



**2015年4月期  
通期及び第4四半期決算説明会資料**

---

**株式会社gumi**

**2015年6月**

- 1. 代表メッセージ : P.1
- 2. 会社概要 : P.4
- 3. 決算概要及びFY15Q1の業績予想 : P.7
- 4. 今後の取組みについて : P.20
  - 1 売上高の拡大
    - ①既存タイトルについて
    - ②新規タイトルについて
  - 2 海外展開の更なる強化
  - 3 コストの合理化
  - 4 タイトルポートフォリオの構築

- 15年3月5日に2015年4月期通期業績予想の修正を公表

## 今後の方針

- ・精緻な予実管理体制の構築
- ・スタジオ制の導入に伴う収益責任の明確化

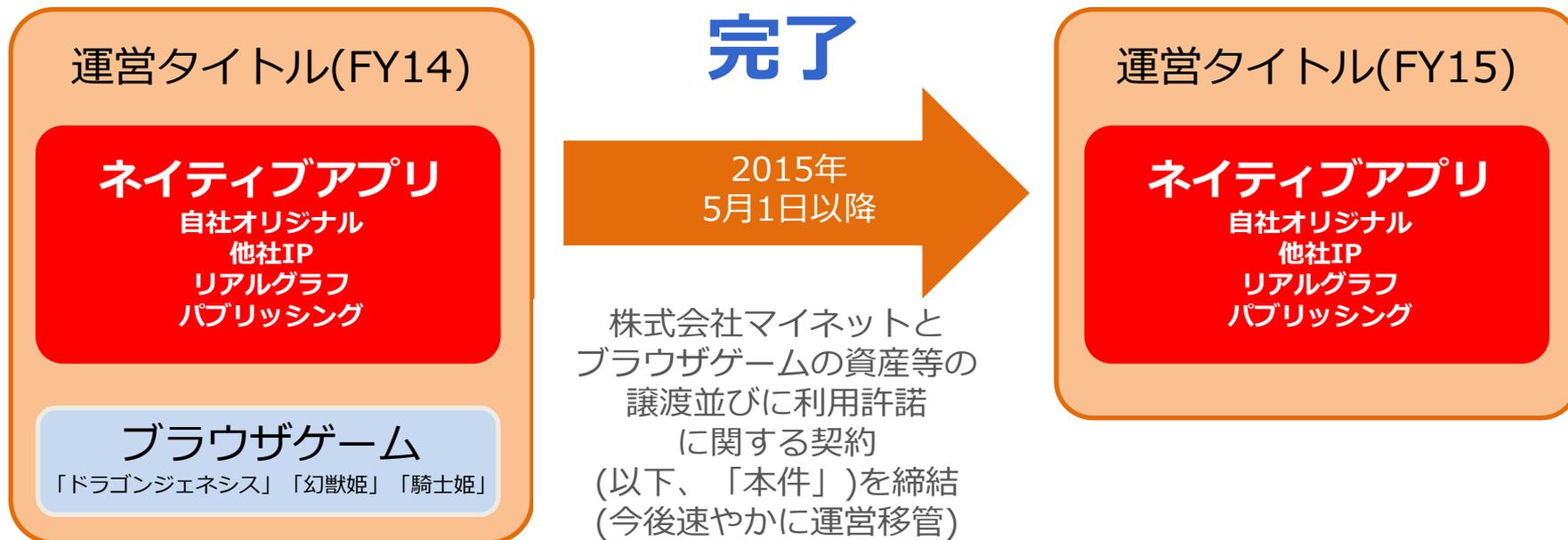
## 15年4月末より本格実施

- ・ 子会社管理部門を新たに設置し、国内・海外子会社の管理及び予実分析等にフォーカスし業務を遂行
- ・ グループ全体での予実管理体制強化、収益責任の明確化を推進

# 1. 代表メッセージ：ネイティブシフトの完了

- FY15よりブラウザゲーム3タイトルの運営を株式会社マイネットに移管
- あわせて主にブラウザゲームに従事する社員に対し、15年4月末に希望退職を実施

## ネイティブシフトが 完了



- 本件に伴う特別利益 : 120百万円 (FY14Q4で計上)
- 希望退職の実施に伴う特別損失 : 101百万円 (同上)
- ・ 希望退職者数 : 64名 (FY15人員削減効果 約335百万円)

※ブラウザゲームは、15年6月末にてすべてのタイトルが終了

# 1. 代表メッセージ：子会社における不正発覚と管理体制の強化

- 15年3月19日、当社子会社のgumi Koreaで不正な経費支出があったことを公表
- 外部専門家を含む内部調査チームを組成し調査を実施。同年4月10日に概要が判明し公表
- 同年4月末までに再発防止策を構築し運用を開始。今後海外子会社の管理体制を更に強化

## 不正行為の概要

- 不正のあった子会社：  
gumi Korea  
(他のグループ子会社も調査を行うも、同様の不正は存在せず)
- 不正を行った従業員：  
同社の従業員1名  
(組織的な不正行為は存在せず)
- 不正の内容：
  - ・コーポレートカードの不正利用
  - ・取引実態の無い支払いの実行等
- 不正による損害額：  
約38百万円  
(FY14を含む直近の3事業年度の合計金額)
- 同従業員の処分：
  - ・15年4月9日に懲戒委員会を開催し、同日付で懲戒解雇
  - ・既に刑事告訴を実施。今後民事訴訟も検討

## 再発防止策と管理体制強化の状況

- 再発防止策の内容
  - ・コーポレートカードの原則廃止
  - ・取引実態のない支払等の防止策  
(支払先の定期的なモニタリングを実施)
  - ・管理機能の強化
  - ・内部監査の充実
- 管理体制強化の内容
  - ・子会社役員、監査役に本社役員を登用、ガバナンスを強化
  - ・子会社管理の部門を新たに設置し、国内・海外子会社の管理及び予実分析等にフォーカスし業務を遂行

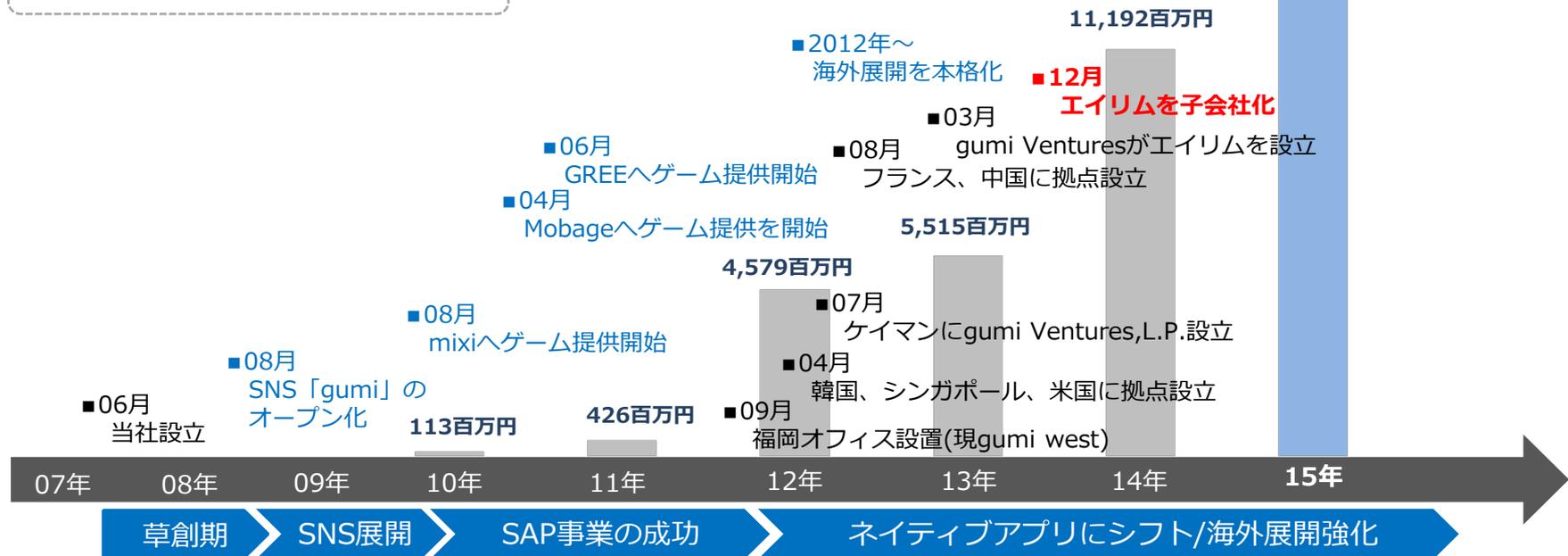
## 2. 会社概要

---

---

## 2. 会社概要：沿革

- 2007年6月の当社設立後、自社SNS、SAPへ事業を転換
- 2012年以降はネイティブアプリサービスに事業をシフトし、加えて海外展開を本格化
- 2014年からは、更なる事業拡大を目的に国内外の事業会社とのアライアンスを積極的に推進



- FY15よりネイティブアプリサービスおよびパブリッシングサービスに注力

### 1 ネイティブアプリサービス

- 当社が開発費を負担するゲームコンテンツを配信するサービス
- 「Google Play」や「App Store」などのモバイルアプリ配信プラットフォームにゲームコンテンツを提供
- 他社保有のIPを活用したコンテンツ開発や「LINE」等のリアルグラフプラットフォーム向けのコンテンツを開発

### 2 パブリッシングサービス

- 他社が開発費を負担し配信するヒットゲームに対し、当社グループの海外拠点網を活用したゲームコンテンツのローカライズ（言語・内容の現地最適化）を行い、当社グループの保有するグローバルな販路やユーザーベースを用いて、当社がグローバルな配信を行うサービス

#### サービス概要と提供形態、コンテンツ種別の関係

	当社 オリジナル	他社IP*/ リアルグラフ	他社 タイトル
当社 開発費負担	①	①	
他社 開発費負担		②	②
配信名義 (ご参考)	当社	他社	当社

\*IP：Intellectual Property（知的財産）の略語。  
 この場合はゲームタイトル等のコンテンツ資産を指す

### 3. 決算概要及びFY15Q1の業績予想

### 3. 決算概要 (Q4) ハイライト (2015年2月~4月)

#### 業績 (連結)

- 売上高 : 6,913百万円 (QonQ : +288百万円)
- 営業利益 : △4百万円 (QonQ : +737百万円)
- 経常利益 : △58百万円 (QonQ : +715百万円)

