

# 2022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

2023年2月20日





# TABLE OF CONTENTS

■ 連結決算概要	…	p. 3
■ 2023年12月期業績予想	…	p.16
■ 今後の事業戦略	…	p.19
■ 持続的な成長へ向けて	…	p.34
■ 参考資料	…	p.40

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

---

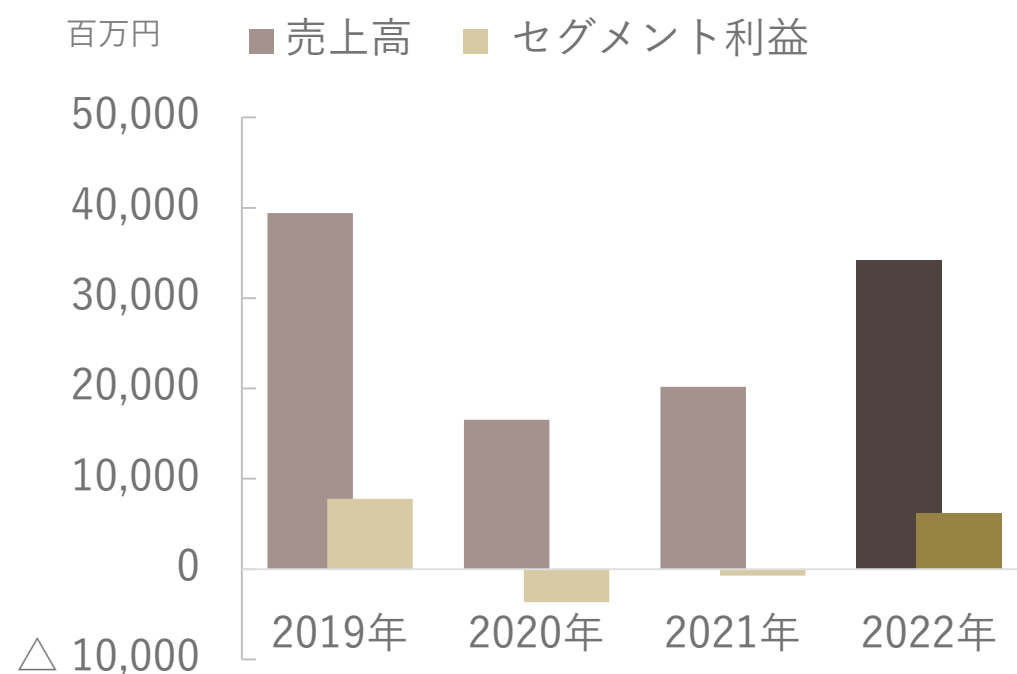
売上高は前年の1.5倍に回復、営業利益黒字化を達成。為替影響で多額の営業外収益。

		前年同期	増減率	増減額
売上高	<b>51,699</b> 百万円	33,429 百万円	+ 54.6 %	+ 18,269 百万円
営業利益	<b>2,976</b> 百万円	△ 6,391 百万円	- %	+ 9,367 百万円
経常利益	<b>4,758</b> 百万円	△ 5,452 百万円	- %	+ 10,210 百万円
親会社株主に帰属する 当期純利益	<b>1,498</b> 百万円	△ 6,137 百万円	- %	+ 7,636 百万円



全セグメントで前年比増収増益を達成。婚礼事業はセグメント利益黒字化。

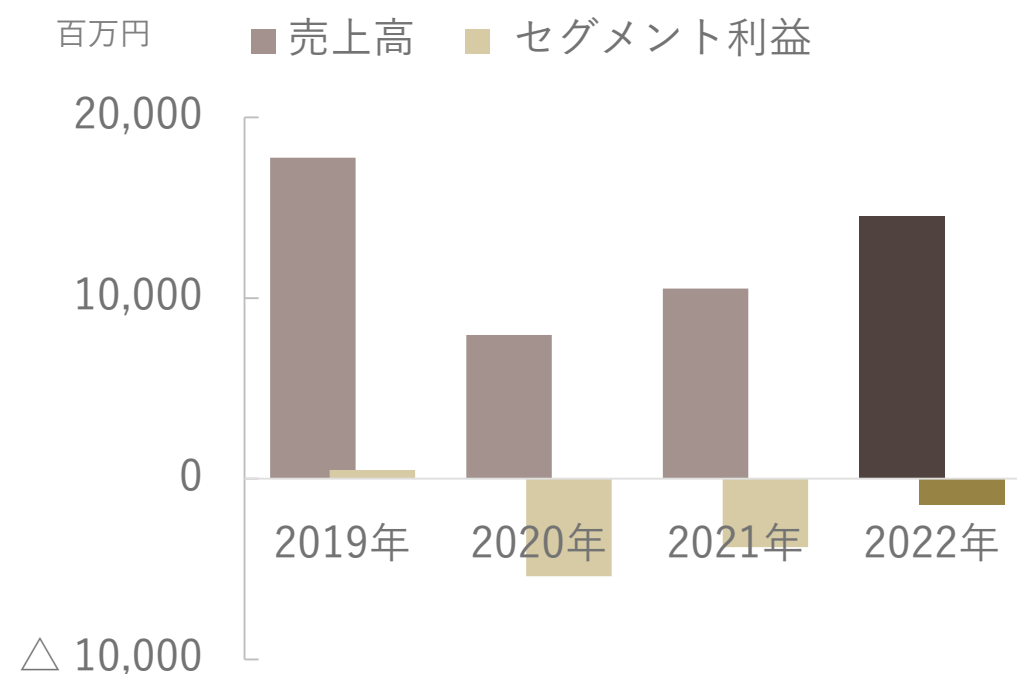
婚礼



売上高 **34,182** 百万円  
(前年同期比 + 69.5%)

セグメント利益 **6,154** 百万円  
(前年同期比 + 6,870 百万円)

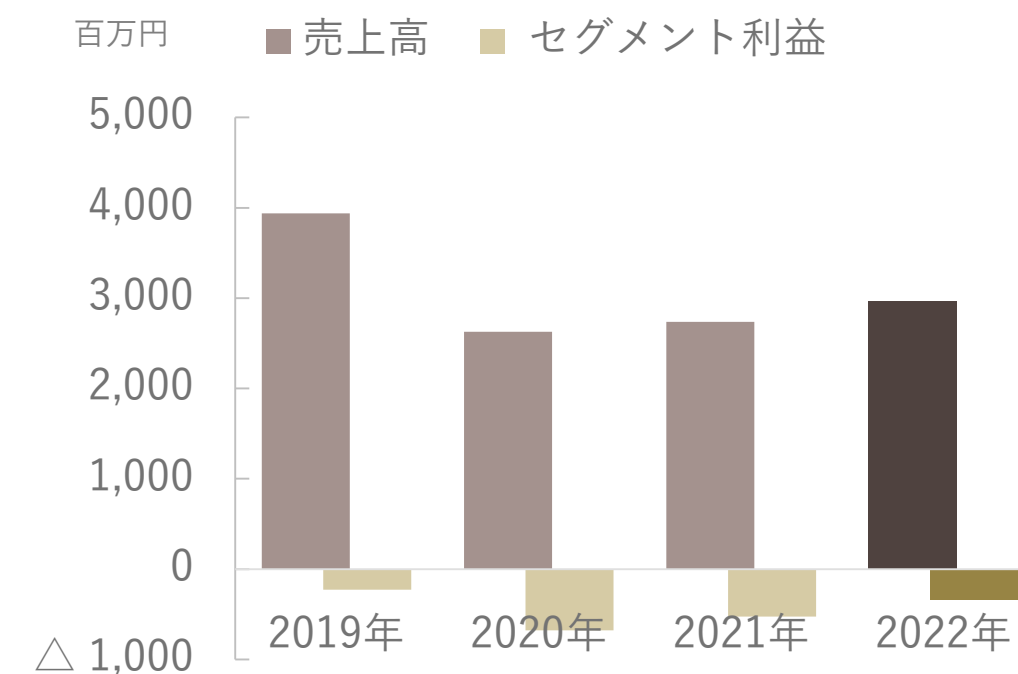
ホテル



売上高 **14,554** 百万円  
(前年同期比 + 38.3%)

セグメント利益  $\Delta$  **1,441** 百万円  
(前年同期比 + 2,339 百万円)

W&R (ウェルネス&リラクゼーション)



売上高 **2,961** 百万円  
(前年同期比 + 8.3%)

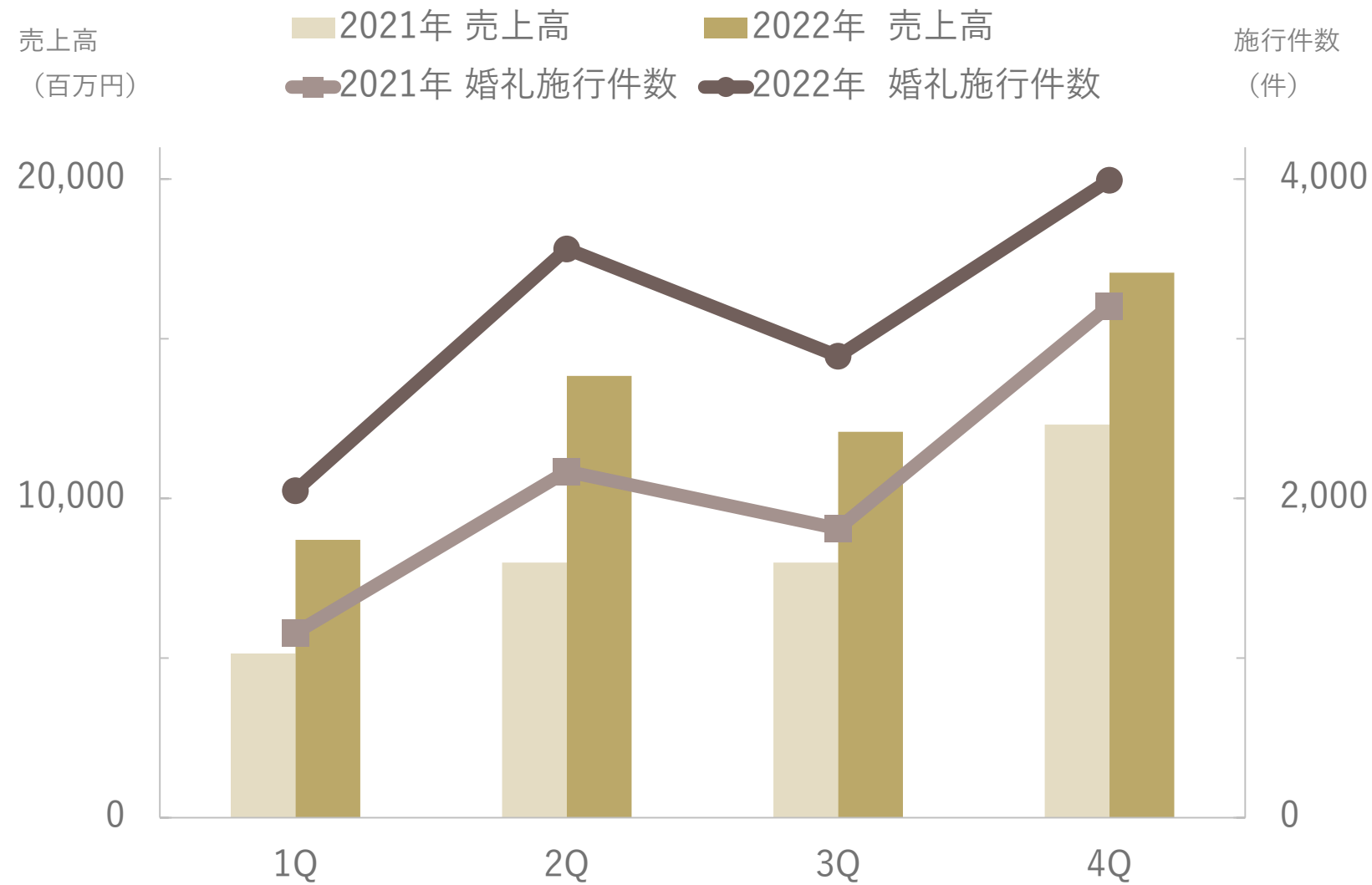
セグメント利益  $\Delta$  **334** 百万円  
(前年同期比 + 191 百万円)



