



成長可能性に関する説明資料

株式会社 GameWith

2017年6月30日

AGENDA



Chapter 1. 当社の概要



Chapter 2. 事業の特徴



Chapter 3. 成長戦略



Chapter 1. 当社の概要



国内最大級のゲームメディア 「GameWith」を運営

PV

8.9億

UU

4,176万人

※ 2017年5月期第3四半期の月間平均
出所：Google Analytics PV、UU

ゲームをより楽しめる世界を創る

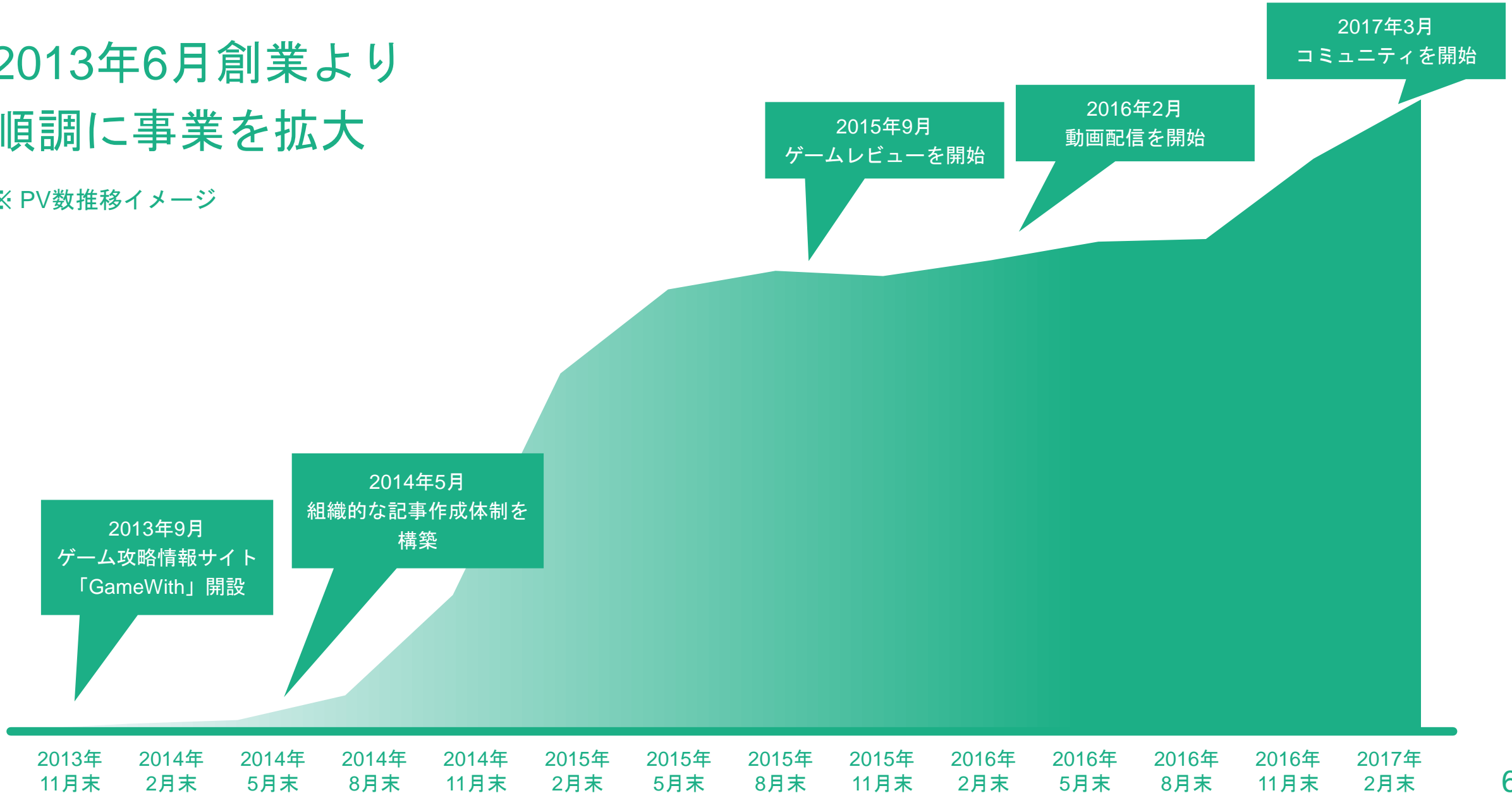
ゲームユーザーとゲーム業界にとって何が必要かを考え、
ゲームをより楽しめる世界を創っていくことが私たちの企業理念です。



会社名	株式会社 GameWith																								
所在地	東京都港区六本木六丁目10番1号 六本木ヒルズ森タワー20階																								
事業内容	ゲーム情報等の提供を行うメディア事業																								
設立	2013年6月																								
役員構成	<table border="0"> <tr> <td>代表取締役社長</td> <td>今泉</td> <td>卓也</td> </tr> <tr> <td>取締役</td> <td>眞壁</td> <td>雅彦</td> </tr> <tr> <td>取締役</td> <td>東</td> <td>陽亮</td> </tr> <tr> <td>取締役</td> <td>村田</td> <td>祐介 (非常勤)</td> </tr> <tr> <td>取締役 (社外)</td> <td>武市</td> <td>智行 (非常勤)</td> </tr> <tr> <td>常勤監査役 (社外)</td> <td>半谷</td> <td>智之</td> </tr> <tr> <td>監査役 (社外)</td> <td>後藤</td> <td>勝也 (非常勤)</td> </tr> <tr> <td>監査役 (社外)</td> <td>森田</td> <td>徹 (非常勤)</td> </tr> </table>	代表取締役社長	今泉	卓也	取締役	眞壁	雅彦	取締役	東	陽亮	取締役	村田	祐介 (非常勤)	取締役 (社外)	武市	智行 (非常勤)	常勤監査役 (社外)	半谷	智之	監査役 (社外)	後藤	勝也 (非常勤)	監査役 (社外)	森田	徹 (非常勤)
代表取締役社長	今泉	卓也																							
取締役	眞壁	雅彦																							
取締役	東	陽亮																							
取締役	村田	祐介 (非常勤)																							
取締役 (社外)	武市	智行 (非常勤)																							
常勤監査役 (社外)	半谷	智之																							
監査役 (社外)	後藤	勝也 (非常勤)																							
監査役 (社外)	森田	徹 (非常勤)																							
資本金	384,661千円 (2017年6月末時点)																								
従業員数	108名 (2017年5月末時点)																								

