

第14期 第1四半期 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
1QのGOOD NEWS

事業

クルーズって何やってる会社？
どんなゲームを提供してきたの？
ゲーム以外の収益の柱は？
コマース事業の直近の状況は？

業績

業績の推移は？
主な費用の推移は？
社員数の推移は？
クルーズの株の特徴は？
3か月の売買代金はどのくらい？

最後に

今後どうやって成長していくの？
注力すること
とっておきのお知らせ
CROOZの夢は？

よくある質問

参考資料
株主還元方針は？
配当額と配当性向の推移は？
スマホの売上比率はどれくらい？
注力する地域は？
ソーシャルゲームって何？
どうやって儲けるの？
ソーシャルゲーム市場はどう推移する？
1Qリリースの新作ゲームは？
主力ブラウザゲームは？
ご注意

1Q 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

1QのGOOD NEWS

SHOPLIST.comが前期1Q比売上1.7倍(+74%) 2,167Mとなり、過去最高を更新しました

商品数、ブランド数の増加、効果的なプロモーションが新規ユーザー増やリピートにつながっています

また、6月は台湾のファストファッションブランド「東京著衣」出店等話題性の高いブランドの出店にも注力していきます

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

NEW Shanghai

2014年7月22日設置

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

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

San Francisco

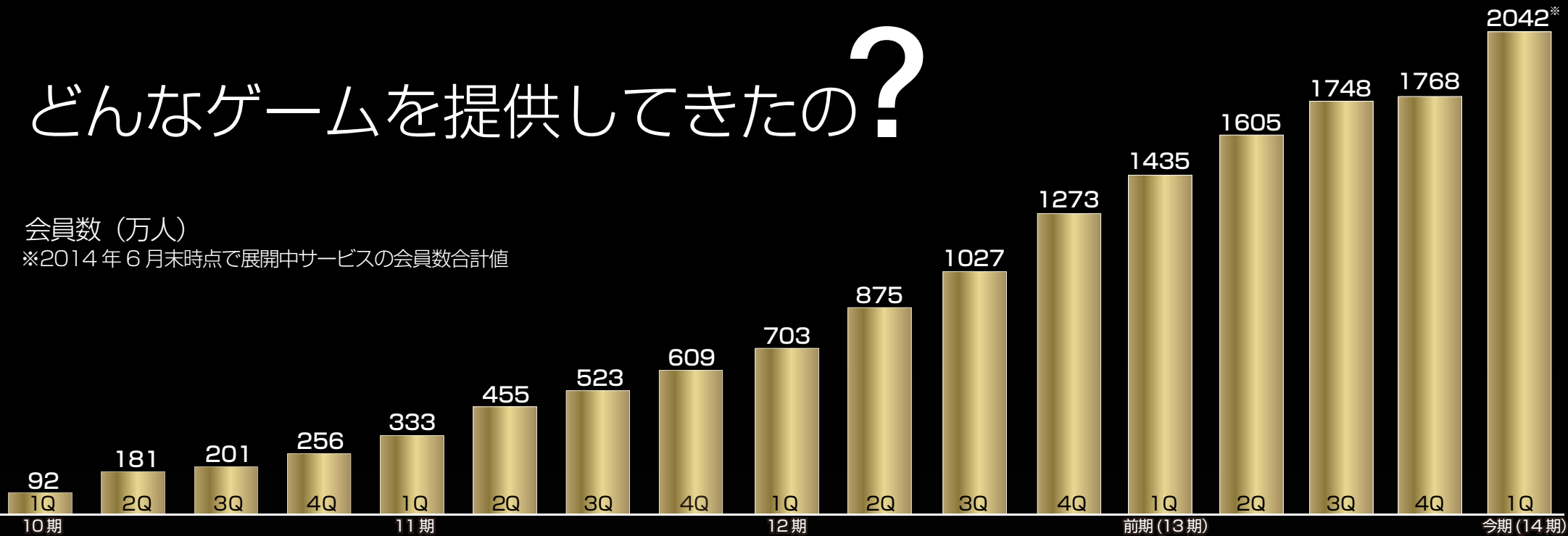
CROOZ America, Inc.
2012年8月1日設立

今は **ソーシャルゲーム** をサービスの柱にしています

どんなゲームを提供してきたの？

会員数 (万人)

