

## 2015年6月23日開催 経営近況報告会 質疑応答概要

### 【Q1】

海外のアプリの成功事例をみると、ガチャシステムではなく、広く薄く課金を取るということが、受け入れられていると感じますが、ガチャを重視している「剣と魔法のログレス いにしえの女神」を海外に配信しても、成功できるのでしょうか。

### 【A1】

「剣と魔法のログレス いにしえの女神」の海外展開につきましては、以前から検討を重ねて参りましたが、慎重に慎重を期して、香港・台湾・マカオでの展開を決定しました。逆に、なぜ他の国でやらないのかといたしますと、MMORPG というゲーム性が受け入れられる土壌があるかないかが大きな要因となります。日本のゲームと中国のゲームは相容れない部分もありますが、香港・台湾・マカオでは、文化的にもゲームの趣向からも受け入れられる可能性があります。日本のアプリで中国で成功しているタイトルはほとんどありませんが、台湾では成功事例もあり、そこには比較的日本的なガチャシステムが受け入れられる土壌がございます。そういう狙いもあり、まずは香港・台湾・マカオで最初の勝負をするというのが我々の結論です。その土地やカルチャーに応じたバランス調整はもちろん必要となりますが、いずれにしても、マーケットを見渡しても「ログレス」程のボリュームがあって、完成された MMORPG はいまだに海外ではありません。新しいチャレンジですので走りながら考えるというのが今の戦略です。

### 【Q2】

セグメント別の業績予想について、4月～6月の業績もある程度見えてきていると思いますが、以前とあまり変化がないように見えますが、そのあたりは反映された、最新の予測なのでしょうか。

### 【A2】

経営近況報告会資料に記載の業績予想につきましては、当初発表している事業計画でありまして、現時点でこれを修正するようなことは考えておりません。なお、4月・5月に関しましては、比較的順調に推移しております。

**【Q3】**

オンライン事業の営業利益率が、売上の伸びに比べて変わっていないように見えます。

他社事例では、ある程度のラインを超えると急に利益率が良くなることが多いのですが、そのあたりは、保守的に見ているのでしょうか。

**【A3】**

1本突き抜けたタイトルがあると、ものすごく利益率が上がるという点は、おっしゃる通りだと思います。ただし、当社の今期の業績に突き抜けたタイトルを見込んでいるかということ、業績の予想に大きなブレが出かねませんので、そこまではとても見込んでいないというのが正直なところです。新作のネイティブアプリは5本くらい出せばベストですが、開発の遅れも踏まえ、3～5本くらい今期はリリースできればと考えております。これら複数のタイトルでミドルヒットを狙っていく事業計画になっていると、ご理解いただいたほうがよろしいかと思えます。

**【Q4】**

日本 2.5 次元ミュージカル協会ができて、今期たくさんのタイトルが出ると思いますが、もともと「テニミュ」などでできた俳優さんのファンが、そこからいろいろな舞台に行っているような印象を受けます。あまりにも舞台の数が増えてしまうと、取り合いのような形になって、発展性がないのではないかと不安にもなるのですが、その点についてはどのように考えていますでしょうか。

**【A4】**

2.5 次元ミュージカルで、タイトル数が増えてきているというのはおっしゃる通りです。当初、十数年前に「テニミュ」を手掛けた頃は、ほぼ 100%のお客様は原作ファンでいらっしやっただと思えます。逆に今は、原作はほとんど知らないけれど好きな俳優さんが出演しているからという理由でいらっしやる方もたくさんおられます。そのため、我々としては、まず原作を知らないお客様が来ても楽しめる作品を作ることを中心に目指しております。舞台公演事業は結果的に、ありがたいことですが前期に関しましては、ほぼ打率 10 割を達成することができました。俳優さんのキャスティングも確かに大変でして、人気のある方は、取り合いにもなっています。そこで我々が優位に立つためには、とにかく良い作品を作り続けて、マーベラスの舞台は常に満員だねと、事務所さんにも出演されている俳優さんにも思ってもらえるよう、作品で力を示して、キャスティング力をつけていきたいというのが我々の考えです。

