

|| 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 >>>](#)

2024年5月20日(月)

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月期の連結業績	01
2. 2025年2月期の連結業績予想	02
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月期の連結業績	11
3. 2024年2月期の総括	13
■ 主な活動実績	14
1. 出退店及び増床の実績	14
2. 政策投資・事業提携	15
■ 業績見通し	15
1. 2025年2月期の連結業績予想	15
2. 事業戦略方針	16
3. 弊社の注目点	17
■ 中期経営計画	17
1. 基本方針	17
2. 環境認識	18
3. 計数目標	19
4. 事業別戦略	19
5. 中長期的な注目点	20
■ 株主還元策	21

■ 要約

2024年2月期は貸会議室・懇親会、インバウンド需要の回復により大幅な増益で、最終利益は過去最高更新。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235拠点・1,938室（14.4万坪）と幅広く展開し、顧客基盤は3万社以上に上る（2024年2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、足元業績はコロナ禍前の水準に戻っており、事業拡大に向けた出店再開・大型増床、コロナ禍収束後（以下、アフターコロナ）を見据えた基盤強化など、成長回帰に向けて本格的に動き始めた。

1. 2024年2月期の連結業績

2024年2月期の連結業績は、売上高が前期比27.6%減の36,545百万円、営業利益が同28.9%増の4,607百万円と、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となり、最終利益は過去最高を更新した。

※ 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）を売却した。

リージャス事業売却による影響を除く売上高は、行動制限の緩和や人材育成需要の高まりを受け、主力の貸会議室・懇親会需要が本格回復したほか、インバウンド及び国内旅行の回復・急増を背景とする宿泊売上高の伸びにより増収（前期比17.7%増）を確保した。一方、損益面では、今後の事業拡大に向けた先行費用（新規出店や採用強化、システム開発費など）を積極投下しながらも、「坪当たり売上高」の伸びなどにより大幅な増益を実現した。料飲売上高（ケータリング・弁当等）の回復は外注費増の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。また、活動面では、19施設の新規出店や大型増床などで成果を残したほか、内装デザイン等を手掛けるリリカラ<9827>の持分法適用関連会社化、組織コンサルティングの識学<7049>との資本業務提携、賃貸住宅仲介などを手掛けるAPAMAN<8889>の株式取得など、付加価値向上（ソフト領域の拡充）や新たな事業展開に向けても様々な布石を打つことができた。

要約

2. 2025年2月期の連結業績予想

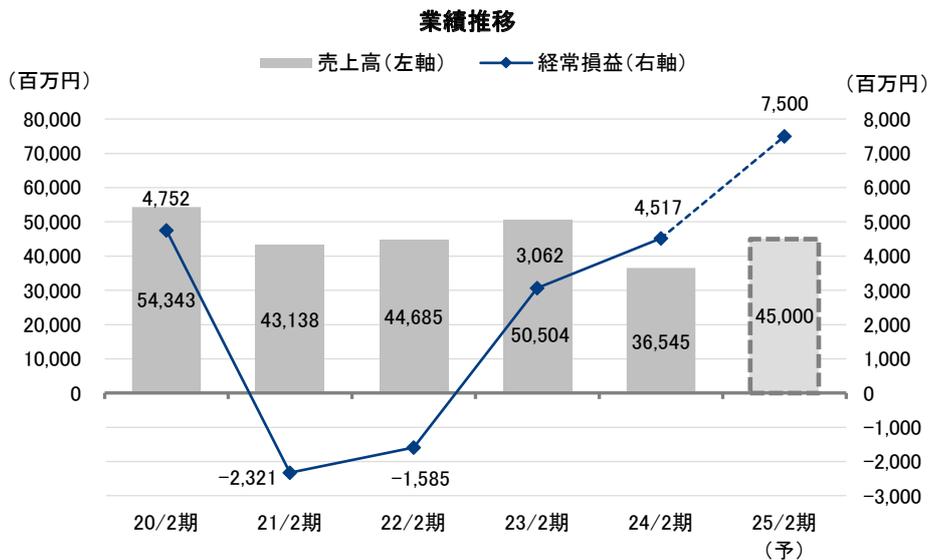
2025年2月期の連結業績予想について同社は、売上高を前期比23.1%増の45,000百万円、営業利益を同59.5%増の7,350百万円と、大幅な増収増益を見込んでいる。売上高は、貸会議室・懇親会需要や宿泊需要が総じて好調に推移しているなかで、引き続き新規出店・既存施設の増床推進や懇親会需要への対応、インバウンドの取り込みなどが増収に寄与する。損益面でも、事業拡大に向けた体制づくりへの先行費用（新規出店や採用活動、人員増など）を積極投下しつつも、増収や収益力の強化により大幅な増益を実現し、営業利益率も16.3%（前期は12.6%）に大きく改善する見通しである。

