

ラジオ NIKKEI の番組「この企業に注目！相場の福の神 ANNEX」

(8月7日放送) レポート掲載のお知らせ

先日、8月7日(金)に当社代表が出演したラジオ NIKKEI 第1で放送、YouTubeで動画配信された当社提供の特別番組「この企業に注目！相場の福の神 ANNEX」の内容を、テキストでお読みいただけるようレポート形式でまとめ、当社ホームページに掲載しました。

なお、オリジナルコンテンツ(音声、動画)はラジオ NIKKEI の番組ウェブサイトでアーカイブ配信しております。

【番組ウェブサイト】 <http://market.radionikkei.jp/annex/20200807.html>

【番組概要】

- ・番組名： 「この企業に注目！相場の福の神 ANNEX」
- ・放送日時： 8月7日(金) 16時50分～17時15分
- ・出演者： 藤本誠之氏(財産ネット 企業調査部長)、飯村美樹氏(フリーアナウンサー)
千野和俊(当社代表取締役社長)
- ・放送・配信メディア
 - ＜音声＞ ラジオ NIKKEI 第1(ラジコ、地上波)、ポッドキャスト
 - ＜動画＞ YouTube

＜本件ニュースリリースのお問合せ先＞

ウェルス・マネジメント株式会社 総務部 03-6229-2129

免責事項

・本件ニュースリリースは、本書開示日における情報の提供を目的としたものであり、投資の勧誘を目的としたものではありません。実際の投資に際しては、ご自身の判断と責任において投資判断を行っていただきますようお願いいたします。

・本件ニュースリリースは、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においてもご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

・本件ニュースリリースには、当社及び連結子会社の計画等将来に関する記述が含まれております。これらの将来に関する記述は、作成時点において入手可能な情報に基づいており、様々なリスクや不確実性が内在しています。したがって、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性がありますことをご承知おきください。

ウェルス・マネジメント株式会社
代表取締役社長

千野 和俊

財産ネット 企業調査部長
「相場の福の神」

藤本 誠之 氏



対談

この企業に注目！
相場の福の神ANNEX



この対談は、2020年8月7日にラジオNIKKEI第1で放送、YouTubeで動画配信された当社提供の特別番組「この企業に注目！相場の福の神ANNEX」の内容をテキストでお読みいただける形にしたものです。オリジナルコンテンツ（音声、動画）はラジオNIKKEIの番組ウェブサイトにてアーカイブ配信しております。

番組ウェブサイト ▶ <http://market.radionikkei.jp/annex/20200807.html>



まいどっ！ 相場の福の神こと藤本誠之です。



アシスタントの飯村美樹です。「相場の福の神ANNEX」は急成長企業のトップをお迎えしてお送りする企業情報番組です。「マーケットプレス」内、火曜日と金曜日にお送りしている「相場の福の神」と連動していますが、取引時間中とはちょっと違ったリラックスモードで、お時間もちょっと少し長めにとりまして注目企業のトップにじっくりとお話を伺ってまいります。



今日ご紹介する企業、ものすごい急成長企業で、売上高をみてもグワッと伸びてきているのですが、かなりマーケット的には割安におかれていまして、ここぞというところで出ていただくこととなります。



それではこの後、さっそくトップのご紹介です。



今日は証券コード3772、東証二部上場ウェルス・マネジメント代表取締役社長、千野和俊さんにお越しいただいています。千野さん、よろしくお願いします。



ウェルス・マネジメントの千野です。よろしくお願いいたします。



では、わたくしの方から会社のご紹介をさせていただきます。ウェルス・マネジメントは東京都港区赤坂に本社がある、不動産金融やホテル運営を通じて我が国が有するさまざまな観光資源を世界に発信している企業です。では千野さんの方からも簡単に御社のことを教えてください。



