

T R Y ! N E X T J O U R N E Y



2024年6月期 決算説明資料

2024年8月

株式会社グリーンス
(東証スタンダード : 6547)

目次

- 1. 2024年6月期 決算概要** … P. 3
- 2. 中期経営計画の進捗と取り組み** … P.13
- 3. 2025年6月期 業績予想と株主還元** … P.22
- Appendix** … P.28

1. 2024年6月期 決算概要

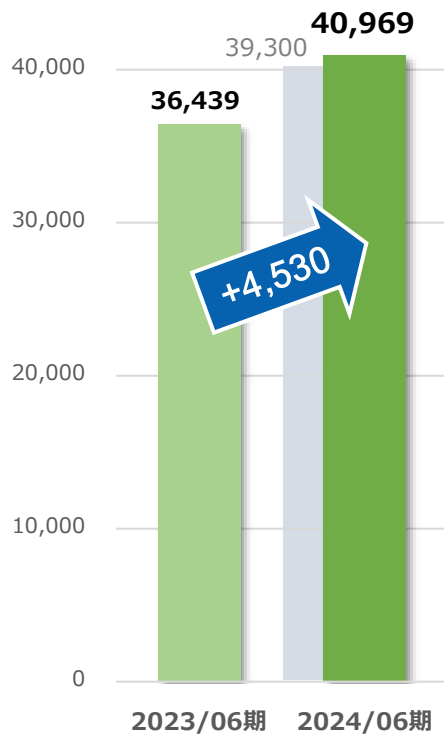
決算ハイライト ①決算概要

- インバウンドの回復、レジャー需要の獲得により、売上高は過去最高を更新
- 各地域の需要に応じたレベニューマネジメントの強化により、営業利益は前年比35%増益
- 各利益とも計画を上回る水準で着地

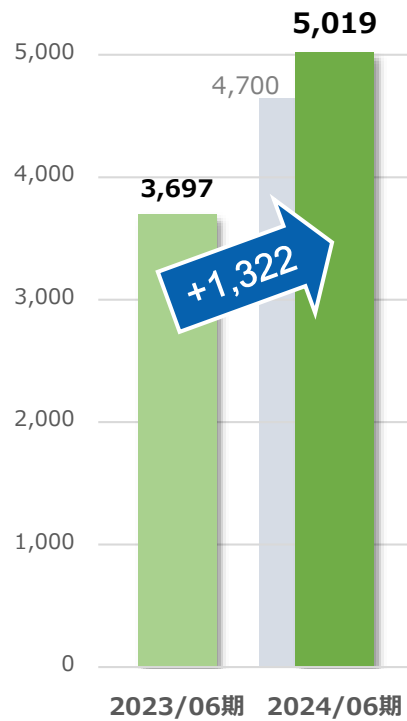
(単位：百万円)

親会社株主に帰属する
当期純利益

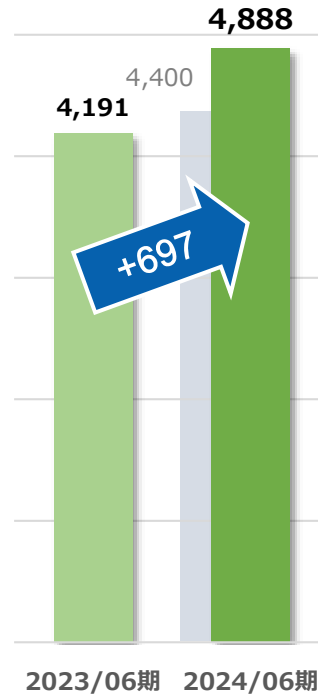
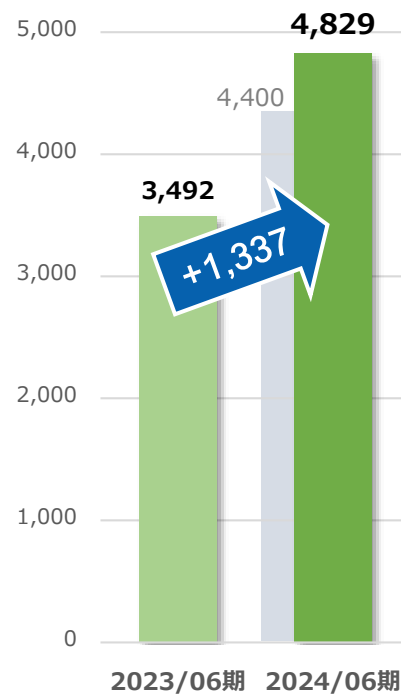
売上高



営業利益



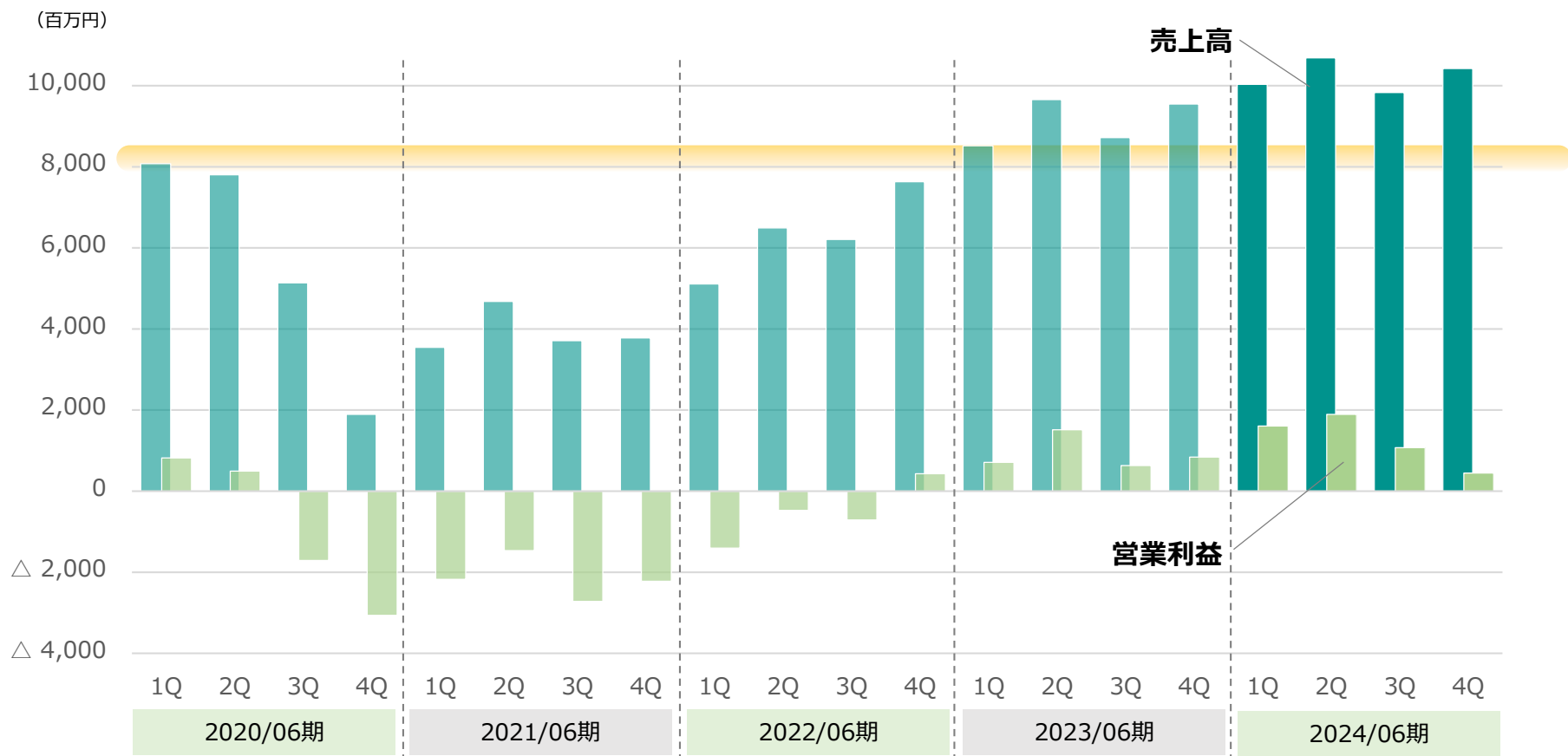
経常利益



* は会社予想 (2024年2月13日公表)

決算ハイライト ②四半期業績の推移

- コロナ禍に開業した新築・オペレーターチェンジ案件の貢献等によって、各四半期における最高売上高を更新
- 4Qの営業利益は、ロードサイド型「コンフォートイン」22物件の先行費用等が影響

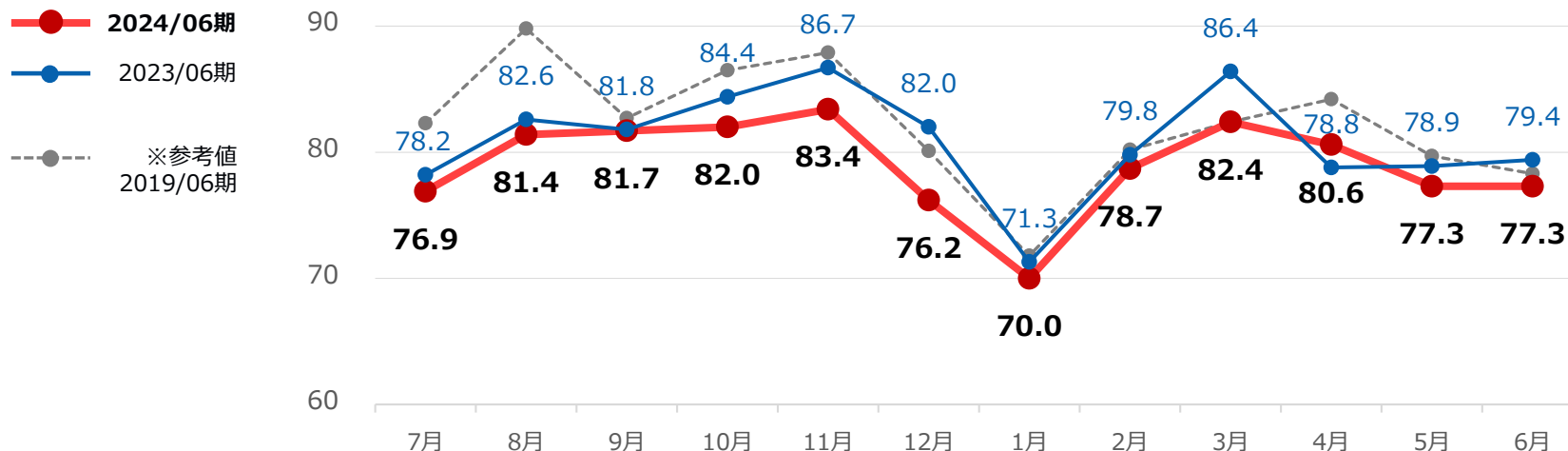


月次推移の年度比較（客室稼働率）

- 客室稼働率は、ほぼ例年並みの80%前後で推移

客室稼働率（全社）

(%)



年度	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
チョイスブランド	2023/06期	80.4	83.2	83.7	85.7	88.1	85.4	74.1	83.6	87.6	80.8	80.9	82.4
	2024/06期	78.4	82.4	82.7	82.9	84.4	77.4	80.3	83.2	81.6	79.7	79.6	
オリジナルブランド	2023/06期	70.1	80.2	75.0	80.0	81.4	69.4	65.7	81.7	70.9	71.2	67.8	
	2024/06期	71.0	77.6	77.7	78.2	79.5	70.8	71.9	79.2	76.2	67.1	67.3	