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及び懇親会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）を推進し2年目を迎えている。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だ。

Key Points

- ・2024年2月期は、貸会議室・懇親会、インバウンド需要の回復等により大幅な増益を実現
- ・19施設の新規出店や大型増床に取り組んだほか、他社との連携などでも、今後の事業拡大に向けて様々な布石を打った
- ・2025年2月期も外部環境が追い風にあるなかで新規出店・増床などにより大幅な増収増益を見込む
- ・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付加価値を高め、シェア拡大と対象領域の拡張を図り、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。ただ、足元業績はコロナ禍前の水準に戻ってきており、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・拡大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)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)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)コンステ」)を設立～低価格帯貸会議室の運営事業化～ 第二種旅行業登録～会議・研修のトータルサービスの提供を開始～
2009年	「(株)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)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 | 2024年5月20日(月)
 3479 東証グロース市場 | <https://www.tkp.jp/ir/>

会社概要

年	沿革
2013年	「(株)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 (一社)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	第一種旅行業登録～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)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、市ヶ谷は運営継続) 米国ニュージャージー州にてホテル宴会場・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)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～(※現在はティーケーピーへ吸収合併) (株)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)」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)品川配せん人紹介所」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(株)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	識学<7049>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<9827>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

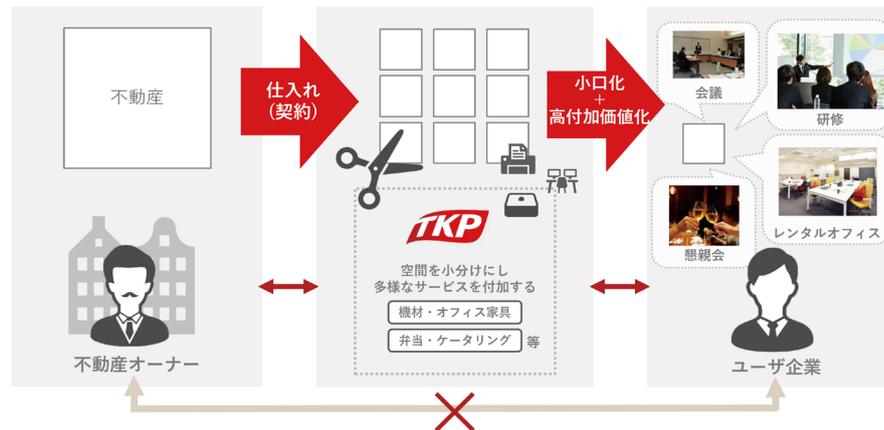
市場創造型の事業展開により高い成長性を実現。 「持たざる経営」を基本として早期収益化が可能な事業モデル

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比へ、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）を付加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

不動産を保有せずに賃貸借・業務委託等の契約で確保し、小分けして周辺サービスを付加することで、ワンストップで総合的な空間サービスを提供する



契約などの手間をかけずフレキシブルな期間・用途で利用が可能

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46%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、備品レンタル等の周辺サービスをどれだけ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。料飲の需要回復に加え、ソフト領域（イベントプロデュース等）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 ヶ月で巡航速度に達することから、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 235 拠点・1,938 室（14.4 万坪）の法人向け貸会議室を展開している（2024 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^{※1}、ガーデンシティ PREMIUM(GCP) 30 施設・341 室、ガーデンシティ (GC) 44 施設・478 室、カンファレンスセンター (CC) 54 施設・672 室、ビジネスセンター (BC) 23 施設・176 室、スター貸会議室 27 施設・55 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 33 施設・165 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 このうち、直営施設は 20 施設である。

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、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。また、リアルイベントの再開とともに、エンターテインメント性の高いイベントをプロデュースする機会も増えており、スペースの販売からスペースでのコンテンツを提供する会社への進化に向けて、周辺サービスによる付加価値提供の重要性も高まっている。

