



**2016年4月期
第1四半期決算説明会資料**

株式会社gumi

2015年9月

1. トピックス	: P. 2
2. 連結決算	: P. 5
3. FY15Q2の業績予想	: P.14
4. 今後の取組みについて	: P.17
-1 既存タイトル	
-2 新規タイトル	
-3 コスト管理	
-4 タイトルポートフォリオの構築	

1. トピックス：新任社外取締役の紹介

- 企業経営に関する豊富な経験・知識を有する人物を社外取締役として招聘し、ガバナンス体制及びマネジメント体制を一層強化

取締役（社外） 田中 敦史 （たなか あつし） Board Director Atsushi Tanaka	平成9年5月	ゴールドマン・サックス証券会社（現ゴールドマン・サックス証券株式会社）入社
	平成12年4月	イー・アクセス株式会社（※）入社
	平成15年2月	同社 財務本部 財務部長
	平成19年5月	イー・モバイル株式会社（※）常務執行役員兼CFO
	平成23年6月	イー・アクセス株式会社（※）常務執行役員兼経営企画 本部長
	平成24年6月	株式会社JTOWER設立 代表取締役社長（現任）
平成27年7月	当社社外取締役（現任）	

※イー・アクセス株式会社及びイー・モバイル株式会社は合併等により、現在はソフトバンクモバイル株式会社となっております。

取締役（社外） 庄司 顕仁 （しょうじ あきひと） Board Director Akihito Shouji	平成12年4月	株式会社スクアーツ（現株式会社スクウェア・エニックス）入社
	平成13年4月	株式会社スクウェア（現株式会社スクウェア・エニックス）品質管理部長
	平成16年4月	同社 事業開発部 シニアマネージャー
	平成18年5月	株式会社スタイルウォーカー設立（現株式会社タイトー）代表取締役社長
	平成21年5月	株式会社タイトー ON!AIR事業本部 メディアコンテンツグループ長
	平成21年10月	同社 ON!AIR事業本部長
	平成23年4月	同社 取締役 ON!AIR事業本部長
	平成24年4月	同社 取締役 ON!AIR事業本部長兼AG事業本部長
平成26年1月	ディライトワークス株式会社設立 代表取締役社長（現任）	
平成27年7月	当社社外取締役（現任）	

① 事業計画の精緻化

スタジオ制の導入に伴い収益責任を明確化し、予算管理を精緻化

② 子会社管理体制の強化

国内・海外子会社管理部門を新設し、全子会社に対する管理を一層強化

③ ディスクロージャー体制の充実

IR人員を強化し、複数人員によるチェック体制を構築することにより、適時適切な情報開示を徹底

④ リスクマネジメント委員会の設置

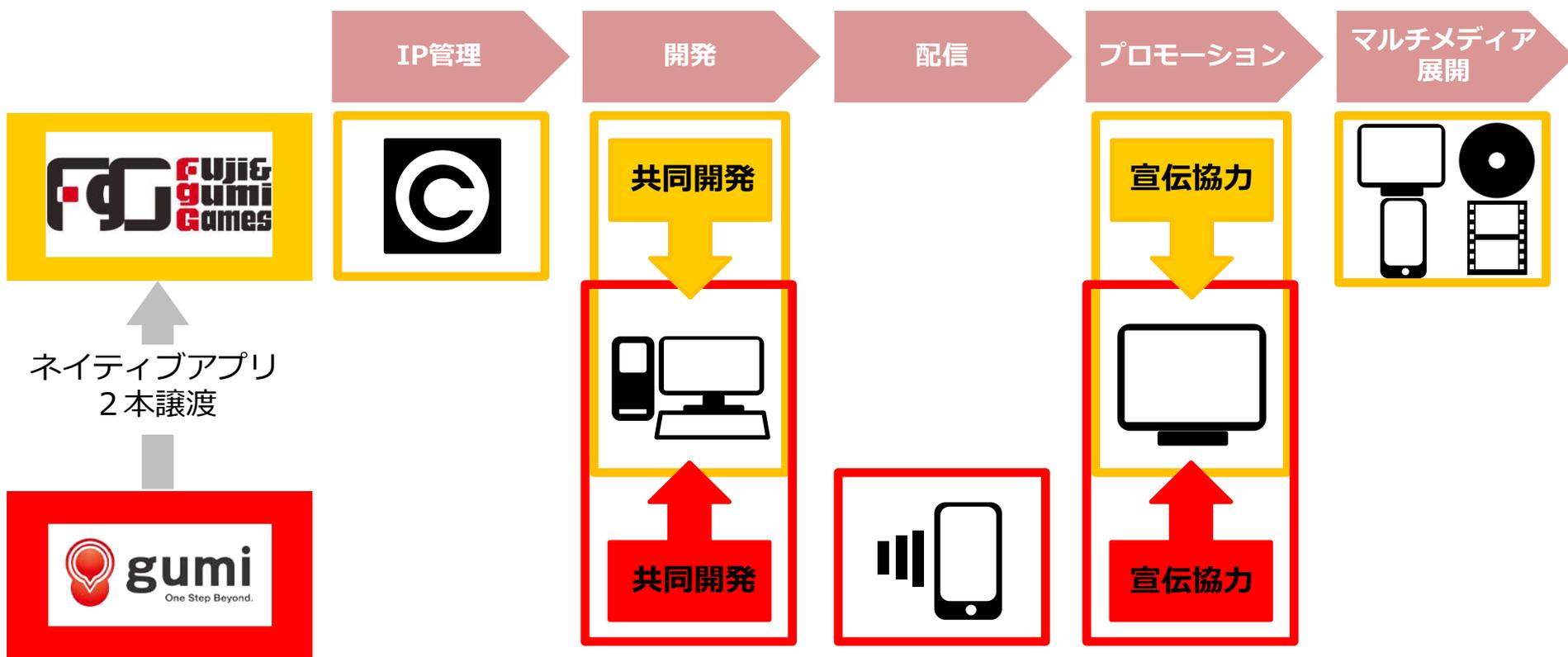
グローバルでのリスク管理体制の構築を図るべく、外部専門家を含めた委員会を設置。

グループ全体の多種多様なリスクを即時に把握し、適切な対応を図る

1. トピックス： FgGに対するネイティブアプリ2本の譲渡

- 15年9月11日付にてFuji&gumi Games（以下、FgG）に対し、共同開発中のネイティブアプリ2本（いずれもこれまでの未公表タイトル）を譲渡する契約を締結
→ 2Qに特別利益332百万円を計上予定
- 当社とFgGにて対象アプリの共同開発を行うことで、より質の高いコンテンツ開発及びマーケティング/プロモーション領域においても高い相乗効果の創出を目指す

スキームイメージ



「ファントム オブ キル」で成功したスキームを活用！

2. 連結決算

業績 (連結)

- 売上高：5,870百万円 QonQ：△1,043百万円
- 営業利益：△532百万円 QonQ：△528百万円
- 経常利益：△495百万円 QonQ：△436百万円

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、MAUは高水準を維持するもARPMAUが低下し、QonQで減収に
- 「ブレフロ海外言語版」は、各種施策の投入等によりARPMAUが上昇するも期間経過に伴いMAUが自然減少し、QonQで減収に
- 「ファントム オブ キル」（以下、ファンキル）は、プロモーションの絞り込み及び期間経過による新規獲得数の自然減によりMAUが減少するも、ユーザーニーズを捉えた施策の投入により課金率・ARPMAUが伸長し、QonQで増収に
- 「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しQonQで増収に
- リアルグラフ向け第一弾「LINE猛撃三國」（台湾）が7月7日に配信開始
- 「WAKFU Raiders」は7月に主に欧米向けに配信開始

