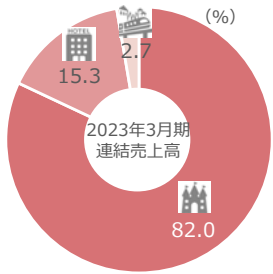


① 事業領域

セグメント別売上高構成比

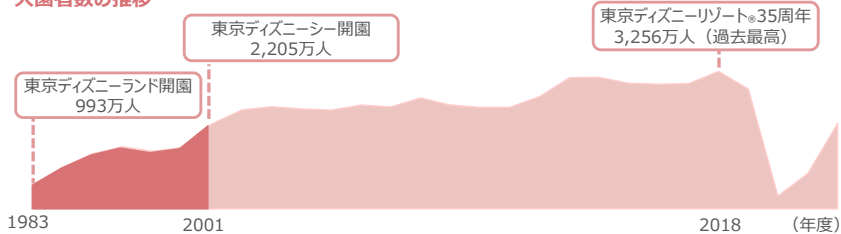


<p>テーマパーク事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・東京ディズニーランド。 ・東京ディズニーシー。
<p>ホテル事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・東京ディズニーランド。ホテル ・東京ディズニーシー。ホテルミラコスタ。 ・ディズニーアンパサダー。ホテル ・東京ディズニーセレブレーションホテル。 ・東京ディズニーリゾート・トイ・ストーリー。ホテルほか
<p>その他の事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・イクスピアリ。 ・ディズニーリゾートラインほか

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)ブライTON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」、 「ディズニーアンパサダーホテル」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		

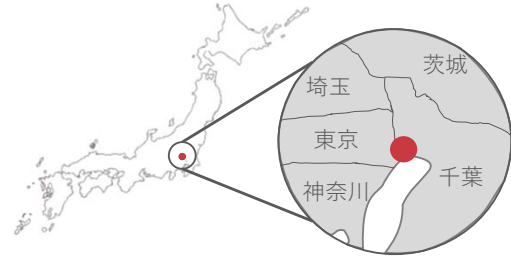
入園者数の推移



③ 競争優位性

A. 恵まれた立地条件

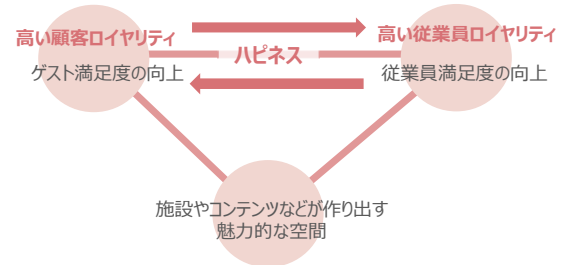
広大な土地	都市部からアクセスの良い立地に約200万㎡のまとまった土地を所有
巨大なマーケット	半径50 km内に可処分所得の高い約3,000万人が居住



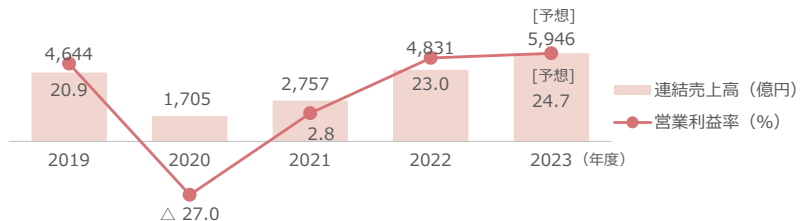
B. ディズニー社とのライセンス契約

期限	東京ディズニーシー大規模拡張プロジェクト（ファンタジースプリングス）の各施設のオープンをもって、最長2076年まで延長可能
範囲	ディズニーテーマパークなどの建設と運営
対価	売上高に応じてロイヤルティ（円建て）を支払い
関係	資本関係・人的関係はなし

