



# 2015年3月期 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。

# 2015年3月期 業績



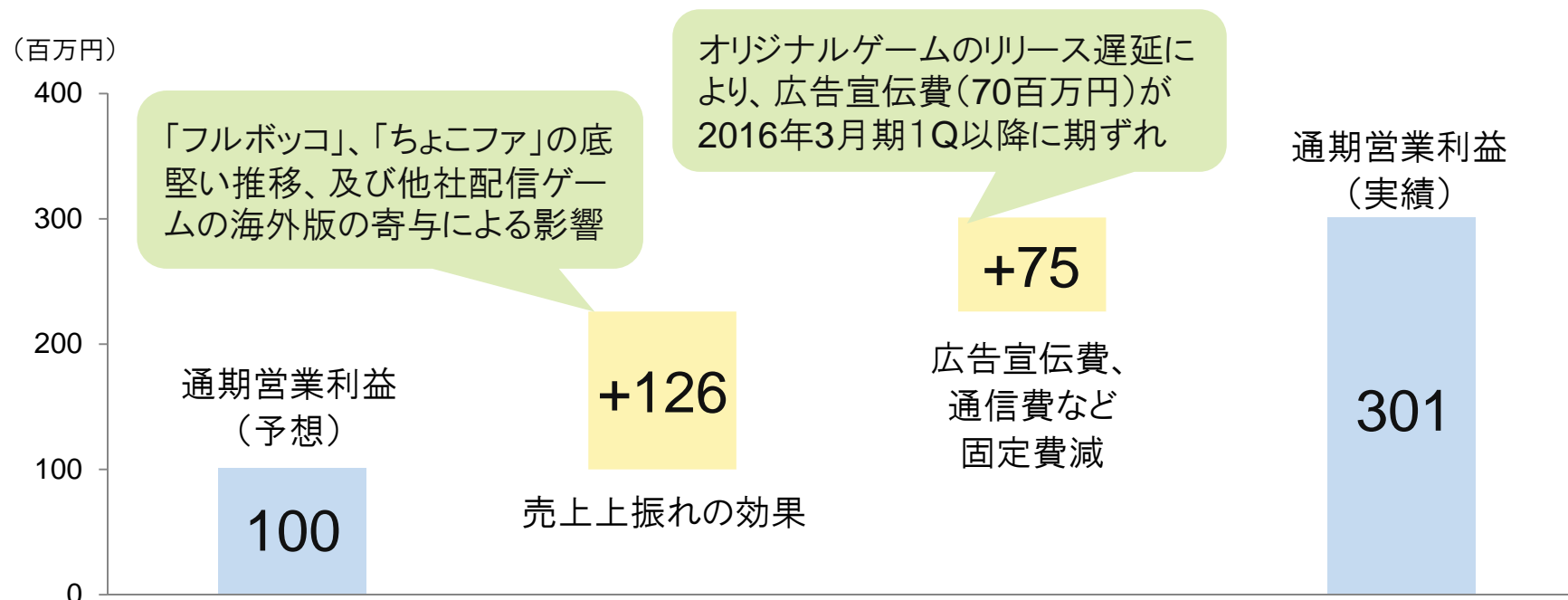
IPゲーム2本が収益寄与。既存ゲームの漸減を埋める

<b>業績</b>	売上高: 7,298百万円 前期比 4.4%増 (前期:6,989百万円) 営業利益: 301百万円 前期比 黒字化 (前期:-503百万円)
<b>業況</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ ソーシャルゲーム事業<ul style="list-style-type: none"><li>• IPゲーム2本が安定的に収益に寄与。4Qに海外版もリリースされ、ユーザーベースは英語圏に拡大</li><li>• 「フルボッコヒーローズ」と「ちょこっとファーム」が善戦。他の既存ゲームは、漸減トレンド継続</li><li>• クオリティアップのため2本の新規オリジナルゲーム「崖っぷちバスターズ」と「ブレイブソード×ブレイズソウル」のリリースを延期(4月には両タイトルともにリリース)</li></ul></li><li>■ ソーシャルラーニング事業<ul style="list-style-type: none"><li>• 楽天とともに合併事業をスタート。新たな体制の下、両社の強み・ノウハウを結集し、事業開発に注力</li></ul></li><li>■ 広告/メディア事業<ul style="list-style-type: none"><li>• スマートフォン向け広告サービス「HeatAppReward」、「フライングガチャ」の拡販に注力。動画リワード広告「poncan」も大口の提携がスタート</li><li>• 「DropMusic」が引き続きユーザーベースを拡大。無料音楽アプリ以外の領域でも、事業化を試行</li></ul></li></ul>

# 2015年3月期 業績(続き)



売上の想定越え、リリース延期による広告宣伝費の期ずれで通期実績は予想比上振れ



(百万円)	2015年3月期通期 予想(A)	2015年3月期通期 実績(B)	(B) - (A)
売上高	7,100	7,298	+198
営業利益	100	301	+201
経常利益	80	278	+198
当期利益	0	17	+17

# 第4四半期 業績概要



(百万円)

	第4四半期(連結) (2015年1-3月)			前四半期 (連結) (2014年10-12月)	前年同期 (単体) (2014年1-3月)
		前四半期比	前年同期比(連/単)		
売上高	1,666	-5.0%	-3.6%	1,754	1,728
営業利益	-23	-	80.6%	40	-121
営業利益率	-1.4%	-	-	2.3%	-7.0%
EBITDA	134	-24.3%	-	177	-6
経常利益	-28	-	76.9%	32	-125
当期利益	-110	-91.1%	58.1%	-57	-263

## 当四半期の状況

### ソーシャルゲーム事業

- ・昨年5月にリリースされたIPゲームの海外版を2月にリリース。ユーザーベースは英語圏に拡大
- ・「ちょこっとファーム」は底堅く売上水準を維持。他の既存ゲームでは縮小傾向が継続
- ・3Qに続き「フルボッコヒーローズ」の増勢トレンドが継続

