグメントで想定を下回る。 売上高は計画比 △2,670百万円(△10.6%)、営業利益は同 △309百万円。





婚礼事業は、売上高・セグメント利益ともに前年同期から大きく回復。 共に計画には及ばなかったものの、営業利益率は計画を超えた13.7%で着地。

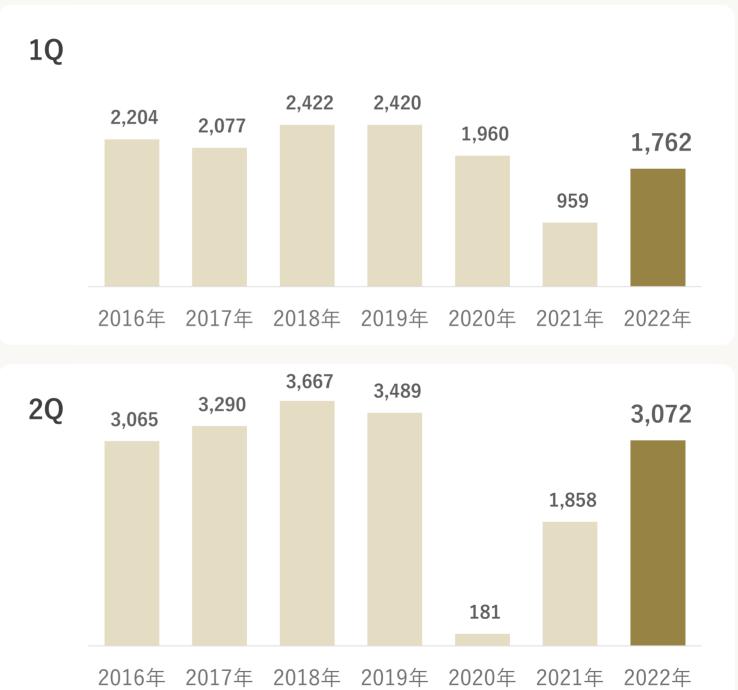
単位:百万円

	2021/12期 2Q	2022/12期 2Q	前年同期 増減	期比 増減率	期初計画 2Q計画	画比 計画比
 売上高	7,942	15,068	+ 7,125	+ 89.7%	16,920	△ 10.9%
セグメント利益	△ 1,793	2,070	+ 3,863	-	2,126	△ 2.6%
利益率	-	13.7%	-	-	12.6%	+ 1.2 pt
施行件数	2,817	4,834	+ 2,017	+ 71.6%	_	_
国内	2,795	4,800	+ 2,005	+ 71.7%	-	-
海外	22	34	+ 12	+ 54.5%	_	-

