

2017 年度第 4 四半期決算説明会(2018 年 2 月 8 日開催)

質疑応答要約

【Q】 中国の『アラド戦記』について、2 月 1 日のアップデートから、具体的にどのようなイベントの評判が良いか、昨年との比較で変化があれば教えてください。

【A】 旧正月のタイミングのズレにより、今年は昨年よりも約 2 週間遅れた 2 月 1 日に旧正月アップデートを実施しました。KPI については旧正月アップデートが終了しないと分析が出来ませんが、中国『アラド戦記』は 2017 年一年を通じて大きく成長し、ユーザーベースもしっかりとした状態です。今年は昨年実施したレベルキャップの開放はなく、コンテンツのアップデートをしたのみでしたが、新しいキャラクターを追加するなど、良質なコンテンツアップデートを実施し、とても好評でした。直前までの状況を踏まえ、業績予想に記載の成長が見込めると考えています。

【Q】 韓国のモバイルゲームについて、『AxE』や『OVERHIT』、『^{ねっけつこうこ}熱血江湖 M』や『Durango: Wild Lands』など、異なるジャンルのタイトルそれぞれの今後の育て方や戦略について教えてください。

【A】 韓国では、ある程度の大型タイトルであれば、出せばヒットするとともに良い状況にあります。問題はリテンションで長く遊んで頂けるタイトルに育てていく必要があります。それぞれ詳細な戦略はありますが、良質なコンテンツのアップデートをスピード感を持って行うことでリテンションを保つことが重要だと思っています。また、韓国でローンチしたタイトルを、それぞれのタイトルに合う地域にいち早く拡げていくことが、グローバル展開の戦略です。

【Q】 中長期の話として、現在特にどのようなテクノロジーに興味があるか、投資対象で優先順位があれば教えてください。

【A】 我々は様々な領域に関心を持っています。あくまでも一つの例ですが、例えば『Choices: Stories You Play』で、AI や音声認識などの技術を使い、仮想のキャラクターと話ができるようになったらどうでしょうか。5 年先、10 年先を想像すると、技術的には十分可能ですし、こういったテクノロジーがゲーム業界を大きく変えると考えています。我々はこれらを大きなビジネスチャンスとして捉えていますし、実際に社内ではあらゆるテクノロジーの領域において既に色々な調査を行っています。

【Q】 中国『アラド戦記』が Software as a Service モデル、あるいは annuity のような成長をしていると説明がありましたが、これは一般的なエンターテインメント産業とはかなり異なる売上カーブだと思います。今回、この表現を使用とされた背景にはどういったサインが『アラド戦記』で見られたのでしょうか。

【A】 単純に『アラド戦記』がその様なパターンを示しているからです。多くの人考えるオンラインゲームのパターンは、最初の数四半期で急速に成長して、その後急速に失速するものだと思います。90%程度の売上収益が最初の数四半期で創出されるという考え方で、多くの人一般的なメンタルモデルとなっています。従来家庭用ゲーム、初期段階における Facebook ゲーム、モバイルゲームの多くで当てはまったパターンであるからこそ、一般的なメンタルモデルになりました。しかし、このメンタルモデルには大きな問題があります。それは例外となるゲームがしばしば存在し、更に例外に当てはまるゲームの規模が巨大であることを完全に見落としてしまっている点です。『アラド戦記』が一番良い例だと言ってもいいかもしれません。少し下がったり、少し上がったりするけれども、全体的なトレンドとしては非常に安定している、または長い時間をかけて少しずつ上昇します。ネクソン上場時の2011年に真っ先に必ず受ける質問はいつ『アラド戦記』が消えてしまうかでした。今日『アラド戦記』はネクソンが上場した2011年と比較して売上収益の規模が2倍から2.5倍以上にまで成長しています。間違ったメンタルモデルによってネクソンの事業が大きな誤解を受けることがあるため、私はこの話を繰り返し話すようにしています。

