



MYNET

決算説明資料

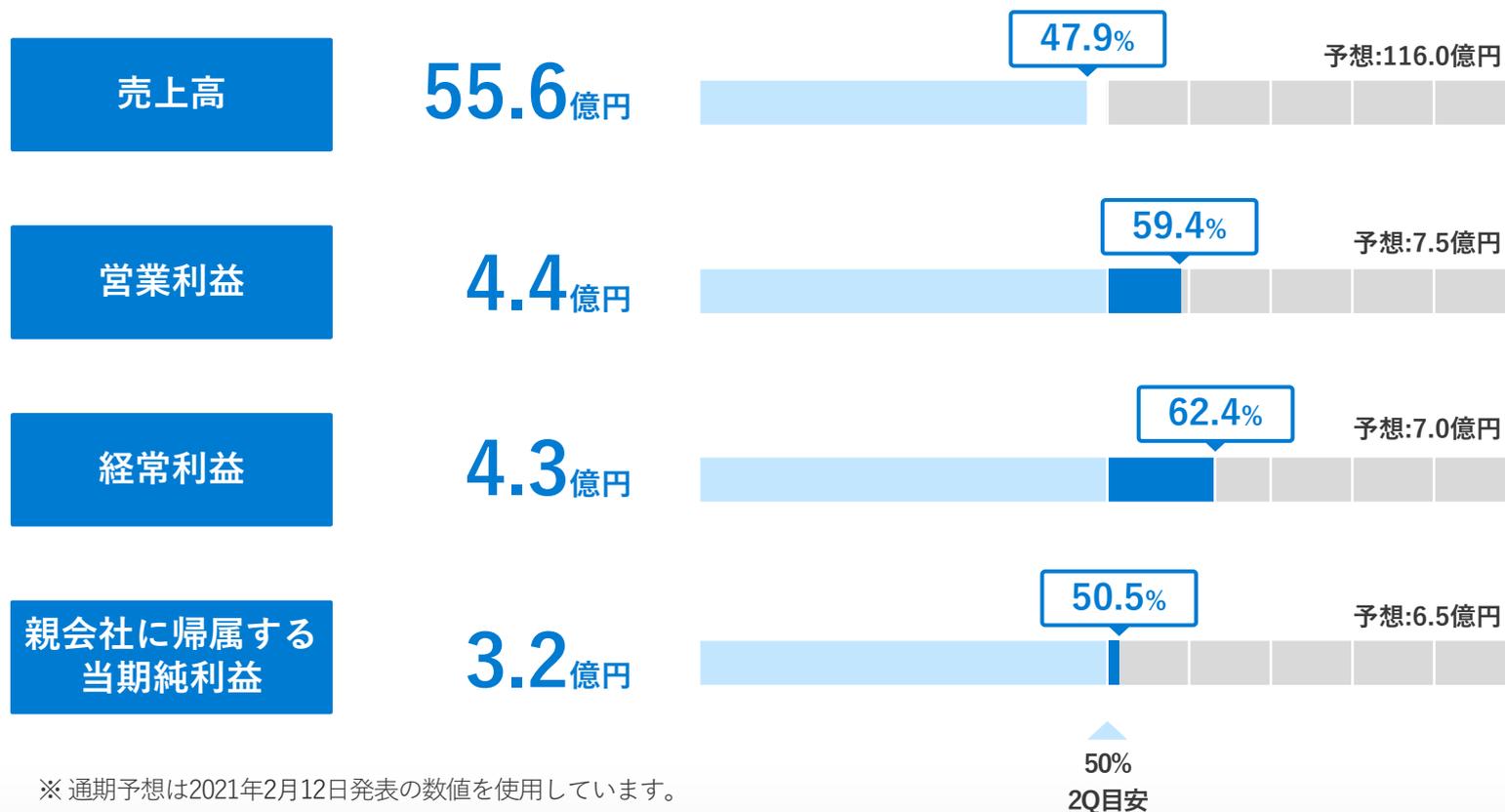
2021年12月期 第2四半期

株式会社マイネット

(証券コード：3928)

通期予想に対する進捗

2021年通期予想に対して、売上高は47.9%。
営業利益は59.4%と着実な進捗。



1. 決算概要

2. 事業概況

3. 全社戦略

第2四半期ハイライト

業績

6四半期連続の営業黒字達成。
利益項目は通期予想に対して50%を超える順調な進捗。

財務

自己資本比率は56.7%と盤石。ネットキャッシュは11.6億円と十分な投資余力がある財務状況。

組織

若手抜擢と、ハイクラス人材の複数採用による組織の底上げを進行。

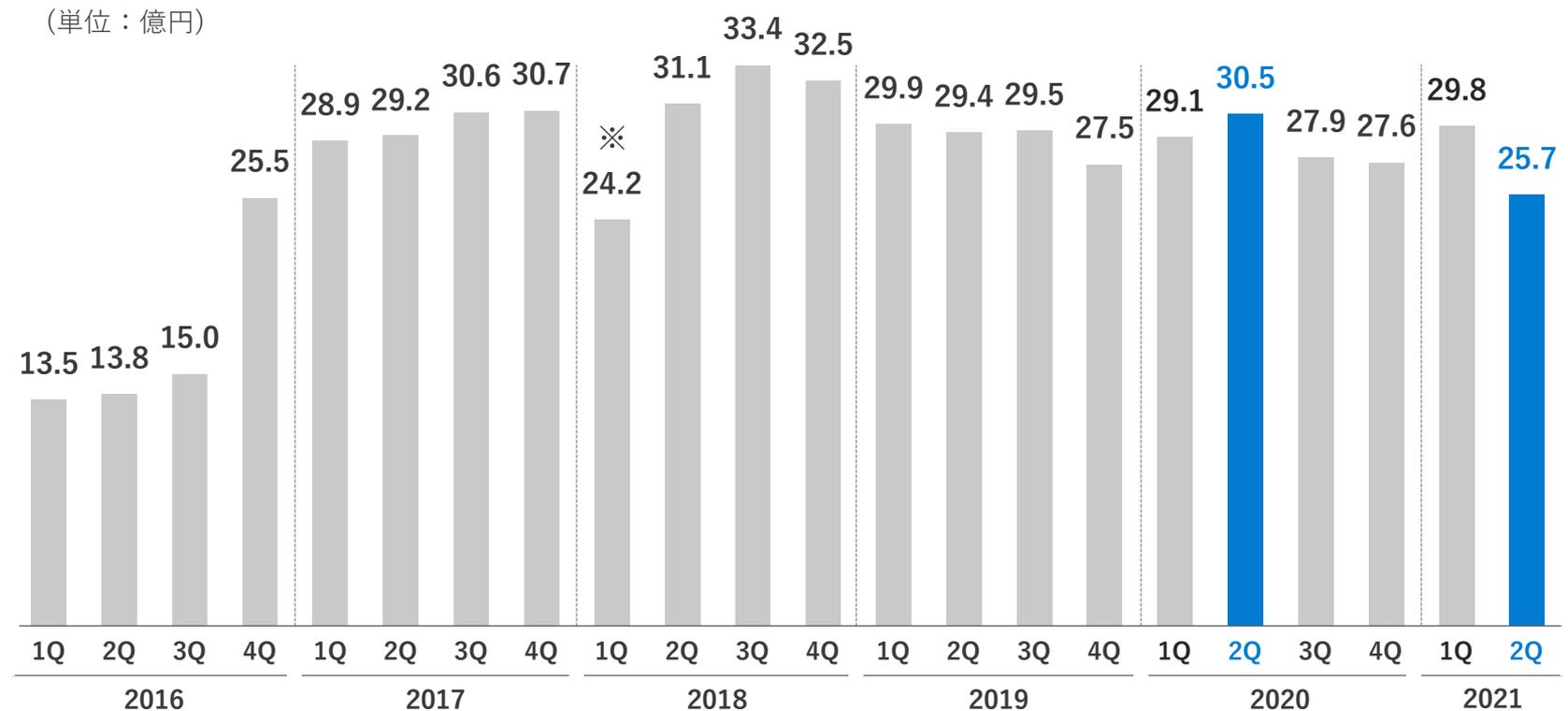
損益計算書(四半期会計期間・連結)

売上高は前年同期比-4.8億円の25.7億円、
営業利益は前年同期比-3.2億円の1.4億円で着地。

項目 単位：百万円	21/2Q	20/2Q	前年同期比	21/1Q	前四半期比
売上高	2,570	3,056	▲486	2,989	▲419
EBITDA	191	504	▲313	355	▲164
EBITDAマージン	7.4%	16.5%	-9.1pt	11.9%	-4.5pt
営業利益	140	463	▲323	304	▲164
営業利益率	5.5%	15.2%	-9.7pt	10.2%	-4.7pt
経常利益	136	459	▲323	300	▲164
親会社株主に帰属する 当期純利益	100	337	▲237	227	▲127

売上高推移(四半期会計期間)

マクロ影響による既存タイトルの落ち込みと新規獲得の遅れにより、売上高は前年同期比-4.8億円の25.7億円。



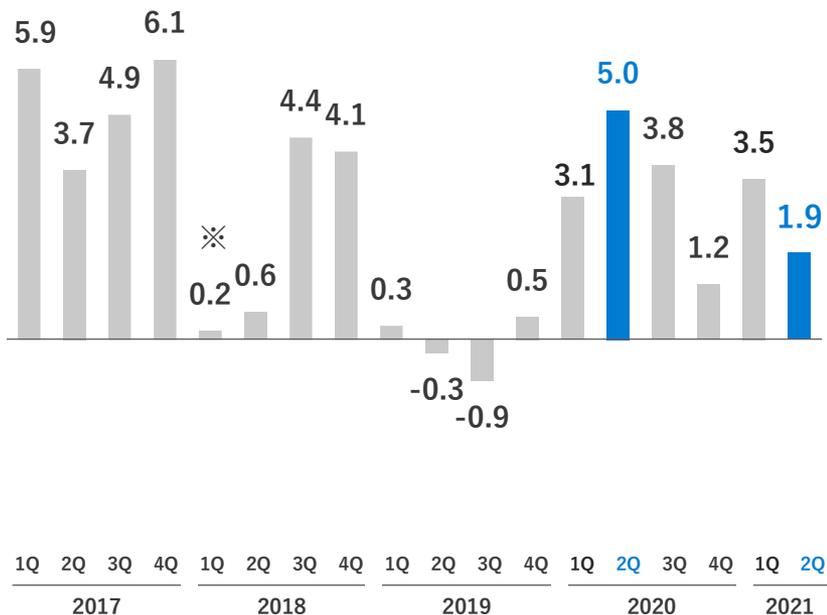
※ 2018年3月に不正アクセスインシデント発生。

EBITDA・営業利益推移(四半期会計期間)

前年同期比EBITDAは-3.1億円、営業利益は-3.2億円。
売上高は減少したものの、1億円超の利益を創出。

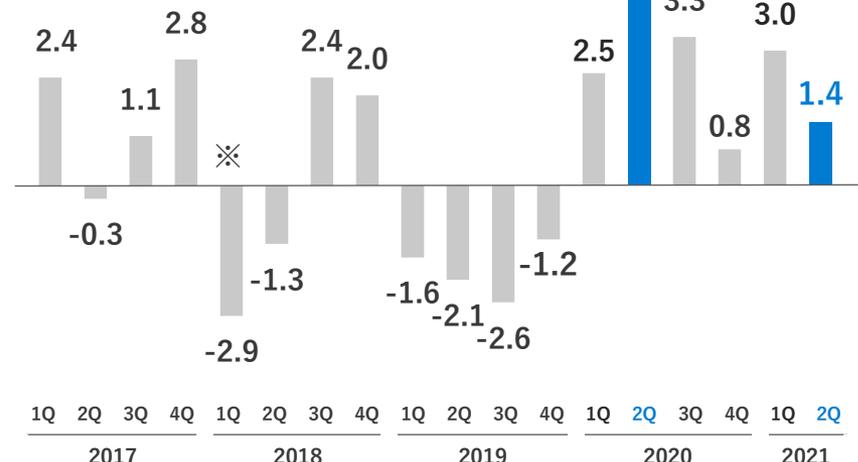
EBITDA推移(四半期)

(単位: 億円)



営業利益推移(四半期)

