

第15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いるの？  
1Q～現在までにリリースしたゲームは？  
リリースを控えているゲームは？  
複数プラットフォーム展開や  
世界配信など次の展開を控えているゲームは？  
なぜすぐに複数プラットフォーム展開や  
世界配信、大規模プロモーションをやらないの？  
コマースはどんなサービスを提供しているの？

## 業績

業績の推移は？  
主な費用の推移は？  
社員数の推移は？  
ネイティブとブラウザの人員割合は？

## 最後に

ゲーム事業はどうやって成長していくの？  
注力すること  
コマース事業はどうやって成長していくの？  
注力すること  
今回の決算発表内容をまとめると  
SHOPLIST.comの報告  
CROOZの夢は？  
ご注意  
参考)業績予想について

1QのGOOD NEWS

皆様へ重要なお知らせ

# 1QのGOOD NEWS



App Store 版リリース後 19 日で  
総合セールスランキング 13 位にランクインしました

## 1Q の GOOD NEWS

2015 年 6 月 1 日に App Store 版をリリースしたエレメンタルストーリーが、リリース後 19 日で総合セールスランキング 13 位にランクインしました

1QのGOOD NEWS

**SHOPLIST.com** by CROOZ

1Q取扱高 **31億円超** 前年同Q比 **1.5倍(+54%)**

過去最高四半期取扱高を更新しました

## 1QのGOOD NEWS

SHOPLIST.comの1Q取扱高が31億円超となり、前年同Qと比較して1.5倍(+54%)に拡大し、過去最高四半期取扱高を更新しました

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



今はソーシャルゲームとコマースをサービスの柱にしています

# どんなゲームを提供しているの？



mobage m Ameba



mobage GREE



mobage dゲーム



Download on the App Store ANDROID APP ON Google play



Download on the App Store

Mobage を中心に複数のヒットタイトルと日本と世界に向けたネイティブゲームを提供しています

## どんなゲームを提供しているの？

Mobage を中心にラグナブレイク、アヴァロンの騎士、HUNTER×HUNTER といったブラウザゲームと、App Store、Google Play を中心にエレメンタルストーリー、Card King といったネイティブゲームを日本と世界に向けて提供しています

# 1Q～現在までにリリースしたゲームは？



© 岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ © GREE, Inc. / CROOZ, Inc.  
Produced & Developed by GREE / CROOZ. Co-Produced by BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



GREE



dゲーム



mixiゲーム

エレメンタルストーリー App Store 版など  
複数プラットフォーム展開を中心にリリースしました

# 1Q～現在までにリリースしたゲームは？

1Q～現在までに、エレメンタルストーリー App Store 版など、複数プラットフォーム展開を中心にリリースしました

タイトル名	リリース日	配信エリア	ネイティブ		ブラウザ			PC ブラウザ	
			App Store	Google Play	Mobage	GREE	dゲーム®	Yahoo! Mobage	mixi ゲーム
NARUTO - ナルト - 忍コレクション 疾風乱舞	Google Play : 2015/4/30 App Store : 2015/7/27	日本	●	●					
エレメンタルストーリー	Google Play : 2015/1/15 App Store : 2015/6/1	日本	●	●					
IS<インフィニット・ストラトス>	Mobage : 2015/5/7 Google Play : 2015/7/3 App Store : 2015/7/13	日本	●	●	●				
Card King	先行配信 : 2015/3/13 世界配信 : 2015/7/16	世界	●						
アヴァロンの騎士	Mobage : 2012/10/10 GREE : 2015/6/29	日本			●	●			
HUNTER×HUNTER*	Mobage : 2012/12/25 GREE : 2013/7/24 dゲーム : 2015/7/9	日本			●	●	●		
ラグナブレイク・サーガ	Yahoo!Mobage : 2013/8/6 mixiゲーム : 2015/7/29	日本						●	●

\*Mobage、dゲーム向けは「HUNTER×HUNTER バトルコレクション」、GREE 向けは「HUNTER×HUNTER トリプルスターコレクション」となります

※dゲームは NTT ドコモの登録商標です

# リリースを控えているゲームは？

事前登録受付中



ファイナルファンタジーグランドマスターズと  
アヴァロンΩがあります

## リリースを控えているゲームは？

ファイナルファンタジーグランドマスターズとアヴァロンΩ(オメガ) が、リリースを控えています

ファイナルファンタジーグランドマスターズは、スクウェア・エニックス様が開発・運営する「ファイナルファンタジーXI(イレブン)」の世界観を共有したスマートフォン向け本格オンラインRPGです。なお、当社は開発会社であり、パブリッシャーはスクウェア・エニックス様であることから、ファイナルファンタジーグランドマスターズに関する情報はスクウェア・エニックス様からの発表となります

