

## 2019年3月期 決算説明会 質疑応答

実施日	： 2019年4月25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 経理部長 堀川 健司 IR グループマネージャー 浅井 一（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) 2018年度の集客が好調だった具体的な要因は何か。
- A1) 東京ディズニーリゾート 35周年を機にスタートした新規デイトタイムパレード「ドリミング・アップ!」やリニューアルした「イツツ・ア・スモールワールド」のプロダクト強化に加え、季節毎に実施しているスペシャルイベントのテーマを一新したことなどが奏功し、両パークの集客力を高めたものと考えている。
- Q2) 入園者数が会社想定を大きく超えたことで混雑による顧客満足度の低下はないのか。
- A2) 満足度を測る指標のひとつとして重視している再来園意向は、引き続き高いレベルを維持しており、顧客満足度が低下しているとは考えていない。足元においてもゲストのパーク体験価値を高める快適さの提供については、レストランの食事提供数を向上させる業態変更や、公式アプリや電子マネー決済を開始するなど、積極的に推進しており、今後もより高いパーク体験の実現を目指していく。
- Q3) 今年度の入園者数を 3,000 万人と見込んだ背景は。
- A3) 今年度は、過去最高の入園者となった東京ディズニーリゾート 35周年の反動に加え、下期には 2020 年春にオープン予定の東京ディズニーランド大規模開発に向けたゲストの出控えもあるとみている。しかしながら、3,000 万人の入園者数は必ず達成したいと考えており、更に上を目指していく。
- Q4) 東京ディズニーリゾート・アプリの利用者数は増えているか。また、利用者数が増えることでゲスト動向に変化は見られるか。
- A4) 東京ディズニーリゾート・アプリの利用者数は着実に増加している。ゲスト動向に関しては、変化が見られるまでは多少の時間がかかるものと見ているが、アトラクションの待ち時間をタイムリーに確認できる機能や、オンラインショッピング機能などがゲストにご好評頂いている。
- Q5) 海外ゲスト数が年々増え続けているが、会社としてテーマパーク全体の海外ゲスト数をコントロールするような考えはあるか。
- A5) 現時点では、海外の文化を理解するキャスト研修の導入やコミュニケーションツールの拡充など受入体制の整備と各国の特性に合わせたマーケティング活動をバランスよく強化している。海外ゲストの増加はパークにとっても集客の機会と捉えており、今後も受入体制の整備とマーケティングの強化を図っていきたい。

- Q6) 投資効果が想定どおりならば、体験価値も相応に向上しているはずであり、チケット価格を改定することができると思うが、大幅な減収減益になってもチケット価格を改定しないのはなぜか。
- A6) 内外環境を踏まえ、多面的な検討をした上で、2019年4月時点ではチケット価格改定をしないこととした。新規投資により、テーマパークの体験価値が上がることは価格改定を行う機会と捉えており、今後も内外環境を踏まえて判断していく。価格改定の幅や改定の方法については、様々な選択肢を検討している。
- Q7) ファストパスを有料化する考えはあるか。
- A7) 2019年夏にアプリ上でファストパスを取得できるデジタルファストパスを導入することを予定している。デジタルファストパスは有料化も含めて様々な検討を行っているが、現時点で決まっていることはない。
- Q8) 株主還元において増配以外に自社株買いの考えはないか。
- A8) 「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」という財務方針に変更はないが、株主還元についても経営上の最重要課題のひとつとして捉えており、今後もさまざまな検討を行っていく。

以上