

|| 企業調査レポート ||

ティーケーピー

3479 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2017年6月7日(水)

執筆：フィスコアナリスト

清水さくら

FISCO Ltd. Analyst **Sakura Shimizu**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 会社概要	01
2. 2017年2月期決算	01
3. 2018年2月期会社予想	01
4. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業内容等	05
1. ビジネスモデル	05
2. 法人向け貸会議室	06
3. 拠点と会議室数	07
4. 周辺事業	08
5. 顧客	09
6. 収益構造	09
■ 経営戦略	10
1. 積極的な出店方針と市場環境	10
2. 顧客クラスに応じたアプローチ	11
3. 稼働率と顧客単価の向上	11
■ 中期経営計画	12
■ 業績動向	13
1. 2017年2月期決算	13
2. 2018年2月期会社予想	18
■ 株式需給	18

■ 要約

空間再生流通事業を展開、売上・利益ともに急拡大が続く

1. 会社概要

ティーケーピー <3479> は、「IT とリアルビジネスの融合」をコンセプトに空間再生流通事業を展開する。主軸の事業は貸会議室の運営で、資産オーナーから不動産を仕入れ、それを法人に小口で販売・シェアリングを行う。貸会議室関連でケータリングや宿泊などの周辺事業も拡大、貸会議室の利用者のニーズに応えるべく幅広いサービスを提供してきた。法人向け貸会議室は5つのグレード別に展開、オフィスバンケット仕様からライトユースまで目的や予算に応じた貸会議室を借りることができる。「持たざる経営」を推進、基本的に仕入れの貸会議室は賃貸契約としているため、既存の不動産業とは異なり不動産価格の変動はほとんど受けない事業構造となっている。直近の会議室数は1,833室、総席数は133,614席、総契約面積は90,907坪（2017年5月現在）で全国の主要都市に幅広く展開。2017年3月に東京証券取引所マザーズに上場した。

2. 2017年2月期決算

2017年2月期連結業績は、売上高が前期比22.5%増の21,978百万円、営業利益が同34.4%増の2,694百万円と大幅な増収増益。新規出店による直営貸会議室数の増加、高付加価値のガーデンシティ PREMIUMの拡大、閑散期の試験会場ニーズ等新規用途の開発、新規オープンホテルの順調な稼働等により売上高は大幅に拡大した。また、売上高の伸び率より売上原価及び販管比率の伸びが低く抑えられたことにより営業利益段階で34.4%増、営業利益率は前期比から1.1ポイント上昇、2015年2月期との比較では、6.1ポイントの上昇となる12.3%となった。売上高拡大だけでなく、コストコントロールも含めて上手く運営できているようだ。ROEは36.0%、ROAは12.5%と高水準。

期中における国内貸会議室の展開先は、「TKP ガーデンシティ PREMIUM 大阪駅前」、「TKP 心斎橋駅前カンファレンスセンター」、「TKP 新橋カンファレンスセンター」のほか、会議室併設型ビジネスホテル第2号店となる「アパホテル<TKP 札幌駅北口>EXCELLENT」、第3号店の「アパホテル<TKP 日暮里駅前>」。

3. 2018年2月期会社予想

2018年2月期連結業績予想は、売上高26,839百万円（前期比22.1%増）、営業利益3,271百万円（同21.4%増）、経常利益は3,021百万円（同18.4%増）、親会社株主に帰属する当期純利益は1,705百万円（同26.1%増）で、現行の出店計画の積上げで策定。期末には、236拠点、1,946室になる見通し。

要約

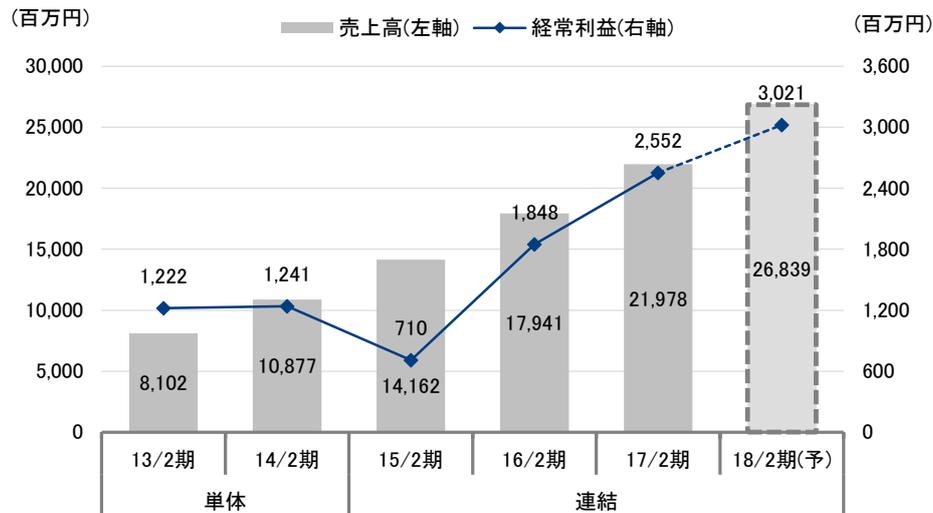
4. 中期経営計画

計数目標としては、売上高成長率20%と連結営業利益率14～15%を目標とし、2020年2月に売上高38,543百万円、営業利益は5,813百万円（営業利益率15.1%）を掲げている。しかしながら、計画の内訳を見ると、現在までに出店が決定している内容のみを織り込んでおり、目標数値というより実行計画の位置付けが強いと弊社では考えている。

Key Points

- ・空間再生流通事業を営む。貸会議室の運営を主軸に周辺事業も展開。
- ・2017年2月期連結業績は売上高が前期比22.5%増、営業利益が同34.4%増と大幅な増収増益を達成。
- ・2018年2月期連結業績予想は、売上高が前期比22.1%増、営業利益が同21.4%増の計画。
- ・中期経営計画では、2020年2月期に売上高38,543百万円、営業利益5,813百万円（営業利益率は15.1%）を掲げているが、事実上の実行計画と弊社は見ている。

