

成長可能性に関する説明資料

株式会社コロプラ <3668>

2012年12月13日

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。

1. 会社概要

2. 事業状況

3. 事業戦略

4. APPENDIX

／安全性・健全性への取り組み

会社概要

1 会社概要



会社概要

会社名 株式会社コロプラ

設立 2008年10月1日

資本金 506,379,337円

従業員数 (9月末) 155名

株主構成

馬場功淳	84.0%
千葉功太郎	6.0%
KDDI	4.8%
JAFCO	4.6%

役名	職名	氏名	生年月	主な職歴
代表取締役社長		馬場 功淳	昭和53年1月	グリー株式会社 KLab株式会社
取締役副社長	人財部長	千葉 功太郎	昭和49年5月	KLab株式会社 株式会社リクルート
取締役CFO	管理部長	土屋 雅彦	昭和36年6月	KLab株式会社 株式会社ACCESS
取締役CSO	経営企画部長	長谷部 潤	昭和40年11月	株式会社大和総研 大和証券株式会社
取締役	サービス統括部長	吉岡 祥平	昭和53年4月	株式会社電通国際情報サービス グリー株式会社 ヤフー株式会社

※従業員数には、役員、契約社員、アルバイトなどは含まれておりません
※株主構成は、2012年9月時点です
※CSO: Chief Strategic Officer 最高戦略責任者

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

1 会社概要



はじめに

私たちは、モバイル端末向けゲーム会社です
ただ、他社さまとちょっと違うのは…

- ①課金売上高の**87%がスマホ経由**です（2012年9月単月）
- ②ソーシャルサイトには提供せずに、**Google PlayやAppStoreが主たる展開先**です
- ③**内製の集送客メディア**を持っています（Kuma the Bearアプリ/累計1,000万超DL）
- ④アプリの多くが位置情報ゲーム——いわゆる**位置ゲー**です
- ⑤**リアルなお店や鉄道**などに多くのお客様を送っています
- ⑥世界有数の**位置登録情報**を蓄積しています（2012年9月現在：累計15億回）

と、いろいろ書きましたが、

つまり、『**ピュアなスマホ関連銘柄の株式市場デビュー**』と私たちは考えています

ミッション

“Entertainment in Real Life”

エンターテインメントでネットとリアルをつなぎ、世界中の日常をより楽しく、より素晴らしく

そのために私たちは「三つの世界一」を目指します

■スマートフォンゲーム世界ナンバーワン

■リアル連携世界ナンバーワン

■位置情報世界ナンバーワン

私たちのスマートフォンゲームが世界中に広がったとき、人々は私たちのゲームをきっかけに世界のさまざまなところへおでかけをしていることでしょう。そして、そこで貯まった世界中の位置情報はより良い世界を作り上げることに貢献しているはずです。

私たちが「三つの世界一」を実現した時、世界は今よりももっと良くなっている
——私たちはそう確信しています。

おでかけせずにすむインターネットから おでかけしたくなるインターネットへ

株式会社コロプラ

1 会社概要



サービスセグメント

ゲーム分野（今もこれからも収益基盤です）

拡大著しいスマホに特化したアプリの開発&提供。累計で1,400万件以上のアプリダウンロードを実現。集客用のKuma the Bear アプリとマネタイズ用のオンラインアプリとに分かれます。

スマホネイティブアプリ

- ・ Kuma the Bear
- ・ オンラインアプリ

位置ゲーPF

- ・ 内製アプリ
- ・ LAPアプリ

位置ゲープラットフォーム「コロプラ」を運営。PF会員数は約300万人。コロニーな生活を始めとする内製アプリに加え外製のLAPアプリは現在11タイトルです。

最近始めました

「おでかけ研究所」を核に人々のおでかけ状況を分析。位置登録回数15億回ものビッグデータを自治体様を始め社会に還元しています。当社CSR（企業の社会責任）施策の代表例となります。

位置情報解析

- ・ おでかけ研究所
- （CSR/無償）

昔からやってます

リアル連携

- ・ コロカ事業

主に「コロカ」を活用したO2Oモデルです。提携先も日本の逸品を扱う店舗群のみならず、全国の鉄道、百貨店、球場など1,400拠点にわたっています。

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）

※会員数等の数字は、2012年9月時点です

※LAP: Locational-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 会社概要



ポートフォリオ効果

スマホ専用アプリ

【Kuma the Bear アプリ】



登録不要のライトゲームです
集客が第一の目的です

【オンラインアプリ】

リッチゲームです
高アクティビティです



リアル連携機能もある
リッチゲームです



位置ゲープラットフォーム

LAPが開発・運営するので
当社エンジニアリソースは不要です



【LAPアプリ】

元祖位置ゲーです
フィーチャーフォンユーザーも多いです



【内製アプリ】

スマホ利用者のみなさま
(当社潜在ユーザー)



