



extreme

会社説明会資料

株式会社エクストリーム
(証券コード：6033)

2014年12月

当社の概要

株式会社エクストリームとは

当社は

タレント性を有するクリエイター・エンジニアを
抱える**プロダクション**です。

そして当社は

エンターテインメント業界の発展を支える
クリエイティブカンパニーです。

会社概要

会社名	株式会社エクストリーム（英訳名 EXTREME CO., LTD）
設立	2005年5月
本社	東京都豊島区池袋二丁目51番13号
代表者	代表取締役社長CEO 佐藤 昌平
資本金	100百万円
従業員数	204名（2014年3月）
事業内容	ゲーム・デジタルコンテンツなどの企画・開発業務

【企業コンセプト】

まじめに面白いを**創**る会社。未来の楽しいを**造**る会社。

【行動指針】

スピード × **クオリティ** × **チャレンジ**

事業内容

セグメント別売上構成

ソリューション事業

法人向けにゲームなどの
エンターテインメントソフトウェア
開発サービスを提供

1 人材ソリューションサービス

2 受託開発サービス

76%
10.0億円

[2014年3月期]
売上高
13.3億円

24%
3.26億円

コンテンツプロパティ事業

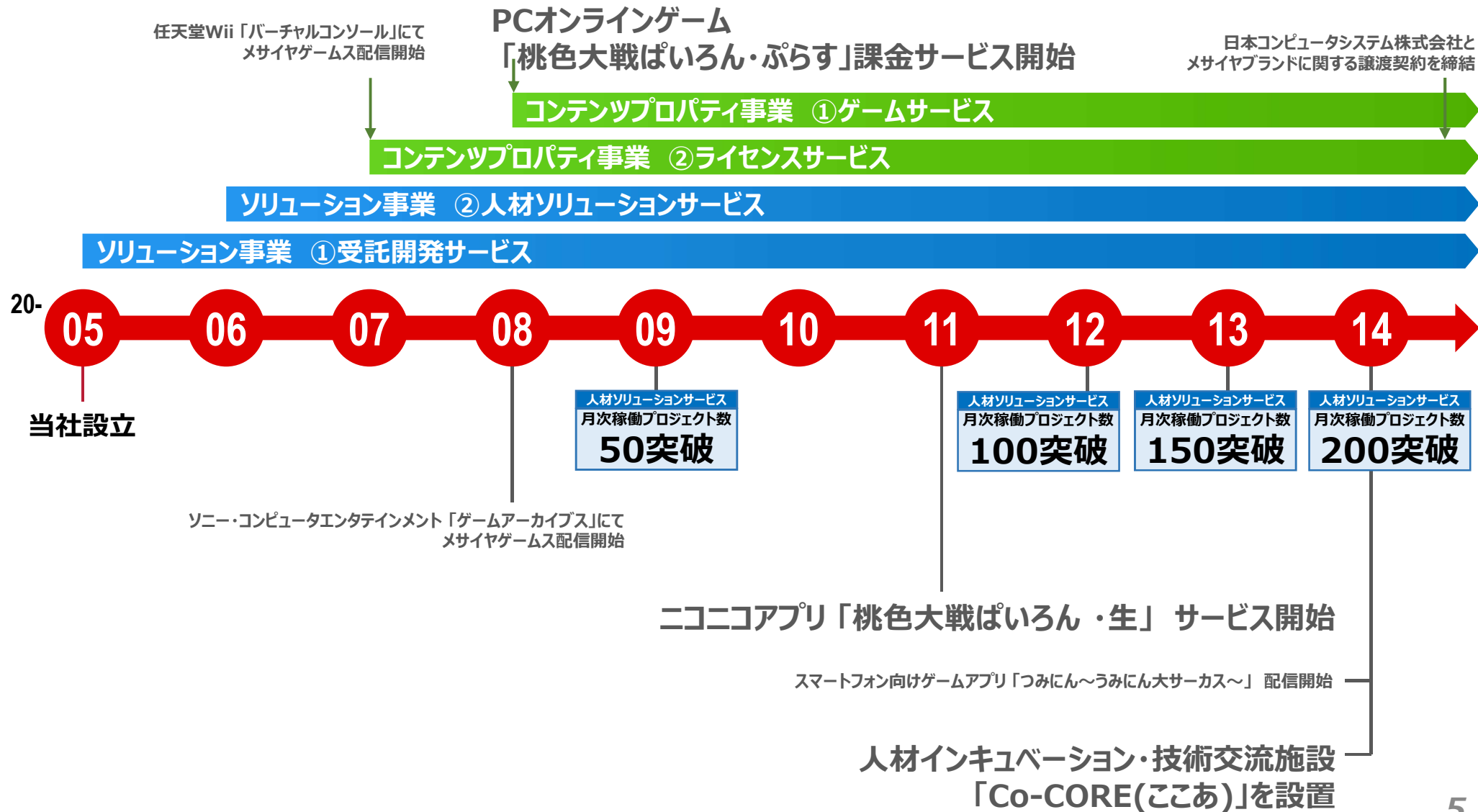
個人向けにPCオンライン、スマートフォンなどの
ゲームサービスを提供

1 ゲームサービス

2 ライセンスサービス

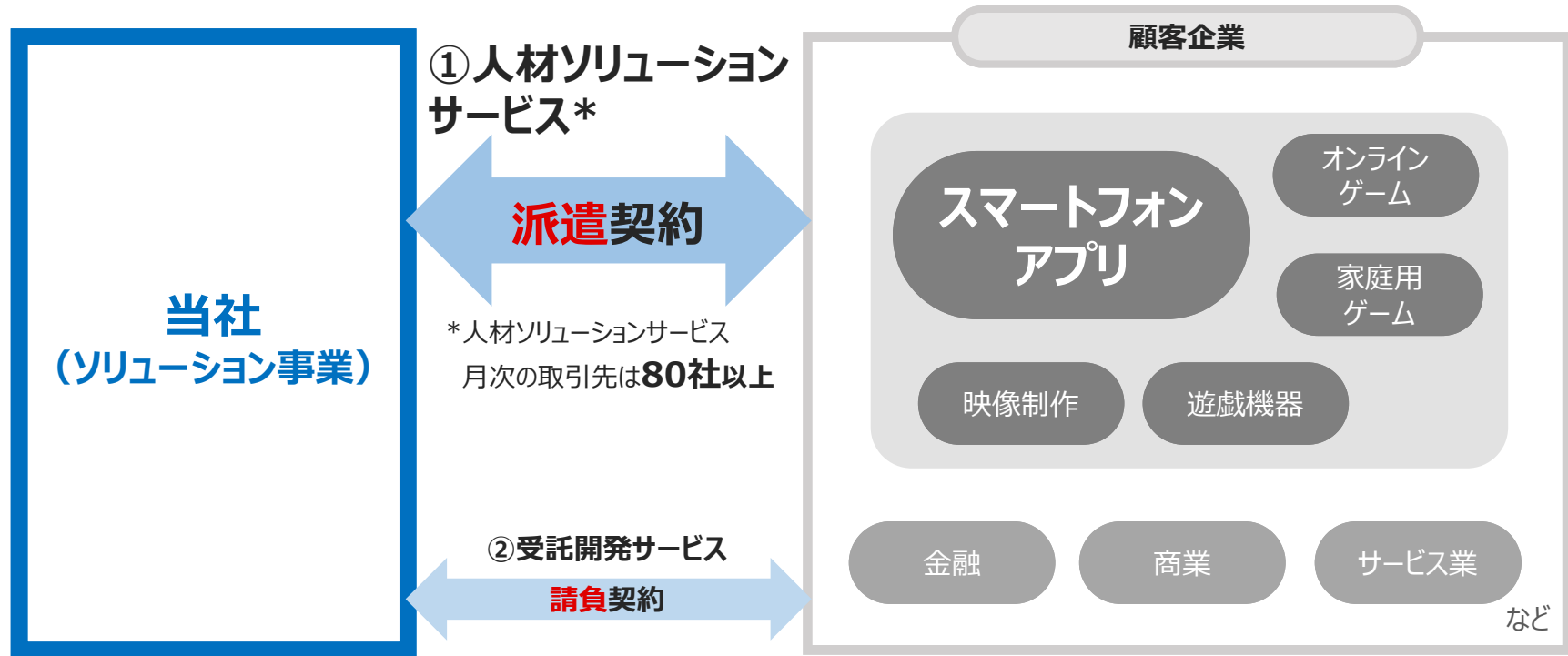
3 協業開発サービス

沿革



事業紹介 / ソリューション事業

開発、設計・企画プランニングスキルを有する当社社員が
顧客企業のプロジェクトに参画し、開発業務を行う