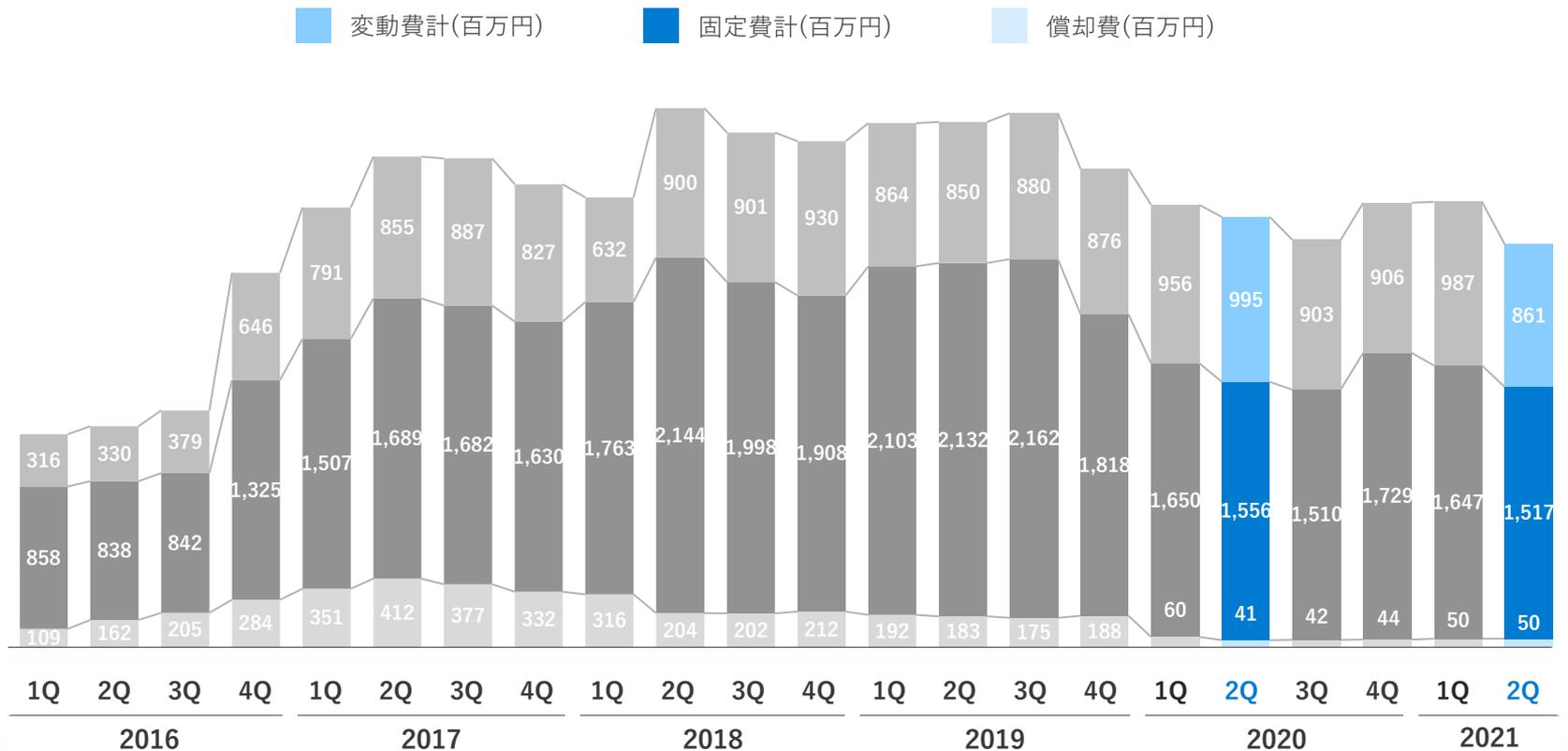
(単位: 億円)



※ 2018年3月に不正アクセスインシデント発生。

費用推移(四半期会計期間・連結)

固定費は、前年同期比39百万円減少。
 変動費は売上高の推移に伴い減少。



費用推移(四半期会計期間・連結)

G&Aを適切に抑制しながら、
S&MやR&Dなど成長に向けた費用投下を継続。

(単位：百万円)	金額					売上高構成比					推移
	20/2Q	20/3Q	20/4Q	21/1Q	21/2Q	20/2Q	20/3Q	20/4Q	21/1Q	21/2Q	
変動費	1,034	935	957	1,017	888	33.9%	33.4%	34.7%	34.0%	34.6%	
タイトル運営費用	945	935	1,050	1,054	993	30.9%	33.5%	38.1%	35.3%	38.7%	
S&M (Sales & Marketing)	96	93	125	130	99	3.2%	3.3%	4.5%	4.4%	3.9%	
R&D (Research & Development)	92	94	99	150	128	3.0%	3.4%	3.6%	5.0%	5.0%	
G&A (General & Administrative)	446	379	446	333	319	14.6%	13.6%	16.2%	11.1%	12.4%	
費用合計	2,615	2,438	2,680	2,685	2,429	85.6%	87.2%	97.0%	89.8%	94.5%	

※S&M…タイトル広告宣伝費やマーケティング、事業開発部門の人件費等が該当。将来の売上高を増やすための費用。

※R&D…新規事業に関連する費用及びゲームサービス事業における横串部門の内将来投資に携わる人件費。

※G&A…管理部門の人件費やその他一般管理費用。

貸借対照表(四半期末・連結)

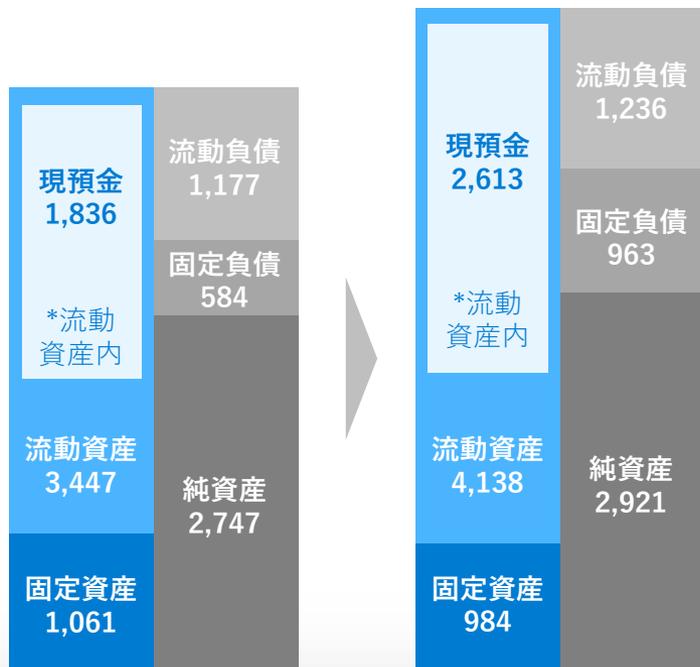
5億円の借入により、自己資本比率は56.7%に。
借入・営業CF増加により着実に現預金が増加。

貸借対照表

(単位: 百万円)

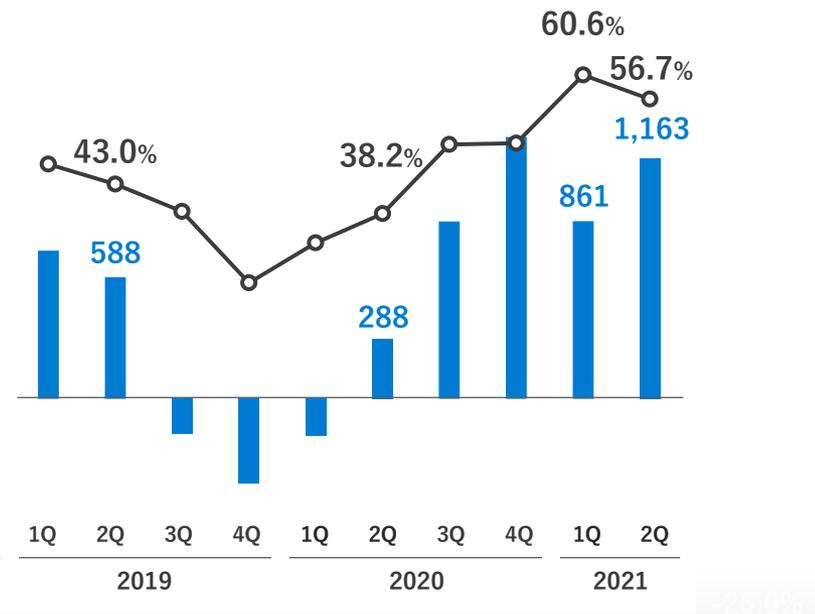
21/1Q

21/2Q



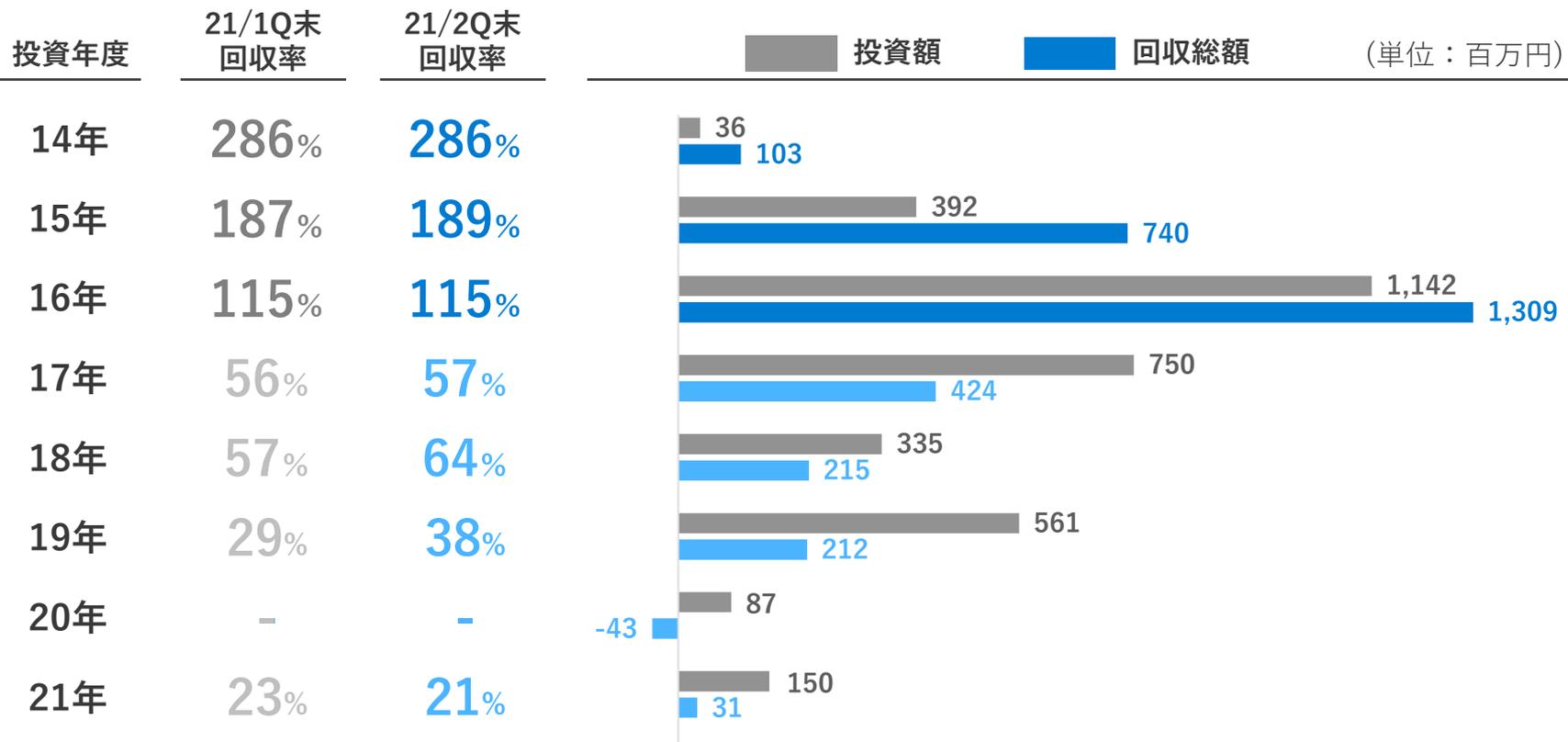
ネットキャッシュ・自己資本比率推移(四半期)

■ ネットキャッシュ(百万円) ○ 自己資本比率(%)



投資回収の実績(タイトル買取)

