

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



2025年6月期 中間決算説明資料

2025年2月

株式会社グリーンス
(東証スタンダード : 6547)

目次

1. 2025年6月期 中間決算概要	… P. 3
2. 2025年6月期 通期業績予想	… P.13
3. 新中期経営計画 「GREENS SUSTAINABLE JOURNEY 2028」	… P.18
Appendix	… P.52

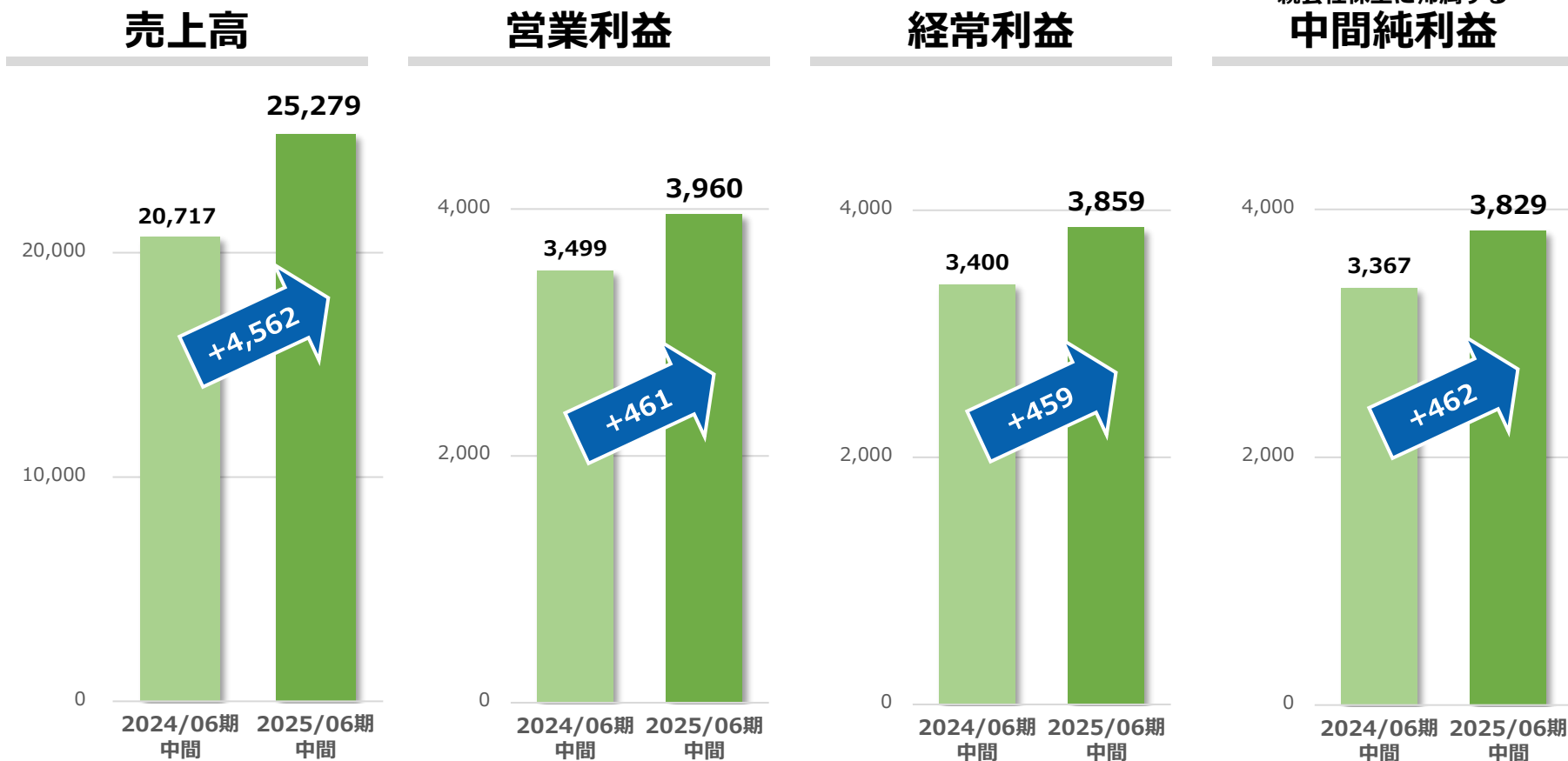
1. 2025年6月期 中間決算概要

決算ハイライト ①決算概要

- インバウンドを含むレジャー需要の獲得、新規出店により売上高は前年比22%増収
- 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、営業利益は同13%増益
- 各利益とも計画を上回る水準で推移

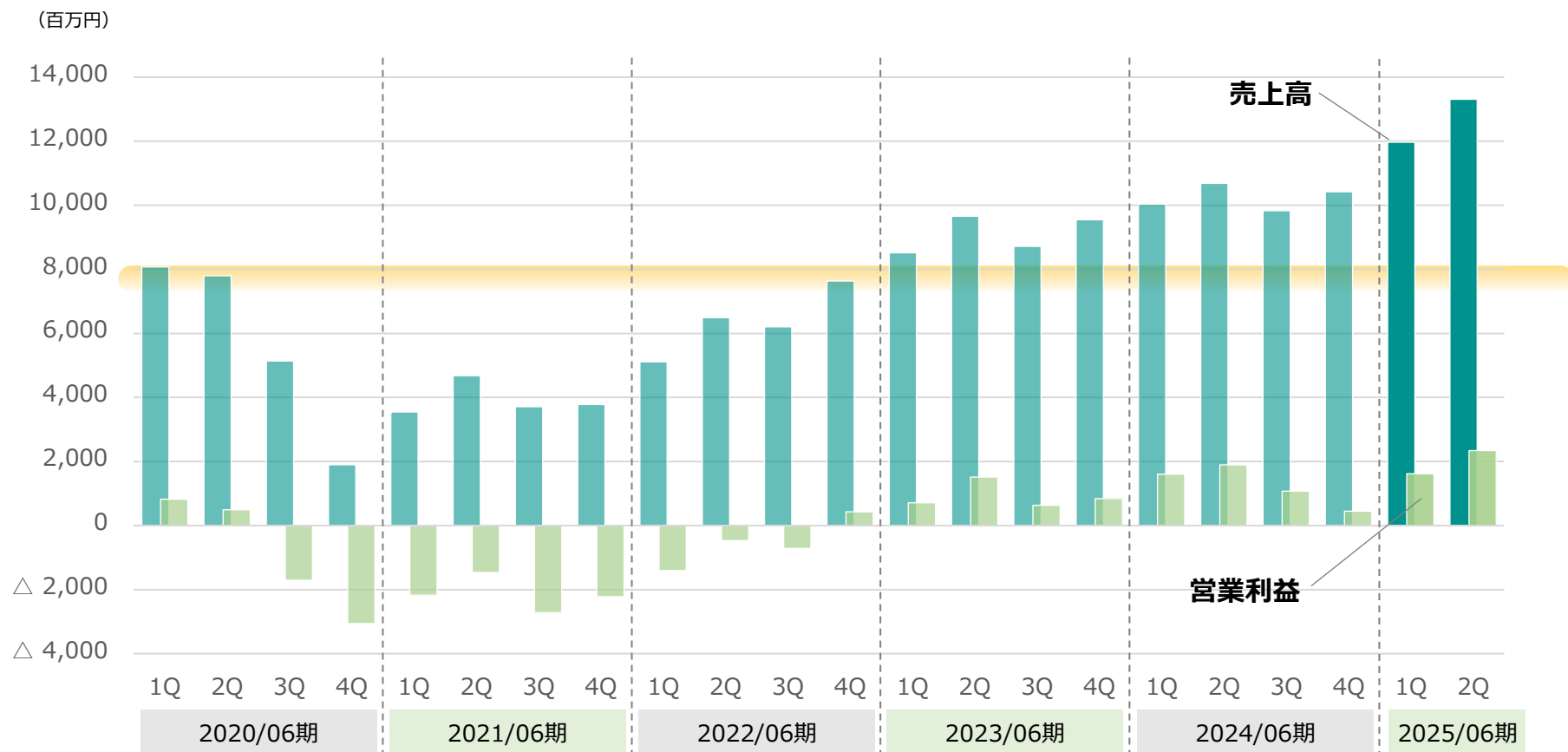
(単位：百万円)

親会社株主に帰属する
中間純利益



決算ハイライト ②四半期業績の推移

- 7月より順次開業したロードサイド型「コンフォートイン」22店舗の貢献等によって各四半期における最高売上高を更新
- 既存店の客室単価向上による売上高の増加に伴い、営業利益も伸長

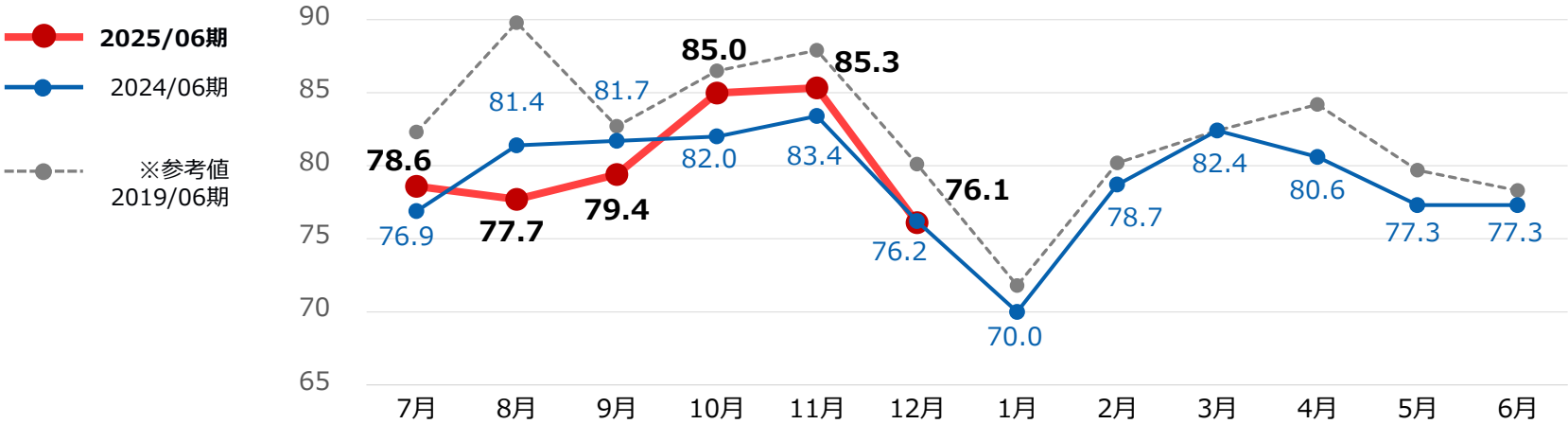


月次推移の年度比較（客室稼働率）

- 地震や台風等の災害影響のあった8月を除き、例年並みの水準で推移

客室稼働率（全社）

(%)



年度		7月	8月	9月	10月	11月	12月	上期累計
チョイスブランド	2024/06期	78.4	82.4	82.7	82.9	84.4	77.4	81.3
	2025/06期	79.8	78.7	80.7	85.7	86.0	77.0	81.3
チョイスホテルズ*1	2025/06期	80.3	79.8	81.9	86.5	86.7	77.9	82.1
チョイスホテルズRS*2	2025/06期	69.9	72.0	74.0	81.6	82.3	72.4	76.2
オリジナルブランド	2024/06期	71.0	77.6	77.7	78.2	79.5	70.8	75.7
	2025/06期	73.0	72.8	72.6	81.2	81.7	71.1	75.3