事業紹介 / コンテツプロパティ事業

PC・スマホ向けゲームの企画・開発・運営や、
ゲームキャラクター等の使用許諾、
協業スタイルでの他社とのゲーム開発や運用を行う

【ゲームサービス】

【ライセンスサービス】

PC自社プラットフォーム向け



PC他社プラットフォーム向け



PC他社プラットフォーム向け



スマートフォンネイティブアプリ

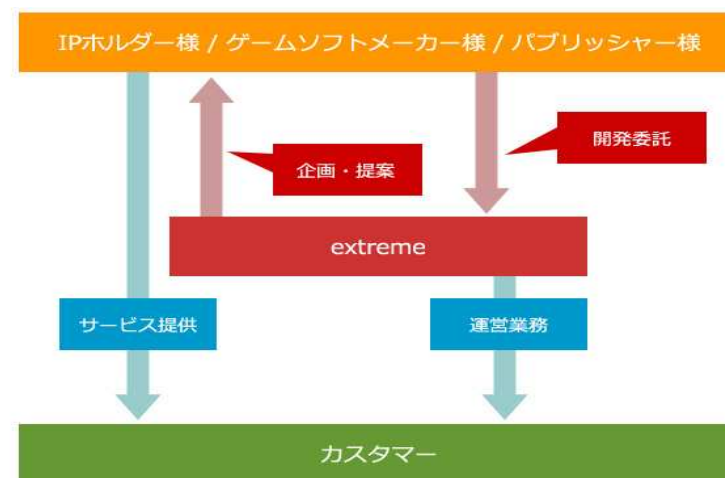
◎ マルチユース戦略

- ・フィギュア
- ・ライトノベル (小説)
- ・ラジオドラマCD など



【協業開発サービス】

※ 協業モデルの一例

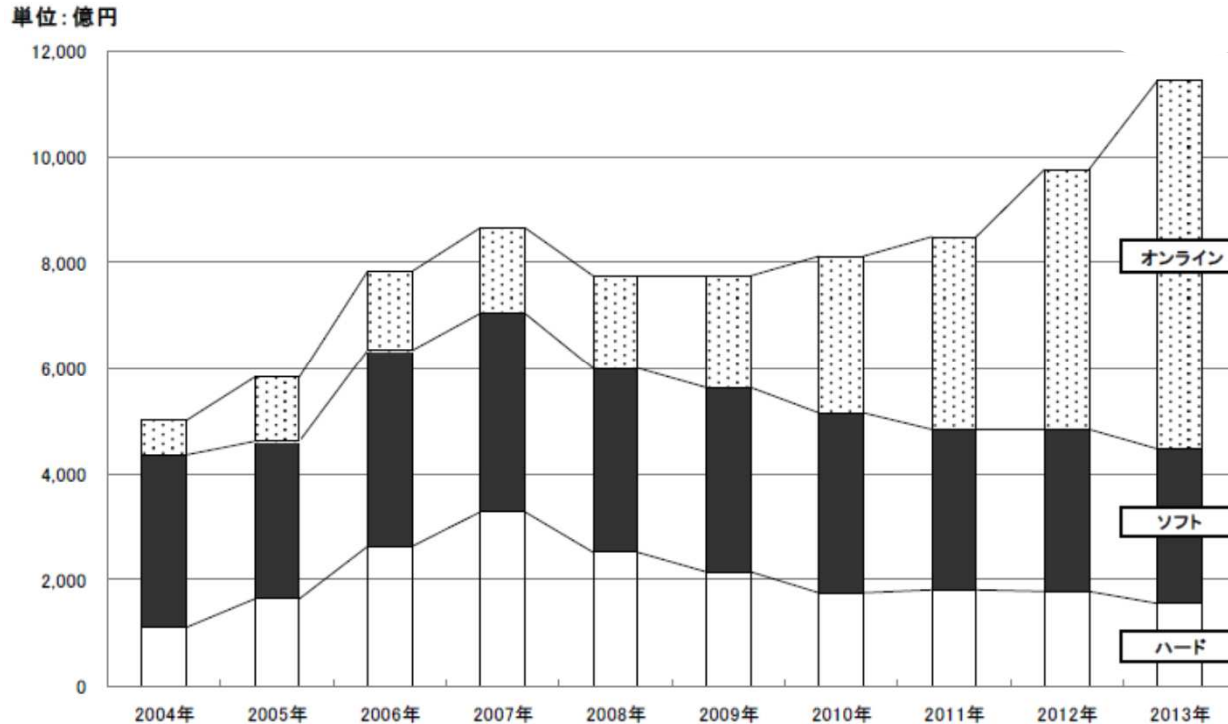


市場動向

市場動向 1/2

国内ゲーム産業の市場規模

1.1兆円
(2013年度)



