



NIPPON PARKING DEVELOPMENT

2025年7月期 中間
決算説明会

日本駐車場開発株式会社

(証券コード:2353)

1. 2025年7月期中間 連結業績概要

2. セグメント別の概況

3. 2025年7月期 連結業績予想

4. 参考資料

5. SDGsの取組み

1. 2025年7月期中間 連結業績概要

2. セグメント別の概況

3. 2025年7月期 連結業績予想

4. 参考資料

5. SDGsの取組み

中間期の総括

✓ 売上高および各段階利益において過去最高を更新

➤ 駐車場事業：過去最高の売上・営業利益

月極駐車場検索サイトが掲載物件数No1サイトとなり、ユーザーからの問合せ・成約数が増加
韓国法人の清算を決定

➤ スキー場事業：過去最高の売上・営業利益

自然降雪および継続してきた人工降雪機により、例年より早い全面オープンを実現
インバウンドの来場が過去最高であった23-24シーズンより44.2%増
白馬岩岳マウンテンリゾートのゴンドラリフトを38年ぶりに全面リニューアル

➤ テーマパーク事業：過去最高の売上・営業利益

若手社員を中心に企画した積極的なイベント実施により来場者数が増加
宿泊は室数増加と小学生以下宿泊無料キャンペーンにより、過去最高の宿泊者(前年同期比40.9%増)

通期の見通し

✓ 通期において、営業利益を上方修正

株主還元

✓ 2025年7月期の期末配当予想について、一株あたり7円→8円に変更

▶ 売上高及び各段階利益全てにおいて過去最高の業績

(百万円)	2024/01	2025/01	成長率	計画	計画対比
売上高	15,955	18,413	+ 15.4%	18,500	▲0.5%
営業利益	3,276	4,167	+ 27.2%	3,700	+ 12.6%
経常利益	3,255	4,237	+ 30.2%	3,700	+ 14.5%
親会社株主に 帰属する中間純利益	2,307	2,571	+ 11.4%	2,500	+ 2.8%

※経常利益が前年同期比で30.2%増加している一方で、親会社株主に帰属する中間純利益が11.4%の増加となっている主な要因は、韓国法人清算に伴う特別損失を計上したこと、及びグループ会社の税効果会計適用における一時差異等の解消に伴い、法人税等調整額が前年同期比で増加したことによるものです。

1. 2025年7月期中間 連結業績概要

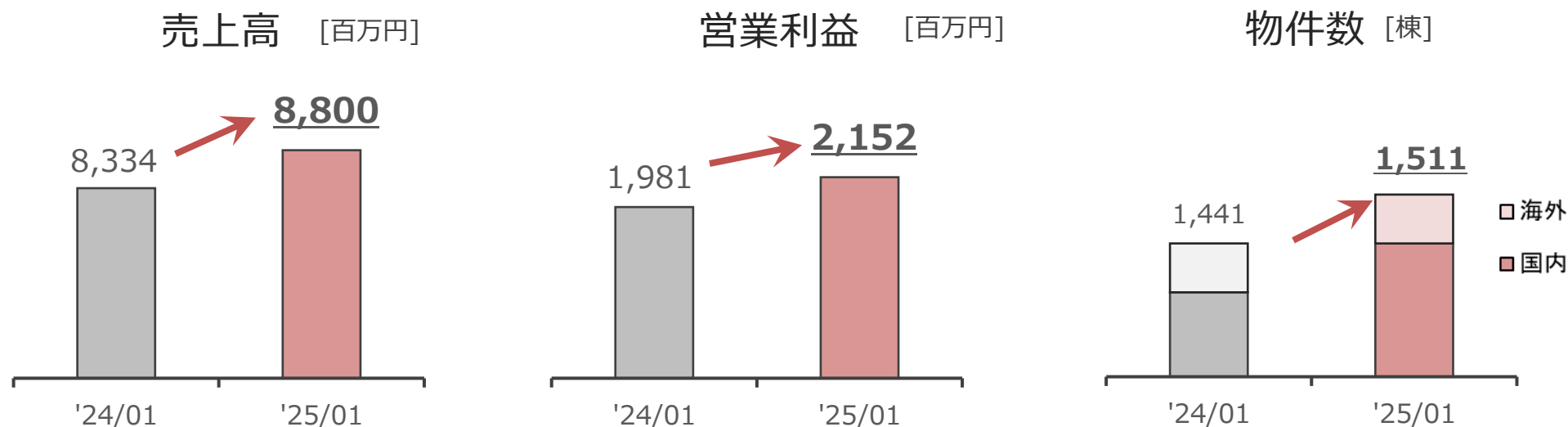
2. セグメント別の概況

3. 2025年7月期 連結業績予想

4. 参考資料

5. SDGsの取組み

▶ 検索サイトの掲載情報数1位を維持、過去最高の売上・営業利益



セグメント売上高・営業利益 (セグメント間取引含む)

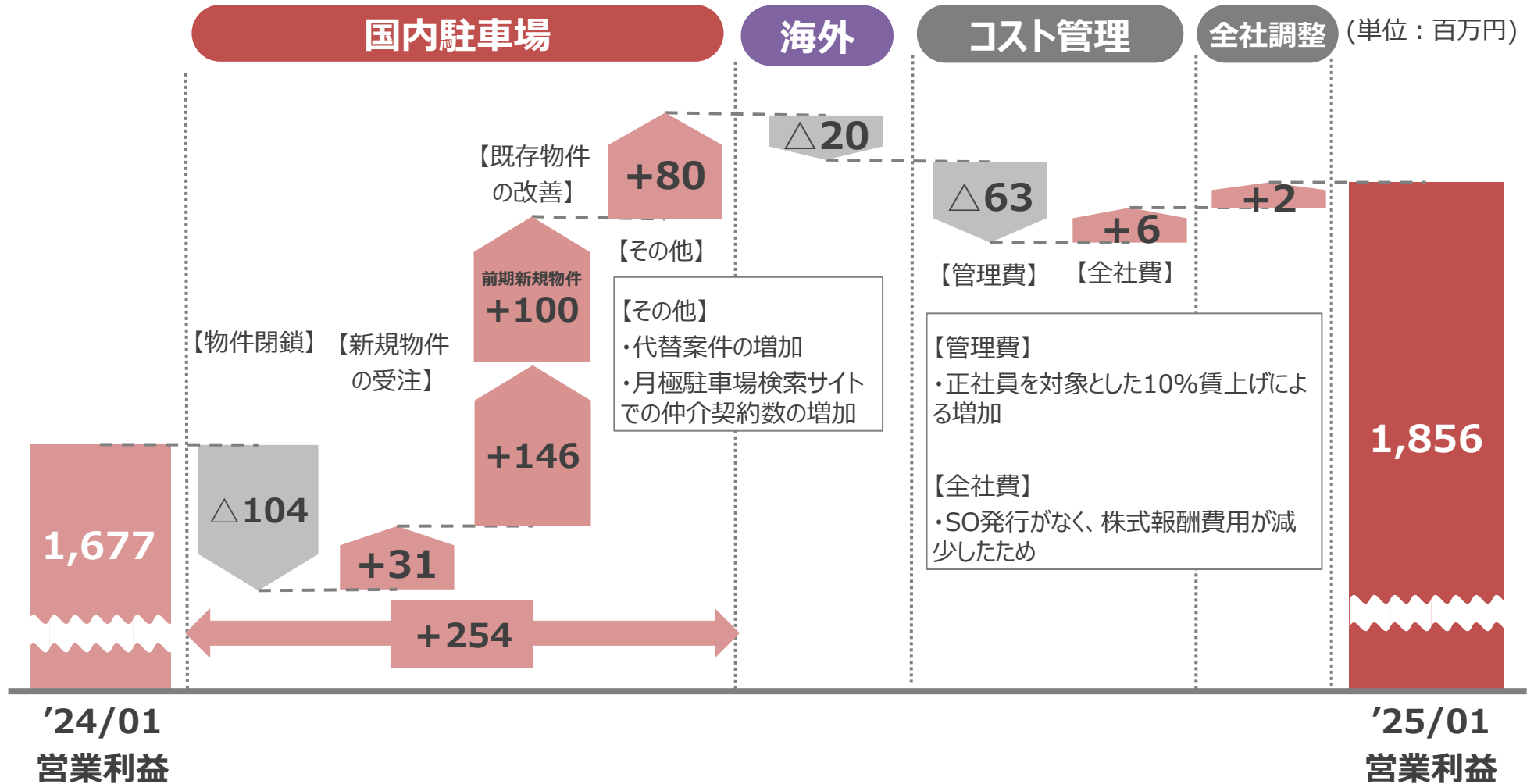
		'24/01	'25/01	増減	増減率
売上高	国内	7,372	7,961	+ 588	+ 8.0%
	海外	962	839	△ 122	△ 12.8%
営業利益		1,981	2,152	+ 170	+ 8.6%
	(営業利益率)	(23.8%)	(24.5%)	(+ 0.7pt)	-
【全社調整反映後】					
営業利益		1,677	1,856	+ 178	+ 10.7%
	(営業利益率)	(20.4%)	(21.3%)	(+ 0.9pt)	-

主な経営指標

		'24/01	'25/01	増減	増減率
物件数 (件)	国内	1,371	1,441	+ 70	+ 5.1%
	海外	70	70	± 0	± 0.0%
総台数 (台)	国内	45,887	46,729	+ 842	+ 1.8%
	海外	15,262	16,971	+ 1,709	+ 11.2%

駐車場事業 営業利益増減要因

- ▶ 既存物件改善、前期から当期の新規物件の受注
- ▶ 代替案件の増加や、月極検索サイトの仲介契約数増加等により、+80百万円の増益



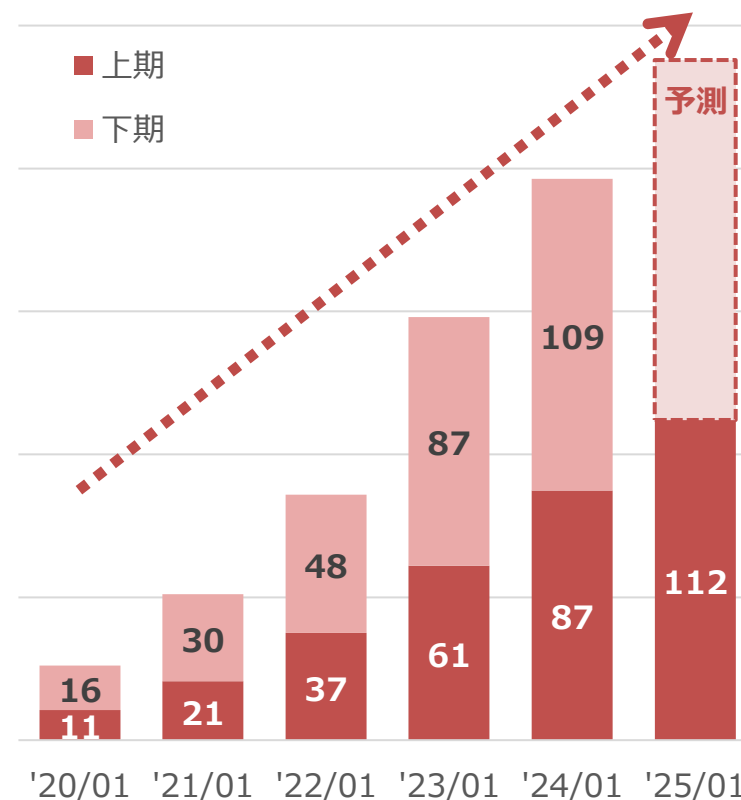
▶ 掲載物件数の充足によりオンライン問合せ増加 注力エリアを拡大し、駐車場事業をけん引する