※2014年6月末時点で展開中サービスの会員数合計値



11期 4Q



3/13

12期 3Q



10/10

13期 2Q



7/24



9/18

13期 4Q



2/20

14期 1Q



iOS 4/10, Android 5/1, 韓国語版 7/7



4/25



5/26



12/23



8/5



iOS 6/2 Android 6/10



iOS 6/26

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

どんなゲームを提供してきたの？

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

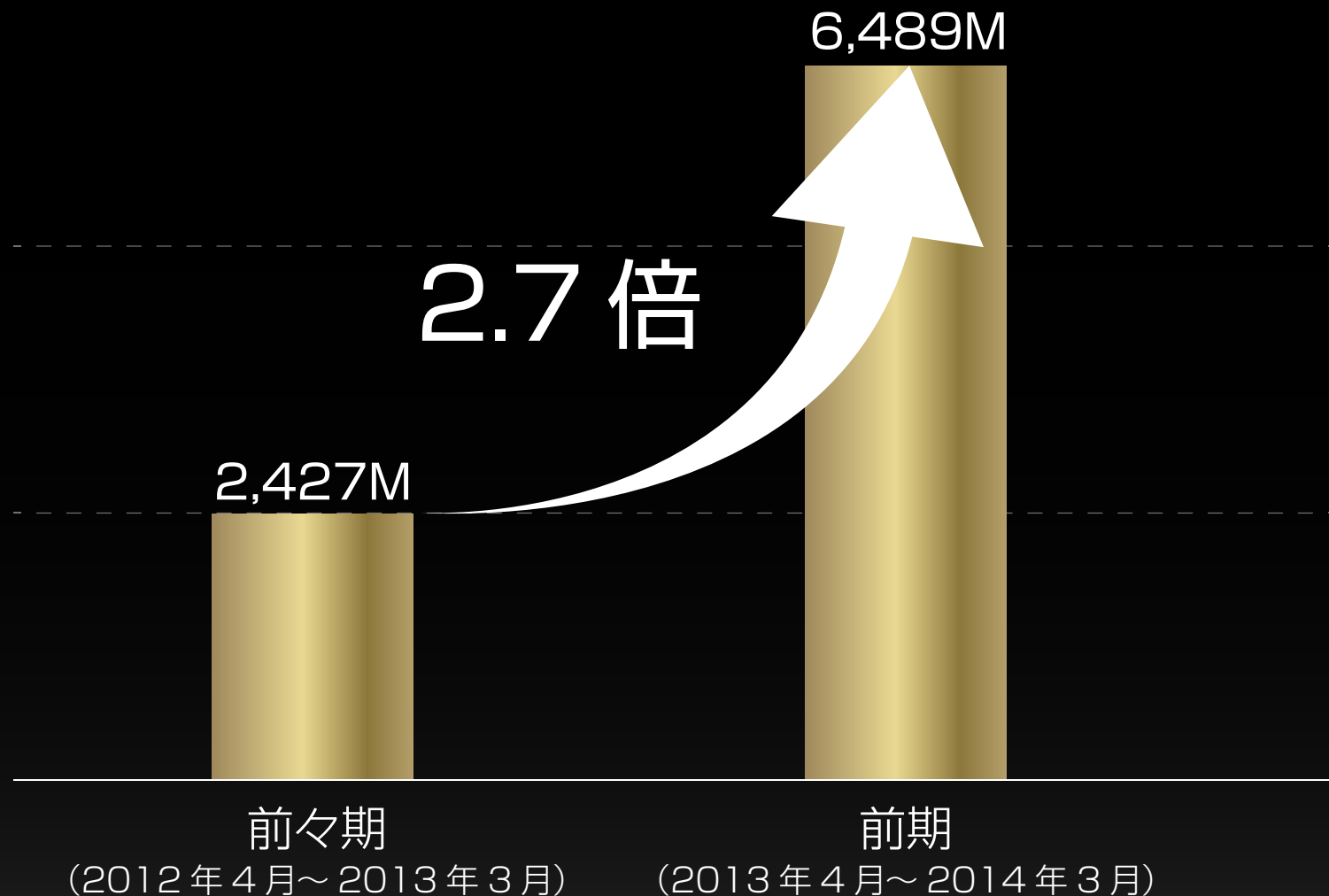
2013年

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

