
中期経営計画

2024年～2027年



2024年8月20日

1. 計画名

「東武トップツアーズ株式会社 中期経営計画 2024年～2027年」

2. 計画期間

2024年度～2027年度

3. 計画の骨子

当社は持続的な成長と企業価値の向上を目指すため、次の4カ年にわたる戦略的な方向性と重点項目を示す中期経営計画を策定しました。現在の市場環境や競争力分析を通じて把握した課題や機会に対する戦略的なアプローチとして、計画の骨子を「付加価値の創造」、「生産性の向上」、「Well-Beingの実現」と定め、その実現に向けた具体的なアクションプランを示しています。事業環境やニーズの変化を進取する「挑戦」と関係者との協力や連携により価値を創出する「協創」により、常に変化する市場環境に適応しながらステークホルダーの皆さまの期待に応える組織を構築してまいります。

また、2023年に制定した「サステナビリティ・ビジョン」及び「サステナブル基本方針」に基づき、これまで以上に社会・環境に貢献することで社会の好循環を形成してまいります。加えて、健全な企業経営を推進するため、コンプライアンス遵守及び公正な取引を徹底していくとともに、業務遂行上のリスクに応じて実効性のあるルールを確立することなどを通じ、リスクを適切に管理できるプロセスの構築にも努めます。

付加価値の創造

地域社会をはじめ、お客さま、ビジネスパートナーが抱える様々な課題を解決し、地域の暮らしと豊かな社会づくりに貢献する企業を目指します。(社会課題解決企業から「社会価値創造企業」へ)

生産性の向上

旅行業の成長ドライバーを確立し競争力を強化するとともに、D2C(Direct to Consumer)事業の大幅伸長に加え、システムや仕組み化などにより、ヒトの活動に因らない収益源の開発を行い、労働対価型収益依存からの脱却を目指します。

Well-Beingの実現

成長意欲と能力のある従業員が年齢(就業年数)・性別に関わりなく、相応の報酬を受けて仕事を続けられる会社を目指します。人事諸制度の改定も視野に入れ、多様な働き方やワークライフバランスの確保を実現します。

4. 経営指標の想定値(2027年度)

営業利益 : 20.0 億円

ROE(自己資本利益率) : 5%以上

5. 計画の位置付け

事業 戦略	組織戦略		
	営業 戦略	成長 事業	ソーシャルイノベーション事業
			スポーツ事業
			グローバル(インバウンド)事業
			D2C事業
	中核 事業	一般法人事業	
		教育事業	
		東武沿線事業	
	新規事業		

基盤	人的資本経営の推進
戦略	DX導入による事業変革・業務変革

6. 具体的なアクションプラン

事業戦略

(1) 組織戦略

地域特性に応じた戦略的な営業拠点・店舗ネットワークの再編を行うとともに、拡大する事業領域の市場調査・分析とそれらにもとづく商品・サービスの企画・開発を行うマーケティング部門を新設します。

(2) 営業戦略

① 成長事業

今後の市場拡大が想定される領域の事業として、ソーシャルイノベーション事業、スポーツ事業、グローバル(インバウンド)事業、D2C 事業を位置付けます。

(ア) ソーシャルイノベーション事業

行政と連携しながら、地域の方々と共に社会課題解決を目指していくソーシャルイノベーション事業、地域活性化事業を推進します。BPO 事業・認証事業、観光振興事業、地域経済対策事業、DX・デジ田事業、GX・脱炭素事業の5つを中核と位置付けながら、あわせて、加速するインバウンド需要を捉えた新たな事業スキームの構築も目指します。加えて、PPP/PFI 事業への参画も推進してまいります。

(イ)スポーツ事業

大規模なグローバルスポーツイベントの開催・運営及び大会価値向上に向けた事業に取り組むほか、市場拡大が続く e スポーツ事業やスポーツインバウンド事業への取り組みを通じて、スポーツツーリズムのいっそうの推進に注力します。また、特別な空間での観戦やコミュニケーション機会の演出、地産地消を含むこだわりの飲食やギフトの提供を伴う「スポーツホスピタリティ」ビジネスの機会追求をはじめ、中高生の部活動の地域スポーツへの移行など、スポーツが持つ地域創生との親和性を最大限に生かしたスポーツ政策の促進に資する事業を今後、強化していきます。

(ウ)グローバル(インバウンド)事業

インバウンド需要の回復を捉え、海外企業の MICE 事業、海外クルーズ船の寄港地ツアー、富裕層向けツアーなどの従前の取組をさらに強化するとともに、国・地方自治体での観光振興・誘客事業においては、世界各地のビジネスパートナー(海外旅行会社など)への着地型商品の流通を推し進め、日本の DMC の立場としてもインバウンド事業の拡大を狙います。

