



「ゆ」から世界を新しく。

GOKURAKUYU
HOLDINGS

2023年3月期 第2四半期 決算説明

2022年11月15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11月15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

1. 2023年3月期第2四半期 決算概要

- 1、日本は、新型コロナの影響が薄れ来店お客様数が回復
コラボ頻度向上と値上げでお客様単価がアップし増収増益
- 2、中国は、ゼロコロナ政策に基づく2ヶ月以上の
ロックダウン(直営店の臨時休業)が響き大幅な減収減益
- 3、投資有価証券売却益により税引前利益133百万円となるが
法人税等206百万円により税引後四半期純損失▲73百万円
- 4、前期末の純資産額▲12百万円(債務超過)から118百万円に
ファシリティ型新株予約権と円安効果で130百万円の改善
- 5、債務超過解消及び財務状況改善に向け継続的に取り組み
➡現預金のうち、余剰12.5億円を金融機関へ一部返済
➡投資有価証券売却で525百万円の資金獲得と売却益

- ①売上高は、前年同期比32.9%増の5,718百万円（1,417百万円のプラス）
- ②営業利益は、前年同期に比べ501百万円増加したが、117百万円の営業損失
- ③経常利益は、前年同期に比べ226百万円増加し9百万円の経常損失
- ④親会社株主に帰属する当期純利益は、前年同期に比べ90百万円増加し73百万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
23年3月期 2Q 実績		5,718	▲117	▲9	▲73
22年3月期 2Q 実績		4,301	▲618	▲235	▲163
前年 同期比	増減率	32.9%	—	—	—
	増減額	1,417	501	226	90

【日本・中国】セグメント売上高と利益又は損失

- ①日本は、売上高が前年同期比48.7%増の5,433百万円（1,779百万円の増加）
セグメント利益293百万円は、前期セグメント損失483百万円より
プラス777百万円 →増収増益で業績回復傾向
- ②中国は、売上高が前年同期比56.7%減の285百万円（372百万円の減少）
セグメント損失323百万円は、前期セグメント損失55百万円より
マイナス268百万円 →大幅な減収減益（1Qロックダウン期間中の臨時休業）

（単位：百万円）

		売上高				セグメント利益又は損失			
		日本	中国	調整	計	日本	中国	調整	計
23年3月期 2Q 実績		5,433	285	0	5,718	293	▲323	▲87	▲117
22年3月期 2Q 実績		3,654	658	▲10	4,301	▲483	▲55	▲79	▲618
前期比	増減額	1,779	▲372	10	1,417	777	▲268	▲7	501
	増減率	48.7%	▲56.7%	—	32.9%	—	—	—	—

【日本】セグメント 四半期毎の状況

- ①前年同期に強いられた営業制限（店舗営業時間の短縮、アルコールの提供停止、飲食エリアの時短営業等）がなくなり来店客数が回復
- ②「鬼滅の刃」（第二弾）をはじめとするTVアニメ等とのコラボイベント実施を強化して若い世代を中心に客足が回復し客単価が上がった

（単位：百万円）

		1Q 4-6月	2Q 7-9月	累計
23年3月期 2Q 実績	売上	2,672	2,760	5,433
	セグメント利益 又は損失	180	113	293
22年3月期 2Q 実績	売上	1,863	1,790	3,654
	セグメント利益 又は損失	▲241	▲242	▲483

- ①前年同期に比べ消費マインドが持ち直したことで客足が回復
- ②ウクライナ情勢、原油高や円安等からエネルギーコストや原材料費、人件費等が上昇していることを受け、9月に直営店で入館料を値上げ
- ③「SPY×FAMILY」や「ONE PIECE FILM RED」等のコラボイベントの実施店舗や頻度を増やすことで来店客数や収益により一層貢献

【中国】セグメント 四半期毎の状況

- ①長春市、上海市ともにロックダウンの影響で2か月以上にわたって臨時休業となった
- ②ロックダウンが解除された後も、なかなか営業再開が出来ず、営業を再開できた後も中国政府の厳格なコロナ管理体制が続いたことで市民の外出が減るなど影響が続いた

