



2009年度第3四半期(2009年10月～12月) 決算説明資料

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ください。

Section.1

mixiアプリの状況

mixiアプリによるソーシャルグラフの 活性化とコミュニケーションの多様化

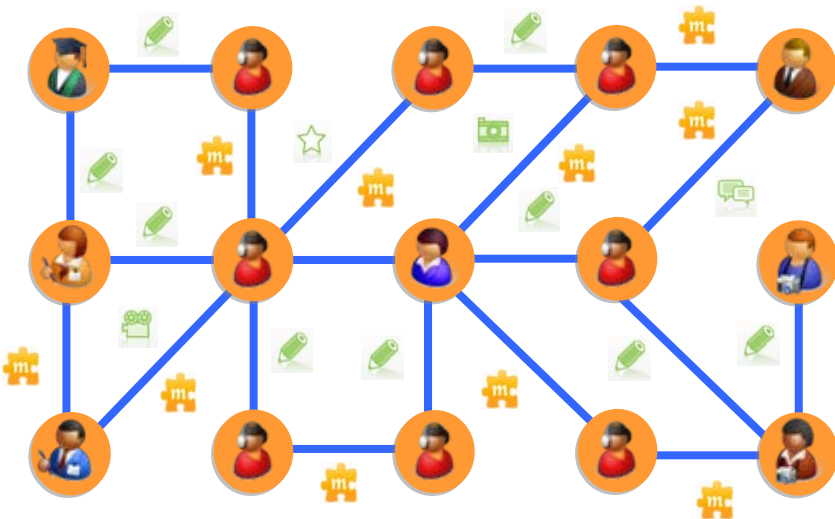
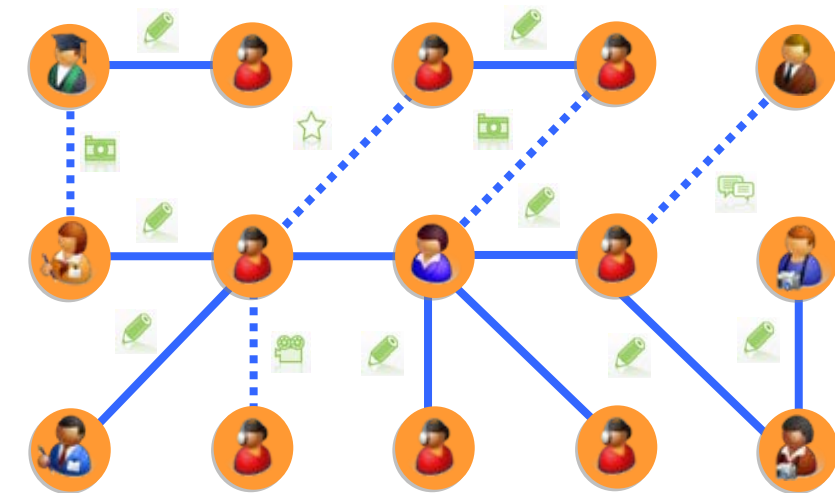
【従来のmixi】

