

オリエンタルランドグループの価値観と歩み

オリエンタルランドは、2025年7月に創立65周年を迎えました。

1960年の創立以来、一貫して受け継がれてきた事業に対する想いは「すばらしい人間とその世界」「絶えることのない人間賛歌の間こえる広場をめざして」です。これからも、常に時代の先鋒を捉えた新しい視点を持ち、「夢・感動・喜び・やすらぎ」をお届けしていきます。

企業理念

企業使命

自由でみずみずしい発想を原動力に
すばらしい夢と感動
ひととしての喜び
そしてやすらぎを提供します。

経営姿勢

企業使命の実現に向けた経営の姿勢

- | | |
|----------------|-----------------|
| ① 対話する経営 | ② 独創的で質の高い価値の提供 |
| ③ 個性の尊重とやる気の支援 | ④ 経営のたゆまぬ革新と進化 |
| ⑤ 利益ある成長と貢献 | ⑥ 調和と共生 |

行動指針

ひとりひとりにできること

- ① 探究と開拓 ② 自立と挑戦 ③ 情熱と実行

ハピネス創造の歩み — 絶えることのない人間賛歌の間こえる広場をめざして —

1960 創業

レジャーを通じて、文化・厚生・福祉に寄与する

1960年7月、オリエンタルランドは「浦安沖を埋め立て、商業地域と一大レジャー施設の建設を行い、国民の文化・厚生・福祉に寄与する」目的のもとに設立されました。この考えは、OLCグループの原点となっています。



設立当時の本社があったビル

1979 ディズニー社とのライセンス契約締結

「このすばらしい世界を、日本の子どもたちにも見せたい」

「目指すべき理想の姿」としてカリフォルニアのディズニーランドに強く感銘を受けていた初代社長・川崎千春は、米国ディズニー社の誘致活動を粘り強く行い、1979年基本合意を果たしました。



調印式で握手をかわす
ディズニー社のウォーカー社長と高橋社長

1980 米国ディズニーランドへ幹部社員を派遣、研修スタート

運営ノウハウの継承と企業文化の礎づくり

東京ディズニーランドの運営準備の一環として、初の米国研修員9名が選ばれ、約1年間かけてパーク運営全体と担当部門のマネジメントに関わる重要な内容を研修しました。その後も次々と研修員を送り、延べ約150名が、徹底的な研修を受けました。



ディズニー社へ派遣された第一陣9名

> オリエンタルランドグループの価値観と歩み

1981 1,800億円が生んだ長期価値創出の原点

東京ディズニーランド建設期の軌跡

1981年1月に東京ディズニーランド建設工事が本格的に開始されました。工事は順調に進捗したものの工費は想定以上にかさみましたが、高橋社長(当時)の「妥協はするな。本物を造れ」という号令のもと、スタッフはディズニー社と一体となってパーク建設に尽力しました。



開園1年前に役職員で描いた「Tokyo Disneyland」の人工文字

1983 東京ディズニーランド開園

「絶えることのない人間賛歌の聞こえる広場をめざして」

1983年4月15日、東京ディズニーランドがついに開園の時を迎えました。ゲストの笑顔と歓声であふれた「夢と魔法の王国」の幕開けは、日本のレジャー史に輝く歴史的な日となりました。



東京ディズニーランドグランドオープン

1987 妥協を許さぬ、第2パーク構想の検討の開始

「海を超える想像力をもって臨め」

1987年、第2パーク構想の検討を開始しました。その後、テーマの見直しなどを経て、東京ディズニーシーのコンセプトが固められていきました。



東京ディズニーランド5周年記者会見で第2パーク構想を発表

2000 東京ディズニーリゾートへの進化

なんとしても唯一ここにしかないリゾートを実現させる

1995年、「単体のテーマパーク運営会社から、舞浜エリアを唯一ここにしかないデスティネーション・アーバンリゾートに創り上げる開発・経営会社へ」という想いのもと、リゾート開発に着手。後にディズニーホテル、複合商業施設、モノレール等を一斉にオープンさせ、東京ディズニーリゾートとして飛躍的な進化を遂げました。



