mixi

# 2011年度　第2四半期決算説明会

（2011年７月１日～９月３０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年度第2四半期　連結業績概要

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

# 2011年度第2四半期　概要

## スマートフォンをはじめとした各デバイス対応の強化

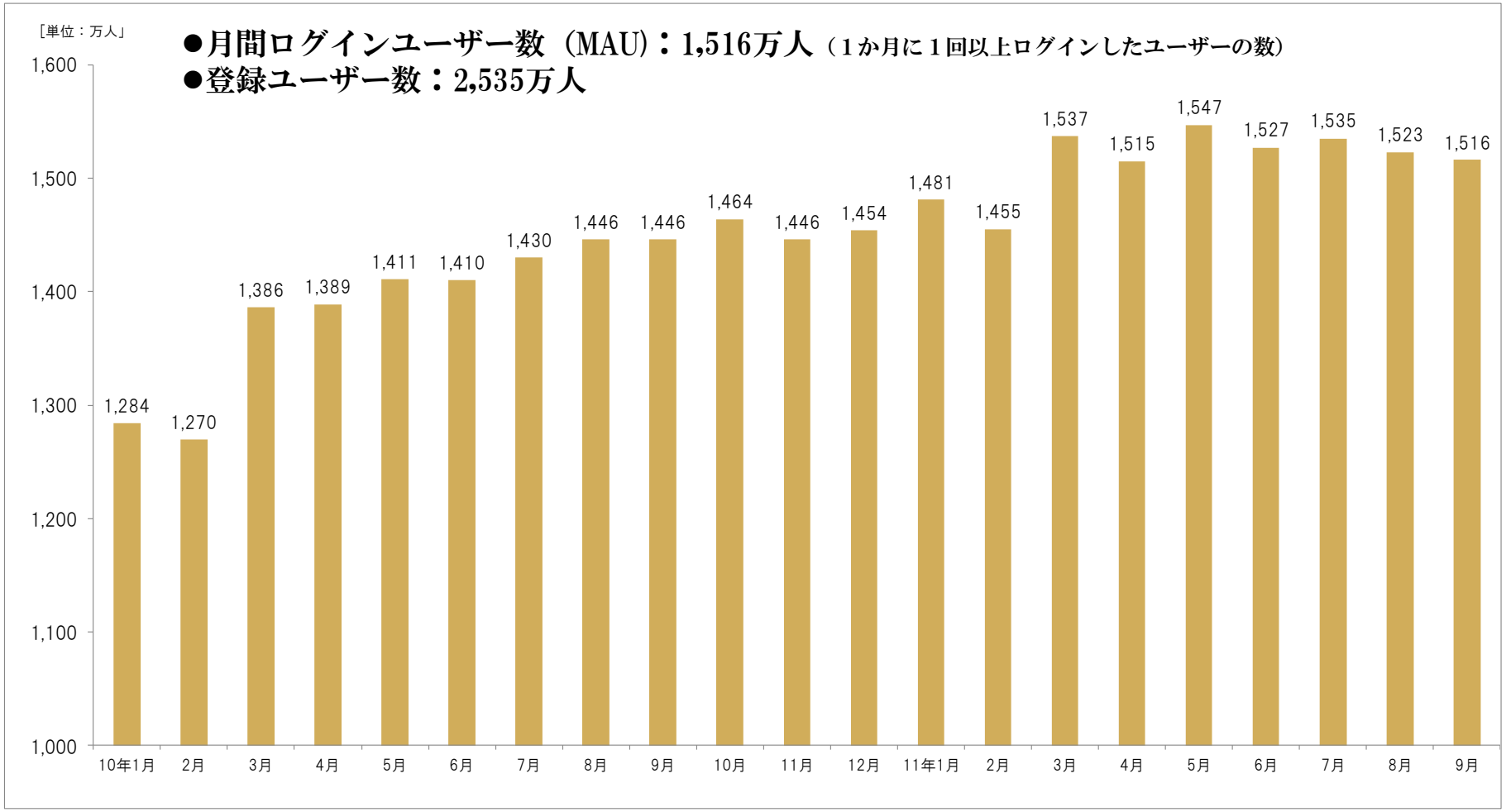
- mixiのアクティビティを促進するために各デバイスのインターフェースを改善
  - 10/5よりiPadにも対応をし、デバイス問わず『mixi』を快適に利用できる環境を整備
- スマートフォンの利用比率が拡大
  - 9月のスマートフォン月間ログインユーザーは430万人を超え、順調に拡大

## Townエリアでのローカルや企業連携サービスの強化

- Town構想の第一弾として8/31にソーシャルページ「mixiページ」をオーナー向けにオープン
  - 10/20より一般公開。10万を超えるmixiページがHOME画面上のメニューから閲覧可能に
  - 友人以外も含めた交流の場として、今後もサービス及びコンテンツを強化していく

