2013年9月期
第2四半期決算説明会

2013年5月1日

代表取締役社長： 馬場 功淳
取締役管理部長： 土屋 雅彦
取締役経営企画部長： 長谷部 潤

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。
様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。
また2012年9月期2Q以前のデータは、弊社内部管理数字となります。

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

0 目次

1. 決算概要

2. サービス状況

3. 今期計画と下期施策について

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

決算概要

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

1 決算概要

第2四半期ハイライト（2013年1月～2013年3月）

季節的に厳しい1-3月期を無事に乗り越えられました！

業績

■売上高：2,872百万円　前年同期比3.7倍増　前四半期比4.2%増

■営業利益：784百万円　前年同期比4.4倍増　前四半期比9.3%減

スマホネイティブ

■Kuma the Bear：新作5本追加（累計23本へ）

■オンラインアプリ：クイズRPG魔法使いと黒猫のウィズをローンチ（累計5本へ）

位置ゲーPF

■PF全体：季節的に厳しい中、1Qに続きグロス売上高は10億円を突破

■LAP：既存アプリ強化に注力。3月単月のLAP支払後売上が初の1億円超えへ

リアル連携

■O2O：コロカ店は累計168→180店舗、提携交通機関は累計43→51事業者へ

■おでかけ研究所：無償観光分析提供は4→11自治体へ

※グロス売上とはユーザがアプリに対して支払った金額。つまり弊社からLAPにR/S支払をする前の売上のこと
※LAP: Location-based Application Provider 位置ゲーアプリプロバイダー
※O2O: Online to Offline ネットを起点にリアルでの消費行動に影響を及ぼす施策、仕組み

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

1 決算概要

会社計画の上方修正

2013年9月期会社計画の上方修正を行いました

【上方修正理由＆ご参考】

- 例年、季節的に厳しい2Qを無事に乗り越えられたこと
- 「プロ野球PRIDE」がローンチ後1年経過ながら、過去最高のKPIを依然更新していること
- 3月投入の「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」が極めて好調な滑り出しであること
- 「恐竜」「ディズニー」など立ち上がりの遅かったアプリが2Qに入り伸び始めたこと
- 4月単月の売上高（速報値）が、過去最高売上であった3月比で20%程度の伸びと、足元も好調であること

- 一方で保守的な見地に立ち、期初計画策定時と同様に売上高を極力抑え、費用は自然体で積んでいます
- ゆえに下期新計画の売上高営業利益率は、期初発表時の計画における利益率と近似しています

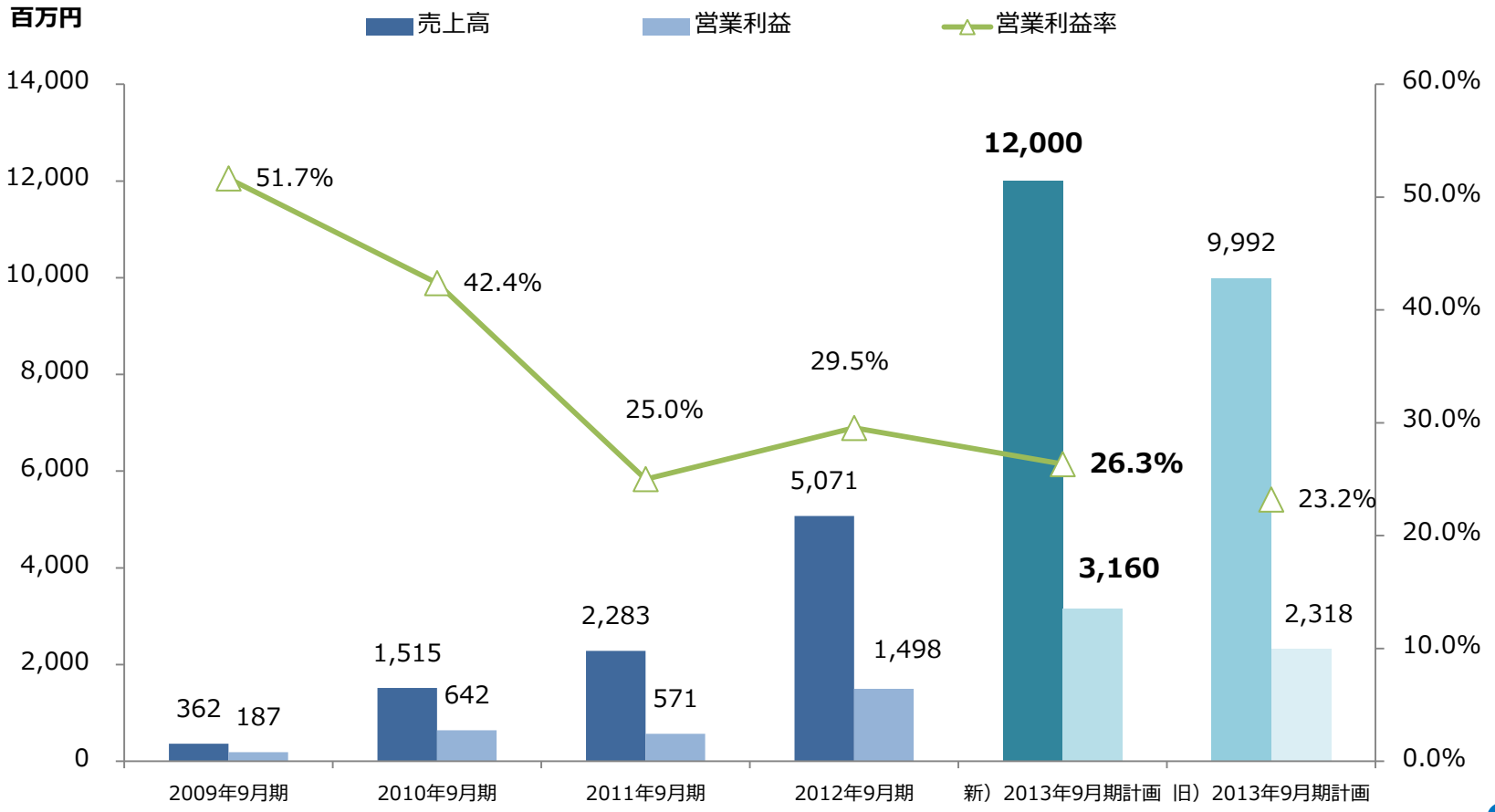
（単位：百万円）	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	営業利益率
前回発表予想（A）	9,992	2,318	2,291	1,260	23.2%
今回発表予想（B）	**12,000**	**3,160**	**3,200**	**1,760**	**26.3%**
増減額（B-A）	2,008	842	909	500	
増減率（%）	20	36	40	40	
上期実績	5,628	1,649	1,679	956	29.3%
下期新計画	6,372	1,511	1,521	804	23.7%

