

第11期 第2四半期 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章 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？
ソーシャルゲームの主力タイトルは？
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？
ギャングキングって何？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？
ソーシャルゲームってそんなに儲かるの？
ソーシャルゲーム売上推移は？
当社の売上推移は？
経常利益の推移は？
業績サマリは？
業績進捗は？

第2章 未来

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？
ソーシャルゲームを更に成長させるドライバーは？
長期的に勝ち続けるための秘策は？
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
他社システムより凄いの？具体例は？
中期的な成長ドライバーは？

第3章 方針

事業戦略は？
株主還元方針は？
配当額と配当性向の推移は？
とっておきのお知らせ
よくある質問
補足資料
ご注意

最後のページでお楽しみのお知らせがあります
最後まで楽しみにご覧下さい

その前に、まずは皆様へ重要なお知らせがあります

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

ソーシャルゲームのリリースラッシュ
当クォーターは過去最高となる **4** タイトルを新規に投入



第3クォーターは、上記 GOOD NEWS をさらに前進させ、
新規ゲームタイトルの投入数を上方修正します。

3～5本 ⇨ **上方修正して5～7本**

当クォーターの GOOD NEWS
皆様へ重要なお知らせ

2つ目

当クォーターの GOOD NEWS

熱血硬派くにおバトル、湘南爆走族に続き

天地を喰らうがヒット

9月単月売上は1億円を突破

さらに戦国バトルくにおくんも、

9月単月売上で1億2,000万円を突破

上記 GOOD NEWS により、第2クォーターは、
第1クォーターを上回る業績となる事を発表します。

売上高 1,774 百万円 ⇨ **2,089 百万円** (17%増)

営業利益 483 百万円 ⇨ **510 百万円** (5%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. 今期は、“**攻め**”の1年にする。現状に満足せず、次のチャンスを掴むために、積極的なチャレンジをする。
2. 人気キャラクターを使ったソーシャルゲームタイトルの提供と同時に、今後は**オリジナルのゲームタイトル**も積極的に提供。当社は、人気キャラクターのゲームをリリースすれば、定期的にミリオンヒットが生まらせるノウハウと技術力を保持。次は、オリジナルゲームでもミリオンヒットを生み出せる力をつくる。
3. **30名を絶対採用**。ソーシャルゲームの生産ラインを増やし、国内で最強のソーシャルアプリプロバイダーとなる組織体制をつくる。増加する人件費は、業績予想で発表済みの売上増加分で軽く吸収。

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、PC

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**、ケイブ ... 等

モバイルフォン・PC

(携帯電話やスマートフォン、パソコン)

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。

facebook の画像は、facebook のホームページから引用。ノートパソコンの画像は、日本ヒューレット・パカード株式会社のホームページから引用。

主なサービスは？



ソーシャルゲームが多くその他女性向けにサイトを提供

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数多く提供しています。

その他に、女性向けのブログサイト、通販モールや通販サイト、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。

