



NIPPON PARKING DEVELOPMENT

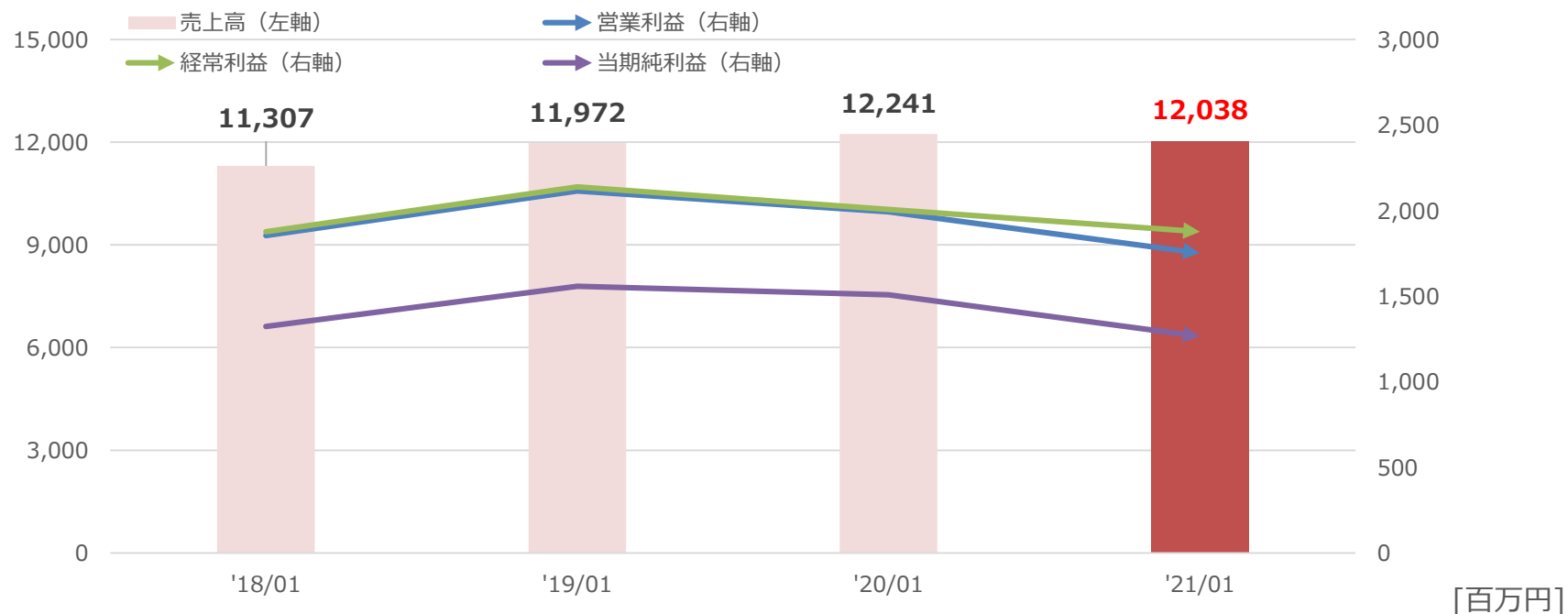
2021年7月期 第2四半期
決 算 説 明 会

日本駐車場開発株式会社

(証券コード:2353)

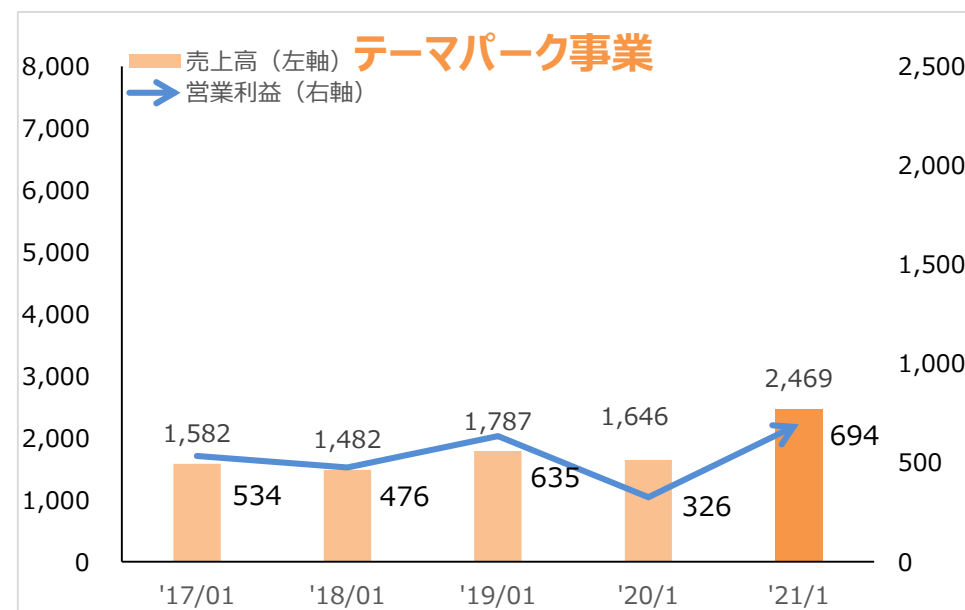
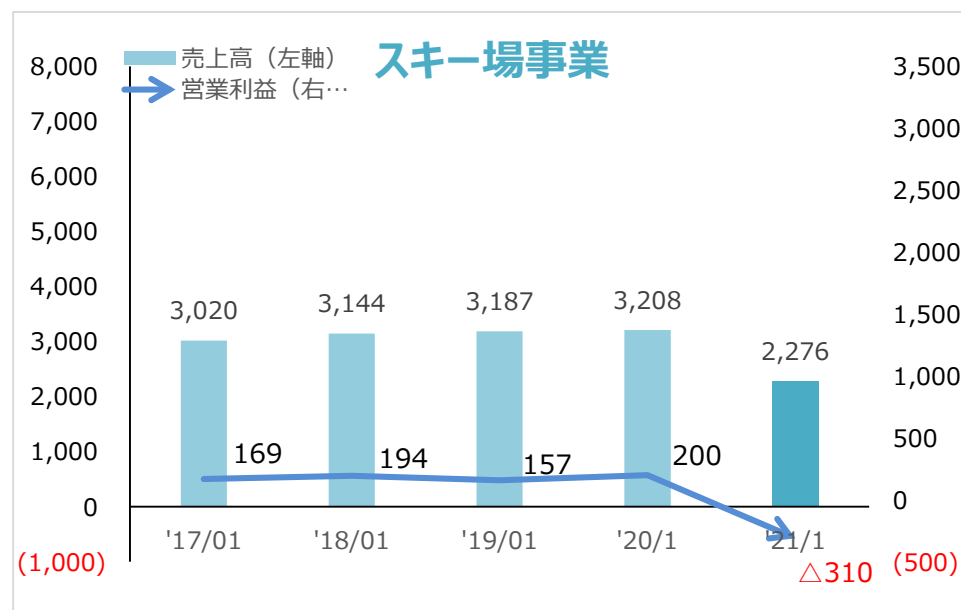
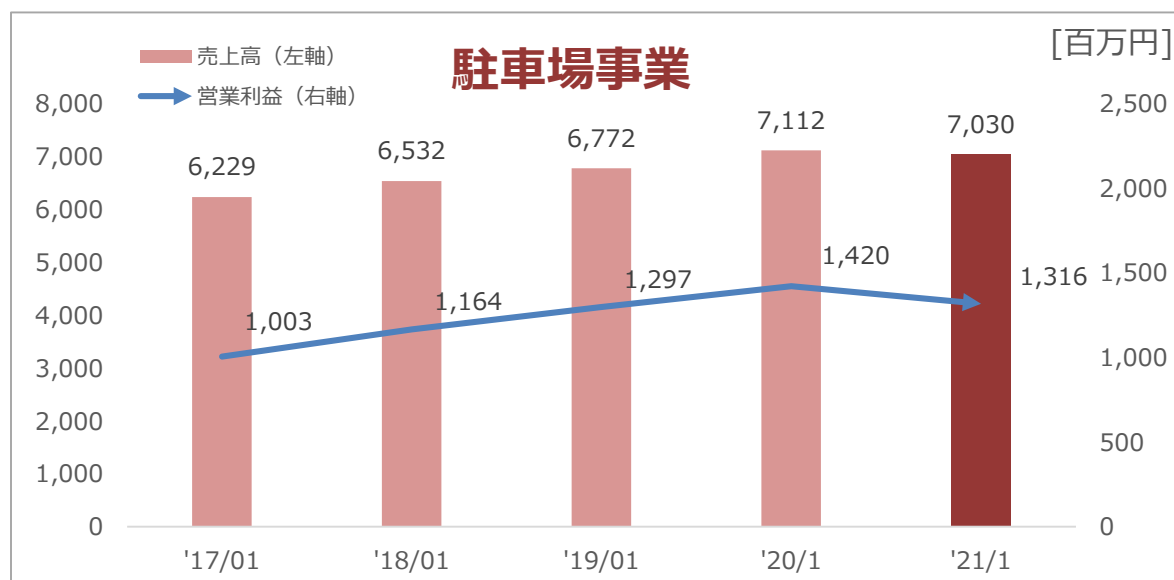
連結業績ハイライト

上期着地数字は計画超過にて推移

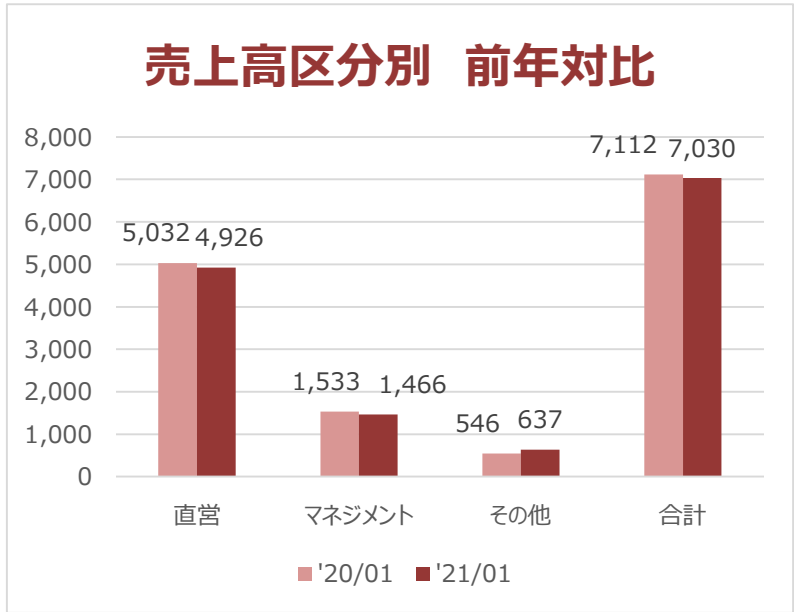


	'20/01	'21/01	増減	増減率	計画	達成率
売上高	12,241	12,038	△203	△1.7pt	11,000	109.4pt
営業利益	1,993	1,750	△242	△12.2pt	1,600	109.3pt
経常利益	2,006	1,821	△184	△9.2pt	1,500	121.4pt
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,507	1,280	△227	△15.1pt	1,000	128.0pt

