



成長可能性に関する説明資料

ゲームメカニクスを通じて、
リアルな生活をもっと楽しく。

株式会社 enish
証券コード：3667
2012/12

1.

会社概要と事業内容

- a 会社概要
- b 事業内容と主なサービス
- c 沿革

■ 社 名 : 株式会社enish (英語名 : enish, inc.)

2012年9月3日、株式会社Synphonieから株式会社enishへ商号変更しました。
当社の社名であるenish（エニッシュ）とは、人と人との縁（えん、えにし）に由来しております。
お客様との繋がり、株主・投資家の皆様との繋がり、社会との繋がり、コミュニケーションを大切に
して、世界に通用する会社、スタッフになろうという思いと、お客様どうしの繋がり（ソーシャル）
を作り出せるサービスを提供していこうという思いを表現しています。

■ 設 立 : 2009年2月24日

■ 資 本 金 : 105,427千円（2012年9月30日現在）

■ 事 業 内 容 : ソーシャルアプリの企画・開発・運営

■ 取 締 役 : 代表取締役社長 杉山 全功
取 締 役 松本 浩介、 安徳 孝平、 公文 善之

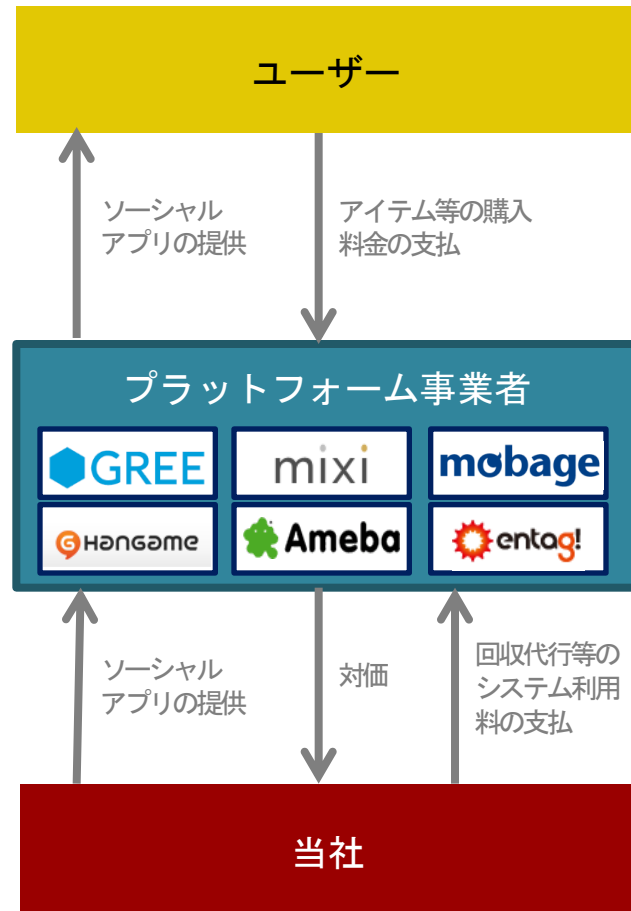
■ 監 査 役 : 常勤監査役 志村 直幸、 監査役 森 春幸、 吉羽 真一郎

■ 従 業 員 数 : 94名（2012年9月30日現在）

