



mixi
G R O U P



ミクシグループ
アニュアルレポート 2018
2018年3月期

moving forward

はじめに

当社連結子会社である株式会社フンザにおける一連の騒動に関し、サービスをご利用いただいているお客さまや株主の皆さまをはじめ、多くのステークホルダーの皆さまに多大なご心配とご迷惑をおかけする事態となりましたことを、深くお詫び申し上げます。

当社グループは、新たに代表取締役社長に就任いたしました私、木村こうきを中心に、管理担当取締役の選任および社外取締役の増員を含む取締役体制の刷新を行い、執行役員制度を導入するなど、強化した経営および業務執行体制のもと、事業の拡大を目指してまいります。

今後、当社グループは「コミュニケーションサービス」に経営資源を集中させ、皆さまに喜んでいただけるサービスを提供するとともに、私たちにしか成し得ない成長を目指すことで信頼を回復し、企業として発展していけるよう努めてまいりますので、引き続きご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

株式会社ミクシィ
代表取締役社長執行役員

木村 こうき



bundle



5つの展開事業領域と主要サービス



コミュニケーションに徹底的にこだわる
それがミクシィグループの誇り

私たちは、家族・友人・知人に「紹介しやすい仕掛け」を組み込んだ「紹介したくなるサービス」を提供し、成長を遂げてきました。それを最も体現しているのがSNS「mixi」であり、スマートフォンゲームアプリ「モンスターストライク」です。これらのサービスには、コミュニケーションに徹底的にこだわるという私たちの熱い想いが込められています。

ミクシィグループはさらなる成長を目指し、事業ドメインを「コミュニケーションサービス」と再定義しました。それに基づき、新たに設定した「デジタルエンターテインメント」「ライブエクスペリエンス」「メディア」「スポーツ」「ウェルネス」の5領域に経営資源を集中させ、事業を展開していきます。

目次

5つの展開事業領域と主要サービス 5

ステークホルダーの皆さまへ 6

新事業体制 12

 デジタルエンターテインメント領域、
 ライブエクスペリエンス領域 13

 メディア領域 16

 スポーツ領域、ウェルネス領域 17

財務ハイライト 20

ミクシィグループの財務戦略 21

コーポレート・ガバナンス 28

 取締役および監査役 31

 事業などのリスク 32

沿革 34

主要グループ会社と主なサービス 35

主なサービスの事業モデルおよび実績 36

ミクシィグループが果たす社会的責任 38

投資家情報 39

見通しに関する注意事項
この報告書は、当社グループの計画、見通し、戦略、業績などに関する将来の見通しを含んでいます。この見通しは、現在入手可能な情報から得られた判断に基づいています。したがって、実際の業績は、様々なリスクや不確実性の影響を受けるものであり、これらの見通しとは大きく異なる結果となることがあることをご承知おきください。将来の見通しに影響を与える要素には、当社グループの事業領域を取り巻く経済環境、商品・サービスの開発状況の変化、為替レートの変動などがあります。ただし、見通しに影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。
注: この報告書の内容は、2018年3月期(2017年4月1日～2018年3月31日)の実績に基づいています。(ただし、2018年4月以降の情報を含みます)



株式会社ミクシィ
代表取締役社長執行役員
木村 こうき

ステークホルダーの皆さまへ

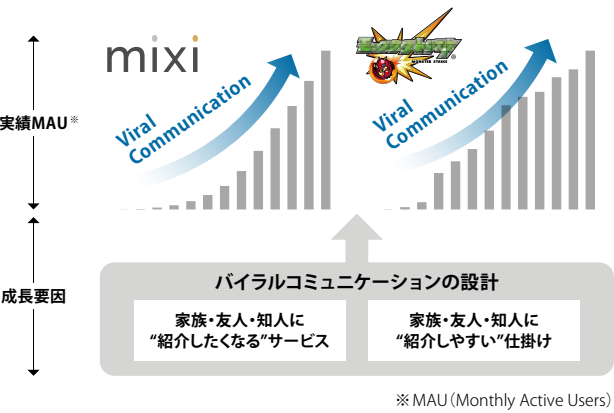
攻守を両立した組織体制のもと
指数関数的に成長する「コミュニケーションサービス」を創造

事業ドメインの定義
バイラルコミュニケーションの知見を活かす

当社グループは2019年3月期を迎えるにあたり、事業ドメインを再定義いたしました。私たちは今まで、いくつかの新規事業を同時に立ち上げて推進してきましたが、そのすべてが自社の強みを最大限に活かせる領域への投資というわけではありませんでした。

過去10年を振り返ると、当社グループの成長はSNS「mixi」と「モンスターストライク」が中心となって支えてきました。この2つの成功は無関係のように見えますが、共通点があります。いずれも、家族・友人・知人間の口コミ「バイラルコミュニケーション」によって、あるタイミングから急激に右肩上がりとなる、指数関数的なユーザーの増加を引き起こす特徴を持たせたサービスだという点です。私たちは、SNS「mixi」と「モンスター」の成功を生み出したバイラルコミュニケーションの設計力を活かせるビジネスに経営資源を集中すべく、あらためて事業ドメインを「コミュニケーションサービス」と定義しました。

バイラルコミュニケーションが
指数関数的なユーザー増加をもたらす



事業ドメインにおける優位性
人材力と組織力が指数関数的な成長を生み出す

「コミュニケーションサービス」の展開にあたって当社グループは、人材の「モチベーション」、組織の「ケイパビリティ（能力）」、サービスの「収益性」といった3つの優位性を持っています。

当社グループには、SNS「mixi」や「モンスター」の成長とともに、「多くの人に、仲間と一緒に楽しんでもらえるサービスをつくりたい」という情熱を持った優秀な人材が集まってきました。コミュニケーションサービスは、彼らが高い「モチベーション」と共に取り組むことができる領域です。

組織の「ケイパビリティ」も、コミュニケーションサービスを追求するうえでの強みとなります。当社グループはSNS「mixi」を通して、親しい家族や友人から発信される情報の価値やその拡散方法について、膨大なデータと知見を蓄積しています。またエンターテインメント関連事業分野を通して「誰かに伝えたい」というノハウを積み上げてきています。併せてキャラクターデザイン・動画・アニメ・ゲームの製作者、多数のフォロワーを獲得できる高い専門能力を持つチームや人材を保有しています。さらに負荷対策を担う強力なサーバーエンジニア陣を養成し、バイラルコミュニケーションが引き起こす爆発的なサービスの拡大に対応できる体制が整っています。

ミクシィグループが培ってきた人材と組織は、バイラルコミュニケーションを広げて「共感消費」を生み出します。そしてそれはSNS「mixi」や「モンスター」と同様に指数関数的な成長カーブを描く高い「収益性」を持ったサービスにつながります。

5領域の展開事業

シナジーを重視しながら新事業に進出

当社グループでは、事業ドメインを「コミュニケーションサービス」とすると同時に、事業間のシナジーを重視しながら、経営資源を集中する5つの領域「デジタルエンターテインメント」「ライブエクスペリエンス」「メディア」「スポーツ」「ウェルネス」を設定しました。

このうちスポーツとウェルネスは、従来の事業セグメントであるエンターテインメント事業、メディアプラットフォーム事業では明確化されていなかった領域ですが、いずれも私たちの強みを活かせる市場性の高い分野として開拓していきます。

スポーツは、政府の「日本再興戦略 2016」において2025年に市場規模15兆円への拡大が見込まれるとされた有望市場です。「ミクシィグループはスポーツビジネスを展開するのだ」「スポーツビジネスで新しいビジネスモデルをつくっていくのだ」というメッセージを強く打ち出したいという想いから、一つの独立した存在として切り分けましたが、「お客さまを集めて盛り上がってもらおう」という点で、我々が得意とするライブエクスペリエンスに近いものです。

また、ウェルネスの領域は、家族向け写真・動画共有アプリ「家族アルバム みてね」で培った、家族間のコミュニケーションをつくりだすナレッジを活かしていきます。先進国のなかでも圧倒的に高齢化が進む日本で、高齢者と家族を、健康を軸につなぐ事業を確立し、いずれは海外にも展開していきたいと考えています。

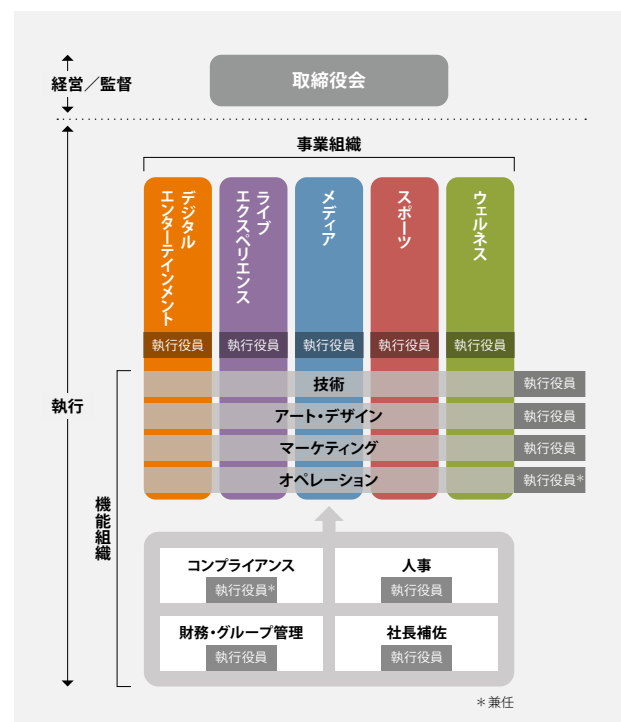
当社グループでは、テーマ別に設置したいいくつかのコミッティによって、サービス向上や事業間のシナジー獲得を目指した議論を行っています。例えばエンターテインメント領域を対象とするコミッティでは、ライブエクスペリエンスとゲーム、アニメ、ショッピングといった既存のサービスに、新たな事業であるスポーツを付加するとどうなるか、という議論を行っています。

新組織体制の狙い

「“攻め”と“守り”のバランス」「多様性」を強化

当社グループは今回、「事業ドメインの定義」と併せて、それを推進していくための「組織体制の再構築」を行い、縦軸に事業組織、横軸に機能組織を置いたマトリクス型組織としました。これにより5つの事業すべてにおいて、ミクシィグループの強みであるバイラルマーケティングのマーケティング力、アート・デザインのスキル、あるいは指数関数的な成長を支える技術力が発揮できるようになります。また事業組織を横断する形で、グループ全体のガバナンス、人材や資金など経営資源の管理体制も構築しています。

