

第11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章 全貌

決算説明を始める前に
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？
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？
ソーシャルゲームの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？
当社の売上推移は？
経常利益の推移は？
業績結果は？

第2章 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？
勝ち続けるための仕組は？
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？
情報システム化でどんな技術を強化しているの？
将来にわたる優位性は？
中期的な成長ドライバーは？

第3章 方針

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
クルーズの中長期ビジョンは(夢)は？
よくある質問
ご注意

決算説明を始める前に

コンプリートガチャ停止についてのご報告

5月初旬、ソーシャルゲームにおけるコンプリートガチャ（コンプガチャ）に対し、消費者庁が景品表示法に抵触する可能性があるとの発言がマスコミ報道として伝わりました

当社としては、5月10日に発表させていただいた通り、自主的に提供する全てのソーシャルゲームにおけるコンプガチャに関して、5月末日を目処に停止し、以降新たなコンプガチャを行わない事を決定いたしました

尚、コンプガチャに変わる代替案の検討を進めておりますので、今まで以上にご満足いただけるサービスの提供ができると確信しております

当クォーターの GOOD NEWS
皆様へ重要なお知らせ

最終 Page でおきのお知らせがあります
最後まで楽しみにご覧下さい

当クォーターの GOOD NEWS

3月13日リリースのソーシャルゲーム
神魔×継承!ラグナブレイクがヒット

2ヶ月目の単月売上げで1億5,000万円突破

上記 GOOD NEWS により

新しい期は、前期を上回る売上高となる事を発表します

売上高 前期 8,935 百万円 ⇨ **11,000 百万円** (23%増)

次の期に GOOD NEWS をつくり出すための
皆様への重要なメッセージ

次の期にGOOD NEWSをつくり出すための 皆様への重要なメッセージ

大きな売上が見込めるソーシャルゲームに選択集中

インターネットコンテンツ事業の継続的な成長を続けるためには、直近の収益ばかりを追い求めるよりもクオリティを重視し、将来にわたって遊ばれるゲームを1つでも多く提供することが重要と考えています

当社はそのための施策として、大きな売上が見込めるタイトルに絞り1タイトルに関わる開発者やクリエイターなどを増員するとともに、成長力の高いタイトルにヒト、モノ、カネの選択集中を実施します

既に当クォーター（11期4Q）から選択集中を開始しており、提供方針や開発体制含め抜本的に見直しを行っています

その成果として、前述した「神魔 × 継承！ラグナブレイク」は開始2ヶ月目で売上げが月1億5,000万円を突破し、足元の売上げも伸び続けています

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

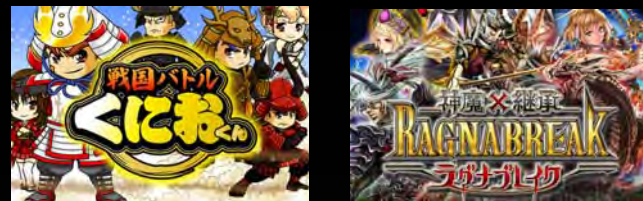
今はソーシャルゲームをサービスの柱としています

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、SCE... 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**、ドリコム ... 等

モバイルフォン・PC

(ガラケーやスマートフォン、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。Mobage 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・パッ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？

CROOZ blog

女性向けメディア



ソーシャルゲーム

今コレ売れてる商品が買える
IMAKORE

通販サイト

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、月間 700 万人以上が利用する女性向けブログサイトやインターネット通販サイトなどのサービスがあります

ソーシャルゲームの主力タイトルは？



熱血硬派
くににおくん
シリーズ



チーム × 抗争！
ギャングキング

人気キャラクターを使ったタイトル



神魔 × 継承！ラグナブレイク

オリジナルタイトル



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

「**熱血硬派くにおくんシリーズ**」「**チーム × 抗争！ギャングキング**」などの人気キャラクターを使ったタイトルが主力です

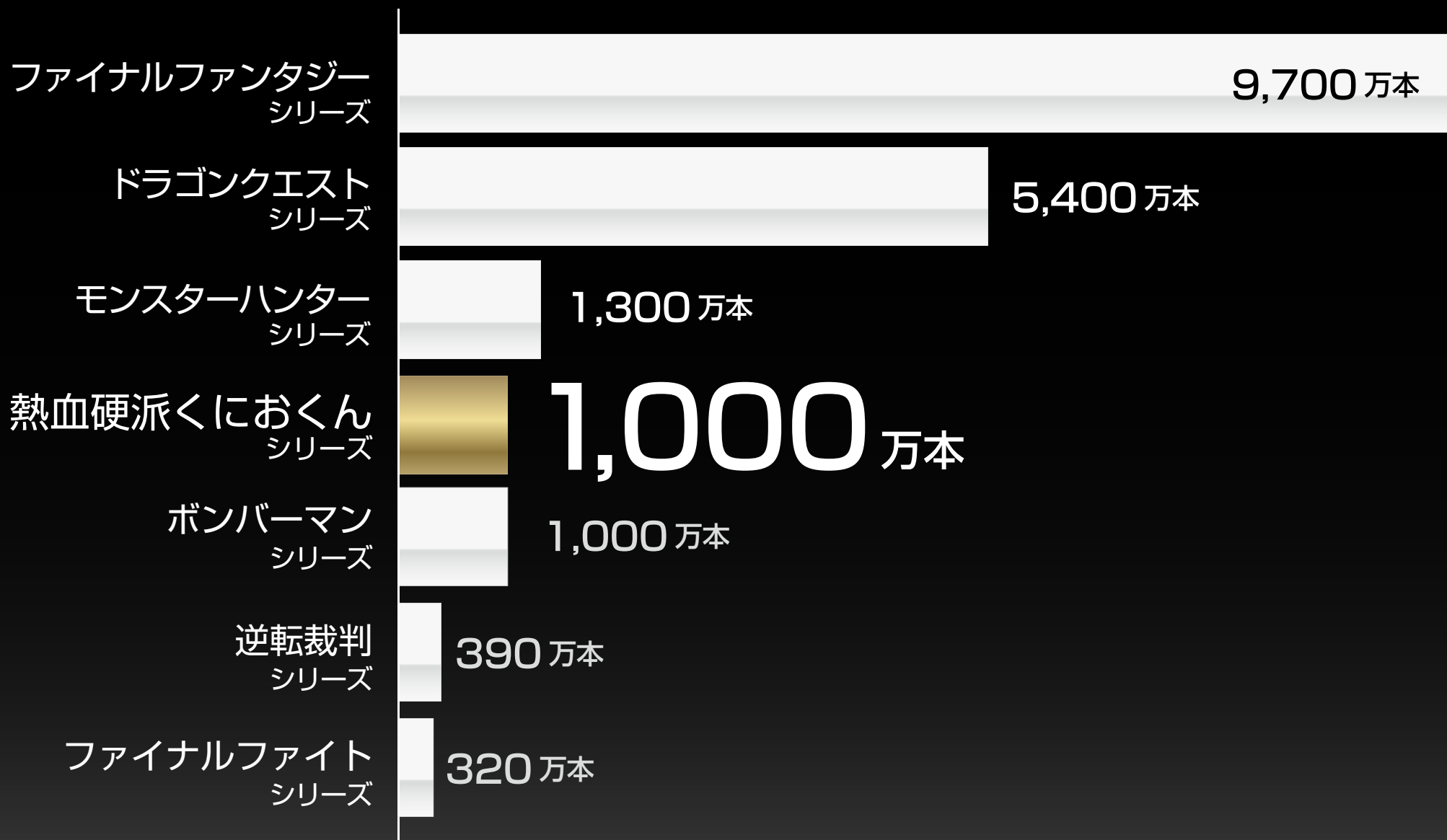
上記タイトルの他に、人気キャラクターを使ったゲームタイトルとして「湘南爆走族」「天地を喰らう」「超対戦！ロボットバトル」などのヒット作があります

