

第14期 通期 決算説明資料

CROOZ

クルーズ株式会社

東証 JASDAQ スタンダード 2138

はじめに

はじめに
4QのGOOD NEWS

事業

クルーズって何やってる会社？
どんなゲームを提供しているの？
4Q～現在までにリリースしたゲームは？
複数プラットフォーム展開や
世界配信など次の展開を控えているゲームは？
なぜすぐに複数プラットフォーム展開や
世界配信、大規模プロモーションをやらないの？
参考) リリース日を公表しない理由
コマースはどんなサービスを提供しているの？
ファッション通販領域におけるポジションは？

業績

業績の推移は？
参考) コマース事業の季節要因
参考) 特別損失の形状
主な費用の推移は？
社員数の推移は？
ネイティブとブラウザの人員割合は？

最後に

ゲーム事業はどうやって成長していくの？
注力すること
コマース事業はどうやって成長していくの？
注力すること
今回の決算発表内容をまとめると
参考) 配当額と配当性向の推移は？
新作ゲーム紹介
SHOPLIST.comの報告
CROOZの夢は？
ご注意
参考) 業績予想について

4Q の GOOD NEWS

皆様へ重要なお知らせ

4QのGOOD NEWS



「ファイナルファンタジーグランドマスターズ」
の開発を行っています

4QのGOOD NEWS

スクウェア・エニックス様が開発・運営する「ファイナルファンタジーXI（イレブン）」の世界観を共有したスマートフォン向け本格オンラインRPG「ファイナルファンタジーグランドマスターズ」をスクウェア・エニックス様と共同開発していることを発表しました

なお、当社は開発会社であり、パブリッシャーはスクウェア・エニックス様であることから「ファイナルファンタジーグランドマスターズ」に関する情報はスクウェア・エニックス様からの発表となります

4QのGOOD NEWS

SHOPLIST.com by CROOZ

今期取扱高が約**100 億円**

前期比**1.4 倍 (+44%)**になりました

4QのGOOD NEWS

SHOPLIST.com 通期取扱高が約 100 億円 (99 億 89 百万円) となり、過去最高を更新しました

2012 年 7 月にサービスを開始し、初年度の取扱高は約 23 億円、次年度は約 69 億円、3 年目の今期は約 100 億円、前期比 1.4 倍 (+44%) と拡大を続けています

業績をご説明する前に

まずは、クルーズのご紹介を致します

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



今はソーシャルゲームとコマースをサービスの柱にしています

どんなゲームを提供しているの？



mobage m Ameba



mobage



mobage



ANDROID APP ON
Google play



Download on the
App Store

ANDROID APP ON
Google play

amazon Available at
amazon

Mobage を中心に複数のヒットタイトルと
日本と世界に向けたネイティブゲームを提供しています

どんなゲームを提供しているの？

Mobage を中心にラグナブレイク、アヴァロンの騎士、HUNTER×HUNTER といったヒットタイトルと、App Store、Google Play を中心にネイティブゲームを日本と世界に向けて提供しています

4Q ~現在までにリリースしたゲームは？



ANDROID APP ON
Google play



ANDROID APP ON
Google play

© 岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえる
© GREE, Inc. / CROOZ, Inc.
Produced & Developed by GREE / CROOZ
Co-Produced by BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



mobage

エレスト、NARUTO -ナルト- 忍コレクション 疾風乱舞
IS など合計ネイティブ 6 本 ブラウザ 2 本リリースしました

4Q～現在までにリリースしたゲームは？

4Q～現在までに、エレスト、NARUTO - ナルト - 忍コレクション 疾風乱舞、IS<インフィニット・ストラトス>など、合計ネイティブゲーム6本、ブラウザゲーム2本をリリースしました

タイトル名	リリース日	配信済エリア	ネイティブ			ブラウザ
			App Store	Google Play	Amazon	Mobage
エレメンタルストーリー	1/15	日本		●		
Drop Assault	1/15	世界	●	●	●	
Breakin' Grounds	2/4	世界	●			
ソードアート・オンライン プログレス・リンク (配信元/バンダイナムコエンターテインメント)	2/9	日本				●
Card King	3/13	一部の国・地域	●			
Poppin' Juicy	3/13	世界	●			
NARUTO - ナルト - 忍コレクション 疾風乱舞	4/30	日本		●		
IS<インフィニット・ストラトス>	5/7	日本				●

複数プラットフォーム展開や 世界配信など次の展開を控えているゲームは？

複数プラットフォーム展開



複数プラットフォーム展開



世界配信



複数プラットフォーム展開



エレスト、NARUTO -ナルト- 忍コレクション 疾風乱舞
Card King、IS の4本です

複数プラットフォーム展開や 世界配信などを次の展開を控えているゲームは？

すでにリリースされていて、複数プラットフォーム展開や世界配信などを控えているゲームが4本あります

エレスト App Store 版、NARUTO - ナルト - 忍コレクション 疾風乱舞
App Store 版、Card King 世界配信、IS<インフィニット・ストラトス>
App Store 版・Google Play 版を予定しています