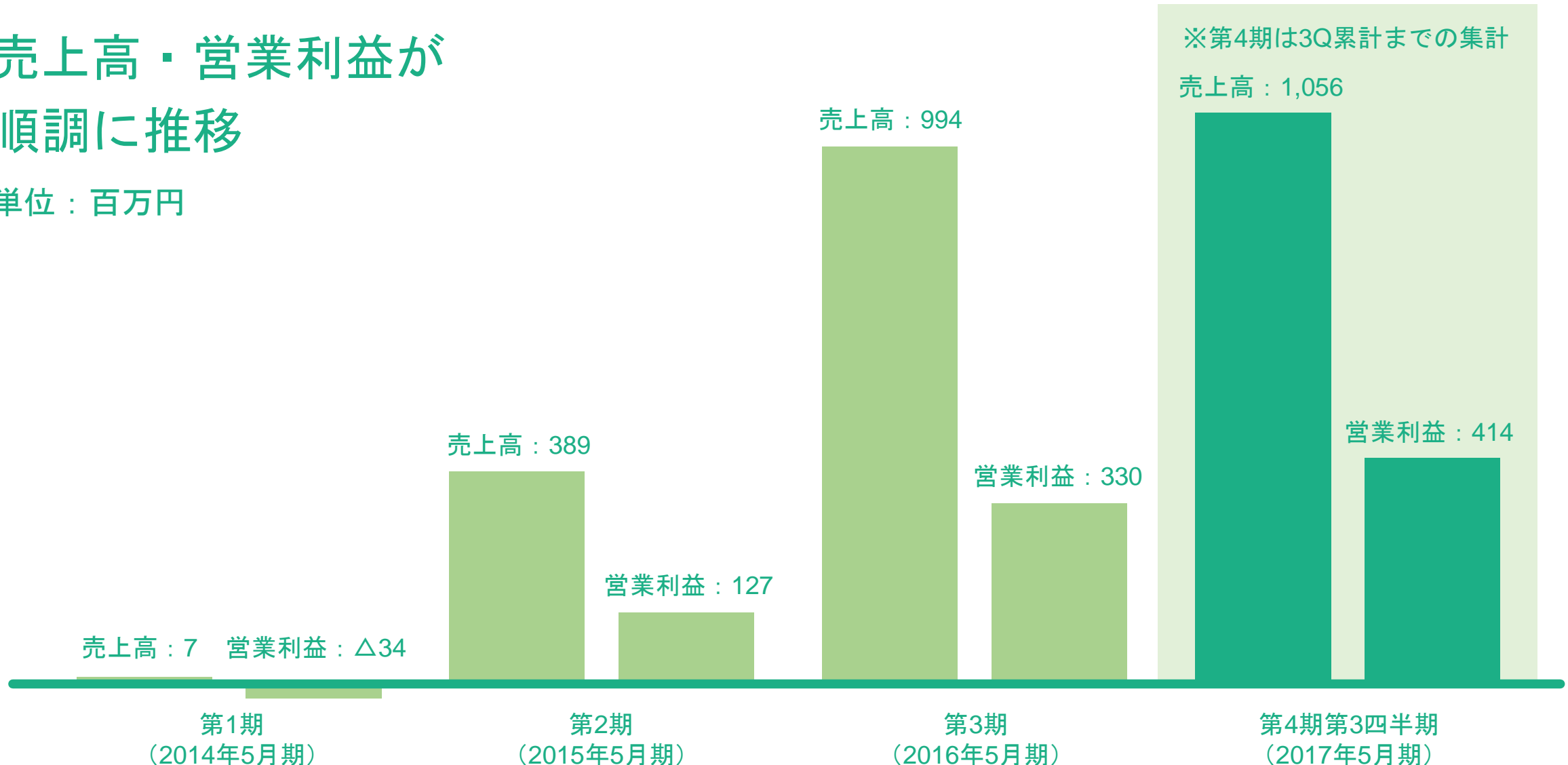
2013年6月創業より 順調に事業を拡大

※ PV数推移イメージ



売上高・営業利益が 順調に推移

単位：百万円



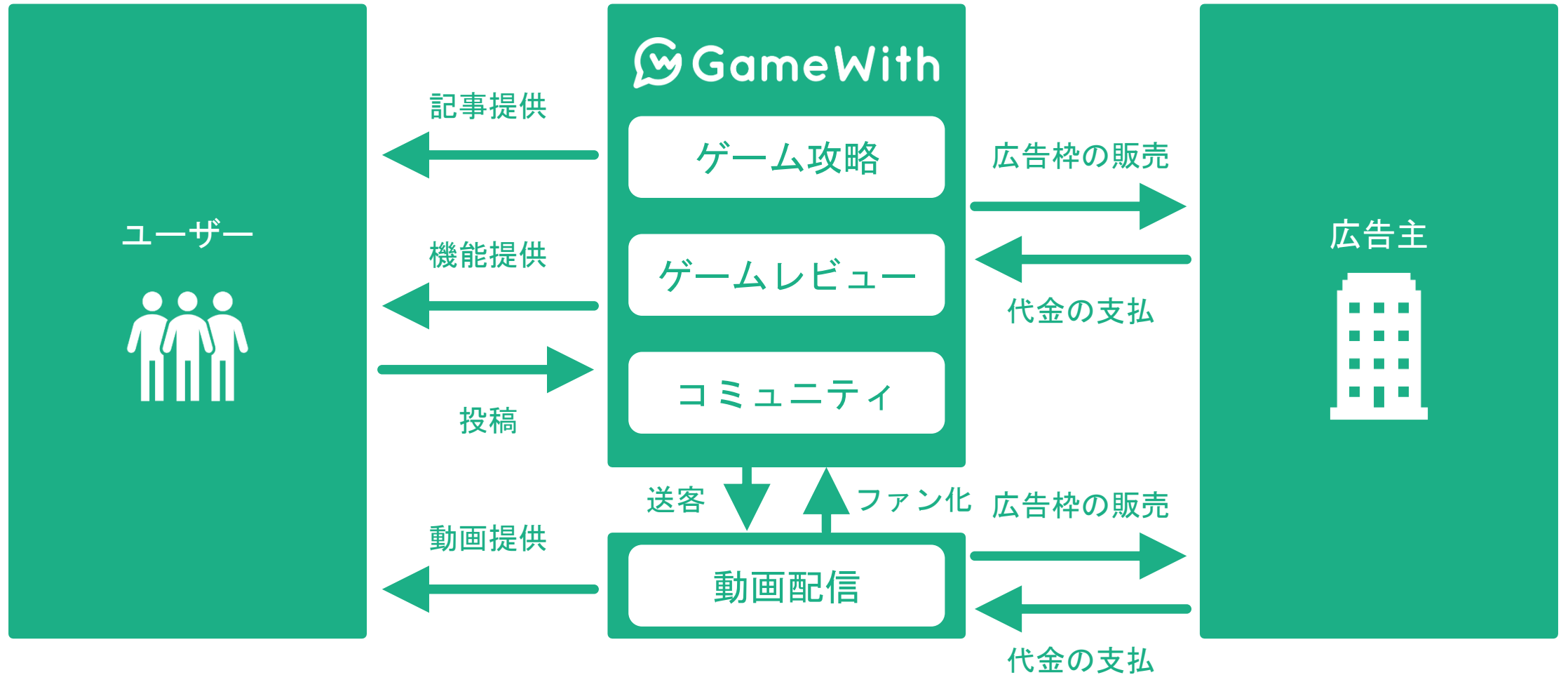
※ 第1期の売上高には消費税等は含まれておりますが、第2期から第3期の売上高には、消費税等は含まれておりません。

