

2018年6月19日開催 経営近況報告会 質疑応答要約

Q1 音楽映像事業のタイトルは、比較的女性向けが多いという印象がありますが、男性向けについて、開拓していく予定はありますか。

A1 舞台関係は主要なお客様は女性の方が多いので、作品自体は女性向けに制作させていただいております。アニメに関しましては、男性向けのタイトルも展開させていただいておりますが、最近の我々のオリジナル IP として展開するタイトルに関しましては、『戦刻ナイトブラッド』をはじめ、クロスメディア展開を行っていますので、女性向けタイトルの割合が増えてきております。ただ今後につきましては、決して女性向けに限定することなく、広い範囲で展開していきたいと考えております。

Q2 音楽映像事業の人数が 37 名となっていますが、男女比率を教えてください。女性が多いために、女性向けコンテンツが多いのでしょうか。男性を増やす予定はあるのでしょうか。

A2 男女比は、前期末の 37 名中、16 名が女性です。ただし、代官山にあるスタジオ（連結子会社デルファイサウンド）の人数も含まれており、こちらのエンジニアに男性が多いため、本社の音楽映像事業のスタッフとなると、女性が若干多くなります。特に、男性中心に雇用しているとか、女性中心にしているということは、募集の時点ではこだわってはおりません。

Q3 オンライン事業において、欧米でガチャ規制が強化される中で、海外への展開を考えたときに、ガチャ以外での課金を考えているのでしょうか。

A3 欧米に向けて、我々が日本製のタイトルを立ち上げるのは、正直ハードルが高いと思っております。そのため、まずは日本から、そして親和性の高いアジアを中心に見据え、ゲーム性、マネタイズ等を含めて設計しています。その結果、そこで受け入れられた後に欧米進出するにあたって、ガチャ規制や、カスタマイズ、ローカライズ、カルチャライズ等必要に応じて対応していくというスタンスで考えております。もう一つ、ガチャ以外のゲームという観点では、経営近況報告会の中で説明いたしました、非ゲームアプリの開発がまさにそれにあたるもので、ガチャで課金して遊ぶというようなゲームではないジャンルへのチャレンジも、今後行っていきたいと考えております。

Q4 「東京喰種トーキョーグール:re」は、10月から第2期を放送開始ということですが、1クールだけおいてというスケジュールの中で、クオリティは大丈夫でしょうか。

A4 素晴らしい作品をお預かりしてアニメ制作をさせていただいておりますが、誠心誠意良いクオリティのものを作ろうということで制作しております。今回も、丁寧にしっかりとスタッフ一同で作品を作り上げていきたいと考えております。

Q5 『あんステフェスティバル』で、fineと紅月のキャストさんが、今回卒業ということですが、なぜこの夢ノ咲学院 No.1、No.2で、技術が必要となるユニットを卒業させるのでしょうか。全ユニット全員卒業ならまだわかるのですが、No.1、No.2ユニットだけが卒業というのが分かりません。

A5 舞台公演事業におきましては、それぞれの作品ごとに、たくさんのスタッフやキャストが関わっており、皆さまの都合を調整するとともに、劇場のスケジュールも合わせていくということに取り組んでおります。できれば、全てがベリーベストな状況に到達することを目指してやっておりますが、それがなかなかできるものではないという事業であることはご理解いただきたいと思います。同じキャストでずっと継続していきたいと思いつつも、実現させることは大変難しく、今回は関係各位の皆さまとお話しさせていただいて、卒業という良い形で送り出したいという思いから、このようなスタイルを取らせていただきました。

Q6 舞台『ジョーカー・ゲーム』での、キャストさんが稼働するチケット販促イベントを行いますが、他の作品でリピーター特典ブロマイドを付けるなどの販促対応もありました。そういった販促イベントは、キャストさんを使うよりは、ブロマイドをつけるなどにした方がよいのではないのでしょうか。

A6 舞台公演事業では、こうした販促イベントを追加させていただくことはよくあることなのですが、その方法につきましては、作品個別にいろいろなスタイルで、皆さまにチケットをご購入いただくようなイベントの展開をさせていただいておりますことをご了承ください。

Q7 最近海外でアニメなどの動画配信サービス、アメリカのクランチロールや中国のビリビリなどがあり、そこでは結構日本の2000年代・2010年代のアニメが配信されています。マーベラスもたくさんの作品を保有していると思いますが、海外の動画配信ではどれくらいの売上と利益があり、また今後に関しても更に見込めるのでしょうか。

A7 海外での二次利用料の具体的な数字や比率はお答えできませんが、順調に伸びております。我々の作品についても、クランチロール (Crunchyroll) やビリビリ動画 (bilibili)、Netflix など多くの海外の配信先に、積極的に展開しています。着実に海外への展開を織り込んでゆくことが映像コンテンツビジネスでは重要なので、海外配信は今後も引き続き力を入れていきたいと考えております。

Q8 オンライン事業のここ数年の低迷が大きな課題と感じていますが、その打開策の一つとして海外展開の強化という説明がありました。海外の大手ゲーム会社と組んで、最初からグローバルでゲームを開発していくということは考えていないのでしょうか。

A8 これまで私共が制作してきたコンテンツは、欧米というよりもアジア圏での相性が比較的良いと考えております。これまでも、現地のパートナー様と一緒に、アジアでの展開を行ってきておりますし、今後も、特に中国の市場拡大が非常に速いので、その市場を見据えたパートナーシップ展開を、強力に進めてまいりたいと考えております。一方、今後、欧米マーケットをターゲットにした展開を検討するにあたりましては、ご指摘の通り、既にグローバルで展開している会社とのパートナーシップを通して、展開してゆくということが得策であると考えており、そういった展開の模索を現在行っております。

