



GREE株式会社

2014年6月期第2四半期 決算説明会

2014年2月14日

| | | |
|-------------------------|------|---|
| FY14 2Q | 決算概要 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 売上高326億円、営業利益92億円 <ul style="list-style-type: none"> - 売上高は月次ベースでは10月を底に11月で復調 - 営業利益は売上高減少による減益要因はあったものの、費用削減に取り組んだ結果、前四半期に比べ6億円の減少にとどめる |
| | 事業概要 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 海外事業の単月黒字化達成^{※1} ■ 4Qでの反転に向けた新規タイトル開発が順調に進捗 <ul style="list-style-type: none"> - 海外マーケットでの順調な成長により、海外事業はコミットメント通り単月黒字化を達成^{※1} - 国内マーケットは前四半期に比べ減少したものの月次ベースでは12月に復調 - 4Qでの反転に向けた新ジャンルの新規タイトル開発が順調に進捗 |
| | コスト | <ul style="list-style-type: none"> ■ コストコントロールを徹底し固定費を前四半期より7億円、4%削減 <ul style="list-style-type: none"> - 前回決算発表時（2013年11月13日）にコミットした削減目標を前倒しで達成^{※2} - 広告宣伝費等の削減を含めると費用合計は前四半期に比べ21億円、8%削減 |
| FY14 3Q 累計期間 業績予想 | | <ul style="list-style-type: none"> ■ FY14 3Q累計期間業績予想は売上高990億円、営業利益270億円^{※3} <ul style="list-style-type: none"> - 3Qまでは新規タイトルリリースまでの仕込みの時期であり、新規タイトルの売上貢献が始まる4Qでの反転を想定 - 引き続きコストコントロールの徹底を推進し収益力の改善に注力 |

※1 M&A関連費用等控除前のキャッシュベース

※2 前回決算発表時（2013年11月13日）のコミットメント：固定費をFY13 4QからFY14 4QのYoYで15%削減

※3 FY14 3Q会計期間業績予想は売上高311億円、営業利益81億円

※ 四捨五入

1. 連結決算概要

2. 事業概要

3. 参考資料

1. 連結決算概要

2. 事業概要

3. 参考資料

FY14 2Q 決算概要

売上高326億円、営業利益92億円
 売上高は月次ベースでは10月を底に11月で復調

(億円)

| | FY14 2Q | FY14 1Q | QoQ | FY13 2Q | YoY |
|----------------------|------------|---------|-----|---------|-----|
| 売上高 ^{※1} | 326 | 353 | ▲27 | 394 | ▲68 |
| EBITDA ^{※2} | 110 | 116 | ▲7 | 158 | ▲48 |
| 営業利益 | 92 | 98 | ▲6 | 143 | ▲51 |
| 経常利益 ^{※3} | 111 | 97 | +14 | 163 | ▲52 |
| 当期純利益 | 74 | 24 | +50 | 90 | ▲16 |

