



2012年度 第3四半期決算説明会

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。

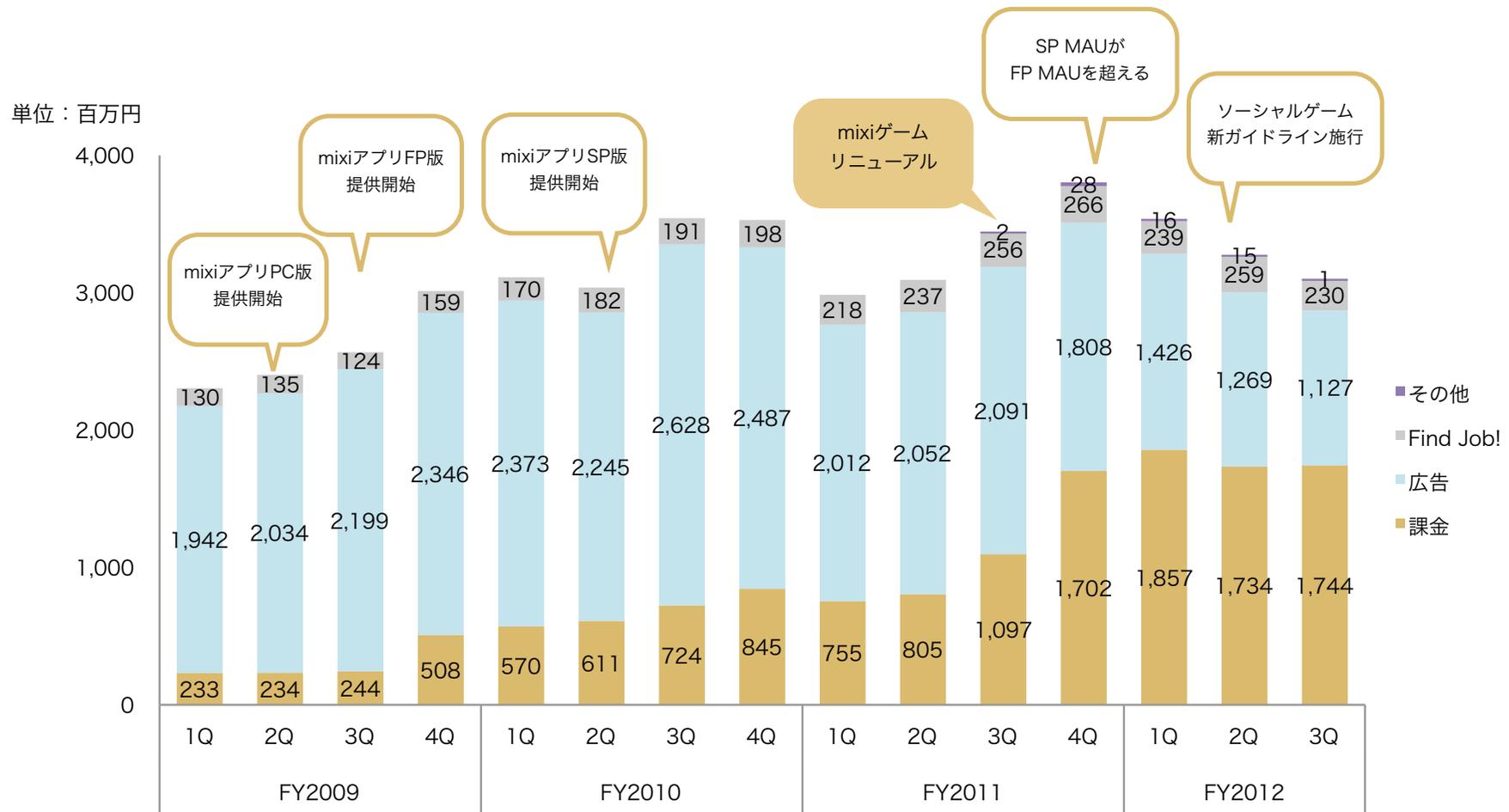
様々な要因の変化により、実際の業績と異なる可能性があることをご承知ください。

損益計算書（累計：2012年4月～12月）

単位：百万円

	FY2012/3Q (2012年4 -12月)	FY2011/3Q (2011年4 -12月)	増減率 (YoY)
売上高	9,922	9,529	4.1%
売上原価	2,838	3,155	▲10.0%
売上総利益	7,083	6,373	11.1%
販管費	4,740	4,987	▲5.0%
営業利益	2,342	1,385	69.0%
経常利益	2,349	1,226	91.6%
四半期純利益	1,621	474	241.7%

売上高 (四半期推移)



