



2022 年 8 月 5 日
株式会社ミクシィ

2023 年 3 月期 第 1 四半期決算説明会 質疑応答要約

- Q1 デジタルエンタメセグメントの 1 Q において、売上高が減収となっているものの、EBITDA が改善している要因は何か。
- A1 EBITDA は約 2 億円改善しているが、広告宣伝費が前年同期から 3 億円減少していることが主な要因である。決算説明資料の P28 にセグメント別の広告宣伝費が載っているので、そちらを参照して頂きたい。
- Q2 デジタルエンタメセグメントの 2 Q 以降の動向はどうなるのか。モンスター中心に、どんな施策をしていてどんな見通しを立てているのか教えて欲しい。
- A2 7 月は、先ほど説明会資料でご紹介した XFLAG PARK のオフラインイベント開催によりユーザーの盛り上がりを作り上げてきた。その後、アニメ「ジョジョの奇妙な冒険 ストーンオーシャン」とのコラボを実施した。また、先日発表した映画「ONE PIECE FILM RED」とのコラボもしっかり盛り上げていきたい。なお、例年通り 10 月には 9 周年イベントがあるのでしっかり取り組んでいきたい。
- Q3 FC 東京を連結することで、業績以外のブランド価値やイメージの向上など、どういった成果があったのか。
- A3 チームのユニフォームの胸部分に、以前は「XFLAG」というゲームのブランドのロゴを掲載していたが、コーポレートブランドのリニューアルに合わせて「MIXI」のコーポレートロゴを掲げさせて頂くようになった。多くのサッカーファンの方々に「MIXI」のロゴを目にして頂く機会が増えると考えている。
- Q4 FC 東京の運営にミクシィ社が関わることで、チームづくりに貢献するという期待があったかと思うが、具体的な施策はあるか。
- A4 今期より筆頭株主として、当社社員が出向という形でチームに参画し、経営と一緒に進めている。チームとしては新たにアルベル監督を招聘した。試合会場にご来場頂く、もしくはご視聴頂くサポーターの皆様に、サッカーの試合自体も価値を上げて、より楽しんで頂けるエンターテインメントを提供していきたい。

Q5 TIPSTAR に関して、コストの最適化を進めつつ GMV が拡大した。UX が改善した結果であると考えているが、会社としてはどのように評価しているか。今後の拡大方法も含めて今の手ごたえを教えてください。

A5 TIPSTAR についてはリニューアルも含めてユーザーに遊んで頂く体験を強化しており、その中で、一人当たりの参加レース数の増加が GMV の拡大につながっている。今後は、ユーザーの皆様で集まって楽しんで頂けるよう、ソーシャライズを強化していくことでユーザー数の拡大を狙っていきたいと考えている。

Q6 TIPSTAR は、引き続きコスト最適化を続けながら、ユーザー数を拡大することが当面の目標なのか。

A6 コストコントロールは継続していく。但し、ソーシャライズの強化により友人間での招待などの傾向が強くなってくると判断できれば、そこを更に加速させるためにマーケティング費用をかけていくという選択肢も出てくると思うので、そういった状況に持って行けるよう KPI を改善していきたい。

Q7 投資事業において、アルム社を 7 月に売却したとのことだが、どの程度の業績インパクトになるか？

A7 アルム社の株式売却に関しては、先方の資本政策等の動きに伴うもので、7 月に売却を行った。現時点では詳細な回答を控えさせて頂いている。

Q8 1Q における TIPSTAR の UI 変更により、映像配信費用が減り損益改善に結びついている側面がある。今度のコスト構造も含めて、スポーツセグメントが収益を拡大していくフェーズに入るのがいつごろになるか教えて欲しい。

A8 スポーツセグメントの費用について、決算説明資料の P28 を参照頂きたい。外注費（原価）については、前期（FY22）の 4Q はチャリロトの一時的な売上に伴う費用が計上されていたと以前ご説明させて頂いていたが、今回 1Q に関しても同水準となっている。これは、ご指摘頂いた通り TIPSTAR でのコスト削減があるものの、FC 東京の連結に伴い、選手人件費などが加算されているためである。従って外注費の部分はベースで増加している。広告宣伝費については前年同期と同水準だが、本来は GMV に応じて拡大する部分があると考えている。現在、TIPSTAR については広告宣伝費を含めた形で粗利をモニタリングしながらコントロールしている。今後、前述の KPI の改善が見られれば、マーケティング費用を更に投下していくことも考えられるので、そのような要因で多少変動していくと考えて頂きたい。

Q9 今期は育成の期であり来期が収穫期の事だが、今回（FY23 1Q）開示がないものの、前回（FY22 4Q）注力していくとしていた DAZN 社との NFT の取組みなど、定性的でも構わないので、進捗状況を教えてほしい。

A9 スポーツ特化型 NFT マーケットプレイスの DAZN MOMENTS につきましては、前回もお話したセカンダリーマーケットの準備を丁寧に進めている。そのほか、説明会資料で開示している部分もあるが、ライフスタイルセグメントの「家族アルバム みてね」に関しては順調に国内マネタイズも海外のユーザー拡大も進んでいる状況である。スポーツセグメントについては FC 東京、千葉ジェッツなど当初の想定通り進んでいる。デジタルエンタメセグメントについては、今期、モンスターシリーズを複数本リリースする予定だが、現在はその成長に注力しているという状況である。

以上