

富士急行株式会社

2026年3月期2Q 決算説明資料

2025年11月6日

INDEX

- 01 2026年3月期2Q 決算ハイライト 及び中期経営計画の進捗 _____ P.3
- 02 2026年3月期2Q 決算概況 _____ P.14
- 03 2026年3月期 通期業績見通し _____ P.22
- 04 【ご参考】 現中期経営計画 (23.3期～26.3期) の概要 _____ P.29

01

2026年3月期2Q 決算ハイライト 及び中期経営計画の進捗

2026年3月期2Q ハイライト

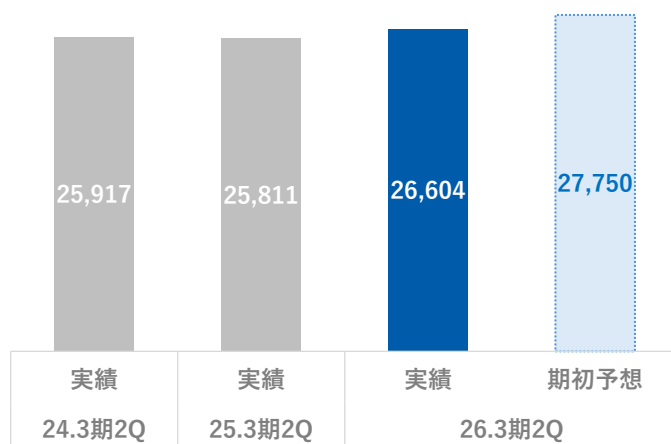
業績

- 前期比3.1%の増収、同7.4%の営業増益
- 業績は概ね想定通り推移しており、26.3期通期見通しは変更なし

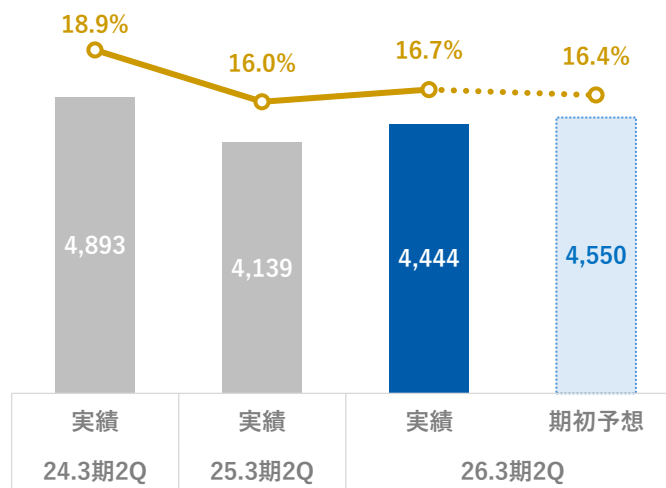
主な施策

- バスタ新宿発「富士急ハイランド行き」早朝便で、富士急ハイランド利用者を囲い込み
- 足を持った観光会社の強みを活かしたクロスセルを推進

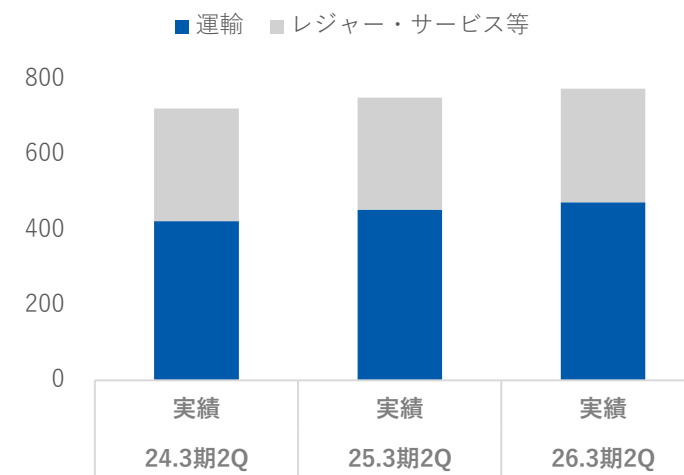
営業収益 (百万円)



営業利益 / 営業利益率 (百万円、%)



富士山エリア当社グループ利用者数 (万人)



富士急ハイランド①

● ライドパークとしての進化と、国内外から幅広い観光客の取り込み強化

ソフト戦略

魅力あるコンテンツ作りを目指しコラボレーションモデルを推進

富士山エリアのゲートウェイ化



● デジタルマーケティング「Fujiyama Connect」

- ミュージカル 刀剣乱舞 すえひろがり 乱舞野外祭
- リラックマ×富士急グループコラボ

- セントラルパーク
- 駐車場料金無料化 (90分以内)

入園無料化

2018年

- FUJIYAMAタワー
- FUJIYAMAスカイデッキ
- FUJIYAMAウォーク
- FUJIYAMAスライダー



24.3期

25.3期



★ZOKKON

● 進撃の巨人 THE RIDE

26.3期

● FUJI BerriQs SKATE PLAZA



2027年
新大型アトラクション計画

● サンエックスエリア(仮称)



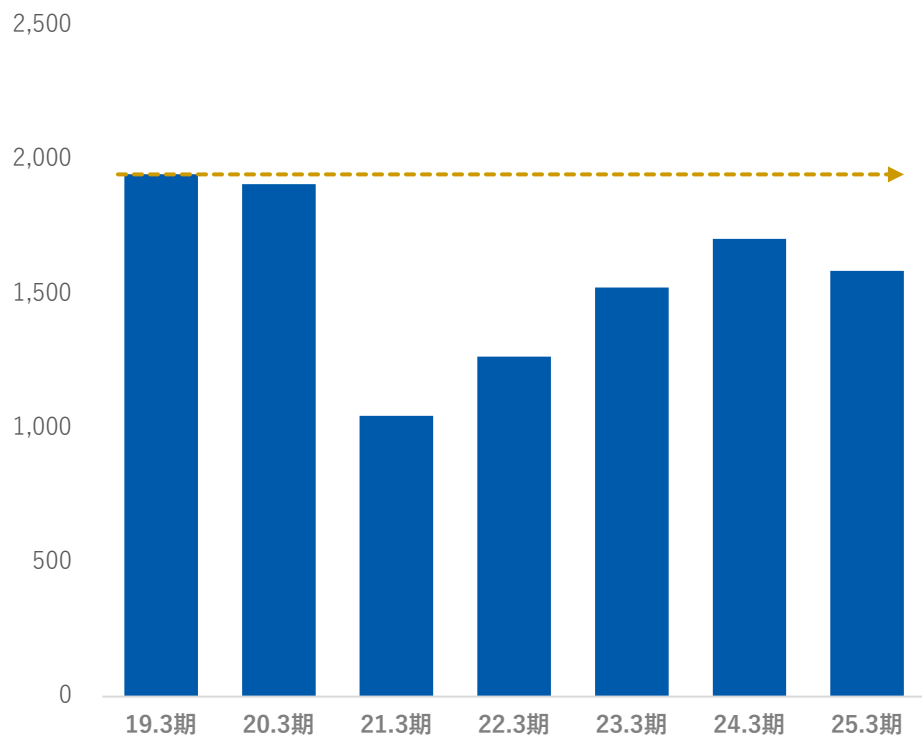
ライドパークとしてエッジの効いた存在感、オンリーワン感

ハード戦略

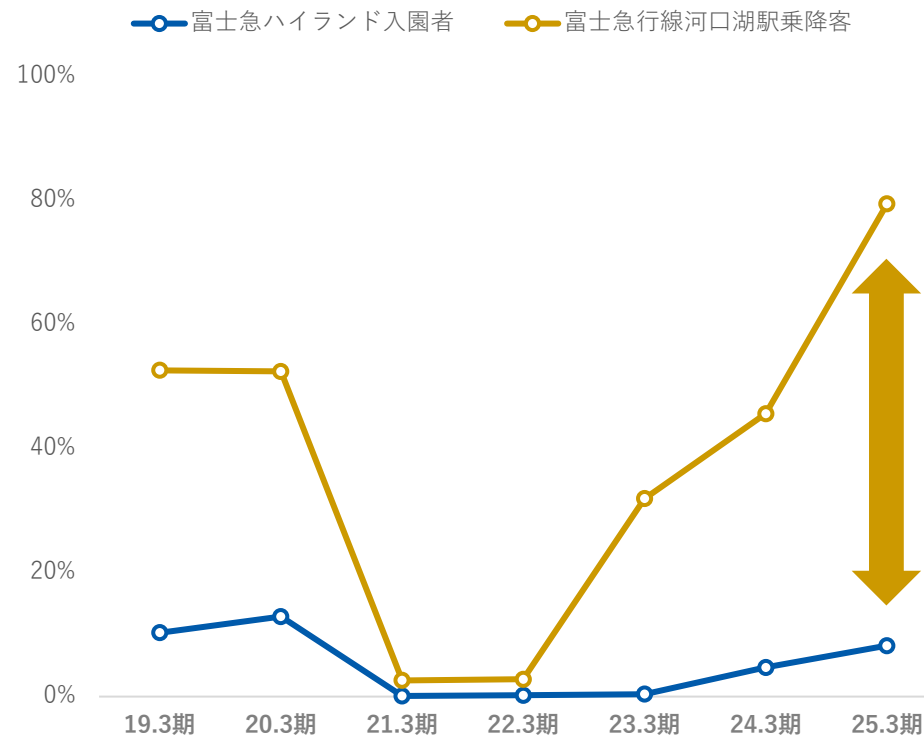
富士急ハイランド②

- 入園者数・外国人客比率ともにコロナ禍前のピークに達していない

富士急ハイランド入園者数 (千人)



外国人客比率 (%)

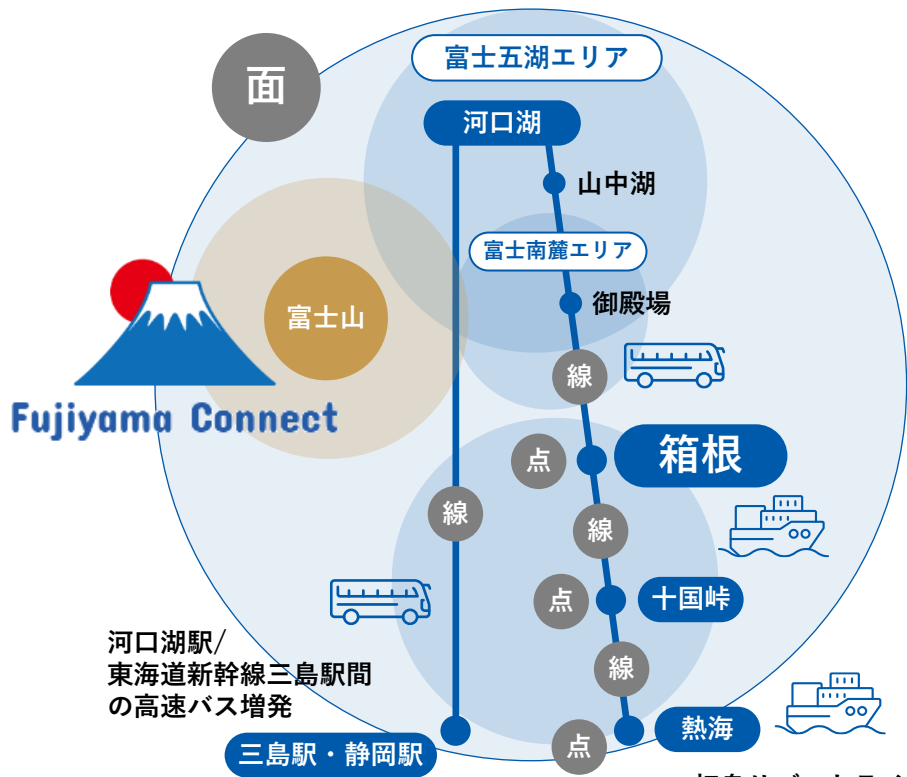


「箱根・熱海」エリアへの事業展開

- 点の強化、線の開設、面への展開を実施

箱根・熱海エリアの「点」を強化し「線」でつなぐ

高速バス 三島－河口湖ライナー利用者数 (千人)



箱根

リニューアル

- ・箱根遊船 SORAKAZE/大茶会 (25年12月就航予定)

協業

- ・JTБのエリア開発事業「箱根/河口湖間バスツアー (サンライズツアー)」

十国峠

オープン

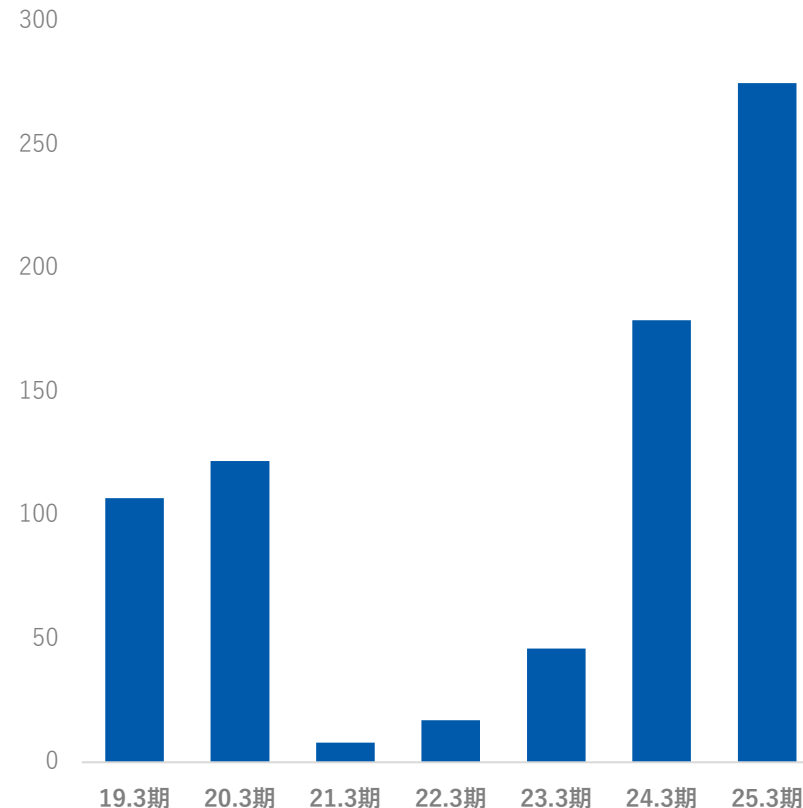
- ・THE GLAMPING 箱根十国峠

リニューアル

- ・森の駅 箱根十国峠
- ・十国峠パノラマケーブルカー
- ・PANORAMA TERRACE1059
- ・TENOKU CAFE



- ・初島リゾートライン (熱海～初島航路) の新高速船 金波銀波
- ・熱海シーサイド スパ&リゾート (一部客室リニューアル)

