mixi

# 2012年度　第3四半期決算説明会

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。

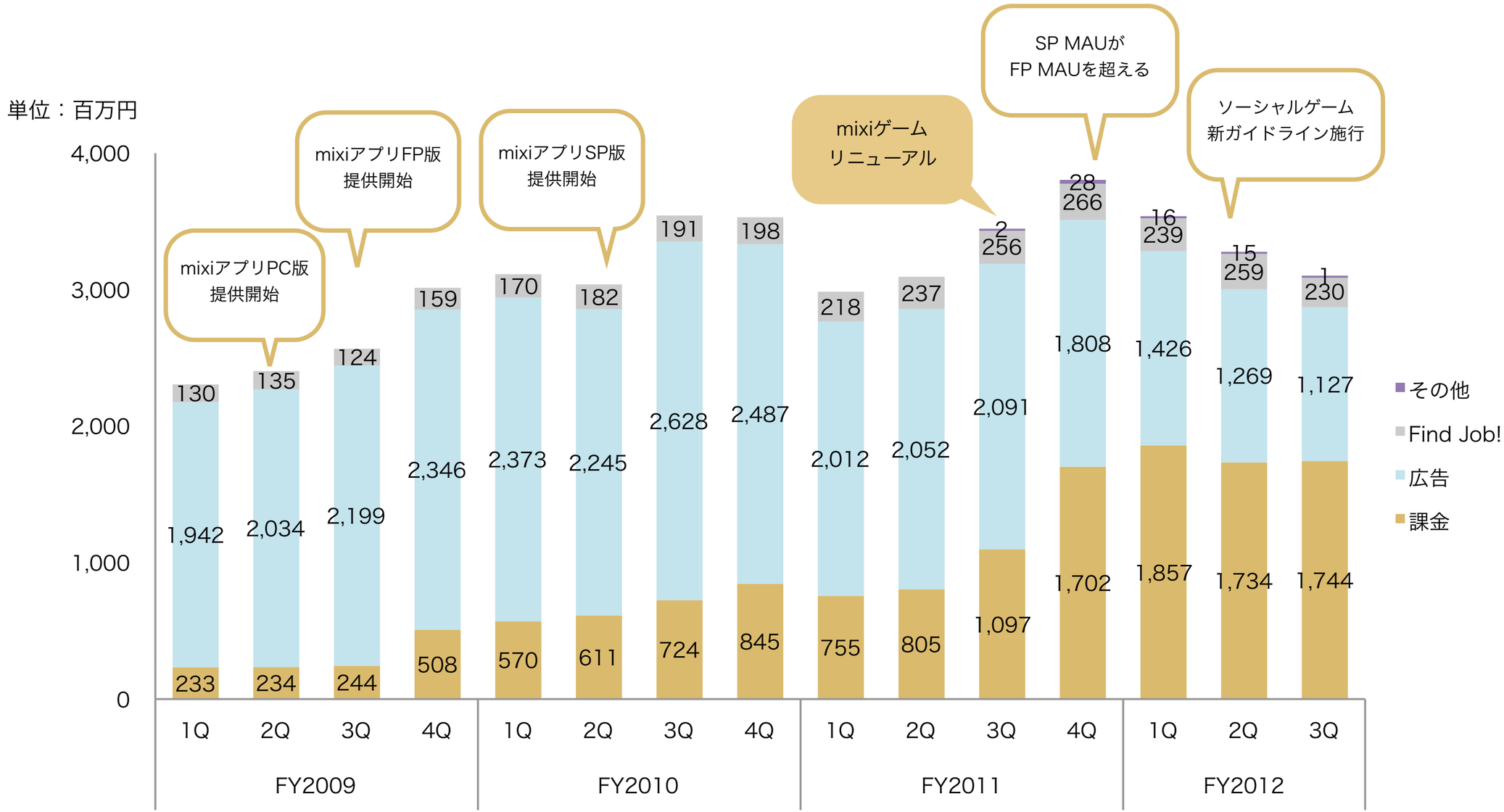
# 損益計算書（累計：2012年4月～12月）

単位：百万円

| | FY2012/3Q<br>(2012年4 –12月) | FY2011/3Q<br>(2011年4 –12月) | 増減率<br>(YoY) |
|---|---|---|---|
| **売上高** | 9,922 | 9,529 | 4.1% |
| **売上原価** | 2,838 | 3,155 | ▲10.0% |
| **売上総利益** | 7,083 | 6,373 | 11.1% |
| **販管費** | 4,740 | 4,987 | ▲5.0% |
| **営業利益** | 2,342 | 1,385 | 69.0% |
| **経常利益** | 2,349 | 1,226 | 91.6% |
| **四半期純利益** | 1,621 | 474 | 241.7% |

