

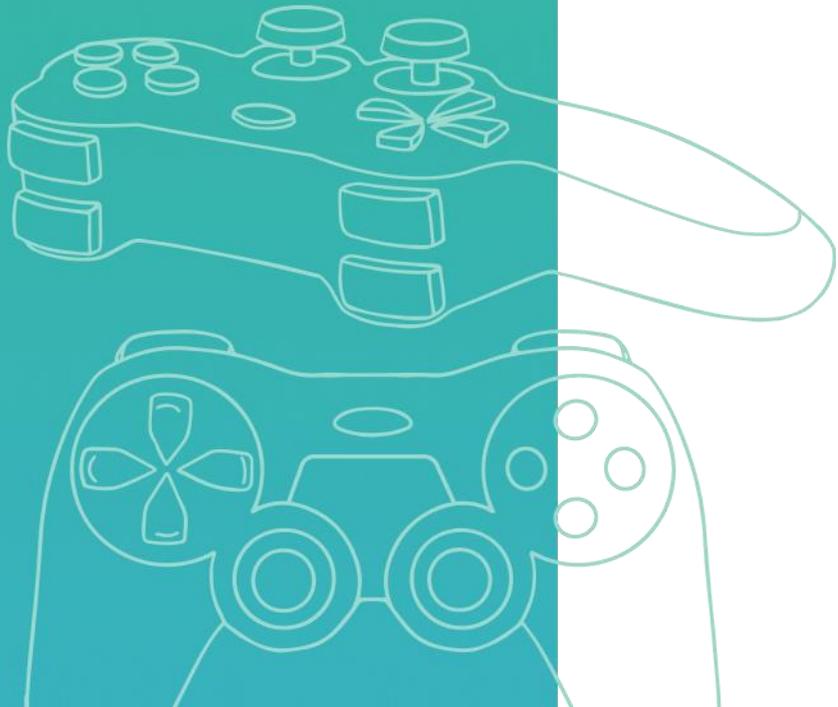


2025年5月期 第1四半期決算説明資料

株式会社 GameWith
証券コード: 6552 (東証スタンダード)

2024年10月9日

AGENDA



- ① GameWithについて
- ② アプリ外課金事業について
- ③ 2025年5月期 第1四半期決算総括
- ④ 各セグメントの概況
 - 1. メディア
 - 2. eスポーツ・エンタメ
 - 3. 新規事業（NFT・回線等）
- ⑤ 中期経営計画
- ⑥ Appendix

01.GameWithについて



Mission : ゲームをより楽しめる世界を創る



ゲームをより楽しめる世界を創る

“Create a more enjoyable gaming experience”

ゲームに熱中し、ゲームで繋がり、ゲームを仕事にして誇れる。
そんな「ゲームをより楽しめる世界」を、私たちGameWithが創り出していく。

Vision : 世界のゲームインフラになる

ゲームをプレイするユーザーにとっても、ゲームを開発するメーカーにとっても、
GameWithがいなければ提供できない体験や価値を提供し、
ゲームを楽しむことに関わる全ての人たちのインフラのような存在になっていく。
メディア事業にとどまることなく、ゲームをより楽しむための、あらゆる事業領域に進出していく。



事業概要：GameWithの3セグメント

「ゲームをより楽しめる世界を創る」という企業理念に基づいた事業を展開

メディア

国内最大級のゲーム情報メディア
「GameWith」等の企画・運営
ゲーム攻略情報や紹介情報を提供

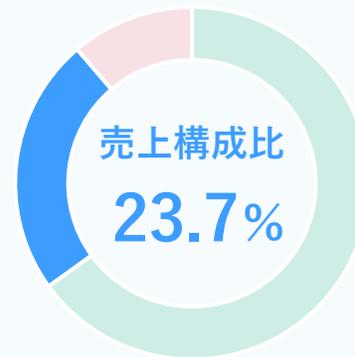


アドネットワーク広告収入、
タイアップ広告収入等



eスポーツ・エンタメ

国内屈指のプロeスポーツチーム
「DetonatioN FocusMe」の運営
クリエイターマネジメント等

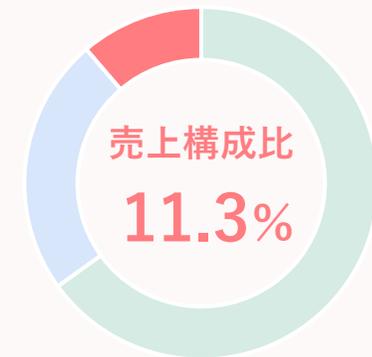


スポンサー収入、タイアップ/イベント、
大会賞金/支援金、ファンビジネス等



新規事業(NFT・回線等)