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

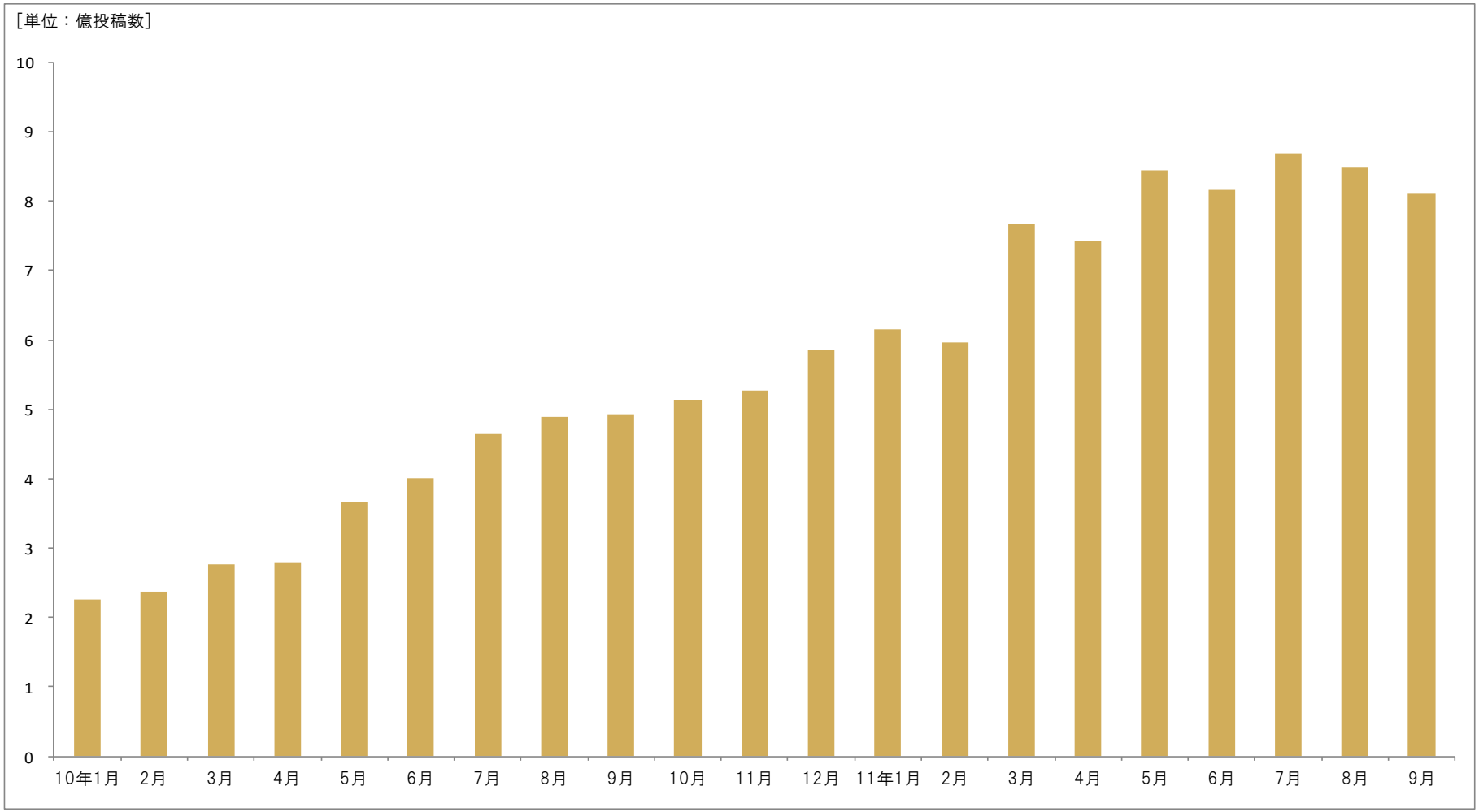
# mixiの月間ログインユーザー数




*2011年9月　月間ログインユーザー数及び登録ユーザー数は当社調べ

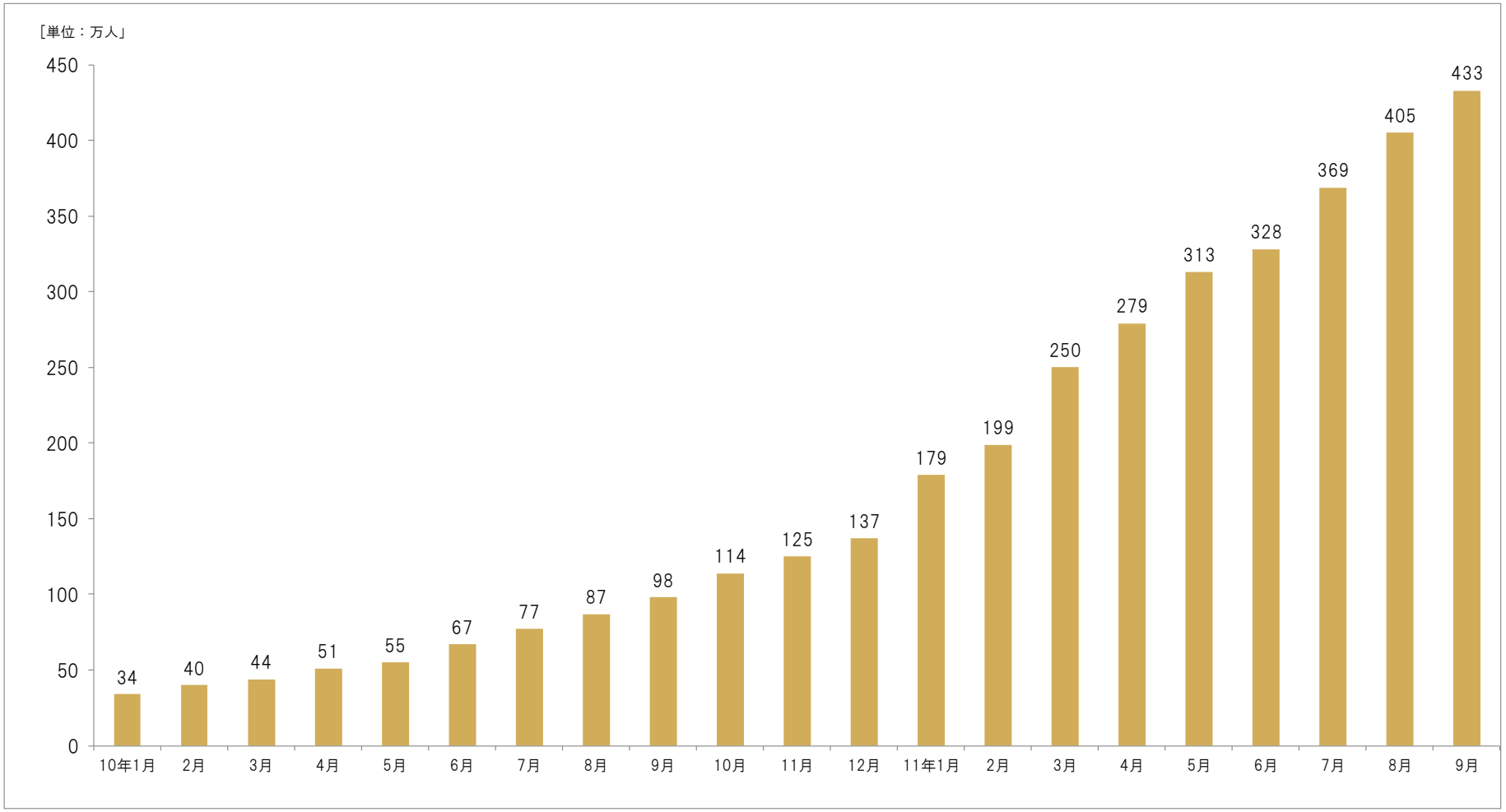
Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# mixi総コミュニケーション投稿数




