



2015年4月期 第3四半期 決算説明会資料

株式会社gumi

2015年3月

1. 会社概要	: P2
2. 連結決算概要	: P8
・ 通期業績予想の修正について	: P16
3. 今後の取組みについて	: P18
1 売上高の拡大	
① 既存タイトルについて	: p22
② 新規タイトルについて	: p26
2 海外展開の更なる強化	: P33
3 コストの合理化	: P35
4 タイトルポートフォリオの構築	: P37

1. 会社概要

1. 会社概要

会社名	株式会社gumi / gumi Inc.	
本社所在地	東京都新宿区西新宿四丁目34番7号	
設立年月日	2007年6月13日	
上場日	2014年12月18日（東証一部 3903）	
資本金	8,840百万円	
決算月	4月	
事業内容	モバイルオンラインゲームの企画・開発・運営	
従業員	グループ901名（うち国内369人、海外拠点532人）	
子会社	国内5社、海外9社、関連会社1社	
役員一覧	代表取締役社長	國光 宏尚
	取締役	川本 寛之
	取締役	三川 剛
	取締役（社外）	山口 真
	監査役（社外）	梅田 裕一
	監査役（社外）	鈴木 学
	監査役（社外）	池川 穰治

*データはいずれも2015年1月末時点

株式会社gumi 代表取締役社長

國光 宏尚 (Hironao Kunimitsu)



1974年	兵庫県生まれ 私立岡山高校を卒業後、単身、中国へ渡る
1996年	中国 復旦大学 入学 その後、中国・インドなどのアジア諸国・北米・中南米など約30カ国を渡り歩く
2000年	米国 Santa Monica College 入学
2004年	アットムービー入社、同年取締役就任。映画やドラマのプロデュースを手掛ける一方で、様々なインターネット関係の新規事業を立ち上げ
2007年	2007年6月、モバイルを中心としたインターネットコンテンツを提供するgumiを創業し、代表取締役に就任（現任）

1. 会社概要：取締役プロフィール

• gumiの取締役3名（うち1名は社外）のプロフィールは以下のとおり



取締役
川本 寛之 (かわもと ひろゆき)

Board Director CFO
Hiroyuki Kawamoto

- 京都大学卒業後、日本政策投資銀行に入行。中小・ベンチャー企業向けコーポレートファイナンスに特化し、企業の成長支援に従事
- 2008年4月にはDBJキャピタル（旧 新規事業投資）に出向し、数々のベンチャー企業を支援
- 2009年5月にgumiへの投資を実行
- 2011年8月にgumi入社、同年11月に取締役に就任（現任）。国内、海外の管理部門を統括するとともに、資金調達、M&A等のファイナンス案件やパートナーとの提携案件を主導
- 2012年6月にgumi ventures代表取締役に就任（現任）



取締役
三川 剛 (さんかわ たけし)

Board Director COO
Takeshi Sankawa

- 慶應義塾大学卒業後、富士銀行に入行
- その後、ボストンコンサルティンググループ、アドバンテッジ・パートナーズ等にて、コンサルティング業務及びM&A実務などを主導
- 2006年にはアフアリスを設立し代表取締役としてモバイルコンテンツビジネスを手掛ける
- 2012年4月にgumi入社、同年12月取締役に就任（現任）。国内組織運営全般、海外拠点のマネジメント等を統括



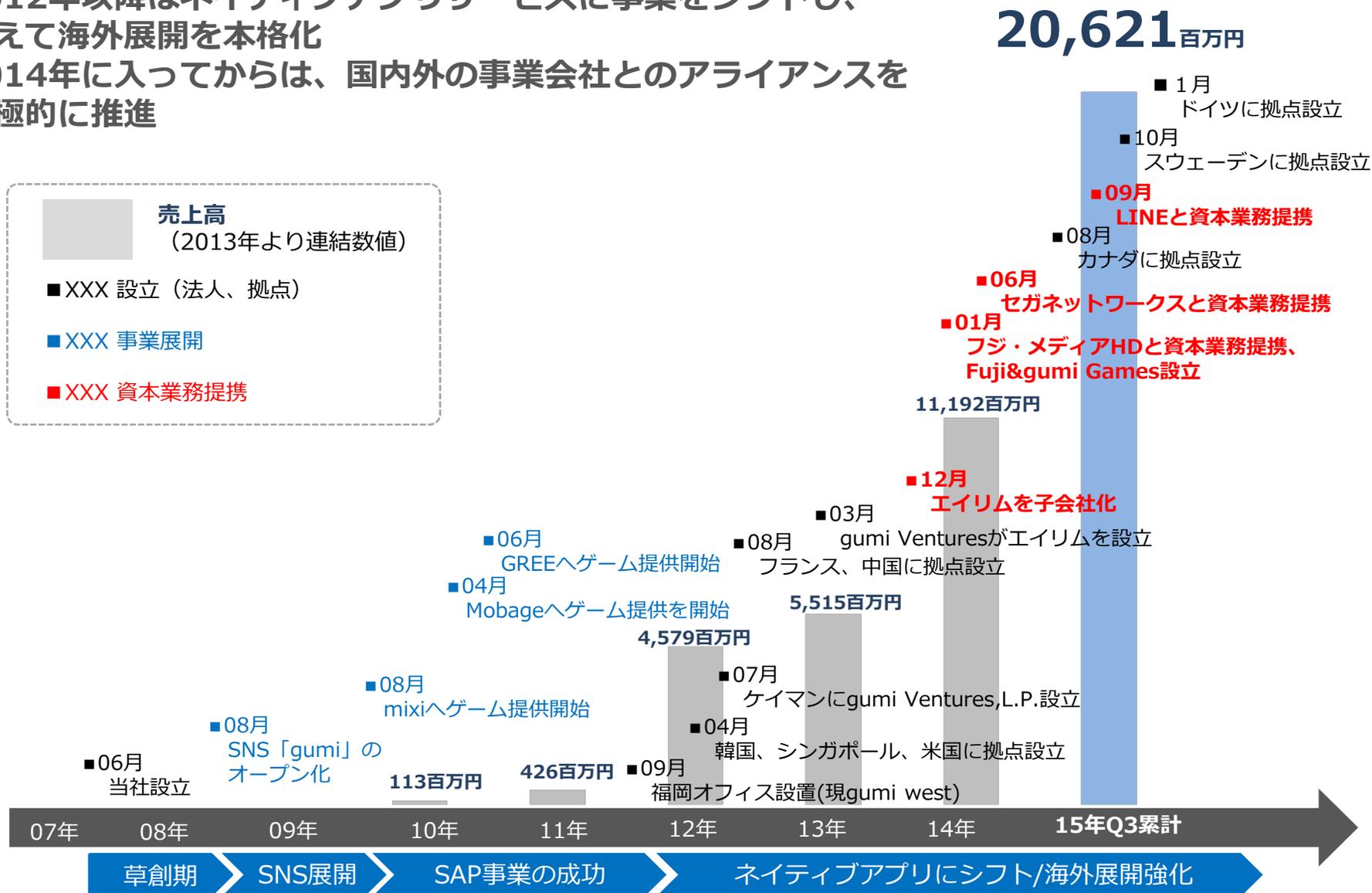
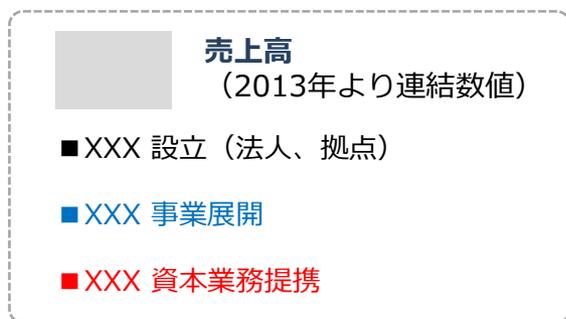
取締役（社外）
山口 真 (やまぐち まこと)

Board Director
Makoto Yamaguchi

- 1985年04月 フジテレビジョン入社
- 2010年06月 同社クリエイティブ事業局クリエイティブ事業推進部長
- 2012年06月 同社編成制作局編成担当局長
- 2014年06月 同社コンテンツ事業局長
- 同年07月 当社社外取締役（現任）

1. 会社概要：沿革

- 2007年6月の当社設立後、自社SNS、SAPへと事業を展開
- 2012年以降はネイティブアプリサービスに事業をシフトし、加えて海外展開を本格化
- 2014年に入ってから、国内外の事業会社とのアライアンスを積極的に推進



1. 会社概要：事業の概要

- ブラウザゲームを起点に成長を開始し、現在はネイティブアプリ中心に事業を展開
- ネイティブアプリの売上高比率は87%に（FY14Q3時点）

① ネイティブアプリサービス

- 「Google Play」や「App Store」などのモバイルアプリ配信プラットフォームにゲームコンテンツを提供
- 売上高の87%を占める中核サービス

② ブラウザゲームサービス

- 「GREE」や「Mobage」などのモバイルSNSにゲームコンテンツを提供
- 当社成長の契機となったサービス

③ パブリッシングサービス

- 他社が開発するヒットゲームに対し、当社グループの海外拠点網を活用したゲームコンテンツのローカライズ（言語・内容の現地最適化）を行い、当社グループの保有するグローバルな販路の提供やユーザーベースを用いた送客を行うなど、ゲームコンテンツの多国展開機能を提供
- 新たな収益の柱として期待するサービス

