

第12期 第2四半期 決算説明資料

CROOZ

クルーズ株式会社

JASDAQ スタンドード 2138

はじめに

当クォーターの GOOD NEWS

事業

クルーズって何やっている会社？
どんなゲームを提供してきたの？
主力タイトルは？

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？

戦略

今後の事業戦略は？
海外で注力する地域はどこ？
海外でどんなゲームを出すの？
どうやって海外を強化していくの？
今後注力するデバイスは？
スマートフォン比率は？
強化している技術は？
クルーズの強みは？

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？

最後に

とっておきのお知らせ
皆様への重要なメッセージ
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

ソーシャルゲームの売上げが**過去最高**を更新
牽引したのは「**神魔 × 継承!ラグナブレイク**」

※今回の2Qの売上げに TVCM の効果は含まれておりません
広告宣伝費も3Qに計上されるので今回には含まれません

当クォーターの GOOD NEWS



当社 No.1 タイトル「神魔×継承！ラグナブレイク」を軸に
ソーシャルゲームの売上げが**過去最高**を更新しました

注目の売上げや「ラグナブレイク」について
詳しくお伝えする前に…
まずはクルーズについてご紹介します

クルーズって何やってる会社？

インターネットを通じて世界中にサービスを提供する会社です



Tokyo

CROOZ, Inc.

本社

ForGroove, Inc.

日テレ系合併会社

NEW

San Francisco

CROOZ America, Inc.

2012年8月1日設立

NEW

Singapore

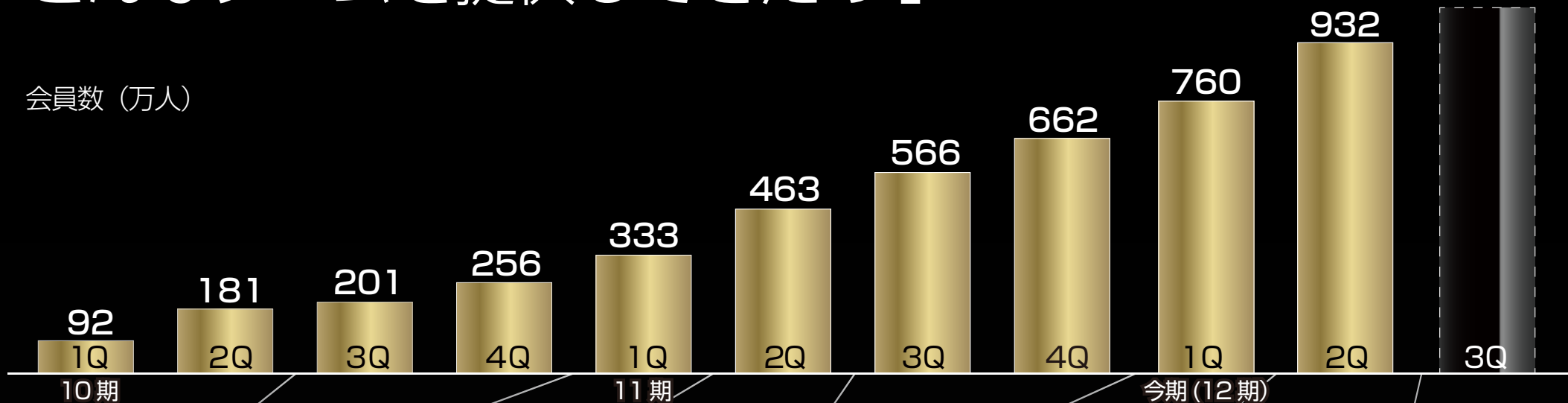
CROOZ Asia Pte.Ltd.

