



# 2011年3月期 第3四半期決算説明資料

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、さまざま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。

# ハイライト および直近の状況

## 連結業績 (4月-12月)

- ・売上高 2,184百万円 (前年同期 1,670百万円 +31%)
- ・営業利益 62百万円 (前年同期 162百万円 ▲62%)
- ・第3四半期から子会社2社※の業績は連結対象外へ

※株式会社じげん、株式会社ドリコムマーケティング

## ソーシャル ゲーム

- ・10月12日 Yahoo!モバゲー向け「ハッピーサファリ」開始
  - ・11月11日 ハンゲーム向け「ハッピーペット」開始
  - ・12月11日 GREE向け「グリとも広場」開始
  - ・12月20日 GREE向け「陰陽師 ～平安妖奇譚～」開始
  - ・12月21日 GREE向け「金田一少年の事件簿」開始
  - ・1月17日 GREE向け「ガーリー・コレクション」開始
  - ・1月19日 GREE向け「ちょこっとファーム」開始
- ⇒スマッシュヒットを狙うためリリース時期を見直した結果、12月下旬～1月に集中

# 業績修正について

通期業績予想(2010年4月～2011年3月)

	連結業績			単体業績		
	修正後	修正前	増減率	修正後	修正前	増減率
売上高	2,900	3,440	▲16%	2,600	3,150	▲17%
営業利益	80	290	▲72%	40	230	▲83%
経常利益	80	280	▲71%	40	220	▲82%
当期純利益	0	208	—	90	260	▲65%

- ・ソーシャルゲームのスマッシュヒットを狙うために開発計画の見直しを実施
- ・計画見直しに伴い、第3四半期の前半でのリリースを予定していた新タイトルが12月下旬～1月に集中
- ・その影響から業績修正に至る

## 売上について

新タイトルについてリリース時期を見直し、収益化のタイミングを第4四半期以降へスライド

## 利益について

来期に向けて、スマッシュヒットが見込めるタイトルについては広告宣伝費を積極的に投下していく

# 業績概要

第3四半期から子会社2社の業績は連結対象外へ

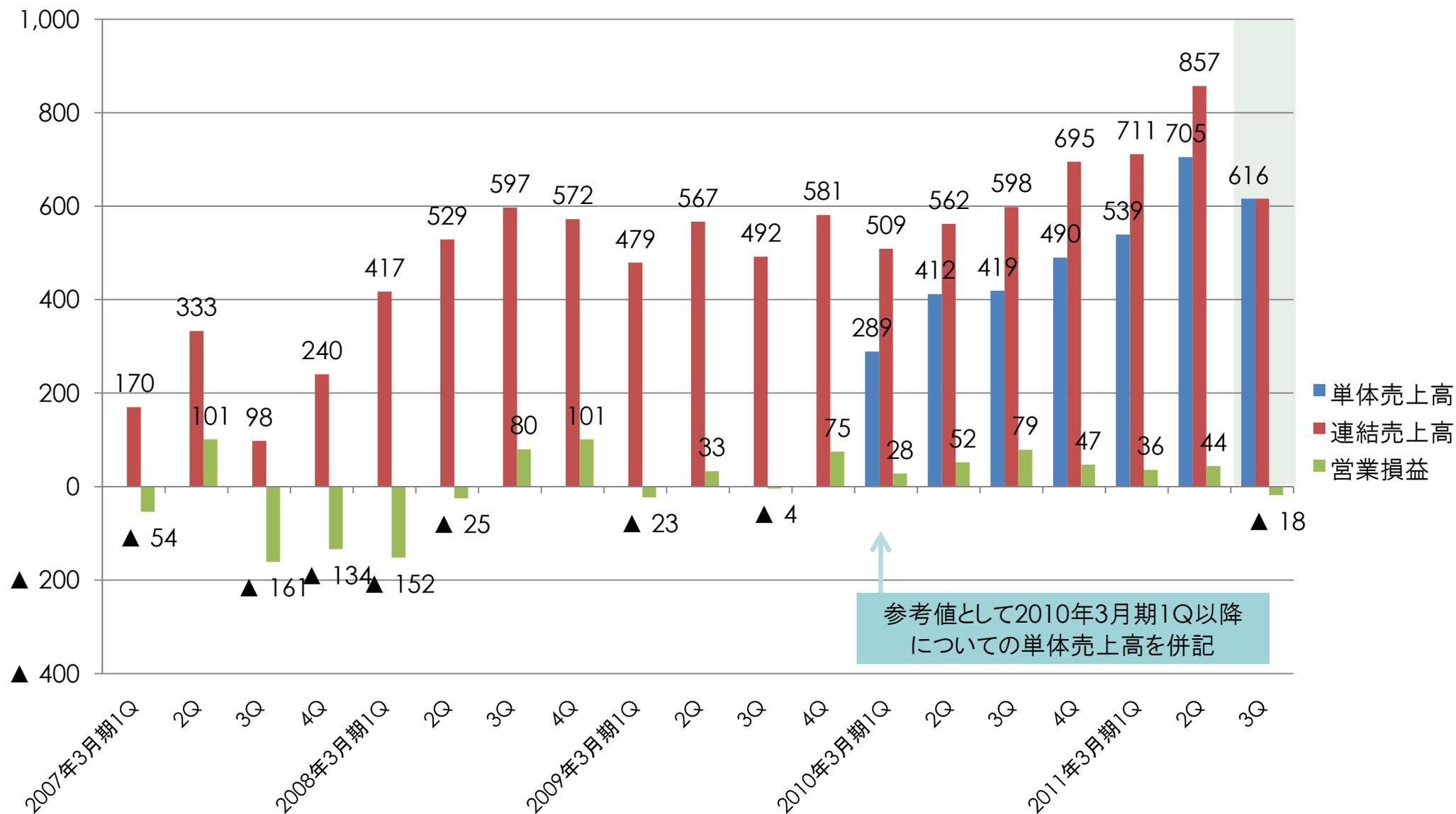
		2010年 10-12月	前年同期		前四半期	
			2009年10-12月	前年同期比	2010年7-9月	前四半期比
連結業績	売上高	616	598	+3%	856	▲28%
	営業利益	▲18	79	—	43	—
	営業利益率	—	13.2%	—	5.0%	—
	EBITDA	34	118	▲71%	95	▲64%
	経常利益	▲18	78	—	42	—
	当期純利益	● ▲35	52	—	14	—
(参考) 単体業績	売上高	616	419	+48%	705	▲13%
	営業利益	▲18	40	—	37	—
	営業利益率	—	9.8%	—	5.4%	—
	EBITDA	35	77	▲55%	87	▲60%
	経常利益	▲18	40	—	35	—
	当期純利益	● ▲6	40	—	86	—