**【Q5】**

「幕末 Rock」に関しまして、舞台はすごく好調とのことで、すでに2回目の公演が決まっていますが、舞台だけの継続を考えているのでしょうか。未達だったというアニメやゲームに関しても展開が継続すると考えてもよいのでしょうか。自社 IP なので、できれば大事に育てていただきたいと思っています。

**【A5】**

「幕末 Rock」の舞台につきましては、初演のチケットが売り切れるほどの予想以上の人気でしたので、再演することになりましたが、次回作はさらにスケールアップしております。もともとは、ゲーム、アニメの力で引っ張ってきて、最後がミュージカルだったのですが、現状この3つのメディアの中では、ミュージカルが勢いがありますので、ここでさらに盛り上げて、各メディア展開へとつなげていけたらと考えております。

**【Q6】**

「幕末 Rock」はその後、ゲームの方でも一時期ダウンロード半額キャンペーンなどもありましたが、ミュージカルに俳優さん目当てで観に来たお客さんが、ゲームやアニメに興味をもったというような還元効果はありましたでしょうか。

**【A6】**

俳優さんを目当てでミュージカルを見た方が、その後実際にゲームをしていただいたかは分析できておりませんが、多少の効果はあったかと思えます。

**【Q7】**

音楽映像事業のミュージカル作品は、DVD はありますが、Blu-ray では出ないのでしょうか。

業界全体で DVD と Blu-ray のすみ分けや比率があると思うのですが、マーベラスはどのような方針でしょうか。

**【A7】**

Blu-ray につきましては、アニメーションに関しましてはかなり早い速度で浸透し、DVD を超える売上比率となりました。一方で、ミュージカルの映像作品に関しては真逆で、「テニミュ」は、かなり早い段階で Blu-ray 化したのですが、当時は全く売れませんでした。若い女性のお客様がメインターゲットですので、Blu-ray の浸透が遅かったものと考えております。ただ、ここへきて Blu-ray へのご要望も増えてきていますので、今後は Blu-ray 化を進めていく計画です。

## 【Q8】

コンシューマ事業は、テレビゲームは思い切ってやめてしまうということはないのでしょうか。ものすごい労力をかけている割には、見合わない部分もあるかと思えます。反論するような力強い回答を期待します。

## 【A8】

コンシューマ事業は、市況が悪いと言われておりますが、全く止める気はございません。

では、この厳しい環境の中、当社はどのように収益をあげていくのかという点については、二つの軸を中心に考えております。

まず一つ目ですが、コンシューマの存在意義やミッションは新規 IP の立ち上げにあると我々は考えております。おかげさまで、「閃乱カグラ」は何作か出ささせていただいて、コンシューマ事業で十分な利益をあげているだけでなく、ソーシャルゲーム化、アニメ化、あるいは二次利用、諸々周辺含めた総合的な利益としてはかなりの金額になっており、経営にもかなり貢献しております。ただし、このような市況ですので、やり方は考える必要があると思っております。当社が考えているのは、小さく生んで大きく育てるということです。例えば、現在一番伸びしろのある市場は皆様ご存知の通り PS4 ですが、いきなり新規のオリジナル IP を PS4 に出すというようなことは開発費も相当かかり、リスクが高いため難しい状況です。ですので、まずは、携帯ゲーム機で小さく生んで、「閃乱カグラ」のようにゆくゆくは据え置き機版も出すといった流れで、一つの IP で、3～5年くらいのサイクルで十分ビジネスをさせていただき、ユーザー様にも受け入れていただく。そのサイクルが会社の活力をもたらしてくれるのではないかと考えております。

