

株式会社アメイズ

第101期営業方針説明会

令和8年2月24日

目次

01 | 企業理念

02 | 業績推移

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101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くらしに貢献します」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步、一步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する。

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。

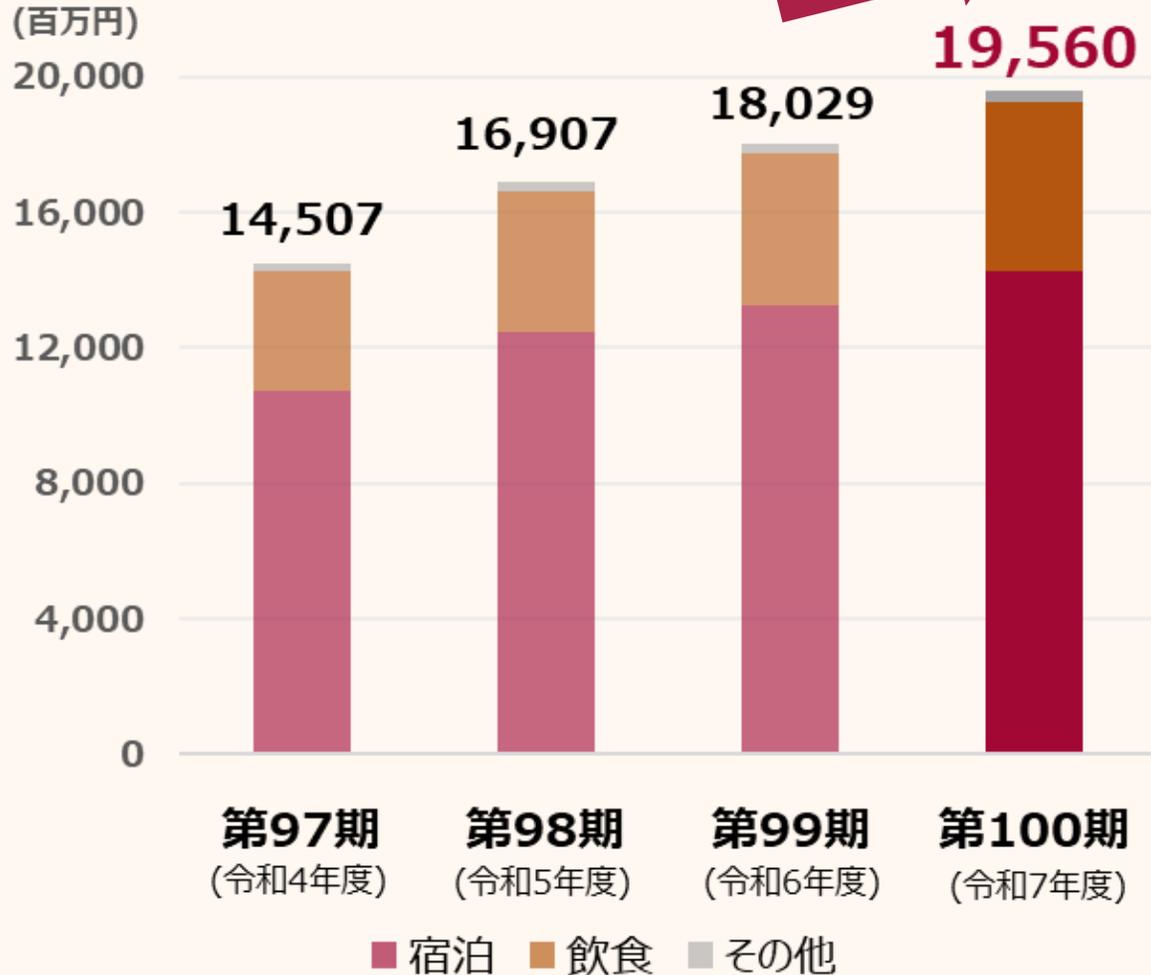
02 | 業績推移

(百万円)

