

第10期 通期 決算説明資料

CROOZ

クルーズ株式会社

JASDAQ スタンダード 2138

第1部 全貌

当クォーターの GOOD NEWS
皆様への重要なメッセージ
クルーズって何やっている会社？
ソーシャルゲームって何？
主なサービスは？
主力タイトルは？
熱血硬派くにおくんって何？凄いの？
湘南爆走族って何？凄いの？
どんな収益モデル？
どうやって儲けるの？
ゲームソフト市場規模はどれくらい？
市場規模の今後の推移は？
ソーシャルってそんなに儲かるの？
当社の売上推移は？
経常利益の推移は？
業績サマリは？
業績結果は？

第2部 未来

今期の業績予想は？
今期の事業戦略は？
新タイトルの提供計画は？
将来にわたる優位性は？
成長ドライバーは？
くにおくん、湘南爆走族以外で強みはあるの？
Compass - マーケティングデータベース
Venus - 開発高速化フレームワーク
Zeus - インフラ共通基盤
情報システム化の成果は？
中期的な成長ドライバーは？
ネット通販に参加する理由は？
CROOZ blog って何？
CROOZ blog の強みは？
CROOZ blog から生まれたリアルなファッションイベントは？
CROOZ blog が全面協力したリアルなファッションイベントは？
現在のコマース事業って何をしている？

第3部 方針

株主還元方針は？
配当額と配当性向の推移は？
Q&A 集
補足資料
ご注意

当クォーターの GOOD NEWS
皆様へ重要なお知らせ

当クォーターの GOOD NEWS

3月4日リリースのソーシャルゲーム 湘南爆走族がヒット

初月の売上で 9,000 万円突破

上記 GOOD NEWS により、

新しい期は、前期を大幅に上回る業績となる事を発表します。

売上高 前期 5,282 百万円 ⇨ **7,800 百万円** (47%増)

営業利益 前期 1,130 百万円 ⇨ **2,000 百万円** (76%増)

新しい期に GOOD NEWS をつくり出すための
皆様への重要なメッセージ

新しい期にGOOD NEWSをつくり出すための 皆様への重要なメッセージ

1. 去年とは大きく変わり、攻めの1年にする
2. 熱血硬派くにおくん以外にもソーシャルゲームの
新規タイトルを続々リリース予定
3. 人材の積極採用を行い、ソーシャルゲームの
生産ラインを増やす（増加する人件費は、
業績予想の売上増加分で軽く吸収）
4. くにおくんシリーズに続き湘南爆走族もヒット
ソーシャルゲームをリリースすれば、
定期的にミリオンヒットが生み出せる本物の力がある

クルーズって何やってる会社？

クルーズはインターネットを通じて
サービスを提供する会社です

今は、ソーシャルゲームをサービスの柱としています

ソーシャルゲームって何？

パッケージゲーム



ソーシャルゲーム



据え置き型ゲーム機



モバイルフォン

ソーシャルゲームって何？

パッケージゲーム

- ・売り切り販売モデル
- ・基本的に1～2人で遊ぶため
コミュニケーションが少ない
- ・発売してからゲームの改変ができない
ため、収益面でギャンブル性が高い

ゲーム機メーカー / 任天堂、ソニー ... 等
ゲーム制作会社 / カプコン、セガ ... 等

据え置き型ゲーム機

(Wii、PS3、Xbox360)

ソーシャルゲーム

- ・継続収入モデル
- ・基本的に多人数で遊ぶため
コミュニケーションが豊富で
娯楽性が高い
- ・ユーザーの意見を即反映、
改善できるので収益の失敗が少ない

ゲームサイト運営 / DeNA、GREE... 等
ゲーム提供会社 / **当社**、ベクター ... 等

モバイルフォン

(携帯電話やスマートフォン)

用語解説【ソーシャルゲーム】

SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）上で
ソーシャルアプリとして提供されているゲームの総称。

※本資料で使用している、Wii 画像及びゲームソフト画像は任天堂株式会社のホームページから引用。

プレイステーション 3 の画像は株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメントのホームページから引用。モバゲー画像は株式会社ディーエヌエーのホームページから引用。

主なサービスは？



通販サイト



ブログサイト

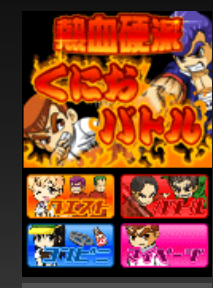
その他
80
サイト



ミニゲームサイト



ソーシャルゲーム



主なサービスは？

今はソーシャルゲームをサービスの柱としています。

その他に、ブログサイトや通販サイト、ミニゲームサイトなど、
全部で80サイトを提供しています。

主カタイトルは？



熱血硬派くにおくんシリーズ



湘南爆走族



ソーシャルゲーム

主カタイトルは？

主カサービスであるソーシャルゲームの中でも
熱血硬派くにおくんシリーズ、湘南爆走族が
主カタイトルです。

モバゲーに、

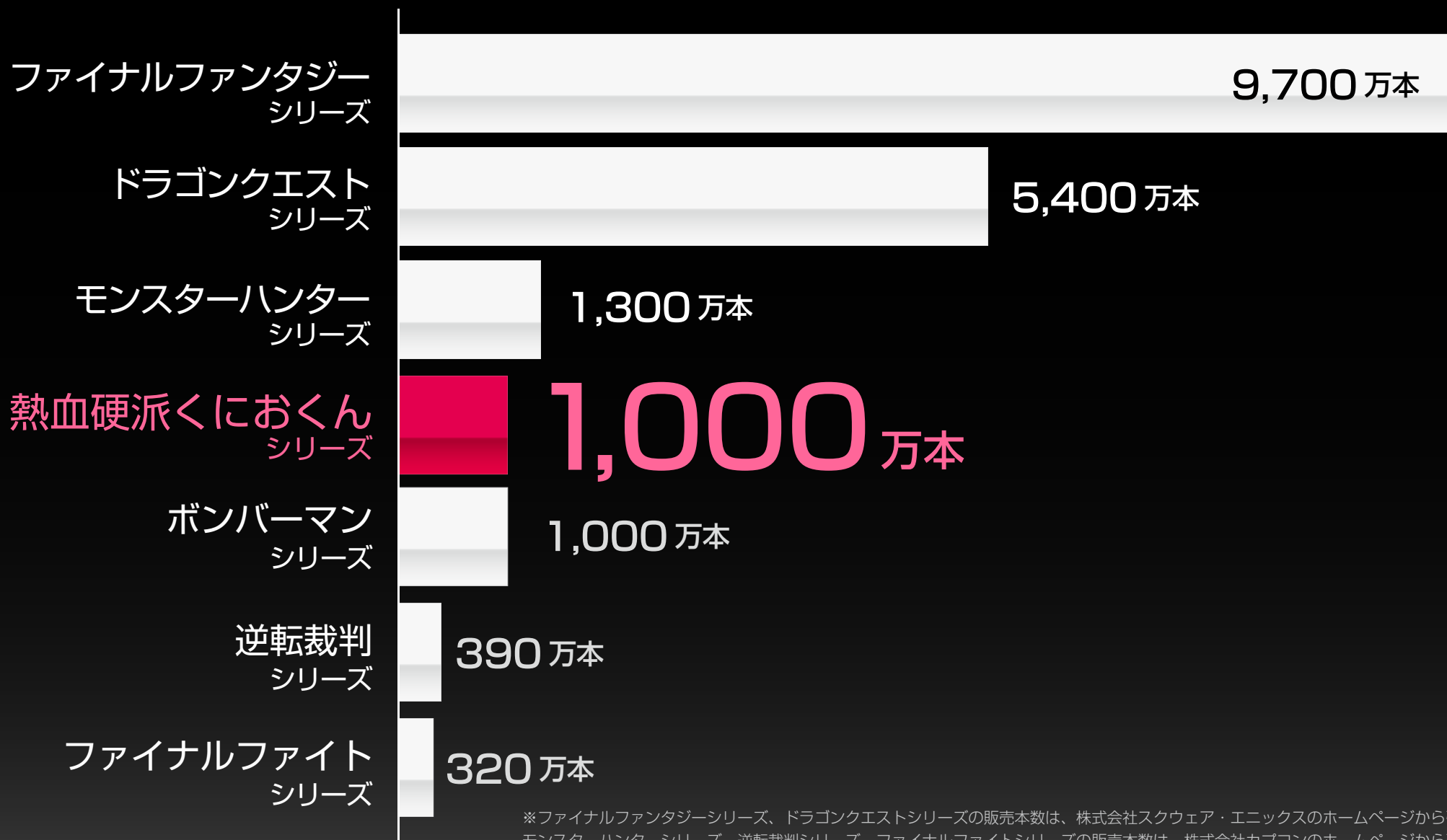
「熱血硬派くにおバトル」「レースバトルだ！くにおくん」

「熱血バイク GP」「熱血硬派くにおサッカー」

「熱血くにおドッジボール部」「湘南爆走族」

の6タイトルを提供しています。

熱血硬派くにおくんって何？ 凄いの？



※ファイナルファンタジーシリーズ、ドラゴンクエストシリーズの販売本数は、株式会社スクウェア・エニックスのホームページから引用。
モンスターハンターシリーズ、逆転裁判シリーズ、ファイナルファイトシリーズの販売本数は、株式会社カプコンのホームページから引用。
ボンバーマンシリーズの販売本数は、株式会社ハドソンのホームページから引用。

