

2017年3月期第2四半期 決算説明会 質疑応答概要

Q1	上期と下期での広告宣伝費等のかけかたの違いについて教えてください。
A1	<p>広告宣伝費は、「剣と魔法のログレス いにしへの女神」はIPとのコラボもあり第2四半期ではTVCMにも力を入れておりました。パッケージソフトにつきましては、タイトルの発売時期によつての投下がありますので、会社全体でみたときに上期から下期にかけて広告宣伝費を大きく削るといふようなことはありません。</p>
Q2	開発中止のお話がありましたが、それによりどれぐらいの利益の圧迫があったか教えてください。
A2	<p>上期においては、サービス中止及び開発中止による一括償却をしたのは、2タイトルで5億円強となっております。それ以外に、現時点でサービスが終了しているタイトルや、今後終了予定のタイトルの損失分が2億円強ございました。</p> <p>先程ご説明いたしましたとおり、これらの解消により上期と比べて下期は7億円強の利益改善が見込めます。</p> <p>もちろん現時点でも、開発はいろいろと進めていますが、現状見ている範囲では、下期における開発の一括償却のリスクは少ないと考えております。</p>
Q3	開発中止等に関わる部分で、上期と下期の比較で、7.5億円の利益改善が見込めるとのことですが、バランスシートをみると、前期末時点と比べても変わっていないと見受けられます。このあたりのコストコントロールや来期以降に発生するリスクについて教えてください。
A3	<p>一括償却費用につきましては、毎期数億円レベルで発生しております。正直申しまして、このビジネスをやっている限り、常にこの一括償却のリスクは伴うものと考えております。</p> <p>パッケージソフトの場合は、タイトルが不振に終わっても、何本か販売できれば少しでも回収につながりますが、オンラインゲームが不振におわると初期開発費に加えて、数か月分の運営費がかかり、最悪のケースは初期開発費の倍額の損失になる可能性もあります。ですので、開発が8割程度進んでいても、中止し、一括償却をしたほうがいいたろうという判断をするケースがございます。これだけゲームを作っていて、どうしてそんなことが起こるのかと不思議に思われる方もいらっしゃるかと思いますが、最後のチューニングをするローンチの2、3か月前まで、ほんとにいいものができているか、評</p>

価が難しいというのが、オンラインゲームの特徴だと思っております。また、過去には、当社が開発していたものと、同じようなタイトルが他社さんに先行されて、そのカテゴリーの売上を独占されてしまったため、後発でリリースするよりも、中止するほうが損失は少ないだろうと判断したこともございました。

ですので、直近のこの下期においては、タイトルラインナップや開発状況から見て、一括償却のリスクは少ないと申しましたが、オンラインビジネスをやっている限りは、この一括償却のリスクは常に伴うものをご理解ください。

Q4 数年後を見据えたうえでの、経営の軸足としてどこに重点を置くべきと考えているのか教えてください。

A4 ここ数年においては、オンライン事業に力をいれてきました。スマホのアプリ市場は1兆円産業と大きいですが、この中で毎年4,000~5,000というタイトルがリリースされていると言われており、その中でもベスト100に入るタイトルは、年間20本~30本しかありません。おかげさまでログレスは、去年は国内で8位にランクしましたが、ベスト10に入るような新しいタイトルを生み出すのは、かなりの至難の業です。

ですので、オンライン事業はこれまで以上にタイトルを厳選、精査し、IPを使用したり、他社様と協業したりといった形で、リスクヘッジをしながら投資をしております。また、コンシューマ事業もこれまでどおりやっておりますが、VRも状況を見つつ対応していかなければと思っております。音楽映像事業に関しましても、ライブエンターテイメントがすごく伸びしろがあるので、ここもしっかりやっております。

ですので、これからの数年にかけては、特にどの事業にということとは考えておらず、先ほどの説明でもお伝えしました通り、ポートフォリオ経営で、どの事業もきちんと対応しております。

Q5 下期の営業利益を創出するのに、それぞれの事業別の取組みをもう少し具体的に教えてください。

A5 オンライン事業では、先ほど申しました通り、一括償却部分と不採算タイトルの解消分で、7億円強の改善とお伝えしましたが、その他にも既存タイトルのサービス期間経過による償却費の軽減や、サーバー関係のコスト見直しも進んでおります。

また、ログレスに関しても、第1四半期があまり好調ではなかったのですが、第2四半期からかなり復調となっており、最近ではランキングで久しぶりに4位になるなど好調で、12月には3周年もありますので、ログレス単体でも上期よりも下期は好業績が見込めるものと考えております。

コンシューマ事業では、上期はアミューズメントの新型筐体投入のタイミングであり

利益が出ていませんでしたが、ここも下期に大きく改善を見込んでいます。パッケージも、国内販売では正直上期はあまり利益貢献できていませんでしたが、申し上げた通り、下期は「閃乱カグラ PEACH BEACH SPLASH」もありますし、「Fate/EXTELLA（フェイト／エクステラ）」が大きく計画を上回っていますし、こちらもかなりの利益好転を見込んでおります。また、去年も好調でした、マーベラス USA ですが、こちらも下期に「Fate/EXTELLA」や「牧場物語（STORY OF SEASONS）」があり、下期偏重となっております、USA の利益の上期：下期は 1：2 ぐらいになっています。

音楽映像事業では、上期に新たな作品として立ち上げました舞台公演、「舞台『刀剣乱舞』と『あんさんぶるスターズ！ オン・ステージ』が両作品ともに大変好調でした。この 2 タイトルとも下期に大幅に規模を拡大して公演いたしますので、音楽映像事業につきましても、上期よりもさらに利益成長を見込んでいます。

Q6 「Fate/EXTELLA（フェイト／エクステラ）」の新作の予約状況を教えてください。

A6 当初の計画では、通期で 17 万本強の計画でした。現時点で、イニシャルでその数字以上の受注が取れております。また、当初と違って限定版などの編成も加わりましたので、その分の伸びもございます。現時点で、「Fate/EXTELLA（フェイト／エクステラ）」だけの当初の通期目標はクリアしていますが、あと 12 月 1 月 2 月 3 月でどこまで販売を伸ばせるのかということを考え、更にプロモーションの強化をし、期中でより大きな数字に結び付けたいと考えております。

Q7 12 月がログレス 3 周年ということですが、このまま回復してログレスに勢いが出るようであれば利益を犠牲にしても広告宣伝費を追加するのでしょうか。それともある程度、広告宣伝費はここで抑えるという風にお考えでしょうか。

A7 広告宣伝費に関しては、今決定している範囲でいくと思います。
年末年始に関しては、広告業界も繁忙期ですので、急遽スポットを打つということは難しいと思います。

以上