※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

子会社の売却に伴う連結調整による差異

# 売上高・営業損益の推移

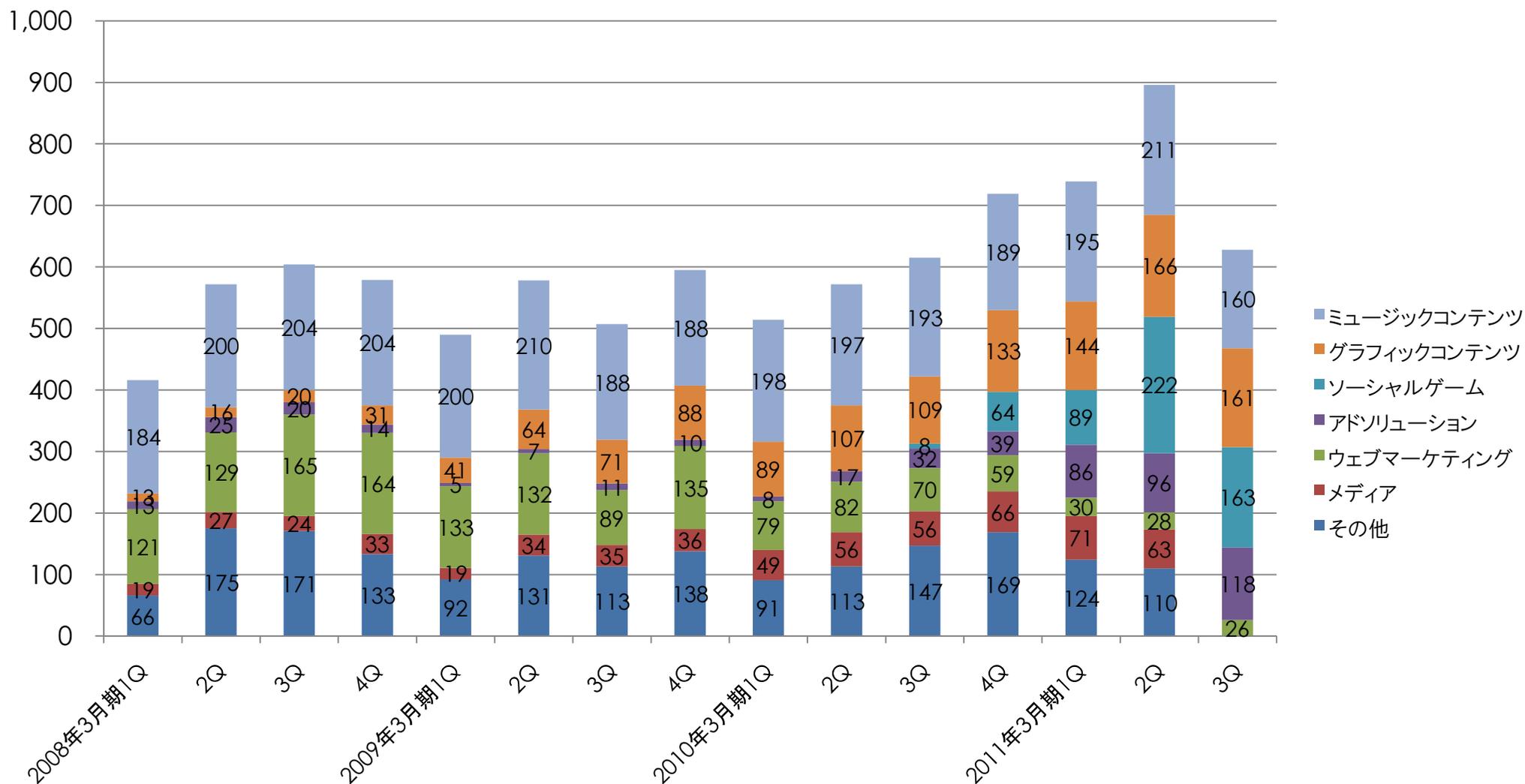
第3四半期から子会社2社の業績は連結対象外へ



※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

# 事業毎の売上推移

「メディア」「その他」は譲渡対象子会社の事業のため連結対象外へ



※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

※各数値は内部振替前のものです

# 費用構成

子会社2社が連結から外れたため、特に前四半期比では費用が低減

	2010年 10-12月	前年同期		前四半期	
		2009年10-12月	前年同期比	2010年7-9月	前四半期比
売上原価合計	250	124	+102%	300	▲17%
原価率	41%	21%	-	35%	-
人件費	96	79	+22%	108	▲11%
その他	153	45	+240%	191	▲20%
販管費合計	304	360	▲16%	454	▲33%
販管费率	49%	60%	-	53%	-
広告宣伝費	65	51	+27%	88	▲26%
研究開発費	4	1	-	0	-
人件費	89	140	▲36%	157	▲43%
その他	143	166	▲14%	207	▲31%

※単位：百万円(百万円未満は切捨て)

※売上原価については仕入、ソフトウェア償却を除く製造原価のみを記載

前年同期比ではソーシャルゲームの売上と連動する手数料が増加

# キャッシュ・フロー計算書の概況

	2010年4-12月	前年同期
		2009年4-12月
営業活動によるキャッシュ・フロー	171	169
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲293	▲114
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲60	▲57