2000年開業 ディズニーアンバサダーホテル

2001 東京ディズニーシー開園

何度でも来園したくなる最高のテーマパークを

構想期間に約10年もの年月を費やし、2001年9月4日、ついに世界で唯一の“海”をテーマとしたディズニーテーマパーク「東京ディズニーシー」が開園しました。



東京ディズニーシー グランドオープン

2001-2018 東京ディズニーリゾートの成長

リゾートのさらなる充実に向けて

東京ディズニーリゾートは、2003年の東京ディズニーランド開園20周年を皮切りに、25周年、30周年、35周年と、5年ごとにアニバーサリーイベントを開催し、全国から多くのゲストにお越しいただき、過去最高の入園者数を更新し続けました。



ナイトタイムスペクタキュラー「Celebrate! Tokyo Disneyland」

2021 サステナブルな経営を目指して

舞浜の地を越え、社会全体へとハピネスをお届けする

世界的な感染症流行や環境変化に鑑み、持続可能な社会への貢献と長期持続的な事業成長のため、よりサステナブルな経営を目指すことを表明しました。



年1回発行している「OLC GROUP SUSTAINABILITY REPORT」と「統合報告書」

2024 東京ディズニーシー ファンタジースプリングス開業

常に進化し、心の活力を創造していく

2024年6月、東京ディズニーシーに新たなテーマポート「ファンタジースプリングス」をオープンしました。「魔法の泉が導くディズニーファンタジーの世界」をテーマとし、東京ディズニーシー開園以来、最大規模のエリア拡張となりました。



ファンタジースプリングス グランドオープン

2025 創立65周年の節目を迎え、新たな成長へ

ハピネス創造のパイオニアとして目指す姿を実現し、社会への貢献を果たす

1960年7月の創立から65周年を迎え、2035年に目指す姿として「あなたと社会に、もっとハピネスを。」を掲げ、その実現に向けた2035年度までの長期経営戦略を策定しました。今後もさらなる進化を遂げ、心の活力を創造していきます。すべてはより大きなハピネスをお届けするために。

事業概要

事業領域

コア事業のテーマパーク事業が売上高の8割を超える

連結売上高の傾向

その他の事業

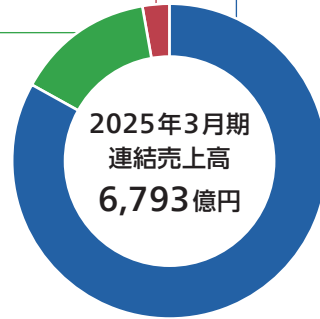
2.5%

- イクスピアリ
- ディズニーリゾートライン（ほか）

複合型商業施設「イクスピアリ」や
モノレール「ディズニーリゾートライン」などで
構成される事業セグメント



イクスピアリ



テーマパーク事業

81.3%

- 東京ディズニーランド
- 東京ディズニーシー

東京ディズニーランドと東京ディズニーシー、
2つのテーマパークの建設と運営に
関わる事業セグメント



東京ディズニーランド シンデレラ城

ホテル事業

16.2%

- ディズニーアンバサダーホテル
- 東京ディズニーシー・ホテルミラコスタ
- 東京ディズニーランドホテル
- 東京ディズニーセレブレーションホテル
- 東京ディズニーリゾート・
トイ・ストーリーホテル
- 東京ディズニーシー・
ファンタジースプリングスホテル（ほか）