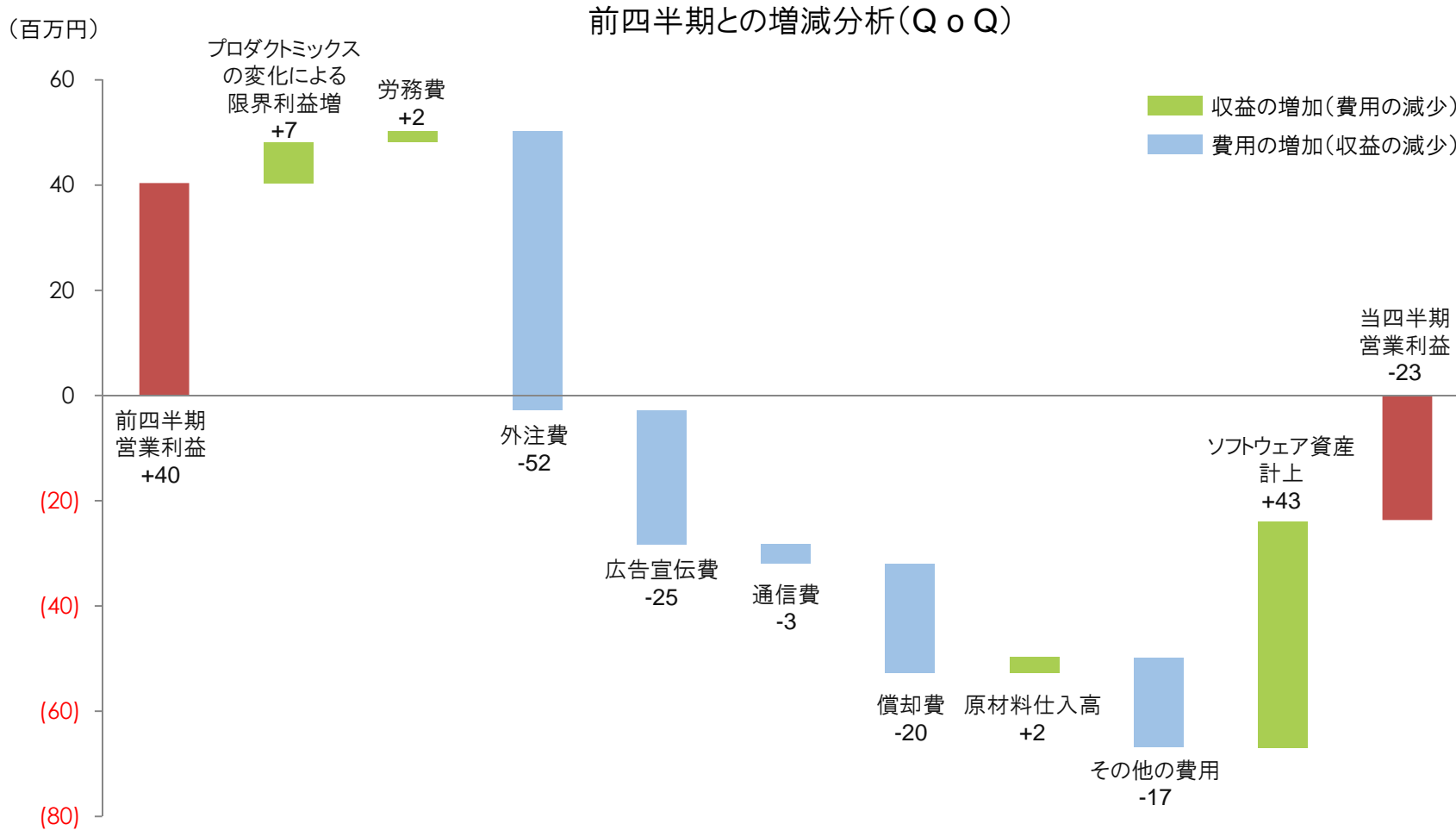
### ソーシャルラーニング事業

- ・楽天との合併会社、ReDucateの新体制下で事業開発に引き続き傾注

### 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」にて引き続き事業展開を拡大。動画を利用したリワード広告「poncan」も大口の提携がスタートするなど伸長
- ・無料音楽ストーリーミングアプリ「DropMusic」は両OSのバージョンアップ版をリリースし、引き続きユーザーベースが拡大

# 営業利益増減要因



注: 限界利益: 主要な変動費(仕入高、支払手数料、著作権料)を売上高から控除した値

# 第4四半期の動き：ポジティブとネガティブ



IPゲームの海外版がリリースされ新規寄与を開始。オリジナルゲーム2本は期越えでリリース

## ポジティブ

- SG** IPゲーム2本が引き続き堅調に推移し、安定的に収益寄与。欧米諸国で英語版の配信が開始され、ユーザーベースが英語圏に拡大
- SG** 「フルボッコヒーローズ」は、増勢トレンドが継続。5月に「進撃の巨人」とのコラボレーションやTVCMも実施。IPタイトル2本とともに、収益に安定寄与
- ME** 無料音楽ストリーミングアプリ「DropMusic」の両OS向けバージョンアップ版をリリース。引き続きユーザー数は拡大基調に。累計ダウンロード数は590万を突破
- AD** 動画配信広告ネットワーク「poncan」が引き続き伸長。カード会社やキャリアへのサービス提供を開始

## ネガティブ

- SG** クオリティアップのために、オリジナルゲーム2本のリリース延期を決定。売上への寄与は2016年3月期第1四半期以降に（4月には両タイトルともにリリース）
- ME** 無料マンガアプリ「DropComics」は競争の激化から、サービスの提供を終了。新規メディア開発を含め、事業の収益性獲得を目指した試行錯誤が続く