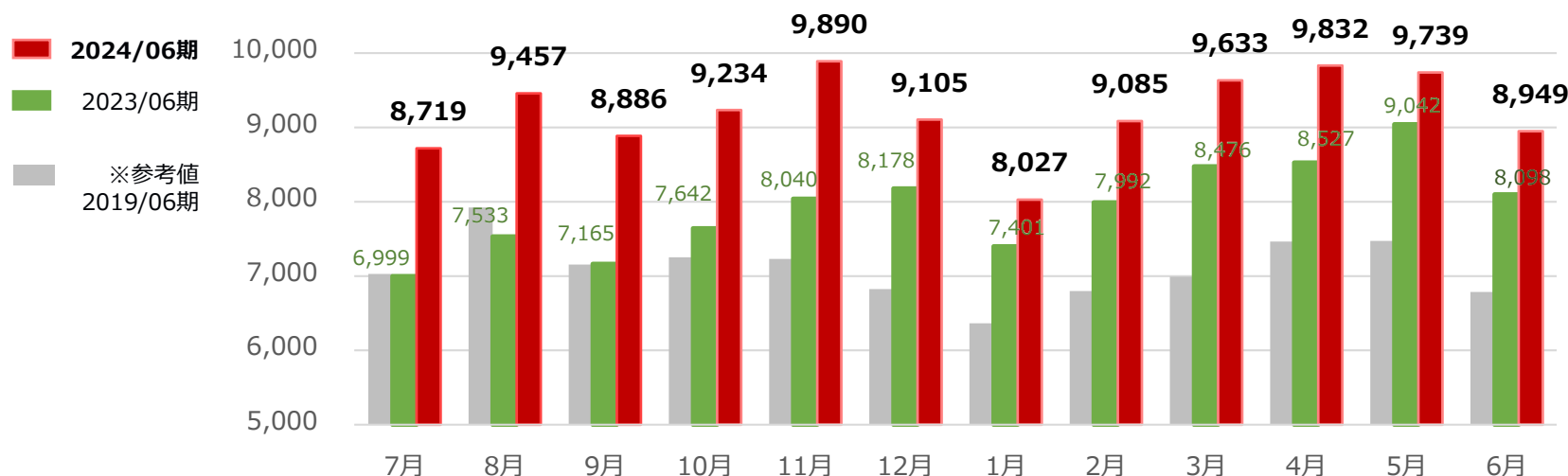
(注) 2023年7月1日付でhotel around TAKAYAMAが「Ascend Hotel Collection™」として運営を開始したことにより、「オリジナルブランド」から「チョイスブランド」に所属が変更となったため、ブランド別の客室稼働率に変動あり

月次推移の年度比較（客室単価）

- レジャー需要の獲得によるツイン利用の増加等が客室単価のアップに貢献
- レベニューマネジメントの確実な実施により、過去最高を更新

客室単価（全社）

(円)



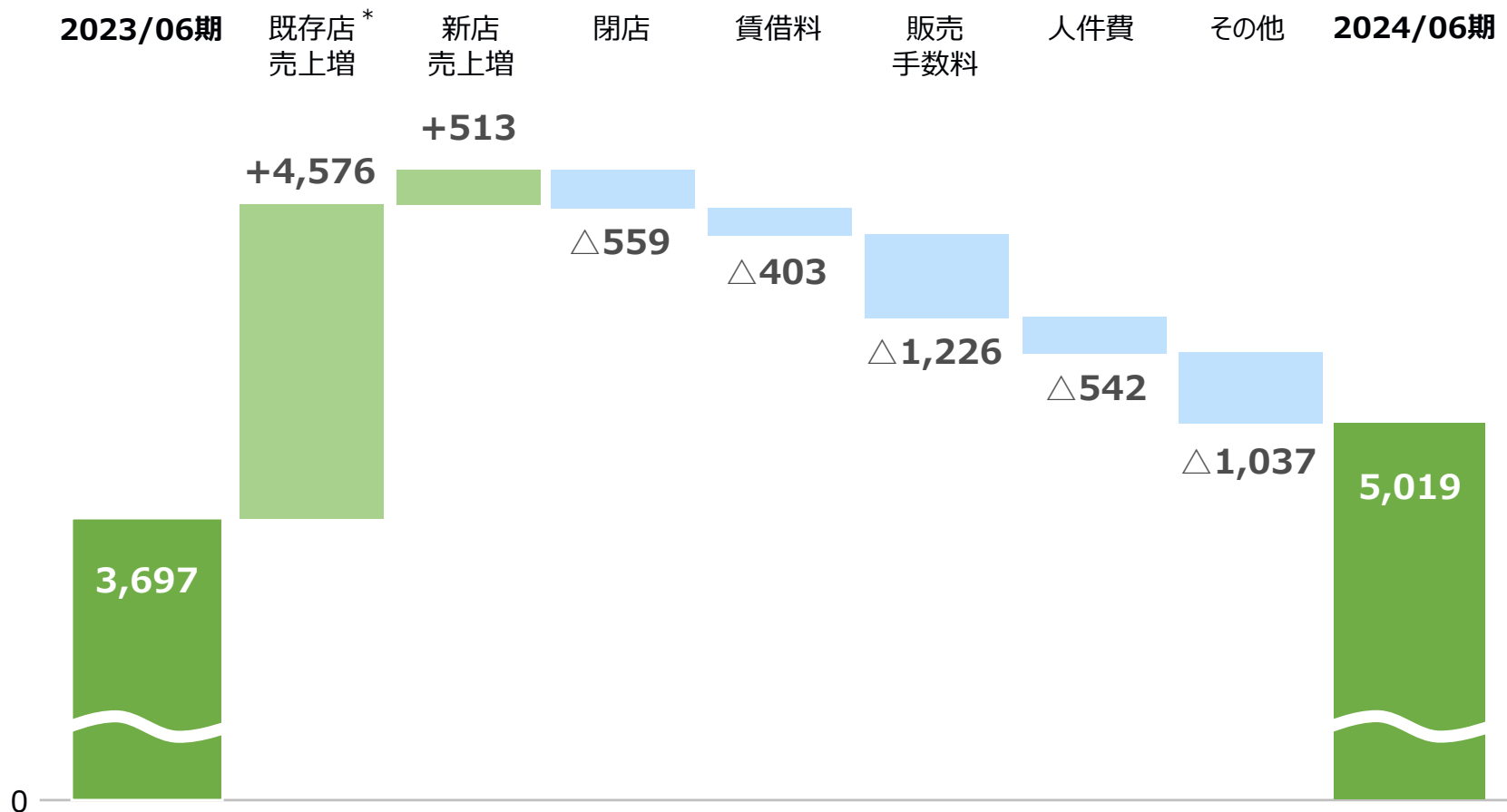
年度	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
チョイスブランド	2023/06期	7,301	7,790	7,475	7,923	8,458	8,535	7,709	8,306	8,974	9,014	9,497	8,539
	2024/06期	9,286	10,036	9,334	9,850	10,587	9,703	8,431	9,658	10,218	10,333	10,241	9,442
オリジナルブランド	2023/06期	5,744	6,568	5,910	6,554	6,397	6,535	5,985	6,069	6,426	6,398	7,059	6,035
	2024/06期	6,154	6,943	6,936	6,557	6,863	6,405	6,072	6,411	7,065	7,514	7,169	6,348

(注) 2023年7月1日付でhotel around TAKAYAMAが「Ascend Hotel Collection™」として運営を開始したことにより、「オリジナルブランド」から「チョイスブランド」に所属が変更となったため、ブランド別の客室単価に変動あり

営業利益 増減分析

増減額合計 +1,322	
増加額合計 +5,089	減少額合計 △3,767

(単位：百万円)

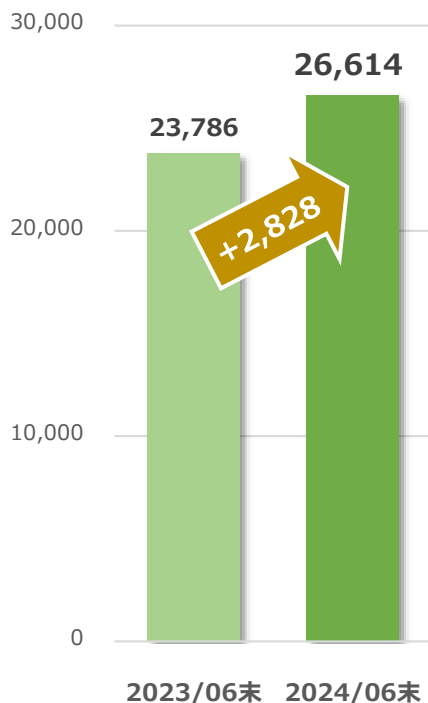


*2023年7月1日時点で営業を開始していたホテル

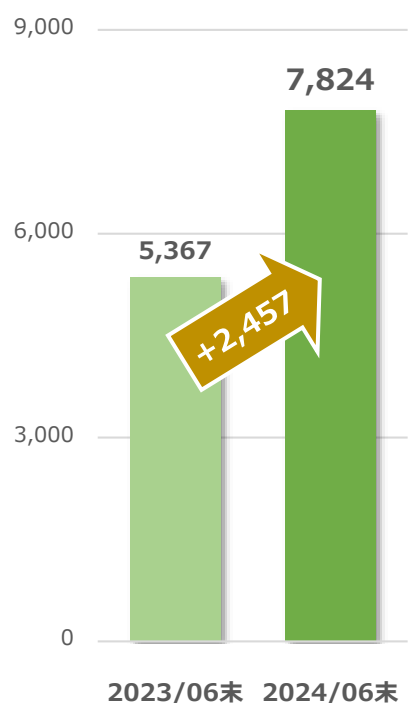
財務関連指標

- A種優先株式 20億円 を取得・消却したものの、売上高の伸長、利益の増加により純資産は大幅に増加、自己資本比率も向上

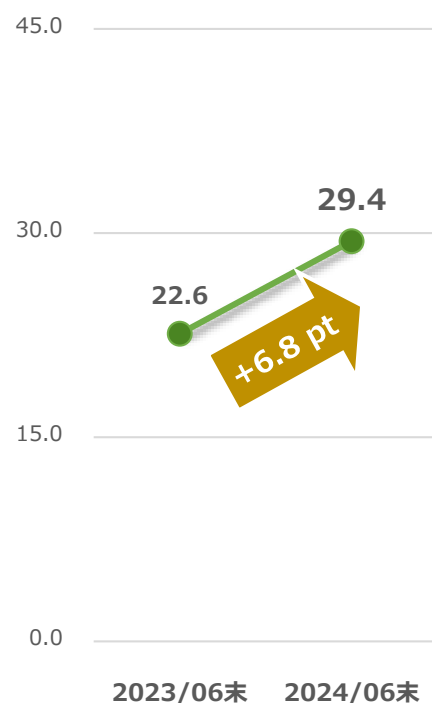
総資産 (百万円)



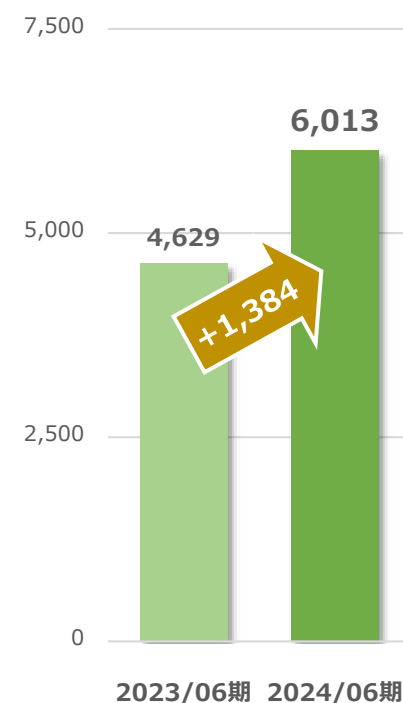
純資産 (百万円)



自己資本比率 (%)



