

第12期 第1四半期 決算説明資料

CROOZ

クルーズ株式会社

JASDAQ スタンダード 2138

はじめに

当クォーターの GOOD NEWS
皆様への重要なメッセージ

戦略

今後提供するタイトルの方針は？
今後の事業戦略は？
クルーズの強みは？
強化している技術は？

事業

クルーズって何やっている会社？
主なサービスは？
ソーシャルゲームの主力タイトルは？
どんなゲームを提供してきたの？

株主還元方針

株主還元方針は？
配当額と配当性向の推移は？
当社株式に関する当クォーターの動き

業績

売上推移は？
経常利益の推移は？
当クォーターの業績は？
業績進捗は？

最後に

とっておきのお知らせ
クルーズの中長期ビジョン（夢）は？
よくある質問
参考資料：ソーシャルゲームって何？

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

「神魔×継承！ラグナブレイク」



6月単月の売上高は、当社のこれまでリリースしたソーシャルゲームの中で**過去最高**を更新中

次のクォーターに GOOD NEWS をつくり出すための
皆様への重要なメッセージ

次のクォーターにGOOD NEWSをつくり出すための 皆様への重要なメッセージ

提供ゲームの選択集中を進める

「神魔 × 継承!ラグナブレイク」や、現在開発中の新規大型タイトルに絞ってヒト、モノ、カネの有限資産を大量に投入していきます

グローバル展開を積極化する

国内でヒットした「神魔 × 継承!ラグナブレイク」を、グローバル版Mobage向けに提供を開始しました（北米向け名称「Deity Wars」）
ラグナブレイクに限らず、今後は積極的にグローバル向けタイトルの提供を進めます

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

主なサービスは？



ソーシャルゲーム

CROOZ blog

女性向けブログ

SHOP LIST

ネット通販サイト

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ービス「CROOZ blog」やネット通販サイト「SHOP LIST」などのサービスを提供しています

ソーシャルゲームの主力タイトルは？



戦国バトルくにおくん



神魔×継承!ラグナブレイク



チーム×抗争!ギャングキング



湘南爆走族



銃撃×争奪!ウェスタンハーツ

ソーシャルゲームの主力タイトルは？

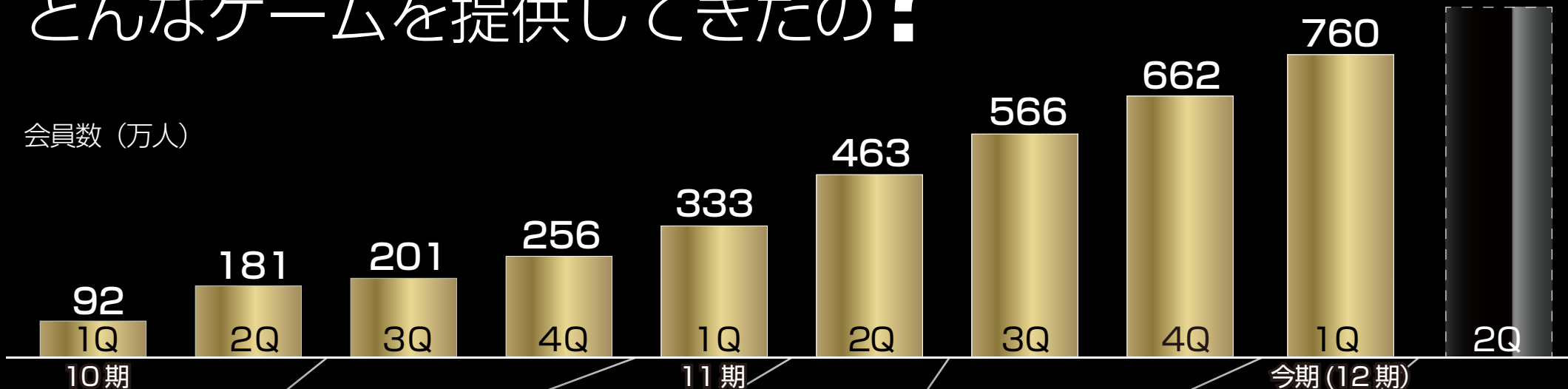
「**神魔 × 継承！ラグナブレイク**」が主力タイトルです

今期は、ゲームを量産するよりもクオリティを重視したオリジナルゲームを提供する方針を打ち出していますが、方針転換がうまく成功しています

また、当社は人気キャラクターを使ったゲームを得意としており、これまで「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」等多数のヒット作を生んでいます

