



2010年度 通期決算説明会

(2010年4月1日～2011年3月31日)

株式会社ミクシィ

<http://mixi.co.jp>

東証マザーズ 2121

本資料は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、実際の実績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。



2010年度事業総括



ソーシャルグラフの活性化

コミュニケーションの多様化

マルチアクセス化の推進

2010年度重点方針によるサービスのローンチ

ソーシャルグラフの活性化/コミュニケーションの多様化

- ソーシャルネットワーク機能の強化
 - 公開制御機能の強化：プロフィール等のプライバシー設定
 - つながり支援の強化：メールアドレス検索、mixi同級生、mixi同僚ネットワーク
- 新たなコミュニケーション機能の追加及び既存機能の改良
 - mixiチェック、mixiチェックイン、mixiボイス、イイネ！ボタン等

マルチアクセス化の推進

- 3デバイスでmixiを利用できるよう、スマートフォン対応を強化
 - iPhone/Android対応
 - 「ソーシャルフォン」サービスの提供
- Webサービスや情報端末でmixiを利用できるmixi Plugin及びmixi Graph APIを公開
 - mixiチェック、イイネ！ボタン対応の外部サイトが大幅増加



主要データ：mixiユーザー数

月間ログインユーザー数

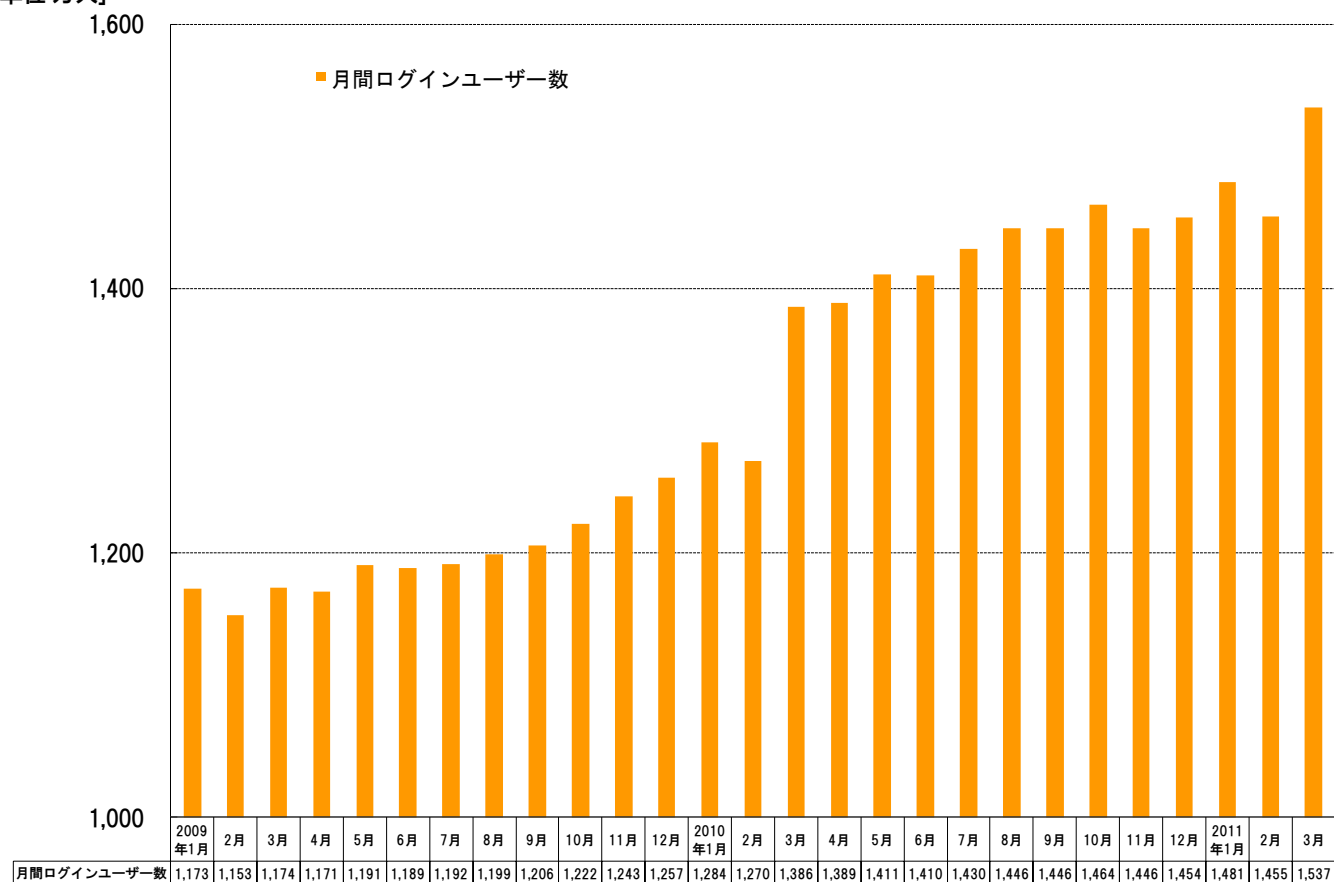