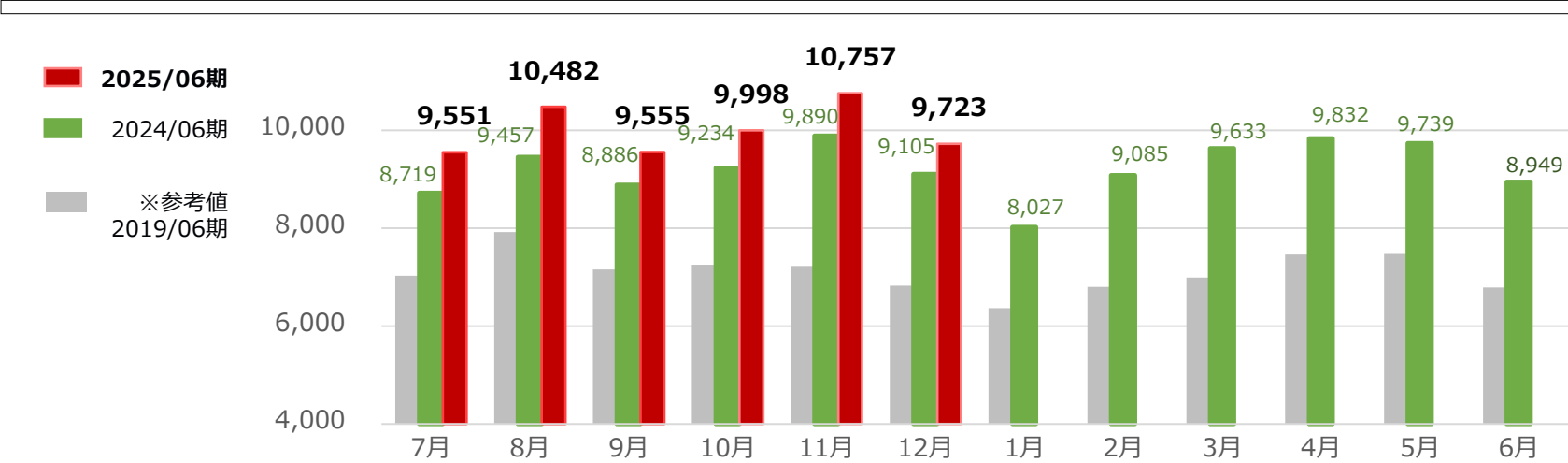
*1 チョイスホテルズ：ロードサイドに立地する22物件を除く、チョイスブランドのホテル
*2 チョイスホテルズRS：2024年2月に賃貸借契約の合意書を締結したロードサイドに立地する22物件の総称

月次推移の年度比較（客室単価）

- インバウンドを含む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向上に貢献
- 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）



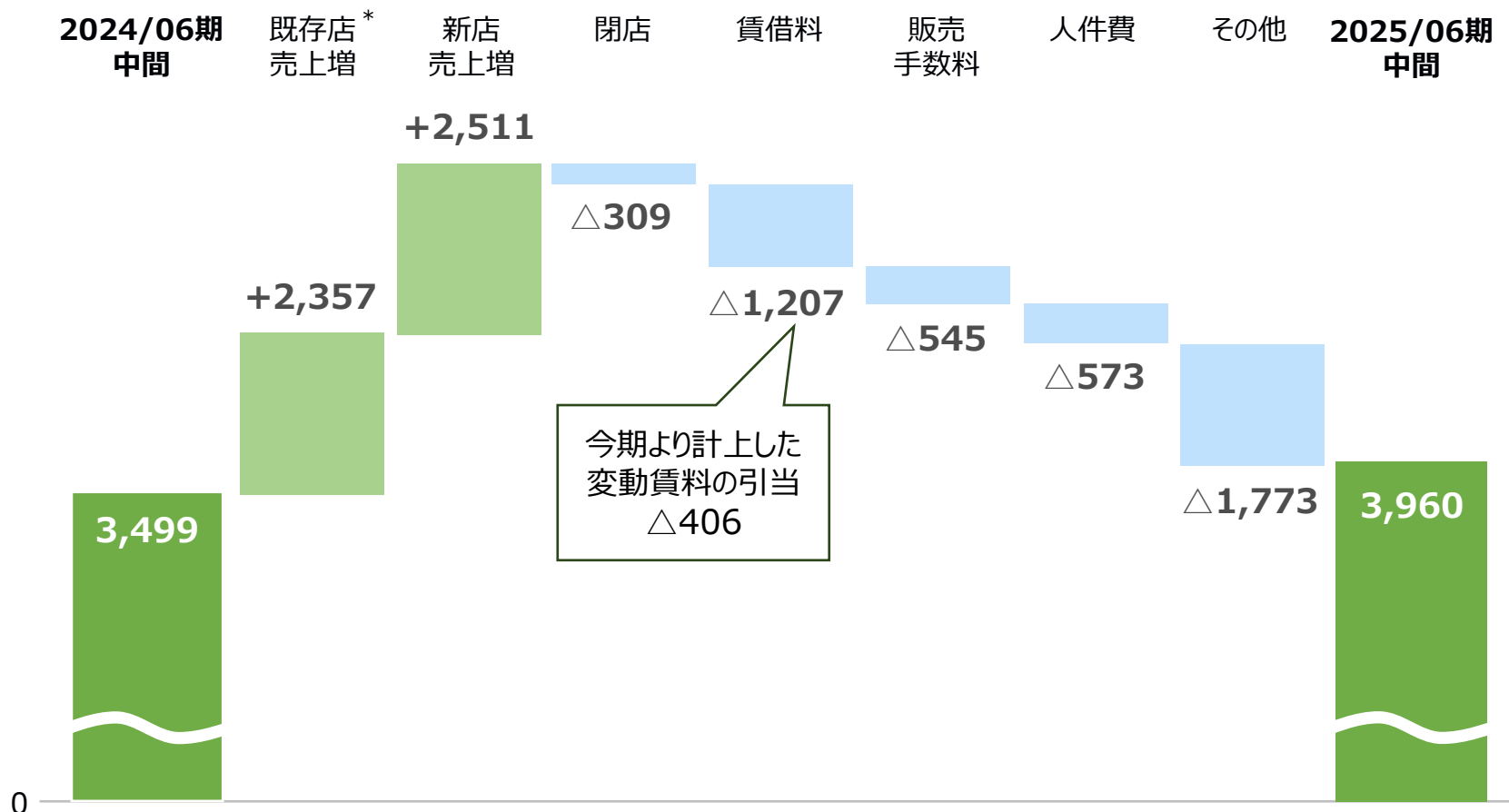
年度		7月	8月	9月	10月	11月	12月	上期累計
チョイスブランド	2024/06期	9,286	10,036	9,334	9,850	10,587	9,703	9,806
	2025/06期	10,070	10,961	10,010	10,490	11,288	10,146	10,510
チョイスホテルズ*1	2025/06期	10,167	11,221	10,373	10,989	11,908	10,692	10,902
チョイスホテルズRS*2	2025/06期	7,875	9,277	7,730	7,611	7,745	6,967	7,840
オリジナルブランド	2024/06期	6,154	6,943	6,936	6,557	6,863	6,405	6,652
	2025/06期	6,881	7,767	6,896	7,166	7,710	7,226	7,279

*1 チョイスホテルズ：ロードサイドに立地する22物件を除く、チョイスブランドのホテル
*2 チョイスホテルズRS：2024年2月に賃貸借契約の合意書を締結したロードサイドに立地する22物件の総称

営業利益 増減分析

増減額合計 +461	
増加額合計 +4,868	減少額合計 △4,407

(単位：百万円)

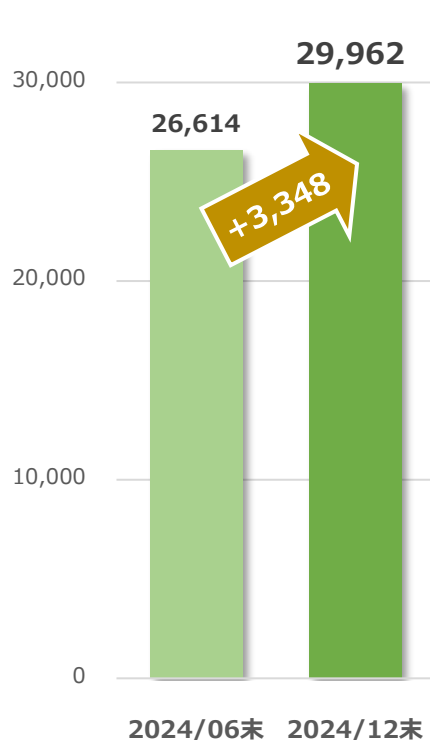


*2024年7月1日時点で営業を開始していたホテル

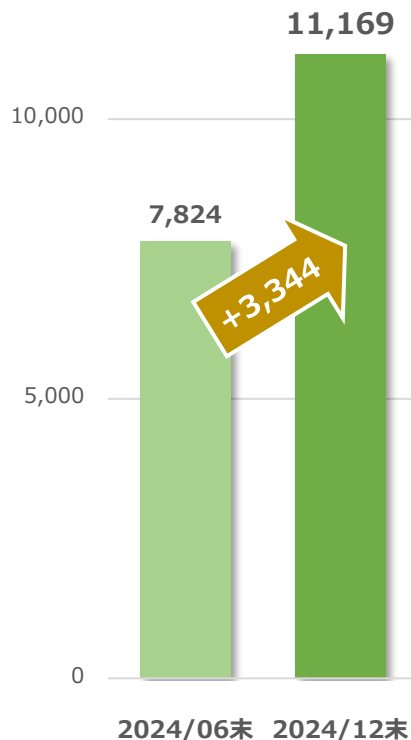
財務関連指標

- 売上高の伸長、中間純利益の着実な増加により、純資産は大幅に拡大
- 2024年6月期末に優先株20億円の消却があったものの、自己資本比率も37.3%まで向上

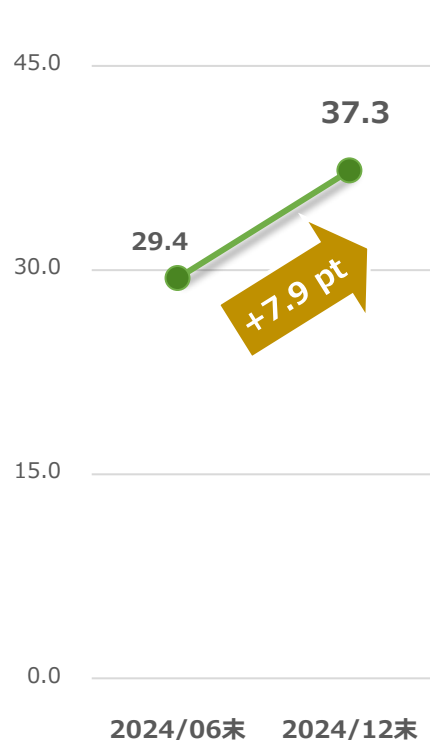
総資産 (百万円)



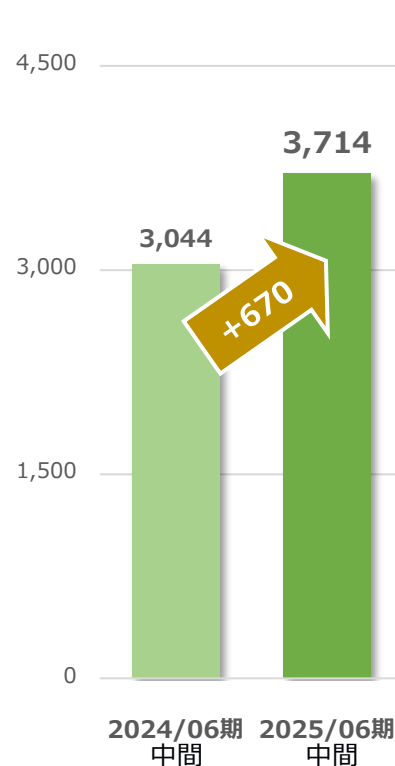
純資産 (百万円)



自己資本比率 (%)



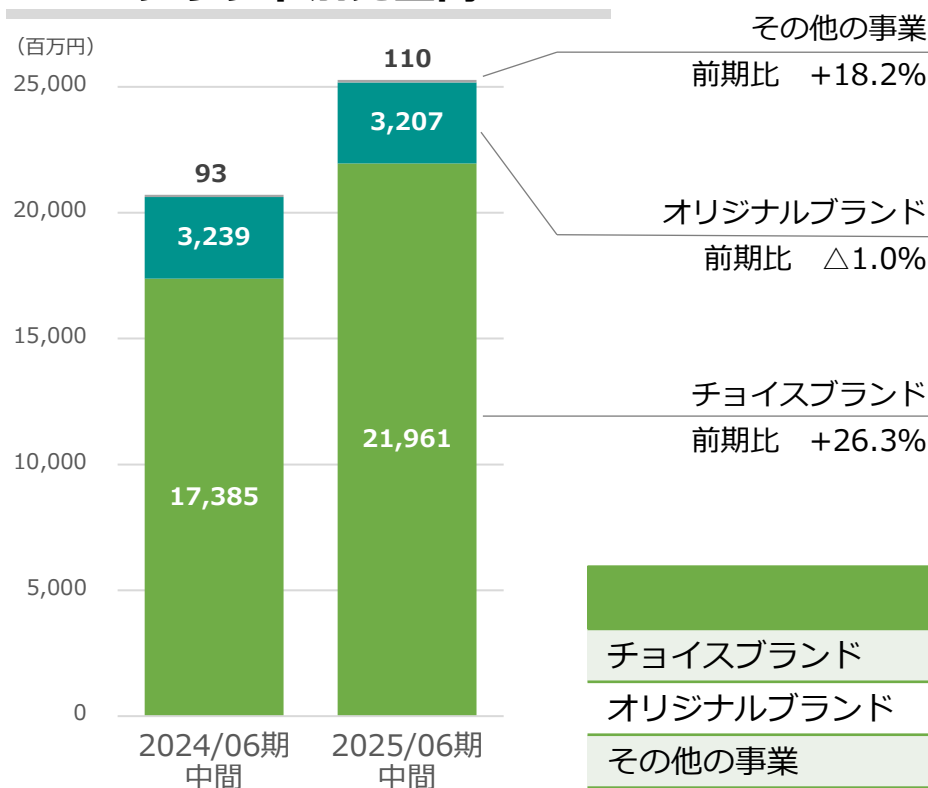
営業CF (百万円)