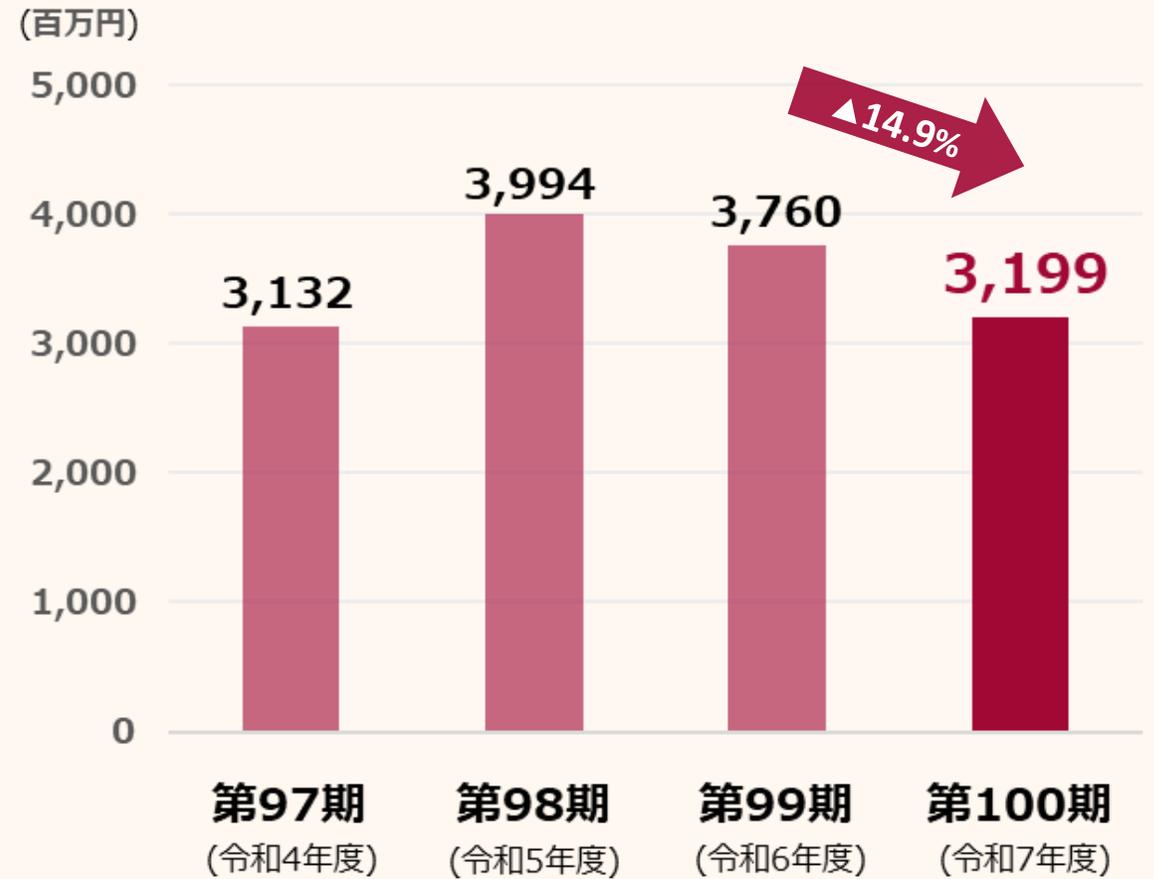
	第97期 (令和4年度)	第98期 (令和5年度)	第99期 (令和6年度)	第100期 (令和7年度)
売上高	14,507	16,907	18,029	19,560
営業利益	3,132	3,994	3,760	3,199
経常利益	2,758	3,653	3,405	2,842
当期純利益	1,736	2,324	2,236	2,081