1,537 万人

(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

2,337万人

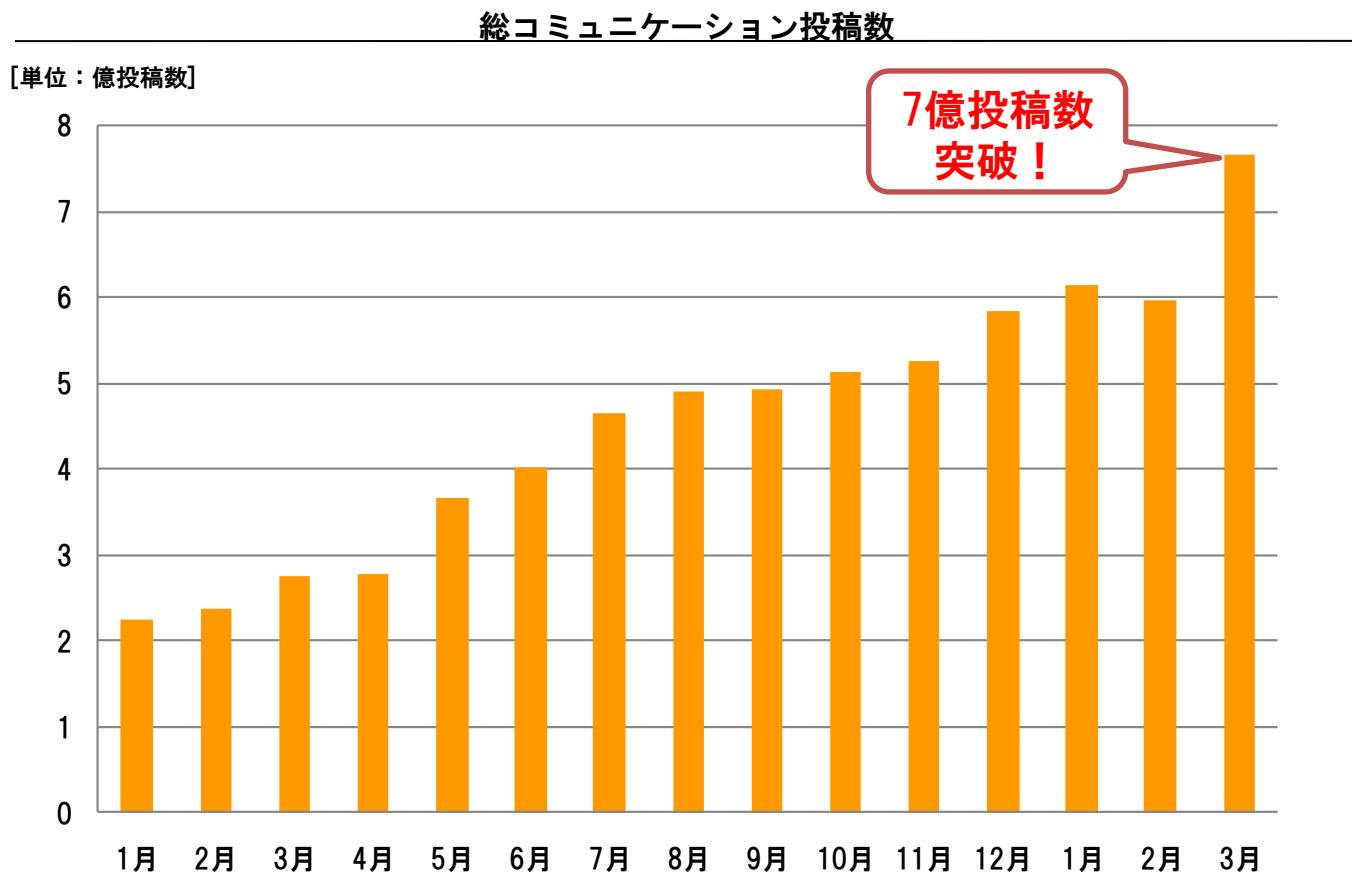
[単位:万人]



*2011年3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

主要データ：mixi総コミュニケーション投稿数

- ログインユーザー数の増加とともに、各種コミュニケーション機能が活発に利用され、mixi上での総コミュニケーション投稿数が大幅に増加



※総コミュニケーション投稿数：mixiのコミュニケーション機能（ボイス、日記、フォト、カレンダー、チェック、チェックイン、イイネ！）の投稿数及び各機能のフィードバック（コメント、イイネ！）数の総計を表す。

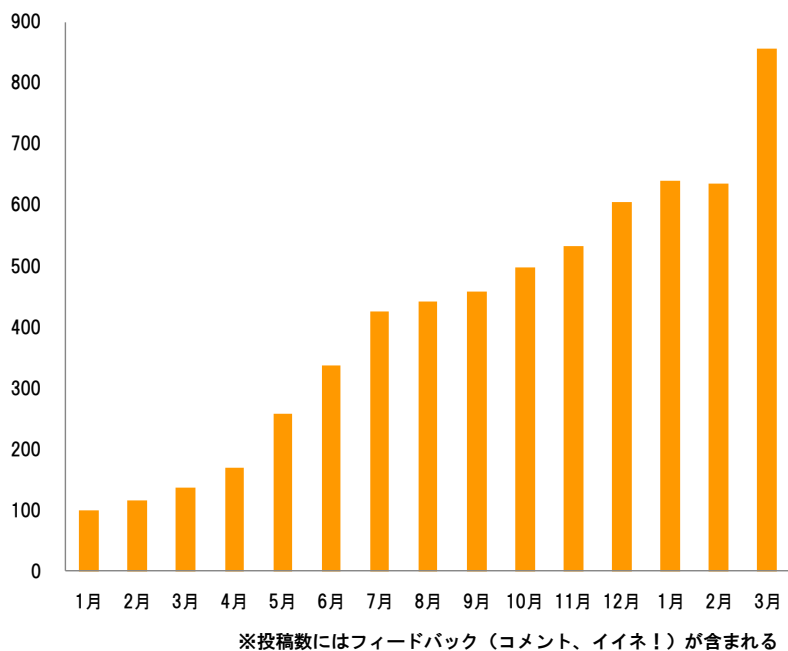
※2011年2月4日の決算説明会資料に掲載しておりましたコミュニケーション投稿数の集計に誤りがありました。ここに訂正してお詫び申し上げます。



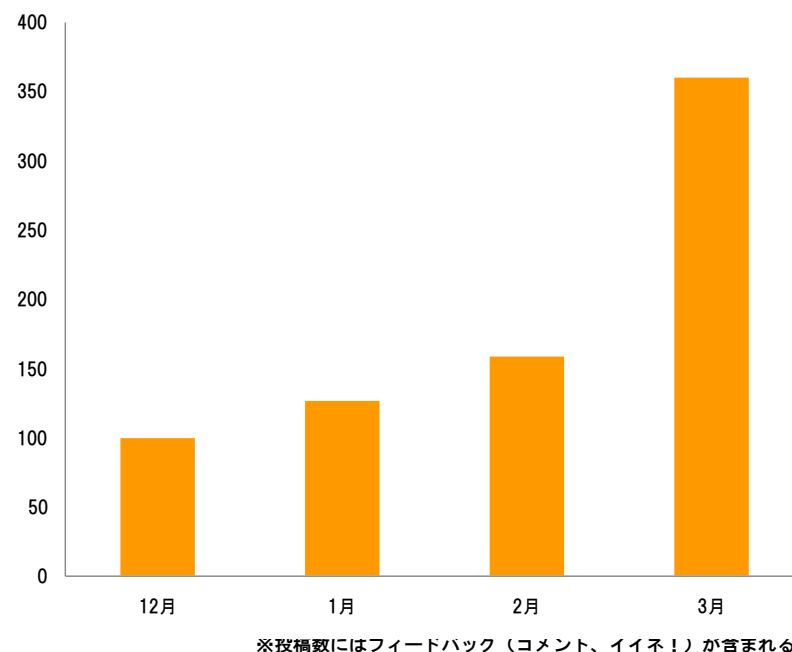
各コミュニケーション機能の投稿数トレンド

- 総コミュニケーション投稿数のみならず、各機能のコミュニケーションは順調に増加
 - mixiボイス開始以来投稿数は順調に推移し、昨年1月と比較し投稿数が約8倍に
 - ニュースやブログなどの外部サイトをチェックするユーザーが増え、投稿数が増加

ボイス投稿数のトレンド
(10年1月を100とした場合)