私どもの会社は主に、不動産、ホテルマネジメント、アセットマネジメントの3つを展開している会社でございます。



それでは、藤本さんに、ウェルス・マネジメントの急成長の秘密、そして今後の成長ポイントを千野さんからじっくり聞き出してもらいたいと思います。藤本さんお願いします。



まずは御社グループのビジネスモデルについて改めて教えていただきたいと思うんですけど、御社は、ホテルの新規開発、再生して販売するフロービジネスと、もうひとつは着実に残高が増加すると収益も上がっていく、徐々に上がっていくいわゆるストックビジネス、この二本柱ということですが、これについてはどういうことでしょうか。



簡単に言いますと、フロービジネスは不動産開発をしてお金を投資し、バリューを上げてそれを売却しますので、利益が大きいわけですね。



そうですね。ガッツと儲かる可能性もあるということですね。



ただし、当社は特にリートなど投資ファンド向けの開発物件を竣工させてから一括売却するというフロービジネスなので、開発期間が長いわけですね。ですので、利益は大きいのですが、開発のタイミングが限られるわけです。



そうですね。そんなに同時に何個もできないし、やった時にはズバツと儲かるけど、それがなくなるときは儲からないということですね。



そうなんです。そこでその間隙を埋めるという意味ではちゃんとしたストックがないと収益があがってまいりませんので、そこについては不動産金融におけるアセットマネジメントビジネスで手数料を頂戴する。それからホテルにつきましては、マスターリースによる賃貸業を営み、それによる賃料がストックビジネスとして間隙を埋めていく。



だから毎月チャリチャリというやつでコツコツと収益を積み上げながら、ときどきガツンガツンと儲かるということですか。



おっしゃる通りです。



この2つがあると強いですよ。やっぱりコツコツだけだったら、大きく伸びるっていうのがなかなか。コツコツと伸びてはいくんですけど…ということだし、大きく伸びるやつだけだったらその間が…ということですよ。



はい。



あと京都を皮切りに、箱根やニセコなど、日本が誇る「これ行きたいね」という観光地で、1泊6万円から10万円の超高級のラグジュアリーホテルを計画されているそうですけど。



おっしゃる通りでして、ちょうど1年ほど前に京都で「京都悠洛ホテルMギャラリー」を竣工いたしましたし、今年の11月28日にはその「京都悠洛ホテルMギャラリー」の「二条城別邸」というホテルが開業します。さらに今期中には同じ京都に、これも日本初となる「ファッションホテル京都」の開業を予定しています。また今後3年間で、さっきおっしゃったニセコとか箱根とか、さらに5棟が開業するということになります。



これ、日本にはあまり来ていないラグジュアリーブランドで、世界でトップっていうかお金持ちが聞いたら「あれね」という、誰もがみんな知っているホテルっていうことですよ。お金持ちが、ということですけどね。それから、御社の売上高は2017年3月期に約18億円だったのが、そこから3年後の2020年3月期には約132億円、これ何倍ですか。本当に、こんな急成長をしているんですけど、この秘訣って本当に何なのですか？



一言で言うと、アセットマネジメントというフィー収入、手数料ビジネスから、デベロッパーという不動産販売ビジネスへの転換、これが大きいと思います。2016年の第1次中期経営計画の時から開発用地の取得はずっとしておりまして、プロジェクトが進んでいました。2019年に発表した2回目の中期経営計画に至るまでその開発が少しずつ進んでいて、ステージが進行して今収益がドンと上がってきたということが、この売上高の増加に繋がっていったと言えます。



もう今着実に仕込みが入っているから、この先も期待できるということですよ。



そうです。先ほどの話に戻りますけれども、売上高が大きくなるということは開発物件が売れるということなんですけれども、ホテルにはラグジュアリーホテルと、いわゆるエコノミーホテルがありまして、我々は特にラグジュアリーホテルの開発を今進めています。ラグジュアリーホテルとエコノミーホテルの一番大きな違いというのは、藤本さんも「坪効率」という言葉をお聞きになったことがあるかと思うのですが、ラグジュアリーホテルは、例えば京都には「リッツカールトン」「フォーシーズンズ」と二大ラグジュアリーホテル、最近「アマン」もできましたけれども、1部屋15万円くらいの超高級ホテル、これらがだいたい1部屋15坪くらいなんです。