ソーシャルゲームの主力タイトルは？



熱血硬派
くにおバトル



湘南爆走族



戦国バトル！
くにおくん



天地を喰らう

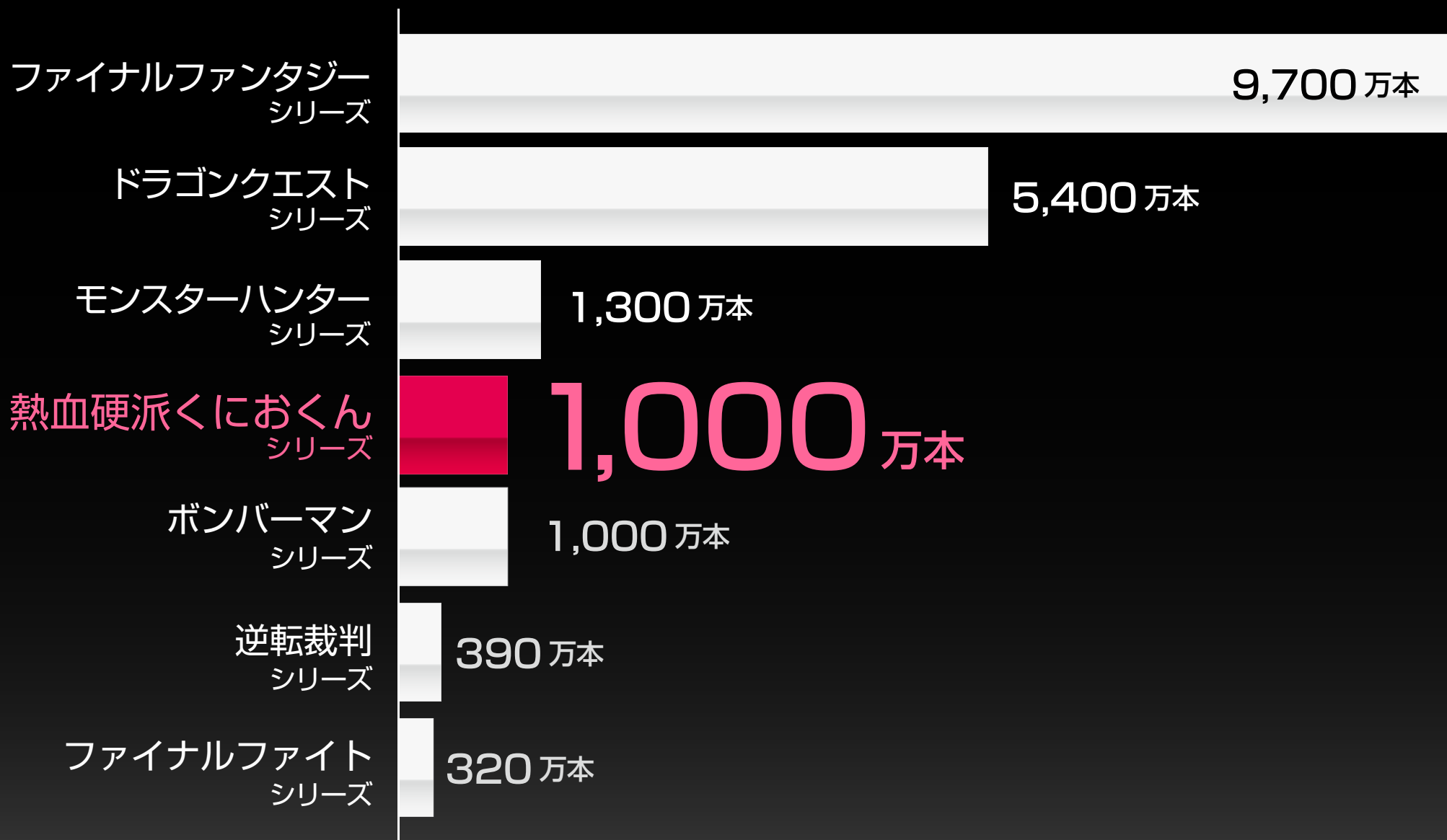
バトル系ソーシャルゲーム

ソーシャルゲームの主力タイトルは？

主力サービスであるソーシャルゲームの中でも「熱血硬派くにおバトル」「湘南爆走族」「戦国バトル！くにおくん」「天地を喰らう」のバトル系が主力タイトルです。

Mobage に、人気キャラクターを使ったゲームタイトルとして、「熱血硬派くにおバトル」「湘南爆走族」「戦国バトル！くにおくん」「天地を喰らう」「超対戦！ロボットバトル」「チーム × 抗争！ギャングキング」を提供し、オリジナルのゲームタイトルとして、「秘宝 × 争奪！ドラゴンバトル」「究極 × 進化！戦国ブレイク」を提供しています。

熱血硬派くにおくんって何？ 凄いの？



熱血硬派くにおくんって何？ 凄いの？

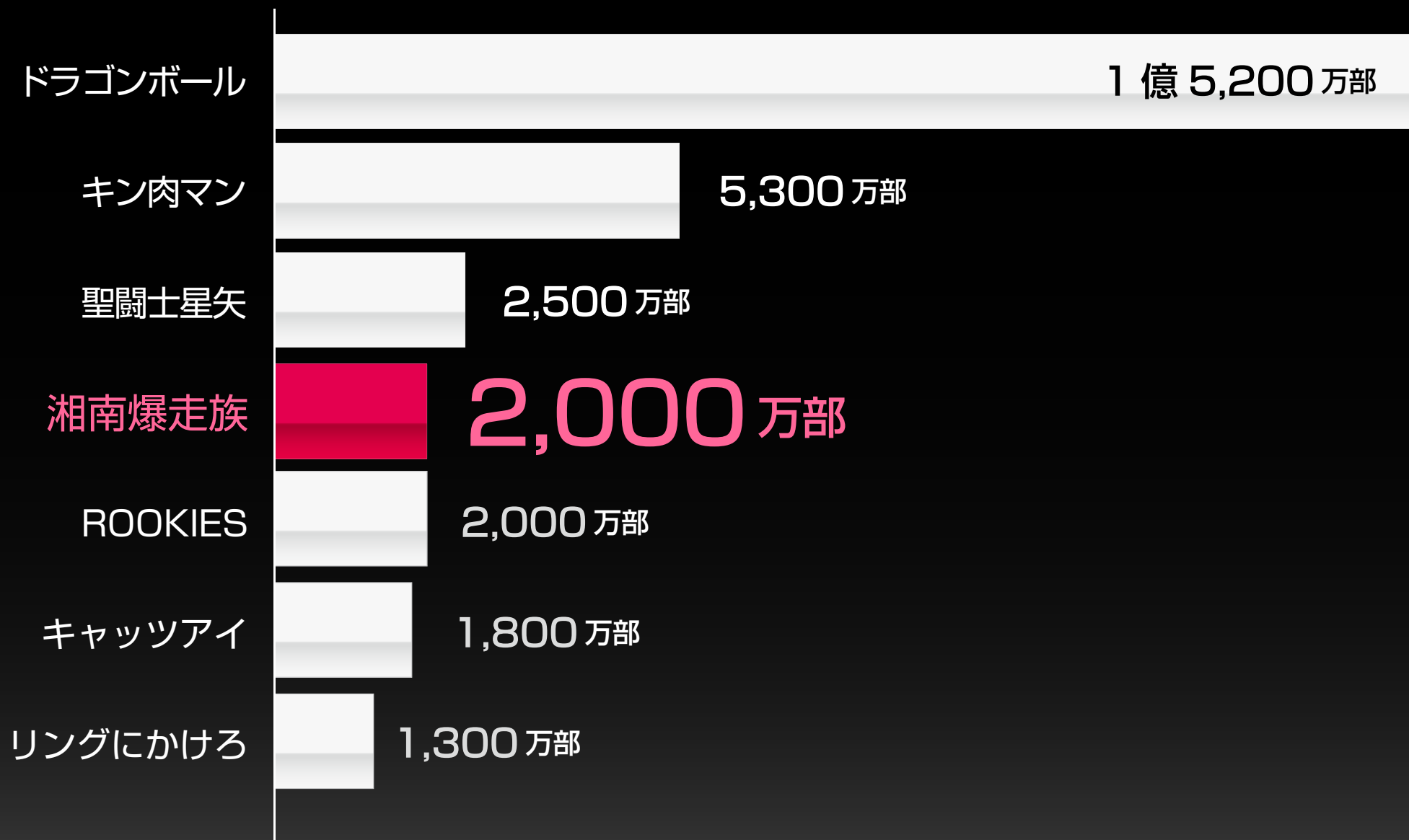
熱血硬派くにおくんは、80～90年代、ファミコンを中心に販売総数**1,000万本以上**売れた大ヒットゲームタイトルです

