2020 年度第 1 四半期決算電話会議（2020 年 5 月 13 日開催）

質疑応答要約

【Q】　第一四半期の韓国事業について、特に PC ゲームの売上収益が大幅に伸びましたが、これは COVID-19 に関連する外部環境の影響でしょうか。もしくは、純粋にゲームの状況が良かったからでしょうか。好調な韓国事業の継続性についてどのように分析されているのか教えて下さい。

【A】　**植村 士朗（最高財務責任者）**

当然タイトルによって影響は異なり、PC カフェの一時的な営業休止により PC カフェでよく遊ばれるゲーム等はマイナス影響を受けた一方、自宅でよく遊ばれるゲーム等は休暇の延長により多少便益を受けました。結果として、コロナウイルスが当社全体の事業に与える影響は軽微であったと考えています。それよりも、特に既存の主力タイトルのゲーム内状況が良く、昨年からの好調を維持し、第 1 四半期においては旧正月のアップデート等が好評であったことから、素晴らしい業績となりました。第 2 四半期も韓国事業の売上収益は成長すると考えており、第 3 四半期以降も引き続き高品質なコンテンツアップデートやオペレーションを続ける限り、良いはモメンタムを維持できると考えています。

オーウェン・マホニー (代表取締役社長)

植村のコメントに少し付け加えます。韓国の好調な業績は直近の一時的な現象ではありません。私たちは数十年間かけて強力なゲームフランチャイズを作り上げてきました。

更に、エンターテイメント業界全体で起きているトレンドの変化が長い時間軸で見た場合に好調の要因となっていると考えています。それは、リニア・エンターテインメントからオンライン仮想世界へのトレンドのシフトです。ゲーム市場はすでにリニア・エンターテインメントよりもはるかに大きく、成長速度も 3 倍、収益性も高いです。

需要面では、旅行や遊園地、劇場、クルーズ船旅行に行くことができないため、明らかにゲームをする人が増えています。しかし、需要面以上に注目すべきは供給面です。我々のようなゲーム会社は、自宅でコンテンツを制作し、バーチャルテーマパークの運営を行うことが可能です。更に、ゲーム事業では、1 時間分のコンテンツで何時間ものエンターテインメントを提供することができるに対して、リニア・エンターテインメントにおける 1 時間分のコンテンツは、1 時間以上のエンターテインメントを提供することが殆どありません。つまりゲーム事業では、コンテンツのレバレッジ効果があるということです。昨今の外部環境により、これらの事実が注目を浴び、トレンドを更に加速させている可能性はありますが、エンターテインメント業界ではもうずっと前からこのような変化が起きています。当社がオンライン仮想世界に注力するのはそのためです。

【Q】　中国『アラド戦記』の 3 月アップデートについて、昨年度離脱したユーザーを呼び戻すことが目的の1つだったと思います。改善した既存ユーザーのエンゲージメントがどのように離脱ユーザーの復帰に結びつくのでしょうか？それとも、離脱したユーザーたちを呼び戻すには新しく配信するモバイル版が鍵となるのでしょうか。今後の戦略を教えてください。

【A】　**植村 士朗（最高財務責任者）**

3 月のアップデートの目的は、これまでに離脱してしまったユーザーを取り戻すことでした。結論から言うと、成功したと考えております。ただ、想定と少し異なった点は、PC カフェが一時的に営業休止をせざるを得ない状況になり、ゲームに接続できなくなったユーザーがいた点です。ただ、全体的にはほぼ想定通りだったと思います。

3 月のアップデート以降、KPI の改善が見られています。PC カフェの再開とともにユーザー指標がさらに改善してくると思いますので、好調だった昨年の第 2 四半期と比較しても、今年の第 2 四半期はほぼ横ばいを予想しています。

今後については、徐々にユーザーを取り戻し、成長軌道に戻すことが重要だと考えています。

【Q】　COVID-19 の影響でゲーム業界を取り巻く環境が大きく変化し、急激に人気が出ているタイトルとそれほど変化が見られないタイトルに二極化していると思います。今人気が出ているタイトルは、マスマーケット向けのゲームのように思われます。一方で、ネクソンは『アラド戦記』のような長い歴史を持つタイトルが多く、ユーザーの取り込みが難しいと考えています。ユーザーを取り込むために、戦略を変更したり、パイプライン内でローンチの順番を変えるようなことがあるか教えて下さい。

【A】　**オーウェン・マホニー (代表取締役社長)**

現在エンターテインメント業界では、人々の消費行動が物理的エンターテインメントからバーチャル・エンターテインメントにシフトする大きな変化が起きていると考えます。こういった変化は、初期段階では気が付きづらいですが、確実に起きています。将来振り返った時に、あの時がターニングポイントだったと言われる時期になるだろうと思っています。良いゲームは、限られたコアユーザーだけでなく、幅広いユーザーに楽しまれると思います。当社のゲームは両タイプのユーザーを取り込むことができています。

