

2012年3月期 決算説明会 質疑応答

実施日：2012年4月27日（金）

プレゼンター：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 永田 雅人(司会)

以下は説明会における主な質疑応答をまとめたものです。

Q1) ディズニー社と舞浜のバリューアップや国内外の展開など長期のビジネスプランについて、どのような可能性があるのか教えてほしい。

A1) 成長戦略についての具体的なアクションプランは、本中計期間中に方向性を固めていく予定である。選択肢は、ディズニーと組んで展開する事業なのかそれ以外のものなのか、舞浜なのか舞浜外の事業なのか、これらの組み合わせになる。どういった事業がいいのかは、それが OLC の成長にどのように貢献するのかという視点で検討している。

Q2) 訪日外国人旅行者数は震災により一時的に減ったが、戻ってきている状況がある。今後の海外ゲストの取り込みについて、具体的なアクションプラン、方向性のイメージについて教えてほしい。

A2) テーマパークの海外ゲストは、アジアが中心となっている。台湾・香港では、すでにマーケティング活動を展開しているが、中国本土については、コスト効率を考えて現在は本格的なマーケティング活動を行っていない。ただ、日本の旅行代理店の中国本土への進出を受けて、タイアップしていけるかを考えていく。もうひとつ大切なことは、舞浜を訪れた海外のゲストが快適に過ごせるように、外国語の表記を充実させるだけでなく、文化面を理解した受け入れ態勢を整えていくことが必要だと考えている。海外ゲストについては、中長期的に成長させていきたい。

Q3) 飲食販売収入のゲスト1人当たり売上高について、商品販売収入の近年の増加に比べると小さいが、今後の方向性について教えてほしい。

A3) 商品の買い上げ点数を増やすのと違い、飲食の回数を大きく増やすことは難しい。スーベニアグッズをつけたセット販売などで単価をあげることや、パークを歩きながら手軽に食べられるようなワンハンドメニューの充実を力を入れており、今後も進化させていく。

Q4) 舞浜地区全体の中長期的なバリューアップを検討する上で、舞浜地区全体のバリューを測る指標として意識しているものがあれば教えてほしい。

A4) 明確にこれに基づいて開発するというような指標はない。日本の経済動向や人口動態、こういったものが求められているかなどを踏まえて、中長期的に成長していける事業、コンテンツを探り出していく。現在の流行に乗るということではなく、コア事業と相まって多くの方に支持していただけるものを開発していく。

Q5) LCCの就航増のインパクトをどう考えているのか。

A5) LCCの就航増は、国内活性化という意味で、フォローになると考えている。テーマパーク入園者数の約3割は宿泊圏からのゲストであり、その中には飛行機でないとなかなか来られない方、航空運賃の関係でなかなか来られない方もいる。そういった方に来ていただけるチャンスとなる。

Q6) ROE8%以上という目標には達したものの、10%に満たない状況であることから、まだ低いのではないか。今後、フリー・キャッシュ・フローが増加するが、市場からの自社株買いに使っていく意思はあるのか。

A6) 2012年度のROEは10%に達する可能性があるともみている。この中計期間中は、10%を意識しつつ、8%以上を必ず達成していきたい。株主還元については、新たな成長の方向性と合わせて考えていく。よって、この中計期間中は、安定的な配当とし、自社株買いについても、大株主からの放出以外での取得は現時点で考えていない。

Q7) 2012年度の計画について、上半期は増益を見込んでいるが、下半期は減益と見込んでいる背景を教えてください。

A7) 下半期に減益を見込んでいる要因は、入園者数が減少する計画を設定したことによる。2012年度の入園者数は、第1四半期は震災の影響がなくなることにより増加を見込むものの、第2四半期以降は、震災後に想定より多くのゲストに来園いただいた影響などを踏まえて減少を見込んだ堅実な計画としている。これまで同様、堅実な売上計画を立ててコストを抑制し、利益を最大化させていく。

Q8) 商品原価率・飲食原価率が増加することだが、継続して減少している中で今期増加する要因はなにか。

A8) 商品原価率・飲食原価率ともに限界に近いところまで下がってきているという認識である。商品原価率は、前期に東京ディズニーシー10周年で原価率の低い商品の構成が上がったこともあり2012年度は増加するとみている。飲食原価率は、原材料率の増加などを織り込んでいる。

Q9) 足元の4月の入園者数について、昨年は休園の影響があるため、一昨年と比べるとどのような状況か。

A9) 4月の入園者数は一昨年の4月と比較しても堅調に推移している。

Q10) 2012年度のテーマパーク固定費について、人件費と固定経費・諸経費で約75億円増える計画だが、上半期と下半期のバランスはどのようになっているのか。

A10) 上半期と下半期の配分については、休園期間分の影響などが大きい上半期のコストが増加するとみている。

Q11) ポストファミリー層の拡充に向けてどのような取り組みをしているのか。

A11) 子育てから手の離れた夫婦や大人の女性同士での来園強化に向けて、例えば、45歳以上限定の45PLUSパスポートを販売するなど、チケット戦略とイメージ戦略を組み合わせた営業施策を展開している。

Q12) 3年間のフリー・キャッシュ・フローの目標値を100億円上方修正したが、2011年度に上振れした分を足したからなのか、それとも残りの2年分も上振れすると考えているのか。

A12) 2011年度の状態を踏まえ順調に推移していることから、3年間トータルで上方修正を行った。

Q13) 今後、首都圏直下型地震が起こった場合に備えて、追加で大きな投資が必要なのか教えてほしい。

A13) 今後の地震への備えについては、3つの視点がある、1つ目として、ハード面については、震度7レベルの地震に耐えられる施設になっているため、追加の投資は必要ないと考えている。2つ目として、地震が起きて厳しい外部環境となった場合に備えて、500億円の地震リスクファイナンスを昨年行った。500億円というのは、6ヶ月間パークを休園しても会社として存続できることを前提にした金額である。3つ目として、ソフト面については、過去から震災に備えて食材の確保、避難訓練など、いろいろな整備をしてきた。東日本大震災ではケガ人をだすことなく評価をしていたのだが、100点だったわけではない。昨年の体験を通じて、ソフト面のレベルアップに向けたマニュアルの見直しなどに取り組んでいく。

以上