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
リングにかけろ	1,300 万部

どんな収益モデル？

合計約 1億 1,955 万人

NTT
docomo

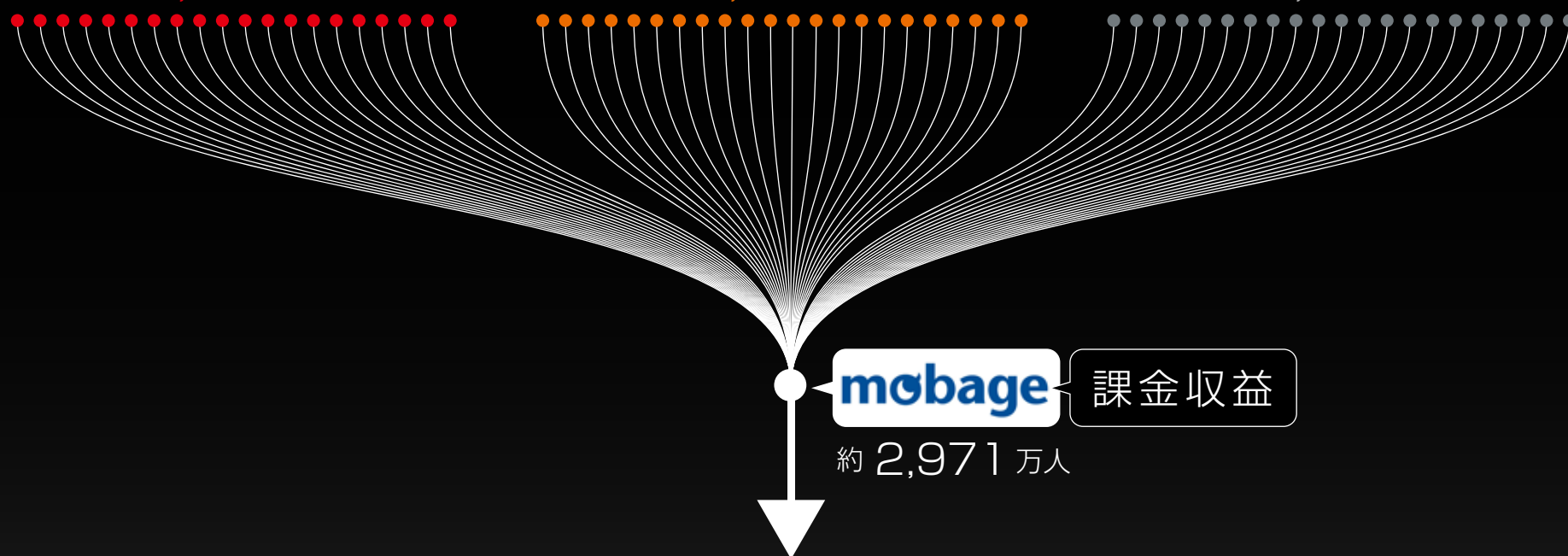
約 5,899 万人

au by KDDI

約 3,365 万人

SoftBank

約 2,689 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

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。

「熱血硬派くにおバトル」などのソーシャルゲームを、Mobage 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。Mobage のユーザーは約 2,971 万人（2011 年 6 月末現在）、各携帯通信事業者から Mobage 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？



アイテム
ものすごく強い武器を 500 円で売っています

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？

モバイルゲーム
822 億円

Wii
801 億円

Playstation3
466 億円

オンラインゲーム
1,329 億円

ソーシャルゲーム
1,389 億円
(2010年)

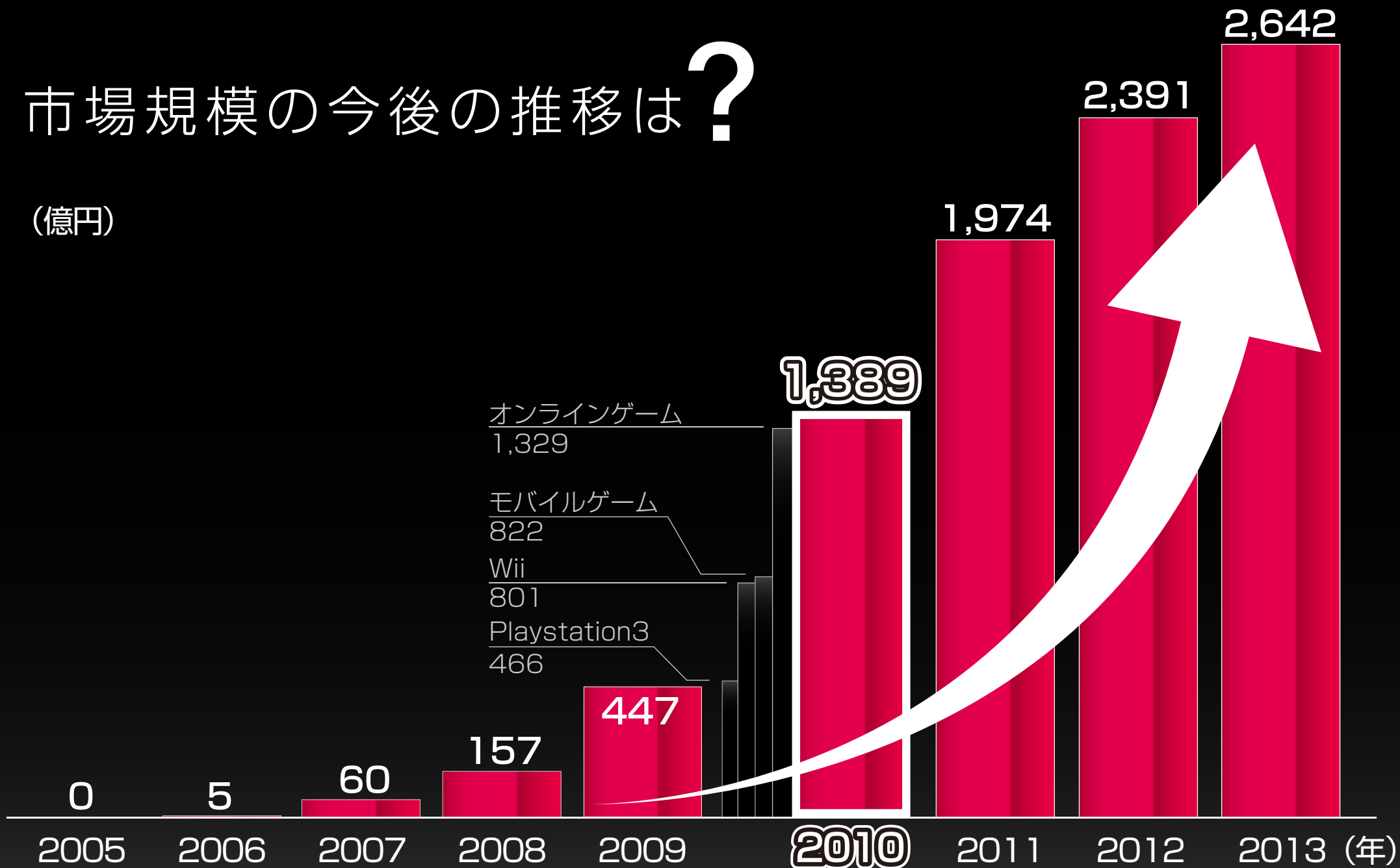
ゲームソフト市場規模はどれくらい？

ソーシャルゲームの市場規模は2010年で既に1,389億円に達しています。

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をはるかに超える市場規模まで拡大しています。

市場規模の今後の推移は？

(億円)



