

2019年3月期 決算説明会

2019年4月25日
株式会社オリエンタルランド

プレゼンター

株式会社オリエンタルランド
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

I . 2019年3月期 決算概要

執行役員 経理部長
堀川 健司



1. 当期実績(前期比較)

I. 決算概要

当期	2018/3 実績 (億円)	2019/3 実績 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	4,792	5,256	463	9.7%
テーマパーク事業	3,959	4,374	415	10.5%
ホテル事業	664	724	59	9.0%
その他の事業	168	156	△ 11	△ 6.9%
営業利益	1,102	1,292	189	17.2%
テーマパーク事業	916	1,072	156	17.1%
ホテル事業	162	192	29	17.9%
その他の事業	20	25	4	22.0%
経常利益	1,116	1,294	177	15.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	811	902	90	11.2%
売上高、各利益ともに過去最高				

1. 当期実績 (前期比較)

売上高は、463億円増の5,256億円、
 営業利益は、189億円増の1,292億円、
 経常利益は、177億円増の1,294億円、
 親会社株主に帰属する当期純利益は、90億円増の902億円と、
 売上高、各利益ともに過去最高となりました。



1. 当期実績(前期比較) - 主な増減要因

I. 決算概要

テーマパーク事業①	2018/3 実績	2019/3 実績	増減	増減率
売上高	3,959億円	4,374億円	415億円	10.5%
入園者数	3,010万人	3,256万人	246万人	8.2%
ゲスト1人当たり売上高	11,614円	11,815円	201円	1.7%
チケット収入	5,339円	5,352円	13円	0.2%
商品販売収入	3,989円	4,122円	133円	3.3%
飲食販売収入	2,286円	2,341円	55円	2.4%

入園者数の増

- ・ 東京ディズニーリゾート35周年イベントによる増

ゲスト1人当たり売上高の増

- ・ 商品販売収入の増
- 東京ディズニーリゾート35周年イベント関連商品販売による増
- ・ 飲食販売収入の増
- 喫食機会の創出による増

入園者数・ゲスト1人当たり売上高の推移



入園者数、ゲスト1人当たり売上高ともに過去最高

テーマパーク事業①

テーマパーク事業の売上高は、415億円増の4,374億円となりました。

入園者数は、年間を通じて開催した東京ディズニーリゾート35周年イベントが好調だったことにより、過去最高の3,256万人となりました。

ゲスト1人当たり売上高は、東京ディズニーリゾート35周年イベント関連商品の販売や、飲食施設におけるメニュー改定などにより喫食機会を創出できたことにより、過去最高となる11,815円となりました。



1. 当期実績(前期比較) - 主な増減要因

I. 決算概要

テーマパーク事業②	2018/3 実績 (億円)	2019/3 実績 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	3,959	4,374	415	10.5%
営業利益	916	1,072	156	17.1%

営業利益の増 増減要因は、売上高の増に加え、以下のとおり

人件費の増	△32億円
準社員人件費の増	△20億円
その他	△12億円
諸経費の増	△71億円
東京ディズニーリゾート35周年イベント関連費用の増	△33億円
システム関連費用の増	△17億円
メンテナンス費用の増	△7億円
その他	△13億円
減価償却費の増	△12億円

商品・飲食原価率はほぼ前年度並み

※コストにおける△表示は、営業利益に対するマイナス影響を示しています。

人件費、諸経費が増加したものの、売上高の増加により増益

テーマパーク事業②

テーマパーク事業の営業利益は、
156億円増の1,072億円となりました。

人件費は、労働時間の増により、準社員人件費が増加したことなどから、
32億円の増加となりました。

諸経費は、東京ディズニーリゾート35周年イベント関連費用が増加したことなどにより、
71億円の増加となりました。

減価償却費は、新規デイトイムパレード「ドリーミング・アップ！」などにより、
12億円の増加となりました。

商品原価率および飲食原価率をあわせると、ほぼ前年度並みとなりました。
商品原価率は、商品販売の構成変化により、14億円の増加となりました。
飲食原価率は、製造人件費率が低下したことから、14億円の減少となりました。

このように、人件費や諸経費などのコスト増があったものの、
売上高が増加したことで、増益となりました。



1. 当期実績(前期比較) - 主な増減要因

I. 決算概要

ホテル事業	2018/3 実績 (億円)	2019/3 実績 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	664	724	59	9.0%
ディズニーホテル	572	633	61	10.7%
その他ホテル	92	90	△ 1	△ 1.5%
営業利益	162	192	29	17.9%

・ 東京ディズニーリゾート35周年イベントによる宿泊収入の増

・ 人件費の増

— 社員数の増加、業績賞与の増など ※ディズニーホテルにはディズニーアンバサダーホテル、東京ディズニーシー・ホテルミラコスタ、東京ディズニーランドホテル、東京ディズニーセレブレーションホテルの4ホテルが含まれます

人件費が増加したものの、売上高の増加により増益

その他の事業	2018/3 実績 (億円)	2019/3 実績 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	168	156	△ 11	△ 6.9%
営業利益	20	25	4	22.0%

減収となったものの、イクスピアリ事業の諸経費の減少により増益

ホテル事業

売上高は、東京ディズニーリゾート35周年イベントによってテーマパーク入園者数が増加したことに伴い、宿泊収入が増加したことから、59億円増の724億円となりました。

営業利益は、人件費が増加したものの、売上高の増加により、29億円増の192億円となりました。

その他の事業

減収となったものの、イクスピアリ事業の諸経費の減少などにより、増益となりました。



2. 当期実績(期初予想比較)