パブリッシング

- 「白猫プロジェクト」（中国）が売上増加に寄与し、QonQで増収に

ブラウザ

- 第三者への運営移管が完了し売上高がゼロに

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

※2 ARPMAU: 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）

2. 連結決算（Q1） 損益計算書

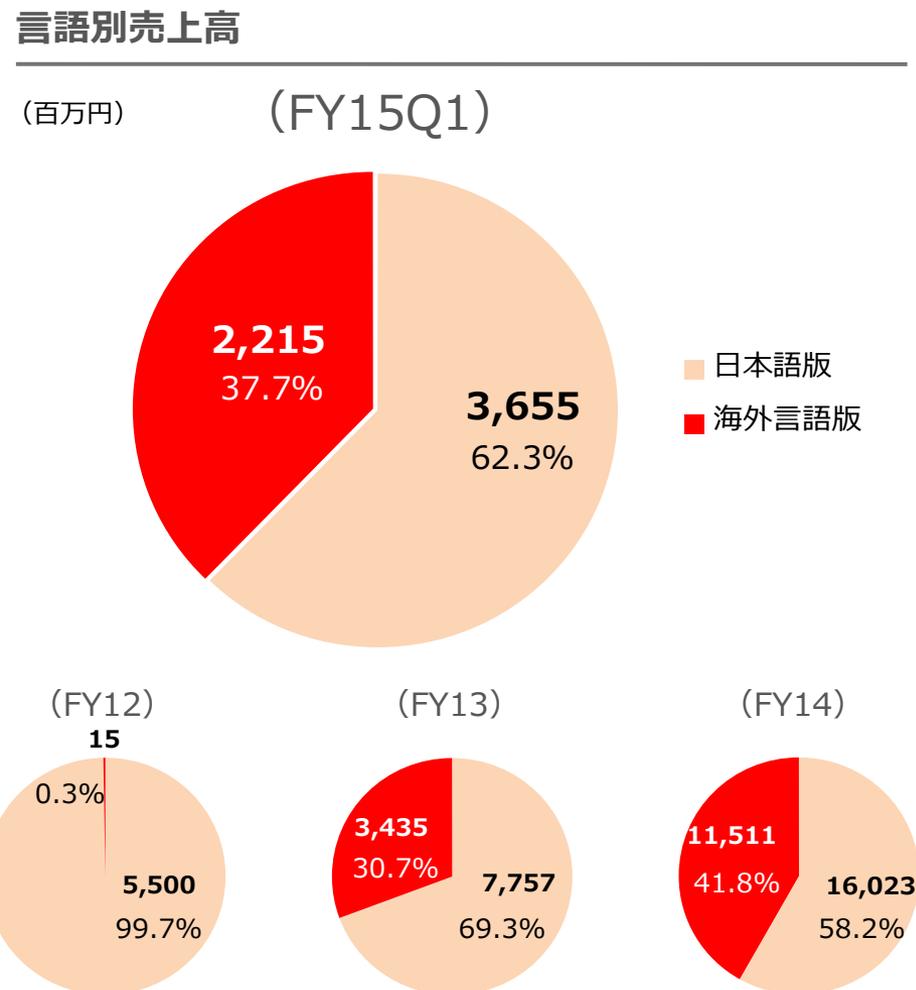
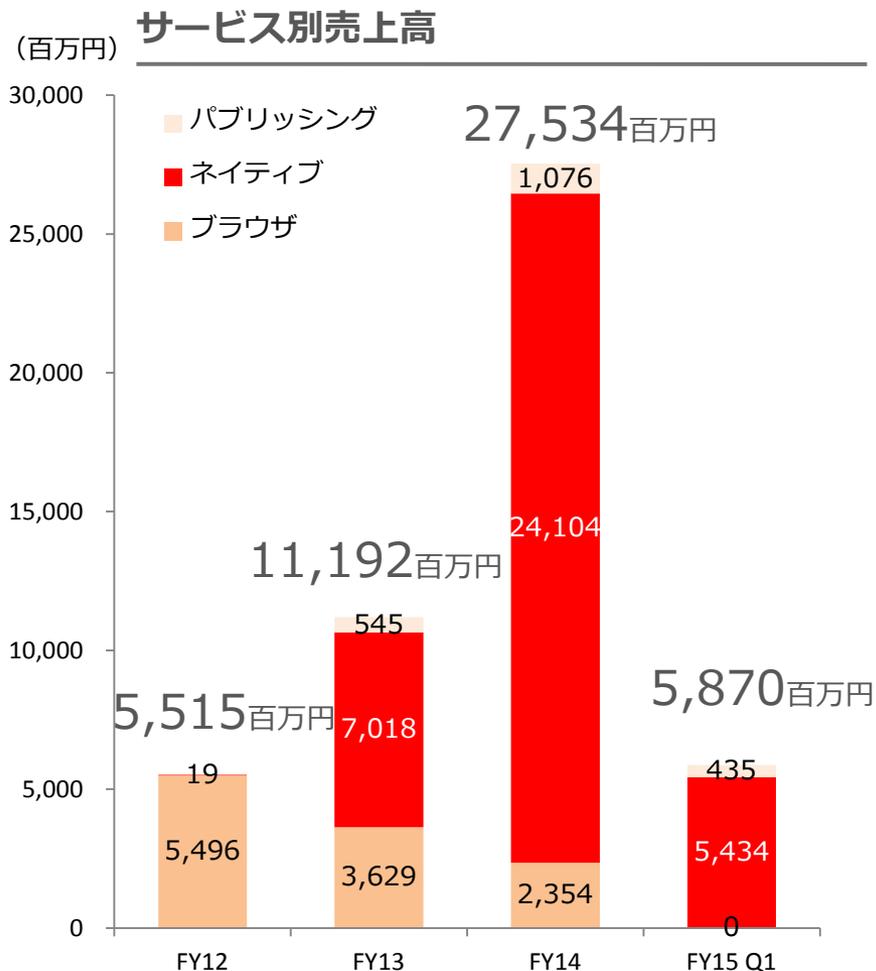
- 売上高はQonQで△ 1,043百万円の減収（うち、△435百万円はブラウザ運営移管分）
- 売上原価はQonQで減収に伴う変動費の減少及び開発人員の適正化に伴い減少（△731百万円）

損益計算書

(百万円)	2016年4月期Q1 (2015年5月 ～2015年7月)	2015年4月期Q1 (2014年5月 ～2014年7月)	前年同期比	2015年4月期Q4 (2015年2月 ～2015年4月)	前四半期比 (QonQ)
売上高	5,870	7,109	△1,238	6,913	△1,043
売上原価	4,484	4,168	+316	5,216	△731
販管費	1,917	2,114	△196	1,701	+215
営業利益	△532	826	△1,358	△4	△528
経常利益	△495	776	△1,272	△58	△436
特別利益	3	—	+3	120	△116
特別損失	—	—	—	101	△101
税前利益	△492	776	△1,268	△39	△452
親会社株主に 帰属する四半 期純利益	△626	299	△925	416	△1,042

2. 連結決算（Q1） サービス別 / 言語別 売上高

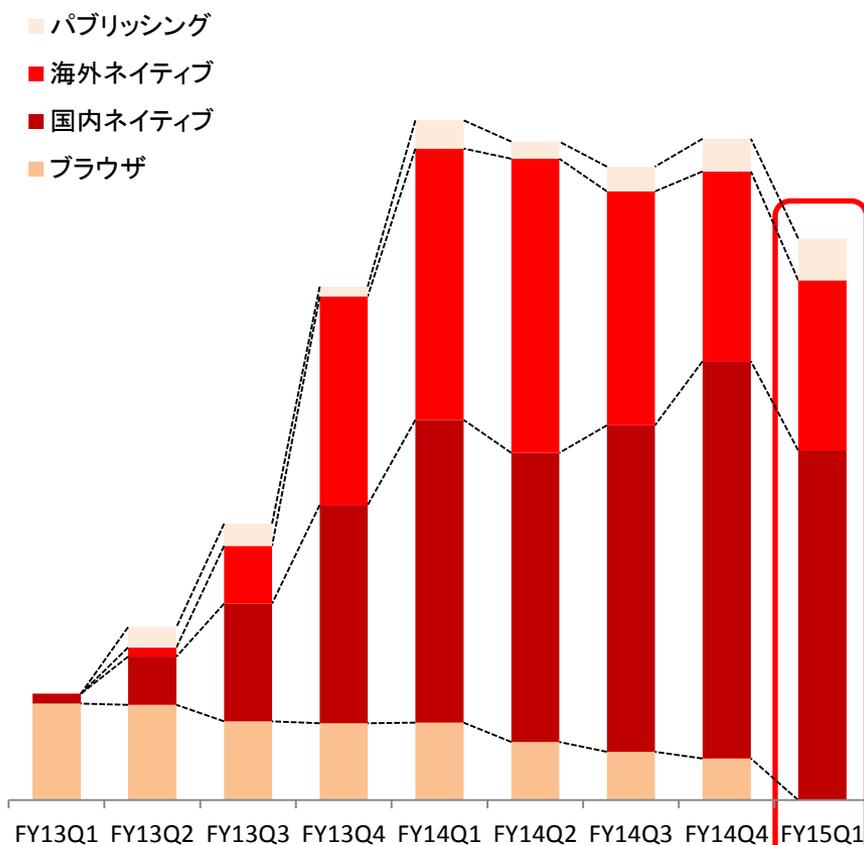
- ネイティブシフトが完了。今後はネイティブアプリとパブリッシングに注力
- 海外言語版比率は37.7%とFY14（通期）より4.1ポイント低下