セグメント別売上高・営業利益推移



駐車場事業の概要



主な経営指標

	'20/01	'21/01	増減	増減率
物件数 (国内)	1,191	1,226	+35	+2.9pt
物件数 (海外)	65	74	+9	+13.8pt
総台数 (国内)	44,290	45,946	+1,656	+3.7pt
総台数 (海外)	19,716	19,314	△402	△2.0pt

セグメント売上高・営業利益

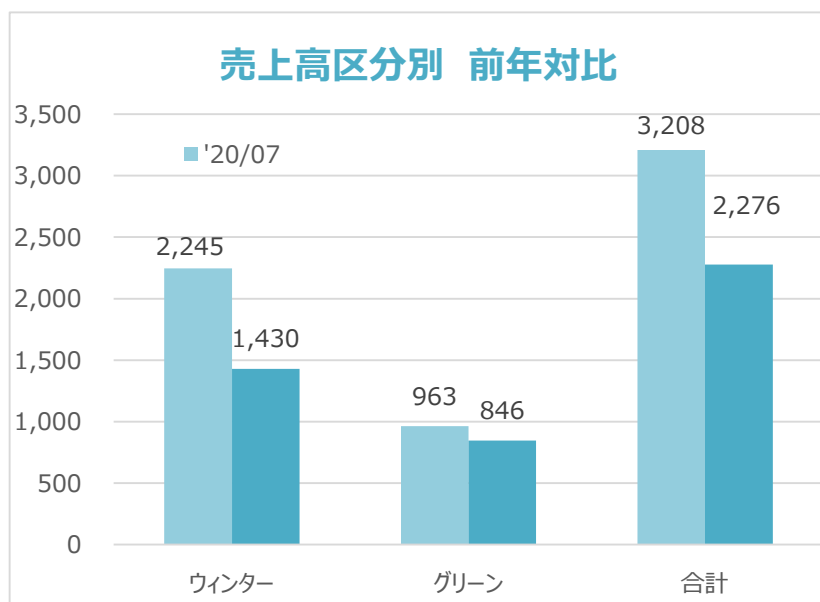
[百万円]

	'20/01	'21/01	増減	増減率
売上高 (国内)	6,234	6,219	△14	△0.2pt
売上高 (海外)	878	810	△67	△7.7pt
営業利益 (国内+海外)	1,650	1,529	△120	△7.3pt
営業利益率	23.2pt	22.0pt	△1.2pt	—
営業利益 (全社費用含)	1,420	1,316	△103	△7.3pt
営業利益率 (全社費用含)	20.0pt	18.7pt	△1.3pt	—

増減の主な理由

海外駐車場	営業停止および時短営業等による集客力減 営業利益△26百万円
国内駐車場事業	緊急事態宣言に伴う外出自粛継続及び時短営業による集客力減 営業利益△94百万円

売上高区分別 前年対比



主な経営指標

	'20/01	'21/01	増減	増減率
ウインター 来場者	691	423	△268	△38.8pt
グリーン 来場者	269	236	△33	△22.2pt

セグメント売上高・営業利益

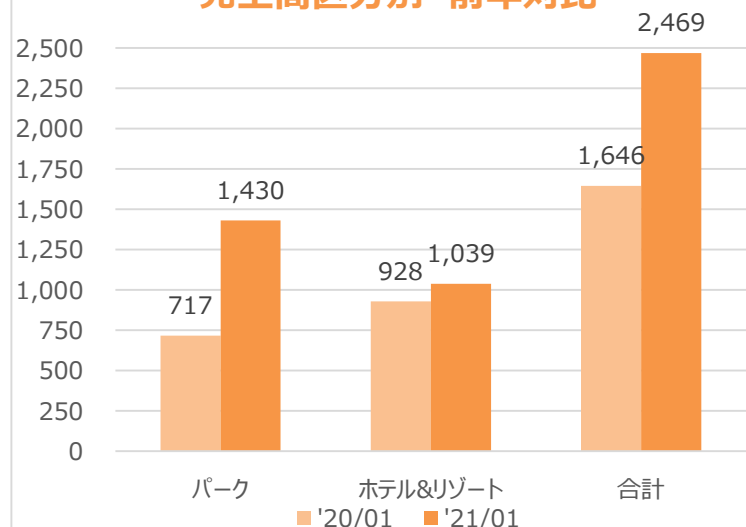
[百万円]

	'20/01	'21/01	増減	増減率
売上高	3,208	2,276	△932	△29.0pt
営業利益	200	△310	△511	－pt
営業利益率	6.25pt	－pt	△4.3pt	－

増減の主な理由

ウインター シーズン	12月	インバウンドが見込めない状況であったが、まとまった自然降雪やGoToトラベルの効果により来場者の減少は△29千人(前期比△16.3%)に止まる
	1月	緊急事態宣言により宿泊を伴うエリアを中心に来場者が急減。来場者は△238千人(前期比△46.8%)
グリーン シーズン	8～9月	8月は外出自粛継続も9月は前年並みまで回復。来場者は△59千人(前期比△29.4%)
	10～11月	天候に恵まれるとともにGoToトラベルの効果も影響。来場者は+26千人(前期比+40.8%)

売上高区分別 前年対比



主な経営指標

来場者数 (千人)	'20/01	'21/01	増減	増減率
那須ハイ	247	253	+6	+2.5pt
NOZARU	10	12	+1	+18.4pt
りんどう湖	-	143	-	-

セグメント売上高・営業利益

[百万円]

	'20/01	'21/01	増減	増減率
売上高	1,646	2,469	822	50.0pt
営業利益	326	694	368	112.8pt
営業利益率	19.8%	28.1%	-	-

増減の主な理由

来場者数	①近隣学校に対して「修学旅行の誘致」「就労体験学習」の営業活動を実施。団体顧客の獲得に成功。 ②那須興業(株)M&Aによる増加 +143 千人
売上高	①パーク 来場者数増加 +99 百万円 ②宿泊 ワークेशन需要獲得により宿泊者増加 +145 百万円 ③リゾート 別荘販売・仲介・有償サービス好調 +38 百万円 ④那須興業(株)M&Aによる業績の寄与 +74 百万円

コロナ禍でのセグメント別業績 2020年2月～2021年1月実績



駐車場事業

時間貸駐車場の影響は軽微
月極駐車場は影響を受けづらいビジネスモデル

- ・時間貸駐車場の稼働は繁華街を中心に売上が減少したものの、他エリアはビジネス利用が中心であることから、全体での影響は軽微
- ・月極駐車場の影響は無

[百万円]

駐車場事業	20/7 3Q4Q	21/7 1Q2Q	通期 (20/2～21/1)
売上高	6,825	7,030	13,855
営業利益	1,112	1,316	2,428

テーマパーク事業

コロナ禍に事業の構造変化を遂げ、事業強化を促進

[遊園地事業]

- ・コロナ第一波における緊急事態宣言下、繁忙期である春からGWの入園者数が大幅減
- ・東北エリア修学旅行誘致など、近隣県への営業強化により秋以降持ち直し傾向

・2020年5月に取得したりんどう湖の集客も好調

[宿泊/別荘事業]

- ・コロナ禍、戸建て型宿泊施設の需要が高まり好調

テーマパーク事業	20/7 3Q4Q	21/7 1Q2Q	通期 (20/2～21/1)
売上高	865	2,469	3,334
営業利益	-543	694	151

スキー場事業

組織改革による固定コストの削減を推進

- ・営業および管理機能の統合や本社人員の現場配置等によりコスト適正化
- ・1月上旬の緊急事態宣言により来場者急減。最繁期に大ダメージ

スキー場事業	20/7 3Q4Q	21/7 1Q2Q	通期 (20/2～21/1)
売上高	2,854	2,276	5,130
営業利益	116	-310	-194

コロナ禍における経営の取り組み

従業員への対応

- ・検温報告
- ・オフィス換気、消毒液・加湿器の設置
- ・在宅勤務のインフラ整備
- ・寮環境の改善(分散、消毒設置)

お客様への対応

- ・来場時の検温および消毒
- ・受付業務簡素化やWEBチケット導入による接触機会軽減および接触時間の短縮
- ・ゴンドラ乗車人数の制限／リフト乗り合い禁止
- ・レンタル車両の除菌コーティング／アルコール拭きあげ

その他ステークホルダーとの協調

- [駐車場事業]
 - ・百貨店や商業施設併設の時間貸駐車場営業時間短縮の実施
- [スキー場・テーマパーク事業]
 - ・周辺住民向け無料開放の実施
- [新規事業]
 - ・オンライン家庭教師サービスの提供
 - ・医療機関と提携しPCR検査の推奨



環境の変化をチャンスと捉え、事業改革「BBB」を促進

スローガン『Build Back BEST』

- ・この機会に生まれた新たなビジネスチャンスをつかむこと
- ・組織構造や事業のゼロベースでの評価と見直し

駐車場

- 【組織の変革】・採用環境の変化に伴う人材の入替
- ・評価設定の見直しによる、一人当たり生産性の追求および営業強化
- 【事業の変革】・プラスワン事業の取り組み「柏高島屋シェアオフィス」の受託
- ・コロナ影響によるビルテナントの退去、保有車両見直しに伴う駐車場の稼働率低下を想定したオーナー訪問強化

スキー場

- 【組織の変革】・一山一社化と本社部門人材の現場配置
(一つのスキー場を一つの会社が経営し、コロナ禍における意思決定を迅速化。また、グループで重複する部門を統合し、本社部門人材を中心に現場配置することで現場運営力を強化)
- 【事業の変革】・ウィンター：展望テラスや大型チュービングコースなどノンスキー層の集客拡大
- ・グリーン：広大なゲレンデを活かしたアウトドアアクティビティの強化

テーマパーク

- 【組織の変革】・成長事業である宿泊及び別荘事業への人材投下
(那須ハイランドパーク内だけでなく、2号案件りんどう湖ファミリー牧場との相互異動により成長分野への人材投下をさらに強化)
- 【事業の変革】・新規顧客の開拓…コロナ禍で東京への渡航不可となった修学旅行の誘致
- ・ワーケーションによる宿泊事業の強化
- ・りんどう湖ファミリー牧場のリブランディング「地元で一番楽しく通いやすい公園」