ソーシャルゲームがついにオンラインゲームを超えた

市場規模の今後の推移は？

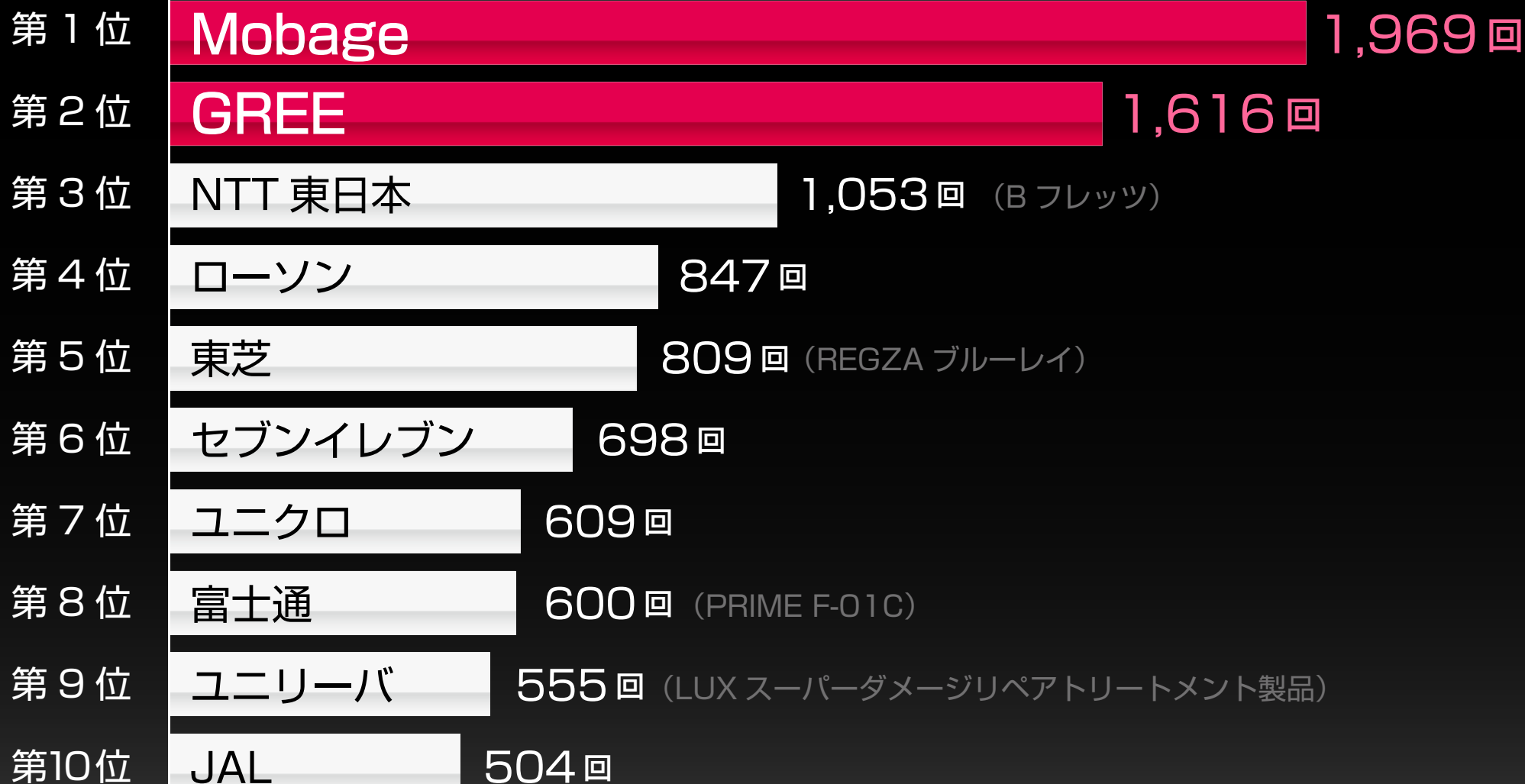
ソーシャルゲームは**ゲームソフト市場の主演**です。

ソーシャルゲームは2010年に1,389億円に到達し、ゲームソフト市場で**トップ**の規模になっています。

また、今後もソーシャル市場の成長は継続し、3年以内に2,500億円を突破する見込みです。

ソーシャルゲーム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～



ソーシャルゲームってそんなに儲かるの？

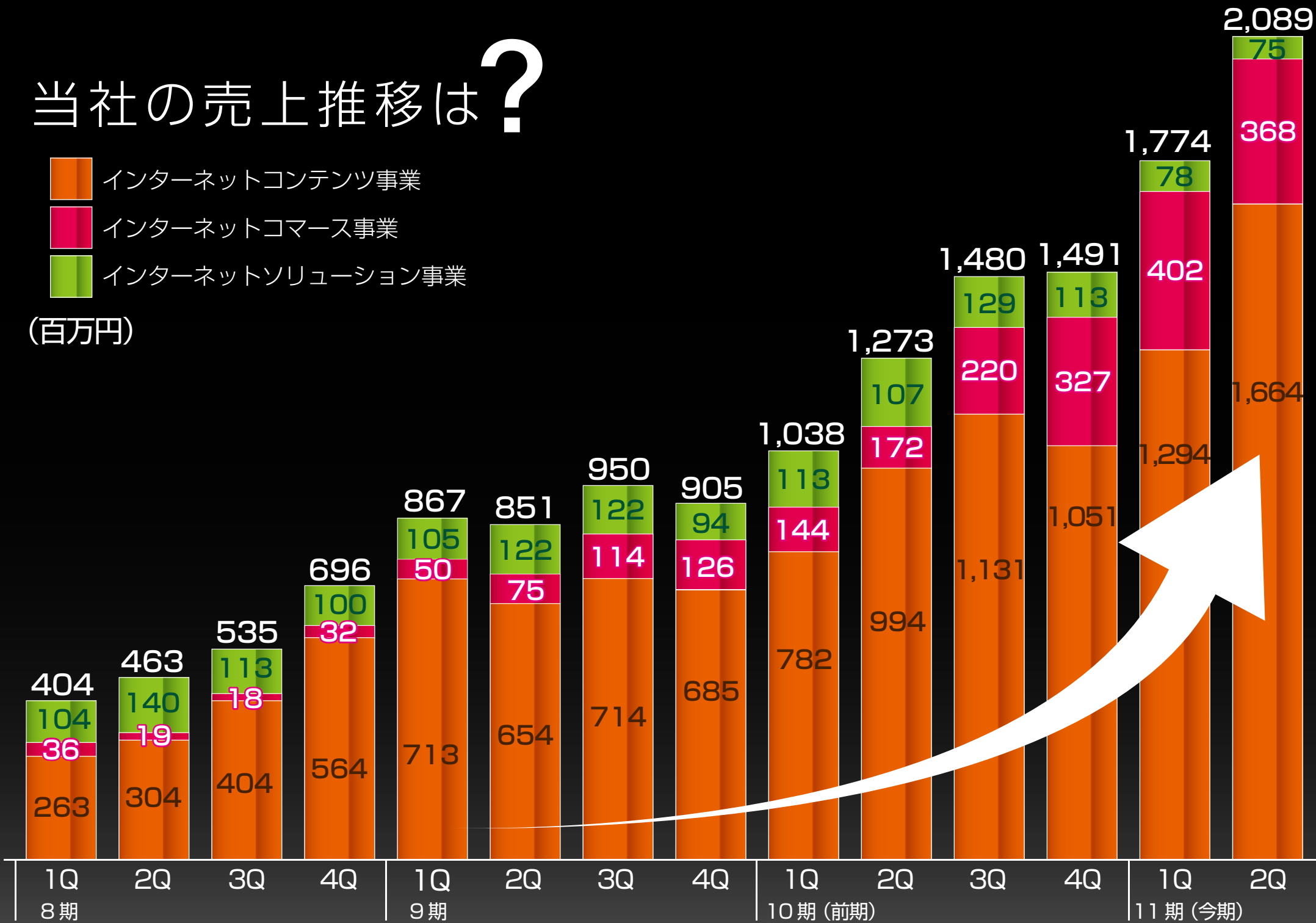
テレビCMの放送回数、第1位は **Mobage**、第2位は **GREE** となります。今の日本で最もテレビCMに積極的で非常に勢いがある会社は、モバゲータウンやGREEというソーシャルゲームを収益源としている会社であることが解ります。

