



2006年度第2四半期 決算説明会 (2006年7月～9月)

株式会社ミクシィ 東証マザーズ 2121

<http://mixi.co.jp/>

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保障するものではありません。
様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることを御承知おき下さい。

目次

1. 財務ハイライト
2. 事業内容のご説明
3. 今四半期の取り組み
4. 【特集】広告媒体としてのmixi
5. 今後の取り組み

■ 財務ハイライト

1. 業績の推移
2. 損益計算書
3. アナライズレポート
4. 貸借対照表
5. キャッシュフロー計算書
6. 業績予測

業績の推移

損益計算書

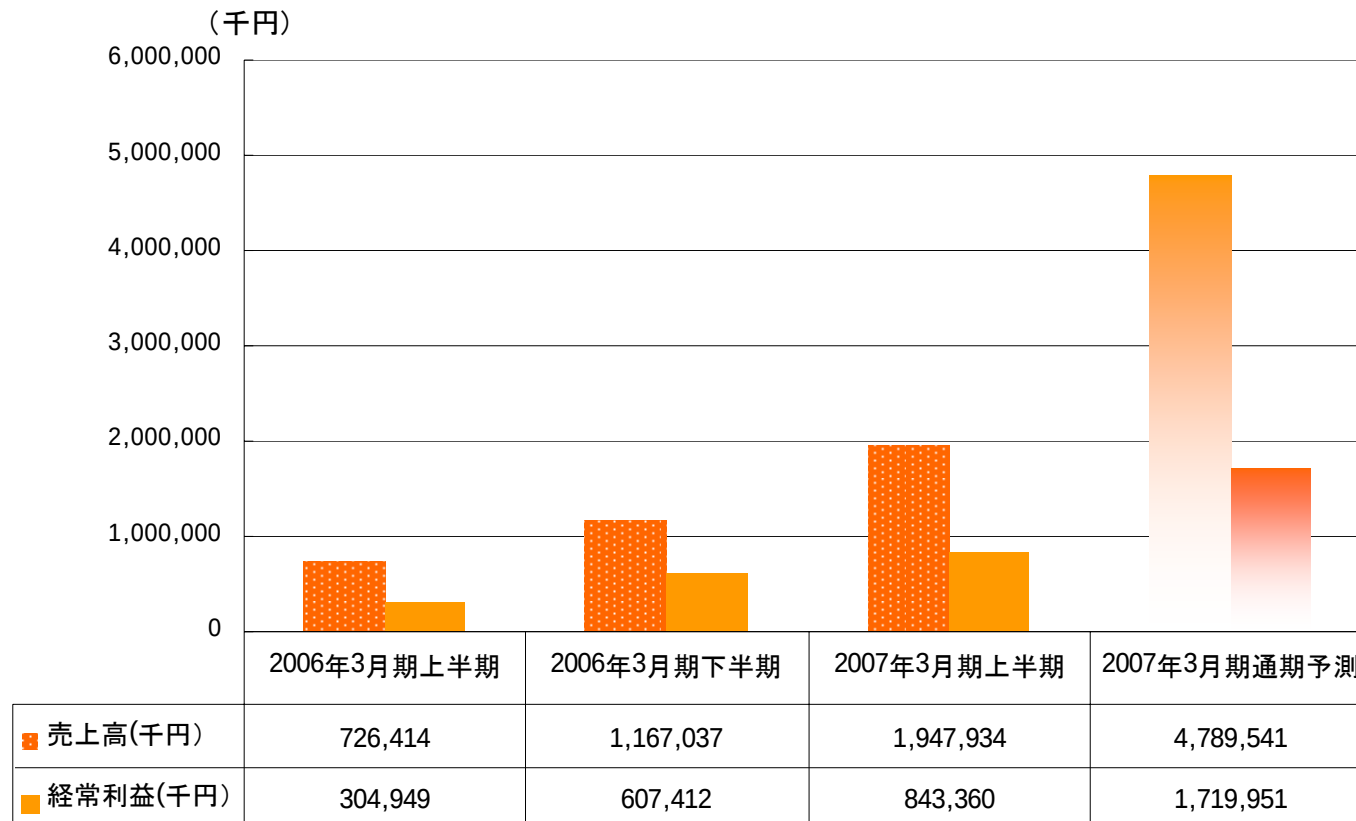
アナライズレポート

貸借対照表

キャッシュフロー計算書

業績予測

- ・売上高はすでに前年通期の売上高を突破しました。
- ・下期においても上期同様、引き続き積極的な投資をしていき、業績についても順調に推移する見込み。前年上半期比は売上高168.2%増、経常利益176.6%増。



※前期の半期決算においては未監査であります。

業績の推移

損益計算書

アナライズレポート

貸借対照表

キャッシュフロー計算書

業績予測

(単位:千円)

	当四半期	前年同期	増減率	前四半期	増減率
売上高	1,066,870	400,389	166.5%	881,064	21.1%
営業利益	427,311	157,022	172.1%	452,525	△5.6%
営業利益率	40.1%	39.2%		51.4%	
経常利益	390,626	157,005	148.8%	452,734	△13.7%
経常利益率	36.6%	39.2%		51.4%	
四半期純利益	177,378	145,909	21.6%	263,186	△32.6%

- ・中間期の売上高は、1,947,934千円。
「mixi」のPV数やターゲティングバナーが順調に伸びたことによります。
- ・営業利益・経常利益減少要因はIPOに係る諸費用や積極的な投資によるもので、ネガティブなものではありません。(詳細は次ページに)
- ・四半期純利益の減少要因は、「Find Job !」にかかる次期システムの開発を中止とすることにより、前期に資産計上したソフトウェア仮勘定を特別損失として計上いたしました。

