

# 中期経営計画（2022～2025年度）

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す

### (1) ブランド戦略

「富士山のあらゆる恵みを届ける総合プロデューサーとなる」ブランディングを開始

### (2) 「Greater Mt. Fuji」におけるエリア戦略

- ① 富士急ハイランドは、富士山エリアのゲートウェイとして、国内外からの幅広い観光客の取り込み強化とライドパークとしての進化を図る
- ② 「箱根・熱海」エリアへの事業展開
- ③ デジタルプラットフォーム化の推進

### 目標とする経営指標

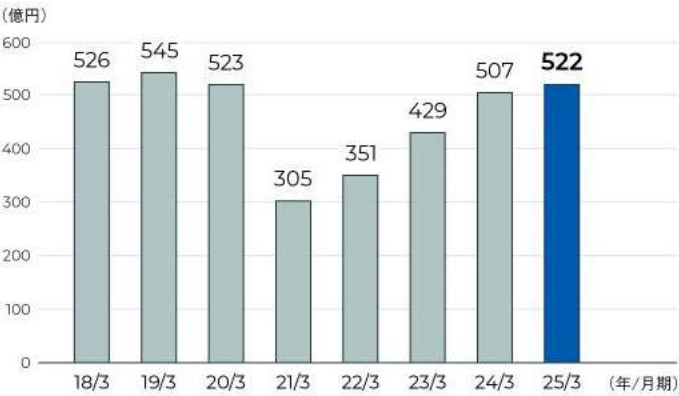
|                          | 2022年度     | 2023～2025年度（計画）<br>【3ヶ年平均】 |
|--------------------------|------------|----------------------------|
| 営業収益                     | 429.24億円   | 507億円                      |
| 営業利益                     | 42.43億円    | 67億円                       |
| 売上高営業利益率                 | 9.9%       | 13.2%                      |
| 経常利益                     | 40.07億円    | 63億円                       |
| 親会社株主に帰属する当期純利益          | 23.18億円    | 38億円                       |
| ROA（総資産経常利益率）            | 4.0%       | 6.5%                       |
|                          | 2022年度（実績） | 2025年度末（計画）                |
| 有利子負債（金融機関借入金+社債+リース債務等） | 611.91億円   | 487億円                      |

## 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して、具体的には1株当たり14円の配当に加え、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