サービス概要と提供形態、コンテンツ種別の関係

	自社オリジナルタイトル	他社IP*活用タイトル	他社タイトルパブリッシング
ネイティブ	①	①	③
ブラウザ	②	②	

*IP：Intellectual Property（知的財産）の略語。
この場合はゲームタイトル等のコンテンツ資産を指す

2. 連結決算概要

・ FY14 Q3決算はQonQで減収減益

：売上高 6,624百万円（前年同期比：+129.1% QonQ：△3.8%）
：営業利益 △741百万円
：経常利益 △773百万円

FY14 Q3決算 ハイライト

決算の概要

- 売上高
ブレイブフロンティア（以下ブレフロ）：日本語版は堅調、海外言語版が計画未達
国内向けタイトル：「ファントムオブキル（以下ファンキル）」、「ドラゴンジェネシス（以下ドラジェネ）」、「ソードアート・オンラインコード・レジスタ（以下SAO）」は堅調に推移
海外向けタイトル：一部タイトルが計画未達、またパブリッシングタイトルは立ち上がりが遅延
- 費用
開発費：開発ラインの拡充に伴い増加
広告宣伝費：ファンキルやパブリッシングタイトルの新規リリースに伴い増加

ゲームタイトルの状況

- 新規タイトルとして、「ファンキル（オリジナル）」、「SAO（IPタイトル）」、「チェインクロニクル（海外パブリッシング）」「サウザンドメモリーズ（海外パブリッシング）」等、合計5タイトルをリリース
- 株式会社スクウェア・エニックスとの「ファイナルファンタジー ブレイブエクスヴィアス」の共同開発を発表
- 株式会社コロプラとの「白猫プロジェクト」「スリングショット ブレイブズ」の海外パブリッシングにおける協業を発表
- 株式会社concept、アングー株式会社との資本業務提携を発表

業績予想の修正

- 当期（FY14）の業績予想を下方修正
- 海外向けタイトルの計画未達やパブリッシングサービスの立ち上がりの遅延を反映（詳細は17ページ）

2. 連結決算概要：連結損益計算書（四半期）

- 前年同期比では、ブレフロのヒットにより大幅な増収を達成
- QonQでは、主に海外向けタイトルでの売上不振により減収減益に

損益計算書（四半期）

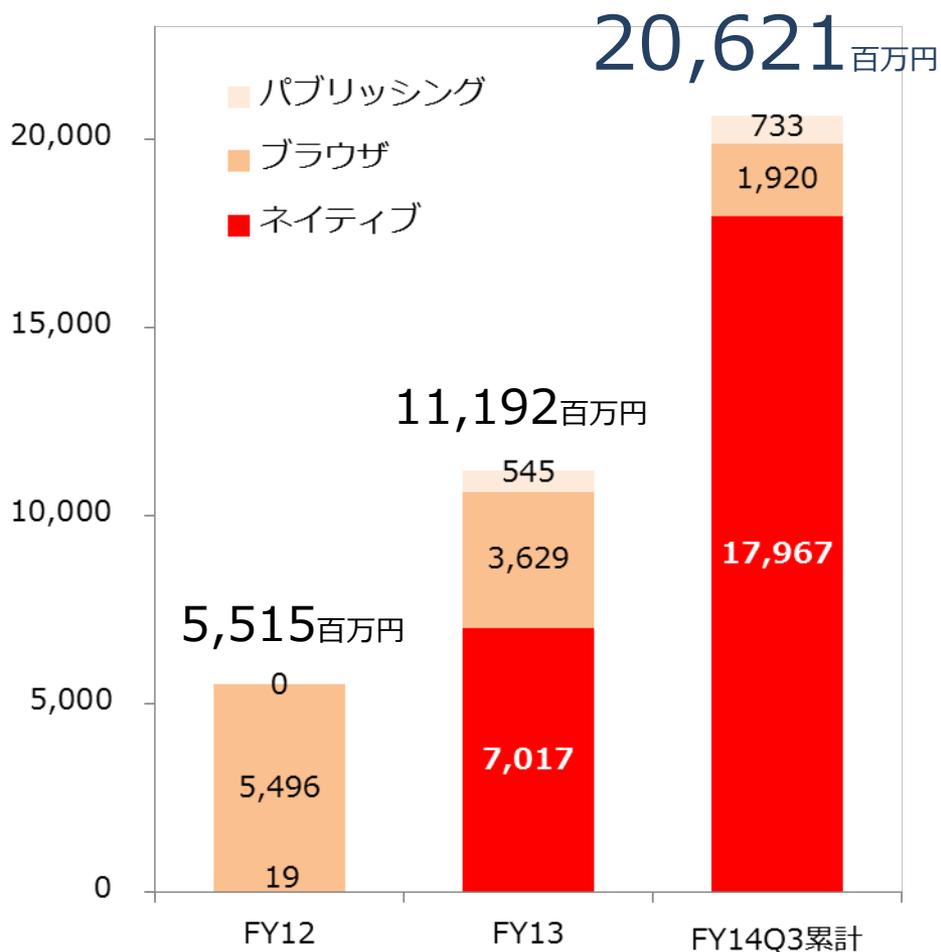
(百万円)	2015年4月期 Q3 (2014年11月 ～2015年1月)	2014年4月期 Q3 (2013年11月 ～2014年1月)	前年 同四半期比	2015年4月期 Q2 (2014年8月 ～10月)	前四半期比 (QonQ)	備考 QonQ
売上高	6,624	2,891	+3,733	6,887	△262	海外向けタイトルの売上不振による減収
売上原価	4,842	1,863	+2,978	4,316	+525	海外子会社の人件費増加。ライセンス フィーの支払等により支払手数料増加、新 タイトルのサーバー増強に伴い通信費増加
売上総利益	1,782	1,027	+754	2,570	△787	売上原価が増加した一方、売上高の減少に より減益に
売上総利益率	26.9%	35.6%	△8.6pt	37.3%	△10.4pt	
販売管理費	2,524	924	+1,599	2,234	+290	主に広告宣伝費の増加によるもの
営業利益	△741	103	△845	336	△1,078	売上高の減少、及び売上原価、販管費の増 加により、営業損失を計上
営業利益率	-	3.6%	-	4.9%	-	
経常利益	△773	70	△844	289	△1,063	
税前利益	△773	70	△844	289	△1,063	
当期純利益	△683	50	△734	159	△843	

2. 連結決算概要：サービス別、言語別売上高推移

- FY14Q3累計でのネイティブアプリ比率は87%に達し、ネイティブシフトはほぼ完了
- 海外言語版比率は約44%と引き続き高い水準を維持

サービス別売上高

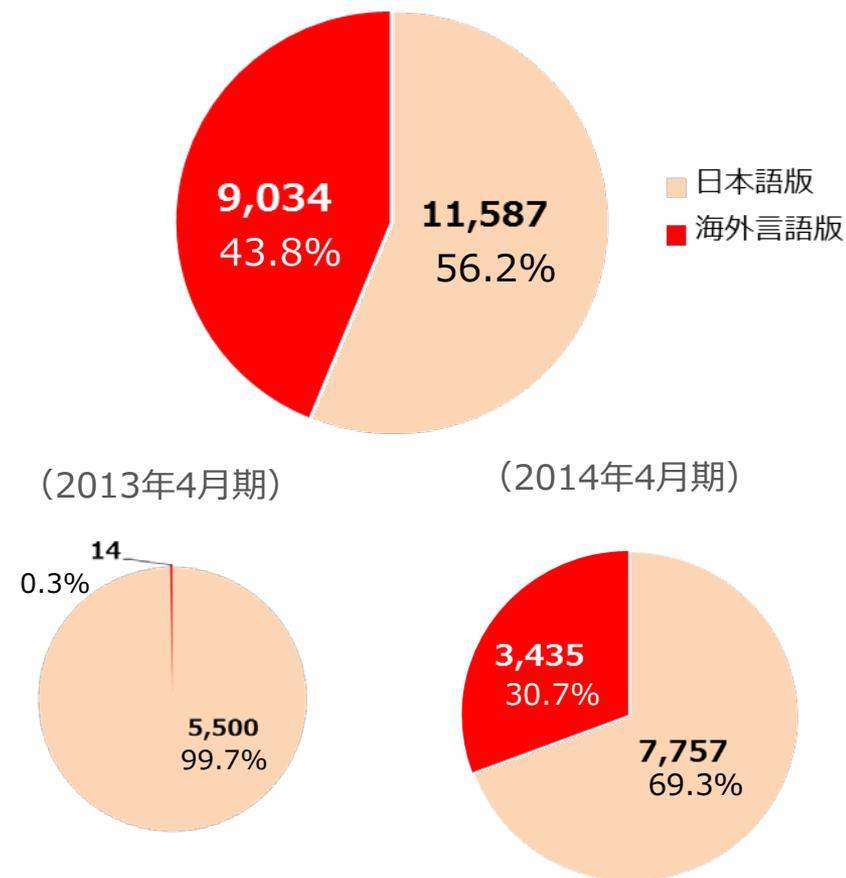
(百万円)



言語別売上高

(百万円)

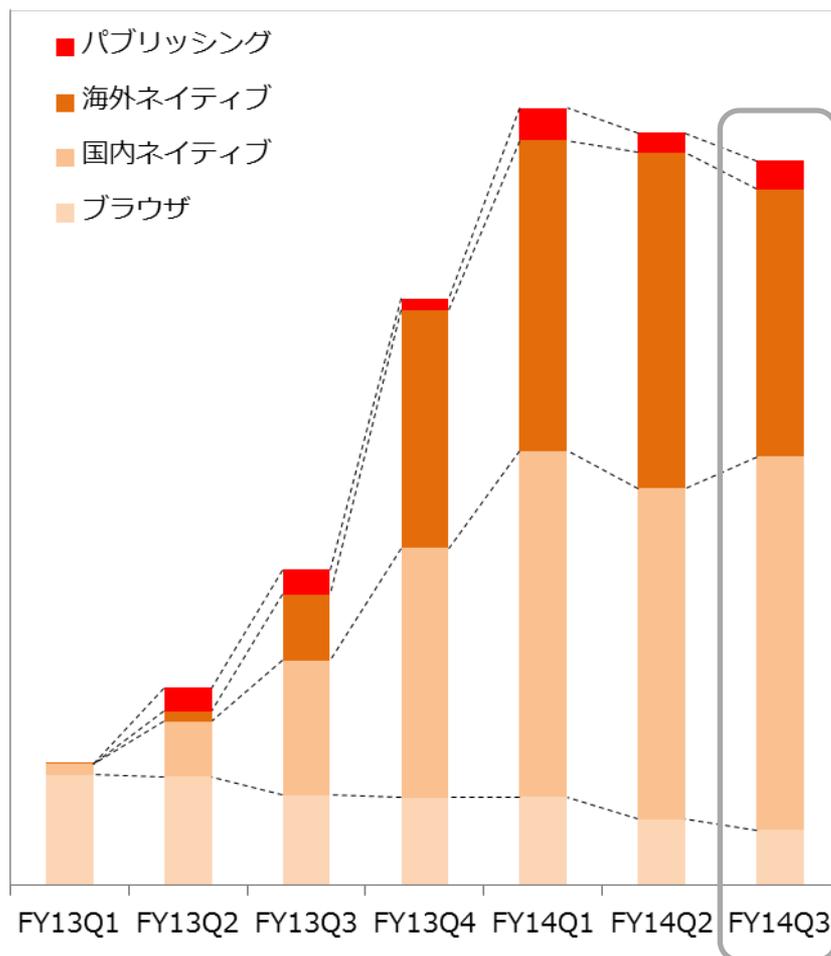
(2015年4月期 Q3累計)



