



DRECOM[®]
with entertainment

2013年3月期 第2四半期決算説明会

株式会社ドリコム

本資料に記載いたしました認識、戦略、計画などのうち、見通しは歴史的事実ではなく不確実な要素を含んでおります。実際の業績は様々な要因により見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご了承願います。実際の業績に影響を与えうる重要な要因には、当社の事業を取り巻く経済情勢、社会的動向、当社の提供するサービス等に対する需要動向による相対的競争力の変化などがあります。なお、業績に影響を与えうる重要な要因は、これらに限定されるものではありません。

ハイライト および直近の状況

体制強化による費用増に売上増が追いつかず第2四半期は営業赤字

第2四半期 業績 (7月-9月)

・売上高	2,100百万円	前四半期比	1.7%増	前年同期比	34.4%増
・営業利益	▲8百万円	前四半期	177百万円	前年同期	384百万円

売上、利益の 状況

- ・2Qリリースの新作ゲームがヒットせず
- ・新作ゲームのリリース集中に向けた体制強化が完了し人員増一巡
- ・新規リリースに伴い運用コスト増加
- ・前Qに減少傾向を報告した既存ゲームの売上が底入れ、堅調に推移
- ・アドソリューション事業で掲載メディア拡大

事業の状況

- ・6/5スタートの「戦国フロンティア」が3ヶ月で50万インストール突破
- ・「戦国フロンティア」の派生ゲームを複数リリース
- ・7/20スタートの「ドラゴン×ドライツェン」が3ヶ月で25万インストール突破
- ・GREE Global PFに海外版「DragonDreizehn」を提供、カナダで実験

第2四半期 業績概要



売上は横這いプラス、体制強化に伴う費用増を賄えず営業赤字

	第2四半期 (2012年7-9月)	前四半期 (2012年4-6月)		前年同期 (2011年7-9月)	
			前四半期比		前年同期比
売上高	2,100	2,065	1.7%	1,563	34.4%
営業利益	▲8	177	—	384	—
営業利益率	▲0.4%	8.6%	—	24.6%	—
EBITDA	87	229	▲61.8%	445	▲80.3%
経常利益	▲9	176	—	383	—
当期純利益	▲9	102	—	382	—

※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

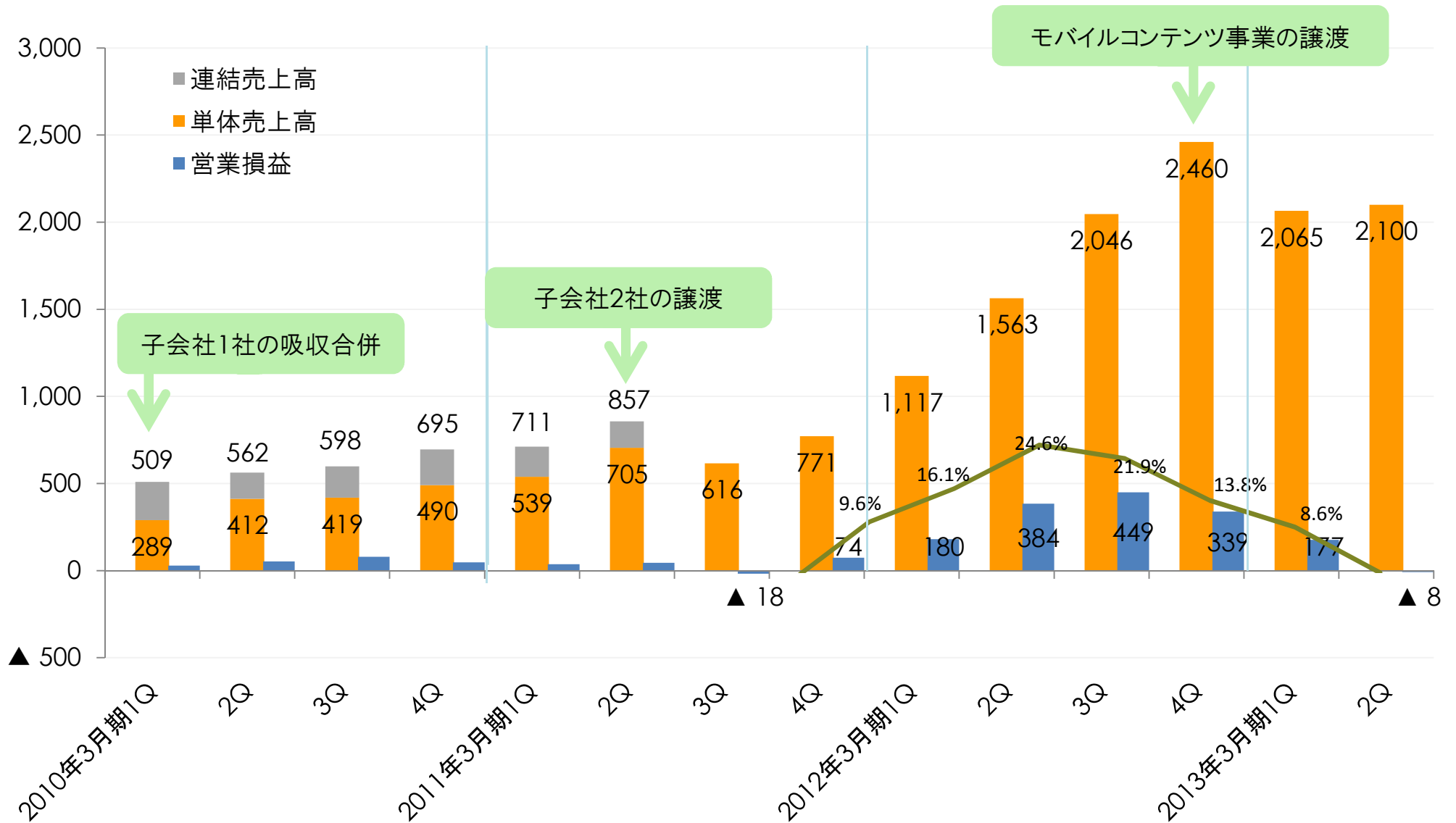
- ・スマートフォンの普及でブラウザゲーム市場が縮小し、新作ゲームのインストール数が伸び悩む
- ・ヒット作派生ゲームを外注制作、当社の強みを活かせずヒットせず
- ・リリース後の状況から注力ゲームを選定し経営資源を集中投下
- ・「陰陽師」などの既存ゲームはDAU※1減少傾向もARPU※2上昇でカバー
- ・新作ゲームのリリースが7、8月に集中し運用本数増加。費用増に至る
- ・リリース集中にあわせ広告宣伝費を投下
- ・アドソリューション事業は掲載メディア、広告主両面の拡大により売上伸長も引き続き損失計上