業績の推移

損益計算書

アナライズレポート

貸借対照表

キャッシュフロー計算書

業績予測

• 利益率について

51.4%	前Q経常利益率
△ 5.8%	IPOによる登録免許税、印刷代、外注費用等によるもの
△ 2.5%	人件費への投資
△ 2.0%	サーバー等への設備投資に伴う、ラックスペース代・減価償却費
△ 1.1%	広告収入に伴う手数料等 (mixi広告収入増加に伴う)
△ 3.4%	外形標準課税・その他
36.6%	当Q経常利益率

利益率の減少要因はIPOに係る諸費用や積極的な投資によるものであります。
IPOに係る諸費用の3/4は一時的なものであり、それ以外は将来の収益に結びつくポジティブな投資であります。

業績の推移

損益計算書

アナライズレポート

貸借対照表

キャッシュフロー計算書

業績予測

- ・流動資産及び純資産の増加の主な要因は、株式を発行したことによる現金及び預金の増加によるものであります。自己資本比率は92.4%とになり、この資金は主にサーバー等の設備投資及び事業拡大の投資に使用する予定であります。

	当四半期	前四半期	増減率	(単位: 千円)
(資産の部)				
流動資産合計	7,937,734	1,037,106	665.4%	
固定資産合計	390,779	305,803	27.8%	
資産合計	8,328,513	1,342,909	520.2%	
(負債の部)				
流動負債合計	630,689	309,814	103.6%	
負債合計	630,689	309,814	103.6%	
(純資産の部)				
資本金	3,307,875	64,200	5,152.5%	
資本剰余金	3,277,875	34,200	9,584.4%	
利益剰余金	1,112,074	934,695	19.0%	
純資産合計	7,697,824	1,033,095	645.1%	

業績の推移

損益計算書

アナライズレポート

貸借対照表

キャッシュフロー計算書

業績予測

- ・1Qの営業活動によるCF減少は法人税等389,785千円を支払ったためであります。
- ・投資活動により使用した資金は主に「mixi」のPV増加に伴う固定資産の取得であり、積極的な投資を行いました。
- ・財務活動による資金の増加は、上場時の株式の発行収入によるものであります。

(単位:千円)

	当四半期	前四半期
営業活動によるCF	395,618	△25,663
投資活動によるCF	△103,570	△92,181
財務活動によるCF	6,464,313	

業績の推移

損益計算書

アナライズレポート

貸借対照表

キャッシュフロー計算書

業績予測

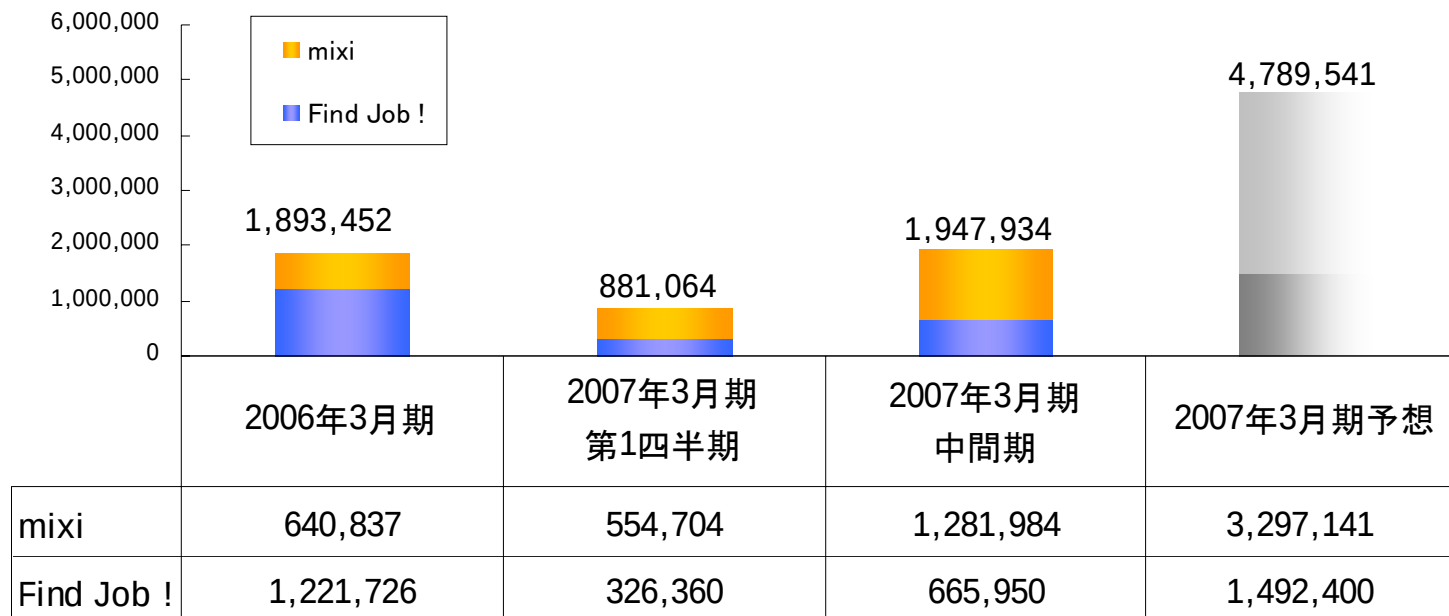
[mixi]

各機能の提供・改良+広告価値の最大化＝サービス向上・収益増加を目指します。

[Find Job !]

mixi活用による広告宣伝効果+広告宣伝費の抑制＝利益率を確保しながら収益の拡大を目指します。

(単位: 千円)



■ 事業内容のご説明

1. mixiとは
2. Find Job !とは
3. 収益モデル

事業内容

mixiとは

Find Job !とは

収益モデル

ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)とは

mixi ミキジョイ
mixi, Inc.



ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)とは、自分の友人や知人をサイト上で一覧管理し、1対1のコミュニケーションはもちろんのこと、1対n(登録されている友人・知人やその他のユーザ)とのコミュニケーションを簡単に行うことができるWebサービスです。

海外では、米国で1億2,500万人規模、韓国で2,000万人規模のサイトが存在します。

事業内容

mixiとは

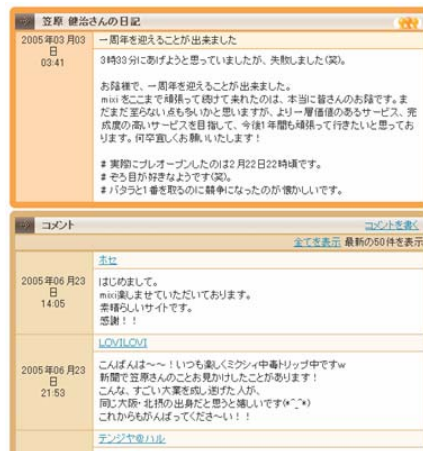
Find Job !とは

収益モデル

活発なコミュニケーションを生む各種ツール

mixi ミキジョイ
mixi, Inc.

①日記(ブログ)



②コミュニティ



③メッセージ



④足あと



mixiには他にも様々なコミュニケーションツールがあり、これらのツールを利用して、mixiではユーザー同士の活発なコミュニケーションが行われています。

mixiの運用体制

mixiでは、招待制をとっており、現実の友人・知人関係をネット上で再現出来るため、従来のインターネットサービスに比べ、無責任な発言等が行われにくいと言えます。

しかしながら、現実社会でも各種トラブルが発生するように、人間同士のコミュニケーションが発生するmixiでは、同様の事態が発生する可能性があります。

mixiでは以下のような運用体制を設け、ユーザーの皆様安心してご利用いただけるサイト作りを目指しております。

- 24時間、365日のサポート・サイト監視
- ユーザーからの通報に対しての対応だけでなく、人的・システムのパトロールを行う
- 利用上の注意をサイト上に掲載し、ユーザーに注意喚起を促す

mixiとは

Find Job !とは

収益モデル

ユーザー数 ※1	660万人
月間PV(PC) ※2	75.0億PV
月間PV(モバイル) ※2	17.9億PV
1人あたりのPV ※3	604PV
サイトの月間滞在時間 ※3	3時間35分
アクティブ率 ※4	70%

※1 平成18年11月12日現在

※2 平成18年10月実績

※3 ネットレイティングス社、9月調べ(現時点最新)

※4 ユーザーが3日以内にサイトを利用する率

事業内容

mixiとは

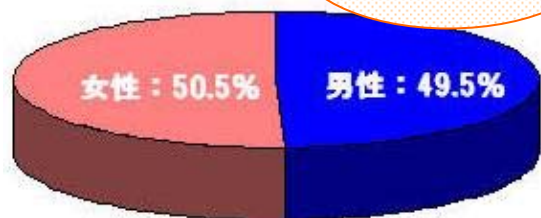
Find Job !とは

収益モデル

ユーザー属性

性別

男女比はほぼ半々



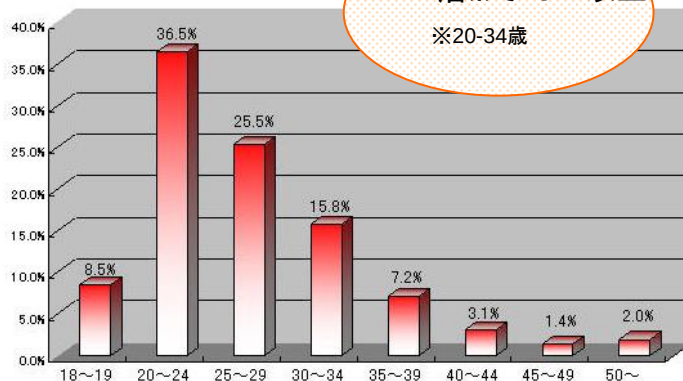
職業属性

IT関係	6.0%	主婦	4.9%
専門職	5.1%	求職中	1.9%
公務員	1.1%	その他	10.0%
教員	0.9%	技術系	5.7%
自営業	2.6%	営業・企画系	5.0%
アーティスト	1.7%	クリエイター系	3.3%
フリーター	2.4%	販売系	2.4%
大学生・院生	29.4%	サービス業	5.1%
専門学校生	2.8%	ガテン系	1.2%
事務系	7.6%	役員・管理職	0.9%