※本発表は現時点のものであり、市場動向に応じて計画が変更になる場合があります

※本発表はリリース時期が迫っていることを意味しているものではありません

なぜすぐに複数プラットフォーム展開や
世界配信、大規模プロモーションをやらないの？

最小コストで最大の効果を得られるように
経営資源を投下するため

なぜすぐに複数プラットフォーム展開や世界配信、大規模プロモーションをやらないの？

万全な状態でリリースするのはもちろんですが、リリース初期は、実際にユーザーがプレイして初めて発生する不具合対応やユーザーデータを参考に継続的にプレイしたくなるようなゲームバランスの調整、大人数が同時にプレイしてもスムーズに通信するためのネットワーク、データベース負荷調整など、リリース前では対応できないゲームクオリティ向上のための期間に充てています

この期間を設けずに複数プラットフォーム展開や世界配信、大規模プロモーションなどを行っても、一時的にユーザーは集まりますが、すぐに離れてしまい、結果的に掛けたコストが無駄になり、売上が上がらないゲームになってしまう可能性があります。そのため、ゲームクオリティ向上のための期間をしっかり設けることで、集客できたユーザーが定着する可能性が高まり、最小コストで最大の効果を得られるように経営資源を投下することができると考えています

コマースはどんなサービスを提供しているの？



ファストファッション通販サイトを提供しています

コマースはどんなサービスを提供しているの？

レディース、メンズ、キッズと幅広いターゲット層にむけて、ファストファッション通販サイトを提供しています

当社が企画・運営を行っているブログサイト CROOZblog のユーザーを SHOPLIST.com に送客することでサービス開始 1ヶ月目から 1億円超の取扱高を記録、その後、商品数・ブランド数拡大、プロモーション強化、物流強化を行うことでユーザー数が拡大していきました。2014年10月には、SHOPLIST.com 初となるクロスメディアの大規模プロモーションを実施し、今期取扱高は約 100 億円となりました

10代後半～20代半ばの女性から高い支持を受けており、今後はメンズやキッズも拡充していきます

ファッション通販領域におけるポジションは？

2013年6月～2014年5月に迎えた決算期の売上比較

ZOZOTOWN	385 億円
ユニクロオンラインストア	242 億円
マルイウェブチャネル	192 億円 ※1
マガシーク	112 億円
fashionwalker.com	86 億円 ※1
PEACHJOHN THE WEB	70 億円 ※1
SHOPLIST.com	64 億円 ※2



今期取扱高は約 100 億円 ※3
TOP5 入りが狙える位置に来ました

※1 月刊ネット販売誌による推定 ※2 SHOPLIST.com の前期売上は 6,489M となり、上記は小数点以下切り捨てとなります

※3 今期取扱高は 99 億 89 百万円、売上は 96 億 85 百万円となりました

ファッション通販領域におけるポジションは？

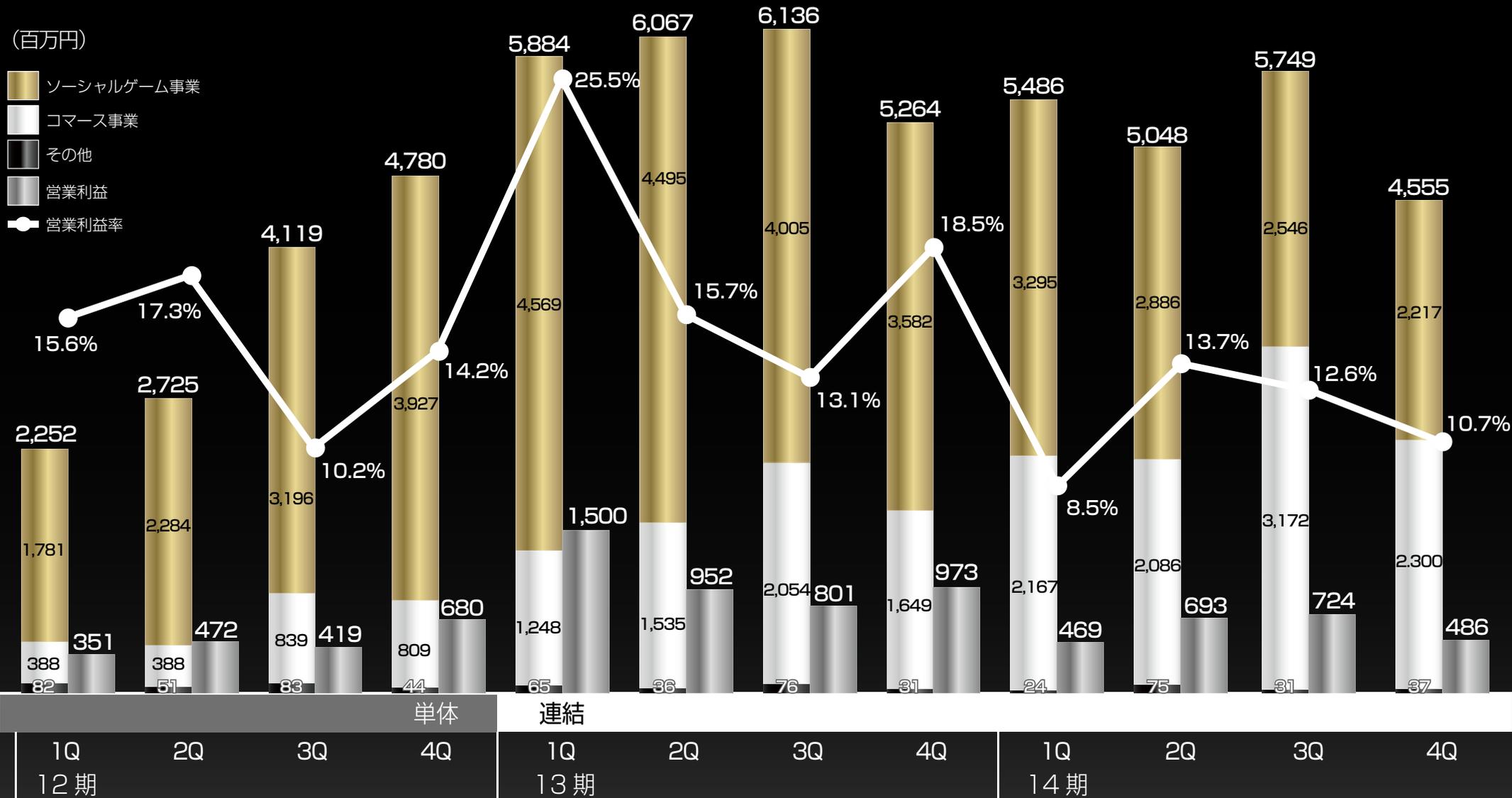
2014年7～8月に通販新聞社が実施した、通販・通教実施企業約1,000社を対象とする調査結果をもとにした月刊ネット販売2014年10月号「ネット販売白書」によると、衣料品を専業とするEC実施企業64社中、2013年6月～2014年5月に迎えた決算期の売上を比較したランキングでSHOPLIST.comは7番目に位置付けています