ティーケーピー | 2024年5月20日(月)
 3479 東証グロース市場 | <https://www.tkp.jp/ir/>

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」（6 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（2024 年 2 月末時点）。

※ 2022 年 12 月 1 日にオープンした。地下鉄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、ほかの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」としてリブランディングし、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。今後はアジア各国で需要が高まるインバウンド MICE ※の取り込みも見据える。

※ 企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。（国土交通省観光庁のホームページより引用）

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 社が上場企業で、上場企業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。

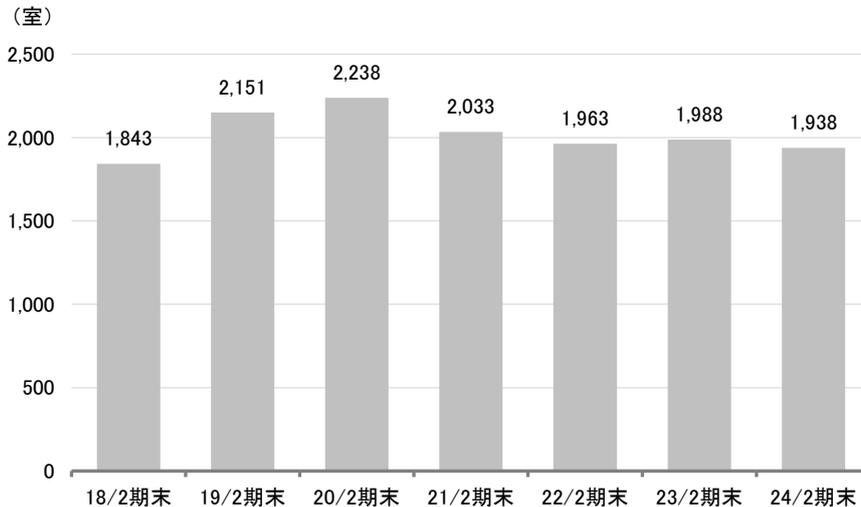
■ 決算概要

**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、
 足元業績はコロナ禍前の水準に回復**

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、新規出店等も抑えてきた。また、2023年2月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。足元業績はコロナ禍前の水準に戻ってきており、さらなる事業拡大に向けた積極出店や大型増床など、成長回復に向けて本格的に動き始めている。

会議室数の推移



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。2021年2月期以降は、コロナ禍の影響により損益面も低調に推移してきたが、2024年2月期は売上高の回復とともに経常利益はほぼコロナ禍前の水準に回復している。

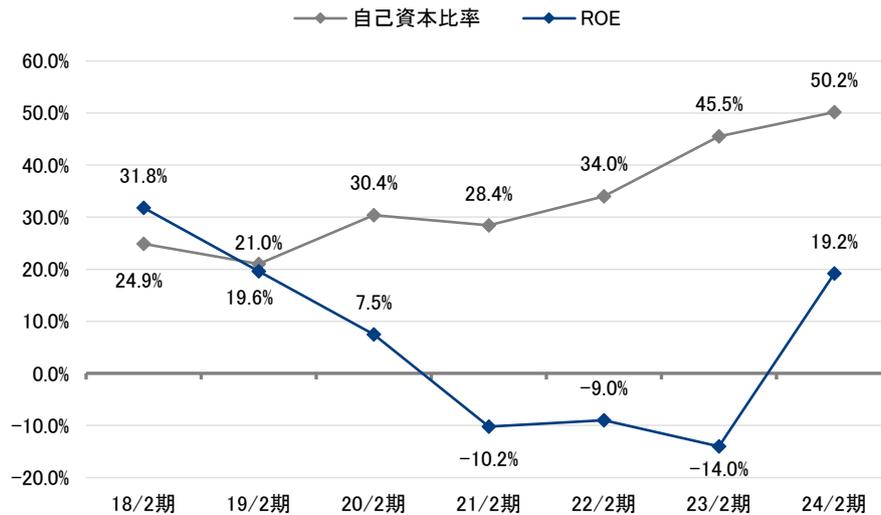
ティーケーピー | 2024年5月20日(月)
 3479 東証グロース市場 | <https://www.tkp.jp/ir/>

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、2024年2月期末の自己資本比率は50.2%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、2024年2月期は収益力の回復により大幅に改善している。

