

成長可能性に関する説明資料

株式会社モバイルファクトリー <3912>

2015年3月26日

01. 会社概要

02. 事業内容

03. 市場環境

04. 当社の強み

05. 成長戦略

01. 会社概要

行動Value

社員は財産である

チャレンジし続ける

スピード×クオリティ

ありがとうで高収益を

Missionを実現するために社員一人ひとりが心掛けるべき行動指針としてCredoを掲げています

Mission

わたしたちが創造するモノを通じて
世界の人々をハッピーにすること



ブランドメッセージ

感動を持ち歩け。



中期経営戦略

- ・ 特定のモバイルサービスで日本一
- ・ 世界で愛されるサービスの実現
- ・ 世界で活躍するネット企業になる

人材Value

主体性

達成力

責任感

発想力

コミュニケーション力

Missionを実現するために社員一人ひとりが「求める人物像」を目指し取り組んでもらいます

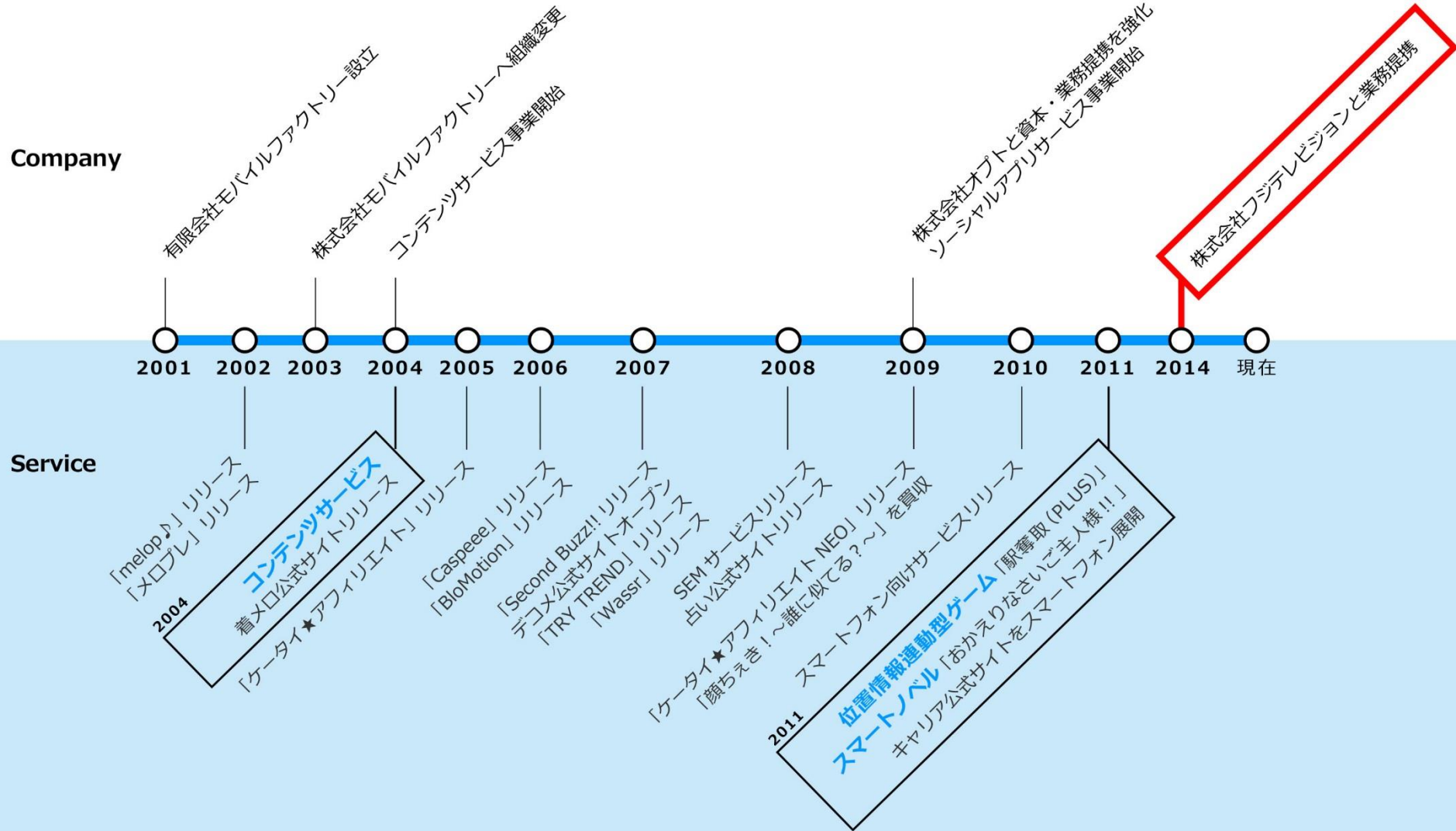
社名	株式会社モバイルファクトリー
代表取締役	宮嶋 裕二
設立	2001年10月1日
所在地	東京都品川区東五反田一丁目24番2号
資本金	3億1,800万円
事業内容	ソーシャルアプリサービス・コンテンツサービス
従業員数	73名 (2015年3月26日時点)

