

第16期 第4四半期 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

今回、別紙の決算データ BOOK を新たに追加  
開示資料を強化しました



なぜ、決算資料にデータ BOOK を追加し、開示を強化したの？

# なぜ、決算資料にデータ BOOK を追加し、開示を強化したの？

当社は、IR 優良企業となることを目指しています

なぜなら、IR 優良企業として評価いただくことは  
機関投資家や株式市場の注目を集め  
結果的に企業価値の拡大につながると考えているからです

その一環として、主に機関投資家の皆さまから  
過去の業績推移や分析資料強化のご意見をいただき  
新たな資料「決算データ BOOK」を公開することにしました

今後も評価される IR を追求することで  
企業価値の最大化につなげていきたいと考えています



それでは、第 16 期第 4 四半期の決算説明会を始めます

4Q の GOOD NEWS

# 4Q の GOOD NEWS



自社物流センターにマテハンを導入したことで  
従来の2倍（1日2億円以上）の出荷能力に

※「マテハン」とは、これまで人の手で行っていた作業工程を機械により自動化するもの



さらに、最新の GOOD NEWS はこちら

# 最新の GOOD NEWS



年商 1,362 億円を誇る ベビー子ども用品専門店  
「西松屋チェーン」が SHOPLIST へ出店



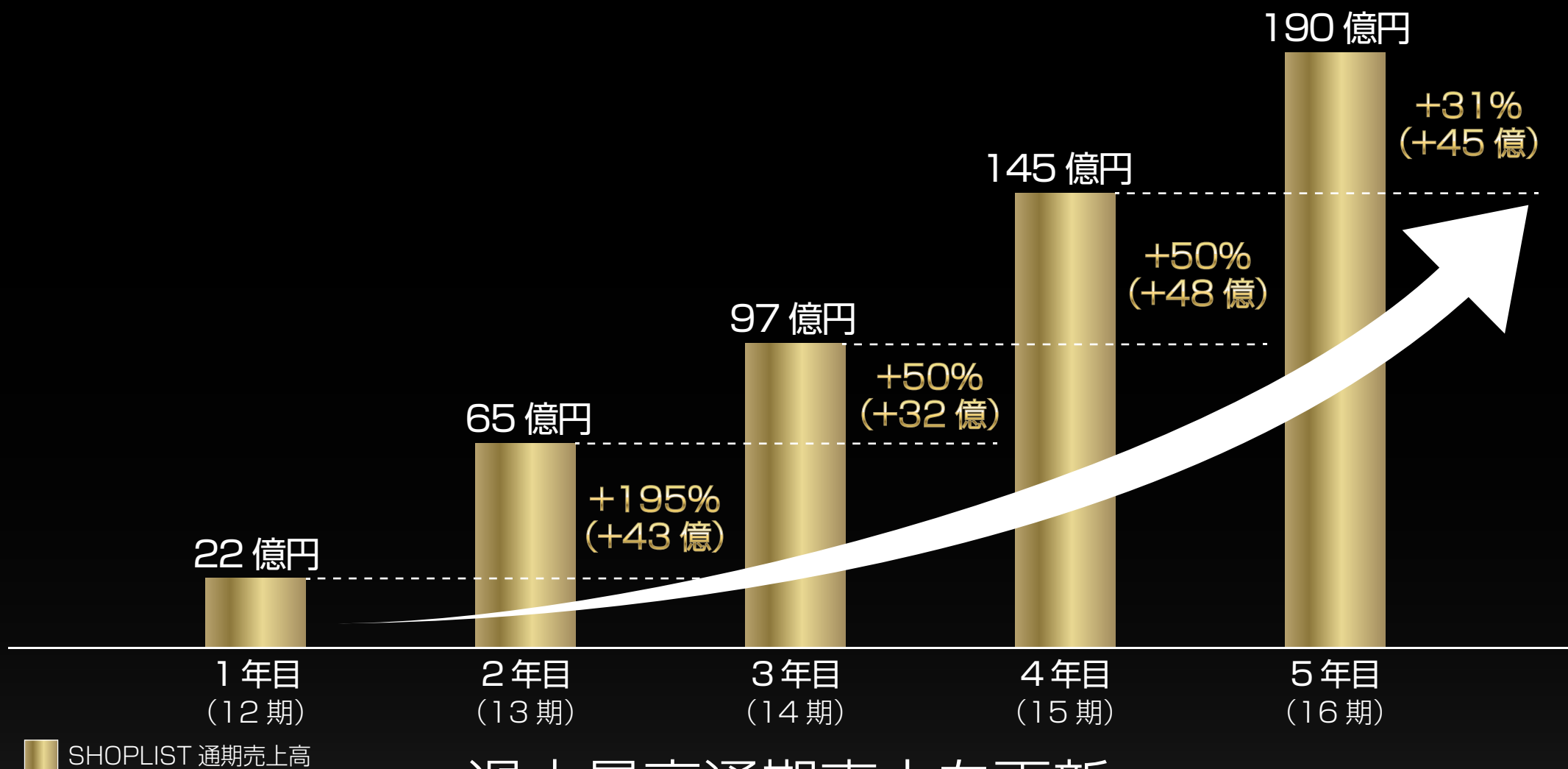
GOOD NEWS は以上です。つぎに、業績の説明に移ります

# SHOPLIST 事業の業績



まず、コマース事業の通期売上推移からみていきます

# コマース事業の通期売上推移



過去最高通期売上を更新  
対前期で+45 億円と高成長を継続



セグメントについてのお知らせがあります



# セグメントについてのお知らせ

これまでコマースセグメントに入っていた新規事業投資の  
数が増え、また規模が大きくなってきたことで  
SHOPLIST の実力が判断しにくくなっております

そのため来期より、SHOPLIST を1つの事業セグメント  
として独立して開示し、「SHOPLIST 事業」の状況を  
より把握しやすくする予定です



新規事業にいくら投資して、PL にはどれだけ影響があったの？

# 新規事業にいくら投資して、PLにはどれだけ影響があったの？

16 期通期の実績で、約 1.2 億円でした

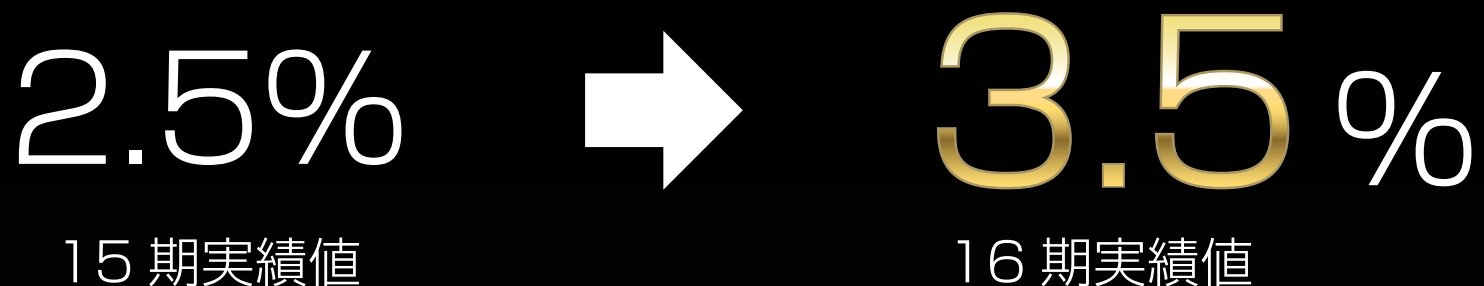
SHOPLIST 事業のみの利益は本来約 6.6 億円ありましたが  
新規事業投資が約 1.2 億円あったため  
コマースセグメントの利益は 5.4 億円になっています

