



**2016年4月期
第2四半期決算説明会資料**

株式会社gumi

2015年12月

1. トピックス	: P. 2
2. 連結決算	: P. 6
3. FY15Q3の業績予想	: P.15
4. 今後の取組みについて	: P.18
-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：「東京ゲームショウ2015」にて新作3タイトルを出展

- 株式会社Fuji&gumi Games (以下、FgG) と共同開発の新作2タイトル『誰ガ為のアルケミスト』『シノビナイトメア』を発表
- あわせて『ファントム オブ キル』 (以下、ファンキル) の海外言語版『Phantom of the Kill』を発表

今後期待の 国内新規タイトル2本



『誰ガ為のアルケミスト』

ジャンル：タクティクスRPG
配信時期：今冬予定

『シノビナイトメア』

ジャンル：ダンジョン探索型RPG
配信時期：来春予定

国内ヒットタイトルの 海外展開



『Phantom of the Kill』

ジャンル：シミュレーションRPG
配信時期：今冬予定

1. トピックス：エイリムの完全子会社化

- 経営環境の変化への対応及び経営体制の更なる強化を図るべく、連結子会社のエイリムを10月30日付にて完全子会社化



事業内容：モバイルオンラインゲームの開発・運営

代表作：「ブレイブ フロンティア」「ファイナルファンタジー ブレイブエクスヴィアス」



- 今後市場の拡大が期待されるバーチャル・リアリティ（以下、VR）領域におけるスタートアップの支援を目的としたTokyo VR Startups株式会社（以下、TVS）を12月1日に設立

TVSの役割



- VR領域における有望なスタートアップ企業の発掘
- VR領域におけるスタートアップ企業への資金提供
- 会社運営に必要なとなるワーキングスペースの貸与、バックオフィスサポート等、様々な支援を提供

VR領域において
日本を代表する企業の育成と輩出を目指す

- 『クリスタル クラウン』に係る資産の減損処理により10月末に特別損失を計上

『クリスタル クラウン』

- iOS版は2016年2月中旬にサービス終了予定
- 特別損失（減損損失）として385百万円を計上

注力すべきタイトルに経営資源を集中

2. 連結決算

業績 (連結)

- 売上高： 5,056百万円 QonQ： △812百万円
- 営業利益： △968百万円 QonQ： △436百万円
- 経常利益： △1,065百万円 QonQ： △571百万円

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は期間経過に伴い減少、またARPMUAも2周年イベントの終了に伴い低下し、QonQで減収に
- 『ブレフロ海外言語版』も日本語版同様、MAUは期間経過に伴い減少、ARPMUAも緩やかに低下し、QonQで減収に
- 『ファントム オブ キル』（以下、ファンキル）は引き続き好調を維持。TVCMの放映や著名IPとのコラボ等の成功によりMAUは増加、ARPMUAも好調を維持し、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、ともにMAUが安定推移するもARPMUAが若干低下し、QonQで減収に
- 当社グループが開発を行う『ファイナルファンタジー ブレイブエクスヴィアス』（以下、FFBE）が10月22日に配信を開始し、好調に推移

パブリッシング

- 株式会社コロプラ（以下、コロプラ）の白猫プロジェクトの海外言語版『Colopl Rune Story』が10月21日に配信開始。当社はマーケティング、プロモーション及びコミュニティマネジメントを担当

※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）

2. 連結決算（Q2） 損益計算書

- ファンキルは引き続き好調に推移するも、主にブレフロ日本語版、海外言語版がQonQで減収したことに伴い、売上高はQonQで812百万円の減収に
- FgGに対するネイティブアプリ2本の譲渡により332百万円の特別利益を計上
一方、クリスタルクラウンの資産に係る減損処理の実行に伴い特別損失385百万円を計上

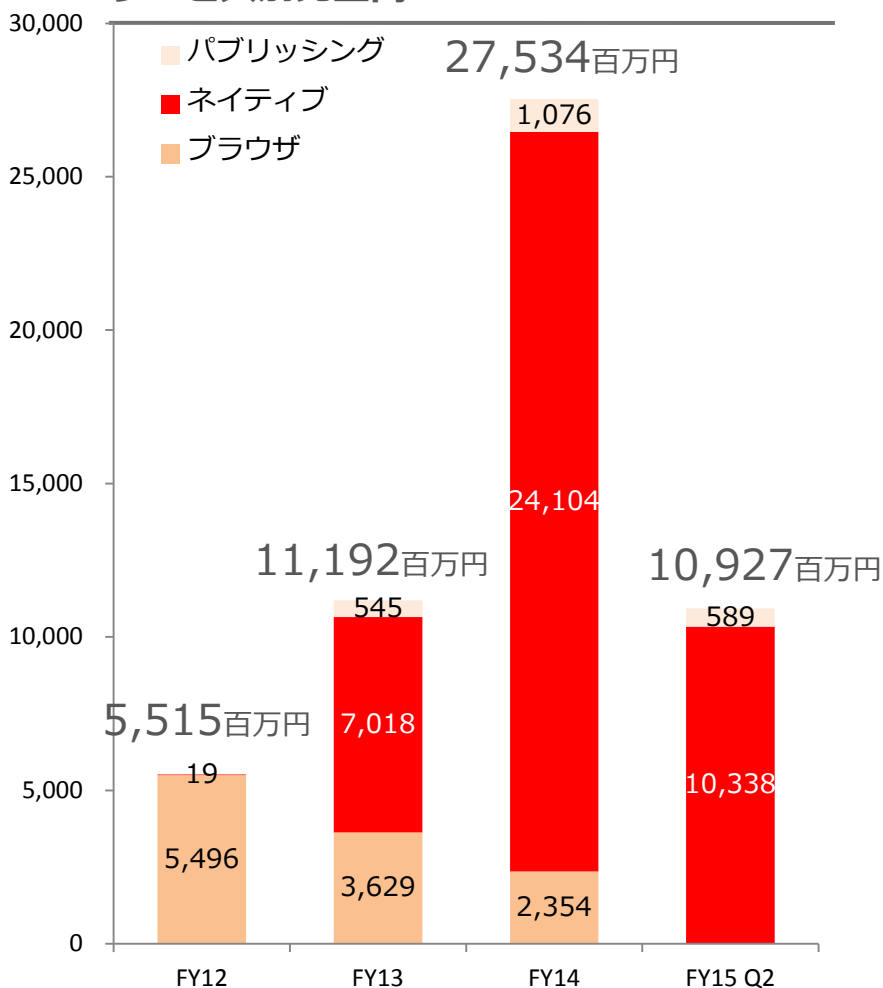
損益計算書

(百万円)	2016年4月期Q2 (2015年8月 ～2015年10月)	2015年4月期Q2 (2014年8月 ～2014年10月)	前年同期比	2016年4月期Q1 (2015年5月 ～2015年7月)	前四半期比 (QonQ)
売上高	5,056	6,887	△1,830	5,870	△812
売上原価	4,308	4,316	△8	4,484	△176
販管費	1,716	2,234	△517	1,917	△199
営業利益	△968	336	△1,304	△532	△436
経常利益	△1,065	289	△1,355	△495	△571
特別利益	332	—	+332	3	+329
特別損失	△385	—	△385	—	△385
税前利益	△1,118	289	△1,408	△492	△626
親会社株主に 帰属する四半 期純利益	△1,139	159	△1,299	△626	△513