Ⅰ. 決算概要

当期	2019/3 期初予想 (億円)	2019/3 実績 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	5,008	5,256	247	4.9%
テーマパーク事業	4,179	4,374	195	4.7%
ホテル事業	678	724	45	6.8%
その他の事業	150	156	6	4.3%
営業利益	1,134	1,292	158	13.9%
テーマパーク事業	944	1,072	128	13.6%
ホテル事業	166	192	25	15.5%
その他の事業	22	25	2	13.3%
経常利益	1,148	1,294	146	12.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	800	902	102	12.8%

売上高、各利益ともに期初予想を上回る

2. 当期実績 (期初予想比較)

売上高、営業利益をはじめとした各利益は、期初予想を上回りました。



2. 当期実績(期初予想比較) - 主な増減要因

1. 決算概要

テーマパーク事業	期初予想 (億円)	実績 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	4,179	4,374	195	4.7%
営業利益	944	1,072	128	13.6%

営業利益の増 増減要因は、売上高の増に加え、以下のとおり

商品・飲食原価率の減 約+10億円

人件費の増 約△20億円

業績賞与の増など

諸経費、減価償却費はほぼ予想どおり

人件費が増加したものの、売上高の増加により増益

テーマパーク事業

売上高は、195億円増の4,374億円となりました。

営業利益は、128億円増の1,072億円となりました。

商品原価率および飲食原価率は、
飲食原価率が、製造人件費率が低下したことにより減少し、
約10億円のプラスの影響となりました。

人件費は、業績賞与の増などにより、
約20億円のマイナスの影響となりました。

諸経費、減価償却費はほぼ予想どおりでした。

このように、人件費が増加したものの、売上高が増加したことにより、増益となりました。



2. 当期実績(期初予想比較) - 主な増減要因

1. 決算概要

ホテル事業	期初予想 (億円)	実績 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	678	724	45	6.8%
ディズニーホテル	582	633	51	8.8%
その他ホテル	96	90	△ 5	△ 5.4%
営業利益	166	192	25	15.5%

営業利益の増

- ・ 売上高の増
- ・ 人件費の増
- 業績賞与の増など

人件費が増加したものの、売上高の増加により増益

ホテル事業

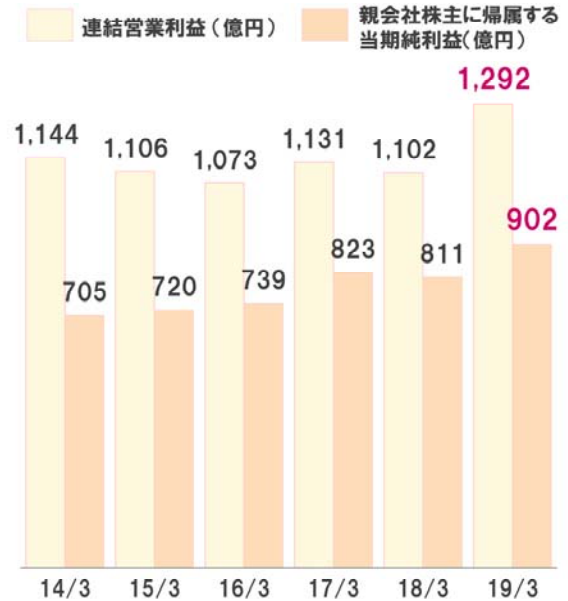
売上高は、45億円増の724億円となりました。

営業利益は、業績賞与の増などにより人件費が増加したものの、売上高の増加により、25億円増の192億円となりました。

連結売上高・営業利益率の推移



連結営業利益・当期純利益の推移



売上高、各利益ともに過去最高

3. 業績推移

左側の「連結売上高・営業利益率の推移」のグラフをご覧ください。

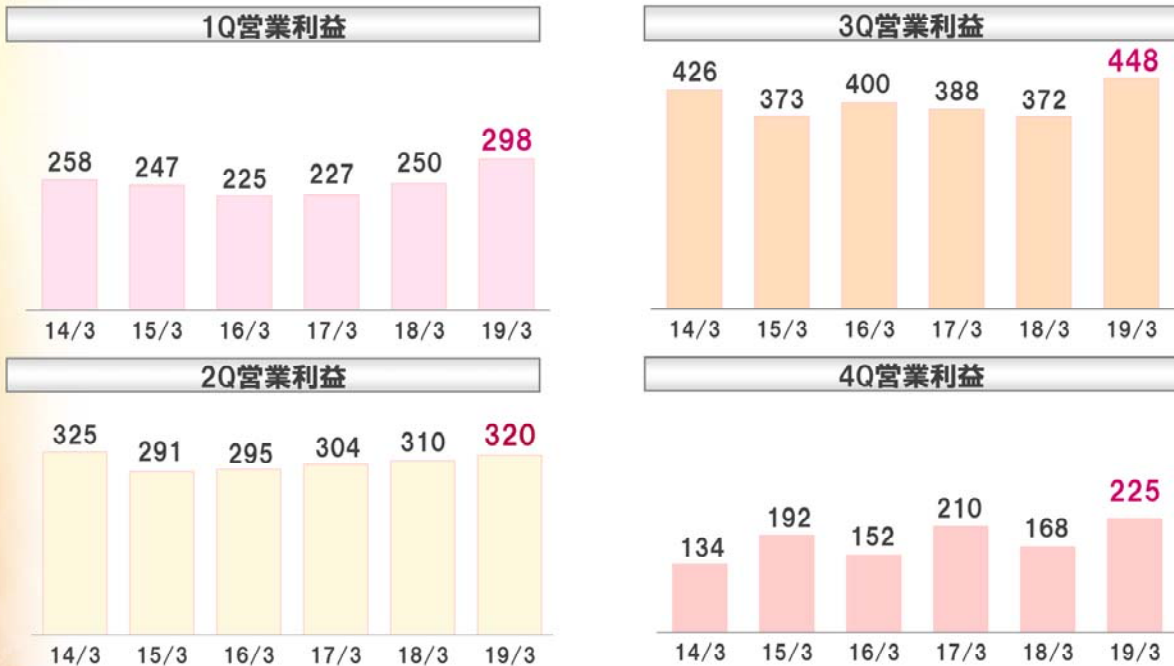
当期の売上高は5,256億円、営業利益率は24.6%と、ともに過去最高となりました。