02 | 業績推移

売上高

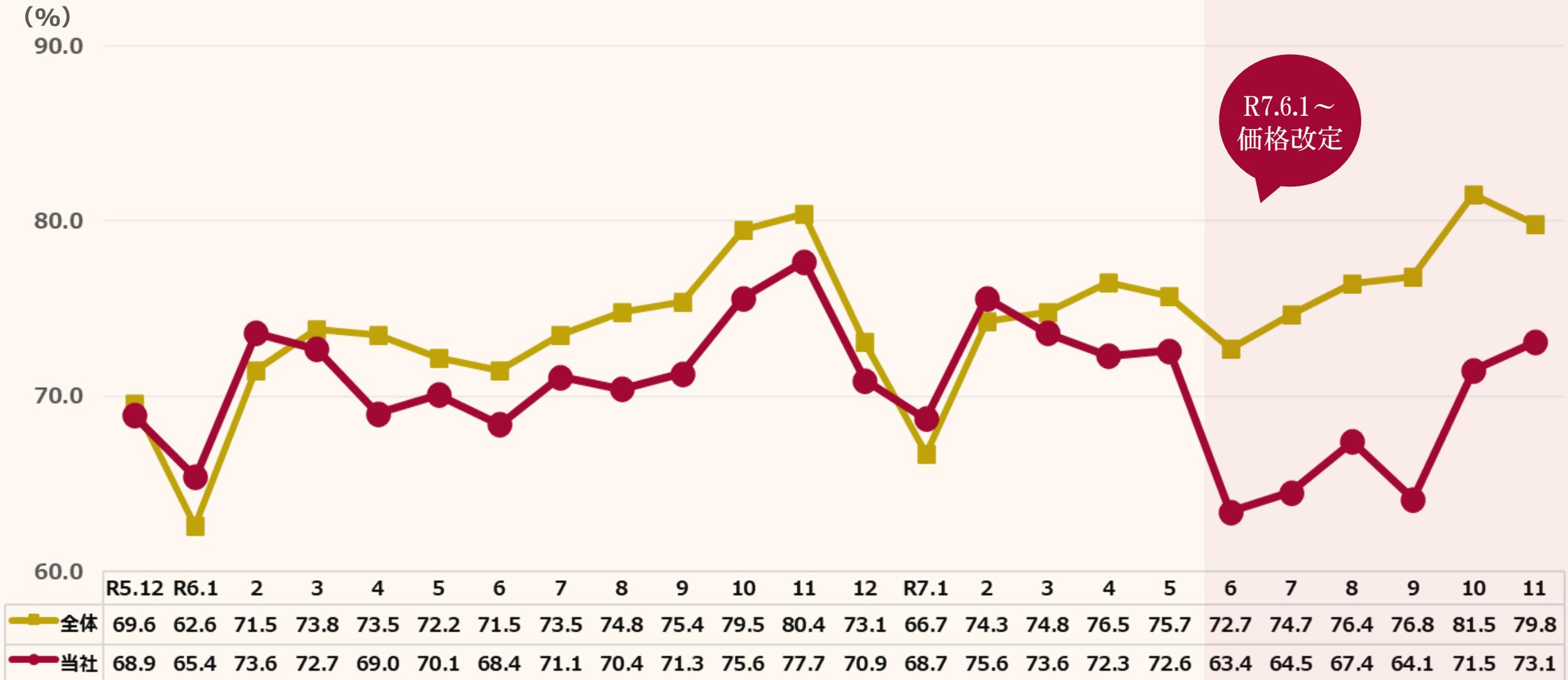


営業利益

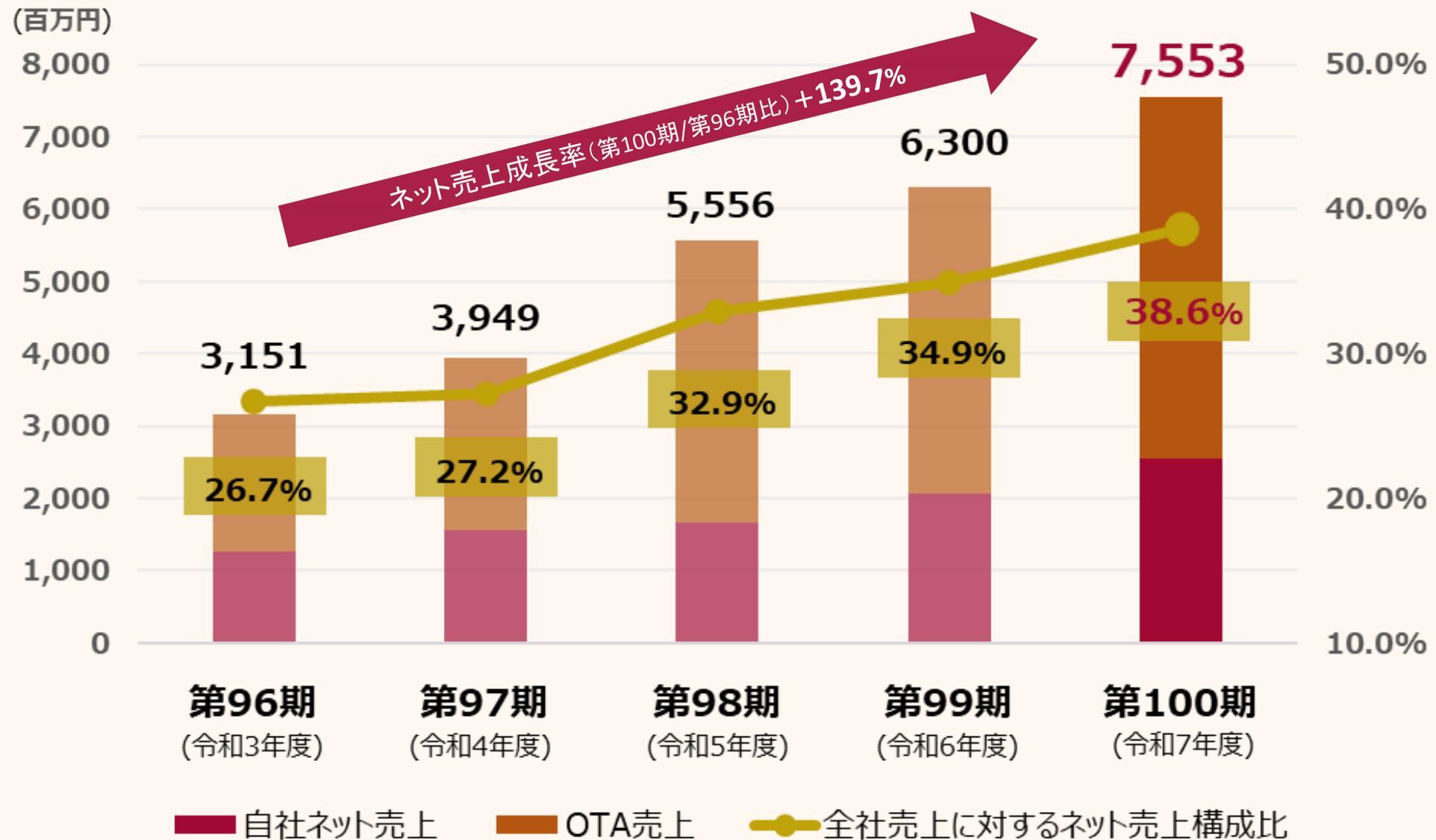


02 | 業績推移 -客室稼働率の推移（業界平均比）-

※観光庁宿泊統計調査参照



02 | 業績推移 - ネット販売推移 -



テーマ

宿泊稼働率の向上

施策①

新たな会員制度を構築し、リピーターの創出と囲い込みを行う

施策②

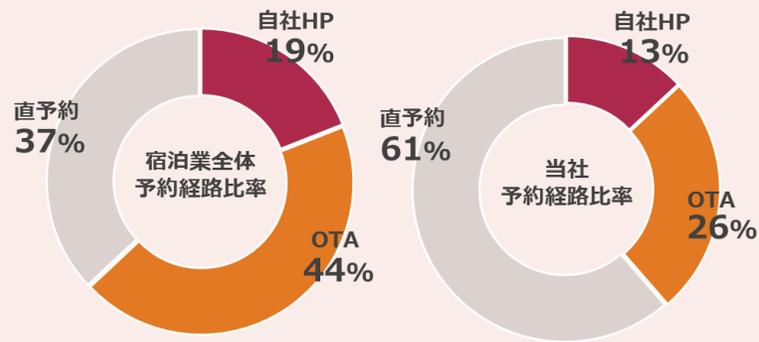
既存店舗の駐車場を拡充し、利便性向上を図る

03 | 事業セグメント別営業戦略 -宿泊事業-

課題① 予約・会員アプリの開発による自社ネット販売の強化とチェックイン等の利便性向上を図る