■ U R L : <http://www.enish.jp/>

▶ インターネットを通じたソーシャルアプリの企画・開発・提供を行うソーシャルアプリ事業

1. 事業系統図



2. 主なソーシャルアプリ

・ぼくのレストランⅡ



1,000種類以上の料理が作れるレストラン経営シミュレーションゲーム

・プラチナ☆ガール



自由にファッションをコーディネートしてNo1モデルを育成するシミュレーションゲーム

・ガルショ☆



世界中で商品を買付けてアパレルショップを経営するシミュレーションゲーム

・ボクらのポケットダンジョン2



1,000種類以上のモンスターと一緒に冒険する探索型ロールプレイングゲーム

・料理の鉄人



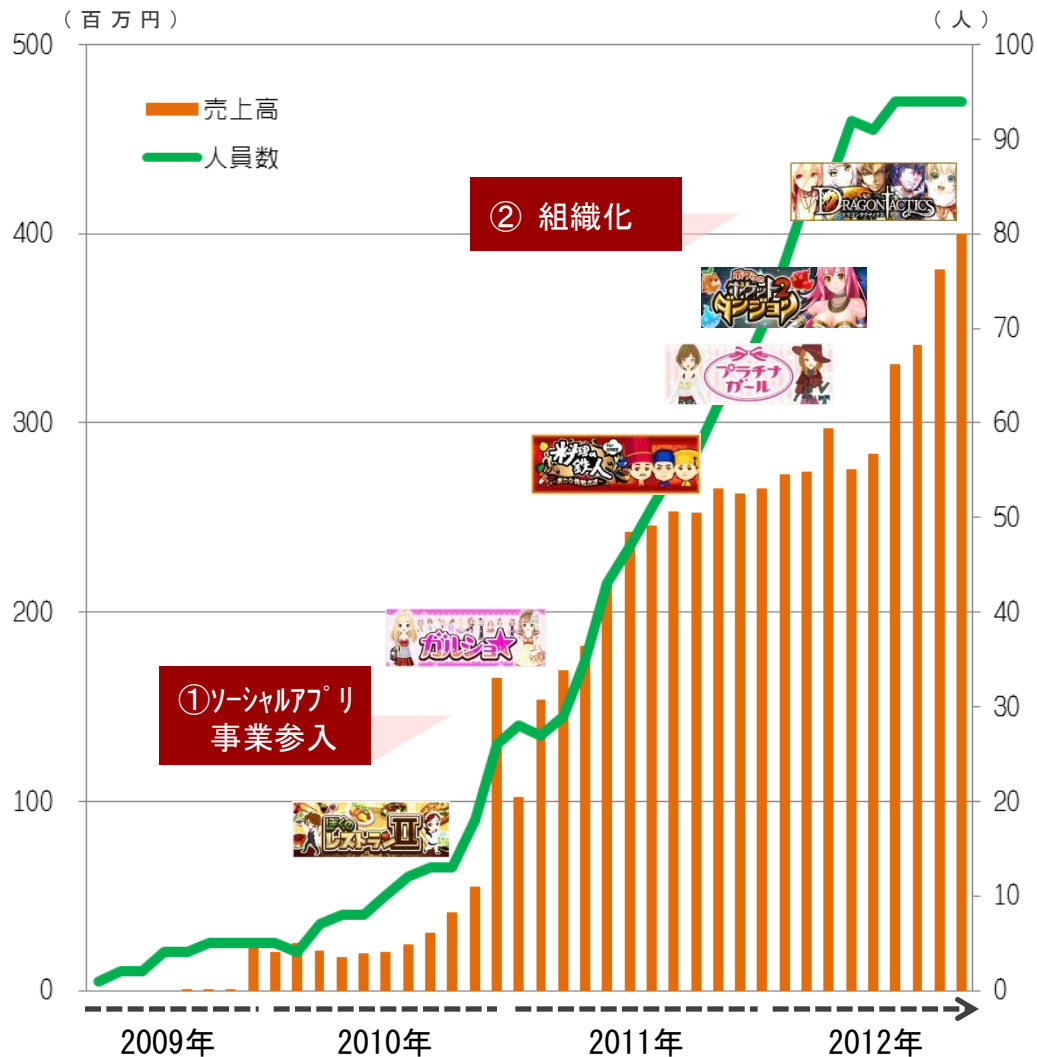
伝説の鉄人と料理バトル（㈱フジテレビジョンとの共同企画）シミュレーションゲーム

・ドラゴンタクティクス



龍の血を引く王女を探し出す騎士たちの物語をモチーフにしたカードバトルゲーム

創業からの推移とピックアップ



① ソーシャルアプリ事業参入

✓ 創業まもなく始まった「SNSプラットフォームオープン化」（2009年8月）を背景に、
実質的創業者である**安徳孝平**、**公文善之**が
「世の中にまだ存在しない、作り手もユーザーもワクワクできるサービスを創り出す」という考えのもと、
2009年10月、ソーシャルアプリの提供をスタート