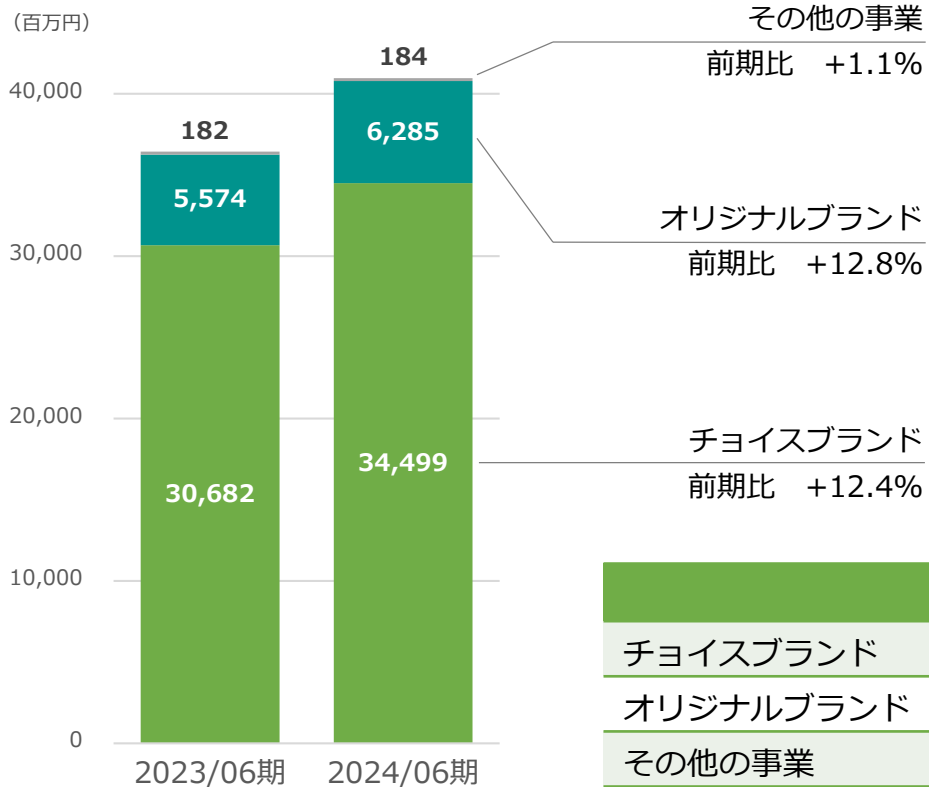
営業CF (百万円)



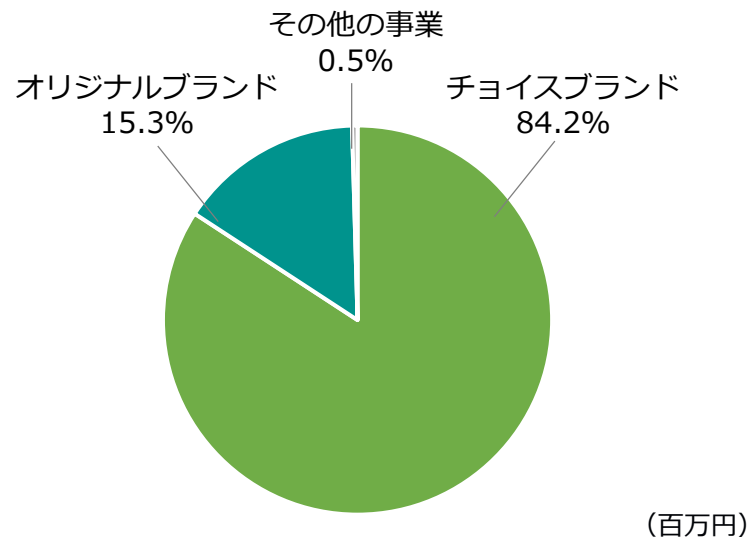
ブランド別の状況

- チョイスブランド ⇒ レジャー及びインバウンド需要獲得による客室単価の上昇
- オリジナルブランド ⇒ 堅調なビジネス需要に加えて、集会・料飲部門も需要回復

事業別売上高



事業別売上高構成比



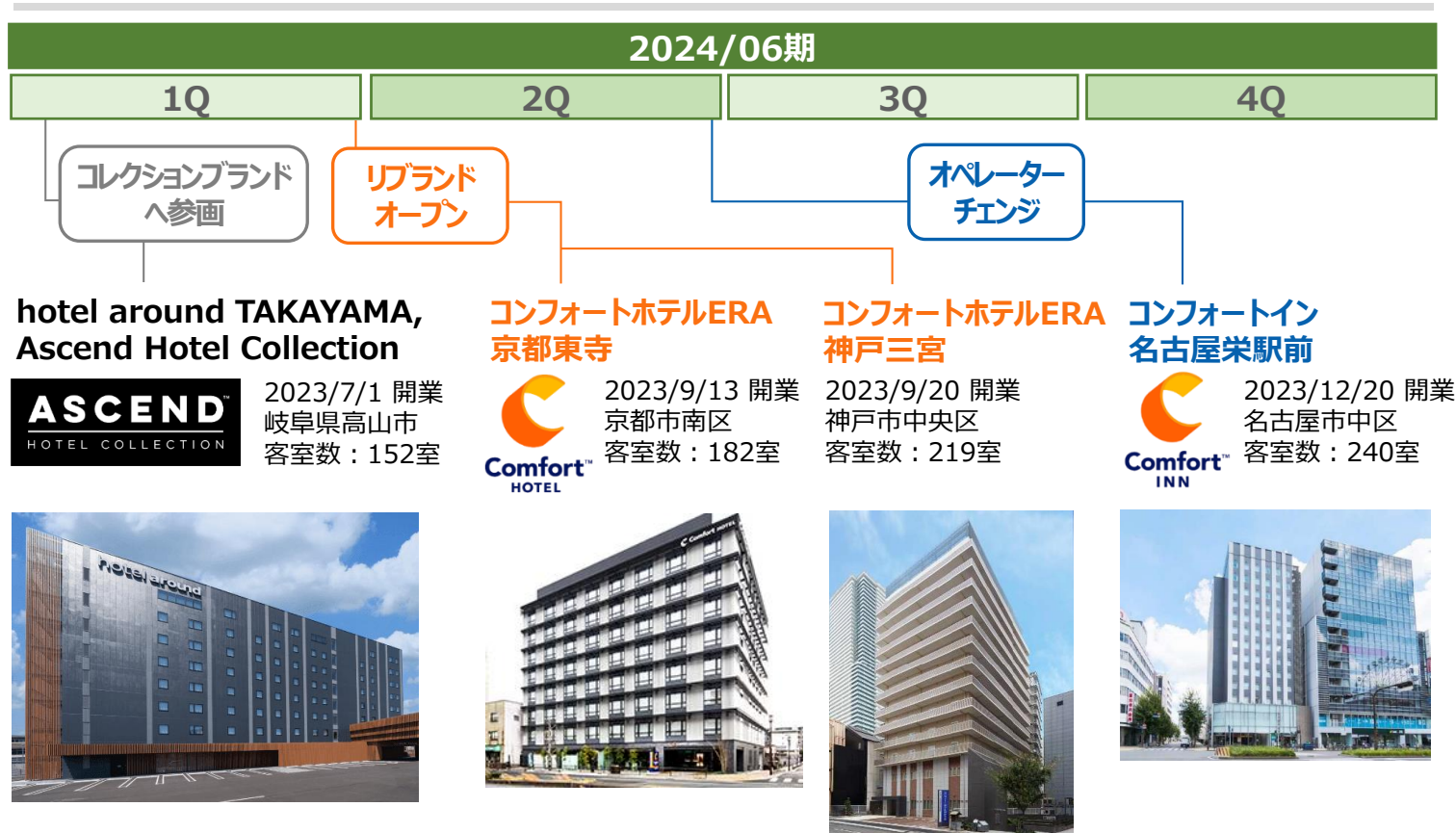
	2020/06期	2021/06期	2022/06期	2023/06期	2024/06期
チョイスブランド	17,236	11,726	20,068	30,682	34,499
オリジナルブランド	5,487	3,808	5,199	5,574	6,285
その他の事業	185	176	169	182	184

(注) 2023年7月1日付でhotel around TAKAYAMAが「Ascend Hotel Collection™」として運営を開始したことにより、「オリジナルブランド」から「チョイスブランド」に所属が変更となったため、ブランド別の売上高に変動あり

2024年6月期の出店・閉店実績

- 中期経営計画の重点戦略に基づき、多様な契約形態で新店開発を推進
- 日本初の Ascend Hotel Collection ブランドへ参画
- 「コンフォートホテル」のレジャー向け派生ブランド「コンフォートホテルERA」へのリブランド

出店実績



<閉店実績>

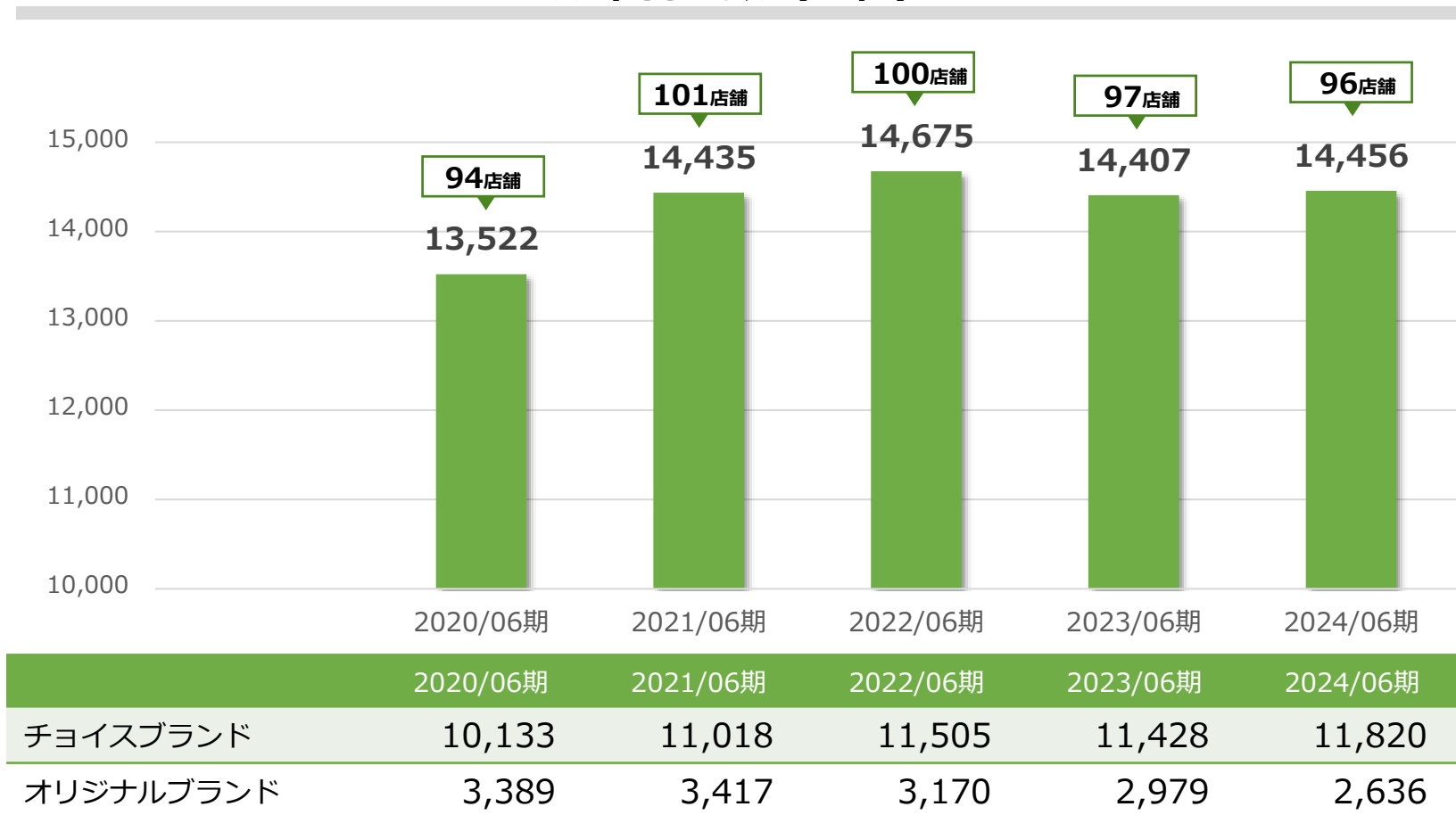
- ① 四日市シティホテル
2024/3/18閉店
三重県四日市市
客室数：100室
- ② ホテルエコノ金沢駅前
2024/5/13閉店
石川県金沢市
客室数：105室