(出所) ファミ通ゲーム白書2014

- スマートフォンゲーム市場は、2013年度に国内ゲーム市場全体の5割超え
⇒ 2016年度には8,000億円規模となる予想
(出所: CyberZ/シード・プランニング共同調べ)
- 世界ゲーム市場(2013年度)は7.6兆円
⇒ 2017年度には1.5倍の11.6兆円となる予想
(出所: フランスIDATE社調査)

市場動向 2/2

スマートフォンゲーム市場の動向

拡大が期待される市場で成長するため、
プロフェッショナル集団に対するアウトソーシング需要の増加が予想される

スマートフォンの高機能化

開発費の増大

プレイヤーの相次ぐ参入

ゲームの魅力の維持・強化

⇒**多大な運営費が継続的に必要**

ユーザーの確保

⇒**莫大な広告宣伝費が必要**

1タイトル当たりの
トータル費用膨張
(**事業リスク拡大**)

プロフェッショナル
集団への
アウトソーシング
需要増加が
予想される

当社の特長・強み

インベストメント・ハイライト

① 高い人材力(独自スキルのクリエイター・エンジニア)

② クリエイター&エンジニア プロダクション

③ 事業間シナジーを生む事業運営体制

① 高い人材力 1/2

タレント性* の高いクリエイティブなエンジニア集団の創出



*タレント性…視覚表現力や演出力などクリエイティブな開発スキル

① 高い人材力 2/2

クリエイター＆エンジニアを 持続的に強化・拡充していくことができる人材養成システム

① 教育・研修システム

- プログラマー、映像オーサライザー等の教育カリキュラム
- ビジネスリーダー養成プロジェクトの開催

② 人材インキュベーションシステム

技術交流施設「Co-CORE」*(ここあ)

- 研修用機材として各種開発用機材を導入・設置
- 社員が自主開催する研修への活用

↓
社員の開発スキル向上、社員間の技術・情報の交流

*「Co-CORE」の意味

- ① Co(会社)のCORE(中心)
- ② Co(個)がCORE(会社の中心)



② クリエイター & エンジニア プロダクション 1/2

通常の登録型派遣会社とは異なり、タレント性や独自スキルを持った人材を柔軟に供給することができる = 競合他社が少ない

【当社の人材活用モデル】

当社社員 = タレント
(クリエイター & エンジニア)

当社 = プロダクション
≠ 登録型派遣会社

- クリエイター & エンジニアは、社員として当社に在籍
➡ 一人ひとり異なる技術技能を持つ、いわば「タレント」
- 当社は「タレント」(=社員) の技術技能、クリエイティブ性を磨き上げることを通じて、顧客企業のニーズに対応

【登録型派遣会社の場合】

登録者 ≠ 社員

- より多くの登録者を集めることで、顧客企業のニーズに対応
- 登録者は、案件の紹介連絡を待ち、仕事がないと待機の状態が続く

② クリエイター & エンジニア プロダクション 2/2

成長市場であるスマホ向けゲーム企業を中心に、スピーディーかつ適切なソリューションを提供し、Win-Winの関係を構築

強み

1

企画・仕様の変更が常時行われる現場でのスピーディーな対応が可能

【ソリューション事業 ビジネスモデル図】

顧客企業

常駐型開発
(派遣契約)

当社社員
(クリエイター & エンジニア)