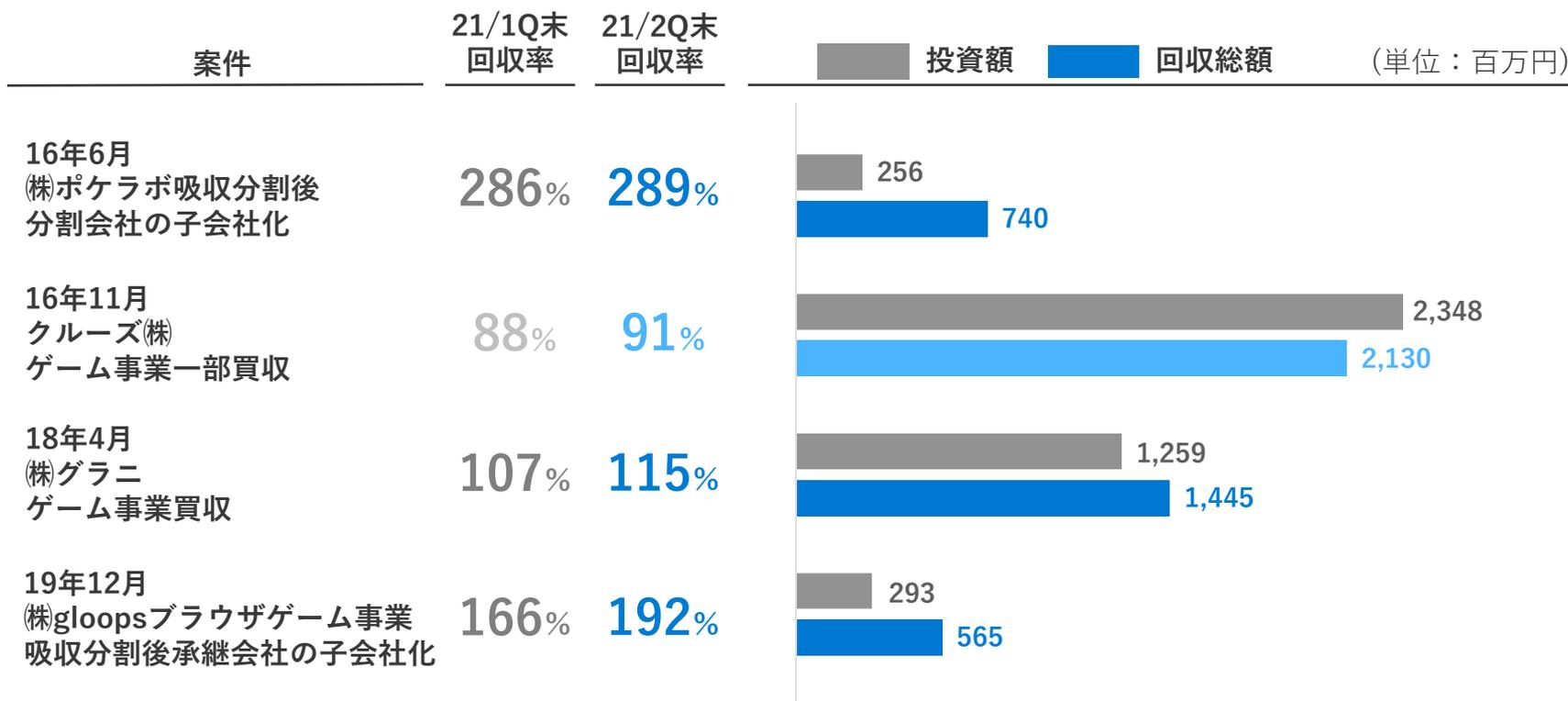
14-16年買取分は投資額を全額回収。
17-21年買取分についても、投資回収に向けて進行中。



※回収総額はEBITDAから税金を控除した金額に、投資額に係るタックスシールドを加算し、算出しています。
※集計方法を前期末時点から、一部変更・精緻にしているため過去資料からの数値変更が一部存在します。

投資回収の実績(企業買収)

ポケラボ案件、グラニ案件、gloops案件は回収後も企業価値向上に大きく貢献。クルーズ案件も投資回収に向けて着実に進行。

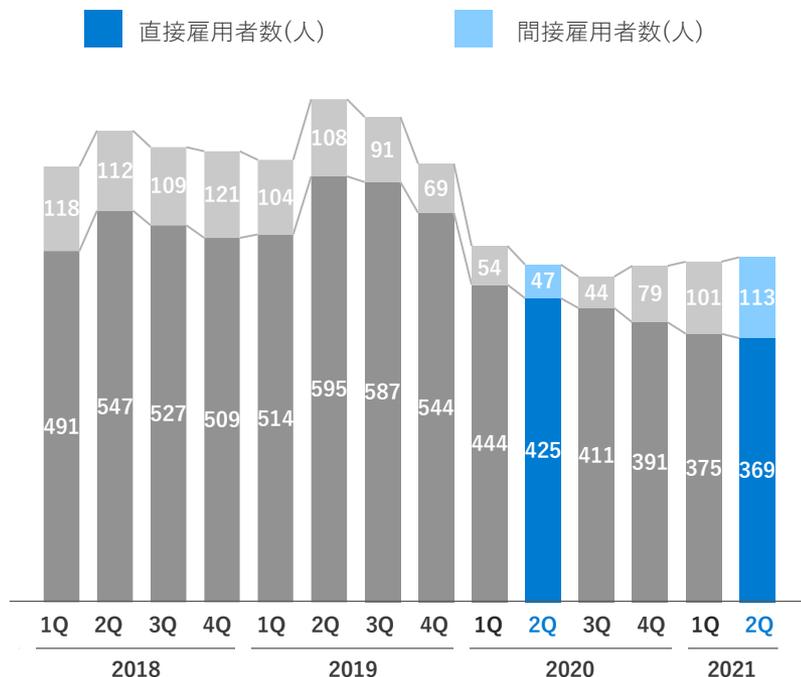


※回収総額はEBITDAから税金を控除した金額に、投資額に係るタックスシールドを加算し、算出しています。
 ※集計方法を前期末時点から、一部変更・精緻にしているため過去資料からの数値変更が一部存在します。

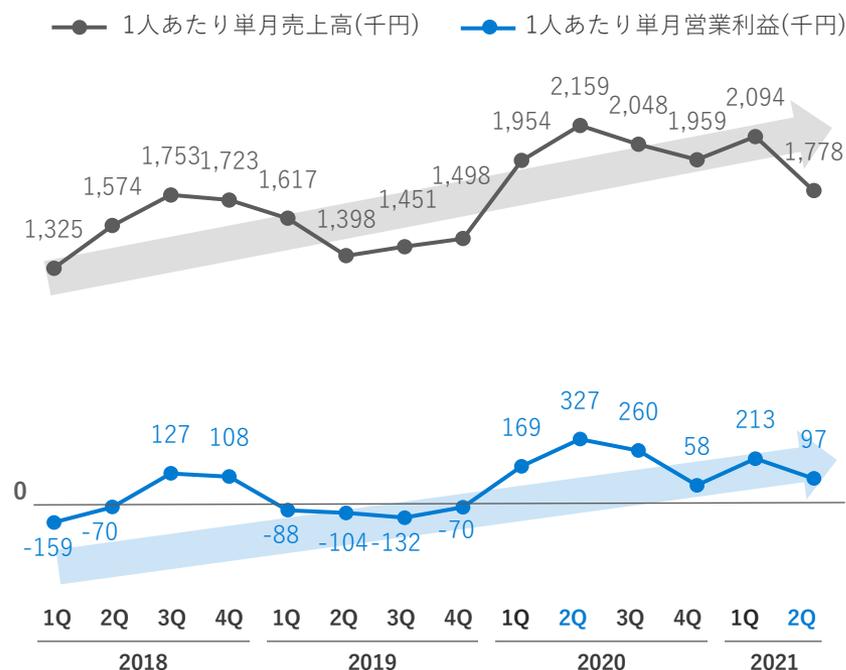
従業員数推移(四半期単体)と生産性

間接雇用比率を一定高める組織戦略方針のもと間接雇用者数が増加。
生産性指標を維持しつつ拡大を目指す。

従業員数推移



1人あたり単月売上高と営業利益



※ 1人あたり単月売上高と営業利益は、四半期全社売上高と四半期全社営業利益から、直接雇用者数と間接雇用者数の合計人数で除した数値を、3で除して単月平均を算出しています。

通期連結業績予想と株主還元策

2021年12月期 通期連結業績予想は据え置き。
今後、株主還元策を前向きに検討。

通期連結業績予想

通期連結業績予想に対して、2021年2Q累計で売上高は47.9%、営業利益は59.4%と着実に進捗。通期連結業績予想は据え置き。

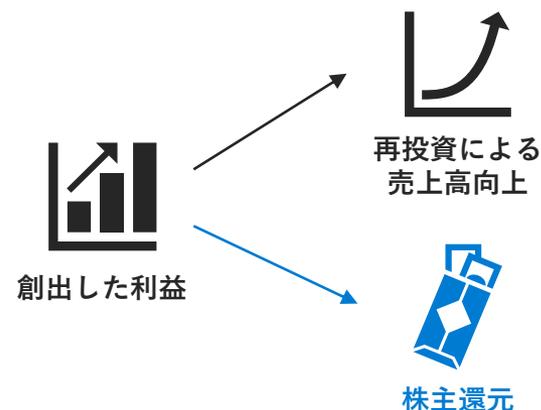
(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社に 帰属する 当期純利益
2Q累計 (進捗率)	5,560 (47.9%)	445 (59.4%)	437 (62.4%)	328 (50.5%)
2021年 12月期 (予想)	11,600	750	700	650

株主還元策

2021年6月の減資により利益剰余金の欠損を解消。今後蓄積する利益は、タイトル獲得等の再投資に充てつつ、配当・自社株買い等の株主還元策を前向きに検討。

キャピタル・アロケーション



1. 決算概要

2. 事業概況

3. 全社戦略

ゲームサービス事業：ビジネスモデル

ゲームタイトルを買い取り、独自のスマート運営で収益性を高め、「10年空間」実現にむけて長期運営をはかる「ゲームサービス業」。

ゲームタイトルの買取

ゲームタイトルの開発ではなく、事業買収やタイトル買取を通して、運営に注力。ゲームメーカーのニーズに合わせた最適な方法でゲームタイトルを仕入。



タイトル移管のニーズ

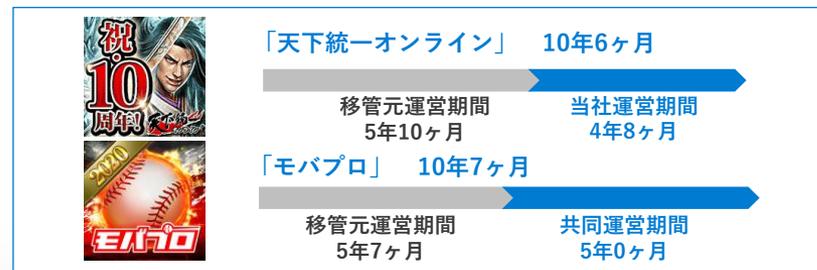
- ① 新規タイトル開発向けの人員再配置・資金獲得
- ② 業績、決算に向けた利益確定
- ③ サービス終了回避によるブランド価値/イメージの保護
- ④ ゲーム事業の事業統廃合