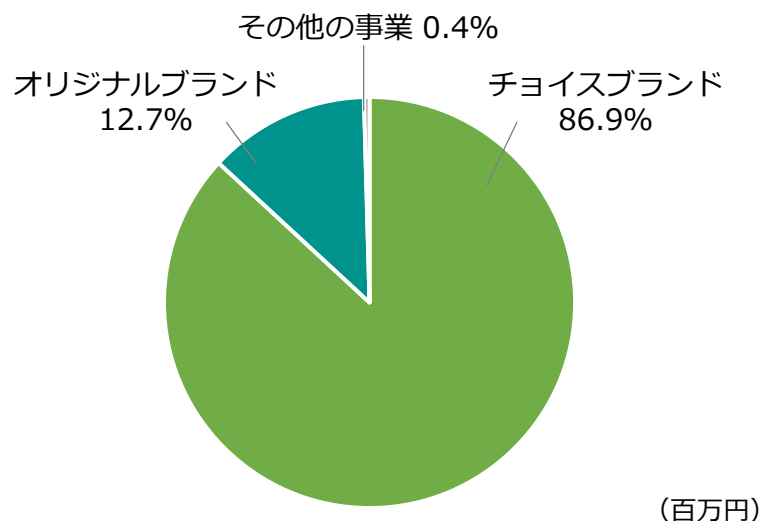
ブランド別の状況

- チョイスブランド ⇒ 新規ロードサイド22店舗の貢献大、既存店舗もレジャー需要で増収
- オリジナルブランド ⇒ ビジネス需要堅調だが、閉店の影響もあり微減収

ブランド別売上高



ブランド別売上高構成比



(百万円)

	2022/06期	2023/06期	2024/06期 2Q	2024/06期	2025/06期 2Q
チョイスブランド	20,068	30,682	17,385	34,499	21,961
オリジナルブランド	5,199	5,574	3,239	6,285	3,207
その他の事業	169	182	93	184	110

(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

2025年6月期上期の出店・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
- ロードサイド型「コンフォートイン」の出店により、業績拡大及びポートフォリオ分散を実現

出店実績

2025/06期

1Q

2Q

オペレーター
チェンジ

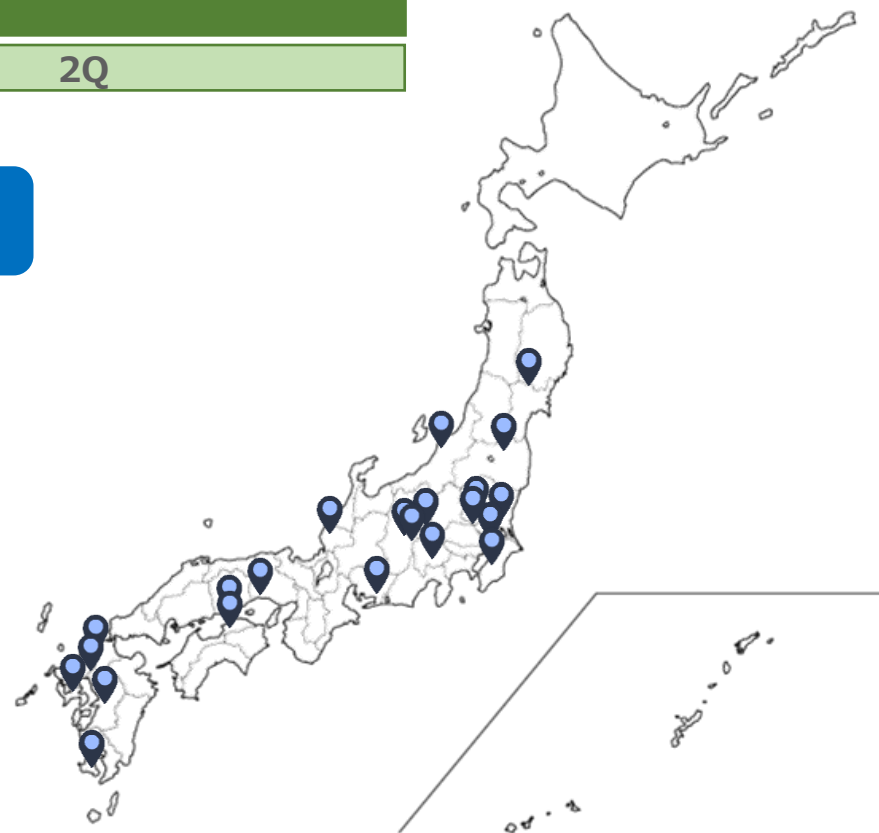
ロードサイド型
「コンフォートイン」

22店舗
2,184室

<閉店実績>

- ① 松阪シティホテル
2024/9/9閉店
三重県松阪市
客室数：71室

7月：17店舗
8月：4店舗
10月：1店舗

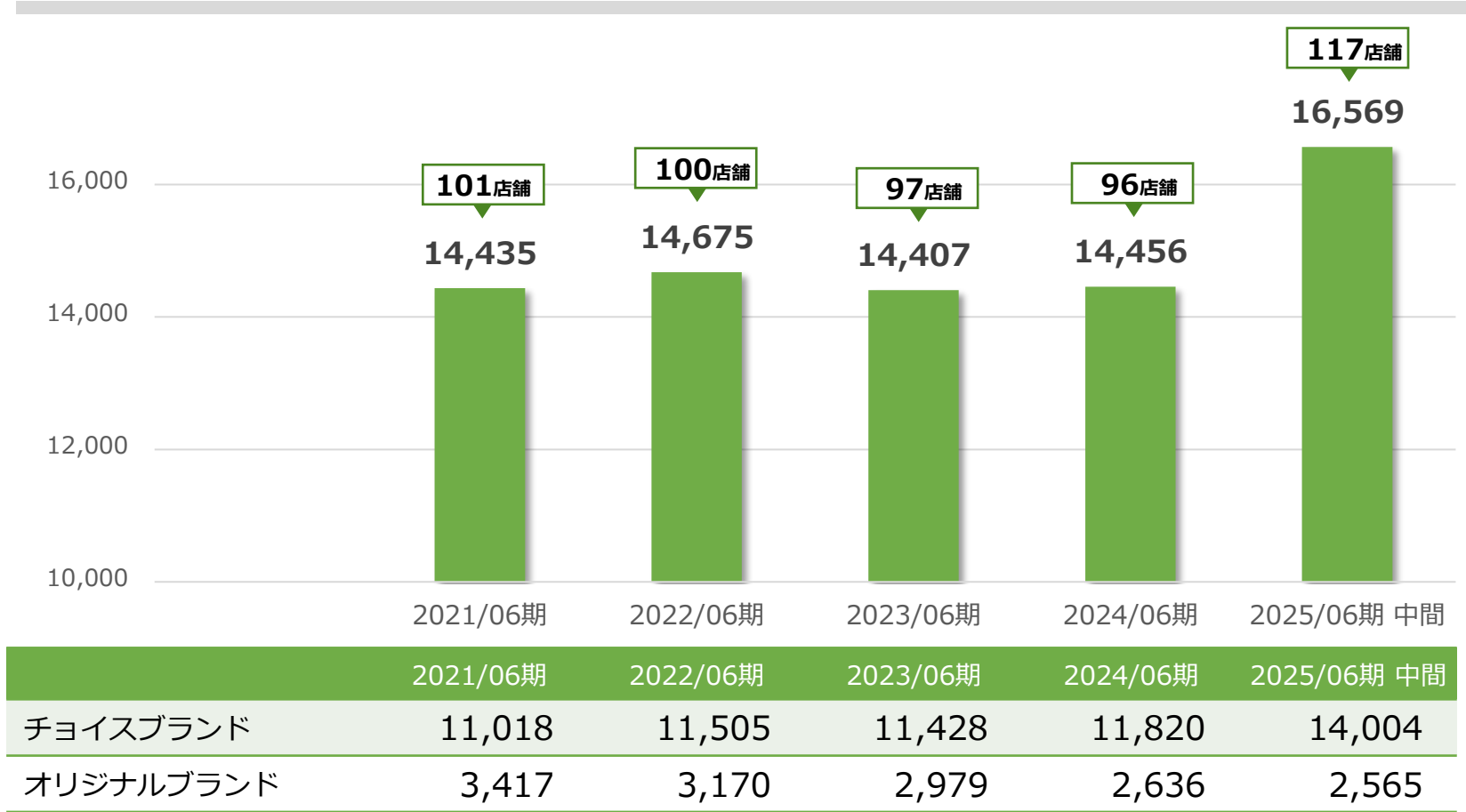


客室数と店舗数の推移

- 中期経営計画で掲げた2025年6月期の客室数目標15,000室を大幅に達成

期末客室数（全社）

（室）

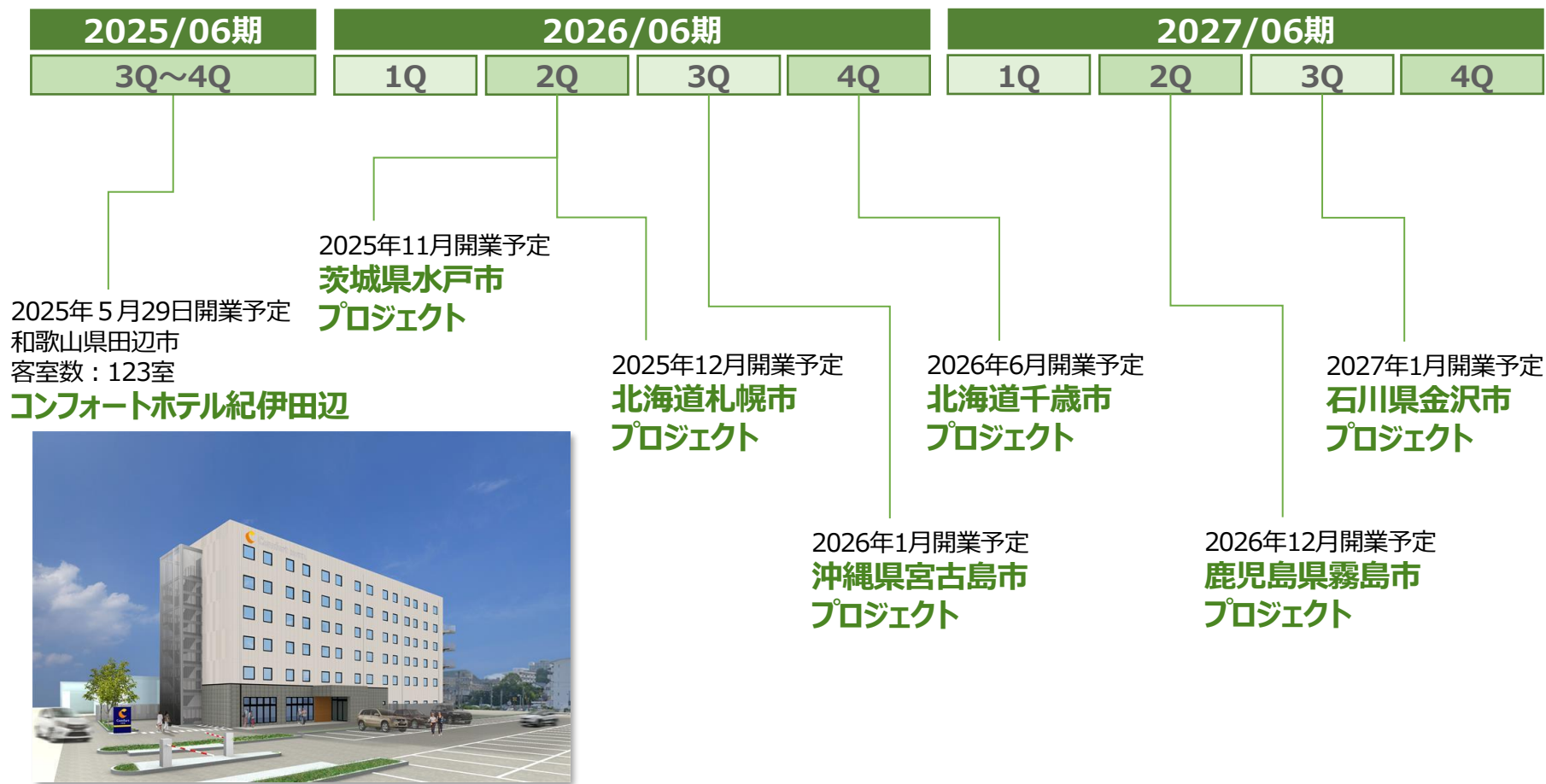


（注）2023年7月1日付でhotel around TAKAYAMAが「Ascend Hotel Collection™」として運営を開始したことにより、「オリジナルブランド」から「チョイスブランド」に所属が変更となったため、ブランド別の客室数に変動あり

