

|| 企業調査レポート ||

## ティーケーピー

3479 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年5月25日(木)

執筆：客員アナリスト

柴田郁夫

FISCO Ltd. Analyst **Ikuo Shibata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 2023年2月期の連結業績	01
2. 2024年2月期の連結業績予想	02
3. 新中期経営計画の公表	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ リージャス事業の売却について	06
■ 事業概要等	07
1. 空間シェアリングによる市場創造型の事業展開	07
2. 収益モデルの特徴	08
3. 拠点ネットワーク	08
4. 周辺事業	08
5. 顧客	09
■ 決算概要	10
1. 過去の業績推移	10
2. 2023年2月期の連結業績	11
3. 2023年2月期の総括	15
■ 業績見通し	16
1. 2024年2月期の連結業績予想	16
2. 弊社の見方	16
■ 新中期経営計画の公表	17
1. 基本方針	17
2. 環境認識	17
3. 計数目標	18
4. 事業別戦略	19
5. 弊社による中長期的な注目点	20
■ 株主還元	20

## ■ 要約

### 2023年2月期は貸会議室・宿泊事業の需要回復が継続し、 大幅な増収増益（営業黒字転換）を達成。 資本的支出の軽減と高収益の確保に向けてリージャス事業を売却

ティーケーピー<3479>は、貸会議室ビジネスを起点とした「空間再生流通事業」を展開している。不動産オーナーから遊休不動産等を大口（割安）で仕入れ、会議室や宴会場などに「空間」を「再生」し、それを法人に小口で販売・シェアリングを行う独自のビジネスモデルに特徴がある。遊休不動産の有効活用を図りたい不動産オーナーと、低コストで効率的に会議室を利用したい法人のニーズを結び付けるところに新たな市場を創出し、高い成長性を実現してきた。国内の主要都市に237拠点・1,988室（約14万坪）と幅広く展開し、顧客基盤は3万社以上に上る（2023年2月末時点）。

2023年2月1日付けでレンタルオフィス「Regus」等を展開するリージャス事業※を売却。新型コロナウイルス感染症流行の収束（以下、アフターコロナ）を見据え、ビジネスモデルをLight Capex（資本的支出の軽減）及びHigh Margin（高収益）へとさらに進化させることが目的である。今後は貸会議室・宿泊事業の需要回復の本格化を見据えた仕入れの積極推進や「再生」をテーマとする新規事業などに経営資源を集中投下する方針である。

※日本リージャスホールディングス（株）（以下、日本リージャス）の買収（2019年5月）及び台湾でリージャス事業を運営する台湾子会社（以下、台湾リージャス）の買収（2019年9月）により開始したレンタルオフィス事業。

#### 1. 2023年2月期の連結業績

2023年2月期の連結業績は、売上高が前期比13.0%増の50,504百万円、営業利益が3,575百万円（前期は883百万円の損失）と、売上高の回復とともに営業黒字転換を達成した。また、重視するEBITDAについても同88.9%増の8,748百万円と大きく回復してきた。経済活動の再開とともに、コア事業であるTKP事業（貸会議室・宿泊事業）の需要回復が継続し増収に大きく寄与した。また、2023年2月1日に売却したリージャス事業については11ヶ月分の業績寄与となったものの、前期とほぼ同水準の売上高を確保した。損益面では、TKP事業は売上高の回復と、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）を通じて取り組んできた収益構造の改善により大幅な営業増益を実現した一方、リージャス事業については「顧客関連資産」及び「のれん」の償却負担が重く、連結損益の足を引っ張る要因となっていた。活動面では、同社初の独自ビジネスホテルブランド「TKP サンライフホテル」を含め、4施設の新規出店を行った。また、識学<7049>との資本業務提携やリリカラ<9827>の持分法適用関連会社化を実現し、TKP事業の付加価値向上（ソフト領域の拡充）に向けても一定の成果をあげることができた。

要約

## 2. 2024年2月期の連結業績予想

2024年2月期の連結業績について同社は、売上高を前期比28.1%減の36,300百万円、営業利益を同51.0%増の5,400百万円と、リージャス事業の売却により減収となる一方で損益面では大幅の増益を見込んでいる。売上高はリージャス事業の売却による影響を除くと、約20%の増収を確保する計画である。貸会議室・宿泊需要が回復基調にあるなかで、東京・大阪のビジネス地区を中心に新規出店・既存施設の増床を積極化する方針であり、会議室面積で1万坪増を目指す。損益面でも、筋肉質な収益体質への転換（損益分岐点の引き下げ）を進めてきたところが増収効果が重なることで大幅な増益を実現し、営業利益率も14.9%（前期は7.1%）に大きく改善する想定となっている。

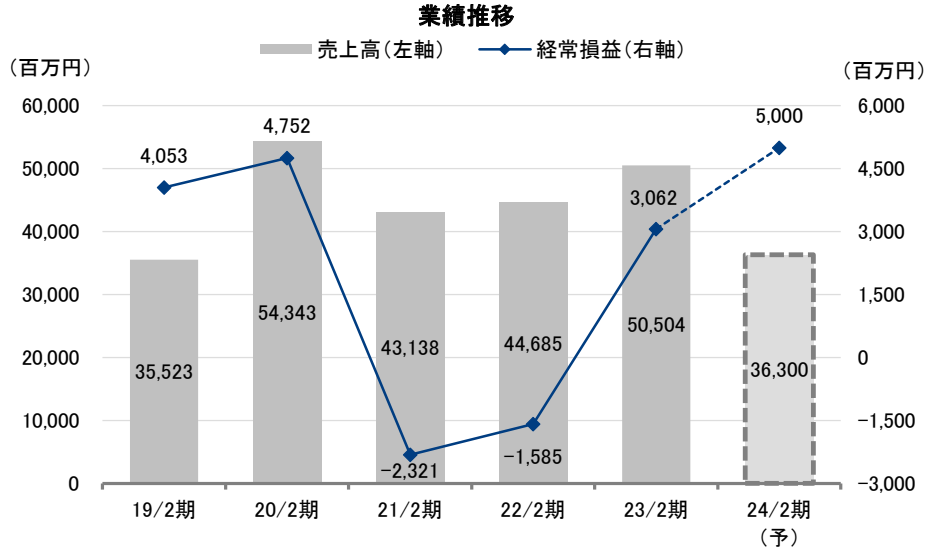
## 3. 新中期経営計画の公表

同社は、リージャス事業の売却に踏み切ったことや貸会議室・宿泊需要の回復が進んできたこと、仕入れ環境も追い風に向かっていることを踏まえ、アフターコロナを見据えた新中期経営計画（3ヶ年）を公表した。貸会議室の床面積を積極拡大しながら周辺事業を取り込み、シェアの拡大と対象市場の拡張を図るとともに、経営効率の最適化にも注力する方針である。最終年度である2026年2月期の目標として、売上高575億円、営業利益94億円（営業利益率16.3%）を掲げており、過去最高の業績水準を更新していく計画となっている。

### Key Points

- ・2023年2月期は貸会議室・宿泊需要の回復基調継続により、大幅な増収増益（営業・経常黒字転換）を達成
- ・アフターコロナを見据え、資本的支出の軽減と高収益確保に向けてリージャス事業を売却
- ・2024年2月期はリージャス事業の売却により減収となるも、貸会議室・宿泊事業の伸びにより大幅な増益を見込む
- ・新中期経営計画を公表。貸会議室の床面積を積極拡大しながら周辺事業を取り込み、シェアの拡大と対象市場の拡張を図り、過去最高の業績水準を更新していく計画

