

2016年3月期 決算説明会 質疑応答概要

- Q1 : 今期の計画について、オンライン事業は、既存タイトル、新規タイトルがどのように織り込まれているのか、また広告宣伝費をどのように使っていくのかを教えてください。
- A1 : 既存タイトルに関しましては、前期と同じ売上を見込んでいるという訳ではなく、なるべく利益面で前期より減らさないようにという計画をしております。また、今まであまりやれてこなかった休眠ユーザーさんの掘り起しなどにも力を入れていこうと考えています。新規タイトルに関しては、タイトル数を多く出すということではなく、絞り込んで良いものを出していこうということで、年に2・3タイトルの編成となっております。4月に1タイトルリリースしましたが、下期にあと1・2タイトルをリリースしたいと考えています。この他にも、来期に向けて沢山の企画・開発が進んでおります。また、ログレスの台湾での成功がありましたので、ログレスの中国展開や、その他の既存タイトルの海外への展開というのは、積極的に取り組みたいと考えております。
- 宣伝費に関しましては、売上対比でいきますと、ほぼ前期並みの計画となっておりますが、売上の状況を見ながら、月によって強弱をつけて、投下してまいります。
- Q2 : 新作アプリの「スマッシュドラグーン」はオリジナルIPかと思いますが、今後はIPタイトルを優先していくということでしょうか。また、「スマッシュドラグーン」の初動やKPIの状況を教えてください。
- A2 : ご存知のとおり、スマートフォンゲームの開発期間も長くなってきており、今期の新作に関しては、1年以上前に編成をしたオリジナルタイトルの新作が「スマッシュドラグーン」ともう1タイトルございます。前期くらいから編成したタイトルについては、他社様のIPを使わせていただくものや、共同事業、多メディア展開するようなタイトルが、いくつかございます。
- 「スマッシュドラグーン」に関しましては、まだリリースをしたばかりですが、今後大きなアップデートを予定しており、その後の感触が重要になりますが、まずはそこそこの出だしはできているのかなという感想です。

Q3 : 通期のみの業績予想となっていますが、上期・下期のバランスを教えてください。

A3 : 正直申し上げて、今期はかなり偏っています。

特に第1四半期の進捗が低い計画になっています。

第1四半期のゲームソフトの新作は牧場物語だけですし、初回出荷で開発費が全て計上されますので、第1四半期だけみると利益貢献がかなり薄いです。

アミューズメントに関しましては、旧機種と新機種の入れ替えということもありますので、売上の谷間と減価償却費の増加で、第1四半期は赤字の想定です。

このように、特にコンシューマ事業の第1四半期がコスト先行となる見込みですが、通期では取り戻せるものと考えております。

会社全体では、上期と下期の利益バランスは3：7ぐらいの計画ですが、もちろん少しでも前倒して利益を積み上げていきたいと考えております。

Q4 : 今期の計画で、音楽映像事業は売上の伸びに比べて利益の伸びが小さいように見えますが、その背景を教えてください。

また、調整額の部分で、1億7千万円増える見込みになっていますが、ある程度バッファを含む数字なのか確認させてください。

A4 : まず、調整額の部分ですが、こちらは主に本社費になります。増額となる要因は、税金（外形標準課税）が9千万円程度増えることや、人件費の自然増、前期はなかったシステムの開発費などがあるため、ここに大きなバッファはございません。

音楽映像事業の売上と利益の伸びの違いについては、作品によって利益率が違いますので、タイトル別に計画を積み上げた結果でございます。

Q5 : 第1四半期がコストが先行するとのことですが、どの事業でどのような形でコストが出てくるのかももう少し詳しく教えてください。

A5 : オンライン事業に関しては、宣伝費は第1四半期は少し厚めにしております。また、先ほどの「スマッシュドラグーン」の立ち上げ期ということもあり、宣伝費もちろんですが、売上の段階的な成長に先行して開発費の減価償却は毎月均等して計上されますので、前半はコストが重くなっております。

アミューズメントにつきましては、先ほどの説明の通りですが、夏に新作を投入するため、こちらの宣伝費も先行しますし、「ポケモン」の筐体につきましては、新作の投入に合わせて、旧機を徐々に引き上げてまいりますので、第1四半期はあまり収益が立たないという形です。

また、ゲームソフトも、6月に「牧場物語」と7月に「UPPERS」がありますが、開発費は初月に一括計上されますし、プロモーション費用は先行して投下しておりますので、このような計画となっております。

- Q6 : 現在公演中の「舞台『刀剣乱舞』」の客単価はどうなっていますでしょうか。
また、10月放送の「アニメ『刀剣乱舞-花丸』」のパッケージ販売は第4四半期に織り込まれているでしょうか。
- A6 : 「舞台『刀剣乱舞』」のお客様の物販単価は、当社公演の中でも、かなりの好成績となる見込みです。特に、今回は多くのお客様からチケット申込みをいただいておりますことを鑑みて、特別に会場の外にチケットをお持ちでないお客様にも物販サービスをご利用いただけるように一時専用会場を設けさせていただきました。
「アニメ『刀剣乱舞-花丸』」は10月放送開始ですので、第4四半期よりパッケージ販売を見込んでおります。
- Q7 : コンシューマ事業のパッケージソフトの販売本数計画は、年間で比較した場合、増える計画か減る計画かどちらでしょうか。
- A7 : ご説明さしあげた通り、特に今期は強力なラインナップとなっておりますので、年間で比較で25万本くらいの増加を見込んでおります。
- Q8 : 大きな成長を見込んでいるコンシューマ事業で、アミューズメントとパッケージの利益成長のバランスを教えてください。
- A8 : アミューズメントの方が大きく伸長する計画になっております。
パッケージは前期は新作を6タイトル出しましたが、全てオリジナルでとても苦戦しました。今期は、牧場物語や Fate といった実績あるシリーズ作品が中心ですので、計画も読みやすく、パッケージの伸長も見込んでいますが、それ以上にアミューズメントの伸長を見込んでいます。
アミューズメントも新筐体が2つあり、ポケモン・ドラクエともに強力な IP で実績もありますし、実際のロケーションテストも非常に良い結果が出ていますので、大きな期待をしております。

以上