

第14期 第2四半期 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  
2QのGOOD NEWS

## 事業

クルーズって何やってる会社？  
どんなゲームをリリースしてきたの？  
今後リリース予定のゲームは？  
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？  
補足：コマース事業の季節要因  
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  
1つ目の新サービスは？  
2つ目の新サービスは？  
新サービスリリースの狙いは？  
どんなシナジーが期待できるの？  
そういえば、テレビCMはどんな狙いがあるの？  
その他の施策は？  
今回の決算発表内容をまとめると  
とっておきのお知らせ  
CROOZの夢は？  
ご注意

2Q の GOOD NEWS

皆様へ重要なお知らせ

最終 Page でとって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

2Q の GOOD NEWS

**SHOPLIST.com** by CROOZ

テレビCM 開始前の2Q取扱高が過去最高の**23億円超**  
前期2Q約17億円の**1.4倍(+42%)**になりました

新規事業でスタートして2年3ヶ月  
**100億円規模**が見えてきました

## 2QのGOOD NEWS

テレビCM開始前の2Q取扱高が23億円を突破し(2,337百万円)  
前期2Q約17億円(1,651百万円)の1.4倍(+42%)となり  
過去最高を更新しました

SHOPLIST.comが拡大を続けると同時に、ブランドからの引き合いも  
増えるようになり、重要指標である商品数とブランド数が順調に増加  
していることが要因です

2012年7月に新規事業としてスタートして、2年3ヶ月で100億円  
規模が見えてくる事業に成長しました

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

London

2014年2月1日設置

Paris

2014年2月1日設置

Shanghai

2014年7月22日設置

Berlin

CROOZ Europe GmbH  
2013年8月21日設立

Singapore

CROOZ Asia Pte.Ltd.  
2012年7月26日設立

Tokyo

CROOZ, Inc.  
2001年5月24日設立  
ForGroove, Inc.  
2012年1月23日設立

Seoul

CROOZ Korea Corporation  
2012年12月6日設立

San Francisco

CROOZ America, Inc.  
2012年8月1日設立

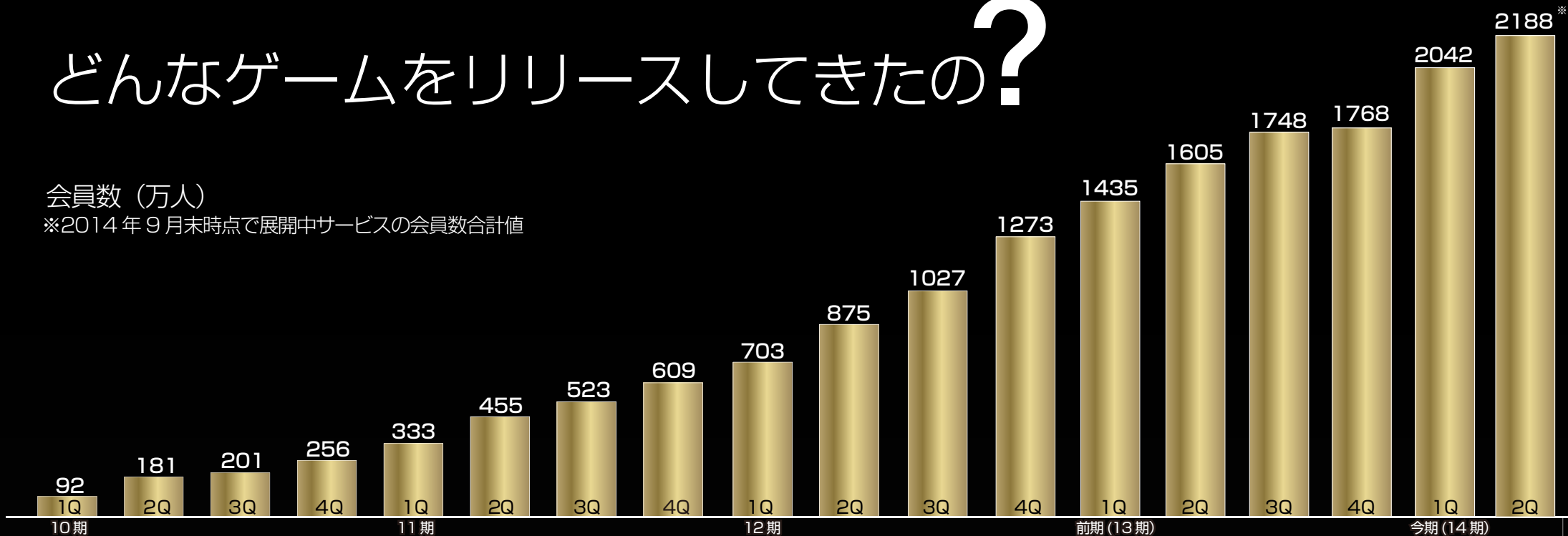
今はソーシャルゲームやコマースをサービスの柱にしています



# どんなゲームをリリースしてきたの？

会員数 (万人)

