

2025 年 6 月 23 日開催 経営近況報告会 質疑応答要約

Q1	代表電話を休止していることについて、リモートワークによる理由かと思いますが、家でできる仕事もあるものの、会社という組織においては社員との連携は大事だと思います。 SNS などリモートワークが良いという意見も見かけますが、個人的にはマーベラスくらいの規模の会社で代表電話が休止というのはいかななものかと思います。 ゲームは一人で作れないものですし、その辺りも含めてリモートワークの状況について、社長に意見をお伺いしたいです。
A1	当社では、リモートワーク制度の導入や社内の業務体制見直しに伴い、現在、代表電話による対応を休止させていただいております。 ご不便をお掛けして申し訳ございません。 リモートワークに関しましては、部署・職種によって影響は異なりますが、とりわけ開発職につきましては、ご指摘の通りチームで開発を進めていくもので、リモートワークの長期化に伴うコミュニケーション不足等の影響がございましたので、現在は出社を基本に戻している状況でございます。 しかしながら、お問い合わせにつきましては、リモートでも対応できる部分もございますので、現状の対応とさせていただきます。 お問い合わせ等につきましては、引き続き当社ウェブサイトよりご連絡をお願いできればと存じます。
Q2	アミューズメント事業について、『ポケモンフレンズ』が再生回数1億回を突破したと聞きましたが、対象年齢はどれくらいなのでしょう。 大人がやっても楽しめるのでしょうか。
A2	そちらは、「稼動から9ヶ月で1億回プレイされた」ということなのですが、対象年齢は小さいお子様をメインターゲットとし、4才から10才のお子様が遊べるように作っております。 しかしながら、「ポケモン」も25年を超え、ちょうど子どもの頃に遊んでいたという親御さんが増えており、親子二世代、ファミリーで楽しんでもいただけるよう、お父さんお母さんでも楽しんでもいただけるものを作っております。
Q3	『ファーマギア』が失敗したように見えますが、ここから何か学んだものがあれば教えてください。
A3	ファーマギアに関しまして、ご心配をお掛けして申し訳ございませんでした。

教訓としては、様々な目線での評価が不十分であったと認識しており、今回のような失敗を今後しないよう、外部機関による第三者評価や、需要予測を強化し、自分たちだけでは見えていなかった部分を様々な角度から検証し、クオリティを上げたゲームを発売していきたいと思っております。

Q4 舞台についての質問です。

「中期戦略取り組み状況」の「海外シェアの拡大」において、舞台関連の話は入っていませんでした。

今年、舞台『魔道祖師』を観劇した際、中国語話者のお客様が非常に多く、元々原作も中国のもので、今後、例えば中国原作の作品を中国で展開する等、海外向けの展開を舞台事業で考えているのでしょうか。

A4 舞台『魔道祖師』に関しましては、様々な状況を踏まえ、国内のみでの公演となりました。

舞台公演の海外展開に関しましては、実施してみたいという思いはありつつも、ビジネス面において簡単ではなく、現状では当社が積極的に海外で公演を行うということは考えておりません。今後も、海外作品の権利を取得し、日本国内のお客様だけではなく、海外のお客様も日本に観劇に来ていただけるような企画もお届けできるよう検討してまいりたいと思っております。

Q5 音楽映像事業の基本戦略を伺いたい。

日本のアニメ業界は多品種少量生産という厳しい状況下において、海外でのアニメ作品の番組販売は、原作の人气が非常に高いなど前もってヒットがわかっているような、いわゆるビッグタイトルしか買ってもらえなくなっています。

一部の企業は制作スタジオを子会社化するなど、自社内に制作機能を持つことも増えています。

自社で優秀な人たちを抱えられる企業に、人気の原作の許諾が下りていく傾向がはっきり出ていると思います。

そのような中、マーベラスはスタジオやクリエイターとどのように関係構築していくのかお伺いしたいです。

A5 ご指摘の通り、海外におけるアニメ作品の配信・販売に関しまして、非常に厳しい状況になっていると認識しております。

そして、スタジオにつきましても、制作ラインの混雑等の理由から、確保するにも相当先になってしまうような状況もあり、各社ともにスタジオごと丸抱えにするという形になっていることも確かでございます。

弊社といたしましては、スタジオやクリエイターの方との連携は重要と考え、現在も関係構築を進めております。

この場で発表はできないものも含め、様々なタイトルに取り組んでまいります。

Q6	上場基準や親子上場に関する御社の考えを教えてください。
A6	当社では上場基準に関して、流動性、ガバナンス、経営成績などの要件を常に確認しており、現在、上場基準に抵触するような事象は発生していません。 親子上場について、当社については現在のところ該当がございませんので、回答は差し控えさせていただきます。
Q7	音楽事業において、今後「プリキュア」以外のコンテンツを発展させていく予定はありますか。
A7	現状では「プリキュア」関連コンテンツが主軸ですが、今後もアニメ作品の権利状況によっては、音楽展開を積極的に検討していきたいと考えております。
Q8	目標数値、売上など、見通しが甘かったということを例年聞きますが、マーケティングについてどのように取り組んでいるのかを教えてください。
A8	これまでは需要予測やクオリティについて、第三者における評価が不十分であったと認識しております。 現在は、開発過程におけるそうした評価を強化して取り組んでおり、今後は目標数値や売上予測などに大きな差異が出ないよう、努力してまいります。
Q9	「牧場物語」に出てくる代表的なキャラクターで「ウシ」がいますが、現在「ウシ」といえば、他のゲームに人気を取られているのではないのでしょうか。その点について、どのように思っていますか。
A9	今、「ウシ」が出てくるゲームと聞いて、まず思いつくのは仰る通り、他社様のゲームかと思います。 当社としては、先日、農林水産省とのコラボで、牛乳の消費を促進するための企画展に、「牧場物語」と「ウシ」が参加するような取り組みもしております。 他社様のゲームやこういった取り組みで「ウシ」がクローズアップされることで、本年8月に発売予定の『牧場物語 Let's! 風のグランドバザール』において、良い効果が出ればと思います。また、ゲームセンターでの景品化など、アミューズメント事業とも連携してまいりますので、ご期待いただければと思います。
Q10	舞台『魔道祖師』は、原作の世界的な人気に対し、劇場のキャパシティが少なかったのではないのでしょうか。 また、映像商品が無かったことや、配信がライブ配信のみだったことについては、ライセンス契約の問題だったのでしょうか。
A10	劇場のキャパシティに関しては、初の舞台化ということもあり、見通しが難しい状況がございました。

すぐに完売してしまいましたので、結果としては、キャパシティが足りていなかったことはご指摘の通りでございます。

個別の条件については、申し訳ございませんが、お答えするのが難しく、ご理解いただければと存じます。

Q11 株主総会の事前質問を事前に公開するのは難しいのでしょうか。
可能であればお願いします。

A11 貴重なご意見として賜りまして、今後検討させていただきます。

Q12 当社の事業は人材が大事だと思いますが、人材についての考え方、対応などを教えてください。

A12 まさしく人材が大事という認識に相違はございません。
報酬面だけでなく、福利厚生など、様々な面で社員に満足してもらえるような企業を目指しております。
報酬面については、ベースアップや定期昇給を行っており、福利厚生や研修制度の充実にも取り組んでおります。
今後も人材を大事にすべく、引き続き努めて参ります。

以上