

|| 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11月8日(水)

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. 2024年2月期上期の決算	01
2. 2024年2月期の連結業績予想	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要等	06
1. 空間シェアリングによる市場創造型の事業展開	06
2. 収益モデルの特徴	07
3. 拠点ネットワーク	07
4. 周辺事業	07
5. 顧客	08
■ 決算概要	09
1. 過去の業績推移	09
2. 2024年2月期上期の連結業績	10
3. 2024年2月期上期の総括	13
■ 主な活動実績	13
1. 新規出店・大型増床の実績	13
2. リリカラの持分法適用関連会社化	14
3. 事業提携・新規事業の進捗	14
■ 業績見通し	15
1. 2024年2月期の連結業績予想	15
2. 弊社の見方	15
■ 中期経営計画	16
1. 基本方針	16
2. 環境認識	16
3. 計数目標	17
4. 事業別戦略	18
5. 弊社による中長期的な注目点	19
■ 株主還元	20

■ 要約

2024年2月期上期は貸会議室・懇親会需要の回復により、大幅増益を実現（経常利益以下は過去最高更新）。事業拡大に向けた新規出店や大型増床等にも取り組む

ティーケーピー <3479>（以下、TKP）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231拠点・1,926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8月末時点）。

2021年2月期以降、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響により業績は一旦後退し、新規出店等も抑えてきたが、足元業績は回復基調にあり、事業拡大に向けた出店再開や大型増床など成長回帰に向けて本格的に動き始めた。

1. 2024年2月期上期の決算

2024年2月期上期の連結業績は、売上高が前年同期比30.8%減の17,750百万円、営業利益が同43.1%増の2,758百万円と、売上高はリージャス事業の売却※により減収となるも、需要回復に伴い大幅な増益を実現した（経常利益以下は過去最高更新）。リージャス事業の売却による影響を除く売上高は、コロナ禍の収束に伴う貸会議室・懇親会需要の回復、宿泊売上高の伸びなどにより増収を確保した。一方、損益面では、事業拡大に向けた先行費用（新規出店、採用強化等）を積極投入しながらも、「坪当たり売上高」の伸びなどが増益に寄与した。また、最大テーマである仕入れ面（スペースの確保）でも、7施設の新規出店や大型増床などにより、年間目標1万坪を早くも達成することができた。さらには、スペースソリューション事業などで実績のあるリリカラ <9827> の持分法適用関連会社化、独自メソッドによる組織コンサルティングなどを手掛ける識学 <7049> との資本業務提携など、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。

※ 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ホールディングス（株）（以下、日本リージャス）及び臺北雷格斯企業管理諮詢股份有限公司（以下、台湾リージャス）の全株式（以下、リージャス事業）を売却。

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、期初予想を据え置き、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、通期でもリージャス事業の売却により減収となる一方、損益面では大幅な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（既に達成済み）。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%）に大きく改善する想定となっている。

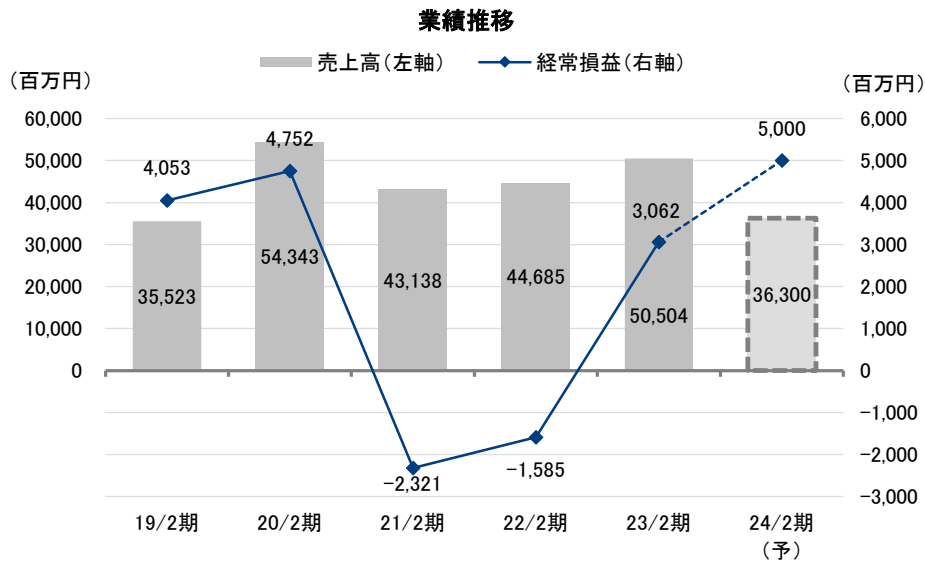
要約

3. 中期経営計画

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、コロナ禍収束後（以下、アフターコロナ）を見据えた、中期経営計画（3ヶ年）を今期より推進している。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