自己資本比率及びROEの推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

2024年2月期は貸会議室・懇親会、 インバウンド需要の回復等により大幅な増益で、 最終利益は過去最高更新

2. 2024年2月期の連結業績

2024年2月期の連結業績は、売上高が前期比27.6%減の36,545百万円、営業利益が同28.9%増の4,607百万円、経常利益が同47.5%増の4,517百万円、親会社株主に帰属する当期純利益（以下、最終利益）が6,975百万円（前期は4,936百万円の損失）と、リージャス事業売却により減収となるも、需要回復に伴い大幅増益を実現した。経常利益はコロナ禍前（2020年2月期）比で95%の水準に回復し、最終利益は税効果の持越し分（約32億円）※も加わって過去最高を更新した。

※リージャス事業売却により発生した子会社（特別目的会社）における繰越欠損金を同社が承継したことにより、当該繰越欠損金に係る繰延税金資産を第1四半期に計上したことに伴うもの。

リージャス事業売却による影響を除く売上高は、行動制限の緩和や人材育成需要の高まりを受け、主力の貸会議室・懇親会需要が本格回復したほか、インバウンド及び国内旅行の回復・急増を背景とする宿泊売上高の伸び※1により増収（前期比17.7%増）を確保した。重視するKPIである「坪当たり売上高」※2は、稼働率の向上や懇親会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39.8%、「オプション料」が13.4%、「料飲」が12.6%、「宿泊」が22.5%となっているが、「料飲」※3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。

※1 宿泊売上高は前期比16.3%増の8,206百万円に伸び、初めて年間売上高が80億円を突破した。

※2 大型出店など床面積の拡大を図りながらも、第4四半期の「坪当たり売上高（月平均）」は33,286円（前年同四半期比4,259円増）に伸長し、コロナ前同四半期（2020年2月期第4四半期）比で87%の水準まで回復した。

※3 特に第4四半期の「料飲」については前年同四半期比で約2.3倍に伸長し、コロナ禍前同四半期（2020年2月期第4四半期）比で80%の水準まで回復している。

一方、損益面では、今後の事業拡大に向けた先行費用（新規出店や採用強化※1、システム開発費など）を積極投下しながらも、リージャス事業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（弁当・ケータリング等）の回復は原価増（外注費増）の要因になったものの、再度内製化※2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。

※1 料飲の内製化に向けた調理スタッフの確保に加え、事業拡大に向けた採用活動も積極化しており、2024年春には新卒者が72名入社した。また、インバウンドMICEへの展開を見据え、外国人の採用も強化しており、インドから30名、ネパールから9名が今夏に入社予定である。

※2 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、再度内製化に向けた体制づくり（調理スタッフの確保等）を急ピッチで進めている。前期においては需要の拡大に体制づくりが追いつかず、外注費と先行費用が重なる状況となったものの、4月には本格稼働を開始しており、第2四半期には内製化率60%に達する見込みである。

ティーケーピー | 2024年5月20日(月)
 3479 東証グロース市場 | <https://www.tkp.jp/ir/>

決算概要

財政状態については、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 10.0% 増の 79,327 百万円に拡大した。一方、自己資本については、内部留保の積み増しにより同 21.3% 増の 39,809 百万円に拡大したことから、自己資本比率は 50.2% (前期末は 45.5%) に上昇。また、有利子負債は前期末比 2.0% 増の 32,987 百万円(ネット有利子負債は 918 百万円)となり、財務基盤の健全性は確保している。なお、リージャス事業売却により積み上がった「現金及び預金」については、2024年2月末においても 32,069 百万円が留保されており、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)や、業務提携を視野に入れた APAMAN の株式取得(推定 10 数億円、議決権ベースで約 14%)など。

2024年2月期 連結業績

(単位:百万円)

	23/2 期		24/2 期		増減	
	実績	構成比	実績	構成比	金額	率
売上高	50,504		36,545		-13,959	-27.6%
売上原価	34,354	68.0%	22,659	62.0%	-11,695	-34.0%
売上総利益	16,149	32.0%	13,885	38.0%	-2,264	-14.0%
販売費及び一般管理費	12,574	24.9%	9,278	25.4%	-3,296	-26.2%
EBITDA	8,748	17.3%	5,949	16.3%	-2,799	-32.0%
営業利益	3,575	7.1%	4,607	12.6%	1,032	28.9%
経常利益	3,062	6.1%	4,517	12.4%	1,455	47.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	-4,936	-	6,975	19.1%	11,911	-
サービス別売上構成比						
会議室料	14,393	46.3%	14,554	39.8%	161	1.1%
オプション	5,126	16.5%	4,903	13.4%	-223	-4.4%
飲食	1,861	6.0%	4,600	12.6%	2,739	247.2%
宿泊	7,054	22.7%	8,206	22.5%	1,152	16.3%
その他	2,068	6.7%	3,801	10.4%	1,733	83.8%
キャンセル料収入	554	1.8%	482	1.3%	-72	-13.0%

