

mixi
group
annual
report
2021

ミクシグループ
アニュアルレポート
2021
2021年3月期

INDEX

1 ミクシグループの 企業理念	2 ミクシグループの 価値創造の考え方	4 ミクシグループの歩み	6 ミクシグループの事業領域
7 主要サービスのビジネスモデル スポーツ事業	8 主要サービスのビジネスモデル ライフスタイル事業	9 主要サービスのビジネスモデル デジタル エンターテインメント事業	10 ステークホルダーの皆さまへ
16 財務ハイライト 非財務情報	18 ミクシグループの 財務戦略	22 ミクシグループのESG	24 経営基盤の整備 優秀な人財の確保と育成
26 サービスの安全・安心を 担保する活動	27 事業を通じた社会課題の解決	29 コーポレート・ガバナンス 取締役/監査役	32 社外取締役メッセージ
33 コーポレート・ガバナンス体制	37 事業などのリスク	39 IR活動サマリ	39 投資家情報

見通しに関する注意事項
 この報告書は、当社グループの計画、見通し、戦略、業績などに関する将来の見通しを含んでいます。これらの見通しは、現在入手可能な情報から得られた判断に基づいて
 います。したがって、実際の業績は、様々なリスクや不確実性の影響を受けるものであり、これらの見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おください。
 将来の見通しに影響を与える要素には、当社グループの事業領域を取り巻く経済環境、商品・サービスの開発状況の変化、為替レートの変動などがあります。ただし、
 見通しに影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。
 注：この報告書の内容は、2021年3月期(2020年4月1日～2021年3月31日)の実績に基づいています。(ただし、2021年4月以降の情報を一部含みます)

ミクシグループの 企業理念

私たちはサービスの先にいる
 ユーザーの気持ちや要望に
 常に真摯に応えるのはもちろんのこと、
 ユーザーの想像や期待を超える価値を、
 「コミュニケーションサービス」を
 通じて提供することを目指しています。
 コミュニケーションを通じて
 世界を鮮やかに変えていく。
 それが私たちミクシグループの
 ミッションです。



ミクシグループの価値創造の考え方

AIなど、ITの技術革新はドッグイヤーで進んでいます。だからこそ、人と人のコミュニケーションや文化創出など「人間らしさ」がより強く求められる時代であるとも言えます。

ミクシグループが大切にしている価値観。それは、人と人が集まり、つながる。その中心にミクシがいるということ。

人々が笑い、幸せになる。それがミクシの願いです。コミュニケーションのあり方を変え続けるミクシのサービスが、世界中の人々の暮らしに組み込まれ、やがて、新しい文化へと成長を遂げていく——ミクシグループは、テクノロジーの力で、「新しい文化」の創造を目指します。

中期経営方針においてはテクノロジーとノウハウを磨き、「人と人とのつながりを創るコミュニケーション」を介して、友だちや家族とワイワイ楽しめるエンターテインメントの創出を目指します。「ユーザーサプライズファースト」を追求し続けることで、“集まって遊ぶ／体験を共有

しあう”経済圏の拡大と、驚きのあるエンターテインメントの創出で、世界のコミュニケーションを豊かにします。

価値の源泉

製造資本

- コミュニケーションを豊かにする IP・コンテンツ創出力／運営力
- コミュニケーションサービスを支える幅広い技術人財プール(プランナー・エンジニア・デザイナー・クリエイターなど)
- mixi / モンストなど長寿サービスの企画・運営力
- シナジーを創出する外部連携パートナー
- サービスの安全・安心、安定稼働を支える基盤
- MAU 1,000万超のユーザーの接続を可能とするサーバーサイド技術
- AIなどによるコンテンツ生成技術
- 堅牢なセキュリティ・監視体制

知的資本

- マーケティング力
- プロダクト設計や企画と連動したマス・バイラルマーケティングノウハウ

人的資本

- 「新しい文化の創造」を推進する多様な人財・組織
- 「ユーザーサプライズファースト」を追求する組織風土
- 多様な人財の活躍・働き方の支援体制
- 個々のチャレンジを支援する体制・制度

社会・関係資本

- 熱量の高いユーザー基盤
- 集まって遊ぶ場として当社グループのサービスを利用するユーザー(ゲームアプリ、公営競技関連アプリ／メディア、SNSなど)
- 様々な体験を提供する場
- ゲーム・メディアなどのオンラインサービスの場
- 競輪場、スポーツチーム運営などオフラインのスポーツ観戦の場
- 自治体との信頼関係
- 公営競技施設やスポーツチーム運営を通じて自治体との良好な関係を構築・維持

財務資本

- 持続的成長を支える財務の安定性・安全性
- 潤沢な手元流動性 現預金約1,500億円
- 高い自己資本比率 83.2% (2021年3月末)

中期経営方針

ビジネスモデル

- ユニークなサービスポジショニングを取るプロダクト開発
- サービスの指数関数的成長を促す設計
- 「ユーザーサプライズファースト」を体現するサービス企画

- サービスの指数関数的成長を実現する運営とマーケティング
- 親しい人と一緒に盛り上げられるコミュニケーションの場と機会の提供

mixi GROUP
「人と人とのつながりを創るコミュニケーション」を介した新たな文化を創造

- 既存事業への再投資によるサービスの成長
- 安定的な収益基盤の確立と新サービスへの十分な種まき
- 地域社会との協働による地方創生

エンタメ×テクノロジーの力で世界のコミュニケーションを豊かに

事業ドメイン

スポーツ事業



ライフスタイル事業



デジタルエンターテインメント事業



持続的成長を支える経営基盤
ESG経営
▶ P.22

●コーポレート・ガバナンス ▶ P.29
●リスクマネジメント ▶ P.37

創出価値

製造資本

- ユーザーの想像や期待を超えるコミュニケーションサービスの創出
- 安全・安心なインターネットサービスの利用促進

知的資本

- 親しい人同士のコミュニケーションの活性化による新たな体験価値・経済圏・文化の創造

人的資本

- 多様な人財を受け入れる企業風土の醸成
- IT産業の発展とIT人材育成への貢献

エンタメ × テクノロジーの力で世界のコミュニケーションを豊かに

社会・関係資本

- オンラインとオフラインの場を掛け合わせた新しい体験価値の提供
- 自治体と連携した地方創生への貢献

財務資本

- 利益に応じた積極的な株主還元
- M&Aなどの積極的推進による新市場・新サービスの創出

milestones

- スポーツ事業
- デジタルエンターテインメント事業
- ライフスタイル事業
- コーポレートアクション



求人情報サイト「Find Job!」の運営を開始

1997.11

有限会社イー・マーキュリーを設立
1999.6

株式会社イー・マーキュリーへ組織変更
2000.10

株式会社ミクシィに商号変更
2006.2

東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
2006.9



SNS「mixi」の運営を開始

2004.2



サロンスタッフを直接検索・予約できるアプリ「minimo」リリース

2014.1



スマホゲームアプリ「モンスターストライク」の正式提供を開始

2013.10



「家族アルバム みてね」リリース

2015.4

2015.9

*「App Annie Worldwide Index」ゲーム編 売上ランキング

売上ランキングにおいて「モンスターストライク」が初めて1位*を獲得



競輪車券のインターネット投票サービスを提供する株式会社チャリ・ロトの全株式を取得・子会社化

2019.2



プロバスケットボールチーム「千葉ジェッツ」を運営する株式会社千葉ジェッツふなばしの株式を取得・子会社化

2019.10



競馬総合メディア「netkeiba.com」を運営する株式会社ネットドリーマーズの全株式を取得・子会社化

2019.11



「ことば」で開く新感覚RPG「共闘ことばRPG コトダマン」のパブリッシャーをミクシィへ変更

2019.10



フォトプリント事業を展開する株式会社スフィダнтеの全株式を取得・子会社化

2019.6



写真年賀状作成アプリ「みてね年賀状」サービス開始

2019.10



アスリートフラッグ財団を設立し、スポーツギフティングサービス「Unlim (アンリム)」をリリース

2020.2



共遊型スポーツベッティングサービス「TIPSTAR」をリリース

2020.6



競輪総合メディア「netkeirin(ネットケイリン)」をリリース

2020.12



店舗でのスポーツ観戦に特化した飲食店検索サービス「Fansta (ファンスタ)」提供開始

2021.4



ユーザー数5,500万人突破

2021.4



家族向け写真・動画共有アプリ「家族アルバム みてね」利用者が1,000万人を突破

2021.3



チケットフリマアプリを提供する株式会社ファンザの全株式を取得・子会社化
2015.3

株式会社ファンザのサービスチケットキャンプを閉鎖
2018.5

株式会社Diverseの全株式を譲渡
2018.7

株式会社ノハナの全株式を譲渡
2019.3

東京証券取引所市場第一部へ市場変更
2020.6

スポーツ配信専門チャンネル「DAZN」と業務提携
2020.12

株式会社ハブと業務提携
2021.3

ミクシグループの事業領域

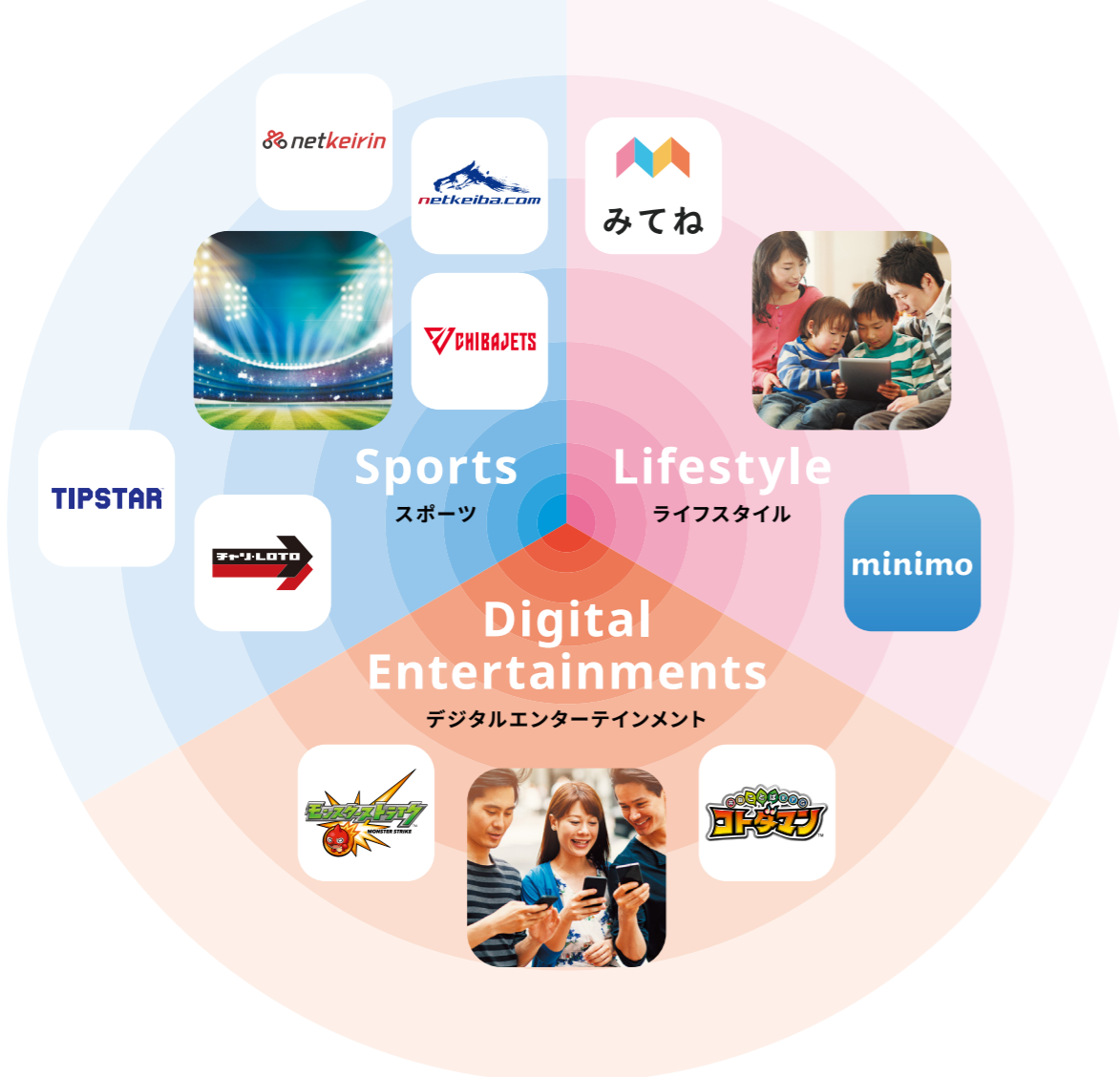
エンタメ×テクノロジーの力で、世界のコミュニケーションを豊かにするサービスの創出を目指しています。

ミクシグループは、友だちや家族といった親しい人々とのコミュニケーションを活性化する、様々なサービスを開発・提供しています。現在、スポーツ・ライフスタイル・デジタルエンターテインメントの3セグメントで事業を展開しており、それぞれの主な事業内容は次の通りです。

スポーツ事業: プロスポーツチーム運営および公営競技ビジネスの推進

ライフスタイル事業: インターネットを活用し、人々の生活に密着したサービスの提供

デジタルエンターテインメント事業: スマホゲームを中心としたゲームの提供

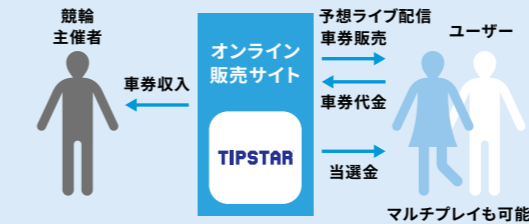


主要サービスのビジネスモデル

スポーツ事業

TIPSTAR

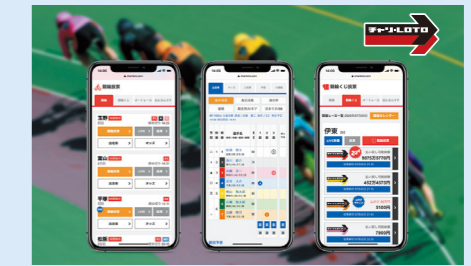
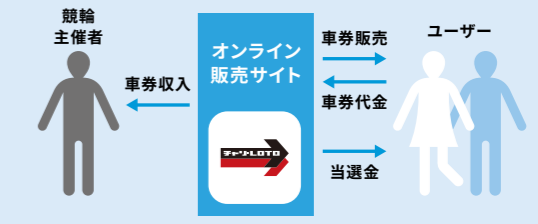
「TIPSTAR」サービス概要