熱血硬派くにおくんって何？ 凄いの？

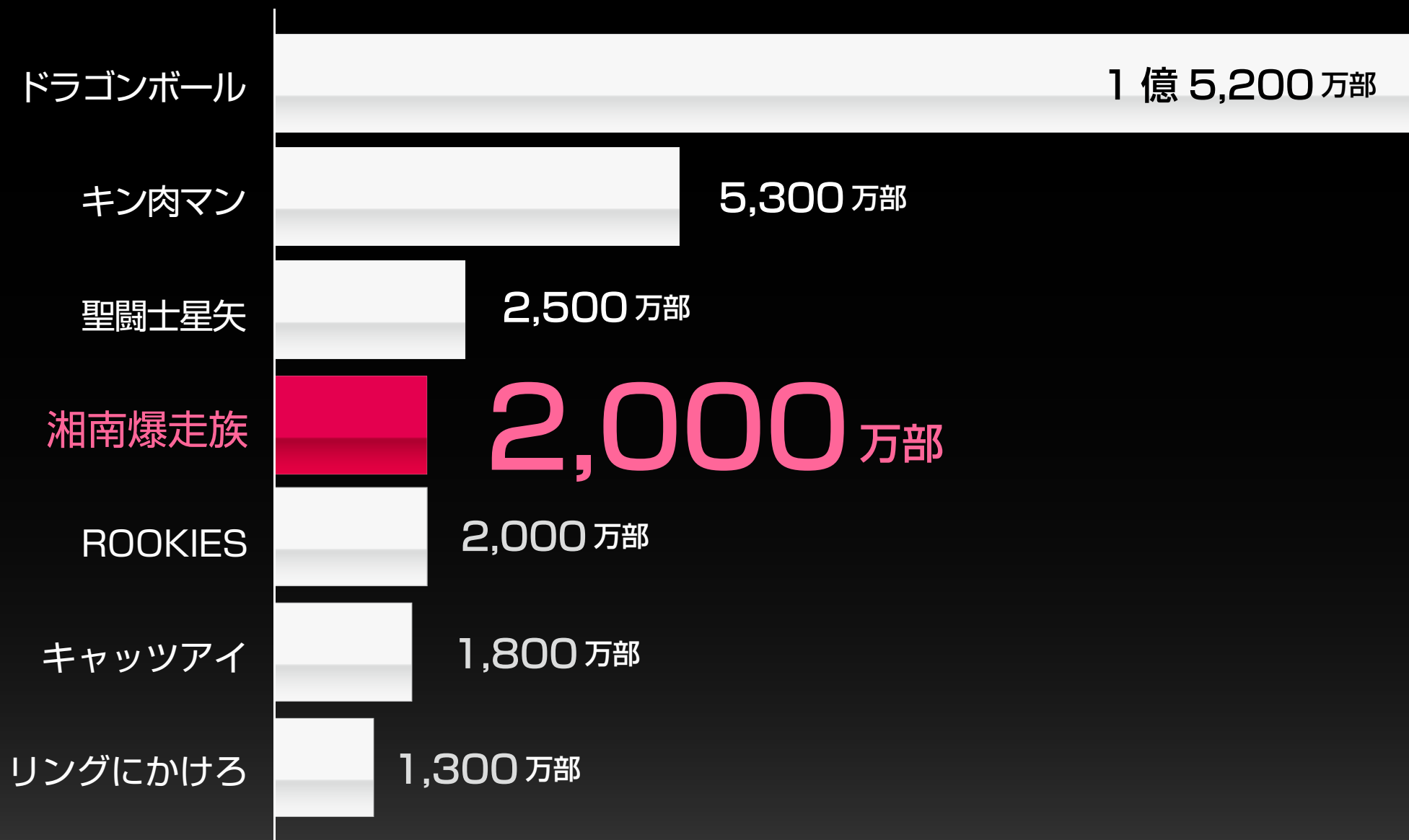
熱血硬派くにおくんは、80～90年代、ファミコンを中心に
販売総数**1,000万本以上**売れた大ヒットゲームタイトルです

80～90年代に一大ブームを築いた、日本を代表する人気ゲームタイトルシリーズ

ファイナルファンタジーシリーズ	9,700万本
ドラゴンクエストシリーズ	5,400万本
モンスターハンターシリーズ	1,300万本
熱血硬派くにおくんシリーズ	1,000万本
ボンバーマンシリーズ	1,000万本
逆転裁判シリーズ	390万本
ファイナルファイトシリーズ	320万本

※ファイナルファンタジーシリーズ、ドラゴンクエストシリーズの販売本数は、株式会社スクウェア・エニックスのホームページから引用。
モンスターハンターシリーズ、逆転裁判シリーズ、ファイナルファイトシリーズの販売本数は、株式会社カプコンのホームページから引用。
ボンバーマンシリーズの販売本数は、株式会社ハドソンのホームページから引用。

湘南爆走族って何？凄いの？



湘南爆走族って何？凄いの？

湘南爆走族は、映画化やアニメ化されるほど話題になり、
累計発行部数 **2,000 万部**も売れた大ヒットコミックです

代表的なコミックタイトルの累計発行部数（国内）

ドラゴンボール	1 億 5,200 万部
キン肉マン	5,300 万部
聖闘士星矢	2,500 万部
湘南爆走族	2,000 万部
ROOKIES	2,000 万部
キャッツアイ	1,800 万部
リングにかける	1,300 万部

どんな収益モデル？

合計約 1億 1,413 万人

NTT
docomo

約 5,720 万人

au by KDDI

約 3,252 万人

SoftBank

約 2,439 万人



CROOZ

世の中の携帯電話をもった 1 人 1 人の利用料金が収益になる

※各社契約数は、社団法人電気通信事業者協会ホームページから抜粋。

※ロゴ画像は、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ、KDDI 株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社、株式会社ディーエヌエーのホームページから引用。

どんな収益モデル？

ドコモ、au、ソフトバンク
携帯電話を持つ全ての人が、顧客になる。

「熱血硬派くにおくんシリーズ」などのソーシャルゲームを、
モバゲーという DeNA 社のゲームプラットフォームを通して提供しています。
モバゲーのユーザーは約 2,448 万人（2010 年 12 月末現在）
各携帯通信事業者からモバゲーにアクセスしたユーザーから、課金収益を得ます。

どうやって儲けるの？

どうやって儲けるの？



「熱血硬派くにおバトル」の場合

キャラクターを育てて強くし、友達と協力して敵と戦うアクションゲームです。



Point! 「キャラクターを強くする武器」や「キャラクターの成長速度を短縮する権利」などを販売することで収益を得られます。

ゲームソフト市場規模はどれくらい？

Playstation3
543 億円

Wii
621 億円

ソーシャル
447 億円
(2009 年)