「人材力」を高める
独自の制度・施策

人材養成
システム

福利厚生

インセンティブ
制度

4

常に顧客企業の身近で営業的視点を持って接することで新たな案件開拓につながる

* 登録型派遣との最大の違い

2

人材の高いタレント性に基づいた顧客満足度の高いマッチングを実現

3

人材の質的向上、モチベーションの向上、陣容の拡大による提案力・競争力の強化

5

多数の取引先で幅広い業務経験が可能であり、豊富な経験によって技術技能も持続的に向上

3 事業間シナジーを生む事業運営体制

【成功事例】「桃色大戦ぱいろん」シリーズ

⇒ 市場として新たにオタクカルチャー層の開拓に成功

ソリューション事業において培った企画力、技術力、デザイン力、販売力、運営力といった要素の複合的作用

【麻雀ゲーム】
テーブルゲームとして
完成されたジャンル

+ 『萌え』

新規性・オリジナリティ
を有する
【麻雀ゲーム】

◆登場キャラクターを逐次追加



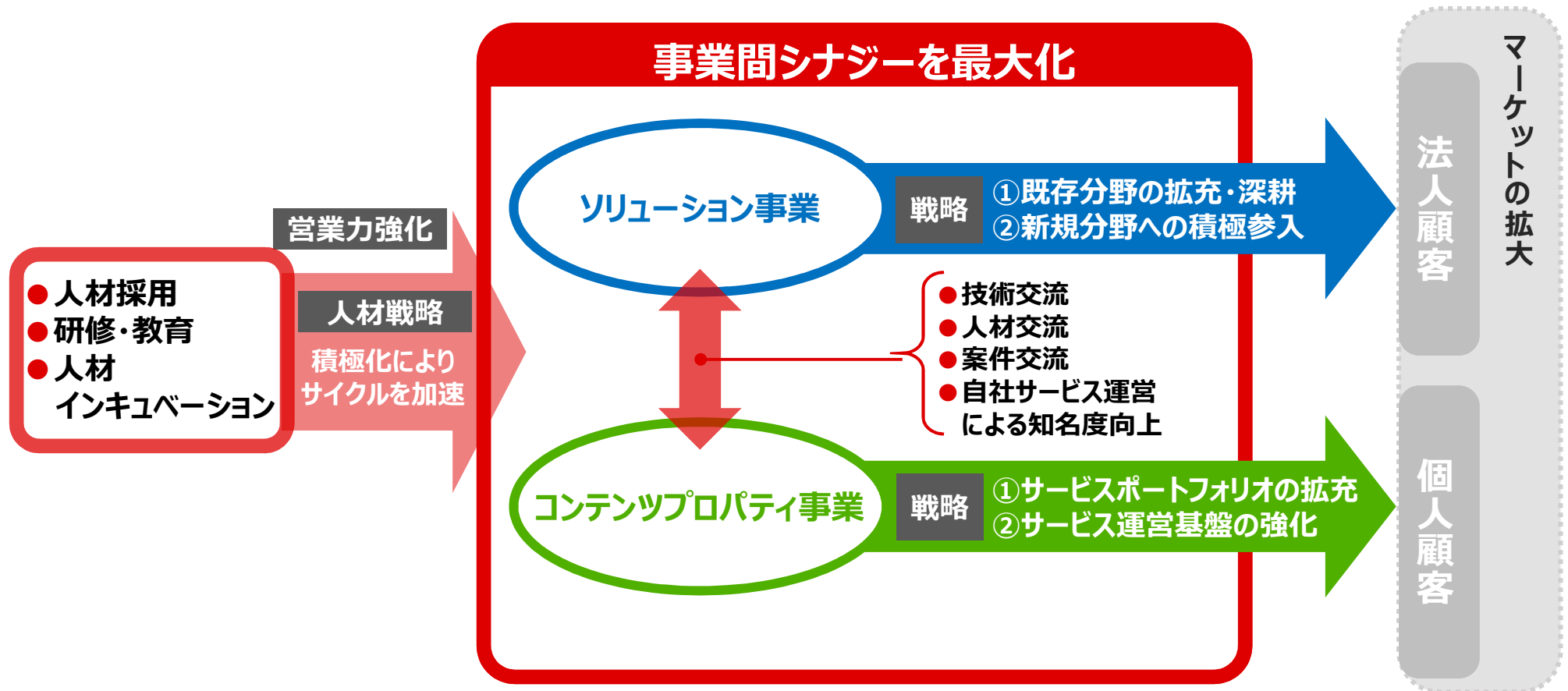
◆キャラクターボイスに人気声優を積極的に起用

