## 価値創造モデル

京急グループが持つ強みを最大限に活かし、事業活動を通じてグループ理念である「都市生活を支える事業を通して、新しい価値を創造し、社会の発展に貢献する」を実現し、社会的価値の向上につなげていきます。

## グループ理念・サステナビリティ基本方針 資本の循環(財務、製造、知的、人的、社会・関係、自然) 日本全国、そして世界とつながり、日本発展の原動力である品川・羽田・横浜を成長 長期ビジョン(2035年度に目指す将来像) 移動、衣食住 トライアングルゾーンと位置付け、国内外の多くの人々の生活と交流を支え、持続的に発展する 豊かな沿線を実現する サービスを通じた 生活の豊かさの向上 への貢献 事業エリア・沿線における浸透 エリア 環境にやさしい • 主要ターミナル、生活拠点へのアクセス 事業戦略 移動サービスの 交通 戦略 公共交通の • 鉄道、バス、タクシーなど複数事業の展開 利便性向上 地域特性を 利用増加 • 運行のパフォーマンス(安全輸送の確保など) 活かした沿線 相互に コーポレート 地域の発展 • 交通事業を通した圧倒的な信頼 効果を増幅 サステナブル戦略 地域密着、地元や行政との良好な関係 衣食住 快適な 住宅など 国際拠点、羽田空港への利便性 地域社会および京急グループの 社会的価値 サービスの質 住まいの 衣食住サービス まちづくり ● 都心部のほか、良好な住環境・自然環境を有する 持続的発展に向け、ESGへの取り アクセスの向上 提供 の利用拡大 の向上 沿線の多様な魅力 組みを経営のベースと位置付ける (アウトカム) 駅周辺に収益性の高い不動産を保有 • 長期的な視点で展開してきたまちづくりの経験 環境社会に配慮した事業展開 長期経営戦略に基づく • 移動、衣食住の事業を複合的に実施 複合事業に • ブランド浸透により、1つの事業の顧客を 2つのプラットフォーム事業 よる総合力 他の事業に誘引 アウトプット 移動 まち創造 自然環境 プラット プラット との共生 フォーム フォーム ブランド • 人財の能力 経営基盤と • 運行ノウハウ しての強み • 固定資産 重要課題 働きやすい • 恵まれた事業エリア KPI(重要業績評価指標) への対応 社会の実現 財務指標水準(2023年度): 営業利益約230億円 (マテリアリティ) 長期経営戦略・ 純有利子負債/EBITDA倍率8.0倍以下 中期経営計画 • ESG経営の取り組みに関する目標の達成 外部環境 強み リスク・機会 (インプット) ● 気候変動への対応 • ダイバーシティ&インクルージョン・人財開発 • 透明性の高い情報開示 ● 循環型社会の推進 • 地域社会の発展と共生 DXの推進 ● 生物多様性の保全 安全・安心・快適なサービスの提供 • 魅力的で働きやすい職場環境 • ビジネスモデルのレジリエンス

ガバナンス

・事業環境およびリスクの適切な認識 ・経営課題の発掘 ・経営戦略の策定 ・執行状況の管理・監督