月極駐車場検索ポータル「日本駐車場検索」の充実

- ✓ 掲載物件数 ⇒ **116千件超**まで拡大（日本最大級）
- ✓ 申込・契約手続のオンライン化 ⇒ **契約完了までの期間短縮**

オンライン問合せ件数が**20/7上期対比 10倍**
東京・大阪以外のエリア展開により今後も増加を見込む

オンライン問合せ数 [千件]



「日本駐車場検索」の充実

▶ 物件数11万件超と日本最大級



日本最大級の掲載物件数のポータルサイト。物件情報の質向上に向けて、写真の掲載やサイズ表記、空満情報などを随時更新中。検索エンジンからの評価も上昇し、検索結果の上位に表示。

申込・契約のデジタルシフト

▶ 契約スピードの改善と生産性向上



お客さまと書面で取り交わしていた**申込と契約手続をオンライン化**。書面の印刷・記入・捺印・郵送等に掛かっていた時間が短縮され、契約までの期間を改善。当社社員の生産性も向上。

▶ 膨大な問合せデータと空き車室や車室サイズ等の供給物件情報を分析し 新規物件獲得のターゲットエリアやエリア毎の最適化を実施

地域毎の
需給ギャップを分析

「ハイルーフ車の入る駐車場を探しているお客様が多いが、既存の駐車場は小型の車室しかない」

必要なサイズの車室
がある新規物件開拓

ニーズのある、新規に外部貸し可能な物件を優先的に開拓

エリア毎の駐車場を
最適化

駐車場が決まらず車の購入が進まないお客様の課題を解決し、駐車場の空きも減少

<需要データ>

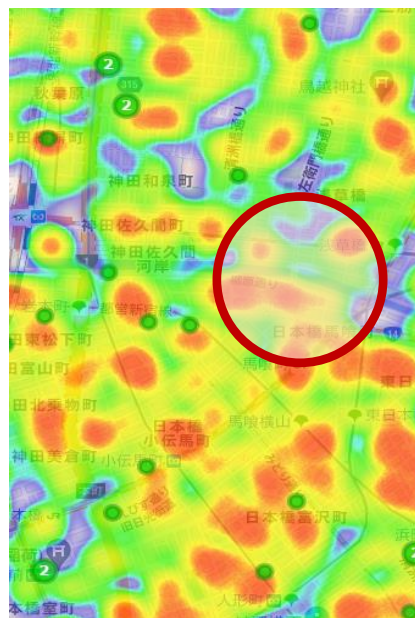
「日本駐車場検索」
ポータルサイトへの問合せ

<供給データ>

物件情報
空き情報・賃料・サイズ等



駐車場問合せデータとハイルーフ
車室の物件・空き車室状況



問合せが多く、空き車室が
少ないエリアに営業

オフィスビル

ホテル

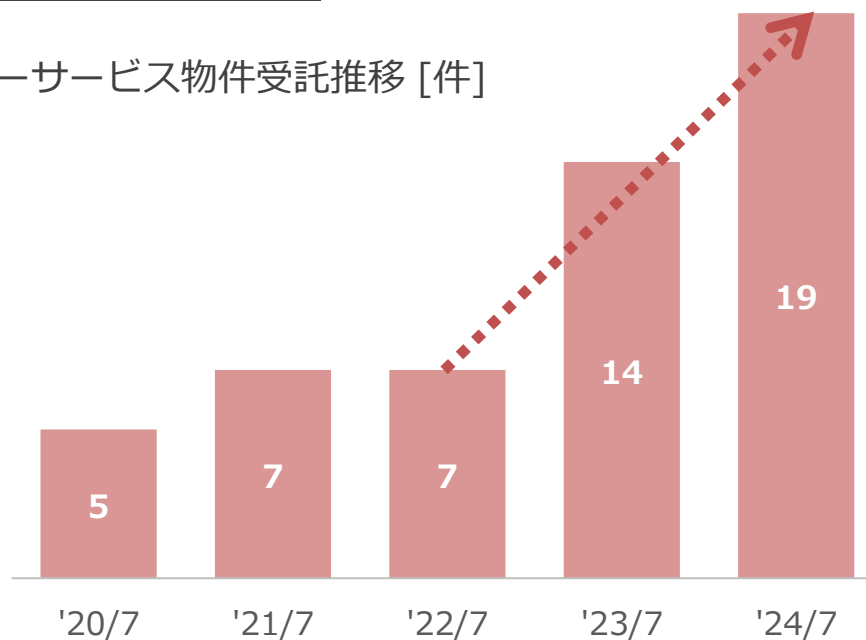
分譲マンション・賃貸マンション

商業施設等

個人宅(戸建て)

▶ これまでの有人運営実績を活かし、ラグジュアリーホテルや百貨店等のバレーサービスを積極的に受注

バレーサービス物件受託推移 [件]



伊勢丹新宿本店パーキング

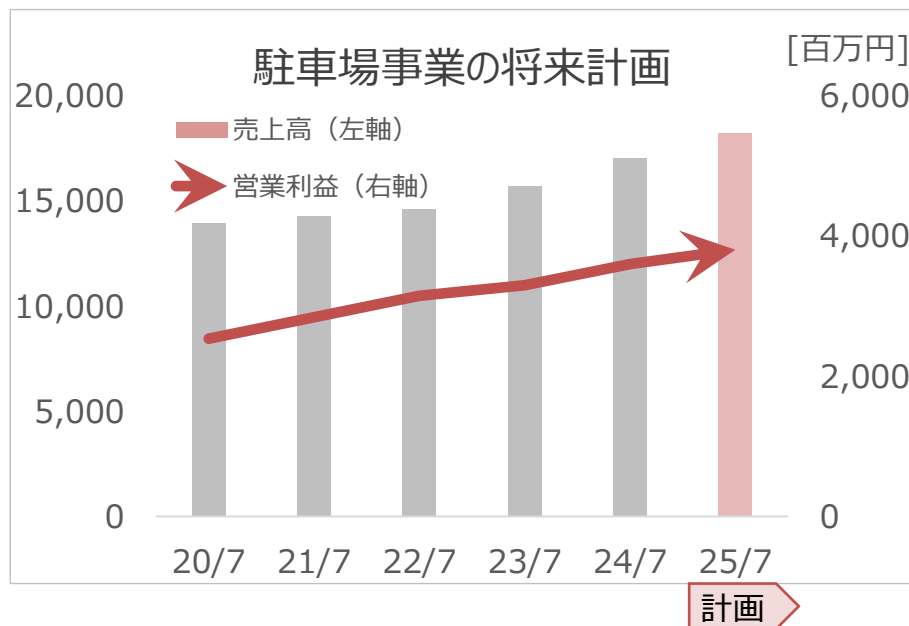


ザ・キャピトルホテル東急



デュシタニ京都

国内駐車場の駐車場検索サイトへの問合せデータ活用と有人運営の更なる事業展開により、安定的に事業を成長させる



駐車場事業 通期予算 (セグメント間取引含む)

	'24/07	'25/07	増減	増減率
売上高	17,035	18,200	+ 1,164	+ 6.8%
営業利益	3,595	3,800	+ 204	+ 5.7%
営業利益率	21.1%	20.9%	△ 0.2pt	-

駐車場事業の注カポイント

① DX推進とデータ活用

掲載物件数No1サイト達成により、月極ユーザーからのオンライン問合せが大幅に増加。

注カエリアを東京・大阪から拡大し、問合せ件数No1サイトを目指す。膨大な問い合わせデータから顧客ニーズをもとに需要の強いエリアで新規物件を開拓することで、新規物件受託のスピードアップを目指す。

② 有人運営の更なる事業展開

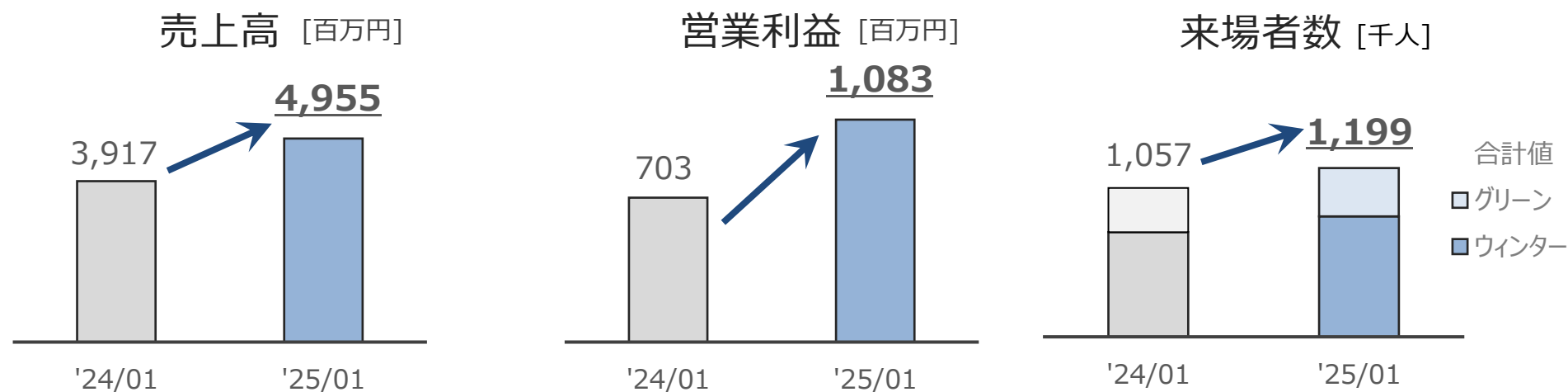
インバウンド需要により、ホテルや百貨店の需要が活況中、同業界は人員不足の問題を抱えている。

当社の25年におよぶ駐車場の有人運営実績を活かし、駐車場運営のみでなくエントランスのドアサービスを受託。さらに顧客ホテルや百貨店のブランドアップのためバレーサービス受託を促進する。プラスワンサービスとして、洗車・カーコーティングも注カ。

③ 海外駐車場の強化

前期より強化してきた、新規物件獲得を継続。

- ▶ **過去最高の売上高・営業利益**を達成
- ▶ インバウンド来場者・売上単価ともに、過去最高の水準に



セグメント売上高・営業利益 (セグメント間取引含む)

	'24/01	'25/01	増減	増減率
売上高	3,917	4,955	+1,038	+26.5%
営業利益	703	1,083	+379	+54.0%
営業利益率	18.0%	21.9%	+3.9pt	-

