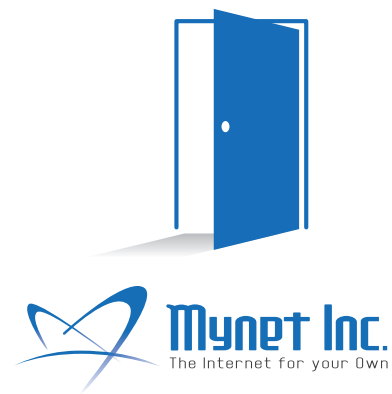


M Y N E T R E P O R T 2 0 1 5

第 1 0 期 株 主 通 信
2 0 1 5 . 1 . 1 ▶ 2 0 1 5 . 1 2 . 3 1



株式会社マイネット

証券コード 3928

当社は、2015年12月21日に東京証券取引所マザーズに上場しました。買収や提携により開拓したゲームタイトルを、卓越した運営力で成長発展させる、スマートフォンゲームセカンダリ市場のトップランナーです。

国内最大級の相互送客ネットワークや、キャラクターの創出、データ分析成果の蓄積などを強みとして、現在18タイトル(2016年2月末現在)のスマートフォンゲームを運営しています。

いま、あらゆる情報がインターネット上を飛び交い、あらゆるモノはインターネットで手に入り、人々はソーシャルネットワークでつながっています。スマートフォンで全ての人にインターネットが行き渡ったことで、このオンライン化はますます加速しています。

そのオンライン市場の中でも、最も成長著しいスマホゲーム領域において、買収・再生という独特なビジネスモデルで、独自のポジションを築いているのが当社です。ゲーム世界内でのユーザーのあらゆる行動データや消費データを蓄積し、そのビッグデータを用いてユーザーに最適かつ豊かな体験を提供しています。こうした“サービス運営力”は、オンライン化が進む時代において、さらに価値が高まっていくと確信しています。

私たちマイネットは、この不可逆に進む“世界のオンライン化”の先端で、人と人とを結びつけるサービスを提供する、『オンラインサービスの100年企業』をめざしています。

