

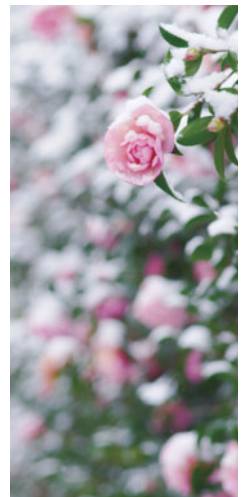
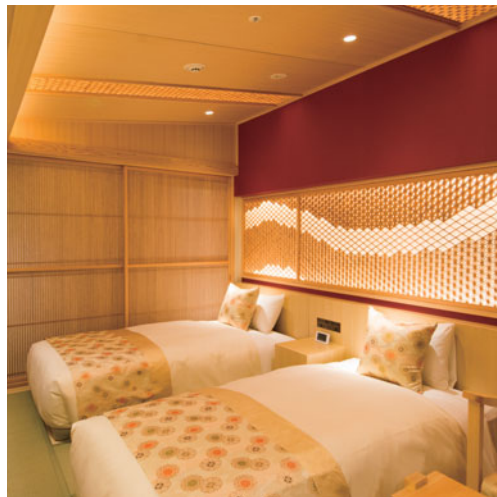
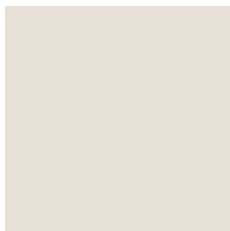
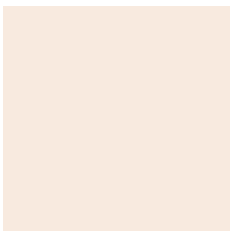
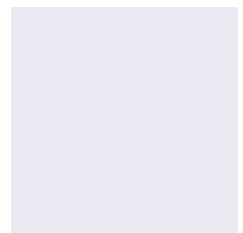
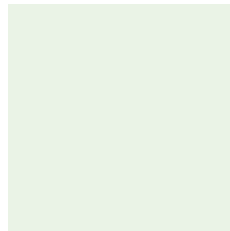


藤田観光株式会社

統合報告書

2017

2017年12月期



藤田観光は、ホテルやレジャーなどの観光事業を専業として、訪れるお客さま、地域の方々に親しまれて、今年で62年になります。私たちは、お客さまが再び訪れてくださることを何よりも大切にしており、3世代にわたりご利用になるお客さまも少なくありません。長年にわたって受け継いできた社是である「潤いのある豊かな社会の実現」を目指すことでお客さまからの評価が高まり、さらには企業価値の向上につながると確信しています。そして、「健全な憩いの場」と「温かいサービス」を提供することで、業界および地域全体を活性化させることが、事業を通じた社会貢献であると考えています。

社 是 | 私たちは、健全な憩いの場と温かいサービスを提供することによって、潤いのある豊かな社会の実現に貢献したいと願っております。

目次

イントロダクション	1	成長基盤	24
価値創造の歩み	2	成長戦略を支える人材力	24
藤田観光グループの強み	4	企業価値向上に向けた取り組み	27
		地域・社会貢献に関する取り組み	27
財務・非財務ハイライト	6	環境に関する取り組み	27
社長メッセージ	8	文化財・歴史的建造物の保全に関する取り組み	28
事業概況	14	コーポレート・ガバナンス	29
WHG事業	14	役員一覧	32
リゾート事業	16	財務セクション	34
ラグジュアリー&バンケット事業	18	連結貸借対照表	34
新しい事業への取り組み	20	連結損益計算書および連結包括利益計算書	36
		連結キャッシュ・フロー計算書	37
特集	21	藤田観光グループの営業施設および	38
「箱根小涌園 天悠」に見る価値創造サイクル		主な子会社・関連会社一覧	
		会社概要・投資家情報	39