50平米くらい。



そうです。そうすると、坪効率でいうと坪1万円。それに対し、いわゆるエコノミーホテルというのは約5坪くらいなんです。



そうですね。10何平米とかですよ。



そうすると、例えば1部屋1万円だとすると、坪効率で言えば2千円なんです。同じホテルを開発するにしても、ラグジュアリーホテルを作った方が売上という5倍。



なるほど。要は、京都は面積が決まってて、いわゆる観光地の良いところってやっぱり土地も高いわけですよね。そうするとそこからいかに売上を上げるかという、エコノミーを作るよりラグジュアリーを作った方がいいということですよね。



売上でいうと5倍。ただしラグジュアリーホテルなので、建築費はエコノミーホテルの倍ぐらいかかるんですよ。



それはそうですね。



倍ですから、割る2でいくとネットの利益で少なくとも2.5倍。それが売上がどんどん大きくなってきた理由でもあるんです。



ただ、その場合は立地というものにこだわらなきゃいけないですよね。



おっしゃる通りですね。



より良い場所に。



そうなんです。どこでもできるというものではありませんので。



二条城の近くに開業するホテルって、すごく良い所にあるんですよ。



はい。二条城も三条もファッションも、みんな良い所にありますけれども、まあ要するにその…



観光地にあっても、ちょっと離れたところではやはりダメなんですよ。本当に、ここという所じゃないと。目の前の借景が良いところですよ。



もちろんそうです。それから、5つ星のホテルオペレーターが要求してくるクライテリアっていうのが結構ありまして。我々がお相手しているブティック型の5つ星ホテルオペレーターは、少なくとも建物の面積が1万平米建たなきゃダメなんです。京都でいうとご存知の通り、3階か4階までしか建たないでしょ。



そうですよね。



そうすると結構広い敷地じゃないとダメっていうことに。



京都の狭いところで、広い敷地が求められるというと本当に限られたところなんですよ。そういうところにきっちり作ると。



これをピンポイントで探してこなきゃいけない。その難しさはあります。



これが箱根、ニセコと、もう仕込みが入っているということですね。



そういうことです。



ただですね、一方でコロナショック。これをやはりちょっと聞かなきゃいけないかな、と思うんですけど、世界的に多大な影響がある。特にホテルに関しては大きな打撃となっていると思うのですが、御社への影響を、いわゆる短期的なものの中長期的なものに分けて教えていただきたいんですけど。



それは本当に良い質問だと思います。官公庁の宿泊旅行統計によるとですね、昨年2019年の国内の延べ宿泊者は、ざっくり5億人いるといわれています。



5億人もいます。



そのうち、外国人が約1億人、日本人が4億人となっています。私どもがお付き合いする信頼できるコンサル会社等の調査では、今年2020年の外国人の宿泊需要は昨年に対して1割にとどまるということなので、約1千万人ですね。



一方、日本人の宿泊需要は「Go To トラベルキャンペーン」等によって約6割程度まで回復していきだろうと。そうすると約2億4千万人で、外国人と合わせて2億5千万人となります。ただし、ホテルの売上構成というのは、売上に対してコストが約5割から6割かかるんですね。そうするとトップラインが5割凹むということは、要するにコストの圧縮ができればその分が赤字になるということなので、今期については残念ながらトントンから赤字という見込みになります。一方、来年、再来年ですけれども、来年においては、コロナの影響はまだ残っておりまして、外国人が回復して約4割、日本人については約8割まで回復するということなので、外国人は4千万人、日本人は3億2千万人の計3億6千万人ですから、昨年に対して約7割の回復になります。そうすると利益は2～3割出てきます。それから2年後の2022年は、外国人は7割まで回復します。日本人は100%を超えて105%まで伸びるという想定で、約5億人トントンまで戻ってくるということですね。日本人は、この期間も海外旅行になかなか行けないですから。



