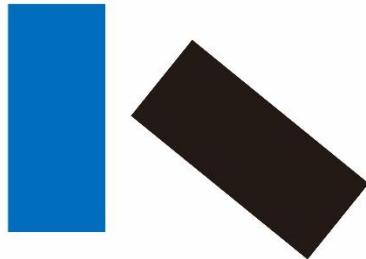


# 2026年3月期 第2四半期（中間期） 決算説明会



KINTETSU  
GROUP HOLDINGS

2025年11月20日

近鉄グループホールディングス株式会社  
(東証プライム 証券コード：9041)  
<https://www.kintetsu-g-hd.co.jp>

1

2026年3月期 第2四半期（中間期）決算概要

2～17P

2

2026年3月期 通期業績予想

18～27P

3

近鉄グループ中期経営計画2028 進捗状況  
および2025年度の取組み

28～55P

# 2026年3月期 第2四半期（中間期）決算概要

# 中間連結損益計算書

(単位：百万円、%)

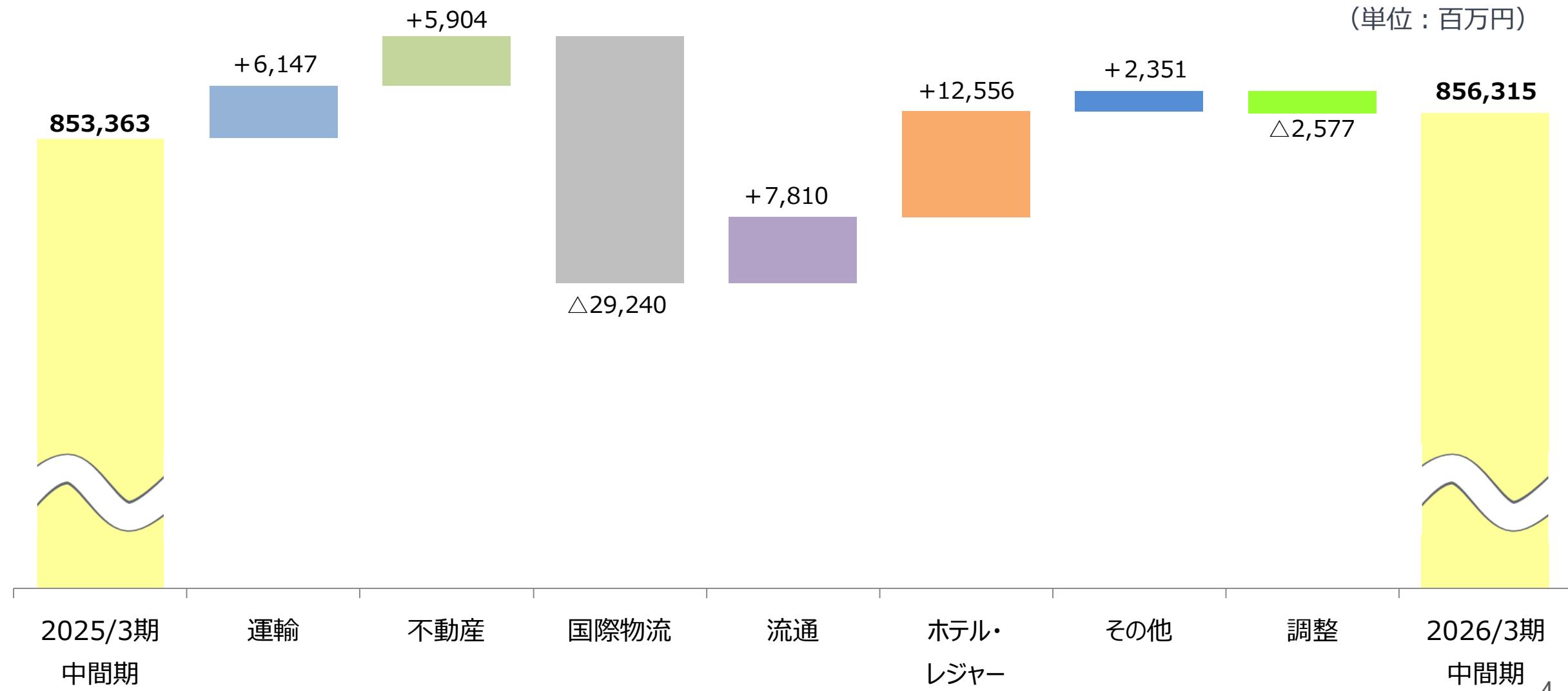
	2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減	増減率	増減要因
営業収益	853,363	<b>856,315</b>	2,952	0.3	「セグメント別業績」参照
営業利益	39,504	<b>42,167</b>	2,662	6.7	「セグメント別業績」参照
営業外収益	5,679	<b>6,782</b>	1,102	19.4	受取利息及び配当金 431
うち持分法による投資利益	1,072	<b>1,064</b>	△ 7	△ 0.7	
営業外費用	7,317	<b>9,169</b>	1,852	25.3	シンジケートローン組成費用等
うち支払利息	5,567	<b>6,757</b>	1,190	21.4	
経常利益	37,867	<b>39,780</b>	1,912	5.1	
特別利益	4,812	<b>9,650</b>	4,838	100.5	近鉄百貨店名古屋店閉店に伴う補償金 4,531
特別損失	4,726	<b>6,059</b>	1,332	28.2	近鉄百貨店名古屋店閉店に伴う閉鎖損失 1,990
親会社株主に帰属する中間純利益	21,824	<b>23,731</b>	1,906	8.7	

連結子会社数 198社 (前期末比 1 社増)

持分法適用会社数 8社 (前期末比増減なし)

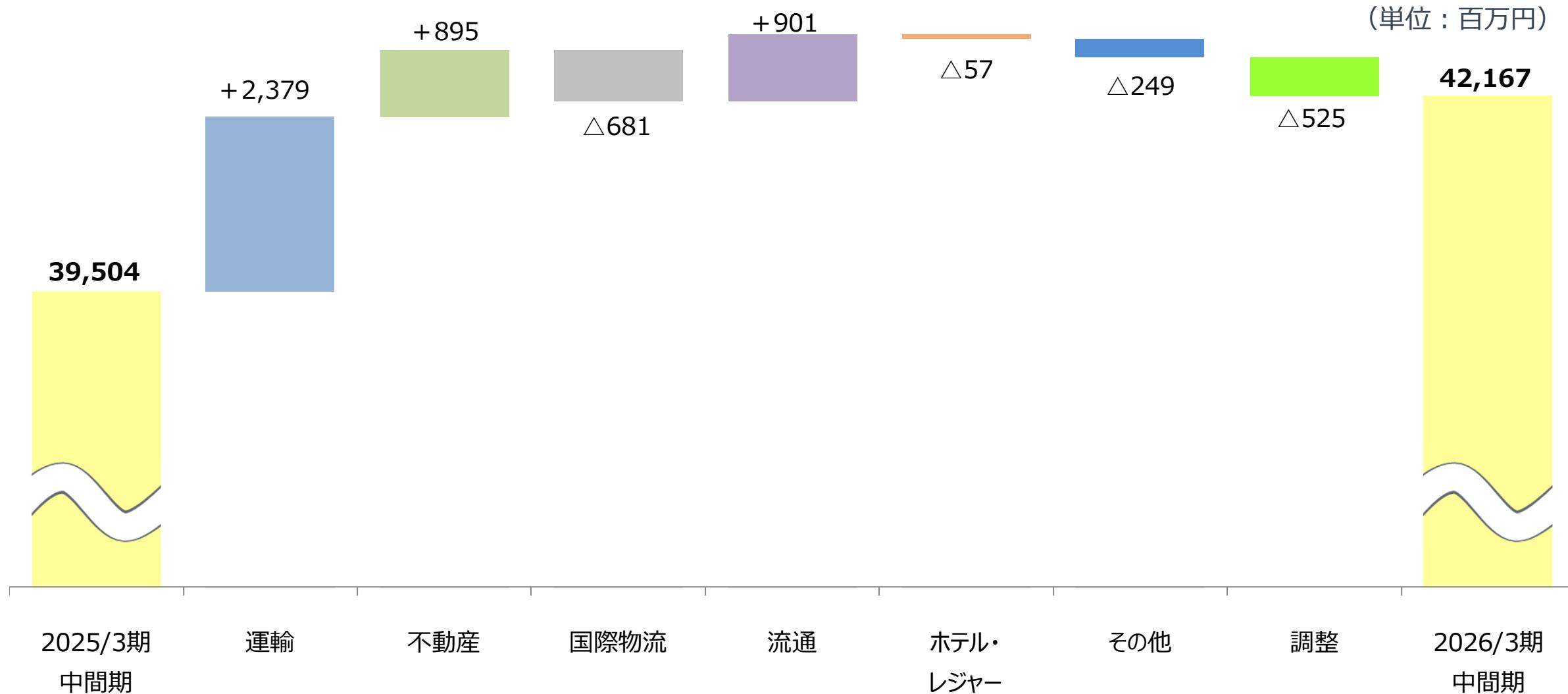
# 決算ポイント（営業収益）

本年4月に開幕した大阪・関西万博による旅客・消費需要やインバウンド旅客の増加による運輸業、流通業、ホテル・レジャー業の增收に加え、不動産においてマンション販売が增收となったため、国際物流業での減収を差引き、連結全体で增收



# 決算ポイント（営業損益）

国際物流業、ホテル・レジャー業は減益となったが、運輸業等での增收効果により、連結全体で増益



# セグメント別業績

(単位：百万円、%)

		2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減	増減率
運輸	営業収益	108,174	<b>114,322</b>	6,147	5.7
	営業損益	15,170	<b>17,550</b>	2,379	15.7
不動産	営業収益	74,301	<b>80,206</b>	5,904	7.9
	営業損益	7,255	<b>8,151</b>	895	12.3
国際物流	営業収益	397,299	<b>368,059</b>	△ 29,240	△ 7.4
	営業損益	4,694	<b>4,012</b>	△ 681	△ 14.5
流通	営業収益	105,119	<b>112,929</b>	7,810	7.4
	営業損益	2,767	<b>3,668</b>	901	32.6
ホテル・レジャー	営業収益	169,596	<b>182,153</b>	12,556	7.4
	営業損益	7,641	<b>7,583</b>	△ 57	△ 0.7
その他	営業収益	22,034	<b>24,385</b>	2,351	10.7
	営業損益	1,829	<b>1,580</b>	△ 249	△ 13.6
調整	営業収益	△ 23,162	<b>△ 25,740</b>	△ 2,577	
	営業損益	146	<b>△ 379</b>	△ 525	
連結	営業収益	853,363	<b>856,315</b>	2,952	0.3
	営業損益	39,504	<b>42,167</b>	2,662	6.7

(単位：百万円、%)

	2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減	増減率
営業収益	108,174	<b>114,322</b>	6,147	5.7
鉄軌道	79,336	<b>83,435</b>	4,098	5.2
バス	17,386	<b>18,774</b>	1,387	8.0
タクシー	4,955	<b>5,184</b>	229	4.6
鉄道施設整備	8,045	<b>8,357</b>	311	3.9
その他運輸関連	6,032	<b>6,463</b>	430	7.1
調整	△ 7,582	△ <b>7,892</b>	△ 310	
営業損益	15,170	<b>17,550</b>	2,379	15.7
(主な内訳)				
鉄軌道	13,614	<b>15,274</b>	1,660	12.2
バス	1,038	<b>1,693</b>	655	63.1

## «鉄軌道»

- ・ 大阪・関西万博開催に伴う旅客の増加や本年2月に実施したダイヤ変更による名阪特急増発効果に加え、インバウンド需要も堅調に推移したため、增收増益

# 近畿日本鉄道(株) 個別業績

	2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減	増減率(%)
<b>〈収支〉</b>				
営業収益 (百万円)	80,372	<b>84,559</b>	4,186	5.2
鉄軌道事業	79,336	<b>83,435</b>	4,098	5.2
旅客収入	75,945	<b>80,046</b>	4,100	5.4
定期外収入	50,533	<b>54,478</b>	3,944	7.8
定期収入	25,411	<b>25,568</b>	156	0.6
運輸雑収等	3,391	<b>3,388</b>	△ 2	△ 0.1
その他事業	1,035	<b>1,124</b>	88	8.6
営業損益 (百万円)	13,570	<b>15,224</b>	1,653	12.2
<b>〈運輸成績〉</b>				
輸送人員 (千人)	265,816	<b>273,032</b>	7,216	2.7
定期外	102,482	<b>108,163</b>	5,681	5.5
定期	163,334	<b>164,869</b>	1,535	0.9

(単位：百万円、%)

	2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減	増減率
営業収益	74,301	<b>80,206</b>	5,904	7.9
不動産販売	34,650	<b>40,152</b>	5,502	15.9
不動産賃貸	20,080	<b>21,172</b>	1,092	5.4
不動産管理	21,446	<b>20,900</b>	△ 545	△ 2.5
調整	△ 1,876	<b>△ 2,020</b>	△ 143	
営業損益	7,255	<b>8,151</b>	895	12.3
(主な内訳)				
不動産販売	2,338	<b>3,309</b>	970	41.5
不動産賃貸	4,331	<b>4,538</b>	207	4.8

## «不動産販売»

- ・ 主として近畿圏において高価格帯のマンション販売が進捗したほか、首都圏では新築物件の一棟売却等もあり、增收増益

(単位：百万円、%)

	2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減	増減率
<b>営業収益</b>	<b>397,299</b>	<b>368,059</b>	△ 29,240	△ 7.4
日台韓	106,544	<b>102,630</b>	△ 3,913	△ 3.7
米州	46,703	<b>47,948</b>	1,245	2.7
欧州・中近東・アフリカ	26,687	<b>26,177</b>	△ 509	△ 1.9
東アジア	55,945	<b>50,588</b>	△ 5,356	△ 9.6
東南アジア・オセアニア	55,236	<b>48,044</b>	△ 7,191	△ 13.0
APLL	115,512	<b>102,910</b>	△ 12,602	△ 10.9
その他	3,364	<b>3,345</b>	△ 18	△ 0.6
調整	△ 12,694	<b>△ 13,588</b>	△ 893	
<b>営業損益</b>	<b>4,694</b>	<b>4,012</b>	△ 681	△ 14.5
日台韓	2,774	<b>2,781</b>	7	0.3
米州	2,100	<b>2,020</b>	△ 79	△ 3.8
（主な内訳）				
欧州・中近東・アフリカ	159	<b>△ 783</b>	△ 943	-
東アジア	622	<b>1,428</b>	806	129.5
東南アジア・オセアニア	1,055	<b>938</b>	△ 117	△ 11.1
APLL	1,632	<b>1,225</b>	△ 407	△ 24.9
その他	195	<b>246</b>	50	25.9

