



GREE株式会社

2014年6月期第4四半期 決算説明会

2014年8月13日

FY14
実績

通期

■ 売上高1,256億円、営業利益350億円と前期比減収減益

- ゲーム事業
 - 引き続きフィーチャーフォンの減衰が進む中、スマートフォンの新規ヒットタイトルの不足が課題
 - 国内スタジオでは新規性及びゲーム性の高いプロダクト開発力の強化を推進、新規タイトル開発のための仕込みは着実に進展
 - 海外スタジオの成長により、海外事業の収益化が大きく進展
- コスト・投資等
 - 固定費の大幅削減及び投資抑制によりネット資金は542億円まで増加、財務体質が大きく改善
- 期末配当
 - 連結配当性向を前期比水準14.8%に据え置き1株当たり11円を予定

4Q

■ 売上高266億円、営業利益61億円と前四半期比減収減益

- 国内外スタジオの売上減少が大きく影響し、固定費を8億円削減したものの営業利益は61億円まで減少
- 新規タイトル導入タイミング等の遅れにより既存タイトルの売上減衰をカバーできず、売上及び利益が想定を下回る

FY15計画

■ ネイティブゲーム主軸に事業構造転換を断行

- ゲーム事業
 - ネイティブゲームのヒットタイトル創出を最優先課題として注力、ヒットタイトル創出による売上反転を目指す
 - 「GREE Platform」を含むウェブゲーム事業はリソースの最適化を進め巡航モードでの収益貢献を継続
- 新規サービス
 - 中長期の事業の柱を育成するべく新規サービスへ一定規模のリソースを投入
- FY15 1Q業績予想
 - 売上高260億円、営業利益55億円を計画

1. 連結決算概要

2. 事業概要

3. 参考資料

1. 連結決算概要

2. 事業概要

3. 参考資料

FY14 通期及び4Q 決算概要

FY14 通期売上高1,256億円、営業利益350億円
 FY14 4Qは前四半期に比べ売上高及び営業利益が減少

(億円)

	FY14通期	YoY	FY14 4Q	FY14 3Q	QoQ	FY13 4Q	YoY
売上高 ^{※1}	1,256.0	▲266.4	265.8	310.7	▲45.0	370.0	▲104.3
EBITDA ^{※2}	420.0	▲129.8	77.3	116.7	▲39.4	97.8	▲20.5
営業利益	350.1	▲136.1	61.3	99.5	▲38.2	77.9	▲16.7
経常利益 ^{※3}	360.6	▲172.0	58.0	94.8	▲36.8	95.5	▲37.5
当期純利益 ^{※4}	173.5	▲51.7	27.8	47.4	▲19.6	▲3.1	30.9

※1 FY14 4Q売上高の内訳：有料課金収入247.7億円、広告メディア収入18.0億円

※2 EBITDA = 営業損益 + 減価償却費 + のれん償却額

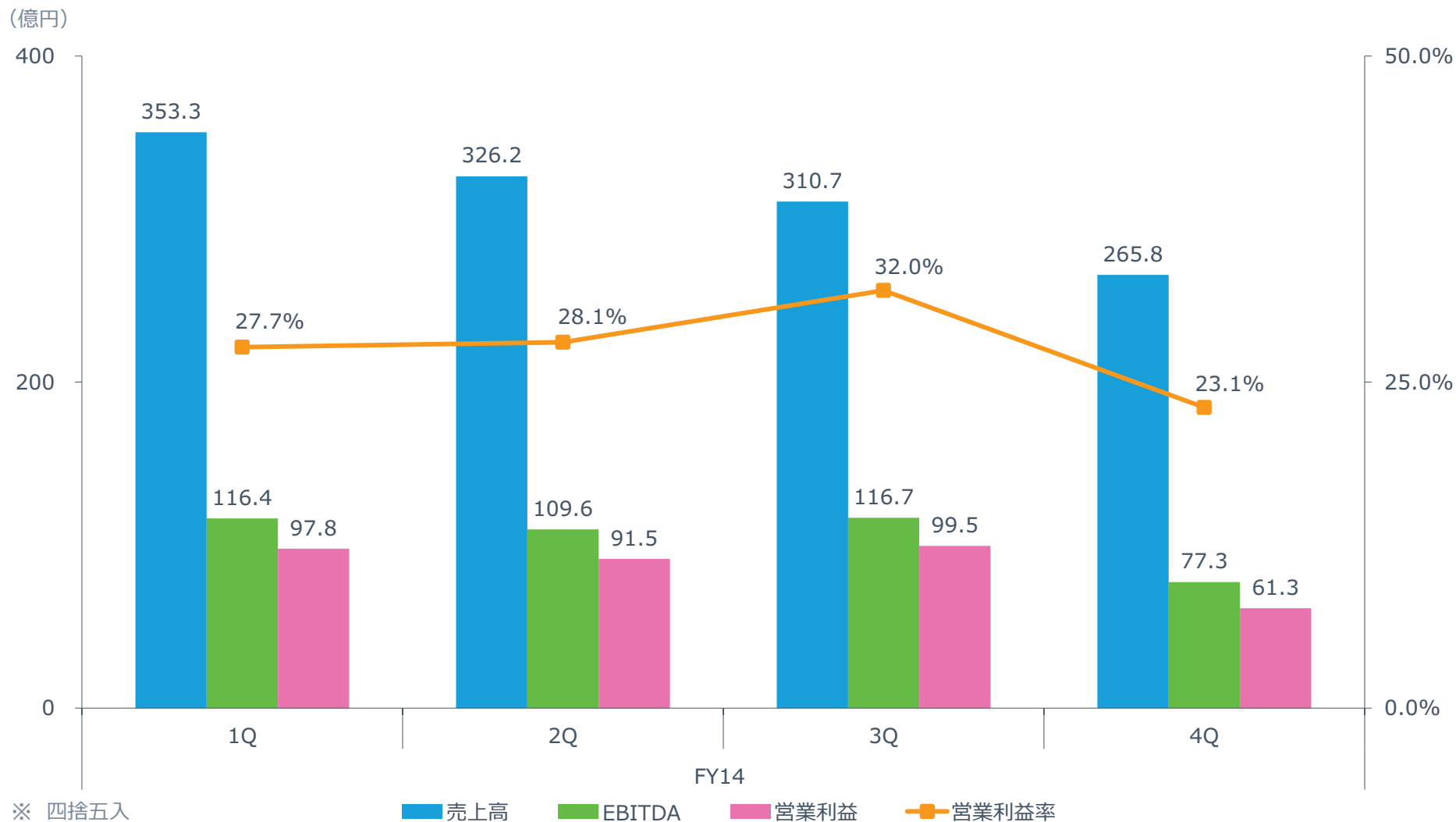
※3 FY14 4Q営業外損失として海外子会社へのUSD建貸付金の為替差額による為替損失3.4億円を計上

※4 FY14 4Q特別損失として8.2億円を計上（その内、投資有価証券評価損7.4億円）

※ 四捨五入

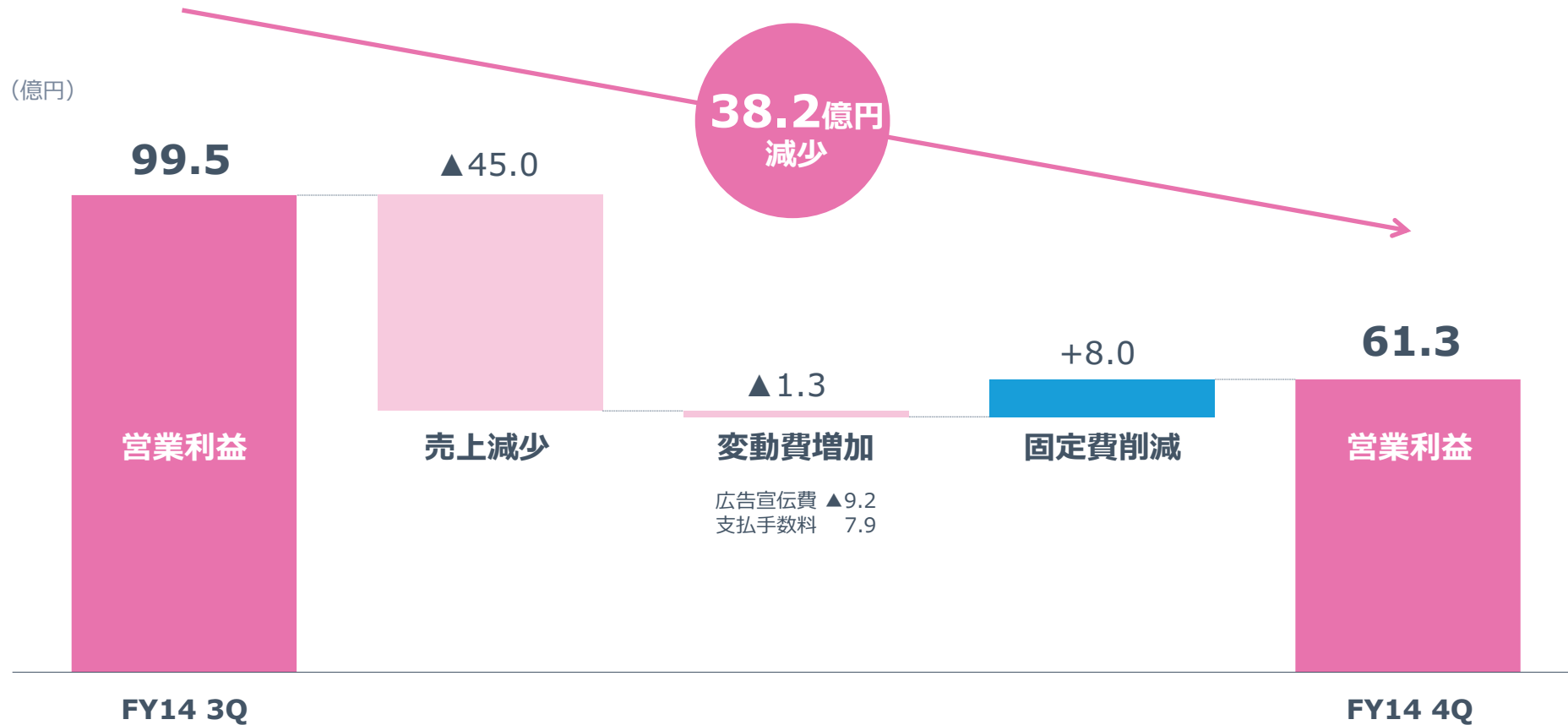
売上高・EBITDA・営業利益の推移

営業利益率は23.1%と前四半期に比べ9.0ポイント減少



営業利益分析

国内外スタジオの売上減少が大きく影響し、
固定費を8億円削減したものの営業利益は61億円まで減少



※ 四捨五入

FY14 4Q 実績と業績予想の乖離について

国内外スタジオの売上高がそれぞれ想定を下回る

(億円)

	FY14 4Q 実績	FY14 4Q 業績予想 (5月8日発表)	乖離率
売上高	266	300	▲11%
営業利益	61	91	▲33%
経常利益	58	90	▲36%
当期純利益	28	54	▲49%

■ トップライン

- 国内スタジオについて、キラータイトルの不足及び既存タイトルの減衰によりスマートフォン売上が想定を下回る
- 海外スタジオについて、新規タイトル導入タイミングの遅れにより、既存タイトル減衰をカバーできず売上が想定を下回る