01 現状の予約経路別比率

・業界平均では自社HP、OTAを合わせ63%に及ぶネット予約に対し、当社は39%と約24%の差



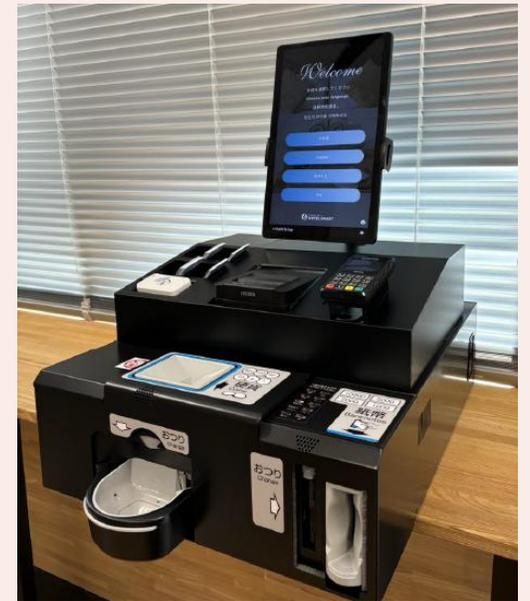
02 自社アプリの開発

・LINEミニアプリ（2026年度下半期）、スマホアプリ（2027年度）に運用開始予定



03 スムーズなチェックイン

・自動チェックイン、精算機の導入



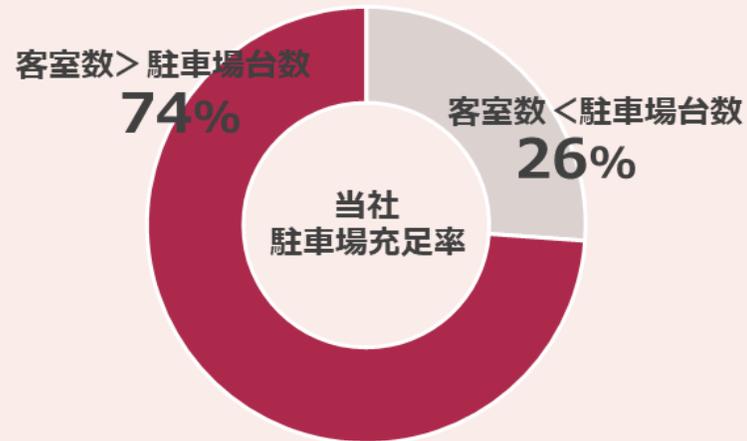
▶ 自社HP予約の目標を13% → 30%へ

03 | 事業セグメント別営業戦略 -宿泊事業-

課題②

駐車場の区画整備や拡張による利便性向上と販売機会の確保

01 現状の駐車場台数状況



- 全社における駐車場充足率は26%で、約70%の店舗では稼働状況に応じて車利用者の受け入れ制限を行わなければならない

02 改善事例

山口下関店 116台 / 198室

2025年4月24日より24台増設

25年5月 ~25年10月	改善前	改善後
設置率	46.5%	58.6%
稼働率	74.8%	77.2%

※設置率=駐車場台数/客室数

- 増設により、設置率が**12.1%**改善
- 稼働率は**+2.4ポイント**上昇 (同期間全社▲5.7ポイント)



03 今期の拡充予定

2026年度計画

※25年12月時点での予定

上半期	店舗名	増設台数
	宮崎佐土原店	8台増
	北九州八幡店	20台増
	福岡金の隈店	20台増
下半期	店舗名	増設台数
	山口岩国店	20台増
	福岡篠栗店	20台増

