

2021 年 3 月期 第 3 四半期 決算説明会 質疑応答要約

- Q1 3Q のデジタルエンターテインメント売上高について、YoY では増収だが、QoQ では減収となっている理由はなにか。
- A1 3Q には例年年末年始イベントを実施し、年明けに新キャラクターを発売するため、ユーザーがゲーム内通貨を 12 月に購入して 1 月に消費するケースが多くなる。ゲーム内通貨は消費したタイミングで売上計上となるため、4Q への売上高の持ち越しとなるが、その分が約 20 億円となっている。その影響を除くと、1-2Q と同水準となっている。
- Q2 4Q の売上の見込みについて聞きたい。
- A2 現状業績の推移は 2Q 決算発表時に上方修正した通期業績予想に対してほぼインラインと考えている。デジタルエンターテインメントセグメントは、業績予想を 1,000 億と開示しているので、残りの売上高を 4Q に見込んでいる。
- Q3 4Q の売上は YoY で減収となる予想か。
- A3 デジタルエンターテインメントセグメントにおいて、前期 4Q は人気 IP とのコラボが大きく貢献して売上をあげた。その反動により減収の見込みとなっている。
- Q4 コロナ禍における推移をみていると据え置き型ゲームに大きく収益が上がり、モバイルゲームにはあまり収益が上がっていないようだ。ミクシィとしてこの差異分析をしていればコメントしてほしい。
- A4 据え置き型のほうが、ニーズが鮮明に現れてきたと思う。モバイルゲームに関しては利用される状況が変わらなかった。
- モバイルゲームを提供している企業ごとの明暗は、運営状況において大きく出ているのではないかと考える。当社はコロナにおいてもきちんと運営する体制を築いていったことで、前期よりも増収増益となったのではないかと。
- Q5 木村社長の就任から 3 年経つ。今期は増収増益でやや回復傾向だが、社長になる前の水準と比較すると、現在は利益水準 3 分の 1~4 分の 1 になっている。現状、自然な状態での利益水準はどの程度であると認識しているか。

A5 業績が思うように上がっていないところについては責任を感じている。

ただし、今非常に大きく伸びている公営競技の領域など、スポーツセグメントにおいてはきちんと投資ができていると思っており、次の事業の柱をたちあげる準備は着々と進んでいる。スポーツセグメント・ライフスタイルセグメントでベースを積みあげながら、次のモンスターとなるようなゲームで、大きな収益を狙っていきたい。

Q6 利益創出についての考え方を教えてほしい。

A6 新規領域に投資しつつけたうえで一定の利益を出したいと考えている。

新しい投資をしなければ短期的には利益率の向上ができるが、今は将来の業績を大きく伸ばすための投資の時期と考えている。ただし投資をしながらも、一定の水準の利益は出していきたい。

Q7 スポーツ領域にて DAZN（ダゾーン）と提携というトピックがあった。そこで言及していたスポーツ領域での新しい取り組みについて、教えていただける範囲で教えてほしい。

A7 新しい取り組みについては着々と準備を進めている。お答えできるタイミングで説明したいので、今しばらくお待ちいただければと思う。

Q8 売上の進捗状況は計画通りという説明だったが、セグメント別に逆算すると、スポーツセグメントは4Qに売上高が伸びるように見える。改めてセグメント別に進捗を教えてください。

A8 スポーツセグメントについては、業績予想の修正の際に130億円と説明したが、現状の進捗は88億円であり、もう一段伸びが必要である。スポーツセグメントは順調に成長しているので、近しい着地になる見込み。

なおライフスタイルセグメントは予想70億円に対し48億円の進捗であり、若干ビハインドする可能性がある。

Q9 販売管理費の中の広告宣伝費の金額について、セグメント別に教えてください。

スポーツ事業は売上高が増えた一方赤字が増えている。固定費と変動費のイメージをつけたい。

A9 主にTIPSTARの部分で広告宣伝費が増えたと説明しているが、スポーツセグメントの3Qの赤字が約20億円であり、それに近い数字がTIPSTARの広告宣伝費である。残りの広告宣伝費は、モンスターストライクを中心としたデジタルエンターテインメントセグメントである。

Q10 競輪は、年末にかけて市場全体がのびた。また、市場の伸び以上にインターネット経由の売上高が急速に伸びているというデータもある。

それをふまえ、ミクシィとしては売上高の伸びがどこまでいくと考えているか。

また、いつ黒字化する見込みか。

- A10 競輪に関しては未だネット化率が低く、今後大きな成長が見込めると思っている。規模感については、社内では数字を持っているものの、外部へ公開しているものはない。黒字化のタイミングについては、市場成長の後押しがあるなかで、まずはサービス成長に投資をしたい。少なくとも来期までは投資をするつもりであり、焦って黒字化するという考えはない。

- Q11 M&A を含めた投資を 1,000 億円実施すると聞いていたが、現状の進捗を聞かせてもらいたい。

- A11 M&A については今期実施していないが、TIPSTAR への投資や事業への投資を進めている。手元に資料がないため正確には答えられないが、3-5 年で 1,000 億円の投資をすると以前伝えており、前期は積極的な M&A を行ってきた。そのため現在 3 年目としては、順調な進捗で投資できている。

- Q12 広告宣伝費について、3Q は増加していた。それと比べると、4Q は少し減少する予定か。

また来期もスポーツ事業へ投資をするという説明があったが、広告宣伝費についても今期同様の水準が続いていくのか。

- A12 3Q の広告宣伝費は、全体の中の約 20 億円が TIPSTAR への先行投資で、残りがモンスターストライクである。3Q については、モンスターストライク内で周年・年末年始のイベントがあり、その点で例年広告宣伝費が大きくなる。そのため、モンスターストライクの広告宣伝費は、4Q は 3Q に比べると少なくなる。TIPSTAR は 4Q も 3Q と同様の水準と考えているので、トータルでは 4Q は 3Q よりも減少する見込み。来期広告宣伝費については TIPSTAR の状況を見ながらどのようなプロモーションをかけていくか検討中のため、来期ガイダンスの際に方針を示したい。

以上