新たな事業体制と執行体制



新組織体制では、新たに執行役員制を導入するとともに取締役会の構成の変革を行いました。縦軸・横軸となる各組織に置いた執行役員12名がスピーディな意思決定を行い、それを多様なメンバーから構成された取締役会が監督する体制を敷いています。

従来の取締役会は、事業の執行など“攻め”を担うメンバーが大半でしたが、コンプライアンス、財務・グループ管理など、“守り”を担うメンバーの割合を増やしました。さらに、透明性と客観性を高めるために、新任の社外取締役を加えました。“攻め”と“守り”のバランスがとれた構成のもと、各取締役が互いの管掌領域に縛られることなく、牽制や議論が行える環境が整いました。

新組織体制において私は、代表取締役と執行役員を兼務していますが、事業感覚を持ったトップとして経営の舵を取り、皆さまの期待に応えていきます。

2019年3月期の取り組み

モンスト5周年を成功させ国民的IP化へ

2019年3月期の大きなテーマは、主力タイトル「モンスト」の5周年をいかに成長に結び付けるか、ということです。2016年の3周年では、各種施策の積極的な展開により強大な競合サービスの圧力をはね返して再成長を実現することができました。5周年においても、「モンスト」にイノベーションを起こし、目標とする「モンストの国民的IP化」へのステップとしたいと思います。具体的には、「プレイ環境を変えるリニューアル」「YouTubeアニメや劇場版アニメの公開」のほか、世間の話題となるようなマーケティング施策を積みかけていきます。また「モンスト」以外の新たなIPの創出にも努めていきます。

メディア事業については、成長の兆しが見えたサービスに投資し、アクティブユーザー数の指数関数的な増加を目指していきます。

スポーツやウェルネスなどの新規系事業に関しては、成果が出るまでに一定の時間を要しますが、将来性の大きな分野ですので、中期的なスパンを見据えながら取り組みを続けたいと考えています。

ステークホルダーの皆さまへ

ホームランを打ち続けるために、企業の体幹を鍛える

これまでの当社グループは、ホームランを狙って大胆にチャレンジする企業グループとして歩んできました。SNS「mixi」「モンスト」といった事業は、未踏の領域を開拓するというまさにチャレンジであり、それは強いベンチャー精神があったからこそ成し得たのだと思います。今後は、精神面に加えて、身体面、いうなれば体幹を鍛えて、よりしっかりとした土台をもとにホームランを打ち続ける企業グループになりたいと考えています。

私たちは、エンジニア、デザイナー、プランナーといったスタッフたちがワイワイと盛り上がりながら「ものづくり」をしてお客さまにとっても、楽しいサービスを創り出すという、ミクシィグループならではのスタンスを継承しながら、さらなる成長を目指します。

ステークホルダーの皆さまにおかれましては、引き続きご支援くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

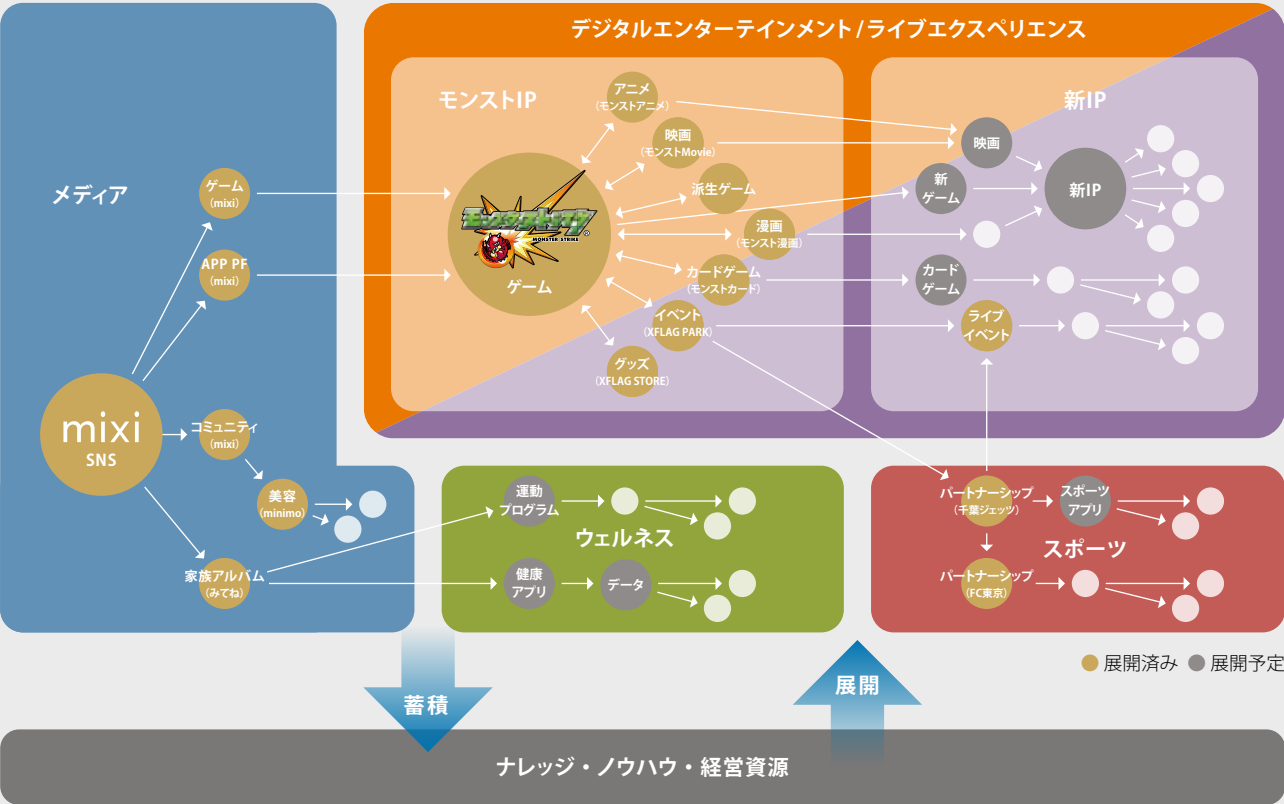
2018年7月
株式会社ミクシィ
代表取締役社長執行役員

木村こうき

picture



新事業体制



新たに展開を始めた5つの事業領域について
概要や主な施策をご説明します

当社グループは、SNS「mixi」で培われたナレッジやノウハウ、技術やデータの蓄積を通じ、親しい人間関係がもたらす豊かで楽しいコミュニケーションを熱いエネルギーに変換、さらに増幅し、拡散させる「バイラルコミュニケーション設計」という独自の手法により、事業展開の基礎を築いてきました。

この「バイラルコミュニケーション設計」が、「モンスターストライク」や「家族アルバム みてね」、「minimo」などのベースです。

近年は、「XFLAG」ブランドのもと、「モンスト」のIP化を進め、イベントやストア展開に注力しているほか、アニメや映画、YouTubeなどの動画、さらにマーチャндаイジング (MD) にも取り組みをを広げ、親しく身近な仲間たちがワイワイ楽しく盛り上げられる多様な場の提供を進めています。

さらに、新規事業のスポーツ領域では「モンスト」のイベントノウハウの活用により新サービスの創出を目指し、同じく新規のウェルネス領域でもメディア領域におけるコミュニケーションサービスのノウハウを活かし、健康に関心のある人々のコミュニケーション環境づくりに取り組んでいます。

このように当社グループでは、相互にシナジーを発揮できる5つの事業領域でナレッジやノウハウ、経営資源を蓄積し、それらを次の事業展開に活用することで、新たな事業の柱の創出を目指しています。

デジタルエンターテインメント領域
ライブエクスペリエンス領域

事業ドメインの再定義に基づき、2019年3月期より、エンターテインメントを担う組織を、デジタルエンターテインメント領域とライブエクスペリエンス領域に分けました。モノの消費から、体験・コトの消費へと消費者ニーズが大きく変化する現在、時代の変化を捉えて事業展開の加速を図り、各領域への戦略的事業投資を強化し、領域間のシナジー創出を目指します。

デジタルエンターテインメント領域

「モンストは、もはやゲームではない」と
すべての日本人に言わせたい！

デジタルエンターテインメント領域では、「モンスト」を核にしたスマホゲームアプリに加え、アニメや映画など「モンスト」のIPを活用した事業を展開しています。また、新体制のもと、「モンスト」の国民的IP化を目指しつつ、「モンスト」以外のIP開発に携わる組織の拡充を進め、新たなIPの開発も強化しています。

今後の重点施策のひとつは、「モンスト」のIP化を推進するためのマーケティング強化です。市場の現状認識は、残念ながら「モンスト」＝ゲームです。これを変えるには、大規模かつ長期にわたるゲーム運営を実現すること、アニメやグッズ、派生ゲームなどで「モンスト」をIPとした第2のホームランを実現し、マーケティング活動を通じてそれらの魅力をしっかりと発信することが不可欠です。簡単ではありませんが、行動を起こすべき重要な局面を迎えていると感じます。

「友だちや家族とワイワイ楽しめる“アドレナリン全開”のバトルエンターテインメントを創出し続ける」ことが「XFLAG」ブランドの使命です。「モンスト」の国民的IP化や、新たなIPの創出・育成を通じ、今までにない世界観を体験できる場を提供することで、長期的な成長に向け、安定した事業構造の構築を目指します。

ライブエクスペリエンス領域

独自コンテンツの開発・運用で
ポートフォリオを構築し多面的に展開

「お客さまのコア化回避」が、ライブエクスペリエンス領域が担う重要な役割のひとつです。お客さまがコア化すると一定収入を確保できるものの、新規顧客獲得は難しくなります。それを回避するために、新しい体験価値提供のためのコンテンツを独自に開発・運用し、イベントやアニメ、動画など多様な切り口で、お客さまが多角的に興味を持てるコンテンツポートフォリオの構築に注力しています。

ポートフォリオのうち、イベントや動画はユーザーとのつながりを深めるためのコンテンツマーケティング的要素が強く、収益事業になりにくい現状ですが、MDと店舗展開はすでに収益事業化が進んでいます。

例えば首都圏フラッグシップ店舗の「XFLAG STORE SHIBUYA」では、新規開店後1年間で約13万人のお客さまをお迎えしました。仲間でワイワイ盛り上がる共通体験の工夫を様々な場面に埋め込むことで、リピート率は50%を超えています。

現在、これまで培ったナレッジやノウハウをもとに、店舗展開の加速や独自の商品・サービス提供に取り組んでいますが、いずれIoT技術でリアルな体験を進化させて新しい遊びを開発するなど、エンターテインメント市場におけるこれまでにない新しい価値の創造にチャレンジしたいと考えています。