タイトルの長期運営

独自のスマート運営を導入し、収益性を高めることで、タイトルの長期運営が可能。「10年空間」に向けてユーザーに長くワクワクを提供。



「10年空間」実現



ゲームサービス事業：競争力

累計79本のゲーム運営で蓄積したデータ・アセット・ノウハウを活用したスマート運営がゲーム市場における持続的競争優位性。

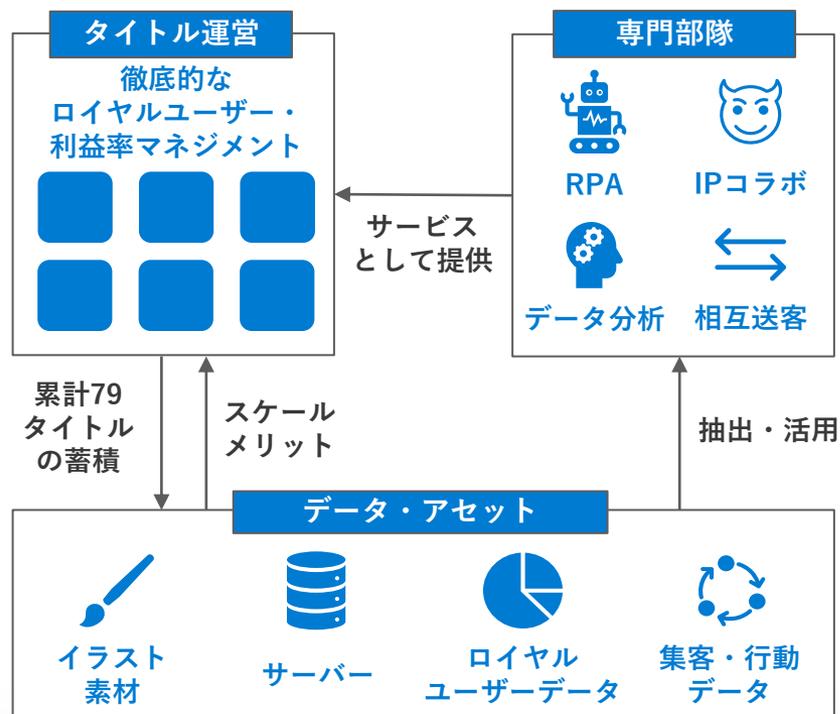
スマート運営

データ・アセット・ノウハウを活用したスマート運営が競争力。スマート運営により、長期利益化を可能とし、持続的優位性を実現。

スマート運営の3要素

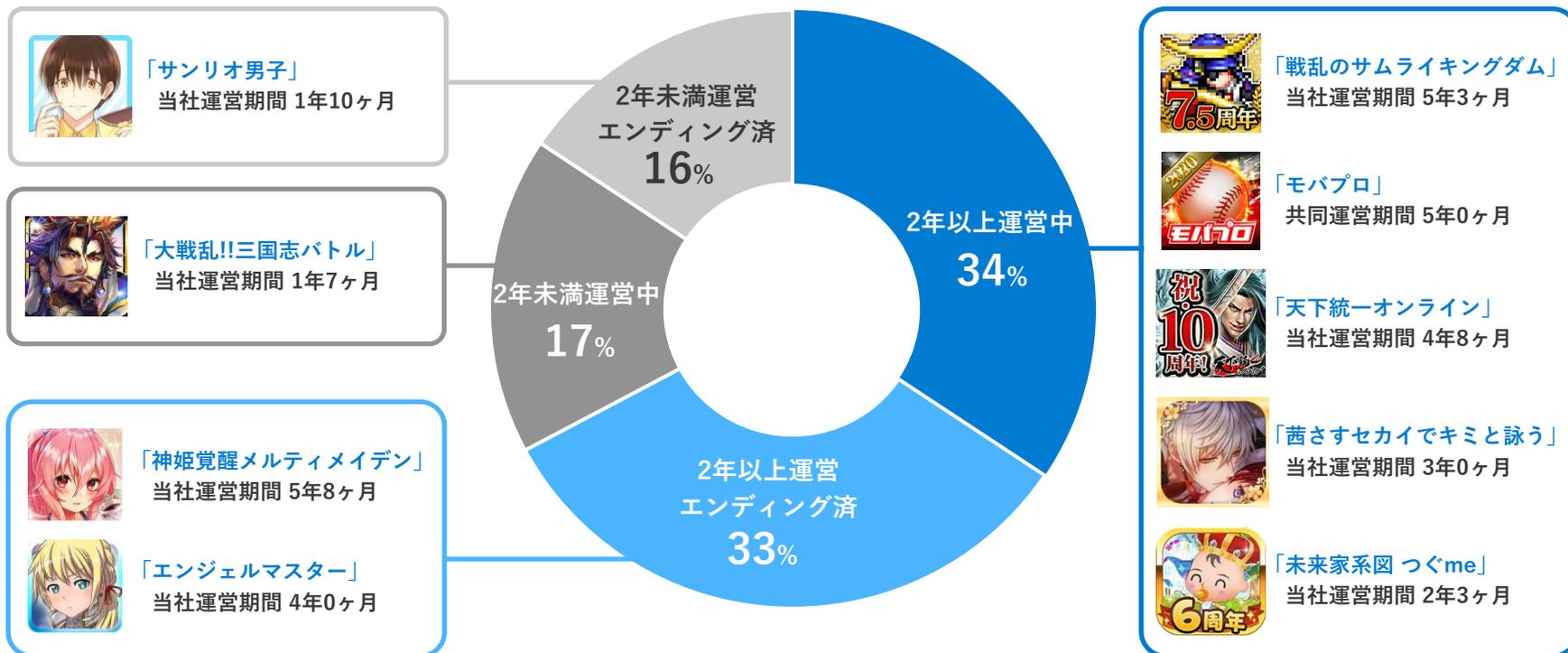
データ	累計79タイトルの運営実績により蓄積されたロイヤルユーザーデータやコストデータを用いた運営における各種指標、パラメータの最適化。
アセット	イラストやユーザー基盤をタイトル間でシェアリングする事によるコストの削減。スケールメリットによるサーバー費や外注費などのコスト削減。
ノウハウ	上記データやアセットも含め、分析・コストコントロール・共有財産化等を通じ、全てをスマート化する価値基準に紐づく文化や暗黙知。

スマート運営を可能とする仕組み



ゲームサービス事業：タイトル運営実績

当社移管後2年以上運営実績のあるタイトルは67%を占める。
独自の競争力を注入することで、長期運営を実現。



※ 当社運営期間は、移管月から2021年6月までの期間を記載しております。

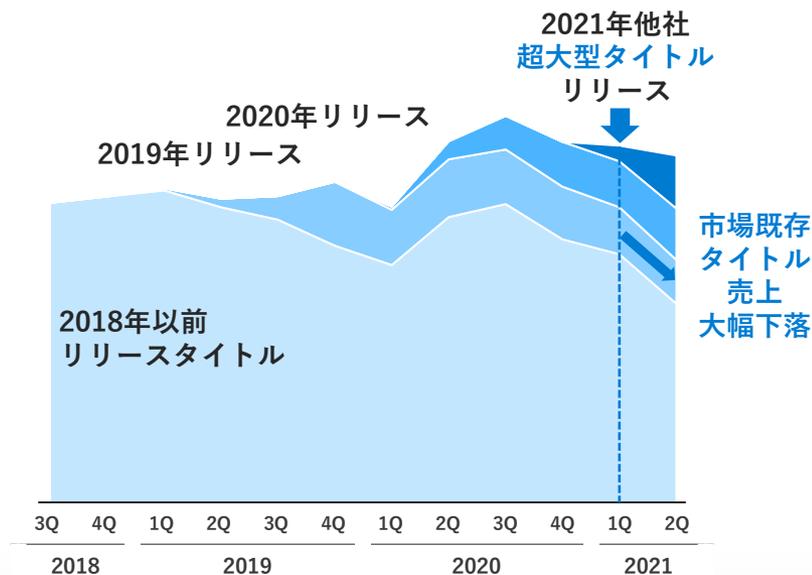
※ 当社がエンディングの意思決定権を持たない一部移管タイトルを除いたタイトル数の比率を算出しております。

スマートフォンゲーム市場概観

今年2月配信の他社超大型タイトルの影響で、短期的に既存タイトルの市場規模が縮小。一方、中長期的に拡大市場であることは変わらず。

短期市場概観

今年2月下旬にリリースされた他社超大型タイトルの影響及び巣ごもり特需の終了に伴い、市場規模が縮小。それに伴い、当社運営タイトルにも影響。

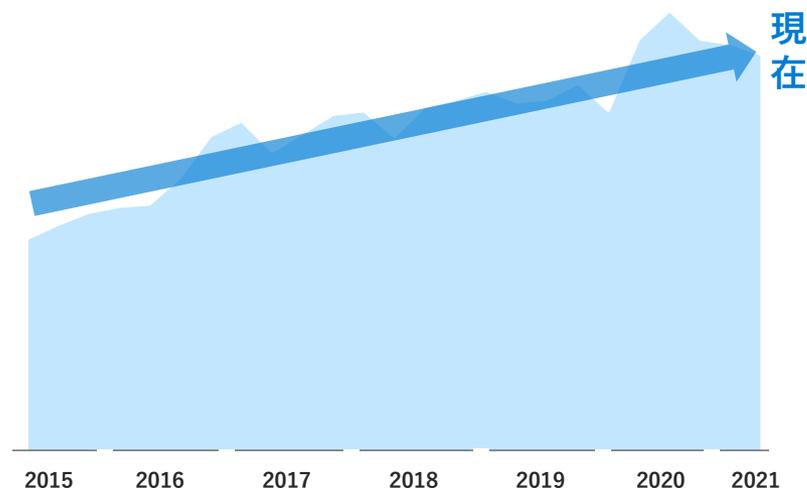


※出典：App Annie 日本国内 iOS・Android合計 2018年7月～2021年6月
※月のグロス売上2,000万円～2億円のタイトルを集計

長期市場概観

中長期的には国内スマートフォンゲーム市場は伸び続けており、当社のターゲット市場規模も順調に拡大するものと想定。

スマートフォンゲーム市場規模



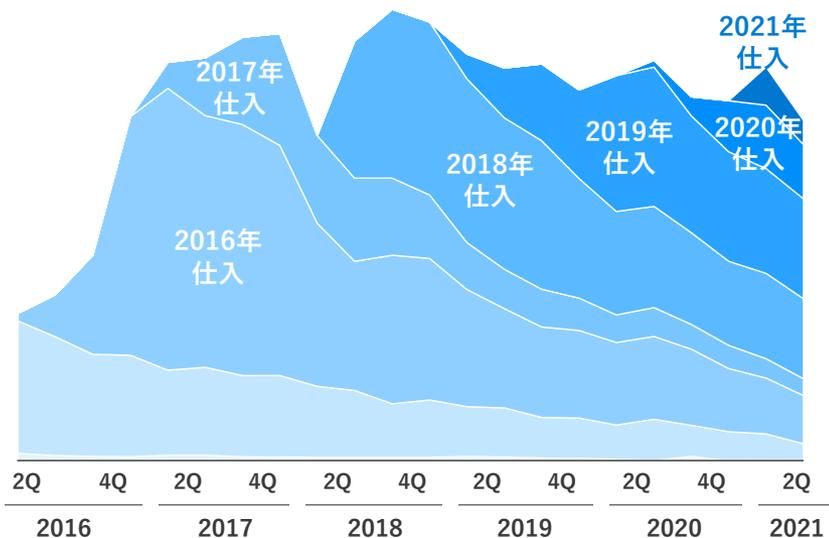
※出典：App Annie 日本国内 iOS・Android合計2015年1月～2021年6月
※月のグロス売上額2,000万円～2億円のタイトルを集計

ゲームサービス事業：2021年の当社タイトル・案件概況

他社超大型タイトルの影響を受け、既存タイトルの売上高が低下。
国内市場における大規模案件の割合が増加し、2Qの獲得が遅延。

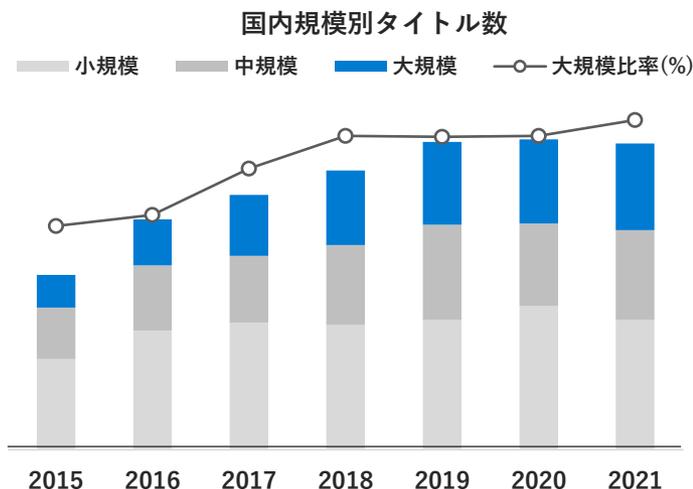
買取年別タイトル売上推移

既存タイトルは他社超大型タイトルの影響を受け、売上高が低調。タイトル仕入の遅延もあり、21年仕入タイトルについても売上高が想定を下回る。



案件概況

案件数は一定だが、大規模案件の割合が増加し、2Qの獲得が遅延。獲得に伴い売上高は大きく上昇するが、リードタイムの長期化、交渉難易度が上昇。Qごとの獲得本数のボラティリティが増加。



