



GREE株式会社

2015年6月期第1四半期 決算説明会

2014年11月7日

| | | |
|-------------------------|------|---|
| FY15 1Q | 決算概要 | <ul style="list-style-type: none">■ 売上高254億円、営業利益64億円- 国内外スタジオの既存タイトルが軟調に推移し売上高が減少- 前四半期に比べ広告宣伝費を大きく削減し、営業利益水準は前四半期並を確保 |
| | 事業概要 | <ul style="list-style-type: none">■ ネイティブシフトが着実に進展- ウェブゲーム事業からのシフトを中心にネイティブゲーム開発体制を強化、ネイティブゲームの新規タイトル開発ライン数が増加- 様々な取り組みによりネイティブゲームの開発力向上が着実に進展- LINEやKDDIと連携しクロスボーダー×クロスプラットフォームの展開を強力的に推進 |
| | コスト | <ul style="list-style-type: none">■ 費用合計は前四半期に比べ14億円、7%削減- マスプロモーションの抑制により広告宣伝費を大きく削減- ゲームタイトルのポートフォリオの精査の結果、一部タイトルの開発・配信停止を実施。特別損失としてタイトル関連資産減損を20億円計上 |
| FY15 2Q 累計期間 業績予想 | | <ul style="list-style-type: none">■ FY15 2Q累計期間業績予想は売上高490億円、営業利益105億円^{※1}- 売上高について、季節性や既存タイトルの成長及び新規タイトルの売上貢献をほぼ織り込まず保守的に想定- 費用について、計画値をボトムラインにコストコントロールを徹底- 引き続き、ウェブゲームで収益を支えながらネイティブゲームのヒットタイトル創出に注力 |

※1 FY15 2Q会計期間業績予想は売上高236億円、営業利益41億円

※ 四捨五入

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

FY15 1Q 決算概要

売上高254億円、営業利益64億円

売上高は前四半期に比べ減少したものの営業利益水準は前四半期並を確保

(億円)

| | FY15 1Q | FY14 4Q | QoQ | FY14 1Q | YoY |
|----------------------|--------------|---------|-------|---------|-------|
| 売上高 ^{※1} | 254.2 | 265.8 | ▲11.5 | 353.3 | ▲99.1 |
| EBITDA ^{※2} | 80.1 | 77.3 | 2.8 | 116.4 | ▲36.3 |
| 営業利益 | 63.8 | 61.3 | 2.5 | 97.8 | ▲34.0 |
| 経常利益 ^{※3} | 80.7 | 58.0 | 22.7 | 96.7 | ▲16.1 |
| 当期純利益 ^{※4} | 34.8 | 27.8 | 6.9 | 24.0 | 10.7 |

※1 FY15 1Q売上高の内訳：有料課金収入236.3億円、広告メディア収入17.9億円

※2 EBITDA = 営業損益 + 減価償却費 + のれん償却額

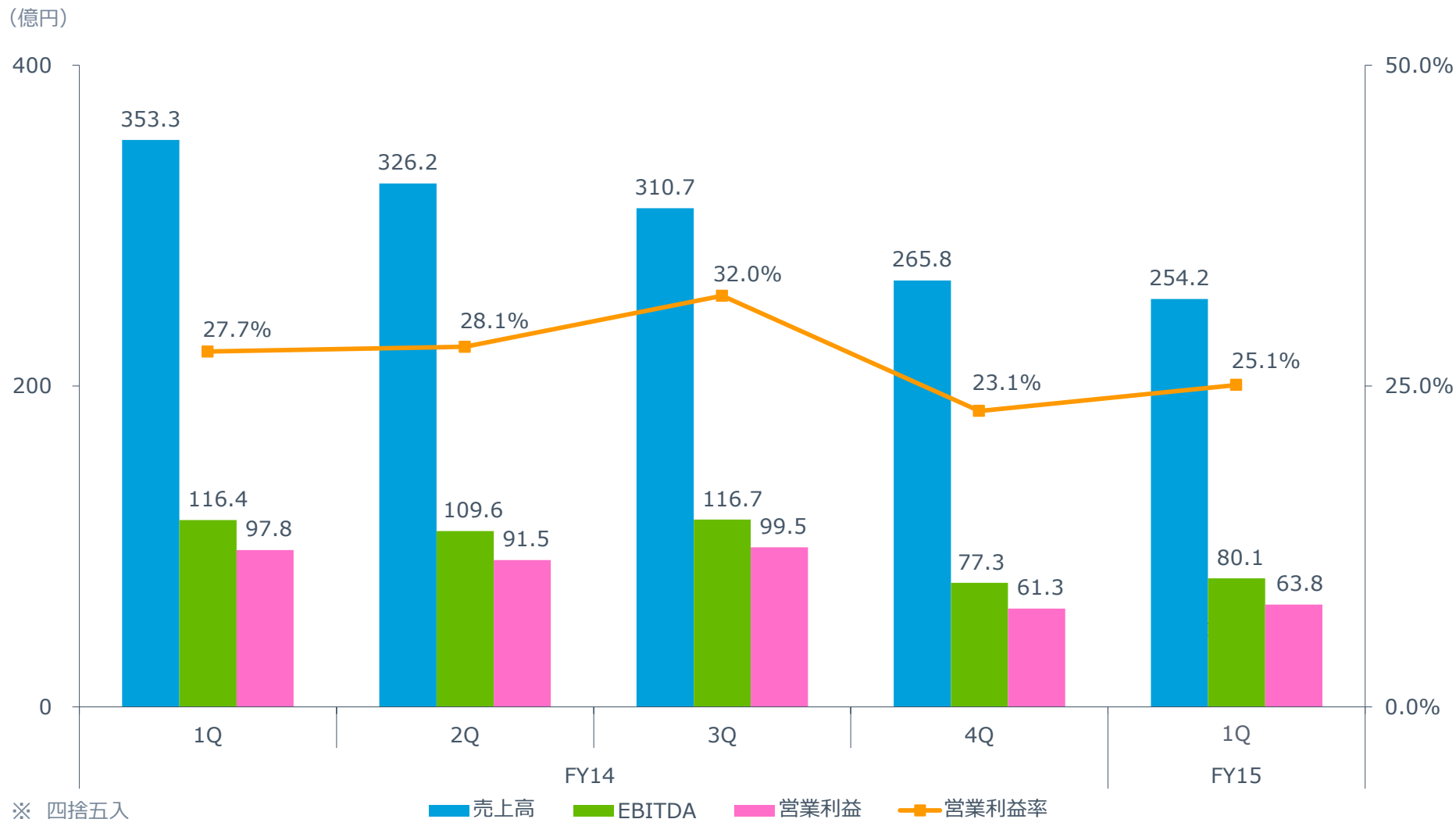
※3 営業外収益として海外子会社へのUSD建貸付金の為替差額等による為替差益17.2億円を計上