※1 FY14 2Q売上高の内訳：有料課金収入304億円、広告メディア収入22億円

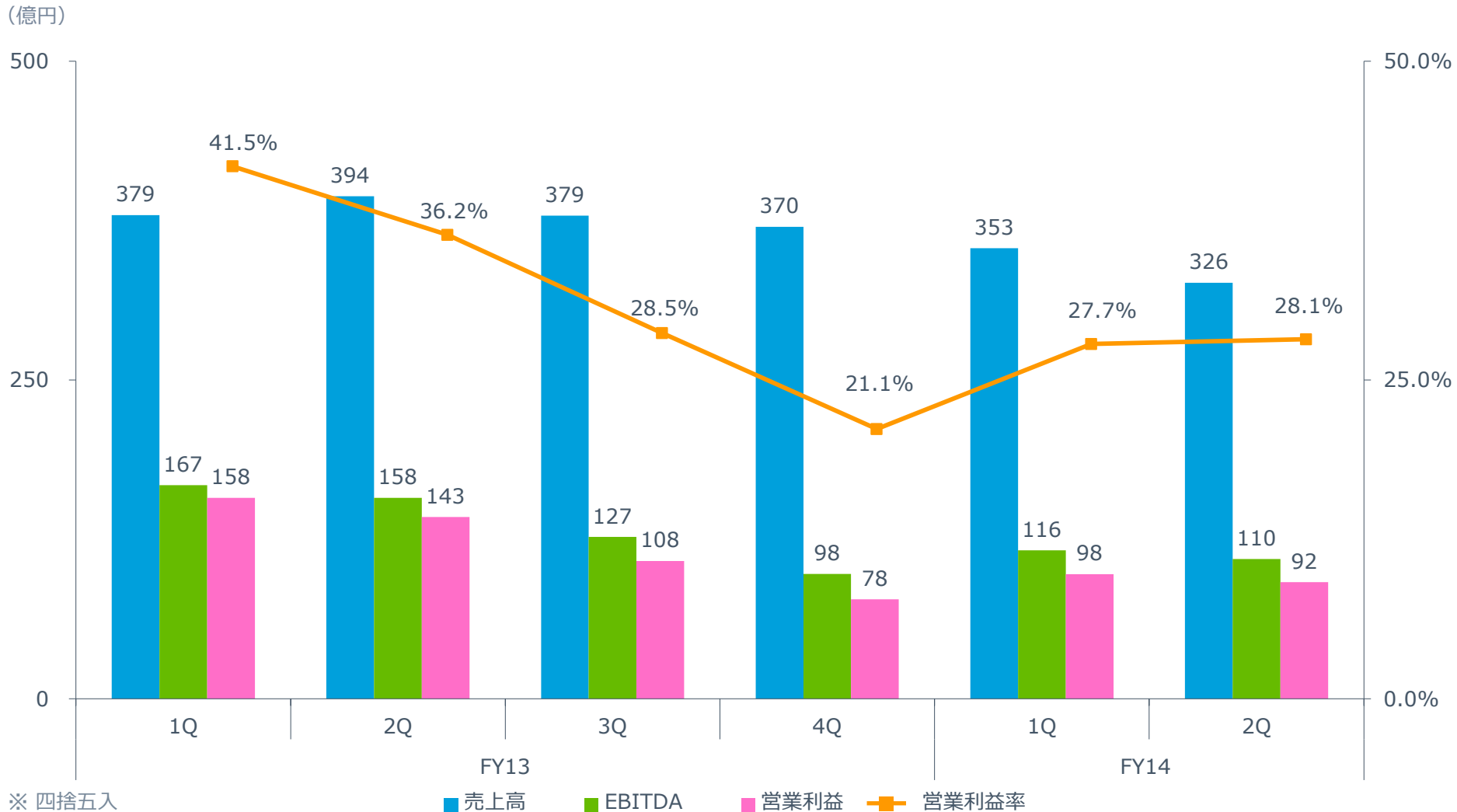
※2 EBITDA = 営業損益 + 減価償却費 + のれん償却額

※3 営業外収益として海外子会社へのUSD建貸付金の為替差額による為替差益17億円を計上

※ 四捨五入

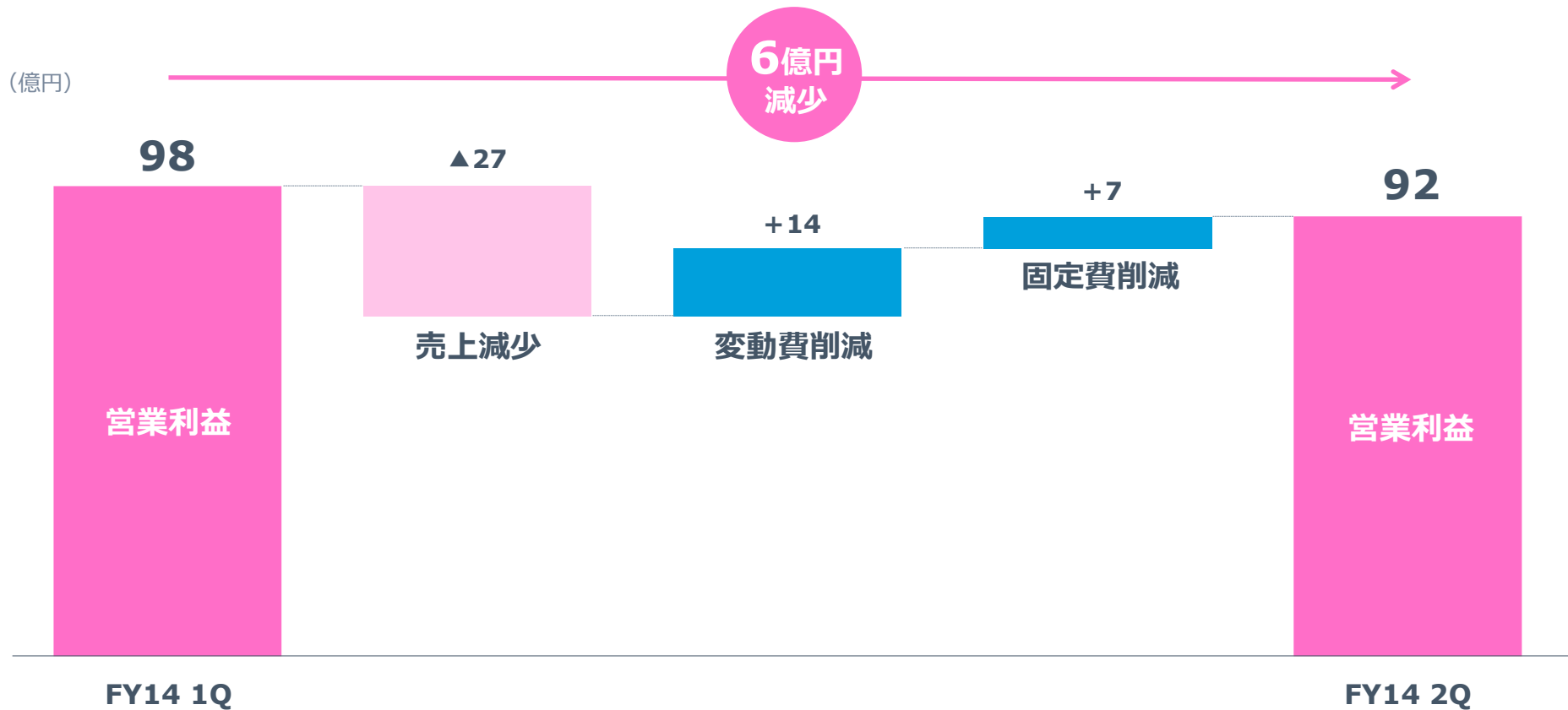
売上高・EBITDA・営業利益の推移

営業利益率は28.1%と前四半期に比べ0.4ポイント改善



営業利益分析

売上が27億円減少したものの費用を21億円削減したことで、
営業利益の減少は6億円にとどめる



※ 四捨五入

FY14 2Q 費用構成

コストコントロールの徹底により費用合計は前四半期に比べ8%減の235億円
 固定費は前回決算発表時にコミットした削減目標を前倒しで達成※1

(億円)

| | FY14 2Q | FY14 1Q | QoQ | FY13 2Q | YoY | 増減要因 (QoQ) |
|--------------|------------|------------|-----|------------|-----|--|
| 広告宣伝費 | 33 | 44 | △11 | 57 | △24 | マスプロモーションやネット広告の抑制・効率化等により当初想定に達せず (売上高比率: 1Q 12.6% → 2Q 10.1%) |
| 支払手数料 | 60 | 63 | △3 | 57 | +3 | 売上減少に伴い減少したものの、ネイティブゲーム売上の増加に伴い支払手数料の売上高比率は増加 (売上高比率: 1Q 17.8% → 2Q 18.4%) |
| 変動費合計 | 93 | 107 | △14 | 114 | △21 | QoQ 14億円、13%削減 |
| 人件費※2 | 61 | 62 | △1 | 57 | +4 | 希望退職制度実施等による人員減に伴い減少 (連結従業員数: 1Q末 2,266名 → 2Q末 1,924名) |
| 賃借料※3 | 13 | 13 | △1 | 11 | +2 | サーバー運用に係る費用 |
| 減価償却費※2 | 10 | 11 | △0 | 9 | +2 | - |
| のれん償却額 | 8 | 8 | △0 | 6 | +1 | ポケラボ、Funzio等買収に係るのれん償却 |
| その他※2 | 50 | 54 | △5 | 54 | △4 | 運用効率化や中途採用抑制により業務委託費、外注費、採用費等を削減 |
| 固定費合計 | 142 | 148 | △7 | 137 | +4 | QoQ 7億円、4%削減 FY13 4Q固定費に比べ26億円、15%削減を達成 |
| 費用合計 | 235 | 255 | △21 | 251 | △17 | QoQ 21億円、8%削減 |

※1 前回決算発表時 (2013年11月13日) のコミットメント: 固定費をFY13 4QからFY14 4QのYoYで15%削減

※2 原価及び販売管理費の合計額

※3 原価

※ 四捨五入

業績予想

FY14 3Q累計期間業績予想として売上高990億円、営業利益270億円を計画
 (FY14 3Q会計期間業績予想は売上高311億円、営業利益81億円)

(億円)

| | FY14 3Q 累計期間予想 | FY13 3Q 累計期間実績 | 増減率 |
|-------|-------------------|-------------------|------|
| 売上高 | 990 | 1,152 | ▲14% |
| 営業利益 | 270 | 408 | ▲34% |
| 経常利益 | 285 | 437 | ▲35% |
| 当期純利益 | 145 | 228 | ▲36% |

■ トップライン

- 3Qまでは新規タイトルリリースまでの仕込みの時期であり、新規タイトルの売上貢献が始まる4Qでの反転を想定

■ コスト

- 広告宣伝費は前四半期に比べて微増、支払手数料は売上減少に伴い減額を見込む
- 固定費は希望退職制度実施等による人員減に伴い人件費が減少する他、コストコントロールの徹底を引き続き推進することで前四半期に比べて数億円の減少を見込む

1. 連結決算概要

2. 事業概要

3. 参考資料

2. 事業概要：サマリー

FY14上半期の取り組み

海外マーケットでの順調な成長により、海外事業はコミットメント通り単月黒字化を達成※
4Qでの反転に向けた新ジャンルの新規タイトル開発が順調に進捗

| | | FY14上半期の取り組み | FY14 2Qの進捗 | 参照 |
|----------|-----------|--|--|----------|
| 全体 | | 「GREE Platform」の一層の成長と ネイティブゲーム事業のグローバル での成長加速 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 海外事業はコミットメント通り単月黒字化を達成※ ■ 国内マーケットは前四半期に比べ減少したものの月次ベースでは12月に復調 ■ 新ジャンルの新規タイトル開発が順調に進捗 | P11~ |
| ウェブゲーム | フィーチャーフォン | スマートフォンへの移行を優先 | <ul style="list-style-type: none"> ■ スマートフォンの全体に占める割合は約68%へ到達 | P11 |
| | スマートフォン | 有力パートナーとの連携強化とプロダクト力の強化により「GREE Platform」の成長を推進 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 秋以降の自社タイトル挺入れや効果的なプロモーションが12月の伸長に寄与 ■ 有力パートナーの提携する複数の新規タイトルが徐々に立ち上がり | P12・P14~ |
| ネイティブゲーム | | 成長市場におけるリーダーの地位を固めるべく新規タイトルを積極投入、コストコントロールを強化 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 海外マーケットは大型連休等の季節要因や新規タイトルの伸長により好調に推移 ■ 国内マーケットは不採算タイトルの整理や注力タイトルへのリソース再配置、新規開発等が進展 | P19~ |

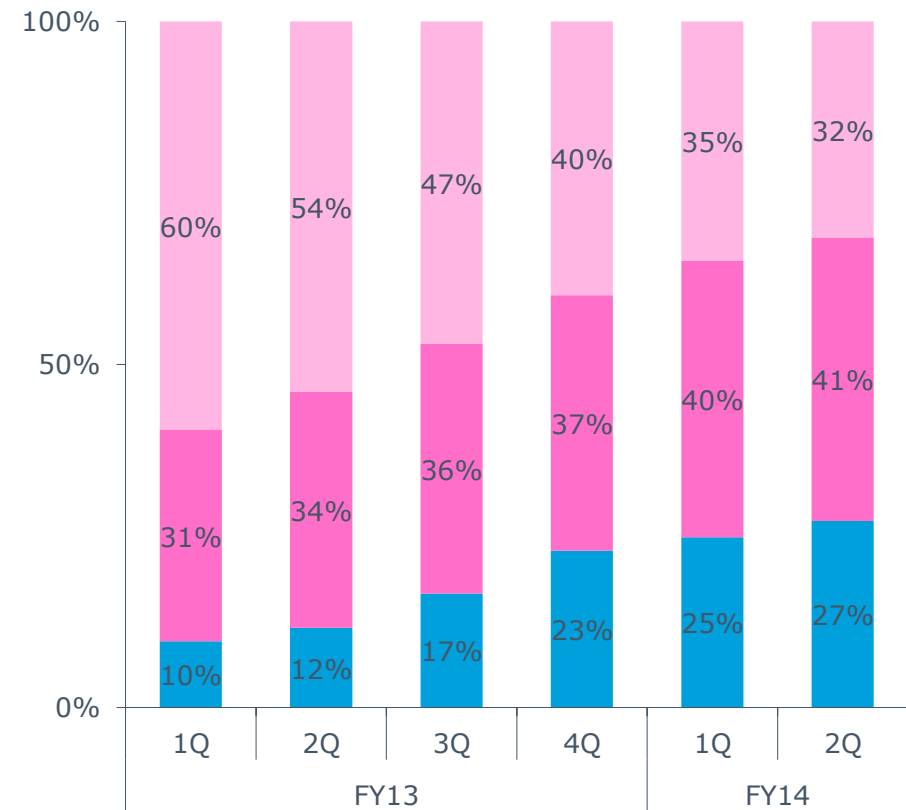
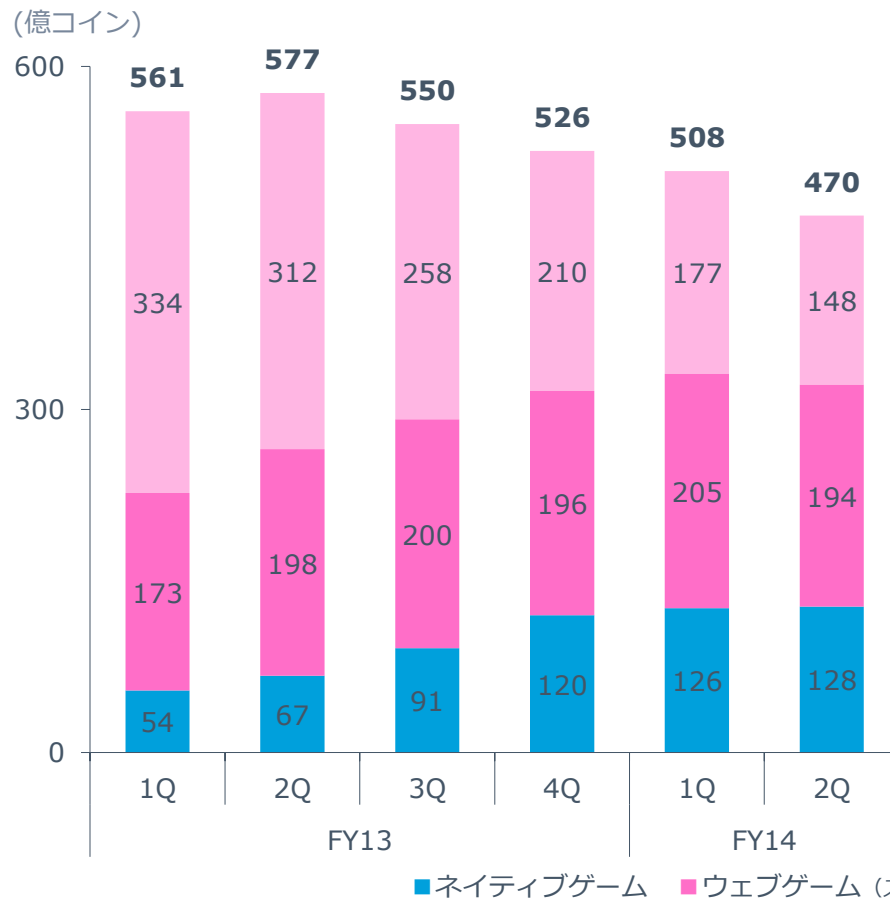
※ M&A費用等控除前のキャッシュベース