客室数と店舗数の推移

- 小型店舗や老朽化店舗の閉店、コロナ禍には新築やオペレーターチェンジ案件にて開業

期末客室数（全社）

（室）



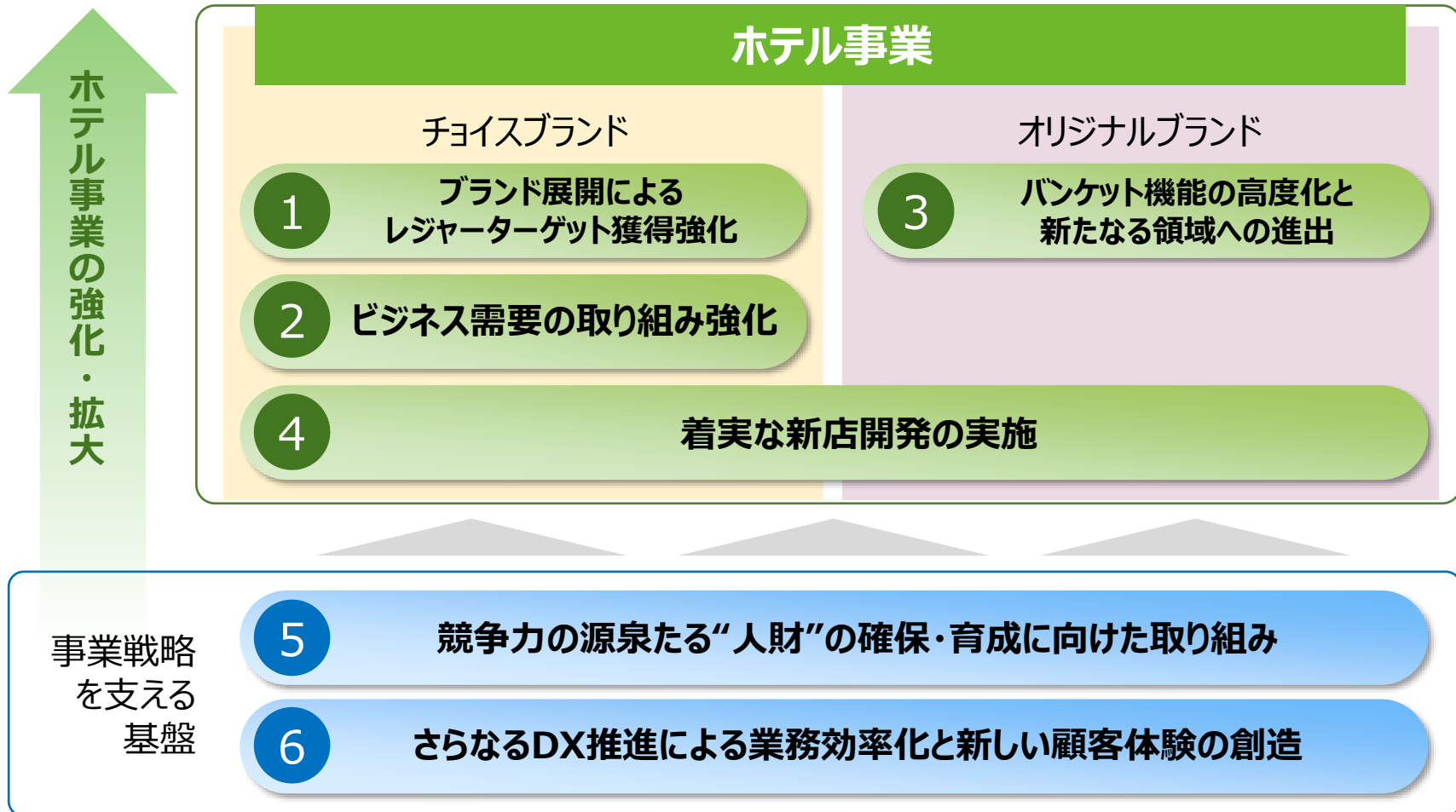
（注）2023年7月1日付でhotel around TAKAYAMAが「Ascend Hotel Collection™」として運営を開始したことにより、「オリジナルブランド」から「チョイスブランド」に所属が変更となったため、ブランド別の客室数に変動あり

2. 中期経営計画の進捗と取り組み

中期経営計画 「GREENS JOURNEY 2025」

中期経営計画「GREENS JOURNEY 2025」の重点戦略

既存領域を強化しつつ、環境変化に向けて新たな領域にも挑戦



1 ブランド展開によるレジャーターゲット獲得強化

- レジャー需要に着目しコンフォートブランドの体系を再構築
- コンフォートホテルERA、Ascend Hotel Collection™の立ち上げ

ブランドポジショニング イメージ



1 ブランド展開によるレジャーターゲット獲得強化

- 2023年9月、コンフォートホテル2店をコンフォートホテルERAへリブランド
- 2024年6月期の2店合計売上高は大幅に増加し、営業利益も大きく改善



Comfort Hotel ERA

2023年9月、2つのコンフォートホテルがリブランド

9月13日 京都東寺

9月20日 神戸三宮



提供価値

ROOM

2人で快適に過ごせる仕様



BREAKFAST

“美容によい”“身体にやさしい”を
テーマとした差別化キーマニュー



PUBLIC

思わず長居したくなる
仲間と楽しくすごせるスペース



1 ブランド展開によるレジャーターゲット獲得強化

- 2023年7月、hotel around TAKAYAMA を Ascend Hotel Collection へリブランド
- 2024年6月期は、リブランドにより大幅な増収となり、営業利益も大きく改善



Ascend Hotel Collection™

チョイスホテルズインターナショナルが保有する
アップスケールのソフトブランド*

2023年7月1日、日本第1号店として誕生

hotel around TAKAYAMA, Ascend Hotel Collection

CONCEPT & VALUE

LET THE DESTINATION REACH YOU.™

唯一無二のローカル体験へ。



FEEL THE LOCAL
地域との共鳴



FRESH
PERSPECTIVE
新たな視点



EXTRAORDINARY
JOURNEY
特別な旅

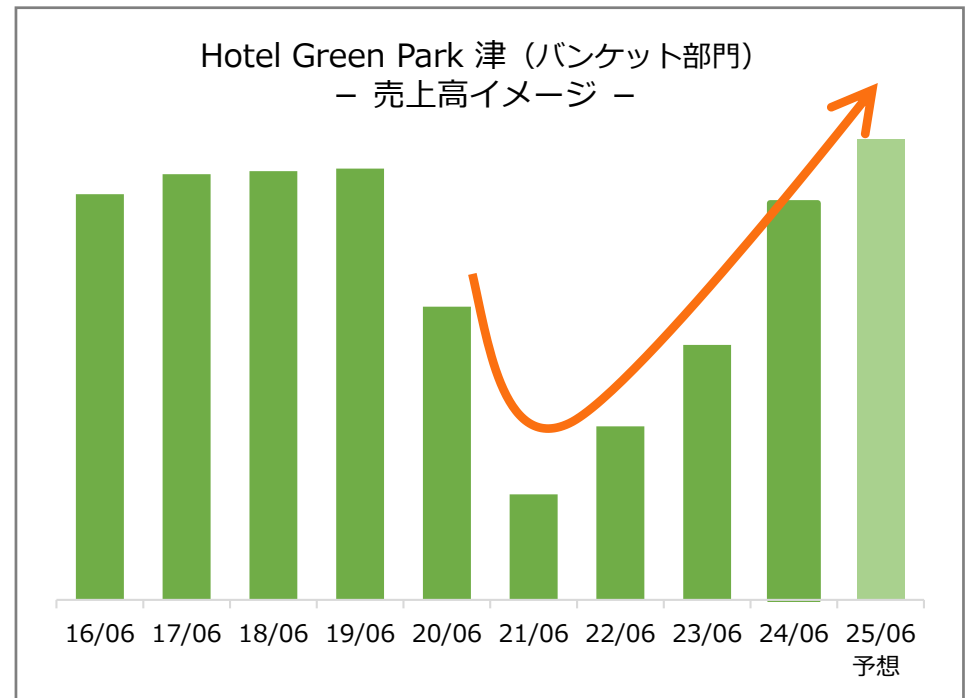
*ソフトブランド：加盟ホテルの独立性を保ちながらそれぞれのチェーンが持つ会員組織など送客基盤が活用できるというブランド

3 バンケット機能の高度化と新たな領域への進出

- コロナ禍を経て、今後需要の回復が見込まれる集宴会（バンケット）事業の強化に資源を集中投下
- 地域と人が奏で合う、地域コミュニティの中心となる宴会場・会議室を目指し最新鋭の音響設備導入をはじめ、2024年5月に大宴会場をリニューアル