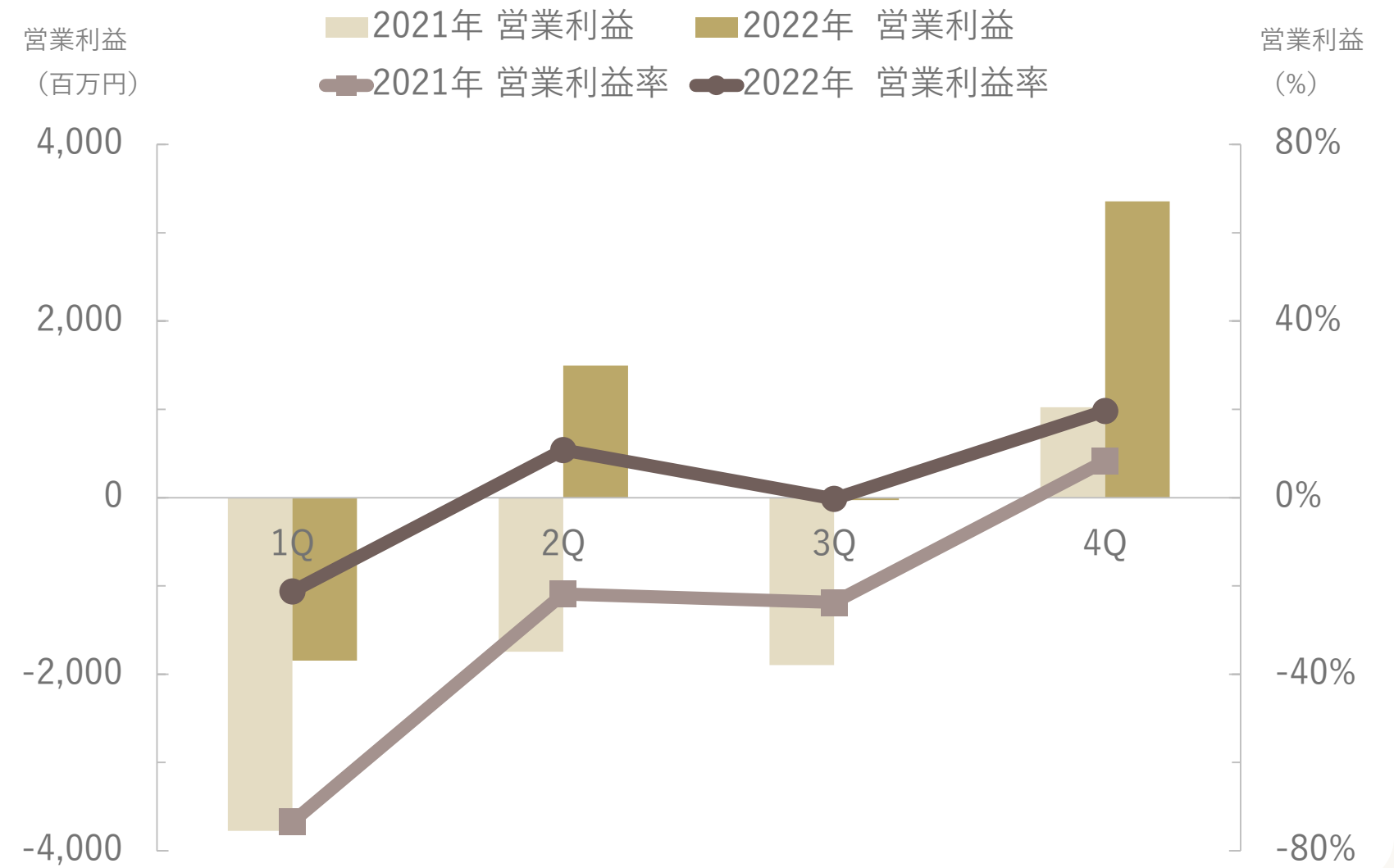
売上高・営業利益ともに全四半期において昨年を上回る。

コロナ禍以前と同様に、2Q・4Qに売上高が増加する季節変動あり。

売上高・婚礼施行件数



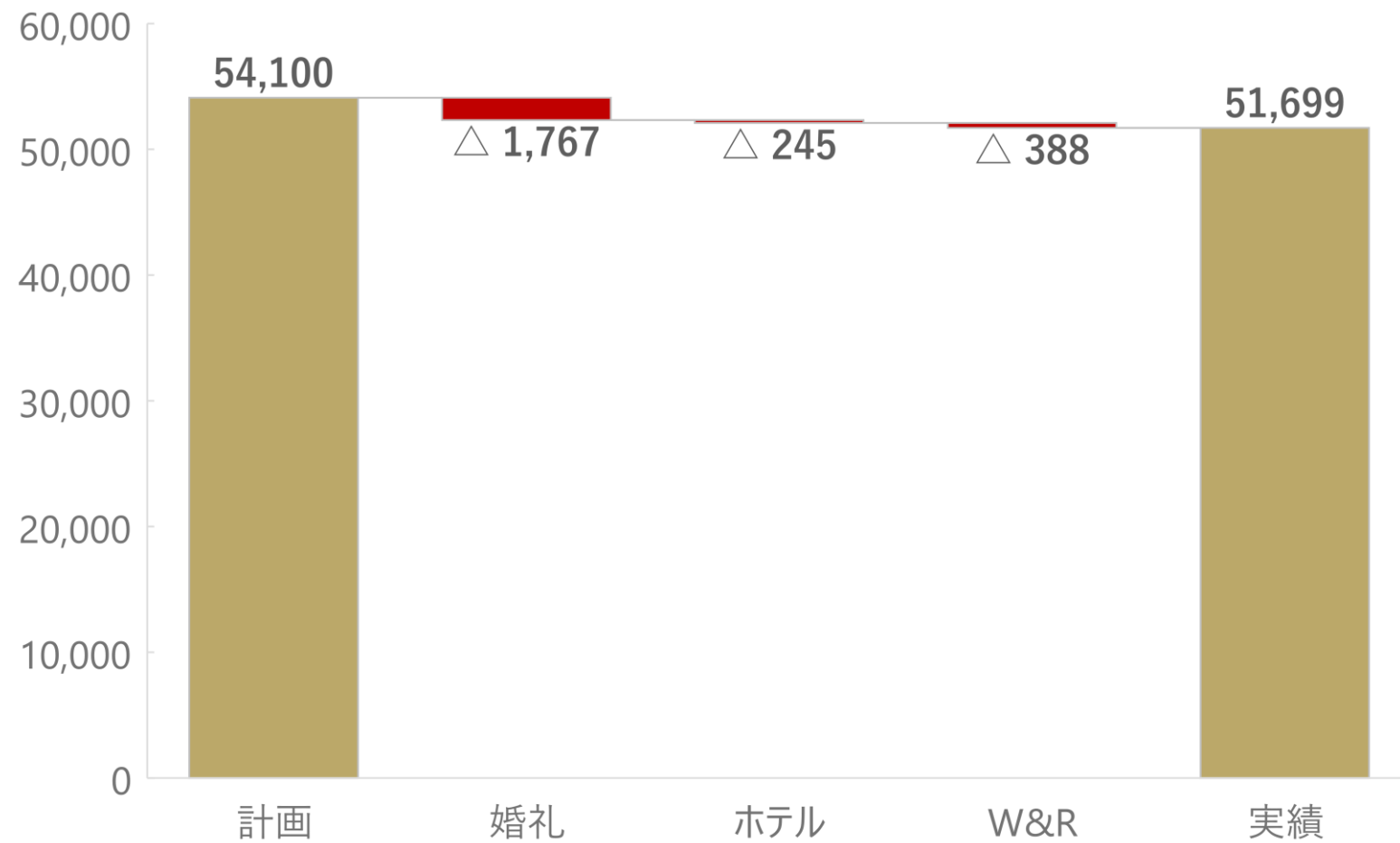
営業利益・営業利益率



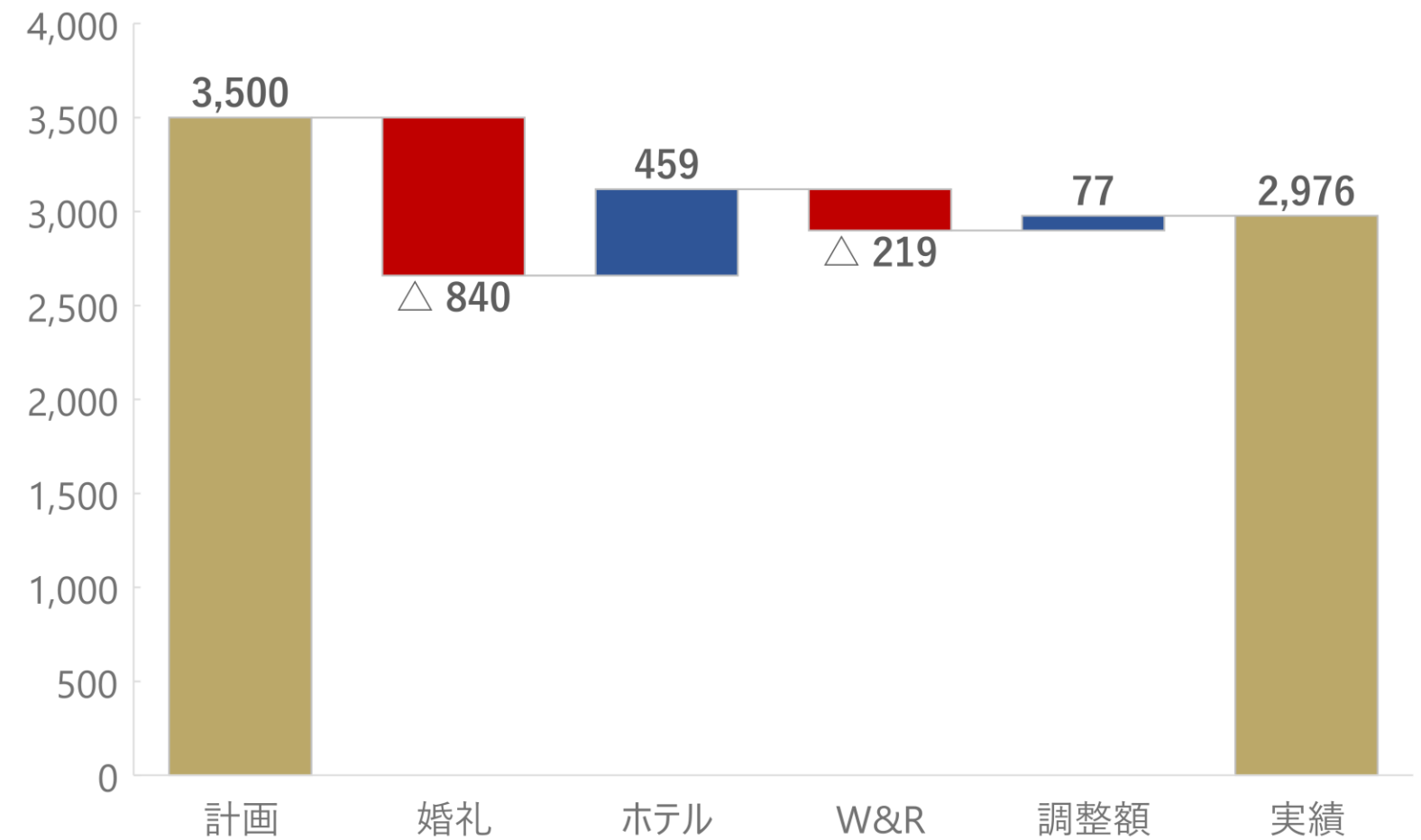


一方で、8月に公表した計画と比較すると、売上高・営業利益ともに達成できず。  
 婚礼の影響が大きく、全体では売上高は計画比 - 4.4% 営業利益は同 - 15.0%で着地。

計画との乖離：売上高 (百万円)



計画との乖離：営業利益 (セグメント利益) (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。

計画には及ばなかったものの、売上高は前年の約1.7倍、施行件数は同じく1.5倍で着地。

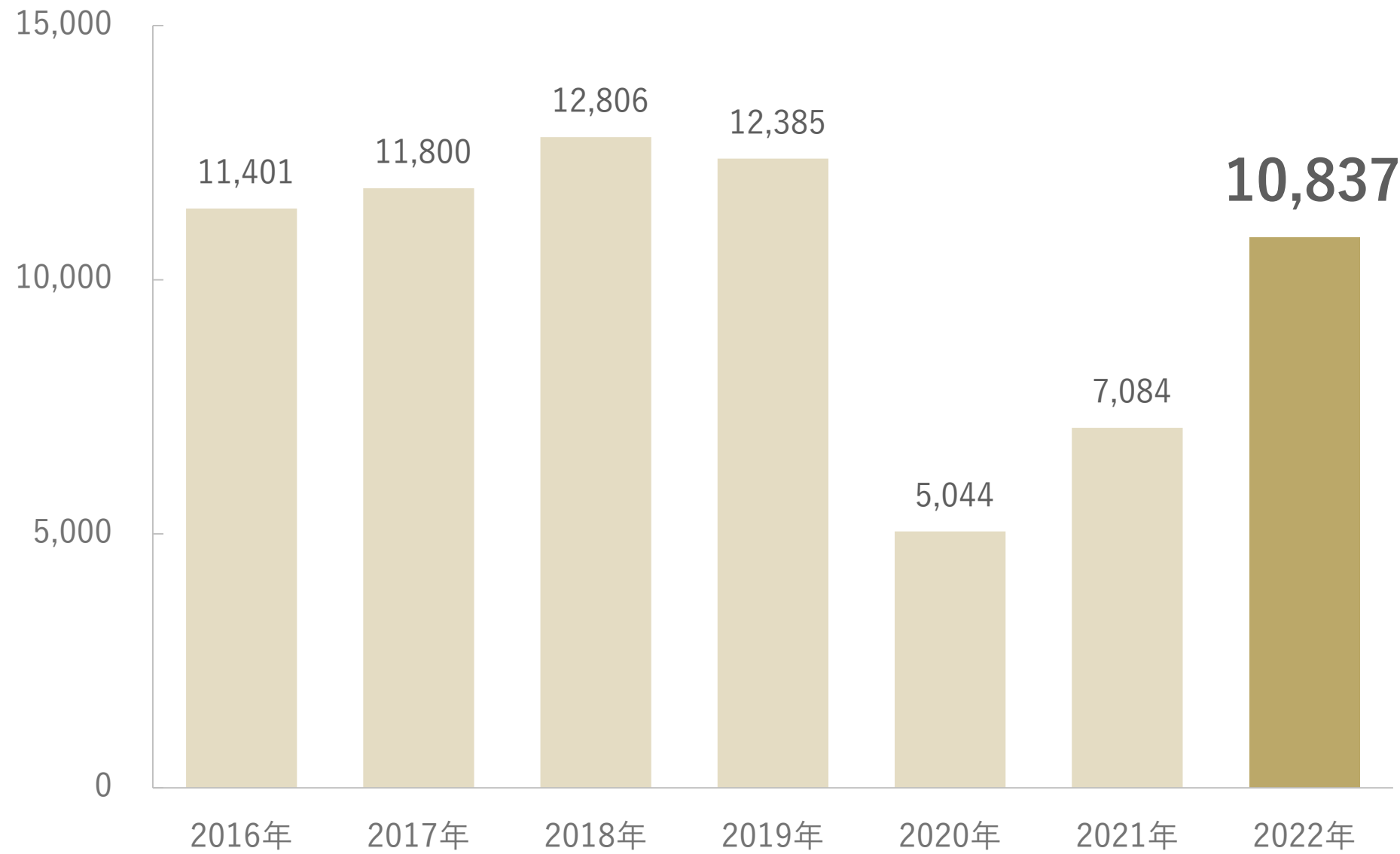
単位：百万円

	2021/12期 4Q累計	2022/12期 4Q累計	前年同期比		計画比（2022年8月公表）	
			増減	増減率	4Q計画	計画比
売上高	20,167	34,182	+ 14,014	+ 69.5%	35,950	△ 4.9%
セグメント利益	△ 715	6,154	+ 6,870	-	6,995	△ 12.0%
利益率	-	18.0%	-	-	19.5%	△ 1.5 pt
施行件数	7,084	10,837	+ 3,753	+ 53.0%	-	-
国内	7,041	10,703	+ 3,662	+ 52.0%	-	-
海外	43	134	+ 91	+ 211.6%	-	-

