



2011年度 通期決算説明会

2011年4月1日～2012年3月31日

株式会社ミクシィ

<http://mixi.co.jp>

東証マザーズ 2121

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証するものではありません。

様々な要因の変化により、実際の業績と異なる可能性があることをご承知ください。

2011年度総括

2011年4月

- 「mixi Touch」 のHOME画面リニューアル

2011年6月

- 「mixiモバイル」 ユーザーインターフェースをリニューアル
- 「足あと」 を改善し、「先週の訪問者」 として提供開始

2011年8月

- 公式リワード広告 「mixiポイントプラス」 開始
- 誰でも簡単に開設できるソーシャルページ 「mixiページ」 の提供開始

2011年11月

- mixiアプリよりゲームジャンルを切り出した 「mixiゲーム」 を開始
- 日本最大のクリスマスソーシャルキャンペーン 「mixi Xmas 2011」 開始
- 手描きもできる 「mixi年賀状」 を開始

2012年2月

- ソーシャルギフトサービス 「mixiバースデー」 提供開始

2012年3月

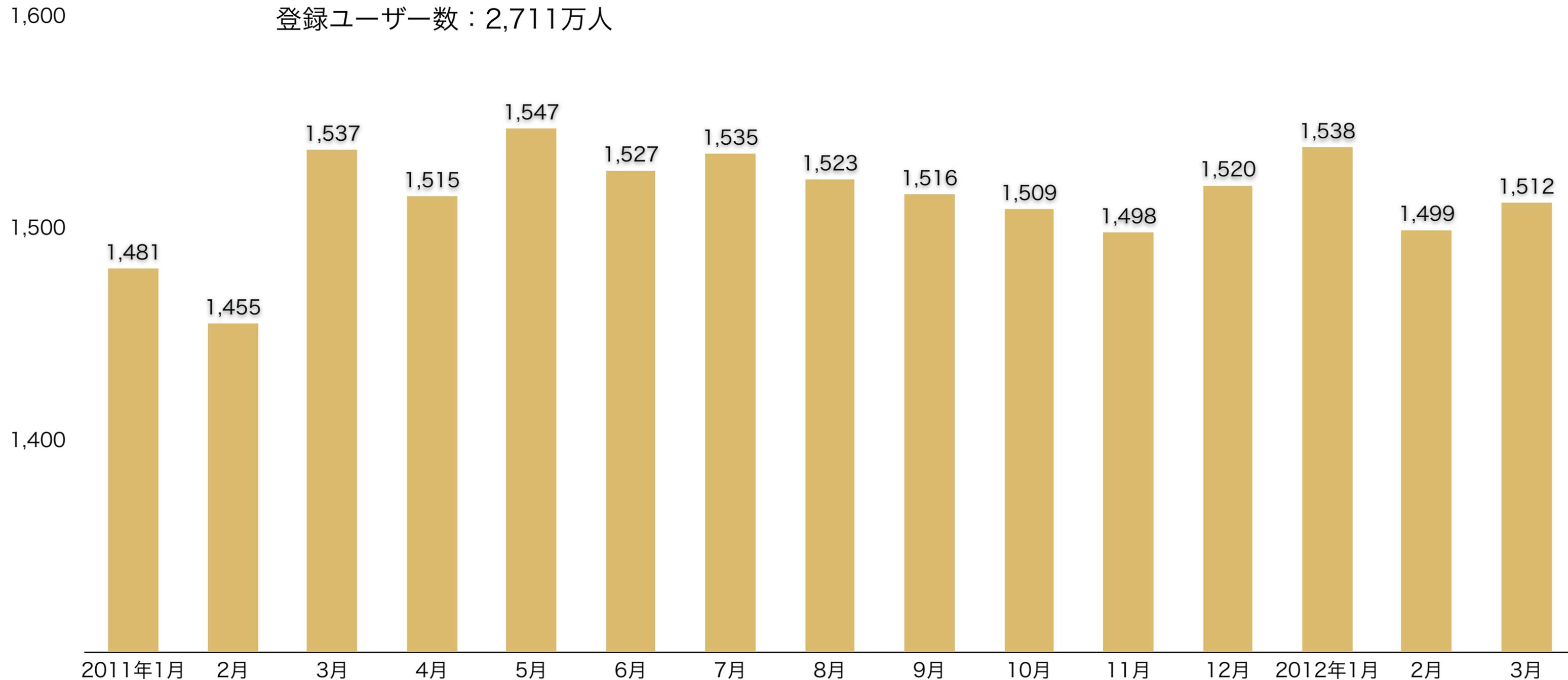
- ソーシャルコマースサービス 「mixiモール」 提供開始

月間ログインユーザー

単位：万人

月間ログインユーザー数(MAU)：1,512万人（1か月に1回以上ログインしたユーザーの数）

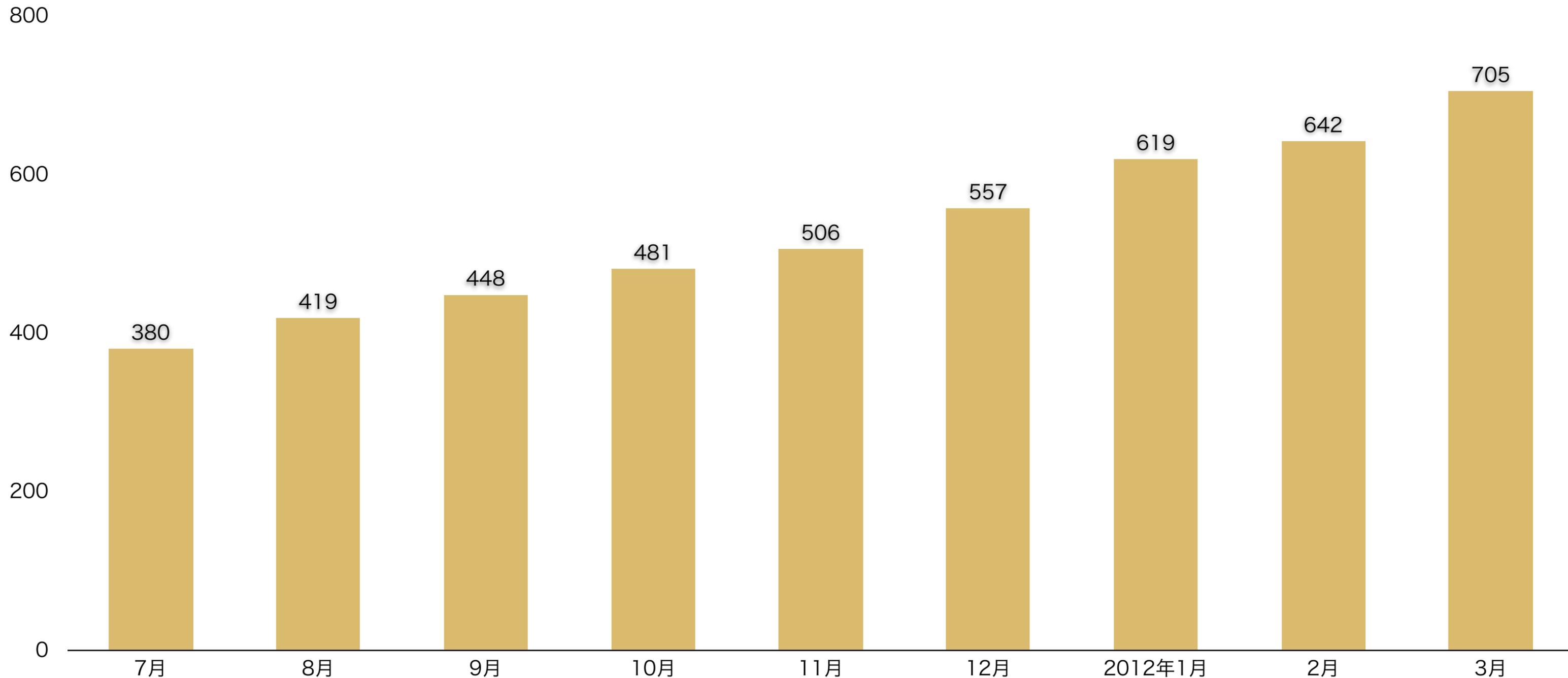
登録ユーザー数：2,711万人



注：月間ログインユーザー数および登録ユーザー数は当社調べ

月間スマートフォンログインユーザー

単位：万人



注：FY2011 3Qの決算資料まではmixi Touch（ブラウザ）のみの月間ログインユーザーを公表しておりましたが、今回よりmixi公式アプリおよびTouchのMAUを合算した月間ログインユーザー数に変更いたしました。過去データは2011年7月まで遡及修正しております。

2011年度第4四半期トピックス～広告事業

事例①M・A・Cバッジコレクション
バッジ獲得の条件と機能をリンクさせ、商材を訴求



事例②Ultrabook「mixiブック」タイアップ
mixi × Ultrabook (インテル) 『mixiブック』タイアップ企画



事例③新生活特集
卒業、入学、入社など、季節に合わせた協賛型キャンペーン企画



広告商材の強化

- ・ バナー広告以外の広告案件の強化
- ・ 『mixi』にしかできないクリエイティブ力が高い広告商品を展開
- ・ mixi Xmas 2011や新生活特集など季節に合わせたキャンペーンを実施