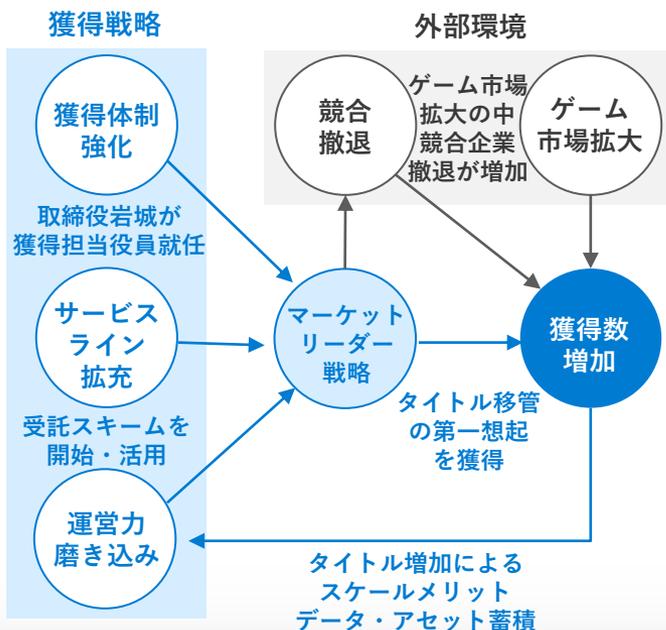
※出典：App Annie 日本国内 iOS・Android合計 2015年1月～2021年6月
※大規模はグロス売上1~2億円、中規模は5,000万円~1億円未満、
小規模は2,000~5,000万円未満のタイトル数を集計

ゲームサービス事業：獲得戦略と今後の強化策

サービスライン拡充による受託スキームで2Qに1本獲得。
今後は更なる競争力強化を通じて、新規獲得売上の増加を目指す。

環境と戦略

21年度から開始した受託スキームで2Qに1本獲得。マーケットリーダー戦略を実行し、新規獲得売上の向上を図る。



新規獲得の競争力強化

KPI変更や、集客力・渉外力強化を通じて、競争力を強化。12月、1月に月商1億円以上の大規模タイトルを獲得し、現在も大規模案件の交渉を継続。



KPI変更

月単位の獲得本数からQ/年度単位の新規獲得売上のマネジメントに。大規模タイトルの獲得時期と1本あたりの売上高のボラティリティ増加に対応。



集客力強化

集客力増強のため、優秀なマーケターを配置。大規模案件を獲得するにあたり、必要となる大規模マーケティングの拡充。



渉外力強化

ハイレイヤーのエグゼクティブメンバーの採用を進行。渉外難易度の上昇に対応できる渉外体制を構築。

ゲームサービス事業：タイトル仕入とエンディング

3タイトルをエンディングし、非公開タイトル1本を受託で仕入。
運営タイトル数は33本。

大規模タイトル

レジェンド オブ モンスターズ
神界のヴァルキリー
戦乱のサムライキングダム
モバプロ
アヴァロンの騎士
神獄のヴァルハラゲート
黒騎士と白の魔王
茜さすセカイでキミと詠う
神式一閃 カムライトライブ
大戦乱!!三国志バトル
SKYLOCK(スカイロック)
龍が如く ONLINE
非公開タイトル

中規模タイトル

幻獣姫
戦の海賊
刻のイシュタリア
神魔×継承!ラグナブレイク
ドラゴンタクティクス
究極×進化!戦国ブレイク
ウチの姫さまがいちばんカワイイ
非公開タイトル
非公開タイトル
モバプロ2レジェンド
グラフィティスマッシュ
不良遊戯 シャッフル・ザ・カード

小規模タイトル

ファルキューレの紋章
非公開タイトル
ラグナブレイク・サーガ
天下統一オンライン
非公開タイトル
非公開タイトル
未来家系図 つぐme
ケータイ国盗り合戦
非公開タイトル
非公開タイトル
非公開タイトル
非公開タイトル

- 21年2Qのエンディングタイトル
- 21年2Qの仕入タイトル

※ 規模は移管初月から3ヶ月間の gross 課金額を相乗平均した値で判定しています。
※ 運営タイトル数は、収益帰属開始タイミングで加え、エンディング翌日から減らしています。

スポーツDX事業：クラブ運営DX

スポーツクラブにゲームサービス事業で培った独自のDX技能を注入。FC琉球との取り組みで成果が発現。

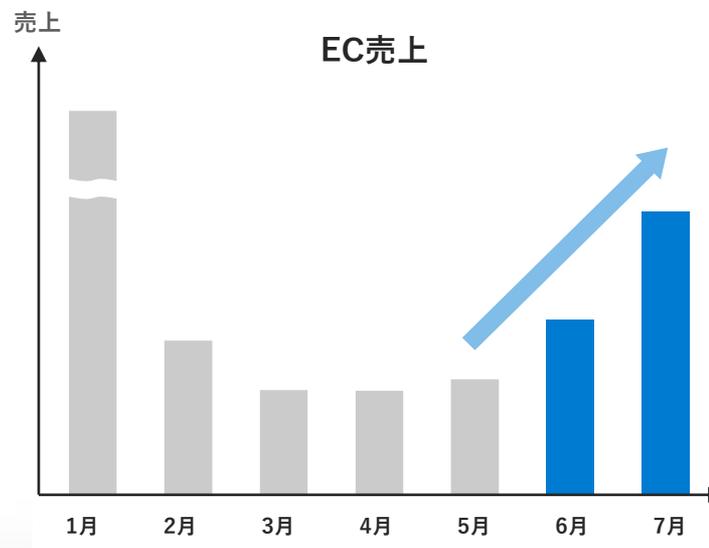
クラブ運営DX

クラブ運営における経営管理から事業施策にかけて、当社が培ったDX技能を注入することで収益力を向上。

Digital Patch	Digital Integration	Digital Transformation
<p>個別業務のデジタル化・自動化</p>	<p>デジタル活用で業務全体の最適化</p>	<p>デジタルを活用した既存ビジネスの変革</p>
DP施策内容	<ul style="list-style-type: none">✓ 売上・コストデータの集約・クラウド化✓ 販売管理情報の電子データ化✓ 予実進捗管理の自動化	
DI施策内容	<ul style="list-style-type: none">✓ 各データの一元化ならびにダッシュボードの構築✓ CRMによる顧客データ管理✓ データに基づき高速でPDCAを回し、施策の確度向上	

FC琉球との取り組み進捗

1月～5月にかけてDPを完了。6月より業務全体の最適化に向けてDIを始動。データに基づくクラブ運営を行い、6月・7月にはEC売上が急成長。



スポーツDX事業：ファンタジースポーツ

現実連動型ゲーム「プロ野球#LIVE2021」を6月にリリース。
当初の想定以上に順調な立ち上がりを記録。

「プロ野球#LIVE2021」のリリース

現実連動型ゲーム「プロ野球#LIVE2021」のβ版を6月23日にリリース。



プロ野球LIVE2021

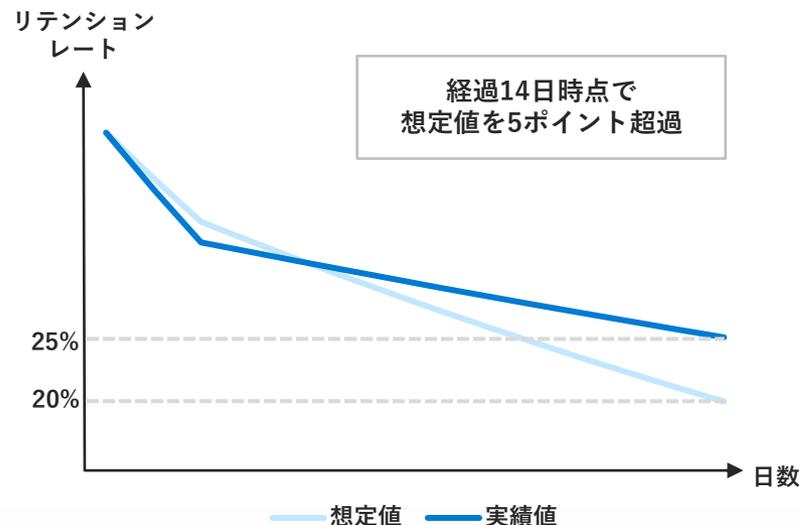
動作環境：モバイルブラウザ(Safari, Chrome)

課金形態：基本無料



「プロ野球#LIVE2021」の立ち上がり

リリース後14日間で、当初想定していたリテンションレートよりも高い数字を維持。順調な立ち上がりを記録。



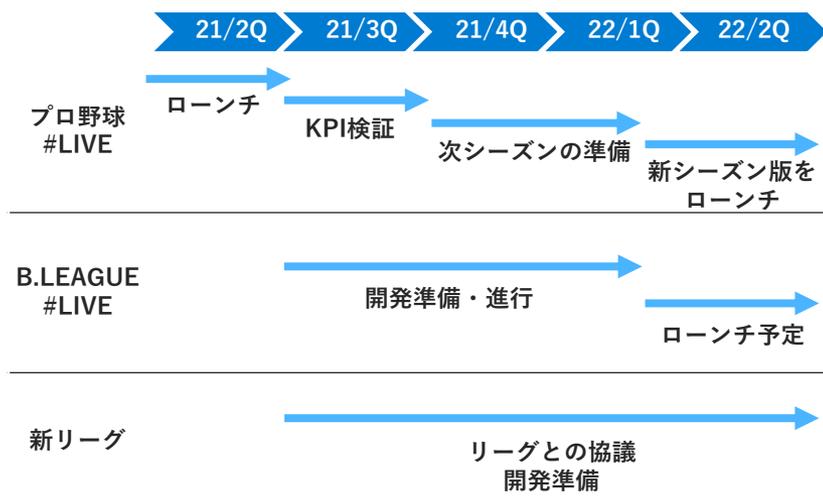
※ リテンションレートはドラフト参加ユーザーの継続率を算出。

スポーツDX事業：ファンタジースポーツ

各種競技への横展開に加えて、ファンタジースポーツを
NFTや様々な事業領域と掛け合わせ、事業展開を加速。

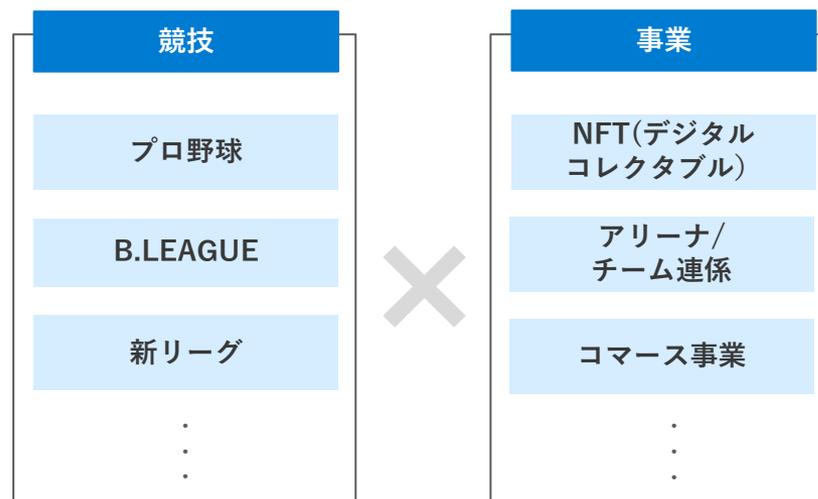
直近の事業スケジュール

2021年3Q以降、「プロ野球 # LIVE2021」での
KPI検証・分析を進行。「B.LEAGUE # LIVE2021」の
ローンチを皮切りに、横展開を開始予定。



今後の事業展開

ファンタジースポーツで構築したコミュニティを駆使
して、NFTをはじめとした事業と掛け合わせることで
事業成長を加速させる。



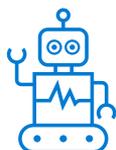
BtoB事業：事業概況

AI事業・マーケティング事業は当社DX技能の BtoBマネタイズとして収益基盤を確立。持続成長を目指す。

AI事業

「OptimRobo」は運用社数を伸ばし、MRRを拡大中。
PoCでは2Q累計で5社と契約。
AI技術の提供を通じた収益拡大を目指す。

OptimRobo



2020年2月より提供を開始した、AIによる
WEBサイト自動最適化サービス。
導入企業において、30%のCVR向上を達成。
2021年は複数社で実運用中。

PoC(概念実証)