モバイルゲーム
884 億円

オンライン PC
920 億円

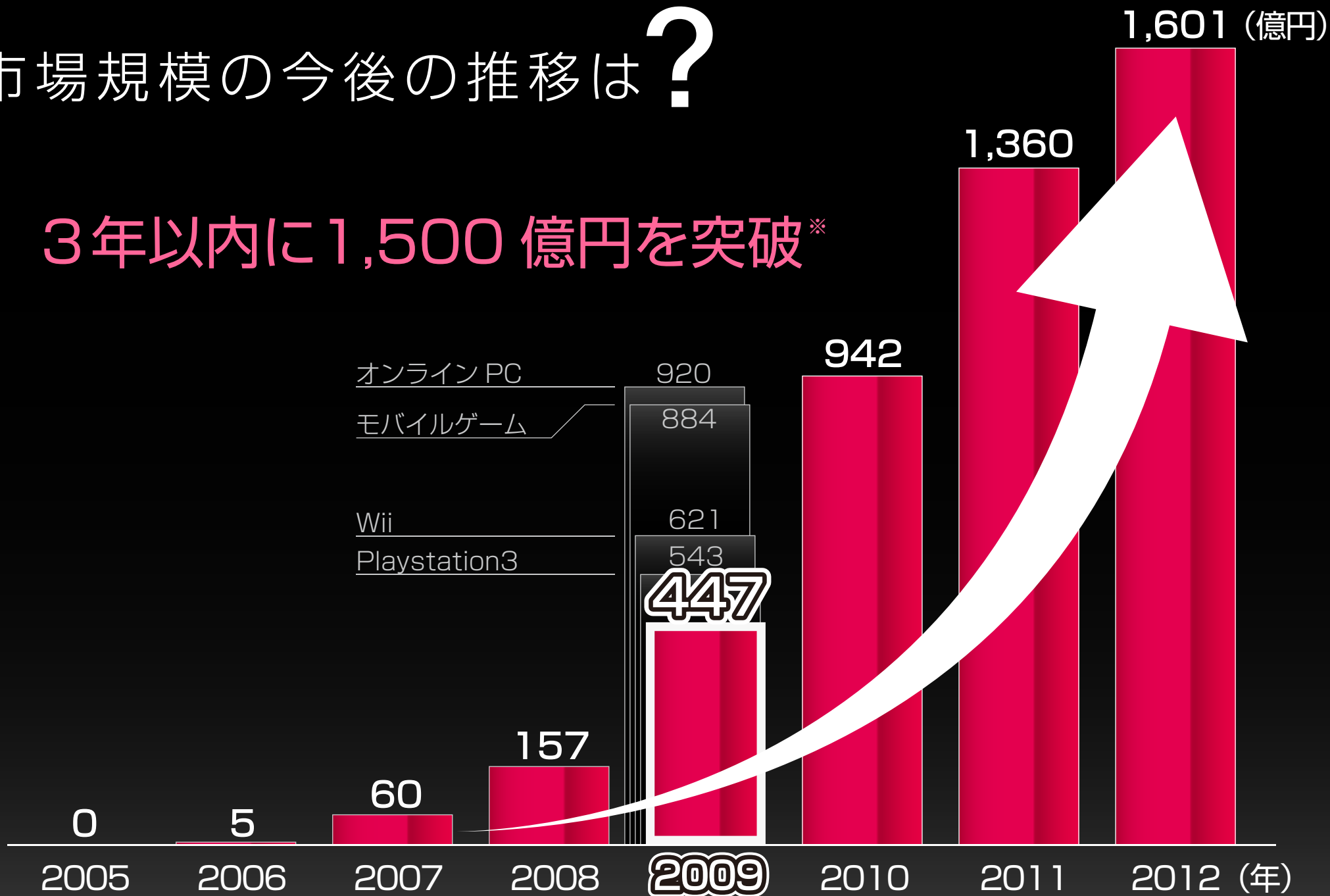
ゲームソフト市場規模はどれくらい？

ソーシャルの市場規模は 2009 年で
既に **447 億円**に達しています。

Wii や PlayStation3 などのテレビ CM でお馴染みの
メジャーなゲーム機器ソフトと肩を並べるまで拡大しています。

市場規模の今後の推移は？

3年以内に1,500 億円を突破*



※市場規模はエンターブレイン刊行のゲーム白書及び 2009 年以前は MCF 発表資料より抜粋、2010 年以降は過去の成長率から推測した当社の予測を記載。

※Wii と PlayStation3 の市場規模は、家庭用ゲーム機の市場規模からソフト販売本数の割合で算出した想定市場規模になります。

市場規模の今後の推移は？

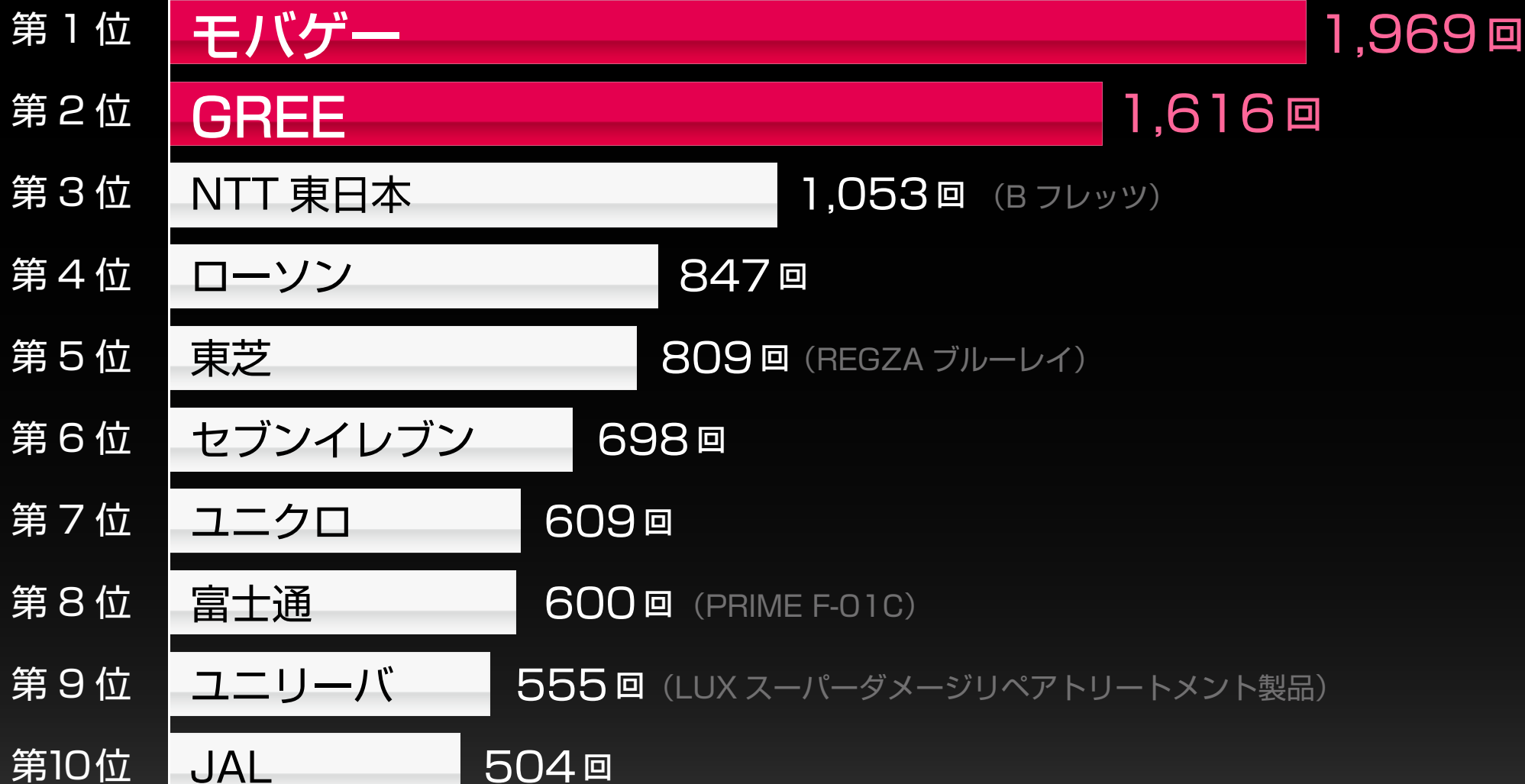
ソーシャルは**ゲームソフト市場の主役**になります。

ソーシャルは2010年に942億円に到達し、
ゲームソフト市場でトップの規模になる見込みです。

また、今後もソーシャル市場の成長は継続し、
3年以内に1,500億円を突破する見込みです。

ソーシャルってそんなに儲かるの？

～テレビCM 銘柄別放送回数ランキング～



ソーシャルってそんなに儲かるの？

テレビCMの放送回数、
第1位はモバゲー、第2位はGREEとなります。
今の日本で最もテレビCMに積極的で非常に勢いがある会社は、
モバゲータウンやGREEというソーシャルゲームを収益源として
いる会社であることが解ります。

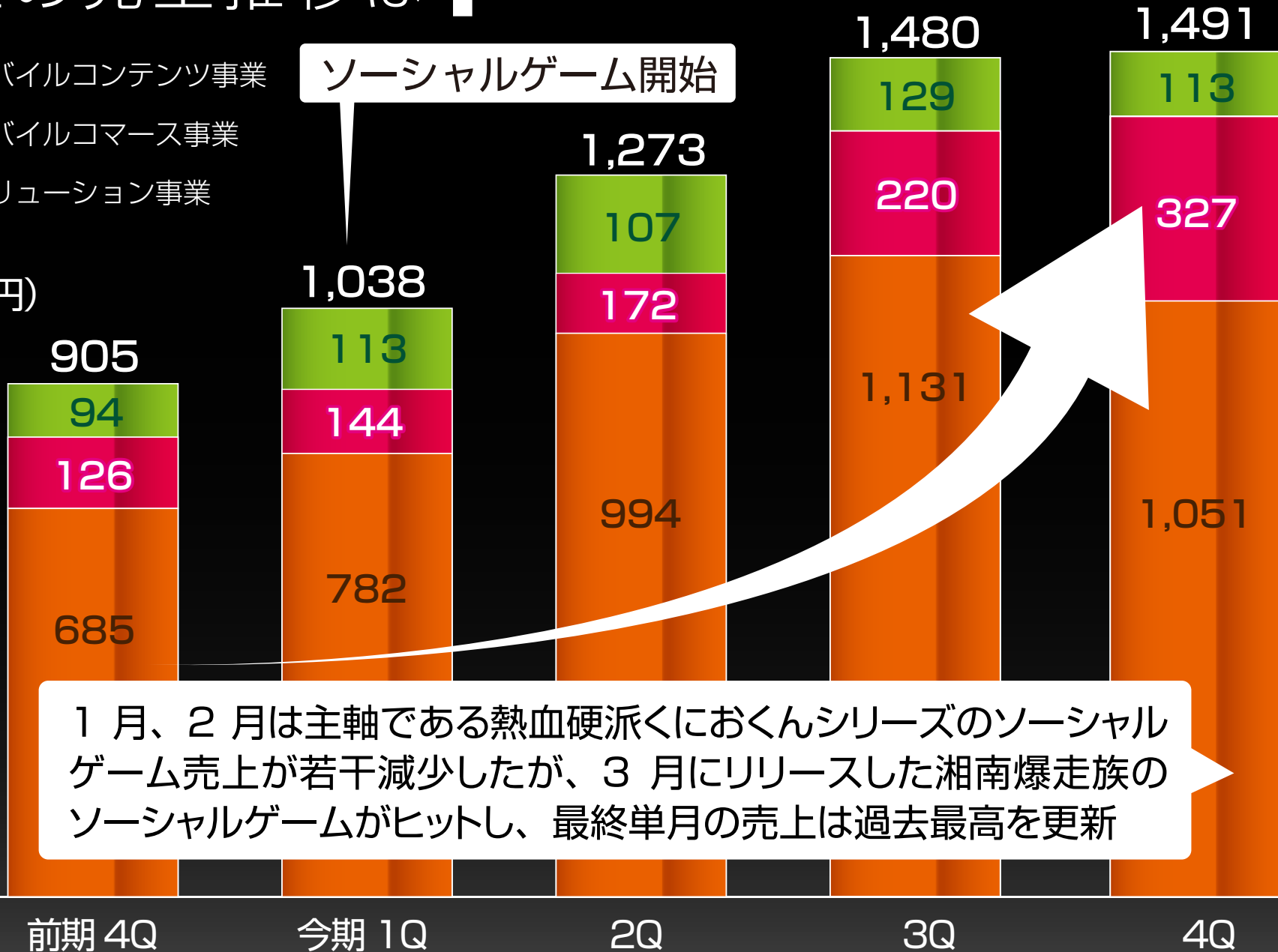
ソーシャルは今や、NTT東日本やセブンイレブンなど、
社会に無くてはならない、「どこにでも存在する共通サービスを
提供する会社」と並んで認知される銘柄と言えます。