例えば、『メイプルストーリー』は、長年運用する中で、度々成長してきました。多くの人々が『メイプルストーリー』をプレイして育ち、しばらくゲームから離れても、また戻ってきたり、『メイプルストーリー』をプレイした経験がない新しい世代の人たちで、モバイル版の登場により『メイプルストーリー』を楽しむようになったユーザーも沢山います。『アラド戦記』にも同様の期待をしています。また、『カートライダー』は、サービス地域を拡大し、より幅広いユーザー層を獲得できると考えています。更に様々なプラットフォームでサービスを提供することでより多くのユーザーを獲得したいと考えています。ゲームがプレイできる PC 数億台に対して、モバイルを中心に、様々なデバイスでサービスを提供していきます。開発戦略という意味では、当社の強みである深い没入型のオンラインゲームに集中するという変更を行いました。当社はこの分野を世に生み出したゲーム会社の一社です。これまでカジュアルゲーム、オフラインゲーム、ストーリー重視のゲームなど、様々な分野にチャレンジしてきましたが、現在は私たちの真の強みである深い没入型のオンラインゲームに注力しています。

そして、より多くのユーザーを獲得するためのもう一つの大規模施策は、Embark Studio における取り組みです。今年の後半にかけて、より多くの情報を皆様にお知らせできることを楽しみにしています。

【Q】　『2D アラド戦記モバイル』の配信開始の遅れは、戦略的な判断によるものか、または COVID-19 の影響によるものか、どちらでしょうか。また、今後これ以上遅延する可能性があるのか教えてください。

【A】　**植村 士朗（最高財務責任者）**

COVID-19 の影響はありませんし、戦略的な決定でもありません。『2D アラド戦記モバイル』は非常に重要なタイトルだと考えているので、単純に最終調整を行っているだけです。

【Q】　『KartRider Rush+』と『KartRider: Drift』について、第 2 四半期ガイダンスに織り込み済みのようですが、持続的で永続的なタイトルとなるのか、それとも収益源として定着するまでにゲームに多くの修正が必要となるのか、どのようにお考えか教えてください。

【A】　**植村 士朗（最高財務責任者）**

『KartRider Rush+』は、昨日配信を開始し、非常に良いスタートを切ることができたと思います。現時点では、最善の見積もりを第 2 四半期の業績予想に含めております。

一方、『KartRider: Drift』は開発中のタイトルであり、PC 版『カートライダー』の後継タイトルです。『カートライダー』はネクソンにとって非常に重要な IP の 1 つなので、今後しっかりと作り込みとテストを行っていきたいと思います。

【Q】　中国『アラド戦記』について、自宅からプレイしているユーザーと、PC カフェからプレイしているユーザーの割合はどのくらいですか。

【A】　**植村 士朗（最高財務責任者）**

私たちの想定としては、PC カフェで遊ぶユーザーも自宅からゲームに接続できると考えていました。しかし、今回 PC カフェでしかプレイできないユーザーがある程度いることがわかりました。PC カフェから遊ぶユーザーの割合は少ないですが、一定数存在します。その点で、期待していたほど、特にライトユーザーの復帰が見られませんでした。

しかし、全体的な状況としては、旧正月アップデートや 3 月のアップデートは好評で、特に 3 月の大型アップデート以降は KPI が改善してきています。PC カフェが徐々に再開されることで、今後も KPI の改善が見られると考えています。

【Q】　『2D アラド戦記モバイル』は、ネクソンにとって最大規模の新作タイトルの 1 つです。競争も激しい一方で、直近 2 年間は新作が多くなかったので、期待値も高いと思います。『2D アラド戦記モバイル』のアップサイドリスクとダウンサイドリスクをそれぞれ教えてください。

【A】　**植村 士朗（最高財務責任者）**

『アラド戦記』という IP は特に中国で強い IP です。そのモバイル版ですので、我々の期待値は高いタイトルです。現在最終的な微調整を行っている段階ですが、第 3 四半期以降のガイダンスは出していないため、どの程度の期待をしているか具体的な数字をお伝えすることは控えさせて頂きます。

PC 版『アラド戦記』の実績やユーザー数、モバイル版の事前登録数だけでなく、テンセントから最高レベルのマーケティングを行っていただく予定ですので、我々にとっても、テンセントにとっても、そしてステークホルダーにとっても、非常に重要なタイトルであると思います。

オーウェン・マホニー (代表取締役社長)

植村のコメントに少し付け加えます。もう少し大局的な観点で、忘れてはならないのは、『アラド戦記』が世界最大規模のエンターテインメント IP であることです。ベータテストのフィードバックは、非常にポジティブでした。ただし、当社は長期的にこのゲームが成功できることを最重要視しています。そのためにコンテンツ量を十分に確保し、質を高め、技術的な問題がないよう開発チームが全力で取り組んでいます。