取締役
執行役員 (デジタルエンターテインメント領域)
多留 幸祐

執行役員 (ライブエクスペリエンス領域)
田村 征也

デジタルエンターテインメント領域と
ライブエクスペリエンス領域の融合

成長に向けた事業基盤・戦略の概要

エンターテインメントの分野で大きく成長を遂げるためには、集客の仕組みと利益創出事業という2つの要素が欠かせません。「スマホゲームアプリを核に、イベントや映画、アニメの多面展開による集客のほか、お客さまとの接点を増やすことを通じIPとして育成→それを、ゲーム課金だけでなく、チケット販売やMD、EC・店舗運営などの利益創出事業に展開して収益を生む→その利益を再投資し、次の集客の仕組みや、ゲーム以外を含めた新たなIPの開発につなげる」というように、デジ

タルエンターテインメント領域とライブエクスペリエンス領域の事業資源を融合し、スマホゲームアプリ「モンスト」に続く強力な集客の仕組みとそれに応じた利益創出事業モデルを開発し、盤石な利益創出サイクルを構築する必要があります。

「モンスト」の国民的IP化と新IPによる次なる事業の柱の構築という成長戦略では、中期的な集客の仕組みの拡充とそれに応じた利益創出事業の開発が最重要課題といえます。



モンスターストライクは、さらなる多面展開を進行中
新IPによる次なる事業の構築を目指す

メディア領域

メディア領域

ホームラン級の事業を創出し、売上規模の拡大を目指す

メディア領域では、既存の事業はもちろん、新たに取り組む新規事業でもユーザーにとって驚きと喜びのある新しいコミュニケーションサービスの創出・提供を目指しています。

「家族アルバム みてね」と「minimo(ミニモ)」の両サービスについては、立ち上げからユーザー数、売上とも順調に伸びています。「minimo」はティッピングポイントを超え、ユーザーがユーザーを呼ぶ成長フェーズに入ってきました。また、「みてね」はすでに日本で250万人以上が利用し、子どもの写真・動画共有サービスとして確固たる地位を獲得しています。多言語化にも着手し、その第一歩として北米を中心にマーケティング活動を開始しています。

「みてね」では、子どもの写真・動画に特有の「大事な人だけに共有したい」というニーズを捉えることができました。これは一般のSNSではできません。「みてね」と同様の特定領域に絞って熱心な人たちがコミュニケーションしやすい新たなサービスの提供は可能ですが、あまりにもニッチな市場では当社グループがやる意味がありません。また、マス市場向けのサービスは、すでにFacebook、LINEがあり、食い込むのは簡単ではありません。当社グループとしては、今後、デバイスの多様な変化に対応しながら、新しい土俵で巨大市場に向けたサービスを打ち出していくことになると思います。

新規事業については、いくつかの種を蒔き、上手く立ち上がるかどうかを見極めている段階です。立ち上がった後は半年単位でレビューし、継続か撤退かを判断します。判断の根拠となるKPIは基本的にアクティブユーザー数ですが、例えば「みてね」はアクティブファミリー数、「minimo」は予約件数、予約単価、GMV(Gross Merchandise Volume:総流通量)も見ると、各事業の特質に応じて設定しています。

2019年3月期は、新規サービスの開発と既存サービスの成長加速に15億円を投資します。資金配分は新規が6割、既存が4割ほどの比率で、新規サービスについては今期中に複数のリリースを見込み、事業の拡大を目指します。

新体制となって全社的に部署間の距離がグッと近づき、メディア領域のスタッフにもいい刺激になっています。今後もコミュニケーションを軸に魅力的なサービスを開発し、ホームラン級の事業に育てていくことで売上規模の拡大を目指します。これからのメディア領域にどうぞご期待ください。

取締役会長
執行役員(メディア領域)

笠原 健治

スポーツ領域
ウェルネス領域

スポーツ領域

スポーツの持つ魅力をエンターテインメントとコミュニケーションで最大化する

スポーツ領域では、スポーツ事業部が様々なチームとの折衝、関係団体との交渉、ビジネスモデルの設計を行うとともに、ライブエクスペリエンス領域に属するスポーツマーケティングという組織が試合の演出、販促物の展開を担当しています。当社グループでは、ユーザーの可処分時間を取り合うという意味で、エンターテインメント系の産業すべてを競合と捉えていて、それはスポーツ領域でも変わりません。

人が集まって何かで楽しみたい時、手の届くところにあることが重要で、まさに「モンスター」はその条件を満たしてヒットにつながりました。最近ではテレビのスポーツ番組が減り、一般消費者とスポーツの接点が少なくなっていますが、簡単にスポーツに接触でき皆で熱く盛り上げられるものがあれば、スポーツファンに限らず楽しいはず。これがスポーツ事業の目指す方向性です。コミュニケーションベースのサービスとして共感型消費がおきる商品の展開も計画中で、これがリリースされれば既存のスポーツ事業とはまったく異なるものが見えてくるはず。です。

現在、米国・中国ではスポーツ市場が50兆円規模に達する一方、日本では5兆円程度にとどまります。しかし「日本再興戦略 2016」によれば2025年には15兆円規模に拡大する見込みであり、当社グループも市場と共に成長したいと考えています。IT技術でスポーツを身近に体験できる環境を整備し、チーム・選手・ユーザーのコミュニケーション機会の創出を目指しますので、今後ともご支援をお願いします。

代表取締役社長
執行役員(スポーツ領域)

木村 こうき

ウェルネス領域

コミュニケーションの力で、人々の健康や幸せを支えていく

超高齢化社会を迎えた日本では、健康に対する興味・関心が日増しに高まり、いかに健康寿命を延伸するかという課題の解決が求められています。厚生労働省でも「国民の健康寿命が延伸する社会」に向けた「予防・健康管理」に関する取り組みを推進しています。一方、既存のフィットネス市場では、「予防・健康管理」のためではなく「身体を鍛える」を目的に一人で黙々とトレーニングを行うサービスが大半を占め、市場ニーズを捉えられていないと考えています。

当社グループは、「コミュニケーション」と「予防・健康管理」という2つの軸を通じて健康寿命の延伸を目指します。

「コミュニケーション」軸では、黙々とトレーニングを行うのではなく、ミクシィグループが培ったコミュニケーション設計のノウハウを融合した運動プログラムを開発していきます。ゲーム市場でも、自宅の据え置き型ゲーム機で一人遊びする世界から、スマートフォンゲームが誕生したことで市場が大きく拡大し、さらに「モンスター」の登場で、みんなで集まってコミュニケーションしながらゲームを楽しむ市場が掘り起こされました。ウェルネス領域でも、健康のためのコミュニケーションを楽しむ市場を創造できれば新たな巨大市場が形成されるはず。です。

「予防・健康管理」軸では、定量的なデータを根拠とした科学的な身体状態の評価と、それに基づく独自の運動プログラムを提供していきます。具体的には2018年4月、「予防理学療法」という新たな領域に着目する京都大学と共同で、科学的根拠に基づく運動プログラムに関する産学共同講座を設置しました。今後は、最新テクノロジーとデータに基づき身体状態を評価できるAIの開発を目指します。2020年の事業化を見据え、2019年3月期はデータベースの構築、システムの設計・開発を進めます。ミクシィグループが考える新しいウェルネス事業の進捗にご注目ください。

執行役員(ウェルネス領域)

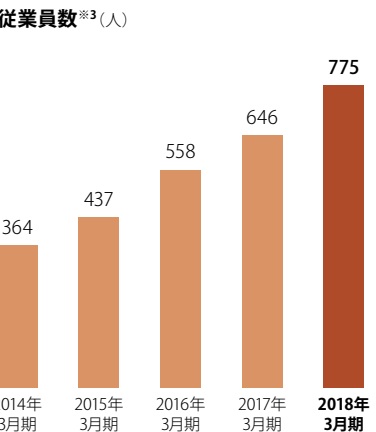
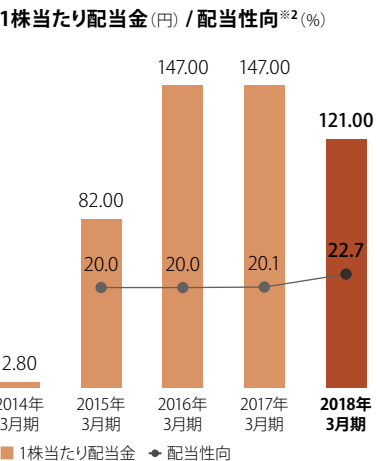
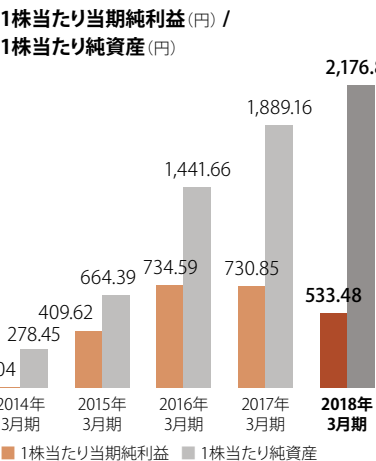
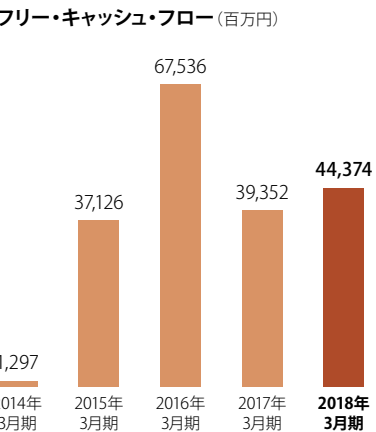
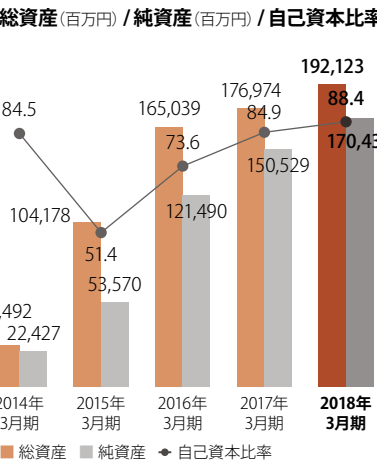
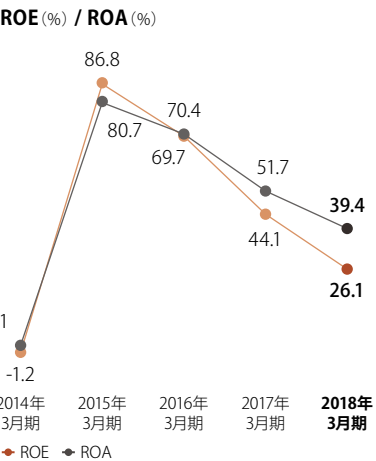
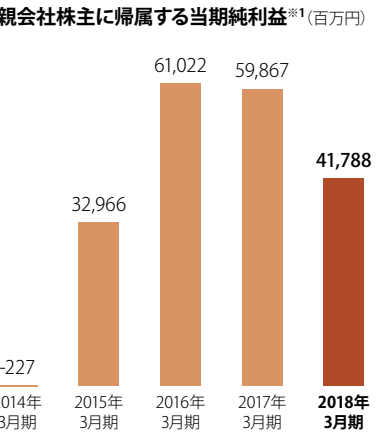
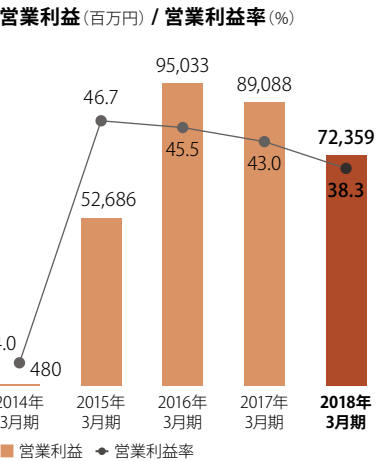
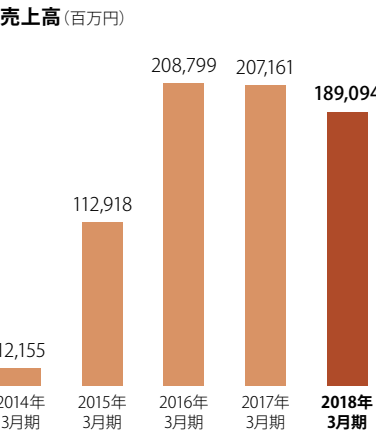
荻野 泰弘