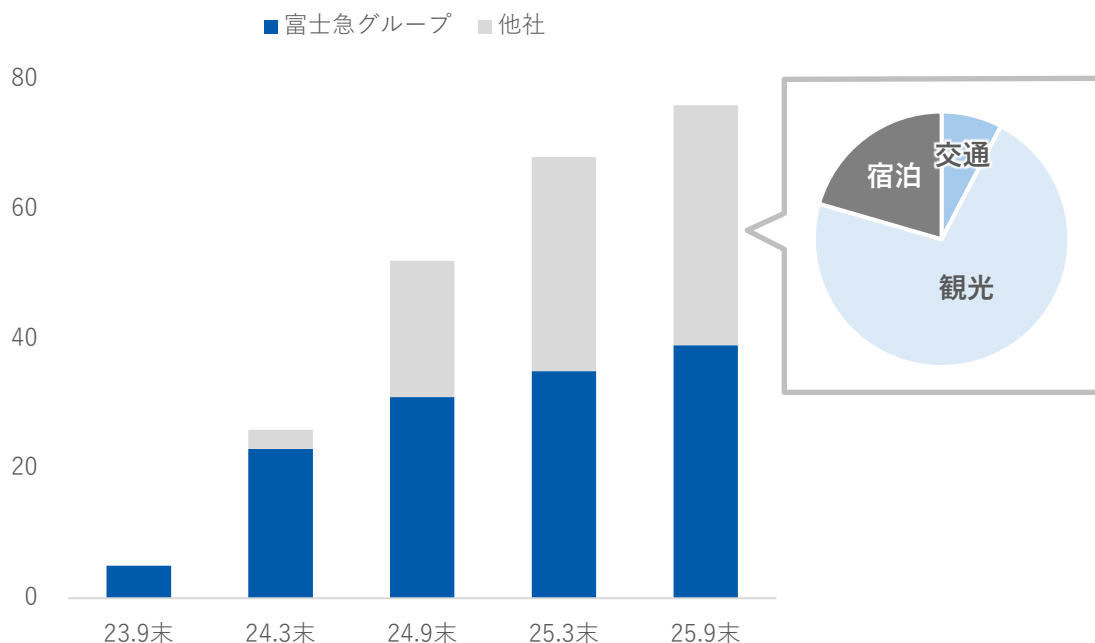


デジタルプラットフォーム化の推進

- 「Fujiyama Connect」 を活用したデジタル経済圏の構築とCLTVの最大化を図る

Fujiyama Connect 加盟店数 (件)

富士急グループ以外の観光・宿泊施設、交通等を拡充



BtoBtoCモデルによるマーケティング強化

グローバルオンライン旅行会社大手の「Trip.com」、 「Klook」とのAPI連携



収益力向上

● Greater Mt. Fujiエリアにおけるパフォーマンスは、コロナ禍以前のピークを越える

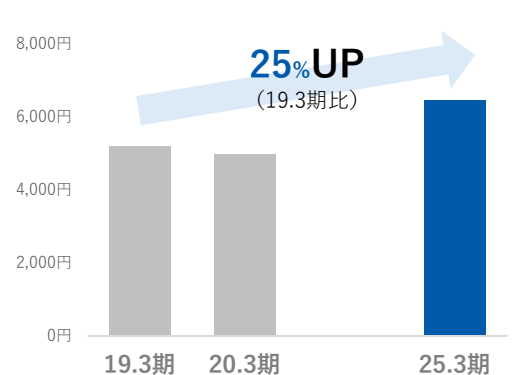
ARPU向上

単価の向上	
富士急ハイランド	<ul style="list-style-type: none"> ダイナミックプライシング ワンデイパス、絶叫優先券、富士急プレミアムパス 飲食の充実
ホテル事業	<ul style="list-style-type: none"> イールドマネジメントの強化によるADR向上
バス事業	<ul style="list-style-type: none"> 乗合バス（山梨・静岡・神奈川県） 高速バス
クロスセル	<ul style="list-style-type: none"> 高速バスとハイランドのセット化推進

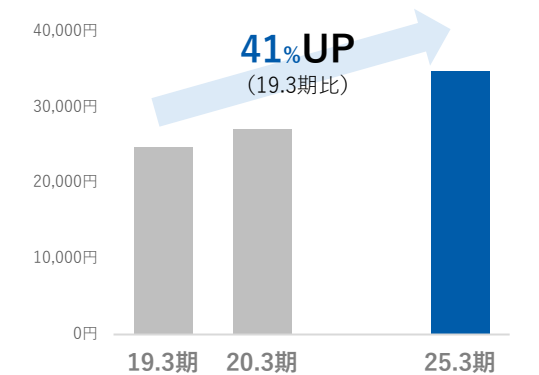
運輸業の収益力向上

鉄道の収益性向上	<ul style="list-style-type: none"> JR線直通特急「富士回遊」増発 富士急行線分社化
バス事業のポートフォリオ再構築	
高速バスへのシフト	<ul style="list-style-type: none"> 富士五湖発着路線 輸送力拡大 高速バス 三島-河口湖ライナーの増便
売上拡大	<ul style="list-style-type: none"> 河口湖・西湖周遊バス 増発

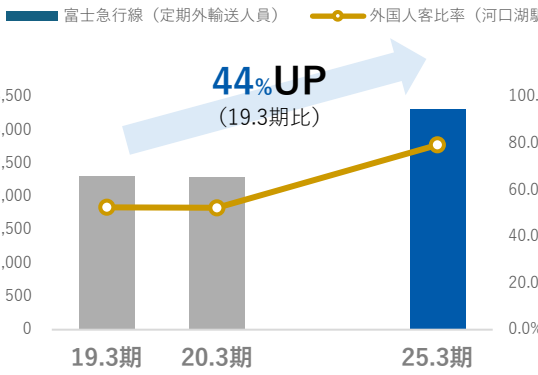
富士急ハイランド消費単価 (円)



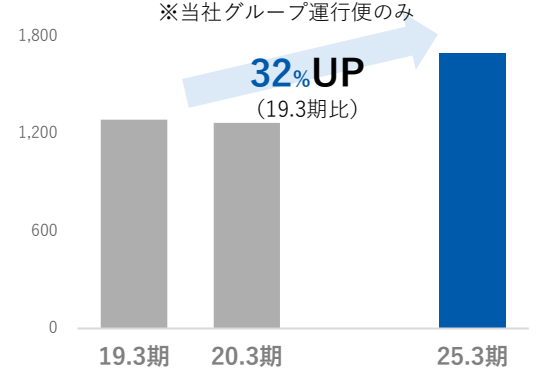
ハイランドリゾートホテル&スパ ADR (平均室料) (円)



富士急行線定期外輸送人員 (千人、%)



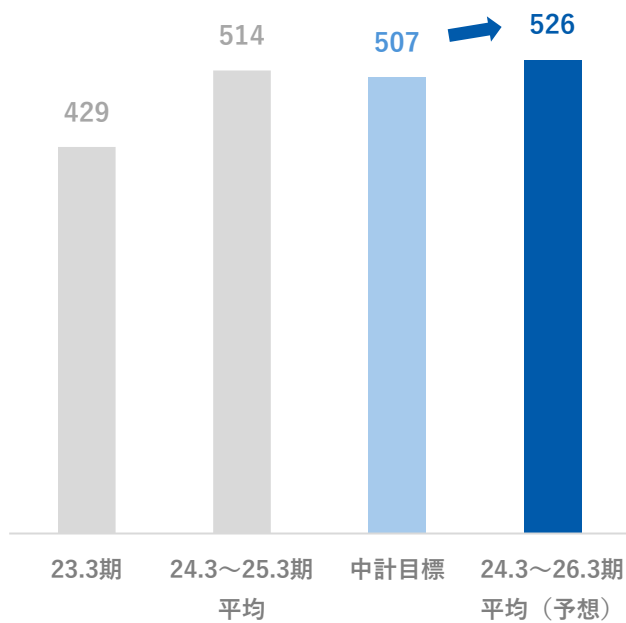
中央高速バス 新宿-富士五湖線 営業収益 (百万円)



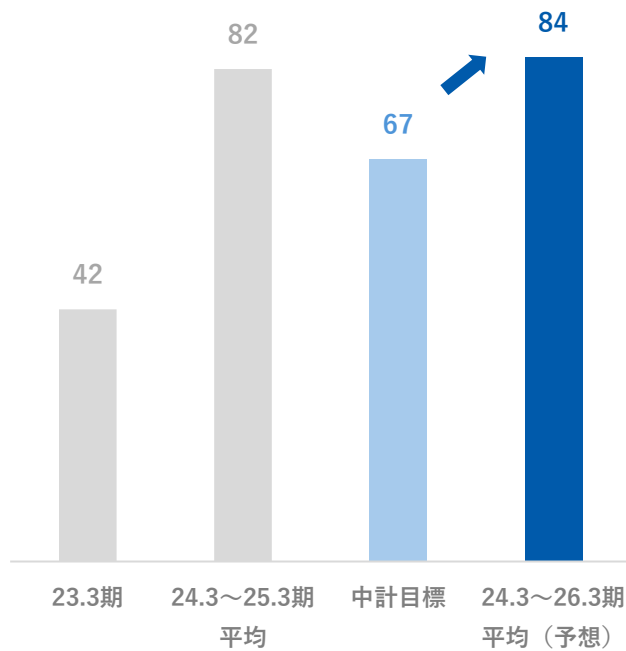
経営目標 ①

- 営業利益は25.3期に過去最高を更新、26.3期も更新の見込み

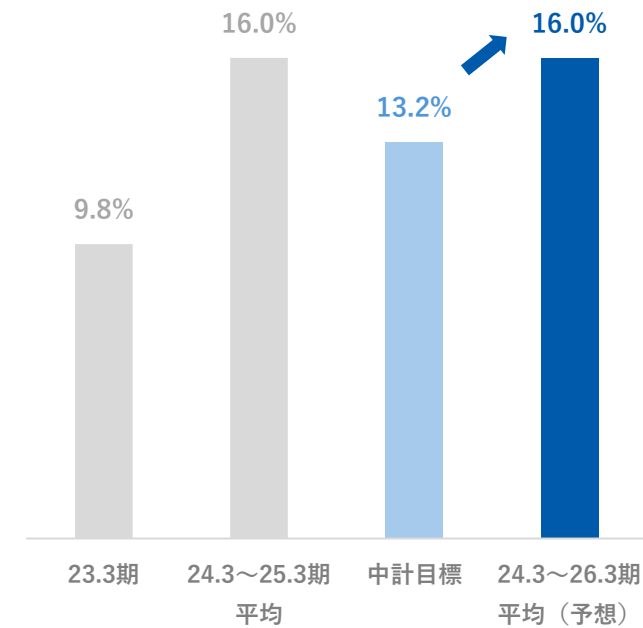
営業収益 (年度、億円)



営業利益 (年度、億円)



営業利益率 (年度、%)



経営目標 ②

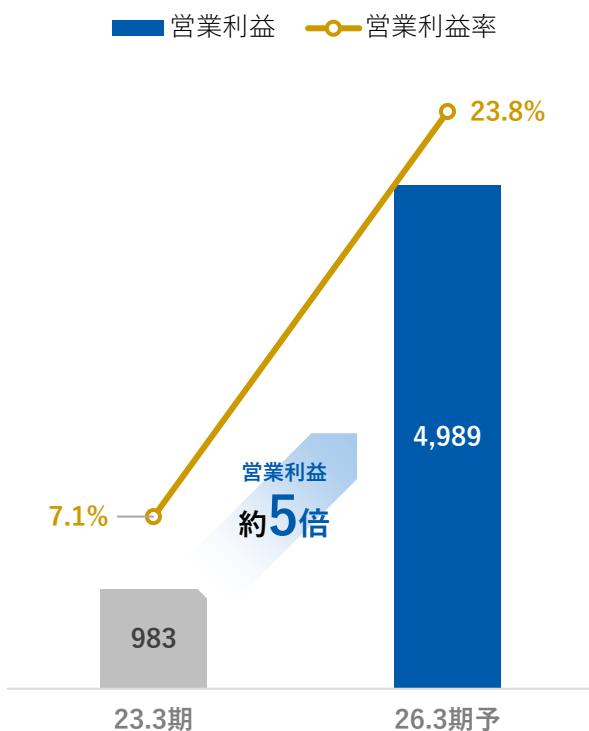
● 全ての目標値を達成する見込み

(億円)	23.3期	24.3期～25.3期	中計目標 (24.3期～26.3期)	24.3期～26.3期 (予想)	
	実績	実績・平均	3ヶ年平均	3ヶ年平均	達成率
営業収益	429	514	507	526	103.7%
営業利益	42	82	67	84	125.5%
経常利益	40	80	63	82	129.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	23	48	38	50	131.4%
営業利益率	9.9%	16.0%	13.2%	16.0%	+2.8%pts
R O A	4.0%	8.0%	6.5%	8.1%	+1.6%pts
	23.3期末	25.3期末	中計目標 (26.3期末)	26.3期末予	
有利子負債残高	611	493	487	453	-
配当性向	34.3%	30.2%	30.0%	30.1%	+0.1%pts

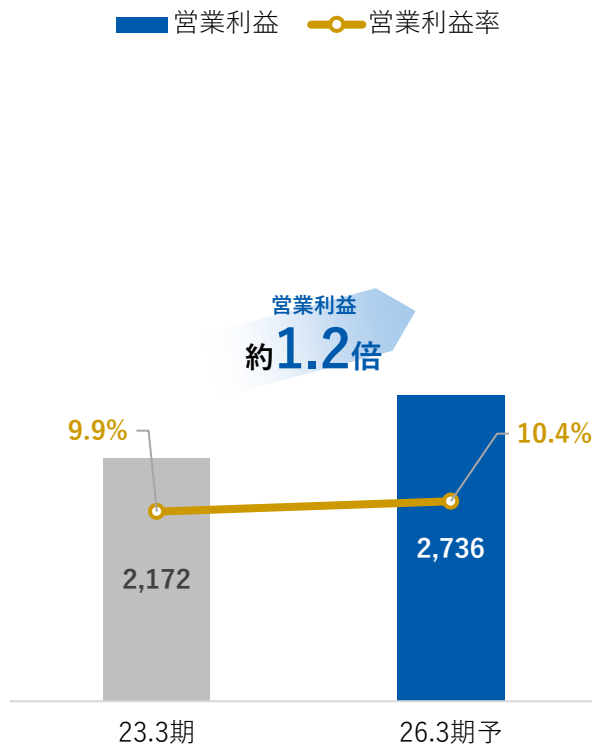
セグメント別営業利益および営業利益率

- インバウンド増と合理化効果により、運輸業が業績をけん引
- レジャー・サービス業は増益だが、利益率は横ばい

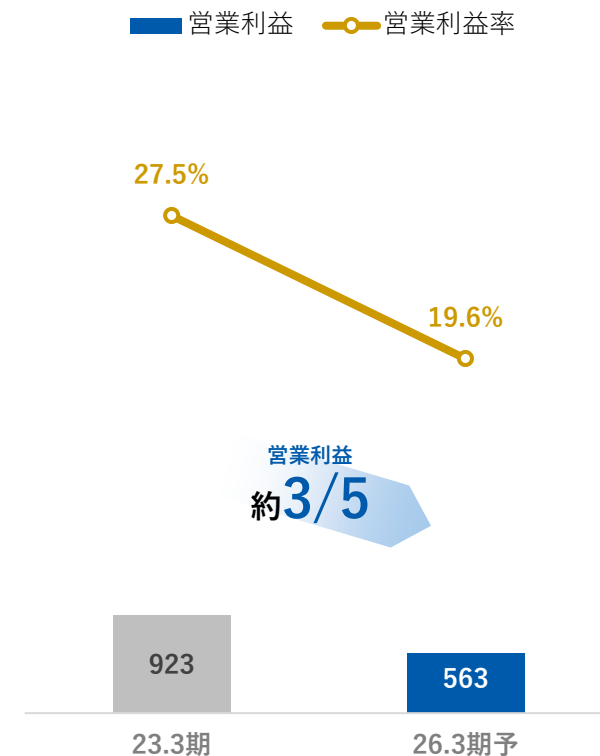
運輸業 (百万円、%)