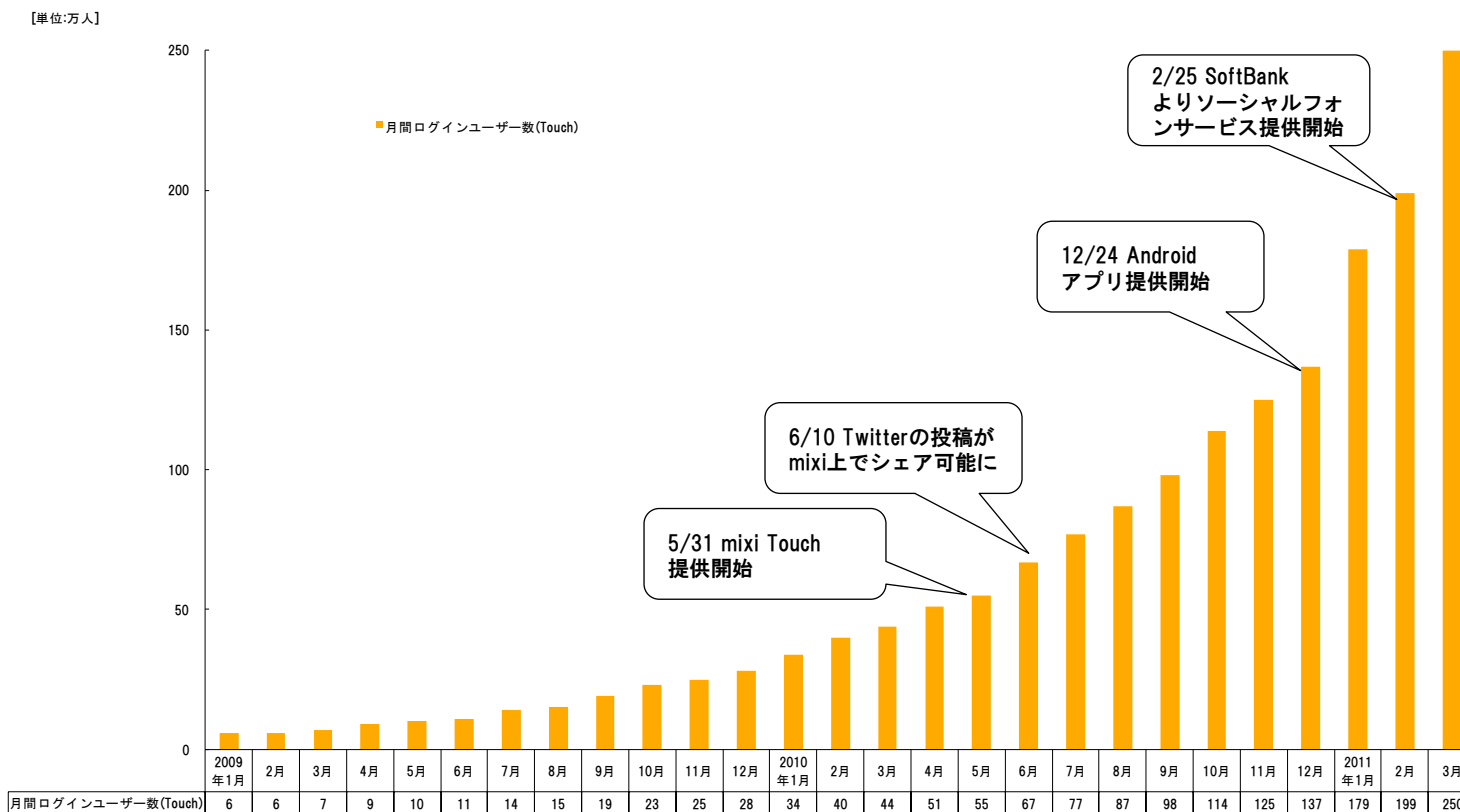
チェック投稿数のトレンド
(10年12月を100とした場合)



m スマートフォンデバイスでの利用が増加傾向

- スマートフォンで順調にユーザーが増加し、4月末で月間ログインユーザーは279万人に到達
 - 3/29にiPhoneクライアント(iOS)アプリを大幅アップデート
- スマートフォンメーカー、通信キャリアとのアライアンス強化により、端末プリインストールなどによるスマートフォンユーザーの利用拡大を目指す

mixi Touchの月間ログインユーザー



*mixi Touchは2010年5月31日より開始。 mixi Touch 開始以前のスマートフォンからのアクセスはPC版を表示しております。
2011年1月よりmixi Touchの測定ツールを変更しております。

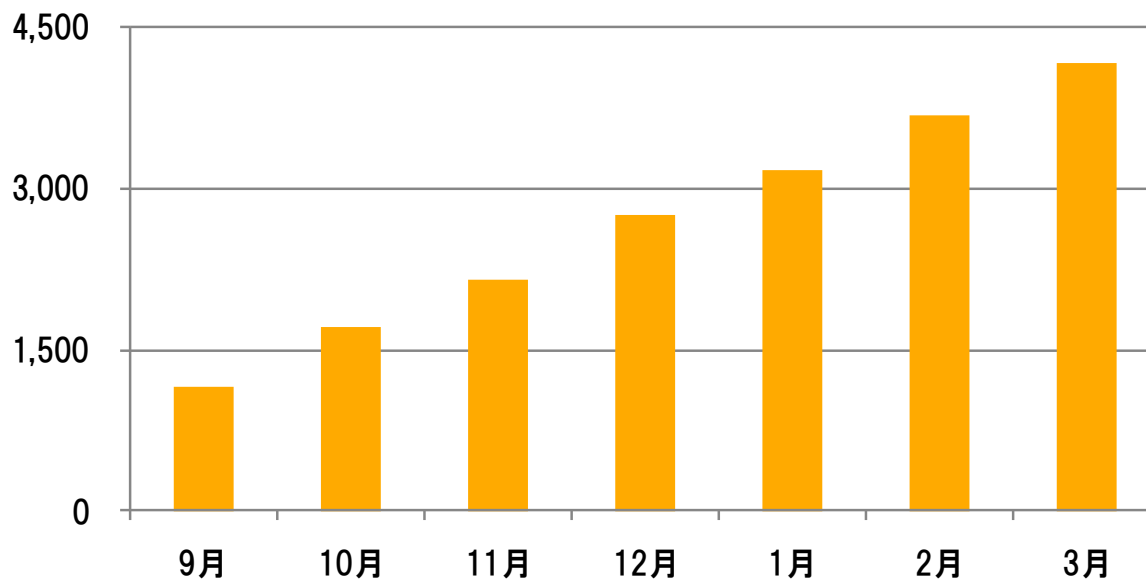


外部パートナーとのAPI連携によるコミュニケーションが活発化

- mixiの外部サイトがチェックやイイネ！ボタンを利用することで、外部サイトの情報がmixiユーザー間で共有され、外部サイトとmixiの双方のトラフィックが活発に
 - 震災後多くのユーザーがmixi外のニュースやブログの情報を友人・知人と共有する動きが顕著
- 一部のモバイルサイトでは検索エンジン経由よりmixi経由の訪問者数の方が多く、mixiなどのソーシャルメディアを通じた情報へのアクセスがより一般的に

mixiチェック&イイネ！ボタン利用サイト数

【単位:サイト数】





2010年度 連結損益計算書

- 通期の連結売上高は前年同期比24.1%増の168.7億円、連結営業利益は22.5%増の33.7億円と増収増益
 - mixi広告：モバイル広告やmixiアプリ面の広告販売が堅調に推移し、13.1%増の133.7億円
 - mixi課金：ソーシャルアプリの課金収益が前年比で大幅に増加し、125.3%増の27.5億円
 - Find Job！：ウェブ系職種の求人が好調に推移し、35.2%増の7.4億円

