

2012年6月22日開催 経営近況報告会 質疑応答概要

- Q1 : ブルーレイ市場が伸びているとのことですが、「プリキュア」等の子ども向け作品に関しては、ブルーレイよりも価格の安いDVDの方が好まれるのでしょうか。
- A1 : 「プリキュア」に関しましては、小さなお子様がいらっしゃるご家庭と、大人の男性にお客様が分かれております。前者向けには価格の安いDVD、後者向けには画質の良いブルーレイと、双方のマーケットに向けた商品展開を行っております。
- Q2 : 「舞台『弱虫ペダル』」、「VISUALIVE『ペルソナ4』」、「ミュージカル『薄桜鬼』」と新しい舞台作品を複数展開していますが、「ミュージカル『テニスの王子様』」のように長くヒットする作品になりそうですか。
- A2 : ここ数年、アニメ・マンガ・ゲームを原作とした舞台・ミュージカルが数多く制作されるようになり、それに伴ってお客様のニーズも多様化しております。当社はこれら舞台コンテンツ市場を切り拓いてきた先駆者として、積極的に新規コンテンツを投入することでチャレンジを続けていきたいと考えております。通常、新規舞台作品の初演はリクープすることが大きな課題ですが、当社にはこれまでに蓄積したノウハウがございますので、お陰様で新規舞台作品に関しては順調な結果を残せています。今後も、これらの作品の続編や、さらなる新規作品など、ライブラリの拡充に向けて積極的に取り組んでまいりたいと考えております。
- Q3 : 「ミュージカル『テニスの王子様』」について、現在「ジャンプSQ.」で連載されている「新テニスの王子様」をミュージカル化することは考えていますか。
- A3 : 「ミュージカル『テニスの王子様』」の2ndシーズンに関しましては、1stシーズンの最初の方の公演をご覧になったことのないお客様が多くいらっしゃったこともあり、原作の一番最初から再度公演を行うことといたしました。
「新テニスの王子様」のミュージカル化に関しましては、今後関係各所との協議を行いながら検討していきたいと考えております。

- Q4 : 現在、アメリカで「オンラインギャンブル」が新たな市場として注目されていますが、当社でも取り組んでいく考えはありますか。
- A4 : 当社は、コンテンツプロバイダーとして、ゲームとしての面白さ・楽しさを提供することをモットーとしておりますので、ギャンブルだけに特化したコンテンツ展開は現在考えておりません。ただし、ゲームにギャンブルの要素を上手く融合させて、新しく面白いコンテンツができるということがあれば、それに関しては取り組みを検討してまいります。
- Q5 : 音楽映像事業について、主力作品の「プリキュア」や「ミュージカル『テニスの王子様』」が仮に終了するようなことがあれば、収益に大きな影響が出ると思いますが、リスクマネジメントとして第2、第3の柱となるような作品を打ち出すべきではありませんか。
- A5 : 「プリキュア」、「テニミュ」に続く第2、第3の柱を打ち出すことは、当社といたしましても今後の重要課題であると認識しております。その実現に向け、音楽・映像・舞台それぞれの分野において、継続的に新作を手掛けております。また、総合エンターテインメント企業の強みを活かし、事業の枠を超えて複合的に展開できる強力なIPを打ち出すべく、現在取り組んでいるところです。
- Q6 : ソーシャルゲーム市場が近年急速に拡大していますが、一方で市場自体が急速に縮小するという可能性もあります。今あるものだけではなく、他社と差別化を図った新しいソーシャルゲームの形を是非考えていただきたい。
- A6 : 仰る通り、現在では各社より多数のソーシャルゲームが提供されており、競争環境はますます激化しております。また、ゲーム自体も同じような内容のものが溢れ返っております。
先般消費者庁より「コンプガチャ」に対する規制が発表されましたが、当社といたしましてはこれが1つのターニングポイントになると感じております。スマートフォンやタブレット型PCの普及により、これまでとは違うリッチコンテンツが求められるようになってきており、今後はゲームのより深い部分で他社との差別化を図らなければ絶対に成功しないと確信しております。これからがまさに、当社のようなパッケージゲームパブリッシャーの強みが生きていく時代だと考えておりますので、是非ご期待いただきたいと思っております。