業績推移



出所：有価証券届出書及び決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

空間再生流通事業を展開

1. 会社概要

同社は、「ITとリアルビジネスの融合」をコンセプトに空間再生流通事業を展開する。主な事業は貸会議室の運営で、貸会議室関連でケータリングや宿泊などの周辺事業を中心に事業を拡大してきた。直近の会議室数は、1,833室、総席数は133,614席、総契約面積は東京ドーム6.4倍に相当する90,907坪に及ぶ。2017年3月27日、東証マザーズに上場を果たした。商号のTKPの由来は、河野貴輝（かわのたかてる）代表取締役社長の氏名の「Takateru Kawano Partners」だが、「トータル空間プロデュース」という意味でも推進している。

2. 沿革

2005年に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」と「貸オフィスネット」を運営開始、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したほか、会議・研修のトータルサービスを提供開始、単なる貸会議室だけでなく同社にとって重要な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も参入。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「レクターレ」をオープンし宿泊型研修会場の提供を開始したほか、ニューヨークとシンガポールに出店している。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>」を出店し、会議室併設型ハイブリッドホテルを運営開始した。2015年には伊豆長岡に「石のや」で旅館事業に参入、同社のブランドで最高位となる「ガーデンシティ PREMIUM」を新設、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年にはファーストキャビンと資本業務提携を締結、簡易宿泊事業に参入。2017年には東京証券取引所マザーズ市場に上場したのをはじめ、「3L entrance」の買収でシェアオフィス・レンタルオフィス事業に参入、スペースマッチングサービスである「クラウドサービス」の運営を開始、海外でもマレーシアに進出し、事業の急拡大は続いている。

ティーケーピー | 2017年6月7日(水)
 3479 東証マザーズ | <http://ir.tkp.jp/ja/index.html>

会社概要

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」「貸オフィスネット」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	株式会社コンピ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 第二種旅行業免許を取得、会議・研修のトータルサービスを提供開始
2009年	株式会社 TKP プロパティーズを設立、ビル管理事業に参入
2010年	株式会社 TKP テレマーケティングを設立、コールセンター事業に参入 「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をオープン、ホテル内宴会場を運営開始 帝珂碧（上海）会務有限公司を設立 中国・上海に初出店
2012年	TKP SINGAPORE IN PTE. LTD. を設立 香港に初出店
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を強化 「TKP ホテル & リゾート」ブランドを立ち上げ 箱根・熱海・軽井沢にセミナーホテル「レクターレ」をオープン、宿泊型研修会場を提供開始 NY・シンガポールに初出店
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を図る 同業他社「ティーズグループ」を M&A 札幌に「アパホテル< TKP 札幌駅前>」をオープン、会議室併設型ハイブリッドホテルを運営開始
2015年	伊豆長岡に「石のや」をオープン、旅館事業に参入 オフィスビル型最高峰ブランド「ガーデンシティ PREMIUM」を新設 東京・日暮里でホテル建設を開始 仙台・大阪でホテル建設プロジェクトを始動 ラーニングエッジに出資、イベント・コンテンツ事業に参入
2016年	ファーストキャビンと資本業務提携、簡易宿泊事業に参入 ニューヨーク近郊でホテル宴会場・レストラン・カフェテリア運営事業に進出 家具販売事業参入 鹿児島県に初進出
2017年	東京証券取引所マザーズ市場に上場 「3L entrance」を M&A、シェアオフィス・レンタルオフィス事業に参入 スペースマッチングサービスである「クラウドスペース」の運営を開始 マレーシアに初進出

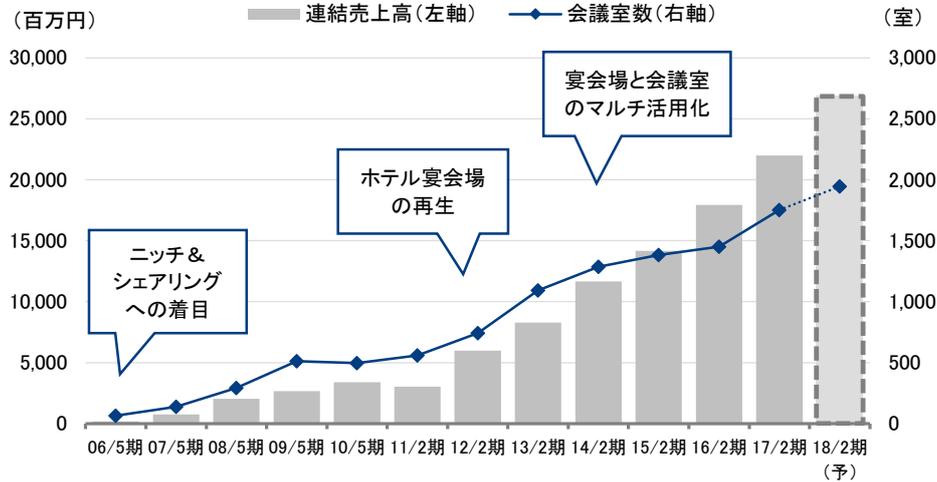
出所：目論見書、プレスリリース及び決算短信よりフィスコ作成

同社は創業以来、9ヶ月の変則決算であった2011年2月期を除き、毎年20%以上の増収を続けてきた。当初はニッチとシェアリングへの着目が契機となり創業したが、それだけにとどまらず2012年2月期にはホテル宴会場の再生、2014年2月期には宴会場と会議室のマルチ活用に着目するなど事業領域を広げ収益化に成功してきた。