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

1 決算概要

通期決算推移

厳しい2Q（1-3月）を乗り越えたことで、通期会社計画の上方修正を行いました
新計画の売上高営業利益率は従来計画比で3.1ptの改善とさせて頂きました

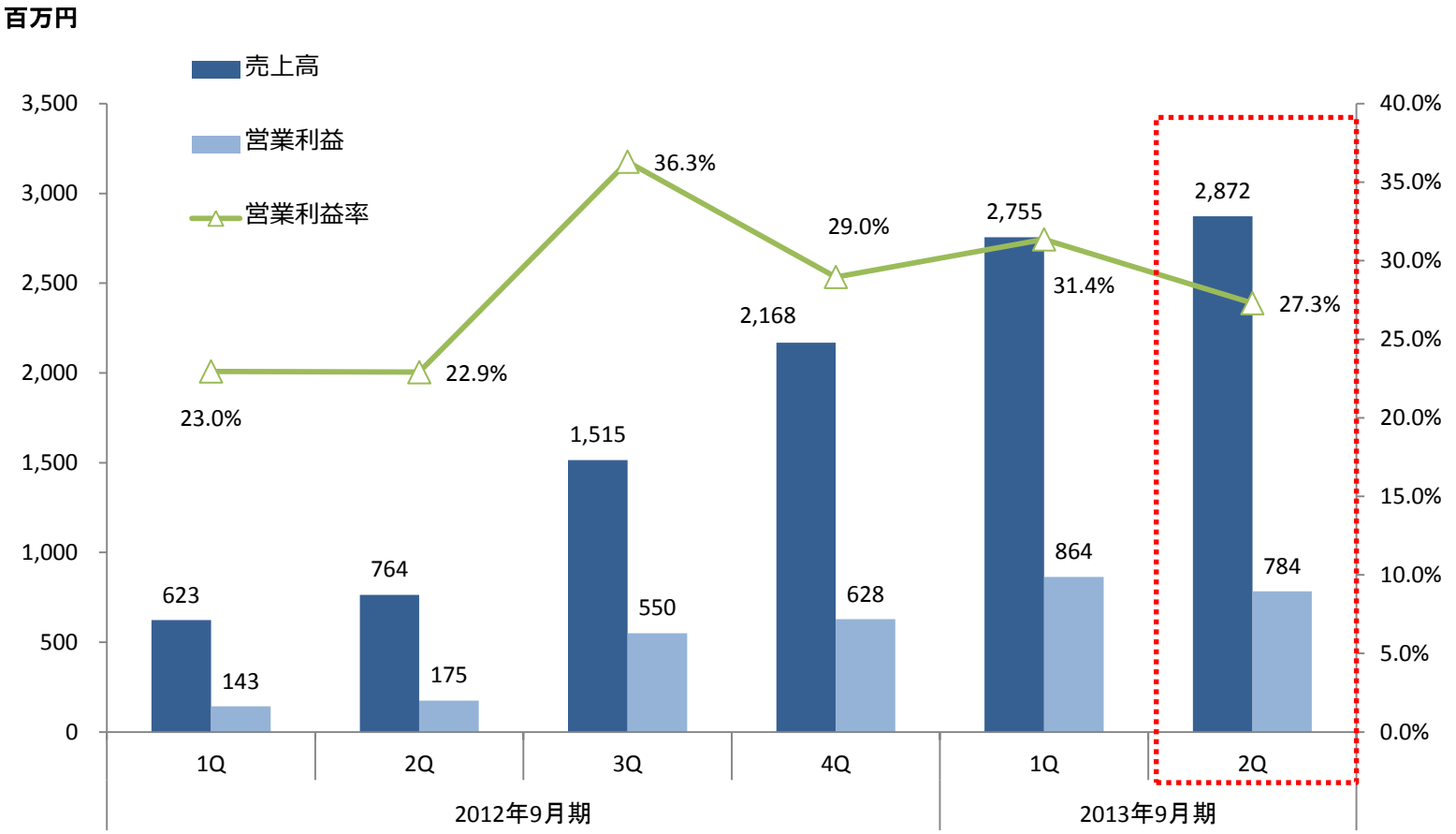


COLOPL, Inc. All Rights Reserved

1 決算概要

四半期決算推移

QoQで4.2%増収、9.3%営業減益と、厳しい1-3月期を売上面では増収で乗り切り、利益についても、下期の新作アプリへの先行投資を行いつつ、最小限の減益幅にとどめることができました



COLOPL, Inc. All Rights Reserved

1 決算概要

損益計算書

前年同期比では3.7倍増収、4.4倍営業増益と高い伸長を示すことができました

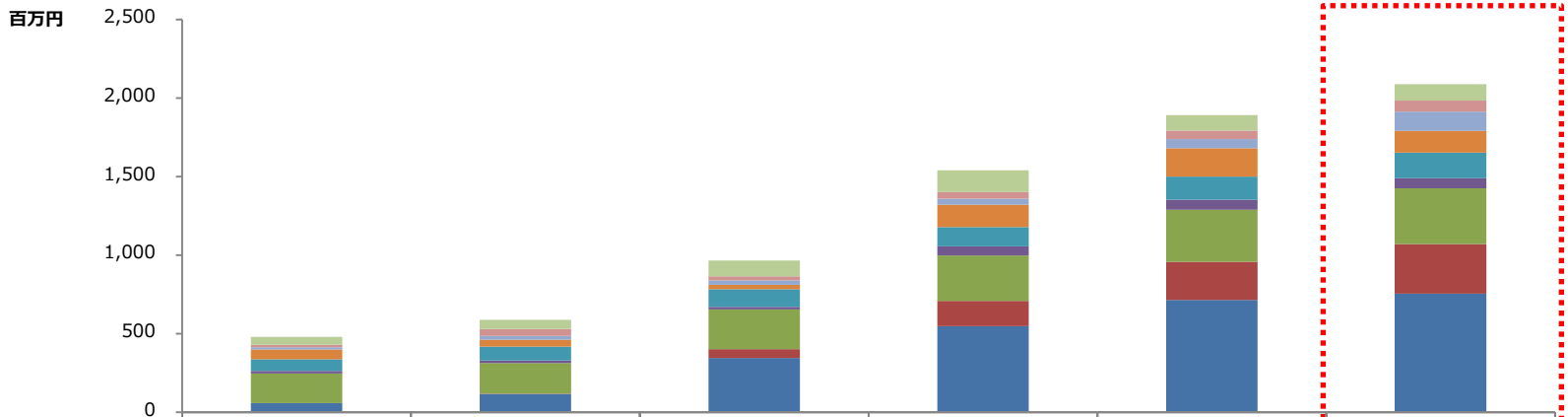
単位：百万円	**2013年9月期2Q（2013年1-3月）**	2012年9月期2Q（2012年1-3月）	前年同期比	2013年9月期1Q（2012年10-12月）	前四半期比
売上高	**2,872**	764	+275.9%	2,755	+4.2%
売上総利益	**1,267**	439	+188.6%	1,374	-7.8%
売上総利益率	**44.1%**	57.5%	-13.3pt	49.9%	-5.8pt
販売管理費	**482**	263	+83.3%	509	-5.3%
営業利益	**784**	175	+348.0%	864	-9.3%
営業利益率	**27.3%**	22.9%	+4.4pt	31.4%	-4.1pt
経常利益	**803**	183	+338.8%	876	-8.3%
税前利益	**803**	183	+338.8%	876	-8.3%
当期純利益	**457**	101	+352.5%	498	-8.2%

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

1 決算概要

費用の推移（四半期）

プロ野球PRIDE、ディズニーMCの売上拡大によるロイヤリティ、下期の積極的な新作アプリローンチのための外注費、この二つの費用増が目立っています



	2012年9月期 1Q	2012年9月期 2Q	2012年9月期 3Q	2012年9月期 4Q	2013年9月期 1Q	2013年9月期 2Q
その他	50	60	99	139	98	104
採用費	16	43	27	42	54	71
外注費	14	24	27	38	59	122
広告宣伝費	63	44	29	142	181	138
iDC関連費用	75	88	112	122	146	164
オフィス費用	16	16	16	60	63	63
人件費・賞与	187	196	253	289	332	355
ロイヤリティ	0	1	57	161	244	317
PF&決済手数料	59	117	345	547	714	754