レジャー・サービス業 (百万円、%)



不動産業 (百万円、%)



次期中期経営計画に向けて

NEXT 100 years

テーマ 刷新

- ✓ 富士急の原点に回帰し、富士急にしかできないことを具現化する

ターゲットエリア Greater Mt. Fuji

- ✓ 富士五湖～静岡、箱根を含めた神奈川、東京までの広大なエリアのバリューアップ

中核プロジェクト

- ✓ Greater 富士急ハイランド

富士山麓の**点**と**線**を整備

1926年
創立

2026年 100周年

次期中期経営計画

「点」から「線」➡️「線」から「面」へ。

楽 「楽しむ」コンテンツの充実
宿 「泊まる」滞在型観光の推進

DX 「変化」と「面化」
結 「結ぶ」交通導線の充実によりエリア間を連結他社との協業等
創 「知恵」と「工夫」

02

2026年3月期2Q 決算概況

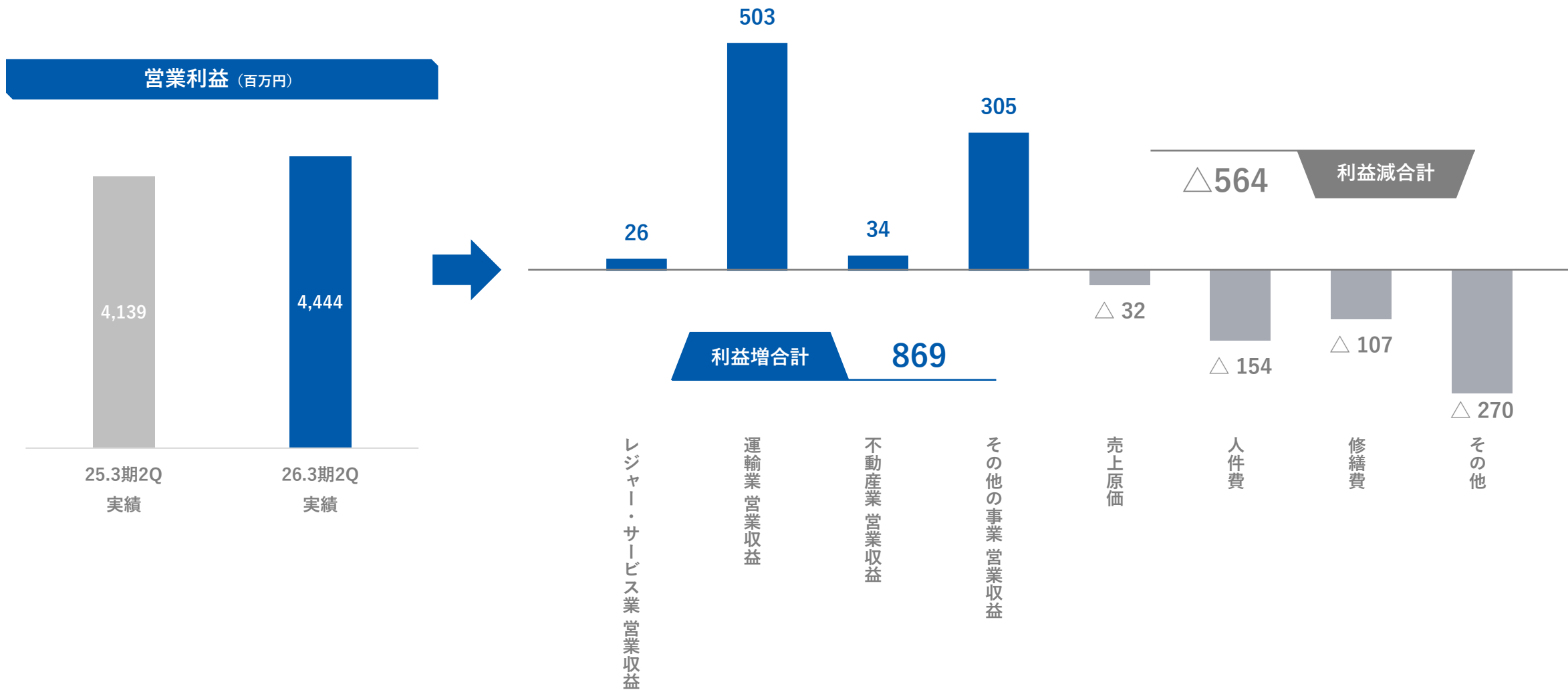
連結損益計算書の概要

- 業績は概ね期初計画通りに推移

(百万円)	25.3期2Q 実績	26.3期2Q					
		実績	増減率	差額	期初予想	達成率	差額
営業収益	25,811	26,604	3.1%	792	27,750	95.9%	△1,145
営業利益	4,139	4,444	7.4%	304	4,550	97.7%	△105
営業利益率	16.0%	16.7%	-	+0.7%pts	16.4%		+0.3%pts
経常利益	4,035	4,385	8.7%	349	4,400	99.7%	△14
経常利益率	15.6%	16.5%	-	+0.8%pts	15.9%		+0.6%pts
親会社株主に帰属する 中間純利益	2,669	2,845	6.6%	175	2,800	101.6%	45
親会社株主に帰属する 中間純利益率	10.3%	10.7%	-	+0.4%pts	10.1%		+0.6%pts
設備投資額	2,731	3,731	36.6%	999			
減価償却費	2,789	2,755	△1.2%	△34			

営業利益増減分析

● 運輸業の増収効果がコスト増を吸収し、7.4%の営業増益



連結貸借対照表・連結キャッシュ・フロー計算書の概要

- 長短合わせた借入金及び社債の合計額は43,534百万円で、前期末に比べて、4,606百万円の減少
- 投資活動によるキャッシュ・フローは3,591百万円の資金支出

連結貸借対照表

(百万円)	25.3期末	26.3期2Q末	差額
流動資産	33,083	29,746	△3,337
現金及び預金	16,780	13,635	△3,144
受取手形、売掛金及び契約資産	4,418	4,122	△295
分譲土地建物	8,529	8,589	60
棚卸資産	1,726	1,956	230
その他	1,628	1,441	△187
固定資産	68,000	70,308	2,308
有形固定資産	53,926	55,085	1,158
無形固定資産	2,860	2,841	△18
投資その他の資産	11,212	12,381	1,168
繰延資産	18	15	△2
資産合計	101,101	100,070	△1,031
流動負債	22,733	18,372	△4,361
支払手形及び買掛金	2,492	2,506	14
短期借入金	12,702	7,918	△4,783
その他	7,538	7,946	407
固定負債	41,582	42,683	1,101
社債	5,000	5,000	0
長期借入金	30,438	30,615	177
その他	6,143	7,068	924
負債合計	64,315	61,055	△3,259
株主資本	32,598	33,904	1,306
その他の包括利益累計額	3,089	3,962	872
非支配株主持分	1,098	1,147	48
純資産合計	36,786	39,014	2,228
負債純資産合計	101,101	100,070	△1,031

連結キャッシュ・フロー計算書

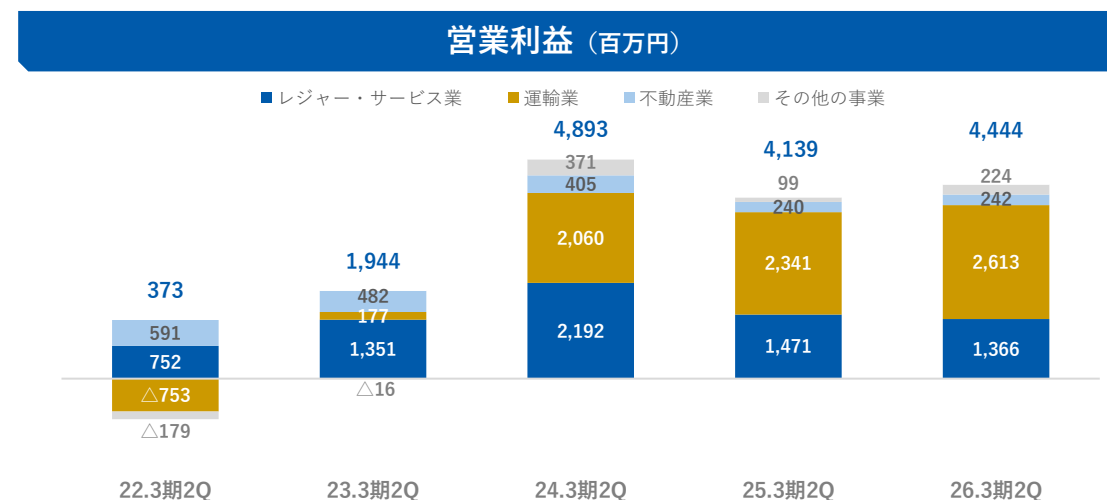
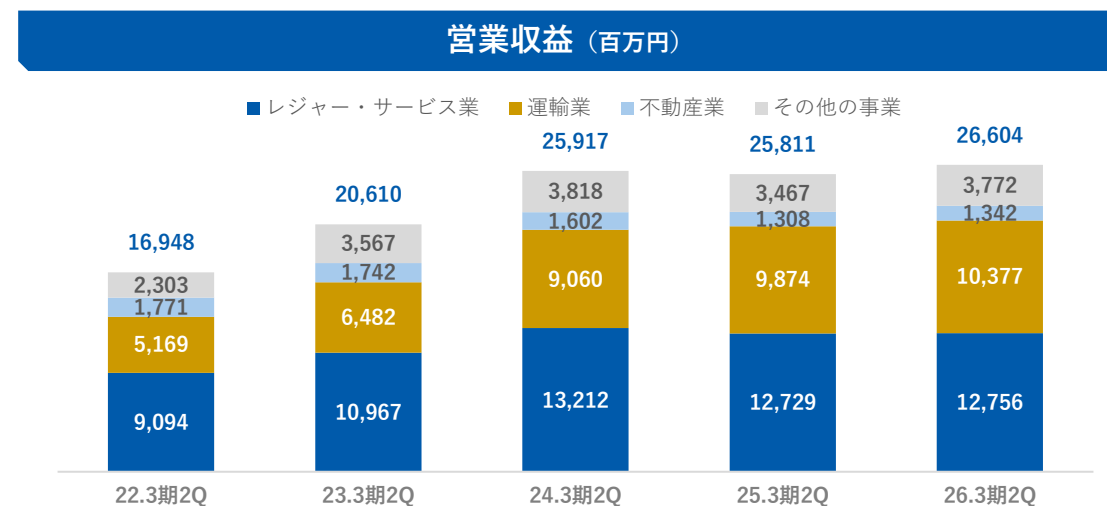
(百万円)	25.3期2Q	26.3期2Q	差額
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,544	6,710	1,165
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,262	△3,591	△1,329
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,917	△6,411	△2,493
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△635	△3,293	△2,657
現金及び現金同等物の期首残高	17,840	16,702	△1,137
現金及び現金同等物の中間期末残高	17,204	13,408	△3,795

セグメント業績

● 営業収益、営業利益ともに運輸業がけん引役

営業収益 (百万円)	25.3期2Q		26.3期2Q	
	実績	実績	増減率	差額
レジャー・サービス業	12,729	12,756	0.2%	26
運輸業	9,874	10,377	5.1%	503
不動産業	1,308	1,342	2.6%	34
その他の事業	3,467	3,772	8.8%	305
調整額	△1,567	△1,644	-	△77
合計	25,811	26,604	△3.1%	△792

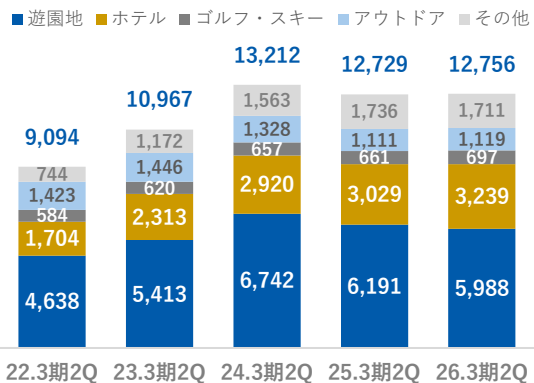
営業利益 (百万円)	25.3期2Q		26.3期2Q	
	実績	実績	増減率	差額
レジャー・サービス業	1,471	1,366	△7.1%	△104
運輸業	2,341	2,613	11.6%	271
不動産業	240	242	0.7%	1
その他の事業	99	224	124.8%	124
調整額	△13	△1	-	12
合計	4,139	4,444	7.4%	304



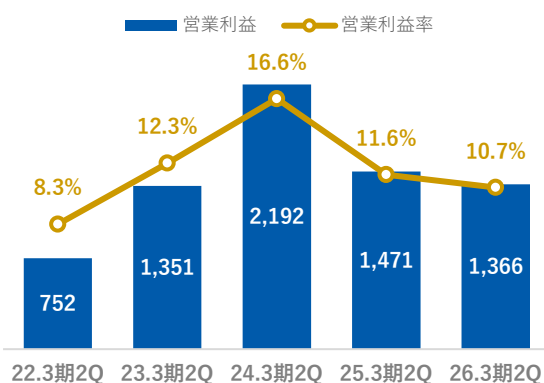
レジャー・サービス業

● 営業収益は0.2%増と横ばい、営業利益は7.1%の減益となった

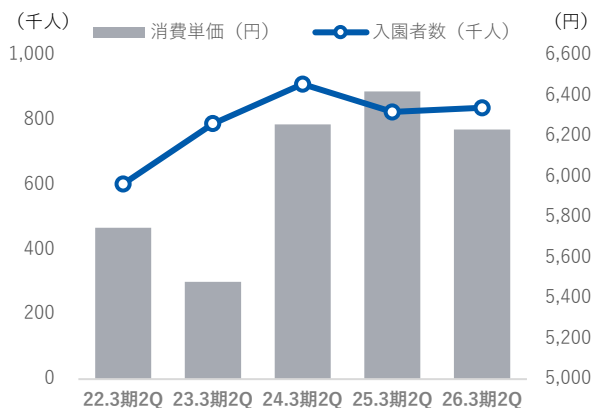
事業別営業収益 (百万円)



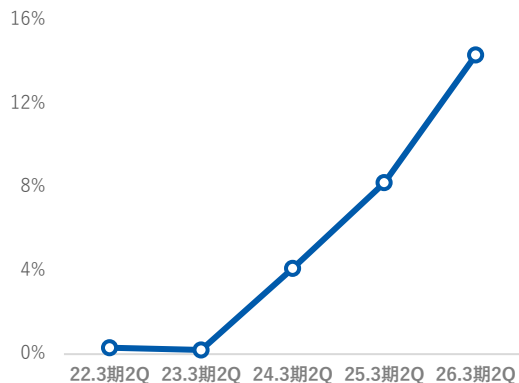
営業利益、利益率 (百万円、%)