ティーケーピー | 2017年6月7日(水)
 3479 東証マザーズ | <http://ir.tkp.jp/ja/index.html>

会社概要

創業来の連結売上高及び会議室数の推移



注：2011年2月期は9ヶ月の変則決算
 出所：会社案内及び決算説明会資料よりフィスコ作成

■ 事業内容等

大口で仕入れ、空間を再生、小口で販売・シェアリング

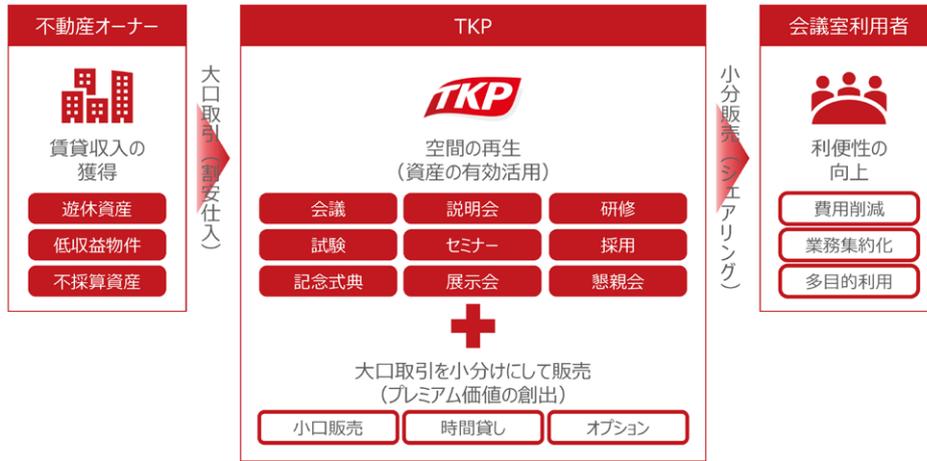
1. ビジネスモデル

同社のビジネスモデルは、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。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い貸会議室仕様にする。同社の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。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上手くつないでいる。

同社のビジネスモデルの特徴の1つに「持たざる経営」が挙げられる。仕入れは賃貸契約を主軸としているため、同社の業績における不動産価格の変動影響は小さく、通常不動産会社が有するリスクとは異なっていることに注意したい。

事業内容等

ビジネスモデル



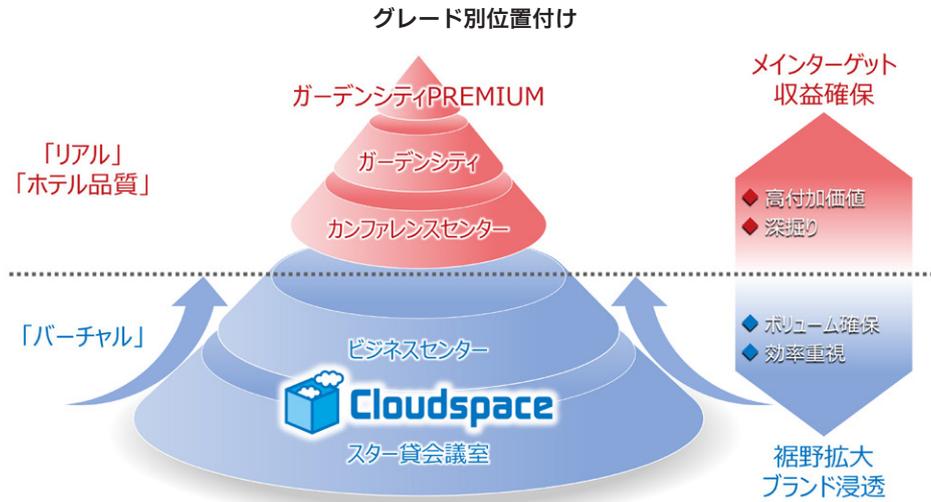
出所：決算説明会資料より掲載

2. 法人向け貸会議室

法人向け貸会議室はグレード別に展開しているのも同社の特徴の1つだ。グレードは、単価の高いものから、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、スター貸会議室があり、ガーデンシティ PREMIUM とガーデンシティはフラッグシップの位置付けで、カンファレンスセンターはスタンダードとなっている。ガーデンシティ PREMIUM は新築・築浅物件だが、ほかはすべてリノベーションが中心だ。ガーデン PREMIUM はマルチ活用できるスタイリッシュな複合施設で、ガーデンシティは同社における最高品質の多目的ホールとなっている。ガーデンシティ PREMIUM は11拠点に113室、ガーデンシティは34拠点に412室ある。スタンダード会議室のカンファレンスセンターは、拠点数・室数で最大となる69拠点、809室。ライトユーズとして展開しているビジネスセンターとスター貸会議室のうち、ビジネスセンターはリーズナブルな会議室で56拠点に380室あり、スター貸会議室は小規模会議室で39拠点に80室ある。同社は低価格での会議室利用で顧客を獲得し、利便性などのメリットを顧客に認識させ、次の高グレードな貸会議室への利用につなげていく戦略を取っており、その幅広いグレード及び拠点数・室数の会議室利用で顧客単価及びリピート率につなげている。

