

# ラグジュアリー&バンケット事業

有形・無形の保有資産を活用することにより、  
事業領域を拡大し、収益向上を図ります。

執行役員  
ラグジュアリー&バンケット事業部長  
千尋 智彦



## 機会

- ・インバウンド回復による宿泊需要の増加
- ・コロナ禍を経た、消費者の志向の変化や行動変容（家族や大切な人と過ごす時間をより大切にする価値観、個人の慶事や記念日需要の多様化など）

## リスク

- ・首都圏ラグジュアリーホテル開業ラッシュによる供給過剰懸念
- ・婚礼市場の縮小
- ・コロナ禍を経た、消費者の行動変容（リモート会議の定着によるリアル会議の減少など）

## 「中期経営計画2028」の戦略

- ・有形固定資産の活用
- ・ブランド、ノウハウ・スキルの活用
- ・専門技能強化と人材ポテンシャル最大化

|      | 2023年<br>実績 | 2028年<br>計画 |
|------|-------------|-------------|
| 売上高  | 178億円       | 194億円       |
| 営業利益 | 12億円        | 13億円        |

## コロナ禍の振り返り／今期の振り返り

コロナ禍以前より、「椿山荘」の収益力強化が重要な課題であるとの認識から、「椿山荘」ブランド再生に取り組んでおり、コロナ禍においても開業70周年の2022年を含む2020年から3ヵ年の庭園プロジェクトを推進し、商品力と販売力の強化に努めました。季節の花々や自然、霧に包まれた幻想的な演出など「ホテル椿山荘東京」でしか体験できない絶景「東京雲海と7つの季節」や庭園の見どころを整備した「令和十二景」など、唯一無二である庭園の付加価値向上の結果、メディアへの露出も増加し、宿泊やレストラン、イベントなどの集客増、売上増に寄与したと考えています。

2023年には、コロナ禍の影響はほぼ収束し、特に宿泊部門ではインバウンドの回復も追い風となりADRが上昇、売上高がコロナ禍前（2019年）を上回る結果となりました。屋外レジャーとして好調を継続していたゴルフ部門を含め、事業部全体で、前期比増収増益、コロナ禍前の2019年12月期比では旗艦施設であった「太閤園」を2021年に売却した影響により50億円減収も、13億円増益となりました。

## 「中期経営計画2028」の戦略と達成に向けた施策

本計画では、以下3つの戦略を掲げています。

「有形固定資産の活用」では、低稼働施設をスイートルームご利用のお客さま専用のラウンジや、産後ケア施設に転用し、ご宿泊の付加価値をさらに高めてまいります。産後ケアの文化は、台湾や韓国などでは一般的に普及しています。日本においても核家族化が進み、産後育児に悩む妊産婦が増え、サポートする仕組みが十分ではないといわれています。人生の大きな節目である「出産」に際し、「ホテル椿山荘東京」の自然豊かな庭園による癒しや、これまで培ったおもてなしで支援したいという想いから、今回の取り組みに至りました。今後も、当社が保有する資産を活用し、新たな価値を加えることによって、事業分野の拡大・発展を目指します。

また、「ブランド、ノウハウ・スキルの活用」「専門技能強化と人材ポテンシャル最大化」では、調理やコンシェルジュ、婚礼、庭園管理など専門人材の採用強化と技術・ノウハウの伝承、強化に努めます。これにより、既存施設の付加価値を向上させ、ラグジュアリーホテルとしてのブランド力を高め、単価向上による収益拡大を図ります。さらに、本計画期間後半には、磨き上げたノウハウやスキルを活用し、婚礼運営事業や庭園運営・管理の外部受託を目指し、ラグジュアリー&バンケット事業の収益の一端を担う事業へと成長させてまいります。