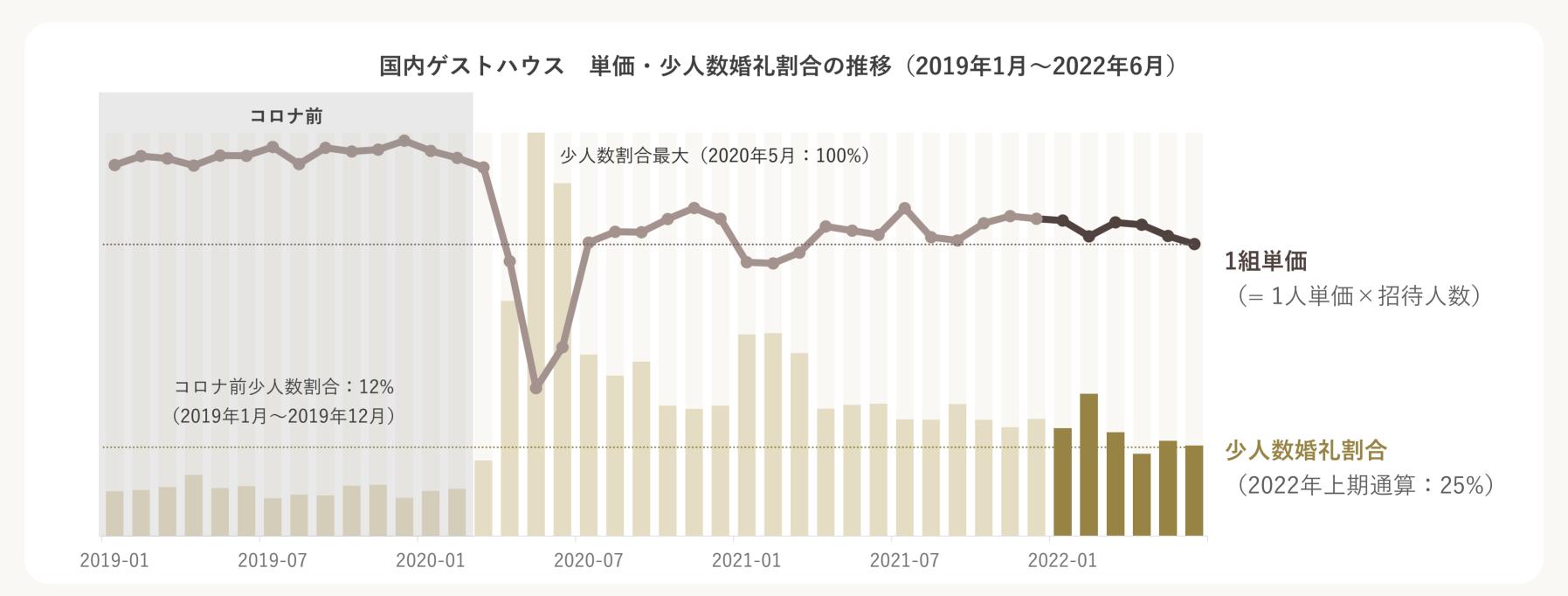


施行件数は、第2四半期を中心に前年同期からさらに回復。+71.6%の大幅増。





施設の稼働最大化に向けて、少人数婚礼の受注を積極的に推進したため、婚礼1組あたりの単価はコロナ前と比較して低下(1人あたりの単価は上昇)。



ホテル事業は、売上高が前年同期比+55.6%と回復。これに伴いセグメント損失も改善。

単位:百万円

	2021/12期	2022/12期	前年同	前年同期比		画比
	2Q	2Q	増減	増減率	2Q計画	計画比
売上高	3,869	6,020	+ 2,151	+ 55.6%	6,680	△ 9.9%
宿泊売上	1,006	1,494	+ 488	+ 48.5%	_	-
婚礼売上	1,662	2,831	+ 1,168	+ 70.3%	_	-
レストラン売上	1,039	1,387	+ 347	+ 33.4%	_	-
宴会売上	160	307	+ 146	+ 91.5%	_	-
セグメント利益	△ 2,729	△ 1,522	+ 1,206	-	△ 1,374	-
施行件数	510	778	+ 268	+ 52.5%	-	_

W&R事業は、売上高が前年同期比+10.4%と小幅回復。 スパ事業(SPA-HERBS)を中心に、各来館者数・会員数も前年同期比増加。

単位:百万円

	2021/12期	2022/12期	前年同期比		期初計	 画比
	2Q	2Q	増減	増減率	2Q計画	計画比
売上高	1,314	1,450	+ 136	+ 10.4%	1,610	△ 9.9%
セグメント利益	△ 283	△ 191	+ 92	-	△ 13	-
SPA-HERBS 来館者数	224,408	258,259	+ 33,851	+ 15.1%	_	_
フィットネス 会員数	4,654	4,682	+ 28	+ 0.6%	_	_
Queensway 来館者数	134,013	139,589	+ 5,576	+ 4.2%	_	_
Queensway 店舗数	56	56	-	-	_	-