#### ネイティブ

- 「ブレイブ フロンティア (以下、ブレフロ) 日本語版」は、足元でMAU (※1) の減少がみられるもののARPMUA (※2) が好調に推移し売上は堅調を維持
- 「ブレフロ海外言語版」は、15年2月にMAUが急激に落ち込んだものの、日本語版の施策の随時投入によりARPMUA が上昇し、3月5日の修正計画に対し売上が上振れて着地
- 「ファントム オブ キル」 (以下、ファンキル) は、TVCMが奏功しユーザーベースが拡大。ARPMUAも好水準を維持
- 「ドラゴンジェネシス」 (以下、ドラジェネ)、「ソードアート・オンライン コード・レジスタ」 (以下、「SAO」) は引き続き堅調に推移。「忍ツク」は、3月にリリースするも不発

#### パブリッシング

- 既存タイトルは引き続き安定して推移
- 新規タイトルとして15年4月下旬に「白猫プロジェクト (中国語)」の有償版、同年5月上旬に無償版をリリース

#### ブラウザ

- 「ドラジェネ」「幻獣姫」「騎士姫」の3タイトルは15年4月末に株式会社マイネットと資産等の譲渡並びに利用許諾に関する契約を締結し、今後速やかに運営を移管
- FY15のブラウザゲームの売上は僅少となる見込

※1 MAU: Monthly Active Users (月次アクティブユーザー数)

※2 ARPMUA: Average Revenue Per Monthly Active Users (月次アクティブユーザー1人当たりの月平均売上高)

### 3. 決算概要 (Q4) 連結損益計算書

- 売上高はQonQで+2.9億円(+4.4%)、前年同期比で+15.5億円(+28.8%)の増収
- 販管費は主に広告宣伝費の適正化により、QonQで大幅減に(△823百万円)

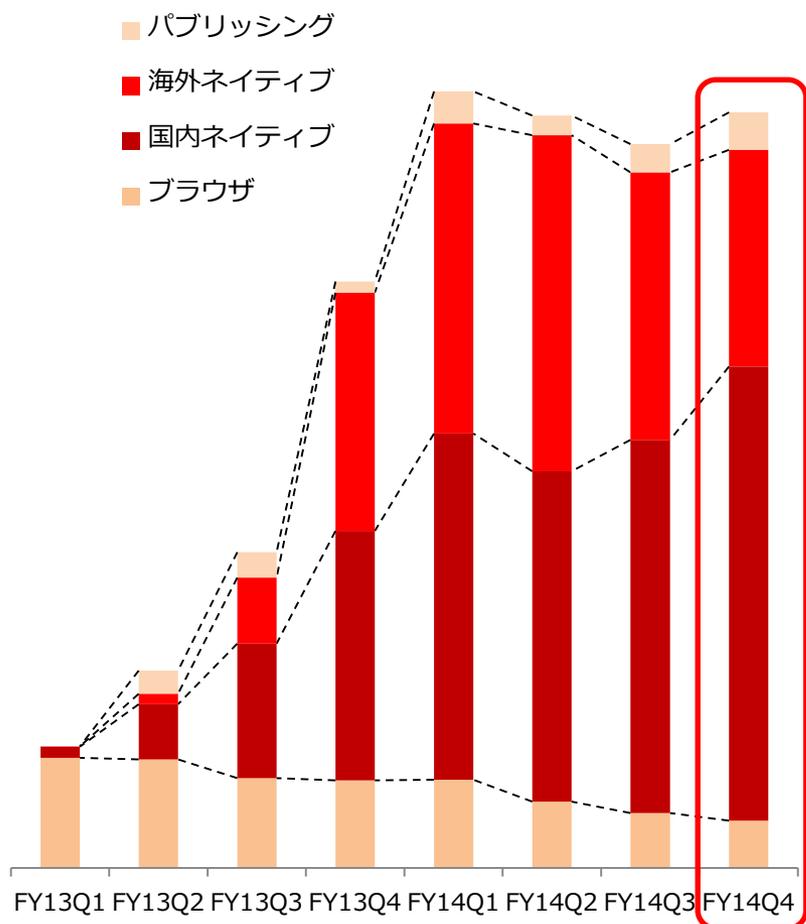
#### 損益計算書 (連結四半期)

(百万円)	2015年4月期Q4 (2015年2月 ~2015年4月)	2014年4月期Q4 (2014年2月 ~2015年4月)	前年 同期比	2015年4月期Q3 (2014年11月~ 2015年1月)	前四半期比 (QonQ)
売上高	6,913	5,367	+1,546	6,624	+288
原価	5,216	3,128	+2,088	4,842	+373
販管費	1,701	1,811	△110	2,524	△823
営業利益	△4	427	△431	△741	+737
経常利益	△58	394	△452	△773	+715
特別利益	120	54	+66	0	+120
特別損失	101	0	+101	0	+101
税前利益	△39	449	△488	△773	+733
当期純利益	416	402	+14	△683	+1,100

### 3. 決算概要（Q4） サービス別売上高内訳

- ネイティブアプリの売上高は、QonQで国内は増収、海外は減収
- パブリッシングの売上高は、QonQで増収
- ブラウザゲームの売上高は、QonQで微減（FY15のブラウザゲーム売上高は僅少となる見込）

ネイティブ/パブリッシング/ブラウザ 売上高推移



#### FY14Q4 売上高分析

##### ■ ネイティブアプリ (国内)

- ブレフロ日本語版は、足元でMAUの減少がみられるもののARPMUAが好調に推移し売上は堅調。QonQでは概ね同水準に着地
- ファンキルは、TVCMが奏功しユーザーベースが拡大。ARPMUAも好水準を維持。QonQでは増収に

##### (海外)

- ブレフロ海外言語版は、日本語版の施策の随時投入によりARPMUAが上昇するも、15年2月にMAUが急激に落ち込んだことから、QonQでは減収に

##### ■ パブリッシング

- 既存タイトルは安定して推移し、QonQでは増収に
- 新規タイトルとして15年4月下旬に「白猫プロジェクト（中国語）」の有償版、同年5月上旬に無償版をリリース

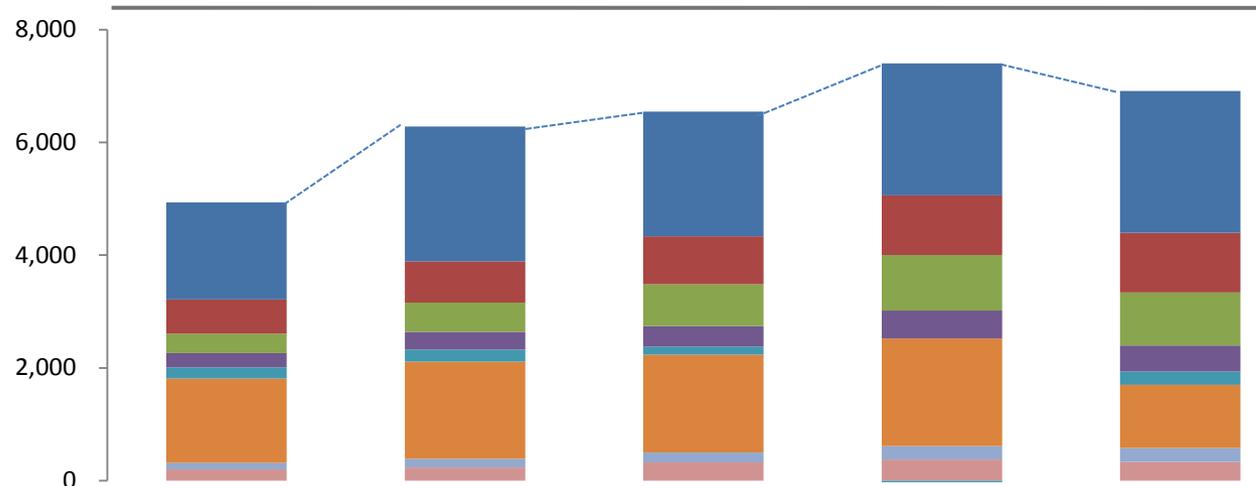
##### ■ ブラウザゲーム

- 既存タイトルは引き続き安定して推移
- FY15は「ドラジェネ」「幻獣姫」「騎士姫」の3タイトルの運営を株式会社マイネットに移管

### 3. 決算概要 (Q4) QonQ 費用推移 (連結)

- 15年4月末に希望退職を実施し、FY15の開発費増加を抑制
- 引き続き広告宣伝費の適正化に注力

(百万円) 売上原価/販管費推移 (連結四半期)



(百万円)		FY13 Q4	FY14 Q1	FY14 Q2	FY14 Q3	FY14 Q4
売上原価	■ 支払手数料	1,722	2,391	2,212	2,338	2,518
	■ 人件費	606	732	854	1,060	1,056
	■ 外注費	347	514	739	986	941
	■ 通信費	251	316	368	492	464
	■ その他	202	215	143	△ 34	237
	売上原価 合計	3,128	4,168	4,316	4,842	5,216
販管費	■ 広告宣伝費	1,496	1,727	1,731	1,909	1,119
	■ 人件費	109	149	176	237	250
	■ その他	206	238	327	378	332
	販管費 合計	1,811	2,114	2,234	2,524	1,701
売上原価及び販管費合計		4,939	6,283	6,551	7,366	6,917

### 3. 決算概要 (Q4) QonQ 費用解説 (連結)

- 売上原価は、固定費（人件費および外注費）がQonQで概ね同水準に着地
- 販管費は、広告宣伝費がQonQで大幅に減少（△790百万円）

#### 費用解説 (連結四半期)

(百万円)	2015年4月期 Q4 (2015年2月 ~2015年4月)	2014年4月期 Q4 (2014年2月 ~2014年4月)	前年同期比	2015年4月期 Q3 (2014年11月 ~2015年1月)	前四半期比 (QonQ)	備考 (QonQ)	
売上原価	支払手数料	2,518	1,722	+46.2%	2,338	+7.7%	主に増収に伴う支払手数料増加
	人件費 (※1)	1,056	606	+74.3%	1,060	△0.4%	
	外注費	941	347	+171.2%	986	△4.6%	パイプラインの見直しに伴う減少
	通信費	464	251	+84.9%	492	△5.7%	
販管費	広告宣伝費	1,119	1,496	△25.2%	1,909	△41.4%	広告宣伝費の適正化による減少
	人件費 (※2)	250	109	+129.4%	237	+5.5%	

