

## 2020 年度第 4 四半期決算電話会議(2021 年 2 月 9 日開催)

### 質疑応答要約

【Q】 中国『アラド戦記』の第 1 四半期業績見通しが前四半期と比較して弱く見えます。『アラド戦記モバイル』のローンチを前に、PC 版『アラド戦記』でユーザーの課金控えが起きているのではないかと思います。モバイル版のローンチ後のユーザー動向をどのように想定しているか教えて頂けますでしょうか。

【A】 植村 士朗(最高財務責任者)

この質問に正確にお答えすることは難しいですが、『アラド戦記モバイル』のローンチを前に PC 版でユーザーの課金控えが起きている可能性はあります。

PC 版『アラド戦記』については、2019 年下半年から始まったダウントレンドが 2020 年も継続しました。ただし、2020 年第 4 四半期の KPI を分析すると、10 月から 12 月までアクティブユーザー数や課金ユーザー数は横ばいに推移し、低位安定している状況です。そのような中で第 1 四半期を迎えましたが、レベルキャップ開放や 3 次覚醒など大型のアップデートがあった昨年の第 1 四半期と比較すると、今年の第 1 四半期は売上収益が 30%程度減少すると見込んでいます。

モバイル版ローンチ後のユーザー動向を予想することは難しいですが、カニバライゼーションよりもシナジーを生むことができるよう準備しており、PC 版の活性化に繋がりたいと考えています。

---

【Q】 2020 年第 4 四半期と 2021 年第 1 四半期では 180 億から 200 億に近い水準の人件費<sup>1</sup>を計上しないしは見込んでいます。この水準が年間を通じて継続すると考えた方がよろしいでしょうか。それとも、一時的な影響と考えた方がよろしいでしょうか。人件費の見通しについて教えて下さい。

【A】 植村 士朗(最高財務責任者)

第 4 四半期と第 1 四半期の人件費<sup>1</sup>の増加は性質が異なります。第 4 四半期の増加は 2020 年度の非常に素晴らしい業績に応じたインセンティブボーナスの増加によるものです。一方で、第 1 四半期の人件費<sup>1</sup>の増加見込みについては、ストックオプション費用の増加もありますが、新報酬制度による増加が主要因です。

私たちのようなゲーム会社の財産は、素晴らしい人材です。十分な報酬やインセンティブを与えることは、持続的成長に向けた長期的な投資だと考えています。そのため、今回新報酬制度を導入致しました。一定期間同水準の人件費<sup>1</sup>が毎四半期発生する見込みです。

---

<sup>1</sup> 人件費は、人件費(売上原価)、人件費(販売費及び一般管理費)及び研究開発費(販売費及び一般管理費)を含みます。

【Q】 Embark Studios の新作について、現在の進捗状況とタイトルの詳細について可能な範囲で教えてください。

【A】 オーウェン・マホニー（代表取締役社長）

現時点ではまだタイトルの詳細やリリース日についてお話しする段階には至っていません。ただ、現在制作されているタイトルは非常にエキサイティングなものであり、Embark のゲームは、今後のゲーム制作や遊び方に大きな影響を与えるだろうと確信しています。私は新作の初期ビルドをプレイしたことがあります、1 人のゲーマーとして非常に楽しみにしています。より詳細な内容については、数四半期にお話しできればと願っています。

---

【Q】 『メイプルストーリー』について、BTS とのコラボレーションが好調だったと伺いました。広い意味では同じエンターテインメント間でのコラボレーションである一方、ある種バーチャルとリアルのコラボレーションだと思い、非常に興味深く感じています。このコラボレーションが新たなユーザー獲得につながった感触があるかどうか教えてください。また、今後こうした新しいコラボレーションや融合が、中長期的に増えていくかどうか教えてください。