ちなみに、新規事業投資に含まれるのは、越境 EC 事業などの  
新規事業及び失敗も含めた新規チャレンジプロジェクトです



では、SHOPLIST の営業利益率はどうだったの？

# SHOPLIST の営業利益率はどうだったの？



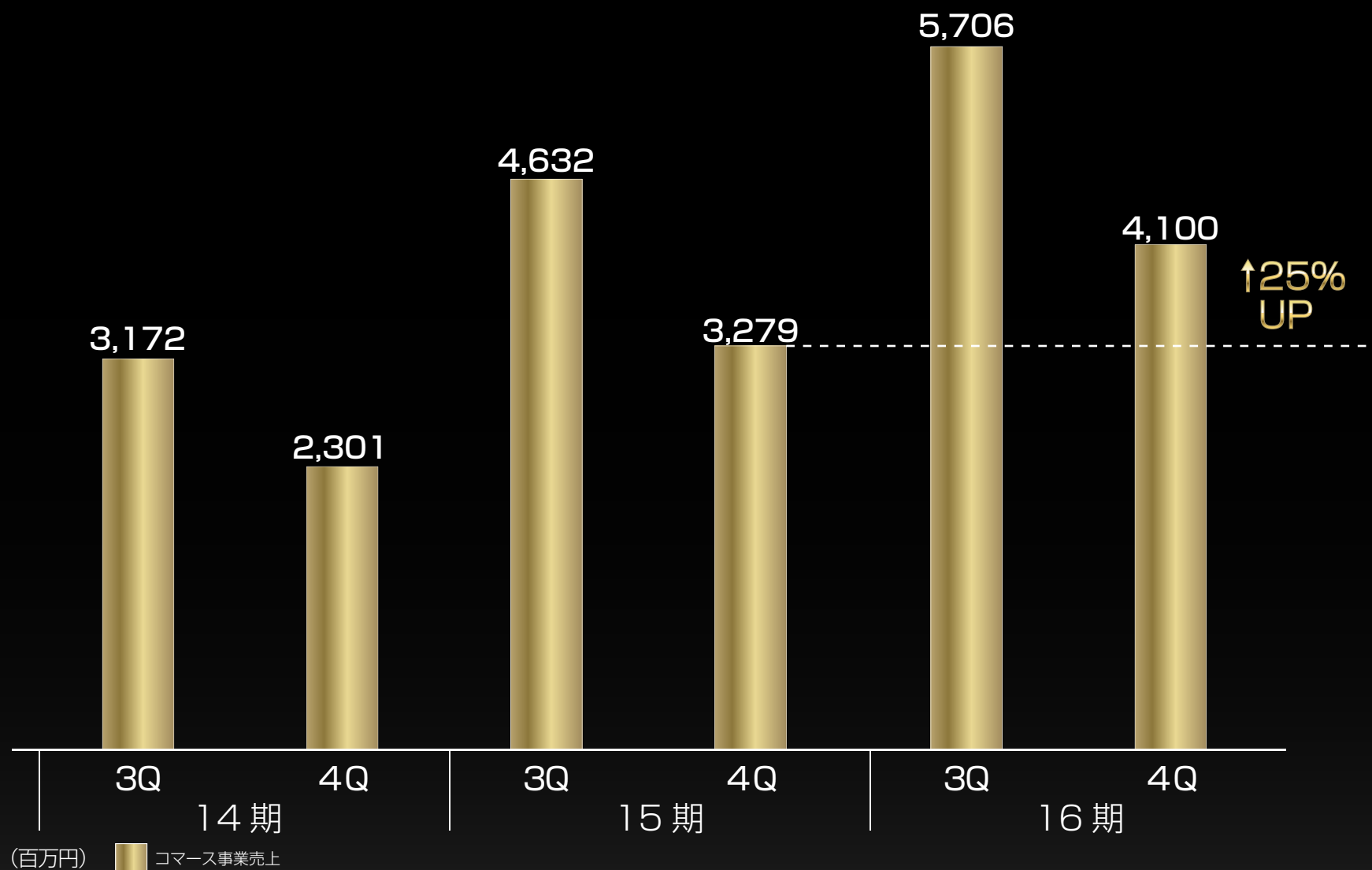
前期比で 1%改善

ただし、新規事業投資の影響でコマースセグメントでは 2.8%でした



つぎに、コマースの四半期業績説明に移ります

# コマースの四半期業績説明

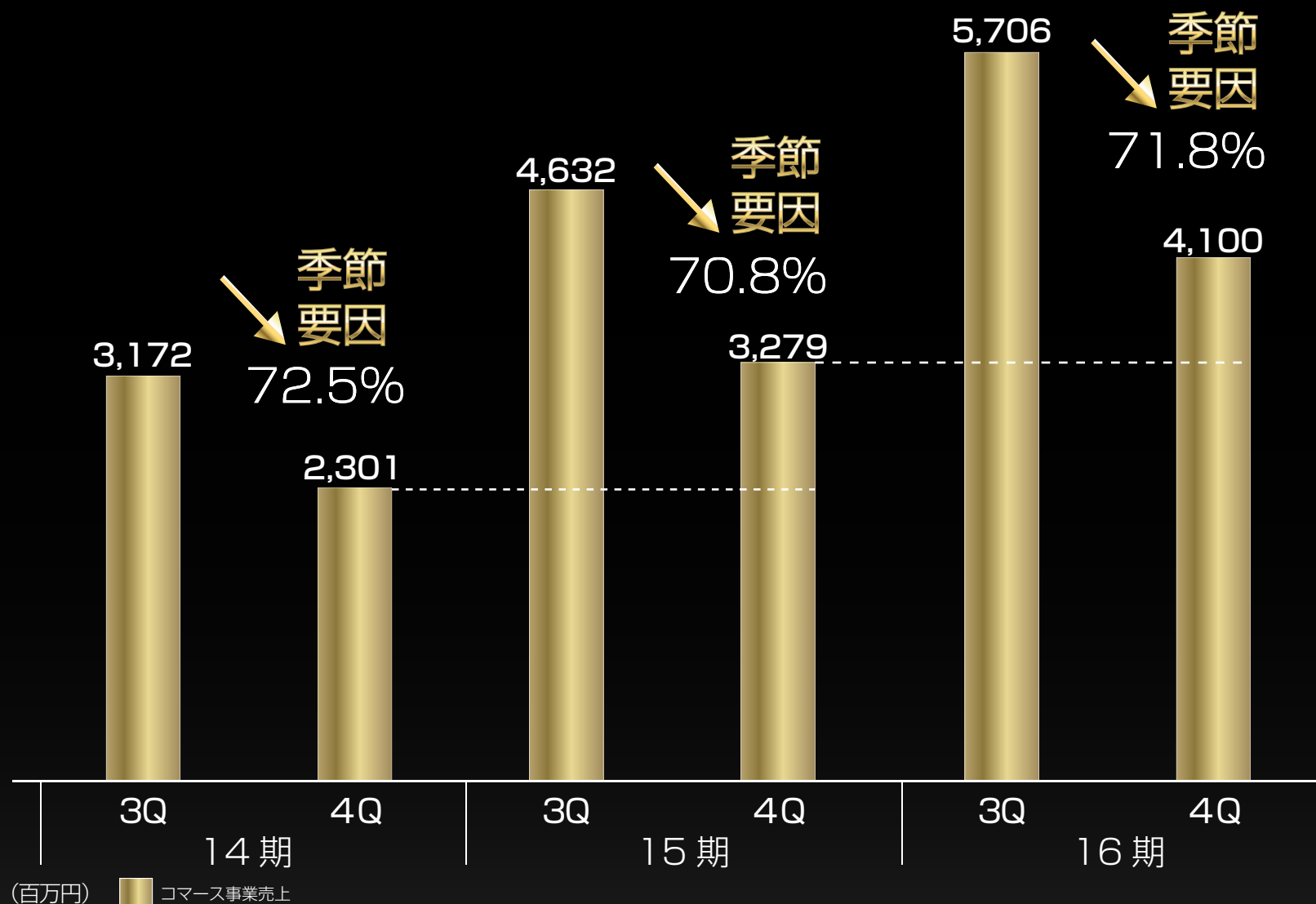


4Q 売上は前年同 Q 比 約 **25%**UP



3Q から 4Q の売上減少の要因は？

# 3Q から 4Q の売上減少の要因は？

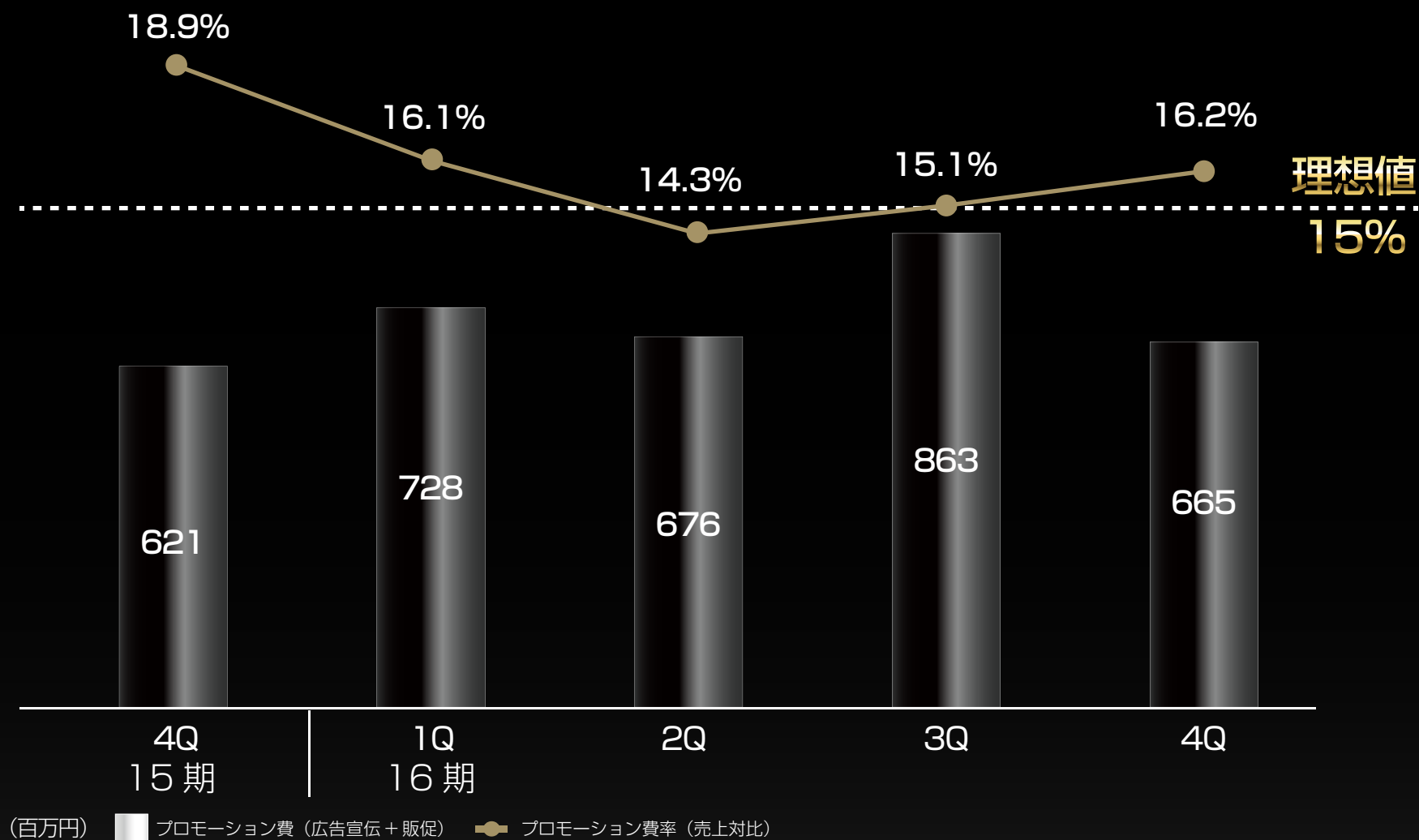