ホテルグリーンパーク 津 を一新

バンケットの強化を起点に接客サービス、ロビーサービス、付帯施設等の充実を図る

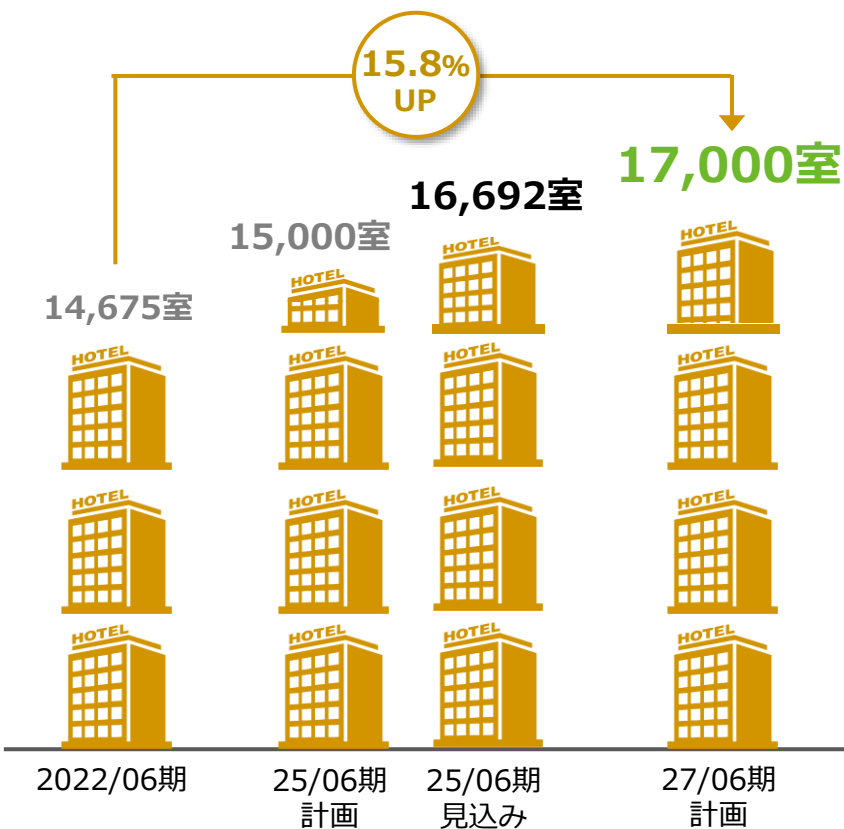


4 着実な新店開発の実施

2027年6月期までの5年間で15.8%プラスとなる17,000室目標

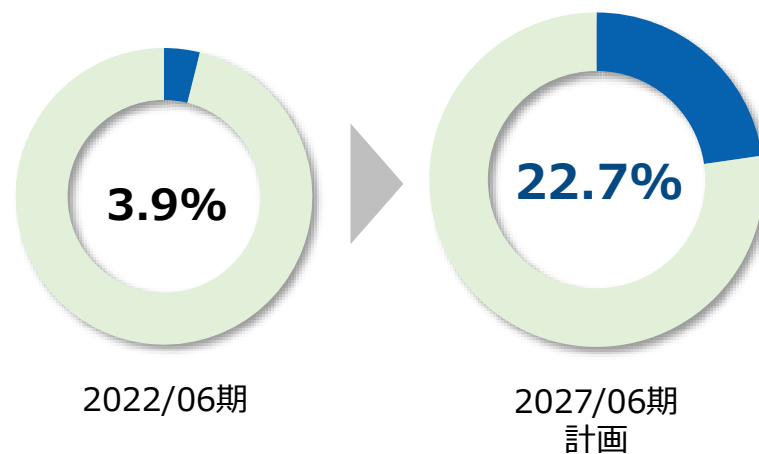
エリア・都市規模や、
契約形態の多様化をしながら出店

レジャーがメインターゲットのブランド*の
客室数構成比を3.9%から22.7%に



レジャーメインのブランド 客室数構成比

- リブランド実績（既存店からERAへ）
24/6期：2店舗



*コンフォートERA、コンフォートスイーツ、アSENDコレクションなど

5 競争力の源泉たる“人財”の確保・育成に向けた取り組み

グリーンスで働く日々が『自由で』『一人一人が輝き』
『ワクワク・成長実感のある』旅をしているような会社にする

人財要件の再定義

- 人事ミッションの刷新
→ Greens Criteriaの策定・導入

採用戦略

- 多様な属性からの人財確保の推進
→ 外国人、高齢者の積極採用
- 多様な働き方へのアプローチ
→ 短期・単発アルバイトの活用
→ 新卒コース別採用の導入

育成戦略

- サクセッションプランの策定と推進
→ 新卒コース別育成の導入
- 事業戦略を支える育成体系の構築
→ 店舗スタッフの研修参加の推進
→ エリアトレーナーの育成

より働きがいある職場環境の構築

- 賃金水準の向上
→ ベースアップの実施
→ パートアルバイト社員への賞与支給
- 従業員が将来を見とおせる各種制度
→ 調理社員人事制度導入
→ パートアルバイト社員人事制度導入
→ 長時間労働・休日不足の低減
→ 副業制度導入
- ダイバーシティ&インクルージョン
→ サテライト勤務の拡大
→ 法定を上回るワークライフバランス
関連制度の導入

6 さらにDX推進による業務効率化と新しい顧客体験の創造

- 継続的なDX領域推進による競争力強化
- セルフチェックイン・アウト機導入店舗の利用率は82%（2024年5月実績）

店舗業務効率化

オンラインチェックイン 32店舗に導入



スマホなどのQRコードをかざすことで、最短30秒でチェックイン手続きが完了

セルフチェックイン・アウト機 45店舗に導入

使いやすさを向上させた新機種を今期から導入



全店にスマートフォンを配布しペーパーレス化

新しい顧客体験の創造

スマホなどと連携し快適なホテル利用ができるデジタルタッチポイントを構築



〈例〉リアルタイムでの朝食会場の混雑状況が分かるサービス など

今後の注力領域

AI、IoT、ビッグデータ処理等
データ分析・活用推進

AIチャットポット開発（社内向け）

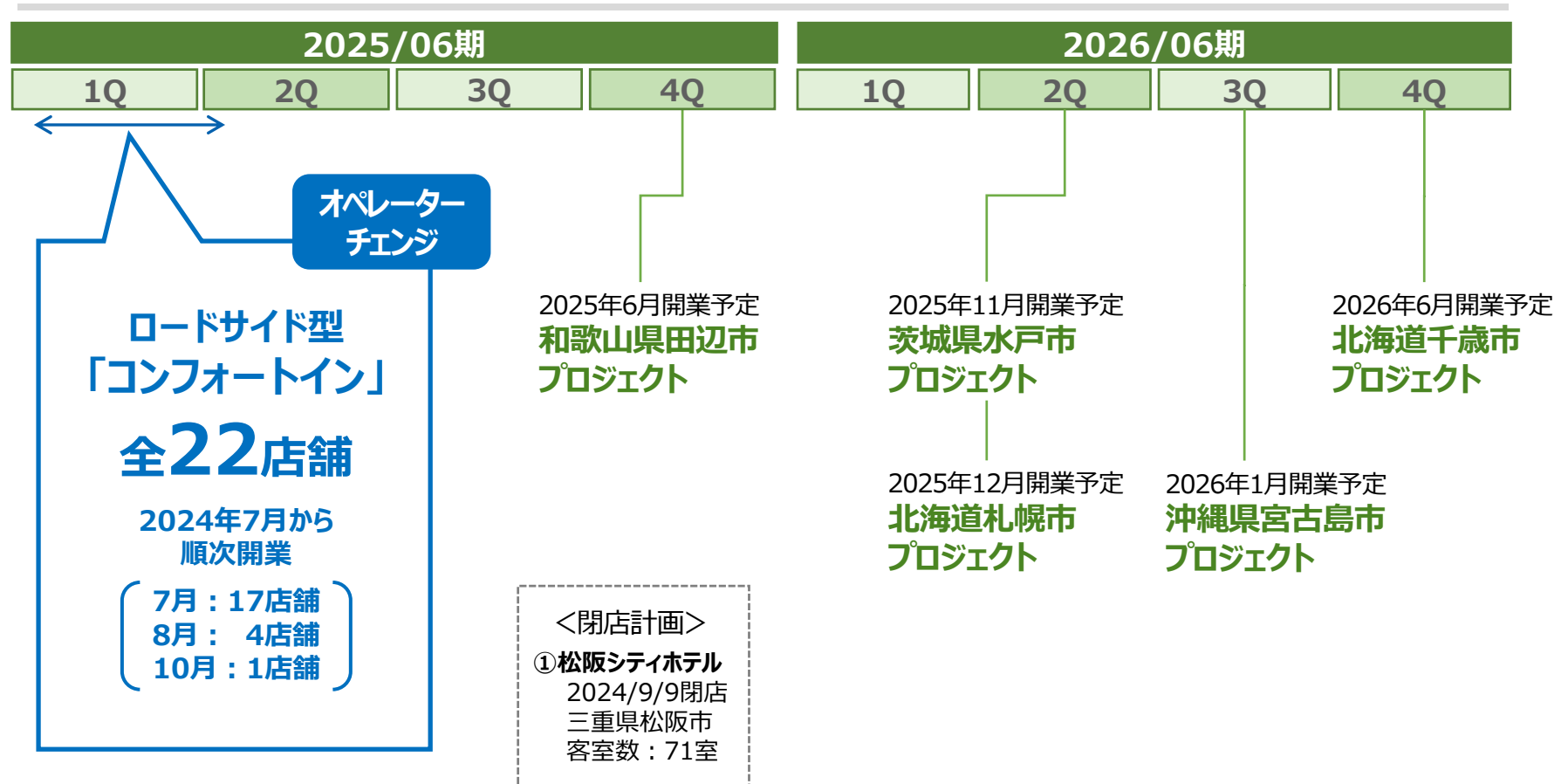
〈例〉社内外のビッグデータを集約できるインフラの構築/
需要予測や顧客分析をマーケティングやオペレーション改善に活用

3. 2025年6月期業績予想と株主還元

2025年6月期以降の出店・閉店計画

- ロードサイド型「コンフォートイン」22店舗を2024年7月から10月にかけて運営開始
- 2026年6月期にかけて新築案件の出店を加速

出店計画



ロードサイド型「コンフォートイン」の展開

- コロナ禍においても堅調な業績を維持したロードサイド型を拡大
- 7月8日の「コンフォートイン塩尻北インター」を皮切りに、10月4日の「コンフォートイン千葉浜野R16」まで全22店舗を開業



22店舗 2,184室
を順次開業



2025年6月期 通期連結業績予想

- 売上高は、既存店のADRの上昇と、「コンフォートイン」22物件のリブランド開業により大幅増収を予想
- 営業利益は、外注費や材料費などのコスト増に加え、持続的で長期的な成長を見据えた人的資本強化やバリューアップ投資などを織り込み、50億円と予想

(百万円)

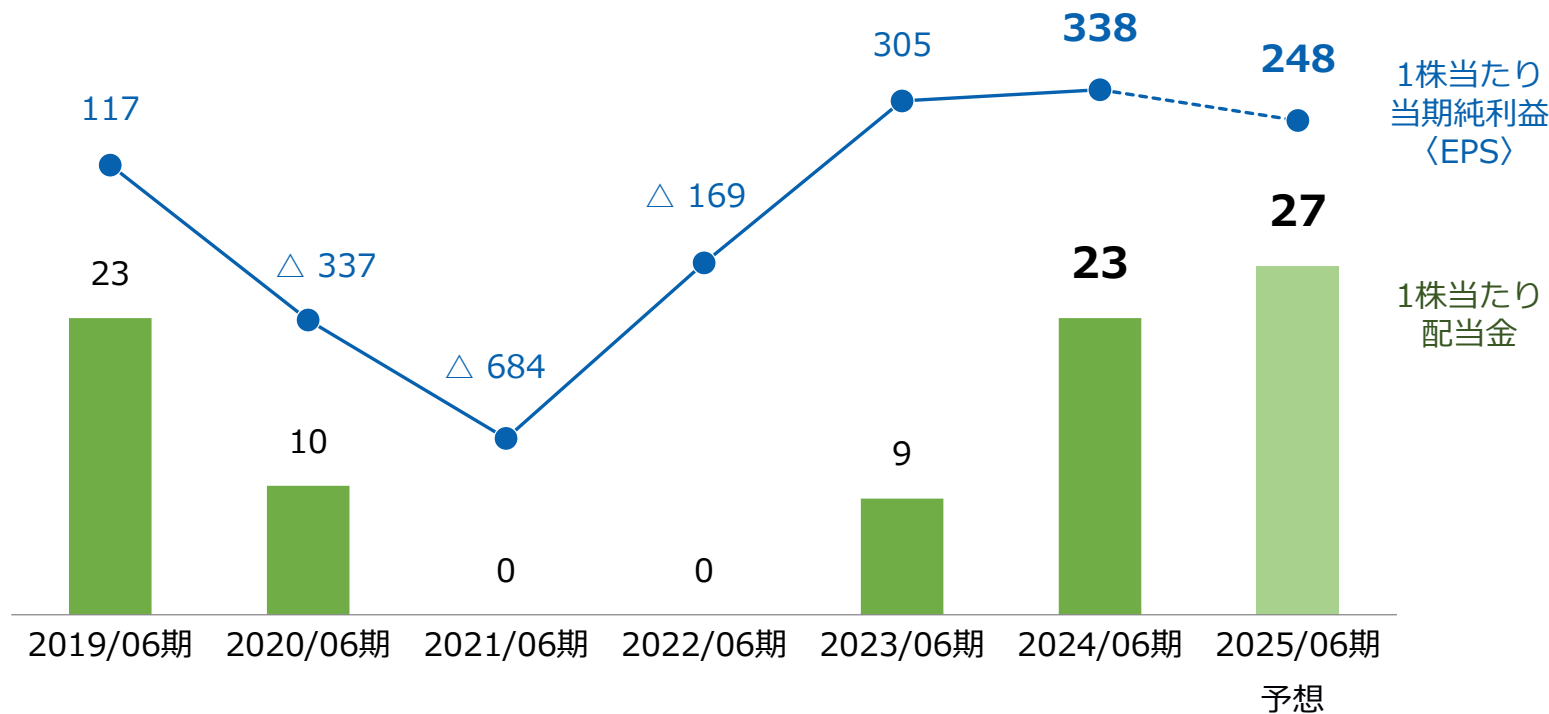
	2024/06期 実績	2025/06期 予想	前年比増減		(参考) 中期経営計画目標 2025/06期
			金額	率	
売上高	40,969	46,800	+5,831	+14.2%	37,200
営業利益	5,019	5,000	△ 19	△ 0.4%	3,300
営業利益率	12.3%	10.7%	△ 1.6pt		9.0%
経常利益	4,829	4,400	△ 429	△ 8.9%	3,100
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,888	3,600	△ 1,288	△ 26.4%	3,000