もう一つは、そうはいっても今、時代はデバイスの境界線がなくなってきているということ、我々現場では切実に感じております。容量の問題やコントローラーが無いことなどありますが、スマホの性能はある意味で家庭用ゲーム機を超えています。ですので、コンテンツの性格によっては、いきなり携帯ゲーム機とスマホのマルチデバイスで展開するものもあるかもしれませんし、むしろスマホ向きと思えるものは、コンシューマの企画でもスマホ先行で広がった後に、その内容を充実させた作品を携帯ゲーム機に出すようなことも考えられます。まだタイトル名は公表しておりませんが、既に、コンシューマの部門でもスマホ向けゲームを開発しております。彼らはスマホの時代に適していると思っております、いわゆるブラウザのソーシャルゲームとスマホネイティブゲームの最大の違いはタッチパネルの手触り感であって、この手触り感を出すのは本当に職人のような経験がものをいう世界で、剣を振るスピードやブロックが消えていく爽快感は、ソーシャルゲームブームから入ってきた人たちにはなかなか出せない領域です。その辺りをコンシューマの開発者は分かっています。

この二軸でコンシューマは取り組んでいこうと考えております。向こう1、2年は正直耐える時期だと思っておりますが一回やめてしまうと再始動するにはものすごいパワーが必要となりますので、ここは歯を食いしばって利益を出す形で存続していきたいと思っております。

**【Q9】**

オンライン事業の1タイトルの息の長さはどのくらいを見込んでいるでしょうか。

**【A9】**

今、アプリのマーケットは非常に熱く、マーケットの伸び以上に競争が激化しています。そのような中で、新規のヒットタイトルを出すというのは、今まで以上に難易度が上がってくるだろうなと思っております。そこで1番重要なのが、既にヒットしているコンテンツを息長く続けることです。当社の場合「ログレス」や「ディズニー」がそれにあたりますが、そこで問われるのが運営力や企画力等のコンテンツを持続させていく力です。我々は、長期コンテンツの運営に関しましては、そこそこの実績がありまして、1番長いブラウザ三国志は6年になりますが、実は前年度の売上はその前の年を上回っています。「ログレス」「ディズニー」に関しましては、短期決戦ではなく、中長期的にユーザーの皆様へ愛されるコンテンツに育てていきます。そのために、最優先で社内のリソースを充てております。ここが、経営基盤を安定させるうえで、一番重要なポイントだと思っております。

**【Q10】**

「剣と魔法のログレス いにしえの女神」につきましては、いまだにアクティブユーザーが増えていますが、スマホ全体としては、何年くらい先まで伸びそうと考えているでしょうか。コンシューマ市場のように落ちてしまうと、絶対的に売り上げが落ちる可能性もあるかと思えます。

**【A10】**

我々も正直とても読みにくい部分です。いかに臨機応変に対応していけるかということを考えていきます。

また、市場が急激にシュリンクする可能性も踏まえて、我々はコンシューマ、アミューズメント、音楽映像と幅広いポートフォリオ経営をしております。どれか一つしか事業をやっていなかった場合には、市場全体が落ち込んでしまうと、会社全体の業績が引っ張られてしまいますので、そのような兆候が出たら他の事業でカバーすることと、新しいトレンドに臨機応変に対応することを心がけたいと考えております。

**【Q11】**

音楽映像事業のアニメに関しては、主力の2タイトル（「幕末 Rock」、「東京喰種」）が不振だったかと思います。アニメに関しては、毎年ヒットが出ていない印象がありますが、問題はプロデューサーにあるのか、制作費の問題か、あるいは制作期間が足りなくて作り込みが甘くなってしまうといったことなのか、その辺りをどのように分析しているのでしょうか。

**【A11】**

「幕末 Rock」に関しましては、残念ながらパッケージ商品は厳しい結果でしたが、コンテンツ全体では、音楽、ライブ、ミュージカルが好調に推移いたしました。プロジェクトトータルで考えれば失敗したとは考えておりません。また「東京喰種」に関しましては、人気の上昇に対してパッケージの販売が計画よりは伸びませんでした。実は映像配信が非常に好調に推移しています。今後は舞台公演やOVAの発売、そして更に積極的に映像配信を広げてまいります。