2011年度第4四半期トピックス～課金事業

スマートフォン (mixi Touch) 課金UU



プロ野球ドリームナイン

ドラモンマスター

創世クロノドライブ

株式会社コナミデジタルエンタテインメント

株式会社グレンジ

株式会社f4samurai



ベルサイユのばらif～幻想の日々

学園ヘタリアMobile

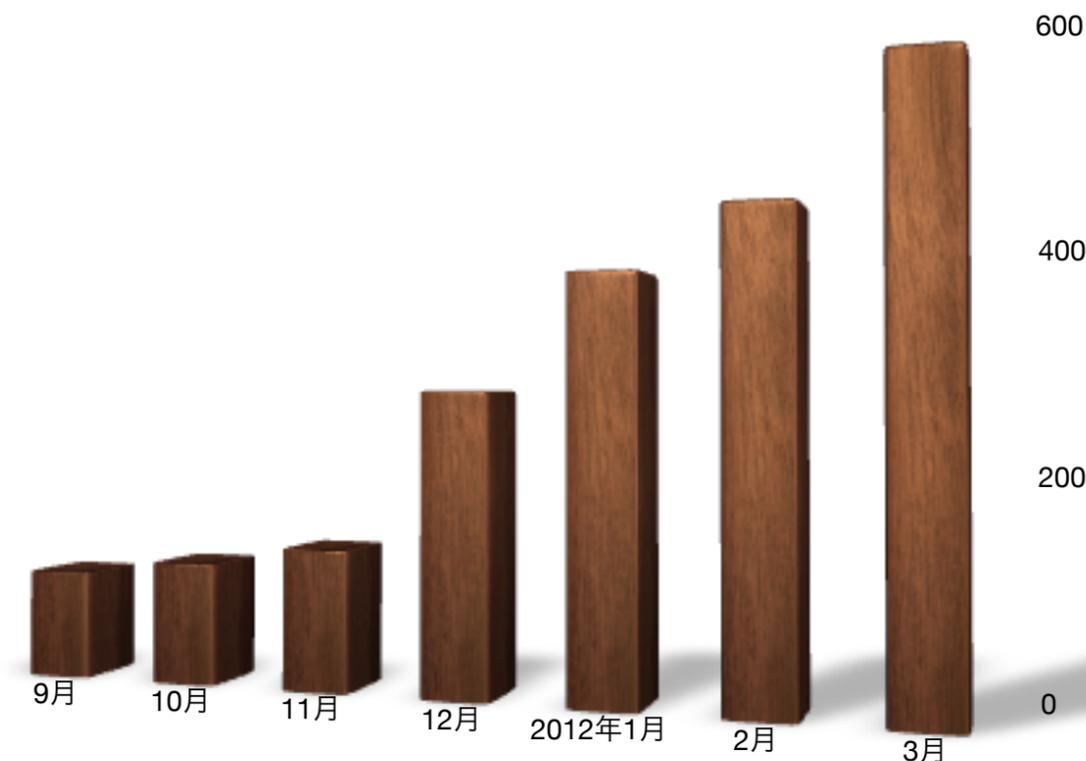
イケメン大奥★恋の園

株式会社ビジュアルイズ

株式会社ジー・モード

株式会社サイバード

2011年9月を100とした場合



2011年11月より提供開始した「mixiゲーム」により、ゲームラインアップを大幅に増加。スマートフォン向けタイトルの積極的投下により課金ユーザーも順調に増加。

2011年度第4四半期および通期実績

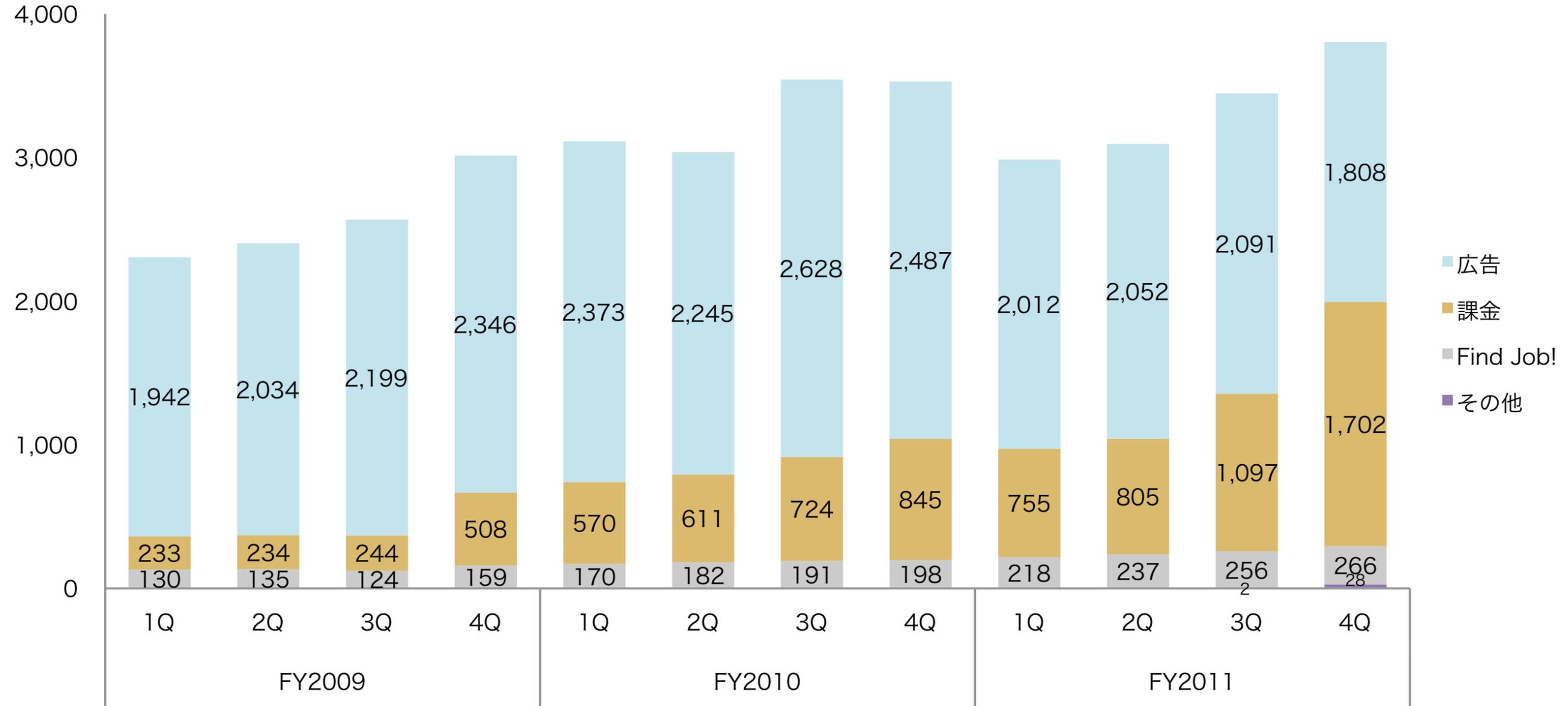
単位：百万円

	第4四半期			通期		
	FY2011/4Q	FY2010/4Q	前年比%	FY2011	FY2010	前年比%
売上高	3,805	3,531	7.8%	13,334	13,229	0.8%
営業利益	809	601	34.4%	2,194	3,373	-34.9%
経常利益	882	405	117.4%	2,107	2,989	-29.5%
当期純利益	275	145	88.7%	749	1,382	-45.8%