季節要因です。例年の慣習であり問題はありません



続いて、コマースの通期費用の説明に移ります。まずはプロモーション費用の推移から

# プロモーション費用の推移

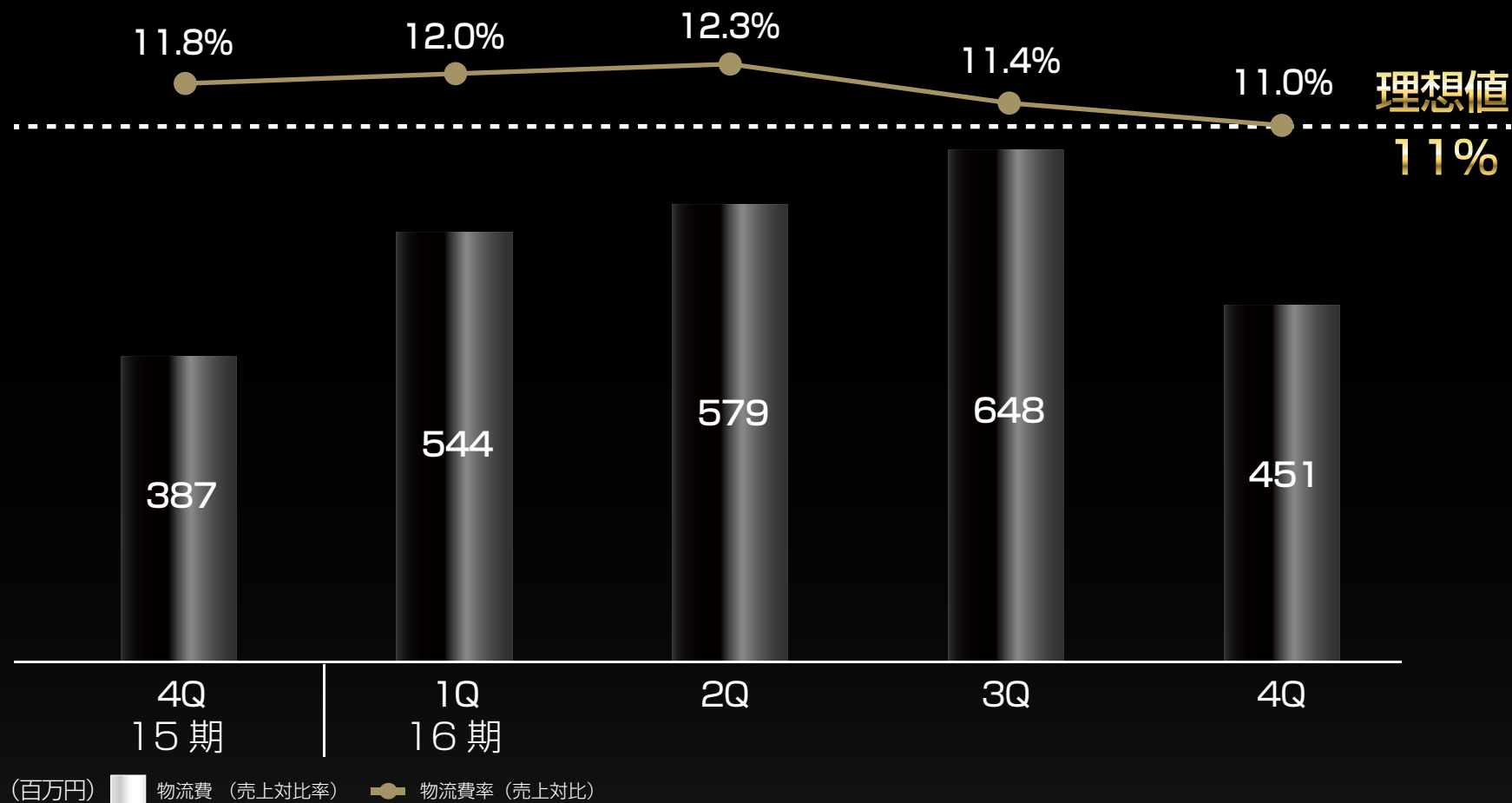


通期実績は 15.6%。理想値をやや上回ったが想定の範囲内で推移



つぎに、物流費用の推移です

# 物流費用の推移



通期実績は 11.7%。理想値をやや上回ったが想定範囲内で推移



この結果、全社の業績は…

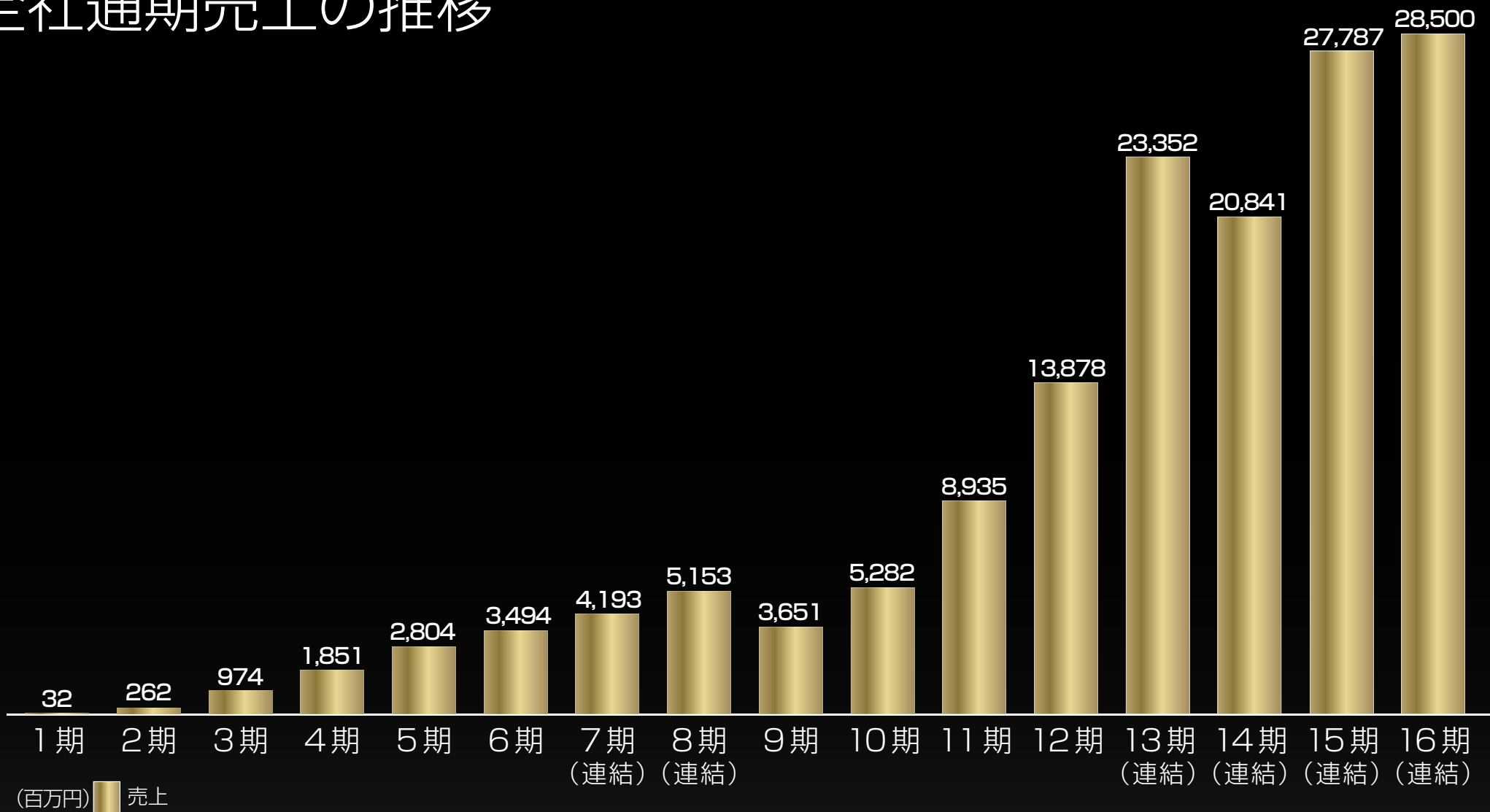
# 全社業績の説明



まずは、全社通期売上の推移から



# 全社通期売上の推移

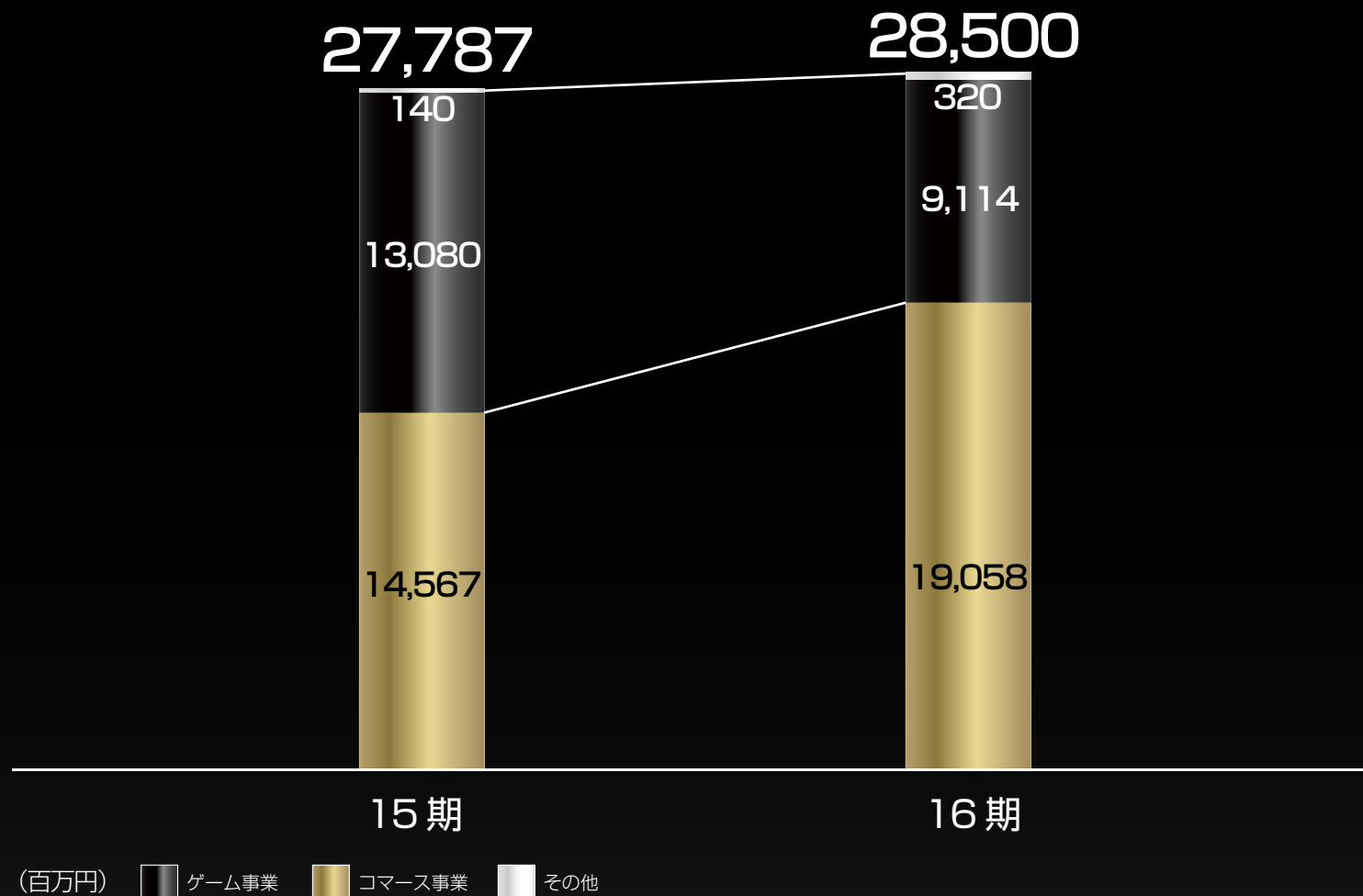


ゲーム事業を譲渡したにも関わらず  