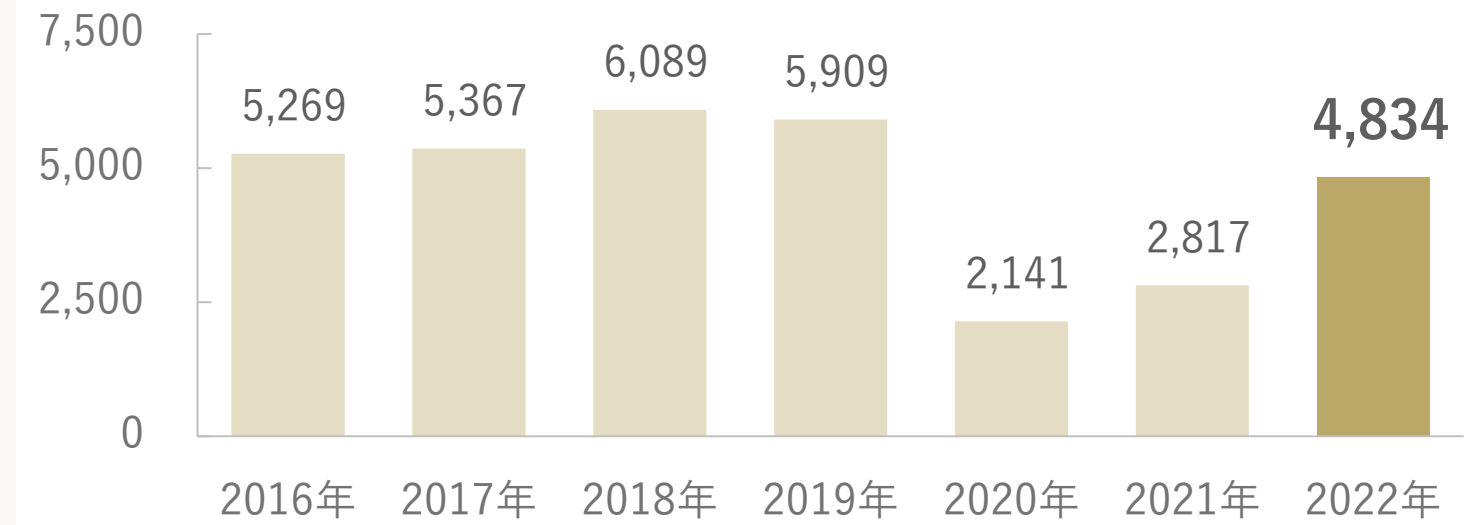


施行件数は上期及び下期共に前年同期を上回り、10,000件を突破。

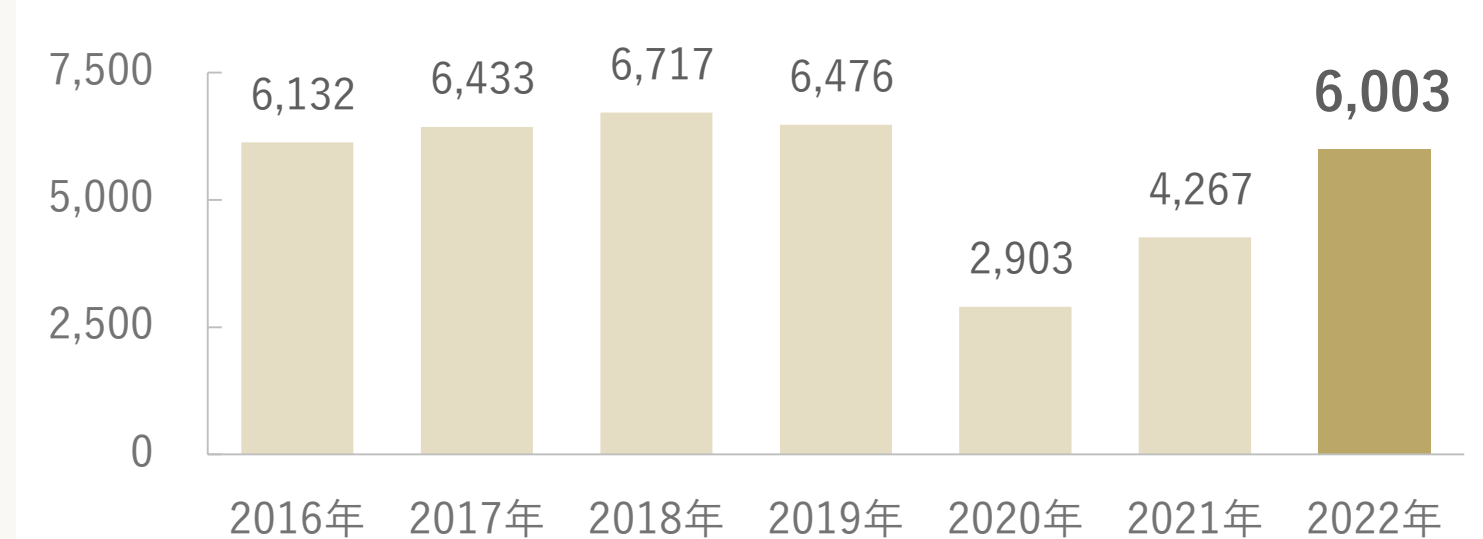
婚礼事業 年間施行件数 (件)



上期比較 (件)

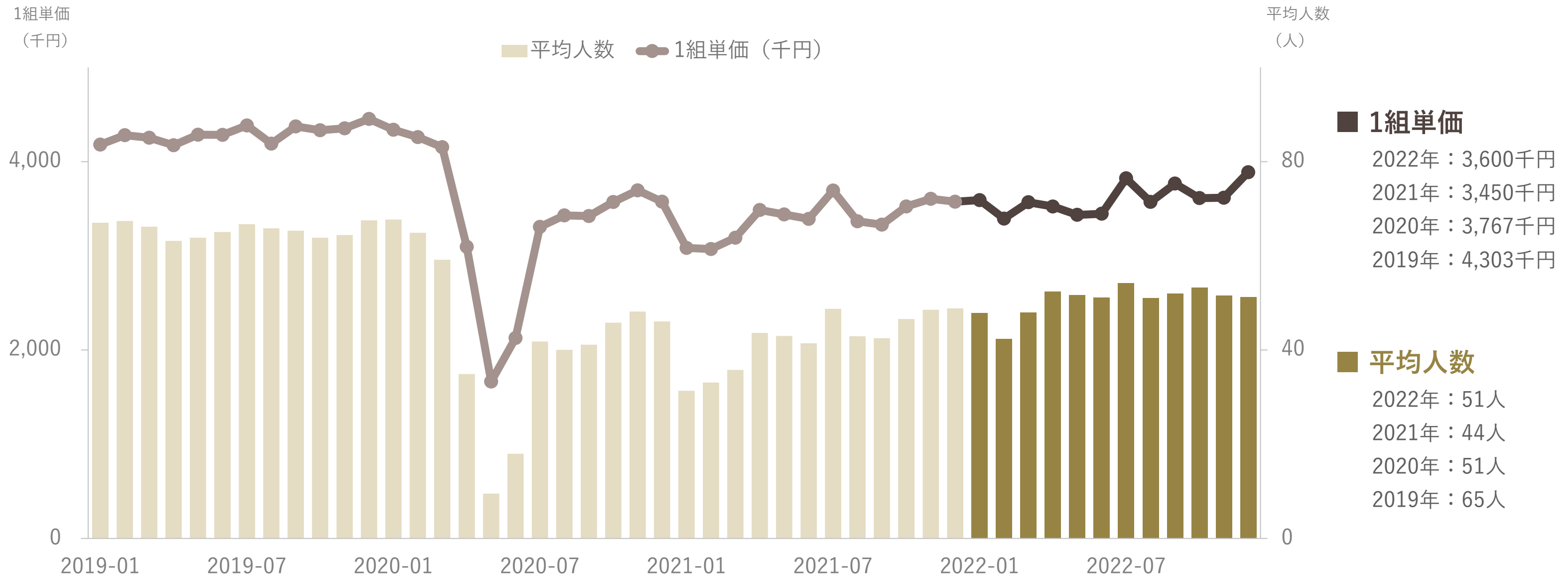


下期比較 (件)



平均人数・単価ともに、2019年には及ばないものの、前年からはやや回復。

国内ゲストハウス 単価・少人数婚礼割合の推移 (2019年1月～2022年12月)





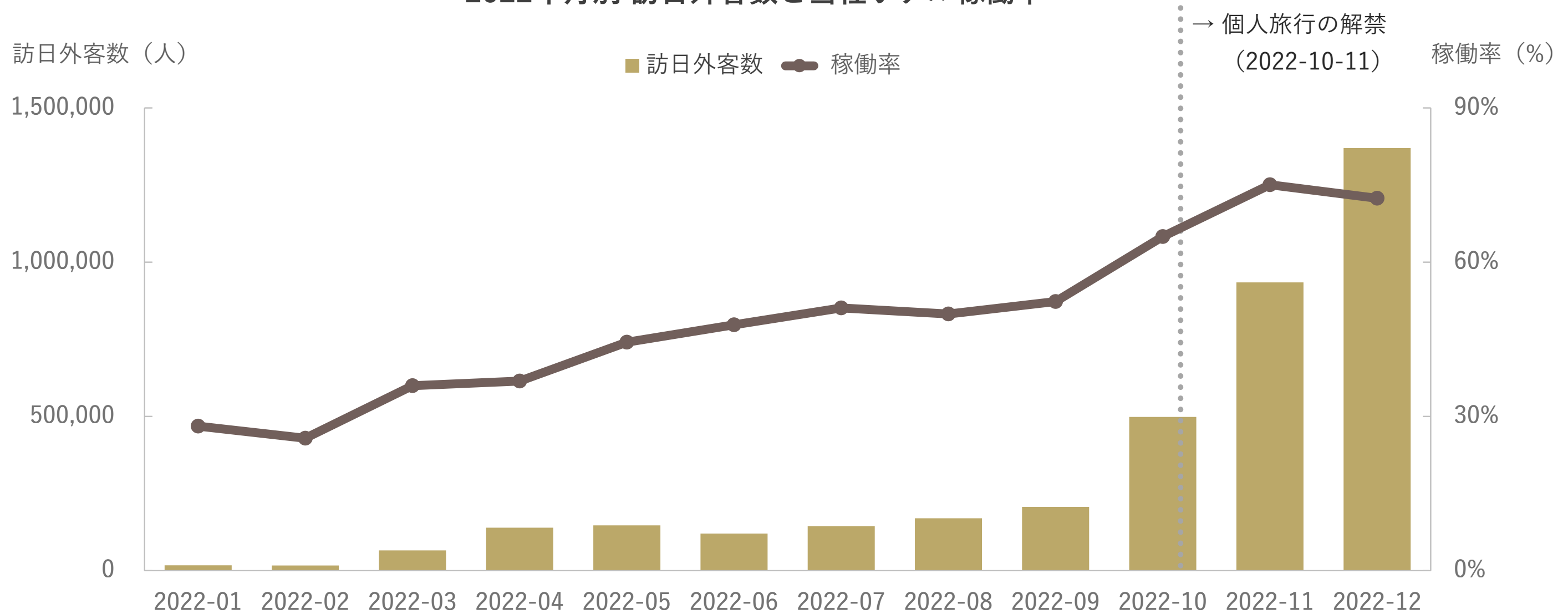
ホテル事業は、売上高が前年同期比+38.3%と回復。これに伴いセグメント損失も改善。

単位：百万円

	2021/12期 4Q累計	2022/12期 4Q累計	前年同期比		計画比（2022年8月公表）	
			増減	増減率	4Q計画	計画比
売上高	10,526	14,554	+ 4,028	+ 38.3%	14,800	△ 1.7%
宿泊売上	3,229	4,406	+ 1,177	+ 45.9%	-	-
婚礼売上	4,213	6,127	+ 1,913	+ 69.4%	-	-
レストラン売上	2,446	3,222	+ 775	+ 36.2%	-	-
宴会売上	637	798	+ 161	+ 32.5%	-	-
セグメント利益	△ 3,780	△ 1,441	+ 2,339	-	△ 1,900	-
施行件数	1,259	1,660	+ 401	+ 31.9%	-	-

ホテル全体の稼働率は年間を通じて回復傾向にあったなか、特に10月以降は、個人旅行解禁による訪日外客数の増加に伴い大幅に回復した。

2022年月別 訪日外客数と当社ホテル稼働率





W&R事業は、売上高が前年同期比+8.3%と小幅回復。

スパ事業 (SPA-HERBS) は来館者数が前年同期比10%以上成長。

単位：百万円

	2021/12期 4Q累計	2022/12期 4Q累計	前年同期比 増減	前年同期比 増減率	計画比 (2022年8月公表) 4Q計画	計画比
売上高	2,735	2,961	+ 225	+ 8.3%	3,350	△ 11.6%
セグメント利益	△ 525	△ 334	+ 191	-	△ 115	-
SPA-HERBS 来館者数	474,008	530,620	+ 56,612	+ 11.9%	-	-
フィットネス 会員数	4,595	4,987	+ 392	+ 8.5%	-	-
Queensway 来館者数	285,602	281,274	△ 4,328	△ 1.5%	-	-
Queensway 店舗数	59	41	△ 18	△ 30.5%	-	-

