

2015年3月期 決算説明会 質疑応答概要

- Q1 : オンライン事業に関して、2014年3月期の売上88億円から2015年3月期は売上153億円に増収になっていますが、「剣と魔法のログレス いにしへの女神」の寄与がどの程度あったのでしょうか。また、今期の計画もオンライン事業の売上が80億円近く増える計画になっていますが、こちらの「ログレス」と「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」の寄与はどの程度でしょうか。
- A1 : 個別タイトルの売上情報は公開しておりませんので、詳細なことはお伝えできませんが、2014年3月期から2015年3月期のオンライン事業の売上の成長分は、ほとんどが「ログレス」の成長分といえる程、大きく寄与しております。今期に関しましては、他のタイトルも増えてまいりますので、「ログレス」の全体におけるシェアは低下するものと計画しています。また、「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」も、プロモーションの強化を図り、ヒットタイトルとして育ててまいります。
- Q2 : 「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」の海外展開に関してはどのようなスケジュールと捉えておけばよろしいでしょうか。
- A2 : 海外展開に関しては、現時点で全て未定です。
ただし、当然ワールドワイドで通用するIPですので、慎重に検討を重ねてまいります。
- Q3 : コンシューマ事業の3月発売の「閃乱カグラ」はどのような実績で終わったのでしょうか。また、今期の新作パッケージの計画はどのような前提でしょうか。
- A3 : 「閃乱カグラ」につきましては、3月の時点で10万本を超える出荷をしており、現在も順調にリピートが来ております。特にPS4版につきましては、今後、ハードの普及に合わせて伸びてくれるのではないかと考えております。
今期の各タイトルの計画につきましては、それぞれ数万本～10数万本というレンジでの計画となっております。
- Q4 : コンシューマ事業の利益率はしばらく低迷するとみておいた方がよろしいでしょうか。
- A4 : 正直なところ厳しい環境でございます。
一方で、明るい材料といたしましては、米国子会社のデジタルダウンロード販売は好調で、前期は過去最高益をあげることができましたが、今期もそれを更新できるものと考えております。

- Q5 : 音楽映像事業の利益率が高い水準にあります。この背景を教えてください。
また、今後さらに利益率を上げることは可能なのでしょうか。
- A5 : 舞台興行の部分が特に好調とお伝えしておりますが、チケット収入だけでは利益率はそれほど高くなりません。それにプラスして物販や DVD 販売が増えてくると利益率が向上してまいります。また、アニメに関しましては、映像配信収入が増えてくると利益率が向上してまいります。
- Q6 : 音楽映像事業の売上はそんなに伸びる計画になっていませんが、今期はそのあたりは増えると想定されているのでしょうか。
- A6 : 主力のパッケージは今期も厳しいとみているので、このような計画としてあります。
- Q7 : 経営統合以来、財務内容もかなり良くなってきたかと思いますが、マーベラスの課題がどこにあって、どういう方向に向かうというような、ビジョンのようなものがあれば教えてください。
- A7 : 課題はまだ多くありますが、特に開発の人員が足りていないと感じます。コンシューマの開発については、大手の他社様から受託を頂けるほどの開発レベルにはあると思いますが、ネイティブアプリの開発に関しては、まだまだ手薄であり、随時人員の補充を進めております。また、全社的な課題としましては、「ログレス」のヒットによって、ある程度の知名度は上がったとは思いますが、マーベラスといえば〇〇だというようなタイトルをより多く出して、当社ブランドを確立したいと思っています。
- Q8 : 「ログレス」につきましては、先日 Aiming さんも決算説明会で説明されていましたが、その筋書きやピークの捉え方などは、ある程度歩調は合わせて計画は作られているのでしょうか。また、「ヴァルキリードライブ」は、現状はプロジェクトの発表のみで、詳細は今後かと思いますが、どの程度計画に織り込んでいますでしょうか。
- A8 : 「ログレス」の前提につきましては、まず前期は通年を通して右肩上がりに成長し、もちろん第4四半期が一番売上が大きかったです。今期に関しては、その第4四半期よりも大きな数字は見えておりません。ただし、楽観視をしていないというもので、特にピークアウトを想定しているわけではなく、引き続き各 KPI の推移は堅調です。事業計画自体を擦り合わせて作成するということはありませんが、どのようなタイミングでプロモーションをやって、どういう要素を追加していこうといった戦略などは、もちろん共同歩調でやっております。
- 新作は「ヴァルキリードライブ」のほかにも、開発中のタイトルが何本かあり、詳細は発表をもってとなりますが、おおよそ下期からの貢献となるかと思っています。