※「その他」の振り分けをしましたので、1Q決算説明会資料と若干数字が異なっております

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

1 決算概要

費用解説（四半期）

「プロ野球」の売上拡大に伴うロイヤリティとデザインにかかわる外注費が拡大しました

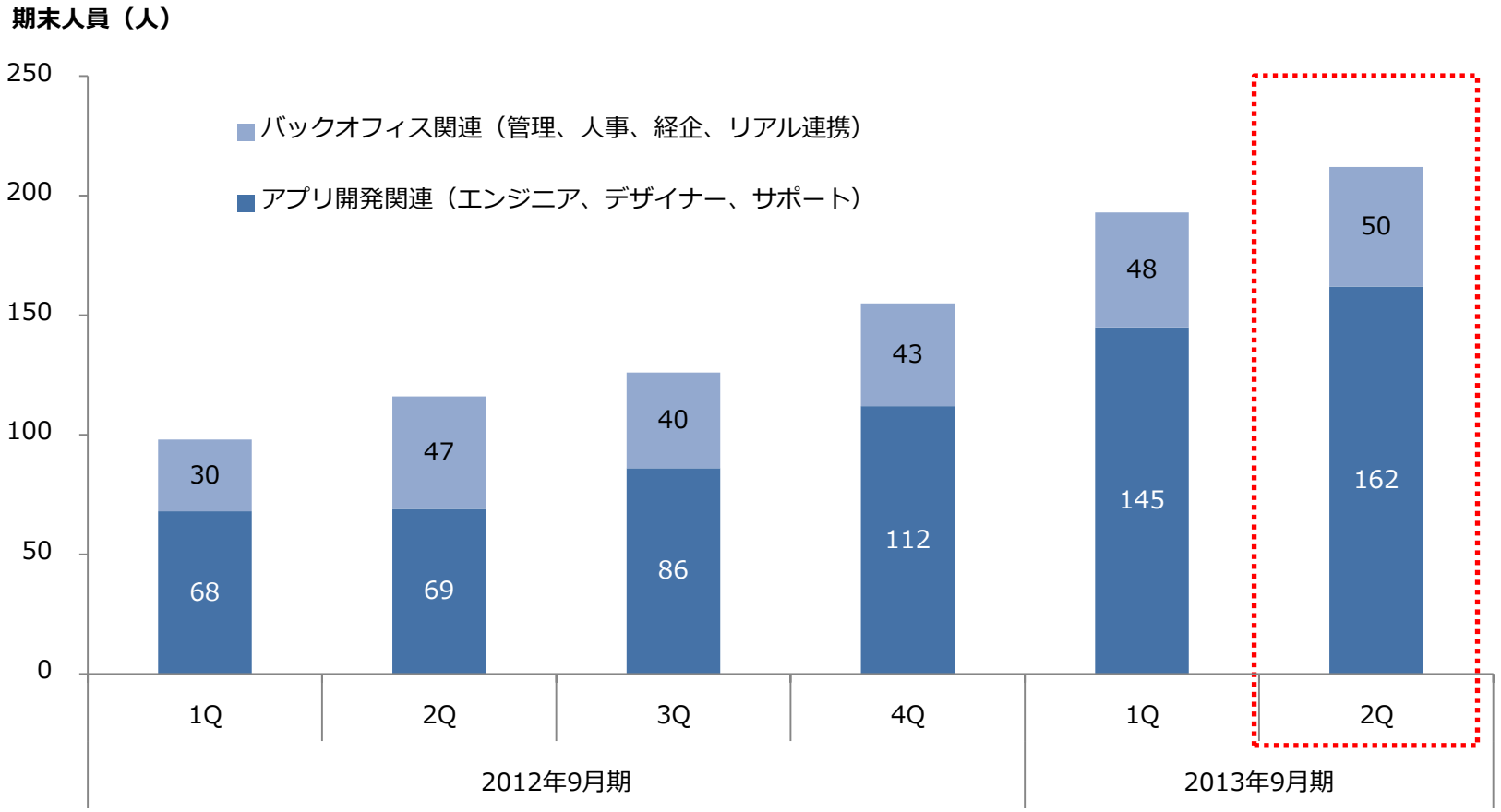
上段：費用（百万円） 下段：売上比（%）	**2013年9月期2Q （2013年1-3月）**	2012年9月期2Q （2012年1-3月）	前年同期比	2013年9月期1Q （2012年10-12月）	前四半期比	備考
PF&決済手数料	**754**	117	+544.4%	714	+5.6%	スマホアプリ売上拡大により売上原価に該当するGooglePlayなどのPF使用料が拡大しました
	26.3%	15.3%	+10.9pt	25.9%	+0.3pt	
ロイヤリティ	**317**	1	-	244	+29.9%	プロ野球PRIDEの売上拡大、ディズニーMCの四半期フル寄与があり実額に加え売上比でも増加しました
	11.0%	-	-	8.9%	+2.2pt	
人件費・賞与	**355**	196	+81.1%	332	+6.9%	売上の拡大と人員数の拡大がバランス良く進捗しています
	12.4%	25.7%	-13.3pt	12.1%	+0.3pt	
オフィス費用	**63**	16	+293.8%	63	+0.0%	人員数に余裕を持ったオフィス面積であり、当面変化はありません
	2.2%	2.1%	+0.1pt	2.3%	-0.1pt	
iDC関連費用	**164**	88	+86.4%	146	+12.3%	利用者層のすそ野の広いアプリが立ち上がったことで、売上拡大以上にトラフィックが増加しました
	5.7%	11.5%	-5.8pt	5.3%	+0.4pt	
広告宣伝費	**138**	44	+213.6%	181	-23.8%	2Q投入予定のアプリの一部が3Qに期ズレしたことで予算達成率は79%となりました
	4.8%	5.8%	-1.0pt	6.6%	-1.8pt	
外注費	**122**	24	+408.3%	59	+106.8%	カード追加などデザインに関する外注量が増加しました
	4.2%	3.1%	+1.1pt	2.1%	+2.1pt	
採用費	**71**	43	+65.1%	54	+31.5%	1-3月は2014年4月新卒採用時期であり、それに関する費用が上積みされました
	2.5%	5.6%	-3.2pt	2.0%	+0.5pt	
その他	**104**	60	+73.3%	98	+6.1%	売上高に占める比率は1Qと変わらず、となっています
	3.6%	7.9%	-4.2pt	3.6%	+0.1pt	

※「その他」の振り分けをしましたので、1Q決算説明会資料と若干数字が異なっております

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

従業員数推移

人材獲得競争が続く中、「ネイティブを作るならコロプラ」という業界内評価の広がりにより
エンジニアを中心とするアプリ開発関連人員は順調な増加を続けています



※役員および臨時従業員（アルバイトなど）は含めておりません
※経営企画部所属の「データサイエンティストチーム」はバックオフィス関連に入れております

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

1 決算概要

貸借対照表

好調な業績により現金および現金同等物がQoQで約10億円の増加となりました
流動負債の多くは売上高に連動する未払金（決済手数料やLAP支払の月ズレ分）となります

単位：百万円	**2013年3月**	2012年3月	前年同期比	2012年12月	前四半期比
流動資産	**7,593**	2,297	+230.6%	6,474	+17.3%
うち現金同等物	**5,452**	807	+575.6%	4,467	+22.1%
固定資産	**518**	168	+208.3%	582	-11.0%
総資産	**8,111**	2,466	+228.9%	7,057	+14.9%
流動負債	**2,358**	485	+386.2%	1,761	+33.9%
固定負債	**77**	14	+450.0%	76	+1.3%
純資産	**5,675**	1,966	+188.7%	5,218	+8.8%