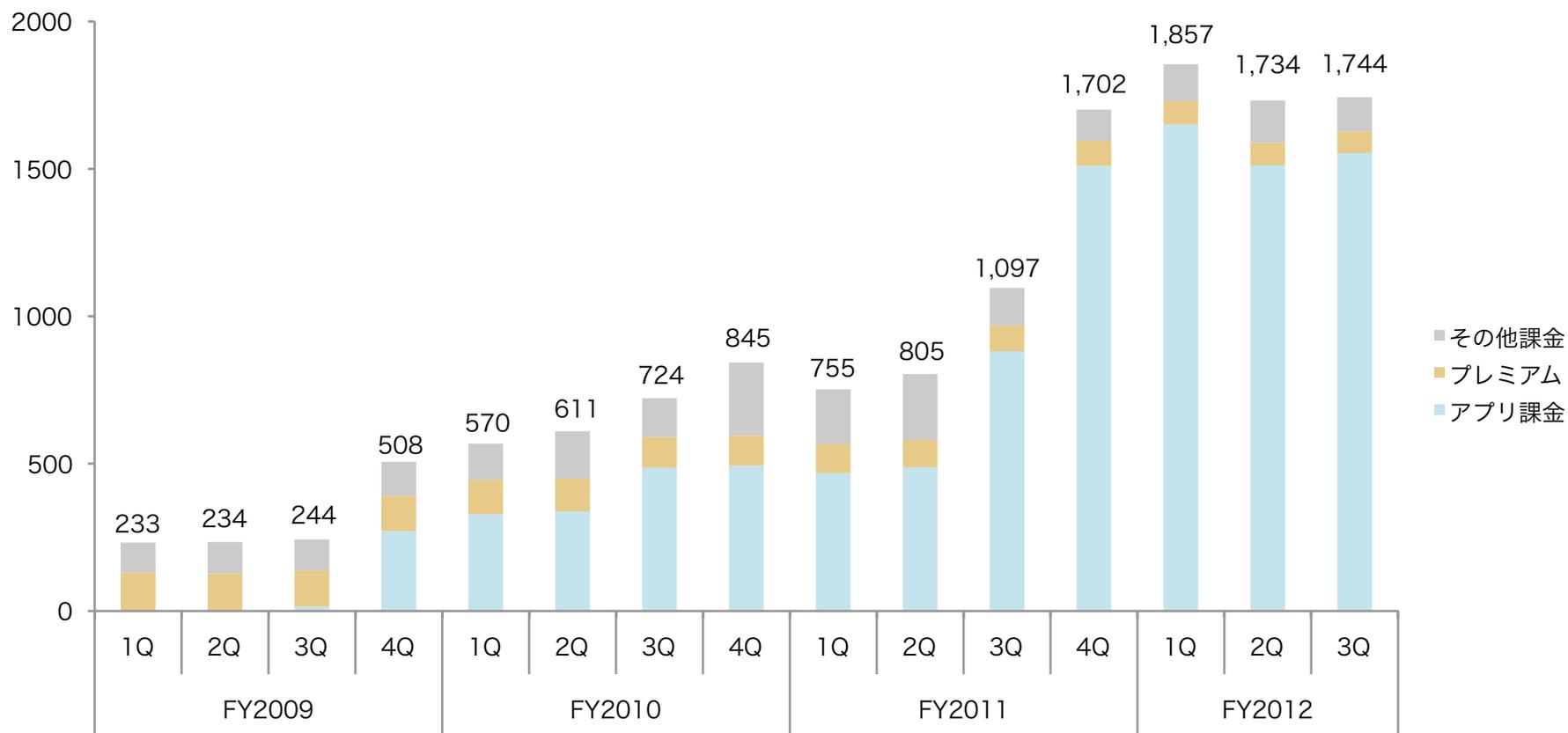
※FY2011より広告売上高をグロス計上からネット計上に変更、FY2009-2010の数値はネット計上に遡及修正済