- ・ 本年4月のシステム障害の影響や欧州市場の低迷等により、減収減益

		2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減	増減率(%)
<b>〈收支〉</b>					
営業収入	(百万円)	397,299	<b>368,059</b>	△ 29,240	△ 7.4
航空貨物輸送		134,376	<b>129,422</b>	△ 4,954	△ 3.7
海上貨物輸送		121,170	<b>111,060</b>	△ 10,110	△ 8.3
ロジスティクス		117,719	<b>103,892</b>	△ 13,827	△ 11.7
営業総利益	(百万円)	57,575	<b>56,282</b>	△ 1,292	△ 2.2
営業損益	(百万円)	4,694	<b>4,012</b>	△ 681	△ 14.5
<b>〈物量〉</b>					
航空輸出重量	(千トン)	255	<b>270</b>	14	5.8
海上輸出物量	(千TEU)	363	<b>368</b>	5	1.5

(単位：百万円、%)

	2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減	増減率
営業収益	105,119	<b>112,929</b>	7,810	7.4
百貨店	55,808	<b>62,546</b>	6,738	12.1
ストア・飲食	49,310	<b>50,541</b>	1,231	2.5
調整	—	△ 159	△ 159	
営業損益	2,767	<b>3,668</b>	901	32.6
(主な内訳)				
百貨店	1,872	<b>2,620</b>	748	40.0
ストア・飲食	894	<b>1,047</b>	152	17.1

## «百貨店»

- 前年好調であった免税売上の反動はあったものの、大阪・関西万博のオフィシャルストアが好調に推移したため、增收増益

## «ストア・飲食»

- 大阪・関西万博開催等による人流増加が駅ナカ店舗の売上に寄与したため增收増益

(単位：百万円、%)

	2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減	増減率
<b>営業収益</b>	169,596	<b>182,153</b>	12,556	7.4
ホテル	21,881	<b>23,395</b>	1,514	6.9
旅行	133,840	<b>146,547</b>	12,707	9.5
映画	1,795	<b>1,878</b>	82	4.6
水族館	5,580	<b>5,651</b>	71	1.3
観光施設	6,567	<b>4,777</b>	△ 1,790	△ 27.3
調整	△ 69	<b>△ 96</b>	△ 27	
<b>営業損益</b>	7,641	<b>7,583</b>	△ 57	△ 0.7
(主な内訳)	ホテル	<b>1,244</b>	421	33.8
	旅行	<b>2,201</b>	777	35.3
	水族館	<b>2,393</b>	△ 20	△ 0.9
	観光施設	<b>388</b>	△ 1,243	△ 76.2

## «ホテル»

- ・ インバウンドをはじめとする宿泊利用が堅調であったため、增收増益

## «旅行»

- ・ 海外個人旅行や大阪・関西万博等の取扱いが増加したため、增收増益

## «観光施設»

- ・ 前年に実施したコラボイベントの反動で志摩スペイン村の入場者数が減少したため、減収減益

# 中間連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2025/3期	2026/3期 中間期	増減	増減要因
流動資産	761,176	<b>765,241</b>	4,064	
固定資産	1,744,384	<b>1,753,957</b>	9,572	首都圏でのアセット取得等
うちのれん	56,017	<b>54,393</b>	△ 1,623	
資産合計	2,507,255	<b>2,520,958</b>	13,703	
流動負債	761,609	<b>645,440</b>	△ 116,168	短期借入金 △64,514、社債 △52,000
固定負債	1,131,921	<b>1,238,510</b>	106,588	長期借入金 69,351、社債 43,431
負債合計	1,893,531	<b>1,883,951</b>	△ 9,580	
純資産合計	613,723	<b>637,007</b>	23,283	
うち利益剰余金	234,814	<b>254,158</b>	19,344	純利益 23,731、配当金 △4,761
うちその他の包括利益累計額	129,300	<b>128,991</b>	△ 309	
負債・純資産合計	2,507,255	<b>2,520,958</b>	13,703	
純有利子負債残高	1,025,554	<b>1,039,006</b>	13,451	
借入金	897,994	<b>902,830</b>	4,836	
社債（コマーシャルペーパー含む）	358,917	<b>350,348</b>	△ 8,568	
リース債務（IFRS第16号による計上分を除く）	27,771	<b>26,107</b>	△ 1,664	
現金及び預金(△)	△ 259,128	△ <b>240,280</b>	18,847	

# 中間連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増 減	2026/3期 中間期 主な内容
営業活動による キャッシュ・フロー	37,259	<b>53,491</b>	16,231
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 47,662	△ <b>45,608</b>	2,053
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 48,978	△ <b>17,014</b>	31,964
現金及び現金同等物 の中間末残高	182,537	<b>222,572</b>	40,035

● 営業活動によるキャッシュフロー

税金等調整前中間純損益	43,371
減価償却費	39,714
棚卸資産の増減額	△ 13,445
法人税等の支払額	△ 13,557

● 投資活動によるキャッシュフロー

投資有価証券の取得	△ 7,377
投資有価証券の売却	7,539
固定資産の取得による支出	△ 59,491
工事負担金等受入	2,652
定期預金純増減額	9,134

● 財務活動によるキャッシュフロー

短期借入金純増減額	△ 46,642
長期借入金純増減	51,970
社債純増減	△ 8,829
配当金支払額	△ 5,856
リース債務の返済	△ 8,999

# 設備投資

(単位：百万円)

	2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減	増減要因
設備投資	32,061	<b>45,362</b>	13,300	
運輸	10,371	<b>14,246</b>	3,875	
(うち鉄軌道)	(9,351)	<b>(12,405)</b>	(3,053)	新型一般車両等
不動産	11,048	<b>20,796</b>	9,748	首都圏でのアセット取得等
国際物流	4,869	<b>4,096</b>	△ 773	
流通	3,446	<b>3,088</b>	△ 358	
ホテル・レジャー	1,452	<b>2,011</b>	558	
その他	618	<b>952</b>	333	
調整	254	<b>170</b>	△ 84	

# 減価償却費・EBITDA

(単位：百万円)

		2025/3期 中間期	2026/3期 中間期	増減
運 輸	減価償却費	13,575	<b>14,461</b>	885
	EBITDA	28,746	<b>32,012</b>	3,265
不動産	減価償却費	4,812	<b>5,119</b>	306
	EBITDA	12,068	<b>13,270</b>	1,202
国際物流	減価償却費	6,721	<b>6,749</b>	28
	EBITDA	13,038	<b>12,385</b>	△ 653
流 通	減価償却費	3,210	<b>3,300</b>	89
	EBITDA	5,977	<b>6,968</b>	990
ホテル・レジャー	減価償却費	1,343	<b>1,637</b>	293
	EBITDA	8,984	<b>9,221</b>	236
その他	減価償却費	1,058	<b>1,059</b>	1
	EBITDA	2,887	<b>2,639</b>	△ 248
調 整	減価償却費	142	<b>211</b>	68
	EBITDA	288	<b>△ 168</b>	△ 457
連 結	減価償却費	30,864	<b>32,538</b>	1,673
	EBITDA	71,993	<b>76,329</b>	4,336

- ・ 減価償却費には、IFRS第16号による計上分を含まない
- ・ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（IFRS第16号による計上分を除く）+ のれん償却費

# 2026年3月期 通期業績予想

- ・ 活況を呈した大阪・関西万博の閉幕後は、プロモーション強化により沿線各地への国内旅客需要の取り込みを見込むほか、インバウンド需要は引き続き堅調に推移すると想定
- ・ 国際物流は、米国における相互関税をはじめとする政策動向により輸送需要の見通しは引き続き不透明となるなか、市場競争の激化に伴う販売価格の低下を想定。
- ・ 金利上昇や国内インフレ率の上昇による経済活動・個人消費への影響が懸念されるとともに、エネルギーコスト、原材料費、人財確保に向けた人件費の増加を想定

運 輸	▶ 鉄軌道 2025年度下半期の輸送人員は前年と同水準と想定
不動産	▶ 不動産販売 2025年度下半期のマンション分譲戸数は対前年ベースで増加と想定
国際物流	2025年度下半期の営業収入は対前年ベース約95%と想定 2025年度下半期の為替レートは1USドル＝約146円程度と想定
流 通	▶ 百貨店 2025年度下半期の売上高は、前年と同水準と想定
ホ テ ル・ レ ジ ジ エ	▶ ホテル 2025年度下半期の直営ホテル売上高は、前年と同水準と想定 ▶ 旅行 2025年度下半期の売上高は、対前年ベースで国内旅行約107%、海外旅行約107%と想定

# 連結業績予想

(単位：百万円、%)

	2025/3期 通期実績	2026/3期 通期予想	増 減	増 減 率	当初予想 (2025年5月公表)	増 減
営業収益	1,741,787	<b>1,750,000</b>	8,212	0.5	1,880,000	△ 130,000
営業利益	84,399	<b>88,000</b>	3,600	4.3	88,000	—
経常利益	81,538	<b>78,000</b>	△ 3,538	△ 4.3	78,000	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	46,716	<b>48,000</b>	1,283	2.7	48,000	—
持分法による投資利益	1,993	<b>1,500</b>	△ 493	△ 24.8	1,500	—
支払利息	11,744	<b>14,500</b>	2,755	23.5	14,500	—

【主な増減要因】 ※営業収益・営業損益の詳細は次ページ以降を参照ください

- ・経常利益は持分法による投資利益や為替差益など営業外収益の減に加え、支払利息の増により減益見込み
- ・親会社株主に帰属する当期純利益は減損損失の減等により増益見込み

# セグメント別業績

(単位：百万円、%)

		2025/3期 通期実績	2026/3期 通期予想	増 減	増 減 率	当初予想 (2025年5月公表)	増 減
運 輸	営業収益	223,225	<b>227,000</b>	3,774	1.7	225,000	2,000
	営業損益	34,664	<b>35,000</b>	335	1.0	31,500	3,500
不 動 産	営業収益	165,359	<b>181,000</b>	15,640	9.5	184,000	△ 3,000
	営業損益	13,864	<b>14,300</b>	435	3.1	13,600	700
国際物流	営業収益	796,941	<b>756,000</b>	△ 40,941	△ 5.1	886,000	△ 130,000
	営業損益	12,967	<b>13,300</b>	332	2.6	17,100	△ 3,800
流 通	営業収益	215,359	<b>222,000</b>	6,640	3.1	223,000	△ 1,000
	営業損益	7,022	<b>8,300</b>	1,277	18.2	8,300	—
ホテル・レジャー	営業収益	344,905	<b>370,000</b>	25,094	7.3	370,000	—
	営業損益	13,984	<b>14,300</b>	315	2.3	14,300	—
そ の 他	営業収益	45,126	<b>48,000</b>	2,873	6.4	48,000	—
	営業損益	2,343	<b>2,500</b>	156	6.7	2,500	—
調 整	営業収益	△ 49,130	<b>△ 54,000</b>	△ 4,869		△ 56,000	2,000
	営業損益	△ 446	<b>300</b>	746		700	△ 400
連 結	営業収益	1,741,787	<b>1,750,000</b>	8,212	0.5	1,880,000	△ 130,000
	営業損益	84,399	<b>88,000</b>	3,600	4.3	88,000	—

## «運 輸»

- 鉄軌道業で大阪・関西万博の開催に伴う旅客需要に加え、本年2月のダイヤ変更による名阪特急の増発効果やインバウンドの増加を見込むため増収増益を予想

## «不動産»

- 営業収益は、不動産販売業でマンション販売戸数の増加や販売価格の上昇を見込むほか、不動産賃貸業でオフィスビル等が堅調に推移していること等により増収増益を予想

## «国際物流»

- 欧州市場の低迷やアジア発北米向けの輸送需要の縮小により減収を見込むが、利益率の改善により増益を予想

## «流 通»

- 百貨店業で大阪・関西万博オフィシャルストアや売場改装等による増収を見込むほか、ストア・飲食業でもインバウンド等による人流増加の影響を見込み増収増益を予想

## «ホテル・レジャー»

- ホテル業で宿泊需要は底堅く推移すると見込まれるほか、旅行業で海外旅行を中心に取扱いが増加する見通しであるため増収増益を予想

## «運 輸»

- ・ 鉄軌道業で大阪・関西万博の開催効果やインバウンド需要の増加等により定期外収入が好調に推移することを見込み増収増益を予想

## «不動産»

- ・ 不動産販売業でマンション販売戸数は計画を下回るものの、不動産賃貸業で賃貸収入が当初想定を上回る見通しであるため減収増益を予想

## «国際物流»

- ・ 本年4月に発生したシステム障害による影響に加え、欧州市場の低迷やアジア発北米向けの輸送需要の縮小を見込み減収減益を予想

# 近畿日本鉄道(株) 個別業績



	2025/3期 通期実績	2026/3期 通期予想	増 減	増減率(%)	当初予想 (2025年5月公表)	増 減
<b>〈収支〉</b>						
営業収益 (百万円)	162,291	<b>167,216</b>	4,924	3.0	164,682	2,533
鉄軌道事業	160,514	<b>165,235</b>	4,721	2.9	162,682	2,552
旅客収入	153,527	<b>158,044</b>	4,517	2.9	155,494	2,550
定期外収入	103,495	<b>107,855</b>	4,359	4.2	105,657	2,197
定期収入	50,032	<b>50,189</b>	157	0.3	49,837	352
運輸雑収等	6,986	<b>7,190</b>	203	2.9	7,187	2
その他事業	1,777	<b>1,980</b>	203	11.5	1,999	△ 18
営業損益 (百万円)	30,235	<b>30,409</b>	173	0.6	27,028	3,380
<b>〈運輸成績〉</b>						
輸送人員 (千人)	526,097	<b>533,093</b>	6,996	1.3	524,508	8,585
定期外	207,763	<b>213,584</b>	5,821	2.8	209,023	4,561
定期	318,334	<b>319,509</b>	1,175	0.4	315,485	4,024

	2025/3期 通期実績	2026/3期 通期予想	増 減	増減率(%)	当初予想 (2025年5月公表)	増 減
<b>〈収支〉</b>						
営業収入 (百万円)	796,941	<b>756,000</b>	△ 40,941	△ 5.1	886,000	△ 130,000
営業総利益 (百万円)	120,080	<b>118,000</b>	△ 2,080	△ 1.7	135,000	△ 17,000
営業損益 (百万円)	12,967	<b>13,300</b>	332	2.6	17,100	△ 3,800
<b>〈物量〉</b>						
航空輸出重量(千トン)	527	<b>549</b>	22	4.2	600	△ 50
海上輸出物量(千TEU)	725	<b>761</b>	35	4.9	780	△ 18

# 設備投資 純有利子負債残高

(単位：百万円,倍)

	2025/3期 通期実績	2026/3期 通期予想	増 減	当初予想 (2025年5月公表)	増 減
設備投資	83,072	<b>171,000</b>	87,927	179,000	△ 8,000
運 輸	36,360	<b>39,000</b>	2,639	39,000	—
(うち鉄軌道)	(32,861)	<b>(34,000)</b>	(1,138)	(34,000)	(—)
不動産	21,614	<b>95,000</b>	73,385	97,000	△ 2,000
国際物流	10,146	<b>12,000</b>	1,853	12,500	△ 500
流 通	6,312	<b>8,000</b>	1,687	8,500	△ 500
ホテル・レジャー	5,684	<b>13,000</b>	7,315	17,500	△ 4,500
その他	2,035	<b>3,000</b>	964	3,000	—
調 整	917	<b>1,000</b>	82	1,500	△ 500
純有利子負債残高	1,025,554	<b>1,100,000</b>	74,445	1,100,000	—
EBITDA	151,323	<b>159,500</b>	8,176	163,000	△ 3,500
純有利子負債 / EBITDA	6.8	<b>6.9</b>	0.1	6.7	0.2