当社の売上推移は？ 成長するソーシャルゲーム市場の波にのる

- モバイルコンテンツ事業
- モバイルコマース事業
- ソリューション事業

ソーシャルゲーム開始

(百万円)



1月、2月は主軸である熱血硬派くにおくんシリーズのソーシャルゲーム売上が若干減少したが、3月にリリースした湘南爆走族のソーシャルゲームがヒットし、最終単月の売上は過去最高を更新

当社の売上推移は？

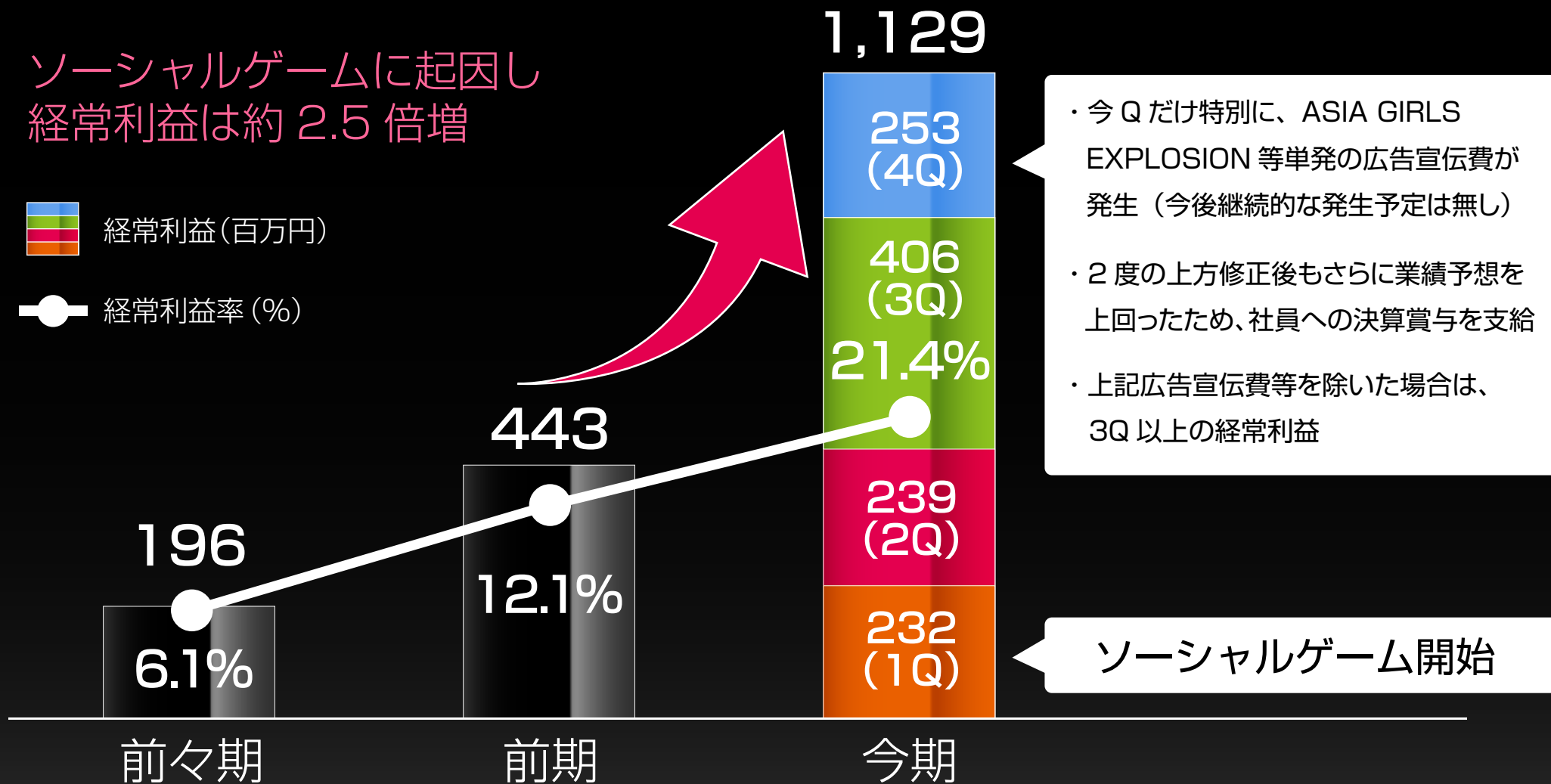
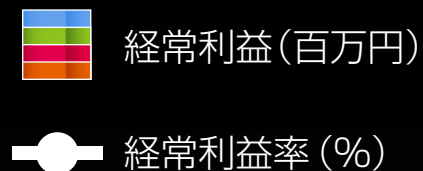
当社は、**今期4月からソーシャルゲーム市場に参入**しました。ソーシャルゲーム市場自体の急速な拡大、その中で熱血硬派くにおくんシリーズがヒットし売上は急成長しました。

直近1月と2月は、成長を牽引してきた熱血硬派くにおくんシリーズの売上が若干減少しましたが、3月にリリースした**湘南爆走族がヒット**したため、**再び売上が成長トレンド**となりました。

前期終わりに四半期で905百万円だった売上が、今四半期では、65%増（586百万円増）の**1,491百万円**まで達しています。

経常利益の推移は？

ソーシャルゲームに起因し
経常利益は約 2.5 倍増



経常利益の推移は？

ソーシャルゲームの売上が増加しても外注費、広告宣伝費などの固定費は大きく変わっていません。

その為、ソーシャルゲームの売上増加が、そのまま**経常利益の増加**につながりました。

一方、人材を積極採用してソーシャルゲームの生産ラインを増やしている為、人件費は大きく増加しました。しかし、この人材への適正な投資があったからこそ新規ソーシャルゲーム、湘南爆走族のヒットが生まれました。

さらに直近4Qは、来期の CROOZ blog とネット通販の売上成長を見通し、ASIA GIRLS EXPLOSION 等の先行投資を実施しました。ただし、イレギュラーで発生した単発の広告宣伝投資なので、今後の定常的な発生はありません。また今期は、2度の業績上方修正を発表しましたが、さらに業績予想を上回ったため、社員への決算賞与を支給しました。通常通りの費用の場合**経常利益の実力値は 3Q 以上**となっています。通期は、**前期約 2.5 倍増**の 1,129 百万円の経常利益になっています。

業績サマリは？

くにおくん、湘爆のソーシャルゲームのヒットに起因し前年度から大幅に増収増益

(百万円)	通期 4-3月	前年度 4-3月	増減額 (増減率)
売上高	5,282	3,651	+1,631 (+44%)
営業利益	1,130	432	+698 (+161%)
当期純利益	656	-29	+685 (-)
営業CF	1,010	521	+489 (+93%)
現預金	1,518	657	+861 (+131%)
借入金	0	171	-171 (-)

業績サマリは？

繰り返し記載の通り、**くにおくんシリーズ、湘南爆走族のソーシャルゲームがヒットし、**売上高 5,282 百万円（44%増）、営業利益 1,130 百万円（161%増）となり、ともに**過去最高を更新**しました。

事業好調のため、キャッシュ・フローも大幅に増加し、171 百万円の借入金を全額返済するだけでなく、現預金も 861 百万円増（131%増）の 1,518 百万円となり、**経営基盤は安定**しています。

業績結果は？

前年度を大幅に上回る高い業績予想を、全て達成

(百万円)	前年度	業績予想	業績結果	達成率
売上高	3,651	4,900	5,282	107%
営業利益	432	1,100	1,130	102%
当期純利益	-29	630	656	104%

業績結果は？

売上高 5,282 百万円、営業利益 1,130 百万円、
当期純利益 656 百万円となり、前年度を大幅に上回る
高い業績予想ながら、**全て達成**しました。