(単位：百万円)

		1Q 4-6月	2Q 7-9月	累計
23年3月期 2Q 実績	売上	24	260	285
	セグメント利益 又は損失	▲244	▲78	▲323
22年3月期 2Q 実績	売上	360	297	658
	セグメント利益 又は損失	33	▲88	▲55

- ①厳格なコロナ管理体制が続くも、海外だけでなく国内でも市外に出ることも厳しく管理されることから市内のレジヤール需要が高まり大幅に回復した
- ②利用者が濃厚接触者に該当した場合や店舗付近で感染者が出た場合に一時的に臨時休業になるなどゼロコロナ政策の影響を受けた
- ③1Q、2Qともに前年同期に比べ円安で推移した

営業外損益

(単位：百万円)

主なもの		金額	説明
1.	助成金収入	93	休業補償金・時短営業協力金等の入金
2.	原油スワップ差益	72	原油スワップ契約に基づく決済取引による収益
3.	協賛金収入	56	国内直営店舗の自動販売機設置に伴う協賛金
4.	デリバティブ評価損	58	原油スワップ契約の評価差額による損失

特別損益

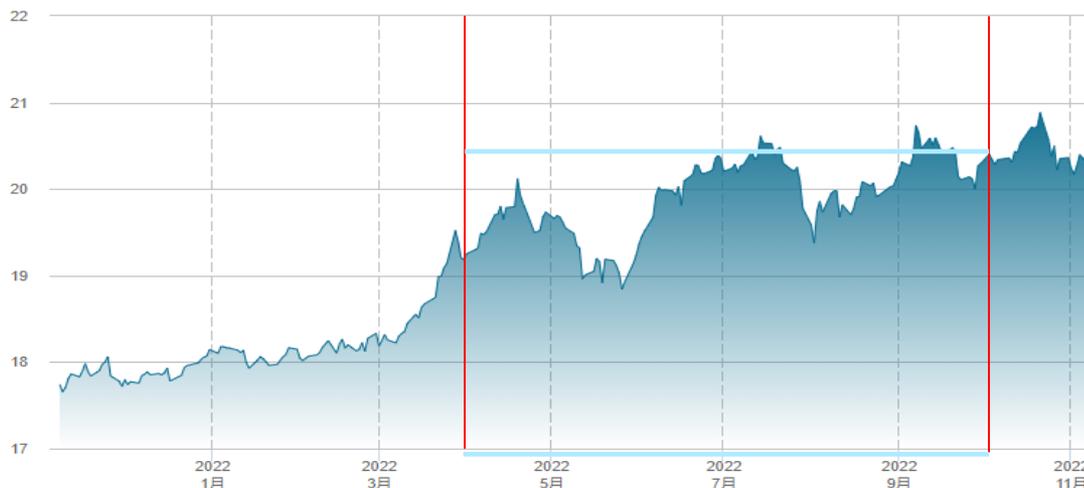
(単位：百万円)

主なもの		金額	説明
1.	投資有価証券売却益	114	投資有価証券の売却益
2.	新株予約権戻入益	29	ストックオプション行使期限到来による戻入益

前期に比べ、当期は **元高円安** で推移

前年同期
2021年4月1日～
2021年9月30日

1元=16.98円
(平均レート)



当第2四半期
2022年4月1日～
2022年9月30日

1元=19.90円
(平均レート)

平均レート (円/元)

	1Q	2Q	3Q	4Q
2023年3月期	19.60	<u>19.90</u>	—	—
2022年3月期	16.94	<u>16.98</u>	17.24	17.50



- ①総資産は、前期末における減損損失の計上や投資有価証券の売却等に伴い、前年同期比8.5%減（1,460百万円の減少）の15,814百万円
- ②純資産は、利益剰余金の減少に対し、ファシリティ型新株予約権による資本金等の増加、円安に伴う為替換算調整勘定の増加により、前期末の債務超過▲12百万円から118百万円のプラスに、131百万円増加した
- ③自己資本比率は、前期末▲2.0%に対して当2Q末は▲1.3%
- ④1株あたり純資産は、前期末▲8円30銭から4円79銭増加し▲3円51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
23年3月期 2Q 実績		15,814	118	▲1.3%	▲3円51銭
22年3月期 実績		17,274	▲12	▲2.0%	▲8円30銭
前年同 期比	増減率	▲8.5%	—	—	—
	増減額	▲1,460	131	—	4円79銭