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

課金売上内訳（四半期推移）

- ・ アプリ課金売上が回復

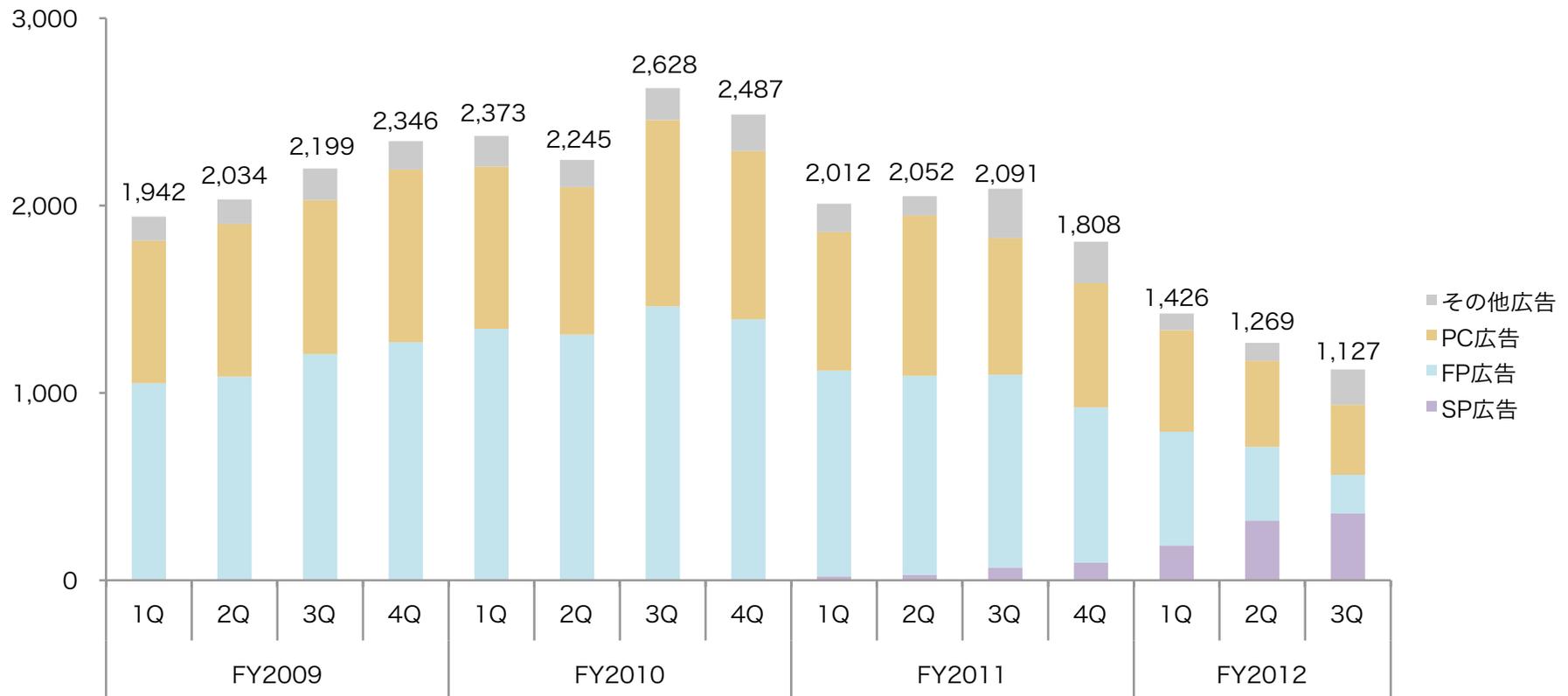
単位：百万円



広告売上内訳（四半期推移）

- ・スマートフォン広告は順調に拡大
- ・フィーチャーフォン広告の減少スピードは今後緩やかに