- コロナウィルス禍の企業の働き方改革、感染症対策を支援するソリューションの提供
- コロナウィルス禍でホテル、商業を中心に収益力が低下している施設駐車場の収益化提案を加速
- 当社グループ経営資源の活用とギャップに着目した駐車場 + 1 事業の開拓

駐車場付きマンスリーレンタカー (直行直帰型に即した営業車の運用)



働き方の変化に沿った法人車両需要の取込み

- ・電車通勤回避
- ・直行直帰需要の増加

(通勤時間・移動時間の削減、走行距離削減による事故抑制、環境負荷抑制)

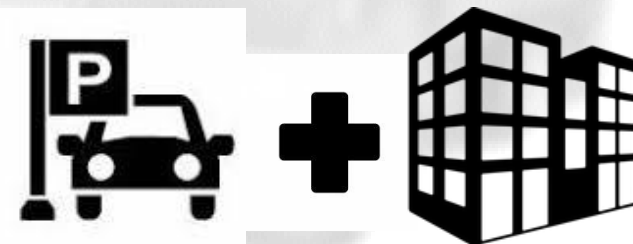
有人時間貸し駐車場の新規獲得 (競合他社運営駐車場の条件見直し)



コロナの影響で競合他社が運営する有人時間貸し駐車場（機械式）の契約条件の見直しが増加傾向。

ビルオーナーへのアプローチを強化し、当社の強みである、機械式駐車場のオペレーション力と月極契約の募集、営業力を活かし、積極的に提案。

コロナ禍の駐車場 + 1 事業 (空きテナント区画の暫定ソリューション)



リモートワーク推進に伴い、オフィスの減床、移転を検討される企業の増加、数年後のオフィスビルの空室率上昇を予見。

新規、既存の駐車場運営に加えて、空きテナント区画を有効に活用するソリューションをオーナーと協業で展開。

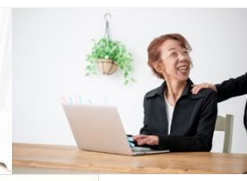
- ・シェアオフィス、コワーキングスペースの運営
柏高島屋新館ステーションモールにてコワーキングスペースの運営を受託。

「Kashiwa grand ～シェアオフィス&コワーキングスペース～」

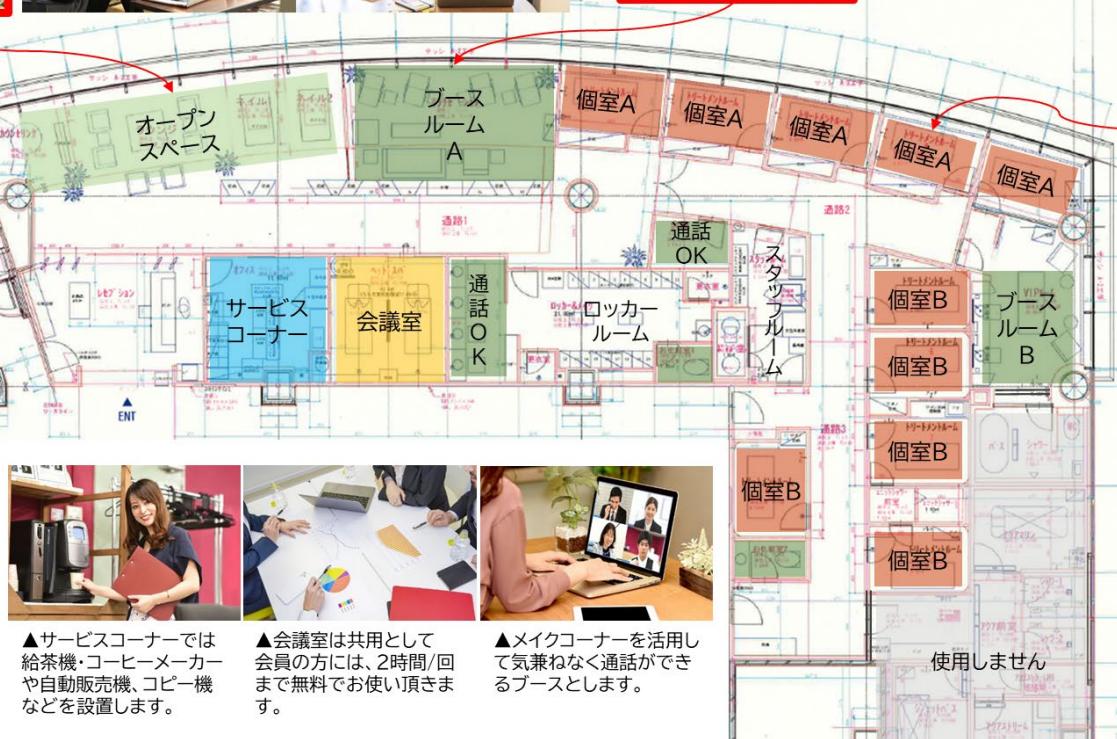
「柏高島屋ステーションモール新館」12階のテナント退去後の空区画を高島屋子会社の東神開発と
共同でシェアオフィス、コワーキングスペースの運営を企画、当社にて運営を受託。

眺望の良い窓側は、自然光を活かし、女性でも安心して
くつろぎながら仕事のできるラウンジスペースや打合せができるスペースとします。

高齢のお客様でも気軽にお使い頂けるよう「ドロップイン」(1日利用・2時間利用)を
メニューに取り込み、読書やパソコン作業もできるような環境を提供します。



「kashiwa grand」
コワーキングとシェアオフィスの
ハイブリッドなワークスペースを
コンセプトとして、エントランスは
既存の造作をそのまま活用します。



▲サービスコーナーでは
給茶機・コーヒーメーカー
や自動販売機、コピー機
などを設置します。



▲会議室は共用として
会員の方には、2時間/回
まで無料でお使い頂きま
す。



▲メイクコーナーを活用し
て気兼ねなく通話ができ
るブースとします。



個室は
●集中して仕事したい方
●リモート会議を
周りを気にせず行い方
●サテライトオフィスとして
活用したい方
にお使いいただくことを
想定しております。

14

<遊園地事業>

・修学旅行の誘致（コロナ禍での新たな需要獲得）

コロナによる新規修学旅行を積極的に獲得。当上期、約400校来園（毎年100校程度）
今年の春以降で予約拡大。問い合わせは多数いただいている状況。

・コテージと連携し宿泊を兼ねた修学旅行獲得（事業部間の連携）

前年は日帰り＆周辺宿泊施設に宿泊した修旅団体が多数。
宿泊事業と連携してコテージ宿泊団体を獲得しコテージの平日稼働を高める

・就労体験学習の獲得（新サービスの提供）

新たに実施した就労体験学習は学校の先生の満足度も非常に高かった。当上期、11校、約2,500人獲得。
→りんどう湖ファミリー牧場も含めた営業開始。既に複数校から予約を頂いている状況



<ホテル事業>

・魅力的な客室増加（「ペットと泊まれる」から「ペットと泊まりたい」にコンテンツ強化）

写真映えるペット可の新築貸別荘を増やす（現在1棟→下期4棟）
露天風呂温泉付きコテージ（今春改装）の4室をペット仕様へ変更

・平日の稼働向上策の実施（新サービスの提供）

ワーケーション誘致、修学旅行獲得、別荘オーナー様招待を積極的に実施



<リゾート事業>

・コロナ禍での人員配置見直し（コロナ禍での新たな需要獲得）

2020年5月に4名を部署異動させて合計7名の下草刈り営業チームを組成。
全オーナーに対し、電話営業を行い、下草刈り（木の伐採）の営業を行う。

・業務内製化（組織の構造改革）

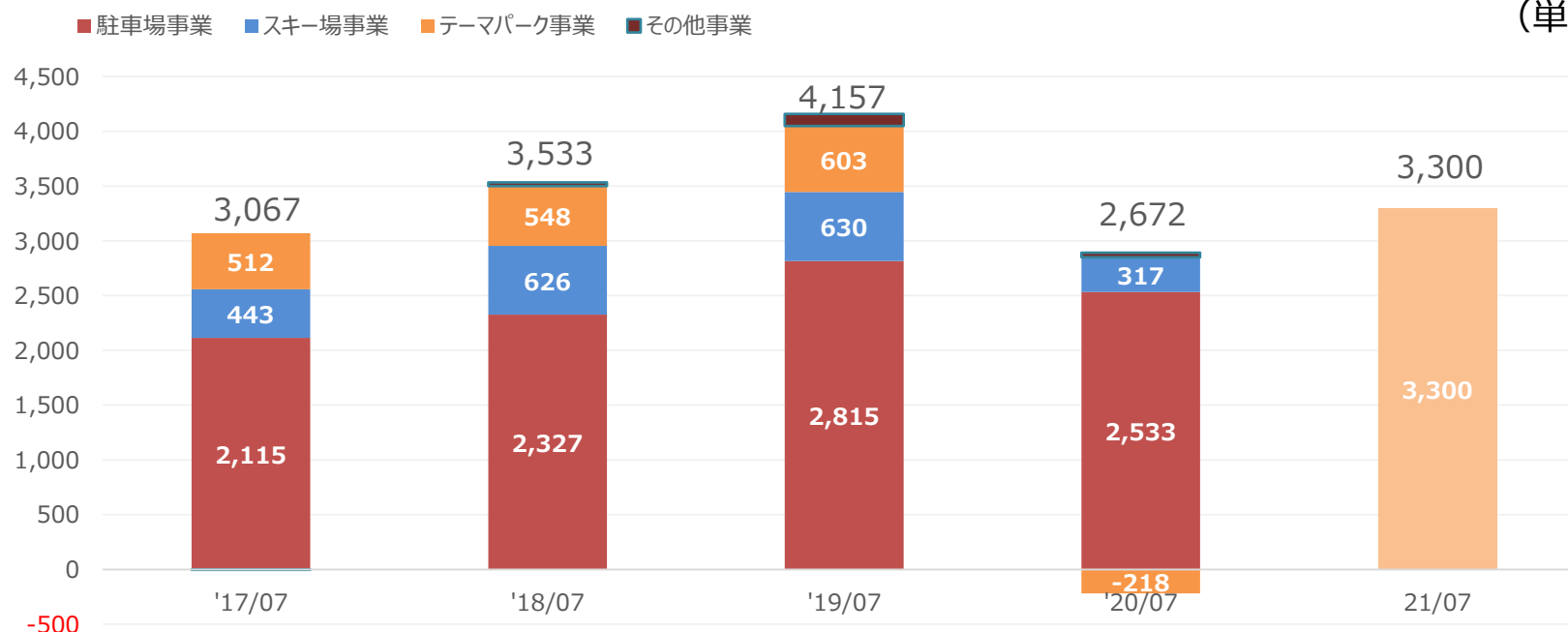
業務の抜本的な見直しを経て、新部署「那須ハイ工務店」を立ち上げ。
今後、グループ外からの受注獲得にも動いていく。