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 売上高（四半期推移）

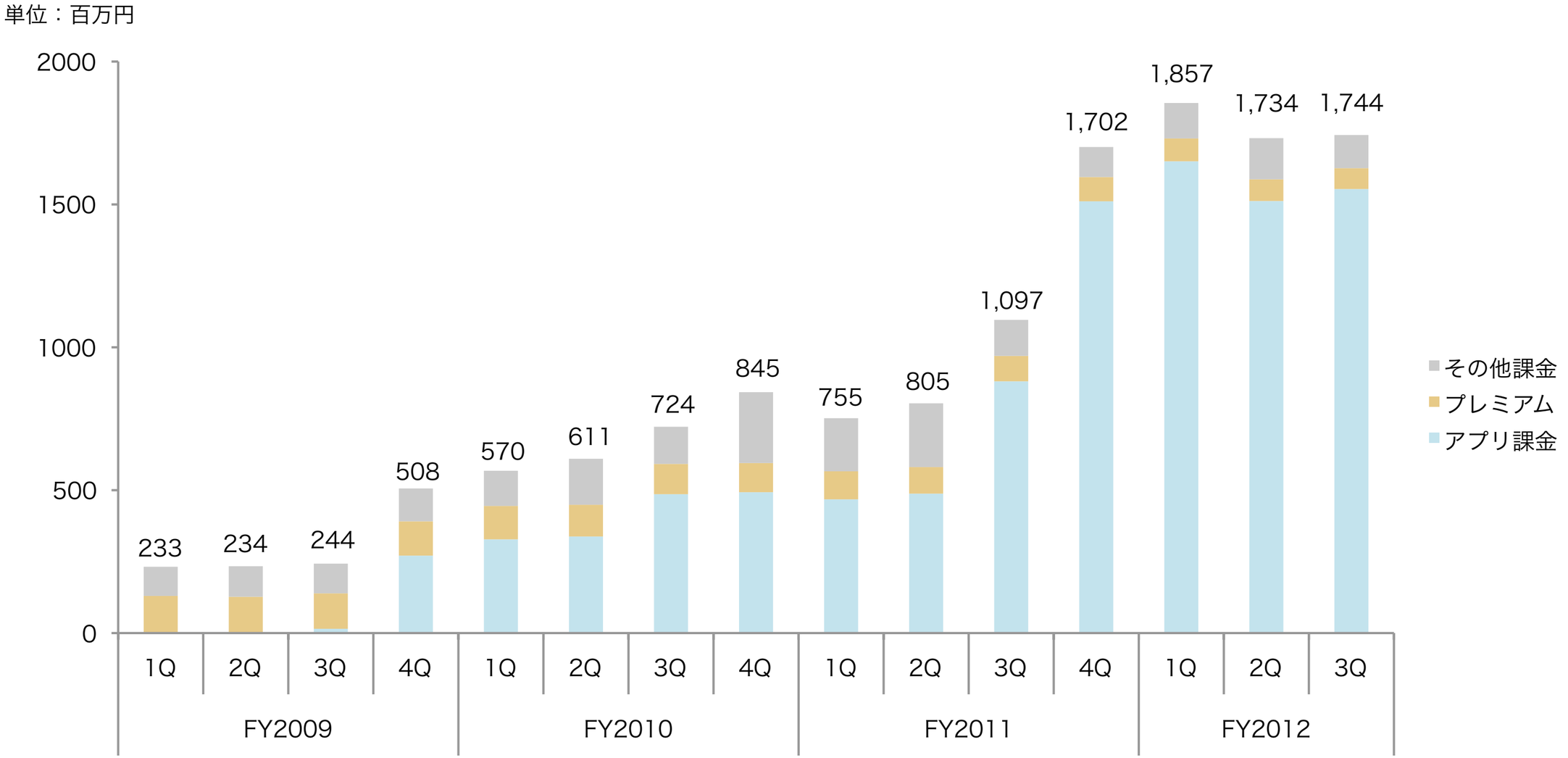



※FY2011より広告売上高をグロス計上からネット計上に変更、FY2009-2010の数値はネット計上に遡及修正済

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 課金売上内訳（四半期推移）

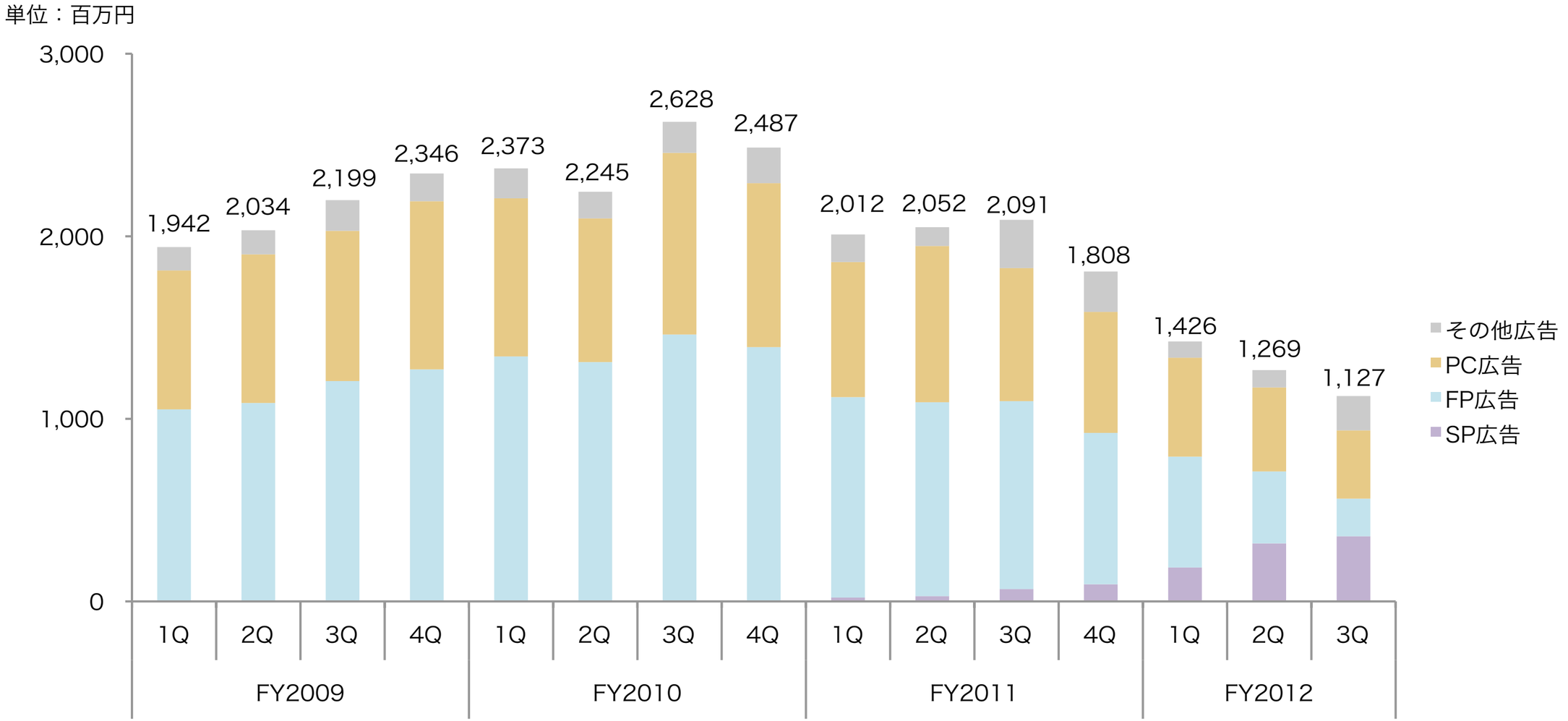
・アプリ課金売上が回復




Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 広告売上内訳（四半期推移）

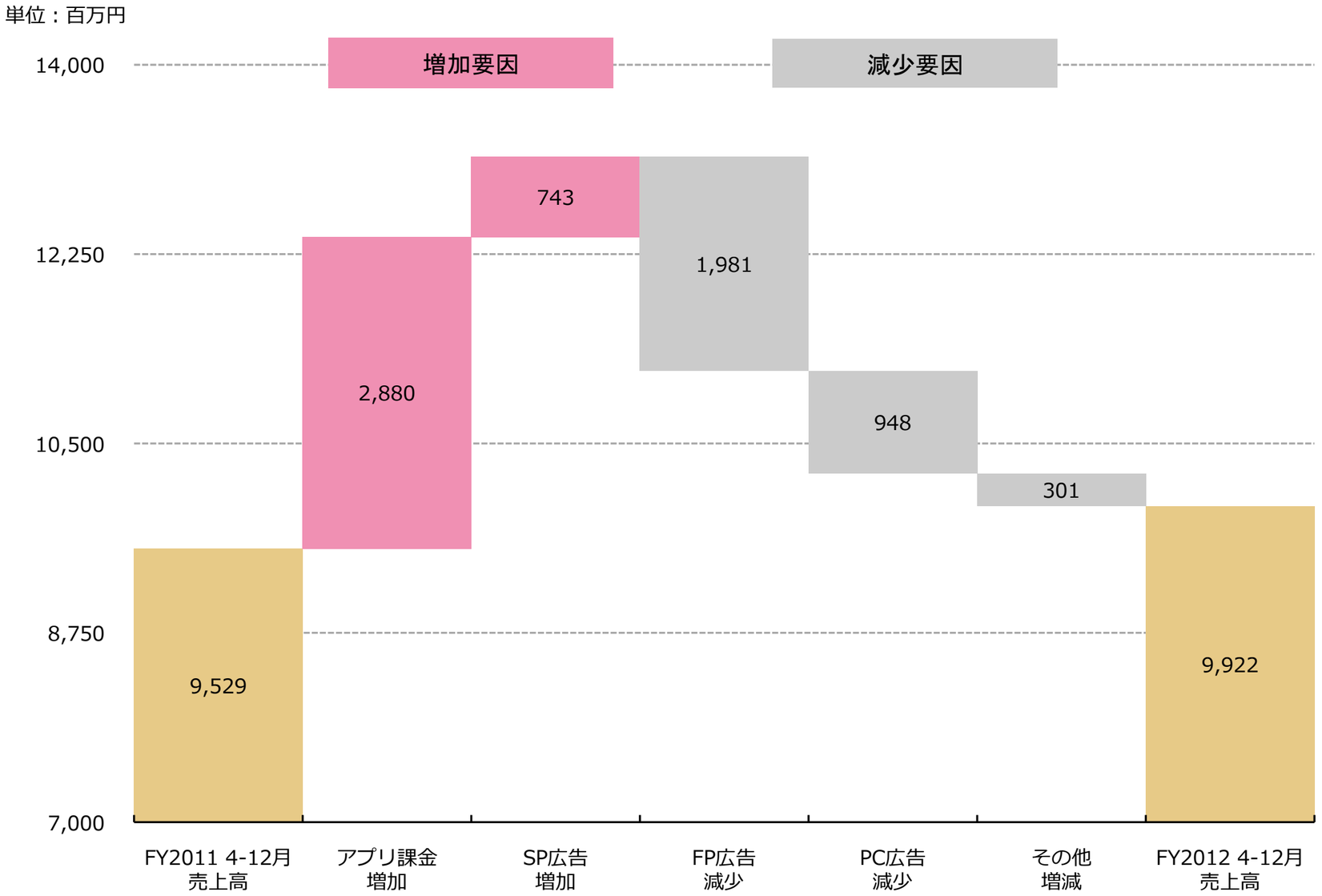
・スマートフォン広告は順調に拡大
・フィーチャーフォン広告の減少スピードは今後緩やかに




※SP広告はスマートフォン広告、FP広告はフィーチャーフォン広告

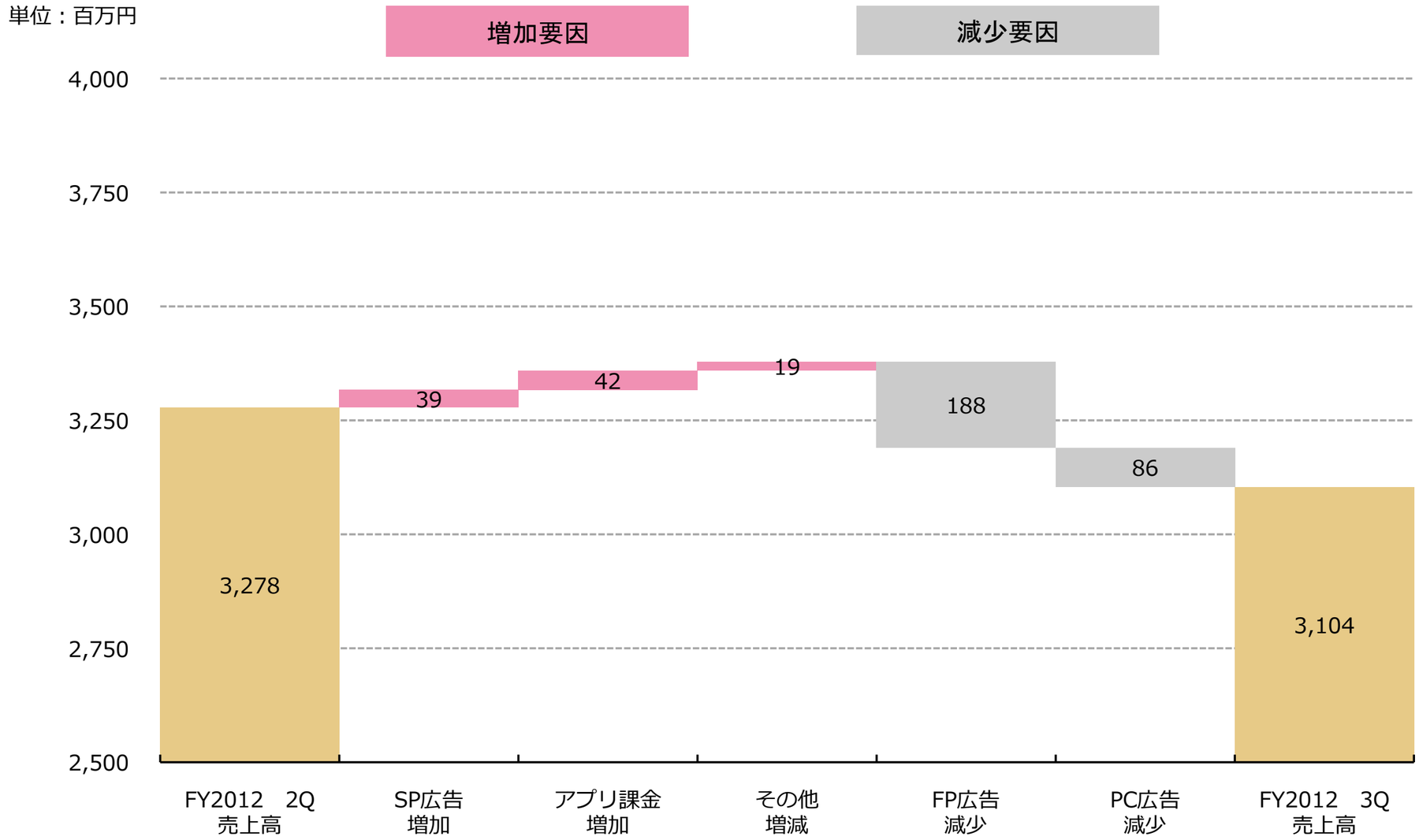
Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 売上高増減要因　ウォーターフォールチャート（前年同期比）




Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 売上高増減要因　ウォーターフォールチャート（前四半期比）



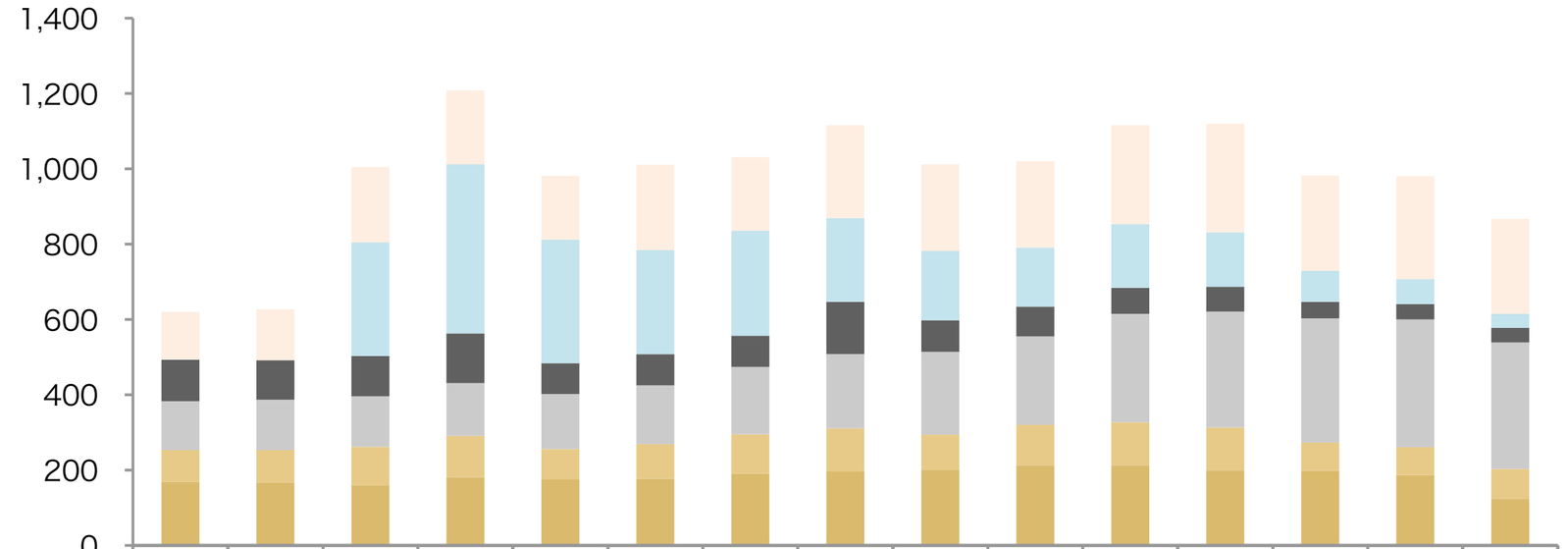

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 売上原価（四半期推移）

・アドプログラム費用は引き続き減少傾向

・データセンターの契約見直しにより賃借料が減少

単位：百万円



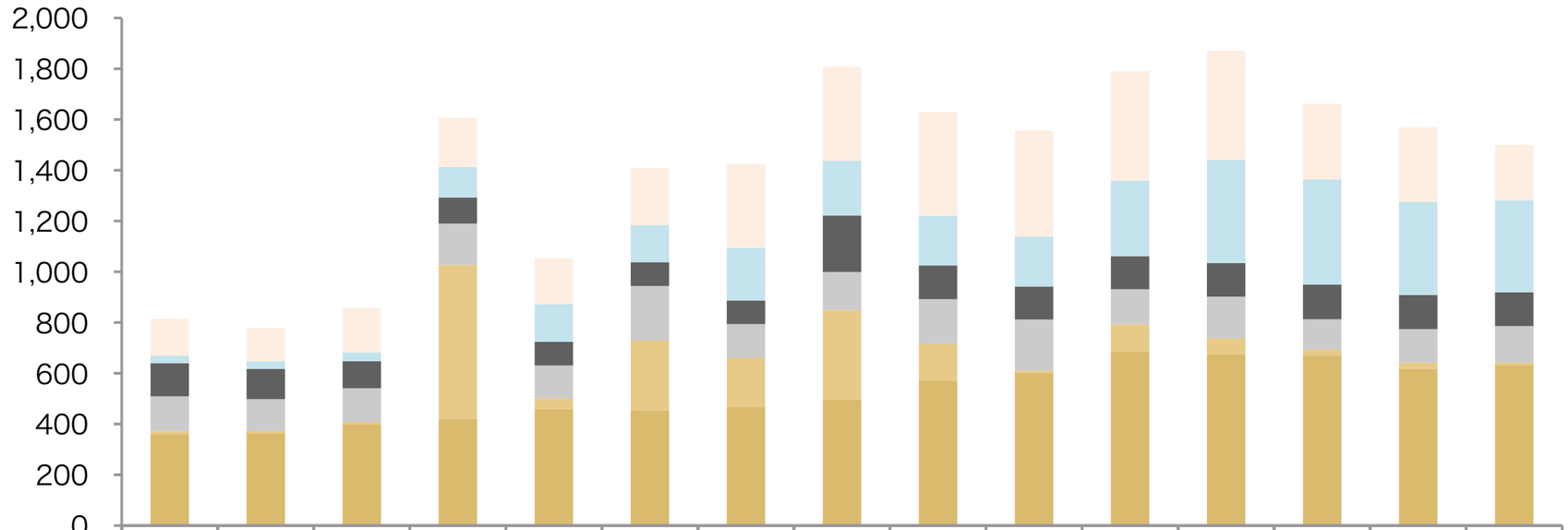

| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | FY2009 | | | | FY2010 | | | | FY2011 | | | | FY2012 | | |
| その他 | 127 | 135 | 200 | 196 | 169 | 227 | 195 | 247 | 230 | 229 | 263 | 289 | 253 | 273 | 252 |
| アドプログラム費用 | - | - | 302 | 449 | 328 | 276 | 279 | 222 | 184 | 157 | 169 | 144 | 82 | 66 | 37 |
| コンテンツ費用 | 110 | 105 | 107 | 132 | 82 | 83 | 83 | 139 | 84 | 79 | 69 | 66 | 44 | 41 | 39 |
| 開発人件費 | 130 | 134 | 134 | 140 | 146 | 156 | 179 | 197 | 220 | 235 | 288 | 308 | 330 | 339 | 336 |
| 減価償却費 | 84 | 86 | 102 | 110 | 80 | 92 | 104 | 115 | 94 | 107 | 114 | 115 | 74 | 74 | 80 |
| 賃借料 | 169 | 167 | 160 | 181 | 176 | 177 | 191 | 196 | 200 | 213 | 213 | 198 | 199 | 187 | 123 |

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 販管費（四半期推移）

・その他は貸倒引当金の減少による一時的な減少

単位：百万円



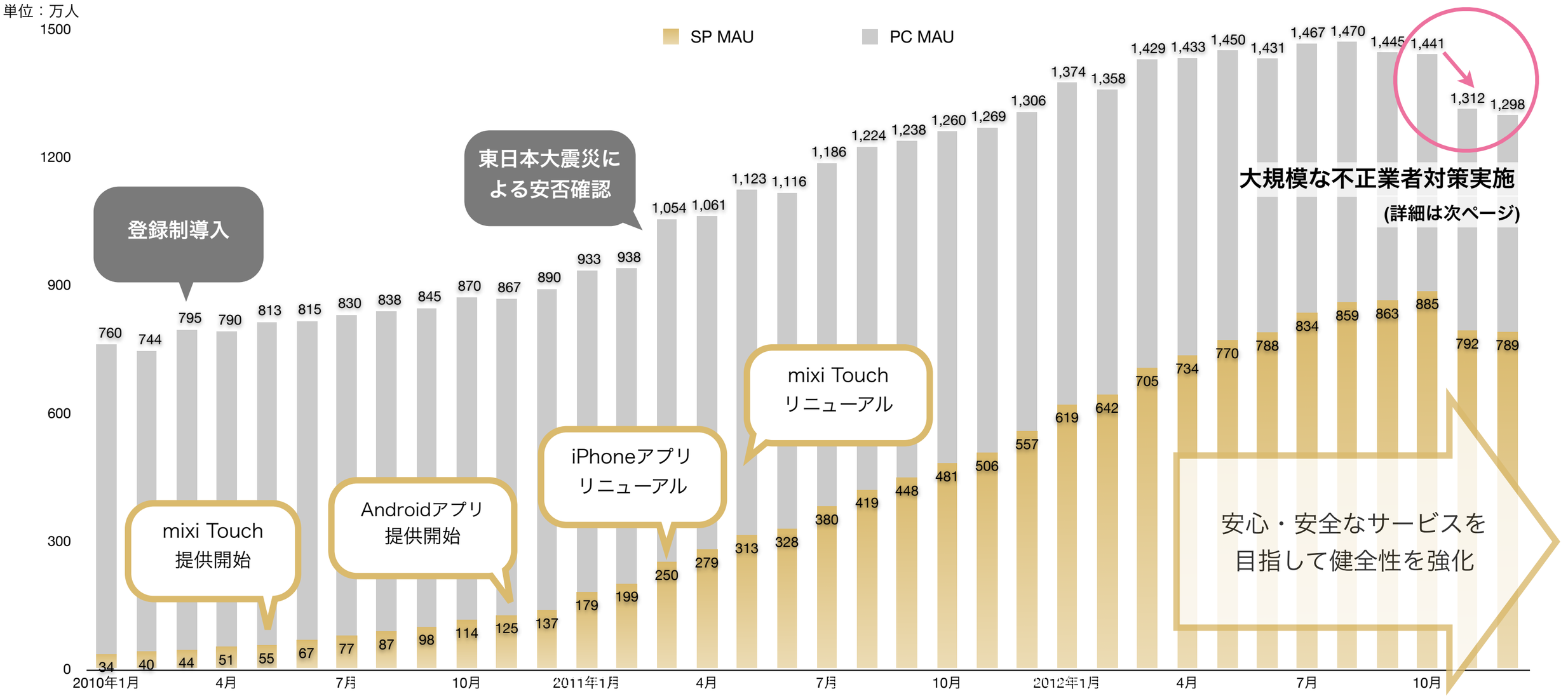

| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | FY2009 | | | | FY2010 | | | | FY2011 | | | | FY2012 | | |
| その他 | 146 | 131 | 176 | 194 | 181 | 224 | 330 | 371 | 409 | 419 | 431 | 430 | 298 | 295 | 218 |
| 決済手数料 | 29 | 30 | 34 | 120 | 148 | 146 | 208 | 215 | 196 | 196 | 298 | 407 | 414 | 366 | 363 |
| 地代家賃 | 131 | 119 | 107 | 103 | 93 | 94 | 93 | 223 | 133 | 130 | 130 | 132 | 137 | 135 | 133 |
| 外注費 | 137 | 125 | 133 | 163 | 130 | 215 | 133 | 150 | 176 | 201 | 138 | 164 | 120 | 132 | 144 |
| 広告宣伝費 | 11 | 4 | 10 | 606 | 43 | 275 | 193 | 352 | 146 | 7 | 106 | 64 | 22 | 24 | 9 |
| 人件費 | 361 | 369 | 398 | 421 | 458 | 454 | 468 | 497 | 570 | 604 | 687 | 674 | 671 | 618 | 633 |