ティーケーピー | 2017年6月7日(水)
 3479 東証マザーズ | <http://ir.tkp.jp/ja/index.html>

事業内容等

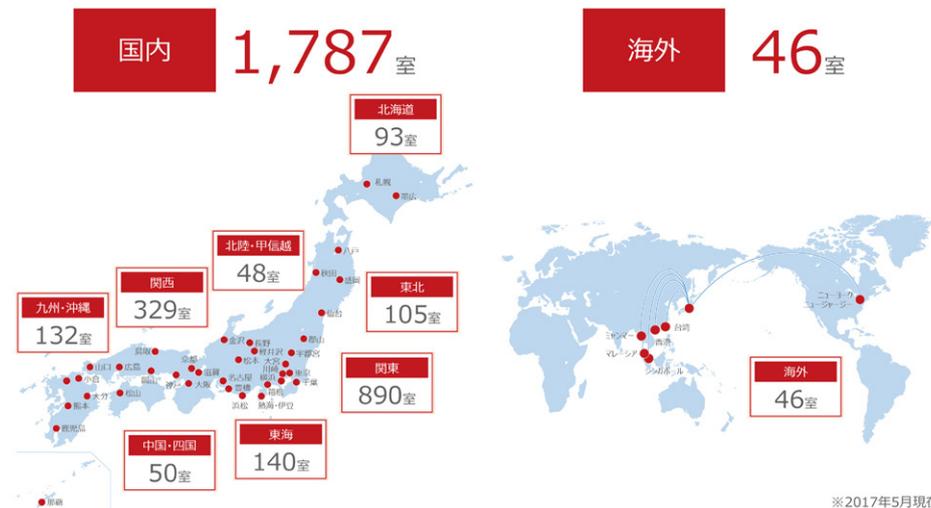


出所：決算説明会資料より掲載

3. 拠点と会議室数

国内では2017年4月末時点で1,833室の貸会議室を展開、その地域別内訳は、北海道が93室、東北105室、北陸・甲信越が48室、関東890室、東海140室、関西329室、中国・四国が50室、九州・沖縄が132室と日本全国に広く展開している。海外では、ニューヨーク、ニュージャージー、香港、シンガポール、台湾、ミャンマーにも進出しており、海外の室数は46室。2017年5月にはマレーシアのクアラルンプールに出店。

貸会議室を全国で展開



出所：決算説明会資料より掲載

※2017年5月現在

ティーケーピー | 2017年6月7日(水)
3479 東証マザーズ | <http://ir.tkp.jp/ja/index.html>

事業内容等

4. 周辺事業

同社が他の貸会議室ビジネスを行っている企業との差別化理由の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、その他にも展開、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、レストランから成り、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。駅に近いシティホテルでは宿泊施設はあるが会議室や食事を提供するための大規模キッチンだけを設けるだけのスペースがないことが多い。同社がケータリングや弁当事業として抱えることで、駅にアクセスしやすい物件においても会議室のスペースさえあれば食事の提供や懇親会会場にも転用が可能なことは特筆すべきだろう。また、同社は、幅広いオプションも提供しており、それには、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、高機能プロジェクターなどがあり、顧客の利便性を高める内容となっている。さらに、同社は顧客からの要望により宿泊も提供している。研修旅行や社員旅行として使用されており、リゾート型宿泊研修施設である「レクトーレ」、伊豆長岡温泉の「石のや」、ホテルと会議室のハイブリッド施設として「アパホテル」、コンパクトホテルと会議室のハイブリッド施設の「FIRST CABIN」、都市型リゾート宿泊施設の「アジュール竹芝」を展開している。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、経営が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。

周辺サービス

料飲		オプション			
<p>ケータリング</p> <p>お弁当</p> <p>カフェ</p> <p>レストラン</p>	<p>同時通訳システム</p> <p>テレビ会議システム</p> <p>研修コーディネイト</p> <p>映像・音響・照明</p>	<p>人事採用向けレンタル</p> <p>オフィス家具・機器</p> <p>パーティション組立</p> <p>高機能プロジェクター</p>			
宿泊			その他		
<p>研修旅行パック</p> <p>社員旅行パック</p> <p>提携ホテル</p>	<p>レクトーレ</p> <p>石のや</p> <p>アパホテル</p> <p>FIRST CABIN</p> <p>AZUR</p>	<p>リゾート型宿泊研修施設</p> <p>伊豆長岡温泉はなれの宿</p> <p>ホテルと会議室のハイブリッド施設</p> <p>コンパクトホテルと会議室のハイブリッド施設</p> <p>都市型リゾート宿泊施設</p>	<p>TKP テレマーケティング</p> <p>宿泊手配</p> <p>交通手配</p>		

出所：決算説明会資料より掲載

5. 顧客

年間利用企業は 22,500 社で、うち 2,000 社が上場企業となっており、誰もが知る企業名が顧客リストに並ぶ。延べ利用企業は 60,000 社。売上順位別構成比を見ると、上位 10 社が売上高の 10% 程度を占め、20 社までが 20% 弱、上位 500 社が売上高の約半分を占め、上位 2,500 社で 80% 程度を構成している。優良な顧客が多いことももちろんだが、上位社への売上高依存が低く、個別顧客の事情による収益への影響は小さい構造となっている。また、既存顧客が売上高の約 80% を占めており、高いリピート率を誇る。

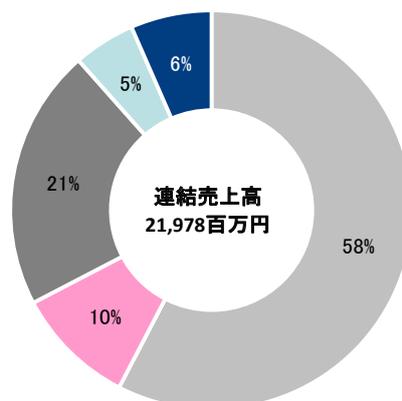
会議用途は幅広く、会議が 20% 弱、セミナー・講演会が 20% 弱、研修が 10% 台半ば、採用関連が 10% 台前半、試験が約 10%、懇親会が約 10%、説明会・展示会が数%、残りがその他という構成になっている。以前は懇親会にはホテルの宴会場という選択肢しかなかったが、同社の格安料金設定及び料飲事業への拡大により顧客側の選択肢が広がった。また、学習塾や予備校の模試会場、大学の入試会場などの新規需要の獲得も進んでいる。

6. 収益構造

2017 年 2 月期におけるサービス別連結売上高構成比は、会議室料が 58%、オプションが 10%、料飲が 21%、宿泊が 5%、その他が 6% となっており、会議室料が最も高い構成比であることはもちろんだが、料飲が 21% と室料に次ぐ稼ぎ手となっている。グレード別では、フラッグシップの位置付けのガーデンシティ PREMIUM とガーデンシティの合計が 40%、スタンダードのカンファレンスセンターが 37%、ライトユーズのビジネスセンターが 8%、スター貸会議室が 1%、宿泊が 6%、その他が 8% で、フラッグシップとスタンダードだけで 77% に達する。