② 組織化

✓ SAP事業者（Social Application Provider：ソーシャルアプリの開発や運営を手掛ける企業）の参入障壁の低さから、新規参入が急増。既存のゲームソフトメーカーも進出し、競争が激化するなか、
2011年6月、杉山全功、松本浩介が合流し、経営及び管理体制を強化

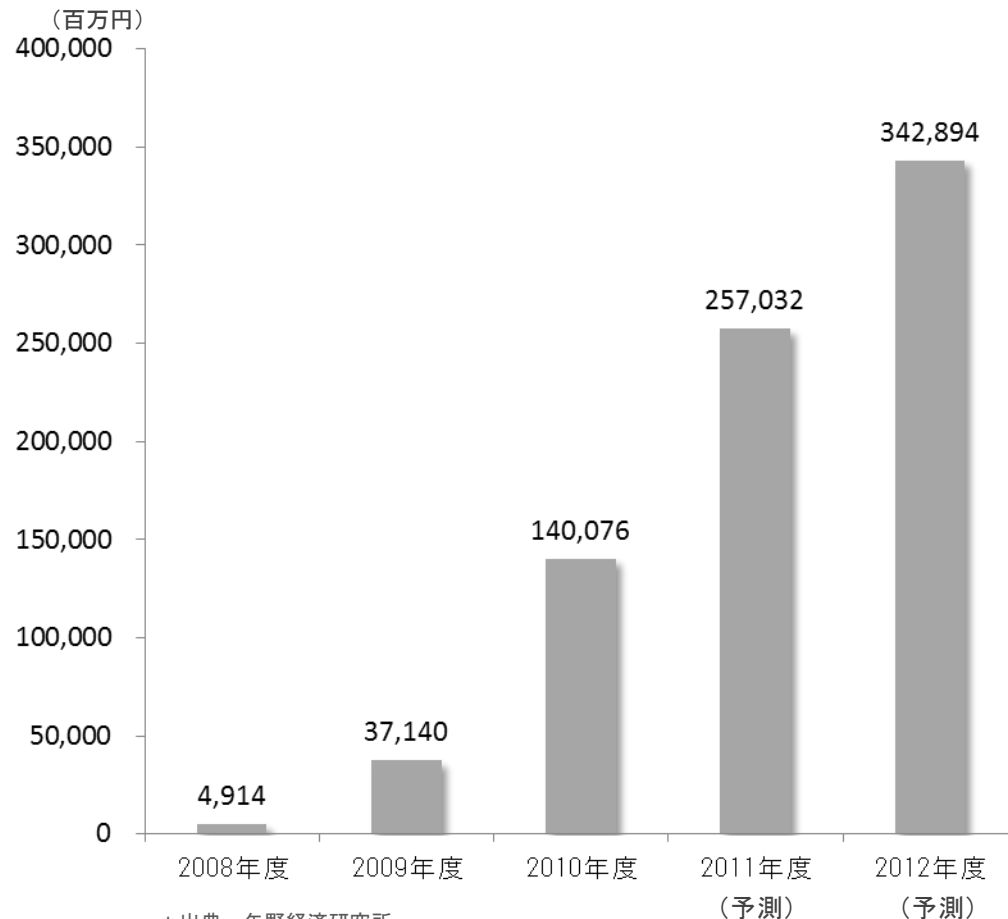
2.

マーケット環境動向

a 市場環境

▶ ソーシャルゲーム市場（ブラウザゲームとアプリゲーム）

✓ ソーシャルゲーム市場における国内市場規模は、依然成長を続けている。



ブラウザゲームマーケット



...