【A】 オーウェン・マホニー（代表取締役社長）

ご質問に一言で答えるならば、YES です。今後こうしたコラボレーションは増えていくと考えています。今回の BTS とのコラボレーションはある意味ラッキーでした。メンバーの何人かが『メイプルストーリー』の大ファンだったことから、大きな反響があっただけでなく、私たちにとっても非常に楽しいものとなりました。

このようなコラボレーションは、私たちが今後じっくりと考えるべきものだと感じています。私たちは少数の深いゲーム体験を提供する規模の大きな IP に注力していることから、ご質問頂いたようなコラボレーションに、より一層時間をかけ、集中することができます。今回のこうしたコラボレーションを、ユーザーを増やす機会として捉えるだけでなく、より深いゲーム体験を作り出す機会とも考えています。

---

【Q】 MAU が昨年の第 4 四半期は 2,740 万だった一方で、今年の第 4 四半期では 1,730 万ということで、約 1,000 万の減少がみられています。この減少の内訳を教えてください。

【A】 植村 士朗（最高財務責任者）

この減少のほとんどは中国『アラド戦記』によるものです。中国『アラド戦記』は過去数四半期に渡りダウントレンドが続いていました。また、昨年の第 4 四半期以降、厳しいボット制裁を実施してまいりました。

---

【Q】 MAU が減少する一方で ARPPU が上昇していることについて、課金を促しすぎたのではないか、という懸念を投資家が抱くのではないかと思います。この点について御社のゲームがどのような状況にあると思われるか教えて頂けますでしょうか。

【A】 オーウェン・マホニー(代表取締役社長)

私たちが特に注意を払っていることの 1 つが、まさにご質問頂いた内容です。したがって、課金しすぎたのではないか、ということがご質問の前提であるならば、それは全く違うと考えています。

さらに付け加えるならば、売上収益と同様、プレイヤー数も長期にわたって直線的ではない成長軌道を描きます。課金に関する数値は、ユーザーがどれだけゲームを楽しみ、プレイしているかを示す重要な指標です。ユーザーがゲーム内でより課金していることは、ユーザーがゲームを楽しみ、今後も継続してプレイしようと考えているからだ、と捉えることの方がほぼ間違いないかと思っています。

---

【Q】 2021 年に入りましたが、どのような成長戦略を考えているか教えてください。今の水準よりも成長できると考えているタイトルもある一方で、中国『アラド戦記』のようにしばらくダウントレンドにあるようなタイトルもあると思います。そうした中で、新作のローンチにより、既存事業に新たな収益源を積み重ねることも考えられます。不確定要素も多分にあるので、具体的にお話し頂くのは容易ではないと思いますが、どのプラットフォーム、あるいはタイトルが、今年の御社の成長ドライバーとなると予想されているかお話し頂けますでしょうか。

【A】 オーウェン・マホニー（代表取締役社長）

ご質問の内容は、私たちがプレゼンテーションでまさに説明しようとした重要なポイントに触れていると思います。すなわち、バーチャルワールドを運営する企業を分析する上での課題です。

まず、当社の収益基盤は、既存のバーチャルワールドです。私たちは、バーチャルワールドのことを、実際のテーマパークのように運営していることから、バーチャルテーマパークとも呼んでいます。ソフトウェアという形で提供し、クラウドを通じて運営していますが、現実世界のテーマパークと同様に運営し、分析を行わなければなりません。これは、バーチャルワールドを理解するうえで非常に重要な点です。

そして、バーチャルワールドを説明する 1 つの方法として、バーチャルワールドを基盤とした当社のビジネスは、新作を出さずとも、数年間で倍増させることができるということが挙げられます。この意味するところをご理解頂ければ、私たちのような会社やその他のバーチャルワールド企業をご理解頂けると思います。当社はゲーム会社であることから、どうしても従来型のゲーム事業と同じ意味合いでのカタリストについて聞かれてしまいます。しかし、私たちはゲーム会社のように見えますが、実際のところはバーチャルワールド企業なのです。