年齢層

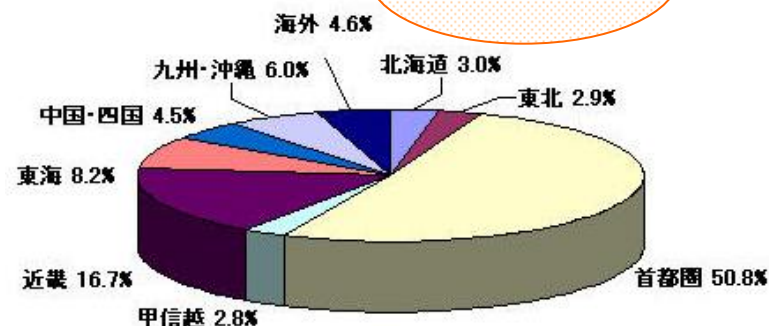
M1・F1層※で78%以上

※20-34歳



地域属性

首都圏ユーザが50%以上



事業内容

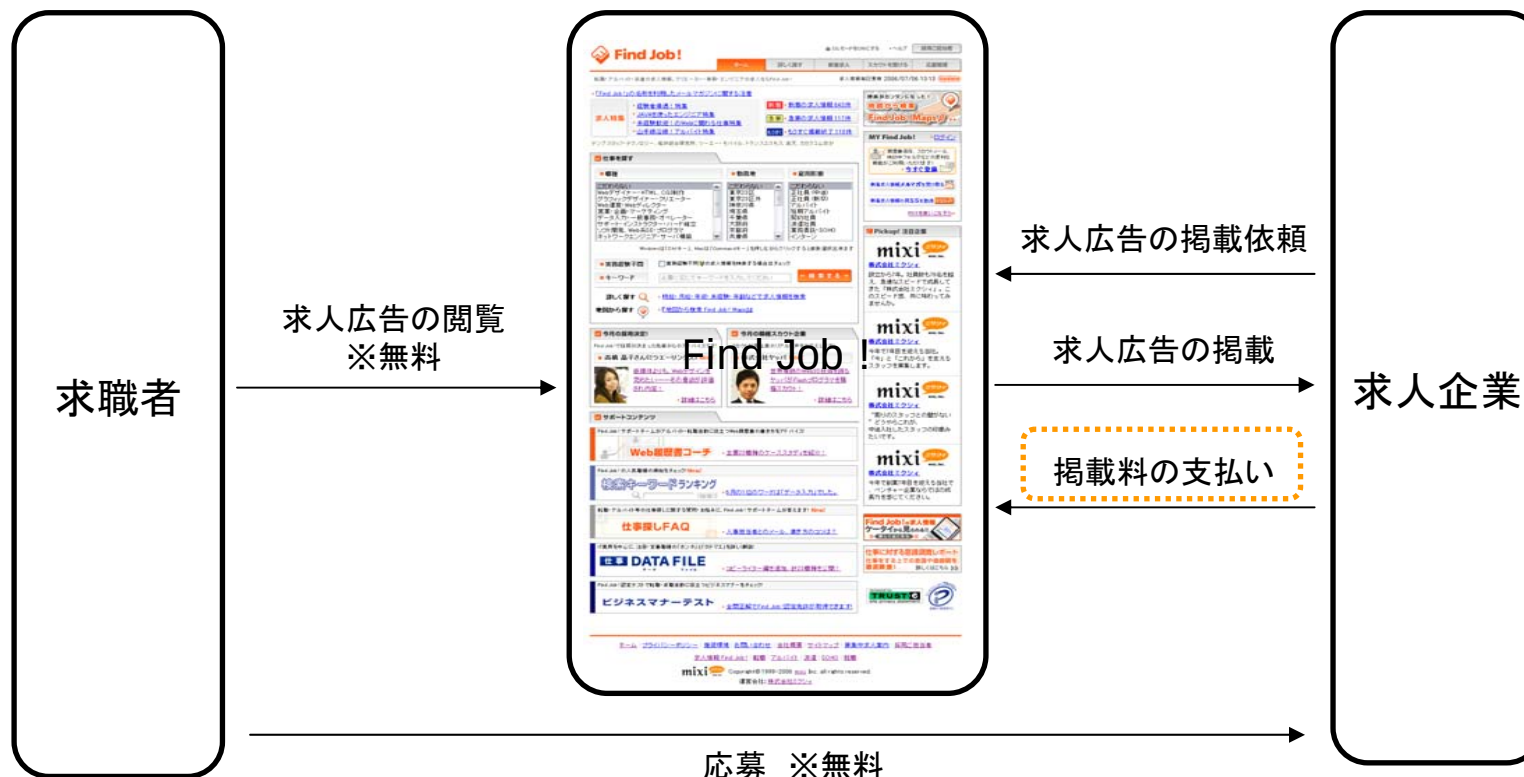
mixiとは

Find Job !とは

収益モデル

Find Job !とは

mixi ミクシィ
mixi, Inc.



