

株式会社ネクソン

2018 年第 1 四半期決算電話会議（日本語）要旨

2018 年 5 月 10 日

CEOハイライト

オーウェン・マホニー（以下、マホニー） 決算電話会議へのご参加ありがとうございます。

2018年は素晴らしいスタートとなり、当第1四半期の売上収益、営業利益、四半期利益のすべてにおいて当社業績予想を上回る、過去最高の四半期業績となりました。

売上収益と営業利益はともに2桁成長し、営業利益率は60パーセントとなりました。四半期利益は前年同期比2倍超成長しました。

好調な業績は、さまざまな地域でPCとモバイル事業の両方が堅調であったことを表しています。

前回の決算で、中国『アラド戦記』の旧正月アップデートがとても好調なスタートを切ったことをお伝えしましたが、その勢いは四半期の後半も継続し、重要な旧正月の時期にとりわけ好調でした。好調さを十分に考慮した業績予想さえも上回る結果となりました。

北米事業は、四半期全期間にわたり、Pixelberry Studiosからの寄与があったことから、売上収益が前年同期比でおよそ2倍となりました。統合後1.5四半期が経過しましたが、統合プロセスはとても順調です。

加えて、韓国のモバイル事業が2017年下半年、また2018年当第1四半期に配信を開始したゲームによって前年同期比で大きく成長しました。

当第1四半期は、主要タイトルが素晴らしい1年のスタートを切りました。10年以上サービス（提供）中のタイトルも含まれますが、これらすべてが前年同期比2桁成長を遂げました。当社ライブ運用チームの安定的かつ長期的な成長を可能とする運用力を表しています。

『アラド戦記』は来月、中国で10周年を迎えます。当第1四半期は、過去最高の四半期売上収益を記録し、前年同期比で大きく成長しました。現地通貨ベースの総売上高は、9四半期連続で前年同期比2桁成長を記録しました。

『メイプルストーリー』は4月に韓国で15周年を迎えました。全世界における当第1四半期の売上収益は、前年同期比で11パーセント成長しました。

『DomiNations』は4月に3周年を迎えました。当第1四半期における全世界での売上収益は、前年同期比で18パーセント成長し、累計総売上高は1億5千万ドルを超えました。

これらの素晴らしい結果は、当社の根幹をなすライブ運用力、また長年に渡ってゲームを成長させる能力を表しています。

以前もお伝えしましたが、長期にわたってゲームを成長させる運用力は、ゲーム業界においてはとても強力で、これを着実に実行できるゲーム会社は世界でもほんの数社に限られます。

好調な業績は、目には見えないネクソンのIPの強さも表しています。『アラド戦記』や『メイプルストーリー』は、世界中で、年齢を超えて、繰り返し訪れる何千万人ものユーザーから愛されています。

当社はこのようなシンプルなコンセプトに基づき、強固な事業を築いてきました。何年にもわたってこれらを実行できるネクソンの力が、ゲーム業界で持続的かつ着実に成長すること可能としました。

当社はまだまだ成長段階にいます。

当社には強固な既存事業があるため、次の長期ヒット作の創出のため、ゲーム開発に積極投資することができます。

ゲーム開発をさらに良い体制で行うため、韓国の開発体制を再編成しました。これまでは、1つの部署を複数のチームに分けて運営していましたが、これを7つの独立したスタジオ体制としました。これにより、人事やプロジェクトの立ち上げなど、各スタジオがより多くの裁量権を持つこととなります。

この再編成は、クリエイティブな人材にクリエイティブな決断を委ね、それぞれのスタジオの文化が生まれやすい環境を作るためです。また、次世代の開発リーダーの育成も目的としています。

現在、世界中で多くのタイトルの配信を準備中です。

韓国では、FIFAワールドカップロシア大会開幕前の今月末に、『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』をローンチします。モバイル版はPC版ローンチ後、7月に配信開始です。

EA（エレクトロニック・アーツ）社が開発する新作に大きな自信を持っています。5月後半のワールドカップモードなど、第2四半期にたくさんのイベントも準備していて、とても楽しみにしています。

