









## 2016年12月期 期末決算説明会 説明内容


スライド	説明内容
<p>1</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">  <p><b>GungHo</b></p> <p>2016年12月期 期末決算説明会</p> <hr/> <p>ガンホー・オンライン・エンターテイメント株式会社 2017.2.2 (東1-3765)</p> </div>	<p>社長の森下でございます。本日はお集まりいただき誠にありがとうございます。</p>
<p>2</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>目次 </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 新規価値の創造 </li> <li>② パートナーパブリッシング</li> <li>③ 既存価値の最大化</li> <li>④ 2016年12月期 通期決算の概要</li> </ul> </div>	<p>今日は4つのポイントに絞って説明させていただきます。 新規価値の創造、パートナーパブリッシング、既存価値の最大化、通期決算の概要の順番でお話いたします。</p>
<p>3</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>目次 </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 新規価値の創造 </li> <li>② パートナーパブリッシング</li> <li>③ 既存価値の最大化</li> <li>④ 2016年12月期 通期決算の概要</li> </ul> </div>	<p>まずは新規価値の創造ということで、</p>
<p>4</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>LET IT DIE - 1 </p> <p>2016年12月3日より <b>北米・欧州</b> へ配信開始 </p>  </div>	<p>「LET IT DIE」ですが、12月3日より北米・欧州で配信を開始いたしました。100万ダウンロードを突破しており、もう少しで150万ダウンロードに届きそうな状況です。</p>

5

LET IT DIE - 2

What is "LET IT DIE" ?

- PlayStation®4専用“サバイバルアクションゲーム”
- “グローバル配信”を前提としたタイトル
- 未だ立ち上がっていない“家庭用オンラインF2P市場”へ挑戦
- “オンラインゲームの拡張性”と“家庭用ゲームの操作性・グラフィック”を融合



世界の家庭用オンラインF2P市場という新しい市場を開拓

このゲームはサバイバルアクションゲームということで、グローバル配信を前提としたタイトルです。今のところ、家庭用オンラインゲーム市場は、まだ成熟していない状況であるため、未開拓な市場に対して、グローバルに展開するこのタイトルでチャレンジしていこうと考えています。

私どものオンラインゲームを運営してきたノウハウで、オンラインゲームの拡張性と、家庭用ゲーム機における操作性やグラフィックを融合したゲームです。実はこのゲームは描画に関してもかなりこだわったゲームでございます、海外メディアなどにプレゼンテーションをしますと、「パッケージで出すレベルのゲームをフリートゥプレイで出すのか？」という反応が返ってくる。メディアからの評価は高く、フリートゥプレイでありながら非常にクオリティの高いゲームとして評価いただいております。

6

LET IT DIE - 3

北米・欧州で、配信から  
わずか26日間で **100万DL** 突破！ (2016年12月30日時点)



先ほどご説明の通り、100万ダウンロードを突破しましたが、

7

LET IT DIE - 4

2017年2月2日 **日本・アジア版** 配信開始



日本：通常版 100円(税別)、パッケージ版 6,900円(税別)  
アジア：通常版 基本プレイ無料

2月2日に日本・アジア版を配信開始いたしました。実は日本版はゲームを遊んでいただく際は、100円をいただくこととなります。日本に関してはCERO Z といつて、レーティングの関係があり、フリートゥプレイで出せないことから、100円になっています。それ以外の地域に関しては全てフリートゥプレイで遊ぶことができます。

3月9日にはパッケージ版も発売する予定でおります。

8

LET IT DIE - 5

**グローバルに本格的に配信開始**



東京デスマトロ 抗争イメージ

**非同期PVPで世界中のプレイヤーと対戦**

グローバルで本格的に配信を開始しておりますが、これは全てのサーバーが1つのグローバルサーバーとなっているので、世界中のプレイヤーが対戦できるようになっています。

9

目次



- 1 新規価値の創造
- 2 パートナーバブリッシング
- 3 既存価値の最大化
- 4 2016年12月期 通期決算の概要

8

今後のゲーム開発の方針につきまして、ご説明いたします。

10

新規価値の創造



ゲーム開発の方針について

9

11

グローバル配信前提の開発



日本発のゲーム開発から

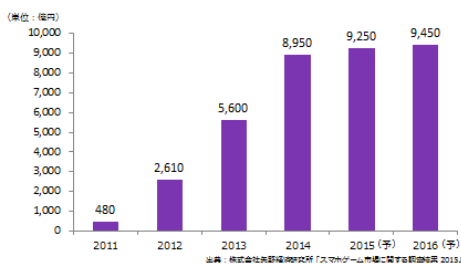
“グローバル配信”前提のゲーム開発へ

10

今までは、ジャパンファーストということで、日本にフォーカスしたゲーム開発を行ってきましたが、今後の成長の軸として、世界展開が非常に大きなポイントだと考えております。我々はグローバル配信を前提としたゲーム開発を行っていくことで、世界同時リリースを目標にゲームを開発していきたいと考えております。特に北米や欧州という市場を考慮したゲームの開発に注力していきたいと考えています。