- Q7 : 当社はキャラクターグッズの展開力が弱いと感じます。せっかく多数のIPを保有しているのですから、もっと積極的にキャラクターグッズの展開を行ってはいかがですか。
- A7 : キャラクターグッズ事業を展開するにあたっては、どうしても在庫リスクの問題が発生いたします。そのためこれまでは積極的に行っておりませんでした。2012年7月より、キャラクタービジネスの推進を目的とした組織を設立することが決定しており、著作権事業についても他社とのアライアンスを強化したいと考えております。
- Q8 : 経営近況報告会などで、今後3～5年位の戦略と目標数値を発表していただきたい。
- A8 : 中長期の計画につきましては、社内では作成しております。しかしながら、エンターテインメント業界という変化の激しい環境の中で、お約束できる数値として対外的に発表するのは難しいと考えております。現行の市場環境と具体的な事業計画のもと、責任をもってお約束させていただく数値として、今後も毎年の業績予想を発表する形を継続させていただきたいと考えております。
- Q9 : 旧マーベラスエンターテインメント時代に海外子会社を何度か売却した経緯がありますが、今後のグローバル戦略についてどう考えていますか。
- A9 : 旧マーベラスエンターテインメント時代に保有していた海外子会社は、ゲームソフトの販売事業を中心としており、海外の家庭用ゲーム市場の縮小に伴い売却したという経緯がございます。現在当社が推進しているグローバル戦略では、「海外向けのゲームを現地で作る」ということを重要視しており、その実現のために、米国法人のソーシャルゲーム開発会社 Checkpoint Studio Inc. への資本参加や、英国子会社 MAQL Europe Limited の設立を行いました。
- Q10 : 当社では、据え置き機向けのシリーズタイトルがあまり出てきていない感じがします。世界で戦うには据え置き機向けのシリーズタイトルが必要なのではないですか。
- A10 : 据え置き機向けゲームパッケージの分野で世界と戦うには、「開発費」と「カルチャライズ」という2つの壁があると考えております。
「開発費」に関しては、欧米の大手パブリッシャーの場合、資金の集め方にも違いが

ありますが、1つの作品に30億～50億、大作になると100億といったコストをかけてゲームを作ります。そこに対して、数億円規模のゲームでは勝負になりません。

もうひとつの壁である「カルチャライズ」に関しては、我々日本人がハリウッド映画の中の日本の描写に違和感を覚えるように、日本人がどれだけ欧米向けに試行錯誤してゲームを作ったとしても、やはり彼らから見るとどうしても違和感があるものです。確かに、パッケージの分野において世界で戦うには、据え置き機向けは避けて通れませんが、今申し上げた2つの壁を乗り越えられない限り、無理に戦うべきではないと考えております。

我々といたしましては、オンライン分野をメインとしてグローバル市場に打って出たいと考えており、先ほどの「カルチャライズの壁」を打ち破るために、2011年11月より米国法人のソーシャルゲーム開発会社 Checkpoint Studio Inc. に資本参加しております。現地のスタッフにより、現地向けのゲームを一から開発することで、世界で通用するコンテンツを生み出し、グローバル市場における当社の存在感を高めていきたいと考えております。

Q11 : 著名なゲームクリエイターである稲船敬二氏がプロデュースしたタイトル（「海王」、「JJ ロケット（仮）」など）が多く編成されていますが、今後も他のクリエイターとの連携などの取り組みは継続していくのですか。

A11 : 「日本のゲーム市場を元気にしたい」という思いのもと、その思いに賛同いただけるクリエイターの方々と現在様々な形で企画を組ませていただいております。今後も、このような取り組みを積極的に続けていきたいと考えております。

Q12 : テレビアニメについて、当社が主幹事を務めている作品がこここのところふるわない印象ですが、どのようにお考えですか。

A12 : 当社が主幹事を務める新規アニメ作品が、ここ数年ヒットに結び付いていない状況にあります。それは過去のヒット作品の傾向から特定のジャンルに偏りすぎたことも一因であると考えております。近年新しいジャンルのアニメ作品が次々と生まれておりますが、当社も積極的に新しい取り組みを行っていきたくと考えております。2012年7月から放送を開始する「人類は衰退しました」というアニメは、小学館様のライトノベル（ガガガ文庫）を初めてアニメ化するというので、当社といたしましても大変期待しております。この度のご意見を真摯に受け止め、今後もよりよい作品を生み出すべく注力してまいります。

- Q13 : 当社が手掛ける様々な著作権タイトルについて、著作権元や関係各社とさらに強い協力関係を結び、他社の商品や書籍と一緒に販売するなど、多角的な販売促進策を行ってはいかがですか。
- A13 : 貴重なご意見ありがとうございます。今後も他社様とのアライアンスを積極的に推進し、多角的な商品展開・宣伝活動を行ってまいります。
- Q14 : 当期の配当予想は 1,000 円ですが、内部留保を厚くして、その分を作品への投資に回すという考えはありませんか。
- A14 : 目標配当性向及び配当金については、将来の事業拡大と株主様への還元のバランスなど、様々な要素を勘案して決定いたしました。もちろん、「強力な IP を生み出す」ということに関しては最重要課題として取り組んでおりますので、実現に向けて適切な投資を行ってまいりたいと考えております。
- Q15 : 旧マーベラスエンターテイメントで制作を進めていた「牧場物語オンライン」は、その後どうなったのですか。
- A15 : 「牧場物語オンライン」につきましては、「みんなで牧場物語」というタイトル名で、PC ブラウザ向けゲームとして 2010 年 11 月よりサービスを開始しており、非常に好評をいただいておりますが、先般サービスの中止を発表させていただきました。登録会員数は順調に推移しておりましたが、「牧場物語」という作品の世界観を大切にしたい結果、課金重視型の施策に踏み込めなかったこと等が原因で、売上が伴いませんでした。本作につきましては、一旦サービス終了とさせていただきますが、「牧場物語」のオンラインゲームに関しては、外部環境を見ながら、今後も何らかの形で展開できればと考えております。

以上