主にディズニーホテルの建設と運営に
関わる事業セグメント



東京ディズニーシー・ファンタジースプリングスホテル

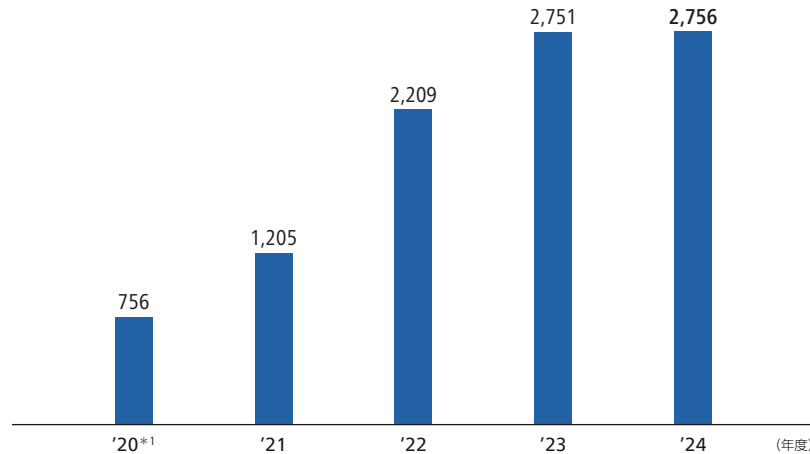
航空写真



近年の売上・コストの構成要素

入園者数の推移

(万人)



*1 感染症流行に伴い、東京ディズニーランド、東京ディズニーシーは2020年2月29日から6月30日まで休園しました。

🔴 感染症流行の影響から着実に回復してきました。

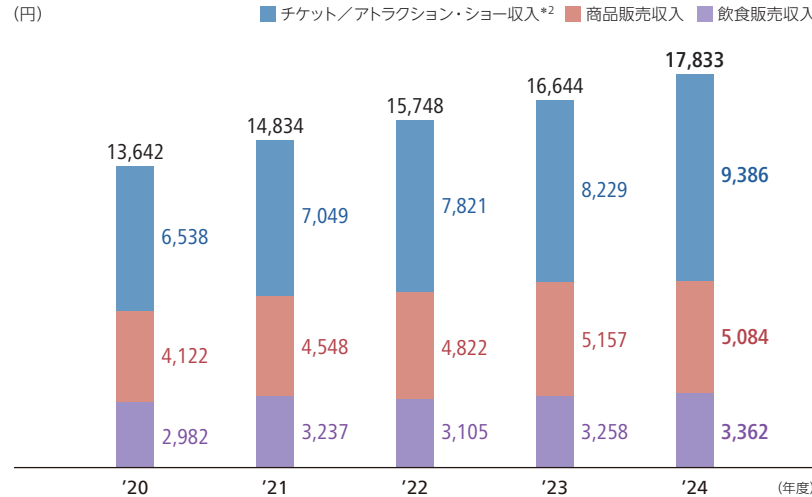
🔴 訪日外国人数の増加という機会を背景に、海外ゲストの好調が続いています。

🔴 パークの魅力向上のため新規コンテンツを導入することで入園者数を増加させています。

🔴 高いゲスト満足度を担保できるよう、1日当たりのチケット販売枚数をコントロールしながら年間を通じた入園者数の底上げを目指しています。

ゲスト1人当たり売上高の推移

(円)



*2 2021年度以前の実績はチケット収入、2022年度以降の実績はアトラクション・ショー収入です。

🔴 チケット収入／アトラクション・ショー収入

● 2021年3月にチケットの変動価格制を導入しました
当初は2つの価格帯でスタートしましたが、その後価格幅を広げ、現在は7,900円～10,900円の中で6段階となっています。

● チケット価格改定の要素は、主に以下の4つです。

- ① 外部環境 ② 価格感応度調査 ③ ゲストの需要動向 ④ テーマパーク価値の向上
- 2022年5月にディズニー・プレミアアクセスを導入し、10個のアトラクション、9つのエンターテイメントに適用しています。(2025年10月末時点)