- ✓ 日記を中心としたマイミク(実際の友人・知人)とのコミュニケーション

【mixiアプリの提供】

- ✓ マイミクとの共有・共感をコアバリューとしたmixiアプリを通じて、多様なコミュニケーションスタイルを新たに提供

⇒ mixiアプリにより、マイミクとの、新たなコミュニケーション(価値)が創出



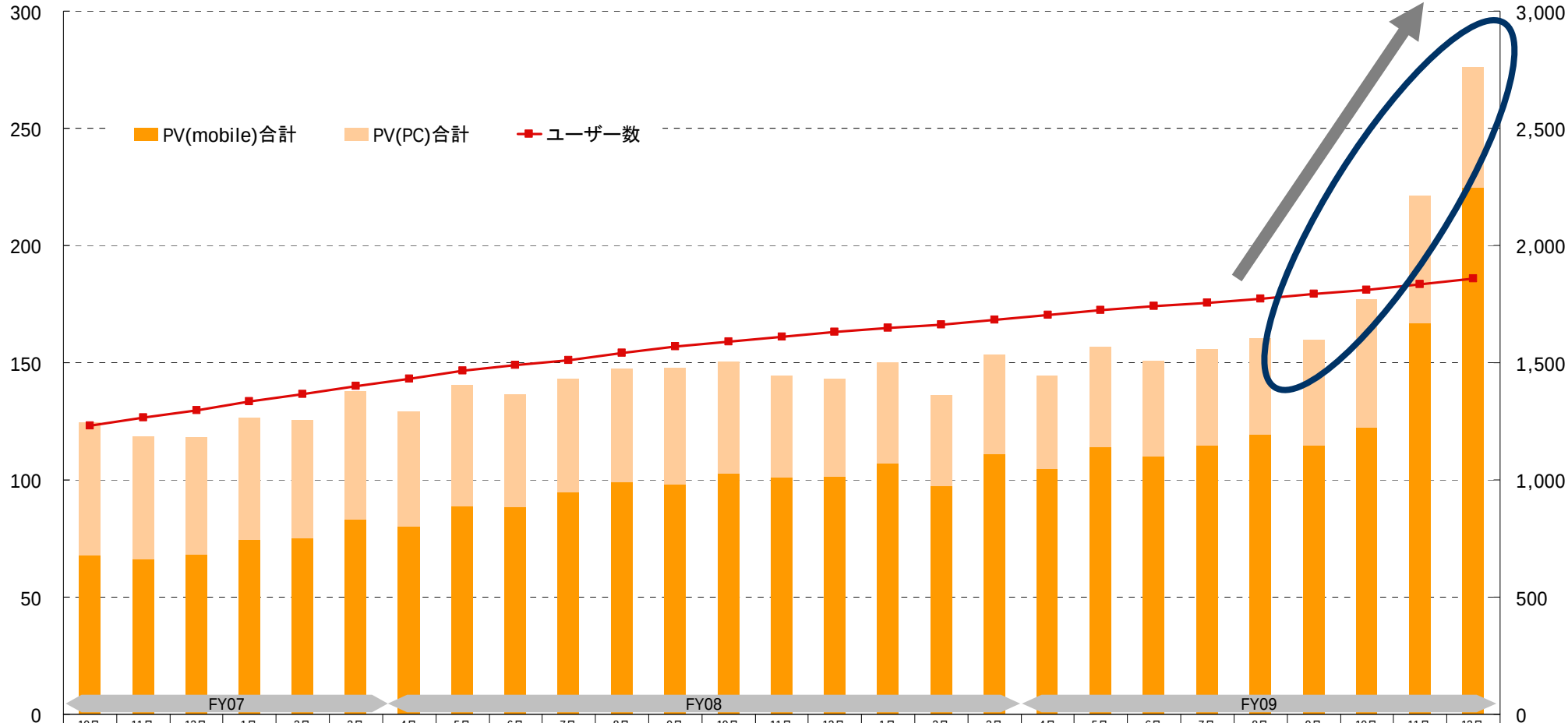
mixiのユーザー数、PV数推移

Section1_mixiアプリの状況

✓ mixiアプリの提供により、mixi全体のユーザー数やPV数のトレンドが大きく上昇

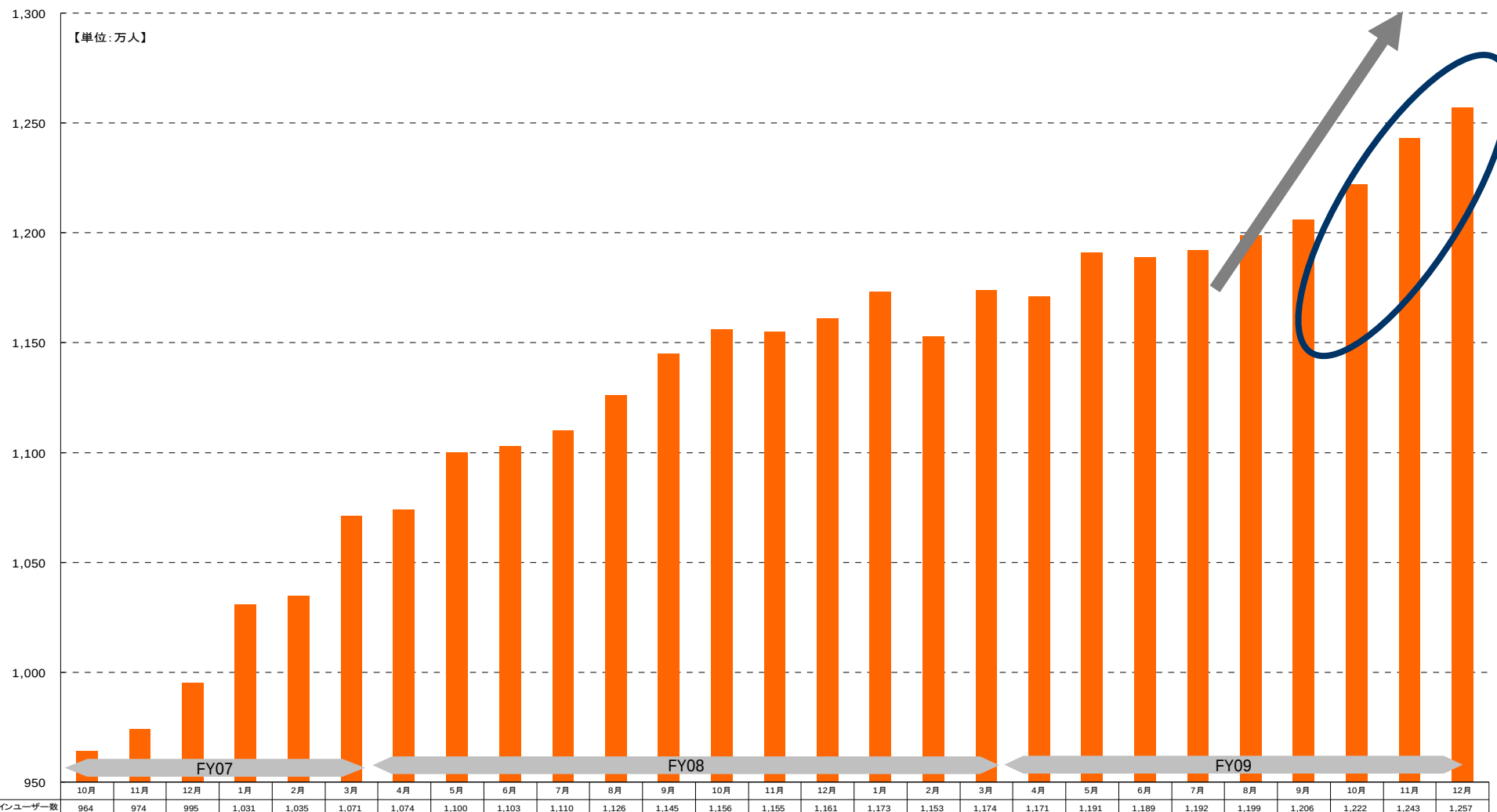
【単位: 億PV】

【単位: 万人】



月間ログインユーザー数推移

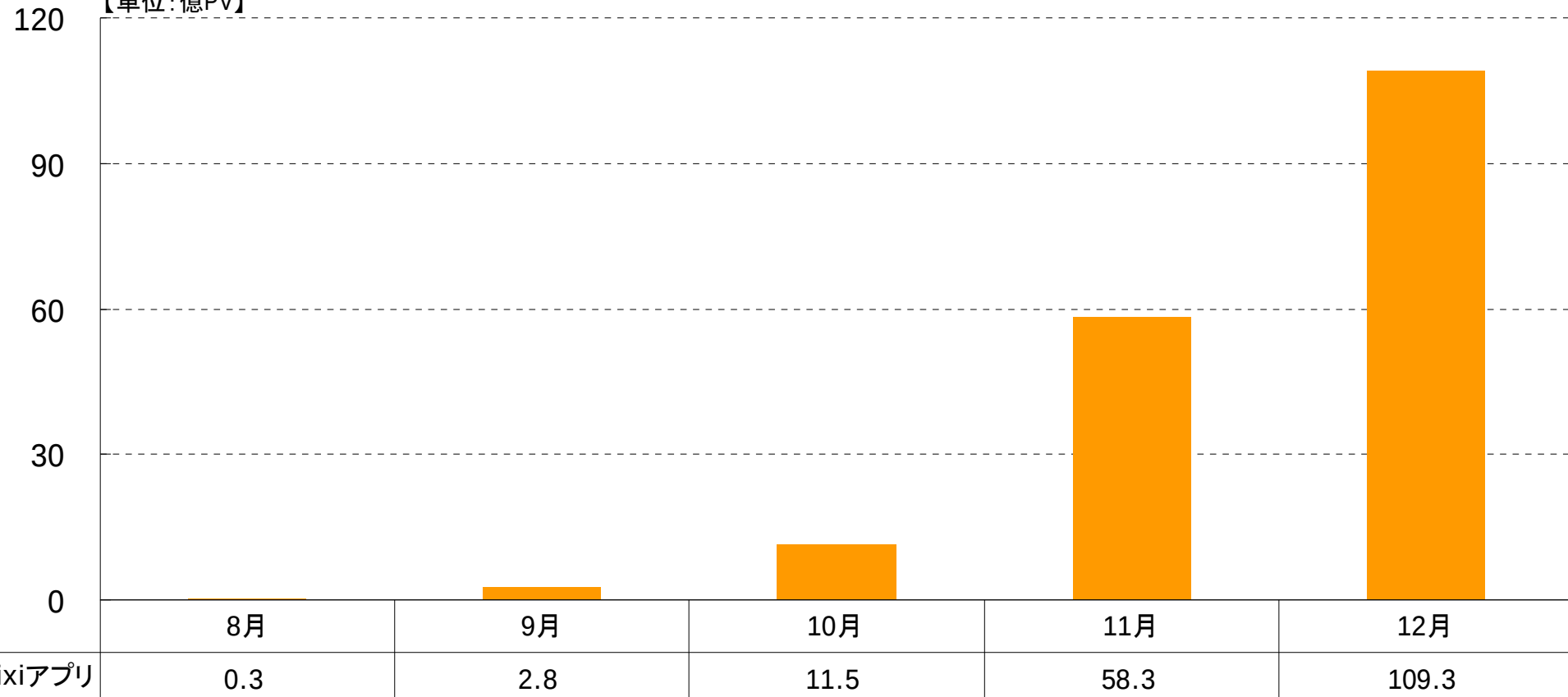
- ✓ 月間ログインユーザー数に関しては、mixiアプリの開始により再度増加傾向
- ✓ 今後、より利用実態を反映した月間ログインユーザー数を重要指標として扱う



mixiアプリの利用動向

- ✓ 2009年8月にmixiアプリ(PC)、10月にmixiアプリ(モバイル)のサービス提供を開始
- ✓ mixiアプリの利用者数・PV数ともに大きく増加し、当初の見込みを前倒して達成