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

サービス状況

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

サービスセグメント
（カッコ内は四半期の売上構成：1Q→2Q）

ゲーム分野（今もこれからも収益基盤です）

クマで集客
オンラインで収益化

当Qは「恐竜ドミニオン」が
QoQで2割以上の増収
新作の「クイズRPG」も
急速に立ち上がりました

スマホネイティブアプリ
（74%→**77%**）
・Kuma the Bear
・オンラインアプリ

位置ゲーPF
（25%→**22%**）
・内製アプリ
・LAPアプリ

位置情報ゲーム特化型PF

当QはLAPアプリが好調
内製アプリは大きく売上を
落としました

最近始めました

昔からやってます

ビッグデータである
位置情報の活用PJです

無償観光分析レポートを
11の自治体に提供しました

位置情報解析
・おでかけ研究所
（**0%** ※CSR）

O2O・リアル連携
（1%→**1%**）
・コロカ事業

「コロカ」を活用した
日本でのO2Oの先駆けです

当Qは特に
地域振興案件が活発でした

リアル分野（社会貢献をしつつ未来の収益化を目指します）

※LAP: Location-based Application Provider 位置ゲーアプリプロバイダー
※O2O: Online to Offline ネットを起点にリアルでの消費行動に影響を及ぼす施策、仕組み

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

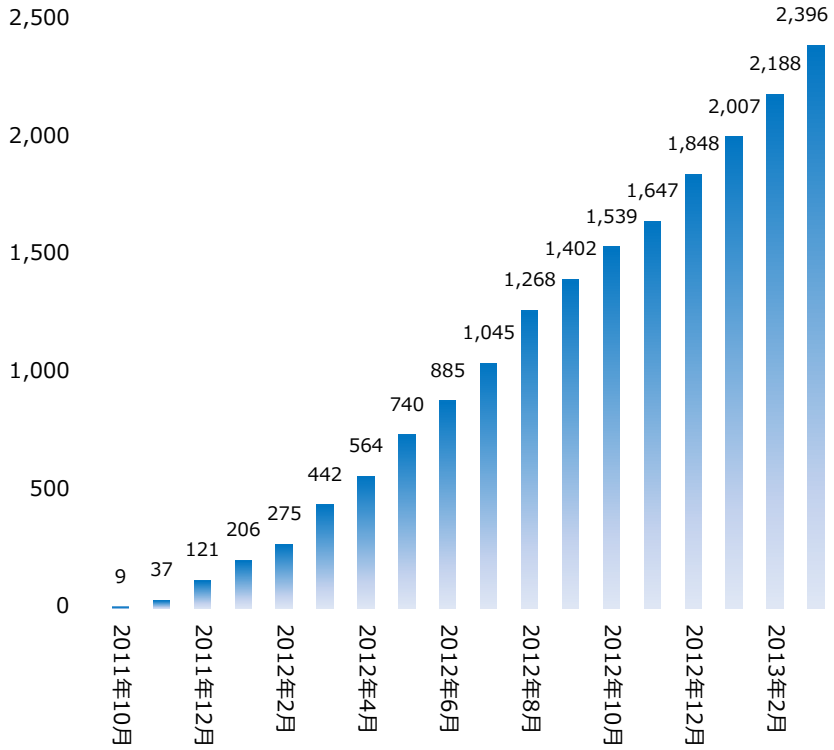
2 サービス状況

全体指標

アプリダウンロード数、プラットフォーム会員数、ともに順調な伸びを示しました
特にアプリダウンロード数はドライブのかかった伸びとなりました

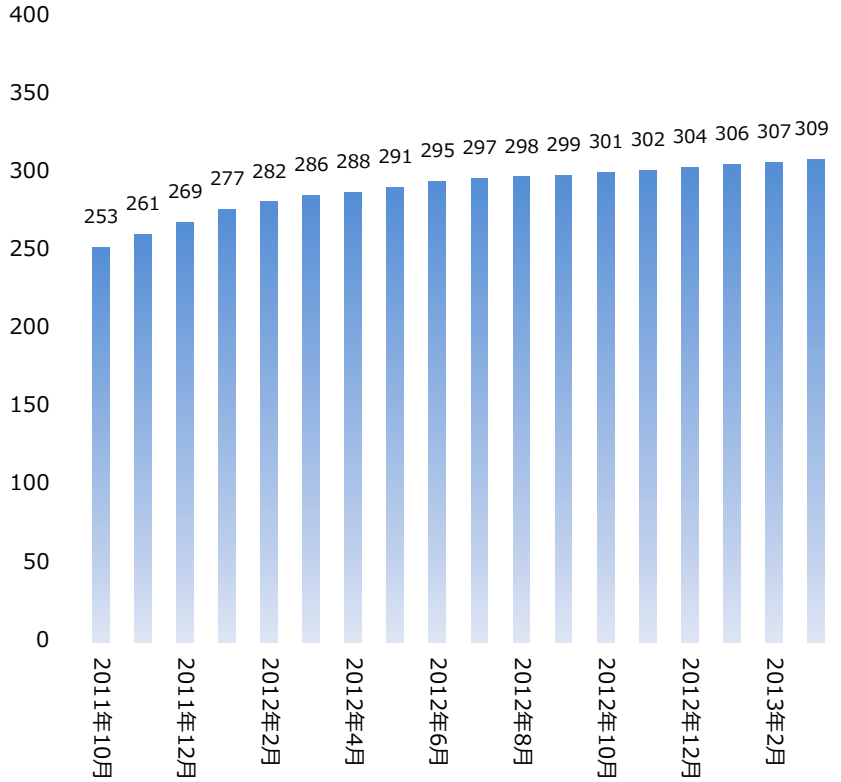
■アプリダウンロード累計件数推移

（単位：万件）



■プラットフォーム会員数推移

（単位：万人）



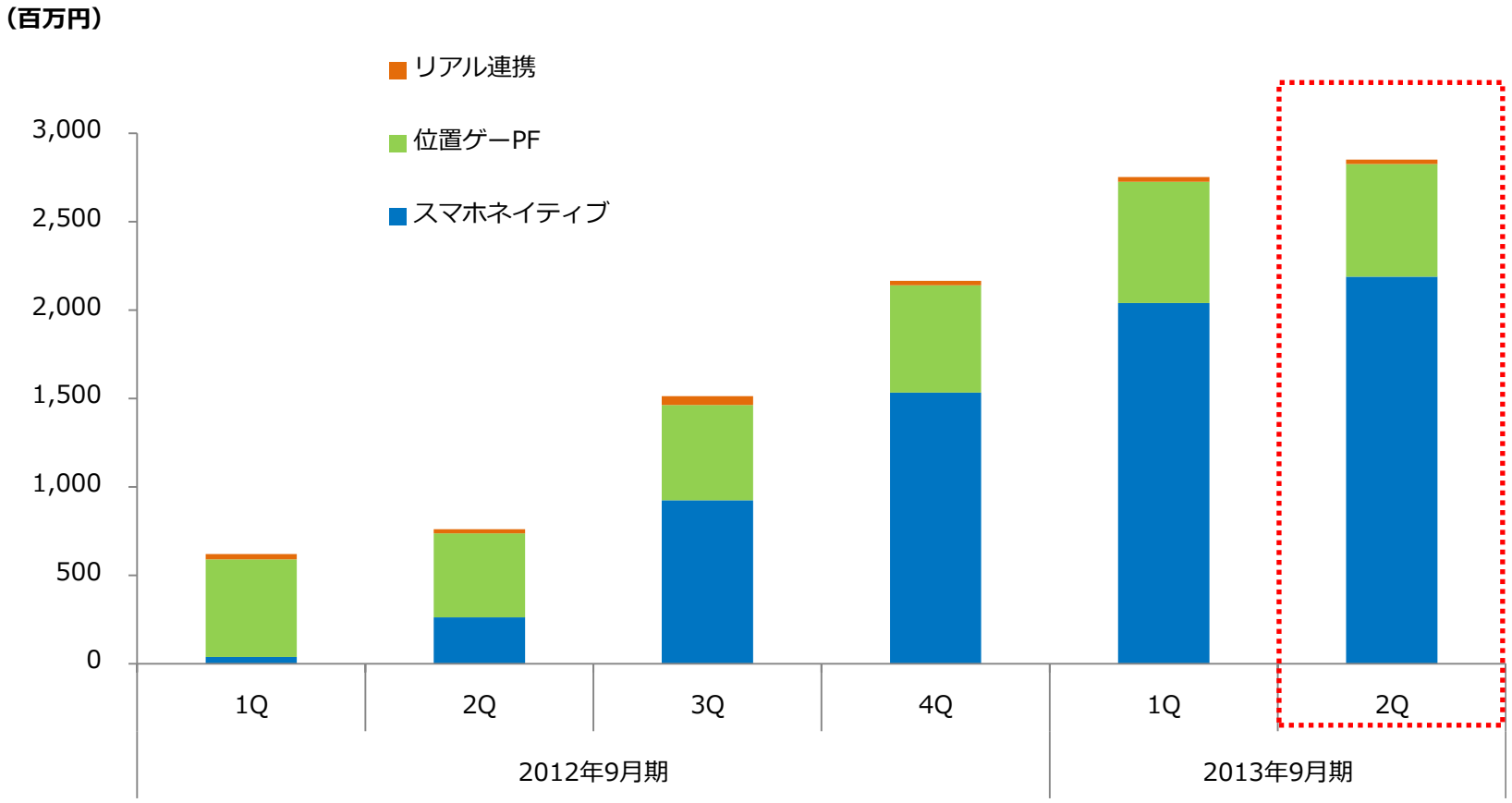
※アプリダウンロード数は、スマホネイティブアプリを対象としており、コロプラプラットフォームアプリDL数は除いています
※プラットフォーム会員数は、集計方法の変更により目論見書記載の数字と一部異なっております