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？

- インターネットコンテンツ事業
- インターネットコマース事業
- インターネットソリューション事業

(百万円)

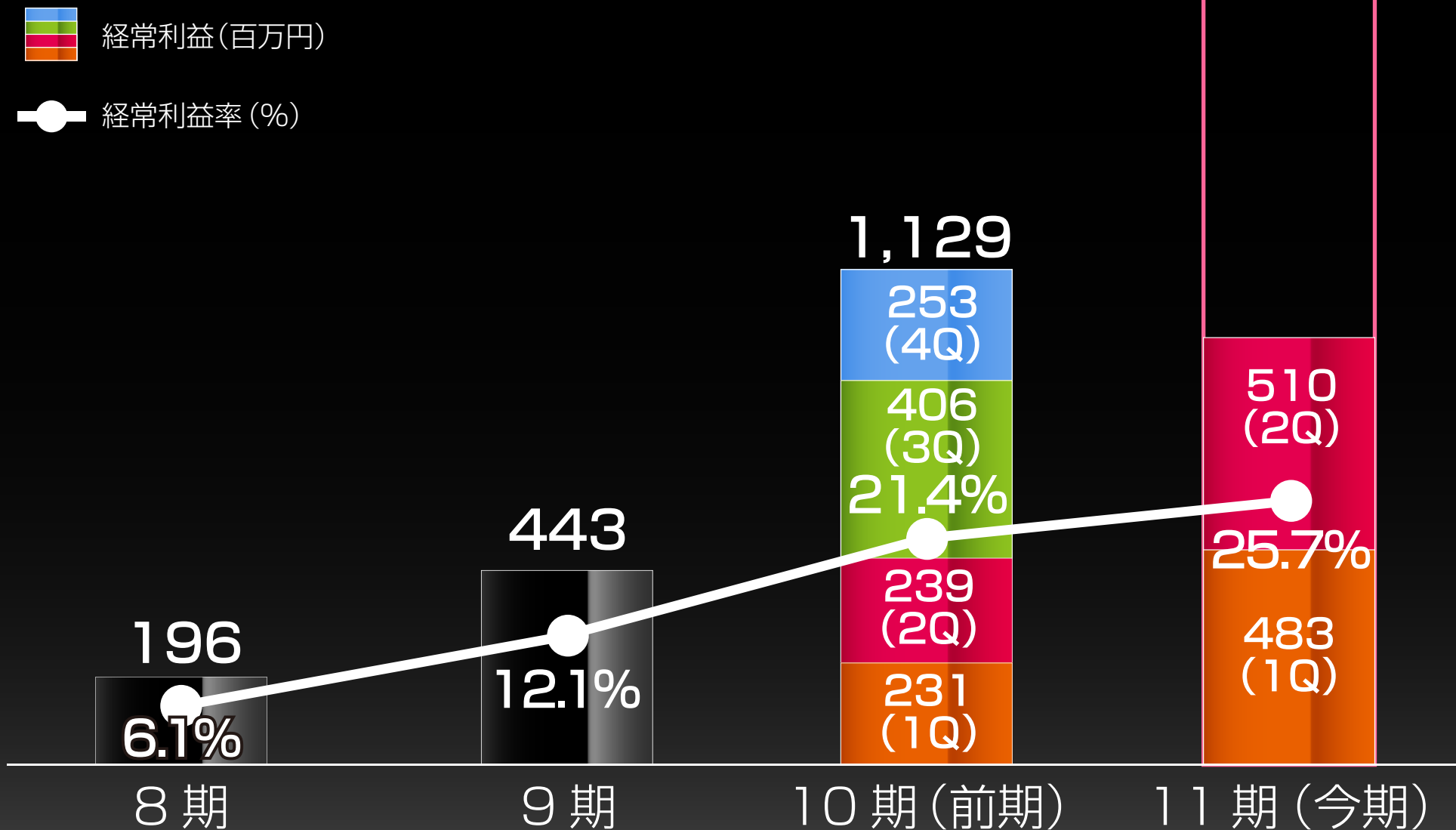


当社の売上推移は？

ソーシャルゲームが高い成長を続けているため、
四半期売上高は過去最高の2,089百万円となりました。
1Qと比較し314百万円(+17%)増加しています。

当社は、前期1Qに「熱血硬派くにおバトル」のタイトルでソーシャルゲーム市場に参入し、右肩上がりの成長を続けてきました。
前期4Qにソーシャルゲームの売上高が若干減少しましたが、新タイトルの「湘南爆走族」がヒットしたため、再び成長トレンドとなりました。
今期に入り、「戦国バトル！くにおくん」「天地を喰らう」が主力タイトルに成長し、9月単月でいずれも1億円を超えるヒットとなったため、今まで以上に高い成長となっています。さらに、9月にリリースした「チーム × 抗争！ギャングキング」「究極 × 進化！戦国ブレイク」といったタイトルも滑り出しは好調で、今期3Qの更なる売上成長に寄与しそうです。

