

2027 年 3 月期 第 1 四半期決算説明会 質疑応答

実 施 日 : 2026 年 7 月 30 日 (木)

当社説明者 : コーポレートコミュニケーション部副担当執行役員 霜田 朝之
I R グ ル ー プ マ ネ ー ジ ャ ー 富田 裕美佳(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) 第 1 四半期の入園者数の強さについて教えてほしい。外部環境の影響を除いた場合、この第 1 四半期の数字が周年イベントの集客効果の実力値と見てよいのか。それとも、イベント開始直後の初動の勢いが働いており、今後の継続性についてはまだ見極めが必要との見立てにしておいた方がよいのか。入園者数の強さに対する手応えや見識をお聞かせいただきたい。
- A1) 第 1 四半期は非常に良い状況で決算を迎えることができおり、入園者数の強さについては当社としても認識している。ご指摘のとおり、第 1 四半期において入園者数が特に強かった主な要因は、東京ディズニーシー 25 周年イベントがご好評いただき、スタートダッシュが非常にうまくいったことだと評価している。加えて、首都圏ウィークデーパスポートの販売も、入園者数の底上げに寄与した要因の一つと考えている。今後この周年効果をどの程度見込むかという点については、このスタートダッシュの強さを 1 年間通じて継続できるよう、しっかりと取り組んでいきたいと考えている。引き続き注視しながら、ご期待いただきたい。
- Q2) 入園者数について、東京ディズニーシーのみならず、首都圏ウィークデーパスポートが奏功したとのことだったが、東京ディズニーランドについても順調に推移しているのか。また、第 2 四半期は夕方以降のチケット施策により、平日や夜間の稼働といった面でも従来と比べて変化が生じ、好調に推移する見通しでよいのか。
- A2) 東京ディズニーシーが非常にご好評いただいているということは先ほど申し上げたが、東京ディズニーランドについても入園者数は堅調に推移している。足元の状況は好調に推移しているが、今回業績予想を据え置いた要因でもあるように、8 月の夏の暑さや台風といった天候の状況などを慎重に見極めながら、第 2 四半期の決算を迎えたいと考えている。
- Q3) 足元の入園者数の好調さについて、新たなチケット価格が発表されたことに伴い、7 月に駆け込み需要によってゲスト数が増加したといった動きはあったのか。
- A3) 足元の好調さについては、東京ディズニーシー 25 周年イベントがご好評いただいていることが主な要因であると想定している。その他の影響などの詳細については現在分析中であり、第 2 四半期決算の際にお伝えいたしたい。何よりも 8 月の天候の動向を注視していきたいと考えている。
- Q4) 海外ゲストはどのような状況か。
- A4) エリア別にお伝えすると、北米、東アジア、東南アジアの順で多くご来園いただいている。一方で、対前年でマイナスが生じているのは、JNTO の発表のとおり、4～6 月の訪日外国人数が日中関係悪化の影響により中国本土からの来訪が減少したことから、パークも一定の影響を受けたことによるものとご理解いただきたい。

