



2011年度 第1四半期決算説明会

(2011年4月1日～2011年6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1四半期 連結業績概要



2011年度第1四半期 ハイライト

mixiサービスハイライト

- mixi TouchやmixiモバイルのUI (User Interface)をリニューアル。よりコミュニケーションをしやすい環境を提供し、総コミュニケーション投稿数は8億投稿を突破
- 「mixi API SDK for Android」のリリースなど、スマートフォン対応を強化しMAUが約370万人に
- ソーシャルビジネスのマネタイズ第一段としてソーシャルバナーによる「NIKEiD」キャンペーンを実施。PVに依存しないビジネスモデルへの転換を図る

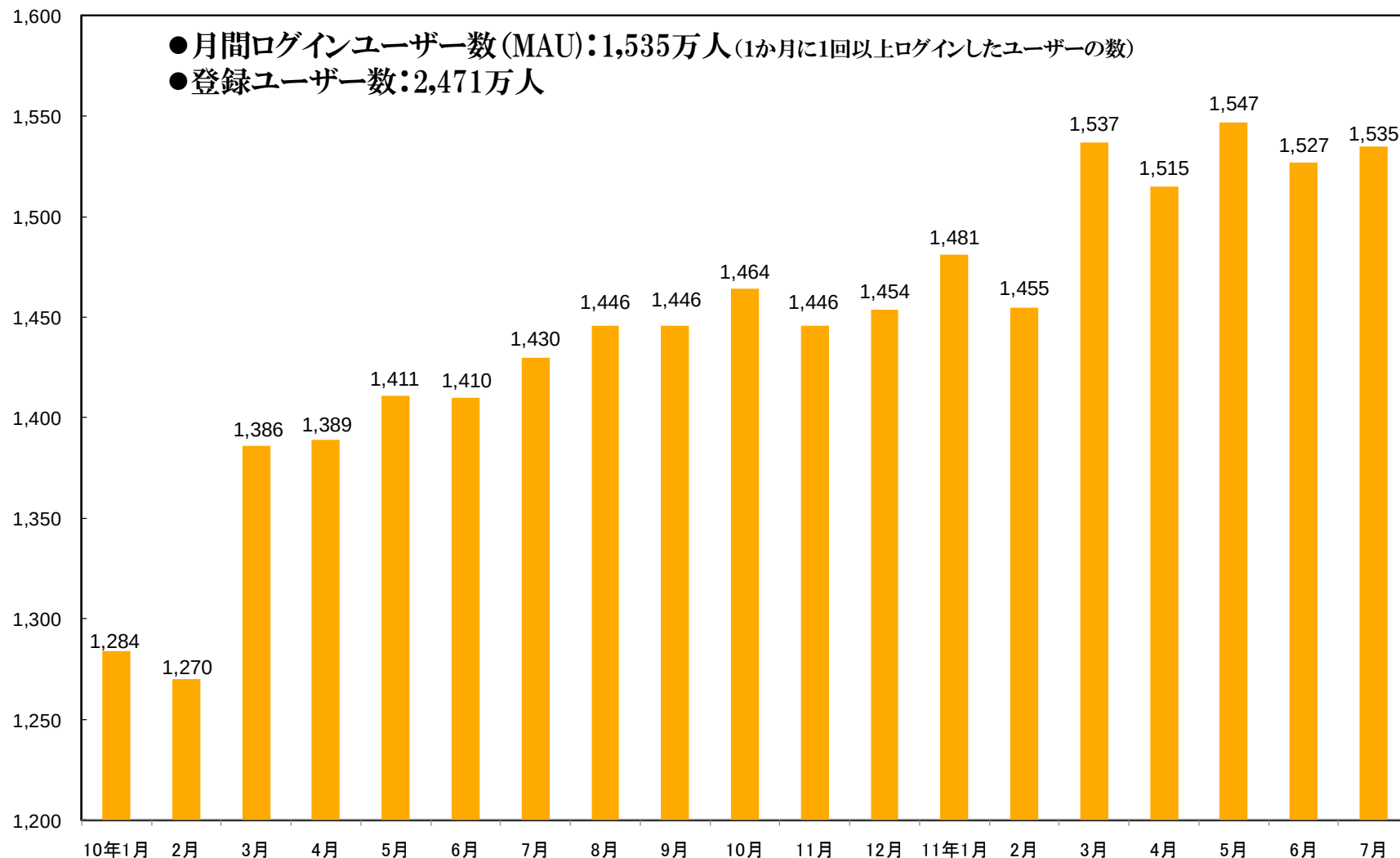
業績ハイライト

- 今期より広告売上高はネット計上(純額表示)に変更し、売上高 2,986百万円(前年同期比4.1%減)、営業利益 338百万円(同68.5%減)
- 広告:東日本大震災の影響及びモバイル広告の出稿減少により、売上高 2,012百万円(前年同期比15.2%減)
- 課金:既存のアプリタイトルが引き続き堅調に推移しており、安定的な収入を確保し売上高 755百万円(前年同期比32.5%増)



主要データ: mixiユーザー数

[単位:万人]