**【Q12】**

ミュージカルの物販が利益に貢献しているとのことですが、公演前に物販に2時間や3時間並ぶといった状況が以前はあったかと思いますが、例えば本編の方に集中させてあげるような物販の救援策があればありがたいと思いますが、いかがでしょうか。

**【A12】**

ミュージカルの物販に関しましては、ご指摘の通り、公演の前後や休憩中だけですと、時間的にも場所的にも制約があり、なかなか買いにくいという状況がありましたので、最近では会場の外にテントを設けて、公演時間と関係なく、また観劇しないお客様でも買えるように、なるべく買いやすい環境を作るように努めております。

**【Q13】**

アミューズメントにつきまして、「パズドラ」や「モンハン」はゲーム本編と、WinWinになるようなコラボは出来ないのでしょうか。

**【A13】**

我々といたしましては、本家とのコラボは非常に望むところであります。「パズドラ」につきましては、最近では今期のキャラクターの登場などで、そういったご協力はいただいておりますし、「モンハン」は6月25日からの稼働ですので、今後ご期待いただければと思いますが、著作権元であるカプコン様との共同事業でございますので、かなりのご協力をいただいておりますので、ご期待に添えるものと思っております。

**【Q14】**

株主総会、経営近況報告会の開始時間をもう少し早めていただけないでしょうか。  
1時、2時から始めていただけると嬉しく思います。

**【A14】**

株主総会の開始時間につきましては、いろいろな意見がありまして、どうしてもこの時期は株主総会がかなり集中する時期でありますため、午前中に他社様の株主総会にご出席された方でも、その後当社株主総会にも来ていただきやすいような時間帯に、現状は設定しております。もう少し早い時間がいいというご意見をたくさんいただくようでしたら、もちろん検討していきたいと思っております。

**【Q15】**

未達の部分がいくつかありますが、全体的にマーケティングが弱いような印象があります。ユーザーやファンを声を吸い上げる、そういった部門はないのでしょうか。

**【A15】**

デジタルコンテンツに関しましては、専門のマーケティング本部がございまして、コンシューマ、オンライン共に様々な調査、リサーチやユーザー様の声を吸い上げたり、プロモーションを行っております。

一方で、音楽映像は専属部署はなく、制作と宣伝の2つとなりますが、逆に音楽映像は大型のイベントがいくつか開催されますので、そういった場で、なるべくいろいろな声を吸い上げたりする努力をしております。

ご指摘の部分もあるかと思っておりますので、大変貴重なご意見として承らせていただきます。

**【Q16】**

テレビ放映されているものの中で、ほとんどグッズが売っていない作品があると思いますが、物販に消極的という感じがしますがどのような方針でしょうか。

**【A16】**

物販の製品に関しましては、例えば、アニメのオンエアの権利や制作の権利を持っていてもグッズが作れる権利というのは細分化されておまして、我々にある場合と無い場合があります。ある場合におきましては、例えばミュージカルの物販は積極的に行っておりますが、ある程度数量の予測も立てやすく、シリーズを通して販売できるため、最終的に在庫処分することはほとんどありません。一方で、アニメーションから派生するグッズは在庫リスクがありますので、あまり積極的ではないかもしれませんが、ライセンスと自社で作るものを合わせて、それぞれのIPごとに判断してまいります。

**【Q17】**

全体的に見ると利益が出ているからいいかな、というような楽観的な見方があるのですが、利益を圧迫している部分が改善されればもっと収益が出ます。そのあたりに対して、誰が責任を取るのでしょうか。また、そういった欠点を来期までに直しますといったコミットメントをいただきたい。

**【A17】**

責任については、明確で、全社総合的な責任は私（代表取締役会長兼社長）です。事業別にも、ゲームは副社長の青木、アミューズメントは副会長の許田、音楽映像は常務の松本ということで、責任体制は明確です。それぞれが責任を持って、不採算のないように取り組んでおります。一方で、どうしてもこのエンターテインメントビジネスは、無駄がないと利益（成功）が出ないというのも正直あります。仮に2割が成功で8割の作品が儲かっていないとしたら、その8割を捨ててしまえばもっと儲かるんじゃないかという考えはあるかもしれませんが、その8割の中から次の2割が出てくるという部分もありますので、多少無駄は生じるかと思いますが、極力効率化を図ってまいります。