営業キャッシュ・フローが大幅に増加したことにより、流動資産が増加。

単位：百万円

	2021/12期 4Q累計	2022/12期 4Q累計	増減	主な増減項目
流動資産	20,792	24,588	+ 3,796	現金及び預金 + 4,698
固定資産	69,887	62,702	△ 7,185	
有形固定資産	45,847	41,131	△ 4,715	建物及び構築物 △ 2,243
無形固定資産	2,383	2,177	△ 206	
投資その他の資産	21,656	19,392	△ 2,263	
繰延資産	221	181	△ 40	
<b>資産合計</b>	<b>90,901</b>	<b>87,472</b>	<b>△ 3,429</b>	
流動負債	24,525	18,530	△ 5,995	1年内返済予定の長期借入金 △ 4,184
固定負債	45,734	45,855	+ 121	
<b>負債合計</b>	<b>70,260</b>	<b>64,386</b>	<b>△ 5,873</b>	
<b>純資産合計</b>	<b>20,641</b>	<b>23,086</b>	<b>+ 2,444</b>	
<b>負債純資産合計</b>	<b>90,901</b>	<b>87,472</b>	<b>△ 3,429</b>	



前年に引き続き投資を抑制し、キャッシュ・フローはプラスに転化。  
営業キャッシュ・フローはコロナ前の2019年を上回る結果。

単位：百万円

	2019/12期 4Q累計	2020/12期 4Q累計	2021/12期 4Q累計	2022/12期 4Q累計	前期増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,297	△ 8,871	△ 899	7,958	+ 8,857
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 12,838	△ 7,702	△ 1,916	2,077	+ 3,993
<b>フリーキャッシュ・フロー</b>	<b>△ 5,540</b>	<b>△ 16,573</b>	<b>△ 2,815</b>	<b>10,035</b>	<b>+ 12,851</b>
財務活動によるキャッシュ・フロー	9,686	10,545	△ 2,978	△ 5,420	△ 2,441
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 4	△ 28	43	83	+ 39
<b>現金及び現金同等物の増減額</b>	<b>4,141</b>	<b>△ 6,056</b>	<b>△ 5,751</b>	<b>4,698</b>	<b>+ 10,449</b>
現金及び現金同等物の期首残高	24,117	28,259	22,202	16,451	△ 5,751
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	<b>28,259</b>	<b>22,202</b>	<b>16,451</b>	<b>21,149</b>	<b>+ 4,698</b>

## 02 2023年12月期 業績予想

---



## 2023年は、連結売上高579億円（2022年比 +12.2%）を計画。

単位：百万円

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	前期比	
	実績	実績	実績	実績	計画	増減	増減率
<b>売上高</b>	<b>61,121</b>	<b>27,114</b>	<b>33,429</b>	<b>51,699</b>	<b>57,990</b>	+ 6,291	+ 12.2%
婚礼事業	39,414	16,527	20,167	34,182	37,230	+ 3,047	+ 8.9%
ホテル事業	17,768	7,958	10,526	14,554	17,475	+ 2,920	+ 20.1%
W&R事業	3,939	2,629	2,735	2,961	3,284	+ 322	+ 10.9%
<b>売上総利益</b>	<b>21,107</b>	<b>1,357</b>	<b>6,172</b>	<b>17,478</b>	<b>20,283</b>	+ 2,804	+ 16.0%
販売費及び一般管理費	14,724	12,833	12,563	14,502	15,775	+ 1,272	+ 8.8%
<b>営業利益</b>	<b>6,383</b>	△ 11,476	△ 6,391	<b>2,976</b>	<b>4,508</b>	+ 1,531	+ 51.5%
<b>経常利益</b>	<b>6,222</b>	△ 11,227	△ 5,452	<b>4,758</b>	<b>4,171</b>	△ 587	△ 12.3%
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>2,565</b>	△ 10,628	△ 6,137	<b>1,498</b>	<b>2,927</b>	+ 1,428	+ 95.3%

全てのセグメントについて増収増益を目指す。

単位：百万円

		2019年 実績	2020年 実績	2021年 実績	2022年 実績	2023年 計画	前期比	
							増減	増減率
婚礼	売上高	39,414	16,527	20,167	34,182	37,230	+ 3,047	+ 8.9%
	セグメント利益	7,797	△ 3,667	△ 715	6,154	6,357	+ 202	+ 3.3%
ホテル	売上高	17,768	7,958	10,526	14,554	17,475	+ 2,920	+ 20.1%
	セグメント利益	477	△ 5,393	△ 3,780	△ 1,441	△ 193	+ 1,248	-
W&R	売上高	3,939	2,629	2,735	2,961	3,284	+ 322	+ 10.9%
	セグメント利益	△ 229	△ 678	△ 525	△ 334	25	+ 360	-

## 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

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

## 重点戦略

- 1 本部機能結集：新たな時代に向けた全社横断型組織によるブランディング**  
各社に点在していた本部機能（管理・経営企画・マーケティング・営業推進）を移転・結集し、ブランド価値を再定義する
- 2 全方位型婚礼事業戦略：市場の変化を先読みした新たなウェディングストーリー**  
アーティスティックなフォトウェディング・前撮り「スタジオフォトパーク」ブランドの積極展開
- 3 ビジネスプロセス再構築 / PPM推進：事業環境の変化を先読みした選択と集中**  
時代の変化に適合した成長ドライバーへ経営資源を集中し、利益構造の再編成を図る
- 4 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**  
理念を要としたグループの結集による人的資本のベースアップ / インナーブランディングを通じたエンゲージメントの強化

各社に点在していた本部機能（マーケティング・営業推進・経営企画・管理）を結集。  
 全社を大同団結し、横断的に新たな時代に向けてブランド価値を再定義する。

多様なステークホルダー

株主

債権者

お客様

従業員

お取引先

約束



信頼

ウェディング事業

ホテル

専門式場

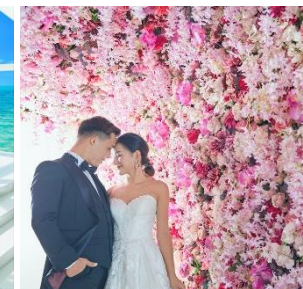
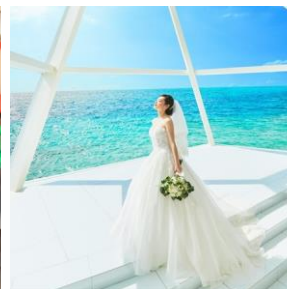
迎賓館

家族・楽婚

和婚

リゾート

フォト



ツカダ・グローバルホールディング企業理念

心に焼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

- 各社の管理機能・  
 マーケティング機能を集約  
 →コミュニケーション活性化  
 →部分最適から全体最適へ
- 本部主導での  
 各ブランドを通じた理念の徹底  
 →ステークホルダーとの  
 約束・信頼関係の構築

全社横断型組織による  
 ブランディング



コロナ禍で変化する価値観（入籍タイミング・婚礼スタイルの多様化）を先読みし、  
結婚式当日までのプロセスを変革することで、新時代のウェディングストーリーを創造。

Studio PHOTO PARK：“非日常体験”をテーマとした大型フォトスタジオ

studio  
PHOTO PARK



■ これまでにない全く新たな時間と空間  
アーティスティックな“婚礼前撮り”  
結婚式に新しいストーリーを造成する

当社で結婚式を挙げられるお客様も含め  
すべての人をターゲットとして、  
結婚式当日では決して撮影できないレベルの  
夢のような時間・撮影を専用スタジオで実現

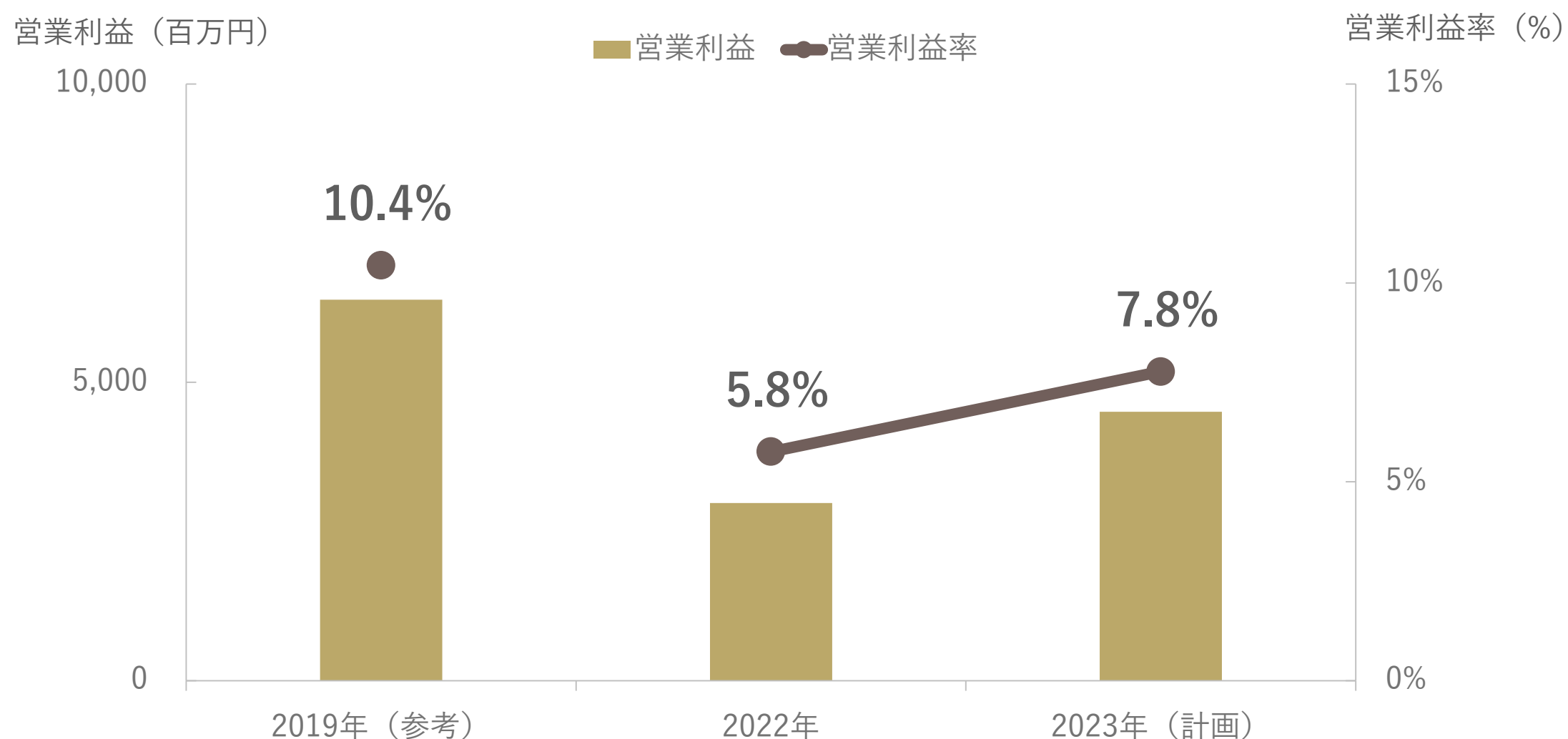
⇒ 「婚礼前撮り」に新たな体験・価値を付与  
⇒ 多様化する婚礼市場の活性化へつなげる