12

日本スマートフォンゲーム市場の推移



日本のスマホゲーム市場は成熟・安定

11

日本のスマートフォンゲームの市場としては、もうすでに成熟してきて、安定した市場になってきております。

13

グローバル配信前提の開発



様々な市場で受け入れられる  
ユニバーサルデザインのゲーム開発を増やし  
“グローバル配信”を行っていく

家庭用ゲームやスマートフォンも含め、様々な市場に受け入れられるようなユニバーサルデザインのゲーム開発に挑戦し、グローバル配信を行っていきたいと考えております。

14

グローバル配信前提タイトル - LET IT DIE



“グローバル配信”前提の開発 第一弾

2016年12月  
北米・欧州 配信

2017年2月  
日本・アジア 配信

**LET IT DIE**

その第一弾が「LET IT DIE」でして、世界で受け入れられるよう、北米・欧州を主軸とした戦略で、日本・アジアは後発でリリースしております。そうした部分が、アメリカや欧州でも評価されたポイントだと思います。

15

新作の開発



**新作パイプライン 10本**

- スマートフォン向け
- 家庭用ゲーム機向け
- VR等新分野向け

現在の新作パイプラインは10本です。スマートフォン向け、家庭用ゲーム機向け、VR等新分野向けに開発をしております。

16

目次



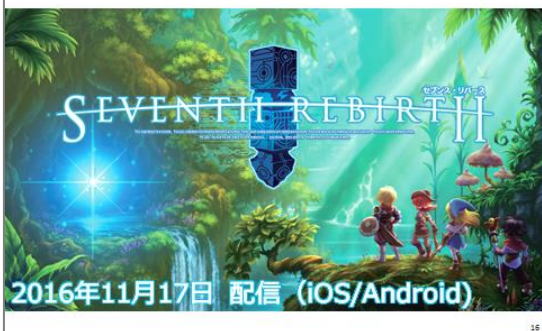
- 1 新規価値の創造  
 ゲーム開発方針
- 2 パートナーパブリッシング
- 3 既存価値の最大化
- 4 2016年12月期 通期決算の概要

そして新規価値の創造として、



17

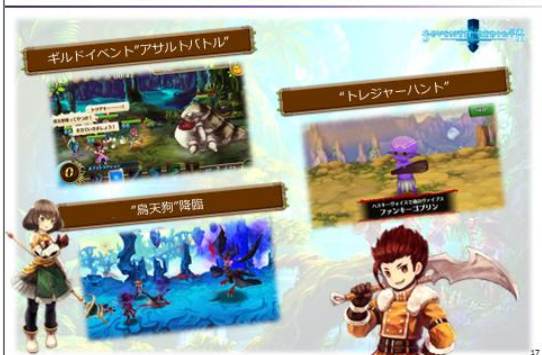
新規価値の創造 – SEVENTH REBIRTH



「SEVENTH REBIRTH」は国内向けのタイトルとなっていますが、2016年11月17日にiOSとAndroid向けに配信しております。

18

配信後から様々なイベントを実施



配信後から様々なイベントを実施しており、非常にコアな、ゲーム好きの方、RPGファンといったユーザーを取り込んでいるという状況にあります。

19

今後も新要素を続々と追加



今後も新要素を続々と追加してまいりたいと考えております。新要素を追加していき、長期的に楽しんでいただけるタイトルへと成長させていくため、スマートフォンの新作タイトルとして力を入れております。

20

目次



- ① 新規価値の創造
- ② パートナーパブリッシング
- ③ 既存価値の最大化
- ④ 2016年12月期 通期決算の概要

そしてパートナーパブリッシング事業の状況について、ご説明いたします。

パートナーパブリッシングの狙いと方針



パートナーパブリッシングの狙い

- 当社から提供するタイトル数の“拡大”と“多様化”
- “運営力”を最大限に発揮し、長期的に価値を最大化
- 海外のタイトルは“日本向けにカルチャライズ提案”し価値を最大化