創業以来、過去最高通期売上を更新



なぜゲーム事業を譲渡したのに増収になったの？

# なぜゲーム事業を譲渡したのに増収になったの？

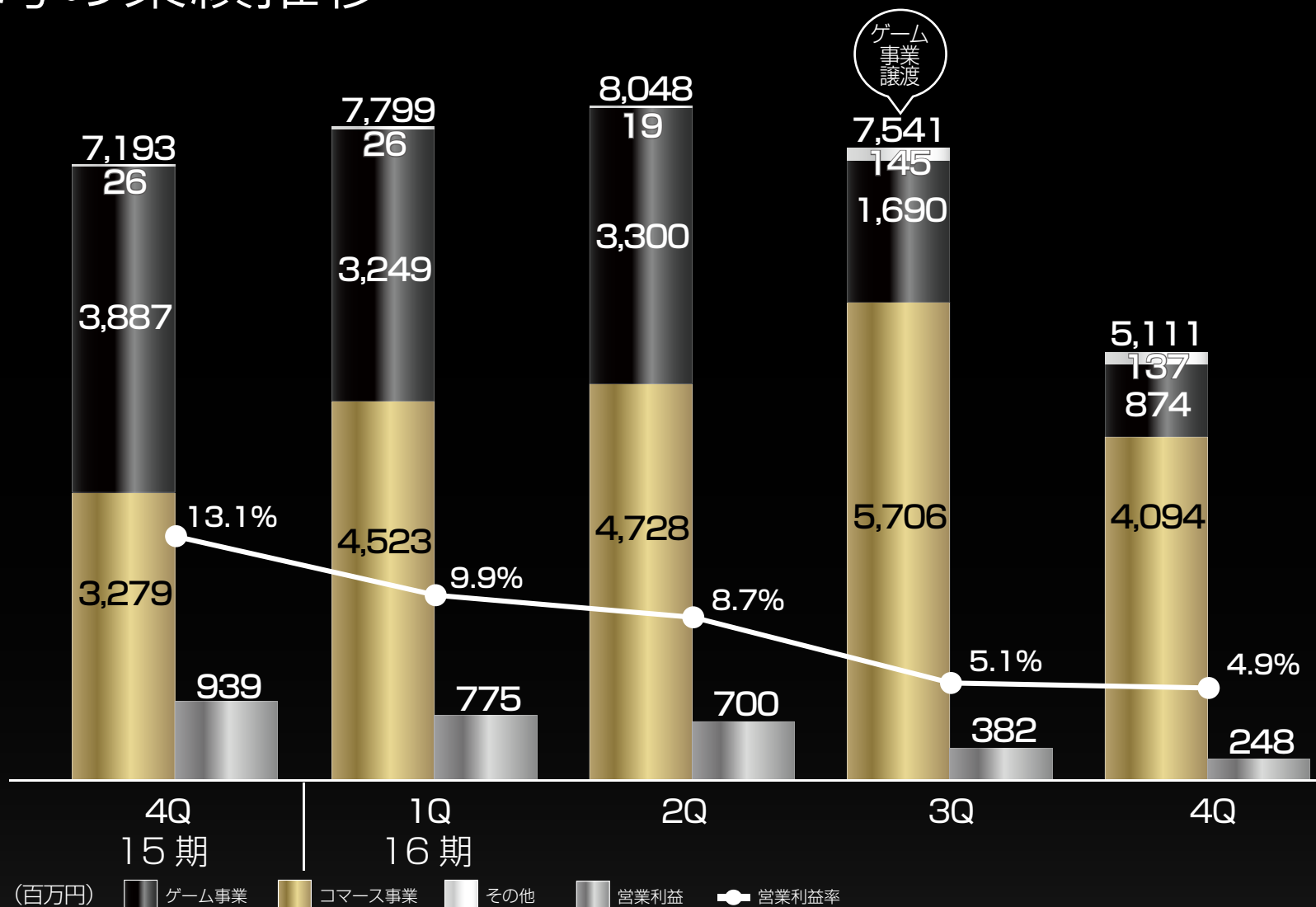


コマース事業の成長が上回り、増収となりました



つぎに、四半期毎の業績推移を確認します

# 四半期毎の業績推移



利益率の高いゲーム事業の比率が下がったものの  
全社の営業利益率は 4.9%を確保しています

 業績説明は以上です。つぎに、SHOPLIST の中長期目標についておさらいします

# SHOPLIST の中長期目標



当社は、ここを目指しています

20??年3月期

年間ユニーク  
購入者数  
500万人

×

1人当たり  
年間購入金額  
20,000円

上記は市場規模や社内の実績データに基づき算出しています