ただ、もし新作についてお話しするなら、これから先楽しみにしている期待値の高い 3 タイトルがあります。『アラド戦記モバイル』、『KartRider: Drift』、そして Embark studio の第一作です。それぞれのタイトルについて、今後数か月以内に何かしらお話しができると思います。それぞれに期待を寄せる根拠があります。これらの新しいバーチャルワールドを積み重ね、PC からモバイル、そしてその他のプラットフォームにサービスが拡大するにつれて、当社の収益力に段違いに変化が表れてくるでしょう。2021 年とその先の未来を非常に楽しみにしています。

---

【Q】 Electronic Arts 社が『FIFA』に関して新しいアプローチを行っているように思います。日本では御社以外の会社とパートナー関係を持ったようです。この動きと関連して、御社の韓国での『FIFA』のパートナーシップに何かしらの影響はありますか。

【A】 オーウェン・マホニー（代表取締役社長）

『FIFA』に関して Electronic Arts 社とのパートナーシップ関係に全く変化はありません。

---

【Q】 フォートナイトや Roblox といった大型タイトルが、ゲーム内でコンサートを行うほか、ユーザー作成コンテンツ (UGC) を活用した大々的なイベントを開催しています。御社が注力する大型タイトルにおいて長期的に同様のことをご検討でしょうか。例えば、大型タイトルに UGC やイベントを組み込み、より大規模なゲームないしはエンターテインメント・プラットフォームに成長させていくことをお考えでしょうか。それとも、あくまでもゲームに注力するのでしょうか。

【A】 オーウェン・マホニー (代表取締役社長)

とても重要な質問をして頂いたと思います。ご質問の中には、明確に区別すべき点が 2 点あります。1 つは、例えばフォートナイトで行っているようなミュージックスターを招待してゲーム内でのイベントを行うというような、ゲーム内でのイベントやプロモーションです。そして 2 つ目は、これとは明らかに性質が異なる UGC です。両方とも大変重要だと思います。

イベントについて考えてみると、ゲームを持続的に成長させたいならば、イベントにゲームとの関係性を持たせることが重要です。実際のゲームプレイヤーにとっては、そのイベントで行われていることが、ゲームと関連しているかどうか重要です。そのゲームやバーチャルワールドで多くの時間を費やすゲーマーならば必ずこのように言うでしょう。イベントなどを推し進めるにあたって解決しなければならないクリエイティブな課題です。当社でもこのことに多くの時間を割いていますし、また、UGC についても多くの時間をかけて考えています。

---

【Q】 UGC についてももう少し教えて下さい。ゲームを開発する際、将来的にはユーザーもクリエイティブなプロセスに関与することができるよう設計していくのでしょうか。

【A】 オーウェン・マホニー (代表取締役社長)

現時点では発表できることはありません。

---

【Q】 『Final Fantasy XI R』について、開発が中止になったとの報道を見ました。数年間開発が続いていたと思いますが、開発中止の背景についてコメント頂けますか。

【A】 オーウェン・マホニー(代表取締役社長)

ネクソン及びスクウェア・エニックスは、『Final Fantasy XI R』がクリエイティビティの観点から、プレイヤーのファイナルファンタジーシリーズに対する期待水準に達していないと判断いたしました。新境地に至らない作品をリリースするよりも、プロジェクトを中止し、開発人員を他のプロジェクトに再配置することを両社で合意しました。これは、当社が、取り組むすべてのプロジェクトを厳しく見極めていることや、ネクソンの力強い自社 IP など、注力すべきことに集中していることを表しています。クリエイティブなプロセスを経ていく中で、楽しさの核心に至ることもあります、そこまで至らないこともあります。

当社はスクウェア・エニックスに多大な敬意を抱いております。クリエイティブチームにも多大な敬意をいたしており、緊密な関係にありますが、今回はスクウェア・エニックスの IP の価値を守り、私たちの持つリソースをより価値を生み出せるチームに再配置することが重要であると考えました。