accumulate



財務ハイライト

株式会社ミクシィおよび連結子会社



※1 2016年3月期より、「当期純利益又は当期純損失」を「親会社株主に帰属する当期純利益又は親会社株主に帰属する当期純損失」としています。
※2 2014年3月期の配当性向については、1株当たり当期純損失金額であるため記載しておりません。
※3 従業員数は正社員の合計です。

ミクシィグループの財務戦略

取締役
執行役員(財務・グループ管理領域)
大澤 弘之

2018年3月期 連結業績の概要

2018年3月期の連結業績におきましては、営業利益は予想を上回りましたが、売上高は未達となりました(達成率で、売上高94.5%、営業利益103.4%、経常利益103.9%、親会社株主に帰属する当期純利益104.0%)。また、対前期比較では、減収・減益となりました。

減収の主な要因としては、主力サービスであるエンターテインメント事業の「モンスターストライク」が挙げられます。「モンスター」は、2017年3月期下半期における3周年イベントが成功した結果、アクティブユーザー数が過去最高の水準となり、第3四半期に業績が急伸しました。2018年3月期も4周年イベントを実施し、アクティブユーザー数が増加するなど一定の成果を

2018年3月期 連結業績サマリ

(百万円)	16/3月期	17/3月期	18/3月期	前期比増減率
売上高	208,799	207,161	189,094	-8.7%
売上総利益	184,049	183,013	166,043	-9.3%
売上総利益率	88.1%	88.3%	87.8%	—
販売費及び一般管理費	89,015	94,004	93,683	-0.3%
販売管理費率	42.6%	45.4%	49.5%	—
営業利益	95,033	89,008	72,359	-18.7%
営業利益率	45.5%	43.0%	38.3%	—
経常利益	94,798	88,472	72,717	-17.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	61,022	59,867	41,788	-30.2%

2018年3月期 セグメント別業績サマリ

(百万円)	16/3月期	17/3月期	18/3月期	前期比増減率
セグメント売上高				
エンターテインメント事業	195,355	192,703	175,948	-8.7%
メディアプラットフォーム事業	13,443	14,457	13,146	-9.1%
セグメント利益				
エンターテインメント事業	99,722	94,267	78,438	-16.8%
セグメント利益率	51.0%	48.9%	44.6%	—
メディアプラットフォーム事業	2,164	1,806	1,564	-13.4%
セグメント利益率	16.1%	12.5%	11.9%	—
調整額	-6,852	-7,064	-7,643	—

※セグメント利益は、EBITDA (償却前営業利益)を用いております。

得ることができましたが、3周年イベントには及びませんでした。また、3周年に合わせて劇場版アニメを公開し、ユーザーが活性化するとともに限定キャラクターが収益に寄与しましたが、4周年では劇場版アニメの公開はありませんでした。また2018年1月に投入した新規キャラクターによる売上は好調でしたが、全般的にはその他の新規キャラクターの投入に慎重になり、2018年3月期下期において売上が減少した要因の一つとなりました。

なお、メディアプラットフォーム事業の「チケットキャンプ」については2017年12月より新規取引を完全に停止し、2018年5月にサービスの提供を終了しております。

コスト面では、販売費及び一般管理費（以下、販管費）中の広告宣伝費が2017年3月期の20,864百万円から2018年3月期の23,593百万円と、前期比13.1%の増加となりました。主な内訳は、「モンスター」のテレビCMや休眠ユーザーの復帰促進を目的としたウェブ広告の費用、巨大ビンゴ大会の実施やeSports大会を含むユーザーイベントの開催などのユーザー還元の費用、YouTube配信のモンスターアニメの制作費用などです。中でもユーザー還元策には特に注力し、50億円超を割り当てました。

また販管費中の外注費も、2017年3月期の1,999百万円から4,077百万円に大きく伸長しましたが（前期比204.0%増）、これには新規事業の研究開発費用などが含まれています。

なお、「チケットキャンプ」のサービス終了により、のれん償却費7,597百万円、固定資産の減損損失131百万円を特別損失として計上しました。

2018 年3月期 販売費及び一般管理費の内訳

(百万円)	16/3月期	17/3月期	18/3月期	前期比
販売費及び一般管理費	89,015	94,004	93,683	99.7%
人件費	4,057	5,223	5,363	102.7%
広告宣伝費	15,818	20,864	23,593	113.1%
外注費	1,515	1,999	4,077	204.0%
支払地代家賃	725	1,126	1,320	117.1%
決済手数料	61,203	59,273	53,634	90.5%
のれん償却額	2,318	1,679	1,085	64.6%
租税公課	1,075	1,352	1,256	93.0%
その他	2,302	2,485	3,351	134.8%

2019年3月期 連結業績予想の概要

2019年3月期は、あらためて定義した事業ドメインや再構築した経営体制をもとに、新たな成長戦略を推進する初年度となります。業績予想の前提として、将来の収益拡大に向けた事業投資約150億円の費用を含みますが、新規サービスによる売上は不確定要素が多いため含めていません。

事業投資の内訳は、デジタルエンターテインメント領域：110億円、ライブエクスペリエンス領域：10億円、メディア領域：15億円、また2019年3月期より新規事業として立ち上げるスポーツ領域10億円、ウェルネス領域5億円を計画しています。

デジタルエンターテインメント領域では、「モンスター」を長期にわたり愛される国民的IPに育てるための投資、5周年を成功させるための積極的な投資を行ってまいります。従来はシリーズごとに一定期間で区切って配信していたYouTube向けのモンスターアニメを通年で楽しんでもいただけるようにしていくことや、第2弾の劇場版アニメ公開などを予定しています。その他、「モンスター」の派生ゲームの開発費や広告宣伝費、新規IPによるゲームタイトルの開発投資なども織り込んでいます。またアニメや漫画などの原作から新規IPを創出する取り組みも進めます。

ライブエクスペリエンス領域は「モンスター」へのユーザーのタッチポイントを増やすための事業を多く行っており、リアルな場で熱く盛り上がるコミュニケーション空間を創出しています。2018年3月期において、実店舗の運営とその周辺のマーチャンダイジング、例えばカードゲーム（2018年2月発売以降の累計出荷枚数500万枚を突破）の販売などをスタートしました。2019年3月期は、新規の実店舗を開設するほか、XFLAG PARKやeSportsの大会「モンスターグランプリ」などのリアルイベントの一層の拡充を図ります。

メディア領域では、主力サービスの「家族アルバム みてね」の事業拡大に取り組みます。国内では子育て世代の間で高いシェアを実現し、普及が進む「家族アルバム みてね」ですが、事業モデル、すなわちマネタイズの仕組みの確立が課題となっています。2019年3月期は、課金方法などについて、新たな取り組みも進めます。一方、海外では、米国でのマーケティングにチャレンジし、サービスの普及を目指します。

新規事業のスポーツ領域とウェルネス領域については、フィジビリティ・スタディの段階と捉えています。事業モデルや具体的なサービスの内容について、ユーザーや市場の反応を見ながら仮説を検証する局面にあります。しっかりと検証を行い、勝ち筋が見えた段階で積極的に投資を行う計画です。

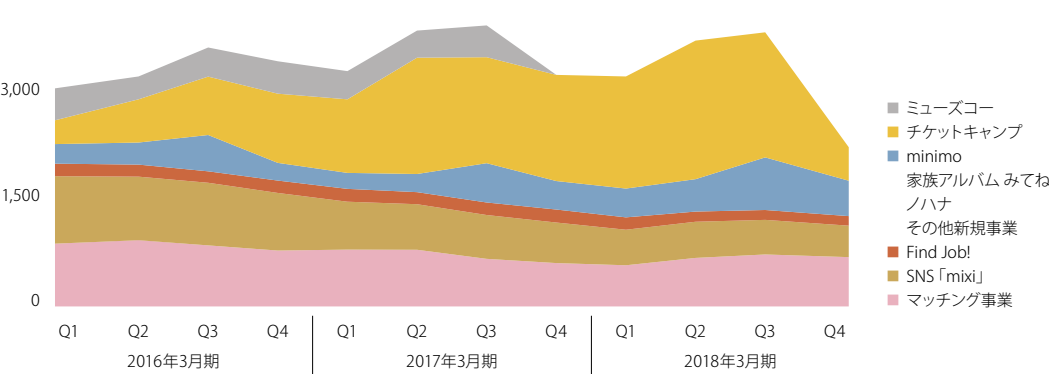
2019 年3月期 連結業績予想サマリ

(百万円)	18/3月期 (実績)	19/3月期 (予想)	前期比 増減率
売上高	189,094	175,000	-7.5%
エンターテインメント事業	175,948	166,000	-5.7%
メディアプラットフォーム事業	13,146	9,000	-31.5%
営業利益	72,359	48,000	-33.7%
営業利益率	38.3%	27.4%	—
経常利益	72,717	48,000	-34.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	41,788	31,000	-25.8%
1株当たり当期純利益 (円)	533.48	397.43	-25.5%