注：2011年度より広告売上高をグロス計上からネット計上に変更しております。2011年度以前の数値はネット計上に遡及修正しております。

売上高推移（四半期）

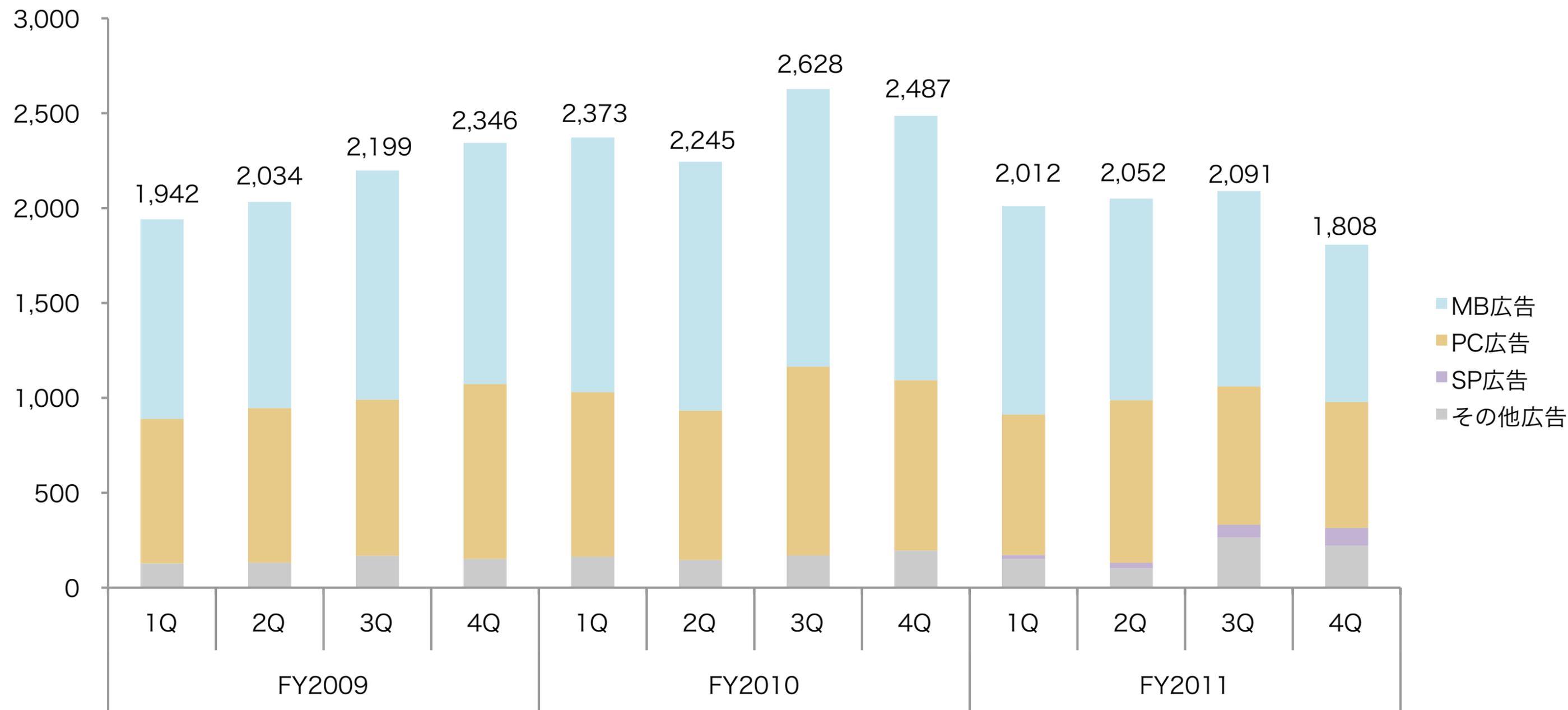
単位：百万円



注：2011年度より広告売上高をグロス計上からネット計上に変更しております。2011年度以前の数値はネット計上に遡及修正しております。

広告売上内訳（四半期）

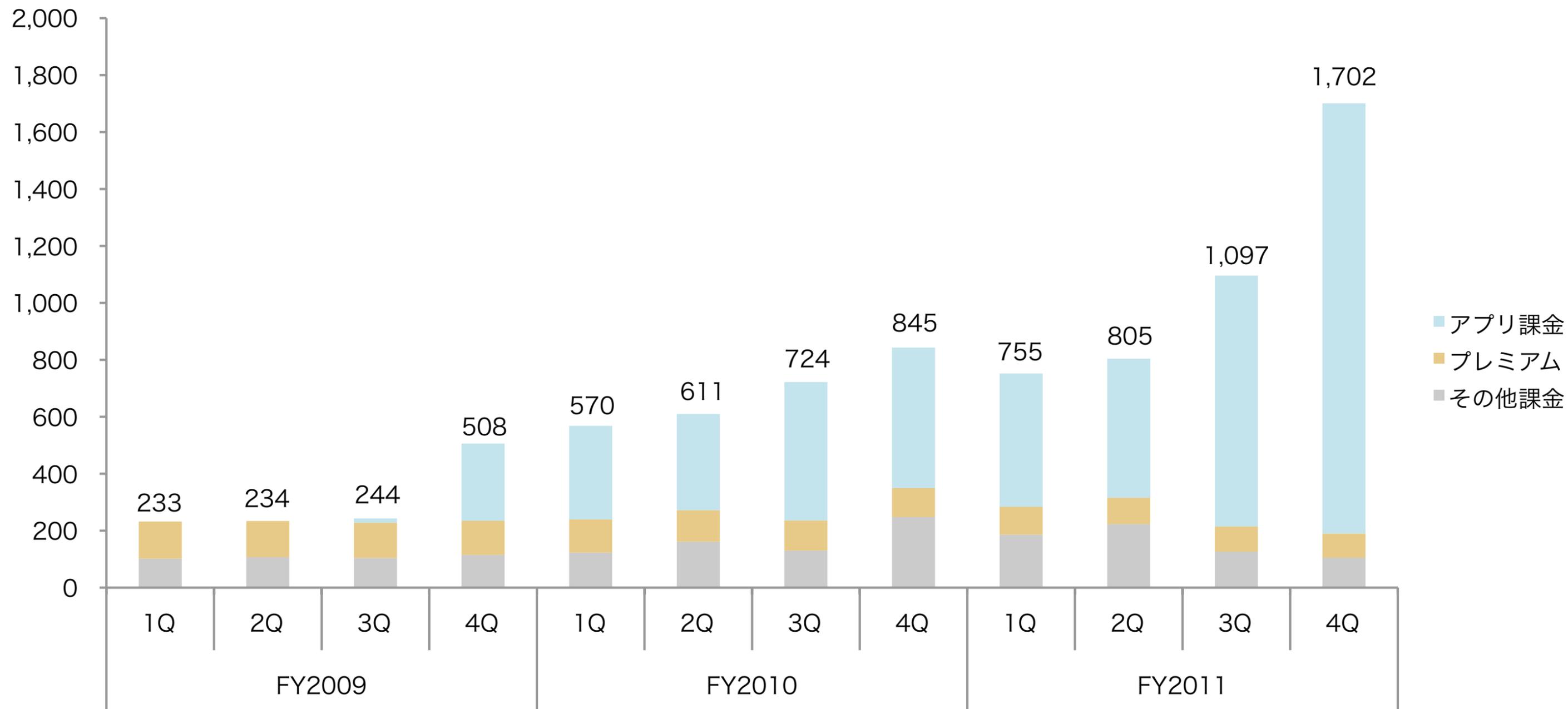
単位：百万円



注：2011年度より広告売上高をグロス計上からネット計上に変更しております。2011年度以前の数値はネット計上に遡及修正しております。

課金売上内訳（四半期）

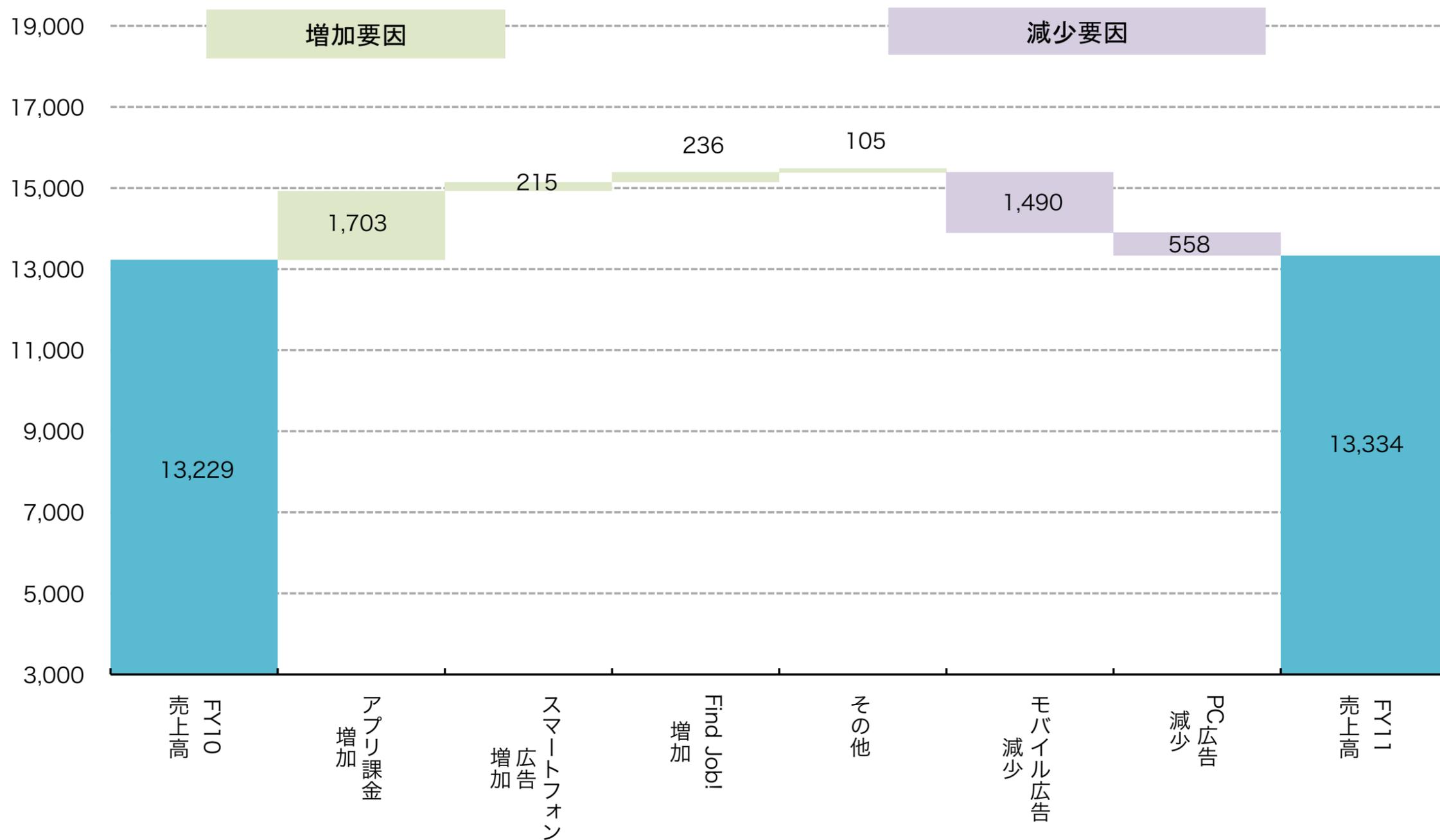
単位：百万円



2011年度通期 売上高増減要因 ウォーターフォールチャート

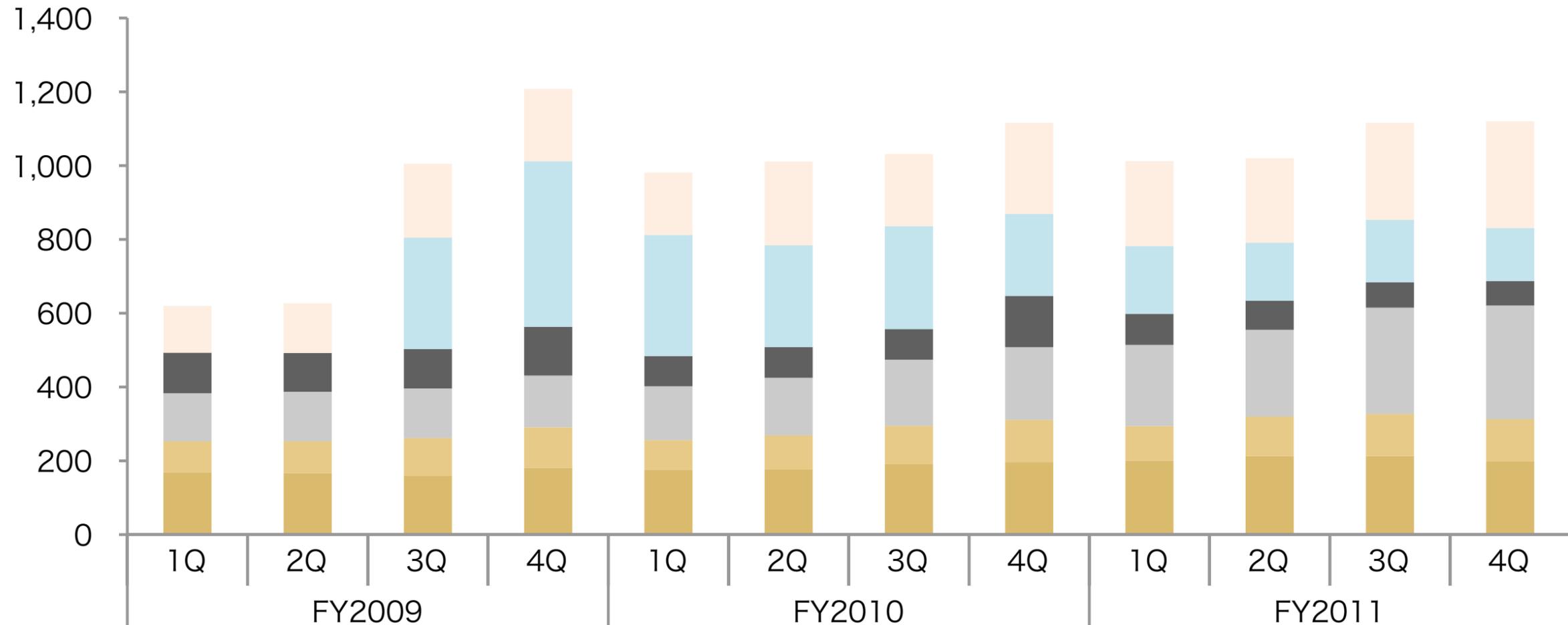
単位：百万円

前年比 売上増減分析



売上原価推移（四半期）

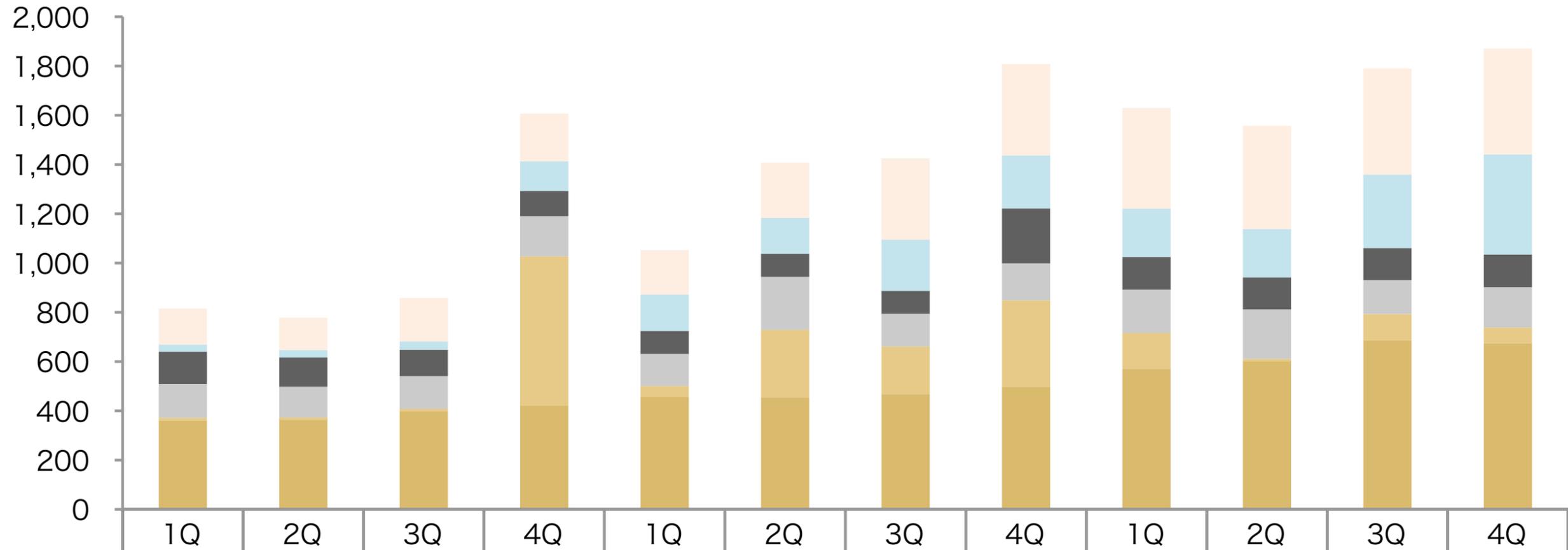
単位：百万円



■ その他	127	135	200	196	169	227	195	247	230	229	263	289
■ アドプログラム費用	-	-	302	449	328	276	279	222	184	157	169	144
■ コンテンツ費用	110	105	107	132	82	83	83	139	84	79	69	66
■ 開発人件費	130	134	134	140	146	156	179	197	220	235	288	308
■ 減価償却費	84	86	102	110	80	92	104	115	94	107	114	115
■ 貸借料	169	167	160	181	176	177	191	196	200	213	213	198

販管費推移（四半期）

単位：百万円



	FY2009				FY2010				FY2011			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
■ その他	146	131	176	194	181	224	330	371	409	419	431	430
■ 決済手数料	29	30	34	120	148	146	208	215	196	196	298	407
■ 地代家賃	131	119	107	103	93	94	93	223	133	130	130	132
■ 外注費	137	125	133	163	130	215	133	150	176	201	138	164
■ 広告宣伝費	11	4	10	606	43	275	193	352	146	7	106	64
■ 人件費	361	369	398	421	458	454	468	497	570	604	687	674