※4 特別損失としてタイトル関連資産減損20.3億円を計上

※ 四捨五入

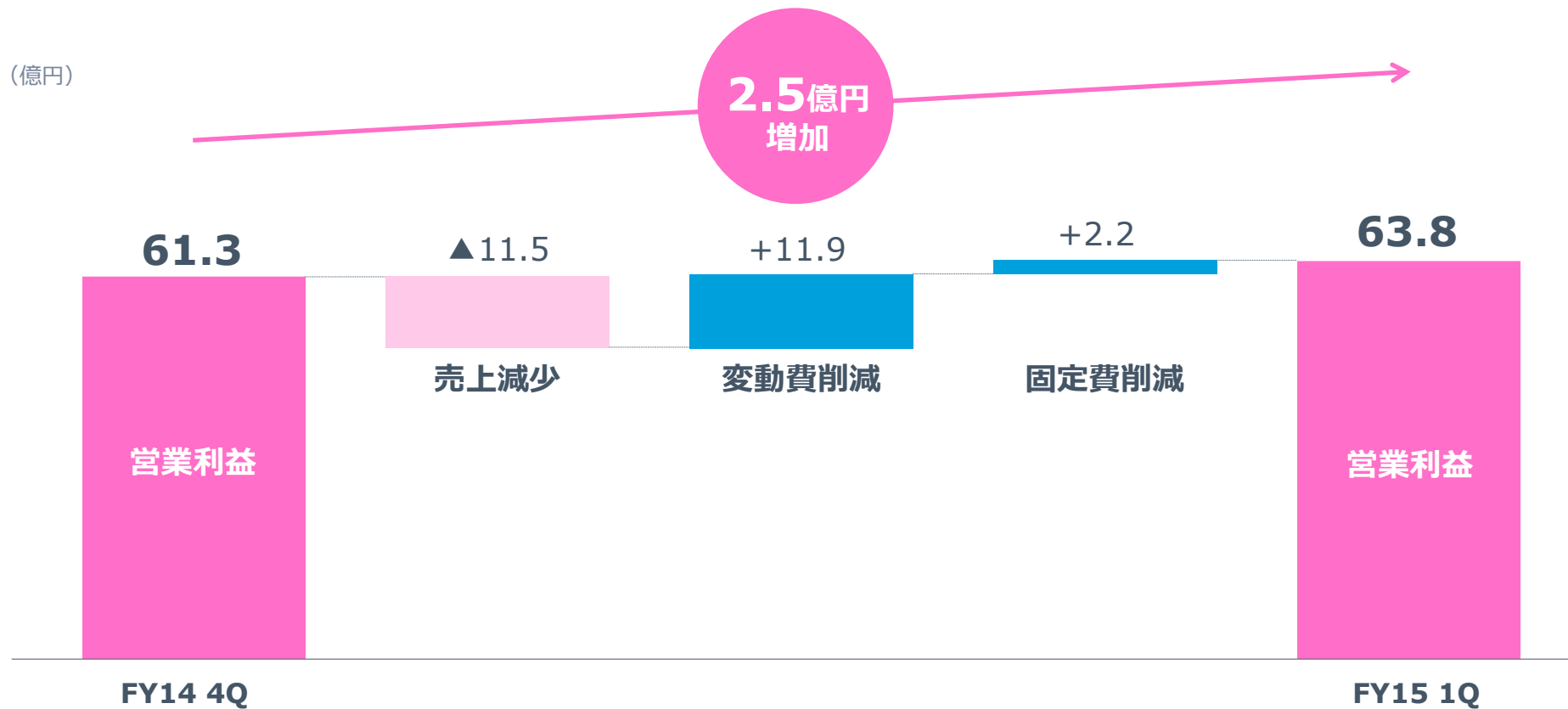
売上高・EBITDA・営業利益の推移

営業利益率は前四半期に比べ2ポイント増加の25%



営業利益分析

前四半期に比べ広告宣伝費を大きく削減したことにより、
営業利益水準は前四半期並を確保



FY15 1Q 費用構成

費用合計は前四半期に比べ7%減の190億円

(億円)

| | FY15 1Q | FY14 4Q | QoQ | FY14 1Q | YoY | 増減要因 (QoQ) |
|--------------|--------------|------------|-------|------------|-------|--|
| 広告宣伝費 | 29.0 | 38.0 | △9.0 | 44.5 | △15.4 | マспロモーションを抑制 (売上高比率: 4Q 14.3% → 1Q 11.4%) |
| 支払手数料 | 47.8 | 50.8 | △2.9 | 62.9 | △15.1 | 売上高減少に伴い減少 (売上高比率: 4Q 19.1% → 1Q 18.8%) |
| 変動費合計 | 76.9 | 88.8 | △11.9 | 107.4 | △30.5 | QoQ 11.9億円、13.4%削減 |
| 人件費※1 | 46.1 | 48.1 | △2.0 | 61.8 | △15.7 | 連結対象子会社が増加したものの、賞与削減により人件費減少※3 (連結従業員数: 1Q末 1,781名) |
| 賃借料※2 | 9.5 | 10.9 | △1.5 | 13.3 | △3.9 | サーバー運用の効率化を推進 |
| 減価償却費※1 | 9.8 | 9.5 | 0.3 | 10.5 | △0.8 | - |
| のれん償却額 | 6.6 | 6.5 | 0.1 | 8.1 | △1.5 | - |
| その他※1 | 41.6 | 40.7 | 0.9 | 54.3 | △12.7 | 新規開発の増加により外注加工費等が増加 タイトル関連資産の減損は当四半期は特別損失に計上 |
| 固定費合計 | 113.6 | 115.7 | △2.2 | 148.1 | △34.6 | QoQ 2.2億円、1.9%削減 |
| 費用合計 | 190.4 | 204.5 | △14.1 | 255.5 | △65.0 | QoQ 14.1億円、6.9%削減 |

※1 原価及び販売管理費の合計額

※2 原価

※3 FY15 1Qよりゲーム開発子会社等4社を連結対象子会社化。前四半期と同様の連結範囲の場合、連結従業員数は1Q末1,699人

※ 四捨五入

1. 連結決算概要

FY15 1Q 特別損益

ゲームタイトルのポートフォリオの精査の結果、一部タイトルの開発・配信停止を実施
特別損失としてタイトル関連資産減損を20億円計上

(億円)

| 対象の内訳 | FY15 1Q 損益額 |
|--------------------------|--------------|
| 特別利益合計 | 0.3 |
| 投資有価証券売却益 | 0.3 |
| 特別損失合計 | 21.1 |
| タイトル関連資産減損 ^{※1} | 20.3 |
| その他 | 0.8 |
| 特別損益合計 | ▲20.8 |

- リリース後にKPIが伸び悩んだウェブゲームタイトル「ドラゴンズパーティー」等の配信停止を実施
- 海外ネイティブゲームタイトル「City of Rivals」は、βローンチ後のKPIが本リリースの水準に達せず配信停止を実施
- FY15 1Q末時点のタイトル関連資産計上額は10億円

※1 国内タイトル 10.5億円、海外タイトル 9.8億円

※ 四捨五入

FY15 2Q 業績予想

FY15 2Q累計期間業績予想は売上高490億円、営業利益105億円を計画

(億円)

| | FY15 2Q 累計期間予想 | FY15 2Q 会計期間予想 | FY15 1Q 会計期間実績 | 会計期間 増減率 |
|-------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------|
| 売上高 | 490 | 236 | 254 | ▲7% |
| 営業利益 | 105 | 41 | 64 | ▲35% |
| 経常利益 | 120 | 39 | 81 | ▲51% |
| 当期純利益 | 60 | 25 | 35 | ▲29% |

■ トップライン

- 季節性や既存タイトルの成長及び新規タイトルの売上貢献をほぼ織り込まず保守的に想定

■ コスト

- 計画値をボトムラインにコストコントロールを徹底
 - 変動費：複数タイトルの合同キャンペーンなど、ホリデーシーズンに向けた広告宣伝費の確保
 - 固定費：ネイティブゲームの新規タイトル開発費等の確保

※ 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

FY15事業方針とFY15 1Q進捗

| | | | |
|----------------------|---------------|-----------------|---|
| FY15事業方針※ | | | <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 |
| FY15 1Q進捗 | ゲーム事業 | ネイティブゲーム | <ul style="list-style-type: none"> ■ 国内ネイティブゲーム事業 <ul style="list-style-type: none"> - ネイティブ開発体制増強や開発力向上を通じてネイティブシフトが着実に進展 <ul style="list-style-type: none"> - 今冬に自社の新規タイトル3本のリリースを計画（内、Wright Flyer Studios 2本、ポケラボ 1本） - 前四半期リリースの「消滅都市」や1Qリリースの「クロスサマナー」が好調に推移 <ul style="list-style-type: none"> - 2QよりテレビCM等の成長施策を実施し月商数億円の達成を目指す - LINEやKDDIと連携しクロスボーダー×クロスプラットフォームの展開を強かに推進 ■ 海外ネイティブゲーム事業 <ul style="list-style-type: none"> - 米国スタジオは運用タイトル数を絞り込み、新規タイトル開発やAndroid版強化、欧州市場展開などの成長施策へリソースを積極的に投下 |
| | | ウェブゲーム | <ul style="list-style-type: none"> ■ 既存タイトルの売上減衰を抑えながらネイティブシフトをサポート ■ パートナータイトルの強化及び有名IPを用いた自社の新規タイトル開発が進展 |
| | 新規サービス | | <ul style="list-style-type: none"> ■ 広告事業は、グローバルな動画広告配信プラットフォーム「AdColony」の日本向け独占配信ライセンスを取得、成長性の高いスマートフォン向け動画広告市場へ参入 ■ 新規事業は、引き続き費用対効果を見極めながら中長期の成長のための投資を継続 |