**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

1

オリジナルゲームでマーケティングを強化。広告宣伝の投下のほか、集客に向けた他社とのコラボレーションにも注力

2

広告/メディア事業では、動画広告を中心に商品ラインナップの拡充を進め、収益化を加速へ

3

海外展開は機を見ながら。焦点はアジア

# 2016年3月期 第1四半期の見通し



オリジナルゲームの事業拡大に向け、広告宣伝費、研究開発費を前四半期比で増額

	2015年3月期 第4四半期実績 (A)	2016年3月期 第1四半期見通し (B)	(B)-(A)
売上高	1,666	<b>1,800</b>	<b>+134</b>
変動費※	386	<b>450</b>	<b>+64</b>
広告宣伝費	47	<b>240</b>	<b>+193</b>
研究開発費	17	<b>110</b>	<b>+93</b>
その他	1,239	<b>1,300</b>	<b>+61</b>
営業利益	▲ 23	<b>▲ 300</b>	<b>▲ 277</b>

※ 仕入高、支払手数料、および著作権料

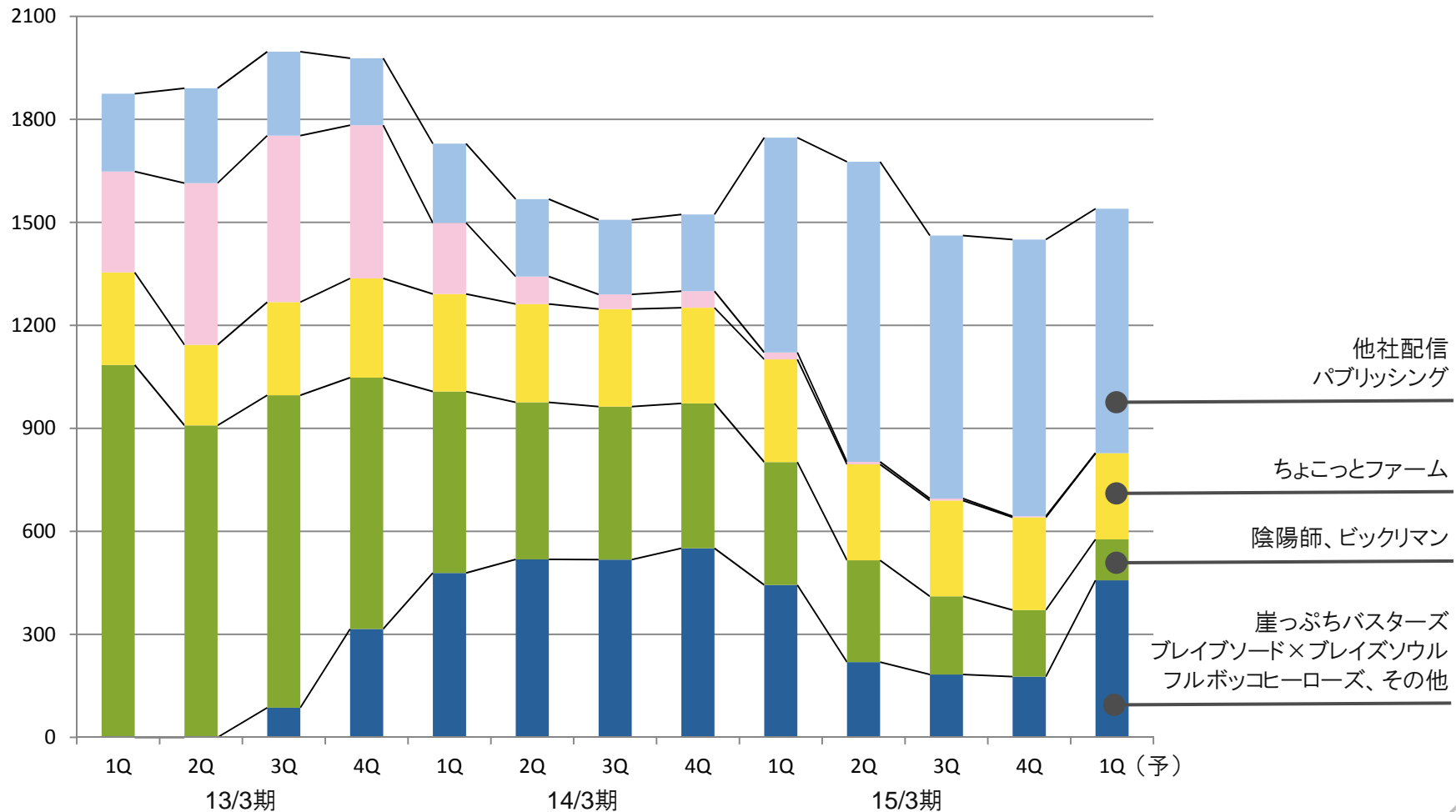


# 2016年3月期 第1四半期の見通し（続き）



新規のオリジナルゲームの売上寄与開始も、ユーザー数の拡大を最優先

（百万円） ソーシャルゲームのタイトル別売上推移



# 2016年3月期 第1四半期の見通しの背景



	1Qの事業進捗見込み	1Q収益への影響
ソーシャルゲーム事業	「崖っぷちバスターズ」はユーザー満足度の向上に向けた改善を最優先。ユーザー数の拡大に向けた広告宣伝費の投下はその後。売上への本格寄与は2Qから	売上にはプラスも、運用費、広告宣伝費などの費用が増加
	「フルボッコヒーローズ」は増勢トレンド維持の見込み。さらなる拡大を目指し、TVCMなどのプロモーションに向けた広告宣伝費を投下へ	売上にはプラスも、広告宣伝費の増加は、利益にマイナス
	IPゲームは引き続き安定的な売上、収益寄与を見込む。ユーザー増に加え、リリースからの時間経過によるユーザーの定着がプラスに効果する期待があるが、見通しに織り込むのは“巡航”水準のみ。英語版リリースはプラス要因	売上が当社分のみネット計上であるため、売上変動の影響は相対的に小さめ。他方、変動費がないため、売上変動が利益に直結
ソーシャルラーニング事業	楽天との合弁会社、ReDucateで事業開発を継続	コスト先行で利益にはマイナスも
広告/メディア事業	引き続きスマートフォン向け商材に傾注。既存サービスをベースに新商材を開発中。あわせて、海外も含め、営業力を強化	売上プラスも事業構造上利益率低め。研究開発費の発生で利益へはマイナス
	「DropMusic」を中心に引き続き事業を展開。あわせて、音楽以外の市場での事業開拓にも注力。新規メディア開発も含め、収益性の確立に向けた試行錯誤が続く	研究開発費などの費用の先行発生により利益への寄与はマイナス見込み