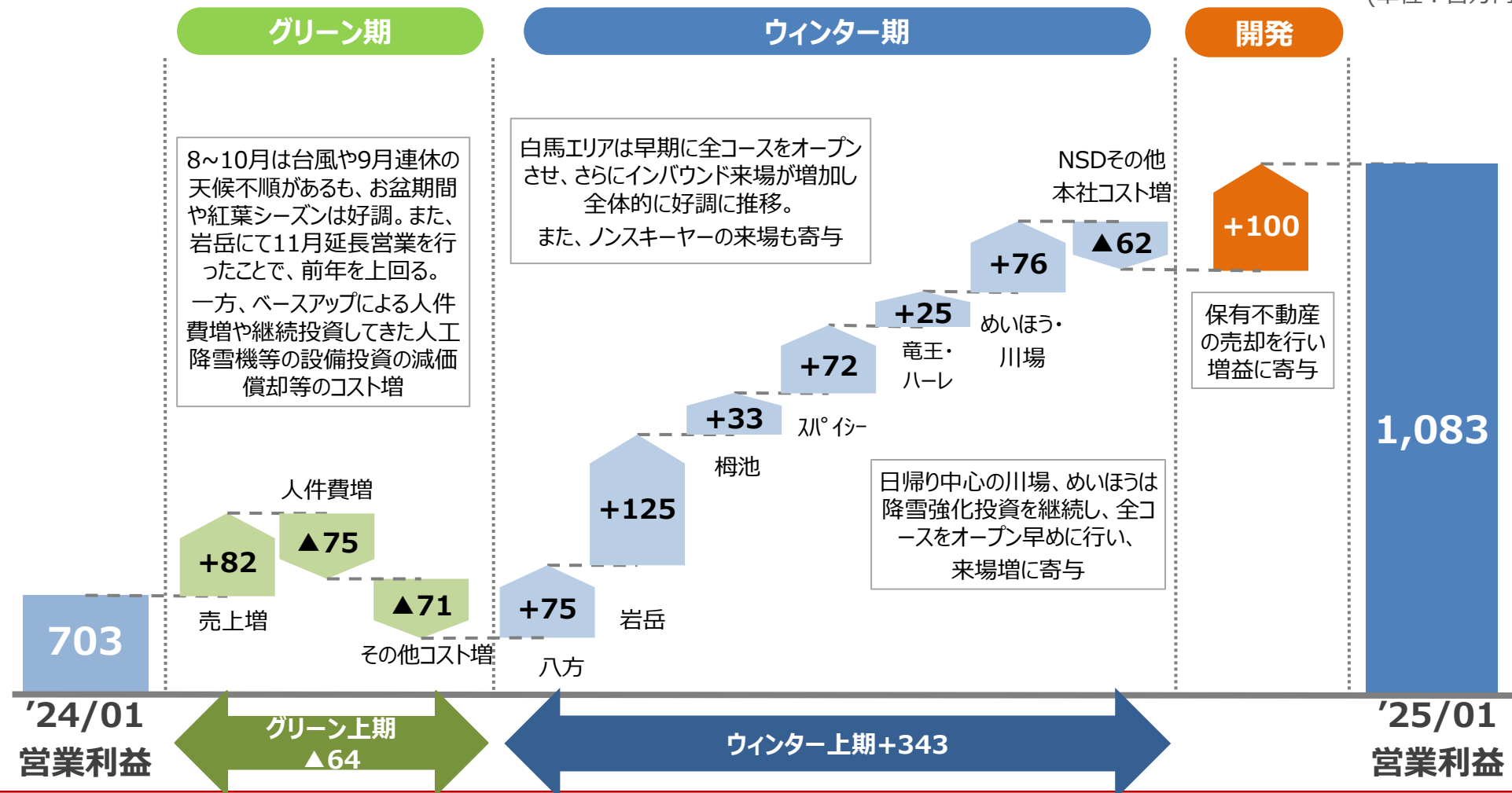
主な経営指標

	来場者数	'24/01	'25/01	増減	増減率
ウインター		743	855	+112	+15.1%
グリーン		314	344	+29	+9.3%

スキー場事業 営業利益増減要因

- ▶ グリーン期、ウィンター期ともに来場者数が増加し、**営業利益が過去最高を達成**
- ▶ 降雪機、新 Gondola 設備投資や人財投資を行い、減価償却費や人件費等コスト増

(単位：百万円)



▶ インバウンド来場者数は順調に進捗し、過去最高を達成

- 前期は入国規制が撤廃され多くのインバウンドの来場があったが、当期は214千人と前期をさらに上回る水準で推移
- これまでは八方のシェアが高かったが、リピーターがエリアを周遊していることや、ビギナーやノンスキーヤー等アジア系顧客の増加により柵池・岩岳も大きく増加

スキー場別インバウンド来場者数

(単位：千人)

運営スキー場名	2019/7期 2Q (コロナ前)	2024/7期 2Q (前期)	2025/7期 2Q (当期)	インバウンド比率	前期比	2019/7期比
白馬八方尾根スキー場(HV*)	84	77	106	53.7%	137.5%	126.6%
白馬岩岳スノーフィールド(HV)	12	19	33	36.2%	172.9%	257.5%
柵池高原スキー場(HV)	22	45	66	38.6%	145.8%	292.2%
白馬エリア合計	120	142	205	44.6%	144.9%	172.0%
めいほうスキー場ほか3スキー場	2	6	8	2.3%	129.8%	386.1%
合計	122	148	214	26.0%	144.2%	175.8%

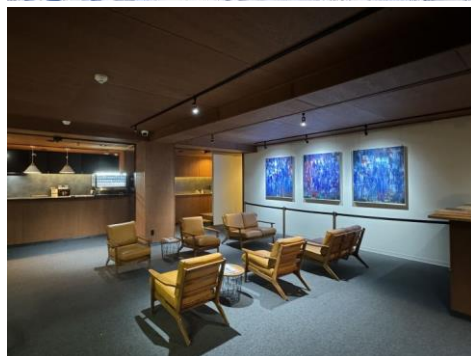
(*)HV：Hakuba Vally

<ご参考：グループ連携施設>

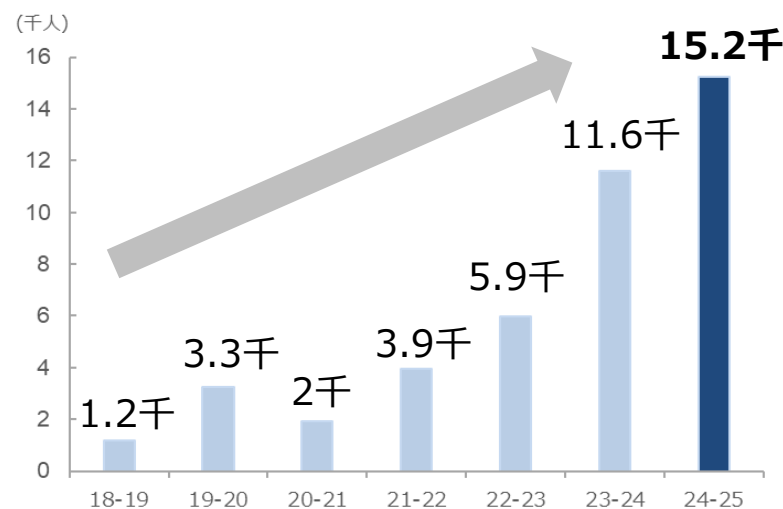
運営スキー場名	2019/7期 2Q (コロナ前)	2024/7期 2Q	2025/7期 (当期)	インバウンド比率	前期比	2019/7期比
鹿島槍スキー場ファミリーパーク(HV)	0	0	9	27.7%	1210.2%	1006.0%

▶ ノンスキーヤー向けの取り組みを強化し通年の観光スポット化を目指す

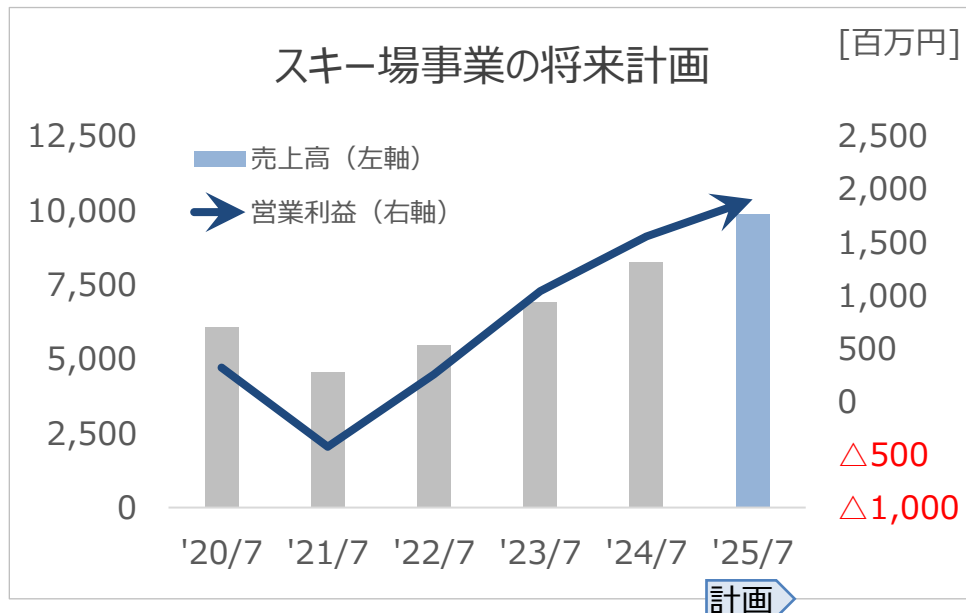
- 雪遊びや景観を楽しむことを目的としたインバウンドや、キッズプログラムの親世代もゆっくりと非日常を感じながら過ごすことのできる施設やコンテンツを強化
- ウィンター・グリーンともに楽しめるスポットをつくることで、リゾートの付加価値向上のサイクルをつくる
- 岩岳では冬期来場者の約15%がノンスキーヤーに



白馬岩岳 ノンスキー来場者数の推移



- ▶ 株主優待やキッズプログラムも活用した集客面、付加価値向上など運営ノウハウ面でのサポートを実施するNSDアライアンス事業の推進
- ▶ 宿泊事業の本格化



スキー場事業 通期予算 (セグメント間取引含む)

	'24/07	'25/07	増減	増減率
売上高	8,245	9,850	+ 1,604	+ 19.5%
営業利益	1,552	1,900	+ 347	+ 22.4%
営業利益率	18.8%	19.3%	+ 0.5pt	-

スキー場事業の注カポイント

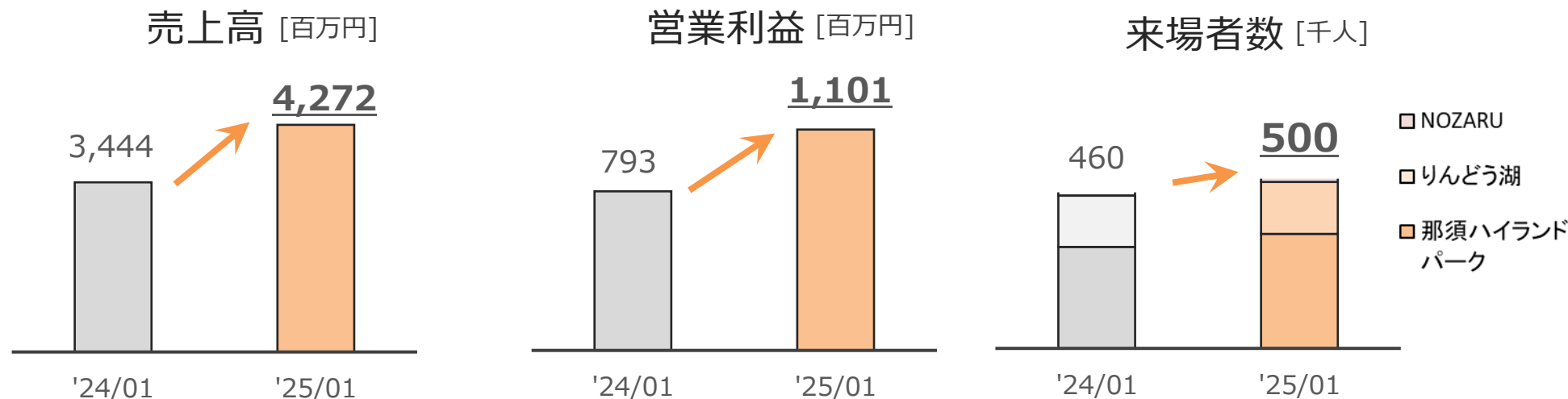
- 1 新規顧客開拓**
 - キッズプログラム及びノンスキーヤー層の拡大
- 2 アライアンスの促進**
 - 外部スキー場に対するコンサルティング
 - 運営受託や営業支援による事業拡大
- 3 成長投資の加速**