※ 前回決算発表時点（2014年8月13日）

2. 事業概要：ゲーム事業KPI

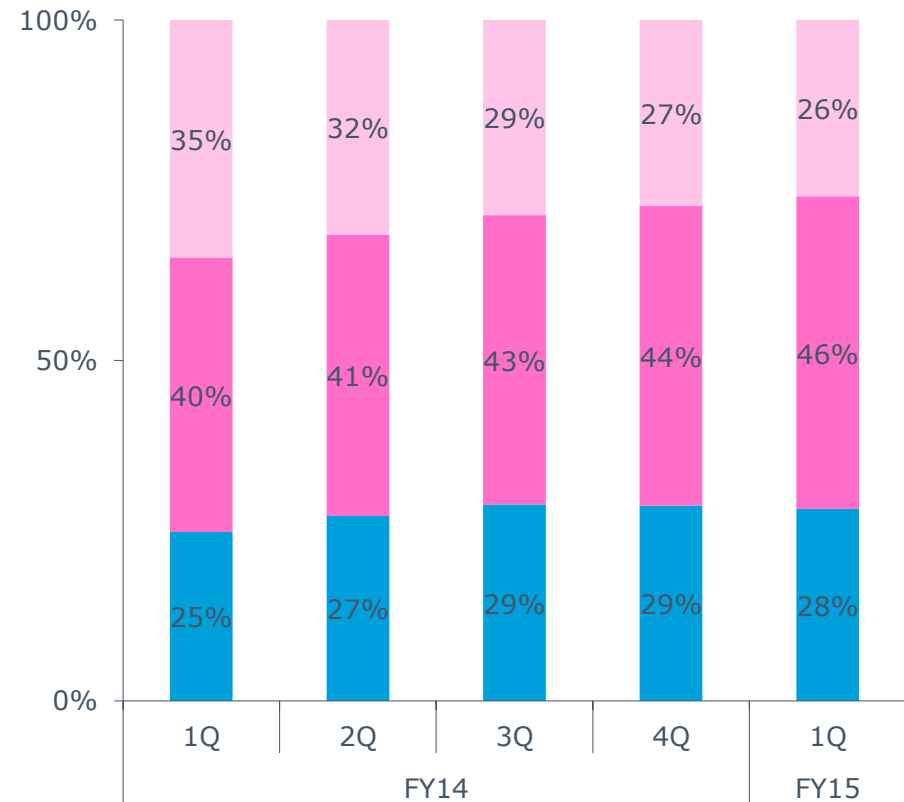
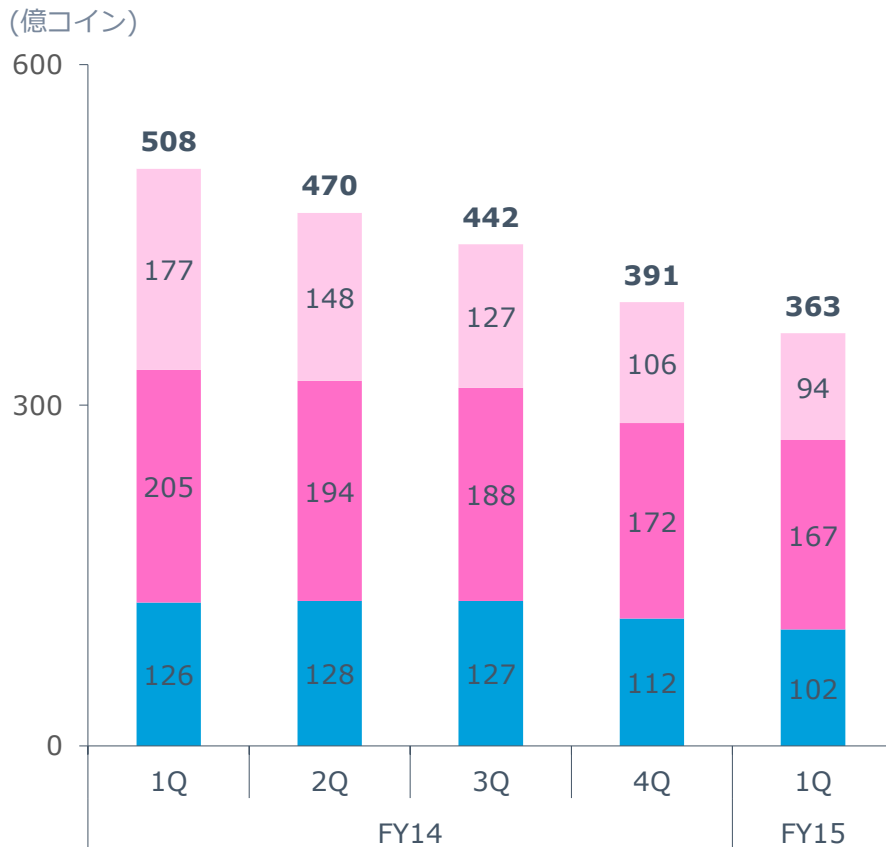
FY15 1Q実績

コイン消費の状況 [全体]

コイン消費全体は前四半期に比べ7%減の363億コイン
全体に占めるスマートフォンの割合は74%へ到達

コイン消費

構成比(%)



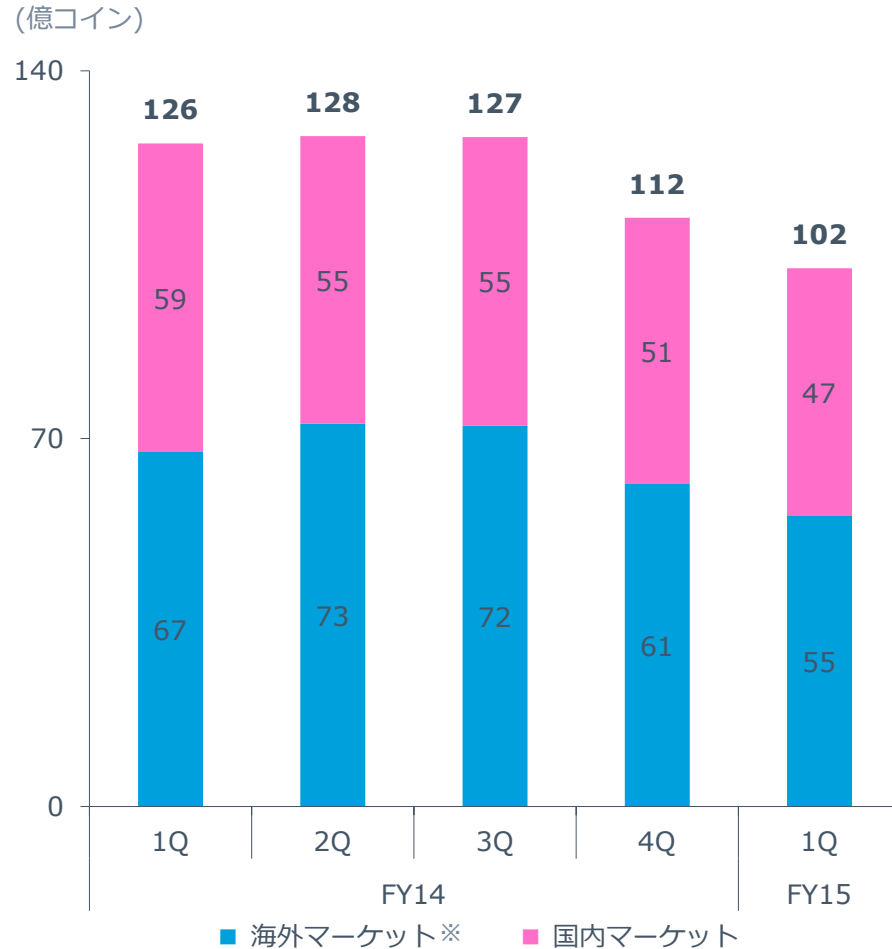
■ ネイティブゲーム ■ ウェブゲーム (スマートフォン) ■ ウェブゲーム (フィーチャーフォン)