- ・ ネットの人の流れ
- ・ リアルな人の流れ
- ・ 位置情報の流れ

プロ野球球場



自治体や公共性の
高い事業会社など



位置情報活用

【おでかけ研究所】

自社保有ビッグデータを分析
自治体等にCSRとして貢献します



公共交通機関



地方の銘産店、宿泊施設



百貨店



リアル連携

「コロカ」を活用して地方の店舗や
鉄道などに人を送ります



【コロカ他】



1 会社概要



沿革／事例

●2003年、馬場が個人で「コロニーな生活」を開始

2008年

2009年

2010年

2011年

2012年

●株式会社コロブラを設立法人化へ

●リアル連携事業「コロカ」を開始

●鉄道会社との初のタイアップ／JR九州さまとゲーム連動の共同企画切符発売

●世界初の位置ゲーPF「コロブラ+（現コロブラ）」開始

●KDDIさまと業務提携

●コロブラユーザ100万人突破

●おでかけ研究所設立

●Kuma the Bear 開始

●スマホ向けアプリ100万DL突破

●コロブラユーザ200万人突破

●秘宝探偵キャリア開始

●プロ野球PRIDE開始

●スマホ向けアプリ1,000万DL突破

コロブラは
おでかけの
きっかけに。

おでかけして
地域に活力を。

地域を元気にして
日本を楽しく。



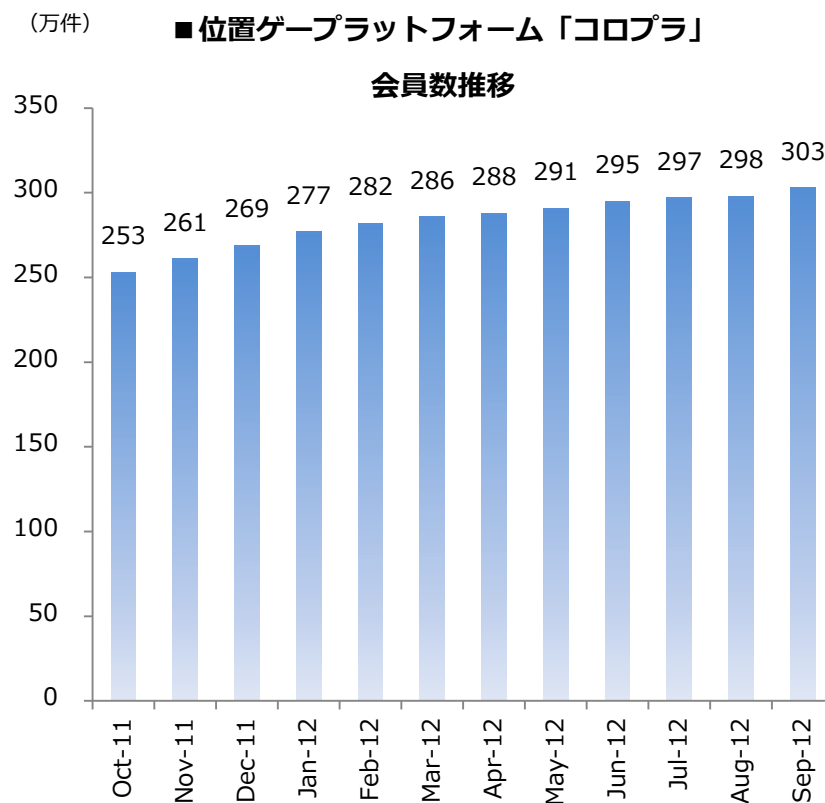
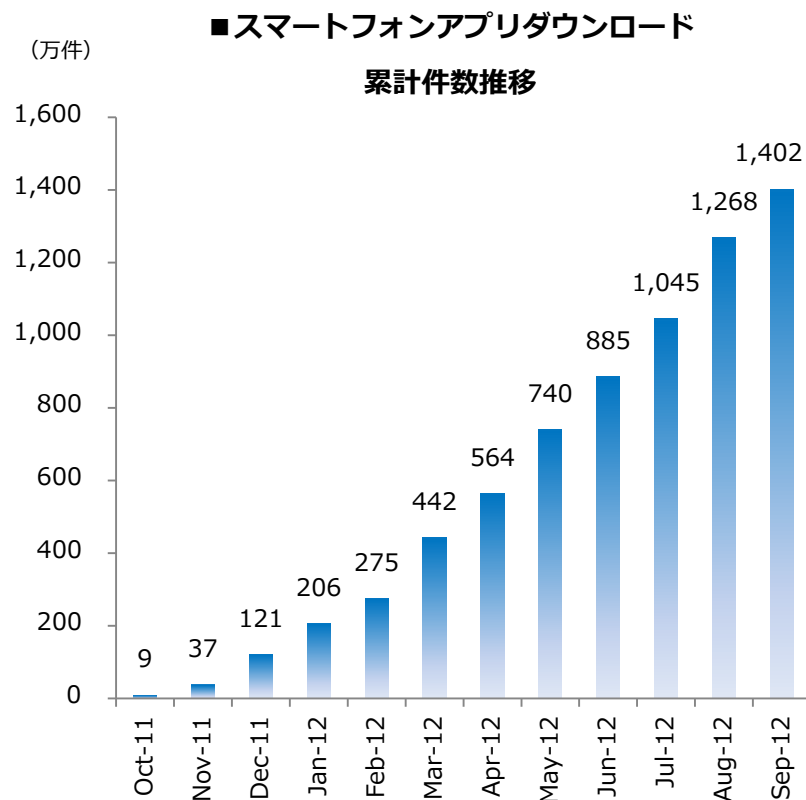
事業状況

2 事業状況



媒体力

スマホアプリダウンロード数は1,400万件突破
位置ゲープラットフォーム会員（フィーチャーフォン&スマホ）も300万件台に乗せました



2 事業状況



業績推移と計画

2012年9月期はスマホシフト戦略が奏功し前年比122%増収、163%経常増益となりました
今期も既存タイトルの通期フル寄与や、新作投入もあり更なる業績拡大を計画しています

(,000,000)	2011年9月期	前期比	2012年9月期	前期比	2013年9月期計画	前期比
売上高	2,283	50.6%	5,071	122.1%	9,992	97.0%
営業利益	571	-11.0%	1,498	162.3%	2,318	54.7%
経常利益	568	-18.0%	1,499	163.9%	2,291	52.8%
当期純利益	283	-25.7%	778	174.9%	1,260	61.9%
一株当たり 当期純利益額	42.80円	-	110.65円	-	162.90円	-

※当社は2012年9月13日付にて1株を100株にする株式分割を行っております。1株当たりの当期純利益は、2011年9月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しております。