- ・2024年2月期上期は、リージャス事業の売却により減収となるも、コロナ禍の収束に伴う貸会議室・懇親会需要の回復により大幅な増益を実現
- ・仕入れ面でも、7施設の新規出店や大型増床等により年間目標1万坪増を達成
- ・2024年2月期の業績予想を据え置き、通期でも大幅な増益を見込む
- ・中期経営計画では、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り、過去最高の業績水準を更新していく方針



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 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。

2021年2月期以降、コロナ禍の影響により業績は一旦後退し、新規出店等も抑えてきた。また、2023年2月1日には需要回復を見据えた経営資源の集中及び高収益モデルをさらに進化させるべくリージャス事業の売却※にも踏み切った。もっとも、足元業績は順調に回復基調にあり、今後の事業拡大に向けた積極出店や大型増床など、成長回帰に向けて本格的に動き始めている。

※ 2019年5月にレンタルオフィス「Regus」等を展開する日本リージャスを買収し、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たが、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ために売却に踏み切った。

事業領域は5つに区分されるが、「フレキシブルスペース事業」（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、回復基調にあ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(現:(株)コンステ)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「アパホテル〈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。現在は吸収合併済)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、現在は商号を変更し、「株式会社コンステ」)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11月8日(水)
 3479 東証グロース市場 | <https://www.tkp.jp/ir/>

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「レクターレ」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「レクターレ湯河原」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～（※現在は株式会社ティーケーピーへ吸収合併） 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「レクターレ葉山 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	株式会社識学との資本業務提携を開始 リージャス事業を売却 リリカラ株式会社の持分法適用関連会社化を開始

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

■ 事業概要等

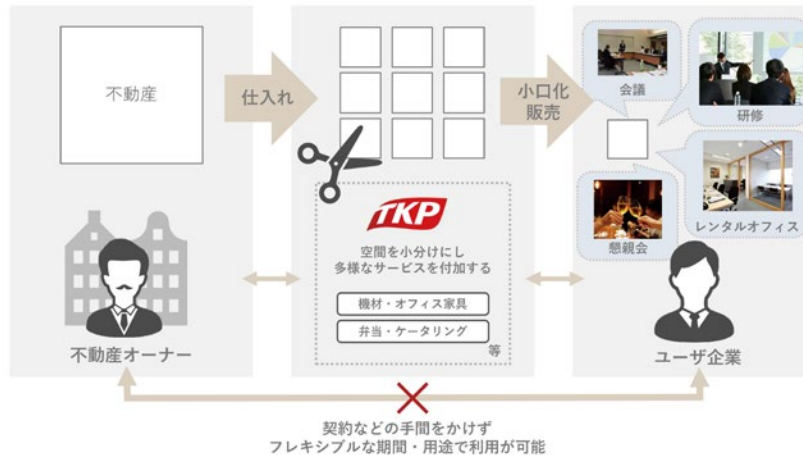
市場創造型の事業展開により高い成長性を実現。 「持たざる経営」を基本として早期収益化が可能な事業モデル

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不動産を賃貸などにより大口取引（割安）で仕入れ、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48%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231拠点・1,926室（約14万坪）の法人向け貸会議室を展開している（2023年8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^{※1}、ガーデンシティ PREMIUM（GCP）27施設・307室、ガーデンシティ（GC）37施設・421室、カンファレンスセンター（CC）60施設・686室、ビジネスセンター（BC）24施設・193室、スター貸会議室28施設・54室で構成される。また、フランチャイズで運営する「アパホテル」、「レクターレ」及び「石のや」等の宿泊施設内には31施設・214室^{※2}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20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答えている。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、需要回復に伴い再度内製化を進めている。

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、コロナ禍をきっかけに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 20 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 8 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