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

# スマートフォンの月間ログインユーザー数




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

# スマートフォンビジネスの現状と施策

## 【サービス】

### 利用シーンの拡大

- ソフトバンクのスマセレを始め、プリインストール端末を拡充
- 9/21にWindows®Phone 向け『mixi』アプリを提供開始

### テクノロジーベンチャーの100%子会社化

- Naked Technology
- CONIT

⇒スマートフォン開発を強化すべくベンチャー企業を子会社化

## 【マネタイズ】

### 広告

- ユーザーの利用がフィーチャーフォンからスマートフォンへ急速にシフト

⇒スマートフォン広告を販売開始

### 課金

- ゲームなどスマートフォンでも課金を強化
- キャリアをはじめとした決済の拡充
  - auかんたん決済/docomo spモード決済
  - クレジットカード/WebMoney決済

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

# 2011年度第2四半期　連結損益計算書

- アプリ課金が堅調に推移し、課金売上高は前年同期比31.7%増の805百万円
- スマートフォンへの利用のシフトにより、モバイル広告売上が落ち込み、広告の売上高は同8.6%減の2,052百万円

| [単位：百万円] | FY11/2Q (11年7月-9月) | 構成比 | FY10/2Q (10年7月-9月) | 増減率 (YonY) |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 3,095 | - | 3,039 | 1.8% |
| ソーシャルネット事業 | 2,857 | 92.3% | 2,856 | 0.0% |
| （広告） | 2,052 | 66.3% | 2,245 | -8.6% |
| （課金） | 805 | 26.0% | 611 | 31.7% |
| Find Job !事業 | 237 | 7.7% | 182 | 30.1% |
| 売上総利益 | 2,072 | 67.0% | 2,025 | 2.3% |
| 営業利益 | 511 | 16.5% | 614 | -16.8% |
| 経常利益 | 429 | 13.9% | 553 | -22.4% |
| 四半期純利益 | 193 | 6.3% | 242 | -20.0% |

＊ mixiポイント（mixiアプリ課金/モバイルコンテンツ課金）の売上は「mixiポイント」の消費時に計上となります。
旧基準（グロス計上）のFY11/2Qの売上高は3,911百万円、FY10/2Qは3,891百万円

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

# 2011年度第2四半期　連結費用構成

- 事業拡大のため人材採用を積極的に行った結果、「開発人件費」及び「人件費」が前年同期比で増加

| [単位:百万円] | FY11/2Q (11年7月-9月) | 売上高構成比 | FY10/2Q (10年7月-9月) | 増減率（YonY） |
|---|---|---|---|---|
| [売上原価] | | | | |
| 賃借料 | 213 | 6.9% | 177 | 20.1% |
| 減価償却費 | 107 | 3.5% | 92 | 16.1% |
| 開発人件費 | 235 | 7.6% | 156 | 50.9% |
| コンテンツ調達費 | 79 | 2.6% | 83 | -4.6% |
| アドプログラム費 | 157 | 5.1% | 276 | -43.0% |
| その他 | 229 | 7.4% | 227 | 0.8% |
| 売上原価合計 | 1,022 | 33.0% | 1,013 | 0.9% |
| [販管費] | | | | |
| 人件費 | 604 | 19.5% | 454 | 33.0% |
| 広告宣伝費 | 7 | 0.2% | 275 | -97.3% |
| 外注費 | 201 | 6.5% | 215 | -6.4% |
| 支払地代家賃 | 130 | 4.2% | 94 | 38.6% |
| 決済手数料 | 196 | 6.4% | 146 | 34.4% |
| その他 | 419 | 13.6% | 224 | 87.1% |
| 販管費合計 | 1,561 | 50.4% | 1,411 | 10.6% |

※旧基準（グロス計上）のFY11/2Qの販売手数料は816百万円、FY10/2Qは846百万円

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

# 2011年度業績予想修正

## 修正理由

- 期初予想では下半期以降もモバイル広告売上の拡大を見込んでいたが、スマートフォンへの利用のシフトが想定以上に進行した影響により、見通しを下方修正

## 下期予想の前提

- モバイル広告は上記の傾向が続き、またスマートフォン広告は販売は開始しつつも市場形成段階であり、売上は徐々に拡大する見込み
- 広告はバナーのソーシャル化、 mixiページの活用、タイアップなどを実施し、売上拡大を目指す
- 課金はmixiアプリのリニューアルにより、mixiゲームを開始し、課金売上の増加を見込む

単位：百万円

| 2011年度 通期予想 | 売上高 | 営業利益 | 経常利益 | 当期（四半期）純利益 |
|---|---|---|---|---|
| 前回発表予想 | 15,000~16,300 | 3,400～3,800 | 3,300～3,700 | 1,650～1,900 |
| 今回修正予想 | 13,000~14,000 | 1,600～2,500 | 1,300～2,300 | 500～1,100 |
| 上半期実績 | 6,081 | 850 | 708 | 340 |