前作の『EA SPORTS™ FIFA Online 3』は、1,300万人を超えるアカウント数を記録しています。（この数字は）韓国の人口の4分の1に相当します。

ローンチ後の数四半期は『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』への移行期間になるため、当面は『EA SPORTS™ FIFA Online 3』から『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』へユーザーがスムーズに移行できるためのサポートに注力します。

そのため、『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』への移行期間中は、韓国の業績に一時的に影響が出ると想定しています。他のゲーム同様、このようなライブ運用への投資が、長期的により持続的な成長をもたらすと考えています。

また韓国では、当第2四半期に新作MMORPG（※多人数で同時に接続できるオンラインRPG）『KAISER』をローンチします。日本は、第1四半期は減収でしたが、『OVERHIT』、『DURANGO: Wild Lands』、『GIGANT SHOCK』など、10作のモバイルゲームを2018年中にローンチする計画を発表しています。

その他の地域では、『Durango: Wild Lands』、『Darkness Rises』、『メイプルストーリーM』など、複数をローンチする予定です。

当社は、強力なIPを持ち、業界トップクラスの運用力でIPを成長させ、更なる豊富なパイプラインを準備しています。私はネクソンの将来にこれまで以上に期待しています。

それではこれよりCFOの植村から第1四半期の業績と、第2四半期の見通しについて説明いたします。

2018年度第1四半期 業績ハイライト

植村士朗（以下、植村） それでは当第1四半期業績の説明に移ります。詳細は当社IR Webサイトに掲載の「2018年第1四半期 決算説明資料」に記載がありますので、そちらをご確認下さい。

売上収益は、会計基準ベースで前年同期比21パーセント増加、一定為替レートベースで18パーセント増加の905億円となり、当社の業績予想レンジ上回る着地となりました。

営業利益は547億円、四半期利益は466億円となり、それぞれ当社の業績予想を上回りました。主に、中国『アラド戦記』の旧正月アップデートの好調が継続したことにより、売上収益は当社業績予想を上回る着地となりました。

営業利益は当社業績予想を上回りました。利益率の高い中国事業からの売上収益が予想を上回ったこと、また人員増が計画以下だったことなどにより、人件費が予想を下回ったことが主な要因です。

四半期利益も当社業績予想を上回りました。当第1四半期中に米ドルに対して、主に円高が進行したことにより、米ドル建ての現金預金等について為替差損22億円が発生した一方で、営業利益が当社業績予想を上回ったことが主な要因です。

当第1四半期の中国の売上収益は業績予想を上回りました。（要因は）主に『アラド戦記』の好調によるものです。『アラド戦記』は、2月1日に旧正月アップデートを実施しました。期間限定でプレイできる、けもの種族をテーマとしたダンジョンの追加や、ダンジョンに合わせたアバターパッケージ販売を行い、ユーザーから好評を博しました。

旧正月アップデートの好調が2月の中旬以降も継続し、とりわけ2月の旧正月の時期が好調であったことから、売上収益は業績予想を上回りました。

例年、第1四半期は、旧正月の影響による強い季節性が見られます。当第1四半期も、強い季節性により、中国『アラド戦記』の売上収益、ARPPU（課金ユーザー1人あたりの平均月間売上高）、MAU（月次アクティブユーザー数）、課金ユーザー数はいずれも前四半期比で増加しました。

前年同期比では、主に旧正月のアバターパッケージ販売が好調であったことから売上収益およびARPPUが増加しました。

MAUは減少しました。旧正月アップデートに加えてレベルキャップ開放を行ったことで、MAUがとても高い水準にあった前年度第1四半期との比較であるためです。

課金ユーザー数はおよそ横ばいとなりました。

第1四半期の韓国の売上収益は、期中に対韓国ウォンの為替レートが円高に推移したことにより、当社業績予想を下回りました。為替変動の影響を除くと、当社業績予想レンジの下限での着地となりました。

モバイルゲームの売上収益は、2017年下半期に配信を開始した『OVERHIT』、『AxE』、また当第1四半期に配信を開始した『熱血江湖 M』、『Durango: Wild Lands』からの寄与により、前年同期比で大きく成長しました。PCオンラインゲームの売上収益は、前年同期比で減少しました。