サービス開始後 5年超を経過
もゲーム寿命を維持

成長戦略

成長戦略 全体像

事業間シナジーの最大化を通じた売上・利益成長の実現を目指す



ソリューション事業の戦略 1/2

戦略 ①

既存分野の拡充・深耕

- 主力のエンターテインメントサービス提供企業に対する売上規模拡大

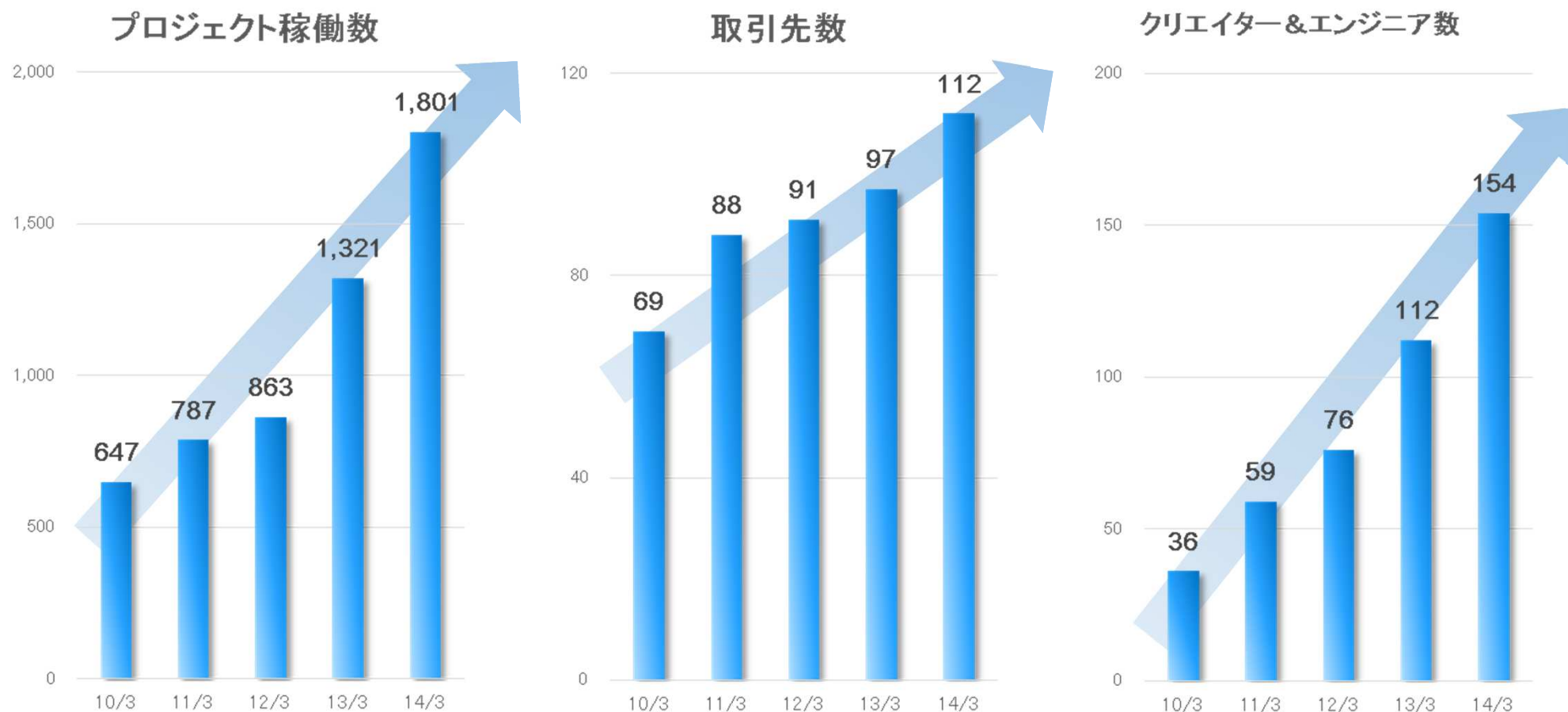
戦略 ②

新規分野への積極参入

- 当社の強みである“クリエイティブなスキル”が要求される分野への参入を積極化
 - ⇒ Eコマース等のインターネットサービス産業など

ソリューション事業の戦略 2/2

戦略推進により、事業拡大を加速



コンテンツプロパティ事業の戦略

戦略 ①

サービスポートフォリオの拡充

- スマートフォン、タブレット端末向けにもタイトル投入を積極化
- 独自性・新規性の高いタイトルの継続的企画・投入
 - ⇒ 部署を限定しない社内企画募集制度
 - ⇒ インセンティブ制度の整備
- 自社保有IPのマルチユース積極化により、収益機会を拡大