- 純有利子負債 = 借入金・社債・リース債務 - 現金及び預金
- EBITDA = 営業損益 + 減価償却費 (IFRS第16号による計上分を除く) + のれん償却費

# 減価償却費・EBITDA

(単位：百万円)

		2025/3期 通期実績	2026/3期 通期予想	増 減
運 輸	減価償却費	28,198	<b>30,500</b>	2,301
	EBITDA	62,862	<b>65,500</b>	2,637
不 動 産	減価償却費	9,942	<b>10,500</b>	557
	EBITDA	23,807	<b>24,800</b>	992
国際物流	減価償却費	13,678	<b>13,500</b>	△ 178
	EBITDA	29,893	<b>30,300</b>	406
流 通	減価償却費	6,465	<b>6,500</b>	34
	EBITDA	13,488	<b>14,800</b>	1,311
ホテル・レジャー	減価償却費	2,853	<b>4,000</b>	1,146
	EBITDA	16,837	<b>18,300</b>	1,462
その 他	減価償却費	2,204	<b>2,500</b>	295
	EBITDA	4,548	<b>5,000</b>	451
調 整	減価償却費	332	<b>500</b>	167
	EBITDA	△ 114	<b>800</b>	914
連 結	減価償却費	63,676	<b>68,000</b>	4,323
	EBITDA	151,323	<b>159,500</b>	8,176

- ・ 減価償却費には、IFRS第16号による計上分を含まない

# 近鉄グループ中期経営計画2028 進捗状況

および2025年度の取組み

## 継続して傾注する経営課題

- 中期経営計画2024における6つの重点施策の更なる深化

- ①コスト構造の抜本的見直し
- ②有利子負債の早期削減
- ③外部パートナーとの連携強化
- ④事業ポートフォリオの変革
- ⑤DXによる新規事業・サービスの創出
- ⑥地域の課題解決を目指したまちづくり

### （事業）

- 持続的な成長に資する既存事業の深化と新たな事業基盤の創出

### （財務）

- 資本コスト・効率性を、より強く意識した経営の実装
- バランスシートのスリム化等による財務効率の高度化
- 資本の蓄積による自己資本の強化

### （コーポレート・ガバナンス）

- 取締役会の機能充実
- 透明性の向上
- リスク管理の高度化

## 中期経営計画 2028

### 基本方針

価値を創造する企業グループへの進化に向けた「新たな基盤構築」と「着実な成長」

### 重点戦略

#### 沿線の価値深化・活性化

- ① あべの・上本町・なんばの魅力拡充
- ② 伊勢志摩のブランド力強化
- ③ 夢洲周辺ベイエリア開発による事業拡大
- ④ インバウンド需要の取り込み拡大

#### 沿線外・グローバルでの事業深化・拡張

- ① 首都圏等沿線外での事業基盤強化、事業ドメイン拡大
- ② グローバルでの事業の深化・拡大、プレゼンスの向上

### 注力する柱

- ① 収益性の伸長/規模の拡大
- ② 資本効率の向上
- ③ サステナブル経営の推進
- ④ 株主還元の拡充
- ⑤ コーポレート・ガバナンスの強化
- ⑥ 企業/株主価値の向上

### 【2025年度上期】

### 具現化に向けた主な取組み実績(トピックス)

#### 1. 重点戦略

- グループ横断での推進プロジェクトを構築・推進

##### ① あべの・上本町

- 中長期での新たな街づくり創造に向けて、エリアポテンシャルの調査・整理のうえ検討推進

##### ② 伊勢志摩

- エリア別に現状と課題を再定義し、今後の施策の方向性等を明確化。加えてプロモーション等の強化

##### ③ 首都圏

- シェラトン都ホテル東京敷地の将来的な高度活用に向けて、エリアポтенシャルの調査・整理

##### ④ 沖縄

- 本年7月「オリオンホテル モトブリゾート&スパ」が「都ホテルズ＆リゾーツ」チェーンに加盟

##### ⑤ グローバル

- 米国3拠点目となるホテルや国際物流拠点の建設着工
- 新たなコーポレート拠点の設置

#### 2. 回転型不動産ビジネス

- 本年4月に不動産アセットマネジメント事業を担う「近鉄インベストメント・パートナーズ」を設立

#### 3. 資本効率

- ROIC向上に向けた主要事業でのツリー分析によるアクションプラン・KPIを設定

# 近鉄グループ中期経営計画2028（目標とする経営指標と営業利益）

## 経営指標

	2024年度実績
営業利益	843億円
純有利子負債 <sup>1)</sup>	1兆255億円
純有利子負債/EBITDA <sup>2)</sup> 倍率	6.8倍
自己資本比率	21.7%
ROE <sup>3)</sup>	8.8%
ROIC <sup>4)</sup>	4.2%

近鉄グループ中期経営計画2028 計画期間	
2025年度予想	2028年度目標
880億円	1,000億円以上
1兆1,000億円	1兆円未満でコントロール
6.9倍	6.0倍程度
22.5%以上	25%以上
前年同水準程度	更なる向上
4.2%以上	4.5%以上

1) 純有利子負債 = 有利子負債（借入金 + 社債）+ リース債務（IFRS第16号による計上分を除く）- 現預金

2) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（IFRS第16号による計上分を除く）+ のれん償却費

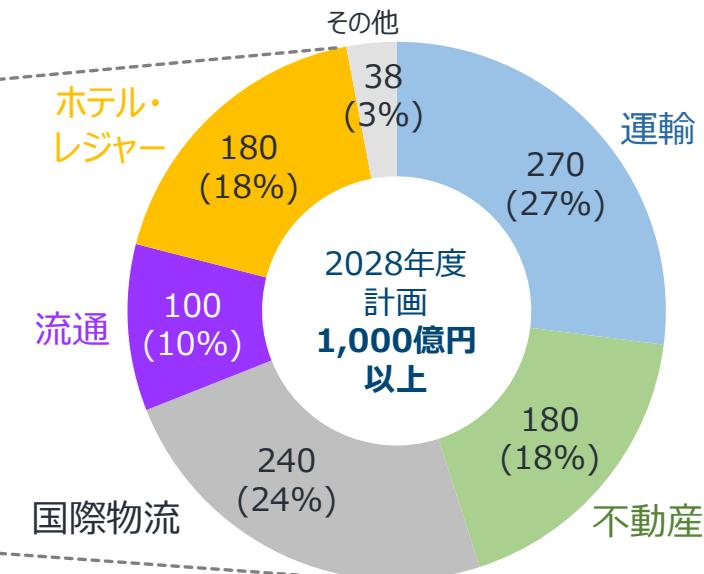
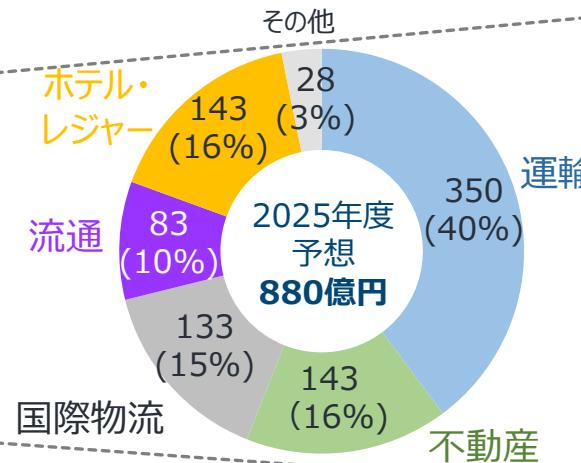
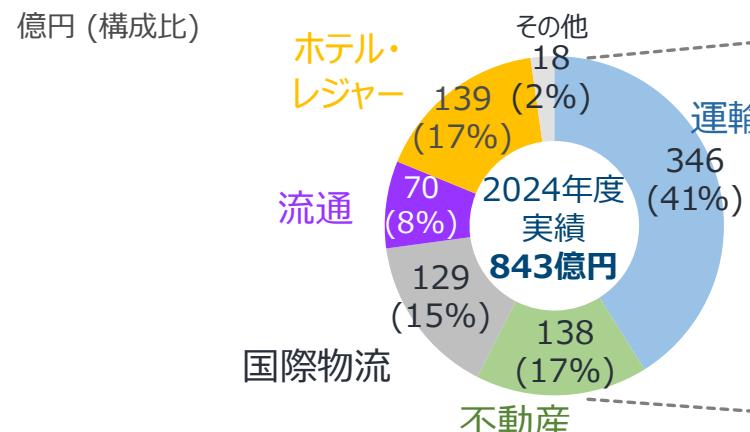
3) ROE（自己資本当期純利益率）= 親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 自己資本

4) ROIC（投下資本利益率）= 税引後営業利益（営業利益 × (1 - 実効税率)）÷ (純有利子負債 + 株主資本)

中期経営計画2028より、  
ROICを経営指標に導入

- ・ 資本コスト・効率性を、より強く意識した経営の実装
- ・ 資本効率を高め、企業価値・株主価値の向上を企図

## 主要セグメント別 営業利益



## 2028年度（中期経営計画最終年度）での営業利益1,000億円以上の達成に向けた主要セグメントのロードマップ

### 1. 運輸セグメント

- 当社の強みである定期外・特急収入を伸ばすため、様々なプロモーションやテーマ性・付加価値の高い列車の導入を実施  
※新たなレストラン列車を2026年秋運行開始(予定)など（詳細は本資料P41に記載）
- インバウンド誘客の底上げを図るため、プロモーション・商品・受入の各視点からアクションを起こし、伸びしろがある伊勢志摩、人気の高い奈良・大阪・京都への誘客を強化  
※台湾発のプロモーション強化など（詳細は本資料P41に記載）
- コスト耐性の強化のため、幹線ワンマン運転・抜本的な人員見直し・A I や新技術の活用などによる運営コストの削減を推進

### 2. 不動産セグメント

- 現中計4年間で計画する1,200億円の成長投資を通じて、首都圏・沿線での収益力を強化  
※成長投資：首都圏でのアセット取得、学研奈良登美ヶ丘地区での新たなシニアレジデンス開発、河内小阪駅前開発など
- 更新投資についても計画的に実施し、既存資産の収益力の維持・向上を企図
- 買取再販ビジネスや、P M<sup>1)</sup>・B M<sup>2)</sup>に取り組む他、アセットマネジメント業務にも参画
- 当社の強みである不動産関連業務とホテルM C<sup>3)</sup>がシームレスに機能する形を創出

### 3. 國際物流セグメント

- コロナ禍前に比べ、近鉄エクスプレスの2024年度の物量はほぼ同水準のなか、運賃の高止まりもあり売上高は3割増加。一方、営業総利益率・営業利益率は十分な水準ではない



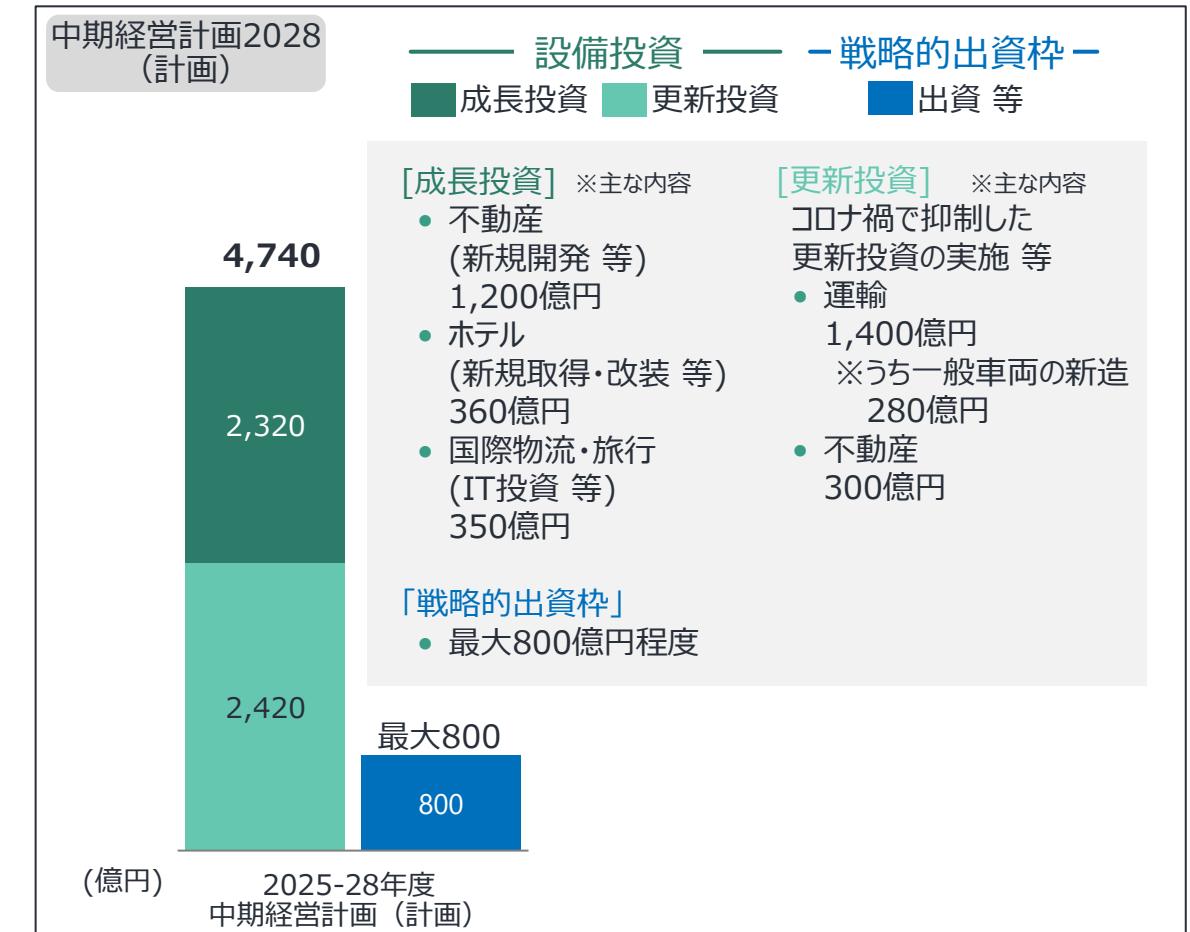
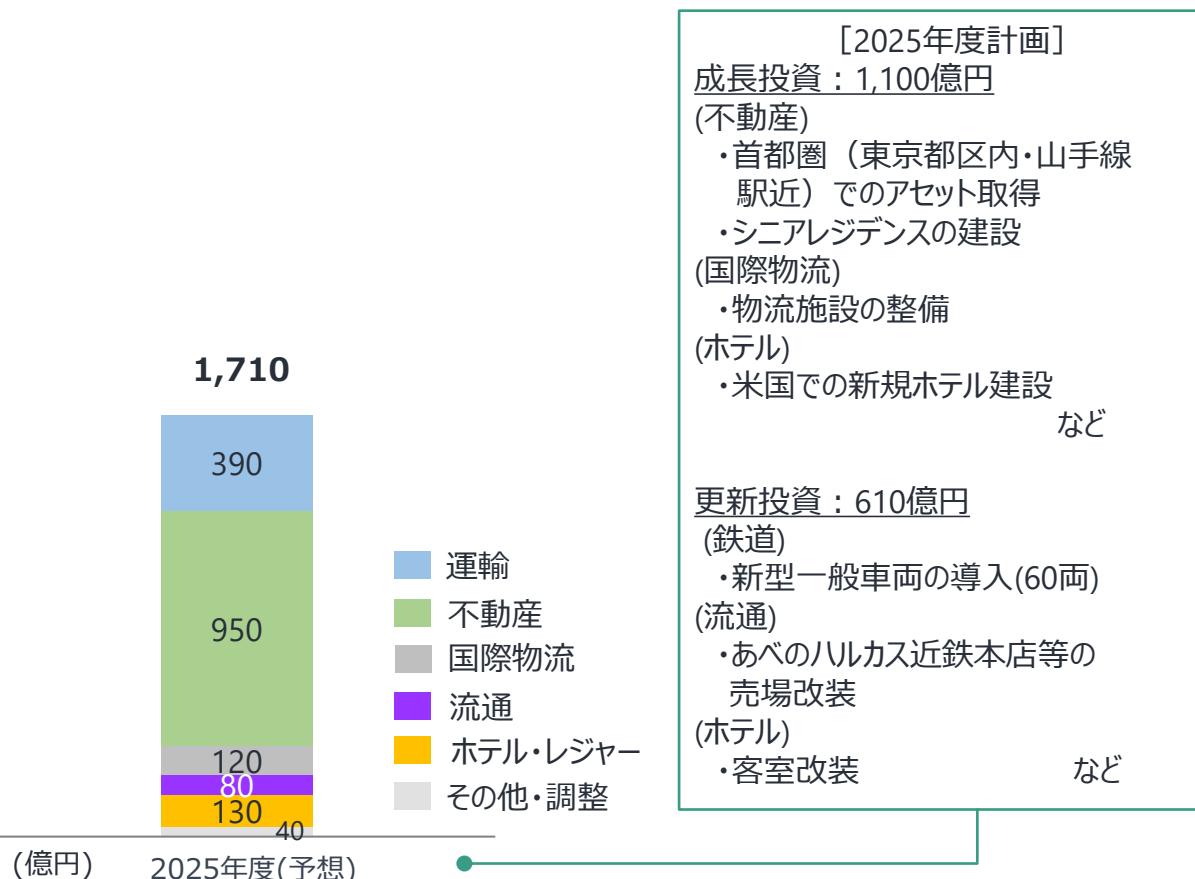
- 現地法人の統廃合や、固定費の変動費化など、コロナ禍で肥大化した直接・間接コストを圧縮とともに、荷主企業への価格転嫁を推進
- 特に強みを持つアジア域内における調達・販売物流に対する営業体制の強化を進め、2028年度には長期目標である100万トン、100万TEUに迫る物量の取扱いを指向
- コロナ禍前の収益率水準（営業利益率3%台）への回復を目指し、マージン・コスト・物量の多面から、利益水準の底上げと安定化を企図

