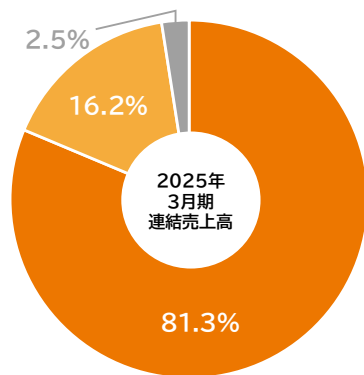


①事業領域

セグメント別売上高構成比



テーマパーク事業

- ・東京ディズニーランド®
- ・東京ディズニーシー®

ホテル事業

- ・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

その他の事業

- ・イクスピアリ®
- ・ディズニーリゾートライン ほか

②沿革

1960年	株式会社オリエンタルランド設立	2008年	「東京ディズニーランドホテル」開業
1983年	「東京ディズニーランド」開業	2013年	子会社の(株)ミリアルリゾートホテルズが(株)プライトンコーポレーションの全株式を取得
1996年	東証一部に株式を上場	2016年	「東京ディズニーセレブレーションホテル」開業
2000年	「イクスピアリ」、 「ディズニーアンバサダーホテル」開業	2022年	「東京ディズニーリゾート・トイ・ストーリーホテル」開業
2001年	「ディズニーリゾートライン」、「東京ディズニーシー」、 「東京ディズニーシー・ホテルミラコスタ」開業	2024年	東京ディズニーシー 8つ目のテーマポート 「ファンタジースプリングス」、「東京ディズニーシー・ファンタジースプリングスホテル」開業

③競争優位性

A. 恵まれた立地条件



広大な土地

都市部からアクセスの良い立地に
約200万㎡のまとまった土地を所有

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

B. ディズニー社とのライセンス契約

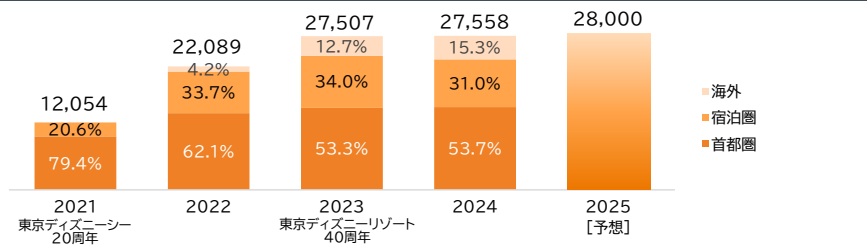
範囲	ディズニーテーマパーク、ディズニーホテルなどの建設と運営 日本を拠点とするディズニークルーズの開発と運営
期間	ディズニーテーマパークおよびディズニーホテル等:最長で2076年まで延長可能 ディズニークルーズ:最長で就航から39年間延長可能
対価	売上高に応じてロイヤルティー*を支払い *為替変動の影響は受けない
関係	資本関係・人的関係はなし

C. ハピネス創造の源泉



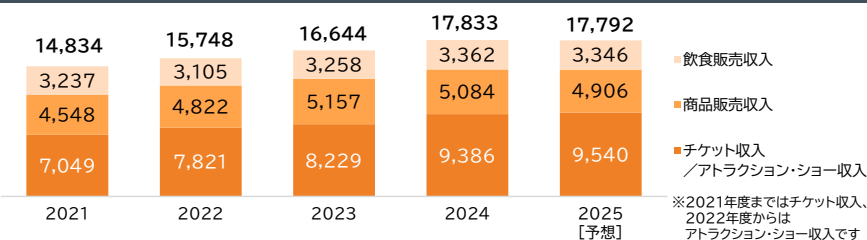
④ テーマパークの年間入園者数と地域別入園者比率

(年度、千人)



⑤ ゲスト1人当たり売上高

(年度、円)



1デーパスポート(大人)の価格

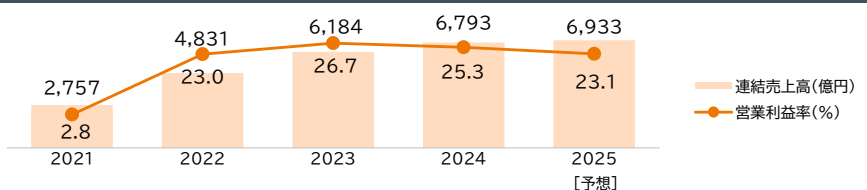
¥7,900/¥8,400/¥8,900/
¥9,400/¥9,900/¥10,900