事業戦略

二つの戦略軸

1. 【コア事業】

=ゲームサービス、現在から将来にかけて

スマートフォンの拡大を「ピュアに」自社の成長へとつなげます

2. 【周辺事業】

=リアル連携サービス、将来での収益化を目指して

長期的には位置ゲーならでの、①ユーザのおでかけ（O2O）

②その足跡（ビッグデータ）を将来のビジネスにつなげます

ゲーム戦略

スマートフォンの拡大を「ピュアに」自社の成長へとつなげます

■ 最もオープンでボーダレスなプラットフォームに乗る

- ・スマホの広がり、＝（イコール）OS事業者によるアプリマーケットの広がり
- ・ゆえに、Google PlayやAppStore向けのアプリ展開を主体とする



■ 良質なゲームを提供し続ける

- ・「コロプラ＝良質で面白いゲーム」とのブランドイメージを浸透させる
- ・ブランドイメージが浸透することでユーザーのアプリ間回遊をより活発化させる



■ 細心かつ大胆な海外展開を進める

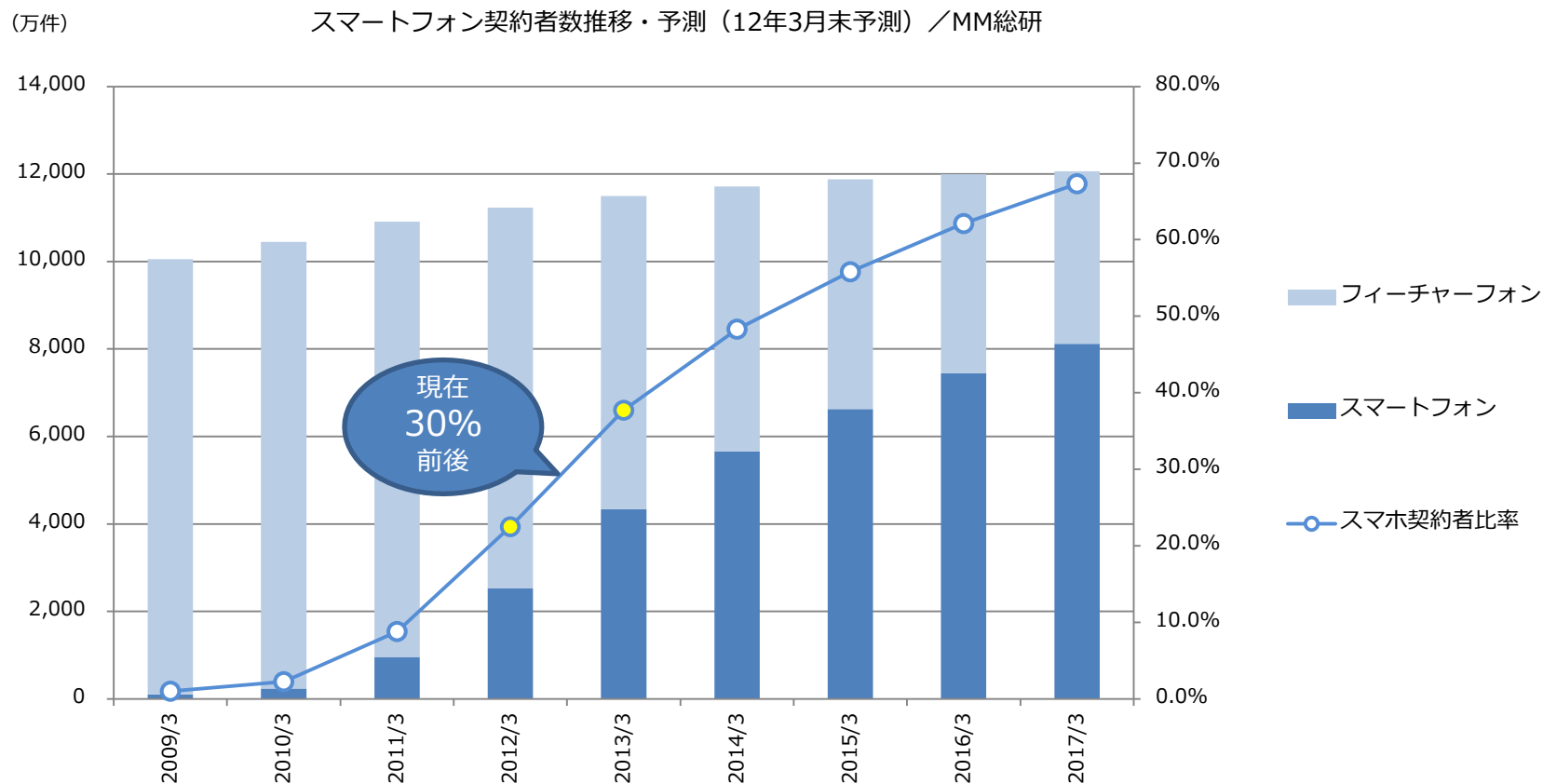
- ・決済機能が充実している北米はGoogleやAppleのプラットフォームを利用
- ・その他はアライアンスで積極展開