🔴 商品販売収入

● 周年イベント時に伸長する傾向があります。

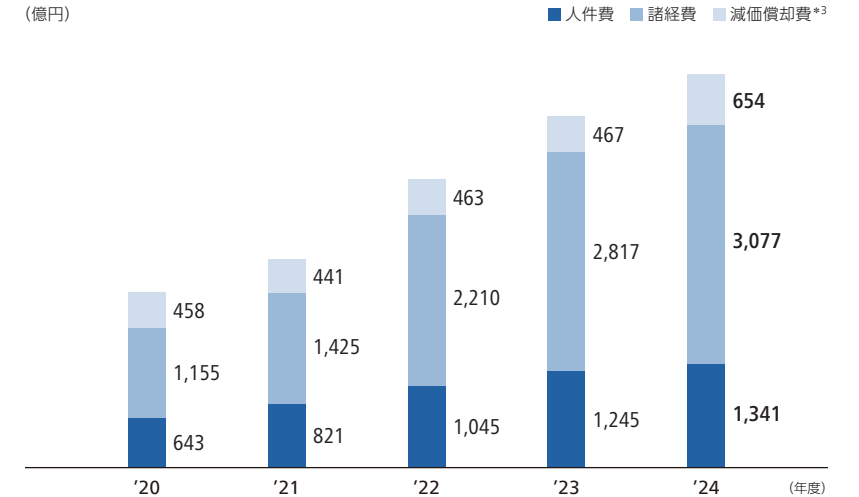
● 「ダッフィー&フレンズ」シリーズなど、魅力的なコンテンツの開発が収益向上に大きく貢献しています。

🔴 飲食販売収入

● 季節ごと、イベントごとの魅力的なメニューやフードスーベニアの開発などにより、ここ数年は増加傾向です。

連結コストの推移

(億円)



*3 2020年度の減価償却費の数値は、特別損失に計上した減価償却費が含まれています。
2020年度、2021年度の減価償却費の数値は、営業外費用に計上した減価償却費が含まれています。

🔴 コストインフレや従業員の待遇改善、施設数の増加などに伴い、各コストは増加傾向にあるものの、コストコントロールを推進し、収益性の維持・向上を目指しています。

減価償却費	アトラクション導入後、7～9年間は重くなる傾向
諸経費	エネルギー費、メンテナンス費、エンターテイメント関連費用、イベント関連費、システム関連費、販売促進費、商品・飲食原価、ロイヤルティなどを計上
人件費	正社員、準社員、出演者などの人件費を計上