【単位: 億PV】



2009年度 / 1Q末

(2009年6月30日)

1,189万人

月間ログイン
ユーザー数

※1

2時間40分

月間滞在時間
(PCのみ)

※2

合計 150.6億PV

.....
Mobile 109.9億PV / PC 40.7億PV

月間PV

※1

2009年度 / 3Q末

(2009年12月31日)

1,257万人

3時間42分

合計 276.2億PV

.....
Mobile 224.6億PV / PC 51.3億PV

※1 当社調べ

※2 ネットレイティングス社調べ（携帯電話からの利用は含まれておりません。）

ソーシャルアプリケーション プロバイダー(SAP)の状況

Section1_mixiアプリの状況

- ✓ 提供SAP数・アプリ数ともに順調に増加
- ✓ インバイト(招待)が働くことで、登録者数が増加し、PC・モバイルともに利用が活発化

提供SAP数(法人・個人含む)

約 460

アプリ数

PC 約 780 アプリ
Mobile 約 330 アプリ

アプリランキング(登録者ベース)

1位	約449万人	サンシャイン牧場 (Rekoo Media Ltd.)
2位	約342万人	マイミク通信簿 (空飛ぶ株式会社)
3位	約256万人	まちつく! mixi版 (ウノウ株式会社)
4位	約246万人	脳力大学-漢字テスト- (株式会社ドリコム)
5位	約217万人	怪盗ロワイヤル (株式会社ディー・エヌ・エー)

※ 2010年2月5日現在 当社調べ

Section.2

2009年度第3四半期 連結業績概要



- ✓ 連結売上高:3,416百万円 連結営業利益:700百万円
- ✓ mixiファンドにて「Pikkle株式会社」へ出資
- ✓ 青少年ユーザー保護のためのサービスゾーニング強化(11/4)



- ✓ 2009年8月にmixiアプリ(PC)、10月にmixiアプリ(モバイル)のサービス提供を開始し、利用者数・PV数が大きく増加
- ✓ 「mixi同級生」(11/26)等のソーシャルグラフ活性化施策を実施
- ✓ 外部事業者と連携することで、「ミクシィ年賀状+」を提供



- ✓ 求人市場は下げ止まりの兆しがありつつも、引き続き厳しい状況

月間ログインユーザー数

※2

1,257 万人

ユーザー数

※1

1,858万人

月間PV

※2

Mobile 224.8億PV

PC 51.3億PV

.....

合計 276.2億PV

月間滞在時間(PCのみ)