2. 連結決算（Q1） 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・海外ともに減収
- パブリッシングの売上高はQonQで93百万円の増加

ネイティブ/パブリッシング/ブラウザ 売上高推移



FY15Q1 QonQ売上高分析

■ ネイティブアプリ

(国内)

- ブレフロ日本語版は、2周年イベントにおけるゲーム内通貨の無償配布等によりMAUが高水準を維持するもARPMUAが低下したため、大幅に減収に
- ファンキルは、大型のプロモーションを実施せず、またリリース後の期間経過による新規獲得の自然減に伴いMAUが減少するも、ユーザーニーズを捉えた課金施策の積極投入により課金率・ARPMUAが好調に推移し増収に

(海外)

- ブレフロ海外言語版は、ユーザーの継続率向上を目的とした各種施策の投入等によりARPMUAが上昇したものの、リリース後の期間経過によるMAUの自然減少を補えず減収に

■ パブリッシング

- 「白猫プロジェクト」（中国）が売上増加に寄与し増収に

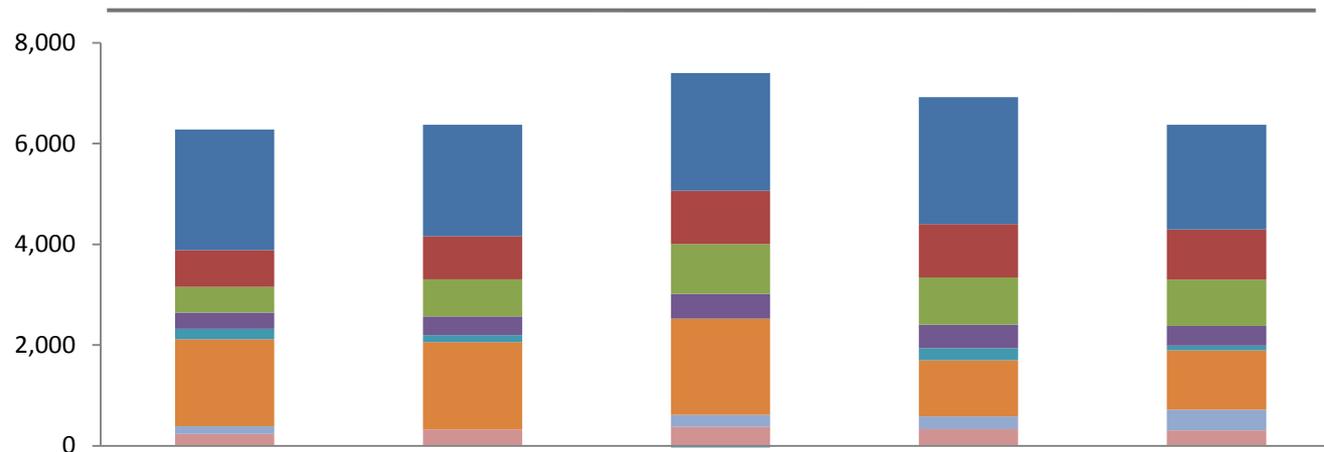
■ ブラウザゲーム

- 前期末にて「ドラジェネ」「幻獣姫」「騎士姫」の資産等の譲渡ならびに運営移管が完了したことに伴い△435百万円の減収に

2. 連結決算（Q1）費用推移

- 開発人員の適正化やプロジェクト損益の見直しに伴い開発費は減少傾向に
- 開発費に関しては、今後も適正な水準を維持する見込み

(百万円) 売上原価/販管費推移



(百万円)		FY14 Q1	FY14 Q2	FY14 Q3	FY14 Q4	FY15 Q1
売上原価	支払手数料	2,391	2,212	2,338	2,518	2,083
	人件費	732	854	1,060	1,056	994
	外注費	514	739	986	941	917
	通信費	316	368	492	464	394
	その他	215	143	△ 34	237	96
	売上原価 合計	4,168	4,316	4,842	5,216	4,484
販管費	広告宣伝費	1,727	1,731	1,909	1,119	1,176
	人件費	149	176	237	250	410
	その他	238	327	378	332	331
	販管費 合計	2,114	2,234	2,524	1,701	1,917
売上原価及び販管費合計		6,283	6,551	7,366	6,917	6,402

2. 連結決算（Q1） QonQ 費用解説

- 売上原価は、固定費（人件費及び外注費）がQonQで減少（△86百万円）
- 販管費は、ブレフロ日本語版のTVCMの放映等により、広告宣伝費がQonQで概ね同水準に

費用解説

	2016年4月期 Q1 (2015年5月 ～2015年7月)	2015年4月期 Q1 (2014年5月 ～2014年7月)	前年同期比	2015年4月期 Q4 (2015年2月 ～2015年4月)	前四半期比 (QonQ)	備考 (QonQ)
支払手数料	2,083	2,391	△308	2,518	△435	・減収に伴う支払手数料減少 ・売上構成変化による手数料率の減少
人件費（※1）	994	732	+262	1,056	△62	(増加) ・キーパーソンへのインセンティブ支給 (減少) ・FY14Q4の希望退職実施 ・スタジオ制導入による原価・販管費の区分見直し
外注費	917	514	+403	941	△24	
通信費	394	316	+78	464	△70	サーバ運用効率化による減少
広告宣伝費	1,176	1,727	△550	1,119	+57	
人件費（※2）	410	149	+260	250	+160	・キーパーソンへのインセンティブ支給 ・スタジオ制導入による原価・販管費の区分見直し

※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

2. 連結決算（Q1） 貸借対照表

- FY15Q1末時点における現預金は約168億円
- 純資産比率は約70%。引き続き堅固な財務基盤を維持

貸借対照表

(百万円)	2016年4月期 Q1	2015年4月期 Q4	前四半期比 (QonQ)	備考 (QonQ)
流動資産	18,760	20,546	$\Delta 1,786$	現金及び預金の減少 ($\Delta 1,069$ 百万円) 売掛金の減少 ($\Delta 773$ 百万円)
うち現金及び預金	16,781	17,850	$\Delta 1,069$	投資有価証券購入 ($\Delta 554$ 百万円) 銀行借り入れの一部返済 ($\Delta 250$ 百万円)
固定資産	3,768	3,111	+656	投資有価証券の増加 (+554百万円)
総資産	22,528	23,658	$\Delta 1,129$	
流動負債	4,633	5,011	$\Delta 378$	未払法人税等の減少 ($\Delta 301$ 百万円)
固定負債	1,591	1,845	$\Delta 253$	長期借入金の減少 ($\Delta 250$ 百万円)
純資産	16,303	16,801	$\Delta 497$	

2. 連結決算（Q1）業績予想対比

- 15年6月12日公表の業績予想（以下、予想値）に対して売上高が+370百万円、経常利益が+605百万円に

(百万円)	2016年4月期 Q1実績	(15年6月12日公表) 2016年4月期 Q1業績予想	増減
売上高	5,870	5,500	+370
営業利益	△532	△1,100	+568
経常利益	△495	△1,100	+605
親会社株主に 帰属する四半 期純利益	△626	—	—

(増減理由)

■売上高■ 計画比 +370百万円

- ①ネイティブアプリサービス：+455百万円（主なタイトルは以下の通り）
- A) 「ブレフロ 日本語版」は、予想値においては、リリース後相応の期間が経過していることを考慮し、MAUが約25%減少することを見込んでいたが、2周年イベントにおけるゲーム内通貨の無償配布等の各種施策の投入等によりMAUが想定を約30%上回り推移したことから、予想値を96百万円上回り着地
- B) 「ブレフロ 海外言語版」は、予想値においては、2月より大幅にMAUが減少していたことを考慮し、MAUが約20%減少することを見込んでいたが、既存ユーザーの継続率向上を目的とした各種施策の投入等によりMAUが想定を約10%上回ったことから、予想値を241百万円上回り着地
- C) 「ファントム オブ キル」は、業績予想時の想定通りARPMUAUが好調な水準を維持したことから、予想値を38百万円上回り着地

②パブリッシングサービス：△85百万円

■営業利益■ 計画比 +568百万円

- ① 増収効果及び利益率の高いタイトルの売上が予想値を上回ったことにより、297百万円増益
- ② コストの合理化による固定費抑制により、271百万円増益
- a: キーパーソンへのインセンティブ支給による人件費の増加（+93百万円）
- b: 一部タイトルにおける外注費削減（△90百万円）
- c: 広告宣伝費の抑制（△86百万円）
- d: その他の費用の削減（△188百万円）