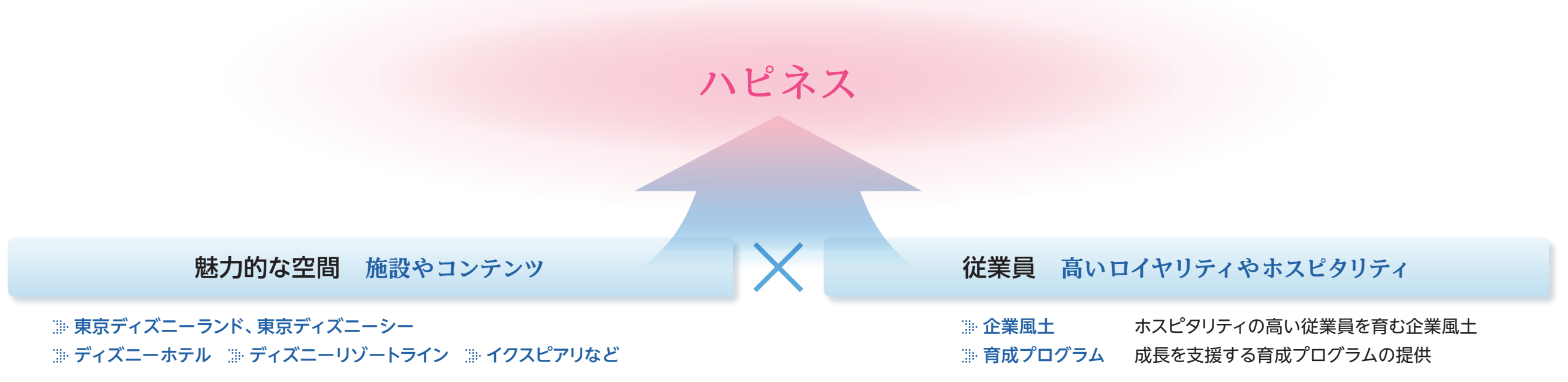
オリエンタルランドグループの強み

成長の源泉

オリエンタルランドグループは、自社で所有する土地とディズニー・エンタプライゼズ・インクとの長期的なパートナーシップをもとに、施設やコンテンツなどが作り出す魅力的な空間と、ホスピタリティあふれる従業員によってゲストにハピネスを創造し続け、東京ディズニーランド開園以来、2つのパークを合わせて累計8億人以上のゲストの皆さまにご来園いただいています。

今後も、より多くのハピネスを創造するために、施設やコンテンツによる魅力拡充を継続するとともに、成長する従業員が起点となり多様化するゲストニーズを満たす新たな選択肢の提供など、ゲストの体験価値向上に努めます。

そして、ゲストや従業員の子どもや次世代の皆さまの笑顔のために、永続的にハピネスを創造し成長していきたいと考えています。



OLCグループの強みとなる基盤

アクセスのよい土地を自社で所有	ディズニー社との長期的な契約
<p>自社所有の土地 都心から10km (6mile)に約200万m²の土地を所有</p> <p>巨大なマーケット 所在地のある首都圏エリアは約4,000万人が居住する日本最大のマーケット</p> <p>便利なアクセス アジア市場の中核拠点として、国内外からの旅行導線が強く、アクセスしやすい立地 東京駅から電車で約15分、羽田、成田空港からも60分以内のリゾート</p>	<p>圧倒的なブランド力、クリエイティビティ、開発力を持つディズニー・エンタプライゼズ・インクと長期にわたるライセンス契約をしています。</p> <p>期間 ディズニーテーマパークおよびディズニーホテル等: 最長で2076年まで延長可能 ディズニークルーズ: 最長で就航から39年間延長可能</p> <p>範囲 ディズニーテーマパークなどの建設と運営、日本を拠点とするディズニークルーズの開発と運営</p> <p>対価 売上高に応じてロイヤルティ*を支払い *為替変動の影響は受けない</p> <p>関係 資本関係なし、人的関係なし</p>

> オリエンタルランドグループの強み

テーマパーク事業における特徴

バリューチェーンを通じたノウハウの循環

OLCグループは、企画立案からマーケティング、運営、メンテナンス、さらにはインフラ管理まで、協力会社を含め自社で手掛けています。この一貫した体制のなかで培われたノウハウが、新たな価値創造へと循環し、グループ全体の持続的な成長を支える大きな強みとなっています。

維持・継続力

東京ディズニーリゾートにおいて最優先すべき考え方である安全を支えるメンテナンス、インフラ管理のノウハウ



アトラクションなどの施設のメンテナンス、警備・救護・防災、物流倉庫、インフラの管理

創出力

安全で効率的なオペレーション・インフラ基盤のもと、新しい体験価値を創出するための企画・開発・設計ノウハウ



アトラクション、飲食、商品、エンターテインメント、スペシャルイベントの戦略・企画・開発・マーケティング
建設物の企画設計、資材の調達管理

東京ディズニーリゾートの
バリューチェーンすべてをOLCグループで実施

アトラクション、飲食/商品施設、エンターテインメント、ディズニーホテル、ディズニーリゾートラインの運営

運営力

テーマショーという考え方と効率を両立しながらオペレーションを行うノウハウ



※オリエンタルランドはディズニー・エンタプライゼズ・インクのライセンスを受け、ディズニーブランド施設を運営しています。

ゲストに楽しんでいただきたいと願うキャストの存在

ゲストにディズニーの世界観をよりお楽しみいただくため、東京ディズニーリゾートでは、キャストが各エリアや施設のストーリーを理解し、その一部となって立ち振る舞うための取り組みを推進しています。