他事業部のメンバーをリゾート事業に人員配置（6名） 那須ハイランド内の
環境整備の内製化を実施

2021年7月期 連結営業利益+3,300百万円

(単位：百万円)



	'20/07	'21/07	増減	増減率
売上高	22,979	23,500	+520	+2.3pt
営業利益	2,672	3,300	+627	+23.5pt
経常利益	2,742	3,200	+459	+16.7pt
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,201	1,900	+698	+58.1pt

株主還元について

- **通期1,000百万円の自社株買い**を実施
(2020年12月に500百万円、さらに2021年3月に500百万円)
- **11期連続増配**を予定、每期、増収・増益・増配を実施していく方針

	'17/07	'18/07	'19/07	'20/07	'21/07 (予想)
1株あたり配当金 (円)	3.75	4.00	4.25	4.50	<u>4.75</u>
配当総額 (百万円)	1,264	1,349	1,414	1,488	1,544
自己株式取得総額 (百万円)	200	198	994	500	<u>1,000</u>
自己株式取得を含めた株主還元総額 (百万円)	1,464	1,548	2,408	1,988	2,544
当期純利益 (百万円)	2,242	2,211	2,823	1,201	1,900
配当性向 (%)	56.3	61.0	50.4	123.8	81.3
総還元性向 (%)	65.3	70.0	85.3	165.5	133.9

SDGs活動

NPDグループとしての持続的成長

NPDグループにおいては「全ての事業が社会課題の解決につながっており、且つ企業活動を通じた持続的成長を実現するもの」と捉えておりますが、グループの企業活動の中で特に国連が掲げた世界共通目標であるSDGs達成につながる取組を抜粋して紹介します。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



8 働きがいも
経済成長も



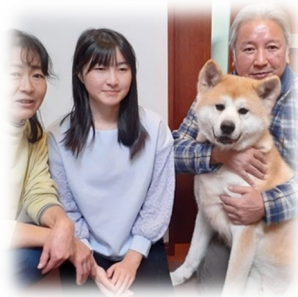
12 つくる責任
つかう責任



15 陸の豊かさも
守ろう



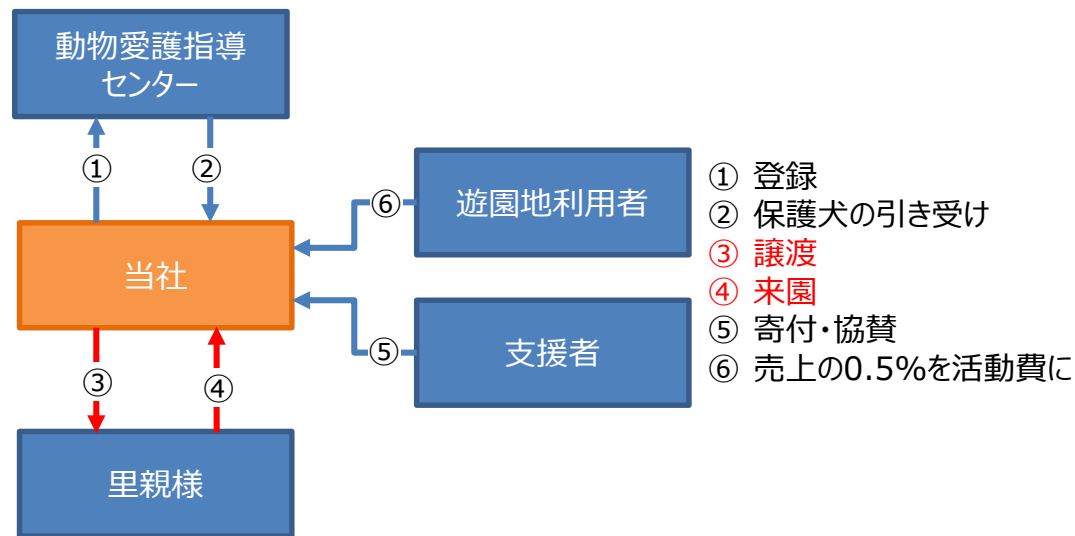
●ペット殺処分のゼロ運動 ●人と動物との共生社会の実現



那須ハイランドパークでは、施設に収容された犬の殺処分0を目指し、一頭でも多くの尊い命を救うため、保護犬の里親探しを行っています。



【持続可能な仕組み】



【主な成果】

- ✓ 47頭を新しい里親様の元へ譲渡
- ✓ 栃木、福島、群馬、茨城県の社会問題を解決
- ✓ 卒業したわんこによる同窓会を開催

地域の“宝”である子供たちを、みんなで育むこども食堂

2 飢餓をゼロに

4 質の高い教育をみんなに

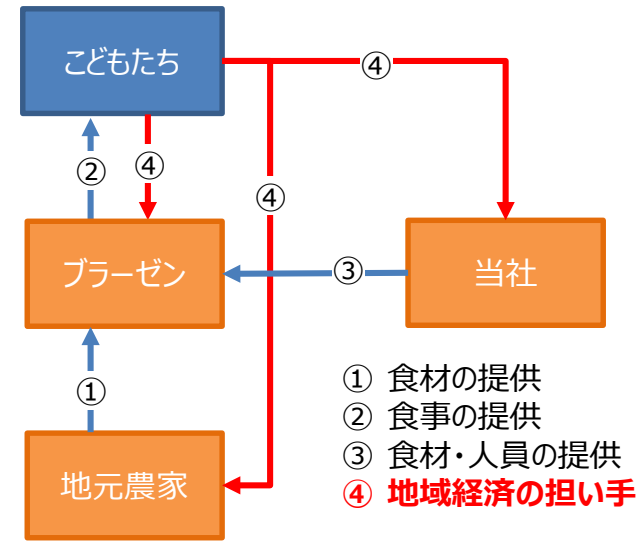
17 パートナーシップで目標を達成しよう

- 地元企業の余剰リソース(食材、人材、場所)を活用して、子供達の心もお腹も満たされる環境を提供
- こどもたち同士が触れ合える環境をつくる
- TCK社の講師が質の高い勉強を教える



supported by 那須ハイランドパーク & NOZARU

【持続可能な仕組み】



【主な成果】

- ✓ 36名の子供たちに食事を提供
- ✓ 4社の農家さんから食材の協賛をいただく
- ✓ TCKと連携して教育サービスの拡充

8 働きがいも
経済成長も



17 パートナーシップで
目標を達成しよう

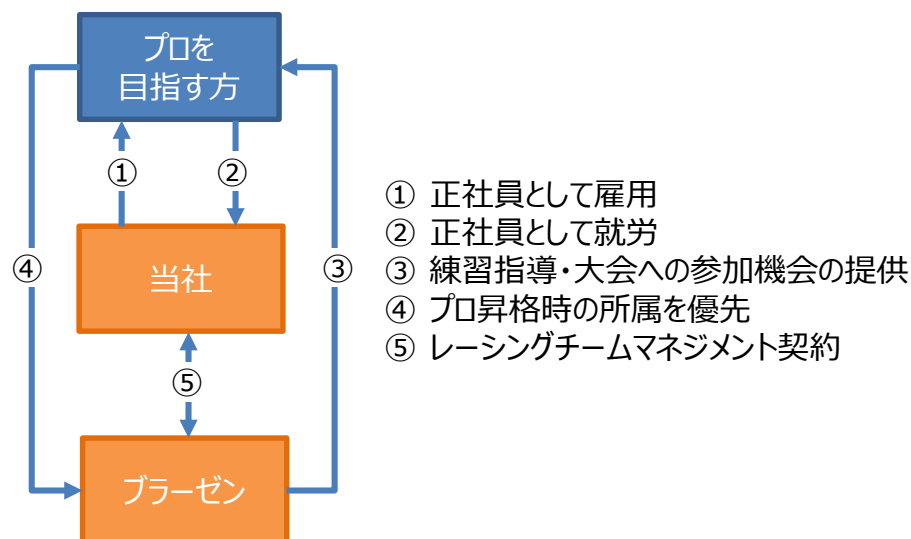


- プロレースチームと共同で若者の夢を応援
- 那須ハイランドパークレーシングチームでデュアルキャリア採用



Photo: Shusaku MATSUO

【持続可能な仕組み】



【主な成果】

- ✓ 累計6名の練習生を受け入れ
- ✓ 練習生1名がプロチームへ昇格

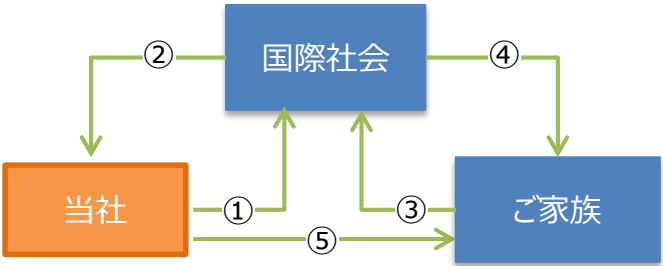
4 質の高い教育を
みんなに



● 社会の国際化により増加する海外子女・帰国子女・留学生を対象に、オンライン学習サポートによる「場所」を超えた、バイリンガル人材による「質の高い」教育サービスを提供



【持続可能な仕組み】



- ① 未来の国際世代の育成
- ② 外国人人材・教育の機会の提供
- ③ 駐在員・企業活動により社会貢献
- ④ 海外駐在員の充実したサポート
- ⑤ 世界中どこでも質の高い教育の提供

【未来の国際世代の育成】

- ✓ 海外大学進学などを英語・日本語の両言語で対応できる教育により、**日本国内の国際教育に貢献**
- ✓ 小中高生の単身留学など国際教育のニーズにも対応し、**未来の国際世代の育成**

【世界中どこでも質の高い教育の提供】

- ✓ 海外に駐在するご家庭の教育不安を解消し、安心して暮らせるよう**ご家族をサポート**
- ✓ 日本に駐在する外国籍のご家庭にもサービスを展開して、**グローバルに社会貢献**

対象となる児童生徒

海外子女	推定10万人 コロナ禍で急激一時移動
帰国子女	毎年約1万人が日本に帰国
留学生	31万人達成、09年対比3倍(文科省)
バカロレア	現18校から200校へ(文科省)

