



2011年3月期 第2四半期決算説明資料

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

連結業績 (4月-9月)

- ・売上高 1,568百万円 (前年同期 1,072百万円 +46%)
- ・営業利益 80百万円 (前年同期 82百万円 ▲2%)

子会社の 異動

- ・9月27日 株式会社じげんを譲渡 ※9月15日付で発表
- ・10月1日 株式会社ドリコムマーケティングを譲渡 ※9月22日付で発表

ソーシャル ゲーム

- ・6月29日 GREE向け「ハッピーアクアリウム」「ゲームスタジオ物語」開始
- ・7月20日 モバゲータウン向け「オンスタ」開始
- ・7月21日 ハンゲーム向け「ハッピーアイランド」開始
- ・8月26日 CrowdStarとの取り組み強化を発表
- ・9月21日 FiveMinutesとの協業を発表
- ・9月21日 Yahoo!モバゲー向けに「ハッピーアクアリウム」「ハッピーアイランド」「ハッピーファーム」「リトルウオーズ」の計4タイトルを発表
- ・9月30日 GREE向け「踊る監督 THE MOVIE」開始
- ・10月12日 Yahoo!モバゲー向け「ハッピーサファリ」開始

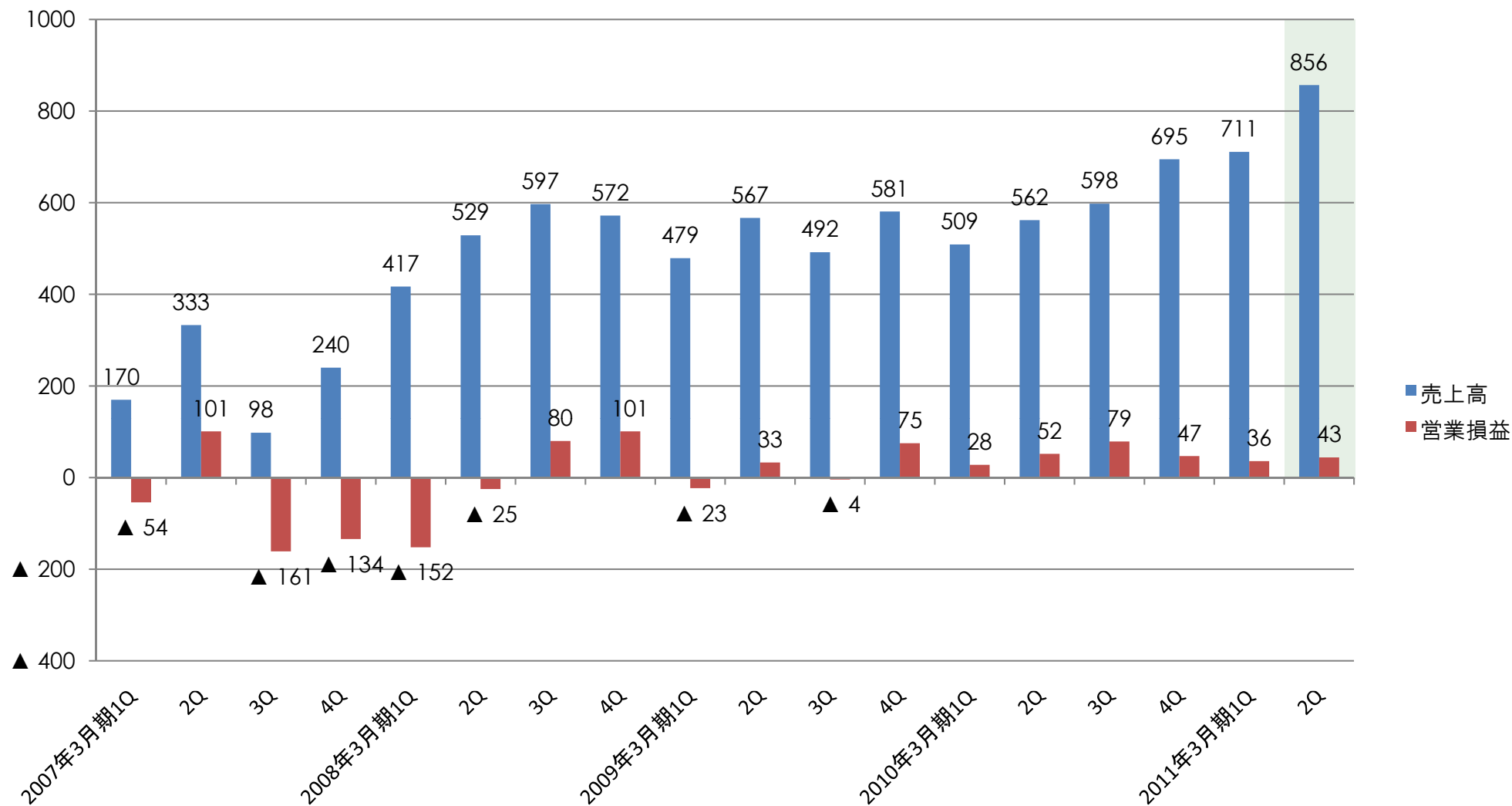
第2四半期 業績概要

	2010年 7-9月	前年同期		前四半期	
		2009年7-9月	前年同期比	2010年4-6月	前四半期比
売上高	856	562	+52%	711	+21%
営業利益	43	52	▲15%	36	+22%
営業利益率	5.0%	9.2%	—	5.1%	—
EBITDA	95	90	+6%	81	+17%
経常利益	42	51	▲16%	36	+19%
当期純利益	14	41	▲66%	▲1	—

※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

売上高・営業損益の推移

四半期ベースで過去最高の売上高を記録



※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

費用構成

	2010年 7-9月	前年同期		前四半期	
		2009年7-9月	前年同期比	2010年4-6月	前四半期比
売上原価合計	300	151	+99%	188	+60%
人件費	108	88	+23%	98	+10%
その他	191	63	+203%	89	+115%
販管費合計	454	357	+27%	424	+7%
広告宣伝費	88	54	+63%	73	+21%
研究開発費	0	13	—	0	—
人件費	157	137	+15%	148	+6%
その他	207	152	+36%	201	+3%

※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

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4-9月	前年同期
		2009年4-9月
営業活動によるキャッシュ・フロー	79	60
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲154	▲69
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	489	584

※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

業績修正について

	上期予想(2010年4-9月)			通期予想(2010年10月-2011年3月)		
	実績	期初予想	増減率	修正後	期初予想	増減率
売上高	1,568	1,590	▲1.4%	3,440	3,760	▲8.5%
営業利益	80	▲30	—	290	290	0%
経常利益	79	▲30	—	280	280	0%
当期純利益	13	▲60	—	208	200	+4%