	FY10通期 (10年4月-11年3月)	構成比	FY09通期 (09年4月-10年3月)	増減率 (YonY)	FY10/4Q (11年1月-3月)	増減率 (YonY)
売上高	16,874	—	13,600	24.1%	4,428	12.5%
(mixi広告)	13,379	79.3%	11,829	13.1%	3,384	3.6%
(mixi課金)	2,751	16.3%	1,221	125.3%	845	66.3%
(Find Job !)	743	4.4%	549	35.2%	198	24.7%
売上総利益	12,723	75.4%	10,129	25.6%	3,308	21.5%
営業利益	3,373	20.0%	2,752	22.5%	601	214.7%
経常利益	2,989	17.7%	2,675	11.7%	405	147.1%
当期純利益	1,382	8.2%	1,309	5.6%	145	194.4%

* 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。

* mixiアプリ課金の売上はユーザー利用額の約28%となります。

[単位:百万円]

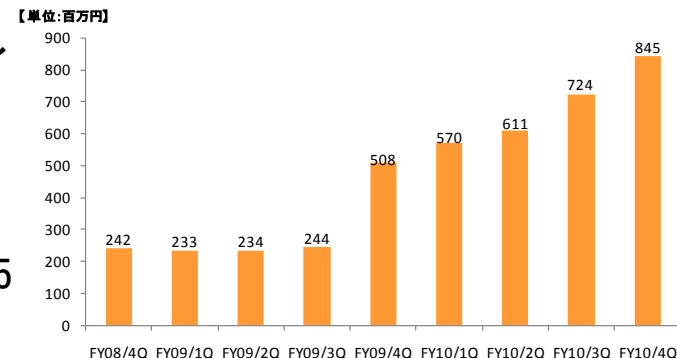


2010年度 第4四半期各事業概要

○ ソーシャルアプリの成長に伴い、課金売上は4Qで8.4億円

- ソーシャルビジネスの収益化第一弾としてFY09から開始したアプリの課金が徐々に拡大中
- ミクコレ及びmixiアプリで義援金募集を震災後に開始
 - 3月末で約177万件の義援金参加により約2.1億円（ユーザー約0.8億円、SAP約0.35億円、当社約0.95億円）の義援金総額
 - 義援金関連費用は営業外費用に1.76億円計上

mixi課金 売上高推移（百万円）



○ 3/25にサンシャイン牧場のスマホ版を開始

- スマートフォン対応アプリの増加
- 課金開始により今後のスマホアプリでの収益化を期待

○ 広告売上に関しては3月の震災の影響を受けたものの、モバイル広告を中心にmixiアプリ広告など順調に推移

- 広告業界全体で出稿自粛が生じ、予想していた期末の予算消化での売上増加にはつながらなかった
- モバイルのコンテンツプロバイダーなどの震災の影響を受けにくい業種においては出稿が引き続き旺盛な状況

3/25

スマートフォン版 サンシャイン牧場リリース



m 2010年度 通期及び第4四半期連結費用構成

- 通期：サービス拡大に応じた人件費の増加及びアプリ課金売上の増加よりモバイルキャリアへの決済手数料が増加
- 第4四半期：本社移転に伴う一時的な地代家賃の支払いが増加

	FY10通期 (10年4月-11年3月)	売上高 構成比	FY09通期 (09年4月-10年3月)	増減率 (YonY)	FY10/4Q (11年1月-3月)	増減率 (YonY)
[売上原価]						
賃借料	741	4.4%	678	9.4%	196	8.4%
減価償却費	392	2.3%	384	2.3%	115	4.2%
開発人件費	678	4.0%	540	25.5%	197	40.1%
コンテンツ調達費	389	2.3%	456	-14.7%	139	5.5%
アドプログラム費	1,107	6.6%	752	47.1%	222	-50.5%
その他	840	5.0%	658	27.7%	247	26.2%
売上原価合計	4,150	24.6%	3,470	19.6%	1,119	-7.6%
[販管費]						
販売手数料	3,615	21.4%	3,257	11.0%	890	-1.2%
人件費	1,878	11.1%	1,551	21.1%	497	18.1%
広告宣伝費	866	5.1%	632	37.0%	352	-41.9%
外注費	629	3.7%	560	12.3%	150	-8.3%
支払地代家賃	504	3.0%	462	9.1%	223	114.6%
決済手数料	718	4.3%	214	234.4%	215	79.2%
その他	1,137	6.7%	698	62.9%	378	74.9%
販管費合計	9,350	55.4%	7,377	26.7%	2,707	6.9%

[単位:百万円]



2011年度の事業方針及び会社計画



2011年度の事業方針

ソーシャルサービスの拡大

サービスの利用シーンの拡大
サービスの利用者の拡大
ソーシャルネットワークの強化

ソーシャルビジネスの立ち上げ

従来型広告に加えソーシャルアドへも拡大
マスだけでなくローカル領域へも拡大
アドに加えコマース領域へも拡大



サービス拡大への施策

スマートフォン向けサービスの強化

**新たなソーシャルプラットフォームによる
ローカルや企業連携サービスの強化**

ソーシャルネットワーク機能を強化



ソーシャルビジネスへ向けた2010年度のトライアル

- 通常の広告（商材訴求情報のみ）に比べ、ソーシャルアド（参加している友人情報を表示）のCTRは結果として約6倍に向上
- ソーシャルグラフを広告のみならず課金モデルにも活用することで、より多様な収益化を実現