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 事業拡大へ向けての取り組み

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# MAU（スマートフォン ＆ PC）



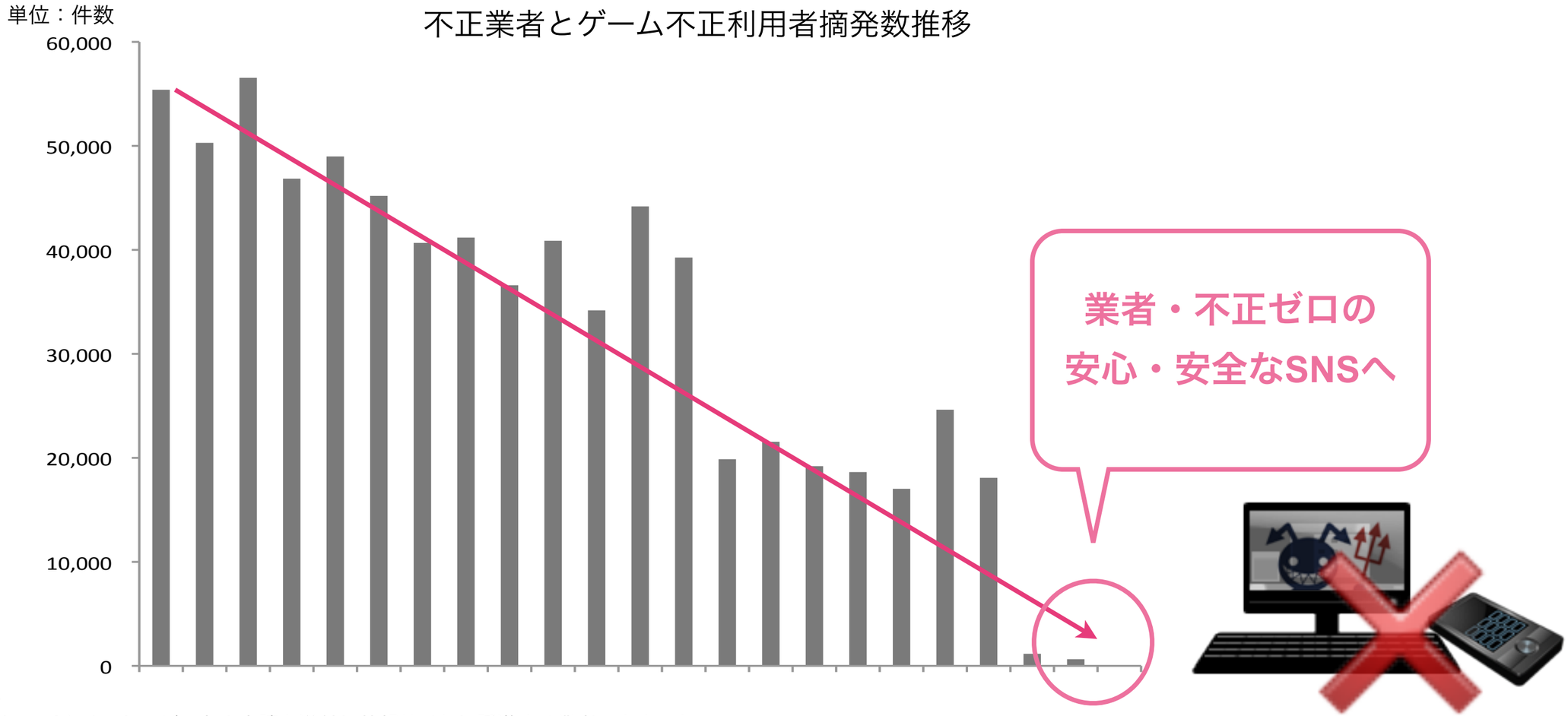

※1：MAU(Monthly Active Users)は当社調べ　※2：MAUはSP MAUとPC MAUの積上の数値

※3：SP MAUは、Touch（ブラウザ版）のみの数値から、2011年7月よりmixi公式アプリおよびTouchを合算した数値に変更

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 健全性強化および不正業者対策

・各種対策により、1日あたり最大5.5万件・累計約120万件（推定）発生していた
不正業者とゲーム不正利用者の摘発数が、ほぼ０にまで減少




※1：摘発数は当社調べ
※2：不正業者とは、主にスパムメッセージ・友人申請を送付し外部サイトに誘導する業者アカウント
※3：ゲーム不正利用者とは、mixiゲームのチート利用を目的としたアカウント

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 事業拡大に向けての取り組み

ユーザー基盤強化

ビジネス基盤強化

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

**ユーザー基盤強化**

ユーザーファーストの実現

ユニット制

# ビジネス基盤強化

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# スマートフォンファースト

・スマートフォンの更なるユーザービリティの向上へ
・ユーザーファーストのもとに、ユーザー調査から得た課題やニーズを活かし大規模なUI改修を予定




mixiTouch（ブラウザ版）　for iOS for Android




mixi for iOSアプリ



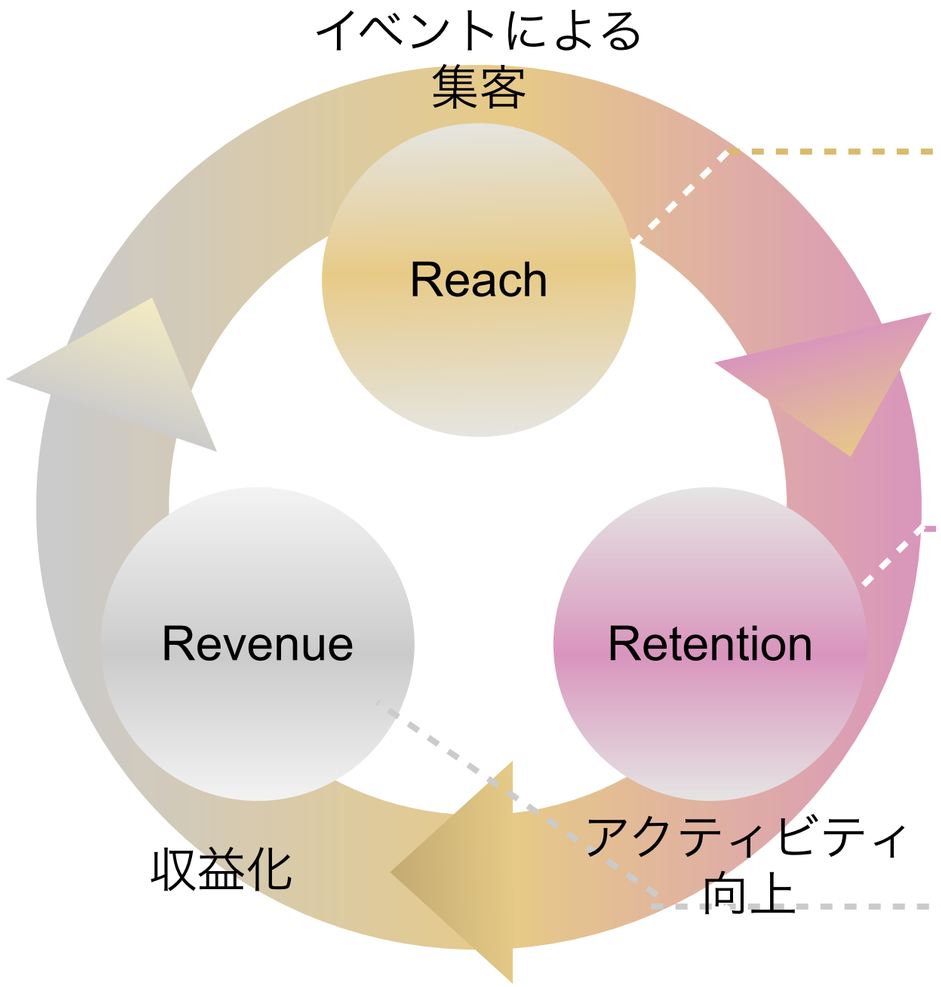

mixi for Androidアプリ

## どのデバイスからでも、同じユーザー体験を

※3月より試験リリース、ユーザーテストを行いながら順次リリース予定

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# スマートフォンにおけるエコシステムの構築




**高いコンテンツ力で外部からの集客に成功**

「mixi Xmas」「ミクシィ年賀状」において、mixiだけでなくFacebook、Twitterからも多数の集客

**ユーザー要望に合わせた新機能提供による**
**アクティビティの向上**

「mixiメッセージ」のリアルタイム化により、mixiメッセージスマートフォンDAUが上昇

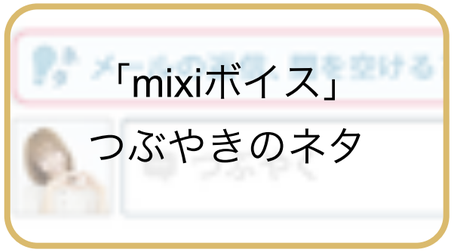
**スマートフォンファーストで広告、ゲームを拡大**

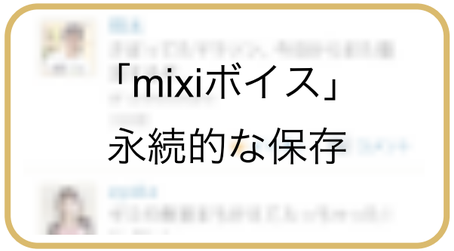
スマートフォン広告の伸びは堅調、ゲーム分野ではDeNA社との提携でタイトルの拡充を図る