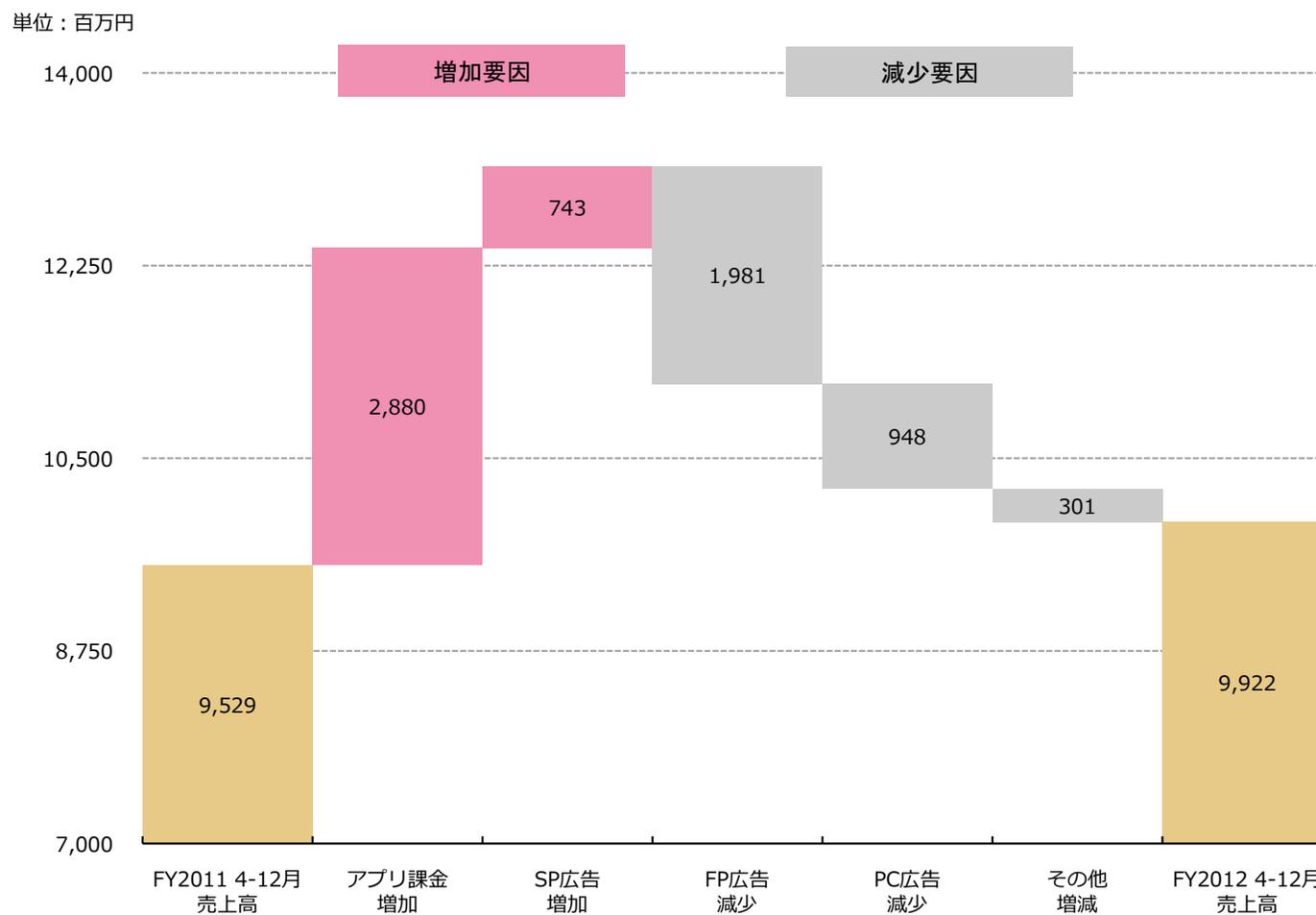
単位：百万円



※SP広告はスマートフォン広告、FP広告はフィーチャーフォン広告

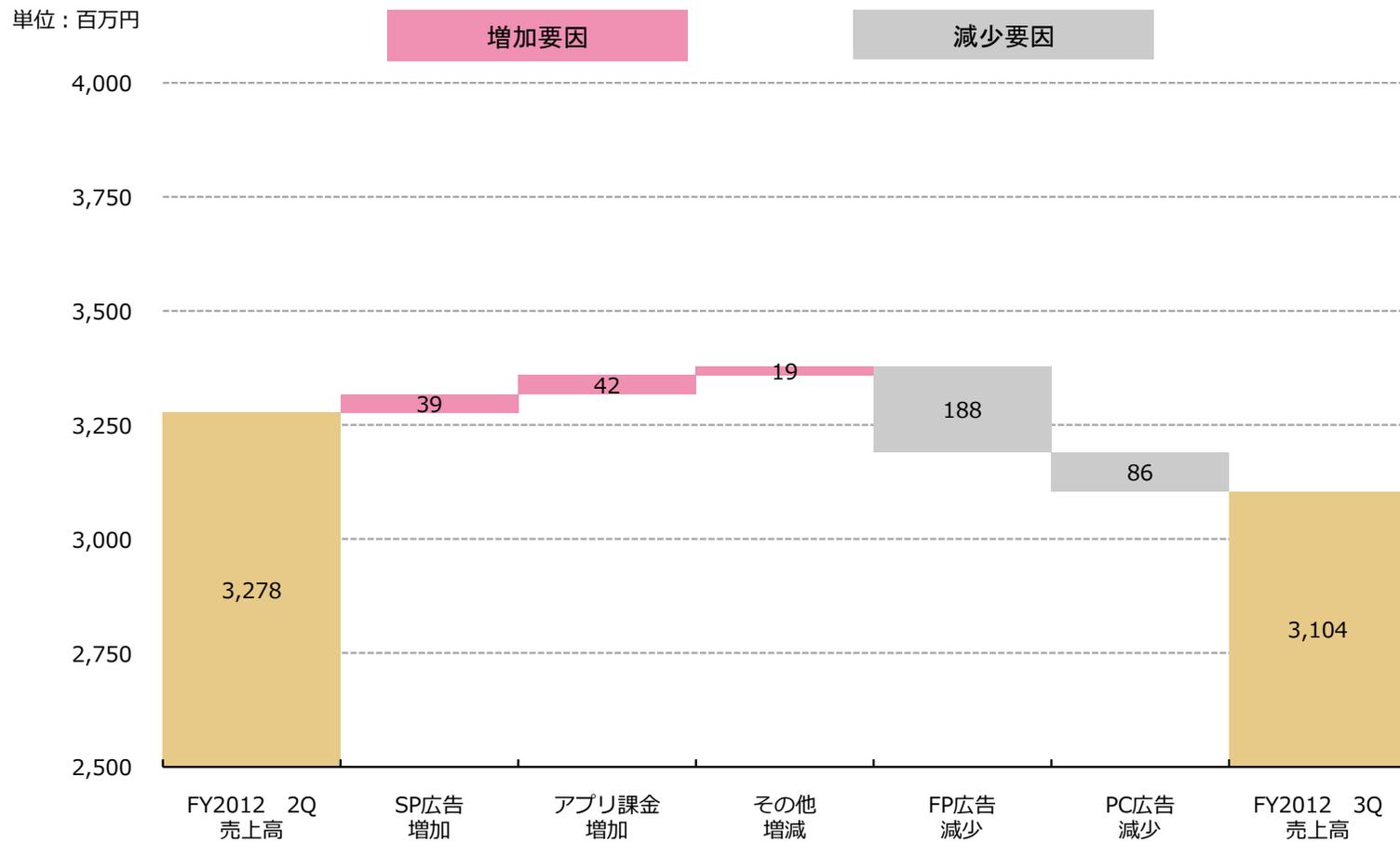
Copyright (C) mixi, Inc. All rights reserved.