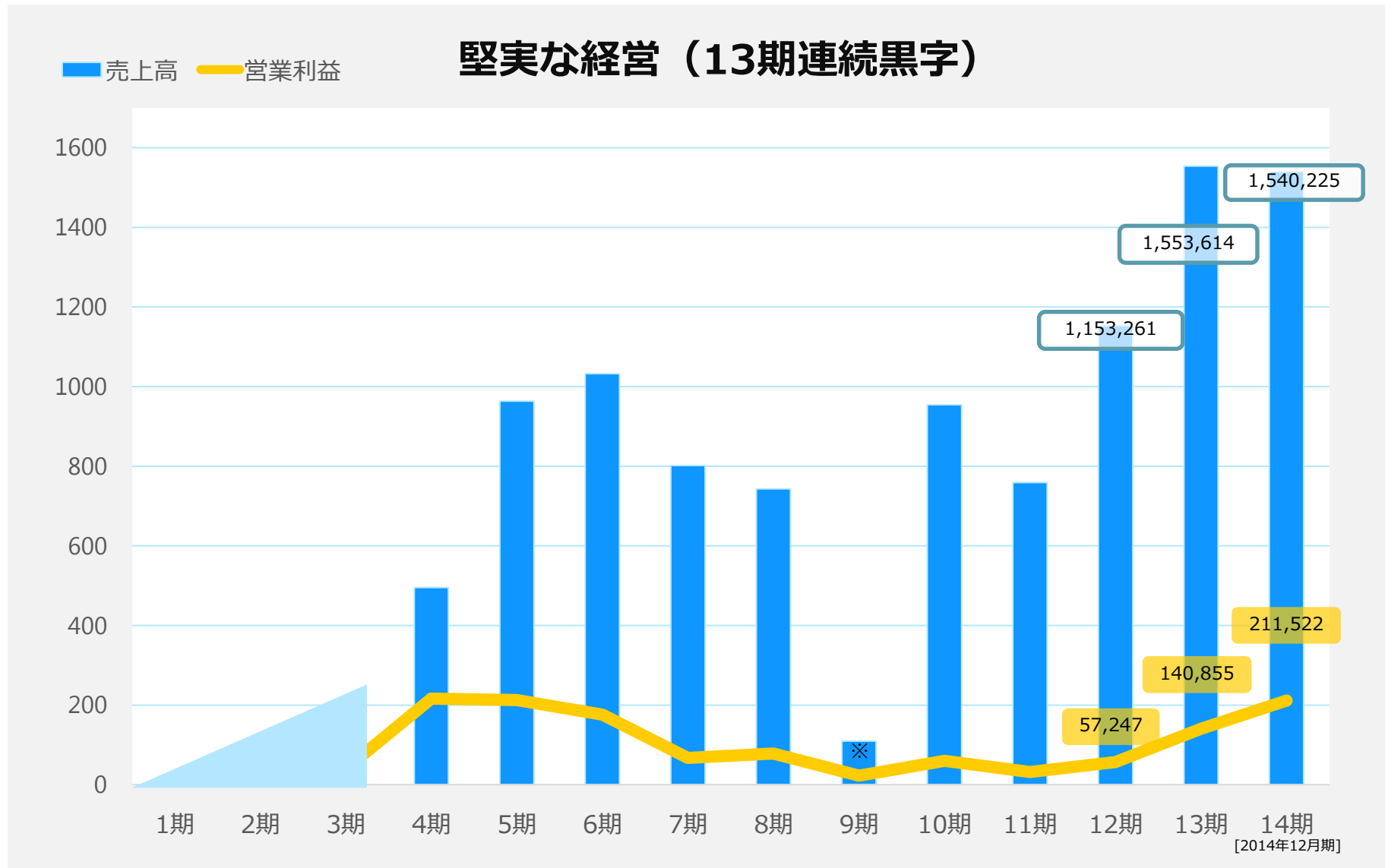


宮嶋 裕二

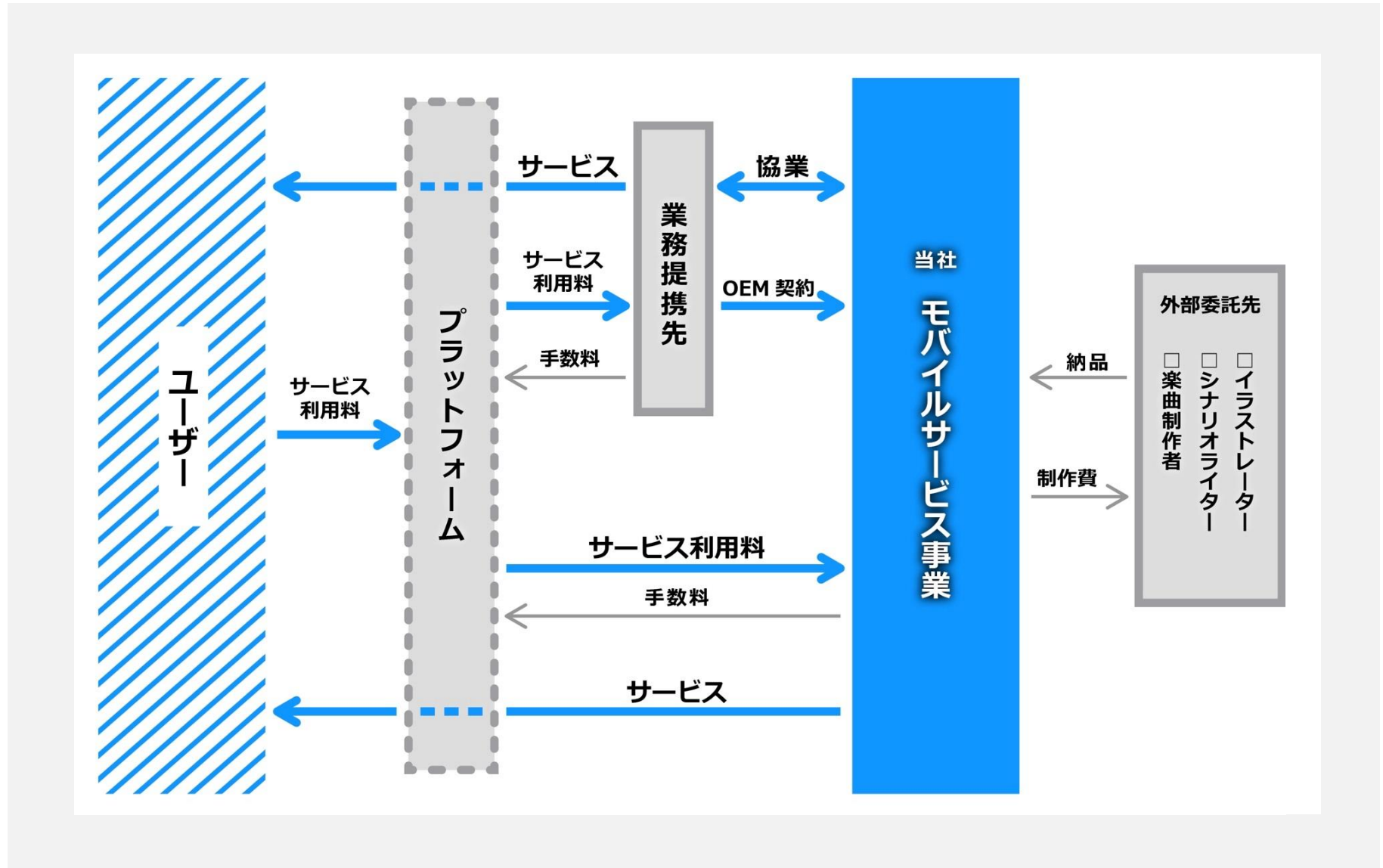
- 1971年 東京生まれ
- 1995年 中央大学卒業後、
株式会社ソフトバンクへ入社
- 1999年 株式会社サイバーエージェント転職後、
新規事業「メールイン」を立ち上げ
- 2001年 有限会社モバイルファクトリー設立
- 2003年 有限会社から株式会社に組織変更し、代表取締役就任