- Q5) 昨年は地震予言の影響などから香港のゲストを中心に来訪を控える動きがあったが、最近のゲスト数の傾向と、ディズニー映画とのコラボレーションがどの程度入園者数の押し上げに寄与しているか教えてほしい。
- A5) 昨年は地震予言の影響などにより、香港からの旅客便が減便となるなど、パークにも少なからず影響が出たことは事実である。足元については、東京ディズニーシー25周年イベントに加え、夏のイベントがご好評いただいております、若年層ゲストを中心に多くの方にご来園いただいている状況である。来園動向は常に注視しているが、パークの環境に合わせながら、より幅広い層のゲストにご来園いただくことが基本的な考え方となっている。ディズニー映画と連動したイベントの効果については第2四半期決算にてお伝えする。
- Q6) ディズニー映画とのコラボレーションや今後のディズニー関連の新作映画の公開なども考慮すると、入園者数のさらなる伸びが期待できるのか。また、昨年は大阪・関西万博の影響により海外ゲスト数が軽微ではあるものの、減少しているとのコメントがあったことから、比較対象となる前年のハードルが低い8月・9月においては、海外ゲスト数の前年比プラスが期待できるのか、考え方を教えてほしい。
- A6) 今後のディズニー映画とのコラボレーション等については何か決まり次第、発表してまいりたいと考えている。海外ゲストの傾向については、第2四半期以降も訪日外国人数の動向を注視しながら対策を講じていく考えであり、楽観視できる状況ではないとご理解いただきたい。
- Q7) 足元発表したチケット価格の見直しについて伺いたい。来期以降も需要に応じてより柔軟に価格が上下に動く可能性があるのか。その場合、需要と価格をどのように予測し設定していくのか。今後の中期的なチケット戦略の考え方について教えてほしい。
- A7) 当社は2035長期経営戦略でも言及しているが、ゲスト1人当たり売上高の向上に向けた価格の見直しに取り組んでいる。パークチケットについては、価格帯構成比の変更に加え、新たな価格帯チケットを追加することにした。また、カレッジパスポートや首都圏ウィークデーパスポートといったチケット券種を導入することで、ターゲットや時期に応じたメリハリのある価格設定を行っていきたいと考えている。ディズニー・プレミアアクセスについても、対象施設の追加や、一部対象パレードの価格改定を行うこととした。
- Q8) 価格帯を多様化するとともに、シーズンによってメリハリをつけるのご説明があった。例えばチケットの売り止めが発生しやすい需要の高い時期の価格を引き上げることは経済合理的に理にかなっていると思うが、需要の分散化という趣旨も含まれているという理解でよいのか。
- A8) おっしゃる通り、価格帯を追加したことに加え、ターゲットやシーズンに応じた価格訴求の効果を持つチケットを導入することで、需要の分散を図っていくという考え方になる。特に夏場においては夕方以降のチケットもご好評いただいております、そういった組み合わせもしつつ、全体の単価向上を図っていく。今後についても、外部環境やゲストの需要動向、価格感応度調査の結果などの要素を総合的に勘案しながら、価格幅を検討していきたいと考えている。
- Q9) 新たなチケット価格帯が発表されたが、下期以降の単価上昇について、どの程度の自信をお持ちなのかコメントいただきたい。
- A9) 各種調査結果やゲストの動向を踏まえ、価格帯の追加を行った。第3四半期は特に人気が高く入園者数が多い期間となるため、その時期にしっかりと体験価値を提供しながら、価格帯の追加をご理解いただきたいと考えている。

- Q10) 来期以降、新規アトラクションの開業やリニューアルが予定されているが、それを踏まえた今期の位置付けについて教えてほしい。来期以降のアトラクション導入を見据えた環境整備として、今期をどう位置付けているのか。また、現在経営として特に注力されている点を教えてほしい。
- A10) 2期連続の減益ガイダンスを提示したことについては、厳しいご意見をいただいていることは認識している。今期については、来期以降に増益基調へ転換できるよう、チケット価格の見直しを含めた様々な準備を着実に進めているとご認識いただきたい。新規アトラクションについても、しっかりとオープンできるよう準備を進めている。
- Q11) 商品販売収入が非常に強かったが、数量と単価に分けてご説明いただきたい。また、東京ディズニーランドと東京ディズニーシーで分けた場合、東京ディズニーシーの方が強いと思われるが、東京ディズニーランドについても伸びているのであれば教えてほしい。
- A11) まず、パーク別の開示は行っていない。商品販売収入の単価に大きく影響しているのは東京ディズニーシー25周年関連商品の好調であり、これが対前年・対予算を押し上げる要因となっている。具体的には、食品のほかジュビリーバッジやぬいぐるみといった商品がご好評いただいている。また、今回は初期需要をしっかりと取り込めるよう発注強化を行ったことで、第1四半期において機会損失を抑え、需要を捉えることができた点も、数量向上に寄与している。一方で、レギュラー商品との一定のカニバリゼーションは生じているが、それを上回る勢いで東京ディズニーシー25周年関連商品が好調に販売できており、今回の商品販売収入の好調につながっているとご理解いただきたい。
- Q12) コストコントロールについて教えてほしい。今回、期初計画と比較して費用の未消化が目立っている。前期の決算説明において、高橋社長からも予実管理のあり方を見直していきたいとのご発言があり、今回の資料でもアップデートの開示について言及があったと認識している。例えば第2四半期決算のタイミングで、コストコントロールの施策や今後の費用見通しについてお示しいただくことは可能か。
- A12) コストコントロールについて、前回の期末決算においても注目度の高い項目であったため、4つの軸に沿って丁寧にご説明したい。その軸とは、外部環境によって増加するコスト、中長期の成長のためのコスト、一過性のコスト、そしてベースコストである。まず外部環境によって増加するコストについては、中東情勢の影響等によりエネルギー費などが増加しており、数億円の増加となっている。一方、中長期の成長のためのコスト、一過性のコスト、ベースコストについては、それぞれ時期ずれが生じており、合計で十数億円の時期ずれが発生している。ただし現時点では時期ずれに留まっているため、年間を通じた大幅な減額は現時点では見込んでいないとご理解いただきたい。コストコントロールに関する発表のタイミングについては、現在社内でも検討を進めており、アップデートの準備が整い次第、考え方や方針についてご説明できるよう進めていきたいと考えている。
- Q13) 第1四半期のゲストの属性について教えてほしい。ゲスト1人当たり売上高を見ると、商品販売収入や飲食販売収入が計画を上回っており、東京ディズニーシー25周年イベントの効果が大きく見える。そうだとすると、ロイヤリティの高いコアファンの来園意欲が特に強かったのではないと思うが、その理解で正しいか。またそうだとすれば、第2四半期以降にコアファン以外のゲストの来園意欲をさらに高めていく施策として、どのようなことを考えているか教えてほしい。
- A13) まずゲストプロフィールについて、エリア別にお伝えする。首都圏については、東京ディズニーシー25周年イベントの好調に加え、首都圏ウィークデーパスポートの効果により、対前年・対予算ともに上回る結果となっている。宿泊圏についても、東京ディズニーシー25周年イベントの効果により、周年時には宿泊圏からのご来園が増える傾向があること