右側の「連結営業利益・当期純利益の推移」のグラフをご覧ください。

営業利益は1,292億円、親会社株主に帰属する当期純利益は902億円と、こちらについても、ともに過去最高となりました。

四半期別営業利益(連結)の推移

(億円)



各四半期において過去最高水準の営業利益を達成

3. 業績推移 – 四半期別連結営業利益の推移

年間を通じて東京ディズニーリゾート35周年イベントを実施していたことに加え、季節感あふれるスペシャルイベントを実施することで平準化が進み、各四半期において、過去最高水準の営業利益を達成いたしました。

II. 2020年3月期 業績予想



1. 2020年3月期予想(前期比較)

II. 業績予想

通期予想	2019/3 実績 (億円)	2020/3 予想 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	5,256	4,792	△ 463	△ 8.8%
テーマパーク事業	4,374	3,975	△ 399	△ 9.1%
ホテル事業	724	656	△ 67	△ 9.4%
その他の事業	156	160	3	2.2%
営業利益	1,292	929	△ 363	△ 28.1%
テーマパーク事業	1,072	759	△ 313	△ 29.2%
ホテル事業	192	146	△ 45	△ 23.7%
その他の事業	25	21	△ 3	△ 14.9%
経常利益	1,294	938	△ 355	△ 27.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	902	653	△ 249	△ 27.7%

東京ディズニーリゾート35周年イベントの翌年であることから減収減益となる予想

1. 2020年3月期予想 (前期比較)

2020年3月期は東京ディズニーリゾート35周年イベントの翌年であることなどから、売上高は、463億円減の4,792億円、営業利益は、363億円減の929億円、経常利益は、355億円減の938億円、親会社株主に帰属する当期純利益は、249億円減の653億円と、減収減益を予想しております。



1. 2020年3月期予想(前期比較) - 主な増減要因

II. 業績予想

テーマパーク事業①	2019/3 実績	2020/3 予想	増減	増減率
売上高	4,374億円	3,975億円	△ 399億円	△ 9.1%
入園者数	3,256万人	3,000万人	△ 256万人	△ 7.9%
ゲスト1人当たり売上高	11,815円	11,640円	△ 175円	△ 1.5%
チケット収入	5,352円	5,310円	△ 42円	△ 0.8%
商品販売収入	4,122円	4,000円	△ 122円	△ 3.0%
飲食販売収入	2,341円	2,330円	△ 11円	△ 0.5%

入園者数の減

- ・ 東京ディズニーリゾート35周年イベントの翌年による減

ゲスト1人当たり売上高の減

- ・ 商品販売収入の減
 - 東京ディズニーリゾート35周年イベント関連商品販売終了による減

入園者数・ゲスト1人当たり売上高の推移



入園者数、ゲスト1人当たり売上高の減少により減収となる予想

テーマパーク事業①

売上高は、399億円減の3,975億円となる見込みです。

入園者数は、東京ディズニーリゾート35周年イベントの翌年であることから減少し、3,000万人となる見込みです。

ゲスト1人当たり売上高は、東京ディズニーリゾート35周年イベント関連商品の販売終了に伴い、商品販売収入が減少し、11,640円となる予想です。



1. 2020年3月期予想(前期比較) - 主な増減要因

II. 業績予想

テーマパーク事業②	2019/3 実績 (億円)	2020/3 予想 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	4,374	3,975	△ 399	△ 9.1%
営業利益	1,072	759	△ 313	△ 29.2%

営業利益の減 増減要因は、売上高の減に加え、以下のとおり

商品・飲食原価率の増	約△10億円
人件費の減	約+10億円
業績賞与の減	約+25億円
準社員人件費の減	約+5億円
正社員人件費の増	約△20億円
諸経費の増	約△35億円
システム関連費用の増	約△30億円
スペシャルイベント関連費用の増	約△10億円
メンテナンス費用の増	約△5億円
その他	約△20億円
東京ディズニーリゾート35周年イベント関連費用の減	約+30億円
減価償却費の増	△15億円

売上高の減少に加え、諸経費の増加などにより減益となる予想

テーマパーク事業②

営業利益は、313億円減の759億円となる見込みです。

コストについてご説明します。

商品原価率および飲食原価率は、主に飲食原価率が、製造人件費率や原材料率の増加により、約10億円増加する見込みです。

人件費は、テーマパークオペレーション社員の導入により、正社員人件費が増加するものの、2019年3月期に業績賞与を計上していたことなどにより、約10億円減少する見込みです。

諸経費は、システム関連費用の増加などにより、約35億円増加する見込みです。

減価償却費については、新規アトラクション「ソアリン：ファンタスティック・フライト」がオープンすることなどから、15億円増加する見込みです。

以上の通り、売上高の減少に加えて諸経費の増加などが見込まれることから、減収減益となる予想です。



1. 2020年3月期予想(前期比較) - 主な増減要因

II. 業績予想

ホテル事業	2019/3 実績 (億円)	2020/3 予想 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	724	656	△ 67	△ 9.4%
ディズニーホテル	633	567	△ 65	△ 10.4%
その他ホテル	90	89	△ 1	△ 2.0%
営業利益	192	146	△ 45	△ 23.7%