テーマ

宿泊顧客・外来顧客、双方からの客数増

施策①

リピーターの宿泊顧客が飽きないメニュー開発と提案

施策②

外来顧客に対しての認知度向上と宿泊顧客の来店動機創出

03 | 事業セグメント別営業戦略 -飲食事業-

課題①

バイキングレストラン志高・AZ cafe Shidaka業態のメニュー開発

01 現状の取り組み

- PB化の推進
- カレー、パスタソース、牛カルビ、ウインナー等を導入済み



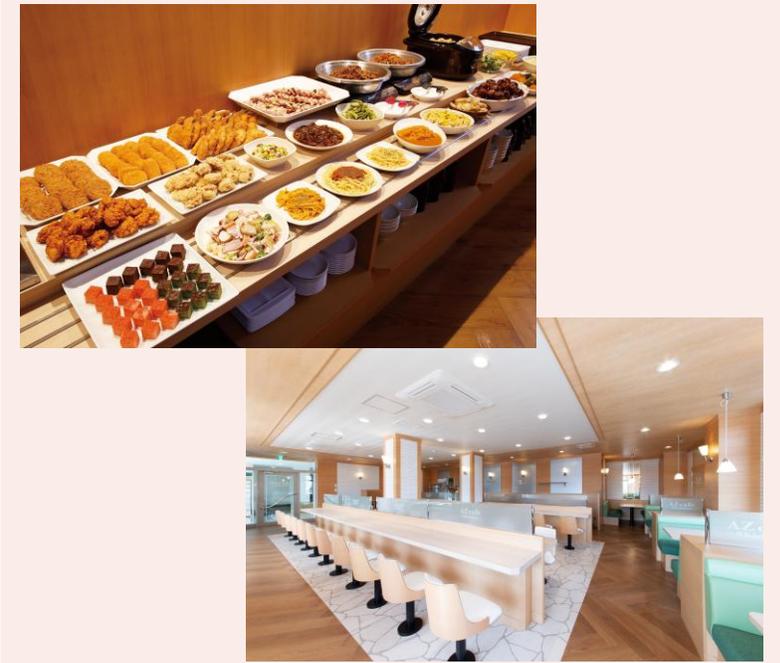
02 独自性の確立と原価コントロール

- 価格高騰しているもの、毎日提供するものを中心にPB化を検討
- カレーの単品販売を予定



03 顧客ニーズへの適応

- 年2回（春・秋）のメニュー改定



03 | 事業セグメント別営業戦略 -飲食事業-

課題②

外来顧客への認知度向上と宿泊顧客の来店動機創出

01 現状の取り組み

- Googleマップの充実（MEO）
- バイキング志高、お祭り一番館の専用HPを作成



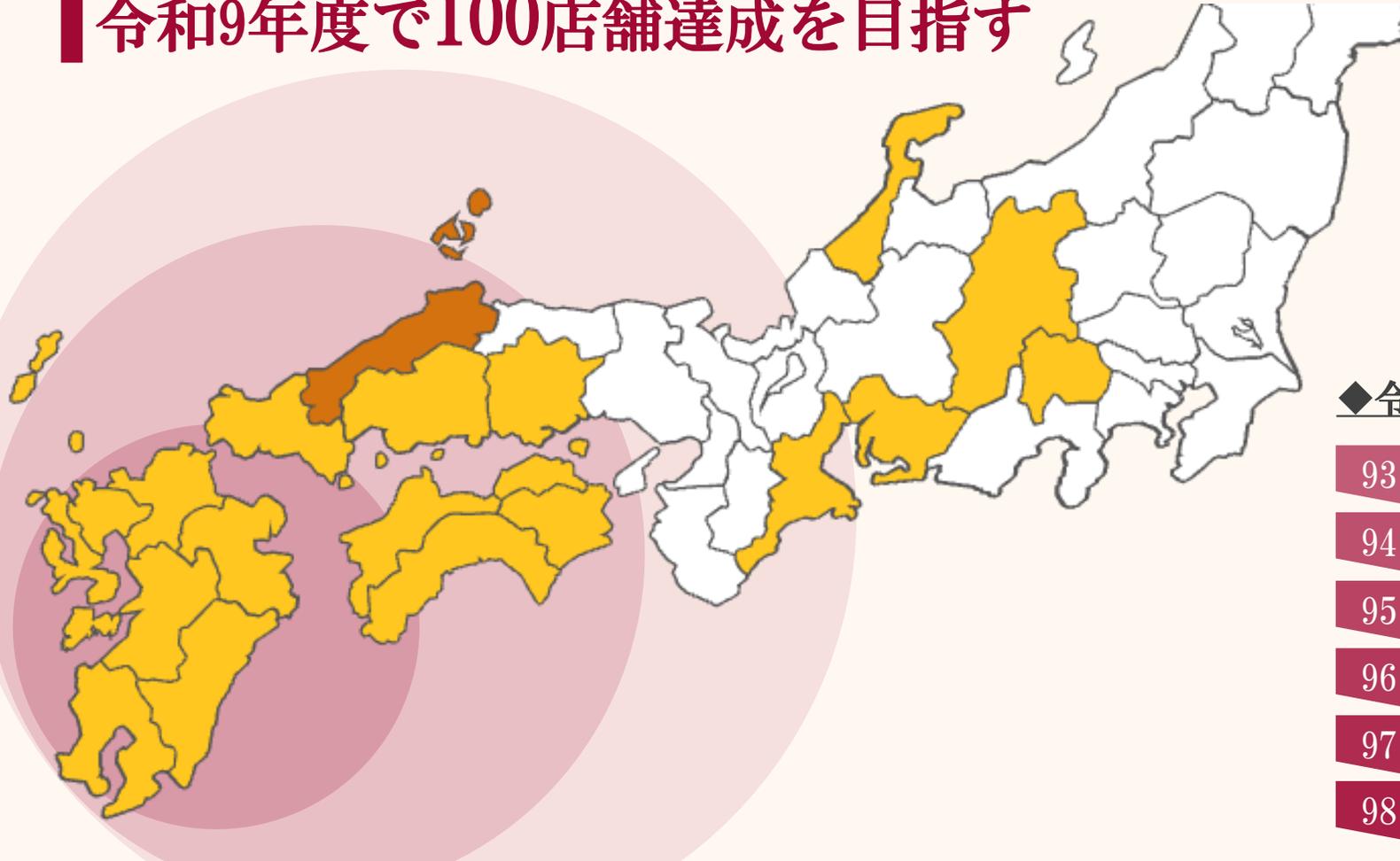
02 販促活動の強化

- 食ブログ等のグルメサイトへの掲載を検討