感動を持ち歩け。





※第9期は決算期変更により、2009年10月1日から2009年12月31日までの3ヶ月間の数字です



02. 事業内容

モバイルサービスを2軸で展開

1
ソーシャルアプリ
サービス

×

2
コンテンツ
サービス

位置情報連動型ゲーム | スマートノベル

都度課金

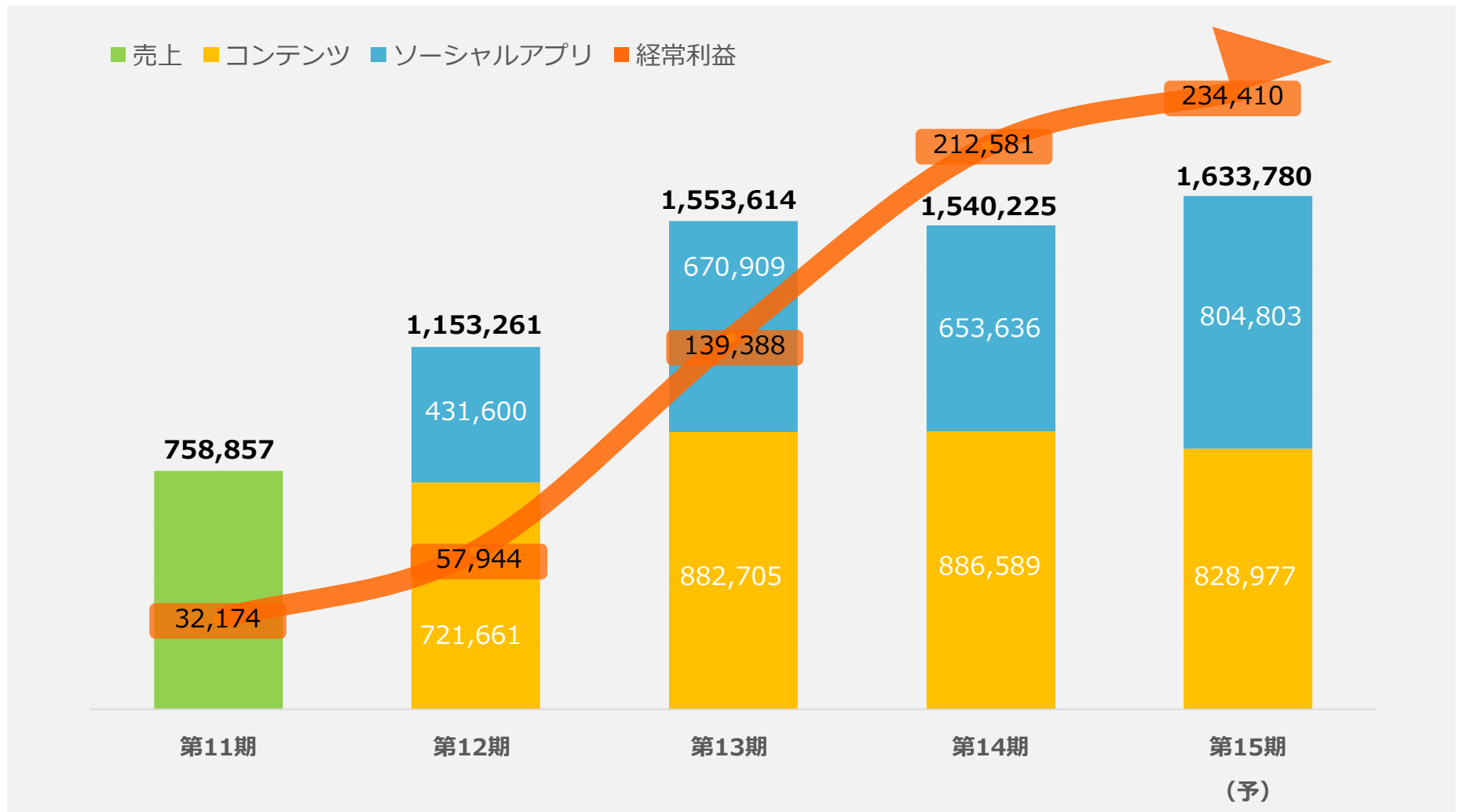
着メロ | 占い等

月額

『コアなファンへのサービス』

『安定収益型サービス』

「成長」×「安定」のバランスの取れた収益モデル



ソーシャルアプリサービス

位置情報連動型ゲーム



位置情報連動型ゲームとは、携帯電話のGPS機能を使って計測した「移動距離」や「現在位置」等を使うゲーム。「現在位置」のみを利用したスタンプラリー的なものから、付随した地域情報を利用するもの、「移動距離」を競うもの、それらの複合的なものなど、位置にまつわる様々な要素を活用できる幅の広いジャンルのゲーム。