注：2011年度より広告売上高をグロス計上からネット計上（販売手数料等を控除）に変更しております。2011年度以前の数値はネット計上に遡及修正しております。

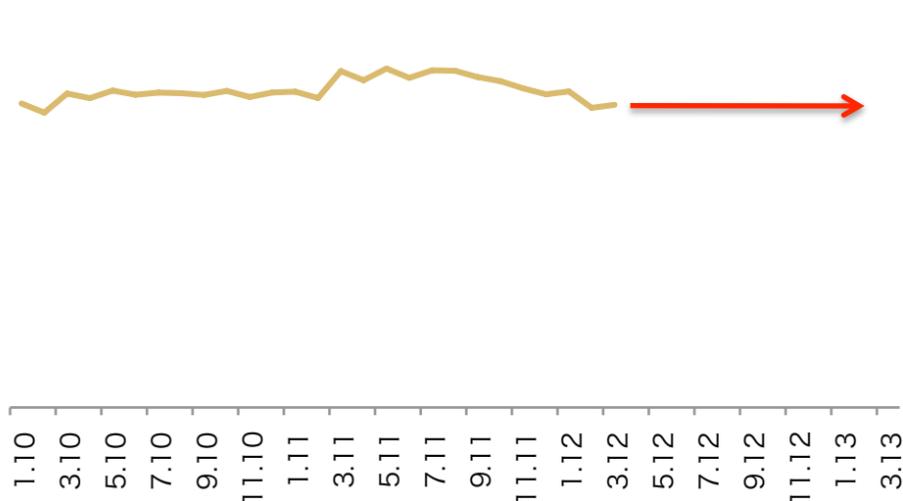
2012年度業績予想

単位：百万円

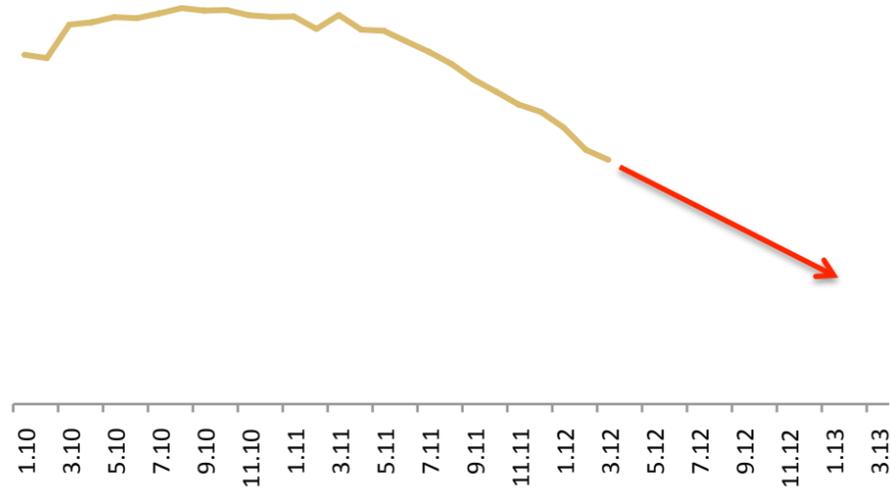
	2011年度実績	2012年度通期業績予想
売上高	13,334	14,500～15,500
営業利益	2,194	2,200～2,800
経常利益	2,107	2,200～2,800
当期純利益	749	1,300～1,650