*2011年7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

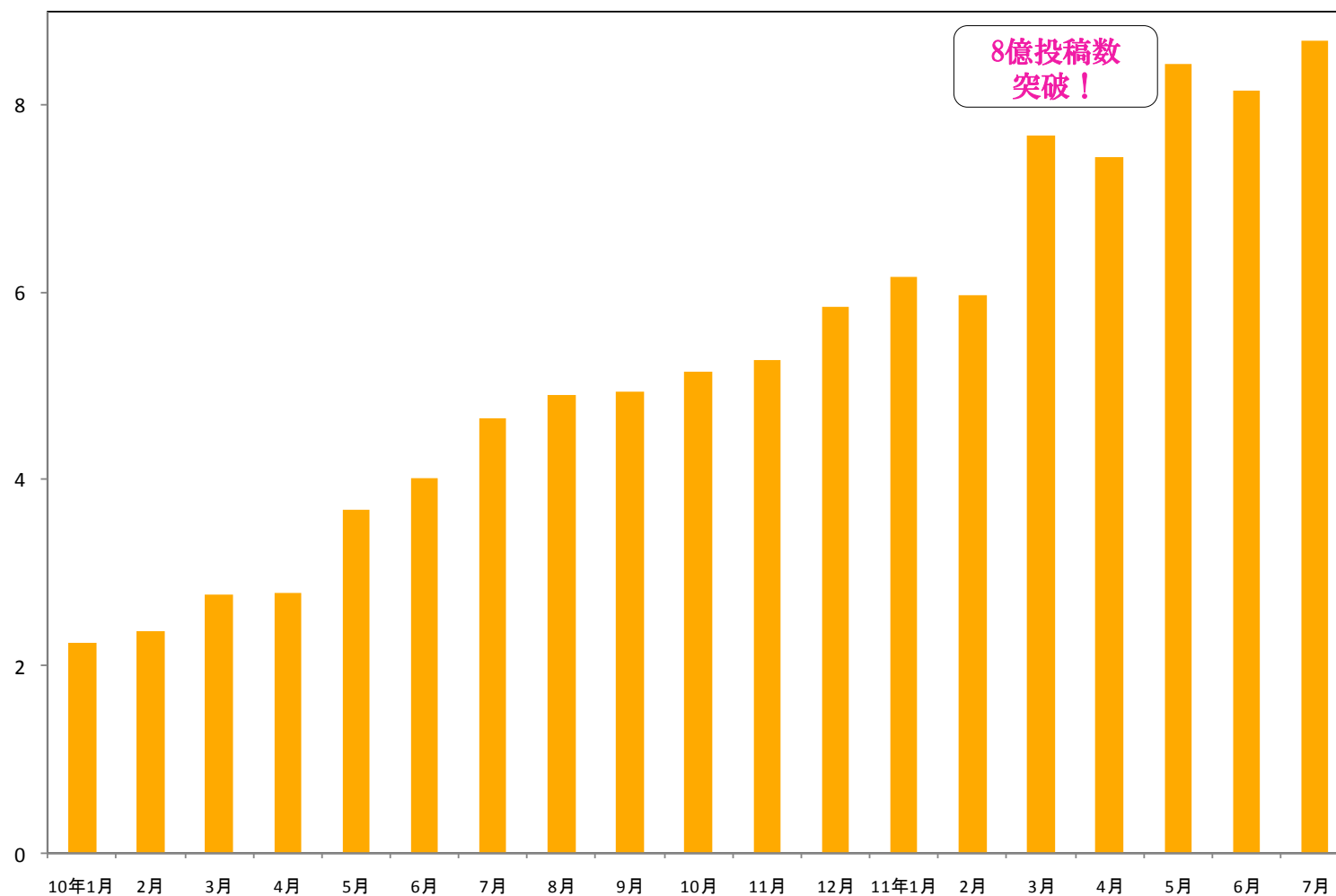


主要データ：mixi総コミュニケーション投稿数

- mixi Touch及びmixiモバイルのUIのリニューアルにより投稿数が増加し、過去最高に

※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。

[単位：億投稿数]



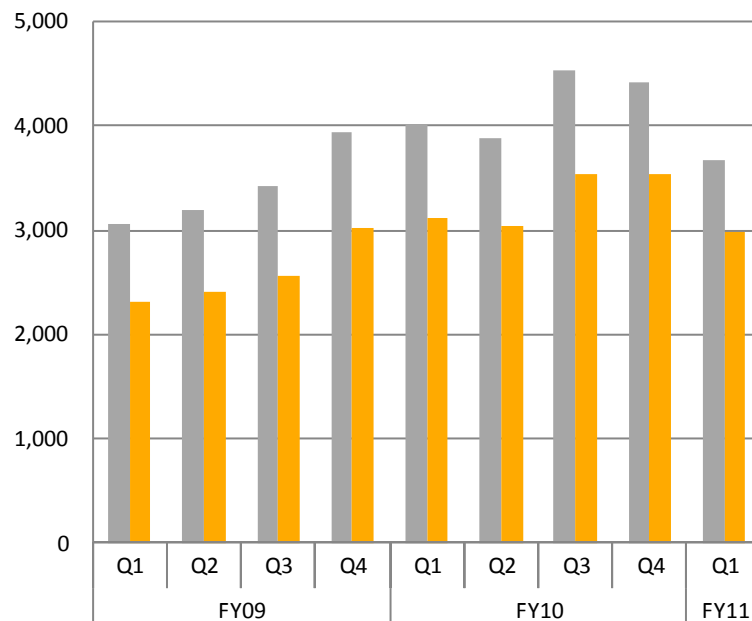
Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.



売上の会計処理の変更

- 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]
- 上記変更に伴い、会社計画を売上高のみ修正

[単位: 百万円]



■ 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
■ 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

	FY11 会社計画		FY10 実績	
(百万円)	中間	通期	中間	通期
売上高	6,500 ~6,800	15,000 ~16,300	6,154	13,229
(前回発表 売上高)	8,400 ~8,700	19,000 ~20,500	7,904	16,874