これまで、小雪対策、グリーンシーズン投資により小雪リスクをカバーし、通年化によりリスクを分散

今後、降雪強化、等、ウィンタシーズンの早期化や来場者数を増加させるための成長投資へ
- 4 宿泊事業の本格化**
 - 宿泊施設数はスキー場の来場者数にも直結。ポテンシャルのある宿泊施設はグループリゾートで譲り受け、リノベーションや新規営業活動を実施
 - リゾート周辺の土地の取得も行い、スキー場事業にプラスとなる事業者等をパートナーとして招致

▶ 過去最高の売上高・営業利益を達成

パーク：積極的なイベント開催、宿泊：多様なプラン創出による宿泊増



セグメント売上高・営業利益

	'24/01	'25/01	増減	増減率
売上高	3,444	4,272	+ 828	+ 24.1%
営業利益	793	1,101	+ 308	+ 38.9%
営業利益率	23.0%	25.8%	+ 2.8pt	-

主な経営指標

	'24/01	'25/01	増減	増減率
来場者数				
那須ハイ	295	333	+ 38	+ 13.0%
NOZARU	15	16	+ 0	+ 5.3%
りんどう湖	149	151	+ 1	+ 1.0%

テーマパーク事業 営業利益増減要因

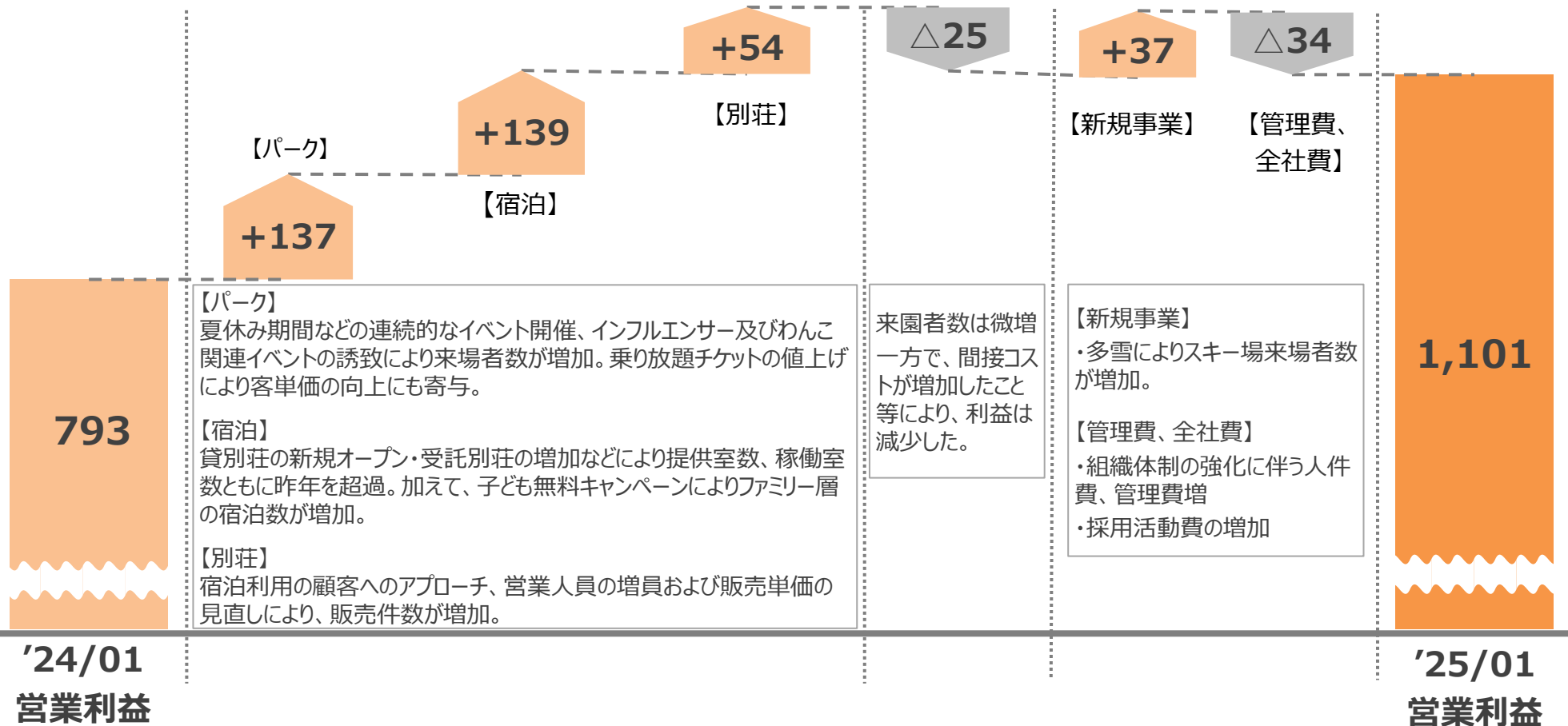
- ▶ **パーク** : 繁忙期における積極的なイベント誘致により来場者数が増加
- ▶ **宿泊** : 新築・受託別荘のOPENや、子ども無料キャンペーンにより宿泊者数は堅調に増加
- ▶ **別荘** : 宿泊事業の顧客へのアプローチや営業体制の見直しにより別荘販売件数が増加

那須ハイランドパーク

りんどう湖

管理費/その他

(単位：百万円)



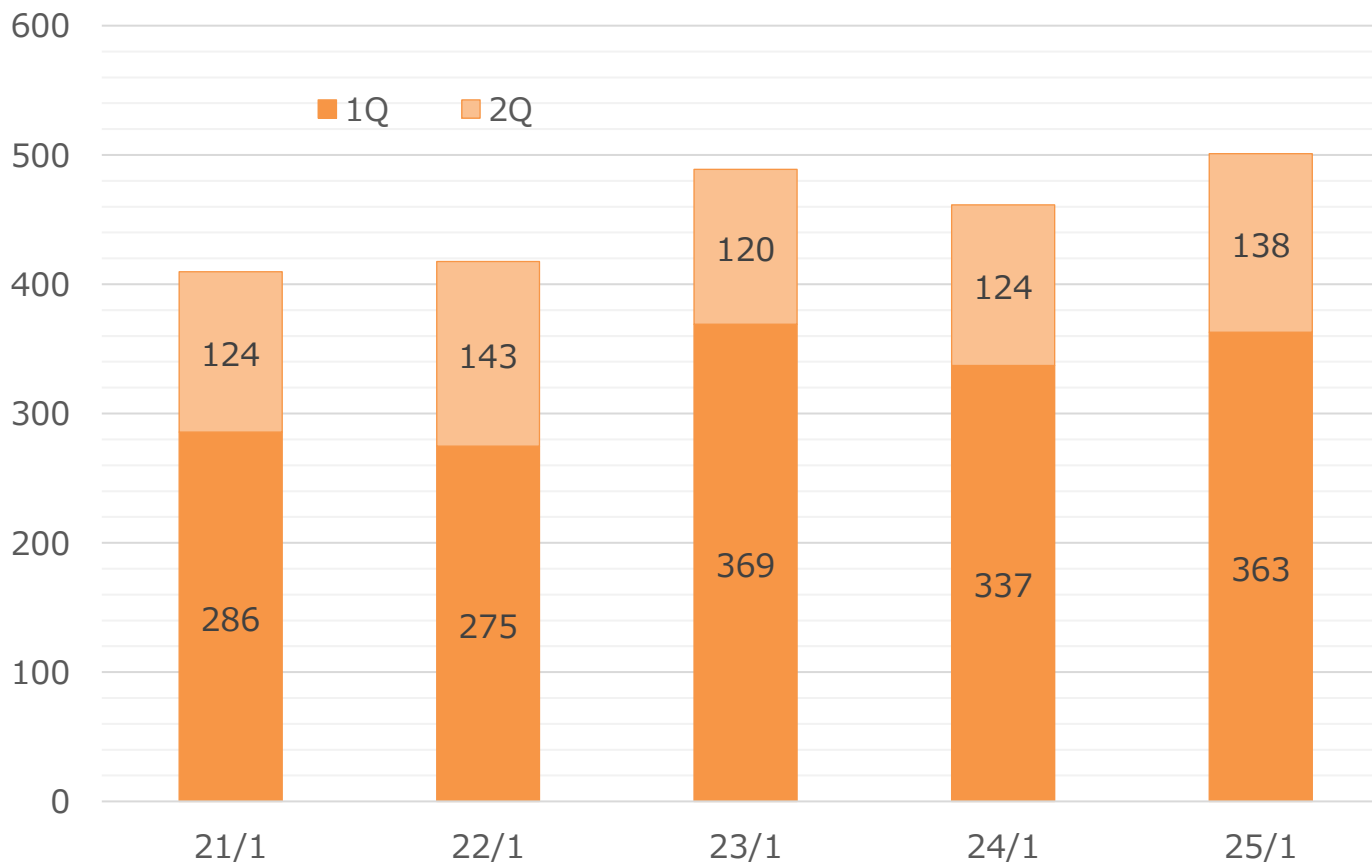
'24/01
営業利益

'25/01
営業利益

▶ 積極的なイベント誘致により直近5年間で最高の来場者人数を達成

2024年夏シーズンには、酷暑対策として、水を使用したアトラクションやイベントの開催を強化。わんこに特化したイベントを継続的に開催し、わんこの来場頭数も昨年対比で10%増加。

■ 来場人数の遷移(千人)