売上高

- ・全体として堅調に推移
- ・ソーシャル分野と関わらない一部広告サービスは低調
- ・通期については子会社2社で見込んでいた下期売上予算分をカット

営業利益 経常利益

- ・期初時点で、事業環境の変化が激しいことから保守的に費用を計画
- ・結果として順調に推移したため、費用が抑えられ上方修正

当期純利益

- ・子会社の譲渡分が上振れ

通期 利益予想

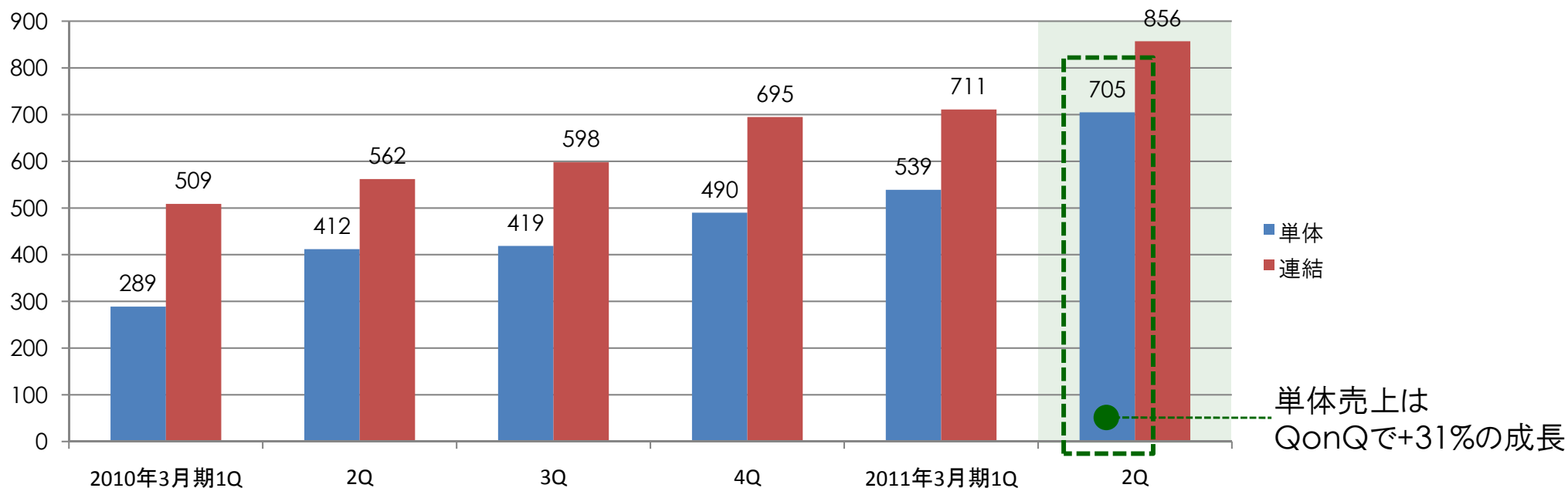
- ・引き続き事業環境の変化が大きいものと想定
- ・よって上期に変更が発生した数値以外については据え置き

子会社の異動について

経緯

当社では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領域に注力すべく事業の選択と集中を行っています。今回、子会社に対して事業の譲り受けの申し入れを受け、その検討を行う中で、経営資源を上記の3領域に一段と集中することが、更なる競争力の強化に繋がるものと判断いたしました。

連結売上全体に占める単体比率(本第2四半期82%、前年同期73%)



※単位:百万円(百万円未満は切捨て)

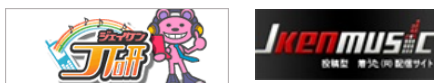
事業構成への影響

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領域に注力
(※ミュージックコンテンツ+グラフィックコンテンツ)