アヴァロンΩは、当社のヒットタイトル、アヴァロンの騎士チームが開発を手掛ける新作ネイティブRPG、現在事前登録受付中です



複数プラットフォーム展開や  
世界配信など次の展開を控えているゲームは？



App Store 版で世界配信している Card King  
Google Play 版を予定しています

## 複数プラットフォーム展開や 世界配信などを次の展開を控えているゲームは？

App Store 版で世界配信している<sup>\*</sup>、Card King の Google Play 版を  
予定しています

なぜすぐに複数プラットフォーム展開や  
世界配信、大規模プロモーションをやらないの？

最小コストで最大の効果を得られるように  
経営資源を投下するため

## なぜすぐに複数プラットフォーム展開や世界配信、大規模プロモーションをやらないの？

万全な状態でリリースするのはもちろんですが、リリース初期は、実際にユーザーがプレイして初めて発生する不具合対応やユーザーデータを参考に継続的にプレイしたくなるようなゲームバランスの調整、大人数が同時にプレイしてもスムーズに通信するためのネットワーク、データベース負荷調整など、リリース前では対応できないゲームクオリティ向上のための期間に充てています

この期間を設けずに複数プラットフォーム展開や世界配信、大規模プロモーションなどを行っても、一時的にユーザーは集まりますが、すぐに離れてしまい、結果的に掛けたコストが無駄になり、売上が上がらないゲームになってしまう可能性があります。そのため、ゲームクオリティ向上のための期間をしっかり設けることで、集客できたユーザーが定着する可能性が高まり、最小コストで最大の効果を得られるように経営資源を投下することができると考えています

# コマースはどんなサービスを提供しているの？



ファストファッション通販サイトを提供しています

## コマースはどんなサービスを提供しているの？

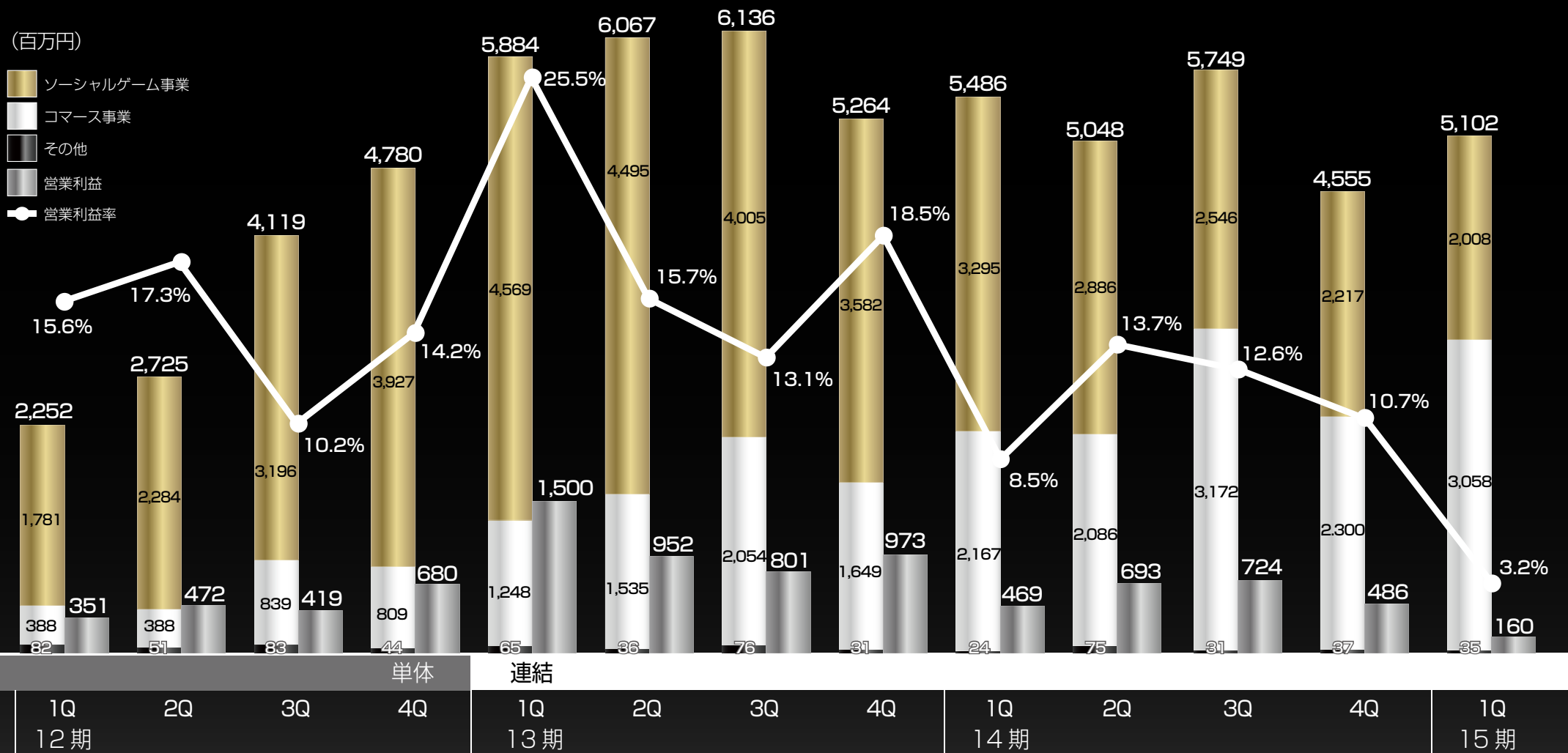
レディース、メンズ、キッズと幅広いターゲット層にむけて、ファストファッション通販サイトを提供しています