2,078 億円

アプリゲームマーケット



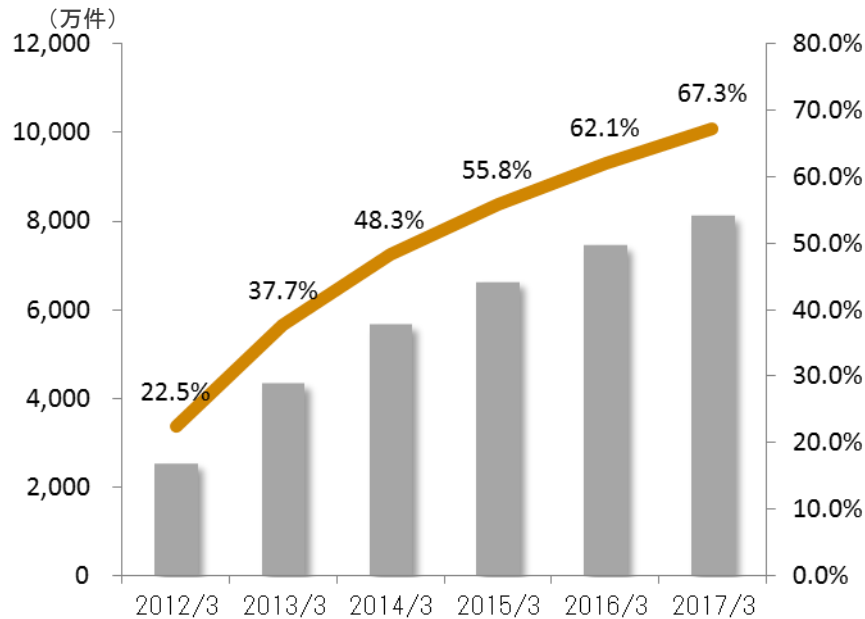
481 億円

* 総務省発表資料「2011年 モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」

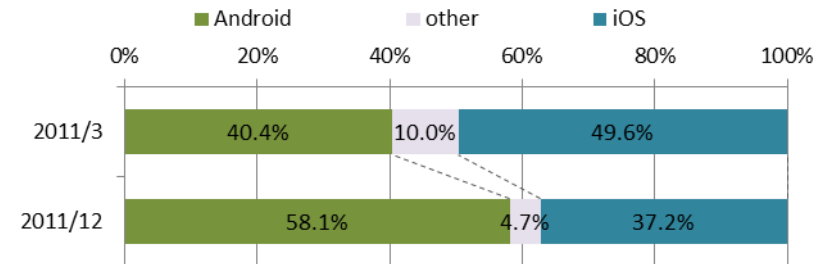
▶ スマートフォンへの移行（国境の希薄化）

- ✓ スマートフォンへの移行も急速に進んでいる。

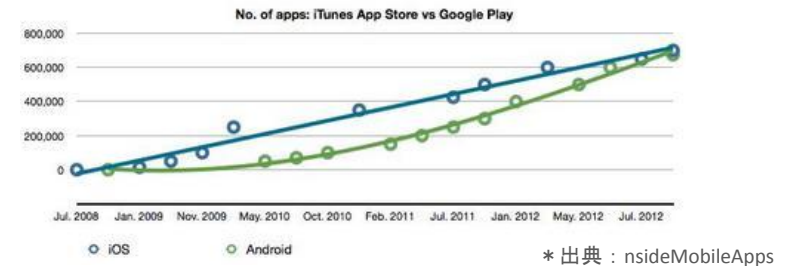
* 出典：MM総研「スマートフォン市場規模の推移・予測」



・ OS別契約数シェア



・ アプリ提供数（世界）



- ✓ 国際的に技術仕様が収斂されたスマートフォンに対応することは、同時にソーシャルゲームの販売マーケットが国内SNSだけでなく、海外展開も視野に入る。

▶ 法規制とガイドラインによる健全な市場

- ✓ 2012/7/1（消費者庁）「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」の運用基準を施行
- ✓ 2012/5/9（ソーシャルゲームプラットフォーム連絡協議会）「コンプリートガチャガイドライン」を策定
- ✓ 2012/6/22（ソーシャルゲームプラットフォーム連絡協議会）「ゲーム内表示等に関するガイドライン」等を策定

3.