# ソーシャルゲーム：“崖っぷちバスターズ”

ユーザー満足度の向上に向けた改善を最優先。マーケティングはその後



## 「崖っぷちバスターズ」の紹介

スマートフォンを持ち寄ることで、コミュニケーション(最大4人まで)を取りながら「崖から落とす」連携プレイが楽しめる、ぶっ放し協力バトルです。バトル中に強力な必殺技が突然閃き(ひらめき)、敵キャラを倒すことで必殺技を獲得、その場で必殺技の効果を感じることができる新しいユーザー体験も! また、ユーザーはGPSに連動した地域に所属しており、仲間と一緒にスコアランキングNo.1になることで、その地域を制圧し、エリア拡大をしていくことができます。



# ソーシャルゲーム：“フルボッコヒーローズ”

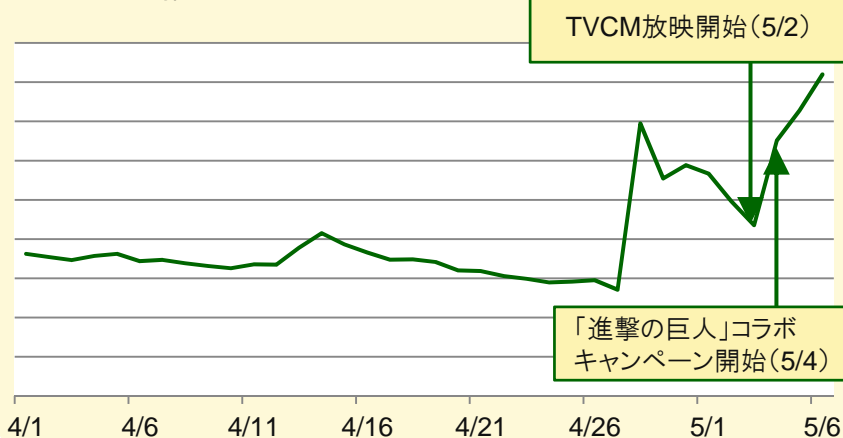
コラボ、TVCMなどプロモーションを通じてさらなる増勢トレンドの拡大を目指す

## 「フルボッコヒーローズ」テレビCM概要

- 放送開始日：2015年5月2日（土）
- 放映地域：全国6地区（北海道・宮城・中京・関西・広島・福岡）



### ■ DAUの推移



## 「進撃の巨人」とのコラボレーション



「フルボッコヒーローズ」はTVCMの放送開始にあわせ、5月2日～5月18日の期間限定で、「進撃の巨人」とのコラボレーションキャンペーンを実施しています。

キャンペーン期間中は、コラボ限定ヒーロー「リヴァイ(お掃除バージョン)」がログインしたユーザー全員にプレゼントされ、2週間限定のクエスト、「ポイントクエスト」、「討伐クエスト」がプレイできるなど、「フルボッコヒーローズ」と「進撃の巨人」の両方の世界観を楽しめる内容となっています。

# ソーシャルゲーム：“ブレイブソード×ブレイズソウル”

子会社グリモアからの新規ゲーム。リリース後、順調に立ち上がり

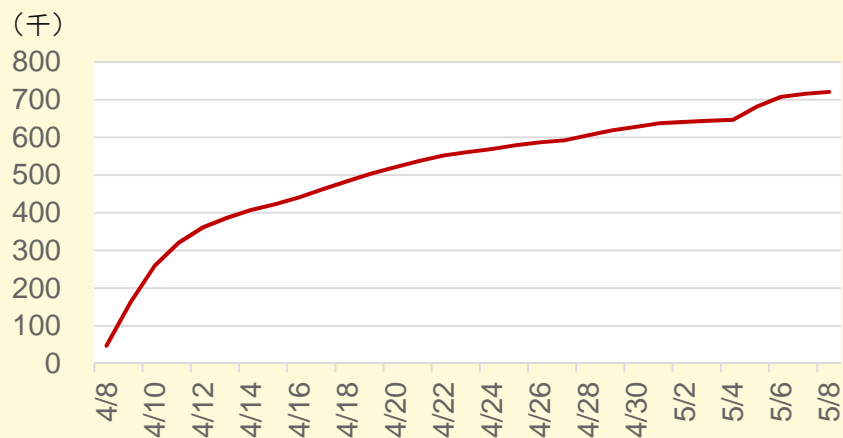
欲しかったのは、鍵を開ける勇気。



## 「ブレイブソード×ブレイズソウル」の紹介

「ブレイブソード×ブレイズソウル」は、大ヒット作「ソード×ソード」、  
「ドラゴン×ドライツェン」を手掛けたドリコムのプロデューサーらを中心としたチームが、それらの世界観を継承、昇華し、より高いゲーム性を併せ持つゲームを目指したニュータイトルです。巨大な鍵が刺さった魔界を舞台に、魔剣使いと、少女の姿をした魔剣が物語を展開するRPGで、プレイヤーは主人公の魔剣使いとして、100種類以上の魔剣を駆使しながら凶悪な敵とバトルを繰り広げます。公式サイト：<http://grimoire.co/bxb/>