現金及び現金同等物の期末残高	441	648

※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

# 第3四半期の事業概況

	取り組み方針	結果
ソーシャルゲーム	<ul style="list-style-type: none"><li>・タイトル数の増強によるユーザー拡大</li><li>・モバイル強化を目的とした組織変更</li><li>・海外パートナーによるPC向けの拡充</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・リリース時期を見直した結果、12月下旬～1月に新規タイトルのリリースが集中</li><li>・リリース後はその初動からヒット規模を想定し、広告宣伝費を集中的に投下</li></ul>
モバイルコンテンツ	<ul style="list-style-type: none"><li>・スマートフォン対応の検討</li><li>・ソーシャルゲームとの導線強化</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・着メロ、きせかえコンテンツのスマートフォン対応の取り組みを開始</li></ul>
アドソリューション	<ul style="list-style-type: none"><li>・リワード広告「poncan」の導入推進</li><li>・ソーシャルアドとしての商品力強化</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・複数プラットフォーム対応として「ニコッとタウン」への展開を開始(1月)</li><li>・スマートフォン対応の取り組みを開始</li></ul>

# リリース1カ月でTop10にランクイン

取り組みの成果が実績として表れ始めている

## スマッシュヒットに向けた取り組み

1. 新たなゲームシステムへの取り組みとしてバトル形式を採用したタイトルへの挑戦
2. 社内テストの徹底によるクオリティ担保
3. データ主導の改善
4. プロモーションの強化として、IPの活用やCMでの露出強化の取り組みを開始
5. ヒットゲームはプラットフォームの横展開を推進