■ コスト

- 広告宣伝費について、パートナー及び自社の新規タイトルリリースや時事イベントなどに合わせプロモーションを積極化した結果、先行投資嵩む
- 特別損失として投資有価証券評価損 約7億円が発生

※ 四捨五入

FY14 4Q 費用構成

費用合計は前四半期に比べ3.2%減の205億円

(億円)

	FY14 4Q	FY14 3Q	QoQ	FY13 4Q	YoY	増減要因 (QoQ)
広告宣伝費	38.0	28.8	+9.2	62.6	Δ24.6	パートナー及び自社の新規タイトルリリースや時事イベントなどに合わせプロモーションを積極化 (売上高比率: 3Q 9.3% → 4Q 14.3%)
支払手数料	50.8	58.7	Δ7.9	62.0	Δ11.2	売上高減少に伴い減少したものの、ネイティブゲーム売上割合の増加に伴い売上高比率は増加 (売上高比率: 3Q 18.9% → 4Q 19.1%)
変動費合計	88.8	87.5	+1.3	124.6	Δ35.8	QoQ 1.3億円、1.4%増加
人件費※1	48.1	57.5	Δ9.4	62.3	Δ14.2	従業員数減少等により減少 (連結従業員数: 2Q末 1,924名 → 3Q末 1,776名 → 4Q末 1,758名)
賃借料※2	10.9	11.0	Δ0.1	12.3	Δ1.4	-
減価償却費※1	9.5	9.8	Δ0.3	11.7	Δ2.2	-
のれん償却額	6.5	7.4	Δ0.9	8.2	Δ1.7	一部ののれん償却の終了に伴い減少
その他※1	40.7	38.0	+2.7	72.9	Δ32.3	3Qの特殊要因の反動
固定費合計	115.7	123.7	Δ8.0	167.5	Δ51.7	QoQ 8.0億円、6.5%削減
費用合計	204.5	211.2	Δ6.7	292.1	Δ87.6	QoQ 6.7億円、3.2%削減

※1 原価及び販売管理費の合計額

※2 原価

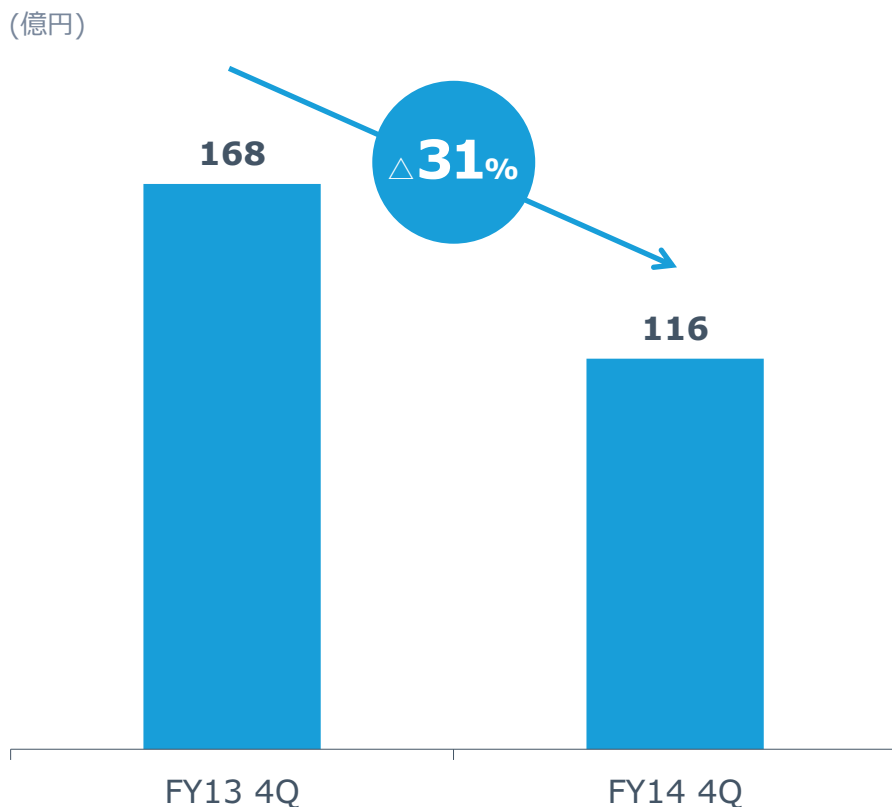
※ 四捨五入

1. 連結決算概要

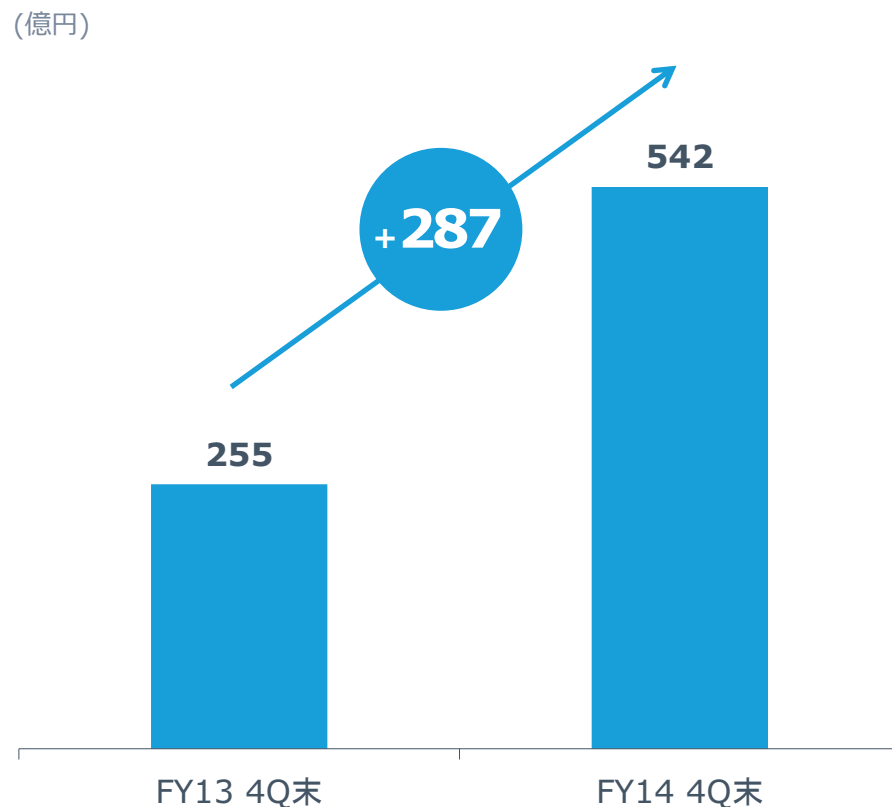
収益力の強化及び財務体質の改善

コストコントロールの徹底及び投資抑制を推進した結果、
 ネット資金が前年度末に比べて約287億円増加

固定費の削減



ネット資金の増加※1



※1 ネット資金 = 現金及び預金 - 有利子負債

※ 四捨五入

期末配当金

前期の連結配当性向を維持し1株当たり配当金11円を予定
中長期的には引き続き連結配当性向20%の実現を目指す

	FY14 決定額	前期実績
基準日	2014年6月30日	2013年6月30日
1株当たり配当金	11円00銭	14円00銭
配当金総額	2,593百万円	3,239百万円
連結配当性向	14.8%	14.5%
効力発生日	2014年9月29日	2013年9月30日

- ※ FY14の配当金は、2014年9月26日開催の定時株主総会において承認されることを前提として記載
- ※ 配当金総額には、株式付与ESOP信託口が所有する当社株式への配当金（FY14 15百万円）を含まず
- ※ FY15の配当金は現在未定

FY15 1Q 業績予想

FY15 1Q会計期間業績予想として売上高260億円、営業利益55億円を計画

(億円)

	FY15 1Q	FY14 4Q	増減率	(参考) FY14通期実績
売上高	260	266	▲2%	1,256.0
営業利益	55	61	▲10%	350.1
経常利益	55	58	▲5%	360.6
当期純利益	33	28	+19%	173.5

■ トップライン

- ネイティブゲーム売上は前四半期比横ばい、ウェブゲーム売上の前四半期比減少を想定

■ コスト

- 営業費用は前四半期比横ばいを計画
 - 広告宣伝費は数億円減少見込み
 - 固定費は新規タイトル開発に伴う外注加工費増やリリースに伴う開発費の償却開始により数億円増加の見込み

※ 四捨五入

1. 連結決算概要

2. 事業概要

3. 参考資料

2. 事業概要：サマリー

FY14取り組み と FY15事業方針

	FY14取り組み	FY15事業方針
全体	<ul style="list-style-type: none"> ■ 筋肉質な組織への構造改革や開発力の向上など、質的な改善は着実に進展 ■ ヒットタイトルの不足により売上反転は実現せず 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ネイティブゲーム主軸に事業構造転換を断行 ■ ネイティブヒットタイトル創出による売上反転を目指す
ゲーム事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存ヒットタイトルの持続的改善 ■ フルネイティブゲームの開発力強化 ■ 海外事業の四半期黒字化の実現※ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ネイティブゲームのヒットタイトル創出を最優先課題として注力 ■ 「GREE Platform」を含むウェブゲーム事業はリソースの最適化を進め巡航モードでの収益貢献を継続
新規サービス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 広告商品の着実な機能改善 ■ 新たなインターネットサービスによるゲーム以外の領域への参入 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 広告事業は、外部連携も含め広告商品の改善及び拡充を実施し事業成長を推進 ■ 新規サービスは、注力事業領域に対して、自社立上げと投資を組み合わせ短期間で事業基盤を構築
コスト・投資	<ul style="list-style-type: none"> ■ 筋肉質なコスト構造への改善 ■ コストコントロールの徹底及び投資抑制によるネット資金の倍増 	<ul style="list-style-type: none"> ■ コストコントロールの徹底の継続 ■ 社内リソースのシフトによりネイティブゲーム及び新規サービスなど成長分野への投資を積極化

※ M&A費用等控除前のキャッシュベース

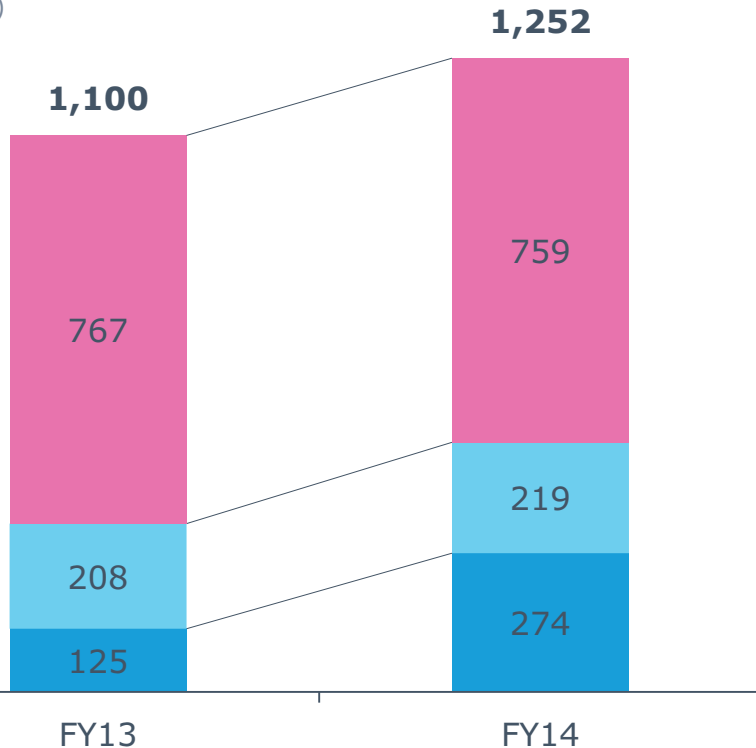
FY14実績

コイン消費の状況 [スマートフォン]