競輪・オートレースを、出演タレントの予想トークとともにライブ観戦し、ネット投票を楽しめるスポーツベッティングサービスです。サービス内通貨「TIPマネー」を用いた有料でのベット以外に「TIPメダル」を使えば完全無料でレースにベットが可能です。国内ベッティングサービスで唯一、友だちと一緒に楽しめるのが特長で、タレントや一般ユーザーの予想に「のっかりベット」ができるなど、エンターテインメント性の高さも魅力です。

チャリ・LOTO

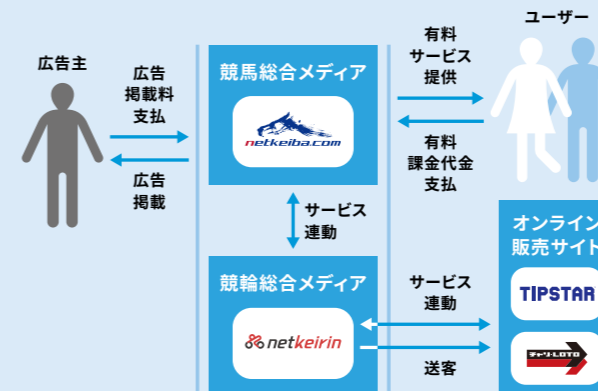
「チャリロト」サービス概要



競輪・オートレース車券のオンライン販売サイト「チャリロト.com」を運営するほか、リアルでも車券を購入できる「チャリロトプラザ」を、競輪場や場外車券場など全国で31店舗展開中です。これらノウハウも基にしつつ、自治体から競輪場の運営を受託した包括運営事業者（玉野競輪場・高松競輪場）、そして施設を所有・運営する施設所有者（富山競輪場・伊東温泉競輪場）の立場での安定収益の確保、さらには地域の新たなエンターテインメント拠点としても施設を活用し、地方創生とともに競輪市場でのプレゼンスを高めていきます。
※2021年8月現在

netkeiba.com netkeirin

「netkeiba.com/netkeirin」サービス概要



1999年より提供中の「netkeiba.com」は、現在、月間ユーザー約1,300万人を数える国内最大級の競馬総合メディアで、最新レース情報や競走馬・騎手のデータベースなどコンテンツが豊富です。有料のプレミアムコースでは、「JRA全レース映像」など多彩なサービスを楽しめます。2020年には、この運営ノウハウを活かし姉妹サイトの競輪総合メディア「netkeirin」もスタートしました。これら2つのメディアは相互アクセスが簡単なおうえ、「netkeirin」では「TIPSTAR」「チャリロト.com」とも連動しており、公営競技ファンの拡大につなげています。

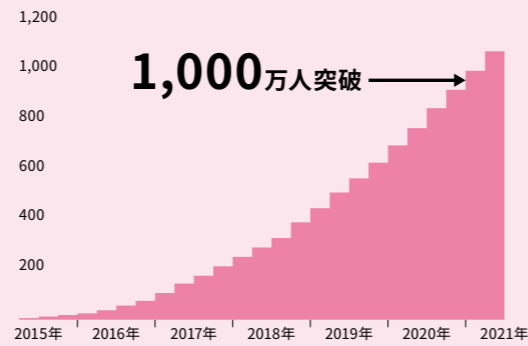
ライフスタイル事業

みてね

家族向け写真・動画共有アプリ「家族アルバムみてね」



「家族アルバムみてね」累計利用者数（単位：万人）



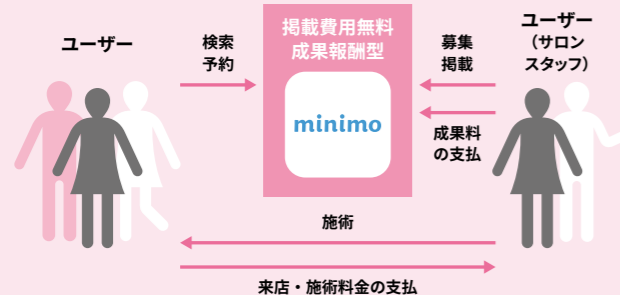
パパとママが撮った子どもの大切な写真や動画を、祖父母や親戚など招待した家族だけにリアルタイムで共有できる、写真・動画アプリです。無料・無制限で写真や動画をアップロードでき、家族みんなで楽しくコミュニケーションできるとご好評いただいています。2015年4月にサービスを開始し、2017年7月には英語対応を開始しました。現在は7か国語でご利用いただけ、2021年3月に利用者数が1,000万人を突破しました。

収益化を着実に推進

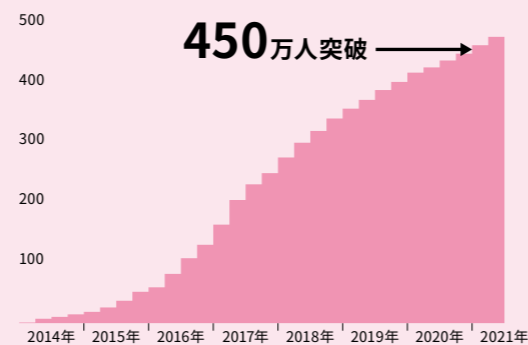
2019年4月に従来のサービスよりも利便性を向上した月額課金制のプレミアムサービスを提供。また同年6月にスマホフォトプリント事業などを手掛ける株式会社スフィダントを子会社化し、同社のノウハウを活かした「みてね年賀状」の提供を開始し、収益化を前進させました。さらに、同社のフォトギフトサービス「OKURU」との連携により、母の日・父の日ギフトサービスや子ども向けギフトECサービスなど、「みてね」の写真を使用したギフトをオーダーできるサービスを提供することで、収益化の機会を拡大させました。今後も「みてね」のユーザーアセットを組み合わせ、新しい価値を提供し、事業を強化していきます。

minimo

サロンスタッフ直接予約アプリ「minimo」



「minimo」累計利用者数（単位：万人）



24時間いつでも、お客さまが美容師やネイリスト、アイデザイナーなどのサロンスタッフ個人を直接予約できるアプリで、2014年1月にサービスを開始しました。従来のサロン単位の予約ではなく、サロンスタッフを直接、予約でき、お客さまが選んだスタッフと事前に希望のスタイルについて相談や質問ができるのでミスマッチを防げます。お客さま、サロンスタッフ双方にご好評いただき、2020年12月に累計450万ダウンロードを突破しました。

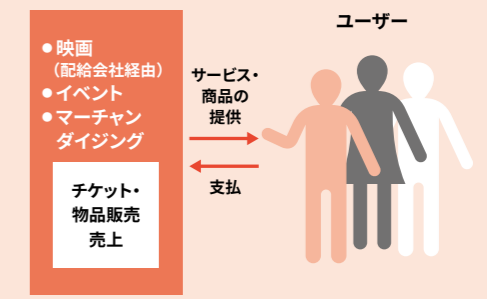
デジタルエンターテインメント事業



ひっぱりハンティングRPG「モンスターストライク」

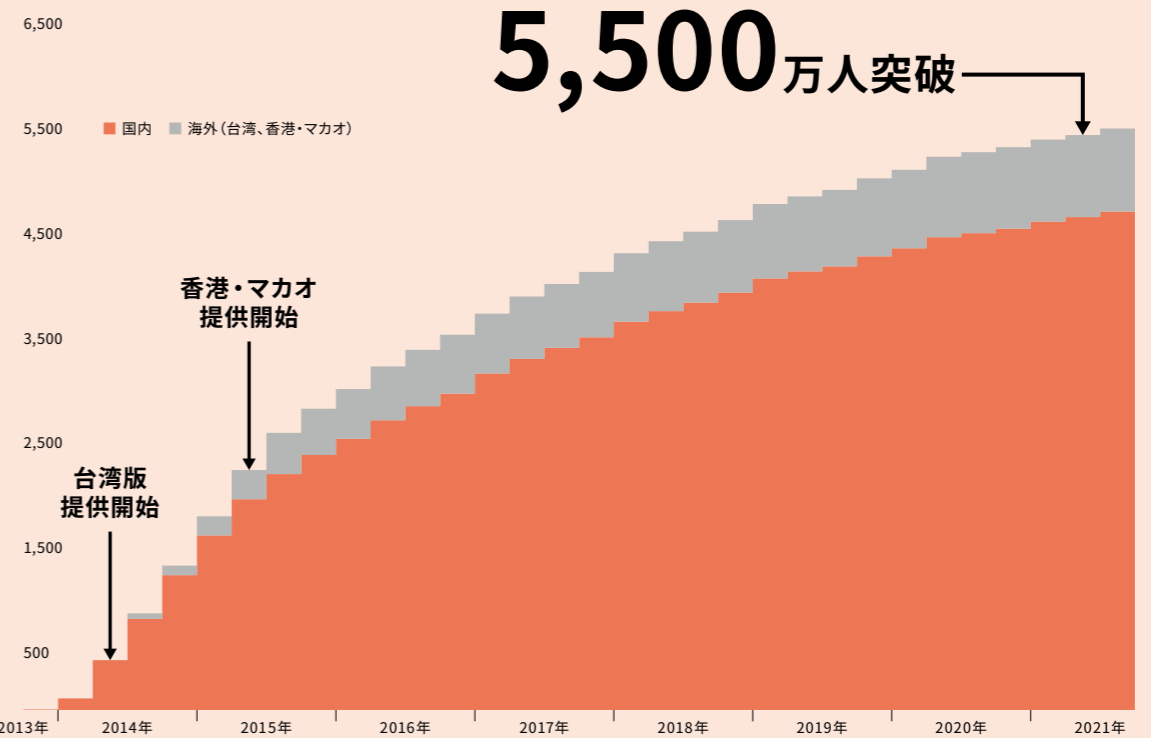


「モンスターストライク」関連事業



「モンスターストライク」世界累計利用者数推移

（単位：万人）



一緒にいる友だちと最大4人まで同時に遊べる協力プレイ（マルチプレイ）が特徴の、誰でも簡単に楽しめる爽快アクションRPGです。2013年10月より日本国内で配信を開始し、現在では、台湾、香港・マカオにおいても提供しています。アプリの枠に留まらず、マーチャンダイジング、リアルイベント、動画配信など、多岐にわたるメディアミックスを展開しています。2021年4月には世界累計利用者数が5,500万人を突破しました。

お客さまのコミュニケーションを豊かにして、
新たな文化の創造を目指します。

ステークホルダーの
皆さまへ

challenge



ミクシィが世界に提供する価値＝ コミュニケーション

当社グループは「エンタメ×テクノロジーの力で、世界のコミュニケーションを豊かに」を中期経営方針として掲げ、人に思わず言いたくなってしまふような驚きのあるサービスの創出を目指しています。エンターテインメント領域にフォーカスするのは、ゲームやスポーツなどのコンテンツは、その魅力や感動を人と共感し合うことで、より豊かな体験を提供できると考えたからです。

AIをはじめとするITの技術革新は、ドッグイヤーで進んでいます。だからこそ今は、人と人とのコミュニケーションや文化創出など「人間らしさ」がより強く求められる時代だと言えるでしょう。コミュニケーションとは酸素のようなもので、なくなると人は生きていきません。人が生きていくうえで欠かせないコミュニケーションこそが、私たちが提供する価値なのです。

コミュニケーションへのニーズは、コロナ禍で一気に表面化しました。自粛ムードが漂う中で、暗い気持ちを吹き飛ばそうとエンターテインメントを求める熱量も高まっているのを感じます。

今こそしっかりと準備を行い、今後の当社グループの大きな成長につなげていきます。

株式会社ミクシィ
代表取締役社長
木村 弘毅

2021年3月期は 5年ぶりの増収増益で着地

2021年3月期は、5年ぶりに増収増益となり、修正業績予想に対して利益は大きく上回って着地できました。

スポーツ事業は、前期に連結した株式会社チャリ・ロト、株式会社ネットドリーマーズの売上伸長と、共遊型スポーツベッティングサービス「TIPSTAR」の売上が加わったことで増収となりました。加えて、さらなるグループ成長に向け、「TIPSTAR」と競輪総合メディア「netkeirin」との連携や、英国風パブ「HUB」を運営する株式会社ハブとの資本業務提携のほか、スポーツ動画配信サービス「DAZN」のセールスエージェントパートナーとなるなど、仲間とスポーツ観戦を楽しめる「場」の拡大を推進しています。



共遊型スポーツベッティングサービス「TIPSTAR」

ライフスタイル事業では、「家族アルバム みてね」が好調です。ユーザー数は1,000万人を突破し、売上拡大のための土台を着実に積み上げています。サロンスタッフ直接予約アプリ「minimo」は、コロナ禍により期初は予約件数が落ち込んだものの、その後、大きく伸び、前年を上回っています。

またデジタルエンターテインメント事業では、「モンスターストライク」や「共闘ことばRPG コトダマン」において積極的なIP (Intellectual Property: 知的財産) とのコラボの推進や、「モンスターストライク」の広告宣伝費を効率化したことで、売上は期初計画を大きく上回り、大幅な増益を達成できました。



アニメ「進撃の巨人」コラボ



「エヴァンゲリオン」コラボ

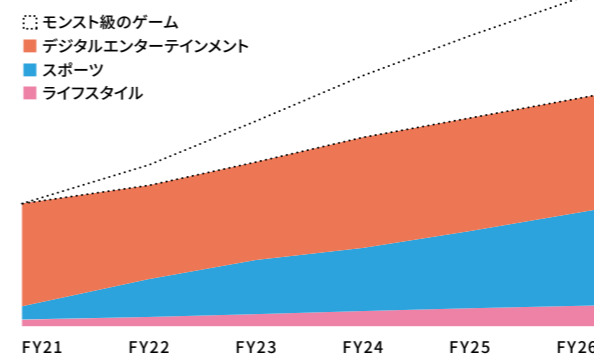


アニメ「鬼滅の刃」コラボ

シナジーを重視したM&Aで 経営成長を加速

新たに策定した中期経営方針「エンタメ×テクノロジー」の力で、世界のコミュニケーションを豊かに」のもと、売上規模を拡大しつつ事業ポートフォリオの転換と拡大に取り組みます。

事業ポートフォリオの転換と拡大



当社グループの次の収益の柱となることを目指すスポーツ事業では、積極的な投資を行い3年以内の黒字化を達成します。公営競技においては、配信するコンテンツを充実させるとともに、「TIPSTAR」をみんなで楽しめる共遊型のスポーツベッティングとしてブラッシュアップを進めます。当社グループのIT技術を活用したDX (デジタルトランスフォーメーション) の推進で、女性や若者を中心とする新たなファン層を開拓し、日本発の世界的なスポーツである競輪をターンアラウンドさせたいと考えています。また、競輪場の運営、プロスポーツチームのアリーナ建設など、リアルとデジタルを融合させた投資で、ハイブリッドなコミュニケーション価値を高めたサービスを提供していきます。