■ 累計DL数の推移



# 広告：動画広告ネットワーク“poncan”

複数の大口提携がスタート。CM視聴数も引き続き増加し、事業は拡大中



## poncanの紹介

ポイントサイト・モール等で提供されているリワード広告と、CM視聴を組み合わせた新しいインターネット広告です。広告商品のCMを見てからアクションを起こす仕組みになっているため、商品理解が進み、従来のリワード広告に比べ、同期間に3倍ほどの成約を見込めるサービスとなっています。

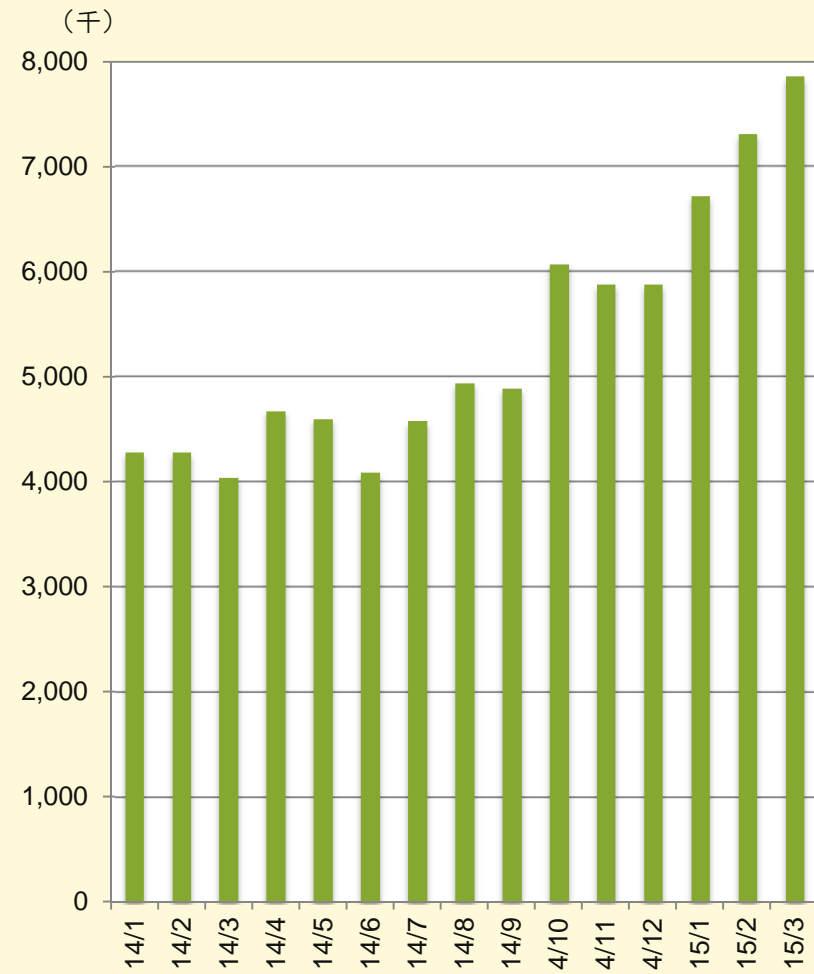
## 今期主要提携事例

ソフトバンクモバイル株式会社の「Tモール動画 for SoftBank」と連携を開始

株式会社ジェーシービーが運営するポイント優待サイト、「Ok! Dokiランド」へのサービス提供を開始

KDDI株式会社が提供するポイントサービス、「au WALLET ポイントプログラム」と連携を開始

## CM視聴数の推移



## ソーシャルゲーム事業

- 「崖っぷちバスターズ」はユーザー満足度の向上に向けた改善を最優先。ユーザー数の拡大に向けたマーケティングはその後
- 「フルボッコヒーローズ」で、TVCMや他社コンテンツとのコラボレーションを実施。マーケティング施策の強化を通じ、引き続き事業拡大を目指す
- ユーザーの満足度の向上を目指した運営に注力すると同時に、新たな収益源となる新規タイトルの開発にも引き続き注力