## 長期的な業績動向

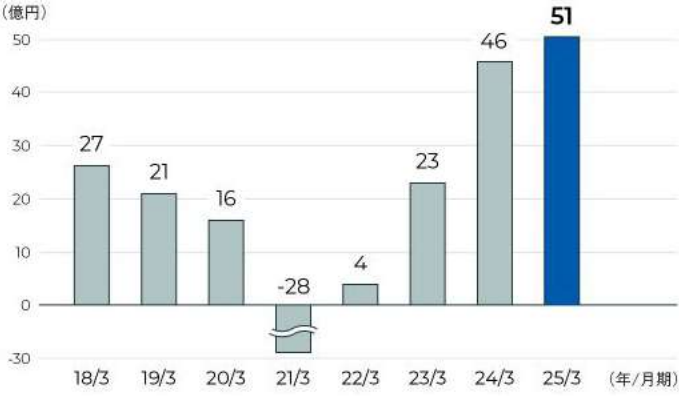
営業収益



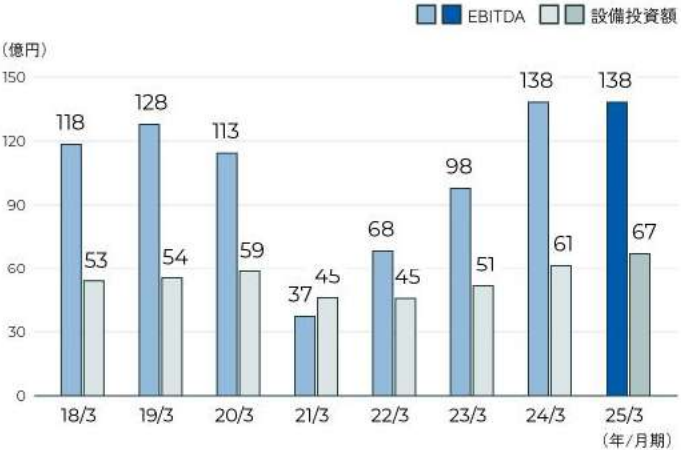
営業利益／経常利益／売上高営業利益率



親会社株主に帰属する当期純利益



EBITDA／設備投資額



# ネット有利子負債 / ネットD/Eレシオ

|                          | 18/3期 | 19/3期 | 20/3期 | 21/3期 | 22/3期 | 23/3期 | 24/3期 | 25/3期 | 26/3期<br>(予想) |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| ①金融機関借入金・社債 (億円)         | 518   | 543   | 529   | 601   | 591   | 587   | 521   | 481   | 431           |
| ②リース債務等 (億円)             | 78    | 76    | 75    | 55    | 38    | 25    | 14    | 12    | 22            |
| 有利子負債 (億円)<br>(①+②)      | 596   | 619   | 604   | 655   | 629   | 612   | 535   | 494   | 453           |
| ③現預金 (億円)                | 101   | 160   | 145   | 178   | 171   | 191   | 179   | 168   | 131           |
| ネット有利子負債 (億円)<br>(①+②-③) | 495   | 459   | 460   | 477   | 458   | 421   | 356   | 326   | 321           |
| ネットD/Eレシオ<br>(倍)         | 1.9倍  | 1.7倍  | 1.7倍  | 2.0倍  | 1.9倍  | 1.6倍  | 1.1倍  | 0.9倍  | 0.8倍          |

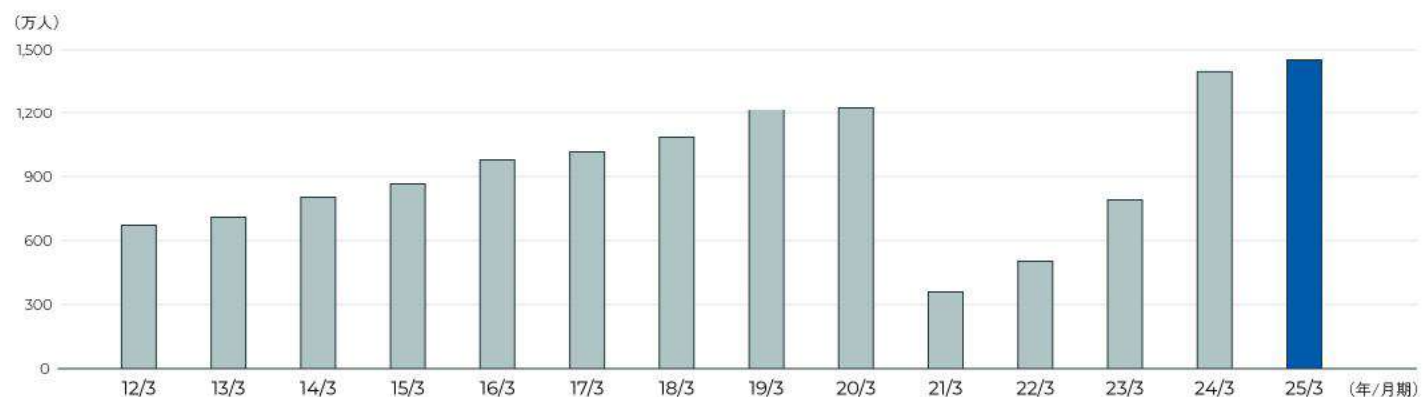
## ROA/ROE



## 富士山エリアの動向

### 富士山エリアの当社グループ利用者数2,000万人を目指す

#### 富士山エリアの当社グループ利用者数の推移



富士山エリアにおける当社グループ事業拠点等



当社を取り巻く外部環境

「Greater Mt. Fuji」エリアにおける交通アクセスの進展

富士山を中心に首都圏までを当社グループの事業エリア「Greater Mt.Fuji」とする。

