



DRECOM[®]
with entertainment

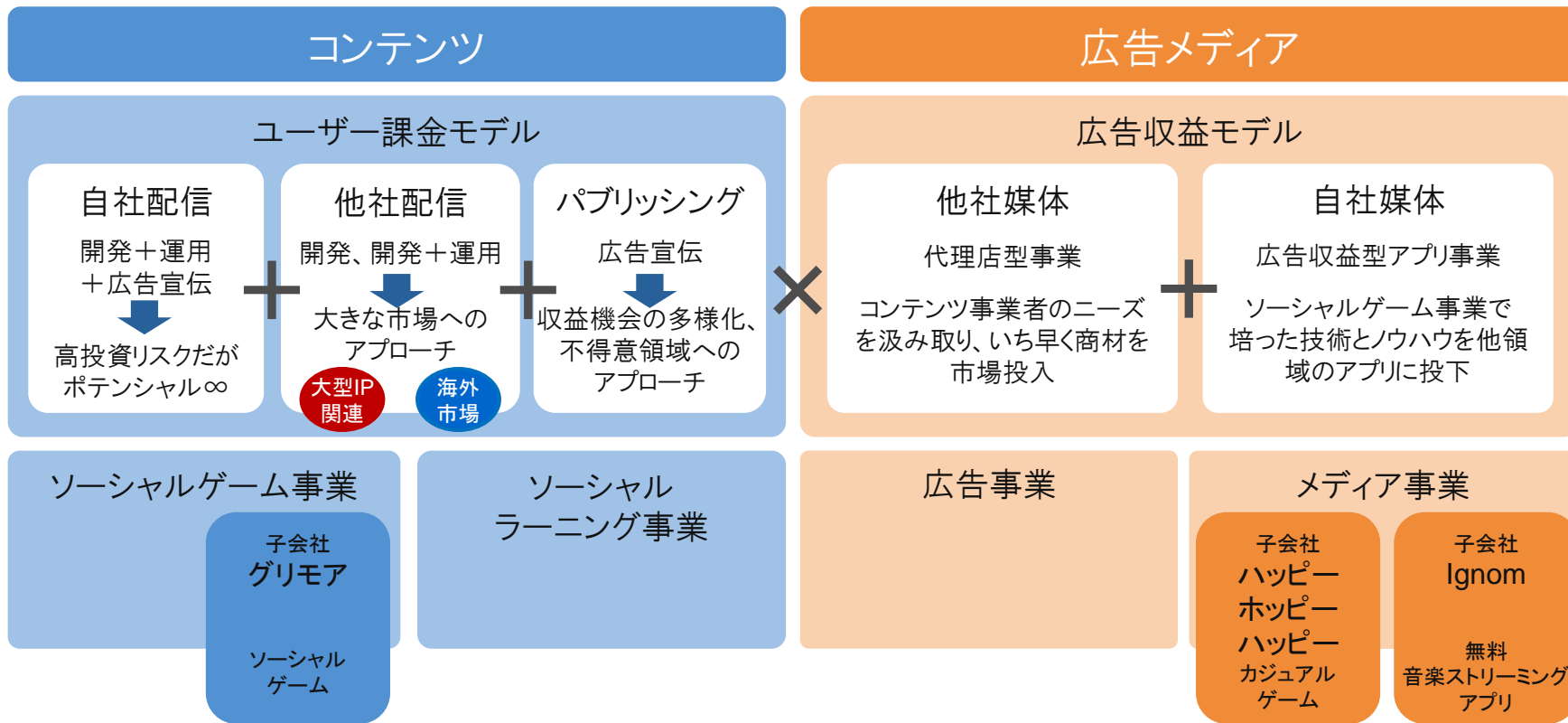
2015年3月期 第1四半期 決算説明会

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。

連結決算への移行概要

ソーシャルゲームのネイティブシフトに一定の成果を獲得。他のアプリ市場への展開本格化



スマートフォンネイティブアプリ市場に向け、ソーシャルゲームのノウハウを核に多様な事業を展開、高成長と業績ボラティリティ低下の両立を目指す

第1四半期 業績概要



ふたつの大型IPゲームが寄与。既存ゲームの縮小を埋め、売上伸長、利益黒転

(百万円)

	第1四半期 (連結) (2014年4-6月)		前四半期(単体) (2014年1-3月)		前年同期(単体) (2013年4-6月)	
	(単体)		前四半期比 (連/単)		前年同期比 (連/単)	
売上高	1,981	1,962	1,728	+14.7%	1,865	+6.2%
営業利益	111	105	-121	—	-57	—
営業利益率	5.6%	5.4%	-7.0%	—	-3.1%	—
EBITDA	221	215	-6	—	15	—
経常利益	106	101	-125	—	-61	—
当期利益	92	90	-263	—	-26	—

当四半期の状況

ソーシャルゲーム事業

- ・3月にリリースした、ひとつめの大型IPゲームは、順調な進捗
- ・ふたつめの大型IPゲームを5月にリリース。ユーザー獲得も好調に進み、リリース1ヶ月で500万ダウンロードを突破。その後も順調にユーザー獲得が続く
- ・リリースからの経年に抗い難く、「Reign of Dragons」他、既存ゲームは縮小