(単位：百万円)

	22年3月期 2Q 実績	23年3月期 2Q 実績	増減
営業活動CF	▲48	▲78	▲30
投資活動CF	▲154	415	+569
財務活動CF	380	▲1,113	▲1,493
現金及び現金同等物に係る 換算差額	17	37	+20
現金及び現金同等物の増減額 (▲は減少)	195	▲739	▲935
現金及び現金同等物の期首残高	4,788	6,172	+1,384
現金及び現金同等物の四半期末残高	4,983	5,433	+449

日本は業績回復が見られたが中国のロックダウンの影響が大きい

投資有価証券の売却により525百万円の獲得と既存店の資産入替等に176百万円の支出

①金融機関との協議にて返済猶予いただいているが短期・長期合わせて12.5億円を返済
②ファシリティ型新株予約権の実行により158百万円を調達

当社グループは、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、継続して重要な親会社株主に帰属する当期純損失を計上した結果、前連結会計年度末の純資産は12百万円の債務超過となりました。当第2四半期連結累計期間においては、中国でのゼロコロナ政策に基づく臨時休業が大きく影響し、営業損失、経常損失、親会社株主に帰属する四半期純損失となりましたが、ファシリティ型新株予約権の行使による資金調達や、為替換算調整勘定が円安でプラスに影響を受けたことから、当第2四半期連結会計期間末の純資産は118百万円となりました。

一方で、当社の有利子負債については、すべての取引金融機関からの支援（返済猶予）を受けるなど理解を得られていますが、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、当該状況を解消すべく、「債務超過解消に向けた取り組みの進捗状況」に記載した内容について注力しております。このような取り組みの実施により、業績及び財務体質の改善を図り、当該状況の解消、改善に努めてまいります。しかしながら、これら対応策は実施途上であることから、現時点においては継続企業の前提に関する重要な不確実性が認められます。

なお、四半期連結財務諸表は継続企業を前提として作成されており、継続企業の前提に関する重要な不確実性の影響を反映しておりません。

当第2四半期連結累計期間においては、中国でのゼロコロナ政策に基づく臨時休業が大きく影響し、営業損失、経常損失、親会社株主に帰属する四半期純損失となりましたが、ファシリティ型新株予約権の行使による資金調達や、為替換算調整勘定が円安でプラスに影響を受けたことから、**当第2四半期連結会計期間末の純資産は118百万円となりました。**

当社は、以下の取り組みの内容についての記載の通り、業績及び財務体質の改善を図り、様々な施策を推進することにより、当該状況の解消・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 → 来客数や飲食利用率の増加、客単価アップに繋げる
- ii) 入館料等の価格見直し → 2022年9月に全国平均で50円値上げ
- iii) 店舗ごとの長期シミュレーションと計画的判断 → 体制整え、継続的に努める
- iv) グループ会社の合理化 → 取り組み中

② 財務体質の改善

- i) 資本政策と有利子負債の圧縮 → ファシリティ型新株予約権で2025年4月迄の約3年で14億円を調達予定、うち2022年9月迄に158百万円を調達済み、2022年6月から9月にかけて1,255百万円を返済して有利子負債を圧縮
- ii) 投資計画と資金繰り → 金融機関から継続的な支援を引き続き依頼していく

※詳細は『2023年3月期 第2四半期決算短信』11ページ「債務超過解消に向けた取り組みの進捗状況」をご覧ください。

ファシリティ型新株予約権の資本政策

当社がS M B C日興証券に対し、行使可能期間を約3年間とする行使価額修正条項付新株予約権を第三者割当の方法によって割り当て、本新株予約権の行使(希薄化)に伴って当社の資本が増加する仕組み