富士急ハイランド 利用状況



富士急ハイランド 外国人客比率



● 富士急ハイランド

- ✓ 入園者数は微増も、消費単価は前年同期を下回った。外国人客比率は前年同期と比較し増加
- ✓ 「ええじゃないか」の営業を再開
- ✓ スケートボードエリア「FUJI BerriQs SKATE PLAZA」を開業
- ✓ 「シクフォニ」とのコラボイベントをはじめ各種イベントを開催

● さがみ湖 MORI MORI

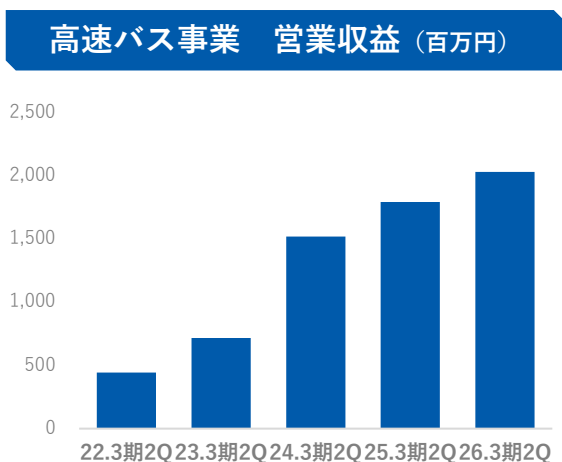
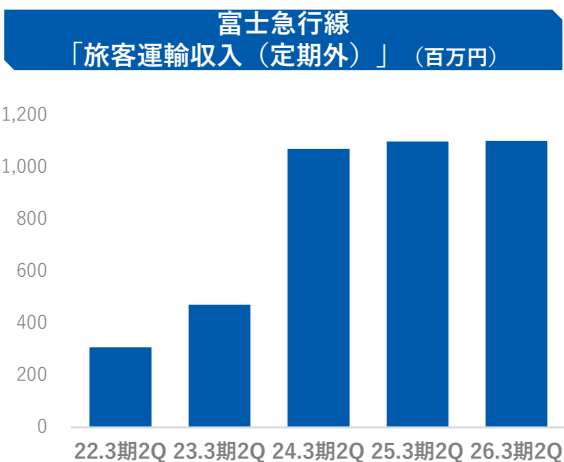
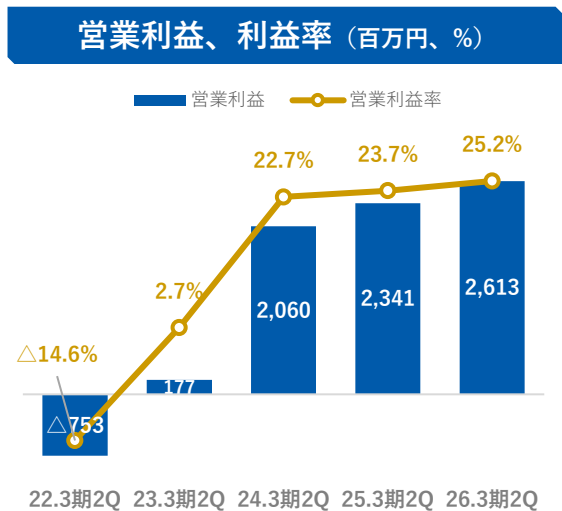
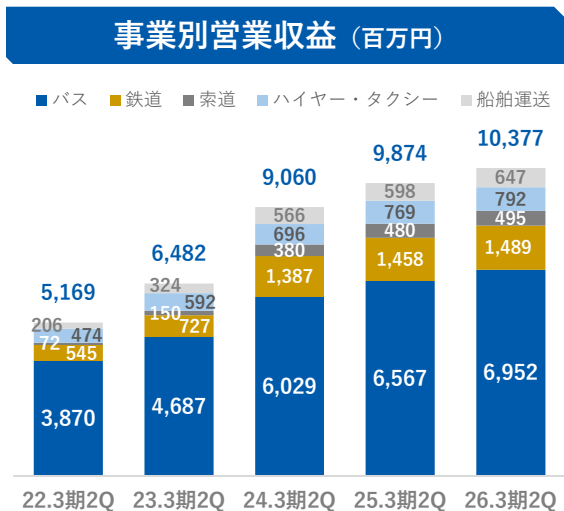
- ✓ 巨大チュービングスライダー「マジカルウェーブ」や天空サイクル「青空ペダル」等の新アトラクションを開業

● ホテル事業

- ✓ 「ハイランドリゾートホテル&スパ」では、前年に改装した2階客室に引き続き3・4階客室のリニューアルおよび和食レストランを改装
- ✓ 「富士宮富士急ホテル」では、最上階層にあたる6・7階の富士山側客室を全面リニューアル

運輸業

● 鉄道事業及び高速バス事業が堅調に推移し、5.1%の増収、11.6%の営業増益となった

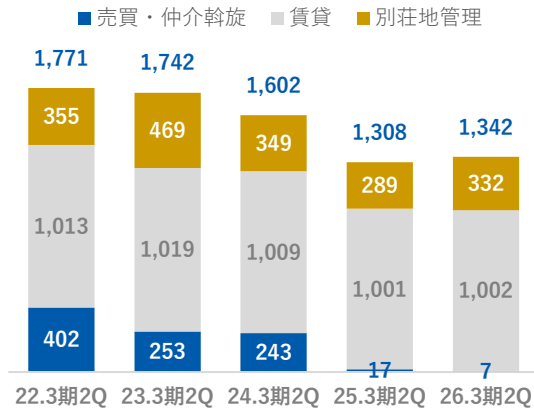


- **鉄道事業**
観光シーズンに合わせた臨時列車やイベントの開催、通学定期券の値下げなどにより利用者が増加
- **バス事業**
高速バス「三島・河口湖ライナー」などが好調に推移
 - 富士五湖エリアへのアクセス向上
 - ✓ バスタ新宿発富士急ハイランド行き早朝便の運行を開始
 - ✓ 同時に「高速バス+富士急ハイランドワンデイバス+優先入園券+絶叫優先券」がセットとなった「超・得Qパック」の販売を開始
 - 富士五湖エリア内の二次交通の拡充
 - ✓ 乗合バス事業で「特急忍野八海バス」の運行を開始
 - ✓ 訪日外国人客の需要が拡大している西湖周遊バス（グリーンライン）を増便
- **船舶事業**
 - ✓ 「初島リゾートライン（熱海～初島航路）」で7月から新高速船「金波銀波」の運航を開始

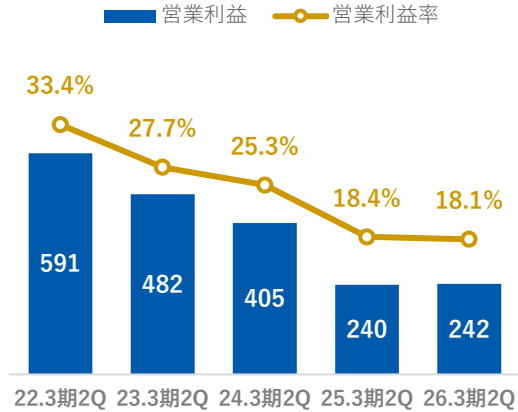
不動産業

● 別荘地管理業のメンテナンス収入が寄与し2.6%の増収、営業利益は0.7%増と横ばい

事業別営業収益 (百万円)



営業利益、利益率 (百万円、%)



● 賃貸事業

- ✓ 既存賃貸施設の改修などを行い、安定的な収益を確保

● 別荘地管理事業

- ✓ 山中湖畔別荘地や十里木別荘地のメンテナンス工事等が増加

● 売買・仲介斡旋事業

- ✓ 山中湖畔別荘地において、山梨県より、別荘取得希望者への土地の転貸承認申請に対して、承認が得られない状態が継続



03

2026年3月期 通期業績見通し

経営環境

● 訪日外国人客数は順調に推移。インバウンドマーケットの拡大傾向はさらに続く見込み

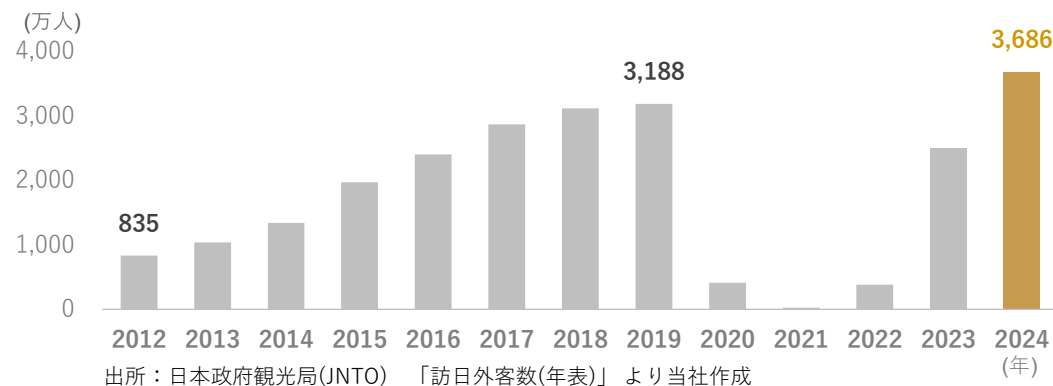
● インバウンド

- ✓ 想定以上のインバウンドの急激な回復と増加

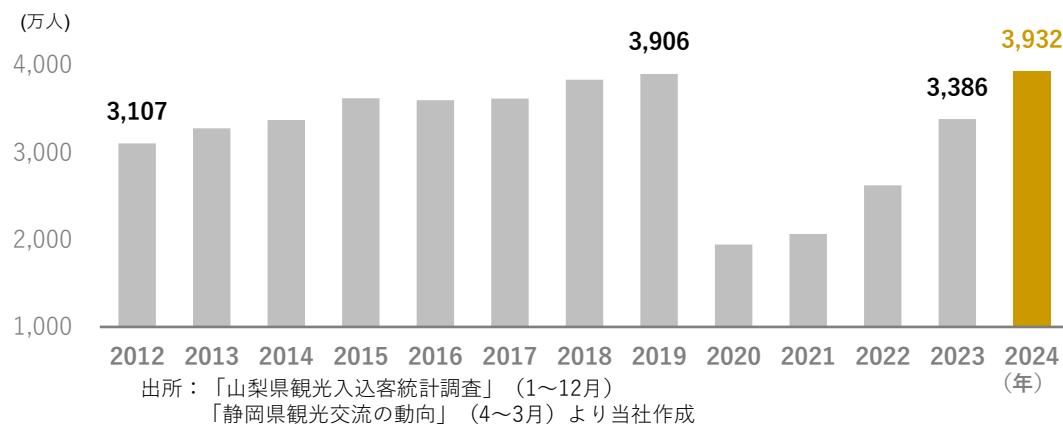
● 交通アクセスの改善

- ✓ 急激な需要増加に対応して供給量の拡大を実現
- ✓ 須走道路・御殿場バイパスの効果
- ✓ 新東名高速道路が全線開通予定（2028年以降）

訪日外国人客数の推移（暦年、万人）



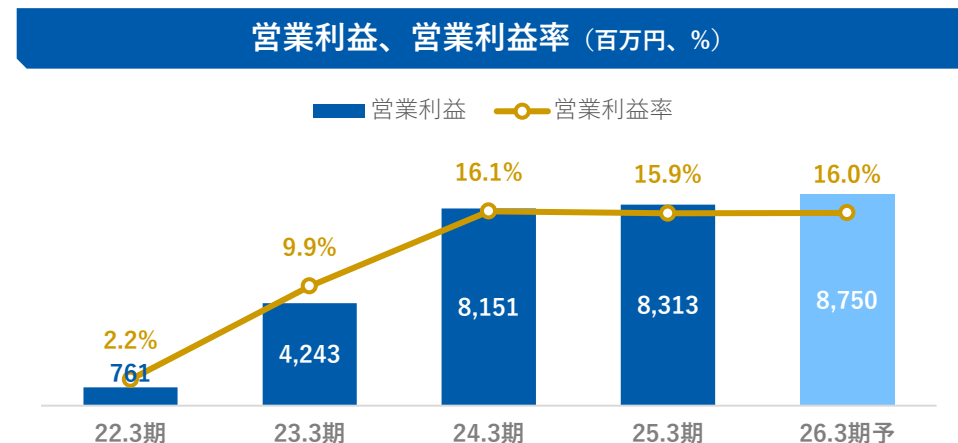
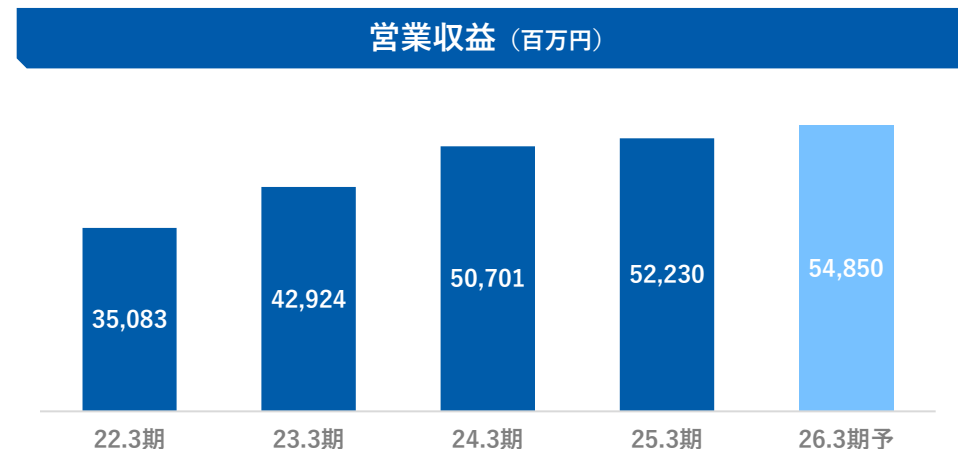
富士山周辺観光客数の推移（暦年、万人）



2026年3月期決算の見通し

● 期初予想から修正はなし

(百万円)	25.3期	26.3期予		
	実績	予想	増減率	差額
営業収益	52,230	54,850	5.0%	2,619
営業利益	8,313	8,750	5.2%	436
営業利益率	15.9%	16.0%	-	+0.0%pts
経常利益	8,125	8,450	4.0%	324
経常利益率	15.6%	15.4%	-	△0.2%pts
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,107	5,300	3.8%	192
親会社株主に帰属する 当期純利益率	9.8%	9.7%	-	△0.1%pts
設備投資額	6,715	9,868	47.0%	3,152
減価償却費	5,514	5,880	6.6%	365
一株当たり利益	96.19円	99.81円	3.8%	3.62円
一株当たり配当	29.0円	30.0円	3.4%	1.0円