また、今期より提供を開始したオリジナルゲームタイトルの中からも

「**神魔 × 継承！ラグナブレイク**」「究極 × 進化！戦国ブレイク」

「闘将 × 神化！三国ブレイク」などのヒット作が続々生まれています

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？

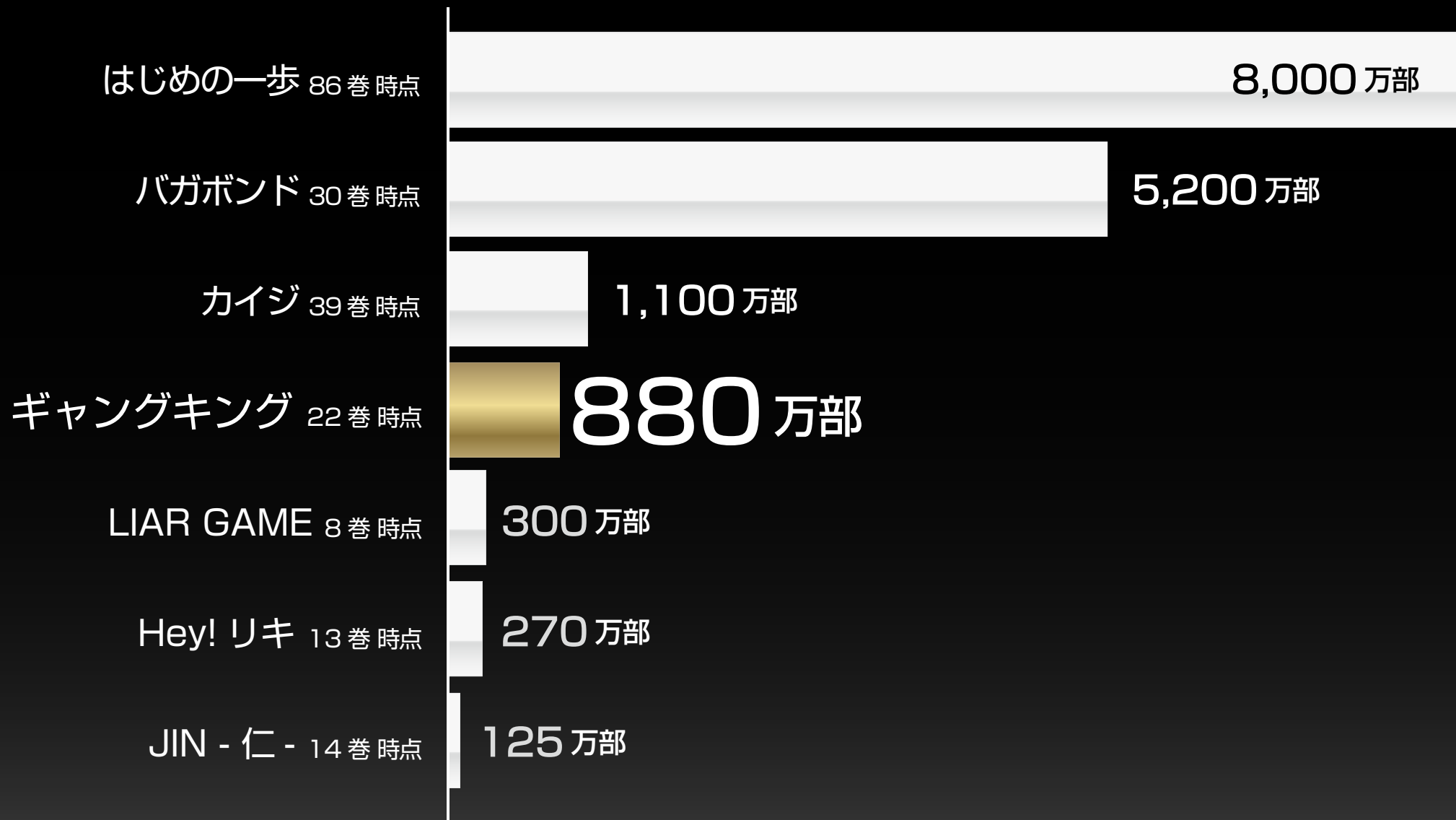
熱血硬派くにおくんは、80～90年代、ファミコンを中心に販売総数**1,000万本以上**売れた大ヒットゲームタイトルです

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。

ギャングキングって何？ 凄いの？



ギャングキングって何？凄いの？

ギャングキングは、連載中タイトルの中でも高い人気を誇っており、発行部数は22巻時点で**880万部**を超えています

連載中のコミックタイトルの累計発行部数（国内）

はじめの一步 86巻時点	8,000万部
バガボンド 30巻時点	5,200万部
カイジ 39巻時点	1,100万部
ギャングキング 22巻時点	880万部
LIAR GAME 8巻時点	300万部
Hey! リキ 13巻時点	270万部
JIN - 仁 - 14巻時点	125万部