旧正月のプロモーションが好調であったことなどにより、『メイプルストーリー』の売上収益が前年同期比で増加しました。

一方で、『アラド戦記』が2016年下半期に実施した大型アップデートの効果の継続により、特別に好調であった前第1四半期との比較であったこと、また『EA SPORTS™ FIFA Online 3』が『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』へのサービス移行時期が近いことから、売上収益が前年同期比で大きく減少し、韓国のPCオンラインゲームの売上収益は前年同期比で減少しました。

『EA SPORTS™ FIFA Online 3』については、バージョンアップした次作『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』を昨年11月にユーザーに対して公表し、同時に『EA SPORTS™ FIFA Online 3』から『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』へサービスを移行する計画を発表しました。

サービス移行に向けての準備期間中は、保有する資産の移管方法や移管システムに対する不安などから、通常ユーザーがゲーム内での課金を一時的に控える減少が生じます。このため、当第1四半期は当社の想定どおり、売上収益が前年同期比で大きく減少しました。

4月に資産の移管方法詳細をユーザーに発表しましたが、引き続き5月後半の『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』ローンチ後から数ヶ月間は、ユーザーがスムーズに移行できるためのサポートとユーザーベースの構築に注力するため、通常運用時と比べて売上収益が落ち込むことを見込んでいます。

ただし、これは新タイトル移行に伴うプロセスであり、『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』へユーザーをスムーズに移行したあとは、このタイトルを成長させていきたいと考えています。

モバイルゲームの増収をPCオンラインゲームの減収が上回ったことから、韓国事業全体の売上収益は前年同期比で微減となりました。

第1四半期の北米の売上収益は、前第4四半期から連結子会社となったPixelberry Studiosからの寄与により、前年同期比でおよそ2倍となりました。

当第1四半期の欧州およびその他の地域の売上収益は業績予想を上回りました。（要因は）おもにPixelberry Studiosからの寄与によるものです。

Pixelberry Studiosは米国を拠点とし、北米を主要地域とする開発スタジオであるため、業績予想の作成時には、簡便的に同社の売上収益をすべて北米地域に含めていました。

当第1四半期で、Pixelberry Studiosの売上収益を初めて四半期全期間に渡り連結するにあたり、売上収益を地域別に分類しました。その結果、欧州およびその他の地域の売上収益は業績予想を上回りました。

なおPixelberry Studios全体での売上収益は、業績予想の上限値での着地となりました。

当第1四半期は、四半期全期間に渡りPixelberry Studiosを連結対象とする初の四半期であるため、ご参考までに地域別売上構成比率を決算説明資料10ページに記載しています。詳細はそちらをご覧ください。

2018年度第2四半期 業績見通し

植村 2018年度第2四半期業績見通しの説明に移ります。

2018年度第2四半期の売上収益は、会計基準ベースで前年同期比4パーセントの減少から4パーセントの増加、一定為替レートベースでは7パーセントから1パーセントの増加となる、451億円から491億円のレンジを予想しております。

中国および北米地域においては前年同期比で増収が見込まれる一方で、韓国、日本、欧州およびその他の地域では減収が見込まれることから、全体では前年同期比で売上収益が微減から微増の間となることを予想しています。

営業利益は105億円から135億円のレンジを予想しております。

四半期利益は112億円から138億円のレンジを予想しております。

中国では、主力PCオンラインゲーム『アラド戦記』に対し、労働節の時期に合わせたTier1コンテンツアップデートを4月26日に実施しました。また、6月には10周年記念アップデートも予定しています。

4月の課金ユーザー数は前年同期比で高い水準にあった一方で、ARPPUは前年同期比で減少しました。

これらの状況を踏まえて、当第2四半期の『アラド戦記』の売上収益は、前年同期比で微増することを予想しています。韓国では、先ほどの説明どおり、『EA SPORTS™ FIFA Online 3』および『EA SPORTS™ FIFA Online 3M』がサービス移行に伴い、売上収益が前年同期比で大きく減少することが見込まれます。