提供していきたいタイトル

国内外問わず良質で面白いタイトル  
ガンホーの既存タイトルに無いジャンルの提供

今後も新たなパートナーパブリッシングタイトルの提供を目指す

パートナーパブリッシングでは、もともと当社が行ってきたオンラインゲーム運営ノウハウを、自社が開発したタイトルだけではなく、他社の開発したクオリティの高いタイトルにも活用し、長期的に価値を最大化していきたいと考えております。海外のタイトルは日本向けにカルチャライズを行っていきませんが、あくまでも国内外問わず、良質で面白いタイトル、当社の既存タイトルに無いジャンルを提供していきたいと思っております。先日リリースした「ディズニー マジックキングダムズ」ですが、女性ユーザーが非常に多く、これまでの当社のユーザー層とは違うユーザーが多いため、新たなユーザー層を獲得できたと思っております。

目次



- 1 新規価値の創造
- 2 パートナーパブリッシング
- 3 既存価値の最大化
- 4 2016年12月期 通期決算の概要

続きまして、既存価値の最大化についてです。

パズドラクロスのクロスメディア展開 - アニメ



視聴率は堅調、キッズ層へ定着

- ・ニンテンドー3DS™用「パズドラクロス」発売以降、視聴率は上昇し、堅調に推移
- ・4-12歳のキッズ層へ定着
- ・長期的なアニメ展開でパズドラブランドを浸透



テレビ東京系6局ネット 毎週月曜放送中 (BSジャパン、毎週木曜放送中)

©パズドラ - アニメーション / エンターテインメント / パズドラクロスプロジェクト / チェリビエン

「パズドラクロスに関しましては、クロスメディア展開を行っておりまして、視聴率も堅調に推移しております。特に4歳から12歳のキッズ層へ定着しているという状況でございます。長期的なアニメ展開でパズドラのブランドを浸透させていくため、引き続き行っていきたいと考えております。

パズドラクロスのクロスメディア展開 - ホビー



ホビー販売は想定以上に好調に推移

テレビアニメ視聴者層、ニンテンドー3DS™用「パズドラクロス」、スマートフォン向け「パズドラレーダー」のユーザーも取り込み、ホビー販売は好調



© GungHo Online Entertainment, Inc. All Rights Reserved. ©パズドラ - アニメーション / エンターテインメント / パズドラクロスプロジェクト / チェリビエン © TOHO

また、アニメと連動したゲームソフトやおもちゃですが、キッズ向けのアーマードロップというおもちゃの販売は非常に好調な状況です。アーマードロップは実際ニンテンドー3DS™の「パズドラクロス」だけではなく、「パズドラレーダー」でも使用できるということで、発売するとすぐに売り切れてしまうという形で、アーマードロップは非常に好調に推移しております。「パズドラクロス」に関しては、オンライン対戦を実施しており、プレイヤー同士の対戦ゲームの浸透が徐々に進んでいるという状況でございます。

25

### パズドラクロスのコスプレ展開 - イベント

#### ユーザー参加型イベントを続々と開催

全国各地でユーザー参加型のイベントを開催。会場では強力なモンスターと対戦できるダンジョンも配布

パズドラクロス コロシアムバトル

次世代ワールドホビーフェア '17 Winter



© GungHo Online Entertainment, Inc. All Rights Reserved. ©バンダイナムコエンターテインメント/パズドラクロスプロジェクト/株式会社GungHo

先ほど言った「パズドラクロス」のユーザー参加型のイベントということで、続々とイベントを開催しており、全国各地で行っています。つい先日も次世代ワールドホビーフェアでも実際にイベントを開催し、若年層に対して効果的にアピールできているという状況でございます。

26

### パズドラレーダー

#### 400万DL突破！今後も更に進化

2016年12月より、有料アイテム“ゴールド”を実装。今後のアップデートでは、“対戦モード”など、これまでにない新たな楽しみ方を提供

アップデート

ゴールドを使用してサーチゲージをリフレッシュ

課金要素

対戦モード

400万DL突破！

「パズドラレーダー」に関しましては、400 万ダウンロードを突破し、今後も更に進化をさせてまいります。先日のアップデートは課金要素を実装し、ゴールドというものを使って、サーチゲージをリフレッシュできるというのですが、今後対戦モードが入ってくることによって、さらに課金要素が増えていきます。それによって収益の貢献も期待できると考えています。