スマートノベル



スマートノベルは、ユーザーがストーリー性のあるシナリオを、豊富なイラスト付きノベル形式で読み進める男性向け恋愛シミュレーションゲーム。

コンテンツサービス

着メロ等



J-POP・洋楽に効果音・オルゴールやアニメ曲など着メロが全て取り放題の着メロサイト。

株式会社レコチョクとの協業サービスとして着メロ・効果音・オルゴールが取り放題の着メロサイト。

TV等で話題の韓国人占い師「魚ちゃん」本人監修の「激辛」占い。

無料アプリ



着うた®・着メロを着信音、通知音、Gmail着信音として、“ぱぱっと”簡単設定できる無料アプリ。

好きな通知音で雨をお知らせ。無料効果音も内蔵されており、気分に合わせて通知音を変えられる便利な雨通知アプリ。

位置情報連動型ゲーム



日本全国の駅をユーザー同士で奪い合うゲーム



奪い合う要素に加え、より駅を収集する楽しみを追及したゲーム



基本無料プレイ&アイテム課金

【アイテム使用例】

- ・レーダーにて周辺駅も奪取したいとき
- ・ガチャ等でキャラクターをゲットしたいとき
- ・ライセンスにて一日に10回以上位置登録したいときなど

スマートノベル



2人の女の子をメインヒロインとして選択し、ハーレム気分を楽しむことができるゲーム



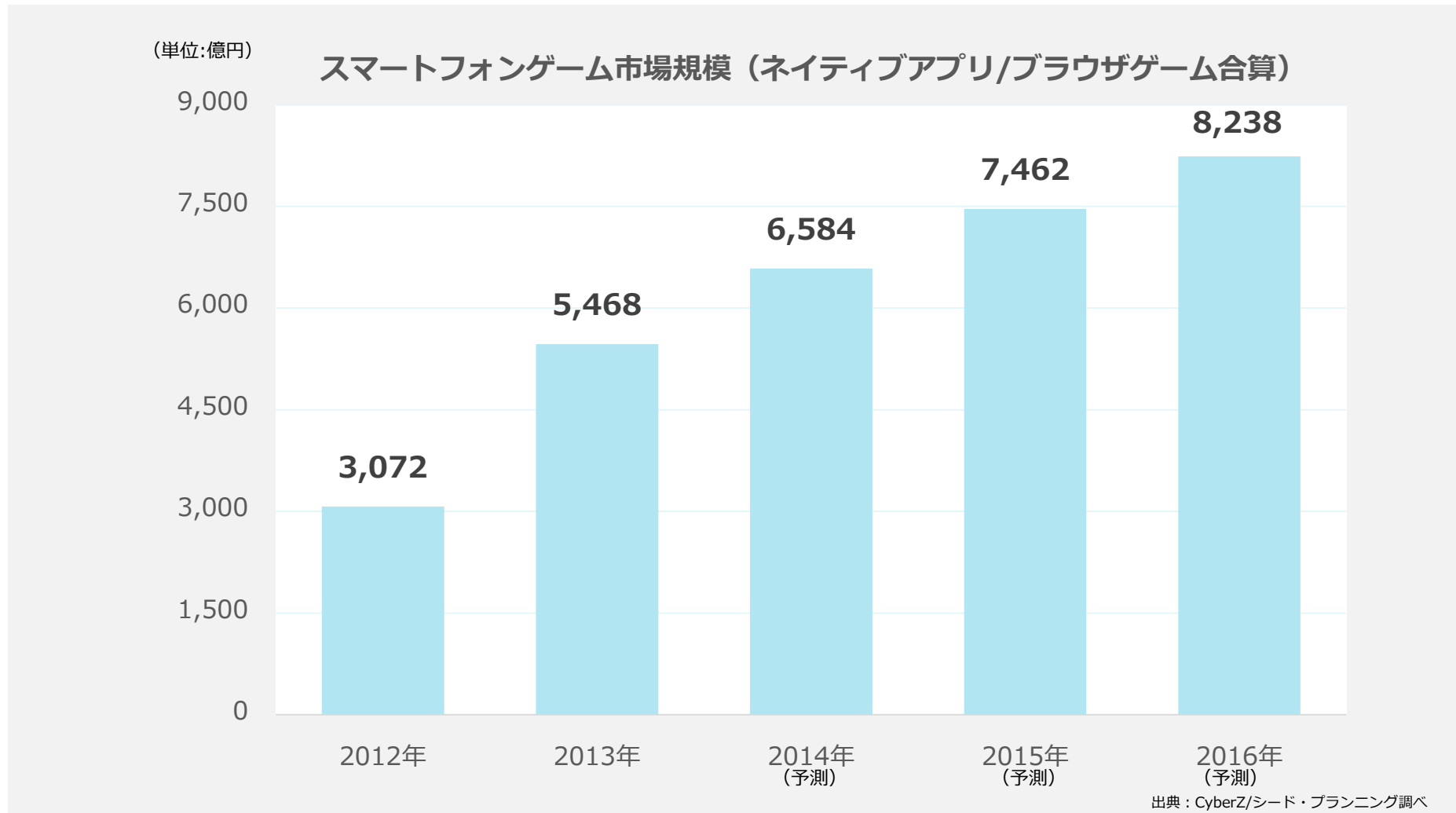
基本無料プレイ&アイテム課金

【アイテム使用例】

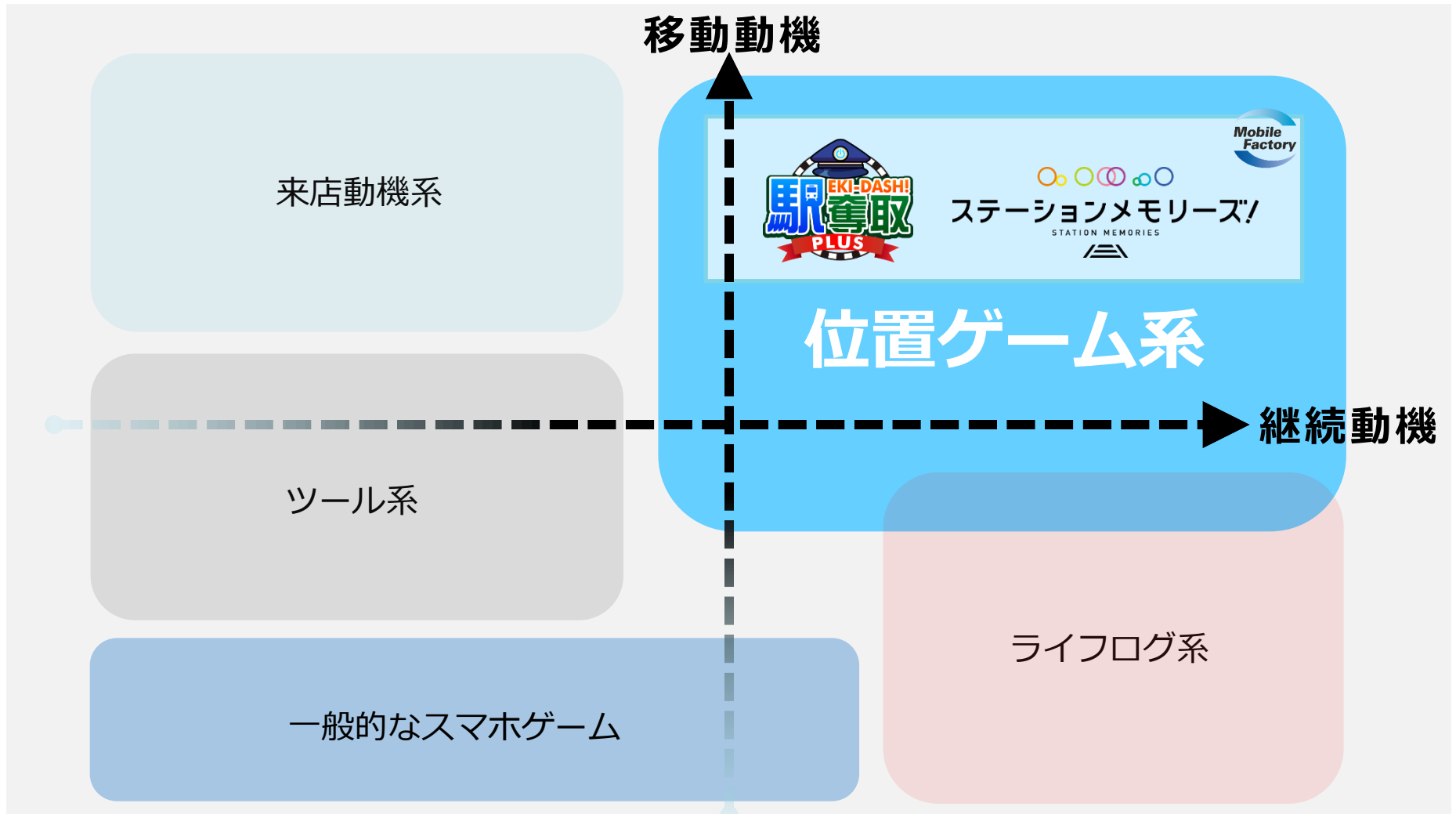
- ・ストーリーをさらに読み進めたいとき
- ・イベントで上位になりたいとき
- ・ログインパネルを開ききりしたいときなど

03. 市場環境

継続して拡大していくスマホゲーム市場



スマホアプリ市場でのポジショニングマップ

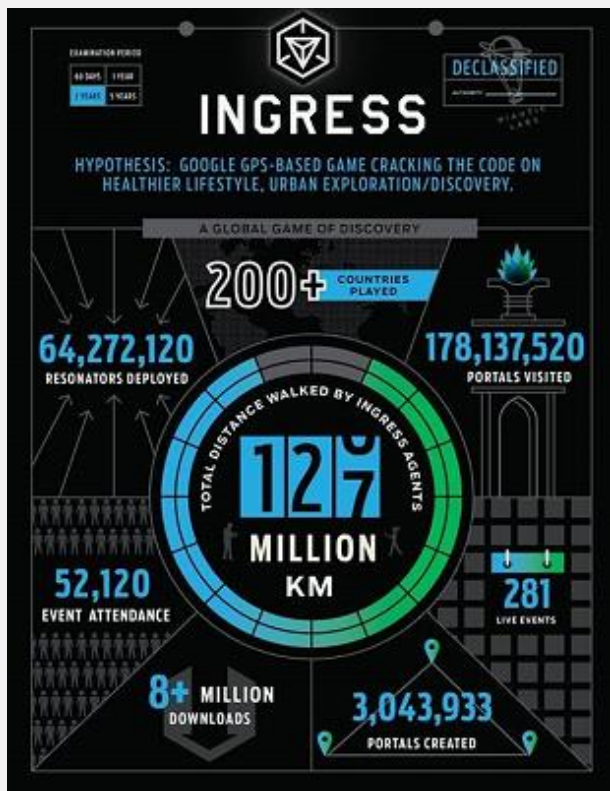


グーグルの「Ingress」が世界を席巻中

※社内ベンチャー「Niantic Labs」

200ヶ国以上 | 1000万ダウンロード突破 | 累計移動距離1.2億km

2015年2月時点



出典：Ingress公式Facebookページ (2014/11/20)

LAWSON × INGRESS

The world around you is not what it seems.

ローソンのお店がポータルに!

Googleが提供する位置情報ゲーム「Ingress (イングレス)」と、ローソンが国内初のコラボレーション

ローソンが、連続の位置情報ゲーム Ingress (イングレス) と全店タイアップ。日本中のローソンのお店が、ゲームの中の重要なポイント、「ポータル」として登場します。すでにゲームを楽しんでいる人、これからの人、疫病のゲーム Ingress と、ローソンとの歴史的コラボレーションを、ぜひ体験してください。ローソン × イングレスは、これからもさまざまな企画を予定しています!