『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』については、PCのサービスを5月末から、またモバイルのサービスを7月末から開始する予定です。

『EA SPORTS™ FIFA Online 3』および『EA SPORTS™ FIFA Online 3M』は8月にサービス終了予定となっております。

その他のPCオンラインゲームについては、『サドンアタック』および『アラド戦記』の売上収益が前年同期比で減少することが予想されます。

一方、モバイルの売上収益は、2017年下半期に配信を開始した『OVERHIT』や『AxE』、また当第2四半期に配信開始予定の『KAISER』などからの寄与により、前年同期比で増加することが見込まれます。

全体では、減収要因が増収要因を相殺し、韓国の売上収益は前年同期比で微減から横ばいとなることを予想しております。

日本では、当第2四半期に配信開始予定の『OVERHIT』からの寄与を見込む一方で、『HIT』、『HIDE AND FIRE』およびブラウザゲームなどの売上収益の減少が見込まれることから、前年同期比で減収を予想しています。

北米ではPixelberry Studiosからの寄与により、前年同期比で増収を見込んでいます。

欧州およびその他の地域では、Pixelberry Studiosからの寄与により、欧州の売上収益が前年同期比で増加することを見込む一方で、その他の地域における『真・三國無双 斬』が大きく減少することが見込まれることから、前年同期比で減収を予想しています。

2018年第2四半期における営業利益は、105億円から135億円のレンジを予想しており、前年同期比で36パーセントから17パーセントの減少となる見通しです。

対前年同期での増益要因としては、おもに中国事業およびPixelberry Studiosからの寄与による売上収益の増加です。

また、2017年第2四半期で発生した減損損失22億円を、2018年第2四半期では見込んでいないことによるその他の費用の減少効果が挙げられます。

対前年同期での減益要因としては、従業員数の増加やストックオプション費用の増加などによる、人件費の増加が挙げられます。

また、『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』、『OVERHIT』および『KAISER』などの新作のプロモーションや、『Choices: Stories You Play』に係るプロモーションなどによる広告宣伝費の増加です。

営業利益を上限値で見た場合、減益要因が増益要因よりも大きいことから、営業利益は前年同期比で減少することを見込んでいます。

質疑応答

質問者1 質問が3つあります。

まずガイダンスに関してです。第2四半期の営業利益の見通し、コストの減益要因について、人件費が31億円、その他が17億円増えると書いています。他の期と比べて変化率がかなり大きく見えるので、ここに一過性の要因があるかどうか。なぜ人件費とその他（コスト）がここまで増えるのか教えてください。

植村 人件費が31億円増加していることについてですが、こちらは通常の人件費とストックオプションのコストです。その中で、ストックオプションのコストは3分の1強入っております。こちらは弊社のキーマンとなる人材をリテンションするためのコストです。

今まで必要に応じてストックオプションを出してきた中で、新たに出したストックオプション等がございますので、約3年間の間、同様の水準で計上することになります。

したがって、一過性のコストというよりは、ある程度、固定費と考えていただいてもいいと思います。今、過去に出したストックオプションも徐々に計上が終わっていきますので、多少減少することはありますが、今の水準でいうとこれぐらいを見込んでいて、そんなに大きな変化はないと考えています。

その他（コスト）に関しましては、あくまでも変動費や外注費の増加等々の細かいものの集まりで、特筆すべきものはございません。

質問者1 2点目は『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』の移行期間に関して、どれくらいかかるのか教えていただきたいと思っております。

植村 『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』に関しては、過去の経験から、むしろワールドカップの後が非常に重要だと認識しています。ワールドカップ前よりも、ワールドカップ中に徐々に盛り上がりを見せて、営業的には終わった後の数ヶ月に非常にいい効果が見られました。

したがって、5月末にしっかりとPC版をローンチして、ユーザーの移行をスムーズに終わらせ、ユーザーベースをしっかりと確立した上で、7月末のモバイル版をローンチして、再度成長に向けて動いていきたいと思えます。