2011年度第1四半期 連結損益計算書

- 広告：震災の影響及びスマートフォンが普及していく中でMB広告の出稿減少により、広告収入は減少
- 課金：mixiアプリをはじめ課金売上が徐々に拡大し、前年同期比32.5%増の755百万円
- Find Job !: Webエンジニアの人材紹介が好調に推移し、売上が前年同期比27.9%増の218百万円

[単位: 百万円]	FY11/1Q (11年4月-6月)	構成比	FY10/1Q (10年4月-6月)	増減率 (YonY)
売上高	2,986	-	3,114	-4.1%
ソーシャルネット事業	2,767	92.7%	2,943	-6.0%
（広告）	2,012	67.4%	2,373	-15.2%
（課金）	755	25.3%	570	32.5%
Find Job !事業	218	7.3%	170	27.9%
売上総利益	1,971	66.0%	2,130	-7.5%
営業利益	338	11.3%	1,074	-68.5%
経常利益	279	9.4%	1,029	-72.9%
四半期純利益	147	4.9%	475	-69.0%

* 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FY11/1Qの売上高は3,671百万円、FY10/1Qは4,013百万円



2011年度第1四半期 連結費用構成

- 事業拡大の加速化を図るため、売上原価の「開発人件費」及び販管費の「人件費」が増加
- 3月から4月にかけて実施したテレビCMによる広告宣伝費146百万円を計上