経常利益の推移は？



経常利益の推移は？

利益率の高いソーシャルゲームの成長により、
四半期経常利益は過去最高の510百万円となりました。
1Qと比較し27百万円(+5%)増加しています。

今期は、ソーシャルゲームの開発ラインを大幅に増やすために、技術者の積極採用を続けていますが、人件費の増加をソーシャルゲームの成長による利益額の増加で、軽く吸収しています。
さらに今後は、増加した開発ラインが生み出す期待の新タイトルが
続々とリリース予定です。

業績サマリは？

(百万円)	前年同四半期 7月～9月	前四半期 4月～6月	今四半期 7月～9月	前年同四半期比
売上高	1,272	1,774	2,089	+817 (+64%)
営業利益	240	483	510	+270 (+112%)
四半期純利益	136	284	298	+162 (+119%)
現預金	678	1,200	1,531	+853 (+125%)
借入金	0	0	0	-

業績サマリは？

前述した通り、**ソーシャルゲームの躍進に起因し**、
四半期の売上高 2,089 百万円、営業利益 510 百万円となり、
ともに**過去最高を達成**しました。

業績進捗は？

(百万円)	上期	今期予想		進捗率 対中間予想
		中間	通期	
売上高	3,864	3,600	7,800	107%
営業利益	994	900	2,000	110%
四半期純利益	583	500	1,200	116%

中間予想対比、いずれの指標も**上ブレ**

業績進捗は？

2Q 終了時点の進捗率（対中間予想）は、売上高 107%、営業利益 110%、四半期純利益 116% となり**予想を上ブレ**しています。

ソーシャルゲームの主力タイトルである「熱血硬派くにおバトル」「湘南爆走族」に加え、「戦国バトル！くにおくん」「天地を喰らう」が大きく売上成長したことから、予想を上回る高い収益を生み出しました。9月に入り、「チーム × 抗争！ギャングキング」「秘宝 × 争奪！ドラゴンバトル」「究極 × 進化！戦国ブレイク」をリリースし、滑り出しはいずれも好調です。

今後は、さらに開発ラインを厚くし、続々と新タイトルをリリースしていく予定です。

今期の事業戦略は？

ソーシャルゲーム

完

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

完

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
天地を喰らう
マジンガーZ
ギャングキング
etc

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？

会員数 (万人)

112

前期1Q

253

2Q

344

3Q

448

4Q

554

今期1Q

701

2Q

3Q



4/20



9/30



11/10



2/1



4/11



8/1



6/10



3/4



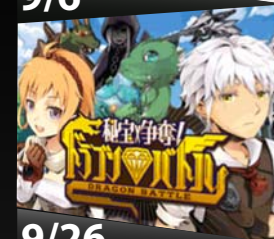
4/18



9/6



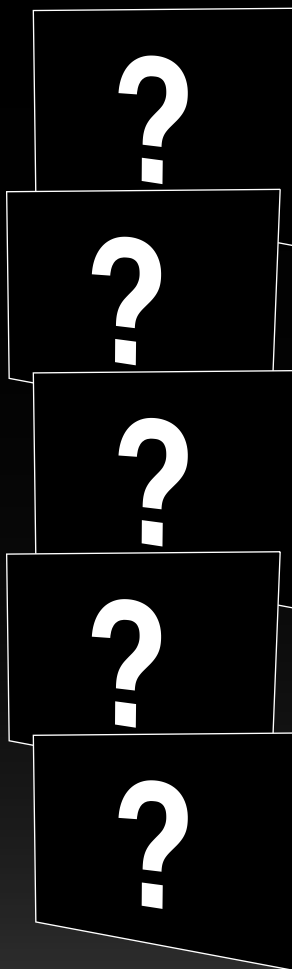
6/13



9/26



9/27



四半期に 5本 ~ 7本 新規タイトル追加

新タイトルの提供計画は？

他社に真似できない人気キャラクターを使ったゲームタイトルを提供していましたが、それと同時に、今後はオリジナルのゲームタイトルも積極的に提供します。

新規に提供する本数は、第1クォーターでは四半期に2～3本、第2クォーターでは3～5本を計画していました。

しかし

第3クォーター以降では、さらに上方修正して、5～7本の新規タイトルを提供します。

将来にわたる優位性は？

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、天地を喰らう
マジンガーZ
を最も好きなユーザー層

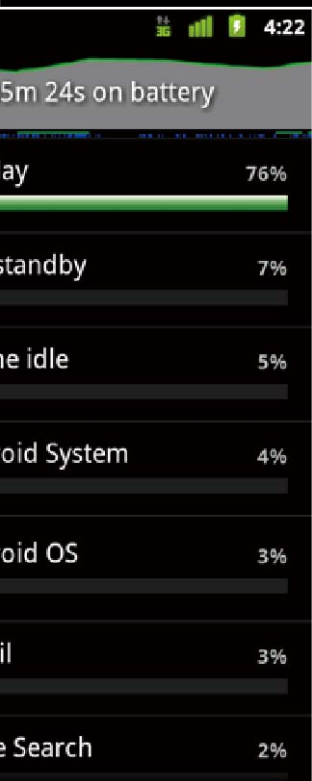
30~40代男性に人気が高い

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、天地を喰らうというタイトルは 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、マジンガー Z というタイトルは 70 年代に TV アニメを見ていた世代、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。

ソーシャルゲームを更に成長させるドライバーは？



世界展開
Android × iPhone



ソーシャルゲームを更に成長させるドライバーは？

マルチプラットフォーム対応



Mobage



FACEBOOK



Android Market



App Store

マルチデバイス対応



スマートフォン
Android



スマートフォン
iPhone



ガラケー



PC

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
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Androidなどのスマートフォンは海外でも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。