2017年2月期サービス別連結売上高の構成

■ 会議室料 ■ オプション ■ 料飲 ■ 宿泊 ■ その他

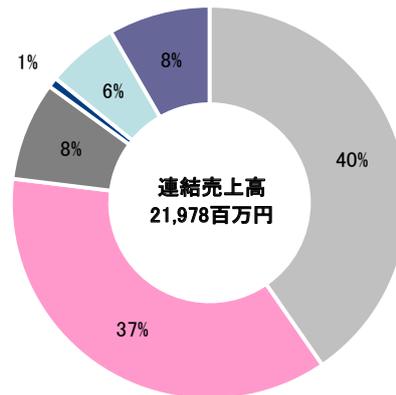


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業内容等

2017年2月期グレード別連結売上高の構成

- ガーデンシティ・ガーデンシティPREMIUM
- ビジネスセンター
- 宿泊
- カンファレンスセンター
- スター貸会議室
- その他



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

会議室料の売上総利益率は約 25%、オプションは 80% 超、料飲は 45% 前後。広告宣伝費・不動産賃料・運営人件費等の固定費を低く抑えているため、損益分岐点が低いのが特徴だ。具体的な料金を見ると、ホテルの宴会場で会議と食事をすると、立食であっても 1 人当たり 10,000 円程度かかるが、同社のホテルグレードの会議室だと、4,500 円～ 5,000 円の負担で済むなど、同社の価格優位性は圧倒的に高い。

■ 経営戦略

拡大余地は大きい

1. 積極的な出店方針と市場環境

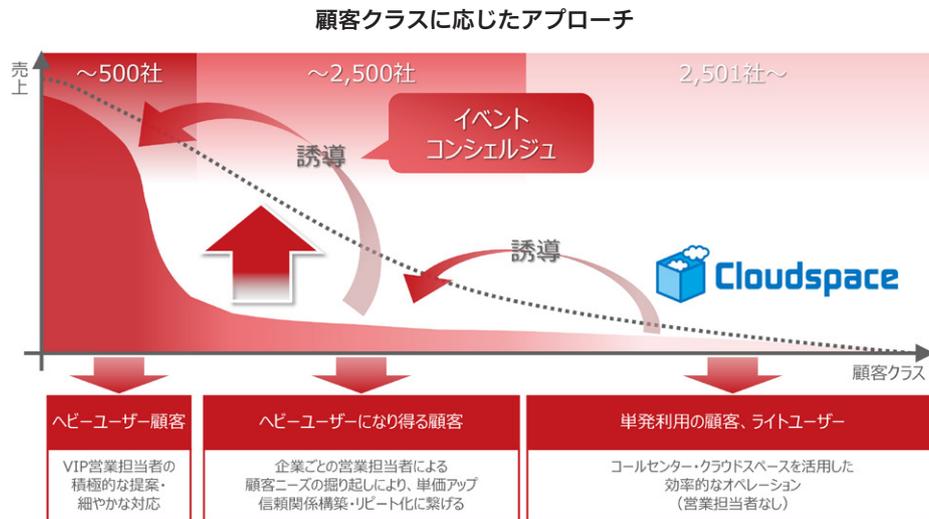
同社は積極的な出店を続ける方針。出店には仕入れが欠かせないが、国内の不動産市況を見ると、都心地区では築 20 年以上のオフィスビルの割合が 61% と高く、老朽化によるオフィスの移転により、同社の仕入れ対象が今後も増加すると見ている。新築オフィスビルの着工も堅調であるが、オフィス移転による坪単価の上昇のため、企業は経費を削減する手段として会議室を減らす企業が増加する見込みであり、同社事業にとっては追い風と言える。企業向け研修サービス市場規模は、2015 年に 4,970 億円とも言われ、同社事業の拡大余地はまだ大きい。2017 年 4 月 25 日時点で、機関決定されている 2018 年 2 月期の出店計画には、ガーデンシティ PREMIUM1 件、ガーデンシティ 5 件、カンファレンスセンター 2 件があるが、豊富なパイプラインによる割安仕入れを積極的に行うとしている。

経営戦略

2. 顧客クラスに応じたアプローチ

同社は売上高上位 500 社をヘビーユーザー顧客とし、VIP 営業担当者が積極的な提案・細やかな対応をし、501 社～2,500 社までをヘビーユーザーになり得る顧客と位置付け、顧客ごとの営業担当者による顧客ニーズの掘り起こしにより、単価の上昇・信頼関係構築・リピート化につなげるとしている。特に、この層については、顧客のためにイベント等で発生する会場・設備の手配や運営のサポートを行うスペシャリストであるイベントコンシェルジュを新たに創設し、単価の高い用途への誘導を行う方針だ。これまで、同社は上位 500 社のみ営業担当者を付けていたが積極的な需要の掘り起こしまでには至らなかった。今後は上位 500 社への積極的な営業及び 2,500 社までの顧客企業に新たに営業を付けることで、売上高拡大を図るとしている。

一方、2,501 社以降の単発利用の顧客及びライトユーザーについては、営業担当者は付けずに、コールセンターやクラウドスペースを活用した効率的なオペレーションを行うとしている。クラウドスペースはアプリを使った同社のマッチングサイトで、ビジネスセンター及びスター貸会議室の利用者及びスペース提供者を対象とし、オンライン上で会議室の予約等が完結する仕組み。クラウドスペースの導入によって、低収益顧客層への効率的なアプローチとケアが可能となるほか、新規ユーザー獲得のための集客インフラとしても活用できること、空きスペースマッチングサービス事業者への牽制、不動産オーナーとの接点拡大と潜在仕入れ先の開拓も目論んでいる。