チケット価格の改定方針

- ・ 外部環境
- ・ ゲストの需要動向
- ・ 価格感応度調査結果
- ・ テーマパーク価値の向上

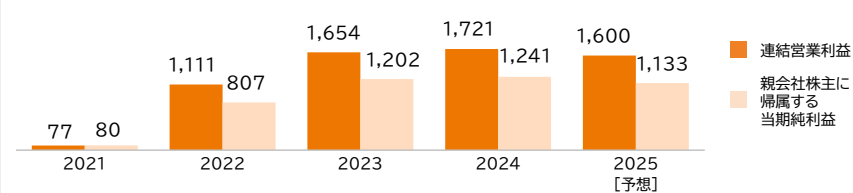
⑥ 連結売上高・営業利益率の推移

(年度)



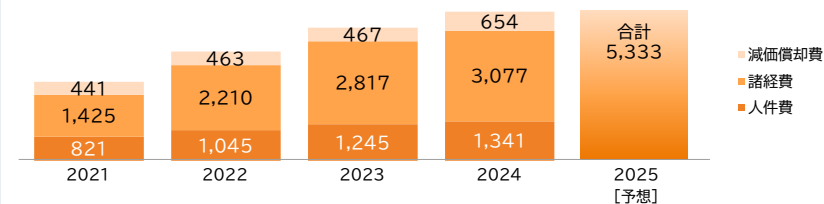
⑦ 連結営業利益・当期純利益の推移

(年度、億円)



⑧ 連結コスト

(年度、億円)

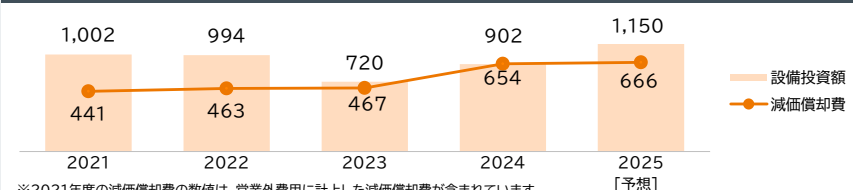


※2021年度の減価償却費の数値は、営業外費用に計上した減価償却費が含まれています

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、エンターテインメント関連費用、イベント関連費用、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 ※商品・飲食原価およびロイヤルティは、決算説明資料の諸経費には含まれておりません
人件費	正社員、準社員、出演者など ※ホテルセグメントの人件費は、販売費及び一般管理費に計上

⑨ 設備投資額・減価償却費

(年度、億円)



※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

⑩ 2035年に目指す姿



あなたと社会に、
もっとハピネスを。

OLCグループ像

- ・ あらゆる人々が共に喜び、笑い、感動できる空間と時間を通じて、明日への活力を生む楽しさを提供する
- ・ 私たちを生かしてくれている世界そのものを慈しみ、持続可能な社会作りに貢献する
- ・ OLCグループの価値向上により、従業員が心から誇れる企業であり続ける

