

会社説明資料

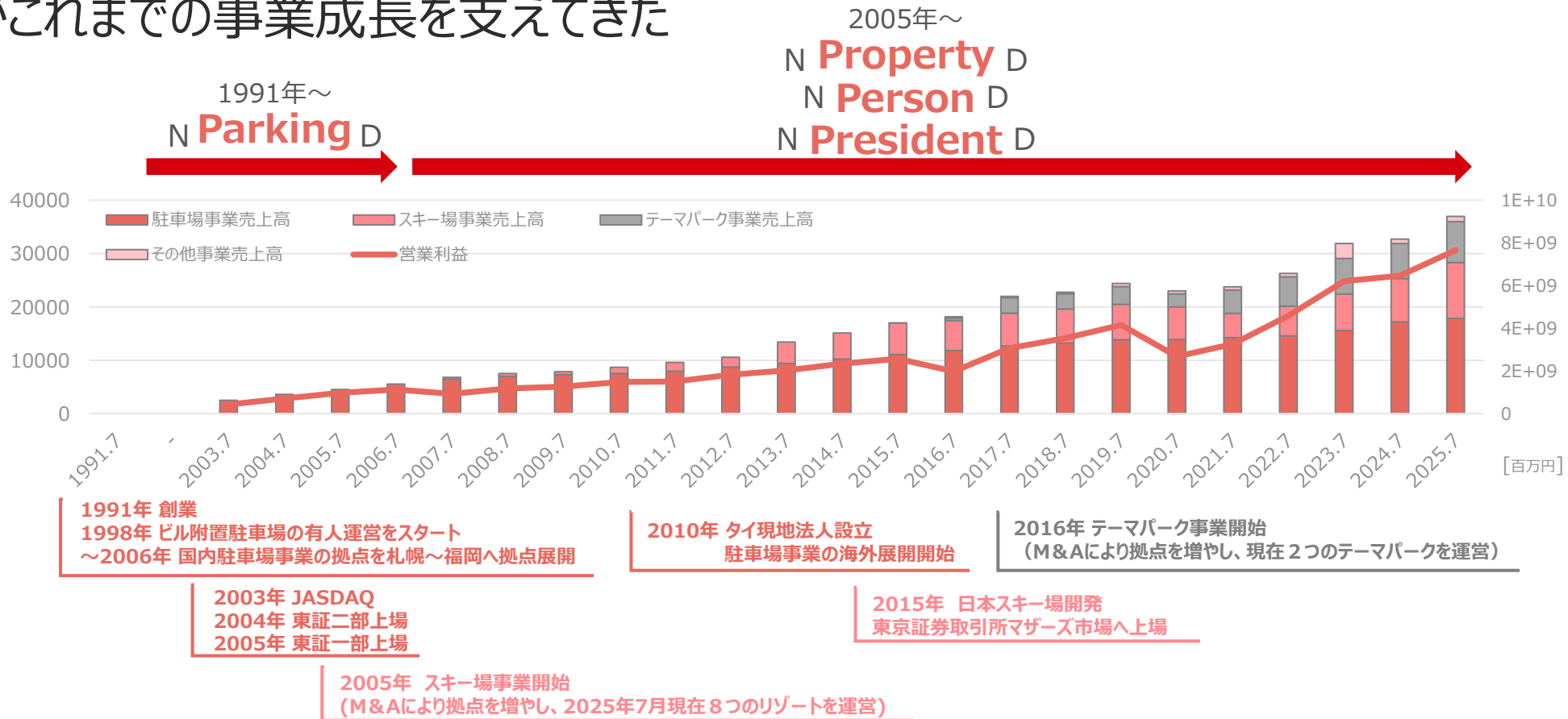


2025年9月16日
日本駐車場開発株式会社
(証券コード: 2353)

NPDのこれまで

NPDのDNAは、「不稼働資産≡困りごと」に徹底的に取り組むこと。 そのDNAがこれまでの事業成長を支えてきた

事業展開



不稼働資産
のギャップ
= 困りごと

ビルオーナーの "困りごと"