■ かけ合わせ出店戦略

駅前好立地な相談サロン×郊外大型スタジオ  
かけ合わせによる集客・施行メリット最大化

コスト高のなかでもコロナ前の高収益体制を復活させるため、  
選択と集中によるリエンジニアリングを実施し、生産性の向上を図る。

営業利益と営業利益率（2022年・2023年）



■ 営業費用への増加圧力

インフレの高進や労働需給の逼迫等、  
事業に必要な各費用には増加圧力

■ 生産性の向上が必須

持続的な成長を実現するには、  
売上の確保に加えて生産性向上が必須

■ 選択と集中

3セグメント体制を維持しながらも、  
一部店舗を閉店し、成長ドライバーに  
経営資源を集中



2023年3月、青山セントグレース大聖堂の隣地に新会場をオープン。  
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「ノリータ」イメージ



# 既存施設においても、大人数帯強化に向けメインバンケット等をリニューアル

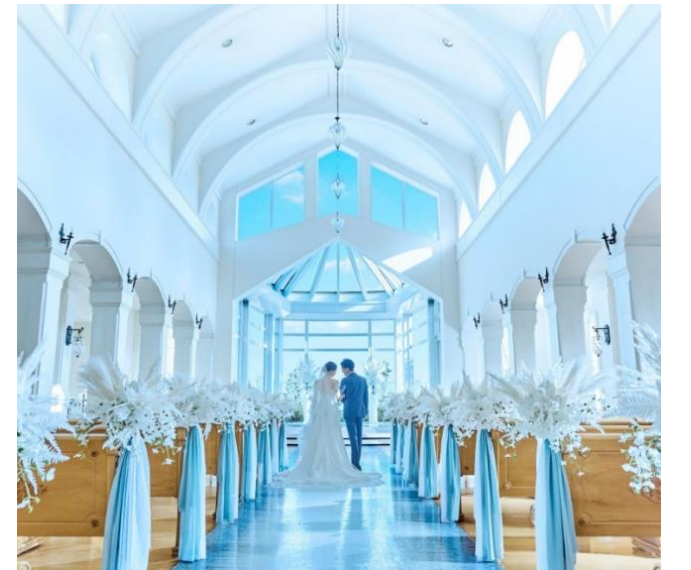
伊勢山ヒルズ「オックスフォードガーデン」邸



アートグレース ウェディング スクエア 名古屋



大阪アートグレース ウェディングコースト



アートグレース星ヶ丘迎賓館「オランジュリーガーデン」邸



大宮璃宮「ブロッサムガーデン」邸



仙台 アートグレース ウェディングフォレスト





好調な「プロポーズ」を起点として3つの“記念日”へ商品を展開。  
婚礼以外にも当社施設の時間と空間を最大限に活かすために新しい価値を提供する。

### 最高のプロポーズ



専任のアニバーサリープロデューサーがサポートし、一番大事な思いを伝える瞬間をプロデュース

2022年売上高：7,523万円（539組）

2021年比 +17%

### 最高の結婚記念日



大切な年月を重ねた節目の記念日のお祝いに。思い出のチャペルで感謝の気持ちを伝え合う、結婚記念日のセレモニーをプロデュース

### 最高の入籍記念日 **NEW**



今日から“夫婦”となる特別な一日を、記憶に残る最高の記念日に。入籍記念フォトやプリザーブドフラワー、特製ケーキ付の会食プラン

▶ 人生の節目節目の大切な記念日に、生涯寄り添い続けていける企業へ



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。

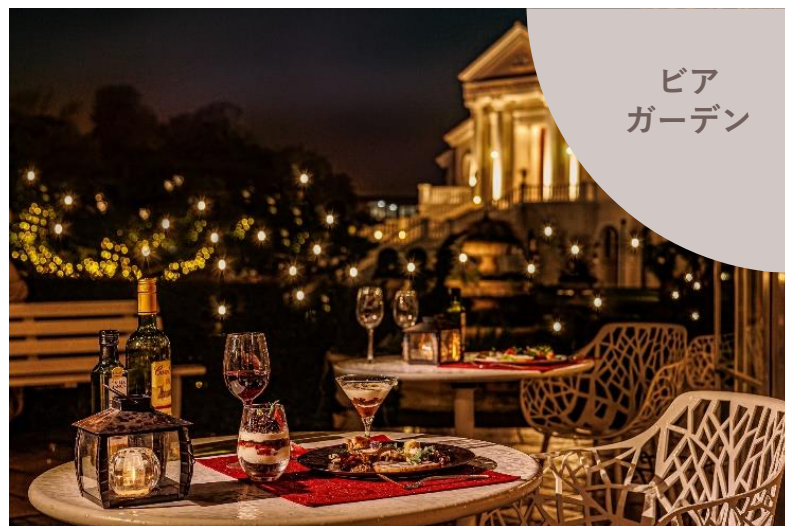
オケージョンイベント



アフタヌーン  
ティー



クリスマス



ビア  
ガーデン

多彩な空間デザインを活かした  
アフタヌーンティー  
クリスマス、ビアガーデン  
などのイベントを開催

各種お祝い・個室プラン



七五三  
お宮参り



お顔合せ



お誕生日

ライフスタイルに合わせた  
ご家族の様々なお祝いを  
貸し切り個室プランとして販売



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。  
国内外幅広くエンゲージメント強化による売上創出を図る。

宿泊



バルーン de デコレーションプラン  
(ストリングスホテル名古屋)



お正月ステイプラン 2023  
(ホテルインターコンチネンタル東京ベイ)

レストラン



ライブパフォーマンス「HUDSON SPECIAL DJ NIGHTS」  
(ホテルインターコンチネンタル東京ベイ)



2022年12月2日にグランド・オープンしたバー「86」  
(キンプトン新宿東京)

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)



キンプトン ハロウィン「モンズブラン」アフタヌーンティー  
(キンプトン新宿東京)