※2014年9月末時点で展開中サービスの会員数合計値



Mobage を中心にヒットタイトルを多数提供  
2014年からはネイティブゲームでもヒットを狙っています

## どんなゲームをリリースしてきたの？

2012年

オリジナルタイトルのヒット作ラグナブレイクをリリースしました

2013年

アヴァロンの騎士、HUNTER×HUNTER をリリース。ヒット作を連発しブラウザゲーム国内トップクラスの地位を確立しました

2014年

App Store、Google Play 向けネイティブゲームの提供を開始し、日本を含む世界に向けて配信しています

# 今後リリース予定のゲームは？



© 岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ © GREE, Inc. / CROOZ, Inc.  
Produced & Developed by GREE / CROOZ Co-Produced by バンダイナムコゲームス



多くのファンを抱える版權を使用した  
日本向け新作タイトル 2 本をリリース予定です

## 今後リリース予定のゲームは？

App Store、Google Play向けに「NARUTO - ナルト - 忍コレクション 疾風乱舞」、Mobage、App Store（予定）、Google Play（予定）向けに「IS<インフィニット・ストラトス>」という、多くのファンを抱える著作権を使用した日本向け新作タイトルをリリース予定です

これら以外にも複数の新作タイトルを開発中であり、準備が整い次第ホームページやプレスリリース等を通じて随時発表します



## コマースはどんなサービスを提供しているの？

2012年7月からサービスを開始し、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

当社が企画運営している月間訪問者数 700 万人\*を超えるブログサイト CROOZblog のユーザーを SHOPLIST.com に送客し、親和性の高いファストファッションを扱うことでサービス開始以来急成長を遂げています

# ファッション通販領域におけるポジションは？

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*
マガシーク	112 億円
fashionwalker.com	86 億円*
PEACHJOHN THE WEB	70 億円*
<b>SHOPLIST.com</b>	<b>64 億円</b>