競争優位性と成長戦略

- a 競争優位性
- b 4つの成長戦略
- c 事業展開イメージ

▶ 当社の3つの特徴と競争優位性

1. 経営シミュレーションゲームのカテゴリーキラー

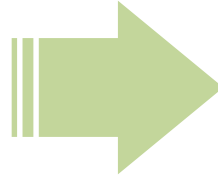
- ・ GREE Platform Award 2011、2012(1Q)にて、シミュレーションゲーム最優秀賞を受賞
- ・ 高速PDCAにより、継続・安定性のある運用実績

2. 複数のプラットフォームでの展開実績

3. Online to Offline展開の先駆け

▶ 4つの成長戦略

1. 経営シミュレーションゲーム
のカテゴリーキラー



戦略1.

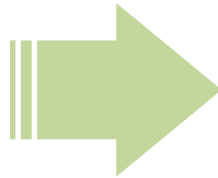
運営力の更なる強化

戦略2.

プロダクトポートフォリオ

- (1) サービスの拡大
- (2) 顧客層の拡大

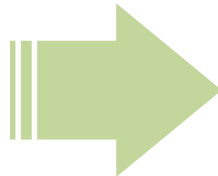
2. 複数のプラットフォームでの
展開実績



戦略3.

ネイティブ展開
海外展開

3. Online to Offline展開の先駆け



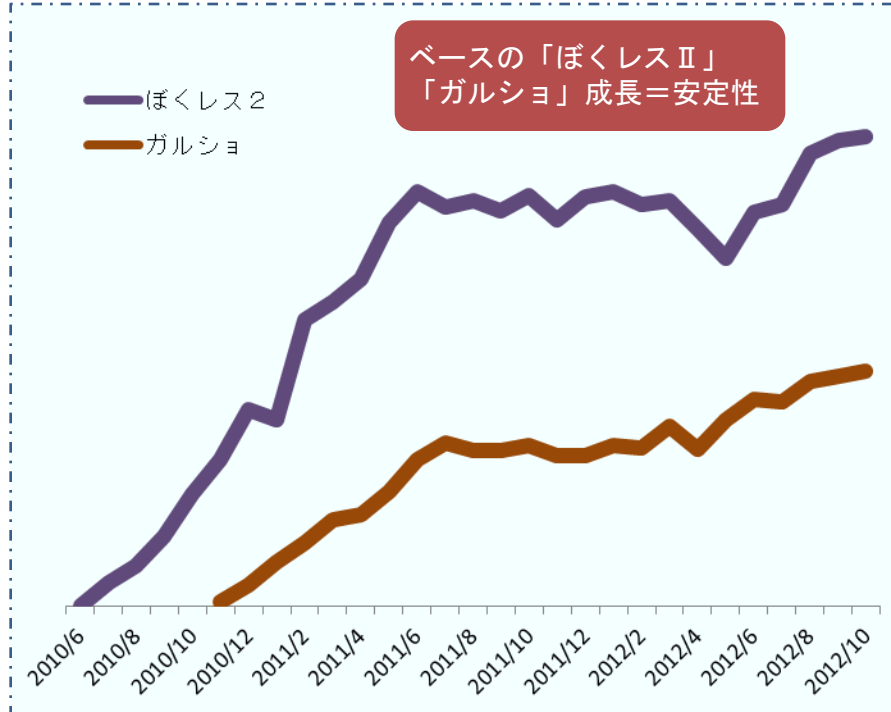
戦略4.

