

# 株式会社アメイズ

---

## 第99期営業方針説明会

令和6年2月23日

# 目次

---

- 01 | 企業理念
- 02 | 業績推移および業界動向
- 03 | 事業セグメント別営業戦略
  - ・ 宿泊事業
  - ・ 飲食事業
- 04 | 新規出店戦略
- 05 | 第99期業績予想

## 01 | 企業理念

---

HOTEL AZ は“旅”を通じて社会に奉仕する。

当社は、より豊かな“旅”を創造し、「より多くの人々の豊かな暮らしに貢献します」を全社員の働く喜びとして限りなく前進していく。

現在は小さくても大分、九州そして日本全土あるいは世界に夢を膨らませながら一歩、一歩前進していくものである。歩みは決して速くないが確実な歩みである。

急がば回れの教え通り、技術の構築こそお値打ちの創造が出来るものである。

技術とは、先人の知恵に学びながら実践し、技の集積をしたものと考える。

それは決して3年や5年で達するものでなく、10年、20年、30年、いやもっと永くかかって築くものである。

HOTEL AZ はこの技術の構築によって、お客様に本当に行き届いた旅の楽しさを提供しつづけ追及して行く事を経営の目的として努力していくものである。

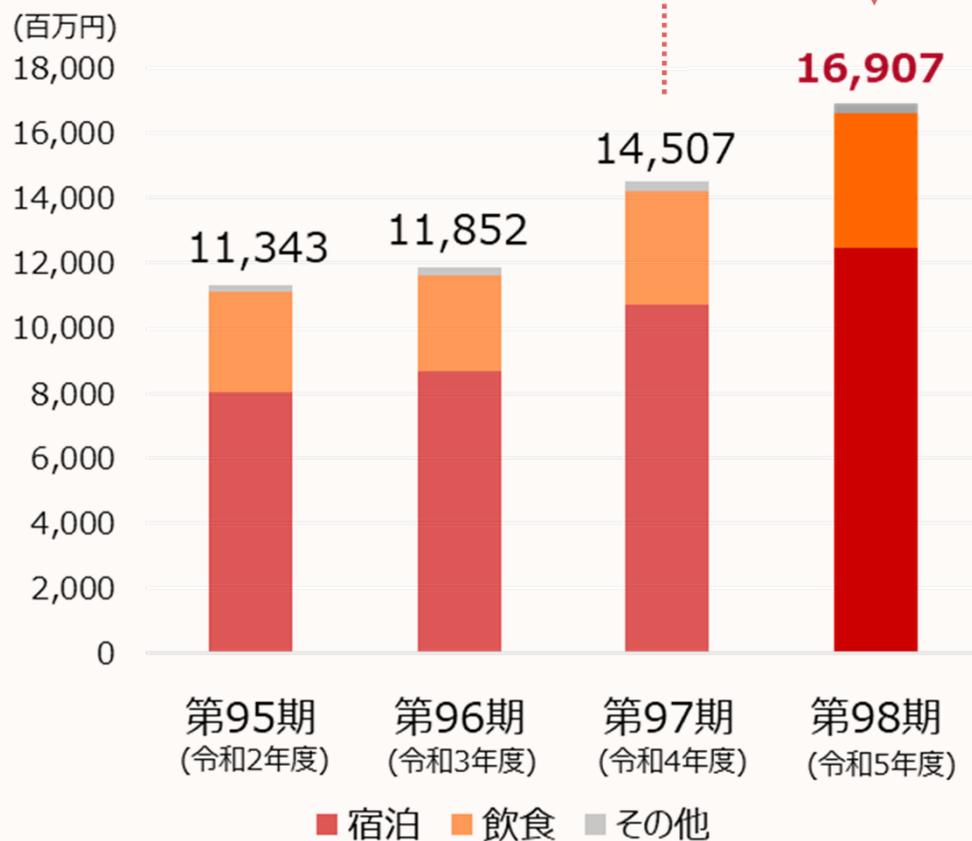
## 02 | 業績推移および業界動向

(百万円)