# 財務戦略

## 設備投資

### 更新投資・成長投資

2025年度は、運輸業で前年度に引き続き新型一般車両の導入などの更新投資、不動産業で首都圏（東京都区内・山手線駅近）でのアセット取得などの成長投資を計画



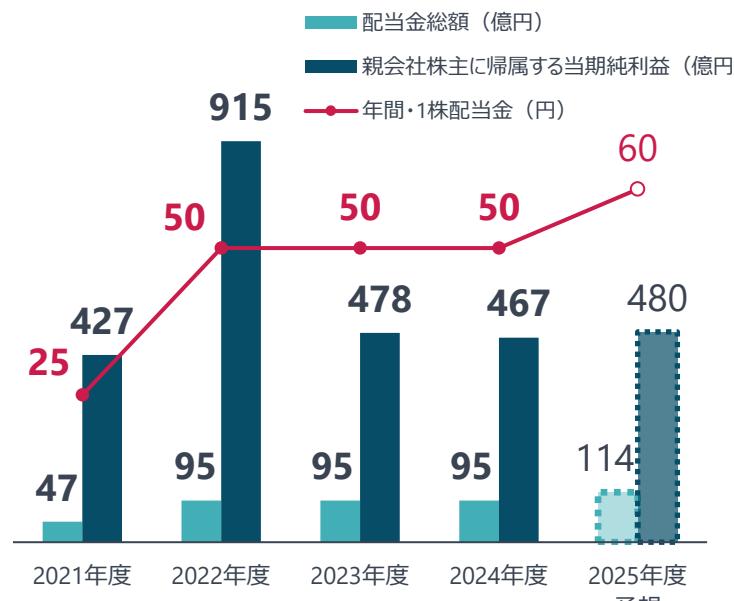
## 年間配当

### 【株主還元方針】

株主資本配当率 (DOE) 2.0%を下限とした累進配当を導入。中長期の成長に応じた株主還元を実施

### 【2025年度・年間配当予想】

1株につき60円



DOE	1.9%	3.1%	2.6%	2.4%	2.6%
連結 配当性向	11.1%	10.4%	19.9%	20.4%	23.8%

## 株主優待制度の見直し

当社株式を継続的に保有して当社グループを長くご支援くださる株主様にお応えするとともに、当社株式への投資魅力の一層の向上を図るための施策の1つとして、株主優待制度を拡充・変更

### 長期保有優遇制度の新設（2026年3月末日基準日から適用）

3年以上継続して300株以上保有<sup>1)</sup>している株主を対象に、以下の区分によりKIPSポイント<sup>2)</sup>またはグルメギフト<sup>3)</sup>を年1回贈呈

1) 3年以上継続して300株以上保有：3月末日および9月末日の株主名簿に、同一の株主番号で7回以上連続して、各優待区分に該当する株式数の保有が記載されていることをいう

2) KIPSポイント：主に近鉄グループの店舗・施設でご利用いただけるポイントサービス

3) グルメギフト：具体的な内容は、改めて当社ホームページでご案内予定

株数	ポイント数 または ギフト価格 (選択制)
300株以上 500株未満	2,000ポイント または 2,000円相当
500株以上 1,000株未満	4,000ポイント または 4,000円相当
1,000株以上	10,000ポイント または 10,000円相当

※ 上記のほか、株主優待見直しの詳細につきましては、11月14日の適時開示資料  
(URL : [https://www.kintetsu-g-hd.co.jp/ir/yuutai/data/yuutai\\_info.pdf](https://www.kintetsu-g-hd.co.jp/ir/yuutai/data/yuutai_info.pdf)) をご参照ください

## 1. 取締役会の機能拡充

- ・ グループ経営の方向性や、事業ポートフォリオ等の重要事項について、社外独立役員への積極的な情報提供を実施し、社外独立役員の多様な意見をグループ経営に反映する機会の拡充
- ・ 持株会社はもとより、各事業会社の重要課題について、社外独立役員へ幅広く情報を提供し、取締役会の監督機能、監査役の監査機能を充実

## 2. 透明性の向上

- ・ 「長期ビジョン2035」、「中期経営計画2028」の進捗を通じ、「近鉄グループにしかできないこと」を、財務情報・非財務情報の両面から、マルチステークホルダーに情報発信
- ・ 従来からの適時開示や機関投資家向け説明会だけでなく、個人投資家向け説明会の実施、SR (Shareholder Relations)の充実、さらに従業員や地域社会への情報発信など、コミュニケーション機会を拡大

## 3. リスク管理の高度化

- ・ リスク管理委員会（組織内）による、重大なリスクを定期的に評価・分析・監視する体制を拡充させ、グループ各社のリスク感度・リスク対応力の向上を図るとともに、グループのリスク管理を有効かつ効果的に実装
- ・ 自然災害や情報セキュリティー脅威など、事業継続に重大な影響を与えるリスクについて、事前・事後の対応プランをレベルアップ
- ・ コンプライアンスを徹底するための体制強化にグループ全体として取り組むとともに、コンプライアンス意識の向上を図るための教育プログラムなどを実施

## 4. ROIC経営の実践

- ・ ROIC経営を連結ベースだけでなく、各事業ベースにブレイクダウンし導入。計画達成のためのアクションプラン・KPIを主要事業で設定し、各事業の収益性・効率性の評価として活用
- ・ ROIC目標数値を、各事業ビジネスの判断だけでなく、投資プロジェクトの評価などにも利用。キャッシュフロー・アロケーションの優先順位を明確にし、必要に応じて、資産・事業のカーブアウト等を含めたグループ・ポートフォリオの再構築を実現
- ・ ROICを基盤とした評価指標の導入により、経営陣のパフォーマンスとその責任を明確化し、報酬等にも反映

※ 統合報告書URL : [Kintetsu Group Integrated Report 2025 single.pdf](#)

# 長期ビジョン2035、中期経営計画2028での重点戦略

中期経営計画2028で明示したグループ総力で取り組む共通テーマ（重点戦略・グループ共通基盤）について、推進プロジェクト（テーマ毎に分科会設定）を構築し、グループ各社との連携の高度化・協業を推し進め、確実にその具現化を実践

## A 沿線の価値深化・活性化

- 近鉄グループであるからこそできる、**心が躍る沿線価値を創造**

### ① あべの・上本町・なんばの魅力拡充

#### 取組み状況の報告（詳細は次頁以降参照）

##### あべの・上本町・なんばを大阪の「住みたい・行きたい」一大広域エリアへ

- 地域社会の伝統や特色を活かし、定住および交流人口の増加を企図
- あべのハルカス周辺のグループアセットの高度活用、周辺施設・地域社会との連携体制構築

### ② 伊勢志摩のブランド力強化

##### 伊勢志摩を多様性と上質感に磨きをかけた付加価値の高いエリアへ

- 多くの参拝者が訪れる20年に1度の神宮式年遷宮や将来的な品川ー名古屋間のリニア中央新幹線開業を好機と捉え、伊勢志摩がもつ「多様性」と「上質感」に磨きをかけるブランディングを推進

### ③ 夢洲周辺ベイエリア開発による事業拡大

##### 夢洲周辺ベイエリアを新たなビジネスチャンス創出の場へ

- ベイエリアと沿線をつなぐ夢洲直通列車の導入による沿線誘客や、大阪IR（株）への出資（予定）を基盤に新たな事業機会の取込み

### ④ インバウンド需要の取込み拡大

##### 沿線エリアをインバウンド旅行者の憧れの場へ

- 奈良大和路、伊勢志摩等沿線の豊富な観光資源の魅力を訴求し、インバウンドに関わるグループ事業群を掛け合わせて、インバウンド需要の取込みを最大化

## B 沿線外・グローバルでの事業深化・拡張

- 果敢なチャレンジにより**新たな近鉄グループのプレゼンス**を構築・伸長

### ⑤ 首都圏等沿線外での事業基盤強化、事業ドメイン拡大

##### 首都圏等でのグループ連携機能の強化により、第二のホームエリアへ

- 首都圏に展開する事業ドメイン（旅行、ホテル、不動産 等）およびグローバル展開の連携強化並びに首都圏に保有するアセットの高度利用に向けた、首都圏でのコーポレート機能の強化

### ⑥ グローバルでの事業の深化・拡大、プレゼンスの向上

##### 観光レジャー事業により沖縄の発展に貢献する企業グループへ

- JUNGLIA OKINAWA（2025年7月開業）、オリオンビール（株）との連携を皮切りに、観光、レジャー、ホテル、不動産事業関連ビジネスでの新たな事業ドメインの探求

##### 国際物流事業における日本発祥のグローバルブランドへ

- アジア市場を重点エリアとし、「Global Top 10 Solution Partner」のポジションを確立

##### アジア圏で幅広く事業展開するグローバル企業グループへ

##### 国際物流事業のほかホテル・不動産事業でも、米国市場で認められる企業グループへ

- 新ホテルをテキサス州プレイノ市で開業（2027年度竣工予定）し、継続的にホテル展開を加速
- 不動産事業では不動産ファンドに加えて実物への投資を実施し、業務を拡大

# 重点戦略の取組み：あべの・上本町・なんばの魅力拡充（沿線とターミナル位置）



大阪IR (イメージ、提供: MGM大阪 (株), 転載禁止)

- 上本町ターミナルを中心に近鉄グループのアセットが集積するエリア
- 本年11月より、グループ各社（不動産・鉄道・流通など）とのプロジェクトチームを組成
- 高い交通利便性、多数の教育機関、歴史、上町台地のブランド力を活かした上質な住宅エリア、加えて副首都構想から派生する新たな需要も視野に入れ、中長期的に新たな街づくりを目指す

### 将来像を描くにあたり、上本町エリアのポテンシャルを調査・整理

- 大阪市内における位置づけ ⇒ 生活利便性（交通、文教、小売、歴史など）が高く、住環境の良い住宅エリアで人口・世帯数も増加傾向の中、消費購買力の高いミドルエイジ人口が豊富
- 沿線の奈良や名古屋、伊勢志摩へのゲートウェイ機能を有することから、上本町の活性化が沿線全体に波及し、大きな経済効果と沿線活性化を創出
- 立地**
  - 大阪主要駅や空港への高い交通利便性
    - 近鉄（難波線、奈良線、大阪線）、大阪メトロ（谷町線、千日前線）が乗り入れており、加えて隣接する鶴橋駅ではJR線への乗り換えが可能
    - 近鉄上本町バスターミナルでの空港（伊丹空港、関西国際空港）バス、ツアーバスの発着
  - 日本屈指の寺密集地であり、歴史・文化の漂い
- 住宅**
  - 駅周辺に生活利便施設が充実し、加えて学校・学習塾、病院も集積しており、住環境が良好
  - 分譲価格、賃料水準も高く、ハイエンド需要の追求も可能
- 人口動態**
  - 天王寺区の人口・世帯数は近年増加
    - ミドルエイジ人口（30～50歳代）が7,000人超と豊富であり、長期的な消費活動需要が有望
    - 年収1,000万円以上の推計世帯数が、他の大阪主要駅周辺エリアに比べて3倍以上

### リテール

- 周辺人口は多く、周辺定住者向けの商業施設は有望
- 外国人に人気の高い、心斎橋、なんばエリアへのアクセスが良好であり、インバウンド需要を取り込むことが可能

(再整備のうえ2025年3月運用開始)



### 新たな街づくりの方向性

#### 定住人口型:文教・住宅エリア

- 上本町ターミナルを中心に30,000m<sup>2</sup>超の敷地を自社アセットとして保有しており、ニーズの変化に対応した大胆かつきめ細やかな開発が可能
- 近接するあべのハルカスを中心とした「あべの・天王寺」、繁華性の高い「なんば」エリアや、隣接するJR環状線・鶴橋駅からの人流拡張
- 大阪の行政機関密集地（大阪市中央区）に近接（約3km圏）しており、副首都構想により中央機関が移転等された際、近接性から派生する新たなマーケット（昼間人口の増加や経済活動の活性化）が期待
- 沿線に人を呼び込むハブ機能の高度化を目指すとともに、住宅、ホテル、商業、エンターテイメント施設等がスマートに集積した、大阪都心で一番暮らしやすい、上質な住宅エリア開発を推進