2. 連結決算（Q2） サービス別 / 言語別 売上高

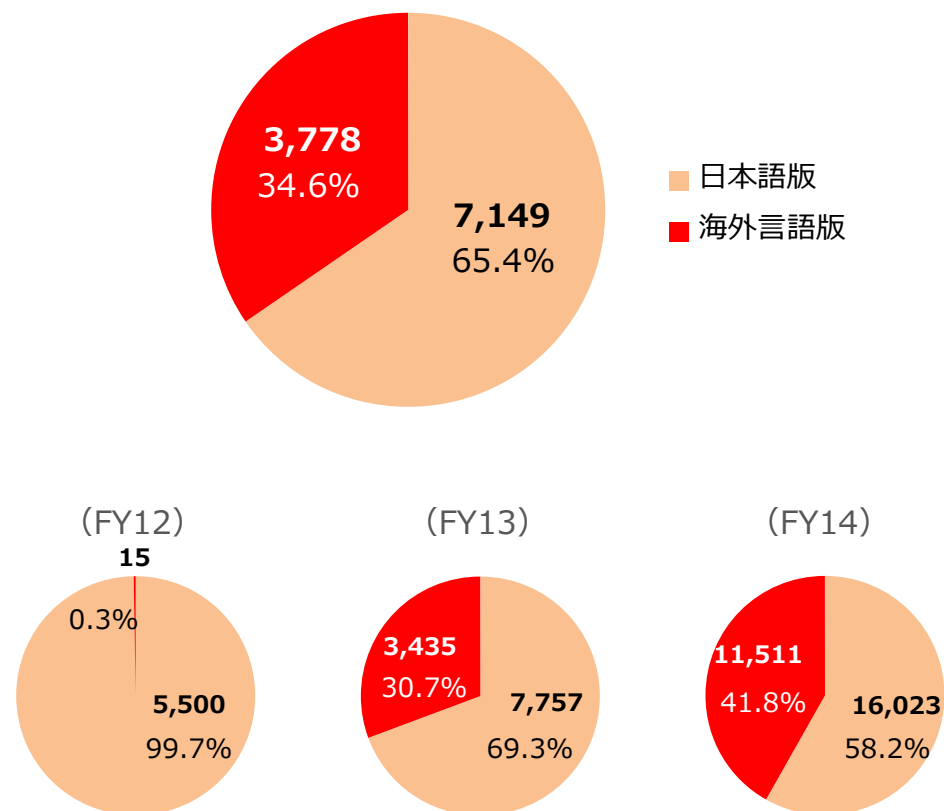
- 引き続きネイティブアプリサービスとパブリッシングサービスに注力
- Q2累計で海外言語版比率は34.6%とFY14と比して約7ポイント低下

(百万円) サービス別売上高



言語別売上高

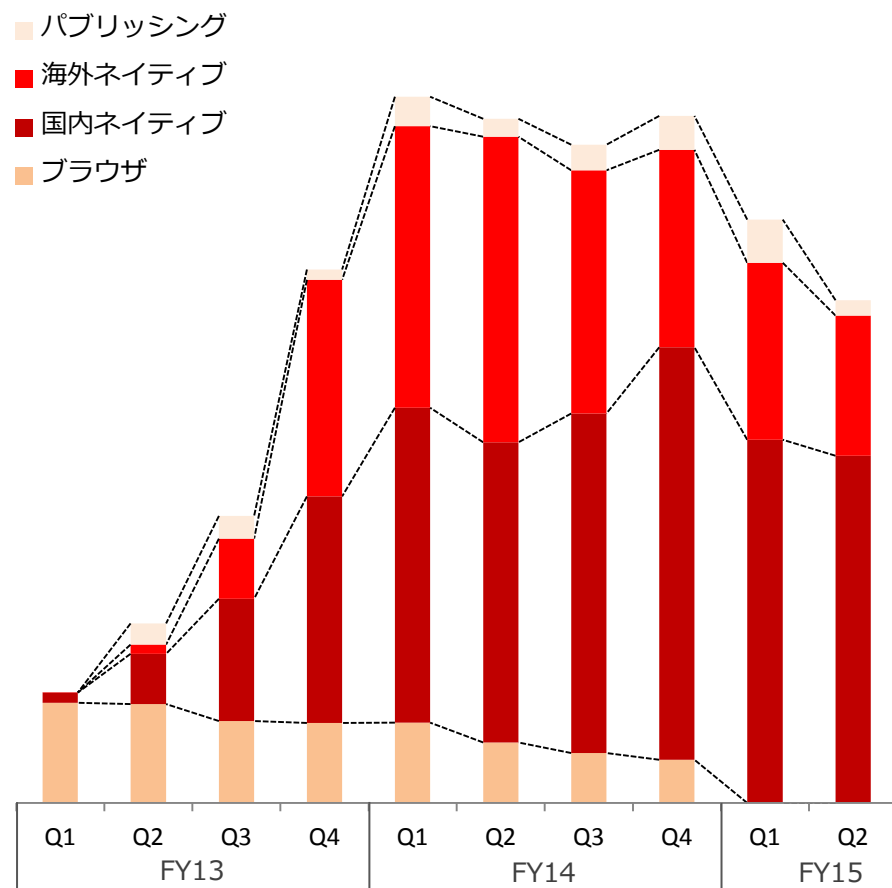
(百万円) (FY15Q2累計)



2. 連結決算（Q2） サービス別売上高内訳

- ネイティブアプリサービスは国内・海外ともで減収したことに伴い、QonQで約530百万円の減収に
- パブリッシングサービスはQonQで約280百万円の減収に

ネイティブ/パブリッシング/ブラウザ 売上高推移



FY15Q2 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、サービス開始から2年を経過したことに伴いMAUは減少。ARPMUAも2周年イベント終了の反動により低下し、QonQで減収に
- ファンキルは、TVCMの放映や著名IPとのコラボ等の成功が奏功しMAUは増加。また効果的なゲーム内イベント施策の実施によりARPMUAも上昇し、QonQで増収に。9月には過去最高の売上を達成
- FFBEが10月22日に配信開始し好調に推移。配信開始後3週間で400万DLを突破

(海外)

- ブレフロ海外言語版は、海外言語版のオリジナルキャラクターの投入等によりARPMUAが安定推移するも、サービス開始からの期間経過によるMAUの減少に伴い、QonQで減収に