■経常利益■ 計画比 +605百万円

- ① 主として営業利益が△532百万円となったことにより、経常利益は予想値△1,100百万円に対し605百万円増益

3. FY15Q2の業績予想

3. FY15Q2業績予想

- FY15Q2はQonQで減収減益となる見込（前提条件は次項に記載）

FY15Q2業績予想

(百万円)	2016年 4月期 Q1実績	2016年 4月期 Q2計画	増減	増減比
売上高	5,870	4,800	△1,070	△18.2%
営業利益	△532	△1,200	△668	—
経常利益	△495	△1,300	△805	—

3. FY15Q2業績予想

- 売上について、ブレフロは日本語版がARPMUAの大幅な低下、海外言語版がMAUの減少を考慮し、FY15Q1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
- 費用はFY15Q1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△50%)



- FY15Q1に比べて大幅な減収を見込む

(マイナス要因) リリース後の期間経過に伴いMAUが一定程度減少することを想定。

また、リリース後2周年イベントが終了し課金率等の低下が想定されることから、保守的にARPMUAも大幅に低下することを想定

ブレフロ海外言語版(QonQ売上高 約△10%)



- FY15Q1に比べて減収を見込む

(マイナス要因) リリース後の期間経過に伴いMAUが一定程度減少することを想定

ファンキル(QonQ売上高 約+25%)



- FY15Q1に比べて増収を見込む

(プラス要因) 著名IPとのコラボやTVCM等によりMAUが増加することを想定

● 新規タイトル

- 売上は僅少な数値を採用

■ 主な費用

● 人件費

- FY15Q1と比べて減少を見込む



(要因) Q1で発生したインセンティブの支給等がQ2では発生しないこと及び従業員数の一定程度の減少を考慮しQonQで減少を見込む

● 外注費

- FY15Q1と比べて増加を見込む



(要因) 開発中のタイトルにおいて開発が本格化することからQonQで増加を見込む

● 広告宣伝費

- FY15Q1と比べて減少を見込む



(要因) タイトルの売上状況に応じた適切なプロモーションを実施予定であることからQonQで減少を見込む

4. 今後の取組みについて

1. 既存タイトル売上の維持拡大

1. ネイティブアプリ

- a. ブレフロ（日本語版）：新施策の導入により既存ユーザーと新規ユーザーがともに遊べるコンテンツを積極投入
（海外言語版）：適切なプロモーションによるMAUの維持、ARPMUの改善
- b. ファンキル：著名タイトル・IPとのコラボレーションに加え、マルチ対戦等機能を追加。今冬、海外展開を予定
- c. ドラジェネ：新コンテンツ追加や機能拡充を積極的に行い、高収益モデルを維持し売上拡大
- d. SAO：PvPやギルド等の施策投入により売上拡大

- 2. パブリッシング：新システム・コンテンツの投入により収益化を加速。今後も新規タイトルの獲得交渉を継続

2. 新規タイトルの開発強化と早期のリリース

- 1. 国内大型タイトルのリリース
- 2. 他社との連携タイトルのリリース
- 3. 国内ヒットタイトルの海外展開
- 4. 地産地消タイトルのリリース

3. コストの合理化

- a. スタジオ制の導入に伴い収益責任を明確化し、一層のコスト管理を実施
- b. 広告効果の検証を一層強化し、売上高広告宣伝費率の適正化を継続

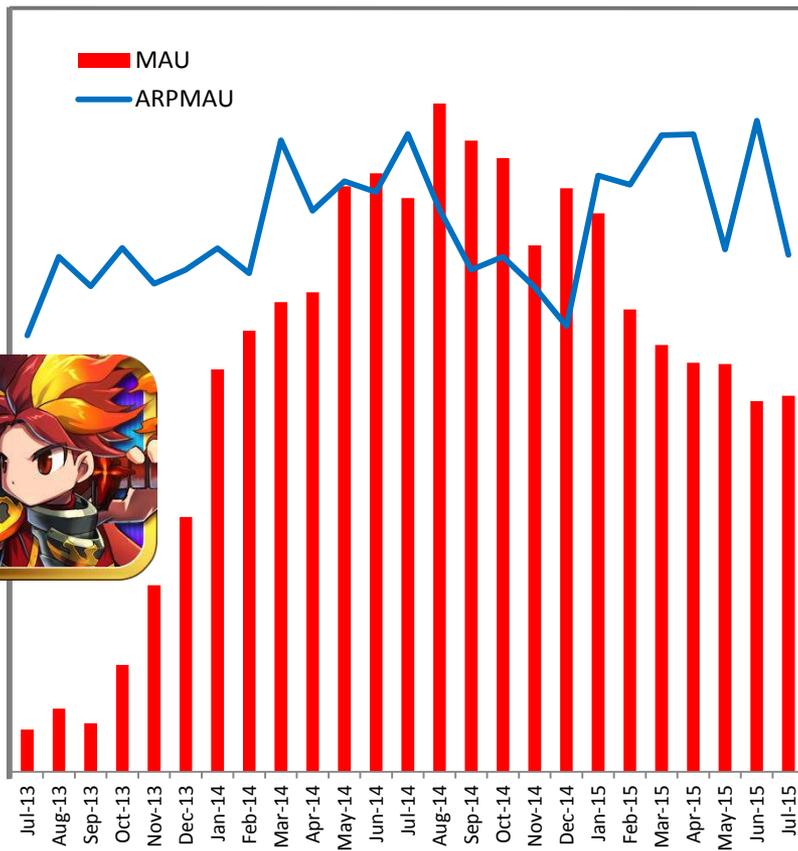
4. タイトルポートフォリオの構築

- a. 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

- 日本語版は、2周年イベントの開催等によりMAUは高水準を維持するも、ゲーム内通貨の無償配布等の施策によりARPMUAは低下傾向に
- 今後は、新施策の導入により既存ユーザーと新規ユーザーがともに遊べるコンテンツを積極投入
- 海外言語版は、リリース後の期間経過に伴いMAUは減少傾向に。引き続き適切なプロモーションによるMAUの維持、ARPMUAの改善を図る

MAU/ARPMUA推移（日本語版・海外言語版）



新施策の投入

新ユニット育成システム

（エクストラスキルを好きなユニットに習得）

+

新PvPシステム

（アリーナで先攻・後攻を争い、陣形の要素も追加）

+

マルチプレイシステム

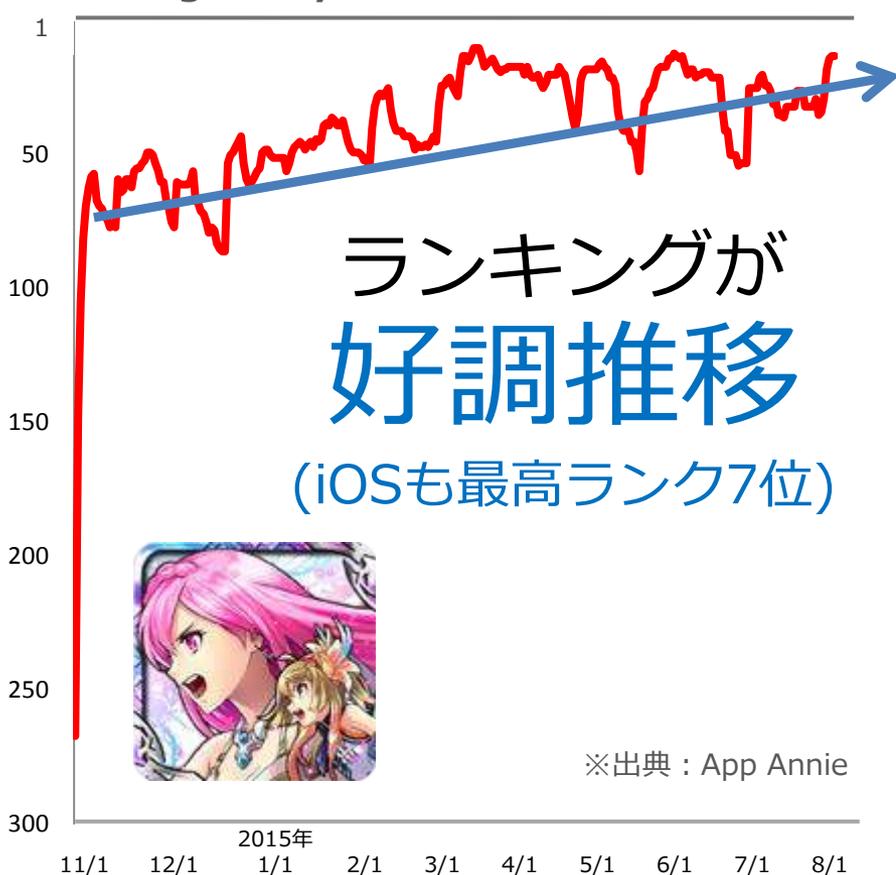
（レイドバトルをユーザー間でチームを組成）

※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9月に250万DLを突破
- 売上の約7割を占めるAndroid版で最高ランク8位を獲得
- 8月28日より「魔法少女まどか☆マギカ」との大型コラボ開始
同日、TVCMもスタートし、8月は過去最高売上を達成！
- マルチ対戦等を実装済みであり、今後もこれまで培った運用力を活かし、機能拡充を積極的に実施