2012年7月26日設立

今は **ソーシャルゲーム** をサービスの柱にしています

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 専タイトル



5/2/2012
↑関連会社 ForGroove 専タイトル



7/13/2012
↑グローバル版 Mobage 向けタイトル



10/10/2012



6/13/2011



9/6/2011



3/13/2012



6/22/2012



7/25/2012



9/27/2011



3/16/2012



9/13/2012



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
続くタイトル「湘南爆走族」もヒットし、Mobage の上位 SAP の地位を築く

2年目（11期）

「戦国バトルくにおくん」（Mobage Award 受賞）や「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。また、初の海外タイトル「**Deity Wars**」を提供しグローバル展開を開始する

主カタイトルは？



神魔×継承
RAGNABREAK
ラグナブレク



高品質イラストが魅力のカードバトルゲーム

主カタイトルは？

「**神魔 × 継承！ラグナブレイク**」が主カタイトルです

数あるカードバトルゲームの中でも

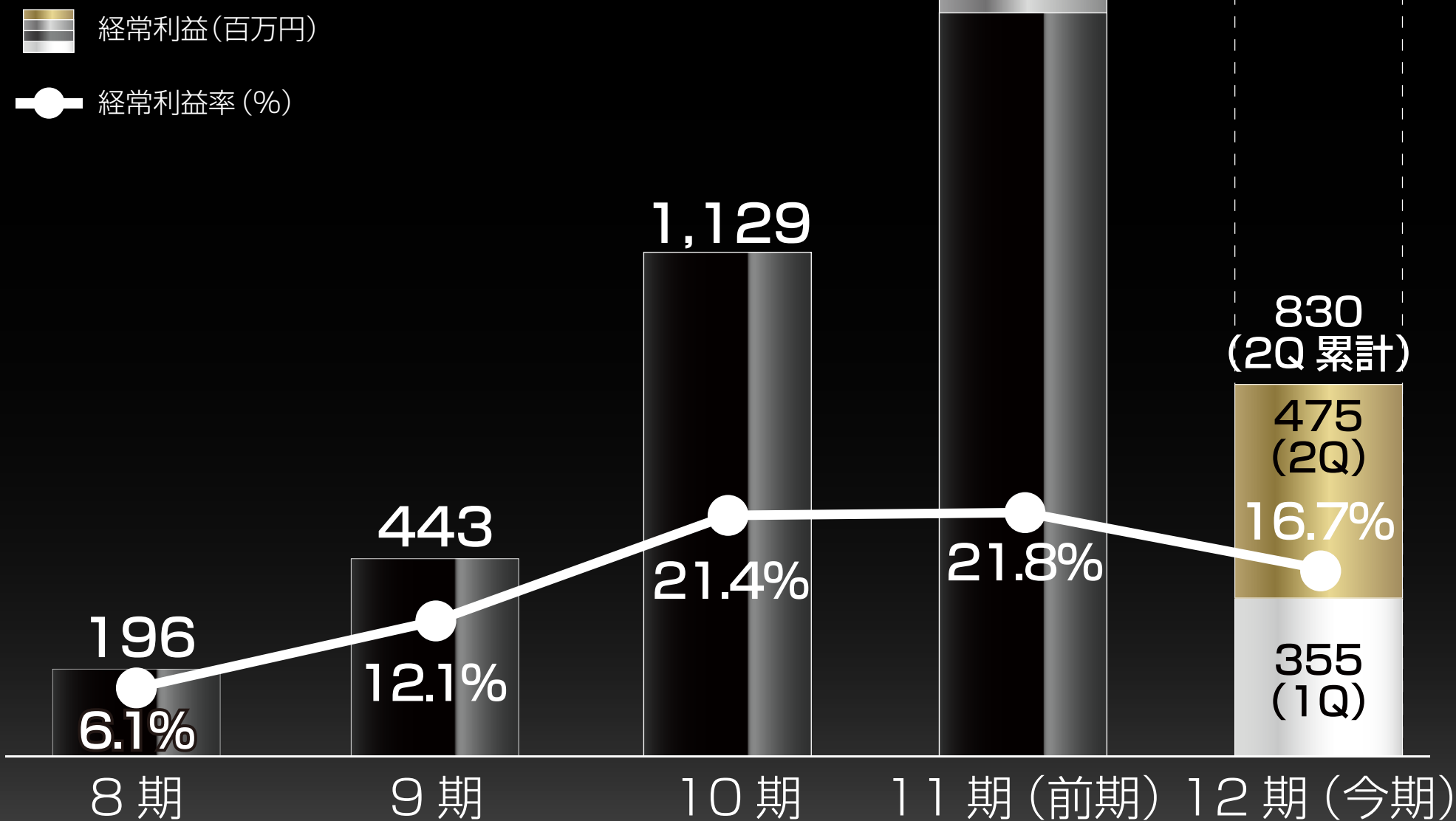
トップクラスの**高品質なカードイラスト**が特徴で、リリース開始から6ヶ月目で会員数100万人を突破し、足元では120万人を超えました
また、MobageのランキングでTOP10入りし、日本を代表するカードバトルゲームへと成長しています