## GREE向け「陰陽師 ～平安妖奇譚～」

12月20日リリースから1カ月で全体ランキングTop10入り



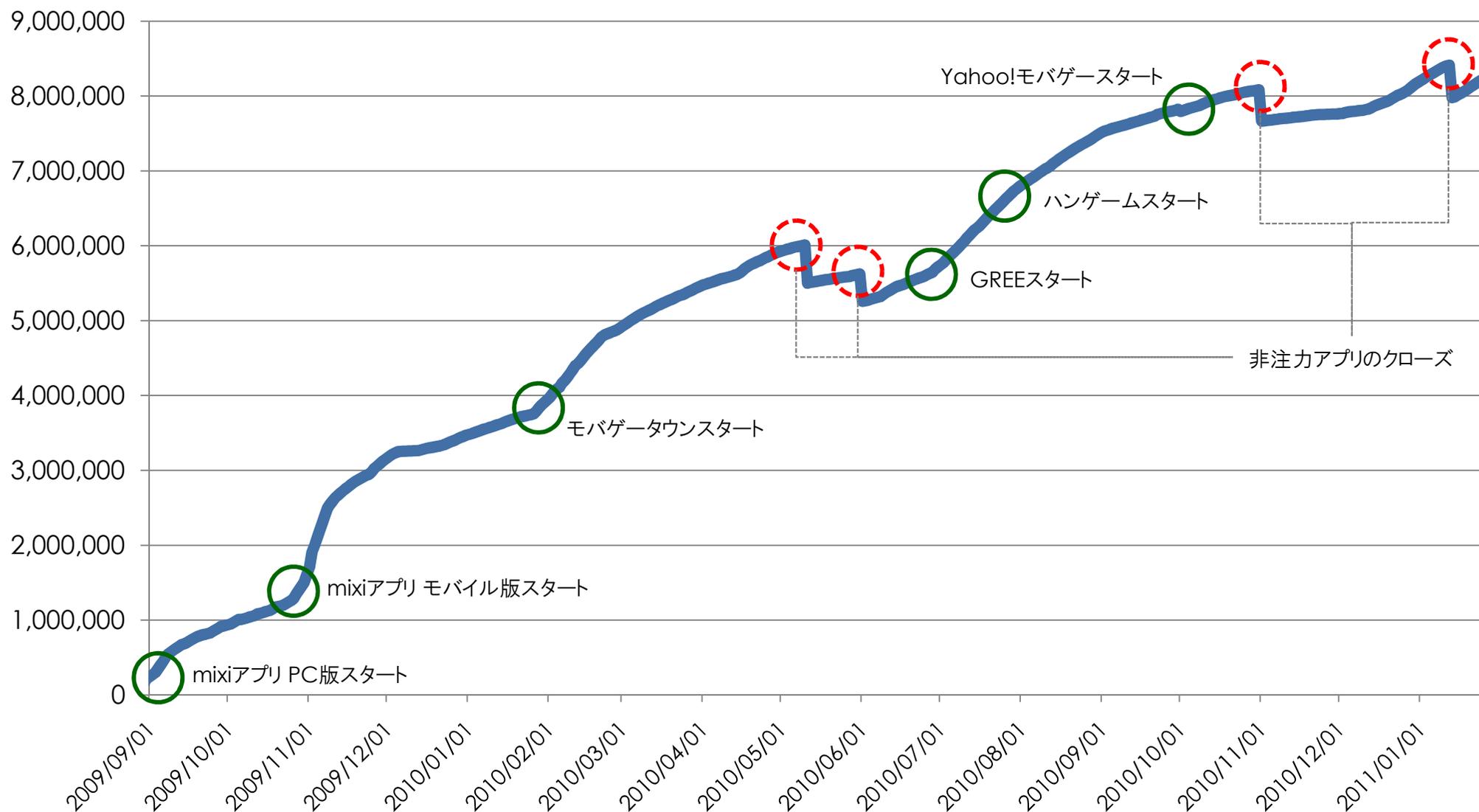
高い継続率とARPUを  
狙えるタイトルに成長

GREE内ゲームランキング  
(2011年2月1日時点)

	全体	男性
1	ドラゴンコレクション	ドラゴンコレクション
2	100万人の三国志	100万人の三国志
3	おみせやさん for GREE	しろつく
4	Love&Job! オトナの事情	ダービーズキングの伝説
5	ダーリンは芸能人 for GREE	戦国バスター
6	しろつく	陰陽師～平安妖奇譚～
7	コーデマニア	戦国大戦G
8	ダービーズキングの伝説	萌えCanちえんじ!
9	戦国バスター	おみせやさん for GREE
10	陰陽師～平安妖奇譚～	ソウルハント