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

決算概要

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 期末	増減	
			額	率
流動資産	38,301	37,436	-865	-2.3%
現金及び預金	32,661	32,069	-592	-1.8%
売掛金	3,464	3,915	451	13.0%
固定資産	33,788	41,890	8,102	24.0%
有形固定資産	23,765	24,414	649	2.7%
無形固定資産	783	836	53	6.8%
投資その他の資産	9,239	16,639	7,400	80.1%
総資産	72,089	79,327	7,237	10.0%
流動負債	12,467	10,584	-1,883	-15.1%
買掛金	588	797	209	35.5%
1年内償還予定の社債	485	390	-95	-19.6%
1年内償還予定の長期借入金	6,371	5,078	-1,293	-20.3%
固定負債	26,753	28,852	2,099	7.8%
社債	1,980	1,590	-390	-19.7%
長期借入金	23,507	25,829	2,322	9.9%
負債合計	39,221	39,437	216	0.6%
純資産	32,868	39,890	7,022	21.4%
自己資本	32,821	39,809	6,988	21.3%
自己資本比率	45.5%	50.2%	4.7%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 2024年2月期の総括

2024年2月期を総括すると、大幅な増益を実現した業績面はもちろんのこと、1) コロナ禍の収束とともに貸会議室・懇親会需要が以前のように戻ってきたこと、2) そしてその需要をしっかりと取り込めていること、3) 仕入れ面も順調に進んでいることが確認できたところに最大の収穫があり、アフターコロナにおいても、同社のビジネスモデルの優位性が失われていないことが実証されたと言える。また、前期実施したリージャス事業売却が損益や財務、今後の方向性にどのような変化を及ぼすのかも注目点の一つであったが、想定どおりに期間損益や財務のスリム化（健全性の強化）が図られたほか、今後の業績の伸びをけん引する仕入れ面に向けても、ターミナル駅を中心に積極的な姿勢や方向性を示すことができた。今後の事業拡大に向けて先行費用（新規出店や採用活動、システム開発等）を増やしたところも自信の表れと言える。また、付加価値の向上をはじめ、多面的な空間利用・再生に向けても様々なところに布石を打っており、スペースとコンテンツの両面で成果を示すことができたと評価できる。

■ 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への布石にも注目すべき成果

1. 出退店及び増床の実績

2024年2月期は契約満了等に伴い27施設が退店・減床となった一方、19施設を新規出店し、既存施設の増床を含め3,743坪増となった。1施設で広大な面積を有していたレクターレ神戸(5,258坪)の退店による減少分を除くと約9,000坪増となる。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^{※1}が顕著に進んでいる。また、既存施設の増床については、京都駅前の京都タワービル内にある「TKP ガーデンシティ 京都タワーホテル」^{※2}などが含まれている。

※1 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。

※2 当施設は京都駅の目の前に位置し、京都駅前地下街と直結している利便性に優れたロケーションである。同社は、これまで京都タワービル内の4フロアにて「TKP ガーデンシティ 京都タワーホテル」を運営していたが、新たに4階及び5階の計2フロア(契約面積1,946m²・588坪)を増床し、リニューアルオープンした。当施設は計36室の会議室・宴会場を備えており、総契約面積4,494m²(1,359坪)で、室数・契約面積ともにTKPの運営する施設として京都エリア最大の規模となっている。京都市は世界を代表する観光地である一方、歴史都市としてグローバルに抜群の知名度を誇り、交通アクセスも良いことから、大企業やIT企業が集積する重要なビジネスエリアとして注目を集めている。

2024年2月期 主な新規出店 / 増床案件 (2024年2月末まで)