営業利益率の目標は…

2019年3月末までに

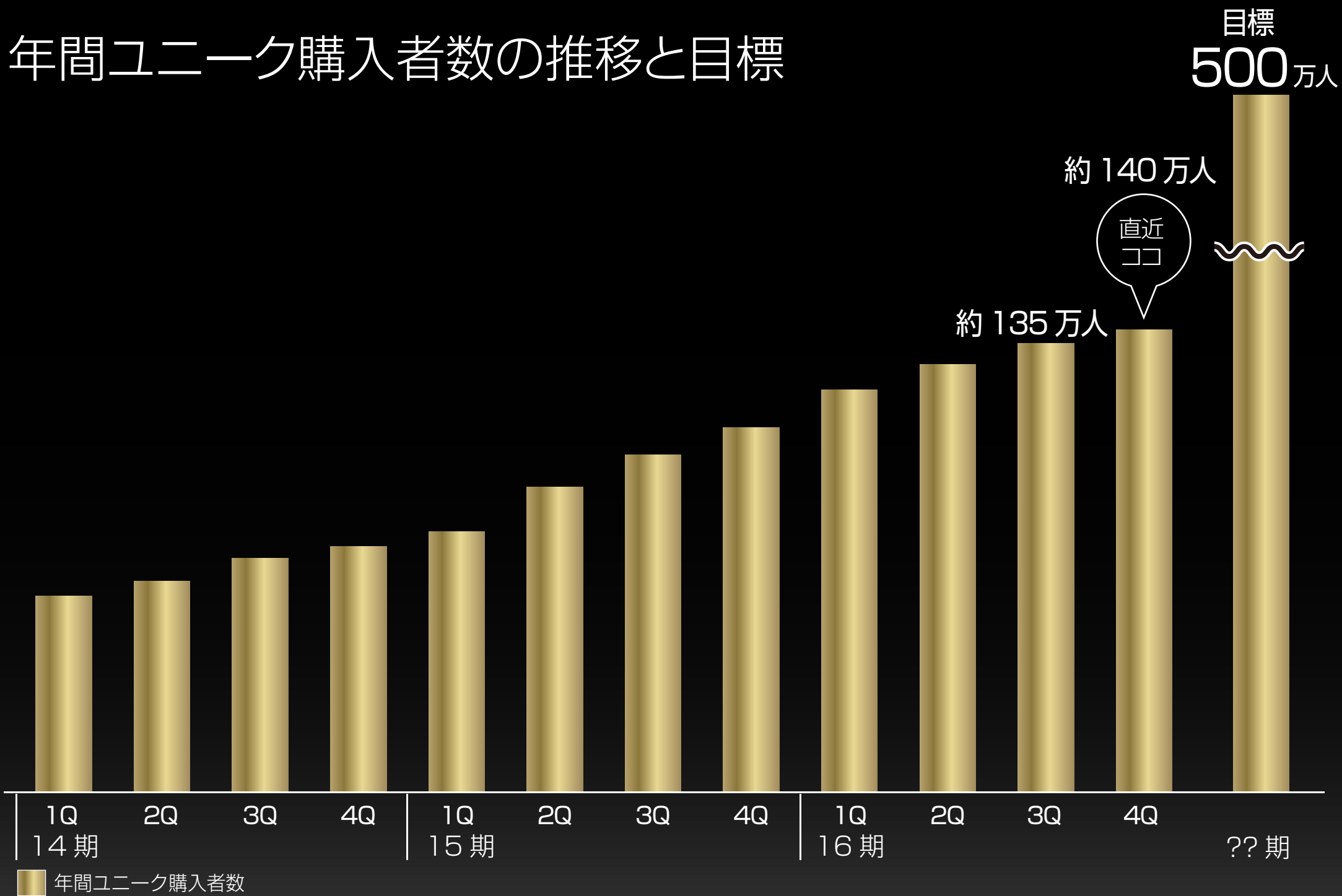
SHOPLISTの営業利益率

8%



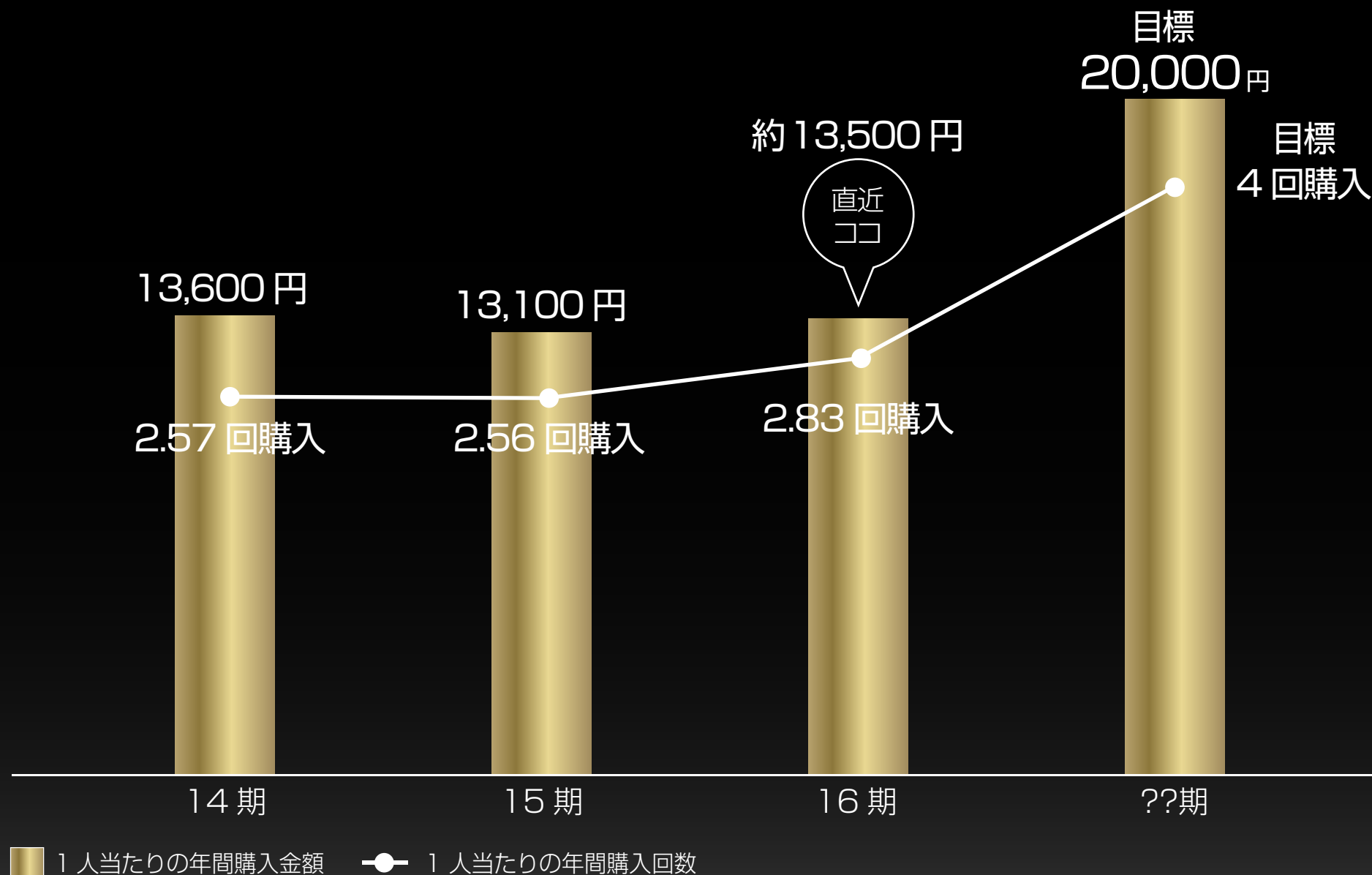
直近の進捗は？というところ…まずは、購入者数の推移と目標から

# 年間ユニーク購入者数の推移と目標



つぎに、年間購入金額の推移と目標です

# 1人当たりの年間購入金額の推移と目標



つぎに、中長期目標達成のためやるべき重要なことをおさらいします



中長期目標達成のためやるべき重要なこと

# 新規ユーザーのリピート率向上



なぜ新規ユーザーのリピート率向上が重要なのか？

なぜ新規ユーザーのリピート率向上が重要なのか？

なぜなら、それが年間購入者数 500 万人と  
年間購入金額 20,000 円という目標への  