2. 2025年6月期業績予想

2025年6月期以降の出店・閉店計画

- 今後も全国各地に新築案件の出店を計画
- 工業地域から都市部、リゾート地まで幅広いエリアへ出店を拡大予定



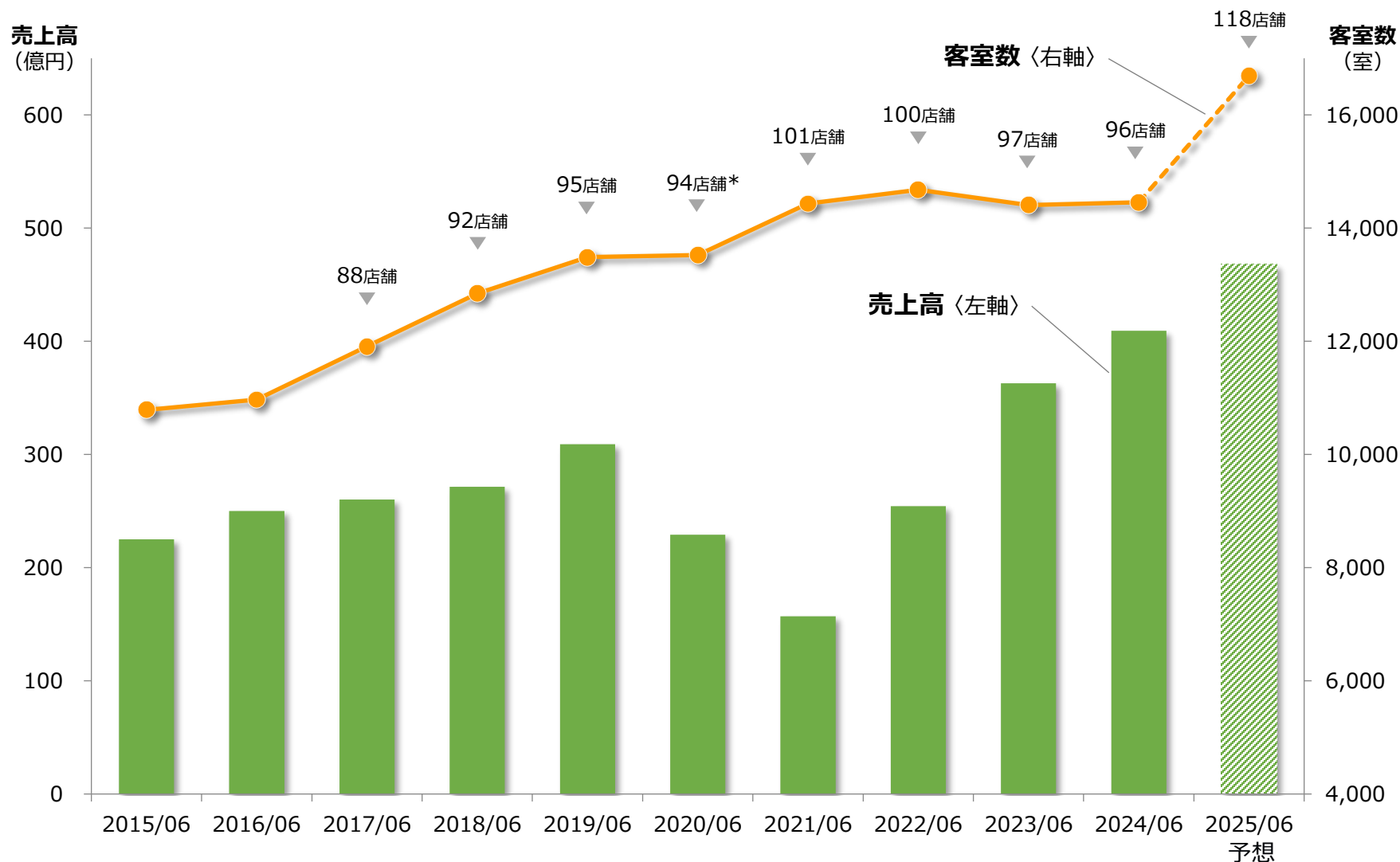
2025年6月期 通期連結業績予想

- 売上高は、既存店の客室単価の上昇と、「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

連結業績の年度推移



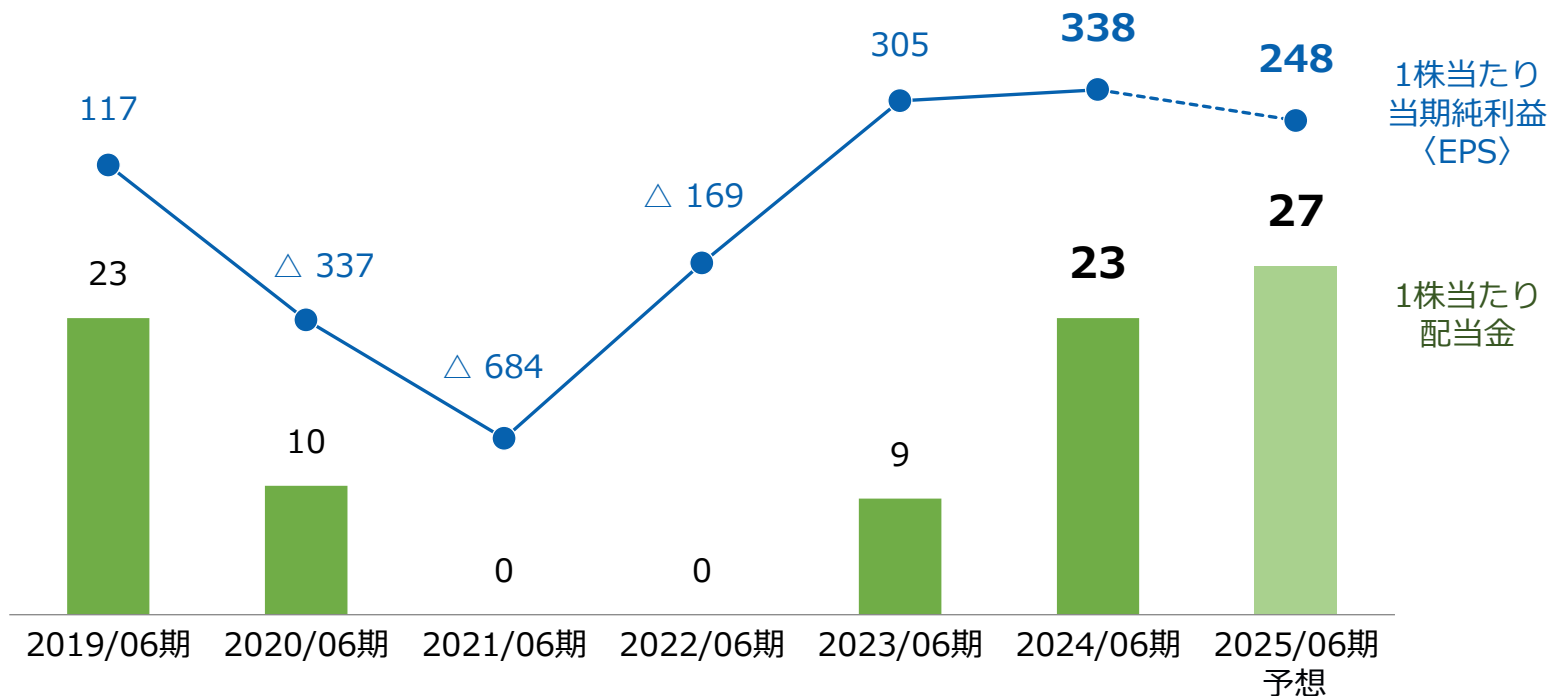
* 2019年8月13日の取締役会にて閉店を決議した「ホテルエコノ名古屋栄」(2019年4月中旬より休業中)を除く。よって決算短信に記載の数値とは異なる

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
- 優先株40億円はあるものの、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)



3. 中期経営計画

「GREENS SUSTAINABLE JOURNEY 2028」

- (1) グリーンの目指す姿
- (2) 前経営計画の振り返りを踏まえた2030/06期経営目標
- (3) 中期経営計画の基本方針と具体的な取り組み
- (4) 人的資本に関する考え方
- (5) 投資・支出計画と配当方針



中期経営計画 「GREENS SUSTAINABLE JOURNEY 2028」

(1) グリーンの目指す姿

人と社会から選ばれるグリーングループへ。 サステナブルな価値共創の旅を続けます。

宿泊需要の高まりとお客ニーズの多様化に対応するため、グリーングループは更なる成長と進化を遂げ、人と社会に選ばれる企業へと歩みを進めます。
お客様から選ばれるための人や施設・サービスへの投資、働く人から選ばれるための人的資本投資、社会から選ばれるための地域活性化への貢献によって、更なる企業価値の創造と持続可能な地域社会の実現を目指します。

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

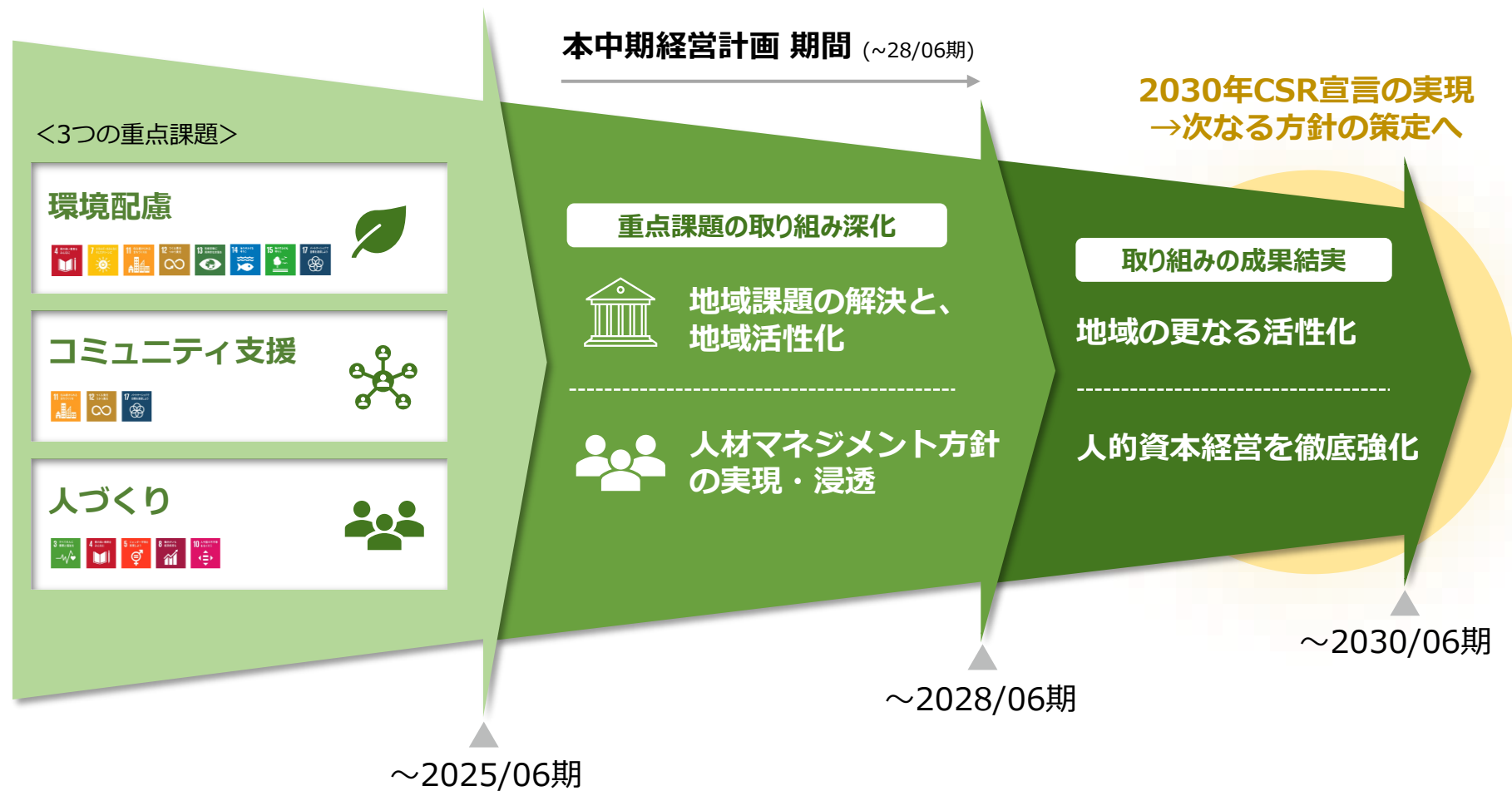
お客様はもちろん、働く人たちも含めたステークホルダーの皆様の人生も輝くホテル経営を。人と環境に優しいホスピタリティあふれる企業を目指します。