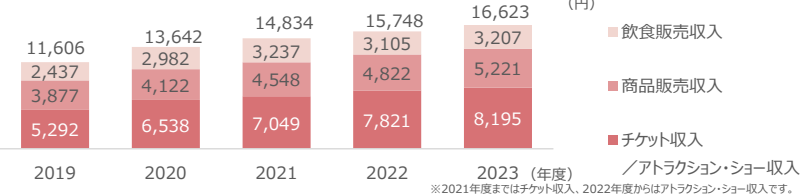
C. 三位一体の成長ドライバー



④ 連結売上高・営業利益率の推移



⑤ ガスト1人当たり売上高

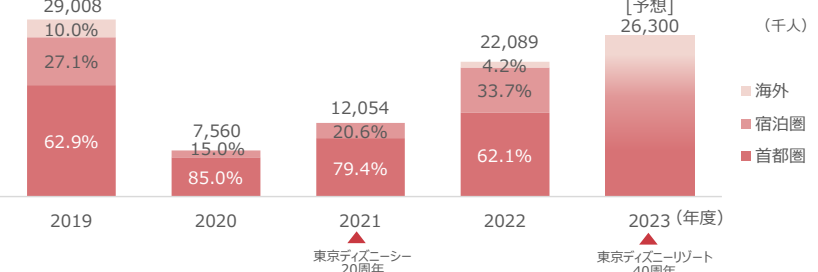


1デーパスポート (大人) の価格
 ¥7,900/¥8,400/¥8,900/¥9,400/¥9,900/¥10,900

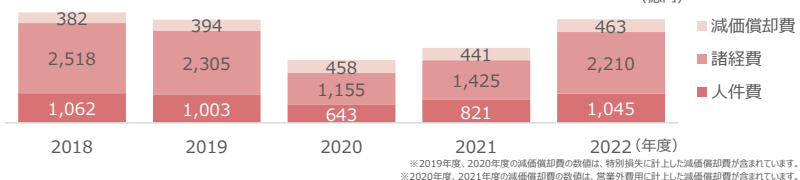
チケット価格の改定の要素

- テーマパーク価値の向上
- 価格感度調査結果
- ゲストの需要動向 ※増税などの外部環境によりタイミングも考慮

⑥ テーマパークの入園者数と地域別来園者比率



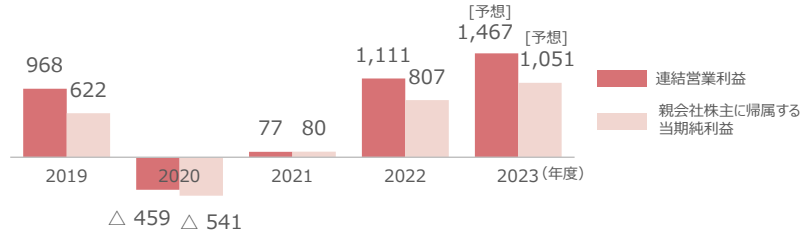
⑦ 連結コスト



※2019年度、2020年度の減価償却費の数は、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は、営業外費用に計上した減価償却費が含まれています。

	運営状況や入園者数に応じて変化	状況に関わらず発生
人件費	準社員 (労働時間、在籍人数) 正社員 (賞与)	正社員 (基本給)
諸経費	商品・飲食原価、ロイヤリティ、エンターテインメント関連費用、 イベント関連費用、販売促進費用	メンテナンス費用
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