各ホテルにおいてマーケット優位性のある個性を活かしたクラブラウンジを展開。

和 -NAGOMI- LOUNGE

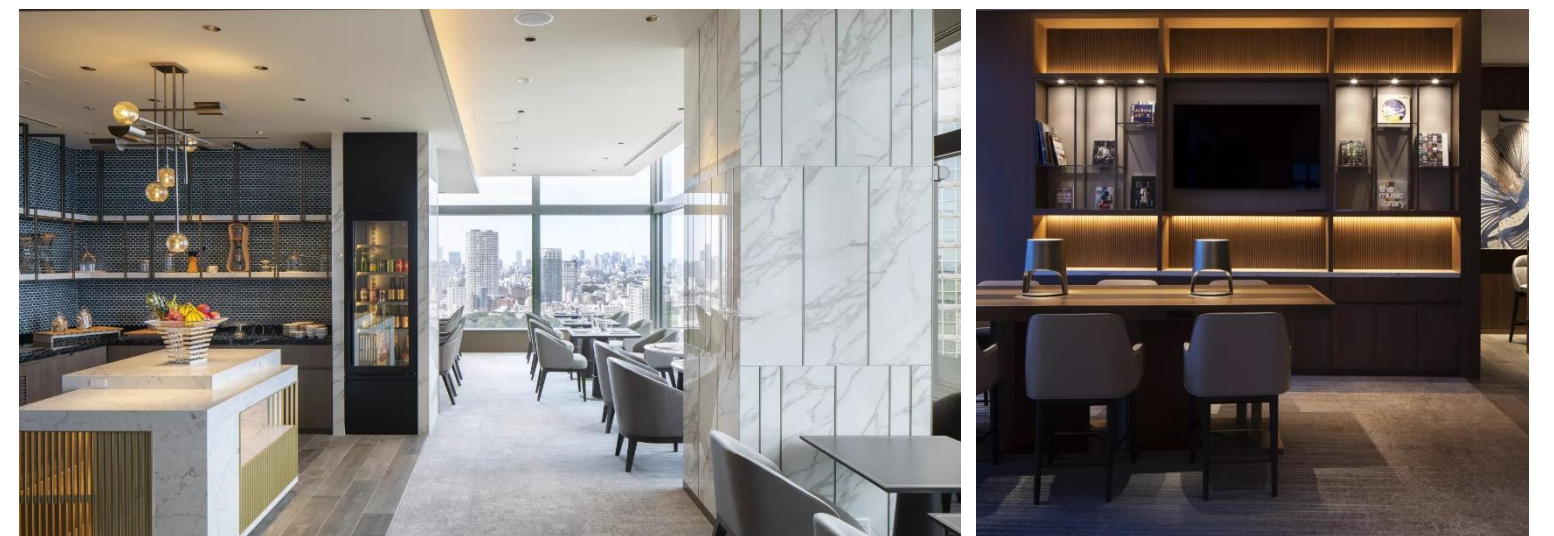
ホテルインターコンチネンタル東京ベイ



クラブインターコンチネンタル ホテルインターコンチネンタル東京ベイ



クラブインターコンチネンタル ストリングスホテル東京インターコンチネンタル





スパ事業では、当社施設がニフティ温泉年間ランキングで3年連続全国総合1位。ブランド強化を継続することで好循環の成長サイクルを強化・加速する。



来館者数・売上の推移



ランキング9冠達成→好循環の成長サイクルへ

投資

人・設備・サービスへの積極投資

価値創造

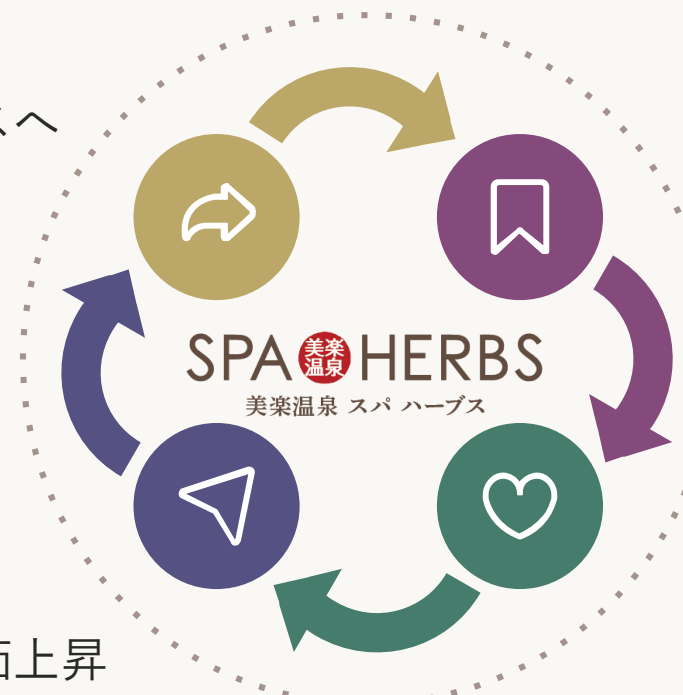
顧客満足度の向上  
競争優位性の獲得

収益向上

お客様の増加  
高付加価値化→単価上昇

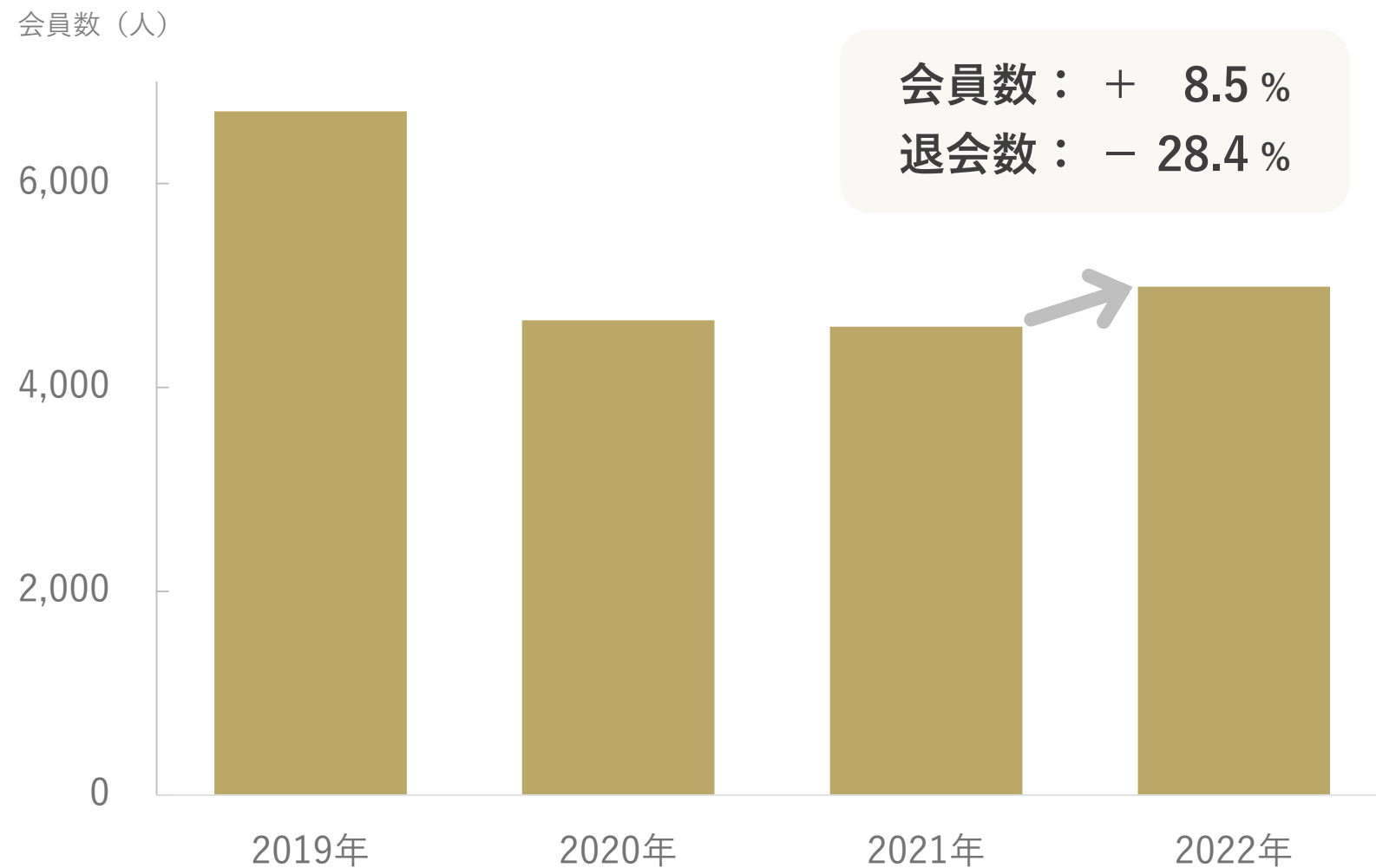
評価

ランキング獲得、  
口コミ等認知拡大



フィットネス事業は、マルチチャネルでの集客強化に加え、  
多様な商品・コンテンツを展開し、退会数を抑制することで安定的な会員増を目指す。

会員数の推移：退会数の抑制により増加



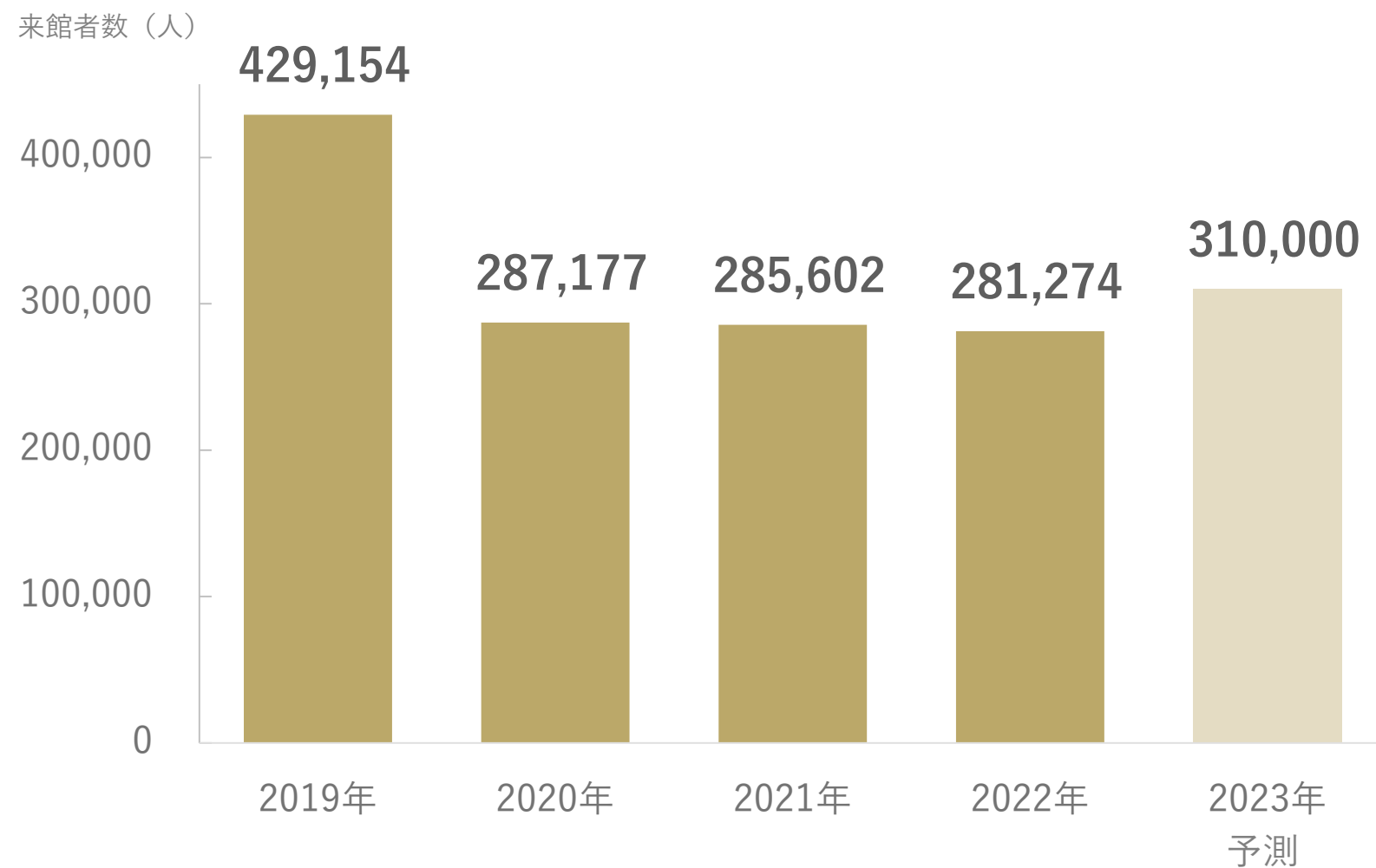
多様な商品・コンテンツを展開





リラクゼーション事業は、不採算店舗を削減して  