どんなゲームを提供してきたの？

会員数 (万人)



4/20/2010



3/4/2011



4/18/2011



8/1/2011



2/29/2012 ↑ 関連会社 ForGroove 様タイトル



5/2/2012 ↑ 関連会社 ForGroove 様タイトル



7/13/2012 ↑ クローバル版 Mobage 向けタイトル



6/13/2011



9/6/2011



3/13/2012



6/22/2012



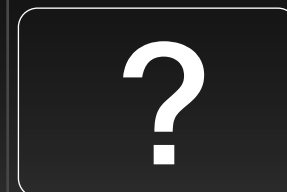
7/25/2012



9/27/2011



3/16/2012



どんなゲームを提供してきたの？

1年目（10期）

初タイトルとして Mobage 向けにリリースした「熱血硬派くにおバトル」がヒット
続くキャラクタータイトル「湘南爆走族」もヒットし、Mobage の上位 SAP に

2年目（11期）

「戦国バトルくにおくん」（2011年 Mobage Award 受賞）や「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」などキャラクター
を使ったゲームのヒットを連発。さらに、オリジナルのゲームタイトル提供も開
始し「神魔×継承！ラグナブレイク」が過去最大のヒットとなる

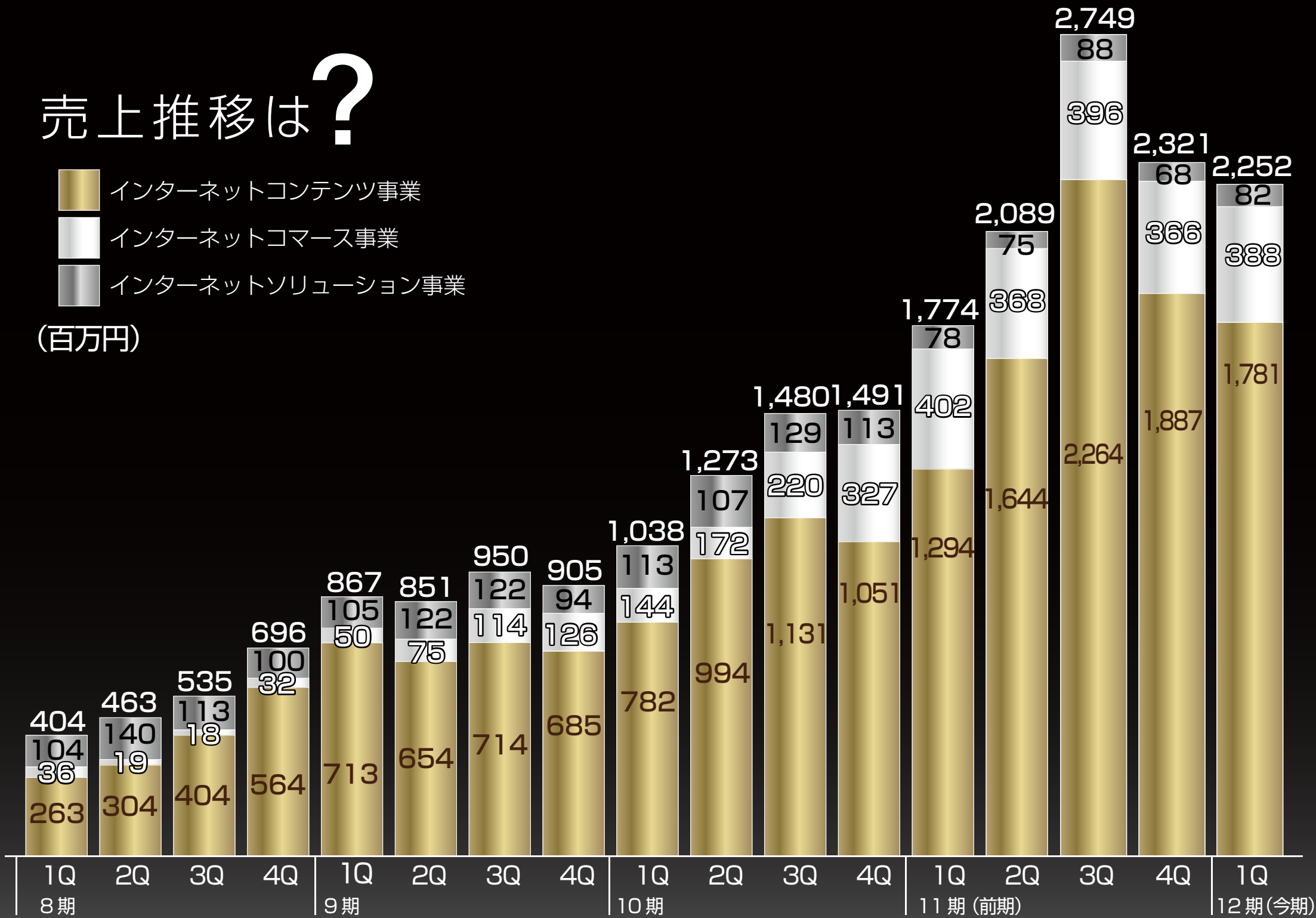
3年目（今期12期）

「神魔×継承！ラグナブレイク」の成長が継続。引き続き高品質のオリジナル
タイトルの提供に注力するとともに、「ルパン三世 決戦カードバトル」や「仲間
×奇跡！シュート」などの人気キャラクターを使ったゲームタイトルも提供
さらに、グローバル展開を開始し、初の海外タイトル「Deity Wars」も提供

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)