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

サービス別四半期売上高推移

例年季節的に厳しい2Q（1-3月期）でしたが、スマホネイティブは着実な成長を実現しました。一方、位置ゲーPFは不調。LAPアプリは堅調であったものの内製アプリは例年通り季節的影響を受けてしまいました。



COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

Kuma the Bear 開発部の戦略変更

社長の馬場が11年夏に一人で始めたフルネイティブアプリ研究。同年10月以降はライトゲーム主体のKtB開発部として新規ユーザ獲得の役割を担ってきました。そして13年春、その役割はよりリッチ＆ライトな方向に広がります



COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

スマホネイティブ① ～Kuma the Bear～

集客を主たる目的としたライトアプリ群です

当四半期Topics

- Positive： 累計ダウンロード数はほぼ1,600万件とQoQで340万件強の伸びとなりました
- Positive： MAUは1Qの11月を底に改善傾向を示し、200万前半を維持するようになりました
- Neutral： 新規アプリ追加は5本。社内目標6件に対し若干の未達でした
- Negative： 2Q投入の新作アプリのダウンロード数の伸びが今一つでした

2Qは5本追加、累計23本へ



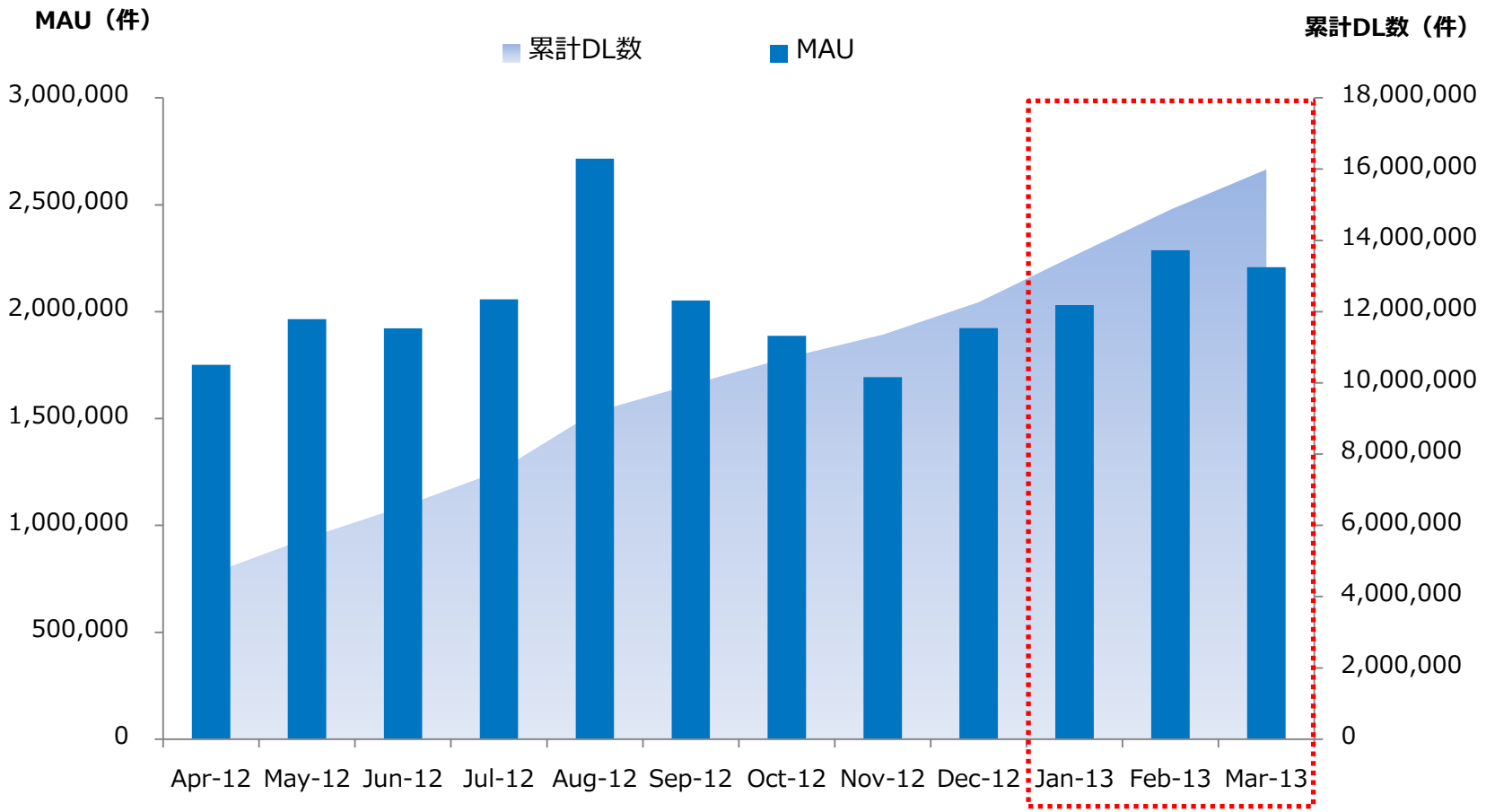
※MAU: Monthly Active Users/ 少なくともその月に一回はアプリを立ち上げたユーザ数の合計

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

スマホネイティブ① ～Kuma the Bear～

ダウンロードは引き続き順調。MAUは1Qの底打ち後、事実上の過去最高（昨年8月度は広告宣伝費投入による一時的な伸び）を更新



COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

スマホネイティブ② ～オンラインアプリ～

収益を主たる目的としたユーザアクティビティの高いアプリ群です

当四半期Topics

- Positive： 「プロ野球PRIDE」の3月単月実績が、過去最高の売上高、DAUとなりました
- Positive： 「恐竜ドミニオン」が発表後半年を経てプチブレイク（3月単月売上は昨年10月の2倍近い）
- Positive： 新作「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」が極めて好調なスタートを切りました
- Negative： 「ディズニーMC」はDAU好調ながらARPPU不振により、計画に対し未達でした

