

## 2019年3月期 決算説明会(19年5月16日)質疑応答概要

Q1: 御社の場合、映像配信権販売は MG(最低保証金)を一括でもらうことが多いと思うが、より収益を最大化できる方法があるのではないか。

今後配信権販売の売上を拡大させるために、取引の相手先を増やすのか、それとも MG ではなく視聴回数に応じて売上を上げられるようにするのか等、どのような戦略を考えているのか。

A1: 当社としての売上は、MG を超過した部分は視聴回数等に応じて売上が入るようになっているので、MG だけをもって終わりというわけではない。

今後の映像配信権販売については、取引先の拡大に大きな成長機会があると考えている。現在スマートデバイスの普及によりコンテンツがデジタルで流通するようになり、より容易に海外の人々へ当社の作品を届けることができるようになった。今後新興国を中心に新しい動画配信市場が立ち上がることで、当社の収益を押し上げる可能性がある。

Q2: 新しい IP を開発するに当たって、ボトルネックはなにか。

A2: 新規 IP 開発を取り巻く環境は大きく変わっており、それに合わせて当社も企画の展開方法を変える必要に迫られている。

いままで当社は、原作がある作品をアニメ化し、テレビや劇場で展開してきた。しかし、スマートデバイスの普及等でアニメーションの視聴形態は多様化している。この市場の変化に合わせて、当社も作品の座組のあり方を考えなければいけない。社内のノウハウだけでは環境変化に対応しきれないので、他社との連携強化や外部のクリエイターを集めるなど、外の力を借りて新たな作品製作を行っていく。

Q3:2020年3月期業績予想の根拠について、遊技機の大口契約反動減の影響と新規プロジェクト推進費用等で、どの程度の影響があるのか、数字を確認したい。

A3:遊技機の契約については、守秘義務があるため具体的な金額は申し上げられない  
販管費の新規プロジェクト推進費は、3億円ほど見込んでいます。

Q4:ドラゴンボールの次のテレビアニメ及び映画を期待しているのか。将来、テレビアニメ、劇場作品を製作する可能性はあるのか。

A4:現在新たにお伝えできる情報はない。ただ当社にとっても非常にインパクトの強い作品なので、今後も続けていくためにどうすればいいか考えている。どの時期に進めるか、何を目的にするのかをよく考えて、集英社、テレビ局、東映と話し合いながら進めていきたい。

Q5:資料(p.15)で中国向けアプリゲーム「スラムダンク」「Dr.スランプアラレちゃん」リリース予定とあるが、収益インパクトはどの程度期待してもいいのか。

A5:アプリゲームの売上は、予想が非常に困難なため、具体的な数字は申し上げられない。

Q6:中国の動画配信はiQIYIへの一社独占供給だと思うが、タイミングがあれば他の大手向けにも出された方が収益の拡大が狙えると思う。そういう時期が来る可能性があるのか。

A6:当社としては現状の関係性に満足している。中国の配信権販売の契約期間は1年間になっており、今後の契約内容については、契約更新のタイミングで先方と都度協議していきたい。

Q7: 資料(p.12)映画「ドラゴンボール超ブロリー」について、興行収入 130 億円を国別に教えてほしい。また中国で公開されることは決定しているが、中国で映画がヒットした場合の収益の入り方を教えてほしい。

A7: 「ドラゴンボール超ブロリー」の海外興行収入は現段階で91 億円である。国別の詳細はお伝えできない。

中国では5月24日から劇場公開した。現地の興行収入が増えれば、基本的には当社の売上も増えるようになっている。なお、中国ではドラゴンボールはそれほど人気のあるコンテンツではない。中国での興行収入は保守的に読んでいる。

Q8: 昨今、アメリカの映画配信市場の環境が変わりつつある。Netflix 一強だったのが、ディズニー等の新規参入が相次いでいる。この環境変化は、御社のビジネスにとってのどのようなインパクトをもたらすのか、アメリカでの配信事業に対しての姿勢を教えてほしい。

A8: 当社の場合はコンテンツホルダーという立ち位置である。皆さんから愛される作品をきちんと持っていれば、どんな形になろうと売り先はある。

当社の配信ビジネスに対する考え方は2つある。1つ目は非独占での契約。中国以外は国内も含めて非独占契約である。2つ目の独占契約の場合、価格交渉で当社が優位に立つことができる。北米の動画配信市場で競争が進み、市場参加者が淘汰された後に、有力企業が当社の作品を独占的に配信したいとなれば、独占契約という選択肢も出てくる。独占契約をすることで、収益の上積みを狙える可能性もある。

Q9: 今期、4~6月に「ドラゴンボール超ブロリー」のDVDが発売される。初動の状況と販売本数については計画にどの程度織り込まれているのか。

A9: 6月5日に国内のDVD、Blu-rayを発売する。パッケージ市場は年々右肩下がりの状況である。前作の映画並にはいってほしいと期待をもって進めている段階である。

Q10: 今年公開される「ONE PIECE STAMPEDE」の予算 40 億円の根拠について教えてください。

A10: 予算については、製作委員会との協議の中で出てきた数字を元に策定している。  
ただ、当社のビジネスモデルとして、興行収入が 10 億円、20 億円と増えてもそれほど実入りが変わるわけではない。むしろ映画に合わせたタイアップ、キャンペーンをいかに成功させるかが一番大きい。タイアップ・キャンペーンについては、興行収入の予想が 40 億円で前作より弱気だからといって少なめに見ていることはない。

Q11: 7 月から「聖闘士星矢: Knights of the Zodiac」が Netflix で配信開始されるが、なぜ聖闘士星矢を題材として選んだのか。

A11: 聖闘士星矢に関しては、国内だけではなく海外で非常に人気のある作品である。海外で人気のある作品はドラゴンボール、ONE PIECE、セーラームーン、聖闘士星矢の順番であり、十分いろいろな国で展開できる作品である。

以上