3 事業戦略 ～①：ゲーム戦略～



拡大するスマホ市場

スマートフォンの契約者率は現在30%前後にまで達したと思われます



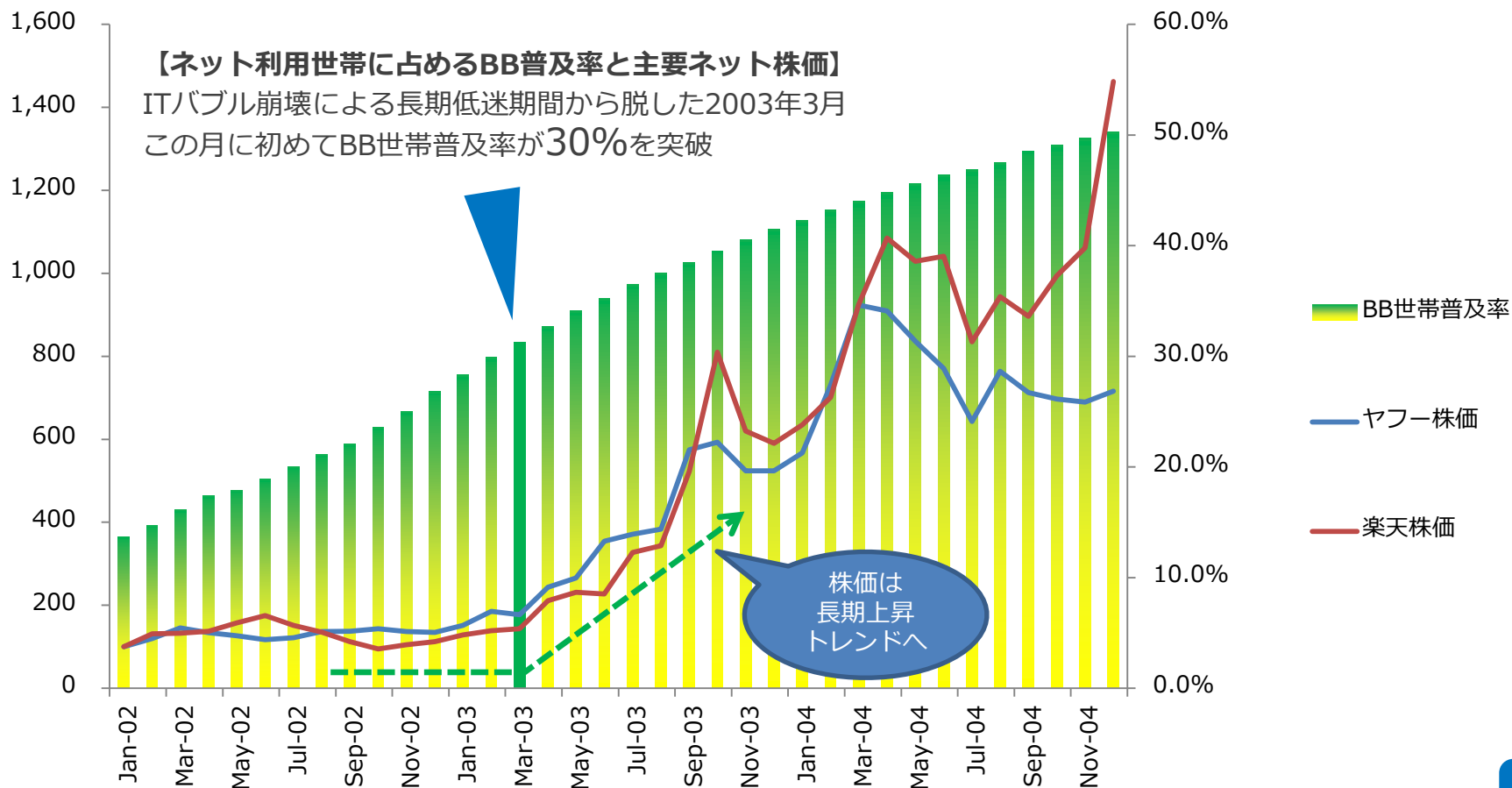
3 事業戦略 ～①-1：国内ゲーム戦略～



普及率30%突破の意味

上位レイヤ（＝サービス）は、下位レイヤ（＝インフラ）の伸び＆普及率に大きく左右
主力になるインフラにいち早く乗ることが重要と考えます

※ヤフー、楽天の株価はともに2002年1月終値を100としています

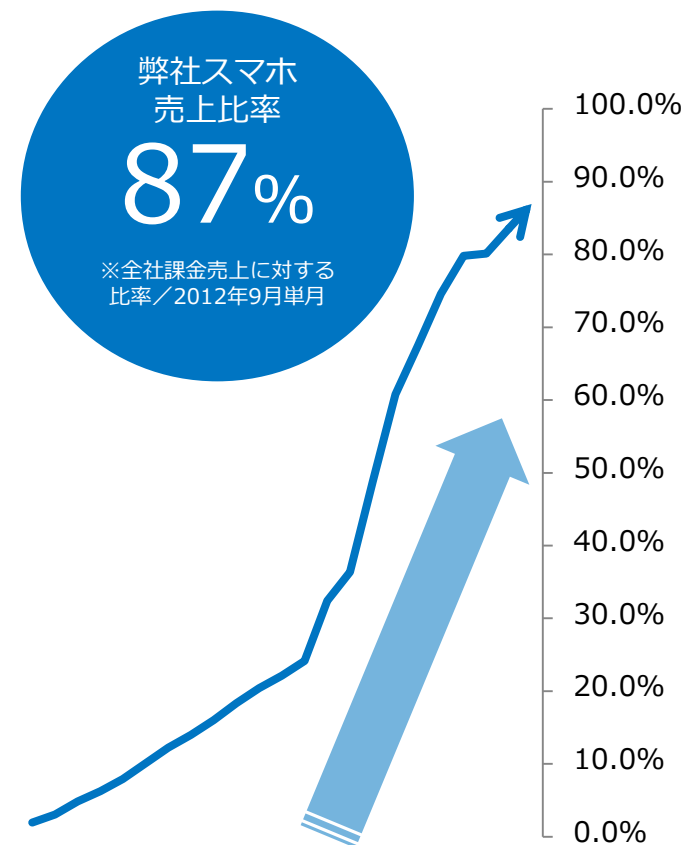
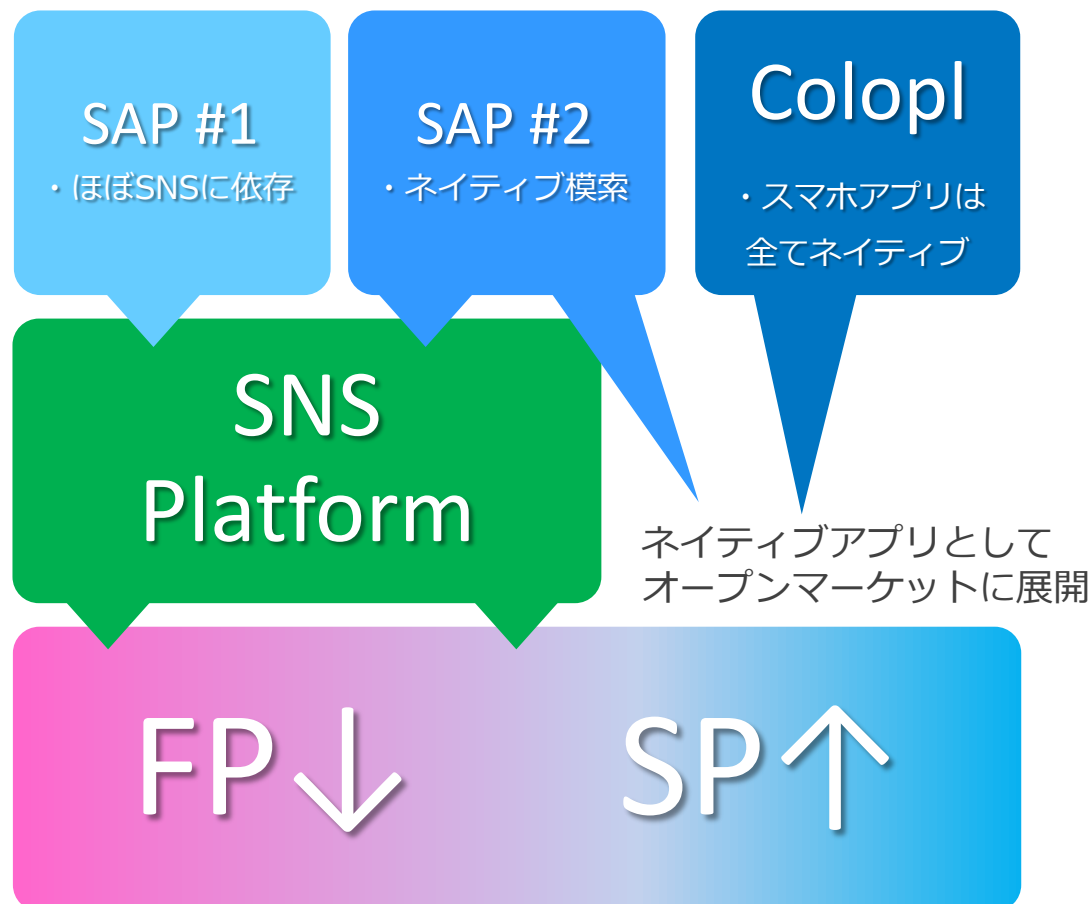