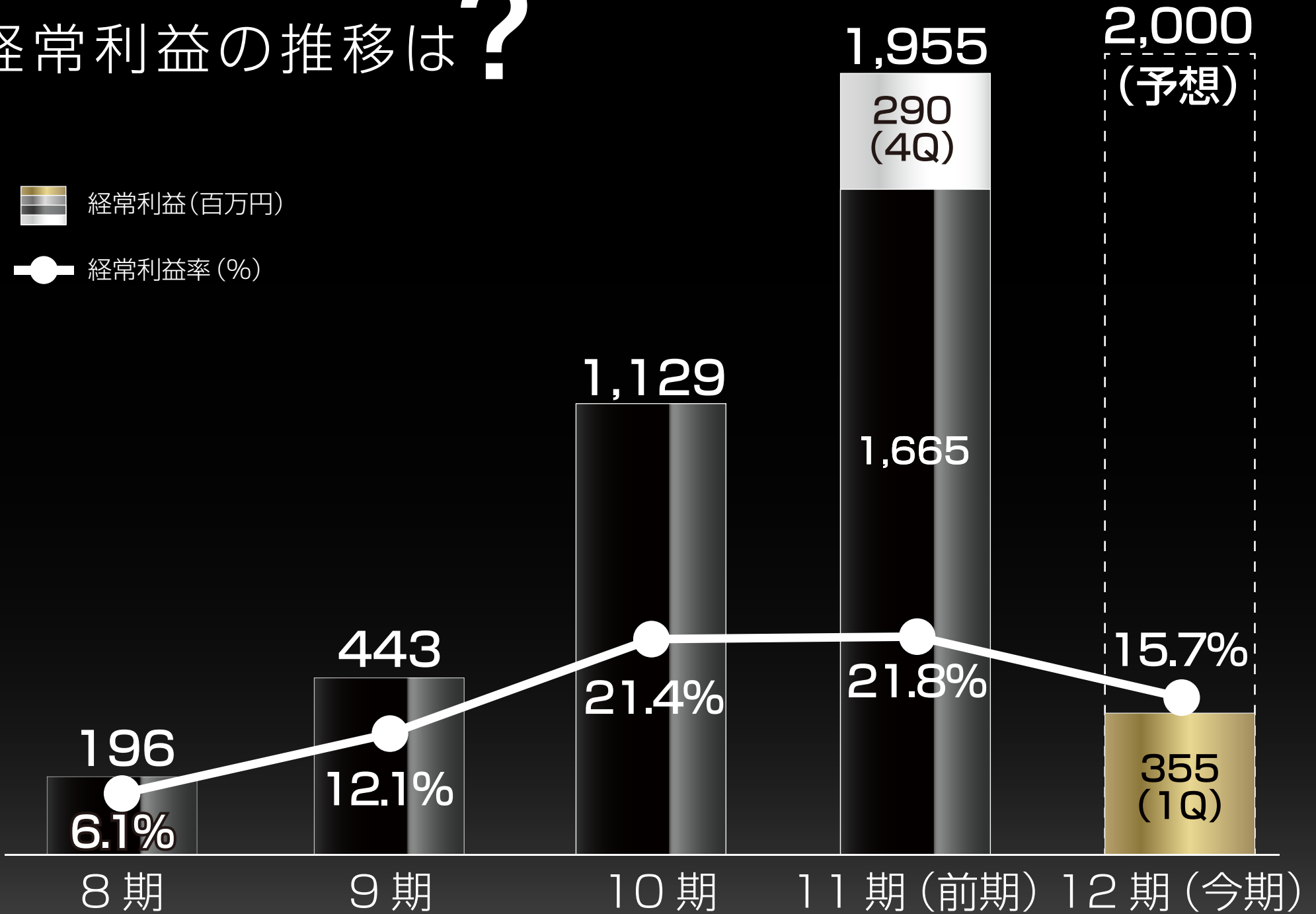
当社の売上推移は？

当1Qの売上高は2,252Mとなり、前Q2,321Mからほぼ横ばいで推移しました

売上高が横ばいで推移した理由は、これまで主力タイトルとしてきた、複数の人気キャラクターを使ったゲームタイトルの売上高が減少したにも関わらず、「**神魔×継承！ラグナブレイク**」が前Qから大きく売上高を伸ばし支えた為です。コンプガチャ等の停止による影響はありませんでした

経常利益の推移は？

■ 経常利益(百万円)
● 経常利益率(%)



経常利益の推移は？

当1Qの経常利益は355Mとなり、前Q290Mから64M増加しました

売上高が横ばいにも関わらず、経常利益が前Qから増加した理由は成長が鈍化したゲームタイトルの開発リソースや広告宣伝を削減し「神魔×継承!ラグナブレイク」や今後の新規タイトル等、**大きな成長が見込めるタイトルにヒト、モノ、カネの有限資産を選択集中した**為です

また、前期と比較し経常利益率が落ちていますが、大きな要因は人員増加によるものです。一方でこの増員により、ラグナブレイクや現在開発中の新規大型タイトルの成長にドライバーがかけられる組織体制が出来上がっています

当クォーターの業績は？

(百万円)	前四半期 1月～3月	当四半期 4月～6月	前四半期比
売上高	2,321	2,252	-69 (-3%)
労務費	264	276	+12 (+4%)
外注費	259	201	-58 (-22%)
広告宣伝費	205	172	-33 (-16%)
営業利益	292	351	+59 (+20%)
四半期純利益	166	205	+39 (+23%)

当クォーターの業績は？

当1Qの売上高は 2,252M、営業利益は 351M、四半期純利益は 205M となり、前四半期と比較し、売上高は -69M、営業利益は +59M 四半期純利益は +39M となりました