- ・ 東京ディズニーリゾート35周年イベントの翌年による宿泊収入の減
- ・ 客室改装などによる宿泊収入の減
- ・ 人件費の減
 - － 業績賞与の減など

人件費は減少するものの、売上高の減少により減益となる予想

その他の事業	2019/3 実績 (億円)	2020/3 予想 (億円)	増減 (億円)	増減率
売上高	156	160	3	2.2%
営業利益	25	21	△ 3	△ 14.9%

モノレール事業における減価償却費の増加などにより減益となる予想

ホテル事業

東京ディズニーリゾート35周年イベントの翌年であることに加え、ディズニーホテルで客室改装を予定していることから、減収減益となる見込みです。

その他の事業

増収を見込んでいるものの、モノレール事業の減価償却費の増加などにより減益となる見込みです。

業績については、以上となります。

III. 2020中期経営計画の進捗

代表取締役社長（兼）COO
上西 京一郎

長期持続的な成長に向けた事業基盤の強化

目標

- ・ 高い満足度を伴ったパーク体験を提供できている状態とする
- ・ 2020年度に過去最高の入園者数及び営業キャッシュ・フローを目指す

※営業キャッシュ・フロー＝親会社株主に帰属する当期純利益＋減価償却費

戦略

1	コア事業戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・ “新鮮さ”と“快適さ”を提供するハードの強化 ・ 長期持続的なソフト(人財力)の強化
2	財務方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営業キャッシュ・フローを成長投資に充当し、企業価値の向上を目指す

2020中期経営計画の全体構成

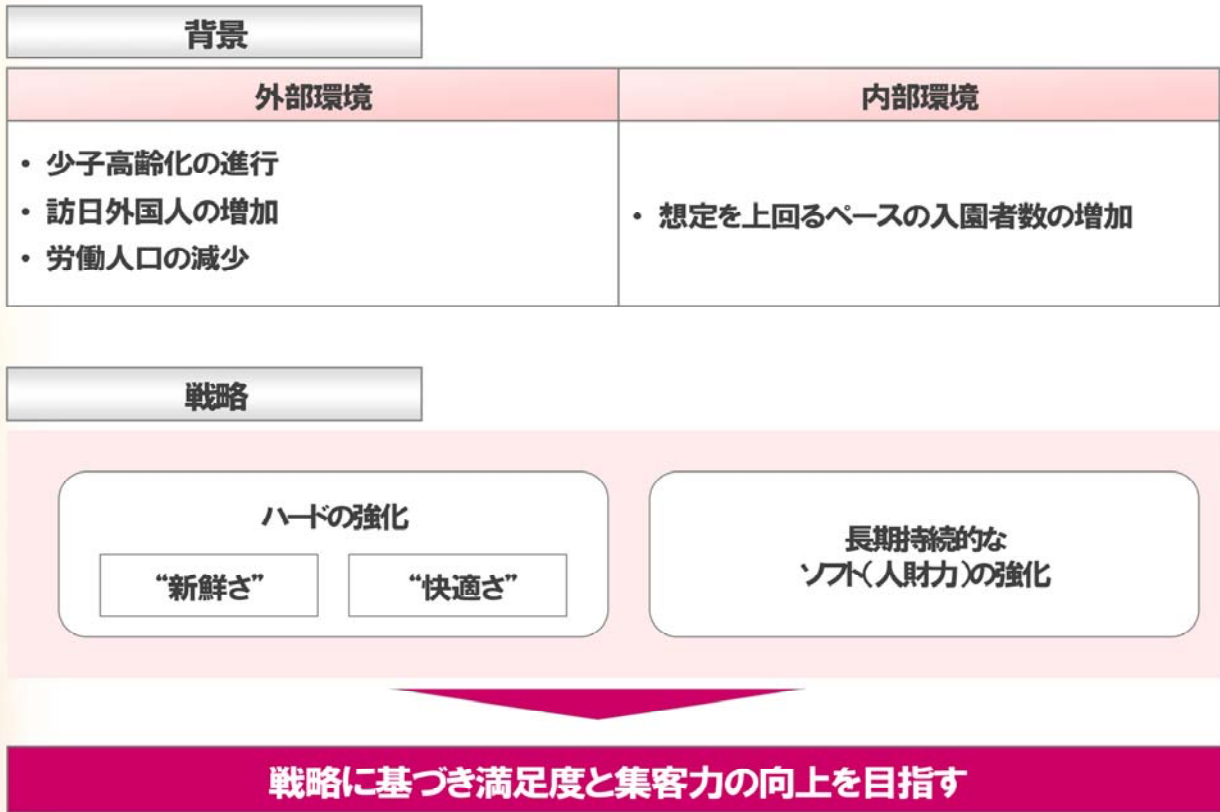
こちらが2020中期経営計画の全体構成です。

当社では本中計期間を2021年度以降の更なる成長に向けた重要な期間と位置付け、「長期持続的な成長のための事業基盤」の強化にあてております。

具体的な目標としては

「高い満足度を伴ったパーク体験を提供できている状態にすること」
 「2020年度に過去最高の入園者数と営業キャッシュ・フローを達成すること」
 の2点を掲げました。