3つの特徴

特徴1. IT系に特化

IT系の人材に特化し、正社員からアルバイトまで扱っており、求人企業に質の高い人材を提供しています。

特徴2. 高い費用対効果

インターネットを活用し、営業コストやオペレーションコストを削減。また、自社媒体であるmixiを活用し広告宣伝費を抑制しており、低価格でサービスを提供しています。

特徴3. 自社媒体mixiとの連携

自社媒体mixiに広告を掲載し、求職者の獲得を行うとともに、広告宣伝費の抑制を実現しています。

事業内容

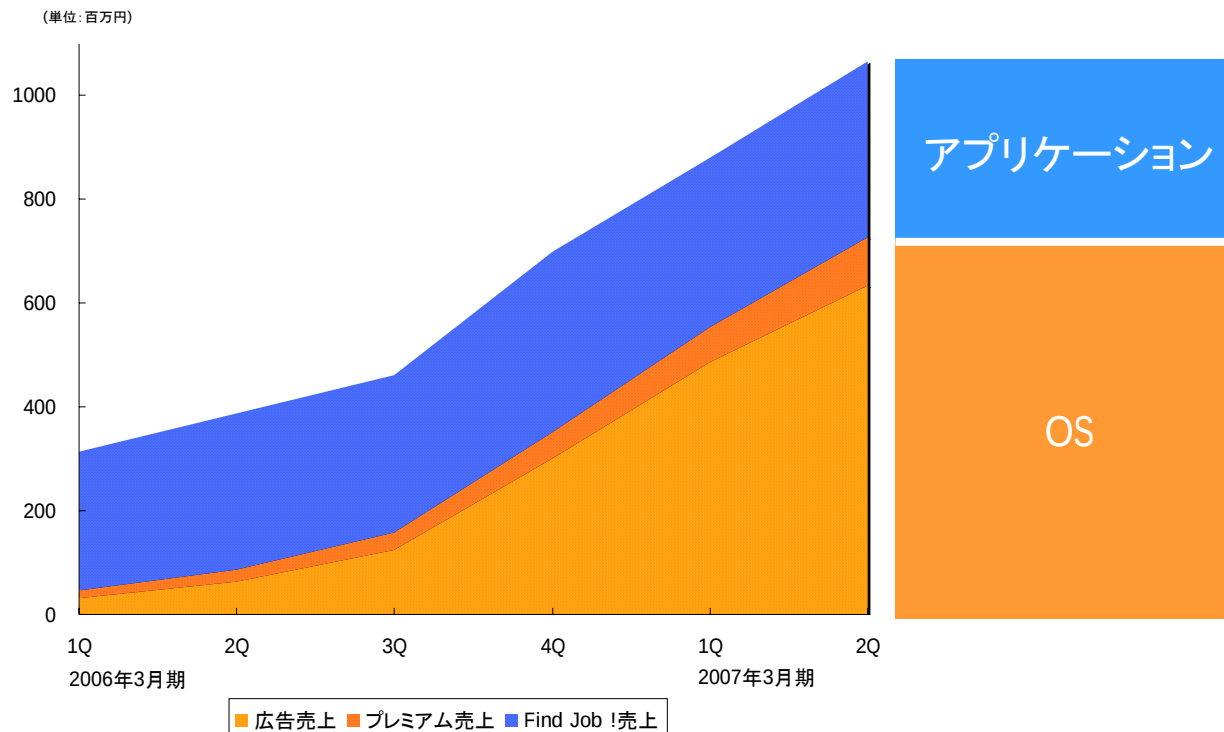
mixiとは

Find Job !とは

収益モデル

mixiをOSとして、収益モデルを形成

mixi ミクシィ
mixi, Inc.



① 広告売上 ($PV \times PV単価$)

+

② プレミアム売上 ($ユーザー数 \times 加入率 \times 315円$)

+

③ アプリケーション (Find Job !) 売上

■ 今四半期の取り組み

1. 事業戦略
2. Phase1.の取り組み
3. Phase2.の取り組み
4. Phase3.の取り組み

3つのPhase.に分けた事業展開

Phase.1 メディア力の拡大

居心地の良さ、使い勝手の良さを追求することにより、ユーザーの満足度を最大化し、その結果として、ユーザー数、PV、アクティブ率の増大を目指します。

Phase.2 広告価値の最大化

SNSの特性を活かした、広告効果の高いメニュー（ターゲティング、バイラル）の開発を行い、収益の最大化を目指します。

Phase.3 アプリケーションの創出

ユーザー数やPVとといったmixiのメディア力を活かした収益モデル、あるいはSNSと親和性の高い収益モデルの創出を目指します。

※現在、Phase.1、2を最優先事項として取組んでいます。

$$\begin{aligned}
 & \text{広告売上 (PV } \times \text{ PV単価)} \\
 & \quad \text{Phase.1} \quad \text{Phase.2} \\
 & + \\
 & \text{プレミアム売上 (ユーザー数 } \times \text{ 加入率 } \times \text{ 315円)} \\
 & \quad \text{Phase.1} \\
 & + \\
 & \text{アプリケーション (Find Job !) 売上} \\
 & \quad \text{Phase.3}
 \end{aligned}$$

Phase1.メディア力拡大への取り組み

広告 ($\text{PV} \times \text{PV単価}$) + プレミアム ($\text{ユーザー数} \times \text{加入率} \times 315\text{円}$) + アプリケーション

- 動画やミュージックといった、新たなコミュニケーションツール導入の取り組みを開始
- IPOを通じ、mixiの認知度が向上

6/28	mixiミュージック全体公開	プレミアム向けに開始していたmixiプレミアムを全ユーザーに提供開始
7/12 9/26	モバイル機能追加	URLの直打ち、QRコードでのアクセス開始。 アクセスキーのリリース
7/24	機能要望掲示板リリース	機能に関するユーザーの要望を受け付ける掲示板を開設
8/2～8/22	動画コンテスト実施	動画の投稿コンテストを実施
8/31	マイミクシィグループリリース	マイミクシィ一覧をグループ分けできる機能のリリース
9/14	東証マザーズへ上場	東証マザーズへ上場

取り組み

事業戦略

Phase1.