売上高増減要因 ウォーターフォールチャート（前年同期比）



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

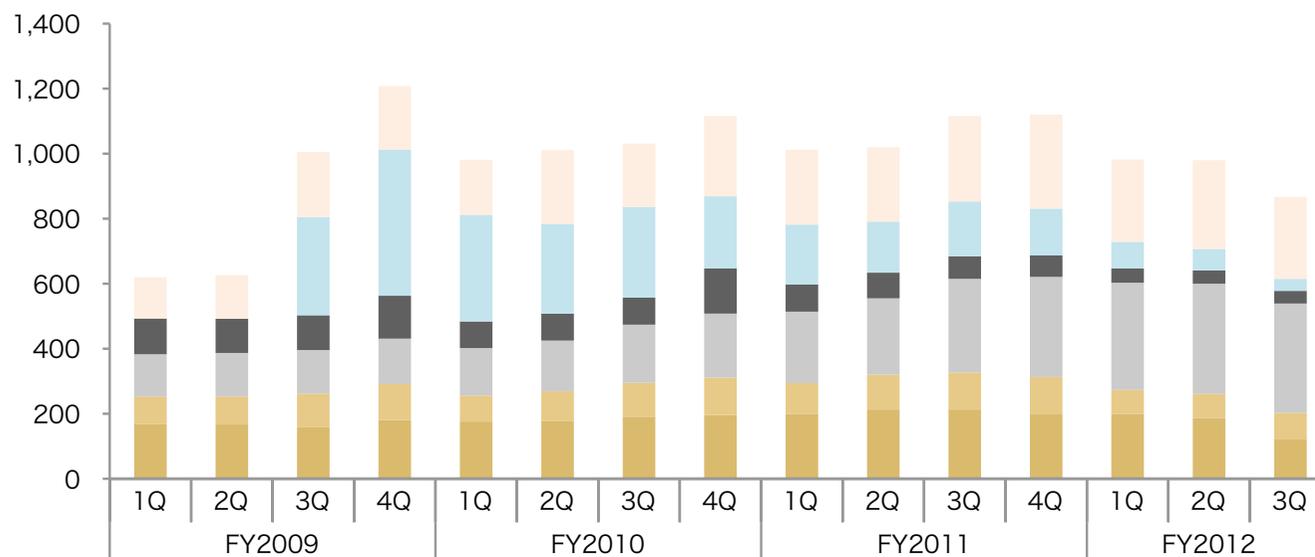
売上高増減要因 ウォーターフォールチャート（前四半期比）



売上原価（四半期推移）

- ・ アドプログラム費用は引き続き減少傾向
- ・ データセンターの契約見直しにより賃借料が減少

単位：百万円

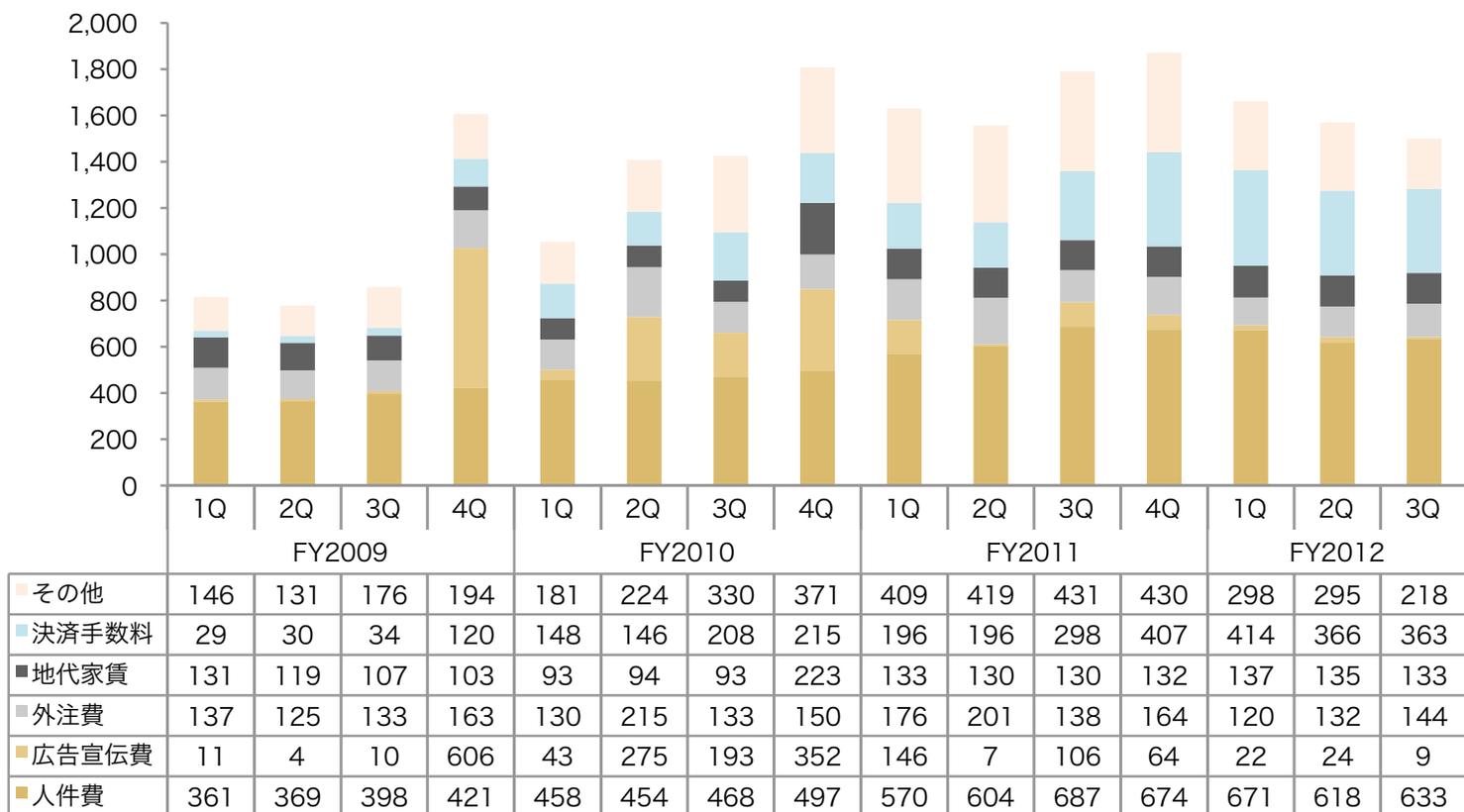


■ その他	127	135	200	196	169	227	195	247	230	229	263	289	253	273	252
■ アドプログラム費用	-	-	302	449	328	276	279	222	184	157	169	144	82	66	37
■ コンテンツ費用	110	105	107	132	82	83	83	139	84	79	69	66	44	41	39
■ 開発人件費	130	134	134	140	146	156	179	197	220	235	288	308	330	339	336
■ 減価償却費	84	86	102	110	80	92	104	115	94	107	114	115	74	74	80
■ 賃借料	169	167	160	181	176	177	191	196	200	213	213	198	199	187	123

販管費（四半期推移）

- ・その他は貸倒引当金の減少による一時的な減少

単位：百万円

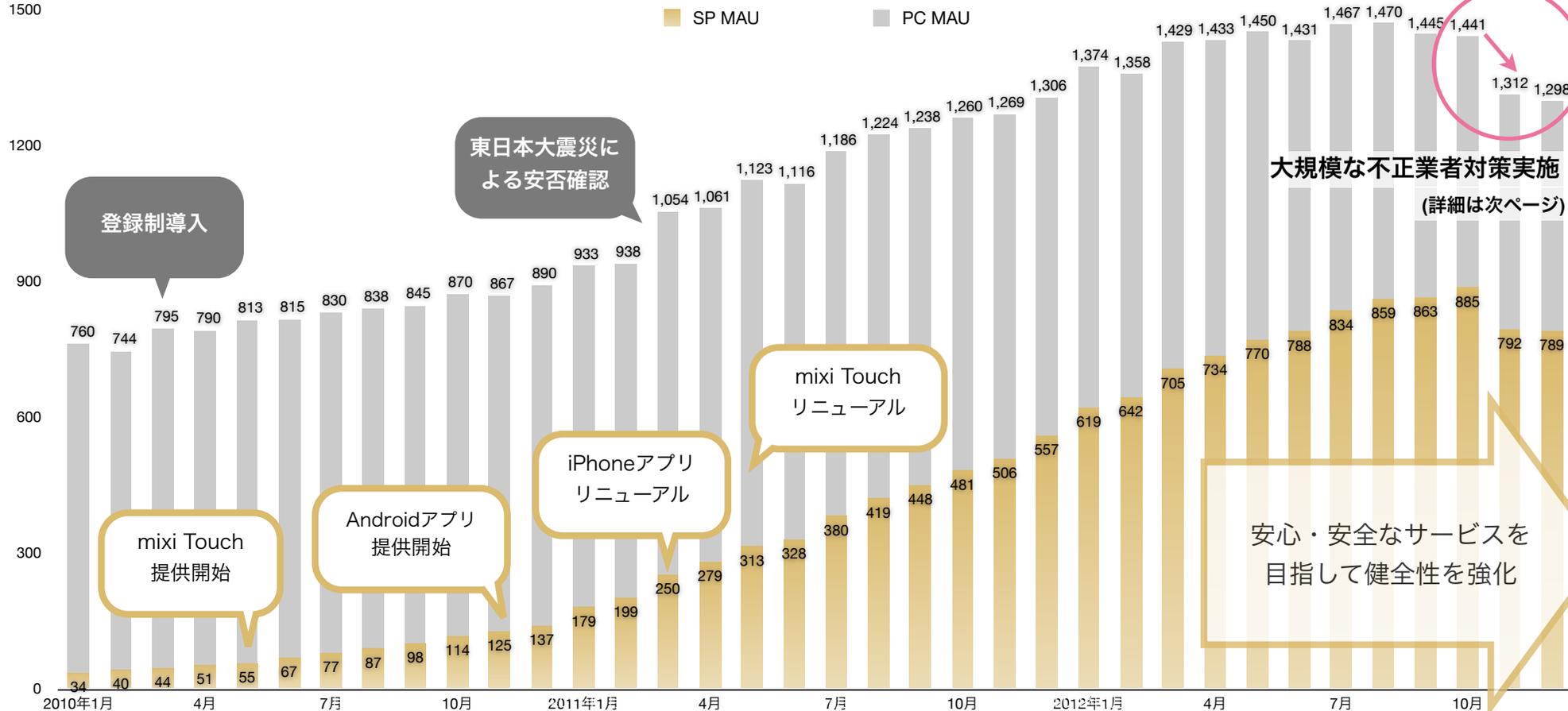




事業拡大へ向けての取り組み

MAU (スマートフォン & PC)