27

### パズドラは5周年に向けて更に進化

#### 5周年に向けた記念イベントを実施

2017年2月20日のパズドラ5周年に向けたイベントを2016年11月より毎月実施し、MAUは安定的に推移

パズドラ日本 MAU推移

月	MAU推移
2016. 7	安定
8	安定
9	安定
10	安定
11	安定
12	安定

「パズドラ」は2月20日でちょうど5周年ということで、イベントを行います。そのイベントでは、今後の「パズドラ」の新しい展開も発表していく予定でございます。「パズドラ」だけでなく、「パズドラレーダー」などの展開についても発表いたします。MAU に関しては、10 月以降から伸びてきているという状況で、売上も堅調に推移してきております。

28

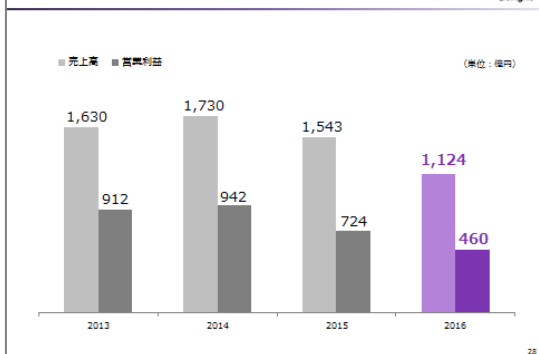
### 目次

- ① 新規価値の創造
- ② パートナーパブリッシング
- ③ 既存価値の最大化
- ④ 2016年12月期 通期決算の概要

そして、2016 年 12 月期の通期決算の概要でございます。

29

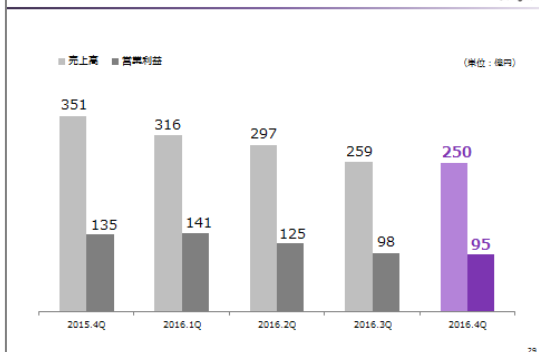
## 連結業績推移 - 通期



売上高は 1,124 億円、そして営業利益は 460 億円と、前年と比較して減収減益となっております。

30

## 連結業績推移 - 四半期



四半期ベースで見ますと、第3四半期と比べてほぼ横ばいで進行している状況でございます。

31

## 2016年12月期 4Q・通期決算の概要

	2016 通期	2016.4Q
業績	売上高 1,124億円 営業利益 460億円	売上高 250億円 営業利益 95億円
	対前年比(通期) パズドラの緩やかな売上減少が続いたことから減収減益 対前四半期比 パズドラの売上は若干減少したものの、新規タイトルの配信に伴い、(ほぼ横ばい)	
4Qの主な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新規タイトルの配信 10月：ディズニー マジックキングダムズ、11月：SEVENTH REBIRTH、12月：LET IT DIE</li> <li>● パズドラ 5周年に向けたイベント、パズドラレーダー、パズドラクロス(ゲーム、アニメ、グッズ、イベント等)</li> </ul>	
2017の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新たに配信したLET IT DIEやSEVENTH REBIRTHと、パズドラ等既存タイトルの更なる強化</li> <li>● 新規タイトルの開発 グローバル配信前提のゲーム開発に注力</li> </ul>	

サマリーですが、業績につきましては、「パズドラ」の売上の緩やかな減少に伴って、通期では減収減益となりました。四半期ベースで見ますと、パズドラの売上は若干減少したものの、新規タイトルの配信に伴いまして、横ばいとなっております。

第4四半期の主な取り組みですが、10月に「ディズニー マジックキングダムズ」をパブリッシングタイトルとして配信し、スマートフォン向けには11月に「SEVENTH REBIRTH」、そしてプレイステーション®4向けに「LET IT DIE」の配信を12月に開始しております。

また「パズドラ」といたしましては、先ほどご説明しました通り、5周年に向けたイベントや「パズドラレーダー」のアップデート、さらに「パズドラクロス」ではゲームやアニメ、グッズなどの展開にも力を入れてまいりました。

そして、2017年の取り組みといたしましては、「LET IT DIE」や「SEVENTH REBIRTH」等の新作や、パズドラ等の既存タイトルを更に強化するとともに、グローバル配信を見据えたゲーム開発に、しっかりと取り組んでまいりたいと考えております。





ガンホー・オンライン・エンターテイメント株式会社  
経営企画部 IR課  
ir@gungho.jp

以上でございます。ありがとうございました。

以上