優位性のあるエリア・店舗に経営資源を集中し、企業体制の強靱化を目指す。

来館者数の推移



人的資本の充実：将来の収益基盤の整備

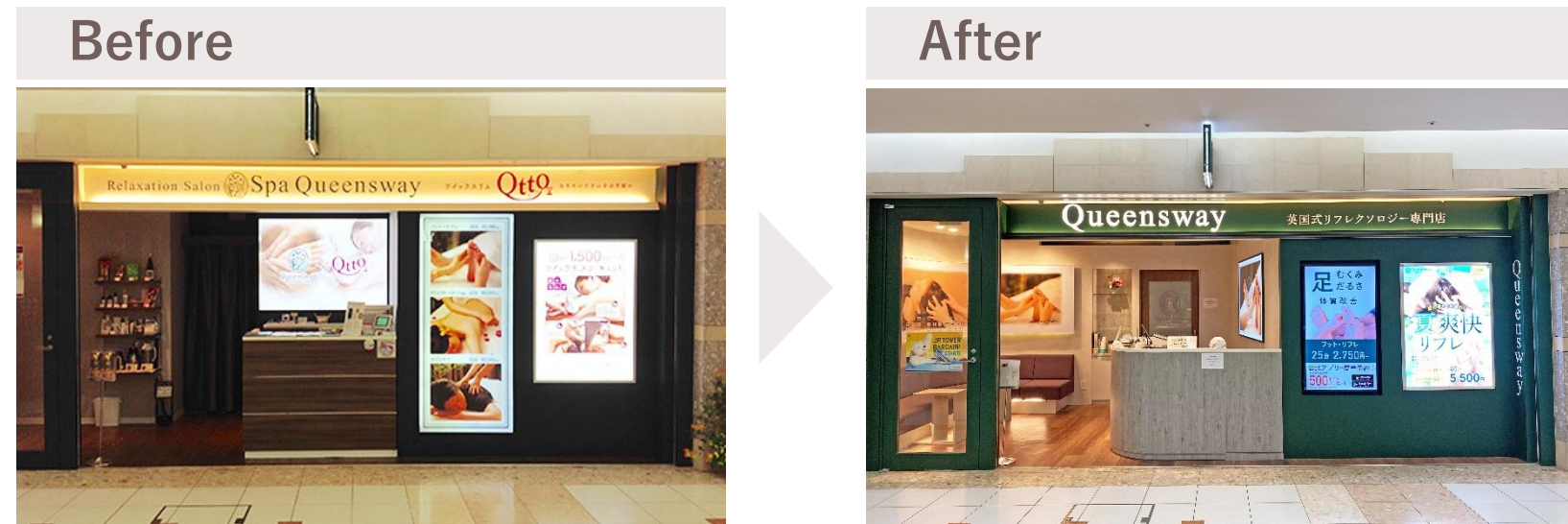


人員逼迫による施術お断り率の上昇  
→ 集客・施術増加に向けて人的資本を充実させる

持続的な成長に向けた収益基盤の確立

既存店は不断のリモデルによりブランディング・収益の向上を図る。  
不採算店舗の削減だけでなく、並行して新店舗の開店も継続し、店舗構成を強化する。

既存店：リモデルによる収益向上



Queensway 札幌APIA

店舗統合に伴い改装。  
待合スペースをゆったりと構成し、  
広く居心地の良い空間を実現



新店舗：Queensway LUX 東京ミッドタウン八重洲（3月10日予定）

Queensway Relaxation Salon **LUX**

全室個室のプレミアムブランド2号店  
広い店内にはラグジュアリーな空間を演出



## 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



# 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"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<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"/>		