**【Q18】**

クリエイター出身の方々ではなく、許田さんから見て今後1年のマーベラスをどのようにみているか聞かせてください。

**【A18】**

今後一年をどう見ていくのかということですが、過去も今後も当社は変わらず、「驚き」と「感動」を求めていくということに変わりはありません。先ほどの回答にもありました通り、やはりこのビジネスというものは失敗もあります。その失敗がないと新しいものは生まれてこないということは皆様もご存じのことと思います。我々もこれまで色々失敗しています。ネイティブアプリもかなり早い時期に着手しましたが大きな失敗もしました。だからこそ今、「ログレス」が出たわけです。音楽映像事業でも、2.5次元ミュージカルは我々が初めてやったと言っても過言ではないと思います。そういった意味でも、私はクリエイターではないですが、会社として「驚き」と「感動」を皆様に与えられるものを生み出していく、これは経営陣全員で進めてまいります。今後一年と言わず、これから先ずっと続けてまいります。今後一年というスパンでどう捉えるかというのであれば、やはり今市場が一番広がっているオンライン事業に重点的に取り組みます。また、我々が、大事にしていることで、強力なIPを創り出すという点では、それが多少事業規模は小さくても、IPが生まれてそれを全事業領域で展開していく、こういうビジネスを我々は心がけていきたいと思っておりますので、末永くご支援賜りますようお願いいたします。

チャレンジをして失敗をした場合に、そのチャレンジを責めてしまうと、社員はチャレンジをしなくなってしまう。チャレンジしなくなったらエンターテインメント企業としては終わりだと我々は思っております。一生懸命チャレンジすることに我々はオーソライズして、やった後の失敗の責任は上が取り、現場の責任はあまり問わないという方針でやっております。

**【Q19】**

「ブラウザ三国志」につきまして、mixiのワールド2とワールド3が、全く先の統合が見えない状態となっています。長期タイトルなのでメンバーは固定化し、カードのインフレが進む一方で、世界が閉塞しているように感じますが、これについて今後どのようなお考えでしょうか。

**【A19】**

貴重なご意見ありがとうございます。

一般論になりますが、長期にコンテンツを運営していく上で、こういった問題は起きてくるものとは思っております、そこを解決してこそ更に長い運営ができるのかなと考えております。

このようなユーザー様の声は非常に貴重ですので、プロデューサー、運営にフィードバックさせていただきます。

ありがとうございました。

**【Q20】**

「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」に、チャット機能は付けないのでしょうか。

**【A20】**

確定的なことは申し上げられませんが、どこかのタイミングで実装させていただくかもしれませんが、少なくとも現時点でその予定はございません。

**【Q21】**

アメリカとヨーロッパ（イギリス）に子会社がありますが、「ディズニー マジックキャッスル ドリーム・アイランド」の世界展開は期待しているのでしょうか。

**【A21】**

世界展開は、願望としてはすごくやりたいですが、現時点では未定です。

## 【Q22】

「ポポロクロイス牧場物語」についてですが、今回、ストーリー重視のポポロクロイスの中に、大切な IP であるはずの牧場物語をおまけみたいな形で、しかもあまりやり込み要素がない形で入れてしまったのはなぜでしょうか。牧場物語のファンからもがっかり感が漂う感じですが、どのような戦略、考えだったのでしょうか。

## 【A22】

今、業界的に閉塞感がある中で、我々が力を入れようと思っているのがコラボレーションです。少しでもユーザーの皆様様の注意を喚起して目を向けていただくための、最初のきっかけが非常に重要と考えております。新規のオリジナルタイトルをいきなり出しても中々売れる時代ではありませんし、思い切ったマーケティングコストをかけるといった状況でもございません。そういう意味で、当社が持っている IP と他社様が持っている IP とのコラボレーションは重要で、中堅パブリッシャーの戦う武器として、今後も進めていきたいと考えております。