今後も、過去にリリースした人気キャラクターを使ったタイトルの緩やかな減少は予想されますが、ラグナブレイクや新規タイトルの売上増加が見込めている為、全体としては**上昇トレンド**になっています

業績進捗は？

(百万円)	1Q 実績	業績予想	進捗率
売上高	2,252	11,000	20%
営業利益	351	2,000	17%
四半期純利益	205	1,200	17%

業績進捗は？

業績予想に対して、当1Q終了時点の進捗率は
売上高は20%、営業利益は17%、四半期純利益は17%となりました

業績予想に対して、進捗率が若干低い様に見受けられますが、直近の売上高は**上昇トレンド**になっており、クォーター毎に進捗スピードが早まる計画です

今後提供するタイトルの方針は？

高品質
オリジナルタイトル
の提供

人気キャラクター
を使ったタイトル
の提供



ラグナブレイク級の
大型タイトルの創出



安定的な
ヒットタイトルの創出

今後提供するタイトルの方針は？

今後提供する新タイトルについては、大きく2つの方針で提供をしていく予定です

また、提供本数については、クォーターに3本以上を計画しています

1. 高品質オリジナルタイトルを提供する

有限資産の選択集中する事で「神魔×継承！ラグナブレイク」級の大型タイトルを生み出し、将来にわたる当社の強みを創出します

2. 人気キャラクターを使ったタイトルを提供する

多くのファンを抱える人気キャラクターを使ったゲームを提供する事で失敗の確率を減らし、安定的な当社の収益を創出します

今後の事業戦略は？

積極的な
海外展開



※日本語オリジナルタイトル「神魔 × 継承!ラグナブレイク」

7/13 海外タイトル第1弾「Deity Wars」を配信

今後の事業戦略は？

欧米を中心に展開するグローバル版 Mobage 向けにソーシャルゲーム「**Deity Wars**」の提供を開始しました。7/13 に Android 版をリリース済みです