海外マーケット向けのネイティブゲームの成長が牽引し、
スマートフォンの通期コイン消費は前期に比べ14%増加

スマートフォンの通期コイン消費の推移

(億コイン)



■ ウェブゲーム (スマートフォン)

- YoY ▲1%
- 新たなヒットタイトル不足が課題

■ ネイティブゲーム (国内マーケット)

- YoY +5%
- カードバトルタイプが主流であり新規性のあるフルネイティブのタイトル不足が課題

■ ネイティブゲーム (海外マーケット)

- YoY +120%
- 既存タイトルの成長と新たなヒットタイトルの創出に成功

2. 事業概要：ゲーム事業KPI

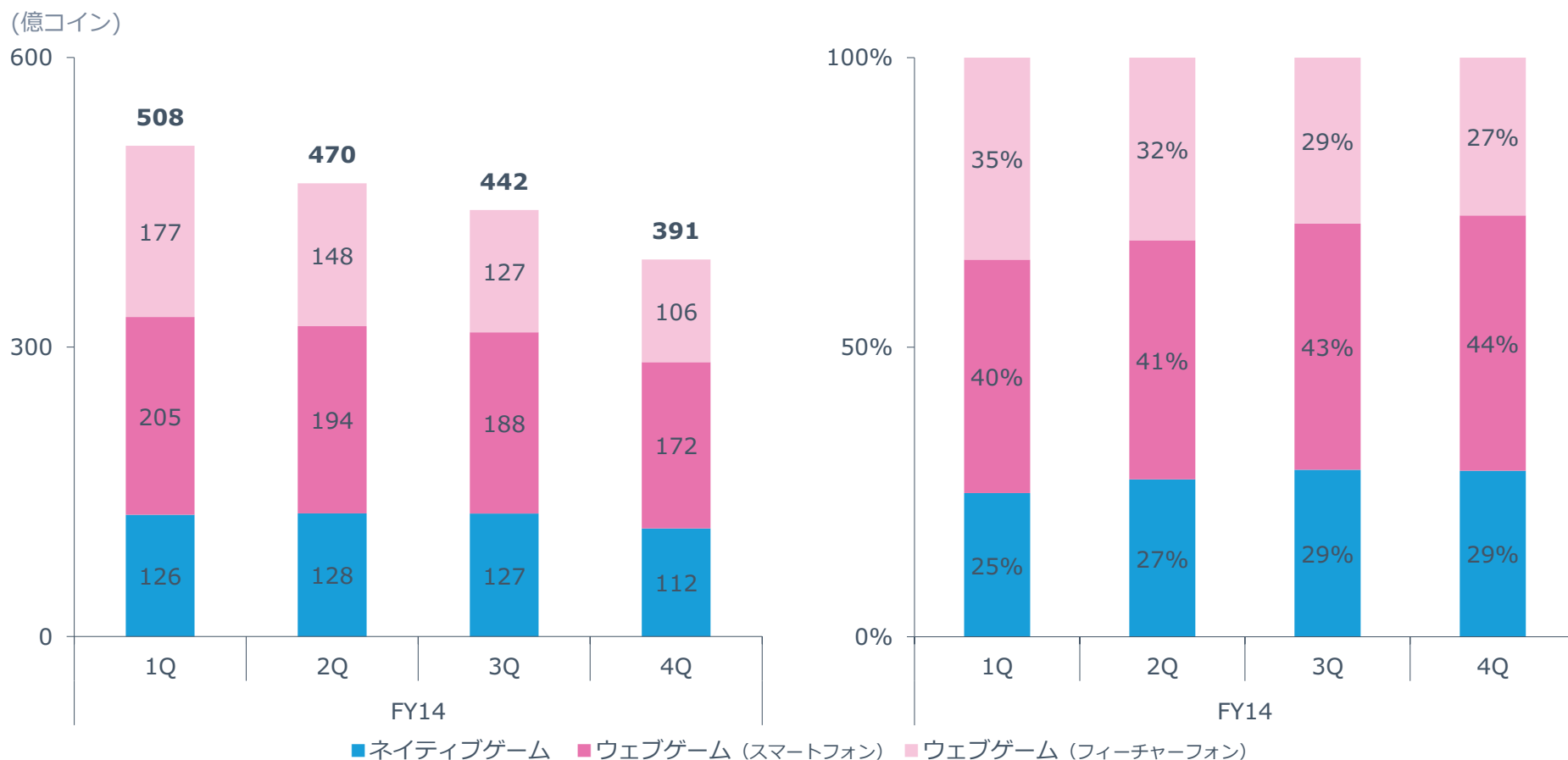
FY14 4Q実績

コイン消費の状況 [全体]

4Qでは前四半期より約12%減少
スマートフォンの全体に占める割合は4Qで約73%へ到達

コイン消費

構成比 (%)



2. 事業概要：ゲーム事業KPI

コイン消費の状況 [ネイティブゲーム]

FY14 4Q実績

米国スタジオの軟調により海外マーケットのコイン消費が前四半期より約15%減少



国内マーケット

- 「釣り★スタ」「探検ドリランド」等ロングランヒットタイトルが軟調に推移
- 引き続き3Qリリースの「戦乱のサムライキングダム」が好調に推移
- 5月にリリースの新規タイトル「消滅都市」が順調に成長

海外マーケット

- 新規タイトル導入タイミングの遅れにより、既存タイトル減衰をカバーできず
- 5月にiOS版をリリースした新規タイトル「League of War」が順調に成長

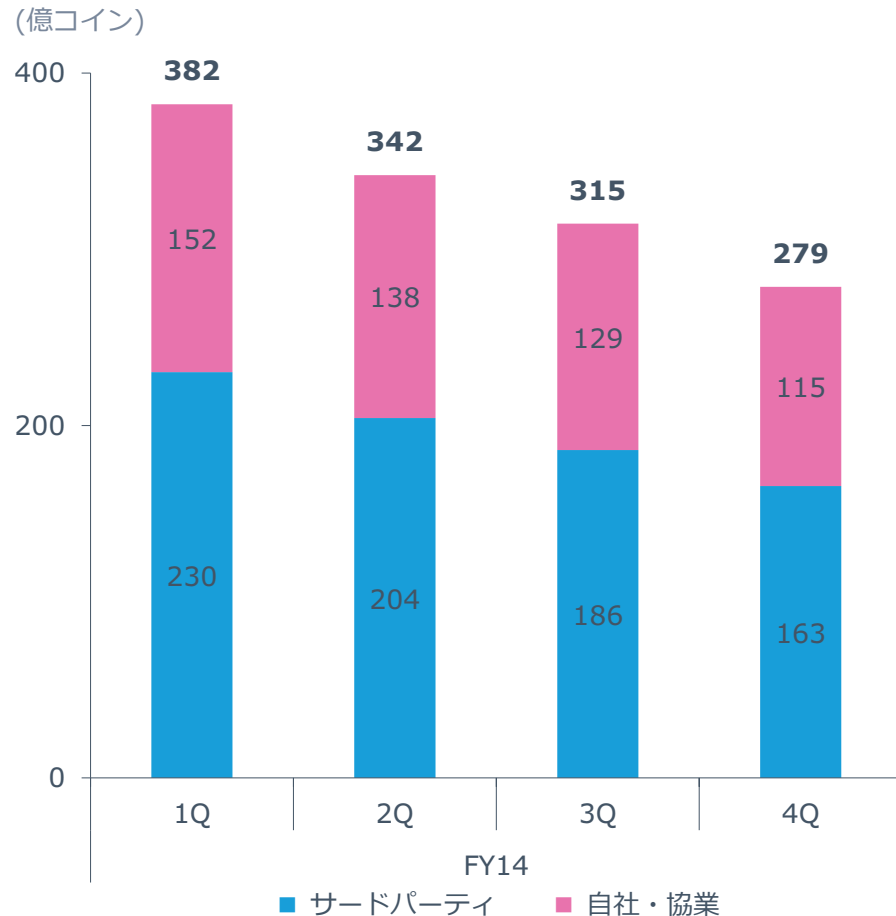
※ 消費エリアによる分類

2. 事業概要：ゲーム事業KPI

コイン消費の状況 [ウェブゲーム]

FY14 4Q実績

引き続きフィーチャーフォンのコイン消費減が大きく影響し前四半期より約11%減少
スマートフォンのコイン消費についてもキラータイトルの不足により減少



自社・協業

- タイトル毎に好不調はあるものの、フィーチャーフォンを中心にダウントレンド

サードパーティ

- 「モンスターハンター ロア オブ カード」や「不良遊戯 シャッフル・ザ・カード」などの新規タイトルが伸長するも、既存タイトルの減衰をカバーできず

※ 「GREE」クレジットが記載されているタイトルを自社・協業に分類
※ 四捨五入

ネイティブシフトを断行

ネイティブゲーム事業の組織規模を3倍に増強

300名規模から1,000名規模の体制へ

フルネイティブゲームの開発ライン数を倍増

10ラインから20ラインへ

パブリッシング事業を強化

クロスボーダー×クロスプラットフォームによるタイトル売上最大化

2. 事業概要：国内ゲーム事業（サマリー）

FY15計画

FY15事業方針 [2/7]

FY14に現在のネイティブゲーム市場で戦える水準にまで成長
打席数の増加を通じてヒットタイトルの創出を目指す

ヒットタイトル創出に向けたアプローチ

<p>FY14 取り組み</p>	<p>打率の向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 開発プロセスの改善 ■ フルネイティブゲーム開発力の強化 ■ ユーザー評価の向上
<p>FY15 方針</p>	<p>打席数の増加</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ ウェブゲーム事業からの異動により1,000名規模の体制へ ■ フルネイティブゲームの開発ライン数を倍増 ■ パブリッシング事業を強化
	<p>ヒット数の増加</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Top5に入るヒットタイトルを複数創出

2. 事業概要：国内ゲーム事業（サマリー）

打率の向上

FY15事業方針 [3/7]