※ 第2期、第3期及び第4期第3四半期の財務諸表及び四半期財務諸表については、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づき、有限責任あずさ監査法人の監査及び四半期レビューを受けております。なお、第1期については、有限責任あずさ監査法人の当該監査を受けておりません。

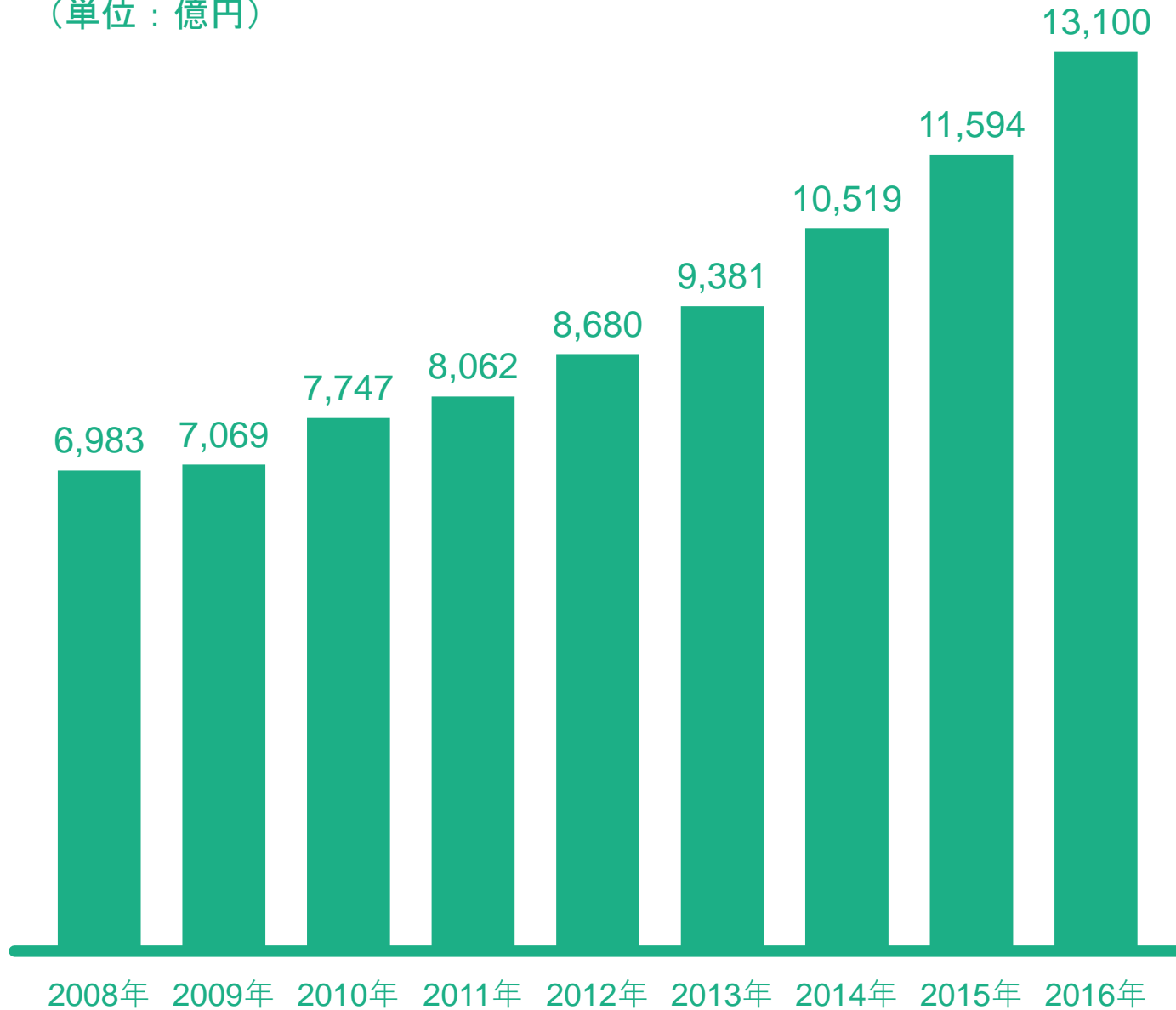


Chapter 2. 事業の特徴

ゲームに必要な記事や機能を提供することで、ユーザーを集客
広告枠を広告主に提供することでマネタイズ



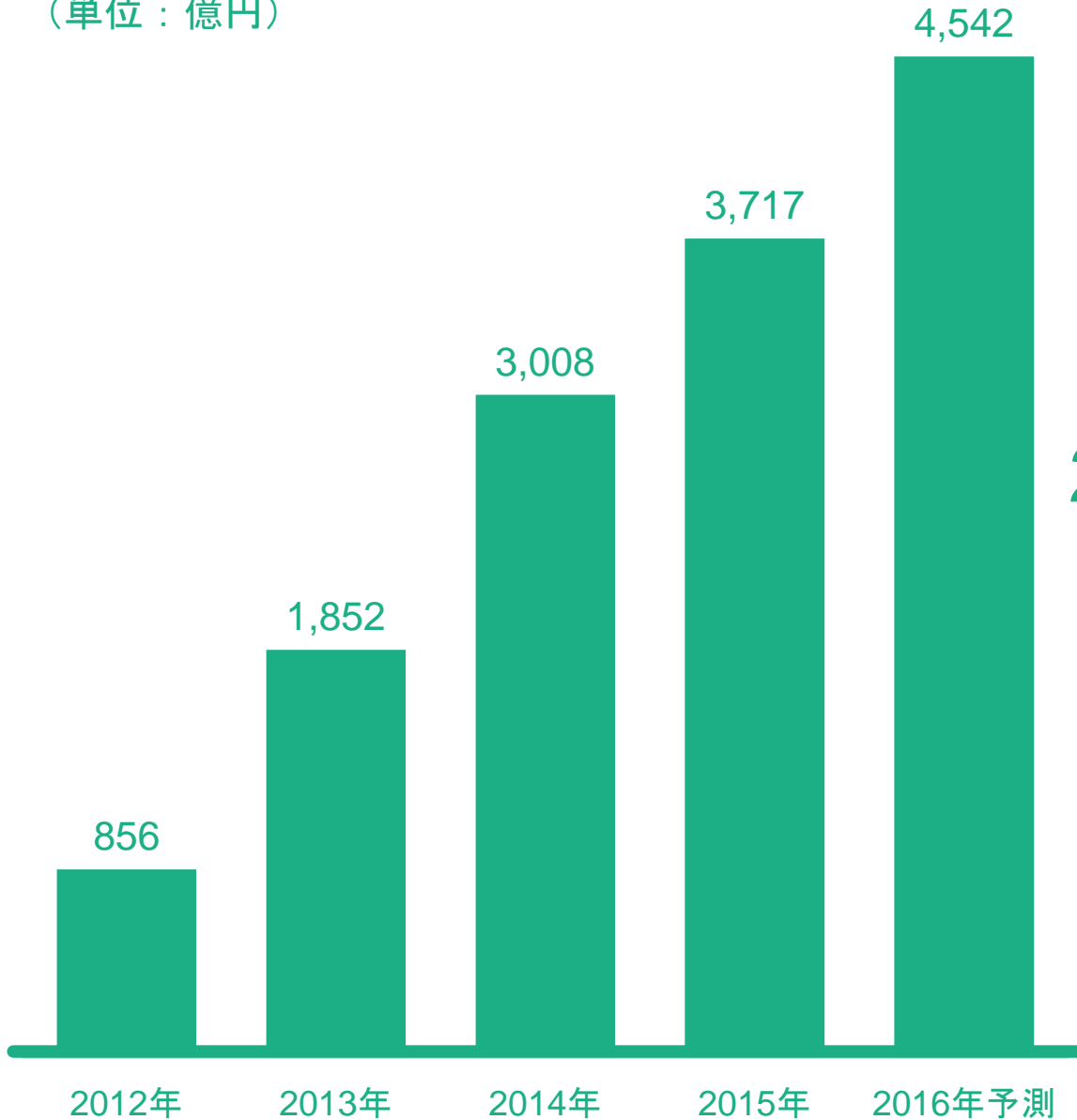
(単位：億円)