広告（mixi Xmas）

■A■通常バナー



広告感度が高い人や既に興味がある人には効果的

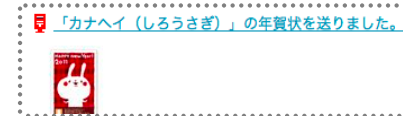
■B■ソーシャルアド ⇒ 広告A比のCTR⇒約6倍



友人からの情報発信により興味関心が高まり、従来リーチできなかった新たな層に対する認知度が向上

課金（ミクシィ年賀状）

■ソーシャルフィード

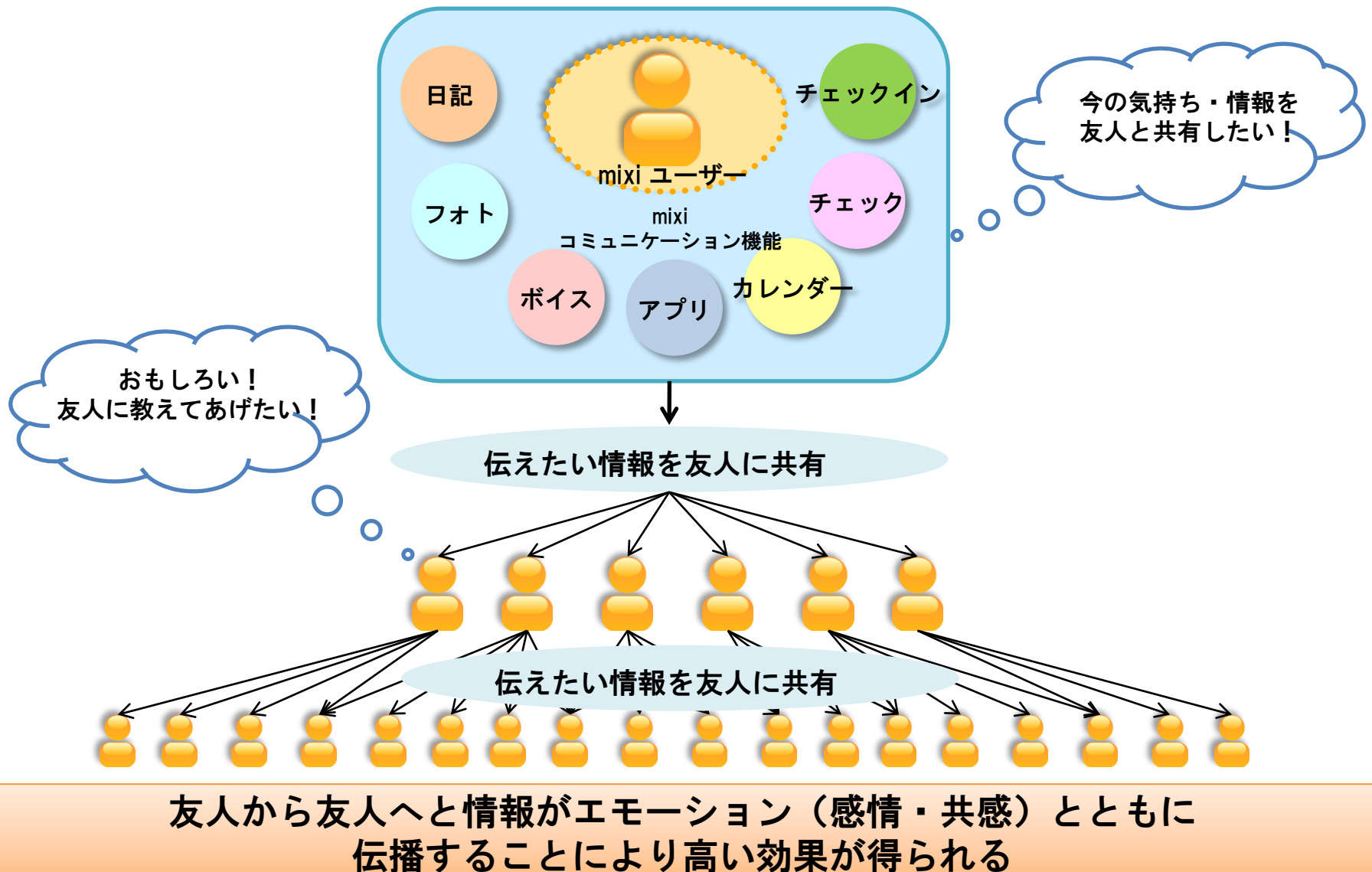


友人からの情報や友人への興味関心により
購買が促進され、100万枚以上の注文件数を突破

ソーシャルバナーやフィードを利用し
デジタルコンテンツやリアルギフト
など様々な商品の流通が可能に



参考：mixiのソーシャルグラフ活性化で生まれるバイラルエモーション



m 参考：ソーシャルグラフを活用した収益化

- ソーシャルグラフを活かした広告により、今まで広告に興味関心の無かったユーザーへ情報が伝播し、既存の広告に比べより効果の高い広告手法を提供可能に





今後の方向性



mixi広告 133億7千万円
mixi課金 27億5千万円

ギフト市場
約17兆300億円*1
(2008年度)

オンラインコマース市場 (B2C)
約6兆7,000億円*2
(2009年度)

デジタルコンテンツ市場
約6兆272億円*3
(2009年度)

広告市場
約5兆8,427億円*4
(2010年度)

ソーシャル化により収益拡大を目指す

*1 矢野研究所 2010年1月6日「ギフト市場に関する調査結果2009」より

*2 経済産業省 2010年7月20日 「平成21年度電子商取引に関する市場調査」

*3 財団法人デジタルコンテンツ協会 2010年9月01日 「デジタルコンテンツ白書2010」

*4 電通総研 2011年2月23日 「2010年 日本の広告費」

※各市場規模は異なる研究所が発表している推計のため推計範囲が重複している可能性があります



2011年度連結業績予想

○ 売上前提

- 上半期：震災の影響を受け大手広告主の出稿意欲など広告市場全体の不透明さが残るものの、モバイル広告やソーシャルアプリの課金売上を中心に進捗
- 下半期：ソーシャルグラフを活用した収益化を開始し、既存の広告・課金だけでない収益の柱が徐々に確立

○ コスト前提

- サービス拡大及びソーシャルビジネスの立ち上げの双方をハイスピードで推進できるよう体制の大幅な強化を図る
 - 上記に必要な人材・外注等へ投資し、ユーザーのアクティビティの向上・収益化を図る
- サーバー設備・開発において災害も考慮した冗長化への投資

【単位：百万円】

	FY2011中間 会社計画	FY2011通期 会社計画	FY2010通期 実績	対前期比（％）
売上高	8,400～8,700	19,000～20,500	16,874	12.6～21.5%
営業利益	1,000～1,200	3,400～3,800	3,373	0.8～12.7%
経常利益	950～1,150	3,300～3,700	2,989	10.4～23.8%
当期純利益	500～600	1,650～1,900	1,382	19.4～37.4%



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 (2011年4月に移転)		
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	351名 (連結・正社員のみ)		
発行株数	155,092株		
主要株主	笠原健治	57.88%	
	MORGAN STANLEY & CO. INC	4.47%	
	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口9)	2.76%	
	日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1.51%	
	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	1.15%	

2011年3月31日現在



2010年度 連結貸借対照表

	FY10 (11年3月末)	構成比	FY09 (10年3月末)	増減率 (YonY)
[資産の部]				
流動資産合計	17,671	84.5%	15,090	17.1%
固定資産合計	3,246	15.5%	2,281	42.3%
資産合計	20,917	100.0%	17,372	20.4%
[負債の部]				
流動負債合計	4,897	23.4%	2,863	71.0%
固定負債合計	20	0.1%	-	-
負債合計	4,918	23.5%	2,863	71.7%
[純資産の部]				
資本金	3,765	18.0%	3,753	0.3%
資本剰余金	3,735	17.9%	3,723	0.3%
利益剰余金	8,361	40.0%	7,056	18.5%
純資産合計	15,999	76.5%	14,508	10.3%

[単位：百万円]