既存アプリのリリース時期

2012年1月
■秘宝探偵キャリー



2012年4月
■プロ野球PRIDE



日本野球機構承認

2012年7月
■恐竜ドミニオン



2012年12月
■ディズニー
マジシャン・クロニクル



© Disney

2013年3月
■クイズRPG
魔法使いと黒猫のウィズ



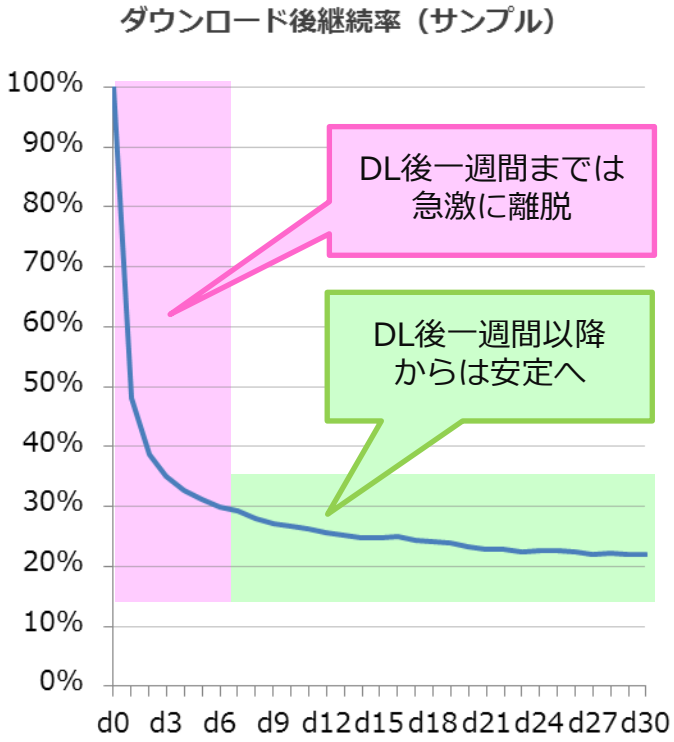
※DAU: Daily Active Users/ その日に少なくとも一回はアプリを立ち上げたユーザ数の合計

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

スマホネイティブ② ～オンラインアプリ～

売上の主力である「オンラインアプリ」については、その開示KPIとして「**QAU(DLして7日以上経過)**」を用います。
QAUとは、Quarterly Active Users（当該四半期に一度でもアプリを立ち上げたユーザ）のことです。



アプリをDLしつつも一度も立ち上げない、一度立ち上げるものの二度と使わない、というユーザも多数います。実際、アプリDL後、一週間くらいまでは、継続率は急低下する傾向が強いのです（左図参照）。

換言すると、DL後一週間を経過すれば、概ね「安定したユーザ」となります。ゆえにアクティブユーザ数から、DLして一週間未満のユーザを除くことで、より実態に近いアクティブユーザを指標として実現できるのでは、と考えました。

オンラインアプリは利用期間（ライフタイム）が長いこと、月次イベントによる利用状況が大きく変わること、などからよりぶれるMAUではなくQAUを採用しました。

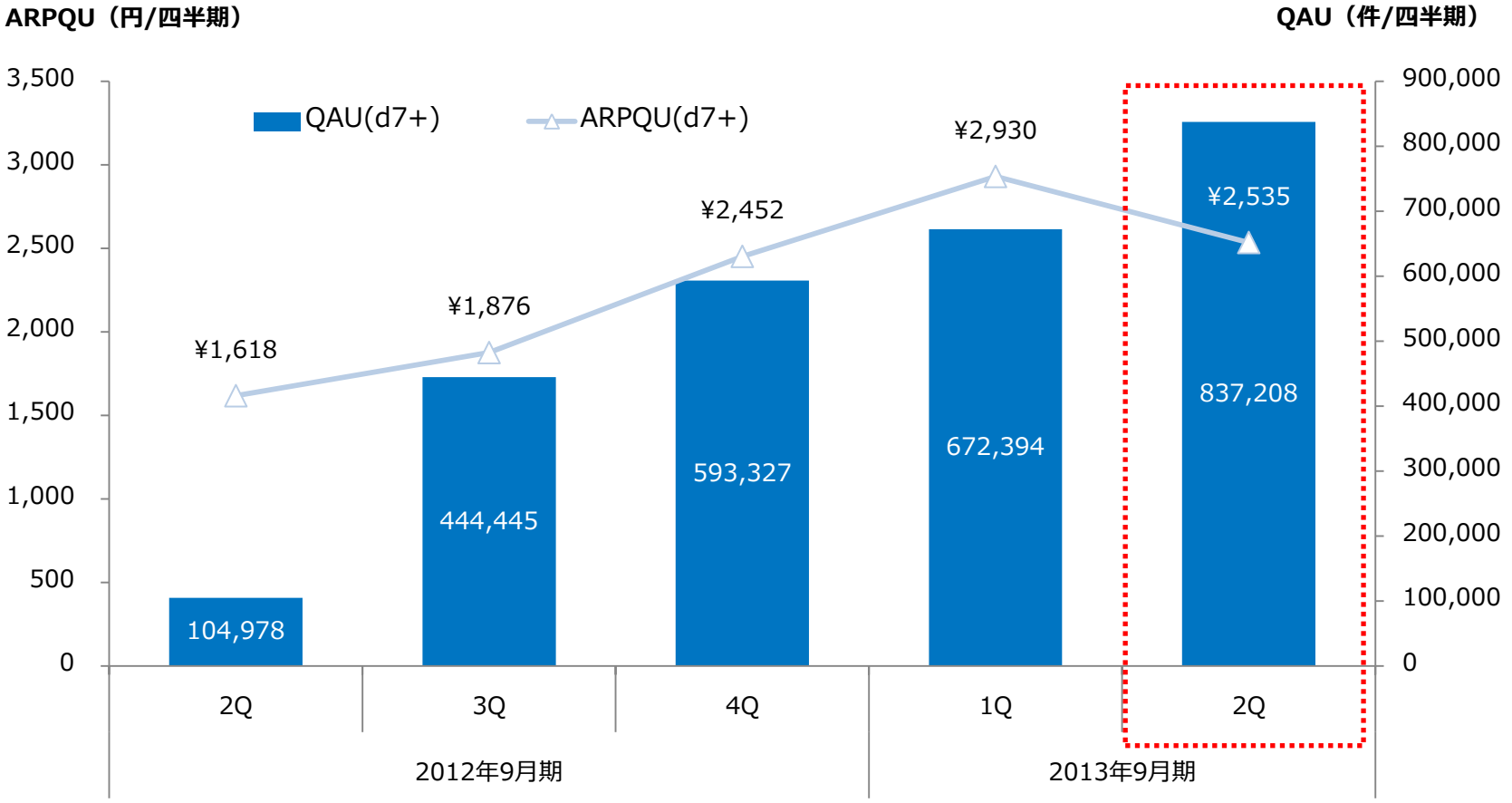
※d0：DLした日、d1：その翌日、d2：その二日後、…d30：その30日後

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

スマホネイティブ② ～オンラインアプリ～

マジョリティ層を対象とした「ディズニーマジシャン・クロニクル」が四半期フル寄与した結果、QAUは上昇し、ARPQUは低下しました



※ARPQUは、四半期売上高を単純にQAU（アクティブユーザ数でありペイドユーザ数ではありません）で割った数字です
※四半期（3か月間）の値となりますので、月平均はARPQUをさらに3で割って下さい
※海外向けオンラインアプリ（DINO DOMINION）は加味しておりません