【Q】 『2D アラド戦記モバイル』には2018年内に配信する目処が立っているのでしょうか。

【A】 まだ配信日程について発表していません。

【Q】 『LawBreakers』でコンソール事業に参入をされましたが、そこからのテイクアウェイや今後のコンソールビジネスに関する考え方を教えてください。

【A】 5年以上先の長期的な視点でお話しすると、最終的にはモバイル・PC・コンソールの3つのプラットフォームが統合されていくと思います。ネットワークレイヤーやグラフィックスレイヤーが発達したことで、『Durango』の様な高度で携帯出来るゲームが増えていくでしょう。また、最近では多くのコンソールゲーム会社のコンソール事業に対する考え方が変わってきていると感じます。ゲームは従来リビングルーム以外でプレイされることなど想定されていませんでしたが、現在はゲームを含めたメディアコンテンツの消費をあらゆる場所で行うようになりましたのでこの考え方が変わってきています。中期的には、とりわけオンラインゲームにとってコンソール事業は大きなチャンスだと考えています。コンソールゲームは従来シングルプレイ或いはグループプレイでしかありませんでしたが、オンライン化により様々なチャンスが生まれています。それ故私たちが今後コンソール向けに多くのゲームを提供していく予定です。

【Q】 2017年振り返ると、毎四半期三～四十億円の減損が発生し、過去と比較すると減損の金額が大きくなっているように感じられます。どの分野で発生しているか、また減損に対する考え方を定性的でも構わないので教えてください。

【A】 内容としてはゲームIP、前払いロイヤリティなどに係る減損です。多くのチャレンジをしてパイプラインを充実させていく限りにおいては、どうしても避けられないものだと考えています。数多くのタイトルがあり、1つ1つはそれほど大きな金額ではありませんが纏まるとそれなりの金額になります。

【Q】 中国事業における『メイプルストーリー2』の貢献度を教えてください。例えば第1四半期の業績予想のYoYの成長において10%程度を占めるようなインパクトが出てきたのか、或いはまだかなり小さくそのような規模ではないのかなどヒントを教えてください。

【A】 『メイプルストーリー2』は、去年はまだなかったタイトルなので、YoYの成長には貢献しています。『アラド戦記』と比較すると、大きな割合を占めているわけではありません。ただし、中国では『アラド戦記』との比較で大きくないものの、日本など他の地域のタイトルと比較した場合、決して小さいものではありません。PCオンラインゲームはゆっくと育て、息の長いものにしていくことが重要なので急激に売上収益が上がるようなことは想定していません。

- 【Q】 22 ページのパイプラインのスライドの中で、開示できるものがあれば、第 1 四半期にローンチするタイトルを教えてください。
- 【A】 すでに公表している範囲で、お話しします。PC では、『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』をワールドカップ前を目標にローンチの準備をしています。『Astellia』は 6 月頃のローンチ予定です。『Battlerite』は、2018 年中のローンチを予定しています。モバイルでは『Durango』が韓国でローンチ済み、今後グローバル展開を行っていきます。『OVERHIT』は日本に展開する予定ですが、時期は未定です。韓国の『Elsword M Shadow of Luna』、『KAISER』のローンチ時期は未定です。『DARKNESS RISES』は、『Dark Avenger 3』のグローバル配信用タイトルで、グローバル展開の準備中です。『ファイナルファンタジー® XI モバイル』、『Dungeon&Fighter 2D Mobile』、『Project D』、『メイプルストーリーM』は、準備中です。『マビノギモバイル』は、2018 年中のローンチを目指して準備中です。
-

- 【Q】 『Durango』に関して、初動が強く、後に失速してしまった他のゲームとはどういった点で異なるのでしょうか。他のゲームとライフサイクルが異なることが分かる定量的な KPI を教えてください。
- 【A】 端的に回答するならばまだその様な話をするには時期尚早です。『Durango』は深い体験が出来るリッチな MMORPG で、このようなゲームを手掛けるのはネクソンにとって初めての経験になります。他のゲームとは大きく異なる新しいゲームであるため、ユーザーの行動もユニーク、且つ予測が困難で、他のゲームで用いていたベンチマークを使って計測することは難しいと考えています。ユーザーの遊び方・プレイスタイルをもっと長い期間観察する必要がありますし、短期的な動きよりもこれから数年間でどうなっていくかを見ていきたいと考えていますので現時点で頂いた質問に回答するのは時期尚早です。定性的にはユーザーからの評価がとても高く初動には非常に満足しています。
-