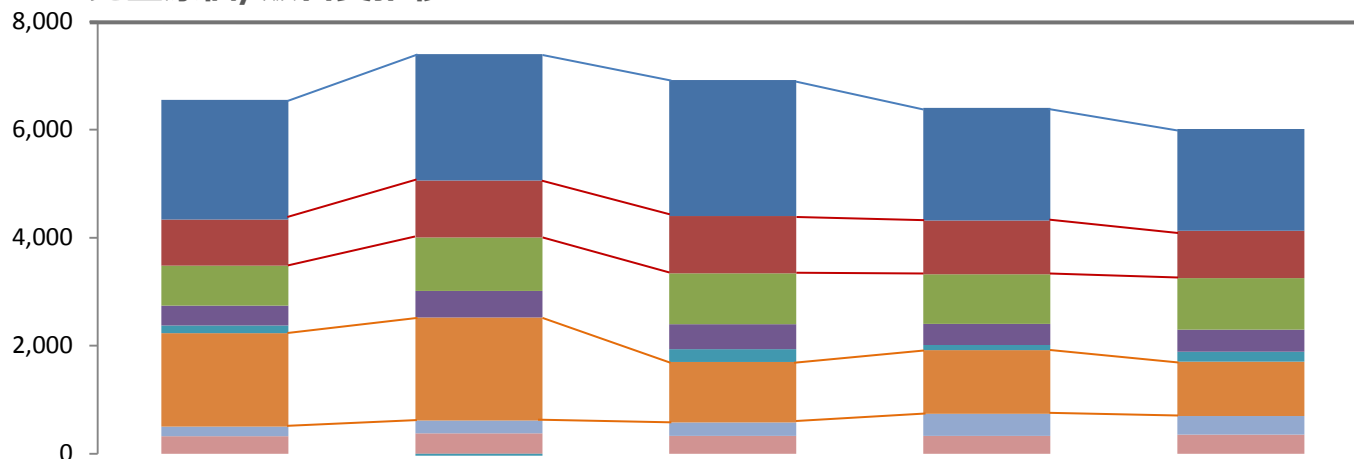
■ パブリッシング

- 白猫プロジェクトは中国語版がQonQで弱含むも、海外言語版（中国を除く）が10月21日に配信開始

2. 連結決算（Q2）費用推移

- 人件費は、適正な人員配置の継続により減少傾向に
- 広告宣伝費も、タイトル毎のLTV及びCPIの分析・管理の徹底により減少傾向に

(百万円) 売上原価/販管費推移



(百万円)		FY14 Q2	FY14 Q3	FY14 Q4	FY15 Q1	FY15 Q2
売上原価	■ 支払手数料	2,212	2,338	2,518	2,083	1,882
	■ 人件費	854	1,060	1,056	994	879
	■ 外注費	739	986	941	917	953
	■ 通信費	368	492	464	394	409
	■ その他	143	△ 34	237	96	183
	売上原価 合計	4,316	4,842	5,216	4,484	4,308
販管費	■ 広告宣伝費	1,731	1,909	1,119	1,176	1,004
	■ 人件費	176	237	250	410	344
	■ その他	327	378	332	331	367
	販管費 合計	2,234	2,524	1,701	1,917	1,716
売上原価及び販管費合計		6,551	7,366	6,917	6,402	6,025

※1 LTV : Life Time Valueの略。顧客生涯価値

※2 CPI : Cost Per Installの略。インストーラー一件あたりの獲得単価

2. 連結決算（Q2） QonQ 費用解説

- 売上原価は、開発費（人件費及び外注費）がQonQで減少（△79百万円）
- 販管費は、主に広告宣伝費・人件費の減少により、QonQで減少（△199百万円）

費用解説

(百万円)	2016年4月期 Q2 (2015年8月 ～2015年10月)	2015年4月期 Q2 (2014年8月 ～2014年10月)	前年同期比	2016年4月期 Q1 (2015年5月 ～2015年7月)	前四半期比 (QonQ)	備考 (QonQ)	
売上原価	支払手数料	1,882	2,212	△330	2,083	△200	・減収に伴い支払手数料が減少
	人件費（※1）	879	854	+25	994	△115	・Q1におけるキーパーソンへのインセンティブ支給が発生しなかったため減少
	外注費	953	739	+214	917	+36	-
	通信費	409	368	+41	394	+15	-
販管費	広告宣伝費	1,004	1,731	△727	1,176	△172	・タイトルの売上状況に応じ適切なプロモーションを実施
	人件費（※2）	344	176	+167	410	△65	・Q1におけるキーパーソンへのインセンティブ支給が発生しなかったため減少

※1 売上原価の「人件費」：開発従業員の給与

※2 販管費の「人件費」：開発部門以外の従業員の給与

2. 連結決算（Q2） 貸借対照表

- FY15Q2 末時点における現預金は約140億円
- 純資産比率は約70%と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 Q2	2016年4月期 Q1	前四半期比 (QonQ)	備考 (QonQ)
流動資産	15,998	18,760	△2,761	現金及び預金の減少 (△2,683百万円)
うち現金及び預金	14,098	16,781	△2,683	FgGに対するアプリの譲渡 (+332百万円) 子会社株式の取得等 (△1,015百万円) 投資有価証券取得 (△416百万円) 長期借入金返済 (△250百万円)
固定資産	3,921	3,768	+153	ソフトウェア仮勘定の減少 (△307百万円) 投資有価証券の増加 (+605百万円)
総資産	19,920	22,528	△2,608	
流動負債	4,293	4,633	△339	買掛金の減少 (△119百万円) 未払金の減少 (△304百万円)
固定負債	1,342	1,591	△249	長期借入金の減少 (△250百万円)
純資産	14,283	16,303	△2,020	利益剰余金の減少 (△1,139百万円) 資本剰余金の減少 (△921百万円)

2. 連結決算（Q2）業績予想対比

- 15年9月11日公表の業績予想（以下、予想値）に対して売上高が+256百万円、営業利益が+232百万円、経常利益が+235百万円に

(百万円)	2016年4月期 Q2実績	(15年9月11日公表) 2016年4月期 Q2業績予想	増減
売上高	5,056	4,800	+256
営業利益	△968	△1,200	+232
経常利益	△1,065	△1,300	+235
親会社株主に 帰属する四半 期純利益	△1,139	—	—

(増減理由)

■売上高■ 計画比 +256百万円

①ネイティブアプリサービス：+313百万円（主なタイトルは以下の通り）

- A) 「ブレフロ日本語版」は、予想値では配信後2年が経過していることを考慮し、MAUがQonQで約20%減少することを見込んでおり、MAU及びARPMUも想定どおりに進捗したことから、予想値と同水準に着地
- B) 「ブレフロ海外言語版」は、予想値ではMAUがQonQで約10%減少することを見込んでいたものの、MAUが想定を約10%下回って推移したことから、予想値を176百万円下回り着地
- C) 「ファンキル」は、予想値では積極的なプロモーションによりMAUがQonQで25%増加することを見込んでおり、想定どおりに進捗。ARPMUはプロモーション期間内に実施したゲーム内施策が奏功したことからARPMUは想定を上回って推移し、予想値を212百万円上回り着地
- D) その他タイトルに関しては、予想値を277百万円上回り着地

②パブリッシングサービス：△57百万円

■営業利益■ 計画比 +232百万円

- ① 増収効果により、予想値に対し51百万円増益に
- ② 固定費抑制により、予想値に対し181百万円増益に
- a: 一部タイトルにおける外注費削減（△197百万円）
- b: その他の費用の増加（+16百万円）

■経常利益■ 計画比 +235百万円

- ① 主として営業利益が△968百万円となったことに伴い、経常利益は予想値に対し235百万円増益に

3. FY15Q3の業績予想

3. FY15Q3業績予想

- FY15Q3はQonQで減収減益となる見込み（前提条件は次頁に記載）

FY15Q3業績予想

(百万円)	2016年 4月期 Q2実績	2016年 4月期 Q3計画	増減	増減比
売上高	5,056	4,600	△456	△9.0%
営業利益	△968	△1,000	△32	—
経常利益	△1,065	△1,100	△35	—

3. FY15Q3業績予想 (QonQ)

- 売上については、ブレフロ日本語版及び海外言語版は期間経過に伴うMAUの自然減を考慮し減収を見込む。ファンキルについては、大規模なプロモーションを実施しないことによるMAUの低下を考慮し、QonQで減収を想定。FFBEは保守的な業績予想を採用
- 総費用についてはQonQ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△20%)



- FY15Q2に比べて減収を見込む

(マイナス要因) 年未年始のイベント開催によりARPMUAUが上昇するも、配信開始後の期間経過に伴いMAUが減少すると想定

ブレフロ海外言語版(QonQ売上高 約△20%)



- FY15Q2に比べて減収を見込む

(マイナス要因) 配信開始後の期間経過に伴うMAUの自然減を見込むが、ARPMUAUはQ2と同水準を採用

ファンキル(QonQ売上高 約△25%)



- FY15Q2に比べて減収を見込む

(マイナス要因) 引き続き堅調な売上推移を予測するが、大規模なプロモーションを実施しないことからMAUが減少すると想定

● 新規タイトル

FFBE(QonQ売上高 -%)

- 足下のKPIを考慮し保守的に見込む

その他タイトル

- 僅少な数値を採用

■ 主な費用

● 人件費

- FY15Q2と比べて横ばいを見込む



(要因) 国内外の人員採用が一巡したことからQonQで横ばいを見込む

● 外注費

- FY15Q2と比べて横ばいを見込む



(要因) 引き続き開発を継続することから、QonQで横ばいを見込む

● 広告宣伝費

- FY15Q2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）：新たな進化軸、マルチプレイ要素といった新機能を開発・実装
（海外言語版）：海外言語版オリジナルのキャラクター投入及びダンジョン追加等を積極的に実施
- b. ファンキル：レアメダルスロットやクラスマッチの投入等、機能拡充を積極的に実施
- c. ドラジェネ：著名なイラストレーターとのコラボ等、積極的なゲーム内施策の実施
- d. SAO：星7進化イベントに加え、ユーザー同士のデュエルやギルド等、新機能を実装
- e. FFBE：ゲーム内イベントの充実や各種キャンペーン等の施策追加に加え、効果的なプロモーションを実施予定