2. 事業概要：ゲーム事業KPI

FY15 1Q実績

コイン消費の状況 [ネイティブゲーム]

既存ヒットタイトルの軟調を新規タイトルの成長によりカバーできず
ネイティブゲーム全体のコイン消費は前四半期に比べ10%減の102億コイン



国内マーケット

- 前四半期リリースの「消滅都市」が9月に大型アップデート、ユーザー当たりの課金額が伸長
- 9月リリースの「クロスサマナー」が初月に月商1億円突破
- 既存ヒットタイトルが軟調に推移

海外マーケット

- 前四半期リリースのタイトルが堅調に伸長
- 既存ヒットタイトルが軟調に推移

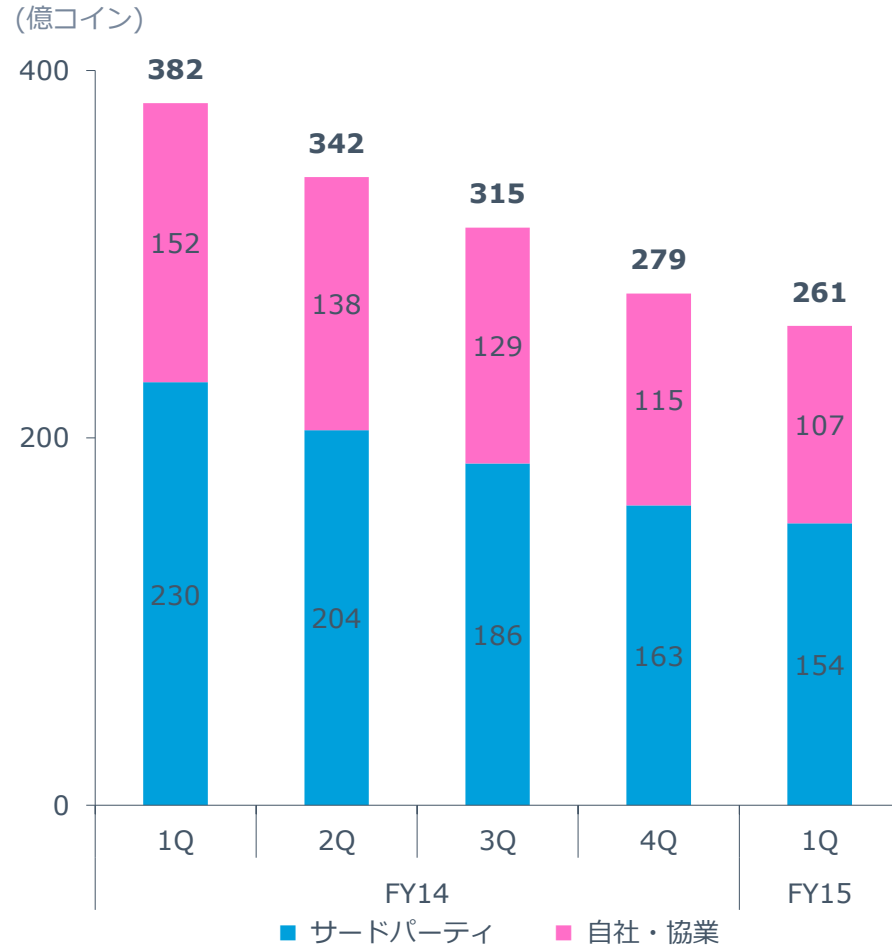
※ 消費エリアによる分類

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]

FY15 1Q実績

引き続きフィーチャーフォンのコイン消費減が影響し、ウェブゲーム全体のコイン消費は前四半期に比べ6%減の261億コイン



自社・協業

- 有名IPとのコラボレーション施策を積極的に実施した「アバター」が好調に推移
- 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

- 「不良遊戯 シャッフル・ザ・カード」などが伸長するも、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

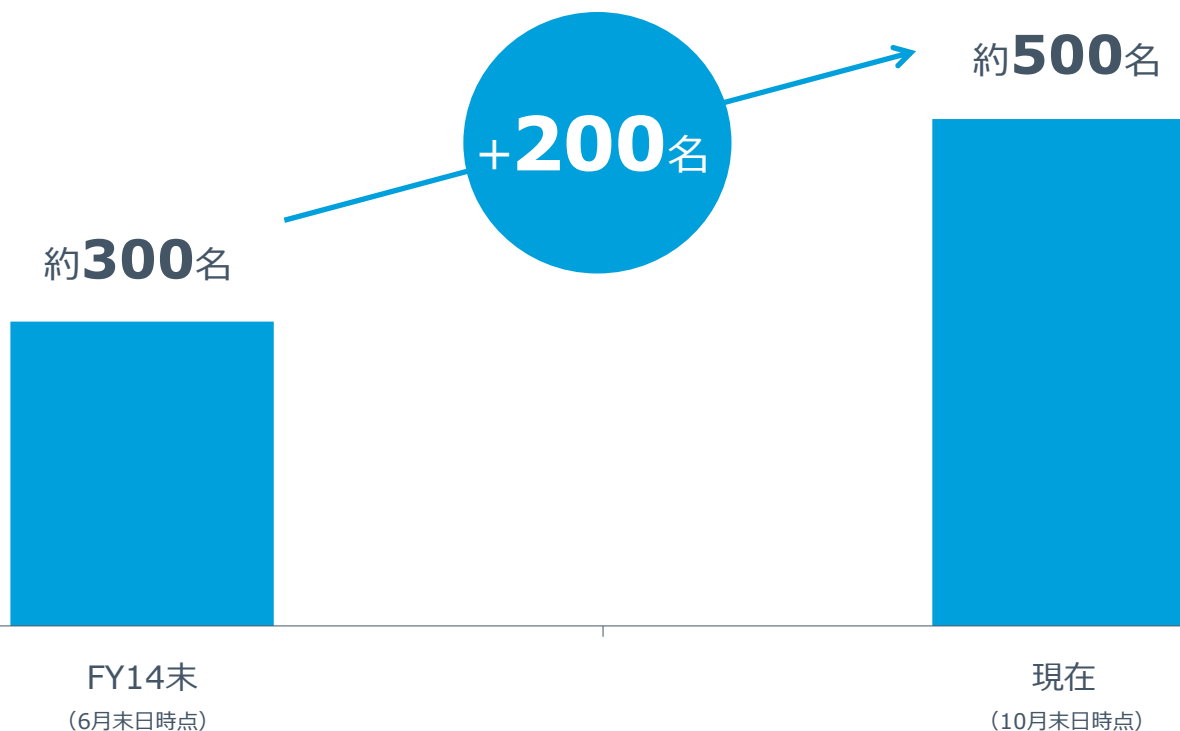
2. 事業概要：国内ゲーム事業（ネイティブゲーム）

FY15 1Q実績

ネイティブゲーム開発体制の増強 [1/3]