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。

グリーングループ サステナビリティ 推進全体像

2030年SDGs達成に向けた環境・コミュニティ・人づくりの取り組みを通じ、出店地域において信頼されるパートナーとしてのプレゼンスを確立させる



グリーングループ サステナビリティ推進の取り組み

2030年CSR宣言に基づいて、ステークホルダーの皆様とともに、サステナビリティの取り組みを着実に推進する

環境配慮



エネルギー・
資源利用最適化

環境・社会に
配慮した調達

環境に配慮した
サービスの提供



地元企業との
協働による
取り組み加速

地域の
持続可能な
発展への貢献

意欲ある
優秀な
人材への
訴求



サービスの提供

コラボレーションを
通じた地域貢献



コミュニティ支援



地域との連携を通じた、
「食」におけるお客様の健康づくり

人づくり



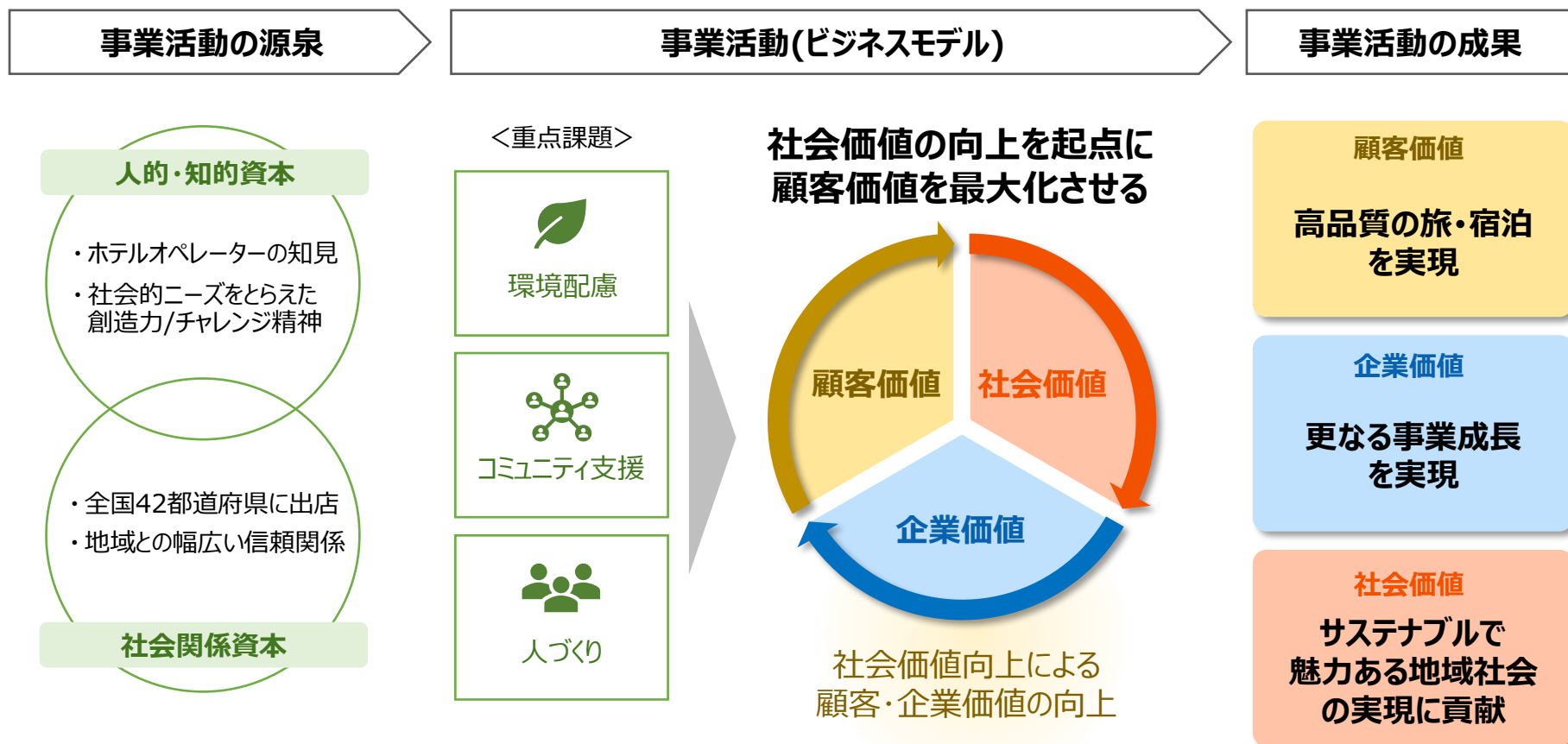
多様な人材の活躍と
平等な機会の提供

お客様の心と体が
元気になる



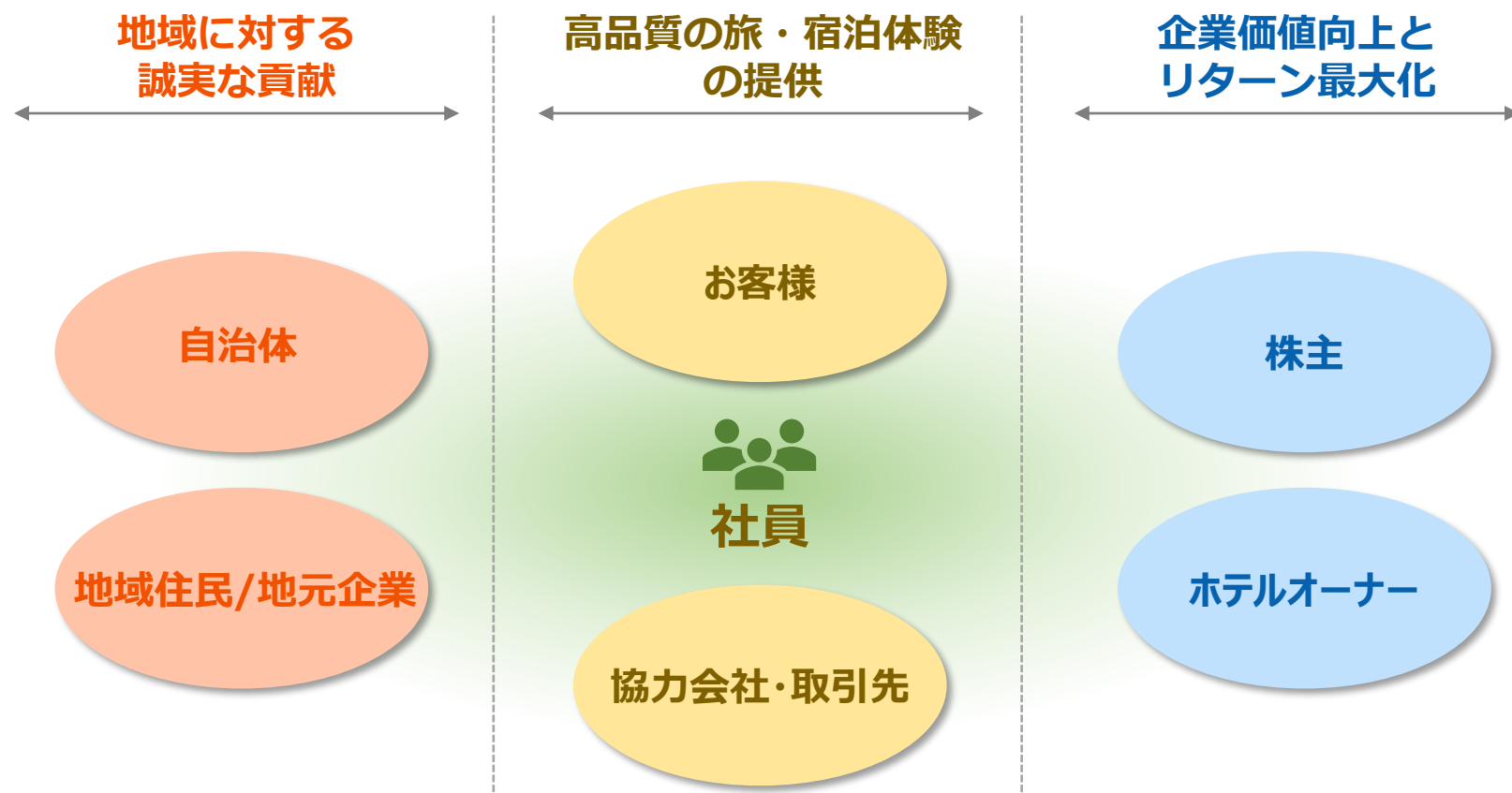
価値創造モデル

顧客価値・企業価値の向上を駆動する起点としてサステナビリティ推進活動による社会価値向上を位置づけ、持続的な成長を図る



ステークホルダーの皆様へのコミットメント

ともに社会に新しい価値を生み出し、分かち合い、発展・成長する姿勢のもと、ステークホルダーから選ばれる企業として在り続ける





中期経営計画 「GREENS SUSTAINABLE JOURNEY 2028」

(2) 前経営計画の振り返りを踏まえた 2030/06期経営目標

前経営計画「GREENS JOURNEY 2025」の達成状況

経営指標のうち、業績目標は2024/06期時点で達成

	2025/06期目標	2024/06期実績	達成状況
売上高	372億円	410億円	達成
営業利益	33億円	50億円	達成
営業利益率	9.0%	12.3%	達成
経常利益	31億円	48億円	達成
親会社株主に帰属する 当期純利益	30億円	49億円	達成
自己資本比率	40%程度	29.4%	現時点で未達
D/Eレシオ	1倍程度	1.6倍	現時点で未達

前経営計画「GREENS JOURNEY 2025」の達成状況

定量目標を支える各種施策についても達成済みである

	前経営計画の目標	達成状況	成果
ホテル事業 強化・拡大	ブランド展開による レジャーターゲット獲得強化	達成	コンフォートホテルERA、Ascend Hotel Collection™を新たに立ち上げ
	ビジネス需要の取り組み強化	達成	ビジネス需要の獲得に向け無料朝食ブラッシュアップ等の 各種施策を強化・推進
	バンケット機能の高度化と 新たな領域への進出	達成	バンケット全体でコロナ禍前の客単価・稼働率を実現。また、 新規事業の構想を開始
	着実な新店開発の実施	達成	(前述)2025/06期目標値の15,000室を大きく 上回る約16,500室を達成見込み
▲ 事業戦略 を支える 基盤	競争力の源泉たる“人材”の 確保・育成に向けた取り組み	達成	各種研修の拡充や、コース別採用等、採用市場のニーズ をとらえた様々な新施策を実施
	さらなるDX推進による業務効率化と 新しい顧客体験の創造	達成	セルフチェックイン・アウト機の普及促進や、オンライン支払 の更なる利便化等に取り組む

前経営計画達成の背景

既存店の業績向上、及びロードサイド22店舗の一斉開業に伴って、
目標値を上回る実績を挙げるに至った

旅・宿泊需要の取り込み
による既存店の成長



ロードサイド22店舗の
リブランド開業

レジャーを中心とした、高まる旅・宿泊需要の獲得

- インバウンド客の旅・宿泊需要の増加に支えられた堅調な業績拡大
- 外部要因によるボラティリティが相対的に低い国内需要も両にらみで着実に獲得

丁寧なオペレーションに裏打ちされた、
新規・リピーターのお客様の着実な獲得

2024年、ロードサイド22店舗
2,184室をリブランド開業

- GREENS JOURNEY 2025にて、基本方針「レジリエントな企業」の実現を打ち出し
- 基本方針のもと、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ホテルを拡大