前期売上はサービス開始 2 年弱で 64 サイト中 **7 番目**  
あと少しで **TOP5 入り** へ



## 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番目に位置付けており、近い将来100億円規模も見えてきてあと少しでTOP5入りです

引き続きユーザー満足度向上を目指します

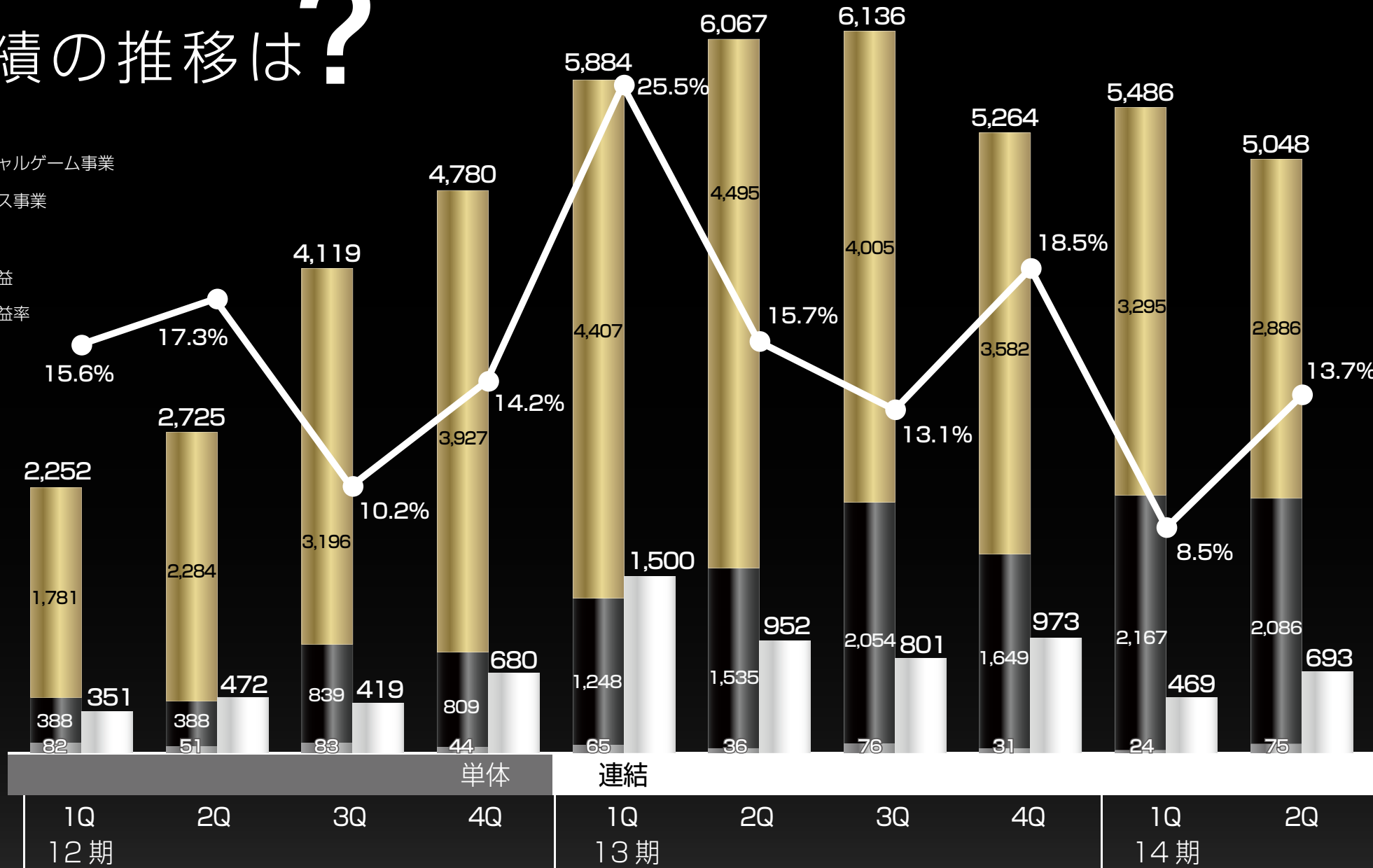


業績はどうかの？

# 業績の推移は？

(百万円)

- ソーシャルゲーム事業
- コマース事業
- その他
- 営業利益
- 営業利益率



2Qは1Q比減収増益となりました

## 業績の推移は？

2Q は 1Q 比減収増益となりました

SHOPLIST.com が絶好調でしたが、ブラウザゲームの落ち込みを補うことができず減収となりました。具体的には、ゲーム事業がブラウザゲーム市場全体の動向に影響し1Q 比 408 百万円の減収となり、SHOPLIST.com はサービス自体の好調さを示す取扱高は前述通り過去最高を更新しましたが、出荷する商品が単価の低い夏物メインになるため 1Q 比 81 百万円の減収となりました

増益の理由は、宣伝費を厳密に運用することで効率化し 1Q 比 176 百万円抑制したことと、ブラウザゲームにかかるコストを見直すことで主に外注費を 1Q 比 104 百万円減少できたことによるものです