そして今期は、取扱高が約100億円（売上96億85百万円）となり、サービス開始3年目でTOP5入りが狙える位置に来ました

SHOPLIST.comは拡大を続けており、今は利益よりも投資を優先し、売上規模拡大を重視しています

業績はどうかの？

業績の推移は？



4Q は 3Q 比減収減益となりました

(コマース事業の4Qの売上は季節要因であり、次のスライドで詳しく説明します)

業績の推移は？

4Q は 3Q 比減収減益となりました

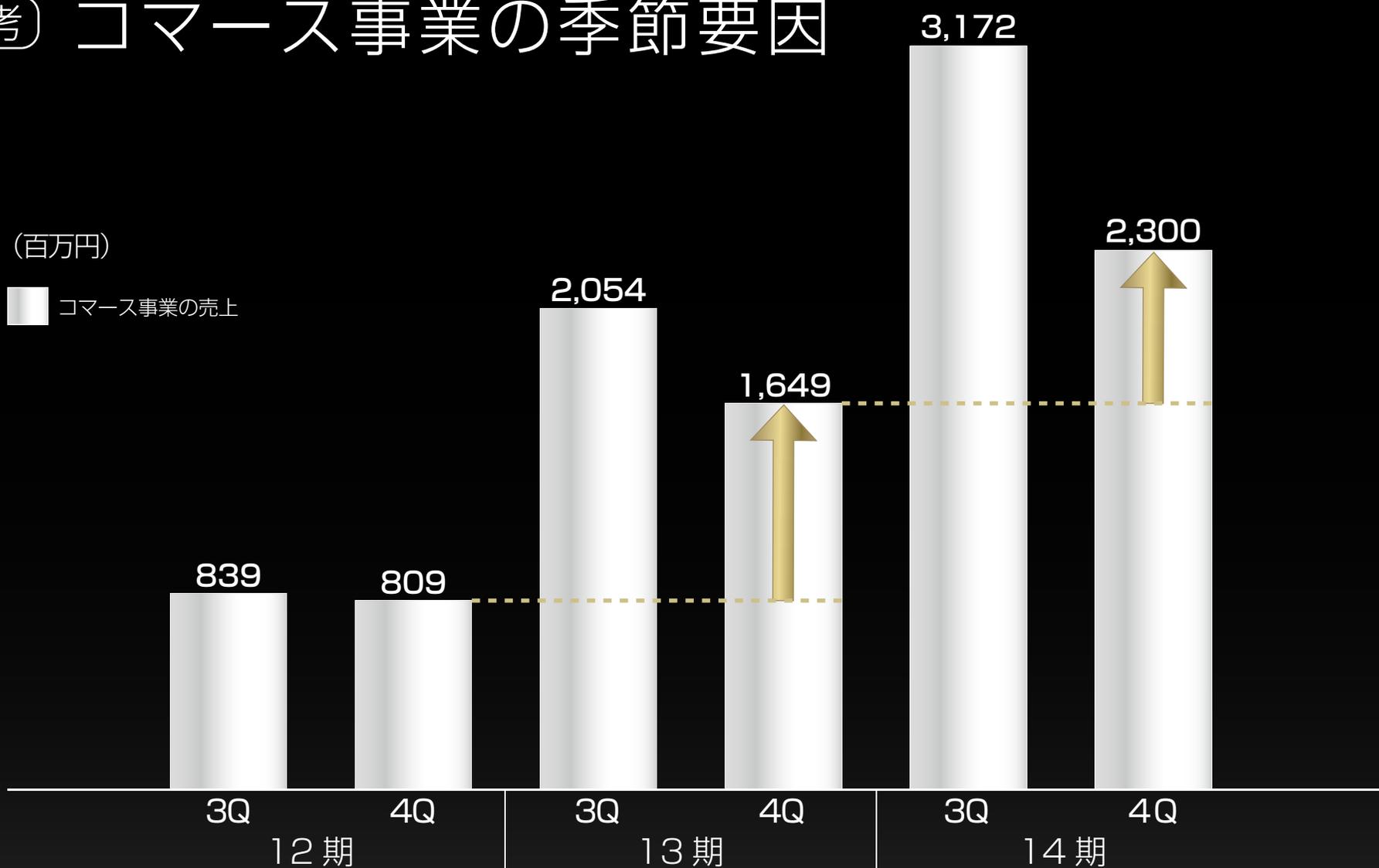
減収の理由は、ソーシャルゲーム事業において、引き続きブラウザゲーム市場全体の動向が影響したことと、ネイティブゲームによる売上貢献がまだ大きくないことから、3Q 比 329 百万円の減少となりました。コマース事業は季節要因により 3Q 比 872 百万円の減少となったことによるものです。なお、コマース事業の柱である SHOPLIST.com は服飾品を扱っていることから、毎 4Q は 3Q 比売上が落ち込みますが、前期同 Q と比較すると好調に推移しています。詳細は次のスライドで説明します

