

2014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
(2013年7月31日)

- Q. DLC（ダウンロードコンテンツ）売上高が前期比で成長しているが、パッケージとの売上比率について目標値を教えてください。
- A. 現時点で特定の目標値は設定していません。近年 DLC 市場は大きく変化しており、その状況やユーザーニーズを勘案しつつ対応を進めてまいります。基本的には成長分野として今後も注力したいと考えています。
- Q. モバイルコンテンツの国内外の売上比率および今後の取り組みについて伺いたい。
- A. 第1四半期の売上比率は国内：海外＝6：4 となりました。モバイルコンテンツの戦略については、今後も「カプコンとビーラインでの両軸展開」という方針に変更はありません。カプコンブランドでは自社 IP を活用したコンテンツを、ビーラインブランドではファミリー層・ライトユーザーに向けたグローバルなコンテンツの配信を進めることで、引き続き成長するモバイル市場での収益拡大を目指します。
- Q. ビーラインブランドでは今後もライセンスタイトルが主流になるのか。
- A. オリジナルタイトルおよび他社ライセンスを使用したタイトルの両面展開を予定しています。
- Q. パッケージソフトの販売単価が低下した理由を伺いたい。円安による影響はないのか。
- A. 前期の主力タイトルである「ドラゴンズドグマ」および「バイオハザード オペレーションラクーンシティ」は国内販売比率が高く平均単価が上昇した一方、今期は海外の販売本数、およびアップデート版など低単価のタイトルが増加したことで全体の単価を押し下げました。なお、円安による影響は軽微であります。
- Q. モバイルコンテンツの売上高 19 億円について、期初計画に対する進捗およびその理由を伺いたい。
- A. 売上高は若干の計画未達となりましたが、営業利益は概ね計画通りに進捗しています。売上高が未達となった要因は、主に既存ソーシャルゲームの売上が伸び悩んだこと、および第1四半期中の新たなヒット作の不足によるものです。

- Q. モバイルコンテンツにおけるヒットの確率が低下している印象であるが、今後人気作が創出できない場合、通期計画の達成は厳しいのではないかと。
- A. 今後配信予定タイトルにおいては一定の収益貢献を想定して計画を策定していますが、全てのタイトルが計画通りに推移しない場合でも、迅速な管理・運営により柔軟に対応できると考えています。現時点では、第2四半期以降にモバイルでの新作を積極的に投入することで、通期計画の達成を目指してまいります。
- Q. 次世代機に向けた開発の取組みについて伺いたい。
- A. 詳細は申しあげられませんが、現時点では PlayStation®4 向けに『deep down』、Xbox One®向けに『デッドライジング 3』などの開発が進行しています。
- Q. 外注から内作への移行という戦略の変更において、投資額に変化はあるのか。
- A. 詳細な金額はお伝えしていませんが、当四半期の開発投資額における内作比率は全体の3分の2程度となり、従来に比べ向上しています。
- Q. 主力タイトルのダウンロード件数を伺いたい。また、DLC 売上高が前期比で増加した理由を教えてください。
- A. 個別タイトルのダウンロード件数は現時点でお伝えしていませんが、DLC 売上高のうち約80%は本編ダウンロード販売によるものです。また、前期比での増収は特定のタイトルの貢献によるものではなく、対応タイトル数が増加したこと、またダウンロード戦略の推進による成果が表れ始めているものと考えており、通期計画に向けて順調に進捗しています。
- Q. 8月1日の「カプコン・ネットワークゲームカンファレンス」にて発表されるオンラインタイトルの詳細を伺いたい。
- A. 新作13タイトルの発表を予定していますが、詳細は明日（1日）のカンファレンスにてお伝えいたしますので、ご了承ください。
- Q. 上記カンファレンスで発表するタイトルは期初計画に含まれているのか。
- A. 今期に発売するタイトルについては、既に計画に織り込んでいます。
- Q. 国内モバイルコンテンツ市場について、今後の見通しを伺いたい。
- A. 一部の報道等では市場縮小の懸念などが伝えられていますが、当社として特定の見方はしていません。スマートフォンの普及台数は拡大を続けており、引き続きモバイルユーザーに対して魅力的なコンテンツを供給することが急務であると考えています。

- Q. 第1四半期の社内計画に対する、事業セグメント別の進捗を伺いたい。
- A. アミューズメント施設事業は若干の計画未達となる一方、アミューズメント機器事業は当初の想定を上回りました。デジタルコンテンツ事業については、売上高は計画を下回るものの、営業利益は計画通りに進捗しています。
- Q. モバイルコンテンツにおけるコストの柔軟性について伺いたい。売上高の計画達成が困難な場合、コスト管理による営業利益の確保は可能なのか。
- A. コストの管理については、特定のセグメントの進捗に関わらず、常に全社的な費用削減および効率化に努めています。
- Q. 来期以降の開発投資額の方向性を伺いたい。
- A. 今期の開発投資額は310億円の計画ですが、来期以降もこの水準から大きく変動することはないと考えています。新卒クリエイターの育成や稼働率の向上による内作比率の向上に加え、外注費用の減少を見込んでいます。
- Q. スマートフォンおよび携帯ゲーム機でのマルチプラットフォームの可能性を伺いたい。
- A. 先日配信を開始した『ドラゴンズドグマ クエスト』はiOSおよびPlayStation®Vitaで展開する予定です。アイテム課金制のタイトルについては、今後の予定は未定ですが、同タイトルの動向などを勘案し、検討してまいります。
- Q. 中国版『モンスターハンター オンライン』の反響およびテンセント社とのビジネスモデルを伺いたい。
- A. 2013年6月にテンセント社にてβテストを実施し、好評をいただいています。収益配分比率など詳細なビジネスモデルについては、先方との契約上お伝えしていませんのでご了承ください。
- Q. 第1四半期の売上原価が前期比で約13億円上昇した理由を伺いたい。
- A. 当四半期に投入したタイトルの開発原価等を計上したことによるものです。
- Q. デジタルコンテンツ事業の大幅な減益要因は、パッケージソフトの利益の減少によるものか。その場合、コンシューマ事業は赤字となったのか。
- A. 主な要因はコンシューマ事業の減益であり、第1四半期のコンシューマ事業は若干の赤字となりました。