アプリダウンロード

Download on the App Store

GET IT ON Google play

Story | Ingressとは | 遊び方

Story コジツチック・マターをめぐる、壮大な物語

ローソン、Ingressとの提携発表 国内全店舗が位置登録ポイントに

出典：LAWSON x INGRESS 公式サイト

横須賀市がIngressで観光促進、エージェントは猿島航路を半額に

京急線に中吊り広告、特設サイトでモデルコースをアピール
2014/12/18
山田 翔良=日経NETWORK (筆者執筆記事一覧)



神奈川県横須賀市は2015年12月18日、米Googleが無料で提供する位置情報を利用したスマートフォン (スマホ) ゲーム「Ingress (イングレス)」を利用した観光集客事業「Ingress in 横須賀」を始める。18日に行われた吉田雄人横須賀市長の定例記者会見で発表した。市が運営する観光情報サイト「ここはヨコスカ」内にIngress特設ページを設け、モデルコースなどを紹介するほか、明日19日から京急線内に中吊り広告を提示する

(写真1)。モデルコースの一つとして推奨する無人島、猿島に渡る連絡船の運賃をエージェント (Ingressのプレイヤー) に限り半額にするといったサービスも用意する。自治体によるIngressの観光活用は岩手県に続き2例目。今後さらにこうした取り組みが増えそうだ

市が用意するIngress特設ページ「STRATEGY BASE FOR INGRESS IN YOKOSUKA」(写真2)では横須賀市でIngressを楽しむモデルコースを設定。ページには「100以上のユニークなポイントが」といった記述もあり、Ingressの初



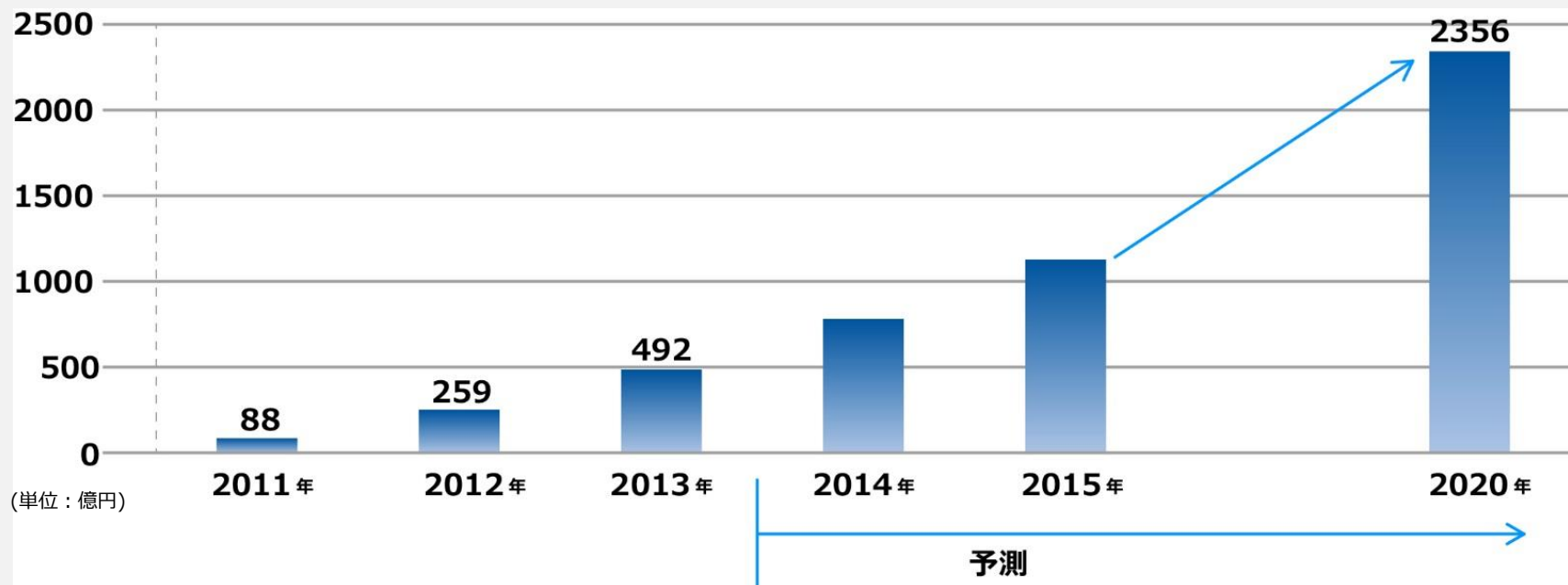
Ingressによる集客事業をスタート(神奈川県横須賀市)

出典：ITpro (2014/12/18)

O2O市場の可能性

※O2Oとは、Online to Offlineの頭文字を取ったもので、「インターネット(オンライン)の活動を実店舗等(オフライン)に活かすこと」を意味します。

O2Oサービス市場規模予測

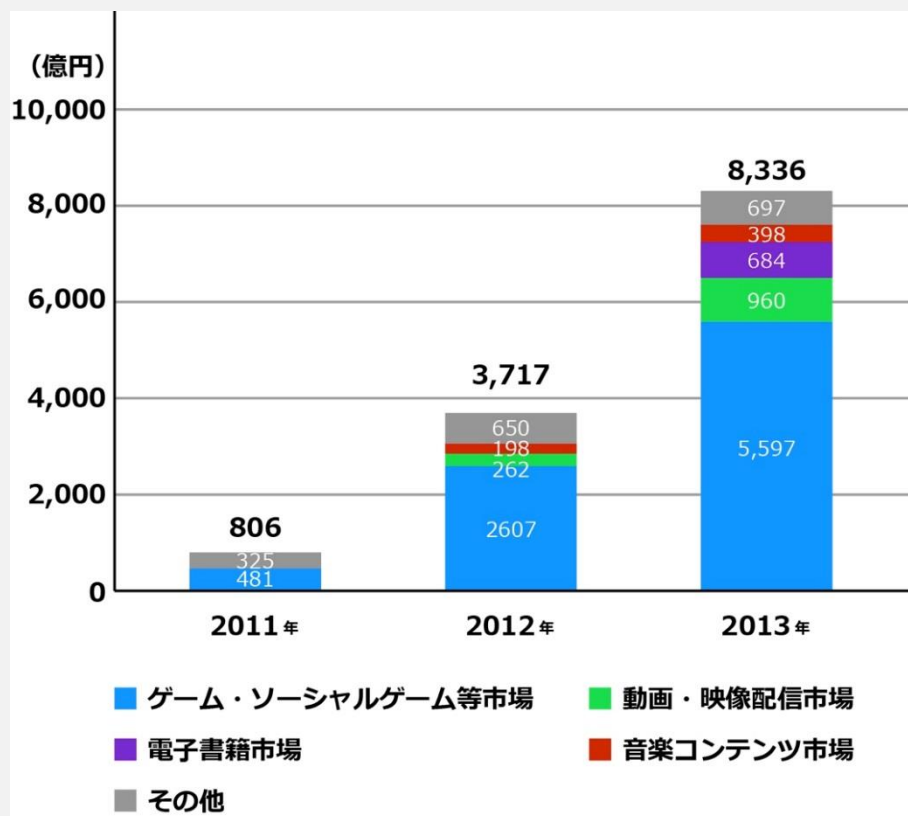


出典：株式会社シード・プランニングプレスリリースページ (2013/10/17)

チェックイン → 店舗誘導 (クーポン、ポイント、スタンプラリーなど)
位置情報連動広告は、当社の「既存ゲームシステム+a」で対応可能

スマホ音楽市場も引き続き拡大

スマートフォン音楽コンテンツ市場



スマートフォン音楽コンテンツ市場 = 8336億円

音楽コンテンツ市場 : **398億円**
(前年比201%)

着メロ系市場 : **135億円**
(2013年1月~12月)

	2010年	2011年	2012年	対前年比	2013年	対前年比
着メロ系市場	335	287	200	70%	135	68%
着うた系市場	1,133	942	554	59%	289	52%
(内訳) 着うた市場	369	300	176	59%	104	59%
(内訳) 着うたフル市場	764	642	378	59%	185	49%
モバイルゲーム市場	822	570	398	70%	194	49%
装飾メール系市場	243	213	128	60%	58	45%
電子書籍市場	516	489	320	65%	159	50%
リングバックトーン市場	130	118	94	80%	66	70%

出典：一般社団法人 モバイル・コンテンツ・フォーラム調査

04. 当社の強み

位置情報連動型ゲームにおける強み

実績：位置情報連動型ゲーム
「**駅奪取PLUS**」

4年以上

□ 1,000日以上連続プレイ

→ **2000**人以上!