< 2022年4月 第2回発行 >

資金調達⇒2025年4月迄に約14億円(予定)
うち、2022年9月迄に約1.5億円を調達

< 2020年7月 第1回発行 >

資金調達⇒2021年3月迄に約5.4億円
2022年3月迄に約5.9億円（すべて行使済み）

- 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

■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

2022年9月1日 直営26店舗で約50円値上げ

急激な円安に伴う物価高に加え、エネルギーコストや人件費の高騰等から、原価の値上がりが営業努力ではまかなえない状況にきていると考えたことから入館料を見直し、値上げしました
順次、値上げをしていたところ、ウクライナ情勢により環境が激変したため、9月1日に値上げさせていただきました

■入館料のシーズン料金の採用 ～年末年始、GW、夏休み等の期間～

2021年年末から 入館料にプラス100円

<2022年度上期の実施（1）>

① 「ももいろクローバーZ」	5月13日～5月19日	グループ12店舗
② 「ユニクロ」	5月13日～7月3日	グループ13店舗
③ 「鬼滅の刃」（第二弾）	5月20日～6月30日	グループ29店舗
④ 「SPY×FAMILY」	7月1日～8月14日	グループ20店舗
⑤ 「弱虫ペダル」	7月7日～8月14日	グループ9店舗
⑥ 「マクロス」（第二弾）	7月15日～8月14日	グループ6店舗



<2022年度上期の実施（2）>

⑦「宇宙なんちゃらこてつくん」	7月29日～2023年4月30日	グループ22店舗
⑧「ONE PIECE FILM RED」	8月18日～9月19日	グループ20店舗
⑨「ペルソナ25周年」	8月26日～9月25日	グループ11店舗
⑩「A3!」	9月22日～10月30日	グループ16店舗
⑪「黒子のバスケ」	9月30日～10月30日	グループ13店舗
⑫「LOWRYS FARM」	9月23日～販売完了まで	グループ12店舗



SPECIAL
COLLABORATION
極楽湯
OFUROJIKAN
特産物 LOWRYS FARM





～期間限定～

4月29日 ~ 6月30日	炭火焼テラス楽炎	和光店(BBQ)
7月23日 ~ 9月30日	炭火焼テラス楽炎	和光店(ビアガーデン)
8月14日 ~ 11月30日	炭火焼テラス楽炎	RAKU SPA鶴見(BBQ)
9月16日 ~ 11月30日	炭火焼テラス楽炎	千葉稲毛店(BBQ)



～期間限定～

6月 1日～ 7月31日	ウクライナ人道支援ピースフルフロート	グループ28店舗
9月17日～10月25日	サウナ飯フェア	グループ21店舗
10月1日～11月30日	しあわせピンクバスプロジェクト	グループ28店舗

STOP WAR
ウクライナ人道支援
寄付活動

活動 1
スマイリーサンデー
1品ご注文で
100円を寄付

2022年8月10日(水)～
9月30日(金)まで販売

販売価格
500円
税込550円

・極楽湯、RAKU SPA(直営店全店)

募金活動も同時開催中
皆さまの温かいご支援
よろしくお願ひします

極楽湯の
サウナ飯

四川風
シビ辛麻婆ラーメン

台湾まぜカレー

しあわせピンクバスプロジェクト

Pink Ribbon

ピンクリボン
サラダライスセット
1,180(税込1,298)

ピンクリボン
フロート
450(税込495)

happy pink bath project

1品販売につき100円をピンクリボン基金へ寄付します
極楽湯は日本赤十字しあわせピンクバスプロジェクトを応援しています

極楽湯 RAKU SPA

3. 中国の取り組み

1. ロックダウンによる休業

直営3店舗の臨時休業

➡上海1号店：3/11～6/29(約3.5ヶ月)、上海2号店：3/4～7/1(約4ヶ月)
長春店：3/10～6/1(約2.5ヶ月)