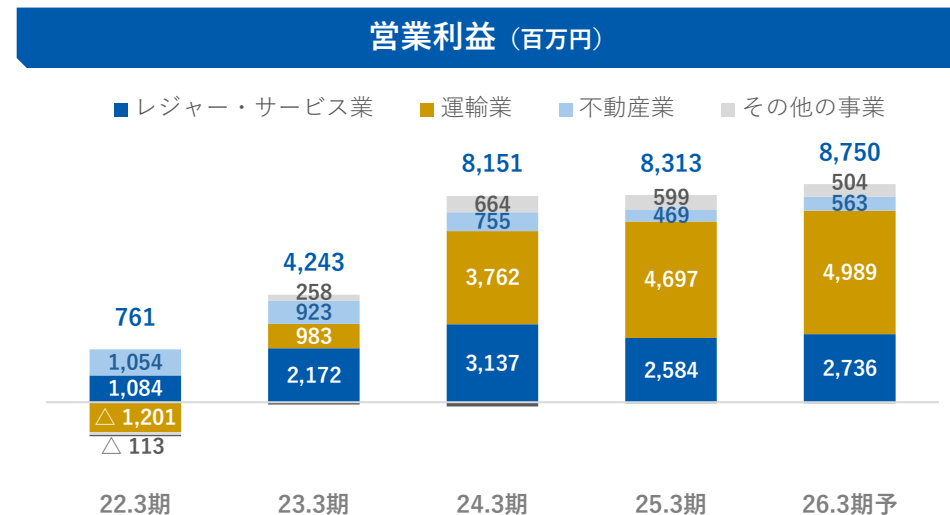
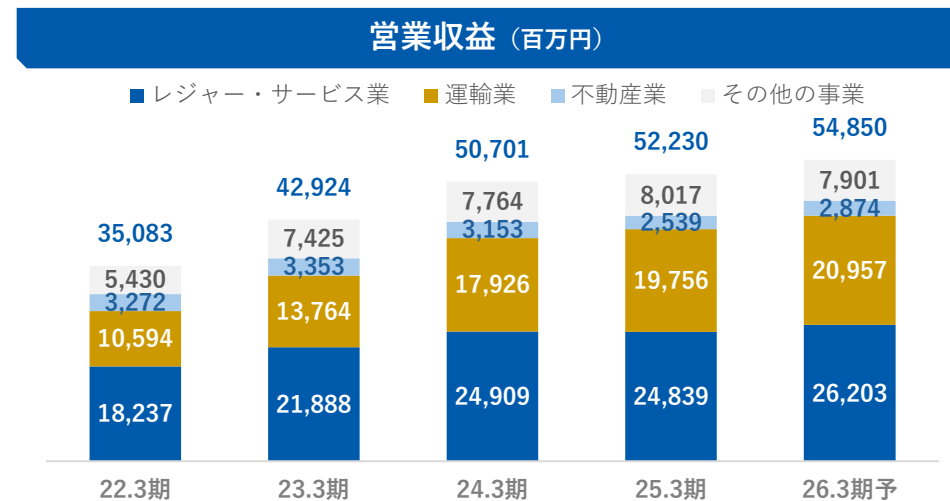


2026年3月期決算の見通し（セグメント別）

● 期初予想から修正はなし

営業収益（百万円）	25.3期		26.3期予	
	実績	予想	増減率	差額
レジャー・サービス業	24,839	26,203	5.5%	1,363
運輸業	19,756	20,957	6.1%	1,200
不動産業	2,539	2,874	13.2%	334
その他の事業	8,017	7,901	△1.5%	△116
調整額	△2,921	△3,085	-	△163
合計	52,230	54,850	5.0%	2,619

営業利益（百万円）	25.3期		26.3期予	
	実績	予想	増減率	差額
レジャー・サービス業	2,584	2,736	5.8%	151
運輸業	4,697	4,989	6.2%	291
不動産業	469	563	19.8%	93
その他の事業	599	504	△15.9%	△95
調整額	△38	△42	-	△3
合計	8,313	8,750	5.2%	436



2026年3月期 下期以降の主な施策

● タッチポイント増とARPU向上を推進

箱根・芦ノ湖に新エンターテインメントシップを就航

箱根遊船 大茶会（だいちゃかい）

- 箱根・芦ノ湖で「お茶」をテーマにした新船「箱根遊船 大茶会」を2025年12月に就航予定
- 煌めく「黄金茶室」や提灯をモチーフにした幻想的なゾーンなど趣向の異なる多彩なシーンを演出
- 単なる移動手段ではなく、日本の「おもてなし」や「一期一会」の精神を感じられる特別な時間を提供することで、芦ノ湖の観光価値をさらに高め、唯一無二の日本文化体験と感動をお届け



サンエックスとのコラボレーション

富士急ハイランド「サンエックスエリア（仮称）」

- 「リラックマ」や「すみっコぐらし」、「たればんだ」などサンエックスキャラクターの世界観を常設でお楽しみいただける新エリアを2026年にOPEN予定
- 幅広い世代がそれぞれのスタイルで楽しめる“新しい体験型パーク”を目指す

投資額：約25億円
エリア面積：約6,500㎡

※新エリアは、富士急ハイランド駅（第二入園口）側の、かつて「ミニ富士」と呼ばれた旧施設の跡地に誕生。「鉄骨番長」や「絶望要塞」などのアトラクションに隣接



自社IP/他社IPの活用

絶叫戦隊ハイランダー号

- 富士急ハイランドの公式ヒーローをモチーフにした電車を2025年10月より富士急行線で運行開始



さがみ湖イルミリオン×たまごっち

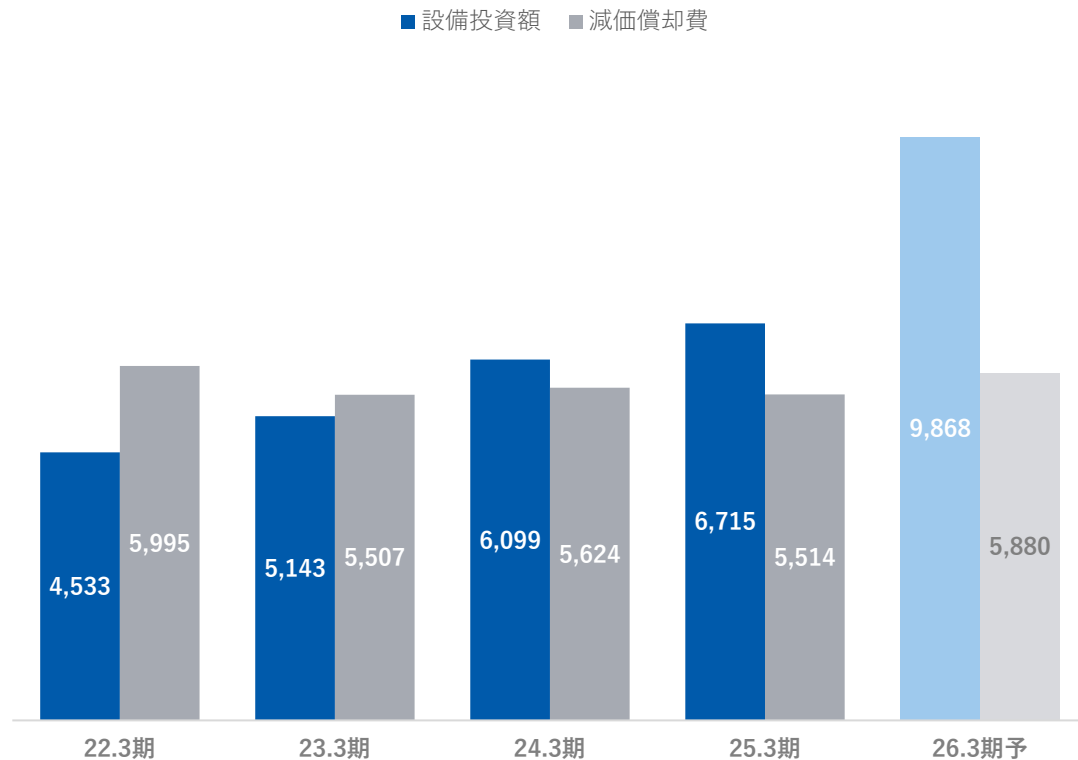
- 世界中で愛されるデジタルペット「たまごっち」と、関東最大級600万球のイルミネーションイベント「さがみ湖イルミリオン」がコラボ。2025年11月～2026年5月まで開催



設備投資額・減価償却費

- 26年3月期は過去最高の9,868百万円を計画

設備投資額および減価償却費（百万円）



- 運輸

- ✓ 鉄道輸送力の増強
- ✓ EVバスを含めたバスの更新投資

- 富士急ハイランド

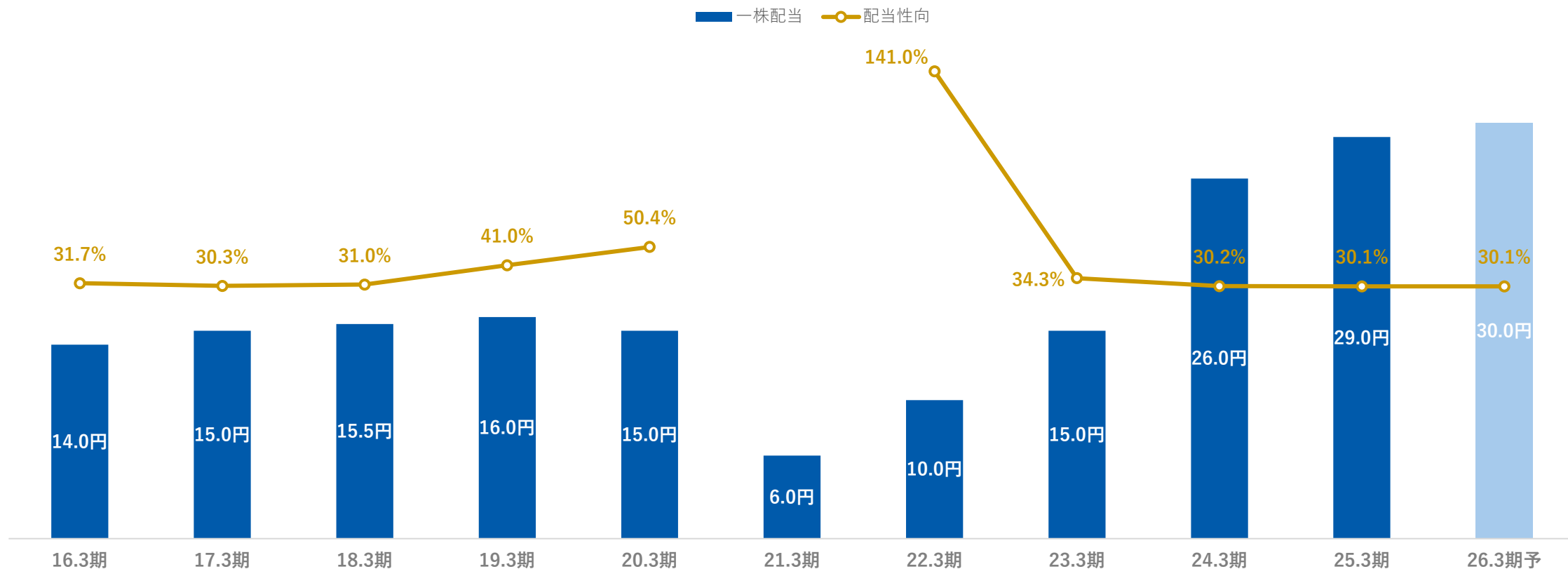
- ✓ 新大型アトラクションへの投資

- ホテル（宿泊、レストラン）

- ✓ 外国人客・ラグジュアリー客の取り込みに向けた投資
- ✓ 客室リニューアル

株主還元

- 継続的かつ安定的な配当を行うことを基本方針とする
- 業績や連結配当性向30%を目途に総合的に勘案し、利益成長による配当額の増加を目指す



※2017年10月1日付で株式併合を行ったため、比較のため、過去の配当額を当期と同じ基準で表記しております

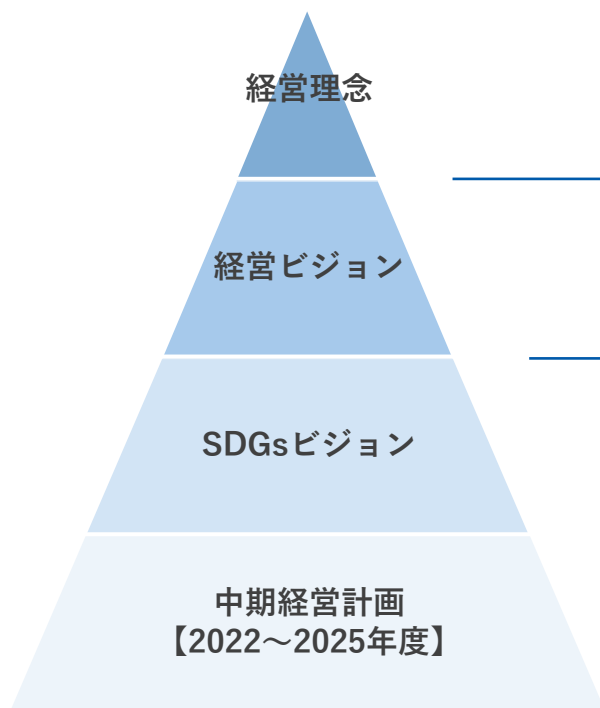
04

【ご参考】 現中期経営計画（23.3期～26.3期）の概要

富士急グループの経営基本方針

創業精神

「富士を世界に拓く」



いつも「喜び・感動」

富士急グループは十二分に安全を心がけ、「夢・喜び・やすらぎ・快適・感動・健やかさ」を提供するアメニティビジネスのリーディングカンパニーを目指します

富士山エリアを「リゾートシティ」とする、持続可能な地域社会の実現を目指します

富士急グループは、「超日常」の創造により、社会的価値と経済的価値の両立を目指します

2022年度は収益力を強化し、2023～2025年度はインバウンド需要等を取り込む成長戦略を推進します

中期経営計画のまとめ

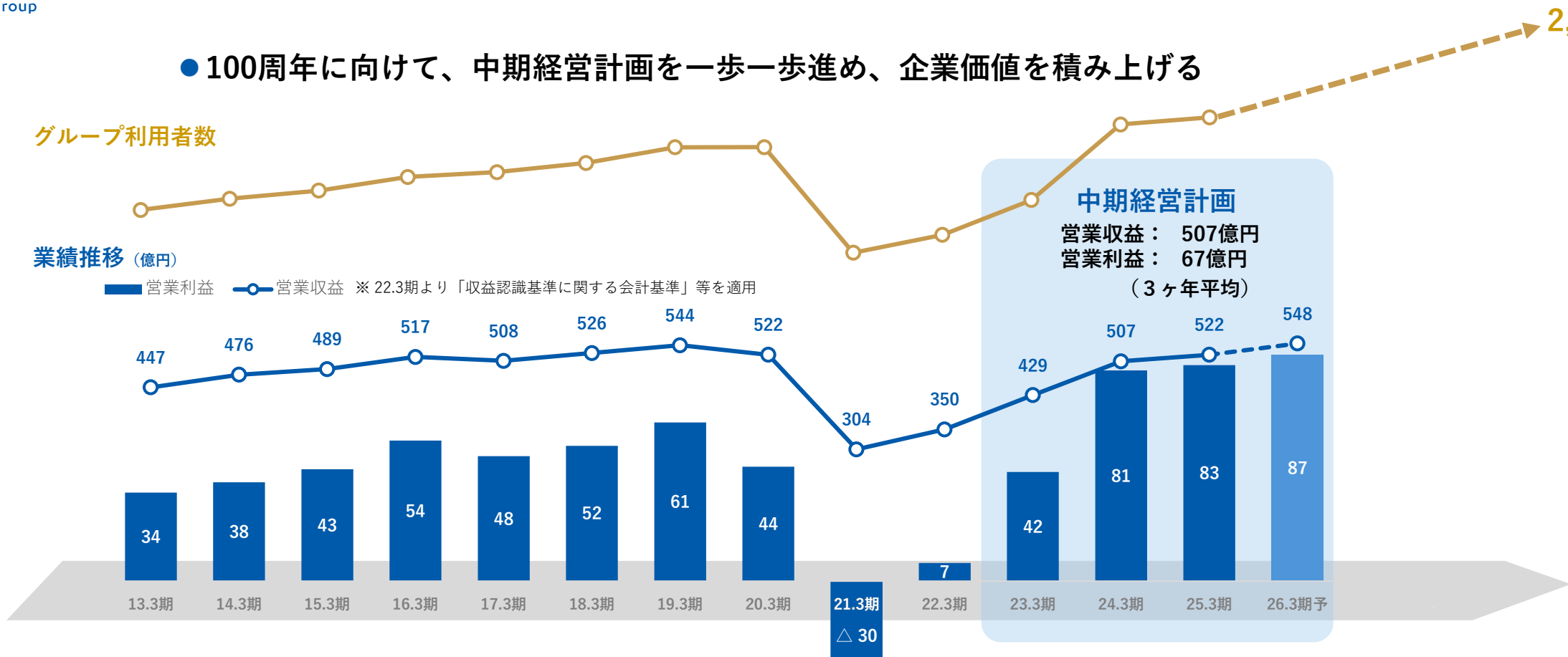
● 100周年に向けて、中期経営計画を一步一步進め、企業価値を積み上げる

グループ利用者数

2,000万人

業績推移 (億円)