コロナ融資のリファイナンスが完了し、流動負債が減少。手元流動性を確保。

単位:百万円

				一
	2021/4Q	2022/2Q	世	主な増減項目
	実績	実績	增減 △ 1,499 △ 1,627 △ 353 + 13 △ 1,287 △ 15 △ 3,142 △ 5,239 + 1,446 △ 3,792 + 649	上る相形な日
流動資産	20,792	19,292	△ 1,499	有価証券△1,526
固定資産	69,887	68,259	△ 1,627	
有形固定資産	45,847	45,493	△ 353	建物及び構築物△1,031
無形固定資産	2,383	2,397	+ 13	
投資その他の資産	21,656	20,368	△ 1,287	投資有価証券△588
繰延資産	221	206	△ 15	
資産合計	90,901	87,758	△ 3,142	
流動負債	24,525	19,286	△ 5,239	1年内返済予定の長期借入金△4,448
固定負債	45,734	47,180	+ 1,446	長期借入金+1,011
負債合計	70,260	66,467	△ 3,792	
純資産合計	20,641	21,291	+ 649	為替換算調整勘定+513
負債純資産合計	90,901	87,758	△ 3,142	

流動比率

100.0%

(前期末:84.8%)

自己資本比率

24.0%

(前期末:22.5%)

前年に引き続き投資を抑制。

営業キャッシュ・フローの増加により、キャッシュ・フローはプラスに転化。

			単位:百万円
	2021/2Q	2022/2Q	増減
	実績	実績	
営業活動によるキャッシュ・フロー (I)	△ 1,915	2,160	+ 4,076
投資活動によるキャッシュ・フロー (Ⅱ)	305	185	△ 120
フリーキャッシュ・フロー (I)+ (II)	△ 1,610	2,345	+ 3,955
財務活動によるキャッシュ・フロー (Ⅲ)	△ 2,205	△ 2,372	△ 167
現金及び現金同等物に係る換算差額(IV)	25	183	+ 158
現金及び現金同等物の増減額 (Ⅰ)+(Ⅱ)+(Ⅲ)+(Ⅳ)	△ 3,790	156	+ 3,947
現金及び現金同等物の期首残高	22,202	16,451	△ 5,751
現金及び現金同等物の期末残高	18,412	16,608	△ 1,804

02 通期の見通し

上期における各事業の回復遅れを受け、2022年8月5日に通期の計画を下方修正。

	2022/2Q	2022/4Q
	実績	当初計画
売上高	22,539	60,230
婚礼事業	15,068	40,460
ホテル事業	6,020	16,240
W&R事業	1,450	3,530
売上総利益	6,620	20,620
販売費及び一般管理費	6,969	15,295
営業損益	△ 349	5,325
経常損益	1,338	5,055
親会社株主に帰属する四半期(当期)純損益	2	3,355

		単位:百万円
	2022/4Q	
修正計画	当初比	進捗
54,100	89.8%	41.7%
35,950	88.9%	41.9%
14,800	91.1%	40.7%
3,350	94.9%	43.3%
18,070	87.6%	36.6%
14,570	95.3%	47.8%
3,500	65.7%	-
4,800	95.0%	27.9%
2,280	68.0%	0.1%

全てのセグメントについて計画を下方修正。婚礼事業は引き続き利益確保の見込み。

		2022/2Q	2022/4Q			2022/4Q	単位:百万円
		実績	当初計画		修正計画	当初比	進捗
婚 礼	売上高	15,068	40,460		35,950	88.9%	41.9%
外日 	セグメント利益	2,070	7,897		6,995	88.6%	29.6%
	,						/
ホテル	売上高	6,020	16,240		14,800	91.1%	40.7%
	セグメント利益	△ 1,522	△ 1,260	/	△ 1,900	-	-
W O D	売上高	1,450	3,530		3,350	94.9%	43.3%
W & R	セグメント利益	△ 191	243		△ 115	-	-

