

団体名： 多摩都市モノレール(株)

戦略1	収入確保と経費縮減による経営の安定化		
3年後 (2023年度)の 到達目標	①安定的かつ継続的に黒字基調となる経営構造の構築 ②開業時の借入金のうち、民間金融機関借入分（2021年3月末時点944百万円）の完済	実績 (2023年度末時点)及び要因 分析	【目標①】達成 ・2023年度実績は、お客様誘致の促進など収益アップに向けた取組と業務効率化などコスト縮減に向けた取組を同時に進めたこと等により、営業収益（売上高）が82億円、当期純利益が9億円となった。 【目標②】達成 ・開業時の借入金のうち、民間金融機関借入分は2022年度中に完済。

個別取組事項	到達目標	2023年度計画	2023年度実績	要因分析
収支試算に基づく事業の管理	①②	・2022年度決算や定期的に実施する収入予測の見直し等を踏まえつつ、事業計画のローリングを実施 ・新たな長期経営方針及び中期経営計画に基づき、各種収支改善策を実施 ・箱根ヶ崎方面延伸も見据え、将来にわたり安定した経営を維持できるよう、経営基盤強化に向けた取組を検討	・収入や支出の実績・予測を踏まえ、毎月の収支見込を必要に応じて更新し、経営にかかる会議で議論を行うなど、適切に事業を管理した。 ・「長期経営方針2023」及び「中期経営計画2023-2025」を策定し、事業に取り組んだ。戦略3の取組などを通じて需要を喚起するとともに、DX・新技術による業務の効率化などコスト縮減に向けた取組を行い、収支改善・経営基盤強化に努めた。 ・取組の結果、2023年度の営業収益は8,264百万円、当期純利益は922百万円となった。（2022年度はそれぞれ8,012百万円、975百万円）	・乗客数はコロナ禍以前の水準には戻っていない。また、老朽化した施設・設備等の大規模な設備投資や修繕が必要となっているほか、電力や資材などの高騰によるコスト増など、厳しい事業環境が継続している。このような事業環境下であっても、安定的かつ持続的な交通サービスを提供できるように、経営基盤の強化に取り組んだ。
付帯事業収入の確保	①②	・空きスペースの広告利用や販売機の設置、固定店舗化など、駅構内商業利用の更なる拡充（運輸雑収約16％増：2021年度比） ・既存店舗について、更なる増収に向けて、レイアウトの改善等のリニューアルを提案及び実施	・駅構内商業利用の更なる拡充を進めた結果、2023年度の運輸雑収は、2021年度比24.1％増の232百万円となった。 ・利用者がより利用しやすい環境とするため、立川北駅改札内及び改札外の既存店舗の出入り口について、それぞれ手動から自動ドアにリニューアル実施。	・駅構内の空きスペースを活用して、臨時売店の出店誘致や自動販売機の増設及び拡充を行った。 ・2023年11月から、コロナ禍以降見合わせていた、飲食を伴う一般向け貸切列車の受付を再開した。 ・既存店舗の増収に向け、お客様の声等も踏まえて、テナントとリニューアルの検討を行った。結果、お客様増に向けた取組として高い効果が期待できる、出入り口の自動ドア化を実施することとなった。
経費の縮減	①②	・事業の見直しや、契約手法の工夫等による経費縮減策の実施（営業費約7％減：2019年度比） ・動力費、修繕費、業務委託費等の縮減に向け、車両運用計画の作成を自動化するなど、新技術も活用しながら、各職場の業務運用の更なる効率化を検討	・事業の見直しや契約手法の工夫等による経費縮減策を実施した結果、2023年度の営業費は、2019年度比14.8％減の6,878百万円となった。 ・動力費、修繕費、業務委託費等の縮減に向け、AIを活用した車両運用計画の作成自動化やデジタル技術の導入による検査等の効率化、外注業務の直営化等に取り組み、業務改善及びコスト縮減を実現した。	・安全性を確保するための設備投資は適切に行いつつ、修繕などの事業を見直すとともに、創意工夫によりあらゆる角度から経費縮減に努めた。 ・これまで特定契約としていた案件について、競争契約への変更可能性を検討し、実際に一部切り替えた。 ・広告事業につき、沿線の既存大手クライアントに新たな広告媒体を直接提案するなど取組を見直し、結果、代理店手数料の縮小に繋がった。 ・中期経営計画に、「DX・新技術による業務の効率化」を取組として明記し、全社一丸となって業務の効率化を進めた。