※1:DAUとは、1日あたりのサービス利用者数です。

※2:ARPUとは、サービス利用者数の一日あたりの課金額です。

売上高・営業利益の推移

売上は5月、利益は7月に底入れ

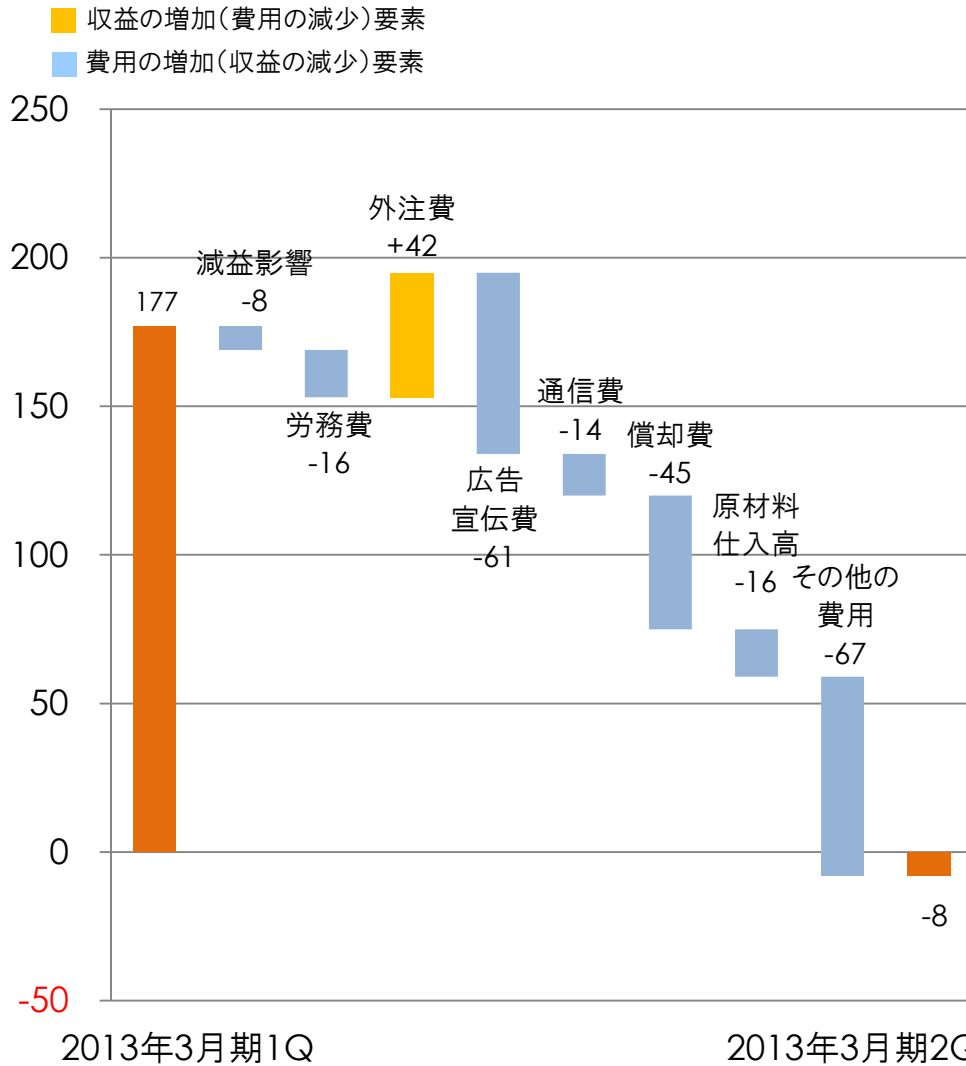


※2011年3月期2Q以前は連結決算のため営業利益率の記載をしておりません
 ※単位: 百万円(百万円未満は切捨て)