FY14にフルネイティブゲーム開発に最適化された体制及び手法を構築
フルネイティブゲームならではのゲーム性及び新規性を実現する開発力が向上

フルネイティブゲームの開発力強化

ウェブゲームネイティブ版

カードバトルネイティブゲーム

フルネイティブゲーム



「探検ドリランド」
グリー



「釣り★スタ」
グリー



「運命のクランバトル」
ポケラボ



「戦乱のサムライキングダム」
ポケラボ



「消滅都市」
Wright Flyer Studios



「クロスサマナー」
ポケラボ



「消滅都市」



「クロスサマナー」

2. 事業概要：国内ゲーム事業（サマリー）

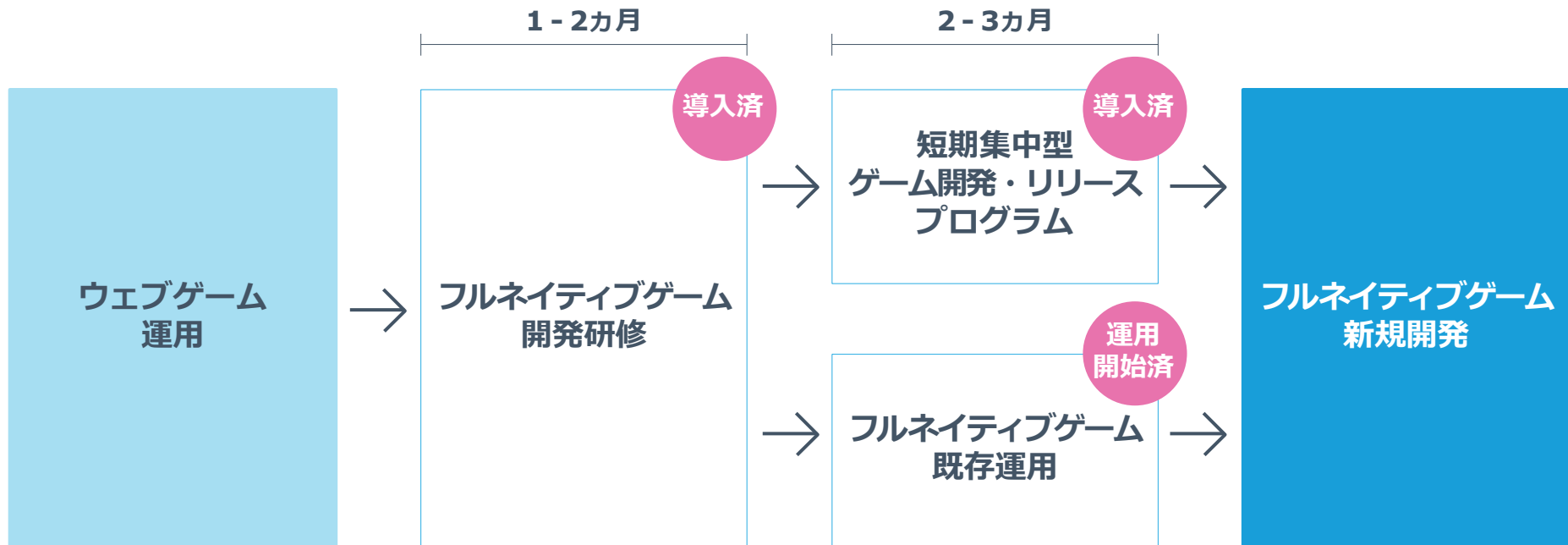
打席数の増加

FY15事業方針 [4/7]

ウェブゲーム事業 約700名のフルネイティブゲーム対応を促進
 既存ウェブゲームタイトルの効率運用を進めながら、
 自社新規開発はフルネイティブゲームへリソースをシフト

フルネイティブゲーム開発人員の養成

フルネイティブゲーム開発人員を短期間で養成する仕組みを構築
 最短3カ月でフルネイティブゲーム新規開発へのアサイン



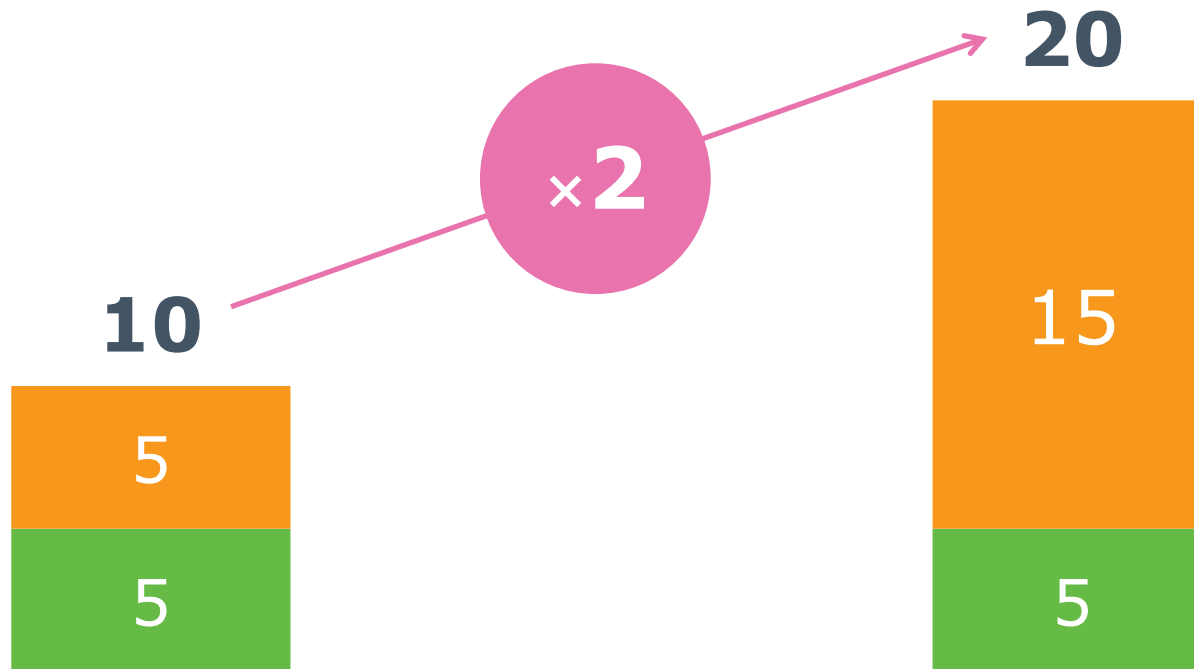
2. 事業概要：国内ゲーム事業（サマリー）

打席数の増加

FY15事業方針 [5/7]

フルネイティブゲーム開発人員数の増加によりFY15 開発ライン数の倍増を計画

FY15 新規フルネイティブゲームの開発ライン数



■ ポケラボ ■ グリー本体

2. 事業概要：国内ゲーム事業（サマリー）

FY15事業方針 [6/7]

打席数の増加

国内外のグリー拠点及び有力パブリッシャーと連携することで、
クロスボーダー×クロスプラットフォームを展開しタイトル毎の売上を最大化

クロスボーダー × クロスプラットフォームの展開

自社・協業 / サードパーティのネイティブゲーム



パブリッシング

グリー / ポケラボ
(国内)

GREE International
(米国)

GREE Korea
(韓国)

有力パブリッシャー



グローバルユーザー

日本

英語圏

欧州

中国語圏

韓国



2. 事業概要：国内ゲーム事業（サマリー）

打席数の増加

FY15事業方針 [7/7]

「GREE Platform」を含むウェブゲーム事業はリソースの最適化を進め、
巡航モードでの収益貢献を継続

ウェブゲーム事業の方針

FY14

■ 大ヒットタイトル創出の難しい市場環境へ急激に変化

- ネイティブゲーム市場急拡大の影響により、既存の成功モデルの再現が難しく、ウェブゲームでの大ヒットタイトル創出が厳しい環境へ急速に変化

FY15

■ リソースの最適化を進め巡航モードでの収益貢献を継続

- 自社新規開発はフルネイティブゲームへリソースをシフト
- 新規タイトルは有力パートナーとの協業を中心にリリース
- 「GREE Platform」を含むウェブゲーム事業はリソースの最適化を進め巡航モードでの収益貢献を継続

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ネイティブゲーム）

FY14 4Q実績

国内スタジオの進捗

Wright Flyer Studiosからは待望の第一弾タイトル「消滅都市」がリリース
ポケラボの3Qリリースタイトル「戦国のサムライキングダム」が月商1億を突破

タイトルの進捗

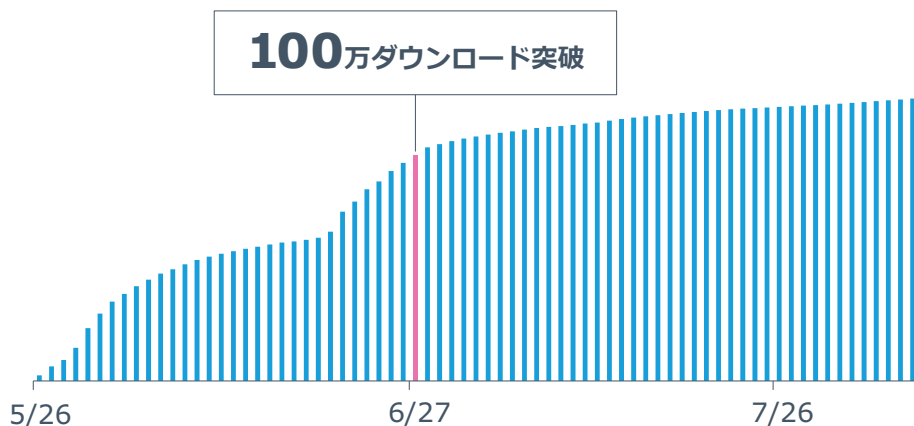


「消滅都市」
Wright Flyer Studios

2014年5月Android版
iOS版リリース

ダウンロード数の推移

100万ダウンロード突破



- リリース前からの施策が奏功しダウンロード数が順調に増加、リリース1ヵ月で100万ダウンロードを突破
- 継続率は極めて高く、ユーザー規模は大きい水準を維持

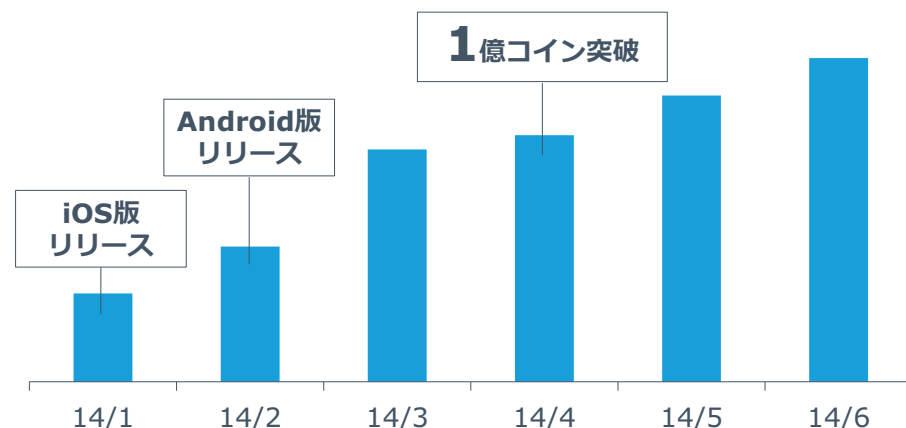


「戦乱のサムライキングダム」
ポケラボ

2014年1月iOS版リリース
2014年2月Android版リリース

コイン消費規模の推移

1億コイン突破



- 最大20人vs20人のチーム戦を主軸としたリアルタイムバトルゲーム
- リリース以降順調に成長し、4月に月商1億を突破

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ネイティブゲーム）

FY15 1Q計画

国内スタジオの取り組み [1/2]