## 要約



出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

**貸会議室ビジネスを起点とする「空間再生流通事業」を展開。  
ソフト（周辺サービス）の拡大による付加価値向上のほか、  
アパホテルのフランチャイズを中心とする宿泊事業にも注力**

### 1. 会社概要

同社は、貸会議室ビジネスを起点とする「空間再生流通事業」を展開している。独自のビジネスモデルにより、遊休不動産の有効活用を図りたい不動産オーナーと、低コストで効率的に会議室を利用したい法人のニーズを結び付けるところに新たな市場を創出し、高い成長性を実現してきた。2019年5月にはレンタルオフィス「Regus」等を展開する日本リージャスを買収したことをきっかけに、貸会議室ビジネスとの親和性の高い短中期オフィス事業へも本格参入し、「時間貸し」（貸会議室）中心から「期間貸し」（貸オフィス）へとサービス領域を拡充した。ただ、リージャス事業については、ビジネスモデルを Light Capex（資本的支出の軽減）と High Margin（高収益）へとさらに進化させるため、2023年2月1日付けで売却に踏み切った（詳細は後述）。

事業領域は5つに区分されるが、「フレキシブルオフィス事業」（貸会議室・ホテル宴会場・レンタルオフィス）をコア事業として、「ホテル・宿泊研修事業」「料飲・バンケット事業」「イベントプロデュース事業」「BPO事業」の周辺サービスを提供している。コロナ禍による影響を勘案し、周辺サービスについては一旦選択と集中を進めたものの、今後はアフターコロナを見据え、新技術との組み合わせを含めた多様なラインナップを提供することで、今後回復する需要を全方面から取り込む方針である。

会社概要

## 2. 沿革

2005年に(株)ティーケーピーを設立、ポータルサイト「貸会議室ネット」と「貸オフィスネット」を運営開始し、1号店である「TKP六本木会議室」をオープンした。2006年～2007年には早くも、北海道・関西・九州・東北・東海に進出している。2008年には、(株)コンビニステーションを設立し、低価格帯貸会議室の運営事業化を開始したほか、会議・研修のトータルサービスを提供開始し、単なる貸会議室だけでなく周辺事業にも展開を開始した。その後もビル管理事業、コールセンター事業、企業向けレンタル事業に参入。2011年には、「TKPガーデンシティ品川」をオープンし、ホテル内宴会場の運営を開始した。2013年には(株)常盤軒フーズを立ち上げ、飲食サービスの内製化の強化を図った。また、同年には「レクトーレ」をオープンし宿泊型研修会場の提供を開始したほか、海外初施設をニューヨークに出店している。2014年に法人向け旅行事業のワンストップサービスの充実をさらに推し進め、札幌に「アバホテル〈TKP札幌駅前〉」をフランチャイズ出店し、会議室併設型ハイブリッドホテルの運営を開始した。2015年には伊豆長岡の「石のや」で旅館事業に参入、同社のブランドで最上級となる「ガーデンシティ PREMIUM」を新設し、イベント・コンテンツ事業に参入するなど快進撃が続いた。2016年には(株)ファーストキャビンと資本業務提携契約を締結、簡易宿泊事業に参入した。2017年に入ってから、東京証券取引所マザーズ市場に上場したことをはじめ、スペースマッチングサービスである「クラウドスペース」の運営開始(2022年8月にサービス終了。代替サービスとしてTKP貸会議室ネットを運営)、(株)メジャースの子会社化(100%株式取得)によるイベントプロデュース事業への本格参入など、積極的な事業展開を進めた。(株)日経CNBCの「今年の優秀IPO企業」最優秀賞を受賞するとともに、「EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー 2017 ジャパン」においても河野貴輝(かわのたかてる)代表取締役社長が日本代表※に選出されている。2018年には直営会議室2,000室を突破した。2019年5月にはレンタルオフィス最大手の日本リージャスを買収し、短中期オフィス事業へも本格参入したものの、リージャス事業については2023年2月に売却した。

※ 2018年6月にモナコにて開催された約60ヶ国の代表起業家たちが集う世界大会へ日本代表として出場した。

### 沿革表

年	沿革
2005年	港区浜松町にて「株式会社ティーケーピー」を設立 ポータルサイト「貸会議室ネット」を運営開始 第1号店「TKP六本木会議室」をオープン
2006年	北海道・関西・九州に初出店
2007年	東北・東海に初出店
2008年	「株式会社コンビニステーション」(連結子会社)を設立～低価格帯貸会議室の運営事業化～ 第二種旅行業免許を取得～会議・研修のトータルサービスの提供を開始～
2009年	「株式会社TKPプロパティーズ」を設立～ビル管理事業参入～(※2020年11月解散)
2010年	現「株式会社TKPコミュニケーションズ」を設立～コールセンター・BPO事業に参入～ 「レンタルネット」運営開始～企業向けレンタル事業に参入～ 「TKP New York, Inc.」を設立 中国地方に初出店
2011年	「TKPガーデンシティ品川」オープン～ホテル内宴会場の運営開始～
2012年	コーポレートロゴ変更 直営会議室1,000室突破

**ティーケーピー** | 2023年5月25日(木)  
 3479 東証グロース市場 | <https://ir.tkp.jp/index.html>

会社概要

年	沿革
2013年	「株式会社常盤軒フーズ」を設立～飲食サービスの内製化強化～ 本社を新宿区市ヶ谷へ移転 一般社団法人日本経済団体連合会 入会 「TKP ホテル & リゾート」ブランド立ち上げ 箱根・熱海・軽井沢に郊外型セミナーホテル「レクトーレ」をオープン～宿泊型研修会場の提供開始～ 米国ニューヨークに初出店
2014年	第一種旅行業免許取得～法人向け旅行事業のワンストップサービスの充実～ 総座席数 100,000 席突破 札幌に「アパホテル (TKP 札幌駅前)」オープン～会議室併設型ハイブリッドホテルの運営開始～
2015年	伊豆長岡に「石のや」オープン～旅館事業に参入～ オフィスビル型最上級ブランド「ガーデンシティ PREMIUM」新設
2016年	株式会社ファーストキャビンと業務提携～簡易宿泊事業に参入～（※ファーストキャビンは2020年4月に経営破綻。 フランチャイズ契約で運営してきた2施設において、名古屋は撤退し資産売却予定、市ヶ谷は運営継続） 米国ニュージャージーにてホテル宴会場・レストラン・カフェテリアの運営開始
2017年	東京証券取引所マザーズ市場に上場 港区に「ベイサイドホテル アジュール竹芝」オープン～都市型リゾートセミナーホテルの一面を持つハイブリッドシティホテルを展開～ スペースマッチングサービス「クラウドスペース」の提供開始 （クラウドスペースは2022年8月にサービス終了。現在は代替サービスとして貸会議室ネットを運営） 湯河原に大型リゾートセミナーホテル「レクトーレ湯河原」オープン 名古屋に「ファーストキャビン TKP 名古屋駅」オープン～簡易宿泊施設を初出店～（※ファーストキャビン経営破綻に伴い撤退） 「株式会社メジャース」を子会社化～イベントプロデュース事業を強化～ 株式会社大塚家具との資本業務提携契約を締結 代表取締役社長 河野貴輝氏が、起業家表彰制度「EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー 2017 ジャパン」で日本代表に選出
2018年	大規模・多目的イベントホール「CIRQ (シルク) 新宿」オープン 葉山に大型リゾートセミナーホテル「レクトーレ葉山 湘南国際村」オープン 直営会議室 2,000 室突破 仙台に「アパホテル (TKP 仙台駅北)」オープン～東北初のホテルを開業～ クラウド型イベント管理システム「TKP イベントプランナー」の提供を開始 本社ビル内に「ファーストキャビン TKP 市ヶ谷」オープン
2019年	レンタルオフィス最大手「日本リージャスホールディングス株式会社」の子会社化と「IWG plc」との独占的パートナー契約の締結を発表～短中期オフィス事業への本格進出～ 大阪に「アパホテル (大阪梅田)」オープン～関西初のホテルを開業～ 「有限会社品川配ぜん人紹介所」を子会社化～ホテル宴会場運営支援事業へ参入～ 「台湾リージャス」を子会社化～日本に続き、台湾の今後のリージャスビジネスを長期独占的に展開～
2020年	福岡に「アパホテル (福岡天神西)」オープン 新型コロナウイルス対策のガイドラインの策定 東京に「アパホテル (上野広小路)」オープン エスクリ <2196> と資本業務提携契約を締結 「石のや 熱海」オープン
2021年	大和証券を割当先とする新株予約権を発行 「Work X Office」の販売開始 CBT 試験会場「TKP CBT テストセンター」の提供を開始 ワクチンの職域接種支援サービス「TKP ワクチンセンター」の提供を開始 Zoom ISV パートナー契約を締結し、「TKP ウェビナー Powered by Zoom」の提供を開始
2022年	東京証券取引所市場区分見直しに伴いグロース市場へ移行 福岡に、初の独自ビジネスホテルブランド「TKP サンライフホテル」オープン
2023年	リージャス事業を売却

