2020 年度第 2 四半期決算電話会議（2020 年 8 月 6 日開催）

質疑応答要約

【Q】 SUPERCAT との『風の王国：Yeon』に関する協業について、過去、同じように NAT Games と協業し、その後、同社を連結子会社化されています。SUPERCAT の規模の観点、また、『風の王国：Yeon』の運用をしっかりと行っていくために、同社も連結子会社化する可能性はありますか。

【A】 **オーウェン・マホニー (代表取締役社長)**

この場において、将来どのようなことが起こるかを推測することは適切でないと考えます。現時点において、発表すべきことはありません。

【Q】 『KartRider: Drift』、『マビノギモバイル』、Embark Studios の新作など、今年下半期から来年のパイプラインについて共有頂ける最新情報はありますか。

【A】 **オーウェン・マホニー (代表取締役社長)**

現時点では、ローンチ時期について発表できることはありません。

特に注目頂きたいタイトルとして『KartRider: Drift』及び Embark Studios 初のタイトルの二つを挙げていますが、ローンチ日の発表は、開発状況及びプロダクトマーケティングによって決まります。それぞれのゲームにとってベストなタイミングでローンチ日を発表致します。

【Q】 昨年、売上収益が落ち込む前までの中国『アラド戦記』は、主に国慶節アップデートにより強い季節性が見られ、第 3 四半期は対前四半期で売上収益が増加していました。今後は既存ユーザーをより重視していく印象を受けましたが、その場合、これまでのような季節性が見られなくなるのでしょうか。

【A】 **植村 士朗（最高財務責任者）**

中国『アラド戦記』についてまとめると、2019 年上半期まで継続的に成長してきましたが、2019 年の 6 月の周年アップデート及び 7 月の夏季アップデート以降、落ち込みが見られるようになりました。離脱したユーザーを取り戻すため、今年の 3 月に大型アップデートを行いましたが、当社が期待していたほど離脱ユーザーを取り戻すことができませんでした。

一方で、既存ユーザーの3月のアップデートに対する評価は高く、既存のユーザーベースは非常に安定しています。また、これまで同様に強い季節性は、第 1 四半期及び第 3 四半期共に見られると考えています。

PC オンラインゲームは、長期に渡り成長させていくことが可能であり、『アラド戦記』についても、現状を維持しながら再度成長軌道に乗せていくことが重要だと考えています。

【Q】 『アラド戦記モバイル』について、どのようなシナリオを想定して第 3 四半期の業績予想を立てられていますか。最初からマネタイゼーションがしっかりできる、或いは徐々に行っていける想定でしょうか。また、事前登録者数が非常に多いため、最初から十分なコンテンツを準備されているかについても教えてください。

【A】 **植村 士朗（最高財務責任者）**

『アラド戦記モバイル』に対する期待は大きい一方で、ローンチ前の時点で実際にどうなるかを明確に申し上げるのは難しいと考えます。一つお伝えできるのは、モバイル版のゲーム体験は PC 版と非常に似ているということです。PC 版は長期に渡ってユーザーに楽しんで頂き、大きく成長してきました。モバイル版も同様に、長期に渡り成長させたいと考えています。

第 3 四半期の業績予想については、前年同期比で PC 版『アラド戦記』の売上収益が横ばい、或いは上限値では微増となり、これが『KartRider Rush+』の売上収益の減少と相殺されると予想しています。よって、対前年同期の中国の売上収益の増加は、主に『アラド戦記モバイル』の寄与によるものとお考え頂けると思います。

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。当社は、かなりの時間をかけて『アラド戦記モバイル』の開発を行ってきました。開発を進める中で、注意してきた点の一つが、十分なコンテンツを準備することです。開発チームが最も注力してきたことの一つです。ゲームの配信を開始する上で、これが重要要素であったことをお伝えしたいと思います。