2012年度業績予想 広告売上への前提

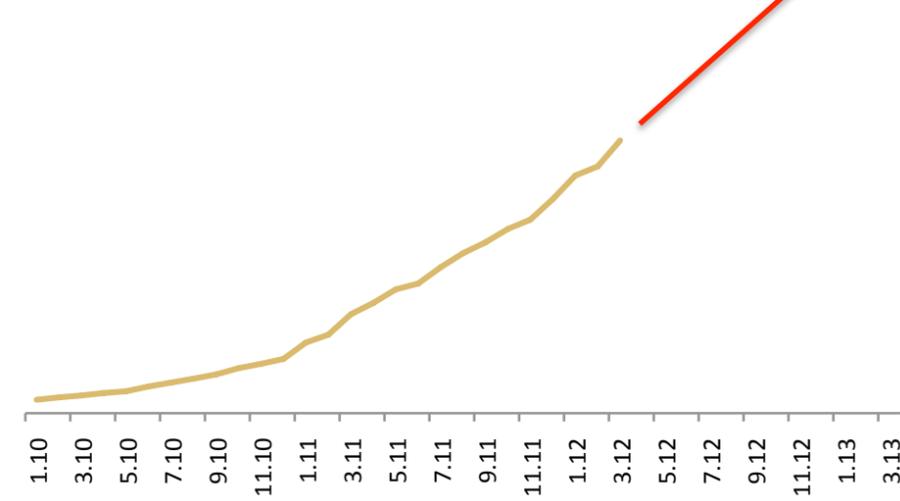
PC月間ログインユーザー



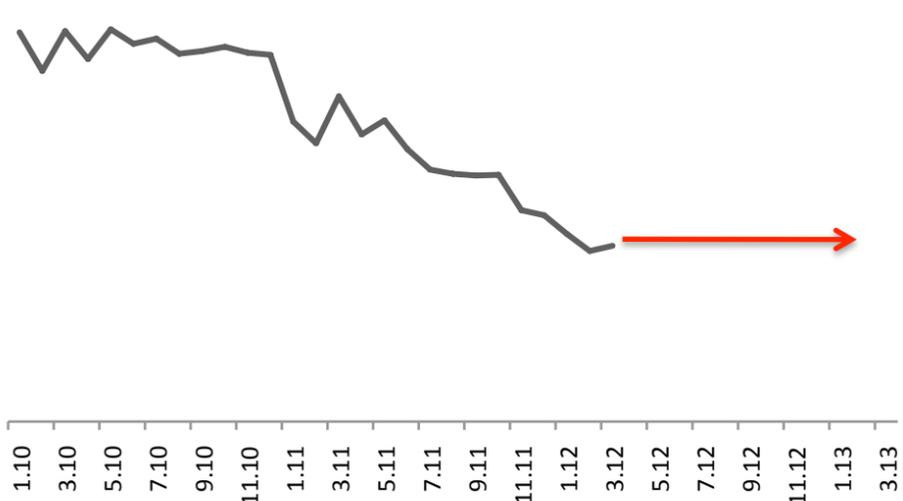
MB月間ログインユーザー



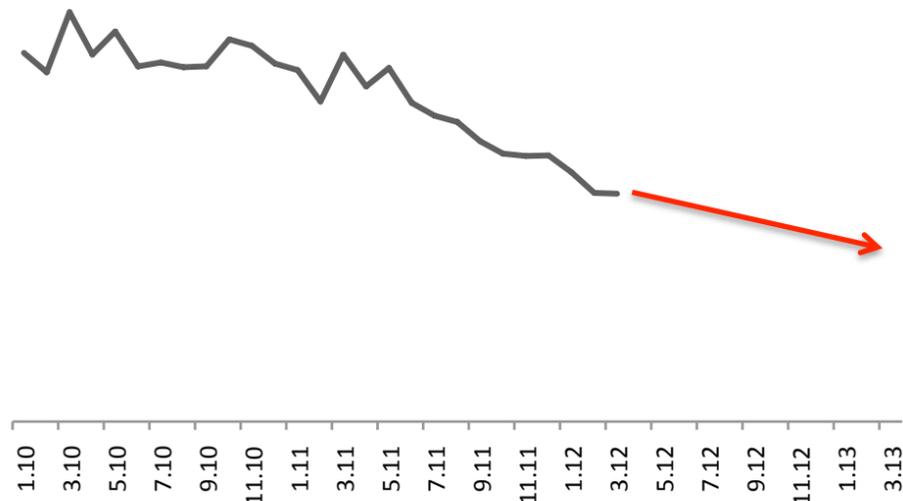
Touch月間ログインユーザー



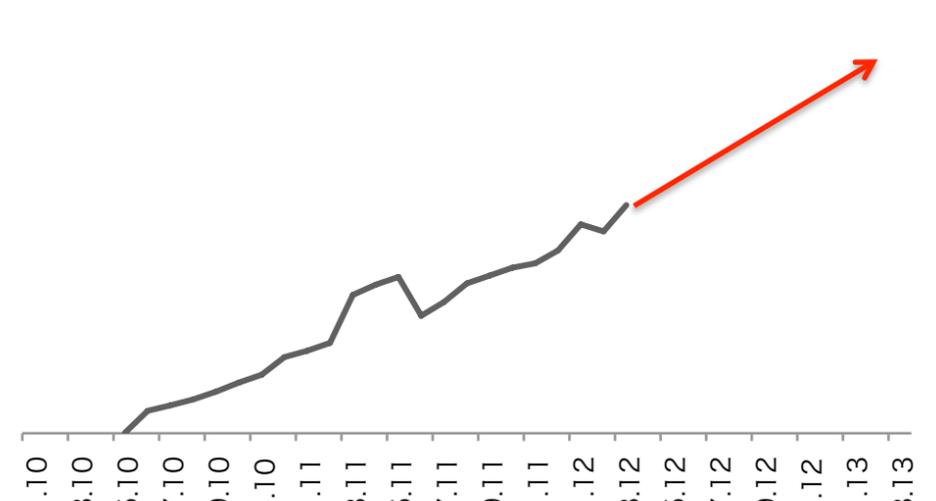
PC PV



MB PV



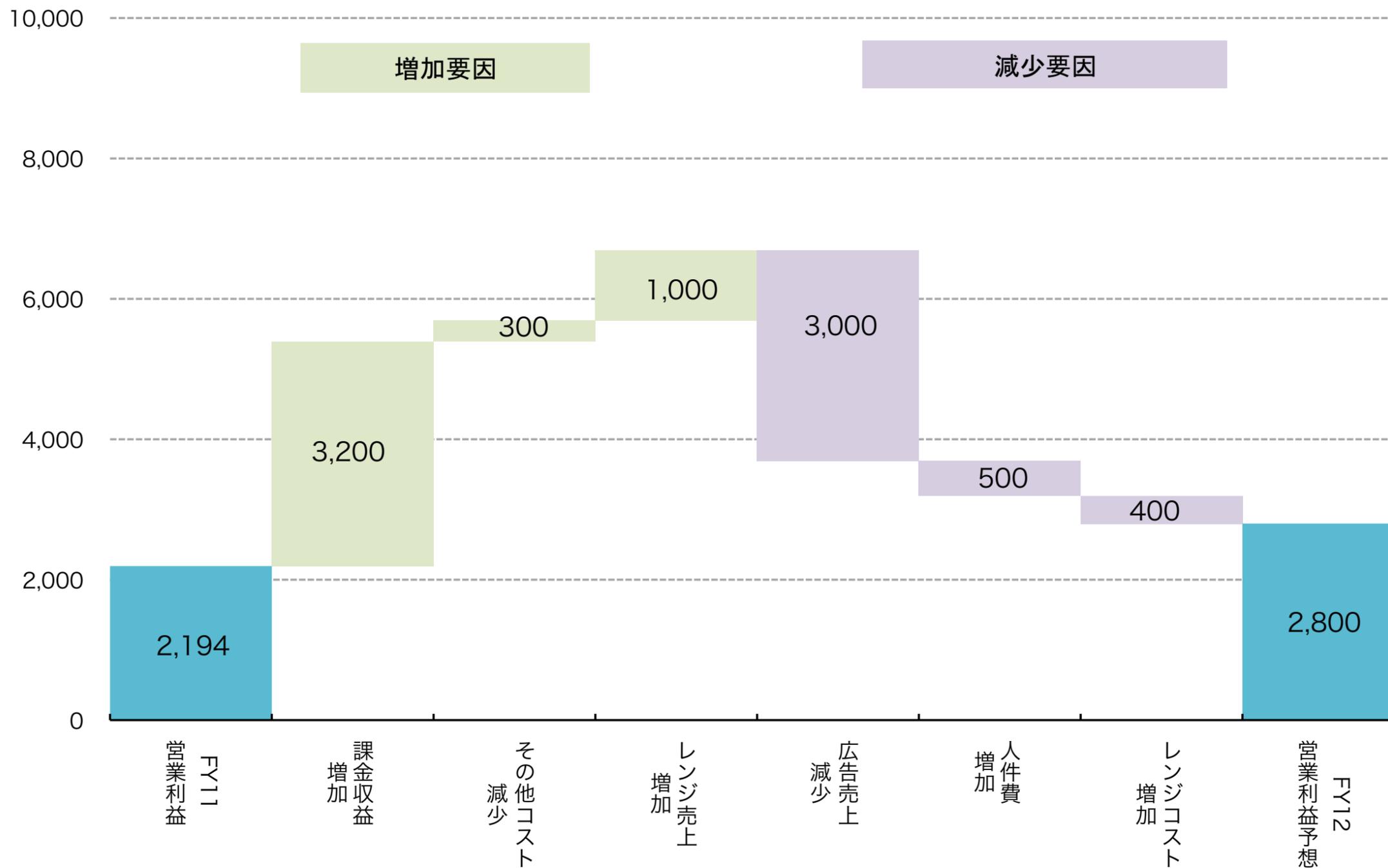
Touch PV



2012年度業績予想 営業利益

単位：百万円

前年比 予想営業利益増減分析





2012年度の方針

全ての人に心地よいつながりを

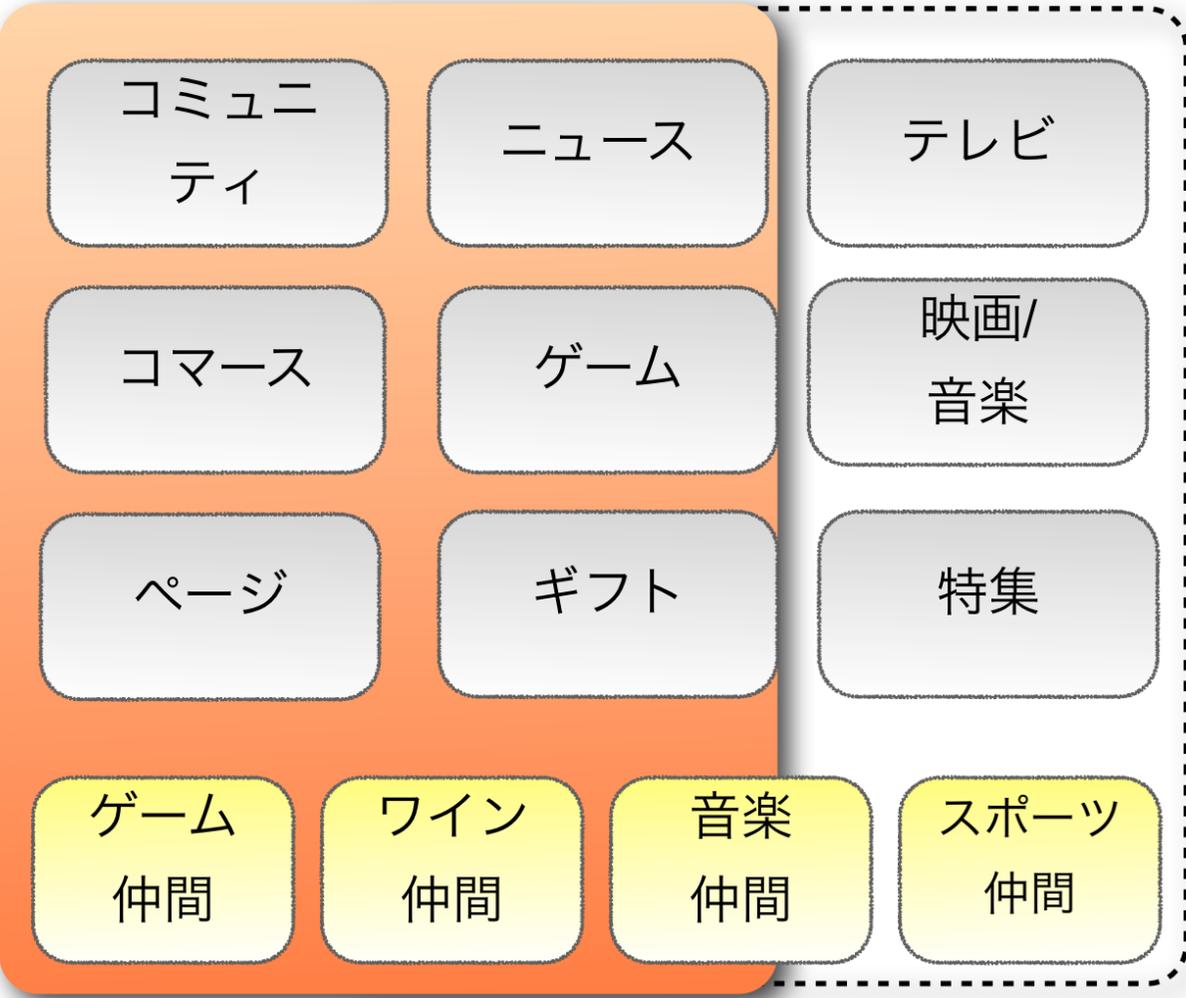
mixiタウンを作るう

TOWN構想で広がるつながりとコミュニケーション

HOMEエリア

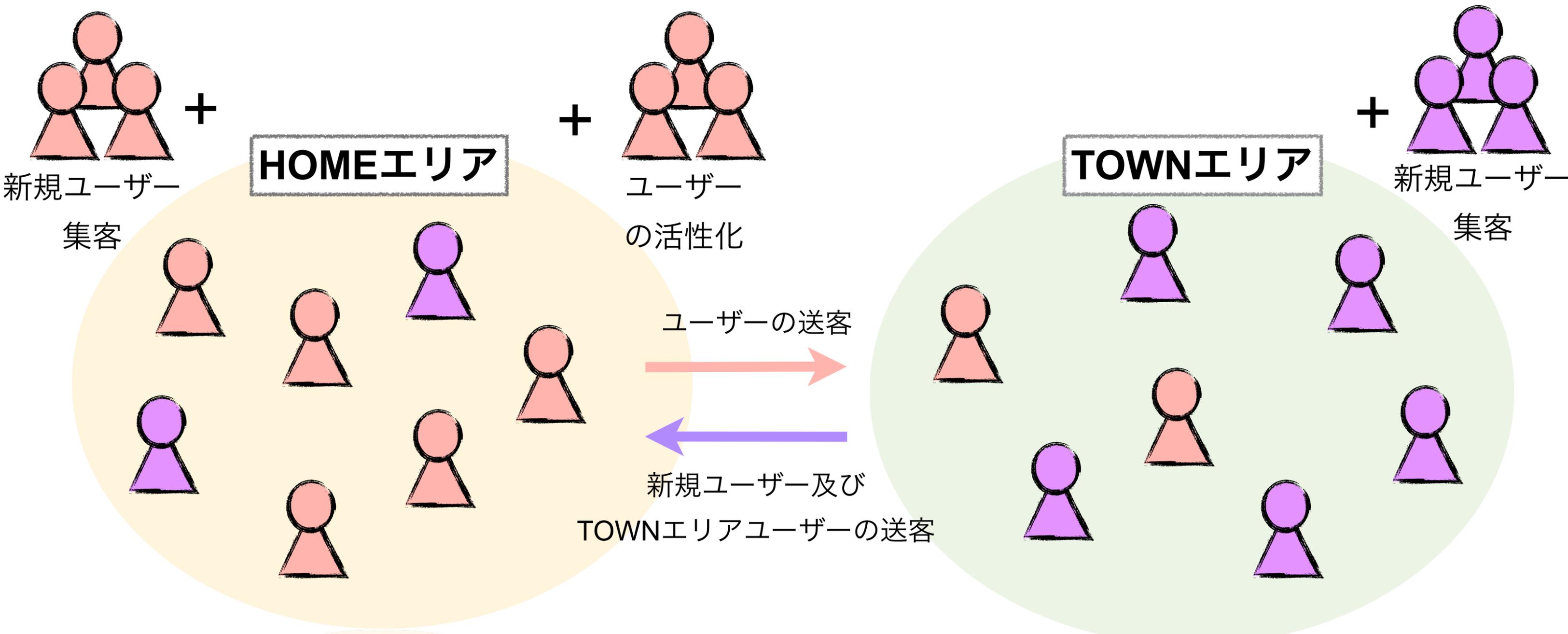


TOWNエリア



mixi

mixi外



HOMEエリアの活性化だけでなく、コミュニケーションを加速させるTOWNエリア（インタレスト領域）を拡大することでユーザー増加を目指す

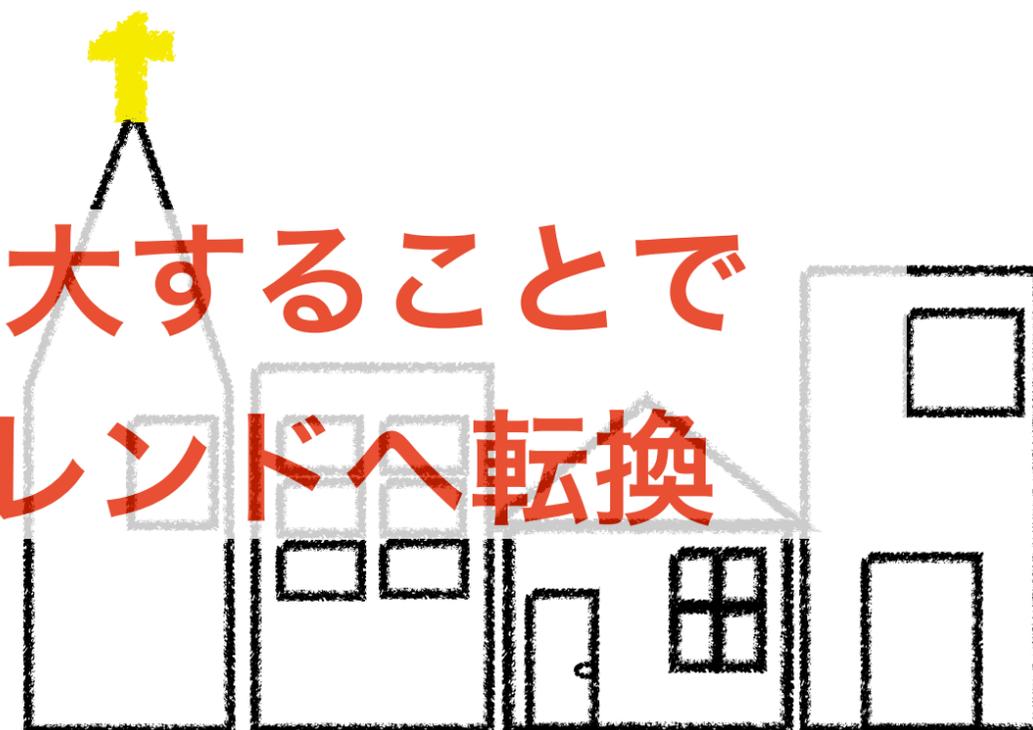
HOMEエリア

- 「プライベートで心地よいコミュニケーション」
環境の再構築
- ユーザーに即したUI/UXの最適化
- 幅広い層の新規ユーザーを獲得
- スマートフォン利用環境の継続改善

TOWNエリア

- 新コンテンツの投入
- 外部パートナーとのアライアンスを強化し、新規ユーザーを集客
- インタレストを軸としたCGMコンテンツの強化
(コミュニティ、ページなど)

**TOWNエリアでコンテンツを拡大することで
月間ログインユーザーを増加トレンドへ転換**

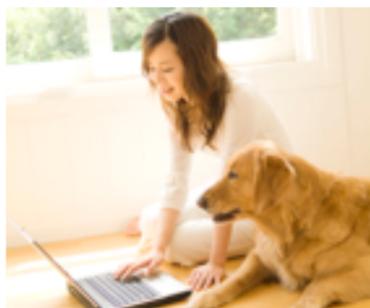




収益拡大へ向けての取り組み

ユーザーに適したシーズン企画広告

新生活特集



七夕特集



ハロウィン特集



mixi Xmas



年末年始企画



バレンタイン



広告手法の多様化

- ・スマートフォン向け広告に、mixi特有の武器であるソーシャルグラフとクリエイティブ要素を組み合わせた広告展開を開発中
- ・mixiのシェア機能を用いたリリース済みの友人参加表示型バナー広告の拡張版