AI開発の**PoC(概念実証)**を、2020年累計
で4社へ納品。
2Qに新規2社と契約。着実に提携企業数が増加。

マーケティング事業

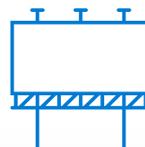
ゲーム業界でASO領域のトップクラスに。
ASAを利用したASOサービスの提供を開始し、
アプリストアマーケでのトップランナーを目指す。

GAME ASO



スマホゲームに特化した
ASO(アプリストア最適化)サービス。
導入が20タイトルを突破し、利用企業の
リピート率80%と高い顧客満足度を実現。

GAME ASO with Apple Search Ads



統計アルゴリズムを用いた**App Storeの
A/Bテスト機能**をmynet.aiと共同開発。
他社運営ゲームでCVR55%の向上、
CPI35%の削減を実現。

1. 決算概要

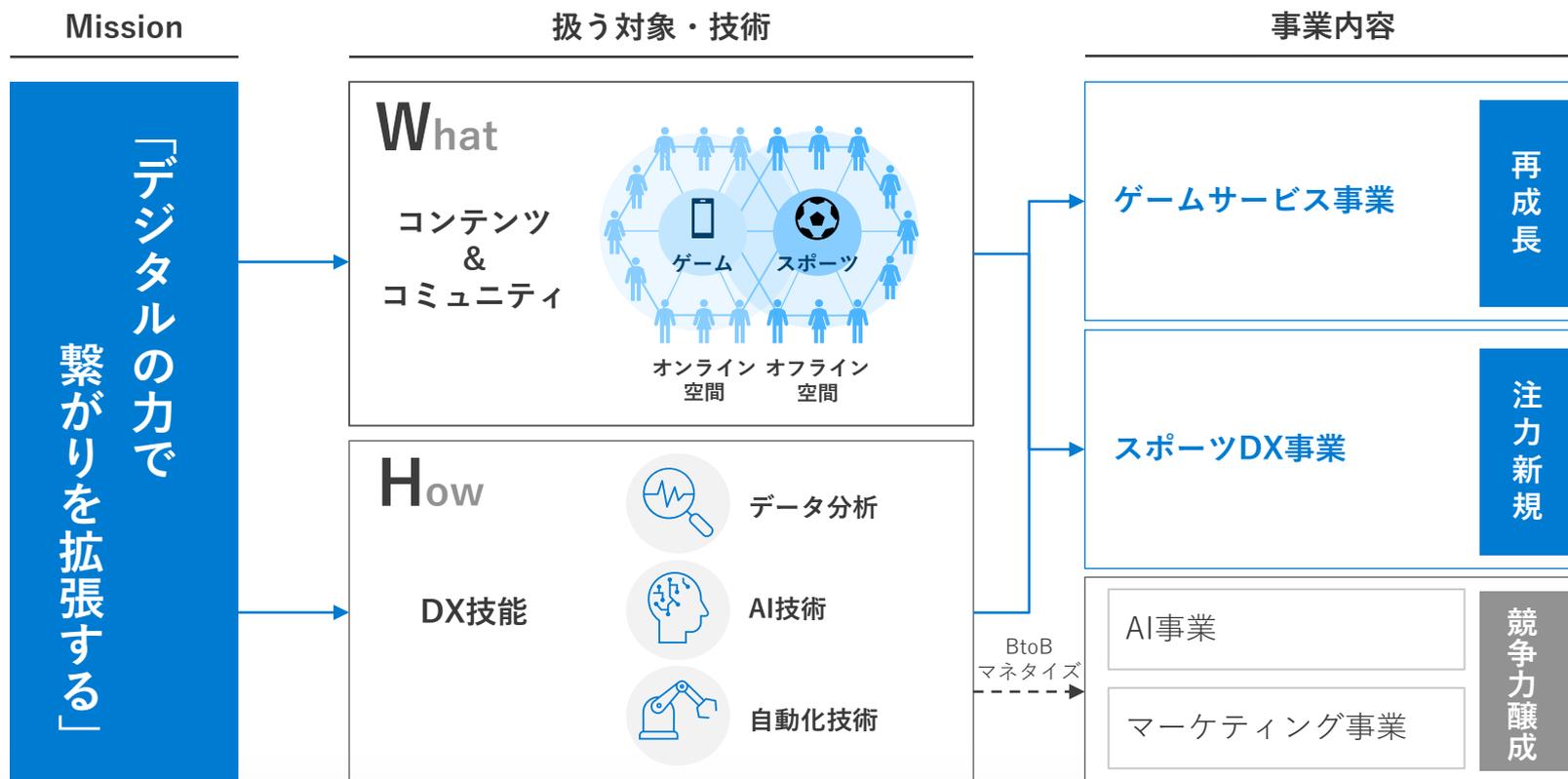
2. 事業概況

3. 全社戦略



全社事業戦略の指針

2020年代のメガトレンドは既存産業のDX。当社は強みのDX技能をゲーム領域とスポーツ領域のコンテンツ&コミュニティに投下。

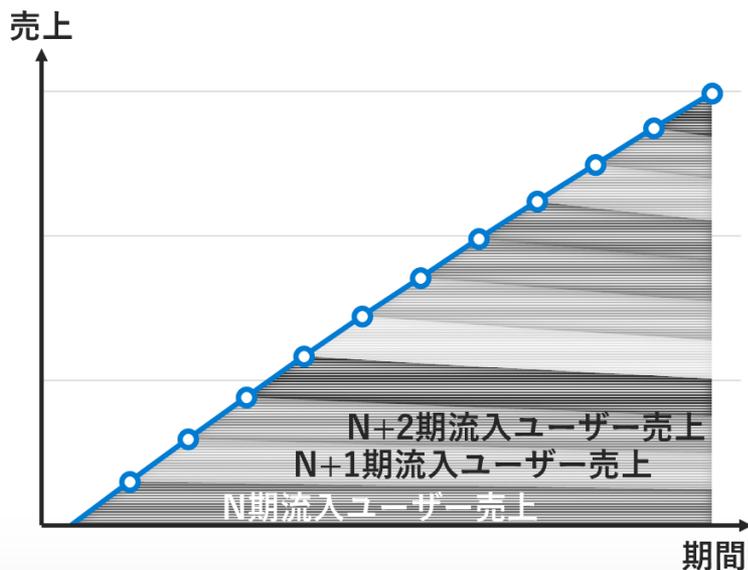


成長戦略・持続的成長構造

ゲームサービス事業の「継続率」強化・ファンタジースポーツの「複利型」での事業化を通じ、長期の「持続的成長構造」を確立する。

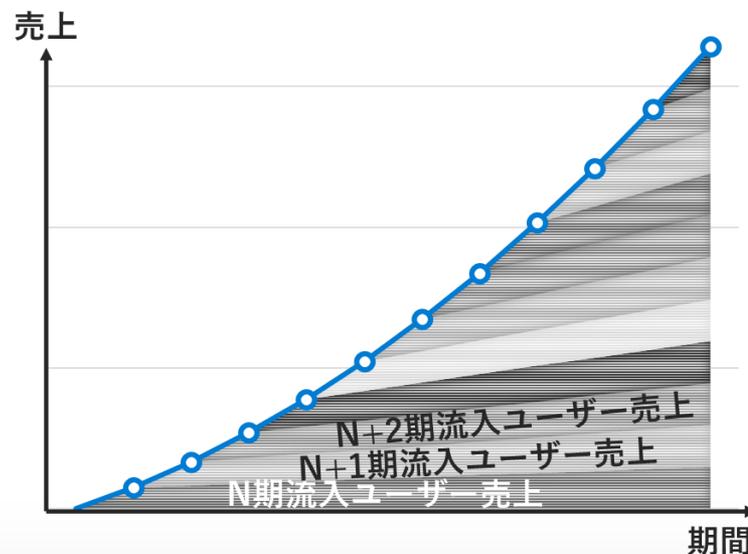
ゲームサービス事業：ストック型

タイトル仕入により「**継続率の高いユーザー**」を獲得。強みであるスマート運営によって「継続率」を維持・強化し、「**ストック型成長モデル**」での成長を目指す。



ファンタジースポーツ：複利成長型

ファンタジースポーツは、継続率に加え、ユーザー熱量の向上を目指す。時間経過に伴い、次第に**単価上昇**も実現する「**複利型成長モデル**」を構築。



組織戦略：若手抜擢組織

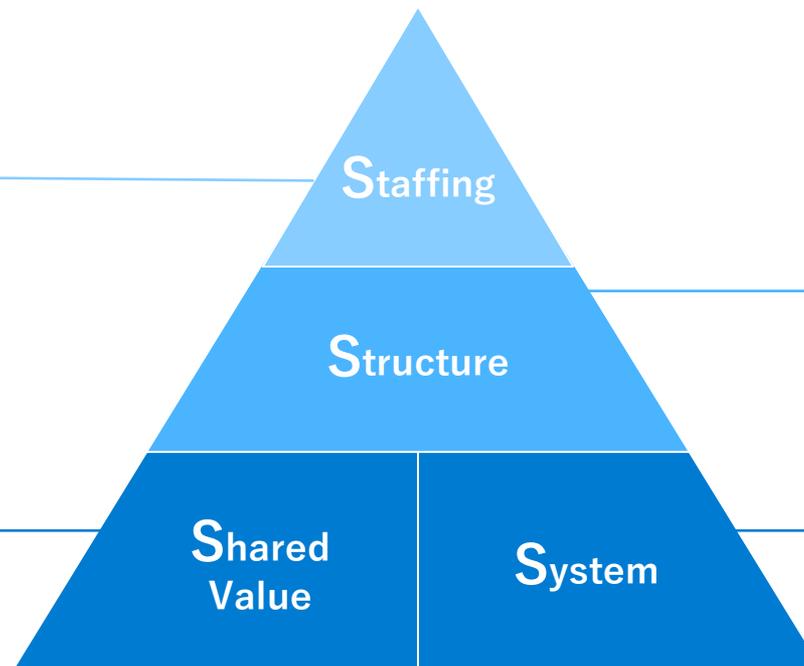
Mission・Valueの浸透により醸成された企業文化を土台に一貫した組織構造や人材配置を通して若手有能層抜擢組織を構築。

人材配置

- 小出孝雄、松本啓志が昨年それぞれ27歳、30歳で取締役就任。
- 半期に一度役員陣による若手抜擢会議を開催。

文化・価値観

- 第三創業期におけるMission・Valueを再定義。
- Value「Progressive」を核に年功序列にとられない企業文化。



組織構造

- 連続的なM&Aにより、多くの若手登用機会を創出。
- AI事業/戦略・企画/採用/事業開発等を重点若手育成組織に指定。

組織・人事制度

- 定量のValue合致・能力・目標達成評価制度を構築。
- 採用時のValue一致評価を目的とした構造化面接導入。

ご清聴ありがとうございました

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、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは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およ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・修正をおこなう義務を負うものではありません。

參考資料

会社概要

概要

会社名	株式会社マイネット
本社所在地	東京都港区北青山2-11-3 A-PLACE青山
資本金	4,648万円(連結)
設立年月日	2006年6月14日 (創業は2006年7月1日)
公開市場	東証一部(証券コード：3928)
事業内容	ゲームサービス事業
従業員数	369名(連結 間接雇用除く)