単位：万人
1500

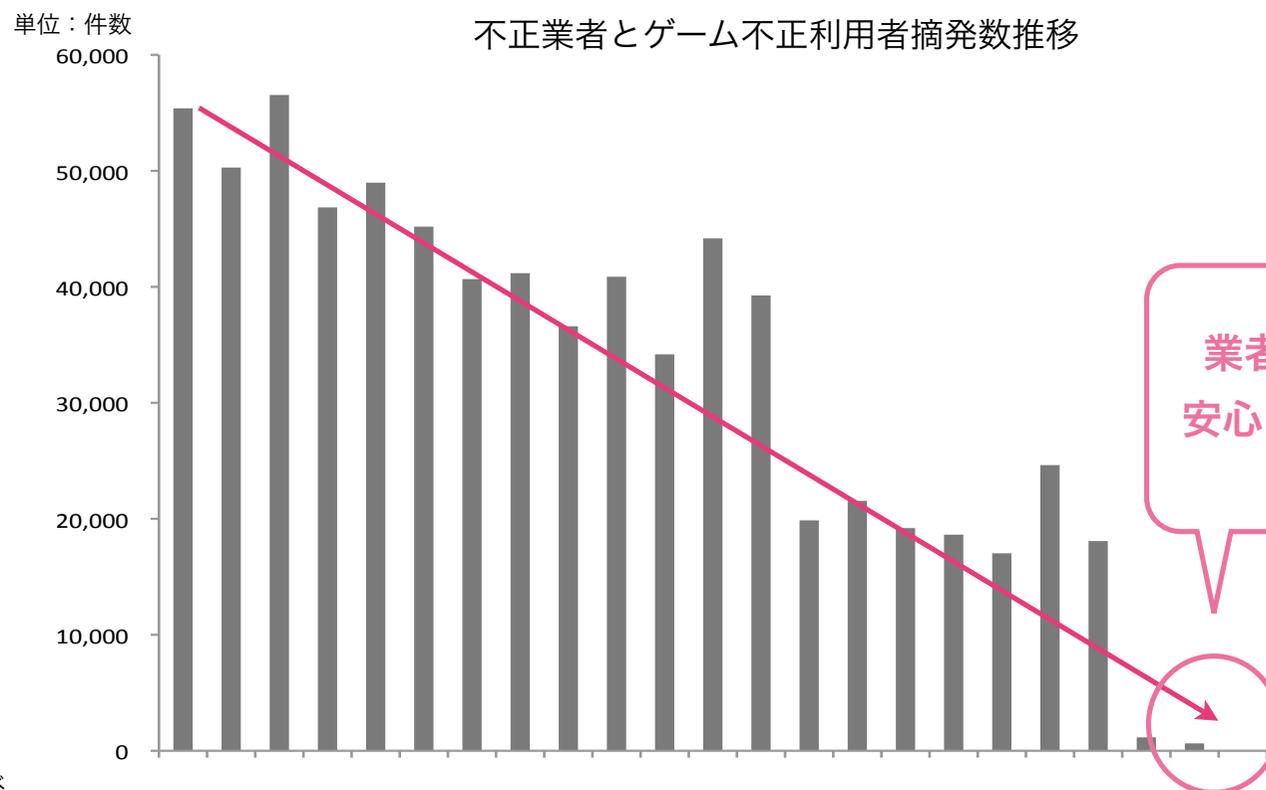


※1：MAU(Monthly Active Users)は当社調べ ※2：MAUはSP MAUとPC MAUの積上の数値
 ※3：SP MAUは、Touch（ブラウザ版）のみの数値から、2011年7月よりmixi公式アプリおよびTouchを合算した数値に変更

健全性強化および不正業者対策

・各種対策により、1日あたり最大5.5万件・累計約120万件（推定）発生していた不正業者とゲーム不正利用者の摘発数が、ほぼ0にまで減少

不正業者とゲーム不正利用者摘発数推移



業者・不正ゼロの
安心・安全なSNSへ



※1：摘発数は当社調べ

※2：不正業者とは、主にスパムメッセージ・友人申請を送付し外部サイトに誘導する業者アカウント

※3：ゲーム不正利用者とは、mixiゲームのチート利用を目的としたアカウント

事業拡大に向けての取り組み

ユーザー基盤強化

ビジネス基盤強化

ユーザー基盤強化

ユーザーファーストの実現

ユニット制

ビジネス基盤強化

スマートフォンファースト

- ・スマートフォンの更なるユーザービリティの向上へ
- ・ユーザーファーストのもとに、ユーザー調査から得た課題やニーズを活かし大規模なUI改修を予定



mixiTouch for iOS
(ブラウザ版) for Android



mixi for iOSアプリ

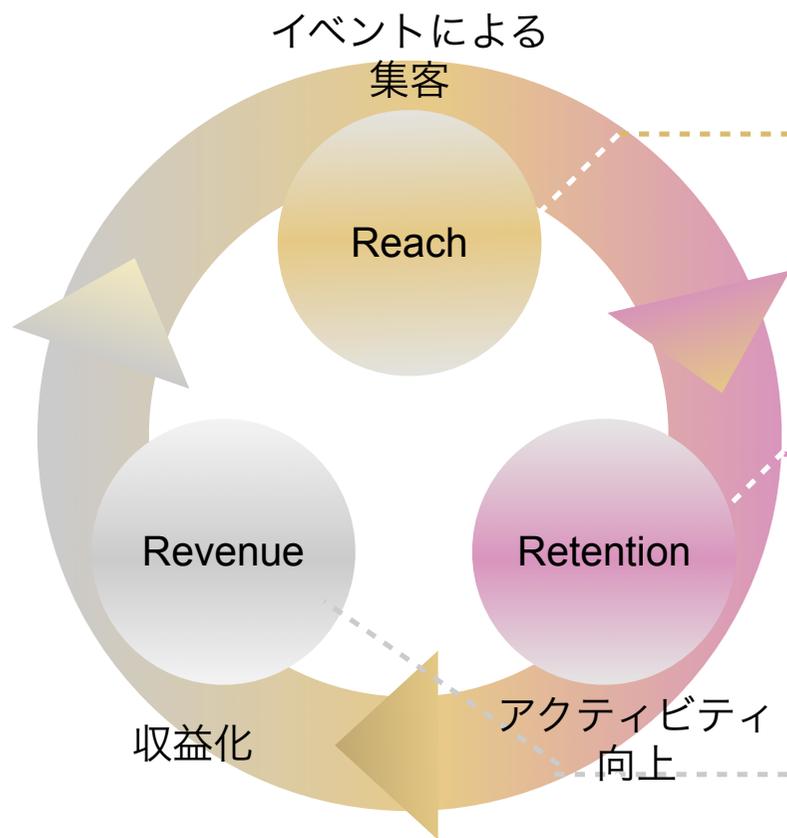


mixi for Androidアプリ

どのデバイスからでも、同じユーザー体験を
※3月より試験リリース、ユーザーテストを行いながら順次リリース予定

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

スマートフォンにおけるエコシステムの構築



高いコンテンツ力で外部からの集客に成功 25 days

「mixi Xmas」「ミクシィ年賀状」において、mixiだけでなくFacebook、Twitterからも多数の集客

ユーザー要望に合わせた新機能提供による アクティビティの向上

「mixiメッセージ」のリアルタイム化により、mixiメッセージスマートフォンDAUが上昇

スマートフォンファーストで広告、ゲームを拡大

スマートフォン広告の伸びは堅調、ゲーム分野ではDeNA社との提携でタイトルの拡充を図る

ユニット制：スマートフォンを中心に、スピーディに新機能・改修を実行

リリース済



※ニンテンドー3DSは任天堂の商標です

試験リリース

訪問者リアルタイム表示

現在試験リリース中

- ・機能要望、ユーザーファーストウィーク等で多くの要望を受け、1月22日より試験提供



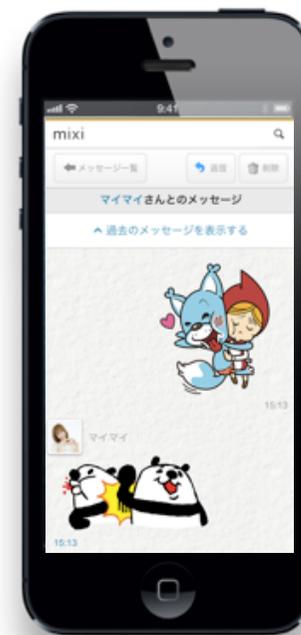
- ・訪問者を訪問時間順に最大60件まで表示
- ・友人を示すアイコンや、経由元を表示