事業収益となる
インターネット広告市場は
毎年大幅な成長を達成
2016年は「113.0%」の成長

※出所：株式会社電通発表「2016年日本の広告費」
株式会社電通発表「2013年日本の広告費」
株式会社電通発表「2010年日本の広告費」

(単位：億円)



またスマートフォンにおける
広告市場も毎年大幅な成長を達成
2016年は前年比「122.2%」と予測

※出所：株式会社CyberZ「2016年版スマートフォン広告市場動向調査」

ゲームユーザーとゲーム会社の間に立って、 両者にとって必要なものを事業化

ユーザー



- 面白いゲームを見つけたい
- ゲームを有利に進めたい
- 一緒にゲームをする仲間がほしい

GameWith



ゲーム会社

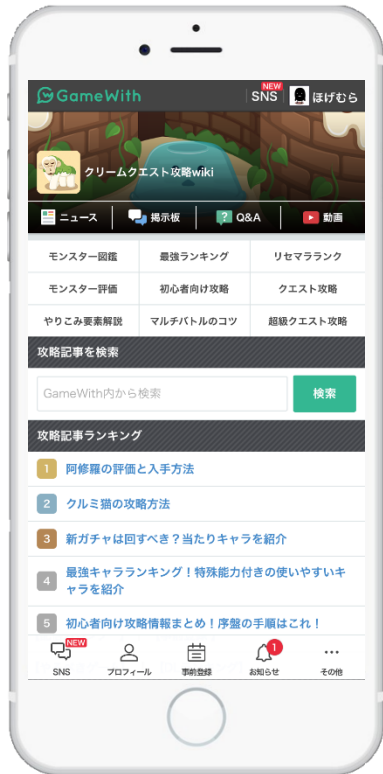


- ゲームを知って欲しい
- ゲームをやり込んで欲しい
- 長くゲームを楽しんで欲しい

GameWithの主なコンテンツは4つ

ゲーム攻略

ゲームを有利に進めるための
情報を提供



ゲームレビュー

ゲームを見つけるための
情報を提供



コミュニティ

ゲームユーザー同士で
交流できる機能を提供

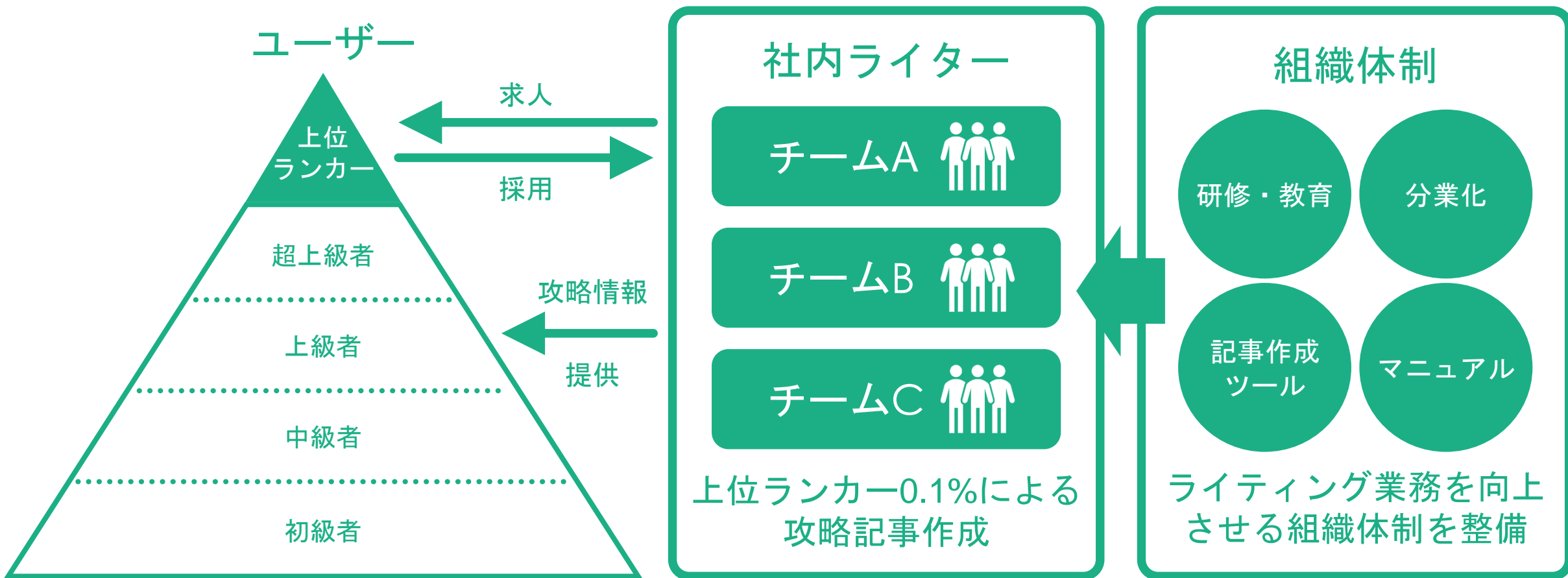


動画配信

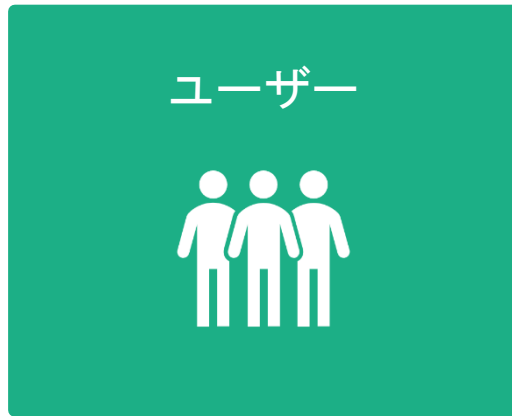