ウェブゲーム事業からのシフトを中心にネイティブゲーム開発体制の増強が着実に進展
新規タイトルの開発ライン数が12本へ増加

国内ネイティブゲーム開発体制の増強※



※ ゲーム共通部門において、主にネイティブゲーム関連の業務に携わっている人員を含む
※ 有期雇用者を含まず

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ネイティブゲーム）

FY15 1Q実績

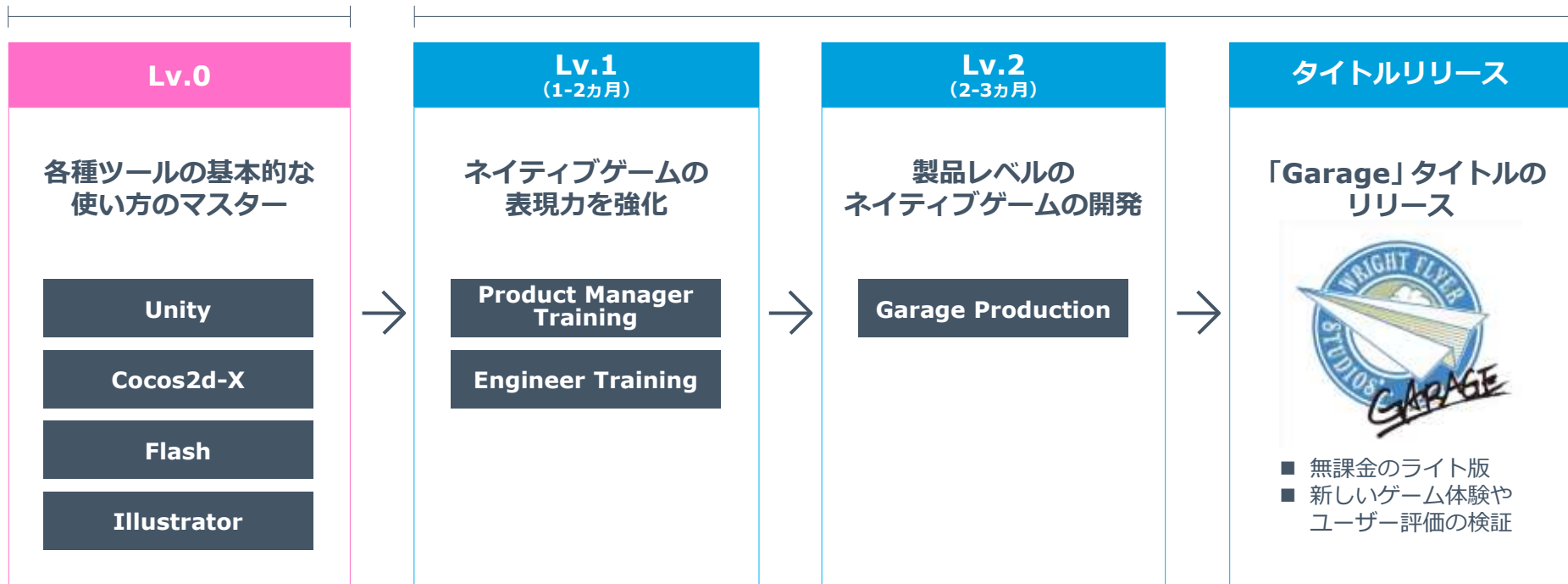
ネイティブゲーム開発体制の増強 [2/3]

少人数×短期間開発プロジェクト「Garage」を通じて、ネイティブゲーム開発力が着実に向上
アートやデザインなどの表現力強化にも注力

“つくる人を増やす”ための技術力育成ブートキャンプ

自由参加制

アサイン制



約50名のエンジニア・プロデューサー・デザイナーがアサイン
(2014年11月現在)

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ネイティブゲーム）

FY15 1Q実績

ネイティブゲーム開発体制の増強 [3/3]

ユーザー及び公式ストアからの高い評価を獲得
ネイティブゲーム開発力の向上を基に、新規タイトルの開発ライン数を2Q以降に一層拡大

80ヶ国以上の公式ストアでベストゲームに選出



「Cubic Tour」

GREE, Inc.

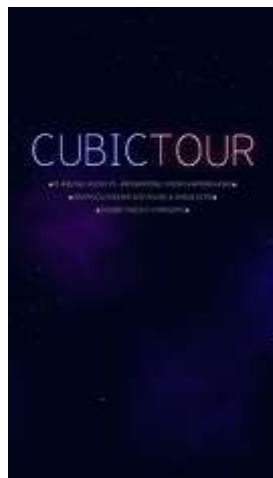
2014年8月
Android版 iOS版 リリース



「e!」

Wright Flyer Studios

2014年9月
Android版 iOS版 リリース



- 空間認識力を鍛える新感覚頭脳ゲーム
- 広告宣伝費をかけずにグローバルで約260万ダウンロードを達成

- 幻想的な世界の中を障害物を避けながら進んでいく浮遊感アクションゲーム
- 広告宣伝費をかけずにグローバルで約100万ダウンロードを達成

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ネイティブゲーム）

FY15 1Q実績

クロスボーダー × クロスプラットフォームの展開

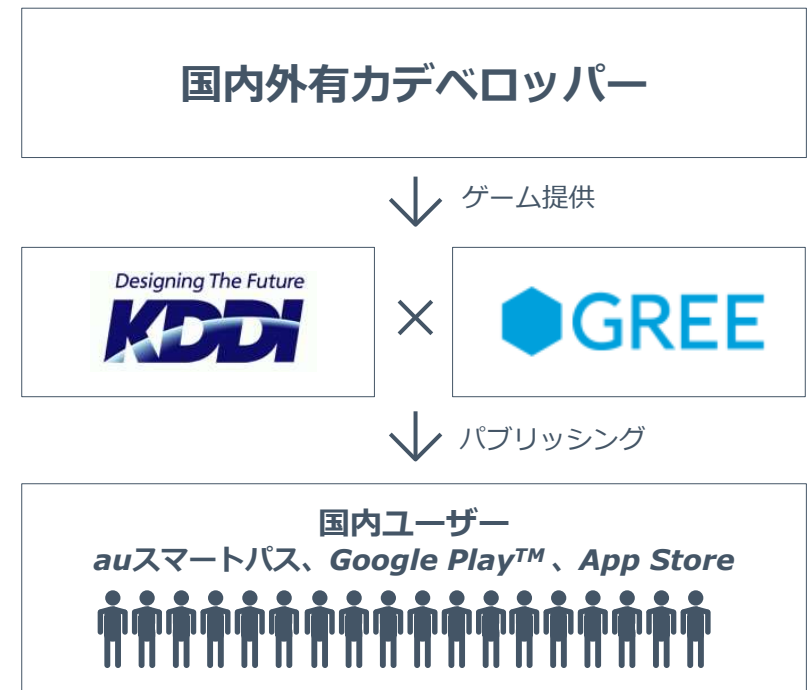
有力パートナーと連携しクロスボーダー×クロスプラットフォームの展開を強かに推進

LINEとの合併会社設立



- LINEとGREEの合併会社であるEpic Voyageで開発したゲームタイトルを、LINEのゲーム配信プラットフォーム「LINE GAME」を通じてグローバルに提供

KDDIとのパブリッシング業務提携



- KDDIと共同で、国内および海外の有力デベロッパーの日本市場における事業展開を支援
- 第一弾として、株式会社トライフォートが開発するゲームタイトルを今冬リリース予定

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ネイティブゲーム）

FY15 1Q/2Q

国内スタジオの取り組み [1/3]

「消滅都市」及び「クロスサマナー」の成長施策を実施し月商数億円の達成を目指す

マスプロモーションの実施



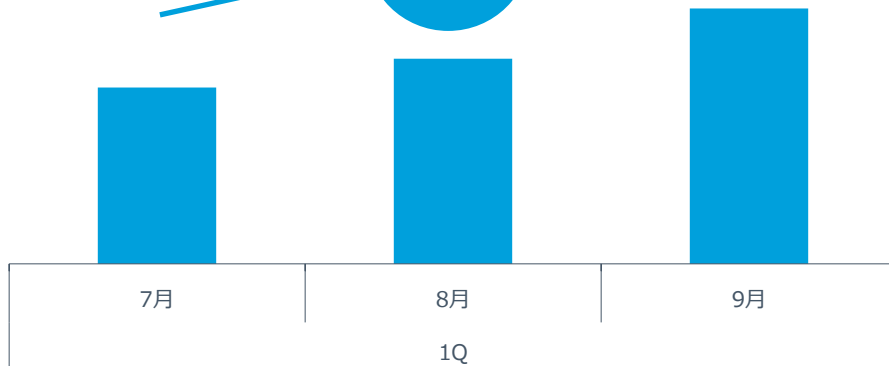
「消滅都市」

Wright Flyer Studios

2014年5月
Android版 iOS版 リリース

ARPDau※の拡大

+45%



- 新章追加やランキング機能実装などを含む大型アップデートを9月に実施、ユーザー当たりの課金額が増加
- 初のテレビCMを11月下旬より開始

※ デイリーアクティブユーザー当たりの課金額

開発リソースの集中投下



「クロスサマナー」

ポケラボ

2014年9月
Android版 iOS版 リリース



- 事前登録数が20万を突破、リリース初月に月商1億円を達成
- 10月より開発リソースを倍増、各種新機能の導入などの成長施策を推進
- 有力パブリッシャーにより中華圏、韓国、英語圏、欧州語圏にて年明け以降順次リリース予定

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ウェブゲーム）

FY15 2Q計画

国内スタジオの取り組み [2/3]

有力IPを用いた自社開発のウェブゲームタイトルを2Qに2本リリース

新規タイトルのパイプライン

ウェブゲーム

「ガンダムスピリッツ」

バンダイナムコゲームス提供 / グリー開発

2014年10月16日リリース



(C)創通・サンライズ

- 自分だけのモビルスーツ部隊を編成・育成して戦う本格シミュレーション型ソーシャルゲーム

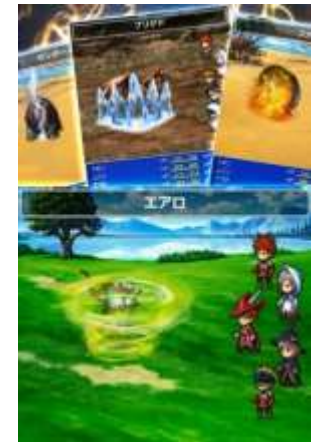
ウェブゲーム

「FINAL FANTASY ARTNIKS DIVE」

2014年秋リリース



© SQUARE ENIX CO., LTD. / GREE, Inc.