## 補足 コマース事業の季節要因

業界慣習として2月と8月は季節要因で売上が上がりづらい

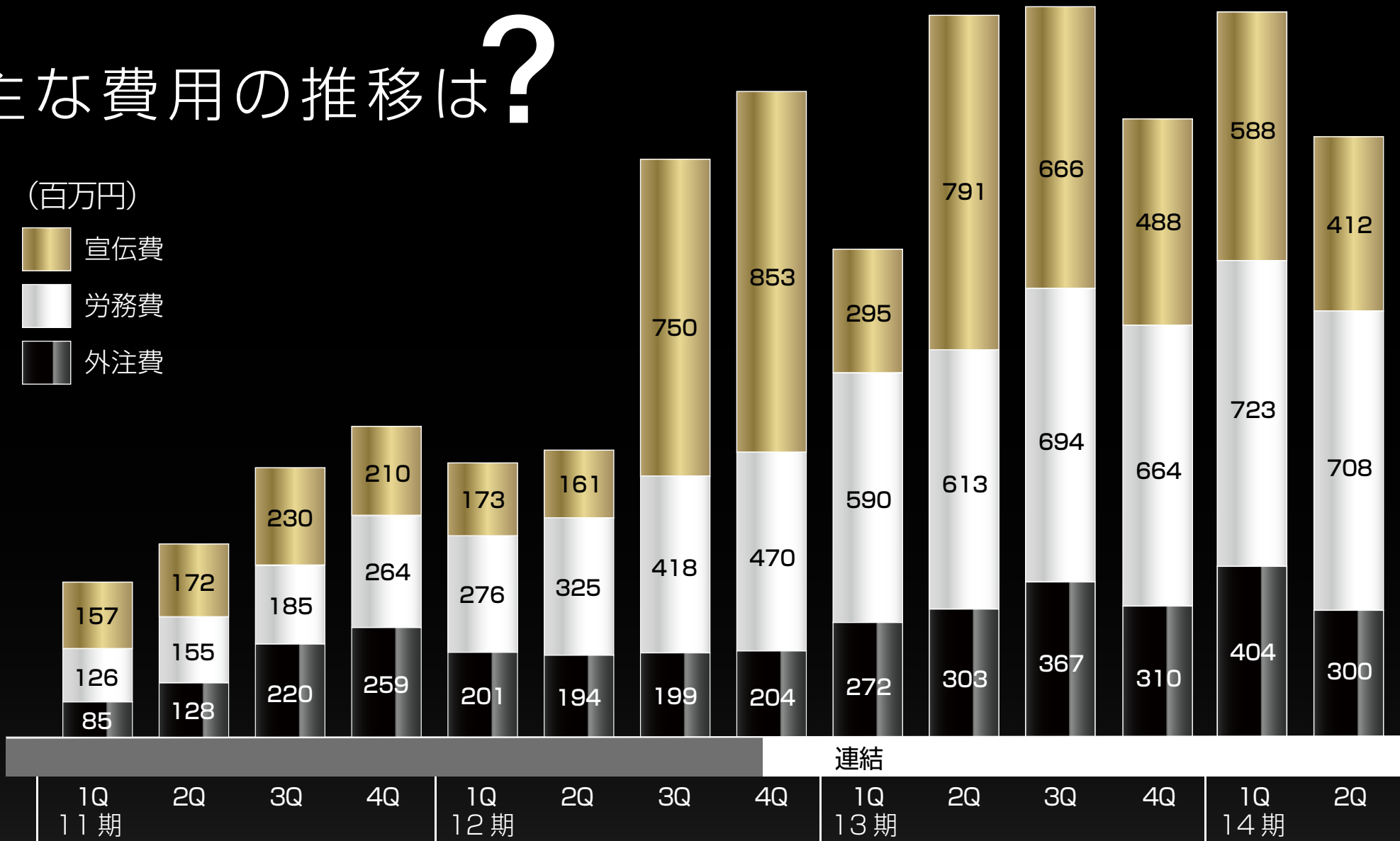
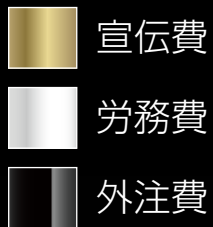
## 補足 コマース事業の季節要因

コマース事業は、アパレル業界の慣習として2月と8月にユーザーの消費意欲が落ち込み、売上が上がりづらい時期となります

季節の変わり目の10月～1月に秋冬物を買そろえるので2月は秋冬物のニーズが下がり、一方の春夏物はまだ商品が十分にそろっていないので消費意欲が落ち込み、8月も同様に4月～7月に春夏物を買そろえるので8月は春夏物のニーズが下がり、一方の秋冬物はまだ十分に商品がそろっていないので消費意欲が落ち込むためです

# 主な費用の推移は？

(百万円)