※3

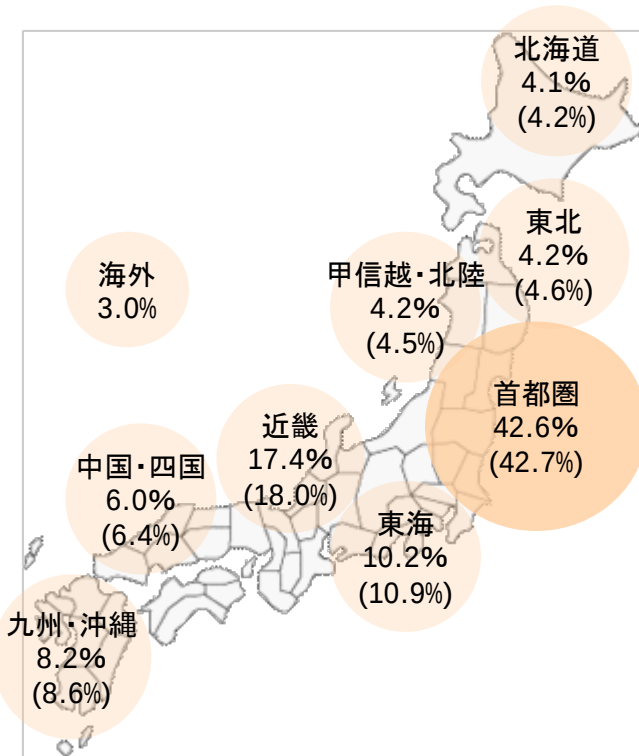
3時間42分

※1 2009年12月31日現在 当社調べ

※2 2009年12月 当社調べ

※3 2009年12月 ネットレイティングス社調べ（携帯電話からの利用は含まれておりません。）

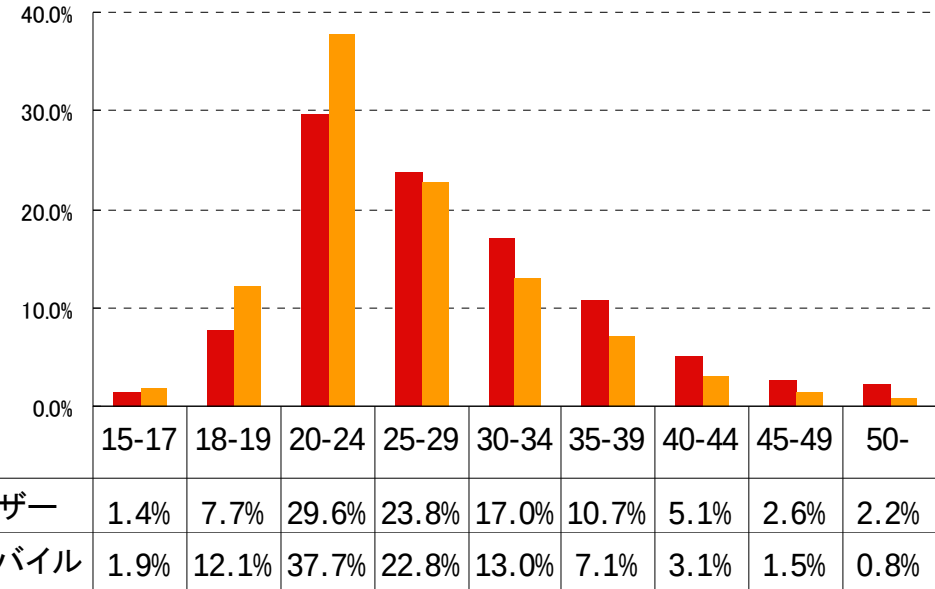
地域属性



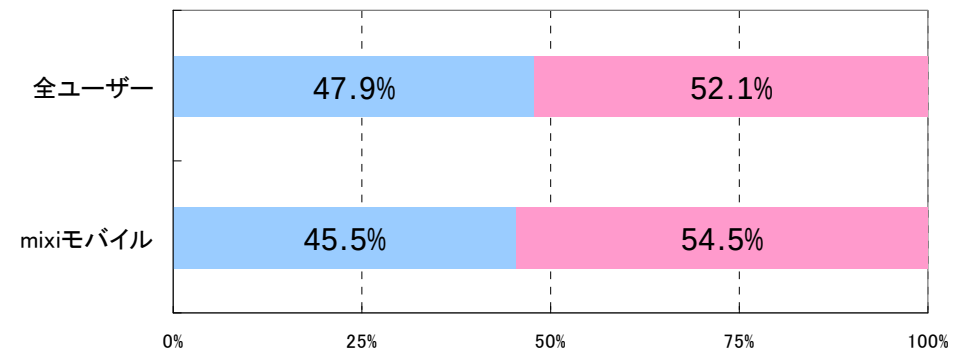
※ 括弧内: mixiモバイル

※ いずれも 2009年12月31日現在 当社調べ

年齢層



性別



✓ 2009年12月の有効求人倍率は0.46倍と引続き厳しい求人環境 ※1

登録企業数

※2

約 22,100社

顧客平均単価

※3

約 73,800円

登録求職者数

※2

約 310,700人

月間PV

※3

約 530万PV

※1 2010年 1月29日厚生労働省発表資料

※2 2009年12月31日現在 当社調べ

※3 2009年度第3四半期平均値 当社調べ

2009年度第3四半期 連結損益計算書

Section2_2009年度第3四半期 連結業績概要

- ✓ 売上高では、「mixi」のモバイル広告の販売が順調に推移し増収
- ✓ 利益では、「mixiアプリ」の急成長に伴うコストの増加により減益

	FY09/3Q (09年10月～12月)	構成比	FY08/3Q (08年10月～12月)	増減率 (YonY)	FY09/2Q (09年7月～9月)	増減率 (QonQ)	FY09/1-3Q (09年4月～12月)
売上高	3,416	—	3,091	10.5%	3,188	7.1%	9,664
売上原価	1,006	29.5%	606	65.9%	630	59.6%	2,258
売上総利益	2,409	70.5%	2,484	-3.0%	2,558	-5.8%	7,405
営業利益	700	20.5%	950	-26.3%	992	-29.4%	2,561
経常利益	694	20.3%	954	-27.3%	943	-26.4%	2,511
四半期純利益	320	9.4%	457	-29.9%	478	-32.9%	1,259

【単位:百万円】

2009年度第3四半期 連結事業別売上高

Section2_2009年度第3四半期 連結業績概要

- ✓ mixi(広告):mixiモバイルやタイアップでの広告販売が順調に推移
- ✓ mixi(課金):少額ではあるがmixiアプリでの課金が開始
- ✓ Find Job !:季節的な要因により減収ではあるが、全体的には下げ止まり傾向

	FY09/3Q (09年10月～12月)	構成比	FY08/3Q (08年10月～12月)	構成比	増減率 (YonY)	FY09/2Q (09年7月～9月)	構成比	増減率 (QonQ)	FY09/1-3Q (09年4月～12月)
売上高	3,416	—	3,091	—	10.5%	3,188	—	7.1%	9,664
mixi(広告)	3,047	89.2%	2,694	87.2%	13.1%	2,819	88.4%	8.1%	8,561
mixi(課金)	244	7.2%	205	6.6%	19.0%	234	7.4%	4.1%	713
Find Job !	124	3.7%	191	6.2%	-34.9%	135	4.2%	-7.6%	390

【単位:百万円】

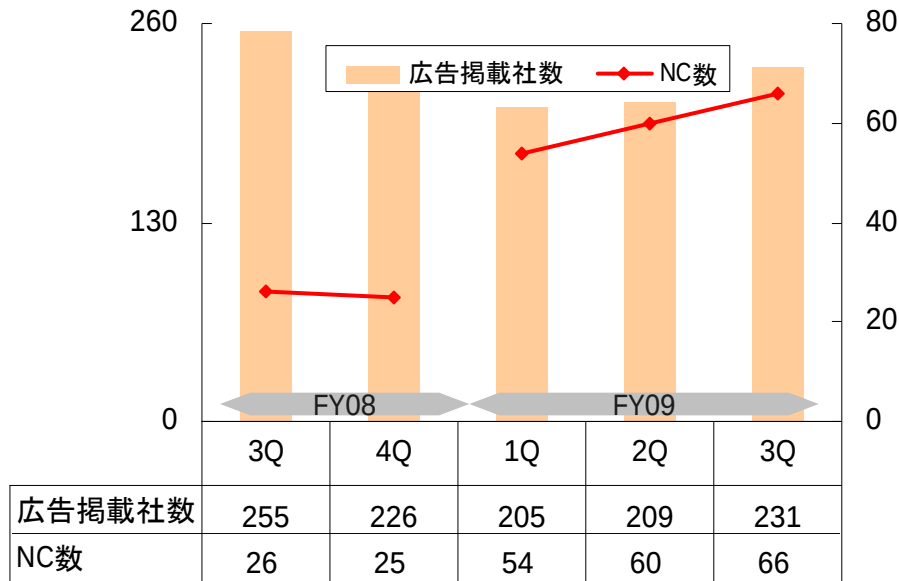
※ モバイルコンテンツ課金及びmixiアプリ課金の売上は「mixiポイント」の消費時に計上となります。

広告掲載社数及び業界シェア推移

Section2_2009年度第3四半期 連結業績概要

- ✓ 広告販売が順調に推移し、掲載社数及びナショナルクライアント社数ともに増加
- ✓ 業種間で多少の増減はあるが、情報・通信や食品・飲料が順調に推移

広告掲載社数及びナショナルクライアント社数の推移



※NC(ナショナルクライアント)引用元

FY08/1Q～「2006年広告費用上位200社」(日経広告研究所)

FY09/1Q～

「2007年広告費用上位500社」(日経広告研究所)と「インターネット広告 2008
オンライン広告費上位100社」(ネットレイティングス社)の総計(重複除く)

【単位:社】

業界別シェア(売上高ベース)

	FY08/3Q	FY08/4Q	FY09/1Q	FY09/2Q	FY09/3Q
自動車	2.8%	2.1%	0.5%	0.8%	1.3%
金融・保険	3.3%	2.5%	1.4%	3.1%	2.9%
不動産	0.6%	0.9%	0.3%	0.5%	0.9%
人材・教育	14.7%	13.7%	9.6%	9.8%	9.3%
家電・事務用品	4.1%	2.6%	2.6%	2.5%	2.7%
情報・通信	25.8%	31.7%	27.8%	28.9%	31.0%
交通・レジャー	9.5%	7.9%	11.8%	11.2%	9.9%
出版・放送	1.5%	1.6%	2.1%	2.0%	2.5%
食品・飲料	2.5%	4.7%	4.9%	3.1%	5.0%
流通・小売業	12.1%	10.1%	12.0%	9.3%	9.7%
美容・トイレタリー	20.0%	19.2%	25.0%	25.4%	22.0%
その他	3.1%	2.9%	2.0%	3.4%	3.0%