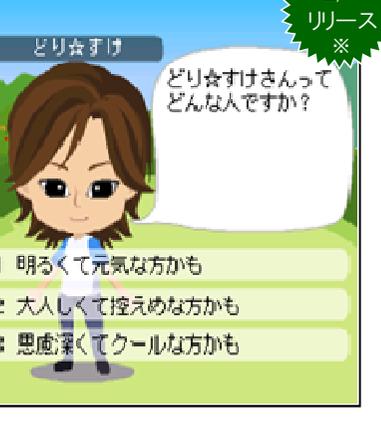
# ソーシャルゲームのインストール数

随時タイトルの選択と集中を行っていく



# 提供中の主なソーシャルゲーム

Mobile Social Games : 各プラットフォームに向けてタイトルを展開

 <p>12/20 リリース</p>	 <p>12/21 リリース</p>	 <p>1/17 リリース</p>	 <p>1/19 リリース</p>
<p>「陰陽師～平安妖奇譚～」 2010年12月～ PF:GREE</p>	<p>「金田一少年の事件簿」 2010年12月～ PF:GREE</p>	<p>「ガーリー・コレクション」 2011年1月～ PF:GREE</p>	<p>「ちょこっとファーム」 2011年1月～ PF:GREE</p>
 <p>12/11 リリース ※</p>			
<p>「ゲームスタジオ物語」 2010年2月～ PF:モバゲー, mixi, GREE</p>	<p>「Happy Aquarium for Mobile」 2010年6月～ PF: GREE</p>	<p>「マイミク村/グリとも広場※」 2010年6月～ PF: mixi, GREE</p>	<p>「オンスタ！」 2010年7月～ PF: モバゲー</p>

# 提供中の主なソーシャルゲーム

PC Social Games : ヒットゲームのローカライズで安定的なユーザー確保を狙う



「ハッピーアクアリウム」  
2009年12月～  
PF: ハンゲーム、mixi,  
Yahoo!モバゲー



「ハッピーアイランド」  
2010年7月～  
PF: ハンゲーム、mixi,  
Yahoo!モバゲー



10月  
リリース

「ハッピーサファリ」  
2010年10月～  
PF: ハンゲーム、mixi,  
Yahoo!モバゲー



11月  
リリース

「ハッピーペット」  
2010年11月～  
PF: ハンゲーム、mixi,  
Yahoo!モバゲー

with 



10月  
リリース

「ハッピーファーム」  
2010年10月～  
PF: Yahoo!モバゲー



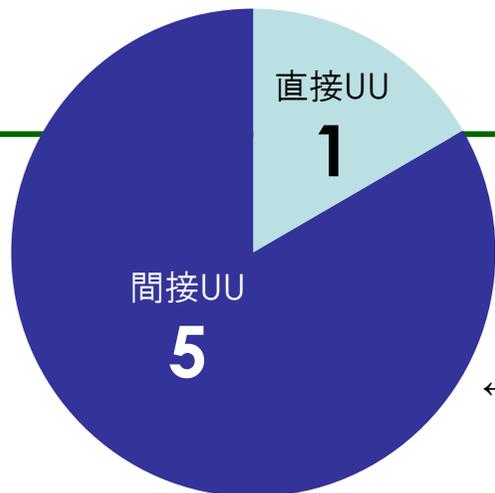
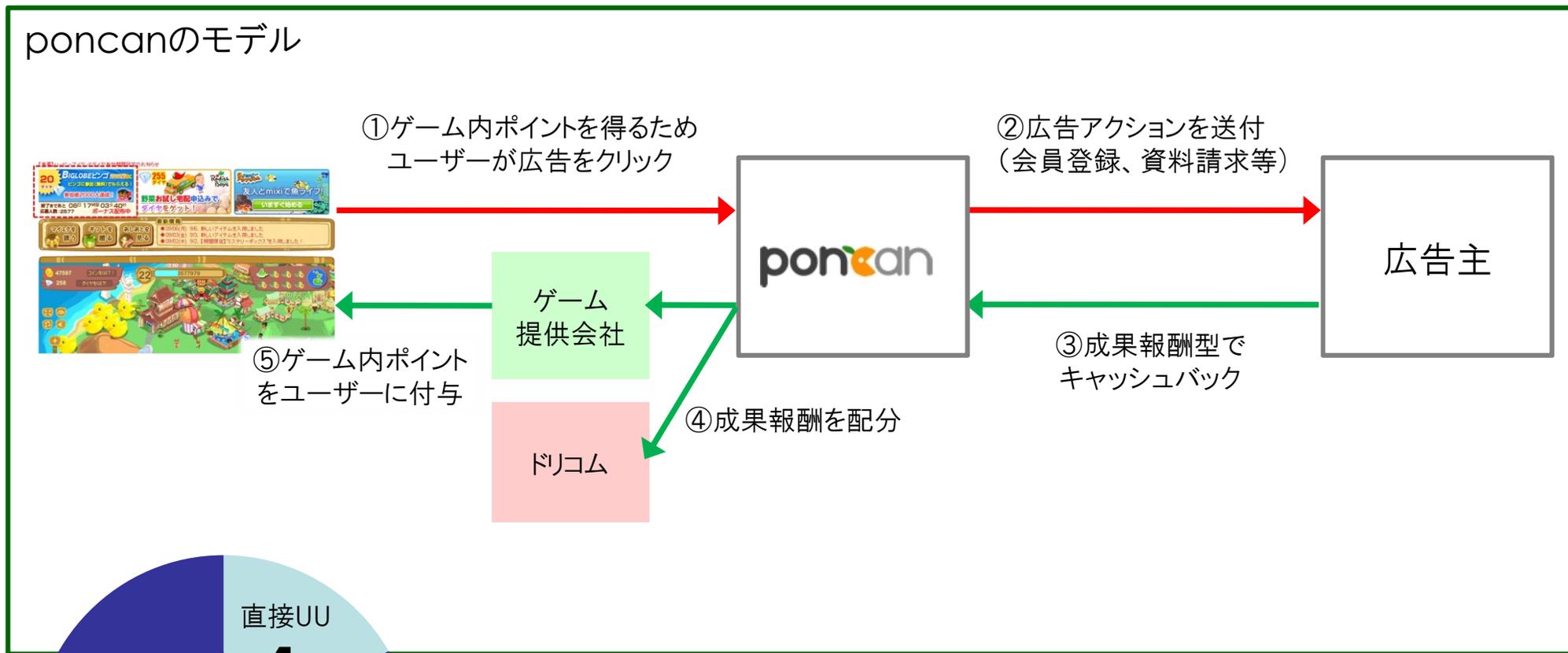
10月  
リリース