ブラウザゲームを中心としたコストコントロールにより  
2Q は各費用とも 1Q 比減少となりました

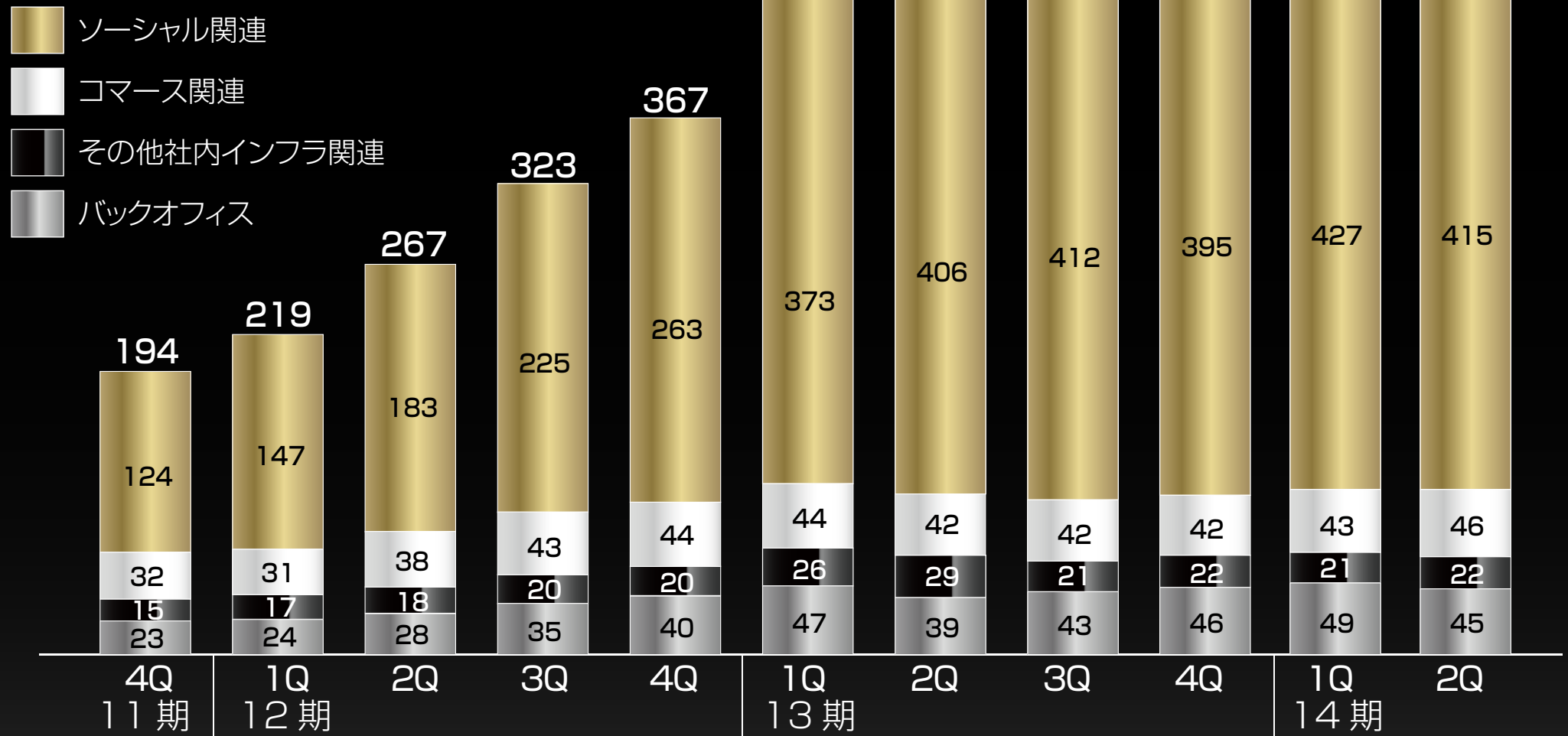
## 主な費用の推移は？

2Q は各費用とも 1Q 比減少となりました

宣伝費は厳密に運用することで効率化を行ったことと、労務費や外注費の減少はブラウザゲームを中心にコストコントロールを行ったことで、適正化を図りました

今後、宣伝費はリリースしたゲームの初動に応じて大きく投資する可能性もありますが、売上の10%を目安とし、労務費と外注費は徹底して現在のブラウザゲームの売上が同水準だったところを基準としてブラウザゲームにかかるコストの適正化と、内製と外製の工数の洗い出しによる無駄の排除を推進し、積極的にネイティブゲーム開発へ投資を行います