出所：有価証券報告書、同社ホームページよりフィスコ作成



## ■ リージャス事業の売却について

### 2023年2月1日付けでリージャス事業を売却。 需要回復が継続する貸会議室・宿泊事業へ経営資源を集中し、 資本的負担の少ない高収益モデルをさらに進化させる方針

2023年2月1日付けでレンタルオフィス「Regus」等を展開する日本リージャスを三菱地所<8802>に売却するとともに、台湾リージャスについてはIWG Group Holdings Sarl（リージャスブランドのマスターフランチャイザー）に売却するに至った。主力であるTKP貸会議室・宿泊事業の需要回復が継続するなかで、資本的支出を軽減するとともに、高収益のビジネスモデルをさらに進化させるところに狙いがある。リージャス事業については、2019年2月に買収して以来、コロナ禍においても比較的堅調に収益（EBITDA）を稼いできたものの、「顧客関連資産」及び「のれん」の償却費負担（年間約25億円）が重く、連結損益の足を引っ張る要因となってきた。また、TKP事業と比べると、出店などに係る資本的支出が大きいビジネスモデルであることから、財務的に強固なスポンサー傘下で成長を図る方が、リージャス事業にとってもメリットが大きいと判断したようだ。日本リージャスの売却資金は約382億円となり、取得価額（約429億円）を下回るうえ、リージャス事業の売却に伴って約67億円の特別損失（事業整理損等）が計上される。ただ、今後は「顧客関連資産」及び「のれん」の償却費負担がなくなる分、連結営業利益の増加が見込めるとともに、バランスシートの改善や資本的支出の軽減も図れることになる。また、売却資金約382億円については、貸会議室・宿泊事業の需要回復の本格化を見据えた仕入れの積極推進や「再生」をテーマとする新規事業などに経営資源を集中投下する方針である。なお、同社自身のブランド「Work X Office」で展開するレンタルオフィス（スペースの期間貸し）については、フレキシブルオフィス事業の一形態（ラインナップ）として需要に応じて今後も継続するが、あくまでも時間単価の高い貸会議室（時間貸し）を軸に事業の拡大を図っていく考えだ。



## ■ 事業概要等

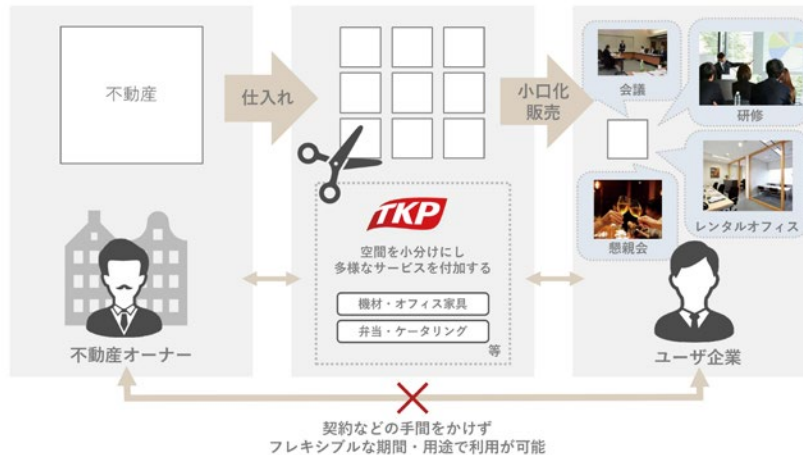
### 市場創造型の事業展開により高い成長性を実現。 「持たざる経営」を基本として早期収益化が可能な事業モデル

#### 1. 空間シェアリングによる市場創造型の事業展開

同社が主力としてきた「貸会議室ビジネス」は、不動産オーナーから遊休資産・低収益物件・不採算資産を割安で借り上げ、会議室や宴会場などに「空間」を「再生」し、シェアリングエコノミーとして付加価値を提供するというものである。不動産オーナーから大口取引で不動産を賃貸などで割安に仕入れ、物件を貸会議室などに利用できるように照明・カーペット・壁紙などリノベーションを行うとともに、ケータリングや宿泊、各種オプションなど周辺サービスを付加する。顧客は主に会議室利用を求める法人であり、顧客側にとっては自社で会議室を保有するのに比べ、費用の削減、業務の集約化、多目的の利用が可能になるなどのメリットが多い。したがって、同社の事業は、大口取引を望む供給側と小口販売・シェアリングを望む需要側をうまくつないでいると言える。さらには、スペースにコンテンツサービス（運営オペレーションやシステム、研修パッケージ等）を付与したソリューション提供により、その時々需要に機動的に対応していくことで、スペース当たりの収益性を向上させる方向性も描いている。

#### ビジネスモデル

**持たざる経営**・・・不動産を保有せずに賃貸借契約等で確保し、小分けして周辺サービスを付加することで総合的な空間サービスを提供する



出所：決算説明会資料より掲載

さらに「持たざる経営」にも特徴がある。仕入れは賃貸契約を主軸としているうえ、変動家賃（売上・利益歩合等）が約47%を占めるため、不動産価格や景気変動による業績への影響は比較的小さく、通常の不動産会社が有するリスクとは異なっていることに注目したい（ただ、安定的に高稼働率が期待できるホテル事業については、あえて一部を自社所有することにより高収益性を確保するとともに、いつでも流動化できるような準備をしている）。

## 2. 収益モデルの特徴

「貸会議室ビジネス」は、時間貸しによるフロー型の収益モデルである。TKP 貸会議室の利用用途は多種多様であり、基本的な会議室の稼働に加え、料飲や企画、備品レンタル等どれだけの周辺サービスを付加できるかが成長のポイントとなるため、同事業は稼働率ではなく「坪当たり売上高」を KPI（重要業績評価指標）としている。コロナ禍の下で料飲が苦戦する一方、ウェビナー案件や試験会場利用による高単価案件のほか、貸会議室を活用した新型コロナワクチン接種の実施など、その時々需要に機動的に対応することにより、「坪当たり売上高」の確保を図ってきた。今後は、料飲の需要回復に加え、ソフト領域の拡充により、「坪当たり売上高」の拡大を目指す方針である。オープンより平均 3 ヶ月で損益分岐点に到達し、12 ヶ月で巡航速度に乗ることから、比較的早期に収益化が可能な収益モデルと言える。