- Q9 : 中期的にマーベラスブランドを確立するという中で、オンライン事業は「ログレス」が牽引し、大分事業構造も変わってきているかと思います。そしてマーケットの中でもマーベラスの存在感、プレゼンスは上がってきていると思いますが、改めてマーベラスブランドの確立ということを打ち出されたのは、何かしら今までの変化があったのでしょうか。また、今後のところでどういったところを目指し、そこに対して、人材リソースはまだまだ不足しているということですが、どのように対応していくのかというお考えをお伺いできればと思います。
- A9 : 「ログレス」がヒットしたことによって、多少世界が変わってきた部分もございます。先ほど開発人員に触れましたが、入社してくる人材や、募集したときの応募の人数であったり質の面で、随分変わってきました。新入社員に関してもそういった面があり、「ログレス」が好きで入ってくる優秀な人材も多くなってきており、1年前に比べると手応えを感じています。ですので、さらに2タイトル、3タイトルと次のヒットを生み出して、よりブランドを確立していきたいと考えております。
- Q10 : ジー・モードを子会社化したことによる今期業績への影響について教えてください。
- A10 : 子会社個別の業績開示はしておりませんが、ジー・モードの株式取得時のリリースに記載がありました通りの、前期並の営業利益は見込んでおります。ただし、のれんの償却が発生いたしますので、今期の全社の営業利益予想 60 億円は、これらのジー・モードの営業利益とのれんの償却費用をそれぞれ考慮したものとなっております。
- Q11 : オンライン事業について、「ログレス」や「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」のプロモーションコストのかけ方について教えてください。
- A11 : オンライン事業全体のプロモーションコストは前期と比べて、売上対比で4%程度増える計画となっております。当然、「ログレス」と「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」が使う金額としては一番大きくなっていくかと思っております。その都度目的をもって、それぞれの今後のタイトルの展開に合わせて、プロモーションを展開してまいります。
- Q12 : 「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」に関して、ランキング等を見ていると、ダウンロードは積み上がっているような印象ですが、例えば KPI の面や、今後の施策、現状について教えていただけますでしょうか。
- A12 : 「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」に限らずですが、各タイトルの詳細な情報は、競合戦略上の都合や、版權元様との関係から、詳細な情報はお伝えいたしかねますが、多くのお客様に大変長く遊んでいただいております。今後、ユーザー様の特性にあわせた施策やプロモーションの強化を進めて参りますが、サービス開始時にあった一時停止という事態をこれからも重く受け止め、安定稼働にも十分な対応を引き続き講じて参ります。

- Q13 : オンライン事業で、今期は何タイトルくらい出されるでしょうか。
- A13 : 実際の開発や企画としては、多数動いておりますが、タイトルを乱発する予定はありませんので、その中からよりよいものに絞り込んで、今期は数タイトルのリリースを考えております。
- Q14 : 「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」について、今後、仮にマスプロモーションを打つとしたら、例えば、月商やダウンロード数などがどの位の規模になったらというような基準はありますでしょうか。
- A14 : 「ログレス」の時には、確かに一定量のダウンロード数を達成したらというような考えはありましたが、「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」につきましては、IP が確立されたコンテンツでありますので、どのくらい達したらというよりは、今後展開していく施策と連動する形で最適なタイミング行うのがよいかと考えます。

以上