# 社員数の推移は？



クリエイターのネイティブシフトと厳選採用を推進  
2Qは1Q比微減となりました

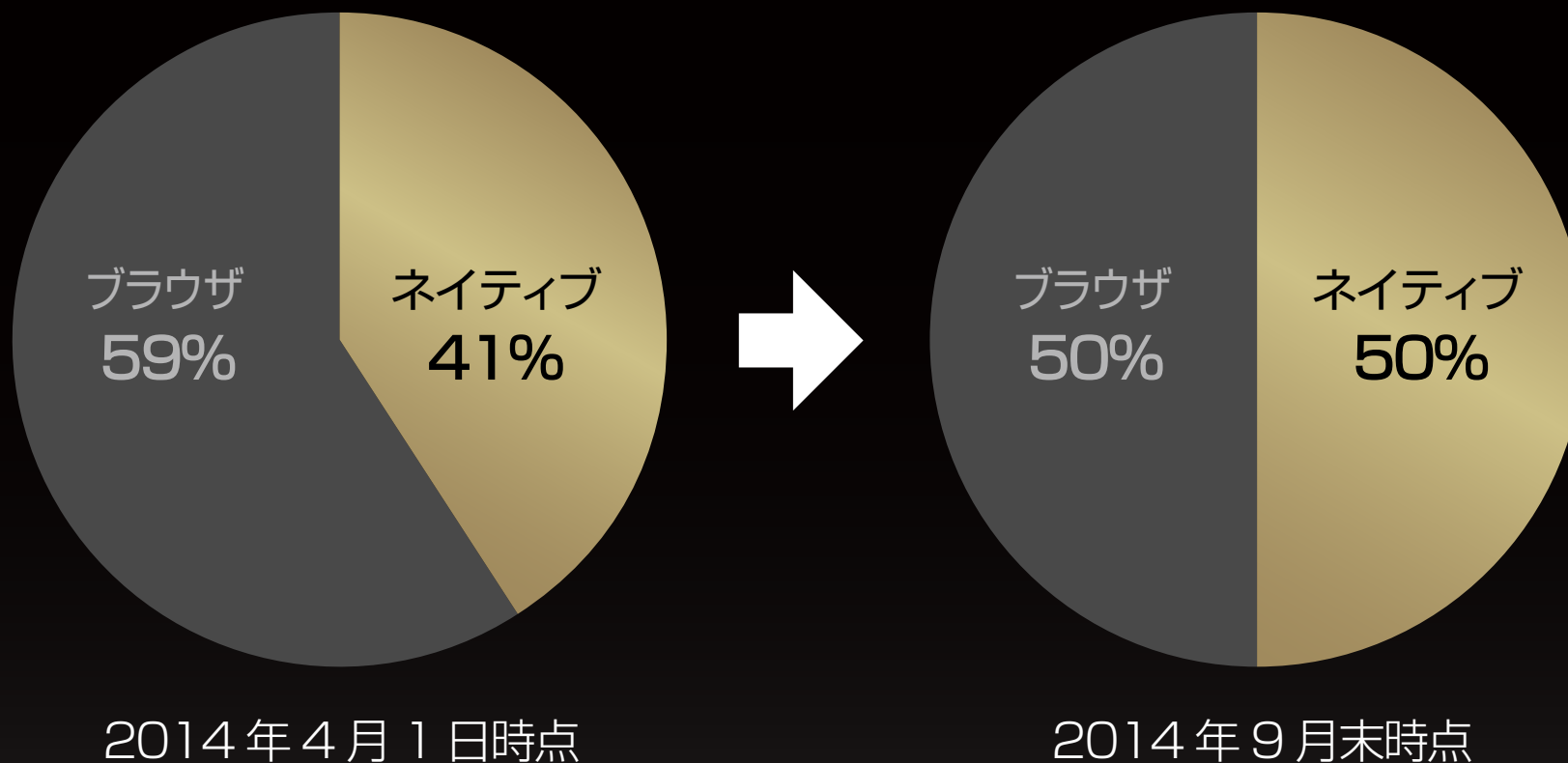


## 社員数の推移は？

クリエイターをブラウザからネイティブへシフトすることに注力し  
新規採用は厳選採用のみ行うことで、2Qの社員数は1Q比微減  
となりました

今後もクリエイターのネイティブシフトを推進していくので、社員数  
が急増する予定はありません

# ネイティブとブラウザの人員割合は？



ネイティブゲーム開発の人材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、9月末時点で半々になりました

ブラウザゲームは今後も効率化を推進し、売上規模に応じた人数の適正化を進めネイティブゲーム開発の人材を厚くします

で、ゲーム事業はどうやって成長していくの？  
(注力すること)