減益の理由は、4Q の宣伝費が 3Q 比 249 百万円の減少、労務費が 3Q 比 83 百万円の減少となりましたが、全体の売上が 3Q 比 1,194 百万円の減収となったことによるものです

参考) コマース事業の季節要因

(百万円)

■ コマース事業の売上



3Q から 4Q の売上推移は季節要因であり通年の慣習
前期同 Q と比較すると好調に推移しています

参考) コマース事業の季節要因

一般的に、消費者が秋冬物の洋服を買い揃えるピークは10～12月頃であり、2月頃には秋冬物のニーズが落ち込み、春夏物のニーズが湧き始めますが、季節の変わり目になるので十分に商品が出そろっていません。それに伴い、3Q（10～12月）はSHOPLIST.comの大型SALEを行い、4Q（1～3月）は行わないため、3Qは毎年大きな売上を作りやすいQとなります

一方、今期4Qと前期4Qの売上を比較すると+39%で拡大しており、コマース事業は好調に推移しています。このように、コマース事業の業績は季節要因が影響することから、前Qとの比較ではなく、前年同Qとの比較が適しています

参考 特別損失の計上

4Q に約 3 億円の特別損失を計上

ヒットが見込めない開発中ゲームの中止と
大きな売上が見込めないリリース済ゲームを終了
クリエイターを新規開発に充当しました

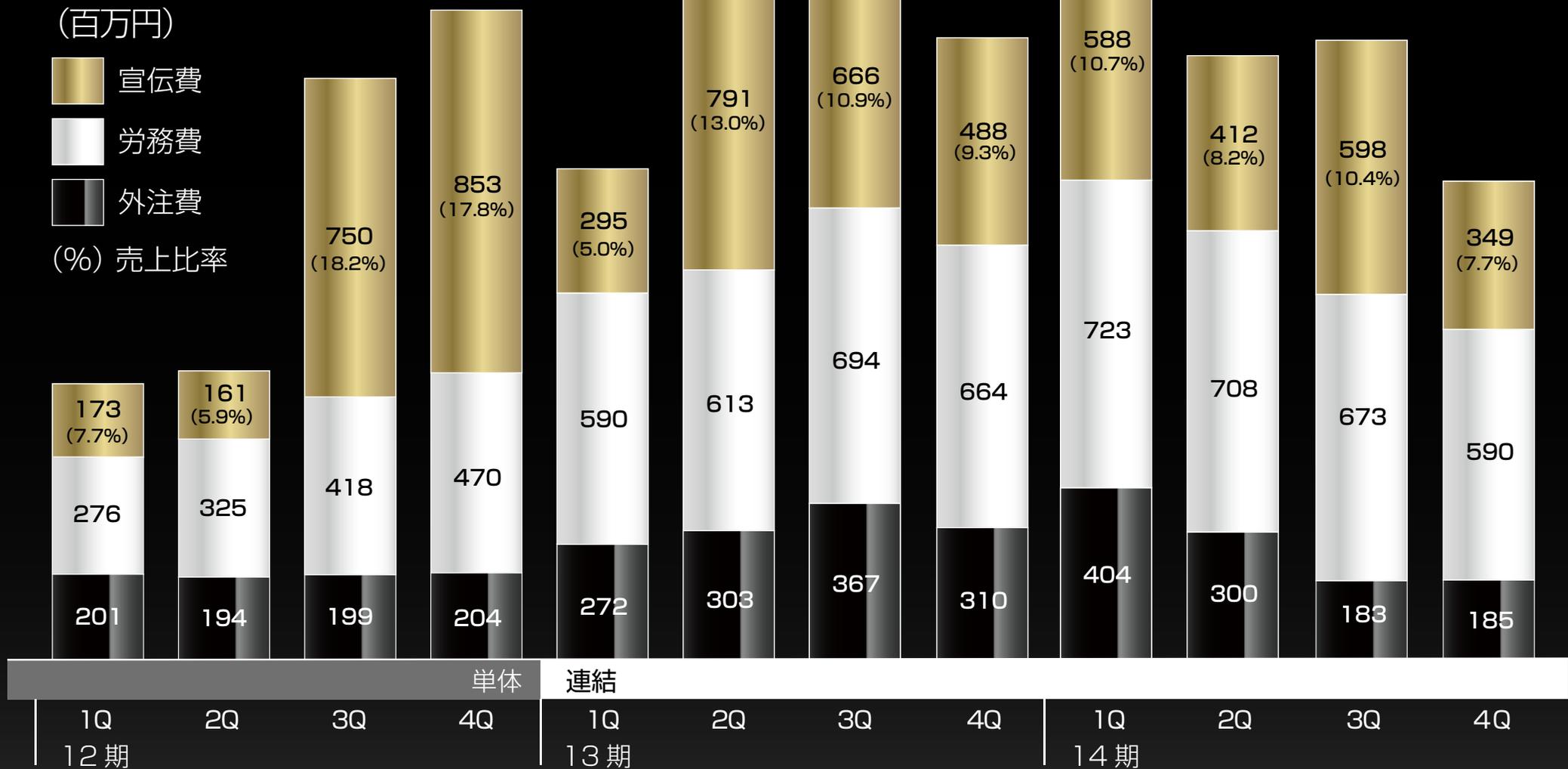
参考 特別損失の計上

新規開発のチャレンジ回数を最大化し、ヒットの見込みがあればリソースを集中投下、見込みがなければコストが積み上がる前に即中止というサイクルが、ヒット確率を高めるために重要になります。4Qについては、ヒットが見込めない開発中ゲームの中止と今後大きな売上が見込めないリリース済ゲームを終了し、230百万円の損失を計上しました。これにより、クリエイターを開発中の大型タイトルやその他の新規開発に充当しました

また、オフィス戦略の見直しを行い、子会社や事業部門単位でのオフィススペースの変更を行うため、オフィスの一部設備を撤去することとしました。これにより、74百万円の損失を計上しました