当社が企画・運営を行っているブログサイト CROOZblog のユーザーを SHOPLIST.com に送客することでサービス開始 1ヶ月目から 1億円超の取扱高を記録、その後、商品数・ブランド数拡大、プロモーション強化、物流強化を行うことでユーザー数が拡大し、サービス開始3年で通期取扱高が約 100 億円となりました

SHOPLIST.com は、20代～30代半ばの女性を中心に支持を受けており、売上の 90%超はスマートフォン経由という特徴があります

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



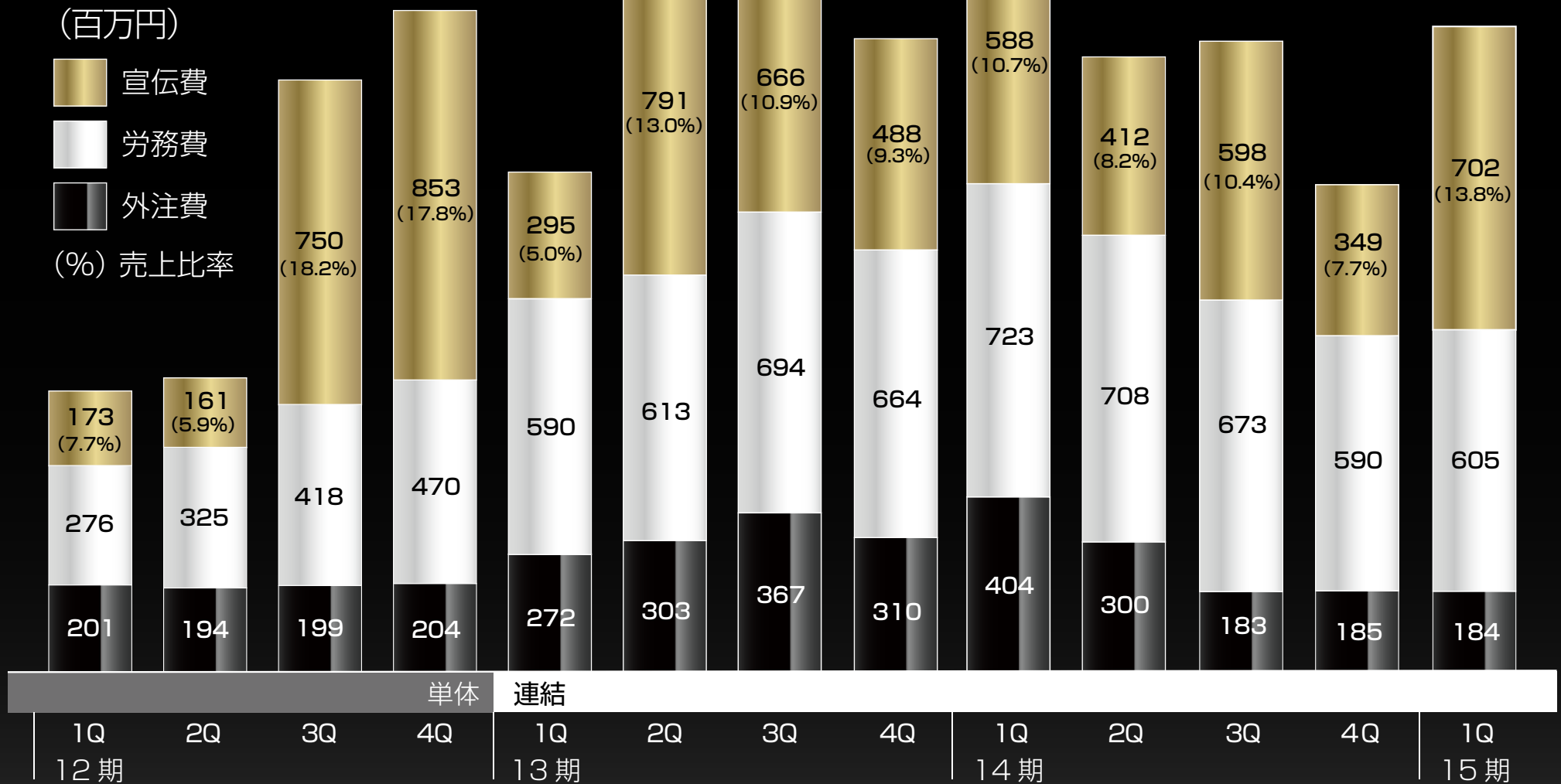
## 業績の推移は？

1Q は、前期 4Q 比増収減益となりました

増収の主な要因は、SHOPLIST.com のクロスメディアの大規模プロモーション効果などにより、コマース事業の売上が前期 4Q 比 758 百万円増加したことです。なお、エレメンタルストーリー App Store 版リリースによる 1Q の業績貢献は 6 月の 1 ヶ月分なので軽微です。本格的な寄与は 2Q 以降となる見通しです

減益の主な要因は、SHOPLIST.com のクロスメディアの大規模プロモーションとエレメンタルストーリーの新規リリースに伴う宣伝費の増加や、ブラウザゲーム売上の減少です。なお、ブラウザゲームについては、運営体制の強化や、複数プラットフォーム展開などにより、足元の売上は復調してきています

