



「ゆ」から世界を新しく。

**GOKURAKUYU**  
**HOLDINGS**

# 2022年3月期 決算説明

2022年8月29日

(コード番号2340 東証スタンダード)

**株式会社極楽湯ホールディングス**

本資料は、株式会社極楽湯ホールディングスの事業および業界動向に加えて、株式会社極楽湯ホールディングスによる現在の予定、推定、見込みまたは予想に基づいた将来の展望についても言及しています。

これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確実性がつきまっています。既に知られた、若しくは知られていないリスク、不確実性、その他の要因が、将来の展望に対する表明に含まれる事柄と異なる結果を引き起こさないとも限りません。株式会社極楽湯ホールディングスは、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。

本資料における将来の展望に関する表明は、2022年8月29日現在において、利用可能な情報に基づいて、株式会社極楽湯ホールディングスによりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来の展望に関するいかなる表明の記載をも更新し、変更するものではございません。

問い合わせ先: [ir@gokurakuyu.ne.jp](mailto:ir@gokurakuyu.ne.jp)

# 1. 2022年3月期 決算概要

---

- 1、 継続企業の前提に関する注記事項を記載
- 2、 コロナの影響が長期化し、将来回収CFを見積もった結果、減損損失2,571百万円の計上となり債務超過▲12百万円に
- 3、 財務状況(資金繰り)改善に向け継続的な取り組み  
返済猶予、第2回ファシリティ型新株予約権の発行等
- 4、 日本は、コロナの影響で、緊急事態宣言や時短営業、アルコール提供停止になったが、前年に比べ制限緩和、若者を中心に消費者心理も改善したことに加え、コラボ売上も好調に推移し増収、赤字幅の縮小
- 5、 中国は、直営3店ともゼロコロナ政策のもと感染封じ込めが成功した影響で安定して運営し、増収増益の黒字着地

- ①売上高は、前期比14.5%増の10,036百万円（1,272百万円の増加）
- ②営業利益は、前期に比べ955百万円増加し568百万円の営業損失
- ③経常利益は、前期に比べ1,677百万円増加し751百万円の経常利益
- ④親会社株主に帰属する当期純利益は、前期に比べ1,102百万円増加し1,979百万円の親会社株主に帰属する当期純損失

(単位：百万円)

		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主帰属 当期純利益
22年3月期 実績		10,036	▲568	751	▲1,979
21年3月期 実績		8,764	▲1,524	▲926	▲3,081
前期比	増減率	14.5%	—	—	—
	増減額	1,272	955	1,677	1,102

# 【日本・中国】セグメント売上高と利益又は損失

- ①日本は、売上高が前期比11.1%増の8,407百万円（839百万円の増加）  
セグメント損失476百万円は、前期セグメント損失1,153百万円より  
プラス676百万円 →赤字幅の縮小
- ②中国は、売上高が前期比35.8%増の1,662百万円（438百万円の増加）  
セグメント利益45百万円は、前期セグメント損失217百万円より  
プラス263百万円 →黒字化し業績は改善

(単位：百万円)

	売上高				セグメント利益				
	日本	中国	調整	計	日本	中国	調整	計	
22年3月期 実績	8,407	1,662	▲32	10,036	▲476	45	▲138	▲568	
21年3月期 実績	7,567	1,223	▲27	8,764	▲1,153	▲217	▲153	▲1,524	
前期比	増減額	839	438	▲5	1,272	676	263	15	955
	増減率	11.1%	35.8%	—	14.5%	—	—	—	—



# 【日本】セグメント 四半期毎の状況

①3Qは第6波でまん延防止等重点措置が適用され、前期ほどではないが厳しい  
②値上げの実施によりなんとか黒字に

①4Qは来店増となったが、様々なコスト高を受け、営業赤字へ  
②期末には、まん延防止等重点措置も解除され消費行動がある程度戻ってきた

(単位：百万円)

		1Q 4-6月	2Q 7-9月	3Q 10-12月	4Q 1-3月	累計
22年3月期 実績	売上	1,863	1,790	2,390	2,363	8,407
	セグメント利益 又は損失	▲241	▲242	8	▲1	▲476
21年3月期 実績	売上	1,102	2,314	2,054	2,096	7,567
	セグメント利益 又は損失	▲813	▲6	▲226	▲106	▲1,153