株主還元

- 単年度業績、配当性向、ROE等を総合的に勘案して、安定的な経営基盤の確立と業績の向上による安定した配当の継続を基本方針とする
- 2025年6月期予想配当は、堅調な業績に鑑みて、1株当たり4円増配の27円とする

1株当たり当期純利益と1株当たり配当金の推移

(単位：円)





TRY! NEXT JOURNEY

新たな旅に踏み出そう

もっと、 自由な旅へ

高い利便性とコストパフォーマンスをお約束するホテル事業をベースに、世界中のすべての人へ安らぎのある「自由な旅」を提供します。

もっと、 人と環境のそばへ

お客様はもちろん、働く人たちも含めたステークホルダーの皆様の人生も輝くホテル経営を。人と環境に優しいホスピタリティあふれる企業を目指します。

もっと、 ワクワクする未来へ

お客様のニーズを一步先取り。ワクワクするような感動のあるサービスを提供します。また、新たな仕組みを積極導入し、働く人たちが楽しみながら成長できる環境を創ります。

Appendix①

中期経営計画「GREENS JOURNEY 2025」 (抜粋)
(2022年8月12日公表)

グリーンズグループは、 価値共創の旅を続けます。

当社グループは、2018年の新経営体制への移行を契機に、2030年の未来を見据え、新たなグリーンズグループの価値創出に向けて踏み出しました。すべてのステークホルダーとともに、社会に新しい価値を生み出し、分かち合い、発展・成長していくことを目指しています。コロナ禍で業績は大きな影響を受けましたが、2019年に打ち出した以下の2つの大きな指針は継続して掲げ、引き続き取り組んでいきます。

経営ビジョン

TRY! NEXT JOURNEY

～ 新たな旅に踏み出そう ～

グリーンズ グループ2030年 CSR宣言

「環境にも人にも優しいホスピタリティ あふれる企業」を目指します



TRY! NEXT JOURNEY

新たな旅に踏み出そう

もっと、 自由な旅へ

高い利便性とコストパフォーマンスをお約束するホテル事業をベースに、世界中のすべての人へ安らぎのある「自由な旅」を提供します。

もっと、 人と環境のそばへ

お客様はもちろん、働く人たちも含めたステークホルダーの皆様の人生も輝くホテル経営を。人と環境に優しいホスピタリティあふれる企業を目指します。

もっと、 ワクワクする未来へ

お客様のニーズを一步先取り。ワクワクするような感動のあるサービスを提供します。また、新たな仕組みを積極導入し、働く人たちが楽しみながら成長できる環境を創ります。

グリーンズグループ2030年CSR宣言

2030年SDGs達成に向けて、グリーンズグループ2030年CSR宣言
 「『環境にも人にも優しいホスピタリティあふれる企業』を目指します」
 を策定

当社が取り組む4つの重点課題と対応するSDGs目標

環境配慮	①エネルギーと資源利用の最適化 ②環境や社会に配慮した調達								
コミュニティ支援	コラボレーションによる地域貢献								
人づくり	多様な人材の活躍と 平等な機会の提供								
特長あるサービス	健康で実りある、人を元気にする サービスの提供								

2030年
CSR宣言の実現

中期目標の計画・KPIの設定

計画・KPIの達成度評価

KPIの再設定・
新たな課題の抽出

4つの重点課題への取り組み

重点課題の深堀、
新たな課題への取り組み

2020/06期～

～2025/06期

～2030/06期

グリーングループ2030年CSR宣言

コロナ影響下においても、着実に取り組みを継続

環境配慮	コミュニティ支援	人づくり	特長あるサービス
<p>▼2030年コミットメント</p> <p>『グローバルスタンダード』な環境企業を目指す</p>	<p>コラボレーションを通じて、店舗展開地域と当社事業の活性化を図る</p>	<p>多様な人材が活躍できる環境が整備され、観光分野における2030年労働問題を克服する</p>	<p>健康で美りある、心も身体も元気になるサービスを提供することで、QOLの維持向上に貢献する企業</p>
<p>▼2030年に目指す状態</p> <ul style="list-style-type: none"> ・CO2排出量の削減 ・世界基準の取り組みを実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域活性化、地域ごとの魅力発信 ・「食」の分野における当社事業・地元企業の活性化 ・安心安全な街 	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテル業界を担う人材の育成 ・健康経営、および女性が働きやすい職場 ・100歳まで働ける労働環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・「運動」「睡眠」「食事」の分野で、お客様を元気に
<p>▼課題への取り組み実績など</p> <ul style="list-style-type: none"> ● CO2フリー電力の導入 ● アメニティの素材変更、提供方法の変更（使い捨てプラスチック製品の使用量削減の取り組み） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「地産地消」メニュー導入 ● 出店地域における、災害時の福祉避難所協定等の締結 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域の中学生・高校生を対象とした職場体験実習 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「ビジネスホテル体操」導入 