どんな収益モデル？

合計約 1億2,289万人

NTT
docomo

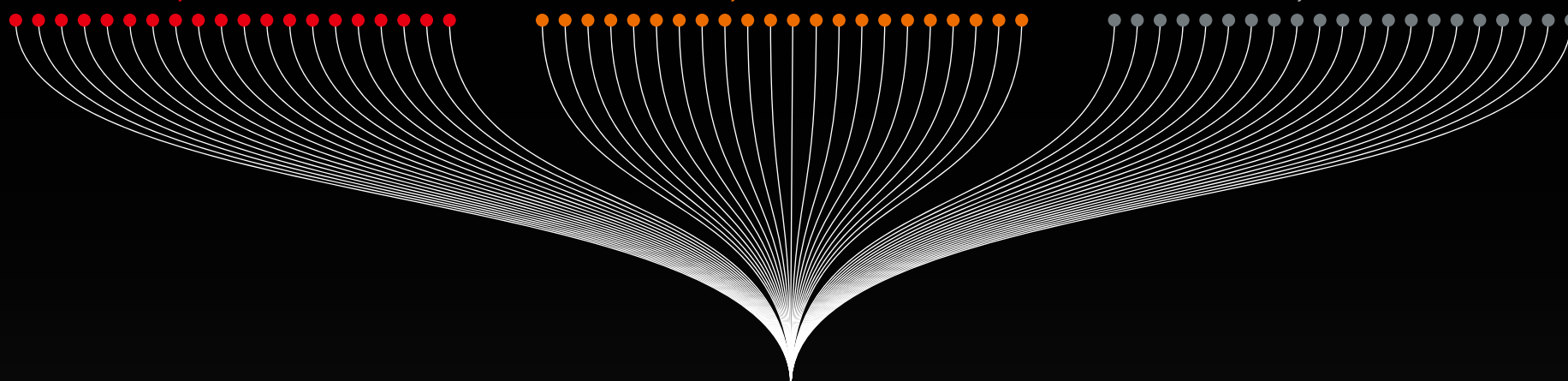
約 5,987万人

au by KDDI

約 3,467万人

SoftBank

約 2,834万人



ゲームプラットフォーム



mixi



Yahoo!Mobage



Mobage



Google Play



App Store



CROOZ

どんな収益モデル？

NTT docomo、au、softbank、**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軸に提供しています
各携帯通信事業者から Mobage、Yahoo!Mobage、mixi、Google Play
App Store などのプラットフォームにアクセスしたユーザーから
課金収益を得ます

※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、株式会社ミクシィ、グーグル株式会社、アップルジャパン株式会社のホームページから引用。