## 3. 拠点ネットワーク

TKP は国内の主要都市を中心に 237 拠点・1,988 室（約 14 万坪）の法人向け貸会議室を展開している（2023 年 2 月末時点）。利用目的や規模、予算などに合わせた 6 つのグレードに分かれており、単価の高いものから、エスクリ <2196> との共同ブランドである「CIRQ（シルク）」24 施設・51 室<sup>※1</sup>、ガーデンシティ PREMIUM（GCP）25 施設・295 室、ガーデンシティ（GC）36 施設・381 室、カンファレンスセンター（CC）64 施設・764 室、ビジネスセンター（BC）28 施設・207 室、スター貸会議室 28 施設・53 室で構成される。また、「レクトーレ」及び「石のや」等の宿泊施設内には 32 施設・237 室<sup>※2</sup>を有している。

※1 2020 年 7 月に全国で結婚施設を運営するエスクリとの資本業務提携により開始した。平日をメインにエスクリの遊休施設を共同ブランド「CIRQ」に転換し、顧客企業のパーティや懇親会の会場として活用するものである。

※2 そのうち、直営施設は 21 施設となっている。

## 4. 周辺事業

ほかの貸会議室ビジネスを行っている企業との差別化要因の 1 つに周辺サービスの展開が挙げられる。同社は、料飲、オプション、宿泊などの提供を通じて、顧客の幅広いニーズに応えている。料飲については、ケータリング、弁当、カフェ、レストランからなり、特にケータリングや弁当は貸会議室での懇親会など食事を伴う用途展開に欠かせない周辺サービスとなってきた。なお、コロナ禍の影響により苦戦した料飲部門（ケータリング）については一旦縮小（外注化）したが、再度内製化を検討している。

また、同社は幅広いオプションも提供している。一例を挙げると、同時通訳システム・テレビ会議システムの提供、研修コーディネート、映像・音響・照明機材の設置・運用、オフィス家具や機材レンタルのほか、コロナ対策用備品などがあり、顧客の利便性を高める内容となっている。ここ数年は、コロナ禍の下、オンラインイベント需要が増加したことで、ウェビナー案件が伸びてきたようだ。

事業概要等

さらには、顧客からの要望により宿泊研修施設（直営 21 施設）も提供しており、研修旅行や社員旅行の際などに使用されている。直営施設として、リゾート型セミナーホテル「レクターレ」（7 施設）、ハイクラスなリゾート型セミナー旅館「石のや」（伊豆長岡・熱海の 2 施設）、都市型リゾート宿泊施設「ベイサイドホテル アジュール竹芝」のほか、新たに開始した自社ブランドの「TKP サンライフホテル」※を運営している。また、フランチャイズ運営施設としては、会議室併設型のハイブリッドホテルとして「アパホテル」（10 施設）を展開している（2023 年 2 月末時点）。

※ 2022 年 12 月 1 日にオープンした。博多駅直結のロケーションにあり、「TKP ガーデンシティ博多筑紫口前」が入居しているビジネスホテル全体を引き継いだものである。同社ではアパホテルブランドによる展開を軸としているが、選択肢を持つことで様々な状況やニーズに柔軟に対応していく方針である。

昨今は大企業であっても、宿泊施設を自社で保有していることは少なく、また保有していてもコスト上、運営が難しいことが多い。同社はそのような企業ニーズを取り込み、リピート率の向上を狙う。また、高級旅館として有名な「石亭」は稼働率の低さから経営不振に陥っていたが、同社が「石のや」としてリブランドし、平日の法人需要を取り込むことで経営を改善するなど、資産の有効活用の観点からもメリットが多い。加えて、貸会議室だけでなく、食事・機器・宿泊場所・交通手配までワンストップで一連のサービスが提供され、顧客にとって利便性の高い内容となっているのが、同社が幅広い顧客に支持されているゆえんと言える。足元では、アフターコロナに向けて、宿泊研修を通じたコミュニケーション活性化や、ワーケーションによる働き方改革を進める企業も出てきており、需要は拡大傾向にあるようだ。

## 5. 顧客

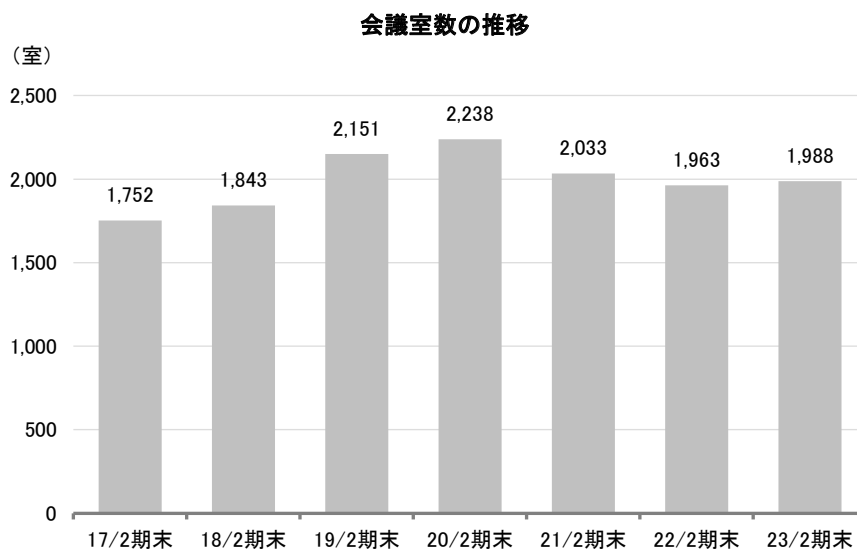
TKP の顧客基盤は 3 万社以上に上るが、そのうち約 2,000 社が上場企業となっており、上場会社の半数以上が利用している。裾野の広い顧客基盤を有する一方、売上上位 500 社で売上高の半分を構成しており、大手企業を中心とした上位顧客の構成比（利用頻度及び利用単価）が高い構造と言える。ヘビーユーザーに対しては法人営業担当者の積極的な提案・細やかな対応により顧客の深掘りを図る一方、単発利用のライトユーザーについてはコールセンターや TKP 貸会議室ネットを活用したオペレーションで効率化を図っている。また、既存顧客が売上高の約 85% を占めており、高いリピート率を誇る。

## ■ 決算概要

**会議室数と周辺サービスの拡大が成長をけん引。  
 ただ、2021年2月期以降はコロナ禍の影響により業績は一旦後退**

### 1. 過去の業績推移

コロナ禍前の2020年2月期までの業績を振り返ると、会議室数の拡大が同社の成長をけん引し、年間20%以上の増収を継続してきた。また、連結決算に移行した2015年2月期以降は、上位グレードの貸会議室の出店拡大とともに、料飲及び宿泊、各種オプションなどの周辺サービスによる単価向上が業績の底上げに貢献。さらに、2020年2月期については、日本及び台湾リージャスの連結子会社化により事業規模が大きく拡大した。2021年2月期以降は、コロナ禍の影響により業績は一旦後退しているが、足元では構造改革と貸会議室需要の戻りとともに回復傾向にある。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