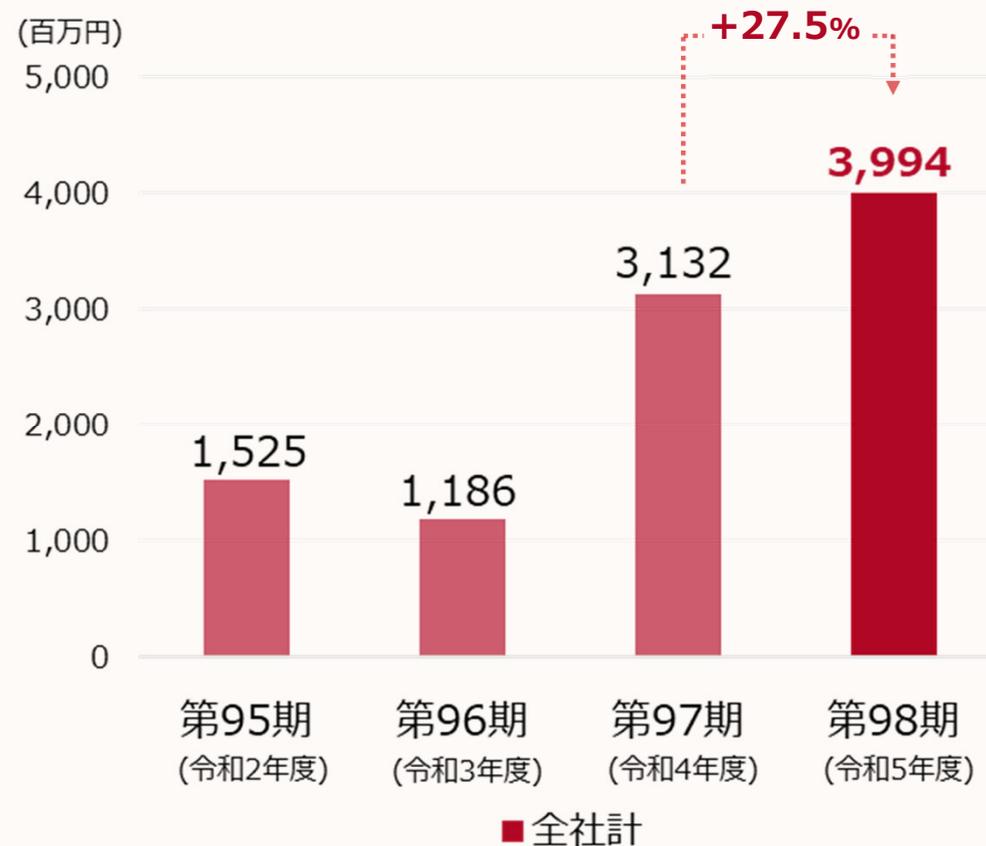
|       | 第95期<br>(令和2年度) | 第96期<br>(令和3年度) | 第97期<br>(令和4年度) | 第98期<br>(令和5年度) |
|-------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 売上高   | 11,343          | 11,852          | 14,507          | <b>16,907</b>   |
| 営業利益  | 1,525           | 1,186           | 3,132           | <b>3,994</b>    |
| 経常利益  | 1,191           | 926             | 2,758           | <b>3,653</b>    |
| 当期純利益 | 239             | 389             | 1,736           | <b>2,324</b>    |