これらにより、4Qに約3億円（304百万円）の特別損失を計上しました

主な費用の推移は？



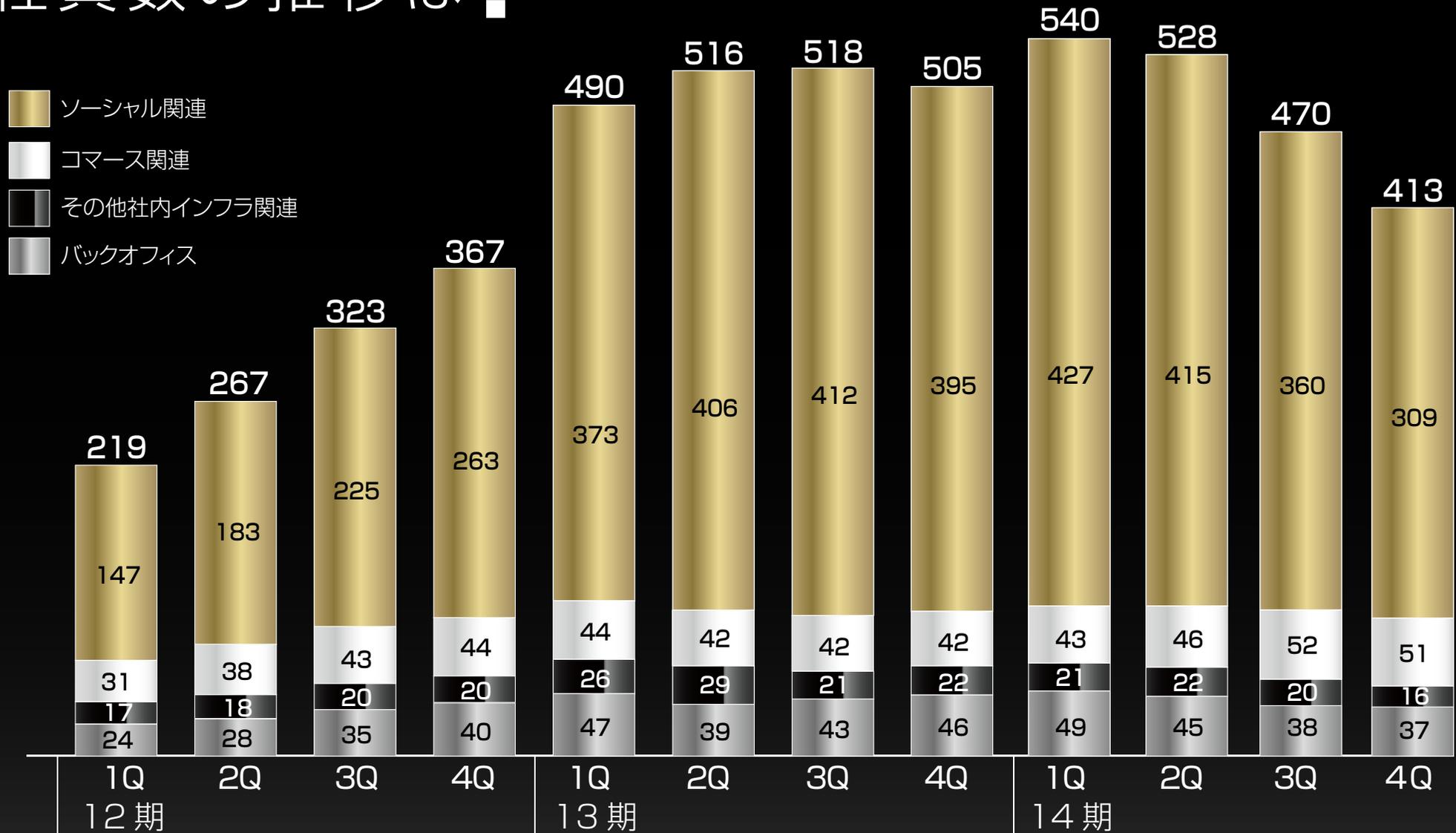
4Q は宣伝費と労務費が 3Q 比減少となりました

主な費用の推移は？

4Qは、宣伝費と労務費が3Q比減少となりました。宣伝費の減少は、3QにSHOPLIST.comのクロスメディアの大規模プロモーションを実施しましたが、4Qは季節要因により高い費用対効果が見込めないため実施しなかったことによるものです。宣伝費は、売上の10%を目安に投資を行っておりますが、ゲーム事業、コマース事業ともに積極投資する際は10%を超える場合があります。労務費の減少は、ブラウザを中心としたコストの適正化やCROOZ Koreaの売却などによるものです。