# 主な費用の推移は？



1Qは宣伝費が前期 4Q 比約 3.5 億円の増加となりました

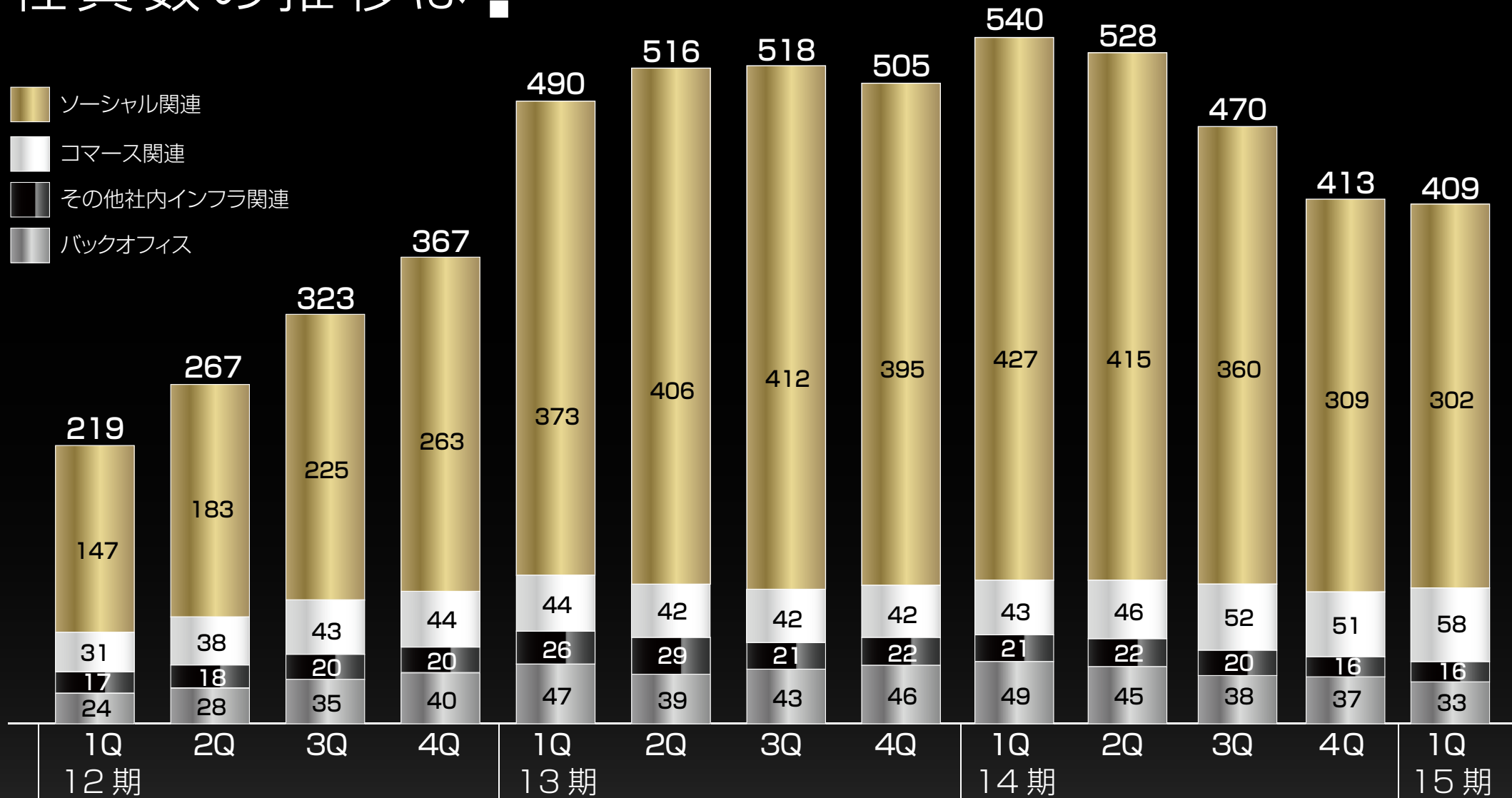
## 主な費用の推移は？

1Q は、宣伝費が前期 4Q 比+352 百万円となりました

主な要因は、2Q 以降の売上規模拡大を狙った積極投資です。具体的には、夏物セール時期に向けた SHOPLIST.com のクロスメディアの大規模プロモーション、エレメンタルストーリーの新規リリースに伴うプロモーションの実施です

また、2Q（7～9月）の主な費用の見込みについて、宣伝費は売上の10%を目安としていますが、積極投資により売上規模の拡大が見込めると判断できた場合には10%を超える投資を行います。宣伝費以外の主な費用は、労務費600百万円前後、外注費250～300百万円程度の着地を見込んでいます