ユーザー参加型のタイアップキャンペーン強化

mixi × TOKYO FMのタイアップキャンペーン第3弾

『モットファンタ モットワラエ オオギリ
ファンタスティックアンサー!』

「オオギリ」をテーマにしたソーシャルコンテンツを「SCHOOL OF LOCK」の番組とタイアップサイトを展開



掲載期間：2012/4/9～2012/6/30

課金事業 (ゲーム+プレミアム)

スマートフォンコンテンツの拡充および導線強化により課金ユーザー増加を目指す

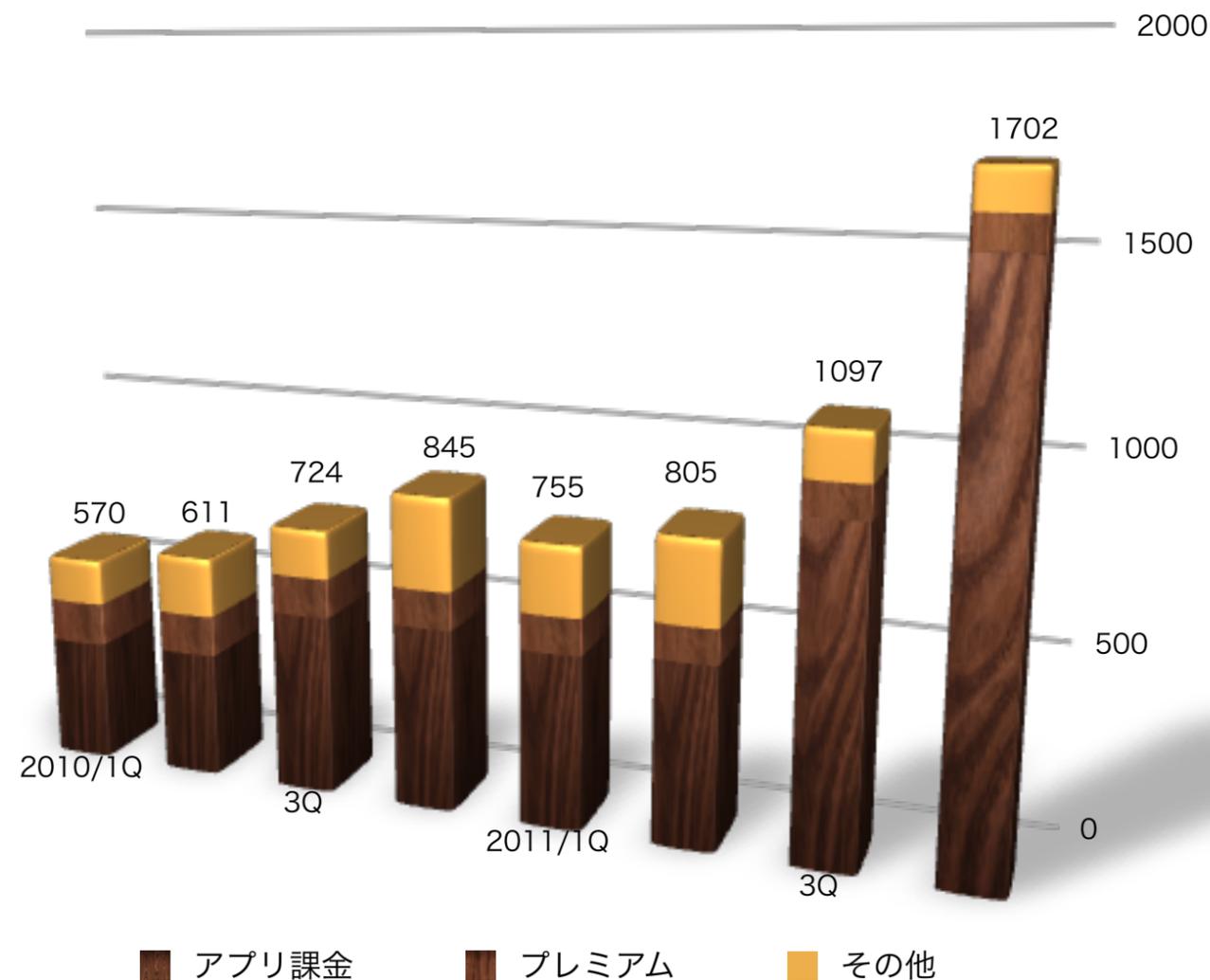
ユーザー獲得施策

ゲームユーザーの獲得施策

- 有力なIPタイトルの誘致
- プロモーションによるゲームへの誘導を強化
- 検索窓の設置などによる導線強化

課金ユーザーの獲得施策

- 決済ポイントキャンペーンの実施
- mixiゲームアワードの無料ポイント付与
- プレミアム課金のコンテンツ追加および改良



課金事業（コマース）

「共感消費／共同消費」「個人消費／ギフト」の2つの軸でソーシャルコマースを展開



3月21日に『mixiモール』開始
マーチャント数：約1700店舗
商品点数：約400万商品

2012年3月末時点

「もってる!」「きになる!」という
新たなエモーションボタンを設置

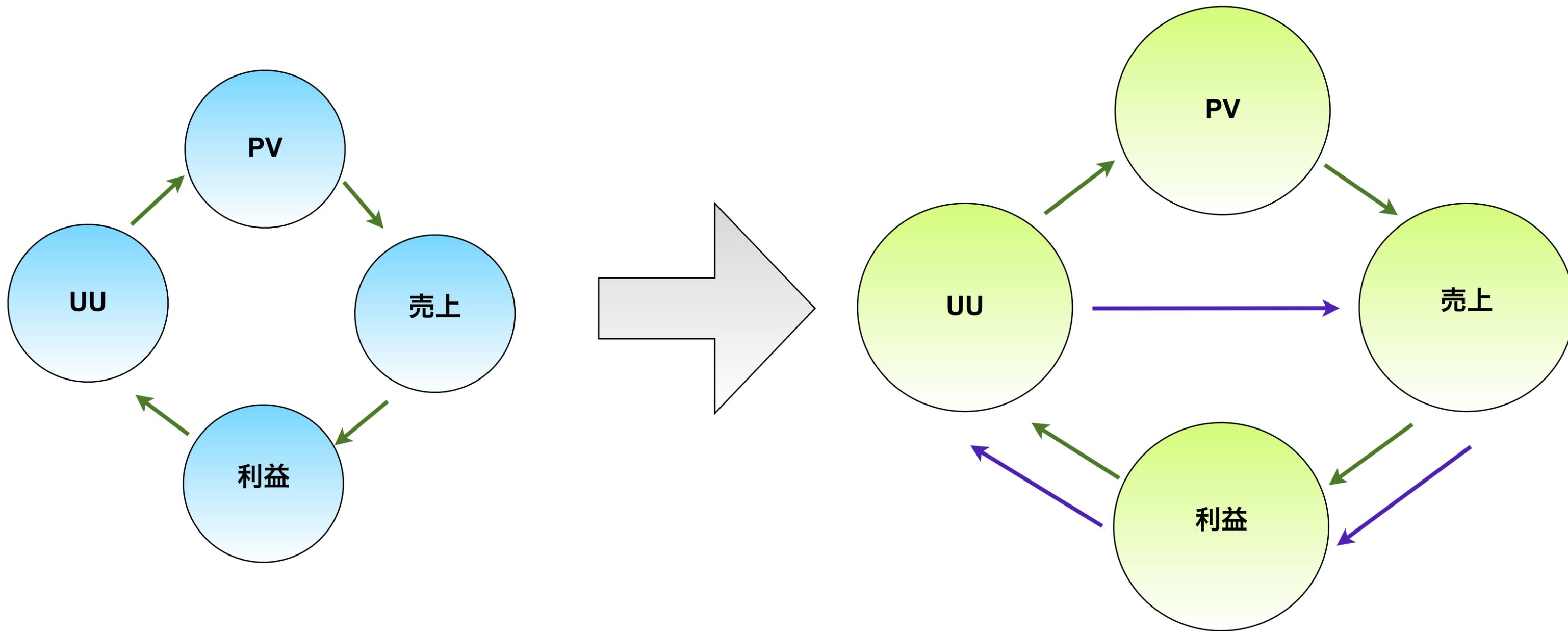
エモーションボタンをフック
とした商品の認知、共感、
購買喚起への展開

2月23日に「mixiバースデー」
提供開始



友人と一緒に様々なデジタル
コンテンツでバースデーケーキを
デコレーションできる

収益拡大に向けた事業の取り組み



広告および課金の両エリアを強化するエコシステムを構築



Appendix

会社概要

会社名	株式会社ミクシィ (mixi, Inc.)		
設立	1999年6月3日		
資本金	3,765百万円		
所在地	〒150-0011 渋谷区東1-2-20 住友不動産渋谷ファーストタワー7階		
役員構成	代表取締役社長	笠原 健治	
	取締役	原田 明典	常勤監査役 加藤 孝子
	取締役	小泉 文明	監査役 佐藤 孝幸
	取締役 (社外取締役)	中村 伊知哉	監査役 青柳 立野
従業員数	472名 (連結・正社員のみ)		
発行株数	155,106株		
主要株主	笠原 健治		55.11%
	MORGAN STANLEY & CO.LLC		3.31%
	日本証券金融株式会社取締役社長増淵稔		2.57%
	日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)		2.12%
	GOLDMAN, SACHS&CO. REG		1.66%

(注) 上記のほか、自己株式が6,000株 (3.87%) あります

2012月3月31日現在

サービス概要

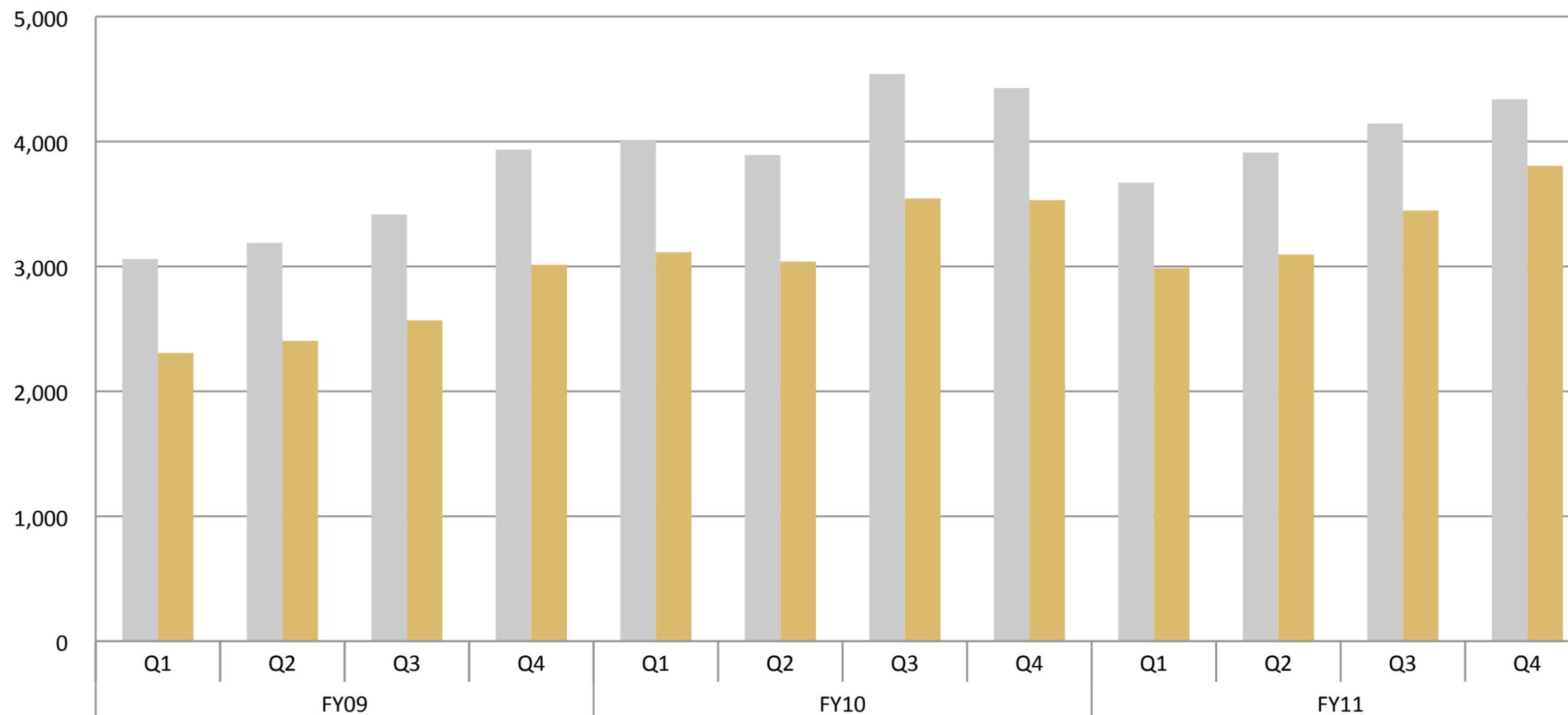
- 2004年2月に提供を開始した「mixi」は、身近な友人・知人とつながり、便利に楽しくコミュニケーションいただけるソーシャル・ネットワーキングサービス（SNS）です。
- 1,512万人（2012年3月）を超えるユーザーが月1度以上利用している活発なSNSで、コミュニケーションのインフラにまで成長を遂げています。

