

2015 年度第 2 四半期決算説明会（2015 年 8 月 13 日開催）

質疑応答要約

【Q】第 2 四半期の税金費用が会社予想を下回った理由について教えてください。第 3 四半期以降の税率にも影響ありますか？

【A】税金費用が当社予想を下回ったのは、韓国子会社で税務当局の税務調査の指摘に基づき計上していた税金費用に対し、当社がこの税金費用の支払いに対して疑義を持ち、税務当局と話し合いを行ってきた結果、当第 2 四半期に当社の見解が受け入れられ、税金の戻入れがあったことによるもので、一過性の要因です。今後の税率は、以前からお伝えしている通り、2015 年は通期で 20% 前後となる見込みです。

【Q】韓国の第 3 四半期の会社業績予想について、前年の第 3 四半期は『FIFA Online3』及び『FIFA Online 3M』がワールドカップの追い風により大変好調であったため、今年の第 3 四半期は前年同期比で売上収益が落ち込んでもおかしくないと予想していましたが、想定していたよりも良い業績予想でした。これは『メイプルストーリー2』あるいは新規のモバイルタイトルの貢献によるものでしょうか？業績予想の背景について詳細をご説明ください。

【A】前第 3 四半期は FIFA ワールドカップの強い追い風を受け、『FIFA Online 3』及び『FIFA Online 3M』が大変好調でした。今年は特別に好調であった前第 3 四半期との比較となることから、これらタイトルの売上収益は大幅に減少するものと予想しています。しかし、既存の PC タイトルが堅調であること、『メイプルストーリー2』からの寄与、また新規のモバイルタイトルを複数配信開始することから、これらが『FIFA Online 3』及び『FIFA Online 3M』の減少分を補うものと見込んでいます。

【Q】新作のパイプラインが充実していて、モバイル・PCの両方で成功しているゲームが増えている中で、運用・開発で人がより必要になってくる可能性があります。今後人員・人件費が増える可能性はあるのでしょうか？

【A】マネジメント交代以降、高品質で差別化されたゲームを作る上で、開発及びライブオペレーションを重要視しています。むやみやたらに増員するわけではありませんが、成長分野のモバイル事業を中心に新規ゲーム開発者や高品質なライブオペレーションを行う人材を採用していく予定です。ただし、状況を見ながら採用を行っていくため、今後現在と同様のペースで人件費が上がるという訳ではなく、適度なものとなる見込みです。

【Q】第3四半期のモバイル事業は新作タイトルがあまり多くないため、良くて対前期比横ばいという見通しになっていますが、モバイルがもう一度大きく伸びていくタイミングをどの様に考えているか教えてください。

また、第2四半期は『DomiNations』が大きく売上収益に貢献したと思いますが、足元の状況についてアップデートをお願いします。

更に、モバイル版アラド戦記のローンチ時期のイメージを教えてください。

【A】第3四半期は、新作のモバイルタイトルを比較的多くローンチする四半期ですが、四半期の後半のローンチが多いため、第3四半期の売上収益には大きく寄与しない見込みです。

また、『DomiNations』については北米・欧州でローンチ後、順調な滑り出しを見せましたが、若干の問題があったことから足元は少し停滞しています。

『DomiNations』のような高品質で差別化されたタイトルは、ロングランとなっているPCオンラインゲームと同様に、ユーザーに長い間楽しんでもらえるものにタイトルを育て上げていくという方針です。今後大型のコンテンツアップデートに合わせ広告宣伝を投下して成長させていきます。但し、第3四半期は足元の状況を踏まえると、前四半期比で売上収益の減少を見込んでいます。テンセントを通じて配信するモバイル版『アラド戦記』については現在開発中で具体的なローンチの時期についてはまだ決まっていません。確定次第速やかにお伝えいたします。

【Q】第3四半期の広告宣伝費は対前年同期比で22億円増加する計画になっていますが、どの様なことに投じて、また広告宣伝の効果による売上収益の増加を第3四半期及び第4四半期でどの程度得られると予想していますか。

【A】第3四半期の費用項目の増加の中で広告宣伝費が非常に大きなものとなっていますが、広告宣伝費はタイトルの売上収益を伸ばすための投資であると考えており、適時適切にKPIを見ながら金額を投下していく予定です。第3四半期は韓国における『メイプルストーリー2』や『DomiNations』のアジアローンチ、及び複数の新規モバイルタイトルに広告宣伝費を投じていく予定ですが、その効果は第4四半期以降に現れてくると考えています。