団体自己評価	・2023年度実績は、お客様誘致の促進など収益アップに向けた取組を進めたこと等により、営業収益（売上高）が前期比3.1％増の82億円となった。また、エネルギー価格高騰や物価上昇の環境下であっても、業務効率化などのコスト縮減に向けた取組を進めたこと等により、当期純利益9億円を確保した。引続き、積極的なお客様誘致などによる収益確保や業務効率化などのコスト縮減に取り組み、将来にわたって持続可能な経営基盤を確立していく。
--------	--

戦略2		輸送の安全確保とお客様サービスの維持・向上			
3年後 (2023年度)の 到達目標		①運転無事故の継続（※） ※鉄道事故報告規則第3条1項で定める「鉄道運転事故」0件の継続 ②「お客様の声」を踏まえた全てのお客様が安全かつ快適に移動できるハード・ソフト両面からのお客様サービスの向上		実績 (2023年度末時点)及び要因 分析	
				【目標①】未達成 「鉄道運転事故」が1件発生。（凍結防止剤補充作業中の作業員転落） ・凍結防止剤の補充作業の全容について、作業者と運転士で認識の共有がされていなかったことにより、運転事故が発生した。再発防止策を講じるとともに、お客様の安心を支える安全の徹底に改めて取り組んでいく。 【目標②】達成 ・お客様から多数のお褒めの言葉を頂くなど、ニーズに対応したサービスを提供できた。 ・設備の計画的な修繕・更新に加え、異常時対応訓練や接客教育研修などを通じて、ハード・ソフト両面からサービス品質の更なる向上に取り組んだ。	
個別取組事項		到達目標	2023年度計画	2023年度実績	要因分析
軌道・駅施設の計画的な修繕・更新		①②	・施設の長寿命化等に向け、以下を実施 RC支柱補修5基 エスカレーター更新3基 エレベーター更新6基 駅舎塗装塗替え2駅 駅コンコース天井等修繕2駅 信号保安設備ATC/TD地上装置更新（1駅） 駅照明のLED化（2駅）	以下の取組を実施 ・RC支柱補修14基 ・エスカレーター更新3基 ・エレベーター更新6基 ・駅舎塗装塗替え0駅 ・駅コンコース天井等修繕0駅 ・信号保安設備ATC/TD地上装置更新…駅既設設備の移設を行い、新設機器の納入まで完了（1駅） ・駅照明のLED化…駅コンコース照明更新（1駅）、ホーム照明更新（5駅）	・モノレールのインフラ部と呼ばれる支柱や軌道桁は東京都の資産であり、東京都から当社が工事を受託し、更新等を行っている。 ・インフラ部の更新等については、毎年度、所有者である東京都と協議し、各種工事の優先順位等を踏まえながら、実施時期や規模を見直ししており、2023年度についても見直しを行った。（優先順位の見直しにより、駅舎塗装塗替え2駅は取り止め。） ・RC支柱補修は、前年度不調案件分も対応したことにより、数量が増加。駅コンコース天井等修繕2駅は、人手不足等の問題により、工事完了が翌年度となった。
車両修繕に合わせた車両の機能向上		②	・2022年度末までに予定していた全16編成の更新が完了	—	—