2010年度 連結キャッシュ・フロー計算書

	FY10通期 (10年4月-11年3月)	FY09通期 (09年4月-10年3月)
[営業活動によるCF]	2,599	1,840
[投資活動によるCF]	-854	-2,660
[財務活動によるCF]	-101	110
[現金及び現金同等物の期末残高]	11,293	9,663

[単位：百万円]



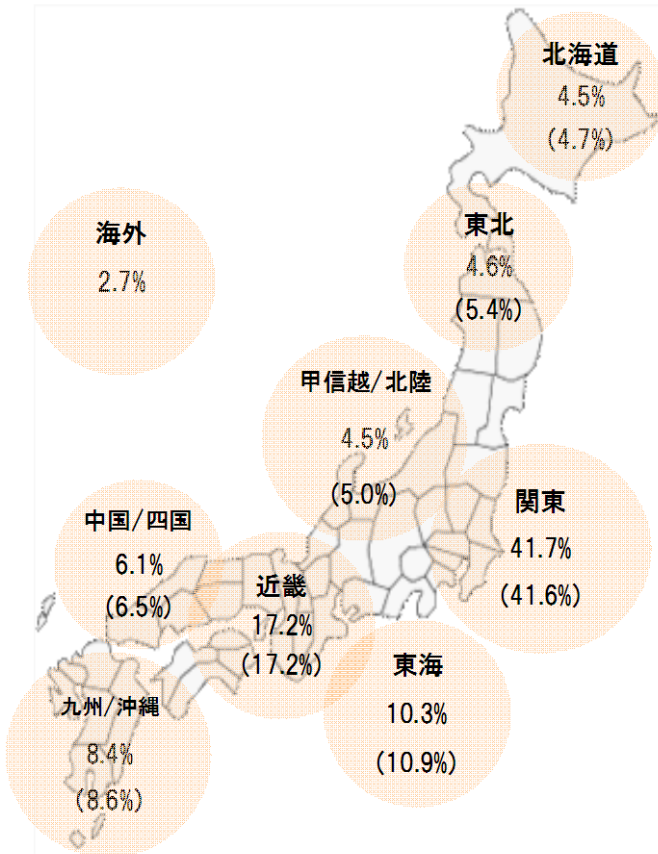
サービス概要

- 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。
- 1,537万人（2011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～ 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 (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～)	・ 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。