を改めて認識している。一方、海外ゲストについては、日中関係の影響による中国本土からの訪日外国人数の減少等により、対前年・対予算ともに下回る結果となっている。今後コアファン以外のゲストにも幅広くご来園いただけるよう、イベント施策に加え、来年以降に開業予定の新規アトラクションをきっかけとして、足が遠のいているゲストにもお越しいただけるようなマーケティング施策に取り組んでいきたいと考えている。

- Q14) 今回の決算を見てもコンテンツの力を改めて実感した。足元ではディズニー映画公開に合わせたプログラムを開催されており、機動的なイベント実施が印象的である。ウォルト・ディズニー社が保有する知的財産の多面的な活用や映像作品の展開に絡めたコラボレーションをさらに積極的に進めていく考えか。またウォルト・ディズニー社と知的財産の価値の最大化という観点でどのようなディスカッションを行っているか、可能な範囲で教えてほしい。
- A14) ディズニーの知的財産の活用についてだが、映画とのコラボレーションは重要と考えており、足元ではディズニー映画もヒットしていることから、連動したプログラムはパーク内においても魅力的なコンテンツとなっている。ウォルト・ディズニー社とはディズニーの知的財産に関するディスカッションを継続して進めており、特に日本国内におけるディズニーブランドの維持・向上・強化という観点での連携も常に念頭に置いている。今後もディズニーの知的財産についてはパークとの親和性などを考慮しながら、イベントなどに活用することを検討していきたいと考えている。
- Q15) クルーズ事業について伺いたい。直近の為替変動を踏まえ、費用面において注視している指標や想定との乖離のイメージを教えてください。また当初の想定からの変化や注意を払うべき外部環境の変化についても教えてください。一方、目標としている年間 40 万人の需要確保に向け、ファンダフル・ディズニーを通じたロイヤルカスタマーへのアプローチも含め、どういったファン層を対象にどのような形で KPI を設定し、集客を考えているのか。計画に対して変化が生じている部分の考え方も含めて教えてください。
- A15) まず為替については、今回のクルーズに関する支払いの多くはユーロ建てとなっているが、一定数は為替予約によりヘッジを行っているため、為替に起因する損失は生じていないとご理解いただきたい。クルーズ事業の収支のアップデートを行っているところであり、準備が整い次第、発表したいと考えている。現時点では、営業利益率で 20% 台後半を目指していると説明しているが、この点も含め、トップラインを含めた全体の説明を行いたいと考えている。年間 40 万人の集客に向けたマーケティングについては、ファンダフル・ディズニーを通じたロイヤルカスタマーへのアプローチを大切にいくとともに、ディズニー・クルーズラインが目指すヤングファミリーを中心としたショートクルーズの新たな需要の取り込みも重要と考えている。現在の国内クルーズ市場はシニア層による長期・高額なクルーズが中心だが、当社はその異なる市場を開拓していく方針であり、需要調査からも 40 万人という目標は十分に達成可能と考えている。集客・販売活動の具体的な方針については現在検討中であり、アップデートでき次第、皆様にお伝えしたい。

以上

注意事項

本資料の記載内容は、決算オンライン説明会の質疑応答をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証または約束するものではありません。また今後、予告なしに変更される可能性があります。また、業績見通し等の将来に関する記述は、発表日現在の判断や入手可能な情報に基づくものです。当社グループの事業は、顧客嗜好・社会情勢・経済情勢等の影響を受けやすい特性を持っているため、本資料で述べられている予測や見通しには、不確実性が含まれていることをご承知おきください。