ゲーム以外の収益の柱は？



1年で**売上が2.7倍**に拡大した
インターネットコマース事業があります

ゲーム以外の収益の柱は？

インターネットコマース事業は 1年で売上 2.7倍、前々期は▲181Mだった営業利益が、前期は348Mに拡大しました

全体売上のおよそ 30%がインターネットコマース事業で構成されています

コマース事業の直近の状況は？

SHOPLIST.com by CROOZ

7月単月取扱高が**9億円**突破

ファストファッション通販サイト SHOPLIST.com
過去最高の単月取扱高を更新しました

コマース事業の直近の状況は？

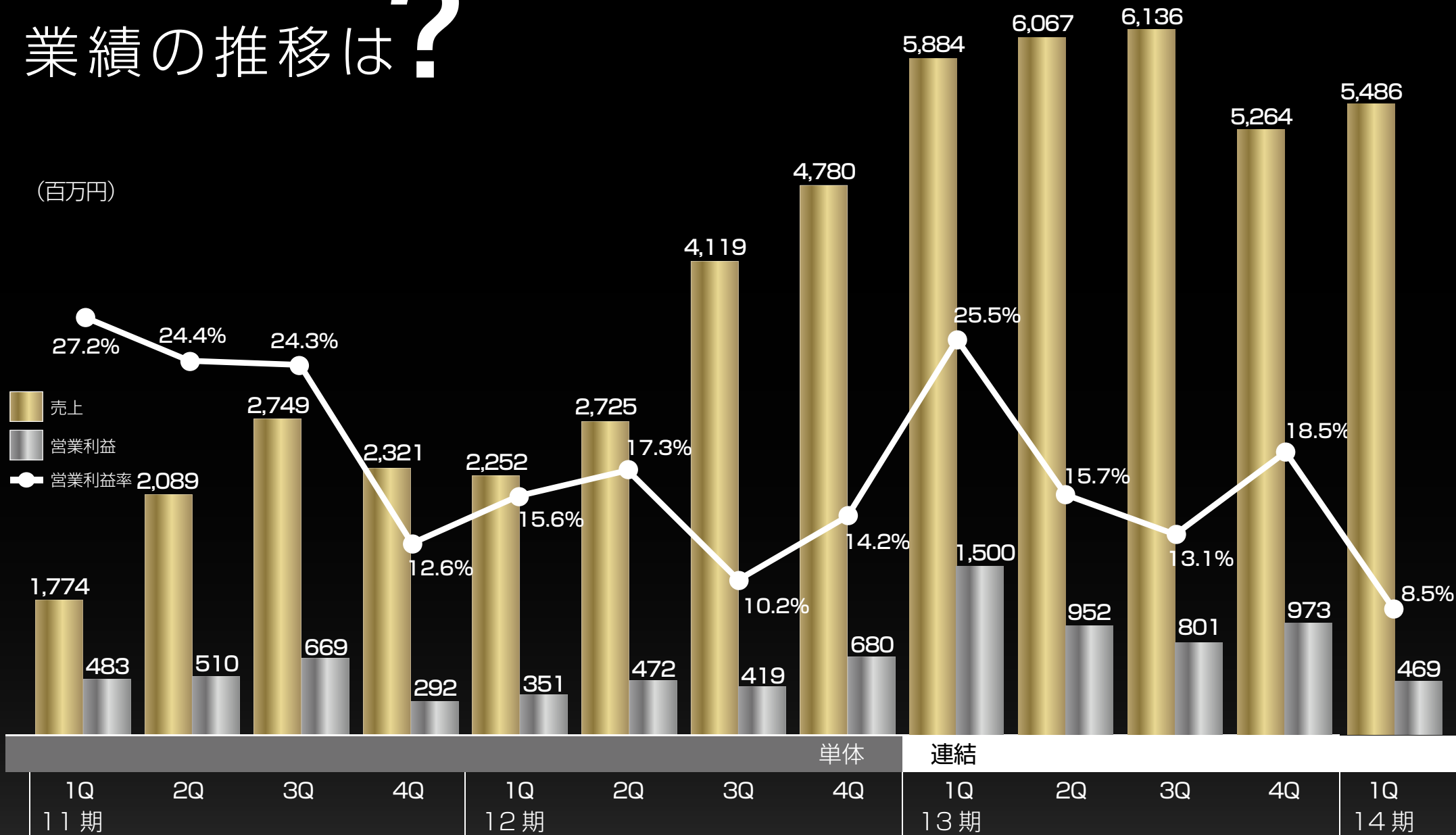
ファストファッション通販サイト SHOPLIST.com の7月単月の取扱高が9億円を突破し、過去最高を更新しました