※1 売上原価の「人件費」：開発スタッフの給与

※2 販管費の「人件費」：開発部門以外のスタッフの給与

### 3. 決算概要（通期） 連結損益計算書

- ブレフロの世界的ヒットにより前期比+163億円（+146%）増収に

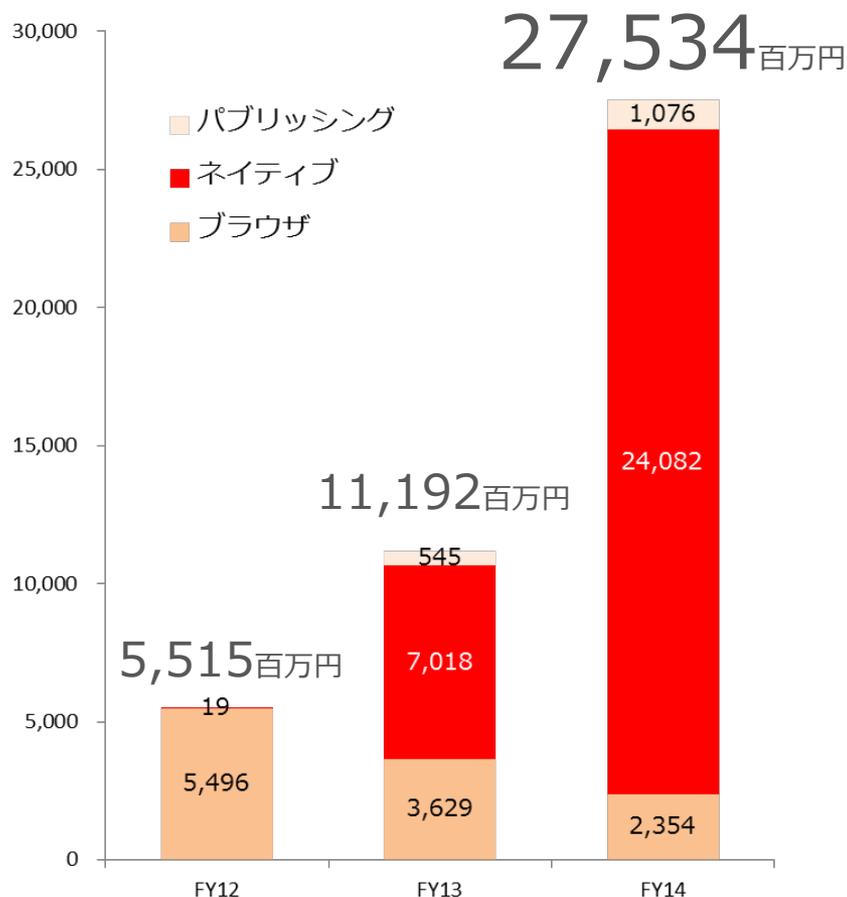
#### 損益計算書（連結通期）

（百万円）	2015年4月期 （2014年5月 ～2015年4月）	2014年4月期 （2013年5月 ～2014年4月）	前期比	備考
売上高	<b>27,534</b>	<b>11,192</b>	<b>+16,342</b>	主にブレフロの世界的ヒットにより大幅増収を達成
売上原価	<b>18,543</b>	<b>7,986</b>	<b>+10,557</b>	増収に伴うPF手数料の増加 主に海外子会社の人員増に伴う人件費の増加 パイプラインの増加に伴う外注費の増加
販管費	<b>8,574</b>	<b>3,308</b>	<b>+5,265</b>	主に広告宣伝費に増加によるもの
営業利益	<b>416</b>	<b>△102</b>	<b>+519</b>	
経常利益	<b>234</b>	<b>△168</b>	<b>+403</b>	
特別利益	<b>120</b>	<b>54</b>	<b>+65</b>	ブラウザゲームの運営移管に伴う特別利益
特別損失	<b>101</b>	<b>0</b>	<b>+101</b>	希望退職の実施に伴う特別損失
税前利益	<b>252</b>	<b>△114</b>	<b>+367</b>	
当期純利益	<b>191</b>	<b>△184</b>	<b>+375</b>	

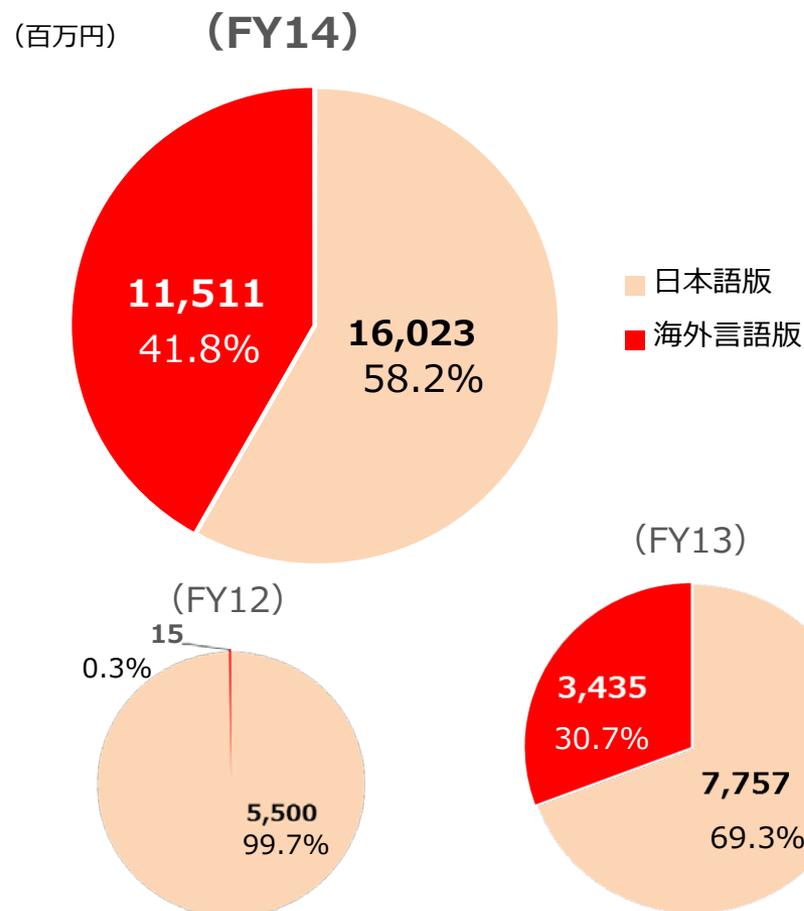
### 3. 決算概要（通期） サービス別 / 言語別 連結売上高

- FY14累計でのネイティブアプリ比率（パブリッシング含む）は約91%に達し、ネイティブシフトは完了
- 海外言語版比率は約42%と引き続き高水準を維持

（百万円） サービス別売上高（連結通期）



（百万円） 言語別売上高（連結通期）



### 3. 決算概要（通期） 連結貸借対照表

- 営業CF、上場前及び上場時の新株発行に伴う資金調達並びに銀行借入の実施等により現預金が増加
- 15年4月期末時点における純資産比率（連結）は約71%と堅固な財務基盤を構築

#### 貸借対照表（連結）

（百万円）	2015年4月期末	2014年4月期末	前期比	備考
流動資産	20,546	4,574	+15,972	
うち現金及び預金	17,850	2,477	+15,372	株式新規発行（+12,991百万円） 銀行借入（+3,700百万円）
固定資産	3,111	957	+2,154	投資有価証券の増加（+1,130百万円）
総資産	23,658	5,531	+18,126	
流動負債	5,011	1,967	+3,044	短期借入金の増加（+1,700百万円）
固定負債	1,845	66	+1,778	長期借入金の増加（+1,750百万円）
純資産	16,801	3,497	+13,304	

### 3. 決算概要（連結） 2015年3月5日の下方修正について

- 15年3月5日に2015年4月期通期業績予想の修正を公表

14年12月18日公表の業績予想（以下、当初計画）と15年3月5日公表の修正計画との差異

(百万円)	2015年4月期 当初計画	2015年4月期 修正計画	増減
売上高	30,972	26,500	△4,472
営業利益	1,329	△400	△1,729
経常利益	1,277	△600	△1,877
当期純利益	808	0	△808

#### （下方修正の要因）

##### ■ 売上高 ■

- ① プレフロ海外言語版の売上計画修正
  - a: FY14Q3で計画未達  
→ MAUの弱含みに加え、課金率、ARPPU共にQonQ対比で低下
  - b: FY14Q4の売上計画を引き下げ  
→ 足元のMAUの弱含みを考慮し、売上計画は保守的な水準を採用
- ② パブリッシングサービスの立ち上がりの遅延による売上計画修正
  - a: FY14Q3で計画未達  
→ 新システム・コンテンツの投入の遅れにより、売上計画未達となったもの
  - b: FY14Q4の売上計画を引き下げ  
→ 新システム・コンテンツの投入は鋭意進めていくものの、実装までに必要な期間を考慮し、売上計画は保守的な水準を採用
- ③ 一部海外向け新規タイトルの売上計画修正
  - a : FY14Q3で計画未達  
→ 一部タイトルが計画を大幅に下回る水準にて推移し、売上計画未達となったもの
  - b : FY14Q4の売上計画を引き下げ  
→ 当該タイトルの売上計画の引き下げを行ったもの

##### ■ 営業利益 ■

主に売上高の減少に伴い減益、費用は当初計画通り推移

### 3. 決算概要（連結） 通期業績について

#### ● 増収効果及びコストの合理化に伴い通期黒字に転換

##### 通期

(百万円)	2015年4月期 実績 ①	2015年4月期 修正計画 ②	増減 (①-②)	2015年4月期 当初計画 ③	増減 (①-③)
売上高	27,534	26,500	+1,034	30,972	△3,438
営業利益	416	△400	+816	1,329	△913
経常利益	234	△600	+834	1,277	△1,043
当期純利益	191	0	△191	808	△617