(2015年1月時点)



他のゲームジャンルとの比較：

	カードバトル型ゲーム	パズル型ゲーム	街づくり系ゲーム	位置情報連動型ゲーム
継続率	やや低い	高い	やや高い	高い
課金率	低い	低い	低い	高い
課金単価	高い	低い	低い	やや高い
競合の数	とても多い	とても多い	多い	少ない

電鉄会社/自治体との協業実績

実績例①

豊橋まつりとコラボ

実績例②

三陸鉄道と復興支援コラボ

実績例③

東京都主催観光PR応援

実績例④

由利高原鉄道とのコラボ

実績例⑤

鹿島臨海鉄道とのコラボ

実績例⑥

全国電鉄23社の“鉄道むすめ”との
コデジタルスタンプラリーコラボ



豊橋駅に
出向いたユーザー数

約**10**倍
2014年9月時点



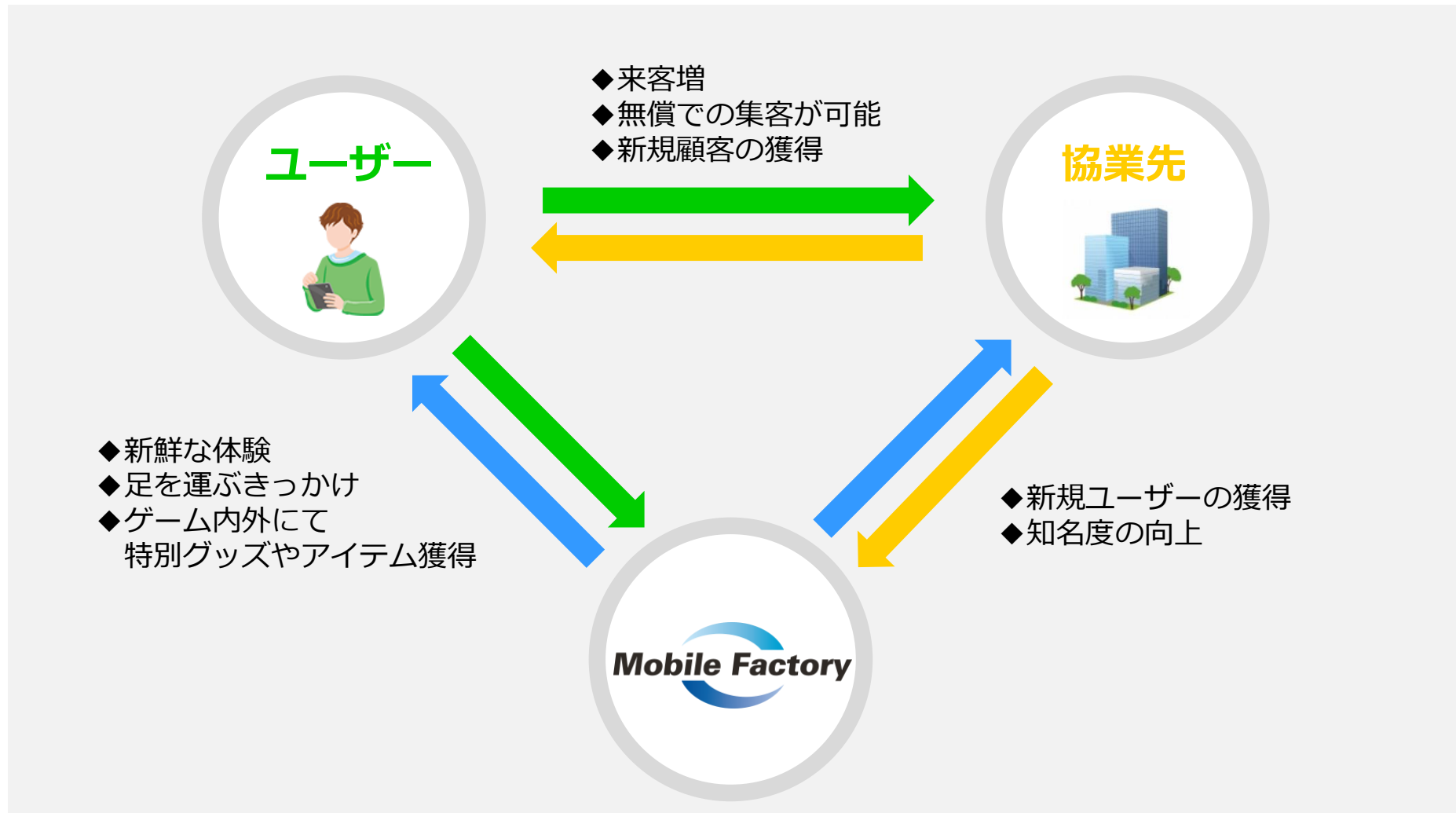
西多摩地域に
出向いたユーザー数

2422人
2015年3月時点



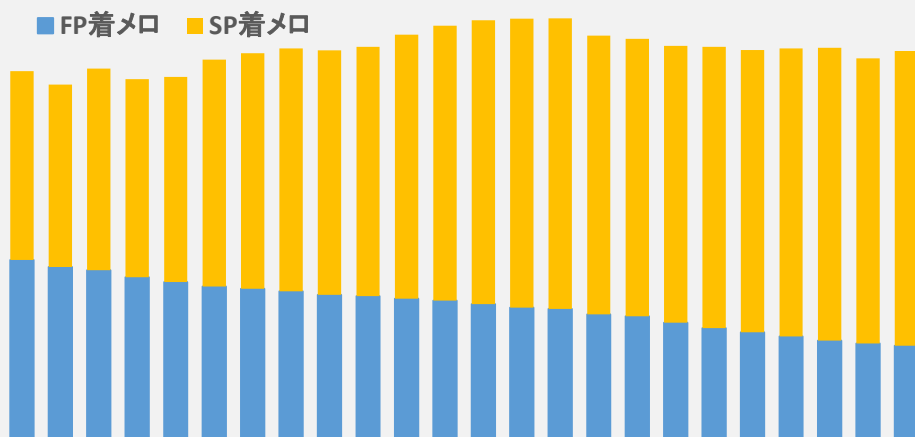
020による地域振興イベント実績多数

協業によるシナジー



安定した運営実績

スマートフォン展開後の着メロ月額ユーザー数推移



□スマートフォン展開でユーザーを着実に維持

迅速に対応可能な開発力

- フィーチャーフォン向けには、**33サイト**展開（OEM含む）
- スマートフォン決済月額対応のタイミングで、スマートフォンでも展開
- 有料会員数**28万人**以上
- CD化も実現した高音質