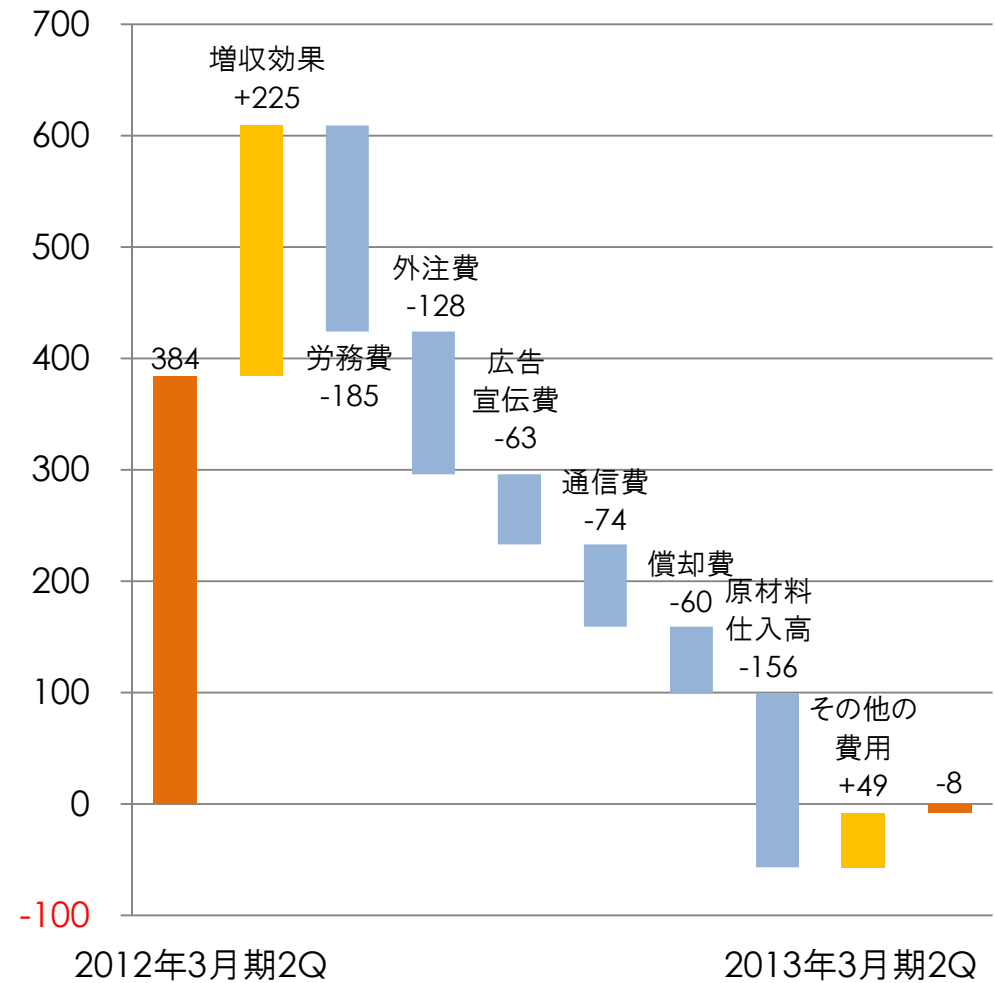
営業利益増減要因

体制強化による費用増に売上増が追い付かずQoQ、YoYで増収減益

■ 前四半期(QoQ)比較



■ 前年同期(YoY)比較



※増収効果、減収影響:限界利益(売上-変動費(仕入高・支払手数料・著作権料))の差分となっております

※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

費用構成

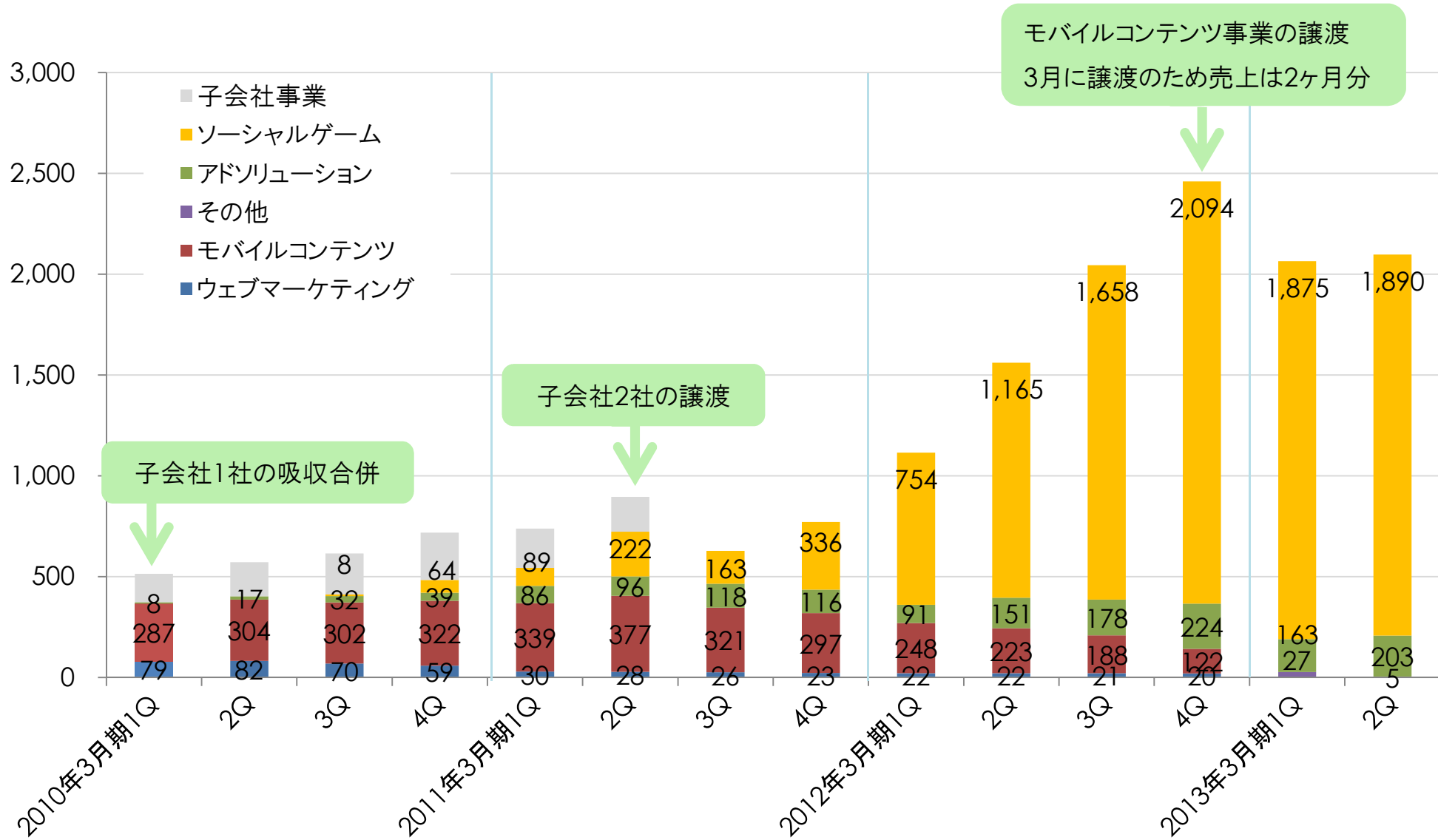
外注費、通信費などコストコントロールを進めるも業績寄与は下期

	第2四半期 (2012年7-9月)	前四半期 (2012年4-6月)		前年同期 (2011年7-9月)		前四半期からの増減要因
			前四半期比		前年同期比	
原価合計	1,438	1,208	19.0%	706	103.5%	
支払手数料	457	462	▲1.0%	272	67.6%	
人件費	224	219	2.2%	116	93.5%	体制強化完了で増加傾向一巡
外注費	213	253	▲15.6%	101	110.7%	体制強化完了で増加傾向一巡
仕入高	154	117	31.5%	104	47.8%	
ソフトウェア償却	83	39	114.6%	28	193.4%	新作ゲームの償却費増加
減価償却費	5	5	1.3%	4	40.3%	
その他	299	111	167.9%	79	275.6%	
販管費合計	670	679	▲1.3%	471	42.2%	
支払手数料	211	200	5.5%	163	29.5%	
広告宣伝費	131	70	86.4%	68	91.9%	新作ゲームのリリースに合わせ投下
人件費	167	157	6.6%	96	73.8%	
のれん償却費	—	—	—	24	—	
研究開発費	13	52	▲73.8%	34	▲60.2%	海外ゲームなどの開発完了により減少
減価償却費	7	7	▲4.3%	3	81.8%	
その他	138	190	▲27.1%	79	74.3%	

※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

事業毎の売上推移

ソーシャルゲーム事業、アドソリューション事業ともに売上高は底入れ



※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

業績予想修正要因と予想の前提

下期売上は9月から横這い前提。売上減額をコストコントロールで減殺

	通期予想 (2012年4-2013年3月)			(参考)上期実績 (2012年4月-9月)	
	修正前	修正後	増減率		進捗率
売上高	11,000	8,000	▲27.3%	4,166	52.1%
営業利益	1,400	100	▲92.9%	168	168.0%
営業利益率	12.7%	1.3%	—	4.0%	—
経常利益	1,400	100	▲92.9%	166	166.0%
当期純利益	840	60	▲92.9%	93	155.0%