■ QonQ対比

- ・ ネイティブアプリの売上高については、国内は増加、海外は減少
- ・ パブリッシングは微増、ブラウザが微減に

ネイティブアプリ（国内/海外） / ブラウザ売上高推移



FY14Q3 売上高分析

■ ネイティブアプリ

- ・ 国内：ブレフロが堅調に推移
ファンキル及びSAOの立ち上がりは好調
ドラジェネも計画通りに推移
- ・ 海外：ブレフロのMAUが若干弱含み、売上は
軟調に推移
一部新規タイトルが大幅に計画未達

■ パブリッシング

- ・ 複数タイトルを年末にかけて予定通りリリースし、
一定のユーザー基盤を確保

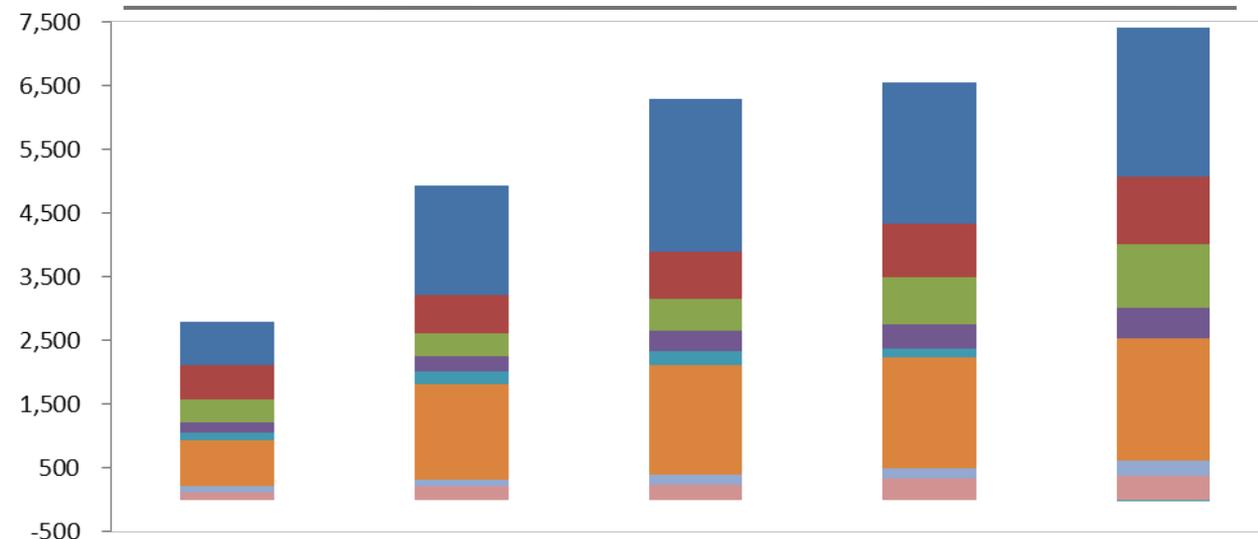
■ ブラウザゲーム

- ・ ネイティブシフトに伴い、売上高は漸減傾向

2. 連結決算概要：費用推移（FY13Q3からのトレンド）

- FY13Q3以降、ブレフロ日本語版、海外言語版に積極的な広告宣伝を実施
- また海外拠点の拡充に伴う開発費（人件費・外注費）も増加傾向に

(百万円) 売上原価/販管費推移



(百万円)		FY13 Q3	FY13 Q4	FY14 Q1	FY14 Q2	FY14 Q3
売上原価	■ 支払手数料	680	1,722	2,391	2,212	2,338
	■ 人件費	541	606	732	854	1,060
	■ 外注費	356	347	514	739	986
	■ 通信費	148	251	316	368	492
	■ その他	136	199	212	142	△ 35
	売上原価 合計	1,863	3,128	4,168	4,316	4,842
販管費	■ 広告宣伝費	718	1,496	1,727	1,731	1,909
	■ 人件費	97	109	149	176	237
	■ その他	108	205	237	325	377
	販管費 合計	924	1,811	2,114	2,234	2,524
売上原価及び販管費合計		2,788	4,939	6,283	6,551	7,366

2. 連結決算概要：費用解説

■ QonQ対比

- ・国内・海外における開発体制の強化に伴い、人件費及び外注費が増加
- ・ファンキル及びパブリッシングの新作タイトルのリリースに伴い広告宣伝費は増加

費用解説（四半期）

(百万円)	2015年4月期 Q3 (2014年11月 ～2015年1月)	2014年4月期 Q3 (2013年11月 ～2014年1月)	前年同 期比	2015年4月期 Q2 (2014年8月 ～10月)	前四半期比 (QonQ)	備考 (QonQ)
売上原価	支払手数料	2,338	680	+1,658	2,212	+125 ライセンスフィー等(125百万円)の支払いが増加
	人件費(※1)	1,060	541	+518	854	+206 アジア拠点及び欧米拠点の採用強化に伴う増加
	外注費	986	356	+629	739	+246 タイトル開発の本格化に伴う増加
	通信費	492	148	+344	368	+124 主にサーバー増強に伴う増加
販管費	広告宣伝費	1,909	718	+1,191	1,731	+178 ファンキル等の新作タイトルのリリースによる増加
	人件費(※2)	237	97	+139	176	+60

※1 売上原価の「人件費」：開発スタッフの給与

※2 販管費の「人件費」：開発部門以外のスタッフの給与

2. 連結決算概要：貸借対照表

- ・ 上場前の資金調達及び2014年12月のIPOによる資金調達と銀行借入の実施により、現金及び預金を中心に流動資産が増加
- ・ FY14Q3末時点の純資産は163億円に

貸借対照表

(百万円)	2015年1月末	2014年4月末	前期末比	備考
流動資産	21,499	4,574	+16,924	主に現預金が増加したことによるもの
(現金及び預金)	18,918	2,477	+16,440	主に上場前の株式新規発行(+8,301百万円)、新規上場に伴う株式新規発行による増加(+4,677百万円)及び銀行借入(+3,700百万円)によるもの
固定資産	2,119	957	+1,162	主に投資有価証券の増加(+495百万円)、ソフトウェア仮勘定の増加(+484百万円)及びオフィス関連の有形固定資産の増加(+159百万円)によるもの
総資産	23,619	5,531	+18,087	主に現預金が増加したことによるもの
流動負債	5,162	1,967	+3,195	主に短期借入金金の増加(+1,700百万円)、及び広告宣伝費等を含む未払金の増加(+697百万円)
固定負債	2,113	66	+2,046	長期借入金金の増加(+2,000百万円)
純資産	16,343	3,497	+12,846	IPOにより資本金及び資本準備金が増加

2. 2015年4月期 通期業績予想の修正について 1

- FY14Q3の決算内容および足元の動向を精査し、当期の業績予想を修正するもの
- 修正理由は、主に海外向けタイトルの不振によりFY14Q4の売上計画の修正に伴うもの

2015年4月期 業績予想

(百万円)	2015年4月期 計画	修正後 2015年4月期 計画	増減額	増減比	(参考) 2015年4月期 第4四半期計画
売上高	30,972	26,500	△4,472	△14.4%	5,879
営業利益	1,329	△400	△1,729	—	△820
経常利益	1,277	△600	△1,877	—	△892
当期純利益	808	0	△808	—	—

(通期計画の修正要因の詳細は次ページに記載)