- ・テナント需要や入替により、空き車室が発生
- ・駐車場の収益はビル全体の収益からすると少額で収益化するのは手間

➡ 駐車場事業

不動産オーナーや地域・自治体の "困りごと"

- ・スキー人口の減少による収益悪化で再投資ができず魅力減少
→ 来場者減少の悪循環

➡ スキー場事業

不動産オーナーや地域・自治体の "困りごと"

- ・少子高齢化による収益悪化で再投資ができず魅力減少
→ 来場者減少の悪循環

➡ テマパーク事業

グループ成長の背景には、駐車場事業で鍛えられた
中核メンバーが続々と生まれる人材育成の仕組みがある

駐車場事業で育成した人材を、成長事業の中核人材として輩出していく

A) 駐車場事業で幹部候補を鍛える

🏠 駐車場事業

駐車場経営を通じた人材育成

- PL管理
- 新規営業
- 現場改善
- トラブル対応
- スタッフ採用
- 組織マネジメント



100人規模の
新卒合宿研修



現場で基礎経験を積む



現場責任者として実践経験を積む



支社長・部長として
マネジメント経験を積む

成長事業の
中核人材

- 役員及び管理職
- 経営幹部候補として輩出

B) 各事業の経営人材に抜擢

💡 テーマパーク事業

人材採用
+
育成

🛷 スキー場事業

人材採用
+
育成

🚀 社内新規事業会社 (NCS/SGE)

人材採用
+
育成

駐車場事業の個々の現場で若手を短期間で育成し、幹部候補を量産する

新入社員は入社とともに店舗を担う店舗責任者として、
経営人材に求められる能力として定義した3つの能力を体得する



Step3をクリアした社員から、駐車場事業の管理職やグループ企業の幹部など、様々な領域にキャリアステップして頂きます。

より成長率が高く、生産性の高い事業へ人材を輩出

新卒入社から経営層へ



日本駐車場開発株式会社
常務取締役 管理本部長
渥美 謙介 (40)

2007年に新卒で入社。
オーストラリアで生まれ、幼少期はニューヨークで育つ。
ビジネスに興味を持ち、大学1年生の頃に学部
の仲間たちと起業。ビジネスの難しさを経験。新卒で
NPDに入社後、NCS (日本自動車サービス開発)
代表取締役を経て、2018年常務取締役管理
本部長に就任。



日本駐車場開発株式会社
取締役 営業本部長
岡本 圭司 (45)

「自分で道を切り開けるビジネスマンになりたい」と
ベンチャー企業に絞った就職活動で日本駐車場
開発に出会い、2003年に入社。常に若手社員の
先頭に立って新しい取り組みを推進し、2016年に
近畿本部長、2018年に取締役東日本本部長を
経て、2021年に取締役営業本部長に就任。
駐車場事業の更なる成長を幹部として引っ張って
いる。



日本駐車場開発株式会社
取締役 西日本営業本部長
日本自動車サービス開発株式会社
代表取締役
吉松 裕樹 (43)

大学在学中にNPDが運営する駐車場でアルバイト
を経験。経営方針に感銘を受けて2004年に新卒
で入社。有人運営駐車場の統括を経て、近畿本部
の大阪副支社長、2012年大阪副支社長兼京都
支社長になる。2015年に日本自動車サービス開発
株式会社の取締役就任し、2017年に常務取締役
就任、2018年に代表取締役社長就任。

新卒入社から経営層へ



藤和那須リゾート株式会社
取締役 リゾート事業部長
藤宮 秀紀 (32)

大学在学中に都市開発によって街が活性化することに感銘を受けて不動産業界を志望。2016年にNPDに入社。2018年2月に内部監査室を経て2020年5月に那須興業株式会社に入社。2021年9月に藤和那須リゾート株式会社に出向し、同年10月に同社取締役リゾート事業部長に就任。