#### ■売上高■ 修正計画比 +1,034百万円

##### ①ネイティブアプリサービス：+873百万円

a:ファンキルは、TVCMによるプロモーション施策が奏功し、ユーザーベースが拡大、またARPMUAが好調に推移したことにより予想値を超過

b:ブレフロ海外言語版は、2月時点の売上等のKPIを採用し、同水準の売上が継続する予想値としたが、3月中旬以降、ARPMUAの上昇により予想値を超過

##### ②ブラウザゲームサービス：+124百万円

##### ③パブリッシングサービス：+37百万円

#### ■営業利益■ 修正計画比 +816百万円

##### ①増収効果により、570百万円増益

##### ②3月以降に推し進めたコストの合理化による固定費抑制により、246百万円増益

a:パブリッシングサービスに関し、海外での配信権取得に伴うライセンスフィーの支払等による費用増加(+94百万円)

b:一部タイトルの開発中止等による外注費削減(△171百万円)

c:採用の絞り込み等による人件費の増加抑制(△56百万円)

d:その他の費用の削減(△113百万円)

### 3. FY15 Q1(2015年5月～7月)の業績予想 (連結) について

- FY15 Q1はQonQでは減収減益となる見込 (前提条件は次頁に記載)

#### FY15 Q1 業績予想 (連結)

(百万円)	2015年 4月期 Q4実績	2016年 4月期 Q1計画	増減	増減比
売上高	6,913	5,500	△1,413	△20.4%
営業利益	△4	△1,100	△1,096	-
経常利益	△58	△1,100	△1,042	-

### 3. FY15 Q1の業績予想（連結）の前提条件

- 売上に関し、ブレフロ日本語版、海外言語版はMAU減少を考慮し、FY14Q4比で大きく減収することを想定。一方ファンキルは引き続き好調を見込む
- ブラウザゲームの運営移管による減収を考慮
- 費用はFY14Q4比で概ね同水準を採用

#### ■ 主なタイトルの売上

##### ● 既存タイトル

ブレフロ日本語版(QonQ売上高 約△25%)

- FY14Q4に比べて大幅な減収を見込む

**(プラス要因)** リリース2周年イベントが行われることからARPMAUが改善されることを想定

**(マイナス要因)** リリース後の期間経過に伴うMAUの減少が見られることから、引き続き減少が継続することを想定

ブレフロ海外言語版(QonQ売上高 約△20%)

- FY14Q4に比べて減収を見込む

**(プラス要因)** ARPMAUの改善が見られること

**(マイナス要因)** 15年2月以降大幅にMAUの減少がみられることから、引き続き減少が継続することを想定

ファンキル

- FY14Q4と概ね同水準を採用

**(プラス要因)** リリース時期およびARPMAU等の足元のKPIを考慮し引き続き好調に推移することを想定

##### ● 新規タイトル

- 売上は僅少な数値を採用

#### ■ 主な費用

##### ● 人件費

- 概ねFY14Q4と同水準を採用

**(要因)** 希望退職の実施により15年5月以降、従業員数が減少するも、海外人員の一定程度の採用が継続されることを前提に、QonQで概ね同水準を採用

##### ● 外注費

- 概ねFY14Q4と同水準を採用

**(要因)** 引き続き複数タイトルの開発を継続することから、QonQで同水準を採用

##### ● 広告宣伝費

- 概ねFY14Q4と同水準を採用

**(要因)** 既リリースタイトルおよび新規タイトル毎の広告費を積み上げて算出。ブレフロ日本語版はTVCMの実施を検討していることからQonQで同水準を採用

## 4. 今後の取組みについて

---

---

- 今後とも以下施策を着実に実行し、業績の拡大に注力

### 1. 売上高の拡大

#### ① 既存タイトル（ネイティブアプリ）

- a. ブレフロ（日本語版） リリース2周年に備えたゲーム内施策の追加、効果的なプロモーションを実施することにより売上の維持・拡大を図る  
（海外言語版） MAUが減少していること踏まえ、日本語版で奏功した施策を適時投入し、売上の維持・拡大を図る
- b. ファンキル 新システム・コンテンツの早期投入、また自社間や他社のタイトルとのクロスプロモーションを積極的に実施し、売上拡大を図る
- c. ドラジェネ 今後PvP機能の導入等の積極的なコンテンツ追加を行い、高収益モデルを継続
- d. SAO 新規施策の積極投入により売上拡大を図る
- e. パブリッシングサービス 新システム・コンテンツの投入により収益化を加速

#### ② 新規タイトル（ネイティブアプリ）

- a. 新規タイトル17本の開発早期化（他社IP、リアルグラフ向け、パブリッシングサービス含む）（詳細は30ページ）

### 2. 海外展開の強化 / 管理体制の更なる強化

- a. FY14Q4末時点で、海外子会社は9拠点まで拡大
- b. パブリッシングサービスの収益化を加速させるとともに、当社の開発・配信するオリジナルタイトルも積極的に海外展開
- c. 各海外子会社におけるオリジナルタイトルの開発を強化し、コンテンツの「地産地消」を実現
- d. 子会社管理の専門部署を新設し、管理体制を更に強化

### 3. コストの合理化

- a. 開発費に関しては、国内・海外の開発ライン増強は一巡。今後海外を中心に人員数は緩やかに増加へ
- b. 広告宣伝費は、引き続き広告効果の検証を一層強化するとともに、自社タイトル間のクロスプロモーション等を積極的に実施することで、FY15の売上高広告宣伝費率15%を目指す

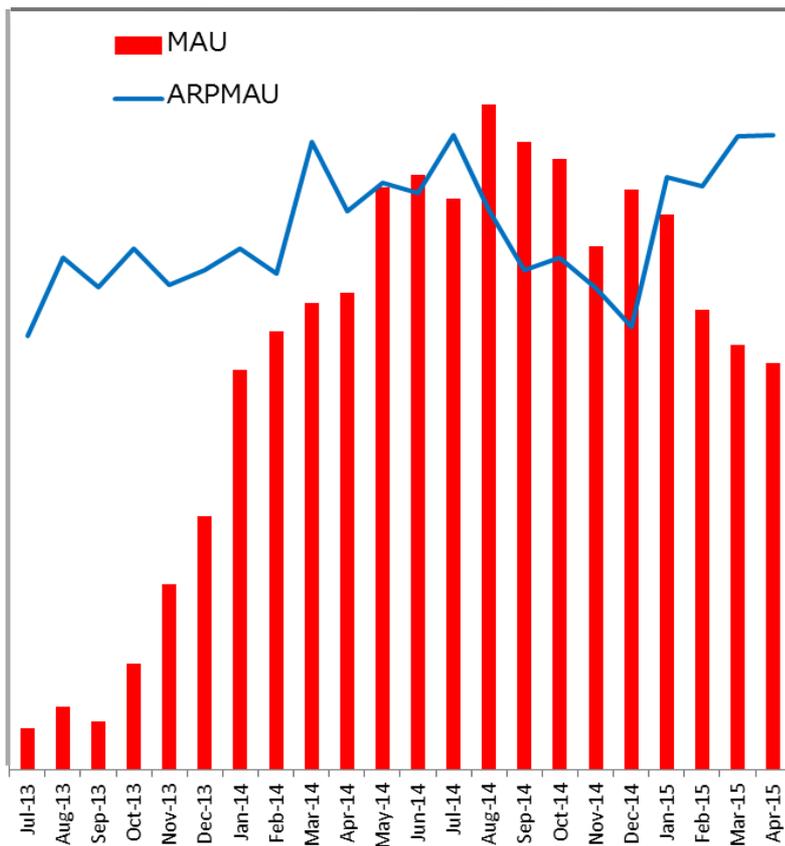
### 4. タイトルポートフォリオの構築

- a. パブリッシングの立ち上げの早期化を推進しつつ、オリジナル、IP、リアルグラフ向け及びパブリッシングタイトル（ハイリスク・ハイリターン～ローリスク・ローリターン）をバランスよく提供することで、安定的な売上拡大及び強固な収益基盤を構築

オリジナル

- DL数は15年5月末時点にて全世界2,300万を突破するもMAUは減少
- 日本語版は、足元にてMAUの減少が見られるため、効果的なプロモーションの実施によりMAUの維持・拡大、またゲーム内施策を積極追加することでARPMAUの改善を目指す
- 海外言語版は、15年2月にMAUが急激に減少。今後は適切なプロモーションによるMAUの維持、日本語版の施策の早期投入によりARPMAUの改善を図る

MAU/ARPMAU推移（日本語版・海外言語版）



# 2周年イベントに向けて 施策を準備中

ブレイブフロンティア2周年記念ファン感謝祭



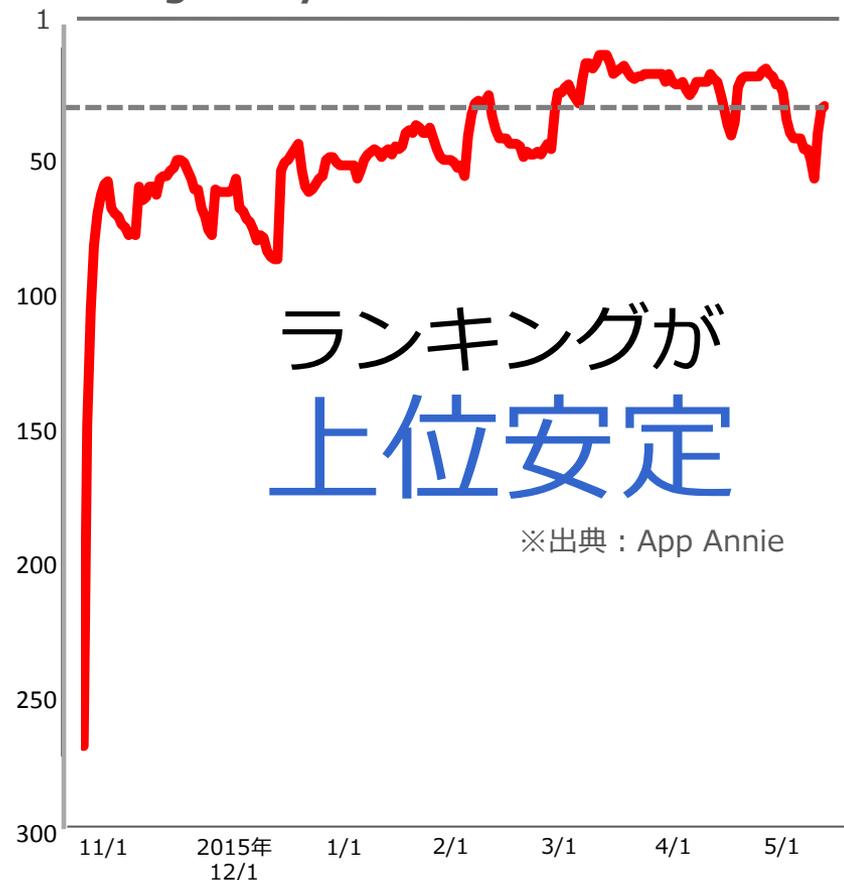
2015年8月2日（日）開催

※ブレフロの全言語版で集計(中国版を除く)

