

中期経営計画

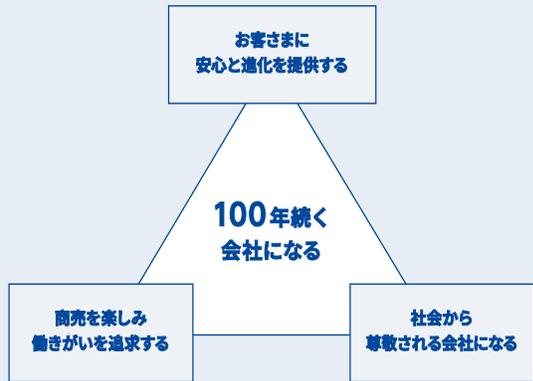
2025－2027年度（41期－43期）

株式会社 東横イン

2025年7月16日

1. 長期ビジョン

経営理念



- ・ お客様に安心と進化を提供する
- ・ 商売を楽しみ働きがいを追求する
- ・ 社会から尊敬される会社になる

100年続く会社になる

長期ビジョン

2033年度の目指す姿

- ・ 挑戦する会社であり続け、ビジネスホテル運営部屋数 **1位** を維持
- ・ 全店[※]売上**3,000億円**
- ・ 客室数**10万室**突破
- ・ 既存店稼働率**80%**維持

※(株)東横イン+関連会社が運営する国内外の全店舗

2. 事業環境と課題整理

人口減少



- ・訪日外国人旅行者数は過去最高を更新しインバウンド需要が拡大する一方、国内宿泊需要は頭打ち傾向にある（図1参照）
- ・宿泊需要の増加に対し、人材不足や労働生産性の課題等、供給面の対応が不可欠に

物価上昇



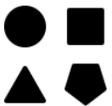
- ・人件費はじめ店舗運営費用の上昇
- ・地価/建築費の大幅上昇

競争激化



- ・外資によるミッドスケールホテルへの積極参入
- ・競合の多くがダイナミックプライシングで利益を最大化
- ・競合の積極出店により客室数No.1が脅かされている（図2参照）

ニーズの多様化

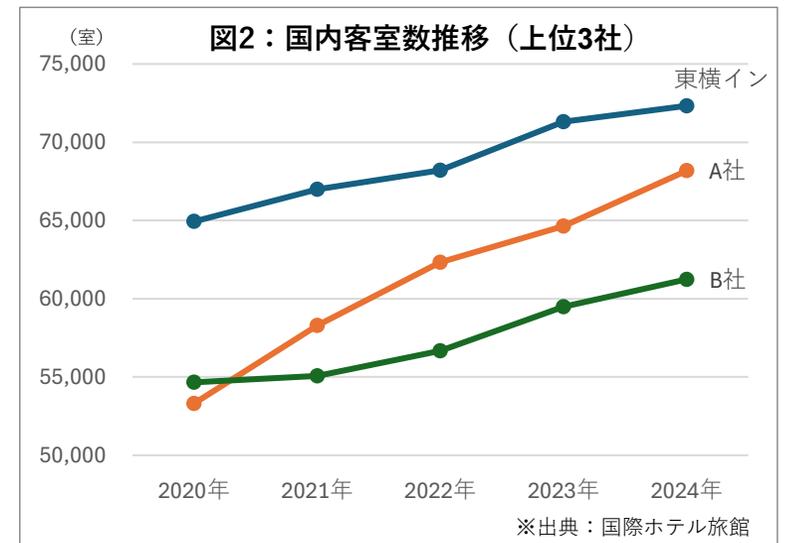
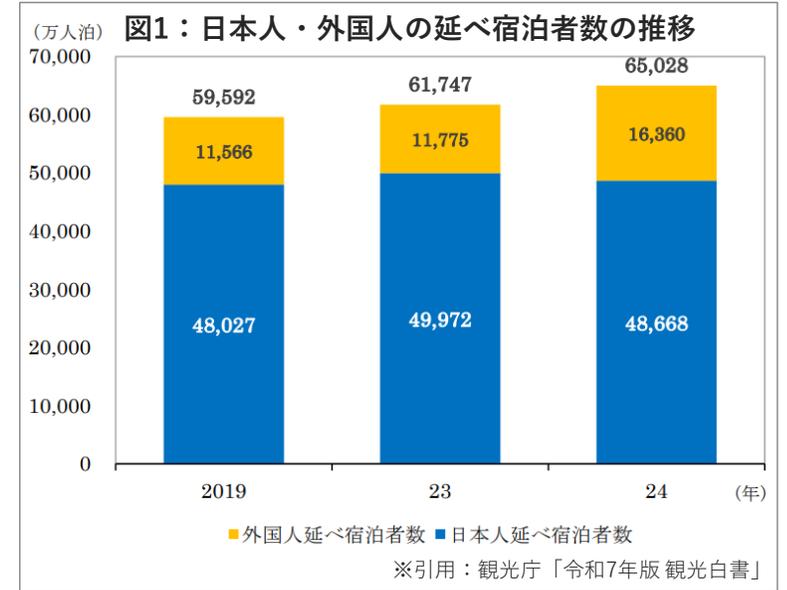