専属のゲームタレントが
YouTubeで動画を配信



上位ランカーを採用し、組織的に記事作成を行うことで、イベントに素早く対応し、正確な記事を高頻度で更新する仕組みを構築



アプリストアにはない付加価値を加えることで、
GameWith上でゲームを探してもらおう



ゲームを探す
口コミの投稿



送客



付加価値

独自のランキング

ゲームの紹介記事

速報性

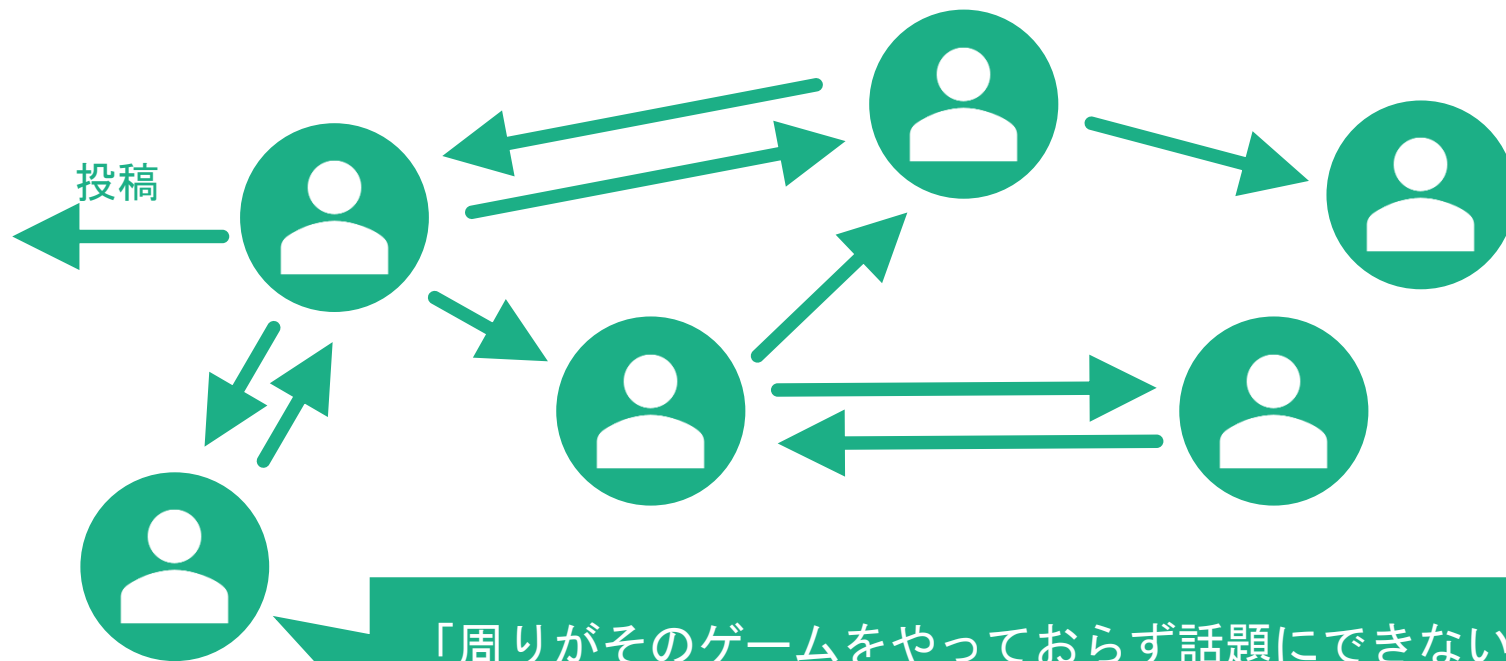
網羅的なゲームのデータベース

Q : プレイしたいゲームは自分で探して
手に入れるか？

A : ヘビーゲーマーの91.0%、ミドル
ゲーマーの80.5%、ライトゲーマー
の56.9%が肯定的な回答

※ 出所 : 株式会社KADOKAWA
「ファミ通ゲーム白書2017」

ゲーマー同士で交流ができるコミュニティ機能を提供
同ゲームのユーザーを繋げることでゲームへの熱量が向上



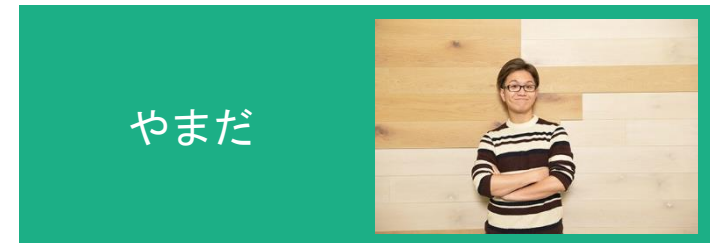
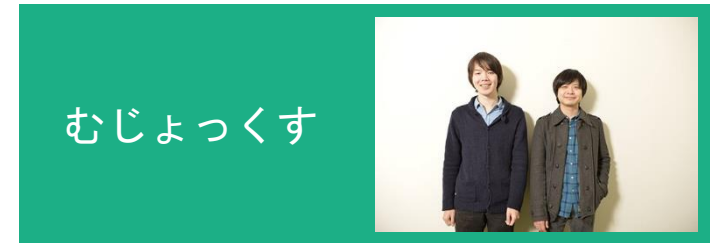
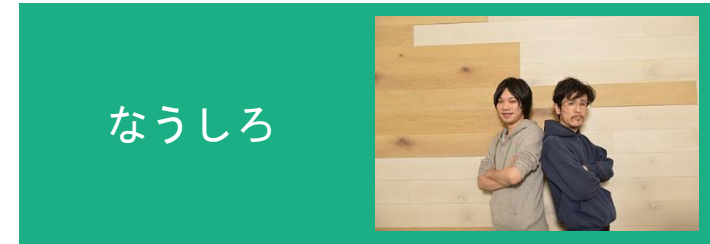
「周りがそのゲームをやっておらず話題にできないと
ゲームをやる気がなくなる」と
ヘビーゲーマーの65.6%が回答