03 今後の事業戦略

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

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

- エリアでの競争優位:大型専門式場の強化による「地域一番店」戦略
 - 設備投資の段階的な再開/戦略的な資本投下→多様な婚礼ニーズの取込み/収益多角化を始めとした施設のさらなる可能性の追求
- 新たな成長機会創出:業界再編下における婚礼受託事業の積極的な展開
 - 受託事業 = 社内・社外資産の活用:新たな金銭的投資を抑制しながら、婚礼取扱組数を増やし、業界内で新たなポジションを築く
- 全方位型婚礼事業戦略:提携推進(エリア・スタイル・ボリュームの拡大)
 - ブランディング・婚礼プロデュースによる集客・送客 / コンテンツ内製化・外販 / 店舗単位のトータルマネジメント
- 人的資本への投資:経営戦略と結びついた価値創造ストーリーの起点へ
 - 従業員エンゲージメントの強化による経営戦略の実現・時代を先読みしたビジネスモデルの変革・適合

前期:各プロジェクトの一時停止などにより大幅に設備投資を抑制。

当期:全体的には引き続き抑制。婚礼事業の一部で戦略的に投資を実施する。



2022年投資内容(予定含む)

- 青山セントグレース大聖堂:新館
 - →隣地に新館建設。1会場追加(次頁)
- 大阪:チャペル



■ 大宮・名駅・仙台:披露宴会場







青山セントグレース大聖堂(東京・港区)隣地に新館を建設。 1会場を新設して4会場体制とし、強みであるチャペル稼働の最大化を図る。





外観イメージ 披露宴会場イメージ

既存の会場も、ニーズの変化を先読みした訴求ポイントの再設計・改装を実施。 今秋の稼働最大化 = さらなる業績の回復・伸長に向けて、戦略的に投資を実行。

チャペル



披露宴会場



大宮璃宮 ブロッサムガーデン邸



多様な利用形態に応え、地域に愛される施設づくりを促進。 式場ブランディング・認知向上・婚礼誘致へつなげるとともに収益を多角化する。



2022年第2四半期 実績

売上高 **41**百万円 (26百万円) + **54.9**%

施行件数 292件 (206件) + 41.7%







2022年第2四半期 実績

売上高 **312** 百万円(287 百万円) + **8.7**%

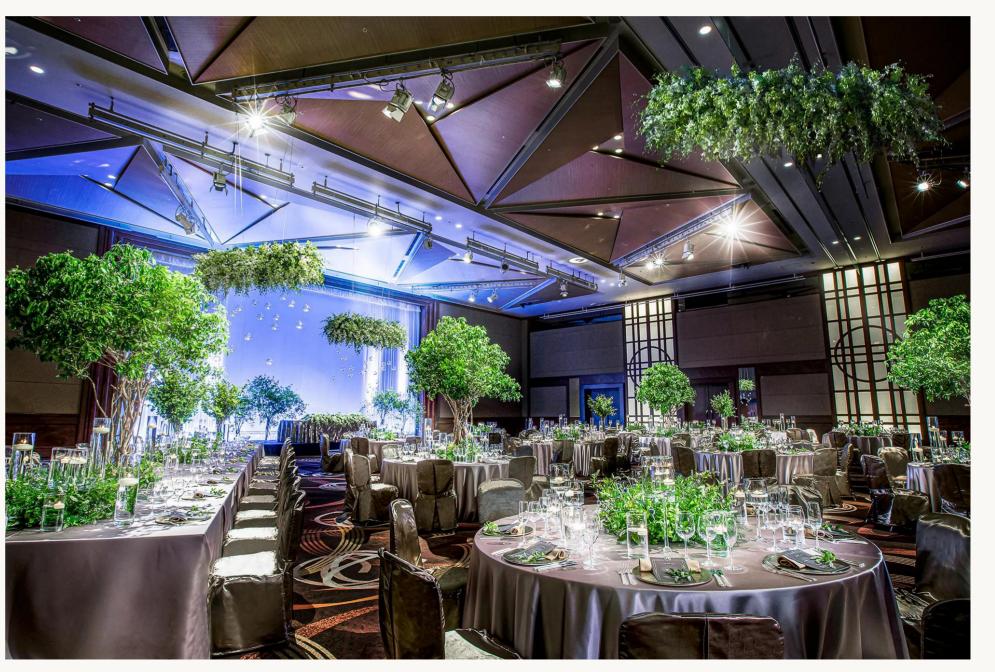
販売数 82,500食(73,145食)+12.8%

2022年1月に受託した「ANAインターコンチネンタルホテル東京」は好調に推移。 人財等のこれまで培ってきた競争優位性を活かし、同様の受託事業を推進する。



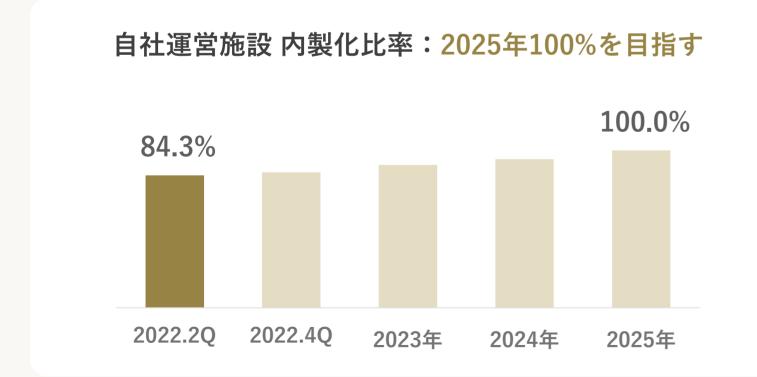






各種コンテンツの内製化により、あらゆるウエディングスタイルに対応可能。 自社施設の内製化比率向上→利益率向上、及び外販による売上創出を目指す。







内製化したコンテンツを強みとして、時代の流れを先読みした多様な商品を展開。 ハワイを除いた国内では施行件数の回復が早く、2019年を超える結果に。