[単位:百万円]	FY11/1Q (11年4月-6月)	売上高 構成比	FY10/1Q (10年4月-6月)	増減率 (YonY)
[売上原価]				
賃借料	200	6.7%	176	13.6%
減価償却費	94	3.2%	80	18.3%
開発人件費	220	7.4%	146	50.8%
コンテンツ調達費	84	2.8%	82	2.6%
アドプログラム費	184	6.2%	328	-44.0%
その他	230	7.7%	169	35.7%
売上原価合計	1,014	34.0%	983	3.1%
[販管費]				
人件費	570	19.1%	458	24.4%
広告宣伝費	146	4.9%	43	233.5%
外注費	176	5.9%	130	35.1%
支払地家賃	133	4.5%	93	42.8%
決済手数料	196	6.6%	148	32.5%
その他	409	13.7%	181	125.4%
販管費合計	1,632	54.7%	1,056	54.6%

※旧基準(グロス計上)のFY11/1Qの販売手数料は684百万円、FY10/1Qは892百万円



サービス拡大の施策 2011



2011年度 サービス拡大の施策

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



スマートフォン対応の強化

- スマートフォン向けのサービス強化に注力し、より利便性を高めることで投稿数の増加やアクティブ率向上を目指す

- 5月11日に「mixi Touch」ホーム画面をリニューアル
- 友人・知人の更新情報量の増加や、「イイネ！」や「コメント」などがホーム画面上から投稿可能に
 - フィードの情報量が増加し、コミュニケーションがより活発化

「友人の近況」表示画面



「イイネ！」表示画面



- 6月17日からSoftBankスマートフォン向けサービスの「スマセレ」で「mixiセレクト」を提供開始
 - 「mixi API SDK for Android(TM)」を利用した各アプリをホーム画面に表示し、パッケージとして提供
 - 端末連携によりホーム画面上から『mixi』の更新情報が閲覧可能

提供アプリ一覧

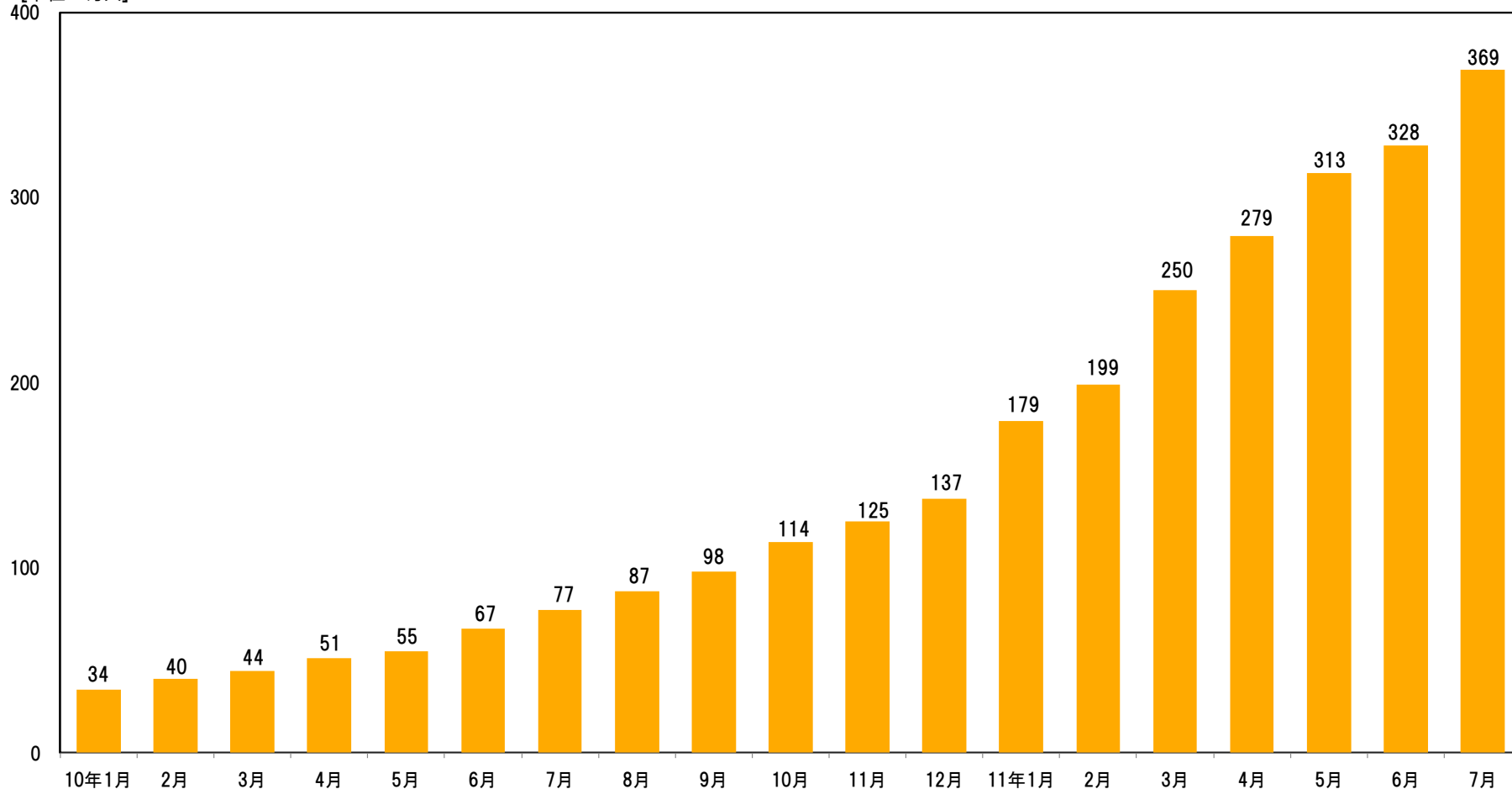
- ・はじめようマイ・キングダム for mixi
- ・ブクログ for mixi
- ・サンシャイン牧場
- ・pikubo
- ・30min. おでかけ
- ・pixiv for mixi
- ・Friend App