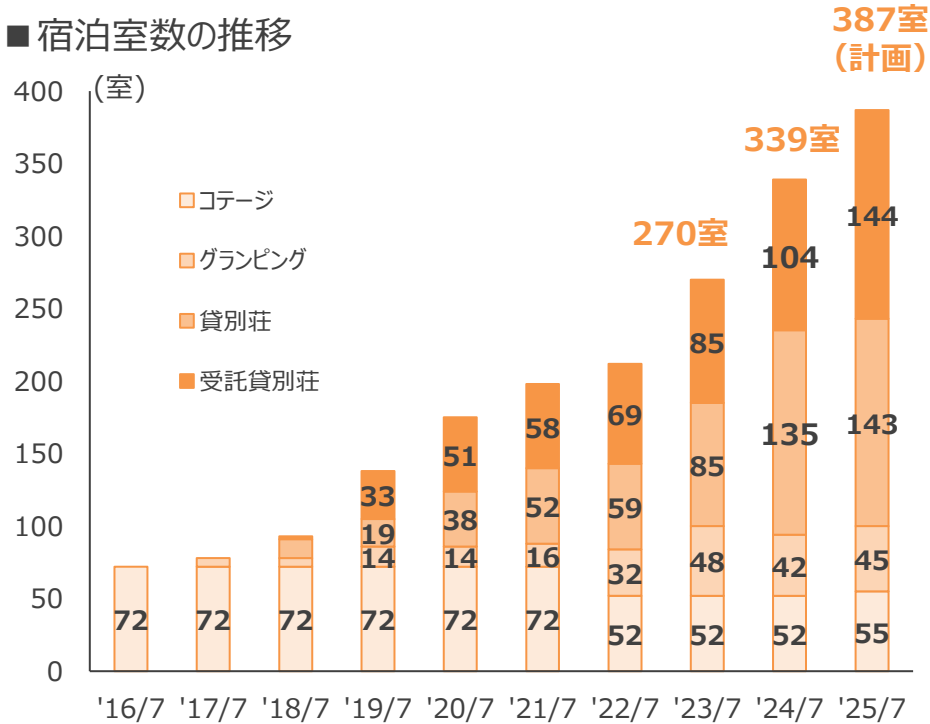
わんこ向けイベントを積極的に実施
インフルエンサーを多数起用



夜間イベント「スカイランタンフェス」開催

- ▶ 積極的に多様な客室を増設、
- ▶ 小学生以下無料キャンペーンで、宿泊者数は40%増加

■ 宿泊室数の推移



温泉露天風呂付の別荘を開業



広々としたプライベートドッグラン付き別荘



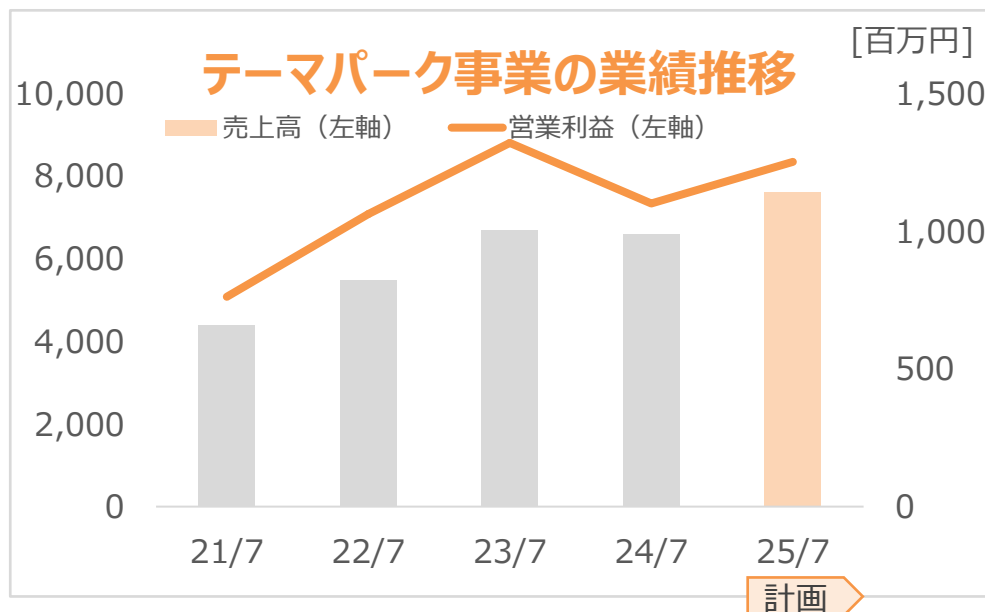
株式会社MUJI HOUSEが建築する「無印良品の家」を複数棟建築した新たな別荘エリアを開業



■ 宿泊数・宿泊者数の状況

	'24/1	'25/1	増減率
宿泊数 (千泊)	23	28	+21.9%
宿泊者数 (千人)	82	115	+40.9%

- ▶ アトラクションへの投資やイベント開催の継続によりパークの魅力を創出
- ▶ 既存オーナー別荘の受託により宿泊事業を拡大



テーマパーク事業 通期予算 (セグメント間取引含む)

	'24/07	'25/07	増減	増減率
売上高	6,593	7,600	+ 1,006	+ 15.3%
営業利益	1,099	1,250	+ 150	+ 13.7%
営業利益率	16.6%	16.4%	△0.2pt	-

テーマパーク事業の注力ポイント

① パーク事業の強化

- 継続的な新コンテンツ (イベント、アトラクション) 投入による魅力強化
- 就労体験メニュー提供による学校団体集客
- わんこサービスの強化 (譲渡会および里親会の定期開催、ドッグラン増設等)

② 宿泊事業の強化

- 既存オーナー別荘のバケーションレンタルを積極的に受託⇒宿泊室数の増加
- 別荘一棟型の宿泊施設であることから、「子ども無料」キャンペーンを実施し、家族需要を積極的に取込

③ 別荘事業の強化

- 別荘オーナー向けの、建物管理や修繕、有償サービス等の収益を増やし、別荘販売に依存しない、収益基盤の構築を目指す

1. 2025年7月期中間 連結業績概要

2. セグメント別概況

3. 2025年7月期 連結業績予想

4. 参考資料

5. SDGsの取組み

- ▶ 売上高～経常利益までを上方修正
- ▶ スキー場事業のウィンターシーズン来場者数の好調な推移を受け、売上～経常利益まで過去最高を見込む

(百万円)	2024/7	2025/7 (上方修正後)	増加額	成長率	2025/7計画 (当初)	2025/7計画 (上方修正後)
売上高	32,693	36,650	+ 3,956	+ 12.1%	36,400	36,650
営業利益	6,461	7,200	+ 738	+ 11.4%	7,000	7,200
経常利益	6,511	7,200	+ 688	+ 10.6%	7,000	7,200
親会社株主に 帰属する当期純利益	5,104	4,700	△ 404	△ 7.9%	4,700	4,700

▶ **前期まで14期連続増配**
2025年7月期配当は、7円から更に1円増配の8円へ増配額をUP

	'21/07	'22/07	'23/07	'24/07	'25/07 (計画)
1株あたり配当金 (円)	4.75	5.00	5.25	5.50	8.00
配当総額 (百万円)	1,545	1,604	1,662	1,741	2,554
自己株式取得総額 (百万円)	999	948	1,776	165	—
当期純利益 (百万円)	2,335	3,125	4,408	5,104	4,700
配当性向 (及び総還元性向) (%)	66.7 (109.0)	52.0 (81.7)	38.0 (78.0)	34.2 (37.5)	54.0 (54.0)
ROA (及びROE) (%)	11.7 (27.7)	16.5 (34.9)	22.0 (42.3)	18.3 (38.0)	17.1 (30.4)
自己資本比率 (%)	29.4	34.2	39.3	36.7	40.2

1. 2025年7月期2Q 連結業績概要

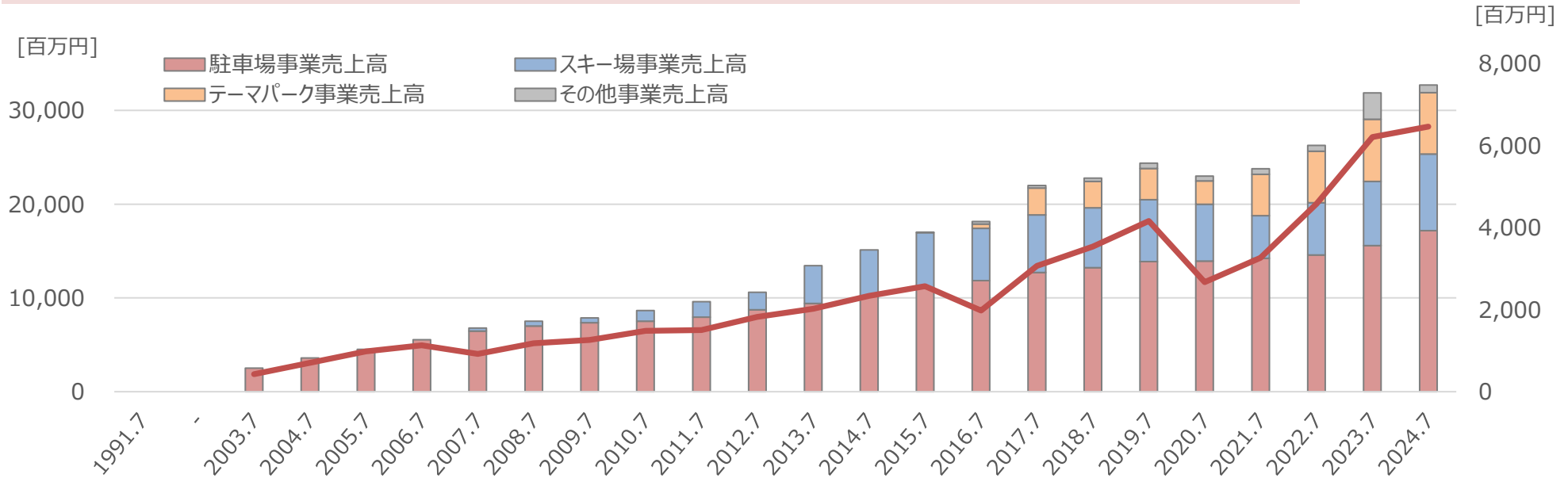
2. セグメント別の概況

3. 2025年7月期 連結業績予想

4. 参考資料

5. SDGsの取組み

関わる人全ての人々がHappyなビジネスをすること「**ハッピー・トライアングル**」
 「世の中にある**不稼働な資産を有効活用**することで**社会に貢献**すること」
 を理念として、事業を展開。



1991年 創業
1998年 ビル附置駐車場の有人運営をスタート
～2006年 国内駐車場事業の拠点を札幌～福岡へ拠点展開

2016年 テーマパーク事業開始
 (M&Aにより拠点を増やし、
2023年7月現在 2つのテーマパークを運営)

