

## 2021年3月期 第2四半期決算電話説明会 質疑応答

実施日	： 2020年10月29日（木）
当社説明者	： 代表取締役社長（兼）COO 上西 京一郎 執行役員 経理部長 堀川 健司 IRグループマネージャー 菅原 海（司会）

以下は、説明会における主な質疑応答を取りまとめたものです。

- Q1) 現在の入園者数水準や今後の回復イメージはどのように見しておくべきか。
- A1) 現在は「遊園地・テーマパークにおける新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」に沿って入園者数を通常時の50%以下に制限している。下半期も引き続きガイドラインに沿った運営続けるが、新エリアの開業や運営方法の見直しなどの自助努力により、入園者数の水準を向上させる余地はある。ガイドラインが改訂された場合には、その内容に基づいて運営方法を再度検討していく。
- Q2) 上半期のゲスト1人当たり商品販売収入の増加は一時的なもので下半期には減少を見込んでいるとのことだが、飲食販売収入と同様に入園者数水準が下がったことによってゲストが購入し易い環境になったなど恒常的な増加と言えるのではないか。
- A2) 上半期の増要因は再開直後の特需であくまで一時的な増加と考えている。下半期はスペシャルイベントを中止している中で、イベントに連動した商品を販売できないことから上半期と比較して下回ると想定している。一方で、東京ディズニーリゾート・ショッピングを一般ゲストに開放することで、業績へのプラス効果を見込んでいる。
- Q3) 新型コロナウイルス感染症流行を受けて、ゲストのニーズや行動に変化はあったのか。
- A3) 入園者数を制限した運営をする中で、ゲストの新たな楽しみ方を確認することができたことは収穫と言える。飲食施設ではゆったりと食事をお楽しみいただき、商品店舗では展示された商品を見てアプリで購入いただくなど、ゲストが求めることを想像しながら新しいことに挑戦しており、試行錯誤を続けていきたい。
- Q4) 新たに導入されたスタンバイパスやエントリー受付について、有料化しなかった背景を伺いたい。ゲストの多様化したニーズを踏まえると、抽選よりも有料化した方が個々のゲスト満足度を向上させられたのではないか。
- A4) 導入の主目的は安全・安心なパーク運営の実現であり、足元でも人気アトラクションの待ち列を減少させられたことは効果があったものと認識している。ご指摘の通り、ゲストの来園目的は多様化しており、一人ひとりに応えられるような有料化については、満足度と収益性の両面で効果があるとして議論している。

- Q5) 東京ディズニーリゾート・アプリから取得できるユーザーのビッグデータを活用したマーケティングや新たな施策は検討しているのか。
- A5) IT の活用によるゲストの利便性向上などに向けて、テーマパーク事業の計画と一体とすべく、デジタル関連の部門を統合した。ビッグデータの活用は事業の収益向上にも寄与するものと考えているが、投資効率の面などで課題があるため、どのようなデータを集め、活用すべきかを慎重に検討している。
- Q6) オンラインでの商品販売に関して、非来園のゲスト向けにも展開するというこれまでにない意思決定をした背景を教えてください。
- A6) 新型コロナウイルス感染症流行がきっかけとなり、考え方が大きく変化した。来園したゲストにのみ販売するという既成概念にとらわれず、ゲストと東京ディズニーリゾートの双方に好影響を及ぼす施策を実施していく考えとなった。来園したからこそ体験できる価値を大切にしたいという思いに変わりはないが、現状来園を控えているゲストがパークとの繋がりを感じたい、という気持ちに応えるべく、今後の方向性を検討したい。
- Q7) 感染症対応として入園者数を制限しているが、パーク内での盛り上がりや熱気も体験価値を向上させていた要因の一つではないか。このことを踏まえ、アフターコロナでのパーク体験価値をどのように想定しているか。
- A7) ある程度の水準で入園していただいて、ゲストが同じ空間で一緒に楽しむという賑わいは重要であり、テーマパークの根源的な価値である。新型コロナウイルス感染症流行が収束した後に向けては、足元での気付きと今までやってきたことを組み合わせて、方向性を定めていきたい。

以上