この目標を達成するためには、期初に掲げた2つの戦略を確実に実行することが重要であると考えています。

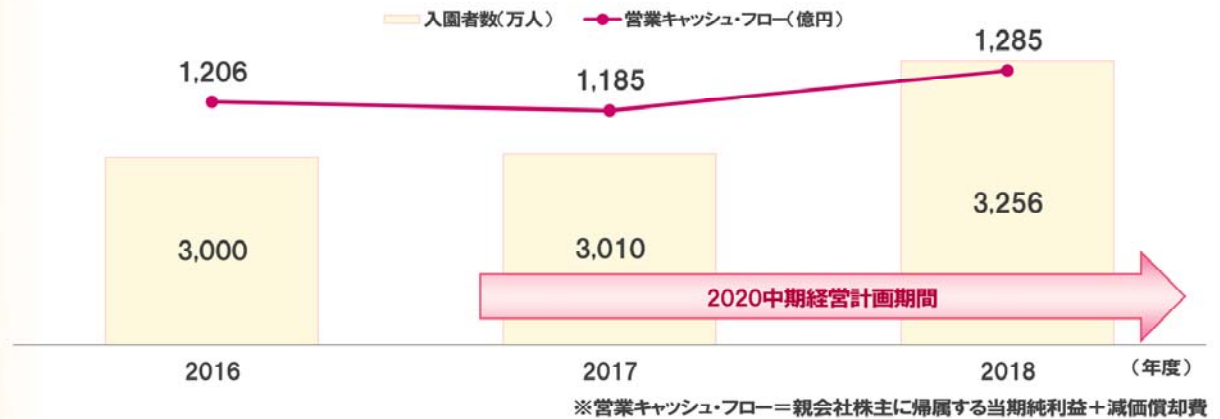


2020中期経営計画 コア事業戦略

私どもを取り巻く内外環境は劇的に変化しておりますが、このような変化にも柔軟に対応し、来園されるゲストに高い満足度を提供し続ける為にはハード、ソフト両面の更なる進化が必要だと考えております。

ハード面では「新鮮さ」、「快適さ」の強化、またソフト面では「長期持続的な人財力の強化」が最も重要な取り組みになると考えております。

入園者数/営業キャッシュ・フローの推移



コア事業戦略

ハードの強化

- ・ 新規コンテンツにより“新鮮さ”“快適さ”の向上
- ・ 公式アプリ、電子マネーなど、ITの活用によりゲストの利便性を向上
- ・ 海外ゲストの受入れ態勢と集客活動の強化

ソフト(人財力)の強化

- ・ 過去最大の在籍者数を達成、更なるホスピタリティの向上を目指す

2020中期経営計画の進捗状況

2018年度は東京ディズニーリゾート35周年イベントの好調により、3,256万人のゲストをお迎えすることができました。また、営業キャッシュ・フローは1,285億円となりました。

コア事業戦略であるハード、ソフトの強化に向けては、計画してきたものの導入が進み、「満足度を伴ったパーク体験の提供」に向けて確実に進歩した一年であったと感じております。

実施内容

「イツツ・ア・スモールワールド」	“新鮮さ”	・ ディズニー映画に登場するキャラクターを追加
	“快適さ”	・ 屋内キューラインスペースの増加
東京ディズニーリゾート 35周年イベント	“新鮮さ”	・ 新規パレード「ドリーミング・アップ！」などの導入 ・ 「セレブレーションストリート」などの新たな試み
喫食機会の創出	“快適さ”	・ 喫食環境の向上に向けたレストランのリニューアル

高い満足度を伴ったパーク体験の実現に向け、着実に進捗

1. コア事業戦略 ハードの強化

ハードの強化に向けた取り組みの一部です。2018年4月にリニューアルした「イツツ・ア・スモールワールド」は“新鮮さ”と“快適さ” 両方の向上に寄与しました。

東京ディズニーリゾート35周年イベントでは、新規コンテンツを中心に“新鮮さ”を高め、多くのゲストからご好評頂きました。「セレブレーションストリート」では、東京ディズニーランドの開園以来、初の試みとなる、ワールドバザールでのプロジェクションマッピングを活用した祝祭感の演出を行いました。実施に向けてはゲストの導線確保をはじめ、様々な課題がありました。部門を超えた社員やキャストの連携により、これまでにないゲスト体験を提供することができたと考えております。

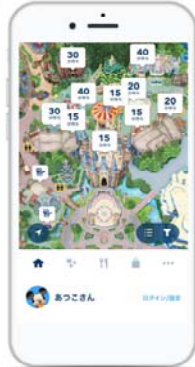
“快適さ”の向上についても、喫食環境の改善を中心に取り組みが進んでおります。2018年度は、これまで課題であったピーク時間帯の飲食施設での待ち時間を軽減するために、レストランのリニューアルなどを行いました。

東京ディズニーシーの「セイリングデイ・buffet」では、buffetサービスが一日当たりの食事提供数に限りがあるため、食事の提供能力が高い、カウンターサービスへ業態を変更し「ドックサイドダイナー」としてリニューアルオープンいたしました。

他にも、ワンハンドメニューを販売するワゴンを拡充するなど、パークが混雑している時間帯でも、ゲストの満足度を維持する取り組みに努めています。

ITの活用

- ・ 2018年7月 公式アプリ「東京ディズニーリゾート・アプリ」のリリース
- ・ 2018年11月 電子マネーでの決済対応を開始
- ・ 2019年夏 東京ディズニーリゾート・アプリでのファストパス取得開始(予定)



デジタルガイドマップ



東京ディズニーリゾート ショッピング



ホテルのオンラインチェックイン

その他、ディズニーeチケット、ショー抽選やレストランの事前受付機能をアプリに集約

今後もITを活用したゲストの利便性向上を推進

1. コア事業戦略 ハードの強化 (ITの活用)