※ 出所：株式会社KADOKAWA「ファミ通ゲーム白書2017」

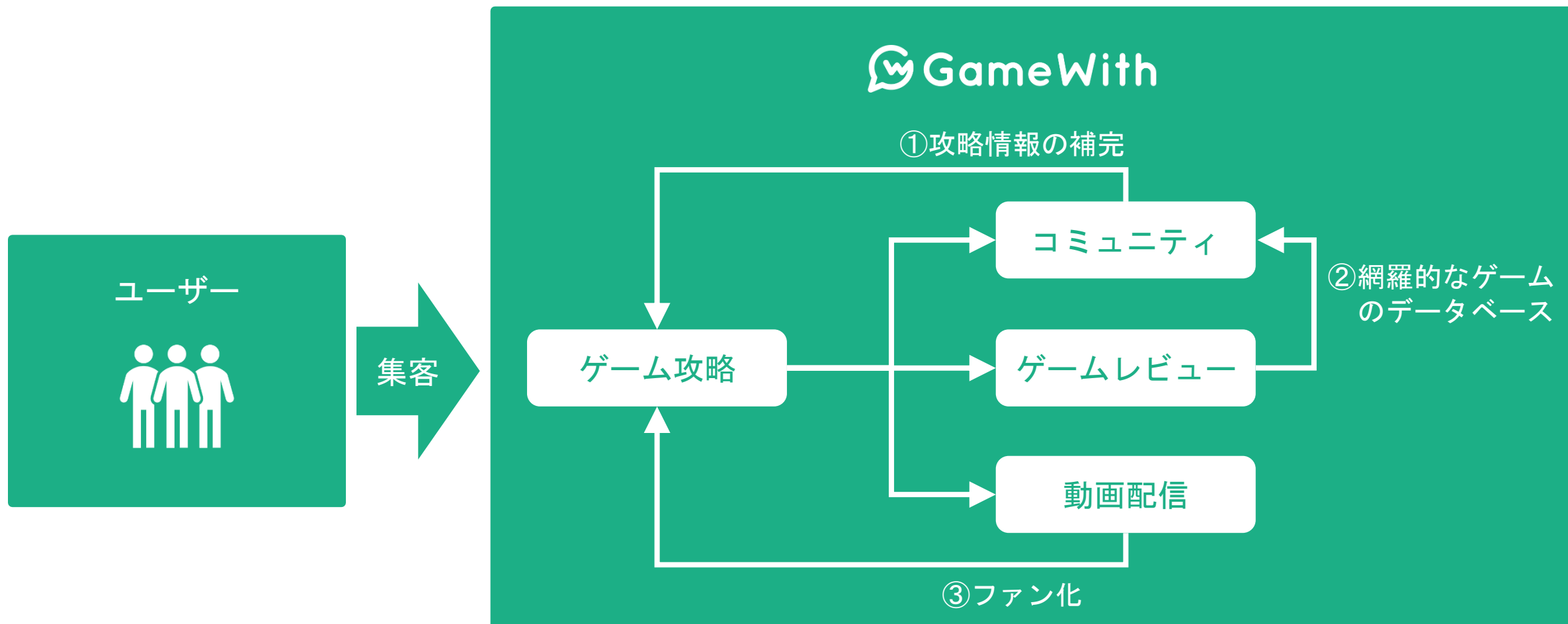
トラフィックを活かし自社でタレントを育成 高確率で人気配信者にするメソッドも確立

攻略情報に動画を貼り
タレント露出を高める

0から育成した
GameWith所属タレント



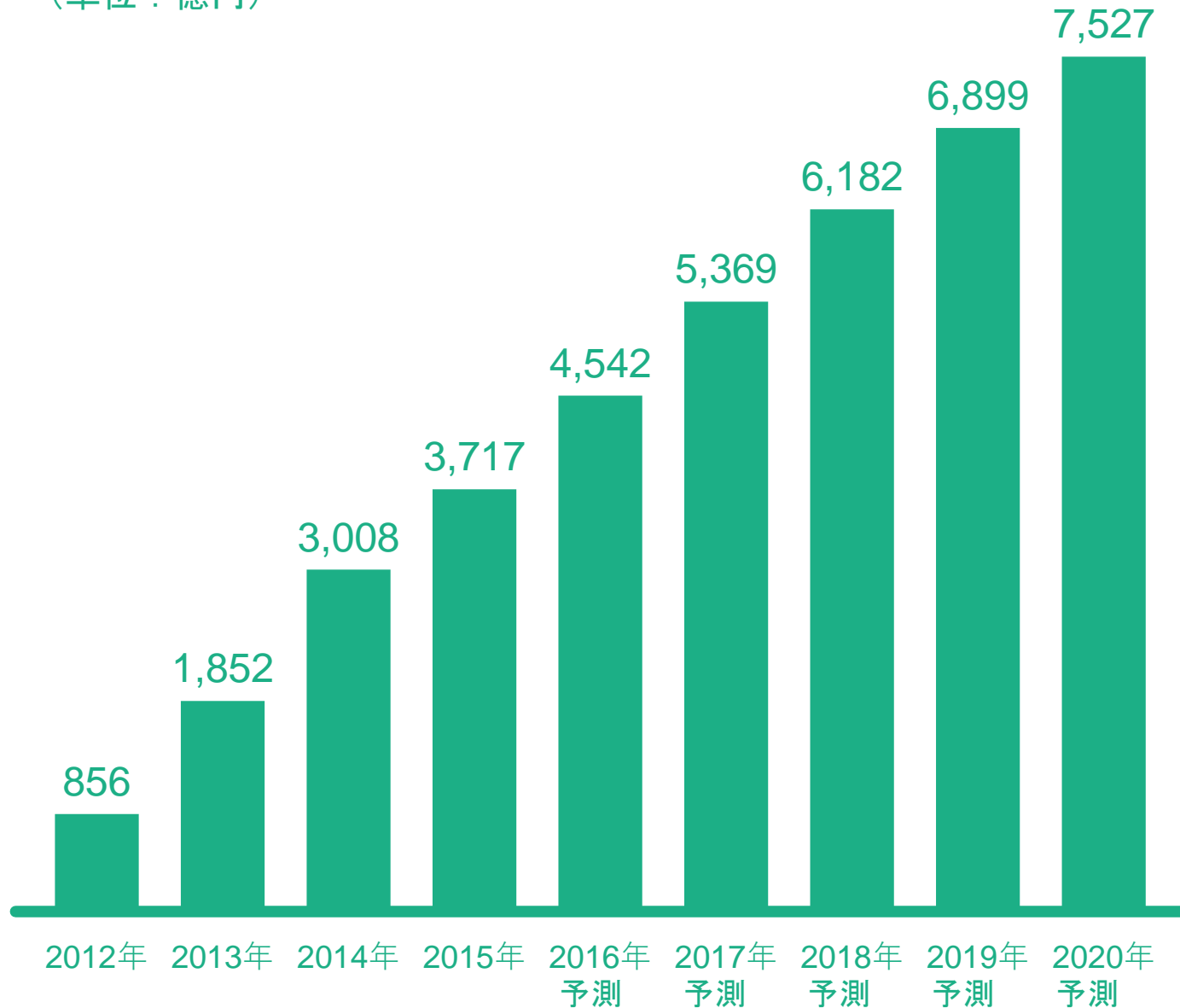
ゲーム攻略情報で集客したユーザーをゲームレビューなどの各サービスへ循環させることで、相乗効果を生み出す