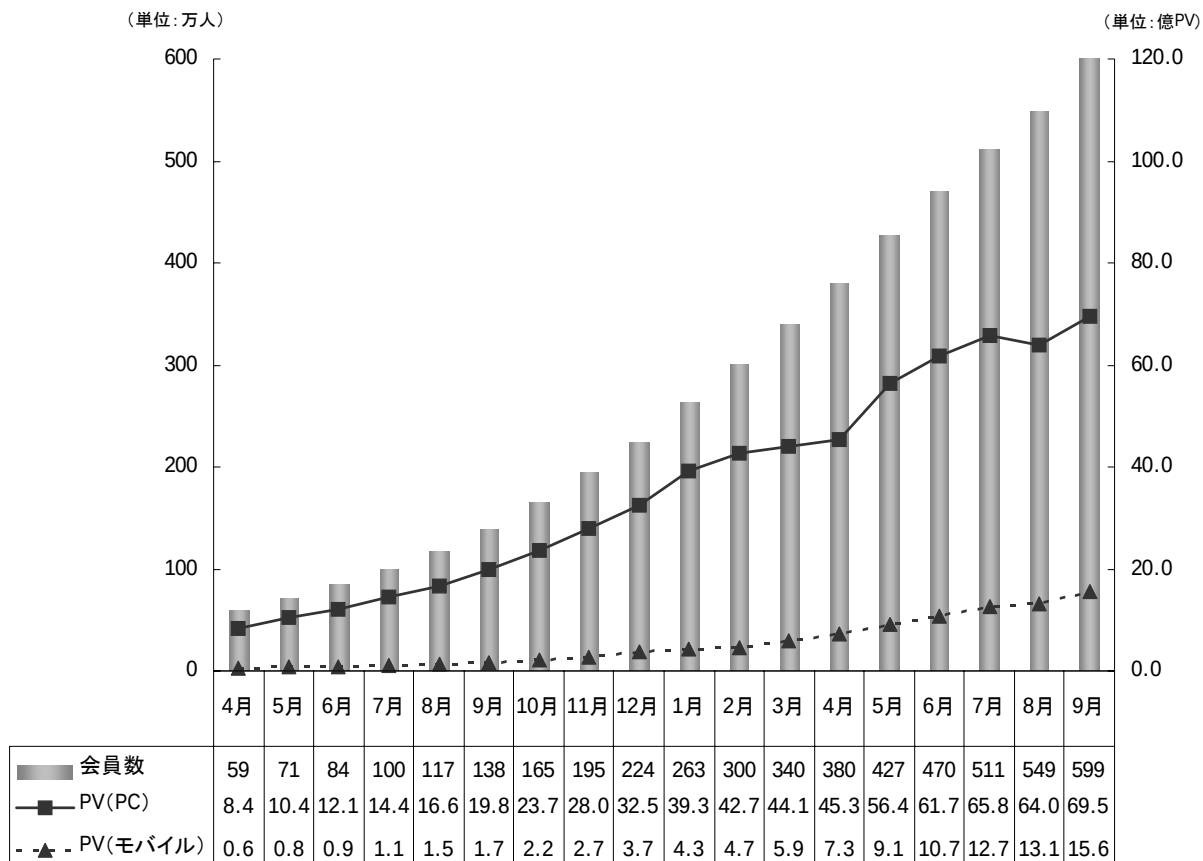
Phase2.

Phase3.

会員数は順調に拡大、1人あたりのPVがやや減少

広告 (PV × PV単価) + プレミアム (ユーザー数 × 加入率 × 315円) + アプリケーション

- ユーザー数はIPOにより、認知度が向上したことや、各施策が好影響を与え、順調に拡大
- モバイルPVは引き続き、順調に増加
- PCのPVも、ユーザー数の急増により、やや1人あたりのPVが減少しつつも、順調に増加



取り組み

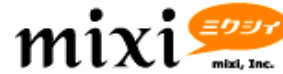
事業戦略

Phase1.

Phase2.

Phase3.

Phase2. 広告価値最大化への取り組み



広告 (PV × PV単価) + プレミアム (ユーザー数 × 加入率 × 315円) + アプリケーション

- 2つの広告新メニューを追加
- 各メニューについても、料金改定を実施

7月	広告料金の改定	メディア力の拡大に伴う広告料金の見直し実施
7月中旬	コンテンツマッチ広告開始	コンテンツの内容にマッチしたテキスト広告を追加
9月1日	メガテキスト広告開始	トップ画面にテキスト広告枠を追加
7月～9月	代理店とのリレーション強化	代理店、レップ向けに、広告メニューの説明会を実施。

取り組み

事業戦略

Phase1.

Phase2.