ライフスタイル事業では、「家族アルバム みてね」の海外でのマーケティング施策とマネタイズ手段の多様化に取り組み、世界中でユーザー数の増加と売上の拡大を目指します。2021年4月に発売を開始した自律型会話ロボット「Romi」については、「ペットのように癒やし、家族のように理解してくれる」AIサービスとして独自のポジション獲得に向けて、事業を進めています。



ご家族の記憶に残るおくりもの体験をお届けする子ども向けギフトECサービス「みてねギフト」



自律型会話ロボット「Romi (ロミイ)」

デジタルエンターテインメント事業の「モンスターストライク」は、「IPの長寿化」のための施策を実施します。「みんなでワイワイ楽しむ」という本質的な価値を体現する新しいゲーム体験を創出するとともに、スピンオフ作品のリリースにより「モンスト経済圏」の拡大を図ります。一方、新規タイトルでは、当社グループが得意とする「ソーシャルおよびマルチプレイ」にフォーカスした厳選タイトルで、「モンスト級」のホームランを常に狙っていきます。

さらに、当社グループでは引き続き、注力事業の成長に向けたシナジー効果のあるM&Aや出資など積極的に投資を行っていきます。現経営体制に移行した2018年6月以降、当社グループは、4社1事業、合計約240億円のM&Aを実施し、各社・各事業を大きく成長させてきました。また各社と当社のアセットを掛け合わせ、「TIPSTAR」をはじめ、複数のシナジー事業を立ち上げており、M&Aの活用で経営成長をスピードアップできていると自信を深めています。

魅力あるスポーツ市場を開拓する ソーシャライズ戦略

当社グループが現在フォーカスしているマーケットがスポーツです。「1点入った、入れられた。勝った、負けた」で一喜一憂して、テンションが上がってハイタッチをするような世界観は替えがきません。いろいろなエンターテインメントがありますが、みんなが一気に元気になる感じは、スポーツにおいて他にはないものです。

スポーツは、将来の収益の柱となる事業を創出するのに最適な市場だと考えています。規模が大きく、成長余地があり、なおかつサステナビリティの高い市場だからです。

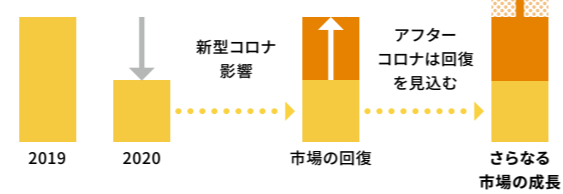
当社グループにおけるスポーツ事業は、プロスポーツチーム経営などの事業と公営競技関連事業から構成されています。前者のスポーツ観戦市場は、DXによりスポーツファンの熱量を盛り上げる新しい楽しみ方を提案することで、アフターコロナにおいて大きなビジネスチャンスをもたらすに違いありません。現在、Bリーグの千葉ジェッツのオーナーとなり経営に携わっていますが、将来はアリーナやスタジアムの運営にも進出し、新たなコミュニケーションの場をつくりたいという強い思いを持っています。公営競技市場は、コロナ禍でもオンラインに牽引されて高い成長率を誇っており、すでに大きな市場がDXによりさらに成長していく、非常にエキサイティングな環境にあります。



©B.LEAGUE 「B.LEAGUE FINALS 2020-21」で優勝した「千葉ジェッツ」

スポーツ観戦市場の成長性

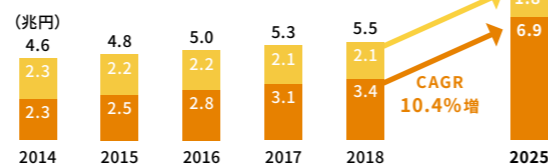
- 特にスポーツ観戦は新型コロナの影響大
- DXにより新たな楽しみ方を提案し、アフターコロナにおける市場拡大へ



公営競技市場の成長性

- 市場全体が成長している魅力的な市場
- オンラインが牽引し、高い成長率を誇る

国内公営競技市場(兆円)GMVベース
■ オフライン ■ オンライン



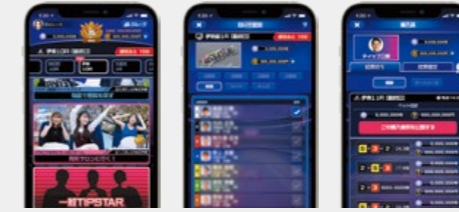
※自社調査による

また、サステナビリティもスポーツ事業に取り組む大きな意義です。野球・サッカーなどのプロスポーツは、昔から国民的文化として根付いています。また公営競技は、雇用などの面で地域経済を支えるとともに、財源としても地方自治体に欠かせません。当社グループでは、競輪場やプロスポーツチームの運営を通して、地方創生への貢献を進めています。

スポーツ市場に挑む当社グループの差別化戦略、それがソーシャライズ戦略です。一人で楽しむパーソナライズではなく、SNS「mixi」や「モンスターストライク」、「家族アルバム みてね」などで培ってきた、「友だちや家族とのコミュニケーションを創出する」ソーシャライズのノウハウをスポーツ市場に展開することで、独自のポジションを確立し、シェアを拡大していきます。「TIPSTAR」は、ベッティングサービスの中で唯一、友だちと一緒に楽しむ体験を提供しています。また、スポーツ観戦を楽しめる場を簡単に探し出し、スポーツコンテンツを肴に気の合う仲間と飲食店等で盛り上げられる唯一無二のサービス「Fansta」も2021年4月にスタートしました。先進的な海外のスポーツビジネスにも目を向けながら、未来の市場を開拓します。

ソーシャライズ戦略

- 友だちと楽しむ唯一の「ソーシャル」ベッティングサービス



TIPSTAR

- 「ソーシャル観戦」スタイルで最高空間&瞬間をシェアできる唯一のサービス
- お店等でのライブビューイングで楽しむ



Fansta

バイラルマーケティングのノウハウを継承

当社グループが、「エンタメ×テクノロジー」で世界が元気になるコミュニケーションサービスを提供するには、AIやブロックチェーンに関する技術を磨いていかなければなりません。すでにAI技術は、競輪のライブ配信の編集などに活かされ、当社グループの優位性となっていますが、サッカーや野球といった、より複雑な競技の演出、そしてスポーツベッティングサービスへの活用を見据えて、さらに高めていきます。また、新事業を成長させるには、人財、特にエンジニアリングリソースの確保が、重要な経営課題となります。今後、スポーツをはじめとする新領域に関わる人財を積極的に受け入れていきます。新しい仲間たちに、バイラルマーケティングでサービスを拡大させるノウハウをしっかりとインストールし、企業文化として継承する考えです。



生きることに必要な文化を 創造する企業へ

テクノロジーや様々な国の制度設計、法律といった文明の進歩だけで、本当に豊かな人生を送れるのでしょうか？当社グループはテクノロジー系の企業ですが、文明を進歩させるよりも、文明を使って人々の精神や心に関わる文化を創造する企業でありたいのです。スポーツ・ゲーム・ソーシャルネットワークなどを通して、特に家族や友人とのつながりから広がる文化的側面を豊かにしていく企業を目指します。日本国憲法第二十五条第1項には「すべて国民は、健康で文化的な最低限度の生活を営む権利を有する。」と書かれています。文明だけではなく文化的でなければ、そもそも生きる権利が満たされないのです。憲法でも謳われる文化の創造に、スポーツ・ライフスタイル・デジタルエンターテインメントの3事業を軸として胸を張って取り組み、さらなる成長に挑戦していきます。

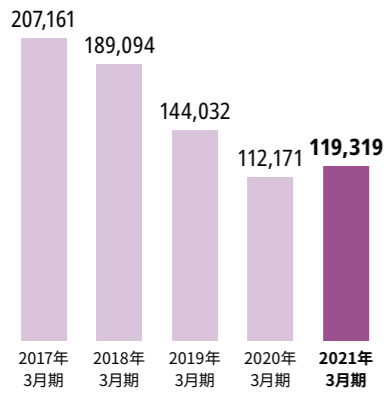
ステークホルダーの皆さまにおかれましては、今後ともご支援くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

2021年8月
株式会社mixi
代表取締役社長

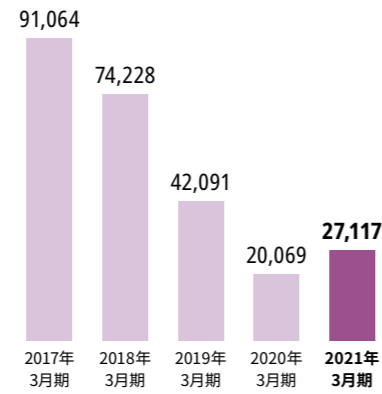
木村弘毅

財務ハイライト

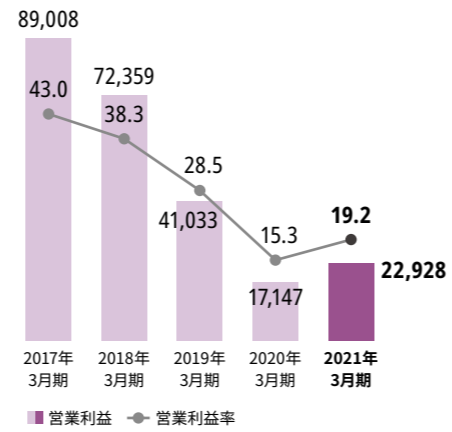
売上高(百万円)



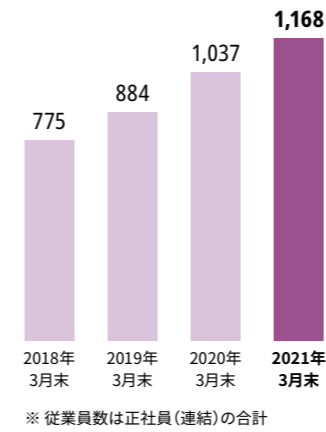
EBITDA(百万円)



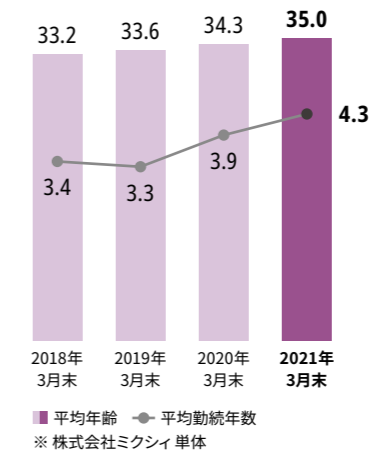
営業利益(百万円) / 営業利益率(%)



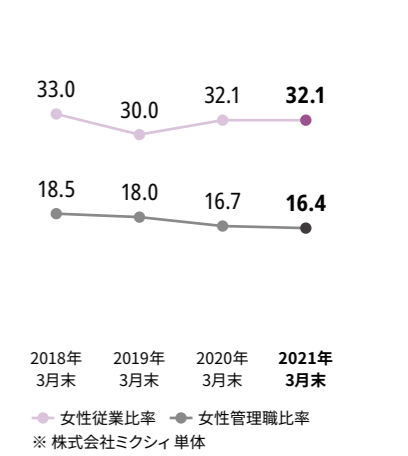
従業員数(人)



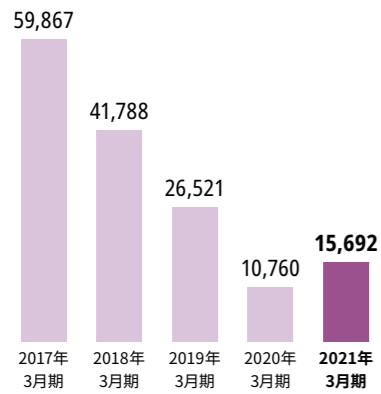
平均勤続年数(年) / 平均年齢(歳)



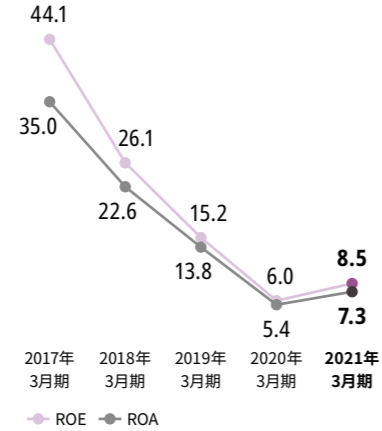
女性従業員比率(%) / 女性管理職比率(%)



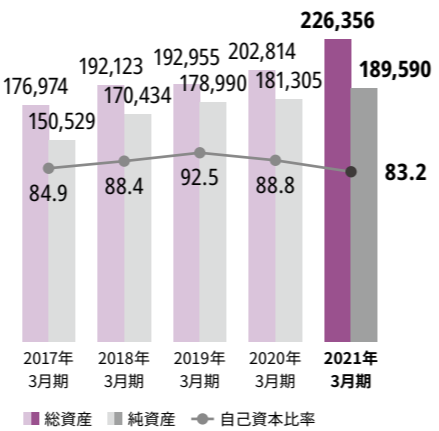
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)



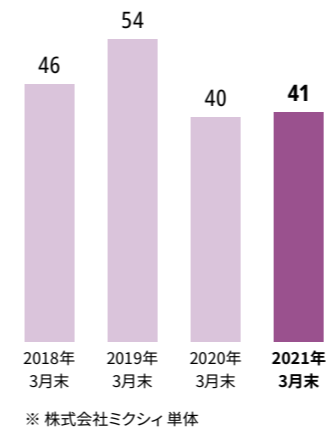
ROE(%) / ROA(%)



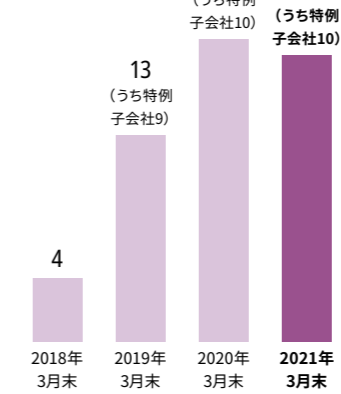
総資産(百万円) / 純資産(百万円) / 自己資本比率(%)



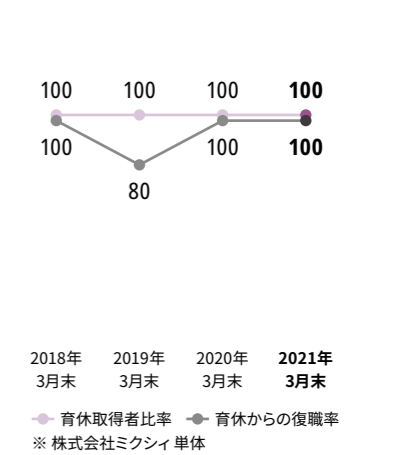
外国人従業員数(人)



