

ウェルス・マネジメント株式会社
2023年3月期 第2四半期
決算発表後の質疑応答集

当社の 2023年3月期 第2四半期決算発表以降に株主、投資家の皆様などからいただいた、お問い合わせの内容と回答について、以下の通りお知らせいたします。

なお、本開示は、市場参加者のご理解を一層深めることを目的に当社が自主的に実施するものです。また、当社ホームページの「InvestorsQuestion」での回答も含んでおります。

Q:4Qのホテル運営事業の見通しについて教えてください。

A:コロナによるインバウンド需要減少の影響を受けているホテル運営事業において、来年1月以降も国内旅行促進策が続くことから、需要回復スピードが上がるのが考えられます。

Q:コロナ禍以降実施されている特別株主優待の実施は今後ありますか。

A:当社は、中長期的に株主価値増大の実現を目指し、今後も配当や株主優待、キャピタルゲインも含めたトータルでの株主還元(トータル・シェアホルダーズ・リターン)に取り組んでおります。

ご質問いただきました特別株主優待の実施については、その一環として、また、コロナ禍における日本の観光業の回復の一助として、この2年間実施させていただいております。

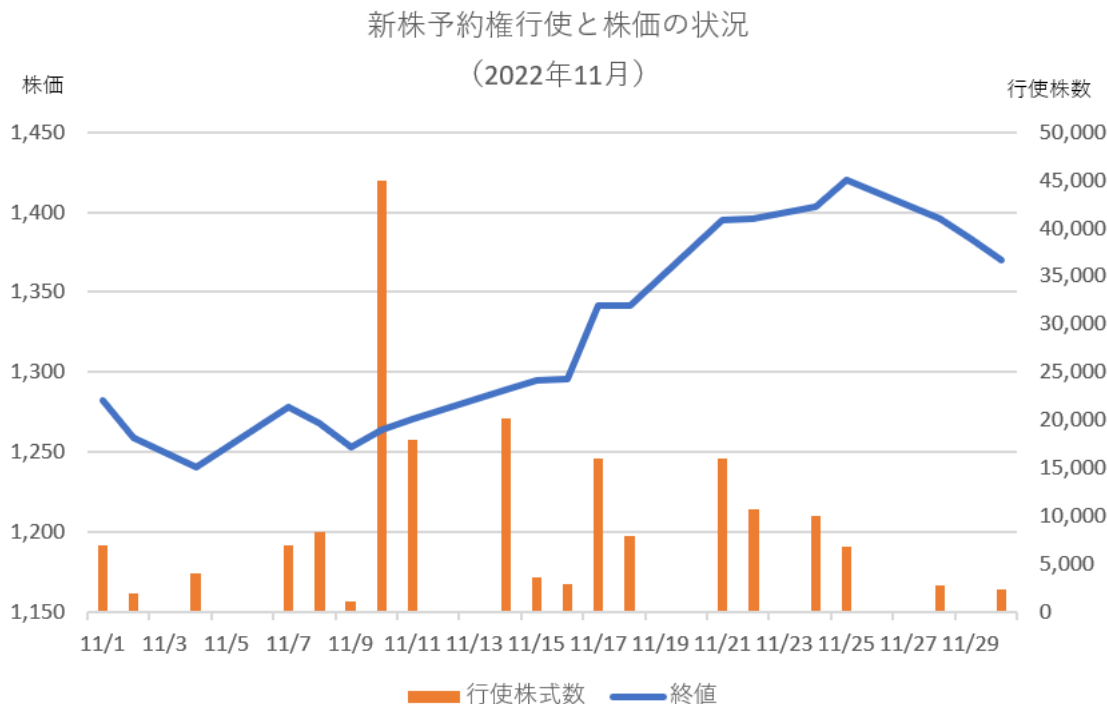
当社としましては、コロナ禍においても株主として当社を支えて続けていただいた株主の皆様には、大変感謝をしておりますので、3回目の特別株主優待の実施につきましても、トータル・シェアホルダーズ・リターンの一環として総合的に検討すべき事項と認識しております。