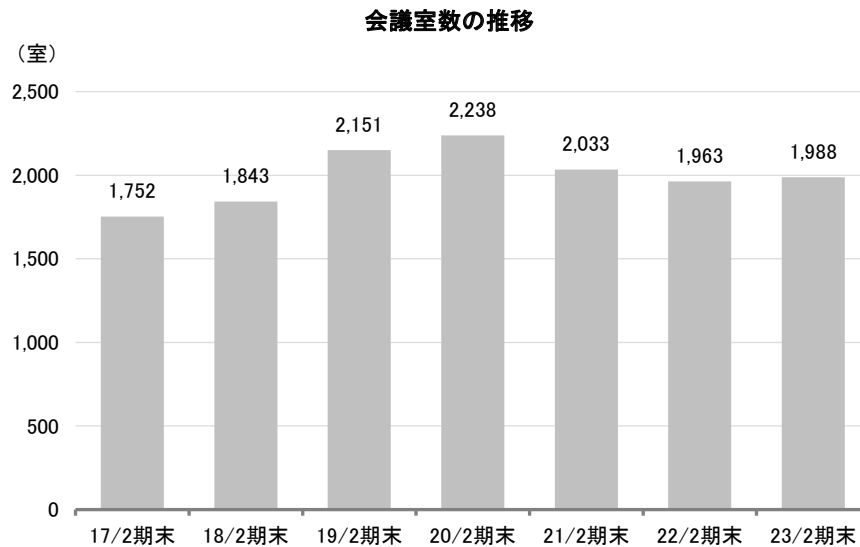
TKP の顧客基盤は 3 万社以上に上るが、そのうち約 2,000 社が上場企業となっており、上場会社の半数以上が利用している。裾野の広い顧客基盤を有する一方、売上上位 500 社で売上高の半分を構成しており、大手企業を中心とした上位顧客の構成比（利用頻度及び利用単価）が高い構造と言える。ヘビーユーザーに対しては法人営業担当者の積極的な提案・細やかな対応により顧客の深掘りを図る一方、単発利用のライトユーザーについてはコールセンターや TKP 貸会議室ネットを活用したオペレーションで効率化を図っている。また、既存顧客が売上高の約 85% を占めており、高いリピート率を誇る。

■ 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。
 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するも、
 足元業績は回復基調にある**

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たが、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。



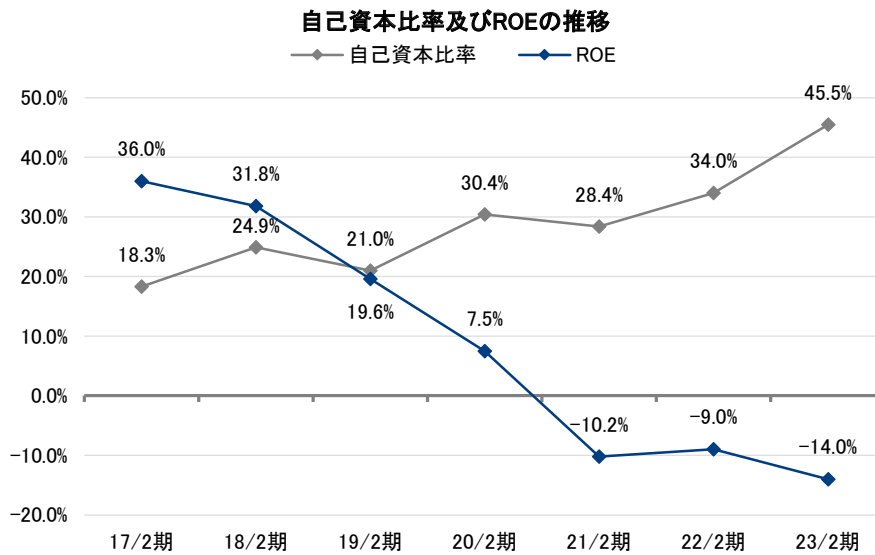
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

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。

決算概要

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、自己資本比率は45.5%の水準にまで改善している。

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。



出所：決算短信よりフィスコ作成

2024年2月期上期は貸会議室・懇親会需要の回復により大幅な増益を実現(経常利益以下は過去最高更新)