WHG事業

今後の成長ドライバーとして位置づけ
事業展開を加速

リゾート事業

箱根地区の再開発とアッパーミドル～ハイエンド客層の
取り込みに注力

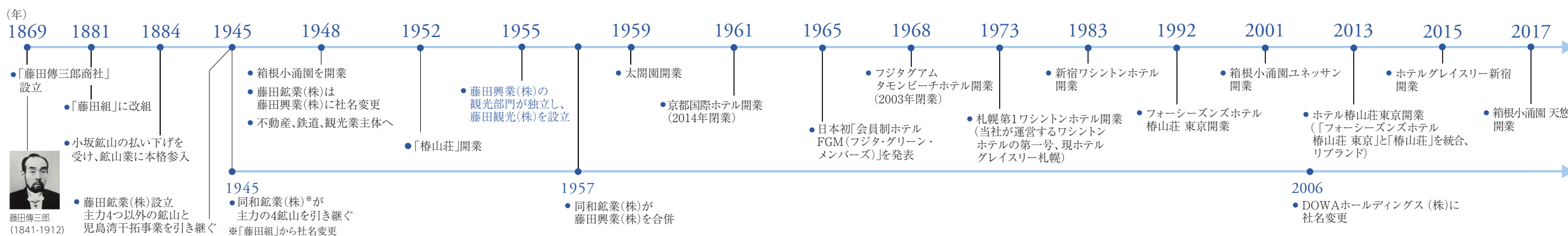


新しい事業への取り組み

ニーズの多様化、
インバウンドの増加に対応

ラグジュアリー&バンケット事業

「ホテル椿山荘東京」ブランドを核に
高品質な事業を展開



藤田観光のルーツ

藤田観光は、1869年創業の藤田財閥をルーツとし、1955年、藤田興業の観光部門が分離・独立して設立されました。初代社長の小川栄一は、「戦争で傷ついた人びと、これから日本の再建に尽くす人びとに、安くて、健全で、楽しい憩いの場を提供すること」を念願し、それには「これまで一部の階級に所有されていた邸宅・別荘・庭園などを、多くの人びとが利用できるようにすることこそ社会的事業である」と確信しました。こうした考えから、ルーツである藤田家の邸宅・庭園を旅館およびレストランとして営業することを手始めに、観光事業に着手したのです。この「潤いのある豊かな社会の実現」という創業の精神は、社会や時代が変化するなかにあっても、藤田観光グループの基本理念として、全従業員に脈々と受け継がれています。



初代社長 小川栄一



開業当時の「箱根小涌園」

受け継がれる歴史的建造物



国登録有形文化財
「三重塔」



料亭 淀川邸



国登録有形文化財
「箱根小涌園 蕎麦 貴賓館」

→「文化財・歴史的建造物の保全」の詳細は、
p28をご参照ください。

WHG事業

「ワシントンホテル(WH)」「ホテルグレイスリー(HG)」「ホテルフジタ」の3つのホテルブランドを首都圏を中心に全国展開しています。

- 客層 ビジネス利用客／国内外観光客
- 利用目的 ビジネス出張／観光
- 拠点数 42拠点
- 客室数 12,313室

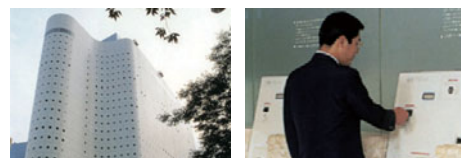
1970年代

1973年、初の直営ワシントンホテル、「札幌第1ワシントンホテル」を開業。サラリーマンの出張は旅館での宿泊が当たり前の時代に、プライベートが確保されるビジネスホテルを立ち上げる。



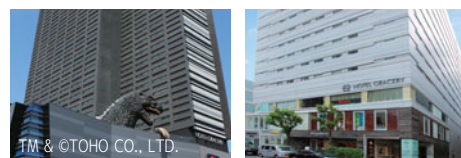
1980年代

1983年に旗艦ホテル「新宿ワシントンホテル」を開業。地域のコミュニティの場として、宴会場やレストランを備えたホテルのニーズが高まる。



2010年代

利用目的がビジネスだけでなく観光やレジャーに拡大し、またインバウンド需要も増加。「宿泊+朝食付き」のニーズが高まり、宿泊特化型ホテルへ転換。観光・レジャーをターゲットに「ホテルグレイスリー」ブランド誕生。