私たちと共に成長し、オンライン化の先端で人と技術の明るい未来を切り拓いてくださる方々との出会いを楽しみにしています。

2016年3月



代表取締役社長 上原 仁

株式会社マイネット

東京都港区北青山二丁目11番3号 A-PLACE青山
Tel 03-6864-4221





人と人をつなげる 「オンラインサービスの 100年企業」をめざして

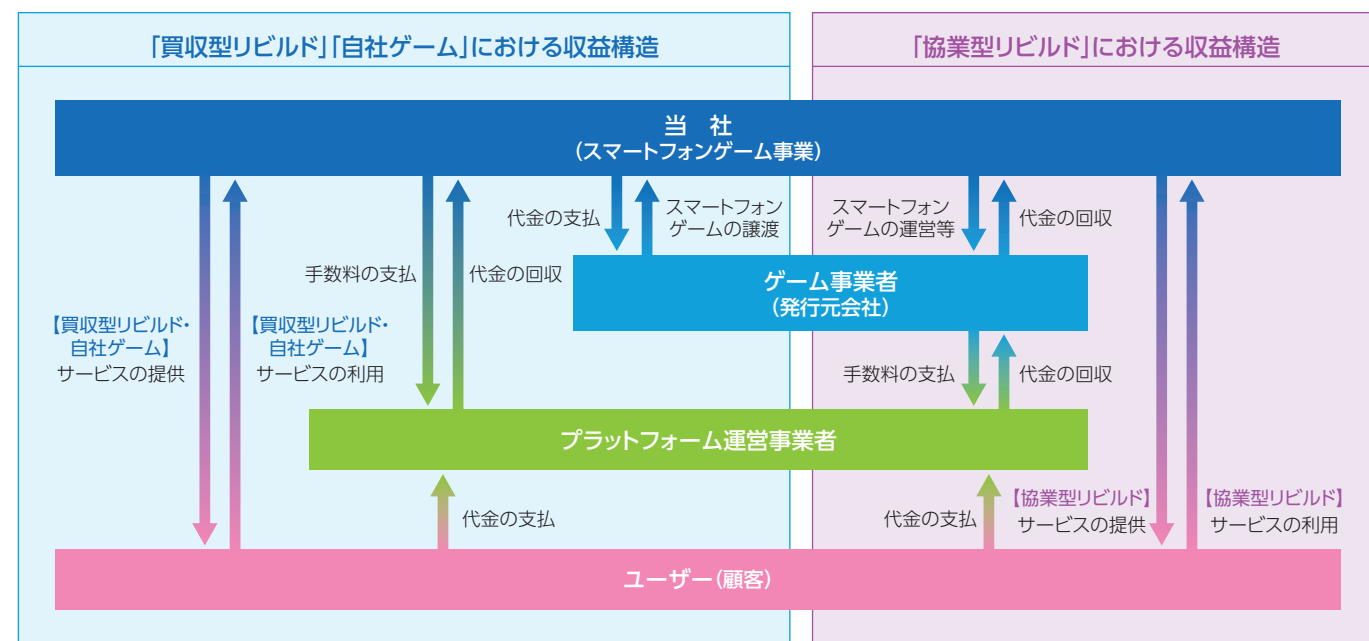
Q1 事業内容を教えてください。

A1 スマートフォンゲームの買収と再生の事業です。

一言でいえば、スマートフォンゲームの買収と再生の事業です。たとえば世の中の不動産やリゾートなどというリノベーション事業、それをスマホゲームという領域で行っていると考えてください。具体的には、ゲーム事業者から買収や協業によってリリース済のスマホゲーム運営権を取得し、再生した後、運営を行うリビルド事業です。

リビルド事業には、他社ゲームを買収して当社タイトルとして運営する「買収型リビルド」と、他社ゲームのリリース後の企画や運営を当社が行う「協業型リビルド」があります。また当社では、ゲームを新規開発して運営する自社ゲーム事業も行っています。当初は「協業型」がメインでしたが、現在は収益予測がしやすい「買収型」に注力しています。

■ 事業系統図



「買収型リビルド」と自社開発のゲームタイトルは、ユーザーへの課金額がそのまま売上高になります。「協業型リビルド」では、企画・運営を当社が行いレベニューシェア収入を得ます。現在運営しているゲームタイトルは、合計で18タイトル(2016年2月末現在)あります。

リビルド事業の詳細については **P3** へ

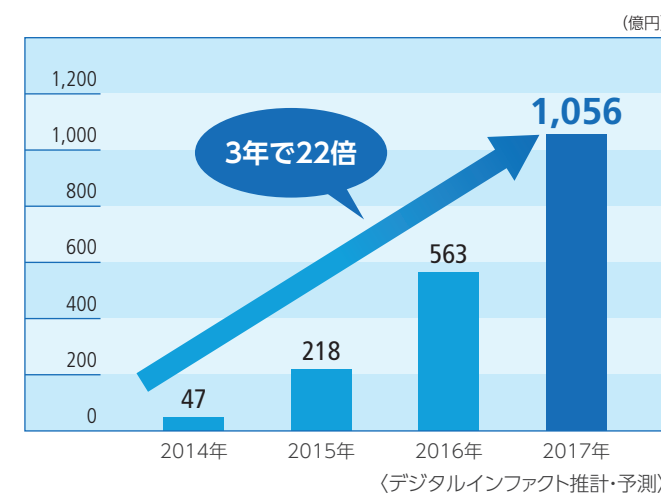
Q2 スマートフォンゲームの成長性は?

A2 社会現象となり順調に拡大しています。

日本のスマートフォンゲーム市場の規模は、ネイティブアプリを中心に順調に拡大を続けており、もはやスマホゲームは社会現象と言えます。

当然、スマホゲームのセカンダリ(2次流通)市場も急速に拡大していて、2016年の市場規模は563億円、2017年には1,056億円にまで急成長することが見込まれています。当社はいち早くその市場に参入しており、急速な構造変化で競合が少ない中、約30%のシェアを獲得、セカンダリ市場のマーケットリーダーの地位を築いています。

■ スマートフォンゲームセカンダリ市場規模の推計・予測



その背景には、市場の成熟による、大手ゲーム事業者による寡占化の進行があります。大手事業者は事業への投資の選択と集中を行い、収入の落ち着いた既存のゲームの運営よりも、新規開発のゲームに人員を再配置して資金を投入、いわゆるホームランを狙いに行きたいと考えています。一方で“目鼻の効く”中小事業者は、スマホゲームからの撤退を始めています。

つまり市場では優勝劣敗が進んで、強者は更なる投資へ、弱者は整理淘汰へ向かっており、この二極化によってゲームタイトルの売却ニーズが顕在化しているのです。

私たちがセカンダリ市場に参入したとき、競合はほとんどいませんでした。市場の急速な構造変化のために競合が少なかったのです。その中で当社は、買収型と協業型を組み合わせることで、ゲーム事業者の多様なニーズに対応してきました。先行者の利益によって当社はすでに大手ゲーム事業者の3分の1超との取引を実現しており、それも当社の強みになっています。

Q3 ビジネスモデルの強みは何ですか?