(位) Google Play 売上高ランキング推移



著名タイトルとのコラボ



© Magica Quartet / Aniplex・Madoka Movie Project

ブレフロに続き
今冬、海外展開へ

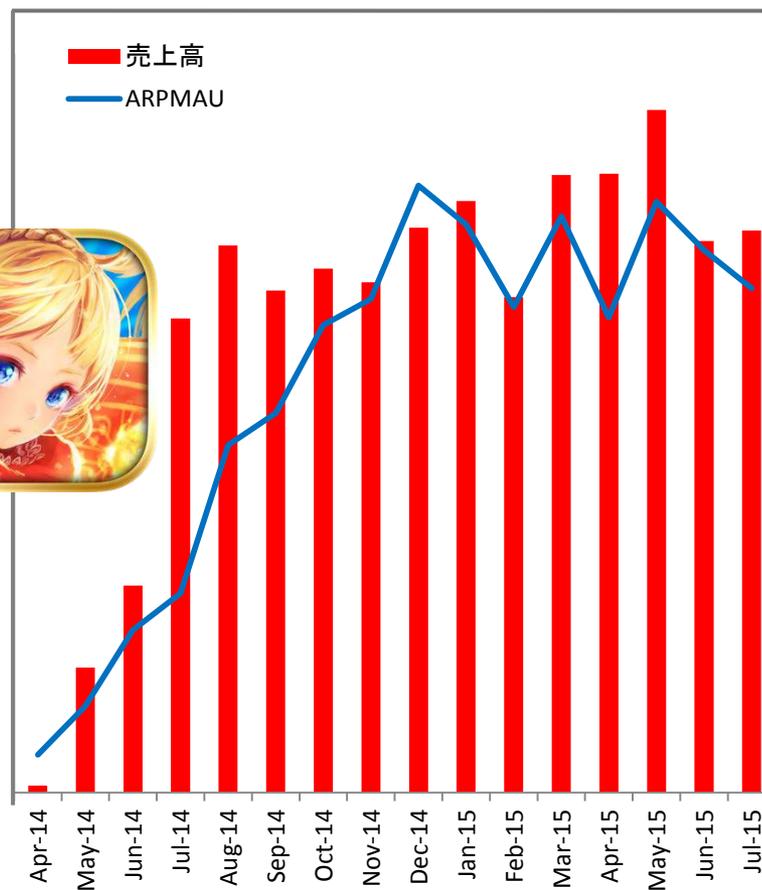
オリジナル

- ドラジェネ：PvPや新コンテンツの追加等、機能拡充を積極的に行い、高収益モデルを維持し売上拡大を図る

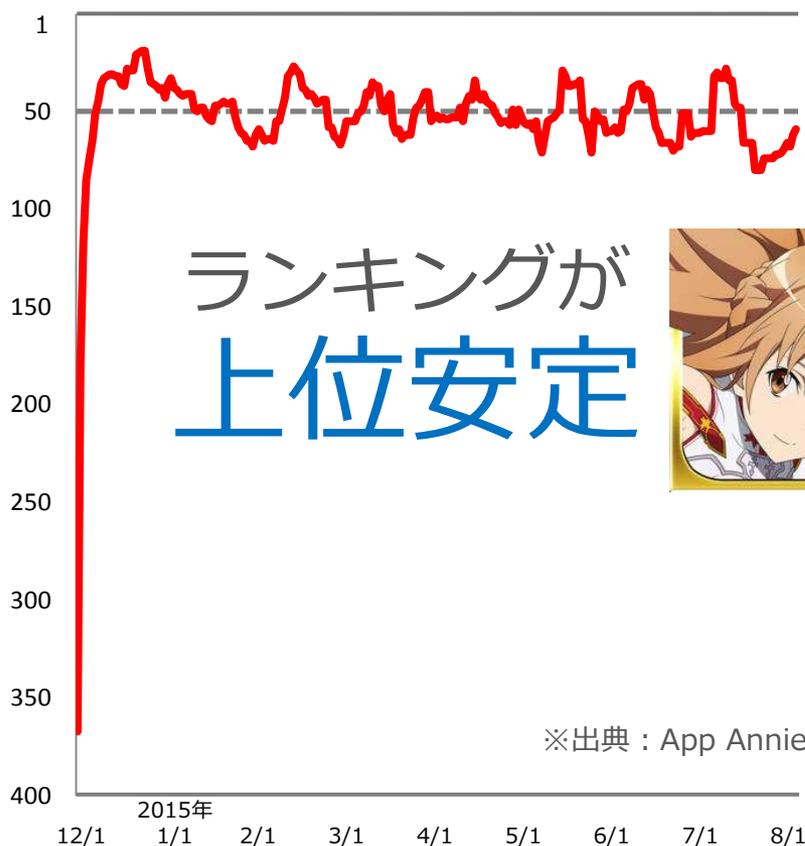
他社IP系

- SAO : PvPやギルドの追加等、大型施策の投入により売上拡大へ

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)