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



ユーザーが
対戦相手に負ける



「この武器を持っていれば
もしかしたら
この敵に勝てたのに…」



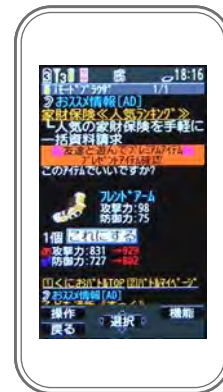
「アイテムショップに行って
この武器を買ってみよう」



「武器を買って攻撃力が
あがったので有利に
すすめられる！」



「この武器を持っていれば
もしかしたら
この敵に勝てたけど
買うのはちょっと…」



「このゲームを友達に
紹介して入会したら
アイテムが手に入った！」



「武器を買って攻撃力が
あがったので有利に
すすめられる！」

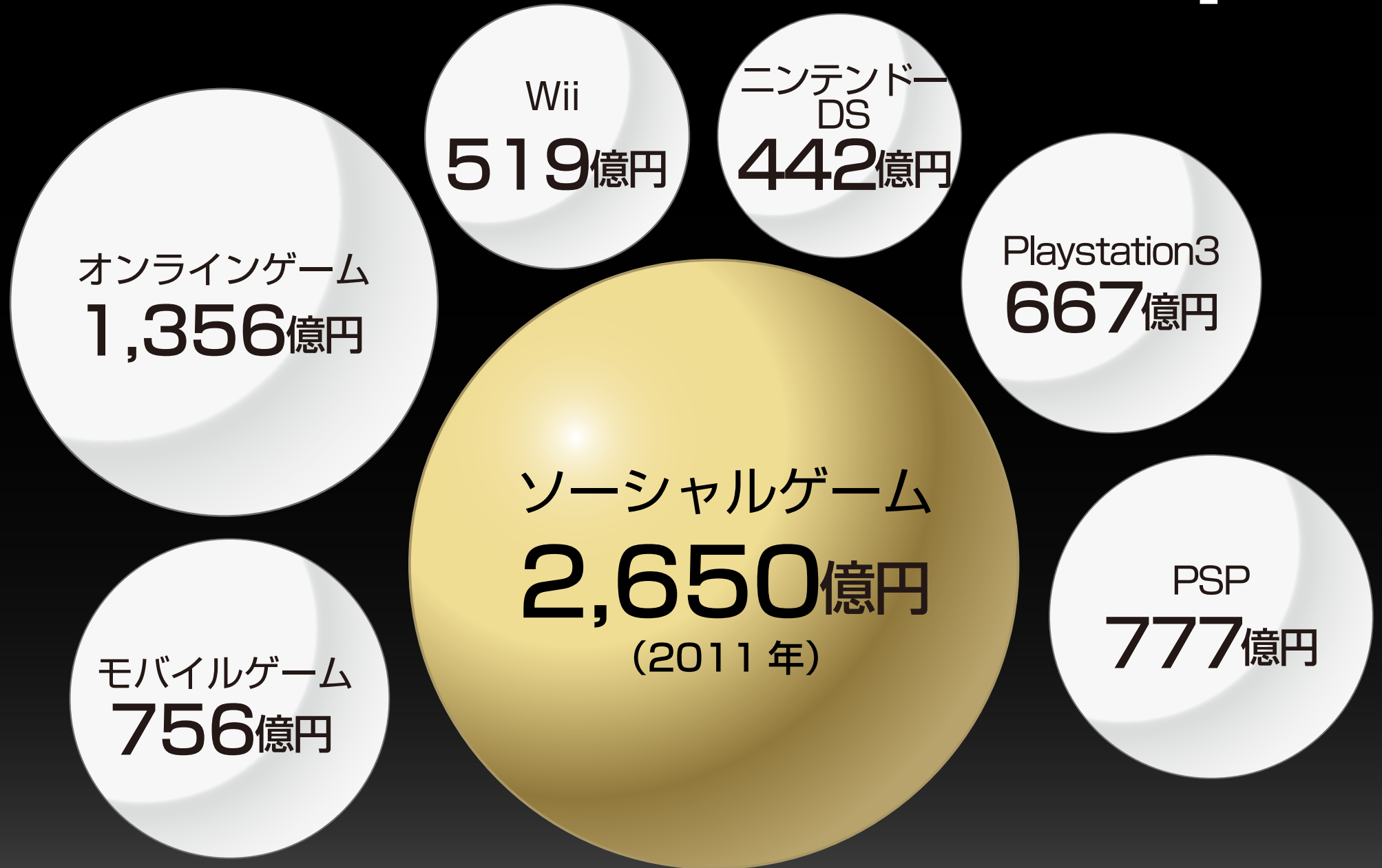
課金収益
アイテム販売
による収益

ユーザー数の増加
ユーザーによる
友達の入会勧誘

最初へ

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

ソーシャルゲームの市場規模はどれくらい？



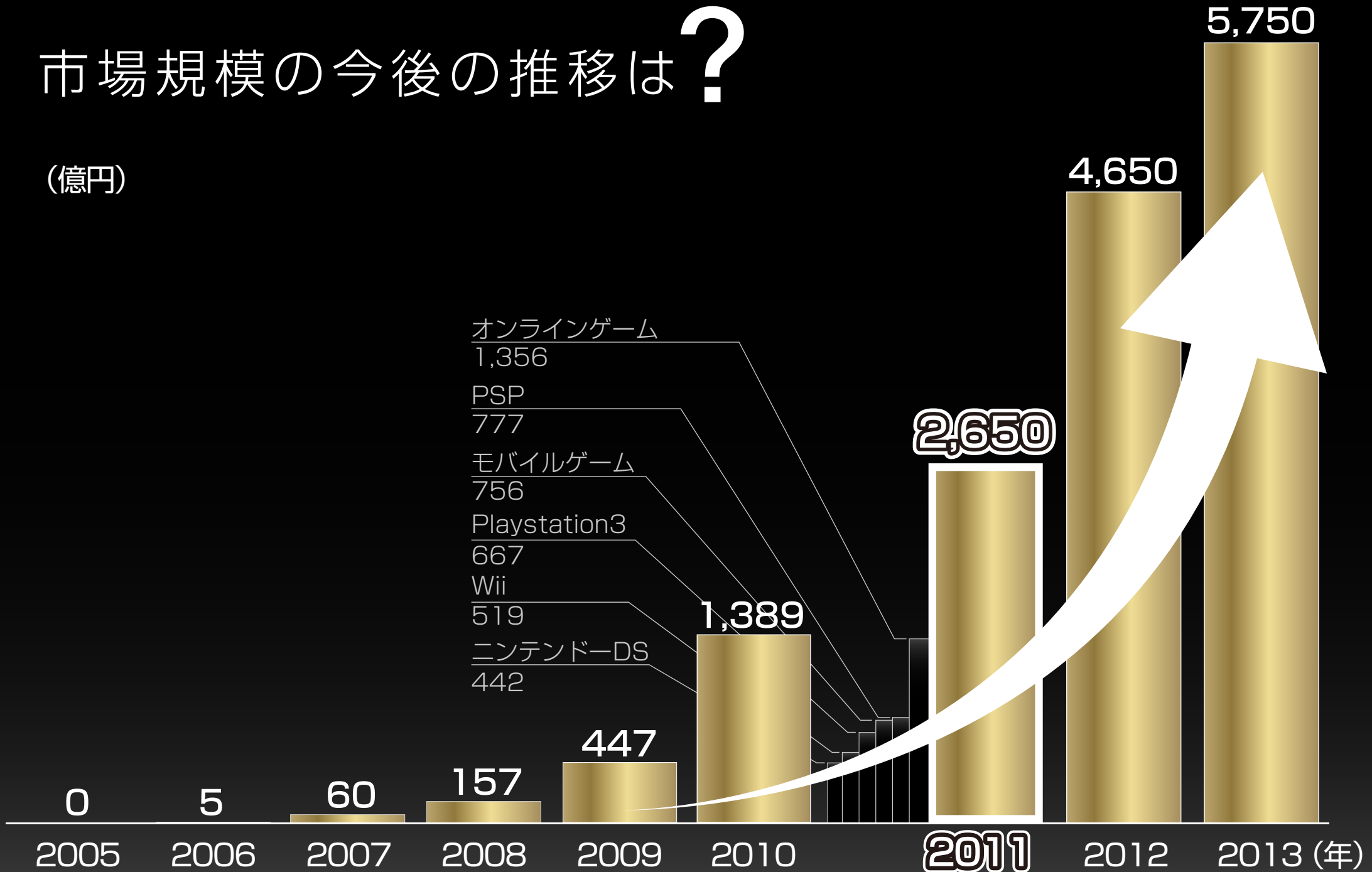
ソーシャルゲームの市場規模はどれくらい？

ソーシャルゲームの市場規模は 2011 年で
2,650 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)



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 2011 年に 2,650 億円に到達し
ゲームソフト市場で断トツ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
近い将来 5,000 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～

第1位	GREE	3,040回
第2位	ソフトバンクモバイル	1,225回
第3位	Mobage	1,092回
第4位	NTT ドコモ	967回
第5位	マクドナルド	843回
第6位	資生堂	726回 (ツバキシャイニング)
第7位	NTT Comunciations	721回
第8位	SAMSUNG	656回 (GALAXY S 2 LTE)
第9位	日本郵政	635回
第10位	イオングループ	634回

ソーシャルゲームってそんなに儲かるの？

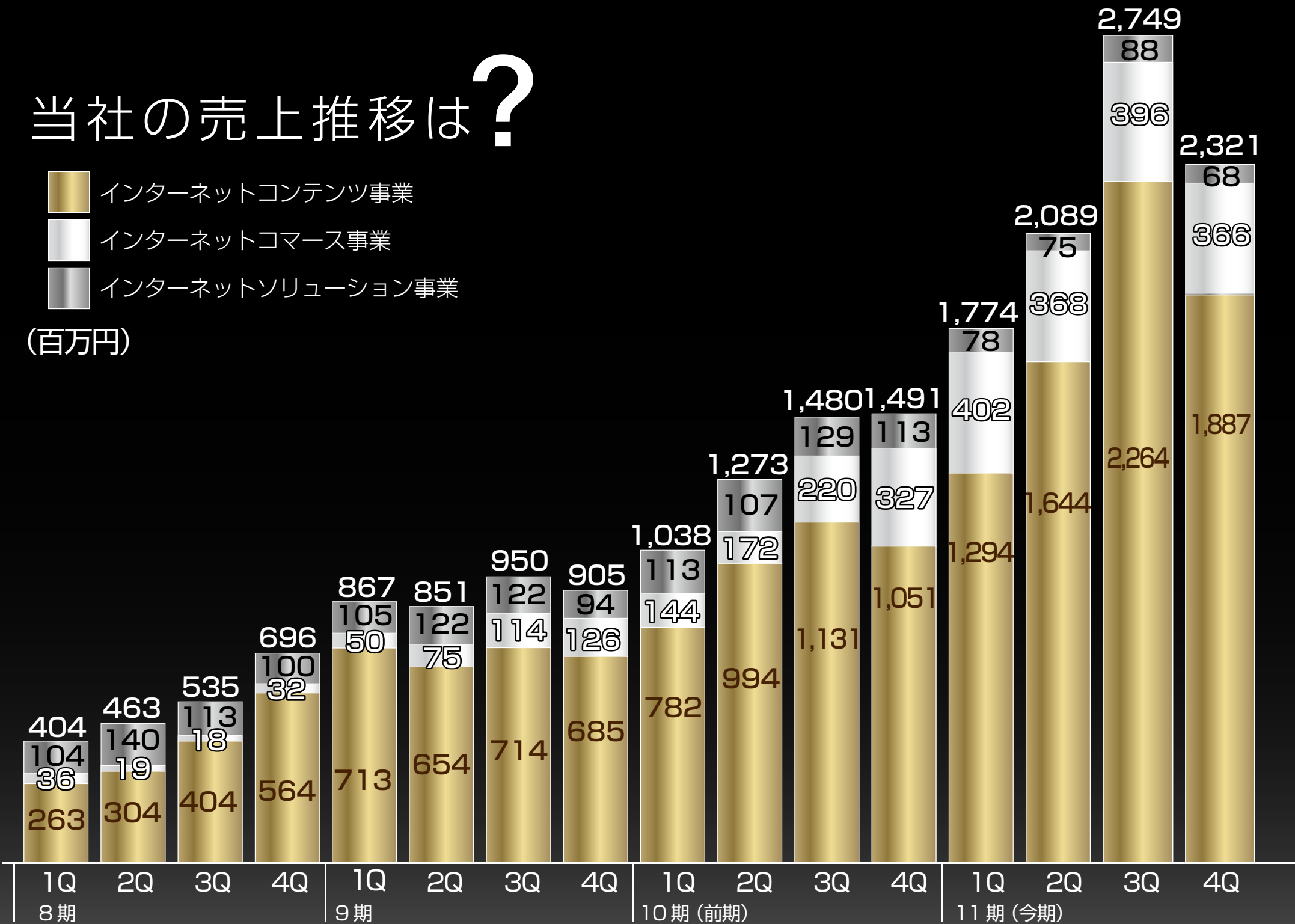
テレビ CM の放送回数、第 1 位は **GREE**、第 3 位は **Mobage** となります
今の日本で最もテレビ CM に積極的で非常に勢いがある会社は、GREE や
Mobage というソーシャルゲームを収益源としている会社であることが
わかります

