

## 2023 年度第 1 四半期決算電話会議(2023 年 5 月 11 日開催)

### 質疑応答要約

【Q】 第 1 四半期に『カートライダー ドリフト』が想定を下回ったようですが、今後どのように対処しようとお考えでしょうか。

【A】 オーウェン・マホニー(代表取締役社長)

『カートライダー ドリフト』は当社が期待したほど好調なスタートを切ることができませんでした。しかし、ファンの皆様から頂いた非常に明確なご意見に基づき、当社の優秀なスタッフが問題に取り組んでいる最中であり、問題解決のために定期的にコンテンツアップデートを行っています。また、ユーザーエクスペリエンスの向上に注力しております。当社の経験では、目先の売上収益よりもユーザーエクスペリエンスを重視することで、バーチャルワールドは長期に渡り確固たるプレイヤーベースを構築することができます。当社は何百万人もの人々に愛されている『カートライダー』シリーズの改善に注力しており、更に多くの世界中の方々にこのゲームを提供してまいります。

---

【Q】 『THE FINALS』の開発状況やローンチまでに必要なステップを教えてください。

【A】 オーウェン・マホニー(代表取締役社長)

3月にベータテストを実施し、200万人以上が参加しました。このゲームで導入されている最新技術を考慮すると、クライアントサイドでもサーバーサイドでも大きなネットワークトラブルがなかったことは非常に素晴らしいことです。また、とても楽しいゲームであるという評価も頂いており、ユーザーの方々から好評を得る作品だということを実感しました。

それと同時に、どのベータテストでもあるように、ローンチの成功のために必要な改善点も発見することができました。まずはパフォーマンスに関する問題ですが、特にプレイヤーがキャラクターを動かしたり、コントロールする上で最適化が必要な部分があることがわかりました。また、低スペックのマシンでのパフォーマンスに問題があることがわかりました。更に、プレイヤーの遊び方に関する改善点が見つかり、特に、ゲームに導入した破壊システムの観点から、プレイモードやプレイ方法をもっと増やす必要があるという結論に至りました。

これらの課題は非常に明確であり、ローンチを成功させるために必要な手順は明らかです。

長年続くコミュニティとバーチャルワールドを構築できるよう、プレイヤーにとって非常に素晴らしいユーザーエクスペリエンスを作り上げることが直近の目標です。

【Q】 欧米地域への事業拡大に関して、将来のビジョン、主な取り組みや課題を教えてください。

【A】 オーウェン・マホニー(代表取締役社長)

当社は 2019 年に大きな組織改編を行い、少数の大型の優良プロダクトに注力することにしました。多くの小規模プロジェクトを同時に進めたり、オフラインゲームやカジュアルゲームなどを開発するより、当社が最も得意とする深い没入体験を提供するバーチャルワールドに注力することになりました。この組織改編から数年が経ち、その際に厳選したプロダクトが今後数か月で着実にローンチされることでしょう。

また、ゲーム開発については、スウェーデンのストックホルムにある Embark Studios を買収しました。Embark Studios の創設者は、2018 年までエレクトロニック・アーツ社で開発部門を率いていた人物で、彼と彼のチームメンバーの殆どは、『バトルフィールド<sup>1</sup>』シリーズを作ったスタジオの出身者です。このチームは、素晴らしい作品づくりに取り組んでおり、『THE FINALS』を皮切りに、近い将来、世界中にお見せできることを楽しみにしています。当社の目標は、Embark が得意とする欧米向け AAA ゲームの開発力と、20 年以上にも渡りオンラインバーチャルワールドを成長させてきた、当社の強みであるライブ運用能力を融合させることです。

更に、特にビデオゲーム業界においては、欧米でのマーケティング手法が非常に速いスピードで変化しており、どのように顧客にアプローチすれば効果的なのか、どのような方法が成功に繋がるかが急速に変化しております。現在当社は、欧米で世界トップクラスのマーケティングチームを構築中です。

最後に、ネクソンのライブゲーム運用能力は、世界でもトップクラスであると考えています。当社は、豊富な経験に基づきその能力を確立し、高度な技術を結集して更に強化しています。また、世界中のネクソン社員が韓国のライブゲームオペレーションチームと同じくらい高い技術力やライブ運用能力を持てるよう、当社の最も有能なライブゲーム運用者で構成されるチームがノウハウを伝授しています。これは、高品質のバーチャルワールドを世界中に提供する上で、今後非常に重要な役目を果たすと考えています。

---

<sup>1</sup> 当資料に記載されている製品名は、各社の登録商標または商標です。

【Q】 第 1 四半期は、広告宣伝費及び人件費<sup>2</sup>が計画を下回りましたが、第 2 四半期にそれらの費用が先送りされる可能性はありますでしょうか。

【A】 植村 士朗(最高財務責任者)