3 事業戦略 ～①-1：国内ゲーム戦略～



課金売上スマホ比率

「ネイティブアプリ」を志向するSAPも徐々に増えてきたようです



3 事業戦略 ～①-1：国内ゲーム戦略～

ブランディング戦略

とにかく「価値あるもの」を作る！

ブランド力＝今後のプラットフォーム戦略の核

良質なアプリ（遊んで心に残る）

オンライン
アプリ



Y軸：良質なアプリ（遊んで心に残る）

×

X軸：数多く作る（あらゆる所で目にする）

=ブランド価値の最大化

Kuma the Bear アプリ



回遊

数多く作る（あらゆる所で目にしてもらう）

Kuma
the
Bear

コロプラ

3 事業戦略 ～①-1：国内ゲーム戦略～



自社媒体で集客

自社で集客し送客する仕組みを保有。新作アプリの投入に合わせて一気に送客&人気上位確保

急拡大続けるスマホ利用者



移動体通信に占めるスマホ比率は
2013年3月に37%と想定（MM総研調べ）

登録不要
位置登録なし

Kuma the
Bear で
受け止め



あのクマのアプリね！

いわば1,000万人を対象とする
内製広告媒体

自社広告で
一気に送客

オンライン
アプリで
マネタイズ



クマは
コロプラだったんだ！

Google Playなどで一気に上位を確保

3 事業戦略 ～①-1：国内ゲーム戦略～



ユーザからの評価

常に全力で良質なものを作りたいとの想いの結果、極めて高い評価&レビューを頂いております

Kuma the Bear アプリ	評価	ユーザー レビュー数
リズムコイン！	4.4	17,415
the 射的！	4.4	4,774
わっさーゾンビ！	4.5	4,511
クマの発掘隊！	4.4	3,860
むしアミ！	4.6	3,281
海賊射的！	4.5	3,136
きらきらコイン！	4.3	3,099
クマの花火パズル！	4.3	2,641
B.B.クマ！	4.4	2,408
倒せ勇者！	4.6	2,364
バトロボ！	4.3	1,642
わっさーエイリアン！	4.2	884
どうぶつアーク！	4.2	630
ソリティにゃスニーカー！	4.2	503
弾幕バラッド！	4.4	433
タップサム！	4.4	105
平均評点&合計レビュー数	4.38	51,686

送客

オンラインアプリ	評価	ユーザー レビュー数
秘宝探偵キャリー	4.5	9,318
プロ野球PRIDE	4.5	4,331
恐竜ドミノオン	4.5	2,046
平均評点&合計レビュー数	4.50	15,695

COLOPL, Inc.
◆トップ デベロッパー

日本企業としては非常に珍しい
「トップ デベロッパー」の称号を
Google米国本社より頂きました。

3 事業戦略 ～①-2：海外ゲーム戦略～



世界展開

Kuma the Bearアプリ、恐竜ドミノンの英語版「DINO DOMINION」など一部開始したばかり
展開手法は、下記の①～③を現時点では取る、または取ろうとしています