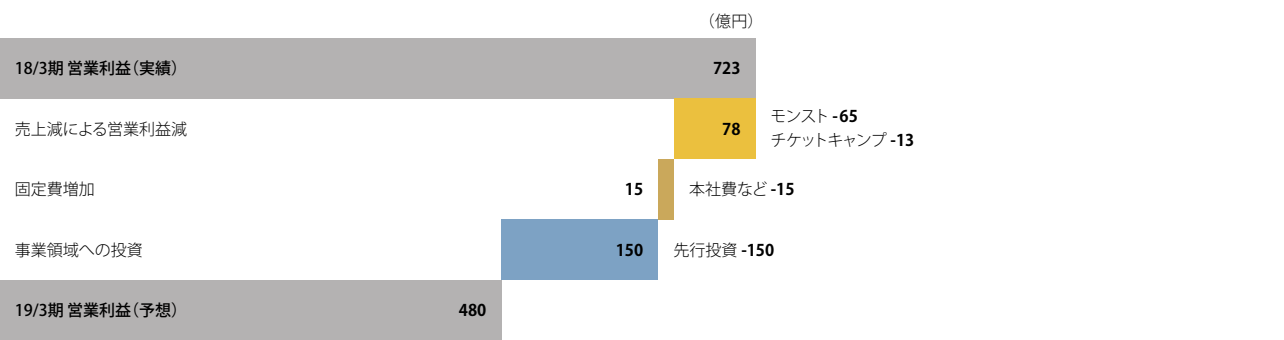
メディアプラットフォーム事業の売上高推移（四半期）

(単位：百万円)

4,500



2019年3月期 連結営業利益予想の増減分析



中長期的な事業投資方針

新たな事業の柱の構築に向け、今後 3 ～5年で、1,000億円規模の事業投資を実施する方針です。この投資には、自社による事業開発に加え、M&Aも含みます。投資の原資は、手元の資金と今後のフリー・キャッシュ・フローを充当する計画です。

当社グループは、指数関数的な成長の元となるバイラルコミュニケーションを個々のサービスに合った形で取り入れながら、事業を展開してきました。SNS「mixi」は友人や知人による招待制、「モンスター」も実際の友人を介してユーザーが広がっていく独自の仕組みにより、多くの皆さまにアクティブに楽しんでもいただけるサービスとなりました。これからも、バイラルコミュニケーションが活きる領域への積極的な投資を考えています。

また、スポーツ、ウェルネスの新領域においても、我々の強みであるバイラルコミュニケーションという武器を使うことで、ライフタイムが長く収益性の高い事業に育て上げていきます。

事業ドメインの領域に基づく各事業の成長性や収益性、安全性については、投資家の皆さまにしっかりご理解いただけるよう開示します。

株主還元方針

当社グループは、企業価値の持続的な向上を目指し、事業開発やM&Aなどの事業成長投資を優先する一方で、株主還元も安定的かつ継続的に行う方針です。株主還元は、2019年3月期より配当性向20%に加え、株主資本配当率(DOE) 5%を配当方針に追加しました。この方針のもと、2019年3月期の年間配当金は1株当たり124円(上半期62円、下半期62円)の予定です。

自己株式取得については、キャッシュ・フローや前期の投資状況などを勘案し、適宜実施を検討していきます。2019年3月期は、2018年5月から6月にかけて総額約100億円の自己株式を取得しました。今後も、株主の皆さまとのコミュニケーションとタイムリーな情報発信を心掛けながら、当社グループの成長を長くご支援いただきたく、適切な株主還元に努めます。

2018年7月
取締役
執行役員(財務・グループ管理領域)
大澤 弘之

2018 年3月期 連結貸借対照表サマリ

＜主なポイント＞

- **流動資産**：減収により売掛金は減少したものの、営業活動によるキャッシュ・フローの獲得による現金及び預金の増加により、対前期末比較で18,125百万円の増加。
- **固定資産**：差入保証金などの増加があったものの、「チケットキャンプ」サービス終了に伴うのれんの減少などにより、2,977百万円の減少。
- **流動負債**：未払い法人税の減少などにより、4,659百万円の減少。

(百万円)	16/3月期	17/3月期	18/3月期	前期末比 増減額
資産の部				
流動資産	143,190	154,130	172,256	18,125
固定資産	21,848	22,844	19,866	-2,977
総資産	165,039	176,974	192,123	15,149
負債・純資産の部				
流動負債	43,465	26,300	21,641	-4,659
固定負債	83	143	47	-96
純資産	121,490	150,529	170,434	19,904

2018 年3月期 連結キャッシュ・フロー計算書サマリ

＜主なポイント＞

- **営業活動によるキャッシュ・フロー**：主にのれん償却額の増加の影響を除いた税金等調整前当期純利益が大きく減少したことによる営業キャッシュ・フローの減少(前期比 -15,504百万円)があったものの、法人税等の支払額の減少による営業キャッシュ・フローの増加(前期比18,706百万円)により前期比で増加。
- **投資活動によるキャッシュ・フロー**：主に差入保証金の差入による支出が増加(前期比3,400百万円)したことなどにより、前期比で減少。
- **財務活動によるキャッシュ・フロー**：主に自己株式の取得による支出が減少(前期比10,136百万円)したことなどにより、前期比で増加。
- これらの結果、事業投資の原資となるフリー・キャッシュ・フローは、前期比5,021百万円増の44,374百万円、現金及び現金同等物の期末残高も、前期比21,912百万円増の156,190百万円。

(百万円)	16/3月期	17/3月期	18/3月期	前期比 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	69,060	41,303	49,975	8,671
投資活動によるキャッシュ・フロー	-1,524	-1,950	-5,601	-3,650
財務活動によるキャッシュ・フロー	-6,646	-31,386	-22,447	8,939
現金及び現金同等物の期末残高	126,316	134,278	156,190	21,912
フリー・キャッシュ・フロー	67,536	39,352	44,374	5,021

harmonize

コーポレート・ガバナンス

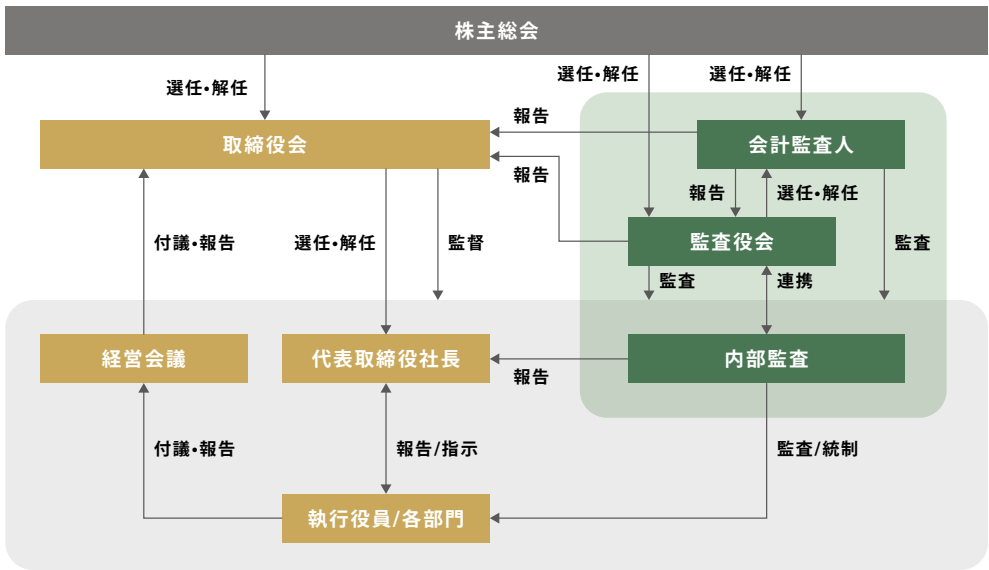
(2018年6月26日現在)

組織形態:	監査役設置会社	監査役の人数:	3名
取締役の人数:	8名	うち社外監査役の人数:	3名
うち社外取締役の人数:	3名	社外監査役のうち独立役員に指定されている人数:	1名
社外取締役のうち独立役員に指定されている人数:	1名	監査役の任期:	4年
取締役の任期:	1年	会計監査人:	有限責任監査法人トーマツ

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、コーポレート・ガバナンスを企業価値の最大化を目指すための経営統治機能と位置付けています。このため、当社は事業の拡大に対応して、適宜、組織の見直しを行い、各事業の損益管理、職務権限と責任の明確化を図っています。また、会社の意思決定機関である取締役会の機能充実、監査役および監査役会による取締役の職務執行に対する監視機能の充実、業務遂行上の不正を防止する内部統制機能の充実を図ることに注力しています。

なお、当社は、コーポレート・ガバナンス・コードの基本原則を全て実施しています。



取締役および取締役会

取締役会は社外取締役3名を含む取締役8名で構成され、原則として毎月1回定期的に取締役会を開催し、迅速かつ効率的な意思決定を行う体制としています。また、取締役の経営責任をより明確にし、経営環境の変化に迅速に対応できる経営体制を構築するため、取締役の任期を1年としています。

経営会議

当社では、取締役会の意思決定を速やかに行い、重要事項について十分な審議を行うために経営会議を設置しています。経営会議は、原則として毎月1回定期的に開催していますが、必要がある場合には随時開催することとしています。

監査役会

当社は、監査役設置会社です。監査役会は3名の社外監査役（うち1名は常勤監査役）で構成されており、原則として毎月1回定期的に開催しています。また、監査役監査は年度計画に基づいて行われ、監査役会において報告・協議し、取締役に対し適宜、意見を述べ、内部監査および会計監査人との連携により全般的な監査を実施しています。

社外取締役および社外監査役

当社の取締役8名のうち3名は社外取締役であり、監査役3名は全て社外監査役で構成されています。社外取締役には、独立した立場からの助言および監督機能を、社外監査役には、取締役の影響を受けず職務執行を客観的に監査することを期待して選任し、経営監視機能の実効性を確保しています。