# 社員数の推移は？



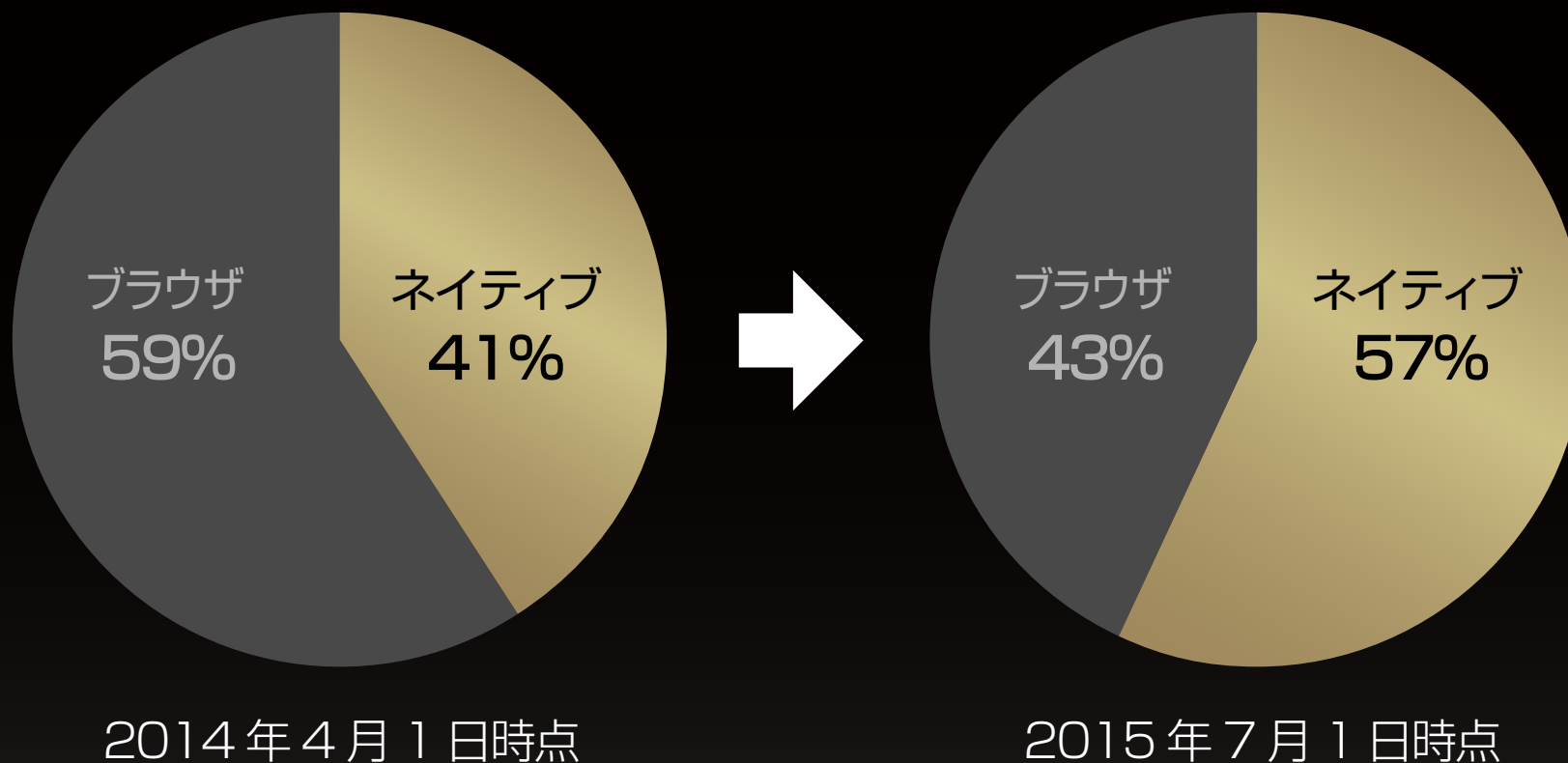
1Qは前期4Q比減少となりました

## 社員数の推移は？

1Qは、前期4Q比減少となりました

ブラウザゲームの運用を効率化することで人員数の適正化を行っていることや、ブラウザからネイティブへクリエイターの移行が進んでいるため新規採用を抑制できたことなどが要因です

# ネイティブとブラウザの人員割合は？



ネイティブを厚くしていきます

## ネイティブとブラウザの人員割合は？

クリエイターのネイティブとブラウザの割合は、2015年7月1日時点でネイティブ57%、ブラウザ43%になりました

ブラウザゲームは今後も運用効率化を行い、売上規模に応じた人数の適正化を進めながら、ネイティブへの移行を推進し、ネイティブゲーム開発の人材を厚くしていきます

で、ゲーム事業はどうやって成長していくの？



ネイティブゲームでヒット作を出せていないので

まずはヒットさせることに注力します

そのためにも…

# ヒット率の最大化

複数のヒット実績がある RPG に重点をおいて開発しています

## 注力すること

ブラウザゲームで複数のヒット実績がある、RPG に重点を置いて開発を行い、ヒット率を最大化させます

現在は、エレメンタルストーリーに注力しながら、ファイナルファンタジーシリーズ初のスマートフォン向け本格オンラインRPG「ファイナルファンタジーグランドマスターズ」、アヴァロンの騎士開発チームが手掛ける新作ネイティブRPG「アヴァロンΩ」の開発を行っています

# チャレンジ回数の最大化

見込みがなければ即中止 次のチャレンジに移ります

## 注力すること

開発中のゲームで、ヒットの見込みがないと判断すればコストが積み上がる前に即中止、クリエイターを次のチャレンジに移すことでチャレンジ回数を最大化させます

# 魅力的な著作権を活用したゲーム開発

ウェーバー設立により著作権管理会社と強固な信頼関係を構築します

## 注力すること

版權を活用したゲームに特化した戦略子会社ウェーバーを設立しました

オリジナルと版權を活用したゲームは、ヒットさせるための戦略が異なります。当社は、HUNTER×HUNTER など版權を活用したゲームのヒット実績があり、ウェーバーを設立することでより専門性を高め、版權を管理する企業と強固な信頼関係を構築し、多くのファンを抱える魅力的な版權を活用したゲーム開発の権利獲得を目指します