A3 買収や再生に関わる「獲得力」「再生力」「集客力」です。

当社の強みは、スマホゲームの買収や再生に関わる「獲得力」

「再生力」「集客力」を持ち、ゲーム事業者をも超えるサービス運営力を有していることです。

「獲得力」については、M&Aのスキームを持つ人材を揃え、収益を上げるゲームを見極めるための独自の収益予測モデルを持ち、ゲームの将来性を見抜く力を備えています。

「再生力」とは、買収したゲームをいかに再構築するかという力ですが、当社では、詳細なユーザー行動分析を背景に、ゲームバリューを効率的に上げるための独自のリビルドフレームワークを持っています。ゲームづくりは、あくまでもデータに基づいた「科学」であり、とくにセカンダリ市場では、ビッグデータを活用した取組みが重要なのです。

「集客力」については、当社独自の集客基盤「CroPro(クロプロ)」(以下、「クロプロ」)があります。「クロプロ」とは、ゲーム事業者向けに当社が提供している相互送客ネットワークのことです。この「クロプロ」を使って、リビルド後のゲームタイトルの利益最大化を図っています。

「クロプロ」を活用すれば、マイネット1社で、広告費換算で年1.6億円分の集客効果があり、参加企業に関しても同様の高い集客効果が実現します。買収・協業のタイトル数が増えれば増えるほど、相互送客源となるユーザー数が増え、それが集客力となって利益を生みます。当社では、こうしたスマホゲーム運営のノウハウを蓄積しています。

「クロプロ」の詳細については **P4** へ

Q4 どのような成長戦略を描いていますか?

A4 獲得力や運営力を強化していきます。

セカンダリ市場の伸びに合わせ獲得力をさらに強化していきます。現在、リビルド候補のゲームタイトル保有事業者87社と定期的な情報交換を実施しており、引き合い件数は増加しています。また、保有する多数タイトルのビッグデータを活用しながら、ユーザーに最適で豊かな体験を提供、スマート運営力のさらなる強化をはかっていきます。そしてセカンダリ市場の圧倒的No.1企業として今後も市場の成長を牽引してまいります。

今後は、あらゆるものがネットにつながる「IoT」の時代がやってきます。すべてのサービス業はオンラインサービス化と言っても過言ではありません。創業時からマイネットがめざしているのは、「オンラインサービスの100年企業」。自社の強みに磨きをかけながら、新たな機会を見出して時代時代に沿ったサービスを創出し続けます。また、株主の皆様には、まずは会社の成長というカタチで還元できればと考えています。

ゲームタイトルのリビルド力と集客力に強みが あります。

徹底したユーザー行動分析に基づいて効率的にリビルドを実行

他社から買収したゲームタイトルをどうリビルドするか、その再生力がマイネットの強みです。そもそも買収するゲームタイトルは、何でも良いというわけではなく、獲得に当たっては、独自の詳細な将来予測モデルを通じて、収益が上がると見込まれたゲームタイトルだけを買収します。

大手ゲーム会社は、ゲームの新規開発には予算と人材を大量に投入し、最初の1年ほどは、あらゆる機能や施策を盛り込みます。1タイトルに数億円をかけることも珍しくありませんが、ゲームはいずれピークアウトを迎え、課金の月商が落ちて売却の対象となります。

しかし、多くのユーザーはまだ残っており、再生する可能性があります。このゲームタイトルをリビルドする際に重要なポイントは、当該ゲームタイトルにおける機能・施策・ワークフロー等を要素分解し、選択と集中という観点からそれぞれのパッケージを見直すことにあります。具体的にいえば、マイネットが行うのは、過去のユーザー行動分析を徹底し、ユーザーが本当に欲しい機能や施策を探し当て、その大事な部分(約2割)に注力し、残りの使