① 新型コロナによる自粛が長引き、自粛疲れによるレジャー消費活動が再開し、回復を見せた  
②「呪術廻戦」等のコラボ企画やイベントを積極的に実施し売上に貢献

①新型コロナの第5波到来により緊急事態宣言やまん防に伴う休業や時短営業などが影響し減収減益に  
②「ヒプノシスマイク」等のコラボ企画やイベントを積極的に実施し売上に貢献

# 【中国】セグメント 四半期毎の状況

①前期3Qは、海外渡航自粛から来店数が急増しコスト削減効果もあり黒字に。当期3Qも堅調に推移  
②全店通常営業で推移

①4Qは、春節があり最大の繁忙期（前期同様、コロナの影響なく好調）  
（前々期は、全店臨時休業の状態）  
②3月には長春のロックダウンが始まる

(単位：百万円)

		1Q 4-6月	2Q 7-9月	3Q 10-12月	4Q 1-3月	累計
22年3月期 実績	売上	360	297	460	544	1,662
	セグメント利益 又は損失	33	▲88	14	86	45
21年3月期 実績	売上	43	181	467	531	1,223
	セグメント利益 又は損失	▲187	▲115	53	32	▲217

①前年同期2店舗休業に対し3店舗全店営業再開により売上が回復。通年では閑散期にあたる  
②FC先からまとまったロイヤリティ収入があったことと前期FC化した武漢店賃料調整により黒字

①前年同期、上海は7月まで2店休業だったが、当期3店舗フル営業で業績回復も閑散期で営業赤字  
②売上回復はまだコロナ前までには戻っておらず、人件費などコストを継続して抑制

前期に比べ、当期は **元高円安** で推移



平均レート (円/元)

	1Q	2Q	3Q	4Q
2022年3月期	16.94	16.98	17.24	<u>17.50</u>
2021年3月期	15.18	15.26	15.81	<u>15.65</u>

## 営業外損益

(単位：百万円)

主なもの		金額	説明
1.	為替差益	467	前期末と当期末の為替レートの差異
2.	助成金収入	747	雇用調整助成金や休業補償金・時短営業協力金等
3.	デリバティブ評価益・ 原油スワップ差益	76 54	エネルギーコストのヘッジ取引による利益
4.	協賛金収入	64	店舗の自動販売機の契約に伴う協賛金の入金
5.	支払利息	104	銀行などへの借入利息

## 特別損益

(単位：百万円)

主なもの		金額	説明
1.	減損損失	2,571	日本=1,204百万円、中国=1,367百万円
2.	開業費償却	81	中国=81百万円(開業準備費用の損失処理)

- ①総資産は、前期比6.7%減の17,274百万円（1,240百万円の減少）
- ②純資産は、前期末より1,343百万円の減少となり債務超過▲12百万円
- ③自己資本比率は、前期末5.5%に対し当期末は▲2.0%
- ④ 1株あたり純資産は、前期末より71円65銭の減少となり▲16円33銭

（単位：百万円）

		総資産	純資産	自己資本比率	1株あたり純資産
<b>22年3月期実績</b>		<b>17,274</b>	<b>▲12</b>	<b>▲2.0%</b>	<b>▲16円33銭</b>
<b>21年3月期実績</b>		18,514	1,330	5.5%	55円32銭
<b>前期比</b>	<b>増減率</b>	▲6.7%	—	—	—
	<b>増減額</b>	▲1,240	▲1,343	—	▲71円65銭

(単位：百万円)

	21年3月期 実績	22年3月期 実績	増減
営業活動CF	122	1,499	+1,376
投資活動CF	▲275	▲655	▲380
財務活動CF	▲103	456	+559
現金及び現金同等物に係る 換算差額	54	84	+30
現金及び現金同等物の増減額 (▲は減少)	▲201	1,384	+1,586
現金及び現金同等物の期首残高	4,989	4,788	▲201
現金及び現金同等物の期末残高	4,788	6,172	+1,384

①日本：前期に比べて制限緩和・心理改善により業績プラスが要因  
②中国：コロナ封じ込めが成功しほぼ回復

①店舗の改装や更新投資471百万円（ラクスパ鶴見他、国内店舗、上海各店や長春店）  
②差入保証金の支出203百万円（主に中国のVIPカードの保証分を前受金から敷金・保証金に振替）