ソーシャルゲームは今や、NTT ドコモやマクドナルドなど
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？

前述しましたが、直近の売上を削ってでも将来の継続的な成長を続けるために今クォーターはソーシャルゲームの提供方針、開発体制を抜本的に見直しました
既存タイトルで大きな成長が見込めないタイトルの改修業務や運用業務を弱め
新規タイトルで大きな規模への成長が見込めるタイトルに選択集中しました

その結果、四半期売上高は過去最高を記録した前クォーターと比較し
428 百万円減少の 2,321 百万円となりましたが
過去最高 売上のオリジナルタイトルのソーシャルゲーム
「**神魔×継承!ラグナブレイク**」が生み出せました

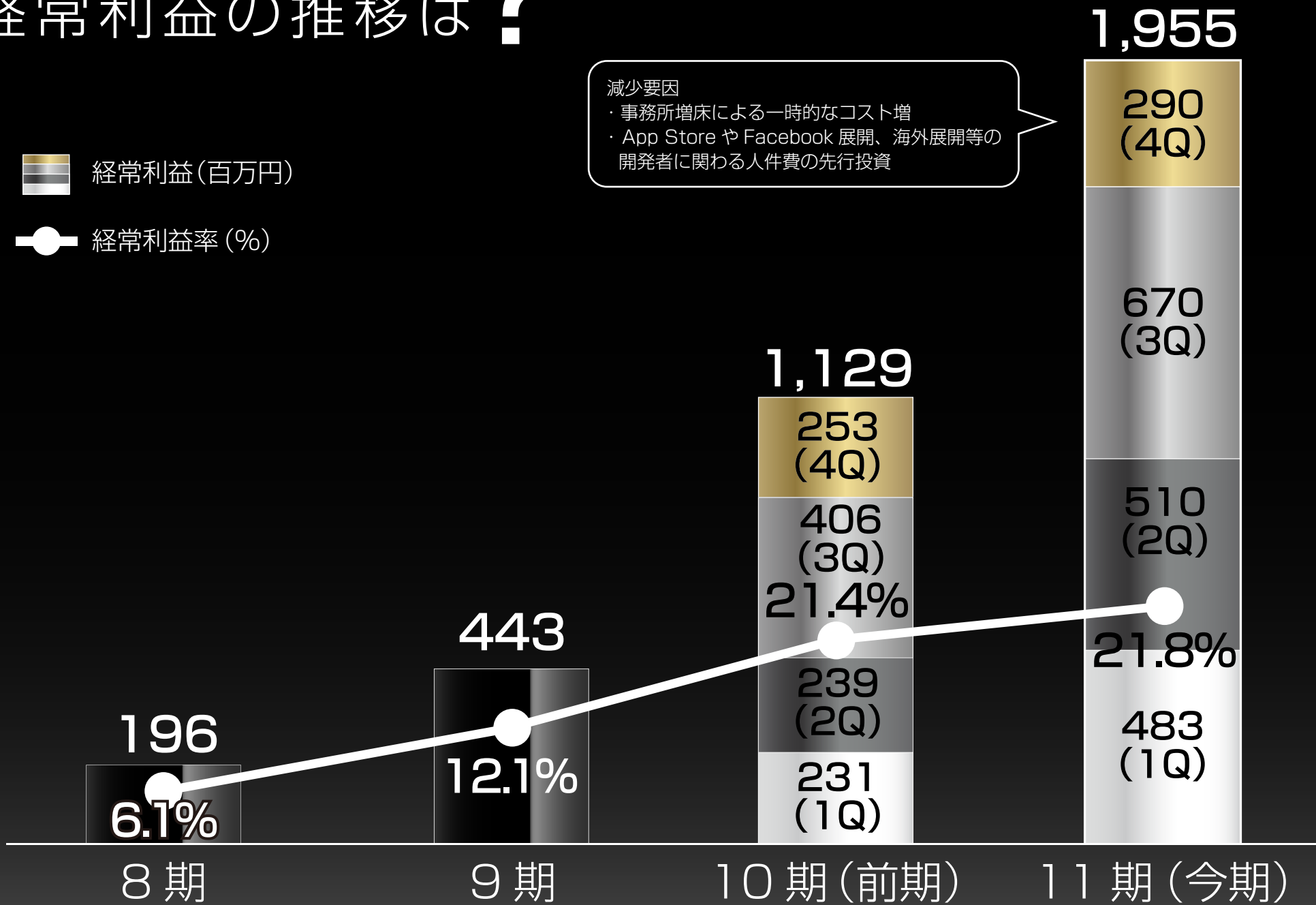
今後は、長期的により多くのユーザーに遊ばれるゲームタイトルに絞って
リリースしていきます

経常利益の推移は？

■ 経常利益(百万円)

● 経常利益率(%)

減少要因
・ 事務所増床による一時的なコスト増
・ App Store や Facebook 展開、海外展開等の開発者に関わる人件費の先行投資



経常利益の推移は？

繰り返しになりますが、今クォーターはソーシャルゲームの提供方針、開発体制の抜本的な見直し期間となり、四半期売上高が 428 百万円減少しました
また、事務所スペース増床による一時的なコスト増や、App Store や Facebook 展開、海外展開等の開発者に関わる人件費の先行投資が膨らみ
四半期経常利益は、過去最高を記録した前クォーターと比較し
384 百万円減少の 286 百万円となりました

今後は、「**神魔×継承!ラグナブレイク**」を筆頭としたオリジナルタイトルのソーシャルゲーム等から発生する収益の増加を見込んでいます

業績結果は？

(百万円)	10期	11期		
		業績予想	業績結果	前期比
売上高	5,282	9,200	8,935	+3,653 (+69%)
営業利益	1,130	2,000	1,955	+825 (+73%)
当期純利益	656	1,200	1,139	+483 (+73%)
現預金	1,518	-	2,442	+924 (+60%)
借入金	0	-	0	-