Chapter 3. 成長戦略

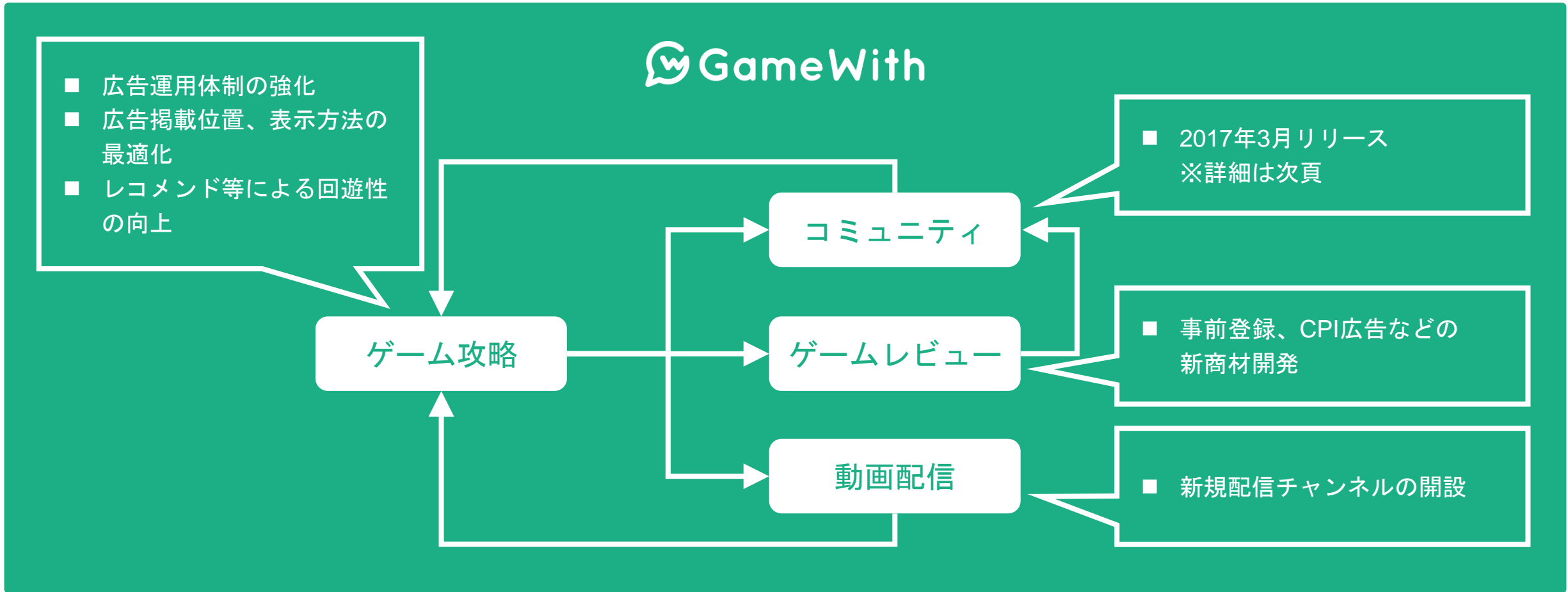
(単位：億円)



スマートフォン広告市場は
今後成長していく見通し

※出所：株式会社CyberZ
「2016年版スマートフォン広告市場動向調査」

スマートフォン広告市場の成長に合わせて、既存サービスの成長施策を実施することで、広告収益を増加させる



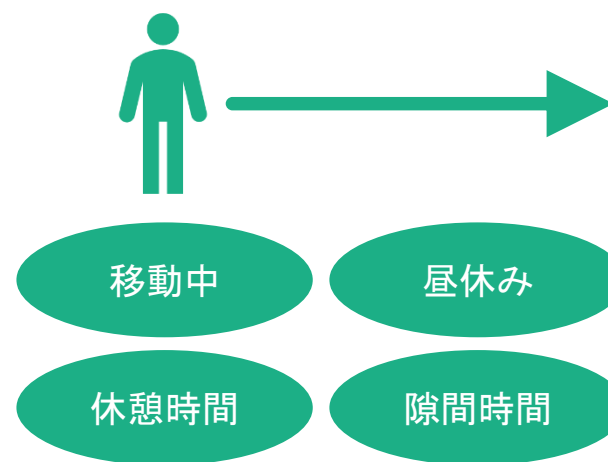
ゲームプレイ中以外の余暇時間にもコミュニティにアクセスしてもらうことで、PV・広告反応率を向上させる