「リトルウォーズ」  
2010年10月～  
PF: Yahoo!モバゲー

with 

# ソーシャルゲームの収益性向上へ

間接課金の仕組みを整え、課金の裾野を拡大する取り組みを進める



←自社アプリ上での  
直接課金と間接課金の  
ユニークユーザー数の比率

間接課金の仕組みを用意することで  
課金ユーザー層が拡大

# 複数プラットフォーム展開を進める

エンタメコンテンツと親和性が高いため、  
広告効果を高める取り組みとともにゲームプラットフォームへの展開も進める



## 効果を高める 取り組み

1. 共同アクション型のリワード広告  
短時間で多くの購買者を集めるフラッシュマーケティング(例:Grouponなど)の要素を組み込み、時間や提供個数の制限、ボーナスポイントの付与を行い、これによりユーザーのクチコミ喚起、購買意欲を高める。
2. 動画を用いたリワード広告  
動画視聴によるポイントバックを実施することで、ユーザーのリワード広告に対する利用ハードルを下げて利用を促すとともに、動画視聴後の商品購入へ高い誘導率でつなげる。
3. アプリ面での広告案件バナー  
アプリの目立つ場所に広告案件のバナーを直接表示させることでユーザーへの訴求力を高める。

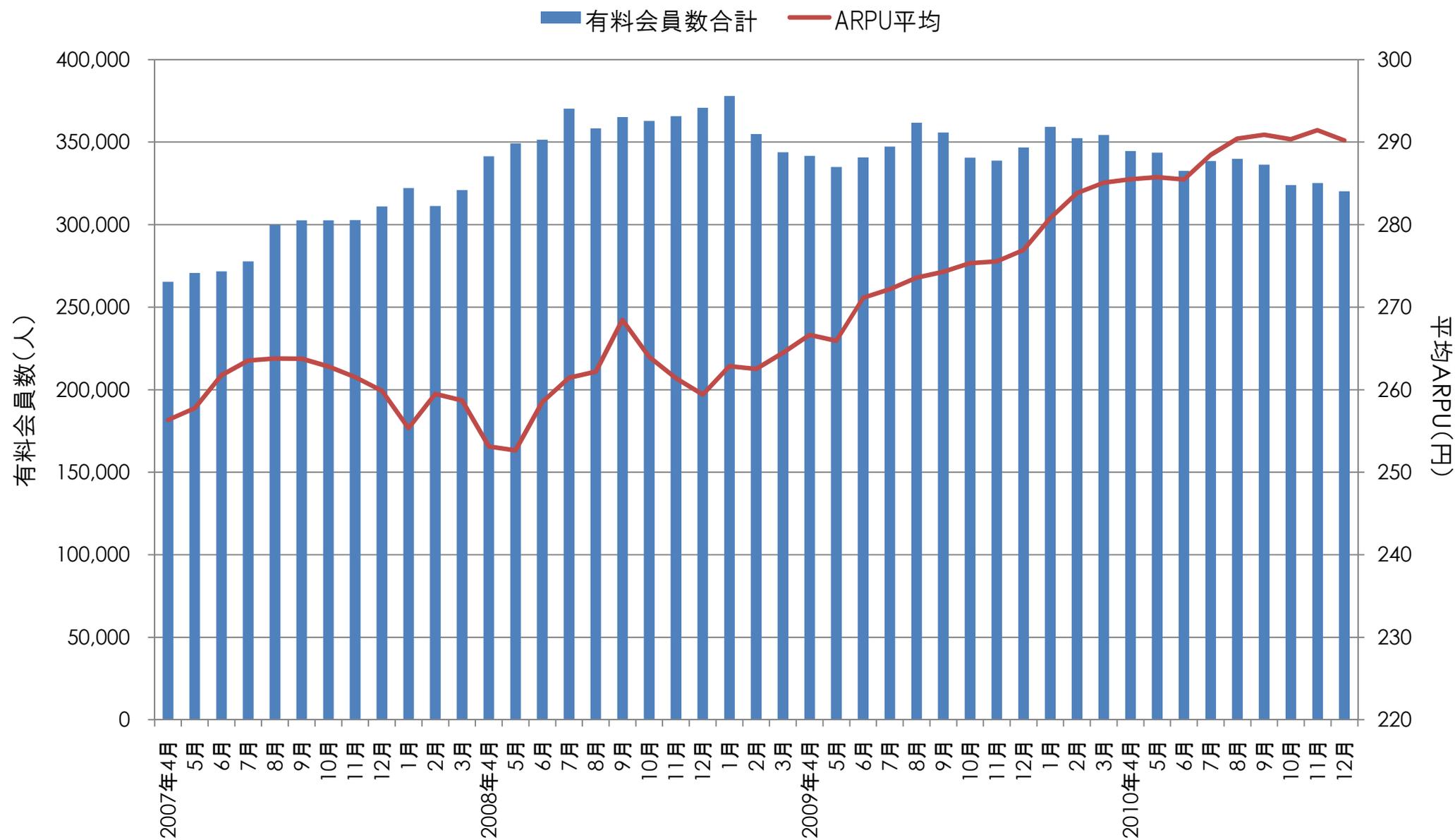
## 複数PFへの 取り組み

オンラインゲームに向けた取り組みとして  
「ニコットタウン」への提供を1月に開始



Nicotto Town  
-ニコットタウン-  
<http://www.nicotto.jp/>

# 携帯公式サイトの有料会員数



※有料会員数はミュージックコンテンツとグラフィックコンテンツで提供する公式サイト上ののべ数で算出

# 注力方針

## ソーシャル ゲーム

- ・スマッシュヒットに向けて社内体制を強化し、リソースの集中を進める
- ・ヒットゲームのシリーズ化/多プラットフォーム展開を進める