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



メディア

転職・求人情報サイトや
中古車情報サイトなどの運営

その他

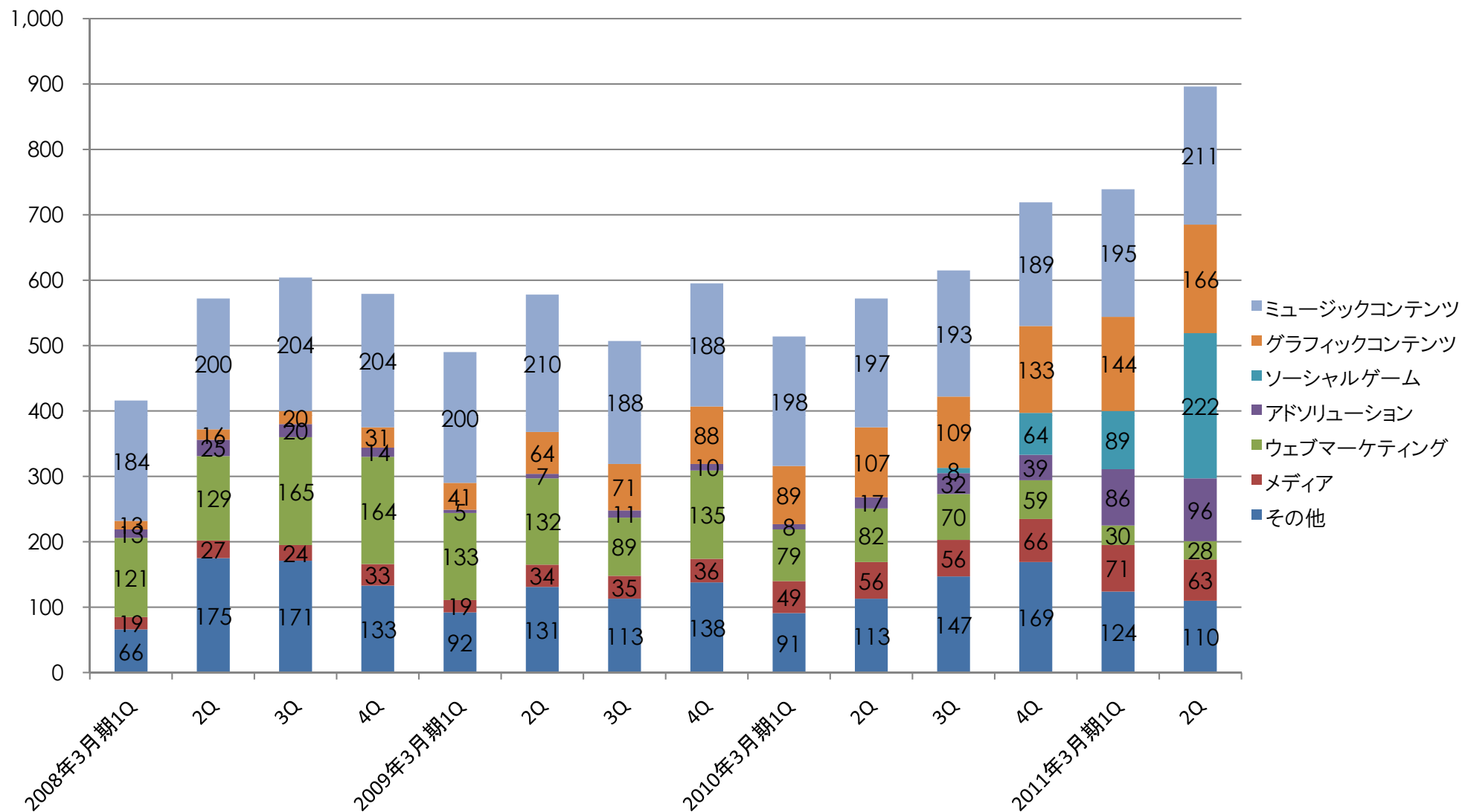
法人向け代理販売

株式会社じげんの譲渡

株式会社ドリコムマーケティング
の譲渡

事業毎の売上推移

ソーシャルゲームはQonQで+149%の成長



※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

各事業の注力方針

ソーシャル ゲーム

- ・提供タイトル数の増強によるユーザー数の拡大
- ・モバイルソーシャルゲームの開発強化を目的とした組織変更
- ・海外アライアンスの強化によるPC版ソーシャルゲームの拡充

モバイル コンテンツ

- ・新カテゴリー/スマートフォン対応の検討
- ・サイトへの誘導におけるソーシャルゲームとの相乗効果の強化
…相乗効果を発揮しにくいことからよりスマートフォンへの注力を進める

アド ソリューション

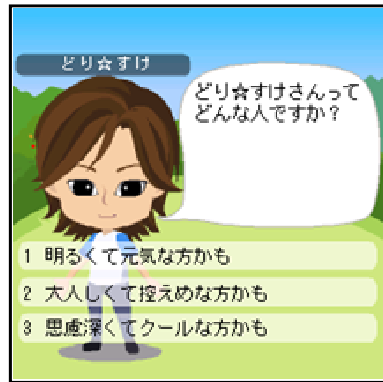
- ・リワード広告サービス「poncan」の導入を推進
- ・ソーシャルアドに関する商品力の強化
…「poncan」の広告効果が高まってきたことから拡大に注力