スマートフォンの月間ログインユーザーは順調に増加

- iPhoneのみならずAndroid端末の普及加速に伴い、スマートフォン(mixi Touch)のログインユーザー数が順調に推移し、7月に369万人に

【単位：万人】



*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。



スマートフォンの収益化に注力

スマートフォンユーザーの拡大

- 進化し続けるUIを提供
- スマートフォン端末に適したアプリの提供
- スマートフォン向けSDKの提供



アプリ課金

- ブラウザ型でもアプリマーケットダウンロード型でも使える仕組みを整備

広告

- モバイルより広告効果の高いバナー広告及びSNSに特化した広告商品を提供

スマートフォンを収益化



ソーシャルバナー第一弾：NIKEiD

- 2011年5月31日(火)～6月20日(月)までの期間中、「ソーシャルバナー」の第一弾として「NIKEiD FRIEND STUDIO」キャンペーンを実施

①モデルを選択してカスタマイズ



②シューズにタイトルをつけて自分のシューズの「ソーシャルバナー」を作成



③友人の作品も閲覧及び評価ができる



④プレゼントGet!



m ユーザーのアクションを活かしたバイラル効果を実現

- ユーザーが起こしたアクションがmixiの機能を経由し友人間で伝播されることで、より効果の高いマーケティング活動が可能





NIKEiDソーシャルバナー広告の効果結果

- 総来訪者は213万人、うち80%が友人の製作したソーシャルバナーないしは友人からのフィードよりサイトを訪問
 - 友人の情報を表示した広告(ソーシャルバナー)を配信することで友人経由の来訪が増加
 - 通常であれば広告に反応しづらいユーザーを取り込むことも可能
- ⇒ CTRなど高い広告効果が見込めるため、通常バナーよりも高い広告単価の設定が可能に

通常バナー(友人情報なし)



通常バナーに
比べて
CTRが・・・

ソーシャルバナー(友人情報あり)



PC広告CTRは
約11倍

モバイル広告
CTRは約16倍

(一般的な広告との比較)



