


# 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：516名です。(2013年9月末時点)

Q：前期4Qから1Qにかけて社員が123名増えている理由は？

A：BANEX 吸収合併が主な要因です。他社が苦戦するブラウザの優秀なクリエイターは充足し、ネイティブの採用に特化できます。  
また、CROOZ Korea はマーケティング、プロモーション以外にゲームの企画・開発を行うので、従業員数は36名となります。

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。(2013年9月末時点)

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：1年6ヶ月です。(2013年9月末時点)

 2年前は3.5年と業界でも高水準だったが、この2年で300名近く増員したので平均勤続年数が下がった。

Q：離職率は？

A：8%です。(2013年9月末時点)  IT企業として適正率。10%前後が目安。

Q：平均給与は？

A：503万円です。(2013年9月末時点)

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：アヴァロンの騎士、HUNTER×HUNTER、ラグナブレイク、ドラゴンブレイクのように集客力の強いタイトルを持っていること、多様なマーケティングキャリアを長く持つ役員陣と独自のデータベース「Compass」による高いマーケティング力、大規模プロモーションを継続投資できるだけの資本力とプロモーションノウハウ、大手人材紹介会社のアンケート調査で社風No.1に選出された実績を持つほどの採用力があることなどが挙げられます。

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、仕組化をしています。

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：独自で Apple 社の App Store、Google 社の Google Play 向けにネイティブアプリを積極的にリリースします。一方でブラウザゲームの手は緩めません。No.1 を目指して市場シェアを拡大していきます。SAP 各社がネイティブに一極集中している今、数千億円以上あるブラウザマーケットのシェア拡大のチャンスです。

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：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。ただ、今後はこの層に限らず、より幅広い層を海外含めターゲットとしていきます。

Q：海外に子会社を設立した目的は何ですか？

A：マーケティング、プロモーション拠点です。シンガポール、アメリカ、韓国の3か国に加え、8月にドイツ支社を設立しました。今後もマーケットが大きいエリア、マーケット拡大が望めるエリアには、積極的に拠点を設立し、収益獲得を目指します。

Q：今後ブラウザ市場はどうなると思いますか？

A：数億円市場はなくならないし、他社がネイティブに行くならむしろチャンスです。BANEX 吸収合併でブラウザの優秀なクリエイターは充足したので開発の手は緩めません。当然、ネイティブにも注力しています。

Q：2013年10月1日に行われた株式分割について

A：2001年11月27日に証券取引所が公表した「売買単位の集約に向けた行動計画」により、1株を100株に分割して、100株を1単位とします。あわせて定款の一部を変更しました。この株式分割と単元株制度の採用に伴う投資単位の実質的な変更はありません。

Q：インターネットコマース事業の売上シェアは？

A：2割です。残り8割がインターネットコンテンツ事業です。

Q：海外の人員構成は？

A：CROOZ Korea はマーケティング、プロモーション以外にゲームの企画・開発を行うので、従業員数は36名、その他のエリアはマーケティング、プロモーション拠点として各2～3名です。

Q：ネイティブのクリエイターは何人ですか？

A：70名前後です。(2013年9月末時点)

Q：ブラウザとネイティブの違いって？

A：たくさんあるので一言では言えませんが、例えばブラウザはダウンロードが不要で、ネイティブは必要です。ブラウザはすぐにゲームをはじめられますが、ネイティブは少し時間がかかります。そのため、ネイティブは入力を一回一回 Web で読み込まないので、サクサクゲームをすることができます。

Q：ブラウザとネイティブは作り手にとってどう違うんですか？

A：ブラウザゲームは一つゲームをつくれればいろんなプラットフォームに展開できますが、ネイティブアプリは同じゲームでも App Store 用、Google Play 用と別々に作らないと展開ができず、表現力が豊かなので作り込みが必要です。ブラウザゲームより時間とお金がかかります。また、ネイティブアプリはブラウザゲームより歴史が浅いため、経験豊富な技術者が少なく採用が困難です。

# 参考 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

## 参考 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。
- 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

# 参考) 配当額と配当性向の推移は？

|              | 8期   | 9期   | 10期   | 11期   | 12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   | 169   |
| 配当性向 (%)     | 28.0 | 22.5 | 28.9  | 16.7  | 14.8  |

上場の翌期から每期配当を実施しています



## 参考 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

12期は、前述のとおり、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ため、1株当たり年間配当額は前期と同額としました

今後についても、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。

# 参考) 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

## 参考 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」

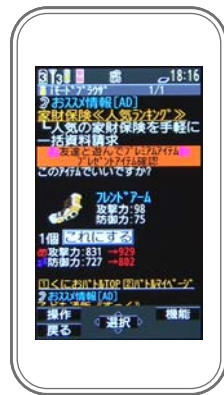
課金収益  
アイテム販売  
による収益



「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？

オンラインゲーム  
1,376億円

ニンテンドー  
3DS / DS  
1,332億円

モバイル  
ゲーム  
696億円

ソーシャルゲーム  
4,650億円  
(2012年)