そういうことですか。



だから国内で日本人が伸びるのですけれども。日本人の海外での消費って、どれぐらいあるかご存知ですか？



わかりません。



約4兆円あるんですね。



それがかなり来るんですね。



それがかなり戻ってくるので、この3年間は日本人が観光業を押し上げる。



しかも、御社の強みであるラグジュアリーに来ますよね。



今の予約状況も、やはり価格の高い部屋から埋まって
いっている状況です。



そうですね。新幹線もグリーンから埋まっているんですよね。



そうですか。やはり富裕層が高い方から埋めてくるという状況に今なっているんじゃないですか。



そうすると、実は御社には今後かなりプラス、可能性あるということですね。



是非あやかりたいですね。



今日発表された第1四半期決算の決算内容と今期の業績見通し、簡単に教えていただきたいのですが。



やはり4月～6月の第1クールはですね、やはり緊急事態宣言も発動されましたし、私どもが発表した数字は売上高で約6千万円。



はい。



それから営業利益につきましては約5億5千万の営業損失。経常利益については6億2千万円の経常損失になってしまいました。当期の利益は5億3千万円の赤字です。そういう意味では、第1クールはホテルをクローズしておりましたし、不動産の販売収益もですね、こういうご時勢柄、皆さんが下期の方へずれるということで、売上も小さくなってしまったということですね。



ただ今期の業績見通し、こちらはどうですか。



これも発表させていただきましたけれども、私どもの会社の信条のひとつにですね、「約束を守る集団」ということを掲げています。ですので、皆さまに約束していることを果たすという意味で、今年の業績見通しは売上高を約230億円、経常利益を35億円、それからボトムの当期利益を約20億円としました。これは、昨年定めました中期経営計画の2年目の数値と同じ数字であります。



そうすると、この第1四半期はちょっと凹んでしまったけど2、3、4で取り返して計画通り行くぞということですか。



計画通り行く、ということで計画いたしました。第1クォーターがマイナス6億円くらいからスタートしていますので、だいたい第2クォーターでその赤字をトントンに戻す。ということは第3、第4で35億円をやらなきゃいけないわけですね、経常利益で。35億円ということだと、かなりの不動産をそこで売却をしなければいけないのですが、先ほどお話ししましたように、不動産金融事業での外部売却、いわゆるリートへ拠出する、もしくはブリッジファンドへ拠出するという外部売却がひとつ。それからプロジェクト進行の中で我々は益出しというのをやっております。これは先ほどお話ししなかったのですが、開発というのは、土地を仕込んでから、いわゆる竣工して外部売却するまで約4年ぐらいの年月がかかるんですね。だから分譲マンション業者の方々は、土地を仕込んで分譲するのですが、お引渡しをしたお客様から代金が入ってくるまで3~4年かかってしまう。だから4年後にドカーンと大きな利益がくるのですが、我々はその4年間のタイムラグを埋めるために、各事業のプロジェクト進行のフェーズに合わせて、我々は「リキャップ」と呼ぶんですけども、「リキャピタリゼーション」、いわゆる投資家様の入れ替えをやっているんです。ですから土地を買ったときに投資家様に来ていただいて、それから建築確認がおりて、着工の段階で投資家様を入れ替えます。それから竣工して運用が始まったらまた入れ替わる。最後にはリート等へ拠出する。そうすると、4年間も各1年ごとに、少しずつですけど…



利益が出ると。



利益が出る。パイでいうとですね、パイを買ってきて4等分に分けて、毎年1切れずつ食べていくと。これを要するにプロジェクト進行中の益出しというのですが、今あるネタでパイを1切れずつ食べていくことで、今あるパイプラインの中から、それからさきほどの外部売却するものと組み合わせて、第3クォーター・第4クォーターで35億を達成するというを考えております。



逆にいうと、もう千野社長からするとそれが見えているということですね。



はい。



今後の御社の成長を引っばるもの、改めて教えていただきたいのですが。



現在、私どもは2021年3月期、今走っている決算期にJリートを上場するという目標を掲げています。そのために、今年の2月に発表しましたとおり、現在パナソニックホームズ社と共同でリートの創設を進めております。最終決定はもう少し先になりますが、パナソニックホームズさんとは総合型リートにする方向で話をしているところです。パナソニックさんは「スマートシティ構想」という新しい時代の街づくりを進めていまして、そういうスマートシティを丸ごと、街ごとリートに入れられたらいいなと。そのスマートシティの中に、我々のラグジュアリーホテルも開発できたらいいなというのはあるんですけども。



これですよ（図を広げる）。実際見ていただいた方がわかる。これ、吹田の駅前にもともとパナソニックの工場だった広大な跡地があるんですよ。ここに、それぞれマンションであったり、総合病院、単身者向けもあればシニア向けの高齢者住宅とか、本当にいろいろなものが、街そのものができるということですか。



そうです。今までちょっとないですよ、Jリートではね。街をそのままというのは。



今までリートというと、オフィスビルとか、マンションとか、あとは物流装置、設備であるとか、そんな個別のやつだったのが、街が入るんですか。例えば、吹田が入るってことですか。すごいですよね。



そのスマートシティを作るというのは、今、我々が苦しんでいる感染ですね、感染に強い街づくり、それからこの間の豪雨もありましたけれども、災害に強い街づくりというのを、親会社のパナソニックさん、それからトヨタさんが、やはり彼らが持っている工場跡地で展開をしていく、そういうところに我々も共同で事業をできればいいなという風に思っています。



日本を代表する企業と一緒に仕事をやっていく。これ御社にとってめちゃめちゃチャンスですよ。



是非ドライバーにしたいですね。



丁寧にご説明いただきましてありがとうございます。では最後に、藤本さんにウェルス・マネジメントについてまとめていただきましょう。



ウェルス・マネジメントはホテルにこだわったビジネスに大きく業態変革を成し遂げ、観光需要の急拡大という時代の大きな流れに乗って、本当に記録的、飛躍的な成長をされている企業になります。このウェルス・マネジメントの一丁目一番地であるラグジュアリーホテルの開発事業は、ホテルの立地とブランドに強いこだわりを持ち、同じ面積あたりの宿泊単価をビジネスホテルの数倍にバリューアップするというかたちになります。一方で、世界的に超有名なラグジュアリーブランドのニーズに合わせた不動産取得やデザインなどにはノウハウや経験が必要なため、参入障壁が非常に高く、その希少性から、ブルーオーシャン、競争があまりないところですよ。ここで価格競争に巻き込まれにくくしていると。コロナショックは確かに、足元ではある程度の悪影響があるという風に思うんですが、強みのホテル開発に加えて、検討中の総合型リート、この組成を念頭に不動産会社としてのノウハウをフル稼働させてホテル以外の不動産ビジネスを強化し、夢のある大きなチャンスを取り込めるのではないかなという風に思います。まさに「災い転じて福となす」の格言のように、今後さらなる大きな成長を期待できる、しかも割安という。やっぱり株価というのは割安な状態に買うのが、と考えると「今が」と。「今ですよ」ということです。



大変魅力的なお話が多かったですよね。本日は証券コード3772、東証二部上場、ウェルス・マネジメント代表取締役社長、千野和俊さんにお越しいただきました。千野さんありがとうございました。



どうもありがとうございました。



どうもありがとうございました。



なお、投資にかかる最終決定はご自身の判断でなさいますようお願いいたします。



さあ藤本さん、振り返っていかがでしょうか。



やはり魅力的ですよね。本当にやはりコロナショックっていろんな影響があったと思うんですけど、逆にこれがあったからこそ成長できる、まさに災い転じてという形だと思いますし、株式投資ではやはり割安な銘柄に投資する、これが一番だと思いますので、今日の放送を是非もう一度聞き直してほしいですね。



なぜこれから成長していくのか、という理由をしっかりとご説明いただきましたので面白かったですね。



そうですね。



ありがとうございました。是非皆さん、改めてお聞きいただければ嬉しいです。ラジオ日経番組ホームページではスタジオの様子を動画でご紹介もしていますので是非ご覧ください。ホームページからポットキャストもお楽しみいただけます。それではお時間となりました。お相手は「相場の福の神」財産ネット企業調査部長の、



藤本誠之と、



アシスタントの飯村美樹でした。



ほな、さいなら～