オリジナル

- 15年4月末に180万DLを突破
- 今後は更なるユーザーベースの拡大を図るべく、ゲーム内コンテンツを早期投入し、また自社間や他社のタイトルとのクロスプロモーションを積極的に実施予定

(位) Google Play 売上高ランキング推移



# オリジナルタイトル 第二の柱へ



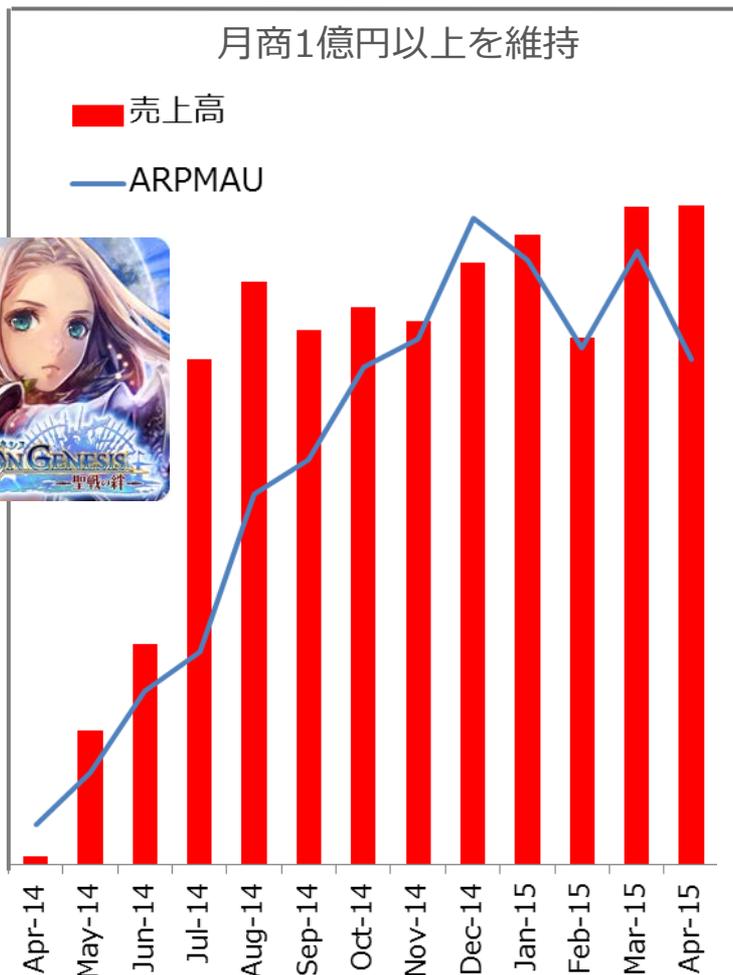
## オリジナル

- ドラジェネ：今後PvP機能の導入等の積極的なコンテンツ追加を行い、高収益モデルを継続

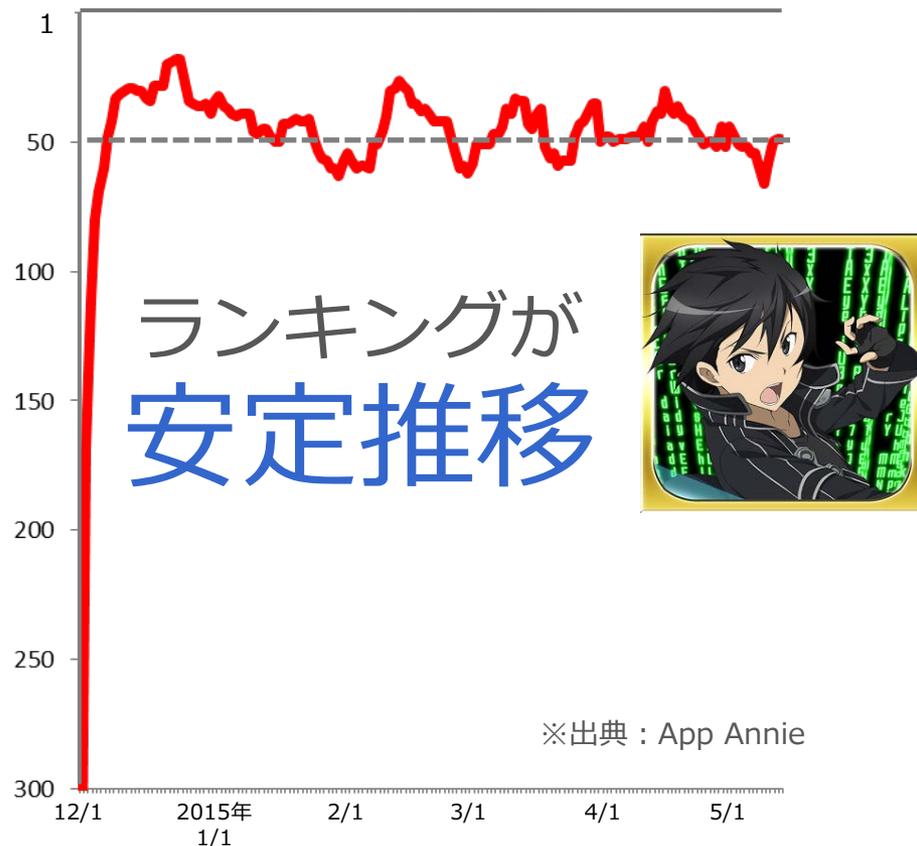
## 他社IP系

- SAO：新規施策の積極投入で今後も売上を維持・拡大へ

### 売上高/ARPMUA推移（ドラジェネ）



### (位) Google Play 売上高ランキング推移（SAO）



※ソードアート・オンライン コード・レジスタ  
 (販売/配信元：バンダイナムコエンターテインメント)  
 の開発を当社が担当

リアルグラフ向け

- 「LINE 猛撃三國」 (台湾) をリリース予定

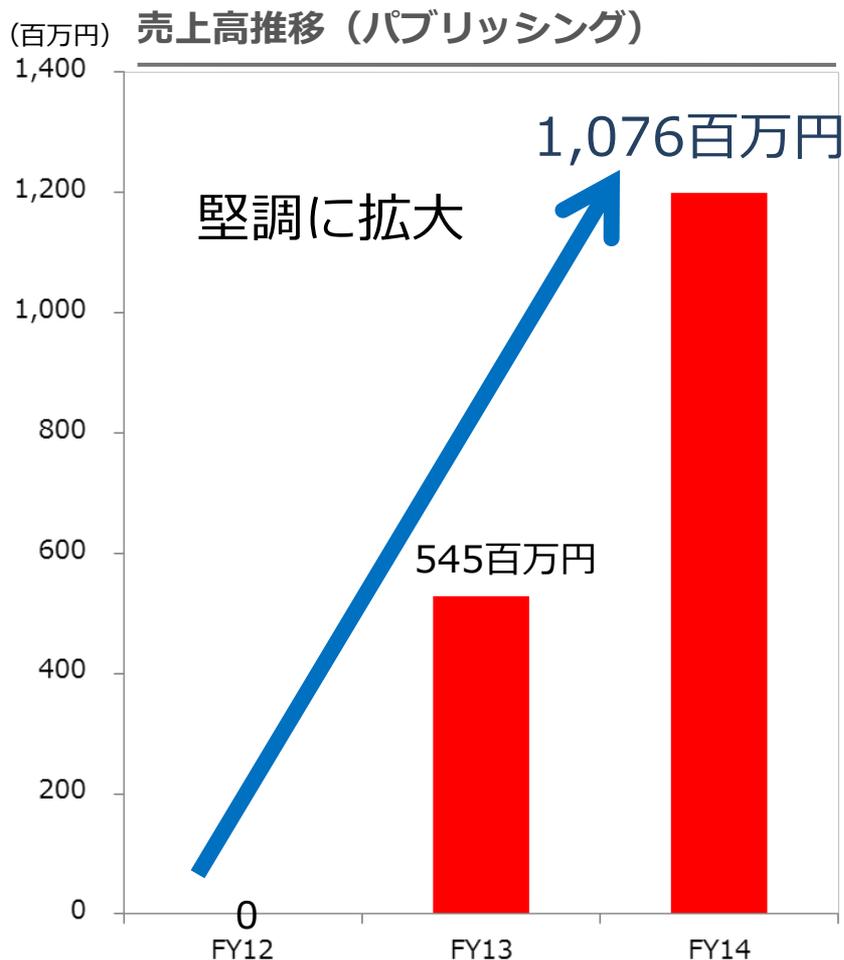


台湾での  
事前登録が **30** 万件突破！！



## パブリッシング

- 海外9拠点を活用しクロスボーダーの強固なコンテンツ配信網を構築
- 受託タイトル数の増加に伴い、売上も拡大
- 今後既存タイトルに関しては、新システム・コンテンツの投入により収益化を加速。新規タイトルの獲得交渉を継続