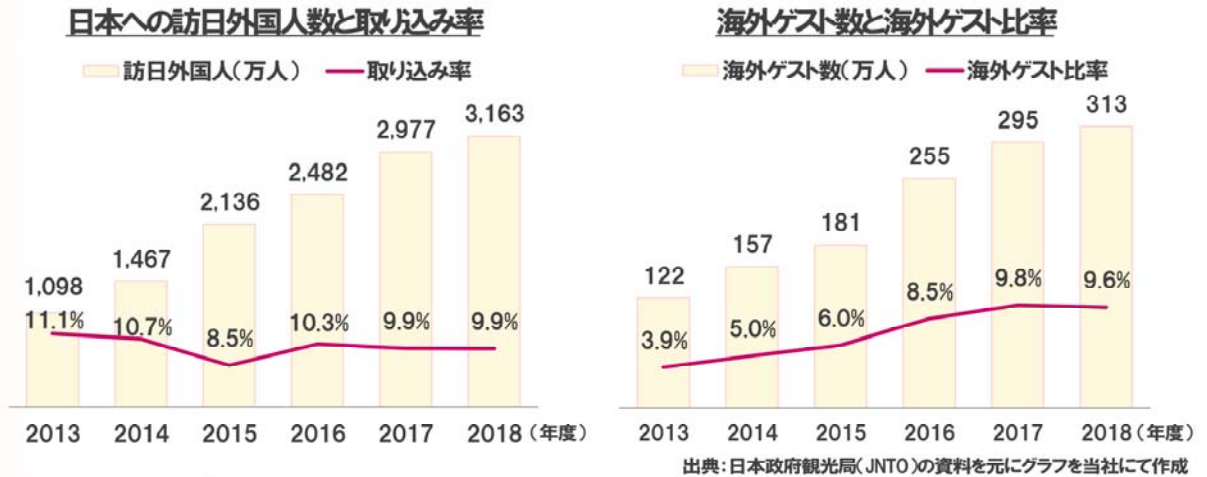
2018年7月にリリースした「東京ディズニーリゾート・アプリ」では、ゲストの体験価値の向上を目的に、様々な機能を集約しました。

このアプリにはアトラクションなどの、待ち時間がリアルタイムで表示されるデジタルガイドマップや、オンラインで商品が購入できる東京ディズニーリゾートショッピングなどの機能を導入しました。

また、電子マネーでの決済対応も開始しました。電子マネーの利用者の増加とともに、待ち時間の軽減に繋がると見込んでいます。

さらに今年の夏には、アプリ上でファストパスが取得できるデジタルファストパスの導入も予定しており、今後もITの活用によるゲスト利便性の向上に努めてまいります。

海外ゲスト対応



受入体制

- ・キャストコミュニケーションツール、園内情報ツールを改良
- ・海外の文化を理解する為のキャスト研修を導入

集客活動

- ・各国の特性に合わせたマーケティング活動を実施
- ・販売チャネルの拡充

受入体制の整備と集客活動をバランスよく強化

1. コア事業戦略 ハードの強化 (海外ゲスト対応)

2018年度はインバウンドの増加により、パークを訪れる海外ゲストも313万人に達しました。

受入体制の整備も順調に進んでおります。海外ゲストとのコミュニケーションに使用するツールを拡充したほか、キャストが海外ゲストに接する際の、心理的ハードルを下げることを目的とした、新たな海外文化理解研修なども導入しました。

これらの受入体制の強化とともに、各国の特性に合わせたマーケティング活動の実施、そして販売チャネルの拡充により、海外ゲストを着実に取り込んでいきたいと考えています。

「働きやすい環境を整備し、「成長を実感できる」施策を実施することで
「オペレーション力」と「ホスピタリティ」双方の基盤を強化

働きやすい環境の推進	職種／時間帯の偏りを是正	<ul style="list-style-type: none"> 採用マーケティング手法の変更 職種調整給／時間帯手当の変更 遠方在住者への住宅支援施策の導入 採用システムの強化
	働き方の変化への対応	<ul style="list-style-type: none"> スケジュール管理システムによる勤務形態の多様化への対応 新たな社員区分「テーマパークオペレーション社員」の導入を決定
成長を実感できる施策	ホスピタリティの向上	<ul style="list-style-type: none"> 全従業員に対して新たなサービス研修を実施 東京ディズニーリゾート35周年イベントを機に、キャストがホスピタリティを更に発揮できる環境を整備
	キャリア支援の強化	<ul style="list-style-type: none"> キャストのキャリア形成を支援する「OLCキャリアカレッジ」開校とプログラムの拡充

在籍者数は過去最多となり、更なるホスピタリティの向上を目指す

※赤字は2018年度に実施、進捗した内容

1. コア事業戦略 ソフトの強化

ソフトの強化に向けては、「働きやすい環境の推進」と「成長を実感できる施策」への取り組みも進んでおります。

働きやすい環境の整備に向けて導入した、住宅支援制度により、遠方からのキャスト応募者も増加しました。

また、2020中期経営計画とその先の成長も見据え、当社で長期的に働きたいと希望するキャストが、この先も安心して働き続けられるよう新たな社員区分として「テーマパークオペレーション社員」を導入することといたしました。こちらは今年度下半期より、採用・入社が始まる予定です。

成長を実感できる施策に向けては、キャストが更なるホスピタリティを発揮できる環境を整備しました。

東京ディズニーリゾート35周年を機に、改めてゲストサービスについての議論を重ねた結果、現場の管理職をはじめ、すべてのキャストにおもてなしの研修を行い、キャスト自身が主体的にゲストと一緒にハピネスを創り上げる「ハピネスの創造」という今までにはない考え方を目指すことにしました。

2018年度は我々の想定を超える来園者をお迎えした日も多くありましたが、その中でもキャストに対する賛辞の声は、過去と比べても増加しております。

引き続き、ハピネスの創造に向けた取り組みを、推進してまいります。

新規プロダクト

「ニモ&フレンズ・シーライダー」
2017年5月12日 オープン（投資額 約50億円）

「イツ・ア・スモールワールド」
2018年4月15日 リニューアルオープン

新規ディパレード「ドリーミング・アップ！」
2018年4月15日 スタート（投資額 約24億円）

新規ナイトタイムスペクタキュラー
「Celebrate! Tokyo Disneyland」
2018年7月10日 ~ 2019年4月26日

「ソアリン:ファンタスティック・フライト」
2019年7月23日 オープン（投資額 約180億円）

東京ディズニーランド

東京ディズニーシー

東京ディズニーリゾート
35周年

東京ディズニーランド大規模開発
「美女と野獣“魔法のものがたり”」
「ファンタジーランド・フォレストシアター」
「ペイマックスのハッピーライド」
「ミニーのスタイルスタジオ」
2020年春 オープン（投資額 約750億円）