ソーシャルラーニング事業

- ・事業開発フェーズ続く。定額制導入などを事業拡張性へ試行を継続

広告事業、メディア事業

- ・スマートフォン向け広告商品「HeatAppReward」、「フライングガチャ」に注力継続
- ・無料音楽ストリーミングアプリ「DropMusic」のバージョンアップの対応他、2Q以降リリースの無料マンガアプリ「DropComics」の開発に傾注

第1四半期の動き：ポジティブとネガティブ

大型IPゲームが順調な推移。ゲーム以外のネイティブアプリ市場にもアプリ提供を本格化

ポジティブ

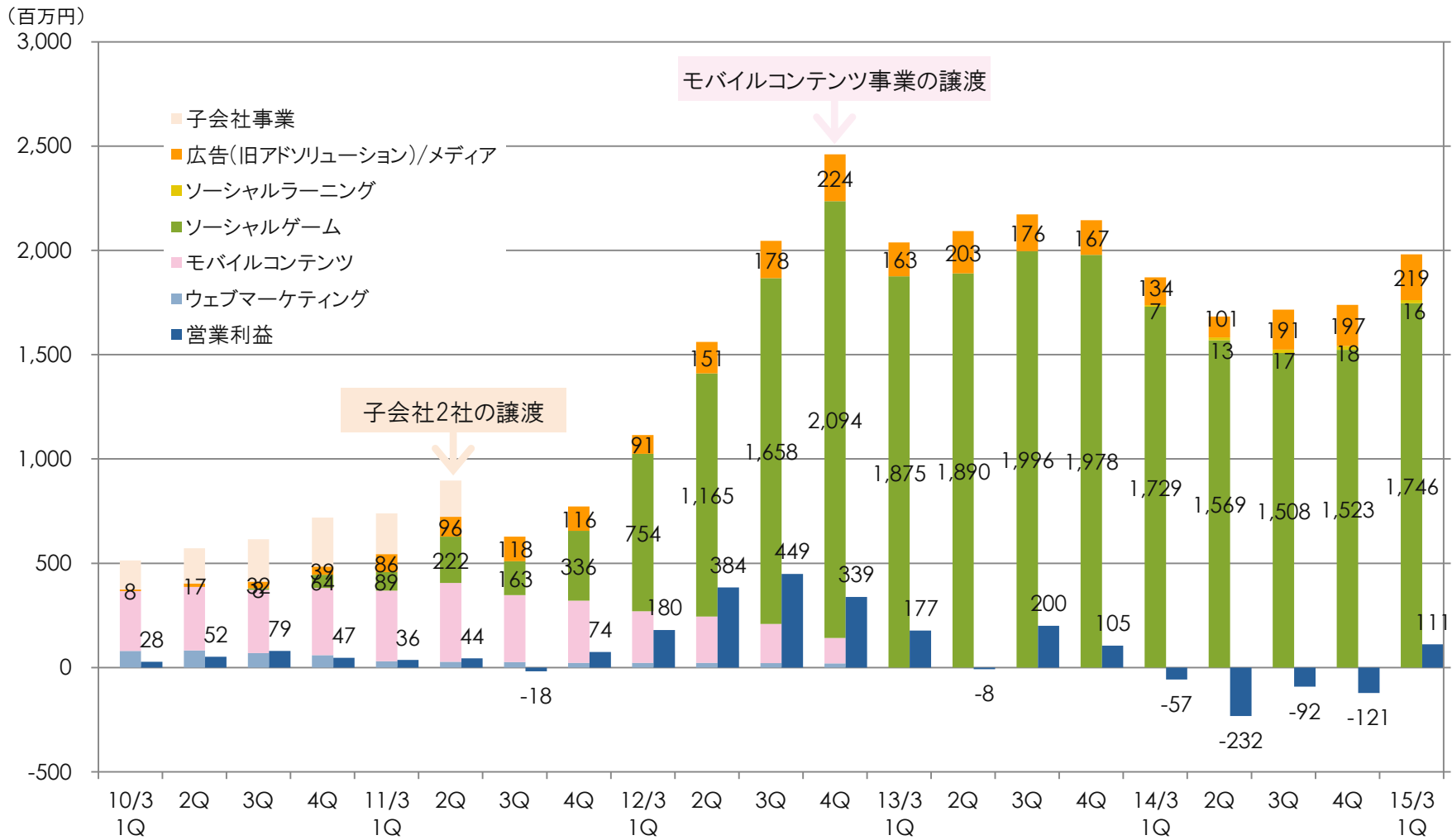
- SG 2つの大型IPゲームはユーザー評価を獲得。好調なユーザー獲得に加え、AppStore、GooglePlay双方の売上ランキングで上位常連化
- SG フルボッコヒーローズの経験を踏まえ、新作リリース時の最終ブラッシュアップ、リリース後の改善サイクルなど、ノウハウの定着化進む
- SG フルボッコヒーローズの海外展開パートナーとして盛大遊戯(Shanda Games Limited)と業務提携
- AD お菓子「カラムーチョZ」を「フライングガチャ」でプロモーション
- ME 1Qの開発案件であった無料音楽ストリーミングアプリ「DropMusic」のバージョンアップ、同じく開発案件の無料マンガアプリ「DropComics」も2Q中のリリースに目処
- 全 ガルロワ以降4本のゲームと「DropMusic」を通じ、ネイティブアプリ市場で「すべきこと」と「したらいけないこと」の理解が進む