mixi日記	『mixi』上に日記の投稿が可能。日記を通じてコミュニケーションを図ることが可能。
mixiボイス (2010年6月～)	「つぶやき」を通じて、簡単にお互いの「今」の状況や想いを伝え合うことのできるコミュニケーション機能。
mixiチェック (2010年9月～)	お気に入りのコンテンツ（ニュース、動画、場所、商品など）を登録し、簡単に友人に共有することができるサービスで、Webサービスとの連携を簡単に実現可能に。パートナーはmixiチェックボタンを導入することで、Webサービスを簡単に「ソーシャル化」することが可能。
mixiチェックイン mobile：2010年9月～ smartphone：2010年12月～	携帯電話やスマートフォンのGPS機能や基地局情報などを利用し、今いる場所やお店（スポット）を簡単に友人・知人に共有できるコミュニケーション機能。
mixiフォト (2010年6月～)	友人・知人と「写真」を通じ、楽しくコミュニケーションすることができる機能。「イイネ」やコメントをつけられるため、友人・知人と写真を通じたコミュニケーションが行える。
mixiカレンダー (2010年5月～)	友人・知人と予定やイベントを共有することができる機能。友人・知人を誘うことや、候補日を複数挙げて簡単に友人・知人とスケジュール調整をすることが可能。
mixi同級生/mixi同僚ネットワーク (2010年6月～)	<ul style="list-style-type: none">・ 同じ学校や母校の同級生・先輩・後輩など、学校つながりの友人を『mixi』上でみつけやすくする機能。・ 会社の同期や飲み友達、ランチ仲間、サークルメンバーなど、現在勤務している「会社の友人」と『mixi』でつながりやすくする。

売上：ネット計上vs.グロス計上

- 今期より広告売上高をグロス計上（総額表示）からネット計上（純額表示）に変更
→販売手数料等を控除した売上高及び販管費に変更
 - ・ [広告売上高（ネット計上）=広告売上高（グロス計上）－ 販売手数料等]

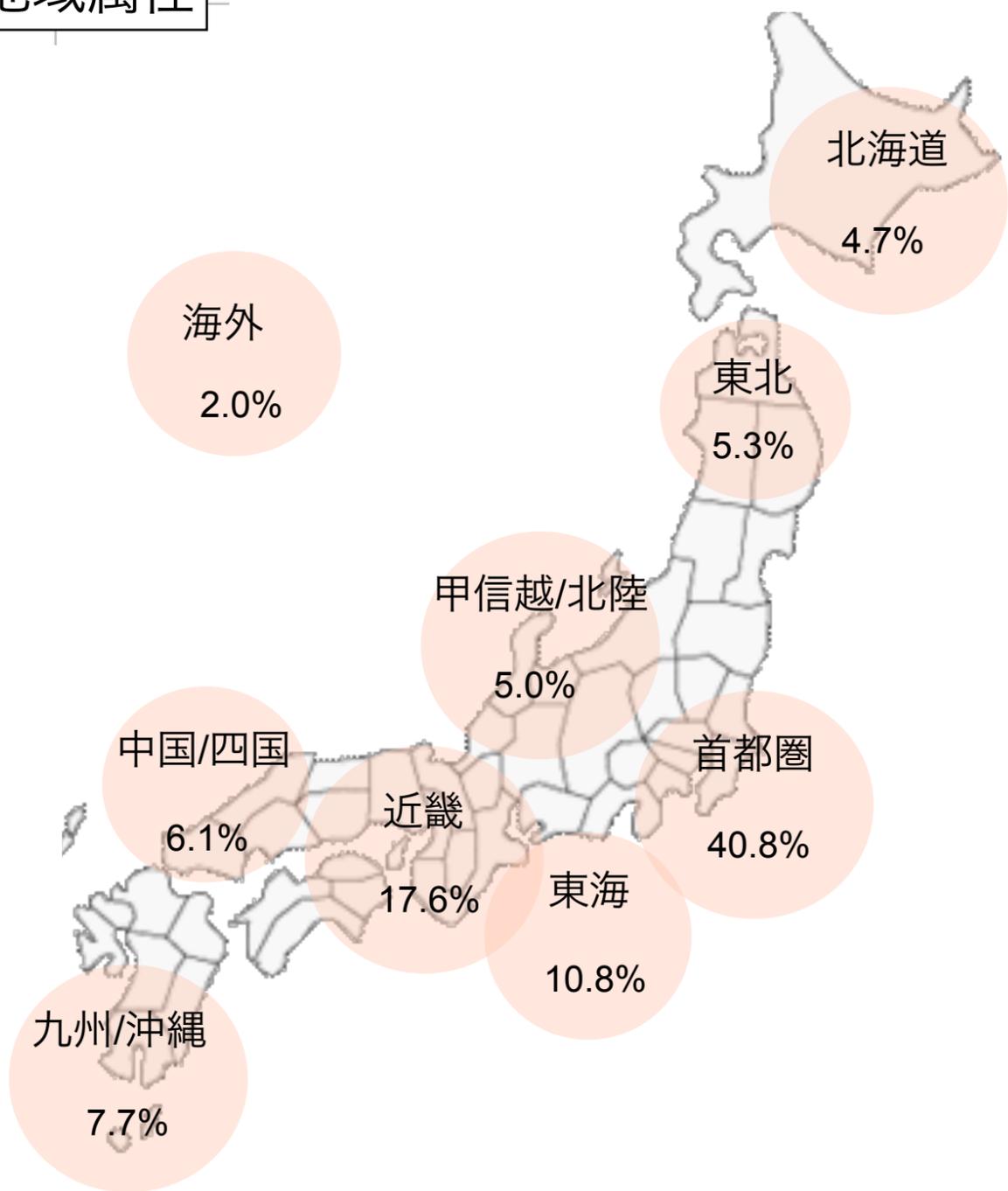
[単位：百万円]



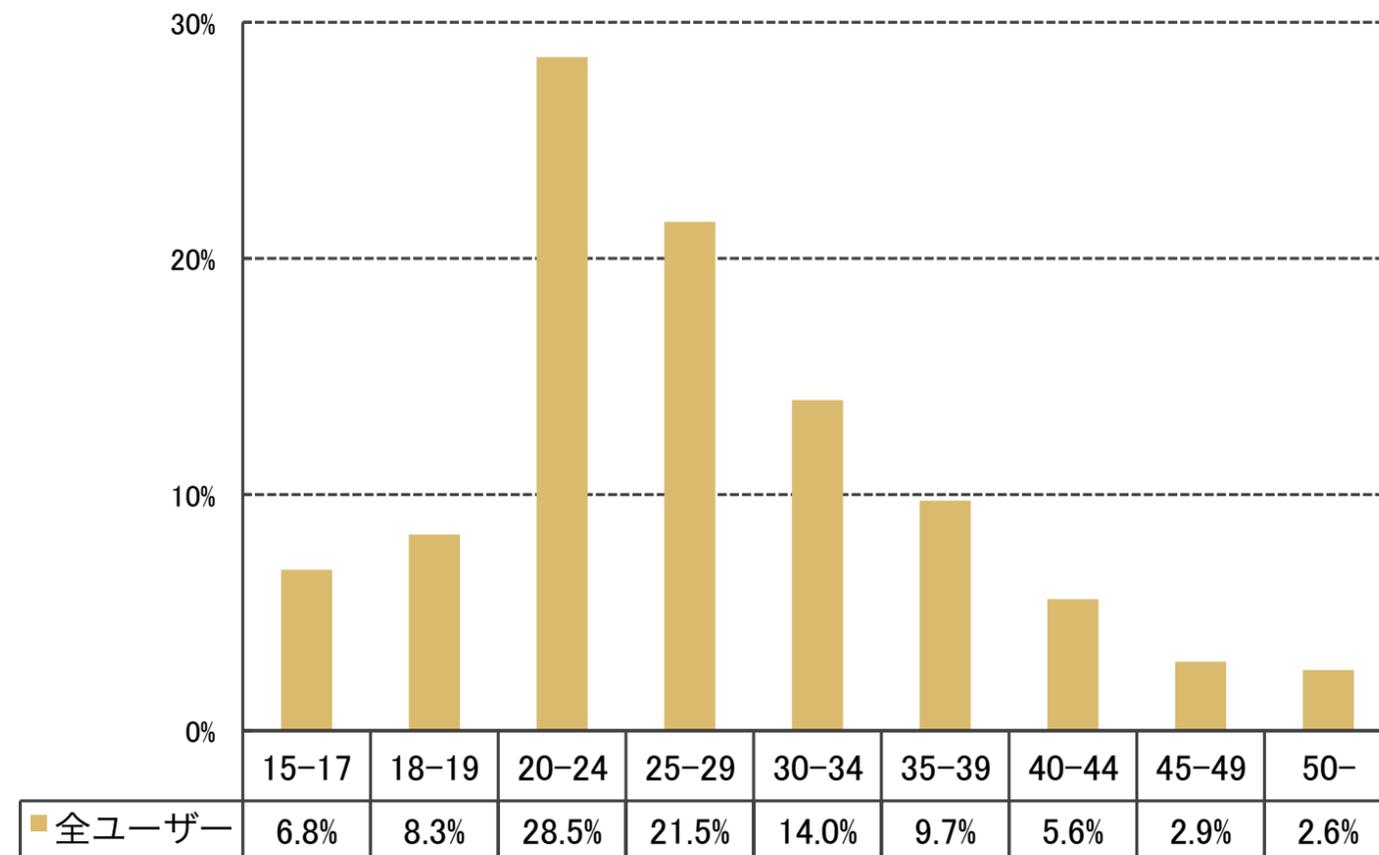
■ 連結売上高(旧基準)	3,059	3,188	3,416	3,935	4,013	3,891	4,540	4,428	3,671	3,911	4,143	4,338
■ 連結売上高(新基準)	2,307	2,404	2,568	3,013	3,114	3,039	3,544	3,531	2,986	3,095	3,447	3,805