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

位置ゲープラットフォーム

位置情報ゲーム特化のPFサービス。内製アプリとLAPアプリで構成されています

当四半期Topics

- Positive： 位置ゲーPF事業売上高は（広告抜きの自然体ながら）前年同期比で+33%の伸び
- Positive： 季節的に厳しい四半期ながら「グロス売上」は1Qに突破した10億円を維持
- Positive： 既存アプリ注力施策によりLAP売上は順調。3月単月ネット売上は初の1億円乗せ
- Negative： 内製アプリは季節要因を強く受け、QoQ、YoYともに減収）

内製の主力は「キャリーストーリー」



LAPの主力は「戦国いろは」「ジョリーロジャー」





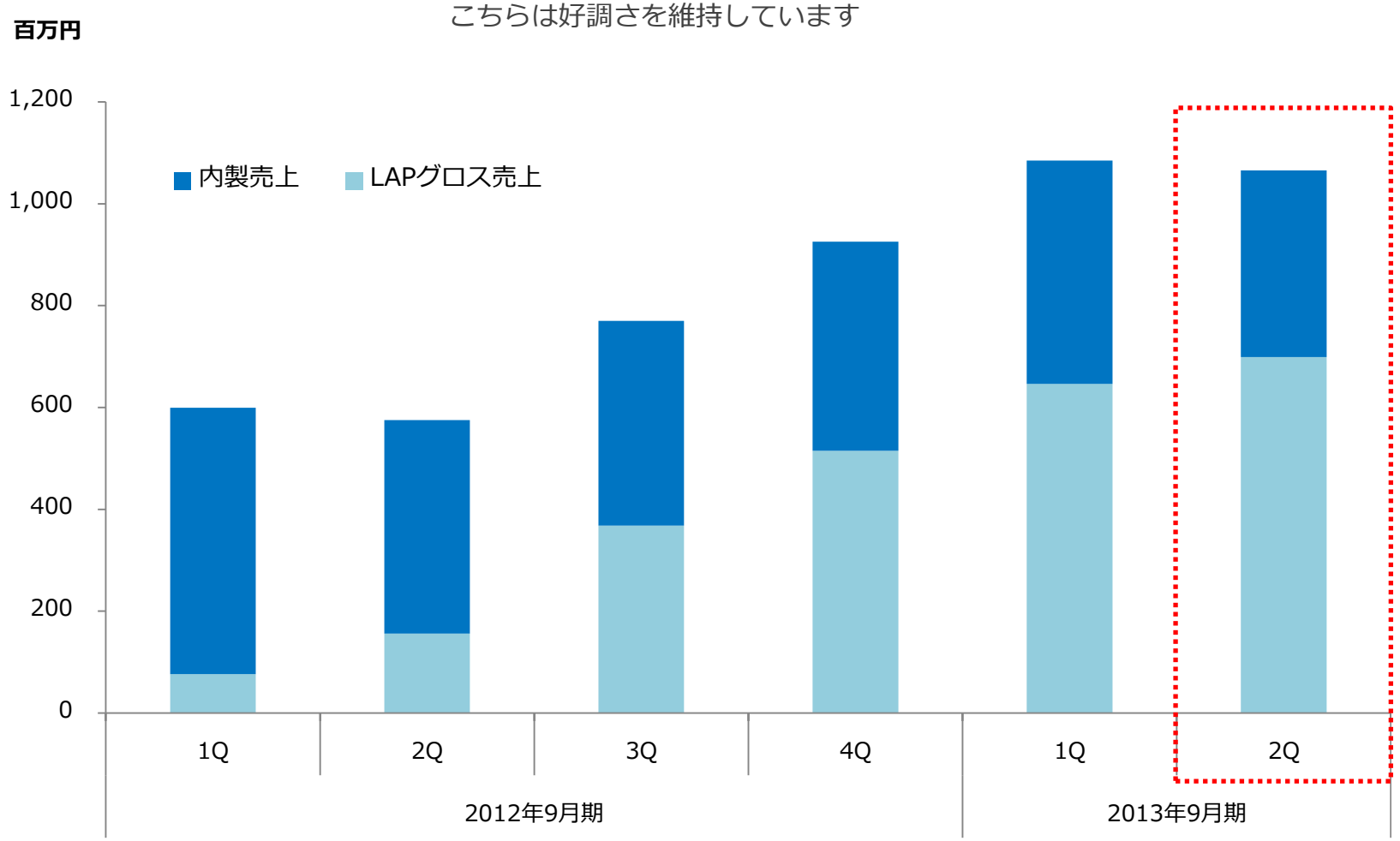
※グロス売上とはユーザがアプリに対して支払った金額。つまり弊社からLAPにR/S支払をする前の売上のこと
※ネット売上とはユーザ支払金額からLAPへのR/Sを除いた金額のこと。決済手数料支払い前である点に注意

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

位置ゲープラットフォーム

LAP売上をグロス換算したPFサービス四半期売上高は1Qに続き10億円突破
内製アプリは不調。一方でLAPの3月単月のネット売上高が1億円台に乗せるなど
こちらは好調さを維持しています



※グロス売上とはユーザがアプリに対して支払った金額。つまり弊社からLAPにR/S支払をする前の売上のこと
※ネット売上とはユーザ支払金額からLAPへのR/Sを除いた金額のこと。決済手数料支払い前である点に注意

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

2 サービス状況

リアル連携

「コロカ」を活用し、全国の銘産店、公共交通事業者、宿泊施設などに
送客するビジネス、および蓄積された位置情報を活用するビジネスです

O2O（コロカ事業、コロ宿、他）

- 公共交通事業者との提携数が51事業者
- コロカ提携店舗が180店舗
- 2月1日から3月末日まで “地域応援キャンペーン[近畿編]“ を実施しました

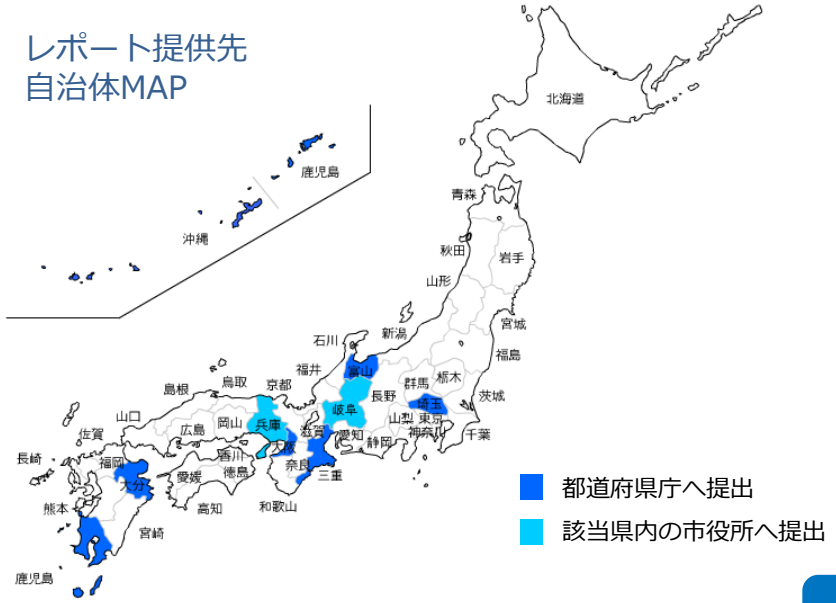
地域応援キャンペーン
[近畿編]