個人的な意見でプロデューサーの思惑はまた別だと思いますが、当社の看板タイトルで「ルーンファクトリー」がございしますが、牧場物語の派生タイトルで RPG を融合させたゲームで、非常に受け入れられました。この次回作が中々出ずに、ユーザーの皆様をお待たせしている状況なのですが、その答えのひとつが「ポポロクロイス牧場物語」ではないかと、個人的には思っております。ただし、欺瞞的に販売することは当社として絶対したくありませんので、宣伝展開においては、かなり「ポポロクロイス」に寄せたつもりです。確かに「牧場物語」の要素はありますが、結婚できるわけではありませんし、何千時間何百時間も遊び続けるゲームではなく、むしろ「ポポロクロイス」のファンに向けて、ストーリーを味わっていただき、純 RPG の部分を楽しんでいただき、そこに「牧場物語」のすごく秀逸な要素である牧場の開拓、農耕という部分を乗せたというのがこのゲームのコンセプトです。ですので、ポポロクロイスのユーザー様にはかなり好評を頂いているのではないかと考えております。

**【Q23】**

「ブラウザ MC☆あくしず」ですが、概ね2年前に、第1ワールドと第3ワールドを統合すると発表された後、1週間も経たないうちにユーザーの声で中止になったという件がありました。一方で、3か月ほど前に他のワールドの統合がありましたが、この差はどこからくるのでしょうか。また、今後サーバーを統合して経費削減することは考えていますでしょうか。

**【A23】**

「ブラウザ MC☆あくしず」に関しまして、ワールドの統合を取り止めた経緯につきましては、当初運営側の勇み足で一旦ワールドの統合を発表いたしました。色々と総合的にユーザー様のデータを分析した結果、ゲームバランスが著しく損なわれるであろうとの判断で、統合の中止を発表させていただきました。同時に当社の運営史上最も手厚く補填、補償をさせていただきました。今後につきましては、早く統合をというご提案だと思いますが、これは一概には申し上げられません。我々は常にゲームの存続を念頭に置いておりますが、長く存続させるためにこういった形がいいのかということ、ゲームバランスなどを見ながら、総合的に勘案し今後も適宜サーバーの統合は検討いたします。サーバーを統合した方が経費的に多少削減できるのは事実ですので、総合的な判断のもと決めてまいります。時期ですとか、統合理由につきましては、逐一詳らかにするつもりはございません。全てのユーザーの皆様にご満足していただける完璧な運営というものは、理想ではありますが、現実中々そうもいきませんので、なるべく多くのお客様に長く楽しんでいただけるような運営を今後も心がけてまいりたいと考えております。

**【Q24】**

「パズドラ Z テイマーバトル」で特損を出していますが、こちらについて、別の事業で、ガンホーさんとの関わりなどで、転んでもタダでは起きないというような何かを考えているのでしょうか。

**【A24】**

現時点で発表できることはございませんので、大変申し訳ございませんが、ご了承ください。

**【Q25】**

他の株主の方から、株主総会の時間を早くして欲しいとありましたが、私からは、今のこの時間が有難いと意見させていただきます。

**【A25】**

株主総会の時間につきましては、ご意見として参考にさせていただきます。

**【Q26】**

「剣と魔法のログレス いにしえの女神」がこれだけヒットしているのに、他の会社からコミカライズ化、アニメーション化の提案がないか、または自社で考えているのか伺えますでしょうか。

**【A26】**

当社の強みとして、アニメ、ミュージカル、アミューズメント、コンシューマ、オンラインと幅広く展開している部分がありますが、その強みは活かしたいなと思っております。これは「ログレス」に限らずで、他のコンテンツに関しても、チャンスがあればぜひ前向きに、全部自社の意思決定でできますので、やっていきたいと思っております。

