

2019 年度第 3 四半期決算電話会議(2019 年 11 月 7 日開催)

質疑応答要約

【Q】 第 3 四半期の中国『アラド戦記』の課金ユーザー数の減少は、何らかの施策に失敗した、もしくは特定のコンテンツアップデートが上手く行かなかったことが要因だったのでしょうか。そしてこれによって生じた問題を修正するためのアップデートを準備しているのでしょうか。あるいは今年の上半期に、課金をし過ぎたことで売上が上半期に偏り過ぎてしまったことが下半期にマイナス影響を与えているのでしょうか。

【A】 植村 士朗（最高財務責任者）

6 月に実施したアニバーサリーアップデートに加えて、7 月のサマーアップデートがユーザーの評価を得られなかったことから、第 2 四半期の終わりから課金ユーザー数を含む KPI が減少しました。当第 1 四半期及び第 2 四半期の『アラド戦記』の売上収益は共に好調であったものの、上半期に課金をし過ぎたことがその要因ではありません。直近の KPI の低調はあくまでもこれら 2 つのアップデートの不調によるものです。

【Q】 中国『アラド戦記』は、例年第 1 四半期に旧正月アップデートがあり、一年で最も売上収益が大きくなる四半期です。しかし、重要アップデートの実施時期が来年の上半期半ばであるため、2020 年第 1 四半期の売上収益は比較的弱くなってしまおうと想定しておいた方が良いでしょうか。

【A】 植村 士朗（最高財務責任者）

現在に至るまでの状況を時系列で説明します。

第 2 四半期の終わりから KPI が減少し、数四半期に渡るコンテンツアップデートを通じて、この短期的な課題解決に取り組むことを決定しました。そしてユーザーフィードバックの中でも特に重要性の高いフィードバックに対応する重要なアップデートを 2020 年の上半期半ばに実施予定です。元々当第 3 四半期に状況が大きく好転することは見込んでいませんでしたが、そのような中でも当第 3 四半期中にアクティブユーザー数や課金ユーザー数の回復を目的とした様々なゲーム内イベントを実施しました。しかし、期待していた程の効果が得られませんでした。

一方で、その後実施した国慶節アップデートは、ダンジョンやアバターデザインなどについて、既存のユーザーから好評を得ることが出来ました。その結果、第 3 四半期と比べて、対前年同期の KPI の減少率にやや回復が見られています。

第 4 四半期の業績予想については、多少回復が見られている最新の KPI に基づいて作成しています。

当第 4 四半期は、引き続き小規模なイベントを実施し、これらによって既存ユーザーのエンゲージメントの回復に努める予定です。来年の第 1 四半期における KPI を予想するにあたっては、まずは第 4 四半期にどの程度 KPI が回復するかを見る必要があり、現時点で来年第 1 四半期の売上収益の予想をすることは難しいと考えています。繰り返しますが、重要アップデートの実施は 2020 年の上半期半ばを予定しています。加えて、今年の第 1 四半期はとても好調だったため、足元のモメンタムや KPI を考慮すると、来年の第 1 四半期も売上収益は減少すると考えます。

オーウェン・マホニー (代表取締役社長)

何点か補足します。『アラド戦記』のような大規模なマルチプレイヤーゲームについて、特に大きなアップデートを行う際は、常に新しいことを試してみたり、革新的なことを取り入れてみたりしています。これらについて、ユーザーから予想以上に良い評価を得ることもあれば、想定していた程の評価が得られないこともあります。また、当社は長年ユーザーのフィードバックを大切にしてきました。ユーザーが求める体験とは異なるという意見があれば、その意見を取り入れて、ユーザーの意見が反映されるようゲームに修正を加えます。現在、まさにこのプロセスの最中で、その効果が表れるまでに 2、3 四半期程度の時間がかかると考えています。

【Q】 第 3 四半期の人件費が前年同期比で減少した要因を教えてください。中国事業が低調であるためコスト削減を行った結果なのか、あるいは組織体制の整備による影響なのでしょうか。また、第 4 四半期の広告宣伝費について、対前年同期で減少が見込まれるのは、新作タイトルのローンチ数が少ないことが要因でしょうか。

【A】 植村 士朗 (最高財務責任者)

主にストックオプション費用の減少により、第 3 四半期の人件費は前年同期比で減少しました。また、従業員数は前年同期比で増加しているものの、従業員の大部分は韓国在籍のため、韓国ウォンに対する円高の好影響を得ました。

対前年同期で広告宣伝費の減少を見込む要因は、新作タイトルのローンチ数の減少です。前第 4 四半期は、複数の新作タイトルをローンチしましたが、当第 4 四半期は『V4』のみとなります。

【Q】 Embark Studios の連結子会社により、四半期連結損益計算書に与える影響を教えてください。

【A】 植村 士朗（最高財務責任者）

Embark Studios は現在新作タイトルの開発中で、売上は出ていないため、費用のみ計上されません。四半期に計上される費用の金額は、研究開発費に分類される人件費約 5 億円です。

【Q】 『2D アラド戦記モバイル』の売上収益の見込みやビジネスモデルのイメージをもう少し教えてください。特に、テンセントと協業し、配信している PC 版『アラド戦記』と比較した場合、どのような違いがあるのでしょうか。

【A】 オーウェン・マホニー（代表取締役社長）

個別の契約条件の詳細をお伝えすることはできませんが、2 つほど言えることがあります。1 つは、『アラド戦記』には中国に非常にたくさんのファンが存在するということです。更に、中国ではそれ以上に多くの人々が高性能なモバイル機器を持っています。この巨大市場におけるチャンスはとても大きいと思っています。また、ゲーム開発の進捗もとても順調です。もう 1 つは、テンセントという素晴らしいパートナーの存在です。テンセントは、これまでも当社にとって素晴らしいパートナーでしたが、『2D アラド戦記モバイル』における関係や取り決めにも非常に満足しています。