※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

予想の修正要因

- ・スマートフォンの普及によりブラウザゲームの利用者数が減少し市場縮小
- ・主に新作ゲームにおいてインストール数、継続利用者数が想定以下

予想の前提

ソーシャルゲーム

1. 既存ゲームはSP対応により2Qから横這い、安定収益を稼ぐ
2. 来期に向けSP向けの新作に投資、業績寄与は見込まず
3. 来期に向けたノウハウ蓄積のため広告宣伝費を積極投下
4. 海外向けゲームの業績寄与は見込まず

アドソリューション

ポイントサイトとの接続により売上増を見込む

ソーシャルラーニング

当期は投資フェーズの位置づけ。費用発生のみ考慮

費用の動き

2Qに実施した通信費、外注費等コストコントロールの効果が寄与

2013年3月期2Qの振り返り

主軸のソーシャルゲーム事業でヒット作派生ゲームの売上高が想定以下

今期期初方針	2Qの状況	要因
<ul style="list-style-type: none">・攻めるタイミングと見て体制強化に踏み切り、業務委託を含む開発人員を積極採用・外部の開発会社を使いヒット作の派生ゲームを量産	<ul style="list-style-type: none">・「戦国フロンティア」が50万インストール、月商1億円を超えるヒット・ヒット作派生ゲームのインストール数が伸び悩み・ヒット作派生ゲームのインストール後の継続率、ARPUが想定以下	<p>■ 外的要因 ■</p> <ul style="list-style-type: none">・スマートフォン普及でブラウザゲーム市場縮小・コンプガチャ問題が熱を冷ましソーシャルゲームの利用者減少と想定 <p>■ 内的要因 ■</p> <ul style="list-style-type: none">・外部委託をしたことで当社の強みやノウハウが活かせず

2013年3月期下期の方針

既存ゲームで安定収益を得、来期の成長に向けた地固めへ

ソーシャルゲーム	<ul style="list-style-type: none">・SP普及という市場環境に対応し利用環境をネイティブに近付ける・新規ゲームは「ドラゴン×ドライツェン」の世界観をもとに内製した「DragonDreizehn」をUSにリリース →ネイティブ寄りの利用環境。状況を見て広告宣伝費積極投下・既存ゲームはGoogle Play向けWebViewAppで安定収益を得る・下期新作は内製のみ。量産せず一本一本を確実にヒットさせる・App Store、Google Playへ広告出稿を開始、集客ノウハウを蓄積
アドソリューション	<ul style="list-style-type: none">・動画リワード広告の視聴数増加を狙いポイントサイトとの接続に注力
ソーシャル ラーニング	<ul style="list-style-type: none">・上期までの仮説検証とノウハウを活用した第三弾アプリの企画開発・今期は引き続き投資フェーズ
全社の動き	<ul style="list-style-type: none">・体制が整いSP技術対応を本格化・2Qで実施したコストコントロールの効果が表れる

ネイティブに近い利用環境のゲームを内製で提供

当社定義

ブラウザ(当社対応アプリ:陰陽師、ビックリマン等)

- イベント、ガチャの更新性高い
- 当社がFPで培ってきたノウハウを活かせる
- × App Store、Google Playに提供できない
- × SPIに適した操作感を提供できない

→新規開発は行わない
→既存は引き続き運用

WebViewApp(当社対応アプリ:陰陽師、戦国フロンティア等)

- Google Playに提供できる
- イベント、ガチャの更新性高い
- 当社がFPで培ってきたノウハウを活かせる
- × App Storeの審査に通りにくくなっている
- × SPIに適した操作感を提供できない

→既存アプリはWebViewAppをGoogle Playに提供しブラウザの減少分をカバー、収益担保

ネイティブ(当社対応アプリ:MonsterArms、4Gangsta)

- App Store、Google Playに提供できる
- SPIに適した操作感を提供できる
- ×新たに獲得が必要なノウハウがある
- ×イベント、ガチャの更新性低い

→新規開発は行わない

ハイブリッド(当社対応アプリ:DragonDreizehn)

- App Store、Google Playに提供できる
- 当社がFPで培ってきたノウハウを活かせる
- SPIに適した操作感を提供できる
- イベント、ガチャの更新性高い

→新規はハイブリッドにチャレンジ、来期に向けた投資

ハイブリッドで海外向けゲームを内製

上期に培ったマーケティングノウハウを生かし、下期から本格的にプロモーション開始

タイトル	リリース	リリース後の状況
<p data-bbox="159 746 331 831">Dragon Dreizehn</p> 	<p data-bbox="1317 767 1391 815">9/5</p>	<ul style="list-style-type: none">・カナダでテストマーケティングをした結果、KPIが順調に推移・結果を受け11月中旬からUSに提供開始、同時にプロモーションを本格開始