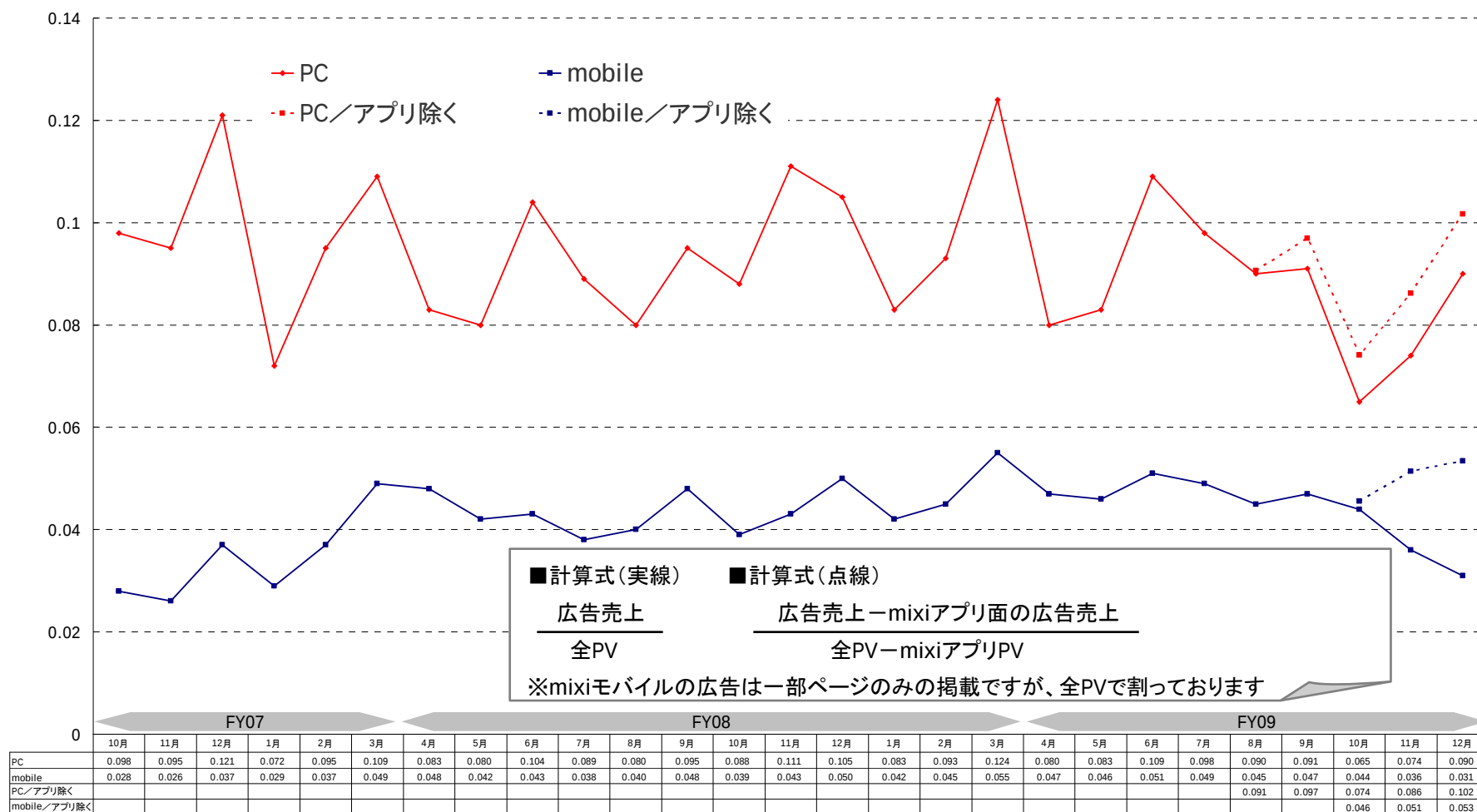
※FY09/1Qより、業界区分を変更いたしました。

また、新定義(業界区分)にて、FY08/3Qより遡及し掲載いたしております。

1ページ当たりの広告価値(1ページ当たり広告売上高)推移

Section2_2009年度第3四半期 連結業績概要

- ✓「mixiアプリ」の急成長に伴い、1ページ当たりの広告売上高は減少トレンド
- ✓「mixiアプリ」のPV・広告売上高を除いた、1ページ当たりの広告売上高は順調に成長



【単位:円】

2009年度第3四半期 連結費用構成

Section2_2009年度第3四半期 連結業績概要

- ✓ mixiアプリの急速な利用拡大により、当初想定よりも前倒しでPV・ログインユーザー数が増加
- ✓ 上記状況に伴い、サーバー関連の賃借料及び減価償却費が増加傾向、またPV当たりで分配するSAPへのアドプログラム費が発生

	FY09/3Q (09年10月～12月)	売上高 構成比	FY08/3Q (08年10月～12月)	増減率 (YonY)	FY09/2Q (09年7月～9月)	増減率 (QonQ)	FY09/1-3Q (09年4月～12月)
【売上原価】							
賃借料	160	4.7%	156	2.4%	167	-4.4%	496
減価償却費	102	3.0%	101	0.7%	86	18.3%	273
開発人件費	134	4.0%	122	9.8%	134	0.2%	400
コンテンツ調達費	107	3.1%	—	—	105	1.0%	323
アドプログラム費	302	8.8%	—	—	—	—	302
その他	200	5.9%	225	-11.4%	135	47.2%	765
売上原価合計	1,006	29.5%	606	65.9%	630	59.6%	2,258
【販管費】							
販売手数料	831	24.4%	742	12.0%	774	7.4%	2,356
人件費	398	11.7%	315	26.3%	369	7.8%	1,130
広告宣伝費	10	0.3%	40	-75.0%	4	137.2%	25
外注費	133	3.9%	119	12.0%	125	5.8%	396
支払地代家賃	107	3.2%	135	-20.5%	119	-9.7%	358
その他	227	6.7%	181	25.5%	171	32.9%	576
販管費合計	1,709	50.0%	1,534	11.4%	1,565	9.2%	4,844

【単位：百万円】

※FY08/3Qまでは売上原価の「その他」に含めておりましたが、FY08/4Qより「コンテンツ調達費」として掲載しております。

※FY09/2Qまでは売上原価の「その他」に含めておりましたが、FY09/3Qより「アドプログラム費」として掲載しております。

業績予想の修正について

Section2_2009年度第3四半期 連結業績概要

- ✓ コストについては、引き続きmixiアプリの利用が活発であり、サーバー関連の投資及びアドプログラム費が増加する見込み
- ✓ プロモーション(広告宣伝)については登録制以降にmixiの理解を促進させるべく実施し、利用の活性化を図る方針
- ✓ mixiアプリによって急速に増加した利用の収益化については、広告及び課金により図っていくものの、新市場形成に時間を要するため今期中は緩やかに積みあがっていく見通し

	今回予想修正	前回予想	増減額	増減率
売上高	13,000	13,000	—	—
営業利益	2,600	3,200	▲ 600	▲ 18.8%
経常利益	2,550	3,200	▲ 650	▲ 20.3%
当期純利益	1,270	1,700	▲ 430	▲ 25.3%

【単位:百万円】

Section.3

「mixiアプリ」 ビジネススキーム

- ✓ mixiアドプログラム(広告)とmixiペイメントAPI(課金)を提供し、収益化をサポートすることで、SAPとwin-winの関係が構築可能なビジネスモデル
- ✓ SAPの収益が拡大することでアプリの提供が促進され、結果としてmixi事業の成長が加速

mixi, Inc.