広告宣伝費に関しては、『カートライダー ドリフト』の初動が芳しくなかったため、問題を解決するまでマーケティングを控えるという方針に切り替え、第 1 四半期の広告宣伝費が想定を下回りました。

また、人件費に関しては、当社の計画通りに採用が進まず、また残業代やインセンティブ報酬などが計画と変わったため、一部の人件費が第 2 四半期にずれ込む可能性があるかとみています。

今後のビジネスの進み方にもよりますが、昨年は大規模な先行投資として人件費をかけたため、今年是对売上比率及び前年からの増加率が昨年ほどにはならないと考えています。

---

【Q】 中国『アラド戦記』は第 1 四半期に非常に好調でしたが、課金を促し過ぎたとお考えでしょうか。その結果、第 1 四半期が好調だった分、第 2 四半期への反動があるとお考えでしょうか。

【A】 植村 士朗(最高財務責任者)

中国『アラド戦記』では、ここ数年、様々な取り組みを実施し、安定化させてきました。第 4 四半期から継続して行った取り組みがユーザーエンゲージメントの向上に繋がった中で、旧正月アップデートが好評を博し、第 1 四半期に中国事業は一定為替レートベース<sup>3</sup>で前年同期比 39%成長しました。

一方、第 2 四半期はおよそ横ばいを想定していますが、これは比較対象となる水準が異なるということが背景にあります。昨年の第 1 四半期は一定為替レートベースで前年同期比 5%成長した一方で、今年の第 1 四半期は 39%成長しました。昨年の第 2 四半期は一定為替レートベースで前年同期比 25%成長しましたので、今年の第 2 四半期は昨年との比較でおよそ横ばいくらいで安定化させようと考えています。中国『アラド戦記』の KPI について特に懸念はありません。順調に安定化できており、ユーザーに楽しんでいただけている状況なので、今年の第 1 四半期及び第 2 四半期は自然な形で推移していると考えています。

---

<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> 一定為替レートとは、売上収益を認識するネクソグループの各法人が所在する国の現地通貨の対円レートを前年同期比の 為替レートに固定して計算した Non-GAAP 指標 です。具体的な例としては、『アラド戦記』の中国向けサービスに係るロイヤリティ収入に関しては、中国元/米ドル、米ドル/韓国ウォン、韓国ウォン/円の一定為替レートを適用し計算しています。

【Q】 『カートライダー ドリフト』について、ローンチ後に出てきた問題点をなぜベータテスト中に発見できなかったとお考えでしょうか。また、なぜローンチ前にそれらの問題が修正されなかったのでしょうか。

【A】 オーウェン・マホニー(代表取締役社長)

ローンチ時に得られたフィードバックは、主に2つです。

一つ目は、ユーザーインターフェースに関する問題です。このゲームは、2種類のモバイルデバイス(iOS, Android)、2機種のコンソール(PlayStation 4, Xbox One<sup>4</sup>)、及びPCの5つのプラットフォームで同時にローンチされ、世界中のゲーマーがプレイできるグローバルワンプビルドです。そのため、ローンチ時にはベータテストの時よりも遥かに多くの方が同時にプレイしたため、ユーザーインターフェースに関する問題が見つかりました。

二つ目は、提供されたコンテンツ量です。PC版の初代『カートライダー』は20年近い歴史があり、『KartRider Rush+』はローンチされてから既に数年経っています。『カートライダー』シリーズをよく知るファンの方々は、『カートライダー』シリーズの旧作で提供されていたコンテンツ量との比較で、ローンチ時により多くのコンテンツ量を期待していたことがわかりました。

また、息が長いバーチャルワールドを運用する当社の方法についても言及したいと思います。新しいコンテンツを出す、想定以上に上手くいくこともあれば、上手くいかないこともあるということを経験上、理解しています。ご存じの通り、『カートライダー ドリフト』は期待したほど上手くいかなかったケースです。しかし、当社の対処法は、コミュニティから頂くフィードバックに注意深く耳を傾け、継続的にコンテンツアップデートを実施することであり、これは何十年にもわたり、何度も上手くいった対処法です。当社は『カートライダー』シリーズに注力しており、このようなアプローチを取っていこうと考えています。

付け加えると、新しいゲームのローンチが期待したほど好調なスタートを切らなかったとしても、核となる素晴らしいゲーム体験があれば、それはバーチャルワールドの終わりを意味するのではなく、寧ろ始まりに過ぎないのです。シリーズを構築していくプロセスは、何年も続くものなのです。これは、バーチャルワールドを成長させ、長続きさせる上で非常に有効な方法であり、このシリーズにおいても、今後このようなアプローチを取っていこうと考えています。

---

<sup>4</sup> 当資料に記載されている製品名は、各社の登録商標または商標です。