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

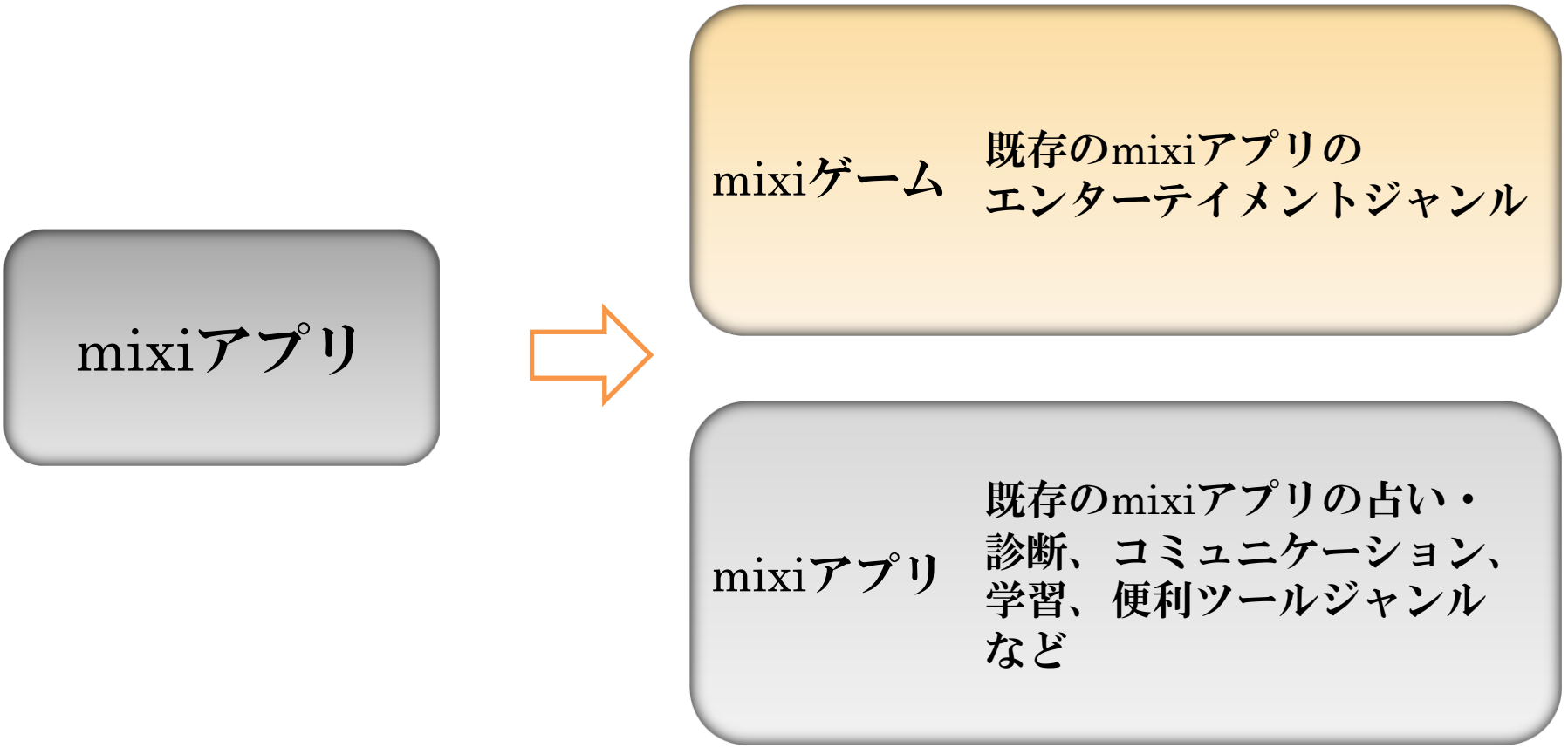


# mixiゲーム

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

# mixiアプリリニューアル

- 11月15日よりモバイル版「mixiアプリ」のゲーム系アプリを切り出し「mixiゲーム」として提供開始
- 12月中にPC/Touchをリニューアル予定




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

# ユーザビリティ向上

- 課題として、以前はカテゴリが多く、様々なゲームが散在していたため、見つけづらかった

  ⇒ゲームカテゴリを一本化し、タイトルを集約することにより、分かりやすさを向上。検索窓を設置し、ゲームをより見つけやすく

  ⇒mixiのホーム画面から導線を設置し、よりスムーズにmixiゲームへ誘導することができる

現状



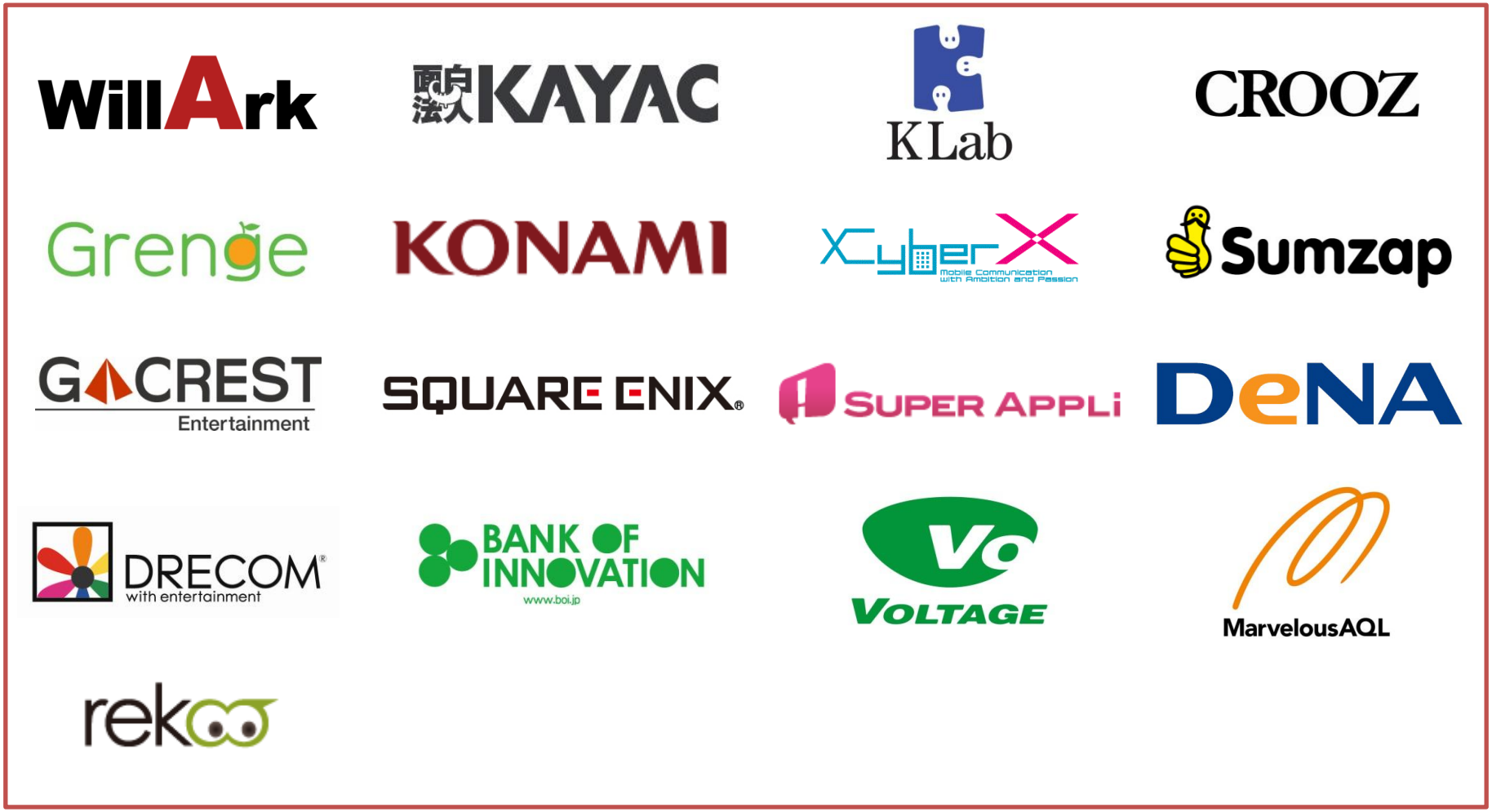

11/15～




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

※イメージはモバイル画面になります

# ゲームのラインナップ充実




※企業名は50音順で掲載しております

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

# mixiページの概要

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

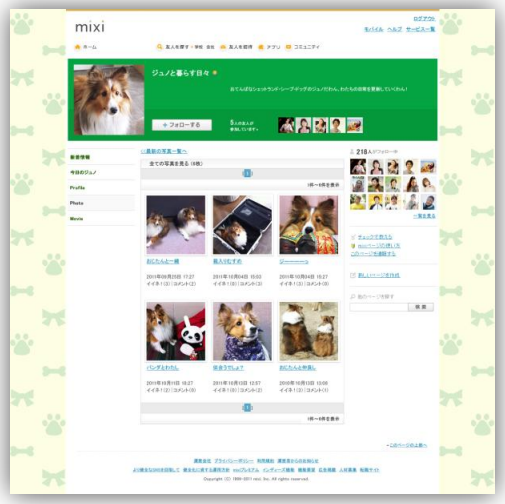
# ソーシャルページサービス　mixiページ





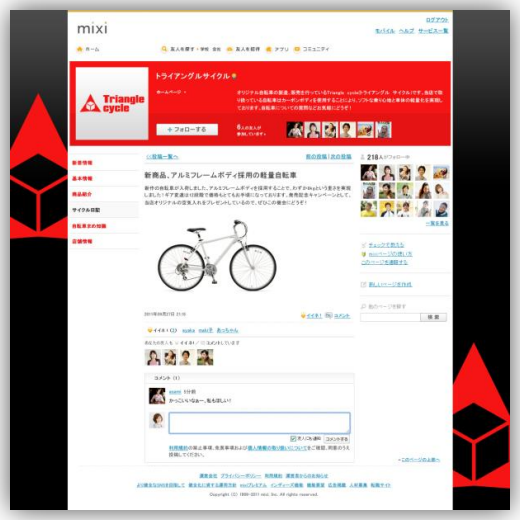


ソーシャルページ
サービス
「mixiページ」