## 02 | 業績推移および業界動向

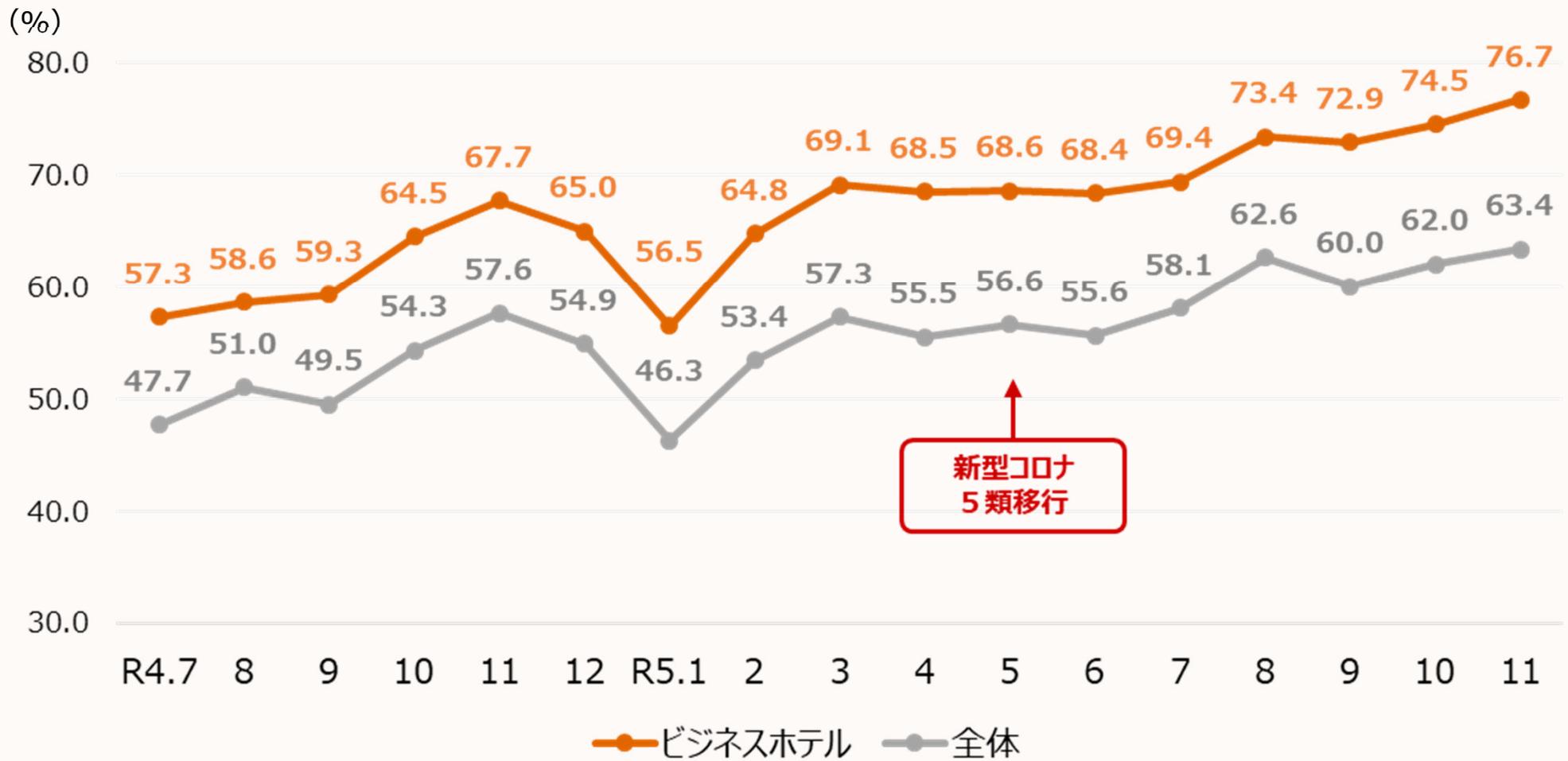
### 売上高



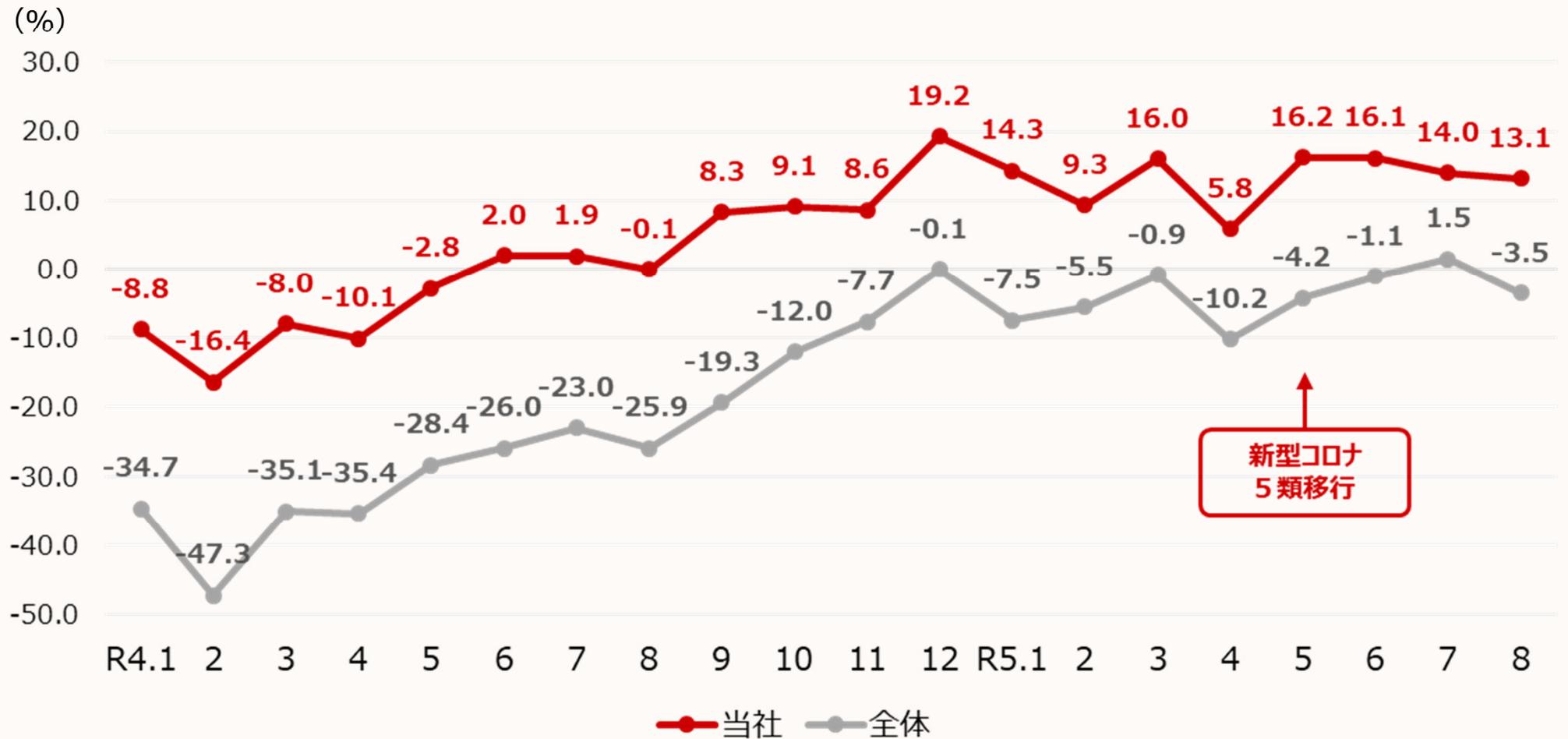
### 営業利益



## 02 | 業績推移および業界動向 - 客室稼働率の推移

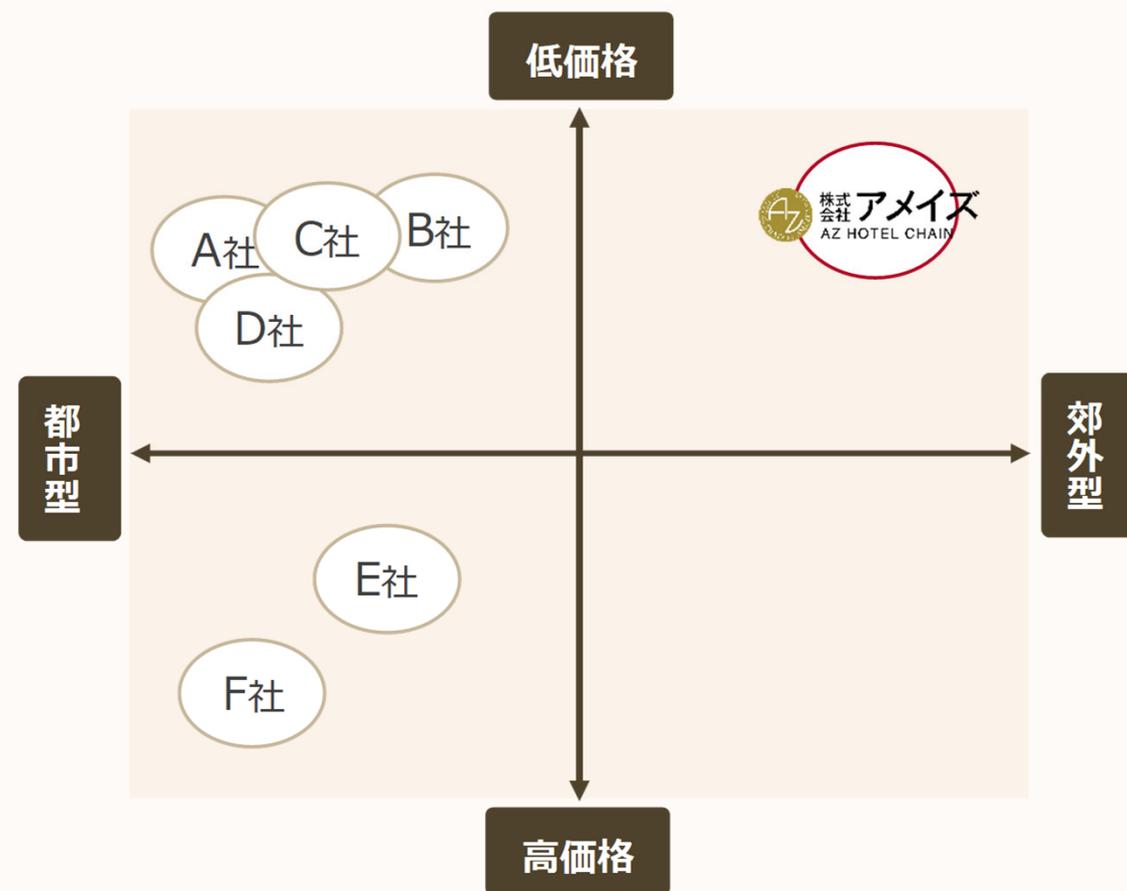


## 02 | 業績推移および業界動向 - 延べ宿泊者数(令和元年同月比)の推移



## 02 | 業績推移および業界動向 - 業界におけるポジショニング

| 順位        | 会社名         | 客室数           | 前年比         |
|-----------|-------------|---------------|-------------|