運営会社の「TCK Workshop」とは

お子様の海外滞在経験を「財産」にすることをミッションとしオンライン家庭教師サービスを世界40か国、延べ1000名に提供（2021.3月現在）
教育機関やサービスが十分に行き届いていない地域に滞在する日本人ご家庭、海外現地校やインターナショナルスクールに通うお子様に向けて日本語・英語でご家族の教育相談を実施しています。

参考資料

資金調達と自己資本比率推移

- 前期、新型コロナウイルスによる不確実な経済状況に対応するため財務基盤を強化
前期借入による調達 連結 7,255百万円 単体5,000百万円
- **平均金利は0.65%**。各行へ紹介案件等の営業協力を依頼

コロナによる追加借入が無かった場合の自己資本比率

【連結】	2021年1月期末 借入金残高	11,779百万円
	(うち 2020年3月以降に実行した借入額残高)	6,288百万円)
	コロナ対策としての借入を実行しなかった場合の想定借入金残高	5,491百万円
【単体】	2021年1月期末 借入金残高	9,300百万円
	(うち 2020年3月以降に実行した借入額残高)	5,000百万円)
	コロナ対策としての借入を実行しなかった場合の想定借入金残高	4,300百万円

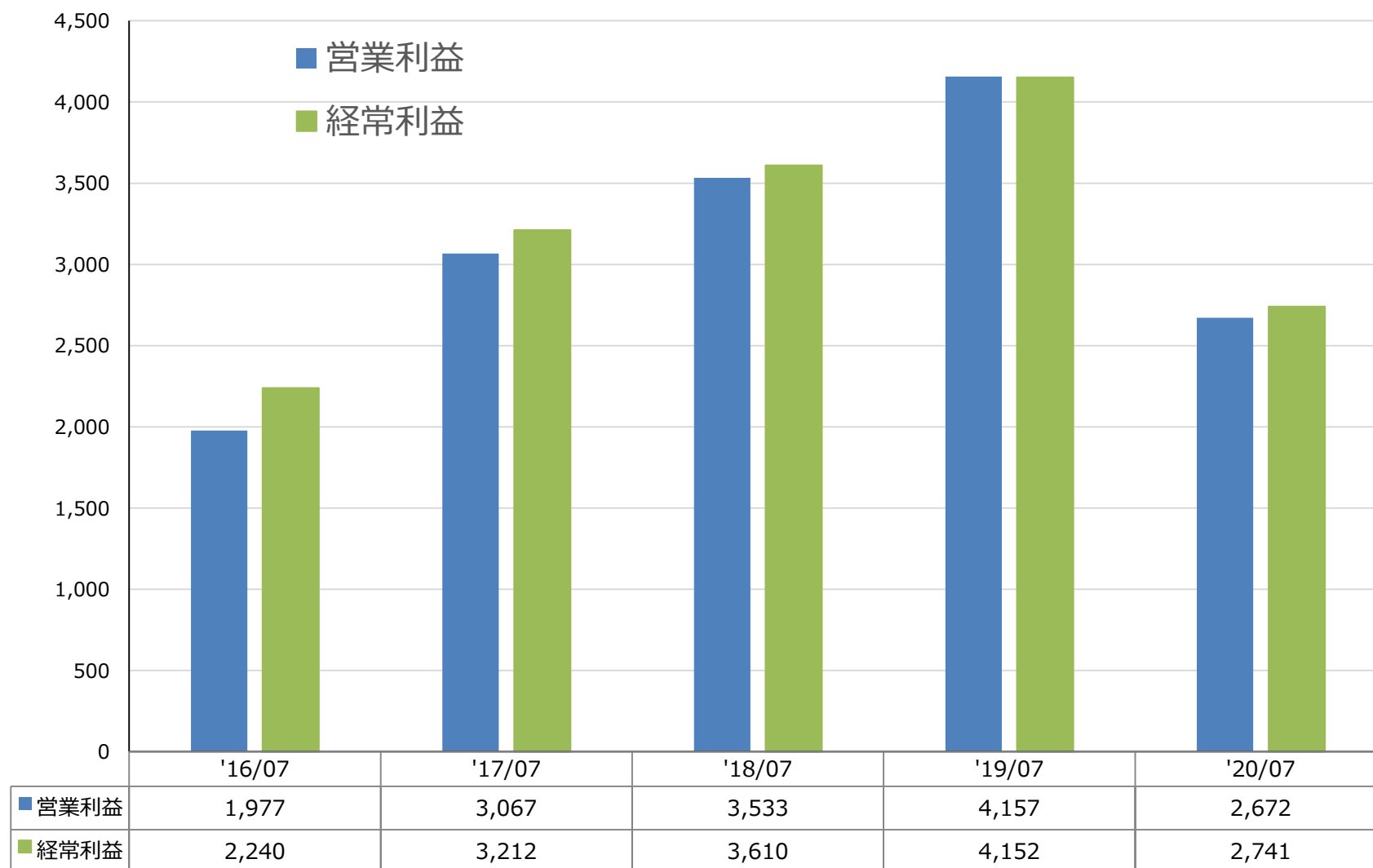
項目		'17/07 期末	'18/07 期末	'19/07 期末	'20/07 期末	'21/01 (実績)	'21/01 (追加借入 無想定)
自己資本比率	連結	32.5%	36.3%	37.0%	27.4%	27.3%	35.0%
	単体	36.9%	40.3%	38.6%	30.6%	27.7%	40.6%

[純資産増減]
 四半期純利益 1,192百万円
 配当 ▲1,488百万円
 自己株購入 ▲499百万円
 ▲795百万円

資金需要とコロナ渦における各事業のキャッシュ環境を注視しつつ、利益改善により実質的な自己資本比率改善を目指す

連結営業利益・経常利益推移

(単位:百万円)



連結貸借対照表推移



[百万円]

	'17/07	'18/07	'19/07	'20/07
流動資産	15,524	13,451	13,537	18,578
（現預金）	13,887	11,708	11,716	16,484
有形固定資産	5,015	6,583	8,135	9,313
無形固定資産	393	205	218	257
投資その他の資産	3,040	3,130	2,745	2,454
（投資有価証券）	1,584	1,465	984	895
固定資産合計	8,448	9,920	11,099	12,025
資産合計	23,972	23,371	24,637	30,604
流動負債	4,435	3,002	4,970	5,766
固定負債	9,518	9,377	7,753	13,785
（有利子負債）	7,823	6,598	6,701	12,973
負債合計	13,953	12,379	12,723	19,551
純資産合計	10,018	10,992	11,913	11,053
負債純資産合計	23,972	23,371	24,637	30,604
純有利子負債	-6,063	-5,109	-5,015	-3,510
流動比率	350.0%	448.1%	272.4%	322.2%
固定長期適合比率	48.8%	55.5%	65.8%	54.2%
自己資本比率	32.5%	36.3%	37.0%	27.4%

オーナーの
満足

『ハッピートライアングル』

関わる人 全ての人が
Happy なビジネスを！

駐車場事業

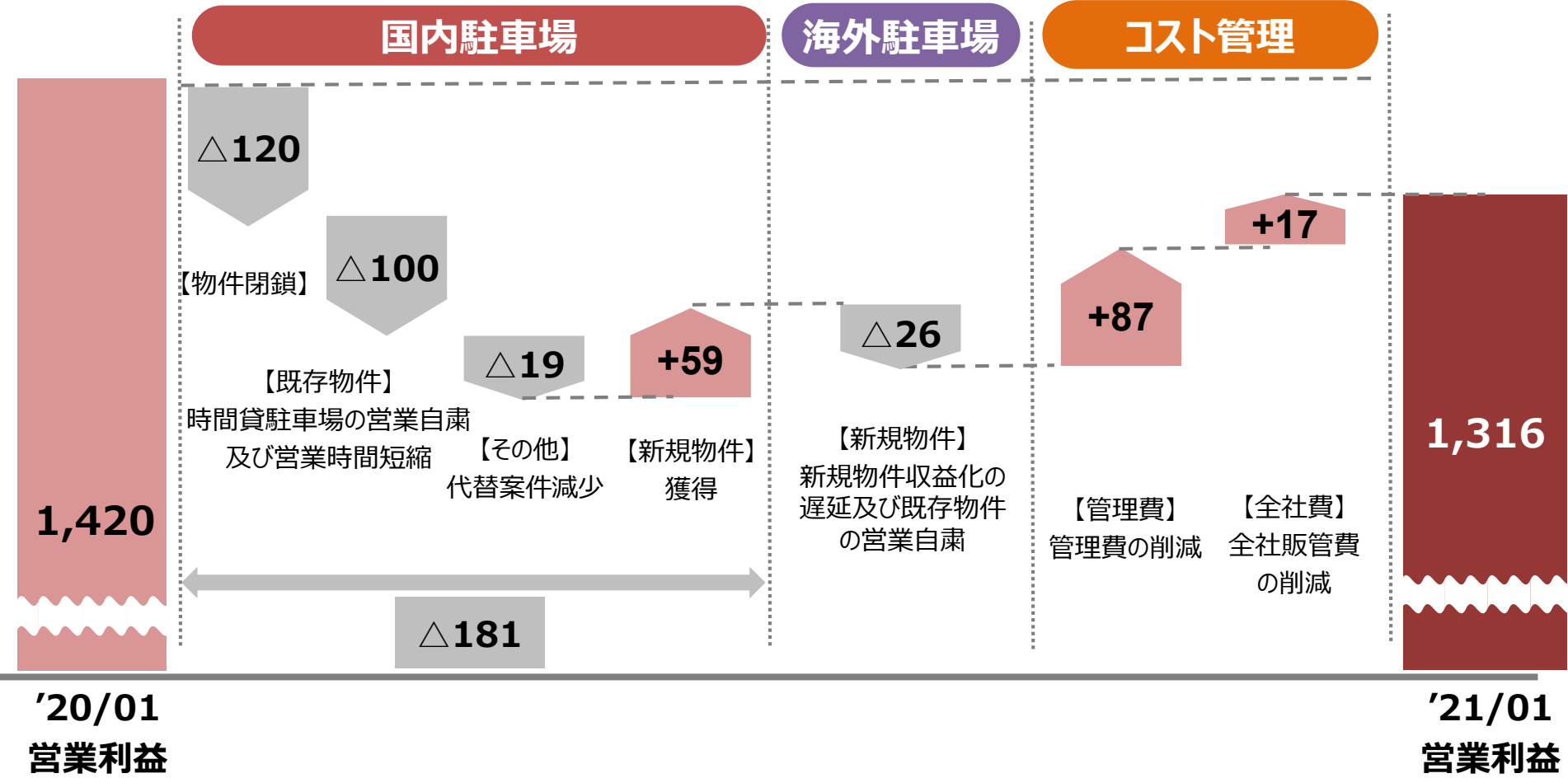
ユーザーの
満足

社会の
満足

駐車場事業 営業利益増減要因

- ✓ 時間貸駐車場の一部営業自粛及び時短営業により △100 百万円の減益
- ✓ 新規物件取得による +59 百万円の増益

(単位：百万円)