2. 2024年2月期上期の連結業績

2024年2月期上期の連結業績は、売上高が前年同期比30.8%減の17,750百万円、営業利益が同43.1%増の2,758百万円、経常利益が同60.3%増の2,647百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益(以下、最終利益)が5,367百万円(前年同期は102百万円の損失)と、売上高はリージャス事業の売却による影響で減収となるも、需要回復に伴い大幅な増益を実現し、経常利益以下は過去最高水準を更新した。

ティーケーピー | 2023年11月8日(水)
 3479 東証グロース市場 | <https://www.tkp.jp/ir/>

決算概要

リージャス事業売却による影響を除く売上高は、コロナ禍の収束に伴う貸会議室並びに懇親会需要の回復、宿泊売上高（ホテル事業）の伸びなどにより増収（前年同期比 16.5% 増）を確保した。重視する KPI である「坪当たり売上高」は、稼働率の上昇や懇親会の再開に伴う料飲売上高の伸びにより大きく伸長[※]し、業績の底上げに寄与した。主なサービス別売上構成比を見ると、「会議室料」が 41.4%、「オプション料」が 13.6%、「料飲」が 10.6%、「宿泊」が 22.6% となっているが、「料飲」及び「宿泊」の伸びが著しく、今後の伸びしろとしても期待できる。

※ 大型出店など床面積の拡大を図りながらも、第 1 四半期の「坪当たり売上高（月平均）」が 33,687 円（前年同四半期比 1,907 円増）に伸びたことに加え、第 2 四半期についても 32,141 円（同 4,973 円増）と前年同四半期を大きく上回る高水準で推移している。

一方、損益面では、今後の事業拡大に向けた先行費用（新規出店、採用強化など）を積極投下しながらも、リージャス事業の売却に伴う減価償却費（及びのれん償却費）の減少や、「坪当たり売上高」の伸びにより大幅な増益を実現した。また、料飲売上高（ケータリング等）の伸びは原価増（外注費増）要因となったものの、再度内製化[※]に向けた体制を整えており、今後のさらなる損益改善が期待できる。なお、最終利益が大幅な増益（損益改善）となっているのは、税効果の持越し分（約 35 億円）が上乘せされたものであり、その点は想定どおりである。

※ コロナ禍の影響を受けて苦戦した料飲部門（ケータリング）については一旦縮小（外注化）したが、懇親会需要の回復を踏まえ、再度内製化を進めている（年末年始の繁忙シーズンに向けて体制を整えているようだ）。

財政状態については、前期末から大きな変動はないが、政策投資[※]による「投資有価証券」や新規出店に伴う「敷金及び保証金」の増加のほか、「繰延税金資産」の増加などにより総資産は前期末比 2.6% 増の 73,934 百万円となった。一方、自己資本については、内部留保の積み増しにより同 16.5% 増の 38,229 百万円に拡大したことから、自己資本比率は上場来最高の 51.7%（前期末は 45.5%）に上昇。有利子負債も前期末比 7.5% 減の 29,926 百万円（ネット有利子負債は 1,320 百万円）に減少しており、財務基盤の強化が図られている。なお、リージャス事業売却（2023 年 2 月 1 日付け）により積み上がった「現金及び預金」については、2023 年 8 月末においても 28,606 百万円を確保しており、今後の成長に向けた活用が注目される。

※ リリカラの持分法適用関連会社化を目的とした株式取得（約 16 億円）など

ティーケーピー | 2023年11月8日(水)
 3479 東証グロース市場 | <https://www.tkp.jp/ir/>

決算概要

2024年2月期上期の連結業績

(単位：百万円)

	23/2 期上期		24/2 期上期		増減	
	実績	構成比	実績	構成比	金額	率
売上高	25,655		17,750		-7,905	-30.8%
原価	17,398	67.8%	10,678	60.2%	-6,720	-38.6%
売上総利益	8,256	32.2%	7,072	39.8%	-1,184	-14.3%
販管費	6,328	24.7%	4,313	24.3%	-2,015	-31.8%
EBITDA	4,624	18.0%	3,408	19.2%	-1,216	-26.3%
営業利益	1,928	7.5%	2,758	15.5%	830	43.1%
経常利益	1,651	6.4%	2,647	14.9%	996	60.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	-102	-0.4%	5,367	30.2%	5,469	-
サービス別売上構成比※						
会議室料	7,073	46.4%	7,344	41.4%	271	3.8%
オプション	2,771	18.2%	2,419	13.6%	-352	-12.7%
飲食	755	5.0%	1,880	10.6%	1,125	149.0%
宿泊	3,236	21.2%	4,016	22.6%	780	24.1%
その他	1,077	7.1%	1,872	10.5%	795	73.8%
キャンセル料収入	322	2.1%	221	1.2%	-101	-31.4%