SAP

(ソーシャルアプリケーション プロバイダー)

mixiアプリに関する
広告の販売

mixi
アドプログラム
(広告)

mixiアプリのPVに応じて
広告売上を分配
(0.01円~0.05円 / PV)

mixiアプリ内で利用可能な共通の
「mixiポイント」を課金手法として提供
レベニューシェア(20%)*1

mixi
ペイメントAPI
(課金)

mixiアプリ内での
有料アイテム等の販売
レベニューシェア(80%)*1

※1 決済手数料を除く

- ✓ 「mixiアドプログラム」の提供により、SAPに対してPV当たりで広告売上を分配
- ✓ 今後は増加傾向にあるmixiアプリのPVを広告として販売していくことで収益化を図る

■ mixiアドプログラムによる支払いの状況

➤ ユーザーの利用状況や広告効果等を考慮し分配の条件を決定

- ✓ 2009年12月まではキャンペーン価格として、SAPに対して、0.03円 / PV(モバイル)、0.01～0.05円 / PV(PC)を分配
- ✓ mixiアプリのPV数は10月11.5億PV、11月58.3億PV、12月109.3億PVと当初の想定を大きく前倒して達成
- ✓ mixiアプリのPVの増加に伴い、アドプログラム費が増加

■ mixiアドプログラムの4Qの支払い条件

- ### ➤ アプリ毎の利用ユーザー数や広告のCTR(クリック率)を加味したPVをベースに、PCは0.01円～0.05円 / PV、モバイルは0.01円～0.03円 / PVで単価を決定

■ 2009年12月より、mixiアプリ内の広告販売を試験的に開始

- ⇒ 4Qより正式メニューとして販売を強化し、「mixiアプリ」のPVの収益化を図る

- ✓ 2009年12月より一部の「mixiアプリ」において、「mixiペイメントAPI(モバイル)」の利用を開始
- ✓ 今後はmixiのソーシャル性を生かした課金サービスの利用者増加による収益化を図る

■ mixiペイメントAPI(モバイル)の提供状況

- 2009年11月よりmixiペイメントAPIを公開し、2009年12月下旬より、一部のアプリにおいてmixiペイメントAPIに対応

■ mixiペイメントAPIの4Qの状況

- 1月21日より、PC/モバイル共通のmixiアプリにおいて、mixiポイントのPCでの利用が可能
- 1月末では、mixiペイメントAPIに対応しているアプリは24個

■ mixiアプリの課金においては、ユーザー間のソーシャル要素に連動する課金の設計が重要

- 継続的な利用をベースに課金利用者数が徐々に増加していくようなマーケットを創造
- 少人数から高いARPUを獲得するような既存のゲームコミュニティサイトのような収益モデルは期待しない

- 既存市場である匿名性の高いゲームコミュニティでの競争からくる収益獲得ではない
 - ソーシャルグラフ(実際の友人・知人との関係)からくるソーシャルエモーションを活かしたソーシャルアプリのマーケットを創って行くことが重要
- ⇒ 新しいマーケットを創造し、中長期的に継続的な収入を獲得していく方針

- 現状ではmixi上のアプリのソーシャル要素はまだまだ発展途上
- ⇒ 今後、よりSAP各社と連携を図っていくことで、その発展を加速させ、新しいマーケットの創造を実現させていきたい

(参考)ソーシャルアプリとオンラインカジュアルゲームの違い

Section3_「mixiアプリ」ビジネススキーム

	ソーシャルアプリ @mixi	オンラインカジュアルゲーム @コミュニティサイト
利用相手	ソーシャルグラフ 既知の関係(実際の友人・知人)	バーチャルグラフ 見ず知らずの関係
利用のモチベーション 求められる要素	マイミクとのコミュニケーション	ゲーム性
刺激される感情	ソーシャルエモーション	ゲームの達成感
バイラル性	実際の友人・知人経由で拡大 ⇒二次曲線的に拡大	プロモーションにより拡大 ⇒直線的に拡大
課金スタンス	課金利用者数の拡大	一人当たりの課金売上の拡大
マーケット	新市場 ソーシャルアプリ市場	既存市場 ゲームコミュニティ市場 オンラインゲーム市場

Appendix

2009年度第3四半期 連結貸借対照表

Appendix

	FY09/3Q (09年12月末)	構成比	FY08/3Q (08年12月末)	増減率 (YonY)	FY09/2Q (09年9月末)	増減率 (QonQ)
【資産の部】						
流動資産合計	13,794	85.8%	12,158	13.5%	13,788	0.0%
固定資産合計	2,290	14.2%	1,812	26.4%	2,028	12.9%
資産合計	16,085	100.0%	13,971	15.1%	15,817	1.7%
【負債の部】						
流動負債合計	1,655	10.3%	1,219	35.8%	1,692	-2.2%
負債合計	1,655	10.3%	1,219	35.8%	1,692	-2.2%
【純資産の部】						
資本金	3,740	23.3%	3,717	0.6%	3,740	0.0%
資本剰余金	3,710	23.1%	3,687	0.6%	3,710	0.0%
利益剰余金	7,006	43.6%	5,335	31.3%	6,685	4.8%
純資産合計	14,429	89.7%	12,751	13.2%	14,124	2.2%

【単位：百万円】

2009年度第3四半期 連結キャッシュフロー計算書

Appendix

	FY09/3Q (09年10月～12月)	FY08/3Q (08年10月～12月)	増減率 (YonY)	FY09/2Q (09年7月～9月)	増減率 (QonQ)	FY09/1-3Q (09年4月～12月)
【営業活動によるCF】	172	181	-5.0%	1,180	-85.4%	1,193
【投資活動によるCF】	-2,354	868	—	-131	—	-1,913
【財務活動によるCF】	13	5	140.5%	16	-17.8%	57
【現金及び現金同等物の期末残高】	9,706	9,342	3.9%	11,888	-18.4%	9,706

【単位：百万円】

会社概要

Appendix

会 社 名	株式会社ミクシィ(mixi, Inc.)		
設 立	1999年6月3日		
資 本 金	37億4,067万円		
所 在 地	〒150-0001 渋谷区神宮前2-34-17 住友不動産原宿ビル		
役員構成	代表取締役社長	笠原 健治	
	取締役	小泉 文明	常勤監査役 加藤 孝子
	取締役	原田 明典	監査役 磯崎 哲也
	社外取締役	中村 伊知哉	監査役 佐藤 孝幸
従業員数	314名(契約社員等含む)		
発行株数	154,046株		
主要株主	笠原健治		58.88%
	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)		5.65%
	日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)		3.33%
	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)		2.78%
※2009年9月30日現在	ngi group株式会社		1.32%