- ・デジタル技術の進歩により一人ひとりに合ったサービスの提供が求められる
- ・働き手の考え方も多様化

当社独自の課題



- ・施設の老朽化
- ・契約期限到来店舗への対応
- ・売上1500億円企業としての社会的責任増大



3. 新中期経営計画の基本方針

TARGET 2027

Toyoko Actions for r Growth and
Engagement towards 2027

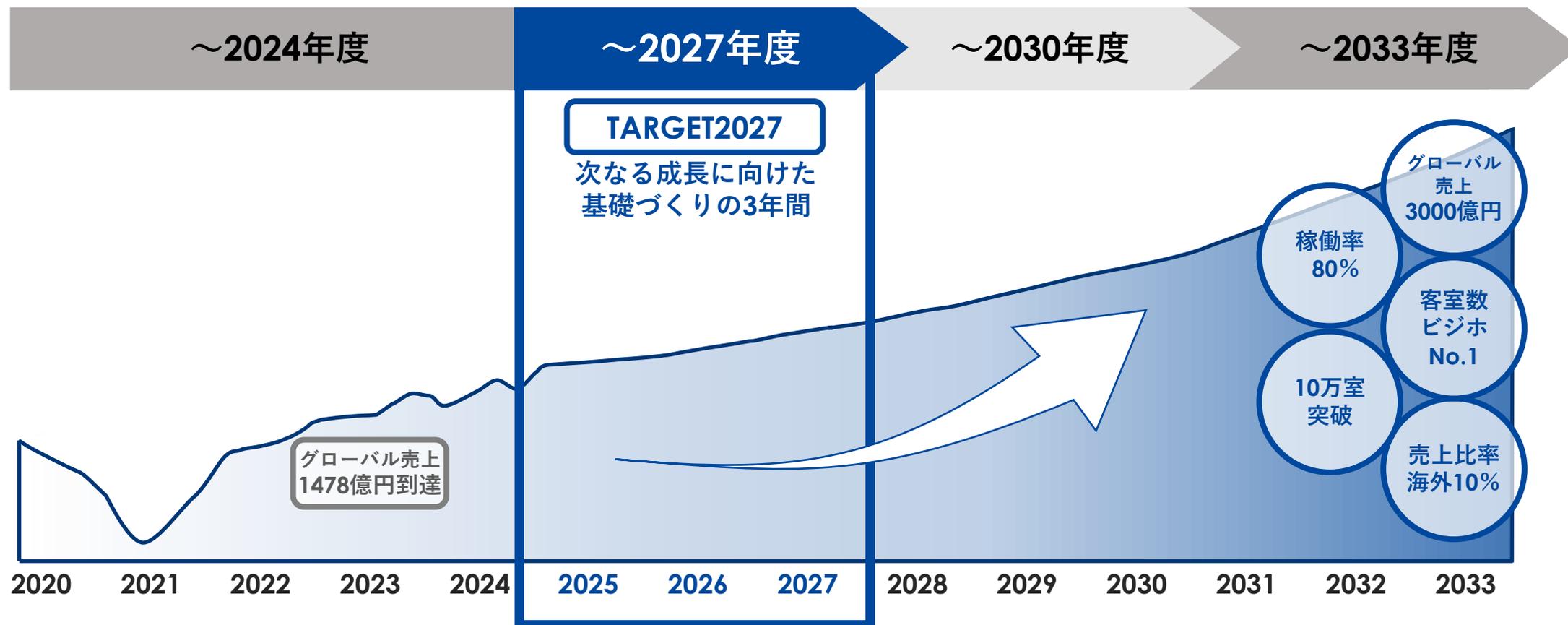
2027年度に向けたTarget=目標を明示した東横インの成長プラン

お客さまと社内、社外ステークホルダーとのエンゲージメントを強化することにより成長を図る

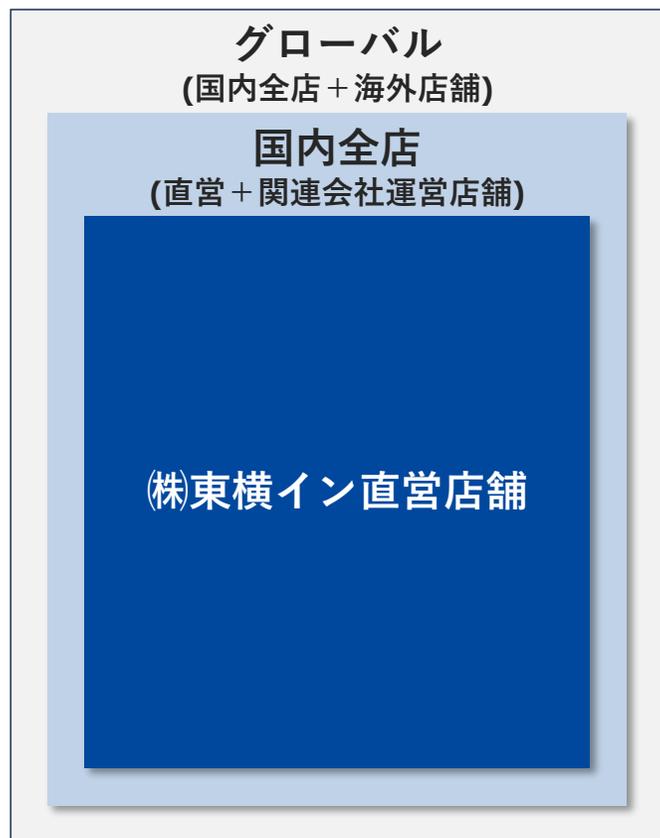
4. 新中期経営計画の位置付け

2033年度へ向けた長期的な成長戦略の第1段階

■業績・組織づくりの両面において、長期ビジョン達成に繋がる礎をつくる



5. 数値目標



		2024年度実績	増減等	2027年度目標
売上高	グローバル	1,712億円	+474億円	2,186億円
	国内全店	1,601億円	+399億円	2,000億円
	(株)東横イン単体	1,439億円	+338億円	1,777億円
(株)東横イン 営業利益率		17.4%	同水準を維持	17.0%
国内全店稼働率		77.6%	+2.4%	80.0%
総店舗数		357店舗	+43店舗	400店舗

6. 成長戦略

1

マーケティング戦略

「原則ワンプライス」のもと、おなじみさん(リピーター)向け施策を強化
公式サイトの直販率6割以上
一人ひとりにあったサービスでおなじみさんのロイヤリティ向上

2

組織人財戦略

おもてなしと労働生産性の最適なバランスを追求
多様な働き方や人材活用
現場力・組織力強化

3

商品戦略

お客様と運営側のニーズを新店や改修工事へ適切に反映
多様な商品・サービス導入による満足度向上と幅広い顧客の取り込み
調達先多様化を推進しリスク・コストの削減を図る

4

持続的成長戦略

「原則ワンプライス」のもとで持続的成長を実現する仕組みを構築
資金調達手段の多様化と効果的な資金配賦・費用対効果の明確化
地域とのつながりや社会インフラとしての役割を強化