さらに期初 4 月にサービスを開始したソーシャルの売上は
伸び続けており、**12 ヶ月後**となる、**期末 3 月の月次売上が
過去最高を更新**しています。

今期の業績予想は？

くにおくんシリーズに続く湘南爆走族がヒットした為
ソーシャルゲームの成長が継続し、大幅な増収増益

(百万円)	前期	今期予想		増減額 (増減率)
		中間	通期	
売上高	5,282	3,600	7,800	+2,518 (+47%)
営業利益	1,130	900	2,000	+ 870 (+76%)
当期純利益	656	500	1,200	+ 544 (+82%)

今期の業績予想は？

くにおくんシリーズに続く湘南爆走族がヒットしたため、今期も、引き続き**ソーシャルゲームを軸に売上が急拡大し**、前期 47%増の 7,800 百万円になる見通しです。

また、人材を積極採用してソーシャルゲームの生産ラインを増やしていく為、人件費は大きく増加しますが、その費用は業績予想の売上増加で軽く吸収できる範囲なので、営業利益は、前期 76%増の 2,000 百万円、当期純利益は、前期 82%増の 1,200 百万円と、**大幅な増益になる見通し**です。

今期の事業戦略は？

ソーシャルゲーム

1
選択と集中
焦点絞込戦略

スマートフォン展開

4
世界展開

情報システム化

2
ソーシャル
成功ノウハウの
仕組み化

3
キラーコンテンツ
の確保

熱血硬派くにおくん
湘南爆走族

今期の事業戦略は？

1 選択と集中、焦点絞込戦略の徹底

事業を成長させるには選択と集中が必要。儲かるものだけに焦点を絞込むことで有限の経営資源から最高の結果を生み出す。

答え⇒ソーシャルゲームの提供に焦点を絞込む事が最も儲かる

2 ソーシャル成功ノウハウの仕組み化

ソーシャルで勝つ為にはユーザ動向分析・開発提供・効果検証、つまりPDCAをいかに早く人に依存せずに実施するかが重要。

答え⇒情報システム化…コンパスという分析システムとプログラミングを高速化するヴィーナスというフレームワークを自前開発

ソーシャルで勝っていくとアクセスが増加し、当たり前のようにトラフィックが捌けるインフラ基盤が必要。

答え⇒情報システム化…ゼウスというインフラ共通基盤を自前運営

3 キラーコンテンツの確保

せっかく良いサービスを提供するノウハウがあっても、有象無象に増えるソーシャルの中では一目で他とは違う差別化が無い、つまり、コンテンツにひきがあれば埋もれてしまう。他社に真似できない著作権獲得が必要。

また、その著作権はただひきがあるだけではなく、ソーシャルゲームの醍醐味である友達とのコミュニケーションに向いている要素、ゲーム性が高ければ高いほどキラーコンテンツになり得る。

答え⇒コミュニケーション要素の高い熱血硬派くにおくん、湘南爆走族の著作権獲得

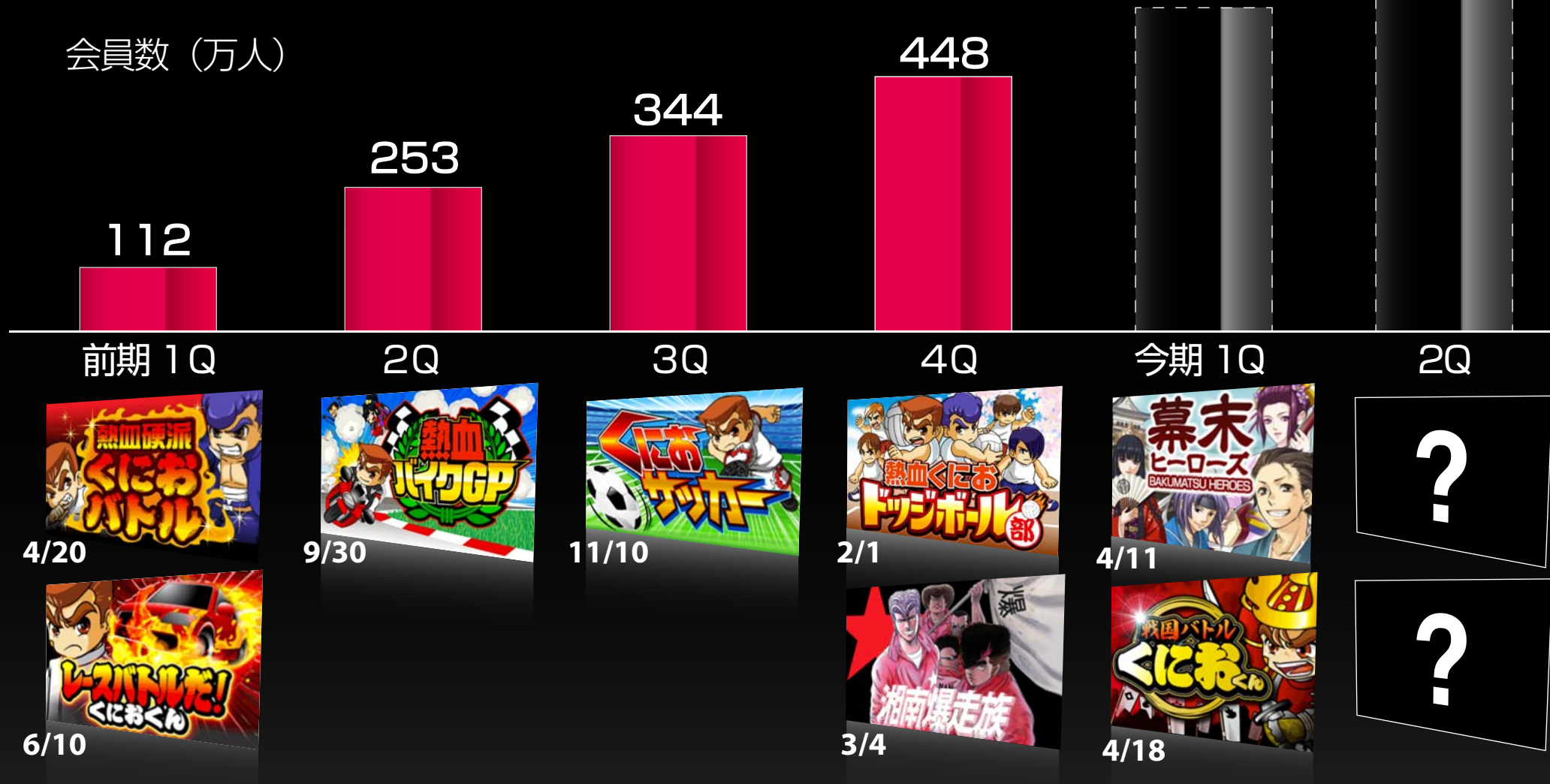
4 世界展開

DeNA社の発表するX-border戦略に参画し、スマートフォン展開を含めて世界へ進出。

同時に、一次パートナーとして熱血硬派くにおくんを武器に世界向けのサービスとしていち早く名乗りを上げる。

答え⇒世界市場へのチャレンジ

新タイトルの提供計画は？



四半期に 2 本 or 3 本 新規タイトル追加

※グラフの数字は四半期末日時点の会員数を記載。

新タイトルの提供計画は？

引き続き、他社に真似できないキラーコンテンツ、
くにおくん、湘南爆走族のソーシャルを軸に提供していきます。
また、新たなキラーコンテンツの提供も検討しています。

新規に提供する本数は、四半期に2～3本を計画しています。

将来にわたる優位性は？

30～40代男性に人気が高い

30～40代男性

ソーシャルゲームで
最も課金をするユーザー層

=

30～40代男性

熱血硬派くにおくん、
湘南爆走族を
最も好きなユーザー層

ファミコン時代に累計 **30** タイトル以上リリース
ソーシャル化が可能なゲームタイトルを数多く抱えている



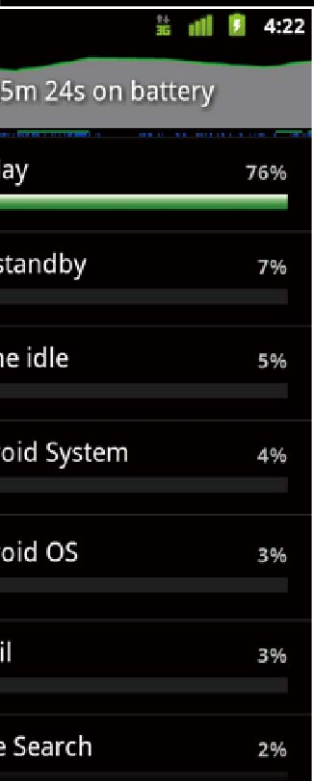
将来にわたる優位性は？

ソーシャルで成功している大きな理由の一つに、**顧客平均単価が高い**ことが挙げられます。

熱血硬派くにおくんというタイトルは 80～90年代のファミコンで遊んだ世代、湘南爆走族というタイトルは 80年代に雑誌や単行本で漫画を読んでいた世代、つまり**30～40代の世代に人気**が高く、ソーシャルゲームで最も課金をする世代と一致しています。当社は、この世代の顧客を多く獲得している為、今後も収益化がし易くなります。