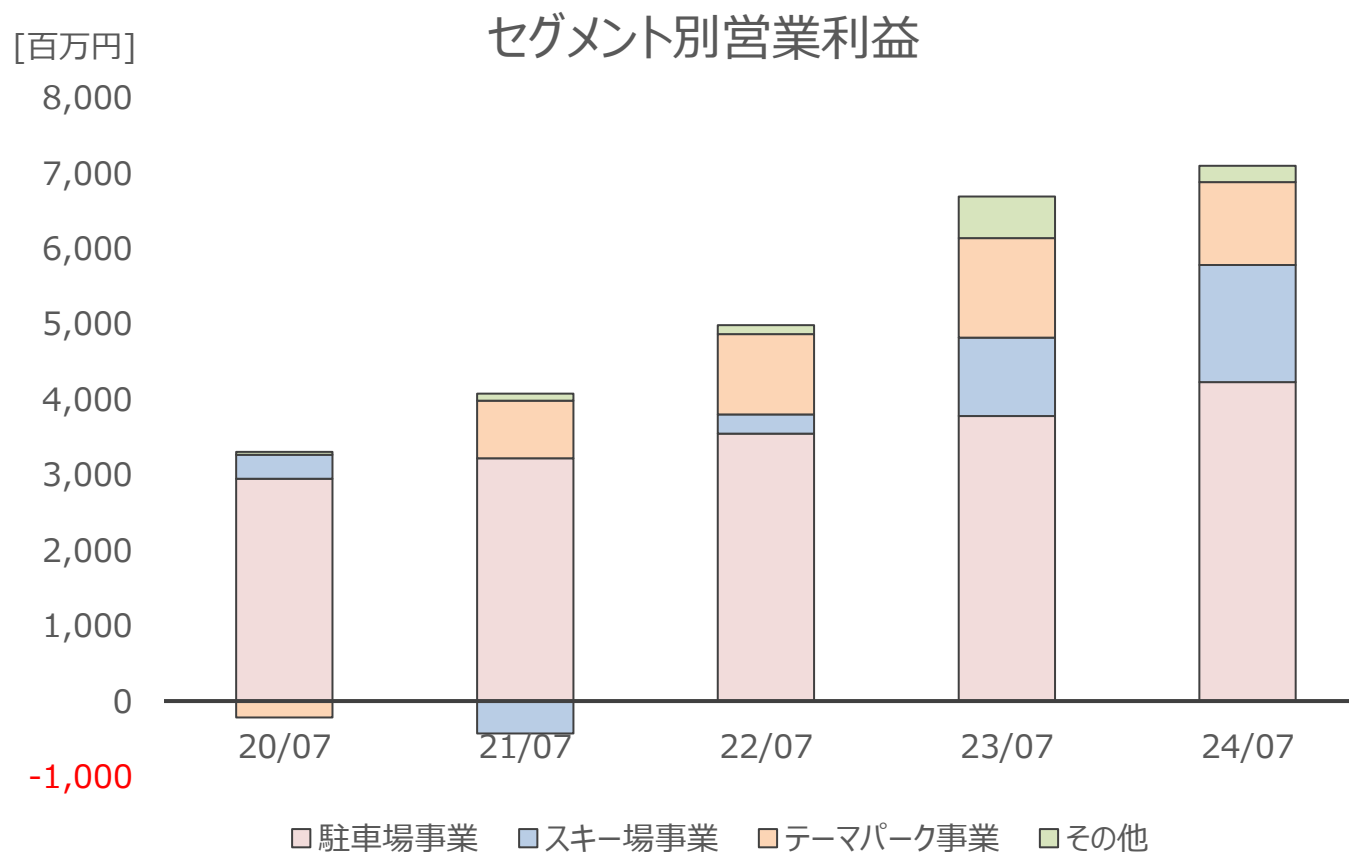
2003年 JASDAQ
2004年 東証二部上場
2005年 東証一部上場

2010年 タイ現地法人設立
駐車場事業の海外展開開始

2005年 スキー場事業開始
 (M&Aにより拠点を増やし、**2023年7月現在 8つのリゾートを運営**)

	'20/07	'21/07	'22/07	'23/07	'24/07
売上高	22,979	23,785	26,271	31,855	32,693
営業利益	2,672	3,263	4,582	6,201	6,461
経常利益	2,741	3,460	4,639	6,222	6,511
当期純利益	1,201	2,335	3,125	4,408	5,104

[百万円]



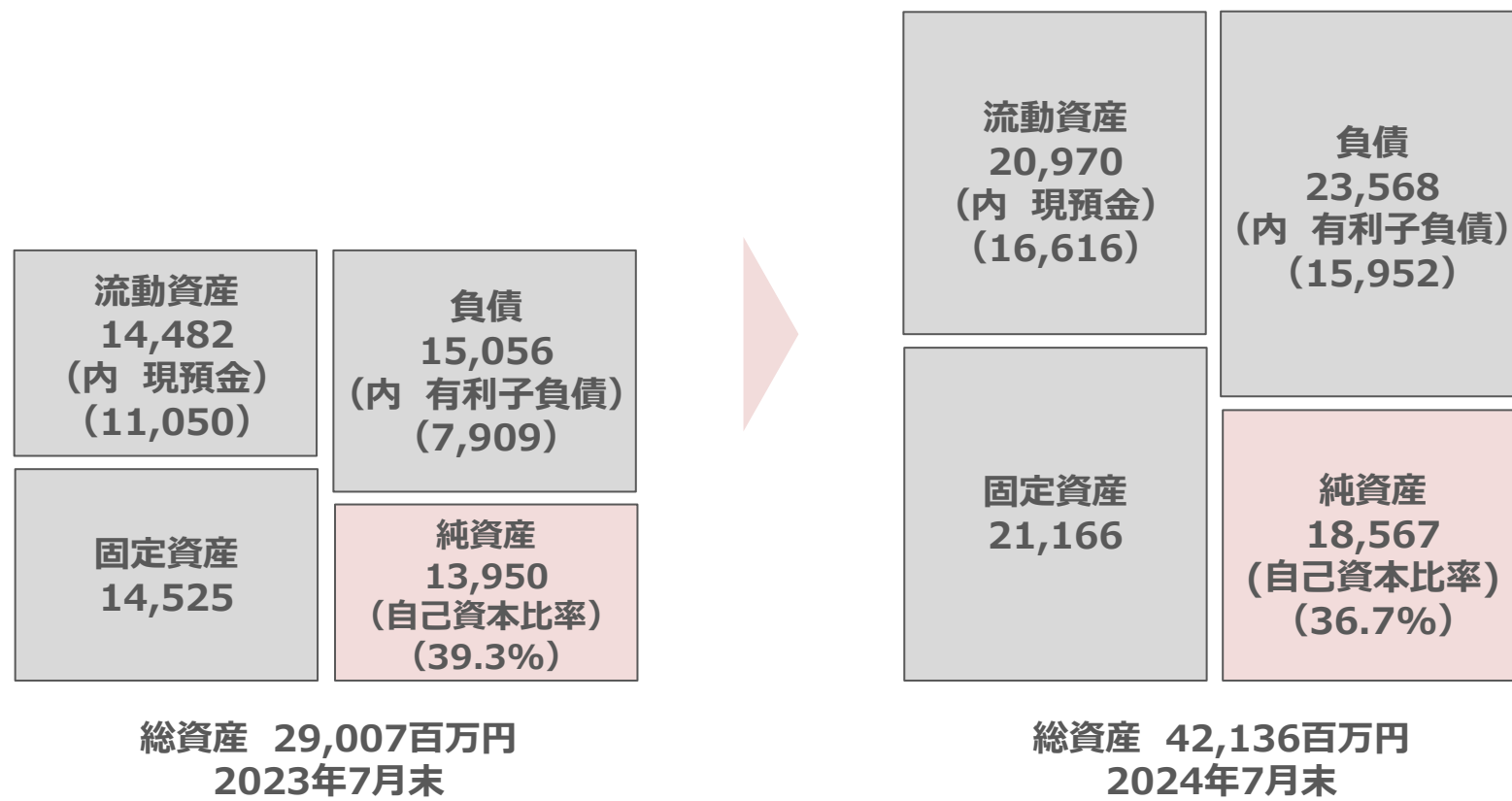
業績 連結貸借対照表



[百万円]

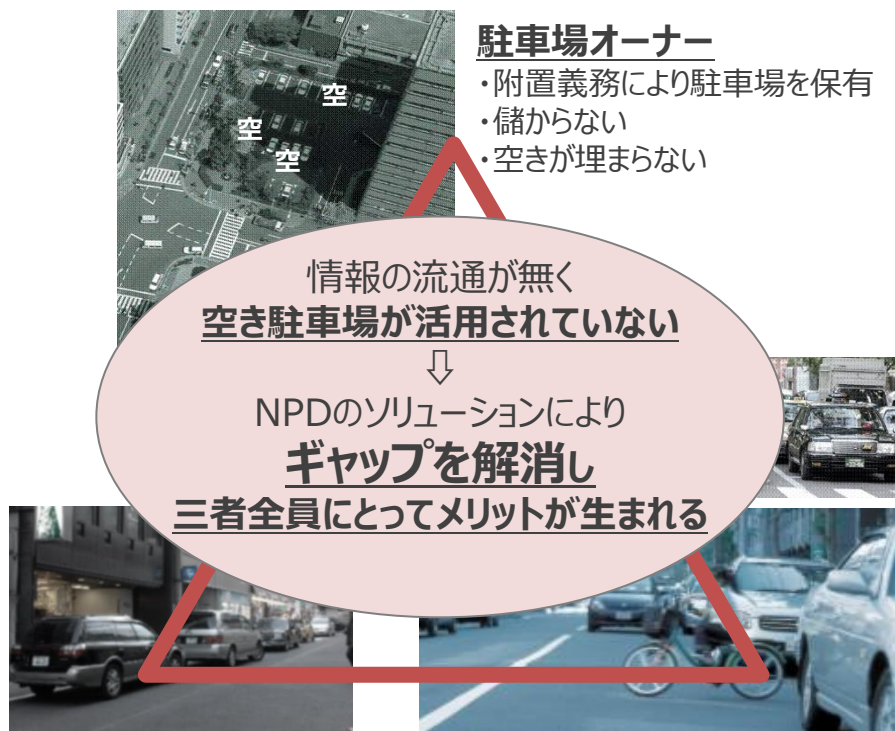
	'20/07	'21/07	'22/07	'23/07	'24/07
流動資産	18,578	15,826	14,482	14,482	20,970
（現預金）	16,484	13,464	11,639	11,050	16,616
有形固定資産	9,313	10,366	10,995	11,925	15,086
無形固定資産	257	219	182	161	141
投資その他の資産	2,454	2,293	1,937	2,437	5,938
（投資有価証券）	895	869	463	771	3,415
固定資産合計	12,025	12,879	13,116	14,525	21,166
資産合計	30,604	28,706	27,598	29,007	42,136
流動負債	5,766	6,145	5,624	4,888	8,026
固定負債	13,785	11,835	10,240	10,167	15,542
（有利子負債）	12,973	11,429	9,300	7,909	15,952
負債合計	19,551	17,980	15,865	15,056	23,568
純資産合計	11,053	10,725	11,733	13,950	18,567
負債純資産合計	30,604	28,706	27,598	29,007	42,136
純有利子負債	△3,510	△2,034	△2,339	△3,140	△663
流動比率	322.2%	257.5%	257.5%	296.2%	261.2%
固定長期適合比率	54.2%	63.5%	66.6%	67.4%	68.3%
自己資本比率	27.4%	29.4%	34.2%	39.3%	36.7%

- ▶ **金利上昇を見越し、将来の投資資金として80億円の借入を実施**
- ▶ スキー場（岩岳）の新ゴンドラ投資及びテーマパーク事業の別荘建設等の**成長投資により固定資産が増加**



※金利上昇局面で、中長期的な資金の確保を目的として借入を実施したため、借入と手元資金が両建てで大きく増加したが、その影響を除いたROAは、24/7：20.0%、25/7(計画)：19.9%であり、高い水準をキープしている。

駐車場に関する総合コンサルティング事業を国内・海外で展開。
 主に**ビル附置駐車場の有効活用**を得意とし、ビル内の空き駐車場の収益化や
駐車場オペレーションの効率化・サービスアップをビルオーナーに代わって実現。
 海外では、ビルや車が増加するアジア圏へ展開。



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 月極専用駐車場、または 有人での時間貸運営
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サービスを提供
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、 エントランスにてお客様のお車をお預かり

事業所	【国内】 東京・札幌・仙台・横浜・静岡・名古屋・京都 神戸・岡山・広島・福岡
	【海外】 バンコク・ソウル

駐車場業界 他社のビジネスモデルとの違い

他社のターゲット コインパーキング

- ✓ 土地を借り上げ（もしくは取得）し精算機を設置、無人によるオペレーションを実施
- ✓ 好景気型にはマンションなどに土地転用されるため、物件閉鎖リスクが高い



これまでの**駐車場有人運営のノウハウを活かし**、駐車場サブリースや管理運営だけでなく、百貨店やラグジュアリーホテル等、より高付加価値なサービス提供を求められる物件において、**バレーサービス（車寄で車をお預かりするサービス）**や、**エントランスでのドアサービスを受託。**