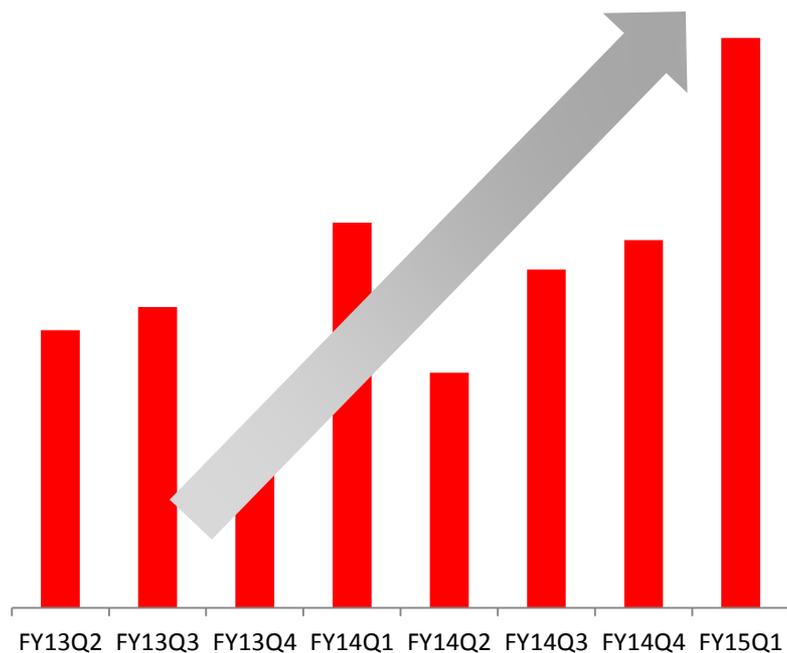


※ソードアート・オンライン コード・レジスタ
 (販売/配信元：バンダイナムコエンターテインメント)
 の開発を当社が担当

パブリッシング

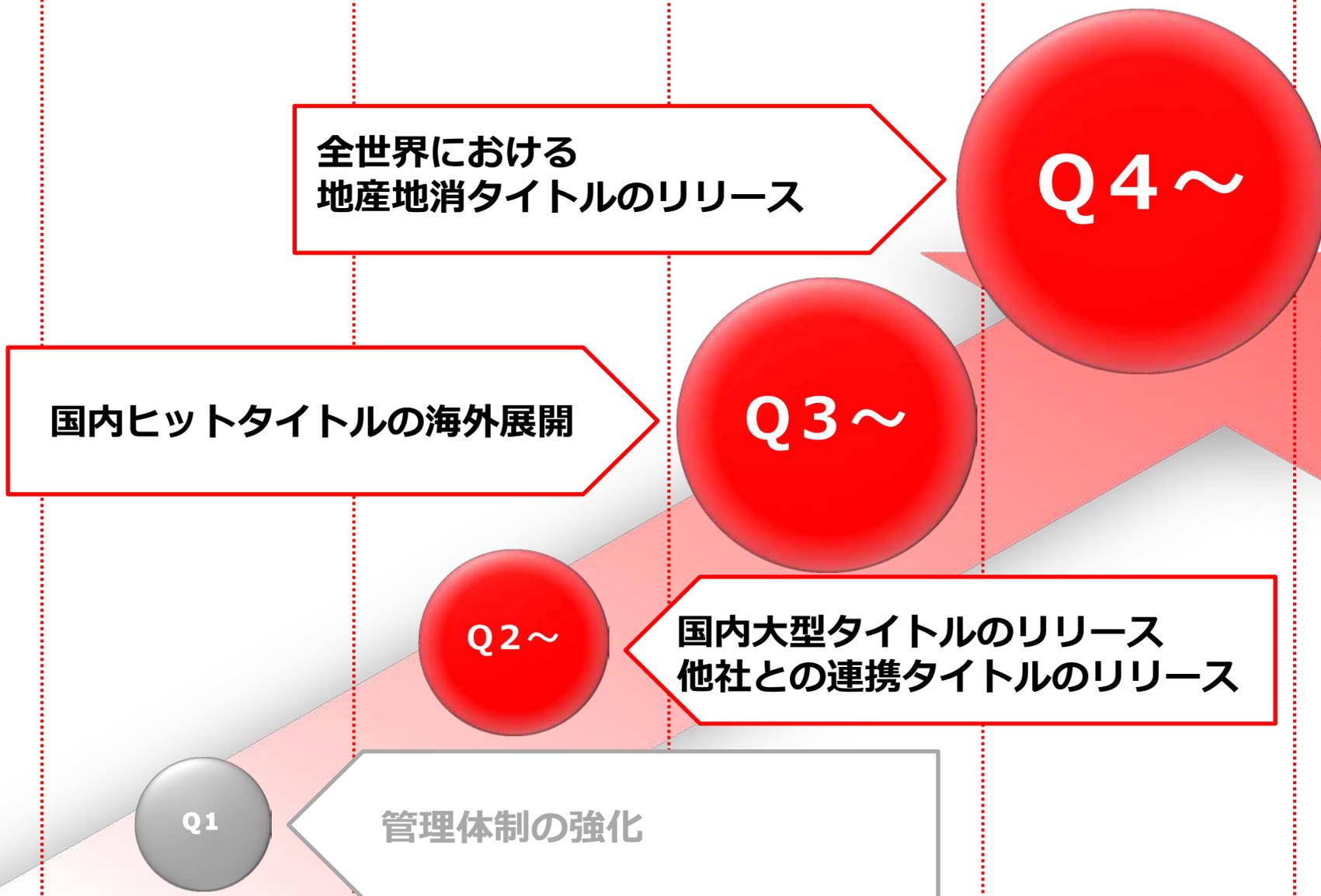
- 「白猫プロジェクト」(中国)等の貢献により、QonQで増収
- 既存タイトルに関しては、新システム・コンテンツの投入により収益化を加速。今後も新規タイトルの獲得交渉を継続し事業を拡大

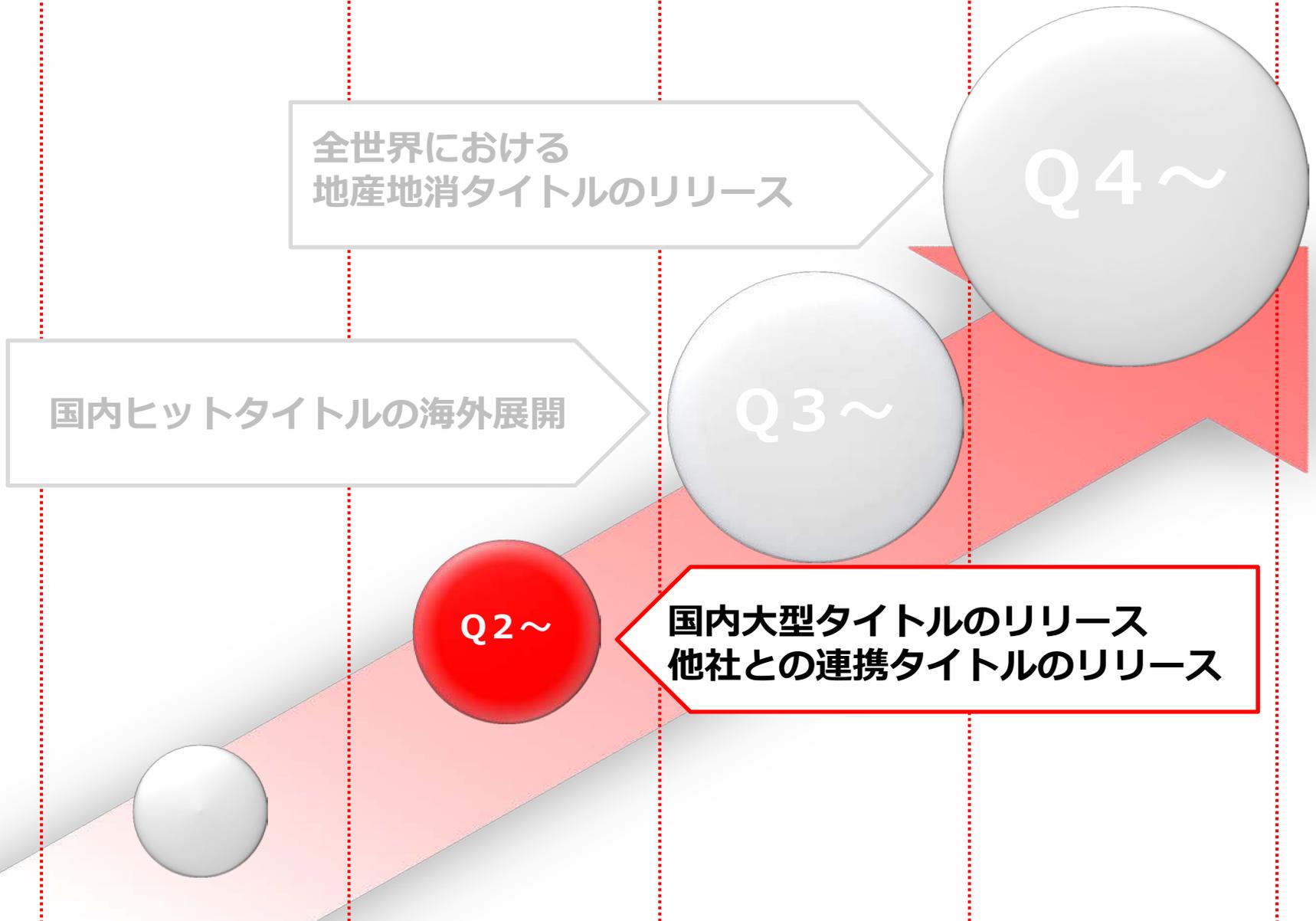
売上高推移 (パブリッシング)



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	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	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





- ・現在 **14本**の新規タイトルを開発中

開発中のタイトル数

前期末時点

Q1末時点

オリジナル

9本

9本

- ・クリスタル クラウン：8月20日配信
- ・ブレイジング オデッセイ：今秋配信予定
- ・ファンキル（海外）：今冬配信予定
- ・上記の他、FgGとの共同開発タイトル2本

他社IP系

3本

2本

- ・WAKFU Raiders（海外）**リリース済み**

リアルグラフ向け

2本

1本

- ・猛撃三国（台湾）**リリース済み**

パブリッシング

3本

2本

- ・スリングショットブレイブズ（韓国）**リリース済み**

- ※ 15年7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

- 8月20日にiOS版配信も苦戦
- Android版のリリースを今秋に控え、ゲームバランスの調整、ゲーム内施策の強化による収益の拡大を目指す



『クリスタル クラウン』
ジャンル：RPG

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。



オリジナル

- 10月から事前登録開始予定
- リリースは今秋を予定

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

- Android版 クローズドβテスト実施！

ファイナルファンタジー ブレイブエクスヴィアス



パブリッシング

- 白猫プロジェクト（中国）：パブリッシングの増加に貢献



株式会社コロプラ

白猫プロジェクト

配信国：中国

配信日：2015年4月

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

リアルグラフ 向け

- LINE猛撃三國（台湾）：LINE向けタイトルの第1弾



LINE株式会社

猛撃三國

配信国：台湾

配信日：2015年7月7日

© LINE Corporation

© 2015 gumi Inc. All Rights Reserved.