コイン消費の状況 [全体]

フィーチャーフォンのコイン消費減が大きく影響し前四半期より約8%減少
スマートフォンの全体に占める割合は約68%へ到達

コイン消費

構成比 (%)



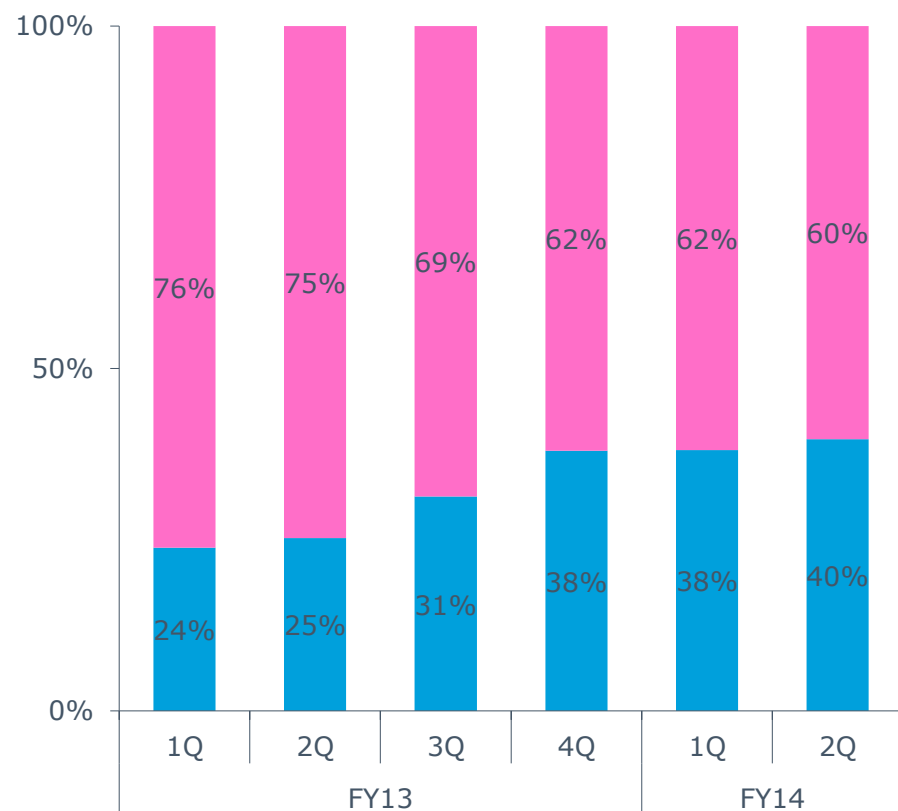
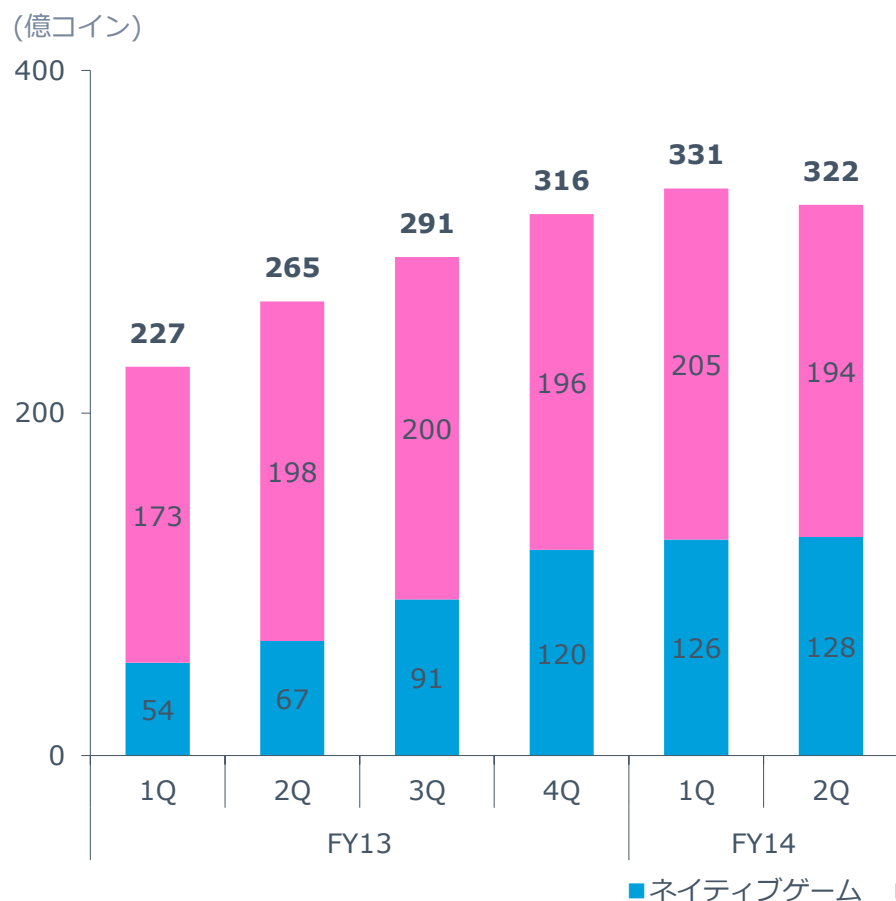
2. 事業概要：サマリー

コイン消費の状況 [スマートフォン]

ネイティブゲームは海外マーケットでの好調が国内マーケットの不調をカバーし微増
 ウェブゲーム(スマートフォン)は11月に復調

コイン消費

構成比(%)



2. 事業概要：サマリー

リリース計画とタイトル戦略

本数を絞り品質及び収益性を重視してリリースしていく方針

| | | 上半期 リリース実績 | 下半期 リリース計画 | 下半期タイトル戦略 |
|----------|----------------|--------------------------------|-------------------------------------|---|
| ウェブゲーム | パートナー タイトル※ | 11 本 前回計画より増加 | 約 7 本 前回計画まま | <ul style="list-style-type: none"> ■ 新規タイトル - 引き続きJVなどの有力パートナーによる新規タイトルリリースを推進 ■ 既存タイトル - 有力パートナーとの連携強化によるヒットタイトルの育成 |
| | 自社 タイトル | 上半期は リリース無し | 約 3 本 前回計画まま | <ul style="list-style-type: none"> ■ 新規タイトル - 新ジャンルの新規タイトルをリリース ■ 既存タイトル - 「聖戦ケルベロス」にリアルタイムの国家間バトル「バトルフィールド」を導入するなど、UI/UXの改善や新たなゲームモデルの投入を随時実施 |
| ネイティブゲーム | 海外 マーケット | 5 本 前回計画通り | 約 5 本 前回計画より 2本増加 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 新規タイトル - 有力パートナーとの共同開発第2弾や3D SLG等の新ジャンルタイトルをリリース ■ 既存タイトル - 既存ヒットタイトルの有効施策の横展開やクロスプロモーションの実施 - 「War of Nations」等のAndroid版リリース |
| | 国内 マーケット | 8 本 1本後ろ倒し 1本開発停止 | 約 6 本 前回計画より 1本後ろ倒し分追加 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 新規タイトル - アクションバトルRPG、リアルタイムストラテジー等の新ジャンルタイトルをリリース ■ 既存タイトル - カードバトルタイトルは有力タイトルに注力し立て直し - 「ハコニワ ふしぎな手紙とどうぶつ島」のプロモ及びイベントの効率運用による成長促進 |