“新鮮さ”と“快適さ”を高める新規プロダクトを導入

※2019年4月25日時点で公表している計画のみを記載

1. コア事業戦略 ハードの強化

こちらは、現在発表している2020中期経営計画期間中に導入予定の、主な新規プロダクトの一覧です。

今年7月にはいよいよ「ソアリン:ファンタスティック・フライト」がオープンいたします。

また、2020年の春には東京ディズニーランドの大規模開発もオープンし、ゲストの体験価値は本計画を発表した時から比較すると格段に向上するものと考えています。

大規模開発

パーク	内容	導入時期/投資額
東京ディズニーシー	大型アトラクション 「ソアリン:ファンタスティック・フライト」	2019年 7月23日 約180億円



効果	“新鮮さ”	<ul style="list-style-type: none"> 海外ディズニー・テーマパークで高い人気を誇る「ソアリン」に東京ディズニーシーオリジナルのシーンを加えて導入
	“快適さ”	<ul style="list-style-type: none"> アトラクション体験人数の増加 パーク内のゲスト滞留バランスの改善

ハードの強化に向けた大規模開発がいよいよオープン

今年7月にオープンする「ソアリン：ファンタスティック・フライト」は海外ディズニー・テーマパークでも高い人気を誇る「ソアリン」に、東京ディズニーシーオリジナルのシーンを追加し、ゲストに新鮮さをお届けするとともに、快適さの向上に向けても効果を発揮する見込みです。

2019年度は、好調であった東京ディズニーリゾート35周年の反動があるものの、3,000万人の入園者数は必ず達成したいと考えております。

サービス施設の更新改良

東京ディズニーランド メインエントランス



- 2020年4月 オープン予定(2019年5月西側オープン)
- 最新の顔認証システムを採用(年間パスポート保有者用)
- 多言語に対応する自動券売機を導入(7月予定)
- スムーズな入園を実現するゲート形状の変更

立体駐車場



- 2019年7月 稼働開始予定
- メインエントランス近くの駐車スペースが増加
- ゲスト誘導の効率化

利用者数の多いサービス施設をリニューアル、“快適さ”の向上を目指す

©Disney

2019年度は2020中期経営計画の目標達成に向け、重要な一年になると考えています。

ゲストの“快適さ”を向上させるため、各種サービス施設についてもリニューアルを実施いたします。

5月には、東京ディズニーランドのメインエントランスの一部をリニューアルいたします。年間パスポートで入園するゲストは最新の顔認証システムで瞬時に認識し、すみやかにご入園いただけるようになります。

また、入園ゲートも新しくすることにより入園までの待ち時間を約3割短縮できる見込みです。

7月には立体駐車場も完成し、メインエントランスの近くに駐車スペースが増加します。

これらのサービス施設についても順次リニューアルを実施し、更なる“快適さ”の向上を目指していきます。

大規模開発		
パーク	内容	導入時期/投資額
東京ディズニーランド	<ul style="list-style-type: none"> 大型アトラクション「美女と野獣“魔法のものがたり”」 屋内シアター「ファンタジーランド・フォレストシアター」 アトラクション「ベイマックスのハッピーライド」 アトラクション「ミニーのスタイルスタジオ」 ほか 	2020年春
		約750億円
 		
効果	“新鮮さ”	<ul style="list-style-type: none"> 『美女と野獣』などの日本オリジナルアトラクション 東京ディズニーランド初の屋内シアター
	“快適さ”	<ul style="list-style-type: none"> アトラクション体験人数の増加 全天候型シアター、屋内レストランの導入
工事はオープンに向け順調に進捗		

