

2024年11月13日

小田急電鉄株式会社

IR室

2025年3月期 第2四半期（中間期）決算に関するFAQ

※ ここでは、当決算について想定される質問と回答を参考として掲載しています。ご不明点等ございましたら、IR室（03-3349-2526）までお問い合わせください。

Q1. 主な事業の足元の状況は。

当社鉄道事業	改札通過人員【10月1日～27日】 定期 前年度並み、定期外 104%程度で推移 ※ 前年度同日比
小田急百貨店	売上高【10月1日～27日】 新宿店、ふじさわ 前年度並み、町田店 96%程度で推移 ※ 前年度同日比
シティホテル	客室稼働率【10月1日～27日】 ホテルセンチュリーサザンタワー 92.4%
箱根エリア	箱根湯本駅改札通過人員【10月20日～26日】 平日 108%程度、土休日 前年度並みで推移 ※ 前年度同週比
	箱根リゾートホテルの客室稼働率【10月1日～27日】 80～90%程度で推移 ※ 箱根リゾートホテル：山のホテル、箱根ハイランドホテル、はつはな

Q2. 小田急電鉄 鉄道事業におけるホームドア設置の進捗状況は。

- ・ バリアフリー料金制度を活用し、2032年度までに新宿から本厚木までの全駅と中央林間、大和、藤沢への設置を進める。
- ・ それ以外の駅についても、転落事故の発生状況、視覚障害者の利用状況や整備要望、ホームの混雑状況等を踏まえ、整備の必要性を検討していく。

（参考）ホームドア整備計画

整備時期	2024年11月 （実績）	2024年度末 （計画）	2032年度末 （計画）
整備箇所	11駅 34番線	14駅 44番線	37駅 107番線
	新宿（特急ホーム除く） 代々木八幡、代々木上原、東北沢、 下北沢、世田谷代田、梅ヶ丘、 登戸、町田、相模大野、本厚木	海老名 中央林間 大和	新宿から本厚木までの全駅 （左記以外） 藤沢

Q3. 各ホテルの客室稼働率・外国人宿泊者比率は。

客室稼働率 (単位：%)		2023年度 中間期	2024年度 中間期	増減
新宿	ホテルセンチュリーサザンタワー	88.2	87.9	△0.3p
箱根	山のホテル	70.3	71.7	+1.4p
	箱根ハイランドホテル	65.0	59.9	△5.1p
	はつはな	54.0	61.0	+7.0p
	箱根ゆとわ	77.0	83.0	+6.0p
御殿場	HOTEL CLAD	66.8	75.8	+9.0p

外国人宿泊者比率 (単位：%)		2023年度 中間期	2024年度 中間期	増減
新宿	ホテルセンチュリーサザンタワー	81.9	88.1	+6.2p
箱根	山のホテル	17.3	22.1	+4.8p
	箱根ハイランドホテル	14.2	11.6	△2.6p
	はつはな	18.6	21.3	+2.7p
	箱根ゆとわ	50.8	51.4	+0.6p
御殿場	HOTEL CLAD	43.3	53.8	+10.5p

Q4. 各ホテルの11月以降の予約状況は。

- ・ 11月以降の客室稼働率は、シティホテルで90%程度、箱根リゾートホテル[※]で80～90%程度と想定している。
- ・ 客室単価は、インバウンド利用率の高いホテルを中心に、2024年度第2四半期と同程度以上の高水準で推移することが見込まれる。

※ 箱根リゾートホテル：山のホテル、箱根ハイランドホテル、はつはな

Q5. 箱根エリアにおける観光需要（特にインバウンド）の状況は。

- ・ 2024年度中間期の箱根フリーパスの販売枚数は、前期比+5.8%であり、増加傾向を維持している。過去最高であった2018年度比では△9.1%にとどまっている。
- ・ 特に、外国人向け販売枚数は2018年度比+22.1%であり、過去最高を更新した。

箱根フリーパス (単位：千枚)	販売枚数	
	うち外国人	割合
2018年度中間期	448	134 29.9%
2023年度中間期	386	138 35.7%
2024年度中間期	408	164 40.1%

※ **太字**:過去最高

Q6. インバウンド収益の獲得に向けた取り組み状況は。

- ・ コロナ禍からの回復期を脱し、拡大期に入っているインバウンド市場の動向を注視しながら目標設定や観光戦略について検討を進めている。
- ・ 足元では、2024年9月より、アジア圏を中心に強みを持つOTA^{※1}のKlook社とEMotオンラインチケット^{※2}のシステム連携により、Klook社で購入した箱根フリーパスは紙チケットへの引き換えが不要となり、お客さまの利便性向上や業務効率化が実現した。
- ・ 今後も、OTAとの連携強化、当社の多言語ホームページや公式SNSの大規模リニューアル、外部メディアでの広告出稿や情報発信等を通じて、オンラインの販売導線を拡充することにより、集客を強化する。

※1 OTA：インターネット上のみで取引を行う旅行会社

※2 EMotオンラインチケット：小田急電鉄が開発・運営しているデジタルチケットサービス

Q7. 百貨店業の状況は。

- ・ グループ通算制度の適用に伴い、決算期を変更し2024年度中間期は7ヵ月間（2024年3月～9月）を連結したことに加え、化粧品の販売が好調だったことやインバウンド需要（免税）が寄与したことなどにより、増収となった。

営業収益 (単位：百万円)	2024年度 中間期	対前期
新宿店	7,408	+36.8%
店頭	7,061	+34.6%
町田店	4,999	+15.5%
ふじさわ	1,132	+18.2%
その他	1,022	+12.0%
合計	14,563	+25.4%