用頻度の低い機能や施策(約8割)を縮減する作業です。つまり、先述のとおり選択と集中を行ってリビルドするのです。

特徴的な事例を挙げますと、スマホゲームの人気は、現状、ユーザーがいかにゲームのキャラクターに愛着を持つかが重要な要素になっています。キャラクターの容姿や服装はもちろん、言葉使いから嗜好品まで、優良な課金実績のあるユーザーの好みを徹底的に分析し、キャラクターづくりに反映します。“どのような要素を持つキャラクターがそのゲームのユーザーの心に響くのか”。マイネットでは、このユーザー行動分析に基づいて、月産数百体のゲームキャラクターを企画、創出し続けています。その結果、ゲームタイトルはかつての勢いを取り戻し、課金が再び増加しています。

マイネットでは、全18タイトル(2016年2月末現在)を横串でデータ分析し、リビルドノウハウを標準化モデルとしてストックし、次の案件に援用しています。ユーザー行動データの収集を通じて、日々PDCAを行い、ゲームを最適にする調整を行っているのです。

■ リビルド事業



相互送客ネットワーク「クロプロ(CroPro)」による高い集客力

「クロプロ(CroPro)」(以下、「クロプロ」とは、マイネットがゲーム事業者向けに提供している相互送客ネットワークのことです。

仕組みはシンプルで、たとえばA社が1週間に100人のユーザーをB社に送ると、それに対してB社も同様に100人のユーザーをA社に送り返す、というものです。具体的には、ゲーム内にお互いのバナーの設置をしたり、ゲーム間でのコラボレーションを実施してユーザーを送客します。参加企業は、自社ゲームと親和性の高いユーザーの集客につながり、ユーザーは自分の嗜好に合った相性の良いゲームを見つけることができるのです。

スマホゲームは、ある日1,000人がダウンロードしたら、1ヶ月後にそれが100人に減ってしまう世界で、放っておけば、そのゲームに飽きた900人はどこかへ行ってしまいます。その人たちを、提携先のネットワークに効率的に紹介するシステムなのです。

ユーザーの課金の価値は、業界用語で「ライフタイムバリュー」と呼ばれています。このシステムでは、そのバリューがエンディングを迎えた人を送り出し、まだライフタイムバリューの高い新鮮

な人を送ってもらいます。この相互送客を繰り返すことで、ユーザーはお菓子のミルフィーユのように何層にも積み上がっていきます。

「クロプロ」を活用することで、マイネット1社で、広告費換算で年1.6億円分の集客効果があり、参加企業に関しても同様の高い集客効果が実現しています。

マイネットでは、この「クロプロ」の管理画面を提供しており、参加企業は、相互送客の相手先を簡単に探すことのできる「マッチング機能」や、スムーズに開始作業が行える「実施準備機能」、集客数の登録と報告、送客数の一元管理ができる「レポート機能」などを利用できます。システムの中に仕組みを埋め込む必要がなく、導入が簡単な点も特徴といえます。