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
出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

連結簡易貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	23/2 期末	24/2 期上期末	増減	
			額	率
流動資産	38,301	34,226	-4,075	-10.6%
現金及び預金	32,661	28,606	-4,054	-12.4%
売掛金	3,464	3,486	22	0.6%
固定資産	33,788	39,708	5,920	17.5%
有形固定資産	23,765	23,384	-381	-1.6%
無形固定資産	783	828	45	5.7%
投資その他の資産	9,239	15,496	6,257	67.7%
総資産	72,089	73,934	1,845	2.6%
流動負債	12,467	9,830	-2,637	-21.2%
買掛金	588	576	-12	-2.0%
1年内償還予定の社債	485	459	-26	-5.4%
1年内返済予定の長期借入金	6,371	5,038	-1,333	-20.9%
固定負債	26,753	25,809	-943	-3.5%
社債	1,980	1,762	-218	-11.0%
長期借入金	23,507	22,666	-841	-3.6%
負債合計	39,221	35,640	-3,581	-9.1%
純資産	32,868	38,293	5,425	16.5%
自己資本	32,821	38,229	5,408	16.5%
自己資本比率	45.5%	51.7%	6.2pt	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 2024年2月期上期の総括

以上から2024年2月期上期を総括すると、貸会議室・懇親会需要の回復を取り込み、大幅な増益を実現した業績面をはじめ、今後の事業拡大に向けた仕入れ面も順調であることを勘案すれば、十分に評価できるものと言えるだろう。前期実施したリージャス事業の売却が損益や財務、今後の方向性にどのような変化を及ぼすのかが注目点の1つであったが、想定どおりに期間損益の改善や財務のスリム化（健全性の強化）が進んだほか、今後の業績の伸びをけん引する床面積の拡大に向けても、ターミナル駅を中心に積極的な姿勢や実績を確認することができた。また、後述するように、付加価値の向上や多面的な空間利用・再生に向けても様々な取り組みを進めており、スペースとコンテンツの両面で一定の成果を示すことができたと言える。

■ 主な活動実績

需要回復を受け、新規出店・既存施設の増床を積極化。事業提携や新規事業も順調に進捗

1. 新規出店・大型増床の実績

今後の事業拡大に向けた最大テーマとして取り組んでいる仕入れ（スペースの確保）については、既述のとおり、第2四半期までに7施設の新規出店や大型増床を実施したほか、第3四半期に入ってから品川駅付近で2施設、秋葉原でビル棟型施設（都内でのビル1棟丸ごと契約は10年ぶり）、4年ぶりとなる関西エリアでの出店（大阪梅田）など積極出店を継続しており、年間目標1万坪の増床を早くも達成することができた。特に、注力エリアである品川駅周辺については合計7施設（総面積2,954坪）となり、東京駅周辺と並ぶドミナント化※が顕著に進んでいる。また、今後に向けても都内・関西のビジネス地区を中心に来期オープン施設を含めた出店案件のほか、新規ホテルの運営開始に向けた複数案件も進行中のようだ。

※ 同社では、地方中核都市も含め、主要なターミナル駅を中心に周辺エリアへ集中して展開していくことで、立地の利便性（集客力）はもちろん、貸会議室に留まらない空間利用の多面的な可能性を追求していく戦略である。なお、最も注力する東京駅周辺エリアについては現在9拠点を運営している。

ティーケーピー | 2023年11月8日(水)
 3479 東証グロース市場 | <https://www.tkp.jp/ir/>

主な活動実績

2024年2月期 主な新規出店 / 増床案件 (2023年11月末まで)

オープン日	区分	名称	床面積 (坪)
4/1	新規	ホテルメトロポリタン	660
4/28	新規	赤坂カンファレンスセンター	620
5/1	既存 (増床)	ガーデンシティ 渋谷	131
5/9	新規	ガーデンシティ PREMIUM 東京駅丸の内中央	471
6/8	既存 (増床)	東京駅カンファレンスセンター	743
6/8	新規	ガーデンシティ PREMIUM 東京駅日本橋	696
6/29	新規	TKP エルガーラホール	993
7/1	既存 (増床)	ガーデンシティ幕張 (幕張ホール)	3,736
8/21	新規	スター貸会議室 浜松町	60
9/20	新規	ガーデンシティ PREMIUM 品川高輪口	969
9/25	新規	秋葉原カンファレンスセンター	975
9/27	新規	ガーデンシティ PREMIUM 品川 HEART	337
11/1 (予定)	新規	ガーデンシティ PREMIUM 大阪梅田新道	341