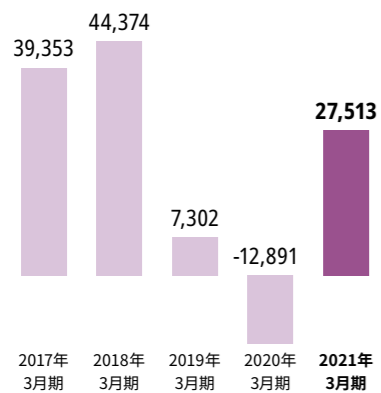
障がい者数(人)



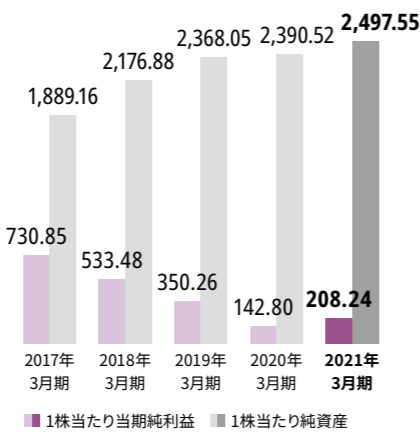
育休取得者比率(%) / 育休からの復職率(%)



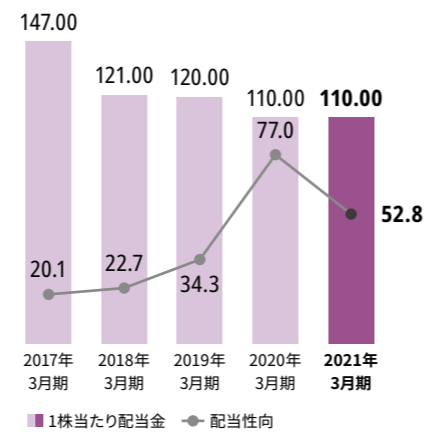
フリー・キャッシュ・フロー(百万円)



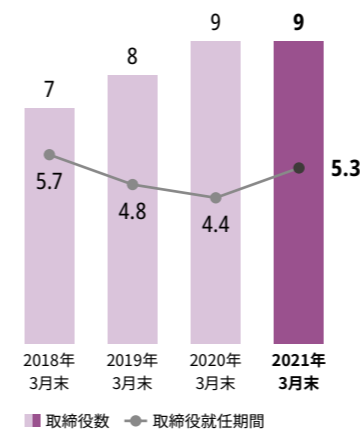
1株当たり当期純利益(円) / 1株当たり純資産(円)



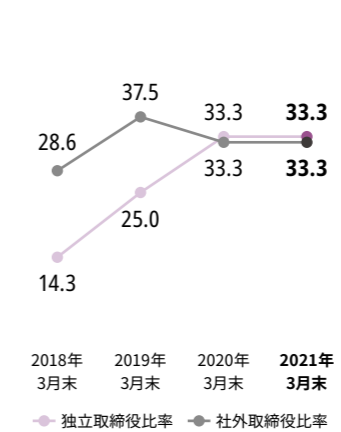
1株当たり配当金(円) / 配当性向(%)



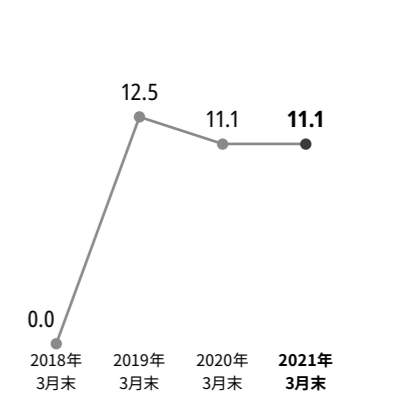
取締役数(人) / 取締役就任期間(年数)



独立取締役比率(%) / 社外取締役比率(%)



女性取締役比率(%)



非財務情報

積極的な
事業投資を展開し
事業ポートフォリオの
転換と拡大を
推進します。

ミクシグループの
財務戦略



株式会社ミクシ
取締役CFO
大澤 弘之

2021年3月期 連結業績の概要

2021年3月期の連結業績は、売上高119,319百万円(前期比6.4%増)、EBITDA(償却前営業利益)27,117百万円(同35.1%増)、営業利益22,928百万円(同33.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益15,692百万円(同45.8%増)となりました。5期ぶりに増収増益となり、2020年11月6日付の修正業績予想に対しても、売上高はほぼ予想どおり、利益は予想を大きく上回りました。

2021年3月期 連結業績サマリ

(百万円)	19/3月期	20/3月期	21/3月期	前期比 増減率
売上高	144,032	112,171	119,319	6%
売上総利益	123,808	90,878	93,310	3%
売上総利益率	86.0%	81.0%	78.2%	
販売費及び一般管理費	82,774	73,730	70,381	-5%
販売管理費率	57.5%	65.7%	59.0%	
EBITDA	42,091	20,069	27,117	35%
営業利益	41,033	17,147	22,928	34%
営業利益率	28.5%	15.3%	19.2%	
経常利益	41,120	16,915	23,019	36%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	26,521	10,760	15,692	46%

2021年3月期 販売費及び一般管理費の内訳

(百万円)	19/3月期	20/3月期	21/3月期	前期比 増減率
販売費及び一般管理費	82,774	73,730	70,381	-5%
人件費	6,067	7,347	8,120	11%
広告宣伝費	24,419	19,556	16,033	-18%
外注費	4,946	6,643	5,214	-22%
支払地代家賃	1,508	3,144	3,253	3%
決済手数料	40,842	29,619	29,897	1%
減価償却費	814	1,880	2,662	42%
のれん償却額	—	622	1,063	71%
租税公課	837	571	787	38%
その他	3,337	4,344	3,347	-23%

※2019年10月31日に行われた株式会社千葉ジェッツふなばしとの企業結合と2019年11月29日に行われた株式会社ネットドリーマーズとの企業結合について、2020年3月期において暫定的な会計処理を行っていましたが、2021年3月期に資産・負債への取得原価の配分が完了したことに伴い、遡及修正後の数値を用いて比較分析を行っています。

2021年3月期 セグメント別業績の概要

■スポーツ事業の概要

プロスポーツチームの経営と公営競技関連事業を行う当事業の売上高は12,699百万円(前期比145.3%増)、セグメント損失は5,347百万円(前期はセグメント損失2,769百万円)となりました。

これは主に連結子会社であるチャリ・ロト社およびネットドリーマーズ社の伸長に加え、2020年6月にローンチした「TIPSTAR」の成長によるものです。

また、2020年12月にはMAU1,000万を超える「netkeiba.com」の姉妹サイト「netkeirin」をリリースしました。競輪総合メディアとして早期の収益化を図るとともに、「TIPSTAR」との連携を強化し、さらなる成長を目指します。

■ライフスタイル事業の概要

SNS「mixi」、家族向け写真・動画共有アプリ「家族アルバムみてね」、サロンスタッフ直接予約アプリ「minimo」を中心とする当事業の売上高は6,030百万円(前期比21.7%増)、セグメント損失は398百万円(前期はセグメント損失620百万円)となりました。

マネタイズ手段が多様化してきた「家族アルバムみてね」では、ギフトサービスの展開や年賀状アプリ「みてね年賀状」が好調で、収益化への道筋が見えてきました。「minimo」は、新型コロナの影響で期初は予約件数が落ち込みましたが、その後、前期を上回る水準まで回復し、増収増益となっています。

focus

■デジタルエンターテインメント事業の概要

「モンスターストライク」を主力とする当事業の売上高は100,590百万円(前期比1.4%減)、セグメント利益は44,764百万円(同33.6%増)となりました。

「モンスターストライク」は、積極的なコラボが奏功し、売上水準を前期並みに維持しつつ、広告宣伝費の見直しを行うなど効率化を進めた結果、増益を達成しました。

また、「共闘ことばRPG コトダマン」も人気IPとのコラボなどにより、四半期売上は10億円を超え、通期で大幅な増収を達成しました。

セグメント別業績サマリ

(百万円)	20/3月期	21/3月期	22/3月期予想
セグメント売上高			
スポーツ事業	5,177	12,699	25,000
ライフスタイル事業	4,954	6,030	7,000
デジタルエンターテインメント事業	102,040	100,590	83,000 ~88,000
セグメント利益*			
スポーツ事業	-2,769	-5,347	
ライフスタイル事業	-620	-398	
デジタルエンターテインメント事業	33,498	44,764	

※2021年3月期より報告セグメントの名称と区分方法を変更しているため、新セグメントによる業績開示は2期分となります。また、事業セグメントの利益の測定方法は、減価償却費及びのれん償却額を考慮しない営業利益ベースの数値(EBITDA)としています。

中期経営方針と

2022年3月期連結業績予想の前提

当社は、中期経営方針「エンタメ×テクノロジーの力で、世界のコミュニケーションを豊かに」のもと、スポーツ事業へ積極的な投資を行い、中期的に第二の収益の柱へと成長させることで、グループ全体でより安定的・サステナブルな事業ポートフォリオへの転換と拡大を進めています。

スポーツ事業では、「TIPSTAR」の成長を加速させます。2021年4月のアップデートに加え、マルチプレイ機能の強化を図ります。その後、積極的なマーケティング投資により、ユーザー数の拡大とともに大幅な増収を狙っていきます。

ライフスタイル事業は、特に「家族アルバム みてね」の売上規模のさらなる拡大により、国内既存事業の黒字化を図るとともに、本格的な海外展開に着手します。

デジタルエンターテインメント事業では、「モンスターストライク」において、引き続き有力IPとのコラボや、テレビCMなどによる年間を通じたブランディングを推進することで、新規を含むユーザーへの訴求を強化します。こうした話題性の高い施策の投入により売上のアップサイドを狙うとともに、広告宣伝費の最適化などコストの効率化に取り組みます。また、「コトダマン」については、人気IPとのコラボをきっかけにご登録いただいた新規ユーザーに長く楽しんでもらえるよう、ゲームそのものの改修を行い、さらなる成長を目指していきます。

2022年3月期 連結業績予想

(百万円)	FY2022通期(2021年4月~2022年3月)
売上高	115,000~120,000
EBITDA	14,000~17,000
営業利益	12,000~15,000
親会社株主に帰属する当期純利益	8,500~10,000

※事業のボラティリティを鑑み、2022年3月期より業績予想をレンジで開示しています。

M&Aおよび出資を強化

当社グループは、「既存事業とのシナジーの創出」が見込めるM&Aや出資を積極的に行うことで、注力事業の成長の加速と事業実現の確度向上を推進しています。

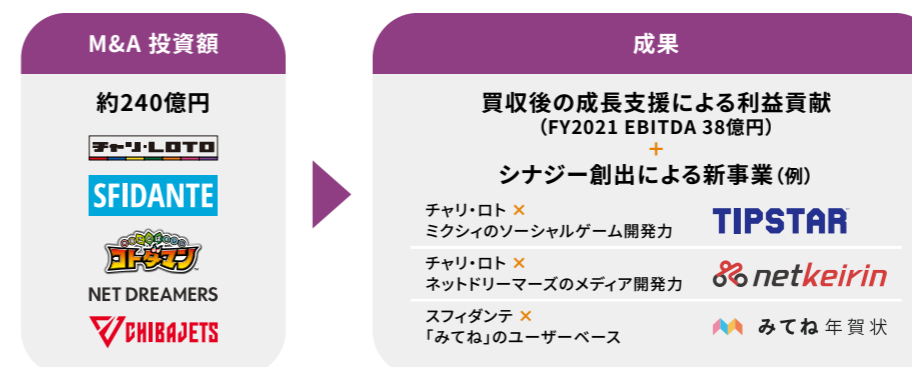
2019年以降の実績では、5件(4社、1事業)合計で約240億円のM&Aを実施してきました。

グループ化以降は、共に事業戦略を検討し、各種施策を進め、2021年3月期にはEBITDAベースで38億円の利益に寄与するなど、各社・各事業を大きく成長させることができました。また、当社アセットとの掛け合わせにより、「TIPSTAR」や「みてね年賀状」など、複数のシナジー事業を創出できています。

これは、「投資事業推進本部」を中心に、リサーチからPMI、バリュアアップまでを一貫して実施しているからであり、今もまさに経験値を蓄積しています。今後も、さらなる成長に向けた投資を推進したいと考えており、大規模な案件も検討していきます。その際は、手元資金による投資に加え、借入など財務レバレッジも視野に入れていきます。

投資にあたっては、単体での収益をベースとした投資回収の検証はもちろん、シナジーによるさらなるアップサイド創出の可能性を意識しています。特に、積極的に投資を行っているスポーツ事業の収益性については、スポーツ観戦や公営競技など巨大市場で新たな体験価値を創出すれば、長期間にわたり大きな収益を積み上げることができると考えています。

直近のM&A実績



株主還元と今後の投資

当社グループは、安定的な株主還元を継続しながら、M&Aを含めた投資を推進しています。2022年3月期の年間配当金は株主資本配当率(DOE)5%を基準に、2021年3月期実績と同じく1株当たり110円を予定しています。また、2021年5月の取締役会において、資本効率の向上と機動的な資本政策の遂行に向け、75億円の自己株式の取得を決議しました。

取得した自己株式については、一定水準は保有し、ストック・オプションに活用するほか、株式交換によるM&Aや新たに加わった株式交付など積極的な活用を検討していきます。

運転資金については、デジタルエンターテインメント事業のボラティリティや公営競技事業における収支サイトのギャップを埋めるため、ある程度、厚めに持っておく必要がありますが、それを除く手元資金や自己株式は、M&Aを中心とした投資に積極的に活用する考えです。

事業ポートフォリオの転換と拡大を進める中で、「投資の狙い」「新たに展開するビジネスモデルの特徴」「各事業の財務状況を俯瞰できる主要指標」などについて、ステークホルダーの皆さまに分かりやすくご報告できる体制の構築に努めていきます。引き続きのご支援を、お願い申し上げます。

ミクシグループは、友人や家族といった親しい間柄のコミュニケーションに価値があると考えています。「ユーザーサプライズファースト」を企業理念とし、ユーザーの皆さまの想像や期待を超える、驚きのあるコミュニケーションサービスの創出を目指しています。

当社グループは、「エンタメ×テクノロジー」の力で、世界のコミュニケーションを豊かに」を中期経営方針に掲げ、その実現に向けて、以下3つの領域をESG活動の根幹と位置付けています。

経営基盤の整備:

優秀な人財の確保と育成を中心とした経営基盤の整備

サービスの安全・安心を担保する活動:

ユーザーの皆さまに当社のサービスを安全・安心して利用いただくための取り組み

事業を通じた社会課題の解決:

エンタメとテクノロジーのノウハウを活かした取り組みで社会課題の解決に貢献

「豊かなコミュニケーション」を世界の皆さまにお届けするために、必要な能力やスキルを持つ優秀な人財を確保・育成するとともに、提供サービスの安全・安心の担保が必須であると考えています。社会課題の解決に対しては、エンタメとテクノロジーのノウハウを活かせる活動を中心に真摯に対応し、社会の一員としての責任を果たしていきます。

ミクシグループは、これからも、親しい人同士のコミュニケーションを豊かにすることで、新たな体験価値・経済圏・文化を創出するとともに、社会課題の解決への貢献と持続的な企業価値の向上に努めます。

ミクシグループの
ESG

harmony

ミクシグループのESG活動と対応するSDGs目標

活動領域	ESG領域*	主な取り組み	対応するSDGs目標
経営基盤の整備	S P.24-25	優秀な人財の確保と育成	4 質の高い教育をみんなに、5 働きがい、経済成長、女性活躍、8 持続可能な産業を創出、9 持続可能な産業を創出
	G P.29-38	社会の要請や事業環境の変化に柔軟に対応できるガバナンス体制の構築 コンプライアンスおよびリスクマネジメントの強化	16 公正な裁判と法の支配
サービスの安全・安心を担保する活動	S P.26	安全・安心なネット社会の実現への貢献	3 気候変動に具体的な対策を、9 持続可能な消費と生産、12 持続可能な消費と生産
		未成年者の高額課金問題への対策	
		ゲーム・ギャンブル依存症への対策	
事業を通じた社会課題の解決	E P.28	公営競技施設での環境負荷低減	12 持続可能な消費と生産、13 気候変動に具体的な対策を、15 陸の豊かさを守ろう
	S P.27-28	人々の心を癒す／人々を見守るコミュニケーションサービスの提供	3 気候変動に具体的な対策を、9 持続可能な消費と生産
		IT業界の発展とIT人財の育成への貢献	4 質の高い教育をみんなに、9 持続可能な消費と生産、8 持続可能な産業を創出
		スポーツ事業への投資を通じた地方創生	3 気候変動に具体的な対策を、11 持続可能な都市とコミュニティを創出

※ E=環境 S=社会 G=コーポレート・ガバナンス

経営基盤の整備 優秀な人財の確保と育成

ミクシグループは「豊かなコミュニケーション」の提供に向け、優れた人財をグループに迎えて育て上げ、誰もが働きやすい環境や制度の整備にも努めています。



人事担当役員メッセージ ミクシグループの 従業員にとって最も大事なものは、 ユーザーの期待を超える プロダクトづくりです。

株式会社ミクシ
執行役員 人事本部長
柳本 修平

すべては従業員の自主性と自律性から

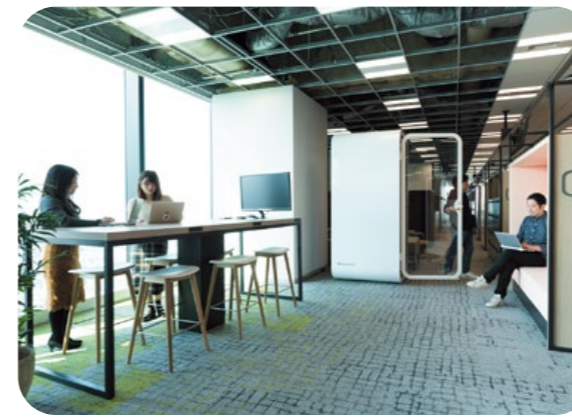
ミクシの企業理念である「ユーザーサプライズファースト」。重要なのは単にユーザーファーストではなく、「サプライズ」を第一に考えることです。ユーザーの想像や期待を大きく超え、時代を代表するプロダクトづくりにチャレンジすることを、私たちは最も大切にしています。

「ユーザーサプライズファースト」を生み出すミクシの企業風土や職場環境は、従業員の序列に関係なく、性別や国籍などの区別もなく自由でオープン、フラットです。従業員一人ひとりが自主性と自律性に基づき、自由な発想でコミュニケーションを取り、意見交換しています。

企業文化として定着した1on1ミーティング

自主性と自律性、コミュニケーション重視の象徴的な事例が、従業員が同僚や上司と1対1で面談する「1on1(ワン・オン・ワン)ミーティング」です。これは人事施策ではなく、2007年頃から自然発生的に始まった仕組みで、今や企業文化としてすっかり定着しました。1on1は各部署が自主的に実施しており、各自の業務内容のほか、プライベートの相談なども話題に上ります。通常は上司と部下ですが、異なる部門の従業員、さらには役員・部長クラスを問わず、自由にミーティングできるのが大きな特長です。

全従業員が主体性を持って働けば生産性も上がり、いい仕事につながります。従業員たちは「好きなことやってるほうが、いい仕事できるよね」との想いを共通して抱いており、ミクシグループではこのモチベーションを維持・強化するため、働く環境や制度の整備にも力を入れています。



コミュニケーションを深め、 創造力の向上を促進するオフィス

オフィスは、企業ミッションである「フォー・コミュニケーション(すべてはコミュニケーションのために)」をコンセプトにデザインしました。「いちばん働きやすいのはオフィス」だと従業員が感じられる空間づくりに努め、各フロアに豊富なフリースペースを配置しています。従業員が気軽に集まってコミュニケーションを取り、リラックスしつつも仕事に集中できる環境を提供し、モチベーションと創造力のさらなる向上を促進しています。

「マールワークスタイル」で 多様な働き方を支援

2020年7月より、コロナ禍以降の新しい働き方として「マールワークスタイル」を試験導入しました。従業員が各自でオフィスワーク・リモートワークのいずれかを選び、生産性をさらに上げる施策です。本スタイルは「オフィスでの就業を基本に、リモートワークを活用した働き方」が原則です。これは豊かなコミュニケーションサービスの創出には、従業員同士のコミュニケーションも大切と考えるからです。将来に向けてワーケーション

といった場所を選ばない働き方の導入など、さらに「マールワークスタイル」を進化させ、多様で柔軟な働き方を支援します。

事業間で人事施策を最適化し、 企業価値を向上

今後、中期経営方針に沿って各事業を拡大するにあたり、これまでSNSやゲームで培ってきたコミュニケーションのノウハウを、スポーツ事業やライフスタイル事業でも活かしていく考えです。このとき、人事面での課題と考えるのが、事業間の連携時における人事施策の最適化です。バイラルマーケティングなど基本的な研修・育成は全社共通で人事部門が担当するものの、部門ごとに必要な専門スキルについては、各事業部で配置が始まったHRBP*で研修を実施し、最適な人財を早期に育成する体制を強化します。

また、事業の拡大にはM&Aも必要です。新たにグループの一員となった方々は、「ユーザーサプライズファースト」を一緒に考えてもらうパートナーとして位置付けています。シナジーの発揮で生まれる多様な事業には、自分のキャリアアップにつながるチャンスがたくさんあるので、そこに向けて各自がチャレンジし、企業価値を高めていける組織づくりを目指していきます。

*HRBP (human resource business partner) : 人事ビジネスパートナー。福利厚生や労務管理ではなく、企業戦略・事業戦略に基づいた人事施策を立案、実行する役割を果たす。

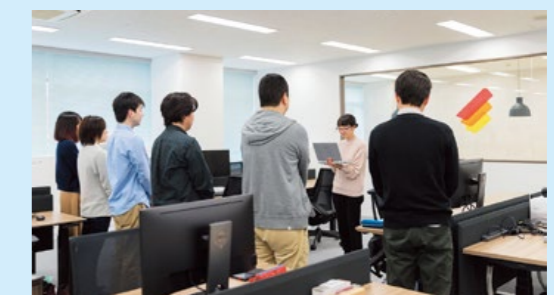
多様な人財の活躍を推進する(株)ミクシ・エンパワメント

障がい者の雇用機会の創出は、多様性を重視するミクシグループが果たす社会的責任のひとつとの認識のもと、2017年10月に障がい者雇用の特例子会社として株式会社ミクシ・エンパワメントを設立しました。

同社でも従業員の自主的・自律的な行動を重視し、障がいのある従業員の中からリーダーを選出し、業務の割り振り・進捗管理などを任せています。

同社は、データ作成・入力業務やアプリ開発における調査・品質保証業務、バックオフィスサポート業務など当社グループの重要な業務を担っており、なくてはならない存在です。今後も当社グループのサービス向上に

資する業務を推進し、グループの事業領域の拡大と企業価値の向上に貢献していきます。



従業員からリーダーを選び、自主的・主体的に業務に取り組む



サービスの安全・安心を担保する活動

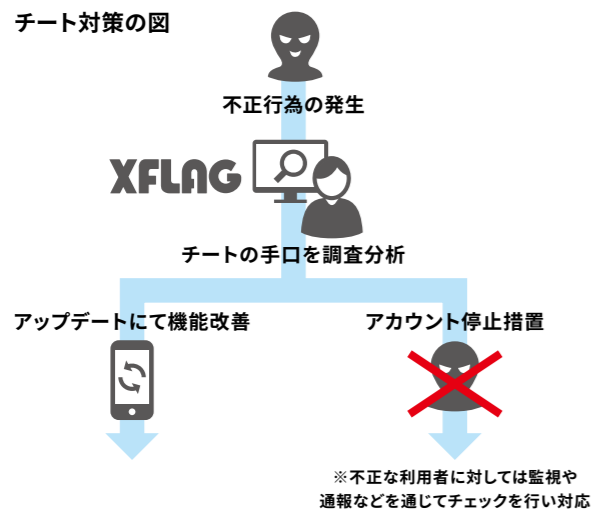
「豊かなコミュニケーション」を安全・安心に楽しむ。
同時に、ネット社会および提供サービスにおける安全・安心も担保する。
それらのために、注意喚起の活動と対策に注力しています。

安全・安心なネット社会の実現に貢献

インターネット、特にSNSの利用が、児童・生徒が事件や犯罪に巻き込まれるきっかけになったり、誹謗中傷やいじめの温床になるなど、トラブルが後を絶ちません。当社グループでは、提供サービスのシステム上でのセキュリティ・監視の強化と、中高生向けにSNSの適切な利用方法を解説する「情報モラル教室」実施の両輪により、皆さまが安全・安心にネットを利用できる環境を整備しています。

当社システムにおける監視では、専属のエンジニアを数名配置して不正行為を厳しく監視しています。情報モラル教室では、文字での情報発信がコミュニケーショントラブルや誹謗中傷とならないよう注意を促すほか、写真投稿に関しては、制服姿などは個人情報が特定できてしまったり、公開設定を友人のみに限定しても安心できないなど、犯罪の発生を未然に防止する啓蒙活動を行っています。これらの活動を通じて、児童・生徒が自ら危険回避を判断できるよう、目指しています。

チート対策の図



チート(cheat)：ゲームのデータやプログラムを改ざんして、正規の利用では本来できないこと(ゲーム内通貨やレアアイテムを不正に増やしたり、キャラクターのレベルを急激に上げるなど)を不正にできるようにする行為(警視庁HPより)

情報モラル教室

2017年～2021年7月末までの累計参加人数：1,437人

未成年者の高額課金問題への対策

子どもが、無断で保護者の決済手段を使ってゲーム内アイテムを購入するトラブルが発生しています。中には保護者が気付かないうちに高額な利用料となるケースも存在します。このような中で、当社は、未成年者の月額の利用金額の上限を15歳以下は5,000円、16歳以上19歳以下を20,000円とし、未成年の過度な利用を防止しています。また、業界団体と協力し、ゲームの安全な利用を啓蒙する「情報モラル講師」を育成するセミナーに協力し、OS付随の機能制限アプリなどで保護者による管理(ペアレンタルコントロール)機能の利用の重要性を訴求しています。

ゲーム依存症への対策

2019年5月、世界保健機関(WHO)は、ゲームのやり過ぎで日常生活が困難になる「ゲーム障害」を国際疾病分類として正式に認定し、2022年1月から発効します。このような中で、当社グループは、一般社団法人日本オンラインゲーム協会(JOGA)に協力し、ゲームの適切な利用方法を啓蒙するサイトの執筆や、安全・安心なゲームの企画・開発・運営のためのガイドラインの作成に協力しています。

ギャンブル依存症への対策

ギャンブルへの依存は、本人および家族の日常生活や社会生活に支障が生じるばかりか、多重債務や犯罪など重大な社会問題に発展する場合があります。当社グループでは、「ギャンブル等依存症対策基本法」に則り、「チャリット.com」ならびに「TIPSTAR」の公式サイトで注意喚起と相談窓口、セルフチェックツールを掲載しています。また、独自の取り組みとして、外部専門家を招いた勉強会を実施し、アプリの企画・開発・運用に関わる従業員がギャンブル依存症に対する知見を深めています。今後も、外部専門機関と密に連携し、必要な対策をタイムリーに実施して、ユーザーが健全に楽しく車券を購入できる仕組みづくりに努めます。

事業を通じた社会課題の解決

グループ全社が発揮する「エンタメ×テクノロジーの力」を活かして、
世界を取り巻く社会課題の解決に向け、貢献していきます。

人々の心を癒す／人々を見守る コミュニケーションサービスの提供

世界的な孤独・孤立の問題は、新型コロナウイルス感染症の流行が長期化する中で、さらに深刻さを増しています。当社グループは孤独・孤立に悩む方々を見守り、家族との絆を感じていただき、心を癒していただけるコミュニケーションサービスも数多く提供しています。

「家族アルバム みてね」

「家族アルバム みてね」は、招待した家族とだけ写真・動画を共有できるクローズドなSNSサービスです。特にコロナ禍では「みてね」を通じたコミュニケーション量が急増し、1週間で1回以上使うユーザーの割合は約8割となりました。

「みてね」は、IDやパスワードを登録せずに利用できるなど、高齢の方々にも簡単に使えるよう設計されています。家族同士で会えない状況の中で、「みてね」で子どもや家族の様子を日常的に共有し、絆を深める一助となっています。また、「みたよ履歴」は、家族同士で最終ログイン時間を確認し合い、お互いを見守る機能も果たしています。



家族向け写真・動画共有アプリ「家族アルバム みてね」

「みてねギフト」

「家族アルバム みてね」を通じて、子どもの年齢や成長に合わせた最適なギフトをRecommendするECサービス「みてねギフト」を展開しており、祖父母の皆さまに人気のあるサービスです。プレゼントが届いたら、それで遊ぶ子どもの様子を「みてね」に納めて家族で共有し、メッセージを送り合うことで、絆が深まるサービスとして活用されています。