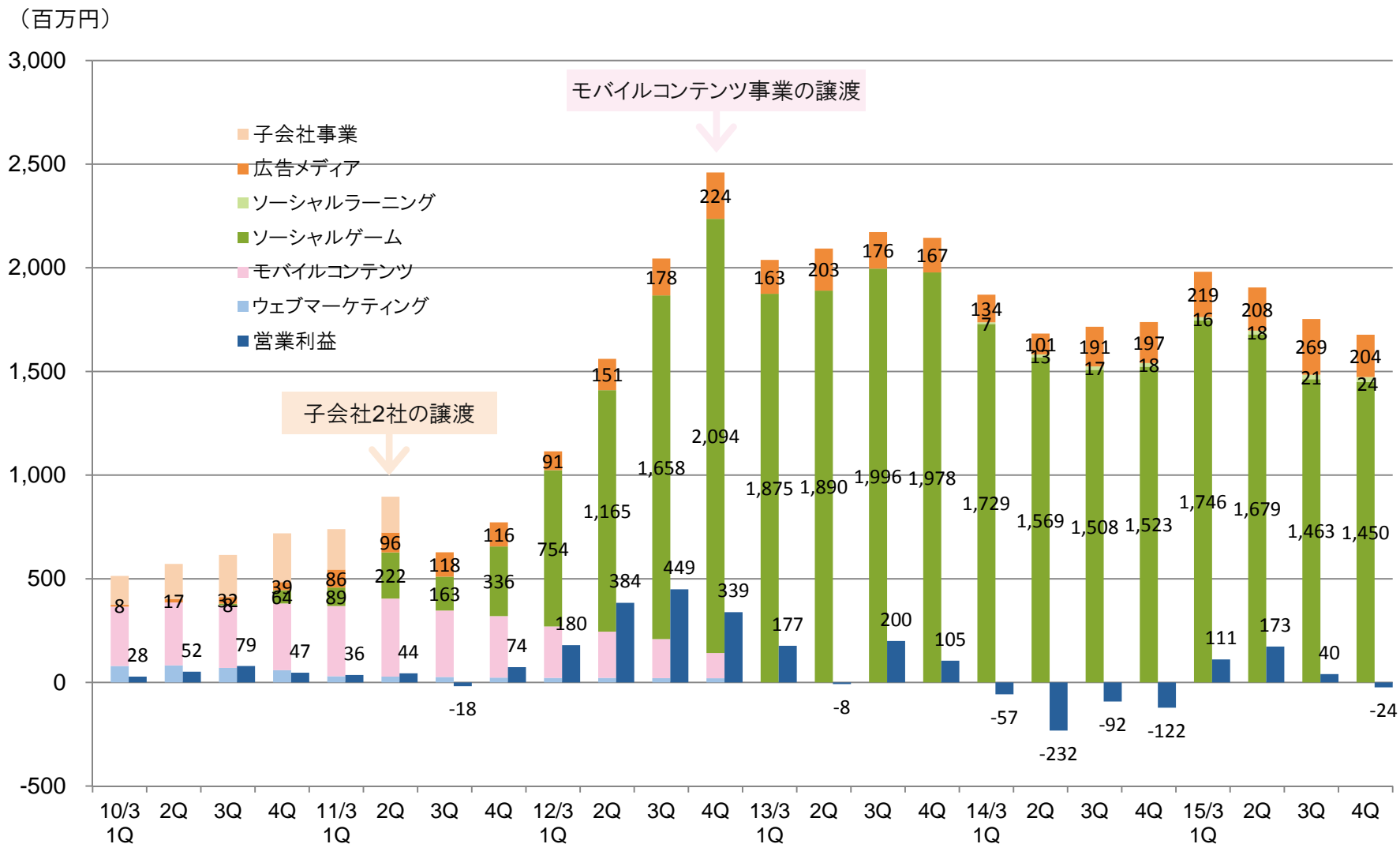
## ソーシャルラーニング事業

- 楽天との合併会社、ReDucateで引き続き収益性の獲得を軸に、事業開発に注力

## 広告/メディア事業

- 引き続き営業力、組織の強化を通じ、既存サービスの拡大に注力
- 「poncan」の事業拡大を推進するとともに、動画広告サービスラインナップを拡充し、広告事業の全体の収益性の向上を目指す
- 既存サービスのノウハウやユーザーベースを活かした、新たな収益源となるサービスの創出に向け、試行を重ねる