成長施策を順次実施し、月商数億円規模の成長を目指す

タイトルの成長施策



「消滅都市」
Wright Flyer Studios

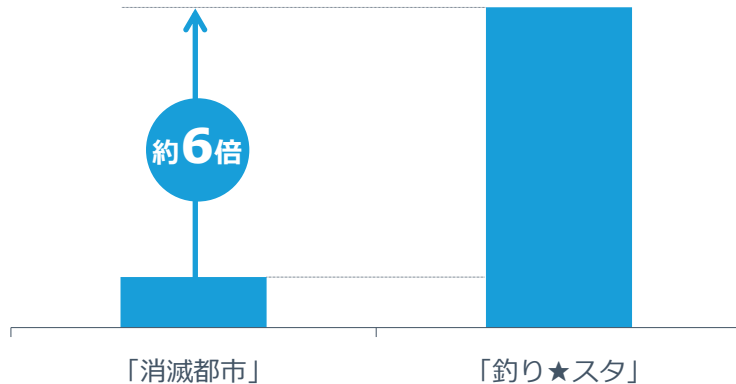
2014年5月Android版
iOS版リリース



「戦乱のサムライキングダム」
ポケラボ

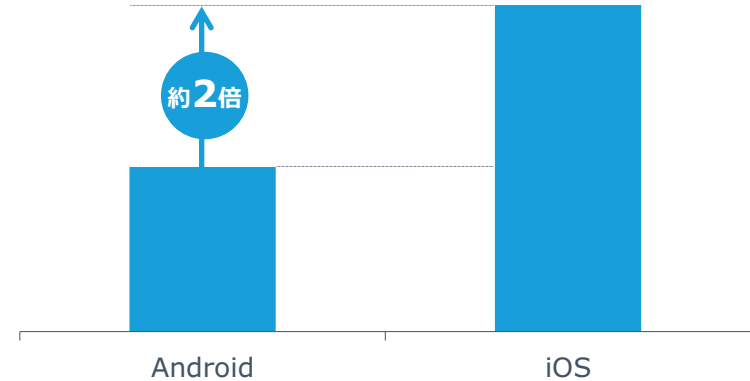
2014年1月iOS版リリース
2014年2月Android版リリース

ユーザー当たり単価の拡大余地
ARPDUAの比較※



- 継続率及びユーザー規模は高水準を維持しているため、新章追加やユーザー間のランキングイベント等ユーザー当たりの単価を高める取り組みを実施し売上拡大を狙う
- KPIを鑑みながら、TV-CM含めたプロモーションを積極化

Android版売上の拡大余地
4Qコイン消費規模のOS別比較



- 動作が比較的不安定なAndroid版の売上が相対的に低い
ため、9月を目途に基盤改修を実施
- 基盤改修後、プロモーションを積極化しAndroid版の売上
拡大を狙う

※ デイリーアクティブユーザー当たりの課金額

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ネイティブゲーム）

FY15 1Q計画

国内スタジオの取り組み [2/2]

FY15 1Qは国内スタジオから合計3本のリリースを計画※
FY15 2Qにむけて新ジャンルのカジュアルな新規タイトルを開発中

新規タイトルのパイプライン



「クロスサマナー」
ポケラボ

FY15 1Q Android / iOS版リリース予定
事前登録中



- コンシューマーゲームマーケットの一大ジャンル「アクションRPG」をスマートフォンアプリらしく作り込んだ本格アクションRPGゲーム
- 日本のみならず、英語圏/欧州/中国語圏/韓国へのリリースも同時並行で進行中（今冬予定）
- 業界初の独立コンテンツ型事前登録「ファミコン世代集まれ！懐かしの裏ワザ入力キャンペーン」を実施

※ 内訳：Wright Flyer Studios「天と大地と女神の魔法」、ポケラボ「クロスサマナー」、パートナータイトル1本

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ウェブゲーム）

FY14 4Q実績

自社タイトルの進捗

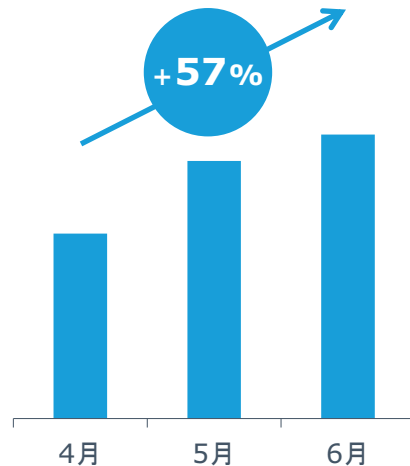
既存ヒットタイトルの中長期的な運用を前提に、
ユーザーのニーズを捉えながら新施策の導入を随時実施

既存ヒットタイトルの持続的改善

「探検ドリランド」
ギルドバトルイベントの育成



月初のコイン消費規模

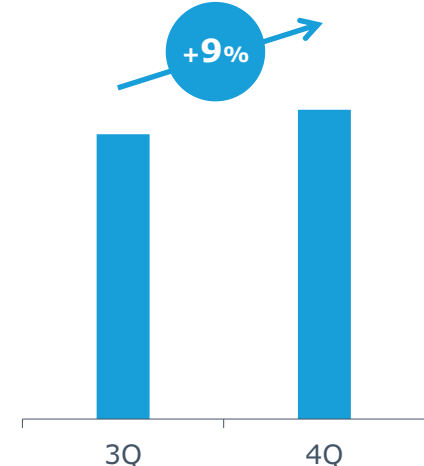


- 昨年にリリースしたギルドバトルイベントが、各種の改善を重ね1年をかけ大型イベントへ成長
- 6月に初めて月初イベントとして開催、コイン消費の押し上げに奏功
- 今後も新たなイベントモデルの導入及び育成を継続

「聖戦ケルベロス」
初のボイス付カード投入と3周年イベント開催



スマートフォンコイン消費規模



- ファンに人気の高いナビキャラ「ミュア」のボイス付カードを初めて投入、ストーリー性の高い3周年イベントを同時に開催
- 戦略性の高い新たなレイドバトル、バトルフィールドの新イベントなど、引き続き改善を継続

自社タイトルの取り組み

現在開発中のタイトルは5本
完全オリジナルタイトルの他、有名IPタイトルの自社開発を推進中

新規タイトルのパイプライン

「ロストランドタクティクス」

2014年8月25日リリース予定
事前登録中



- 従来の多人数リアルタイムバトルにマップ上の移動という新たな戦略性を加え新しいシミュレーションRPG
- 複数回のクローズドβテストを実施、高い継続率を記録
- クエストでのコミュニケーション機能や各種UI等のブラッシュアップを実施

「ドラゴンズパーティー」

2014年8月28日リリース予定
事前登録中



- 自社IP「探検ドリランド」を活用した“料理で戦う”がテーマのランダムダンジョンRPG
- 体験版のリリースやクローズドβテストを実施、ダンジョン探索や世界観等が好評価
- ゲームバランスの調整とUI/UXのブラッシュアップを実施

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ウェブゲーム）

FY14 4Q実績

パートナータイトルの進捗

グリフォンの提供する「不良遊戯 シャッフル・ザ・カード」が、
リリース後2カ月で月商1億コインを突破

コイン消費規模の推移

「不良遊戯 シャッフル・ザ・カード」※1

グリフォン※2

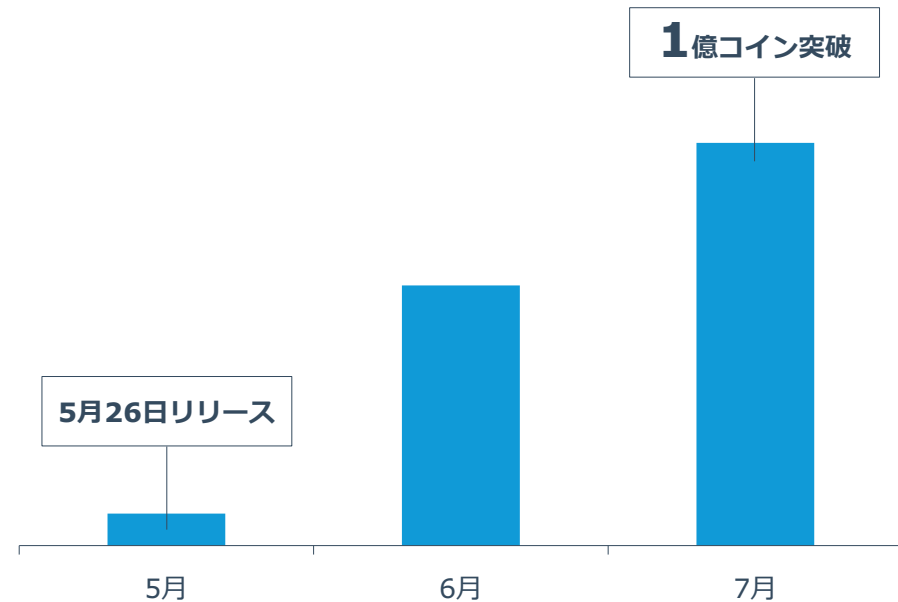
2014年5月26日リリース



- ギャングをテーマにしたトランプバトルゲーム、株式会社アプリボットの人気ゲーム「不良道」でお馴染みのギャングが多数登場
- カードの収集だけでなくトランプの手札を用いた戦略性が魅力

※1 © GRIPHONE, Inc.

※2 株式会社サイバーエージェントとの合弁会社



- リリース後2カ月で月商1億コインを突破
- プロモーションの積極化により更なる消費拡大を目指す

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ウェブゲーム）

FY15 1Q計画

パートナータイトルの取り組み

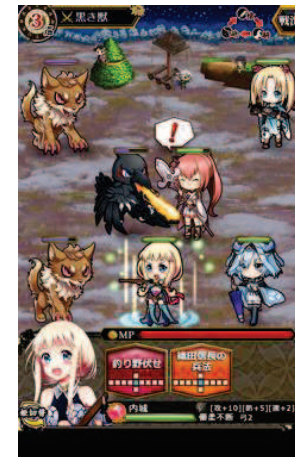
ユーザーからの人気が高いジャンルに対して、
有力パートナーと共に協業タイトルを拡充

新規タイトルのパイプライン

「城姫クエスト」

KADOKAWA

2014年8月15日リリース予定



- ユーザー自身が城主となり、日本全国の名城を擬人化した個性豊かな「城姫」を編成、育成、強化し、敵の「城姫」と戦うシミュレーションゲーム
- 事前登録キャンペーン施策が奏功し事前登録数が好調に推移