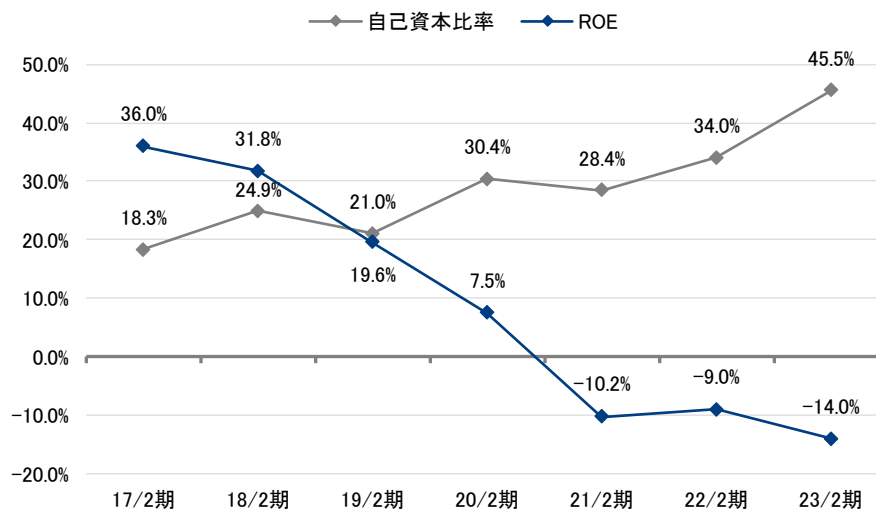
損益面でも、事業拡大に伴う費用（減価償却費や人件費等）に加え、日本及び台湾リージャス買収に伴い発生した費用（のれん償却費等）の増加などがあったものの、2020年2月期までは増収に伴って増益基調をたどってきた。

財務面に目を向けると、自己資本比率はしばらく右肩下がりでも推移してきたが、2017年3月の株式上場に伴う公募増資（約16億円）により、2018年2月期末には24.9%に改善。また、公募増資等（約234億円の資金調達）による財務基盤の強化を図ったことで、2020年2月期の自己資本比率は30.4%に改善した。さらに2021年2月期には新株予約権による資金調達（約83億円）を実現したこと、2023年2月期にはリージャス事業の売却により資産圧縮を図ったことにより、直近の自己資本比率は45.5%の水準にまで改善している。

## 決算概要

一方、資本効率を示す ROE については、「持たざる経営」を基本方針としていることに加え、利益率の高い事業モデルであることから高い水準で推移してきた。ただ、ここ数年は、ホテル事業の進展や日本リージャスの買収など先行投資に加え、コロナ禍の影響も重なったことから ROE は低下傾向をたどっている。特に 2021 年 2 月期及び 2022 年 2 月期については、コロナ禍の影響により最終損失を計上したこと、さらに 2023 年 2 月期はリージャス事業の売却に伴う事業整理損の計上などにより、ROE は 3 期連続でマイナスとなった。ただ、今後はマイナス要因の解消や売上高の回復により改善に向かう見通しである。

自己資本比率及びROEの推移



出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

## 2023年2月期は貸会議室・宿泊事業の需要回復が継続し、大幅な増収増益（営業黒字転換）を達成

### 2. 2023年2月期の連結業績

2023年2月期の連結業績は、売上高が前期比 13.0% 増の 50,504 百万円、営業利益が 3,575 百万円（前期は 883 百万円の損失）、経常利益が 3,062 百万円（同 1,585 百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純損失（以下、最終損失）が 4,936 百万円（同 3,211 百万円の損失）と、売上高の回復とともに営業黒字化を達成した。また、重視する EBITDA についても、同 88.9% 増の 8,748 百万円と大きく回復してきた。一方、最終損失が拡大したのは、リージャス事業の売却に伴う特別損失を計上したことが理由であり一過性要因である。

経済活動の再開とともに、コア事業である TKP 事業（貸会議室・宿泊事業）の需要回復が継続し、増収に大きく寄与した。一方、2023年2月に売却したリージャス事業については 11 ヶ月分の業績寄与となったものの、前期とほぼ同水準の売上高を確保した。

**ティーケーピー** | 2023年5月25日(木)  
 3479 東証グロース市場 | <https://ir.tkp.jp/index.html>

決算概要

TKP 事業におけるサービス別売上構成比を見ると、「会議室料」が 48.1%、「オプション」が 17.1%、「料飲」が 6.2%、「宿泊」が 23.6%、「その他」（キャンセル料を含む）が 5.1% となった。既述のとおり、「会議室料」及び「宿泊」の回復が顕著であることは今後の伸びしろとも言える。また、コロナ禍をきっかけとしたオンライン配信等が伸びているところが特徴的であり、案件単価（付加価値）の向上にも寄与しているようだ。

損益面に目を向けると、TKP 事業は売上高の回復と、コロナ禍を通して取り組んできたコスト削減により大幅な営業増益を実現し、連結ベースでの営業黒字化にも大きく貢献した。営業利益率（TKP 事業）も 15.7% と上場来の過去最高水準を達成している。一方、リージャス事業については「顧客関連資産」償却費や「のれん」償却費が会計上の負担となっており、連結損益の足を引っ張る要因となっている。また、最終損失が拡大したのは、既述のとおり、リージャス事業の売却に伴う特別損失 68 億円（事業整理損及び減損損失など）の計上のほか、税効果会計の期ずれ（約 35 億円）によるものである（税効果会計の期ずれ分は翌期の第 1 四半期に持越し）。

財政状態についても、リージャス事業の売却により大きく変化したことに注意が必要である。売却代金より「現預金」が増加（前期末比 18,730 百万円増）した一方、「のれん」や「顧客関連資産」が減少（両方合わせて前期末比 37,424 百万円減）したことで、総資産は前期末比 35.2% 減の 72,089 百万円に大きく縮小した。一方、自己資本は最終損失の計上により前期末比 13.3% 減の 32,821 百万円に減少し、それらの結果、自己資本比率は 45.5%（前期末は 34.0%）に改善した。有利子負債残高についても売却代金の一部を返済に充てたことから、前期末比 39.3% 減の 32,344 百万円に大きく減少しており、財務基盤の健全化を進めることができた。

**2023年2月期の連結業績**

（単位：百万円）

	22/2 期		23/2 期		増減		23/2 期			
	実績	構成比	実績	構成比	金額	率	期初予想	構成比	修正予想	構成比
売上高	44,685		50,504		5,819	13.0%	51,000		49,500	
売上原価	32,611	73.0%	34,354	68.0%	1,743	5.3%	-	-	-	-
売上総利益	12,073	27.0%	16,149	32.0%	4,076	33.8%	-	-	-	-
販管費	12,957	29.0%	12,574	24.9%	-383	-3.0%	-	-	-	-
EBITDA	4,630	10.4%	8,748	17.3%	4,118	88.9%	7,500	14.7%	8,050	16.3%
営業損益	-883	-2.0%	3,575	7.1%	4,458	-	2,000	3.9%	3,100	6.3%
経常損益	-1,585	-3.5%	3,062	6.1%	4,647	-	1,500	2.9%	2,500	5.1%
親会社株主に帰属する当期純損益	-3,211	-7.2%	-4,936	-9.8%	-1,725	-	400	0.8%	-1,500	-3.0%
サービス別売上構成比 (TKP 事業)										
会議室料	12,093	48.6%	14,393	48.1%	2,300	19.0%				
オプション	5,432	21.8%	5,126	17.1%	-306	-5.6%				
料飲	880	3.5%	1,861	6.2%	981	111.5%				
宿泊	4,493	18.0%	7,054	23.6%	2,561	57.0%				
その他	896	3.6%	947	3.2%	51	5.7%				
キャンセル料	1,096	4.4%	554	1.9%	-542	-49.5%				