※ 協業先を含む有力パートナー及び当社出資のジョイントベンチャー提供のタイトル

コイン消費の状況 [全体]

フィーチャーフォンのコイン消費減少が大きく影響し前四半期より約1割減少



自社・協業

- フィーチャーフォンを中心にダウントレンドが続くも12月は復調
- 「探検ドリランド」など、秋以降に挺入れを実施した既存タイトルや効果的なプロモーションが12月の伸長に寄与

サードパーティ

- 前四半期で好調だった一部の既存主カタイトルの反動減
- 有力パートナーの提供する新規タイトルが徐々に立ち上がり

※ 「GREE」クレジットが記載されているタイトルを自社・協業に分類

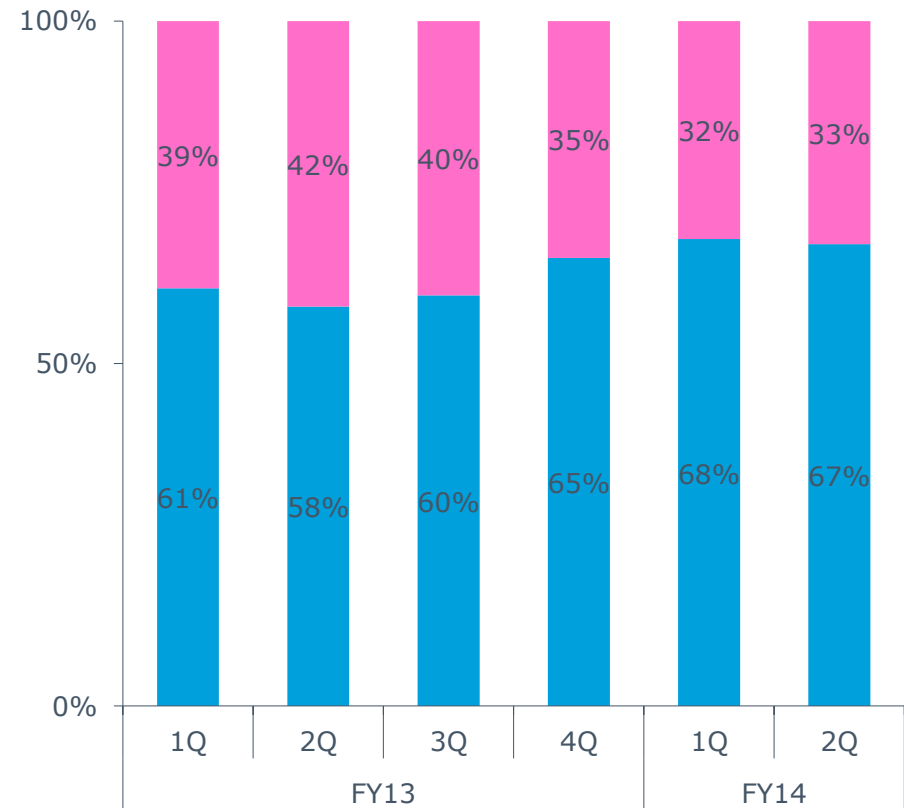
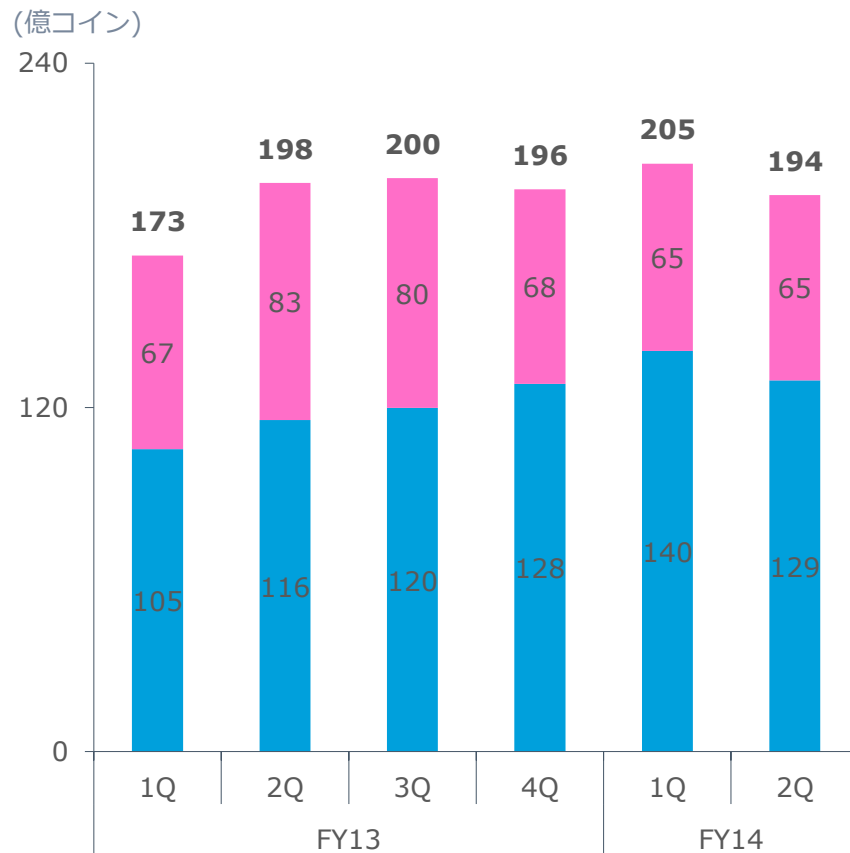
2. 事業概要：ウェブゲーム事業

コイン消費の状況 [スマートフォン]

スマートフォンのコイン消費は前四半期より約5%減少したものの
月次ベースでは11月に復調

コイン消費

構成比 (%)