なお、来期1Q(4～6月)の主な費用の見込み*について、宣伝費は売上の10%を目安としておりますが、前述の通り状況に応じて変わる可能性があります。労務費は600百万円前後、外注費は200～250百万円程度を見込んでいます。

社員数の推移は？



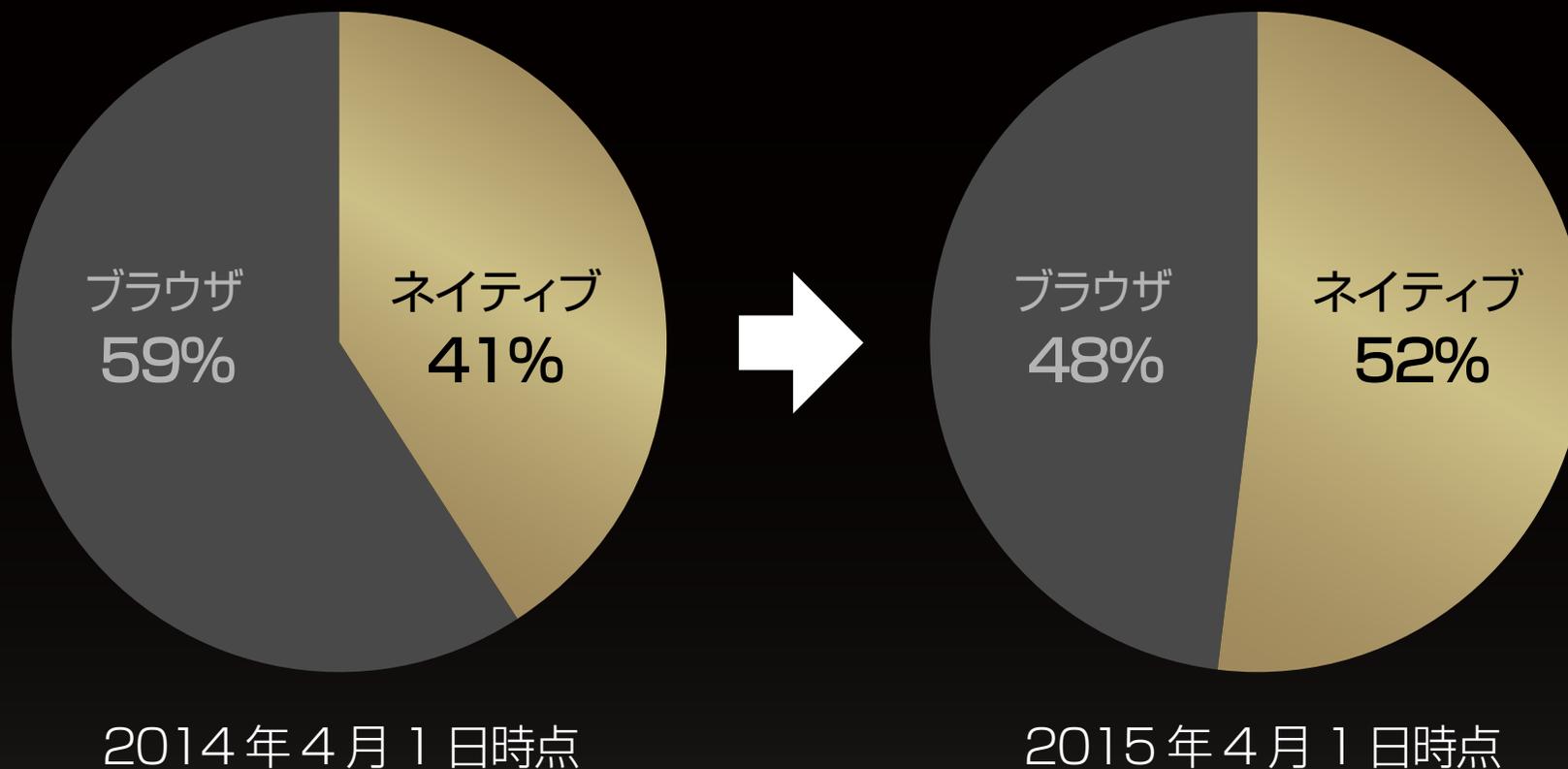
4Q は 3Q 比減少となりました

社員数の推移は？

4Q は 3Q 比減少となりました

ブラウザゲームの運用を効率化することで人員数の適正化を行っていることやブラウザからネイティブへクリエイターの移行が進んでいるため新規採用を抑制できたこと、CROOZ Korea の売却などが要因です