売上推移は？

当2Qの売上高は2,725Mでした
前Q2,252Mから**20%増収 (+472M)**となり
ソーシャルゲームの売上高は**過去最高**を更新しました

増収要因は、主力タイトル「**神魔×継承！ラグナブレイク**」が好調に
推移した事に起因しています

経常利益の推移は？



経常利益の推移は？

当2Qの経常利益は475Mでした
前Q355Mから**34%増益(+120M)**となりました

増益要因は、前Qと比較して売上高が472M増えた事に起因しています

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、「**神魔×継承！ラグナブレイク**」などの高品質オリジナルゲームや「**Deity Wars**」などの海外向けタイトルの提供ができ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 4月~6月 | 当四半期 7月~9月 | 前四半期比 |
|--------|---------------|---------------|----------------|
| 売上高 | 2,252 | 2,725 | +472 (+20%) |
| 労務費 | 276 | 325 | +48 (+17%) |
| 外注費 | 201 | 194 | -6 (-3%) |
| 広告宣伝費 | 172 | 155 | -17 (-9%) |
| 営業利益 | 351 | 472 | +120 (+34%) |
| 四半期純利益 | 205 | 302 | +97 (+47%) |

前四半期から **20%の増収**、**34%の増益** となりました

当クォーターの業績は？

売上高は 2,725M (+20%)、営業利益は 472M (+34%)
四半期純利益は 302M (+47%) となり**増収増益**を達成しました

業績進捗は？

| (百万円) | 2Q 累計実績 | 通期業績予想 | 進捗率 |
|-------|---------|--------|-----|
| 売上高 | 4,977 | 11,000 | 45% |
| 営業利益 | 823 | 2,000 | 41% |
| 当期純利益 | 508 | 1,200 | 42% |

3Q 以降は収益拡大に伴い**進捗スピード**が早まる計画です

業績進捗は？

通期業績予想に対して

売上高 45%、営業利益 41%、当期純利益 42%の進捗率となりました

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**過去最高**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

今後の事業戦略は？

海外版タイトル
「Deity Wars」



海外マーケット

国内マーケット

海外マーケットに果敢に挑戦し、海外売上げ比率を高める

今後の事業戦略は？

当社は、2012年7月13日に初めての海外向けゲームとして「**Deity Wars**」を提供しました。「Deity Wars」は日本でヒット中の「神魔×継承！ラグナブレイク」を英語版にローカライズしたタイトルになり、英語圏で高い人気を誇っています

今後は、**海外でヒットタイトルが出せる組織作りとノウハウ蓄積**を進め、海外売上げ比率を高めていきます

海外で注力する地域はどこ？



まずは、市場規模の大きい北米を狙う

海外で注力する地域はどこ？

まずは、**市場規模の大きい北米**でのヒットを狙ってゲームを配信していきます

当社からリリースするオリジナルタイトルは、日本だけのヒットを狙って企画するのではなく、北米を軸とした英語圏も含めたヒットを狙って企画をしています

海外でどんなゲームを出すの？



日本でヒット中のオリジナルタイトルをカルチャライズ

海外でどんなゲームを出すの？

日本では、引き続き提供ゲームの選択と集中を進め「神魔×継承! ラグナブレイク」などの高品質オリジナルタイトルに絞って提供していきます

海外向けタイトルは、日本の高品質オリジナルタイトルを、配信先国の言語はもちろん、受け入れられる**イラスト、文化や趣味嗜好にカルチャライズ**をして提供していきます

どうやって海外を強化していくの？

外国人採用比率
15%以上



CROOZ, Inc.