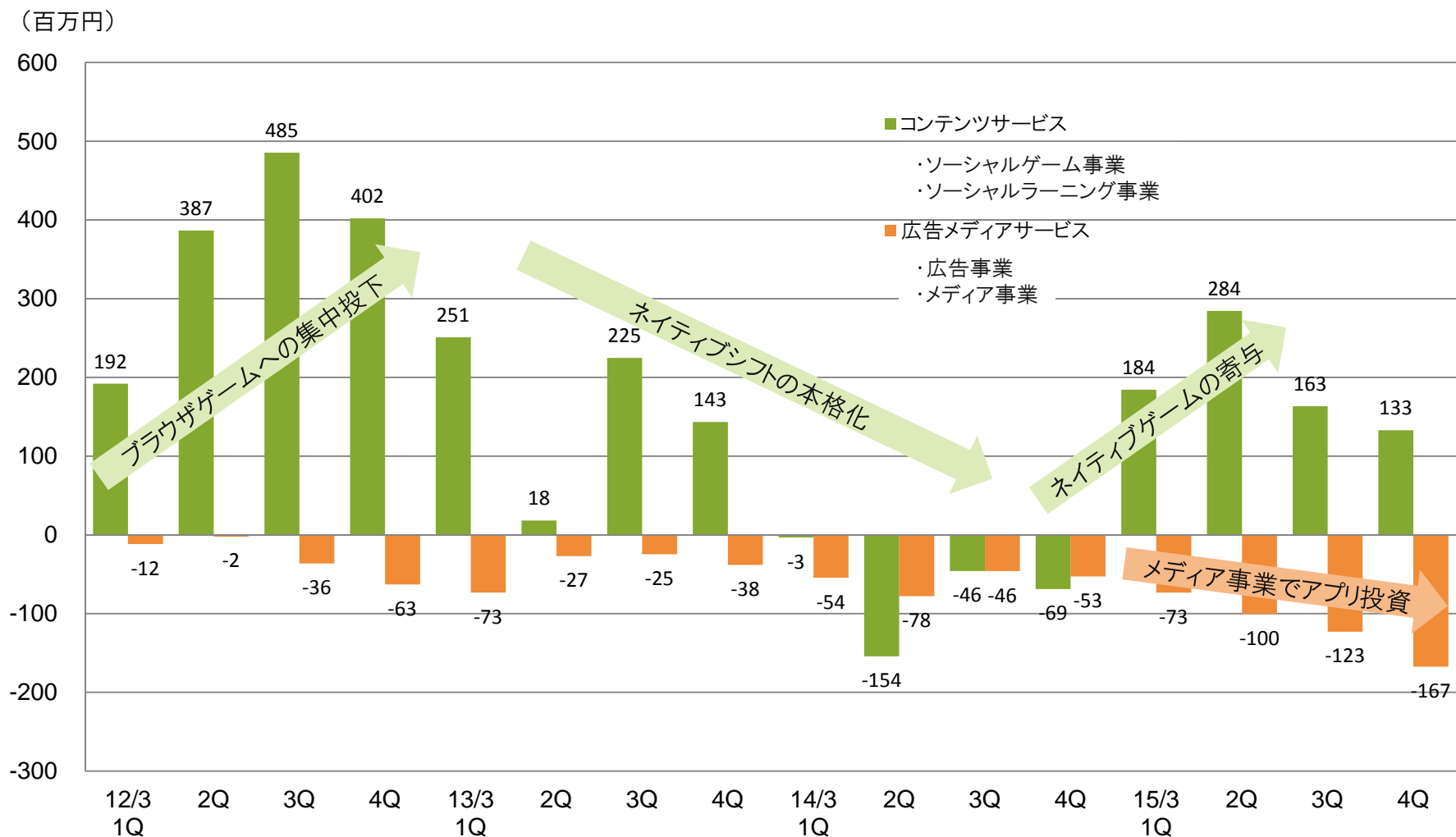
# 売上高・営業利益の推移



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

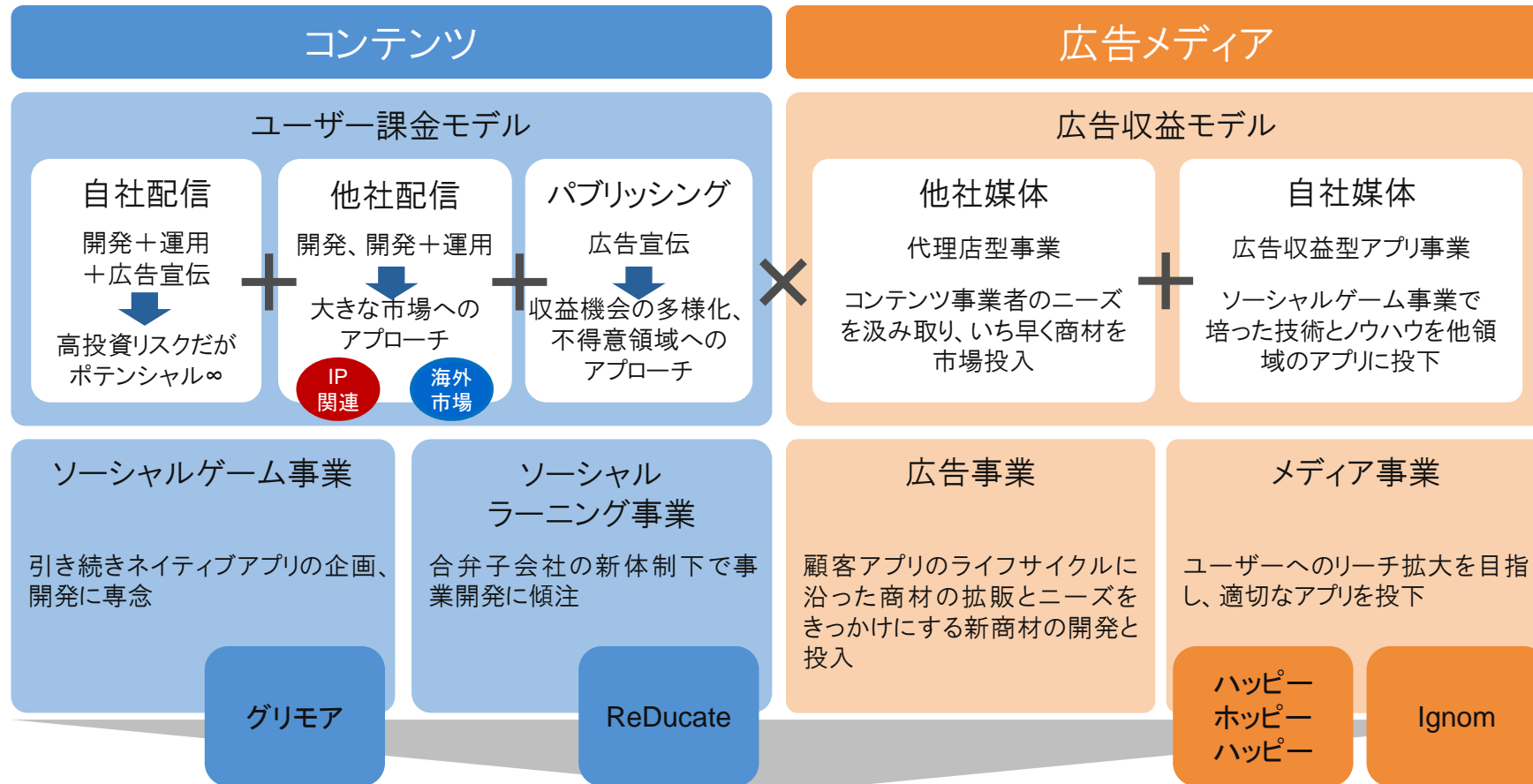


# セグメント別営業利益の推移



注：2012年3月期～2014年3月期は単体決算、2015年3月期は連結決算。

# グループ構成

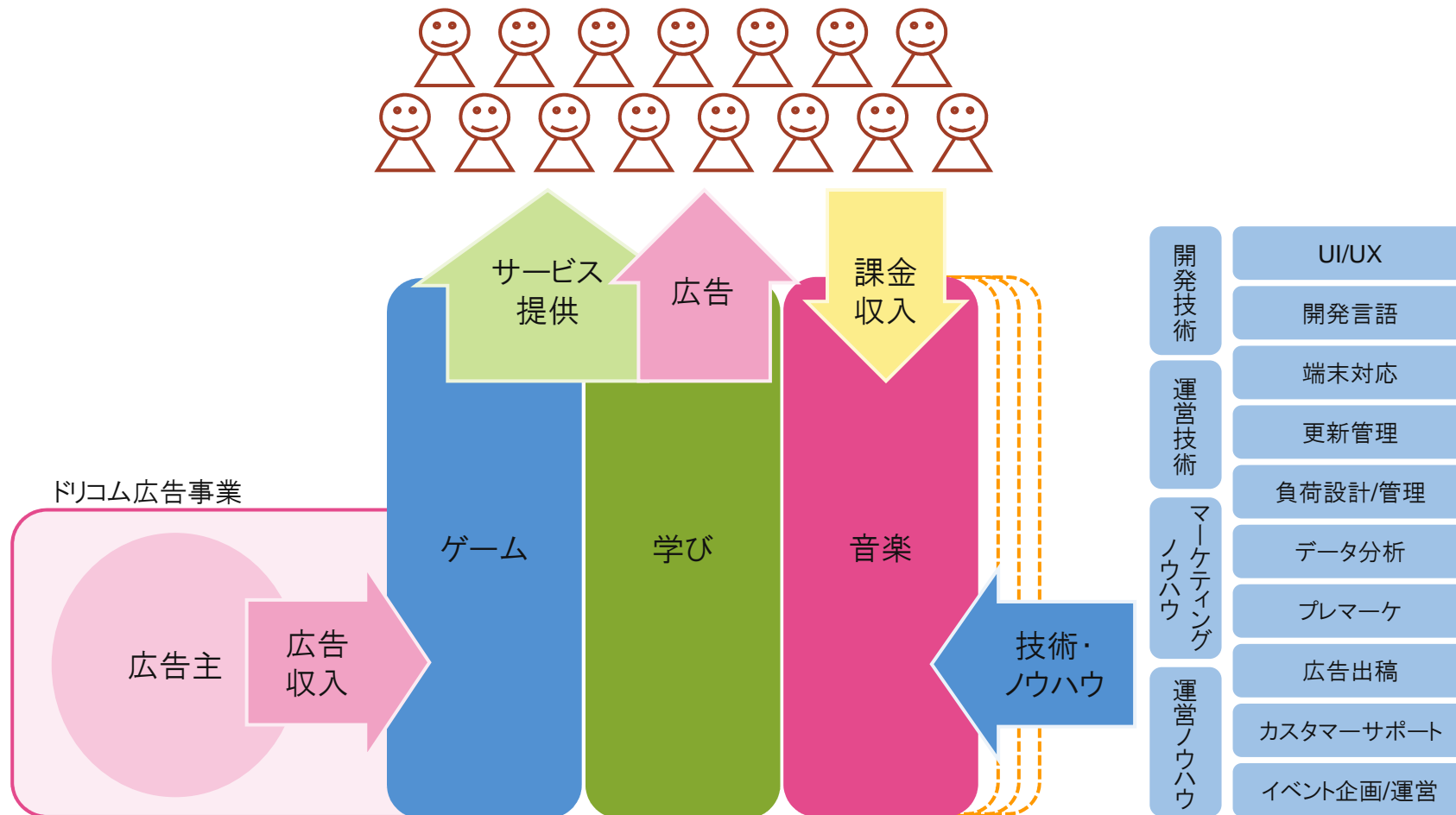


スマートフォンネイティブアプリ市場に向け、ソーシャルゲームのノウハウを核に  
多様な事業を展開、高成長と業績ボラティリティ低下の両立を目指す

# 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



# 費用構成



(百万円)	第4四半期(連結) (2015年1-3月)		前四半期 (連結) (2014年10-12月)	前年同期 (単体) (2014年1-3月)	費用特性	
	前四半期比	前年同期比				
原価合計	1,219	-0.9%	-11.5%	1,230	1,378	
支払手数料	189	-9.2%	-57.1%	208	442	変動費:プラットフォームへの支払手数料
著作権料	31	0.4%	-38.3%	30	50	変動費:版權を伴う売上に連動
労務費	319	2.4%	16.6%	311	273	開発・企画系人員人件費
外注費	366	16.9%	34.2%	313	272	開発向け業務委託費
仕入高	111	-36.1%	-17.3%	174	134	変動費:広告事業の出稿数に連動
通信費	109	3.5%	15.8%	105	94	データセンターコスト
ソフトウェア償却	141	12.3%	37.6%	125	102	ゲームアプリの減価償却費
減価償却費	6	5.1%	-6.0%	5	6	開発関連設備の減価償却費
原材料仕入高	56	-5.0%	-74.5%	59	220	ゲーム中のグラフィックなど
他勘定振替高	-196	9.3%	-32.3%	-179	-290	開発アプリの資産もしくは研究開発費への振替