【Q】第2四半期の中国事業において『カウンターストライクオンライン2』の売上収益への寄与はあったのでしょうか。あるいは、『アラド戦記』が第2四半期の業績の大部分を表していると理解して良いのでしょうか。

【A】『カウンターストライクオンライン2』は堅調で、且つ『カウンターストライクオンライン1』とのカニバリも生じておらずそれぞれが順調に推移しています。但し、これらタイトルの中国における売上収益は大きくないため中国全体の売上収益には殆ど影響がありません。

【Q】第3四半期における中国『アラド戦記』のTier1アップデートは昨年との比較で多いか少ないか教えて下さい。

【A】例年通り、第3四半期は夏季アップデート（7月に実施済み）及び9月後半の国慶節のアップデートを実施予定です。

【Q】モバイルゲームについて、昨今アジアを中心に PC タイトルや没入感のある IP を使用したゲームが出てきていますが、既にある市場にあるカジュアルゲームやミッドコアのゲームと比較して、どの様な課金の KPI や売上カーブを中長期的に実現したいか教えてください。

【A】モバイルゲームが向かっている未来について考えることが大切です。今後 2 年から 5 年の間にモバイルと PC といったハードウェアプラットフォーム間の境目はなくなっていくと考えています。当社は長期間プレイし続けてもらえるような、より深いゲーム性の、没入型のゲームをユーザーに提供したいと考えています。個別のゲームのライフタイムの時間軸としては、年単位または十年以上で考えます。そのため、ハードウェアデバイス間の境目がなくなっていく中で、長期的に予想できることとしては、PC オンラインゲームと同様にモバイルゲームにおいても、同様の KPI（継続率、課金化、ARPPU）を期待できると考えています。

【Q】Morpheus や Oculus などの VR (Virtual Reality) のプラットフォームを今後どのように活用していきたいか、もしくは、活用するとしたらどのような条件があるのか教えてください。

【A】個人的には VR にはとても興味があります。一方、ゲームメーカーとしては、現段階では VR は必ずしも興味深いものではありません。なぜなら、VR はビジネスとして未だ収益を生み出す段階になく、インストールベース（普及台数）も実質的にゼロであるからです。VR 向けのゲームを開発する前に、これらのプラットフォーム上で素晴らしいゲームを制作するための我々の能力に自信を持つ必要があります。そのため、VR 機器のインストールベースが大きくなり、人々を魅了するような素晴らしいゲームの開発が出来ると感じたら、その時にこれらの VR プラットフォームのための開発準備を行います。現時点では時期尚早だと考えています。

【Q】第 2 四半期の PC オンラインゲーム事業の売上収益が想定よりも良かったことはイベントの調子が良かったためか、或いは今後 1~2 年は安定した水準を維持出来るという見通しかコメント下さい。

【A】我々は引き続きゲームのプラットフォームとしての PC の地位は盤石だと見ています。PC の世界的なインストールベースの台数は膨大で、あり続けており、それは変わらないでしょう。

1 年や 2 年前と比べて大きく変わったことは、当社の配信中の既存ゲームの運

用チームの品質が大きく向上し、それは当社の既存ゲームの成長の大きな助けとなり、当社が導入する新規ゲームについても自信が増しています。

【Q】 コンソールのゲームメーカーが運営型やオンライン型に徐々にシフトしていますが、今後スクウェア・エニックスとの提携に始まり、国内外含めてパートナーシップを強化するという方向性でよいでしょうか。

【A】 はい。当社は事業上のパートナーとして、世界中の多数の会社に多くの事業上のメリットを提供できます。ここ数四半期、経営陣が取り組んできたことの一つは、ゲーム業界の同業者たちにそれらの有益な点についての理解を促し、彼らの事業構築を支援してきたことが挙げられます。また、パートナーに対して事業上のメリットを提供することで、素晴らしいIPにアクセスすることができ、我々の事業の助けにもなっています。スクウェア・エニックスはその素晴らしい例です。その他の例としては、LEGO や EA とのパートナーシップが挙げられます。これまで通り、パートナーシップを通して更に事業を拡大していきたいと思えます。

【Q】 『DomiNations』が6月くらいから北米で苦戦しているようですが、今後アジア展開が本格化する中で、このタイトルの再成長が期待出来るかについて補足下さい。

【A】 モバイルゲームについてもPCオンラインゲーム同様に、息の長いタイトルを創出していきたいと考えています。息の長いタイトル運営をしていく中で、売上収益の上下は起こるものだと考えています。足元は調子が少し落ちています。今後改善をしながら再成長を狙っています。またアジアローンチについては、欧米での経験を活かして成功させたいです。