提供中の主なソーシャルゲーム

Mobile Social Games



「ゲームスタジオ物語」
2010年2月～
PF: Moba-ge, mixi, GREE



「マイミク村」
2010年6月～
PF: mixi



「オンスタ!」
2010年7月～
PF: Moba-ge



「Happy Aquarium for Mobile」
2010年4月～
PF: mixi, GREE

PC Social Games



「Happy Aquarium」
2009年12月～
PF: mixi, Yahoo!モバゲー



「Happy Island」
2010年7月～
PF: HanGame, mixi,
Yahoo!モバゲー



「Happy Safari」
2010年10月～
PF: HanGame, mixi,
Yahoo!モバゲー

with 



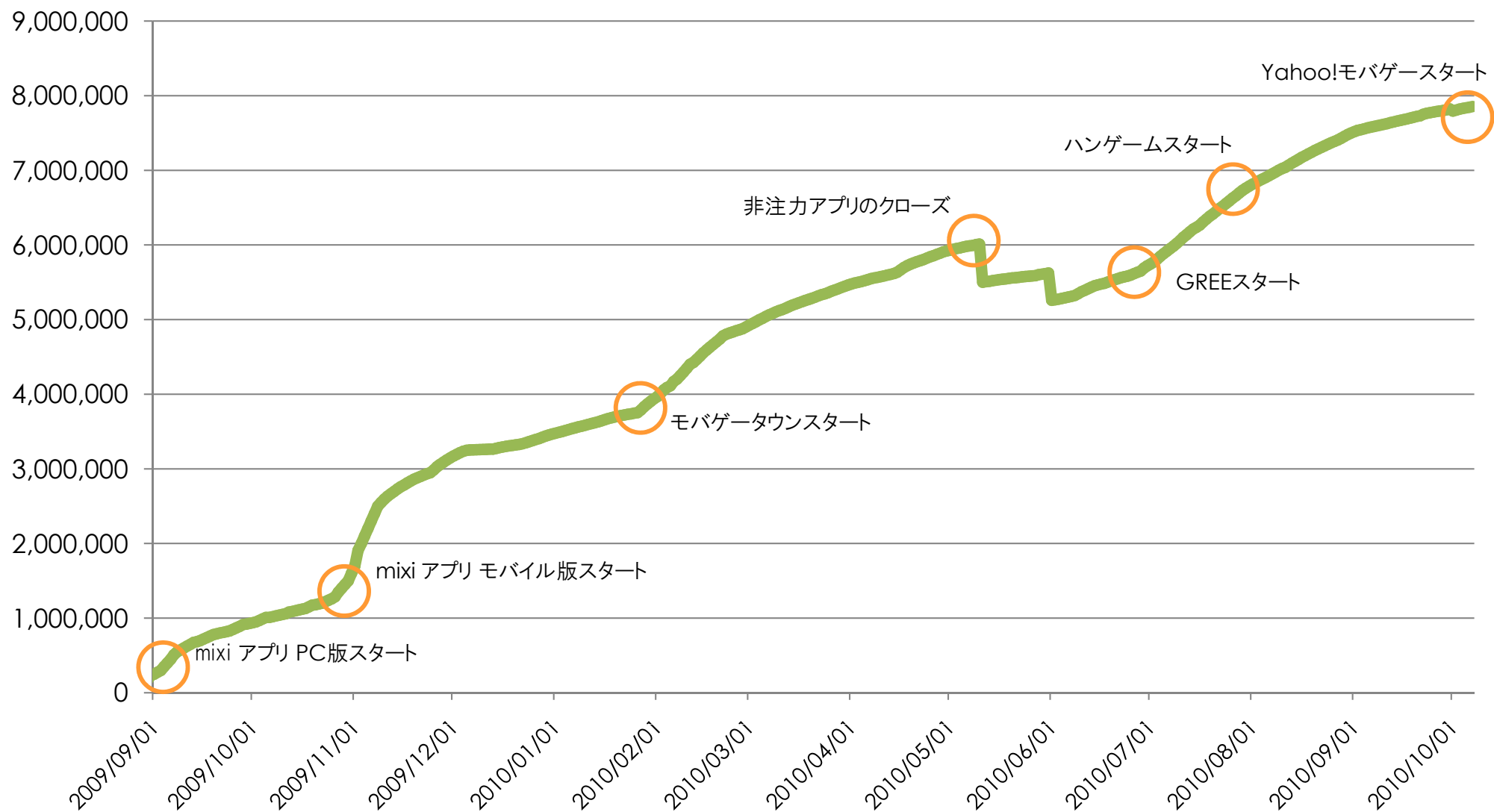
「Happy Farm」
2010年10月～
PF: Yahoo!モバゲー



「Little Wars」
2010年10月～
PF: Yahoo!モバゲー