出所：決算説明会資料より掲載

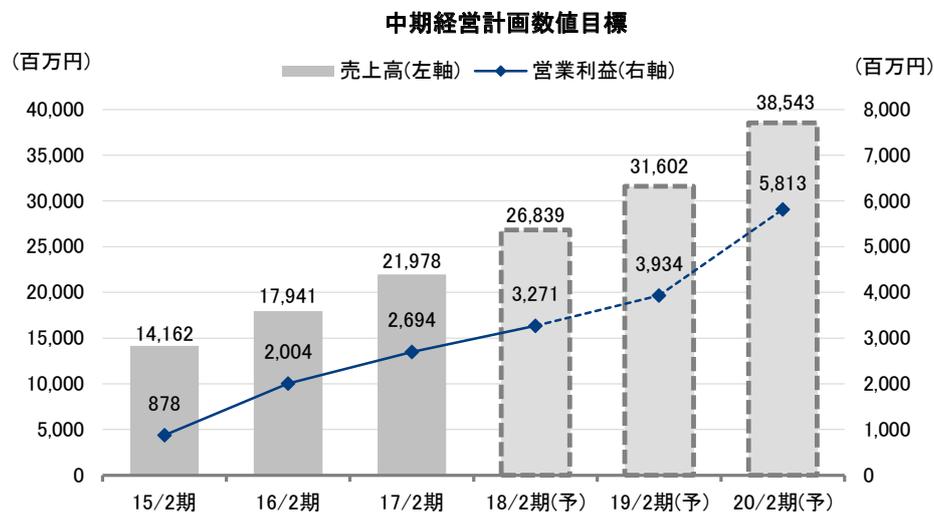
3. 稼働率と顧客単価の向上

現状の法人貸会議室の稼働率の全体的な傾向としては、新卒研修などで需要がピークとなる4月は100%に近い状況だが、5-6月は80%と比較的高稼働が続くものの、閑散期である7月から3月までの稼働率は20～40%と低くなっている。同社は、イベントコンシェルジュに加え、顧客データベースの強化・活用によって、営業を強化する方針だ。また、貸会議室需要を最大化するため、宿泊施設の利用拡大及び深耕にも取り組むとしている。

■ 中期経営計画

事実上の実行計画の位置付けである中期経営計画

同社は、2018年2月期から2020年2月期を対象期間とする中期経営計画を発表している。基本方針は、持たざる経営、積極的な出店の継続、宿泊を含めた周辺事業の取り込み・内製化、M&Aを含む新規事業分野の開発、既存スペースのさらなる有効活用、高付加価値化と効率化の6つ。計数目標には、売上高成長率20%と連結営業利益率14～15%を目標とし、売上高は、2018年2月期に26,839百万円、2019年2月期に31,602百万円、2020年2月期に38,543百万円、営業利益は、それぞれ3,271百万円（営業利益率は12.2%）、3,934百万円（同12.4%）、5,813百万円（同15.1%）を掲げている。この計画に織り込まれているホテル案件は、西葛西のコンバージョン（開業時期2017年11月予定、客室数124室）、川崎の新築（同2018年4月、同143室）、梅田の新築（2018年8月予定、161室）、外神田の新築（2018年12月、87室）、浜松町の増室分（2019年2月、100室）、仙台の新築（2018年9月、305室）。これらから分かることは、前述の数値目標は、今後の営業努力やM&Aによる業績拡大ポテンシャルを含むものではなく、既に手元にある案件を積み上げたものであるということだ。M&Aによるのれんの発生による収支の低下というダウンサイド・リスクも否めないが、同社がターゲットとしている市場の需給を考慮すると新案件を大きなプレミアムで買収する可能性は低いだろう。よって、目標というより、事実上の実行計画と弊社では見ている。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

中期経営計画

中期経営計画に織り込まれているホテル開発案件

地域	開業時期	客室数	カテゴリー
西葛西	2017年11月	124	コンバージョン
川崎	2018年 4月	143	新築
梅田	2018年 8月	161	新築
外神田	2018年12月	87	新築
浜松町	2019年 2月	100	増室分
仙台	2018年 9月	305	新築

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

なお、同社が上場時に発表している資金の使途の内訳は、ガーデン PREMIUM6 拠点の新規出店で 540 百万円、カンファレンスセンター 5 拠点の新規出店が 150 百万円、ビジネスセンター 8 拠点の新規出店が 110 百万円、アジュール竹芝の改修工事が 600 百万円、西葛西宿泊施設の建設工事が 590 百万円、梅田宿泊施設の建設工事が 99 百万円となっている。

時間軸としては中期経営計画達成後になるかもしれないが、ニューヨークの貸会議室の成果についても弊社は今後注目したい。タイムズスクエアという好立地にあり、グローバルでトップ企業の多くが顧客名簿に名を連ねている。現状は週末の利用に課題があるようだが、今後の展開及び深耕次第で海外展開におけるモデルケースになる可能性もあるだろう。

業績動向

売上高・利益の急拡大は続く

1. 2017年2月期決算

2017年2月期連結業績は、売上高が前期比 22.5% 増の 21,978 百万円、営業利益が同 34.4% 増の 2,694 百万円、経常利益が同 38.1% 増の 2,552 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同 44.5% 増の 1,352 百万円と大幅な増収増益。新規出店による直営貸会議室数の増加、高付加価値のガーデンシティ PREMIUM の拡大、閑散期の試験会場ニーズ等新規用途の開発、新規オープンホテルの順調な稼働等により売上高は大幅に拡大した。また、売上高の伸び率より売上原価及び販管比率の伸びが低かったことにより 34.4% の営業増益を達成、営業利益率は前期比から 1.1 ポイント上昇、2015年2月期との比較では、6.1 ポイントの上昇となる 12.3% となった。売上高拡大だけでなく、コストコントロールも含めてうまく運営できているようだ。ROE は 36.0%、ROA は 12.5% と高水準。

