

**藤田観光株式会社**  
**2019年12月期第2四半期決算説明会 質疑応答要旨**  
2019年8月6日(火)実施

**【WHG 事業】**

Q: 日韓情勢の影響は？現地のホテルグレイスリーソウルの状況と韓国からのインバウンドの状況は？

A: ホテルグレイスリーソウルの状況…運営面でも業績面でも影響は出ていない。客層構成は中国 40%、日本 35%、韓国 9%、台湾 3%であるが、日本人シェアは変わっていない。また、ADR(平均客室単価)は予算未達だが、稼働率は達成している状況である。

韓国からのインバウンドの状況…当社のインバウンド構成では韓国は 13.0%とそこまで大きくないが、福岡をはじめとした西日本エリアや札幌では影響が出ている。また、その他のエリアについても、韓国からのインバウンドが多い他社が減少分をカバーすべく価格を下げることによって、価格競争に巻き込まれ、間接的な影響を受けている。対策としては、広州事務所の活用などによって中国からの集客をさらに強化していき、さらに東南アジアや欧米豪といった他国からの集客の強化も実施する。

Q: 西日本エリアの ADR 減少はどのくらいか？ラグビーワールドカップの効果は？

A: 韓国からの予約数は減少しているが、国内・中国からの予約分で補填できている。ラグビーワールドカップについては、10月に予約がすでに入っているが単価を上げるのは難しい状況である。

Q: WHG 事業グループの RevPAR の見通しは？(首都圏、地方別で)

A: 日韓の情勢を受け、首都圏・地方ともに ADR の大幅な増加は見込んでいない。環境に左右される海外 OTA だけに頼らず、海外ランド・国内大手 AGT にセールスを強化することにより、予約を早期に確保していきたい。

Q: 国内 GW10 連休の影響は下期に出ているのか？

A: 7月の参院選挙の影響もあるが、GWの影響は出ていると感じる。GW10 連休に旅行などの消費をまわす人が多かったと推測される。

Q: 中国からのインバウンドの見通しは？

A: 中国から台湾への個人旅行の当面停止により、日本への流れが見込まれることと、当社が中国マーケットの獲得に注力していることから、中国からのインバウンドには期待できる。また、単価についてもしっかり確保できると考えている。

Q: ホテルグレイスリー大阪なんばの開業後の状況は？

A: 7月に開業し、8月は稼働率約 8割強と順調なスタートである。韓国の影響も若干あるが、海外ランド AGT からの送客が期待できる。

Q: ホテルタビノスの浅草以降の開発状況は？

A: 2021年までにさらに 3店舗を目標としており、手ごたえとしては、ほぼ見込めている。当初、首都圏ドミナントを考えていたが、地方にインバウンドが拡散していること、機械化によって(場所が離れていても)予約が集中化できることから、現在はドミナントにこだわらず考えている。

ちなみにホテルタビノス浜松町は、開業以降、稼働率・単価ともに予想通りに推移している。ワシントンホテル・ホテルグレイスリーよりも少ない人数でオペレーションができることから、今後、開発が進むことによって利益率の向上に期待ができる。

## 【リゾート事業】

Q:天悠の上期の業績が好調だった一番の要因は？

A:インバウンドの集客によって平日の稼働が上がったことが一番の要因である。天悠は開業 3 年目を迎え、単価や稼働のお客さまの月別波動が把握できてきたこと、それに伴い外国人の入り込み状況に合わせて、効果的に告知できたことが大きい。

Q:箱根小涌園の再開発の方向性は？

A:現在、中期経営計画策定プロジェクトで検討中であるが、現状認識としては、天悠は運営が軌道に乗り、ユネッサンは人員回復しているものの、ホテル小涌園営業終了によって「泊まって遊ぶ、アクティビティを楽しむ」お客さまの層が減少している状況である。天悠のような高価格帯はエリアで競合他社が多いこと、インバウンドの地方分散が進んでいること、当社はこれまで「人と人とのつながり、家族」を大切に事業を行ってきたことなどを踏まえ、どういった層をコアターゲットにするかを、マーケット調査を含めて検討中である。

## 【ラグジュアリー&バンケット事業】

Q:婚礼についての今後の対策は？

A:ホテル椿山荘東京…上期の件数・人員の減少トレンドが継続し、下期も厳しい状況であるため、予約が入っている案件の付帯収入を上げていくことと、今までよりも先行して中規模・大規模の婚礼を獲得することにより、件あたり人員を増やし、一件あたりの利益率を上げていく。

太閤園…上期について前年比では GW10 連休や競合他社の影響を受けたが、これらは一過性のもので、下期については前年同期比で上回っている。

## 【全体】

Q:通期予想で売上高は減収だが、営業利益は据え置きとなっている。費用削減の考え方は？

A:減収に見合った人員配置の実施や、天悠のマルチタスク化のさらなる推進、ラグジュアリー&バンケット事業における RPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)導入など、単なるコストカットではなく生産性向上による利益率向上を実施する。将来に向けた必要な広告宣伝費や設備投資については、しっかりと費用をかけていき、特に婚礼は長期の種蒔きが必要なため、中長期の費用をすみ分けして実施していく。

## 注意事項:

当資料は藤田観光グループの業績および今後の経営戦略に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。

また、注記を行っている場合を除き、2019 年 6 月 30 日現在のデータに基づいて作成しております。尚、当資料に掲載された予測等は作成時点での当社の判断であり、経営環境の変動により今後変更される可能性がありますのでご了承ください。

当資料の転載はご遠慮ください。