【Q】 ワンダーホールディングスへの投資の背景を教えてください。ホ・ミン氏をアドバイザーとして招く目的という点で理解できますが、ワンダーホールディングスはゲーム事業というよりは e コマース事業が中心の会社です。なぜこの投資がネクソンのコアビジネスへの投資と言えるのでしょうか。

【A】 植村 士朗（最高財務責任者）

ワンダーホールディングスへの投資は、当社にとって価値があるものだと考えています。ワンダーホールディングスはゲーム事業、e コマース事業、また不動産事業を行っていますが、その中で当社が最も関心を持っているのは傘下にあるゲームスタジオです。ゲーム事業においてワンダーホールディングスとネクソン間で協業が可能だと考えています。

ホ・ミン氏はネオプルの創業者であり、韓国、そしてアジアのゲーム事業に精通した人材です。当社にとって素晴らしいアドバイスを提供して頂けると考え、外部アドバイザーとして迎え入れることを決定しました。

また、他の案件と同様に、当該投資を決定する前には事前に詳細な分析を行い、アップサイドがあると判断しました。金額についても、適切な水準で投資を行ったと考えています。

オーウェン・マホニー（代表取締役社長）

CFO のコメントに何点か付け加えさせていただきます。経営陣の観点から、投資を決定するに至ったポイントがいくつかあります。1 点目は、ワンダーホールディングス傘下のゲームスタジオで開発中のプロダクトです。とても良いゲームで、新作ゲームには大いに期待出来ると考えていま

す。2 点目は、当社、そして当社が行っていることにもたらすであろう価値です。ワンダーホールディングスの創業者兼、最高経営責任者であるホ・ミン氏は、『アラド戦記』を世に生み出した開発チームを率いた伝説的人物です。『アラド戦記』はゲーム業界最大規模のゲームの 1 つです。累計総売上高ベースでは世界一かもしれません。つまり、ホ・ミン氏はゲーム業界最大規模のゲームを生んだ人物ということになります。

ゲーム事業においては、人が何よりも重要な資産です。いかに優秀な人材を周囲に置けるか、そしてゲーム開発において有益な助言を受けられる体制を整えることも、当社経営陣の重要な任務です。私を含む経営陣は、スタジオレビューの際に、ホ・ミン氏と共に働く機会を得ましたが、現在までの関係はとても満足出来るものと言えます。またホ・ミン氏と彼のチームが当社がこれから挑戦しようとしていることに多くの価値をもたらしてくれると考えています。

ホ・ミン氏と彼のチームが、『アラド戦記』を制作した後、そしてワンダーホールディングスを築いてきた中で培った事業経験は、私たちにとって非常に価値のあるものです。このように、様々な観点から、彼らの事業そして我々に提供してくれるだろう価値に対して大きく期待しています。

【Q】 スタジオレビューについて言及され、更に会社内で色々と変化が起きていることをほのめかされました。これから数ヶ月又は数四半期の間にローンチするゲームの数やローンチの頻度に変化があると考えて良いのでしょうか。新たに優先されること、または逆に重要視されなくなったことがあれば教えて下さい。

【A】 オーウェン・マホニー（代表取締役社長）

端的に言うと、今後ネクソンのゲームスタジオからローンチするゲームの数は少なくなります。スタジオレビューは現在進行形で行われていて、間もなく完了するところですが、現時点では、どのタイトルを残し、ローンチするかをお伝え出来る段階まで至っていません。中には、マーケティング戦略上、公表しないタイトルもあります。しかし、今後ローンチするタイトルには共有するテーマがあります。そのテーマとは、タイトル数は減るものの、規模が大きく、たくさんのファンを持つ自社 IP をベースとした、深いゲーム体験を提供する大規模オンライン仮想世界をあらゆるゲームプラットフォームで提供していくことです。

もっと大きな観点から、今後どのようなゲーム会社が業界をリードしていくかを考えてみましょう。それはまさに大規模なマルチプレイヤーオンライン仮想世界を作ることが出来るゲーム会社です。現在この将来像に関する話題で持ち切りです。そして、大規模なマルチプレイヤーオンライン仮想世界はまさしくネクソン最大の強みであり、原点でもあります。ネクソンは、世界初のMMORPG『風の王国』でこのカテゴリーを生み出しました。同様に、誰もが知る世界初の基本プレイ無料型 (Free-to-play) ゲーム『QuizQuiz』を通じて基本プレイ無料型 (Free-to-play) ビジネスモデルを生み出しました。

経営陣の観点から振り返ってみると、当社は他社同様に、自分たち本来の強みとは異なる分野に数多くチャレンジしてきました。そして、過去数年間、これを行ってきた結果、レッドオーシャンの中でユーザーに特別な価値をもたらすことが出来ませんでした。

マルチプレイヤー仮想世界がゲーム業界の未来像であり、急速に成長していることは明らかです。また、このようなゲームをプレイ出来るデバイスの普及数も、数億単位から数十億規模に急増しています。これによって、マルチプレイヤーオンライン仮想世界の市場規模が劇的に拡大し、当社はこの市場に対して、これまで『メイプルストーリー』、『アラド戦記』、『カートライダー』などで提供してきたような価値を数多く提供出来るようになります。

未来像が明確、且つその未来像において、他社がなかなか真似することの出来ない競争優位性を持つことは極めて稀です。この様な状況下においては、当社の強み以外の分野に注力することは有益な時間の投資とは言えず、この考え方が当社のゲーム開発における全ての意思決定に反映されています。