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# ユニット制：スマートフォンを中心に、スピーディに新機能・改修を実行

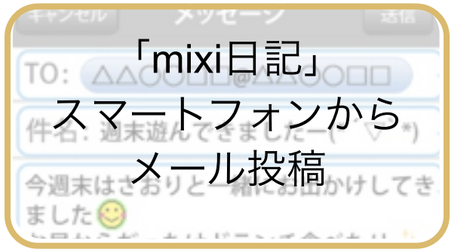
**リリース済**

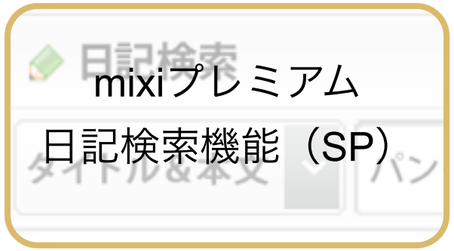














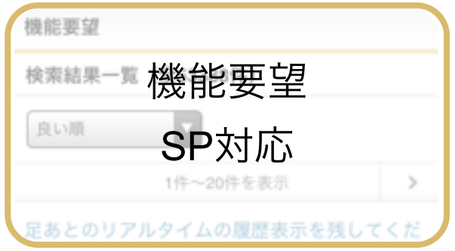


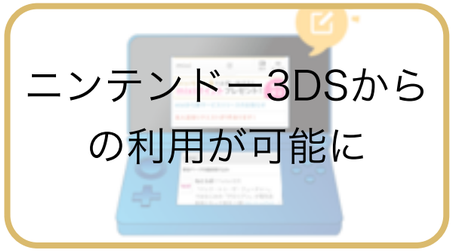








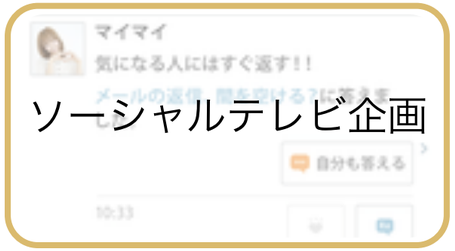


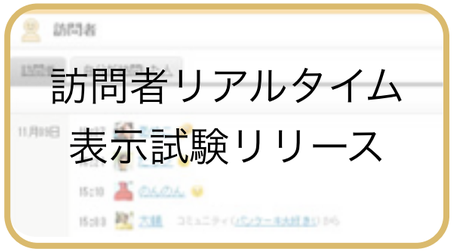










※ニンテンドー3DSは任天堂の商標です

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 試験リリース

## 訪問者リアルタイム表示

**現在試験リリース中**

・機能要望、ユーザーファーストウィーク等で多くの要望を受け、1月22日より試験提供

・訪問者を訪問時間順に最大60件まで表示
・友人を示すアイコンや、経由元を表示




mixi Touch版

## スタンプサービス

**近日試験リリース予定**

・試験的に「mixiメッセージ」で開始予定




・120種類以上のスタンプを無料で提供
・ユーザーの利用動向を調査し、他のサービスでも利用を検討

mixi Touch版

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 試験リリースから全てのユーザーへ

## 「mixiボイス」つぶやきのネタ

**試験リリース⇒全ユーザーに拡大**

・24時間で1万件以上の投稿が行われる等活発に利用され、12年12月に全ユーザーへリリース

・ランダムに表示されるお題につぶやく

・mixiユーザー全体の回答一覧も閲覧可能




mixi Touch版

## 「mixiメッセージ」リアルタイム化

**試験リリース⇒全ユーザーに拡大**

・リアルタイムコミュニケーションのニーズの高さを確認、12年12月に全ユーザーへリリース

・送信相手ごとに、まとまって表示

・画面遷移なしで返信が反映




mixi Touch版

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# ユーザー基盤強化

ビジネス基盤強化

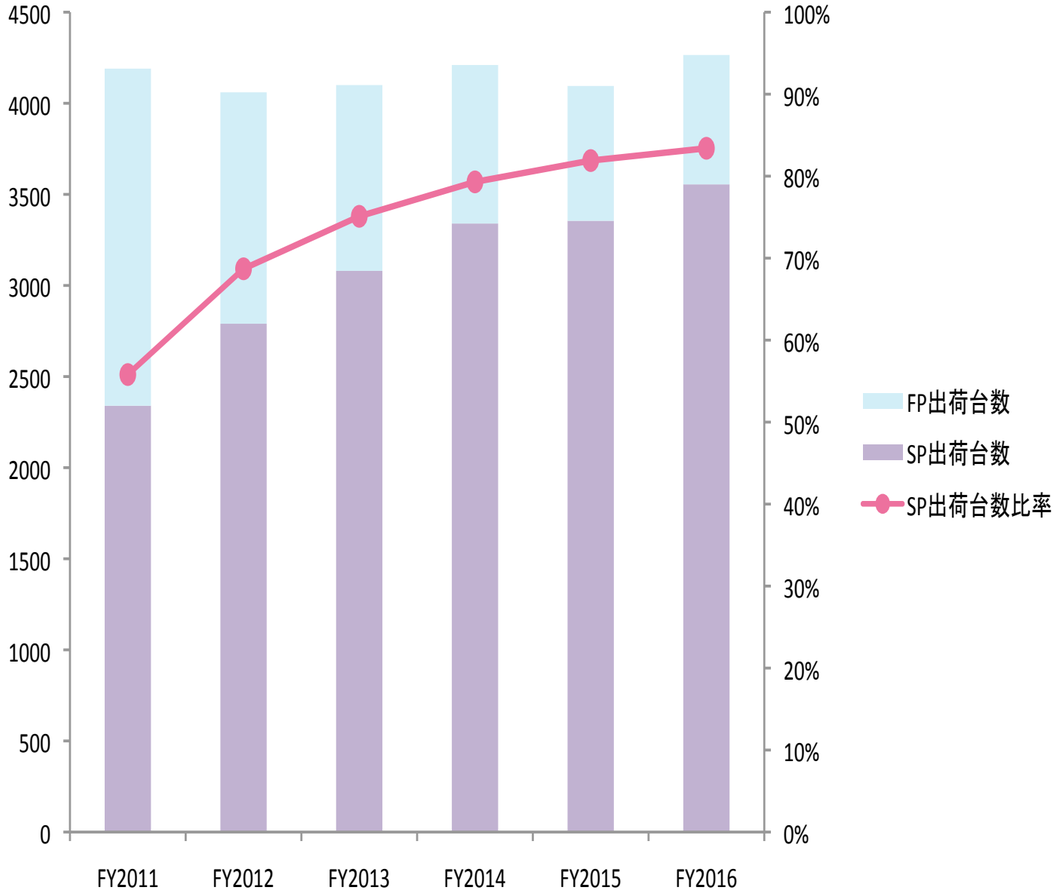
広告事業

課金事業

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

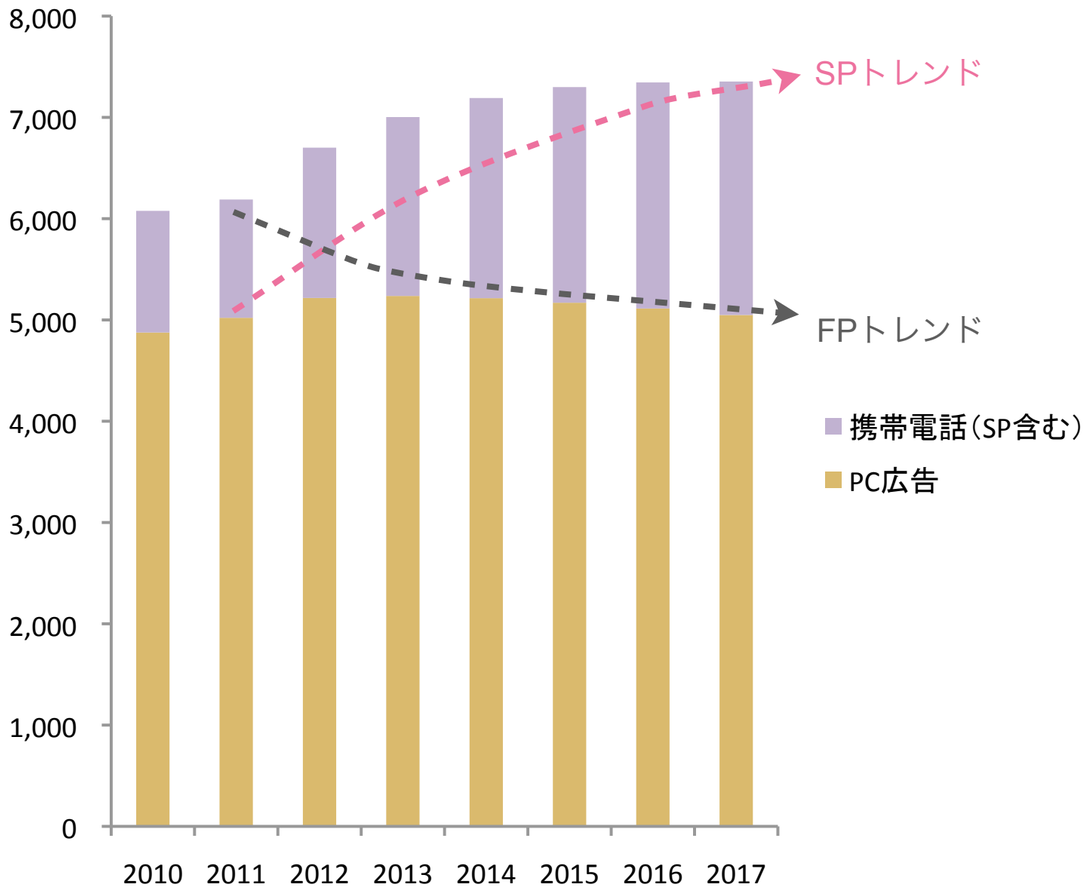
# 拡大するスマートフォン市場

## スマートフォン出荷台数の推移・予測（12年3月予測）




出典：㈱MM総研［東京・港］／スマートフォン市場規模の推移・予測（12年3月）

## インターネット広告市場規模予測




出典：野村総合研究所／ITナビゲーター 2013年版

※SP・FPトレンドについては当社予測

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 広告事業：スマートフォン広告の拡大

・フィードを活かした高い広告効果のバナー型広告（ソーシャルエキスパンドアド）、
アプリ型広告モデル（mixi Xmas , mixi Halloween）の汎用化に加え、
スマートフォンの特性を活かした公式クライアントアプリの広告開発に成功