- 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配信

- ①. 開発パイプラインの状況
- ②. 国内大型タイトルの配信
- ③. 他社との連携タイトルの配信
- ④. 国内ヒットタイトルの海外展開
- ⑤. 地産地消タイトルの配信
- ⑥. 海外展開の更なる強化

3. コストの合理化

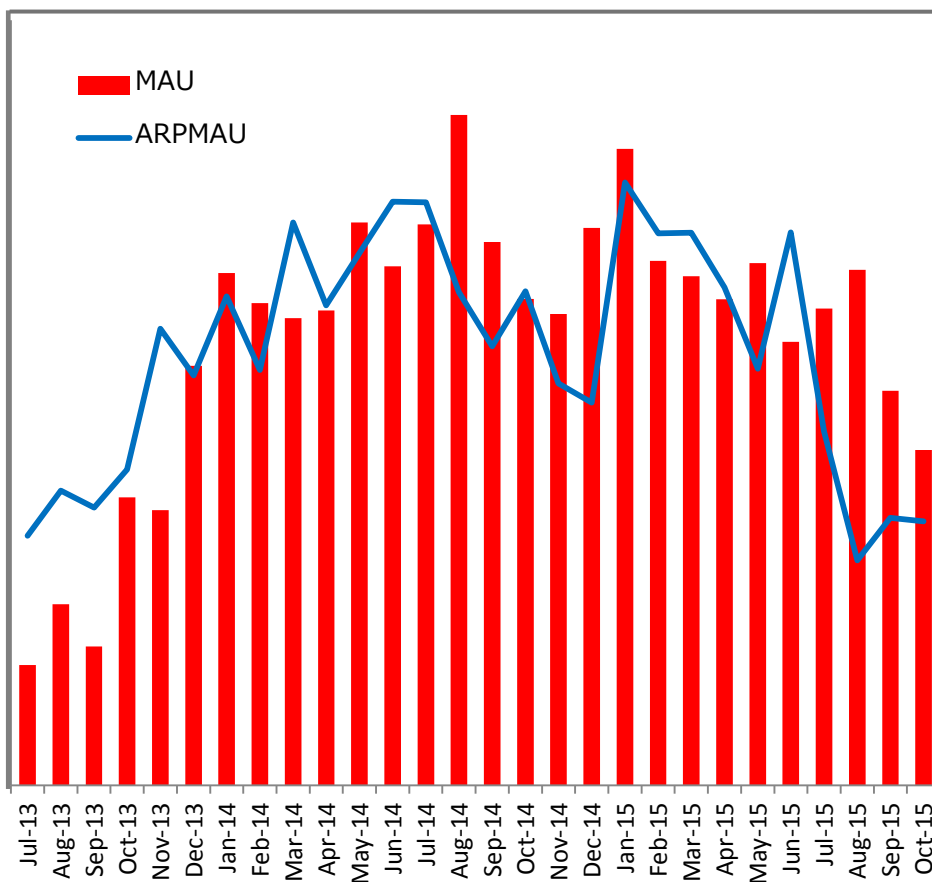
- ①. 開発費
- ②. 広告宣伝費

4. タイトルポートフォリオの構築

オリジナル

- 日本語版は、新たな進化軸、マルチプレイ要素といった新機能を開発・実装し、MAUの維持及びARPMUAの改善を図る
- 海外言語版は、引き続き適切なプロモーションによるMAUの維持、また海外言語版オリジナルのキャラクター投入及びダンジョン追加等によりARPMUAの改善を図る。今後は著名IPとのコラボやギルドを実装予定

MAU/ARPMUA推移（日本語版・海外言語版）



新たな進化軸 新機能の開発

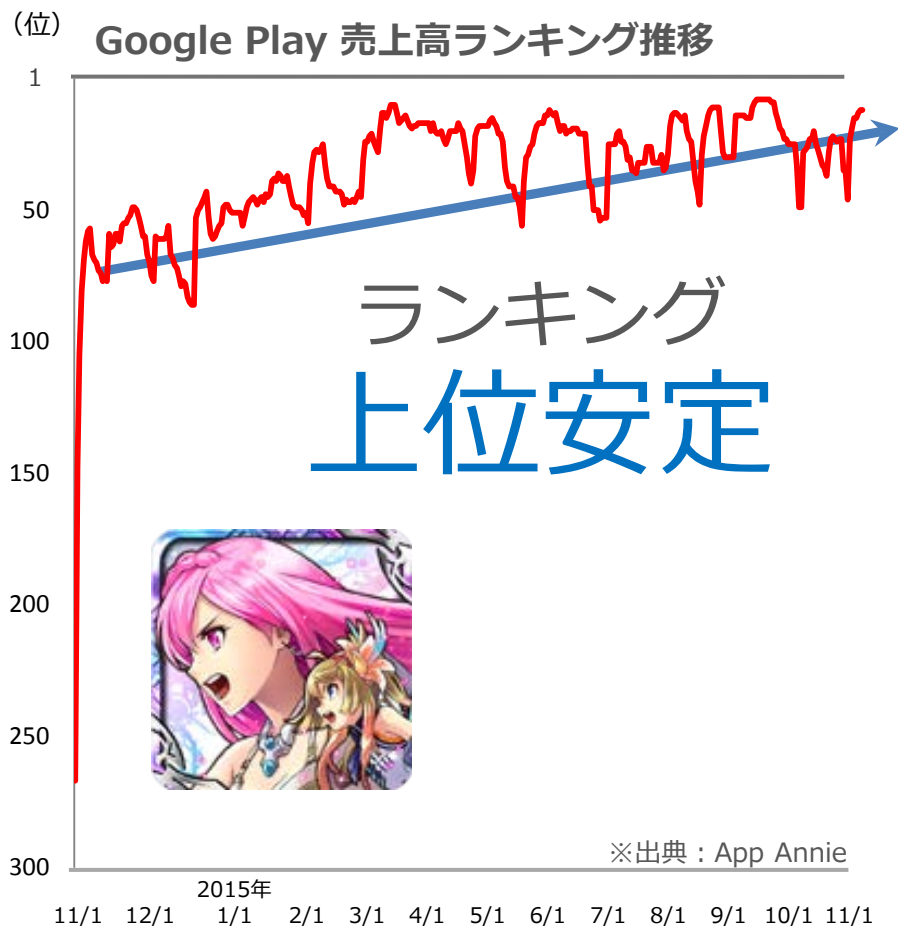


※ブレフロの全言語版で集計(中国版を除く)

オリジナル

- 15年10月に275万DLを突破
- 1周年イベントとしてブレフロとのコラボ、星6進化イベントを実施
レアメダルスロット、クラスマッチの投入等、機能拡充を積極的に実施
- 東京ゲームショウ2015にて海外言語版『Phantom of the Kill』を発表