ネガティブ

- SG 既存ゲームの縮小が加速。とりわけ期初に大きく変化。市場は完全にネイティブアプリにシフトしたと判断され、もう一段のネイティブシフトに向けた体制変更が必要
- SL 事業としてのスケラビリティを得るため模索が続く
- AD 需要対応に向け、体制整備が必要

SG :ソーシャルゲーム SL :ソーシャルラーニング AD :広告 ME :メディア 全 :全社

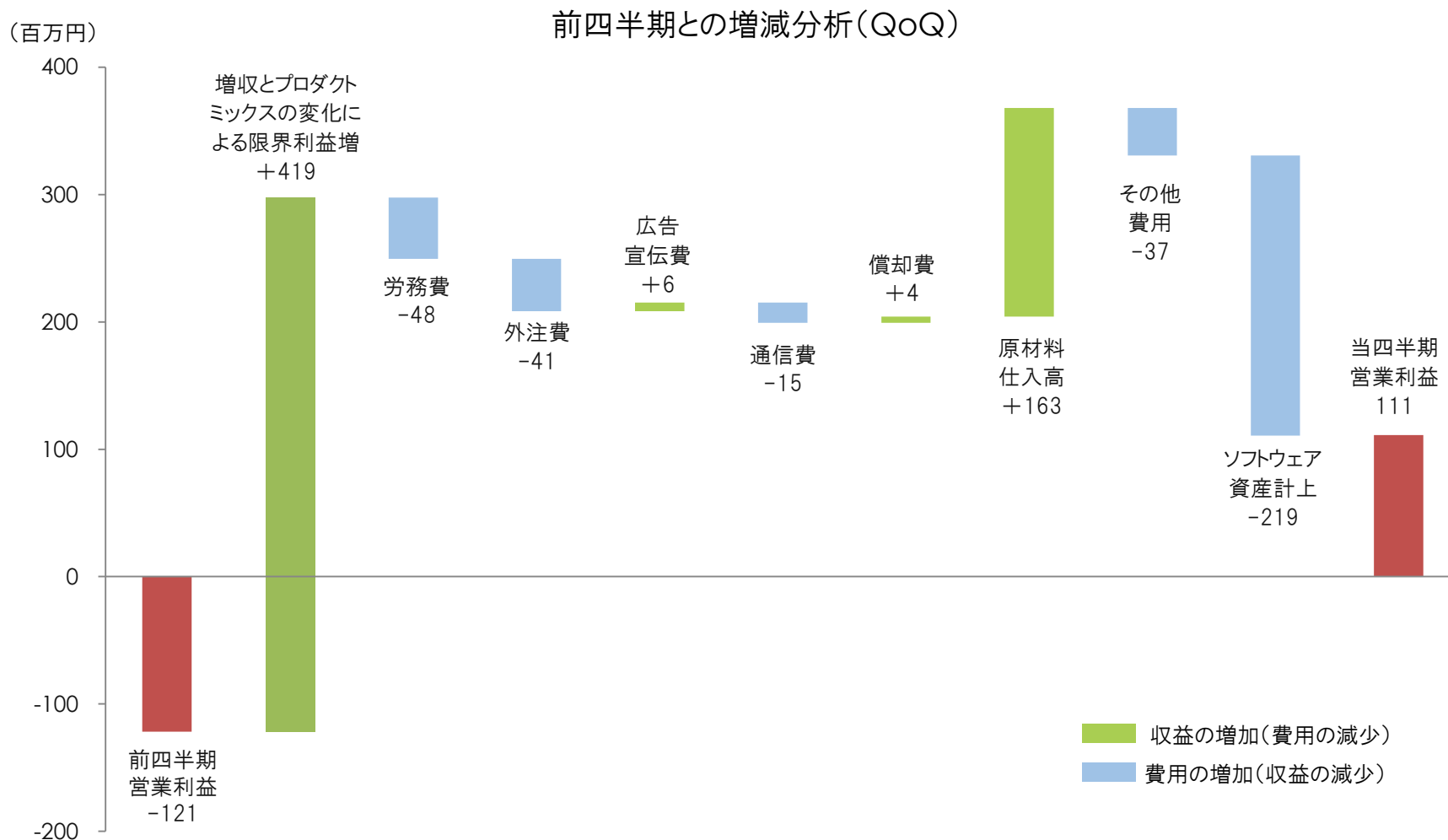
売上高・営業利益の推移



注：2012年3月期～2014年3月期は単体決算、他の期は連結決算。各事業の売上には内部取引を含み、各事業売上の合計と売上高の差分は内部取引分となります。内部取引は、主として、ソーシャルゲーム事業、ソーシャルラーニング事業と広告事業間で発生しています