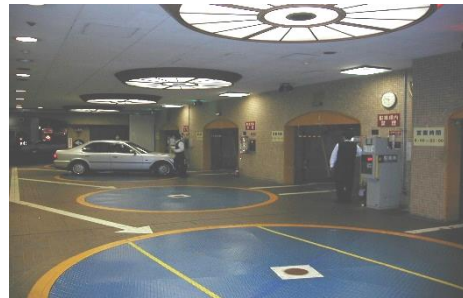
伊勢丹新宿本店パーキング



ザ・キャピトルホテル東急

NPDのターゲット ビル附置駐車場

- ✓ 空き車室を借り上げて月極ユーザーへ貸すサブリースが基本。物件によってはオペレーターを配備し、有人時間貸し運営を併用することで収益を向上させる。ビルの形状やロケーション・用途に合わせて、各駐車場に合った運営方法を採用。
- ✓ 不景気では空き車室が増加し、好景気でも新規ビル増加するため、物件の減少リスクは低い



[附置駐車場のマーケット]

NPDグループ国内運営実績

1,336棟

全国の駐車場附置ビル数

60,000棟以上

場所貸だけでなく
駐車場におけるサービス提供が
NPDのビジネスモデル

バブル期に建設された機械式駐車場が大規模修繕の時期を迎えており、修繕期間の代替駐車場確保やユーザーへの案内等を、オーナーよりワンストップで受注。

		'20/07	'21/07	'22/07	'23/07	'24/07
月極専用 直営物件	物件数	1,000 (△0.1%)	1,067 (+6.7%)	1,107 (+3.7%)	1,156 (+4.4%)	1,214 (+5.0%)
	借上 台数	17,446 (+5.6%)	18,806 (+7.8%)	19,811 (+5.3%)	21,620 (+9.1%)	22,719 (+5.1%)
時間貸し併用 直営物件	物件数	150 (+2.0%)	150 (+0.0%)	145 (△3.3%)	141 (△2.8%)	153 (+8.5%)
	借上 台数	21,301 (+0.0%)	22,031 (+3.4%)	21,117 (△4.1%)	20,039 (△5.1%)	20,199 (+0.8%)
時間貸 マネジメント物件	物件数	114 (+11.8%)	109 (△4.4%)	102 (△6.4%)	105 (+2.9%)	111 (+5.7%)
	管理 台数	26,985 (+19.9%)	24,917 (△7.7%)	20,119 (△19.3%)	18,474 (△8.2%)	19,775 (+7.0%)
合計	物件数	1,264 (+1.1%)	1,326 (+4.9%)	1,354 (+2.1%)	1,402 (+3.5%)	1,478 (+5.4%)
	総台数	65,732 (+8.4%)	65,754 (+0.0%)	61,047 (△7.2%)	60,133 (△1.5%)	62,693 (+4.3%)

M&Aにより取得した8か所のスキー場を現在運営。
 ハズオン型で運営し、地域全体の活性化を目指す。
 中期成長戦略として、グリーンシーズン営業およびインバウンド
 集客に注力中。またM&Aおよびアライアンスによる更なる事業
 成長も目指す。

ハズオン型の再生・運営

惜しみなきノウハウ提供

データ重視

競合ベンチマーク

顧客目線

地元人材の派遣・育成

ローカル人材

現場を知悉

地元コミュニティ
へのアクセス

地方創生へ寄与

連携

- 地域おこし
- 特産品拡販
- エリア集客

活性化

- 施設・設備への投資
- 雇用拡充
- 中長期なコミット

着実な成長

内的成長

グリーンシーズン

インバウンド



外的成長

M&A



インバウンド取組例

白馬エリア（HAKUBA VALLEY）の全10スキー場が協力し、
 日本最大のゲレンデ面積をもつ共通券が実現。
 インバウンド営業、海外リゾートとのアライアンスも積極的に図る。
 八方尾根スキー場では来場者数の3割がインバウンド顧客へ。

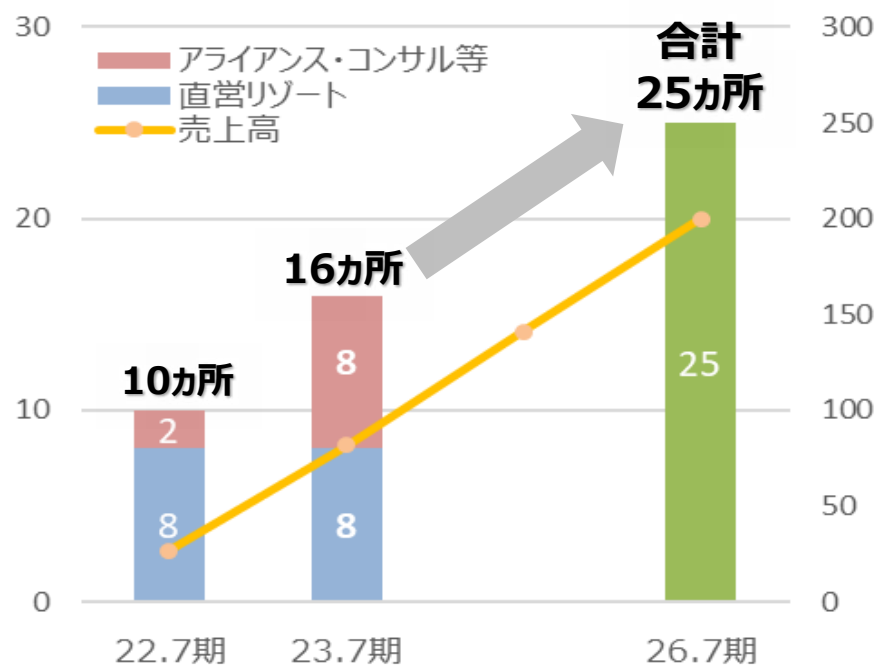


グリーンシーズン取組例

岩岳マウンテンパーク「HAKUBA MOUNTAIN HARBOR」
 雲海や夕日の眺望が見事で、オープン後、前年比3.3倍の集客。
 成功事例はグループ内で積極的に横展開。

▶ アライアンスと宿泊事業の本格化によるリゾートとしての魅力の創出

アライアンス強化：MAという手法にこだわらず、スキーリゾートに新規参入した企業へのコンサル、株主優待やキッズプログラムも活用した集客面、付加価値向上など運営ノウハウ面でのサポートを実施するNSDアライアンス事業を展開



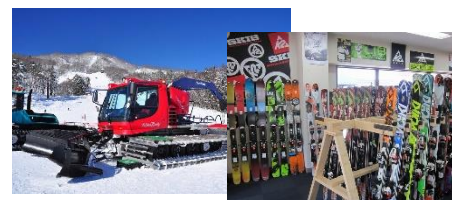
アライアンスによる経営支援の例

オグナほたかスキー場 (パートナーリゾート)
群馬県片品村

首都圏から約2時間のドライブで天然雪のスキーリゾート!! 標高1,828mから3,500mのロングクルージングに、さらさらの良質のパウダースノー地形を生かした楽しく多彩なコースと、アイテムが充実のスノーパーク、安心安全な雪遊びのキッズ広場も完備し、抜群のスノーライフをお楽しみいただけます!

<http://ognahotaka.jp/>

NSDグループの株主優待や法人営業等当社販売チャネルを活かした営業支援



圧雪車の共同仕入れやリース、スキーレンタル用品のリース

EBOSHI Resort ECサイト **OPEN**

WEBチケット購入はこちら

WEB販売や単価設定等のチケット戦略やゲートシステムのリース・導入支援

子どもと一緒に雪山行こう
先着30,000名 小学生以下シーズン券 無料

NSDキッズプログラムの共同展開

宿泊事業の本格化

- ・スキーリゾートのベースにある宿泊施設オーナーが後継者不足等により、営業を休止、廃業する宿が増加 ⇒ 地域と相談しながら宿泊施設が継続する施策を当社も積極的に取り組む
- ・リゾート周辺の土地の取得も行い、スキー場事業にプラスとなる事業者等をパートナーとして招致

- スキー場周辺の宿泊施設において、後継者不足やコロナの影響で休業する事例が増加
- 宿泊施設数はスキー場の来場者数にも直結。ポテンシャルのある宿泊施設はグループリゾートで譲り受け、リノベーションや新規営業活動を実施
- リゾート周辺の土地の取得も行い、スキー場事業にプラスとなる事業者等をパートナーとして招致

外部投資家・デベロッパーの誘致継続



リゾート価値を向上させ、外部投資家等を誘致し、コンドミニアム、シャレータイプ中心に増加

後継者不足などによる休業宿泊施設の支援



グループ新規事業として、休業宿泊施設中心に、民宿、ペンションタイプを取得しリノベーション

- 白馬岩岳にて、三菱地所・清水建設に土地売却契約を締結し、共同してホテル誘致・再開発を行う
- エコーランドエリアや和田野エリアにおいても、複数のデベロッパーによる宿泊施設の建設が進行。スパイシーエコーランド店隣地にはリストデベロップメント(株)による「ホテルコンドミニアム ラヴィーニュー白馬 by 温故知新」が2024年12月に竣工。
※客室数38室

① ウィンターシーズン



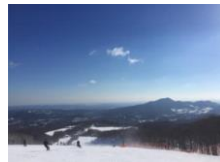
- 小雪対策投資
- オートゲートシステム導入
- インバウンド
- 差別化サービス
(川場ファーストトラック、柵池DBD、HAKUBA S-CLASS)

② グリーンシーズン



- 山頂事業
(山頂景観とゴンドラ・RWを積極活用)
- 山麓事業
(アウトドア・道の駅など地域連携)

③ 外的成長



- M&Aによる事業拡大

課題解決に向けた取り組み

【課題】
国内層への
対応が後手

- キッズプログラム
(こども来場者数の増加)
- ノンスキーチャネルの拡大

【課題】
雨天の
多寡が影響

- ベースエリアの開発関連事業
 - アコモデーション開発誘致
 - 商業施設の誘致
 - レジデンスの整備

【課題】
ハード・環境面の
不適合
転売目的の外資
との価格競争

- 外部スキー場に対するコンサルティング
- 運営受託や営業支援による事業拡大

※詳細については日本スキー場開発の説明会資料を参照ください。 <https://www.nippon-ski.jp/ir-library.php>

	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 白馬八方尾根 スキー場	HAKUBA VALLEY 白馬岩岳ス ノーフィールド	HAKUBA VALLEY 柵池高原 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)	北志賀エリア (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 (24年7月期 ウィンターシーズ ン)	46千人	221千人	153千人	352千人	147千人	350千人	197千人	229千人
ゲレンデ特徴	<ul style="list-style-type: none"> 北アルプスを望む雄大な景観 	<ul style="list-style-type: none"> 166人乗りロープウェイ 幅広いゲレンデ 	<ul style="list-style-type: none"> 都心から2時間圏内 良質な雪質 	<ul style="list-style-type: none"> 長野オリンピックのアルペン競技会場、スキーヤーの聖地 	<ul style="list-style-type: none"> 全国岩岳学生スキー大会が有名 	<ul style="list-style-type: none"> 柵池自然公園の散策、トレッキングなど夏季営業も盛ん 	<ul style="list-style-type: none"> 名古屋中心部から2時間圏内、良質な雪質 	<ul style="list-style-type: none"> 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