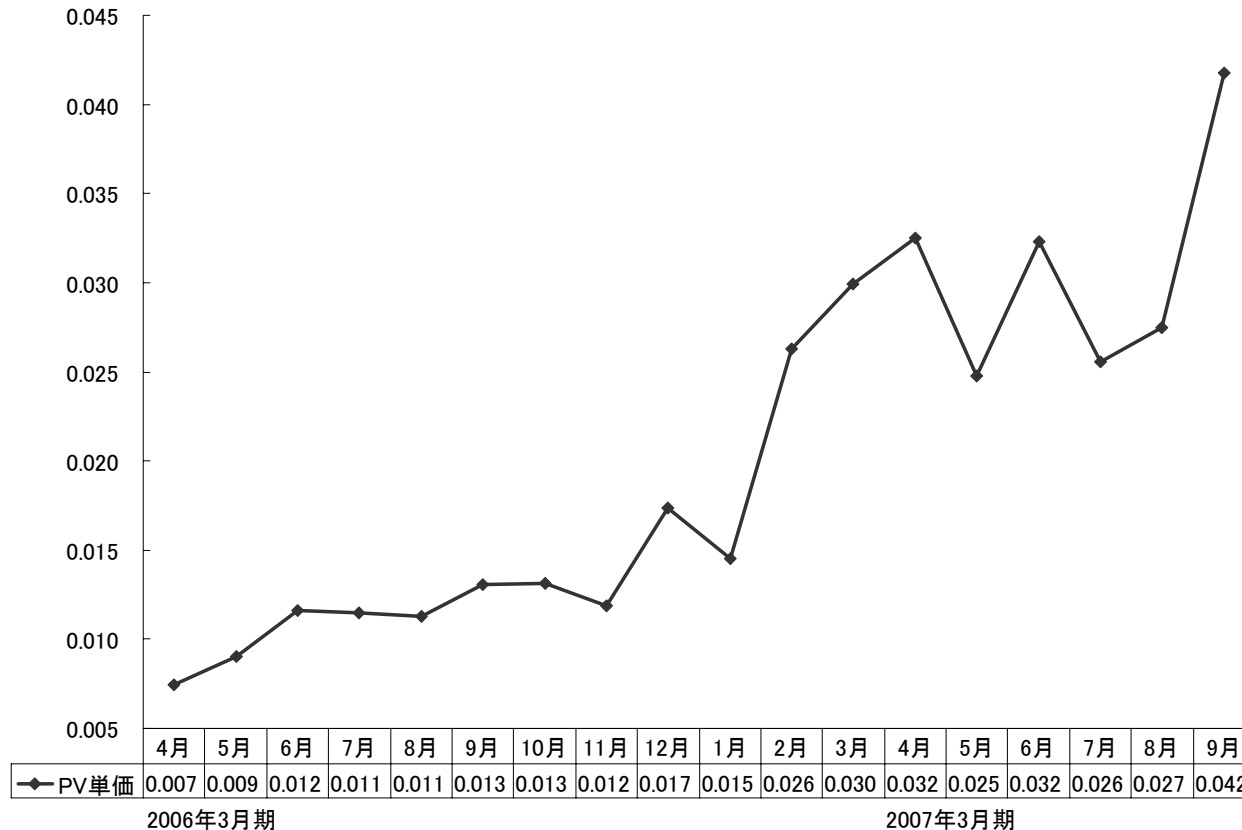
Phase3.

広告単価が0.04円台を突破

広告 (PV × PV単価) + プレミアム (ユーザー数 × 加入率 × 315円) + アプリケーション

- メディア力の拡大にともない、広告価値（広告料金）も順調に拡大
- 特に9月は、クライアントの広告需要が強かったことや、メガテキスト等の新広告メニューの投下が好影響を与えている

(単位:円)



【特集】広告媒体としてのmixi

1. mixiの広告メニュー
2. メディア力を活用した広告展開
3. ターゲティングを活用した広告展開
4. クチコミを活用した広告展開
5. mixiの広告媒体としての強み

3つの特徴を活かした広告展開

1. メディア力を活用した広告展開
2. ターゲティングを活用した広告展開
3. クチコミを活用した広告展開

日本有数のメディア力

- 660万人の会員数、主要サイト第2位のPV、第1位の1人あたりの利用時間、1人あたりのPV等、日本有数のメディア力を保有

ドメイン	ページビュー (単位:千頁)	ページビュー による順位	一人当たりの 利用ページ数	一人当たりの 利用時間
yahoo.co.jp	5,069,031	1	185	1:04:37
rakuten.co.jp	559,813	3	51	0:21:31
google.co.jp	298,122	4	40	0:09:13
2ch.net	132,770	11	26	0:24:47
gyao.jp	49,605	37	24	0:32:54

mixi.jp	642,834	2	212	1:30:43
---------	----------------	----------	------------	----------------

※ネットレイティングス社 11月5日～11日調べ(週間データ、11月12日時点最新)

取り組み

広告メニュー

メディア力

ターゲティング

クチコミ

mixiの広告の強み

メディア力を活かした広告メニュー

mixi ミクシィ
mixi, Inc.

ローテーションバナー

ローテーションバナー

mixi ミクシィ

あなたの友人を mixi に招待しよう！
興味のあるコミュニティに参加しよう！
新機能リリース・障害のご報告

9/18(木)

あなたの投稿
コミュニティを探す
友達を見る

マイページ
日記
コミュニティ

ピラタ大王にとりゃんすよ。
実物大の「四星球」。悟空やベジータの声で目撃せよ！

本文の最後が疑問形のメールって返信しちゃうよね
監修: 恋愛心理研究家 ゆうきゆう 「ケタイと恋愛の法則」あなたの法則募集中！
Presented by vodafone

- ◆掲載場所: マイページ、日記、コミュニティ、ログイン画面など
- ◆掲載期間: 1週間
- ◆保証露出回数: 4000万imp
- ◆想定CTR: 0.05%
- ◆料金: 120万円から
- ◆想定クライアント: 通販・各種メーカー・人材・エンタメ系(ゲーム・音楽・映画)など

ログインジャック



- ◆掲載場所: ログイン画面
- ◆掲載期間: 1週間
- ◆料金: 1,000万円
- ◆想定クライアント: メーカーなど

モバイル広告

mixiモバイル

[PR] ●●●●●●●●

◆ ホーム

- ▼ 日記を読む
- ▼ 日記を書く
- ▼ フォトアルバムを見る
- ▼ フォトアルバムを作成
- ▼ 足あと
- ▼ お気に入り
- ▼ マイクシー覧
- ▼ コミュニティー覧
- ▼ かんたんアクセス設定