オフショア
開発拠点の計画



CROOZ Asia Pte.Ltd.



現地の人材
採用開始



CROOZ America, Inc

グローバル採用で人材層を厚くし、カルチャライズを強化

どうやって海外を強化していくの？

海外でヒットゲームを生むために、日本の CROOZ 本社では下半期で採用する外国人採用比率を**15%まで引き上げ**ます

これにより、海外向けタイトルを企画、開発していく際に現地の文化や趣味嗜好を強く反映したゲームの提供が可能になります

また、シンガポールに設立した子会社「CROOZ Asia」は10月から本格稼働を開始し、東南アジアでの**オフショア開発**拠点の計画をしています

さらに、アメリカに設立した子会社「CROOZ America」は11月から本格稼働を開始し、最注力マーケットである北米のマーケティングや、現地ニーズを把握しながら企画を進める**現地人材の採用を開始**します

今後注力するデバイスは？

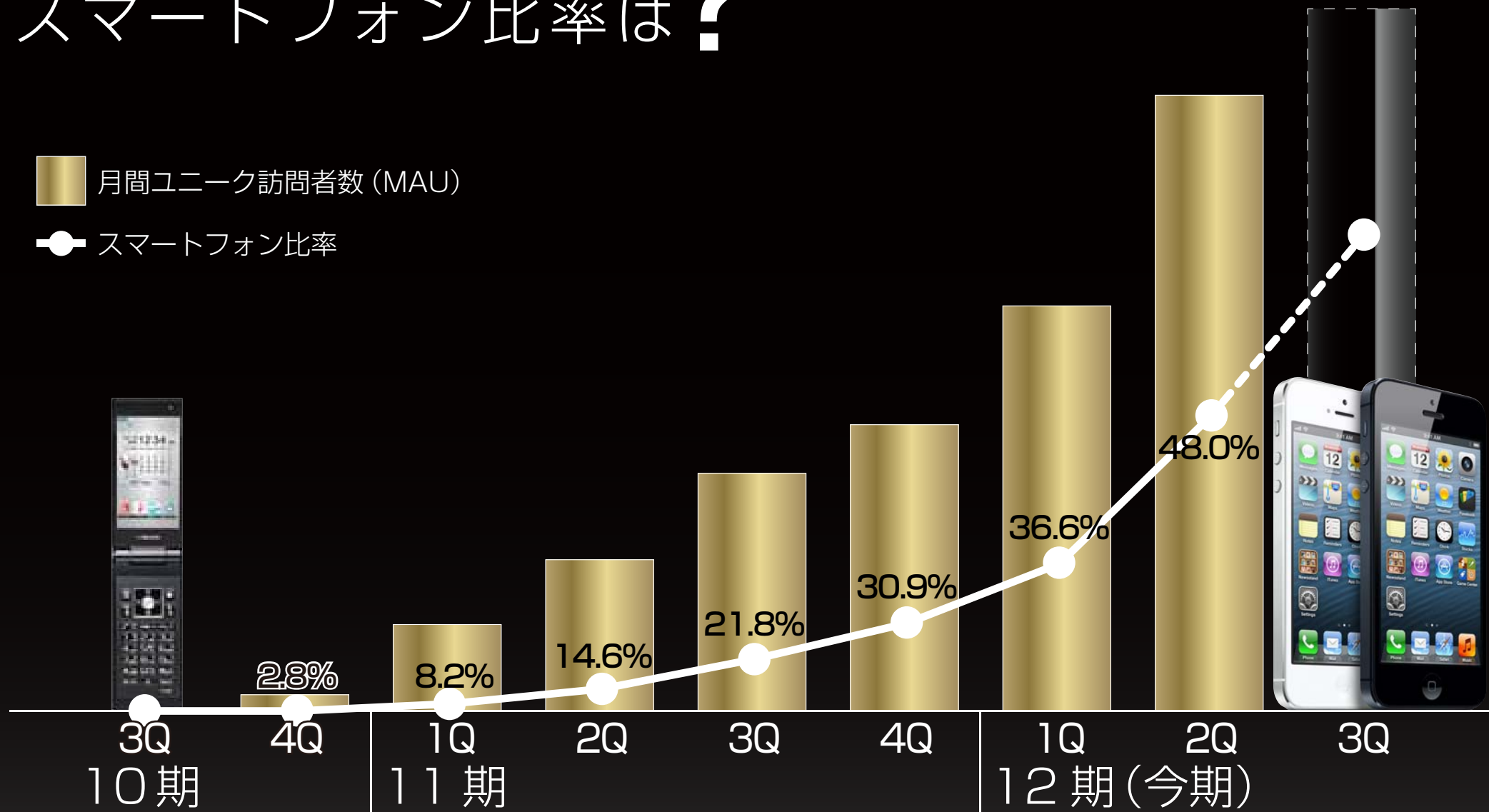


スマートフォンとタブレット端末に焦点を絞り込む

今後注力するデバイスは？

当面は、成長を続ける**スマートフォンに注力**してゲームを提供してまいります
また、iPadなどのタブレット端末へのゲーム配信も平行して進め、海外マーケットで成長が予想されるデバイスに焦点を絞り込みます

スマートフォン比率は？



訪問者の**約半数**がスマートフォンユーザーに移行済み

スマートフォン比率は？

当社が提供する主力ソーシャルゲームの場合、スマートフォン比率はクォーター毎に着実に増加し、いまや訪問者の**約半数**がスマートフォンユーザーに移行しています

強化している技術は？



4種の技術

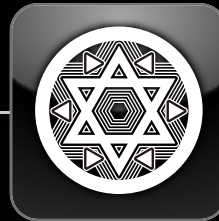
普遍的なネット技術



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 |
| 「 インフラ力 」 | 届ける技術 |
| 「 マーケティング力 」 | 伝える技術 |
| 「 デザイン力 」 | 見せる技術 |