お客様サービスの向上		②	・乗降人員に応じた駅有人時間帯の検討/適切な駅員配置の実施 ・2022年度顧客満足度調査の結果を踏まえ、更なる接客力向上に向けた研修を実施 ・顧客満足度調査を実施し、最新の顧客ニーズを把握し、取組に反映 ・駅トイレの改修（1駅）	・乗降人員に応じた効率的な駅運営体制の実現に向け、遠隔対応が可能となる機器の調査や同業他社の取組ヒアリング等を通じ、検討を進めた。 ・沿線イベント等に合わせて計画的な臨時列車の運行（31イベントで実施）や、混雑が集中する駅でのお客様動線床面サイン設置（3駅）などを通じ、混雑緩和等に取り組んだ。 ・接客を専門とする同業他社の講師による研修を、駅係員ほか様々な部署の社員に対し、実施（計3日間）。 ・2023年度は顧客満足度調査を実施せず。 ・駅トイレの改修1駅…0駅	・会社全体でお客様サービス向上に取り組む風土が醸成されている。 ・サービスを維持しながら効率的な駅運営体制を実現するため、新技術の導入など積極的に検討を進めた。 ・沿線施設等と緊密に連携を取り、最新のイベント内容に過去実績等も踏まえて需要を予測することで、適切な時間に適切な運行本数を確保した。 ・2022年度顧客満足度調査の結果が満足度81.7%と高かったことや過去調査が数年おきであったことを踏まえ、費用対効果から2023年度は調査を取り止めた。 ・トイレ改修は、人手不足等により契約不調となった。
異常時の対応力強化		①	・警察等とも連携した異常時対応訓練の実施 ・異常時対応力の強化に向け、危機情報を検知するシステムの試行導入を継続し、新たに設置した車内防犯カメラの運用を行うほか、非常用脱出シューターを3編成に設置	・【異常時対応訓練】＜警察等と連携＞5月に警察と、11月に消防と実施。12月には、警察署員を講師として、凶器を所持する不審者を想定した防護術研修を実施。＜社内＞6月に分岐器故障を想定した訓練。10月に横取り装置、脱出シューターを用いた訓練を全社で実施。このほか、毎月、現場レベルで訓練を行った。（工作車救援連結訓練、地震時応急復旧訓練など） ・危機情報を検知するシステムの試行導入を継続した。 ・各車両2カ所ずつ、全車両（4両×16編成:計64両）に設置された車内防犯カメラを適切に運用した。導入について、駅や車内等でPRを行い、広く周知した。 ・非常用脱出シューターを3編成に設置した。	・社員一人ひとりが安全への意識を高く持ち、日々の業務の中で実践できる能力を身に付けられるよう、年間を通じて各種訓練等を実施した。 ・車内防犯カメラ等の運用規定を整備し、規程に基づき適切に運用した。「タマオ」を使った親しみのあるポスターにより、PR効果を高めた。
団体自己評価		・施設・設備等の効率的な維持管理を進めるとともに、異常時への対応力を強化するなど、ハード・ソフトの両面から安全の徹底に取り組んだ。 ・魅力的な駅・車両空間づくりを行うとともに、お客様に対するホスピタリティのレベルを高めるなど、サービス品質の向上に取り組んだ。 ・降雪時の凍結防止剤補充作業中に作業員が転落して怪我をした事故が発生し、「鉄道運転事故」0件の継続が途絶えた。再発防止策を講じるとともに、お客様の安心を支える安全の徹底に改めて取り組んでいく。			

戦略3	沿線地域との連携による地域活性化		
3年後 (2023年度)の 到達目標	① 1日乗車券増販に向けた、通年施策の新規実施 ② 増客・増収や地域のにぎわい創出につながる新規の期間施策を年間3件以上実施	実績 (2023年度末時点)及び要因 分析	【目標①】達成 ・「TAMAMONOぐるっとプレミアムガイド（以下「ぐる ブレ」という。）」の加盟施設・店舗を拡充（1年間 で36%増） 【目標②】達成 ・新規の期間施策として、周遊施策を3件実施。 ・周遊施策に加え、日本夜景遺産認定やダイヤモンド 富士など、沿線の魅力をPRするキャンペーンを実 施。特に、日本夜景遺産認定キャンペーンは、大手新 聞社3紙で取り上げられたほか、SNSのインプレッ ション数も過去最高の14.4万回となった。