■ 通期計画の修正要因

・ 売上高 : ① ブレフロ海外言語版の売上計画修正

a: FY14Q3で計画未達

→ MAUの若干の弱含みに加え、日本語版にて投入した新規施策の反映までにタイムラグが生じたことに伴い、課金率、ARPPU共にQonQ対比で低下したもの

b: FY14Q4の売上計画を引き下げ

→ Q4にて日本語版で奏功した施策の導入による課金率、ARPPUの上昇を予定するも、足元のMAUの若干の弱含みを考慮し、売上計画は保守的な水準を採用

② パブリッシングサービスの立ち上がりの遅延による売上計画修正

a: FY14Q3で計画未達

→ 複数タイトルのリリースは予定通り行い、一定のユーザー基盤を確保したものの、各タイトルにおける各国市場の嗜好に適した新規コンテンツ・新システムの投入の遅れにより、売上計画未達となったもの

b: FY14Q4の売上計画を引き下げ

→ 当該タイトルへの新規コンテンツ・新システムの投入は鋭意進めていくものの、実装までに必要な期間を考慮し、売上計画は保守的な水準を採用

③ 一部海外向け新規タイトルの売上計画修正

a: FY14Q3で計画未達

→ 一部タイトルが計画を大幅に下回る水準にて推移し、売上計画未達となったもの

b: FY14Q4の売上計画を引き下げ

→ 当該タイトルの売上計画の引き下げを行ったもの

・ **営業利益** : 主に売上高の減少に伴う減益、費用は当初計画通り推移

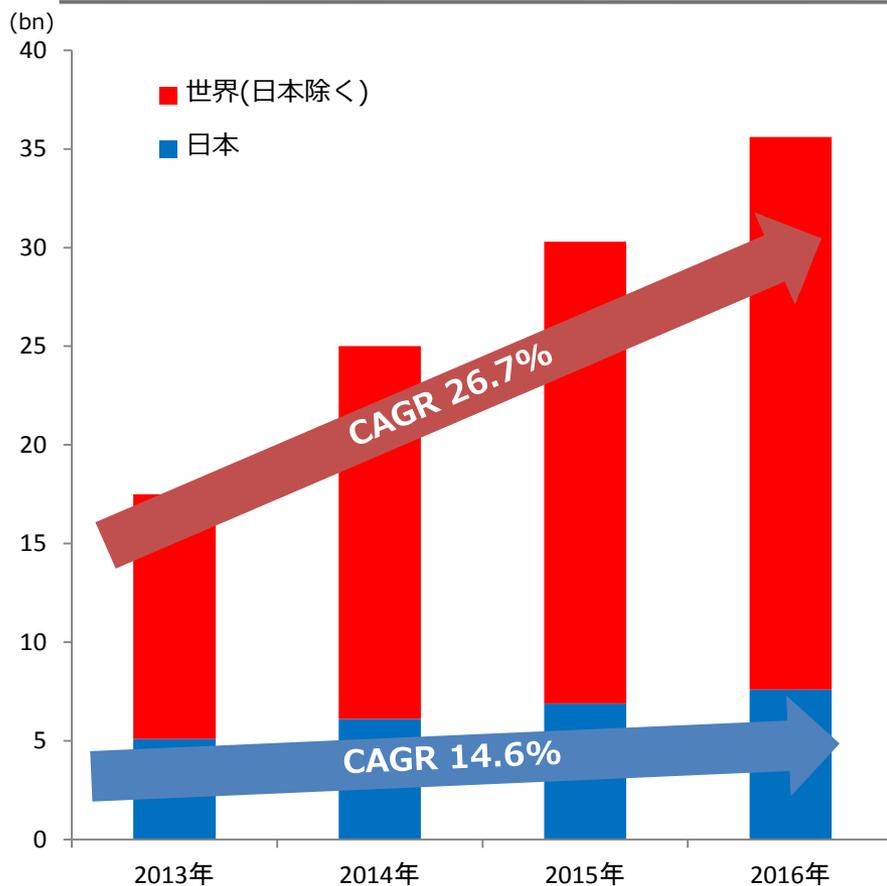
・ **純利益** : 当期純利益については、繰延税金資産の計上が見込めるため法人税等調整額が当期純利益に対しプラスに寄与することを織り込み、0円となる見込み

3. 今後の取組みについて

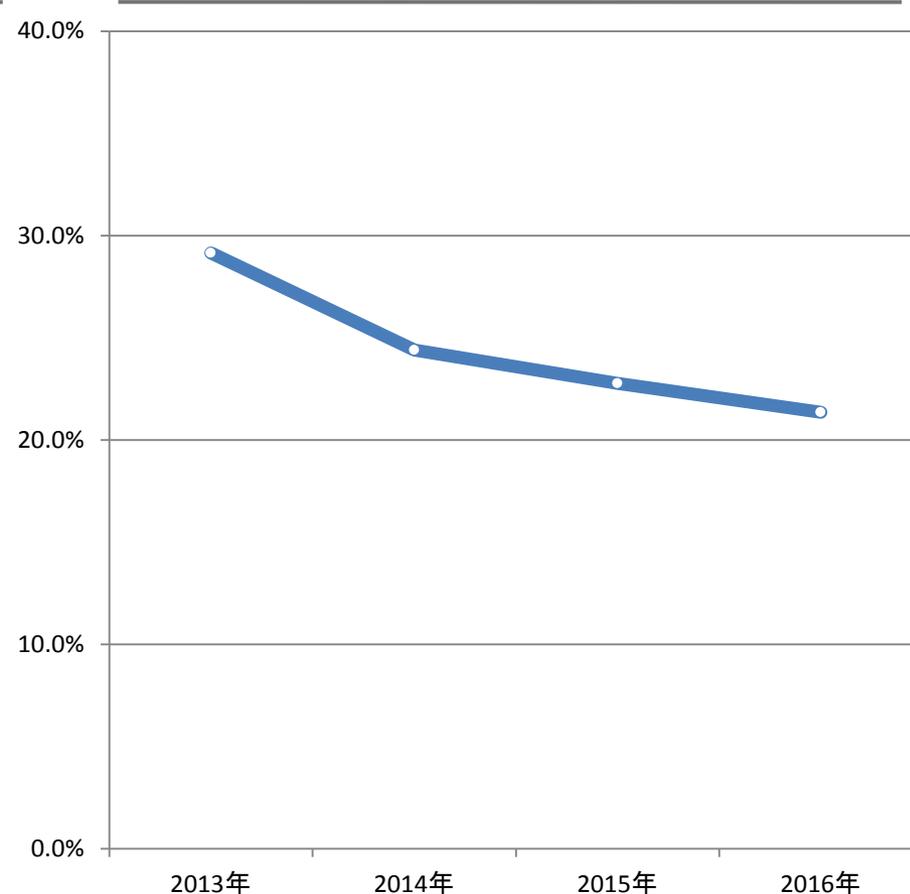
3. 環境認識：モバイルゲーム市場動向

- 国内市場の成長ペースは鈍化し、寡占化がより一層進展する見込み
- 海外(世界)市場は引き続き高成長が期待され、海外における事業展開の成否が今後の売上成長の鍵となる

世界のモバイルゲーム市場 -市場は継続的に拡大-



日本市場のシェア(対世界市場)



(注) 1ドル108円換算で10億ドル表示

(出所) newzoo、CyberZ/シードプランニング

- ・寡占化するグローバルのゲーム市場で勝ち抜くためには、『打席数×打率』の最大化がポイントとなる
- ・gumiは下記3点を強化することでこれを実現し、着実な事業成長を目指す

1

オリジナルゲームの開発力

(豊富なタイトルラインナップ、多様なジャンルへの展開)

2

世界規模でのパートナーシップ

(他社有力IPの獲得力、外部開発会社との提携、リアルグラフプラットフォームとのパートナーシップ)

3

グローバルなゲーム配信ノウハウ

(2012年以来、海外9拠点で展開する高品質なローカライズと運営サポート)

- 今後は以下施策を着実に実行し、業績回復と拡大に全力を尽くす

1. 売上高の拡大

① 既存タイトル（ネイティブアプリ）

- a. ブレフロ : 日本語版/ 新規施策の積極投入及び年間スケジュールに基づく安定的な運用
海外言語版 / 日本語版で奏功した施策の適時投入及び効果検証を踏まえた適切な広告投下によるユーザー基盤の拡大
- b. ファンキル : FY14Q4のTVCMの放映での大規模なユーザー獲得による売上拡大
- c. ドラジェネ : 少人数運営による高収益モデルの継続
- d. SAO : 新規施策の積極投入による売上拡大
- e. パブリッシングサービス : 新規コンテンツ・新システムの投入により収益化を加速

② 新規タイトル（ネイティブアプリ）

- a. 新規タイトル18本の開発早期化（他社IP、リアルグラフ向け、パブリッシングサービス含む）（詳細は26ページ）

2. 海外展開の立ち上げの加速と更なる強化

- a. 海外9拠点の子会社の経営資源を活用し、クロスボーダーの強固なコンテンツ配信網を構築
- b. 立ち上がりが遅延しているパブリッシングサービスについてはIPホルダーとの連携強化による各国市場に合わせたコンテンツ追加の早期化に取り組み、収益化を加速。また当社のリリースするオリジナルタイトルも積極的に展開
- c. 海外子会社におけるオリジナルタイトルの開発強化

3. コストの合理化

- a. 開発費は、国内・海外の開発ライン増強に関する投資は一巡しており、今後は緩やかな増加傾向に転じる見通し
- b. 広告宣伝費は、タイトル毎の広告効果の検証を一層強化するとともに、自社タイトル間のクロスプロモーションを積極的に実施することで、売上高広告宣伝費比率15%を目指す

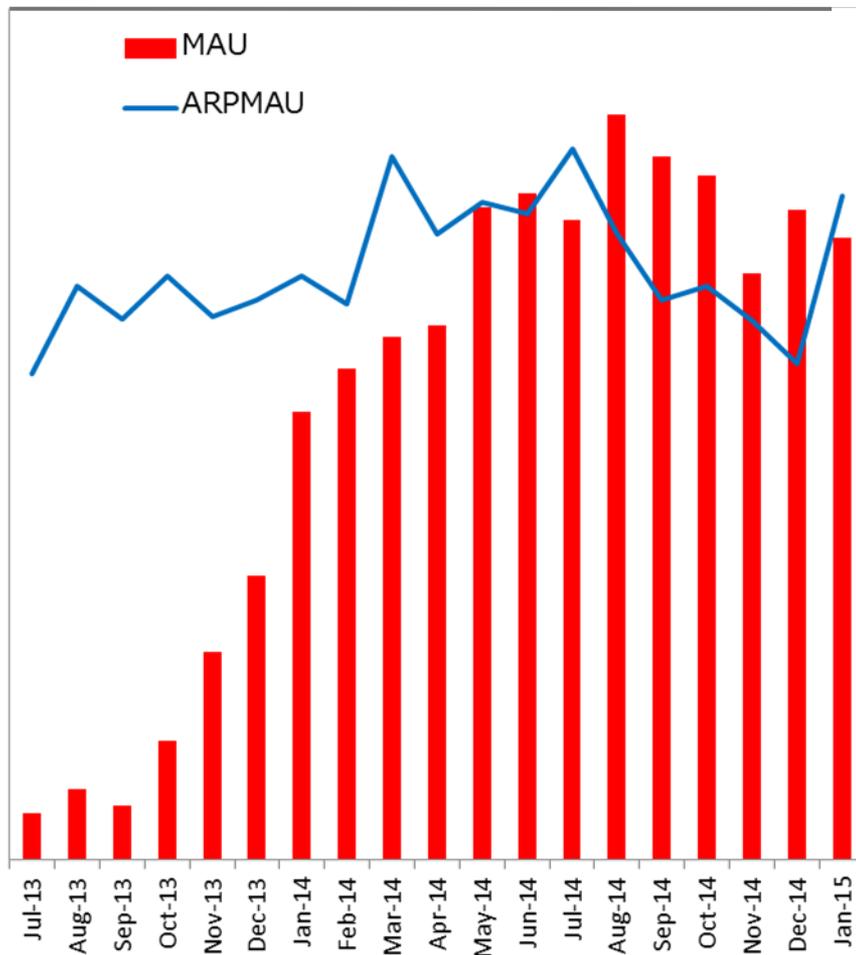
4. タイトルポートフォリオの構築

- a. パブリッシングの立ち上げの早期化を推進しつつ、オリジナル、IP、リアルグラフ向け及びパブリッシングタイトル（ハイリスク・ハイリターン～ローリスク・ローリターン）をバランスよく提供することで、安定的な売上拡大及び強固な収益基盤の構築を図る