1. 国内駐車場事業の新規物件獲得強化

営業人員の生産性向上

ドミナント戦略の展開

コロナ禍における
駐車場 + 1 事業

2. 海外駐車場事業の拡大

新規物件獲得に注力

既存物件の改善

組織体制の強化

3. 法人月極ユーザーソリューションの強化

ネット事業のデジタルシフト

駐車場付きマンスリー
レンタカーの拡大

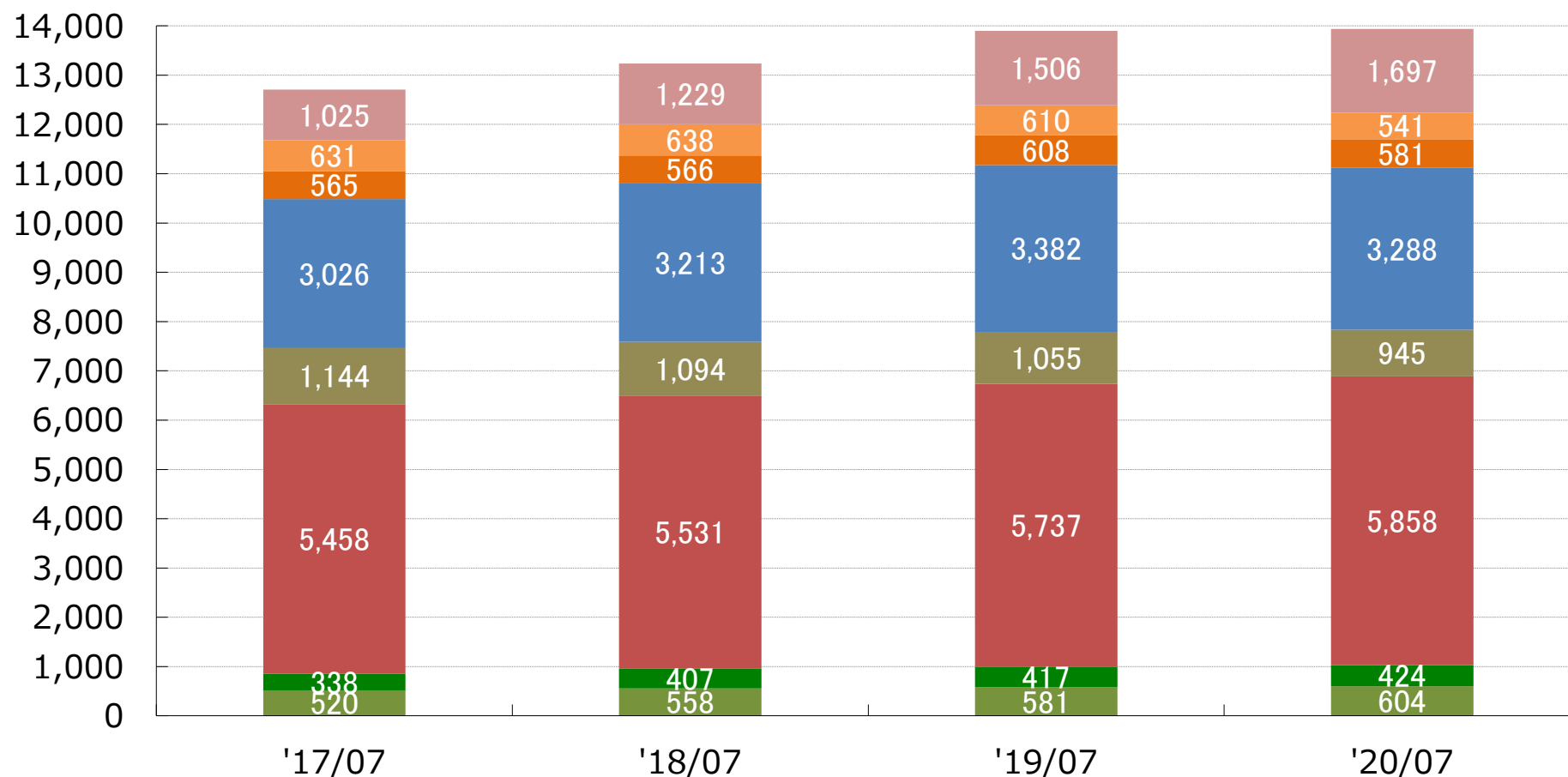
営業車両の稼働状況の
分析と最適化

駐車場事業 地域別売上高

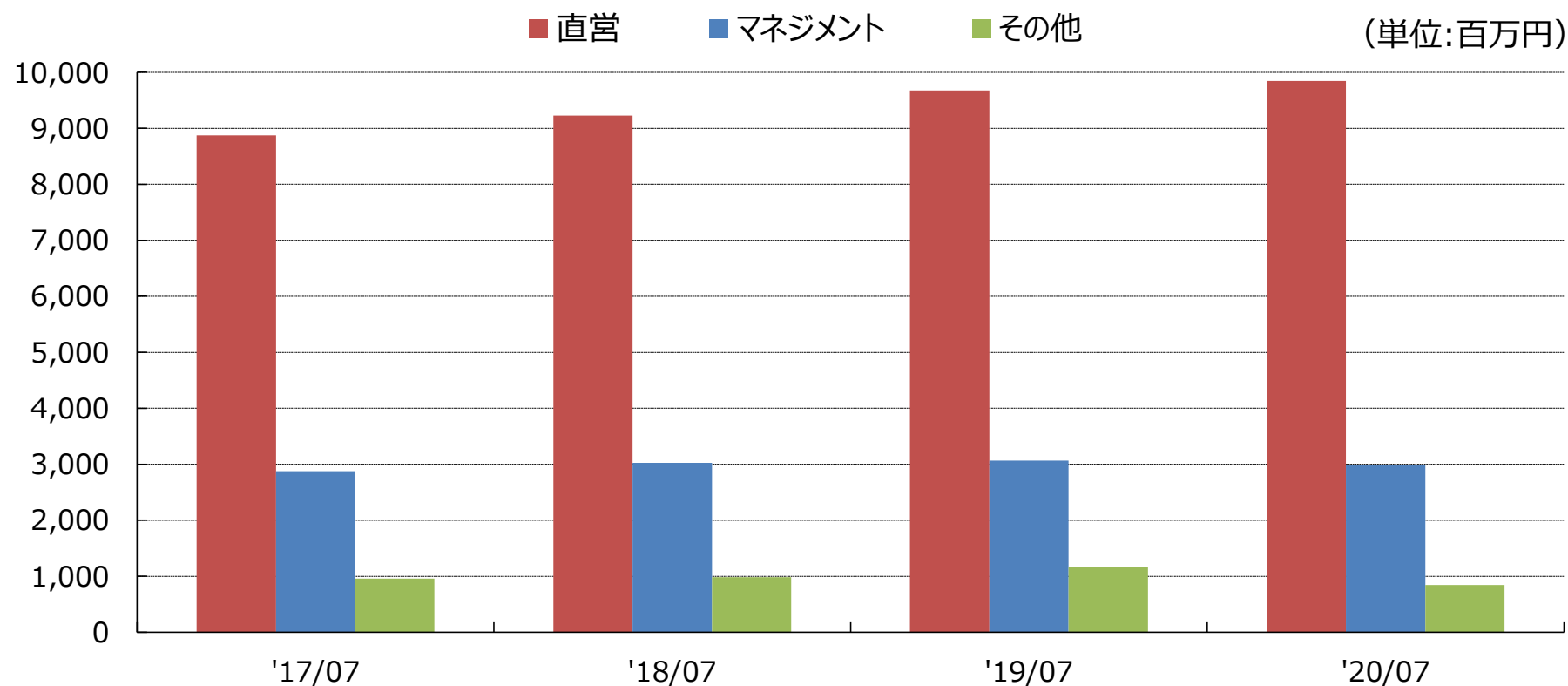


(単位:百万円)