①金融機関との協議にて返済猶予いただいている  
②ファシリティ型新株予約権による調達590百万円調達（うち、自己株式処分21百万円）



当社グループは、日本と中国で新型コロナウイルスの感染拡大により、売上高が大幅に減少し、当連結会計年度において2期連続で営業損失、親会社株主に帰属する当期純損失となりました。この結果、当期末における当社グループの連結純資産は△12百万円となり、債務超過となりました。

これらの状況に加え、当社の有利子負債について、全ての取引金融機関からの支援（返済猶予）について理解を得られているものの、現時点では業績や財務体質が正常化するまで支援が確約されているものではないことから、当社グループは継続企業の前提に関する重要な疑義を生じさせるような事象又は状況が存在しているものと認識しております。

当社グループは、以下の対応策を実行することで、**当該状況を早急に解消し、業績及び財務体質の改善に努めてまいります。**

## ① 業績改善への対応策

- i) コラボイベントの実施強化による業績向上
- ii) 入館料等の価格見直し
- iii) 店舗ごとの長期シミュレーションと計画的判断
- iv) グループ会社の合理化

## ② 財務体質の改善

- i) 資本政策と有利子負債の圧縮
- ii) 投資計画と資金繰り

※詳細は「継続企業の前提に関する事項の注記に関するお知らせ」をご覧ください。

当社グループは、安心・安全な衛生管理を心掛け、地域貢献とお客様に癒しの空間を提供することを企業理念として掲げ、日本と中国で温浴施設を展開しております。

2020年からの新型コロナウイルス感染症（以下、「コロナ」という）の**世界的な感染拡大**により、日本国内で当社グループが展開する温浴施設については、複数回にわたり発出された緊急事態宣言、自治体からの営業時間の短縮要請等に従って休業、営業時間短縮や酒類の提供制限等を行った影響を受け、助成金や協力金等の補助があったものの、各店の営業キャッシュフローは悪化しました。中国も同様に、中国政府のゼロコロナ政策に基づく上海市のロックダウン等の厳しい行動制限を受け、多くの店舗で臨時休業を強いられるなど各店の営業キャッシュフローは悪化しました。

このような状況の中、世界的な**エネルギーや様々なコスト高、人件費の高騰など利益を圧迫しております。コスト削減やコラボイベントの強化に加え、適正価格の見直し、投資抑制などの取り組みを推進し、安定資金の確保や収益力の強化を図っておりますが**、2022年3月期決算における現時点での将来回収キャッシュフローを各店舗のグループ単位で見積った結果、多くの店舗で**減損損失を計上することとなりました。**

この結果、2022年3月期の連結業績は、売上高 10,036百万円（前期比14.5%増）、営業損失は 568 百万円、経常利益は 751百万円、親会社株主に帰属する当期純損失は1,979百万円となり、**親会社株主に帰属する当期純損失の計上により、12百万円の債務超過に陥ることとなりました。**

＜ 2020年7月 第1回ファシリティ型新株予約権の発行に関する契約＞

S M B C日興証券株式会社を割当予定先として第三者割当により新株予約権を発行すること及び金融商品取引法に基づく本新株予約権に関する届出の効力発生後にファシリティ契約を締結

**これにより、2021年3月末までに約5.4億円、  
2022年3月までに約5.9億円の資金を調達**

（参考）

＜ 2022年4月 第2回ファシリティ型新株予約権の発行に関する契約＞

S M B C日興証券株式会社を割当予定先として第三者割当により新株予約権を発行すること及び金融商品取引法に基づく本新株予約権に関する届出の効力発生後にファシリティ契約を締結

**これにより、2025年3月末までに約14億円を調達予定**

- ① 新型コロナウイルス感染症の影響やエネルギーコストなどの高騰、為替、人件費の高騰など先行き不透明な要素が多い
- ② 2023年3月期の連結業績見通しは、未定とする
- ③ 2023年3月期の配当(予想)は引き続き、無配とする

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主帰属 当期純利益
23年3月期・予想	未定	未定	未定	未定
(ご参考) 22年3月期・実績	10,036	▲568	751	▲1,979