また、7月5日に実施した MEGA SALE の単日取扱高は前年同日に実施した MEGA SALE の1.6倍、およそ1億5,000万円となりました

2012年7月サイトオープンから2年で単月取扱高が約9倍に成長しゲームに次ぐ事業の柱として着実に成長を遂げています

業績はどうかの？

業績の推移は？



1Qは前期4Q比増収減益となりました

業績の推移は？

1Q は前期 4Q 比増収減益となりました

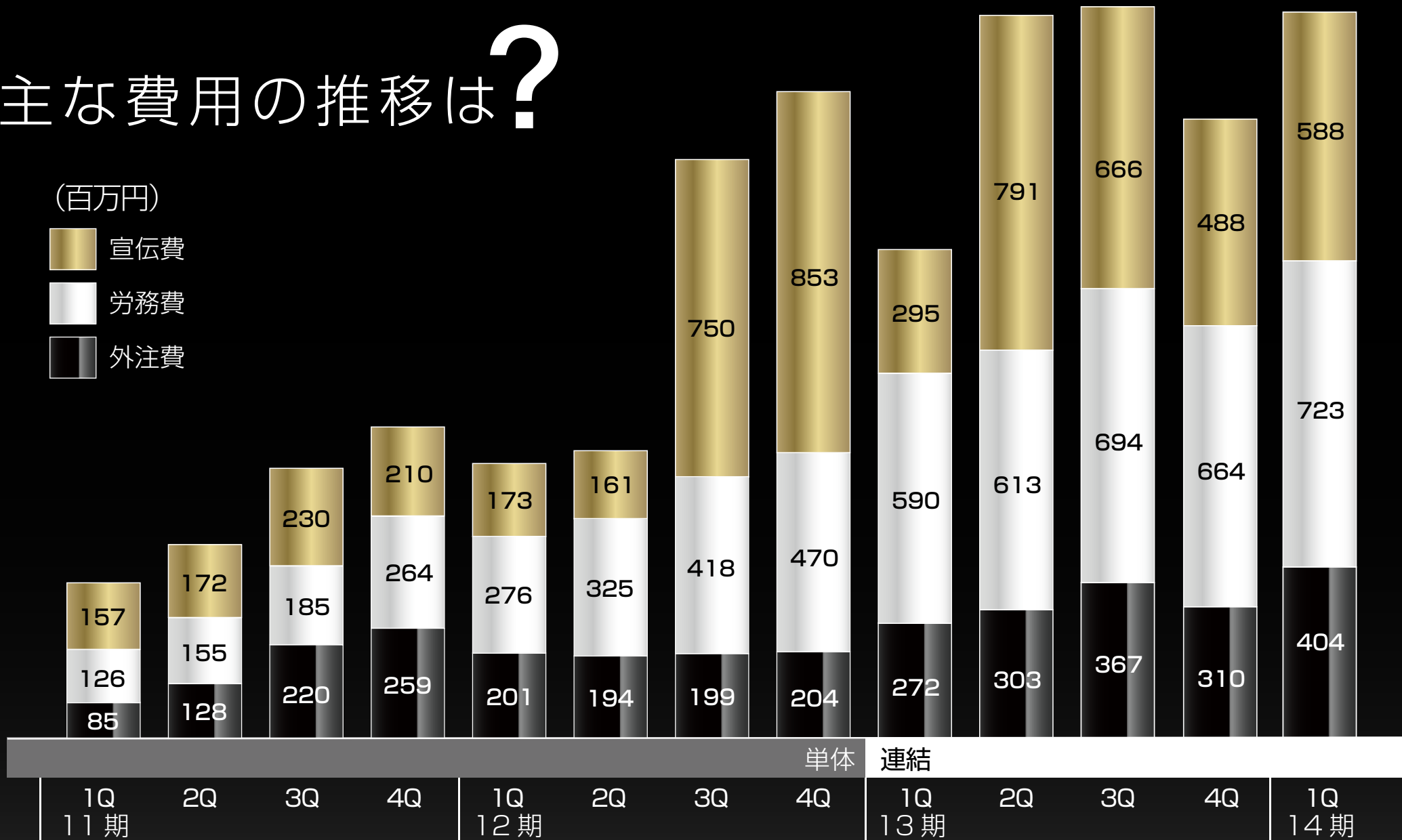
増収の理由は、ブラウザゲームが市場動向の影響を受け 287 百万円減収しましたが、一方で SHOPLIST.com が引き続き堅調に売上を伸ばし 518 百万円の売上増でブラウザゲームの減少分を上回ったことが主因です