営業利益増減要因

前期までの開発投資期間を越えたソーシャルゲーム事業が収益貢献開始



費用構成



新作開発完了で原材料仕入減少、既存ゲーム縮小で支払手数料減少

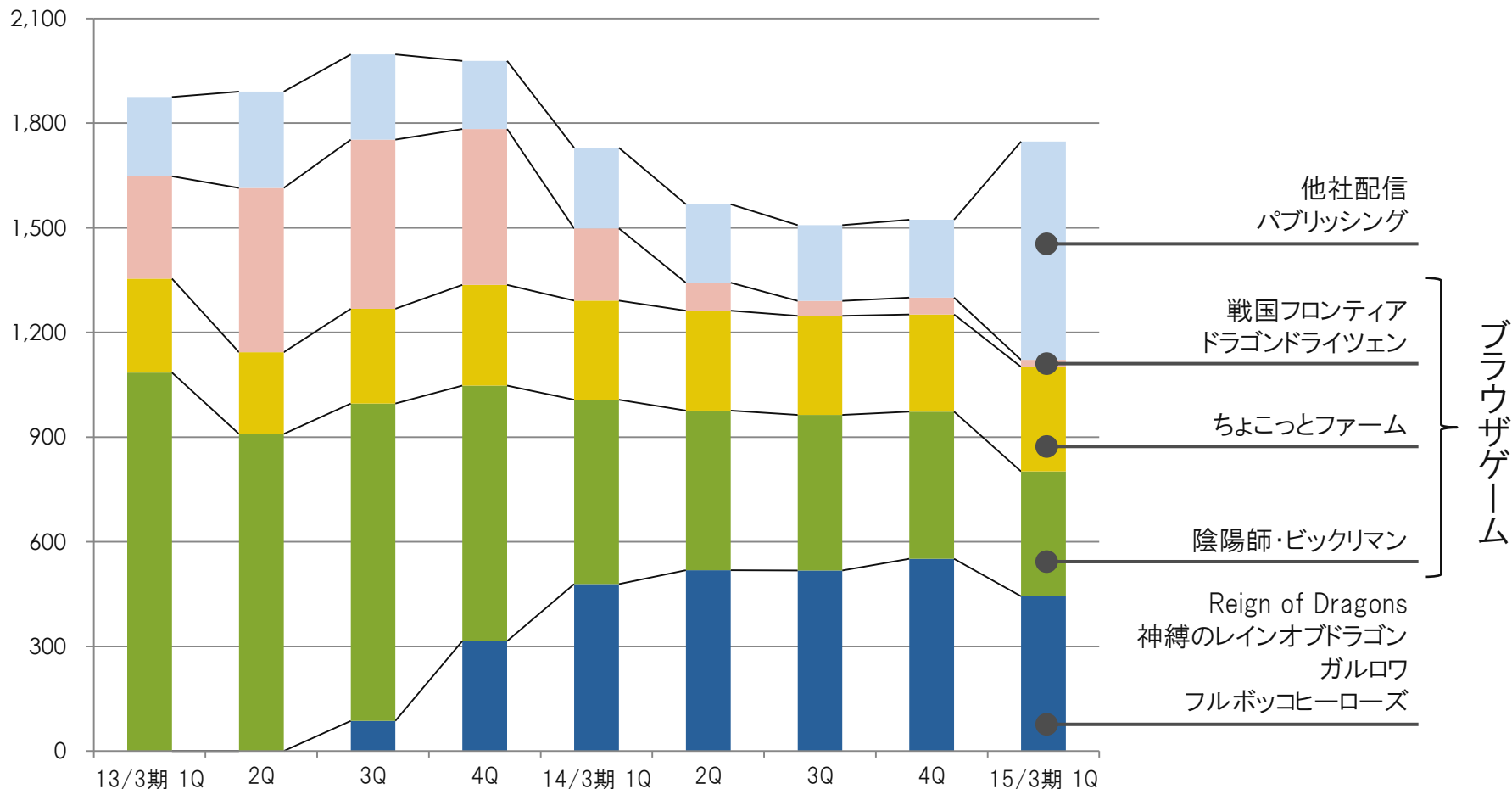
(百万円)