ティーケーピー | 2017年6月7日(水)
 3479 東証マザーズ | <http://ir.tkp.jp/ja/index.html>

業績動向

期中における国内貸会議室の展開先は、「TKP ガーデンシティ PREMIUM 大阪駅前」、「TKP 心齋橋駅前カンファレンスセンター」、「TKP 新橋カンファレンスセンター」のほか、会議室併設型ビジネスホテル第2号店となる「アパホテル<TKP 札幌駅北口>EXCELLENT」、第3号店として「アパホテル<TKP 日暮里駅前>」。期末時点では、前期末比14.4%増の215拠点、同14.1%増の1,752室の貸会議室数となった。

簡易連結損益計算書

	(単位：百万円)		
	15/2期	16/2期	17/2期
売上高	14,162	17,941	21,978
前期比	-	26.7%	22.5%
売上原価	9,531	11,376	13,707
前期比	-	19.4%	20.5%
売上総利益	4,631	6,565	8,271
前期比	-	41.8%	26.0%
販管費	3,752	4,561	5,576
前期比	-	21.6%	22.3%
営業利益	878	2,004	2,694
前期比	-	128.2%	34.4%
経常利益	710	1,848	2,552
前期比	-	160.3%	38.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	339	935	1,352
前期比	-	175.8%	44.6%
<収益性>			
売上総利益率	32.7%	36.6%	37.6%
売上高営業利益率	6.2%	11.2%	12.3%
売上高経常利益率	5.0%	10.3%	11.6%
売上高当期純利益率	2.4%	5.2%	6.2%
ROE	17.0%	35.5%	36.0%
ROA(総資産経常利益率)	-	13.2%	12.5%

出所：目論見書及び決算短信よりフィスコ作成

(1) サービス及びグレード別売上高

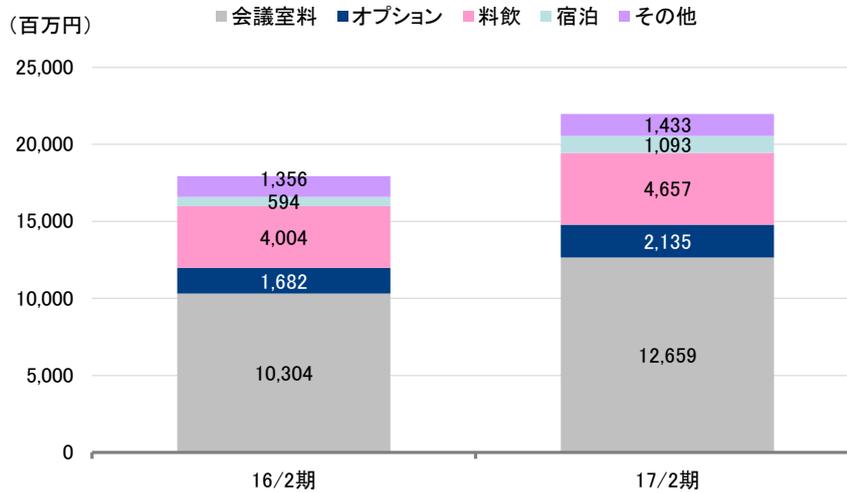
サービス別売上高ではすべての項目において前期を上回った。会議室料は前期比22.9%増の12,659百万円、オプションは同26.9%増の2,135百万円、料飲が同16.3%増の4,657百万円、宿泊が同84.0%増の1,093百万円、その他が同5.7%増の1,433百万円。会議室料、オプション、料飲の構成比は前期から大きな変化は見られなかった。

2017年2月期のグレード別売上高は、ガーデンシティ PREMIUMが1,355百万円(構成比は6%)、ガーデンシティが7,523百万円(同34%)、カンファレンスセンターが8,034百万円(同37%)、ビジネスセンターが1,782百万円(同8%)、スター貸会議室が179百万円(同1%)、宿泊が1,284百万円(同6%)、その他が1,819百万円(同8%)となった。スター貸会議室を除き、すべてにおいて前期より売上高は増加している。特に顕著な変化があったのは、ガーデンシティ PREMIUMの構成比が2%から6%に上昇していることだ。売上高も317百万円から1,355百万円と、1年間で3.3倍に拡大しており、同社のより高付加価値案件への導入が進んでいる証左と考える。