「みてねみまもりGPS」

「みてねみまもりGPS」は、お子さまに小型・軽量のGPS端末を持たせるだけで、いつでもスマホアプリで位置情報を確認できる子ども用GPSサービスです。世界標準のGPS衛星や日本版GPS(みちびき)など、子ども向けGPS端末としては最大数となる5種類のGPSに対応し、業界最高品質の位置精度を誇ります。当サービスは今後、ご高齢の方々を見守り用途にも活用したいと考えています。

自律型会話ロボット「Romi(ロミイ)」

「Romi」は、あらかじめ返答が登録された一般的なコミュニケーションロボットとは異なり、当社独自開発の最新の会話AIにより、都度、会話を作り出しています。人間と話すように会話がができ、100種類以上の表情と動きにより感情表現も豊かで、オーナーをペットのように癒し、家族のように理解するロボットです。一人暮らしの方にとって、誰かと一緒に住んで見守られていると思える存在を目指します。



自律型会話ロボット「Romi(ロミイ)」

IT業界の発展とIT人材の育成への貢献

BIT VALLEY

AIやIoT技術の進展を背景に、幅広い産業でIT人材が求められ、多くのIT人材が不足すると予想されています。このような中、渋谷に拠点を置くIT企業4社*は、2018年7月に「BIT VALLEY」プロジェクトを発足しました。「企業の垣根を越えて、日本のIT産業の発展を後押しする」をビジョンに掲げ、IT人材の育成やITのモノづくりに携わる人の技術を底上げする施策に取り組んでいます。



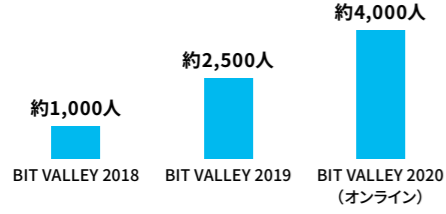
初回の2018年は、社会人向けの技術カンファレンスを開催、2019年は活動の幅と対象年齢を広げ、小学生・中学生にプログラミング教育を行う「Kids VALLEY」とスタートアップ支援を開始、2020年からはIT人材の採用についても4社で協力しています。さらに、2021年は高校生のキャリア形成を支援する新たなプロジェクト「Youth VALLEY」を開始しました。

オンラインカンファレンス「BIT VALLEY 2021」は、「変わる働き方とカルチャー、変えるテクノロジー」をテーマに2021年7～11月に開催します。全国の参加者に、未来を見据えた働き方や新しい技術活用のあり方などを考えていただく機会を届けます。

ミクシィグループでは、「BIT VALLEY」を通じて、小学生から大人まで、幅広い年代に向けて活動することで、日本のIT産業の発展をより一層、後押ししていきます。

※株式会社サイバーエージェント、株式会社ディー・エヌ・エー、GMOインターネット株式会社、当社

カンファレンス参加者の推移



スポーツ事業への投資を通じた地方創生

少子高齢化、人口流出や雇用機会の減少などによる過疎化、地方自治体の財源難などが社会問題となる中で、当社グループは競輪場の所有・運営を通じた地方創生に取り組んでいます。競輪は地方自治体が施行者となり、その収益金は地方自治体の財源として公共施設の整備に役立てられるなど、地方財政に大きく貢献しています。

グループ会社の株式会社チャリ・ロトでは、2022年春の開業に向けて、岡山県玉野市の玉野競輪場とホテルの再整備を進めています。ホテル併設の競輪場は全国初であり、日中のレース開催時には瀬戸内海を望む客室で、くつろぎながら観戦できます。玉野市は、直島（なおしま、香川県）など瀬戸内海で人気の観光地へのアクセスがよく、当ホテルは観光拠点としての活用も期待できます。さらに、

レースだけでなく盆踊り大会や花火大会、競輪以外のスポーツ競技の開催などにより、地域の方々に加え市外・県外からも多くの人々が集まるエンターテインメント拠点にしたいと考えています。

2021年3月に、チャリ・ロトが所有者となった伊東温泉競輪場（静岡県伊東市）でも、温泉街に集まる観光客や地元の方々にエンターテインメントを提供する拠点としての有効活用を考えています。このように、当社グループのエンターテインメントのノウハウを活かし、競輪場のある地域の活性化と雇用創出により、地方創生に貢献します。

公営競技施設での環境負荷低減：玉野競輪場

大規模な自然災害の発生や干ばつでの食糧不足など、気候変動は人々の暮らしを脅かしています。当社グループでは、玉野競輪場の再整備においても、気候変動の一因である環境負荷の低減に努めています。

インターネット車券販売が主流となる今後を見据え、新しいメインスタンドは延べ床面積を旧施設の6割に圧縮し、建設資材を削減します。また、旧施設のベンチをレストランの客席に再利用したり、廃材を新しいホテルのインテリアに活用するなど、環境に配慮したデザインを採用しています。

外壁材は、セメントのほかに木材を原料としています。木材は、間伐材*や端材など建築用資材としては使いにくい部材を、適切に加工して製品化することで、木材内部に含まれるCO₂の固定化が可能です。併せて、外壁材の生産企業が森林を育てるプロジェクトに参加しているため、樹木によるCO₂の吸収が期待できます。また、ホテルの断熱性能の向上による空調の電力使用量の低減や、場内の照明やサインにLEDを採用するなど、施設完成後の電力使用量の削減にも努めます。

当社グループでは、環境と共生する施設づくりを目指して、玉野競輪場の再整備を進めています。

※樹木の育成を促すことを目的として、木々を間引く伐採をした際に発生する木材。



玉野競輪場工事現場

コーポレート・ガバナンス：取締役

(2021年6月28日現在)



代表取締役社長 木村 弘毅

2003年 2月 (株)モバイルプロダクション入社
2005年 3月 (株)インデックス入社
2008年 6月 当社入社
2012年 8月 当社プロダクト開発部プロダクトオーナー
2013年11月 当社モンスタースタジオプロデューサー
2014年 4月 当社モンスタースタジオ部長
2014年11月 当社執行役員
2015年 1月 当社モンスタースタジオ 本部長
2015年 6月 当社取締役
2015年 8月 当社エクスフラッグスタジオ 本部長
2017年 4月 当社XFLAG事業本部 本部長
2018年 4月 当社執行役員
2018年 6月 当社代表取締役社長(現任)



取締役 多留 幸祐

2008年 8月 (株)ライブドア 入社
2012年 1月 NHN Japan(株)(現LINE(株)) 入社
2014年 2月 当社入社
2014年 2月 当社モンスタースタジオ 企画グループ マネージャー
2015年 1月 当社モンスタースタジオ 企画・運用部 部長
2015年 8月 当社エクスフラッグスタジオ本部 企画・運用部 部長
2016年 7月 当社エクスフラッグスタジオ本部 XFLAG GAMES 部長
2017年 4月 当社モンスター事業本部 本部長
2017年 6月 当社取締役(現任)
2018年 4月 当社執行役員
2018年 4月 当社デジタルエンターテインメント事業本部 本部長



取締役CFO 大澤 弘之

2006年10月 (株)ケイビーエムジェイ(現(株)アピリッツ) 入社
2007年 6月 当社入社
2011年11月 当社経営推進本部経理財務部 部長
2014年 4月 当社経営推進本部経営推進室 室長
2017年 6月 当社経営推進本部 本部長
2018年 4月 当社執行役員
2018年 6月 当社取締役執行役員CFO
2019年 4月 当社コーポレートサポート本部 本部長
2020年 4月 当社取締役CFO(現任)
2020年 7月 当社投資事業推進本部 本部長(現任)
2021年 5月 (株)ハブ社外取締役(現任)



取締役 奥田 匡彦

2004年 2月 ヤフー(株) 入社
2008年 9月 ビットクルー(株) 入社
2011年 2月 同社 取締役副社長
2013年 4月 当社入社
2015年 1月 当社MS本部 本部長
2016年 4月 当社オレンジスタジオ本部 本部長
2018年 4月 当社執行役員
2018年 4月 当社統括管理本部(現CS本部) 本部長(現任)
2018年 6月 当社取締役(現任)
2020年 7月 当社ライブエクスペリエンス事業本部 本部長(現任)



取締役CTO 村瀬 龍馬

2005年 1月 (株)イー・マーキュリー(現当社) 入社
2009年12月 (株)KH2O 取締役
2012年 1月 (有)キュー・ゲームス 入社
2013年 2月 当社入社
2014年 5月 当社クロスファンクション本部 システム統括室 第2グループ マネージャー
2016年 7月 当社エクスフラッグスタジオ本部 ゲーム開発室 室長
2018年 1月 当社XFLAG開発本部(現開発本部) 本部長(現任)
2018年 4月 当社執行役員CTO
2019年 6月 当社取締役執行役員CTO
2020年 4月 当社取締役CTO(現任)
2021年 1月 当社デザイン本部 本部長(現任)



取締役ファウンダー 笠原 健治

1999年 6月 (有)イー・マーキュリー(現当社) 設立 取締役
2000年10月 (株)イー・マーキュリー(現当社)に組織変更 代表取締役社長
2006年 2月 (株)ミクシィに商号変更 代表取締役社長
2008年 5月 上海明希網絡科技有限公司 董事長
2008年10月 (株)ネクスパス(現(株)トーチライト) 代表取締役
2011年 4月 (株)ミクシィ・リクルートメント 代表取締役
2011年 7月 当社執行役員
2013年 6月 当社取締役会長
2016年 4月 当社Vantageスタジオ 本部長(現任)
2018年 4月 当社執行役員
2021年 6月 取締役ファウンダー(現任)

取締役(続き)



社外取締役 嶋 聡

1986年 4月 財団法人松下政経塾
(現公益財団法人松下政経塾) 卒塾
1994年 4月 同法人東京政経塾代表
1996年10月 衆議院議員 当選
以後3期連続当選
2005年11月 ソフトバンク(株)
(現ソフトバンクグループ(株))
社長室長
2014年 4月 同社 顧問
2014年 4月 ソフトバンクモバイル(株)
(現ソフトバンク(株)) 特別顧問
2015年 4月 多摩大学 客員教授
2017年 4月 (株)みんれび
(現(株)よりそう) 社外取締役
2017年 6月 当社取締役(現任)
2017年 6月 (株)ホルテックス 社外取締役
2017年12月 (株)オークファン 社外取締役
(現任)
2018年10月 (株)アイモバイル 社外取締役
(現任)
2018年12月 (株)ネオキャリア 社外取締役
(現任)
2019年 8月 (株)アウトソーシングテクノロジー
社外取締役(現任)
2020年 3月 ハンファソリューションズ(株)
社外取締役(現任)



社外取締役 志村 直子

1999年 4月 弁護士登録
1999年 4月 西村総合法律事務所
(現西村あさひ法律事務所) 入所
2004年 9月 Debevoise & Plimpton
法律事務所 勤務
2005年 4月 ニューヨーク州弁護士登録
2005年10月 西村ときわ法律事務所
(現西村あさひ法律事務所) 復帰
2008年 1月 西村あさひ法律事務所 パートナー
(現任)
2016年 5月 (株)旅工房 社外監査役(現任)
2018年 6月 当社取締役(現任)
2019年 6月 日本信号(株) 社外監査役(現任)



社外取締役 吉松 加雄

1982年 4月 三菱電機(株) 入社
2000年 3月 KVHテレコム(株) 財務部長
2000年12月 サン・マイクロシステムズ(株)
(現日本オラクルインフォメーション
システムズ合同会社)
取締役経理財務本部長
2003年 7月 日本ペーリಂಗーインゲルハイム(株)
執行役員財務部長
2004年10月 エスエス製薬(株)
取締役財務経理本部長
2008年 1月 日本電産(株) 顧問
2008年 6月 同社 取締役執行役員
2009年 6月 同社 取締役常務執行役員
最高財務責任者
2013年 4月 同社 取締役専務執行役員
最高財務責任者
2016年 6月 同社 専務執行役員
グローバルPMI推進統轄本部長
2018年 6月 同社 顧問
2019年 4月 首都大学東京(現東京都立大学)
大学院 経営学研究科 特任教授
(現任)
2019年12月 (株)CFOサポート設立
代表取締役社長兼CEO(現任)
2020年 3月 ホンザキ(株) 社外取締役
(現任)
2020年 6月 当社取締役(現任)

監査役

(2021年6月28日現在)



社外監査役(常勤) 西村 裕一郎

1982年 4月 日産自動車(株) 入社
1985年 6月 日産チェリ-静岡販売(株)
(現日産プリンス静岡販売(株))
出向
1987年 6月 日産自動車(株) 復職
1998年 4月 (株)日産コーエー
(現(株)日産クリエイティブ
サービス) 出向 総務部 次長
2000年 1月 日産自動車(株) 復職
2005年 4月 (株)ヨロズ 出向
管理部 グループ長
2005年10月 同社 転籍
2008年 6月 同社 CSR推進室 室長
2014年 4月 同社 総務部 部長
2019年 6月 当社監査役(現任)



社外監査役(常勤) 加藤 孝子

1970年 4月 日本無線(株) 入社
2000年 6月 ネイブルリサーチ(株) 取締役
2004年 3月 エト-建物管理(株) 入社
2004年 8月 (株)イー・マーキュリー(現当社)
常勤監査役(現任)



社外監査役 若松 弘之

1995年 4月 監査法人トーマツ(現有限責任
監査法人トーマツ) 入所
1998年 4月 公認会計士登録
2008年10月 公認会計士若松弘之事務所 代表
(現任)
2010年 4月 ビジネス・ブレイクスルー大学
経営学部 講師
2010年 6月 (株)ウィザス 社外監査役(現任)
2010年 8月 税理士登録
2011年 6月 (株)イースタン 社外監査役
2012年 6月 当社監査役(現任)
2014年 9月 早稲田大学大学院
ファイナンス研究科 講師
2015年 3月 キャスタリア(株) 社外監査役
(現任)
2015年 6月 パイオニア(株) 社外監査役
2015年 6月 生活協同組合パルシステム東京
員外監事
2017年 8月 (株)レノバ 社外監査役(現任)
2018年 7月 (株)ジェネリス 代表取締役(現任)
2020年 9月 野原ホールディングス(株) 監査役
(現任)



社外監査役 上田 望美

1999年 4月 弁護士登録
1999年 4月 東京テ-ミス法律事務所
(現紀尾井坂テ-ミス総合法律
事務所) 入所
2013年 3月 紀尾井坂テ-ミス法律特許事務所
(現紀尾井坂テ-ミス総合法律
事務所) パートナー(現任)
2019年 6月 当社監査役(現任)
2021年 6月 アンリツ(株) 社外取締役
(監査等委員)(現任)