| 1         | A社          | 100,598       | 4.6%        |
| 2         | B社          | 73,885        | 1.8%        |
| 3         | C社          | 57,247        | 2.6%        |
|           | ⋮           |               |             |
| 10        | D社          | 15,989        | 8.6%        |
| 11        | E社          | 14,353        | ▲5.7%       |
| 12        | F社          | 12,323        | 2.7%        |
| <b>13</b> | <b>アメイズ</b> | <b>11,957</b> | <b>1.3%</b> |
|           | ⋮           |               |             |



## 03 | 事業セグメント別営業戦略

---

### 宿泊事業

時代の変化やお客様のニーズに合わせたサービスの提供を行い、  
宿泊稼働率の向上を目指す

#### 課題01

**ネット販売の強化**

#### 課題02

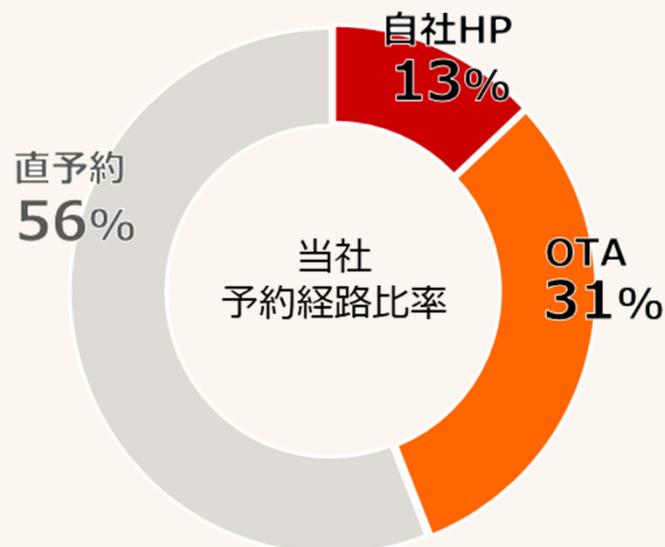
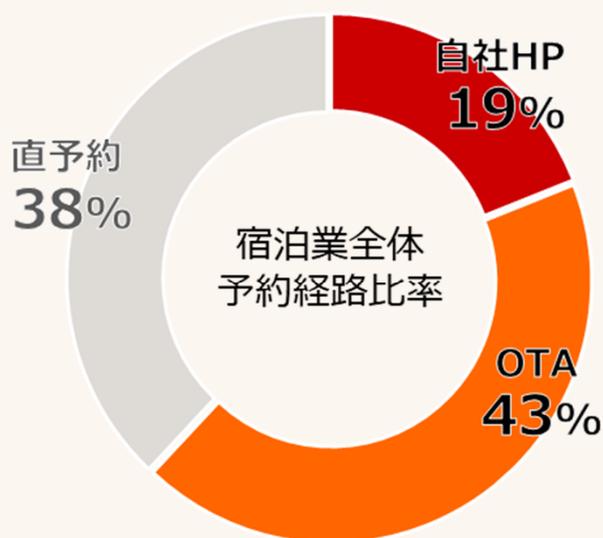
**駐車場の拡充**