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

# mixiページの概要

- 個人、企業問わず様々な目的に合わせてページを作成することが可能
- 3デバイスで閲覧及びmixiページの開設が可能

【基本情報】
mixiページの概要を紹介。
画像は自由に設定できます。

【メニュータブ】
mixiページのコンテンツタブ




【メンバー表示スペース】
参加しているユーザーのプロフィール画像を表示

【背景】
背景画像を自由に設定できます。

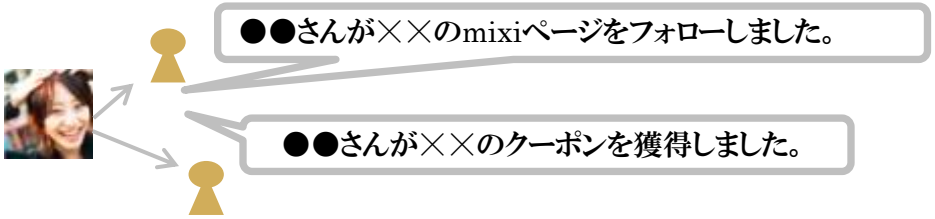
Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# mixiページの集客方法

- mixiページへの誘導方法として、ソーシャルグラフによる拡散、検索、広告誘導枠の3パターンが想定される

## ①登録してもらったユーザーのフィードからの誘導

➢mixiページ上のアクションは、そのユーザーの友人のトップページへ表示されるため、そのフィードからの誘導が見込める




## ②検索からの誘導

➢ユーザーが自由に興味のあるページを検索することができる

## ③広告誘導枠からの誘導

➢mixiの純広枠を活用し、ユーザーを集客することが可能




3デバイスで対応




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

# mixiページのオーナー向け広告の例




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

# m ADの提供準備

- mixiユーザー、中小企業、誰でも『mixi』上で広告を出稿できるサービス




スマートフォン画面




モバイル画面

- 広告はPC、モバイル、スマートフォン（mixi Touch）に掲載可能
  - 近日スマートフォンから出稿可能に
- 小額から出稿可能（クレジットカード利用）
- 簡単に出稿可能
  （媒体/配信開始日/クリック数）
- 配信後に広告のレポート分析