- 「あべのハルカス」をランドマークに近鉄グループのアセットを含めた大型商業・文化施設が集積するエリア
- グループアセットの有機的な連携により、「あべのハルカス」を軸とした「ハルカスタウン」を醸成
- 近鉄グループをはじめ地元の事業者や地域との連携の高度化を推し進め、更なる活性化に向けた取組みを推進

### 将来像を描くにあたり、あべの・天王寺エリアのポテンシャルを調査・整理

- 大阪市内における位置づけ ⇒ 生活利便性の高い住宅エリアであり、かつ定住者・来街者を顧客とする商業エリア
- 近鉄グループアセットである「あべのハルカス」のほか大型商業・文化施設が集積し、隣接する新世界などが一体となって、国内外からの来街者で賑わいを創出
- 公園、美術館、動物園、寺社などの自然や文化が根付いたエリアであり、キタ・ミナミにはない、住宅地の顔も持つ市内屈指のターミナル

<b>立地</b>	● 大阪市内でも屈指のターミナルとしての高い交通利便性 - 近鉄（南大阪線）、大阪メトロ（御堂筋線、谷町線）、JR（環状線、大和路線ほか）等が乗り入れ	<b>住宅</b>	● 生活利便性が高く、住環境が良好で人気の高いエリア
	● 近鉄グループアセットのあべのハルカス、都シティ大阪天王寺やアポロビル等のほか大型商業施設が集積、大阪の観光名所でもある新世界が隣接		● 分譲価格、賃料水準も高く、ハイエンド需要の追求も可能
<b>人口動態</b>	● 近鉄不動産が運営する「てんしば」をエントランスとする天王寺公園や美術館、動物園、寺社などの自然や文化を内包	<b>リテール</b>	● 周辺人口は多く、周辺居住者向けの商業施設は有望
	● 阿倍野区、天王寺区の人口・世帯数は近年増加		● 天王寺動物園、てんしば等、ファミリー層を呼び込める施設が立地
<b>ホテル</b>		<b>ホテル</b>	● 周辺からの来街者は非常に多く、駅乗降者数は大阪市内ではトップクラス
			● あべのハルカス、新世界等の観光資源により、インバウンド需要を取り入れるポテンシャル
			● 現状、エリア内のホテル客室数は十分ではなく、特にハイエンドクラスのホテルが未配置

### 新たな街づくりの方向性 交流/定住人口型：マグネットエリア

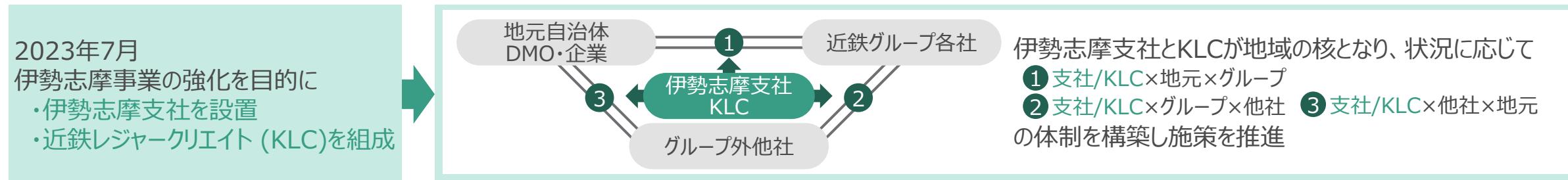
- 「あべのハルカス」を軸とした魅力向上
  - 百貨店のリモ델、「あべのウェルビーイングテラス」の開業や「Hoop」の大規模リニューアルをはじめ、「あべのハルカス」を軸としたグループアセットの有機的な連携により「ハルカスタウン」を醸成  
※現中計期間での投資規模100億程度
  - グループアセットの高度利用を含めたエリアの可能性を模索
- 「てんしば」を活用したイベントの実施や近鉄グループをはじめ地元の事業者や地域との連携を一層強化することで、訪れる人々が1日中楽しめる都市型ライフを実現し、周辺住民や観光客が集まる魅力的な空間の創造
- 上本町・なんばエリアとの連動した開発を検討



# 重点戦略の取組み：伊勢志摩のブランド力強化①

- 伊勢志摩は、グループ事業における重要な観光送客地であり、近鉄グループのアセットが集積するエリア
- ブランド力強化に向け、各地域のAsis/Tobeを再定義し具現化に向けた今後の施策の方向性等を明確化
- グループ総力、地域・行政等との連携高度化により、伊勢志摩のポテンシャルの顕在化に向けた具体的施策を推進

## ブランド力強化に向けた推進体制

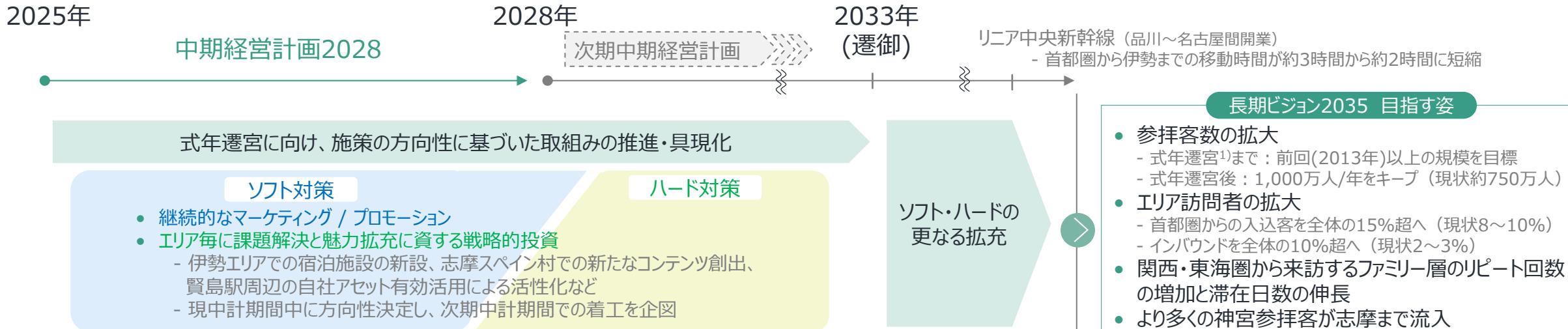


## エリア別に現状と課題を再定義し、今後の施策の方向性等を明確化

	現状	課題	今後の施策の方向性
伊勢志摩全域	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 20年前比で、入込客が25%増加</li> <li>✓ 関東圏からの来訪者は全体の8~10%</li> <li>✓ インバウンドは全体の2~3%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 域内での組織の連携が不十分</li> <li>✓ 二次交通手段が脆弱</li> <li>✓ 人材の確保が困難</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 集客施設のバリューアップ</li> <li>✓ 賢島駅周辺の活性化</li> <li>✓ 英虞湾での観光コンテンツ開発</li> <li>✓ 既存事業の上質化</li> <li>✓ 新規宿泊施設の検討</li> <li>✓ 二次交通手段の拡充</li> <li>✓ 各種プロモーションの展開</li> <li>✓ 伊勢志摩DMCの設立</li> <li>✓ 広域観光ルートの開発</li> <li>✓ インバウンドプロモーションに応じた現地の体制整備</li> <li>✓ 宿泊施設・周辺レジャー施設との有機的連携</li> </ul>
伊勢	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 神宮への参拝に加えて、周辺施設の人気が上昇</li> <li>✓ 市街地において宿泊施設が増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 遷宮後に、参拝客が大きく落ち込むおそれあり</li> <li>✓ 神宮の本質や奥深さが十分に知られていない</li> </ul>	
鳥羽・志摩 (英虞湾除く)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 鳥羽の集客施設には、大きな変化なし</li> <li>✓ 団体客が減少し、個人客が増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 志摩では、天候に左右される集客施設が多く存在</li> <li>✓ 全体的に建物や設備の老朽化が進行</li> <li>✓ 神宮参拝客の呼び込みが不十分</li> </ul>	
志摩 (英虞湾)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 横山展望台の人気が上昇</li> <li>✓ スモールラグジュアリーな宿泊施設が増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 賢島駅周辺の賑わいが低下</li> <li>✓ 英虞湾の良さを活かした観光コンテンツが不足</li> </ul>	

# 重点戦略の取組み：伊勢志摩のブランド力強化②

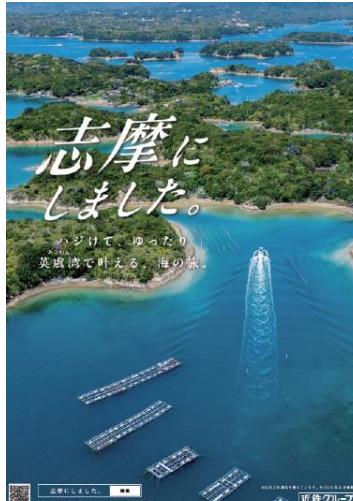
## 現中計での取組みと目指す姿



## 誘客拡大に向けた主な施策（2025年度）

### 1. “近鉄グループ × JR東海”協働プロジェクト「志摩にしました。」キャンペーン

- 近鉄グループ、東海旅客鉄道(JR東海)、三重県、志摩市がタッグを組み、志摩を持続可能な観光地エリアにするプロジェクトを立ち上げ、JR東海と協働し“英虞湾”を柱とした観光プランを提供する「志摩にしました。」キャンペーンを5月から開始
- 地元事業者と連携して、英虞湾を満喫できる観光コンテンツを造成し、首都圏エリアを中心にプロモーションを展開
- JR東海との協働プロジェクトは来年度も継続していく予定



### 2. 多様なIP<sup>2)</sup>とのコラボイベント



#### 「THE ISE-SHIM@STER」

伊勢志摩地域(伊勢市・鳥羽市・志摩市)を舞台に、本年20周年を迎える人気コンテンツ『アイドルマスター』シリーズとのコラボイベントを企画・開催。志摩スペイン村内ではコラボグッズ・フードの販売、パネル装飾など実施  
開催期間：2025年9月13日～2025年10月13日



#### 「七次元生徒会！修学旅行中！in 志摩スペイン村」

「にじさんじ」のVTuber 周央サンゴさんも所属するバーチャルライバーグループ「七次元生徒会！」とのコラボイベント

開催期間：2025年11月1日～2026年1月12日

1) 式年遷宮とは、伊勢神宮で20年に1度行われる、社殿や御装束神宝等を新しくする神事。63回目となる今回は、2025～2033年に諸祭行事が行われ、全国から多くの参拝者が来訪する見通し

2) アニメやゲーム、小説、映画などのキャラクターを含む知的財産

# 重点戦略の取組み：伊勢志摩のブランド力強化③

## 3. レストラン列車「Les Saveurs 志摩」デビュー (レ・サヴール・しま)

- 近鉄名古屋駅から賢島駅までの移動時間に、本格的なフレンチを上質な車内空間でお楽しみいただけるレストラン列車「Les Saveurs 志摩」の運行開始（2026年秋予定）
- 車内では、志摩観光ホテルの樋口総料理長が監修する本格的なフレンチの「コース料理」と、手軽にフレンチをお楽しみいただける「膳」の2種類を提供



△エクステリアデザイン（イメージ）



△テーブル席（イメージ）



△フレンチコース、フレンチ膳（イメージ）

「美食が誘う、優雅な列車旅」をコンセプトとし、フレンチを上質な車内空間でお楽しみいただけます

## 4. インバウンド誘客

### «台湾発のプロモーション強化»

リン・チーリン

- アジア圏で圧倒的な知名度を持ち、活躍する俳優・林志玲さんを伊勢志摩プロモーションに起用 ※2026年秋頃より掲出開始予定
- アジア圏での伊勢志摩エリアの認知度向上とブランドイメージの醸成を図り、沿線へのインバウンド拡大を企図



林志玲さん

- あらゆる世代から共感・信頼感を獲得
- CM等にも多数起用されており、「上質・品格・信頼」のイメージの体现者として評価
- インフルエンサーとして、SNSでも大きな影響力を持つ

（フォロワー数）  
Facebook 55万人  
Instagram 137万人  
Weibo 1,822万人

- グループが連携し、「広告、販売促進、受入体制整備」の三位一体でのインバウンド誘致を企図

#### ①広告

- SNSや鉄道(台北メトロなど)、空港や都心部などの広告媒体、プロモーション・販促画像によるデジタルを活用した広告実施

#### ②販売促進

- 現地情報～チケット購入までシームレスな特設サイト開設
- 台湾国内の旅行会社等と連携した商品造成・販売

#### ③受入体制整備

- 伊勢志摩全体でのインバウンド受入体制の強化（DMC設立など）
- インバウンド向け案内表示などのインフラ整備

### «新たな訪日向け旅行商品の販売開始»

- 近畿日本ツーリストブループラネットにて、設定された行程を自由に巡る訪日外国人向け「セルフガイドツアー<sup>1)</sup>」の販売を開始
  - 伊勢志摩エリアを組み入れたコースも複数設定

1) ツアーガイドがつかず、旅行者だけで予め設定された行程を巡る自由度の高い旅行商品。自分のペースで、見たいもの、したいことを体験でき、自主性を重んじる欧米人に特に人気な旅行形態

## 首都圏における現中計での取組み方針

グループで保有するアセットを活用した新たな街並み形成

- 白金台にあるシェラトン都ホテル東京の将来的な高度活用を構想
  - 外部パートナーとの協業も含め検討
- その他都心のグループアセットの最有效活用を検討

事業基盤拡充

### 首都圏事業の強化

- 首都圏にコーポレート機能拠点を新設
- デジタル、新規事業、グローバルでの人財獲得を強化
- 首都圏を拠点とするKWE、KNT-CTを含めたグループ連携を強化
- 首都圏においてもプレゼンスを向上

- 白金台(東京都港区)は都内有数のハイエンド住宅エリア
- 首都圏での事業基盤拡充に向けて、当該エリアに位置する「シェラトン都ホテル東京」敷地の再開発による高度活用も視野に入れた将来的な最有效活用を検討し、首都圏におけるグループのランドマークとなるアセット創出ならびにさらなるポテンシャルの向上を実現

## 将来像を描くにあたり、白金・白金台エリアのポテンシャルを調査・整理

- 近接する品川駅周辺開発を機会に新たな人流・需要創出によるポテンシャルの向上が期待され、将来的な開発の有望区域

立地

- 目黒、品川駅に近接し、都内で高い人気を有する閑静な住宅街
- 港区には、81<sup>1)</sup>の大使館が立地しているほか、800社程度の外資系企業が集積
- 東京メトロ・南北線延伸（白金高輪から品川へ）、リニア中央新幹線・品川駅開業など、予定されるインフラ整備により交通利便性が向上
- 港区では近年、高所得者層を中心としたファミリー層の流入が増加するなか、人口・世帯数が増加傾向
- 40歳代を中心に30～50歳代のミドルエイジを中心とした年代構成