役員構成

役員	●男性 ●女性	独立性 (社外のみ)	当社が期待する知見・経験							
			企業経営 経営戦略	M & A	事業戦略 マーケティング	技術 研究開発	財務 会計	法務 コンプライアンス	内部統制	
取締役	木村 弘毅	●	●		●					
	多留 幸祐	●		●		●				
	大澤 弘之	●		●	●			●		●
	奥田 匡彦	●		●	●	●			●	●
	村瀬 龍馬	●		●			●			
	笠原 健治	●		●		●				
	嶋 聡	●	●	●	●					
	志村 直子	●	●		●				●	
	吉松 加雄	●	●	●	●	●			●	●
	西村 裕一郎	●	●						●	●
監査役	加藤 孝子	●	●					●		●
	若松 弘之	●	●					●		●
	上田 望美	●	●						●	●

※上記一覧表は、役員の有する、すべての知見や経験を表すものではありません。

社外取締役メッセージ

G

[コーポレート・ガバナンス]

社外取締役3名が、ガバナンス体制の現状と評価、取締役会で各自が果たす役割、今後の事業展開における課題そして期待などを語ります。

戦略的な議論を基に、さらなる飛躍を目指す

ここ数年、取締役会では戦略面に焦点を当てた建設的な議論を進めています。その具体例が中期経営方針であり、リスクをとって成長を目指す「攻め」の姿勢を明確に打ち出しました。攻めの方向性を示すのがスポーツ事業です。私はアフターコロナでは、スポーツを中心にリアル面での復興が始まると予測しており、ミクシィはそのチャンスに向けて準備期間に入りました。この2-3年は勝負の年となりますが、経営陣と従業員が一体となり、さらなる飛躍を遂げるでしょう。

今後、ミクシィグループに注力してほしいのは、事業を通じた社会課題の解決です。例えば、スポーツ事業における公営競技の活性化は地方創生につながります。さらに、世界で深刻化している「孤独」問題に対しても、「ソーシャライズ」という独自の差別化戦略を持つミクシィは必ず貢献できるはずです。事業の拡充と共に社会の要請にも応えて持続的な成長を実現できるよう、全力でサポートしていきます。



株式会社ミクシィ 社外取締役
嶋 聡

先手を打つ情報共有と多様なアドバイスで活発に議論

取締役会では監査役も含め、活発な議論がなされています。会議用の資料も、ある程度まとまった状態で早めに共有され、逐次、更新されています。これにより議案の発表時間が短縮され、効率的に議論できるようになりました。社外取締役および監査役の方々が多様なバックグラウンドを活かし、的確にアドバイスしているのも大きな特長で、バランスの取れたガバナンス体制です。

これから事業の第二の柱としてスポーツ事業を成長させるには、ブランディング戦略を含め、社会からの認知度を益々高めなければなりません。またM&Aを含むリスク管理は担当役員の意識が高く、法務面を含め慎重に行われています。将来、想定される海外展開では、契約交渉などにしっかり対応できる人財の強化が必要になるでしょう。私には弁護士として「守り」の役割がより求められていると理解しており、踏むべきブレーキは踏むよう提言します。その一方で、常に「攻め」とのバランスを考慮し、無駄なブレーキを踏むことのないよう、使命を果たしていきます。



株式会社ミクシィ 社外取締役
志村 直子

中長期的な戦略の展開と併せ、市場と信頼関係を築く

経営経験のある社外取締役としての私の役割は、経営の監視・監督に加え、執行部門にアドバイスをすることです。取締役会ではポートフォリオの転換を含む中長期的な戦略の立案と市場への開示の重要性をお話して、その成果として2021年5月に発表した中期経営方針ではグループ本来のポテンシャルを訴求できました。これからも市場との積極的で丁寧な対話を継続し、経営の信頼性をさらに高めていくことが重要と考えています。

シリコンバレー流の「Hope for the Best, Prepare for the Worst」を意識した緻密な業績管理、私たち社外取締役の指摘・助言への迅速な対応、高いレベルの投資管理などから、私はミクシィの経営陣がとても優秀で、グループ全体のポテンシャルは着実に高まっていると見ています。ミクシィグループとしても中期経営方針の進捗を市場にわかる形で発信できるよう、社外取締役としてサポートしていきます。



株式会社ミクシィ 社外取締役
吉松 加雄

コーポレート・ガバナンス体制

(2021年6月28日現在)

ガバナンス体制の強化・拡充を継続

2020年3月期

- 指名・報酬委員会を設置
- 監査役1名増員(3名→4名)
- 社外取締役および社外監査役の独立性判断に関する基準を制定
- 取締役会の実効性評価を開始

2021年3月期

- 取締役報酬決定方針策定

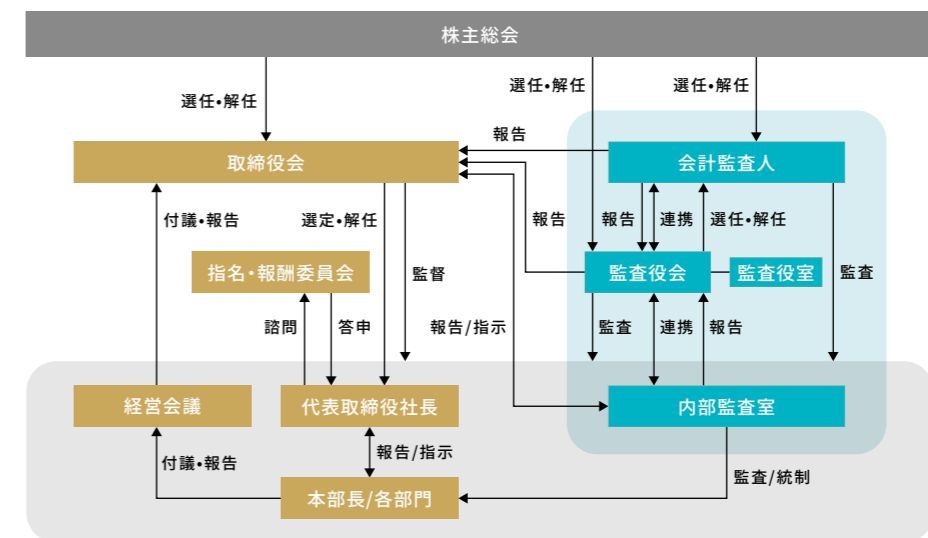
コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、コーポレート・ガバナンスを企業価値の最大化を目指すための経営統治機能と位置付けています。このため、当社は事業の拡大に対応して、適宜、組織の見直しを行い、各事業の損益管理、職務権限と責任の明確化を図っています。会社の意思決定機関である取締役会の機能充実、監査役および監査役会による取締役の職務執行に対する監視機能の充実、職務遂行上の不正を防止する内部統制機能の充実を図ることに注力しています。

また、当社は、継続して経営の透明性や公正性を高めるために、法定開示書類の提示を適切に行うとともに、当社ホームページなどを利用したIR活動を積極的に実施する方針です。

なお、コーポレート・ガバナンス報告書は、当社ウェブサイト(<https://mixi.co.jp/esg/governance/overview/>)に掲載しています。

コーポレート・ガバナンス体制



取締役および取締役会

取締役会は社内取締役6名(うち女性0名)、社外取締役3名(うち女性1名)の計9名で構成され、原則として毎月1回、定期的にと取締役会を開催し、迅速かつ効率的な意思

決定を行う体制としています。また、取締役の経営責任をより明確にし、経営環境の変化に迅速に対応できる経営体制を構築するため、取締役の任期を1年としています。

経営会議

経営会議は、事業運営に係る重要な討議や意思決定を行っており、原則として毎週1回、定期的に開催していますが、必要がある場合には随時、開催することとしています。

監査役会

当社は、監査役会設置会社です。監査役会は常勤監査役2名(うち女性1名)を含む社外監査役4名(うち女性2名)で構成されており、原則として毎月1回、定期的に開催しています。また、監査役は、年度計画に基づき監査を行い、監査役会において報告・協議し、取締役に対し適宜意見を述べ、内部監査(人または室)および会計監査人との連携により全般的な監査を実施しています。

指名・報酬委員会

当社は、取締役(社外取締役を除く)の個別の人事案に関する事項や報酬などに関する事項について、取締役会における審議に先立ち、社外取締役の意見・助言を得ることで透明性および客観性を強化することを目的に、社外取締役全員と代表取締役社長で構成される指名・報酬委員会を設置しています。

<指名・報酬委員会の委員構成

(社内取締役1名、社外取締役3名) >

委員長:木村弘毅

委員:嶋聡(社外取締役)

委員:志村直子(社外取締役)

委員:吉松加雄(社外取締役)

指名・報酬委員会の審議範囲は以下の通りです。

- (1) 取締役の個別の人事案
(選任・解任に関する事項を含む)および人事に関する基本方針案
- (2) 取締役の報酬制度に関する基本方針案
- (3) 取締役の報酬枠案(算定方法を含む)
- (4) 取締役の個人別の具体的報酬額案
(算定方法を含む)
- (5) その他、取締役社長からの諮問事項

当事業年度において、指名・報酬委員会は2回開催され、取締役の個別の人事案、取締役個人別報酬額案、取締役の報酬構成、取締役報酬決定方針の策定に関する審議を行いました。当事業年度開催の指名・報酬委員会においては、成果報酬の評価方法について改善の余地があるとの

指摘がなされたため、その点を課題として認識し改善を図っています。

取締役の選任方針および指名手続き

当社は、取締役(社外取締役を除く)候補選任に関する方針を以下の通り定めています。

■取締役(社外取締役を除く)の人事案については、取締役がその役割・責務を実効的に果たすための知識・経験・能力を全体としてバランスよく備え、取締役会の多様性と適正規模を両立させる形で構成されるよう留意するものとする。

■取締役(社外取締役を除く)のうち、業務執行を担当する者の人事案については、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に寄与するように、先見性のある、的確・適切かつ迅速に経営判断・業務の執行を行うことができる者を選任するよう留意する。

取締役(社外取締役を除く)候補者は、この方針に従って選定し、指名・報酬委員会の審議を経て、取締役会決議により決定しています。

報酬の決定方針

①基本方針

取締役報酬は、持続的な成長に向けた健全なインセンティブの一つとして機能するよう、現金報酬と当社株式報酬との割合を適切に設定することを基本方針としています。

②報酬体系

社外取締役を除く取締役の報酬は、基本方針に基づき、月例の『現金報酬』と、定時株主総会後に年1回交付する『株式報酬(株式報酬型ストックオプション)』の2種の形態にて支給しています。具体的には、報酬を「基本報酬」、「株式基本報酬」、「成果報酬」の3点で構成し、それぞれの支給形態は、「基本報酬」は『現金報酬』、「株式基本報酬」は『株式報酬(株式報酬型ストックオプション)』、「成果報酬」は月例の『現金報酬』および定時株主総会後に年1回交付する『株式報酬(株式報酬型ストックオプション)』から当人が選択した形態としています。「基本報酬」と「株式基本報酬」の割合は、「株式基本報酬」に重きを置いたうえで、当社の過去の実績および外部専門機関により提供される国内上場企業における報酬市場調査データを参考に役員などにに基づき案を作成し、指名・報酬委員会の審議を経て、代表取締役社長が決定しています。

社外取締役の報酬構成については、業務執行に対する監督機能を確保する観点から、業績に連動しない月例の『現金報酬』に一本化しています。

なお、取締役に対する退職慰労金制度は存在しません。

取締役の報酬の構成(成果報酬に係る評価が標準の場合)

2	1	2
基本報酬 (現金)	株式 基本報酬 (SO)	成果報酬 (現金及びSOから選択)
固定報酬		変動報酬

③報酬の決定方法

取締役の報酬の決定方法はそれぞれ以下の通りです。

●取締役(社外取締役を除く)の報酬

「基本報酬」および「株式基本報酬」は、代表権の有無および取締役の役員などに応じて報酬額を決定しています。「株式基本報酬」については、中長期的な企業価値向上に向けた取り組みや当社の株主との価値共有を進めることを目的として、取締役の在任期間が一定以上あること、また行使時期を退職時とすることを行使条件とした株式報酬型ストック・オプションを交付しています。「成果報酬」については、役員および担当の別に応じてあらかじめ評価割合を定め、全社および各人の担当部門の前期業績、またその業績に対する各人の貢献度から総合評価を行い、基本報酬に準じて決定される成果報酬のベース金額に総合評価に応じた評価係数を乗じて報酬額を決定しています。なお、業績評価は全社、担当部門の売上高、営業利益を対予算達成率、対前年度増減率で評価するものとします。

成果報酬の決定方法

	業績評価		貢献評価	
	全社	担当部門	全社	担当部門
評価指標	連結売上高 連結営業利益	担当部門 売上高 担当部門 営業利益	—	—
代表取締役 社長 評価割合	50%	—	50%	—
事業担当 取締役 評価割合	60%		40%	
管理担当 取締役 評価割合	40%	—	60%	

(注)

1. 業績評価については、業績の向上および企業価値向上のための指標として重要であると認識していることから、連結売上高、連結営業利益、担当部門売上高、担当部門営業利益を指標としています。

2. 成果報酬の各指標の概況として、全社の業績評価指標である連結売上高・連結営業利益については、連結営業利益の対予算達成率が標準を上回る評価となった他は標準評価となりました(当事業年度における連結売上高は119,319百万円、連結営業利益は22,928百万円です)。また、担当部門の業績評価指標である担当部門売上高・担当部門営業利益はいずれも、標準評価であった一部の部門を除き対予算達成率が標準を下回る評価となりました。

●社外取締役の報酬

外部専門機関により提供される国内上場企業における報酬市場調査データなどを参考に、役員などに応じて現金報酬額を決定しています。

④決定プロセス

社外取締役を除く取締役の報酬体系や報酬の決定方法については、決定プロセスの客観性・透明性を確保する観点から、すべての社外取締役および代表取締役社長木村弘毅で構成される指名・報酬委員会の審議で社外取締役の意見・助言を得たのち、取締役会にて決議しています。

取締役の個人別報酬の決定については、株主総会の決議および取締役会の決議による委任ならびに取締役報酬決定方針の範囲内で、代表取締役社長に一任することを取締役会にて決議しています。代表取締役社長に委任した理由は、当社全体の業績を俯瞰しつつ、各取締役の担当領域や職責を評価するにあたり、最も適しているからです。

なお、社外取締役については、代表取締役社長による決定の前に指名・報酬委員会の審議を経るものとしています。

取締役および監査役の報酬等の額

(百万円)

区分	対象となる 役員の 員数	報酬等の種類別			報酬等 の総額
		基本報酬	株式基本 報酬	成果報酬	
取締役 (うち社外 取締役)	10名 (4名)	216 (19)	266	64	546 (19)
監査役 (うち社外 監査役)	4名 (4名)	38 (38)	—	—	38 (38)

(注)