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

# mixiページの課金ビジネスイメージ




友人のフィードを見て、mixiページに移動

友人が商品を購入、イイネ！ボタン等のアクションを起こすとフィードが流れる



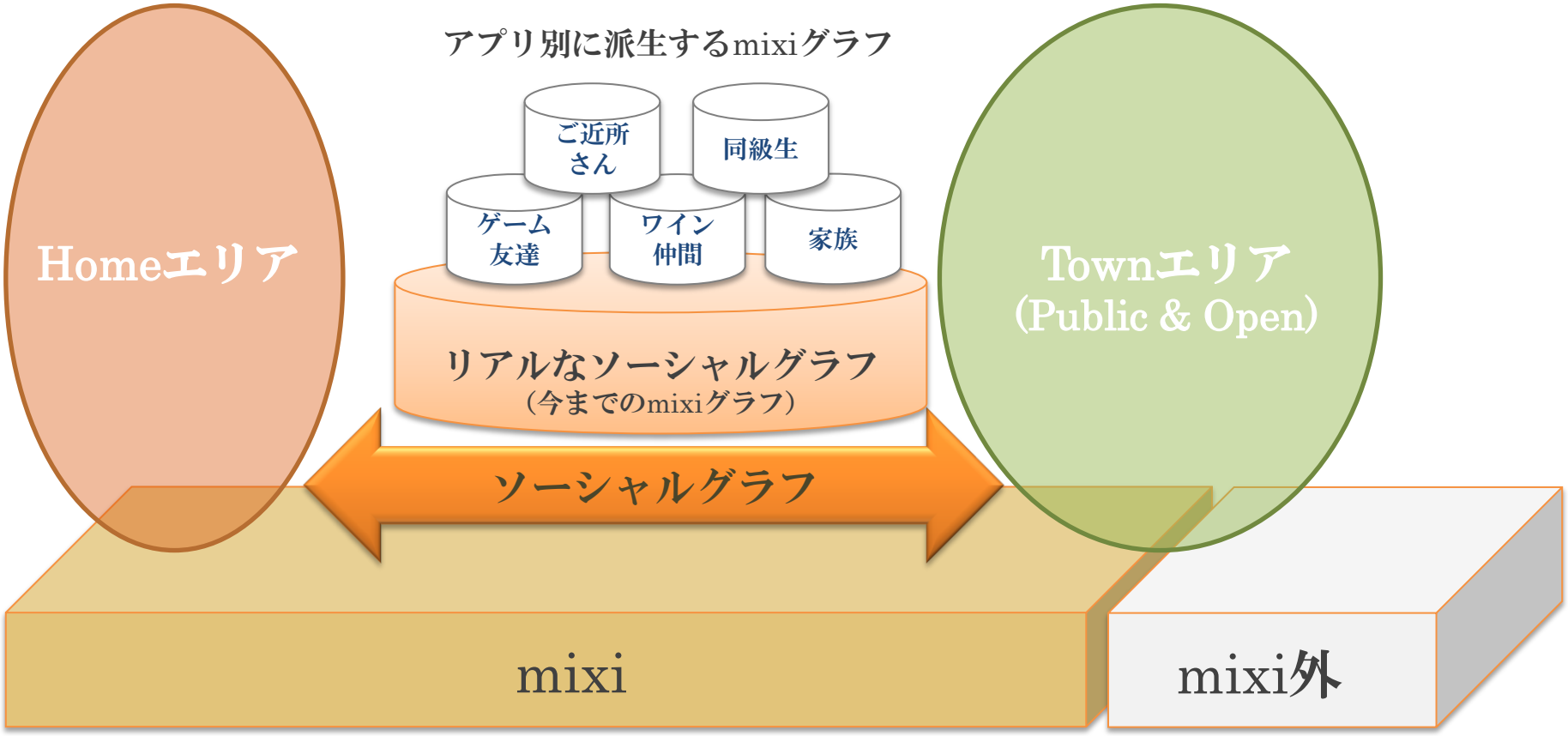

**mixiページを活用し、売れた商品に対し、売上の一部を収入とするレベニューシェアモデル**

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

# 下期以降の施策方針

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

# mixiプラットフォームの活用

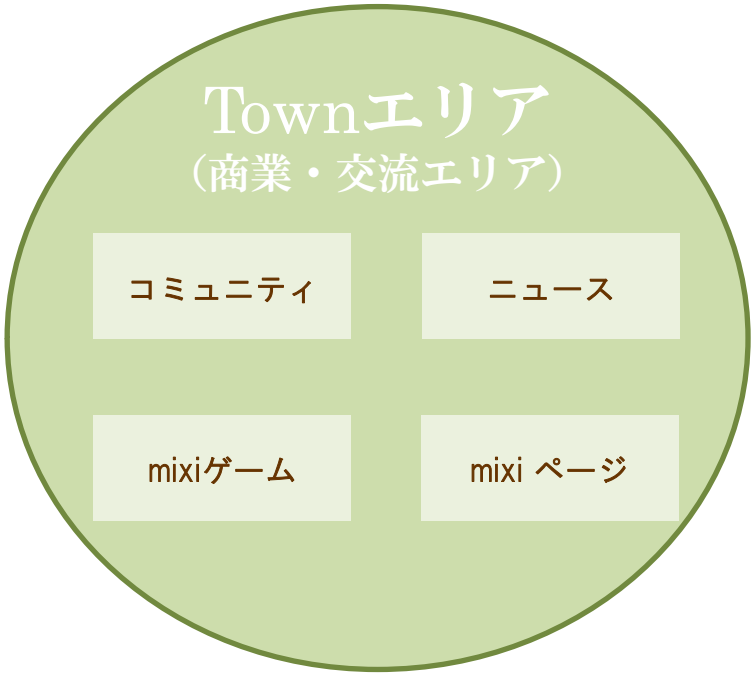



**Townエリアのサービスを強化し、Homeエリアと連携することで新たなコミュニケーション機会の創出とmixiグラフの活性化を図る**

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

# mixiタウンの今後の展開予定

## 友人以外も含めた交流の場
## (Public & Open)




- mixiページ　2011/8/31　開始
- mixiゲーム　2011/11/15　開始予定
- コミュニティ及びmixiニュースをタウンに適した形にリニューアル
- mixiページのビジネス支援プラットフォーム展開

**ソーシャルグラフと連携した様々なサービスやコンテンツを提供し、サービスとマネタイズの両面を強化していく**

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

# 今後の施策～広告ビジネス

- 既存の広告市場でスマートフォン広告やmixiページを活用した広告を開始
- 新規市場では広告のソーシャル化により単価の向上など、SNSの特性を活かした広告を強化し、今後売上拡大を目指していく

| | 大規模パートナー | スモールパートナー |
|---|---|---|
| 既存市場 | ・スマートフォン向け広告<br>・mixiページ誘導枠<br>・mixiポイントプラス | ・m AD<br>・mixiポイントプラス |
| 新規市場 | ・ソーシャルバナー | 準備中 |

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

# 今後の施策～課金ビジネス

- 短期的にはゲームでの課金収入を拡大することに注力していく
- 中長期的にはコマース、デジタルコンテンツの販売をスタートし、ソーシャル化をしながら課金売上を伸ばしていく

| | デジタルコンテンツ | コマース |
|---|---|---|
| 既存市場 | ○ ゲーム<br>○ デジタルコンテンツ<br>⇒ミクコレ等コンテンツ課金 | ○ コマース<br>⇒年賀実施済み<br>⇒今後コマースに参入予定 |
| 新規市場 | ○ デジタルコンテンツ<br>⇒ギフトなど新たな課金形態の創出 | 準備中 |

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 | | |
| | 代表取締役副社長 | 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 | 435名（連結・正社員のみ） | | | |
| 発行株数 | 155,106株 | | | |
| 主要株主<br>（2011年9月30日現在） | 笠原健治 | | | 55.11% |
| | 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口9） | | | 3.37% |
| | 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口） | | | 3.18% |
| | J.P.MORGAN CLEARING CORP-SEC | | | 2.65% |
| | 日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口） | | | 2.31% |

（注）上記の他、自己株式が6,000株（3.87%）あります。　2011年9月30日現在

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

# 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。
- 1,516万人(2011年9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。