- 「FINAL FANTASY」の世界観の中で広大なマップを探索し、敵を討伐しながらダンジョンを攻略するRPG

2. 事業概要：国内ゲーム事業（ネイティブ/ウェブゲーム）

FY15 2Q計画

国内スタジオの取り組み [3/3]

人気の高いジャンル及びIPに対して有力パートナーと共にタイトルを拡充

パートナーによる新規タイトルのパイプライン

ネイティブゲーム

「NARUTO -ナルト-
忍コレクション 疾風乱舞」
クルーズ



©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・ぴえろ

© GREE, Inc. / CROOZ, Inc.

Produced & Developed by GREE / CROOZ
Co-Produced by バンダイナムコゲームス

ウェブゲーム

「テラフォーマーズ
G (ギガ) バトル」
MAGES.

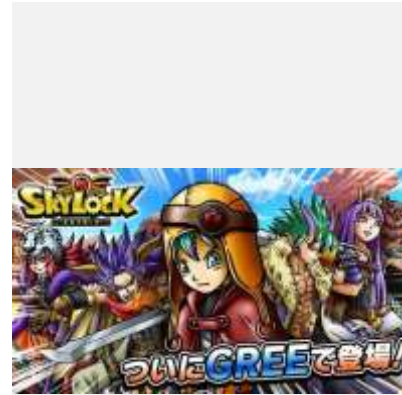


©貴家悠・橋賢一/集英社・Project
TERRAFORMARS

© MAGES./GREE developed by Dank Hearts

ウェブゲーム

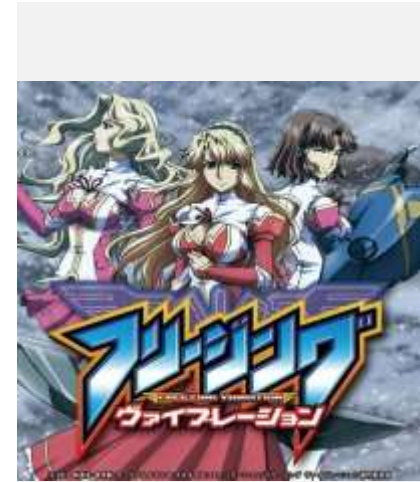
「スカイロック (SKYLOCK)」
gloops



(c)Exys (c) gloops, Inc.

ウェブゲーム

「フリージング
ヴァイブレーション (仮)」
フィールズ



©2013 林達永・金光鉉・アートリムメディア・キ
ルタイムコミュニケーション/
フリージング ヴァイブレーション製作委員会

©Fields Corporation / © GREE, Inc.
developed by Red Entertainment
Corporation

※いずれのタイトルも事前登録中

2. 事業概要：海外ゲーム事業（ネイティブゲーム）

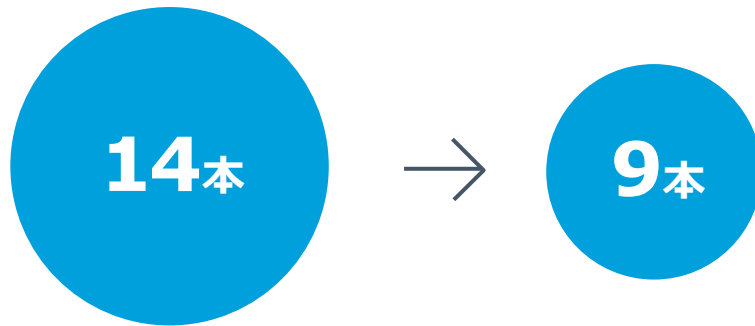
FY15 2Q計画

米国スタジオの取り組み

運用タイトル数を絞り込み、成長施策へリソースを積極的に投下
2Qではホリデーシーズンにプロモーションを実施し、既存タイトルの活性化を狙う

米国スタジオの成長に向けた取り組み

運用タイトル数の絞り込み



- リリース済みタイトル5本及びβリリースのタイトル1本を2Qに停止することを決定、運用タイトル数を14本から9本へ絞り込み
- 停止するタイトルのリソースは新規タイトル開発及びAndroid版強化、欧州市場展開などの成長施策へ充当

成長施策の状況

| | |
|-------------------|---|
| 新規タイトル開発 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 注カジャンルの2タイトルを開発中 |
| Android版強化 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 「War of Nations」のAndroid版の挺入れ ■ 既存タイトルのAndroid版の運用強化 |
| 欧州市場展開 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 欧州市場展開の仕組み構築に向けた取り組みを推進 |

2. 事業概要：事業領域の拡大

FY15 2Q計画

広告事業

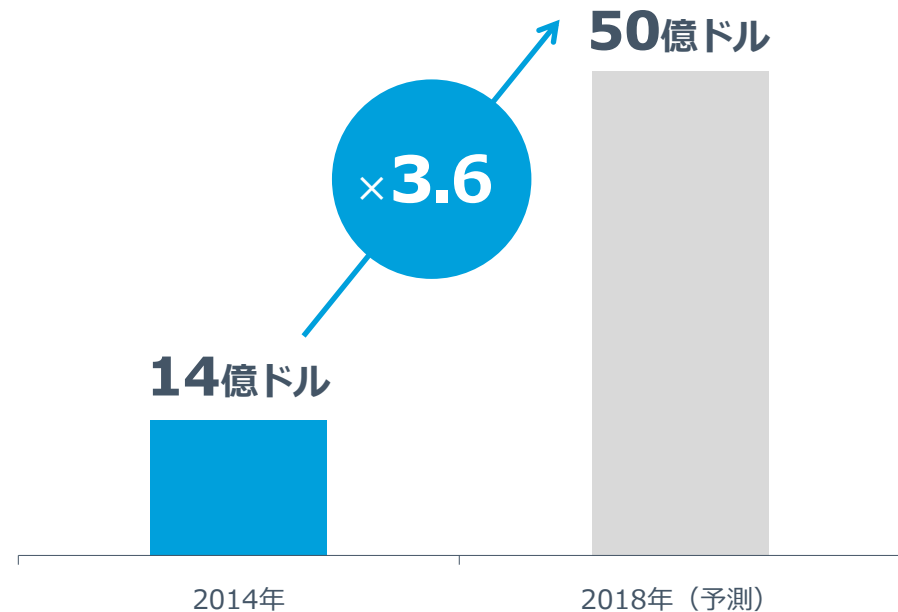
グローバルな動画広告配信プラットフォーム「AdColony」の日本向け独占配信ライセンスを取得
成長性の高いスマートフォン向け動画広告市場へ参入

「AdColony」を通じたスマートフォン向け動画広告市場への参入



- 広告事業を手掛けるグリー子会社Glossomが、グローバルでトップクラスのシェアを誇るスマートフォン向け動画広告配信プラットフォーム「AdColony」の日本向け独占配信ライセンスを取得
- 2Qよりテストキャンペーン実施、3Qより正式販売開始