ティーケーピー | 2017年6月7日(水)
 3479 東証マザーズ | http://ir.tkp.jp/ja/index.html

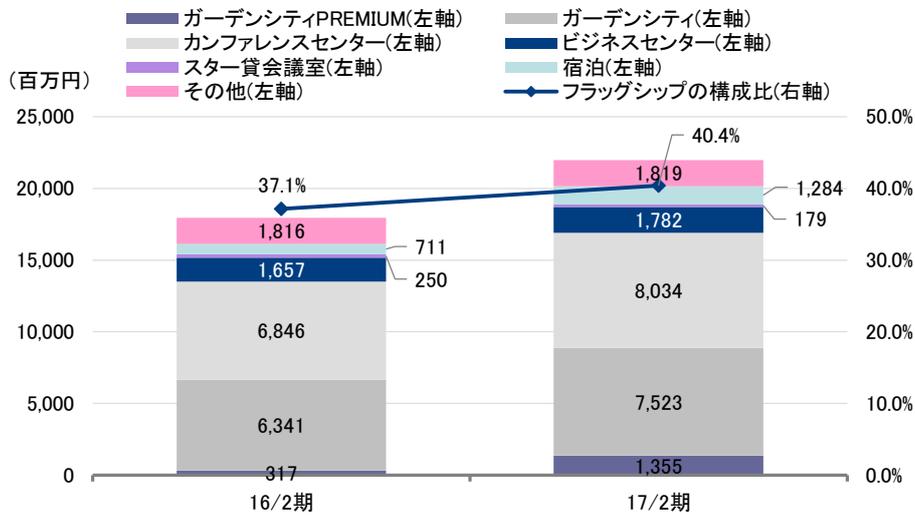
業績動向

サービス別売上高



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

グレード別売上高とフラッグシップの構成比



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

(2) 財務及びキャッシュ・フローの状況

総資産額は、前期末比 7,528 百万円増の 24,140 百万円となった。流動資産は同 441 百万円減の 8,489 百万円、固定資産は同 7,087 百万円増の 15,650 百万円と固定資産が拡大した。固定資産の増加は、主に有形固定資産の増 6,633 百万円に起因しており、その内訳は、アパホテル<TKP 日暮里駅前>の建築及び貸会議室の出店を拡大したことにより建物及び構築物が同 2,292 百万円増の 4,035 百万円、外神田及び曾根崎の宿泊施設用地の取得に伴い土地が同 3,930 百万円増の 6,507 百万円。投資その他の資産は、同 944 百万円増の 4,763 百万円で、主な増加要因は貸会議室出店に伴う敷金及び保証金の増加 503 百万円。負債は同 6,158 百万円増の 19,669 百万円で、短期性及び長期性借入金等の増加で有利子負債額は同 6,356 百万円増の 16,607 百万円となった。最終利益の計上などにより純資産は同 1,370 百万円増の 4,470 百万円。これらにより期末時点の自己資本比率は同 0.3 ポイント悪化の 18.3% となったが、流動比率は 160.7% と健全な水準と言える。

「持たざる経営」を推進しているのに対し、建物及び構築物と土地の増加幅が大きく見えいぶかしく思う読者もいるかもしれない。これは、上場前の数年前に現預金が豊富にあったため資金運用の意味合いや、中古ホテルの購入より新築で土地を購入した方が安い時期があったためその手段として一部不動産を取得したことに伴うもの。今後も土地を取得してホテルを増やすという意味ではない。なお、ホテルは、既に SPV (Special Purpose Vehicle) 化されている。

なお、上記の数値はいずれも上場前の状態であり、上場後の貸借対照表は上記から乖離していることに注意されたい。同社は決算期末の 2017 年 2 月末後である 2017 年 3 月 27 日に東京証券取引所マザーズに上場しており、上場に伴う資金調達、シンジケートローンの発行、社債の発行などにより、特に純資産の部及び有利子負債については 2 月時点の上記の数値から大きく乖離しているだろう。

業績動向

簡易連結貸借対照表

(単位：百万円)

	15/2 期	16/2 期	17/2 期
流動資産	5,145	8,048	8,489
現預金	2,973	5,749	5,494
売掛金	1,285	1,573	2,165
棚卸資産	50	0	0
固定資産	6,206	8,563	15,650
有形固定資産	3,126	4,689	10,822
建物	1,473	1,743	4,035
土地	1,449	2,577	6,507
無形固定資産	49	55	64
のれん	0	0	0
投資その他の資産	3,029	3,819	4,763
資産合計	11,352	16,612	24,140
流動負債	3,386	4,919	5,284
買掛金	287	423	400
短期性借入金等	1,875	2,066	2,673
固定負債	5,767	8,592	14,385
長期性借入金等	5,405	8,185	13,934
負債合計	5,767	13,511	19,669
(有利子負債)	7,280	10,251	16,607
新株予約権	0	0	0
非支配株主持分	9	15	42
純資産合計	2,198	3,100	4,470
自己資本比率	19.3%	18.6%	18.3%
D/E レシオ	332.6%	332.3%	375.0%
流動比率	151.9%	163.6%	160.7%

出所：目論見書及び決算短信よりフィスコ作成

2017年2月末時点の現金及び現金同等物の期末残高は、前期末比305百万円減の5,494百万円。営業キャッシュ・フローは1,096百万円の収入となった。法人税等の支払額1,303百万円、売上債権の増加額593百万円などの支出もあったが、税金等調整前当期純利益2,360百万円、減価償却費440百万円、減損損失191百万円などの収入が上回った。投資キャッシュ・フローは7,705百万円の支出で、有形固定資産の取得による支出6,769百万円が主要因。財務キャッシュ・フローは、長期借入れによる収入6,737百万円や社債の発行による収入1,853百万円などで6,310百万円の収入となった。

業績動向

簡易連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	15/2期	16/2期	17/2期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	205	2,618	1,096
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-2,872	-2,729	-7,705
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,810	2,886	6,310
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	-2,667	-111	-6,609
現金及び現金同等物の期末残高	3,024	5,799	5,494

出所：目論見書及び決算短信よりフィスコ作成

(3) 重要な後発事象

現在までの重要な後発事象としては、シンジケートローンで70億円、社債発行計10億円がある。同社は将来の機動的な資金ニーズへの対応を目的としており、現預金の保有率を高くしたいという意向があるようだ。今後も積極的にM&Aを検討するが、具体的な大規模M&A案件があるため大型調達をした訳ではないもよう。

2. 2018年2月期会社予想

2018年2月期連結業績予想は、売上高26,839百万円（前期比22.1%増）、営業利益3,271百万円（同21.4%増）、経常利益は3,021百万円（同18.4%増）、親会社株主に帰属する当期純利益は1,705百万円（同26.1%増）。この予想数値は積み上げ方式で策定されており、236拠点、会議室数1,946室の前提の下、ガーデンシティPREMIUM及びガーデンシティの売上高は10,565百万円、カンファレンスセンターが8,678百万円、ビジネスセンターが2,167百万円、スター貸会議室が193百万円、宿泊・研修が2,859百万円、その他が2,374百万円の計画となっている。売上原価・販管費等の費用も積み上げで見積もっているほか、特別損失については過去の実績を勘案し減損損失を織り込んでいる。

■ 株式需給

浮動株比率が低いのが特徴

河野代表取締役社長は発行済み株式総数の72%程度を保有しており、同社の筆頭株主である。経営陣のコミットメントが高いのは利点だが、反面、浮動株数は少ない。ただし、同社は東京証券取引所第1部への市場替えの条件を一部満たしており、今後、市場変更のために一部保有株を放出する可能性は否定できない。

重要事項（ディスクレーマー）

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