ネイティブゲームでヒットをさせます

そのためにも…

# ヒット率の最大化

得意ジャンルの RPG に重点をおく

## 注力すること

ラグナブレイクやアヴァロンの騎士といった RPG 系でヒット作を連発してきた実績をもとに、RPG に重点をおいて新規タイトルの開発を行っています

現時点では詳細を発表できませんが、複数本の開発を行っています

## チャレンジ回数の最大化

少人数で開発開始 見込みがあるものにリソース集中  
見込みがなければバサバサ切って次のチャレンジへ



## 注力すること

当てるように作ることは大前提のことですが、ゲームなどのクリエイティブな作品は当たるも八卦、当たらぬも八卦です

今後新規開発するタイトルは少人数で開発をスタートして見込みがあれば徐々にリソースを投下し、見込みがなければ初期段階でバサバサ切って損失を最小限に抑えながらたくさんのアイデアを生み出してチャレンジ回数を最大化することでヒット確率を高めます

で、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)

事業領域を広げてユーザー資産を増やし  
回遊する仕組みを作って事業規模を拡大します

そのためにも…

2つの新サービスをリリースしました

# 1つ目の新サービスは？



ラグジュアリーブランドのユーズドアイテムを取扱う  
インターネット通販サイトです

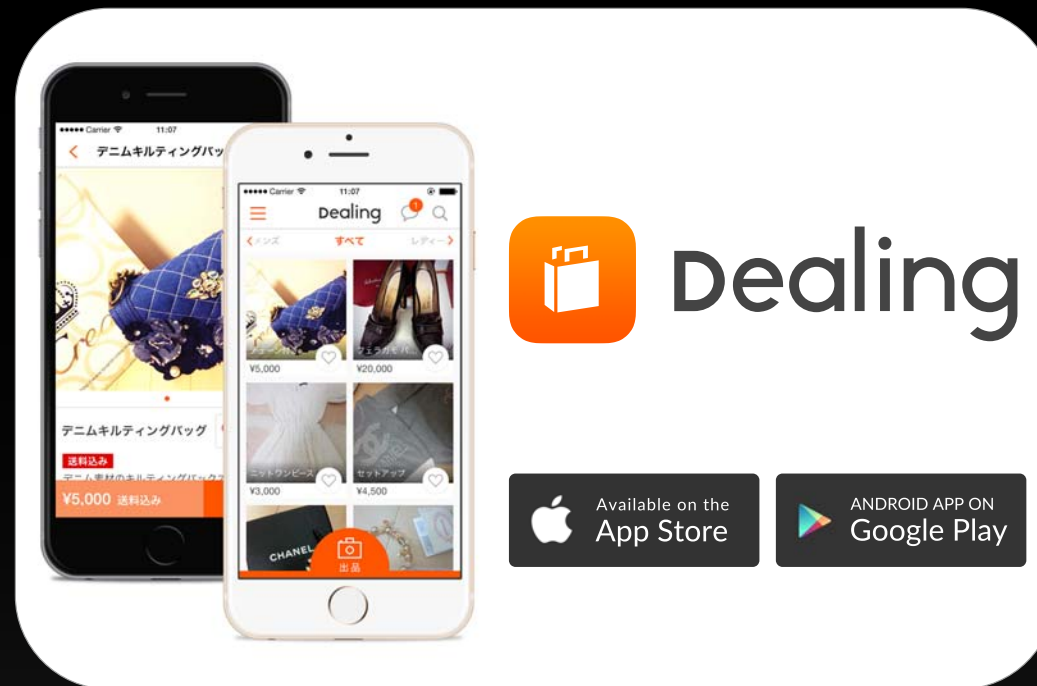
## 1 つ目の新サービスは？

Reward by CROOZ (リワードバイクルーズ) は、SHOPLIST.com が提供する手頃な価格で買えるファストファッションとは異なり、シャネルやルイ・ヴィトン、エルメスといったラグジュアリーブランドのユーズドアイテムを取扱うインターネット通販サイトです

環境省が 2013 年に行った調査結果によると、リユース市場は約 1 兆 2,000 億円 (自動車、バイク、原付を除く)、品目別では「ブランド品」が 14.9% と最も多く、約 2,000 億円規模の市場があると言われてています

