

2016年3月期 決算説明会 質疑応答概要
(2016年5月10日)

Q. 家庭用ゲーム市場の今後の動向について伺いたい。

A. 当社としては2020年には主要な据え置き機の普及台数は1億台を突破すると考えており、家庭用ゲーム市場は今後もグローバルで活性化するものと認識しています。

Q. 『モンスターハンターエクスペディア』のARPPUを高める施策を伺いたい。

A. タイトルを活性化するための施策や新たな課金モデルについては、現在社内で様々な検討を行っています。現時点では詳細はお伝えできませんが、近く導入を予定しています。

Q. 中期経営目標におけるアミューズメント施設事業や、その他事業の利益未達分をアジアでの事業展開で補填するとのことだが、このアジア展開はテンセント社における『モンスターハンターオンライン』が大部分を占めるのか。

A. 『モンスターハンターオンライン』の成長に期待をしていますが、一方で、ダウンロード販売を中心に拡大しているアジア地域のコンシューマビジネスの貢献なども想定しています。そのため、今後はアジアの新興市場に向けたコンシューマゲームのローカライズにも注力したいと考えています。

Q. eスポーツの収益化について、具体的なビジネスモデルを伺いたい。

A. eスポーツについては新たなビジネスチャンスとして非常に注目していますが、まだ取り組みを開始した段階であり、現時点でお伝えできることはありません。当面は『ストリートファイターV』の積極活用を通じてeスポーツにおける格闘ゲームジャンル内での地位確立を目指します。

Q. VR（仮想現実）機器への対応を伺いたい。

A. 新しいハードが発売されることで市場が活性化することは非常に喜ばしいことです。ソフトメーカーとしては、各ハードの特性に合わせた楽しさを提供できるゲームの開発に努めたいと考えており、社内でも技術研究を進めています。

Q. 今期400万本を計画しているタイトルは、来期以降の継続的な販売を見込んでいるのか。

A. 具体的な数値は申しあげられませんが、コンシューマにおいても売り切りから継続ビジネスに移行していますので、長期的な収益寄与を見込んでいます。

Q. 株主還元についての考え方を伺いたい。

A. 当社は、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題のひとつと考えており、将来の事業成長のための投資に注力するとともに、安定額の配当を基本方針としています。また、配当性向は30%を目安としています。今期計画においては、配当性向は25%となる見通しですが、今後の収益成長に応じて見直しを検討していきます。

- Q. 自己株式の活用方針を伺いたい。
- A. 基本的に M&A へ使用する可能性を想定しています。現在幾つかの案件を検討していますが、具体的にお話しできる段階ではありません。
- Q. テンセント社との協業による『モンスターハンターオンライン』の手応えと現在の中国市場への考えを伺いたい。
- A. 2015 年 12 月の正式サービス開始より、概ね計画通りに推移しています。また、テンセント社からも今後の展開について積極的な提案をいただいております、良好な関係が構築できていると認識しています。現在の中国市場において、日本の IP を使用したヒットタイトルの事例はあまりない状況であり、まず『モンスターハンターオンライン』でテンセント社との協力により中国市場の認知度を上げること、また同タイトルで得たノウハウを活用することで、今後モンスターハンター以外のコンテンツについても展開していきたいと考えています。
- Q. コンシューマビジネスの開発ロードマップ見直しに関して、詳細を伺いたい。
- A. グローバルでヒットするには、高品質なタイトルでなければなりません。そのため、そのレベルに到達していないタイトルは、もう少し開発・運営に時間をかける必要があると判断した結果、一部タイトルの開発期間を見直しています。「販売時期、開発の締め切りありき」ではなく、ユーザーの満足度の高いクオリティを追求し、ある程度時間を調整しても完成度を優先した開発を行っていきます。
- Q. コンシューマでの開発組織変更の効果を伺いたい。
- A. 組織変更以前に比べ、内製比率向上やロードマップの管理等により収益性が改善しています。しかしながら、同時に開発人員が増加していますので、開発管理にはより注意を払わねばなりません。加えて、当社は非常に多くのコンテンツを保有していますが、活用しきれていないコンテンツも複数ありますので、これらの課題に対応していきます。また、今後は全て高品質なタイトルに仕上げ、販売することで販売本数を伸ばし、さらなる収益性の向上に努めます。
- Q. モバイルコンテンツの組織変更の理由を伺いたい。
- A. カプコンやビーラインにそれぞれ分散していたモバイル特有の制作ノウハウや、地域によって異なるマーケティングノウハウを集約するため、4 月よりモバイルコンテンツ事業統括を立ち上げました。今期は新たな組織からカプコンブランドを活用したタイトルを複数投入し、現在遅れを取っているモバイルの業容拡大の足掛かりとしたいと考えています。

以 上