Google Playの「2015年ベストゲーム」に選出！



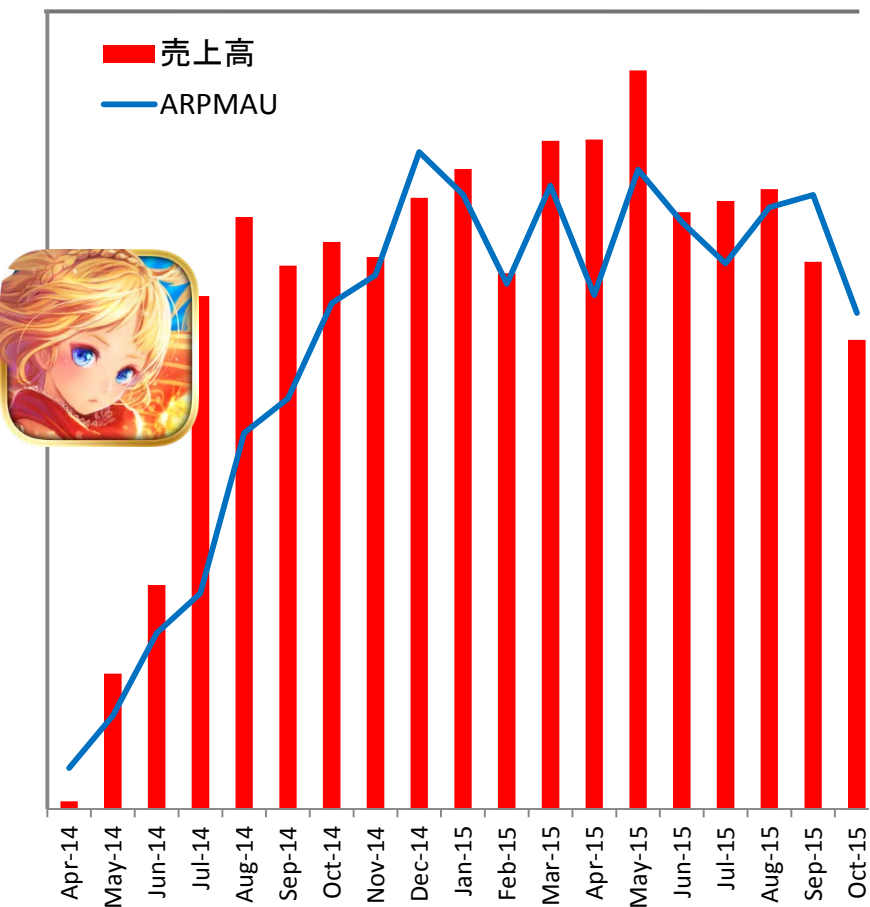
オリジナル

- ドラジェネ：著名なイラストレーターとのコラボ等、積極的なゲーム内施策の実施により、MAU及びARPMUAの改善を図る

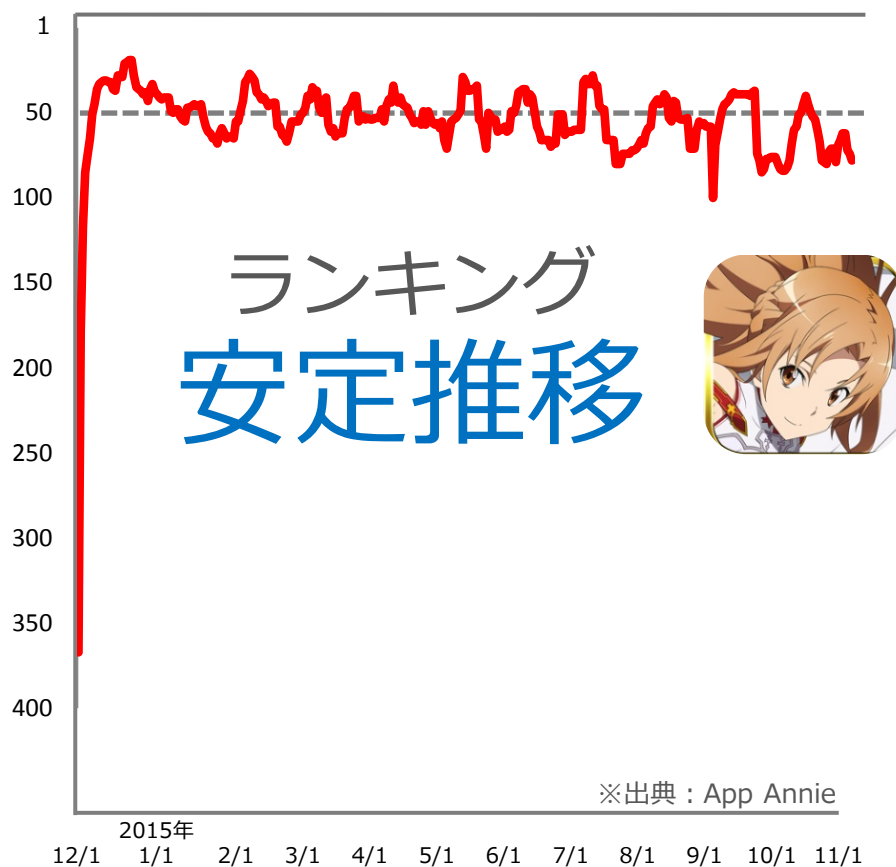
他社IP系

- SAO：星7進化イベントに加え、ユーザー同士のデュエルやギルド等、新機能を実装

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)



2015年
12/1 1/1 2/1 3/1 4/1 5/1 6/1 7/1 8/1 9/1 10/1 11/1
※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)
の開発運営を当社が担当

他社IP系

- 配信開始後3週間で400万DLを突破
- 新ストーリーやイベントダンジョンの追加、各種キャンペーン等の施策追加に加え、効果的なプロモーションを実施予定

Google Playの「2015年ベストゲーム」に選出！

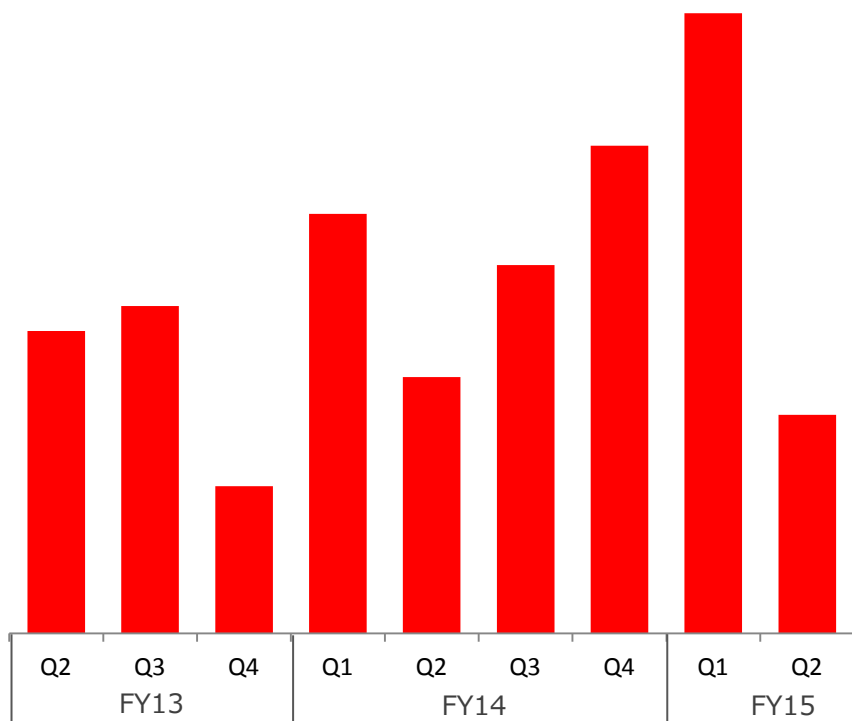


配信開始後、
好調に推移

パブリッシング

- 白猫プロジェクトは中国語版がQonQで弱含むも、海外言語版『Colopl Rune Story』が10月21日に配信開始
- 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

配信時期	パートナー	展開地域	元タイトル
2015年10月	コロプラ	北米他	白猫プロジェクト
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	パズルボブル
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