【Q】 第4四半期は季節性の影響で KPI の指標が下がると思いますが、第 1 四半期に入って、中国『アラド戦記』の MAU、課金ユーザー数は再び回復し、売上の成長は ARPPU ドリブンではないと考えてよいでしょうか。

【A】 Q1 に関しては今年は旧正月が遅いため完全に分析はできていませんが、第4四半期では MAU は微減、課金ユーザーが微増、ARPPU が上昇しました。MAUの減少はボットの制裁に加えて、通常旧正月アップデートに向けて徐々にゲームを warm up していきますが、旧正月のタイミングのズレにより今年は第4四半期にそのような施策を行わなかったことが要因です。昨年第3四半期までは YoY で大きく課金ユーザー数が増加してきましたが、第4四半期においては微増でした。そのため売上収益の成長のドライバーは ARPPU です。この傾向を考えると、第1四半期もある程度 ARPPU が YoY で成長すると考えられますが、『アラド戦記』以外の中国の他の PC タイトルやモバイルの ARPPU と比較すると全く高いということはなく心配するような ARPPU の上昇ではないと思っています。課金ユーザーが全体的に増えて、細かなアイテムを買っていただいていたユーザーが課金の楽しさを覚えて、パッケージを購入しているという状況での ARPPU の上昇です。引き続き中国の『アラド戦記』はヘルシーな状況にあると考えています。

【Q】 今後のグローバル展開も含めて、『Durango: Wild Lands』のマネタイゼーション戦略を教えてください。

【A】 『Durango』のゲーム性からマネタイズをするゲームというより長い間遊んでいた PC のようなタイトルだと思っています。現在のところリテンションも良く、長期に渡って運用していくことを目標としています。その中で長い間、売上と利益に貢献してくれればという考えのもと運用しています。現状収益に貢献していますが、あまりマネタイズするタイプのゲームではありません。

【Q】 中国『アラド戦記』について、去年は3月一杯旧正月のアップデートの効果が持続したということでした。今年は初動を踏まえてどの辺までアップデートの効果が続くという前提で第1四半期の計画を立てているのでしょうか。

【A】 昨年と比較して旧正月のアップデートのタイミングが遅いため、3月いっぱい効果は持続すると見込んでいます。また第2四半期にも多少影響する可能性もあります。

- 【Q】 ネクソンの e-Sports に対する取り組みやビジネス機会をどう捉えているかコメントください。
- 【A】 e-Sports はとても興味深く注目すべき分野であると思っています。しかし、多くの人が見落としているのは、e-Sports は少なくとも現時点においてはコンソールやモバイルではなく、PC 環境が中心であるという点です。日本は PC 中心のマーケットではないので、どうして e-Sports がここまで注目されているのか不思議に思っています。また、『League of Legend』と『Overwatch』の2つのタイトルを除くと、多く人は然程熱烈な関心を持つことはないでしょう。北米においては伝統的なスポーツ業界で e-Sports が話題になっていますが、これは伝統的なスポーツの人气が低迷中で、新しい話題を取り入れようとしているに過ぎません。
- 広い視点で見れば、e-Sports はゲームを鑑賞することです。これはとても楽しいことです。他の上手なプレイヤーがプレイしているのを鑑賞したり、それを見て人とプレイヤーとが交流したり、ゲームをより魅力的にすることがあります。しかし単に投資をすれば良いということではなく、事業として成立するには様々な環境が整っていることが条件となります。e-Sports の将来が具体的にどうなっていくか分かりませんが、個人的には慎重な姿勢でいます。
- ネクソンの取り組みについては、韓国江南にフルタイムの e-Sports 施設であるネクソンアリーナを所有しています。550 名程度の観客を収容し、年間約 300 のイベントを開催しています。我々が e-Sports を通じて分かったことは、どのゲームが e-Sports ゲームになるかを決めるのはプレイヤーであって、ゲーム会社ではないということです。ゲーム会社が e-Sports ゲームに最適なゲームだと思ったものの、全く e-Sports ゲームとして受け入れられなかった事例が数多くあります。ゲームを配信する際には、プレイヤーがどんなことをしているか、オンラインでゲームを鑑賞しているのかなど注意深く観察する必要があります。