さらに、くにおくんのタイトルは、30タイトル以上リリースされているので、今後**ソーシャル化が可能**なゲームタイトルを数多く抱えています。

成長ドライバーは？



ソーシャルの世界展開 Android × iPhone



成長ドライバーは？



マルチプラットフォーム、
マルチデバイス対応



今までのソーシャルは、従来のガラパゴス携帯でしか対応していなかったもので、あくまでも国内向けのユーザーしか相手にできませんでした。しかしアンドロイドなどのスマートフォンは海外で使われる端末なので、今後は海外のユーザーにまで市場を広げられます。

くにおくん、湘南爆走族以外で強みはあるの？



3つの基幹システムによる仕組化

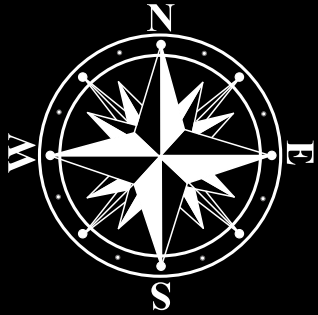
この3つの基幹システムは、未来永劫、いかなるネットサービスを提供する場合においても必要不可欠な力となり、当社を支えていきます。

くにおくん、湘南爆走族以外で強みはあるの？

前述した通り、競合ひしめくソーシャルゲームで勝っていくためには、**ユーザ動向分析・開発提供・効果検証**、つまり **PDCA** をいかに早く人に依存せずに実施するかが重要になります。

また、ソーシャルで勝っていくとアクセスが増加し、当たり前のようにトラフィックが捌ける**インフラ基盤**も必要になります。

当社は、上記に対応するための**3つの基幹システム**を自前で構築・運用する事で、競合他社よりも優れた仕組みを担保しています。この3つの基幹システムは、未来永劫、いかなるネットサービスを提供する場合においても必要不可欠な力となり、当社を支えていきます。



コンパス Compass

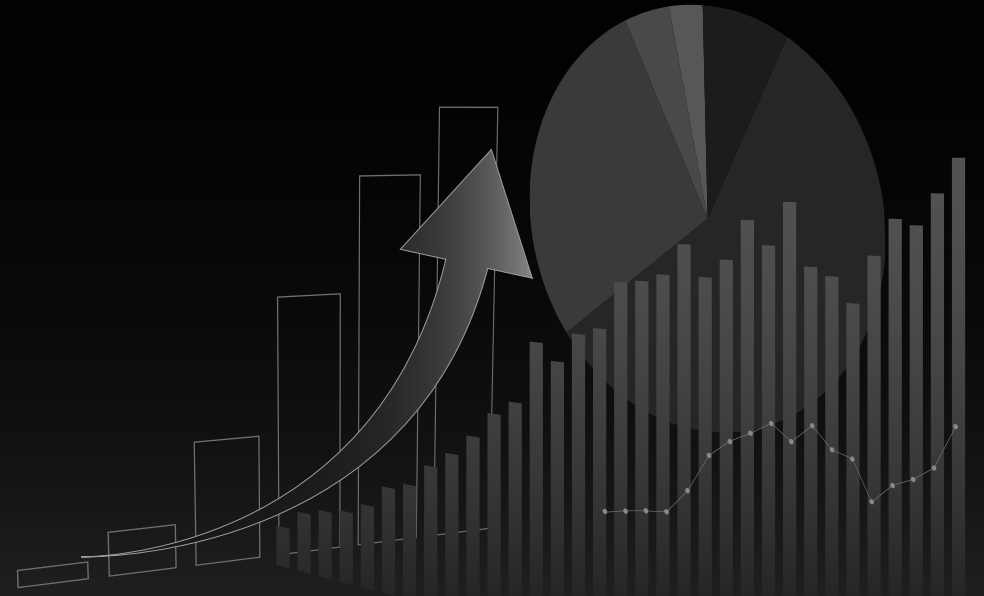
目的地を示す磁針・羅針盤

マーケティングデータベース

チューニング箇所の分析

今後の強化予定

より詳細な数値を取得し、
需要予測を可能に



マーケティングデータベース Compass

サービスを利用するユーザーがどこで課金をしてくれているのか？
逆にどのタイミングでサービスから離れていってしまうのか？

主観に頼らず、客観的に判断できるマーケティングデータが細かく把握できることは、サービスを企画する上で大きな武器になります。

今後は、より詳細な数値情報を取得し、需要予測を可能にします。



愛と美の女神・金星の象徴

開発高速化フレームワーク

開発部品化で
素早いチューニングオペレーション

今後の強化予定

iphone や Android 等の
マルチデバイス対応

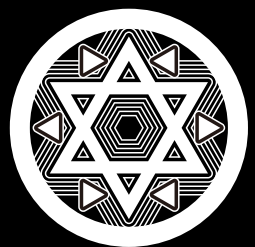


開発高速化フレームワーク Venus

マーケティングデータを素早くサービスに反映する事がソーシャルでは重要になります。

当社は、開発ソースを部品化することで、期間を短く、コストを安く開発ができるだけでなく、専門技術者以外のクリエイターでも開発する仕組みを整えています。

今後は、iphone やアンドロイドなどマルチデバイス対応も実施します。



ゼウス
Zeus

人類の守護神・支配神・神々の王

インフラ共通基盤

高負担に耐えられる
ネットワークを臨機応変に構築

今後の強化予定

データセンターを統合し、
コストを**50%**削減へ



インフラ共通基盤 Zeus

ソーシャルで勝っていくとアクセスが増加し、当たり前のようにトラフィックが捌ける**インフラ基盤**を自社で運営している事が大きな武器になります。

クラウド型 ASP サービスを利用したりインフラを全てアウトソーシングするよりも、圧倒的にパフォーマンス、スケーラビリティが高くなります。

今後は、**データセンターを統合し、コストをさらに50%削減**する計画もあります。

情報システム化の成果は？

競合他社との営業利益比較

ソーシャルで成功している他社と比較して
営業利益は2倍～14倍高い

(百万円)	前々期	前期
当 社	432	1,130
ケイブ社	41	600
ベクター社	390	415
ドリコム社	210	141

※当社を除く企業の営業利益は、4月25日時点で公表されている業績予想から引用。

情報システム化の成果は？

ソーシャルゲームで成功している競合他社と比較して、
当社の営業利益が明らかに高い事が解ります。

少ない人員で効率的に開発できる仕組みを組織として担保している会社は、全てのソーシャル開発会社を見渡しても数社しかなく、当社もその1社に入ります。

この情報システム化の仕組みが 2 ~ 14 倍の営業利益の結果を生み出します。

中期的な成長ドライバーは？

ネット通販

ソーシャル世界展開

ソーシャルゲーム

ソーシャルに加えてネット通販を育成

ソーシャルゲームを更に深掘り、中期的にはネット通販も成長させる

中期的な成長ドライバーは？

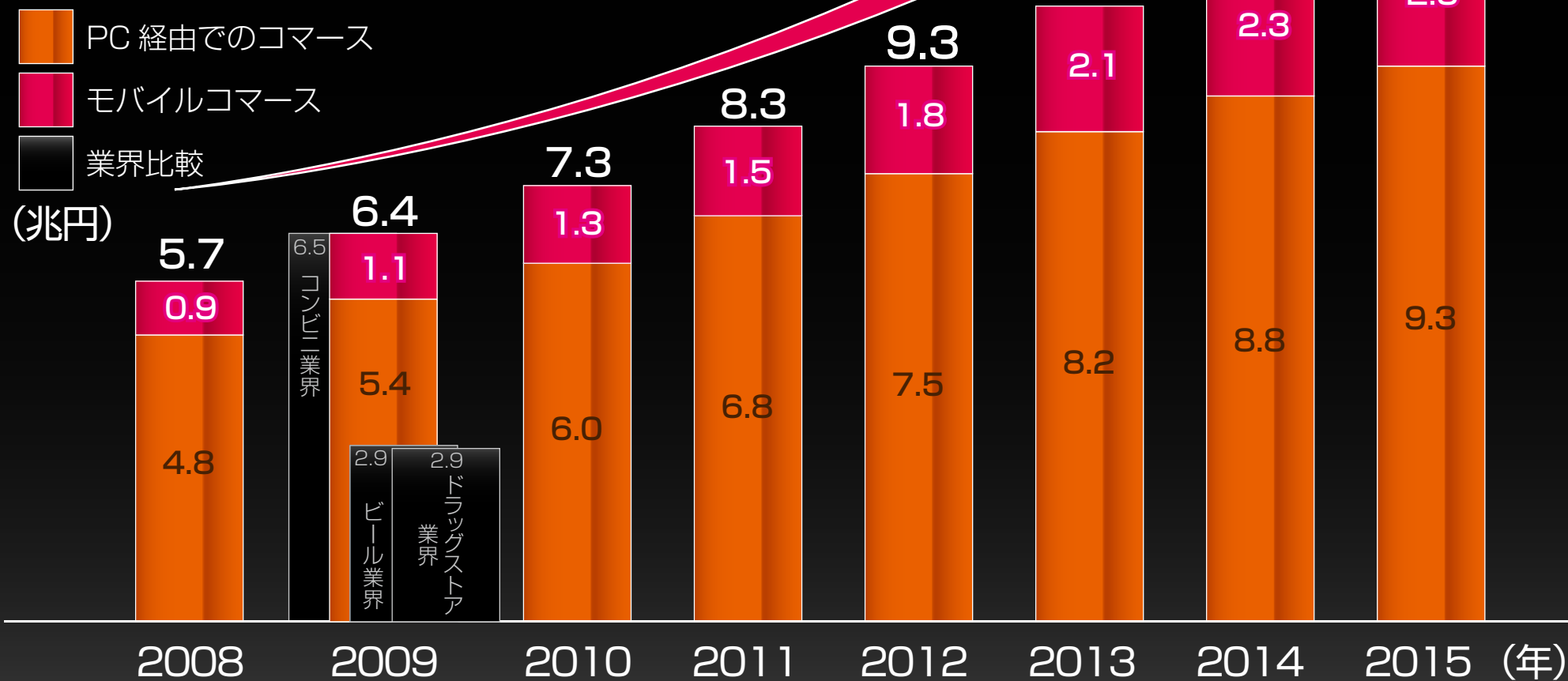
引き続き、急成長するソーシャルゲームに経営資源を集中し、国内トップレベルの地位を目指します。