米国スマートフォン向け動画広告 市場規模予測※



2. 事業概要：事業領域の拡大

FY15 1Q/2Q

新規サービス及びベンチャーキャピタル事業

新規サービス紹介 「安心リフォームいえプラス」

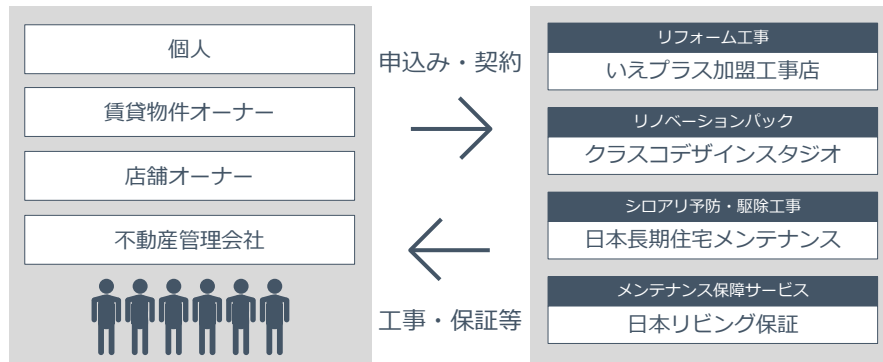
安心価格・サービスのリフォームを提供する
リフォームECサービス「いえプラス」が好調なスタート



リフォーム関連の
情報提供等



パッケージ商品の開発
申込・契約システム提供



- 2014年7月のサービス開始以来、申込み数及び契約数が順調に増加
- 今後、提携工務店数及び提携企業数の拡大を図り、一層の成長を目指す

ベンチャーキャピタル事業 FY15 1Qの投資実績

国内のスタートアップ2社、
フィリピンのスタートアップ1社へ投資を実施

国内



ネイティブ広告ネットワーク「somewrite ad」を運営する
サムライト株式会社

国内



オンラインダイエット家庭教師業の株式会社FiNC

フィリピン



新興国で海外送金サービスを提供するAyannah

1. 連結決算概要

2. 事業概要

3. 参考資料

※ 国内ユーザー数については、ウェブゲームとネイティブゲームのユーザー定義の相違等により算出が困難であるため当四半期より掲載を控えさせていただきます。

FY15 1Q 費用構成

(百万円)

| | FY15 1Q | FY14 4Q | QoQ | FY14 1Q | YoY |
|-------------|---------------|---------|--------|---------|--------|
| 賃借料 | 947 | 1,093 | Δ146 | 1,333 | Δ386 |
| 人件費 | 2,937 | 2,897 | +40 | 3,746 | Δ808 |
| その他 | 2,304 | 2,138 | +166 | 2,783 | Δ479 |
| 売上原価合計 | 6,188 | 6,128 | +60 | 7,862 | Δ1,673 |
| 広告宣伝費 | 2,904 | 3,801 | Δ897 | 4,447 | Δ1,543 |
| 支払手数料 | 4,785 | 5,076 | Δ292 | 6,290 | Δ1,506 |
| 人件費 | 1,677 | 1,913 | Δ237 | 2,439 | Δ762 |
| その他 | 3,491 | 3,531 | Δ40 | 4,510 | Δ1,019 |
| 販管費合計 | 12,856 | 14,322 | Δ1,466 | 17,687 | Δ4,831 |
| 費用合計 | 19,045 | 20,450 | Δ1,405 | 25,549 | Δ6,504 |

※ 四捨五入

FY15 1Q 貸借対照表

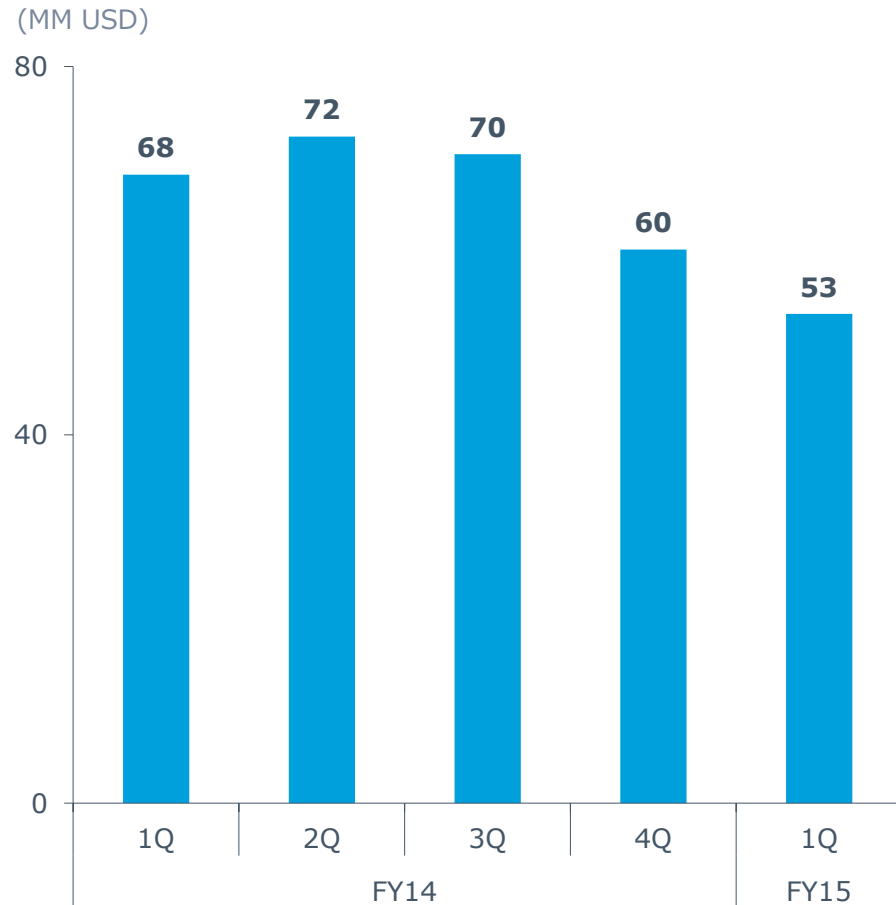
(億円)

| | FY15 1Q | FY14 4Q | QoQ | FY14 1Q | YoY |
|----------|----------------|---------|-------|---------|--------|
| 流動資産合計 | 903.9 | 929.2 | △25.3 | 851.9 | +52.0 |
| 固定資産合計 | 549.6 | 578.7 | △29.2 | 617.2 | △67.6 |
| 資産合計 | 1,453.4 | 1,507.9 | △54.5 | 1,469.1 | △15.6 |
| 流動負債合計 | 273.5 | 327.1 | △53.6 | 397.6 | △124.1 |
| 固定負債合計 | 31.9 | 40.7 | △8.8 | 104.6 | △72.8 |
| 負債合計 | 305.4 | 367.7 | △62.4 | 502.3 | △196.9 |
| 純資産合計 | 1,148.1 | 1,140.2 | +7.9 | 966.8 | +181.3 |
| 現金及び預金 | 656.2 | 654.8 | +1.3 | 455.9 | +200.3 |
| 一) 有利子負債 | 89.7 | 113.2 | △23.5 | 183.8 | △94.1 |
| ネット資金 | 566.4 | 541.6 | +24.8 | 272.1 | +294.3 |
| のれん | 299.2 | 289.9 | +9.3 | 302.9 | △3.7 |
| タイトル関連資産 | 10.4 | 32.9 | △22.5 | 34.0 | △23.6 |