「Deity Wars」は日本でヒットした「神魔 × 継承！ラグナブレイク」を北米向けにローカライズしたタイトルで、当社の海外タイトル第1弾です

今後の事業戦略は？

iOS 版の
リリース



8/6(予定) iOS 版
「Deity Wars」を配信開始

DeNA社と
提携



mobage

北米で成功ノウハウのある
DeNA 社と協力をして配信

今後の事業戦略は？

グローバル版 Mobage 向けにソーシャルゲーム「Deity Wars」を Android 版に続き、8/6（予定）に **iOS 版**でも配信を開始します

また、北米で成功ノウハウを持つ **DeNA 社と協力**し、スピード感を持って上位タイトルを目指します

ラグブレイクに限らず、今後は、日本国内でヒットしたタイトルを積極的に海外向けにローカライズして提供していきます

また、今後提供するソーシャルゲームについては、企画時から日本国内のマーケットだけでなく、海外のマーケットを視野に入れていきます

クルーズの強みは？



4種のシステム
革新的な技術基盤



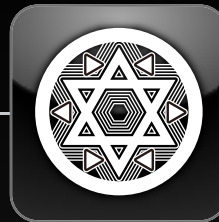
コンパス
Compass

マーケティングデータベース
チューニング箇所の分析



ヴェーナス
Venus

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



ゼウス
Zeus

インフラ共通基盤
高負荷に耐えられるネットワークを臨機応変に構築



クロノメーター
Chronometer

業務高速化システム
日常のルーティンワークを効率化

クルーズの強みは？

クルーズは、**技術に強い会社** にするために様々な取り組みをしています
特に、高品質を担保できるための仕組み、特別なスキルに依存しない仕組み
効率的かつ生産性の高い仕事をするための仕組みを大切にしています

その中で、当社の強みとなる4種の技術基盤システムが誕生しました
その4種の技術基盤システムを**S4**と呼んで、日々改善を進めています

「**Compass コンパス**」

マーケティングデータベース

「**Venus ヴィーナス**」

開発高速化フレームワーク

「**Zeus ゼウス**」

インフラ共通基盤

「**Chronometer クロノメーター**」

業務高速化システム

強化している技術は？



4種の技術

普遍的なネット技術



作る技術

開発力

開発高速化フレームワーク「Venus」で仕組み化



届ける技術

インフラカ

インフラ共通基盤「Zeus」で仕組み化



伝える技術

マーケティングカ

マーケティングデータベース「Compass」で仕組み化



見せる技術

デザインカ

デザイン4箇条「炉火純青」で指針化

強化している技術は？

クルーズは、主に4種の技術を強化しています

この4種の技術（**G4**）は、これから当社がどんなネットビジネスに携わるとしても長期的に生き残っていくために重要なネット技術と考えています

「 開発力 」	作る技術
「 インフラカ 」	届ける技術
「 マーケティングカ 」	伝える技術
「 デザインカ 」	見せる技術

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	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、高品質のオリジナルゲームの提供や海外展開等の事業チャレンジを積極化したいため、内部留保を厚くする方針です。その為、現状では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。

※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。

当社株式に関する当クォーターの動き

① 6/30 までに取得した
自己株式の累計

取得した株式の総数 2,314 株
取得価格の総額 1 億 2,647 万円

+

② 7/2 大証 J-NET 市場における
自己株式の買付け

取得した株式の総数 12,620 株
取得価格の総額 7 億 6,224 万円

総額約**9億円**、発行済株式総数の約**12%**の自己株取得を実施

当社株式に関する当クォーターの動き

5/15 に 2,600 株を上限とし、総額 2 億 1,000 万円の自己株式の取得を発表し、6/30 までに 2,314 株、1 億 2647 万円の自己株式を取得しました

また、上記とは別に、7/2 に大証 J-NET 市場における自己株式の買付けを実施し、12,620 株、7 億 6,224 万円の自己株式を取得しました
その結果、総額約 **9 億円** で発行済株式総数の約 **12%** の自己株式を取得しました

取得した自己株式は今後、事業拡大のための M&A や自己株式の消却等
経営状況を鑑みて臨機応変に対応していきます

以上で第 1 Q の決算発表の説明は終了
ですが...