鍵になると考えているからです



リピート率向上のために何をするの？

# リピート率向上のために何をするの？

2017年9月頃をめぐりに…

**全商品 5日以内配送**

**商品平均ユーザーレビュー 4.0以上**

**70項目全ての機能改善**

これら3つの改善策を軸に  
リピート率の向上を図ります



それぞれの進捗状況は？

# それぞれの進捗状況は？

3つの改善策	進捗目途
全商品 5 日以内配送	◎
商品平均ユーザーレビュー 4.0 以上	◎
70 項目全ての機能改善	○

◎ 概ね達成が見えている      ○ 目標としての期日にオンタイムで進んでいる

計画通り順調に進捗中

引き続き 9 月頃をめどに完了を目指します



「全商品 5 日以内配送」についてお伝えしたいことがあります

全商品 5 日以内配送についてお伝えしたいこと

実は「全商品 5 日以内配送」が  
最良だとは思っていません

更なる改善のために、ある計画を進行中です



ある計画とは？

ある計画とは？

SHOPLIST 専用の  
新・物流センターへの移動を計画中

※使用画像は現在の物流センターです



以上を踏まえ、足元「17期の理想値」についてお伝えします

# 17 期の理想値について

# 理想値とは？



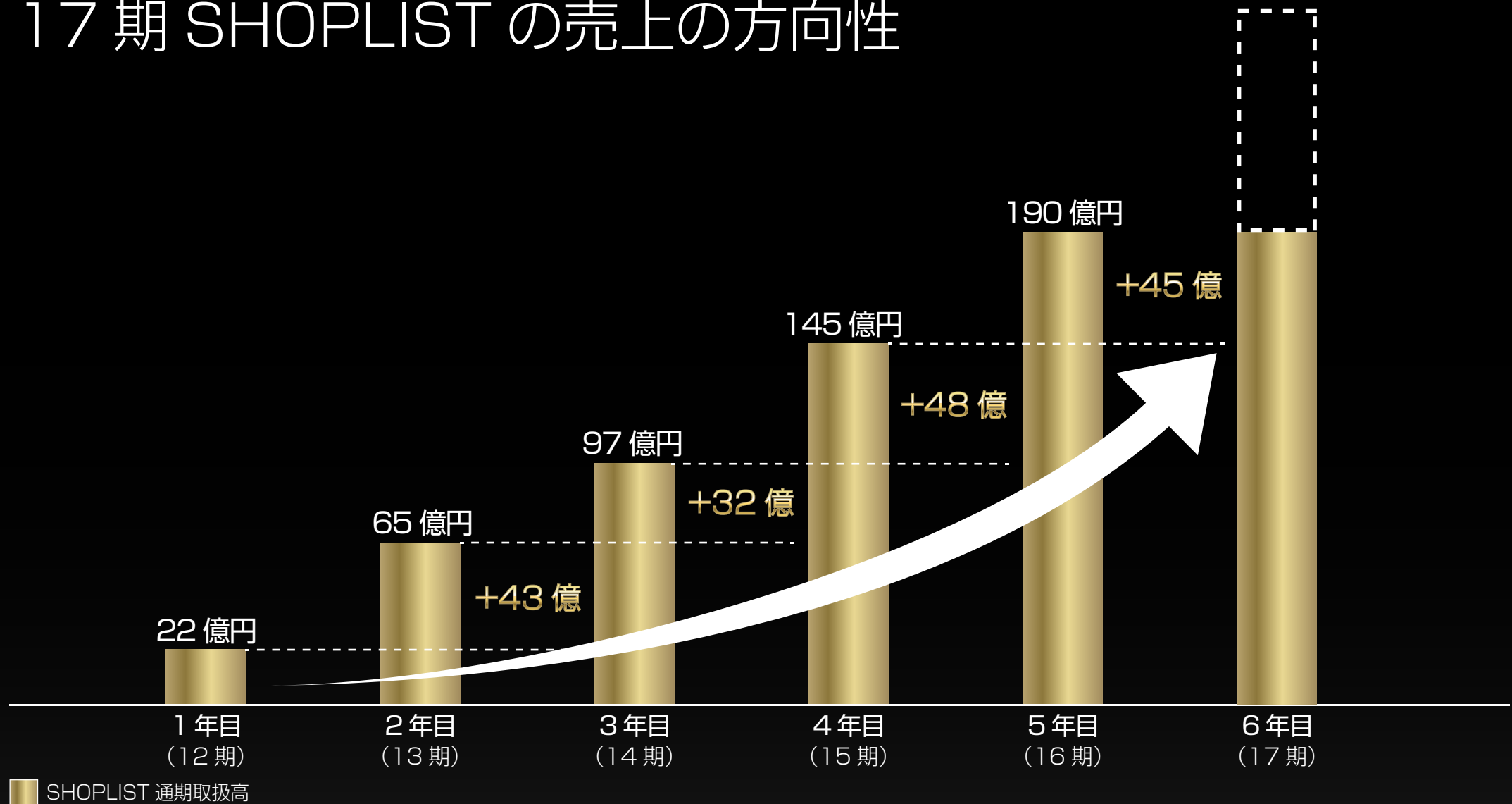
本資料における「理想値」とは、現時点における様々な要素を検討し、そのタイミングで最適だと想定している「理想の値」を示しているものです。そのため、今後の事業展開により、当然に変動する可能性があります。当社はこれまでと同様に、今後も事業拡大のために必要であると判断した場合には、積極的な投資をする可能性があり、理想値を超え、あるいは下回る可能性があります。