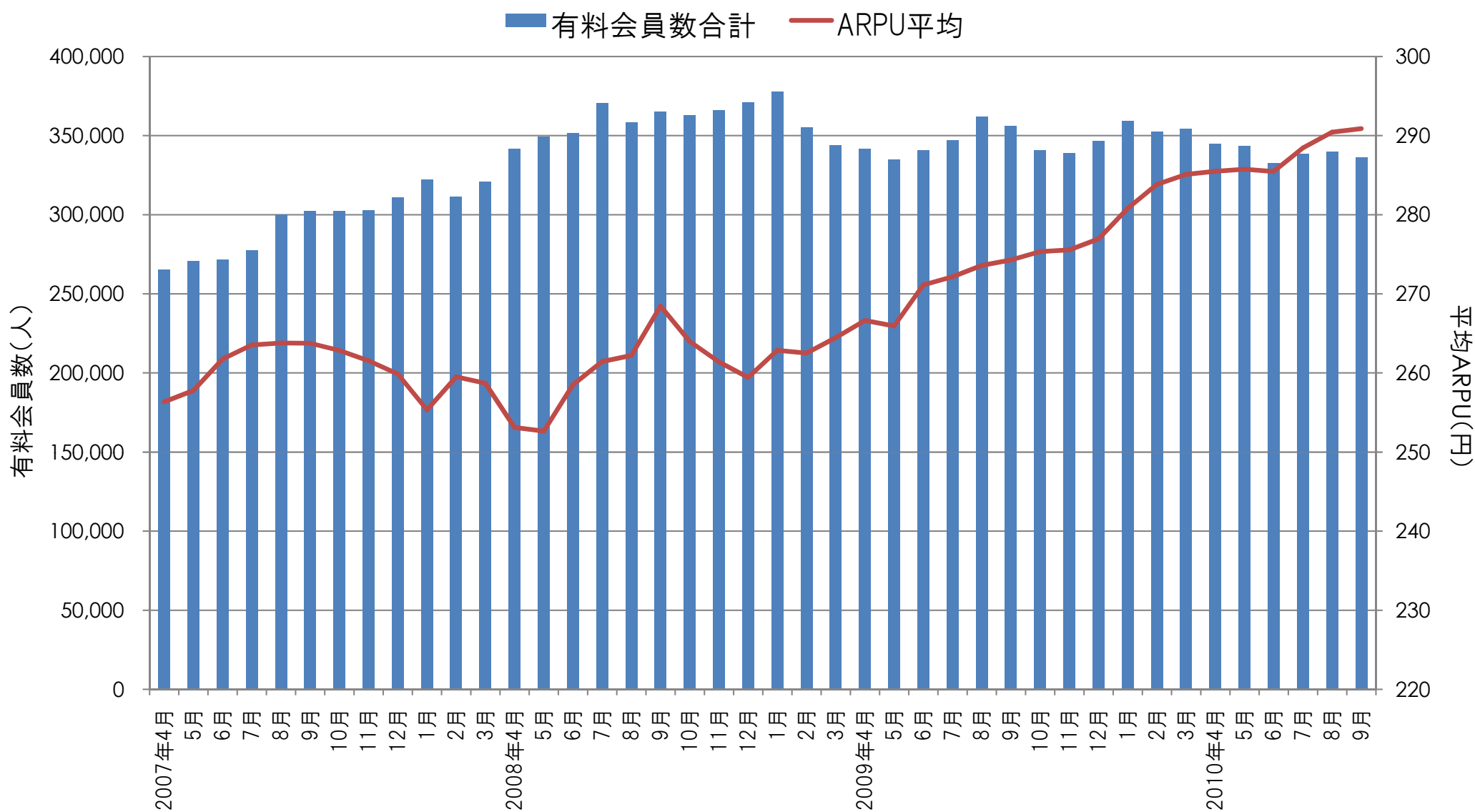
with 

ソーシャルゲームのインストール数



提供中のソーシャルゲームについても随時、選択と集中を行っていく

運営する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

下期の投資方針

国内ソーシャルゲームマーケットの勝負タイミングをこの半年と想定し積極投資
ソーシャル×ゲームに続き、ソーシャル×アドの注力も進める

ソーシャル ゲーム

- ・下期も引き続きエンジニアを中心とした採用を進める
- ・人員増加により労務費は増加見込み
- ・プラットフォーム上での広告宣伝の実施

アド ソリューション

- ・「ソーシャル×アド」の取り組みとしてponcanの拡充を進める
- ・アドの発展として「ソーシャル×EC」の実験を開始

全社

- ・事業スピード向上のためのプロセス整備(数値中心の改善フロー等)
- ・組織強化のためマネージャ層を中心とした教育の実施
- ・オフィス環境の整備
- ・2012年新卒の採用に向けた取り組みをスタート