05. 成長戦略

主力事業の成長戦略

1 位置情報連動型ゲーム

位置情報連動型ゲームを軸としたサービス計画。固定ファンが継続的に長く遊んでもらえるようなサービスの複数展開により、収益チャンネルを増やす。将来の広告展開も狙う。



市場の拡大

2 厳密な広告出稿管理

厳密な広告出稿管理による顧客生涯価値（ライフ・タイム・バリュー）の維持・向上に努める。



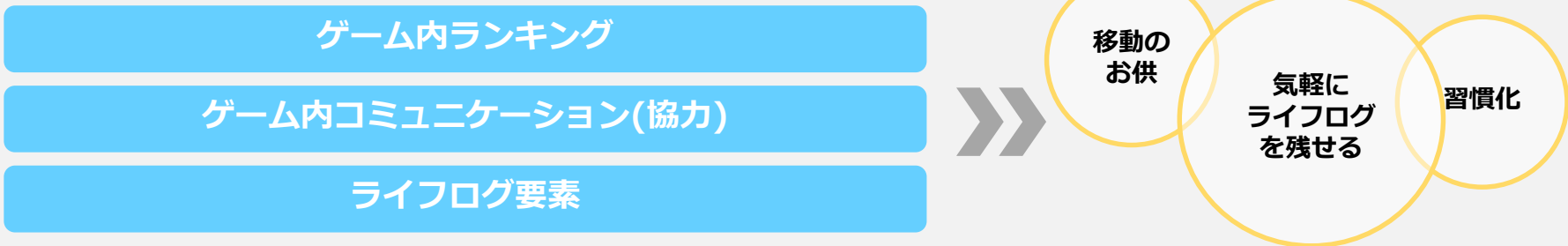
シェアの拡大

位置情報連動型ゲームの可能性

① 移動動機の提供



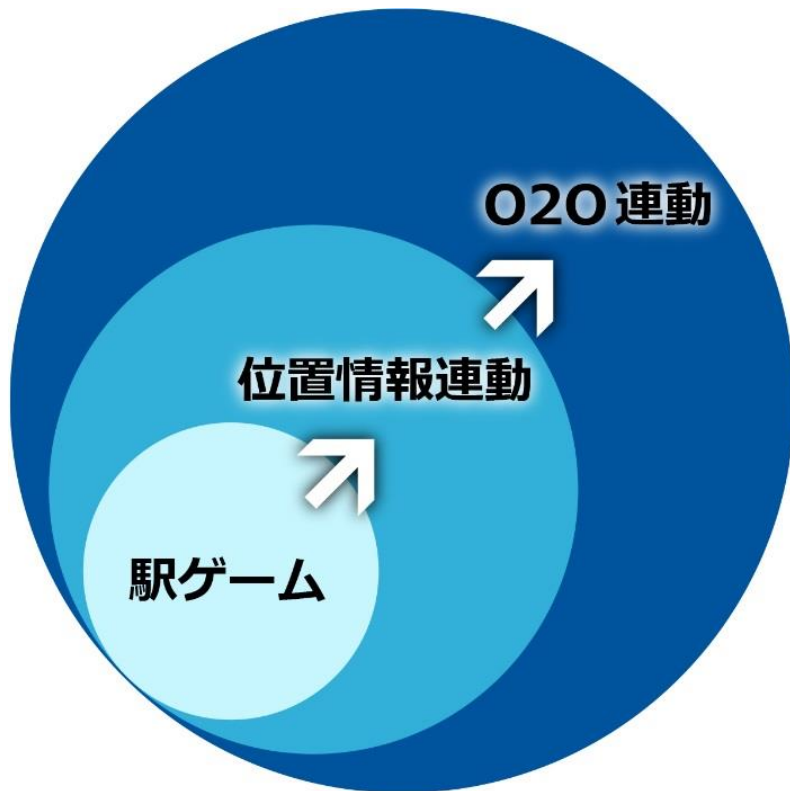
② 継続率の高さ (毎日アクセス)