人口動態

ホテル

- 周辺環境が非常に良好でハイエンドホテルの立地に適した環境

住宅

- 周辺環境が非常に良好で分譲価格、賃料水準も高く、ハイエンド層の需要追求が可能



- 米国でのホテル事業拡大に向けた新たなホテル建設に着手
- 国際物流事業における東南アジアでの販売拡大に向け、シンガポールで新たな倉庫建設に着手
- アジア圏および不動産、旅行業における新たなコーポレート拠点の設置による現地機能の強化

## ホテル 米国テキサス州・ダラス近郊におけるホテル計画を推進

- 近鉄グループにおける米国3拠点目となるホテルの建設工事に着手  
※本年10月着工、2027年度開業予定  
客室規模(想定) 217室

- 日本食レストランや洗い場付き浴室等、日本らしいサービスを提供し、日系駐在員や出張者および現地富裕層の需要の取込み
- 計画地のポテンシャル

- 良好な事業環境を背景に企業集積が進むエリア
- プレイノ市が位置するダラス・フォートワース(DFW)経済圏の人口の伸びは著しく、都市圏人口約800万人(NY、LA、シカゴに次ぐ規模)
- プレイノ市(人口約30万人)は2017年に北米トヨタ本社が移転するなど、急速に開発が進んでおり、今後も経済成長が期待できる都市
- DFW国際空港の年間利用者数は約7,500万人(アトランタ、シカゴに次ぐ全米第3位)



これを皮切りに直営・MC<sup>1)</sup>方式のバランスをとりながら米国主要都市での展開を推進



新ホテル（完成イメージ）



©OpenStreetMap contributors

## 国際物流 シンガポールでの成長戦略を加速

- シンガポール現地法人の新たな本社・倉庫の建設に着手  
※本年8月着工、2027年度開業予定、延床面積29千m<sup>2</sup>
- 欧米系を中心としたヘルスケア関連企業や半導体装置関連企業等が、シンガポールを東南アジアのハブ拠点と位置づけ
- その需要を確実に取り込むため、倉庫スペースと機能を拡充し、フォワーディング事業およびロジティクス事業の成長を推進



新本社・倉庫（完成イメージ）

## 新たなコーポレート拠点の設置

### グループHD アジア圏での新たなグループ拠点の整備

- アジア圏におけるグループ一体での事業基盤拡大に向けて、台北支社に加えてより広域での機能を担うグループ拠点の整備を検討

## 不動産 米国現地法人の設立

- 2020年より、米国での不動産ファンド投資や大規模賃貸住宅開発などに参画
- 現地法人「Kintetsu Real Estate Company of America」設立により、米国における事業基盤を強化し、米国での更なる不動産事業の拡大を企図

## 旅行 海外リエゾン拠点<sup>2)</sup>の構築および機能強化

- ロサンゼルス、シドニーに要員を配置して現地法人にリエゾン機能を構築。KWE<sup>3)</sup>現地拠点の協力も得ながら、中長期的には世界30都市へのネットワーク拡大を企図

1)マネジメントコントラクト

2)訪日誘客等の拡大を図るため、グローバルMICE営業・訪日商品の販路開拓・国内観光地のPR業務等を行う拠点 3)近鉄エクスプレス

グループ共通基盤それぞれの長期の目指す姿を実現する上で必要な取組みを着実に推進



## サステナビリティ

サステナブルな地域づくりへの取組みを、伊勢志摩で開始する

経営基盤の強化に向けて、安全、コーポレートガバナンス、リスクマネジメントの仕組みを整備する



## 人的資本

近鉄GHD・グループ各社の人事部と近鉄HRパートナーズが連携し、グループ全体の人事機能の底上げ・進化を図る

「採用・定着、育成、配置・異動」の3つの戦略で、人的資本経営の長期ビジョンである「ゆるぎない信頼・響きあう個性・果敢な挑戦」を目指すことで、エンゲージメントの向上を推し進める



## DX

グループ総力で、データやデジタル技術を活用し、新たな価値の創造に取り組むとともに、徹底した効率化と省力化、システムやインフラの標準化、DX人財の確保と育成、サイバーセキュリティの強化といった前提となる基盤も整備する



## グループ連携

グループ全体での連携・協業を推進するプラットフォームや仕組みを近鉄GHDが主導・整備し、グループ力の最大化に向けた施策を実施する



## ブランディング

近鉄グループが長年培ってきたブランドを活かし、その価値を最大化するための取組みを推進することで、マルチステークホルダーから選ばれる「近鉄グループ」へ進化する

取組み状況の報告  
(詳細は次頁以降参照)

データやデジタル技術を活用し、新たな価値の創造に取り組むとともに、徹底した効率化と省力化、システムやインフラの標準化、DX人財の確保と育成、サイバーセキュリティの強化といったDX経営の前提となる基盤も整備

## 新たな価値創造に向けた共通基盤の構築（実装事項）

### ①近鉄グループのデジタルサービスプラットフォームとして以下を構築

- お客様との新たな接点としてのKIPSアプリ
- 近鉄グループ各社のお客様情報を紐づける仕組みである共通ID「Kintetsu-ID」
- お客様情報を統合的に分析するデータ分析基盤

### ②アクティブユーザー増に向けたKIPSアプリ機能強化を継続的に実施

### ③外部支援を得た分析能力の向上

- データ分析に強みをもち、人材育成等を通じたクライアントの課題解決や事業成長の支援に定評のあるデータフォースーズ社と業務提携し、顧客理解の高度化・迅速化およびデータ分析能力の向上を促進

共通基盤を用いてグループ顧客の情報を集約、分析



行動パターン、ライフステージなどを特定し、顧客のニーズに合わせたグループ各社のサービス提供を企図

## 顧客データの活用高度化によるデータマーケティング（取組み中の事項）

### 顧客理解の深化

#### グループ各社の顧客データの掛け合わせによる の把握

- 顧客単位の行動、購買パターン
- グループとしての優良顧客ターゲティング など

#### 外部データ(人流データ・クチコミ)等による の把握

- ペルソナ（顧客属性）単位の傾向 など

- One to Oneマーケティングの実装
- 地域経済圏（あべの・天王寺、奈良等）の創出
- 潜在顧客/休眠顧客の発掘
- 複数事業会社とのキャンペーンによる相互送客
- 既存顧客の活性化

### <グループ各社が持つ多種多様な顧客データ>

#### 鉄道

- 駅乗降データ
- 特急会員/利用データ
- タッチレス乗車データ
- 定期券発売データ
- 近鉄アプリデータ

#### 流通

- 売上(POS)データ
- 外商データ
- 友の会データ
- 百貨店アプリデータ

#### ホテル

- 顧客データ
- 宿泊データ
- 都プラスデータ
- Web行動データ

#### 旅行

- 顧客データ
  - 予約、取引データ
  - Web行動データ
- など

今後、さらにグループ各社の幅広い情報を集約・分析し、顧客理解を深め、One to Oneマーケティングによりグループシナジーを創出し、事業利益の拡大を企図

## サイバーセキュリティへの取組み状況

グループCSIRT <sup>1)</sup> 体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>インシデント発生時の対応力強化（連絡体制の整備やネットワーク図の作成支援）</li> <li>システムの脆弱性情報の収集とグループ会社への対応要請</li> <li>グループIT担当者の連絡会議における、インシデント事例の共有やセキュリティに関する情報共有</li> </ul>
グループセキュリティ対策標準に基づく統制	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ会社の規模に応じて必要なセキュリティ対策を示す「グループセキュリティ対策標準」の策定             <ul style="list-style-type: none"> <li>グループセキュリティ対策標準の実施状況棚卸を定期的に実施</li> <li>早期実施のための技術支援、内容見直しによるセキュリティ対策強化を実施</li> </ul> </li> <li>情報セキュリティマネジメント監査等において、グループ各社の対策状況を確認</li> </ul>
継続的なセキュリティ投資	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ各社で利用可能なセキュリティの共通基盤を整備             <ul style="list-style-type: none"> <li>近鉄グループEDR<sup>2)</sup>サービス</li> <li>公開システムの脆弱性診断</li> </ul> </li> </ul>

## 今後のサイバーセキュリティへの取組み

グループセキュリティ対策標準の実施支援とレベルアップ	セキュリティ製品の共通基盤整備とさらなる拡大
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2025年度末での対策標準の全項目対策完了を目指す</li> <li>✓ セキュリティ対策の推進に関する各社への技術支援</li> <li>✓ 最新のセキュリティ状況に応じて、内容のレベルアップを隨時実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ セキュリティ共通基盤構築などの環境整備を進めることで、費用面、技術面でのサポートを実施</li> <li>✓ 共通基盤の利用促進を目的として、グループ各社への説明会や導入のための技術支援を実施</li> </ul>

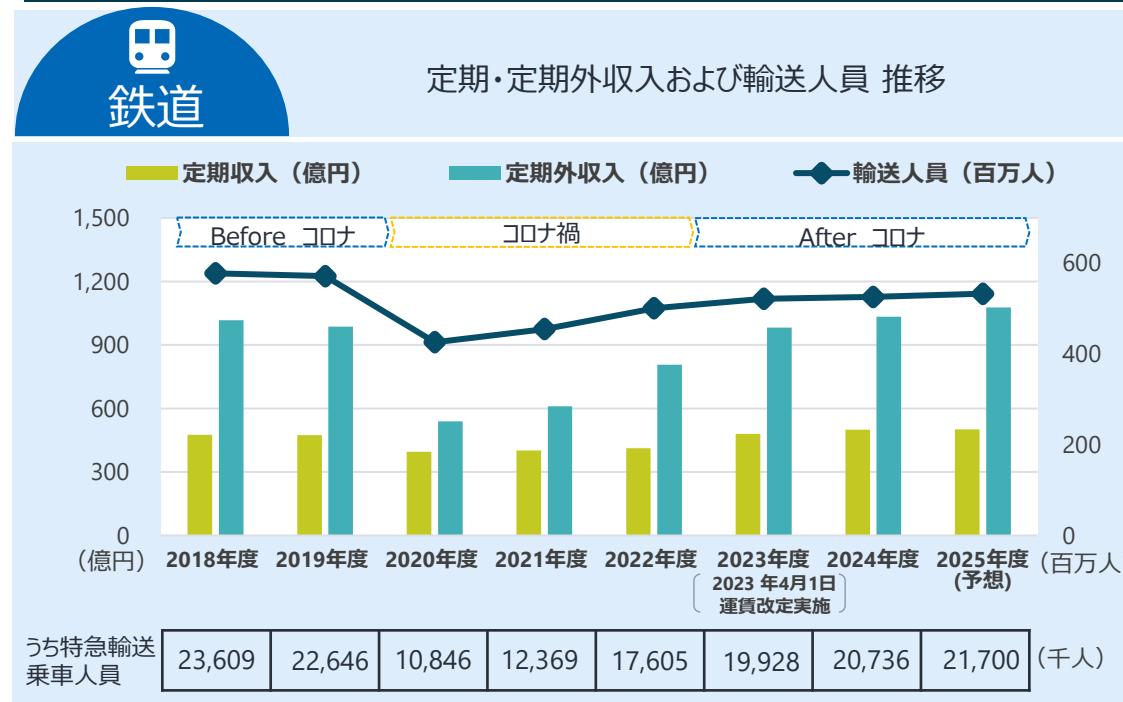


状況に応じた対策のレベルアップおよび進捗支援を進めていくことで、サイバーセキュリティのグループ全体での強化

1) Computer Security Incident Response Team : コンピュータセキュリティインシデント対応チーム

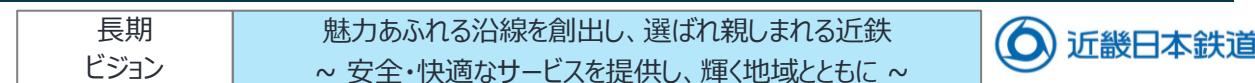
2) Endpoint Detection and Response : 攻撃者の侵入を検知、自動的に端末をネットワークから隔離するセキュリティ製品

# 主要事業の足元の状況と取組み



### 【足もとの状況】

- 4月～9月（上期）の輸送人員 273百万人（前年比+2.7%）
  - うち特急乗車人員 1,091万人（前年比+7.8%）※うち名阪特急 98万人（前年比+13.0%）
  - 観光特急「しまかぜ」観光列車「あをによし」の乗車率（平均）9割超
- 10月の特急乗車人員 前年比+6.8%（うち名阪特急+11.1%）



### 主な取組み①：安全輸送を大前提とした効率的な事業体制の強化

#### 大規模災害に対する対策・各種設備の更新等

- ・防災対策、駅および駅トイレのリニューアル等を継続して実施
- ・バリアフリー整備として、鶴橋駅・名古屋駅において、ホームドアの設置工事を実施
  - 鶴橋駅は2026年3月末(4線分)、名古屋駅は2027年3月末(2線分)に完成予定

#### 省エネ効果の高い新型一般車両の導入拡大

- ・省エネルギー対応：消費電力を従来車両比 約45%削減
- ・2025～2028年度に新型一般車両150両程度を導入予定
  - 2024年度 48両(8A系)導入済（奈良線、京都線ほか）
  - 2025年度 60両(1A系)導入予定（大阪線・名古屋線ほか）
  - 2026年度 南大阪線ほかへの導入を予定

新型一般車両



▽ 8A系



△1A系

### 主な取組み②：沿線活性化と需要喚起の取組みによる収入の拡大

#### 名阪特急増発など、需要に応じたサービス強化

- ・大阪～名古屋間(名阪)の需要獲得と大阪関西万博開催に伴う輸送増強を目的として、名阪特急を朝夕の時間帯に平日3本、土休日7本それぞれ増発
- ・アフター万博においても、好調な需要を踏まえたダイヤ編成を検討



#### デジタル技術を活用した顧客満足度の高いサービスの拡充

- ・本年4月「特急券付きデジタルきっぷ」発売開始
- ・沿線外・インバウンドなど幅広いお客様の「企画きっぷ」購入機会を拡充

#### 沿線の魅力深耕による交流人口の拡大

- ・鉄道事業者との連携による誘客強化
- ・沿線での大規模行事やイベントを取り込んだ営業施策の実施

#### コンセプトやテーマ性の高い列車の導入

- ・レストラン列車「Les Saveurs 志摩」を2026年秋運行開始予定 ※詳細は本資料P41に記載

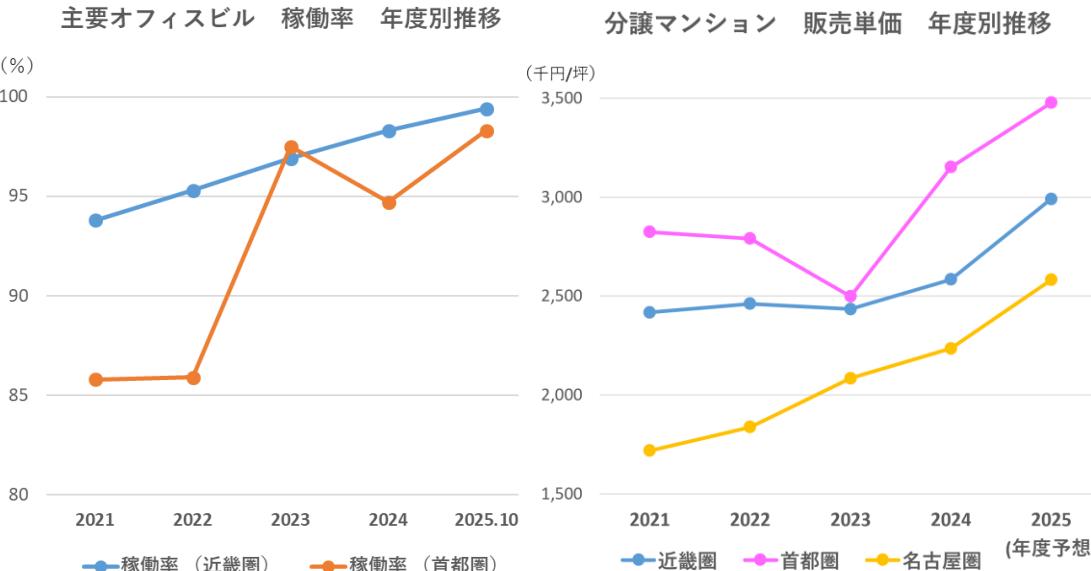


△ レストラン列車  
エクステリアデザイン  
(イメージ)