mixi Touch版

スタンプサービス

近日試験リリース予定

- ・試験的に「mixiメッセージ」で開始予定



- ・120種類以上のスタンプを無料で提供
- ・ユーザーの利用動向を調査し、他のサービスでも利用を検討

mixi Touch版

試験リリースから全てのユーザーへ

「mixiボイス」 つぶやきのネタ 試験リリース⇒全ユーザーに拡大

- ・ 24時間で1万件以上の投稿が行われる等活発に利用され、12年12月に全ユーザーへリリース



- ・ ランダムに表示されるお題につぶやく
- ・ mixiユーザー全体の回答一覧も閲覧可能

mixi Touch版

「mixiメッセージ」リアルタイム化 試験リリース⇒全ユーザーに拡大

- ・ リアルタイムコミュニケーションのニーズの高さを確認、12年12月に全ユーザーへリリース



- ・ 送信相手ごとに、まとめて表示
- ・ 画面遷移なしで返信が反映

mixi Touch版

ユーザー基盤強化

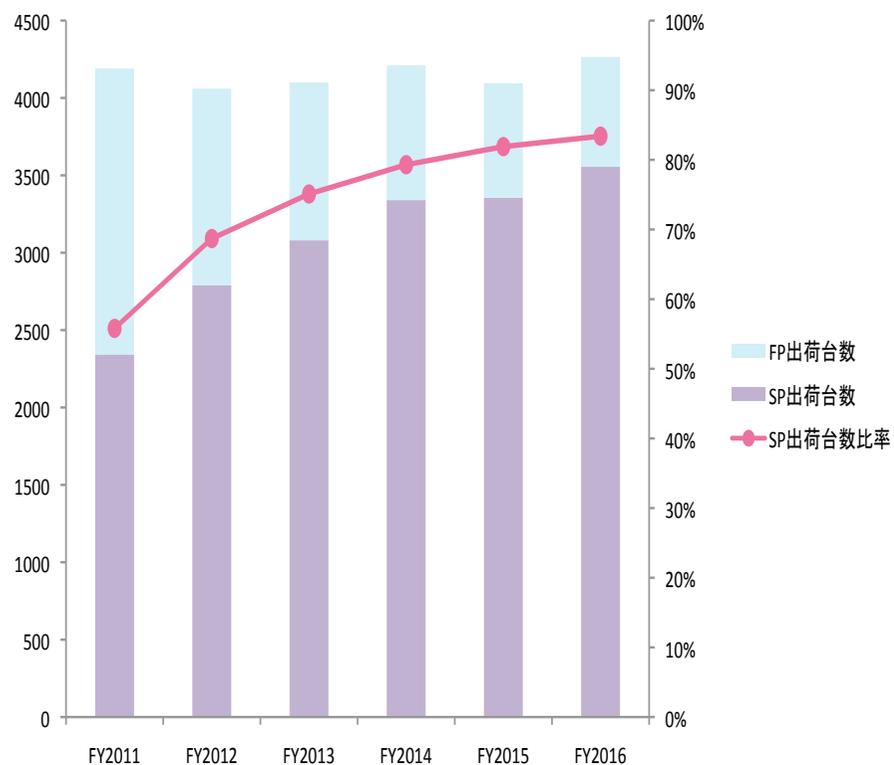
広告事業

課金事業

ビジネス基盤強化

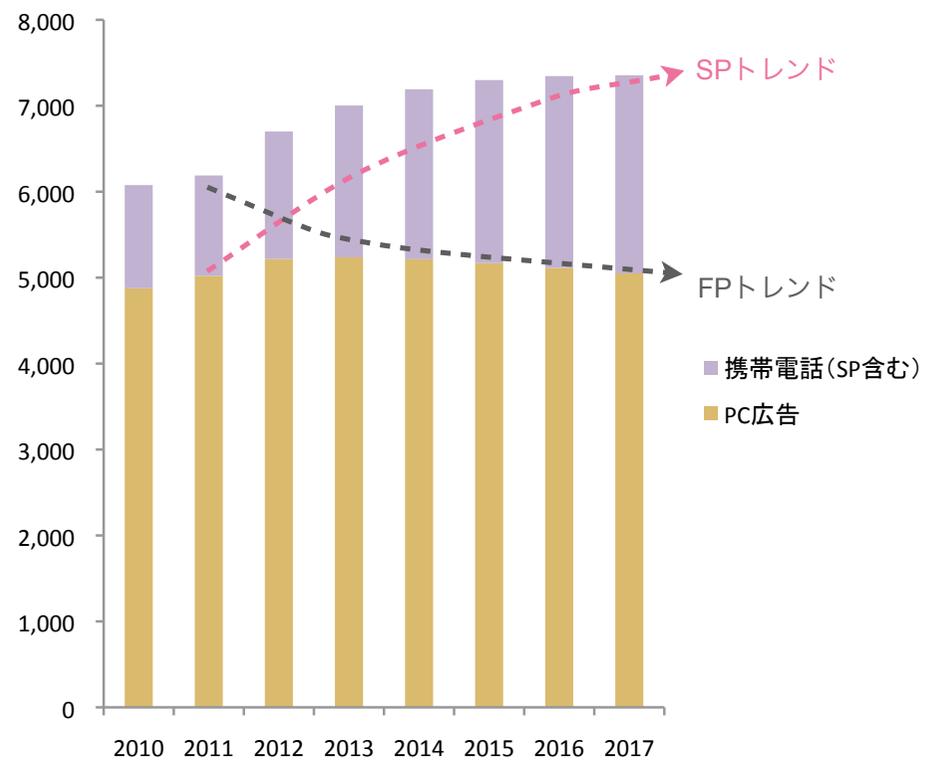
拡大するスマートフォン市場

スマートフォン出荷台数の推移・予測（12年3月予測）



出典：(株)MM総研 [東京・港] /スマートフォン市場規模の推移・予測（12年3月）

インターネット広告市場規模予測



出典：野村総合研究所/ITナビゲーター 2013年版
 ※SP・FPトレンドについては当社予測

広告事業：スマートフォン広告の拡大

・フィードを活かした高い広告効果のバナー型広告（ソーシャルエキスパンドアド）、
アプリ型広告モデル（mixi Xmas , mixi Halloween）の汎用化に加え、
スマートフォンの特性を活かした公式クライアントアプリの広告開発に成功

