

2010年3月期決算及び中期経営計画説明会 質疑応答

実施日：2010年5月7日(金)

プレゼンター：代表取締役社長(兼)COO 上西 京一郎、取締役執行役員 横田 明宜

以下は、説明会における質疑応答を取りまとめたものです。

Q1) 2010年3月期実績や足元の好調さに比べ、2011年3月期及び次期中期経営計画のテーマパーク入園者数予想が慎重ではないか。

A1) テーマパーク入園者数は、我々ではハンドリングできない悪天候などの外部要因により、予想を下回ることがある。かつては高い入園者数目標を立て、それに応じたコストをかけた時期もあったが、現在は堅実な入園者数計画をたて、コスト・投資を抑制することでフリー・キャッシュ・フローを最大化する経営管理手法をとっている。外部要因による押し下げがなければ、結果的に入園者数が上振れる可能性はある。

Q2) これまで、チケット価格改定はアトラクション導入のタイミングで行っているが、アトラクション導入以外のタイミングで価格改定を行うこともあり得るか。また、値上げの幅はどのくらいを想定しているか。

A2) ご指摘の通り、これまでは大型のアトラクションを導入し、テーマパークの価値が向上したタイミングで価格改定を行ってきた。一方、ここ数年間行ってきたアトラクション導入やイベントの拡充などにより、テーマパークの価値は既に向上しているので、必ずしもアトラクション導入と価格改定のタイミングを一致させる必要はないという考え方も持っている。ただし、外部要因や当社が独自に実施している価格感度調査の結果なども勘案して慎重に検討する。値上げ幅についても、ゲストの方に受け入れていただける幅の中で、様々なパターンを検討したい。

Q3) 「収益機会の創造と拡大」(プレゼンテーション資料 31 ページ)に記載のある、「待ち時間の長いコンテンツの一部有料化」とは何か。

A3) 現時点で既に実施している施策としては、バケーションパッケージがあげられる。バケーションパッケージでは、ホテルに加え、アトラクションのファストパスやショー鑑賞券などをセットで販売している。これにより、ゲストは待ち時間をショッピングや飲食などに活用することができるほか、当社としては収益の向上につながるができる。また、バケーションパッケージ以外にも様々な施策を検討しており、今後さらに注力していきたいと考えている。

Q4) バケーションパッケージは、様々なコンテンツがパッケージになることにより割安になるイメージがあるが、収益の向上につながるのか。

A4) これまで有料化していない、ファストパスなどの付加価値部分加わるため、収益に貢献する。

Q5) 今後、訪日外国人者数の大幅な増加が期待されるが、今後の集客目標や、海外ゲスト取り込みのための施策があれば教えてほしい。

A5) 当社テーマパークの海外ゲスト数は、訪日外国人者数とリンクしており、例年、訪日外国人者数の 10%程度の方が当社テーマパークを来園されている。訪日外国人者数は、日本政府により今後大幅に伸びる計画が示されているので、この好機を逃すことなく着実に対応していく。

海外ゲストを取り込むための施策については、費用対効果を勘案しながら、現地でのマーケティング活動も行っている。香港・台湾などは、以前から販促を行ってきた地域であり、現地の旅行代理店向けプレゼンテーションや、チケットの委託販売などを行っている。また、増加が期待される中国は、今後日本の旅行会社の営業が許可される見込みであるため、この流れに合わせて取り込みを強化していきたい。

Q6) 次期中期経営計画では、テーマパーク事業の設備投資額を 10 年間で 2,000 億円と設定している一方、2011 年 3 月期の連結設備投資額は 372 億円としている。今後の設備投資額のイメージを教えてください。

A6) まず、次期中期経営計画で掲げている 2,000 億円というのは、テーマパーク事業のみの計画であり、OLC グループ連結の計画とは異なる。また、設備投資額は、投資のタイミングによって増減があるため、必ずしも毎年 200 億円と言うことではなく、あくまでも 10 年間の累計を 2,000 億円とする計画である。

投資の内訳としては、年平均で、更新改良投資に 100~200 億円レベル、新規投資に 100 億円レベルを充当するイメージである。

Q7) 次期中期経営計画において、海外ゲストの取り込みやチケット価格改定を行うことができれば、もっと高い業績になるはずだが、これらは計画に織り込まれていないのか。

A7) 外部要因による変動が大きい海外ゲストの集客については現状並みとしており、次期中期経営計画には織り込んでいない。また、チケット価格改定についても織り込んでいない。コンテンツの有料化については、パッケージパッケージについてのみ織り込んでおり、80 億円レベルという現状の売上を次期中期経営計画期間中に倍増させたいと考えているが、それ以外の施策については織り込んでいない。

Q8) 新規事業開発への意気込みと、今後の展開について教えてください。

A8) これまで当社グループが展開してきた新規事業については、一旦は、選択と集中を行うという考えに基づき、2 年ほど前から整理を進めてきた。この結果、現時点では、コア事業の成長と新たな新規事業の開発に注力できる基盤が整いつつある。新規事業については、やることありきで拙速に計画を進めることなく、当社グループの強みを活かせる事業について検討している。現時点では、特に、国内・海外と言ったエリアや、業務提携・M&A と言った手法などについて限定せず、様々な機会や手段を検討している。

Q9) 中期経営計画では「なるべく早期に ROE 8%以上を目指す」としているが、どのようにして達成させるのか。

A9) 利益の成長と自己株式の取得などの株主還元の両面から、ROE の向上に努める。自己株式の取得については、外部要因に対して機動的に対応する。

Q10) 自己株式の取得に関連して、今後、大株主が株式を放出した場合の対応は。

A10) 大株主が当社株式を放出することがあれば、市場に放出することなく当社にて取得を検討するという、これまでの考え方に変わりはない。

Q11) 次期中計期間中に自己株式の取得の計画はあるか。また、自己株式を取得できない場合、配当性向35%以上と言う方針を引き上げる可能性はあるか。

A11) 自己株式の取得は、株価や大株主の意向など様々な外部要因に応じて機動的に行うものであるため、次期中期経営計画には織り込んでいない。ただし、自己株式の取得を行う機会があれば、これを活用し、ROE 8%以上の早期達成を目指したい。配当性向については、さらに引き上げる可能性もあるが、まずは、配当性向 35%以上という方針をしっかりと実行していきたい。

以上