# 主要事業の足元の状況と取組み



## 主要オフィスビル 稼働率・分譲マンション 販売単価 年度別推移



足もとの状況	
■ 主要オフィスビル 稼働率 (2025年10月末時点)	
近畿圏 : 99.4% (2021年度比 : + 5.6ポイント)	
首都圏 : 98.3% (2021年度比 : + 12.5ポイント)	
■ 分譲マンション 販売単価 上昇率 (2025年度予想、2021年度比)	
近畿圏 : + 24%	
首都圏 : + 23%	
名古屋圏 : + 50%	

長期  
ビジョン

不動産事業の枠に捉われず、  
新しいライフスタイルを提案する会社へ

近鉄不動産

## 主な取組み①: 沿線・沿線外の開発プロジェクトの推進

### 沿線価値向上させる開発

- 学園前駅に近接する学園前北地区（約5ha）において、総合開発を進め、約2,000人規模の街づくりに着手
- 学研奈良登美ヶ丘地区において、自立棟（168室）と介護棟（50室）からなる新たなシニアアレジデンスの開発に着手



(学園前北地区開発プロジェクト)



(学研奈良登美ヶ丘シニアアレジデンス)

### 上本町ターミナルの機能向上

- オフィス・商業施設等を配した複合ビル「(仮称)上本町六丁目ビル」の開発に着手
- 交通結節点となる大阪上本町駅の利便性向上を目的に、バスターミナル・駅等の整備を完了



(上本町六丁目ビル)



(近鉄上本町バスターミナル)

### 地域のランドマークとなる開発

- 金沢都ホテル跡地において、2025年7月に都市再生緊急整備地域の指定を受け、北陸随一のブランドとなる複合施設を検討中

## 主な取組み②: 既存事業の強化 (マンション事業・ハウジング事業)

### 分譲マンション事業の推進

- 2025年度 (計画)  
約1,200戸 (対前年比2%増)



(ローレルコート京都柳馬場六角)



(ローレルコート武蔵小杉ザ・レジデンス)



(ローレルタワー名古屋千種)

### 仲介店舗網の拡大

- 100店舗体制を目指して店舗網を拡充し、事業エリアと収益の拡大 (2025年度10月末時点 56店舗)

## 主な取組み③: 海外における不動産事業の拡大

### 安定収益確保・ネットワークの拡大

- 2025年7月に米国現地法人を設置

# 主要事業の足元の状況と取組み



航空・海上輸出物量  
事業別営業収入 年度別推移



長期  
ビジョン

Global Top 10 Solution Partner

～日本発祥のグローバルブランドへ～

航空貨物物量: Over 100万トン、海上貨物物量: Over 100万TEU



主な取組み: 販売強化による取扱物量の拡大を通じた成長

## 日本およびインテラシア戦略

- 日本発着、インテラシアの販売強化による更なる物量の拡大

<上期の状況>

(航空)日台韓域内の取扱増加により物量が前年同期比3.1%増加

(海上)日台韓発東南アジア向けの取扱増加により物量が前年同期比4.7%増加

## トレードレーン戦略

- 市場規模の大きいアジア-欧米間の航空・海上8レーンのシェア拡大

<上期の状況>

(航空)欧州発中国・香港向けの取扱増加により物量が前年同期比13.1%増加

(海上)中国・香港発米国向けの取扱減少により物量が前年同期比10.6%減少

4つの戦略  
を推進

## 品目戦略

- 今後も成長が期待できる7品目を重点品目として販売強化

<上期の状況> 航空はエレクトロニクス、海上は素材の取扱物量が増加

## コントラクト・ロジスティクス戦略

- フォワーディング事業の補完・伸長に資する3PL事業の推進

<上期の取組み> シンガポール法人新本社/倉庫建設に着工（本年8月）

※詳細は本資料P43に記載

## 販売強化による取扱物量の拡大

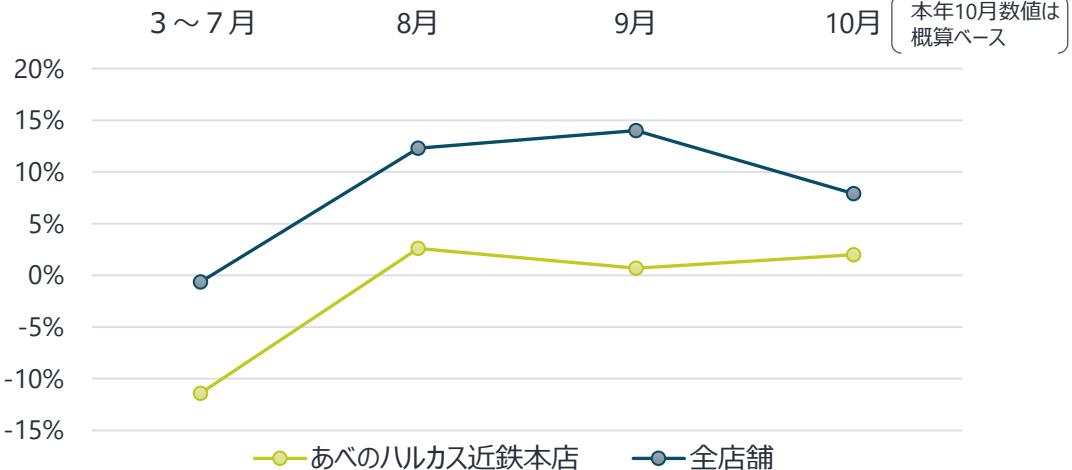
	2024年度 実績	2025年度 予想
航空輸出重量 (千トン)	527	549
海上輸出物量 (千TEU)	725	761

	【足もとの状況】	【今期の見立て】
マーケット動向(物量)	<ul style="list-style-type: none"> <li>航空：上期物量は前年同期比5.8%増加。トランプ関税の影響は限定的</li> <li>海上：上期物量は前年同期比1.5%増加。中国発米国向け出荷の保留が一時的に発生したが、グローバルでは影響は限定的</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>航空：主力仕向地である米国中西部、西海岸への物量の伸長が全体的に鈍化。インテラシアなどでもこれを補い、グローバルでは対前期比増を見込む</li> <li>海上：トランプ関税適用前の駆け込み輸送で年末商戦用の在庫がすでに十分に確保されており、輸送需要は頭打ち</li> </ul>
需給(スペース)	<ul style="list-style-type: none"> <li>航空：東アジア発着の旅客便拡大に伴いスペースは増加。一方で米国デミニマルルール廃止の影響により、東アジア↔米州間の貨物専用便は減少</li> <li>海上：トランプ関税適用前に見られた駆け込み出荷は終息し、船会社は欠便や運航ルート削減により供給調整</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>航空：中国、香港発eコマースの動向変化により、北米向けスペースの減少と欧州シフトが継続。旅客便の回復は続くものの、貨物専用機の稼働も限定的で貨物スペース供給の大幅な増加には繋がっていない</li> <li>海上：物量が減少傾向にあることから、船会社は今後も欠便や運航ルート削減により供給調整を継続。欧州主要港における港湾混雑が発生しており、レーンによっては需給バランスの調整が発生</li> </ul>

# 主要事業の足元の状況と取組み



## 売上高（対前年増減率）



長期  
ビジョン

「暮らしを豊かにするプラットフォーマー」となる

Kintetsu  
あべのハルカス 近鉄本店

主な取組み：中期戦略「新たな価値創造事業会社＝百“価”店へと生まれ変わる」の具現化

### 旗艦店あべのハルカス近鉄本店「リモデル」（2025～28年度の4年間で全館の約3割をリモデル）

- ラグジュアリーゾーンの強化、ファッショントリニティの再構築やファッショントリニティの取組みなどにより、上質な暮らしを支える価値創造を推進
- 食料品フロアは、常にフレッシュな売場を構築
  - 2025年6月 タワー館地下1階菓子売場のリニューアル
  - 惣菜売場に10以上の新ショップを導入する大幅リニューアルの2026年度実施に向けた取組み展開

### あべの・天王寺エリアの魅力最大化

#### 【Hoop】自分スタイル編集館



- 2025年6月より順次大規模リニューアル（2026年度完成予定）
  - 1階に「SALOMON」「New Balance」などの人気スポーツブランド、5階に「スーパースポーツゼビオ」を新規オープン

#### 【and】上質な暮らしのセンター

- 食からライフスタイルまで幅広く取り揃えた館として、2025年度リモデル完成



#### 【あべのウェルビーイングテラス】近隣住民の「ウェルビーイング」な生活をサポート

- 2025年7月 グランド・オープン
  - クリニック・薬局／婦人科・乳腺外科、内科・循環器内科、調剤薬局
  - レストラン／十割蕎麦
- 今冬、皮膚科、画像診断科などオープン予定



### 地域店の進化

- 全社売上高**
  - 8月、9月、10月とも前年実績を大きく上回る水準で推移
- 大阪・関西万博オフィシャルストア（万博会場内 および あべのハルカス近鉄本店内）**
  - 閉幕まで目標を大きく超える売上で推移し、全社売上高を牽引
- あべのハルカス近鉄本店**
  - 改装した菓子売場が好調。加えて、大阪・関西万博オフィシャルストア（あべのハルカス店）が万博閉幕後も好調に推移し、国内売上高は対前年プラス基調
  - 免税売上は訪日客数が高水準で推移していることに加え、円安による割安感もあり回復傾向
  - 入店客数もプラス基調で推移

### 地域店の進化

- 「価値提供型」店舗の創造に向けた取組み（各店舗での改装等）の推進

（上本町店）

- 地下菓子売場を改装（2025年6月 6つの新ブランド導入、16ブランドをリフレッシュ）
- 6階に「DAISO（ダイソー）」など新規オープン。（2025年5月）

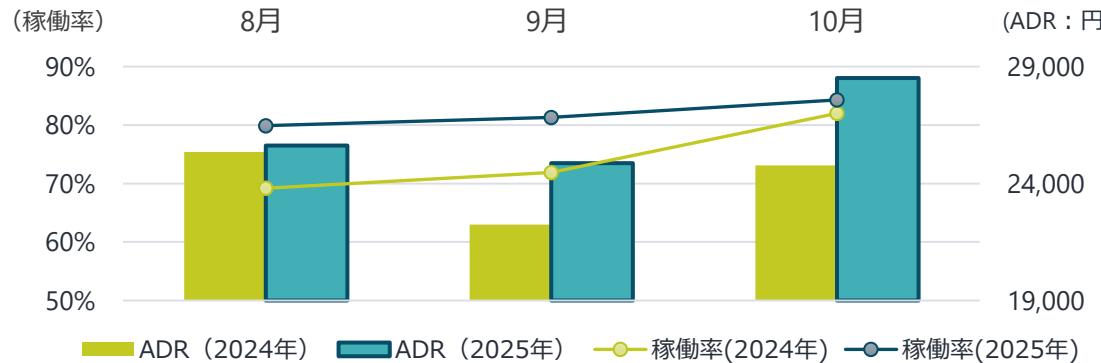
（和歌山店）

- 県内初出店となる「ハンズ 近鉄和歌山店」をFC形態でオープン（2025年10月）

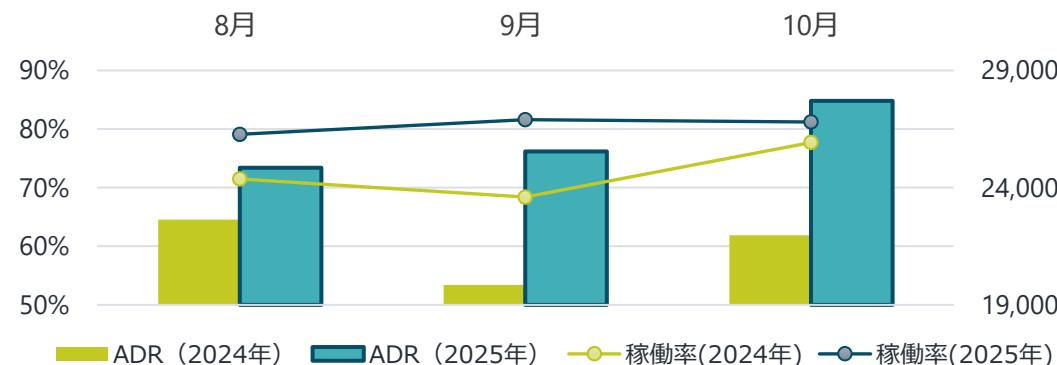
# 主要事業の足元の状況と取組み



## ADR・稼働率



### うち大阪市内・近郊ホテル（5館）



## 足もとの状況

- 全ホテルでは、稼働率、ADRともに前年度を上回り好調に推移
  - 大阪・関西万博開催に伴い、大阪市内・近郊ホテルではADRが対前年比で大きく伸長、また国内利用者比率が増加
- 秋の行楽シーズンを迎えた10月においても、ADRが前年を大きく上回り、好調に推移

長期  
ビジョン

世界で通用する、日本有数のホテルチェーン



### 主な取組み①:改裝投資による競争力強化

#### 主要ホテル等での改裝投資

- 販売価格の上昇とインバウンドのさらなる獲得を目指して主要ホテルにおいて改裝投資を計画

シェラトン都ホテル東京  
[3フロア] (実施中)



改裝イメージ

シェラトン都ホテル大阪  
[2フロア]



大阪マリオット都ホテル  
[3フロア]



都シティ近鉄京都駅  
[1フロア]



### 主な取組み②:国内外における運営ホテルの拡大

#### オリオンビール社との資本業務提携に基づく協業推進

- 2025年7月、「JUNGLIA OKINAWA」のオフィシャルホテルである「オリオンホテル モトブ リゾート&スパ」が「都ホテルズ＆リゾーツ」チェーンに加盟



△オリオンホテル モトブ リゾート&スパ(外観)  
画像提供:オリオンビール社

#### 国内での運営ホテル拡大に向けた新規開発の専任部門を設置

#### 米国テキサス州・ダラス近郊にて米国3拠点目のホテル計画推進

※詳細は本資料P43に記載

### 主な取組み③:人財育成、DXによるオペレーション強化

#### 人財育成

- 従業員の待遇改善（ベースアップや手当の見直し等）
- 従業員満足度向上を目指した施策の推進（年間休日の段階的な増加や従業員食堂の改善等）
- 教育研修部を新設し、高いサービスマインドを持つ人材を育成