- ・来期に向けて広告宣伝費を引き続き投下していく

## モバイル コンテンツ

- ・既存コンテンツのスマートフォン対応を来期初頭に向けて進める
- ・マーケティング施策を強化し、既存コンテンツのユーザー獲得を目指す

## アド ソリューション

- ・ソーシャルアド「poncan」の商品力の強化  
(4月以降のアドソリューションの売上はほぼ全てが「poncan」となっていく見込み)
- ・引き続きSNS以外のプラットフォームへも展開を進める



# 參考資料

# 取り組みの遷移

2005年

## ブログ事業の取り組み

2007年

- ・法人向けブログパッケージ事業の展開
- ・事業モデルのパッケージ型から ASP 型への転換

2007年～

## ジェイケンの買収とモバイルコンテンツの拡大

- ・当時、UGC 型の着メロコンテンツを持っていたジェイケンを買収し、100% 子会社化
- ・BtoB のビジネスモデルが中心であったところに有料課金型のビジネスモデルが追加
- ・ドコモとジェイケン共同で新分野（きせかえコンテンツ）への展開を開始

2008年～

## 楽天による資本業務提携とアドソリューションへの取り組み

- ・資本参加により BS 面の改善
- ・楽天 ad4u などアドソリューションのサービス展開を中心に協力関係を構築

2009年～

## ジェイケンの吸収合併とソーシャルゲームへの取り組み

- ・ジェイケンとの事業連携が深まり拡大してきたため、事業の効率化のため吸収合併
- ・モバイルコンテンツ、アドソリューションとの相乗効果を鑑み、ソーシャルゲームの取り組みを開始

2010年～

## ソーシャルを軸とした注力領域への選択と集中

- ・成長戦略としてソーシャルゲーム・モバイルコンテンツ・アドソリューションの3領域へ注力
- ・その一環として、ソーシャル関連事業が立ち上がったことを受け、競争力のさらなる強化のために子会社2社を譲渡