戦略 ②

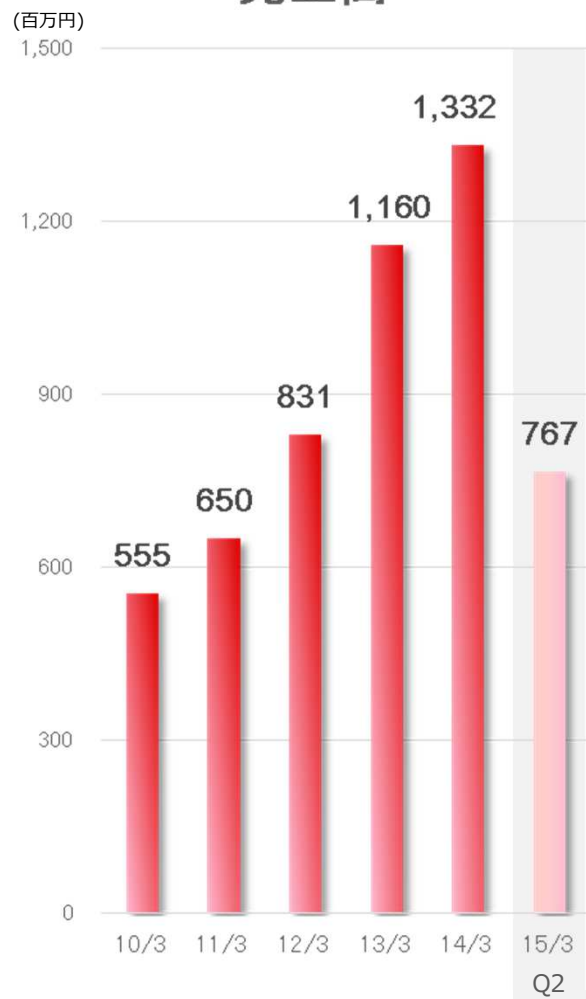
サービス運営基盤の強化

- 運営スタッフの教育、組織体制の強化を継続的に展開
 - ⇒ 消費者が満足する運営施策、サービス拡張、サポート等を高いレベルで維持

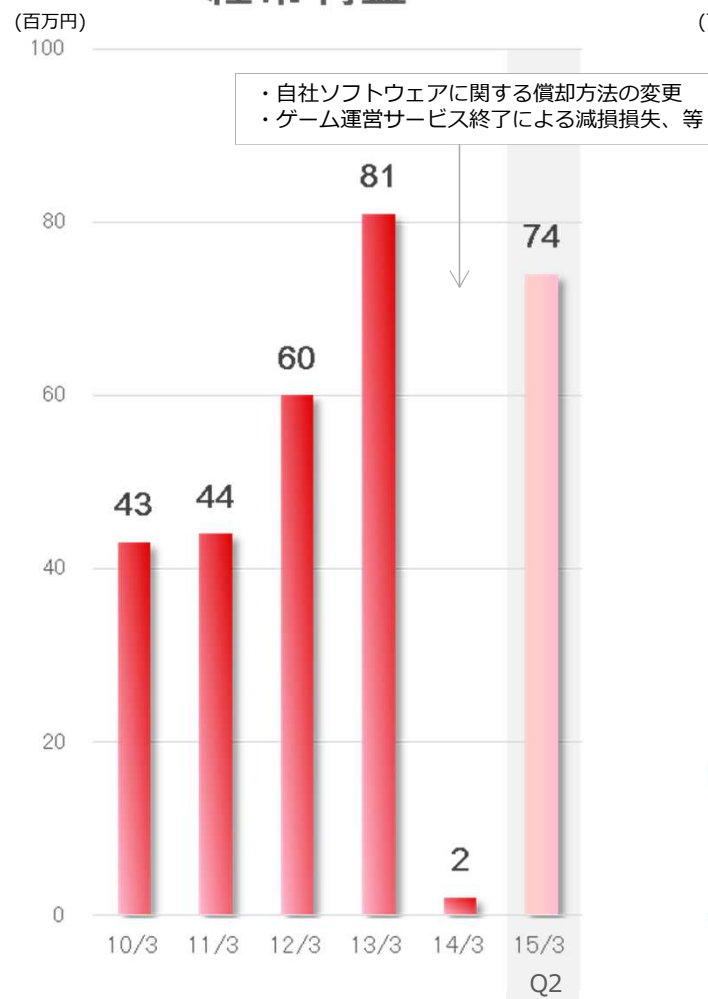
Appendix

近年の業績推移

売上高



経常利益



当期純利益