■ サードパーティ ■ 自社・協業

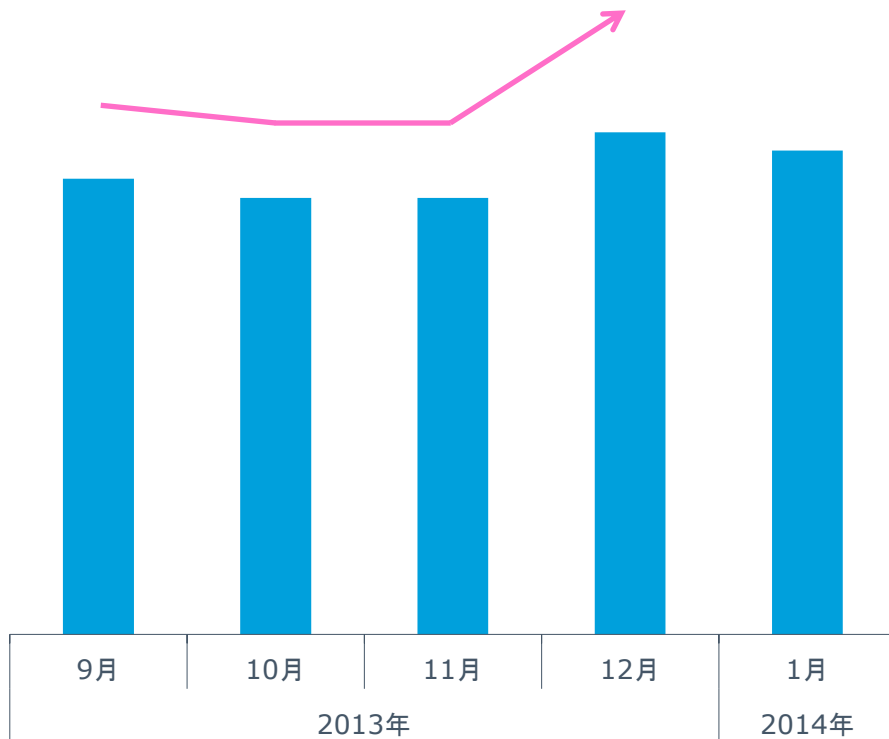
2. 事業概要：ウェブゲーム事業

月次ベースでのコイン消費の復調

ゲーム及びプロモーションでの施策により、月次ベースでの消費やアクティビティ等のKPIが改善

ウェブゲーム（スマートフォン） コイン消費の推移

コイン消費は12月に前月比15%増



ゲーム及びプロモーションでの施策

ゲーム内の新施策や年末のプロモーションにより消費及びアクティビティが増加

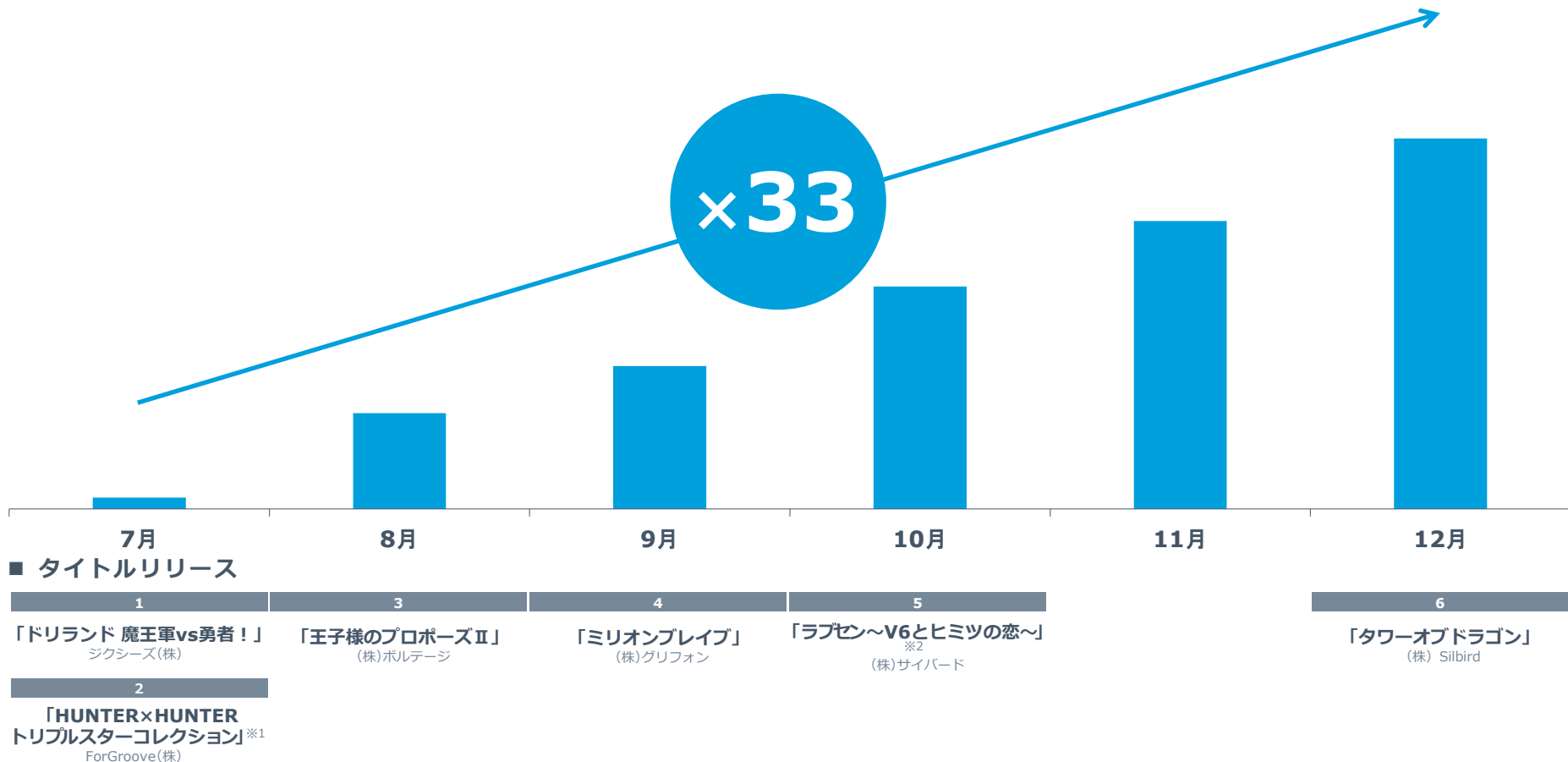
| | |
|---------|--|
| ゲーム | <p>■ 既存タイトルの挺入れ</p> <ul style="list-style-type: none"> - 秋以降「探検ドリランド」に新イベントモデルを導入するなど、既存ユーザーに新たなゲーム体験を提供 - 今後も既存タイトルの挺入れを随時実施 |
| プロモーション | <p>■ TVCM及びクロスイベントの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> - TVCMを活用したGREE外部からの集客と、タイトル間の回遊を促進するクロスイベントを同時に実施 - インストールやログイン率などのKPIが向上 - 今後も費用対効果を見極めながら効果的なプロモーションを実施 |

2. 事業概要：ウェブゲーム事業

有力パートナーによる新規タイトルの立ち上がり

有力パートナーによる複数の新規タイトルが徐々に立ち上がり

新規6タイトルの合計コイン消費の推移



※1 ©POT (富樫義博) 1998年-2011年 ©VAP・日本テレビ・マッドハウス ©NTV/ForGroove

※2 ©2013 Johnny&Associates

2. 事業概要：ウェブゲーム事業

有力パートナーのパイプライン

成長期待の高いタイトルが下半期に順次リリース予定

下半期タイトルリリースの事例

「魔装詠唱バトルスター」

ジクシーズ(株)

2014年1月リリース済



- グリーとヤフーの合併会社ジクシーズの第2弾タイトル
- 人気声優によるフルボイスの恋愛シナリオが楽しめる本格ギルドバトルゲーム

「Monster Hunter Roar of Cards」※1

(株)カプコン

2014年2月19日リリース予定



- 「Monster Hunter」シリーズに登場するモンスターが多数登場、仲間と共に“狩猟”する臨場感を実現
- 大ヒットタイトル「神獄のヴァルハラゲート」を開発・運営するグラニが開発

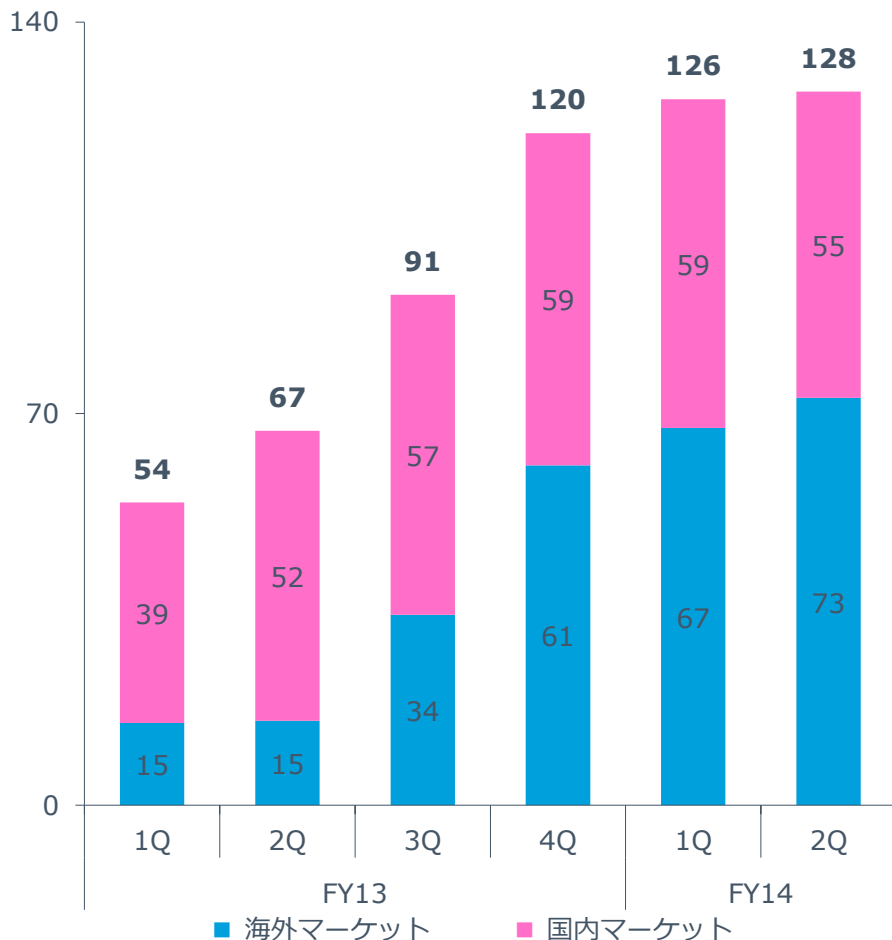
※1 (C)CAPCOM CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED. Developed by Grani

2. 事業概要：ネイティブゲーム事業

コイン消費の状況

海外マーケットでの順調な成長により、海外事業はコミットメント通り単月黒字化を達成 ※1

(億コイン)



国内マーケット

- 不採算タイトルの整理と既存タイトルの採算性改善が進展
- リソースの再配置等によりポケラボ既存タイトル売上が12月に復調
- 新ジャンルの新規タイトル開発が順調に進捗

海外マーケット

- 12月に海外事業の単月黒字化を達成 ※1
- 大型連休等の季節要因や新規タイトルの伸長により好調に推移
- 韓国スタジオは既存タイトルの成長とコスト削減により収益性改善