結果として前経営計画に打ち出した目標値を概ね達成し、
2025/06期目標に掲げた15,000室を大きく上回る
16,692室を達成する見込み

2030/06期経営目標と本経営計画の位置づけ

中期経営計画を遂行し、成長戦略とサステナビリティ推進により
すべてのステークホルダーとの価値共創を実現へ



当社を取り巻く事業環境

駅前宿泊特化型ホテル以外のニーズが高まり、人材獲得競争の苛烈化も予想される中、当社にも変化が求められている

当社にとっての機会 脅威

中長期的なトレンド

旅需要のトレンド

＜旅需要の高まり＞

訪日外国人
観光客2030年
6,000万人目標

国内旅行需要の
堅調な推移

＜ホテルに求める価値の多様化＞

高付加価値な
体験を重視

リーズナブルな宿泊を
重視

ホテル供給のトレンド

＜ホテルの差別化・高付加価値化の必要性＞

建築コストの
高騰

人件費等の
運営コスト
高騰

異業種含む
参入増による
競争苛烈化

＜働き方・価値観の多様化＞

深刻な
人手不足

働き方改革や
多様な働き方の重視

必要な変化

高まる旅需要を背景に
出店ペースを加速させ、
存在感を高める

駅前・宿泊特化型のみならず、
需要に応じた多様なポート
フォリオを築く

共感される“目指す姿”及び
職場環境を築き、人材に
選ばれる企業へ進化する

2030/06期 経営目標

2030/06期 20,000室体制を最適なブランドポートフォリオで実現し、人材施策も強化することで、盤石な事業基盤を有する、人材に選ばれる企業へと進化する

当社に必要な変化

高まる旅需要を背景に
出店ペースを加速させ、
存在感を高める

駅前・宿泊特化型のみならず、
需要に応じた多様な
ポートフォリオを築く

共感される“目指す姿”及び
職場環境を築き、人材に
選ばれる企業へ進化する

2030/06期 経営目標

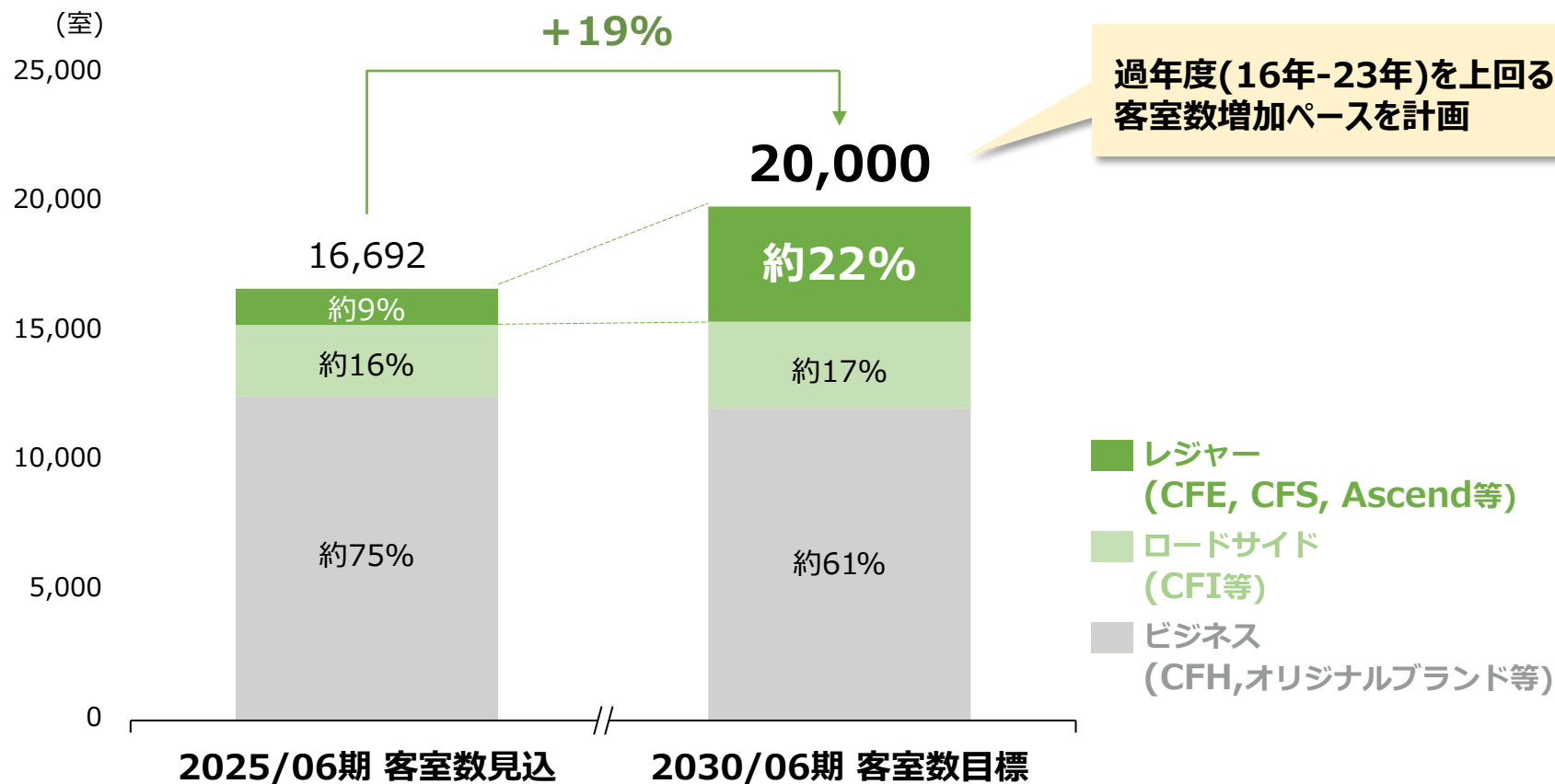
1 2030/06期 20,000室体制

2 アップスケールレジャーやロードサイド等を含めたブランドポートフォリオ拡大

3 人材に選ばれる企業として、
人的資本経営の更なる強化

2030/06期における当社の事業構造

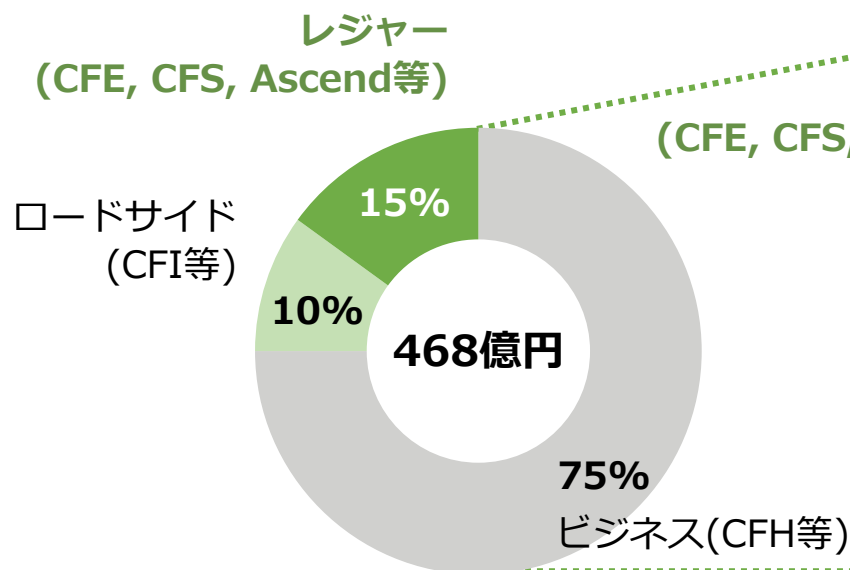
2030/06期に向けて20,000室を目指し、特にレジャーブランドの比率を客室数で約2割へ増加させることで、高まるレジャー需要を取り込む



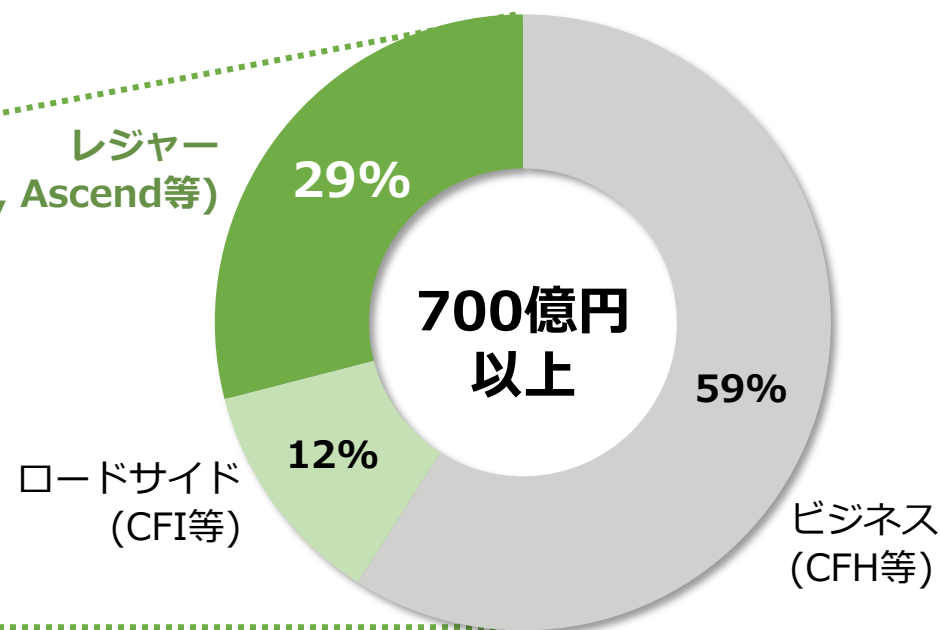
2030/06期における当社の事業構造

レジリエンス性の観点からロードサイドの売上高比率を維持しつつ、
レジャーブランドを約3割まで高め、全社トップラインをけん引

2025/06期 売上高見込



2030/06期 売上高目標





中期経営計画 「GREENS SUSTAINABLE JOURNEY 2028」

(3) 中期経営計画の基本方針と具体的な取り組み

中期経営計画の基本方針

本経営計画期間を、将来のポートフォリオ拡大を通じた持続的な成長を実現するためのケイパビリティ構築を行う準備期間として位置付ける

2030/06期 経営目標

2030/06期 20,000室体制

アップスケールレジャーや
ロードサイド等を含めた、
ブランドポートフォリオ拡大

人材に選ばれる企業として、
人的資本経営の更なる強化

本経営計画の基本方針

需要をとらえた出店加速

- ・2028/06期に18,000室体制を目指す
※過年度(2016/06期~2023/06期)よりも
速いペースでの出店

レジャーブランド・ロードサイド業態の ビジネスモデル確立

- ・レジャー：需要獲得に向けた出店加速
- ・ロードサイド：出店によるリスク分散、
及び顧客層の拡大

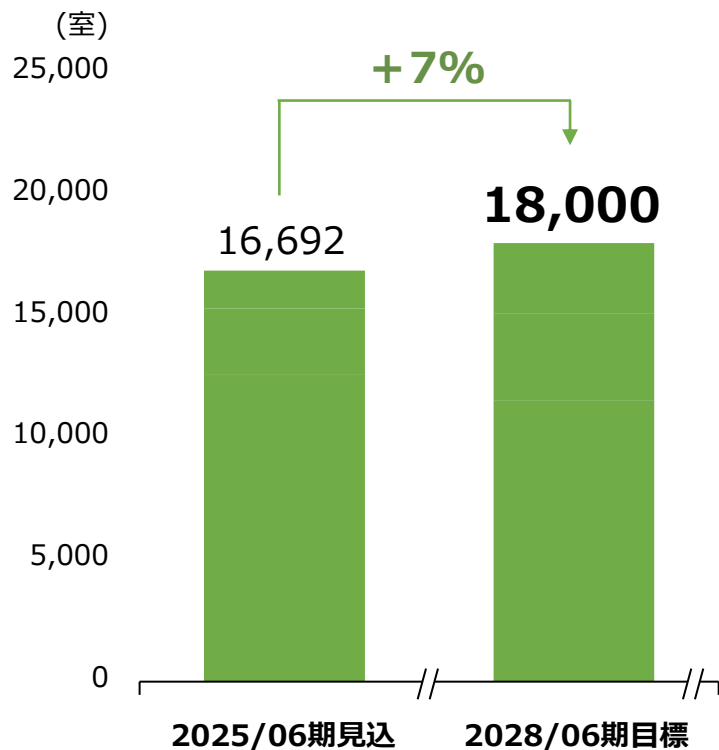
人材への投資と、更なる成長に挑戦 する組織風土の醸成

- ・人材マネジメント方針の実現
(人材活躍の仕組み構築・人材育成・人事制度)