本経営計画の位置づけと価値共創のステップ

経営ビジョン・CSR宣言の実現に向け新たなステージへ 大きな事業成長を目指す新中期経営計画を策定

中期経営計画を推し進め、成長戦略とCSR/ESG経営により
すべてのステークホルダーとの価値共創を実現へ

新たなグリーンズグループ価値創出に向けた**成長戦略**の推進

社会への新たな価値創出に向けた**CSR/ESG経営**の推進

コロナ禍からの回復

現在

中期経営計画
「GREENS JOURNEY 2025」

2025年6月期目標

売上高：372億円
総客室：15,000室

目標

経営ビジョン

2030年CSR宣言

||

新たなグリーンズ
グループの創出

+

社会への
新たな価値の創出

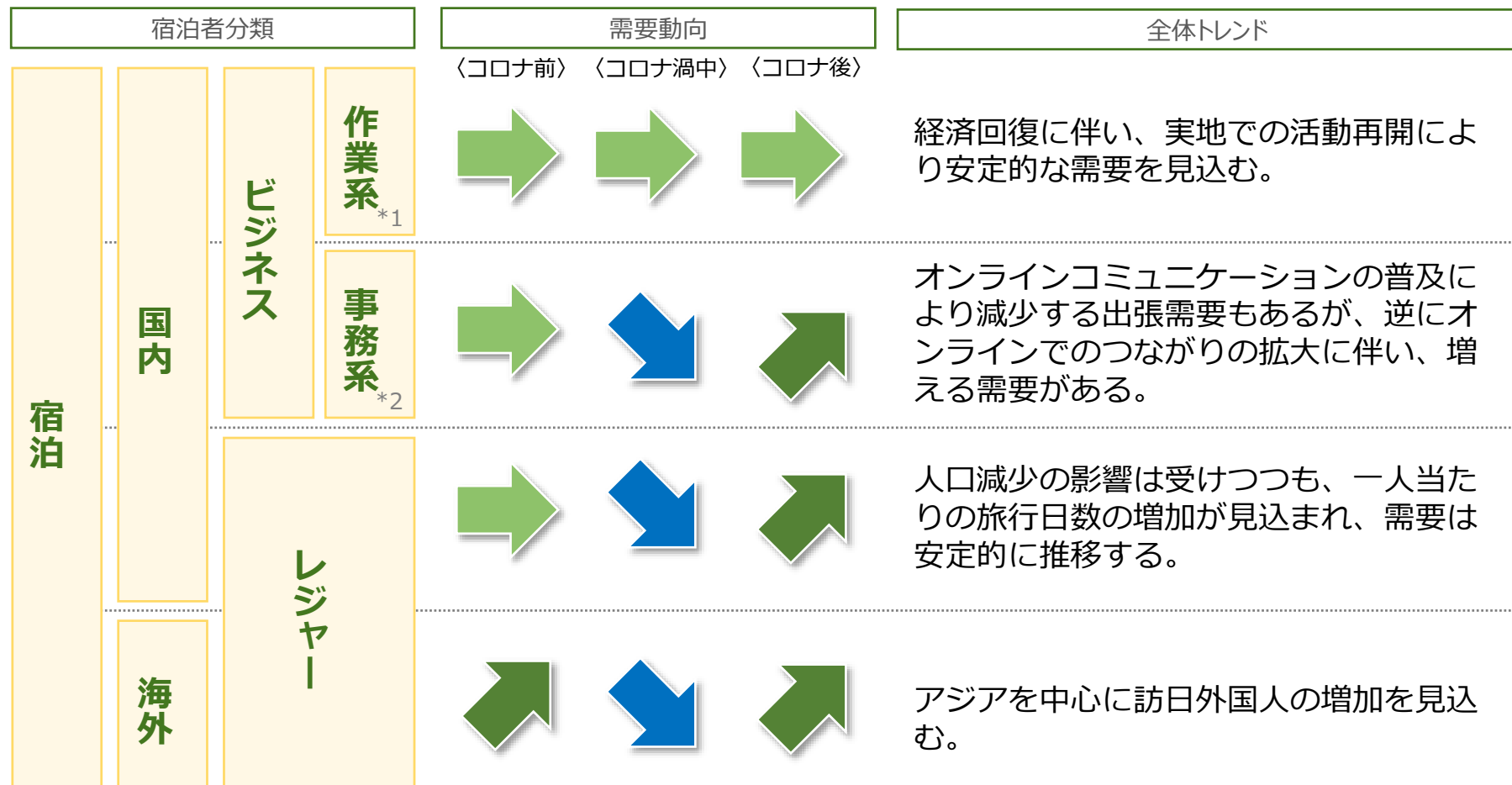
当社を取り巻く事業環境

当初想定の変更は、コロナ禍の影響で大きく加速したものもある



アフターコロナ期のホテル需要の想定

インバウンド需要増に牽引され、全体として増加を見込む



*1：建設業、製造業、技術者など現場に行かないと仕事ができない人

*2：事務職など現場に行かなくても仕事ができる人

中期経営計画の基本方針

ライフスタイル・
働き方の多様化

少子・高齢化

DXの進展

サステナビリティに
対する意識の高まり

基本方針とキーワード

「レジリエントな企業として新しいステージへ」

Resilience

レジリエンス

変化に対応できる
柔軟な企業へ

+

新たな挑戦

変化を見据えた
新しい挑戦を

Challenge

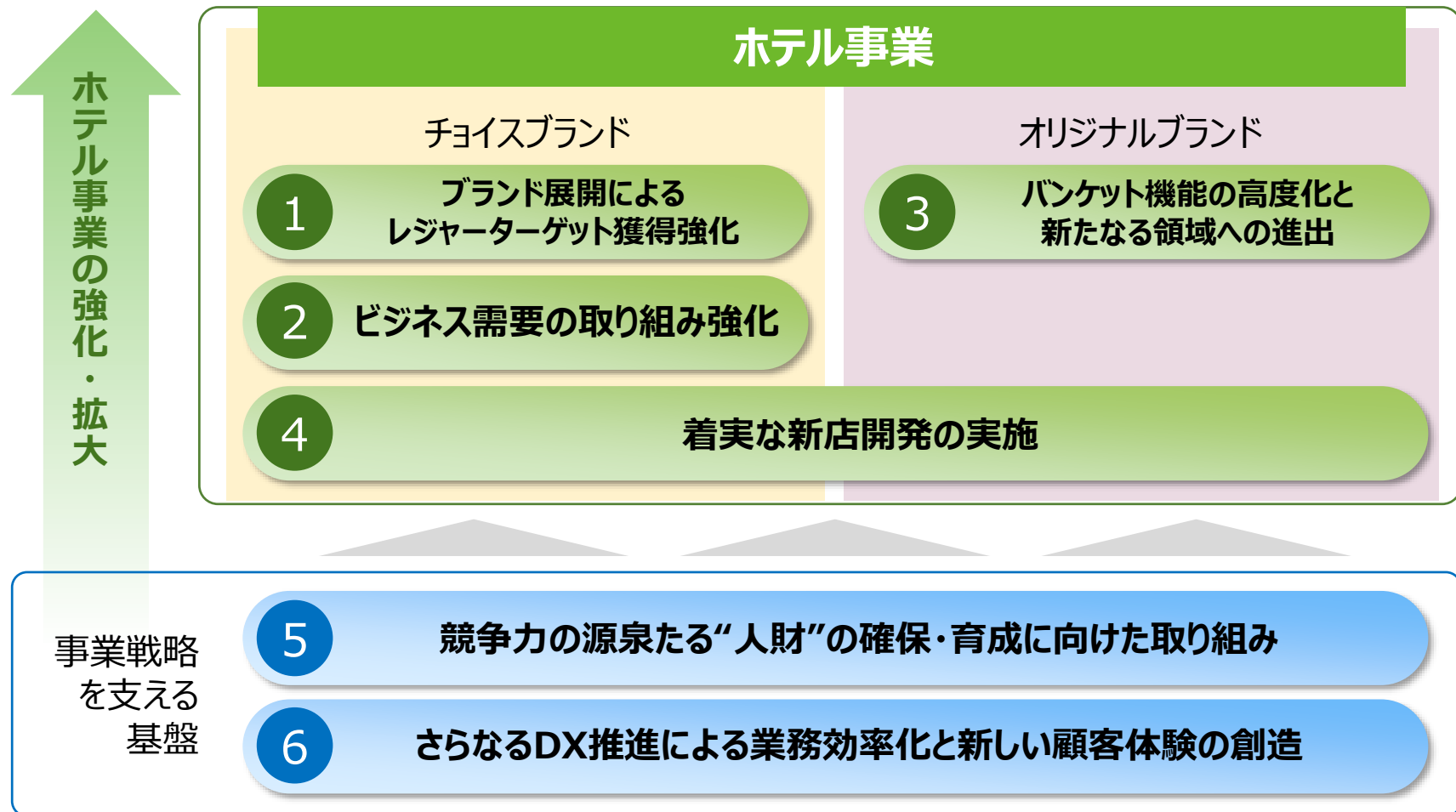
経営指標（業績目標等）

2025年6月期には過去最高の売上高 372億円を目標とし、同時に財務基盤の強化を図る

	(参考) 2022/06期 実績	2025/06期 目標
売上高	254.3 億円	372 億円
営業利益	△21.5 億円	33 億円
営業利益率	△8.5 %	9.0 %
経常利益	△20.2 億円	31 億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	△21.7 億円	30 億円
自己資本比率	5.2 %	40 %程度
D/Eレシオ	15.2 倍	1 倍程度

本経営計画の重点戦略

既存領域を強化しつつ、環境変化に向けて新たな領域にも挑戦



1 チョイスブランドのレジヤーターゲット獲得強化

- レジャー需要に着目しコンフォートブランドの体系を再構築
コンフォートホテルの新ブランドを立ち上げ
- 新たに「ASCEND」コレクションを導入し、顧客ターゲット領域を拡大

ブランドポジショニング イメージ



② メインターゲットの、ビジネス需要取り込み強化

事業基盤の安定化に向け、主力ビジネス利用向けホテルの更なる施策強化を推し進める

無料朝食のブラッシュアップ

地産地消メニューを含め、
四半期ごとのテーマに基づき
商品更新

レベニューマネジメントの 実施による収益力向上

本部集約型のコントロールで
業務効率化とノウハウの蓄積

主力事業としての 更なる成長を目指す



コンフォートライブラリーカフェ の更なる展開

お部屋以外での過ごし方の
選択肢を提供

公式会員制度 Choice Guest Clubの強化

会員と一緒に社会貢献を実現する
特徴的なプログラムの推進

3 オリジナルブランドのバンケットを基軸にした成長

三重県内の観光振興を中長期的な目的とし、足もとでは集宴会（バンケット）事業の強化に資源を集中投下

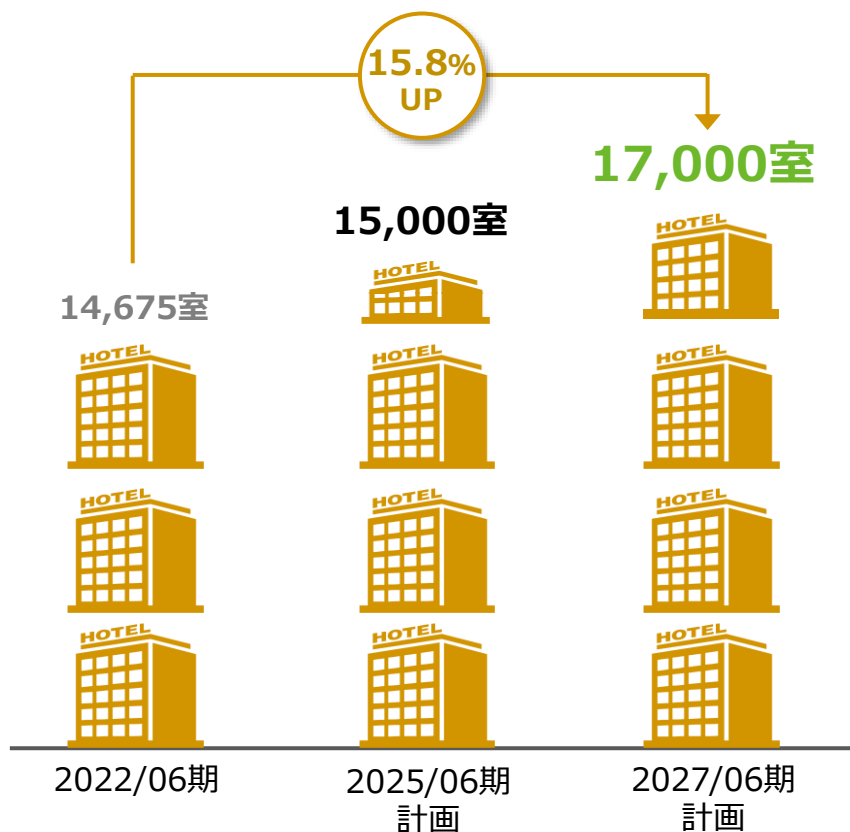


4 着実な新店開発の実施

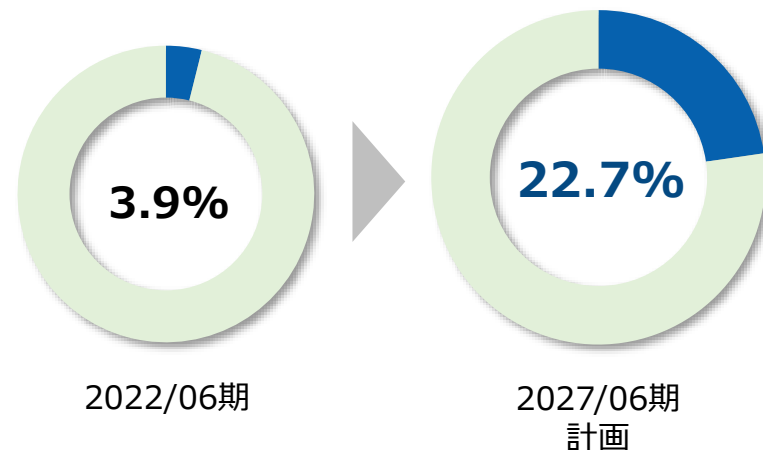
2027年6月期までの5年間で15.8%プラスとなる17,000室目標

エリア・都市規模や、
契約形態の多様化をしながら出店

レジャーがメインターゲットのブランド*の
客室数構成比を3.9%から22.7%に



レジャーメインのブランド 客室数構成比



構成比の変化には既存店のリブランドによる影響も含む

*コンフォートホテルの新ブランド、コンフォートスイーツ、アSENDコレクションなど

5 競争力の源泉たる“人財”の確保・成長に向けた投資

グリーンズで働く日々が『自由で』『一人一人が輝き』『ワクワク・成長実感のある』旅をしているような会社にする

- 人事ミッションの刷新
- 全従業員への浸透策の立案推進

人財要件の再定義

より働きがいある
職場環境の構築

- 従業員が将来を見通せる勤務管理制度
- 賃金水準の向上

- 多様な属性からの人財確保の推進
- 多様な働き方のアプローチ

採用戦略

育成戦略

- サクセッションプランの策定と推進
- 事業戦略を支える育成体系の構築

6 さらにDX推進による業務効率化と新しい顧客体験の創造

継続的なDX領域推進による競争力強化

店舗業務効率化

セルフチェックイン・アウト機

2019年より3年間で27店舗に導入
今後3年間で既存店 約30店舗へ展開予定



新しい顧客体験の創造

スマホなどと連携し快適な
ホテル利用ができる
デジタルタッチポイントを構築

〈例〉
オンラインチェックインサービス
の導入・展開/
リアルタイムでの朝食会場の
混雑状況が分かるサービス など



その他 注力領域

AI、IoT、ビッグデータ処理等
データ分析・活用推進

〈例〉
社内外のビッグデータを集約できる
インフラの構築/
需要予測や顧客分析をマーケティング
やオペレーション改善に活用

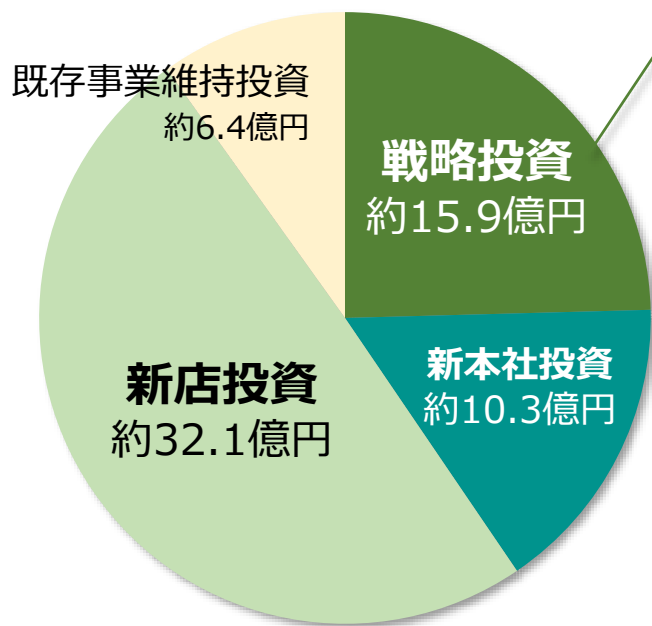


本計画期間中の主な投資・支出計画

新店投資を中心としながら、中長期的な成長基盤となる戦略投資を継続

主な投資・支出計画 2023/06期-2025/06期 合計

総投資額 64.8億円



戦略投資の主な施策

- **チョイスブランド**
レジャー強化のためのリブランド投資
ライブラリーカフェの展開拡大
- **オリジナルブランド**
バンケット機能の高度化
新業態の研究調査
- **経営基盤の更なる強化/
働き方改革・生産性向上への取り組み**
人財への投資
IT・デジタル投資