※国内向けに提供している「ドラゴン×ドライツェン」と海外向けにテスト提供している「Dragon Dreizehn」は世界観を同じくする別アプリです。

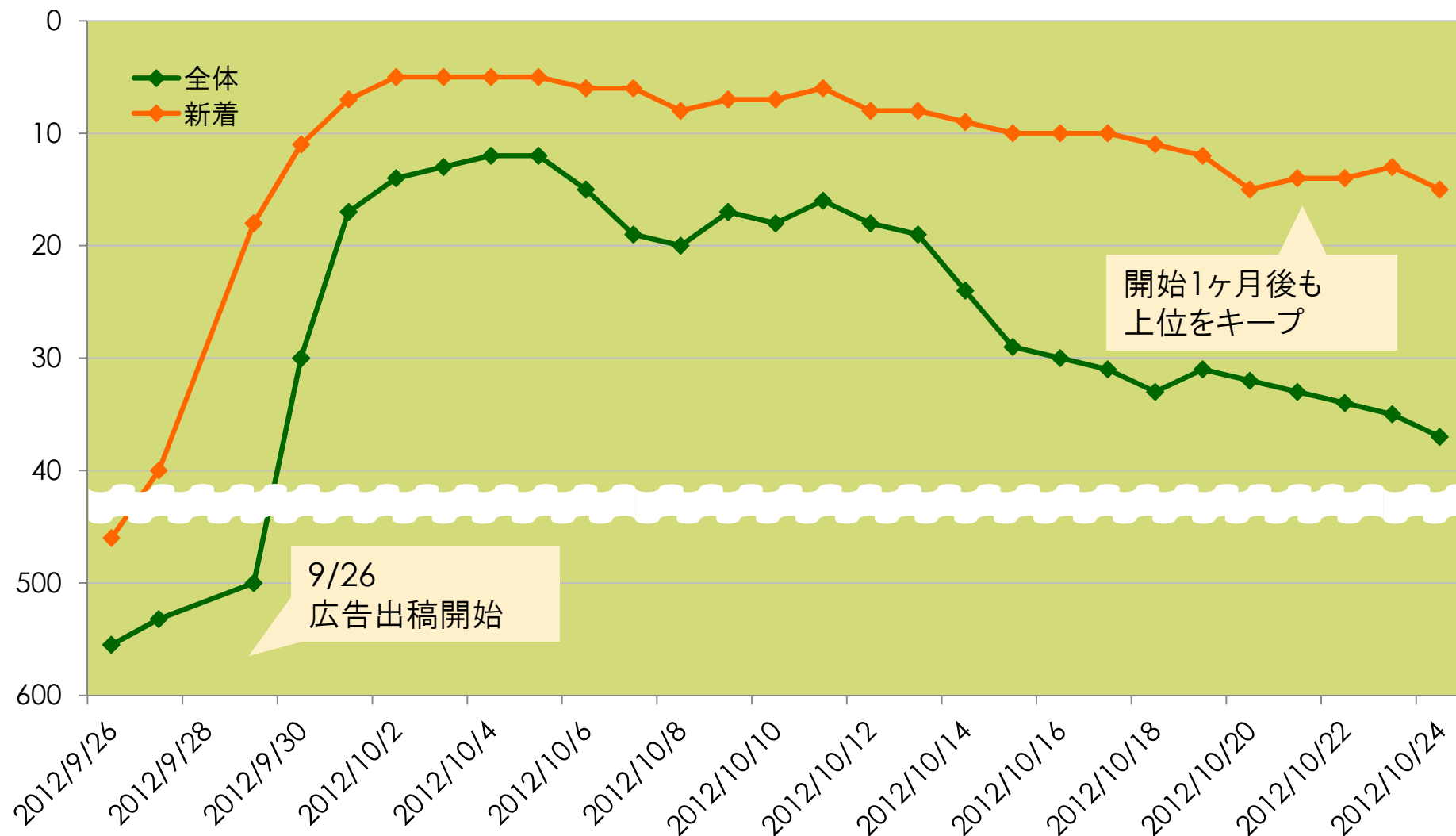
2013年3月期下期の方針 -ソーシャルゲーム-

Google PlayへWebViewAppを提供、11月から広告宣伝費を投下

タイトル	リリース	WebViewApp対応状況
<p>陰陽師</p> 	10/12/20	・8月から提供開始
<p>ちょこっと ファーム</p> 	11/12/15	・9月から提供開始
<p>ビックリマン</p> <p>(C)LOTTE/ビックリマン プロジェクト (C)Drecom/日本 ソフトウェア</p> 	11/4/18	・11月予定
<p>戦国 フロンティア</p> 	12/6/5	・8月から提供開始
<p>ドラゴン × ドライツェン</p> <p>※海外向けの 「DragonDreizehn」 とは別のアプリです。</p> 	11/7/20	・3Q予定