Reward をリリースすることでこの市場をカバーしていきます

# 2つ目の新サービスは？



誰でも簡単にユーザー同士で  
売ったり買ったりできるフリマアプリです

## 2つ目の新サービスは？

Dealing（ディーリング）は、誰でも簡単にユーザー同士で売ったり買ったりできるフリマアプリです

ファッションアイテムや電化製品、日用品などオールジャンルの商品を取扱うことで多種多様なニーズに対応し、リユース全体の市場規模約1兆2,000億円をカバーしていきます



# 新サービスリリースの狙いは？



提供するサービスを増やして事業領域を拡大し  
幅広いユーザー層を面で取りに行きます

## 新サービスリリースの狙いは？

Reward、Dealing のリリースにより、提供できるサービスが増えたことでコマースの事業領域が一気に拡大し、幅広いユーザー層を面に取りに行くことが狙いです

Reward は SHOPLIST.com と同じインターネット通販サイトですが取扱っている商品が異なり、SHOPLIST.com は低価格帯のファストファッションを、Reward は高価格帯のラグジュアリーブランドのユーズドアイテムを取扱っています

Dealing はスマートフォンを通じてユーザー同士が売買を行う場を提供するサービスです。今は手数料無料なので売上は上がりません

Reward、Dealing とともにリリースしたばかりの新規投資であり、まずは利益貢献よりも、第2、第3のSHOPLIST.comを目指して新規ユーザー増と取扱高増のための投資を優先すべきだと考えています

# どんなシナジーが期待できるの？



一人のユーザーが3つのサービスを行き来でき  
販売機会の拡大が期待できます

## どんなシナジーが期待できるの？

トレンドの移り変わりが早い衣類・服飾品は、SHOPLIST.com で流行アイテムを手頃な価格で購入、一方、時計や財布といった長く大事に使う物はRewardでお得にブランド品を購入、Dealing で使わなくなったものを売って、そのお金でまた買い物をする…というように一人のユーザーが3つのサービスを行き来できることで販売機会の拡大が期待できます

そういえば、テレビCMはどんな狙いがあるの？



WEB プロモーションで訴求できていなかった  
新規ユーザーへのアプローチ及び獲得を目的としています

## そういえば、テレビCMはどんな狙いがあるの？

テレビCMにより、WEBプロモーションで訴求できていなかった新規ユーザーへのアプローチ及び獲得を目的としています

また、ファッションブランドを取扱う企業に対してもアプローチしやすくなることで、商品数やジャンルの拡充につなげ業績拡大を図っていきます

その他の施策は？



国内の LINE 登録ユーザー  
5,400 万人以上

日本の 10 人に 4 人が登録している LINE のユーザーに  
アプローチできる公式アカウントを開設しました

## その他の施策は？

LINE の公式アカウントを SHOPLIST.com が開設することで  
日本国内 5,400 万人※、日本総人口の10 人に4 人※が登録している  
LINE のユーザーに対してアプローチすることが可能となります

※LINE 株式会社 HP より抜粋した 2014 年 9 月末日時点最新数値

※総務省統計局が発表している平成 26 年 10 月 1 日現在の総人口をもとに算出しています



今回の決算発表内容をまとめると…

- SHOPLIST.com 絶好調
- しかし、ブラウザゲームの落ち込みをカバーできず減収に
- 2Q もネイティブでヒットタイトル生み出せず
- ブラウザゲームコストを圧縮
- 今後、ネイティブゲームは RPG に重点をおく
- コマース事業新サービス開始、事業領域拡大を狙う
- SHOPLIST.com と新サービスのシナジーで販売機会拡大を狙う
- CM 実施と LINE アカウント開設で SHOPLIST.com の拡大を継続させる

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

以上で 2Q の決算発表の説明は終了  
ですが...

それでは最後に  
とっておきのお知らせをします

**SHOPLIST.com** by CROOZ

MEGASALE 速報

11/7 0:00 ~ 13:00 時点 取扱高 **1億円突破**

昨年同 SALE 時 13:00 時点取扱高 5,800 万円を **1.7 倍以上** 上回っています

さらに 10 月取扱高は **約 10 億円** を記録  
11 月はさらなる上積みが可能です

## とっておきのお知らせ

本日 MEGASALE 開催中です。13:00 時点で、取扱高 1 億円を突破しており、過去最高の取扱高を記録した2013年11月8日の MEGASALE の13:00 時点 5,800 万円という取扱高を1.7倍以上上回っています

さらに、10月の取扱高は約10億円となりMEGASALEの結果を含め11月はさらなる上積みが可能です

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