オープン日	区分	名称	床面積(坪)
2023/4/1	新規	TKP ホテルメトロポリタン	660
2023/4/28	新規	TKP 赤坂カンファレンスセンター	620
2023/5/1	既存(増床)	TKP ガーデンシティ 渋谷	131
2023/5/9	新規	TKP ガーデンシティ PREMIUM 東京駅丸の内中央	471
2023/6/8	既存(増床)	TKP 東京駅カンファレンスセンター	743
2023/6/8	新規	TKP ガーデンシティ PREMIUM 東京駅日本橋	257
2023/6/29	新規	TKP エルガーラホール	993
2023/7/1	既存(増床)	TKP ガーデンシティ 幕張(幕張ホール)	3,736
2023/8/21	新規	TKP スター貸会議室 浜松町	60
2023/9/20	新規	TKP ガーデンシティ PREMIUM 品川高輪口	464
2023/9/25	新規	TKP 秋葉原カンファレンスセンター	975
2023/9/27	新規	TKP ガーデンシティ PREMIUM 品川 HEART	337
2023/11/1	新規	TKP ガーデンシティ PREMIUM 大阪梅田新道	341
2023/11/10	既存(増床)	TKP ガーデンシティ PREMIUM 東京駅日本橋	439
2024/2/27	既存(増床)	TKP ガーデンシティ 京都タワーホテル	588
2024/3/1	新規	TKP 新横浜カンファレンスセンター	241

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. 政策投資・事業提携

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した。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。

また、2023年1月20日に公表した識学との業務提携については、企業研修の共同開発及び販売提携（同社施策を利用した研修サービスの共同開発など）により、大企業向け管理職研修案件などで受注実績を上げている。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、スタートアップ企業への投資を実行した。

さらに、賃貸住宅仲介を手掛けるAPAMANの株式を追加取得し、保有比率は14.37%となった（2024年2月8日提出の大量保有報告書）。不動産オーナー向けサービスの提供及び拡充に向けたシナジー創出と、法人顧客の相互送客などに狙いがある。また、中長期で利用できる外国人ワーカー向けの住宅提供などで連携を目指す考えであり、スペース活用にに向けた新たな動きとして注目される。

業績見通し

2025年2月期は需要回復・拡大が続くなかで、新規出店・既存施設増床等により大幅な増収増益を見込む

1. 2025年2月期の連結業績予想

2025年2月期の連結業績予想について同社は、売上高を前期比23.1%増の45,000百万円、営業利益を同59.5%増の7,350百万円、経常利益を同66.0%増の7,500百万円、親会社株主に帰属する当期純利益（以下、最終利益）を同26.9%減の5,100百万円と大幅な増収増益を見込んでいる。なお、最終利益だけが減益となるのは、前期における一過性要因（税効果会計の影響）のほく落によるものである。

売上高は、貸会議室及び懇親会、宿泊需要が総じて回復・拡大基調にあるなかで、引き続き新規出店・既存施設の増床推進や懇親会需要への対応、インバウンド需要の取り込みなどが増収に寄与する。特に、「料飲」や付加価値の高いイベントプロデュースの強化等を通じた「坪当たり売上高」の伸びが収益の底上げをけん引する想定のような。

損益面でも、事業拡大に向けた体制づくりへの先行費用（新規出店や採用活動、人員増など）が想定されるものの、増収や収益力の強化により大幅な増益を実現し、営業利益率も16.3%（前期は12.6%）に大きく改善する。特に、懇親会需要の拡大とともに外注費負担が重荷となっていた「料飲」（ケータリング事業）についても、内製化の本格稼働により損益改善に大きく貢献する見込みだ。

2. 事業戦略方針

2025年2月期(中期経営計画2年目)の営業利益72億円の必達、及び2026年2月期(同3年目)の営業利益100億円(計画では94億円)への到達に向けた重点施策として、(1)フレキシブルスペース事業、(2)ホテル・宿泊研修事業、(3)イベントプロデュース事業、(4)インバウンドMICE、(5)政策投資・事業提携などに取り組む方針である。

(1) フレキシブルスペース事業

東京・大阪のビジネス地区を中心に新規出店・既存施設の増床推進を継続する方針であり、既に公表されている象徴的なものとして、東京駅・品川駅・羽田空港へのアクセス良好な「田町」エリアにおいて、駅直結ビルへの新規出店が決定している*。