日本自動車サービス開発株式会社
東日本本部 東日本エリア第3グループ グループ長
尾方 道史 (25)

愛媛県生まれの体育大学出身。同期の中で最下位からのスタートながら、数々の挑戦と失敗を重ね、その経験を糧に、誰も成し遂げたことのない成果を形にしたいと考えている。2022年NCS入社。大阪支社、東京本社で日本駐車場検索サイトの運営管理に従事。現在はブロック長も兼任し、20名の自ブロックメンバーのマネジメントや二次面接官として採用に携わるほか、都内複数エリアの責任者として事業運営を推進。NPDグループの将来を担うリーダーとして、組織の成長と人材育成に力を注いでいる。



スマートグリーンエネルギー片品株式会社
取締役社長
山田 真大 (25)

幼い頃から住宅リフォーム事業で地域貢献する父親の姿を見て育つ。「自走の精神」に惹かれて2022年にNPD入社。2023年にスマートグリーンエネルギー株式会社へ異動。栃木県那須町のバイオマス発電所にて、発電機の安定稼働に向けた取り組みに携わる。同時進行していた群馬県片品村での事業に注力するため、2024年11月にスマートグリーンエネルギー片品株式会社社長に就任。現在は片品村役場に出向し、官民連携のもと、地域の課題解決につながるグリーンエネルギー事業を目指して奮闘中。

中途入社から経営層へ



日本テーマパーク開発株式会社
代表取締役社長

内藤 佐和子 (41)

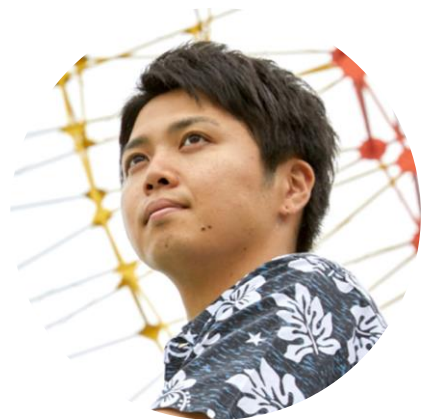
2009年に徳島活性化委員会（まちづくり団体）代表として、地域活性化コンテストを主催する。2010年、東京大学卒業。徳島への帰郷後、市や県の審議会の委員を歴任。2020年、徳島市長就任（当時、最年少女性市長）。2024年、任期満了のため退任。同7月より日本テーマパーク株式会社執行役員。同10月より取締役。2025年2月より代表取締役社長。



日本スキー場開発株式会社
代表取締役社長

鈴木 周平 (49)

「経営者になるための修行の場」として選んだコンサルティング会社、ゴルフ場再生ファンドを経て、2006年、日本駐車場開発に入社。2007年に30歳で財務担当取締役に就任。その後、2012年に日本スキー場開発社長に就任し、2015年にマザーズ上場を達成。



日本テーマパーク開発株式会社
取締役

五十嵐 弘樹 (39)

高校を卒業後、1年間の浪人時代を経て、麻雀荘に勤務。その店舗が閉店することをきっかけに就職活動を開始。NPDの社員が熱意をもって仕事に取り組む姿に惚れ込み、2011年入社。NPDにて駐車場業務、内部監査に携わった後、2017年2月に取締役就任。2022年より現職。



日本自動車サービス開発株式会社
西日本ネット第1事業部 事業部長

橋本 翔太 (38)

2011年に大学を卒業後、他の企業に勤務したのちに、同年8月にNPDに入社。2017年に日本自動車サービス開発株式会社に出向し、現在は大阪営業本部長を務めている。

活躍する女性経営人材



日本自動車サービス開発株式会社
シニアアソシエイト
齋藤 弥和 (24)