■ 営業利益 ○ 営業収益 ※ 22.3期より「収益認識基準に関する会計基準」等を適用



中期経営計画
(13.3期～15.3期)

中期経営計画
(16.3期～18.3期)

中期経営計画
(19.3期～21.3期)

体質徹底
強化期間

ビルドアップ
期間

数値目標期間
(3ヶ年平均)

富士山の世界遺産登録
2013年

インバウンド

コロナ禍

インバウンド回復

中期経営計画の数値目標

● 天候や暦等の外的要因により単年度の変動が大きくなるため、中計期間の3ヶ年平均の目標を設定

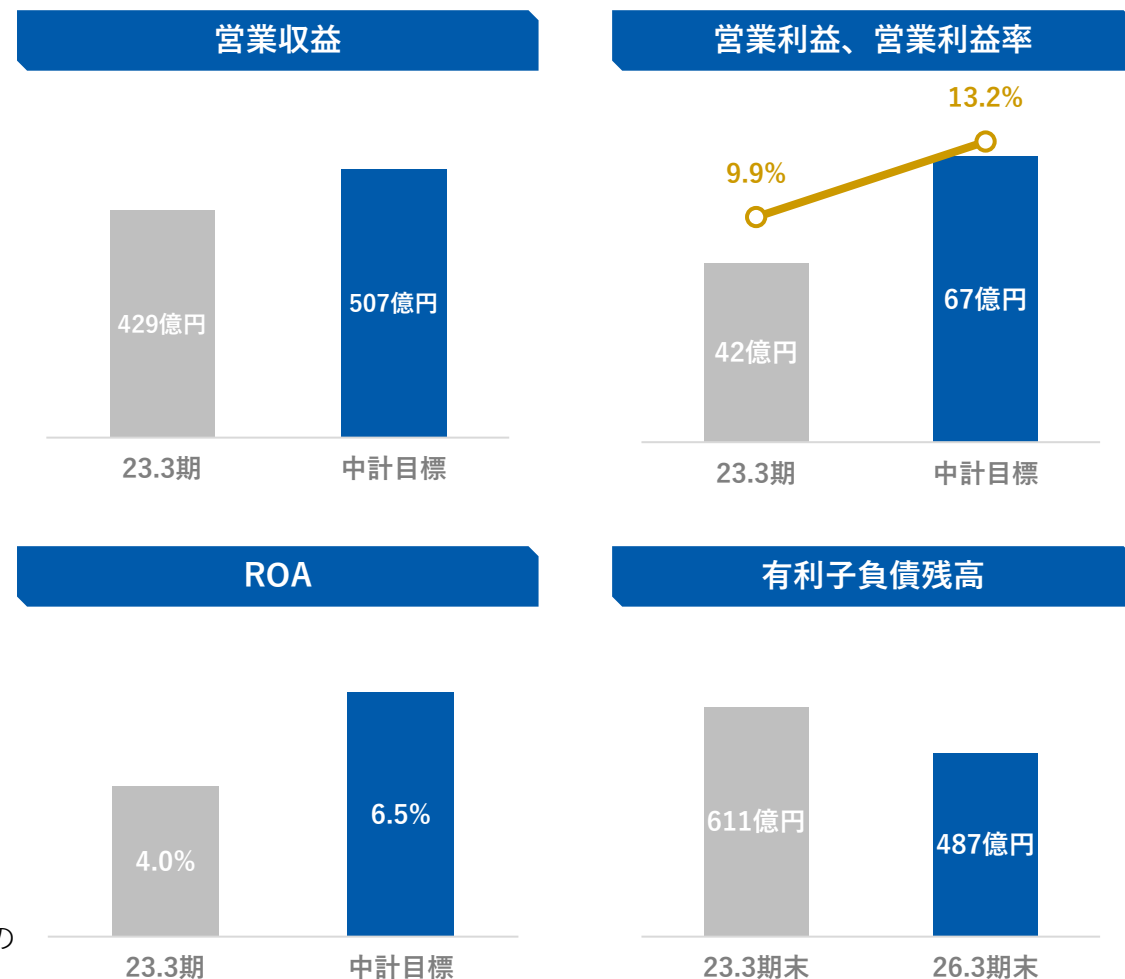
【目標とする経営指標】

	23.3期 実績	中計目標
		24.3期～26.3期 3ヶ年平均
営業収益	429億円	507億円
営業利益	42億円	67億円
経常利益	40億円	63億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	23億円	38億円
営業利益率	9.9%	13.2%
ROA	4.0%	6.5%
	23.3期末	26.3期末
有利子負債残高*	611億円	487億円