5

出店戦略

10年間で売上倍増を実現すべく、年間20店舗出店の基礎を作る
新築・改修工事に対応し得る案件提案・設計・施工体制の整備
海外積極出店に向けた体制構築

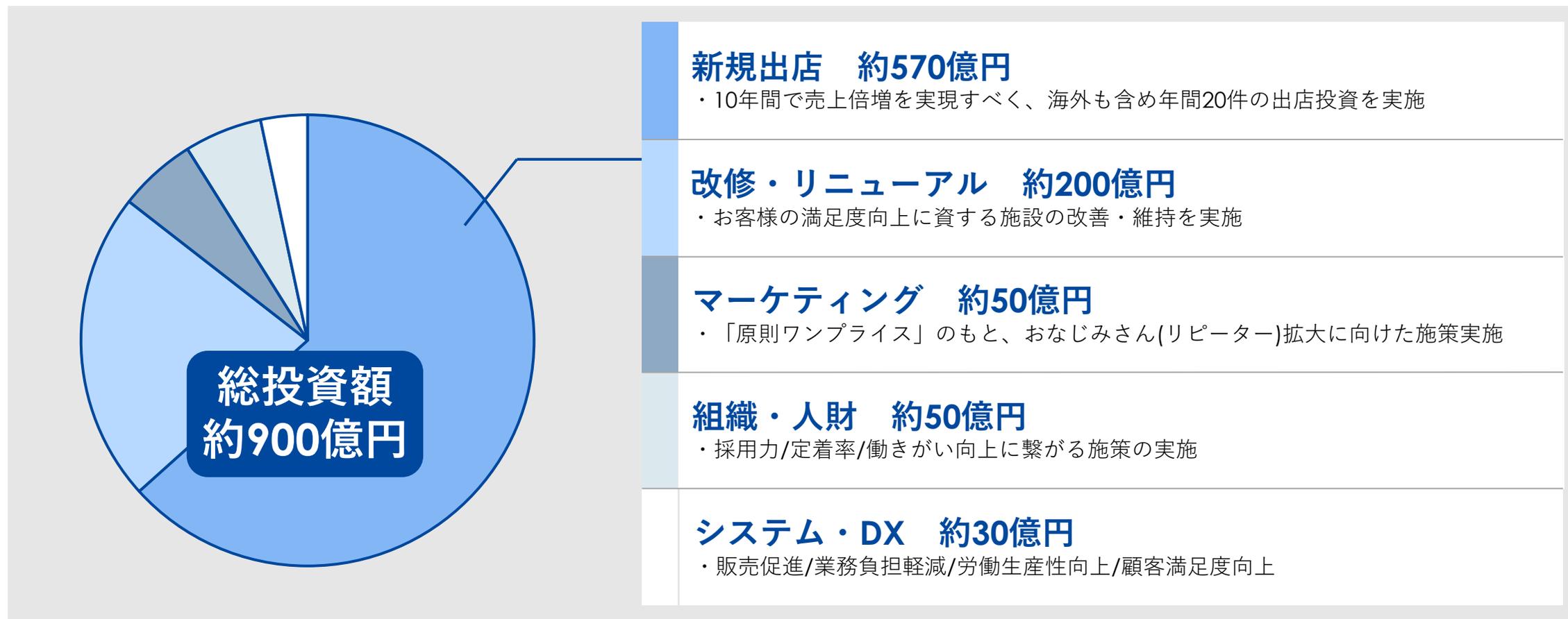
6

DX戦略

パーソナライズしたサービスによる顧客満足度向上
DWH(データウェアハウス)構築で経営の意思決定迅速化
業務効率化と店舗の負担軽減を実現

7. 主要投資項目

本中期経営計画期間（2025年度-2027年度）では、新店開発を中心として総額約900億円の戦略投資を行い、長期ビジョン達成のための礎をつくる



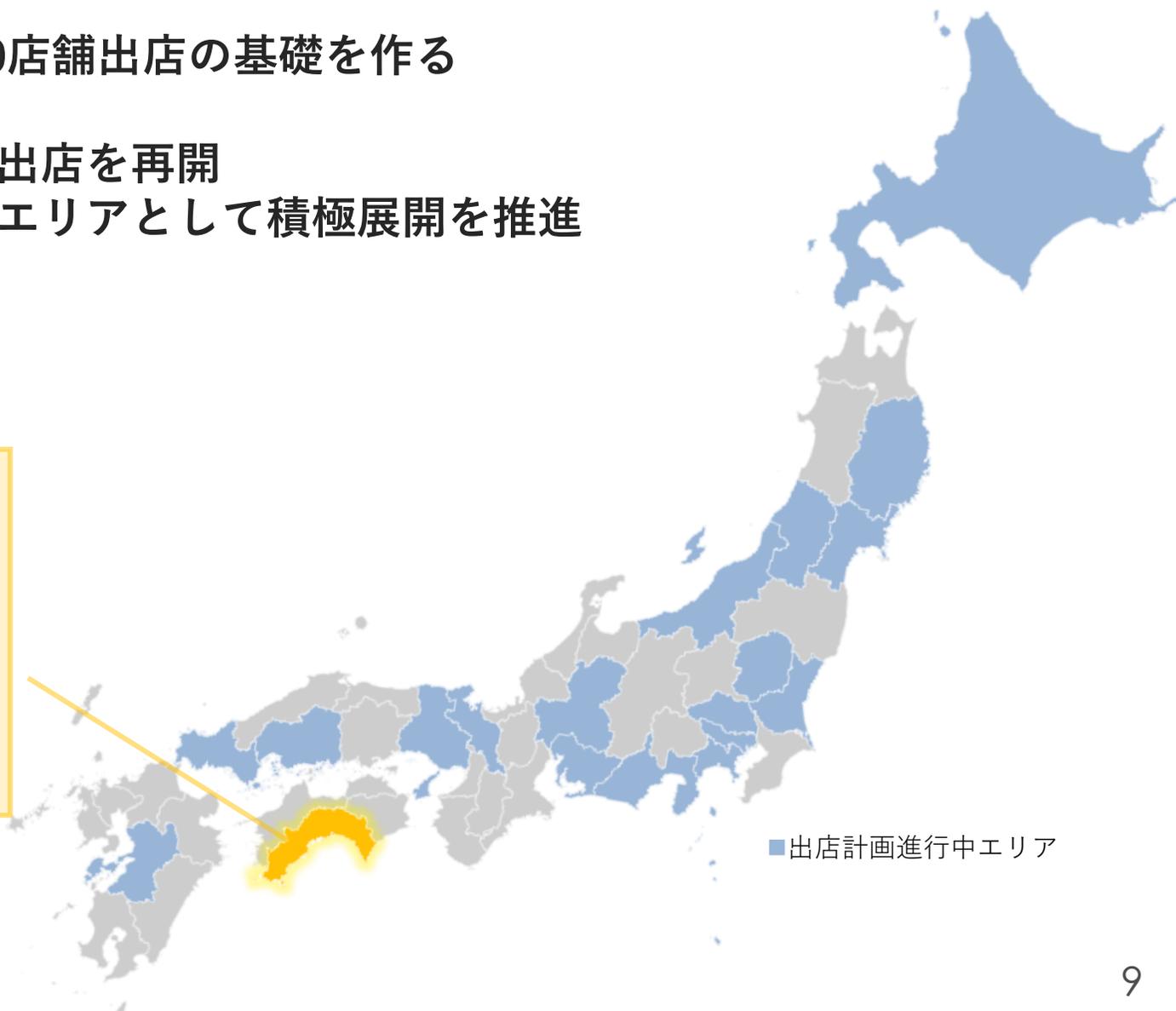
8. 出店計画

- ・ 現在19都道府県で計画進行中、年間20店舗出店の基礎を作る
- ・ コロナ禍以降、中断していた海外への出店を再開
ヨーロッパ、韓国、東南アジアを重点エリアとして積極展開を推進



高知県への出店で
業界初の47都道府県制覇へ！

東横INN高知（209室）
2026年2月オープン予定



9. 持続可能な社会の実現への取り組み（事例）

「地球の未来を考えたホテルづくり」を推進し、「企業市民として社会に受け入れられる」「地域の活性化と発展に貢献する」「青少年に夢と感動を与える」を基軸に、地域と社会に貢献する活動を幅広く推進

地域

「100万人のクラシックライブ」通算1000回達成