業績結果は？

主力事業であるソーシャルゲームが成長したため
売上高は 3,553 百万円増加 (+69%) の 8,935 百万円
営業利益は 825 百万円増加 (+73%) の 1,955 百万円
当期純利益は 483 百万円増加 (+73%) の 1,139 百万円になり
全ての指標で**過去最高**を達成しました

その結果、平成24年1月30日に発表した上方修正後業績予想に対し
売上高と営業利益は97%、当期純利益は94%の達成率となりました

今期の業績予想は？

(百万円)	前期 (11期)	今期 (12期)	増減
売上高	8,935	11,000	+2,064 (+23%)
営業利益	1,955	2,000	+44 (+2%)
当期純利益	1,139	1,200	+60 (+5%)

ソーシャルゲームの成長が続き増収

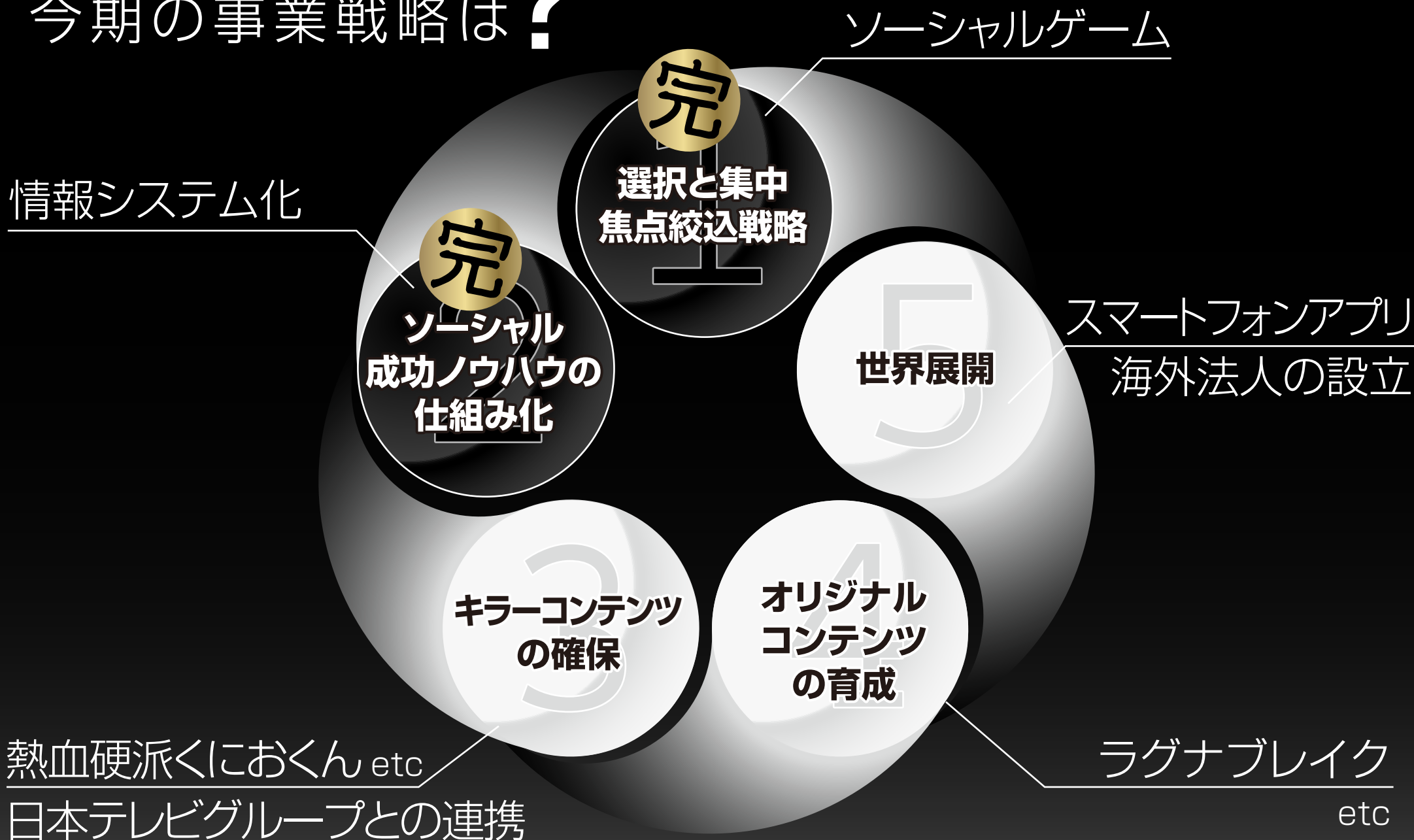
今期の業績予想は？

今期も引き続き、主力事業であるソーシャルゲームの成長を見込んでいるため
売上高は 2,064 百万円増加 (+23%) の 11,000 百万円
営業利益は 44 百万円増加 (+2%) の 2,000 百万円
当期純利益は 60 百万円増加 (+5%) の 1,200 百万円になり
過去最高の業績予想となります

利益面においては、前期と比較し微増となりますが、その要因は、将来を見据え
App Store や Facebook 展開、海外展開等を積極化し、そこに関わる開発人件
費の投資コスト増に起因しております

当社は直近の利益増加ばかりを追い求める経営方針ではなく、今期実施の将来
への積極投資が、中長期的かつ継続的な業績向上に繋がると確信しております

今期の事業戦略は？



今期の事業戦略は？

完

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

完

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なけ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 オリジナルコンテンツの育成

著作権を使ったコンテンツだけに頼っているのは、いずれ強力な著作権が市場に出尽くしてしまった場合に成長のスピードが鈍る。また、著作権元の意向があるので、自社でコントロールが出来ない場合の方が多い。SAP として将来にわたる成長を続けるためには、キラーコンテンツにだけ頼らずオリジナルコンテンツでもヒット作が必要