## 2. 国内の取り組み

---

# 【国内】①コラボイベントの実施強化

さまざまな他社商品とのコラボ・期間限定イベントを実施（直営店舗+グループ店ほか）

## 2021年度下期実施

- |                  |                    |
|------------------|--------------------|
| ①「ヒプノシスマイク」      | 2021年9月3日～10月10日   |
| ②「FREAK'S STORE」 | 2021年9月18日～10月31日  |
| ③「マクロスΔ」         | 2021年10月12日～10月27日 |
| ④「夏目友人帳」         | 2021年11月5日～12月9日   |
| ⑤「東京リベンジャーズ」     | 2021年10月29日～12月5日  |
| ⑥「養命酒」           | 2021年12月10日～12月19日 |
| ⑦「進撃の巨人」         | 2021年12月17日～1月23日  |
| ⑧「ホロライブ」         | 2022年1月27日～2月28日   |
| ⑨「天月」            | 2022年3月4日～4月3日     |



## 入館料の値上げを実施（以下は大人料金のみ）

2021年 8月 1日～2022年 4月 1日 延べ25店舗で10円～300円値上げ

（参考）

2022年 9月 1日

26店舗で約50円値上げ

## 年末年始、GW、お盆休み（一部店舗は夏休み）期間等は シーズン料金を適用

入館料 プラス100円

（2021年年末から 初め数店舗で試験導入、現在は直営全店で実施）

<2021年9月14日 お知らせ>

新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から、一部店舗において臨時休業及び営業時間の短縮といった対策を行ってまいりました。

このような状況を鑑み、株主様のご利用機会確保を目的として、現在有効である株主優待券の期限を、**1年間延長**

2021年11月30日期限 ⇒ **2022年11月30日期限へ**

<直営店の販売済み回数券> **期限延長**

2021年3月31日期限 ⇒ **2022年6月30日期限へ**

2022年3月31日期限 ⇒ **2022年6月30日期限へ**

# 3. 中国の取り組み

---

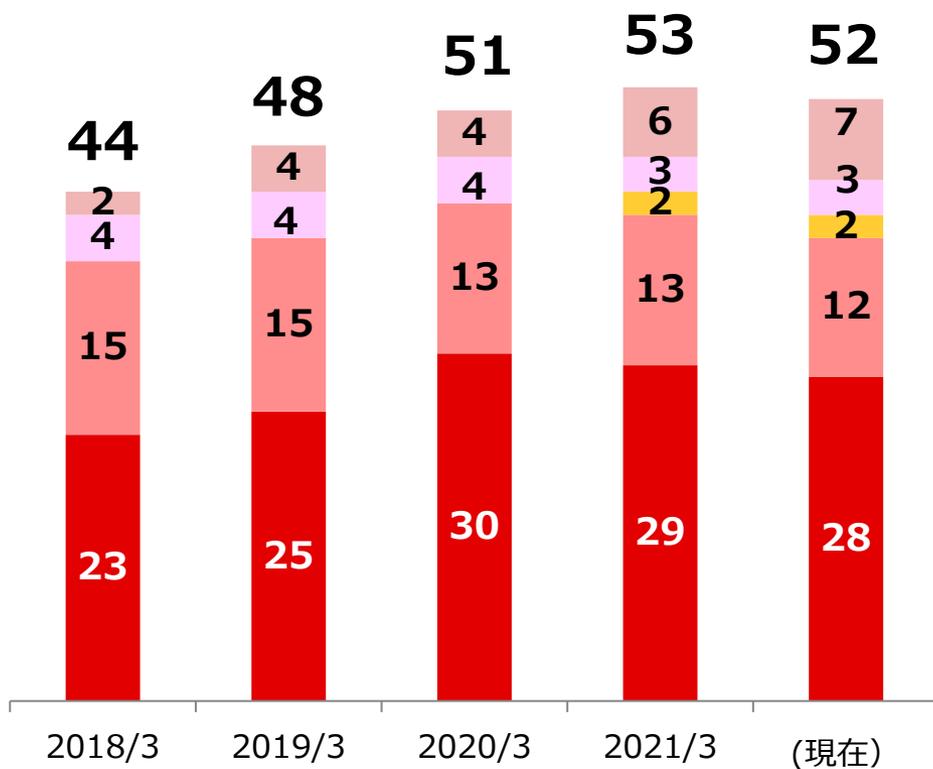
<2021年7月19日 & 2022年1月17日 お知らせ>

中国のフランチャイズ店「極楽湯 百万石温泉街」にてオープンいたしました。上海ディズニーランド・リゾートエリア内に位置し、江蘇省太倉市の天然温泉“銀湯”を満喫出来る内湯に加え、露天風呂や飲食（和食）、宿泊可能な客室を備えた日本風の温浴施設となっております。