⑧ 連結営業利益・当期純利益の推移



⑨2030年に目指す姿

あなたと社会に、もっとハピネスを。

東京ディズニーリゾートのみならず、
社会を含めた多くの人々のためにハピネスを創造し続ける

持続可能な社会の実現に向けて役割を果たすことで、
社会から望まれる企業であり続ける

従業員が心から誇れる企業であり続ける

⑩事業の方向性



⑪ESGの8つのマテリアリティ

	マテリアリティ	2030年のKGI	SDGs
S	従業員の幸福	従業員の「働きがい」の向上 「働きがいに関する調査」の働きがい総合設問 ポジティブ回答率 8割以上（OLCグループ全体平均）	5 10
	子どものハピネス	【東京ディズニーリゾート】 日々の生活を潤し、心豊かな子どもを育てる活動 【社会貢献活動】 未来をひらき子どもたちを育む・支える活動	10 12
	ダイバーシティ&インクルージョン	・特定した重要な人権課題に対する人権デューデリジェンスプロセスの構築と運用 ・多様性を尊重した事業活動ができる仕組みの構築	16
	サプライチェーンマネジメント	・一次サプライヤーへ「調達方針」「お取引先行動指針」の周知と承認100% ・社内で特定した品目について持続可能な原材料調達100%	13
E	気候変動・自然災害への対応	温室効果ガス排出量スコープ1・2 2013年度比51%削減 ※温室効果ガス排出量 2050年度までにネットゼロ	7 12
	循環型社会	・廃棄物削減目標（重量） 2016年度比10%削減 ・リサイクル率（実績）80%	13
G	ステークホルダー・エンゲージメント	ステークホルダーに対する適切に開かれた情報開示と双方向でのコミュニケーションを大切にすることで、事業活動を進化させ、持続可能な社会に資する活動を行う	
	企業経営の公正性	各種法令およびコーポレートガバナンス・コードを遵守できている、変化に柔軟に対応し、成長していける体制となっている	

⑫概要

方針	新型コロナウイルス感染症流行による影響からの回復と 将来に向けたチャレンジ
目標	ゲストの体験価値向上
	財務数値の回復 ●連結営業キャッシュ・フロー*：1,800億円レベル ●連結営業利益：1,600億円レベル ●ROE：11%レベル <small>*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＋減価償却費</small>
2024年度には入園者数2,850万人レベル、ゲスト1人当たり売上高17,000円レベルのバランスで 営業利益1,600億円レベルを目指す	

⑬テーマパーク事業戦略

目標	手段
ゲストの体験価値向上	A.1日当たりの入園者数上限を下げる＋平準化の推進
	B.選択肢の提供
	C.パークの魅力向上
+	
D.効率的なパーク運営の確立	

A.1日当たりの入園者数上限を下げる＋平準化の推進

- 1日当たりの入園者数上限を下げる
- これまで一部で発生していた非常に待ち時間が長い日をなくし、年間を通じて待ち時間を一定レベルに抑えることで体験価値向上を目指す
 - 最適な入園者数の上限については、ゲストの体験価値やオペレーションの状況を総合的に見て検証する
 - 待ち時間の減少は結果的にゲスト1人当たり売上高の向上にも寄与する

平準化の推進

- チケットの変動価格制の活用や新規施策の導入など

※ただし日本の休暇スタイルを踏まえ、2024中期経営計画期間中だけでなく長期的に取り組む

B.選択肢の提供

ゲストがニーズに合わせてサービスを選択できる環境を本中期経営計画では拡充し、ゲストの希望に幅広く応えることでゲストの体験価値と収益の向上を図る。

<p>1デーパスポート： ファンタジースプリングス・マジック</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有料 (大人：¥22,900～¥25,900) ◆入園チケット＋ファンタジースプリングス内のアトラクションを時間指定なく、短い待ち時間で利用可能 ・ファンタジースプリングスホテルにご宿泊、パッケージングの対象プランをご利用の方が対象 	<p>ディズニー・プレミアアクセス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有料 (¥1,500～¥2,500) ・対象： 2パーク合計11コンテンツ 	<p>東京ディズニーリゾート40周年記念 プライオリティパス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・無料 ・対象： 2パーク合計13コンテンツ 	<p>パッケージング パッケージ</p>
※2024年1月30日現在	※2024年1月30日現在	※2024年1月30日現在	