2. 店舗巡回

ロックダウン解除後の7月より上海6店舗（FC店含む）及び長春店の巡回を再開
9月下旬からは上海市外のFC店舗の無錫店、武漢店、青島店の巡回を開始

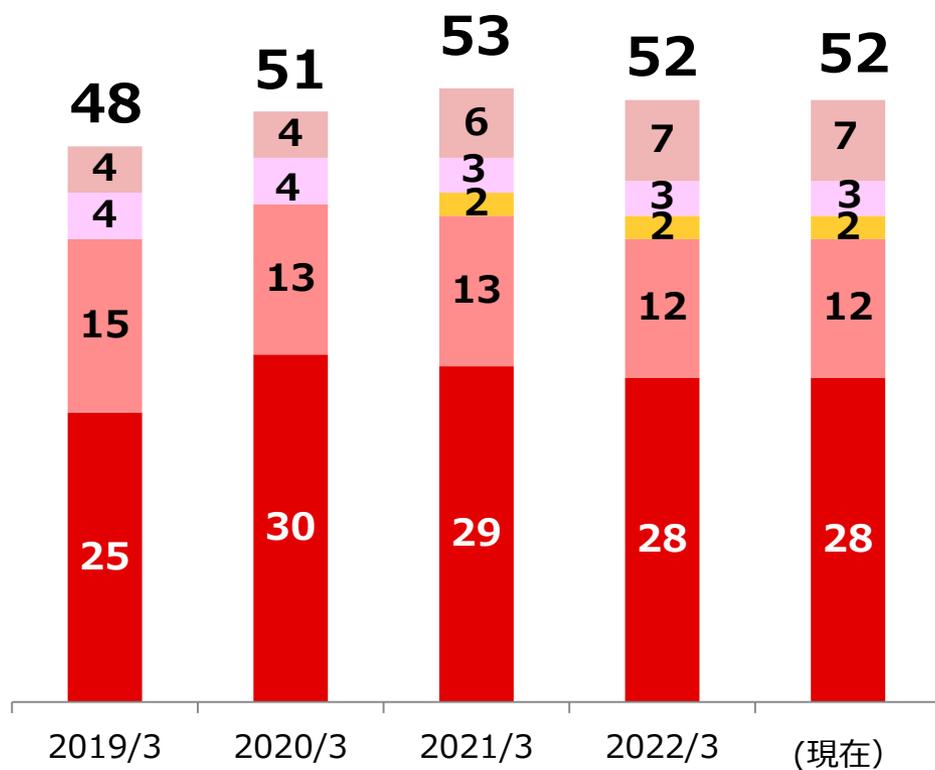
3. オンライン研修

臨時休業の期間に店舗管理職向け設備メンテ研修、おもてなし研修などを実施

4. フランチャイズ開業支援

フランチャイズ先の近年開業に向けて施工管理、開業準備フォローを実施

- 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⁰2

国内 2

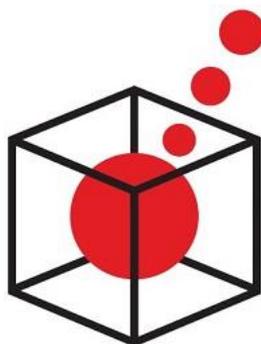
計 52

(2022年11月15日現在)

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11月15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



 **RAKU SPA**

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 + α 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～500円