リゾート事業

「小涌園」および「緑涌」ブランドなど、リゾートにおける宿泊施設、レストラン、レジャー施設を運営しています。

- 客層 国内外観光客
- 利用目的 観光／レジャー／リラクゼーション／温泉
- 拠点数 15拠点
- 客室数 361室

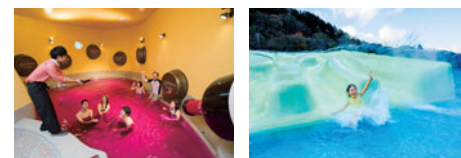
1970年代

社員旅行などの団体旅行を受け入れる大型旅館の需要が増加。大型リゾート「小涌園」ブランドを箱根、伊東、鳥羽、島原、大島、大沼など全国に展開する。



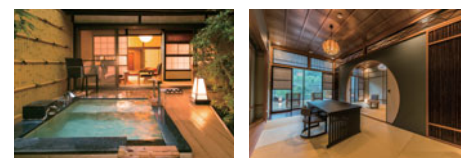
1980年代

団体旅行が減り、家族旅行などの小グループ旅行が主流に。箱根にて水着で温浴できる温泉テーマパークを開業。



2010年代

個人の旅行が増えたことやインバウンド需要の高まりから、「泊食分離」などニーズが多様化。2014年に由布院と伊東に高級温泉旅館「緑涌」ブランドを立ち上げる。2017年には「箱根小涌園 天悠」を開業。



ラグジュアリー&バンケット事業

「ホテル椿山荘東京」「太閤園」を中核に、ラグジュアリーホテル、婚礼・宴会施設、レストラン、ゴルフ場などを運営しています。

- 客層 国内外ビジネス利用客／国内外観光客／婚礼利用客／MICE・会議利用客
- 利用目的 観光／婚礼・宴会／会議／ゴルフ
- 拠点数 16拠点
- 客室数 267室

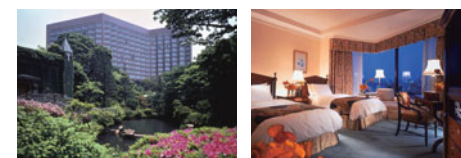
1970年代

自宅で行うのが一般的だった結婚式(披露宴)を結婚式場で行うというニーズが高まる。「椿山荘」「太閤園」において、結婚式場・宴会場の事業モデルを構築。日本を代表する高級結婚式場・宴会場へ。



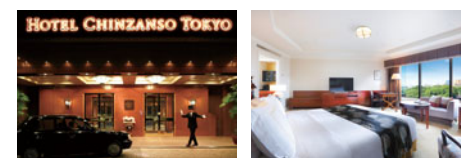
1990年代

フォーシーズンズホテルズ&リゾーツ社と提携し、日本初の外資系ラグジュアリーホテル「フォーシーズンズホテル椿山荘 東京」を開業。高品質な施設・サービス拡充により事業を拡大。



2010年代

フォーシーズンズホテルズ&リゾーツ社とのフランチャイズ契約期限満了に伴い、「ホテル椿山荘東京」にリブランド。少子高齢化社会に対応し、婚礼ブランドからホテルブランドへの転換を図る。



※拠点数、客室数は2018年4月30日現在、開業予定を含みます。

グループ全体の強み



ホスピタリティ

サービスのベースとなる
「いつも、ありがとうのいちばん近くに。」
という価値観

→ 詳細はp24～26をご参照ください。



歴史

文化財や歴史ある建造物・庭園の保有
(「箱根小涌園」「ホテル椿山荘東京」「太閤園」)