個別取組事項	到達目標	2023年度計画	2023年度実績	要因分析
新たな旅客誘致施策の実施	①②	・通年施策の更なる充実 ・期間施策の検証を行うとともに、デジタルスタンプラリー等の新たな回遊手法の活用を検討し、実施 ・多摩地域における鉄道連携施策の検証と継続に向けた施策の充実	・【通年施策】「ぐるブレ」の加盟施設・店舗数が36%増加（2023年4月1日時点：44施設・店舗→10月1日時点→61施設・店舗→2024年4月1日時点：60施設・店舗） ・【期間施策】自由研究ラリーやデジタルスタンプラリーなど、沿線周遊を促す新たな取組を3件実施した。 ・【期間施策】開業25周年を記念し、記念ロゴマークのヘッドマーク付き列車の運行や記念一日乗車券の発売、「夜景列車」の運行等の企画を実施した。 ・接続する鉄道事業者と広告枠を相互に融通してイベントや取組のPRを行ったほか、鉄道イベントでの相互出店などの取組を行った。	・1日乗車券を沿線加盟施設・店舗で提示すると特典が受けられる「ぐるブレ」について、広報活動を強化するとともに、各施設・店舗を回るデジタルスタンプラリーを企画するなど、送客機能を強化した。 ・過去に実施した旅客誘致施策の検証・改善や最新のお客ニーズを踏まえ、より効果的な施策の実施に取り組んだ。 ・接続する鉄道事業者との協力関係の強化に取り組んだ。
沿線自治体や団体、企業との連携関係深化、新規連携先開拓	①②	・マイクロリズムを意識した沿線企業等と連携した企画の実施 ・子育て支援等のテーマに応じた施策の検証、更なる活性化に向けた施策の実施 ・社外の検討体等を活用し、当社単独のイベントに留まらない、沿線地域団体等の活性化に資するイベント等の検討・実施	・東京都と連携し、割引企画1日乗車券である「たまモノワンダーパス」を、GW、夏、冬等に発売した。 ・都主催の多摩振興イベントに、特別仕様のワンダーパス発売やタマオの着ぐるみ出演などを通じ、協力した。 ・車両基地見学を主な内容とする「多摩モノまつり」を入場制限なしで開催。多くのお客様が来場した。 ・沿線施設・店舗について、「ぐるブレ」や年6回発行する沿線情報誌での紹介、当社主催イベント時における出店受入れなどを行った。また、東京ヴェルディとコーポレートパートナー契約を締結するなど、沿線地域の活性化やスポーツの発展に取り組んだ。	・親子で出かけやすい環境を創出することで、多摩地域の活力や魅力の向上を図る「たまモノ子育て応援事業」について、東京都と連携して「たまモノワンダーパス」を発売するなど、積極的に取り組んだ。 ・沿線の観光協会との会議や、団体・企業のスポーツイベントや鉄道イベントなどに積極的に参加し、連携を強化した。 ・駅や車内でのPRに加え、沿線自治体の全公立小学校へのちらし配布などの新たな取組の実施により、イベントの訴求力を高めることができた。
マーケティングリサーチの実施	①②	・継続的にリサーチを実施し、その結果をSNSを通じた情報発信等の施策に反映	・沿線情報誌での定期的なアンケートの実施や、当社主催イベントでのヒアリング、お客様の声等を通じて、継続的にリサーチを行った。 ・リサーチ結果の分析を踏まえ、お客様のニーズに基づき、沿線情報（トレンドや季節に応じた施設や店舗の特集、イベント情報）をSNSやWEBサイト、広報紙等を通じて発信した。 ・お客様からのご要望の多かったイベント列車を「夜景列車」として実施した。	・リサーチ結果の分析や対応について、担当ライン内で定期的な議論を行ったうえで、情報発信等の施策に反映した。また、施策の結果について、振り返りの時間を設けて、良かったこと、悪かったことを整理し、次の施策で反映できるようにした。
情報発信の強化・充実	①②	・多摩モノレールに関する投稿を誘発するユーザー参加型のハッシュタグキャンペーンなど、SNSを活用した多様な発信を強化 ・広報担当社員のスキル向上のため、外部研修を活用	・多摩モノレールが多摩地域唯一の日本夜景遺産に認定されたことを記念したキャンペーンが、大手新聞社3紙で取り上げられたほか、SNSのインプレッション数も過去最高の14.4万回となった。 ・「ダイヤモンド富士」のハッシュタグキャンペーンを実施し、富士山を見るためにモノレールに乗車する新たなお客様層を開拓した。 ・テレビ朝日「東京サイト」に出演し、広く多摩モノレールの魅力をPRした。 ・広報の専門業者が主催する広報担当者養成講座を受講した。（広報担当社員1名）	・情報発信にあたっては、多くの人に興味をもってもらえるよう、ネットとリアルイベントの同時実施に取り組んだ。（例：日本夜景遺産認定キャンペーンでは、SNSやWEBでの発信だけでなく、記念乗車券の発売や開業25周年を記念したイベント列車を「夜景列車」として運行するなどの取組を実施した。）