北米

下記①を主に採用

- ・ Google PlayやAppStoreなど展開インフラ・決済インフラがオープンであり、かつ充実しているため

アジア・欧州・南米

下記②、③を主に採用

- ・ キャリアなど現地事業者が展開インフラ・決済インフラを押さえているケースが多いため

① オープンPF直接展開

- Google Play、AppStoreなどオープンで決済機能も確かなPFに直接展開する
- マーケティングは直接弊社か代理店経由で

② 配信委託展開

- 海外キャリアPF展開など法律や規制上現地事業者が窓口である方がスムーズな場合
- マーケティングは弊社が行う

③ ライセンス展開

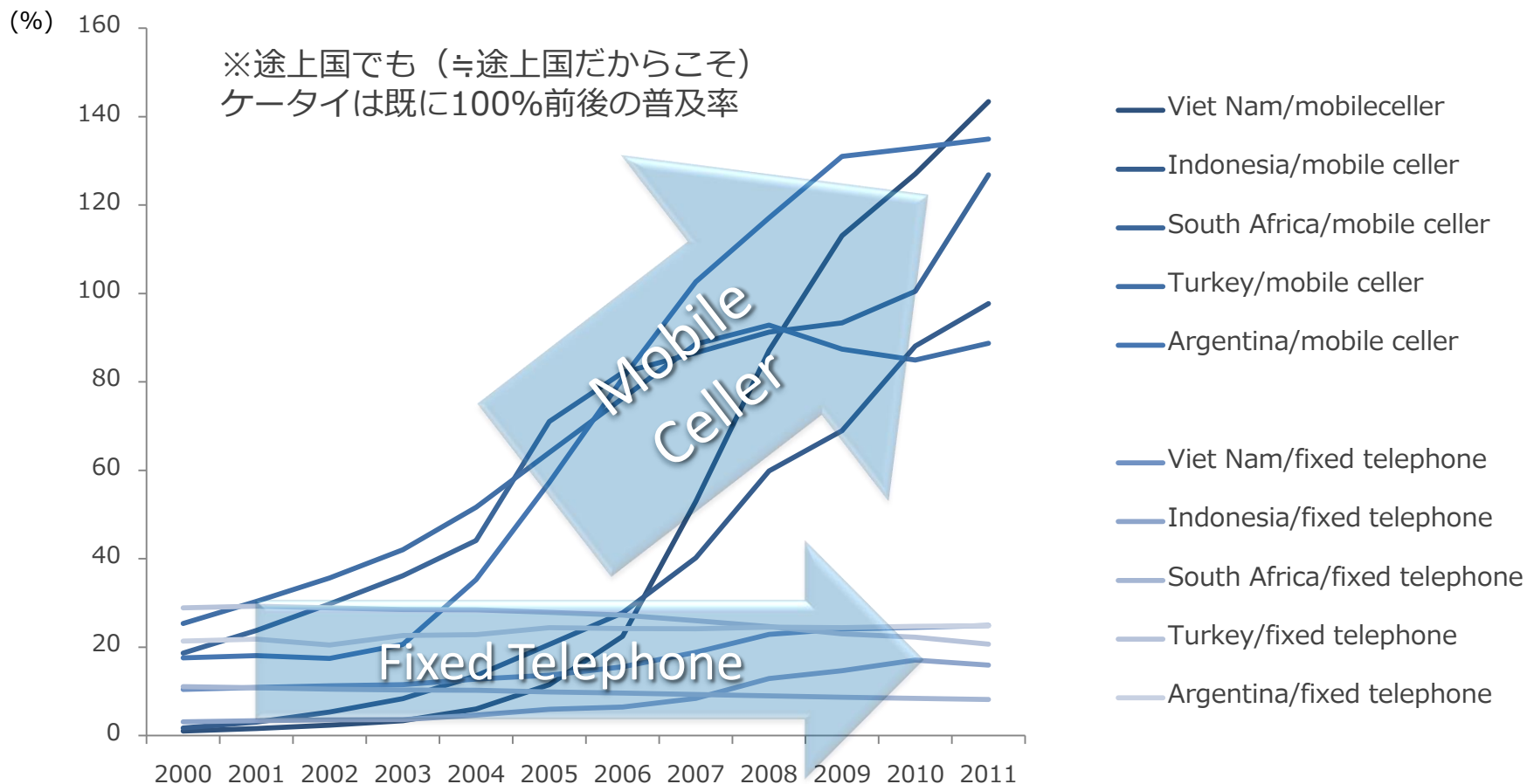
- ローカライズやイベント運営まで行える現地事業者にライセンス供与する
- マーケティングも先方企業が行う