パブリッシング

『Colopl Rune Story』

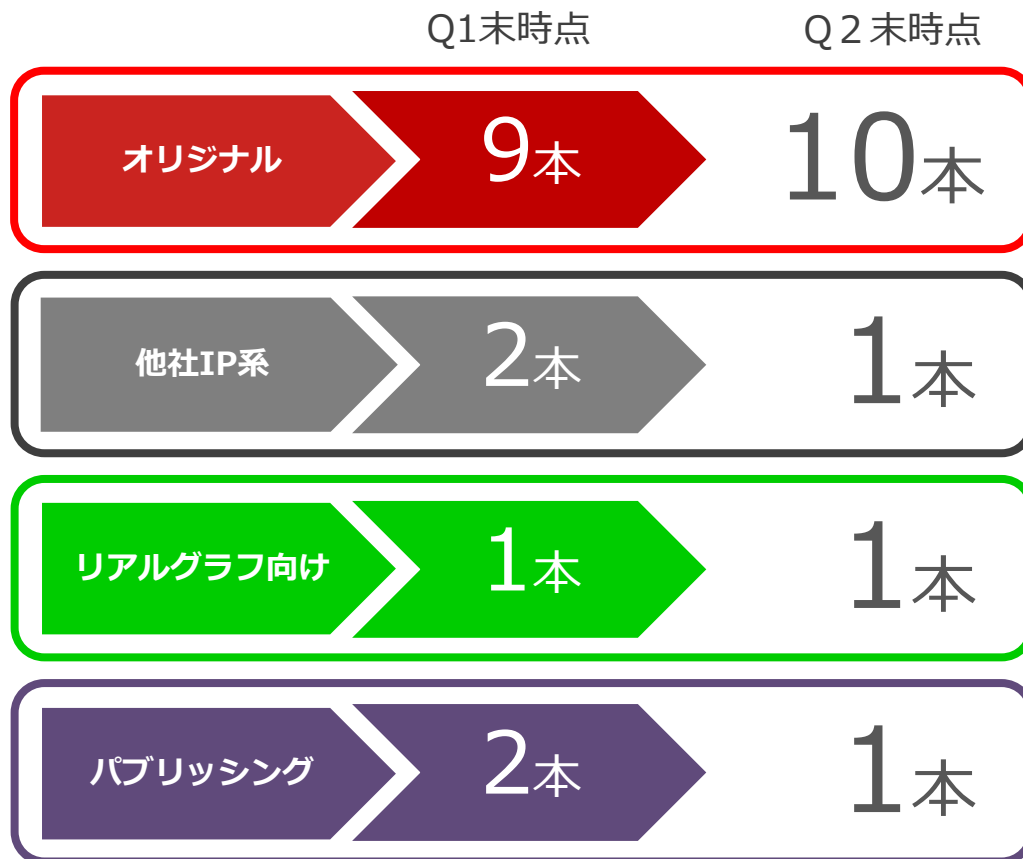
ジャンル：アクションRPG 配信日：10月21日

- ・ コロプラの子会社であるCOLOPL NIがパブリッシャーを、gumi Americaがマーケティング、gumi Asiaがカスタマーサポートとコミュニティマネジメントを担当



- ・現在 **13本** の新規タイトルを開発中

開発中のタイトル数



- ・ **クリスタル クラウン** : 8月20日配信済み
- ・ **ブレイジング オデッセイ** : 今冬配信予定
- ・ **Phantom of the Kill** : 今冬配信予定
- ・ **誰が為のアルケミスト** : 今冬配信予定
- ・ **シノビナイトメア** : 来春配信予定

- ・ **FFBE** : 10月22日配信済み
- ・ **WAKFU Raiders** : 9月10日配信済み

- ・ **LINE 三国志ブレイブ** : 11月4日配信済み

- ・ **Colopl Rune Story** : 10月21日配信済み

- ※ 15年10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以降に配信予定のタイトルを含む総数
- ※ 赤字タイトルはQ2末時点のパイプライン数に含まない

オリジナル

『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：今冬予定



開発

Fenris (100%子会社)

プロモーションプロデュース
安藤武博

プロモーション協力
株式会社イルカ

兄妹・仲間の魂を紡ぐ壮大な王道ストーリー
テーマは究極の「2D」

美しいフィールドを探索し
躍動感あふれるバトルを楽しむ
アドレナリン全開RPG



オリジナル

『誰ガ為のアルケミスト』

ジャンル：タクティクスRPG 配信時期：今冬予定

- 高低差のある3Dマップで繰り広げられる本格的なタクティクス・バトル
- OPアニメーションに河森正治監督、主題歌・BGMは下村陽子氏を起用



開発

FgG×gumi

プロデューサー

今泉潤

OPアニメーション監督

河森正治

OP主題歌 / BGM

下村陽子

OPテーマ

アガサ(cv.日笠陽子)



オリジナル

『シノビナイトメア』

ジャンル：ダンジョン探索型“大河”RPG

配信時期：来春予定

- 多彩な仕掛けやシンボルエンカウントの強敵が待ち受ける3Dダンジョン
- 久石譲氏を始め、超豪華クリエイターが集結

開発
FgG×gumi

プロデューサー
今泉潤

メインテーマ
久石譲

OPアニメーション監督
元永慶太郎

キャラクターPV制作
KOO-KI

主題歌・キャラクターソング制作
Elements Garden



リアルグラフ
向け

『LINE 三国志ブレイブ』

ジャンル：三国志RPG 配信日：11月4日

- 事前登録者数が40万人突破
- 配信開始以降、好調に推移
- ギルド等の新機能を積極的に追加することでユーザーベースの拡大を図る
- 12月上旬 大規模プロモーション実施予定