まず個別の理想値を見る前に、17期の売上の方向性から



# 17期 SHOPLIST の売上の方向性



15期、16期を上回る +50 億円を超える成長を目指します

 つぎに、各種費用の理想値を見ていきます。まずはプロモーション費用の理想値から

# プロモーション費用の理想値

16 期実績値                      17 期理想値

15.6%      ➔      13.5%

(対理想値+0.6%)

およそ 2%の営業利益率改善につなげます



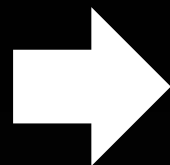
つぎに、物流費用の理想値について説明します

# 物流費用の理想値

16 期実績値

11.7%

(対理想値+0.7%)



17 期理想値

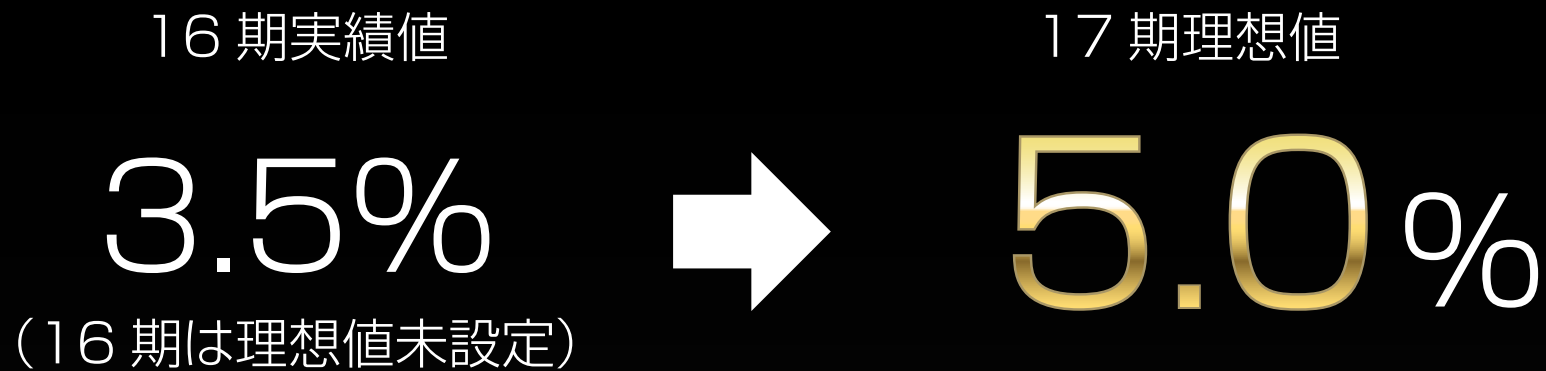
11.0%

マテハン導入やその他物流投資をしつつも  
16 期比でマイナス 0.7%を目指します



これらの結果、17 期 SHOPLIST の営業利益率の理想値は…

# 17期 SHOPLIST の営業利益率の理想値について



17期の理想値は5.0%とします



最後に、その他事業についてお知らせいたします。まずはゲーム事業について

# ゲーム事業について



ゲーム事業の方針からお伝えします

# ゲーム事業の方針

これまでもお伝えしてきた通り  
複数作らず一球入魂で新規開発を進めています



いつ頃リリース予定なの？

いつ頃リリース予定なの？

2017年12月～2018年4月頃を  
目途としています

ですが、開発状況や市場動向に応じて  
リリース時期は、ずれる可能性があります



開発費など連結決算に影響を与えるようなことはないの？

開発費など連結決算に影響を与えるようなことはないの？

現状はありません

なぜなら、安定的な利益を生み出している  
子会社の StudioZ にて  
その利益の範囲内で  
新規開発を行っているためです



つぎに、ゲーム以外その他の事業についてお知らせがあります



ゲーム以外その他の事業について



Candle の成長戦略は？

Candle の成長戦略は？

Candle を CROOZ グループにおける  
**新規事業創出企業** と位置付けます



新規事業創出企業とは？

新規事業創出企業とは？

当社グループの新しい事業創出に専念する  
子会社のことを指します



なぜ、Candle がその役割を担うの？

なぜ、Candle がその役割を担うの？

変化の激しいインターネット業界において  
時代とユーザーニーズにキャッチアップするには  
スピード感と感受性が重要だと考えています

そんな中、スマホを中心としたネットサービスを熟知した  
平均年齢 22 歳の東大出身の学生起業家集団である  
Candle であれば、変化の早い業界においても  
時代とユーザーのニーズにあったネットサービスを  
迅速に立ち上げられると判断しています



👉 トラベルオンラインを M&A した目的は？

トラベルオンラインを M&A した目的は？

SHOPLIST に続く第 2、第 3 の柱を創出するためです

トラベルオンラインの M&A については  
当社が持つデジタルコマースのノウハウを  
最大限活かせる分野だと考えています



今回の決算をまとめると…

## 今回の決算をまとめると…

- エレストを除いたすべてのゲームタイトルを譲渡したにも関わらず、創業以来過去最高売上更新
- リピート率向上のための3つの改善策は計画通り進捗中
- トラベルオンライン買収により、新規事業分野へ参入  
今後も SHOPLIST に続く第2、第3の柱を創出すべく投資を実施する



最後に、配当について説明します。まずは配当推移から

# 配当推移

	11期	12期	13期	14期	15期	16期
1株当たり配当額 (円)	15	15	20	15	15	15
配当総額 (百万円)	191	169	226	179	179	180

※配当額は全て分割後の数値に調整しています

16期の配当については前期と同額の配当をいたします



配当及び株主還元施策の考え方について

# 配当及び株主還元施策の考え方について

16期はゲーム事業譲渡に伴う特別利益の発生により、配当可能利益は増加しますが、営業利益が減少しております。当社はまだまだ成長に向けた投資を行うフェーズにあると考えており、16期の配当については前期と同額といたします。

なお、今後についてはSHOPLISTに次ぐ第二・第三の柱が確立されたタイミングで目標として掲げている配当性向30%を検討します。

また、配当以外の自社株買いなどを用いた株主還元施策については状況に応じて適宜判断してまいります。



17期以降の決算説明会の実施について改めて説明します。



# 17期以降の決算説明会は

前回の決算発表でもお知らせしましたが  
決算説明会は今後、中間と期末の年2回のみとなります

IR優良企業と比較するに、まだまだやらなければならないことが多くあると考えています

決算説明会を年2回にする代わりに  
まずはHPを通じた提供コンテンツを強化するところへ注力し  
広く投資家の皆様への情報提供等を推進していきます

IRで評価される企業となり  
多くの投資家の皆様からご支援を頂くことで  
企業価値の最大化を目指してまいります



以上で、4Qの決算発表の説明は終了です

以上で 4Q の決算発表の説明は終了です

業態上、及び変化が激しい業界であり、

正確な予想を立てるのが困難なため

14 期より業績予想を非開示にしています

本資料には

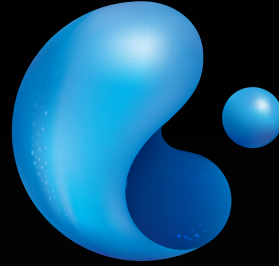
当社の中長期的計画、見通しが含まれております

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



**CROOZ**