※ M&A費用等控除前のキャッシュベース
※ 消費エリアによる分類

2. 事業概要：ネイティブゲーム事業（国内）

国内ネイティブゲーム事業の進捗

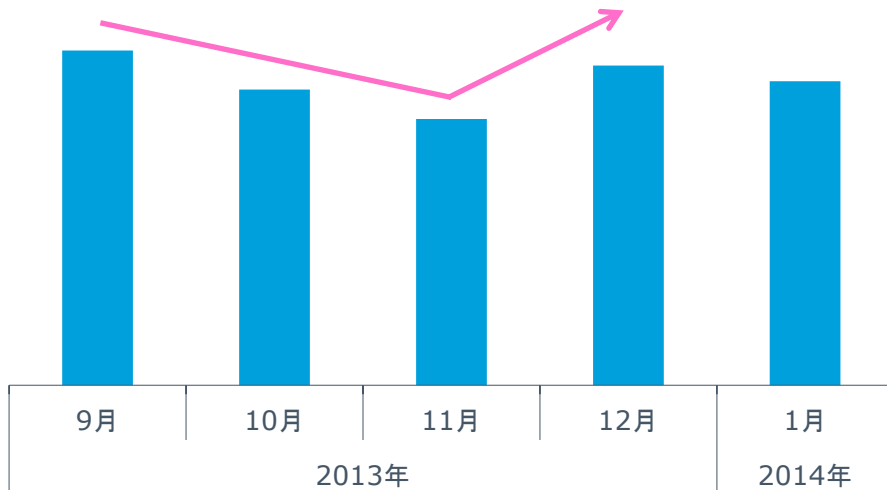
ポケラボ既存タイトル売上は12月に復調、下半期での新規タイトル投入等で再成長を目指す
新ジャンルの新規タイトルの開発が順調に進捗中

ポケラボタイトル売上の推移

新規タイトルの開発状況

夏～秋リリースの新規タイトル不調
既存ヒットタイトルへのリソース不足

既存ヒットタイトルや
新規開発へのリソース再配置



- 秋以降に注カタイトルを絞り込みリソースを再配置、既存タイトルが12月に復調
- 12月リリース「Devil Maker Tokyo」と1月リリース「戦乱のサムライキングダム」の初速好調
- 堅調な海外ライセンス事業もアプリ・地域を3月以降に拡大予定

FY14下半期リリース
タイトル事例

ジャンル

| | |
|-------|----------------|
| タイトルA | アクションバトルRPG |
| タイトルB | 横スクロールアクションRPG |
| タイトルC | リアルタイムストラテジー |
| タイトルD | アクションタワーディフェンス |

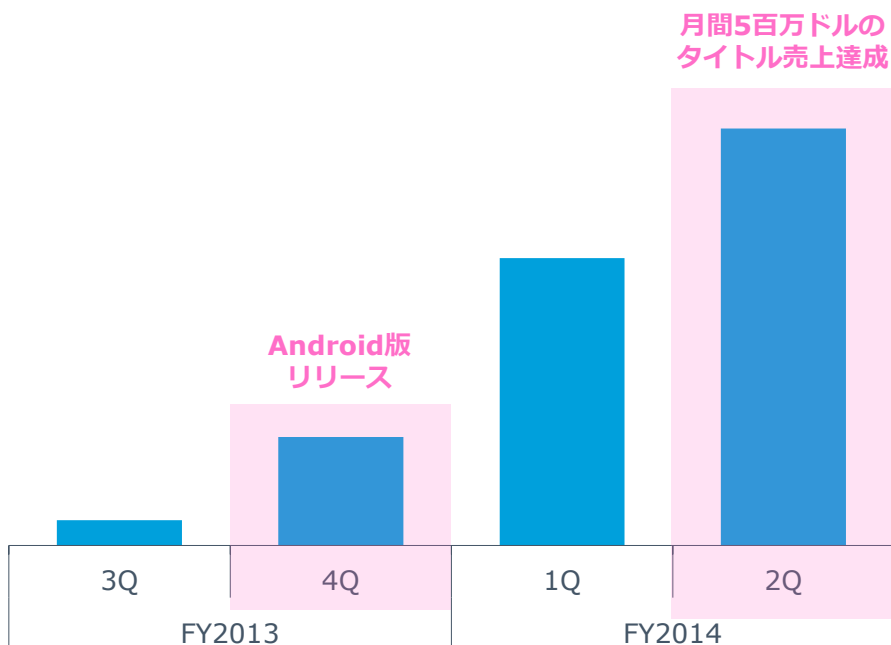
- スマートフォンならではのゲーム性を取り入れた新ジャンルのタイトル開発が順調に進捗中
- FY15に向けた新ジャンルのタイトル開発も順次進捗

2. 事業概要：ネイティブゲーム事業（海外）

「Knights & Dragons」の躍進

リリースから1年で月間5百万ドルのタイトル売上を達成
 Google Play™ が実施したユーザー投票型アワードで1位獲得

継続的なタイトル売上の成長



- FY13 2QにiOS版リリース、FY13 4QにAndroid版をリリース
- FY14 2Qには月間5百万ドルのタイトル売上を達成

Google Play™ のアワード ユーザー投票で1位獲得



Players'
Choice
Awards



- Google Play™ が実施したユーザー投票型アワード「Players' Choice: Top Google Play Apps and Games of 2013」で「I Can't Quit You」部門の1位獲得

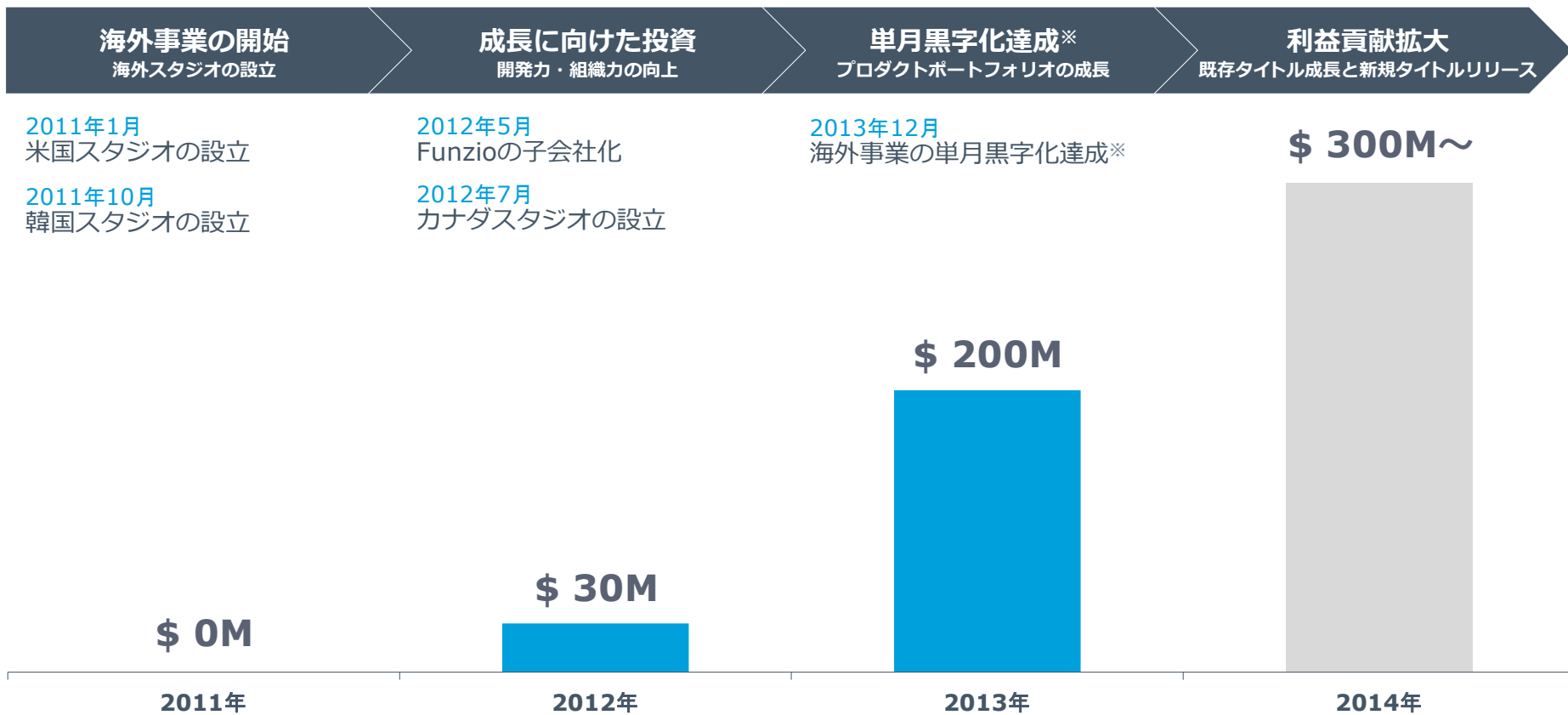
※ Google Play™ は、Google Inc. の商標です

2. 事業概要：ネイティブゲーム事業（海外）

海外事業の成長

海外事業はゼロスタートから3年で年間2億ドルの売上規模にまで成長
2014年は一層の売上成長と利益貢献の拡大を目指す

海外事業の売上規模の推移



※ M&A費用等控除前のキャッシュベース

2. 事業概要：ネイティブゲーム事業（海外）

今後の成長施策

既存ヒットタイトルの成長及び新規タイトルの投入により継続的な成長を図る

トップライン拡大に向けた取り組み

FY13以降リリースの新たなヒットタイトル

下半期以降リリースの新規タイトル

ヒットタイトルの成長

| | | | | | |
|-----------------------|---------------------|-------------------|----------------|----------------|----------------|
| フランチャイズ版 (下半期予定) | 順次計画 | | | | |
| 多言語版 (下半期予定) | 多言語版 (下半期予定) | 順次計画 | 順次計画 | 順次計画 | 順次計画 |
| Android版 (FY13 4Q) | Android版 (下半期予定) | | | | |
| iOS版 (FY13 2Q) | iOS版 (FY13 4Q) | iOS版 (FY14 2Q) | 下半期 リリース | 下半期 リリース | 下半期以降 リリース |
| | | | Coming soon | Coming soon | Coming soon |
| ファンタジーRPG | ストラテジーMMO | ミッドコアRPG | 3D SLG | 3D RPG | 新規ジャンル |

新ジャンルのタイトル投入

2. 事業概要：ネイティブゲーム事業（グローバル）

開発力強化のための取り組み

日米スタジオで少人数チーム×短期間でのタイトル企画・開発のプログラムを実施
実際にリリースし新たなゲーム性や技術を検証、既存タイトルの改善や新規タイトル開発に活用

タイトルリリースの事例

USスタジオ



「Legends of Slap」
Match-three
for Android



国内スタジオ



Published by
GREE, Inc.