楽婚



第2四半期施行件数 (2019年同期比)

92.3%

和婚スタイル



第2四半期施行件数 (2019年同期比)

91.9%



※ 挙式のみを含む

家族挙式

スタイルいるいる家族学式

第2四半期施行件数 (2019年同期比)

104.9%

国内リゾート(沖縄)

BEST BRIDAL RESORT

第2四半期施行件数

(2019年同期比)

123.9%

ハワイでのプレゼンス拡大を目指し、「東海岸ウエディング」のブランディングを強化。 マーケット回復を見据え、チャペル・ロビーラウンジの改装を実施。









宿泊・レストランを中心として、ホテル利用シーンの多様化を推進。 国内のお客様を中心としたエンゲージメント強化による売上創出を図る。

宿泊(デイユース・コンセプトルーム・長期滞在)





各種デイユースプラン



各種コンセプトルーム (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名古屋)



長期滞在向け宿泊プラン「キンプトン・ロングステイ」 (キンプトン新宿東京)

レストラン



サーフ & ターフ ハワイアンブッフェ (ホテルインターコンチネンタル東京ベイ)



STRINGS 北海道ビアテラス (ストリングスホテル名古屋)

アフタヌーンティー



マリー・アントワネット アフタヌーンティー (ストリングスホテル名古屋)



夏色サマーアフタヌーンティー (ストリングスホテル東京インターコンチネンタル)

特色ある施設運営、ブランディングに注力し、"集う"空間をプロデュースする。

スパ事業 SPA-HERBS



サウナ・イベントへの注力



サウナへの注力 (上期TV放映3件)



周年イベントなどによる 来館促進・長期滞在化

フィットネス事業 BEST SYTLE FITNESS



ラディカルフィットネス導入









サロン事業 Queensway





25周年 企業理念を制定

「健やかな明日をつくる会社へ」

美しい心と身体、健康を"実感"することで 誰かに会いたくなる"明日"をつくり、 しあわせの輪を全国へ広げていく 心に灼きつくプロのおもてなしと確かな技術で、

いに灼さつくプロのおもてなしと確かな技術で、 人々の「健康」「美しさ」「やすらぎ」を プロデュースする

04 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

SDGs達成に向けた8つのマテリアリティ

テーマ	マテリアリティ				関	連するSD	Gs			
		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 パートナーシップで 目標を造成しよう
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				
	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									