m ユーザー属性

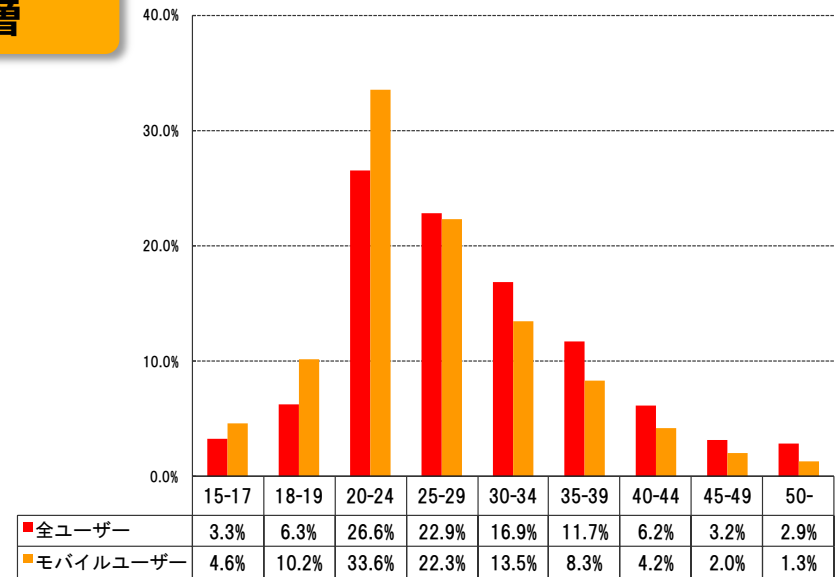
地域属性



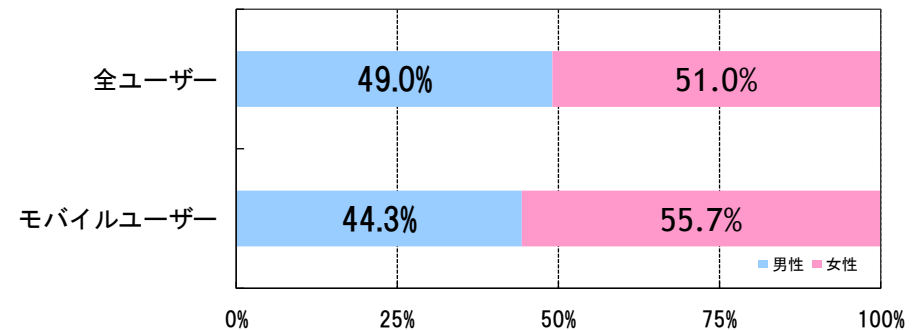
* 括弧内：mixiモバイル

* いずれも 2011年3月31日現在 当社調べ

年齢層



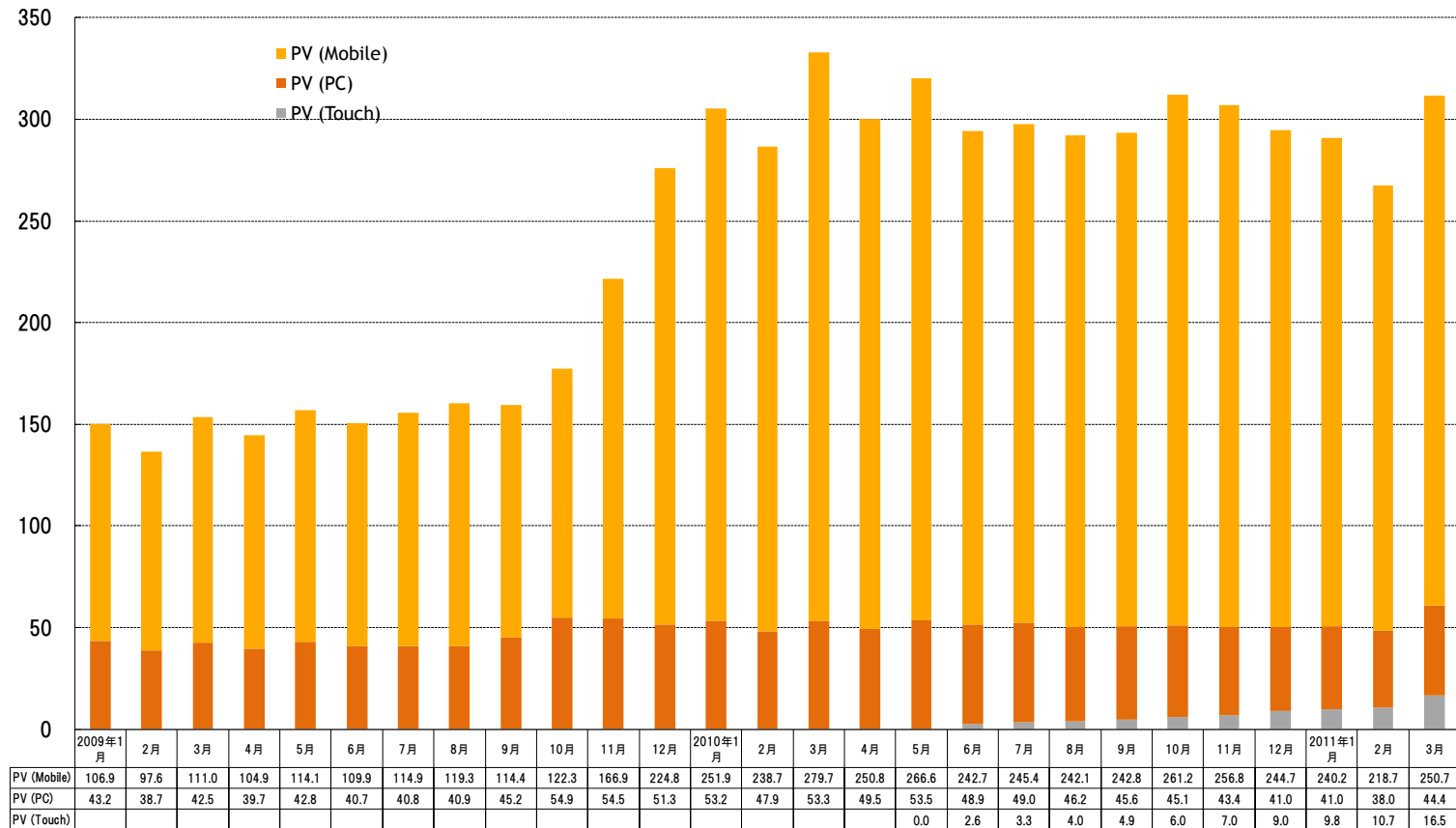
性別



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
(スマートフォンでは、アプリからの利用の一部がPVには含まれない)
- ユーザーの利便性を優先したUIによりPVが出にくい構造に変化している
- 一方、総コミュニケーション投稿数は増加しており、ユーザーのアクティビティは増加傾向へ

[単位:億PV]

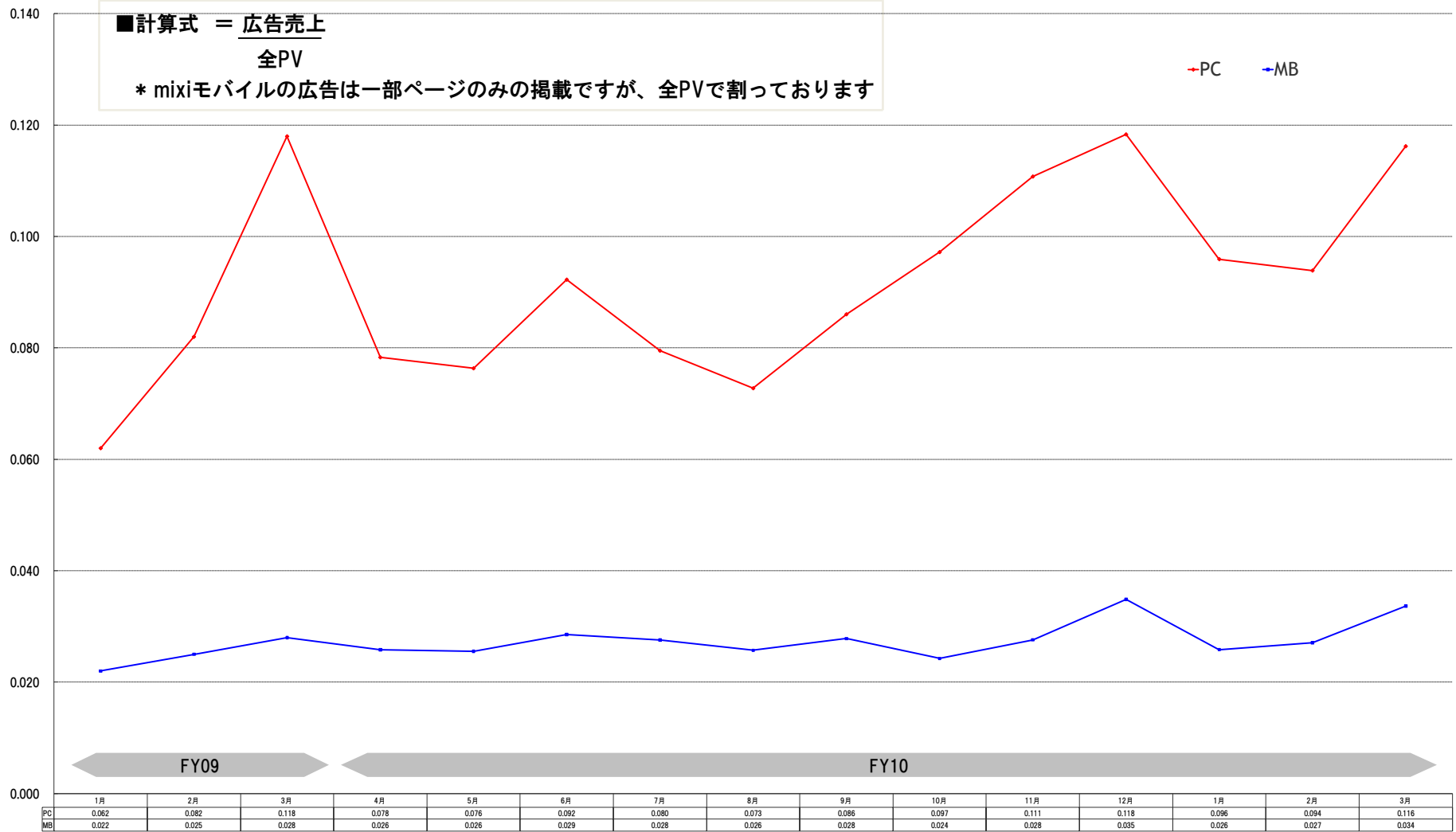


*mixi Touchは2010年5月31日より開始

2011年1月よりmixi Touchの測定ツールを変更しております。



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

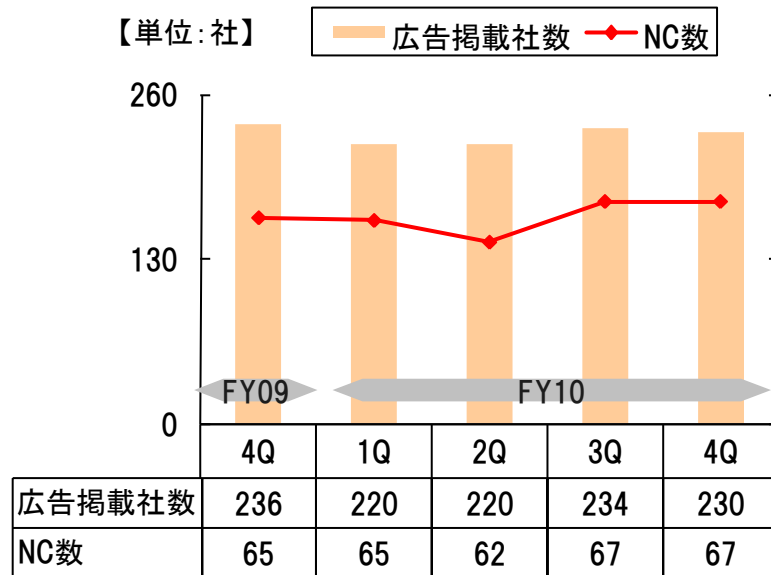


* これまでmixi Touch単価をPCに含めておりましたが、今回よりPCの広告単価のみ表示しております。
 なお、PCの広告単価に関しては、6月まで遡及して変更し記載しております。