長期的に勝ち続けるための秘策は？



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。

長期的に勝ち続けるための秘策は？

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

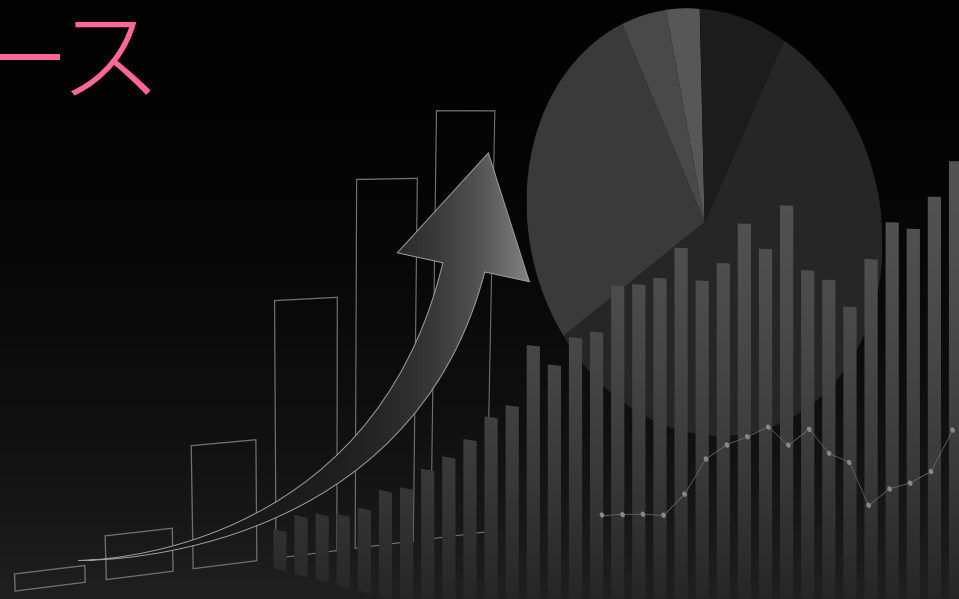
||

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。



ヴァーナス
Venus

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

Facebook や Android Market、
App Store 等の
マルチプラットフォーム対応



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。

また、従来のガラケーだけではなく、Android や iPhone などスマートフォンにも対応しています。

今後は、Mobage だけでなく、Facebook や Android Market、App Store などマルチプラットフォーム対応も実施します。



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

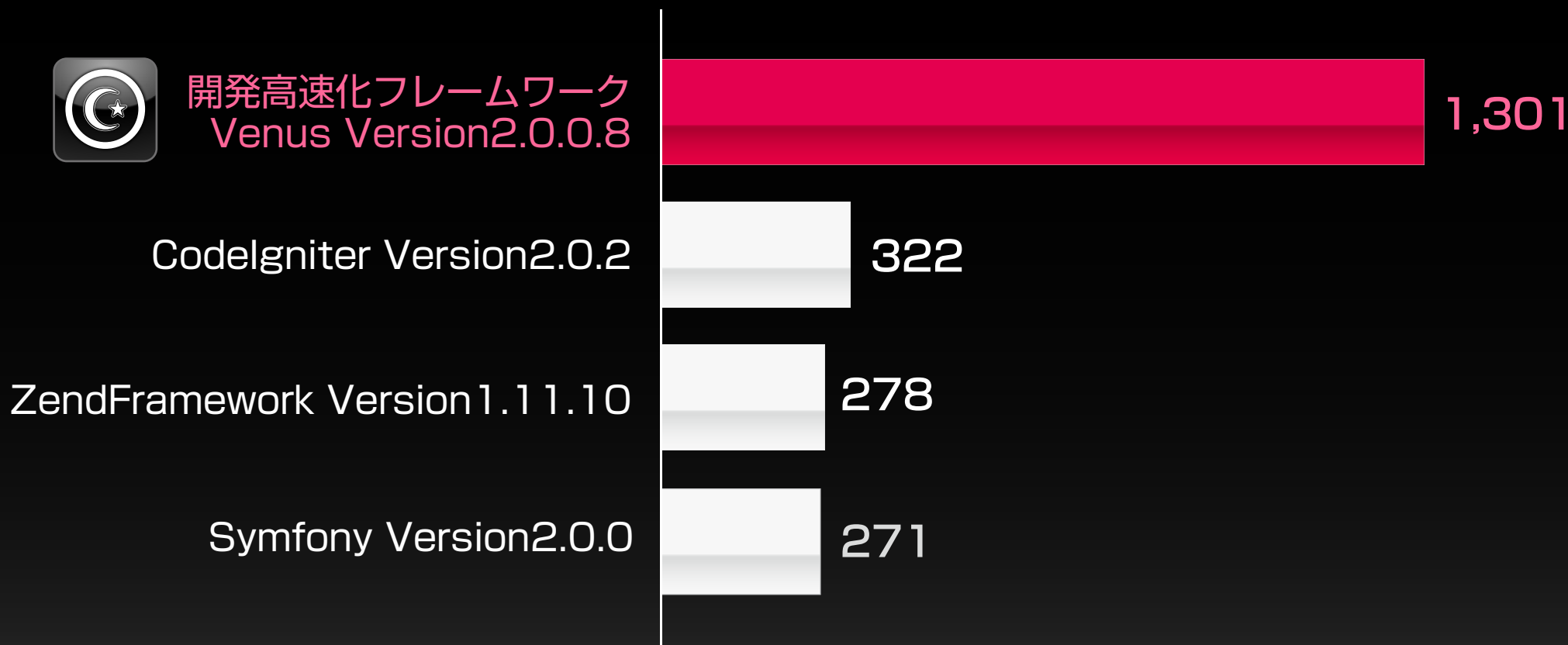
ソーシャルで勝っていくとアクセスが増加し、当たり前のようにトラフィックが捌けるインフラ基盤を自社で運営している事が大きな武器になります。

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。

他社システムより凄いの？具体例は？

秒間当たりでアクセスを処理できる回数の比較



4 ~ 5 倍の処理能力

他社システムより凄いの？具体例は？

当社が自前で構築・運用する開発フレームワーク Venus は、他の有名な開発フレームワーク（CodeIgniter、ZendFramework、Symfony）と比較し、秒間あたりでアクセスを処理出来る回数が4～5倍高くなっています。