1. 取締役の報酬等の総額には、使用人兼務取締役の使用人分給とは含まれていません。
2. 取締役の報酬等限度額は、2016年6月28日開催の第17期定時株主総会において、月例報酬とストック・オプションを合わせて年額1,000百万円以内(うち社外取締役分100百万円以内)と決議されています。なお、当該決議に係る取締役の員数は6名(うち社外取締役の員数は2名)となります。また、当該報酬等には、使用人兼務取締役の使用人分給とは含まれていません。

3. 監査役の報酬等限度額は、2004年8月26日開催の臨時株主総会において年額50百万円以内と決議されています。なお、当該決議に係る監査役の員数は1名となります。
4. 上記報酬等の額には、ストック・オプションとして付与した新株予約権に係る当事業年度の費用計上額(取締役304百万円)を含んでいます。

取締役会の実効性評価

当社では、取締役会の機能を向上させ、ひいては企業価値を高めることを目的として、取締役会の実効性につき、自己評価・分析を毎年、継続的に実施しています。

当事業年度の取締役会実効性評価の方法

2020年12月～2021年1月に取締役会の構成員であるすべての取締役・監査役を対象にアンケートを実施しました。回答方法は外部機関に直接、回答することで匿名性を確保しました。外部機関からの集計結果の報告を踏まえ、2021年3月の臨時取締役会において、分析・議論・評価を行いました。

<アンケートの主要項目>

- 取締役会の構成
- 取締役会の運営
- 取締役会の議論の質
- 取締役会のモニタリング機能
- 取締役・監査役に対する支援体制
- 取締役・監査役に対するトレーニング
- 株主(投資家)との対話

取締役会の実効性に関する自己分析・評価結果の概要

アンケートの回答からは、おおむね肯定的な評価が得られており、取締役会全体の実効性については確保されているものと自己評価しました。特に、下記の点が高く評価されています。

- 審議に必要な時間が十分に確保されている
- 形式的ではなく自由闊達で建設的な議論や意見交換がなされている
- (社外役員)自身の意見が意思決定や判断に際して適切に反映されていると感じる

これらに留まらず、前事業年度における取締役会評価との比較において全般的な評点の向上が見られ、改善活動を通じ、取締役会の実効性向上が継続的に進められていることを確認しました。

取締役会の実効性向上に向けた当事業年度の取り組み

前事業年度の実効性評価の結果を踏まえ、取締役会および取締役会事務局は以下の点に取り組みました。

●取締役会の運営改善

取締役会資料の配布時期の早期化を図り、各取締役が議案を検討する時間を十分に確保できるよう改善しました。また、取締役会での議論の充実化のため、取締役会前に原則として経営会議における事前審議を行うことで、論点を明確化し、意思決定にあたり不足する情報については取締役会に向けての準備を促しました。さらに、経営会議での決議事項、審議内容について経営会議構成員である取締役より取締役会に随時報告し執行状況を共有することで、取締役会での意思決定にあたる情報充実化に努めました。

●株主(投資家)との対話状況の取締役会へのフィードバック

担当取締役が取締役会において、株主(投資家)との対話状況を適宜、報告し、株主(投資家)の意見や指摘事項を取締役会と共有しました。

今後の取り組み

今後については、取締役会の運営の改善を継続するとともに、ガバナンスに関する議論、また中長期戦略に関する議論の強化を重点的に取り組むべき課題として認識しています。

今回の評価結果を踏まえ、引き続き取締役会全体の実効性の向上に努めていきます。

事業などのリスク

当社グループを取り巻くリスクに関し、投資者の判断に重要な影響を及ぼす可能性がある項目を整理しました。各リスクにおける将来に関する事項は、第22期定時株主総会(2021年6月25日開催)時点において当社が判断したもので、不確実性を内包しているため、実際の結果と異なる場合があります。

1. 事業環境に係るリスク

①モバイル市場

当社グループがスマートデバイスで提供する各種サービスについては、モバイル関連市場の拡大が事業展開の基本条件です。しかし同市場は、新たな法的規制の導入や技術革新、通信事業者の動向などで急激かつ大幅な変動が生じる可能性があります。

②競合

当社グループの提供するサービスのユーザーが、競合するサービスの利用に費やす時間が増えた場合、当社グループのサービスに対する需要が減少する可能性があります。

③技術革新

インターネット業界は技術革新のスピードや顧客ニーズの変化が速く、新サービスの導入が相次いで行われます。優秀な技術者の確保、先端技術の研究やシステムへの採用などによっても変化に対する適時適切な対応ができない場合、競争力が低下する可能性があります。

2. 事業に係るリスク

①ユーザーの嗜好や興味・関心の変化への対応

主なユーザーは、若年層を含むモバイルを利用する一般ユーザーであり、ユーザーの獲得・維持、利用頻度、課金利用数は嗜好の変化による影響を強く受けます。ユーザーニーズの的確な把握やニーズに対応するコンテンツの提供が適時適切に実行できない場合、ユーザーへの訴求力が低下する可能性があります。

デジタルエンターテインメント事業で提供するゲームの課金売上高が収益の大半を占めるうえ、特定タイトル(「モンスターストライク」)の売上高に大きく依存するため、競争力が低下した場合、ユーザー数の減少、課金ユーザー比率の低下、課金利用の減少などが生じる可能性があります。さらに、開発した新規タイトルの普及・課金が想定通り進捗しない場合には当社グループの事業、業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

②ユーザー獲得の外部事業者への依存

デジタルエンターテインメント事業で提供するサービスは、Apple Inc.およびGoogle Inc.などプラットフォーム運営事業者を介して提供されますが、これら事業者との契約継続が困難となった場合や、事業者の運営方針や手数料などに変更が生じる可能性があります。また、サービスの開発と提供では様々な外部事業者に対し業務の委託を行っており、外部

事業者との関係が悪化した場合にはサービスの維持および新規開発に支障をきたす可能性があります。

③グローバル展開

各国の法令、政治・社会情勢、文化、宗教、ユーザーの嗜好や商慣習の違い、為替変動などの潜在的リスクに対処できない場合、想定通りの成果を上げられない可能性があります。スマートデバイス向けゲームの海外展開では、当社グループまたはサービスが日本国内と同様に受け入れられる保証はなく、場合によってはユーザーからの批判に晒される可能性があります。

④当社グループおよび当社グループの製品、サービス、事業に対する信頼または社会的信用

ユーザーの根拠の乏しい風説などにより、当社グループおよびサービスの評判・信頼が傷つくとともに、一部の悪質なユーザーによる不適切な行為や違法行為などが行われた場合にはサービスの安全性、信頼性が低下し、ユーザー数が減少する可能性があります。また、業務委託先である外部事業者による個人情報の漏えい、その他の違法行為または不適切な行為などがあつた場合は、当社グループまたはサービスに対するレピュテーションが低下する可能性があります。

さらに、当社グループがブランド価値の維持および強化に必要な投資を行えない場合や、競合他社がより競争力のあるブランドを確立した場合などは、当社グループのブランド価値が低下する可能性があります。

このようなレピュテーションリスクやコンプライアンスに配慮した経営判断のため、次の体制を整えています。

▶リスク管理体制とリスク管理委員会を整備

リスク管理等担当役員やコンプライアンス本部を設置し、網羅的なリスク状況の把握や、発生後の迅速な対応方法の策定など、全社的なリスク管理体制を構築しています。また、新規事業やM&Aを行う際に組織横断的なリスクの洗い出し・評価・対応策の検討を行う会議体としてリスク管理等担当役員を責任者とするリスク管理委員会を設置し、その審議結果を事業部門や取締役会などにフィードバックしてリスク管理・コンプライアンス体制の向上を図っています。

3. 事業推進体制に係るリスク

①人財の確保および育成

事業拡大に伴い必要となる事業責任者などの優秀な人財の確保・育成が計画通り進まなかった場合には、当社グループの競争力の低下や事業の拡大が制約される可能性があります。

②内部管理体制

事業の急速な拡大などにより、十分な内部管理体制の構築が追いつかない状況が生じた場合、適切な業務運営、管理体制の構築が困難となる可能性があります。

③情報管理体制

当社グループが保有する個人情報等につき、漏えい、改ざん、不正使用などが生じる可能性を完全に排除することはできません。これらの事態に備え、個人情報漏えいに対応する保険に加入しているものの、損失を完全に補填できるとは限らず、これらの事態が起こった場合、適切な対応を行うのに相当なコストの負担、損害賠償請求、当社グループに対する信用の低下が生じる可能性があります。

4. システムに係るリスク

①事業拡大に伴う継続的な設備・システム投資

今後のユーザー数およびアクセス数の拡大に備え、継続的にシステムインフラなどへの設備投資を計画していますが、計画を上回る急激なユーザー数およびアクセス数の増加などがあつた場合、設備投資の時期、内容、規模について変更せざるを得なくなり、設備投資、減価償却費負担の増加が想定されます。

②システム障害・自然災害

サービスへのアクセス急増などの一時的な過負荷や電力供給の停止、ソフトウェアの不具合、外部連携システムにおける障害、コンピュータウイルスや外部からの不正な手段によるコンピュータへの侵入、自然災害、事故など予測不可能な様々な要因によってコンピュータシステムがダウンする可能性があります。

5. 法的規制などに係るリスク

当社グループの事業は各種法令や、監督官庁の指針、ガイドラインなどの規制を受けています。このような法令の制定や改正、監督官庁による許認可の取消または処分、新たなガイドラインや自主的ルール策定または改定などにより、当社グループの事業が新たな制約を受け、または既存の規制が強化される可能性があります。

6. 知的財産権に係るリスク

当社グループの認識していない知的財産権がすでに成立している可能性または新たに知的財産権が成立する可能性があり、当社グループが第三者の知的財産権を侵害することによる損害賠償請求や差止請求、または当社グループに対する知的財産権の使用料の請求などを受ける可能性があります。さらに、システム開発におけるオープンソースソフトウェアでは、予測できない理由などで知的財産権の利用に制約が発生する可能性があります。

7. 投融資に係るリスク

事業ポートフォリオ拡大では、投資先企業とのシナジー効果や投資先企業による収益貢献などを期待して投資していますが、予定したシナジーが得られない場合や、投資先企業の業績によっては減損処理などを実施する可能性があります。また、マイノリティ出資では、出資先の経営陣が当社グループの意思に反する経営判断を下す、または当社グループの投資持分を売却せざるを得ない可能性があります。さらに、投資事業組合など(ファンド)への投資も実施しますが、ファンドが出資する未公開企業の業績が悪化した場合など、投資資本が回収できない可能性があります。

8. 業務提携・M&Aに係るリスク

当社グループのサービスと親和性の高い企業との業務・資本提携やM&Aにおいて、被買収企業との融合または提携先との関係構築・強化が予定通り進捗しない場合、統合または提携により当初、想定した事業のシナジー効果などが得られない場合、何らかの理由で業務提携が解消された場合など、投資に要した資金、時間その他の負担に見合った利益を回収できない可能性があります。

9. 新規事業に係るリスク

新サービス・新規事業の創出、育成のため追加的な支出が発生する場合、利益率が低下する可能性があります。また、当社グループとして新サービス・新規事業の経験が浅い場合には、経験不足により円滑な事業運営ができない可能性があります。新サービス・新規事業の展開が計画通りに進まない場合や計画を中止する場合、開始した新規事業が期待した収益性を実現できない場合などには、当社グループの事業、業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

10. 業績の推移について

2017年3月期以降、「モンスターストライク」のアクティブユーザー数の減少などで「モンスターストライク」事業収益が減少傾向となり、それに伴って連結業績は2020年3月期に至るまで減収・減益傾向が続きました。2021年3月期には増収・増益となり、引き続き「モンスターストライク」の収益性の向上・維持やスポーツ事業への積極的な投資などの施策を講じる方針ですが、かかる対策が適時適切に行えなかった場合や、功を奏さなかった場合などは、当社グループの事業、業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

IR活動サマリ

IRに関する活動状況

株主・投資家の皆さまとの積極的な対話の場として、四半期ごとの決算発表後にアナリスト・機関投資家向けの決算説明会を実施しています。説明会資料や動画については速やかに当社グループウェブサイトに掲載することで、どの投資家にも公平になるような開示を心掛けています。またコロナ禍において、国内および海外投資家向けに、Web会議や電話会議などで対話を実施しています。

情報開示ツールとして、決算情報、決算情報以外の適時開示資料、有価証券報告書(四半期報告書)、決算説明会資料、決算説明会動画などを当社グループウェブサイトに掲載しています。

今後も中長期的な視点からIR活動に取り組み、株主・投資家との対話を大事にして、株主・投資家とのエンゲージメント強化および持続的な企業価値の向上を目指します。

2021年3月期の主なIR活動

活動内容	年間の実施回数
アナリスト・機関投資家向け決算説明会	4
アナリスト・機関投資家向けスモールミーティング	0
国内投資家とのミーティング・電話会議	125
海外投資家とのミーティング・電話会議	37

※国内投資家は国内にオフィスがある投資家、海外投資家はそれ以外の投資家として集計しています。

IR・投資家情報トップページ

<https://mixi.co.jp/ir/>



投資家情報

(2021年3月31日現在)

会社情報

会社名	株式会社ミクシィ (mixi, Inc.)
代表者	代表取締役社長 木村 弘毅
設立	1999年6月3日
資本金	9,698百万円
所在地	〒150-6136 東京都渋谷区渋谷二丁目24番12号 渋谷スクランブルスクエア36F
従業員数	1,168名(連結・正社員のみ)
主要グループ会社	株式会社チャリ・ロト 株式会社ネットドリーマーズ 株式会社千葉ジェッツふなばし 株式会社スフィダンテ 株式会社ミクシィ・リクルートメント 株式会社ミクシィ・エンパワーメント
ホームページ	https://mixi.co.jp
上場証券取引所	東京証券取引所市場第一部
証券コード	2121
決算日	3月31日
定時株主総会	6月
監査法人	PwC あらた有限責任監査法人
株式の総数	発行可能株式総数: 264,000,000株 発行済株式総数: 78,230,850株
株主数	17,060名
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社

大株主

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
笠原 健治	33,001,900	43.78
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,587,000	4.76
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051(常任代理人 株式会社みずほ銀行)	2,978,000	3.95
株式会社日本カस्टディ銀行(信託口)	1,757,700	2.33
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505038(常任代理人 香港上海銀行東京支店)	1,678,102	2.23

※当社は2,856,400株の自己株式を保有しています。当該株式には議決権がないため上記大株主からは除外するとともに、持株比率の算出についても、当該株式数を控除しています。

所有者別株式分布状況

金融機関および金融商品取引業者	15.2%	11,888,902株	その他の法人	0.26%	206,786株
個人その他	57.39%	44,893,844株	外国法人など	27.15%	21,241,318株

※自己株式2,856,400株(28,564単元)は、「個人その他」に含めて記載しています。