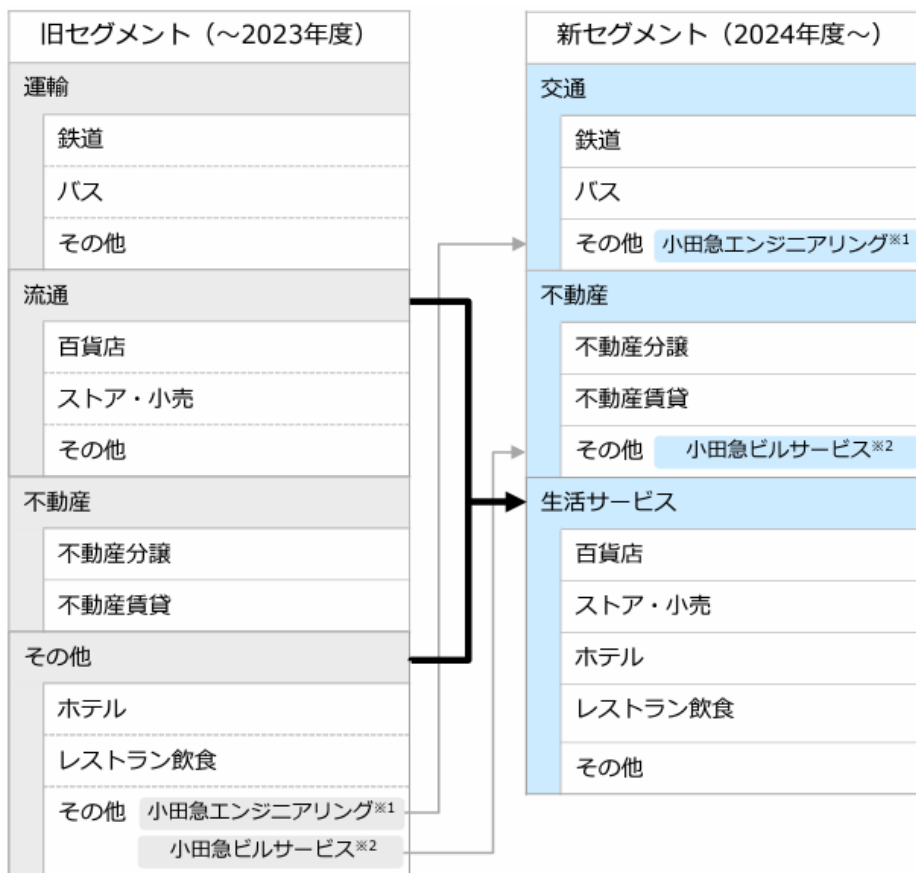
※ 前期：2023年3月～8月

- ・ なお、決算期変更の影響を考慮し7ヵ月間（3月～9月）で比較した取扱高は、前期比+2.7%となった。

Q8. セグメント変更の内容は。

- ・ 経営ビジョンにおける連結財務目標を踏まえ、2024 年度期首よりセグメントを変更した（名称含む）。
- ・ 旧セグメントの「流通」「その他」を「生活サービス」に統合したほか、一部連結子会社のセグメントを見直した。
- ・ 公表資料では 2023 年度の実績を変更後のセグメントに組み替えている。

(参考) セグメント変更の概要図

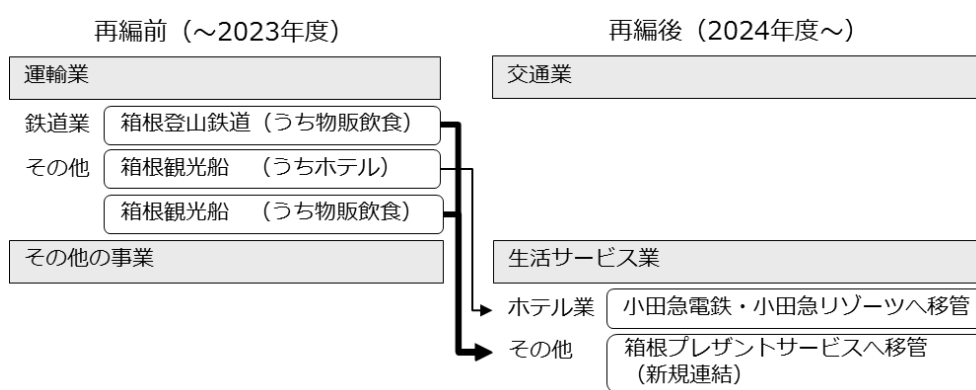


※1 鉄道メンテナンス業 ※2 ビル管理・メンテナンス業

Q9. 箱根グループ各社の再編はどのようなものか。業績に与える影響は。

- ・ 箱根エリアにおいて登山電車やロープウェイ・観光船等の交通業や観光施設等を運営する小田急箱根グループは、2024年4月1日付で組織再編（合併・事業分割）を実施した。
- ・ これに伴い、箱根プレゼントサービスを新規連結したほか、一部事業のセグメントを移管している。
- ・ 本再編を契機に、効率的かつコンパクトな経営体制の構築を目指して組織・コストの最適化を進めるほか、創出された人的・財務的余力を箱根エリアの魅力向上施策等への確に投下していくことで、グループ業績の持続的な成長・拡大を図っていく。

（参考1）再編に伴う事業移管



（参考2）2024/1/24 小田急箱根ニュースリリース

小田急箱根グループの組織再編に関するお知らせ

https://www.odakyu-hakone.jp/common/pdf/20240124_info.pdf

注意事項

本資料に記載されている、計画、見通し、戦略のうち、歴史的事実でないものは、将来の見通しであり、これらは公表時点で入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいています。

したがって、実際の業績は経済情勢等の変化によって業績見通しとは異なる可能性があります。

以上