キャストはストーリーの中での自分の役割を掘り下げ、自身の個性を活かしながらゲストとコミュニケーションを取っています。ファンタジースプリングスのエリアでは、夏期にお子さまがキャストとの交流を通じてディズニーの世界観をより楽しんでいただくための「冒険の地図」というツールを用いた取り組みも行いました。ゲストから「映画の世界に入り込んだようだった。住人(キャスト)との会話で、その世界に引き込まれた感覚だった。大変感動した。」といったご好評をいただいています。

ゲストに楽しんでいただきたいと願うキャストの存在がパークの魅力を生み出すと共に、キャスト自身のモチベーションにもつながっています。その他、キャスト同士が素晴らしい行動を褒めたたえるためのメッセージを書いたカードを交換しあう「マジカルディズニーキャスト」などの施策も実施し、キャストのモチベーションを支えています。



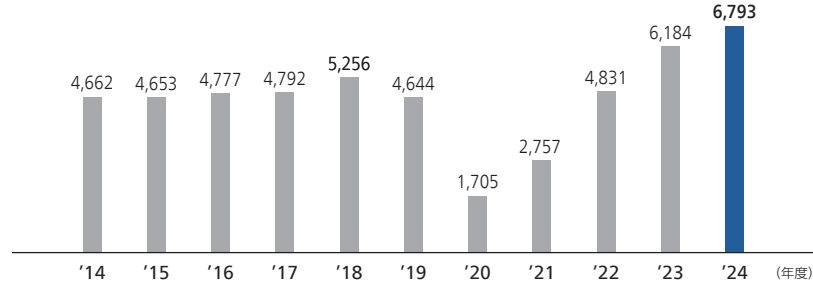
お子さま対象プログラム
お子さまがキャストとの交流を通じてディズニーの世界観をより楽しんでいただくためのツール(一部抜粋)

財務・非財務ハイライト

財務ハイライト(連結)

売上高

6,793億円
(前期比+9.8%、608億円増)
(億円)



入園者数の回復に伴い、売上高が増加してきました。2024年度は、ファンタジースプリングスがオープンしたことなどにより、入園者数およびゲスト1人当たり売上高が増加し、過去最高の売上高となりました。

営業利益／売上高営業利益率

営業利益: 1,721億円
(前期比+4.0%、66億円増)
売上高営業利益率: 25.3%
(前期比-1.4ポイント)



営業利益、売上高営業利益率は東京ディズニーシー開業後、減価償却負担が減少して以降、高い水準を維持してきました。2024年度は、減価償却費や諸経費、人件費などの各コストが増加したものの、売上高の増加により過去最高の営業利益を達成しました。

注：記載金額は億円未満を切り捨てて表示しています。

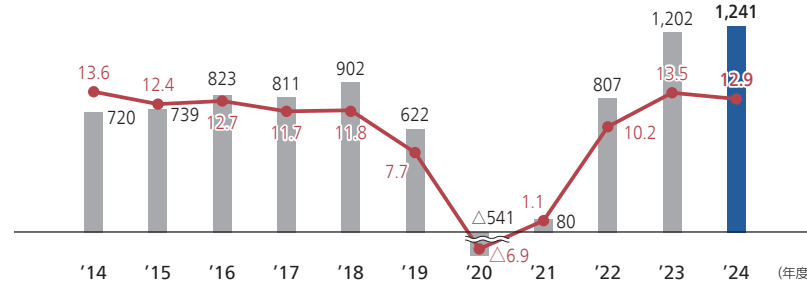
*1 営業キャッシュ・フロー＝親会社株主に帰属する当期純利益(純損失)＋減価償却費

*2 2019年度、2020年度の減価償却費の数値は、特別損失に計上した減価償却費が含まれています。2020年度、2021年度の減価償却費の数値は、営業外費用に計上した減価償却費が含まれています。