「パズパズファンタジー」
パズルタワーディフェンス

- ・ パズルを消す爽快感
- ・ タワーディフェンスの緊張感

2014年2月13日リリース済



「Kami Note」
Location-based messaging
for iOS



「Coco Pets」
Digital pets
for Android



「Kukimon」
Match-three for iOS



Published by
Pokelabo, Inc.

「ナリキリカードカメラ」
コスプレコラージュカメラ

- ・ 撮影した写真や画像をソーシャルゲーム風のレアカードに加工

2014年2月リリース予定

- カジュアルゲームやツールを「G-Lab」名義でリリース
- パズルアクション等のゲームモデルを検証

- グリー及びポケラボの国内スタジオからも同様のプログラムから第1弾タイトルを2014年2月にリリース
- 今後も同プログラムから順次リリース予定

※ 当プログラムのリリース本数はP13のリリース本数に含まず

2. 事業概要：事業領域の拡大

FY14 2Qの進捗と下半期の取り組み

| | FY14 2Qの進捗 | FY14 下半期の取り組み |
|--------------|---|--|
| 広告事業 | <ul style="list-style-type: none"> ■ アフィリエイト・リワード事業は好調に推移 ■ スマートフォン向け広告は堅調に推移したが、フィーチャーフォン向け広告の落ち込みをカバー出来ず減少 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 新広告商品の開発や機能強化などによりスマートフォン売上の拡大を図る |
| エンターテインメント事業 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 9月発売の「ジーククローネ」シリーズ第2弾「進撃の巨人」が好調に推移 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 「ジーククローネ」シリーズの第3弾「絶対防衛レヴィアタン」発売 ■ 各地のご当地キャラとクリノッペのコラボレーションの推進 |
| ベンチャーキャピタル事業 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 投資先企業が順調に成長し追加の資金調達を実施 <ul style="list-style-type: none"> - 国内飲食店口コミサービス「Retty」が第三者割当増資を完了 - インドネシア最大級のファッションECサービス「Berrybenka」が第三者割当増資を完了 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 新規投資案件の発掘 ■ 投資先企業の成長・バリューアップ支援 |
| 新規事業 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 新規事業創出に向けた投資方針の策定 <ul style="list-style-type: none"> - FY14営業利益の5% - FY14 3Qまでに30名のアサイン ■ 新規事業案の選定 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 2～3件の新規サービスをテストローンチ予定 |

2. 事業概要：エンターテインメント事業 オフラインビジネスの育成

インターネット及びエンターテインメントを活用したオフラインビジネスの拡大

トレーディングカードゲーム事業
ジーククロネ第2弾「進撃の巨人」

踊り子クリノッペ
「勝手にご当地キャラ応援大使」に就任



スターターデッキ ブースターパック
(9月26日発売) (11月14日発売)

第2回大交流祭の開催
(12月7日大阪、12月14日東京)

(C) GREE Entertainment Products, Inc.
(C) 諫山創・講談社／「進撃の巨人」製作委員会

- 第2弾「進撃の巨人」の投入によりトレーディングカードゲーム事業が順調に成長
- 今後も自社及び他社の有力IPを用いた新作をリリース予定



- 日本全国のご当地キャラクターやご当地物産、商品、イベントなど様々なコラボレーションを実現し、地方自治体などと一緒に地域の活性化をサポート

1. 連結決算概要

2. 事業概要

3. 参考資料

FY14 2Q 費用構成

(百万円)

| | FY14 2Q | FY14 1Q | QoQ | FY13 2Q | YoY |
|-------------|---------------|---------|--------|---------|--------|
| 賃借料 | 1,256 | 1,333 | Δ77 | 1,091 | +165 |
| 人件費 | 3,961 | 3,746 | +215 | 3,119 | +842 |
| その他 | 3,100 | 2,783 | +317 | 2,135 | +966 |
| 売上原価合計 | 8,317 | 7,862 | +455 | 6,345 | +1,973 |
| 広告宣伝費 | 3,304 | 4,447 | Δ1,143 | 5,719 | Δ2,415 |
| 支払手数料 | 6,013 | 6,290 | Δ277 | 5,700 | +313 |
| 人件費 | 2,160 | 2,439 | Δ279 | 2,606 | Δ445 |
| その他 | 3,675 | 4,510 | Δ835 | 4,779 | Δ1,104 |
| 販管費合計 | 15,153 | 17,687 | Δ2,534 | 18,804 | Δ3,651 |
| 費用合計 | 23,470 | 25,549 | Δ2,079 | 25,149 | Δ1,679 |

※ 四捨五入

FY14 2Q 貸借対照表

(億円)

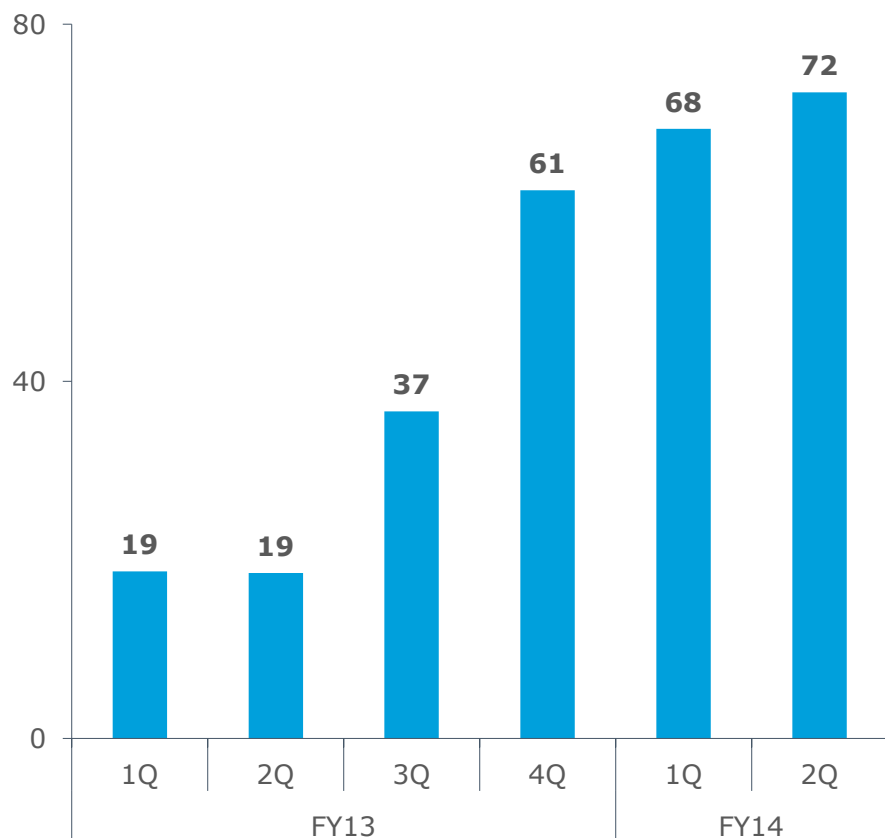
| | FY14 2Q | FY14 1Q | QoQ | FY13 2Q | YoY |
|----------|--------------|---------|------|---------|------|
| 流動資産合計 | 898 | 852 | +46 | 911 | △12 |
| 固定資産合計 | 625 | 617 | +7 | 681 | △56 |
| 資産合計 | 1,523 | 1,469 | +54 | 1,592 | △69 |
| 流動負債合計 | 377 | 398 | △20 | 471 | △93 |
| 固定負債合計 | 81 | 105 | △24 | 169 | △88 |
| 負債合計 | 458 | 502 | △44 | 640 | △181 |
| 純資産合計 | 1,064 | 967 | +98 | 952 | +112 |
| 現金及び預金 | 537 | 456 | +81 | 429 | +108 |
| 一) 有利子負債 | 160 | 184 | △24 | 244 | △84 |
| ネット資金 | 377 | 272 | +105 | 185 | +192 |
| のれん | 310 | 303 | +7 | 286 | +24 |
| タイトル関連資産 | 33 | 34 | △1 | 122 | △89 |