その他公衆浴場業

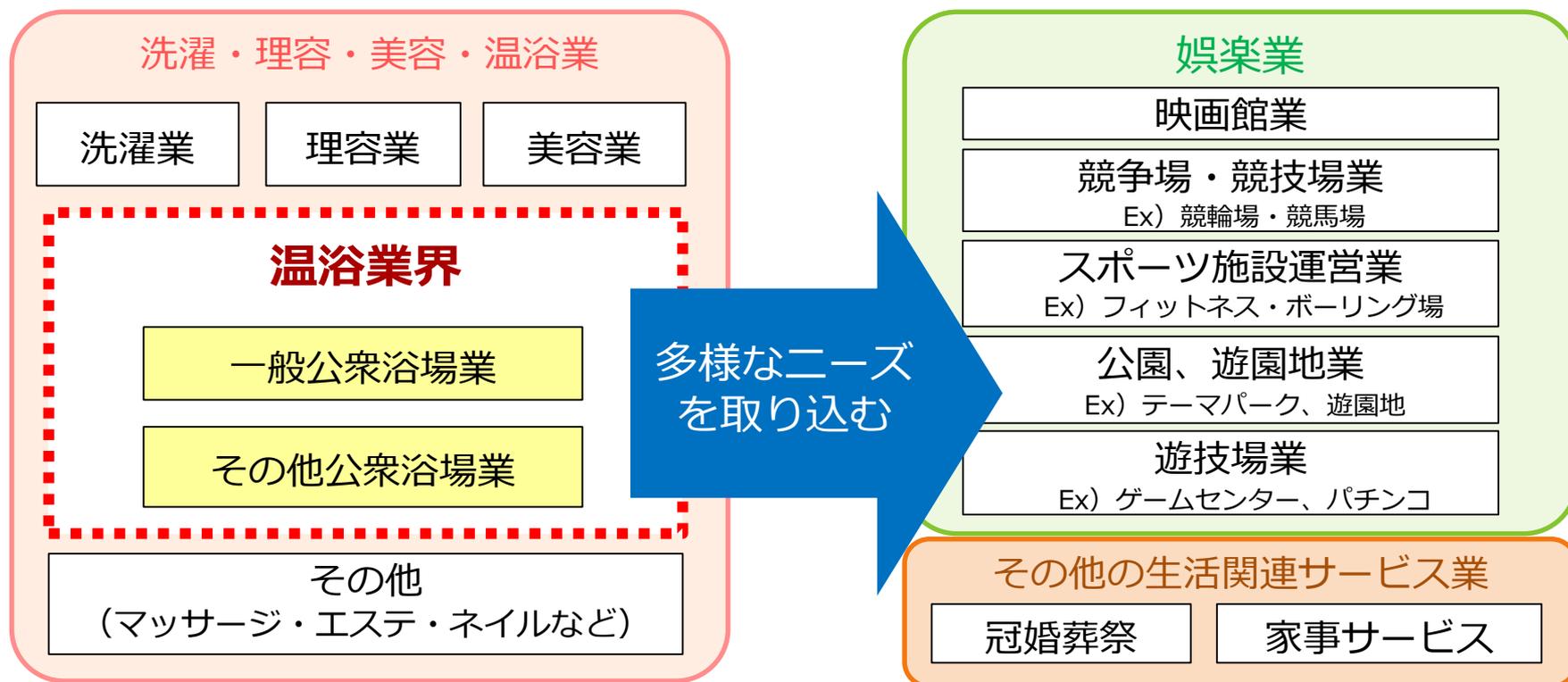
温浴業界

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～1,000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
コロナ感染リスクの増加
(来店・飲食の利用減少)

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
コラボイベントの実施
遊休スペースの活用(BBQなど)

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

収益向上への考え方

- ① お客様単価の引き上げ
- ② 集客増による増収効果
- ③ 固定費の引き下げ

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 生産性を見直し
- ② 稼働率の向上

◆温泉施設

11.4% 

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	10,036	14.5	3
2	スパサンフジ (湯楽の里・喜楽里)	東京	8,994	22.3	3
3	オークランド観光開発 (竜泉寺の湯、喜盛の湯、スパメッツアほか)	愛知	6,302	12.3	4
4	創裕 (ぼかぼか温泉ほか)	香川	3,143	12.5	3
5	カケン (喜多の湯)	愛知	2,033	2.2	3
6	常磐興産 (スパリゾートハワイアンズ) ◇	福島	2,021	—	3
7	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	2,000	3.6	3
8	サンリク (健美の湯)	埼玉	1,428	14.1	3
9	コシダカホールディングス(まねきの湯)	東京G	897	▲25.7	8
10	マンテンホテル (満天の湯)	富山	896	2.8	9
11	エコナックホールディングス (テルマー湯) ◇	東京G	687	—	3
12	亀井工業ホールディングス (湯快爽快)	神奈川	504	▲33.8	9
13	タカチホ (湯ったり苑) ◇	長野	238	—	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を運営している有力企業が対象

(「日経MJ」2022年10月19日より転載)