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

2012年夏 グローバルカンパニーに変貌開始



Singapore

CROOZ Asia Pte.Ltd.
東南アジア マーケティング拠点
2012年7月26日 設立

Tokyo

CROOZ, Inc.
本社
ForGroove, Inc.
日テレ系との合併会社

San Francisco

CROOZ America, Inc.
北米 マーケティング拠点
2012年8月1日 設立

Deity Wars

グローバル版 Mobage 向けソーシャルゲーム



とっておきのお知らせ

今後の事業戦略として、海外展開を積極的に進めていく計画です
最初の取り組みとして、日本でヒット中のソーシャルゲーム「神魔 × 継承！
ラグナブレイク」を北米向けにローカライズした「**Deity Wars**」をリリース
しました。北米で成功ノウハウを持つ DeNA 社と協力し、スピード感を持って
上位タイトルを目指します

さらに、今後市場の拡大が予想される北米、東南アジアでのマーケティング
を目的とした現地法人を設立し、ソーシャルゲームやその他ネットビジネスに
おけるノウハウを蓄積していきます

CROOZ America, Inc.

北米におけるマーケティング拠点 2012年8月1日設立

CROOZ Asia Pte.Ltd.

東南アジアにおけるマーケティング拠点 2012年7月26日設立
オフショア開発拠点の構築も進める

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



CROOZ presents
第1回アジア歌姫オーディション
supported by レコチョク




神魔×継承!ラグナブレイク



スター発掘ブLOGGER
オーディション誌 Nicky

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：194名です。（前期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：8割が技術者、またはクリエイターです。残り2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を教えてください。

A：公表していません。

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社との訴訟問題はその後どうなりましたか？

A：会社のHPでも掲載しているとおり、Klab社とは既に和解をしました。

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。

Q：コンプガチャ停止にあたって収益やKPIへの影響はありましたか？

A：影響はほとんどありませんでした。

Q：プレスリリースで「アジア歌姫オーディション」の記事を見ましたが、どんなイベントですか？

A：当社主催の次世代ファッションアーティスト発掘オーディションです。

日本最大級のブログサイト「CROOZblog」を利用する700万人の女の子達の中から選出され、書類選考、歌唱テスト、CROOZblogのブロガー700万人によるWEB投票などの厳正なる審査を経て、アジアの歌姫となる原石を発掘します。「第1回アジア歌姫オーディショングランプリアーティスト」は、福田桃代さんでした。

Q：音楽業界史上初の快挙を達成したというプレスリリースを見ましたが、具体的に教えてください？

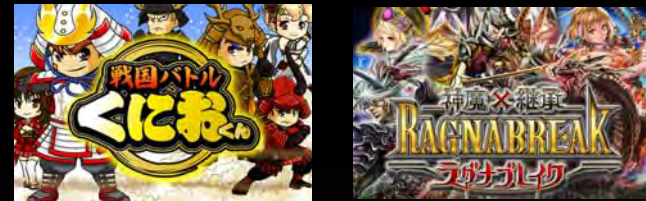
A：当社主催の「アジア歌姫オーディション」でグランプリに輝いた福田桃代さん（LabelLine 株式会社所属）のデビュー曲、「Dear Best Friend」が、7月11日付け「レコチョクデイリーシングルランキング」で第1位を獲得しました。わずか38日間でデビューを果たし、そしてデビュー1日で、並み居る有名アーティストを抑えて、第1位を獲得する、まさに平成のシンデレラストーリーを実現させました。