第2四半期は移行期間に当たりますので、これから大きなアップサイドあるいはダウンサイドはないと考えていますけれども、第3四半期以降はゲームの状況をしっかり見ながら、成長を促していこうと考えています。

質問者1 最後の質問です。オーウェン社長から開発体制の変更をお示しいただきました。（開発体制を）独立させることによって、クリエイティブが上がったり、リーダーシップができるようになりますけれども、スケジュールやコストの管理が今までと違って、少し難しくなるようなイメージを持ちました。そのあたり、全体の管理はどのようにされるのでしょうか。

マホニー まず、スタジオを1つの一元的な組織として運営する場合には、1つのチームがいろいろな判断を下さなくてはなりません。しかしながら、スケラビリティがないのが問題点であると言えます。

例えば、スタジオのチームのメンバーが増えていき、より多くのゲームを扱う場合には、なかなかうまく判断を下すことができなくなってしまう。

そしてとにかく、ユーザーおよびゲームに一番近い人から、最もすばらしい発想が生まれます。1つのアイデアに固執して、それを追求することが重要だと考えていますので、各ユーザーに近い人々に独立性を与えていこうというのが今回の趣旨です。

昨今、ネクソンは新しい世代のリーダーをどんどん育てています。そして、（彼らは）どんどん経験を積んできています。そのような中で、より自立的な判断が下せるようなリーダーシップを形成していくことが重要だと考えています。

成功する人もいれば、そうではない人も出てくるかもしれませんが、我々はそれを常に監視・監督してまいります。

質問者1 ありがとうございます。

質問者2 1つ目の質問は、『アラド戦記』のPC版の数字に関してです。MAU（月次アクティブユーザー数）が下がって、課金ユーザーとARPPU（課金ユーザー1人あたりの平均月間売上高）は増えたということですが、このダイナミクスを考えると、いつになると「ARPPUを少し下げてもいいから、MAUを上げよう」となるのでしょうか。

第1四半期は、いろいろなことでARPPUが上がっていると思えますけれども、MAUと課金ユーザーとARPPUが通常のレベルになるのはいつになるのでしょうか。

植村 第1四半期の中国の『アラド戦記』に関して、MAUは減少、課金ユーザー数はほぼフラット、ARPPUが大きく上昇という状況です。

こちらに関して少し説明を加えると、『アラド戦記』は2017年に非常に良好な成長を見せていました。我々は、常に日々のオペレーションや、イベントごとのコンテンツのアップデートに注力しながら、ゲームの中を健全な状態にしてきています。

加えて、昨年（2017年）の第4四半期では、とくに大きな課金施策をすることなく、しっかりとユーザーベースを整えています。

したがって、第4四半期においてユーザーの購買意欲は非常に高まっている中で、今年の第1四半期は最も（売上の）ハイシーズンになるのですが、その時期にしっかりしたコンテンツのアップデートとパッケージの販売ができたことによって、MAUは減少しているもののARPPUは上がっているということです。

MAUの減少をもう少し説明すると、昨年の第1四半期でレベルキャップの解放を行いました。レベルキャップの解放は数年に一度しか行わない特別な施策でして、レベルキャップの解放によってユーザーが非常に活性化されて、多くのユーザーが流入しました。

そのような年とのMAUの比較で、今年は減少しているように見えますけれども、普段の第1四半期との比較をすると、MAUは通常と同じレベルです。したがって、大きく減少しているというわけではなく、単純に昨年の第1四半期が高かったということになると思います。

もう一つ、課金ユーザーがフラットでMAUが下がっている中で、昨年の収益を大きく上回っている理由は、やはりARPPUの増加です。

ARPPUの増加は、先ほども申し上げたように、ゲーム内の状況が非常にいい中で、しっかりとコンテンツのアップデートができ、かつアバターパッケージの販売がうまくいったということです。

具体的には、常にコアユーザーたちがパッケージを1つだけではなくて、複数買ってくれるようなかたちになっております。また、今までライトな課金ユーザーがパッケージを買うような状況が見られます。

そのような、ゲーム内の状況がいい中で、我々が打った施策がうまくいって、しっかりと売上をあげることができたという分析です。完全にコントロールしている中で、非常にいい業績だったと認識しています。