当社の独立役員は、国会議員としての活動の後、事業会社において役員を歴任している者や、弁護士の資格を有する者が就任し、各々の知識と経験に基づき、その専門的見地から適宜、助言または提言を行っています。

【社外取締役・社外監査役の選任理由】

社外取締役 青柳立野:公認会計士としての経験・見識が豊富であり、当社の論理に囚われない客観的視点で独立性をもって経営の監視を遂行していただくため。

社外取締役 嶋 聡:衆議院議員としての経験を有しているほか、これまでの経歴から企業活動に関する豊富な見識・実績を有しています。その知識経験に基づき、経営事項の決定および職務執行の監督などを行っていただくため。

社外取締役 志村直子:弁護士としての職務を通じて培われた法律・コンプライアンスなどに関する専門的な知識および豊富な経験を有しており、当社取締役会の一層の監督機能強化が期待されるため。

社外監査役 佐藤孝幸:弁護士としての専門的知識や経験を活かして当社監査を行っていただけると考えるため。

社外監査役 若林弘之:公認会計士および税理士としての専門的知識や経験を活かして当社の監査を行っていただけると考えるため。

株主総会の活性化および

議決権行使の円滑化に向けての取組状況

当社は、招集通知の早期発送に努めています。2018年6月26日開催の株主総会においては、同年6月5日に招集通知を発送しています。

議決権行使の円滑化に向けては、パソコン、携帯電話またはスマートフォンよりインターネットを通じた議決権の行使を受け付けているほか、議決権行使プラットフォームを利用しています。

また、当社ウェブサイト上に英語版の要約した招集通知を掲載しています。

内部監査および監査役監査

当社では、5名で構成される内部監査室を設置し、うち専任担当者を3名配置しています。同室では、当社および当社グループにおいて内部監査を実施し、その結果の報告、内部監査指摘事項の改善状況の調査・報告を当社の代表取締役社長に行っています。

監査役は、定期的な監査役会の開催のほか、取締役会への出席、その他社内の重要な会議への出席、会社財産の調査および業務の調査などを通じて取締役の職務を十分に監査できる体制となっており、不正行為または法令もしくは定款に違反する事実の発生防止にも取り組んでいます。また、内部監査室と定期的に意見・情報交換を行い、内部統制が有効に機能するよう図っています。

内部統制システムの整備状況

当社は、内部統制システム構築の基本方針に基づき、適正なコーポレート・ガバナンスを維持し、有効かつ効率的な企業活動、財務報告の信頼性確保ならびに法令遵守のための体制を整えることが不可欠と考え、内部統制システムの整備、機能の強化に努めています。今後も業務の適正性を確保していくとともに、より効果的な内部統制の体制を構築できるよう継続的な改善を図っていきます。

当社では、業務プロセスや社内規定の整備、内部監査室による評価・監視体制の強化により、取締役および使用人の適正な職務執行に努めるとともに、「倫理規定」においてコンプライアンスの重要性を掲げるとともに、その内容を情報システムを通じて全役職員に周知、徹底しています。

また、違法行為に対する牽制機能として内部通報制度を制定し、不祥事の未然防止を図るとともに、反社会的勢力の排除に向けた体制整備を行っています。

「攻め」を支える、「守り」の組織強化を推進

教訓を活かして経営体制を刷新

チケットキャンプは2018年5月末をもってサービスを終了し、現在は事後処理業務を進めている状況です。本事業については、引き続き捜査機関からの照会などには協力するとともに、今後の法整備などに向けて当社グループが協力できることに、最大限応えていきたいと考えています。

当社グループは今回の件を教訓と捉え、経営体制を刷新しました。今後は私自身の責務としても、適切な危機管理運用の実行を通して、安定した事業の成長が継続できる仕組みを構築していく所存です。

その一環として、このたび、社外取締役役に弁護士である志村直子氏を選任しました。これにより、法律の専門家による厳しい視点が取締役会での議論および意思決定に反映されることを期待しています。

永続的な企業運営を目指せる組織づくり

変化の激しい市場環境下では、スピード感のある「攻め」の事業推進はもちろん、リスクを予測し危機を回避して「攻め」を支える「守り」の基盤づくりが必要であると考えます。企業として守るべきルールを定め、「攻め」と「守り」のバランスを重視していきます。

また、近年は、知財紛争なども増加傾向にあること

から、2019年3月期は「守り」の組織強化として知財管理部門の強化も進めていきます。

これに先立ち、コンプライアンスやガバナンス、倫理面を含む従業員教育の強化についてはもちろんのこと、人事部門と協同で研修プログラムの構築などにも着手しています。

当社グループは今後、M&Aも企業成長の選択肢のひとつとして考えていますが、主な原動力としては、これまで培ってきたナレッジを活かしたサービスリリースを実行していく方針です。内部の人材が育つ中で新たな事業を創出し、それが柱となって枝葉が広がるという事業ポートフォリオを描くことで、永続的な組織成長を目指していきます。その過程において、社内外のリスクに関する様々な兆候をいち早く察知し、適切な回避ルートをナビゲートすることが私の役割だと認識しています。

ステークホルダーの皆さまからの信頼を回復するべく努めてまいりますので、今後ともご指導のほどよろしくお願い申し上げます。

取締役
執行役員（コンプライアンス・オペレーション領域）
奥田 匡彦

取締役会の構成

	役職名称	役員氏名
取締役	代表取締役社長	木村 こうき
	取締役	多留 幸祐
	取締役	大澤 弘之
	取締役	奥田 匡彦
	取締役会長	笠原 健治
	社外取締役	青柳立野
	社外取締役	嶋 聡
監査役	社外取締役	志村直子
	常勤監査役	加藤 孝子
	社外監査役	佐藤 孝幸
	社外監査役	若松 弘之

取締役および監査役

(2018年6月26日現在)



写真左から

取締役
奥田 匡彦

代表取締役社長
木村 こうき

取締役
大澤 弘之

取締役
多留 幸祐

取締役会長
笠原 健治

取締役(社外)
青柳 立野
嶋 聡
志村 直子

監査役(社外)
加藤 孝子(常勤)
佐藤 孝幸
若松 弘之

事業などのリスク

当社グループは、その事業、業績および財政状態に影響を及ぼす以下のリスクが発生する可能性を認識したうえで、発生の回避および発生した場合の対応に努める方針であります。当社株式に関する投資判断は、本項以外の記載内容も併せて、慎重に検討したうえで行われる必要があると考えております。なお、以下の記載のうち将来に関する事項は、特段の記載がない限り、2018年6月26日付で当社が判断したものであり、不確実性を内在しているため、実際の結果と異なる可能性があります。

1. 事業環境に係るリスク

① モバイル市場

スマートデバイスを通じて提供する各種サービスはモバイル関連市場の影響を強く受けるため、新たな法的規制の導入や技術革新、通信事業者の動向の変化などにより、主要事業に急激かつ大幅な変動が生じる可能性があります。

② 競合

当社グループの提供サービスのユーザーが競合するサービス利用に費やす時間を増やした場合、その提供サービスに対する需要が減少するなどの可能性があります。

③ 技術革新

インターネット業界では、技術革新や顧客ニーズの変化が速く、新規サービスの導入も相次いで行われております。優秀な技術者の確保、先端技術の研究やシステムへの採用などを通じて、変化に対する適時適切な対応ができない場合、業界における競争力が低下する可能性があります。

2. 事業に係るリスク

① ユーザーの嗜好や興味・関心の変化への対応

提供サービスの主なユーザーが若年層を含むモバイルの一般ユーザーであることから、その獲得・維持、利用頻度、課金利用数はその嗜好変化による影響を強く受けます。主要サービスにつき、ユーザーニーズの的確な把握やニーズに対応するコンテンツ提供が適時適切に実行できない場合、ユーザーへの訴求力が低下する可能性があります。

エンターテインメント事業の課金売上高がグループ収益の大半を占め、かつ特定のタイトル(「モンスターストライク」)に大きく依存しているため、当該タイトルの競争力が低下した場合、ユーザー数の減少、課金ユーザー比率の低下、課金利用の減少などが生じる可能性があります。

② ユーザー獲得の依存

エンターテインメント事業のサービスは、Apple Inc.およびGoogle Inc.などのプラットフォーム運営事業者を介して提供されておりますが、当該プラットフォーム運営事業者との契約継続が困難になる、またはその運営方針や手数料などに変更が生じる可能性があります。

③ グローバル展開

各国の法令、政治・社会情勢、文化、宗教、ユーザーの嗜好や商慣習の違い、為替変動などの潜在的リスクに対処できない場合、想定通りの成果を上げられない可能性があります。スマートフォンネイティブゲームの海外展開につき、当社グループまたはそのサービスが日本国内と同様に受け入れられない、場合によってはユーザーからの批判に晒される可能性があります。

④ 当社グループおよび当社グループの製品、サービス、事業に対する信頼または社会的信用

当社グループおよびその提供サービスにつき、ユーザーの根拠の乏しい風説などにより、その評判・信頼が傷つく可能性があります。また、当社グループはサービスの開発、提供について、様々な外部事業者に対し業務の委託を行っており、係る外部事業者による個人情報の漏えいその他の違法行為、不適切な行為などが行われた場合には、当社グループまたはサービスに対するレピュテーションが低下する可能性があります。

3. 事業推進体制に係るリスク

① 人材の確保および育成

優秀な人材の確保が計画通り進まなかった場合、当社グループの競争力の低下や事業の拡大が制約される可能性があります。

② 内部管理体制

事業の急速な拡大などにより、十分な内部管理体制の構築が追いつかない状況が生じた場合、適切な業務運営・管理体制の構築が困難となる可能性があります。

③ 情報管理体制について

当社グループが保有する個人情報などにつき、漏えい、改ざん、不正使用などが生じる可能性があります。また、適宜加入している保険が全損失を完全に補填できるとは限らず、当該事態が起こった場合、適切な対応を行うための相当なコストの負担、損害賠償請求、当社グループに対する信用の低下などが生じる可能性があります。

④ 事業の従事年数が短いこと

経験を積んだ優秀な人材の確保に努めておりますが、組織全体としての経験不足により予定通りにサービス運営ができない、または事業環境などの変化に適切に対応できない可能性があります。また、業歴が浅いため、過年度の財政状態および経営成績のみでは、今後の業績や成長性を判断する材料として十分ではない可能性があります。

4. システムに係るリスク

① 事業拡大に伴う継続的な設備・システム投資

今後のユーザー数およびアクセス数の拡大に備え、継続的にシステムインフラなどへの設備投資を計画しておりますが、当社グループの計画を上回る急激なユーザー数およびアクセス数の増加などがあった場合、設備投資の時期、内容、規模について変更せざるを得なくなり、それらに係る費用負担が増加する可能性があります。