広告効果だけでなく実際の売上増加にも寄与

<ナイキジャパン様からのコメント>

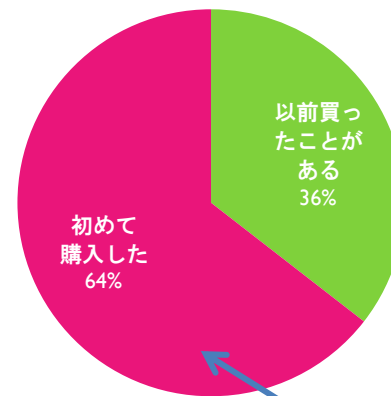
(株式会社ナイキジャパン リテール本部 NIKEiDマネージャー西村 真治氏)

今回NIKEiDのカスタマイズと”ソーシャルバナー“の特性を活かしたキャンペーンを実施しました。全く新しい試みではありましたが、私たちの想像を上回る素晴らしい結果を生み出すことができました。ブランドアウェアネスがさらに高まっただけでなく、NIKEiD公式サイトのトラフィックもキャンペーン前と比べてほぼ2倍になり、カスタマイズ対象のモデルは、期間中に全世界で日本の売上がトップレベルに躍り出ました。ユーザー同士のつながりが密なmixiならではの素晴らしいサービスだと実感しています。

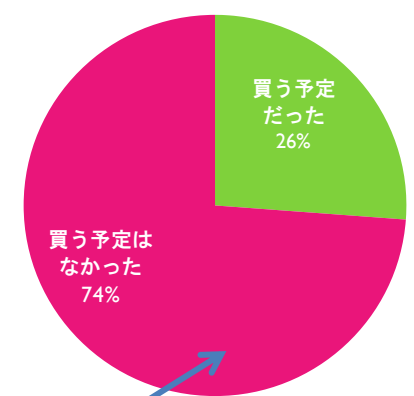
- ソーシャルグラフを活かしたキャンペーンにより認知効果だけでなく、実際の売上にも寄与している

- ユーザーは友達の情報から購買まで実行することが実証
- キャンペーンへの参加体験を通じて購買意欲が生じ、顧客を新規に開拓

NIKEのシューズの購入経験



スポーツシューズ・スニーカーの購入予定の有無



キャンペーンを通じた
新規開拓層

※当社調べ



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		
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	398名（連結・正社員のみ）		
発行株数	155,094株		
主要株主 (2011年3月31日現在)	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6月30日現在



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。
- 1,535万人(2011年7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。

