



2023年3月期（第22期）3Q

クルーズグループ代表 小淵 宏二からのメッセージ

（2023年2月9日現在）

クルーズグループ代表の小淵です。本日2023年2月9日に当社22期の3Q決算発表を行いました。より当社の現状をご理解いただくために、グループの代表である私の所感と温度感を皆様と共有させていただきたいと思っております。

グループ全体の3Q連結決算についてですが、今期3Q累計で連結取扱高は約229億7,400万円（前年同Q比91.7%）、連結営業利益が約5億900万円（前年同Q比67.9%）、今期3Qの連結取扱高は約80億3,500万円（前年同Q比92.3%）、連結営業利益が約4億1,200万円（前年同Q比193.6%）となりました。

今期3Qの連結営業利益が前期から増益となった理由は、詳細については後述しますが、主にはゲーム事業で約1億9,800万円の増益、インターネット広告・メディア事業で約1億7,500万円の増益となったためです。

それでは、ここからは各事業セグメント別の業績について詳細を説明していきます。

最初にEC事業についてご説明します。EC事業はSHOPLIST事業に加えて、EC受託開発やEC運用代行等のEC関連事業から構成されております。但し、SHOPLIST事業に比べてEC関連事業はまだ規模も小さいことから、引き続きSHOPLIST事業を中心にご説明します。SHOPLIST事業の今期3Qの累計取扱高は約163億3,900万円（前年同Q比89.4%）、営業損失は約1,600万円（前年同Qは営業利益約7億2,900万円）となりました。今期3Qの取扱高は約58億2,600万円（前年同Q比87.3%）、営業利益は約7,400万円（前年同Q比22.6%）となりました。依然として取扱高は前年比で下回るなど厳しい状況は続いておりますが、少しずつですが改善傾向にあり、本格的な復活を果たすにはもう少し時間がかかるなど感じておりますが、引き続き取扱高の回復に向けて尽力して参ります。

まず、取扱高についてご説明します。今期3Q取扱高が前年同Q比で87.3%と前年を下回る結果となった主な要因は、引き続き①SEO経由の訪問者数の減少、②広告経由の訪問者数の減少の2点が挙げられます。

SEO経由の訪問者数の減少については、以前から説明させていただいている通りですが、YahooのSEOが十分に回復しておりません。YahooがGoogle同様に回復していないのは、Yahooの検索結果ページのページ上部にYahoo関連会社のサービスが表示されるようになり、SEOの1位表示が以前よりもページ下部になったことが主な要因だと思われまます。これについては自社でコントロールできるものではないので、引き続きGoogleのSEO対策の強化や効果的な広告プロモーション施策等によって、Yahooのビハインド分のカバーをしてまいります。

次に、広告経由の訪問者数の減少については、引き続き効率的な広告プロモーションを模索しながら行っておりますが、まだ大きな成果につながっていない現状です。この広告経由での訪問者数の減少に対して、Twitterを始めとするSNS広告や購入率の高いアプリ経由での訪問



者数を増加させるためのアプリ購入者限定キャンペーン施策を継続して実施していきます。引き続き PDCA を回しながらより効果的な広告運用を実施し、SHOPLIST の得意とする F1 層を中心としたユーザーを呼び起こし、かつ継続的な新規ユーザーの獲得を促進することで訪問者数を改善し、伸ばしていきます。

なお、出荷単価が前年比で下がっておりますが、これは引き続き取扱高の回復のためのキャンペーン施策の一環として、送料無料が適用となる購入金額を引き下げたことによる影響です。一方で、送料無料などのキャンペーン施策によって、年間の購入者 UU は回復傾向にあります。既存/新規ユーザーが積み上がり、年間購入者数を今後も回復をしていくことができれば、一定のタイミングで取扱高の回復にも直結するだろうと期待をしていますし、それに加えて出荷単価を引き上げていけるように様々な施策の組み合わせを考慮しながら今後の対応を図ってまいります。

次に、営業利益についてご説明します。今期 3Q は営業利益約 7,400 万円（前年同 Q 比 22.6%）となりました。主な要因は、取扱高が減少したことになります。

その他の重要な費用項目については、仕入原価について、今期 3Q が対取扱高比で 2.6%増加しておりますが、主にブランドに支払う商品原価が増加しているためです。物流費については今期 3Q が対取扱高比で 14.5 %と前年同 Q から 1.5%増加しましたが、コスト削減や効率化はできている中で、出荷単価の減少により取扱高に占める物流費の割合が増えたためです。

また、プロモ費の対取扱高比は前期 3Q の 9.1%から、今期 3Q で 7.1%と 2.0%減少しております。今後も取扱高を回復させ、さらに伸ばしていくために、適宜必要に応じてコストをかけた場合もありますが、今後も PDCA を回しながら、より効果的な広告プロモーション施策を見極めて実施してまいります。

次に外注費については、対取扱高比が前期 3Q の 2.2%から、今期 3Q で 1.6%と 0.6%減少しております。前期までは重要プロジェクトのうち、大きなシステム改修や新たな開発が必要になったものもあり、それらに対応するエンジニア業務委託費用が大きくかかっておりましたが、その影響が無くなったことが大きな要因です。