※TKP 田町駅カンファレンスセンター(2024年10月1日出店予定)。

(2) ホテル・宿泊研修事業

1) 既存ブランドの拡充、2) 新業態の宿泊事業への展開に取り組む。1) については、11棟目となるアパホテル「アパホテル〈大分駅前〉(仮称)」の建設を進め、2025年10月に開業予定である。2) については、TKP初のPark-PFI*¹事業「上人ヶ浜公園整備運営事業」が2024年5月に着工し、2025年春の開業を目指している。また、TKP初となるショッピングモールへの出店も進めており、トレーラーハウス型宿泊施設「TKPコテージホテル(仮称)」の新設・運営開始に向けてイオンモール<8905>と契約締結した。イオンモール羽生「NONIWA(ノニワ)」*²内で2025年4月より運営開始予定である。

※¹ 都市公園の魅力と利便性の向上を図るために、公園の整備を行う民間の事業者を公募し選定する制度。

※² 屋外で広場一体型となった新概念の商業施設

(3) イベントプロデュース事業

スペースの販売から、スペースでのコンテンツを提供する企業への進化に取り組む。人的資本経営を支援する独自の研修プログラム設計・展開といった同社が強みとする領域に加え、社外向けの商品発表・展示会、セミナー・カンファレンスといったエンターテインメント性の高いコミュニケーションイベントのプロデュースも強化していく。

(4) インバウンドMICE

アジア各国で需要が高まるインバウンドMICEの誘致に向けた活動にも取り組む。誘致先を東アジアから東南アジア、南アジアへと段階的に広げ、アジア全域にまで拡張していく考えであり、現地旅行代理店との連携強化(代理店内デスクの設置、現地事務所の開設)や、各国での現地商談会への出店・商談強化を図っていく。既述のとおり、既にインド・ネパールからの採用を開始しているのは、まさにインバウンドMICEを意識した取り組みとも言える。

(5) 政策投資・事業提携

潤沢な手元資金を成長投資へ集中投下する方針であり、既存事業領域の拡張、周辺事業への展開に向けて、300億円以上の「事業投資枠」を活用していく。

3. 弊社の注目点

弊社でも、外部要因（貸会議室及び懇親会需要の回復、インバウンド需要の拡大など）、並びに内部要因（新規出店や増床、料飲内製化の進展など）を勘案すれば、同社の業績予想の前提には十分に合理性があると評価している。注目すべきは、1) 新規出店や増床によるスペース確保に向けた進捗や2) 料飲内製化による収益性の改善のスピードのほか、3) 事業投資枠を活用した成長投資の動きなどである。特に、3) については、規模や領域、目的など、様々な選択肢が考えられ、それによって足元業績や今後の方向性にも大きな影響を及ぼす可能性がある。いずれにしても、同社が目指している中期経営計画最終年度（2026年2月期）の営業利益100億円への到達に向けて、いかに利益を積み上げていくのか、その道筋を注意深くフォローする必要がある。