オリジナル

- DL数は2015年1月25日に全世界2,000万を突破
- 日本語版は堅調なユーザー基盤を維持しており、2015年1月の日本語版月商は過去最高を達成
- 海外言語版は足元のMAUに若干弱含みが見られるが、日本語版で奏功した施策の投入及び適正な広告投下により、ユーザー基盤の拡大を図る

MAU/ARPMUA推移



MAU : 高水準を維持
ARPMUA : 谷から山へ

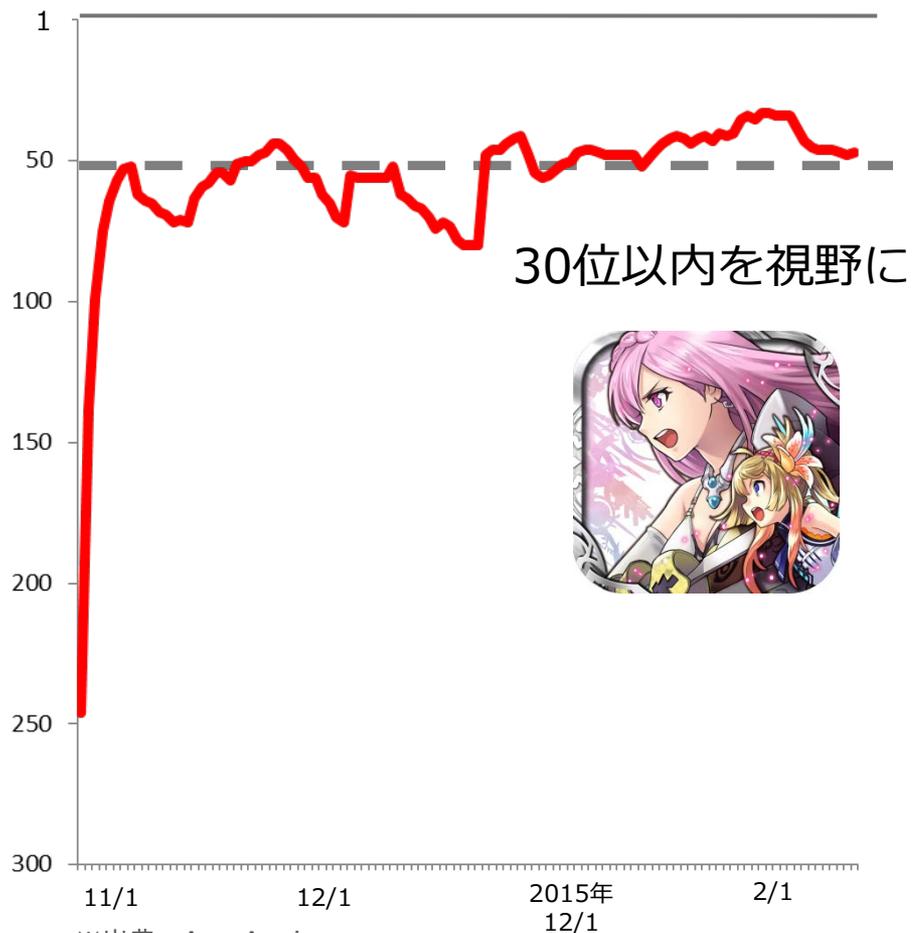


※ブレフロの全言語版で集計(中国版を除く)
※MAU : 月次アクティブユーザー数
※ARPMUA : 月次アクティブユーザーの平均課金額

オリジナル

- 15年1月に80万DLを突破
- FY14Q4にTVCMを放映し、大規模なユーザー獲得を行うことで更なる売上拡大を目指す

(位) 売上高ランキング推移



オリジナル

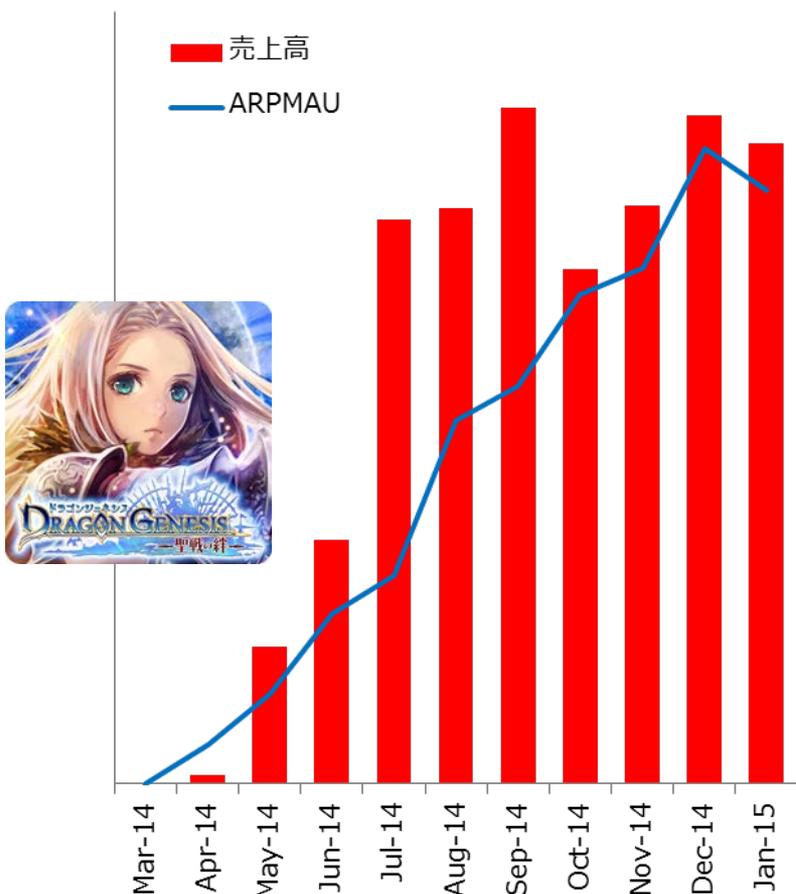
・ドラジェネ：少人数運営の高収益モデルを継続

他社IP系

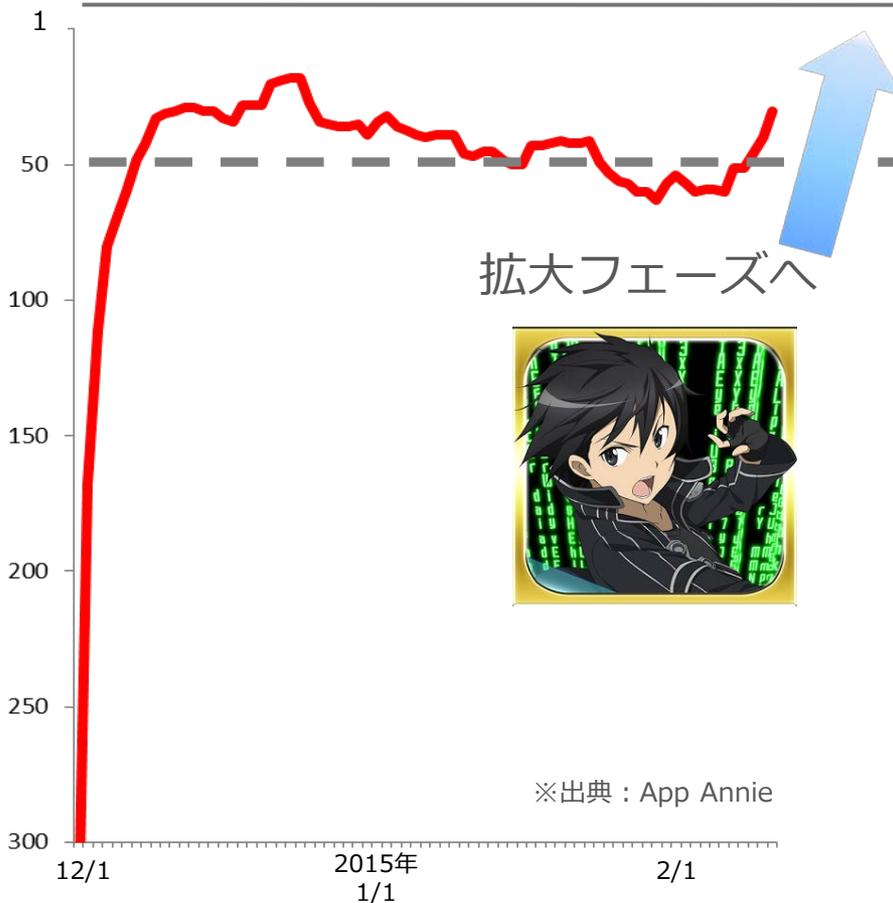
・SAO：滑り出しは順調、新規施策の積極投入で今後売上拡大フェーズへ

売上高/ARPMUA推移 (ドラジェネ)