インドネシアのインターナショナルスクールから日本国内の大学へ進学。大学時代にNPOのインターンとして学生起業家のコミュニティ運営や若者の居場所づくりに取り組み、経営視点を持った場作りの必要性を感じる。2024年、将来の経営人材育成を目指す特別採用枠でNPD入社。日本自動車サービス開発株式会社にて日本駐車場検索サイトの窓口担当として、都内の複数のエリア拠点を経験。現在は東京都の港区エリアを担当している。



那須興業株式会社
代表取締役社長
林 沙紀 (26)

大学時代はマーケティングを専攻。ベトナムや中国での研修参加、文科省の給付型奨学金を得てのマレーシアへの長期留学を経験する。留学先のマレーシアにて、日本人起業家団体でのインターンを経験、経営者への夢を抱く。2021年新卒でNPD入社。大阪心斎橋エリアの有人駐車場責任者としての活躍が認められ、2022年那須興業株式会社取締役就任。2024年藤和那須リゾート株式会社取締役就任。2025年2月同代表取締役社長就任。



株式会社TCK Workshop
マネージャー
瀧澤 真結 (27)

アメリカのボストンで生まれ、幼少期をフィリピン、小学校高学年をケニアで過ごす。上智大学卒業後、一度日系の人材会社へ就職するも、自分の人生経験全てを使い目の前の人をサポートできる業務内容・理念に惹かれ、2021年TCK Workshopへ転職。現在は講師や定期的なイベント開催、学習相談を通して、多様な背景を持つご家庭と信頼関係を構築したり、新卒研修、メンバー育成などのチームマネジメントを担当している。

国際的なバックグラウンドを持つ経営人材



日本自動車サービス開発株式会社
取締役

横濱 雄和 (27)

日本で出生し、父親の仕事の都合で高校生までインドネシアで過ごす。その後トロント大学に進学し、2019年に知り合いの紹介で日本自動車サービス開発に入社。ダイレクトマーケティング本部東京ネットグループ 第1チーム長を経て、2021年11月に取締役に就任。



日本自動車サービス開発株式会社
取締役

今井 茜 (27)

中高、大学とインターナショナルな教育環境に身を置き、多様な価値観とコミュニケーションの大切さを学ぶ。ノルウェーへの留学を機に外資系企業への就職を志すも、コロナ禍により帰国。事業の多様さや若手登用の社風に惹かれ、2021年NPD入社。日本自動車サービス開発に配属となり、大阪支社、東京本社で日本駐車場検索サイトの運営管理に携わる。入社4年目となる2024年より取締役。東日本本部の副本部長として社員のマネジメントや採用を手がける。