他社IP系

- WAKFU Raiders（海外）：地産地消の海外タイトルの配信



Ankama

WAKFU Raiders

配信国：グローバル

配信日：2015年夏

© 2015. ANKAMA. Published by gumi Inc. All Rights Reserved,





今冬、ファンキルの海外展開を予定！ 今後も国内ヒットタイトルの早期の海外展開を実施



全世界における
地産地消タイトルのリリース

Q4～

国内ヒットタイトルの海外展開

Q3～

Q2～

国内大型タイトルのリリース
他社との連携タイトルのリリース

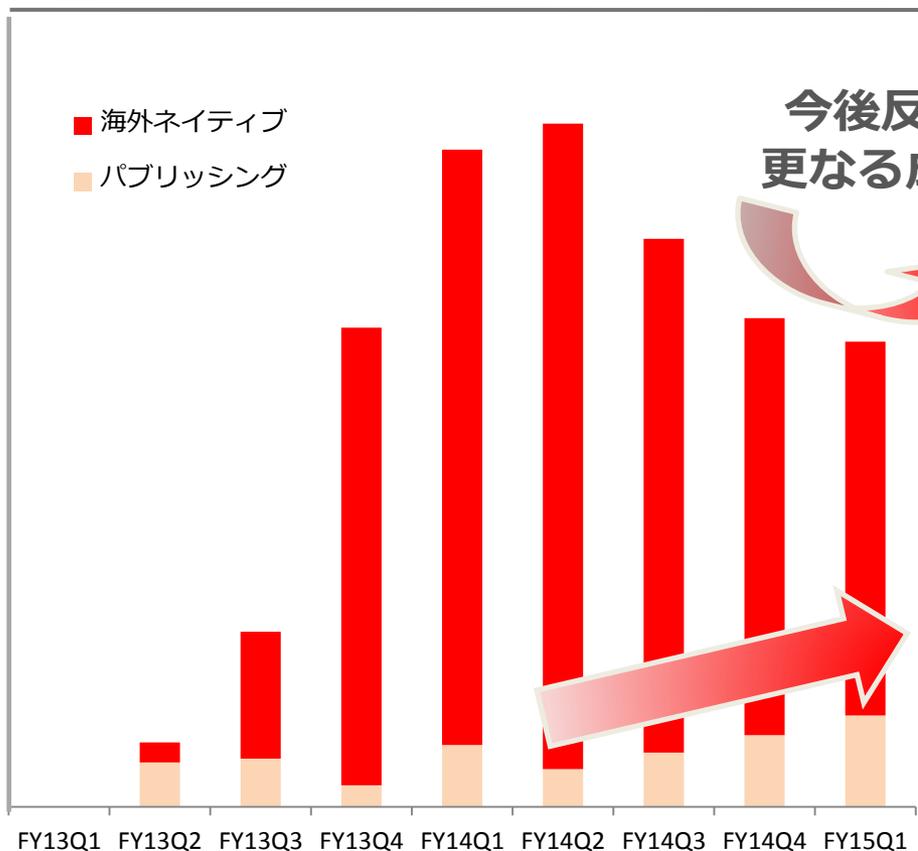
4-2 ④. 新規タイトル 地産地消タイトルのリリース

- FY15Q1末時点で、海外開発拠点は9拠点まで拡大
- 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



- ブレフロ海外言語版が減収も、パブリッシングの増収により減収幅は縮小
- 国内ヒットタイトルの早期の海外展開及び海外開発拠点による地産地消タイトルの配信にて、今後海外売上拡大を目指す