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

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9月末時点現在4,890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。

以上で第 2Q 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

「ラグナブレイク」から10年後の平行ワールドが舞台
シリーズ続編タイトルとなる「**アヴァロンの騎士**」が…

「ラグナブレイク」に続き好調なスタート



カード以外のエンジンなので今後が楽しみなタイトル

とっておきのお知らせ

10月10日、新作ソーシャルゲーム「**アヴァロンの騎士**」を Mobage で配信開始し、会員登録数が3日間で10万人を突破しました
「アヴァロンの騎士」は、「神魔×継承!ラグナブレイク」と**世界観を統一**した10年後の平行ワールドが舞台で、同じシリーズのタイトルです

「アヴァロンの騎士」がカードバトルゲーム以外でヒットを出した事は、今後のクルーズのソーシャルゲームにおいて大きな資産となり、新たな成長エンジンが生まれました

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

国内は「ラグナブレイク」と「アヴァロン」に
積極的に広告宣伝投資を実施します

海外事業を強化するため採用費の投資を実施し
積極的にグローバル人材を採用します

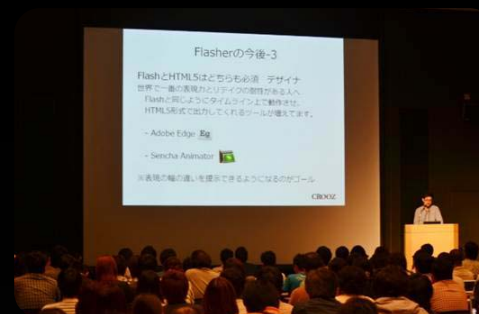
次のクオーターにGOOD NEWSをつくり出すための 皆様への重要なメッセージ

1. 当社 No.1 タイトル「**神魔×継承!ラグナブレイク**」と「**アヴァロンの騎士**」のトップラインを更に押し上げるため、積極的な広告宣伝を実施します
2. 今後の重要な事業戦略である**海外事業**の強化のため、日本本社の外国人採用や海外子会社での現地採用など採用費の投資を実施し積極的にグローバル人材を採用します