また、DeNA社のX-border戦略に参画しスマートフォン展開を含めて世界へ進出する事で、国内市場だけではなく世界市場へもチャレンジします。

加えて、中期な戦略として、ネット通販も育成します。

ネット通販に参加する理由は？

ネット通販の市場規模は、
3年以内に11兆円のマーケットに拡大
CROOZ blog の資産を活用し収益化に繋げる



ネット通販に参加する理由は？

ネット通販は、2014年には11兆円に達するほど巨大なマーケットです。今後、あらゆる商品取引きのネット通販化が進みます。

インターネットを通じたサービスを提供している当社にとって、ネット通販の巨大マーケットに参加し勝っていく事は、大きなビジネスチャンスととらえています。

また、初期参入においては、他社にはない当社の強みCROOZblog（ブログサイト）、GirlsAward や ASIA GIRLS EXPLOSION（ファッションイベント）があり、利用者や参加者に対して商品を販売できるため比較的容易に収益化が可能です。

ク ル ー ズ ブ ロ グ
CROOZ blog って何?

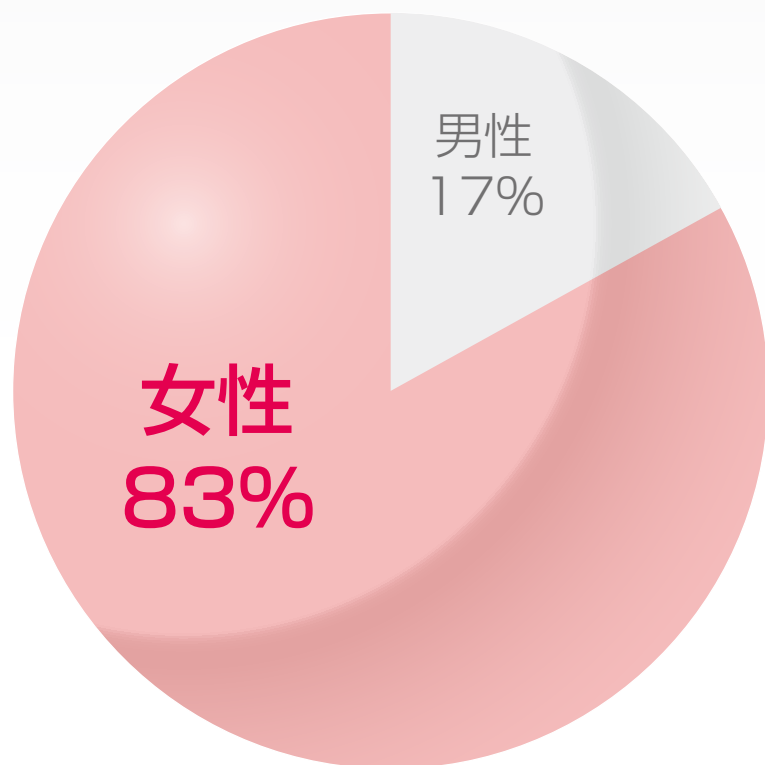


80%以上を女性が占める
ブログサイト

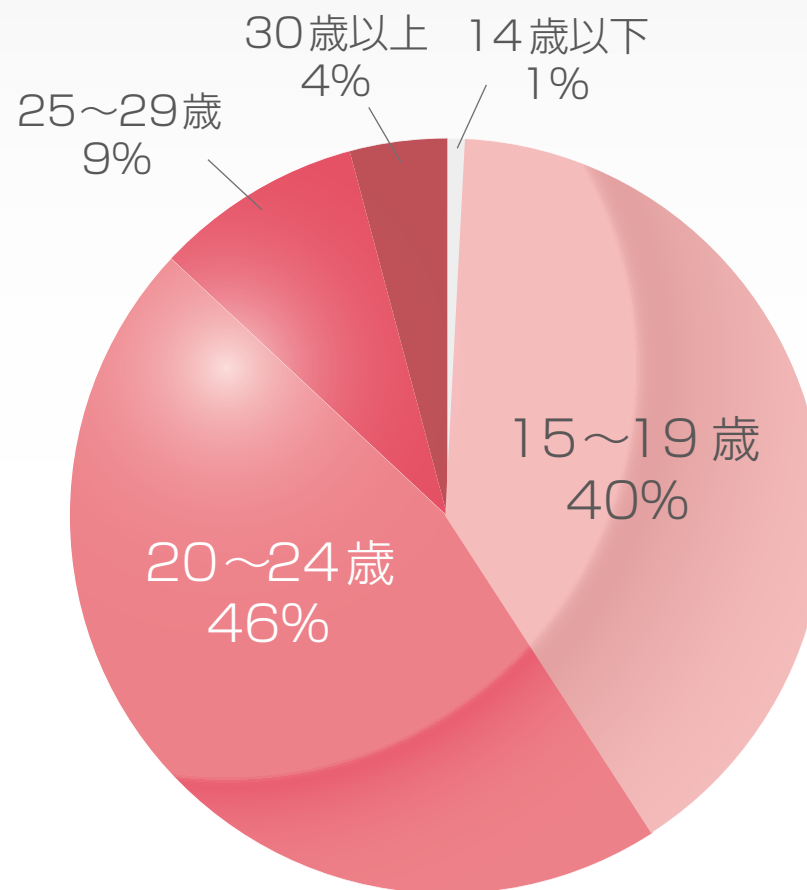
人気ファッション誌の
読者モデルが多数参加



ブログ会員の性別属性



ブログ会員の年代別属性



※2011年3月末日時点の状況を記載

クルーズ ブログ
CROOZ blog の強みは？

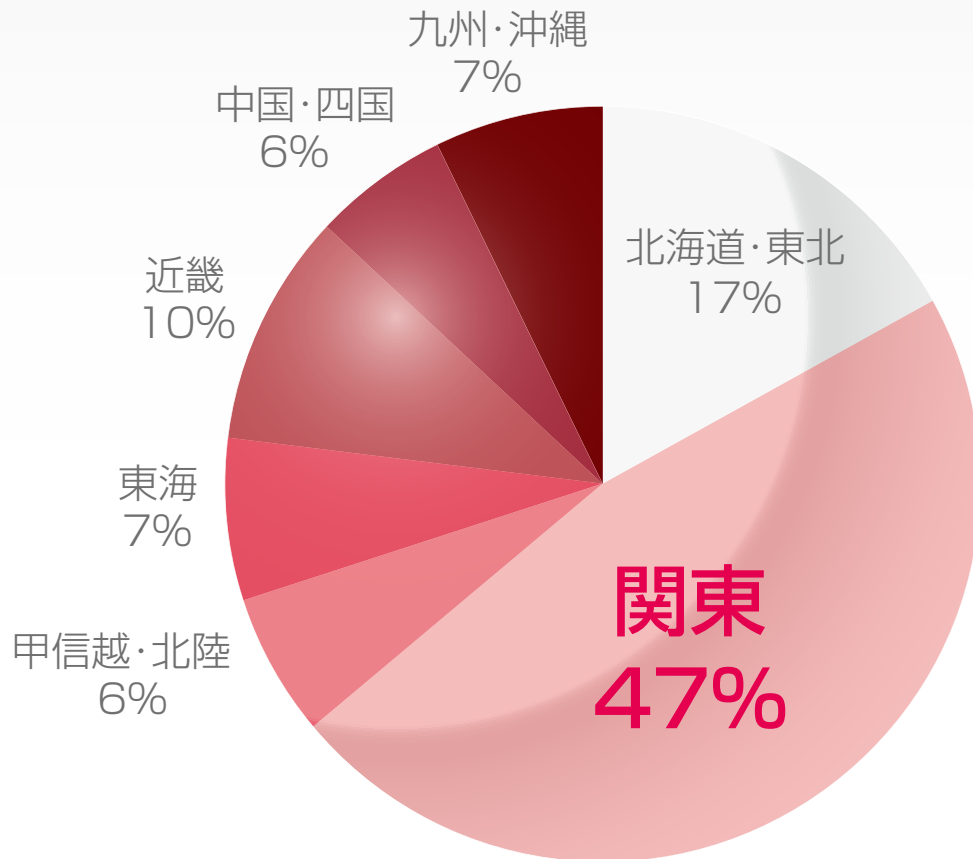
渋谷で聞いた
「好きなモバイルサイトランキング」第7位を獲得！



渋谷など都市部で人気が高い

CROOZ blog の強みは？

ブログ会員の地域属性



2011年3月末日時点の状況を記載

渋谷で聞いた 「好きなモバイルサイトランキング」

1位	mixi
2位	アメーバブログ
3位	マクドナルド
4位	レコ直
5位	前略プロフィール
6位	乗換案内
7位	CROOZ ブログ
8位	モバゲータウン
9位	GREE
10位	ウェザーニュース