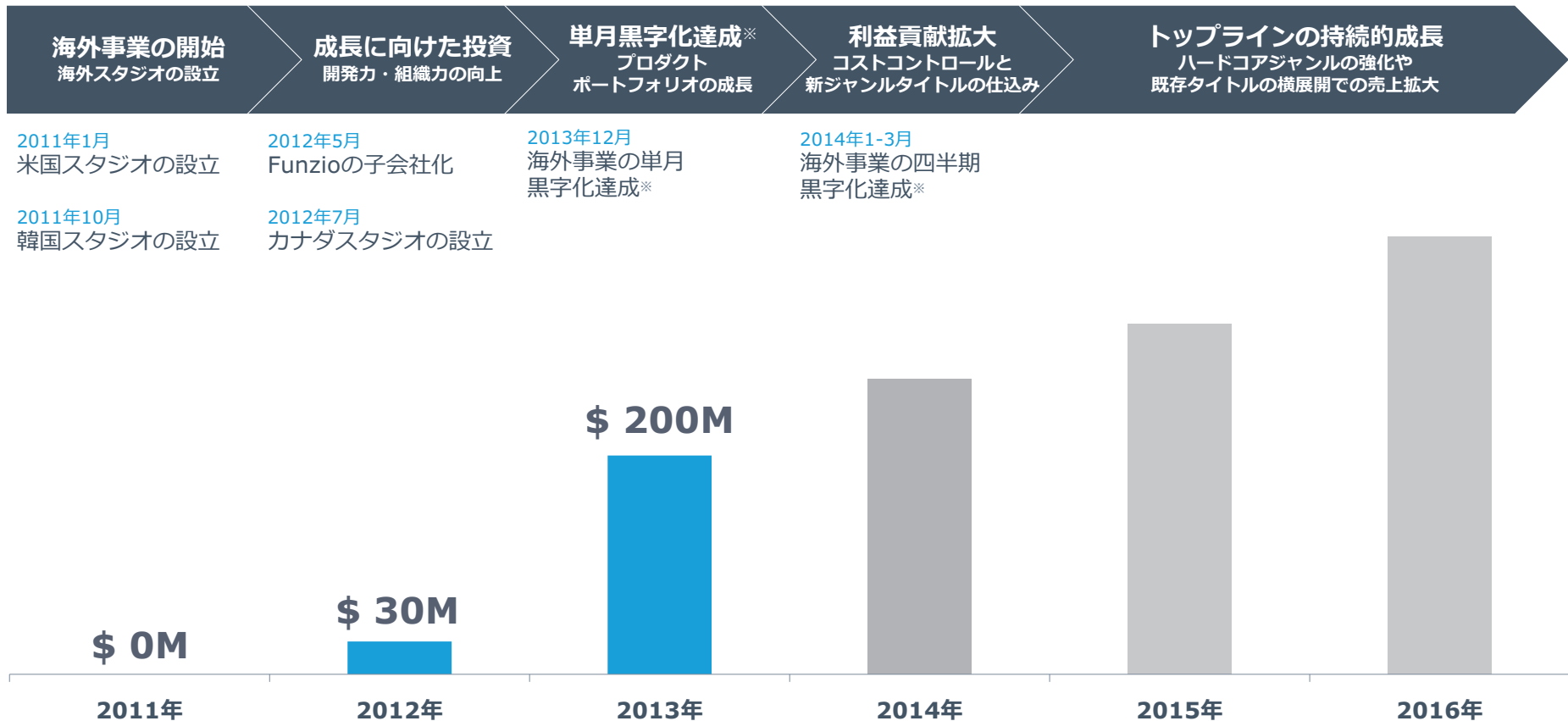
2. 事業概要：海外ゲーム事業

FY15計画

FY15事業方針 [1/2]

中長期でのトップラインの持続的成長に向け、新たなマネジメントを迎え施策を推進

海外ゲーム事業の売上規模の推移



※ M&A費用等控除前のキャッシュベース

体制強化により新たなステージへ飛躍

ハードコアジャンルの強化
新たなユーザー層の獲得による売上拡大

Android版及び欧州言語版の展開を加速
Android版及び欧州言語版のリリースによるタイトル売上最大化

協業タイトルの拡充
有カデベロッパーとの協業タイトルを随時リリース

2. 事業概要：海外ゲーム事業

FY15計画

海外スタジオの取り組み [1/4]

前Kabam社ワールドワイドゲームスタジオ最高責任者の
アンドリュー・シェパード氏の参画

新たなマネジメントによる事業推進の加速



Andrew Sheppard
Chief Operating Officer of
GREE International

- 2014年8月、欧米での大ヒットタイトル開発・運営とグローバルなスタジオ経営の実績を有するアンドリュー・シェパード氏がGREE International（米国）のCOOとして参画
- Kabam社在任中、「Kingdoms of Camelot」（2011年11月）、「The Hobbit: Kingdoms of Middle-earth」（2012年10月）、「Dragons of Atlantis」（2013年4月）などのモバイルゲームをリリースし、それぞれ累積1億ドル以上の大型ヒットタイトルへの成長を牽引
- 同氏の参画によりハードコアジャンルを強化、欧州言語版及び協業タイトルの展開を加速

2. 事業概要：海外ゲーム事業

FY15計画

海外スタジオの取り組み [2/4]

3Dグラフィックのリッチなミッドコアタイトルやハードコアタイトルを順次リリース
新たなユーザー層を獲得することで上位ランキングを狙う

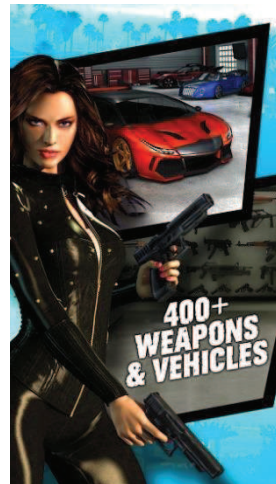
新規タイトルのパイプライン

リッチミッドコア

「City of Rivals」

米国スタジオ

FY15 2Qリリース予定



ハードコア

「ABRIA」

韓国スタジオ

FY15 1Qリリース予定



- 次世代ゲームエンジンを搭載したギャングアクション3D RPGゲーム
- 1Qにβローンチを実施し2Qに本リリースを予定

- 本格志向のRPG/オンラインゲームユーザーに向けたファンタジー3DMORPGゲーム
- 複数回のクローズドβテスト実施によってコンテンツ量及びパラメーター調整の精度が上がり、継続率が格段に改善

2. 事業概要：海外ゲーム事業

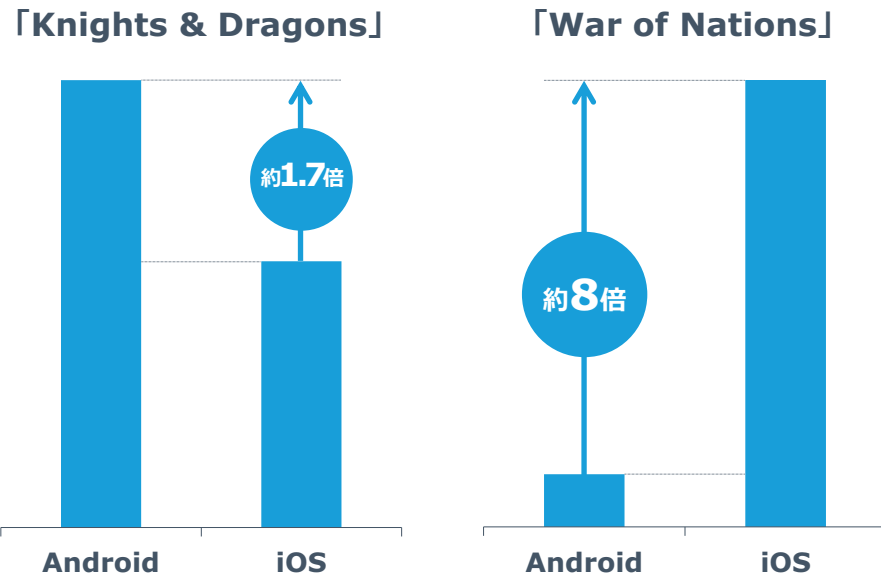
FY15計画

海外スタジオの取り組み [3/4]

既存タイトルのAndroid版や欧州言語版のリリースを順次実施

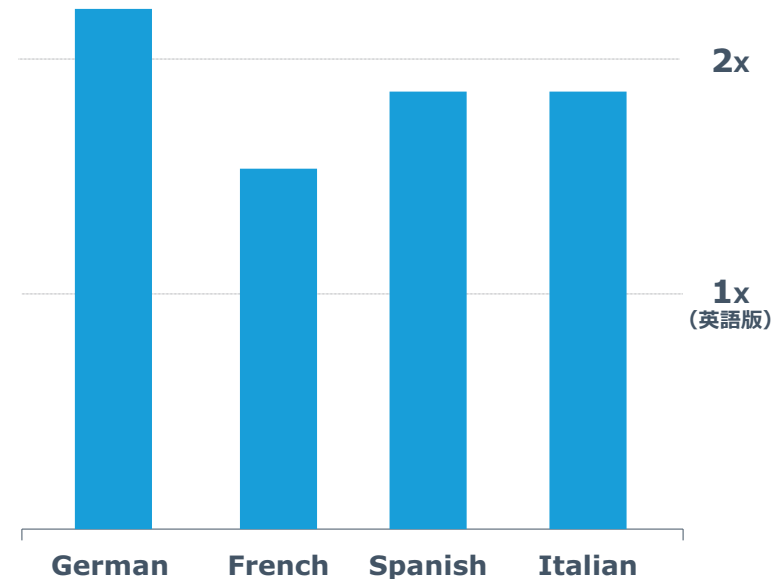
既存タイトルの売上拡大施策

Android版売上の拡大余地
4Qコイン消費規模のOS別比較



- 「Knights & Dragons」は2013年6月にAndroid版をリリース、現在はAndroid版がiOS版の売上を大きく上回る
- 「War of Nations」は2014年4月にAndroid版リリース、Android版売上は月次で好調に伸張、さらなる成長を図る

欧州言語版売上の拡大余地
「War of Nations」欧州言語版のARPU水準の変化



- 「War of Nations」は2014年5月に欧州言語版をリリース、従来の英語版に比べ、各国語版でARPU水準が2倍前後に伸張

海外スタジオの取り組み [4/4]

MunkyFunとの協業タイトルである「League of War」の立ち上がりが好調
今後も有力デベロッパーとの協業タイトルの拡充を推進

タイトルの進捗



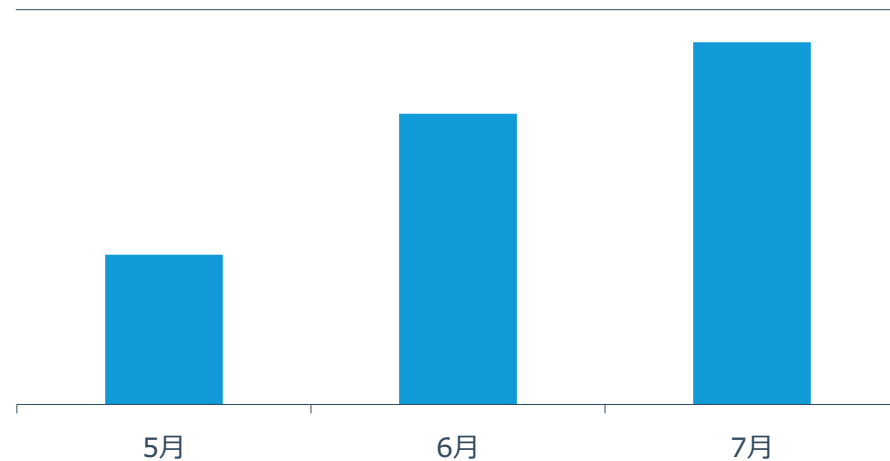
「League of War」

米国スタジオ

2014年5月iOS版リリース



コイン消費規模の推移



- リアルな3Dグラフィックを搭載した戦争アクションストラテジーゲーム
- ゲームバランスの調整やイベントの導入等により売上拡大を目指す

2. 事業概要：パブリッシング事業

FY14 4Q実績

中国市場への展開 [1/2]

韓国スタジオからの台湾、香港、マカオへのパブリッシングが好調に推移

韓国スタジオによる中国語圏へのパブリッシング



「失落之星 (Lost in Stars)」

韓国スタジオ

2014年5月
台湾、香港、マカオ版リリース



	Clash of Clans Supercell Free Games	14
	Efun-神鵬俠侶-金庸武俠正版授權 EFUN COMPANY LIMITED Free Games	15
	失落之星 MacroWell OMG Digital Entertainment... Free Games	16
	怪物彈珠 mixi, Inc Free Games	17