第2四半期の足元の状況は、MAUは安定しており、課金ユーザーは増加、ARPPUは昨年のレベルと同等あるいは少し減少というかたちです。

したがって、第1四半期の状況は、我々の打った施策が非常にうまく当たったということで、第2四半期はまたユーザーベースをしっかりと確立するという時期です。すでにARPPUは昨年以下のレベルまで落ちております。こちらに関してはハイシー

ズン・ローシーズンいろいろとありますが、ゲーム内の状況を見ながら、何をすべきかを考えて手を打っておりますので、ARPPUがずっと高く、MAUがどんどん減少し続けているという状況ではございません。会社としては引き続き、中国の『アラド戦記』はいい状況にあると認識しております。

質問者2 2つ目の質問は、『Durango: Wild Lands』についてです。売上収益はいいようですけども、KPIはどうなのでしょう。この『Durango: Wild Lands』はこれから3年、4年と成長していくのでしょうか。『Durango: Wild Lands』は海外でもローンチされると思いますけれども、最初はソフトローンチということでしょうか？そして少しずつ成長していくのでしょうか？『Durango: Wild Lands』はどのくらい息が長いゲームになると思いますか？

マホニー 率直に言うと、ローンチしたときのユーザーの関心は、我々の高い期待を大きく上回るものでした。かなり前もって（ユーザー）登録をする人もいたということもありました。

もう一つ申し上げておくと、Google、Appleの支援が非常に強かったということもありました。この『Durango: Wild Lands』は、これまでのモバイルゲームとはまったく違うということで、ユーザーが気に入ってくれたということだと思います。

もう一つの大きなポイントとして、私たちの高い期待も上回ったということで、最初のローンチ直後に本当に多くのユーザーが流入してきたわけですが、それによっていくつかの問題が起きました。それはカスタマーエクスペリエンスの問題、サーバーの問題が起こったわけです。技術的な課題もありました。

『Durango: Wild Lands』は（他のゲームとは）非常に違うので、市販のテクノロジーを使うわけにはいかず、新しい技術やゲームの中でのマネジメントやプロビジョニングが必要だったわけです。

このように、多くのユーザーが同時に入ってくる場合、ゲームというのは常に新しいユーザーが入ってくることを想定しているわけですけども、非常に巨大な数のユーザーが一度にやってくるので、ゲームプレイにおける問題が起こってしまったということです。

このようなことがあいて、ユーザーの関心が強かったことは非常にハッピーだったわけですが、アプリのストアランキングで下がってしまいました。

『Durango: Wild Lands』について言えることとしては、MMORPGの世界では、そのゲームが成功したかどうかというのは、最初の数ヶ月や数四半期では判断しません。

ユーザーエクスペリエンスがどうなるかとか、システムの問題を直していくためには、何四半期が続かないとわからないのです。ですから、まだ（判断するのは）時期尚早であると思います。

先ほどプレゼンテーションでも言いましたけれども、世界中でこのゲームを提供していくわけですけども、他の地域では、韓国とは違うかたちでローンチしていくこととなります。

私たちがローンチしてきたゲームで、何年もの間にわたって成功してきたゲーム、他の会社でも世界全体で成功したゲームというのは、最初は小さくスタートして、いろいろと変動があって、ということだと思います。

ですから、これからの数四半期ということではなく、このゲームが5年後、10年後に話題になるかどうか重要だと考えています。（『Durango: Wild Lands』は）それに向かっていると思いますし、これからも注目していき、これからの四半期でも（進捗を）お話ししていきたいと思っています。

質問者2 最後の質問です。第2四半期のガイダンスの中央値を見ると、収益が26パーセント下落しているわけですが、コストはこれから安定してくのでしょうか？

植村 第2四半期のコストの見通しなのですけれども、人件費がかなり増加しています。こちらの3分の1ほどはストックオプションのコストになります。

これは我々ゲーム会社にとって必要な財産である、有能なタレントをしっかりとリテンションするという意味がありますので、こちらに関しても、ある程度状況を見ながらストックオプションを発行していております。