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

例



アヴァロンの騎士
リアルタイムギルドバトルゲーム、「ラグナブレイク」の続編
配信開始からわずか3日で10万人突破


テックヒルズ (Tech Hills)
CROOZ が主催する次世代技術の可能性を追求する技術勉強会
3回目開催で来場者数は200名を超え、4回目は1週間で予約数300名超え



SHOPLIST.com by CROOZ
「毎日のファッションをオシャレに」する通販サイト
東京ガールズコレクションと連動して、多数の人気ブランドも出展

アジア歌姫オーディション
次世代ファッションアーティスト発掘オーディション
CROOZブロガー700万人からグランプリを決定、レコチョク初登場1位

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：267名です。(当2Q末時点)

Q：上半期だけで社員が70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。(前期末時点)

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割がマーケティングや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。(前期末時点)

 前期は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。(前期末時点)  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。(前期末時点)  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：インフラチームを除いた人員は、クリエイターやデザイナーも含め約190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。
また、オリジナルゲームでヒットを出せるノウハウも強みです。

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：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。

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：オリジナルタイトルを軸に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、積極的に海外売上の獲得も狙います。

 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。

さらに、2年連続でJASDAQ市場を代表する20社として位置づけられる「JASDAQ-TOP20」の構成銘柄に選定されました。

Q：ソーシャルゲームにおいて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。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、具体的に教えて下さい？

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。

Q: シンガポールとサンフランシスコに子会社を設立した目的は何ですか？

A: シンガポールの子会社は、東南アジアや中華圏のマーケティング拠点になります。オフショア開発の構築も進めています。サンフランシスコの子会社は、今後の注力マーケットである北米のマーケティング拠点になり、積極的に収益獲得を目指します。

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

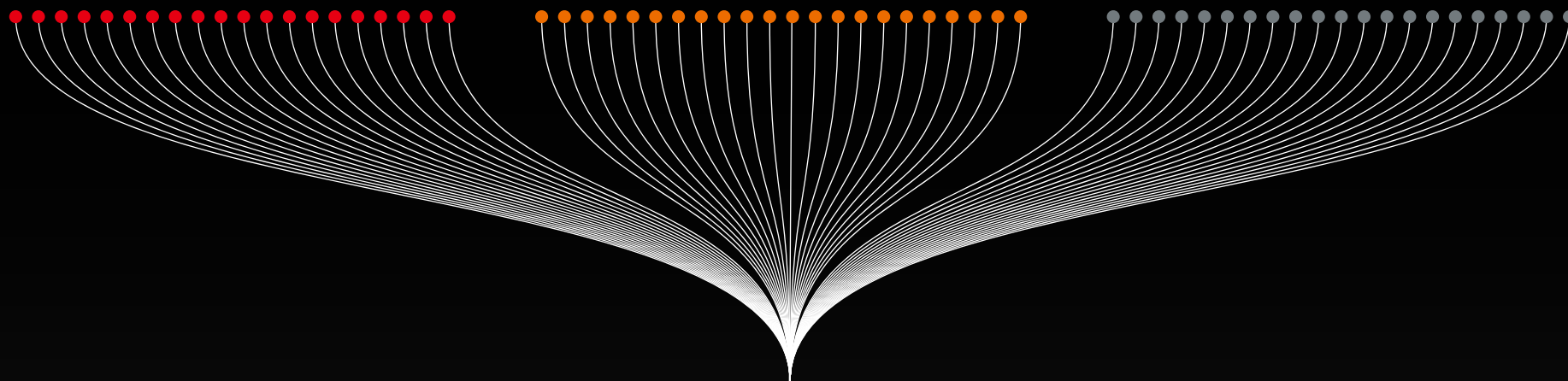
約 5,987万人

au

約 3,467万人

SoftBank

約 2,834万人



ゲームプラットフォーム



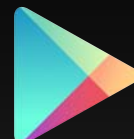
mixi

YAHOO! JAPAN mobage

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たら
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たら
この武器を買ってみよう」

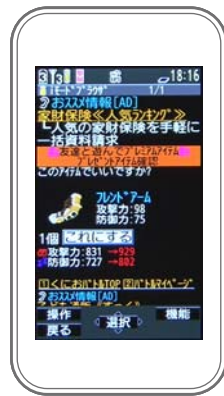
課金収益
アイテム販売
による収益



「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たら
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！」