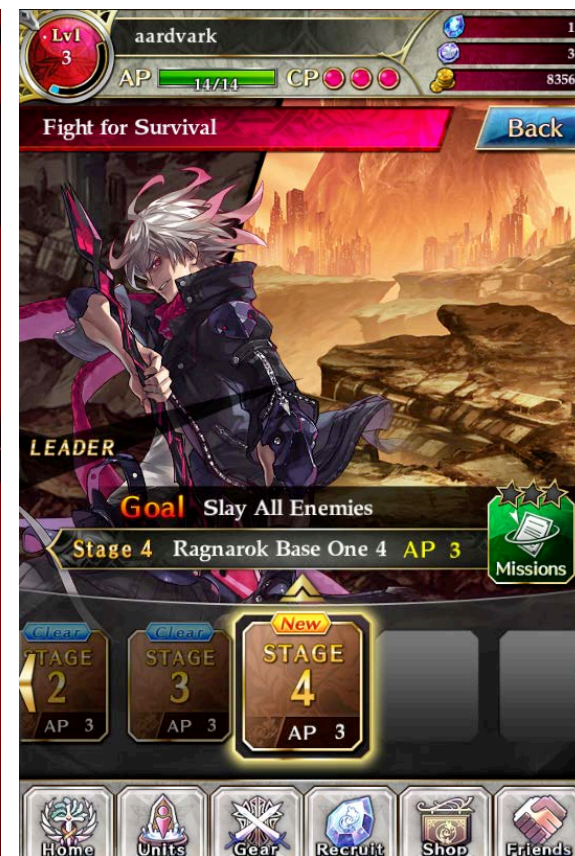


『Phantom of the Kill』

ジャンル：シミュレーションRPG 配信時期：今冬予定

配信地域：北米・欧州・シンガポール

- 国内版の女性キャラクターに加え、男性キャラクターを追加
- ストーリーは国内版ファンキルのプロローグを描く意欲作

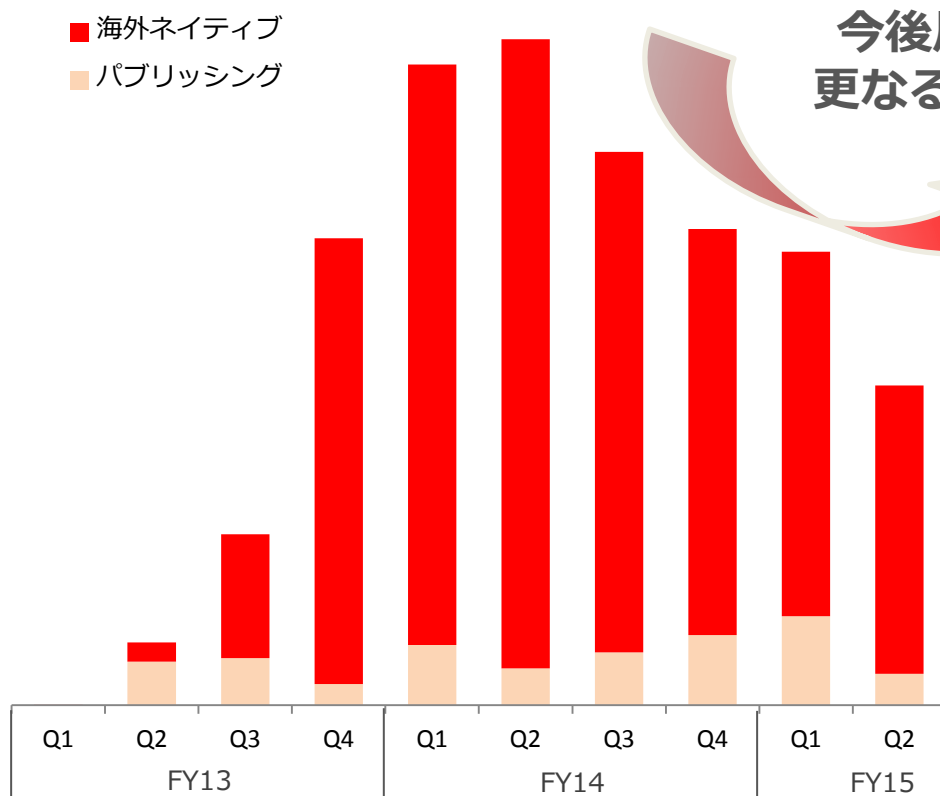


- FY15Q2末時点で、海外開発拠点は9拠点まで拡大
- 今後は有力タイトルに経営資源を集中し、グローバル体制におけるコンテンツの「地産地消」の実現を目指す



- ブレフロ海外言語版、パブリッシングの売上減により海外売上は減少
- 国内ヒットタイトルの早期の海外展開及び海外スタジオ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



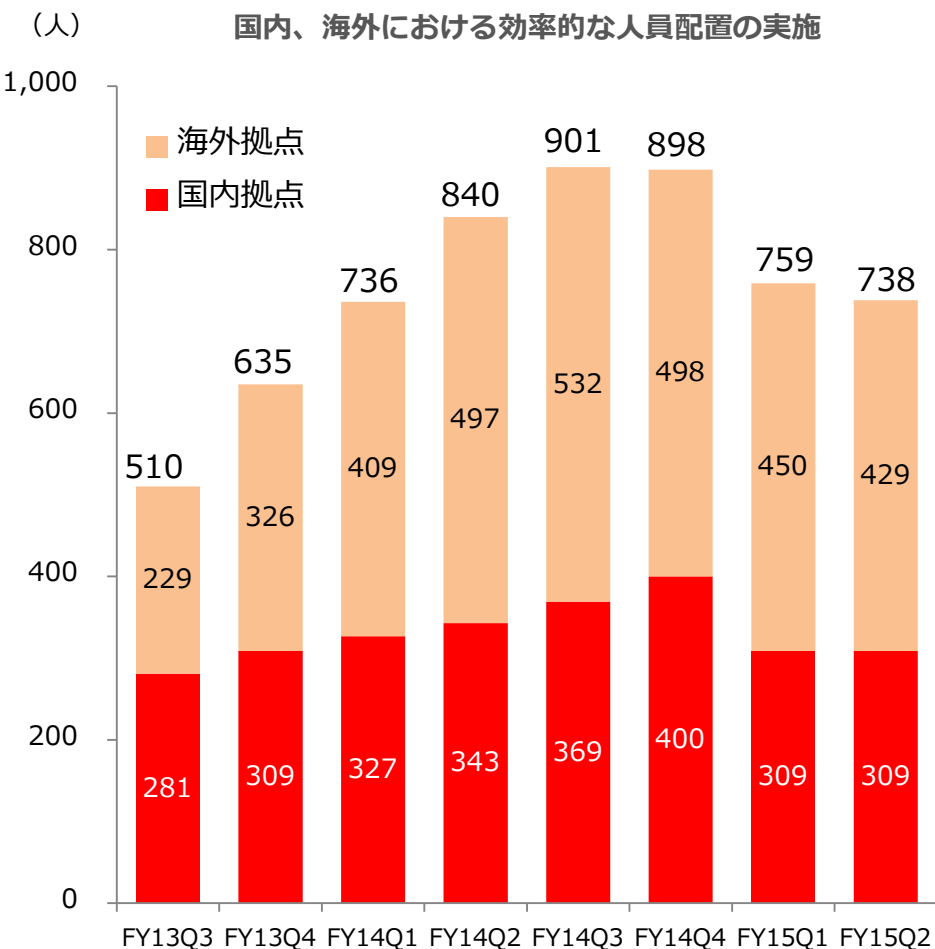
今後反転し
更なる成長を

海外展開は
成長の源泉

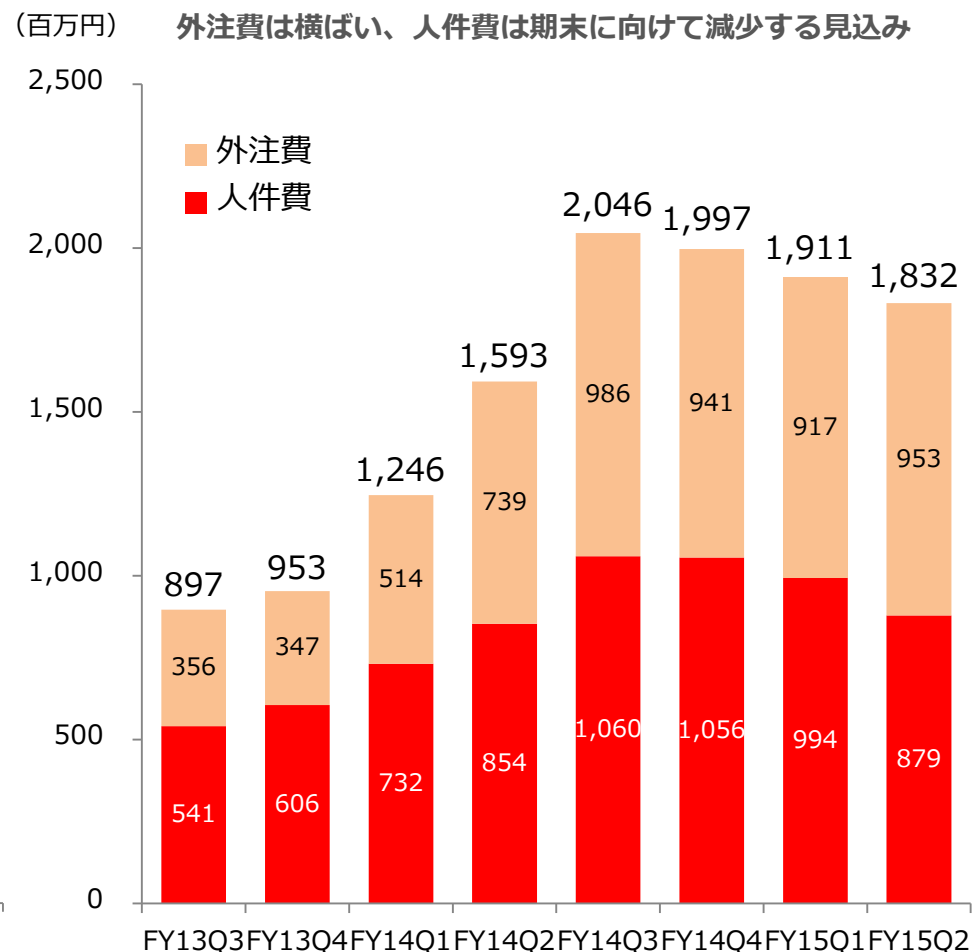
4-3-①. コストの合理化（開発費）

- 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
- あわせて国内、海外の有カタイトルに経営資源を分配し、更なる経営効率化を図る