3 事業戦略 ～①-2：海外ゲーム戦略～



VISTA 通信インフラ 人口普及率

BRICsのみならずVISTA各国でも、携帯電話人口普及率は概ね100%超え
特徴的なのは既に固定電話は低下傾向にあること（先進国の固定は50%前後）

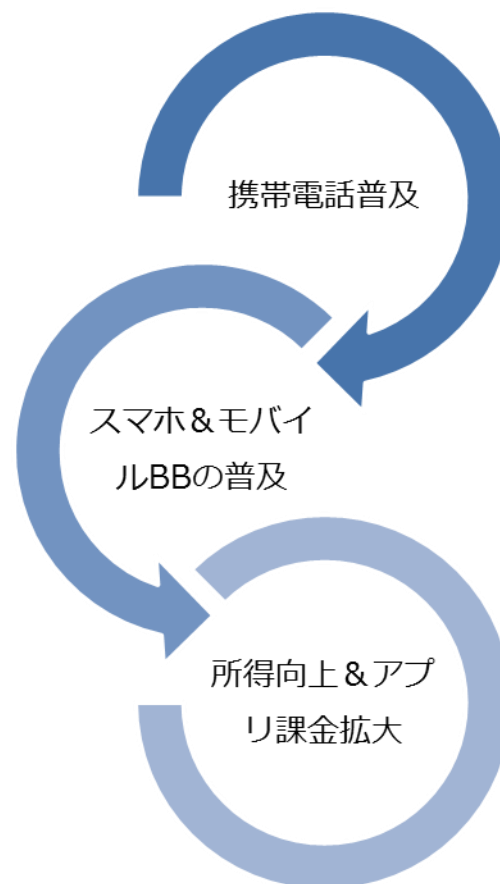
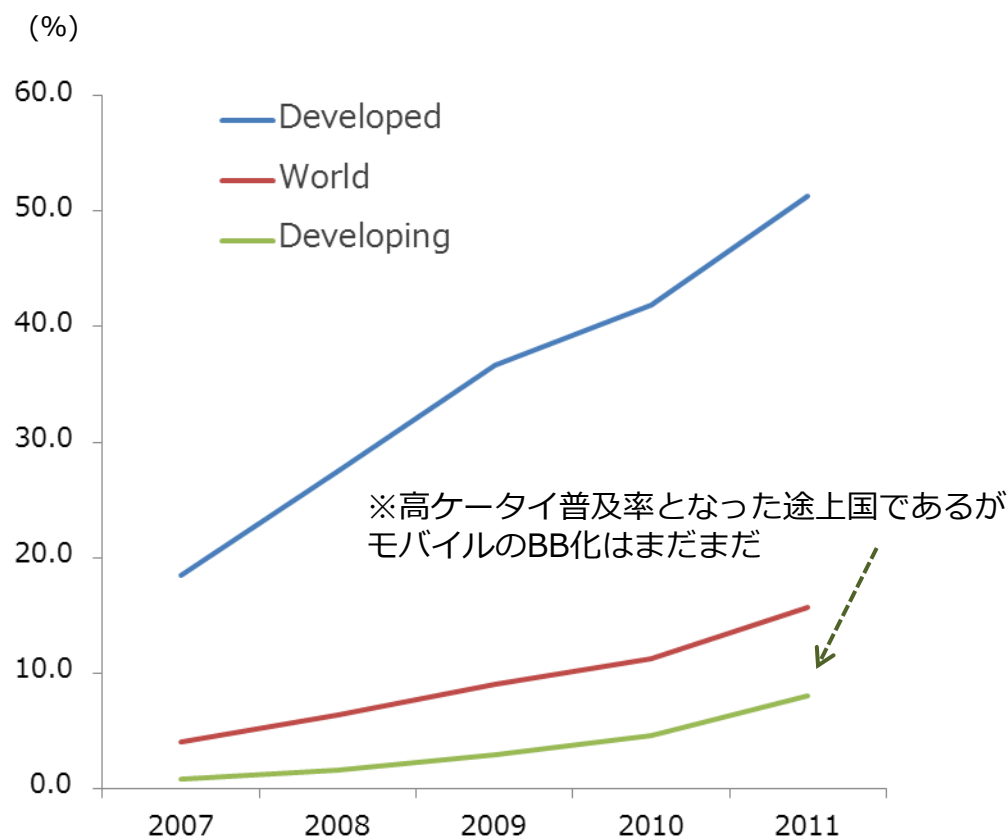


3 事業戦略 ～①-2：海外ゲーム戦略～



モバイルBB 普及率

先進国・新興国も重要なが、途上国を含めた全地球規模での広がりをも前提に戦略策定
海外に対しても「良質なアプリ」をきっちりと作り、着実な展開を図ってゆく考えです



3 事業戦略 ～②リアル関連戦略～



リアル関連戦略

長期的には位置ゲーならではの、①ユーザのおでかけ（O2O）
②その足跡（ビッグデータ）を将来のビジネスにつなげます

■ 現状はCSR（社会貢献）としての色彩を前面に出す

- ・ 企業イメージ・ブランド向上への寄与を図る
- ・ マスメディアにも取り上げられやすく、広告費換算効果は非常に大きい

■ 将来想定されるO2O市場（リアル連携サービス）の立ち上がりに備える

- ・ 日経調べで22兆円規模に育つとの試算も
- ・ 社会基盤やライフスタイルの変化を待ちつつ、当面はコロカ店など提携先の拡大に注力

■ ビッグデータ（位置情報）活用は、まずは自治体案件数の拡大から

- ・ まずは無償で自治体向けの観光・防災分析支援から開始
- ・ 自治体で実績が貯まってきたら、事業会社向けに有償で提供を目指す



3 事業戦略 ～②-1：O2O関連戦略～



リアル連携事業

ゲームと「コロカ」を連動させ、バーチャルからリアルへと送客
店舗、宿泊施設、球場、公共交通機関など、合計1,400施設と提携



■これまで…「コロニーな生活」を軸にリアル連携先を拡大

コロニーな生活



地方の銘産店



公共交通機関



由比ヶ浜



百貨店



プロ野球PRIDE



プロ野球球場



【シンプルなレベニューシェアモデル】

ユーザーを送客して、その対価として
R/Sとするモデル
(売上が立ちます)

恐竜ドミニオン



ヨコハマ恐竜展



【相互送客モデル】

アプリと関連の深いイベントや
団体と連携し相互に送客&集客するモデル
(売上は立ちませんがユーザー獲得ができます)