O to O推進

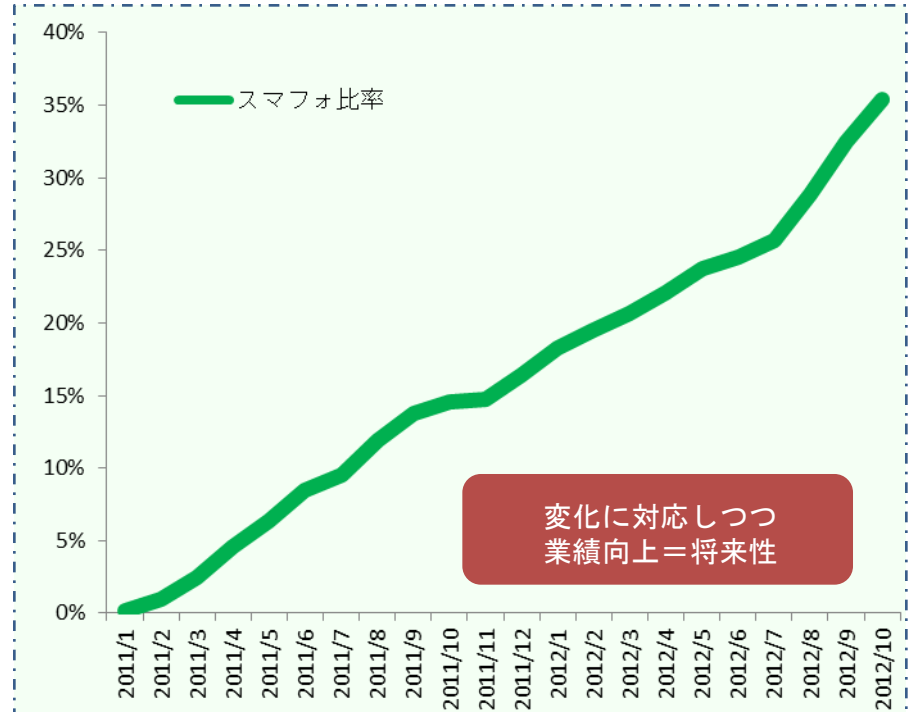
▶ 運営力による持続性（ロングセラー）

- ✓ 経営シミュレーションゲームの 카테고리キラー（「ぼくのレストランⅡ」「ガルショ☆」）
- ✓ ユーザーの女性比率、消費アイテムの売上比率が高い
- ✓ スマートフォン対応も順調に進展

①リリース後の推移



②スマートフォン対応



品質最大化

高速PDCA推進

業務効率化

▶ 経営シミュレーションからプロダクトポートフォリオ構築

- ✓ 経営シミュレーションメカニクスに加え、RPGメカニクス (RAIDバトル)、カードバトルメカニクスを保有
- ✓ 女性だけでなく、男性マーケットも対応済み
- ✓ タイトルの質を追求 (多数のタイトルを乱造しない戦略)

	カードバトル	ロールプレイング	経営シミュレーション	恋愛
男性				
女性			   	

あらゆるトレンドに対応できるようポートフォリオを構築する方針

▶ 複数のプラットフォーム展開から、ネイティブ展開へ

- ✓ GREEを中心にmixi、mobage、hangame、entag!、Amebaへのリリース実績（複数のプラットフォームに提供可能なフレームワークを整備）
- ✓ 上記プラットフォームとの良好な関係と協力体制で、国内でも成長の伸びしろを温存
- ✓ ネイティブ展開強化（今後、英語圏でソーシャルアプリの提供を検討）



「フレームワーク」

短期間で新規アプリの企画・開発等に取り組んでいくことで成長速度の速いソーシャルゲーム市場に機動的に対応する

経営シミュレーション
メカニクス

カードバトル
メカニクス

今後

英語圏

世界展開

▶ 0 to 0推進によるビジネス領域拡大化

- ✓ ゲームユーザーの限定アイテムを獲得する強いモチベーションをフックに(Online)、
提携した店舗に送客させる(Offline)サービスを展開、店舗における能動的なユーザー消費を喚起