一般財団法人100万人のクラシックライブと協働し、全国のホテルで「100万人のクラシックライブ」を開催。「クラシック音楽を通じた感動の共有」「演奏家と社会をつなぐ演奏機会の創出」「地域コミュニティの活性化」を目指し、2025年1月には通算1000回を突破。



環境

屋上看板のライト消灯でCO2排出量削減

CO2排出量の削減への取り組みとして、日没から翌朝にかけて点灯していた屋上看板を2023年5月より全店で原則24時に一斉消灯を実施。



地域

「はじめての出張」で子供の自立を促進

2005年より、地元の小学生が親元を離れてホテルに宿泊し、ビジネスパーソンのお出張を疑似体験する「はじめてのお出張」を実施。子供の自立を促す体験型学習として地域で定着している。



地域

全国の自治体と包括連携協定を締結

新型コロナウイルス感染拡大時には国や自治体の要請を受け、海外からの入国者・帰国者の一時的な待機・滞在施設、軽症者の宿泊療養施設、地元の医療従事者の宿泊施設として客室を提供した実績をもとに全国の自治体と包括連携協定を締結。有事の際に迅速に自治体と連携し、社会インフラとしての役割を果たす。



▲ 東大阪市の包括連携協定締結式

環境

国産竹バイオマスプラスチック製アメニティの導入

2025年4月より「国産竹バイオマスプラスチック製」の歯ブラシとコームへ切り替えを開始。国産竹を35%配合したバイオマスは竹繊維の持つ高い強度が働き、繰り返しリサイクル出来るサステナブルな原料で循環型リサイクルを実現する。回収したアメニティは、リサイクル可能な原料はアメニティとして再生、歯ブラシのヘッド部分やその他廃包材等は新しいエネルギーへの活用や再資源化など、廃棄物を限りなく削減する。



THANK YOU!