2009年12月31日現在

ソーシャル・ネットワーキング サービス(SNS)

自分の友人や知人をサイト上で一覧管理し、1対1でも、1対n(登録されている友人・知人やその他のユーザー)でも、コミュニケーションも簡単に行うことができるWebサービス

【プロフィール】

個人のプロフィールを公開する機能。マイミクの紹介文を付記することも可能。

【mixiボイス】

ひとことコメント投稿機能(全角で最大150文字)

【更新履歴】

自分自身の更新履歴確認欄。

【マイミクシー覧】

友人・知人の一覧表。これらをたどることにより人脈を可視化することが可能。

【Myリスト】

マイミクや気になる人をリスト登録しておくことができる機能。

【コミュニティ一覧】

参加しているコミュニティの一覧表。共通する趣味嗜好等をテーマに、コミュニティ(掲示板)を設置できる機能。

【メッセージ】

サイト内におけるユーザー間のメール機能。

【足あと】

個人の日記やプロフィール等を閲覧した他のユーザーの足あと(アクセスログ)の一覧を閲覧できる機能。

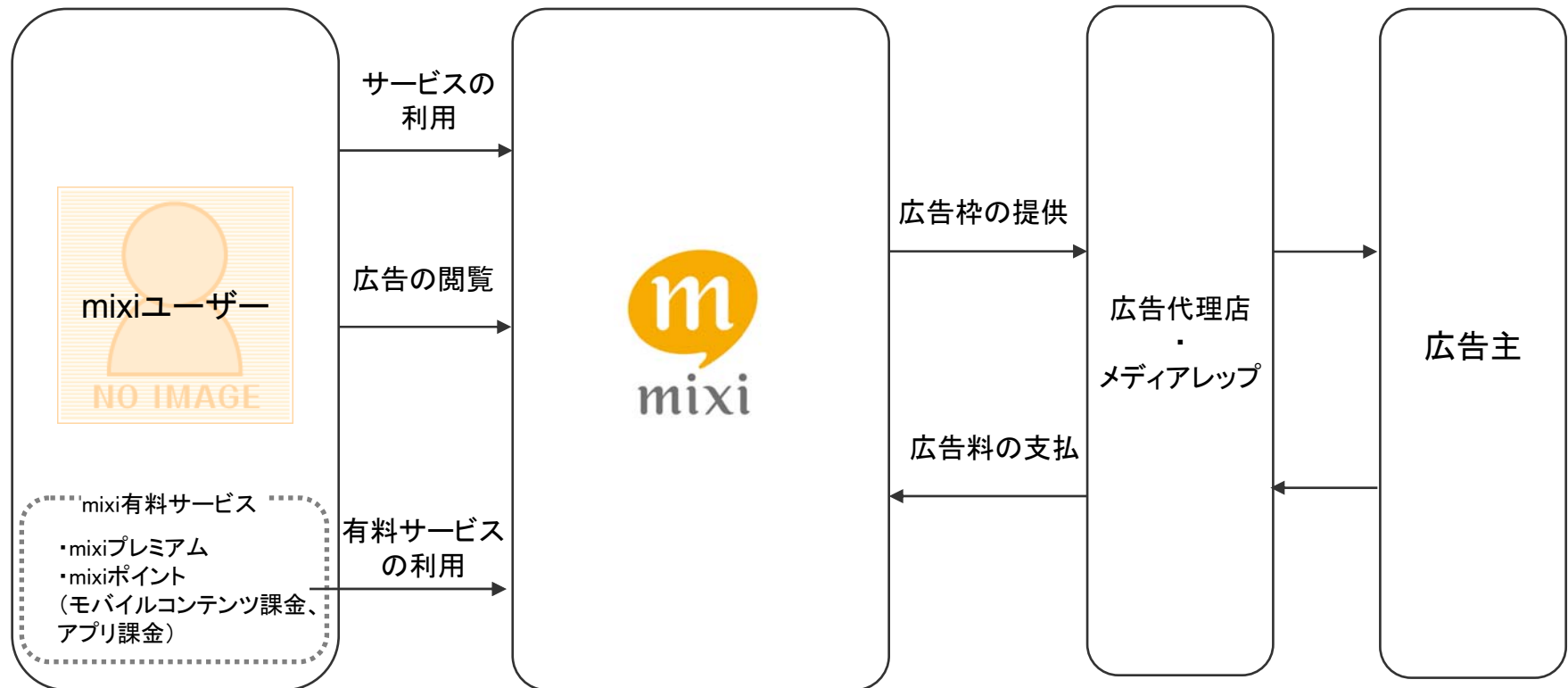
【mixiニュース】

国内外の時事・スポーツ・IT等のニュースを配信するサービス。配信されたニュースを元に日記や関連コミュニティを表示することが可能。

【更新情報】

友人・知人がアップロードした日記や動画、フォトアルバムの更新状況確認、アプリ利用履歴などが閲覧できる機能。





「mixi」をより楽しく便利にご利用頂くための有料サービス

mixiプレミアム

日記やフォトアルバム、動画といった主要機能の容量拡大、アンケート作成機能など「mixi」をもっと楽しくもっと便利にするオプションサービスの総称。

mixiポイント

※どちらも利用には「mixiポイント」が必要。「マイメニュー登録」(月額情報料315円(税込))により毎月300pt付与される。

【mixiアプリ課金】

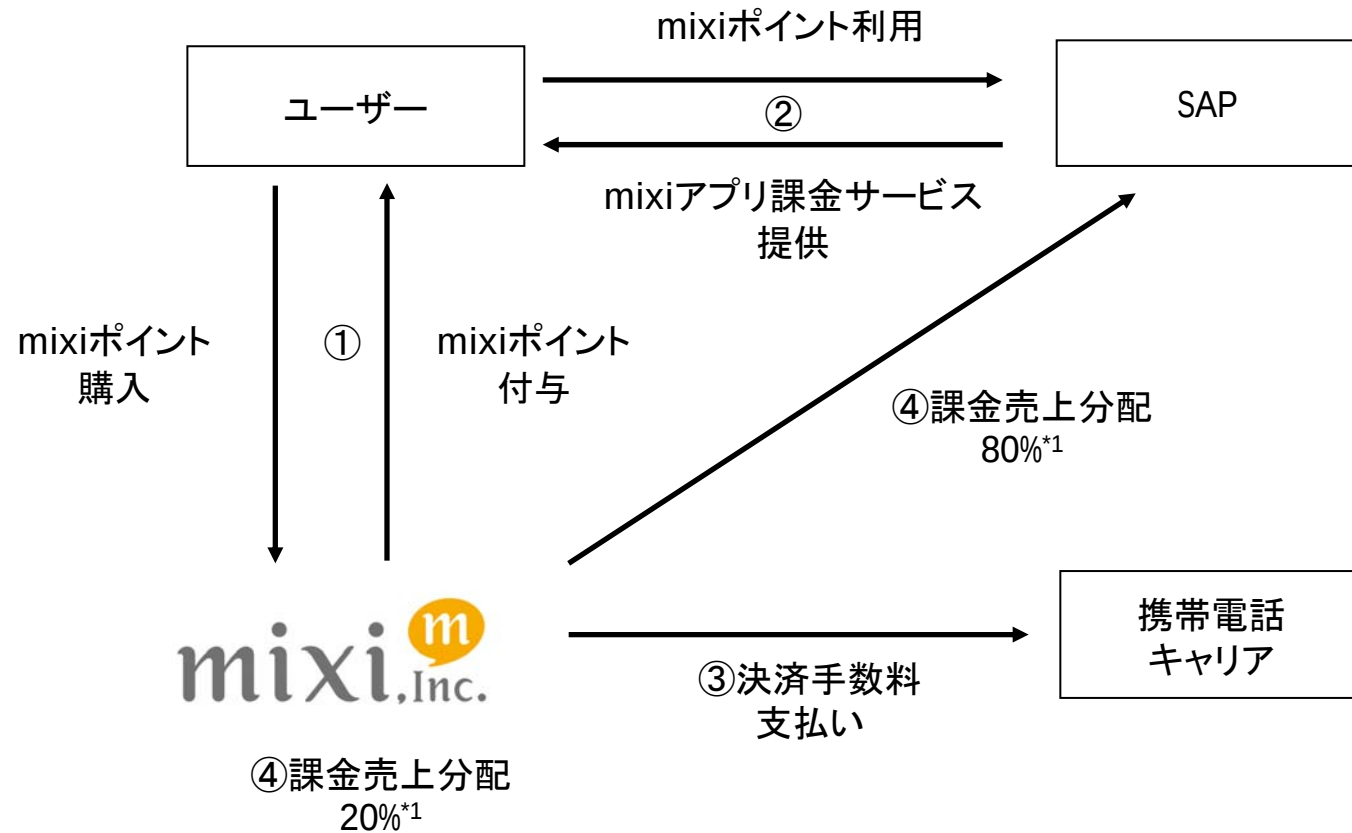
アプリ内で、有料アイテム・コンテンツなどの課金サービスを提供。

2009年11月より、SAP向けに公式課金システム「mixiペイメントAPI(モバイル)」の提供を開始。

【モバイルコンテンツ課金】

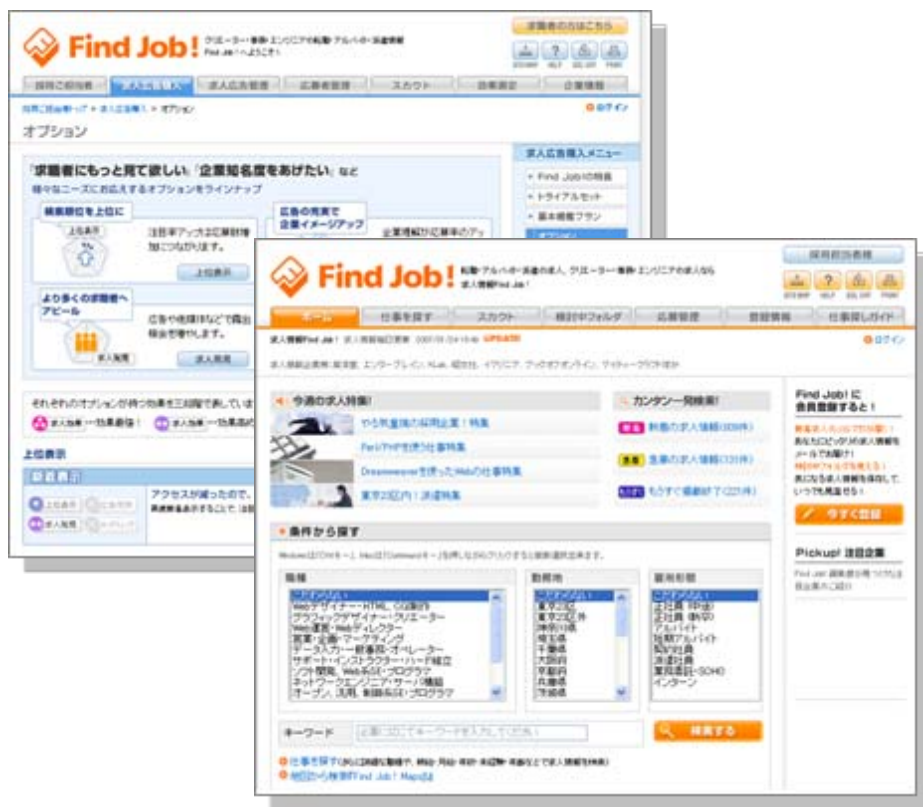
mixi内のトップページや日記ページ、フォトアルバムページなどを自分の好みのデザインに変更したり、メッセージを華やかに装飾するデコレーション素材を有料コンテンツとして提供。

決済フロー



*1 決済手数料を除く