ブライダルで培った強みを活かし「多様な記念日の開発」「つながる場所の創出」を実施

MATERIALITY 1-1

すべての人へもっと思い出を。もっと感動的に。

ウエディング以外の多様な記念日・イベント開発

■最高の結婚記念日

専任のアニバーサリープロデューサーが全面サポート チャペルを貸し切ってサプライズ・セレモニーが可能



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

■ 地域の皆様に向けた多彩なイベント

ゲストハウスを活用したアフタヌーンティー、ブッフェなどのイベント









■ 親子テーブルマナー教室・クッキング教室

親子での思い出にテーブルマナー・クッキング教室を開催









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

■ ユニバーサルマナー検定 2級・3級の取得

株式会社ミライロ様と共同で実施するHappinessプロジェクト。 多様な方々の特徴と心理状況やサポート方法などを学習。



ユニバーサルマナー検定





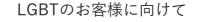


「Happinessプロジェクト」とは

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LGBT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。

05 参考資料

国内婚礼事業:直営店全国21店舗(56バンケット)

中日本

星ヶ丘 星ヶ丘 アートグレイスクラブ(2)

名古屋丸の内 アプローズスクエア NAGOYA(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 大阪 アートグレイス ウエディングコースト(5)

心斎橋 大阪 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)

家族挙式

浜松町 オーシャンビューチャペル・トーキョーベイ

梅田 セントアクアチャペル

心斎橋 セントフォレストチャペルなんば

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 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 アートグレイス ウエディングコースト(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(3)

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



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)

- ・スイーツレストラン「スカラテラスト
- ・TAKUMI フレンチ ・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 |
- ・シェフズ ライブ キッチン ・ハドソンラウンジ ・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(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「リュトモス」



ストリングスホテル名古屋(名古屋駅)

(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|
- ・グラマシースイート
- ・ライブスタイル シェフズ ライブ キッチン



キンプトン 新宿東京 (西新宿)

(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)



レストラン

- ・四季庭(大宮)・マンジャーレ(伊勢山・横浜)
- ・レストラン VINO BUONO 青山/ セントグレース大聖堂(青山)
- ・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)

沖縄・ハワイ・バリ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 (6)

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 ダイヤモンドヘッド・ホワイトビーチチャペル ザ・ハウスオブイリス アプローズエステート アロハエスクラブ・シーサイドガーデン

バリ (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56店舗、フィットネススタジオ4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 クイーンズウェイ スパハーブス大宮 Qtto スパハーブス大宮 GINZA BODY CARE スパハーブス大宮

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 クイーンズウェイ ペリエ津田沼 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 GINZA BODY CARE 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 ラスカ平塚 クイーンズウェイ ラスカ小田原

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 新宿京王百貨店 クイーンズウェイ 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 クイーンズウェイ アトレ大森 クイーンズウェイ 渋谷道玄坂 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 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 北千住マルイ クイーンズウェイ 松坂屋上野 クイーンズウェイ 丸ビル O's for-rest 有楽町マルイ O's for-rest 羽田空港 Otto 八重洲地下街 GINZA BODY CARE 麻布十番 GINZA BODY CARE 銀座並木通り GINZA BODY CARE 羽田空港

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 Qtto 名古屋ユニモール

GINZA BODY CARE 名古屋ユニモール

京都

クイーンズウェイ 高島屋京都店 BEST STYLE FITNESS(京都烏丸)

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 Qtto なんばウォーク 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

-37

フィットネススタジオ 4店舗

2113

スパ温浴施設 1店舗



リラクゼーション施設 56店舗

GINZA BODY CARE 八重洲地下街

Queensway LUX 銀座並木通り

TSUKADA GLOBAL HOLDINGS