

2015年3月期第1四半期決算 カンファレンスコール質疑応答概要
(2014年7月31日)

- Q. 本日『モンスターハンター エクスプロア』が発表されたが、『モンスターハンター スマート』からの具体的な変更点を伺いたい。
- A. 対応プラットフォームに Android を追加しました。また、4人でのリアルタイム協力プレイが可能となることに加え、遊び方や操作方法など様々な要素を見直し、新たなタイトルとして改めて開発を進めています。
- Q. 『モンスターハンター エクスプロア』の開発費は当初の想定を大幅に上回るのではないのか。
- A. 2015年に配信予定のため開発費が増加するのは事実ですが、家庭用ゲームに比べ開発規模が小さいため、全体の開発投資額における影響は軽微だと考えています。
- Q. 「PC その他」が前期比で減収の理由を伺いたい。
- A. 主な要因は、前期売上に貢献したアジア向けタイトルの収益減によるものです。
- Q. 各事業におけるコスト削減の詳細を伺いたい。
- A. 販売費および一般管理費（販管費）が前期比で約17億円減少していますが、主な要因は新作の減少やプロモーションの効率化による販売促進費の減少約8億円のほか、人件費の減少等によるものです。また、全社的な経費削減や実施時期の見直しも貢献しています。
- Q. 自社パチスロ機『戦国 BASARA3』の受注状況を教えてほしい。
- A. 現在受注活動中ですが、現時点では順調な進捗であり、当社の計画台数約2万台は達成できるものと考えています。
- Q. 東京ゲームショウなど今後のイベントで新作を発表する予定はあるのか。
- A. 今期の主力タイトルは既に発表している『モンスターハンター4G』となりますが、東京ゲームショウなどのイベントの詳細は現在準備中であり、現時点ではお伝えできません。
- Q. アジア地域での展開において、複数の現地パートナーと提携しているのは何故か。
- A. 1タイトルあたりの運営負荷を勘案し、分散化による効率性を重視しています。また、複数のパートナーと提携することで、アジア展開の経験値を蓄積したいと考えています。

- Q. アジアでのオンライン・モバイルゲーム展開は今期の計画に含まれているのか。
- A. 計画には織り込んでいますが、今期計画における収益規模は大きくありません。今期から順次展開を進め、タイトル数の増加により収益基盤の拡大を目指しています。
- Q. モバイルコンテンツの売上 14 億円の内訳を伺いたい。
- A. 第 1 四半期実績におけるカプコンブランドとビーラインブランドの売上構成比は 7 : 3 となりました。なお営業利益については大半をカプコンブランドが占めていますが、概ね計画通りに進捗しています。また、通期の売上構成比は 6 : 4 を見込んでいます。
- Q. 「自社開発の強化（外注比率減少）」に関する進捗状況を伺いたい。
- A. 第 1 四半期における内作開発投資額は期初計画通りですが、外注費用は下回っており、計画以上に内作の強化は進展していると認識しています。
- Q. 販管費の削減について、通期の見通しを伺いたい。
- A. 具体的な数字は申しあげられませんが、プロモーションの効率化など販売促進費の見直しは恒常的に進めていく予定です。
- Q. 中国でのオンライン・モバイルの展開について、政府規制のリスクやユーザー嗜好の違いなどはどの程度認識しているのか。
- A. コンテンツメーカーとして、これまでの中国でのビジネス展開の難しさは認識しています。しかしながら、当社としてもオンラインゲームやモバイルコンテンツの中国への展開は今回が初の試みであり、現時点で申しあげることはありません。仮に運営開始後に問題が発生した場合でも、パートナーと協力して解決方法を検討していきます。
- Q. モバイル開発体制の変更による効果は現れているのか。
- A. 前期末に組織を変更し、新たな体制での開発は進行しています。また、各プロジェクトの課題が明確化されたため、前向きな開発環境が構築されています。
- Q. 家庭用ゲームのフリートゥープレイ（基本無料、アイテム課金）への考え方を伺いたい。
- A. 家庭用ゲームでのフリートゥープレイはまだ前例が少なく、意欲的なタイトルだと認識はしています。ただし、当社では『deep down』を開発中ですが、基本無料という性質上、新たなハードで新たなユーザーに遊んでいただく機会が増えることは大きなメリットとなり、挑戦に値するビジネスモデルだと考えています。