ネイティブとブラウザの人員割合は？



ネイティブを厚くしていきます

ネイティブとブラウザの人員割合は？

クリエイターのネイティブとブラウザの割合は、2015年4月1日時点でネイティブ52%、ブラウザ48%になりました

ブラウザゲームは今後も運用効率化を行い、売上規模に応じた人数の適正化を進めながら、ネイティブへの移行を推進し、ネイティブゲーム開発の人材を厚くしていきます

で、ゲーム事業はどうやって成長していくの？

ネイティブゲームでヒット作を出せていないので

まずはヒットさせることに注力します

そのためにも…

ヒット率の最大化

複数のヒット実績がある RPG に重点をおいて開発しています

注力すること

ラグナブレイクやアヴァロンの騎士は、当社オリジナルタイトルとしてリリースし、リリースから2年以上経過した今でも、多くのユーザーを魅了し続けるRPGとなり、HUNTER×HUNTERは、原作の魅力を最大限に引き出すことで、多くの原作ファンに支持されるRPGとなっています

RPGで複数のヒットゲームを生み出してきた実績は、ノウハウとして蓄積されています。オリジナルタイトルやファイナルファンタジーグランドマスターズを含め、RPGに重点をおいて複数の新作ゲームの開発を行っており、今まで培ってきたノウハウをフル活用することでヒット率を最大化させ、ネイティブゲーム市場で勝負していきます

チャレンジ回数最大化

見込みがなければ即中止 次のチャレンジに移ります

注力すること

開発中のゲームで、ヒットの見込みがないと判断すればコストが積み上がる前に即中止、クリエイターを次のチャレンジに移すことでチャレンジ回数を最大化させます

魅力的な著作権を活用したゲーム開発

ウェーバー設立により著作権管理会社と強固な信頼関係を構築します

注力すること

版權を活用したゲームに特化した戦略子会社ウェーバーを設立しました

オリジナルと版權を活用したゲームは、ヒットさせるための戦略が異なります。当社は、HUNTER×HUNTER など版權を活用したゲームのヒット実績があり、ウェーバーを設立することでより専門性を高め、版權を管理する企業と強固な信頼関係を構築し、多くのファンを抱える魅力的な版權を活用したゲーム開発の権利獲得を目指します

で、コマース事業はどうやって成長していくの？

SHOPLIST.com の継続拡大に注力します

そのためにも…

商品数・ブランド数の拡大

新規ユーザー獲得と商品力強化につなげます

注力すること

SHOPLIST.com はサービス開始以来、順調に商品数とブランド数を増やすことでユーザーを獲得し、拡大してきました

4月には、女性を中心に高い認知度と絶大な人気を誇る「PEACH JOHN」が新規オープンしました。今後も、商品数・ブランド数の拡大に注力し、新規ユーザーの獲得と、SHOPLIST.com の商品力強化につなげ、さらなる業績拡大に努めます

プロモーションの強化

Web だけでは届かないユーザーの獲得を狙います

注力すること

外部調査機関を使って、SHOPLIST.com の認知度と利用率に関するアンケートを実施したところ、他ファッション通販サイトと比較して認知度が低かったものの、認知している人の利用率が高いということがわかりました。つまり、認知度を高めれば多くの人が利用してくれるという裏付けから、3Q にクロスメディアの大規模プロモーションを実施し、その結果 2Q 比+10 億円超の売上を作ることができました

引き続き、プロモーションを強化することで Web だけでは届かないユーザーの獲得を狙い、認知度を向上させていきます

今回の決算発表内容をまとめると…

- ファイナルファンタジーグランドマスターズの開発を担当
- 引き続き SHOPLIST.com が好調 通期取扱高約 100 億円に
- しかし、ブラウザの減収やコマースの季節要因などにより全体で 3Q 比減収減益
- ネイティブゲームでヒット作を出せていない
- 複数のヒット実績がある RPG に重点をおいて新規開発 ヒット率を最大化
- 版権に特化した戦略子会社ウェーバー設立 版権ゲームでもヒットを狙う
- SHOPLIST.com の継続拡大に注力し通販領域を拡大させる

ネイティブゲームでヒットを当てることが最重要項目です

参考 配当額と配当性向の推移は？

	10期	11期	12期	13期	14期
1株当たり配当額 (円)	15	15	15	20	15
配当総額 (百万円)	189	191	169	226	179
配当性向 (%)	28.9	16.7	14.8	8.4	12.6