台湾App Storeの売上
ランキングで16位に
ランクイン (14年6月)

- 3DアクションMORPG「Lost in Stars」を大手ゲームパブリッシャーMacroWell OMG Digital Entertainment Co., Ltdを通じて台湾、香港、マカオで提供開始
- 「Lost in Stars」は日本向けパブリッシングも準備中

2. 事業概要：パブリッシング事業

FY15計画

中国市場への展開 [2/2]

有力パートナーと連携しながら
有名IPを活用したタイトルを海外市場へ展開

有力パートナーとの中国市場への共同展開



タイトル	NARUTO -ナルト- 忍マスタース
配信対象国	中国
対応言語	簡体字
パブリッシャー	CHINA MOBILE GAMES AND ENTERTAINMENT GROUP LIMITED
配信プラットフォーム	Appstore及び有力Androidマーケットを予定
配信時期	2014年冬予定

- 中国においてもコミック、アニメで絶大な人気を誇る「NARUTO -ナルト-」のIPタイトルを、中国のモバイルゲーム市場において高い実績を有するCHINA MOBILE GAMES AND ENTERTAINMENT GROUP LIMITEDと共同で展開

2. 事業概要：事業領域の拡大（新規サービス）

新規サービスの創出

寡占的なポジションを目指しうる事業領域を選定し、重点的に投資を推進
注力事業領域に対して、自社立上げと投資を組み合わせ短期間で事業基盤を構築

新規サービスの自社立上げ及び投資の事例

自社立上げ事例	「uttoku」	ハイブランドのバッグ類を中心としたブランド品買取サービス（2014年5月正式リリース） https://uttoku.jp/
	「Tonight」	スマートフォンに特化したホテル直前予約アプリ（2014年6月正式リリース） http://tonight.at
	「あんしんリフォーム いえプラス」	定額固定料金型のオンライン工務店マッチングサービス（2014年7月正式リリース） http://www.ie-plus.jp/
	「スマートシッター」	家庭と信頼できる保育者をつなぐ、居宅訪問型保育としての子育て支援サービス（2014年8月正式リリース） https://smartsitter.jp/
	「介護のほんね」	口コミで探せる介護施設の検索サイト（2014年8月正式リリース） https://www.kaigonohonne.com/
投資事例	「HotelQuickly」	2014年7月、APAC地域においてナンバーワンのホテル直前予約アプリを運用するHotel Quickly社へ出資 「Tonight」の事業拡大及びサービス強化等を目指す
	「SmartNews」	2014年8月、400万ダウンロード突破の実績を誇るスマートフォン及びタブレット向けのニュースアプリ「SmartNews」を運用するスマートニュース社へ出資、マーケティング等における連携を目指す

新ファンドの組成

中小機構、クレディセゾンなど国内大手機関投資家や事業会社の出資を受けて、グリーベンチャーズが第2号となる新ファンドを組成

新ファンドの概要

名称	AT-I 投資事業有限責任組合
設立時期	2014年5月
ファンド規模	約50億円
運用会社	グリーベンチャーズ株式会社
投資地域	東アジア（中国除く）および東南アジア
投資領域	コンシューマーインターネット、デジタルメディア、モバイル、ソフトウェア&サービス、クラウドサービス（ゲームおよびコンテンツ事業は除く）
投資スタンス	投資ステージはシリーズAラウンドを中心とし、原則リード投資家として1社当たり約1億～3億円の投資を実施予定

FY14 4Qの投資実績



スマートフォン向けリワード広告「Candy」を運営



サービス業の現場を見える化しカイゼンするプラットフォーム「wizpra」を運営



Coubic

クラウド予約管理サービス「Coubic（クービック）」を運営

1. 連結決算概要

2. 事業概要

3. 参考資料

FY14 4Q 費用構成

(百万円)

	FY14 4Q	FY14 3Q	QoQ	FY13 4Q	YoY
賃借料	1,093	1,104	△11	1,233	△140
人件費	2,897	3,644	△747	2,510	+387
その他	2,138	2,346	△208	2,523	△385
売上原価合計	6,128	7,094	△966	6,266	△138
広告宣伝費	3,801	2,882	+919	6,265	△2,463
支払手数料	5,076	5,870	△793	6,198	△1,121
人件費	1,913	2,103	△189	3,721	△1,808
その他	3,531	3,174	+357	6,759	△3,228
販管費合計	14,322	14,028	+294	22,942	△8,620
費用合計	20,450	21,122	△672	29,209	△8,759

※ 四捨五入

FY14 4Q 貸借対照表

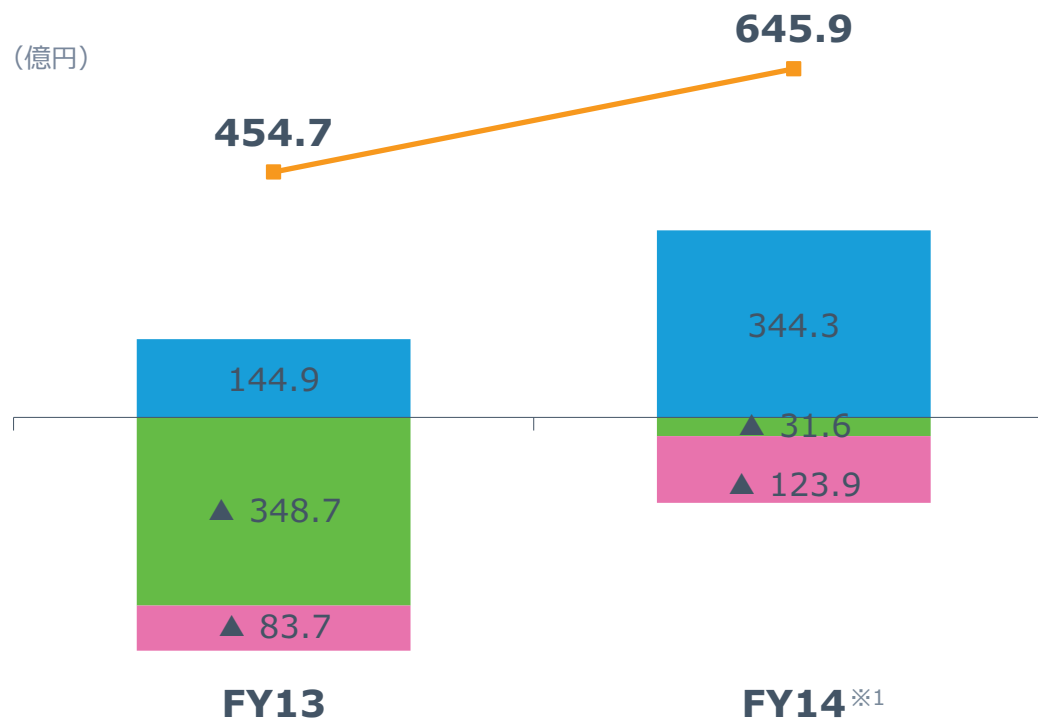
(億円)

	FY14 4Q	FY14 3Q	QoQ	FY13 4Q	YoY
流動資産合計	929.2	890.3	+38.9	930.0	△0.8
固定資産合計	578.7	598.0	△19.3	657.4	△78.7
資産合計	1,507.9	1,488.3	+19.7	1,587.5	△79.5
流動負債合計	327.1	320.9	+6.1	483.2	△156.1
固定負債合計	40.7	57.8	△17.2	123.6	△82.9
負債合計	367.7	378.8	△11.1	606.8	△239.0
純資産合計	1,140.2	1,109.5	+30.7	980.7	+159.5
現金及び預金	654.8	584.6	+70.3	462.3	+192.6
一) 有利子負債	113.2	136.8	△23.5	207.3	△94.1
ネット資金	541.6	447.8	+93.8	254.9	+286.7
のれん	289.9	299.6	△9.7	306.7	△16.8
タイトル関連資産	32.9	33.4	△0.5	69.2	△36.3