- ✓ Webな人の転職サイト「Find Job !」は、サービス開始以来、Web業界の企業を主たる顧客層とし、特に「Webエンジニア」「Webディレクター」「Webデザイナー」の求人情報を提供。
- ✓ 「スカウトメール機能」(匿名履歴書データを企業側が検索し、求職者にアプローチする機能)等を始め、ユーザーニーズに応じた様々なコンテンツを提供することにより、利便性及び信頼性の向上を図っている



特徴1. Web業界に特化

Web業界の人材に特化。特に「Webエンジニア」「Webディレクター」「Webデザイナー」などの質の高い人材を、求人企業に提供している。

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『mixi』を活用することにより広告宣伝費を抑制。低価格でサービスを提供を実現。

特徴3. 自社媒体mixiとの連携

自社媒体『mixi』に広告を掲載、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る。



ユーザーの皆さまが安心安全にご利用いただけるよう 「mixi」の更なる健全性向上を図っています

ゾーニング（利用者毎による機能制限）

■ 青少年ユーザーの保護施策

- ユーザーアクセスの一部制限、コミュニティ機能の利用制限、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

■ ユーザー確認（簡易年齢認証）の実施

- 携帯電話事業者のフィルタリングサービスを活用したユーザー確認（簡易年齢認証）
18歳以上と詐称している18歳未満のユーザーに対するサービスのゾーニング（機能制限）

人・システムによるパトロール

■ サポート及びパトロール体制の構築

- ユーザーからの問い合わせ対応やmixi 利用規約に反する書き込み等への対応を実施
- 24時間365日、200名規模のサポート・パトロール体制を構築

■ セキュリティシステムの整備

- mixi 利用規約に反する書き込み等を監視するセキュリティシステム（キーワードチェック、ベイジアンフィルタ、多送信チェック等）を整備、ペナルティ、強制退会の制度の導入、ユーザーの皆さまからの通報機能の設置

■ 新規登録時の携帯電話端末認証

- 『mixi』への新規登録時における携帯電話端末認証の実施

教育・啓発活動

■ 各種教育・啓発活動の実施

- 『mixi』内に留まらず、安心ネットづくり促進協議会をはじめとした外部の各種団体との連携により、健全性向上及びインターネット社会の安全性に繋がる各種教育・啓発活動を実施