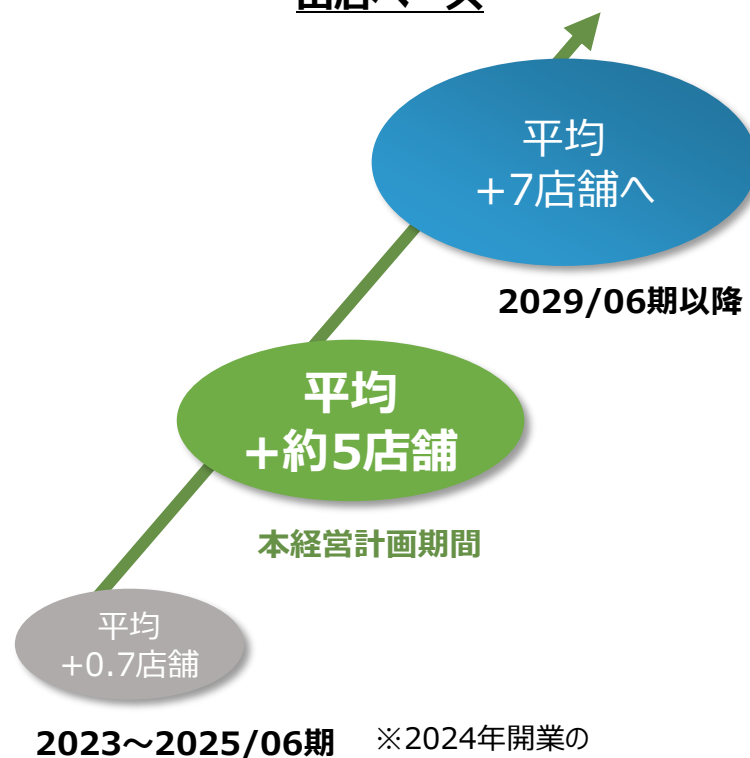
1 需要をとらえた出店加速

新規出店を加速させ、2028/06期に18,000室体制を目指す

次期経営計画期間における客室数目標



出店ペース

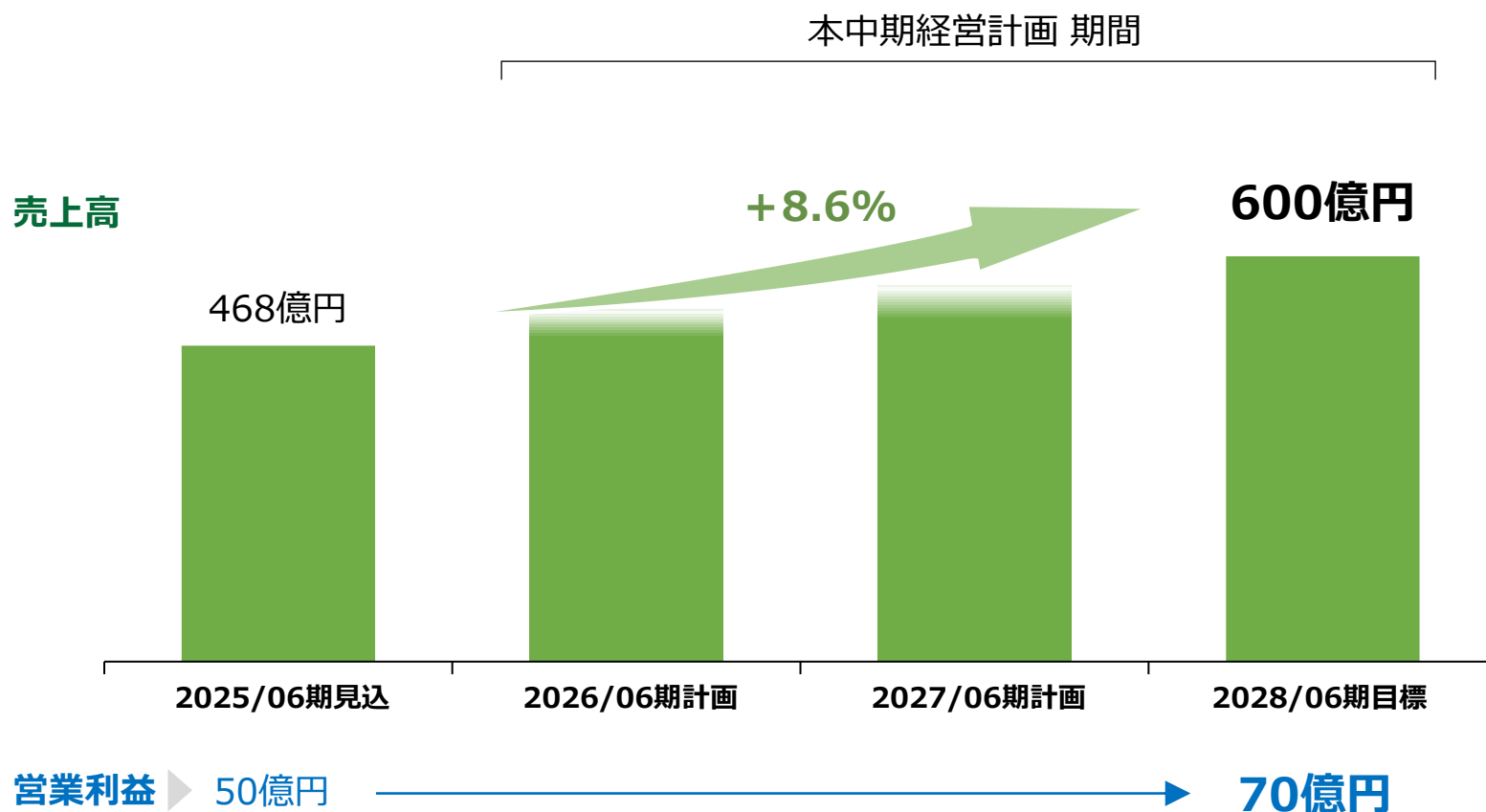


※2024年開業の
ロードサイド22店舗を除く

*2024年に開業したロードサイド22店舗を加えた場合、2023年-2025年06期の出店ペースは平均+8店舗

1 需要をとらえた出店加速

2025/06期から2028/06期にかけてCAGR+8.6%の売上成長を目指し、
2028/06期に売上高600億円、営業利益70億円達成を掲げる



2 レジャーブランド・ロードサイド業態のビジネスモデル確立

創業期以来の駅前・宿泊特化型ビジネスブランドで需要を確実に獲得しつつ、レジャーブランド・ロードサイド業態をバランスよく拡大する

ポートフォリオ
比率イメージ
(客室数ベース)

需要の高まりを踏まえた出店加速と、
更なる収益機会の獲得

堅調な出店を通じた、
レジリエンス性拡大

ビジネス需要の獲得に向けた出店
継続による、収益基盤の盤石化

レジャー



- インバウンド含むレジャー需要を確実に獲得
- 出店加速に向けたビジネスモデル確立を進め、アップスケールレジャーに挑戦する

ロードサイド



- 駅前型店舗と異なる業態でリスク分散
- 収益性を高めるべく、複数名宿泊による客室単価増が期待出来る国内レジャー客にも間口を広げる

ビジネス



- 企業の出張予算を上回る価格帯の競合が増える中、当社は適正な価格設定のもと商品力強化を推進
- コストパフォーマンスを高め、出張需要を確実に獲得する

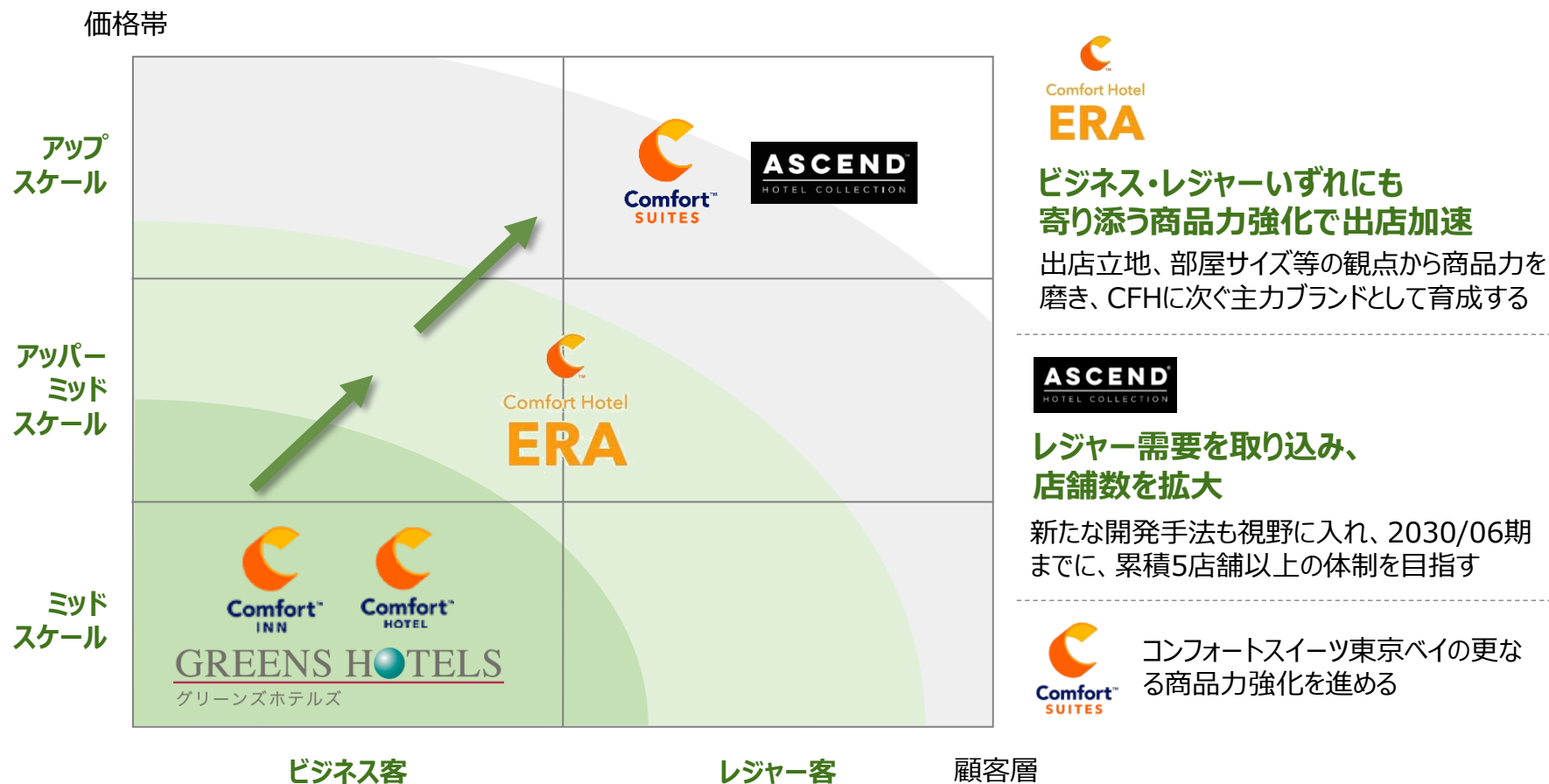
2025/06期見込

2028/06期目標

2030/06期目標

2-1 領域別戦略（レジャー）：ターゲット獲得強化を見据えた出店加速

前経営計画期間中に立ち上げた新ブランドであるコンフォートホテルERA及びAscend Hotel Collection™の出店を加速させ、更なるレジャー需要を取り込む