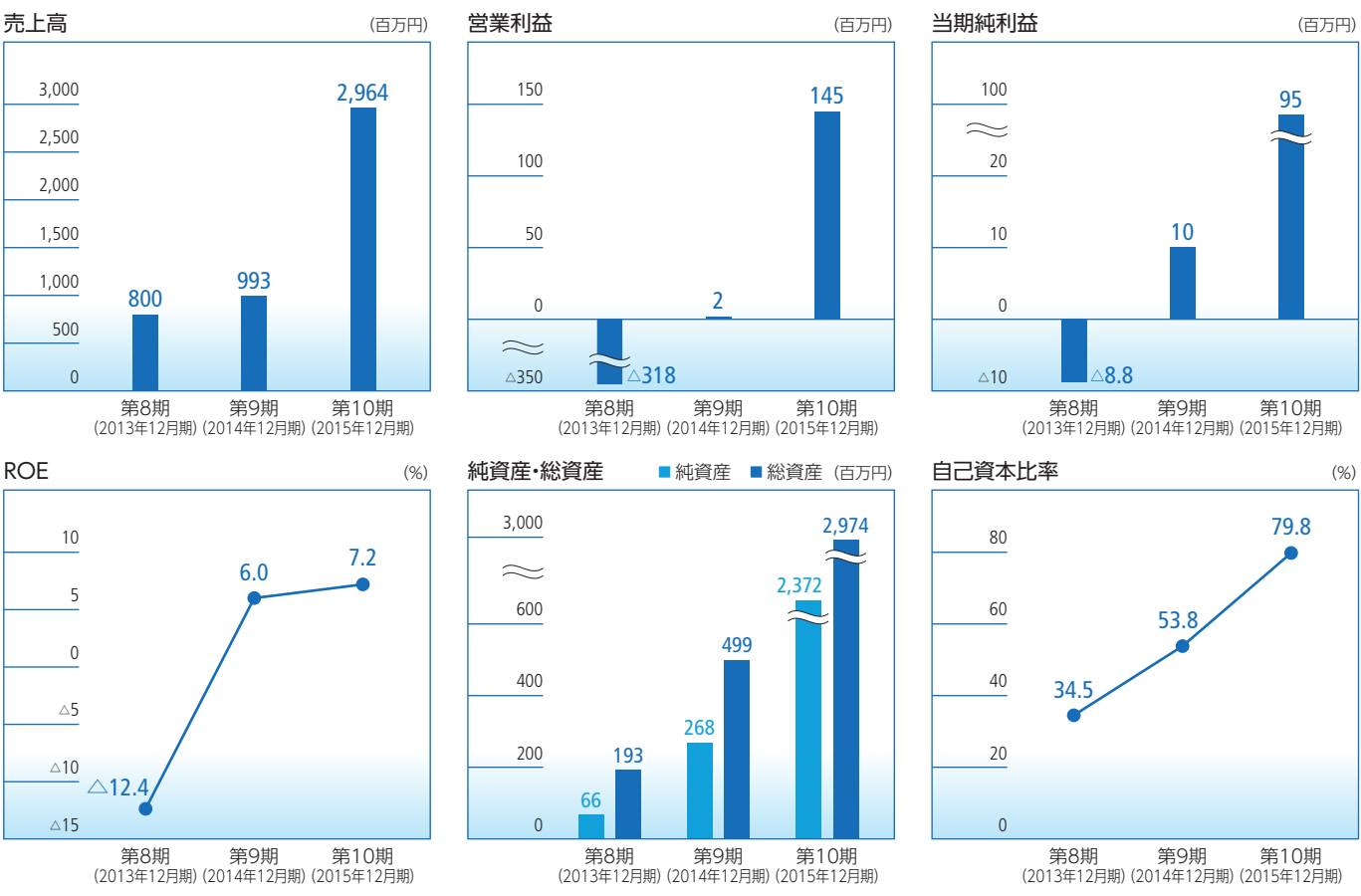
現在、「クロプロ」に参加している企業は合計70社(2016年2月末現在)となっています。ゲームタイトルが増えれば増えるほど、相互送客源となるユーザー数が増えるため、それが集客力となって利益を生み出します。マイネットでは、この好循環を続けることで、利益の最大化をめざしています。



損益計算書 (千円)

科 目	当事業年度	前事業年度
	(自 2015年1月1日 至 2015年12月31日)	(自 2014年1月1日 至 2014年12月31日)
売上高	2,964,029	993,302
売上原価	2,023,100	619,928
売上総利益	940,929	373,373
販売費及び一般管理費	795,668	371,357
営業利益	145,260	2,016
営業外収益	1,151	183
営業外費用	14,877	1,631
経常利益	131,533	568
特別利益	2,863	25,014
特別損失	33,513	1,174
税引前当期純利益	100,883	24,407
法人税、住民税及び事業税	75,709	14,271
法人税等調整額	△70,268	—
法人税等合計	5,440	14,271
当期純利益	95,443	10,135

業績の推移



貸借対照表 (千円)

科 目	当事業年度	前事業年度
	(2015年12月31日)	(2014年12月31日)
資産の部		
流動資産	2,442,790	442,115
固定資産	532,021	57,697
資産合計	2,974,812	499,812
負債の部		
流動負債	550,707	198,764
固定負債	51,200	32,080
負債合計	601,907	230,844
純資産の部		
株主資本	2,372,904	268,968
純資産合計	2,372,904	268,968
負債純資産合計	2,974,812	499,812

キャッシュ・フロー計算書 (千円)

科 目	当事業年度	前事業年度
	(自 2015年1月1日 至 2015年12月31日)	(自 2014年1月1日 至 2014年12月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	△101,697	57,804
投資活動によるキャッシュ・フロー	△540,396	△34,689
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,086,316	194,807
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	1,444,221	217,923
現金及び現金同等物の期首残高	288,057	70,133
現金及び現金同等物の期末残高	1,732,278	288,057

会社概要 (2015年12月31日現在)

