

【ご質問】

2013年度は、成長に向けた種まきの年とのことですが、具体的な内容について教えてください。

2013年度(2014年3月期)は、中長期的な成長に向けた種まきと、より筋肉質な体質への構造改革を行う年と位置づけています。具体的には、新規IPの創出・獲得に関するもの、新たなビジネスモデル構築に向けたもの、戦略商品の開発に関わるもの、技術研究に関するもの、などの投資に加え、コンテンツ開発会社の海外拠点設置など体制強化に伴うものとなります。2013年度はこれらの投資で30~40億円を見込んでいます。

【ご質問】

グループオリジナルIPの「アイカツ!」の状況について教えてください。

2012年秋よりアニメ放映と商品展開を開始した「アイカツ!」が良い形で立ち上がってきています。玩具、カードマシン、ゲームソフト、イベントショップなど各事業を横断した取組みにより人気となり、2012年度は18億円の売上実績となりました。2013年度は50億円の売上を見込んでいます。

【ご質問】

期末の在庫引当と仕掛品についての考え方を教えてください。

社内規定にのっとり、毎四半期ごとに在庫の引当を行っているほか、仕掛品についても毎四半期ごとに3~6ヶ月先を予測し見直しを行っています。

【ご質問】

ウルトラマンの新作映像にあわせ玩具を投入されますが、既存の男児玩具と競合する可能性はありますか？

新作「ウルトラマンギンガ」の商品では、番組内で変身アイテムとソフビ人形が魅力的に登場することもあり、ソフビ人形を強力に展開するほか、今秋からは4人同時プレイが可能な新型カードマシンを投入します。対象年齢が近い男児IPについては、それぞれ商品投入タイミングや特徴で差別化を行います。我々としては、「スーパー戦隊」シリーズ、「仮面ライダー」シリーズ、そして「ウルトラマン」シリーズの3つのIP合計で相乗効果をあげていきたいと思っております。

【ご質問】

トイホビー事業のアジア展開の状況について教えてください。

2012年度より、日本アジア一気通貫強化戦略をスタートし、ハイターゲット向け商品やプラモデル商品を日本発でコントロールする仕組みに転換し、良い形で立ち上がってきました。2013年度からはカードマシンも日本主体で事業展開を行います。アジア主体で展開している玩具についても、現地メディアとの連携を強化し、日本同様のキャラクターマーチャンダイジングの手法を強化します。地域別では、すでにシェアを獲得している韓国では引き続きシェアを維持するとともに、成長の可能性の高い東南アジア・南アジアの展開も強化していきます。

【ご質問】

SNS関連事業の見通しと足元の動向について教えてください。

2012年度495億円の実績に対し、市場が安定化したことや当社のタイトルラインナップ予定などを踏まえ、2013年度は450億円（上期：250億円 下期：200億円）を見込んでいます。2012年度は特に下期に大きく伸びたこともあり、2013年度下期はそれを若干下回るものと予想しています。

【ご質問】

携帯端末向けのブラウザーゲーム、ネイティブアプリゲームにどのように取り組まれますか？

ブラウザーゲームについては今夏からを目処に順次投入を予定しています。ネイティブアプリゲームについてもラインナップを増やしていく予定です。今後も市場動向やユーザー嗜好を常に見据え、最適なタイミングでバランスよくタイトルを投入し、ネットワークコンテンツ全体では安定的な運営を行います。

【ご質問】

新たなゲームのプラットフォームの開発費について、どのように捉えていますか？

パッケージのみで販売していくのか、パッケージ販売後に追加ダウンロードなどネットワーク対応を行うのかなどによっても変わりますが、現状の開発費と大きくは変わらないと見ています。今後も環境変化やユーザー嗜好の多様化にあわせ、最適なタイトルの提供方法を考えると共に、バランスのとれた開発体制を追求していきます。

【ご質問】

2013年度は2012年度に比べ、映像音楽コンテンツの売上が減少する見込みですが、その理由を教えてください。

たとえば、2012年度は我々の主力IPである「機動戦士ガンダム」シリーズの「機動戦士ガンダム UC」の新作が2タイトル発売されましたが、2013年度は新作の発売をおりこんでいないのと、投入予定のタイトルラインナップを踏まえ計画をたてております。

【ご質問】

アミューズメント施設事業のグループにおける役割を教えてください。

施設事業として収益をあげるとともに、グループにおける唯一の顧客との直接の接点として、業務用ゲーム機や景品、カードマシンから得られる動向やトレンド情報を各社の開発部門にフィードバックしています。今後は消費税増税も視野に、テーマパーク事業など新規事業の拡大や、時間課金型施設の導入などにより収益の底上げをはかるほか、構造改革により収益基盤強化をはかります。