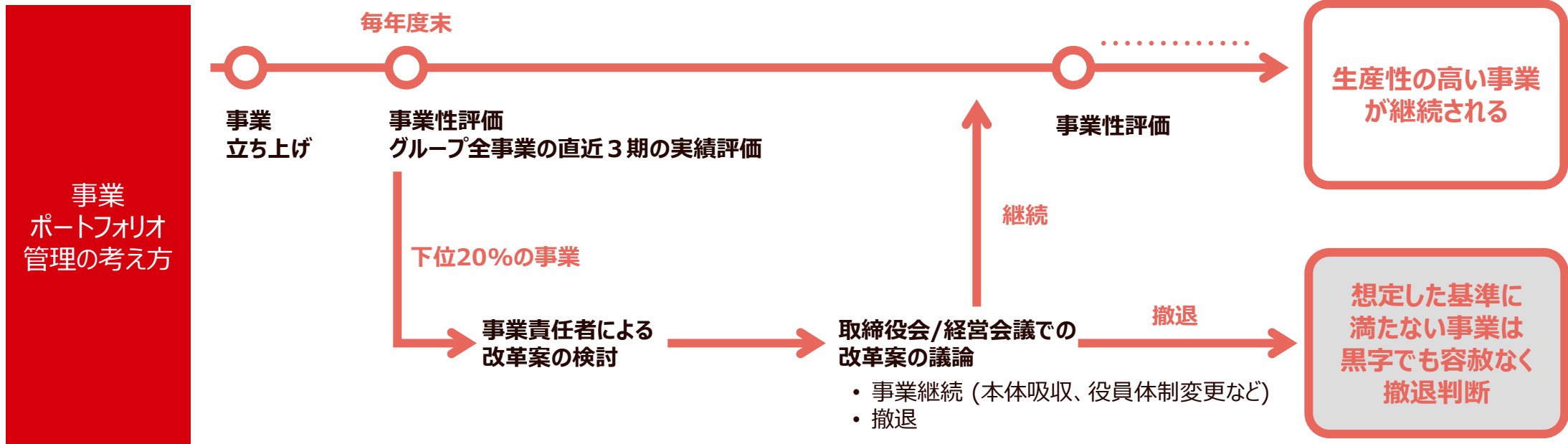
株式会社TCK Workshop
マネージャー

真下 太史 (28)

大学院までの教育をすべてロンドンで受けた後、自身への挑戦として、2021年の東京オリンピック開催中に日本へ移住。TCK Workshopに入社し、国内外のインターナショナルスクールに在籍する生徒への指導および教育コンサルティングに従事。2年目にTCK Workshop ウェブマーケティング部門へ異動し、SNSを活用した新規顧客獲得戦略の立案と実行をする。現在はウェブマーケティング部門および外部パートナーシップの統括を担当。

事業ポートフォリオを徹底的に管理することで高いROE・ROAを維持

全事業を30程度のセグメントに分け、売上や利益等のPL関連指標、自己資本比率や長期適合比率等のBS関連指標、社員数の増員数等の人的関連指標、に分けて事業評価を実施。下位2割の事業について、継続性を検討



過去の検討例

継続判断をした事業

- **日本駐車場開発札幌**
(駐車場事業 + キャンピングカー事業)
⇒ 日本駐車場開発の支社として吸収し、駐車場事業のみに注力

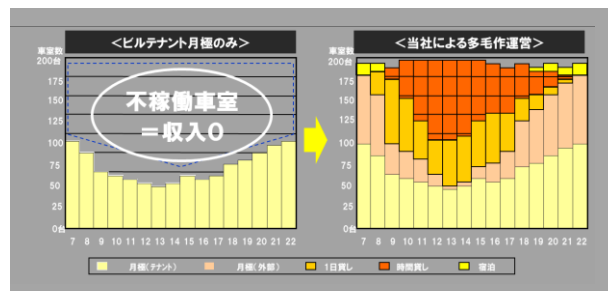
撤退判断をした事業

- **ロクヨン**
(渋谷区神宮前を中心に不動産投資を行い、コンセプト的な宿泊事業等によるバリューアップを行う事業)
⇒ 内部要因: 投資効率の観点
外部要因: 不動産市場の値上がりから、保有不動産を全て売却し事業を撤退
- **中国駐車場事業**
(上海にて駐車場サブリース、駐車場運営受託を展開)
⇒ 地政学リスクが収益を上回ったため事業を撤退

駐車場事業：これまでの取り組み

業界一の時間貸し駐車場の収益改善力

機械式時間貸し駐車場運営では、社員を責任者として配置。有人のオペレーション力で月極契約者と時間貸しユーザーを組み合わせることで、1車室の稼働率を大幅に改善し、収益の最大化を推進



機械式駐車場メーカーとのシナジー事業

代替駐車場確保事業

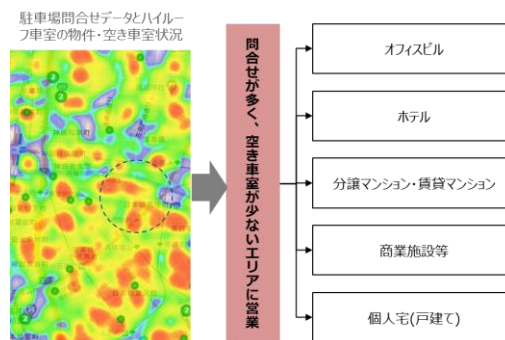
- 日本国内の機械式駐車場の多くが、大規模修繕のタイミングを迎える中で、工事期間中の代替駐車場確保をワンストップ型サービスで展開