一例として、Venus の処理能力の高さをあげましたが、基幹システムの改善を重ねる事で、日々、開発の生産性や効率性が高まっています。

中期的な成長ドライバーは？

ソーシャルゲーム世界展開

ソーシャルゲーム

ソーシャルゲームの世界展開

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。

株主還元方針は？

- ① 原則、**毎期待当**を目指す
- ② 配当性向 **30%以上**を目指す
- ③ 社員全員で**配当金**の重要性を意識する
- ④ 社員全員で**営業利益**の重要性を意識する
- ⑤ ビジョン達成による中期的な**株価上昇**を目指す
- ⑥ 株式の**流動性の向上**を様々な方法で考慮する
- ⑦ 多くの投資家が投資しやすい**投資単価**を考慮する
- NEW** ⑧ 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

株主還元方針は？

当社は、四半期に1回、取締役や執行役員が全員で集まり合宿をして、株価や経営状況を鑑みながら、株主還元方針を見直しています。

- ①原則として、每期、株主への配当が出せる様に事業でしっかりと利益確保を目指します。当社は上場の翌期から每期配当を実施しています。
- ②より多く株主に還元できる様に、配当性向は30%を目指します。
- ③役員や幹部だけでなく、社員全員で配当金の重要性を意識できる仕組みをつくっていきます。具体的施策として、社員の賞与は株主への配当原資を基に算定する制度を運用中です。
- ④役員や幹部だけでなく、社員全員で営業利益の重要性を意識できる仕組みをつくっていきます。具体策として、役員報酬、幹部社員の給与は前期営業利益を基に算定する制度を運用中です。
- ⑤短期的な株価の上昇ではなく、ビジョン達成による中期的な株価上昇を目指します。
- ⑥株式の流動性の向上を様々な方法で考慮します。中期的に目標とする株主数は常時2,200人以上です。(平成23年3月末時点現在2,892人)
- ⑦多くの投資家が投資しやすい投資単価を考慮します。昨年度は、株価上昇に伴い、2回の株式分割を実施しました。
- ⑧内部留保を厚くし、配当よりも長期的に多くの利益を生み出す事業投資に注力する期間を持ちます。

配当額と配当性向の推移は？

	7期	8期	9期	10期 (前期)	11期 (今期)
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	190
配当性向 (%)	36.5	28.0	22.5	28.9	15.9

上場の翌期から**每期配当**を実施

配当額と配当性向の推移は？

上場の翌期から、**每期配当**を実施しています。

また業績が好調に推移しているため、配当総額が右肩上がりに上昇しています。

今期は、現状前期と同額の配当総額を予定しておりますが、今後の業績や経営状況を鑑みて、配当額や配当性向の向上に努めます。

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。

以上で第 2Q の決算発表の説明は終了

あれ?最後にもう一つある、**お楽しみのお知らせ**の件は?

それでは最後にもう一つ
とっておきのお知らせをします


米ハリウッドで映画化され、600万本以上のソフト販売を誇るあの…

「ダブルドラゴン」をスマートフォンで配信
今冬、独自にソーシャルゲームの世界展開を開始します



「ダブルドラゴン」は、1980年～90年代にかけて、全世界で600万本以上の販売実績を誇り、米ハリウッドで映画化もされた海外で高い人気を誇ったゲームです

よくある質問

 オブチのひとことつぶやき Twitter 風もあります…

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：125名です。

Q：直近3ヶ月で社員が約20名増えている理由は？

A：大半は、ソーシャルゲームの開発人員の中途採用です。  更に30人は絶対採用。開発余力をつけ将来に投資。

Q：男女比率を教えてください？

A：男性8割、女性2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。

 比率は今後も変わらないだろう。技術の会社にするとの宣言通り、大半は技術職。

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。  将来への投資が大事。

Q：平均勤続年数は？

A：3.5年です。

Q：離職率は？

A：約8%です。  IT企業として適正率。コレ以上は下げない上げない。

Q：平均給与は？

A：580万円です。  平均年齢29歳で、この平均給与は業界でトップ級。しかももう少しだけ高くする。

Q：ソーシャルゲームの開発人員は何名ですか？

A：インフラやデザインチームを除いた、専門チームの人員は、クリエイターも含め約60名です。  倍程度に増やす。

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を教えてください。

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：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、仕組み化をしているところです。くにおくんなどのキラ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。

 ネットはスピード命。5年先も大事だけどもっと手前を見るのが大事。5年先の絵に描いた餅よりも変化に対応できる組織と組織文化を持つ方が大事。

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、積極的に海外展開もしていきます。

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。

 いろいろ考えてる。

Q：東日本大震災で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10万円の寄付を送り、盲導犬育成に協力していきます。

Q：今期は、配当性向が低いが増配はしないんですか？

A：まだわかりません。株主還元方針に基づき随時照らし合わせ検討し判断します。

Q：6月にリリースしたソーシャルゲーム「天地を喰らう」の調子はどうですか？

A：9月単月の売上高で1億円を突破しました。

Q：現在の事業計画はありますか？

A：ソーシャルゲームをまだまだ伸ばします。売上規模で数倍を狙っています。今後は、著作権を使ったタイトルだけではなく、オリジナルのタイトルも多数配信していきます。

 SAPとしてはトップを取れるチャンスと考えている。

Q：現在の顧客ターゲットはありますか？

A：軸は30代以上の男性です。この層が一番課金をしてくれます。

Q：全上場企業中、役員の平均年齢の若さが2位と聞きました。詳細を教えてください？

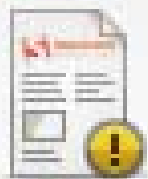
A：東洋経済が毎年7月、全上場企業を対象に行っている『役員四季報』調査で、当社の役員の平均年齢は全上場企業3,595社中、2位の若さであることが分かりました。ちなみに、全上場企業の役員の平均年齢は59.6歳で、当社の役員の平均年齢は36.0歳だそうです。

Q：8月にリリースしたソーシャルゲーム「超対戦！ロボットバトル」の調子はどうですか？

A：具体的な数字は公表しておりません。

Q：2011年の株価上昇率でCROOZは2位と聞きましたが、詳細を教えてください。

A：主要なIT関連企業の年初来（2011年1月～2011年8月下旬）からの株価上昇率で、楽天やサイバーエージェント等名だたる企業の中でも当社が第2位に入ることができました。また、10月3日付けで、JASDAQ市場を代表する企業群と位置付けられている「J-Stock Index」の構成銘柄（JASDAQ上場企業社数971社の内、71銘柄）に選定されました。さらに、10月21日からJASDAQ市場を代表する20社として位置づけられる「JASDAQ-TOP20」の構成銘柄（JASDAQ上場企業社数971社の内、20銘柄）に選定されました。



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。