その他	85	14.5%	22.7%	74	69	
販管費合計	470	-2.7%	-0.3%	483	471	
支払手数料	53	-20.6%	-61.0%	67	137	変動費:主に通信キャリアへの支払手数料
広告宣伝費	47	115.2%	-10.3%	22	53	ゲーム、ラーニングアプリのマーケティング費用
労務費	176	-5.1%	5.5%	185	167	管理部門など間接人員人件費
採用費	37	6.2%	229.5%	35	11	新卒、中途採用の方向性に变化なし
研究開発費	17	-61.0%	-	43	-	スマートフォンアプリ向けの研究開発
減価償却費	10	88.3%	86.4%	5	5	間接設備の減価償却費
その他	127	3.5%	31.7%	122	96	

# バランスシート構成



(百万円)	第4四半期末 (連結) (2015年3月末)	前四半期末 (連結) (2014年12月末)	前期末 (単体) (2014年3月末)	注記
流動資産	3,486	3,823	2,828	
現預金	2,275	2,479	1,338	
売上債権	1,059	1,129	1,110	売上高の変動にリンク
繰延税金資産	60	57	185	主として前期損失に起因
その他	90	157	193	
固定資産	1,193	1,183	1,243	
建物、工具、器具及び備品	102	108	119	オフィス設備が中心
ソフトウェア資産(含仮勘定)	632	619	624	主としてリリースされたゲームアプリと開発中のアプリ
繰延税金資産	218	246	264	主として前期損失に起因
その他	240	209	235	
流動負債	1,866	2,076	1,813	
買掛金・未払金	669	764	1,006	
借入金・社債	891	1,042	730	銀行借入
その他	304	268	76	
固定負債	599	624	426	
借入金・社債	499	541	349	銀行借入
その他	99	82	76	
純資産	2,213	2,307	1,831	
資産合計/負債純資産合計	4,679	5,007	4,072	



**DRECOM**<sup>®</sup>  
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。