提携拠点数
1,400箇所

現在：連携対象アプリ数の拡大

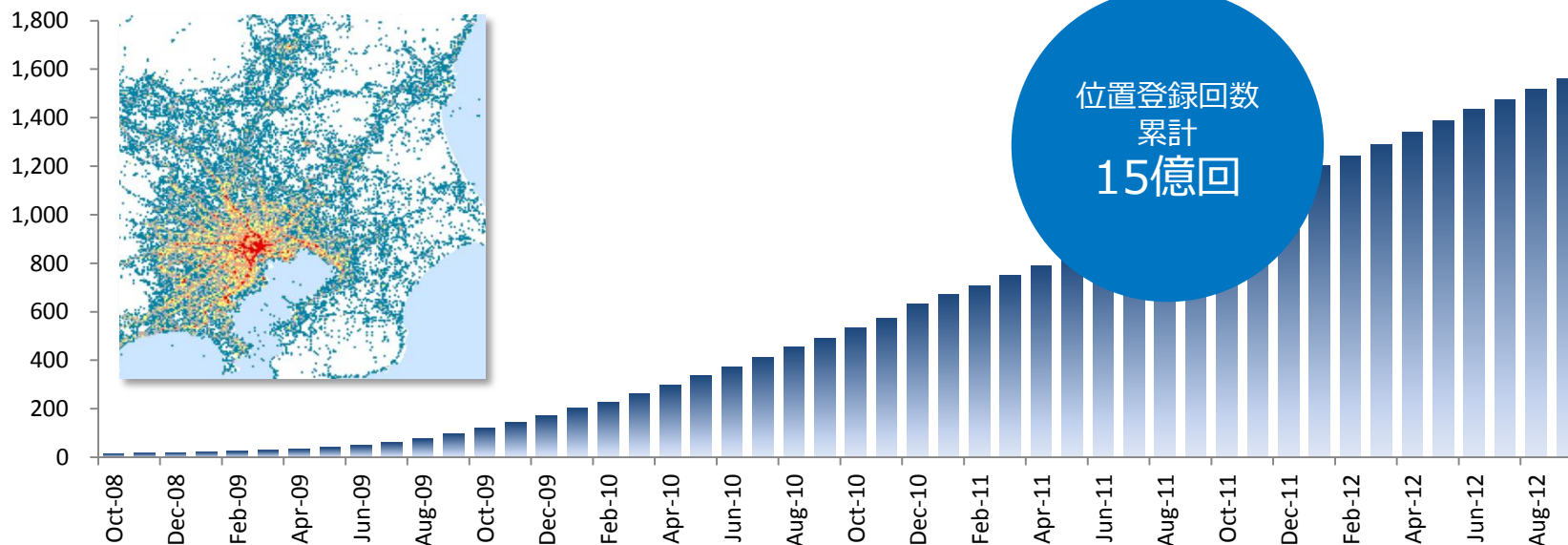
3 事業戦略 ～②-2：ビッグデータ関連戦略～



位置情報活用

世界有数の位置登録ビッグデータを現在は無償で自治体などに解析結果をレポートニング「おでかけ研究所」として当社CSRの中核を担っています

(,000,000)



啓蒙（昨年まで）

- ・位置情報の可能性を伝える
- ・日経ビジネスオンライン連載等

価値化（現在）

- ・位置情報の社会的価値を伝える
- ・CSRとして自治体向け提供

収益化も視野（将来）

- ・法制度の整備や世論の受け入れも見えたら事業会社等に有料提供

注：位置情報は統計処理をしており、個人を特定することはできません
また統計処理前のデータ外部提供は一切行いません

3 事業戦略 ～今後の事業展開～



将来イメージ図

■ 国内ゲーム事業

スマホ普及率を見据えつつ、その時々ของผู้ザニーズに合わせたアプリを提供。新たな市場を生み出してゆく

■ 海外ゲーム事業

北米、アジア、南米、欧州等その地域特性を考慮し
リスク&リターンバランスの取れた海外展開を進める

■ リアル関連・新規事業

O2Oおよび位置情報活用など
ゲームを起点とした当社ならではの展開を図る



■ リアル関連・新規事業売上

■ 海外ゲーム関連売上

■ 国内ゲーム関連売上

※上記売上グラフは各事業の将来イメージ図であり、会社が策定した中期事業計画等ではありません

COLOPL, Inc. All Rights Reserved

4 APPENDIX／安全性・健全性への取り組み



ガイドライン

株式会社コロプラ 安全性・健全性に関するガイドライン

第1条（目的）

このガイドラインは、株式会社コロプラ（以下「当社」）が運営・提供するゲーム等のサービスのうち「コミュニケーション機能」および「ガチャ」を有するサービスにおいて、当該サービスを利用する者（以下「利用者」）の安全性・健全性の確保と利用者のゲームを行う楽しさとの両立を実現するために必要な施策を示すことを目的とする。

第2条（施策）

前条の目的を達するために以下の施策を行う。

1. 未成年者保護の徹底

入会時もしくは課金時に年齢認証を徹底することで18歳未満利用者の過度な課金利用や不適切な利用者間コミュニケーションを未然に防止する。月間課金上限額（税抜）については、16歳以上18歳未満利用者の場合、月額9,000円とし、16歳未満の場合は4,500円とする。なお、13歳未満は課金利用を禁ずる。

2. 「使いすぎストッパー」の設置

月間課金利用額（税抜）が5万円を超えたときに警告を表示する「使いすぎストッパー」を利用者に提供する。

3. NGワード設定などのシステム対応

安全・健全な利用者間コミュニケーション環境実現のためNGワードの設定などシステムによる対応を行う。また掲示板については、その書き込みの常時監視を委託し、不適切な書き込みがあった場合、迅速な対応を行う。

4. RMT（リアルマネートレード）の禁止

RMTは理由の如何を問わず禁止とする。RMT利用が判明した利用者には利用規約に基づいた対応を行う。RMT事業者には当社アイテムの取扱停止を継続的に求めるとともに、出品状況の定時観測も行う。

5. ペナルティ制度

利用規約違反など不適切と判断される行為をサービス内で行った利用者に対しては、強制退会も含めた相応のペナルティを科す。

6. サービスに関連する法令遵守の徹底

サービスの開発・提供に際しては、関連する法令を遵守する。いわゆるコンプガチャのように後から違法と判明したサービスは判明し次第第座に停止する。

7. 適切なアイテム出現確率

有料ガチャのようにランダムで出現する有料アイテムについては、その出現確率を適切な水準に設定し、利用者にとって不利益な変更は行わないものとする。なお、ゲームの面白さを削ぐようなガチャ出現確率に類似するような数値開示は原則行わない。

8. LAPへの同ガイドラインの徹底

当社位置ゲープラットフォームにゲームアプリケーションを提供しているLAP（当社プラットフォーム参画サードパーティ事業者）に対しても、当社と変わらぬ当ガイドラインの遵守を求めていく。

9. 委員会の設置

サービスの安全性・健全性を維持するための委員会を設置し、定期的な議論や確認を行うことで、更なる安全性・健全性の実現に努力をする。

10. 未成年向け啓蒙サイトの提供

未成年利用者の安全・健全なサービス利用を促す一環として、未成年向けサービス利用ガイド・啓蒙サイトなどを提供する。

第3条（更新）

社会情勢の変化、利用者状況の変化、サービス内容の変化などを鑑み、当ガイドラインの内容を最適な状態とすべく努力をする。

以上



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。



どうもありがとうございました

