

2024年3月期 決算説明会 質疑応答

実施日	： 2024年4月26日(金)
当社説明者	： 代表取締役社長(兼)COO 吉田 謙次 経理部担当執行役員 霜田 朝之 IRグループマネージャー 上園 太雅(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) 2025年3月期の入園者数の前提について確認したい。2,900万人を年間の入園者数の予想としているが、海外ゲストが400万人で、国内ゲストが2,500万人として100万人ほど前年対比で増える前提と認識している。ファンタジースプリングスが開業することを考えるともう一段上の入園者数を目指せると考えているが、今回の入園者数の設定となった背景を教えてください。また、入園者数のアップサイドがあれば、どのようなシナリオを考えているのか教えてください。
- A1) 2,900万人とした入園者数に関しては、まず2024年3月期において、東京ディズニーリゾート40周年の効果で想定以上に入園者数が高くなったことで、昨年10月に発表した予想からしても120万人ほど増加し、この反動があると想定している。一方で、今期に開催するスペシャルイベントシリーズであるディズニー・パルパルーザの第2弾、第3弾、また、東京ディズニーランドで実施するキャスルプロジェクトなどで極力リカバリーしたい。ファンタジースプリングスの開業や海外ゲストが増加することを踏まえたとしても、東京ディズニーリゾート40周年の反動を踏まえると、2,900万人は簡単な数字ではないと思っている。アップサイドに関しては、まずは平準化が更に進むことだと考えている。加えて、開業当初は、ファンタジースプリングスへの入園者数をコントロールする予定であるため、オペレーションの習熟次第で受け入れる人数が増えれば、アップサイドに繋がると考えている。
- Q2) ゲスト1人当たり売上高のアトラクション・ショー収入について、2024年3月期と2025年3月期の見通しについて教えてください。2024年3月期において、第4四半期が第3四半期と比較すると下がっている背景を教えてください。また、2025年3月期においては、800円を超える上昇を見込んでいるが、1デーパスポートの値上げは入っていない前提において、その背景を伺いたい。
- A2) 第4四半期のゲスト1人当たり売上高のアトラクション・ショー収入が下がった要因は、日々のチケット価格のカレンダー設定によるものである。従前、第4四半期は閑散期であるため、価格訴求を行うためにキャンパスデーパスポートを販売していたが、2024年3月期においては実施せず、変動価格制の6ラックの中で価格構成の見直しを行い、集客を踏まえながら低価格のチケット価格日を設定したことから、第4四半期は下がった。2025年3月期の予想が増加する大きな要因は、2023年10月に行った価格改定が通年で影響することによる。
- Q3) ゲスト1人当たり売上高のアトラクション・ショー収入に関して、2025年3月期の第1四半期の期間をホームページで発表している1デーパスポートの価格で加重平均すると前年対比で300円から400円ほどの増加と見込んでいる。通期での予想では800円の増加となるため、この差額が生じている理由を教えてください。
- A3) 要因としては、6月6日のファンタジースプリングスの開業に合わせて、ファンタジースプリングスエリアのアトラクションにディズニー・プレミアアクセスが導入されることに加え、フ

ファンタジースプリングスホテルにご宿泊の方や、特定のバケーションパッケージを購入した方が購入できるファンタジースプリングス・マジックという2万円代のチケットをご用意していることが挙げられる。

- Q4) 2025年3月期でのゲスト1人当たり売上高の商品販売単価と飲食販売単価の前提について伺いたい。
- A4) 商品販売については、東京ディズニーリゾート40周年関連商品の販売が終了することによる影響が大きい。ファンタジースプリングス関連の新商品も販売するが、東京ディズニーリゾート40周年関連商品は東京ディズニーリゾート全体で販売していたため、マイナスの影響を多少受けることになる。一方で飲食販売については、ファンタジースプリングスの中に3つの大型店舗が開業するため、引き上げられる。
- Q5) 2025年3月期の上半期における会社計画が減益になっているが、その背景について伺いたい。また2024年3月期では想定外の猛暑があったとコメントされていたが猛暑に関して今年度の見込みの前提について教えてほしい。
- A5) 増収減益の要因は、コストである。ファンタジースプリングス開業に伴う開業前コストなどで、諸々の費用が生じる。それに加えて減価償却費も大きく増えることで減益となる。今年度の夏については、想定としては昨年度と同様の猛暑になるという前提で入園者数は予想しているため、保守的な前提となっている。
- Q6) 今年度の夏に関して、猛暑日が昨年よりも悪化するとの報道もあるが、対応策を検討しているものがあれば教えてほしい。
- A6) 猛暑の対策については、昨年度を踏まえて、今年度に対応できることは限られている。対策としてはより多くの日陰を作れるようにタープを付けたり、スポットクーラーや扇風機を設置している。加えて、夏のイベント期間を長くして、暑さが緩んだときにパレードなどをご覧いただけるような環境を整えている。ただし、暑さに対する根本的な対策に関して今年度での実行は難しい状況のため、入園者数に関しては保守的な設定としている。
- Q7) 2024年3月期において従業員への感謝と期待を込めて一時金を計上したということだが、2025年3月期における計上の考え方について伺いたい。また、ファンタジースプリングスの開業にあたってキャストの数は充足しているのか教えてほしい。
- A7) 一時金に関しては、業績の結果次第で支給する性質であるため、未定である。ただし、一時金以外にも人的資本投資は継続し、2026年3月期の賃金改定を含めて検討していく。ファンタジースプリングスのキャスト数は揃っており、トレーニングを順次進めている。
- Q8) 1デーパスポートの価格戦略に関して、6ラックで曜日や混雑度に応じて、柔軟に運用しているが、暫く価格が変わる可能性が低いと感じたが、その認識で間違いはないのか。今後平準化が進捗していくことになれば、値上げをしていくという可能性はあるのか。足元では価格設定による平準化は順調に進捗しているのか教えてほしい。
- A8) チケット価格戦略については、曜日によって平準化の傾向が若干見えてきているが、しばらくは継続して検証する必要がある。変動価格制における6ラックの価格帯を変更する可能性について、現時点でお話できることはない。6ラックのカレンダーにおける設定については常に議論しており、チケット価格帯そのものを改定していくというよりも6ラックをうまく活用して平準化にどうつなげていくかについて主に考えている。
- Q9) 1デーパスポートの価格設定に関して、ファンタジースプリングスの価値分を反映できるタイミングについて考え方を教えてほしい。また、ディズニー・プレミアアクセスの値上げを引き上げる可能性はあるのか。

