

2019年3月期 決算説明会 質疑応答概要

Q1	構造改革による前期のコスト、および今期への影響を教えてください。
A1	早期退職優遇制度にかかる特別退職金や再就職支援の費用として、1億円強を特別損失として計上しております。 これにより、今期は約2.5億円の経費削減効果を見込んでおります。
Q2	体制強化、構造改革は一段落したと考えてよいのでしょうか。
A2	オンライン事業の構造改革に関しては一段落できたと考えております。 ピーク時はオンライン事業で330人の人員がいましたが、現在は160人ほどで十分事業を推進できており、適正化できたと考えております。
Q3	中山氏が会長と社長、CEOを退任されますが、後任の許田氏が本日発表時点では代表取締役だけとなっています。社長や会長、CEOがついていない理由があれば教えてください。
A3	特に理由はありません。 株主総会をもって決定することとなりますので、今回は代表取締役および取締役候補者までを発表させていただきました。 個別役職は、株主総会で決定後、ホームページ等で発表させていただく予定です。
Q4	中山氏は今回休養されるとのことですが、今後復帰される考えはあるのでしょうか。
A4	現時点では全くの未定です。 今回、マーベラスの役員、子会社の役員に加え、関連して務めさせていただいている業界団体の理事や他社様の非常勤役員も全て退任させていただく予定です。 やりたいこともいろいろありますので、一度ゆっくり外から眺めてみて、考えてみたいと思っております。
Q5	オンライン事業で開発費用を一括計上したタイトルはいくつあったのでしょうか。
A5	7タイトル程度です。

Q6	現在オンライン事業で動いている開発ラインはいくつあるのでしょうか。
A6	<p>今期配信を予定しているタイトルとして、中国発の『ガール・カフェ・ガン』と、Aiming様との共同開発タイトル、またもう1本自社開発のものがあり、計3タイトルが動いています。</p> <p>また、もちろん来期に向けての仕込みもしておりますので、加えて数タイトルが動いているという状況です。</p> <p>開発費も高騰しており、年に2~3タイトルが適切な水準であると考えております。</p>
Q7	スマートフォンゲーム市場が昨年の後半から特に落ち込みが激しくなっていますが、市場環境についてどう見ているのか教えてください。
A7	<p>3年前に比べると相当厳しくなっており、非常にむずかしい市場になってきたと実感しております。</p> <p>幸い当社はコンシューマやアミューズメント、音楽映像などさまざまな事業を手がけておりますが、オンライン事業のみだったら本当に厳しかったと思っています。</p> <p>しかし、スマートフォンゲーム市場はまだ大きなチャンス、大ヒットを狙える市場ではありますので、引き続きチャレンジを続けていきたいと考えております。</p>
Q8	コンシューマ事業で、開発費用を一括計上したタイトルの中に『閃乱カグラ』の最新作が入っているのでしょうか。
A8	<p>含まれております。</p> <p>『閃乱カグラ』の今後については少し時間をかけて考えて行きたいと思います。</p> <p>その他、販売本数を見直し、将来の収益見通しの下がったタイトルについて、その部分を一括計上いたしました。</p>
Q9	高木プロデューサーが退職されましたが、コンシューマ事業に影響はありますか。
A9	『閃乱カグラ』のようなタイトルを作る上では、特にコンシューマに関しては高木プロデューサーの力はとても大きかったと考えております。ただ、高木プロデューサーは今後も外部プロデューサーとしてシリーズに関わりますし、現在好調に推移しているネイティブアプリの『シノビマスター 閃乱カグラ NEW LINK』については、実は若手がほとんどを動かしていますので、退社による影響は大きくはないと考えております。
Q10	現時点の今期のラインナップを見ると Switch のタイトルが多く、PS4 のタイトルがありませんが、一時的なものでしょうか。
A10	はい、そうです。ラインナップ上このようになりました。

Q11 ステージ部門について、会場を確保できるかを心配しています。今期、来期の見通しを教えてください。

A11 会場不足問題は深刻で、今期は前期より厳しく、それを反映した計画としております。2020年はさらに深刻で、今期より公演が間違いなく減ることになると思います。オリンピックの影響で使えない会場が多く、特に7~8月は本当に会場を確保できない状況です。そのため、収益性の高い作品に絞って公演を行っていくことになると思います。

Q12 来年オリンピックもあり、海外からの観光客が多数来日されると思いますが、ステージ部門において何か対策は考えられているのでしょうか。

A12 現在、2.5次元ミュージカル協会において、様々な取り組みについて議論されているところです。

Q13 先日発表された『牧場物語』のモバイルゲームに関するテンセント社との取り組みについて、経緯を教えてください。

A13 最初はテンセント社からお話をいただきました。先方のラインナップで牧場もののタイトルがなく、作りたいとのことで、許田がテンセントジャパンの特別顧問を務めている縁もあり、実現したものです。テンセント社としては、全世界で1000万本以上販売している『牧場物語』のIPに魅力を感じていただき、当社としては『牧場物語』を再度積極的にワールドワイドに展開していくにあたり、宣伝効果が高いと考え、今回の取り組みに至りました。

Q14 『牧場物語』IPとしては、今期は『ドラえもん のび太の牧場物語』が発売されますが、オリジナルの『牧場物語』の展開は予定されているのでしょうか。

A14 『牧場物語』や『ルーンファクトリー』については、長く売れ続けるタイトルで、季節要因などの発売時期があまり関係ないタイトルのため、急いで出すということではなく、じっくり作り上げ、いいものにして出していきたいと考えております。

以上