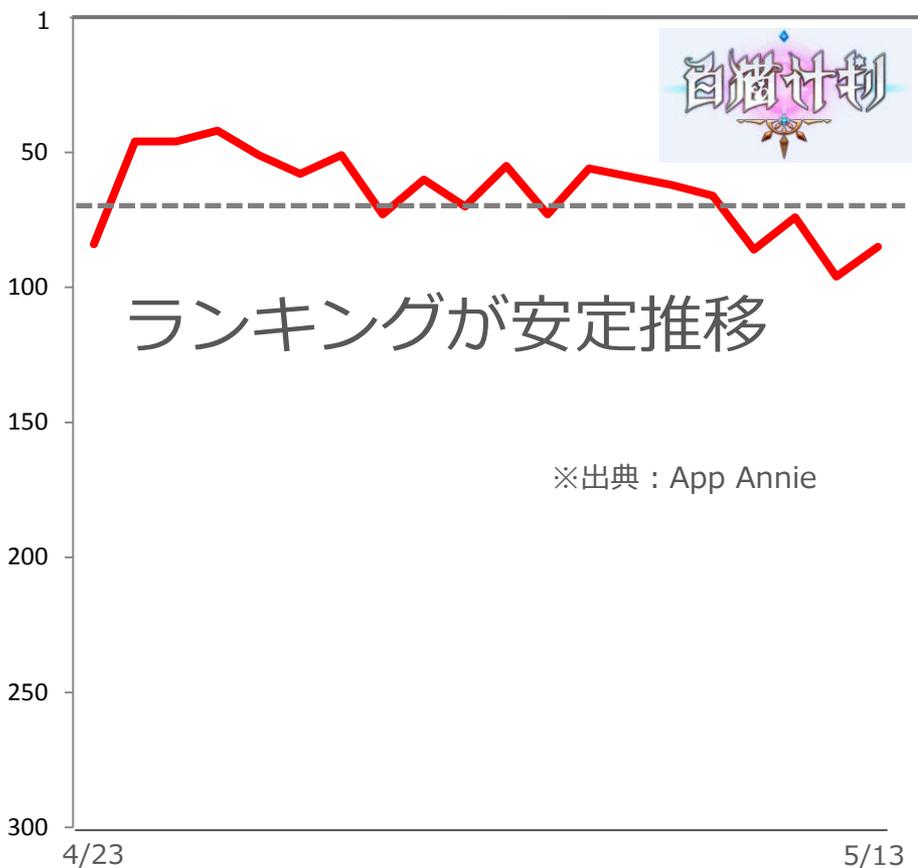
## パブリッシングにおけるパートナーシップ

リリース時期	パートナー	展開地域	タイトル名
2015年6月 (予定)	コロプラ	韓国	スリングショット ブレイブズ
2015年4月	コロプラ	中国	白猫プロジェクト
2015年1月	双葉社/ 浅草ゲームズ	韓国	クレヨンしんちゃん for KAKAO
2015年1月	タイトー	北米他	パズルポブル
2014年12月	セガネットワークス	北米他	チェインクロニクル
2014年12月	アカツキ	韓国	サウザンドメモリーズ

## パブリッシング

- 「白猫プロジェクト（中国語）」が好調な滑り出し

### iOS 売上高ランキング推移（中国）



# 中国市場で 安定推移



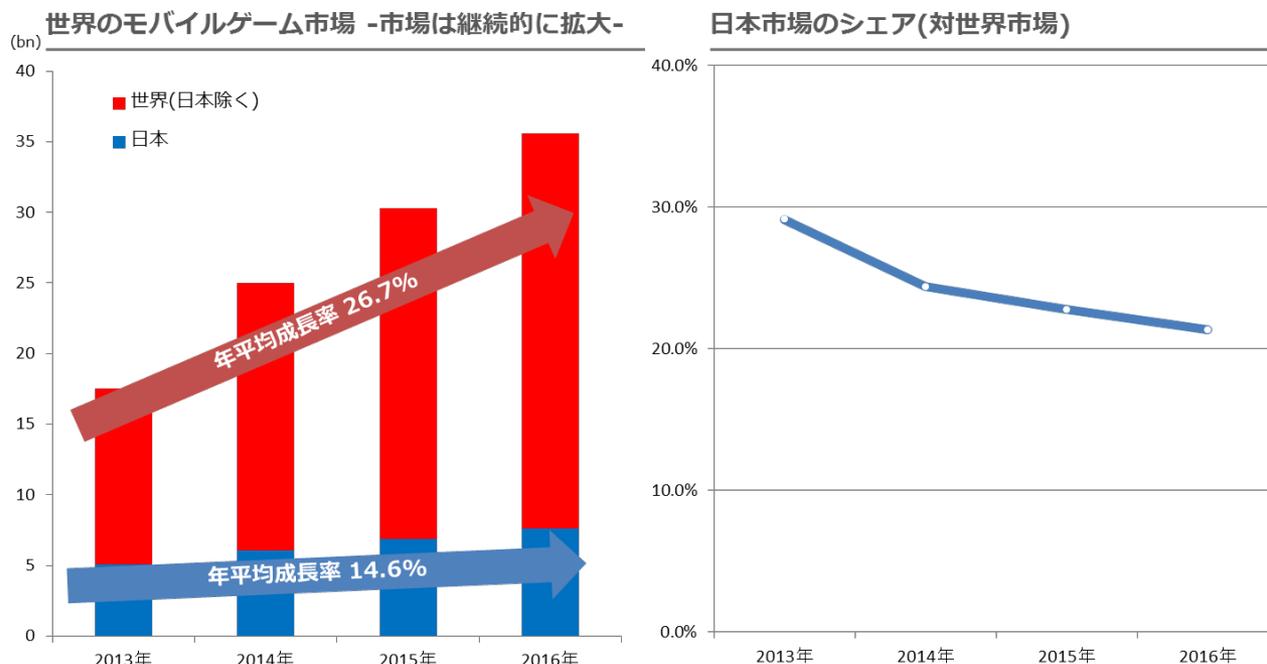
©2015COLOPL, Inc. All rights reserved. published by gumi Inc

## 環境認識

- 国内市場は成長ペースが鈍化し、寡占化がより一層進む見込
- 開発期間の長期化、タイトル一本あたりの開発費は高騰傾向に
- 海外(世界)市場は引き続き高成長が期待され、海外における事業展開の成否が今後の売上成長の鍵となる



- 複数タイトルの開発・運用ラインの構築が必須
- グローバルなゲーム配信ノウハウの必要性



(注) 1ドル108円換算で10億ドル表示  
(出所) newzoo、CyberZ/シードプランニング

- ・寡占化するグローバルのゲーム市場で勝ち抜くためには、『打席数×打率』の最大化がポイントとなる
- ・gumiは下記3点を強化することでこれを実現し、着実な事業成長を目指す

1

### オリジナルゲームの開発力

(豊富なタイトルラインナップ、多様なジャンルへの展開)

2

### 世界規模でのパートナーシップ

(他社有力IPの獲得力、外部開発会社との提携、リアルグラフプラットフォームとのパートナーシップ)

3

### グローバルなゲーム配信ノウハウ

(2012年以來、海外9拠点で展開する高品質なローカライズと運営サポート)