※ 四捨五入

FY14 キャッシュ・フロー計算書

コストコントロールの徹底を推進し収益を確保しながら投資抑制を実施したことで、現金及び現金同等物の期末残高は約191億円増加

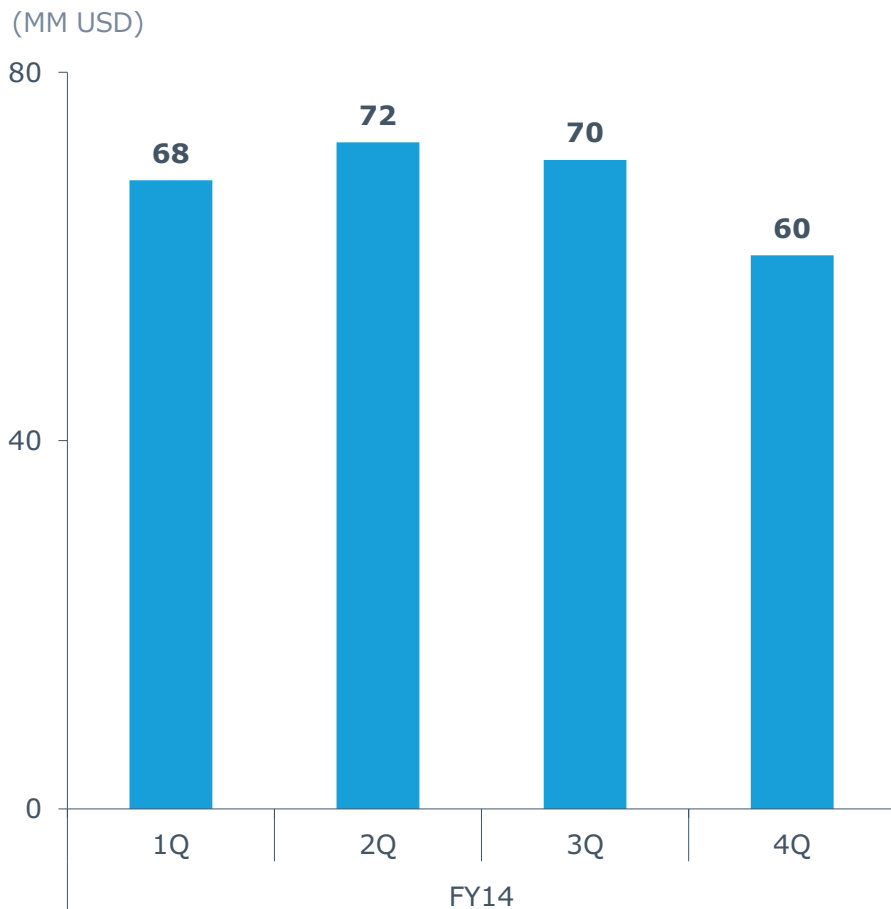


- 現金及び現金同等物の期末残高
- 営業キャッシュ・フロー
- 投資キャッシュ・フロー
- 財務キャッシュ・フロー

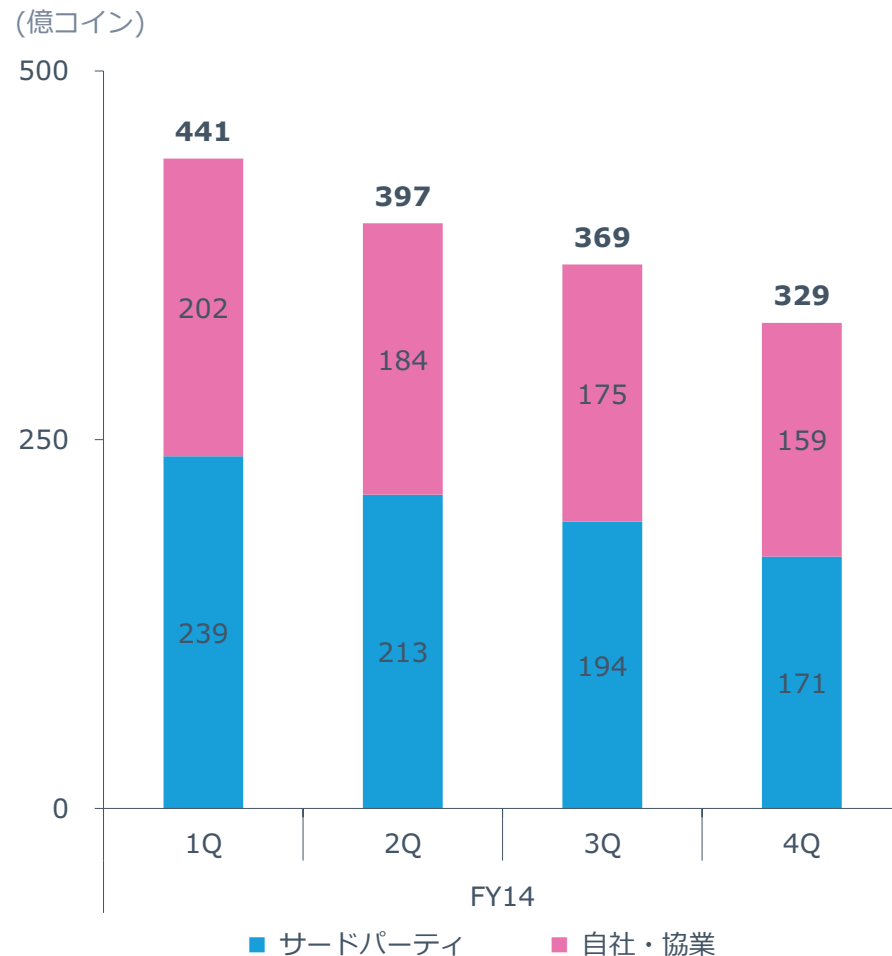
※1 FY14 換算差額 2.3億あり
 ※ 四捨五入

コイン消費の状況 [全体]

海外マーケット



国内マーケット



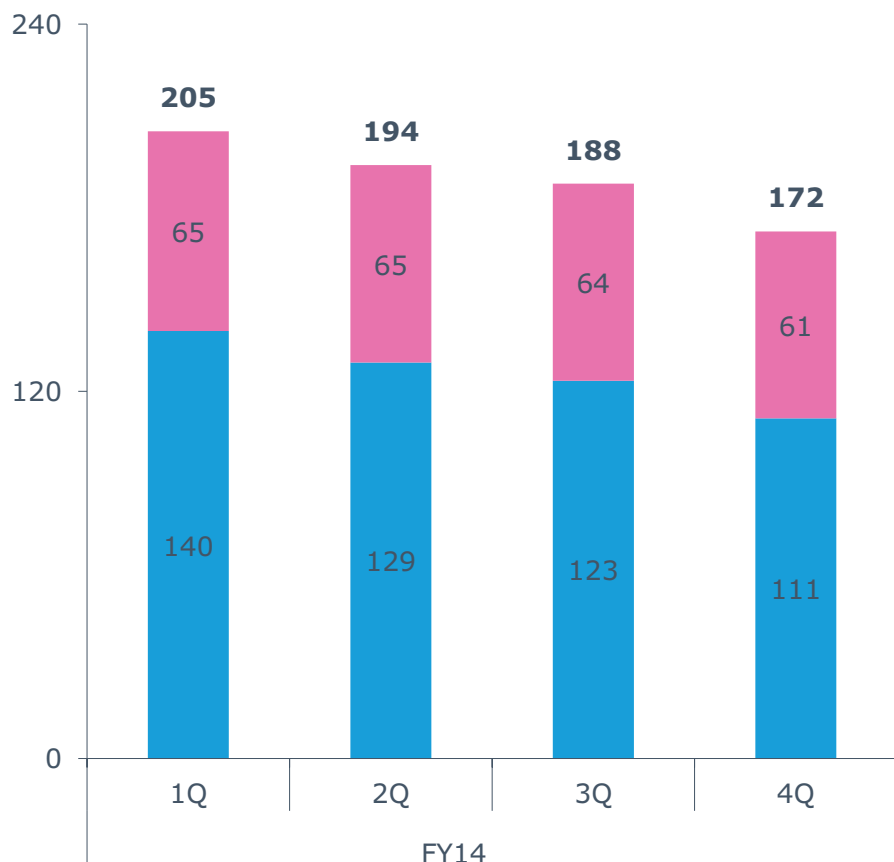
※ 消費エリアによる分類

※ 「GREE」クレジットが記載されているタイトルを自社・協業に分類

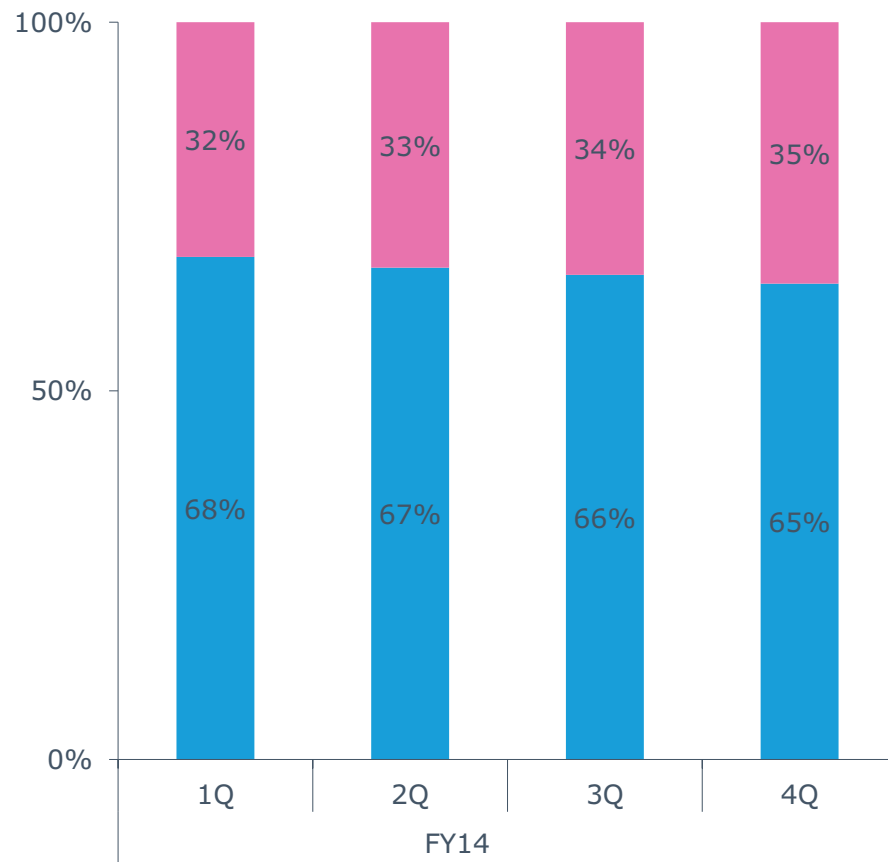
コイン消費の状況 [ウェブゲームスマートフォン]

コイン消費

(億コイン)



構成比 (%)



■ サードパーティ ■ 自社・協業

タイトルリリース実績

		FY14リリース実績 ※3		振り返り
		上半期	下半期	
ウェブゲーム	パートナー タイトル ※1	11本	7本 前回計画通り	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有力パートナーと連携しオリジナルタイトルや人気IPタイトルをリリース ■ 複数タイトルが月商1億円規模にまで成長
	自社 タイトル	リリース無し		<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存タイトルの運用効率化及び新規タイトル開発へのリソースシフトを実施しながら、新規タイトルの仕込みを推進 ■ 2作のクローズドβが終了し、1Qでのリリースを準備中
ネイティブゲーム ※2	海外 マーケット	5本	6本 前回計画より 1本増加	<ul style="list-style-type: none"> ■ タイトルの絞り込み及び開発体制の効率化を推進 ■ 新ジャンルの新規タイトルリリースだけでなく、フランチャイズ版や海外マーケット向けのローカライズ版も積極化
	国内 マーケット	8本	3本 前回計画より 2本減少	<ul style="list-style-type: none"> ■ 上半期リリースのカードバトルタイトルの一部や売上の伴わないタイトルなどは停止、新ジャンルの新規タイトルの仕込みにリソースをシフト ■ 新レーベル「Wright Flyer Studios」からは4Qに「消滅都市」を初リリース ■ 前回計画の「天と大地と女神の魔法」「クロスサマナー」はFY15 1Qリリース

※1 協業先を含む有力パートナー及び当社出資のジョイントベンチャー提供のタイトル

※2 パートナータイトルを含む

※3 ライトゲームはカウントせず

国内ユーザーの状況 [2014年6月末時点]

国内ユーザーの概況 ※1※2

国内ユーザー数

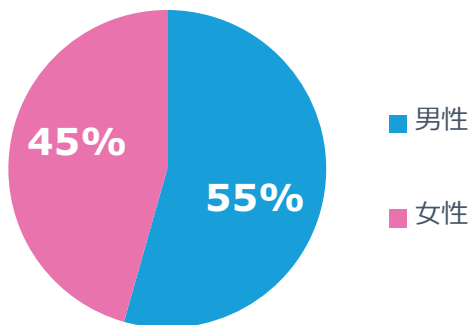
53.7百万人

GREEユーザーの概況

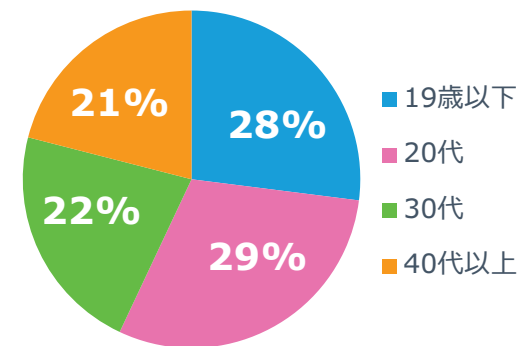
GREEユーザー数

43.0百万人 ※2

男女別



年齢別



※1 ポケラボ登録ユーザー数：10.6百万人（タイトル毎の登録ユーザー数をカウント）

※2 タイトル毎の簡易登録ユーザーも含む

※ 四捨五入

グループ従業員数の内訳※

(単位：人)



※ 非連結のグループ企業を含む



インターネットを通じて、世界をより良くする。

Making the world a better place through the power of the Internet.

- 本資料には将来の予測に関する記述が含まれていますが、それらの記述は、資料作成時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化等により、実際の業績とは異なる可能性がありますことを御承知おき下さい。
- 本資料の作成に当たっては、記載されている情報に誤り・遺漏等が無いよう細心の注意を払っておりますが、その情報の正確性及び完全性を保証するものではありません。