Q9 今期の業績予想について、オンライン事業が減収減益、コンシューマと音楽映像で増収増益を狙っているということですが、その場合前期比や全体のバランスからみると、オンライン事業の利益見通しが相当低いように考えられますがどのような想定でしょうか。

A9 オンライン事業に関しましては、今期は来期以降に向けた仕込み、構造改革の年にしたいと考えていますので、新規タイトルは控えめとし、既存タイトルの売上維持・拡大という方針であります。そんな中ではありますが、前期に配信開始したタイトルの中でも、先行きが不透明なタイトルもあるため、計画に関してはコンサバティブに見ております。

Q10 それは、すでにやめる予定のタイトルもある程度見込まれていて、コンサバにみているのでしょうか。

また、いまの想定よりもさらに下ぶれるという可能性はあるのでしょうか。

A10 具体的にどのタイトルがということではありませんが、これまでもサービス中止に伴う一括償却を行っておりますので、そういった可能性も含めて保守的に見ております。業績予想については、現時点で我々が保有している情報、状況に基づき予想したものです。

Q11 ポリティカル・コレクトネスについて、最近はコンテンツを扱う上で、問題視されやすくなってきていますが、社員に向けた教育やチェック体制はあるのでしょうか。

A11 新入社員・中途社員として当社に入社した人材については、コンプライアンス研修として、法令・コンプライアンス等を教育する研修を設けております。ただ、ご指摘の通り、最近いろいろな指摘が厳しくなっている中、例えば女性差別・人種差別・LGBTなどについて踏み込んだ研修については、まだ実現できておりませんので、ご指摘を真摯に受け止め、今後の研修内容について考慮できればと考えております。

Q12 「千銃士」については、セールスランキングやアクティブユーザーなどが、相当低迷しているようですが、このあとアニメが始まるということで巻き返しを図ることと思いますが、それでも厳しいのではないのでしょうか。現状はどのように考えているのでしょうか。

A12 「千銃士」は3月の下旬にリリースし、約3か月経っています。配信当初はセールスランキングに登場したりもしていましたが、最近は売上としては落ちてきてしまった状況です。現在は、ゲーム内容のブラッシュアップを行っているところです。もともと本作は世界観がウリのゲームでしたが、そこがなかなか伝わりにくいため、そこを補完するような形のキャラクター同士の掛け合いや時代背景の説明をしたストーリークエストなどを、先日追加実装しました。現在、アクティブユーザー数自体としては、多数の方に遊んでいただいておりますが、我々の想定よりは、やや若めのユーザーさんが多いようです。10代のユーザーさんがかなりを占めていて、無課金で楽しんでいる様子でして、売上がいまひとつ伸び悩んでいる理由はそこが大きいのではないかと分析しております。今はそのあたりの改善を含めて、7月のアニメ放映に向けて売上を伸ばしていけるよう進めております。

Q13 音楽映像事業の人数が37名とのことですが、仕事の内容を考えると、人数が少ないのではないかと思います。今後の増員計画はあるのでしょうか。

A13 前期末が37名で、その後新入社員や中途社員が何名か入社し、現在は40名以上となっております。これが多いか少ないかは議論がありますが、我々の音楽映像事業はプロデュースに特化しており、実際の製作のかなりの部分は外部のアニメーション会社や舞台の製作会社、また物販についても外部委託したりとアウトソースを進めております。プロデュースとプロモーションに特化しているため、なんとかこの人数でも回っていると考えております。ただし、毎年、必ず数名の新入社員を音楽映像事業では採用するようにはしております。

Q14 質問ではなく意見ですので、回答は不要です。

「超歌劇（ウルトラミュージカル）『幕末 rock』」をありがとうございました。
また、「ミュージカル『テニスの王子様』」もシーズンを重ねてくださってありがとうございました。原作終了より10年、真新しい感動を何度も届けていただき、ファンとしてこんなに幸せなことはありません。今後とも、末永くよろしくお願いいたします。
いつか「ウルトラミュージカル『新テニスの王子様』」の実現を期待しています。

A14 ありがとうございます。

Q15 現在国会で IR（統合型リゾート）法案を審議しているところですが、音楽や舞台という形で、IR の中に参入していくというような考えはないでしょうか。

A15 我々は、ソフトウェアのコンテンツビジネスに特化しておりますので、そこにいい劇場があるのであれば、お借りして積極的にコンテンツを供給していきたいと思っておりますが、今のところ IR そのものの中に入っていくことは考えてはおりません。良いコンテンツをしっかりと作っていくように、今後とも取り組んでまいります。

Q16 広告の取扱いについて、ゲーム業界もまとめサイトや攻略サイトなど、広告を出す先についていろいろと問題になっているかと思いますが、ブランド戦略などどのように進めていくのかお聞かせください。

A16 ご存知の通り、弊社では非常に幅広いコンテンツを扱っており、それぞれのコンテンツの特性も全く違います。そのため、広告を出す先も非常に広がっています。その中で、最近、どこに広告を出すのかということが非常に問題になっているので、我々も広告を出す際には細心の注意を払って、ブランドの価値を最大限守れるような広告展開をしていくように努めていきたいと考えております。

Q17 AIIA シアターが 12 月末で閉館するということですが、同程度のアクセスを持った劇場はなかなか無いと思います。他の会場、新しくできる会場などでカバーできるかなど、何か対策は考えているのでしょうか。

A17 我々としてもキャパシティが減ってしまいますので、大変苦慮すべきことなのですが、最近実験的に行っていることとして、今まで我々が使ったことがなかった明治座さんでの公演ですとか、今までだったらお貸しいただけなかった劇場さんの方からもアプローチを受けたりしている状況ですので、今後も幅を広げていきたいと考えております。

以上