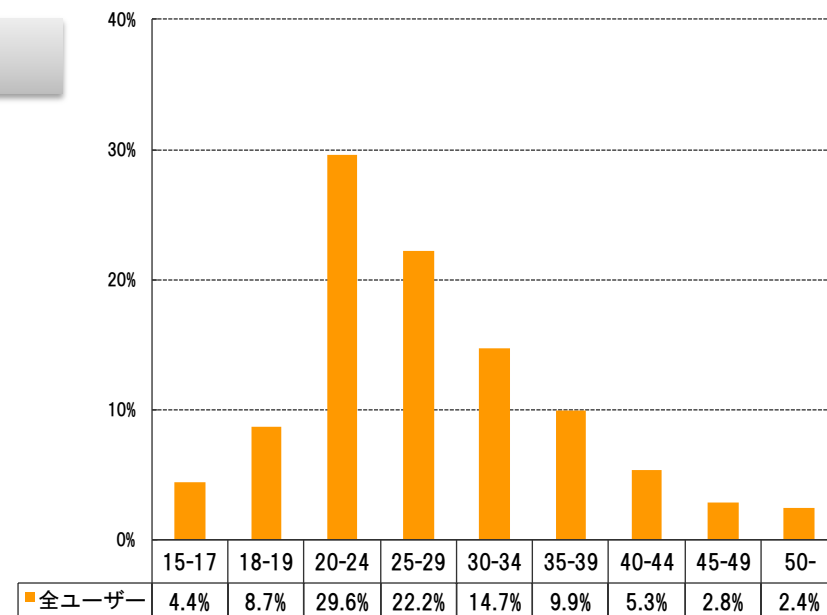
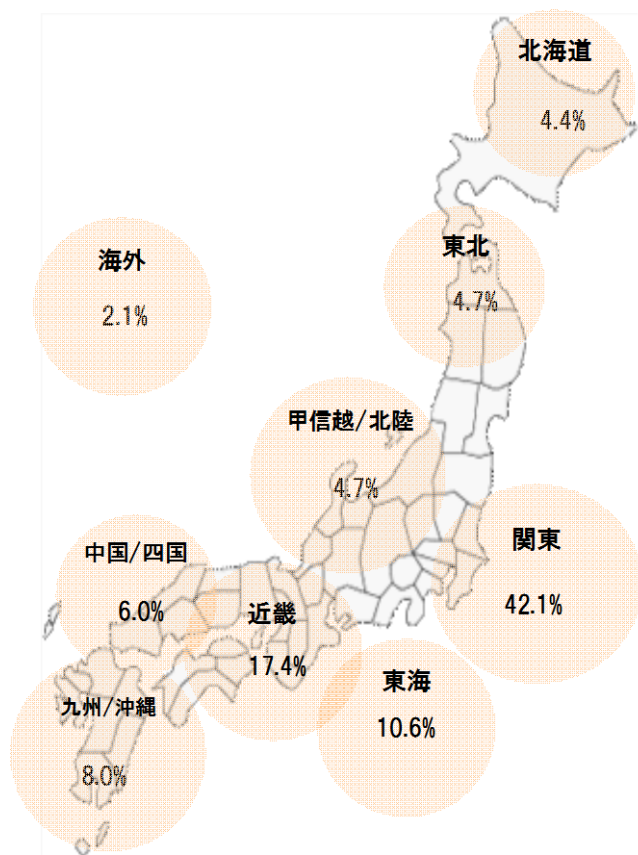
mixi日記	『mixi』上に日記の投稿が可能。日記を通じてコミュニケーションを図ることが可能。
mixiボイス (2010年6月～)	「つぶやき」を通じて、簡単にお互いの「今」の状況や想いを伝え合うことのできるコミュニケーション機能。
mixiチェック (2010年9月～)	お気に入りのコンテンツ(ニュース、動画、場所、商品など)を登録し、簡単に友人に共有することができるサービスで、Webサービスとの連携を簡単に実現可能に。パートナーはmixiチェックボタンを導入することで、Webサービスを簡単に「ソーシャル化」することが可能。
mixiチェックイン mobile:2010年9月～ smart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



