

2012年3月期 第1四半期決算電話説明会 質疑応答

実施日：2011年8月4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(経理部担当) 高橋 渉
IRグループマネージャー 上田 孝一(司会)

以下は、決算電話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) テーマパーク入園者数のエリア別の構成比について、前年同期と比べた第1四半期の状況と第2四半期の見通しについて教えてほしい。
- A1) 第1四半期の状況としては、首都圏のゲストが月を追うごとに順調に伸びてきた。地方のゲストは、当初厳しい状況であったものの、着実に回復してきた。第2四半期に入り、首都圏は第1四半期にも増して順調に推移している。地方は、前年と比較して、関西以西のゲストの動向はまだ弱いものの回復傾向にある。今後、東京ディズニーシーの10周年イベントが9月から始まることにあわせて、テレビCMを例年レベルで実施するなどマーケティング施策を実施することで、着実に来園の動機づけに結びつけていきたい。
- Q2) これからの地方集客の回復に向けた集客強化策があれば教えてほしい。
- A2) 地方に向けては、テレビCMなどの宣伝広告を例年のボリュームに戻して行っていくほか、チケット施策としては、9/4～11/30に南東北・新潟エリア、10/1～12/18に東海・北陸エリアなど、従来行っていた時期を変更して実施する。その他、東京ディズニーシーの10周年プロモーション活動を全国8カ所で行っていくなど、9月からの東京ディズニーシー10周年イベントに合わせて集客強化していく。
- Q3) 入園者数の回復基調の要因について消費マインドや天候などの要因が考えられるが、どのように見ているのか。
- A3) パーク再開直後は厳しかったが、1カ月を過ぎたあたりから変化が出てきたと捉えている。そういった中で、「ファンタズミック！」や新アトラクションなどといった新たなコンテンツによるパークの魅力向上がゲストの皆様の方に届き、少しずつ動きが出てきたということだと捉えている。加えて、震災時期に出来なかった営業施策がうまくゲストの動きがでてきたところに合わさることによって、7月から勢いが増してきた。したがって、9月以降も東京ディズニーシー10周年、ハロウィーン、クリスマスといったイベントを展開していくことで、ゲストの来園の動機付けになると考えている。
- Q4) 入園者数は7月にプラスに転じているようだが、地方はまだ弱いとすると、首都圏が増加してそれを補っていると考えてよいか。
- A4) 地方は回復しているが前年レベルまではきていない。その分を首都圏がカバーしているという状況である。第1四半期はコストを使って集客活動をしてそれに見合う集客はできないだろうということで、宣伝広告を取りやめていた。地方も回復基調であるため、これから地方に向けても例年レベルでのマーケティング施策を展開していく。

- Q5) 7月に入って首都圏のゲストが戻ってきているということだが、チケットの割引を行っている影響が特に強いと考えてよいのか。
- A5) チケットの割引をして集客できているということではない。今年度は、震災の影響で休園していたため従来から実施していたチケット施策について時期やエリア等を見直して実施している。また、チケットの割引施策ではないが今夏の施策である「夏 5 パスポート」が好調である。電力問題によりサマータイムを導入しているケースも多いため、仕事が早く終わった際にパークへお越しいただき、夜のショー「ファンタズミック！」などを観ていただくというチケット施策が受け入れられている。
- Q6) 7月8日からキッズサマーキャンペーンをスタートしたことで小人のチケット料金が半額となっているが、第2四半期以降の客単価についてどのように考えたらよいか。
- A6) 地方ゲストが回復基調にあるため、単価としては例年レベルを維持していくことができるのではないかと考えている。こども半額のキャンペーンを含めて、チケットについても例年レベルの単価を維持していく考えである。
- Q7) 9月以降、東京ディズニーシー10周年が始まるので、入園者数および単価のアップを期待してもよいのか。
- A7) 過去も周年イベントによってプラスの効果が出ていたことから、東京ディズニーシー10周年がスタートする9月以降集客強化を図っていく。
- Q8) 第1四半期で固定費40億円の削減ができたということだが、この内訳を教えてください。第2四半期以降もコスト削減ができるのか。
- A8) 第1四半期の固定費の削減というのは、厳しい環境に合わせたテレビCM等のとりやめや、仕事のやり方を見直し、生産性を高めるという面での人件費のコントロールがうまくできた。非常時の対応であった第1四半期とは違って、集客への環境が整いつつある第2四半期以降は、集客に見合うコストをかけてやっていくことが必要であると考えている。
- Q9) 2011年12月末にZEDの公演を終了することにより、来期以降の赤字額はどれくらい減少しそうか。また、今後の劇場の活用方法はこういったことが考えられるのか。
- A9) 詳細数値についての回答は控えさせていただく。劇場の活用方法はいろいろな方向性で現在検討中である。
- Q10) 入園者数の回復に伴い第2四半期以降の利益は大きく回復すると考えられるが、下半期、来期をどのように見据えているのか。
- A10) 当然のことながら震災前まで順調であった部分を大事にして、今まで以上に収益を上げていくという意思を持っており、より高いレベルを求めていくという考えに変わりはない。あとは、外部環境にどのように対応していくかだと考えている。

Q11) 震災によって中長期の成長プランの検討が停滞していないか、それとも加速して前倒ししていくようなことは考えているのか。

A11) 停滞しているということはない。もちろん、震災があり、しばらくの間は東京ディズニーリゾートを本来の姿に戻すということで、全社一丸となって対応してきた。一方で、中長期の成長については、しっかりと成長戦略を考えているところである。震災の影響、景気の動向が新しい外部要因となったが、そのような外部要因を踏まえながら成長戦略を考えていくという姿勢に変わりはない。

以上