広告宣伝、集客のノウハウ蓄積が進む

ちよこっとファーム(GREE、Android)WebViewAppのランキング推移事例



2013年3月期下期の方針 -アドソリューション-

今後はポイントサイトとの接続を増やし、視聴数の増加を狙う

◆現在掲載中のポイントサイト◆

mixi



Nicotto Town



等

◆新規掲載予定のポイントサイト◆



等

動画広告の効果が高いことが実証されている

事例① 健康食品サンプル購入

視聴回数 約15万回/月

通常のポイントアフィリエイト広告に比べ、本商品購入率が約1.7倍

事例② 化粧品サンプル購入

視聴回数 約20万回/月

通常のポイントアフィリエイト広告に比べ、本商品購入率が約1.9倍

→動画視聴とアンケートにより、大量に良質なユーザを獲得することが可能

「えいたま」がApp Storeの教育無料カテゴリでランキング1位を獲得
3Qから第3弾アプリの企画を開始

学習者が集まる場
ソーシャルラーニングPF「スマコロ」

リリース日

えいたま
(英会話)



3/5

グルタン
(英単語)



7/18

第3弾

第3弾

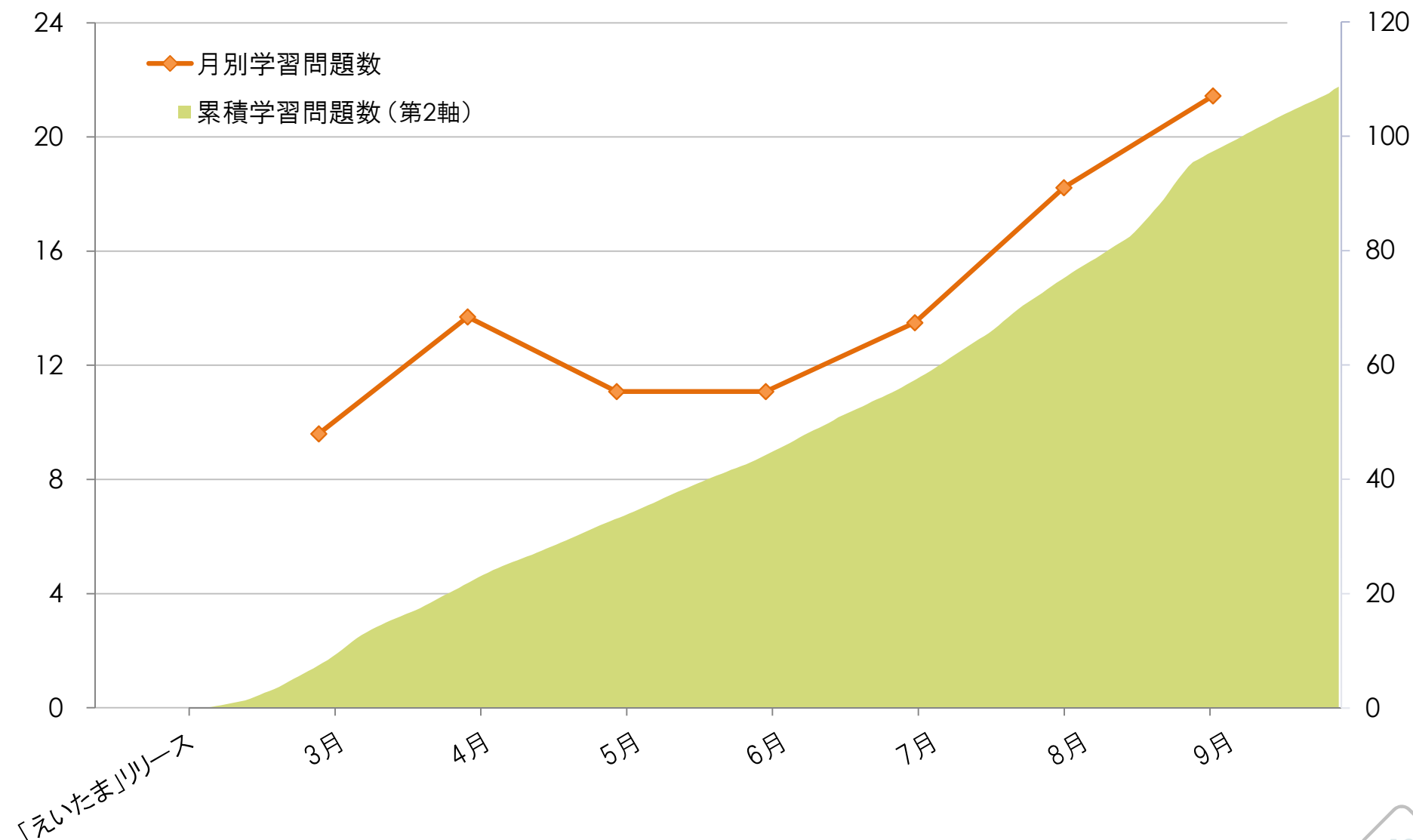
4Q以降

SNSと親和性の高い
「ラーニング」カテゴリ

試験勉強や社会人になっ
てからの学びは
学習仲間を見つけ難く、
継続しにくい。

そこで学習コンテンツを
ソーシャル化し、