▼ 新着情報

マイクシー最新日記

[9/16] ●●●● (●●●●)

[9/16] ●●●● (●●●●)

- ◆掲載場所: mixiモバイルTOPページ
 - ◆掲載期間: 1週間
 - ◆想定露出回数: 200万想定CTR: 0.4%
 - ◆料金: 70万円から
- ※imodeとezwebのみ

取り組み

広告メニュー

メディアカ

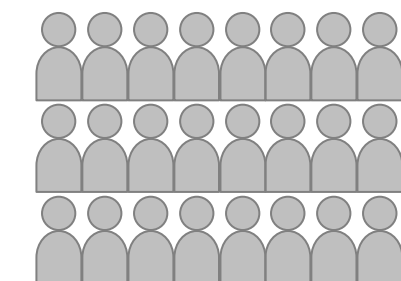
ターゲティング

クチコミ

mixiの広告の強み

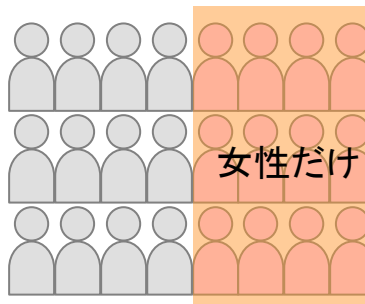
ユーザー属性を保有するSNSならではの広告メニュー

mixi mixi, Inc.

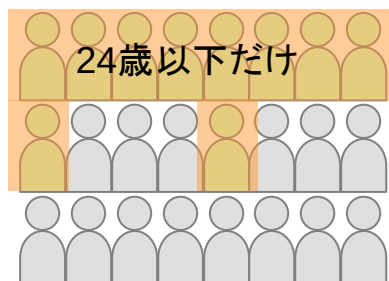


サイト閲覧者全員に配信

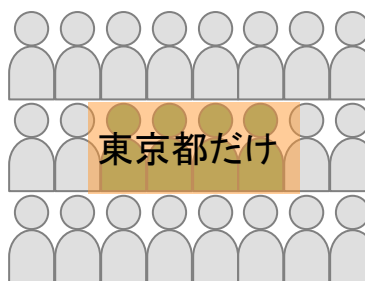
性別で



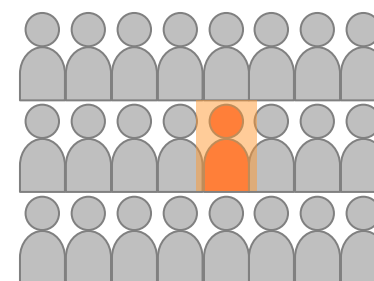
年齢で



居住地で



狙ったターゲットに対して
効率的な配信が可能



- ・女性で
- ・24歳以下で
- ・東京都に住む

取り組み

広告メニュー

メディアカ

ターゲティング

クチコミ

mixiの広告の強み

ターゲティングを活かした広告メニュー

mixi ミクシィ
mixi, Inc.

ターゲティングバナー



コミュニティテキスト



- ◆掲載場所:マイページ
- ◆掲載期間:1週間
- ◆保証露出回数:750万imp/2000万imp/4000万imp
- ◆想定CTR:0.1%
- ◆料金:90万円(@0.12)/200万円(@0.10)/320万円(@0.08)
- ◆想定クライアント:
(男女)
男: PC・AV機器関連、自動車、ゲーム、人材関連など
女:化粧品関連、派遣会社、その他女性向けサービスなど
(時間帯)
フードサービス関連(ランチタイムに新商品訴求)、
通販関連(タイムセールなど)
(年齢)
年齢でターゲットを絞ることも可能。

- ◆掲載場所:コミュニティ内全ページ
- ◆掲載期間:1週間
- ◆想定露出回数:各カテゴリに拠る
- ◆想定CTR:0.07%
- ◆料金:20万円(全カテゴリ共通)

取り組み

広告メニュー

メディアカ

ターゲティング

クチコミ

mixiの広告の強み

クチコミを活かした広告メニュー

mixi ミクシィ
mixi, Inc.

各種広告枠

公認コミュニティ・公認アカウント

ユーザトップページ

ユーザトップページ



コミュニティトップページ



コミュニティに参加したユーザーには随時更新状況が通知されますので、リピーターを囲いやすい仕組みです。

コミュニティ上で使える機能

・トピック作成...

コミュニティメンバーだけに情報提供をおこないます。トピックには、ユーザーの意見も書き込まれます。

・アンケート作成...

メンバーが自由に回答できる簡易アンケートを作成できます。

- ◆掲載期間: 3ヶ月
- ◆料金: 50万円から
- ◆想定クライアント: 様々な業種でのプロモーション展開が可能

- 取引社数、月130社程度、うちナショナルクライアント30社程度の利用

広告を見る

- ・会員数⇒幅広いリーチ
- ・属性の把握⇒ターゲットを絞った効率の良いリーチ

訴求内容を
認知する

- ・滞在時間の長さ
⇒高いフリークエンシー

サイトにアクセス

商品を買う、
サービスに申込
などの行動を起
こす

- ・インセンティブ目的で入会
していない、ピュアなユーザ
⇒高いコンバージョン

さらに・・・友人（マイミクなど）へ伝播

プロモーションの好循環が自然に生まれていく

■ 今後の事業展開

1. 今後の取り組み

今後の課題と取り組み

1. 初心者ユーザーのアクティブ率向上
2. モバイルの強化
3. 動画・音楽などのリッチコンテンツ導入
4. 広告単価の拡大