したがって、積み重ねということで、今回、ある程度（コストが）積み上がっていることになります。こちらは一過性のコストではなく、このままの状況で3年ほど続くと思います。ただ、以前に出したストックオプションが徐々に減っていきますので、若干の減少は見られます。

もう一つの大きな要因は、やはり広告宣伝費です。こちらに関しては、どうしても大型のタイトルのローンチが多ければ、ある程度先行投資として投下していく必要があると考えています。

したがって、昨年の同じ第2四半期と比較すると、広告宣伝費が大きく増加しておりますけれども、こちらはあくまでも先行投資です。第2四半期に入ってきて、営業利益を減少させる要因になっておりますけれども、ここでしっかりといいタイトルをローンチすることによって、翌期あるいは翌々期に売上として効果が出てくるものと考えております。

広告宣伝費に関しては、定期的に同じようなものが入るとは言えませんが、必要に応じて投下すべきだと考えています。

我々のP/Lの中で大きく変動するとしたら広告宣伝費になりますが、人件費に関しても、今後は第2四半期でのレベルぐらいは計上すべきだと考えています。

質問者2 ありがとうございます。

質問者3 今、ご説明いただいた、人件費と広告宣伝費について確認です。人件費の考え方として、第1四半期で見込まれていた人件費を結局使い切れてないと思うんです。

一方、ご説明いただいたように、第2四半期でストックオプションを積まれたり、（人件費が）増加している状況なのですが、これは例えば、韓国で人材を確保しようとしたけれども、思ったほど採れなくて使い切れず、業界的にその分お金を積まないと人が採れない状況になっているという話なのか、それともそこまでの意味はないのか、確認させていただけますでしょうか？

植村 第1四半期で我々の予想とコストの差が出た理由は、思ったほど採用が進まなくて、人件費がそれほど積み上がらなかったところではあります。

ただ、人材を確保するためにお金を積まなければいけないのかというのはまた別な話です。人員に関しては、我々のタイトルが増えるごとに、あるいは開発パイプラインの状況にしたがって増やしておりますのであまり大きな変動はありません。

ストックオプションのコストに関しては、我々は定期的に、グループのキーマンの人たちに、リテンションを図るために出しております。さらに今回は、役員に対してのストックオプションもありますので、必要な費用・投資だと考えております。

質問者3 2点目は、広告宣伝費についてです。新作が多い四半期は50億円前後使われてきたと思うのですが、第3四半期から『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』にアクセルを踏まれる中で、さらに大きく増える可能性を見ておいたほうがよろしいのでしょうか？

植村 （広告宣伝費が）ここからさらに大きく増えることは恐らくないと思います。ただ、『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』のローンチもありますし、期待作である『OVERHIT』の日本ローンチもあります。また、韓国での『KAISER』というタイトルも非常に期待しております。

そのようなタイトルに対して、ローンチ後のKPIを見ながらしっかりと（広告宣伝費を）投下していきますので、ここで必ず増えない、必ず減少すると言うのは難しいのですけれども、我々が想定している中ではこのような金額が正しいと考えています。

質問者3 最後になりますけれども、今回、パイプラインを地域ごとに開示していただいています。恐らくこちらに出ていないタイトルも多く控えていると思うのですが、今期の日本のモバイルゲームの投下に対するスピード感などを確認させていただけますでしょうか？

植村 おっしゃるとおり、10タイトルほど準備しております。ローンチのタイミングとしては、今、発表しているものでは『OVERHIT』が第2四半期で、『GIGANT SHOCK』と『DURANGO: Wild Lands』に関しては、まだ年内としか発表しておりませんが、第2四半期以降、随時準備でき次第ローンチしていくことになると思います。

日本においてこのような複数の期待できるタイトルを揃えられたのは本当に2年ぶりぐらいのことですので、非常に期待しておりますし、後半に行くにしたがって、スピード感をもってご紹介できると考えています。

質問者3 ありがとうございました。

質問者4 第2四半期のガイダンス、とくに中国の収益に関して質問です。

6月に『アラド戦記』の10周年記念があり、それから4月の労働節にも非常に成功したということは、第2四半期は第1四半期に比べてもっと成長すべきではないのでしょうか？