Playstation3  
632億円

Wii/WiiU 315億円

407億円 PS VITA  
PSP

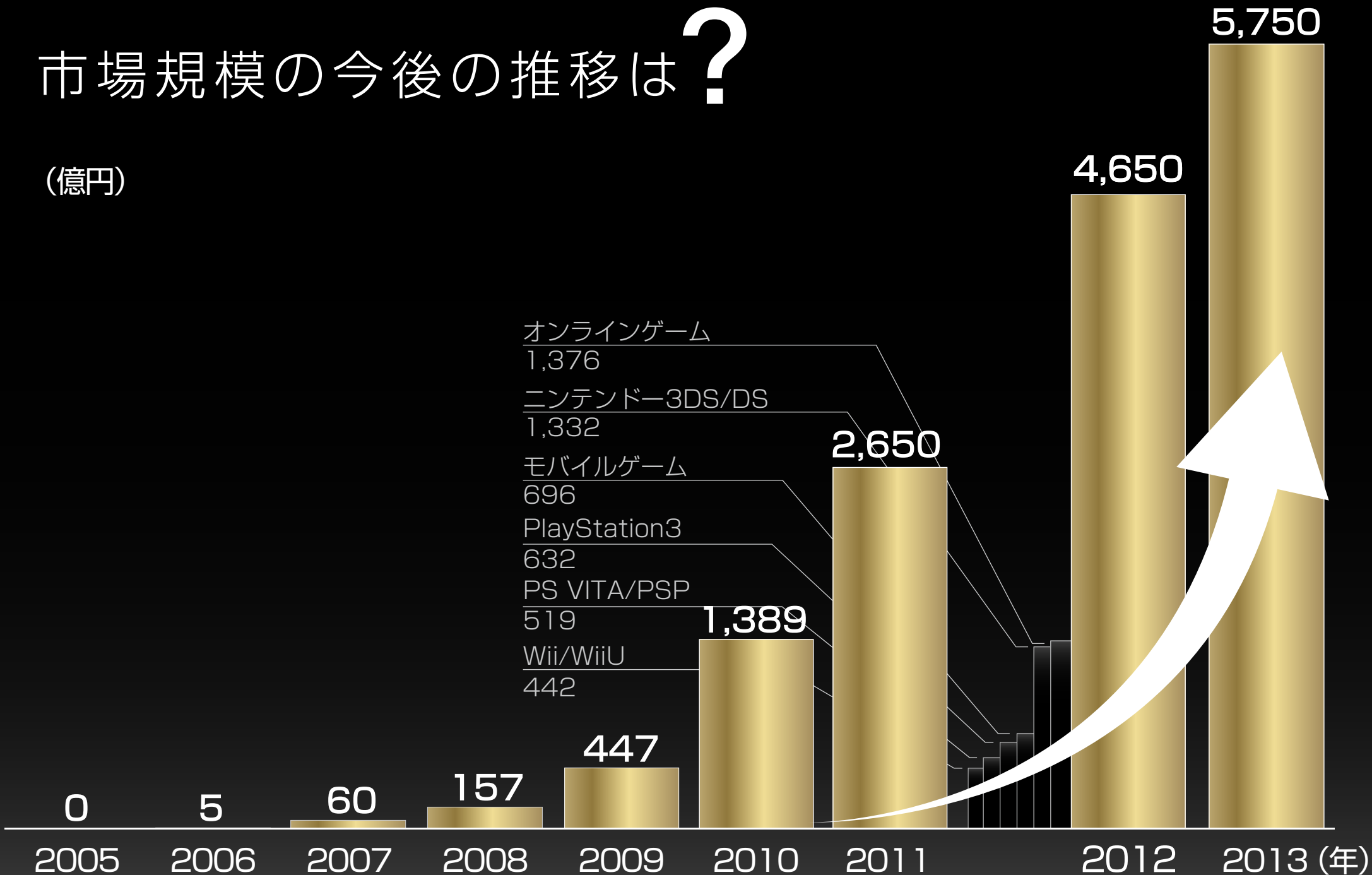
## ソーシャルゲームの市場規模はどれくらい？

ソーシャルゲームの市場規模は2012年で  
**4,650億円**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2012年に4,650億円に到達し  
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  
2013年には6,000億円近い市場となる見込みです

参考

1Qより、連結決算になりました

BANEX 全株式を取得、連結子会社となりました  
BANEX は子会社ではなく吸収したのでクルーズ<sup>※</sup>本体のリリース計画に基づき指揮命令を行い、足並みを揃え開発、リリースを行うので、企業単位での戦略や重点項目、役割、統制、効率を気にする必要はありません

また、CROOZ Asia、CROOZ America、CROOZ Korea  
CROOZ Europe の4社を連結範囲に含め、ForGroove を持分法適用範囲に含めました

※7月1日に BANEX を吸収合併

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