日本のテーマパークの再生を目指す。
現在は、那須ハイランドパークと、りんどう湖ファミリー牧場の2つの遊園地を運営。
藤和那須リゾートでは、遊園地運営の他、グランピングや別荘の宿泊事業、
別荘事業を手掛ける。

遊園地事業



那須ハイランドパーク(栃木県那須町)
2016年6月グループ化

大自然の中にある50万㎡の広さをもつ北関東最大の遊園地。40種類のアトラクションや自然を生かした溪流釣り等が魅力。ペットと一緒に乗れる遊具や、保護犬の里親譲渡会を開催する等、ペットフレンドリーな遊園地を目指す。



りんどう湖ファミリー牧場(栃木県那須町)
2020年5月グループ化

アルパカをはじめ、ヤギや羊などと触れ合える観光牧場を併設した遊園地。
安心・安全に遊べる公園のような遊園地、0歳～6歳の未就学児の初めて体験を応援し、成長を一緒に体感できる遊園地を目指す。

宿泊・別荘事業



那須ハイランドパークに隣接する、約800万㎡の広大な敷地、総区画数5,000区画を有する別荘地を管理。
一部、当社にて保有するグランピング施設や別荘、さらにオーナーが保有する別荘を、宿泊施設として運営。

当社の子会社である**日本テーマパーク開発株式会社**は、東京証券取引所**上場に向けて準備を開始**

日本テーマパーク開発株式会社の概要

日本テーマパーク開発株式会社：事業持株会社

- (子会社) 藤和那須リゾート株式会社：那須ハイランドパーク運営、ホテル事業、別荘販売事業 等
- 那須興業株式会社：那須高原りんどう湖ファミリー牧場運営、ホテル事業 等
- 那須牧場株式会社：乳製品の製造販売

目指す企業像：RX企業

大都市一極集中による国内のワークライフバランスの多様性の不透明感、地方未稼働カセットの深刻化、地方創生2.0の実行可能性が不明確という社会課題を解決するために、**RX企業（Regional Transformation：地方の持続的発展に貢献する企業）**を提唱し、地方のパラダイムシフトを創造する企業として成長

RX企業としての成長課題

- ① 地方創生成功モデルケースの他地域への展開：現在展開している那須地区での地方創生成功モデルの他地域への展開
- ② M&A：中期的に20地域への展開のためにM&A促進
- ③ RX人材採用・育成：都市圏を上回る給与水準を得て、経営を学びながら地方創生を手掛けるRX人材の確保と育成

成長課題と株式上場の意義

① 社会的信頼性の一層の向上

RX企業として自治体から積極的に誘致されるために、より一層の社会的信頼性向上が必要

② 資金調達能力の拡大

中期的に20地域への展開のためにM&Aを実施するためには、より一層の資金調達能力が必要

③ 優秀な人材の確保

各地域へRX人材として配置するために、より知名度を上げて優秀な人材の確保が必要

株式上場により
グループ会社の企業価値向上

スキー場も子会社上場により、グループ全体の
企業価値を向上させている局面において
テーマパークも同様のシナリオを描いている

1. 2025年7月期2Q 連結業績概要

2. セグメント別の概況

3. 2025年7月期 連結業績予想

4. 参考資料

5. SDGsの取組み

自然と共存する 地産地消・循環型の小型バイオマス発電



気候変動に対する日本政府目標：2030年温暖化ガス46%削減、2050年カーボンネットゼロ

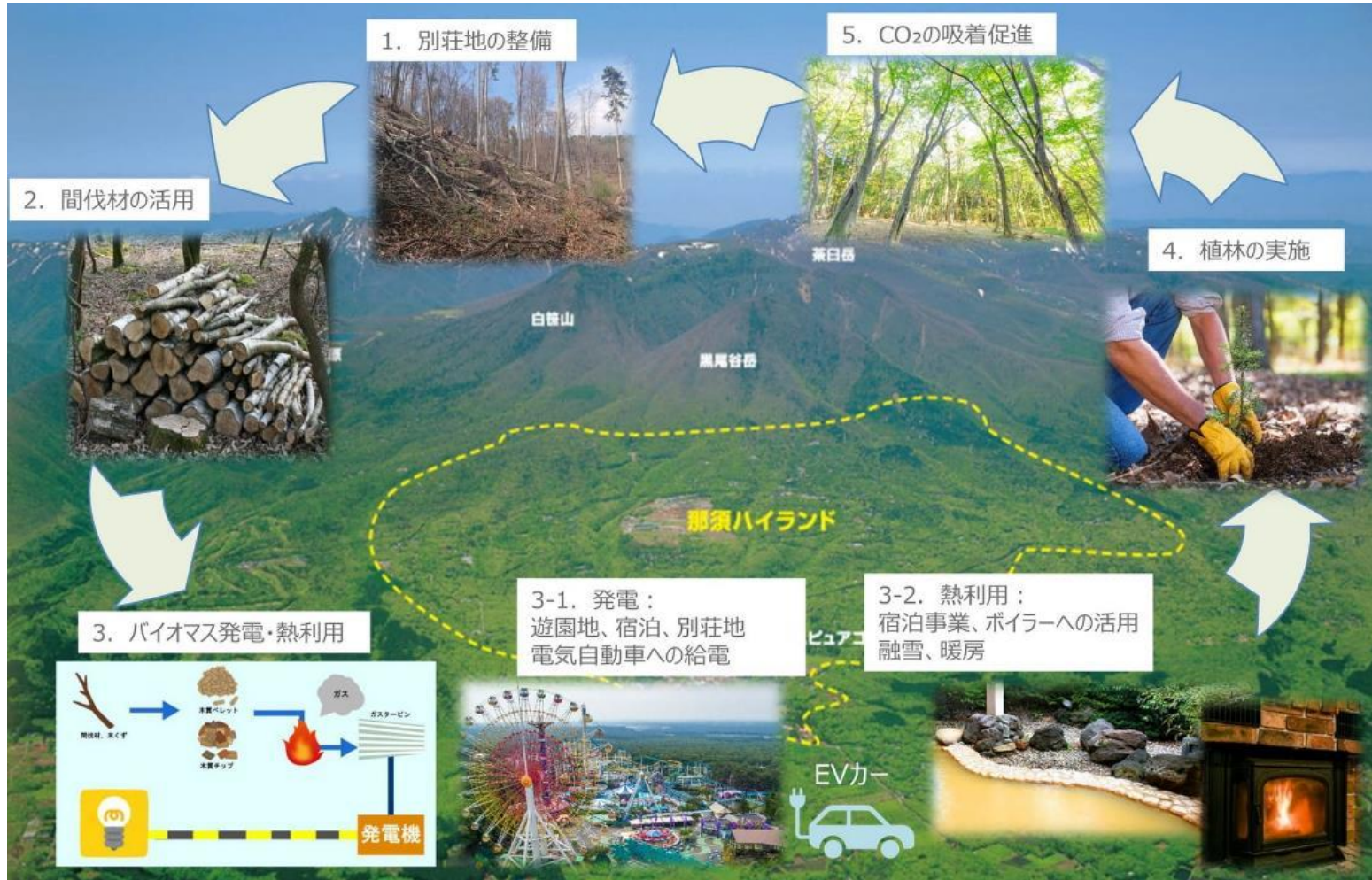
NPDグループ目標：「2030年のNPDグループカーボンマイナス100%」

※当目標を目指すと共に、そこで獲得した知見を外販する等により新たな事業成長の柱の一つとする。

- **「2030年のNPDグループカーボンマイナス100%実現」**達成のための新会社
- **「スマートグリーンエネルギー」**を設立
- **新会社のミッション**
 - ① NPDグループにおける脱炭素の取組について**「数値管理」「目標計画」**を掲げ、**「素早く実現」**していくこと
 - ② グループ内で成功した投資や脱炭素の仕組みを、組織をまたいで横展開すること
 - ③ NPDグループで培った脱炭素ビジネスのノウハウを外部にも外販し、日本における脱炭素社会の実現を目指すこと

自然と共存する 地産地消・循環型の小型バイオマス発電

- テーマパーク事業を展開する那須エリアにおいて、那須グリーンハイランド構想の実現に向けて始動。別荘地の整備で発生する間伐材を活用した、地産地消・循環型のバイオマス発電や排熱利用を実施、合わせて間伐地への植林を実施することで、環境負荷の低い施設運営の実現と、持続可能な地域づくりを目指す。



※那須グリーンハイランド構想

空き家問題を防ぐバケーションレンタル



- 別荘オーナーの未使用時、当社で運営を受託し、宿泊施設として活用
- 収益をオーナーへ還元し、別荘の維持管理の原資とする
- 不動産の収益化・資産価値向上により、別荘地の価値向上
- 宿泊客は自然豊かな別荘に滞在し那須を満喫



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



- 子供達の心もお腹も満たされる環境を提供
- 子供達同士が触れ合える環境をつくる
- オンライン教育事業を手がけるグループ会社の講師が質の高い勉強を教える

日本経済新聞

那須塩原駅にこども食堂 藤和那須やJR東日本が連携

2021/12/22 19:07 | 日本経済新聞 電子版



那須塩原駅ナカにこども食堂がオープンした。(栃木県那須塩原市)

リゾート開発の藤和那須リゾート（栃木県那須町）やJR東日本などは連携して、那須塩原駅（那須塩原市）内にこども食堂を開設した。母子・父子家庭や共働きなどで一人で食事をしなければならない子どもたちに食事を格安で提供する。



駅ナカに設けた「こども食堂」にて運営スタッフから弁当を受け取る様子



グループのTCKワークショップの英会話プログラムの受講

・JR東日本と連携し、JR那須塩原駅内に「子ども食堂」を開設。毎週火、木、金曜日の午後5時から8時まで開設し、中学生以下は100円、子ども同伴の大人は200円で弁当を購入可能。また、グループ間のTCKワークショップにて英会話教室を開講。

※日本経済新聞 2021年12月22日付

殺処分ゼロ活動/保護犬280頭の譲渡達成と譲渡会の開催

8 働きがいも
経済成長も



12 つくる責任
つかう責任



- 保護犬譲渡活動を2017年から開始。280頭のわんちゃんを新しいご家族のもとへ譲渡することを達成！
- 那須ハイランドパーク内にて保護犬譲渡会を開催。



■ 那須ハイランドパークでの譲渡会開催の風景
想定以上の多数のお客様にご来場いただくとともに、日常のリラックスしたわんちゃんの様子を動画でもご案内。



帰国子女向け教育事業の展開

4 質の高い教育を
みんなに



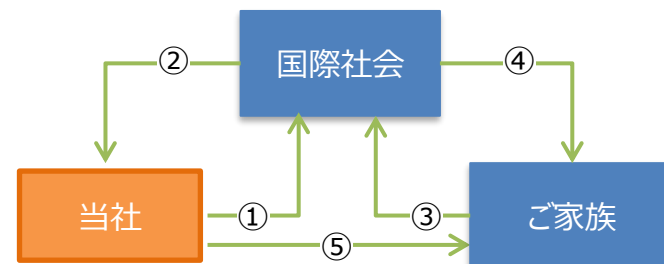
・未来の国際世代の育成

- ✓ 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

【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



対象となる児童生徒

海外子女 推定10万人

帰国子女 毎年約1万人が日本に帰国

留学生 11万人 (2022年)

バカロレア 207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70か国、延べ2,500名に提供 (2025.1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。