② システム障害・自然災害

一時的な過負荷や電力供給の停止、ソフトウェアの不具合、外部連携システムにおける障害、コンピュータウイルスや外部からの不正な手段によるコンピュータへの侵入、自然災害、事故など、当社グループの予測不可能な様々な要因により、コンピュータシステムがダウンする可能性があります。

5. 法的規制などに係るリスク

事業に関連する各種法令や、監督官庁の指針、ガイドラインなどによる規制につき、当該法令の制定や改正、監督官庁による許認可の取消または処分、新たなガイドラインや自主的ルールの方針または改定などにより、事業が新たな制約を受け、または既存の規制が強化される可能性があります。

6. 知的財産権に係るリスク

当社グループが認識していない知的財産権がすでに成立している可能性または新たに知的財産権が成立する可能性に伴い、当社グループが第三者の知的財産権を侵害することによる損害賠償請求や差止請求、または当社グループに対する知的財産権の使用料の請求などを受ける可能性があります。

7. 投融資に係るリスク

事業ポートフォリオ拡大のための積極的投融資の方針に基づく投資につき、各投資先企業と当社グループとの事業上のシナジー効果や投資先企業による収益貢献などが期待通りに得られない、または投資が回収不能となる可能性、ならびに投資先企業の業績によっては減損処理などの実施の可能性があります。

8. 業務提携・M&Aに係るリスク

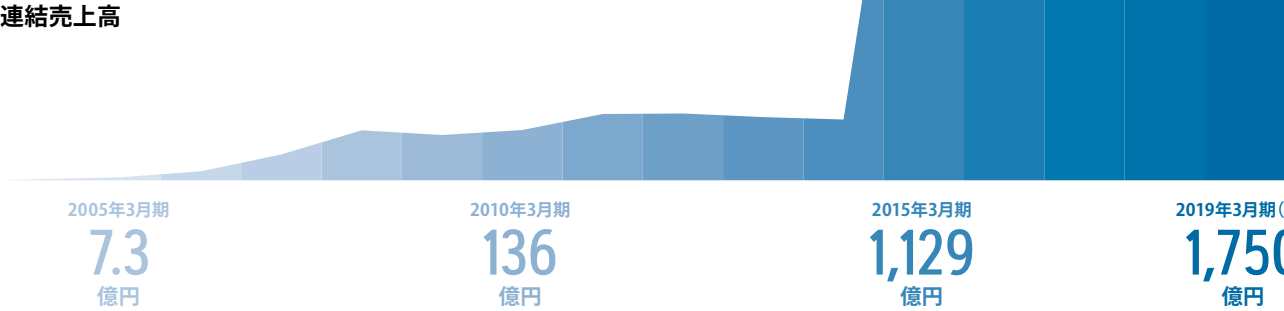
事業規模拡大と収益源の多様化推進のために執行する当社サービスと親和性の高い企業との業務・資本提携やM&Aにつき、被買収企業との融合または提携先との関係構築・強化が予定通り進捗しない場合、統合または提携により当初想定した事業のシナジー効果などが得られない場合、何らかの理由により当該業務提携が解消された場合など、投資資金・時間、その他の負担に見合った利益を回収できない可能性があります。

9. 新規事業に係るリスク

新規サービス・新規事業の創出・育成に向けた追加的支出が発生する場合、利益率が低下する可能性や、その過程で予測困難なリスクが発生する可能性、または当社グループの経験不足により円滑な事業運営ができない可能性があります。新規サービス・新規事業の展開が計画通りに進まない場合や計画を中止する場合、開始した新規事業が期待した収益性を実現できない可能性があります。

- 1997年 11月 Web系求人情報サイト「Find Job!」の運営を開始
- 1999年 6月 有限会社イー・マーキュリーを設立
- 2000年 10月 株式会社イー・マーキュリーへ組織変更
- 2004年 2月 ソーシャル・ネットワーキング サービス「mixi」の運営を開始
- 2006年 2月 株式会社ミクシィへ社名変更
- 9月 東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
- 2011年 4月 「Find Job!」事業を分社化し、株式会社ミクシィ・リクルートメントを設立
- 2012年 3月 米国にmixi America, Inc.を設立
- 2013年 9月 家族を軸としたフォトブックサービスを提供する株式会社ノハナ（連結子会社）を設立
- 10月 スマートフォンゲームアプリ「モンスターストライク」の正式提供を開始
- 12月 マッチメイキング・プラットフォームを提供する株式会社Diverseの全株式を取得・子会社化※¹
- 2015年 3月 C2Cチケットフリマサービスを提供する株式会社フンザの全株式を取得・子会社化※²

※¹ 株式会社Diverseは、2018年7月に株式会社IBJへ全株式を譲渡
※² 株式会社フンザは、2018年5月末をもって事業を終了



(2018年6月末現在)

主要グループ会社

mixi
GROUP
株式会社ミクシィ

mixi recruitment
株式会社ミクシィ・リクルートメント

i mercury Capital
アイ・マーキュリーキャピタル株式会社

nohana
株式会社ノハナ

mixi empowerment
株式会社ミクシィ・エンパワメント

Smart Health
株式会社スマートヘルス

mixi America, Inc.
mixi America, Inc.

主要サービス

モンスターストライク
ひっぱりハンティングRPG
『モンスターストライク』
▶ 株式会社ミクシィ

FIGHT LEAGUE
ガチンコタッグボードゲーム
『ファイトリーグ』
▶ 株式会社ミクシィ

XFLAG STORE
プレイする新感覚ストア。
『XFLAG STORE』
▶ 株式会社ミクシィ

みてね
家族向け写真・動画共有アプリ
『家族アルバム みてね』
▶ 株式会社ミクシィ

minimo
サロンスタッフ直接予約アプリ
『minimo』
▶ 株式会社ミクシィ

mixi
ソーシャル・ネットワーキング サービス
『mixi』
▶ 株式会社ミクシィ

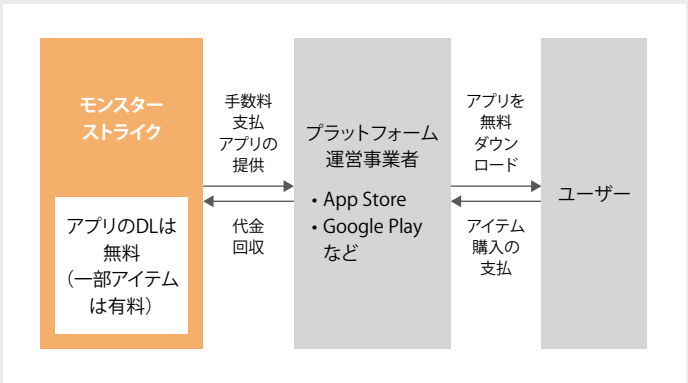
Find Job!
IT・Web業界に特化した求人情報サイト
『Find Job!』
▶ 株式会社ミクシィ・リクルートメント

nohana
家族向けフォトブック作成サービス
『ノハナ』
▶ 株式会社ノハナ

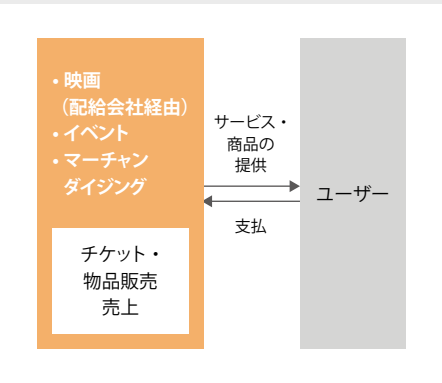
STUDIO nohana
子供の写真が撮り放題のフォトスタジオ
『スタジオノハナ』
▶ 株式会社ノハナ

主なサービスの事業モデルおよび実績

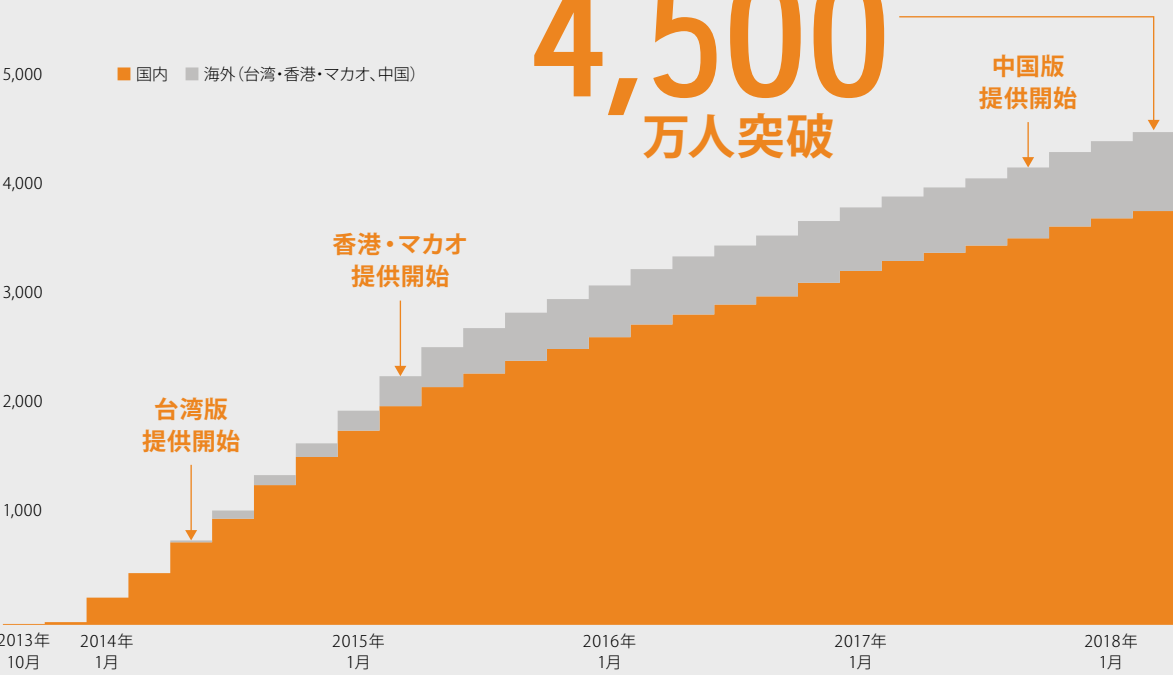
「モンスターストライク」



「モンスターストライク」関連事業

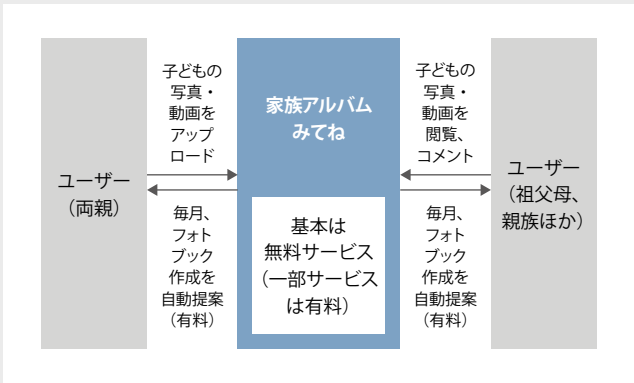


『モンスターストライク』世界累計利用者数推移
(単位: 万人)



