

2019年3月期 第2四半期決算説明会（18年10月29日）質疑応答概要

Q.プレゼンテーション資料のP.10にある下期以降のマイナス要因として、製作費高騰、新スタジオ運営費、人員強化とあるが、それぞれ年間でどの程度のマイナス要因となるか、説明してほしい。

A.減価償却費については、発生ベースで前期に比べ2億円ほど増加しています。また、人件費は1億7,000万円、業務委託費は1億円ほど増えています。

Q.製作費高騰、新スタジオ運営費、人員強化は今期のみのお話か。

A.減価償却費はずっと続くもので、短くても償却期間は5年間はあります。建物になると、もっと長い期間となります。人件費については、人員増強で今年の4月にも新入社員を入れ、さらに中途社員も入社しています。今後とも更に人員が増える可能性があるため、いかに生産性を上げて良い作品を作るかが重要だと考えています。

Q.製作本部の状況について、製作に関わる方がどれくらいまで増える見通しか。

A.当社の製作は、社内のみ的人员で行っているわけではありません。専属の方や、その他皆さんの力も借りています。そういう方たちも入れて、9月末で499名います。そのうち、純粋な雇用契約を結んだ内部の人間が276名です。

製作部門の切り分けについては、CG作品が増えておりCG部門でおよそ160名、それ以外が2D製作をしている人員です。また、それぞれには管理部門も若干入っています。

Q.今後9月末の499名からどれくらい増える見通しか。

A.作品数が増えれば、当社内の人材だけでなく、業務提携したダンデライオンや外注先を使うなど色々なやり方があるので、一概に具体的な数はお伝えできません。

Q.上期は海外映像事業が非常に好調だったが、もう少し詳細に説明してほしい。販売本数が増えたのは、契約相手が増えたのか、あるいは新規の人気タイトルの販売が増えたのか、あるいは既存のタイトルの販売本数自体が増えたのか。また、今後更なる成長の余地はあ

ると考えていいのか。

A.プレゼンテーション資料の P.8 をご覧ください。上期で増加しているのは、中国と北米です。中国では、iQIYI という会社と独占契約をしています。販売本数が増えている要因は、日本で新作やテレビの新しい話数を放映し、それが iQIYI で配信されるので、話数がだんだんと積み上がっていき、その分販売本数が増加します。それが、一番販売本数が伸びる要因です。

北米が伸びたのは、一部の業者で単年度契約から複数年契約に変わったこと、また複数年度にさかのぼって色々収入について交渉していた相手先があり、それがまとめて入った部分があります。その部分は反動減があると見込んでいます。

中国については、来期以降も販売本数は増加する見通しです。

Q.アニメの放映本数は減っているという話があったが、今後中国の配信権販売には影響はあるか。

A.影響はあります。前期は、製作本数が 129 本で、今期は 89 本と 40 本の差があります。その部分については、積み上げが少なくなります。

Q.アニメの放映本数の減少があっても、中国での配信ビジネスは今後十分成長できるのか。

A.今後国内でテレビ向けアニメの製作本数を減していくというわけではなく、しっかりとしたクオリティを維持しながら、テレビでアニメを放映することによってビジネスが活性化するのであれば、製作本数は増やしてもよいと思います。

また、中国の配信業者と取引しているのは、テレビアニメだけでなく、配信用に作ったものも売れているので、テレビアニメの製作だけにこだわるということはないと考えています。

Q.テレビアニメの放送枠自体が減ってきていると理解をしているが、今後、テレビアニメで御社のターゲット層に即したものを作っていくのか、昨年度・一昨年度トライされていた地上波以外や、動画サイト独自に提供するような作品のどちらに注力していくのか、映像について出し方の考え方を教えてほしい。

A.今後も映像製作は続けていくが、テレビ向けだけではなく、出し方を広げていかないと

いけないと思っています。もちろんテレビ向けも続けていきますが、他にも配信・劇場公開など、映像を流す先はまだまだ考えられます。テレビだけに集約することは考えていません。

Q.今回、組織体制を変えていると思うが、企画について伺いたい。過去に比べてマンガ雑誌自体の売上が減ってきており、マンガ、御社、テレビというようなルートでいいコンテンツが手に入るというところが難しくなっている。企画の人員をより強化していく上で、現状御社に足りないと思われるところ、あるいは競合と比べて強化していく必要があると考えているところを教えてください。