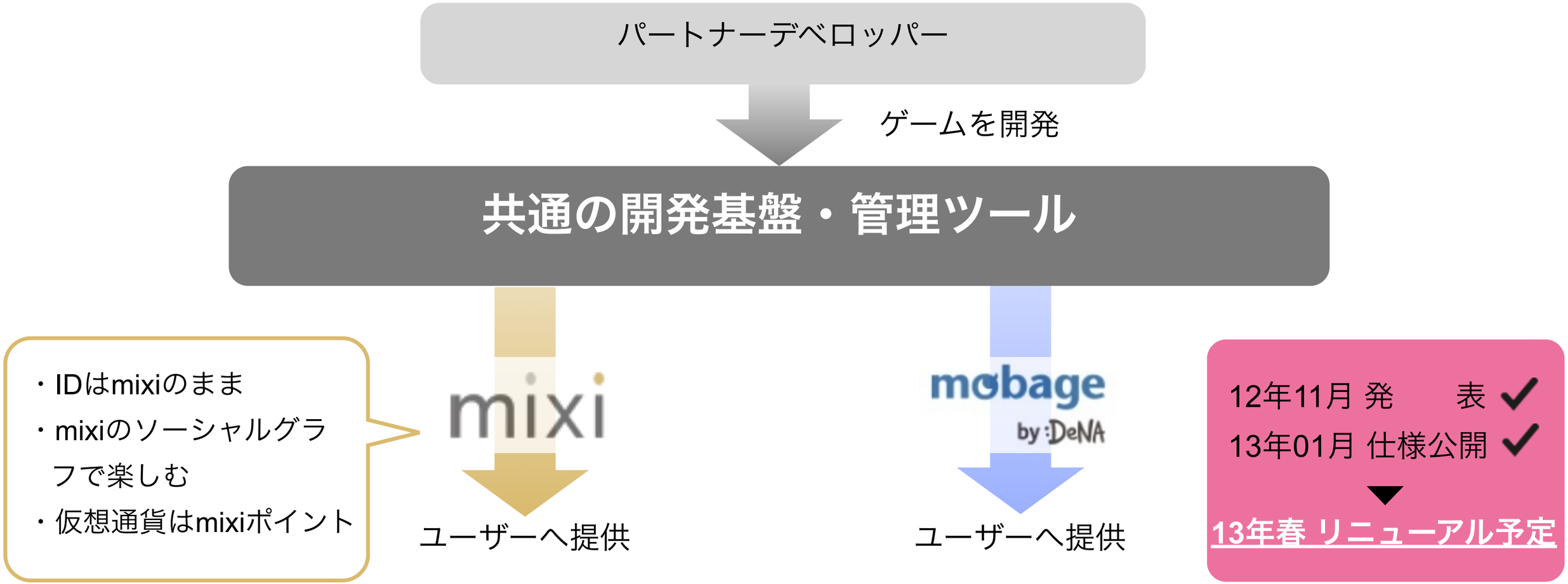
クライアントアプリ広告＜スワイプジャック＞




Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 課金事業：スマートフォン版「mixiゲーム」「Mobage」開発基盤共通化

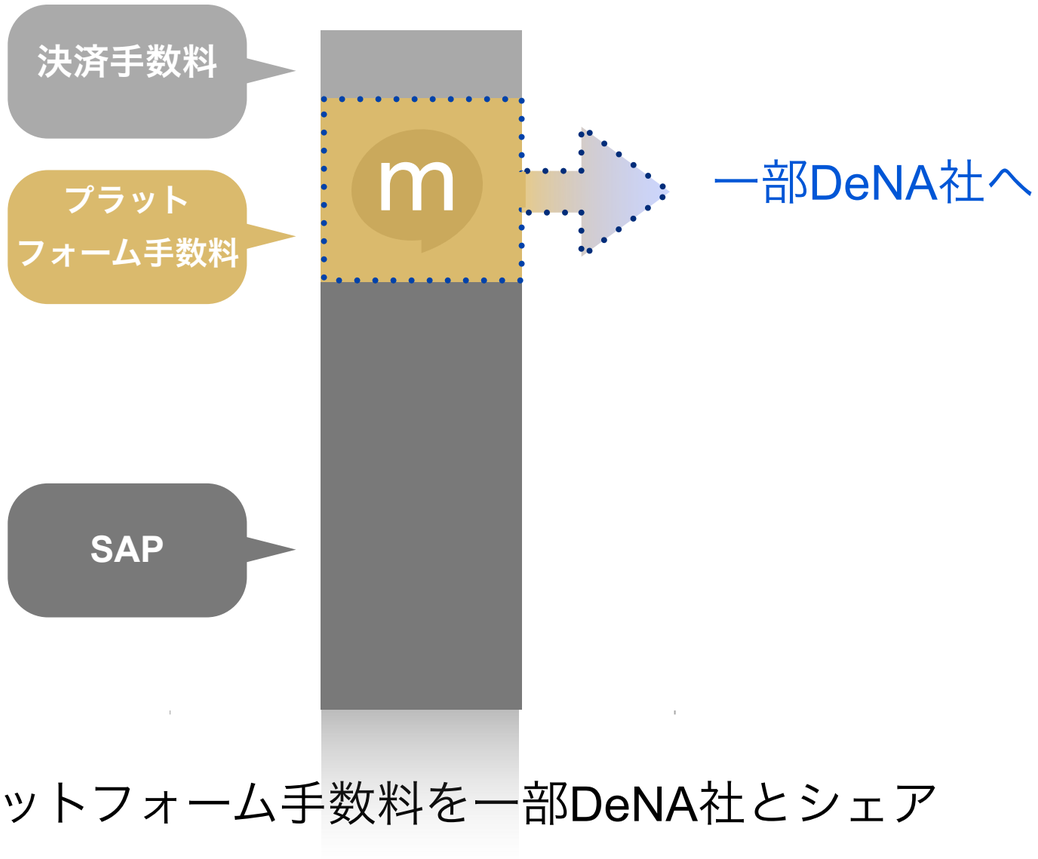
・ユーザーに、より多くの魅力的なソーシャルゲームを提供
・開発基盤・管理ツールを共通化することで、パートナーは最小限の工数で両サービスにゲームを提供可能




Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# スマートフォン版「mixiゲーム」ビジネスモデル

## レベニューシェアモデル イメージ

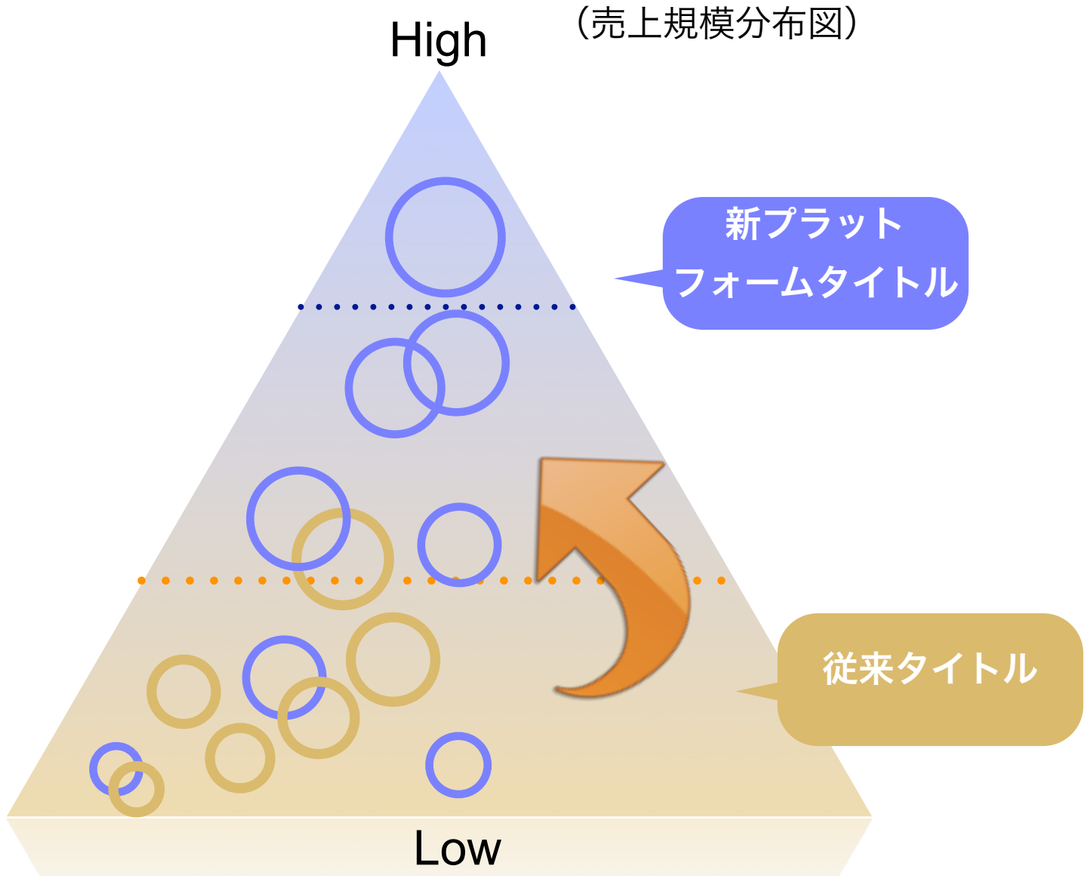



プラットフォーム手数料を一部DeNA社とシェア

※DeNA社内製タイトルについてはSAPと同様

## 導入タイトル規模 イメージ

（売上規模分布図）




従来のゲームに加え、
ビッグタイトルを含むラインナップの増強へ

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

今後も引き続き「ユーザーファースト」の視点に立ち
『mixi』をより良いものに

**コミュニケーションサービスの開発・提供に注力する**

**自社のみで運営するよりもサービスを改善・強化できる場合は**
**各業界におけるトッププレイヤーと積極的に提携する**

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 執行役員体制



社長
笠原 健治



経営推進本部長
荻野 泰弘



経営企画室長
朝倉 祐介



クロスファンクション室長
川崎 裕一



パートナービジネス本部長
辻 正隆



ユーザーサービス本部長
廣木 大地



システム本部長
松岡 剛志

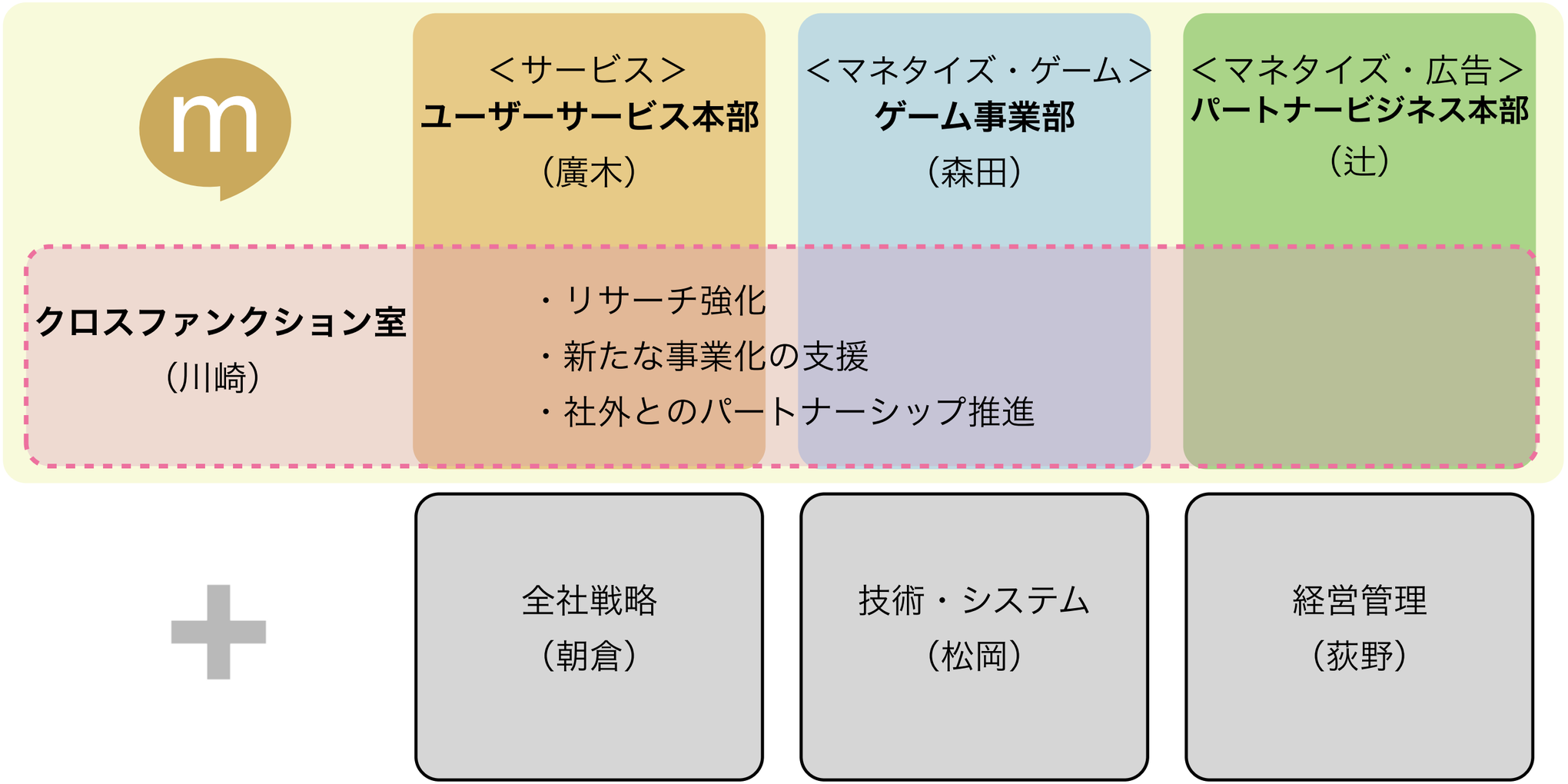


ゲーム事業部長
森田 仁基

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

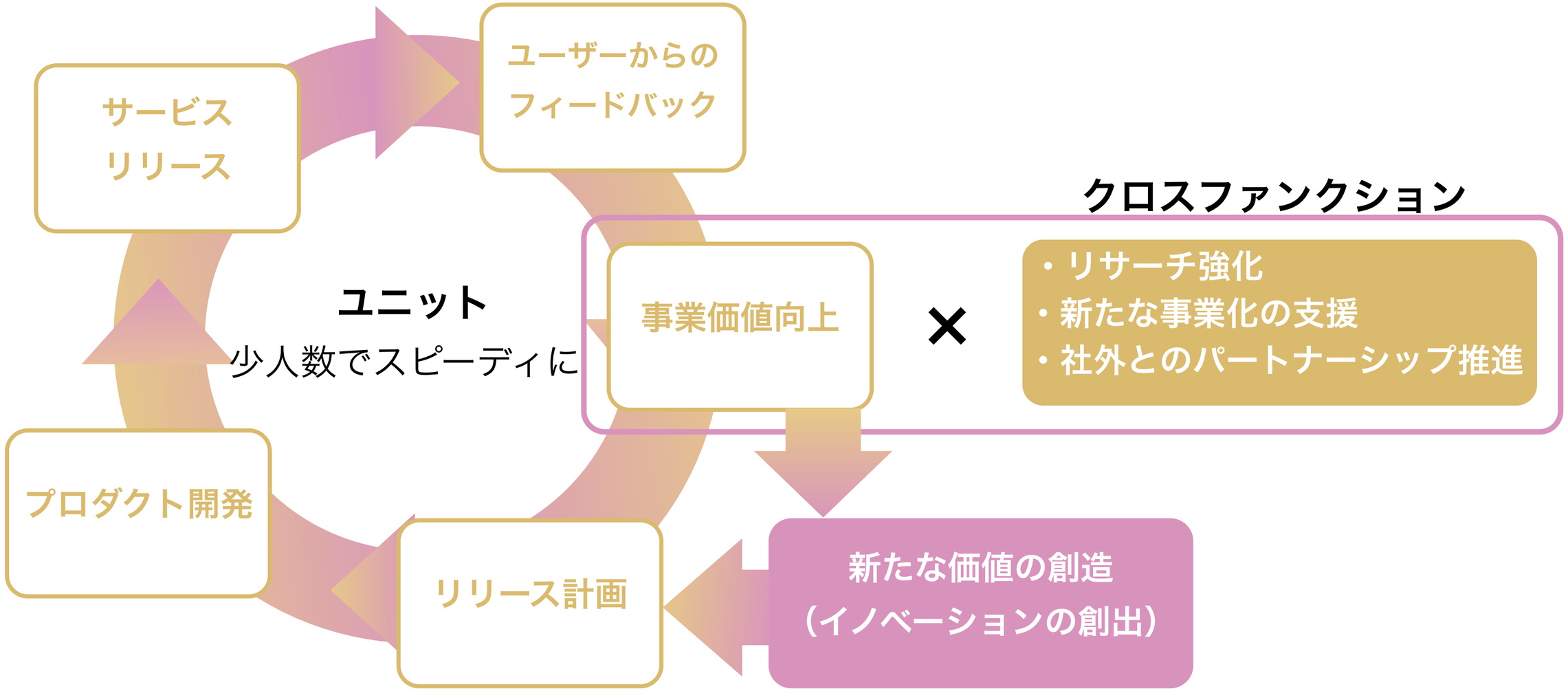
# 体制強化

・事業価値向上のため、3名の執行役員の新任と
社内外との連携強化を目的としたクロスファンクション室を新設




Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# Speed & Innovation




Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# Appendix

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 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 | 社外取締役 | 青柳 立野 |
| | 取締役 | 原田 明典 | 常勤監査役 | 加藤 孝子 |
| | 取締役 | 荻野 泰弘 | 社外監査役 | 佐藤 孝幸 |
| | 社外取締役 | 中村 伊知哉 | 社外監査役 | 若松 弘之 |
| 従業員数 | 484名（連結・正社員のみ） | | | |
| 発行株数 | 155,106株 | | | |

| 主要株主<br>（2012年9月30日現在） | |
|---|---|
| 笠原健治 | 55.11% |
| 立花証券株式会社取締役社長　石井 登 | 4.84% |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口） | 2.60% |
| GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL | 1.32% |
| BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG(FE-AC) | 1.22% |

