

## 2022 年度第 3 四半期決算電話会議(2022 年 11 月 9 日開催)

### 質疑応答要約

**【Q】** 最近の中国のゲーム業界は、低調に推移しているため、懸念視されています。中国『アラド戦記』は、第 4 四半期に前年同期比で増収を見込んでいることから、そのような低調なトレンドが見られないように思います。中国『アラド戦記』の成長軌道に影響するようなプレイヤーの消費行動パターンの変化は見られていますでしょうか。

**【A】** 植村 士朗(最高財務責任者)

中国『アラド戦記』はあまり調子が良くない状況にありますが、これはゲーム内状況によるものであり、中国の市場やユーザー動向の変化に起因しているとは考えておりません。PC オンラインゲームは、丁寧なオペレーションと品質の高いアップデートを行うことにより、理論的には永遠に楽しんで頂けるものだと考えております。我々にとって非常に重要なタイトルである中国『アラド戦記』についても、引き続き丁寧かつ慎重な運用を安定的に行うことにより、現状を維持しつつ、長期的に再成長させることが可能だと考えています。

---

**【Q】** 『THE FINALS』のベータテストが 2023 年第 1 四半期に実施される場合、ゲームの正式ローンは第 2 四半期以降と考えればよろしいでしょうか。また、『ARC Raiders』の配信は 2023 年の後半になる可能性が高いと考えていいでしょうか。

**【A】** オーウェン・マホニー(代表取締役社長)

『THE FINALS』については、公開ベータテストが 2023 年第 1 四半期になるということ以外は情報を公表しておりません。ただし、これは早期テストではなく、完成度の高い公開ベータであることを強調したいと思いますし、開発自体は非常に迅速に進められています。

また、『ARC Raiders』について最新情報はありますが、それぞれ別々のプロジェクトとして動いているため、『THE FINALS』のローンチ時期が『ARC Raiders』のローンチ時期に影響を与えることはないと考えております。

---

【Q】 ネクソンはゲームをゆっくり立ち上げるので、費用を回収するまで時間を要すると理解しています。そのため、費用が先行する期間が想定より長くなる可能性がありますでしょうか。

【A】 植村 士朗(最高財務責任者)

モバイルゲームは一般的に早い段階で売上が出やすく、一定の期間が経つにつれてユーザーが離脱した後、いかに安定させていくかが重要です。一方、PC やコンソールのゲームについては、当然ローンチ当初にどれだけユーザーを獲得できるかは重要ではあるものの、想定よりユーザーが獲得できなかった場合でも、マーケティングやアップデートなどのオペレーションを行うことにより、長期間にわたりゲームを大きくすることが可能です。

マーケティングに関する先行投資は ROI を考慮しながら行いますので、そのゲームが見込み通りに立ちあげれば、費用回収に関する時間軸に大きな相違が生じるとは考えていません。

---

【Q】 2022 年第 4 四半期に広告宣伝費を約 100 億円見込まれている理由を教えてください。

【A】 植村 士朗(最高財務責任者)

2022 年第 4 四半期のガイダンスで示している約 100 億円の広告宣伝費ですが、『FIFA ONLINE 4<sup>1</sup>』や韓国『メイプルストーリー』など、好調な既存タイトルを更に拡大させ、また、ローンチしたばかりである『HIT2』や『アラド戦記モバイル』などを更に成長させるために投下して参ります。

加えて、4 年ぶりに参加する韓国最大のゲームショウである G-STAR におけるブランディングやプロモーションに広告宣伝費をかけています。

---

<sup>1</sup> 正式名称は『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4』(PC)及び『EA SPORTS™ FIFA ONLINE 4 M』(モバイル)です。

【Q】 御社の中長期的な事業の収益性および費用のかけ方について、お考えを教えてください。

【A】 植村 士朗(最高財務責任者)

当社は、現在投下している費用について先行投資と考えており、ROI を見ながら、コスト管理を行っています。そのため、人件費<sup>2</sup>や広告宣伝費などの費用は売上収益を伸ばすために投下しているため、対売上収益での比率を見ると、2022年通期の人件費の対売上収益の比率は昨年と近い水準になる見込みであり、広告宣伝費においても概ね直近5年間の対売上収益比率である8-10%に収まる見込みです。引き続きコスト管理をしながら売上収益を伸ばしていくことにより、マージンをコントロールすることが可能だと考えております。

一方で、各タイトルの状況によって、全社事業のマージンが変わってくる側面もあります。中国『アラド戦記』は非常に高いマージンのタイトルですが、調子が芳しくない時には全社のマージンは下がります。また、自社で開発及び配信している韓国『メイプルストーリー』のマージンは比較的高く、『FIFA ONLINE 4<sup>3</sup>』については当社は配信のみを行っているため、マージンは比較的低い傾向にあります。

ただし、売上を伴いながらコストが増加しているという点を強調したいと思います。

---

【Q】 『THE FINALS』のアルファテストで得たフィードバックについてより詳細に教えてくださいでしょうか。また、このゲームはどのようにユニークなのでしょう。

【A】 オーウェン・マホニー(代表取締役社長)

『THE FINALS』のアルファテストは想定以上に良い結果となりました。

第一に、サーバーサイド・デストラクションという、まだ誰も導入したことがない、全く新しい技術を我々がゲーム内で上手く導入できていることを確認できました。サーバーサイド・デストラクションがどのような技術なのか例を挙げてご説明します。例えば、あなたと私が同じゲームの世界でプレイしていて、私が自分の仲間とビルの上階に隠れているところ、あなたは仲間と大量の爆発物を持っていたとしましょう。あなたは仲間と一階の天井を爆破することによって、私たちを二階から一階に落下させ、攻撃することができます。