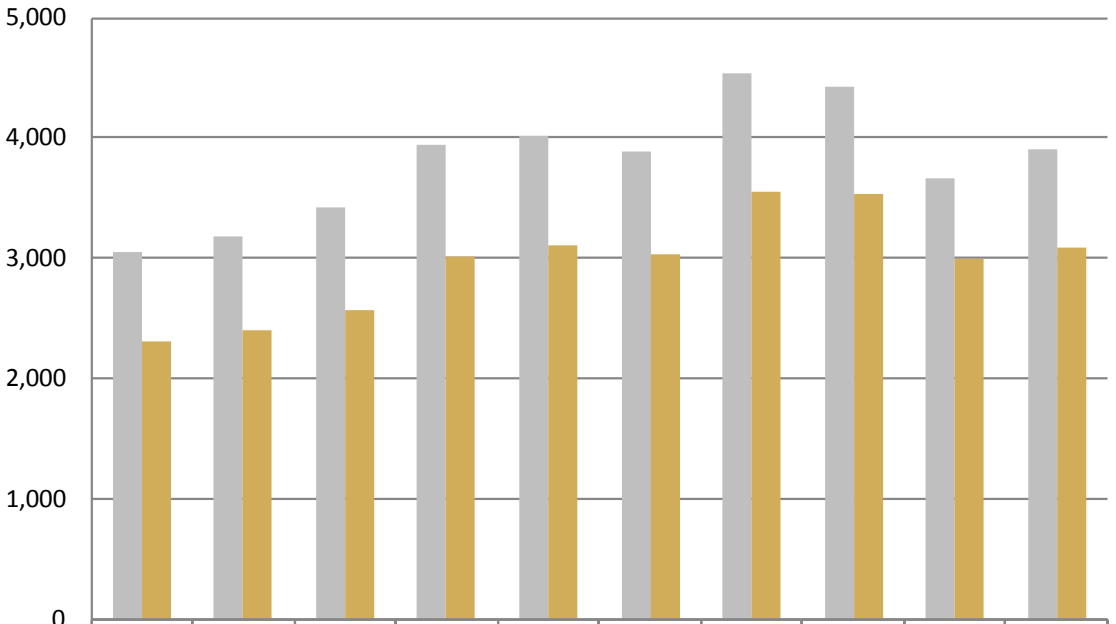
| | |
|---|---|
| mixi日記 | 『mixi』上に日記の投稿が可能。日記を通じてコミュニケーションを図ることが可能。 |
| mixiボイス<br>(2010年6月～) | 「つぶやき」を通じて、簡単にお互いの「今」の状況や想いを伝え合うことのできるコミュニケーション機能。 |
| mixiチェック<br>(2010年9月～) | お気に入りのコンテンツ(ニュース、動画、場所、商品など)を登録し、簡単に友人に共有することができるサービスで、Webサービスとの連携を簡単に実現可能に。パートナーはmixiチェックボタンを導入することで、Webサービスを簡単に「ソーシャル化」することが可能。 |
| mixiチェックイン<br>mobile:2010年9月～<br>smart phone: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<br>(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<br>(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<br>(2010年6月～) | ・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。<br>・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。 |

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

# 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]

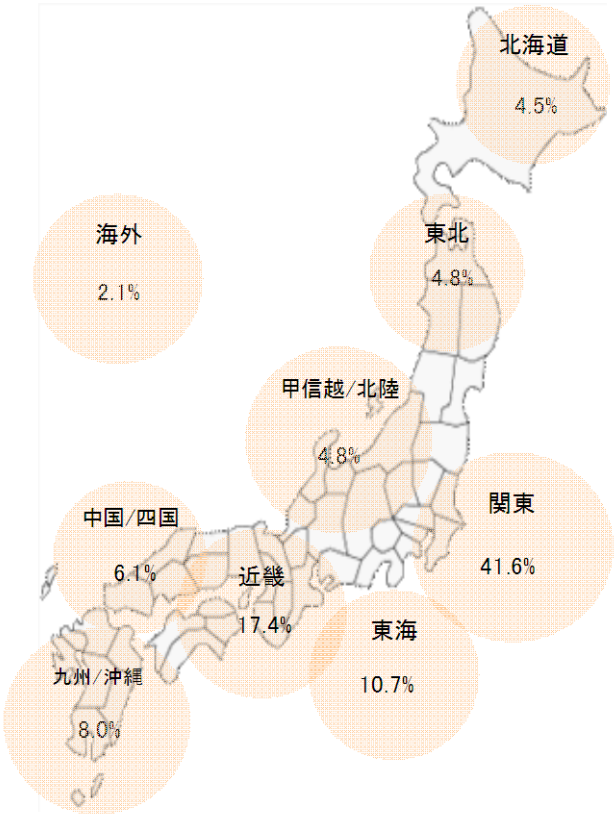



| | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | FY09 | | | | FY10 | | | | FY11 | |
| 連結売上高(旧基準) | 3,059 | 3,188 | 3,416 | 3,935 | 4,013 | 3,891 | 4,540 | 4,428 | 3,671 | 3,911 |
| 連結売上高(新基準) | 2,307 | 2,404 | 2,568 | 3,013 | 3,114 | 3,039 | 3,544 | 3,531 | 2,986 | 3,095 |