月商1億円タイトルに成長



(位) 売上高ランキング推移 (SAO)



拡大フェーズへ



※出典：App Annie

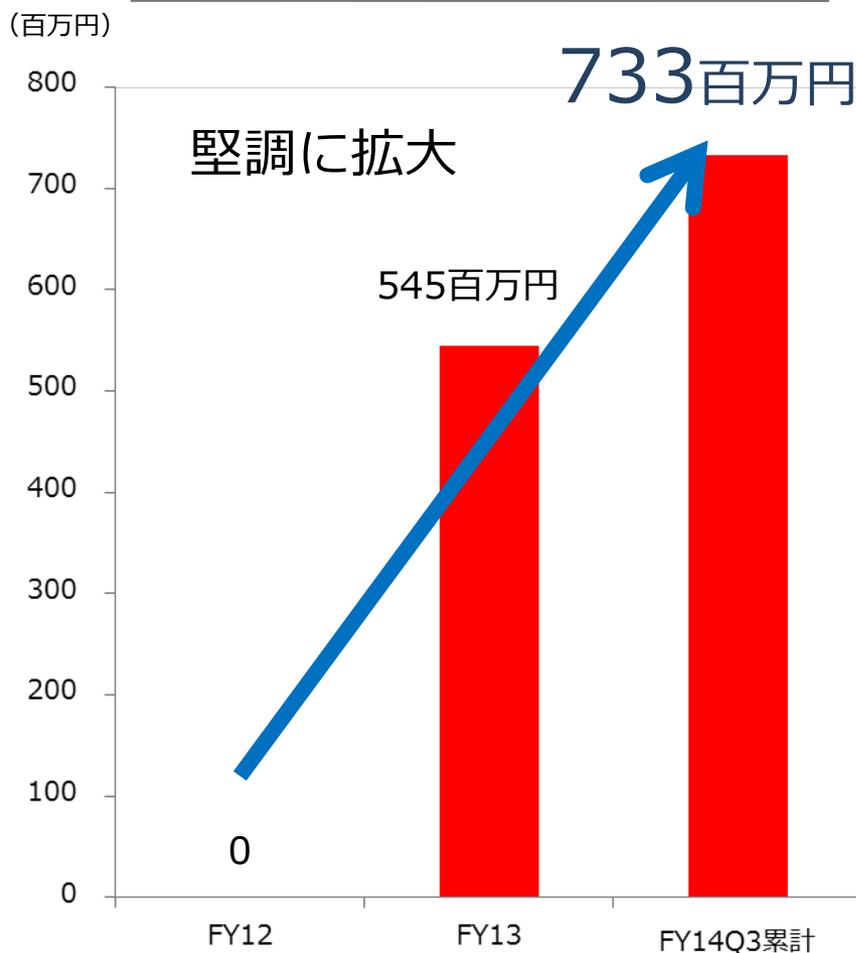
※ソードアート・オンライン コード・レジスタ

(販売/配信元：バンダイナムコゲームス) の開発を当社が担当

パブリッシング

- 受託タイトル数の増加に伴い、売上高も拡大
- 海外9拠点を活用しクロスボーダーの強固なコンテンツ配信網を構築
- FY14Q3は立ち上がり一部遅延したが、今後新規コンテンツ、新システムの投入により収益化を加速

売上高推移 (パブリッシング)

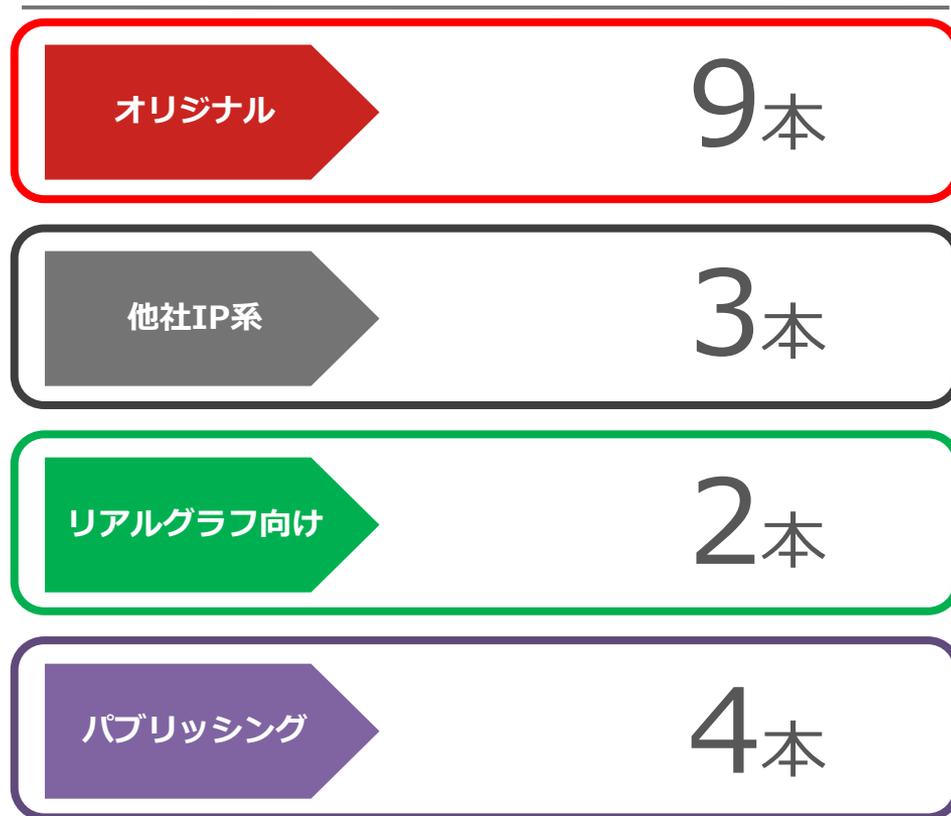


パブリッシングにおけるパートナーシップ

リリース時期	パートナー	展開地域	タイトル名
2015年春 (予定)	コロプラ	中国	白猫プロジェクト
2015年春 (予定)	コロプラ	韓国	スリングショット ブレイブス
2015年1月	双葉社/ 浅草ゲームズ	韓国	クレヨンしんちゃん for KAKAO
2015年1月	タイトー	北米他	パズルポブル
2014年12月	セガネットワークス	北米他	チェインクロニクル
2014年12月	アカツキ	韓国	サウザンドメモリーズ

- ・ 現在18本の新規タイトルを開発中

開発中のタイトル数



パイプライン
合計

18本

- ※ 2015年1月末時点で開発承認を受けた本数をカウント
- ※ 同一タイトルの海外言語版は、日本語版、海外言語版でそれぞれ1タイトルでカウント
- ※ 開発中タイトル数は、FY14、FY15及びFY16リリース予定のタイトルを含む総数

オリジナル

・多様なジャンルのタイトルを投入予定

忍ツク！

ジャンル：アクション

リリース時期：2015年3月予定 ※事前登録受付中



Project Blazing (仮称)

ジャンル：アクションRPG

リリース時期：2015年度上半期 (予定)



オリジナル

・多様なジャンルのタイトルを投入予定

Project Crystal (仮称)

ジャンル：RPG

リリース時期：2015年度上半期（予定）



ゲームジャンル 多様化

オリジナル

- FY14Q3は新たに株式会社comcept、アングー株式会社との提携を発表
- オリジナルのタイトルラインナップの拡充と多様化が一層進展

コンテンツの共同開発におけるパートナーシップ

提携発表	社名	ゲームタイトル内容
2015年2月	アングー	(未定)
2015年1月	comcept	(未定)

有カクリエイター との提携を 一層強化

モバイルオンラインゲームの共同開発及び
当社による国内/海外への配信を実施



他社IP系

- ・ 順調に開発は進捗中
- ・ 当社が得意とするRPGの開発力を著名IPに投入し、ユーザー基盤の最大化を目指す



鋭意 開発中

リアルグラフ向け

- LINEプラットフォーム向けタイトルは鋭意開発中
- 今後年間複数本の投入を計画
- 他SNSとの提携も検討中



gumi
One Step Beyond.