クライアントアプリ広告<スワイプジャック>



課金事業：スマートフォン版「mixiゲーム」「Mobage」開発基盤共通化

- ・ユーザーに、より多くの魅力的なソーシャルゲームを提供
- ・開発基盤・管理ツールを共通化することで、パートナーは最小限の工数で両サービスにゲームを提供可能

パートナーデベロッパー

ゲームを開発

共通の開発基盤・管理ツール

- ・ IDはmixiのまま
- ・ mixiのソーシャルグラフィックで楽しむ
- ・ 仮想通貨はmixiポイント

mixi

ユーザーへ提供

mobage
by DeNA

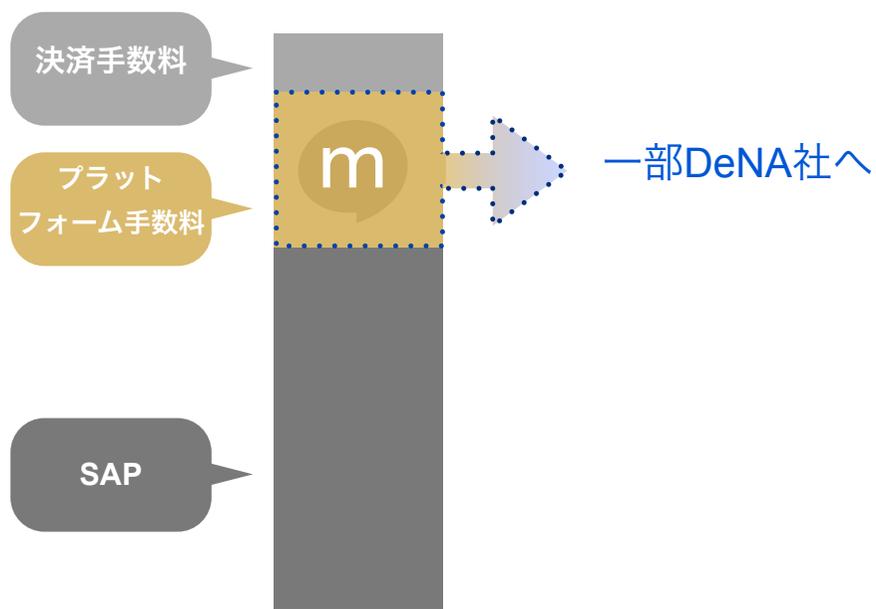
ユーザーへ提供

12年11月 発表 ✓
13年01月 仕様公開 ✓

13年春 リニューアル予定

スマートフォン版「mixiゲーム」ビジネスモデル

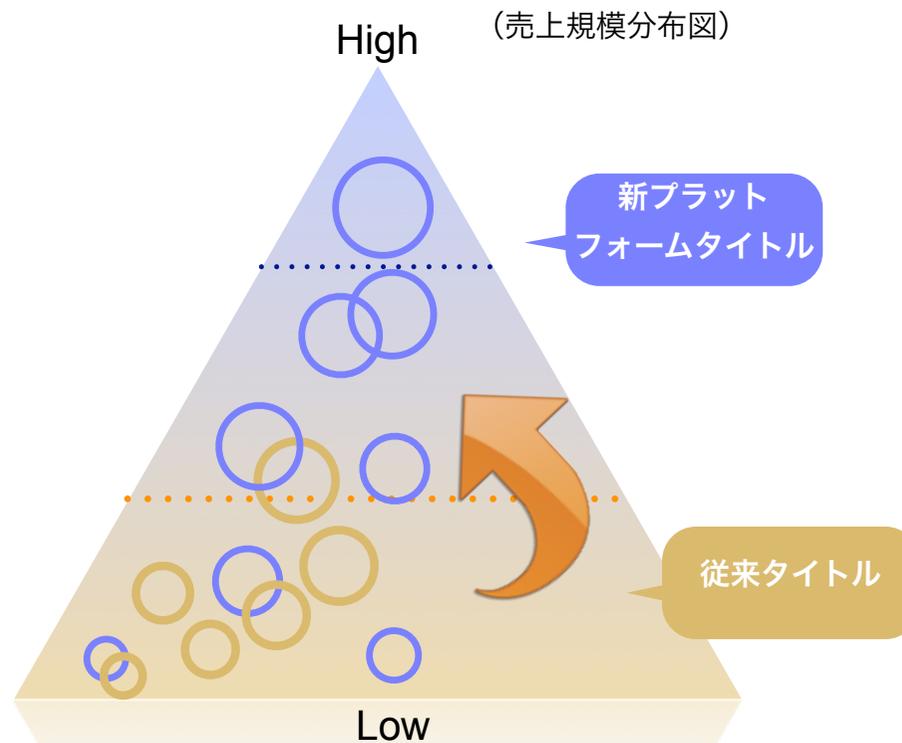
レベニューシェアモデル イメージ



プラットフォーム手数料を一部DeNA社とシェア

※DeNA社内製タイトルについてはSAPと同様

導入タイトル規模 イメージ



従来のゲームに加え、
ビッグタイトルを含むラインナップの増強へ

今後も引き続き「ユーザーファースト」の視点に立ち
『mixi』をより良いものに

コミュニケーションサービスの開発・提供に注力する

自社のみで運営するよりもサービスを改善・強化できる場合は
各業界におけるトッププレイヤーと積極的に提携する

執行役員体制



社長
笠原 健治



経営推進本部長
荻野 泰弘



経営企画室長
朝倉 祐介



クロスファンクション室長
川崎 裕一



パートナービジネス本部長
辻 正隆



ユーザーサービス本部長
廣木 大地



システム本部長
松岡 剛志



ゲーム事業部長
森田 仁基

体制強化

- ・ 事業価値向上のため、3名の執行役員の新任と
社内外との連携強化を目的としたクロスファンクション室を新設



Speed & Innovation