ゲーム攻略

コミュニティ



ゲーム
プレイ中



移動中

昼休み

休憩時間

隙間時間



- ゲームプレイ中に明確な目的をもって、アクセスすることが多い

- サイトを利用する機会が増えるためPVが向上する
- 明確な目的がないため、回遊性が高く、広告反応率がさらに向上する

既存サービスの成長施策と合わせて、新規サービスを開始することで
更なる顧客単価の向上を目指す

既存サービス

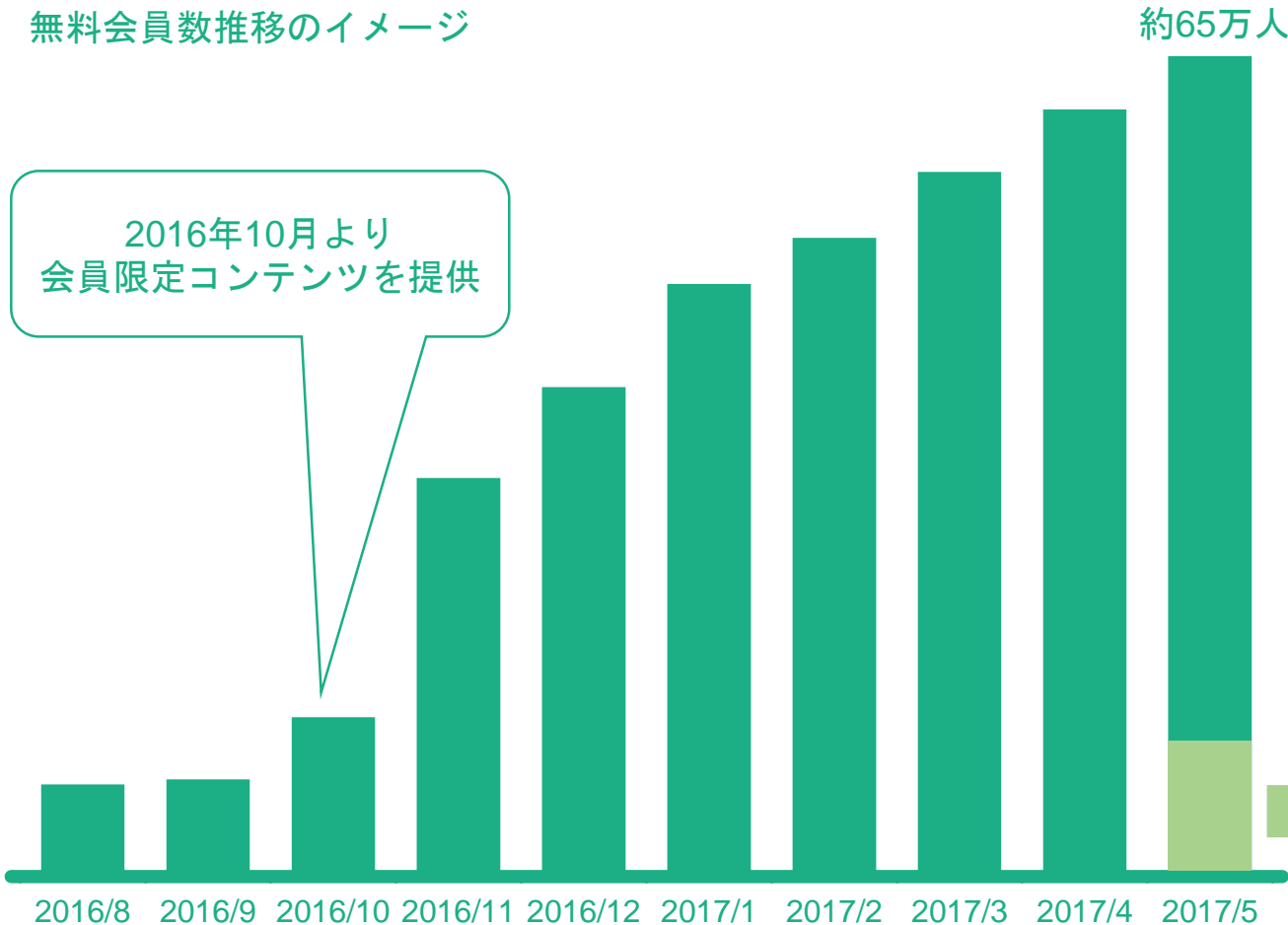


新規サービス



ゲーム先行プレイなどの有料会員特典を付帯することで、
有料会員サービスによるストックビジネスを開始していく

無料会員数推移のイメージ



一部を
有料会員化
予定

有料会員特典の予定

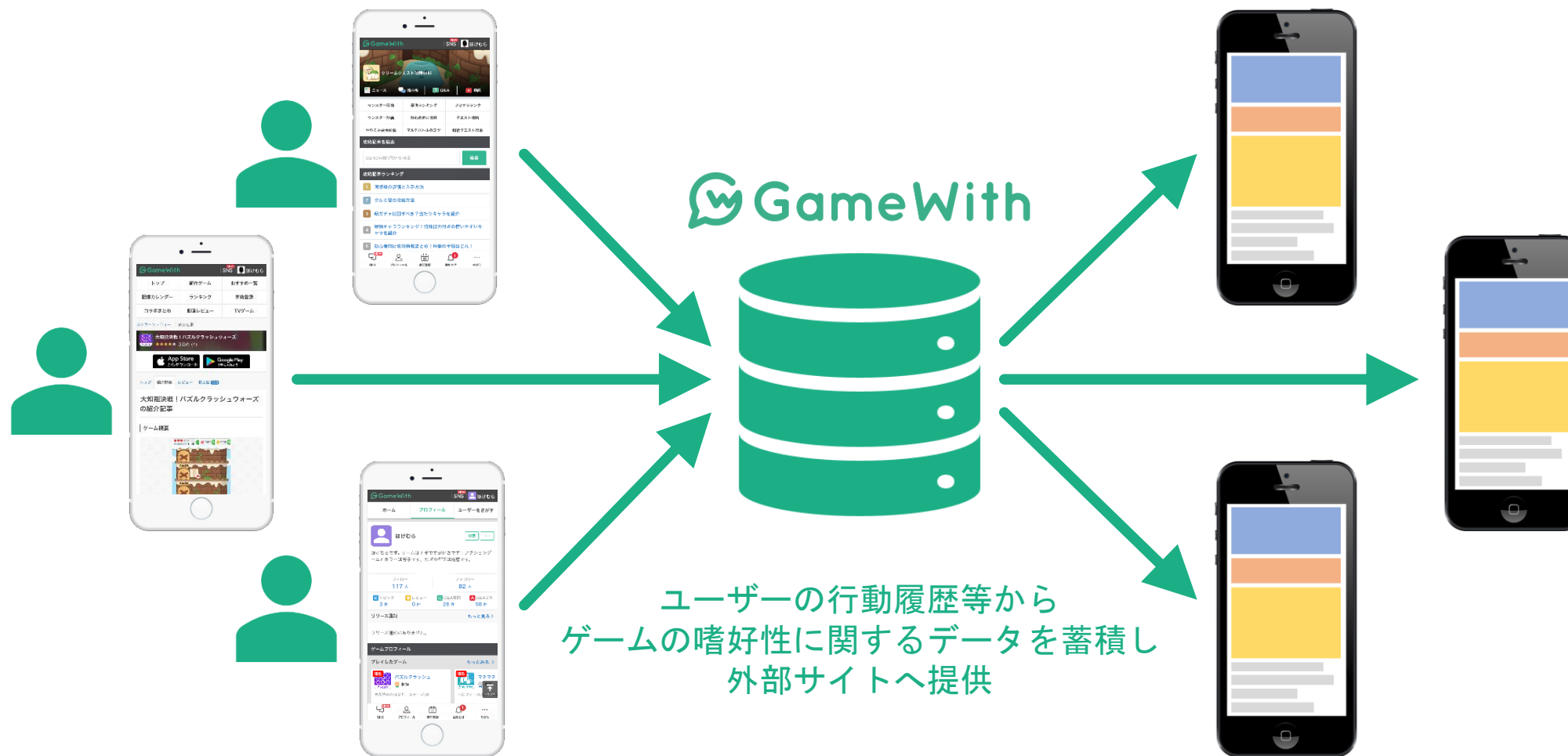
ゲーム先行プレイ

ゲーム内アイテム付与

ゲーム内課金のクーポン

広告非表示

ユーザーのゲーム履歴を蓄積したビッグデータを活用することにより
GameWith外の広告枠をマネタイズしていく



本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。

これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの基準と異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらのリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。