アワード実績



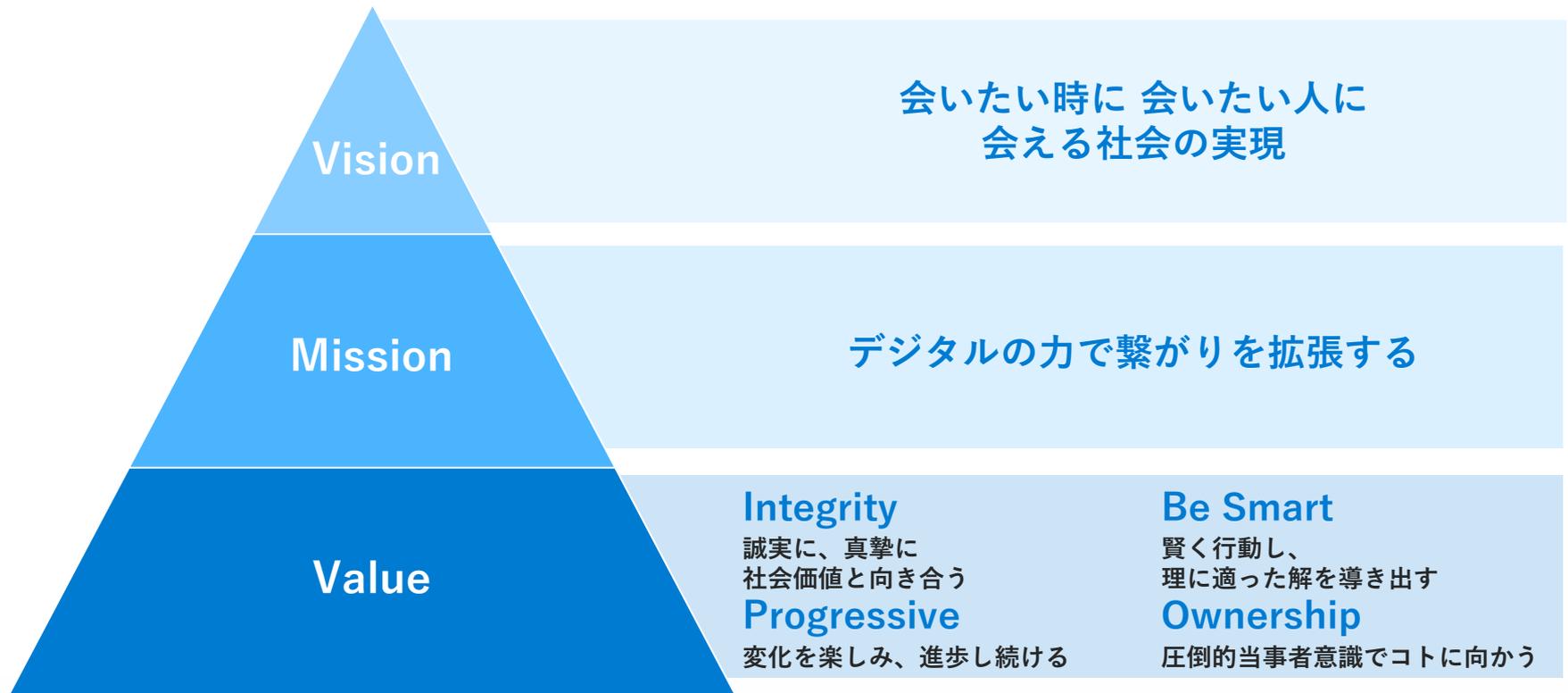
「Asia-Pacific High-Growth Companies 2020」
日本企業で32位にランクイン

沿革

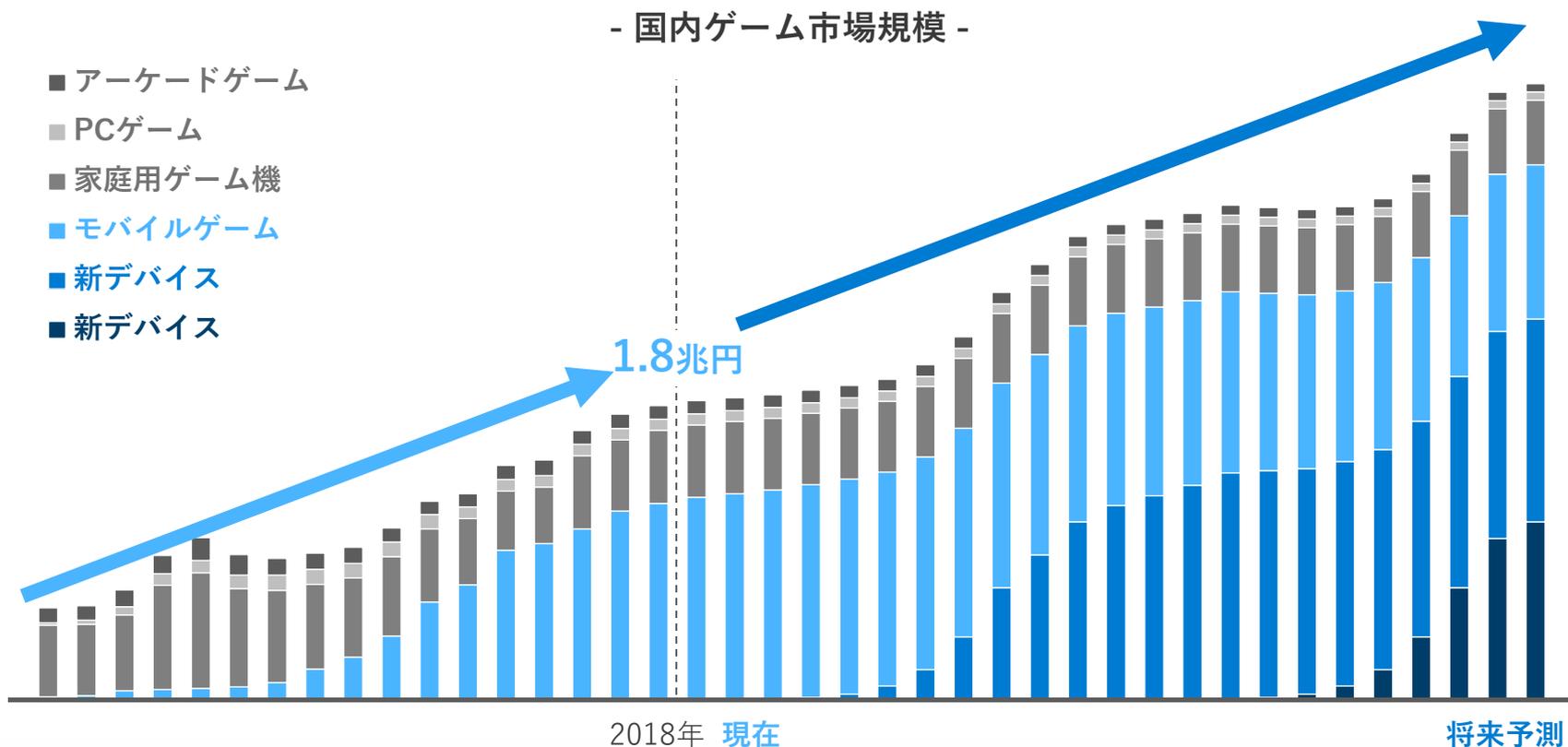
2006年6月	株式会社マイネット・ジャパン(現マイネット)を設立
2006年7月	国内初のソーシャルニュースサイト「newsing(ニューシング)」リリース
2007年1月	携帯サイト作成・集客ASPサービス「katy(ケイティ)」リリース
2012年9月	スマートフォンゲーム事業に参入「ファルキューレの紋章」リリース
2014年5月	ゲームサービス事業を開始協業にて1タイトルを運営
2015年12月	東京証券取引所マザーズ上場
2016年6月	株式会社ポケラボ吸収分割後分割会社の子会社化
2016年11月	クルーズ株式会社ゲーム事業一部を買収
2017年12月	東京証券取引所市場第一部に市場変更
2018年3月	株式会社mynet.aiを設立
2018年3月	株式会社マイネットブルーゲームスを地方拠点として沖縄に設立
2018年4月	株式会社グラニのゲーム事業を買収
2019年4月	札幌拠点「Northスタジオ」を発足
2019年12月	株式会社gloopsのブラウザゲーム事業吸収分割後承継会社の子会社化
2020年10月	株式会社マイネットブルーゲームスを株式会社マイネット琉球へ商号変更
2021年1月	FC琉球トップパートナーに就任

Mission・Value

「会いたい時に会いたい人に会える社会の実現」に向けて、
第三創業期におけるMission・Valueを策定。



ゲーム市場はこれまでデバイスチェンジの波に乗り、繰り返し成長。
今後も新デバイス・PFの登場で中長期的に成長する市場。

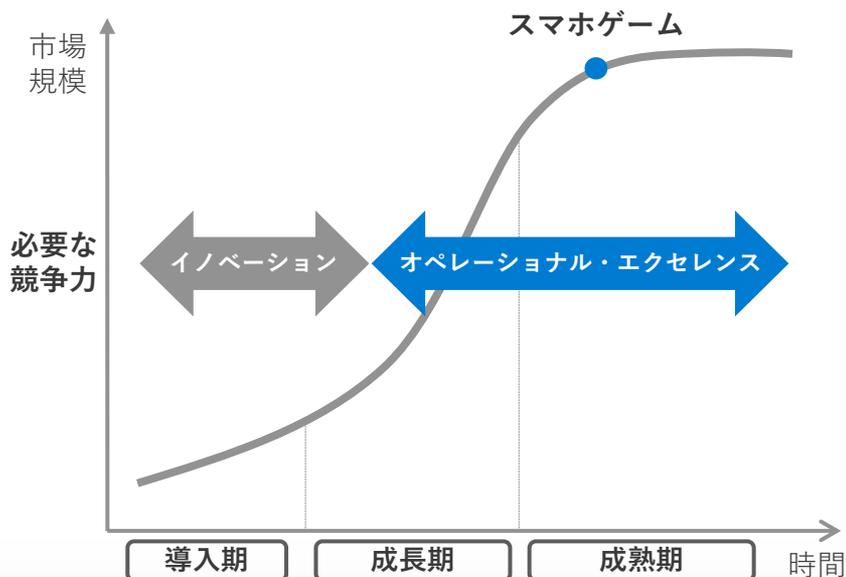


※「ファミ通ゲーム白書2019」「2018年度 アミューズメント産業界実態調査」より当社作成。アーケードゲームはテレビゲーム・音楽ゲームの合算値。
2018年までの数値は上記資料から引用。2019年以降は当社予測値。

磨きこんだスマート運営=オペレーショナル・エクセレンスで成熟期を迎えたスマホゲーム業界におけるシェア拡大を目指す。

オペレーショナル・エクセレンスの競争優位

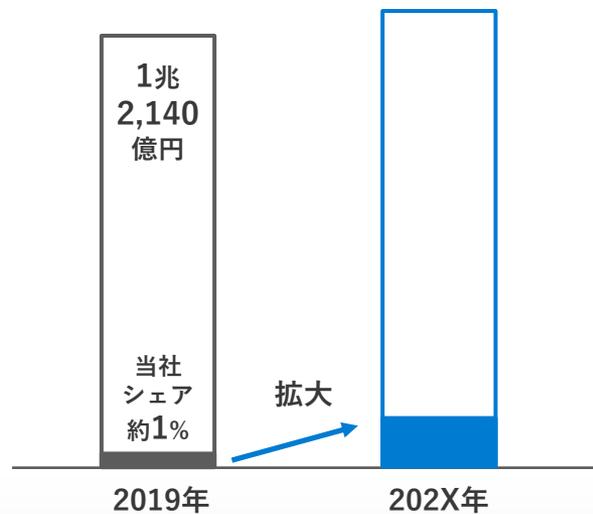
プロダクトサイクルにおいて成熟期にあるスマホゲーム市場は、高効率・高生産性の追求によるオペレーショナル・エクセレンスを確立することで競争優位の構築が可能に。