C.パークの魅力向上

ゲスト体験価値の向上にむけた取り組みを引き続き実施

- ・大規模開発など、パークの魅力向上に向けた新規投資、コンテンツの導入
- ・既存アトラクションのリニューアルなどによる変化感の創出

東京ディズニーシー大規模拡張プロジェクト (ファンタジースプリングス)

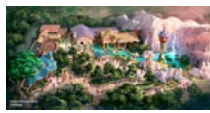
開業時期	2024年6月6日	投資額	約3,200億円
開発面積	約100,000㎡ (バックステージを含めると約140,000㎡)		
概要	『アナと雪の女王』	施設	🐾🍴🍴
	エリアテーマ『塔の上のラプンツェル』		🐾🍴🍴
	『ピーター・パン』		🐾🐾🍴🍴
ショップ	パーク一体型ホテル (475室、一部ラグジュアリータイプ含む)		
投資効果	連結売上高で年間約750億円の押し上げ		
	【約750億円の内訳】		
	●施設のキャパシティの増加に伴う入園者数の増 ●ディズニー・プレミアアクセスなどの有償コンテンツの販売 ●ホテルの収入の増 (約750億円のうち約2割)		
※通年での安定稼働を前提とした試算のため、2024年度の財務目標に織り込まれている数字と同一ではない。			



ファンタジースプリングスの全景



フロズンキングダム



ラプンツェルの森

D.効率的なパーク運営の確立

パーク運営	●よりスリムな運営体制	●省力化の推進	●ITの活用
-------	-------------	---------	--------

⑭ホテル事業戦略

●多様化するゲストのニーズに応える新たな2つのホテルの導入

バリュー	モテレート	デラックス	ラグジュアリー
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 <small>©Disney/Pixar Slinky Dog © Just Play LLC Mr. Potato Head® and Mrs. Potato Head® are registered trademarks of Hasbro, Inc. Used with permission. © Hasbro, Inc. All Rights Reserved.</small>	東京ディズニーランドホテル 東京ディズニーシー・ホテルミラコスタ ディズニーアンパサダーホテル	 新しいパーク型ホテル： 東京ディズニーシー・ファンタジースプリングスホテル

- 圧倒的な競争優位性を構築、更なる魅力向上
- 経営資源の有効活用による長期持続的な収益基盤の構築

⑮人事戦略

従業員の働きがいを最大化しながら、持続可能な人身体制へ変化	
ポイント	①新たな発想でゲストサービスの向上、オペレーションの改善、業務改革を推進できる人材・組織づくり ②限られた人員数で高い付加価値を提供し続ける体制

取り組みの方向性

組織マネジメント	心と体の健康
キャストのあり方の見直し	快適な施設・デジタル環境

⑯財務方針

営業キャッシュ・フロー*	2024中期経営計画期間中で約4,600億円	
配分方針	営業キャッシュ・フロー*を投資に優先して配分	
資金配分	投資	テーマパーク事業への投資に加えESGや将来の種まきに着手 <ul style="list-style-type: none"> 成長投資 2,150億円 更新改良 900億円
	株主還元	配当については「安定的な配当を目指す」という方針のもと、2024中期経営計画期間中に新型コロナウイルス感染症流行前の水準に戻すことを目指す →2023年度に新型コロナウイルス感染症流行前の水準を上回る予定 自己株式の取得は事業環境や業績推移を総合的に判断し実施を検討する
	債務返済	約600億円
手元資金	① 運転資金（数か月分） ② 地震災害等有事でも未着手の設備投資を継続するための資金500億円（別途、有事の運転資金等への備えとして地震リスク対応型コミットメントラインの借入枠1,500億円あり） ③ 2025年度以降の成長に向けた投資資金	