# ポテンシャルの高い TCG 市場に特化したゲーム開発

Card King 設立により TCG で世界的ヒットを狙います



## 注力すること

スマートフォン・タブレット向けトレーディングカードゲーム（以下、TCG）の企画、開発及び運営に特化した戦略子会社 Card King を設立しました

TCG は、世界規模で高い人気を誇るゲームジャンルであり、日本玩具協会は、2013年度の国内市場規模は800億円超と発表しています。さらに、海外で高い人気を誇るオンライン TCG は、同ゲーム公式 Twitter にて、リリース後約7ヶ月目に全世界ユーザー数が2,000万人を突破したと発表しています。ポテンシャルの高い TCG 市場に注力し、スマートフォン・タブレット向け TCG で世界的ヒットを狙います

で、コマース事業はどうやって成長していくの？

SHOPLIST.com の継続拡大に注力します

そのためにも…

# 商品数・ブランド数の拡大

新規ユーザー獲得と商品力強化につなげます

## 注力すること

SHOPLIST.com はサービス開始以来、順調に商品数とブランド数を増やすことでユーザーを獲得し、拡大してきました

7月には、世界40ヶ国、400店舗以上を展開するグローバルファッションブランド「CHARLES & KEITH（チャールズアンドキース）」が新規オープンしました。今後も、商品数・ブランド数の拡大に注力し、新規ユーザーの獲得と、SHOPLIST.comの商品力強化につなげ、さらなる業績拡大に努めます

# プロモーションの強化

Web だけでは届かないユーザーの獲得を狙います

## 注力すること

外部調査機関を使って、SHOPLIST.com の認知度と利用率に関するアンケートを実施したところ、他ファッション通販サイトと比較して認知度が低かったものの、認知している人の利用率が高いということがわかりました。認知度を高めれば多くの人が利用してくれるという裏付けから、2014年10月と2015年6月にクロスメディアの大規模プロモーションを実施し、2014年10～12月の取扱高は前年同Q比約10億円、2015年4～6月は前年同Q比約11億円拡大させることができました

引き続き、プロモーションを強化することで Web だけでは届かないユーザーの獲得を狙い、認知度を向上させていきます

今回の決算発表内容をまとめると…



- エレスト、リリース後 19 日で App Store 総合セールスランキング 13 位獲得
- SHOPLIST.com 過去最高四半期取扱高更新（前年同 Q 比 1.5 倍）、前期 4Q 比増収
- 一方、プロモーション積極投資とブラウザゲーム売上減少により減益
- 運営体制強化や複数プラットフォーム展開によりブラウザゲーム売上が復調傾向
- ファイナルファンタジーグランドマスターズと アヴァロンΩがリリースを控えている
- 戦略子会社のウェーバーが版権ゲーム、Card King がTCG でヒットを狙う
- SHOPLIST.com の継続拡大に注力し通販領域を拡大させる

ネイティブゲームの業績寄与の可能性が見えてきました

以上で 1Q の決算発表の説明は終了です

とっておきのお知らせはありません

次回決算発表、プレスリリースなどで順次お知らせします  
今回は続いて好調な SHOPLIST.com の状況を報告をします

**SHOPLIST.com** by CROOZ

7月単月取扱高が**15億円**突破

前年同月比 1.7 倍 (+74%) となりました

SHOPLIST.com の7月単月取扱高が15億円を突破し、前年同月比1.7倍（+74%）となりました

引き続き商品数・ブランド数の拡大やプロモーションの強化に注力し、SHOPLIST.com の好調さを維持し続けられるよう努めていきます

CROOZ の夢は？

“オモシロカッコイイ”をつくる

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

## 参考 業績予想について

14期より業績予想を非開示にしています  
業態上、正確な予想を立てるのが困難だからです

## 参考 業績予想について

14期より、業績予想を非開示にしています

理由は、1本のヒットで売上は大きく変動するし、大規模プロモーション実施タイミングでコストが大きく変化する可能性を抱えている業態なので現時点で正確な予想を立てることが困難だからです