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

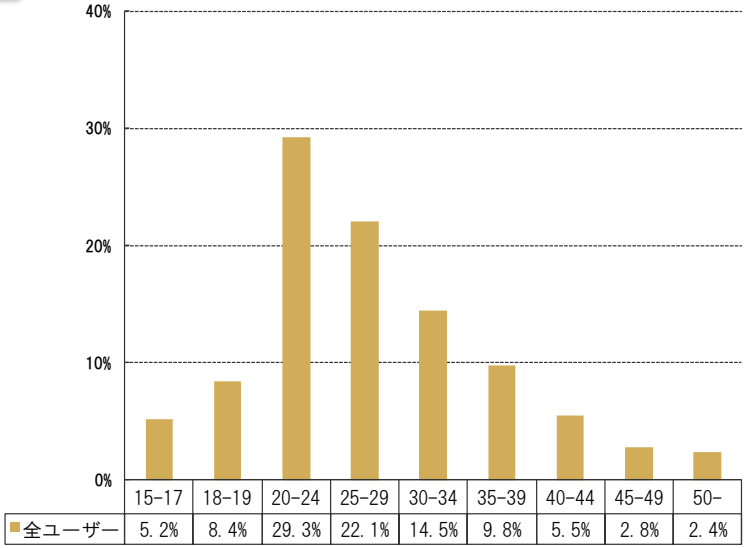
# ユーザー属性（月間ログインユーザーベース）

## 地域属性

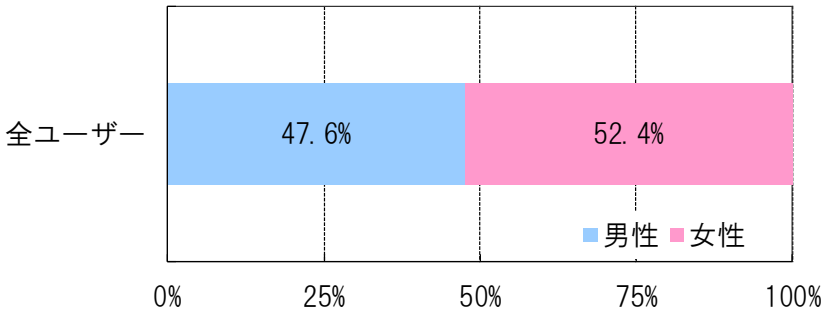



•2011年9月30日現在　当社調べ

## 年齢層




## 性別

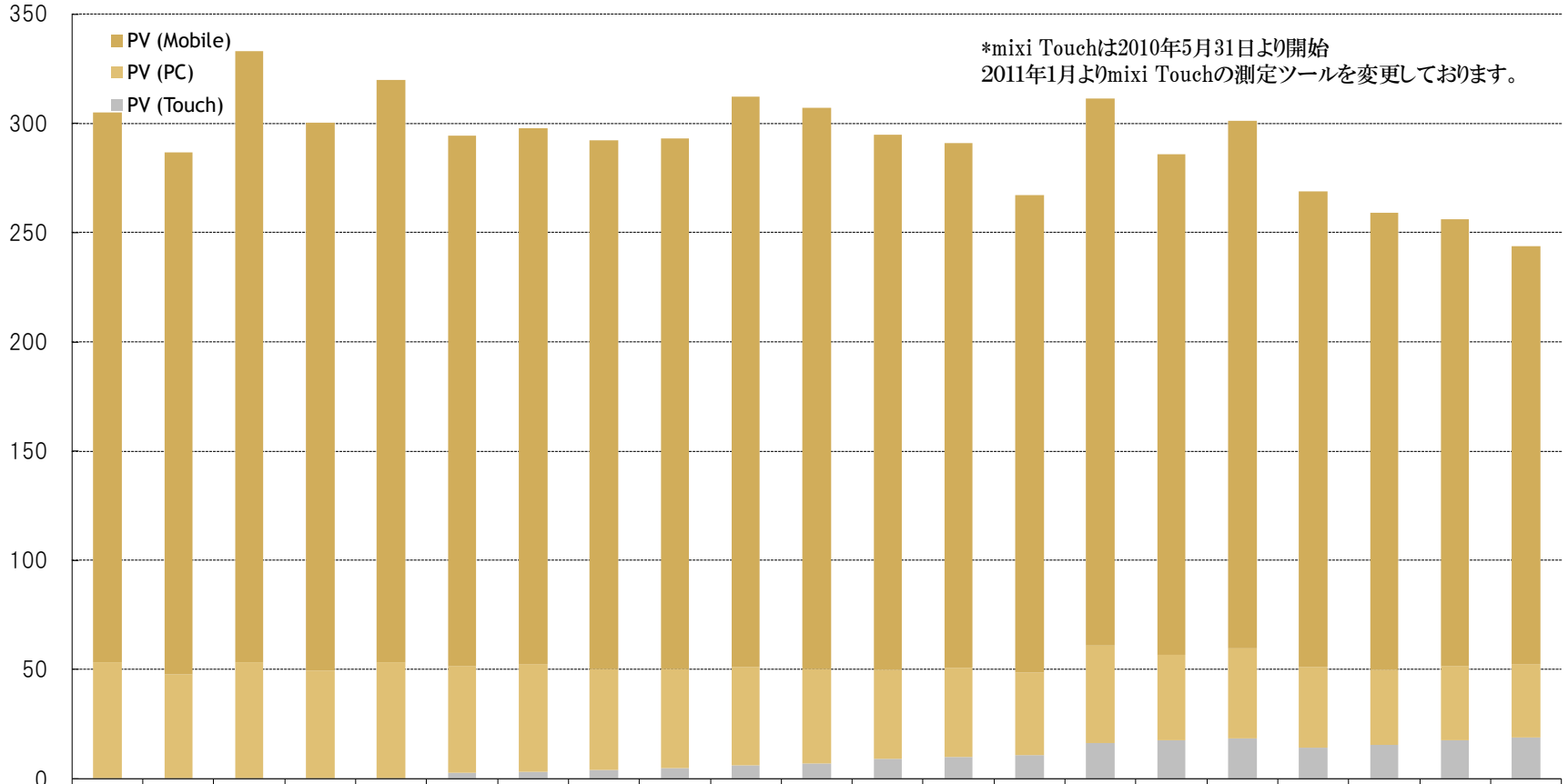



Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

# PV数推移

- 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へユーザーが移行（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］




| | 10年1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 11年1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PV (Mobile) | 251.9 | 238.7 | 279.7 | 250.8 | 266.6 | 242.7 | 245.4 | 242.1 | 242.8 | 261.2 | 256.8 | 244.7 | 240.2 | 218.7 | 250.7 | 229.0 | 241.6 | 217.8 | 209.0 | 204.7 | 191.5 |
| PV (PC) | 53.2 | 47.9 | 53.3 | 49.5 | 53.5 | 48.9 | 49.0 | 46.2 | 45.6 | 45.1 | 43.4 | 41.0 | 41.0 | 38.0 | 44.4 | 39.2 | 41.1 | 37.2 | 34.4 | 33.8 | 33.6 |
| PV (Touch) | | | | | 0.0 | 2.6 | 3.3 | 4.0 | 4.9 | 6.0 | 7.0 | 9.0 | 9.8 | 10.7 | 16.5 | 17.7 | 18.6 | 14.0 | 15.6 | 17.8 | 18.8 |

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

# 業界シェア推移

業界別シェア（売上高ベース）

| | FY10/2Q | FY10/3Q | FY10/4Q | FY11/1Q | FY11/2Q |
|---|---|---|---|---|---|
| 自動車 | 0.2% | 0.9% | 1.6% | 0.4% | 1.6% |
| 金融･保険 | 3.9% | 3.1% | 3.6% | 2.8% | 2.6% |
| 不動産 | 0.3% | 0.2% | 0.5% | 0.1% | 0.4% |
| 人材･教育 | 10.3% | 8.1% | 9.7% | 12.1% | 12.0% |
| 家電･事務用品 | 2.7% | 3.5% | 3.7% | 3.2% | 3.5% |
| 情報･通信 | 31.5% | 38.7% | 40.7% | 35.9% | 30.8% |
| 交通･レジャー | 7.0% | 6.6% | 6.8% | 4.5% | 4.3% |
| 出版･放送 | 3.9% | 2.2% | 1.1% | 0.6% | 0.6% |
| 食品･飲料 | 4.0% | 3.7% | 3.9% | 3.9% | 3.7% |
| 流通･小売業 | 12.8% | 11.6% | 8.6% | 11.5% | 13.7% |
| 美容･トイレタリー | 20.2% | 17.1% | 16.0% | 22.6% | 23.0% |
| その他 | 3.1% | 4.3% | 3.8% | 2.4% | 3.6% |

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



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