【Q】 『風の王国: Yeon』は、韓国の売上ランキング 2 位を一時達成し、売上収益は安定推移しているように見られます。このゲームの PC 版はとても古いゲームだと記憶していますが、モバイル版のユーザー層は、過去 PC 版を遊んだことがある人たちなのでしょうか。或いは、もっと若い世代がプレイしているのでしょうか。また、このゲームの継続性についての考えも教えてください。

【A】 **植村 士朗（最高財務責任者）**

おっしゃる通り、現在『風の王国: Yeon』は好調に推移しています。また、PC 版はネクソンが創業後初めて配信した PC オンラインゲームで、長期間サービスを行っています。現在までの結果には、とても満足しています。

ユーザー層については、懐かしさを感じて、かつて PC 版を遊んでいた人たちにプレイ頂いているだけではなく、それ以外の世代にもプレイ頂いています。新旧共に、幅広い世代に楽しんで頂いていると言えます。

今後の見通しですが、当社の業績に大きく寄与する可能性があると考えられ、その前提で当第 3 四半期の業績予想に織り込んでいます。足元の KPI は非常に良好です。第 4 四半期以降の見通しについてはコメントできませんが、PC オンラインゲームの運用で培ったノウハウをモバイルゲームの運用で活かし、長期に渡って持続するよう努力して参ります。

【Q】 グローバルエンターテインメント企業に対する 15 億ドルの投資計画の背景をもう少し教えて下さい。ネクソンが過去開発したゲームIPをベースとしたモバイル版及びクロスプラットフォーム版ゲームの多くを既に出したため、新たに IP を獲得し、補完することが目的で投資を行うのでしょうか。投資対象の企業はゲーム会社に限定されますか。或いはゲーム以外のエンターテインメント IP を保有する企業が対象ですか。また、純投資か業務提携が条件となるのかについても教えて下さい。

【A】 **オーウェン・マホニー (代表取締役社長)**

簡単に背景をお話しします。当社は、世界のメディア業界で今何が起こっているのか、そしてこの先どのように変化していくかについて、独自の見解を持っています。現在エンターテインメント業界は構造的な変化の真っ只中にあり、将来 2020 年上半期が大きな転換点だったと振り返ることになると考えています。エンターテインメント業界は大きく変わりました。インタラクティブ・エンターテインメントの市場はすでに（リニア・エンターテインメント市場よりも）大きく、様々な変化が起こっています。

しかし、アメリカや日本の新聞では、この種の話題はほとんど触れられていません。エンターテインメントに関する記事は、映画、音楽、スポーツが中心です。

当社にとって重要なのは、誰が新しい時代において勝者になるかということです。戦略に沿って事業を遂行すれば、当社は勝ち組の一社になれると考えています。同様に、優れた IP を保有し、新しい世界に合った事業形態にうまく移行することができれば勝ち組になり得る企業が当社以外にも多く存在すると考えます。これらのエンターテインメント企業にとって、この先 10 年は大きなチャンスです。

そこで、これらの企業に資本の一部を配分することを大変良い投資と考え、今回の計画に至りました。これは M&A 戦略の一環ではありません。主目的は、ゼロ金利環境下で、投資により良いリターンを得ることです。取締役会にて 15 億ドルを上限額とした投資を承認し、既に上限額の半分程度の投資を行いました。そして、もし投資先企業が望むならば、これらの企業が新たな事業形態にうまく移行するための支援を行う形で協業したいと考えています。

ご質問に対する回答をまとめると、IP の補完を目的とした投資ではありません。当社は世界最大規模のエンターテインメント IP を既に保有しています。一方で、我々が向かう新しい世界において、他にも勝者となりうる企業が存在すると考え、これらの企業に対して投資を行うものです。