■ 北海道 ■ 東北 ■ 関東 ■ 東海 ■ 近畿 ■ 中国 ■ 九州 ■ 海外



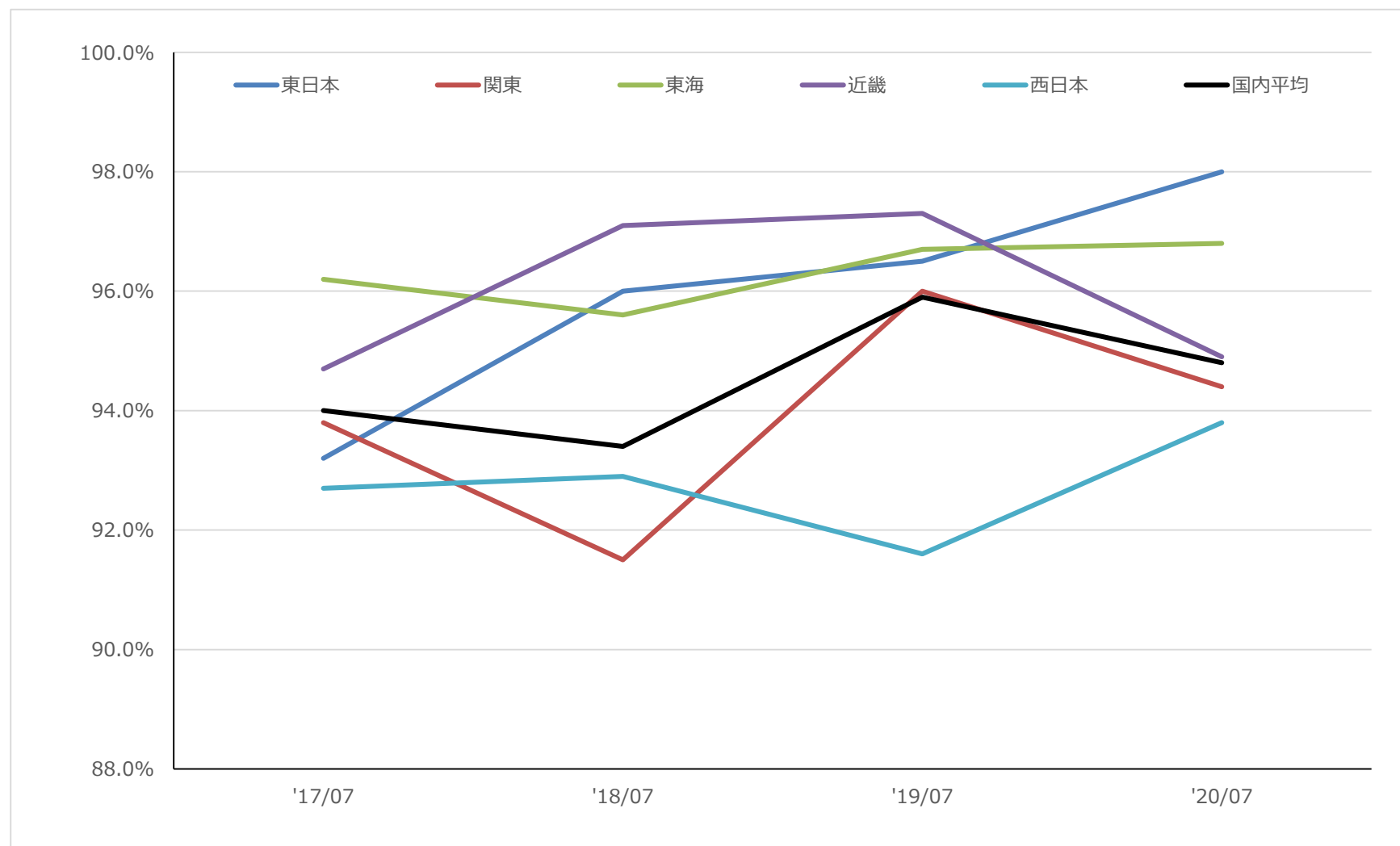
駐車場事業 モデル別売上高



直営	8,871 (+7.4%)	9,227 (+4.0%)	9,673 (+4.8%)	9,846 (+1.8%)
マネジメント	2,875 (+2.9%)	3,024 (+5.2%)	3,064 (+1.3%)	2,986 (△2.6%)
その他	958 (+22.4%)	983 (+2.6%)	1,158 (+17.8%)	1,105 (△4.5%)

		'17/07	'18/07	'19/07	'20/07
月極専用 直営物件	物件数	985 (±0.0%)	990 (+0.5%)	1,001 (+1.1%)	1,000 (△0.1%)
	借上 台数	16,169 (+3.3%)	16,698 (+3.3%)	16,805 (+0.6%)	17,739 (+5.6%)
時間貸し 併用 直営物件	物件数	150 (△4.5%)	137 (△8.7%)	147 (+7.3%)	150 (+2.0%)
	借上 台数	17,524 (+3.3%)	18,021 (+2.8%)	21,309 (+18.2%)	21,301 (+0.0%)
時間貸し マネジメント 物件	物件数	112 (+0.9%)	102 (△8.9%)	102 (±0.0%)	114 (+11.8%)
	管理 台数	22,689 (+11.9%)	21,668 (△4.5%)	22,509 (+3.9%)	26,985 (19.9%)
合計	物件数	1,247 (△0.5%)	1,229 (△1.4%)	1,250 (+1.7%)	1,264 (+1.1%)
	総台数	56,382 (+6.6%)	56,387 (+0.0%)	60,623 (+7.5%)	66,025 (+8.9%)

(契約率)



- 国内進出拠点にて営業人員を増加、ドミナントエリアにおける新規獲得とリーシング強化
- 新型コロナウイルス禍における感染症対策、働き方改革を支援するソリューションの展開
- 立体駐車場の修繕・リニューアル投資・購入を絡めた当社独自のソリューションの展開

相互館 110タワー（東京）



種別：オフィスビル

概要：有人時間貸し駐車場

コロナ影響による競合他社の条件見直しを契機に案件化。当社ドミナントエリアの強みを生かし提案、運営を受託。

明治安田生命名古屋ビル（名古屋）



種別：オフィスビル

概要：有人時間貸し駐車場

ビル運営会社の時間貸し駐車場運営コストの削減と、安定収益化を実現。

パークコート渋谷ザ・タワー（東京）



種別：高級分譲マンション

概要：バレーパーキングサービス

居住者向けバレーパーキングサービスの導入。パークコート南青山ザ・タワーに続き、当社にて運営を受託。

オフィスビル：（東京）南海東京ビル、渋谷スクエアビル、商船三井ビル（立駐機のみ）、アーバンネット内幸町ビル
大坂）ルーシッドスクエア梅田（福岡）えん博多ビル

ホテル：テンザホテル仙台 分譲マンション：横浜）武蔵小杉タワープレイス、ファーストプレイス横浜



弊社の着眼点  **NPDの駐車場ソリューションによりギャップを解消**

ソリューションメニュー	内容
サブリース	空き車室を 一括 で借り上げ、 賃料保証
時間貸マネジメント (駐車場管理受託)	ビルの グレード に応じた駐車場 オペレーション を提供
リーシング	周辺で駐車場を探すお客様をビルオーナーに ご紹介
コンサルティング	当社の運営 ノウハウ を活用し、改善提案
バレーサービス	高級ホテル・百貨店等にてお客様の お車をお預かり
カーシェアリング	1台の車を 共有 することでお財布にも環境にも優しいカ

自然

『ハッピートライアングル』

関わる人 全ての人が
Happy なビジネスを！

スキー場事業

顧客

地域社会

詳細なIR資料は日本スキー場開発(株)(6040)の公式HPでアップロードされています。

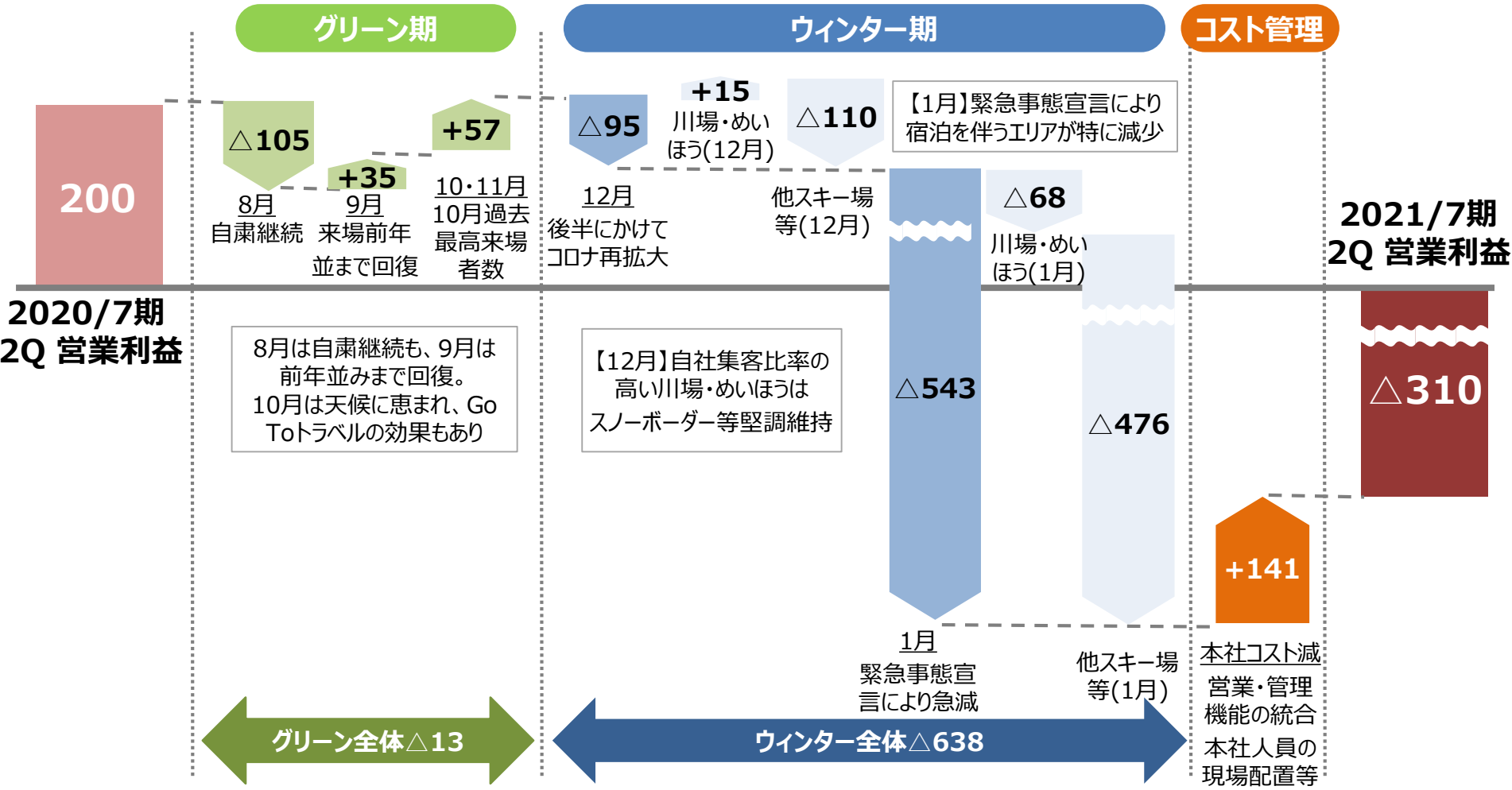
<https://www.nippon-ski.jp/ir-library.php>

毎月「来場者数データ」も配信しています。

<https://www.nippon-ski.jp/ir-news.php>

スキー場事業 営業利益増減要因

- グリーン期は堅調に推移したが、12月後半からのコロナ再拡大及び緊急事態宣言により来場が急減
- 本社コストは営業・管理機能の統合や現場配置等により最適化を継続



小雪対策投資の継続

- 小雪のシーズンでも例年並みにオープンできる体制の構築
- 山頂から山麓にかけて安定的にコースを造成することで他スキー場と差別化。雪があるスキー場のイメージをつけ、年々ブランドを築く
- 緊急事態宣言後のアウトドア需要拡大をにらみ、シーズン中も降雪機を稼働させ、春スキーシーズンの集客を強化



グリーンシーズンの強化 新規施設の増強

- 白馬エリアでは2018年8月に柵池WOW!、同年10月に白馬岩岳マウンテンハーバー、2019年7月に白馬マウンテンビーチをオープン
- コンテンツ多様化のため、山頂に絶景大型ブランコの設置や初の屋外音楽フェスを実施し、白馬岩岳はコロナ禍でも来場者は前年比+7.9%
- キャンプ場などのアウトドア施設を運営するめいほう高原においても2020年7月にジップラインやバギーパークを新設したアクティビティパーク“ASOBOT”をオープンし、来場者は前年比+38.7%