■ 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2年目を迎えている。

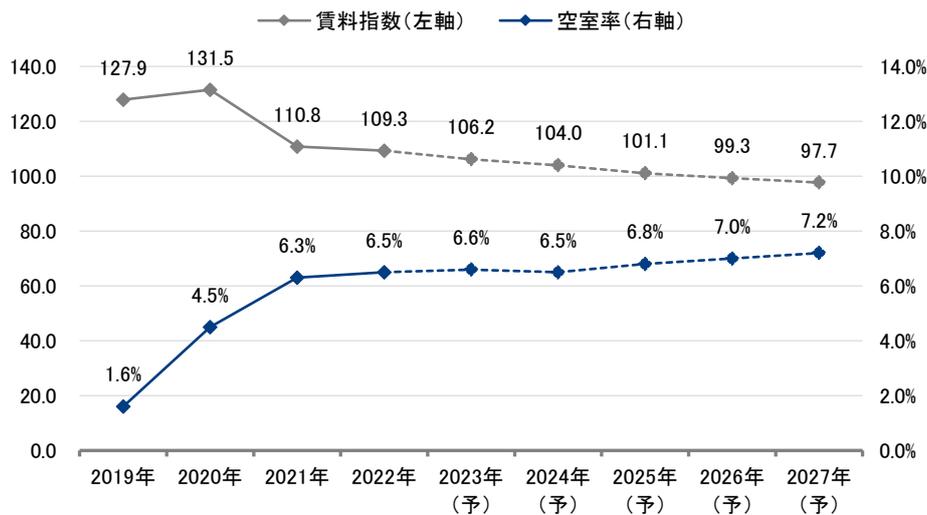
1. 基本方針

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年は東京におけるオフィス新規供給面積が過去5年間で2020年に次いで多い1年となった。賃貸オフィスマーケットは安定推移しており、空室率の変動はわずかに留まった。経済活動の再開後、オフィスの在り方の変化やオフィス再編の動きが需要を下支えしたとの見方もある。今後4年間の年平均供給量も一定の水準が見込まれており、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、需要面でも、貸会議室や懇親会の回復に加え、都心のスペースをフレキシブルに活用する動きは様々な分野で広がっている(例えば、職住融合を見据えた居住空間や商業・レジャー施設など)。そのような環境下、貸会議室事業には競合先も存在するが、圧倒的な規模で全国に幅広いネットワークを展開しているのは同社のみであることに加え、豊富な周辺サービスや柔軟なオペレーションが差別化要因となっており、特に大企業が全国で会場を一括手配する際には、同社が唯一の選択肢となっている。

東京ビジネス地区の賃料指数及び空室率

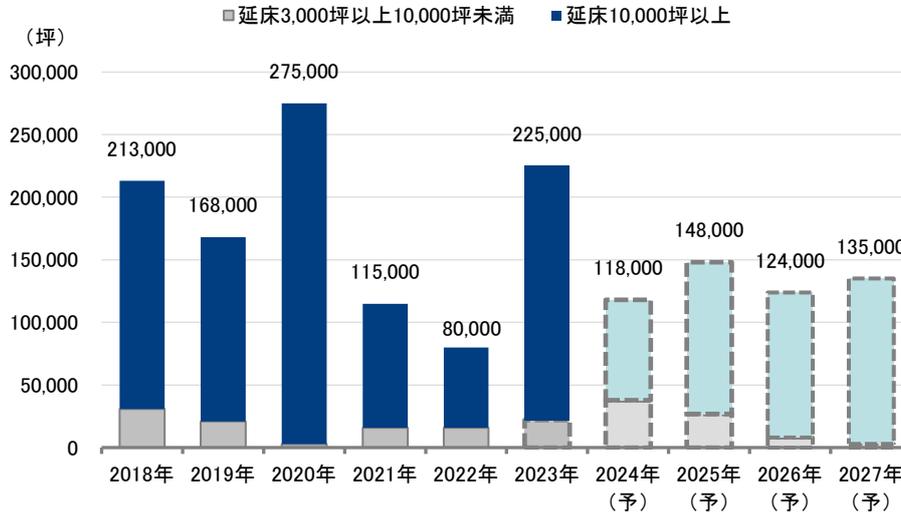


注1：東京ビジネス地区は千代田区、中央区、港区、新宿区、渋谷区を指す

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 2024」よりフィスコ作成

3. 計数目標

中期経営計画最終年度の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25.4%)、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。

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。

4. 事業別戦略

(1) 貸会議室事業

2025年2月期(中期経営計画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もと、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(月平均)」41,000円、「有効会議室面積」79,000坪をターゲットとしている。

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、その時々経済合理性を見て決定する。「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. 中長期的な注目点

外部環境（需要面や仕入面）が追い風にある貸会議室事業及び宿泊事業の2本柱に注力し、事業拡大を目指す同社の戦略は理にかなっていると、弊社でも評価している。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。不稼働スペースを大量かつ機動的に仕入れ、貸会議室という新たな市場の創出につなげてきた従来のビジネスモデルから、今後は貸会議室をベースにしながらも、スペースでのコンテンツ提供という新たな領域へと拡充するプロセスにあり、そういった視点から今後の事業展開をフォローしていく必要がある。既に他社との協業を通じて実績のある独自研修プログラムの提供やエンターテインメント性の高いイベントプロデュースなどにその一端が見られるほか、職住近接の流れのなかで居住空間（一時滞在型の社宅や外国人ワーカー向けの住宅提供等）としての活用も構想に入っているようである。インバウンド MICE への取り組みやショッピングモールへの出店などを含め、各方面に布石を打ち、様々な可能性を探っている同社の動きには今後も目が離せない。さらに中長期的な視点からは、「空間再生流通事業」という領域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、計画の上振れとなる可能性も十分に考えられる。いずれにせよ、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。

■ 株主還元策

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、2025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