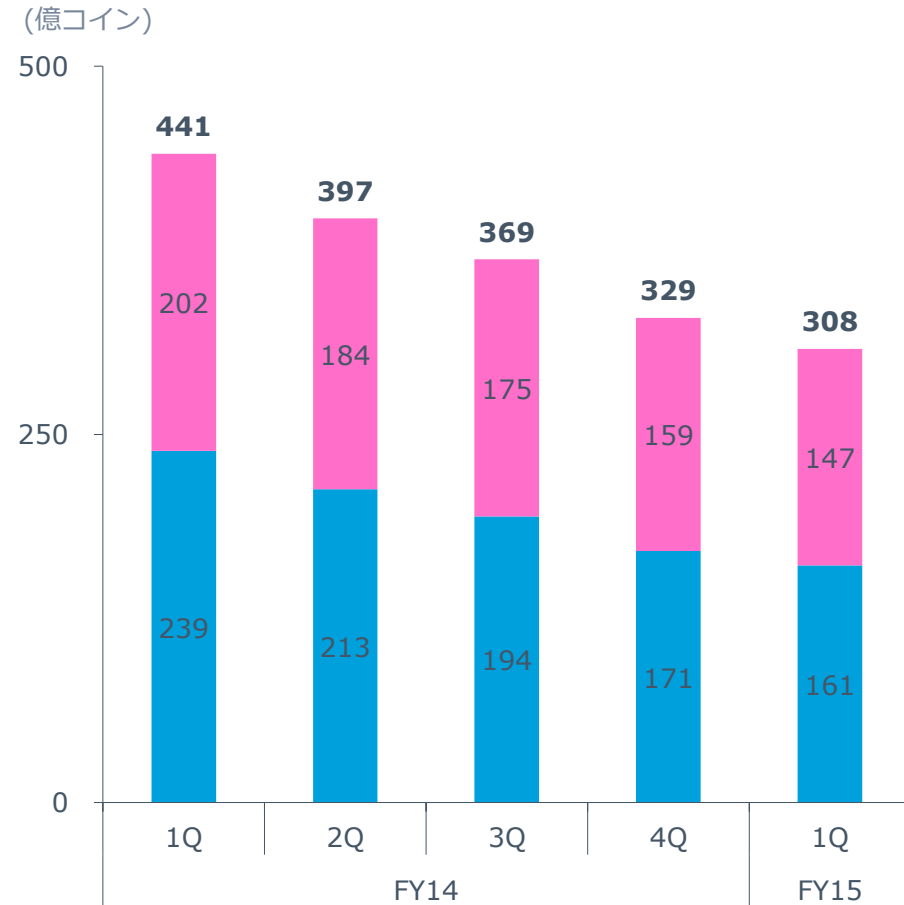
※ 四捨五入

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

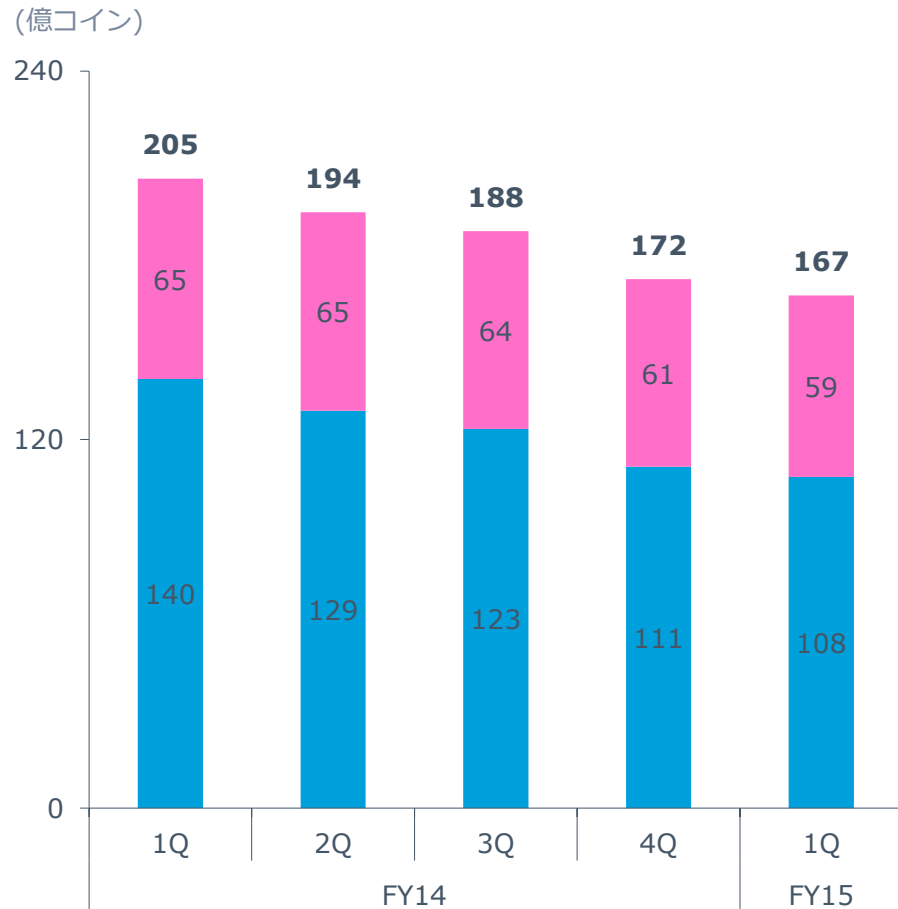
※ 「GREE」クレジットが記載されているタイトルを自社・協業に分類

■ サードパーティ

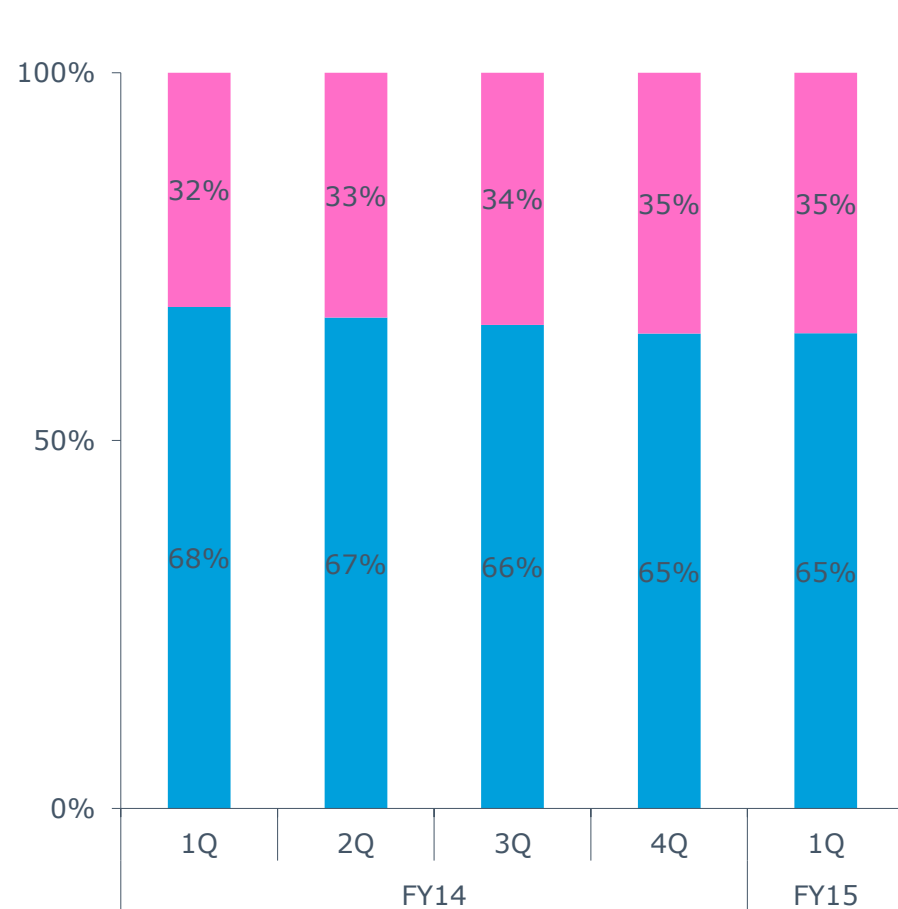
■ 自社・協業

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



構成比 (%)



■ サードパーティ ■ 自社・協業

グループ従業員数の内訳※

(単位：人)

| | 対象グループ会社 | 1Q末 グループ従業員数 |
|-------------------|---|-----------------|
| 国内ゲーム事業 | - | 1,011 |
| ネイティブゲーム事業 | ポケラボ、Wright Flyer Studios | (358) |
| ウェブゲーム事業 | - | (491) |
| ゲーム共通部門 (アート・QA等) | - | (162) |
| 海外ネイティブゲーム事業 | GREE International (米国)、GREE Korea (韓国) 等 | 400 |
| コマース・メディア・投資・広告事業 | グリーエンターテインメントプロダクツ、Glossom、グリーベンチャーズ等 | 149 |
| 本社管理部門・その他 | グリービジネスオペレーションズ | 175 |
| 本社開発共通部門 | - | 132 |
| 合計 | - | 1,867 |

※ 非連結のグループ企業を含む
 ※ 2014年9月末日時点



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。