## 03 | 事業セグメント別営業戦略

### 課題01

### ネット販売の強化

- 業界平均では自社HP・OTAを合わせ62%に及ぶネット予約に対し、  
当社は44%と約20%の差



- 見やすさ、使いやすさに重点を置いた各OTAサイトのページ更新や、キャンペーンへの参画
- 新規予約プラットフォームの検討

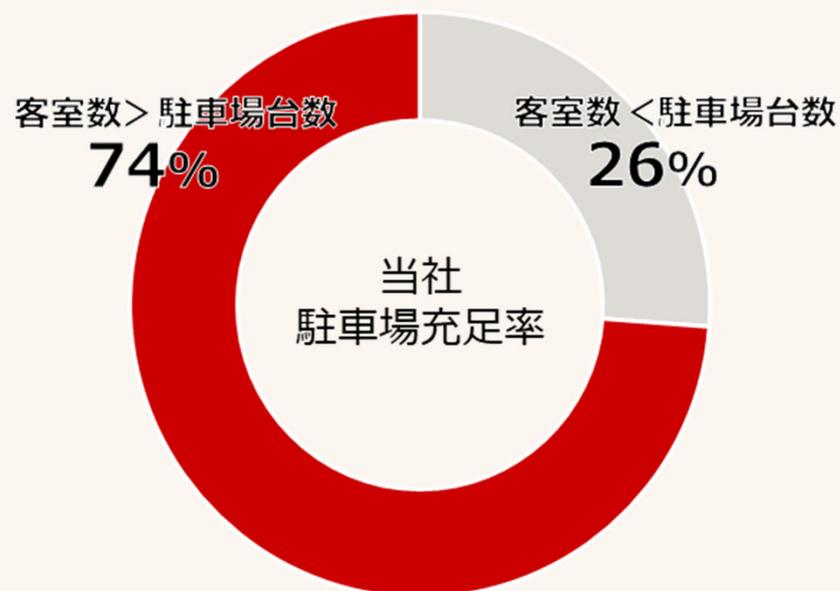
**当社HP・OTAからの  
予約比率を向上させ、  
全体の宿泊稼働率底上げを図る**