当店は旅行サイト中国大手の携程集団（Trip.com Group）より「Most Popular Hotel Award 2021」を受賞いたしました。



- 国内直営
- 国内FC
- 国内グループ
- 海外（中国）直営
- 海外（中国）FC



## 直営31

国内 28 海外 3

## FC19

国内 12 海外 7

## グループ<sup>o</sup>2

国内 2

# 計 52

(2022年8月29日現在)



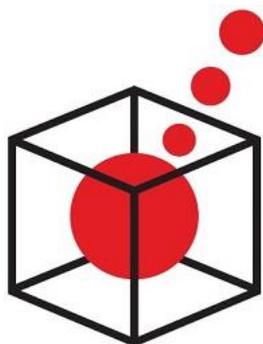
注：温浴施設以外の店舗を含まない

## 4、(参考)会社概要・国内の温浴業界

---

## (株) 極楽湯ホールディングス 2017年1月1日 誕生

ロゴマーク



「ゆ」から世界を新しく。

**GOKURAKUYU**  
HOLDINGS

— ロゴマークに込めた思い —

極楽湯グループは「ゆ」から始まる  
快適癒し空間を創って来ました。

今後も、新たな空間創りのため、  
「ゆ」のように温かくも、  
型にはまらず成長し続ける  
私達でありたいと思っています。

人への温かさ、優しさ。

即ち「癒し」を通じて社会貢献を果たします。

日本から世界へ。

人や自然との調和を大切に。

その先の成長へと向かい、発信し続けていきます。



## 国内NO.1 温浴チェーン (店舗数日本一)

「極楽湯」「RAKU SPA」ブランドで 国内44店舗(直営30・FC13・グループ2)の温浴施設運営

《近年の出店状況》

2019年7月 株式会社タカチホより温浴事業(5店舗)を譲受け、直営店としてオープン

2020年4月 エオネックスグループへ資本を入れ、メンテナンスの効率化を目指す  
“祥楽の湯”2店舗がグループに加わる

## 中国で温浴事業 (直営とフランチャイズ展開)

人口世界No.1であり、高度経済成長国の中国に2011年に進出

2013年、上海に海外1号店をオープン。現在直営3店舗、フランチャイズ7店舗

《近年の出店状況》

2019年1月 「極楽湯 欧亜温泉館」(長春市) (直営店) がオープン

2019年10月 「極楽湯 宝山温泉館」(上海市) (FC店) がオープン

2020年11月 「極楽湯 金銀潭温泉館」(武漢市) (直営店) をFC化

➡2021年5月 「極楽湯 金銀潭店」(武漢市) (FC店) がリニューアルオープン

2021年1月 「極楽湯 即墨温泉館」(青島市) (FC店) がオープン

2021年7月 「極楽湯 百万石温泉街」(上海市) (FC店) がオープン



(2022年8月29日現在)

極楽湯  
ごくらくゆ

「日常生活の延長線上に癒しを提供する」  
をコンセプトに展開する日帰り温浴施設  
直営のほか、フランチャイズ形式で出店



The logo for RAKU SPA, featuring a stylized red and yellow circular icon to the left of the text "RAKU SPA" in a bold, sans-serif font. "RAKU" is in red and "SPA" is in yellow.

特に若い世代を中心にお風呂と合わせて広々とした  
館内で多くの遊べるコンテンツを盛り込み、癒しと  
遊び心が詰まった、楽しめる温浴施設  
“RAKU SPA Cafe” や “RAKU SPA GARDEN”、  
“RAKU SPA 1010(セントウ)”といった特色ある  
シリーズで出店



国内の平均店舗の約6倍の広さをもつ館内に  
日本の「和」を感じる空間をデザイン、  
国内店舗と同等の衛生管理、癒しなど  
「おもてなし」サービスの提供を目指す。  
直営店のほか、フランチャイズ形式で出店。



## 温浴事業の再強化・拡大

(温浴施設を起点に娯楽二ーズを取り込む)