注：「オプション」は主に会議室で利用する機材等の売上を指す

22/2 期の「その他」はワクチンセンターを含んだ数値

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成



## 決算概要

## 連結簡易貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	22/2 期末	23/2 期末	増減	
			金額	率
流動資産	22,803	38,301	15,498	68.0%
現金及び預金	13,931	32,661	18,730	134.4%
売掛金	3,558	3,464	-94	-2.6%
固定資産	88,477	33,788	-54,689	-61.8%
有形固定資産	35,564	23,765	-11,799	-33.2%
無形固定資産	37,883	783	-37,100	-97.9%
(のれん)	34,817	90	-34,727	-99.7%
(顧客関連資産)	2,890	193	-2,697	-93.3%
投資その他の資産	15,029	9,239	-5,790	-38.5%
総資産	111,280	72,089	-39,191	-35.2%
流動負債	20,156	12,467	-7,689	-38.1%
買掛金	678	588	-90	-13.3%
1年内償還予定の社債	1,169	485	-684	-58.5%
1年内返済予定の長期借入金	7,638	6,371	-1,267	-16.6%
固定負債	51,377	26,753	-24,624	-47.9%
社債	2,465	1,980	-485	-19.7%
長期借入金	42,028	23,507	-18,521	-44.1%
負債合計	71,533	39,221	-32,312	-45.2%
純資産合計	39,746	32,868	-6,878	-17.3%
自己資本	37,842	32,821	-5,021	-13.3%
自己資本比率	34.0%	45.5%	11.5%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

主な事業の業績は以下のとおりである。

**(1) TKP 事業の業績**

売上高は前期比 20.3% 増の 29,934 百万円、営業利益は同 420.6% 増の 4,714 百万円、EBITDA は同 163.7% 増の 5,995 百万円と、売上高の回復や収益体質の強化により大幅な増益となり、EBITDA も大きく増加した。売上高は、経済活動の再開による対面セミナー・会議・宿泊の需要回復が継続し増収を確保した。損益面でも、これまで取り組んできた不採算施設からの撤退や周辺サービスの整理など収益体質の強化を図ってきたところに売上高の回復が重なったことで、大幅な営業増益を実現。営業利益率も 15.7% と上場来の最高水準を更新することができた。4 施設の新規出店を行った一方、5 施設を退店した結果、2023 年 2 月期末の施設数は 237 施設となった。



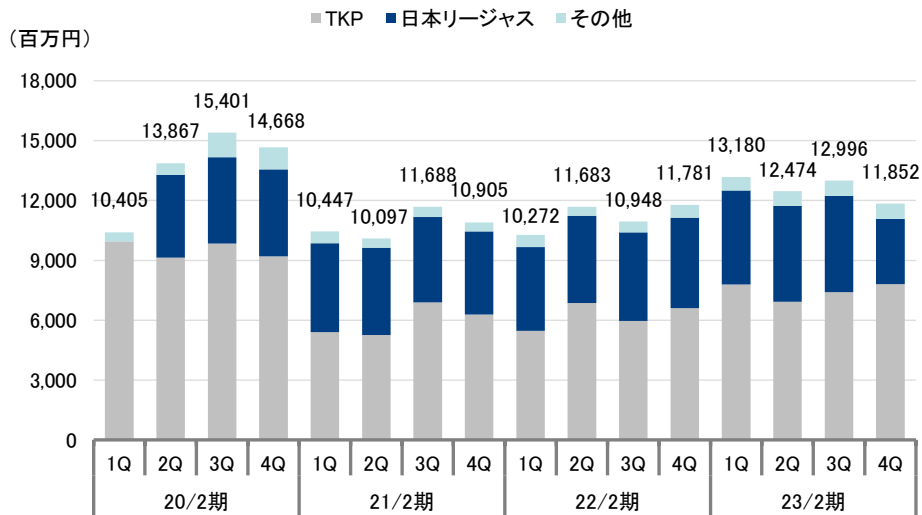
決算概要

(2) 日本リージャスの業績 (11ヶ月分)

売上高は前期比 0.3% 増の 17,613 百万円、償却前営業利益<sup>※</sup>は同 9.9% 減の 875 百万円、EBITDA は同 6.9% 減の 1,606 百万円となった。2023年2月1日付けの売却に伴い11ヶ月分の計上となるなかで、売上高は前期(通年)とほぼ同水準を確保した一方、償却前営業利益及びEBITDAはIWG plcへのフランチャイズ費用の増加により減益となった。また、そこから「顧客関連資産」及び「のれん」の償却費を控除すると、営業損益は1,143百万円の損失となっており、連結損益の足を引っ張る要因となっている。

<sup>※</sup> 償却前営業利益とは、日本リージャス買収に伴う「顧客関連資産」及び「のれん」の償却費控除前の営業利益であり、買収に係る会計上の影響を取り除いたもの。なお、日本リージャス買収に伴う「顧客関連資産」及び「のれん」の償却費の合計は2,018百万円となっている。

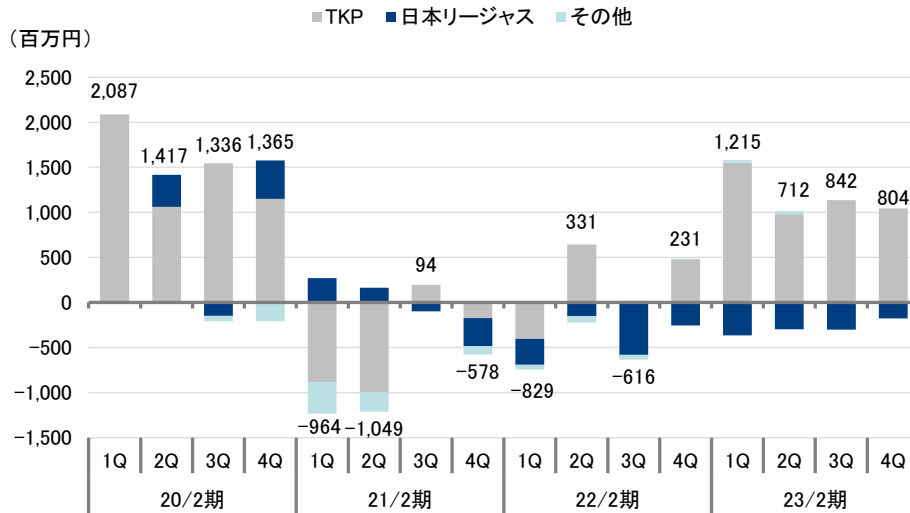
四半期ごとの売上高推移



注：日本リージャスの23/2期4Q売上高は2ヶ月分のみ計上  
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

決算概要

四半期ごとの営業損益推移



注：日本リージャスの 23/2 期 4Q 営業損益は 2 ヶ月分のみ計上  
 出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