機械式駐車場のリニューアル提案

- 都心、地方の規格不適合の駐車場を機械式メーカーと連携してリニューアル提案を推進

Webサイト強化による顧客需要の把握

日本最大級の月極駐車場検索サイトの運営を通して、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。



高付加価値サービスの展開

当社のバレーパーキングサービスの受託実績数は、日本トップクラス。豊富な実績に基づいた安全で質の高いサービスをご提供することで、VIP、富裕層向けのブランド付加価値向上を実現。

【HOTEL】

バレー&ドアマン&駐車場

- パレスホテル東京
- ザ・キャピトルホテル東急
- フェアモント東京

バレー&ドアマン

- セルリアンタワー東急ホテル
- フォーシーズンズホテル東京大手町

ドアマン

- BELLUSTAR TOKYO
- セルリアンタワー東急ホテル

【DEPARTMENT STORE】

バレーサービス

- 伊勢丹新宿
- 日本橋三越本店
- そごう横浜

【RESIDENCE】

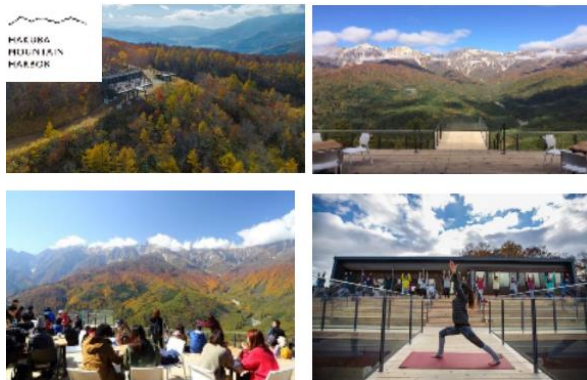
バレー+コンシェルジュ

- パークコート (三井)
- プラウド (野村)
- パークハウス (三菱)

スキー場事業：これまでの取り組み

グリーンシーズン戦略

もともとは不採算な季節であるグリーンシーズン、山頂投資やイベント開催による魅力創出と発信により来場者増加



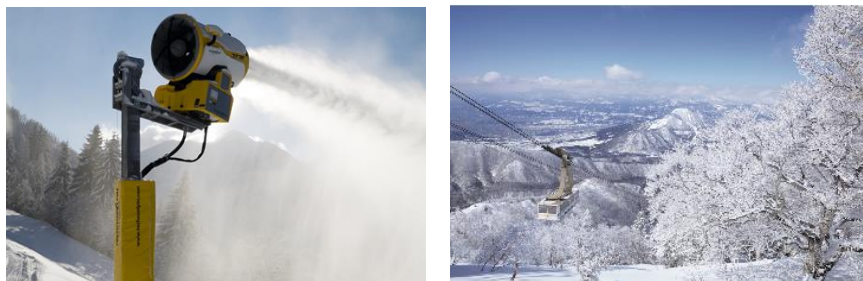
インバウンド集客

アメリカバイルリゾートが発行する世界的スノーリゾートが参加するEpickPassの対象リゾートへ選出。経済成長の目覚ましいアジア圏からの集客を強化。スキースクールの英語対応や、ノンスキーヤー施設の充足も強化