	第1四半期 (連結) (2014年4-6月)	前四半期(単体) (2014年1-3月)		前年同期(単体) (2013年4-6月)		参考 第1四半期 (単体) (2014年4-6月)	費用特性、前四半期からの増減要因等
			前四半期比		前年同期比		
原価合計	1,358	1,378	-1.5%	1,365	-0.5%	1,345	
支払手数料	324	442	-26.7%	574	-43.6%	324	変動費:プラットフォームへの支払手数料
著作権料	38	50	-24.0%	64	-40.6%	38	変動費:版權を伴う売上に連動
労務費	290	273	6.2%	252	15.1%	267	開発・企画系人員の増に伴う増加
外注費	313	272	15.1%	210	49.0%	313	開発向け業務委託
仕入高	128	134	-4.5%	82	56.1%	128	変動費:広告事業の出稿数に連動
通信費	110	94	17.0%	82	34.1%	109	データセンターコスト
ソフトウェア償却	99	102	-2.9%	62	59.7%	99	ゲームアプリの減価償却費
減価償却費	5	6	-16.7%	5	0.0%	5	開発関連設備の減価償却費
原材料仕入高	57	220	-74.1%	95	-40.0%	50	ゲーム中のグラフィックなど
他勘定振替高	-78	-290	-73.1%	-112	-30.4%	-59	新作開発完了に伴い減少(マイナスは除算)
その他	68	69	-1.4%	48	41.7%	65	
販管費合計	511	471	8.5%	557	-8.3%	511	
支払手数料	107	137	-21.9%	166	-35.5%	107	変動費:主に通信キャリアへの支払手数料
広告宣伝費	46	53	-13.2%	54	-14.8%	45	ゲーム、ラーニングアプリのマーケティング費用
労務費	198	167	18.6%	196	1.0%	198	新卒採用に伴う増加。間接人員の増加は抑制
採用費	19	11	72.7%	34	-44.1%	19	新卒、中途採用の方向性に变化なし
研究開発費	8	-	-	-	-	8	スマートフォンアプリ向けの研究開発
減価償却費	4	5	-20.0%	6	-33.3%	4	間接設備の減価償却費
その他	127	96	32.3%	99	28.3%	126	

ソーシャルゲーム：タイトル別の売上推移

既存ゲーム縮小のなか、「ちよこっとファーム」がQoQ増と健闘中

(百万円) ソーシャルゲームのタイトル別売上推移



2015年3月期第2四半期見通し



経験から自信を獲得。既存ゲームからネイティブゲームにリソースを大きく移動。大型IPゲームの運用強化と下期以降にリリース予定のオリジナルネイティブゲーム開発に傾注

	2Qの事業進捗見込み	2Q収益への影響
ソーシャルゲーム	<p>大型IPゲームは両者ともに順調な進捗を見込む。5月にリリースしたふたつめの案件には、四半期フル寄与に加え、リリースからの時間経過によるユーザーの慣れがプラスに効果する期待も</p> <p>既存ゲームは縮小見通し。市場や経年などの環境要因に加え、リソース移動も縮小の背景に。とりわけ「Reign of Dragons」、「フルボッコヒーローズ」に慎重。ゲームによっては休止も検討</p> <p>次作は9月後半以降に子会社グリモアからリリース予定。下期に向けては2本の新作オリジナルゲームを企画中。来期リリース予定の1本を含め、計4本を企画・開発中</p>	<p>売上にプラスだが、計上が当社分のみ のネットの影響は相対的に小さめ。ただし、変動費なく、売上は利益に直結</p> <p>売上にマイナス。リソースの転換を進めるが、コスト削減は売上減に遅行する見込み。利益にもマイナス</p> <p>2Qへの売上貢献はほぼゼロ。次作向け広告宣伝費先行で利益にはマイナスを計画</p>
ソーシャルラーニング	<p>事業開発フェーズの終盤。追加投資を含め、大きく変化しなければならないタイミングが到来</p>	<p>コスト先行で利益にはマイナスも</p>
広告	<p>スマートフォン向け商材に傾注。海外顧客にむけた営業も強化</p>	<p>売上プラスも事業構造上利益率低め</p>
メディア	<p>「DropMusic」に続き「DropComics」をリリース予定。両アプリともユーザー獲得に向けた広告宣伝を活性化する見込み</p>	<p>立上げ期で売上寄与軽微、広告宣伝費の先行で利益にマイナス見込み</p>