ユーザー数の増加
ユーザーによる
友達の入会勧誘

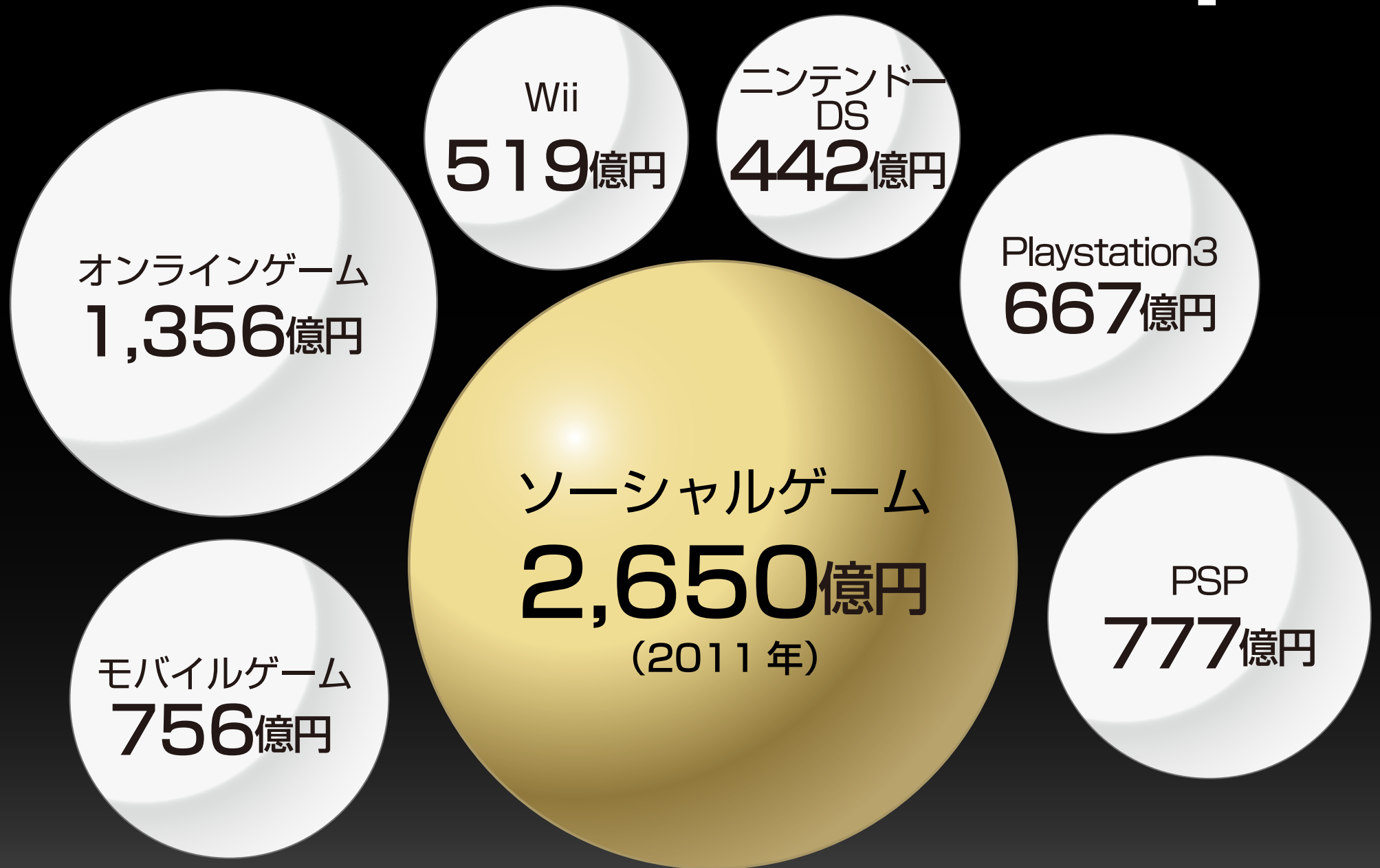


「武器を買って攻撃力があがったので有利に
すすめられる！」

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？