広告掲載社数及び業界シェア推移

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

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）

業界別シェア（売上高ベース）

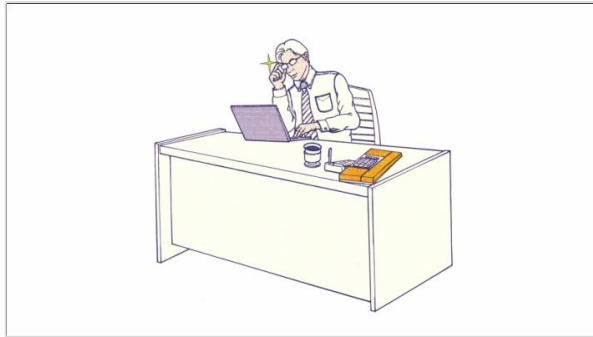
	FY09/4Q	FY10/1Q	FY10/2Q	FY10/3Q	FY10/4Q
自動車	1.1%	0.6%	0.2%	0.9%	1.6%
金融・保険	3.8%	3.9%	3.9%	3.1%	3.6%
不動産	0.6%	0.3%	0.3%	0.2%	0.5%
人材・教育	10.1%	7.3%	10.3%	8.1%	9.7%
家電・事務用品	4.8%	2.3%	2.7%	3.5%	3.7%
情報・通信	34.2%	33.1%	31.5%	38.7%	40.7%
交通・レジャー	7.6%	7.6%	7.0%	6.6%	6.8%
出版・放送	3.5%	3.6%	3.9%	2.2%	1.1%
食品・飲料	2.6%	5.0%	4.0%	3.7%	3.9%
流通・小売業	9.0%	11.1%	12.8%	11.6%	8.6%
美容・トイレタリー	19.6%	22.0%	20.2%	17.1%	16.0%
その他	3.1%	3.3%	3.1%	4.3%	3.8%



マスプロモーション

- 新テレビCMを2011年3月より開始。既存ユーザーの活性化を目的にmixi機能を紹介したシリーズを紹介
- 既存ユーザーの再活性化を促すことにより新規ユーザーに波及され、より長期的な利用を促進

チェック編



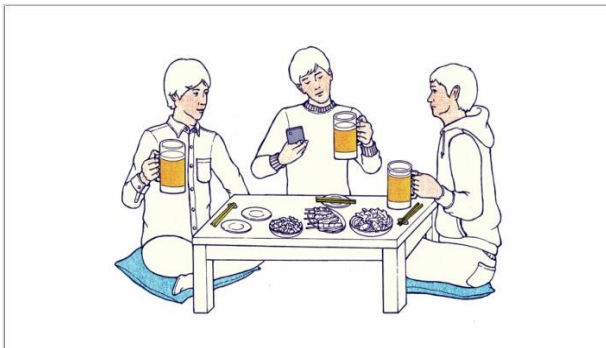
同僚ネットワーク編



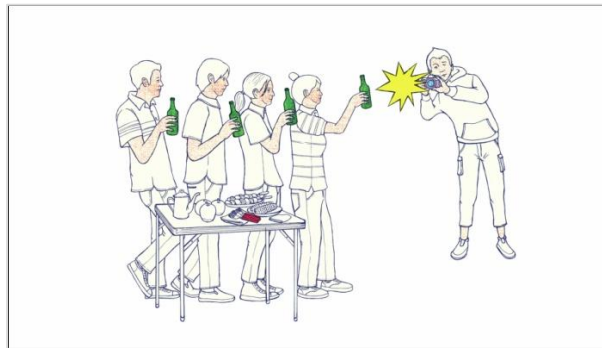
プロフィール編



チェックイン編



フォトビュー編



キーワード編

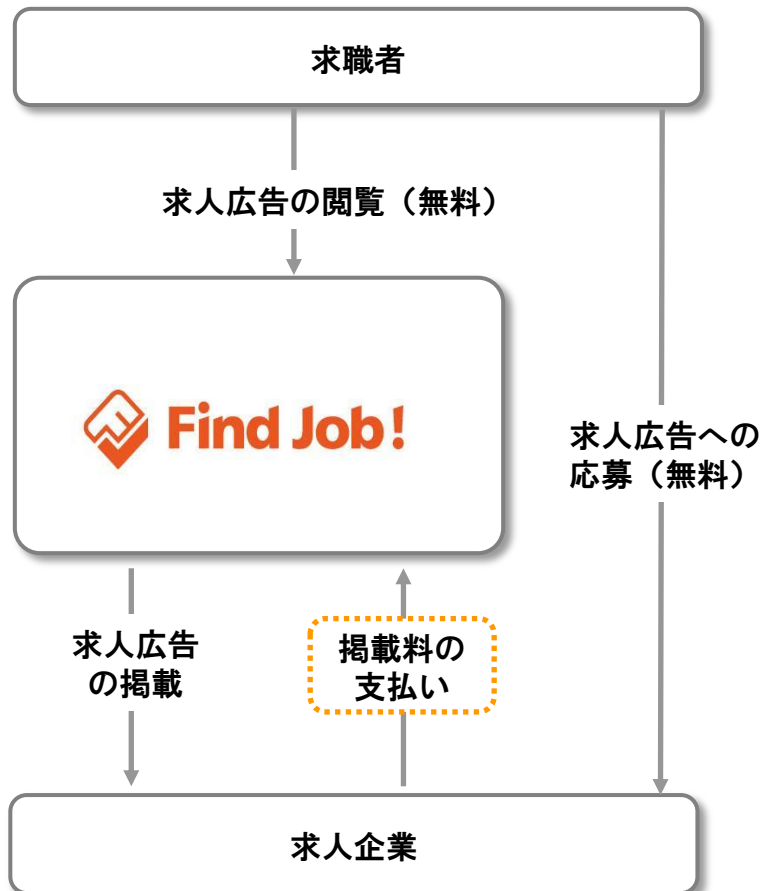




Find Job! 概要

- 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

※「Find Job!」は2011年4月1日より100%子会社「株式会社ミクシィ・リクルートメント」として分社化し、運営は新会社へと承継致しました



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。