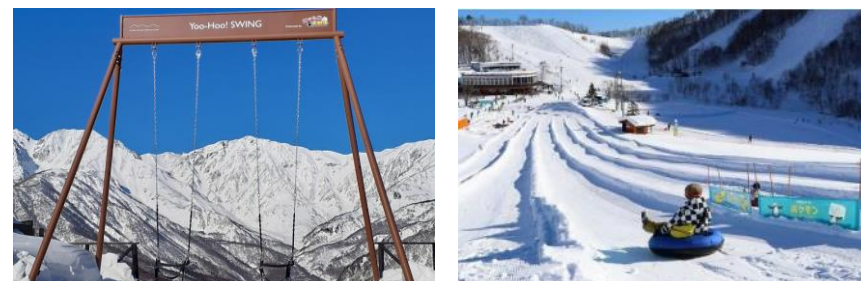
降雪機投資による小雪対策

小雪なシーズンであっても、降雪機を稼働させることで早期オープンやウィンターシーズン営業期間長期化を目指す。天候リスクを軽減。



新たな顧客層の創出

キッズプログラムによる子どもの集客や、スキーやスノーボードをしないノンスキーヤー向けのアトラクションやサービスを展開したことで、国内顧客の来場も回復。



テーマパーク事業：これまでの取り組み

事業そのものの再定義

"わんこ+3世帯家族" をターゲットとし、
対象ターゲットに向けたイベント開催や投資を進める

【犬種別オフ会の開催】

わんこと一緒に乗れるアトラクションを増やし、
わんこ連れ旅行の渡航先としての魅力を充足。
定期的に犬種別オフ会等を開催することで、
お客様同士の交流の場も創出。



【0～6歳の未就学児の初めて体験応援】

観光牧場を併設するりんどう湖ファミリー牧場にて、
「はじめての餌やり」「はじめての乳しぼり」など、
0～6歳の間で、様々なはじめて体験を積み重ねて
いただけるプログラムを実施。



環境に合わせた集客

【コロナ禍の学校団体集客】

例年東京へ修学旅行に行く東北エリア学校団体へ、那須渡航を提案し、
コロナ禍にも、遊園地の来場者数増加を実現

宿泊強化

別荘建設やグランピング等の宿泊施設増強による宿泊需要の取り込み。
再投資がされることで、別荘地全体の魅力UPを実現。

【コンセプト色の強いグランピング施設導入】

- 360度透明テント「AURA」の導入
- 湖上グランピング
- アルパカグランピング



【別荘一棟貸し宿泊施設の投資】

3世帯6～8人でゆったり宿泊できる一棟貸し別荘や、
わんこと一緒に泊まれる別荘、サウナ付き別荘、
などを展開。



【バケーションレンタルによるオーナー別荘の収益化】

別荘オーナー自身が使用しない不稼働期間を
貸し別荘として運営し、運営による収益をオーナー
と折半することで、別荘の収益化を実現。



NPDのこれから

駐車場事業：成長戦略

これまでの
戦略を強化

- ① **駐車場の高収益化の実現と、ビジネスのストック化による安定的なキャッシュフローを実現**
 - ・新規営業の提案・成約件数のKPIの修正と行動管理の徹底
 - ・ユーザー需要の高い、機械式ハイルーフ、平面駐車場の獲得に注力
 - ・時間貸し・月極駐車場の競合他社・周辺マーケットを分析、運営物件の適正な料金改定を実施
- ② **高付加価値サービス事業**
 - ・バレーサービスのソリューションに加えて、ドアマン、コンシェルジュサービスの付帯業務の獲得を推進
 - ・サービスメニューの拡充と人的資源の集中により、生産性を大幅に改善
- ③ **月極検索サイトの強化**
 - ・月極検索サイト「日本駐車場検索」の掲載件数、問合せ件数が業界最大級まで成長
 - ・WEBサイトオペレーターに新入社員を重点配置。迅速かつ丁寧なサービスで成約率を向上

新たな
取り組み

- ① **月極サブリース事業の再成長**
 - ・サブリース運営比率の低いマンション（賃貸・分譲）の新規営業・受注を強化
 - ・オーナーソリューションチームを新設。アカウント営業の強化
- ② **駐車場のDX事業**
 - ・法人ユーザーBPOサービス（契約・管理代行）のSaaS開発と横展開
 - ・日本一の問合せ件数の実現に向けて、SEO対策&営業企画室に人員補強
- ③ **機械式駐車場メーカーとの連携**
 - ・機械式駐車場のリニューアル投資、購入投資を推進
- ④ **高付加価値サービス**
 - ・ホテル宿泊VIP向けにホテルカーの導入と高級車レンタカー事業を展開