参考資料：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・パカード株式会社のホームページから引用。

どんな収益モデル？

合計約 1億2,289万人

NTT
docomo

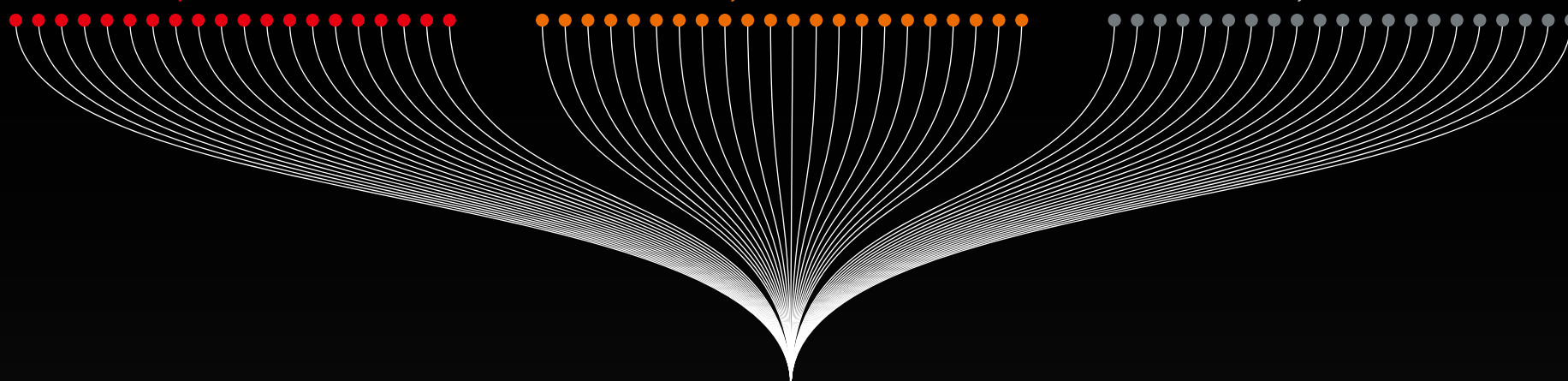
約 5,987万人

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？



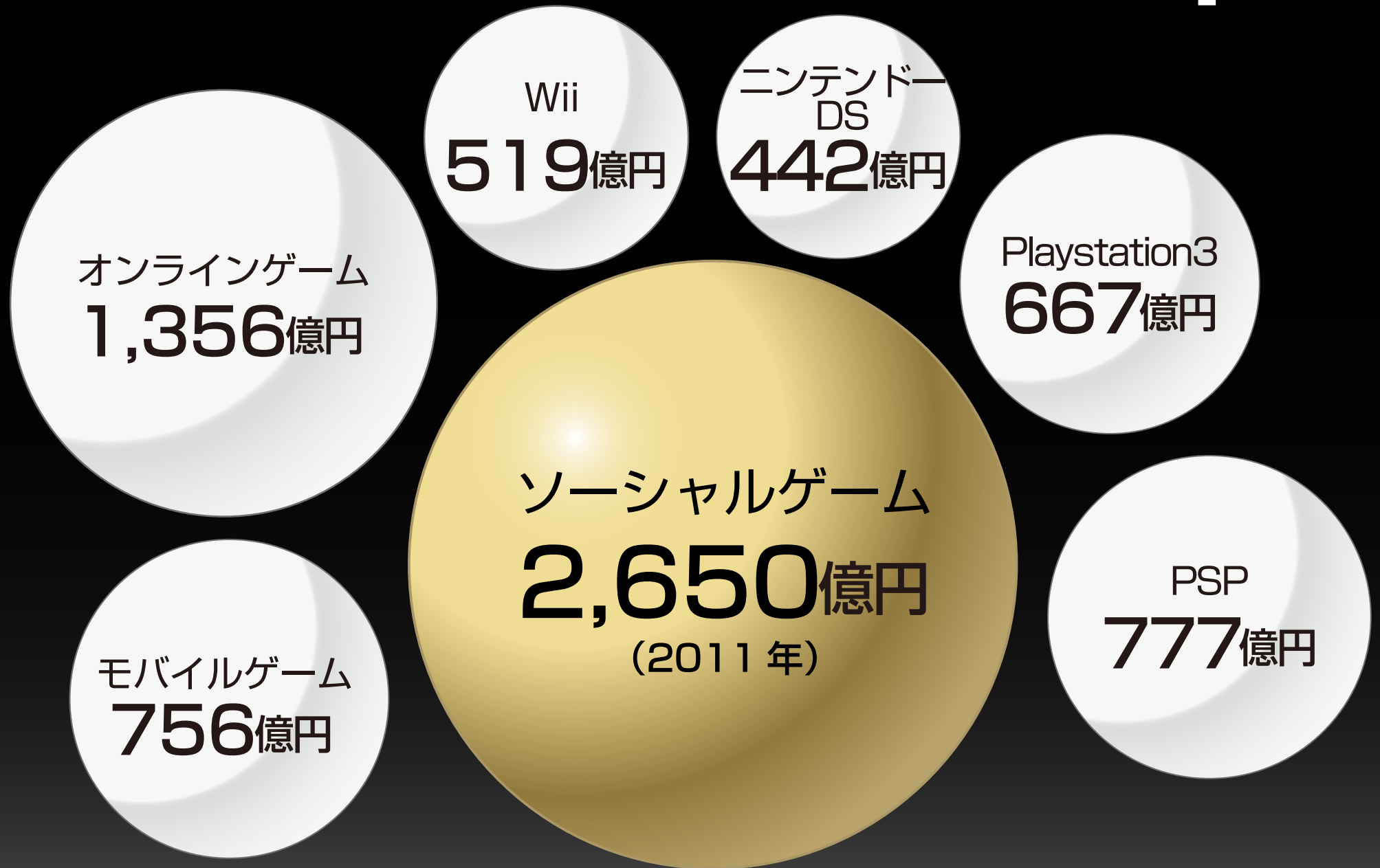
「熱血硬派くにおバトル」の場合