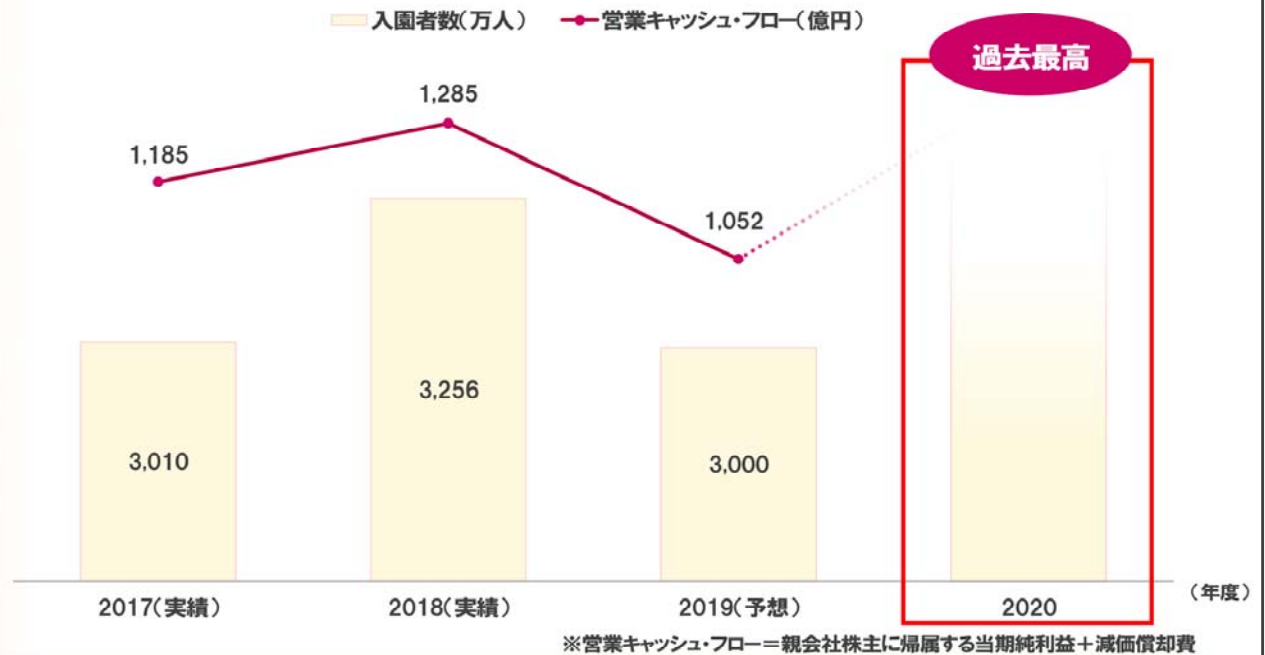
©Disney

※画像はイメージであり、今後変更になる場合があります

2020年春にオープン予定の「美女と野獣“魔法のものがたり”」を含む、東京ディズニーランドの大規模開発についても、オープンに向けた工事が順調に進んでおります。

東京ディズニーランド開園以来、最大規模の投資となるこちらの施設は、ゲストの皆さまに今までに体験したことのない“新鮮さ”を提供することができるエリアになると確信しておりますので、どうぞご期待ください。

中期経営計画の目標



2020年度は過去最高の入園者数及び営業キャッシュ・フローを目指す

2020中期経営計画の目標

2018年度は、これまでの最高記録を超える3,256万人の入園者と、1,285億円の営業キャッシュ・フローを達成しました。

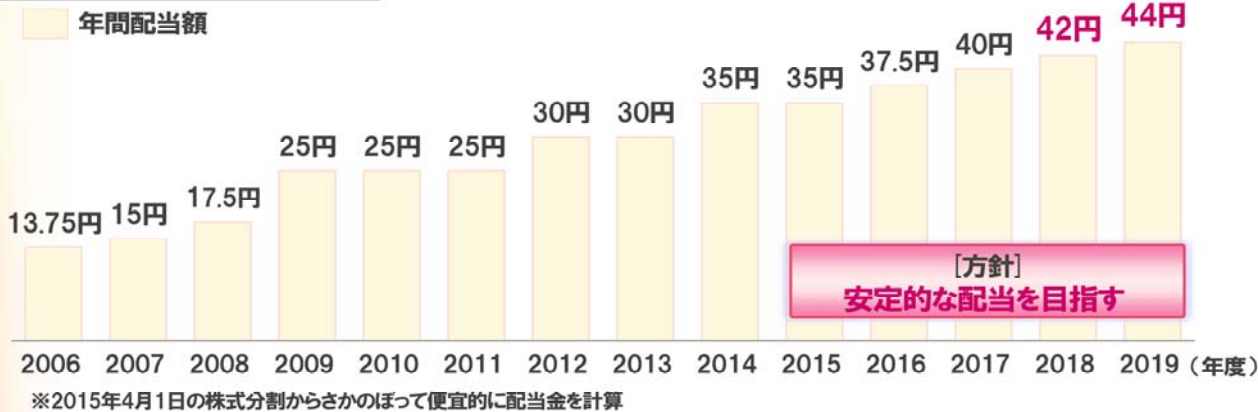
しかし、本中期経営計画の最終年度である2020年度には、この2018年度を更に上回る「過去最高の入園者数および営業キャッシュ・フローの達成」を目指します。

もちろん、入園者数や営業キャッシュ・フローだけではなく、「高い満足度を伴ったパーク体験が提供できている状態」という目標に向けても、引き続き戦略を実行することで、必ず達成したいと考えています。

方針：営業キャッシュ・フローを成長投資に充当し、企業価値の向上を目指す

配当

1株当たり年間配当額の推移



**[方針]
安定的な配当を目指す**

ROE

・ 2019年度は7.9%となる見込み

株主還元を拡充

2.財務方針

これまで同様、生み出した営業キャッシュ・フローを成長投資に充当し企業価値の向上を目指していくことに変わりはありません。

その上で、配当についても「安定的な配当を目指す」という方針のもと、2018年度の1株当たりの年間配当金は、前年度から2円増配となる42円とすることにいたしました。

2019年度については、さらに2円増配の年間44円の配当を予定しております。

IV.今後の大規模開発



2020年度以降の投資額は年間1,000億～1,500億円程度で推移

©Disney/Pixar

2022年度までの大規模開発

こちらは、すでに発表している大規模開発の一覧です。

従前、年間500億円レベルとお伝えしていた投資額ですが、昨年6月に発表した東京ディズニーシーの大規模開発に加え、パークの維持向上のための更新改良費についても従前の300億円レベルから500億円レベルへと引き上がっていることから、今後は数年にわたって年間1,000億円から1,500億円程度の投資額が続く見込みです。

なお、今年度においては複数のプロジェクト開発が重なる為、投資額は単年で1,670億円になる見込みです。

OLCグループは、これからも長期的な視点で、企業価値の向上に努めてまいります。この考え方はこれまでも、そしてこれからも変わることはありません。

引続き、OLCグループの更なる成長にご期待いただき、より一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

※本スライドの航空写真は2019年5月21日配信のリリースに合わせて更新済



株式会社オリエンタルランド 経理部IRグループ

www.olc.co.jp

注意事項:

本資料は、OLCグループの業績及び今後の経営戦略に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。

本資料にて開示されているデータは、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。

テーマパーク入園者数については単位未満を四捨五入、財務データについては単位未満を切り捨てて記載しています。

本資料の転載はご遠慮ください。