減益の理由は、SHOPLIST.com が増収したもののインターネットコンテンツ事業と比べて利益率が低いためブラウザゲーム減収分を補うことができなかったことと、1Q 中に大規模プロモーションを実施したことによる宣伝費の増加、加えて、リリースしたネイティブゲームが思いのほか売上が伸びず開発費の償却等をカバーできていないことが主因です

主な費用の推移は？

(百万円)

- 宣伝費
- 労務費
- 外注費



各費用前期 4Q 比増加

新作ネイティブゲームの開発に投資を行いました

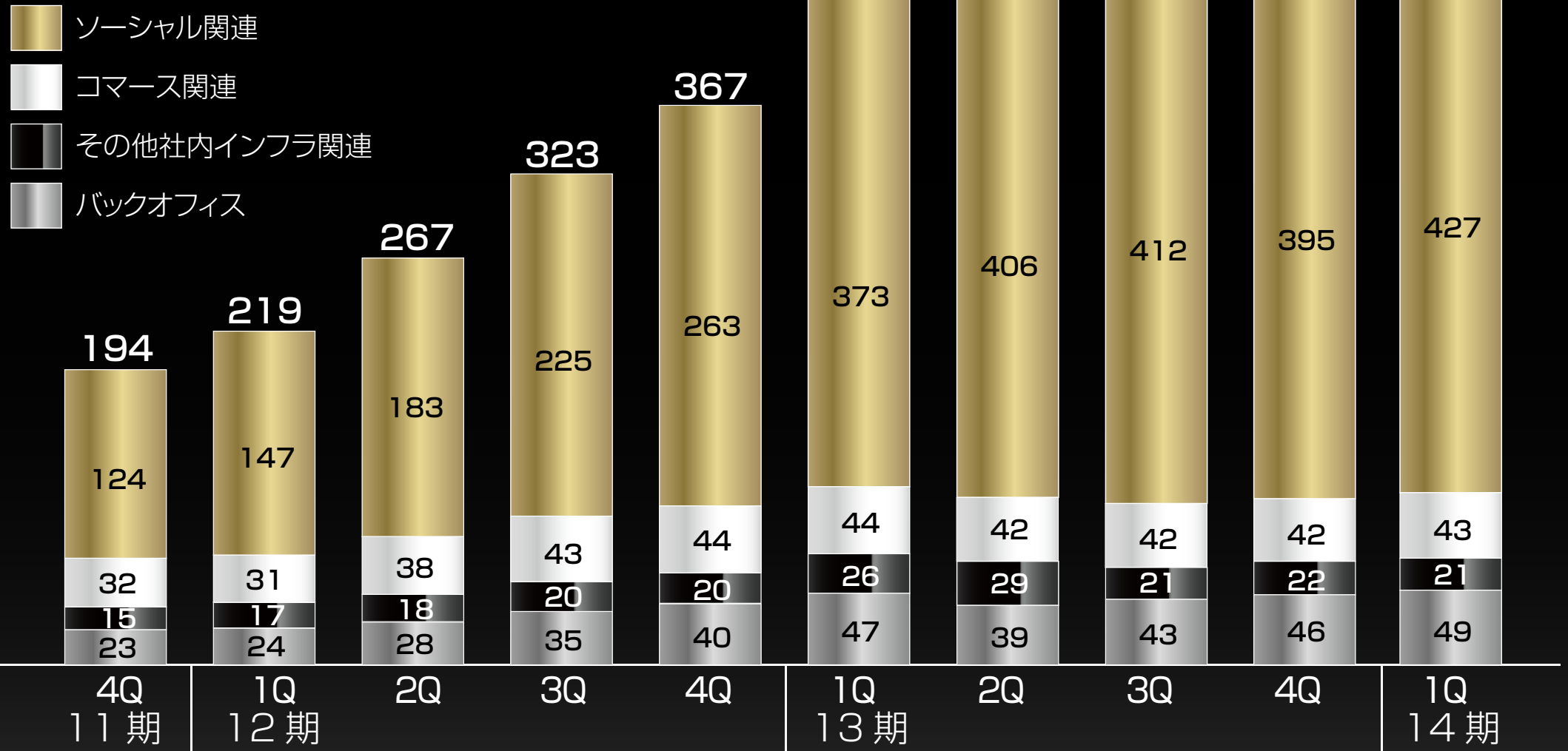
主な費用の推移は？

1Q は各費用前期 4Q 比増加となりました

宣伝費の増加は、大規模プロモーションが主な理由です。宣伝費は引き続き売上の10%程度で推移しています

外注費・労務費の増加の理由は、新作ネイティブゲーム開発の投資を増やしていることが主な理由です。ブラウザゲームの効率化を徹底する事でコスト削減を図り、インターネットコンテンツ事業全体の外注費・労務費の増加を抑えていきます

社員数の推移は？



前期 4Q 比で 40 名弱増えました

社員数の推移は？

1Q は前期 4Q 比 40 名弱増えました

新卒が 4 月に入社およびネイティブクリエイターの入社が主な要因です
ブラウザゲームは効率化を図り売上規模に応じた人数の適正化を進め
ネイティブの人材を厚くします

クルーズの株の特徴は？

3 か月の売買代金はどのくらい？

2014年4～6月の売買代金は**9,072 億円**

1日平均約146 億円の売買が行われました

業界内でも高い流動性があります