商 号 株式会社マイネット
証券コード 3928
本 社 東京都港区北青山二丁目11番3号 A-PLACE青山
創 業 2006年7月
資 本 金 11億8,830万円
従 業 員 143名

役 員 (2016年3月23日現在)

代表取締役社長 上原 仁
取 締 役 嶺井 政人
取 締 役 奥原 淳
取 締 役(社外) 岩城 農
監査等委員(社外) 保田 隆明
監査等委員(社外) 中山 和人
監査等委員(社外) 三木 雄信

マイネットの歴史

- 2006年 6月 ●東京都中央区銀座において、株式会社マイネット・ジャパンを設立
- 7月 ●国内初のソーシャルニュースサイト「newsing」(ニューシング)リリース
- 2007年 1月 ●「katy」(ケイティ)ー携帯サイト作成・集客ASPサービスリリース
- 2012年 9月 ●スマートフォンゲーム「ファルキューレの紋章」をmixiにてリリース
- 10月 ●スマートフォンゲーム「ファルキューレの紋章」をGoogle Playにてリリース
- 2013年 1月 ●株式会社マイネット・ジャパンから「株式会社マイネット(Mynet Inc.)」へ社名変更
- 2014年 5月 ●スマートフォンゲームのリビルド事業を協業型リビルド1タイトルから開始
- 9月 ●株式会社イグニスが開発・運営するスマートフォンゲーム「神姫覚醒メルティメイデン」を買収
- 2015年 4月 ●株式会社gumiが運営するスマートフォンゲーム「ドラゴンジェネシス」、「幻獣姫」、「騎士姫」に関する資産等の譲渡並びに配信権を取得
- 6月 ●グリー株式会社が運営するスマートフォンゲーム「ドリランド 魔王軍vs勇者!」配信権を取得
- 9月 ●スマートフォンゲーム提供企業70社(2月末現在)の参加する相互送客ネットワーク「CroPro(クロプロ)」をリリース
- 株式会社セガゲームスと「ボーダーブレイク mobile-疾風のガンフロンター」に係る共同事業契約を締結
- 10月 ●株式会社アプリボットが運営するスマートフォンゲーム「リバースドライブ」、「レジェンド オブ モンスターズ/Legend of the Cryptids」の配信権を取得
- 12月 ●東京証券取引所マザーズ市場上場
- 2016年 1月 ●株式会社Nubee Tokyoが開発運営するスマートフォンゲーム「神界のヴァルキリー」を買収

株式の状況 (2015年12月31日現在)

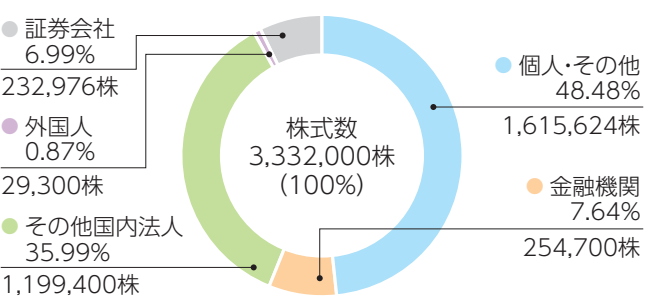
発行可能株式総数 10,000,000株
発行済株式の総数 3,332,000株
株 主 数 1,594名

大株主

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
上原 仁	794,500	23.84
グリー株式会社	517,500	15.53
BDashFund 2号投資事業有限責任組合	256,000	7.68
日本証券金融株式会社	243,100	7.29
株式会社セガゲームス	200,000	6.00
株式会社SBI証券	145,000	4.35
新生企業投資株式会社	129,400	3.88
笠原 健治	104,000	3.12
SMBCベンチャーキャピタル 2号投資事業有限責任	85,000	2.55
嶺井 政人	80,000	2.40

株式分布状況 (2015年12月31日現在)

所有者別株式分布状況



株主メモ

事 業 年 度 1月1日から12月31日まで
定 時 株 主 総 会 毎事業年度終了後3ヵ月以内
定時株主総会基準日 12月31日
期末配当金受領株主確定日 12月31日
単 元 株 式 数 100株
公 告 方 法 当社の公告方法は、電子公告としています。ただし事故その他やむを得ない事由により電子公告をすることができないときは、日本経済新聞に掲載します。当社の公告掲載URLは次のとおりです。
<http://mynet.co.jp/>
上 場 証 券 取 引 所 東京証券取引所マザーズ市場 (証券コード：3928)
株 主 名 簿 管 理 人 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部