2009年11月28日放送 ランク王国 (TBS 系列)

CROOZ blog から生まれた
リアルなファッションイベントは？

日本最大の音楽ファッションイベント

GirlsAward

出演者※一部抜粋



※来場者数・参加モデルは 2010A/W 実績となります。

CROOZblog が集客・企画運営を全面サポート
著名なモデルやタレントなどのファッションショーや
アーティストによるライブなどの複合イベント



GirlsAward

by CROOZ blog

2011 SPRING / SUMMER



国立代々木競技場で年2回定期開催

来場者数 **16,200**人

<http://girls-award.com>

CROOZ blog が全面協力した
リアルなファッションイベントは？

X JAPAN の YOSHIKI がプロデュース
ASIA GIRLS EXPLOSION

出演者※一部抜粋



オリビア・パレルモ



YOSHIKI



富永愛

CROOZblog が全面協力

日本のファッションとミュージックカルチャーをアジアから
世界に向けて発信することを試みるイベント



CROOZ blog
with

ASIA
GIRLS
EXPLOSION

国立代々木競技場で開催

来場者数 **12,000**人

<http://gw.tv/age>



現在のコマース事業って何をしている？



ファッションやメイク系の商品販売

現在のコマース事業って何をしている？

当社の運営する **CROOZblog** という女性に強いブログサイトに訪れるブロガー向けに、**ファッションやメイク系の商品を販売**しています。

現在は、多様な商品をテスト販売する事で、マーケティングデータを蓄積中です。

株主還元方針は？

原則、毎期待当を目指す

配当性向 30%以上を目指す

社員全員で配当金の重要性を意識する

社員の賞与は株主への配当原資を基に算定（制度を変更済み）

社員全員で営業利益の重要性を意識する

役員報酬、幹部社員の給与は前期営業利益を基に算定（制度を変更済み）

ビジョン達成による中期的な株価上昇を目指す

株式の流動性の向上を様々な方法で考慮する

中期的に目標とする株主数 2,200 人以上（平成 23 年 3 月末日現在 2,892 人）

多くの投資家が投資しやすい投資単価を考慮する

NEW

内部留保を厚くし、配当よりも事業投資に注力する期間を持つ

配当額と配当性向の推移は？

上場の翌期から每期配当を実施

	7期	8期	9期	10期	今期 11期
1株当たり配当額(円)	450	225	562	1,500	1,500
配当総額(百万円)	60	24	61	189	189
配当性向(%)	36.5	28.0	22.5	28.9	15.8

平成22年10月1日に株式2分割、平成23年3月1日よりさらに株式2分割を実施。その為、以前の数値は分割後の数値に調整しております。

7期の配当額は上場1周年記念配当225円を含む。

9期配当性向は特別損失等の特殊要因を控除した場合の理論値です。

10期の配当性向は、10期末日時点の株式数で算出しております。

11期の数値は本資料作成日現在において当社が予定をしているものです。

よく質問される内容を Q&A 集としてまとめました。

Q：社員数は何名ですか？

A：85名です。

Q：男女比率を教えてください？

A：男性7割、女性3割です。

Q：平均年齢は何歳ですか？

A：29歳です。

Q：社員の職種を教えてください。

A：9割が技術者、またはクリエイターです。残り1割がバックオフィス部門です。

Q：1年で、社員を何名増やしますか？

A：優秀な人材であれば何人でも増やして、色々な事にチャレンジできる体制にします。

Q：平均勤続年数は？

A：3.5年です。

Q：離職率は？

A：約8%です。

Q：平均給与は？

A：580万円です。

Q：ソーシャルゲームの開発人員は何名ですか？

A：クリエイターも含め約35名です。

Q：ソーシャルゲームはまだ成長を続けると思いますか？

A：はい。

Q：クルーズのソーシャルゲームの強みは何ですか？

A：他社に真似できないキラーコンテンツと、開発フレームワークやマーケティングデータベース、ネットワークインフラなどの基幹システムを自前で作って、仕組み化をしているところです。

Q：ソーシャルゲームの状況をタイトル別に教えてもらえますか？

A：公表していません。

Q：ソーシャルゲームの詳細な KPI を教えて下さい。

A：公表していません。

Q：mobage 以外のプラットフォームへのソーシャルゲーム提供を考えていますか？

A：はい。

ただし、現状、当社が提供する「くにおくん」、「湘爆」などのコンテンツタイトルは mobage のユーザーと一番相性が良いと考えています。今後の提供も収益に繋がりやすい順に配信を進めていきます。

Q：今後ソーシャルゲーム以外の公式コンテンツはどのように収益を伸ばしていくつもりですか？

A：スマートフォン版を積極的にリリースしていく事で収益を伸ばします。

Q：CROOZblog は今後どの様な成長を考えていますか？

A：GirlsAward や ASIA GIRLS EXPLOSION などリアルなファッションイベントやネット通販と連携することで、高付加価値、高収益メディアとして育てます。

Q：CROOZblog のユーザー数と PV 数を教えてください。

A：月間ユニーク訪問者数は 700 万人以上、月間 PV 数は 20 億 PV 以上です。

Q：会社としての強みは何ですか？

A：開発フレームワークやマーケティングデータベース、ネットワークインフラなどの基幹システムを自前で作って、仕組化をしているところです。

CROOZblog やくにおくんなどのキラーコンテンツを持っている事も大きな強みです。

Q：中期経営計画は発表しないんですか？

A：しません。mobage が 5 年前にここまでの巨大媒体になる事を予想できた人がいない様に、この業界の変化は激しく、状況に応じてスピード早く柔軟に対応する事のほうが重要だと思います。

Q：今後何に注力していくのか？

A：1～2年はソーシャルゲームをさらに深掘りし、中期的にはネット通販を育成していきます。

Q：スマートフォンについての取り組みを教えてください。

A：直ぐに儲かるとは思っていませんが、積極的に提供し、常に最新の動向をキャッチアップしてきます。

Q：今回の東日本大震災の影響はありましたか？

A：業績に与える影響は軽微でした。

Q：今回の震災で500万円の寄付をされてましたが、クルーズの社会貢献の考え方を教えてください。

A：震災の時だけ寄付をして社会に貢献するような会社ではなく、日常の取り組みの中から、自然に貢献できる会社でありたいと思っています。

例えば、ソーシャルゲームは目の見えるユーザー様が楽しむゲームとして提供されていますが、当社は、目の見えるユーザー様が喜んで遊んで頂く事で生まれる収益を、CROOZ を通して目の不自由な人にも人生をより一層楽しんでもらえるように、ソーシャルゲームを1タイトルリリースする毎に盲導犬基金に寄付を送り、盲導犬育成に協力していく等を考えています。

補足資料 (新規コンテンツ育成・撤退ルール 4C プログラム)



4C プログラム (CROOZ Concentration in Core Competence Program) は、クルーズコンテンツ (CROOZ contents) の選択と集中 (Concentration in Core Competence) を制御し、市場競争力を高める狙いで新設した独自ルールです。

自社のコンテンツをルールに基づき C1 (攻め)、C2 (維持)、C3 (投資停止) の3つに分類し、社内の人的リソースと資産を、資金回収が早く、成長性の高い主力コンテンツ (C1) へ焦点を絞り込み、開発スピードと質、強みの最大化を図る目的でスタートしました。また、主力コンテンツ (C1) への焦点絞り込戦略を実施する一方で、早期に成長性の乏しいサイトに対して一定のルールに基づき社内の柵なく迅速に廃止し、外注費、広告宣伝費、社内開発費などの経営資源の浪費を抑え、営業利益の最大化を図ることも目的としています。



補足：4Cプログラムについて

4Cプログラムは定期的に四半期毎に全取締役及び執行役員全員、内部監査担当が参加し、事業及びコンテンツの育成・撤退を精査します。以下を主目的とします。

- 新規事業への投資後の投資適正性や収益状況、回収状況、会計の健全性の内部監査 ●重要方針である選択と集中戦略の徹底管理を行い、無駄な投資を抑制し利益を最大化。
- 重要方針である焦点絞り込み戦略の徹底管理を行い、成長サービスへ経営資源を絞り込み投入し、売上最大化。
- 新規サービスは積極的にチャレンジし、撤退判断を迅速にし、無駄な投資を最小限に抑える。
- 健全な会計状態、良好なキャッシュ・フローの経営体質にする。

本資料には、

当社の中長期的計画、見通しが含まれております。

こうした記述は将来の業績を保証するものではなく、

リスクと不確実性を内包するものであります。

将来の業績は、様々な要因に伴い変化し得る可能性があり

本資料のみに全面的に依拠する事は控えるようお願いいたします。