→ 詳細はp28をご参照ください。



多彩なブランド

多彩な宿泊ポートフォリオの中核となる
「ワシントンホテル」「ホテルグレイスリー」
「箱根小涌園」「ホテル椿山荘東京」

→ 詳細はp14～20をご参照ください。

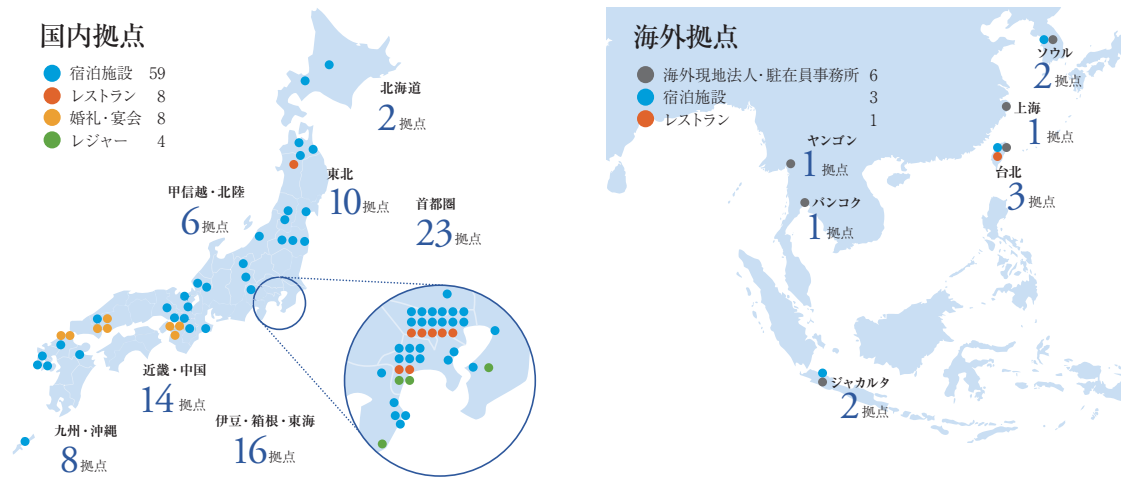


拠点

全国、アジアに広がる拠点展開と
賃借モデルとフランチャイズモデルの
ベストバランス

→ 詳細はp38をご参照ください。

藤田観光グループの拠点展開 (2018年4月30日現在、開業予定を含む)



各事業の強み



WHG事業

ビジネスと観光・レジャーニーズに合致した、2つのホテルブランドを展開

「ワシントンホテル」は機動性のあるICTを生かした利便性と快適性を追求し、ビジネス需要に対応。また、「ホテルグレイスリー」は五感を刺激する空間設計とコンシェルジュによる地元情報の提供で、観光・レジャー客のニーズにお応えしています。

長年のインバウンド受入実績により、個人客の誘客を強化

インバウンド需要が急増する以前より海外からのお客さまを受け入れてきたノウハウを生かし、誘客施策を推進するとともに、コンシェルジュサービスやメンバーズカードなどにより顧客満足度を高め、リピーターの獲得を強化しています。

ニーズの多様化・個別化が進む都市部では、賃借方式での事業パートナーシップを展開

WHG事業は、賃借方式、フランチャイズ、マネジメントコントラクトなど様々な事業スキームで出店の加速を図ります。賃借方式では、オーナー企業が建築したホテル部分を当社が賃借し、ホテル経営・運営を展開。都内のターミナル駅周辺や政令指定都市で、長期賃貸借契約によって安定収入を実現しています。

リゾート事業

日本最大の観光地である箱根において、広大な敷地を60年以上にわたって独自に開発

「箱根小涌園」は、藤田観光創業者の小川栄一が藤田家が所有する箱根屈指の純日本家屋の別荘を譲り受け、健全な憩いの場として広く一般の方々に開放するために開発しました。その面積は679,606㎡に及び、東京ドーム約14個分に相当します。

社是を体現する大胆で柔軟な発想が、時代のニーズを先読みした開発の歴史を刻む

1948年に開業した旅館を皮切りに、創業の地である箱根で常に時代のニーズを先読みした開発を展開。団体旅行客向け大型宿泊施設から日帰り入浴客に特化した複合型温泉テーマパーク、そして個人客向けの高付加価値型宿泊施設へとシフトしています。

地域とのコミュニケーションの基点となる、コンシェルジュサービスで接客をランクアップ

お客さま一人ひとりに高品位なサービスを提供すべく、五感を癒やす上質なおもてなしと食事、多彩なアクティビティを発信するコンシェルジュサービスを拡充。箱根地域のコミュニケーション基点として、エリア全体の活性化にも寄与しています。

ラグジュアリー＆バンケット事業

世界に誇る和のおもてなしによって、世界から最高ランクの評価を数々受賞

山縣有朋の庭園と邸宅だった地を1952年にガーデンレストランとして復興したのが「ホテル椿山荘東京」の始まりです。以来、結婚式場の名門として、さらに日本を代表するラグジュアリーホテルとして、日本の心とおもてなしを伝えてきました。

60年以上にわたる婚礼のおもてなしで、ご利用された方々が新たな顧客基盤へと拡大

「ホテル椿山荘東京」「太閤園」では、60年以上にわたって数多くの婚礼を祝福してきました。婚礼に出席されたご家族やゲストの方々に心尽くしのおもてなしをすることで、ご家族の記念日や誕生日などのお祝い場として末永くご利用いただいています。

かけがえのない一日に、磨き上げたサービス技術とホスピタリティ・マインドで輝きを

長年の実績を持ち、外部格付け機関からも高い評価を得る「ホテル椿山荘東京」は、藤田観光グループ全体の高品質なサービスを維持・向上するマザー工場としての役割を担い、磨き上げたサービス技術と多彩なプログラムで想像を超えるエクスペリエンスをお届けしています。