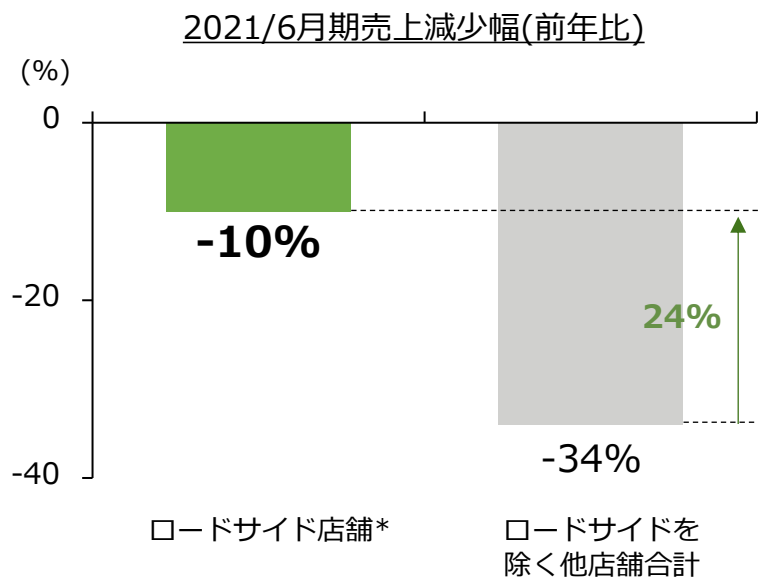


2-2 領域別戦略（ロードサイド）：レジリエンス性を高めつつ更なる顧客層拡大へ

駅前型店舗と異なる顧客層をターゲットとしたロードサイド店舗の出店によりリスクを分散しつつ、ロードサイドならではの需要の開拓を図る

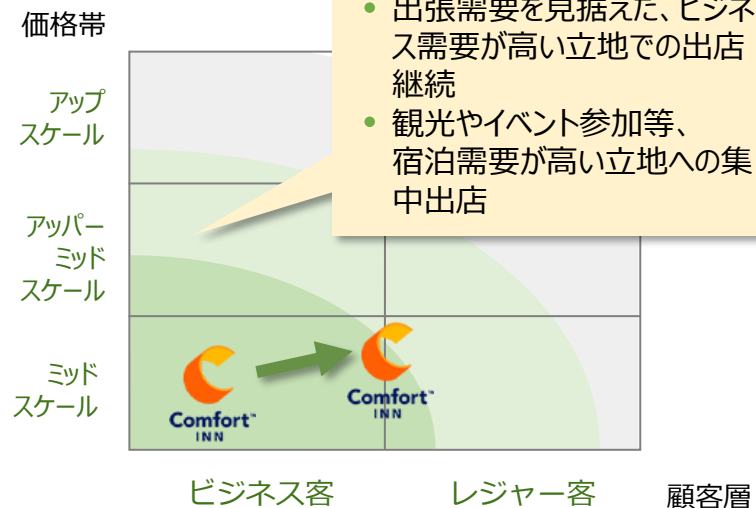
駅前型ホテルからのリスク分散

コロナ禍でも、ロードサイド店舗は他の駅前型店舗と比較して売上減少幅が低かった



国内レジャー需要の取り込みによる成長

駅前型ホテルと異なる立地条件を活かし、既存の業態と異なる顧客需要の開拓を図る



*2020年時点で開業済みのコンフォートイン鹿島、新潟亀田、甲府、大垣、近江八幡、八日市 計6店舗の実績

2-3 領域別戦略（ビジネス）：主力事業として需要を徹底して獲得

事業基盤の安定化に向け、主力事業であるビジネス利用ホテルの更なる施策強化を引き続き推し進める

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

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



主力事業としての更なる成長を目指す

3 人材への投資と、更なる成長に挑戦する組織風土の醸成

人材・組織風土の目指す姿について認識を揃え、進化していく観点から、グリーングループとしての共通人材要件Greens Criteriaを定義

背景

事業戦略上の要請：
更に多様な立地、業態へ挑戦

- 旅の価値観の多様化を受け、従来以上に多様な立地や業態に挑戦
- “正解”のないホスピタリティを模索



人材・組織戦略上の要請：
自ら宿泊の価値を創造する主体性

- “正解”が無いからこそ、ホスピタリティのあるべき姿を自ら考え、提供する主体性
- ともに働く仲間それぞれの主体性を喚起し、応援する組織風土

目指す人材像「Greens Criteria」



3 人材への投資と、更なる成長に挑戦する組織風土の醸成

Greens Criteriaを体現する意欲ある仲間選ばれ、居続けたいと思われる組織となるべく、
人材活躍の仕組み構築・人材育成・人事制度整備に取り組む

人材活躍の 仕組み構築

人材が活躍できる場所を、
事業戦略から逆算し計画的
に構築する(“適所適材”)



人材育成

グリーンズで働くことで
人材の市場価値が最大化する
魅力的な育成体制を構築する

人事制度

ブランドポートフォリオ拡大の中で、
多様なスキルを持つ人材が活躍する
職場環境を構築する

中期経営計画 「GREENS SUSTAINABLE JOURNEY 2028」

(4) 人的資本に関する考え方

グリーンズが考える人的資本経営

社員の誰もが輝けるチームワークと、高水準のサービスを提供する
プロフェッショナリズムを両立した強じんな組織体を目指し、
人的資本を更に強化する

チームワークの発揮

- 多様な人材の協働による、高水準の宿泊・料飲体験の提供
- 全国での質の高いチェーンオペレーションの維持・向上

プロフェッショナリズムの追求

- 個々のキャリアにおける高い専門性とスキルの追求
- 心理的安全性を基盤としつつ、未来を見据えて互いに成長・挑戦する風土の醸成

Greens Criteriaの体現



中期経営計画 「GREENS SUSTAINABLE JOURNEY 2028」

(5)投資・支出計画と配当方針

本経営計画期間中の主な投資・支出計画

事業基盤の安定化に向け、ボリュームゾーンである既存施設に対し、20億円規模の積極的な投資を実行し、顧客満足度の向上を図る

主な投資内容

ラウンジスペースの利便性向上や客室内の美観・機能面の向上などゆっくり寛げる空間に

**本3カ年にて約20億円
の投資を行い
リニューアルを実施**

- 壁紙やカーペット貼り替えによる清潔感の向上
- 家具や寝具の入れ替えによる快適性の向上



➤ リニューアル例
コンフォートホテル那覇県庁前

本経営計画期間中の主な投資・支出計画

成長戦略推進や中長期的な経営基盤強化に向けた戦略投資を継続

主な投資・支出計画
(2026/06期-2028/06期合計)

主な投資内容

総投資額50億円



既存事業維持投資

- 既存店の清潔感や快適性・利便性を向上させるための各種投資

戦略投資

- レジャー需要獲得を見据えたリブランド
- 生産性向上のためのIT・デジタル投資
- 従業員の教育機会の増加や働きやすさの向上を目的とした各種投資

新店投資

- 各期平均5店舗の新規出店投資

(注) 「投資」には資産性のものだけでなく、経費計上のもも含む

経営指標（業績目標等）

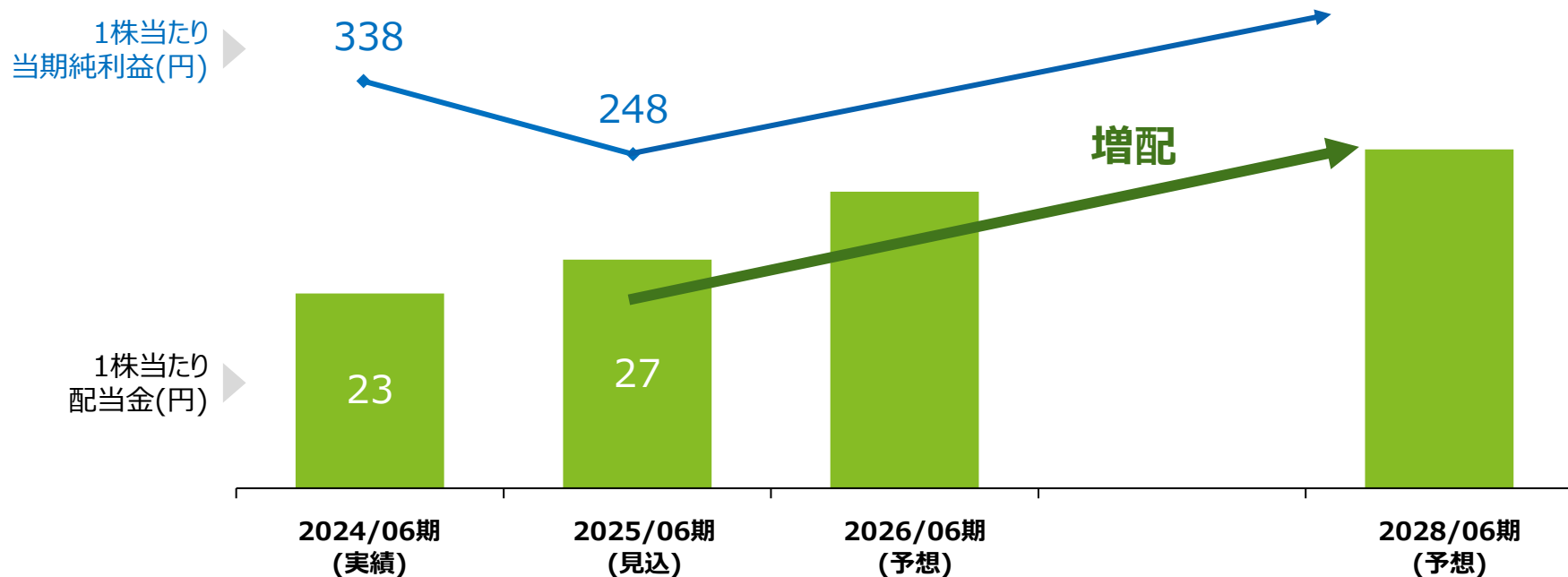
2028/06期には過去最高の売上高600億円を目標とし、
コロナ禍での優先株支援からの脱却を進めつつ、財務基盤の強化も図る

	(参考)2024/06期実績	2028/06期目標
売上高	410億円	600億円
営業利益	50億円	70億円
経常利益	48億円	69億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	49億円	45億円
自己資本比率	29.4%	54%
ROE	74.1%	20%以上

株主還元

- 単年度業績、配当性向、ROE等を総合的に勘案して、盤石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
- 優先株40億円はあるものの、配当還元・成長投資・人的資本投資等をバランスよく行っていく

普通株式に対する配当方針



Appendix

会社概要、沿革、事業スキーム

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

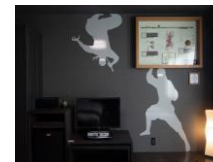


レストラン



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>

UPSCALE
アップスケール

ASCEND

CAMBRIA

UPPER MIDSCALE
アッパー・ミッドスケール

Comfort

MIDSCALE
ミッドスケール

Sleep
INN

MainStay
SUITES
Sleep
INN

Q
Quality
INN

CLARION

clarion
pointe

EXTENDED STAY
エクステンデッド・ステイ

MainStay
SUITES
Sleep
INN

MainStay
SUITES

EVERHOME
SUITES

WOODSPRING
SUITES

Suburban
STUDIOS

ECONOMY
エコノミー

EconoLodge

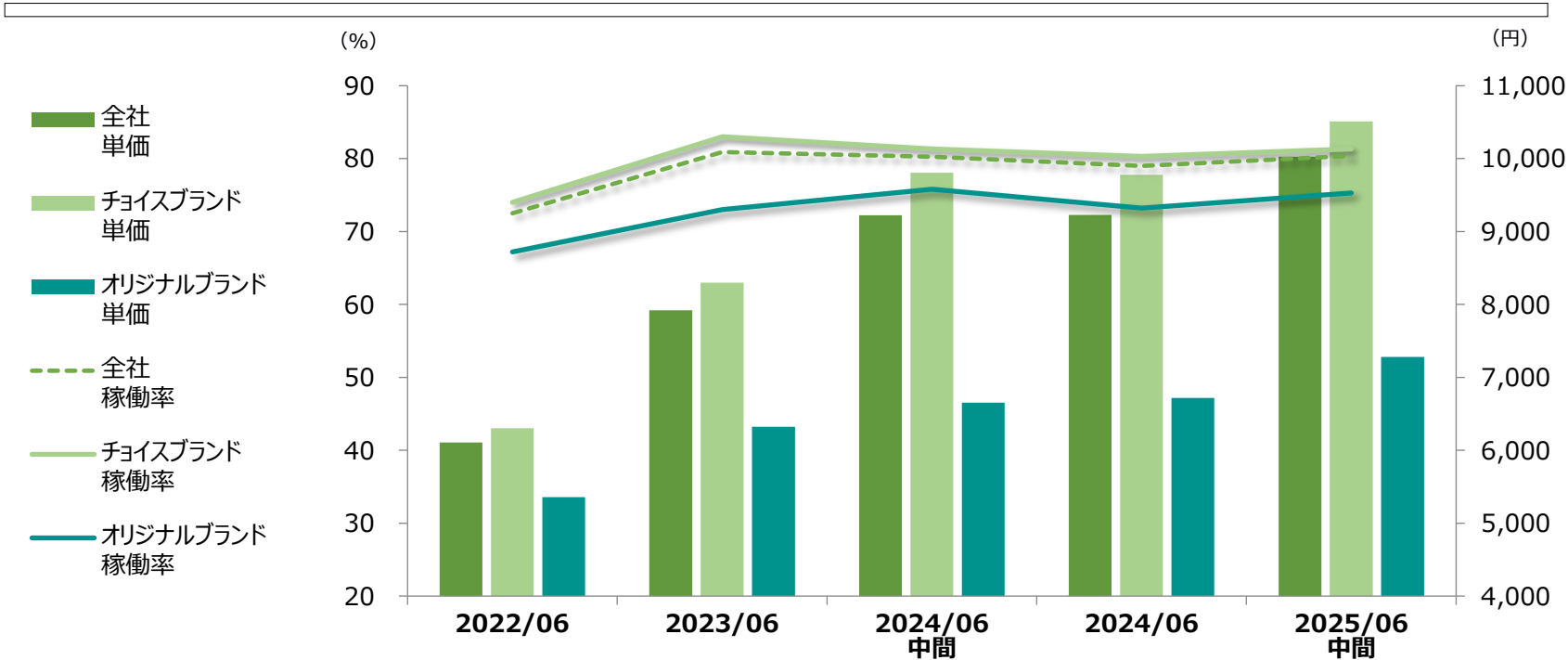
RODEWAY
INN

 **CHOICE**
HOTELS®

- 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

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	72.5	80.9	80.2	79.0	80.4
	チョイスブランド	74.0	83.0	81.3	80.3	81.3
	オリジナルブランド	67.2	73.0	75.8	73.2	75.3
単価	全社	6,107	7,921	9,222	9,229	10,026
	チョイスブランド	6,304	8,298	9,806	9,777	10,510
	オリジナルブランド	5,356	6,321	6,652	6,719	7,279

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、2025年2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、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