「モンスターストライク」は、一緒にいる友だちと最大4人まで同時に遊べる協力プレイ(マルチプレイ)が特徴の、誰でも簡単に楽しめる爽快アクションRPGです。2013年10月より日本国内で配信を開始し、現在では、台湾、香港、マカオ、中国においても提供しています。アプリの枠に留まらず、マーチャンダイジングやリアルイベントをはじめ、動画・アニメの配信、常設店舗の運営など、多岐にわたるメディアミックスを展開しています。2018年3月8日には世界累計利用者数が4,500万人を突破しました。

「家族アルバム みてね」



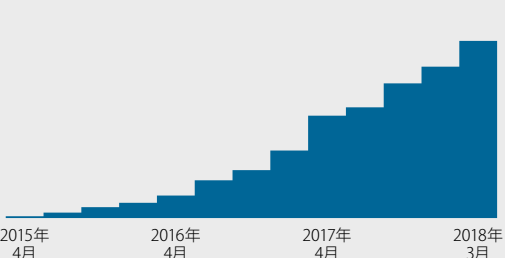
2015年4月にサービスを開始し、2017年7月には英語対応を開始しました。夫婦に加え祖父母世代においてもサービス利用が加速したことにより、2018年1月の利用者数が250万人を突破し、WAF*も2017年3月と比較し約2倍となりました。

※WAFとは、週に1度以上「みてね」を使う家族(Weekly Active Family)

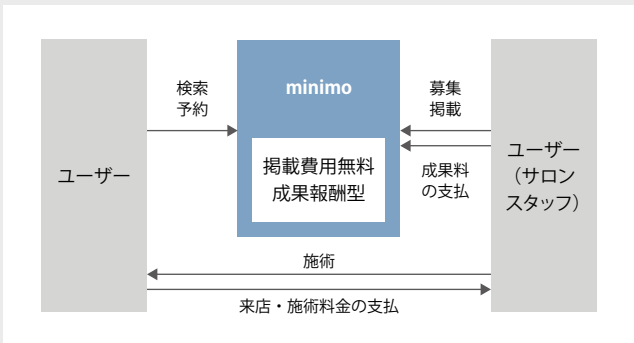
「家族アルバム みてね」累計利用者数 (単位: 万人)



「家族アルバム みてね」WAF推移

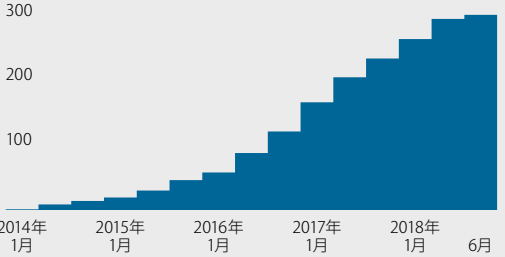


「minimo」

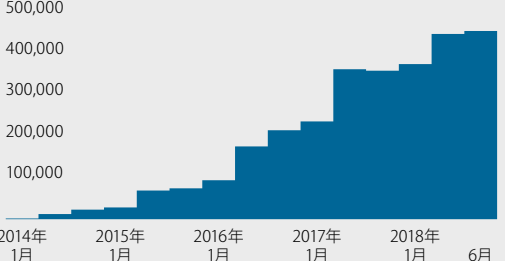


店舗とお客さまをつなぐのではなく、個別のサロンスタッフとお客さまをつなぐ予約アプリとして2014年1月にサービスを開始しました。2018年6月19日に累計300万ダウンロードを突破し、月間の予約申込数は45万件以上、掲載サロンスタッフ数は4万人に達しています。また、年間取引総額も2017年3月期と比較し、2018年3月期は2.2倍の成長となりました。

「minimo」累計利用者数 (単位: 万人)



「minimo」予約申込数 (単位: 件)



IRに関する活動状況

株主・投資家の皆さまとの積極的な対話の場として、四半期ごとの決算発表後にアナリスト・機関投資家向けの決算説明会を実施しています。また、海外投資家向けに、面談や電話会議を四半期ごとおよび定期的に実施することに加え、海外IRで直接、投資家を訪問する機会も年に数回設けております。

情報開示ツールとして、決算情報、決算情報以外の適時開示資料、有価証券報告書（四半期報告書）、決算説明会資料・決算説明会動画などを以下の当社グループウェブサイト「IR・投資家情報」上に掲載しています。

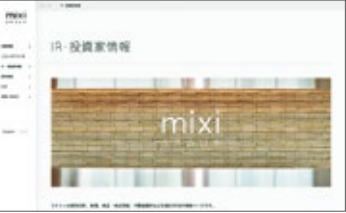
当社グループのIRは、経営推進本部内に設けたIR専門の部署で対応しており、今後も中長期的な視点からIR活動に取り組み、株主・投資家の皆さまとのエンゲージメント強化および持続的な企業価値の向上を目指します。

2018年3月期の主なIR活動

活動内容	年間の実施回数
アナリスト・機関投資家向け決算説明会	4
国内投資家とのミーティング	65
国内投資家との電話会議	5
海外投資家とのミーティング	114
海外投資家との電話会議	27

IR・投資家情報トップページ

<https://mixi.co.jp/ir/>



社会との関わり

インターネットサービスを提供する企業の一員として、より安全でポジティブにご利用いただけるよう、様々な活動に取り組んでいます。

企業訪問の受け入れと啓発活動

中学生・高校生の皆さまに「IT業界の仕事に興味を持ち、将来のキャリアを考えるきっかけにしてみたい」という想いから、企業訪問を受け入れています。

また、子どもたちへの啓発活動として、インターネットを安全かつ主体的に利用できる力を身に付けていくことを目的とした講演などを行っています。



健全化活動

技術の進歩に伴って、インターネットは産業や生活に欠かせないインフラとして社会に根付く一方で、インターネットサービスを悪用する者が引き起こすトラブル・危険に一般の利用者が巻き込まれるリスクが消えないのも事実です。

ミクシグループは、利用者の被害発生を防ぎ、不正を防止するために、安全にご利用いただけるシステムの強化や監視活動を推進しています。

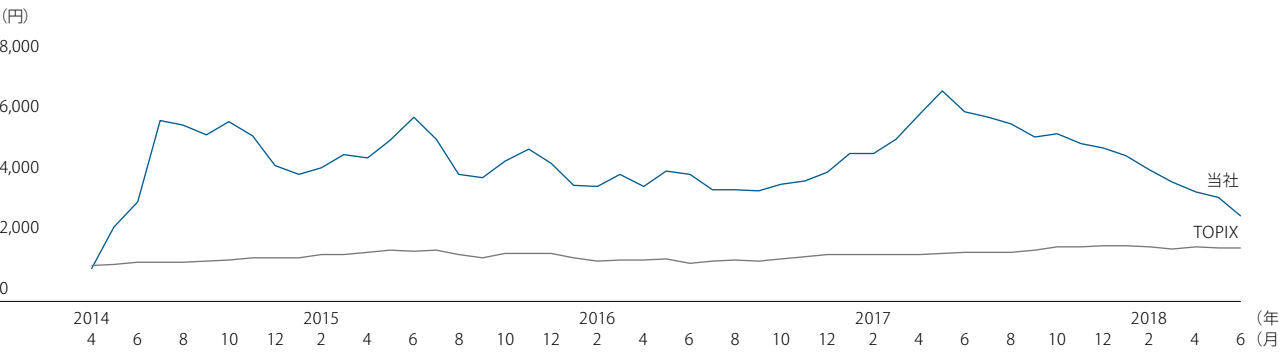
また、インターネット犯罪の減少および被害発生を減らすために、捜査機関との連携・情報交換を通じて、悪用した人物の特定などの捜査協力や通報を行うなど、正しい理解のもと、利用者に安全にご利用いただくための活動を続けています。

(2018年3月31日現在)

会社情報

会社名	株式会社ミクシ (mixi, Inc.)
代表者	代表取締役社長 木村 こうき (6月26日就任)
設 立	1999年6月3日
資本金	9,698百万円
所在地	〒150-0011 東京都渋谷区東1-2-20 住友不動産渋谷ファーストタワー7F
従業員数	775名 (連結・正社員のみ)
主要グループ会社	株式会社ミクシ・リクルートメント 株式会社ノハナ mixi America, Inc. アイ・マーキュリーキャピタル株式会社
ホームページ	http://mixi.co.jp
上場証券取引所	東京証券取引所マザーズ
証券コード	2121
決算日	3月31日
定時株主総会	6月
監査法人	有限責任監査法人トーマツ
株式の総数	発行可能株式総数: 264,000,000株 発行済株式総数: 78,230,850株
株主数	12,433名
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社

株価の推移 (2018年6月30日現在)

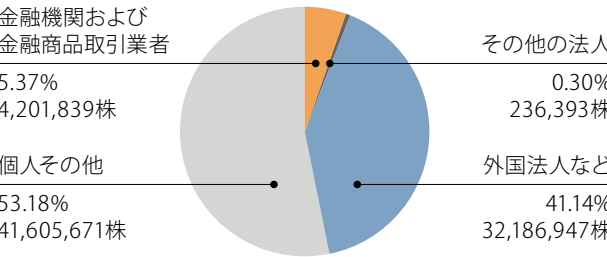


大株主

株主名	持株数 (株)	持株比率 (%)
笠原 健治	36,358,000	46.61
THE BANK OF NEW YORK 133972	1,656,100	2.12
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	1,372,671	1.75
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	981,133	1.25
SKANDINAVISKA ENSKILDA BANKEN S.A. 127200	931,200	1.19

※上記の他、当社は229,300株 (0.29%) の自己株式を保有しております。

所有者別株式分布状況



注1: 自己株式229,300株 (2,293単元) は、「個人その他」に含めて記載しています。