植村 PCオンラインゲームに関して、もう少しご説明いたしますと、日々しっかりと運用をしていながら、イベントごとにコンテンツのアップデートを行っていくという意味では、各四半期でやるべきことはあるのですが、（ユーザーが）ずっと課金し続けるということは基本的にはできません。なぜならば、ユーザーが課金疲れをしてしまって、ゲームの中のバランスが崩れてしまうためです。

したがって、我々の四半期でいうと、第1四半期が中国の『アラド戦記』にとって一番大切な時期です。

次に（大切な時期として）第3四半期の国慶節があります。第2四半期と第4四半期は、ユーザーベースをしっかりと整えて、また次のジャンプのために準備をする時期と位置付けています。

したがって、引き続き好調でありますけれども、大きな課金施策をとるという意味ではなく、しっかりとユーザーベースを整えるという意味になります。

ARPPUは昨年より低い状況で落ち着いておりますし、課金ユーザーは増加に転じている、MAUは安定しているという中で、再度ユーザーベースがしっかりと整えられてきているということですので、今回の第1四半期のように、常に毎四半期成長していくというものではなく、しっかりとゲーム内容とのバランスを取りながら成長させていくことが非常に重要になります。

マホニー 植村さんから重要な話がありましたけれども、もう一つ付け加えておきたいと思いますが、オンラインゲームは息が長いことが一番重要です。

質問者4 ありがとうございます。第2四半期の中国の『アラド戦記』に関しては、前年同期比で少し増えるということですね？

植村 はい。引き続き好調な状況を保っており、第2四半期は若干増加すると考えている要因としましては、課金ユーザーが増加して、MAUが安定しているということになります。

質問者4 モバイルの『アラド戦記』はどうでしょうか？

マホニー モバイルについては、今のところアップデートはありません。

質問者4 ありがとうございました。

質問者5 1つ質問があるのですが、中国のPCの『アラド戦記』の競合について、例えば、バトルロイヤルのジャンルがどんどん人気が高まっているのかどうかとか、PCからモバイルにどんどん移行しているのかどうか、将来どのような状態になるのか。説明をお願いいたします。

植村 中国のPCオンラインゲーム市場における『アラド戦記』というのは、ジャンルとして非常に稀有です。

確かに（競合として）強力なタイトルはありますけれども、そのようなものから受ける影響はそんなに考えておりません。

中国のPCオンラインゲーム市場のマーケット自体がかなり厳しい状況であるという見方もされていますけれども、我々の『アラド戦記』に関しては非常に良好な状態で、他のタイトルとは違う動きを見せています。

したがって、中国の『アラド戦記』に関しては何も心配しておりませんし、長い間運用できるかたちにするために、引き続きしっかりと注力していきたいと考えています。

マホニー 植村が述べたように、中国の『アラド戦記』は、バトルロイヤルのようなゲームの影響は受けておりません。

PCからモバイルへの移行に関して、どのような影響が出てくるのかという質問を受けましたが、PCの分野というのは、人が思っていたものとはまったく逆の人気を保っている状況にあります。

バトルロイヤルのようなゲームが出てきて、モバイルはとてとてもディープで、リッチなエクスペリエンスを提供することができます。例えば、先週末『フォートナイト バトルロイヤル』を息子と息子の友人たちと一緒にやってみたのですが、私も含めてPCで遊んでいた人もいれば、モバイルで遊んでいた人もいます。何年前前はこれは不可能でしたが、現在、世界各国においてはそのような状況になっています。

ネクソンは常にディープでリッチで、没入感のあるゲームに注力しております。そして我々が考えていたようなゲームというのは、昨今まで、モバイルでは無理でした。（現在の）GPUやネットワークのレイヤーというのは、技術的にとても堅牢になり、品質の高いものが担保できるようになっております。

そのような意味で、我々だけではなく、他のゲームタイトルにおいても、PCもモバイルも大変元気なマーケットであり、これは我々にとって長期的に明るい状況であると言えます。