- A9) ファンタジースプリングスの価値分のチケット価格への反映について現時点ではお話できることはない。ファンタジースプリングス開業する6月6日以降は、エリアへの入場規制を行う。現時点ではいつその状況を緩和できるかは明確に申し上げられないが、なるべく多くの方にエリアへの入場を楽しんでいただき、ファンタジースプリングス・マジック等がなくても入れる環境やスタンバイパスやディズニー・プレミアアクセスをより取得しやすくする環境を整えることが先決であると考えている。それらを踏まえた上で、チケット価格帯の決定について議論することになる。ディズニー・プレミアアクセスの価格については、現時点では2,500円、2,000円の価格帯が受け入れられているので、価格を変更するよりも対象施設を増やしていくことで、パーク環境を良くすると同時に選択肢の幅を広げていくことが優先課題だと考えている。
- Q10) 平準化の施策について伺いたい。現在は海外ゲストが来園することで、平準化に効果があると見ているが、日本人ゲストの来園において平準化の効果が表れているか教えてほしい。昨年10月に実施した価格改定による効果やボトルネックとなっている要素があれば解説してほしい。
- A10) 平準化の促進については、海外ゲストが寄与しているのは間違いなく事実である。さらに強化を進めてまいりたい。一方で日本人ゲストの現状としては、昨年10月実施したチケット価格帯改定においては、例えば曜日や週・シーズンによって、平準化の傾向が一部見られている。ただ、2025年3月期で6ラック制のチケットが通年で稼働するため、年間通じて、どのような効果が出ているかを慎重に見極めて、検証していきたい。テレビCMなどで、平日のチケット価格を訴求するプロモーションを展開したり、スペシャルイベントを活用したりすることで、平日の需要の底上げを図っていきたい。チケット価格の影響、コンテンツの影響、海外ゲストの動向を見極めながら、平準化を推進していく。
- Q11) 海外ゲストのマーケティングの状況について、現時点でのアップデート等を教えてほしい。
- A11) 足元で取り組んでいる施策は、オンライン・トラベル・エージェントの強化である。実績として、オンライン・トラベル・エージェントでチケットを購入されて来園される方が非常に多いため、オンライン・トラベル・エージェントの中でタッチポイントをいかに強化していく必要がある。一方で海外ゲストのファネル分析を行っており、ゲストの意思決定の状況を確認しながら、どこでタッチポイントを強化すべきかを検証している。今後は国ごとやエリアごとの検証も含めて見極めていきながら対応していきたい。
- Q12) 株主還元のあり方について、配当性向や総還元性向の考え方、あるべきキャッシュのポジションなど、指針となるようなことを教えてほしい。
- A12) 現在、株主還元の方針について、配当性向や総還元性向の考え方、あるべきキャッシュのポジションなどお示しできるようなものはない。2024年3月期は通期の業績を踏まえて、期末配当を増配した。2025年3月期に関しては年間で14円へと増配を予定している。今後も安定配当という方針に変更はないが、株主への還元を徐々に増やしていきたいという考えである。
- Q13) キャピタルアロケーションに関して、今後の設備投資の考え方を教えてほしい。バズ・ライトイヤーのアストロプラスターのリニューアルに関する発表があったが、既にスペースマウンテンのリニューアルも予定されている。ファンタジースプリングスの開業後も来園促進、価値向上のための投資は一定程度の規模で長期的に継続する見通しで見込んでよいのか。もし長期的に想定している設備投資の水準があれば教えてほしい。
- A13) 設備投資に関してはファンタジースプリングスにおいて、3,200億円という大型投資を行ったが、今後はファンタジースプリングスと比較すると投資額の水準は下がる予定であ

る。今後に関してはまだ現時点はお話できないが、各エリアや未利用地の開発、また既存のアトラクションのスクラップアンドビルドも含めて検討中で、投資は継続していく。

Q14) 資本コストや株価を意識した経営の実現について伺いたい。御社としては、資本コストをROEが上回っていればよいのか。今後レバレッジをかけて負債を調達して自己株を吸収するのか。もしくは今後も負債は押さえて、ROEを上げていくのか、考え方を教えてほしい。

A14) ROEが資本コストを上回っているから良いということではなく、事業にてROEを高めていきたいというのは常に考えている。必要に応じて負債の調達は実施するものの、ROEを上げるために負債調達することは、現時点で考えていない。

Q15) パリサーキャピタルの京成電鉄へのアクションに関して、御社としてどのように対応していくのか考え方について伺いたい。

A15) 弊社としては、アクションを起こされてから考えているのではなく、いくつかケースとして想定して、どこまで何をすべきかを常に頭において、最善の方法がとれるよう検討している。現時点では仮定の話なので、今申し上げることは避けるべきであると考えている。これまでは京成電鉄にて弊社の株式を売却された場合には、事前に伺っていた。大切な株主様への影響ももちろん考慮している。ご安心いただきたい。

以上

注意事項

本資料の記載内容は、決算電話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。