*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 + 減価償却費

⑰本中計以降の成長投資

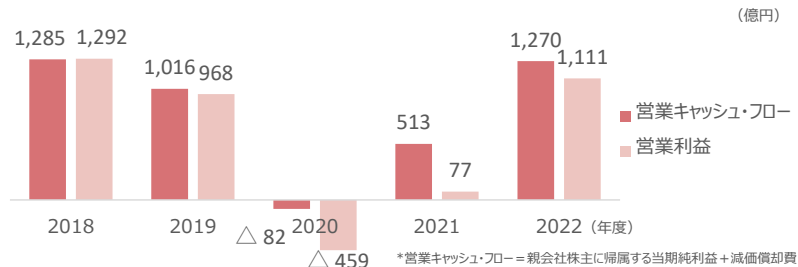
東京ディズニーランド「スペース・マウンテン」と周辺エリアの一新



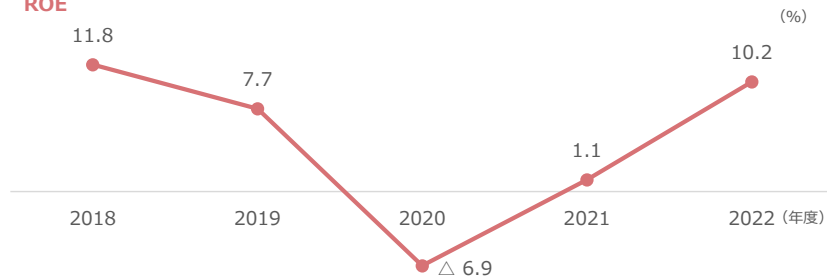
開業時期	2027年	投資額	約560億円（周辺施設一新の費用含む）
概要	<ul style="list-style-type: none"> ●新たな性能や特殊効果を加えた新しい「スペース・マウンテン」を建設 ●周辺環境も一新、光や音の演出機能を付加 		
今後の開発方針	東京ディズニーリゾートのポテンシャルを最大限に発揮するための基盤づくり		
	オンステージ	魅力の向上につながる投資を行い、常に変化し続けるパークをゲストに提供	
	バックステージ	働きやすい労働環境の整備と将来の開発用地の創出を行う	等

財務KPI

連結営業キャッシュ・フロー*・営業利益

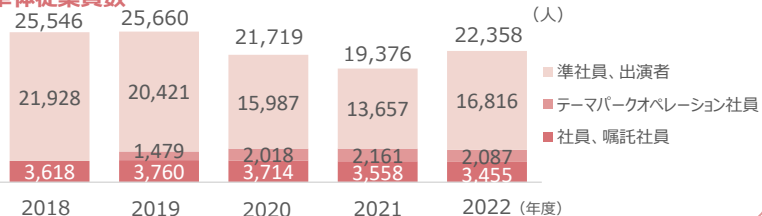


ROE



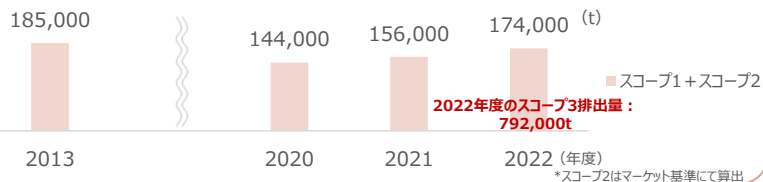
非財務データ

単体従業員数



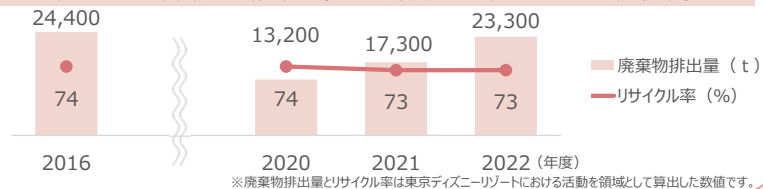
温室効果ガス排出量

2030年のKGI：温室効果ガス排出量スコープ1・2* 2013年度比51%削減



廃棄物排出量・リサイクル率

2030年のKGI：廃棄物削減目標（重量）2016年度比10%削減、リサイクル率（実績）80%



女性管理職比率

目標：2025年度末までに管理職（課長級以上）に占める女性の割合を25%以上