3か月の売買代金はどのくらい？

2014年4～6月の売買代金

社名 (コード)	上場市場	売買代金 (億円)
ミクシィ (2121)	東証マザーズ	16,190
クルーズ (2138)	東証 JASDAQ	9,072
ガンホー (3765)	東証 JASDAQ	5,702
コロプラ (3668)	東証一部	4,913
DeNA (2432)	東証一部	3,739
サイバーエージェント (4751)	東証マザーズ	2,763
エイチーム (3662)	東証一部	2,641
KLab (3656)	東証一部	2,274
GREE (3632)	東証一部	1,498
ドリコム (3793)	東証マザーズ	718
モブキャスト (3664)	東証マザーズ	338
オルトプラス (3672)	東証マザーズ	147
enish (3667)	東証一部	128

で、今後どうやって成長していくの？
(注力すること)

ネイティブゲームをヒットさせます

そのためにも…

スピードの最大化

1 本のネイティブゲーム開発にかかる
開発期間を約 70 日短縮

※当社比：ネイティブゲーム 1 作目の「ACR DRIFT」と
現在新規開発中のネイティブゲームの平均値を比較した場合

注力すること

ネイティブゲーム開発をスタートさせた当初は経験の少なさから、開発中に想定外の出来事が起こり、予想以上に開発に時間がかかっていました

現在は、複数本のネイティブゲーム開発を通じて、経験値が貯まり、ノウハウや技術力を身に付けることができました。また、ナレッジを社内で共有浸透する仕組みが整備されたことから、1本のネイティブゲーム開発にかかる期間を約70日短縮することができました