ユーザー属性（登録者ベースから月間ログインユーザーベースに変更）

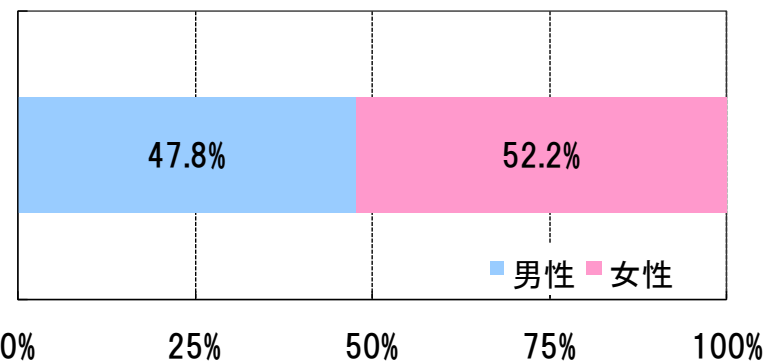
地域属性

年齢層



性別

全ユーザー



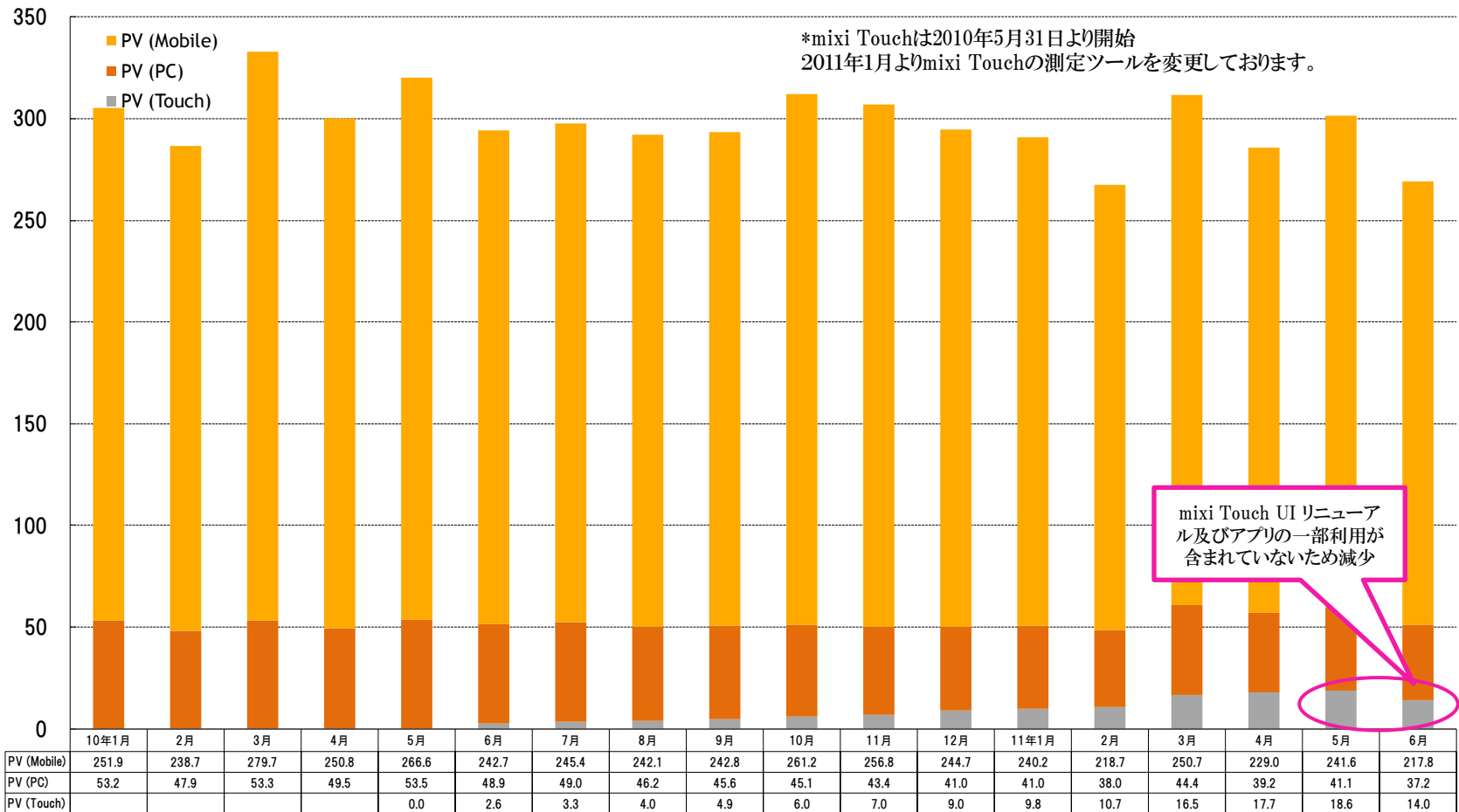
•2011年6月30日現在 当社調べ



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
- 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]





業界シェア推移

業界別シェア(売上高ベース)

	FY10/1Q	FY10/2Q	FY10/3Q	FY10/4Q	FY11/1Q
自動車	0.6%	0.2%	0.9%	1.6%	0.4%
金融・保険	3.9%	3.9%	3.1%	3.6%	2.8%
不動産	0.3%	0.3%	0.2%	0.5%	0.1%
人材・教育	7.3%	10.3%	8.1%	9.7%	12.1%
家電・事務用品	2.3%	2.7%	3.5%	3.7%	3.2%
情報・通信	33.1%	31.5%	38.7%	40.7%	35.9%
交通・レジャー	7.6%	7.0%	6.6%	6.8%	4.5%
出版・放送	3.6%	3.9%	2.2%	1.1%	0.6%
食品・飲料	5.0%	4.0%	3.7%	3.9%	3.9%
流通・小売業	11.1%	12.8%	11.6%	8.6%	11.5%
美容・トイレタリー	22.0%	20.2%	17.1%	16.0%	22.6%
その他	3.3%	3.1%	4.3%	3.8%	2.4%