# 社内にとどまらず、パートナーシップによって次世代を“創る”取組みを推進

## MATERIALITY 4-1

新たな価値創造で、新たな時代を共にきり拓く力を。

新たなパートナーシップ強化による価値創造

### ■ ホテルにおけるコラボレーション宿泊プラン

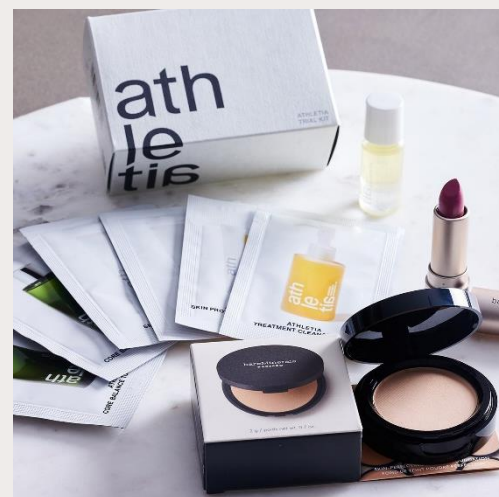
「私によくて、世界にイイ。」をコンセプトとするwebマガジン「ethica」及び企画に共感いただいた3ブランド「athletia」、「bareMinerals」、「meet tree」とコラボし、ウェルビーイングの世界観やサステナブルという新たな価値を創造。



ホテルインターコンチネンタル  
東京ベイ 客室イメージ



サステナブルな旅に向けた  
エシカ編集部からのお手紙



3つのブランドによる  
スペシャルアメニティ

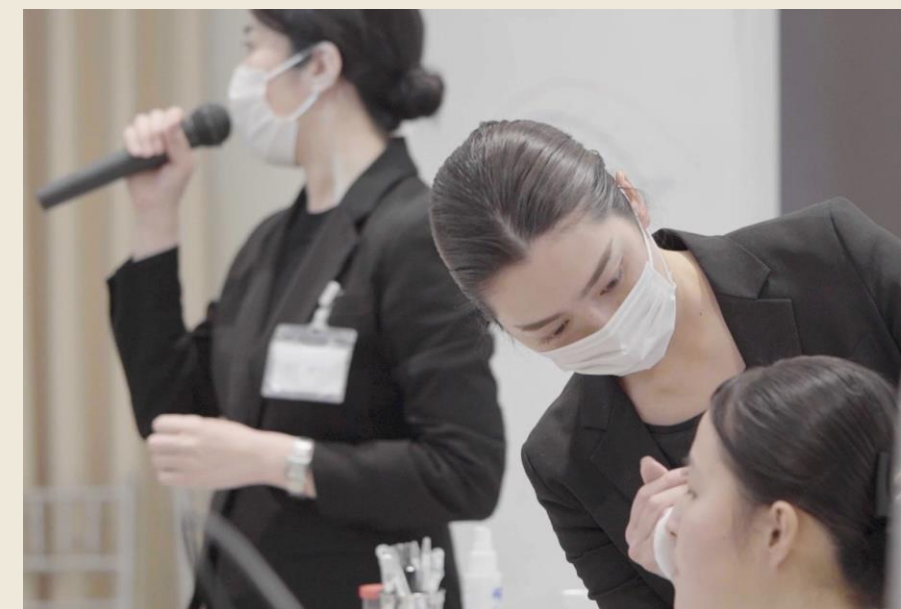
## MATERIALITY 2-1

「個」の成長が「集」の成長、「社会」の成長へ。

外部への技術・職業研修の積極実施

### ■ 産学連携によるブライダル美容の人材育成プログラム

業界の課題である「ブライダル美容の技術者不足」を解決するため、当社が有する技術ノウハウをもとに、専門学校と連携した人材育成を開始。実践的なスキルの習熟や職業像の把握による優秀な人材の育成へつなげる。





# 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

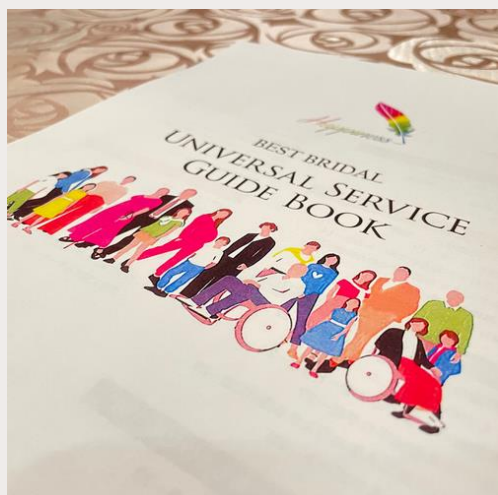
## MATERIALITY 1-2

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 サービス ガイドブック」 オリジナル版策定

株式会社ミライロ様と共同で実施するHappinessプロジェクト。  
多様な人々に対する理解を深め、お客さま一人ひとりのきめ細かなニーズに寄り添うために、業界初の「ベストブライダル ユニバーサル サービス ガイドブック」をオリジナルで策定。



ベストブライダル  
オリジナルガイドブック



車いす利用者への実践的な  
サポート風景の講義



車いす利用者への実践的な  
サポート風景の実技研修

### 「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。



LGBT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。

## 05 參考資料

---



## 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)  
心齋橋 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)

### 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

### 東日本

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(3)  
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)



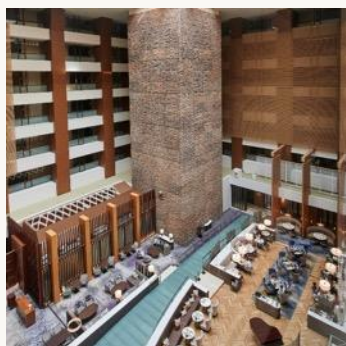
## 関東及び名古屋に複数のホテル・レストランを運営



### ホテル インターコンチネンタル 東京ベイ（浜松町）

(330室 6バンケット 1チャペル)

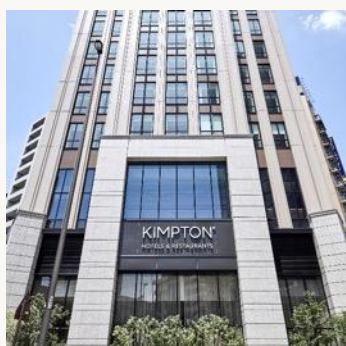
- ・ ニューヨークラウンジ
- ・ ラ・プロヴァンス
- ・ 鉄板焼 匠
- ・ シェフズ ライブ キッチン
- ・ ハドソンラウンジ
- ・ イタリアンダイニング ジリオン
- ・ レインボーブリッジビューダイニング&シャンパンバー マンハッタン



### ストリングスホテル東京インターコンチネンタル（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」



### 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)

- ・ 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（名古屋駅）

(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
- ・ イベントレストラン ジリオン
- ・ 鉄板焼 匠



### レストラン

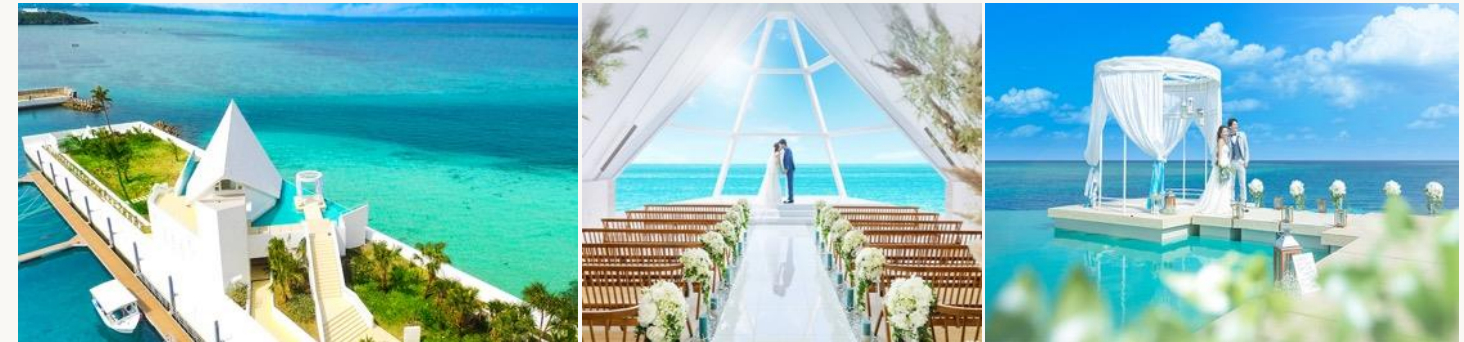
- ・ 四季庭（大宮）
- ・ マンジャーレ（伊勢山・横浜）
- ・ タバーン・バイザグリーン（表参道）
- ・ カフェ&ダイニング ゼルコヴァ（表参道）



# 沖縄・ハワイ・バリ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 (3)

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  
ザ・ハウスオブイリス



## バリ (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41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

## 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 新宿京王モール アネックス  
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

## 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  
BEST STYLE FITNESS (京都烏丸)

## 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  
GINZA BODY CARE 横浜地下街ポルタ

## 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 4店舗



スパ温浴施設 1店舗



リラクゼーション施設 41店舗

新規：23年3月



# TSUKADA GLOBAL HOLDINGS