位置情報活用（おでかけ研究所）

- 分析レポート提供先自治体数が累計で11に
- 有償商材開発の準備に着手しました

レポート提供先
自治体MAP



※位置情報活用提供先MAPで、三重県は県庁と伊勢市役所、兵庫県は神戸市と姫路市の両市に提供しています

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

今期計画と下期施策について

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

3 今期計画と下期施策について

新旧計画差額

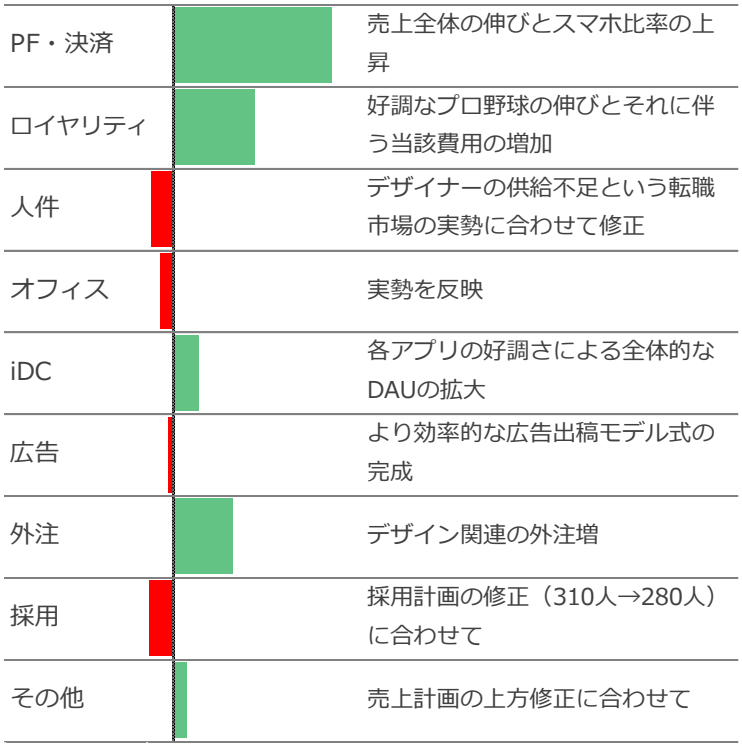
新計画から旧計画を差し引いた差額（※率ではありません）をグラフ化しています

←減額：増額→ ■売上計画差額



PF内製	元々の計画がかなり低めだったこと
LAP	想定を大きく超えるヒットタイトルの出現が複数あったこと
クマベア	下期によりライトな領域へとシフトするものの、ほぼ従前計画通り
秘宝探偵	ほぼ計画通り
プロ野球	オフシーズンを乗り切り3月以降一段上の水準へと伸びていること
恐竜	3月以降の急速な伸び
ディズニー	DAUは好調ながら、想定を大きく下回るARPPU
クイズRPG	会心の立ち上がり！
下期新作	今期投入予定タイトル数が期初想定に比べ1作増加
その他	海外、リアル連携など

←減額：増額→ ■費用計画差額



PF・決済	売上全体の伸びとスマホ比率の上昇
ロイヤリティ	好調なプロ野球の伸びとそれに伴う当該費用の増加
人件	デザイナーの供給不足という転職市場の実勢に合わせて修正
オフィス	実勢を反映
iDC	各アプリの好調さによる全体的なDAUの拡大
広告	より効率的な広告出稿モデル式の完成
外注	デザイン関連の外注増
採用	採用計画の修正（310人→280人）に合わせて
その他	売上計画の上方修正に合わせて

売上連動費用以外の費用コントロールの確からしさを確認できたことで、
+20%の売上増額率に対し+40%もの経常利益増額率とさせて頂きました

※新通期計画（上期実績+下期新計画）－期初策定通期計画＝新旧計画差額となります

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

3 今期計画と下期施策について

よりネイティブへ

更なるネイティブ化の波に備え、アプリの「スーパーハイブリッド化」を進めます
そのために社内Unityブートキャンプを実施します！

■背景

- 「秘宝探偵」以来、他社に先駆けHTML5技術をふんだんに活用した「ハイブリッド型アプリ」で市場を席巻してきました
- しかしながらより高度な表現方法をゲーム内に追及するには、ゲームのコア部分もネイティブ化する必要があります
- フルネイティブの「クイズRPG」の成功により、ネイティブ独特の「更新の難しさ」についても知見を得ました
- ゆえに、精緻なハイブリッド型により業界では依然先行はしていますが、更なる優位性を確保すべく
  3Qから投入予定のアプリについては、コア部分もネイティブ化した「スーパーハイブリッド型」へと変えてゆく計画です

社内Unityブートキャンプの風景



■体制・対策

- Unity技術者が集中しているKuma the Bear開発部とオンラインアプリ開発を担っている部署とで「社内共同ブートキャンプ」を実施。
- 上記施策により、一気にUnity技術者の拡大を図ります
- ブートキャンプ実施期間中は、新作アプリの投入に若干の遅れが予想されますが、今期業績に与える影響は軽微です
- 来期以降においても圧倒的強さを維持するための施策となります

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

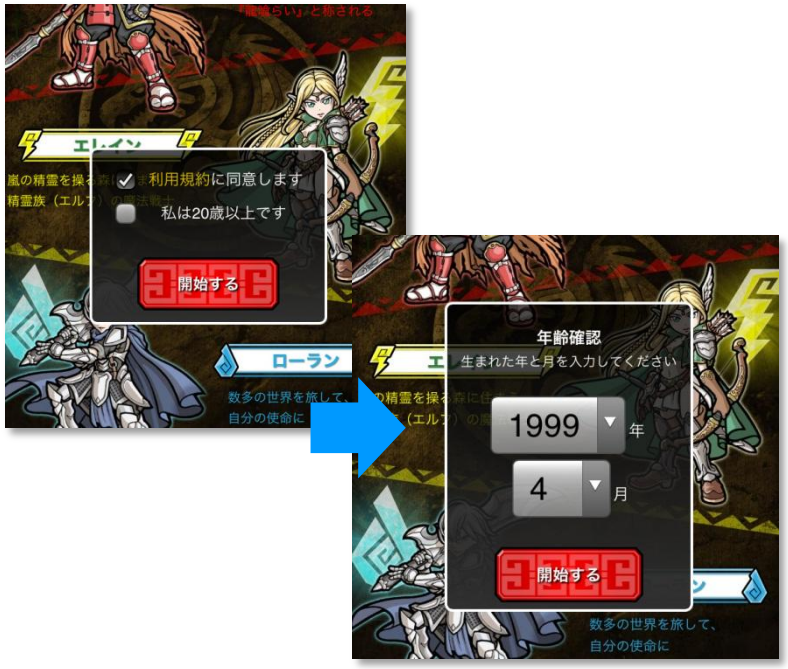
3 今期計画と下期施策について

未成年者保護

ネイティブアプリ利用者数が業界全体で急拡大しております。社会的問題となる前に
業界内でも最も進んだ体制作り・対策作りを率先して実現すべく注力しております

■背景

- 通常、ユーザ情報は、プラットフォーマーが取得し、管理します
- ネイティブアプリはいわゆるソーシャルアプリとは異なり、プラットフォーマーが「海外企業」であるケースが殆どです
- ゆえにアプリ運営事業者自身が、未成年者保護などより健全なサービス環境作りに勤しむ必要があります



■体制・対策

- 20歳未満の方には年齢確認の上、年齢に応じた課金上限額を設定しております
- 13歳未満は課金利用を不可とさせて頂いております
- 月間5万円を超える利用者には「警告」を発する仕組みを入れております（使いすぎストッパー）
- 課金PWとは別にG購入ページアクセスPWを設定することでお子様の誤操作による課金を防止（ご家族あんしん設定）
- アプリリリース前にアプリ運営責任者が課金方法（ガチャ）などを記入した「チェックシート」を必ず法務に提出
- 詐術を用いた悪意ある課金利用には厳然と対応します

COLOPL, Inc. All Rights Reserved



どうもありがとうございました

COLOPL, Inc. All Rights Reserved