# 事業構成

## エンタメウェブ事業

### ミュージックコンテンツ

投稿型メロディサイトや着うたコンテンツなど  
音楽に関わる携帯公式サイト企画・運営



### グラフィックコンテンツ

きせかえコンテンツやメールコンテンツなど  
イラストやイメージに関わる携帯公式サイト企画・運営



### ソーシャルゲーム

SNS上で遊べるソーシャルゲームの提供



## マーケティングソリューション事業

### アドソリューション

ソーシャルゲーム向けポイント広告サービスなど  
独自の広告サービスの提供



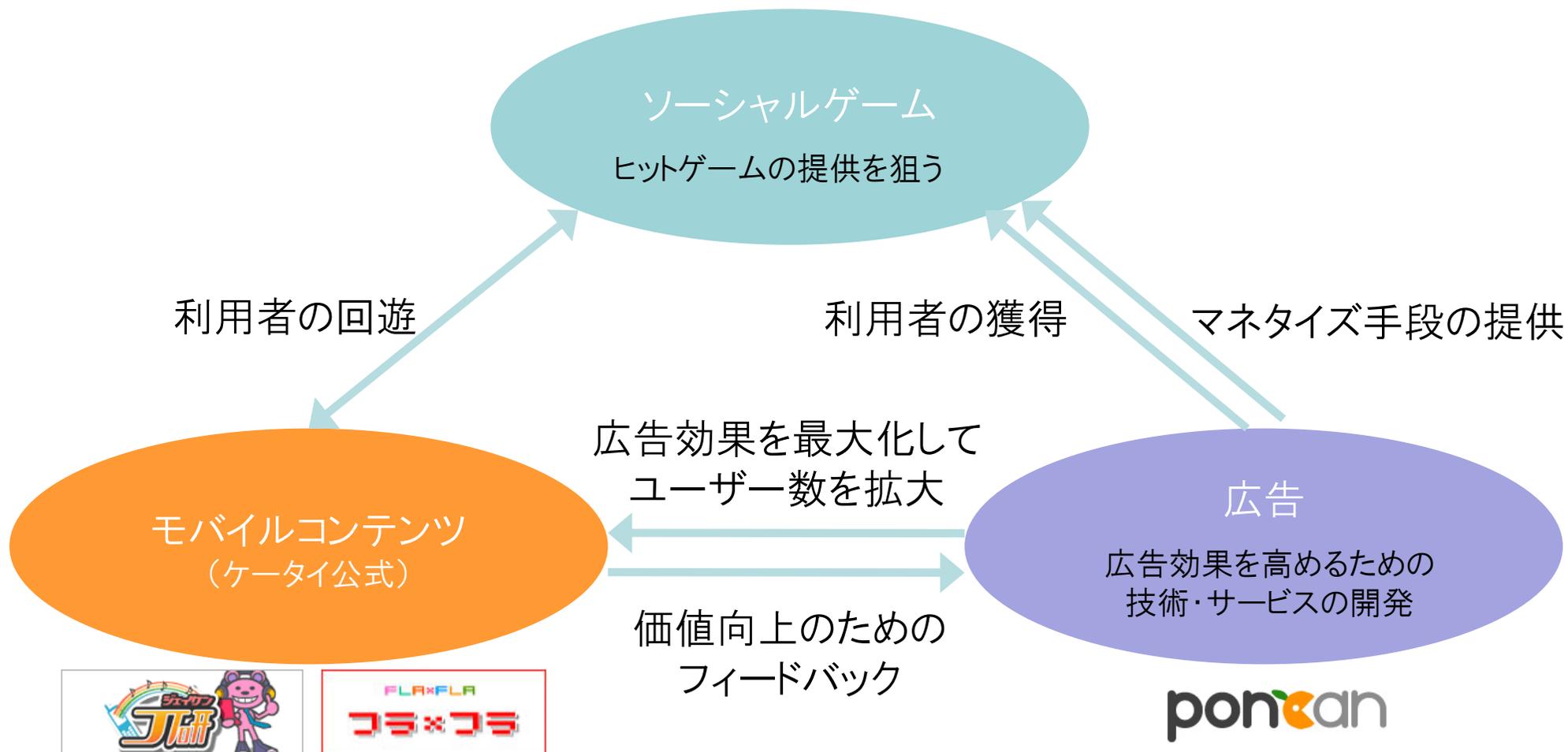
### ウェブマーケティング

CMSサービスや社内向けブログのASP提供



# 事業間のシナジー

ソーシャルゲームの展開により、各事業との間で相乗効果のでるスキームを組む



# 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



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、さまざま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ります。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。

※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。