国内：直営出店＋既存店の補修・改装（進化）

「RAKU SPA」： 滞在型娯楽施設として進化・発展

「極楽湯」： 補修・改装による安心安全・顧客満足度の向上

中国：FC・直営出店＋大規模改装

日本式温浴への二ーズは落ちていないが  
さらなる収益拡大に向けた直営店の改装と施策の実施  
現地事業会社とのFC展開・直営出店の推進

## + 新業態開発による既存事業への波及効果

外食事業（第2弾：RAKU Cafe（新しいコンセプトのお店））

# 国内外で市場規模とニーズに合わせて 事業を拡大・推進させていく

温浴施設と付帯施設の展開を軸に売上高増加・収益性の追求

## 新形態・新業態開発

国内：  
RAKU SPA  
RAKU SPA Cafe  
など

中国：  
極楽湯直営・FC

国内：  
極楽湯直営・FC 【ベース】

## 入館料金 + $\alpha$ のアイデアで収益機会の可能性大

### 公衆浴場法

#### 一般公衆浴場業

##### 銭湯

地域住民の日常生活の  
健康衛生上必要なもの

料金は都道府県が規定  
(物価統制令で入浴料金を統制)  
大人：350円～450円

#### その他公衆浴場業

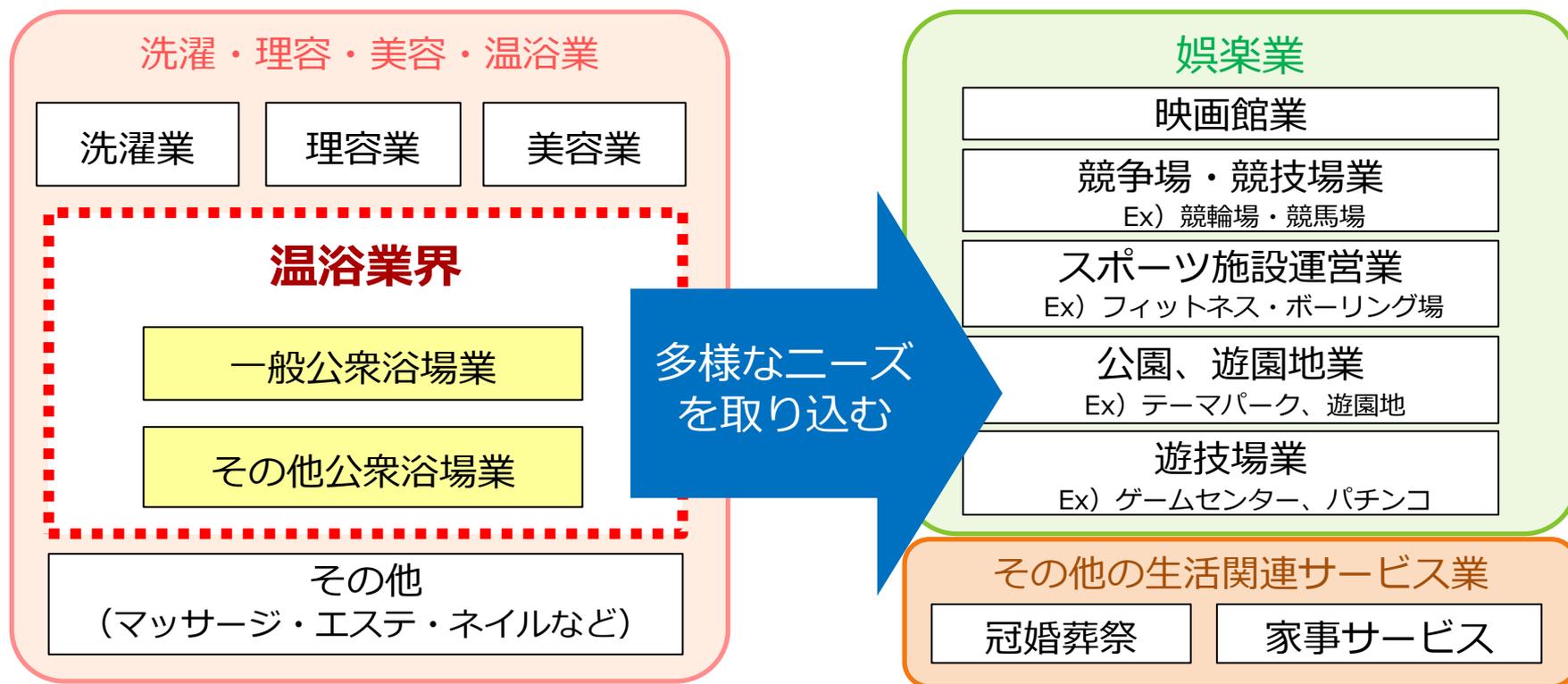
##### 温浴業界

日帰り温浴施設、  
スーパー銭湯、健康ランド  
サウナ、スパ、クアハウス  
など銭湯以外すべて

料金は施設が自由に設定  
(物価統制令の適用外)  
大人：400円～900円が中心

## 若い世代など多様なニーズを取り込む動き

生活関連サービス業、娯楽業（日本標準作業分類）



公衆浴場営業許可施設： **23,954**施設(2020年度)

うち、一般公衆浴場：3,231施設

1970年占有率：87% ⇒ 2020年占有率：13.5%

(出所：厚生労働省「衛生行政報告例」)

大型レジャー浴場や食事、休憩、娯楽施設も併せ持つスーパー銭湯の増加  
ターゲットを明確にして特色ある施設へと差別化、工夫を一層進める

## 背景

高齢化社会の到来  
健康志向の高まり  
余暇の過ごし方が多様化  
業態のボーダレス化  
緩やかな所得改善

## 当社の展開

テーブル席の増加  
炭酸泉、岩盤浴の導入  
明るい照明、床材へ  
キッズコーナーの充実  
大型温浴施設の出店  
飲食充実、専門店の出店