*金融機関借入金＋社債＋リース債務等

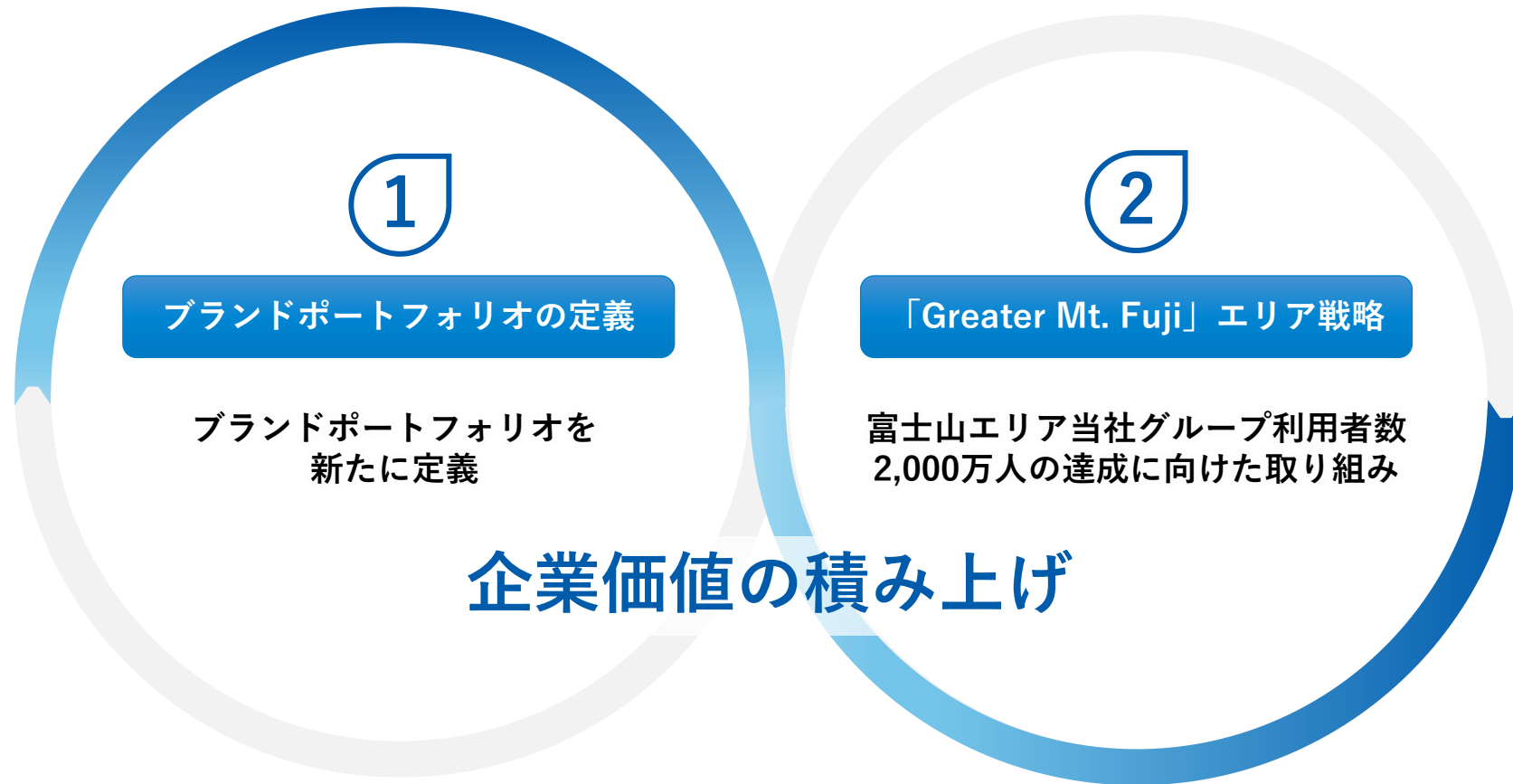
【株主還元】

- ✓ 継続的かつ安定的な配当を行うことを基本方針とする
- ✓ 業績や連結配当性向30%を目途に総合的に勘案し、利益成長による配当額の増加を目指す



基本戦略①

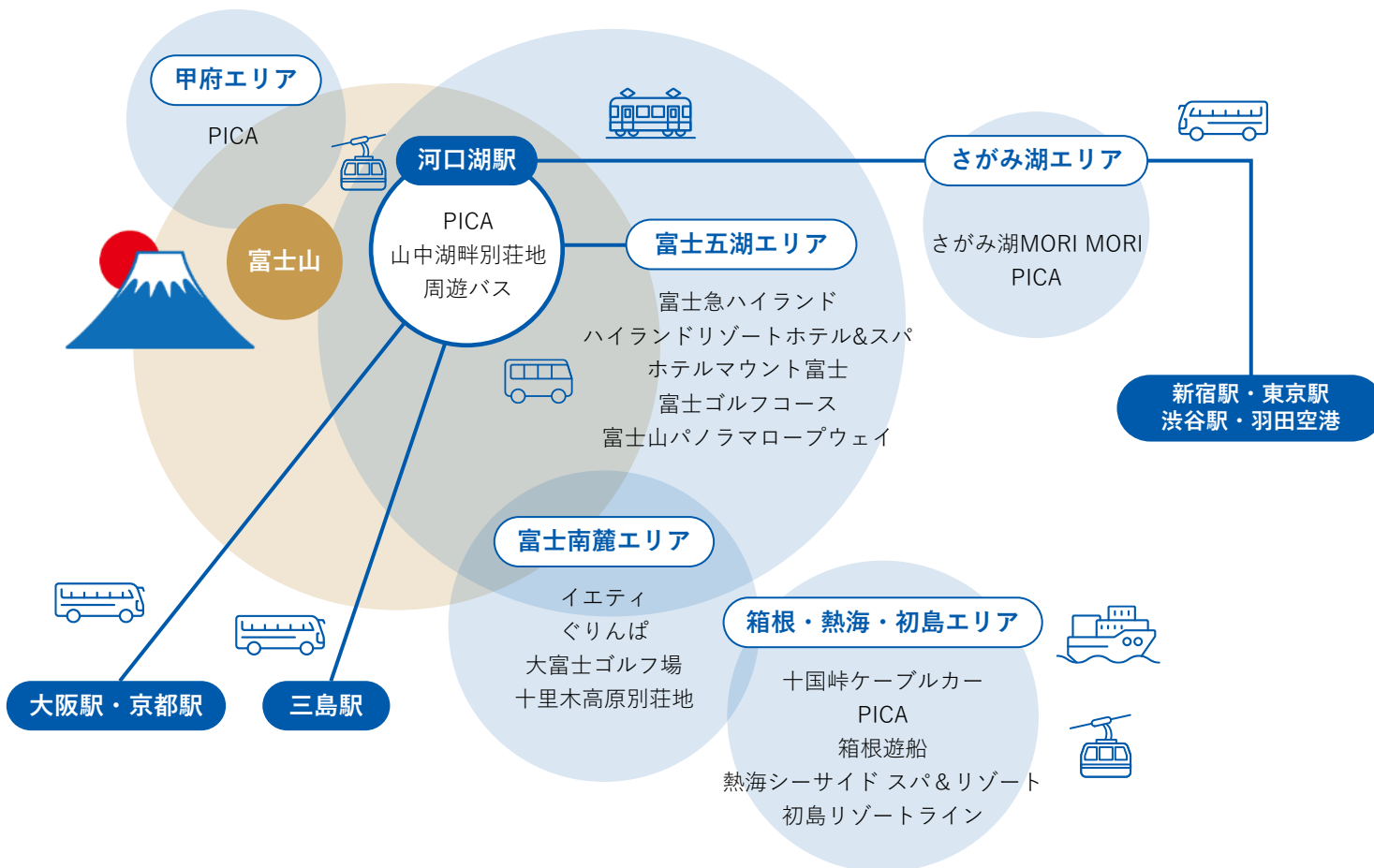
- 非日常を超えた「超日常」の創造により、社会的価値と経済的価値の両立を目指す



基本戦略② 「Greater Mt.Fuji」 エリア戦略

- 富士五湖～静岡、箱根を含めた神奈川、東京までの広大なエリア

Greater Mt. Fuji エリア



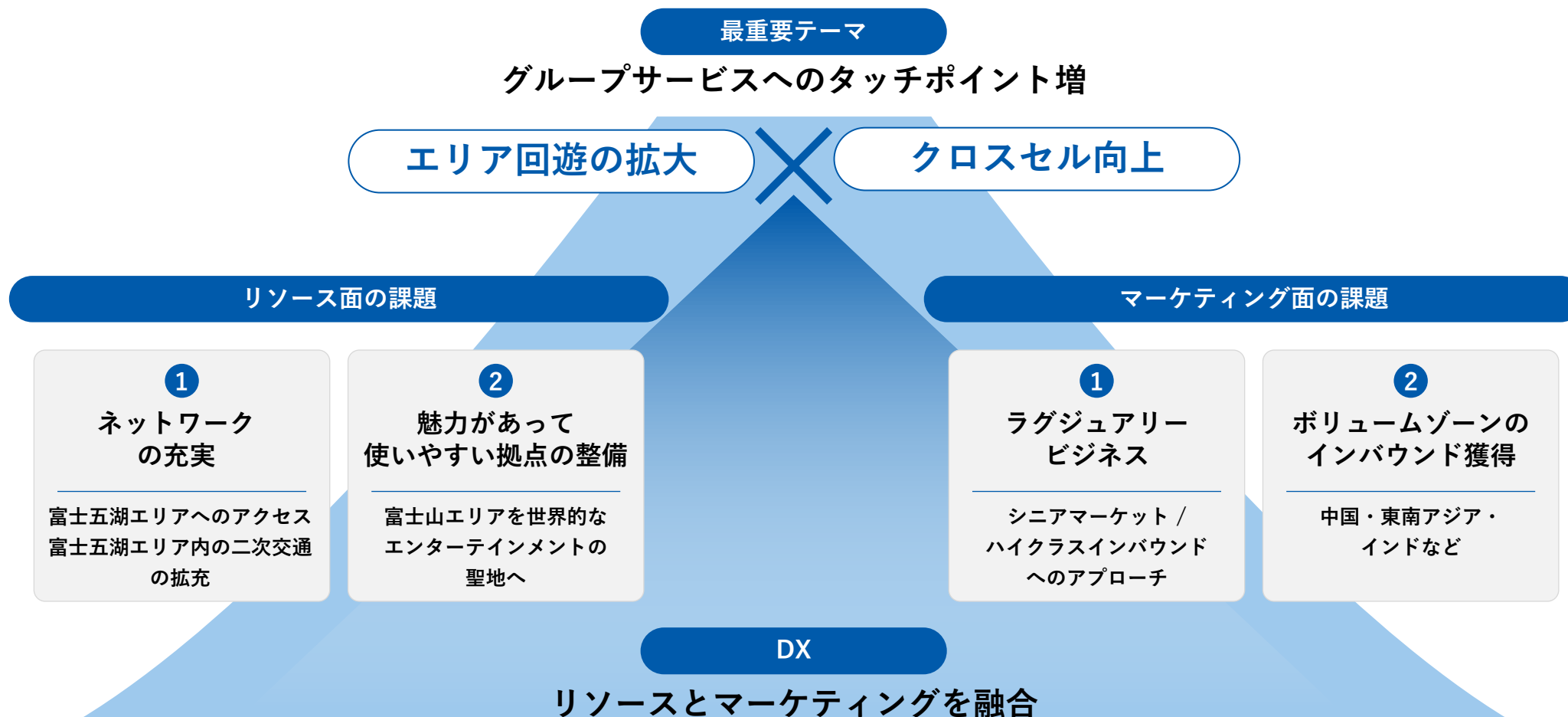
富士南麓エリア		富士五湖エリア	
レジャー・サービス業		レジャー・サービス業	
遊園地	1	遊園地	1
ホテル	1	ホテル	5
ゴルフ・スキー	2	ゴルフ・スキー	1
アウトドア	2	アウトドア	4
		温泉	1
運輸業		運輸業	
鉄道	○	鉄道	○
高速バス	○	高速・周遊バス	○
タクシー	○	ハイヤー・タクシー	○
不動産		不動産	
別荘	○	索道（ロープウェイ）	1
		船舶	3
		別荘	○

箱根・熱海・初島エリア		さがみ湖エリア	
レジャー・サービス業		レジャー・サービス業	
ホテル	1	遊園地	1
アウトドア	2	アウトドア	1
		温泉	1
運輸業		運輸業	
索道	1		
船舶	2		

甲府エリア	
レジャー・サービス業	
アウトドア	1
運輸業	
高速バス	○
タクシー	○

基本戦略② 「Greater Mt.Fuji」 エリア戦略 課題

- 富士山エリア当社グループ利用者数2,000万人の達成に向けた取り組み



基本戦略② 「Greater Mt.Fuji」 エリア戦略 重点施策

- 富士山エリア当社グループ利用者数2,000万人の達成に向けた取り組み

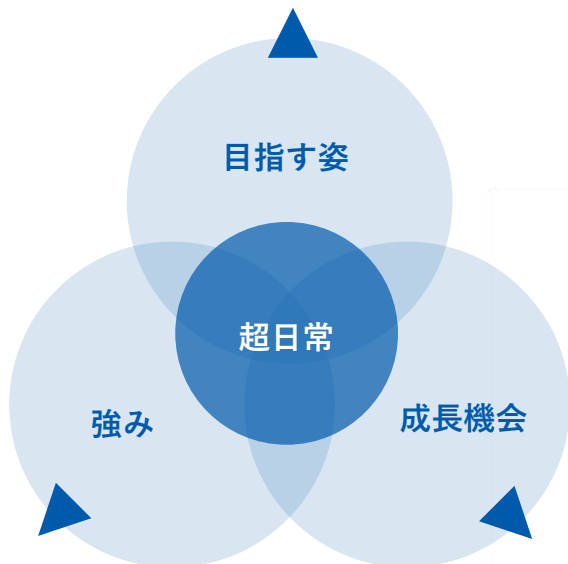
重点施策



重点施策 I . 富士急ハイランド①

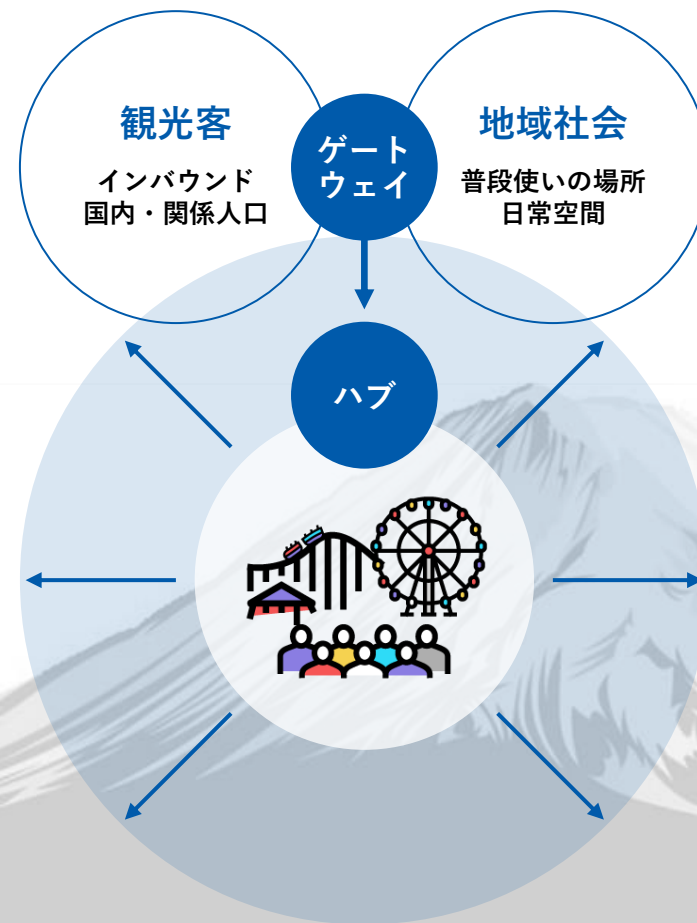
- 入園無料化を契機に確立した社会的価値をさらに進化させ、真の富士山エリアのゲートウェイへ

社会的価値と経済的価値の両立



オンリーワンの絶叫ライドパーク
河口湖と並ぶ、富士山観光のゲートウェイ

インバウンドの本格的な取り込み



重点施策Ⅰ. 富士急ハイランド②

● ライドパークとしての進化と、国内外からの幅広い観光客の取り込み強化

これまでの取組み

2017年～

絶叫優先券のデジタル化

2018年7月

入園無料化

2017年～

ワンちゃんのリードでの
入園が可能に

2019年～

NARUTO×BORUTO
富士 木ノ葉隠れの里

富士急ハイランド公式アプリ



2021年～

公式アプリ
「Qちゃん」運用開始

2018年～



テナントリーシング
の強化

2021年～

FUJIYAMAタワー



現中期経営計画（23.3期～26.3期）

ソフト戦略

富士山エリアのゲートウェイ化

魅力あるコンテンツ作りを目指しコラボレーションモデルを推進

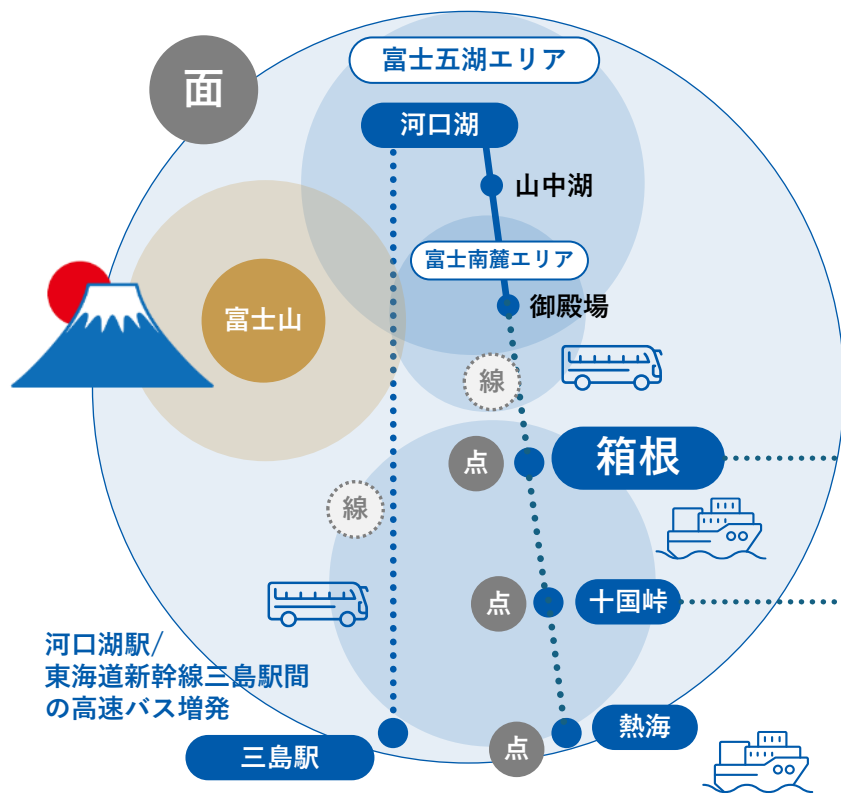
ハード戦略

アトラクション等

ライドパークとしてエッジの効いた存在感、オンリーワン感

重点施策Ⅱ. 「箱根・熱海」エリアへの事業展開

- 「富士山エリア」との相互周遊観光などにより、シナジーの創出を推進



- 既存事業エリアとの結節点、戦略的拠点の位置づけ

✓ 「点から線、線から面」

- 今後の重要な課題

- ✓ 富士五湖エリアとつながることによる外国人客の往来活性化
- ✓ 様々な施設やコンテンツの複合化

2023年3月

「箱根遊船」 がグループ入り

2022年2月

「十国峠ケーブルカー」
「十国峠レストハウス」 がグループ入り

重点施策Ⅲ. デジタルプラットフォーム

- グループサービスへのタッチポイント増の切り札

エリア回遊の拡大 クロスセル向上

- ・ 柔軟に旅行商品を作る
- ・ お客様の体験価値を高める

プラットフォーム機能

参加施設・サービスの拡大

ダイナミックプライシング

価格戦略

データ管理

マーケティング

CLUBフジQ

富士急ハイランド公式アプリ



Fujiyama Connect

連携強化

SEKITORI

- ・ 自社開発の富士山エリア観光予約プラットフォーム
 - ・ 観光、交通、宿泊の予約を、単体やセットで自在に組み合わせ
 - ・ 富士急グループ外の多数の施設とも連携

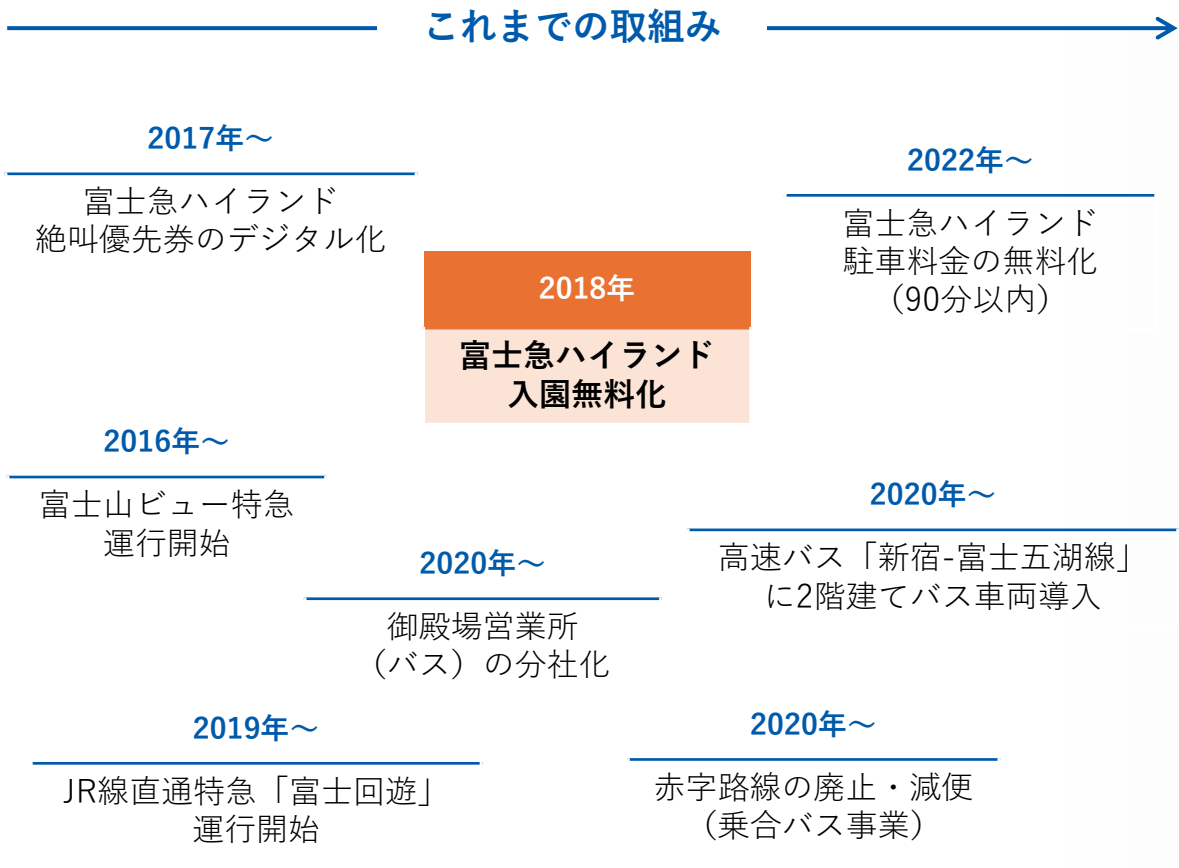
- ・ 自社開発の高速バス予約サイト（22年7月～）

DX：デジタルプラットフォーム

重点施策Ⅳ. 収益力向上

- トップラインの成長によりコスト増を吸収し、利益率改善を目指す

これまでの取組み



現中期経営計画（23.3期～26.3期）

ARPU向上

単価の向上

富士急ハイランド	<ul style="list-style-type: none"> ● ダイナミックプライシング、ワンデイパス、絶叫優先券、富士急プレミアムパス ● 飲食の充実
ホテル事業	<ul style="list-style-type: none"> ● イールドマネジメントの強化によるADR向上
バス事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 乗合バス（山梨・静岡・神奈川県） ● 高速バス