今、説明した技術は楽しい体験を可能にするだけでなく、エマージェント・ゲームプレイ(プレイヤーの1つ1つのアクションが積み重なり影響しあうことで、より複雑な事象を生じさせるようなゲーム構造)を通し、全く新しい、予想外のゲームの遊び方を可能にします。これほど深い没入感のある、リアルな体験は、プレレンダリング(事前に生成した)の技術では実現できません。

第二に、ユーザーのフィードバックは素晴らしく、私が今述べたすべての理由から、このゲームが非常にユニークであると言いました。

---

<sup>2</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。

<sup>3</sup> 正式名称は『EA SPORTSTM FIFA ONLINE 4』(PC)及び『EA SPORTSTM FIFA ONLINE 4 M』(モバイル)です。

一方で、様々な気づき事項もありました。

第一に、テスト参加者はゲームをととても楽しみ、非常に速いペースでコンテンツを消費しました。また、サーバーサイド・デストラクションから生じるエマージェント・ゲームプレイの可能性を知ることができ、この技術を更に強化していきたいと考えています。

第二に、特に破壊が伴うエマージェント・ゲームプレイの世界では、キャラクターや武器などのバランスを整える必要があります。

第三に、高いリテンションを得るために、メタゲーム要素も加えたいと考えています。

以上三点がアルファテストにおいて気づいた事項です。

今、述べた三点は実現可能だと考えています。また、解決すべきクリエイティブ面での課題や大きな技術的な問題は特にありません。

このゲームをプレイして頂いた皆様が、ゲームの配信開始を待ち望んでいることを認識していますが、このゲームが短期的に成功するのか、それとも息の長いフランチャイズとなるのかは、コンテンツのプランや適切なバランス調整が左右するということを、当社は経験上知っています。

また、『THE FINALS』のローンチのタイミングによる第4四半期と2022年通期業績への影響は軽微だと考えています。我々のコアビジネスあるライブゲームは順調に成長しているため、新作の更なる改良のために、配信開始を焦らずに延期する余裕が当社にはあるのです。

---

**【Q】** 2023年に配信される新作タイトルの収益性について、どのようにお考えでしょうか。

**【A】** 植村 士朗(最高財務責任者)

新作ゲームのマージンは、そのゲームのジャンルにより変わります。過去に当社がリリースしたゲームの中で近いタイトルを参考にして、見込みを立てます。また、アルファテストやベータテストから得たフィードバックやリテンションを考慮して初動の想定売上収益を算出します。そして、その売上収益を得るためにどれくらいのマーケティングやプロモーションを行うべきなのかというのを判断して、先行投資を行っていきます。

オーウェン・マホニー(代表取締役社長)

当社の本質的な考えとして、コンソールとモバイルとPCを同一のものと捉えています。

特にIDFAの変更に後、モバイルゲームは収益性が低いという通説があります。しかし、当社はモバイル事業に対して、従来のアプローチをとっていません。当社は、カジュアルなゲームではなく、何十年もプレイできるように設計されたオンラインのバーチャルワールドを創っているという点で異なります。つまり、我々のビジネスでは、高いプレイヤーリテンションとライフタイムバリューを実現することが可能です。これは、PCの配信から始まったバーチャルワールドをモバイルやコンソールにも展開することで、10倍もの数のユーザーに届けることが可能です。

当社の第 3 四半期累計のモバイル事業の売上収益は、前年比で 40%成長し、リテンションや利益は当社が望んだとおりとなっています。このように、従来とは異なるアプローチではありますが、成功の兆しを見せており、時間の経過とともにより良い方向に向かっていると考えています。

---

【Q】 ネクソンは、他社の強力な IP(知的財産)を活用し、没入型ゲームを開発するお考えはありますでしょうか。或いは、既にそのようなゲームを開発中でしょうか。

【A】 オーウェン・マホニー(代表取締役社長)

当社の基本的な考え方としては、自社の IP をとても気に入っており、活用するということです。

当社は選択と集中戦略の一環として、自社 IP に注力することを掲げておりますが、当社は世界の中でも最大級の IP を保有しています。例えば、『アラド戦記』は 200 億ドル以上の累計総売上高をあげており、全世界で 8 億 5000 万人以上のプレイヤーがいます。また、『メイプルストーリー』は、全世界で 1 億 8000 万人以上がプレイしており、累計売上高は、ディズニーの最大フランチャイズの一つである『アナと雪の女王』<sup>4</sup>よりも大きいです<sup>5</sup>。

当社の IP は、エンターテインメント業界全体では最大級のものであり、これらのゲームを創り上げ、上手く運用することで、当社に利益がもたらされます。

また、当社は優れた IP を保有する外部のパートナーと実際提携することがあります。双方にとってアップサイドを見込むことができ、また、バーチャルワールドは何十年も続くよう設計されているため、非常に長期的な視点を持つパートナー企業である場合、このようなパートナーシップを検討させて頂いております。

昨年、Games Workshop 社との『Warhammer Age of Sigmar』<sup>4</sup>フランチャイズに関する提携について発表いたしました。特段こちらについて更なる最新情報はありませんが、ゲームの開発は順調に進んでいます。しかし、我々は当社の最大級の IP に注力しているため、このようなパートナーシップは珍しく、特例です。

現在、世界で最も希少な能力の一つは、ゲームを何十年にもわたって持続させ、成長させる能力であると当社は考えています。そのため、我々の特別な能力は、非常に慎重かつ集中的に活用したいと考えています。

---

<sup>4</sup> 本リリースに記載されている製品名は、各社の登録商標または商標

<sup>5</sup> 2022 年 11 月 8 日時点における累積興行収入(出典:BoxOfficeMojo.com)