*3 2015年4月1日と2023年4月1日を効力発生日として実施した株式分割(2015年:1株→4株、2023年:1株→5株)後の数値を反映しています。1株当たり年間配当額は、株式分割からさかのぼって便宜的に計算したものです。

親会社株主に帰属する当期純利益／ROE

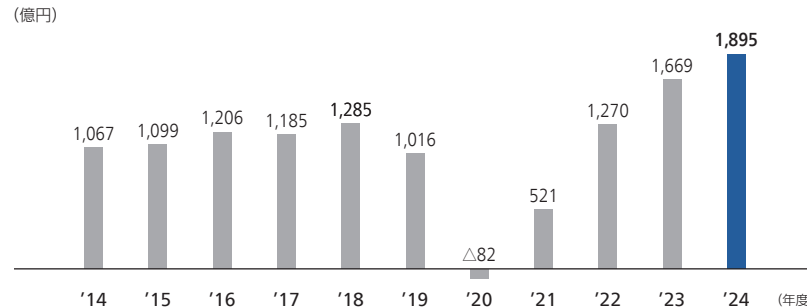
親会社株主に帰属する当期純利益: 1,241億円
(前期比+3.3%、39億円増)
ROE: 12.9%
(前期比-0.6ポイント)



親会社株主に帰属する当期純利益は営業利益の増加に加え金利負担の減少等により着実に成長してきました。2024年度は、主に営業利益の増加により親会社株主に帰属する当期純利益が増加しました。

営業キャッシュ・フロー*1*2

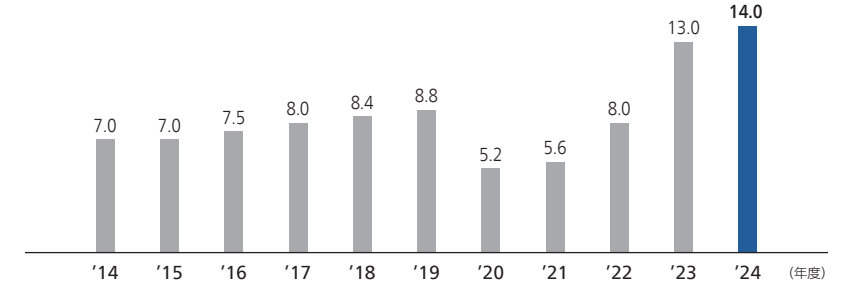
1,895億円
(前期比+13.6%、226億円増)
(億円)



親会社株主に帰属する当期純利益の成長により、営業キャッシュ・フローは増加してきました。2024年度の営業キャッシュ・フローは、2024中期経営計画で掲げていた1,800億円レベルを上回りました。

1株当たり年間配当額*3

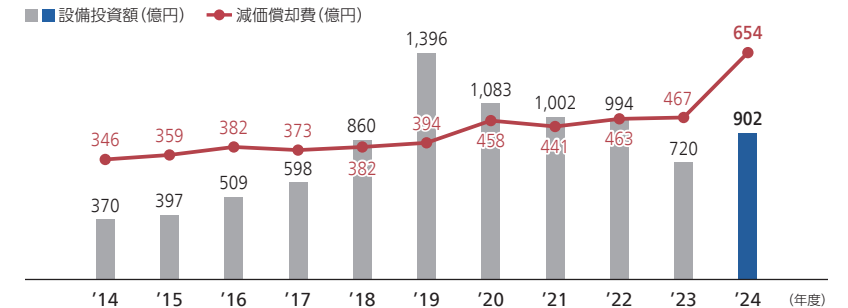
14.0円
(前期比+7.7%、1.0円増)
(円)



2024中期経営計画では配当金を感染症流行前の水準に戻すことを目標としていましたが、2023年度に目標としていた水準を上回りました。2024年度の年間配当額は1株当たり14円としました。