通常のゲームとは異なるユーザー体験

固定ファンに長く遊んでもらえるサービスを国内外へ

位置情報連動型サービスの展開イメージ



継続性の高いサービス複数展開

収益チャンネル拡大



ユーザー集め

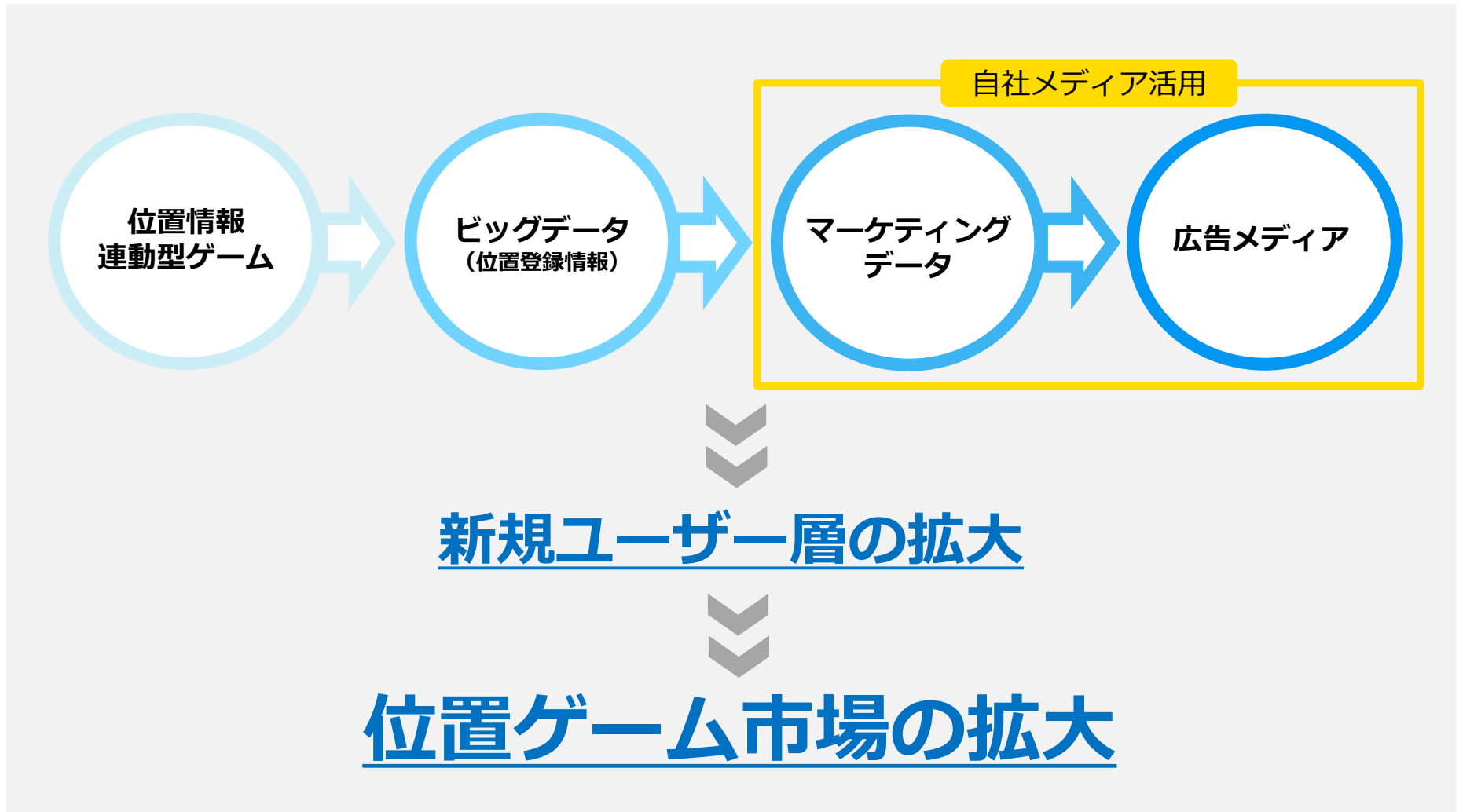


ユーザー資産拡大



ユーザーの位置登録情報を
最も保有する企業へ

ゲーム課金以外で収益化



多方面に広がるビジネスチャンス

小売事業者

電鉄会社



ポイント系会社

自治体

広告出稿管理による収益安定化

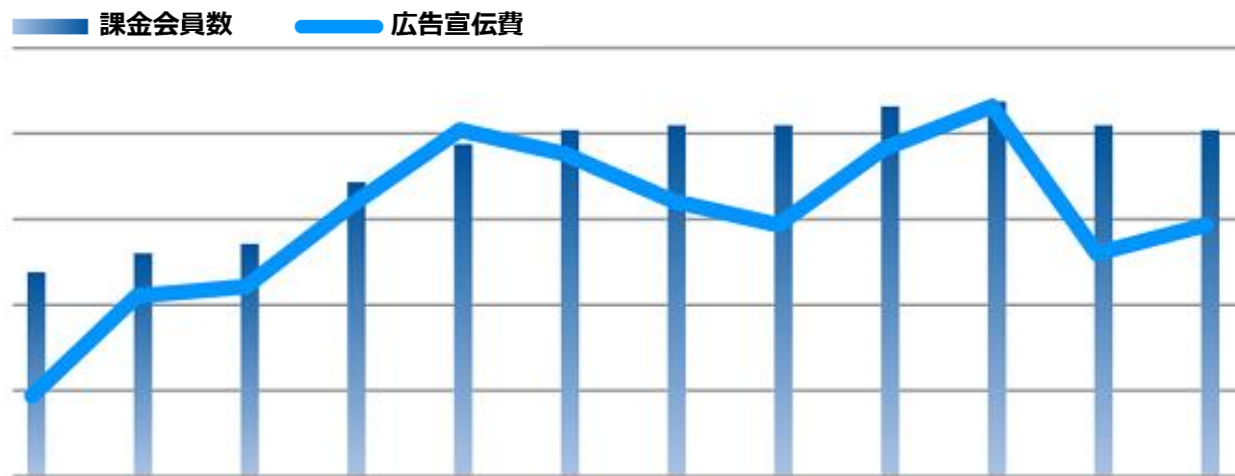
厳密な広告出稿管理

基本的戦略

ノウハウのある厳密な広告出稿管理による顧客生涯価値（ライフ・タイム・バリュー）の維持・向上に努める

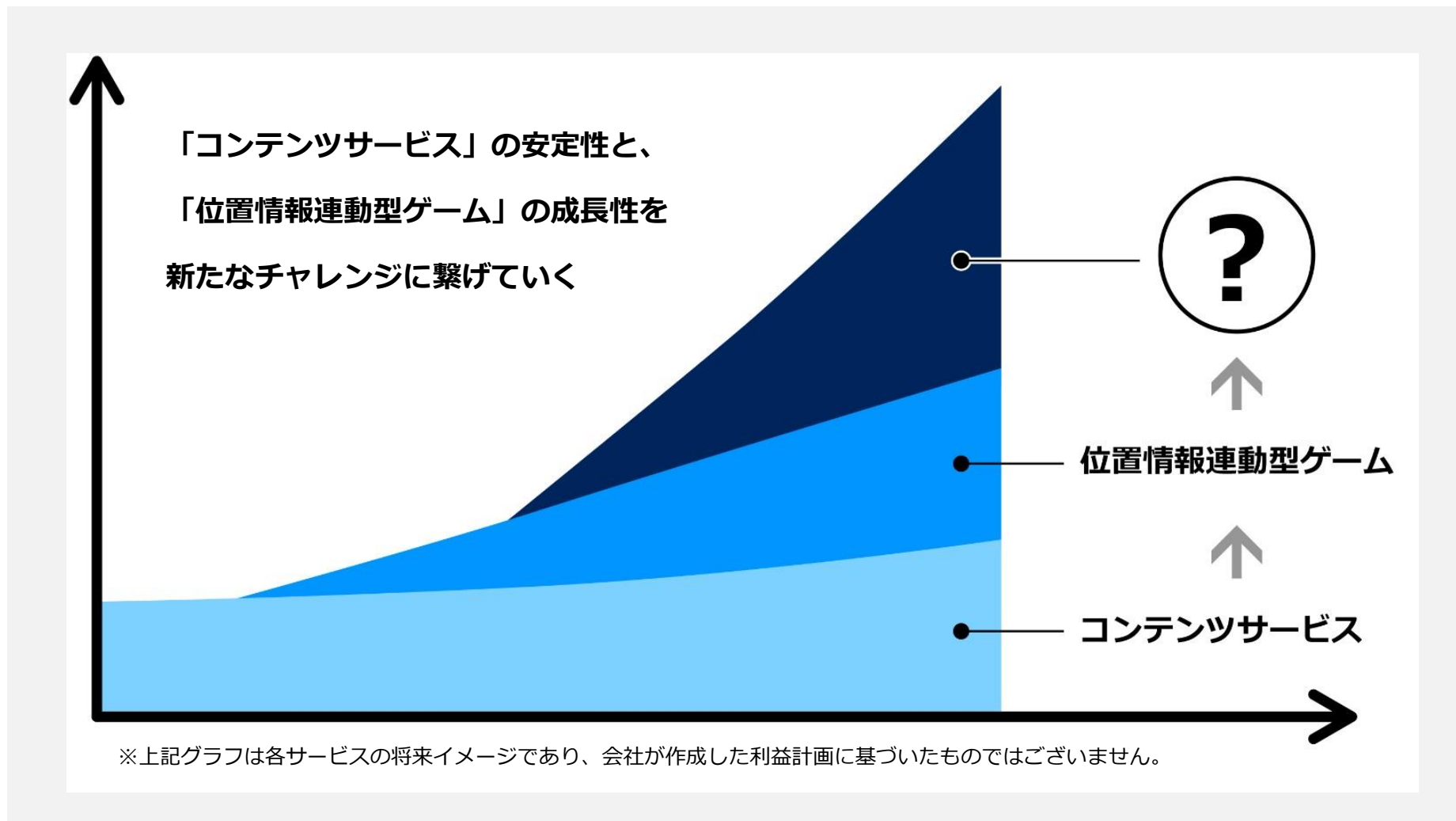
実績

「ライフタイムバリュー管理による収益」



ライフタイムバリュー管理を行っているため、広告宣伝費が少なくなり新規の会員獲得が減ったタイミングでも急激に売上が下がることはない

事業の安定性と新たなチャレンジ



感動を持ち歩け。

Mobile Factory

本資料の取り扱いについて

本資料に記載されている計画や見通し、戦略などは本書面の作成時点において取得可能な情報に基づく将来の業績に関する見通しであり、これらにはリスクや不確実性が内在しております。

かかるリスク及び不確実性により、実際の業績等はこれらの見通しや予想とは異なる結果となる可能性があります。

当社が事業環境の説明を行う上で、参考となると考える情報を掲載しております。掲載データについては、調査方法や調査時期により結果が異なる可能性があります。

本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。