【Q】 確認ですが、上限額の 50%を既に投資したということで間違いないでしょうか。また、近いうち、投資先企業を開示されるのでしょうか。

【A】 **オーウェン・マホニー (代表取締役社長)**

上限額の約 50%を既に投資しました。投資先企業を開示するか否かは決まっていません。

【Q】 『アラド戦記モバイル』は、カニバリゼーションの潜在的リスクをどのように回避されていますか。また、6,000 万人の事前登録者のうち、PC 版のアクティブユーザーとそれ以外のユーザーがそれぞれどの位存在するかなど、注視されている指標はありますか。

【A】 **オーウェン・マホニー (代表取締役社長)**

簡潔に回答すると、カニバリゼーションが見られるか否かを予想することは大変難しいと考えます。しかし、経験上は、時間が経つにつれて、PCとモバイルの両方でゲームが成長する傾向があります。良いケースでは、プラットフォーム間でシナジーが得られ、その効果が様々な KPI に反映され、最終的には売上収益に反映されます。

この良い例として、以前から売上収益の推移をお見せしている PC 版『メイプルストーリー』とモバイル版『メイプルストーリーM』が挙げられます。当第 2 四半期の決算説明資料 40 ページにも載せていますのでご覧下さい。2016 年に『メイプルストーリーM』をローンチしてから 2019 年まで、PC 版『メイプルストーリー』の売上収益が大きく成長しました。2020 年上半期はそこから更に大きく成長しています。

このように、長期で見た場合、PC 版及びモバイル版の両方で良い結果が得られています。先に申し上げた通り、カニバリゼーションの可能性については予測が難しいですが、過去の経験上は、長期的に見た場合、一時的なカニバリゼーションがあったとしても、それを打ち消すほどの好影響が得られています。但し、『アラド戦記』ではどうかは実際にローンチをしてみるまでは明確には分かりません。

【Q】　『アラド戦記モバイル』について、PC 版とモバイル版で課金施策に違いはありますか。また、ロイヤルティの取り決めについても教えてください。

【A】　**オーウェン・マホニー (代表取締役社長)**

まず、『アラド戦記モバイル』は、PC 版『アラド戦記』をモバイルでプレイできることをコンセプトとしています。ゲーム性、課金施策、どのくらい長い期間ユーザーにプレイし、ユーザー間で交流してもらいたいかなど、全ての面において PC 版と同じと考えていただいて結構です。PC 版との違いについては、大小二つあります。小さな違いは、プラットフォーム手数料が発生すること、そして大きな違いは、はるかに大きな市場にリーチできることです。自社の調査ベースでは、全世界約 3 億台のゲームプレイ可能な PC に対して、iPhone X 同等、或いはそれ以上のスペックのゲームプレイができるモバイル端末がおよそ 30 億台存在します。当社にとって潜在的市場規模が圧倒的に大きくなったことを意味し、規模の拡大によりプラットフォーム手数は打ち消されてしまいます。モバイル展開をとても楽しみにしているのはこのためです。

まとめると、PC 同様のゲーム体験ができるよう設計されていますが、ユーザーの視点から見ると、いつでもどこでもアクセス可能になるという点で、非常に大きな意味を持ちます。

【Q】　『アラド戦記モバイル』について、事前登録者を獲得するためにテンセントがどのような施策を行っているか教えて下さい。

【A】　**植村 士朗（最高財務責任者）**

『アラド戦記モバイル』に関しては、本格的なマーケティングを行う前から多くの方々に事前登録を行って頂きました。配信開始日の発表後、テンセントによる本格的なマーケティング活動が開始し、公式ウェブサイトでのマーケティング、Tencent Games Annual Conference での紹介や China Joy で展示などが行われました。

【Q】　テンセントが『アラド戦記モバイル』を最大限成功に導くために、どのように自社のプラットフォームを活用しているか教えて下さい。

【A】　**植村 士朗（最高財務責任者）**

テンセントは QQ や WeChat などのコミュニケーションチャネルを持っています。そして、これらのチャネルを最大限に活用して、マーケティング活動を行うと認識しています。