

2025年3月期第2四半期決算カンファレンスコール 質疑応答概要 (2024年10月29日)

Q. 上期のセグメント別の概況を教えてください。

A. デジタルコンテンツ事業は、概ね順調に推移しました。新作タイトルは、計画本数に対してやや未達だったものの、前期発売の準新作を除くレポートタイトルは前年対比で着実に伸びている状況です。アミューズメント施設事業は、各店舗が猛暑対策のクーリングシェルターとして活用されたことで既存店が伸び、増収増益となりました。アミューズメント機器事業は2筐体を投入し、計画通り1.7万台を販売し、共通部材の調達など原価の低減も奏功しました。その他事業は、他社ゲームに当社キャラクターを登場させるようなコラボ案件の増加により、好調に推移しました。

Q. レポートタイトルの単価は下期に向けて、どのように推移するか教えてください。

A. 基本的には、前期に発売した新作タイトルがレポートタイトルに移行するため、年度単位で価格は大きく増減はしません。今期についても、下期にかけて大きな変動を見込んでおりません。

Q. デジタルライセンス収入が既に通期計画を上回っているが、今後見込んでいる案件等はあるか。

A. 計画段階で確度の高い案件を織り込んでいます。下期は、状況によっては増加する可能性もございます。

Q. 『モンスターハンターワイルズ』の今後の期待値について伺いたい。

A. 10月29日にオープンベータテストを開始したところです。「モンスターハンター」シリーズの最新作であり、着実に販売本数増へとつなげていきたいと思っています。

Q. 今期上期で減損はどれくらいあったのか伺いたい。また、減損以外で一過性の費用はあったのか。

A. 上期に減損はございません。なお営業外費用では、来年の万博関連費用として約9.1億円を計上していません。

Q. 第2四半期（3か月）で見ると、前年同期比で販売本数ベースでは増加しているものの、減収減益となっている理由を教えてください。

A. 前年6月に発売した大型新作タイトル『ストリートファイター6』が前年の第2四半期で新作タイトルとして業績寄与したことに対して、今期の新作は比較的中小型なものが多かったことが主な要因になります。

Q. 『モンスターハンターワイルズ』の販売施策について教えてください。

A. 前期より「モンスターハンター」シリーズ全体の認知度向上と、『モンスターハンターワイルズ』へ繋がるプロモーションを実施してきました。また、今年は例年以上にゲームショウなど全世界における実地イベントにも注力しているほか、オープンベータテストにおいてもユーザー動向を把握しながらプロモーションを加速し、販売本数増へとつなげてまいります。

- Q. 大型タイトルを控え、ゲームソフト仕掛品が高水準になっている印象だが、マネジメントの範囲内か。
- A. ゲームソフト仕掛品において、『モンスターハンターワイルズ』は多くを占めていますが、同タイトルの発売後は、一定額が原価に振り替わりますので、現時点で仕掛品残高の増加は懸念しておりません。
- Q. 第2四半期に新作4タイトルが発売されたが、それぞれの立ち上がりについて伺いたい。特に、『祇：Path of the Goddess』や、『デッドライジング デラックスリマスター』は今後シリーズとして期待できるのか。
- A. 『祇：Path of the Goddess』は、発売前のレビュー集積サイトや、ユーザー評価は高かったものの、計画本数には届きませんでした。今後プロモーションを継続する予定です。『デッドライジング デラックスリマスター』は計画通り販売しており、11月にパッケージ版の発売予定もあるため、継続したプロモーションを実施していきます。『逆転検事 1&2 御剣セレクション』や『Marvel vs. Capcom Fighting Collection: Arcade Classics』についても計画通りに推移しており、後者は11月にパッケージ版の発売も控えているため、引き続き拡販を強化していきます。
- Q. 『モンスターハンターワイルズ』を来年2月に発売後、来期のレポートタイトルとして貢献すると推測するが、来期の営業利益2桁増益継続に向けて、どのような施策を講じる予定か伺いたい。
- A. 『モンスターハンターワイルズ』の販売状況次第となりますが、来期もAAAタイトル投入を視野に入れています。また、中長期目標である年間販売本数1億本達成および、レポートタイトルを全世界の潜在的なユーザーにいかを広げていくかを重要課題として来期も営業利益2桁増益を目指しています。
- Q. 販管費が第1四半期対比で約10億円増加しているが、ゲームショウなどイベント関連に関する費用なのか。
- A. イベント等の販促費の増加であり、下期にかけても『モンスターハンターワイルズ』のプロモーション等でやや増加する見込みです。
- Q. 新作タイトル『祇：Path of the Goddess』が計画未達となったが、『モンスターハンターワイルズ』のプロモーションにおいて懸念はないか。
- A. 『祇：Path of the Goddess』は完全新規タイトルでありながら、話題喚起や認知度向上へ向けた事前プロモーションが十分ではなかったことについて課題として認識しています。シリーズとして実績のある『モンスターハンターワイルズ』とは異なるため、同タイトルのプロモーション面への影響はないと考えています。
- Q. 新作タイトルの販売本数計画を指すにあたって、『モンスターハンターワイルズ』は、『モンスターハンター：ワールド』発売時との市場環境の違いはあるか。
- A. 対象コンソール等の違いはございますが、販売環境として大差はないと考えています。新作タイトルの計画本数に『モンスターハンターワイルズ』を大きく見込んでいるものの、新作本数の計画達成可否にかかわらず、営業利益の計画達成は目指せると考えています。
- Q. 営業利益10%増の経営目標は、為替影響を見込んでいるか。
- A. 為替影響に関わらず、営業利益10%増の成長目標を掲げています。

Q. リピートタイトルの本数が伸びている地域を教えてください。

A. 「モンスターハンター」シリーズの本数が特にアジア地域を中心に伸びています。

Q. 各地域のデジタル販売や、新興国に対する価格施策の進捗について伺いたい。

A. 地域別の販売本数を分析し、施策を進めていますが、特に新興国は結果が出るまでには時間を要するため、地域ごとのタイトルのブランド認知度を高めているところです。特徴としては、先進国では新作タイトルが伸び、新興国ではリピートタイトルが各地域の価格感応度に沿って伸びる傾向です。

Q. 新作タイトル『祇：Path of the Goddess』や『ドラゴンズドグマ 2』のリピート本数の進捗を踏まえて、今後マーケティング施策をどう対応していくのか伺いたい。

A. 発売前後にピンポイントで、巨額な広告宣伝費をかけプロモーションを実施し、初速の立ち上げをする手法が最近の販売施策の傾向として見受けられますが、当社はそのような手法は従来用いていません。タイトルの見込める売上からプロモーションにかかるコストを割り出し、長い期間かけてじっくり販売していきます。発売後、平均的に約1年～1年半ほどで開発費は回収できますので、その後、販売価格を下げていったとしても、利益率は8～9割を見込めます。マーケティングの考え方はこれまでと変更はありません。

Q. 上期の為替影響について教えてください。

A. 当初計画に対して、計算上営業利益ベース 20～30 億円のプラスとなります。なお、為替レートについては、あえて保守的なレート設定をしております。円安局面では、市場環境を鑑み、機動的な経営施策を打ち、総合的にマネジメントしています。つきましては、年間公表営業利益 640 億円を着実に目指してまいります。

以上