

2022 年 3 月期 1Q 決算説明会 質疑応答要約

- Q1 チャリロトおよび TIPSTAR の、EBITDA ベースでの現在の損益状況を教えて欲しい。
また、黒字化するタイミングはいつ頃を想定しているか、将来的にどれくらいの規模を目指しているのか教えてほしい。
- A1 スポーツセグメントの利益の推移については決算説明会資料 25 ページ記載の通り、1Q は 6 億円の赤字（EBITDA）である。TIPSTAR の今後については、更なる機能改修が完了した段階でマーケティングを加速したいと考えており、1Q に比べてもう一段赤字を踏み込んで、売上の成長をつくりに行く。また将来的な収益については、前期末決算にてお伝えしたとおり 3 年以内の黒字化を目指しており、今期はそれに向けてしっかり売上を伸ばしていく方針である。
- Q2 TIPSTAR については、昨年度の 3Q から GMV は微減となっているか。また、今後どういったタイミングで広告投資を増やしていくのか。
- A2 TIPSTAR の GMV は前期の 3Q から見ると、前期 4Q、今期 1Q とマーケティングを控えており、微減から横ばいで推移している。マーケティングを加速するタイミングについては、今年 7 月のマルチプレイ機能追加により友だちと遊べる機能の実装後足元の数字に手応えもあるものの、現状ベッティング機能に若干不足している点があるため、その点をアップデートしてからと考えている。つまり、マーケティングした際にユーザーを受け止められる準備ができた段階で、マーケティングを加速していく方針である。
- Q3 通期業績予想の進捗について、売上は概ねインラインであり、利益についてはこれからコストを使う予定のため進捗が進んでいるとのことだが、それでも利益が多すぎるのではないか。売上はインラインにも関わらず、利益は上振れている要因は何か。あるいは、利益も予定通りといえるのか。
- A3 利益も予定通りである。TIPSTAR のリニューアルを進めているため 1Q はマーケティングを抑えており、ほぼ予定通りである。ただし通期業績は様々な要因で変動するため、昨年同様、適宜業績の見直しは行っていく。

- Q4 デジタルエンターテインメントセグメントについて、モンスターストライクのピークアウト後減少していた売上が直近では横ばいとなっている。下げ止まってからの直近2-3年、MAU、ARPUなどKPIはどのように変化しているか。
- A4 決算資料 19 ページにデジタルエンターテインメントセグメントの売上推移を記載している。FY2020の4Qに鬼滅の刃とのコラボでMAU、ARPUが共に上がり、売上が増加した。FY2021はその時高まったMAUをベースに高い水準で1Qが始まっている。今期、FY2022はその影響がない。なお前期末の決算発表の際にもこの影響によりMAU予測を若干弱めに見ていると説明したが、現状としては概ねその予測の範囲で推移している。
- Q5 チャリロト、TIPSTAR、みてねは、ポラティリティはあるものの右肩上がりに見える。市場規模も勘案して、どの程度の規模まで安定成長が出来るのか教えてほしい。
- A5 前期末の決算説明会資料にて、中期経営方針を出しており、その資料 33 ページで事業ポートフォリオの拡大イメージを示している。スポーツとライフスタイル共に継続的に伸ばしていきたいという方針を示しており、参照して欲しい。
- Q6 TIPSTAR について、今後どのような媒体に広告を出稿する方針か。YouTube や Twitter でよく見かけるが、今後マーケティングのアクセルを踏む次の段階では、TVCMなども考えているのか。また現状、SNS 広告に偏って出稿しているのはなぜか。
- A6 デジタル広告は、サービスと相性の良い媒体を調査しながら出稿している。TIPSTAR もさまざまな媒体の効果やクリエイティブを試している状況である。TIPSTAR はこれまでに競輪を体験してない人にも受け入れられているサービスなので、そのような層への訴求も考えており、TVCMなどのマス広告も視野に入れて準備していきたい。
- Q7 競輪関連サービスにおいて、競馬と同様に「専門家の予想販売」といった、「GMVを基に収益を得る」以外の収益方法も考えているか。
- A7 TIPSTAR では出演しているタレントや一般ユーザーが予想を公開する機能があるため、予想の販売は予定していない。一方で、グループ会社の netkeirin というサービスでは、競馬における netkeiba.com と同様に、競輪の予想を販売しており、ミクシィグループとしては両輪での収益を考えている。

以上