答え⇒オリジナルコンテンツの積極リリース

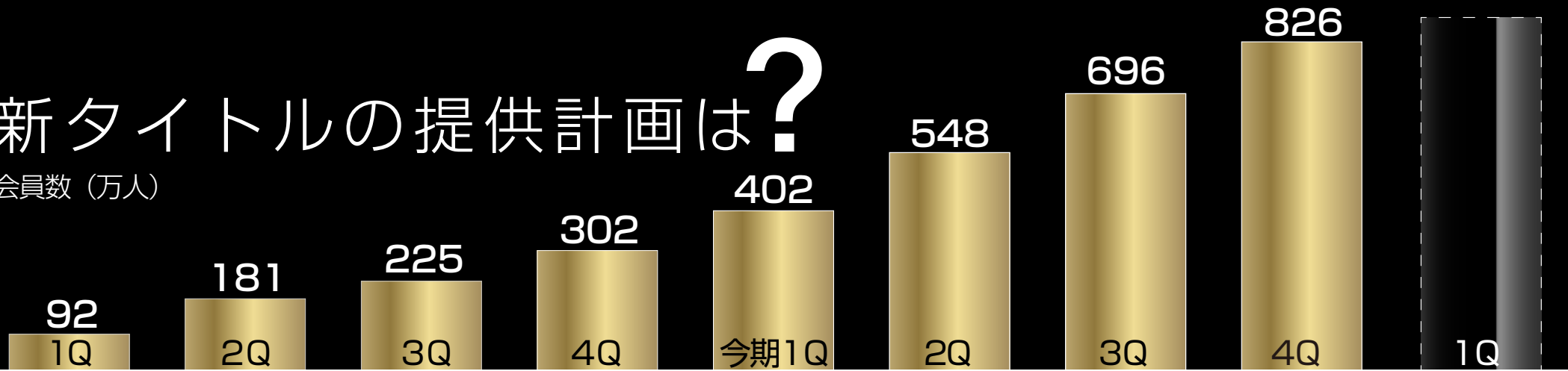
5 世界展開

Mobage などのプラットフォーマーと協力して世界へ進出。同時に、スマートフォンのネイティブアプリ展開と同時に海外法人の設立を進め、世界向けのサービスとしていち早く名乗りを上げる

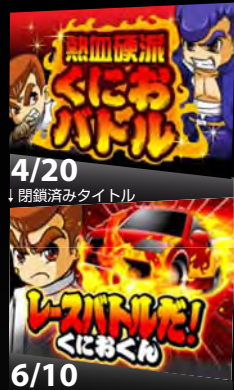
答え⇒世界市場へのチャレンジ

新タイトルの提供計画は？

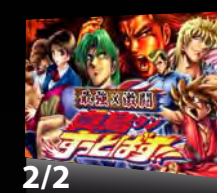
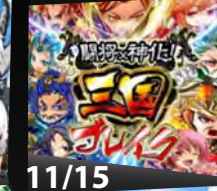
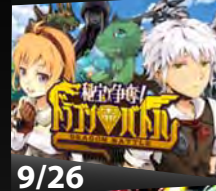
会員数 (万人)



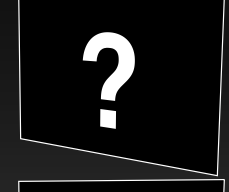
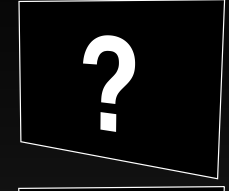
前々期 (10 期)



前期 (11 期)



今期 (12 期)



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、**四半期に3本以上**を計画しています
また、Yahoo!Mobage や App Store、Facebook 等プラットフォームへの横展開を実施します

ゲームのジャンルを増やしていくよりも、ゲームのクオリティを高めることで、1タイトルあたりの売上規模拡大を目指します

勝ち続けるための仕組みは？



3つの情報システムによる仕組化

勝ち続けるための仕組みは？

競合ひしめくソーシャルゲームで勝ち続けていくためには、ユーザー動向分析・開発提供・効果検証、つまり PDCA をどれだけ素早く、人に依存しないように実施するかが重要になります

また、サービスの成長とともに増加するアクセスを、当たり前のように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つの情報システム**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つの情報システムは、未来永劫、いかなるインター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

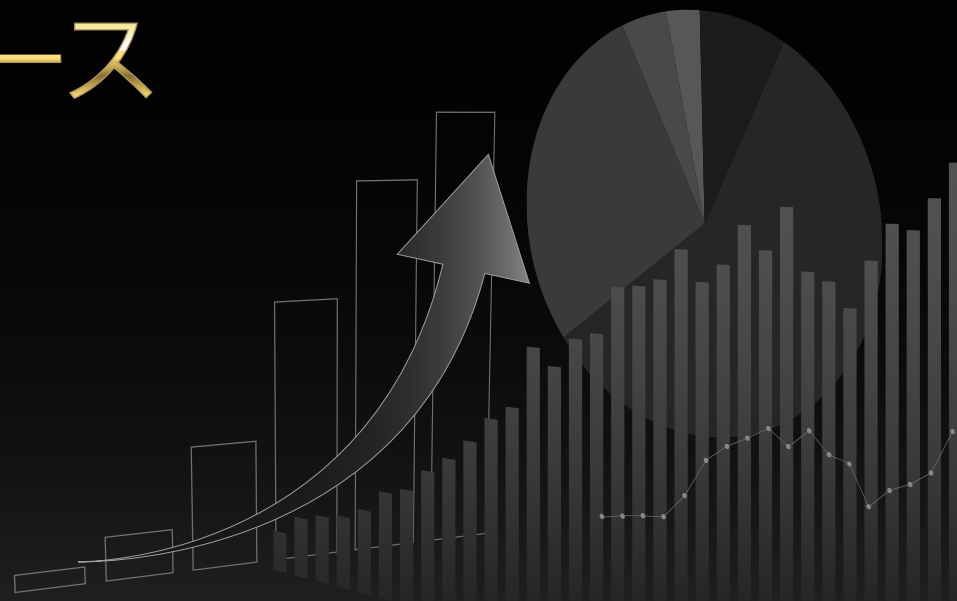
||

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** を可能にできるような改善を進めます



ヴィーナス
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 App Store の
マルチプラットフォーム対応
海外展開を見据えたマルチエリア対応