**【Q27】**

優秀な女性社員や管理職がいるとのことですが、将来的に女性が取締役になるのでしょうか。

**【A27】**

女性役員は、現時点ではおりませんが、最近は女性管理職は増えてきております。例えば、総務、人事、ステージ制作、オンラインマーケティング部門に女性マネージャーがおります。特に男性だから、女性だからという理由で役員にするわけではありませんが、この中から将来的に、ここに座るメンバーが出てきたら嬉しく思います。

**【Q28】**

許田さんが副会長になられて、中山さんが会長と社長に復帰されていますが、どのような意図でしょうか。

**【A28】**

何回か話が出ております通り、コンシューマ事業の中でも、アミューズメントが厳しい状況にあります。特に前期は厳しかったです。今期もまだ厳しい状況は若干続きますが、6月25日からの新機種導入と、それ以外にも詳細はお話しできませんが来期に向けた明るい材料を持っております。そこで、許田には、アミューズメントの立て直しにとにかく専念してもらおうということで、これまで許田が管掌していた管理部門や経営全般に関しては、私が担当するといった経営体制とさせていただきます。

**【Q29】**

午前中にコーエーテクモさんの株主総会に出席してきましたが、あちらはコンシューマ市場が国内でシュリンクしている中でも非常に良い成績を収めています。御社としては、コンシューマ市場がシュリンクしていく中で、利益、利益率を上げていくために、海外展開や原価圧縮等どのような取り組みをしているのでしょうか。

**【A29】**

コンシューマ事業の中で、受託開発を行っておりますが、これ自体は薄利なビジネスとなりますが、社員の技術力を蓄積して、その技術を自社タイトルの開発に活かしていくことによって、ローコストで自社のタイトルを開発することができます。未発表のコンシューマタイトルで発売は来期になるかと思いますが、強力な IP 作品を 1 タイトル、今まさにこのパターンで開発しております。こういったタイトルがうまく売れてくれると利益率も大分あがってくるものと思っております。

また、海外につきましては、海外向けで日本のパブリッシャーで成功しているコンテンツはとて少なく、海外パブリッシャーは投資コストも桁違いなので、そこに真っ向勝負しても難しいと思っております。そのような中でもチャレンジはしており、前期 3 月には「牧場物語」の海外版（「STORY OF SEASONS」）をリリースしております。以前は他社様にライセンスアウトしておりましたが、今作からは Marvelous USA（米国子会社）からの自社販売に切り替えております。おかげさまで非常に好調でして、新しい IP として確立しつつあります。うまく立ち上がり、2、3 というシリーズに繋げていけると思いますが、今まで外部に出ていた収益を、グループ内に還元できております。思い切った手というのは、なかなか打てませんが、当社の身の丈にあった、当社なりの戦い方で、コツコツと利益改善は今後も図ってまいります。

子会社の業績は開示しておりませんが、Marvelous USA の営業利益率は 20% を超えております。ここ 3 年間、確実に売上、利益を積み上げており、収益率も高くなっております。今の牧場物語の話もありましたが、引き続き伸ばしていきたいと考えております。

**【Q30】**

舞台作品の海外でのライブビューイングについてですが、「弱虫ペダル」を海外でライブビューイングを行った際には、現地でチケットが大変人気で、上演時大変熱狂したそうです。今後、「刀乱舞」やその他の舞台作品も海外のライブビューイングをする予定はありますでしょうか。

**【A30】**

「弱虫ペダル」は、国内 28,000 人プラス海外という規模で千秋楽のライブビューイングをやりましたが、本公演を生で観た方と合わせて 30,000 人以上の方が一つの舞台を観たという、大規模なものとなりました。海外でも IP が浸透しているものに関しましては、通用するということがわかりましたので、そういうものに関しましては、積極的にライブビューイングを行っていきたいと思っております。今後のステージ制作部門の収益の柱の一つになると期待しております。なお、直近では、「東京喰種」の台湾でのライブビューイングが決まっております。

以上