2015年3月期第2四半期見通し



既存ゲーム縮小の業績影響大。広告宣伝費の先行もあり、2Qは一旦減収減益見通し

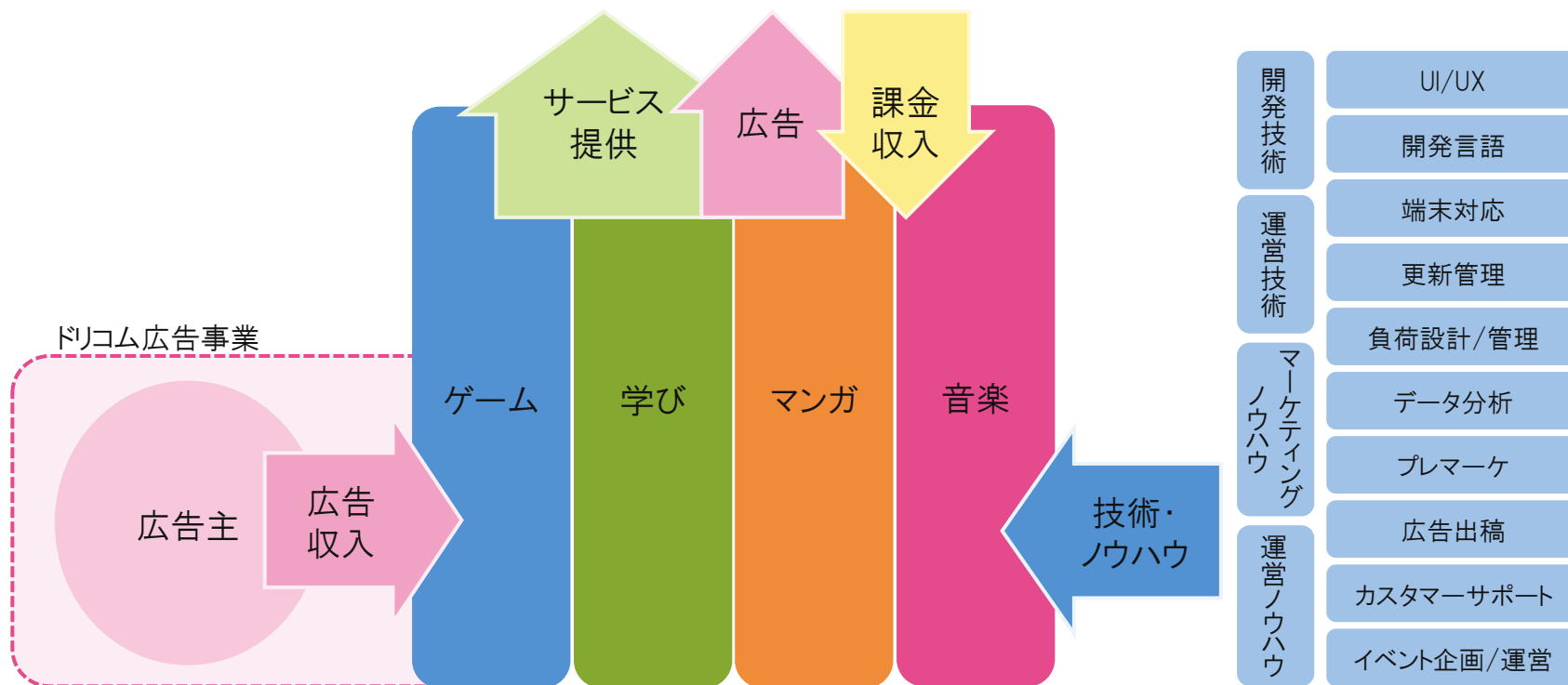
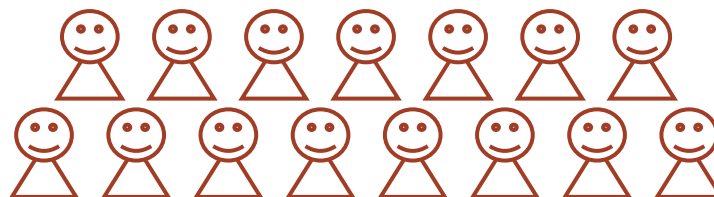
(百万円)

	第1四半期実績 (2014年4-6月)	第2四半期見通し (2014年7-9月)	第3四半期方向性 (2014年10-12月)
売上高	1,981	1,700	2,000~2,300
営業利益	111	0	0~300
経常利益	106	0	—
当期利益	92	0	—