※ 四捨五入

コイン消費の状況

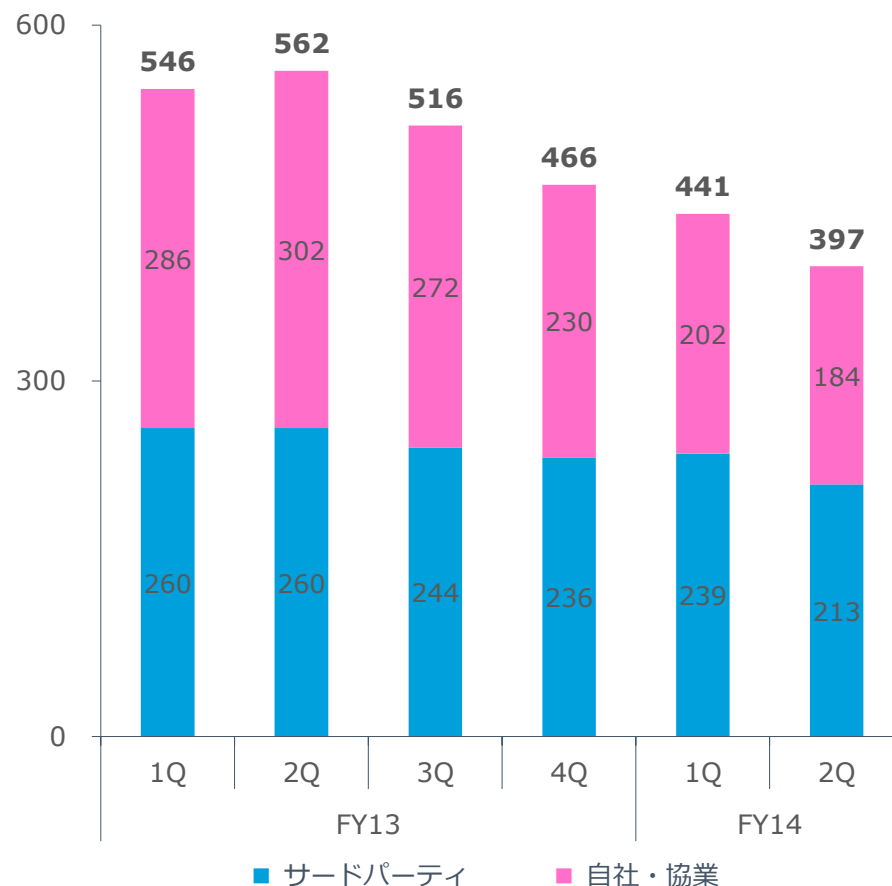
海外マーケット

(MM USD)



国内マーケット

(億コイン)



※ 消費エリアによる分類

※ 「GREE」クレジットが記載されているタイトルを自社・協業に分類

■ サードパーティ

■ 自社・協業

国内ユーザーの状況 (2013年 12月末時点)

国内ユーザーの概況^{※1※2}

国内ユーザー数

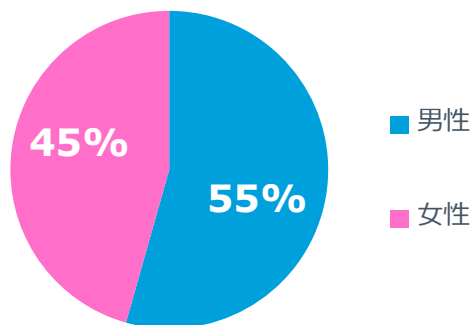
50.5百万人

GREEユーザーの概況

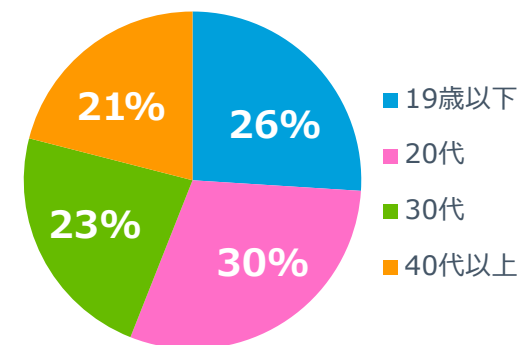
GREEユーザー数

40.6百万人^{※2}

男女別



年齢別



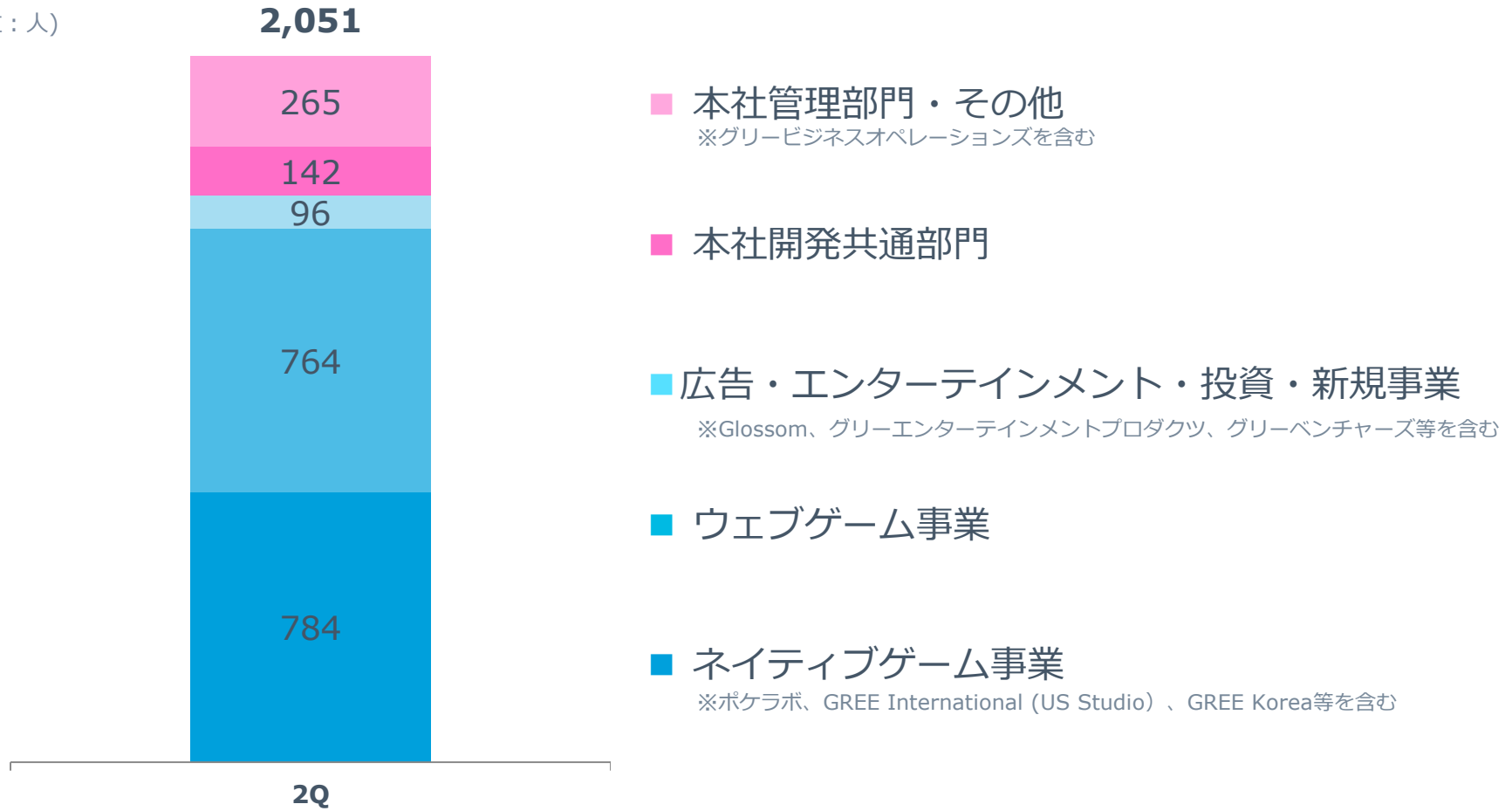
※1 ポケラボ登録ユーザー数：10百万人（タイトル毎の登録ユーザー数をカウント）

※2 タイトル毎の簡易登録ユーザーも含む

※ 四捨五入

グループ従業員数の内訳 ※1

(単位：人)



※1 非連結のグループ企業を含む

仙台カスタマーサービスセンターの設立

応対品質の向上によるお客さま満足度の向上を目的として
宮城県仙台市に内製カスタマーサービスセンターを設立

設立目的

応対品質の向上によるお客さまの利用環境向上

業務内容

「GREE」についてのお客さまからのお問い合わせ対応

設立場所

宮城県仙台市

業務開始

2013年12月

スタッフ規模

約70名

仙台カスタマーサービスセンターの様子



10周年記念

サービス誕生及び会社設立10周年の記念として各種企画を開催予定

サービス誕生・会社設立10周年

2014年2月にサービス誕生10周年、
12月に会社設立10周年を迎える



2004年2月21日
GREE誕生

個人の趣味として一台
のサーバーから始まる



2004年12月7日
グリー株式会社
設立

GREEユーザーの増加
に伴い会社化

10周年記念企画

お客さまへ日頃のご愛顧を感謝し
サービス内で10周年記念企画を開催予定



10周年関連広報の積極化



インターネットを通じて、世界をより良くする。

Making the world a better place through the power of the Internet.

- 本資料には将来の予測に関する記述が含まれていますが、それらの記述は、資料作成時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化等により、実際の業績とは異なる可能性がありますことを御承知おき下さい。
- 本資料の作成に当たっては、記載されている情報に誤り・遺漏等が無いよう細心の注意を払っておりますが、その情報の正確性及び完全性を保証するものではありません。