長崎ちゃんぽん リンガーハット
とんかつ浜勝



スパリゾート ハワイアンズ



コンビニエンスストア
ローソン

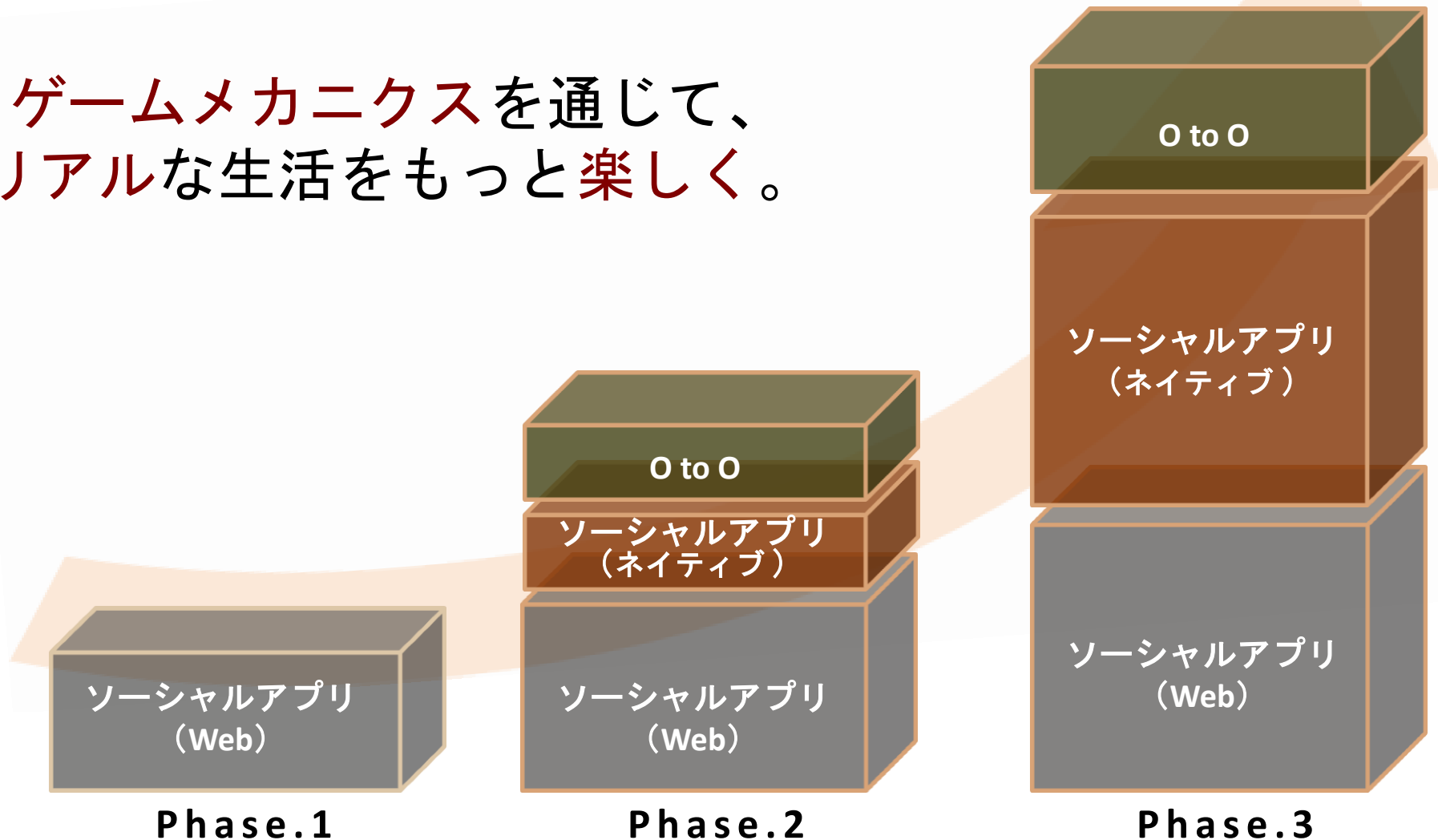


明星食品 チャルメラ



▶ ゲームメカニクス分析・活用によるゲーミフィケーションの実現

ゲームメカニクスを通じて、
リアルな生活をもっと楽しく。





将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。