今後の方向性: ゲーム以外への展開を活性化

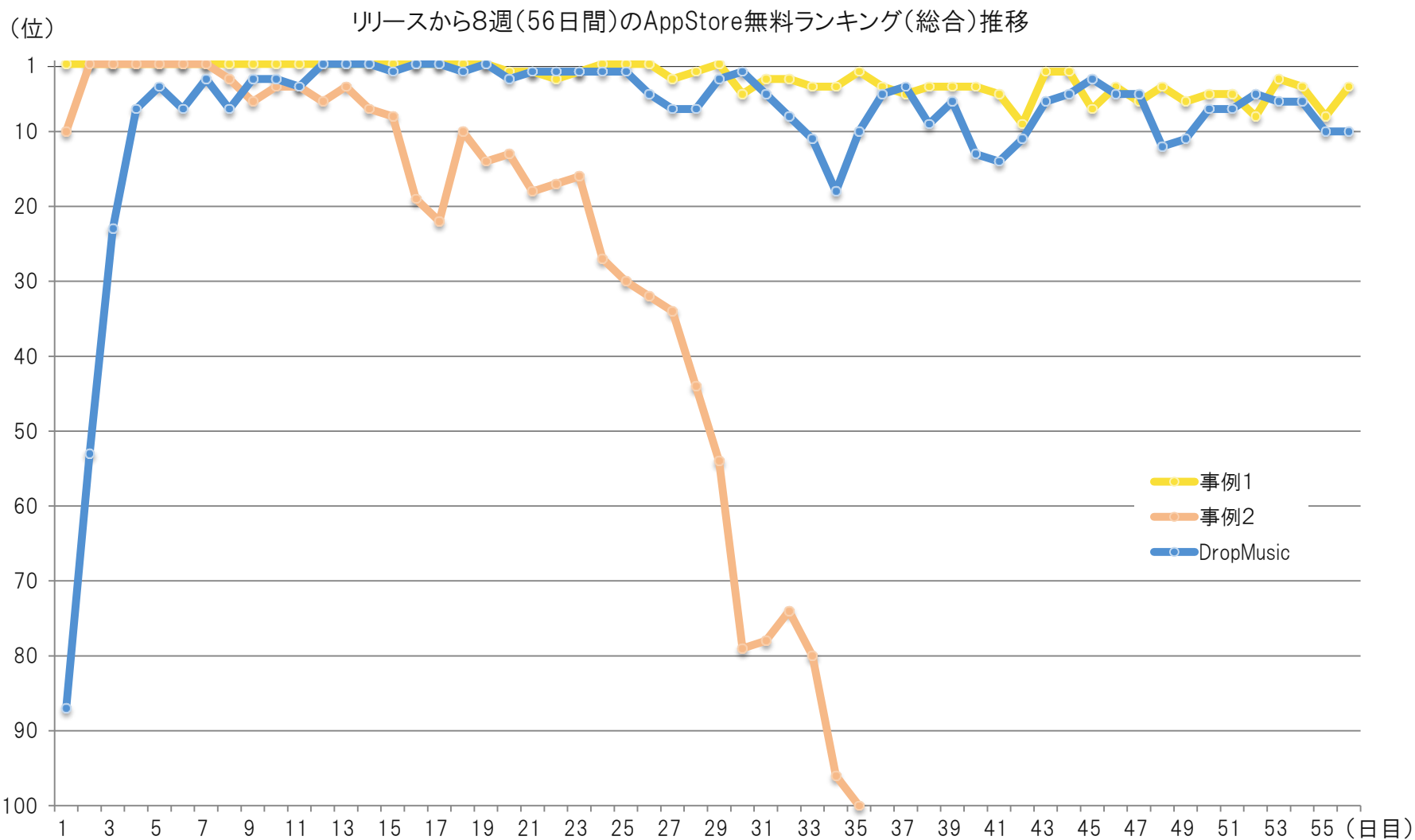


ゲームで獲得した技術とノウハウを他の領域にも展開。収益機会も課金と広告に相乗化



DropMusic: 無料音楽ストリーミングアプリ

前バージョンで潜在市場を確認。新バージョンからは共生型サービスを明確に志向



DropComics: 無料マンガアプリ



DropComics

毎日30分読み放題

回復アイテムを使えば
さらに読める!



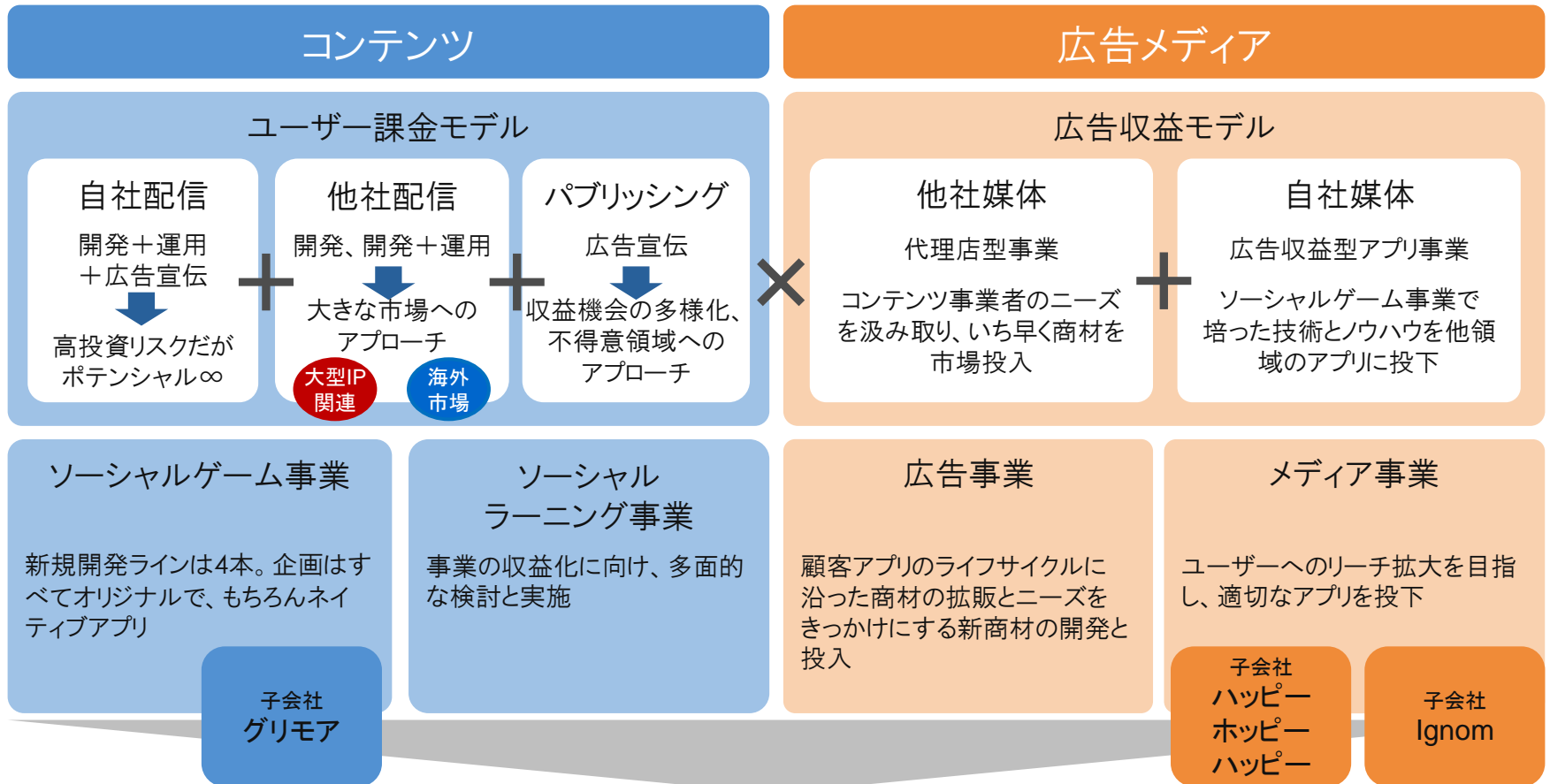
ドリコムでは、ソーシャルゲームアプリを中心に、ユーザーの生活に『ワクワク』や『楽しみ』を提供できるエンターテインメントコンテンツを提供してまいりました。さらに、この度、新たな取り組みとして名作マンガタイトルを無料で楽しむことのできるマンガアプリ『DropComics』をリリースします。