A.今まで当社の作品は、ジャンプ作品など雑誌から展開する形で進めてきた部分が強かったのですが、今や雑誌も厳しい、テレビで視聴率も取れないという状況で、今までどおりの展開が難しくなっています。雑誌も進めながら、他の媒体やオリジナル作品の強化を進めていきたいと考えています。

そのためには、企画、営業を結びつけることが大切です。オリジナル作品を作り上げるためには、知名度がないので、より売れる、より収益力のある作品にしなくてはなりません。営業と企画が組んで、オリジナル作品をどれだけ作っていくのかがこれからの大きなポイントになってくると思っています。

Q.本格的な国際合作アニメーションの製作決定とあるが、御社の立ち位置について教えてください。

A.当社がこれまでやってきたのは、製作会社として製作委員会の一員に入る形でした。今回は、企画から資金調達、どのように回収するかなどの座組を取りまとめる、企画の頭のところに当社が入るという新たな取り組みをやったことが、一番の大きな違いです。これがヒットするかしないかは別問題ですが、当社が世界各地で今後映像を公開したり、2次利用の展開をする際に、この企画が非常に参考になると思います。また、作品がヒットした際の収益も大きいと捉えていただきたいです。

日本の作品を海外の劇場で成功させるのは非常に難しい部分があります、ドラゴンボールが海外で大ヒットしていますが、ライセンスビジネスでのヒットですので、劇場上映単体の収益を考えた上では、まだまだ厳しいです。今回の国際合作では、今まで当社になかったようなやり方でやろうと思っています。それは、展開先の国々の形で持っていくという進め方です。具体的には、中国と組んだら中国作品、アメリカと組んだらアメリカ作品という形です。各国でそれなりの収益が上げられる形に持っていけると考えています。

Q. 今回の国際合作は御社が主導で行うのか。また、中期経営計画の中で触れられている完全オリジナルに該当するものか

A. 資金調達や劇場公開のやり方をプロデューサーの立場ですべて主導してやっていきます。また、当社のオリジナル作品です。

Q. 直近で展開されてる「ゲゲゲの鬼太郎」と「おしりたんてい」の海外展開について教えてほしい。

A. 「おしりたんてい」については、メディアミックスの点からスタートしています。NHK Eテレで今年5月にイレギュラー放送をやり、7月にも追加で放送すると非常に評判がとれたので、今年の12月からEテレでレギュラー放送になる予定です。

1年前にYouTubeで3分程度の無料動画を合計3本流しています。そこできちんと評判をとった上で、改めて10分のストーリーのものをEテレで放送する形をとりました。ポプラ社の児童書で大変評判の高い作品をお預かりして映像化し、ライセンス窓口は私どもにお預けいただきつつ、さらに映像展開についてもEテレのみならずNetflixで配信しています。幸いにして、お子さまの評判は非常に良いです。この先レギュラー放送になったら、どのような版權展開ができるかどうか、今、社内各部署と連携をとりながら進めている最中でありませ

す。
「ゲゲゲの鬼太郎」は、海外でそれほど人気の高い作品ではありませんでした。妖怪ということもあり、国内中心のビジネスがメインです。ただ、中国の配信向けではそれなりの単価で契約をしています。作品によって単価が変わりますので、人気の高い「ワンピース」「ドラゴンボール」同様の単価ではないものの、「ゲゲゲの鬼太郎」の中国向け配信の売上は大きくなっています。中国向け配信を中心にして、その他の展開を海外でも考えていく予定です。

Q. オリジナル作品の強化について確認したい。今後、年間でどれぐらいの費用を投入されるのか。御社としてヒット作と呼ばれるものがすぐにでも生まれるのか、いつごろヒット作が出てくるのか。

A. オリジナル作品をヒットさせるのは非常に難しいことです。プリキュアの後、15年間ヒット作品が生まれません。その間、何もやらなかったわけではないです。オリジナル作品

を提供し続けてきたが、なかなかヒットに至りませんでした。オリジナル作品をヒットさせるのは大変ですが、組織改編や、東映アニメーションだけの人間ではなく、外部のスタジオを含めていろんな人の力を使って何とかオリジナル作品を作っていこうと考えています。これは1本、2本の企画ではなく、何作品も企画を上げていく予定です。何十作品、何百作品と企画を上げて、その中から少しでも可能性のあるものを進めていきたいと思っています。

以上