⑪ 財務目標

当社グループの更なる発展と進化へ向け長期経営戦略を推進し、財務目標を達成する

2022-2024年度

2025-2029年度

2030-2035年度

2024中期経営計画
感染症流行からの
回復とチャレンジ

2035長期経営戦略

持続的成長に向けた事業構造の進化と
最適資本構成の追求による、企業価値の向上

2029年度目標

営業キャッシュ・フロー

3,000億円レベル

ROE

2024中期経営計画期間より **更に上の水準** を目指す

2035年度目標

売上高

1兆円以上

⑫ 長期経営計画の全体像

事業を通じた成長

東京ディズニーリゾート®の集客基盤の
強化・活用による成長

企業価値向上に資する
OLCグループ独自の活動

① ESGマテリアリティ

② CVC活動

事業価値向上と社会課題解決
持続可能なビジネスの土台作り

人事方針

新しい価値を生み出し続ける
集団への進化

財務方針

企業価値向上に向けた
最適資本構成の追求

⑫ テマパーク事業

目指す
テーマパークの姿




世の中の想像を超える、ハピネス創造の最高峰

戦略	新たな収益モデルの確立
ベース	みずみずしい発想を活かした魅力的なパークの提供

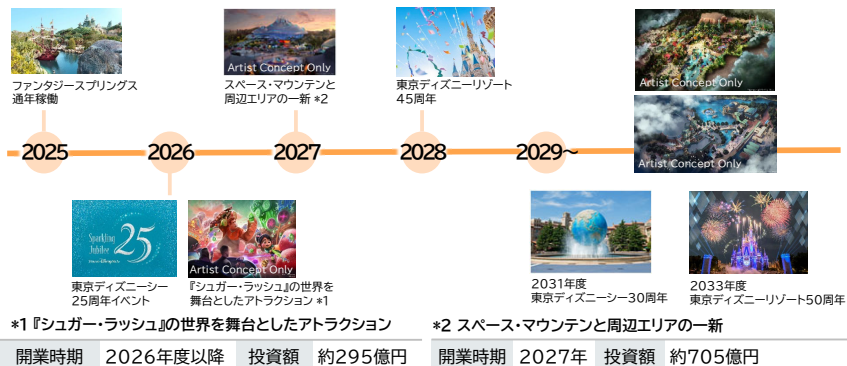
A. 成長投資

今後のテーマパーク
開発方針東京ディズニーリゾートならではの開発による、
世界中のどこにもない感動と驚きの提供

エリア刷新などの大規模開発も視野にいたれたテーマパーク用地のダイナミックな再編

アトラクション/ エンターテインメント	リニューアルや期間限定のスペシャルバージョンなどに加え、 これまでに使用していない知的財産や新しい技術の活用などにより、 テーマパークの魅力を恒常的に高めていく
新しい体験の提供に向けた 取り組み	新しい体験につながる施設やサービスを、積極的に生み出していく
その他施設	ゲストの園内行動やニーズの変化に応じ、快適性や利便性を追求すべく 施設のリニューアルやサービスの拡充を行う

B. 今後のテーマパーク事業のコンテンツ ※画像はイメージであり、変更になる可能性があります。



C. 取り組みの方向性

入園者数	盤石な集客基盤を構築し、入園者数の更なる向上を実現する 国内ゲストのファン層の拡大 - 幼少期からのファンづくり - 新規ファンの取り込み - 年間を通じた入園者数の更なる底上げ 海外ゲストの集客強化 - 詳細化したエリア別の集客活動の強化 - 販売チャネルとして、オンライントラベルエージェントとの連携強化 - 東京ディズニーリゾート・パッケージングパッケージは、海外ゲスト向けにプランの拡充を図る
ゲスト1人当たり 売上高	ゲストの多様なニーズに応じ、既存サービスを高度化する 外部環境も踏まえた適正価格の設定 - 変動価格制を引き続き活用 - 現在の価格帯での構成比の変化や、価格帯自体の変更も視野に検討 既存サービスの更なる魅力向上  顔数を拡大し、幅広いゲストの体験価値を高める 特別感、快適さ、確実に体験できる安心感を提供する ゲストニーズにあった商品・メニューの開発 商品・飲食販売収入
新たな収益源	テーマパーク事業の新たな収益モデルを確立する
コスト	コストコントロールを抜本的に推進し収益性を維持・向上

⑬ ホテル事業

レベニューマネジメントによる収入の最大化に加え、 新規ディズニーホテルの増設を検討



⑭ クルーズ事業

クルーズ事業に参入する意義



OLCグループの
新たな収益の柱の
獲得

収益性の高い
ビジネスモデル

土地の制約を
受けない拡張性

舞浜一極集中
リスクの回避

天候に
左右されにくい
事業モデル

国外からの
人材雇用

A. 提供サービス(予定)

- 船上や船内で繰り上げられるディズニーならではのアクティビティやエンターテインメント
- 様々なグレード・タイプの客室やバリエーションに富んだダイニング
- ホスピタリティ溢れるサービス など

就航予定年	2028年度	投資額	船体 2,900億円 / 予備費 400億円 ※為替は165円/ユーロ、155円/ドル想定
船籍	日本(予定)	客船	2022年に就航した客船(ディズニー・ウィッシュ) をベースに一部を日本向けにアレンジ
総トン数	約14万トン	客室数	約1,250室
乗客定員	約4,000人	乗組員	約1,500人

B. 現時点での就航プラン(予定)

航路	首都圏の港を発着する周遊クルーズがメイン
航海日数	2～4泊程度
単価	10～30万円台*(1航海当たり1名)の幅広い価格帯 *最も多い客室タイプの価格
ターゲット	ファミリー、若者層、訪日外国人旅行者