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. リリカラの持分法適用関連会社化

2023年4月12日には、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事業を展開するリリカラの持分法適用関連会社化*を公表。貸会議室・宿泊施設の内装工事の継続的発注に加え、リリカラのスペースソリューション事業とTKPの施設運営・不動産活性化の知見を生かした、空間サービス・施設の共同開発などのシナジー創出を目指していく。

* 株式取得資金は約16億円 (保有比率 25.92%)。

3. 事業提携・新規事業の進捗

2023年1月20日に公表した識学との資本業務提携については、販売提携 (同社施策を利用した研修サービスの共同開発など) に向けた研修が完了し、営業活動をスタートすると、大企業向け管理職研修案件などで受注実績をあげているようだ。また、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LP出資し、投資先の検討も開始している。

2023年7月13日には、三菱地所<8802>のワーケーション事業である「Work × ation」において、予約問い合わせ窓口業務及びそのサービスの一環として旅行代理店業務を受託した。同社では、働き方やオフィスの在り方が多様化するなかで、宿泊や移動、アクティビティを付随させた、付加価値の高い宿泊研修・オフサイト会議を提案してきたが、本件を通じて双方の顧客へのサービス強化や業務の効率化 (ワークフローや手続きの整理) を図っていく。

一方、2022年10月に設置等予定者に選定された大分県別府市 Park-PFI 事業「上人ヶ浜公園整備運営事業」については、公園の整備に向けた計画案の調整が進捗し、2024年2月に着工できる見込みとなった (2025年春ごろの運営開始を予定)。同社としては、空間再生流通事業の一環として取り組んでおり、ここで得られた知見やノウハウをさらなる事業の発展に活用していく考えだ。

■ 業績見通し

2024年2月期の業績予想を据え置き、 通期でも大幅な増益を見込む

1. 2024年2月期の連結業績予想

2024年2月期の連結業績予想について同社は、期初予想を据え置き、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、通期でも大幅な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・懇親会需要や宿泊需要が総じて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1万坪増の当初目標は既に達成済みである。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来期以降を予定）。

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。さらに最終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）が上乘せされることが理由である（上期業績に計上済み）。

2. 弊社の見方

弊社でも、1) 上期実績が通期予想に対して順調に進捗していることや、2) 上期増床分が下期業績に寄与すること、3) 年末（第4四半期）には繁忙期を迎えること、4) 料飲部門の内製化による粗利益率の改善が期待できることなどから、同社の業績予想は十分に達成可能であると見ている。特に、3) については、忘年会・納会などを含む懇親会受注が既にキャパシティを超えるほどに活況であり、機会損失を最小限に収めるべく4) の内製化を急ピッチで進めているようだ。なお、リリカラの持分法適用関連会社化に伴う「負のれん発生益」（営業外収益）については現在精査中であり、計上されることになれば、その時期、金額等によって追加的な業績の変動要因となる可能性がある。注目すべきは、1) 来期オープン分を含めた仕入れ（新規出店及び増床）のさらなる積み上げ、2) 料飲等を含む「坪当たり売上高」の伸び（トレンド）、3) 2本目の柱である宿泊事業（ホテル事業）の動き、4) 高水準にある手元流動性の活用（M&Aを含む）などであり、来期以降の業績の伸びを占ううえで重要な判断材料として捉えている。

■ 中期経営計画

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

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中期経営計画（3ヶ年）を2023年4月に公表し推進している。