スキー場事業：成長戦略

これまでの戦略を強化

- ① **小雪対策投資**
 - ・暖冬シーズンにおけるオープン遅延リスクに対しても対応できる体制が整う
 - ・今後は、ウィンターシーズンスタートの早期化・オープンゲレンデ面積の拡大を行うことで、来場者数を増やす取り組みに着手
- ② **サービス強化・差別化**
 - ・付加価値向上サービスを拡充：ファーストトラック（川場）、ゲレンデ内パウダーエリア（栂池・川場）、S-CLASS（岩岳・川場）、店舗リニューアル（スパイシー）
- ③ **インバウンド**
 - ・アジアに向けての取り組み強化、旅行商品や営業を拡充
 - ・白馬エリアだけではなく、めいほうや竜王においてもインバウンドにかかる営業を強化

新たな取り組み

- ① **索道施設のリニューアル**
 - ・「小雪対策投資」や「グリーンシーズン投資」は継続。
 - ・国内唯一のスキーリゾートに特化した上場企業であることや、グリーン期やインバウンドの成功により、大幅に改善された収益性を活かし、索道施設のリニューアルに取り組む
- ② **積極的なDXによる国内顧客の囲い込み**
 - ・デジタルを活用したユーザーインターフェースの整備
 - ・NSDキッズプログラム：将来の国内スキーマーケットを支える国内の子供たちのスノースポーツへの参加を高めるための取り組み。キッズ会員数4.4万人（前シーズン3.4万人）
 - ・リゾートのファンが気軽に株主になれるデジタル環境の構築と維持
- ③ **ノンスキーヤーでも楽しめるリゾートづくり**
 - ・グリーンシーズンのテラスなど、インバウンドも含むスキーをしないお客様を誘客
- ④ **白馬エリアを中心とした開発事業**
 - ・不動産事業を本業化し、総合的にリゾートの価値を向上

テーマパーク事業：成長戦略

これまでの
戦略を強化

① 積極的なイベント開催による集客強化

- 各種イベントを開催、反響の良いイベントの複数開催
- 小学生や中学生に人気のインフルエンサーやタレントのイベント開催
- わんこのオフ会
- 未就学児はじめて体験イベント

② 宿泊強化

- コンセプチュアルなグランピング施設の増設
- 自社投資による一棟貸し別荘を増設
- オーナー別荘をバケーションレンタルとして稼働させ、宿泊キャパシティの増強と、オーナー資産の収益化を実現

新たな
取り組み

① 遊具入替投資

- 稼働率の低い遊具から、新しい遊具への入替投資を実施することで、テーマパークの魅力を更新
- 気温上昇が続く中、新たな集客施設としてプール投資を実施

② 宿泊強化とリゾート事業の確立

- サウナ、温泉、プライベートプール増設等により自社一棟貸し別荘の魅力を向上
- オーナー別荘のバケーションレンタル受託数を増加させ、宿泊キャパシティを増強
- オーナー別荘のリニューアル投資や、庭手入れ等の受託を進め、リゾート事業の確立とオーナー別荘の資産性向上を促進

③ 新事業エリアの展開

- 2026年に静岡県伊豆天城に拠点開設、日本全国の他拠点への展開を進める



NIPPON PARKING DEVELOPMENT

当資料は、あくまでNPDグループをより深く理解いただくためのものであり、必ずしも投資をお勧めするものではありません。

資料に記載されている市場などのデータ等におきましても、当社が信頼に足るかつ正確であると判断した情報に基づき作成しておりますが、将来の予測のみならず過去の部分も含めて、見直し等により予告なしに変更することがありますので、ご注意ください。