クロスセル

- 高速バスとハイランドのセット化推進

運輸業の収益力向上

鉄道の収益性向上

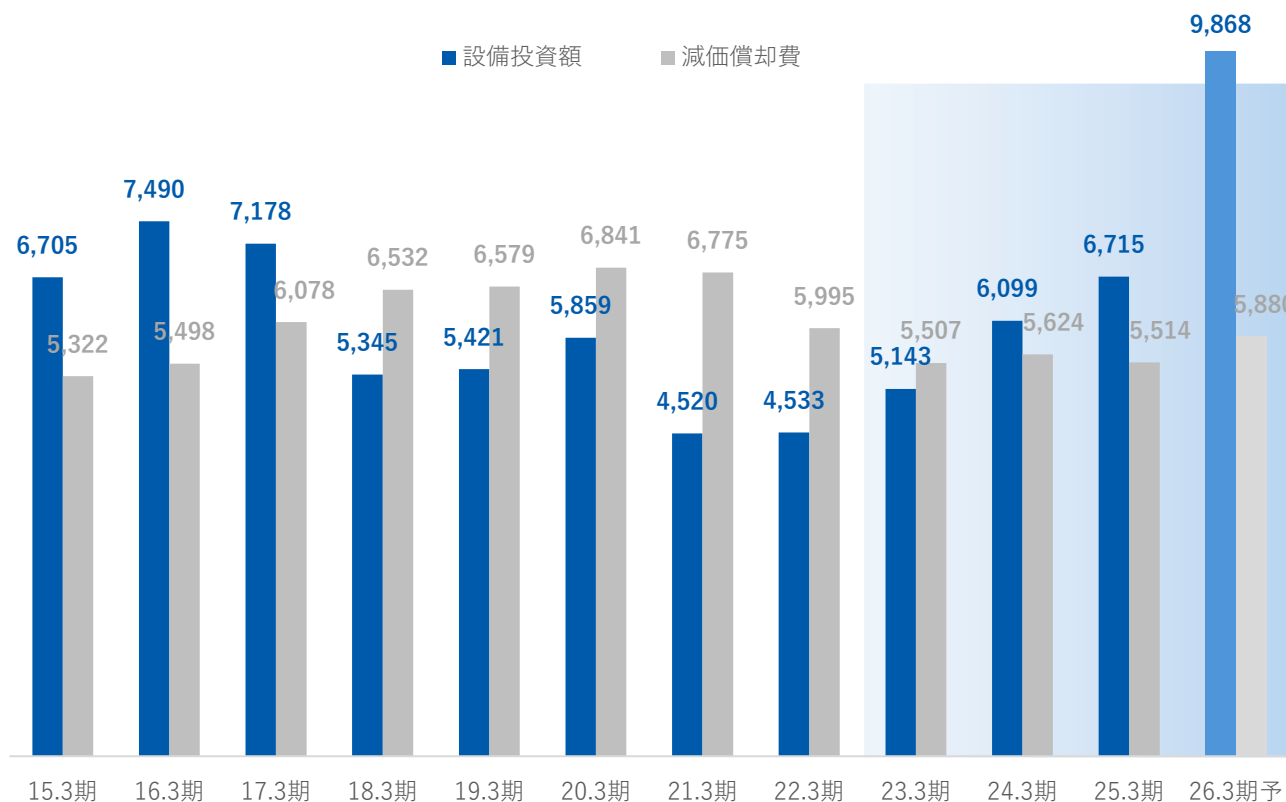
- JR線直通特急「富士回遊」増発 ● 富士急行線分社化

バス事業のポートフォリオ再構築

高速バスへのシフト	<ul style="list-style-type: none"> ● 富士五湖発着路線 輸送力拡大 ● 高速バス 三島-河口湖ライナーの増便
売上拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 河口湖・西湖周遊バス 増発

設備投資

設備投資額及び減価償却費（百万円）



富士急グループならではの体験価値やソフト、オリジナリティを創造

中期経営計画（23.3期～26.3期）

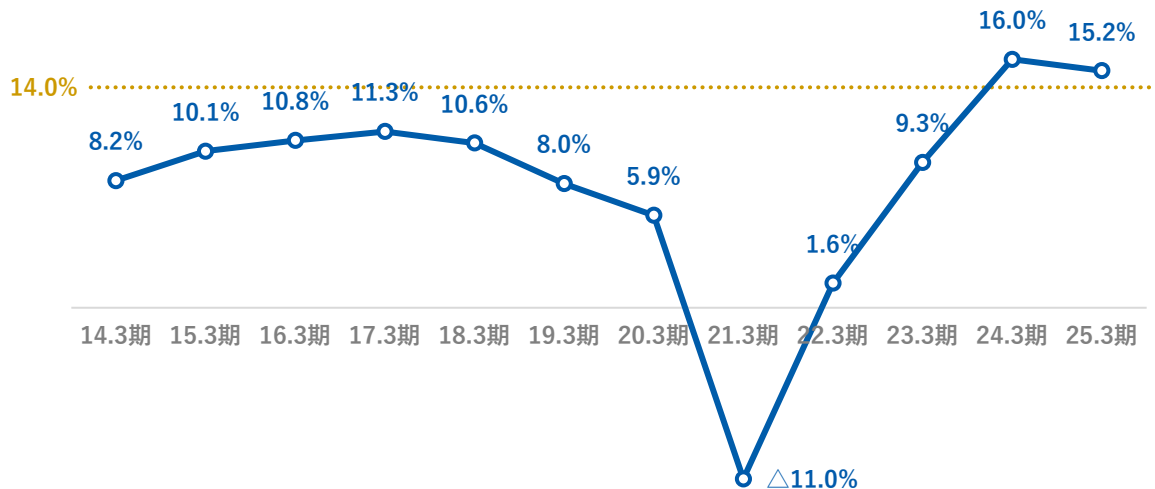
- 付加価値アップ
 - ✓ 富士急ハイランド、PICA、ホテル
 - ✓ バス・鉄道輸送力の増強
 - ✓ 遊休地活用
- 生産性向上
 - ✓ デジタル投資
- 環境対策
 - ✓ EVバス等
- 安全対策
 - ✓ 鉄道ほか

企業価値の向上（資本コストや株価を意識した経営の実現）に向けた中期的な方針

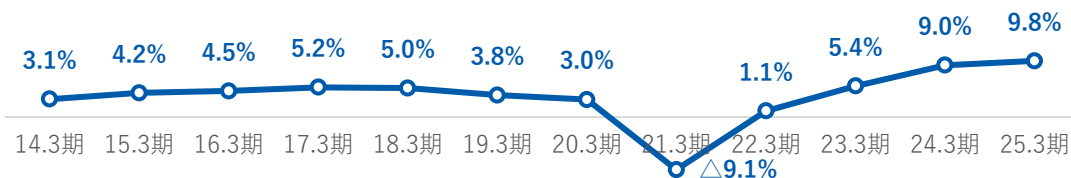
● 株主資本コストを上回るROE14%以上を目指す

- ① お客様体験価値を高め、営業利益率のさらなる向上を目指す
- ② 財務体質の強化により、安定的な資金調達の実現を目指す
- ③ 業績や連結配当性向30%を目途に総合的に勘案し、利益成長による配当額の増加を目指す

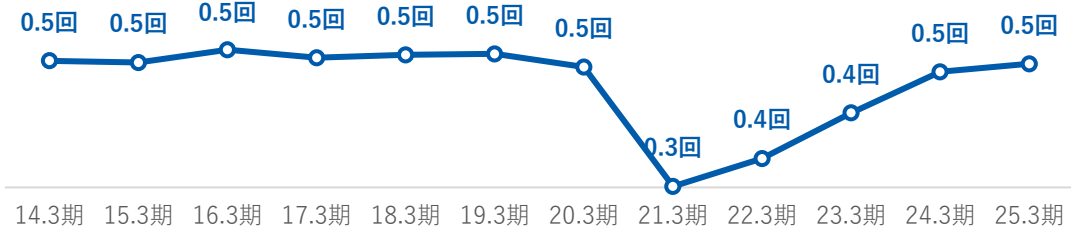
ROE (%)



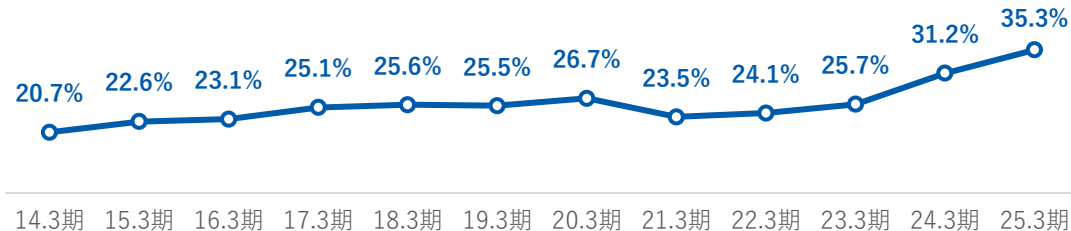
当期純利益率 (%)



総資産回転率 (回)

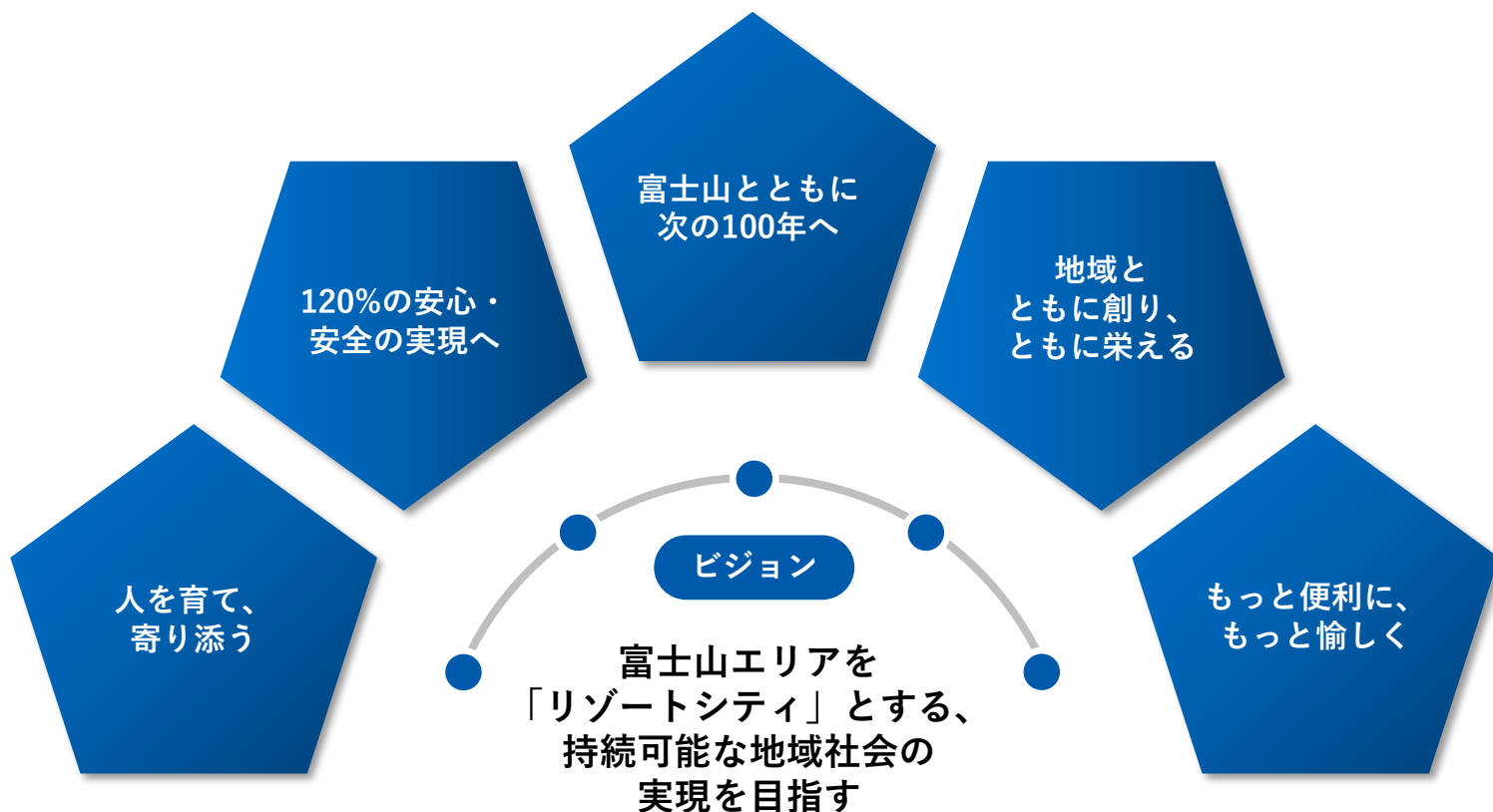


自己資本比率 (%)



SDGsビジョン（マテリアリティ）

- 持続可能な地域社会の実現に向けて、富士急グループが取り組むべき社会・環境についての重要課題を策定



統合報告サイト

<https://www.fujikyu.co.jp/integrated/>



富士急ハイランドの安全・安心への取り組み

●再発防止・安全管理体制の見直しを実施

労災事故防止のための取り組み

作業や点検中での機械や設備の予期せぬ起動による従業員の怪我や死亡事故を防止する方法である「ロックアウトシステム（作業員一人ひとりが機械の電源に鍵をかけ、第三者が操作できないようにする仕組み）」を導入。加えて、作業手順の見直しとそれに伴う全従業員への再教育を実施

ソフト面の取り組み

- 搭乗前にスタッフが、アトラクションの特徴、荷物持ち込みルール、正しい乗車姿勢を説明し、お客様と一緒に手拍子等でリズムカルに注意喚起を行う「安全プレショー」を実施
- 全てのお客様にアトラクションを安全にご利用いただくため、「リスク回避」、「注意喚起」、乗車後の「異変感知」について、お客様に協力をいただきながらお客様に寄り添った安全対策に取り組む
- シートベルトに黄色のチェックタグをつけ装着後にお客様ご自身でもタグを引っ張ってもらうことで、お客様及びスタッフの双方でシートベルトのロックを確認



安全プレショーの実施



双方でのシートベルト確認

ハード面の取り組み

- 機器・車両・レール整備においては建築基準法第12条（報告、検査等）に基づく昇降機・遊戯施設定期検査業務基準、メーカー基準に加え、更に厳しい自主点検基準、点検項目を設けて点検確認を実施
- 一定の運休期間を設けた安全総点検では、日常点検以上の徹底的な点検、整備を行い、点検後に100回以上の試運転を行い、ハードの異常の有無の確認を行ったうえで、従業員100名以上とアルバイト20名以上の試乗により、乗り心地の確認を行い、安全確認を実施



車両検査



巻上げチェーン検査



調整タイヤ点検

富士急ハイランドのWebサイトに「安全・安心への取り組み」の状況を掲載

富士急ハイランド 安全 安心 







わくわくの最高峰へ



Fujikyu
Group

- ✓ 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、本資料の発表日現在における将来の見通し、計画のもととなる前提、予測を含んで記載しており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績は、今後様々な要因によって、大きく異なる結果となる可能性があります。
- ✓ 本資料には監査を受けていない概算値を含むため、数値が変更になる可能性があります。
- ✓ 本資料の金額は、切り捨てで表示しております。