『DropComics』はマンガ好きユーザーが集う旧作の名作マンガのポータルアプリとなることを目的に、完結している名作マンガタイトルを提供してまいります。

『DropComics』は各コンテンツの公開期間中、一日30分間無料で楽しむことができるアプリとなっております。

ソーシャルゲーム事業同様、ユーザーの皆様から高い支持を獲得し、マンガアプリ市場においてマーケットリーダーとなるよう、サービスの発展に注力してまいります。

近日、事前登録開始!



スマートフォンネイティブアプリ市場に向け、ソーシャルゲームのノウハウを核に
多様な事業を展開、高成長と業績ボラティリティ低下の両立を目指す

株式会社ハッピーホッピーハッピー



株式会社ハッピーホッピーハッピーは、2013年にドリコムの子会社として設立され、『あいつ勇者やめるって』シリーズをはじめとするスマートフォン向けカジュアルアプリの企画・開発を手掛けています。

『あいつ勇者やめるって』シリーズは、ノスタルジックなドット絵とアイテム屋や武器屋、NPCとの会話などRPGの要素が特徴となっている脱出ゲームとなっており、リリース以来、シリーズ累計で100万人を超えるユーザーを獲得しています。2014年7月には、大手ゲーム関連メディア、ファミ通Appにより『ファミ通App編集者が選ぶ2014年上半期BESTゲーム12本』のうちの一冊に選ばれるなど、スマートフォン向けカジュアルアプリとして高い評価を得ています。



引き続き国内向けのカジュアルアプリを提供し、ユーザー基盤を構築していくとともに、国内で培ったノウハウを活かし、海外向けカジュアルアプリの提供を開始することで、スマートフォンを通じて世界中に『ワクワク』と『楽しさ』を提供できる企業として、さらなる飛躍を目指します。

公式サイト: <https://twitter.com/HappyHoppyHappy>

株式会社Ignom



株式会社Ignomは、2013年にドリコムの子会社として設立され、無料音楽ストリーミングアプリ『DropMusic』を主力サービスとして、事業を展開しています。

『DropMusic』は、YouTubeで公開されている曲を無料でユーザーに提供するアプリです。同種アプリのはしりとして2013年にリリースされて以来、高い操作性や美しいUIなどからユーザーの高い支持を集めており、iOS版は400万DLを達成しています。

2014年7月にはiOS版に加えてAndroid版もリリースし、より多くのユーザーの皆様にスマートフォンを通じた新しい音楽の楽しみ方を提供し、世界のミュージックプレイヤーアプリとなるべく、引き続き積極的に事業を拡大してまいります。

公式サイト: <http://dropmusic.ignom.jp/>

株式会社グリモア



株式会社グリモアは、大ヒットした対戦型カードバトルゲーム『ソード×ソード』やドラゴン系本格ファンタジーカードバトルゲーム『ドラゴン×ドライツェン』を手掛けたドリコムの子会社を中心としたチームが独立し、これらの作品が持つ独特の世界観を昇華し、より高いゲーム性をあわせ持つソーシャルゲームアプリの開発を目的に、ドリコム100%出資子会社として、2014年に設立されました。

現在、鋭意アプリを開発中です。

ドリコムで培ったノウハウを活かし、ソーシャルゲーム業界を牽引する新たなリーディングカンパニーとなるべく、これからも成長を続けてまいります。



DRECOM[®]
with entertainment

※ 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。