ユーザー属性（月間ログインユーザーベース）

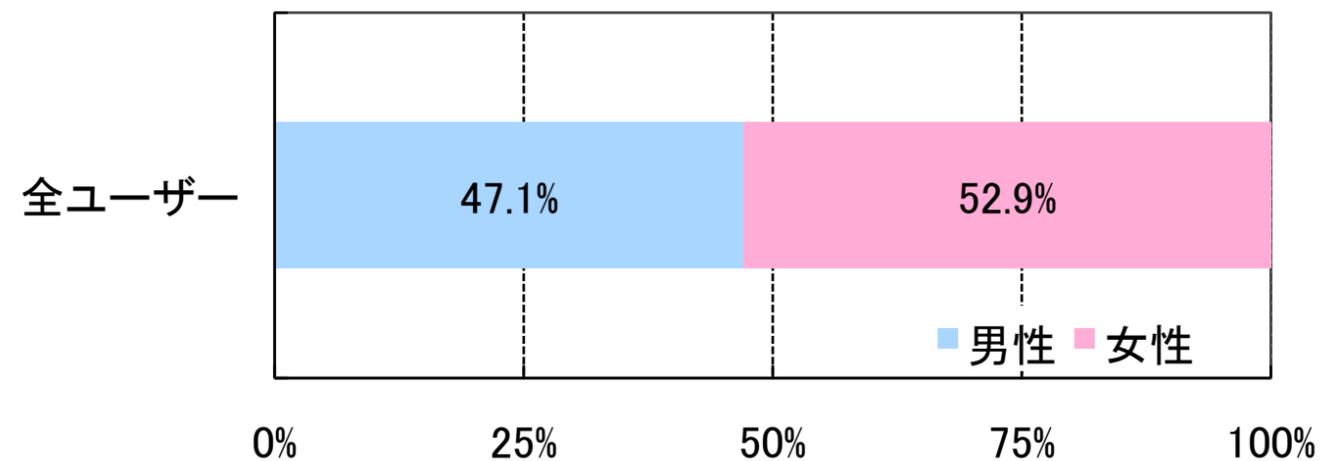
地域属性



年齢層



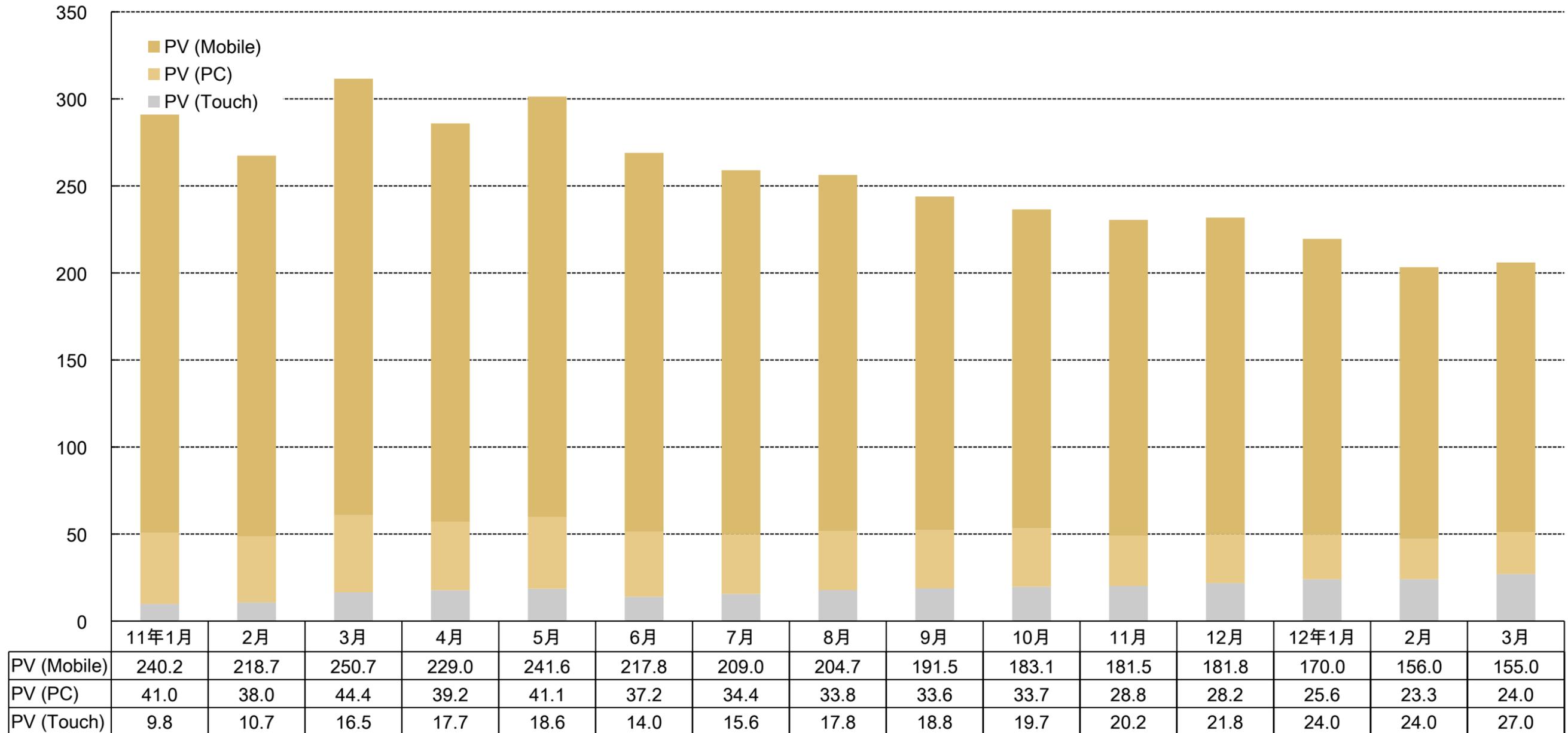
性別



PV推移

- モバイルから1ページ当たりの情報量が多いスマートフォンユーザーが移行（またスマートフォンでは、アプリからの利用の一部がPVに含まれていない）
- ユーザーの利便性を優先したUI変更によりPVが出にくい構造に変化している

[単位:億PV]



業界シェア推移

	FY10/4Q	FY11/1Q	FY11/2Q	FY11/3Q	FY11/4Q
自動車	1.6%	0.4%	1.6%	1.3%	0.4%
金融・保険	3.6%	2.8%	2.6%	1.9%	1.9%
不動産	0.5%	0.1%	0.4%	0.0%	0.4%
人材・教育	9.7%	12.1%	12.0%	6.4%	9.4%
家電・事務用品	3.7%	3.2%	3.5%	3.8%	5.0%
情報・通信	40.7%	35.9%	30.8%	33.2%	39.9%
交通・レジャー	6.8%	4.5%	4.3%	3.5%	4.3%
出版・放送	1.1%	0.6%	0.6%	0.9%	0.6%
食品・飲料	3.9%	3.9%	3.7%	3.6%	3.6%
流通・小売業	8.6%	11.5%	13.7%	13.0%	7.6%
美容・トイレットリー	16.0%	22.6%	23.0%	20.8%	18.2%
その他	3.8%	2.4%	3.6%	11.6%	8.8%

人・システムによるパトロール

24時間・365日のパトロール体制

mixi利用規約に違反する書き込み等への対処を実施するために、24時間365日のサポートパトロール体制を構築しています。ユーザーの皆様からの通報機能設置や悪質なユーザーに大しては警告の実施、強制退会制度を設けています。



セキュリティシステムの整備

mixi利用規約に違反する書き込み等を監視するキーワードチェック、多送信チェック等のセキュリティシステムを整備しています。

また、一人で複数のユーザー登録やアダルトサイト業者等の迷惑行為を防止するために、新規登録時には携帯電話による認証を実施しています。



青少年ユーザーのゾーニング

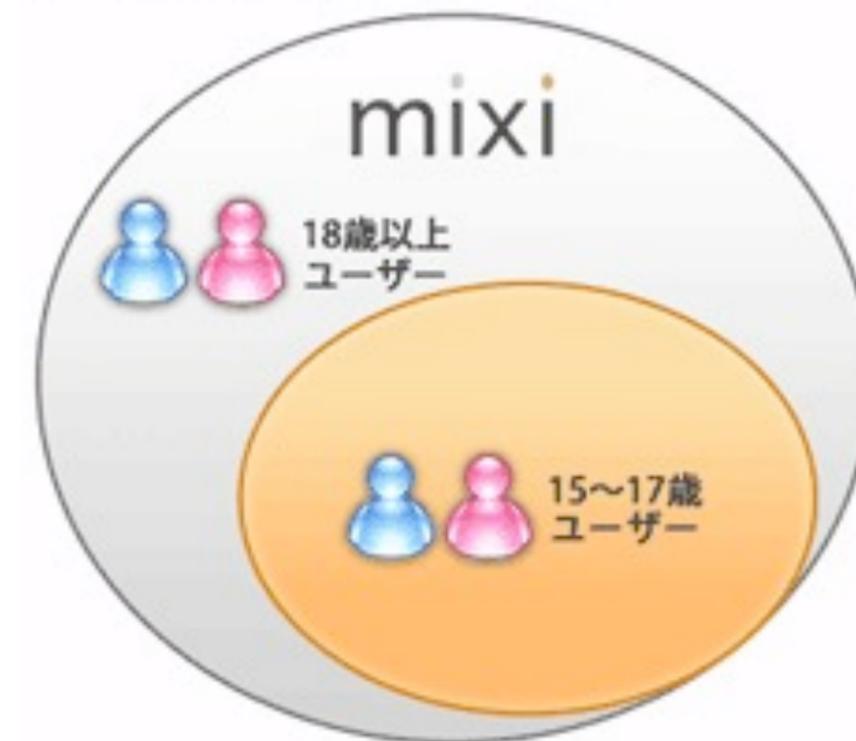
青少年ユーザー（15～17歳）のご利用について

mixiでは、青少年ユーザー（15～17歳）と18歳以上ユーザーがご利用いただけるサービスを区分（ゾーニング）しています。年齢に応じて段階的にサービスを提供させていただくことで、青少年が年齢や習熟度にあわせて安心安全にご利用いただきたいと考えているからです。

そのため、青少年が18歳以上対象ゾーンにアクセスできないよう、以下の機能制限を設けています。

- ・プロフィールの検索や閲覧範囲を「友人の友人まで」に制限
- ・友人検索機能、コンテンツ検索機能の利用制限（日記、フォト、動画、レビュー）
- ・青少年にふさわしくない一部のレビュー、広告の非表示

サービス区分イメージ



教育・啓発活動

今後もユーザーの皆さまに対してインターネットをご利用いただく上でのルールや注意事項を記載した啓発コンテンツや、健全化に向けた教育・啓発活動を通じて、ユーザーの皆さまが『mixi』をより安心安全に楽しんでいただけるように努めてまいります。

講演・セミナー活動、社会学習活動の受け入れ（学生の企業訪問）

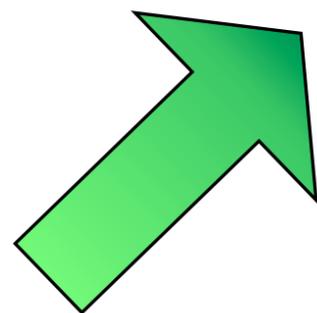
ミクシィでは、インターネットコミュニケーションのトラブルやリスクを予防するための正しい知識を得て、安心安全に賢くご利用いただくためのお手伝いをしたいと考えています。弊社スタッフが各地の講演やセミナーにて、安心安全にコミュニケーションを楽しんでいただくための考え方や振る舞い、弊社の取り組みについて、子どもたちや保護者、学校関係者の方々へお話をさせていただいたり、社内にて中高生の企業訪問受け入れを実施しています。



ミクシィの健全化推進体制

人・システムによるパトロール

- ・独自の監視ツール
- ・ベイジアンフィルタ
- ・24時間、365日の問い合わせ対応、パトロール

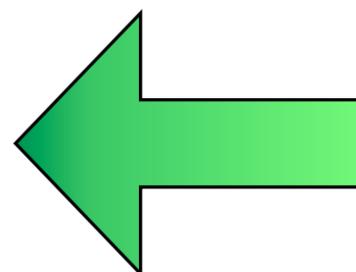


好循環な 環境整備の確立



教育・啓発活動

- ・サービス内啓発コンテンツの設置
- ・各種シンポジウム・講演活動への参加



青少年ユーザーのゾーニング

- ・携帯フィルタリングを利用したユーザー確認
- ・青少年ユーザーへのサービス制限