人員数推移



開発費推移

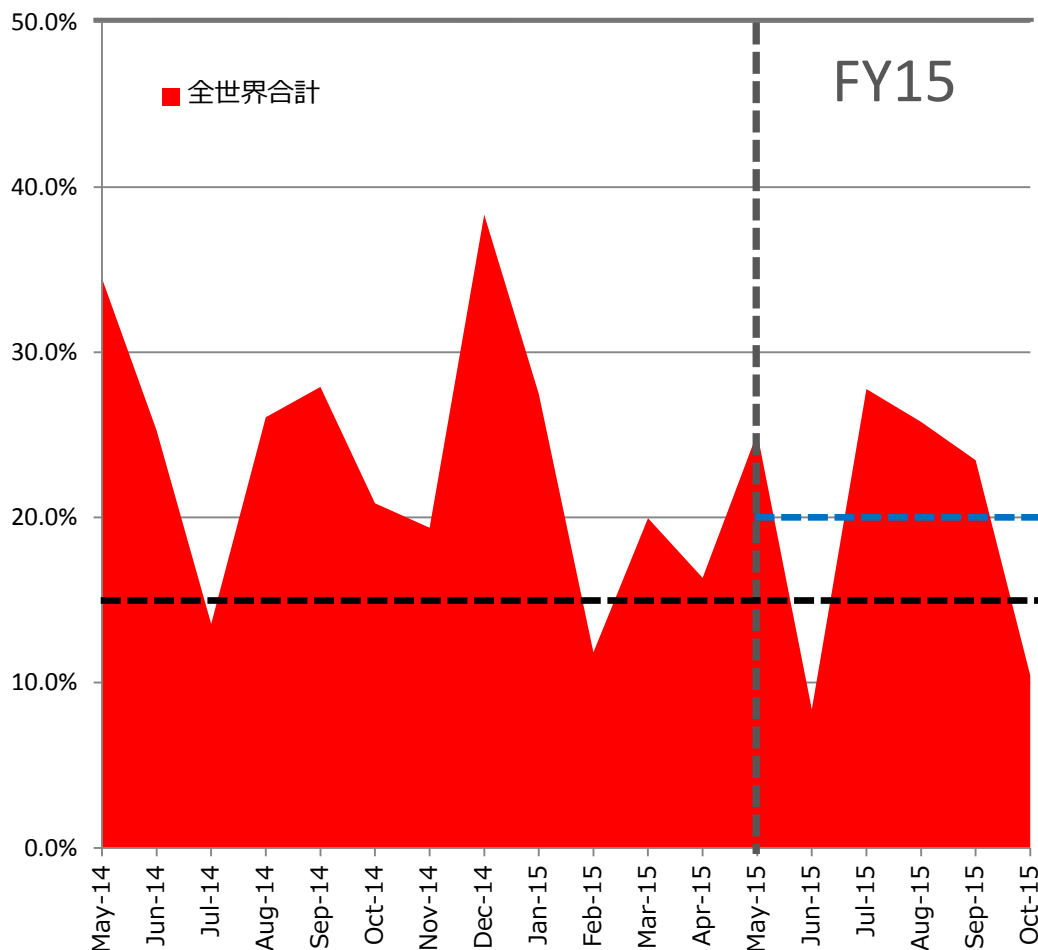


※人員：正社員+契約社員（アルバイトを除く）

※開発費＝外注費+人件費

- 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



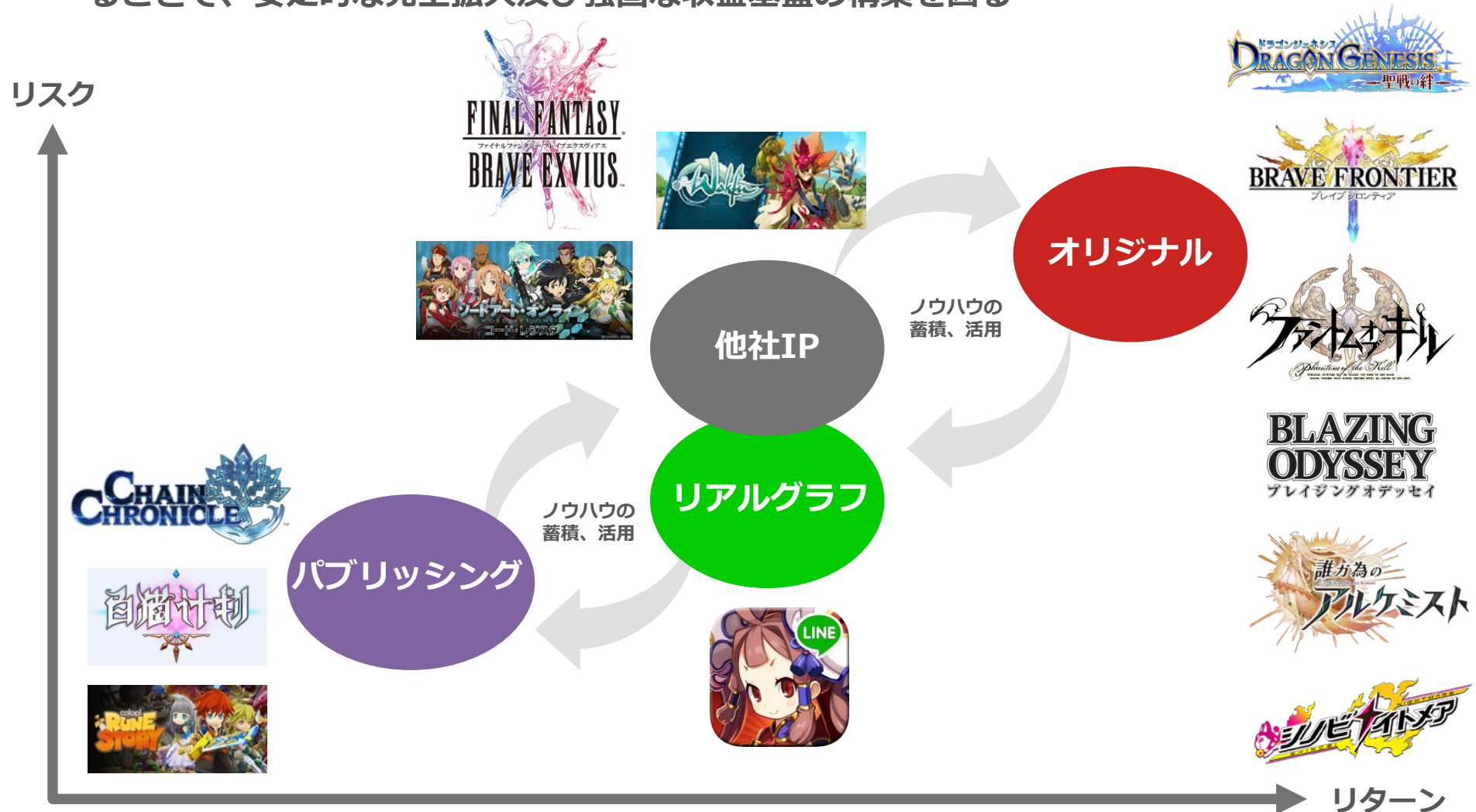
広告宣伝費率 適正化へ

20% : FY15Q2（累計）全世界合計

15% : 売上高広告宣伝費率 ターゲット

4-4. タイトルポートフォリオの構築

- オリジナル、他社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. © 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.