(エ)D2C 事業

旅行商品販売サイトの刷新を進めるとともに、商品在庫数を現状の 6 倍に増やして基礎購買基盤の拡大を強化します。また、クーポンシステムの採用や東武グループの特性を活かしたグループポイントの導入などにより他社との差別化を図ることで、ヒトの活動に因らない収益源の開発を目指します。

② 中核事業

当社の中核事業として、一般法人事業、教育事業、東武沿線事業を位置付けます。

(オ)一般法人事業

組織的、継続的、計画的な営業活動を展開し、お客さまのビジネスコンシェルジュとして信頼がおけるパートナーになることを引き続き目指します。また、社会・地球環境問題への対応など、企業を取り巻く環境の変化により発生する新たな課題解決のためのサービス提供にも注力します。

(カ)教育事業

従来有形にとらわれない「未来の教育旅行」を構築します。アライアンスパートナーを拡大し、探究学習プログラムの開発・販売促進、STEAM 教育商品のプランニング、GX や SDGs の考え方を取り入れたプログラムの展開などを進めます。また、地域毎に戦略を構築し、教育事業における業務プロセスの改善も実行します。

(キ)東武沿線事業

東武沿線へのインバウンド誘客を促進します。日光・鬼怒川エリアの情報やコンテンツを出発前(浅草エリア)・移動中(東武特急車内)・到着後(日光・鬼怒川エリア)、それぞれのシーンで効果的に発信することでインバウンド顧客の獲得を進めます。また、東武沿線エリアの着地型旅行商品をプランニングして高付加価値化を図り、東武グループのショッピングサイト「TOBU MALL」での販売を促進するとともに、地域事業者や観光団体との関係性を強化します。

さらに、日光・鬼怒川エリアで展開する「ツーリストインフォメーションセンター」では日光・鬼怒川エリアのハブとしての役割を担う存在になることで、DMCの機能を有することも目指していきます。加えて、東武グループ内で連携を強化しながら東武沿線地域における地域振興事業の新規開発にも注力。グランピングをはじめとした体験型サービスの提供拡大など、地域マネジメントおよびコンサルティング機能を備えた組織の確立も狙います。

③ 新規事業

企業価値を向上させるため、新規事業参入への可能性を追求していきます。市場調査、投資採算計画の検証、フィージビリティスタディなどを通して、旅行業周辺分野では中核事業を補完しシナジー創出が見込める事業へ、その他の分野では将来の成長性や競争優位性が期待される事業への投資を検討します。

【一例】

インバウンド関連事業、MaaS 関連事業、東武グループ連携事業(グランピングなどの体験型サービス提供、まちづくり、資産・アセット活用など)、デジタル・ICT 関連事業、Society 5.0 関連事業(生体認証など)、サステナブル関連事業、IP ビジネス事業(知的財産を活用したビジネス)など

基盤戦略

(1) 人的資本経営の推進

「人が主人公、財産」であるとの経営理念に基づき、意欲や能力のある人財を積極的に登用するとともに、将来を担う人財の育成、若手の抜擢や多様な能力を有する人財の受入などを行うことで、人的資本の充実を図ります。

柔軟な働き方ができるよう社内制度を整備することなどを通じて、働きやすさを確保するとともに、初任給の引き上げやベースアップの実施、成長機会の提供などを通じて、働きがい創出できるよう取組を進めます。

(2) DX 導入による事業変革・業務変革

急速なデジタルシフトの進展と市場の変化に対応するため、DX を活用した業務プロセスの革新と効率化を図ります。各システム(営業・経理・業務など)の機能統合

や RPA(Robotic Process Automation)による販売管理業務の自動化、蓄積データを活用したデジタルマーケティングなどを通じて業務の効率化と迅速な意思決定を実現し、企業競争力を強化します。

7. サステナブル経営

2023年に制定した「サステナビリティ・ビジョン」及び「サステナブル基本方針」に基づき、これまで以上に社会・環境に貢献することで、社会の好循環を形成し、持続的な企業価値の向上を目指してまいります。5つの重要なマテリアリティを設定し、経済価値に加えて、社会価値及び環境価値を向上させる取組を進めます。

【重要なマテリアリティ】

- 環境負荷に配慮した取組
- 社会に貢献する事業の継続
- 人権の尊重とダイバーシティ&インクルージョンの推進
- 人財の確保・育成
- コーポレート・ガバナンス

【指標】

- CO2 排出量 2030年度までに2022年度比30%削減
- 女性管理職比率 2026年度までに13%以上