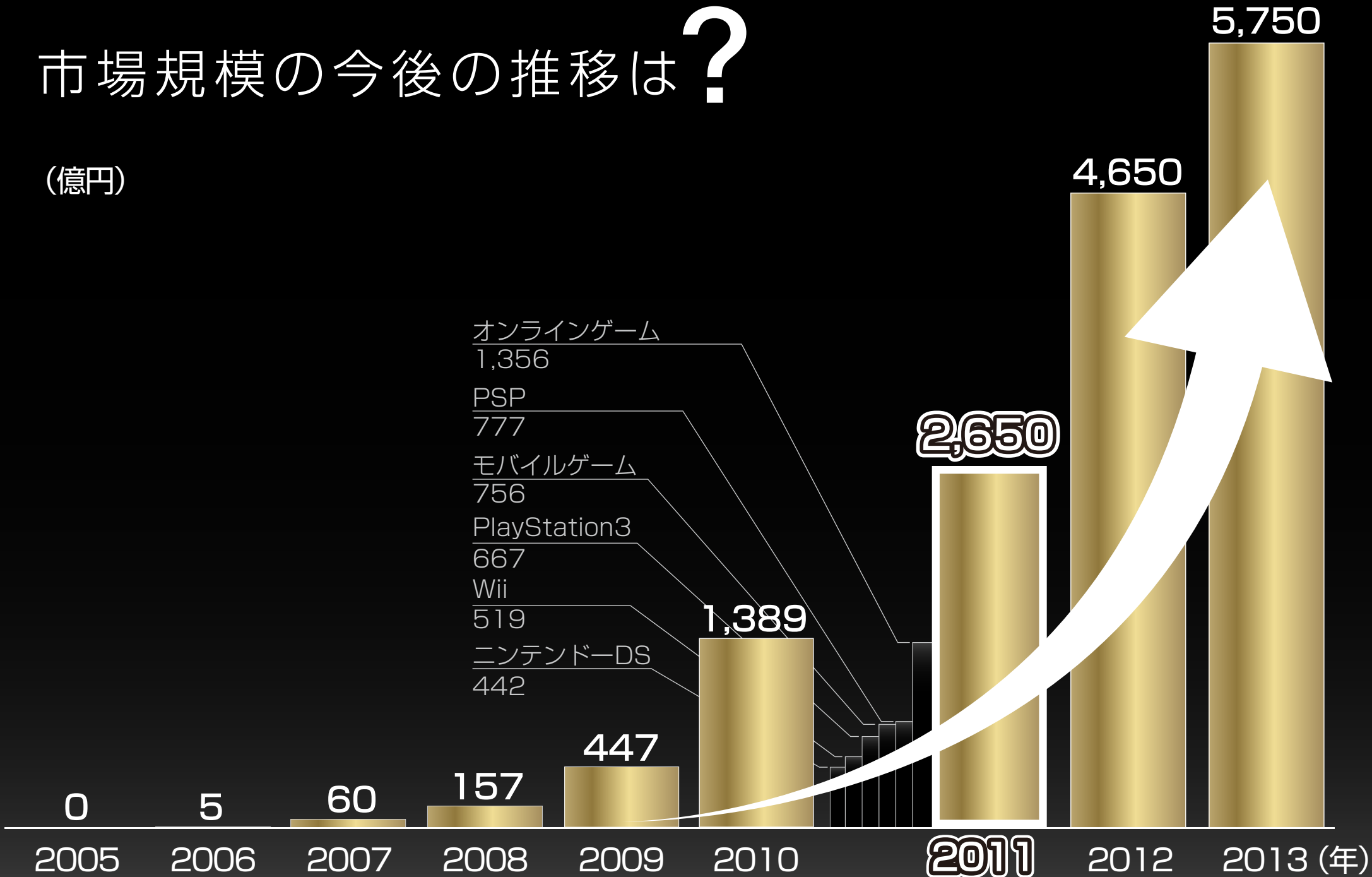
ソーシャルゲームの市場規模はどれくらい？

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

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