## 03 | 事業セグメント別営業戦略

### 課題02

### 駐車場の拡充

- 全社における駐車場充足率は26%で、74%の店舗では稼働状況に応じて、車利用のお客様の受入れ制限を行わなければならない状況



- 駐車場の区画整備や拡張による受入れ数の増加
- ビジネス関係やスポーツ団体など、メイン利用者の利便性向上

**駐車場不足による  
受入れ制限を緩和させ、  
全体の宿泊稼働率底上げを図る**

## 03 | 事業セグメント別営業戦略

---

### 飲食事業

コンセプトを再構築し、全ての店舗で安心・安全・均一なサービス提供を行うことで、飲食事業の売上向上を目指す。

#### 課題01

**直営飲食店における  
コンセプトの再構築**

#### 課題02

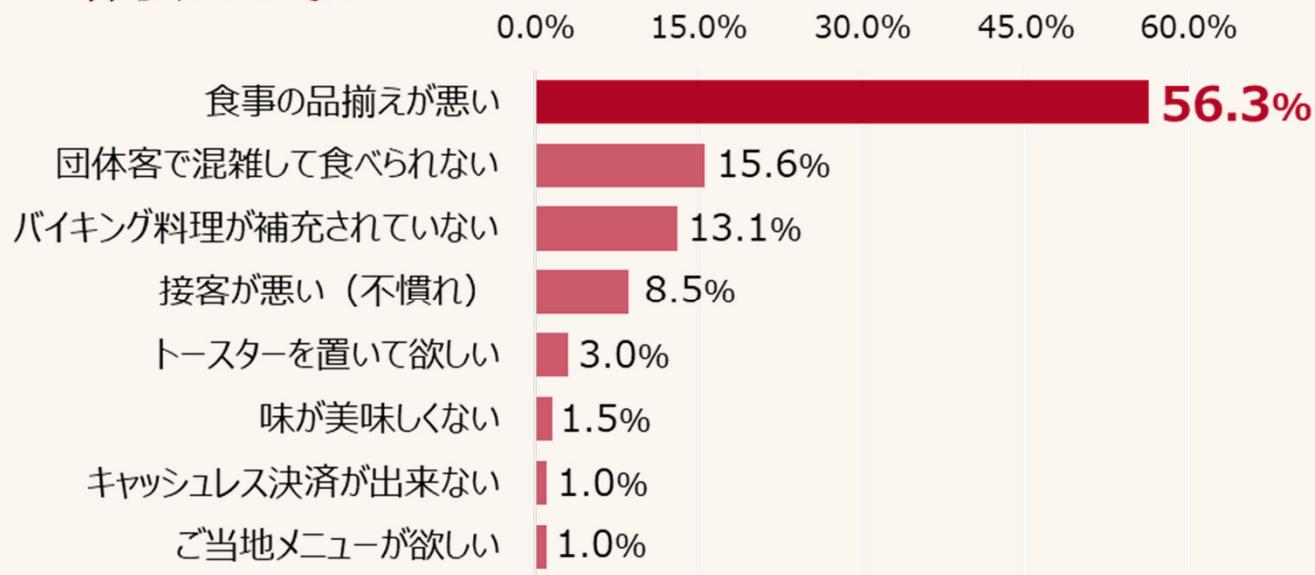
**販促活動による  
集客力の強化**

## 03 | 事業セグメント別営業戦略

### 課題01

### 直営飲食店におけるコンセプトの再構築

- 当社口コミにおいて、食事に関するご指摘のうち最も多いのは「食事の品揃えが悪い」となっており、**お客様の満足感を十分に得られていない**



- 直営飲食店のコンセプトを再構築し、核となるメニューを開発
- メニューの定期的な改廃による鮮度向上

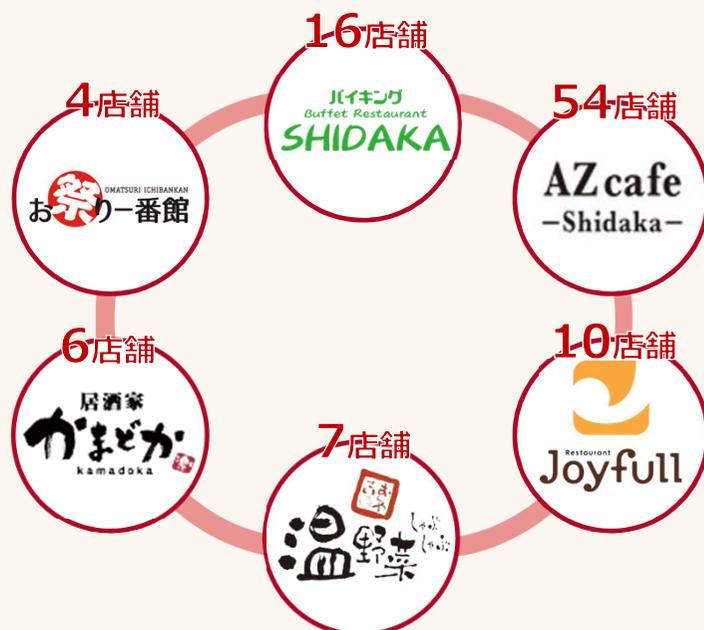
**宿泊客の直営飲食店（館内併設店）利用率を向上させ、飲食全体の売上アップを図る**