Appendix②

会社概要、沿革、事業スキーム、業績推移、主な営業指標

会社概要

～ ホテルオペレーターとして60年以上の実績を有する ～

会社名

株式会社グリーنز

本社所在地

三重県四日市市浜田町 5 番 3 号

設立

1964 [昭和39]年 1月 ※創業は1957年 [昭和32年] 7月

代表者

代表取締役社長 村木 雄哉

資本金

100百万円 (2024年6月末)

従業員数

連結:2,353名 <正社員 824名、パートナー社員 1,529名> (2024年6月末)

事業内容

ホテル・レストランの経営、その他付帯する業務

～ 創造と挑戦を続ける企業文化で、業界内で独自ポジションを構築 ～

1987年

株式会社グリーンズに
社名変更

1975年

現在の新四日市ホテル*
を開業・多店舗構想

1957年

新四日市ホテル創業



2015年

株式会社ベストを
子会社化

2003年

チョイスホテルズ
インターナショナルと
マスターフランチャイズ契
約を締結

1999年

コンフォートイン
1号店開業
(コンフォートブランドの1号店)



2018年

東証一部・名証一部昇格
新経営体制への移行

2017年

創業60周年
東証二部・名証二部上場



2021年

「hotel around」ブランド1号店
「hotel around TAKAYAMA」
開業



2018年

チョイスホテルズ事業

新カテゴリーブランドの投入
(コンフォートスイーツ東京ベイ)
⇒ 顧客層の多様化に向けた
対応

新ブランドコンセプト
「Color your Journey. 旅に、
実りを。」の発表

2023年

レジャー需要に着目しコンフォ
ートブランドの体系を再構築
Comfort Hotel ERA、
Ascend Hotel Collection の
立ち上げ

2022年

市場区分見直しにより、
東証スタンダード・名証プレ
ミアに移行

創業・多店舗化

全国展開

株式上場

新たな挑戦へ

ERA / Ascend Hotel
Collection 展開開始

*新四日市ホテルは2019年12月27日をもって閉店



専門のホテルオペレーターとしてのノウハウ

CHI との提携・展開

三重県を中心に
様々な事業展開



マスターフラン
チャイズ契約



Choice Hotels International
(チョイスホテルズインターナショナル)

チョイスホテルズジャパン

フランチャイズ
契約

チョイス
ブランド



グローバルなブランド力を活かし出店開発に注力

GREENS HOTELS

バンケット

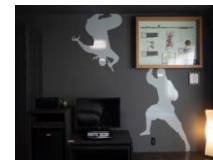


レストラン



ホテル

地域に合わせた
柔軟な展開



Choice Hotels International (チョイスホテルズインターナショナル)

45カ国以上 7,400軒以上の規模を誇るホテルフランチャイズチェーン

<ブランド一覧>



- 1938年創業、本社は米国メリーランド州
- ニューヨーク証券取引所とNASDAQに上場

UPSCALE
アップスケール

ASCEND

CAMBRIA

UPPER MIDSCALE
アッパー・ミッドスケール



MIDSCALE
ミッドスケール



EXTENDED STAY
エクステンデッド・ステイ



EVERHOME
SUITES

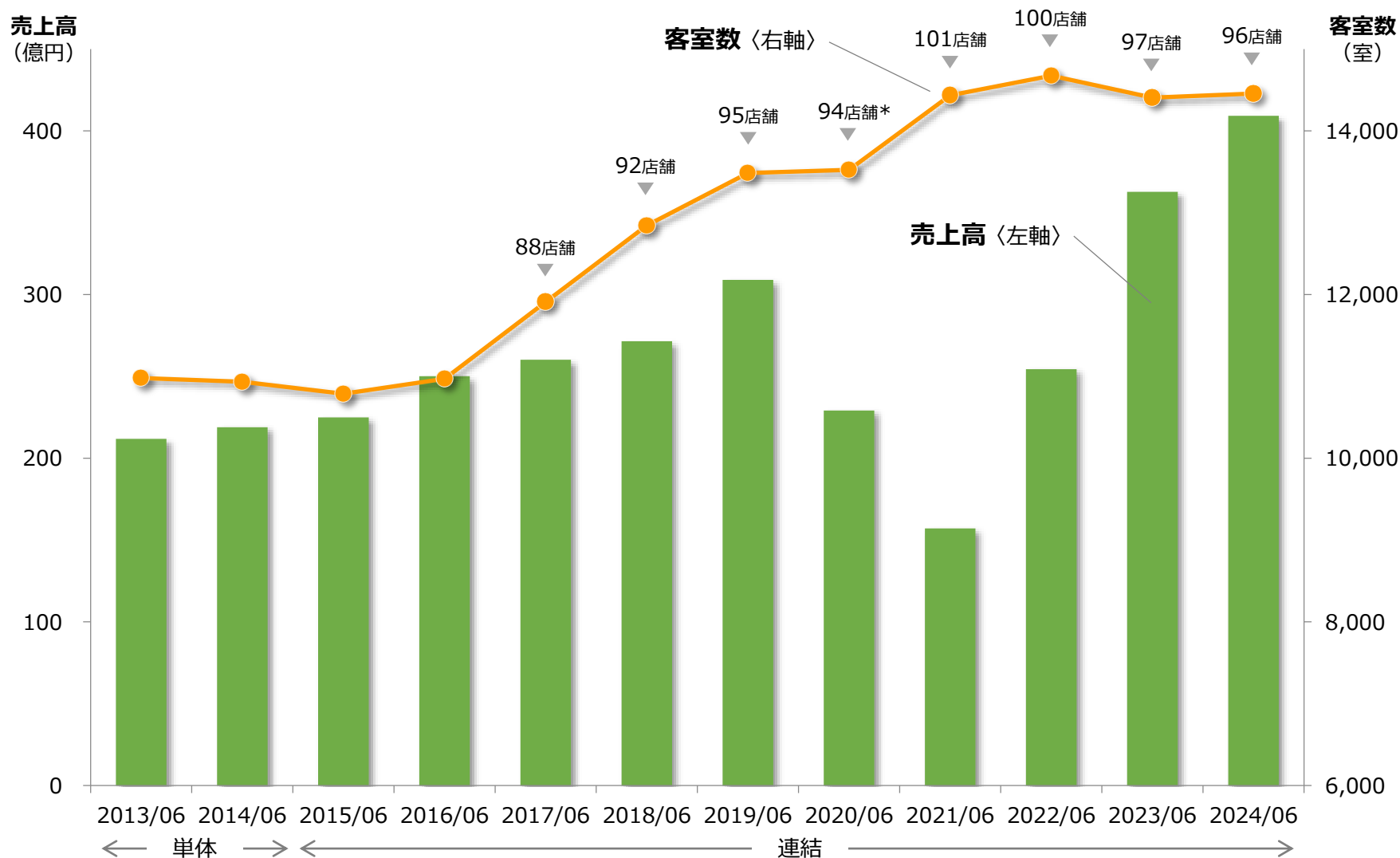


ECONOMY
エコノミー



RODEWAY
INN

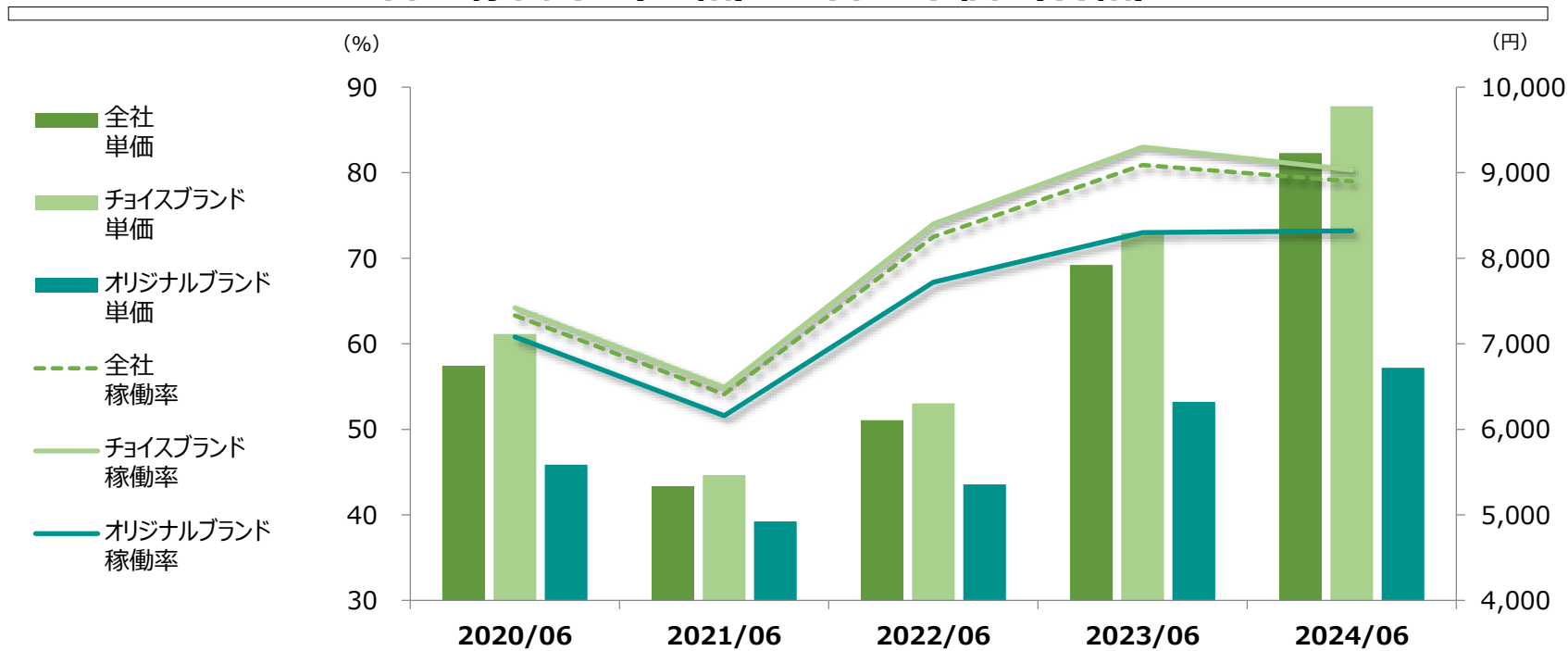
業績推移



*2019年8月13日の取締役会にて閉店を決議した「ホテルエコノ名古屋栄」(2019年4月中旬より休業中)を除く。よって決算短信に記載の数値とは異なる

主な営業指標 客室稼働率/客室単価

客室稼働率〈左軸〉 客室単価〈右軸〉



稼働率	全社	63.3	54.1	72.5	80.9	79.0
	チョイスブランド	64.2	54.9	74.0	83.0	80.3
	オリジナルブランド	60.8	51.6	67.2	73.0	73.2
単価	全社	6,744	5,336	6,107	7,921	9,229
	チョイスブランド	7,115	5,465	6,304	8,298	9,777
	オリジナルブランド	5,587	4,923	5,356	6,321	6,719

免責事項

本資料は、当社の業績および今後の経営戦略に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券ならびに当社商品への募集・勧誘・営業等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、2024年8月13日現在のデータに基づいて作成しております。

なお、当資料に掲載された計画・見通し等は、作成時点での当社が把握し入手可能な情報からの判断および想定に基づくものであり、経営環境の変動等により今後変更される可能性があります。実際の業績等は大きく異なる場合がありますことを予めご了承ください。

■お問い合わせ先

株式会社グリーンズ 総務部

電話 : 059-351-5593

E-mail : greens-info@greens.co.jp