## 集客・収入・利益の創出

温浴施設（入館料金）

+

## 利益の補完

附帯施設の利用

### 事業の特性

- ・ 装置産業
- ・ 固定費負担重く、償却費も多い
- ・ 固定費を下げることで利益増につながる
- ・ 損益分岐点からのかい離率が大きいと利益が累積的に増加する
- ・ 原油等の市況価額の変動の影響でコストの変動リスクがある

### 事業の特性

- ・ アイディア・サービス
- ・ 変動費比率が高いので、増収→増益に直結しやすい
- ・ 初期投資費用が少なく採算性が見極めがしやすい
- ・ 継続的な採算性チェックが必要

### 収益向上への考え方

- ① 固定費の引き下げ
- ② 集客増による増収効果

### 収益向上への考え方

- ① 生産性を見直し
- ② 稼働率の向上

## ◆温泉施設

32.8% ↓

順位	社名	本社	部門売上高 (百万円)	前年度 比伸び 率(%)	決算 月
1	極楽湯ホールディングス	東京G	10,547	▲27.8	3
2	スパサンフジ (湯楽の里・喜楽里)	東京	7,357	▲29.2	3
3	オークランド観光開発 (竜泉寺の湯、スオミの湯、喜盛の湯ほか)	愛知	5,612	▲24.5	4
4	創裕 (ぼかぼか温泉ほか)	香川	2,793	▲19.6	3
5	カケン (喜多の湯)	愛知	1,989	▲33.8	3
6	ツルカメO&E (風の湯、おゆば、葵湯、風の森、大家族の湯)	香川GF	1,930	▲29.3	3
7	常磐興産 (スパリゾートハワイアンズ)	福島	1,408	▲68.5	3
8	サンリク (健美の湯)	埼玉	1,251	▲31.5	3
9	コシダカホールディングス (まねきの湯、らんぷの湯)	東京G	1,207	▲26.4	8
10	リラフル (湯花楽ほか)	神奈川	882	▲32.8	3
11	マンテンホテル (満天の湯)	富山	872	▲34.9	9
12	亀井工業ホールディングス (湯快爽快)	神奈川	761	▲35.7	9
13	エコナックホールディングス (テルマー湯)	東京GF	443	▲69.4	3
14	タカチホ (湯ったり苑)	長野	196	▲64.9	3

# 極楽湯グループ 売上No.1

※「日経MJ」調べ

※当社グループの海外売上含む

【温泉施設】スーパー銭湯や大型温泉など6位の東京ドームは今回は回答なしでラ  
ンを運営している有力企業が対象。前回  
ンク外

(「日経MJ」2021年10月29日より転載)