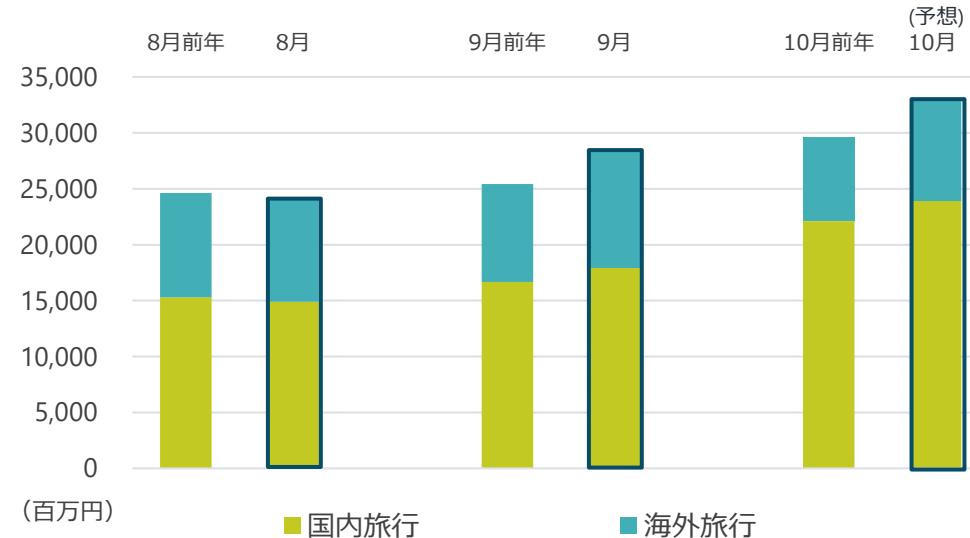
#### DX、ITの積極的活用

- AIを活用したレベニューマネジメントシステムの導入
- システム導入による業務の効率化（清掃指示書の自動作成や忘れ物管理等）

# 主要事業の足元の状況と取組み



## 国内・海外旅行販売高



## 足もとの状況

- クラブツーリズム
  - 国内旅行の第3四半期予約動向は、大阪・関西万博やにっぽん丸チャーターの完売、紅葉商品が順調に推移していることが影響し、好調に推移
  - 海外旅行も好調に推移しており、特にヨーロッパが好調
- 近畿日本ツーリスト・近畿日本ツーリストブループラネット
  - 国内団体では企業コンベンション、海外団体では冬季五輪での契約推進など案件の獲得が順調に推移
  - 教育旅行では、海外修学旅行の受注が前年を上回って推移
  - 国内個人旅行では、大阪・関西万博の影響もあり、大阪方面は前年を上回って推移

長期  
ビジョン

「旅行会社」から地域の新たな価値を創造する  
「サービス総合商社」へ進化

## 主な取組み: 地域共創・訪日事業の拡大

### 地域への訪日誘客の拡大とインバウンドビジネスの加速

#### 海外（発地）

##### 海外ネットワークの再構築、 訪日シフト



##### 「海外拠点網の役割転換」

- ・日本からの受け手→日本への送り手
- ・グローバルMICE営業
- ・訪日商品の販路開拓
- ・国内観光地のPR業務

##### 「海外リエゾン・オフィスの開設」

- (2025年度)
- ・ロサンゼルスで活動開始
  - ・シドニー、アムステルダム、  
パリに新拠点
  - (2026年度以降)
  - ・東南アジア、中東などに積極展開

#### 旅行商品

##### 訪日個人



- ・セルフガイドツアーを9月末に発売開始



- ・海外向け宿泊オンライン販売



- ・クラブツーリズムグローバルサイト  
(約1万人)

##### 訪日団体



- ・国際スポーツインバウンドの拡大。  
欧・米・豪からのレジャー団体の  
倍増を目指す

#### 国内（着地）

##### 地域共創事業とのシナジー発揮

###### 中部山岳国立公園エリアでの 着地型観光振興（モデル構築）

- ・10月に高山市との  
包括連携協定締結
- ・ローカル広域DMC<sup>1)</sup>
- ・地域と協働した観光地づくり
- ・ランドオペレーター事業
- ・観光機能整備事業
- ・広域誘客ルートの形成



###### 全国各地への横展開

- ・DMC組織の自走化モデルを  
構築し、伊勢志摩ほか、各地へ  
横展開を図る
- ・持続可能な日本の観光立国に  
向け、地方へのインバウンドの  
流れを創出

売り込み

地域への訪日誘客の拡大、インバウンドビジネスの加速



素材提供

1) Destination Management Company 地域の自然、食、芸能、伝統工芸、風習等に精通し、地域と協働して観光地域づくりを行う組織

# 回転型不動産ビジネスの推進

- 2025年4月に、不動産アセットマネジメント事業を担う「近鉄インベストメント・パートナーズ」を設立
- 当面のマイルストーンとして、運用資産残高（AUM）500～1,000億円規模を目指す

## アセットマネジメント事業参入のねらい

### ① 財務健全性の維持と成長の両立

- 不動産金融（ファンド等）を活用し、投下資本の回収を進め、獲得資金を成長分野に再投資等することで財務健全性の維持と成長を両立

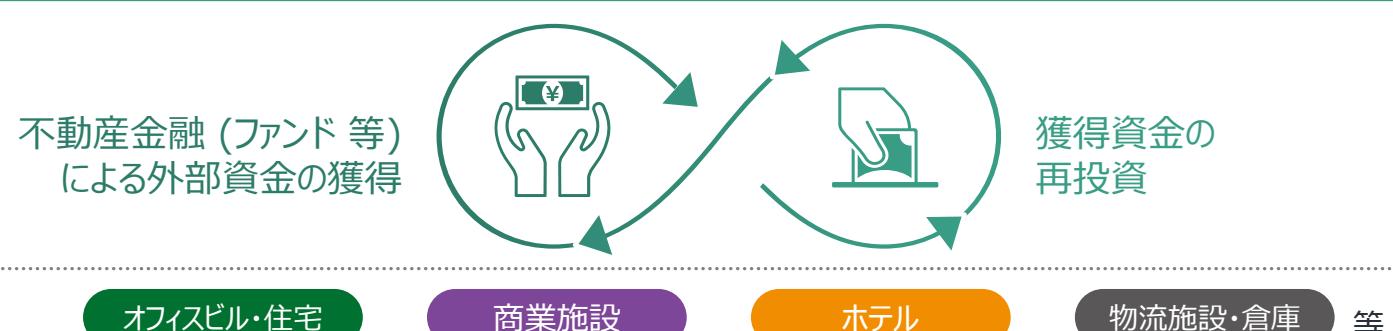
### ② 開発計画推進のドライバー

- 今後推進する開発計画においても、不動産金融（ファンド等）の枠組みの活用を視野

### ③ 既存の不動産・ホテル事業への波及効果

- アセットマネジメントを通じ、プロパティマネジメント、ビルマネジメント、ホテル運営受託等、幅広い収益を獲得
- とくに、ホテルアセットについては、近鉄インベストメント・パートナーズのアセットマネジメント機能と近鉄・都ホテルズのホテル運営機能を組み合わせることにより、ホテル投資家への一気通貫した提案も可能となり、資産を保有しないホテル事業の拡大にも寄与

## ファンドスキームを活用した回転型不動産ビジネスモデル



## 近鉄インベストメント・パートナーズ関与アセット

- 現在、近鉄インベストメント・パートナーズは投資助言・代理業の登録に向けた準備を実施中
- ホテルおよびオフィスビル、計2物件について、アセットマネジメントに関連する一部業務への関与を開始



都ホテル 博多

### ホテル

近鉄・都ホテルズが運営を受託する「都ホテル 博多」  
(当社も一部出資するSPCが保有)

### オフィスビル

愛知県名古屋市所在の築浅大型オフィスビル  
(当社も一部出資するSPCが保有)

# インバウンドの状況

訪日外国人旅行客数が大きく伸長する中で、沿線にある豊富な観光資源の訴求強化およびグループの各種サービスの販売促進、  
加えて受入体制の整備を図り、更なるインバウンドの誘客を目指す

出典：日本政府観光（JNTO）統計データ

(参考) 訪日外客数 2024年：3,687万人（2023年：2,507万人）※政府目標 2030年：6,000万人  
訪日外客数 2025年9月：327万人（対前年同月比+13.7%） 10月：390万人（対前年同月比+17.6%）

		2024年度 上期実績	2025年度 上期実績 (前年同期比)	2025年度 通期予想 (前年同期比)	インバウンド需要の取り込み拡大に向けた取組み
		(共通) グループ一体・連携による、海外プロモーション・情報発信			
鉄道	【近畿日本鉄道】 インバウンド売上高	16億円	19億円 (+18%)	39億円 (+18%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>タッチ決済乗車サービス（クレジットカードなど）の拡充</li> <li>東アジアや東南アジア、欧米豪を中心にセールス活動を強化</li> <li>旅行会社との共同プロモーション、インフルエンサー招聘、海外旅行博出展、海外版SNSでの情報発信</li> </ul>
バス	【奈良交通】 インバウンド売上高 (乗合・貸切)	4.6億円	5.1億円 (+10%)	8.9億円 (+9%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>乗り場等へのバスコンシェルジュ配置による集客強化</li> <li>定期観光バスのインバウンド向けコースの運行日数拡大および集客強化</li> <li>貸切バスのインバウンド団体受注の拡大に向けたセールス強化</li> </ul>
百貨店	【あべのハルカス近鉄本店】 免税売上高 <sup>1)</sup>	83億円	43億円 (▲48.3%)	76億円 <sup>2)</sup> (▲52.1%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>新VIPカード発行によるVIP顧客の誘客</li> <li>OTA（オンライン・トラベル・エージェント）でのキャンペーン強化</li> <li>近鉄グループ協業による誘客強化</li> </ul>
ホテル	【関西主要3ホテル <sup>3)</sup> 】 外国人比率	72.5%	67.5% (▲5P)	70.4% (+1.7P)	<ul style="list-style-type: none"> <li>アジアを中心とした現地営業と商談会参加、SNSを活用した情報発信、OTAでのPR</li> </ul>
旅行	【KNT-CTホールディングス】 訪日旅行 販売高	約110億円	約130億円 (+18%)	約300億円 (+20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>10月よりセルフガイド（広域周遊型）ツアーを販売開始</li> <li>オンライン販売の強化（club.comの認知度向上、宿泊在庫の活用）</li> <li>海外拠点の強化（海外リゾン・オフィスを開設）</li> </ul>
水族館	【海遊館】 外国人入館者数	56万人	54万人 (▲3.6%)	107万人 (±0%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>多言語対応や通訳ツール導入</li> <li>旅ナカでの情報発信・広告宣伝（SNS等）を展開</li> <li>体験型・高付加価値のプログラム商品開発および海外旅行会社での拡販</li> </ul>

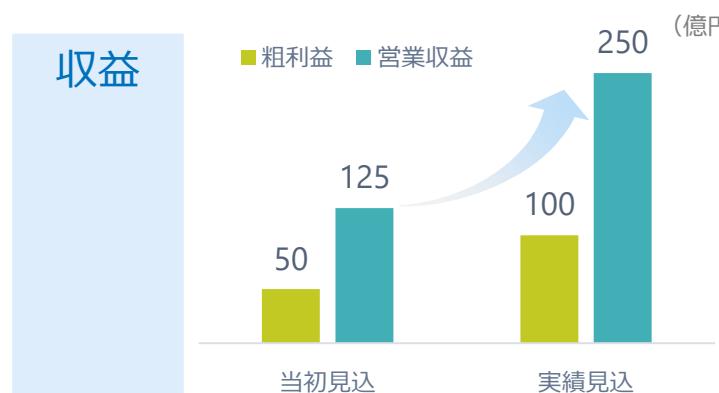
1) 収益認識会計基準適用前売上高 2) 消費動向が不透明であるため、保守的に予想

3) シェラトン都ホテル大阪・大阪マリオット都ホテル・ウェスティン都ホテル京都

# 大阪・関西万博開催による効果とアフター万博への取組み

- 名阪特急の利用増加、オフィシャルストアの好調および関連ツアーの取扱い拡大等により、収益が当初見込より大幅に増加
- 万博開催期間中に実施したプロモーションにより高まった沿線の認知・注目、ホテル・旅行業等を通じて得た新たな顧客接点などの万博レガシーを最大限活用した収益源の創出

## 大阪・関西万博の開催効果



### 万博による主な収益効果

- (鉄道) 特急(特に名阪間)利用の増加、加えて奈良方面への周遊増加  
 - 大阪主要ターミナル駅の降車人員数(3月と万博開催期間比)  
 定期外 +3.5~4.0% 午前着の特急 +16.3%  
 - 奈良駅の降車人員: 前年同期比+13%程度 ※他イベント等の要因含む
- (百貨店) オフィシャルストア(会場内、あべのハルカス近鉄本店内)の販売好調
- (ホテル) 大阪市内・近郊の都ホテルのADRが大きく伸長  
 - 都シティ系ADR 対前年比+30%超
- (旅行) 往復貸切バスを利用した名古屋・関西発の日帰りツアー、加えて名古屋からの特急ひのとり、シェラトン都ホテル大阪を組み入れたツアーが好評



△ 2025大阪・関西万博 会場内  
オフィシャルストア 西ゲート店 KINTETSU  
©Expo 2025

## 認知 注目

### 自社媒体以外での沿線プロモーションの実施

- 万博会場への唯一の鉄道アクセスである大阪メトロ・中央線の広告メディアにて、沿線(奈良・伊勢志摩)への誘客宣伝を実施  
 - 中央線400系(全23編成)の車内ビジョン広告枠(車内ドア上部のテレビジョン)を  
 本年4月上旬から約6か月間ジャック  
 - 万博会場の最寄り駅「夢洲」の乗降者(開催期間累計4000万人<sup>1)</sup>)



△ テレビジョンで放映した沿線の  
観光案内



△ 中央線と相互乗入する近鉄けいはんな線  
車両のラッピング(奈良バージョン)

## 万博レガシーを活用したアフター万博への主な取組み

- 万博開催期間中に実施した各種メディアでのプロモーションによる沿線観光コンテンツの魅力および観光特急・列車の訴求  
 - これまでなく向上した関西の認知度と注目度が、閉幕後も当面続くなか、広域(首都圏、東海、近畿、札幌、博多など)での広告出稿を実施し沿線誘客を企図
- クラブツーリズムが主催した万博ツアーにおいて、幅広い年代での新規顧客を獲得(ツアー参加者のうち約2.1万人が新規顧客 ※通常新規率の倍程度)  
 - 大阪・関西万博を通じた新規顧客への、強みであるテーマ旅行を軸にした商品訴求・販売の推進により、会員基盤を拡充

1) 出典: 大阪メトロ社HP

## 【お問合せ先】

総合政策本部 経営企画部

TEL : 06-6775-3478

Mail : ir-info@rw.kintetsu.co.jp

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。  
また、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。