## 03 | 事業セグメント別営業戦略

### 課題02

### 販促活動による集客力の強化

- 販促コストをかけず口コミ/リピーター中心の集客戦略を行っている為、利用者は宿泊客中心で、外来客の集客力が弱い

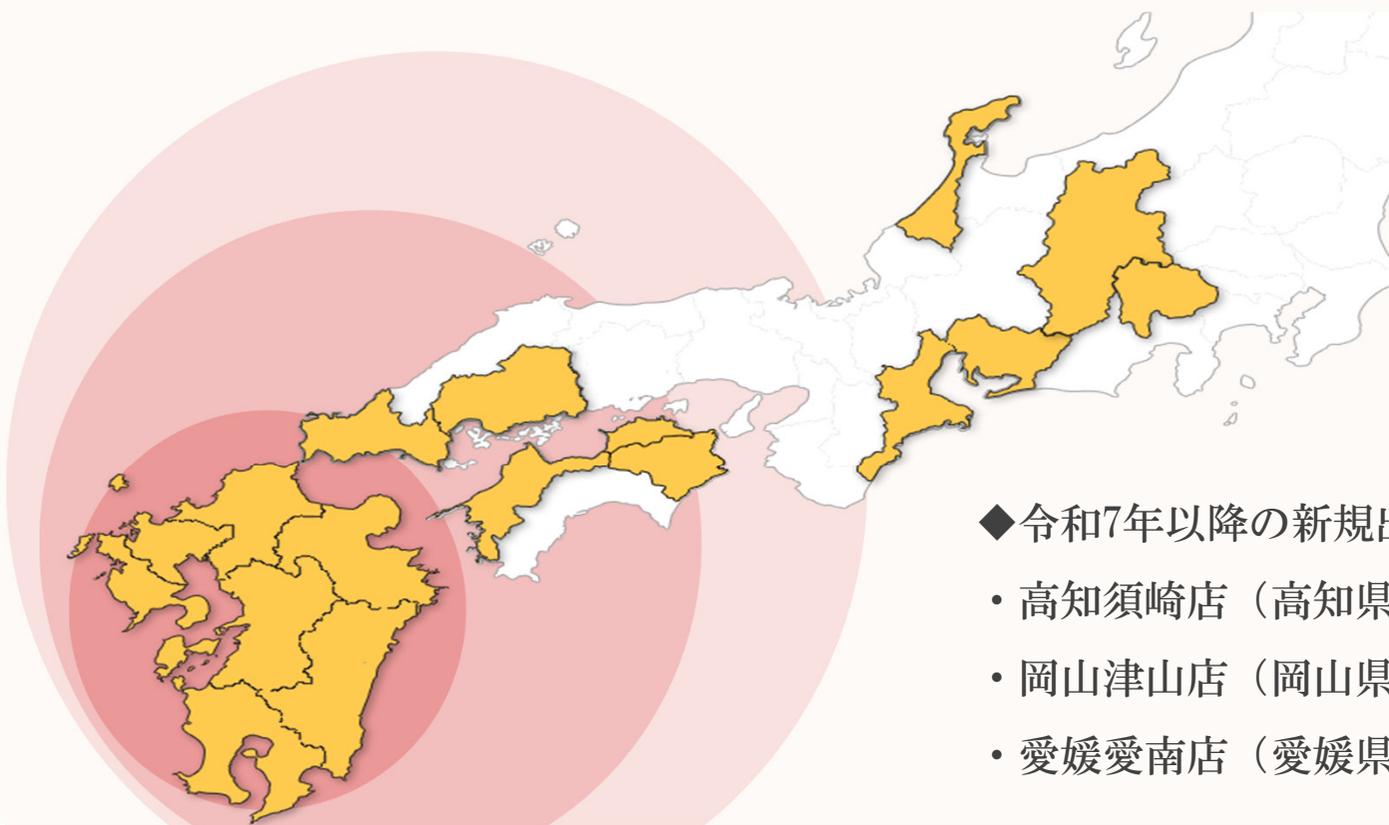


- WEB媒体やSNSを活用した販促活動を強化し、認知度向上と集客力アップ
- 予約獲得アップに向けたグルメサイトのページ更新や、キャンペーンへの参画

外来客を誘引することで、  
飲食全体の売上アップを図る

## 04 | 新規出店戦略

### 当社の出店エリアと目指す新規出店エリア



直近4年間の出店は、九州2店舗、中国地方2店舗、四国地方5店舗であり、今後も中四国の既出店県および未出店県への進出を検討している。

#### ◆令和7年以降の新規出店予定（2/23現在）

- 高知須崎店（高知県須崎市） ※高知県初出店
- 岡山津山店（岡山県津山市） ※岡山県初出店
- 愛媛愛南店（愛媛県南宇和郡）

## 05 | 第99期業績予想

- 今期(99期)は増収ながら、各種コスト増の負担を考慮し減益を予想している

(百万円)

|       | 第98期<br>(令和5年度) | 第99期予想<br>(令和6年度) | 前期比    |
|-------|-----------------|-------------------|--------|
| 売上高   | 16,907          | 17,000            | 0.6%   |
| 営業利益  | 3,994           | 3,600             | ▲9.9%  |
| 経常利益  | 3,653           | 3,200             | ▲12.4% |
| 当期純利益 | 2,324           | 2,100             | ▲9.7%  |