参考資料

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

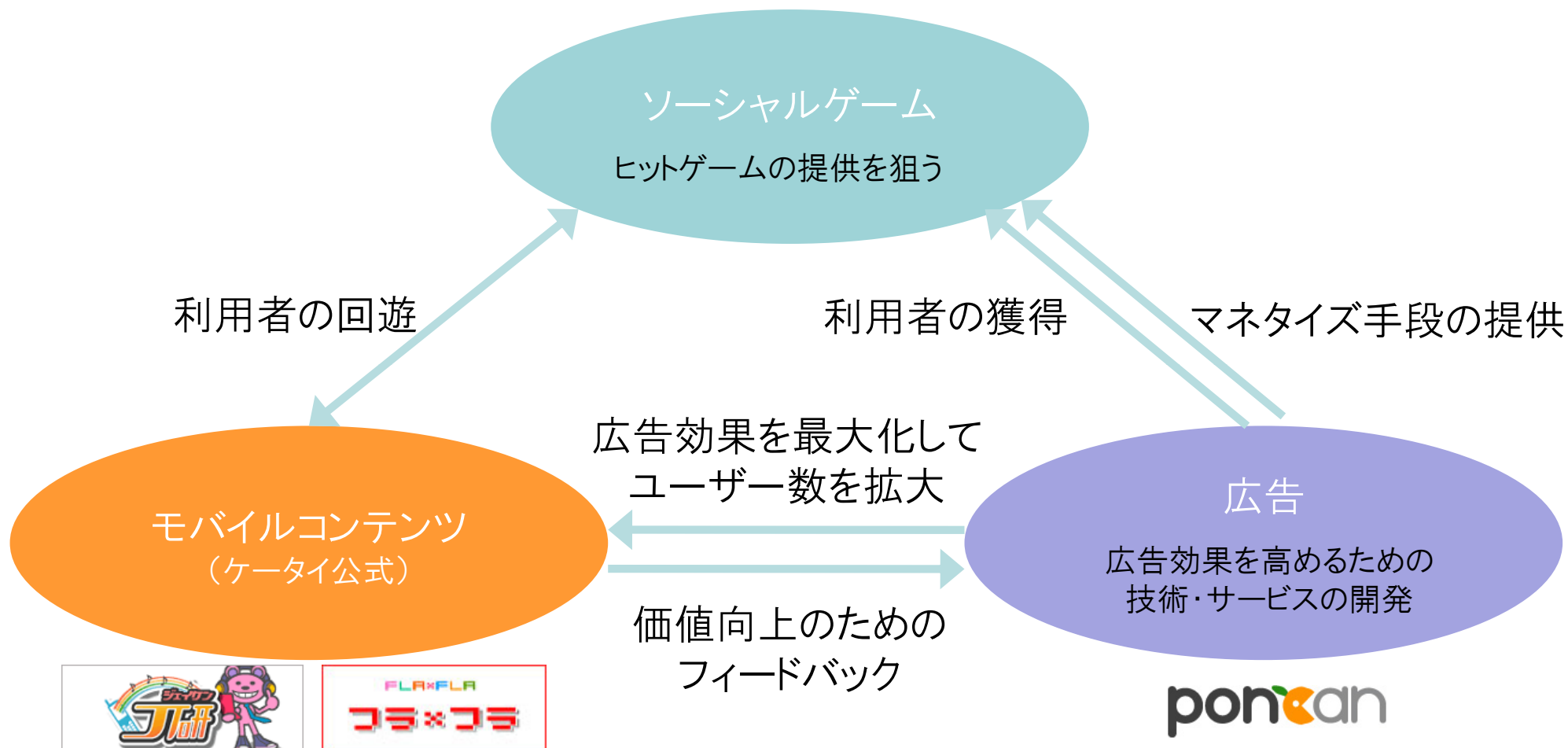
2010年～

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。

※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。