### 3. 2023年2月期の総括

以上から、2023年2月期の業績を総括すると、経済活動の再開とともに、同社の主力である貸会議室・宿泊事業が順調の回復基調にあることから、改めて同社の事業モデルの強さや需要の強さを確認することができたと評価できる。とりわけ損益面では、コロナ禍において取り組んできた不採算店舗からの撤退や周辺サービスの整理等を通じて筋肉質の体質となり、コロナ禍前を上回る過去最高の営業利益率（TKP 事業）を達成したところは、この3年間で勝ち抜いた成果であるとともに、ここから新たなスタートを切るうえで大きなアドバンテージと言えるだろう。戦略面でも、リージャス事業の売却という大きな決断に踏み切ったところは、今後の方向性を判断するうえで重要なターニングポイントとなった。財務的な投資リターンとして見れば、想定外のコロナ禍の影響もあり成果をあげるには至らなかったものの、需要拡大が見込まれるフレキシブルオフィス市場において、これまでとは違った角度からマネジメントに携わり、新たなノウハウや知見を得られた点では、今後の戦略や事業運営に生かされるものと期待したい。また、何よりも TKP 事業における市場環境が追い風となってきたなかで、スピード感のある決断により、成長資金の獲得と明確な方向性を打ち出したことは、今後に向けた自信と覚悟の表れとして前向きに捉えることができよう。さらには、独自メソッドによる組織コンサルティングや VC ファンド事業などに実績のある識学との資本業務提携<sup>※1</sup>のほか、独自開発によるインテリア事業やスペースソリューションを展開するリリカラの持分法適用関連会社化<sup>※2</sup>など、今後の事業拡大（付加価値向上）に向けても一定の成果をあげることができた。

<sup>※1</sup> 2023年1月20日公表。識学株式の約9.62%を取得（取得価額は約5億円）。販売提携（同社施設を利用した研修サービスの共同開発など）や、識学グループが有するハンズオン支援ファンド・VCファンド事業におけるノウハウ、リソース提供などを目的としている。

<sup>※2</sup> 2023年4月12日公表。同社施設・ホテルへのインテリア商品の提供や空間サービス・施設の共同開発などに狙いがある。

## ■ 業績見通し

**2024年2月期はリージャス事業の売却により減収となるも、損益面では大幅な増益を見込む。需要回復を受け、新規出店・既存施設の増床を積極化する方針**

### 1. 2024年2月期の連結業績予想

2024年2月期の連結業績について同社は、売上高を前期比28.1%減の36,300百万円、営業利益を同51.0%増の5,400百万円、経常利益を同63.3%増の5,000百万円、親会社株主に帰属する当期純利益を6,700百万円(前期は4,936百万円の損失)と、リージャス事業の売却により減収となるも、損益面では大幅の増益を見込んでいる。

売上高は、リージャス事業のはく落(約176億円のマイナス)が減収要因となるものの、その影響を除くと約20%の増収を確保する計画である。貸会議室・宿泊需要が回復基調にあるなかで、東京・大阪のビジネス地区を中心に新規出店・既存施設の増床を積極化する方針であり、会議室面積で1万坪増を目指す。また、宿泊施設についても、既存施設のブランド転換・新規建設も視野に入れ、これまで以上に開発を強化していく(本格的な業績寄与は2025年2月期以降を予定)。

損益面でも、筋肉質な収益体質への転換(損益分岐点の引き下げ)を進めてきたところに増収効果が重なることで大幅な増益を実現し、営業利益率も14.9%(前期は7.1%)に大きく改善する。特に、経常利益については金融費用の軽減により過去最高を更新する見通しである。さらに親会社株主に帰属する当期純利益が大幅な増益となるのは、税効果の持越し分(約35億円)が上乗せされることによる。

### 2. 弊社の見方

弊社でも、貸会議室・宿泊需要の回復が進んできたことや、筋肉質な収益体質が定着してきたことから、同社業績予想は十分に達成可能であると見ている。また、業績の伸びをけん引する床面積の拡大(1万坪増の計画)についても、既に5拠点(合計5,701坪)の新規・増床オープン※が予定されており、滑り出しは順調のようだ。今後も東京駅付近を中心に利便性の高い拠点を積極的に仕入れ、本格的な需要回復に対応していく方針であり、その進捗にも注目したい。なお、前期からの税効果の持越し分は第1四半期に計上される見込みであることから、最終損益の四半期ごとのバラツキには注意が必要である。

※ 赤坂カンファレンスセンター(2023年4月新規オープン、620坪)、ガーデンシティ PERMIUM 東京駅丸の内中央(同年5月新規オープン、471坪)、ガーデンシティ渋谷(同年5月増床オープン、131坪)、東京駅カンファレンスセンター(同年6月増床オープン、743坪)、ガーデンシティ幕張(同年7月増床オープン、3,736坪)。

## ■ 新中期経営計画の公表

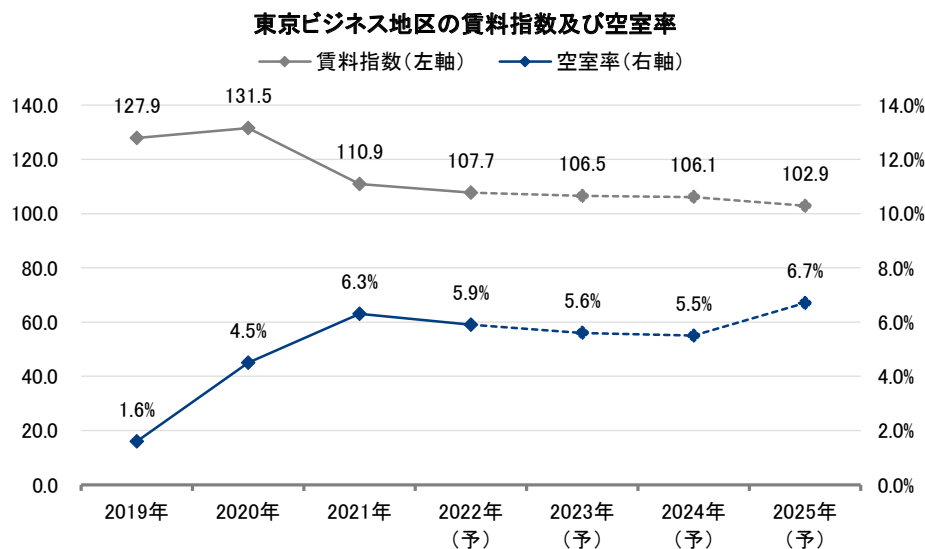
貸会議室事業及び宿泊事業を2本柱として、  
本格的に成長軌道に回帰させていく計画。  
ソフト（周辺サービス）の拡充や新規事業にも積極方針

### 1. 基本方針

同社は、リージャス事業の売却に踏み切ったことや貸会議室・宿泊需要の回復が進んできたこと、仕入れ環境も追い風に向かっていることを踏まえ、アフターコロナを見据えた新中期経営計画（3ヶ年）を公表した。1) 貸会議室の床面積を積極拡大しながら周辺事業を取り込み、シェア拡大と対象市場の拡張を図る、2) 経営効率の最適化を推進し、過去最高の利益を達成する、3) 積極性と合理性のバランスがとれた成長投資を柔軟に実施し、中長期的な企業価値向上への投資機会を逃さない、を基本方針に掲げ、貸会議室事業と宿泊事業を2本柱として本格的に成長軌道に回帰させていく計画である。