設備投資額／減価償却費*2

設備投資額: 902億円
(前期比+25.2%、181億円増)
減価償却費: 654億円
(前期比+40.1%、187億円増)



近年は、リゾートの魅力拡充のための大規模投資などにより設備投資額は高い水準となっています。2024年度の減価償却費は、ファンタジースプリングスの開業により大きく増加しました。

> 財務・非財務ハイライト

非財務ハイライト

エンゲージメント調査
総合スコア (OLCグループ)



2023年度 68 → 2024年度 69 ↑

女性管理職比率 (単体)



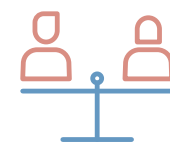
2023年度 17.7% → 2024年度 16.8% ↓

男性育休取得率 (単体従業員)



2023年度 69.0% → 2024年度 97.9% ↑

男女の賃金差異 (単体従業員)



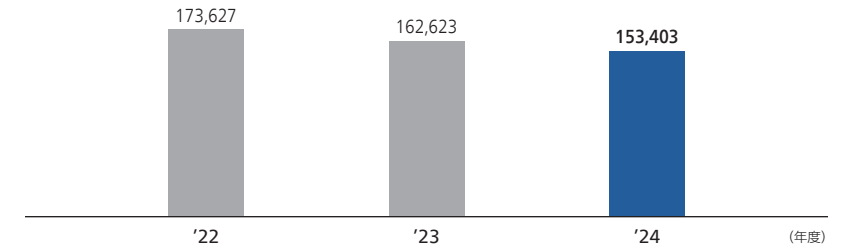
2023年度 77.7% → 2024年度 78.7% ↑

男性の賃金に対する
女性の賃金の割合

CO₂排出量 (スコープ1+2、3)*

スコープ1+2: 153,403t-CO₂ (前期比-6%、9,220t-CO₂減)
スコープ3: 2,533,343t-CO₂

■ スコープ1+スコープ2 (t-CO₂)



OLCグループでは、さまざまな施策を複合的に導入し、CO₂排出量の削減に努めています。2023年度からの取り組みとして、従業員のPCからも電力使用状況の閲覧を可能にしました。これにより、タイムリーに電力使用のPDCAを回すことができるようになりました。

会社表彰数

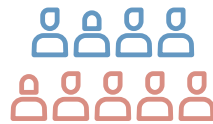


24

各組織や委員会で受賞した約800案件のなかより
特に優れた案件を選出

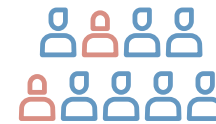
取締役会の独立性・多様性

社外取締役の人数



9名中5名

女性取締役の人数

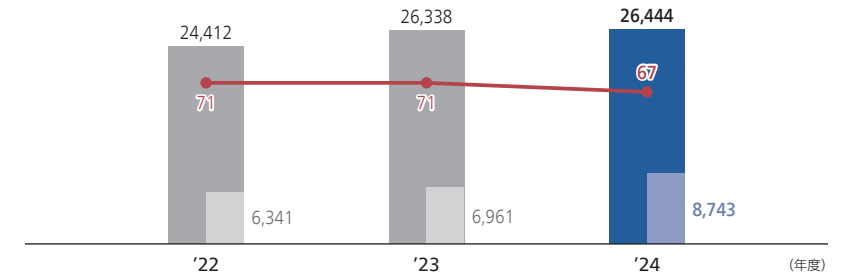


9名中2名

廃棄物総量・リサイクル率・焼却・埋立処分量*

廃棄物総量: 26,444t (前期比+0.4%、106t増)

■ 廃棄物総量 (t) ● リサイクル率 (%) ■ 焼却・埋立処分量 (t)



2024年度は、ファンタジースプリングス開業に伴い、一次的に分別可能量を超えたことにより、リサイクル率が低下しました。また、生ゴミ処理機の導入などにより、廃棄物総量は前年度同レベルとなりました。

* OLCグループの事業活動を領域として算出した数値です。