団体自己評価	・東京都と連携して発売した「たまモノワンダーパス」、沿線施設・店舗と連携した取組である「TAMAMONOぐるっとプレミアムガイド」など、沿線地域の幅広い主体との連携して、様々な施策を実施した。合わせて、ネットとリアルを効果的に活用して、多摩モノレールや沿線の魅力を発信した。これらの取組により、1日乗車券の販売枚数が、コロナ禍前の2019年度は約39千枚だったのに対し、2023年度は約59千枚となるなど、目に見える結果を出すことができた。 ・引き続き、沿線の企業・自治体など地域とのつながりを強化し、沿線資源をいかして様々なメディアを通じた魅力の発信を積極的に進め、旅客誘致による交流人口の増加、地域の活性化に貢献していけるよう取り組んでいく。		
--------	--	--	--

団体名： 多摩都市モノレール(株)

戦略4		やりがいや働きやすさを実感できる組織の実現		
3年後 (2023年度)の 到達目標	①社員満足度調査の結果向上 ②2022～2023年度採用者の定着率（※）90％以上を維持 ※定着率：（過去3年間の採用者のうち現在も社員である者／過去3年間の採用者）×100		実績 (2023年度末時点)及び要因 分析	【目標①】達成 ・2022年度に社員満足度調査を実施。前回調査（2017年度）から総合満足度が約8ポイント改善 ・社員満足度調査の結果を踏まえ、若手社員の交流会開催や職場環境に関する施設の改善などを実施。 【目標②】達成 ・2022年～2023年度採用者の定着率は100％を維持。
個別取組事項	到達目標	2023年度計画	2023年度実績	要因分析
社員満足度調査の実施・取組への反映	①②	・社員満足度調査を踏まえた取組の推進	社員満足度調査を踏まえ、以下の取組等を実施 ・若手社員を対象に、所属の垣根を超えた交流会開催 ・本社女性用仮泊室と休憩エリアの整備 ・社内公募制人事の実施	・持続可能な経営基盤を確立するには、社員が能力や意欲を最大限発揮できるように働きやすい職場環境を整えることが必要となる。そこで、社員満足度調査の調査結果を詳細に分析したうえで、必要な取組を積極的に実施した。
テレワーク環境の充実	①②	・2022年度中に電子決裁システムの契約完了。2023年度から運用テストを開始し、同年度中に本格運用予定（全社展開）	・電子決裁システムの運用テストを開始し、一부분格稼働	・システム導入により、かえって業務が煩雑にならないよう、慎重に運用テストを実施した。結果、完全導入にあたっては、使いやすさ等の課題があることが明らかになったことから、引き続き、導入に向けた検討・テストを進めていく。
固有社員の育成強化	①②	・人事交流計画に基づき、ノウハウの収集やキャリアアップ等を目的に、他の大手鉄道事業者への固有社員の研修派遣を実施	・他の大手鉄道会社へ固有社員1名の研修派遣を実施。 ・専門能力向上に向け、技術分野別（施設・電気）に年間研修計画を策定し、教育を実施。 ・同業他社の取組を調査するなど情報収集に取り組み、研修・教育内容の充実化に取り組んだ。	・他の大手鉄道会社と連携して、研修派遣に係る調整を進めた。
職場環境の整備	①②	・女性社員用の仮泊室の増設工事を実施 ・運営基地内の修繕計画の策定	・本社女性用仮泊室と休憩エリアの整備を完了 ・運営基地内の修繕計画を策定するため、建物や各設備の健全性を図る調査を2023年度に実施。調査によって得られた建物や各設備の健全性の状況（劣化具合）を踏まえ、2024年度中に今後30年間の修繕計画を策定予定。	・増加傾向にある女性社員が十分に活躍できる環境を整備するため、不足していた本社女性社員用仮泊室の増設工事を実施した。これにより、工事前は1室だった仮泊室が5室に増加し、当面必要と見込まれる部屋数が確保された。 ・長期的な修繕計画策定にあたっては、建物や各設備の健全性を的確に把握する必要があることから、十分な期間を取って（10カ月）、調査を実施した。
団体自己評価	・2023年度は、本社女性用仮泊室と休憩エリアの整備を完了するなどハード面の整備や、若手社員を対象とした所属の垣根を超えた交流会の開催や社内公募制人事の実施などのソフト面の質向上に取り組んだ。引き続き、持続可能な経営基盤の確立に向け、社員が能力や意欲を最大限発揮できるように働きやすい職場環境を整えとともに、将来を見据えて人材を確保・育成することで組織力を強化していく。			