- 開発予定の宿泊公式アプリに併設飲食店の紹介やクーポンの掲載を行い連携



当社の出店エリアと目指す新規出店エリア

令和9年度で100店舗達成を目指す



令和2年度以降、九州2店舗・中国3店舗・四国9店舗を新規出店し総店舗数は92店舗となっている。今後は令和9年度までに直近目標である100店舗達成に向けて九州・中四国の既出店県および未出店県への出店を計画している。

◆令和8年度以降の新規出店予定（2/24現在）

- 93 店舗目 香川三木店（香川県木田郡）
- 94 店舗目 岡山備前店（岡山県備前市）
- 95 店舗目 島根安来店（島根県安来市）※島根県初出店
- 96 店舗目 宮崎西都店（宮崎県西都市）
- 97 店舗目 香川三豊店（香川県三豊市）
- 98 店舗目 徳島脇町店（徳島県美馬市）

05 | 第101期業績予想

- 今期(101期)は各種コスト増の負担を考慮しながらも、新規出店や前期の価格改定効果などにより増収増益を見込んでいる

(百万円)

	第100期 (令和7年度)	第101期予想 (令和8年度)	前期比
売上高	19,560	22,000	+12.5%
営業利益	3,199	3,800	+18.8%
経常利益	2,842	3,400	+19.6%
当期純利益	2,081	2,200	+5.7%