- ・現在 **17本** の新規タイトルを開発中

### 開発中のタイトル数

Q3末時点

Q4末時点



- ・ Q4に忍ツクをリリース
- ・ オリジナルタイトルの海外展開も準備中
- ・ クリスタル ク라운の事前登録が6/15開始予定



- ・ 猛撃三國（台湾）の事前登録が開始



- ・ Q4に白猫プロジェクト（中国語）をリリース

※ 2015年4月末時点で開発承認を受けた本数をカウント

※ 同一タイトルの海外言語版は、日本語版、海外言語版でそれぞれ1タイトルでカウント

※ 開発中タイトル数は、FY15及びFY16リリース予定のタイトルを含む総数

オリジナル



『クリスタル クラウン』  
ジャンル：RPG リリース時期：2015年夏（予定）

壮大なストーリーと迫力の3Dバトル。  
大いなる空を翔ける、クリスタルの物語。

事前登録、15年6月15日開始予定！



オリジナル

# BLAZING ODYSSEY

ブレイジング オデッセイ

『ブレイジング オデッセイ』

ジャンル：アクションRPG リリース時期：2015年秋（予定）

大魂晶“アパティア”をめぐる、果てなき戦い。  
爽快感MAXのアドレナリン全開バトル！



他社IP系

- 当社が得意とするRPGの開発力を著名IPに投入し、ユーザーベースの最大化を目指す



# 鋭意 開発中

パブリッシング

- 韓国にて6月リリース予定



『スリングショット ブレイブズ』

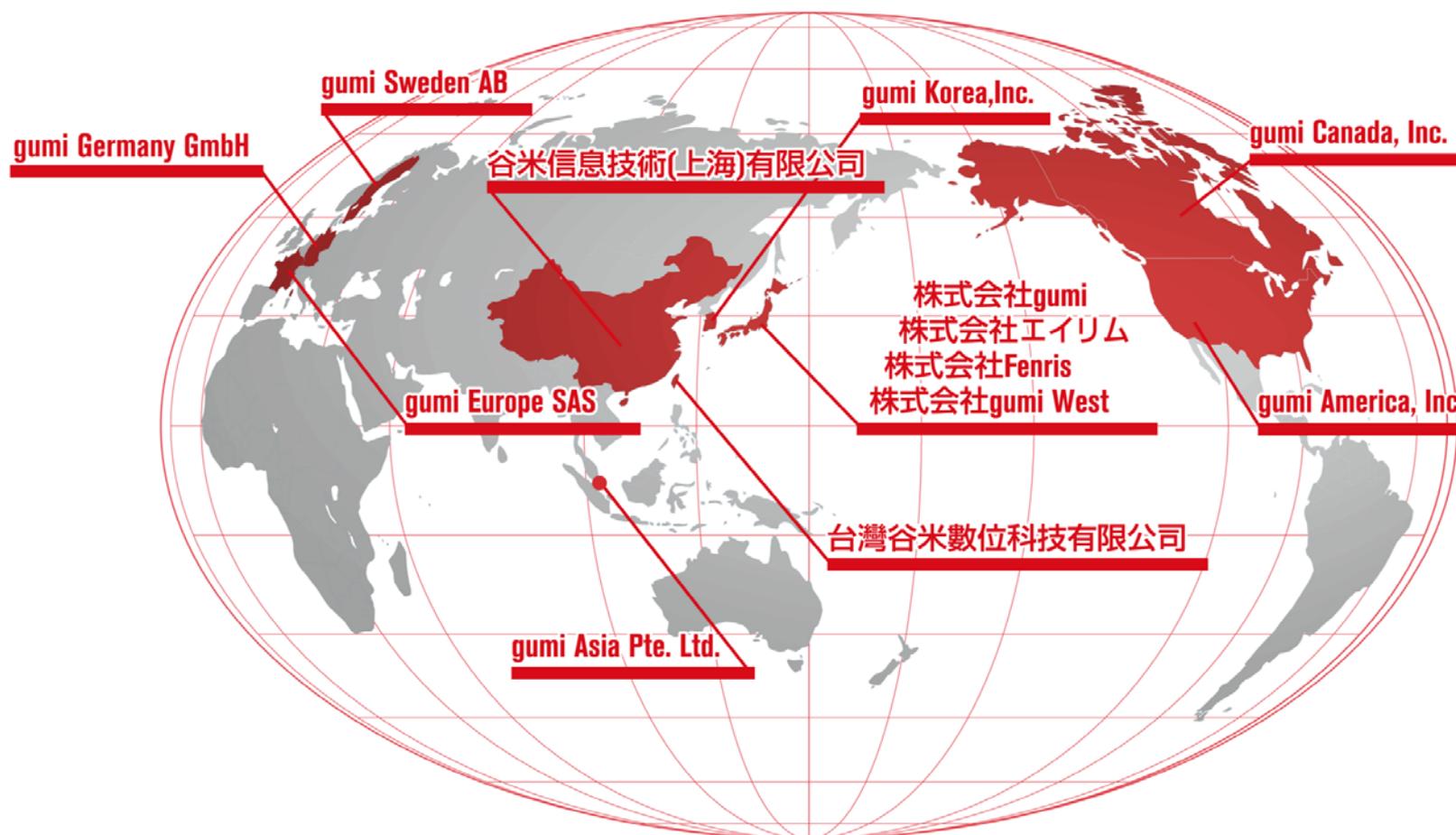
展開地域：韓国

リリース：2015年6月予定

ローカライズ：gumi Korea

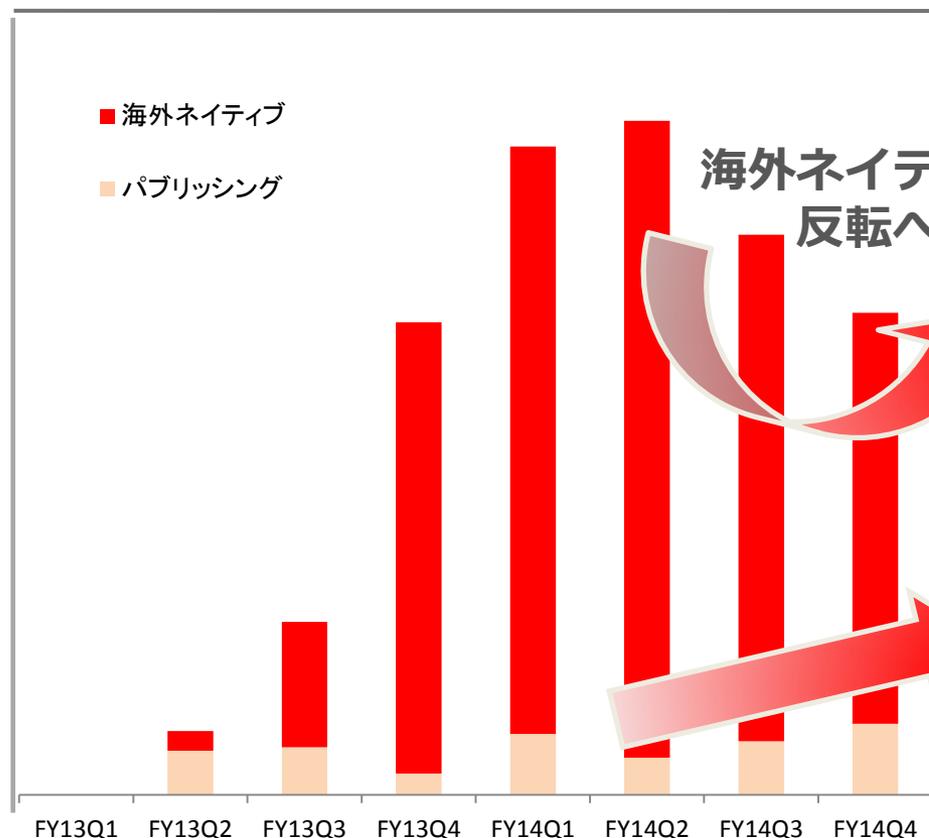
## 4-2. 海外展開の更なる強化

- FY14Q4 末時点で、海外子会社は9 拠点まで拡大
- パブリッシングサービスの収益化を加速させるとともに、当社の開発・配信するオリジナルタイトルも積極的に海外へ展開
- 海外子会社におけるオリジナルタイトルの開発を強化し、コンテンツの「地産地消」を実現
- 海外拠点の管理体制を見直し、海外子会社のガバナンスを強化



- ブレフロ海外言語版の減収等が主な要因となり、Q3からQ4にかけて海外売上高は減少
- 今後も海外展開強化の方針に変更はなく、gumiの強みであるクロスボーダーの強固な配信網の構築を進める