1. 基本方針

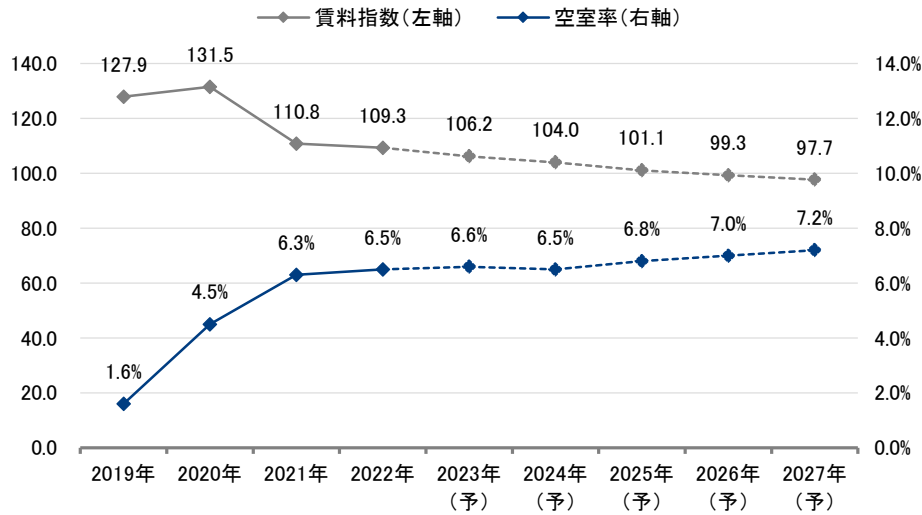
1) 貸会議室の床面積を積極拡大しながら周辺事業を取り込み、シェア拡大と対象市場の拡張を図る、2) 経営効率の最適化を推進し、過去最高の利益を達成する、3) 積極性と合理性のバランスがとれた成長投資を柔軟に実施し、中長期的な企業価値向上への投資機会を逃さない、を基本方針に掲げ、貸会議室事業と宿泊事業を2本柱として本格的に成長軌道に回帰させていく計画である。

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。

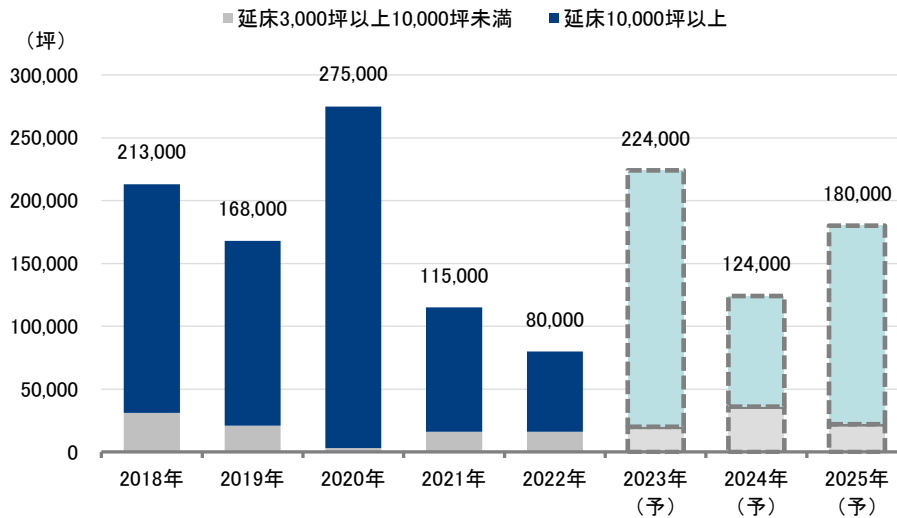
中期経営計画

東京ビジネス地区の賃料指数及び空室率



注1：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
 注2：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（三鬼商事、日本不動産研究所）による調査結果資料（2023年6月7日公表）よりフィスコ作成

東京23区のオフィス新規供給



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（M&Aを含む）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。

中期経営計画

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・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。

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：事業計画及び成長可能性に関する事項よりフィスコ作成

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※1、「有効会議室面積」79,000坪※2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※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、その時々を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スペー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（スペースの確保）と「坪当たり売上高」の拡大（ソフト領域の拡充）をいかに進めていくのかがポイントとなろう。もっとも、仕入れ環境が追い風である現状においては、ターミナル駅を中心に好立地・好条件のスペースをしっかりと確保していくことを最優先とし、その上で貸会議室に留まらない空間利用を多面的に検討・導入していく考えであり、そういったタイムラインで戦略の進捗を見ていく必要がある。一方、「坪当たり売上高」については、ソフト領域（周辺サービスやコンテンツ）の拡充による付加価値向上に加え、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。さらに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の解決を市場創出に結び付けていくのか、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、計画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（高水準にある手元流動性）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。現在推進している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