ゲーム提供

ユーザー送客

LINE

パブリッシング

- FY14Q3に株式会社コロプラより2タイトルを受託しパブリッシングを予定
- 韓国、中国子会社による徹底したローカライズ（現地化）を実施



『スリングショット ブレイブス』

展開地域：韓国

リリース：2015年春（予定）（※）

ローカライズ：gumi Korea



『白猫プロジェクト』

展開地域：中国

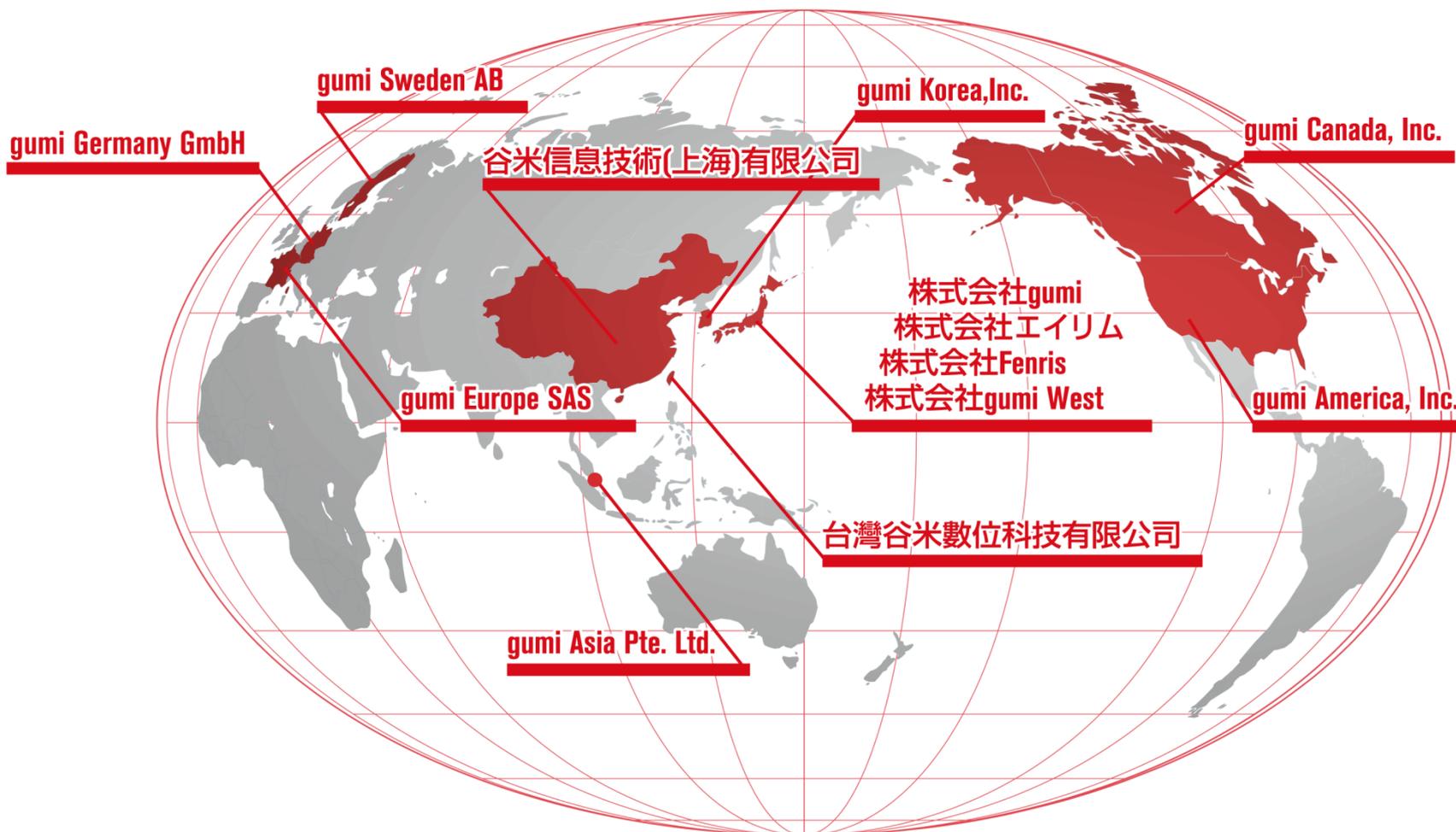
リリース：2015年春（予定）

ローカライズ：gumi China

※ 2015年1月16日の本タイトル契約に係るプレスリリースにて配信時期を「今冬」としていましたが、これを変更しました

3-2. 海外展開の更なる強化

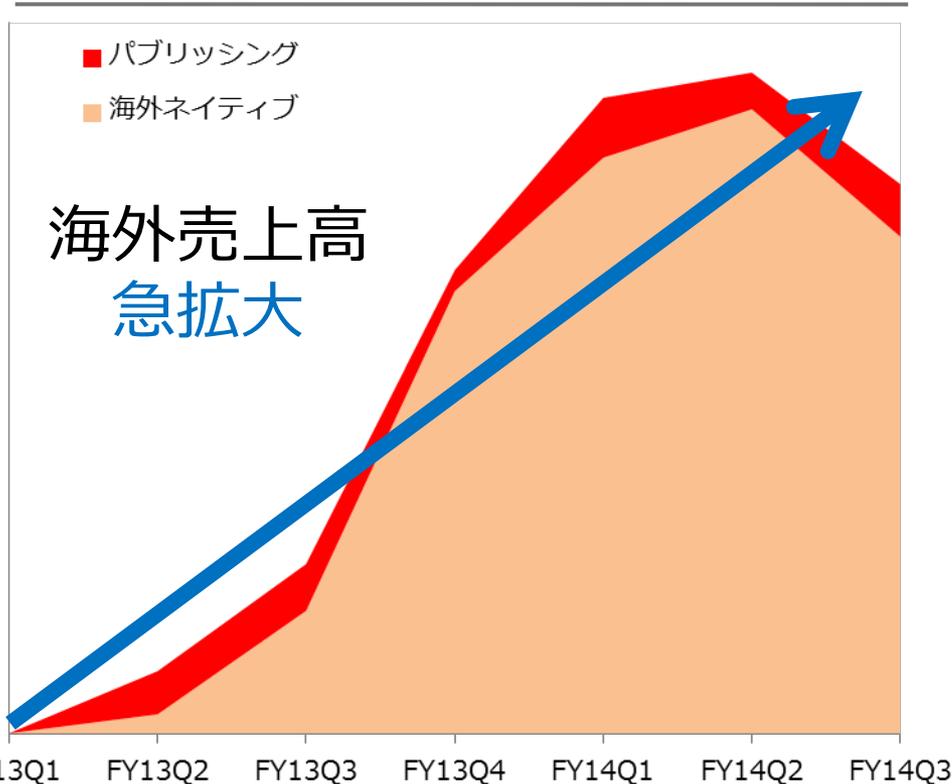
- FY14Q3末時点で、海外子会社は9拠点まで拡大
- パブリッシングサービスの収益化を加速させるとともに、当社のリリースするオリジナルタイトルも積極的に展開
- 海外子会社におけるオリジナルタイトルの開発を強化し、コンテンツの「地産地消」を実現



3-2. 海外展開の更なる強化

- ・ブレフロ海外言語版、パブリッシングサービス、一部海外向け新規タイトルの計画未達により、FY14Q3の海外売上高は減少
- ・今後も海外展開強化の方針に変更はなく、gumiの強みであるクロスボーダーの強力な配信網の構築を進める