団体名： 多摩都市モノレール(株)
共通戦略

2023年度計画	2023年度		団体自己評価
	実績	要因分析	
対都民・事業者等を対象とした手続きは70%デジタル化達成済み（10件/12件）であるが、更なる利便性・効率性の向上を図っていく（拾得物受領関係等を除く）。	対都民・事業者等を対象とした手続きについて、12件のうち、拾得物受領関係等を除いた11件全てについて、デジタル化を完了した。	2023年3月に、中・高校生用通学定期券がモバイルで購入可能となる新サービスを導入した。	対都民・事業者等を対象とした手続きについて、12件のうち、拾得物受領関係等を除いた11件全てについて、デジタル化を完了し、2023年度計画を達成した。

所管局等所見
会社の令和5年度の経営状況としては、新型コロナウイルス感染症の5類移行等により、移動需要の回復が見られるほか、住宅開発等による利用増加がある一方、テレワークの定着から通勤旅客の回復は限定的で、通学旅客については沿線大学の一部学部移転の影響を受けた。一方、沿線施設等の営業が本格的に回復するとともに、沿線催事の活性化に後押しされ、定期外旅客は堅調に推移した。今後、少子高齢化による沿線地域の人口減少によって移動需要の縮小が想定されているほか、開業から25年が経過し、施設・設備などの多くが更新時期を迎え、また、運行に必要な電力や資材等の高騰などのコスト増加が見込まれている状況である。こういった状況を踏まえ、会社は、4つの戦略について、3年後（2023年度）の到達目標に向け、個別取組事項に着実に取り組んだ。 「①収入確保と経費縮減による経営の安定化」については、当期の業績は前期と比較し運輸収入は3.0%増加の80億31百万円となったが、2019年と比較すると運輸収入全体で5.8%減と、コロナ禍以前の水準には回復していない。そういった中、付帯事業収入について、駅構内の空きスペースを活用した臨時売店の出店誘致や自動販売機の増設、飲食を伴う一般向け貸切列車の受付再開など、収入確保につながる取組を着実に実施し、また、動力費や業務委託費等の縮減に向け、車両運用計画の作成を自動化するなど、事業の見直しや、契約手法の工夫等による経費縮減策を実施した。 「②輸送の安全確保とお客様サービスの維持・向上」については、施設の長寿命化等に向けRC支柱補修、エスカレーター更新などを、東京都と協議し、各種工事の優先順位等を踏まえながら、実施時期や規模を見直した。また、異常時の対応力強化として、警察と連携した訓練等を実施したほか、危機を即座に検知するシステムの試行導入や新たに全車両に導入した車内防犯カメラのPRを実施するなど、ハード・ソフト両面から様々な取組を実施した。 なお、鉄道運転事故の発生については、再発防止策について確認しており、安全に対する取組について徹底させる。 「③沿線地域との連携による地域活性化」については、1日乗車券増販施策である「TAMAMONOGるっとプレミアムガイド」の広報活動強化など、送客機能を強化した。