コスト効率の最大化

1 本のネイティブゲーム開発にかかる
コスト（特に人件費）を約 35%削減

※当社比：ネイティブゲーム 1 作目の「ACR DRIFT」と
現在新規開発中のネイティブゲームの平均値を比較した場合

注力すること

開発期間と同様に、経験の少なさから、教育目的で1本のネイティブゲーム開発に多くのクリエイターを配置していました

現在では、クリエイター個々人の技術レベル向上に伴い、1タイトル当たりが必要となる人員も少ない人数で開発を行うことができるようになりました。また、内製、外注含めて、開発費に積極投資を行ってきましたが適正な工数を見極めることができるようになったことで、無駄な工数を排除してコスト効率を最大化させていきます

生産性の最大化

ネイティブゲーム生産ラインが
2 倍に増加

※前期第4四半期時点と今期第1四半期の比較
(パブリッシング案件を除く)

注力すること

1 本のネイティブゲーム開発にかかる期間が短くなり、人数も少なくなったことでその分を新しい生産ラインの立ち上げに充てることができます。加えて、ネイティブクリエイターの新規採用が順調に行えていることも生産ライン増加の一因となりました。

これらに注力することでネイティブゲームをヒットさせます。

その他にも注力すること

海外パブリッシング案件の推進

他企業との提携で確実な収益を積み上げ

海外拠点単体でも売上と利益をつくる

注力すること

海外拠点は、マーケティング、プロモーション拠点という位置づけに加えて
今後は海外におけるパブリッシング案件も推進し、マーケティングデータや
グローバルプロモーションノウハウの獲得を行いながら、海外拠点単体で
も売上や利益を作っていきます

SHOPLIST.com を継続拡大

商品数とメンズ、キッズなどのジャンル拡大と
物流とプロモーションの強化

注力すること

2012年7月のサイトオープン以降、順調に拡大を続けてきましたがさらに伸ばし続ける施策として引き続き商品数、ジャンルの拡大と物流プロモーションの強化に注力していきます

現在の主力カテゴリである、レディースに加え、メンズ、キッズカテゴリの拡充や、配送スピードの向上、費用対効果の高いプロモーションの実施などを行うことで、引き続き拡大を継続させていきます

新たな収益源の確立

CROOZblog や SHOPLIST.com の

ユーザー資産を活かして

インターネットコマース領域で新規事業に挑戦

注力すること

ゲーム以外の事業の柱として順調に拡大を続ける SHOPLIST.com に次ぐ新たな収益源を確立するため、CROOZblog や SHOPLIST.com のユーザー資産を活かして、インターネットコマース領域で新規事業に挑戦していきます

以上で 1Q 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



新作ネイティブゲーム Breakin' Grounds
プラットフォーム審査完了後リリースします

とっておきのお知らせ

Breakin' Grounds は浮遊する島を舞台に、敵の島を壊して資源を奪い、プレイヤー自身の王国を拡大させていくストラテジーゲームです

2014年6月の世界のネイティブゲーム売上ランキングにおいて Breakin' Grounds と同じストラテジーゲームが1位、5位、8位にランクインしていて、世界中で多くのユーザーに受け入れられているゲームジャンルと言えます

Breakin' Grounds は全世界に照準を合わせて展開していく予定です

※プラットフォーム審査結果により当社が予定しているリリース日が変更になる可能性があります

※App Annie が発表した2014年6月のApp Store、Google Play 合算の世界売上ランキング参照

もう一つ

とっておきのお知らせがあります



累計 60 万本超の映像ソフト販売数を誇る版權を獲得
新作ゲームを開発中です

とっておきのお知らせ

IS<インフィニット・ストラトス>は、1万本売ればヒットと言われている映像ソフト市場において、シリーズ累計60万本以上の販売数を誇る大ヒット作品です。2009年のスタート以来、マンガやアニメ、ゲーム化されています

ソーシャルゲーム化は初めての展開であり多くのファンを獲得できることが期待されます

現在、Mobage、App Store、Google Playなどに展開を予定しています

CROOZ の夢は？

“オモシロカッコイイ”をつくる