C. 業績への貢献

テーマパーク事業を上回る収益性をもとに、当社グループを更なる進化へ導く

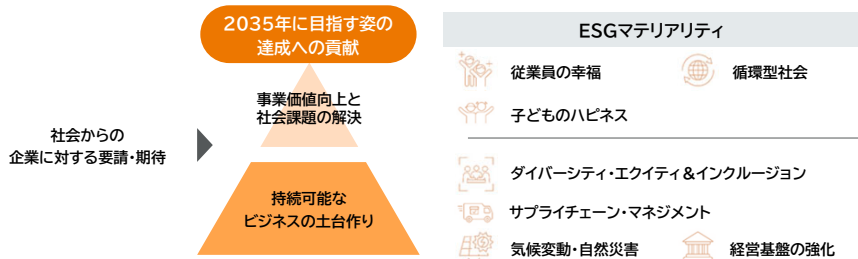
- 就航数年後には、年間売上高は約1,000億円、年間乗客数約40万人を目指す
- 通年稼働する2029年度から黒字を想定
- 売上高のアップサイドを精査しており、営業利益率は、就航数年後には20%台後半を目指す
- 減価償却費は年間200億円レベルを想定 (参考)船舶の法定耐用年数は15年
- 利益率は、船体の償却期間終了後に一段向上する見込み
- 為替リスク抑制のため、半分程度の金額については為替予約を実施

1隻目を着実に成功させた上で、2隻目の就航も検討

⑩人事方針

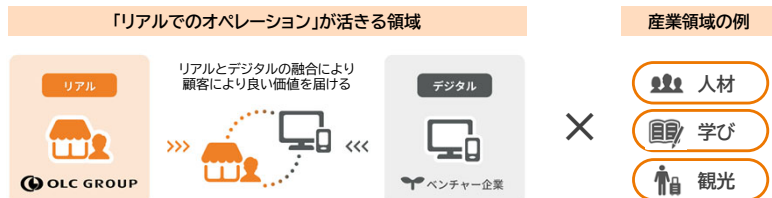
ESG活動を通じた社会的価値の創出

- ・ESGマテリアリティを再編し、それぞれの位置付けや目的に基づいた取り組みを行う
- ・事業活動における環境負荷(廃棄物・水・CO2)を出来るだけゼロに近づけていく「循環型リゾート」の取り組みも推進

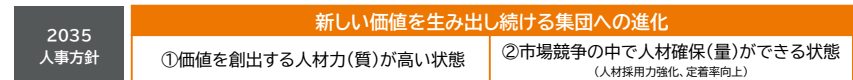


CVC活動を通じた社会的価値の創出

- ・投資資金枠を30億円から130億円に増額し、OLCグループの企業使命である「夢・感動・喜び・やすらぎ」に資する**新規事業の創出を目的**に活動を加速する
- ・OLCグループの特徴である「リアルでのオペレーション」が活躍の領域を切り口とし、ベンチャー出向などの人材交流による事業伴走を通じて、新たな価値を生み出す
- ・併せて、既存事業の課題解決(例：環境対応や省人化)にも貢献する