「競い合う」
「励まし合う」という要素を
加えて継続性のある
サービスを提供。

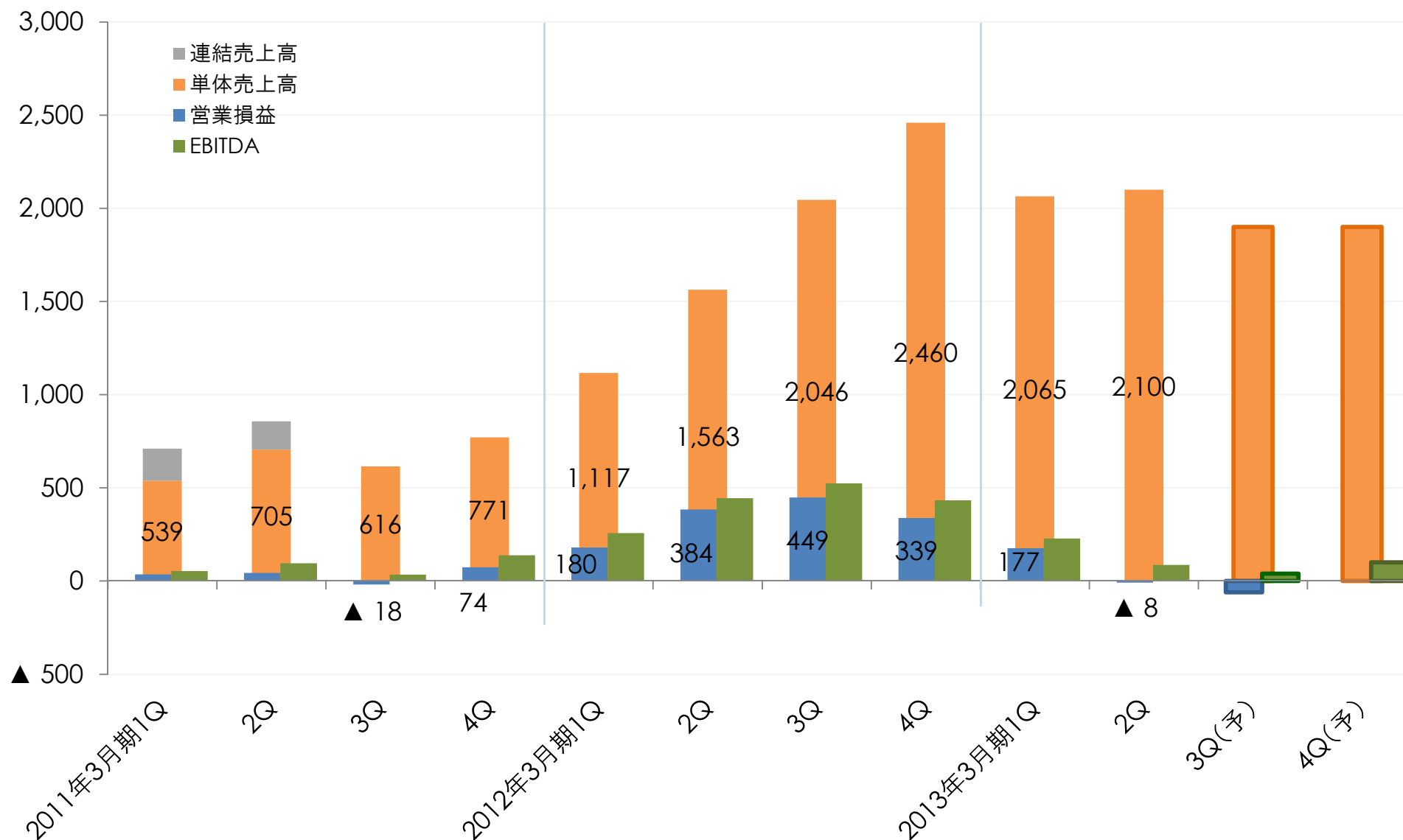
「えいたま」で解かれた問題数が一億問を突破
ソーシャルの要素を取り入れることで学習の継続性が上がると実証できた



※単位:百万

下期業績見通し

3Q業績見通し 売上:1,800~2,000百万円 営業利益:▲60~0百万円



※2011年3月期2Q以前は連結決算のため営業利益額の記載をしておりません

※単位:百万円(百万円未満は切捨て)



DRECOM[®]
with entertainment

世界に通じるインターネットサービスのものづくり企業へ

※ドリコム、Drecom、ドリコムロゴは株式会社ドリコムの登録商標です。
※ 各社の会社名、製品名、サービス名は各社の商標または登録商標です。

本資料に記載いたしました認識、戦略、計画などのうち、見通しは歴史的事実ではなく不確実な要素を含んでおります。実際の業績は様々な要因により見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご了承願います。実際の業績に影響を与える重要な要因には、当社の事業を取り巻く経済情勢、社会的動向、当社の提供するサービス等に対する需要動向による相対的競争力の変化などがあります。なお、業績に影響を与える重要な要因は、これらに限定されるものではありません。