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



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？



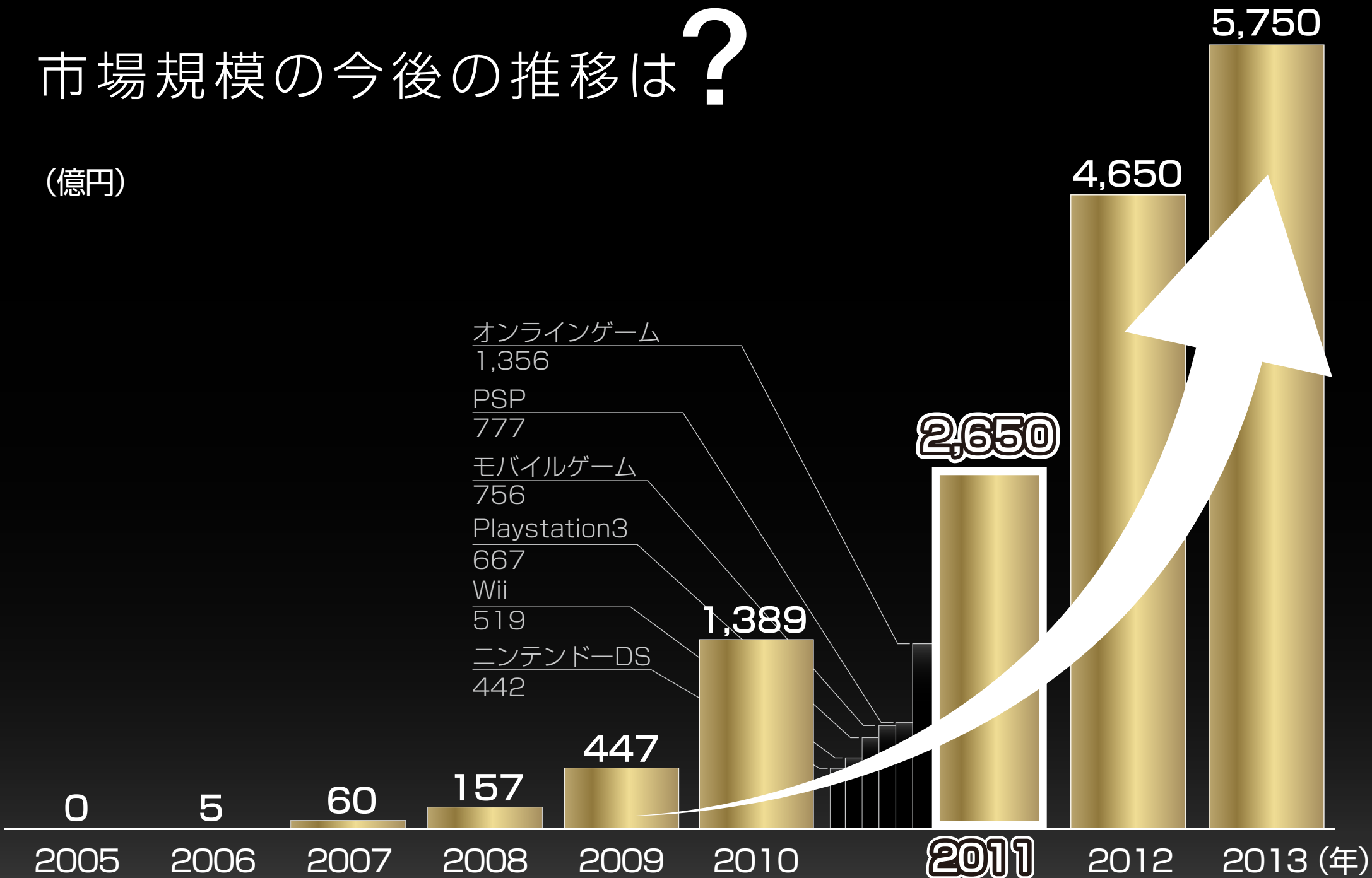
ソーシャルゲームの市場規模はどれくらい？

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

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