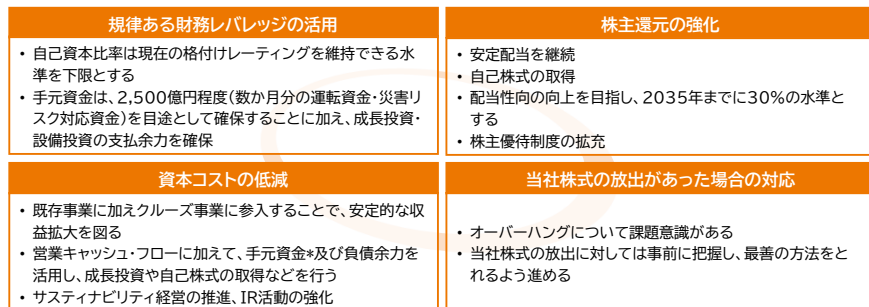


価値創造に繋がる人材力の向上と人材確保を進めることで、事業競争力を強化



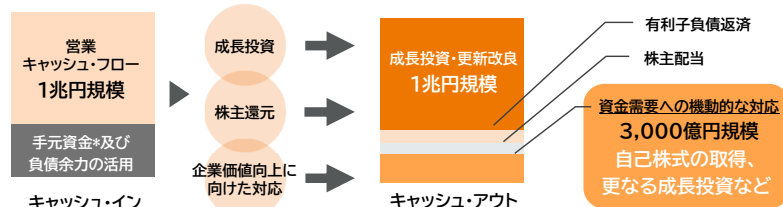
⑪財務方針

企業価値向上に向けた最適資本構成を追求することで、ROEは2024中期経営計画期間より更に上の水準を目指す



キャッシュを成長投資に優先的に配分しつつ、機動的な自己株式の取得など、
企業価値向上に向けた対応を着実にを行う

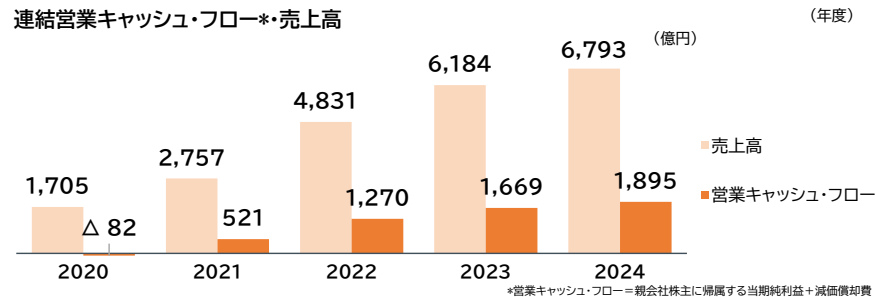
5カ年キャッシュ・アロケーション(2025年度～2029年度)



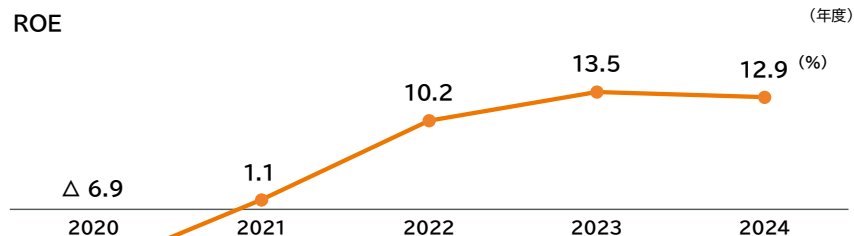
*手元資金のうち、成長投資や設備投資の支払い余力

2035長期経営戦略財務目標

連結営業キャッシュ・フロー*・売上高

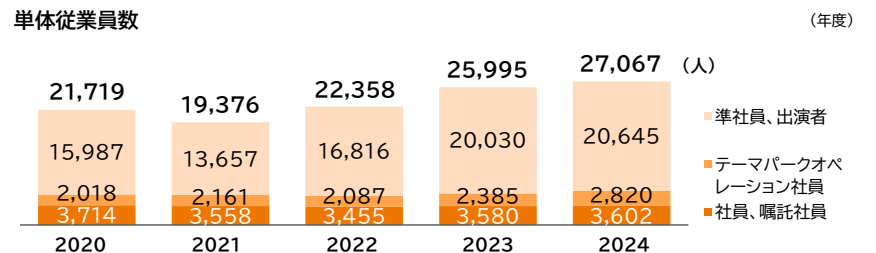


ROE

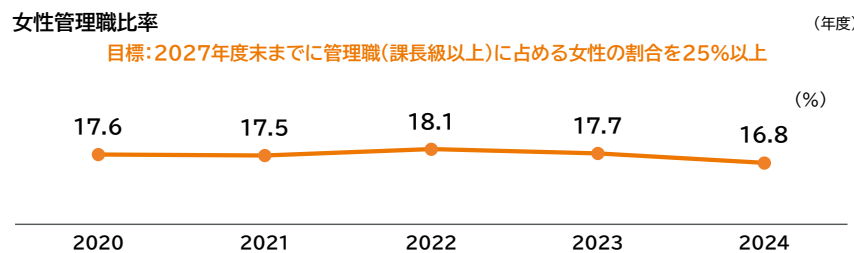


非財務情報

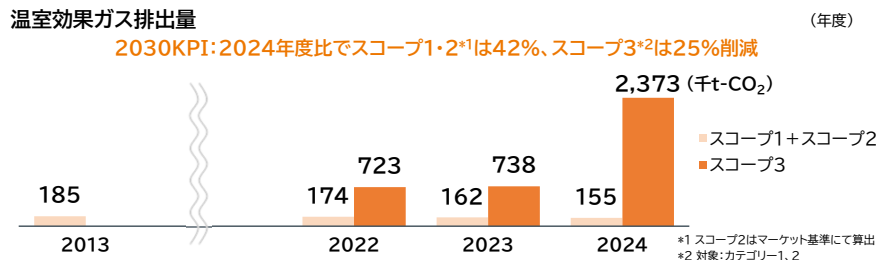
単体従業員数



女性管理職比率



温室効果ガス排出量



焼却埋立処分量・リサイクル率