成熟市場におけるシェア拡大

スマホゲーム市場はゲーム市場の中で現状最も大きなパイを占め、2019年に1兆2,140億円規模に。培ったスマート運営の競争力にシェアの更なる拡大を目指す。

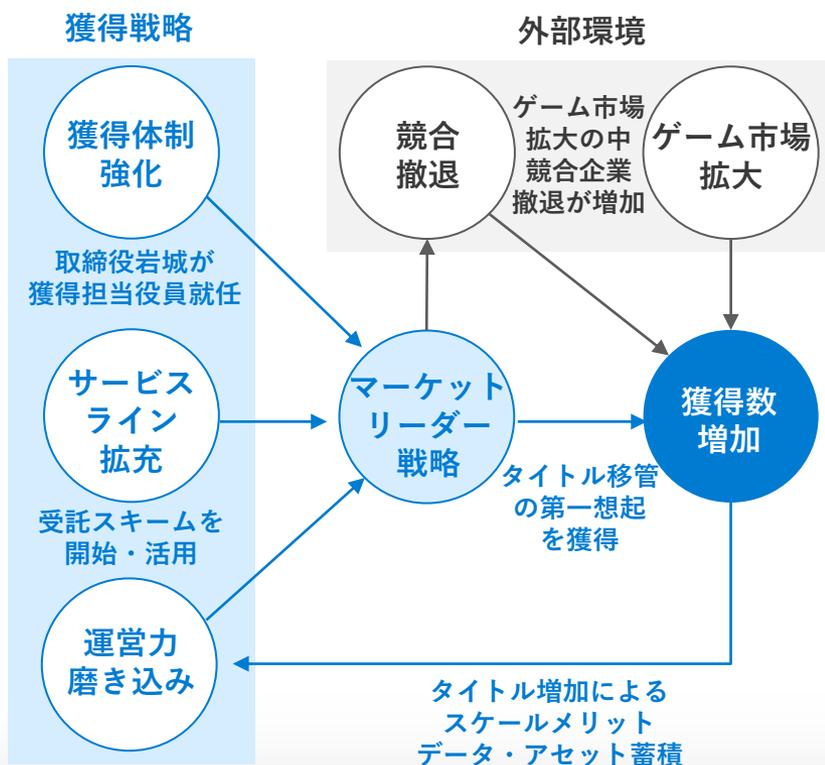
- 国内ゲームアプリ市場規模とシェア -



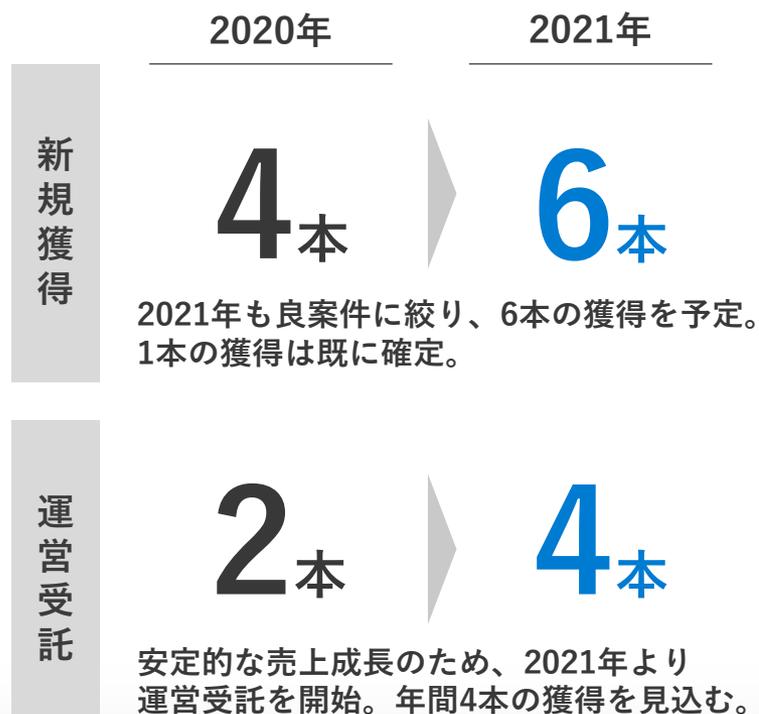
※「ファミ通ゲーム白書2020」より当社作成。

堅調な外部環境下において、新規獲得体制を強化し、運営受託スキームも開始することで、売上再成長へ。

環境と戦略



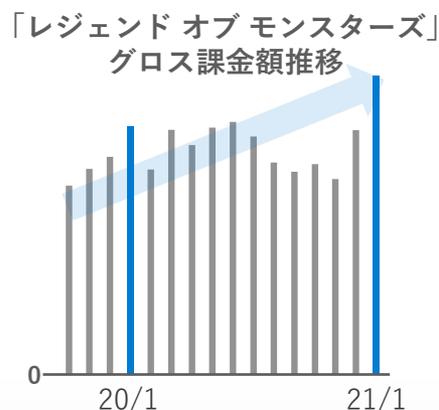
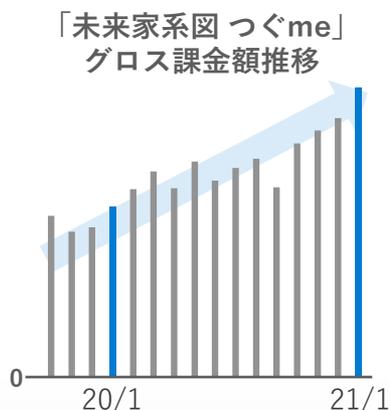
2021年度の獲得計画



マーケティング注力による売上増加の取り組みを進めながら、
人件費・外注費単価低減による利益率上昇を目指す。

売上増加

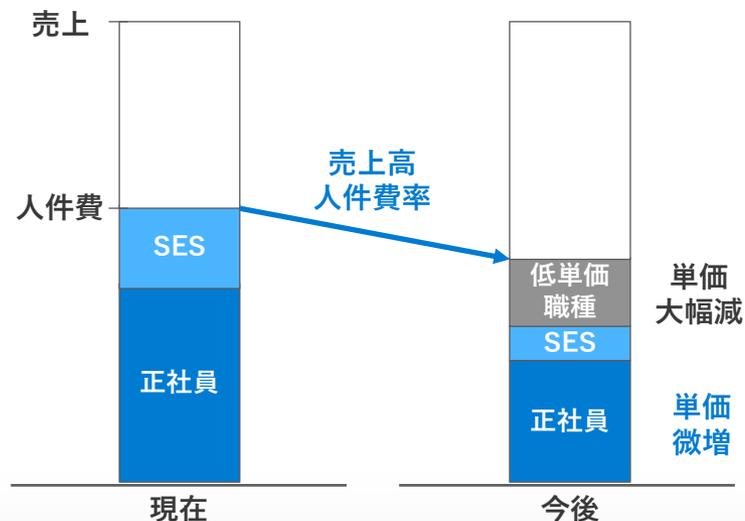
ポテンシャルのある小規模タイトルにマーケティングを注力。小規模タイトルを新たにキャッシュカウに。一部タイトルでは売上が大幅に増加。



利益率上昇

正社員・高単価業務委託に残っているオペレーション業務を切り出し、個人業務委託・アルバイトに分配することで、人件費単価低減を行う。

- 売上高人件費率低減概念図 -



ゲームサービス事業の再成長に向けて、BizDev人材の増強や、LTV向上に向けたユーザー回遊施策等に注力。

		KPI分類	現状の強み	今後の伸びしろ・施策
収益向上	新規獲得	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新規タイトル獲得 ✓ 新規ユーザー流入 	  ゲームメーカーとのネットワーク 相互送客ネットワーク「CroPro」	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ハイレイヤーなBizDev人材採用による営業力・交渉力の底上げ ▶ 既存タイトルの複数PFへの配信 ▶ 出稿判断基準の最適化等によるマーケティング力の底上げ等
	LTV	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 継続率向上 ✓ ARPU向上 	  ロイヤルユーザーマネジメント AI/データ分析	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 複数ゲーム間のユーザー回遊の最適化による継続率・ARPUの向上 ▶ ゲーム内外のコミュニティ形成施策による継続率の向上 ▶ ゲーム内インフレ率の最適化等
利益率向上		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 変動費率抑制 ✓ 人件費最適化 ✓ その他固定費低減 	  EBITDAマージンマネジメント イラスト等のアセットシェアリング   バルクでの交渉力 自社開発RPAシステム	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 各種手数料の減率交渉 ▶ 各業務群の多様な雇用形態、外注への分配による人件費率低減。 ▶ 現状の強みの改善・発展及び現場への導入促進等

費用推移(四半期会計期間・連結)

(単位：百万円)	金額			売上高構成比		
	21/2Q	20/2Q	前年同期比	21/2Q	20/2Q	前年同期比
PF使用料	861	995	▲134	33.5%	32.6%	+0.9pt
変動費計	861	995	▲134	33.5%	32.6%	+0.9pt
サーバー費用	159	166	▲7	6.2%	5.5%	+0.7pt
外注費	465	353	+112	18.1%	11.6%	+6.5pt
人件費・採用費	658	716	▲58	25.6%	23.4%	+2.2pt
オフィス費用	20	92	▲72	0.8%	3.0%	▲2.2pt
広告宣伝費	49	36	+13	1.9%	1.2%	+0.7pt
その他	164	191	▲27	6.4%	6.3%	+0.1pt
固定費計	1,517	1,556	▲39	59.0%	50.9%	+8.1pt
償却費	50	41	▲9	2.0%	1.4%	+0.6pt
償却費計	50	41	▲9	2.0%	1.4%	+0.6pt
費用合計	2,429	2,593	▲164	94.5%	84.8%	+9.7pt

損益計算書(四半期・連結)

単位：百万円	21/2Q	20/2Q	前年同期比	21/1Q	前四半期比
売上高	2,570	3,056	▲486	2,989	▲419
売上総利益	1,011	1,450	▲439	1,245	▲234
販売管理費	870	986	▲116	940	▲70
EBITDA	191	504	▲313	355	▲164
EBITDAマージン	7.4%	16.5%	▲9.1pt	11.9%	▲4.5pt
営業利益	140	463	▲323	304	▲164
営業利益率	5.5%	15.2%	▲9.7pt	10.2%	▲4.7pt
経常利益	136	459	▲323	300	▲164
親会社株主に帰属する 当期純利益	100	337	▲237	227	▲127

貸借対照表(四半期・連結)

単位：百万円	21/2Q	20/2Q	前年同期比	21/1Q	前四半期比
流動資産	4,138	4,033	+2.6%	3,447	+20.0%
現金及び預金	2,613	2,299	+13.6%	1,836	+42.3%
固定資産	984	896	+9.8%	1,061	▲7.3%
総資産	5,122	4,929	+3.9%	4,509	+13.6%
流動負債	1,236	2,073	▲40.4%	1,177	+5.0%
固定負債	963	956	+0.7%	584	+64.9%
純資産	2,921	1,899	+53.8%	2,747	+6.3%
資本金	46	3,073	▲98.5%	3,076	▲98.5%
自己資本比率	56.7%	38.2%	+18.5pt	60.6%	▲3.9pt

用語集

ゲームサービス

オンラインゲームにおける運営フェーズの提供サービスを指す。マイネットグループではゲームメーカーが制作したスマートフォンゲームを買取や協業により仕入れ、独自のノウハウでバリューアップした後に長期サービス運営を行うゲームサービス事業を展開。

エンディング

マイネットグループではサービス終了をゲームのクローズではなくエンディングととらえ、ユーザーが最後まで楽しめて納得感のある最後を提供する。

スマート(化)

ツールやRPAの開発・導入によって業務の自動化・効率化を行い、定常的にかかる人的工数を減らす。

シェアリング

タイトルを積み重ねることで得られる全社共有資産。イラスト等のアセットシェアリング、相互送客のユーザーシェアリング、データや現場のナレッジシェアなど。

相互送客「CroPro(クロプロ)」

マイネットグループ独自の相互送客ネットワーク。
ゲーム内で相互にバナーを設置したり、ゲーム間コラボを実施することで、ユーザーを相互に送客する。

RPA(Robotic Process Automation)

認知技術を活用した業務の効率化・自動化の取組み。

AI(Artificial Intelligence)

人工知能。人間の脳が行っている知的な作業をコンピュータで模倣したソフトウェアやシステムの総称。

用語集

IP(Intellectual Property)タイトル

漫画やアニメ、ゲームなどの著作権を利用したタイトル。

PF(Platform)

ソフトウェアが動作するための基盤のこと。
App Store、Google Play、GREE、Mobageなどがある。

DXノウハウ

ワークフローを可視化し、デジタル化・クラウド化することでデータを再利用・シェアリング可能な状態に。そのデータを使用して、数値に基づいた改善を実施し、自動化を推進するナレッジやその蓄積。

オペレーショナル・エクセレンス

価値創造のための事業活動の効果・効率を高めることで競争上の優位性を確立し、徹底的に磨き上げること。高品質・効率化を追求することで、他社が模倣できない品質・スピード・コストの実現が可能となる。また、競争優位性を高めるだけでなく、常に良いオペレーションのために改善を重ねるカルチャーが組織において醸成される。

LTV

Life Time Valueの略で、顧客生涯価値と呼ばれ、ある顧客が、取引を開始してから終了するまでの期間に、自社に対してどれだけ利益をもたらしたか、収益の総額を算出するための指標。
当社では、ロイヤルユーザーの課金単価・課金率・継続率・休眠復帰率が主な構成要素。

BizDev人材

Business Developmentの略で、事業開発人材を指す。