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、スマートフォンにも対応しています

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

また、日本国内だけでなく海外への展開をスムーズに進めるため
マルチエリア対応も実施します





ゼウス
Zeus

人類の守護神・支配神・神々の王

II

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

地方データセンターにも環境を
拡張しリスク対策を強化



インフラ共通基盤 Zeus

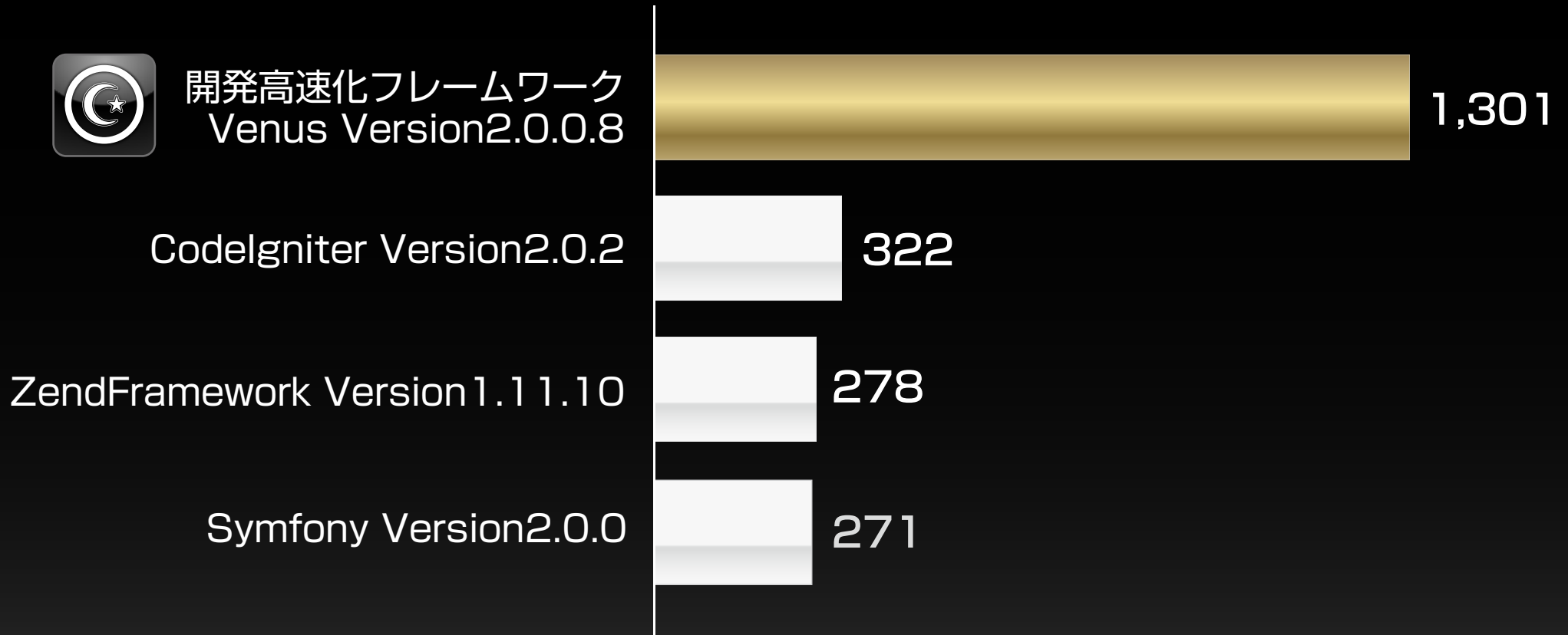
ソーシャルで勝っていくとアクセスが増加し、当たり前のようにトラフィックが捌けるインフラ基盤を自社で運営している事が大きな武器になります

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、いくつかの地方都市のデータセンターにもインフラ環境を拡張し
今まで以上に強固な基盤を構築するとともにリスク対策を強化していきます

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(ページビュー)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（ページビュー）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、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

情報システム化でどんな技術を強化しているの？



プロダクトを強化するための4種の技術

情報システム化でどんな技術を強化しているの？

インターネット業界に携わる会社は、どんなサービスや商品であっても技術の無い会社は滅びると考えています

時代に応じてサービスや商品の流行は変化していく中で、当社は未来永劫成長を続けていく会社であるために、4種の技術を強化していく事が重要だと考えています

開発力=作る技術、**デザイン力**=見せる技術、

マーケティング力=伝える技術、**インフラ力**=届ける技術

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 etc
を最も好きなユーザー層

キラーコンテンツ

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 etc

=

キラーコンテンツ

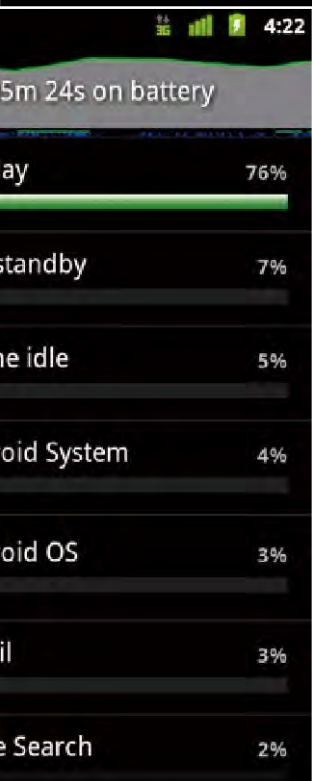
日本テレビグループとの
合弁会社設立「ForGroove (株)」
ルパン三世 etc

将来にわたる優位性は？

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

また、日本テレビグループと合併会社を設立しインターネットビジネスで連携を強化しているため、誰でも知っている様な強力なコンテンツを使用したりテレビを利用したプロモーション展開が可能になります

中期的な成長ドライバーは？



Android × iOS



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、Mobageなどのプラットフォームと協力して世界へ進出するとともに
App StoreやFacebook等、**Mobage 以外のプラットフォーム展開**を含めて
世界市場へチャレンジします

株主還元方針は？

- ① 原則、毎期配当を目指す
- 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
- 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、毎期、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毎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24年3月末時点現在5,228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
- 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？

	8期	9期	10期 (前々期)	11期 (前期)	12期 (今期)
1株当たり配当額 (円)	225	562	1,500	1,500	1,500
配当総額 (百万円)	24	61	189	191	191
配当性向 (%)	28.0	22.5	28.9	16.7	16.0

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

今期は、前述している通り、App Store や Facebook 展開、海外展開等の新しいチャレンジを積極化し内部留保を厚くするため、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。

※12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 4Q 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

開始2ヶ月で会員数50万人を突破したラグナブレイクに続く…

新ソーシャルゲーム Mobage にて近日配信



オリジナルタイトル 銃撃 × 争奪! ウェスタンハーツ

クルーズの中長期ビジョン(夢)は?

“オモシロカッコイイ”をつくる

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：195 名です。(4Q 末時点)

Q：前年度と比較して社員が 100 名以上増えている理由は？

A：大半は、ソーシャルゲームの開発人員の中途採用です。  将来への投資をした結果、かなり開発余力ができた。

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：30 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。

 優秀な人材を集めるためならば前年よりも利益が少なくなっても採用費用に投資する。
将来への投資が大事。攻める時は攻める。

Q：平均勤続年数は？

A：2 年 2 ヶ月です。

 今期に入って 100 名以上採用した。それでもなお、この勤続年数を維持しているのは、働く環境がすぐれているから。


Q：離職率は？

A：9.5%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：530万円です。  平均年齢 30 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 130 名です。  まだ増やす。

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。3月31日現在、mixi に2タイトル、App Store に2タイトルを提供しています。

今後提供するタイトルも、最も相性のいいプラットフォームを選別して提供をしていきます。

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：新規モバイルサービスは全てスマートフォンを軸に企画、開発をしており、リリースするタイミングはフィーチャーフォンより遅くなる事はありません。

 海外展開含め、スマートフォン向けサービスを強化していく。

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：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：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、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。

Q：Klab 社から訴訟提起の発表がありました。この件についてどうお考えですか？

A：会社の HP でも掲載しているとおり、当社は Klab 社の主張する著作権侵害や不正行為していないという認識に変わりはありません。

Q：ソーシャルゲームにおいて昨今リアルマネートレーディング(RMT)の問題が浮上していますが、この件についてどうお考えですか？

A：ゲームの健全な利用促進の妨げになると考えております。今後プラットフォーム等の施策や対応等注視し積極的に協力していきます。

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ます

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