また、東京都と連携し、小学生が一日乗り放題となる「たまモノこどもワンデーパス」を発売し、車両基地見学を主な内容とする「多摩モノまつり」を入場制限なしで実施するなど、多摩地域の活力や魅力の向上を図る取組を積極的に実施した。さらに、ユーザー参加型のハッシュタグキャンペーンなど、SNSを活用した多様な発信を強化するなど、情報発信を強化・充実させた。 「④やりがいや働きやすさを実感できる組織の実現」については、全ての社員がやりがいや働きやすさを感じられるよう、若手社員を対象とした所属の垣根を超えた交流会の開催など社員満足度調査を踏まえた取組を実施し、電子決裁システムの運用テストの開始などテレワーク環境の更なる充実に向けた職場環境の整備等様々な取組を行った。また、人材育成も進んでおり、他の鉄道事業者への派遣を行った外、専門能力向上に向け技術分野別に年間研修計画を策定し、教育を実施するなど勤続意欲の向上にも積極的に取り組んでいる。また、女性社員が増加傾向にあることから、仮泊設備の個室化など必要な設備改修を進め、2023年度中に女性社員用仮泊室の増設工事を実施するなど、多様な人材を確保できる環境整備にも努めた。 また、会社は、手続きのデジタル化や5つのレスの推進の取組も進めている。 以上のとおり、厳しい経営環境下にあっても、全社を挙げて、付帯事業収入の確保や安全運行を確保した上での徹底した経費縮減などの収支改善に積極的に取り組んだ結果、引き続き営業黒字を達成した。また、自らの使命や役割を自覚し、沿線地域との連携や人材育成など、コロナ禍の先を見据えた社内外での取組を進めている。 なお、将来的な箱根ヶ崎延伸に向け動き出している中で、長期経営方針及び中期経営計画において掲げられているとおり、会社は、沿線自治体の人口減少及び施設等の老朽化といった会社の収支に影響を及ぼす様々な課題を抱えており、こういった厳しい環境下における、今後の計画的な設備更新の実施状況、収支改善のための様々な施策の実施状況及び既存5市に延伸先1市1町を加えた沿線の需要喚起の状況等については、継続的にモニタリングが必要である。

総務局所見
経営改革プランに掲げた目標のうち、戦略1「収入確保と経費縮減による経営の安定化」について、お客様誘致の促進等により、コロナ禍以前の水準には回復していないものの増収傾向にあるほか、駅構内の空きスペースを活用した臨時売店の出店誘致や自動販売機の増設、飲食を伴う一般向けの貸切列車の受付再開など、収入確保につながる取組を着実に実施し、付帯事業収入の増加させたことに加え、業務効率化などのコスト縮減に努めるなど、経営の安定化に資する取組を大きく前進させた。 その他の戦略についても、「TAMAMONOGるっとプレミアムガイド」の広報活動強化、「たまモノこどもワンデーパス」、「多摩モノまつり」を入場制限なしで実施するなど、多摩地域の活力や魅力の向上につながる取組を着実に進めている。 引き続き、各種事業を積極的に推進し、多摩地域の発展に貢献していくことを期待する。 なお、2024年2月に受託事業者の作業員の軌道階への転落事故が発生したことを重く受け止め、組織を挙げて再発防止策を確認し、安全確保に対する取組を徹底されたい。