海外売上高



海外展開は
成長の源泉

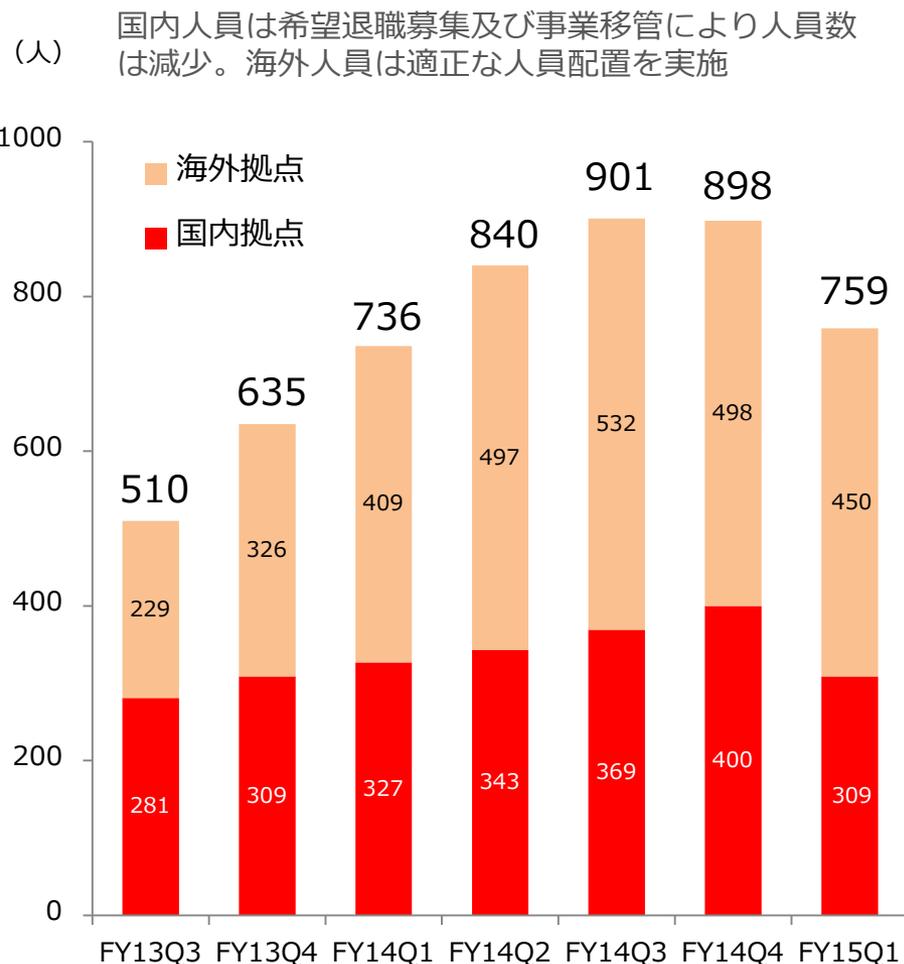
今後反転し
更なる成長を

パブリッシング
成長維持

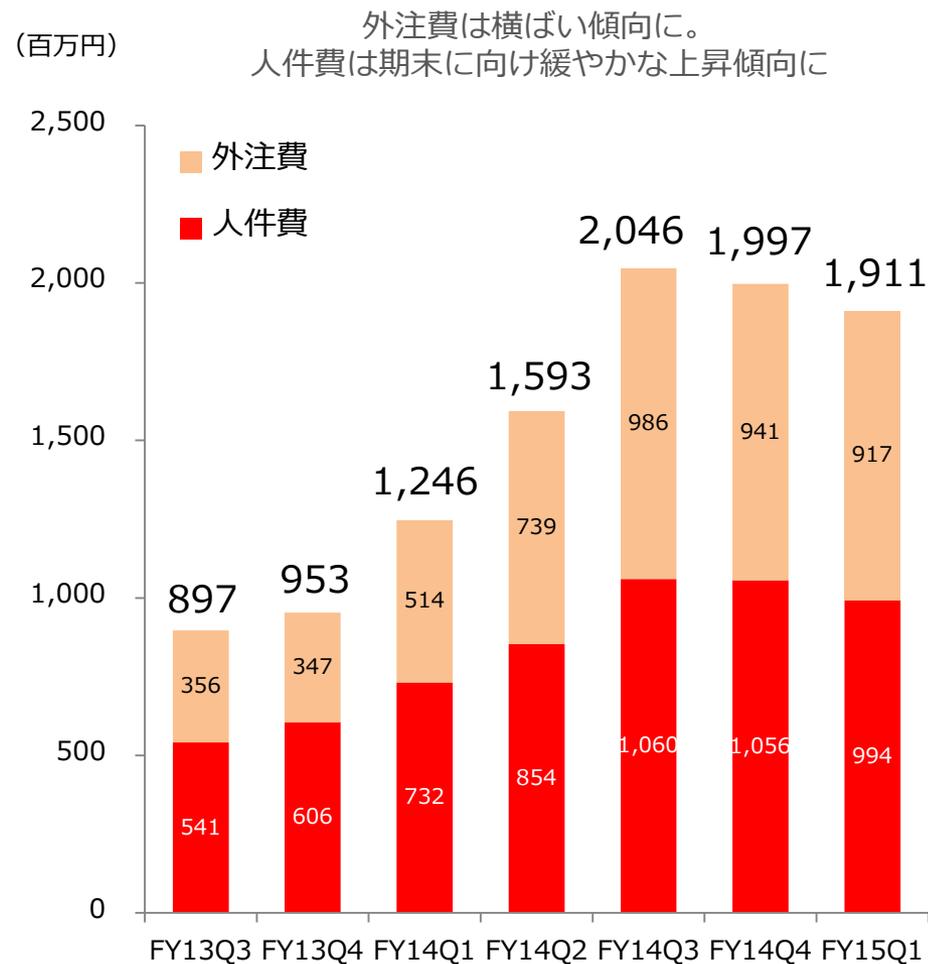
4-3. コストの合理化（開発費）

- スタジオ制の導入に伴い収益責任を明確化し、一層のコスト管理を実施
- 国内・海外の開発ライン増強は一巡

人員数推移



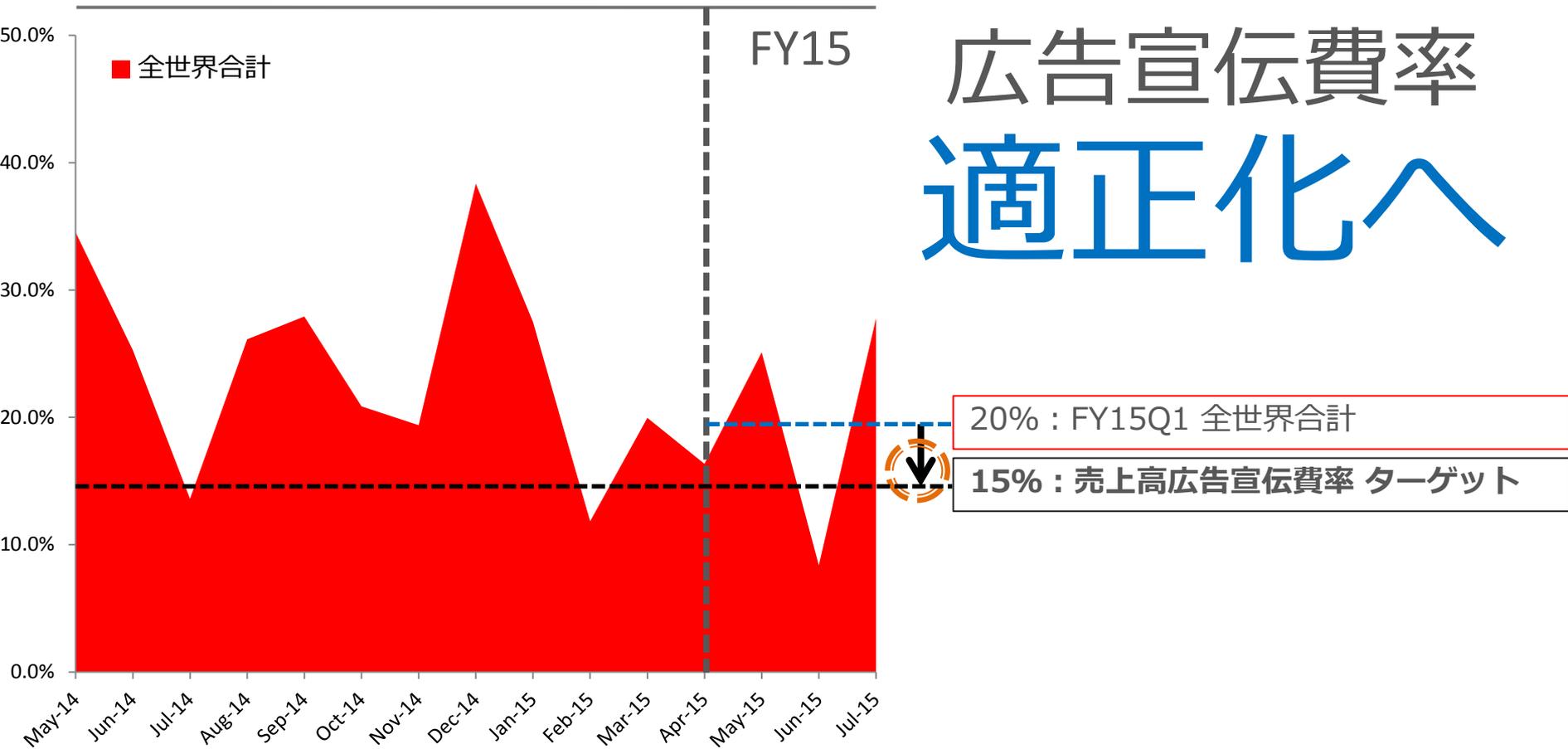
開発費推移



4-3. コストの合理化（広告宣伝費）

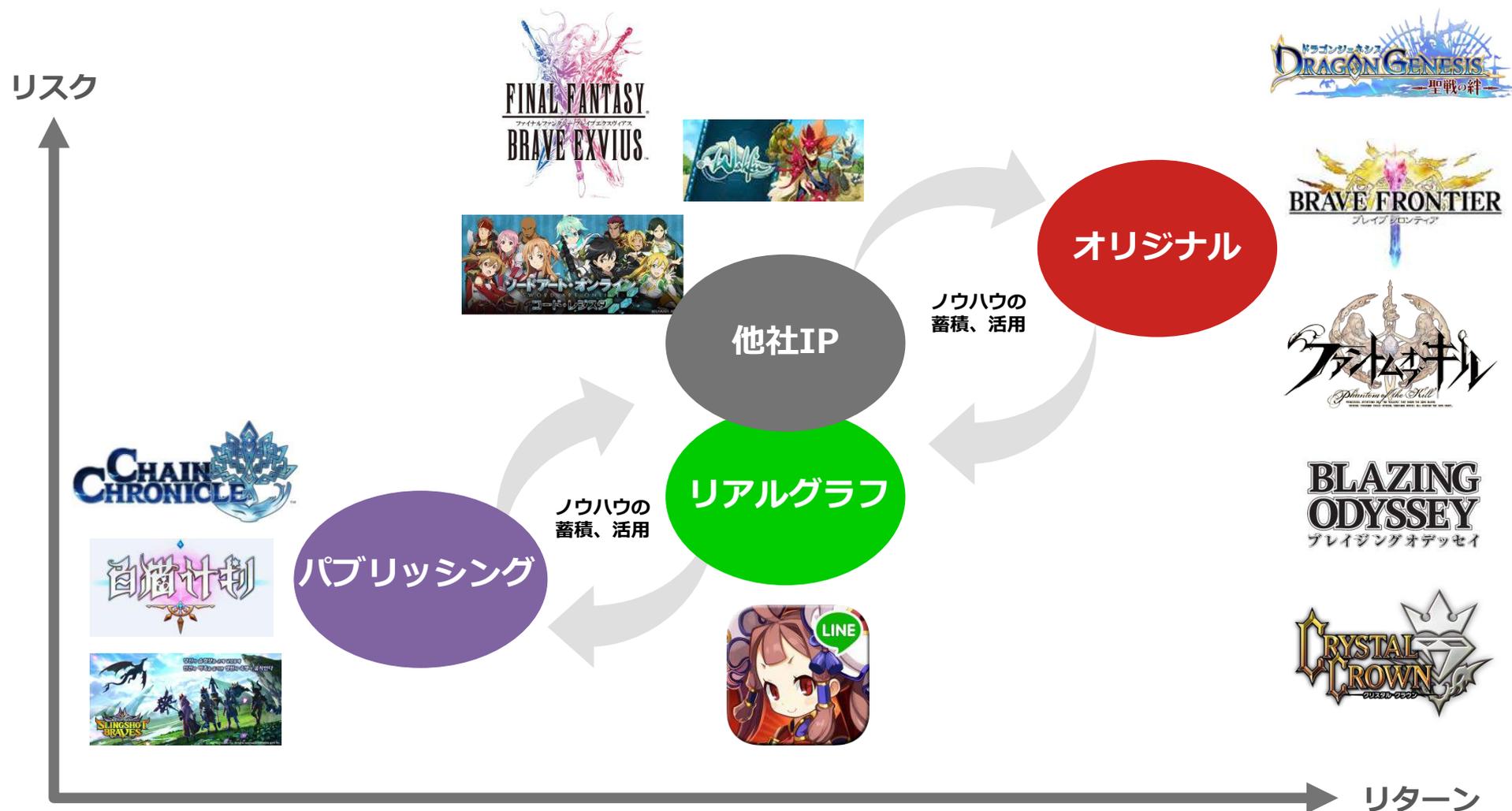
- 引き続き広告効果の検証を一層強化するとともに、自社タイトル間のクロスプロモーション等を積極的に実施し、FY15の売上高広告宣伝費率15%を目指す

売上高広告宣伝費比率



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



©2014Fuji&gumi Games Inc. All Rights Reserved. ©2015COLOPL, Inc. All rights reserved.published by gumi Inc © LINE Corporation

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

**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.