以上、SHOPLIST 事業の今期の業績について説明させていただきましたが、正直申し上げて完全に回復するにはもう少し時間はかかってしまうなど感じており、当初想定していた以上に時間がかかっていることは不本意ではありますが、まずは取扱高の回復に向けて努力していきます。そして、取扱高を向上させるためには、早急に改善する必要があるのは訪問者数の減少になります。訪問者数の減少については、引き続き SNS を中心とした広告プロモーションの強化に関連する施策を継続していきます。また、売れ筋商品の需要予測システムの導入による欠品率および購入率は改善してきていることから、その結果広告効率も良くなることで、さらに広告プロモーションを強化できるため、訪問者数がさらに増加することが期待できます。広告プロモーション投資の強化を始めとした取扱高を拡大させていくための投資により、短期的には利益が削られる可能性はありますが、今後もこの方針に変更は無く、まずは取扱高を回復させることを最優先にしていくことに変わりはありません。

また、既存ブランドの品揃えを良くするだけでなく、新規ブランドのオープンについてはユ



ユーザー認知度が高く集客力のあるブランドを厳選し、かつ既存ユーザーの皆様にもより買い物を楽しんでもらうためのキャンペーン施策を打ち出していきます。

次にゲーム事業について説明いたします。今期 3Q の売上高は約 5 億 1,400 万円（前年同 Q 比 83.5%）、営業利益は約 4,000 万円（前年同 Q は営業損失約 1 億 5,800 万円）となりました。最新の状況について共有させていただくと、6月に7周年を迎えた『エレメンタルストーリー』も多くの有名 IP とのコラボを実施し、昨年以上に多くのユーザーの方楽しんでいただけており、今後はリアルイベントの実施など、様々な形でエレストの体験を提供していきたいと考えております。また新たに受託案件の獲得で、より堅実に利益を上げる体制の構築も進行しております。

次にインターネット広告・メディア事業についてご説明します。今期 3Q の取扱高は約 7 億 8,300 万円（前年同 Q 比 103.0%）、営業利益は約 3 億 2,700 万円（前年同 Q 比 214.9%）となりました。引き続きランク王は順調に事業が伸びており、設立してから当期で 4 期目ですが売上高の年平均成長率は 50%以上となっております。インターネット広告・メディア事業で出た利益はランク王の取扱高拡大のための投資に回す方針であり、さらに伸ばすために必要に応じて積極的に投資していきたいと考えております。なお、2023年2月6日に公表しましたが、従来から取引のある大口の取引先とのインターネット広告に関連する受託業務契約が終了したことに伴い、売上および利益にマイナスの影響を与えますが、従来からインターネット広告・メディア事業における注力事業はランク王と位置づけており、当該事業全体としては中長期的に見て大きく成長していけると考えております。

ゲーム事業等の具体的な報告セグメントにまだ含めておりませんが、今期 2Q から新たなチャレンジとして GameFi 分野への参入を開始しました。まずは第一弾として、PROJECT XENO というゲームプロジェクトに、ゲームの企画・開発・運用で参画しております。収益モデルはレベニューシェアとなります。GameFi につきましては、海外ではすでに数百万の DAU（デイリーアクティブユーザー）や、ゲーム内暗号資産の最大時価総額が 1 兆円を超えるようなメガヒットサービスも生まれており、ゲーム産業の注目を集めている分野です。私達が参画する PROJECT XENO は、e スポーツに適合できるくらい高いゲーム性でかつ、既存のビジネスモデルを覆すような、持続的な成長ができる play & earn のゲームを目指しており、将来的にはオフラインの世界大会も目標にしています。開発については順調に進捗しており、ローンチ前の重要マイルストーンである東京ゲームショーへの出展、暗号資産取引所への上場、オークション・セールの実施なども予定通りに進捗しております。マーケティングについても、すでに YouTuber ヒカルさんのアンバサダー就任や、格闘家のメイウェザー Jr. さんとのコラボなど積極的に展開していますが、さらに米国、韓国、東南アジア、中東などの各エリアに最適なアンバサダーやコラボを推進して世界的にマーケティングを行う予定になっています。

また、PROJECT XENO に続く GameFi の第二弾、第三弾としてオリジナルゲーム「エレメンタルストーリーワールド」および gumi 社との共同開発プロジェクトの発表も行っておりま



す。現在は企画段階ですが、こちらも順調に進捗しております。

GameFi 分野への参入はクルーズにとって初めてのチャレンジであり、未知数ではありますが、これらの高い目標を実現するために、当社が今までゲーム開発で培ってきたノウハウを結集して、魅力的で、クオリティの高いゲームを提供すべく鋭意開発中であり、私も大いに期待しております。GameFi に関する情報については、適宜必要に応じてプレスリリースを出させていただきます。

SHOPLIST 事業は、取扱高の回復に時間がかかっていますが、前述の各種施策で取扱高を回復させていきたいと考えております。また、今後の主軸として注力する事業は、ランク王と GameFi 分野になります。特に GameFi 分野のブロックチェーンゲームについては、国内だけでなくグローバルな市場であり、将来的に大きな利益をもたらす可能性があるため、当社が今までゲーム開発で培ってきたノウハウ等を総動員して、その成功確度を高めていきたいと考えております。

クルーズグループとして、今後の第二、第三の柱となる事業を生み出すべく、既存事業への投資及び新規事業のチャレンジを継続してまいります。

2023年2月9日現在

小淵 宏二