コロナ禍においても弊社グループを温かくご支援頂いた株主の皆様への還元を鋭意検討して参ります。

Q: 11月の新株予約権の行使状況を教えてください。

A: 11月の新株予約権の行使と当社株価の状況は以下のとおりです。

累計で約30%の行使が行われ資金調達が進んでいるとともに、行使に伴って株価が大幅に下落した局面は見受けられません。



	9月	10月	11月	累計
行使株数	244,600	162,600	192,200	599,400
行使率	11.12%	7.39%	8.74%	27.25%

Q: ホテルブランデッドレジデンス、食品・食料品事業 取組のねらいは？

A: 世界的な潮流として、貧富格差は拡大にならざるを得ない状況であり、当社戦略的には、国内・アジア圏の富裕層にターゲットを充てた戦略を展開します。

カテゴリーとしては、これまで展開してきた「ホテル」と「レストラン」に加え、「食料」、「住宅」、「ウェルネス」の5つをテーマに考えています。

例えば、「食料」は、9月中旬に、ラグジュアリーホテルの一流シェフが厳選した高級食材を株主優待で提供することを発表、今後、グループ運営のスマールラグジュアリーホテルで使用されている農産物等を厳選し、ブランディングサポートを行った上で、ホテルや EC サイトを通じて販路拡充等、事業化も視野に検討しています。

また、「住宅」では、「ホテルブランデッドレジデンス」など。世界的なラグジュアリーホテルの名

前を冠したレジデンス(区分所有建物)は、ハイグレードな施設やサービス利用が魅力であり、個人富裕層の(相続対策も兼ねた)ニーズに合致します。

「北海道(ニセコ)」、「長野県白馬村」、「箱根」のエリアでヴィラタイプ・コンドミニアムタイプを視野に検討を進める予定です。

「ホテルブランデッドレジデンス」の案件規模は 100億円程度を想定しています。

Q:ワールド・ブランズ・コレクション ホテルズ&リゾート株式会社での戦略は?

A:グループのホテル運営事業を担う企業として、2022年10月1日より株式会社ホテルWマネジメントから社名を変更しました。

世界中の魅力ある様々なホテルブランドとの連携をより一層強化し、日本が誇る魅力的な各地の文化や歴史、自然や食材をホテルやリゾートの開発・運営に取り入れることを目指し、世界中の魅力あるホテルブランドとともに日本発・世界に選ばれるホテル運営を実現します。

Q:2、3年目線でのラグジュアリーマーケットに対する当社の立ち位置と戦略は?

A:首相官邸政策会議(観光戦略実行推進会議)が示す、富裕旅行の増加ポテンシャルは、富裕旅行は5年後2024年で1.8兆円と3倍超、2030年には6倍の3兆円へ、15%成長を見込まれます。(訪日外国人旅行者全体の消費額15兆円の20%)

マーケット動向から、ラグジュアリーホテルの収益性は今後拡大見込みです。

例えば、米国全体のラグジュアリーおよびアッパーアップスケールのホテルでは、2022年は既にADR、OCCともに2019年を上回り、2030年のADRは40%超、OCCは50%超の伸長が見込まれています。

日本も同等以上の推移が見込まれ、収益性向上に伴いアセット価値も高まることは必至であり、それを見据えた対策を講じて参ります。

Q:「ダーワ・悠洛 京都」、「ギャリア・二条城 京都」リブランドの影響は?

A:2022年6月に、バンヤンツリー・グループブランドのホテルとして本邦初となる「ダーワ・悠洛 京都」、「ギャリア・二条城 京都」をリブランド開業しました。

同じ京都市内で開発中の「バンヤンツリー・東山 京都(仮称)」の開業に向け、ブランドの認知度向上、シナジー創出も企図しています。

リブランド開業時期が第7波と重なり、他の運営ホテル同様に影響を受けましたが、足元では

秋口からの観光需要増に伴い徐々に回復基調にあります。

以上

株主・投資家の皆様とのコミュニケーションページ「Investor Questions—IR 担当者がお答えします」を
開設しております。皆様の関心が高いと考えられるIR関連情報を Q&A 形式でご紹介しております。

〈QRコード〉



<https://www.wealth-mngt.com/ir/communication/index.html>