海外売上高（連結四半期）



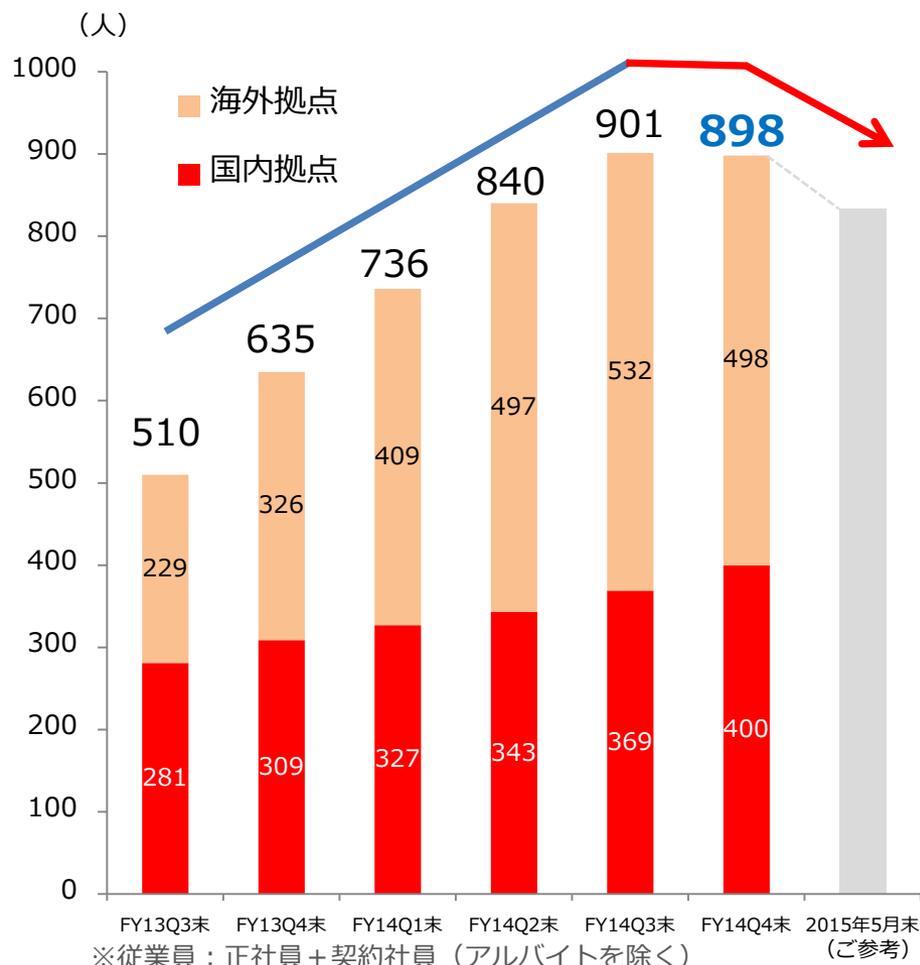
海外展開  
の重要性は  
不変

## 4-3. コストの合理化（開発費）

- 15年4月末の希望退職実施によりネイティブアプリへの人員シフトは完了
- 国内・海外の開発ライン増強は一巡。今後海外を中心に人員数は緩やかに増加へ

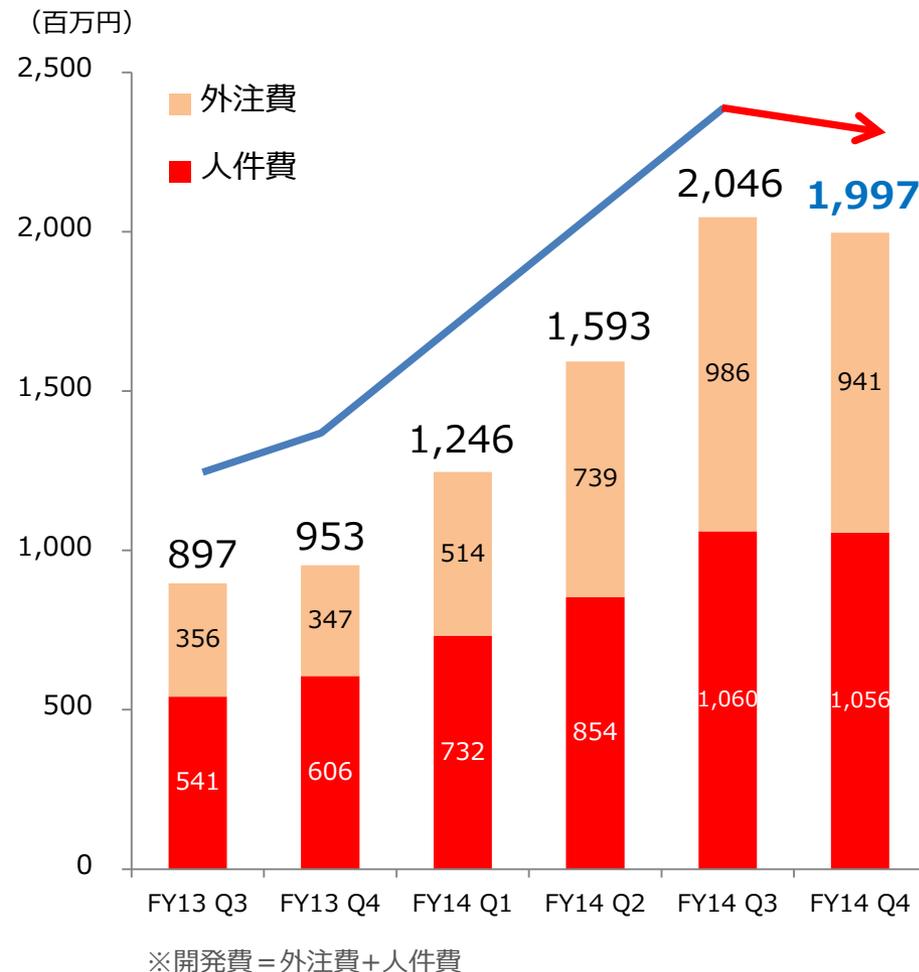
### 人員数推移（連結四半期）

希望退職募集の結果5月末では減少見込



### 開発費推移（連結四半期）

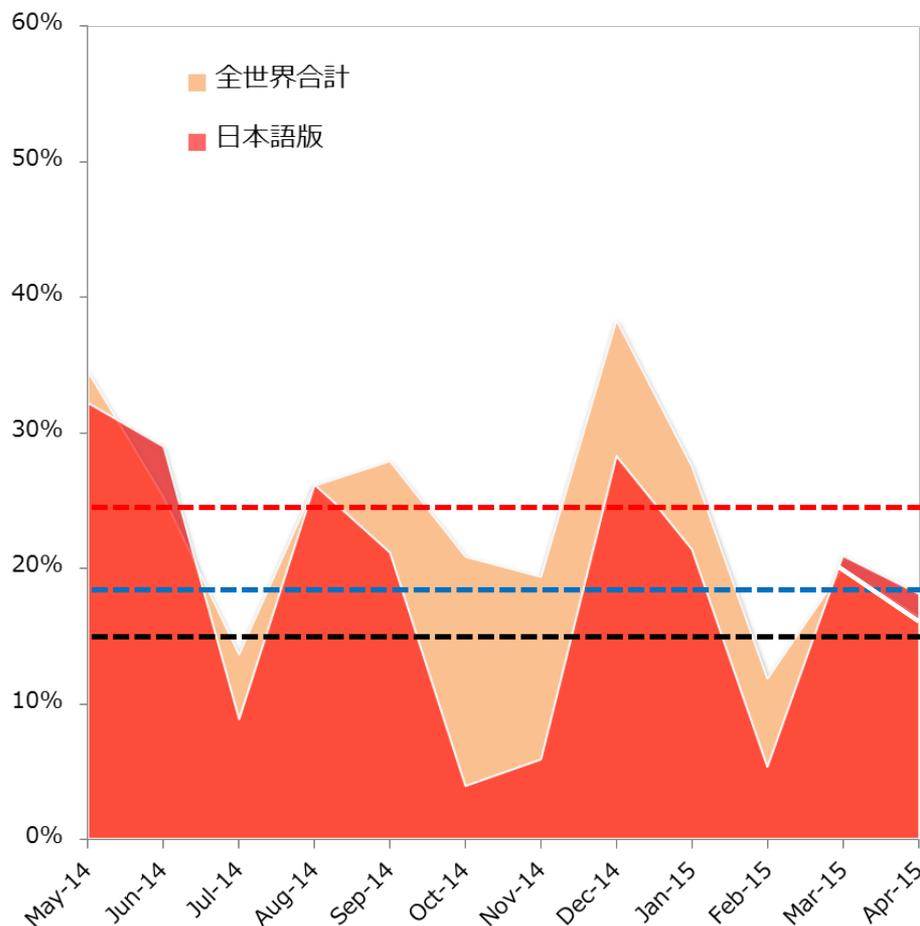
外注費と人件費がともに減少



## 4-3. コストの合理化（広告宣伝費）

- 引き続き広告効果の検証を一層強化するとともに、自社タイトル間のクロスプロモーション等を積極的に実施し、FY15の売上高広告宣伝費率15%を目指す

言語別 売上高広告宣伝費比率（FY14Q4累計）



# 広告宣伝費率 適正化へ

24% : 全世界合計平均 売上高広告宣伝費率

19% : 日本語版平均 売上高広告宣伝費率

15% : 売上高広告宣伝費率 ターゲット

- 自社タイトル間で複数のクロスプロモーションを実施、ユーザー獲得効率の向上及びユーザーベースを拡大することで、広告宣伝費の適正化を図る

# ユーザーベースを拡大

ブレフロ × ファンキル  
(両タイトルの人気キャラの相互提供)



▲「レーヴァテイン」

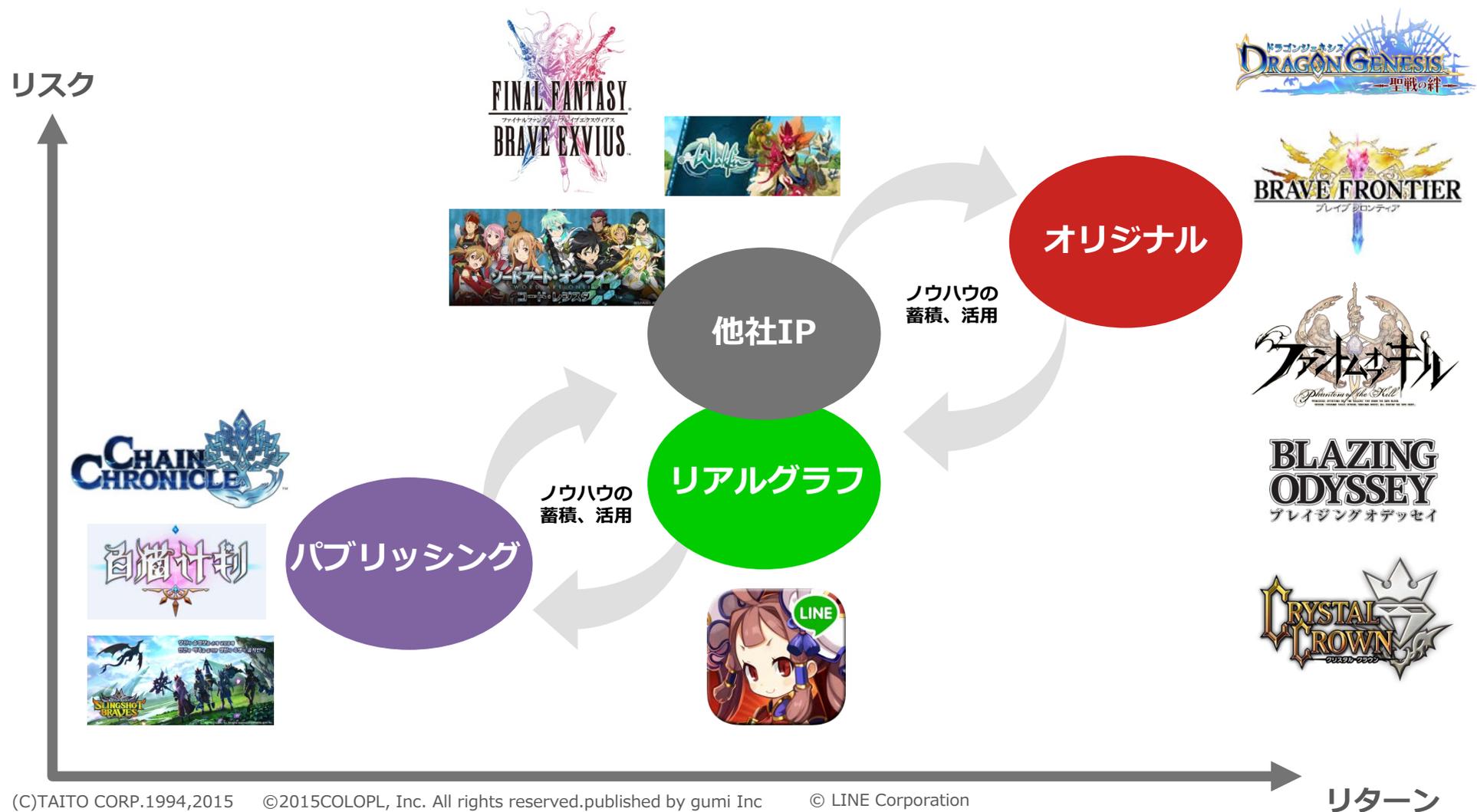
▲「ティルフィン」

ファンキル × ドラジェネ  
(両タイトルの人気キャラ・アイテムの相互提供)



## 4-4. タイトルポートフォリオの構築

- オリジナル、IP、リアルグラフ向け及びパブリッシングタイトルをバランスよく提供することで、安定的な売上拡大及び強固な収益基盤の構築を図る



(C)TAITO CORP.1994,2015 ©2015COLOPL, Inc. All rights reserved.published by gumi Inc © LINE Corporation

© 2015 gumi Inc. / Fenris Inc. All Rights Reserved. ©2014 川原 礪/KADOKAWA アスキー・メディアワークス刊/SAO II Project ©2014 BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

© SQUARE ENIX CO., LTD. All Rights Reserved. Developed by Alim Co., Ltd. Illustration/© 2014 YOSHITAKA AMANO

**情報革命時代を代表する  
世界No.1  
エンターテイメント企業になる**

本資料は、株式会社gumi（以下「当社」といいます。）並びにその子会社及び関連会社（以下、当社と併せて「当社グループ」と総称します。）の財務情報、経営情報等の提供を目的としたものです。

本資料に記載されている当社グループ以外の企業等に関わる情報及び当社グループ以外の第三者の作成に係る情報は、公開情報等から引用したものであり、当社は、かかる情報の正確性、完全性及び適切性等について何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません、

なお、本資料に含まれる全ての情報は、予告なしに変更される場合があります。

本資料は、当社の有価証券の取得に係る投資勧誘を目的としたものではなく、当社の有価証券への投資判断にあたって必要な全ての情報が含まれているわけではありません。



**gumi**  
One Step Beyond.