組織体制とコスト構造の変化 アフターコロナへの対応

- 重複する本社機能の統合を図り、現地運営会社への配置転換を積極的に実施することで運営力を強化
- 外部委託業務の内製化など各種コストを見直し、コストコントロールを徹底
- 絶景の中でのワーキングスペースの提供など、ワーケーションへの取り組みを開始



	HAKUBA VALLEY 鹿島槍 スキー場	竜王 スキー パーク	川場スキー場	HAKUBA VALLEY 八方尾根 スキー場	HAKUBA VALLEY 岩岳スノー フィールド	HAKUBA VALLEY 栂池高原 スキー場	めいほう スキー場	菅平高原 スノーリ ゾート
								
グループ化	2006年9月	2009年11月	2010年10月	2012年11月	2012年11月	2012年11月	2014年10月	2015年11月
立地	白馬エリア (長野)	志賀エリア (長野)	沼田エリア (群馬)	白馬エリア (長野)	白馬エリア (長野)	白馬エリア (長野)	奥美濃エリア (岐阜)	上田エリア (長野)
標高 山頂-山麓	1,550-830(m)	1,930-850(m)	1,870-1,290(m)	1,831-760(m)	1,289-750(m)	1,680-800(m)	1,600-900(m)	1,650-1,250(m)
総面積 (当社所有面積)	78ha(35ha)	95ha(11ha)	60ha(0.1ha)	200ha(2ha)	125ha(10ha)	156ha(0.4ha)	96ha(-ha)	175ha
リフト本数	8	13 + ロープウェイ1基	5	24 + ゴンドラ1基	9 + ゴンドラ1基	19 + ゴンドラ1基+ ロープウェイ1基	5	19
来場者数 (20年7月期ウィンターシーズン)	81千人	203千人	183千人	299千人	52千人	242千人	169千人	231千人
ゲレンデ特徴	■ 北アルプスを望む雄大な景観	■ 166 人 乗 り ロープウェイ ■ 幅広いゲレンデ	■ 都心から2時間圏内 ■ 良質な雪質	■ 長野オリンピックのアルペン競技会場、スキーヤーのメッカ	■ 全国岩岳学生スキー大会が有名	■ 栂池自然公園の散策、トレッキングなど夏季営業も盛ん	■ 名古屋中心部から2時間圏内、良質な雪質	■ 首都圏から日帰り圏内に立地しアクセス良好
主要な客層	首都圏、長野県内のファミリー及び幅広い層	首都圏からのバスツアー利用者	首都圏からの日帰り顧客	初心者～上級者、関東・中部・関西から幅広い客層	首都圏、長野県内のファミリー及び幅広い層	初級者～上級者、関東・中部・関西から幅広い客層	名古屋圏、関西圏のファミリー及び幅広い層	首都圏、長野県内のファミリー及び幅広い層

北アルプスに飛び込むような感覚が楽しめる絶景大型ブランコの 新規オープンや、初の屋外音楽フェスを開催

- 2020年8月に北アルプスを眺められる白馬岩岳の山頂に大型ブランコ“ヤッホー！スウィング”を設置
- アニメのような世界観を提供し、3か月間で約1万人が利用
- 全国メディアやSNSにも取り上げられ集客も増加

- 2020年10月に白馬岩岳山頂で“HAKUBA ヤッホー！ FESTIVAL”を初開催
- 元キマグレンのISEKI氏がプロデュースし、2日間でライブ配信を含め約1千人がチケット購入
- 新型コロナウイルス感染予防対策を徹底し、イベント開催による新規感染者はなし



大型ブランコ設置による認知度向上、滞在時間増



広大なロケーションを活かした新規施策

自然豊かなフィールドを活かした 「遊ぶ」をテーマにした施設“ASOBOT（アソボット）”を開業

- キャンプやバーベキューなど様々なリゾート体験を提案しているめいほうリゾートに、「遊ぶ」をテーマにした施設“ASOBOT”(アソボット)を新設
- 池の上を飛び越えて走る「アクアジップライン」、オフロードコースをバギーに乗って走行できる「バギーパーク」、カヌー体験が登場。また、空中に張り巡らされた網の上を飛んだり、跳ねたり、自由自在に楽しく安全に遊べる「アクロスパイダー」を2021年春に開業予定
- ファミリーや若年層などに多彩なコンテンツを提供し、1日中お楽しみいただけるリゾートを目指す



2021年春開業予定
(イメージ写真)

新型コロナウイルス感染予防対策の徹底

- スキー場ではグループ統一したコロナ感染防止策のもと運営を実施
 - ゴンドラやシャトルバス、レストラン等施設や従業員の感染防止を徹底
- 感染者が出た際の即時公表など、拡大防止に向けて情報を透明化

感染予防対策と合わせた戦略

- 接触型のサービスを極力減らすため、オンラインチケットの販促・自動発券機の設置を進める。
- 感染対策と同時にリフト券事前購入増により利便性向上と顧客囲い込みを図る。



スキー場特有の
予防対策を含め
HPで告知

Webチケットのご案内

NEW ICカード自動引換機「skiosk」の導入で、
来場時のチケット受取りがさらに手軽になりました！

1 専用サイトでリフト券を購入。
QRコードをGET!

2 来場時に「Skiosk」
(自動引換機)にQRコードを
かざしてリフト券をGET!

3 リフト券売り場に並ばず、
そのままゲレンデへGO!

事前にICリフト券を購入済みなので、
チケット売り場に並ばなくてOK

オンラインチケットの告知(川場スキー場HP)

チケットの
販売促進バナー
(めいほうスキー場)



各スキー場設置の
自動発券機

自然

『ハッピートライアングル』

関わる人 全ての人が
Happy なビジネスを！

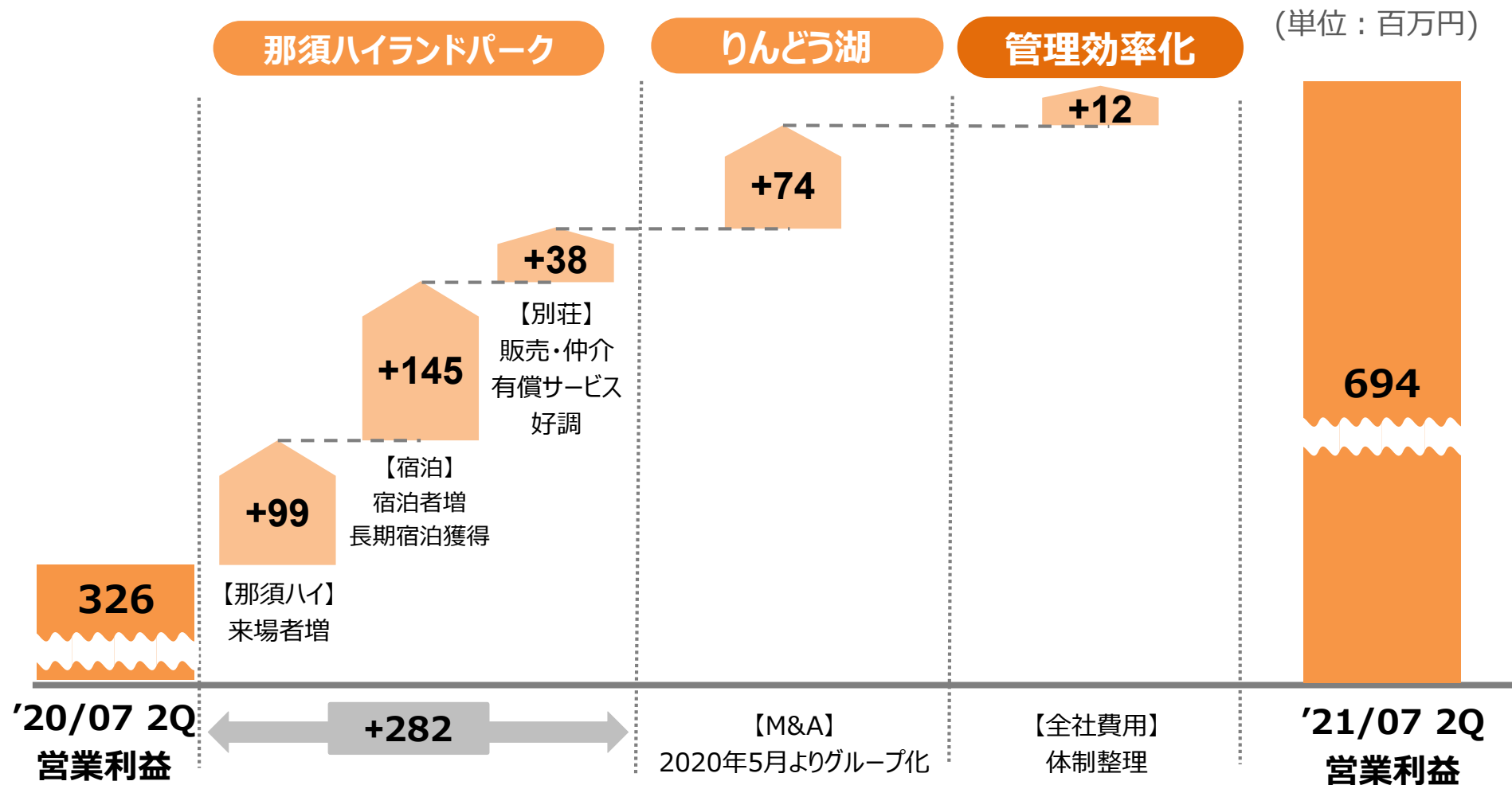
テーマパーク事業

お客様

地域社会

テーマパーク事業 営業利益増減要因

- ✓ 那須ハイ、2020年10月は過去12年間に於いて**最高の来場者を達成**。上期において前年を上回る来場者を獲得
- ✓ 宿泊は、ワーケーション需要の獲得、貸別荘数など宿泊施設の増加により、**宿泊者大幅増加**
- ✓ 別荘販売・仲介はコロナウイルスの影響により需要増加、**当期においてもその傾向は継続**
- ✓ りんどう湖は、当社グループ化により**業績寄与**



① 持続的な内部成長

- 遊園地事業のコスト構造を見直し短期的にコロナが収束しない前提の体制へ
- バケーションレンタルを強化
 - ↳ 受託物件の獲得、ワーケーションの取り組み
- 不動産売買の活性化
 - ↳ 別荘販売、素地販売に営業強化

② 那須エリアの活性化

- 那須エリアを代表する【りんどう湖ファミリー牧場】をグループ化し地域を牽引する企業を目指す

③ 新規M&A、運営受託

- 「那須ハイランドパーク」改善実績を基に3件目以降のテーマパーク取得や運営受託獲得を目指す