※上記の他、自己株式が5,786株（3.73%）あります。　2012年12月31日現在

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 貸借対照表／キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円

| | FY2012/3Q (2012年12月末) | FY2011/3Q (2011年12月末) |
|---|---|---|
| 流動資産 | 16,582 | 14,281 |
| 固定資産 | 3,324 | 4,163 |
| 総資産 | 19,906 | 18,444 |
| 流動負債 | 3,624 | 3,880 |
| 固定負債 | 64 | 119 |
| 純資産 | 16,217 | 14,444 |

| | FY2012/3Q (2012年4-12月) | FY2011/3Q (2011年4-12月) |
|---|---|---|
| 営業活動によるCF | 1,940 | 246 |
| 投資活動によるCF | ▲677 | ▲1,922 |
| 財務活動によるCF | ▲137 | ▲1,906 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 8,555 | 7,707 |

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# サービス概要

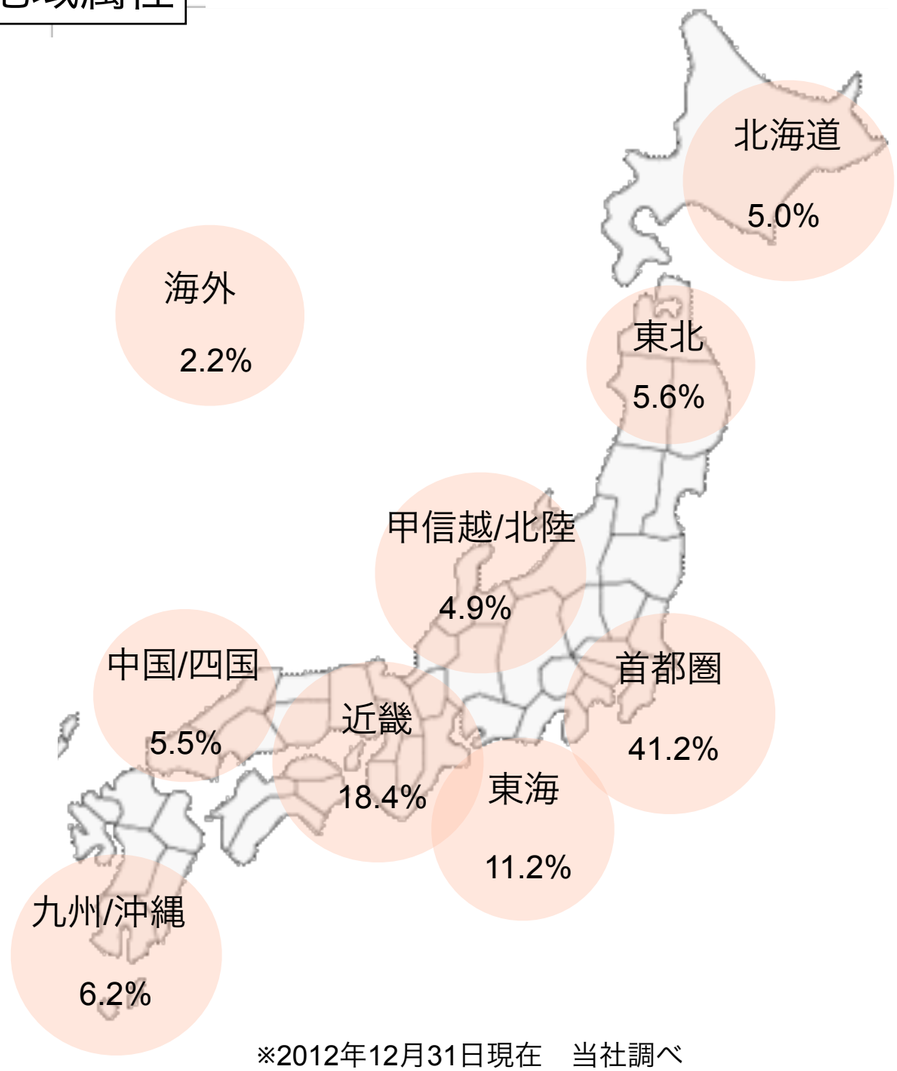
『mixi』は、仲の良い友人との「心地よいつながり」を軸としたコミュニケーションの場を提供するソーシャル・ネットワーキング サービス(SNS)です

| | |
|---|---|
| mixi日記 | 『mixi』上に日記の投稿ができる機能。日記を通じてコミュニケーションを図ることが可能。 |
| つぶやき（mixiボイス） | 「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フォト | 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可能。 |
| mixiメッセージ | 友人にメッセージが送れる機能。写真や絵文字の添付も可能。 |
| コミュニティ | 趣味や話題のコミュニティで情報交換できる機能。好きなことや気になる情報を、共通の趣味を持った人と話し合うことが可能。 |
| mixiゲーム | 仲の良い友人をはじめ、ゲームをプレイするmixiユーザー全体と一緒にゲームを遊びながらコミュニケーションできる機能。 |
| mixiページ | 店舗やブランド、アーティストなどが情報発信することができる機能。友人を経由してページの情報を広げることが可能。 |
| mixiモール | mixiのインターネットショッピングモール機能。気になる商品を友人に共有したり、持っている商品を紹介したり、友人とコミュニケーションしながらショッピングを楽しむことが可能。 |

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

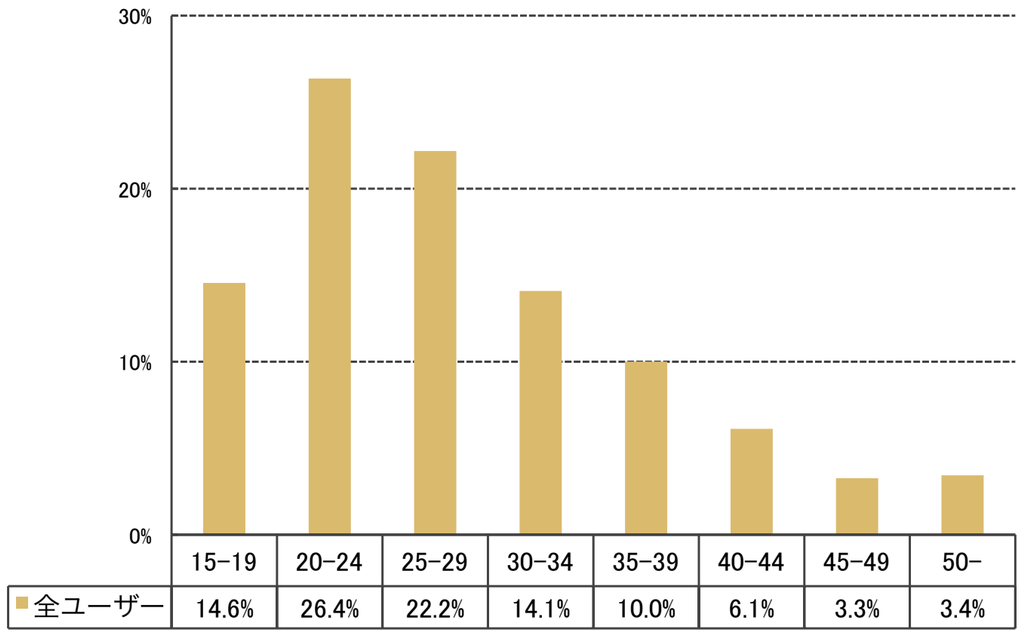
# ユーザー属性（スマートフォン ＆ PC MAUベース）

## 地域属性

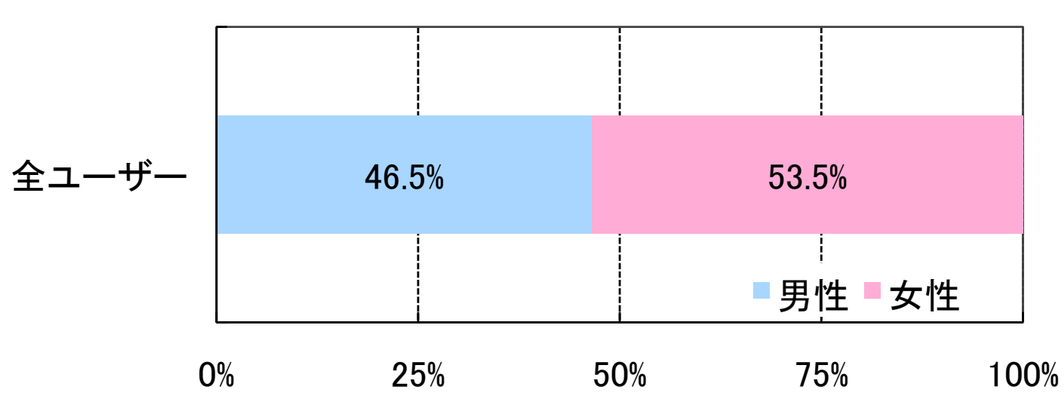



※2012年12月31日現在　当社調べ

## 年齢層




## 性別




Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# ソーシャルゲーム利用環境整備

| | ソーシャルゲームプラットフォーム<br>連絡協議会 | 当社プラットフォームでの対応 |
|---|---|---|
| 2012年　3月 | ソーシャルゲームプラットフォーム連絡協議会設置 | 「ランダム型有償コンテンツルール」の改定<br><br>「mixiアプリガイドライン」に、<br>アプリの利用環境整備を要請する条項の新設 |
| 2012年　5月 | 「コンプリートガチャガイドライン」策定 | |
| 2012年　6月 | 「ゲーム内表示等に関するガイドライン」策定<br>「リアルマネートレード対策ガイドライン」策定<br>「コンプリートガチャ等に関する事例集」策定 | |
| 2012年　6月 | 新団体設立に向けた準備委員会発足 | |
| **2012年11月** | **一般社団法人ソーシャルゲーム協会（JASGA）発足** | |

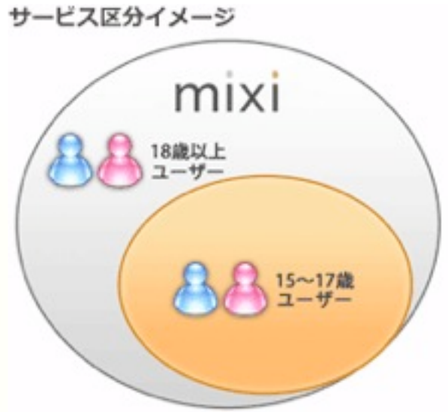
Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# 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**

## 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

## 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

Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.



Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.