※配当額は全て分割後の数値に調整しています

前期は過去最高の売上・利益を更新したので増配しましたが
今期は1株当たり配当額を15円とします

参考 配当額と配当性向の推移は？

前期は、過去最高の売上・利益を更新したので増配しましたが、今期は1株当たり配当額を15円とします

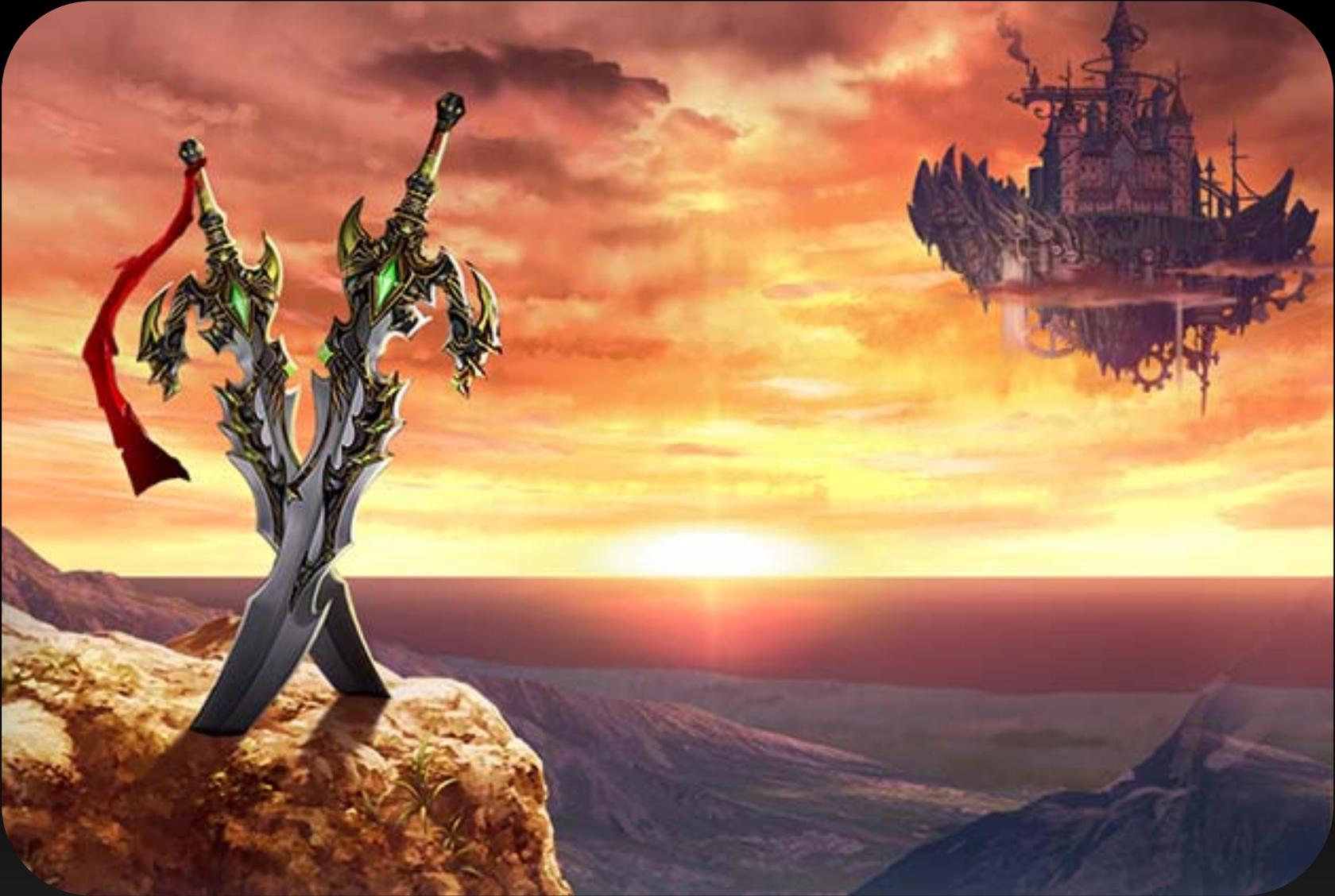
今後も業績や経営状況を鑑みて、配当額や配当性向の向上に努めます

以上で 4Q の決算発表の説明は終了です

とっておきのお知らせはありません

次回決算発表、プレスリリースなどで順次お知らせします

今回は続いて新作ゲームの紹介をします



※画面は開発中のものです

アヴァロンの騎士開発チームによるネイティブ RPG です

新作ゲーム紹介

オリジナルネイティブ RPG 『アヴァロン』は、当社のヒットタイトル、アヴァロンの騎士チームが開発を行っています

最後にもう一つ

続いて SHOPLIST.com の報告です

SHOPLIST.com by CROOZ

4月単月取扱高が**10億円**突破

前期4月比**1.5倍 (+56%)**になりました

SHOPLIST.comの4月単月取扱高が、10億円を突破し、前期4月比1.5倍（+56%）になりました

商品数・ブランド数の拡大やプロモーションの強化に注力し、SHOPLIST.comの好調さを維持し続けられるよう努めていきます

CROOZ の夢は？

“オモシロカッコイイ”をつくる

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

参考 業績予想について

14期より業績予想を非開示にしています
業態上、正確な予想を立てるのが困難だからです

参考 業績予想について

14期より、業績予想を非開示にしています

理由は、1本のヒットで売上は大きく変動するし、大規模プロモーション実施タイミングでコストが大きく変化する可能性を抱えている業態なので現時点で正確な予想を立てることが困難だからです