海外売上高（連結：四半期別）

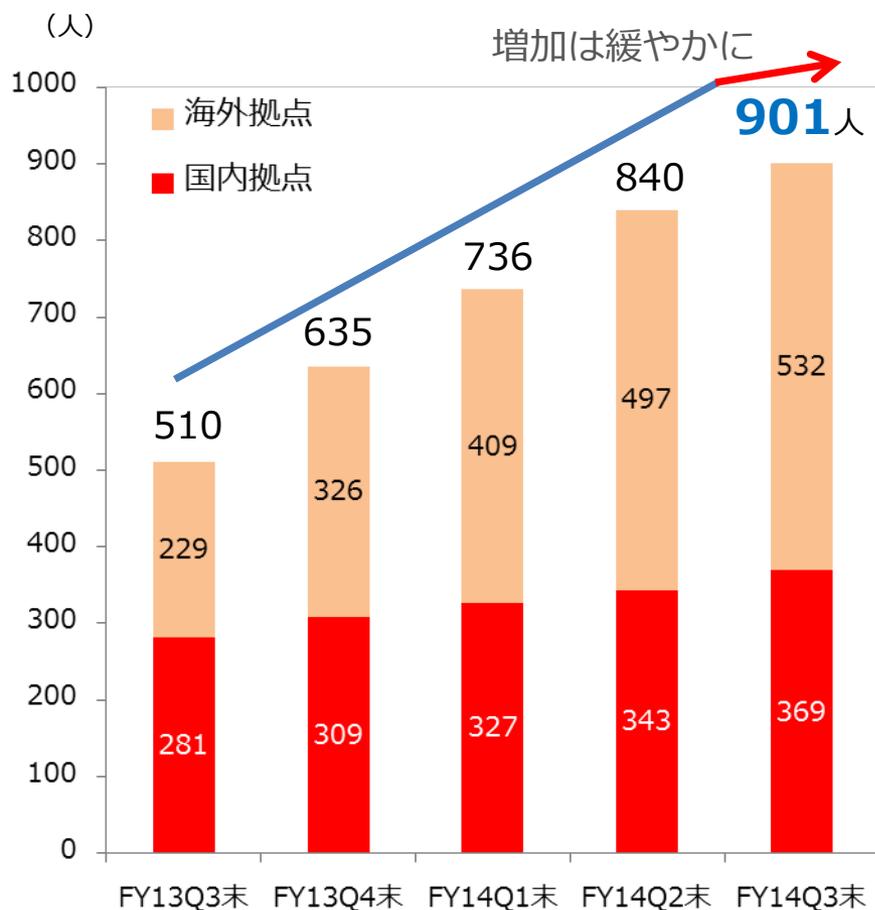


海外展開と
収益化を
加速

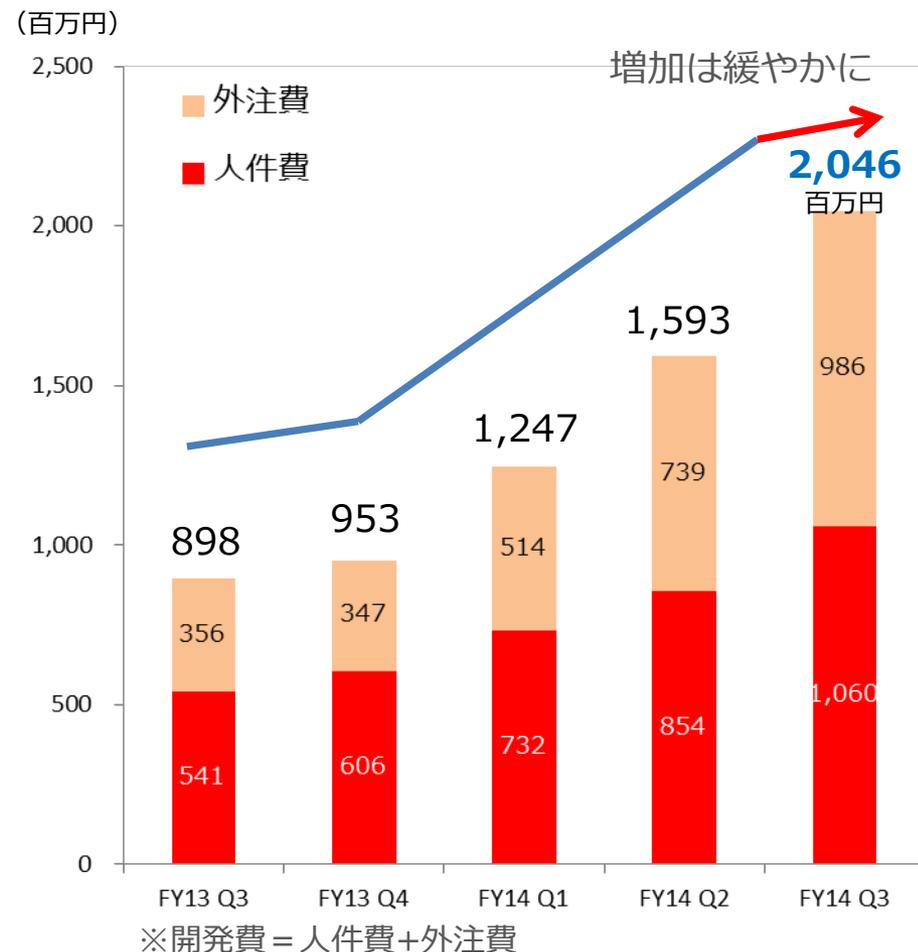
3-3. コストの合理化（開発費）

- ・ブラウザゲームからネイティブアプリへの人員シフトは完了。今後人員の適正化へ
- ・国内・海外の開発ライン増強は一巡し、今後は緩やかな増加傾向に転じる見通し

人員数内訳（連結：四半期別）



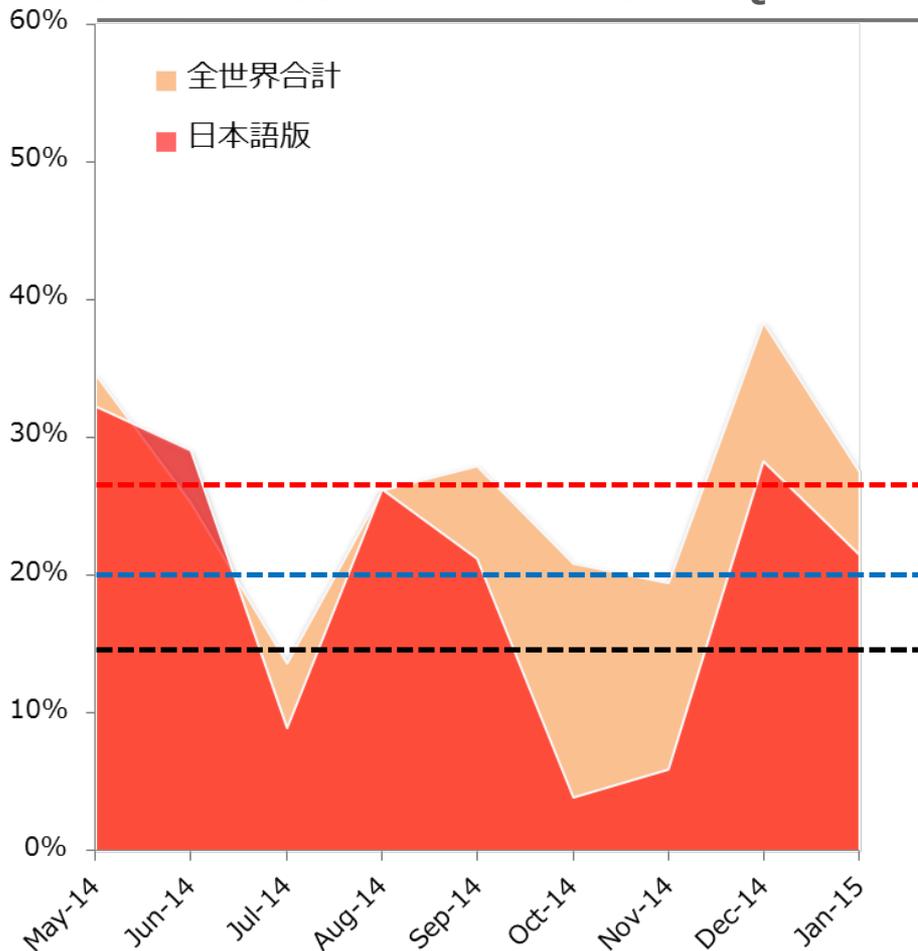
開発費推移（連結：四半期別）



3-3. コストの合理化（広告宣伝費）

- 当期は特に海外中心に広告宣伝費の積極投資を行い、グローバルなユーザー基盤の拡大とマーケティングノウハウの蓄積を進めた
- 今後はタイトル毎の広告効果の検証を一層強化するとともに、自社タイトル間のクロスプロモーション等を積極的に実施し、売上高広告宣伝費率15%を目指す

言語別 売上高広告宣伝費比率（FY14Q3累計）



広告宣伝費率 適正化へ

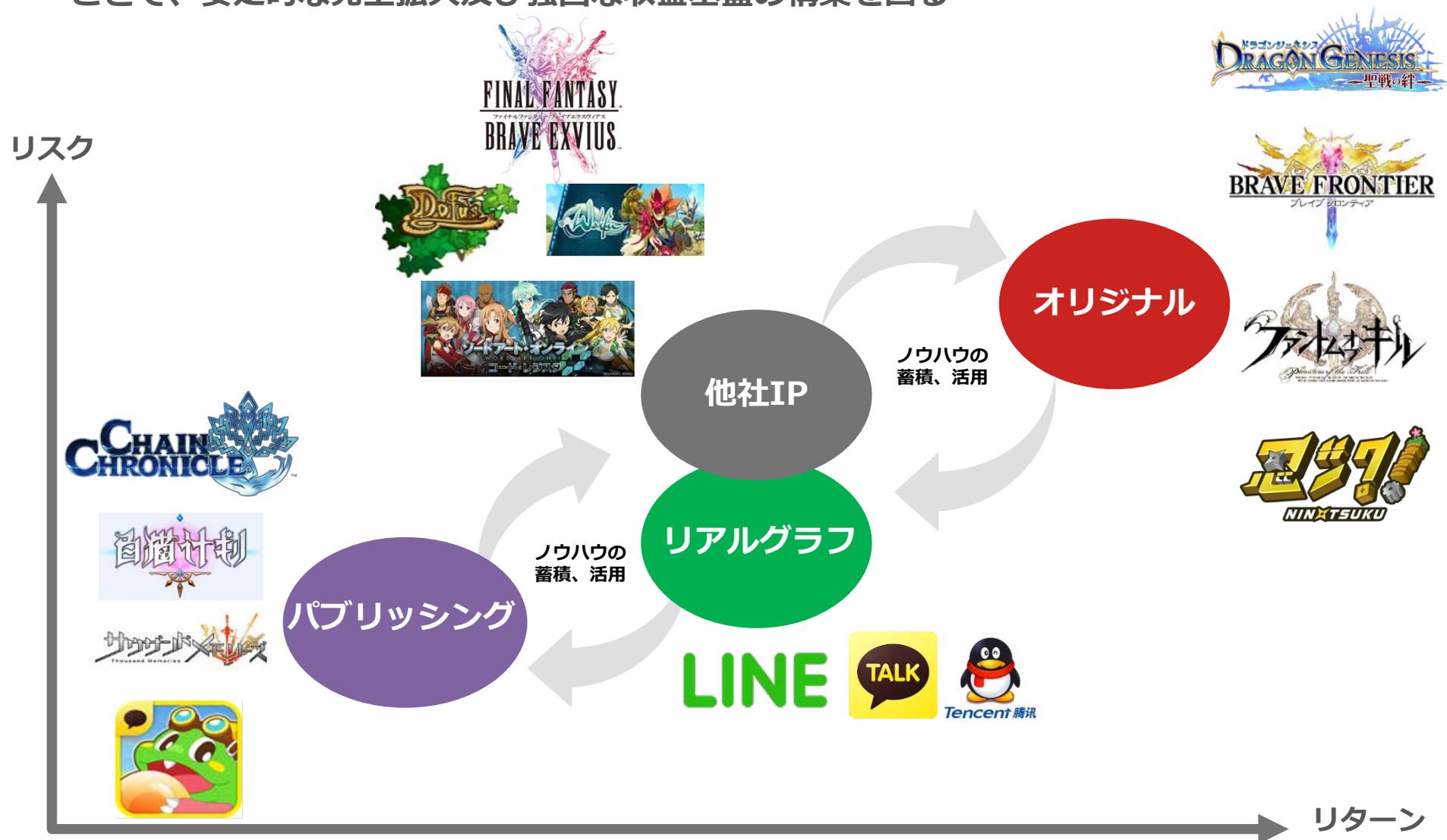
26% : 海外言語版平均 売上高広告宣伝費率

20% : 日本語版平均 売上高広告宣伝費率

15% : 売上高広告宣伝費率 ターゲット

3-4. タイトルポートフォリオの構築

- オリジナル、IP、リアルグラフ向け及びパブリッシングタイトルをバランスよく提供することで、安定的な売上拡大及び強固な収益基盤の構築を図る



**情報革命時代を代表する
世界No.1
エンターテイメント企業になる**



gumi
One Step Beyond.

本資料は、株式会社gumi（以下「当社」といいます。）並びにその子会社及び関連会社（以下、当社と併せて「当社グループ」と総称します。）の財務情報、経営情報等の提供を目的としたものです。

本資料に記載されている当社グループ以外の企業等に関わる情報及び当社グループ以外の第三者の作成に係る情報は、公開情報等から引用したものであり、当社は、かかる情報の正確性、完全性及び適切性等について何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません、

なお、本資料に含まれる全ての情報は、予告なしに変更される場合があります。

本資料は、当社の有価証券の取得に係る投資勧誘を目的としたものではなく、当社の有価証券への投資判断にあたって必要な全ての情報が含まれているわけではありません。