### 2. 環境認識

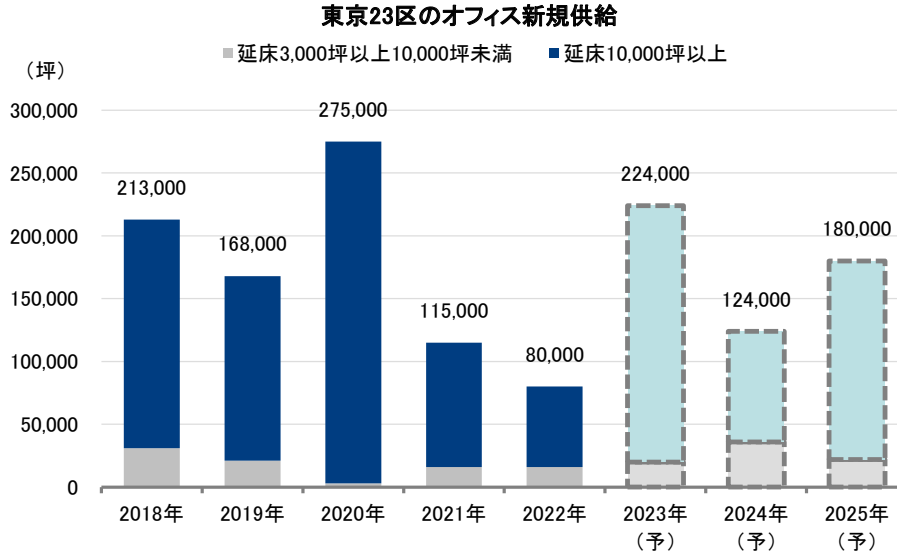
事業環境は仕入面並びに需要面ともに追い風である。特に仕入面ではコロナ禍でオフィスの流動性が高まるなか、2023年以降、新規オフィスが大量供給される予定であり、中期的な空室率はリーマンショック後のような水準に悪化するとの見方もある（2023年問題）。言うまでもなくオフィス市況の軟化は同社にとって絶好の仕入れ機会となる。一方、貸会議室需要についても、経済活動の再開、さらにはオフィスの在り方が変化するなかで拡大傾向が予想されている。



注：東京ビジネス地区は千代田区、中央区、港区、新宿区、渋谷区を指す。また、賃料指数は2010年を100とする

出所：オフィス市場動向研究会よりフィスコ作成

新中期経営計画の公表



出所：ザイマックス不動産総合研究所「オフィス新規供給量 2023」よりフィスコ作成

### 3. 計数目標

最終年度の2026年2月期の計数目標として、売上高を57,500百万円(年平均成長率25.9%)、営業利益9,400百万円(営業利益率16.3%)、経常利益9,100百万円、ROE10%を掲げており、売上高・各利益ともに、この期間中に過去最高水準を更新する計画となっている。また、現時点で計画外の新規事業は追加要素としており、あくまでもベースラインのシナリオであることに注意が必要である。

また、財務方針については、安定した営業キャッシュ・フローを成長投資に充てることを基本とし、オーガニック成長(貸会議室や宿泊施設の新規出店や増床等)に優先的に配分するほか、M&Aや新規事業にも積極的に取り組む方針である。

### 新中期経営計画

(単位：百万円)

	24/2期		25/2期		26/2期		平均成長率
	予想	構成比	計画	構成比	計画	構成比	
売上高	36,300		47,500		57,500		25.9%
営業利益	5,400	14.9%	7,200	15.2%	9,400	16.3%	31.9%
経常利益	5,000	13.8%	6,900	14.5%	9,100	15.8%	34.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	6,700	18.5%	-	-	-	-	-
ROE	-	-	-	-	10.0%	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 4. 事業別戦略

##### (1) 貸会議室事業

2025年2月期(2年目)には、懇親会を含めた貸会議室需要がコロナ禍前の水準へ完全回復する想定の下、貸会議室市場の継続的拡大を見込み、東京・大阪を中心に会議室面積を年間約1万坪のペースで出店していく方針である。また、料飲の需要回復に伴う内製化、並びにDX戦略・営業力強化による事業の運営効率化・高付加価値化を推進することで、収益力の最大化を目指す。KPIについては、「坪当たり売上高」41,000円<sup>※1</sup>、「有効会議室面積」79,000坪<sup>※2</sup>をターゲットとしている。

※1 「坪当たり売上高」については、2020年2月期(コロナ禍前)が37,558円、2023年2月期が28,963円で推移してきた。

※2 「有効会議室面積」については、2020年2月期(コロナ禍前)が65,085坪、2023年2月期が57,841坪で推移してきた。

運営効率化・高付加価値化のカギを握るDX戦略については、ダイナミックプライシング導入<sup>※</sup>によるプライシングの最適化と顧客ポータル開設による会議室予約の自動化を実施し、サービスの高付加価値化を加速する考えだ。また、今後は増員等による人的資本の強化にも取り組む方針であるが、DX戦略による効率化・高付加価値化と人による提案営業力(リレーションシップ強化)のバランスをとりながら、各方面の需要を幅広く取り込んでいく戦略のようだ。

※ その時々需給の状況を考慮して、価格を柔軟に変動させる方法。

##### (2) 宿泊事業

フランチャイズで展開するアパホテルブランドを含めたビジネスホテルを中心に3年間で10施設を目安に出店していく方針であり、貸会議室事業に次ぐ第2の柱に成長させる方針である。仕入れ形態については、賃貸契約か、保有か、その時々経済合理性を見て決定する。すなわち、「持たざる経営」を基本としながらも、アパホテルブランドのように安定した稼働(集客力)が見込める案件については、保有することにより高い収益性を享受することも検討していく考えだ。また、「石のや」をはじめとする他リゾートホテルでは、リニューアルを通じたブランド力強化によりインバウンドの需要獲得を図っていく。3年後の直営施設数として31施設を計画している。

##### (3) 新規事業

「空間再生流通事業」におけるコンセプトやビジネスモデルは、事業再生支援や地方創生、PFIなど様々な領域への応用も期待されており、新たな事業機会の創出も視野に入れているようだ。また、ハードだけでなくソフト(周辺サービス)の取り込みでも、付加価値向上に向けて積極的に取り組んでいく方針であり、今回の識学との資本業務提携やリリカラの持分法適用関連会社化についても、その戦略に沿った動きとして見ることができる。

## 5. 弊社による中長期的な注目点

弊社でも、外部環境（需要面や仕入面）が追い風となってきた貸会議室事業及び宿泊事業の2本柱に注力し事業拡大を目指す戦略には、合理性があると評価している。コロナ禍によって同社の成長は一旦足踏みしたものの、中長期的な視点で見れば、これをきっかけに企業の働き方やオフィスの在り方を見直す機運が一気に加速し、結果としてフレキシブルオフィス市場の拡大に拍車がかかる可能性が高いと見ている。また、コロナ禍前は仕入れコストの上昇が成長の足かせとなっていたことを振り返れば、コロナ禍により図らずも原点に戻るチャンスを得たとの見方もできる。今後は床面積の拡大と「坪当たり売上高」の拡大をいかに進めていくのかがポイントとなろう。特に「坪当たり売上高」については、ソフト（周辺サービス）の拡大による付加価値向上や、ダイナミックプライシングによる価格の最適化にも注目したい。また、中長期的な視点からは、「空間再生流通事業」というドメインでいかに社会課題を解決しながら市場を創出していくのか、そのポテンシャルの高さにも期待したい。その動きとともに M&A や新規事業への参入が実現すれば、業績のアップサイドとなる可能性も十分に考えられる。いずれにせよ、リージャス事業の売却資金や潤沢な営業キャッシュ・フローの活用が今後のカギを握るであろう。

## ■ 株主還元

### 今後の成長に向けた投資を優先すべきフェーズにあり、 配当という形での株主還元は見送られる可能性が高い

同社では、現在は先行投資の段階にあり、事業展開のスピードを高め、規模の拡大に伴って必要な資金を確保する観点から利益配当を見送ってきた。今回公表した新中期経営計画においても、成長に向けた事業投資を優先させる方針としており、2024年2月期についても現時点で利益配当の予定はない。

コロナ禍では前向きな戦略投資を制限されてきたこともあり、今後の成長に向けた投資を優先すべきフェーズであるとの認識から、しばらくは内部留保に努め、事業拡大に必要な資金の確保を優先する可能性が高いと弊社では見ている。



#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp