

株式会社ティーケーピー



Financial Results Presentation of Fiscal Year 2016

2017年2月期 決算説明資料

2017年4月25日

東証マザーズ：3479

TKP Corporation All rights reserved.

1 事業概要

2 経営戦略

3 2017年2月期 決算概要

4 2018年2月期 業績予想

5 中期経営計画

事業概要

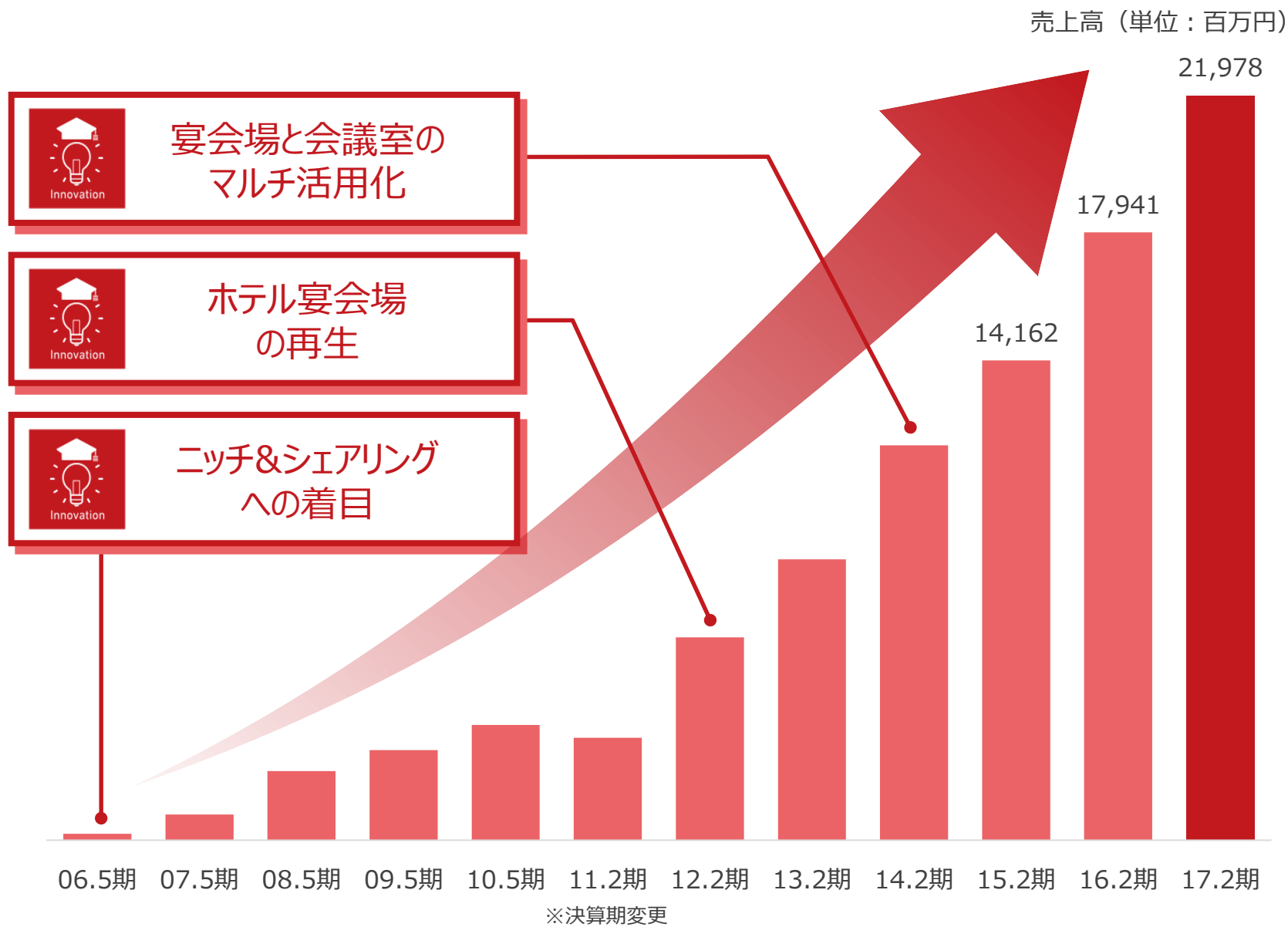


Total Kūkan Produce

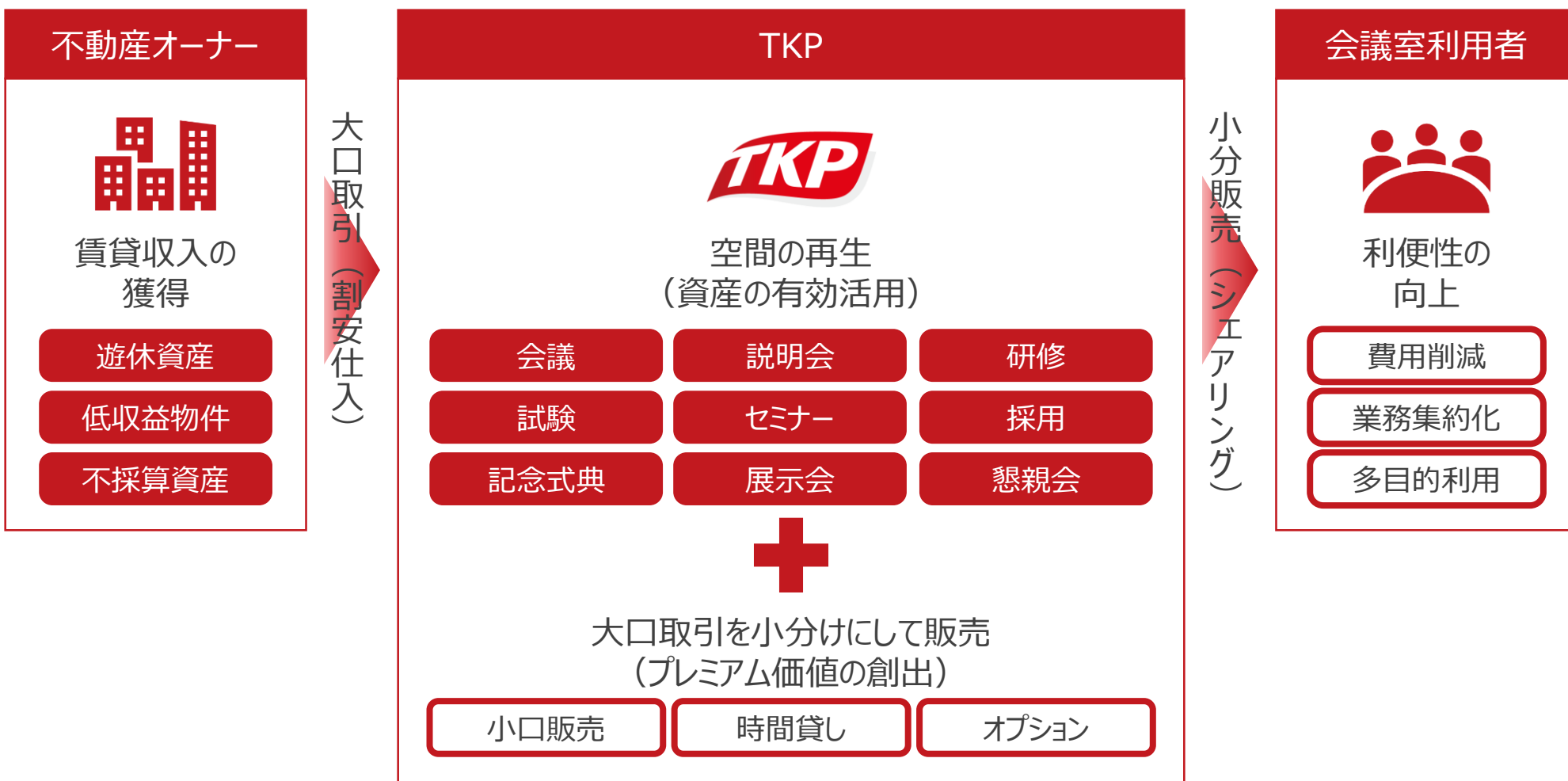
当社ロゴのモチーフは、ウジェーヌ・ドラクロワが描いた代表作「民衆を率いる自由の女神」の中で、女神が振りかざす旗をイメージしており、お客様、社会、そして社員をより良い方向へと導く革命のシンボルを表現しています。

TKPは、**法人向け貸会議室ビジネスを起点**として、
遊休不動産・土地を活用して空間を再生し、
そこに付加価値を加えた快適な「場」「空間」「時間」を創出する

「空間再生流通企業」を目指します



- 不動産オーナーから、遊休資産・低収益物件を割安で仕入れ、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、高付加価値を提供。



- 当社は、これまでのシェアリングエコノミーとは異なり、競合他社の参入が困難な大口仕入を対象としており、さらに時間貸しによる高付加価値な小口販売も実現。

主なシェアリングエコノミービジネスの分類



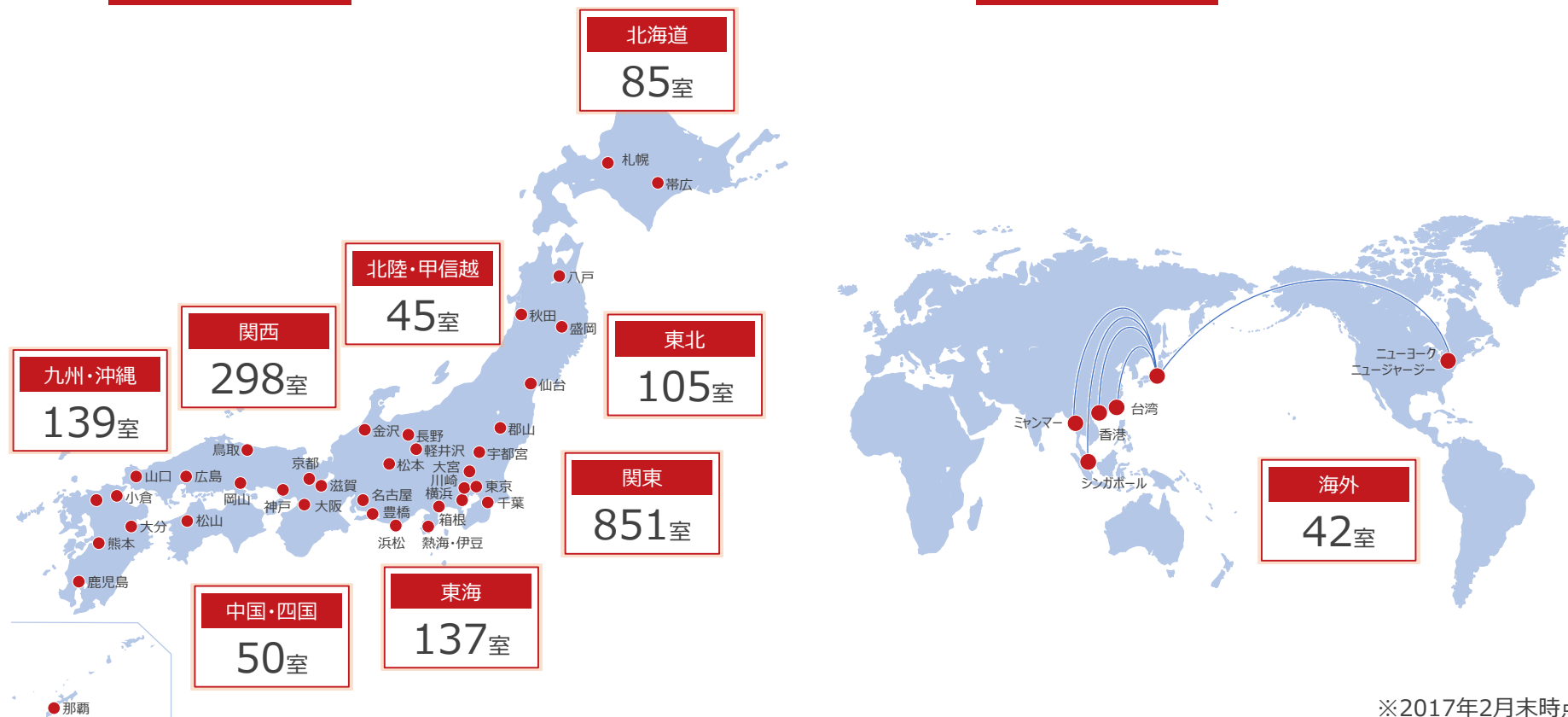
- 国内・海外で1,752の会議室を展開。全国に会議室を展開していることで、大学の入試試験や大手企業の全国採用など、大口案件を一斉に引き受けることが可能。

国内

1,710室

海外

42室



※2017年2月末時点

- 年間利用企業数は22,500社、上場企業の半数以上が当社の貸会議室を利用。
8割という高いリピート率で安定した収益を確保することが可能。

年間利用
企業

22,500社

年間利用
上場企業

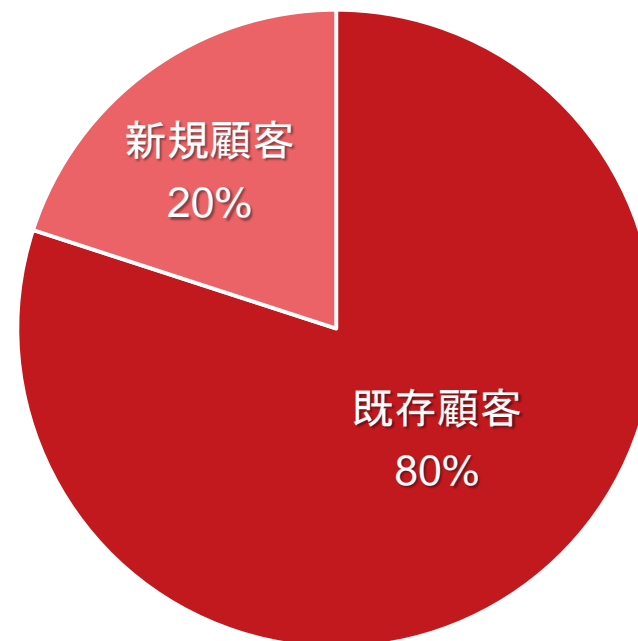
2,000社

延べ利用
企業

60,000社

高いリピート利用

新規・既存顧客の売上高比率



※リピート率は、2017年2月期に利用した売上高のうち、
2016年2月期に利用した企業による売上高の比率

利用目的に合わせた5つのグレード

- 利用目的に合わせた「ガーデンシティPREMIUM」「ガーデンシティ」「カンファレンスセンター」「ビジネスセンター」「スター貸会議室」の5つのグレードを展開。



ガーデンシティPREMIUM

最先端のラグジュアリーオフィスバンケット・会議室

高級感のある内装と独創的な空間に彩られ、会議から宴会まで多様な用途に対応

拠点数：11
室数：113
新築・築浅物件



ガーデンシティ

ホテルバンケット、及び大型多目的ホールを持つオフィスバンケット

様々なイベントに対応できる大型ホテル施設内の品質重視の貸会議室

拠点数：32
室数：372
リノベーション中心



カンファレンスセンター

会議比率の高いオフィスバンケット

会議・セミナーを中心に、幅広いビジネス用途に対応

拠点数：67
室数：796
リノベーション中心



ビジネスセンター

会議室集合体、会議用途メインのカンファレンス施設

小規模から大規模の会議まで、社内用途を中心に対応

拠点数：53
室数：351
リノベーション中心



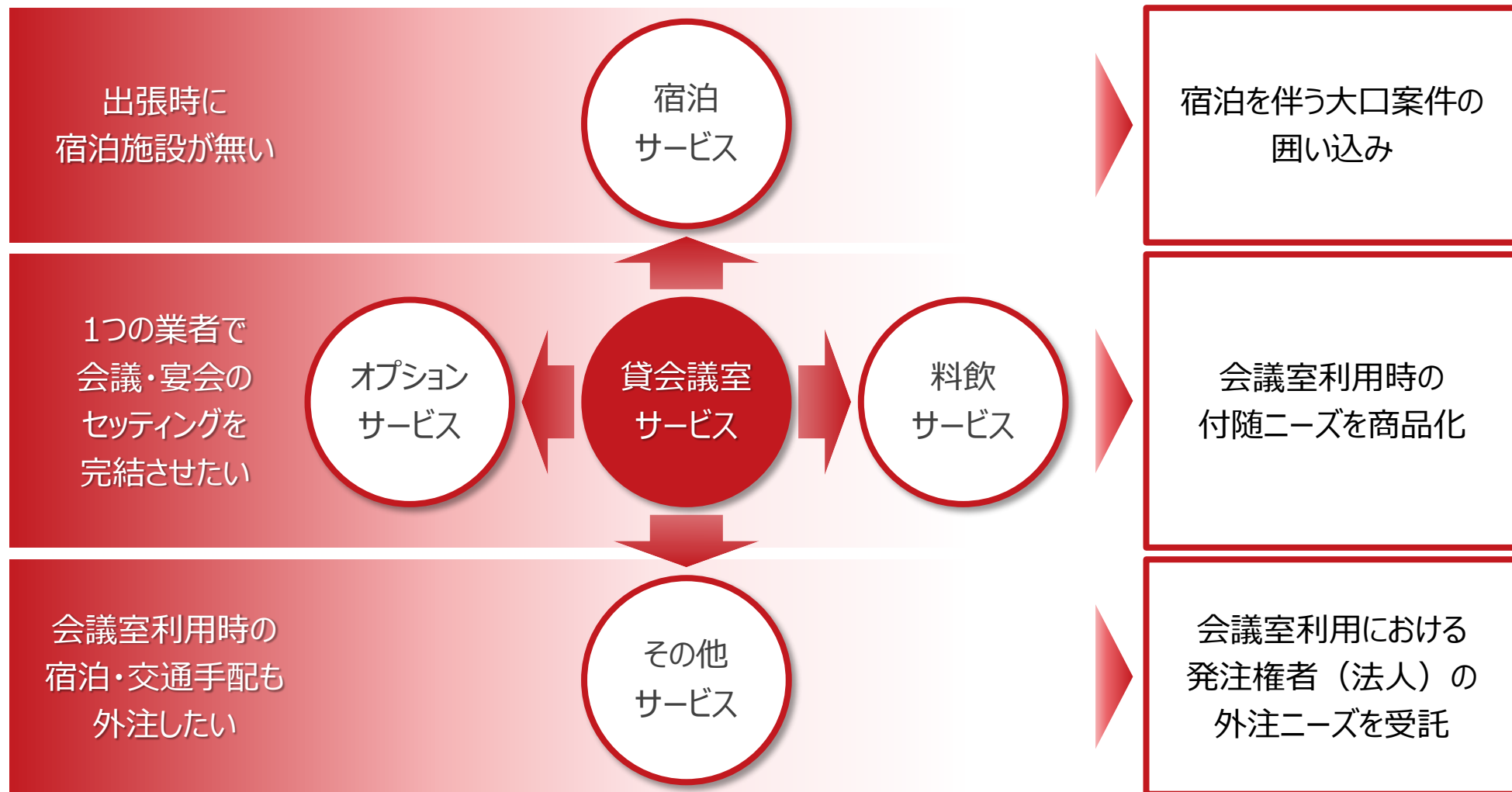
スター貸会議室

地域密着型の会議室

法人だけでなく、個人も含む小規模なミーティング・集会に対応

拠点数：41
室数：91
リノベーション中心

- 利用者のニーズに合わせた周辺サービスを展開したことで、顧客単価を向上させたワンストップサービスを実現。



- 利用者のニーズから、ケータリング・お弁当などの料飲サービスや、同時通訳システムなどのオプションサービス、宿泊サービスや交通手配などのその他サービスを展開。

料飲

ケータリング



お弁当



カフェ



レストラン



オプション

同時通訳システム



テレビ会議システム



研修コーディネイト



映像・音響・照明



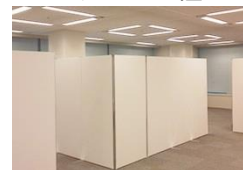
人事採用向けレンタル



オフィス家具・機器



パーティション組立



高性能プロジェクター



宿泊

研修旅行パック



リゾート型
宿泊研修施設

社員旅行パック



伊豆長岡温泉
はなれの宿

提携ホテル



ホテルと会議室の
ハイブリッド施設



コンパクトホテルと会議室の
ハイブリッド施設



都市型リゾート
宿泊施設

その他

TKP テレマーケティング

宿泊手配

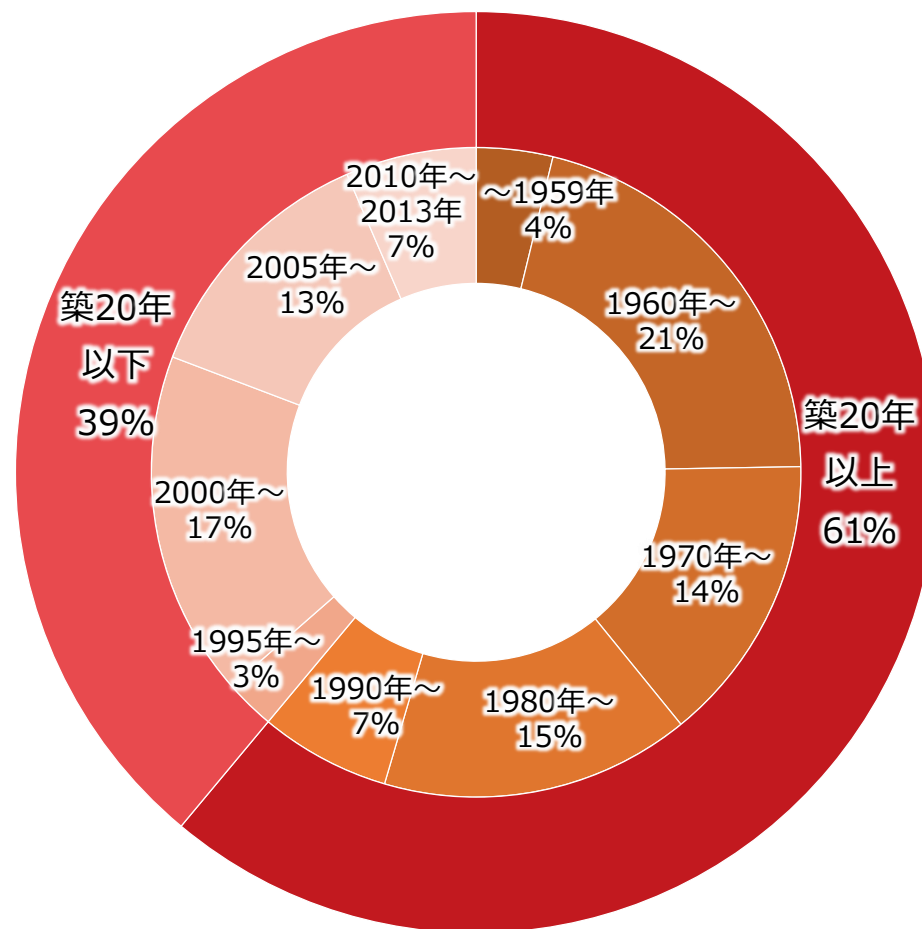
交通手配



経営戦略

- 都心地区では築20年以上のオフィスビルの割合が61%となり、老朽化によるオフィスの移転により、会議室化する「仕入」対象が今後も増加する見込み。

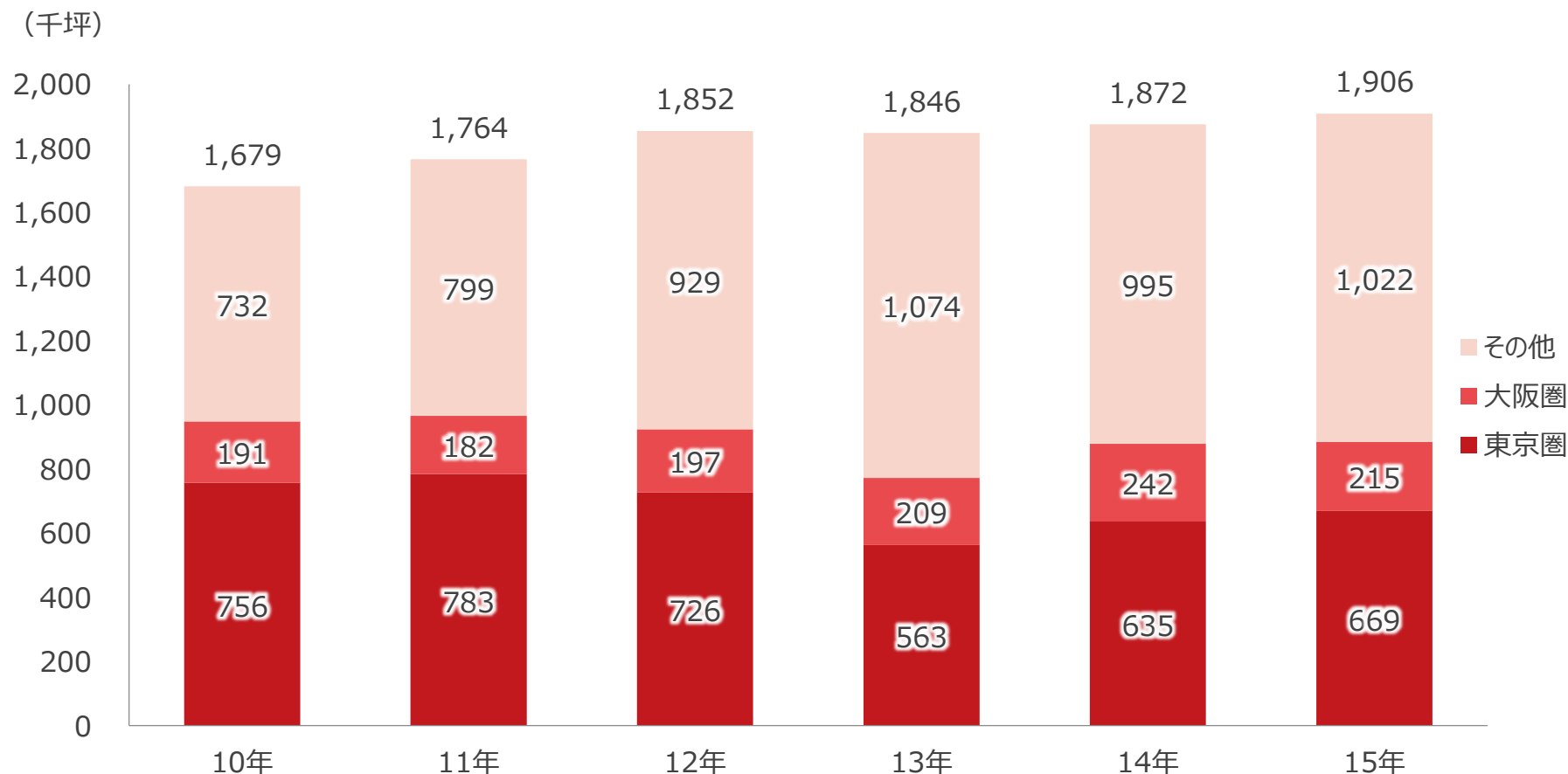
都心地区のオフィスビルの61%は築20年以上



出所)「東京の土地」より三井不動産

- また新築オフィスビルの着工も堅調であり、オフィス移転による坪単価上昇のため、経費を削減する手段として、会議室を減らす企業が増加する見込み。

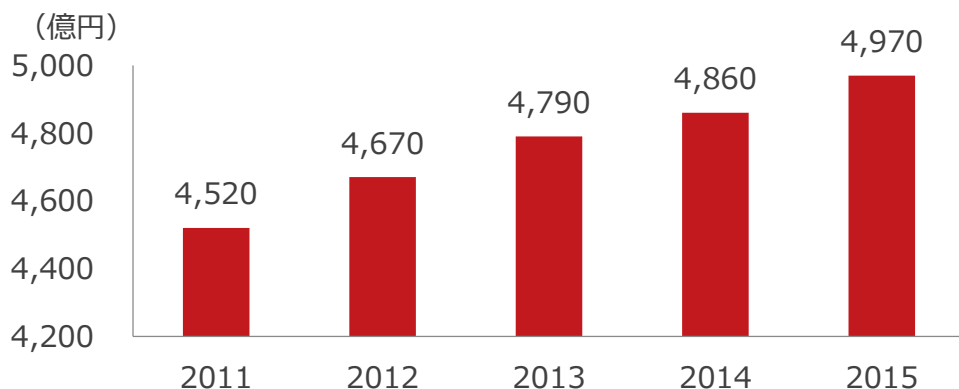
新築オフィスビルの着工は堅調



出所) 国土交通省「建築統計年報」より三井不動産

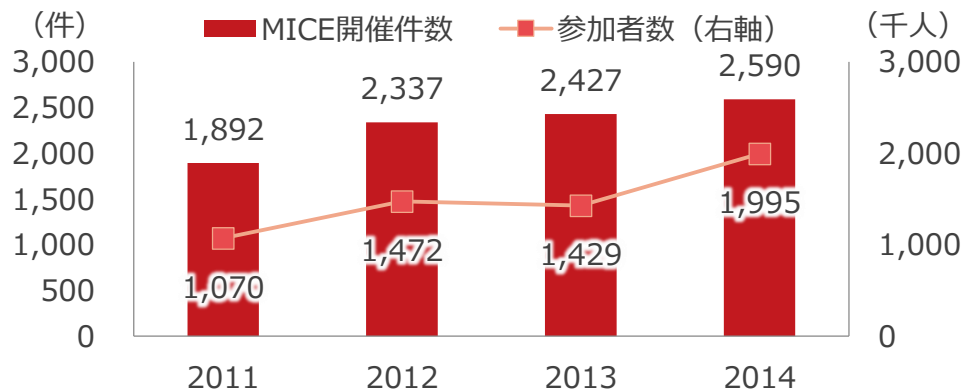
- 研修サービス市場及び、MICE開催件数も順調に増加しており、ホテルの法人向け宴会市場も大きい。周辺サービスとなる料飲・レストラン市場規模のポテンシャルも大きい。

企業向け研修サービス市場規模の推移



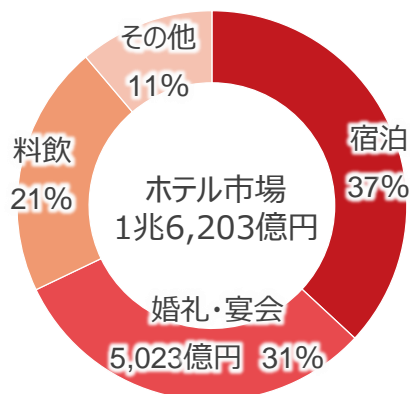
出所) 矢野経済研究所「企業向け研修サービス市場の実態と展望2016」

MICE開催件数と参加者数の推移



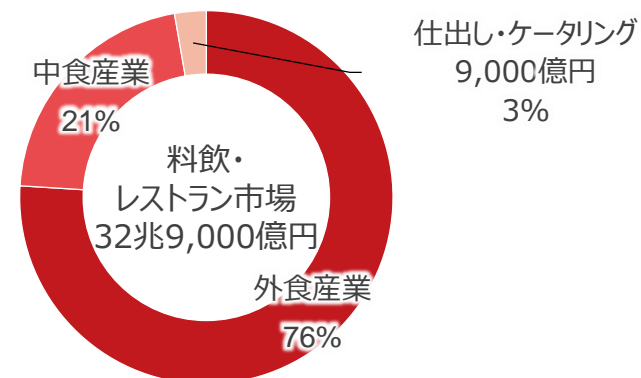
出所) 日本政府観光局「国際会議統計」

ホテル市場規模 (2014)



出所) 矢野経済研究所「2015年版ホテル産業年鑑」

料飲・レストラン市場規模 (2015)

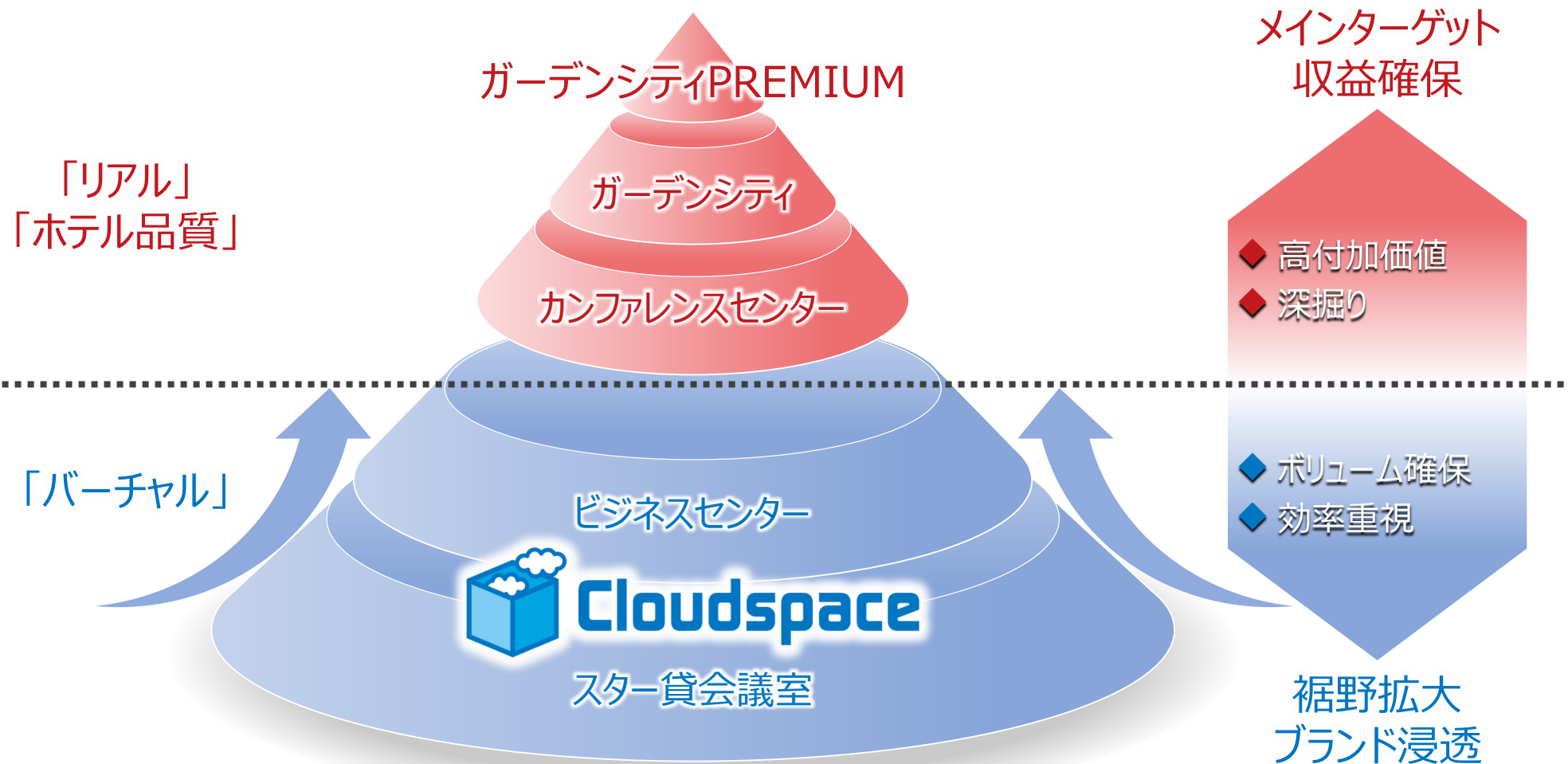


出所) 富士経済「外食マーケティング便覧2016 No.3」

※MICEとは、企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (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

「リアル」と「バーチャル」を交えた効率的な出店戦略

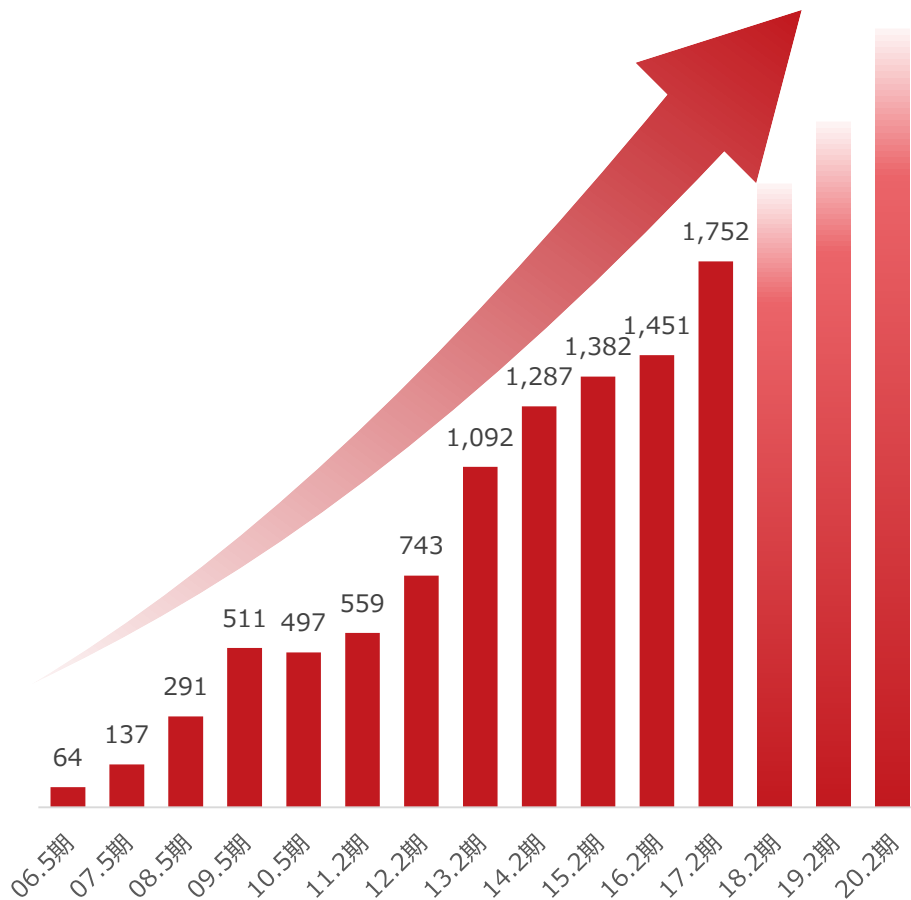
- 「リアル」な出店戦略で、メインターゲットでの収益確保を行い、クラウドスペースを活用した「バーチャル」な出店戦略で、裾野を拡大し、ブランドを浸透。



「リアル」な出店計画

- 仕入対象及び、販売市場も好調なことから、豊富なパイプラインによる割安仕入を行い、今後も「リアル」で「ホテル品質」な会議室・宴会場の出店を増加。

会議室数の推移

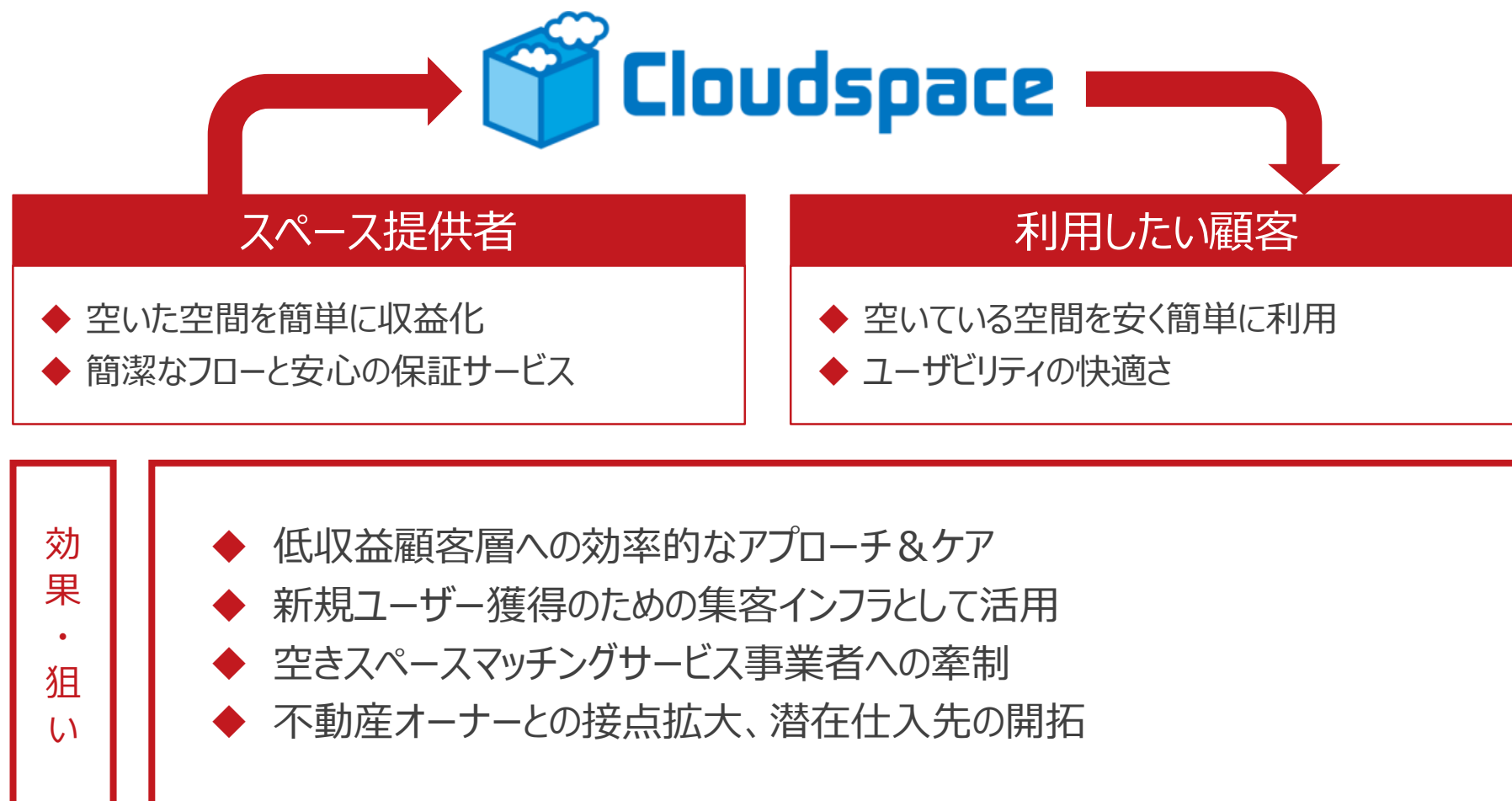


現時点で機関決定されている「リアル」な出店計画

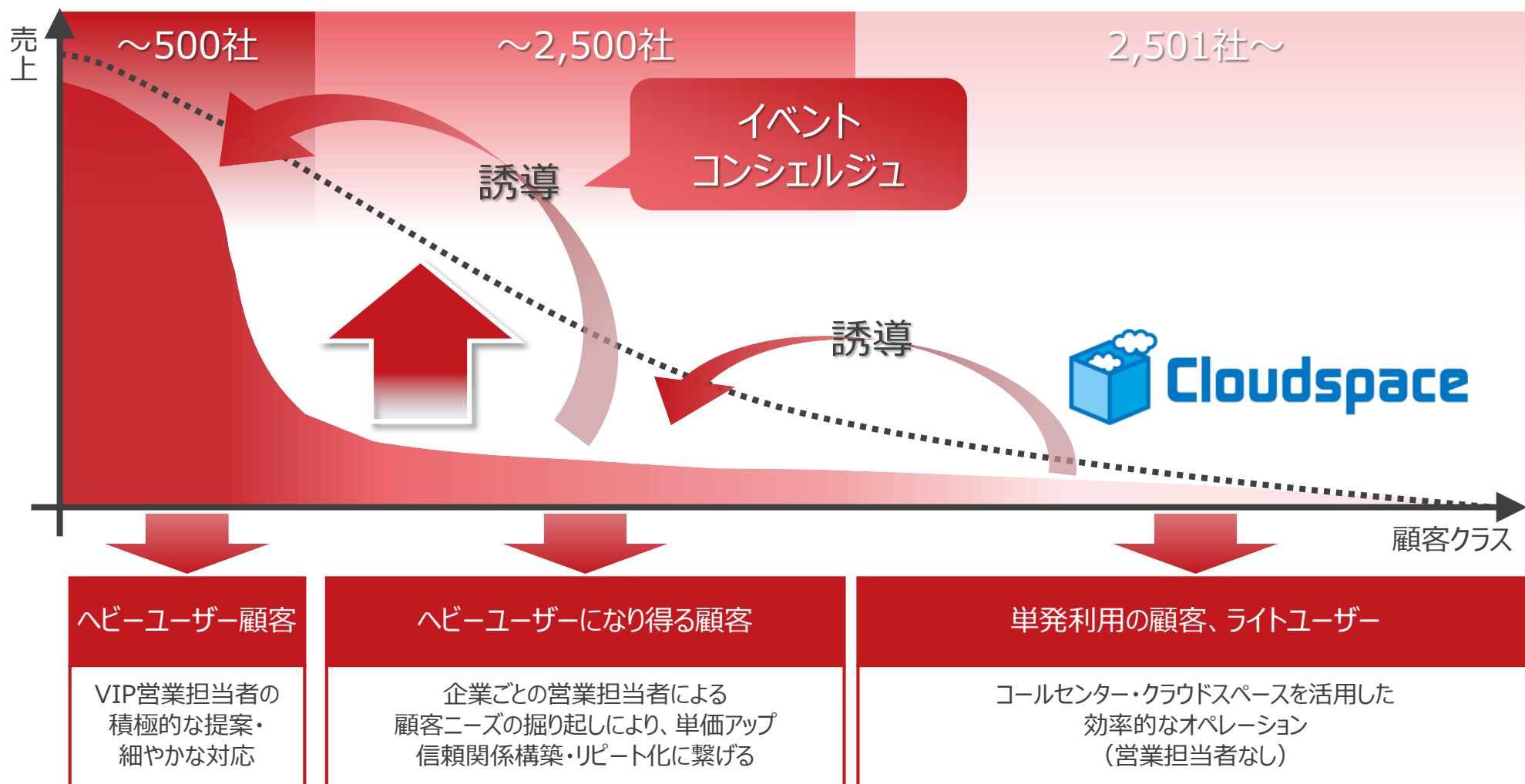
時期	出店地	坪数	グレード
2017年3月	竹橋	530	ガーデンシティ
2017年4月	浜松町	360	ガーデンシティ
2017年4月	京橋	547	ガーデンシティPREMIUM
2017年4月	札幌	900	ガーデンシティ
2017年5月	横浜	170	ガーデンシティ
2017年7月	大阪	271	カンファレンスセンター
2017年8月	上野	200	カンファレンスセンター
2017年9月	名古屋	540	ガーデンシティ

※2017年4月25日時点

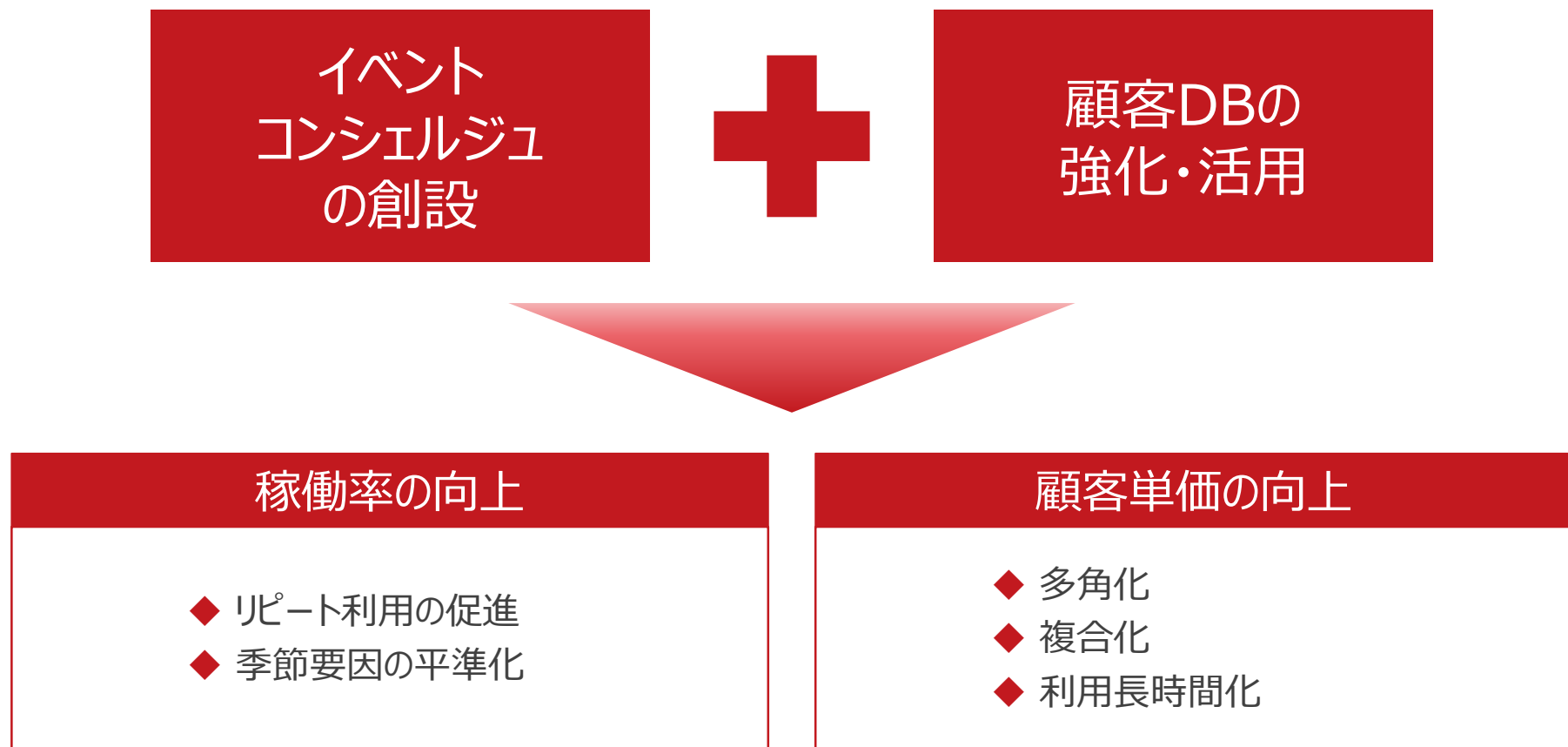
- クラウドスペースでは、「スペース提供者」と「利用顧客」の各々の利用しやすさを追求し、スペース提供者の「登録」を通じて、将来の仕入れ対象者として囲い込む。



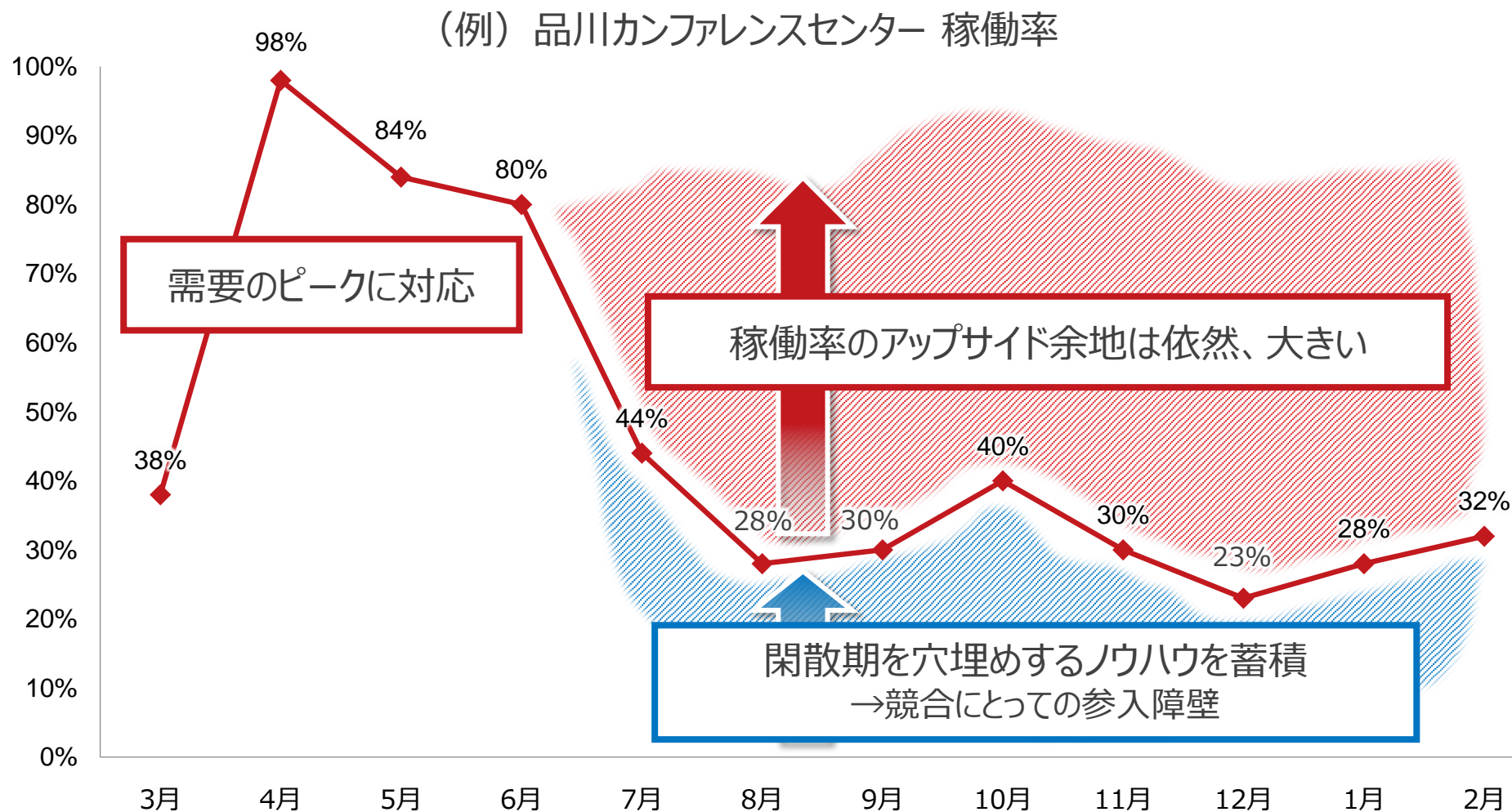
- 「ヘビーユーザー顧客」、「ヘビーユーザーになり得る顧客」、「単発利用の顧客・ライトユーザー」のそれぞれの顧客クラスに応じて、最適なアプローチを実施。



- イベントコンシェルジュと顧客データベースを組み合わせることにより、稼働率と顧客単価をさらに引き上げ。



- 1,750室を超える会議室の全国ネットワークと、22,500社を超える顧客基盤を活用することで、稼働率をさらに高める。



宿泊を通じて貸会議室需要を最大化



- 会議室利用者の宿泊需要に対応するために、宿泊施設を備えた貸会議室を全国で展開。また郊外不稼働資産では法人需要も取り込むことで高稼働を実現。

郊外

主要都市

築古

築浅

開発

割安取得、セミナーホテルのトライアル

FCの範囲内での厳選投資

レクターレ

石のや

アジュール竹芝

アパホテル

ファーストキャビン



拠点数
5

拠点数
1

拠点数
1

拠点数
3→9

拠点数
0→2



都心部から1時間圏内の
リゾート型セミナーホテル

ハイクラスな
リゾート型セミナー旅館

都心部の
リゾート研修シティホテル

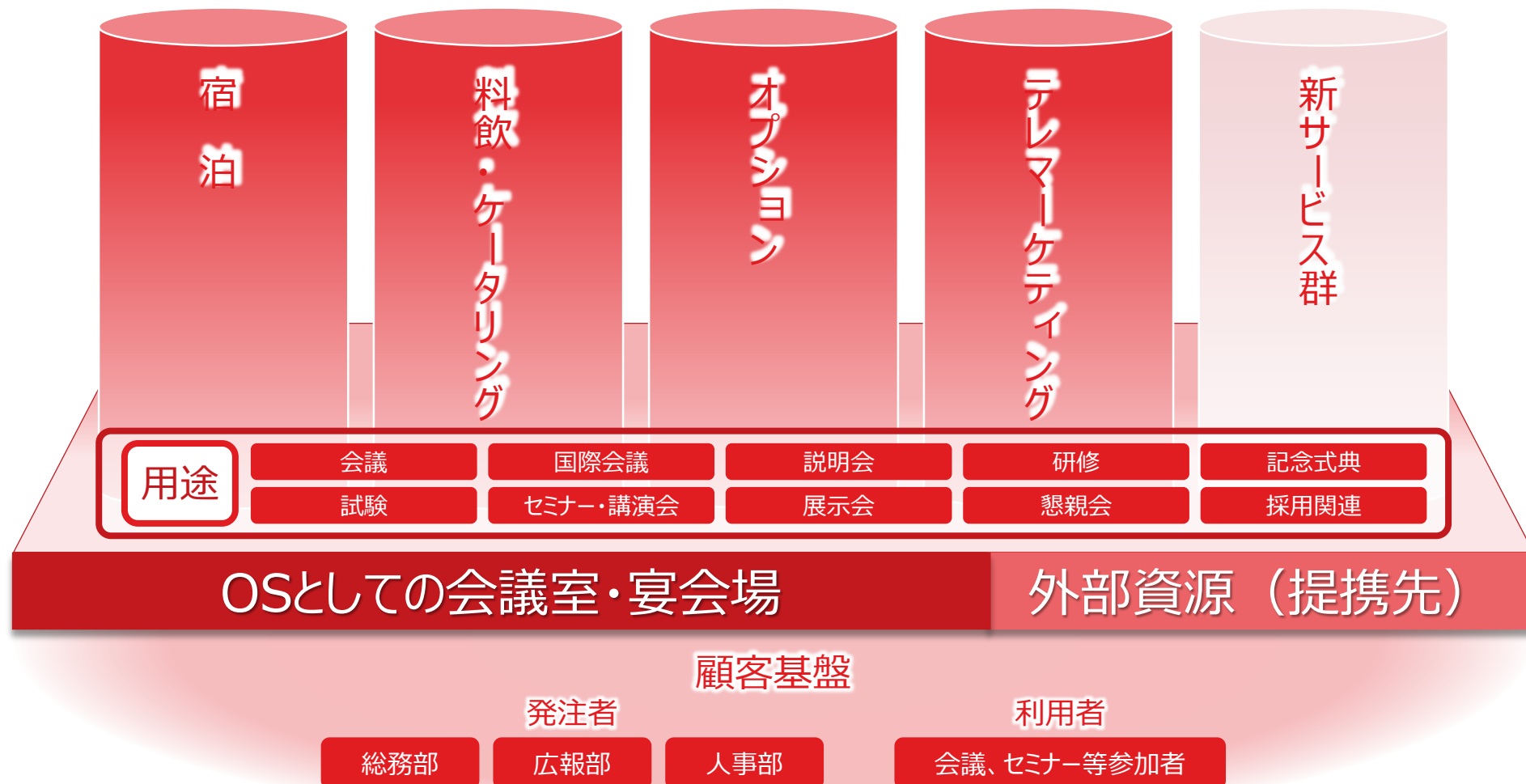
会議室併設型
ビジネスホテル

会議室併設型
コンパクトホテル

不稼働資産の再生、利活用

貸会議室への送客手段及び、会議等の宿泊ニーズへの対応

- 消費の現場（=空間）を提供する強みと、各種リソースを掛け合わせることで、引き続き会議室という「Operating System」に新たなサービスをビルトインしていく。



2017年2月期 決算概要

■ すべての主要損益で前年同期比を超過。平均134%の成長を達成。

(百万円)	2016年2月期	2017年2月期	前年同期比
売上高	17,941	21,978	122.5%
営業利益	2,004	2,694	134.4%
経常利益	1,848	2,552	138.1%
当期純利益	935	1,352	144.5%

【業績が好調な要因】

1 新規出店による直営貸会議室数の増加

2 高付加価値のガーデンシティPREMIUMの拡大

3 閑散期の試験会場ニーズ等新用途の開発

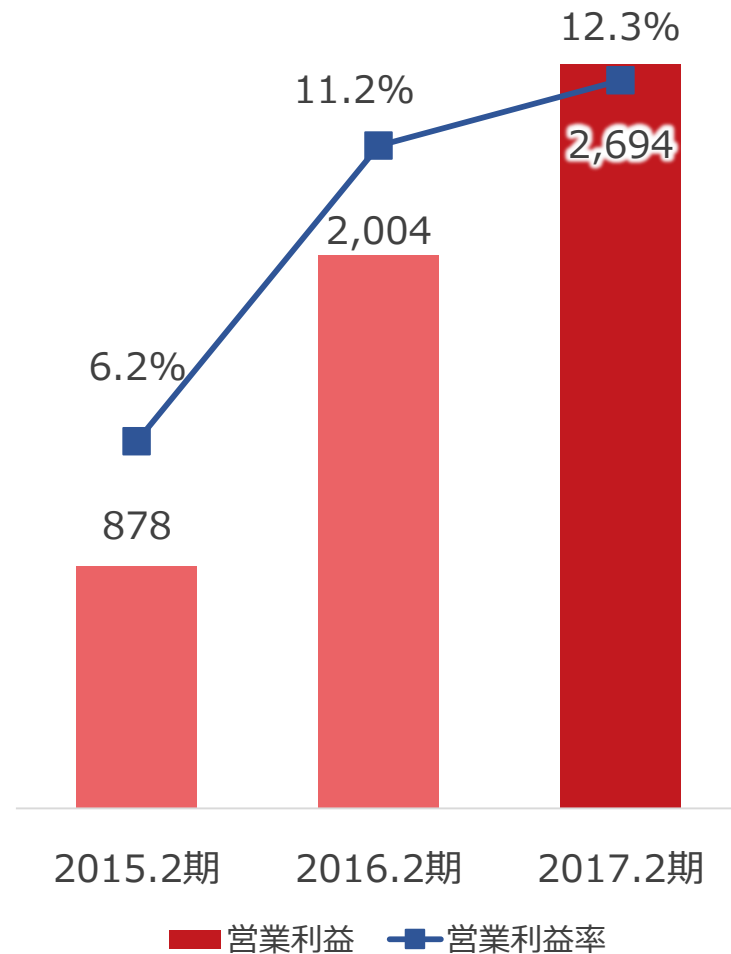
4 新規オープンホテルの順調な稼動

■ 売上高・営業利益は順調に拡大。

売上高推移 (単位：百万円)

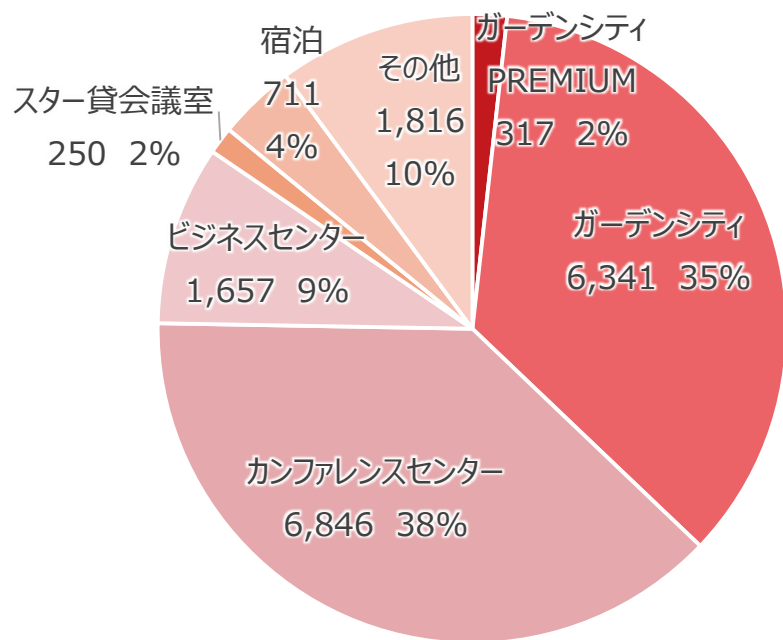


営業利益推移 (単位：百万円)



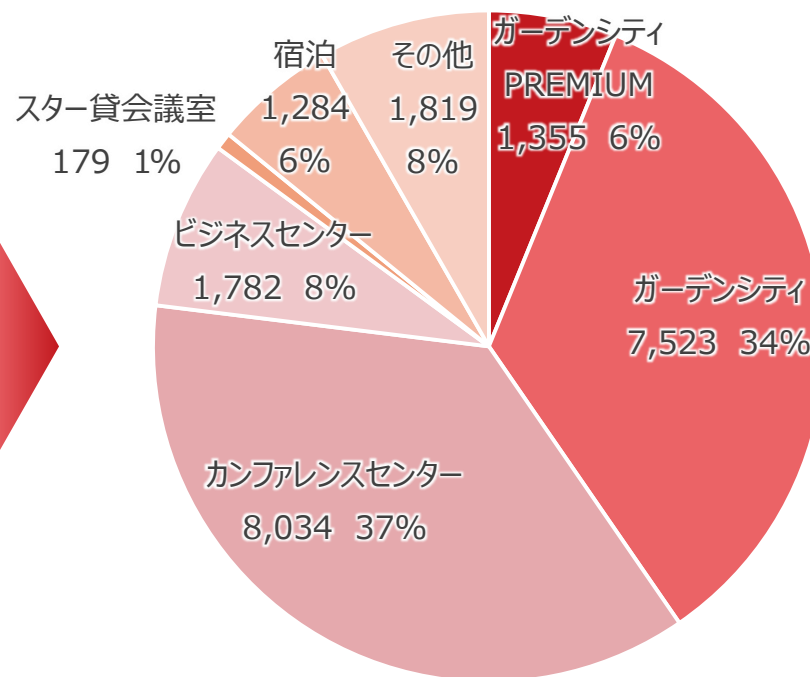
■ グレード別では上位3グレードが売上高を牽引。上位3グレードが順調に拡大。

2016年2月期 グレード別売上高（単位：百万円）



(2016年2月期連結売上高)

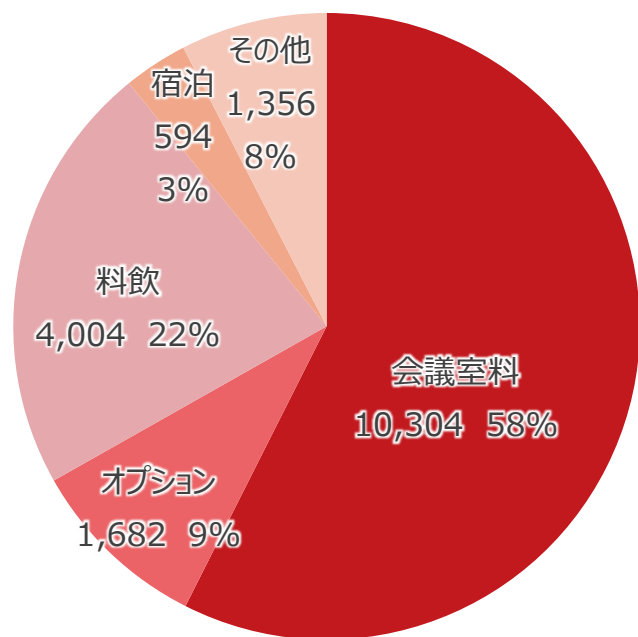
2017年2月期 グレード別売上高（単位：百万円）



(2017年2月期連結売上高)

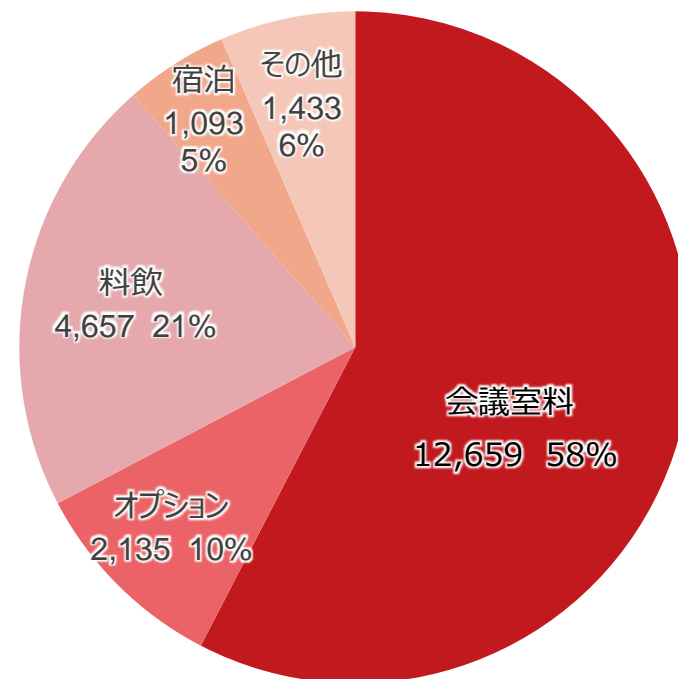
- サービス別売上高では会議室以外の周辺サービスも堅調に拡大。

2016年2月期 サービス別売上高（単位：百万円）



(2016年2月期連結売上高)

2017年2月期 サービス別売上高（単位：百万円）



(2017年2月期連結売上高)

2018年2月期 業績予想

■ 2018年2月期の業績予想では、平均122%の成長を計画。

(百万円)	2017年2月期 (実績)	2018年2月期 (予想)	前年同期比
売上高	21,978	26,839	122%
営業利益	2,694	3,271	121%
経常利益	2,552	3,021	118%
当期純利益	1,352	1,705	126%

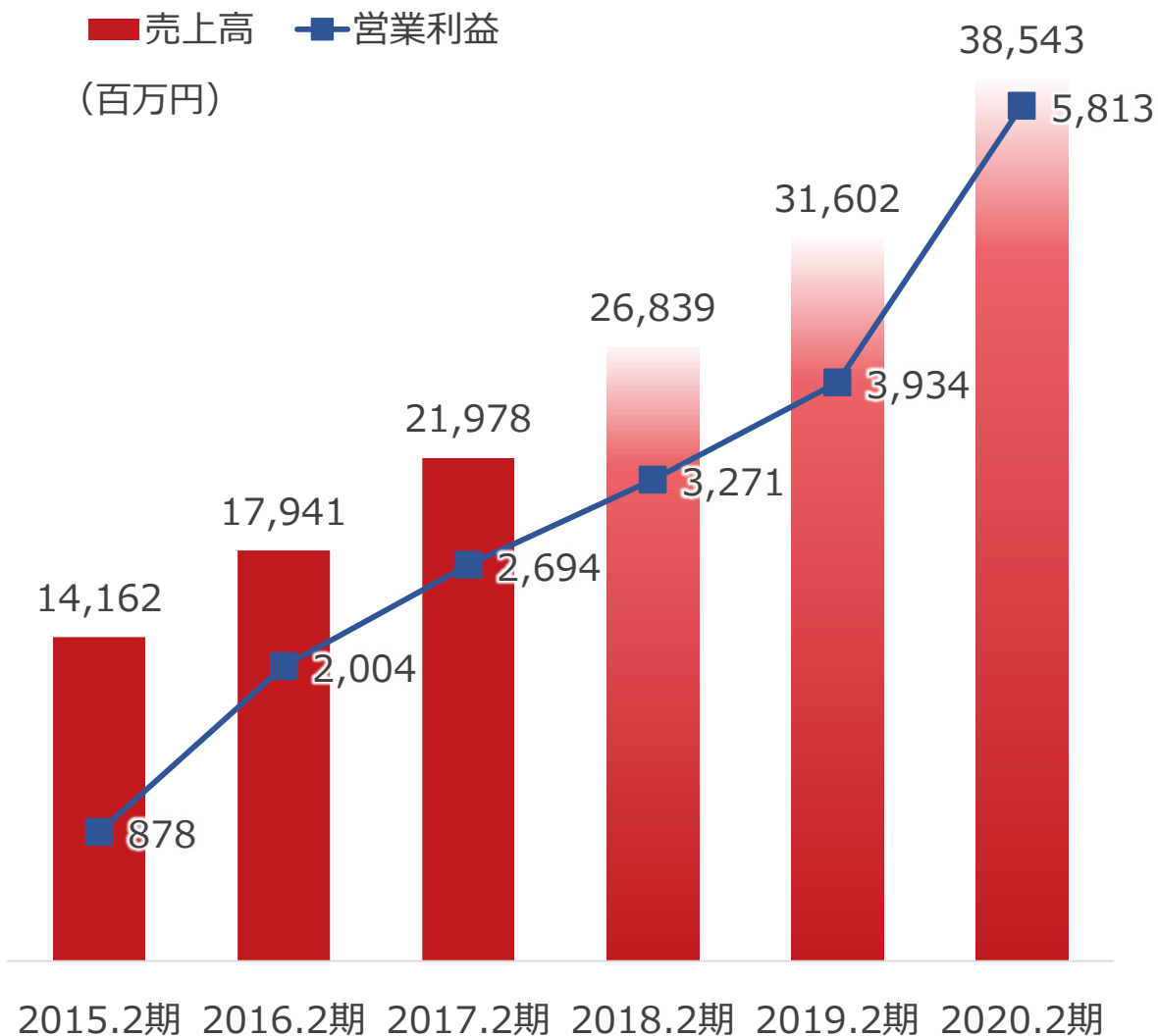
【業績予想達成の施策】

- | | |
|------------------------------------|------------------------|
| 1 積極的な新規出店を継続 | 2 高付加価値なグレード中心の展開 |
| 3 イベントコンシェルジュ・営業支援システム導入による営業体制の強化 | 4 総合シティホテルアジュール竹芝の運営開始 |

中期経営計画



■ 2020年2月期に売上高385億円、営業利益58億円を目標とする。



2020.2期に建築中のホテルが業績に寄与

地域	開業時期	客室数	カテゴリー
西葛西	2017.12	124	コンバージョン
川崎	2018.4	143	新築
梅田	2018.8	161	新築
外神田	2018.12	87	新築
浜松町	2019.2	100	(増室分)
曾根崎	2019.2	270	新築
仙台	2019.3	305	新築

- 「売上高成長率」（20%）及び「連結営業利益率」（14～15%）を目標とする。

(百万円)	2017年2月期 (実績)	2018年2月期 (予想)	2019年2月期 (計画)	2020年2月期 (計画)
売上高	21,978	26,839	31,602	38,543
営業利益	2,694	3,271	3,934	5,813
経常利益	2,552	3,021	3,589	5,459
当期純利益	1,352	1,705	2,044	3,221

【ご注意】

本資料は、当社グループをより深く理解していただくためのものであり、本資料に記載されたいかなる情報も、当社株式の購入や売却を勧誘するものではありません。また、これらに関する投資アドバイス目的で作成されたものでもありません。

本資料に記載されている業績見通し等は、いずれも当社グループが現時点で入手可能な情報を基にした予想値であり、これらは市場環境や事業の進展などの不確実な要因の影響を受けます。

従って、実際の業績等は、本資料に記載されている予想とは大きく異なる場合がありますことをご承知おき下さい。