企業理念を実現するため
ゲームに関する様々な新規事業を展開
直近はNFT・回線事業に注力



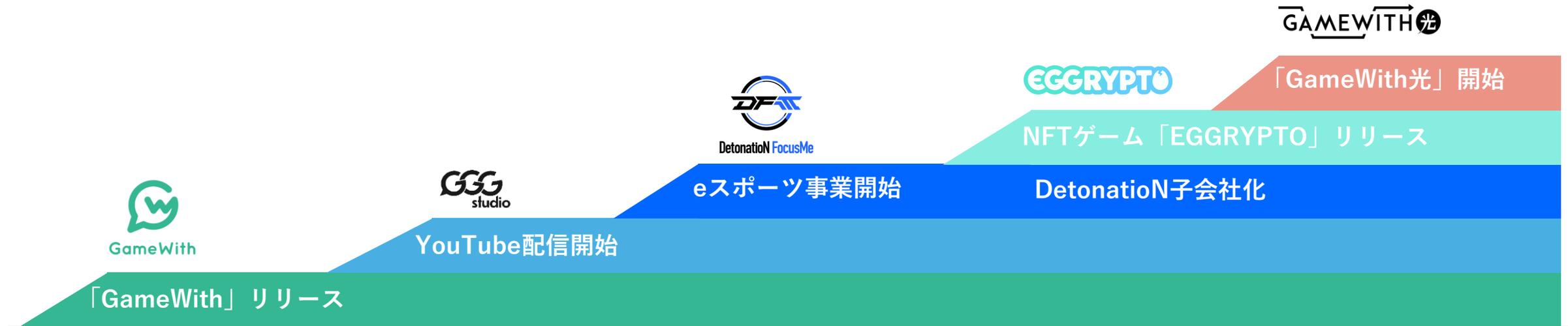
NFTゲーム：ゲーム内課金
回線事業：月額料金等



GameWithの事業領域の沿革



GameWithはゲーム領域で様々な事業を展開し成長してきた



2013

自社ライターを活用した攻略サイトを立ち上げ、**特定タイトルでシェアを獲得**。メディア価値を活かして、多くのゲームタイトルでのシェア獲得、ゲーム会社向けのタイアップ記事の開始等を行い、**国内No.1ゲームメディアの地位を確立**

2016

攻略情報を動画で配信することから始め、動画配信事業として本格化。今では当たり前となった**YouTubeにおけるゲーム実況配信の先駆的存在**となる

2018

2018年という早い段階からeスポーツチームの運営に参入、2021年の株式会社DetonationNの子会社化により**国内トップクラスのeスポーツチーム運営企業**に

2020

投資先の株式会社KyuzanとNFTゲーム「EGGRYPTO」をリリース。多くのNFTゲームが短命に終わる中、**カジュアルなスマホゲームにNFT要素を追加するというビジネスモデルを確立し、4周年を迎え継続的に成長中**

2022

2022年にゲーマー特化の**光回線ビジネスを開始**、プロモーションやインセンティブばかりに頼らずユーザー目線でクオリティの高いインフラを提供することで、**ニッチ市場にも関わらず順調に成長**

02.アプリ外課金事業について



株式会社デジタルガレージとの戦略的パートナーシップに基本合意



背景

スマホ市場における自由な競争環境に向けて、EU・英国をはじめ世界各地で法案整備等の動きが活発化
日本でも2024年6月に通称「スマホソフトウェア競争促進法」が成立
プラットフォームによる独占的なアプリ内課金が緩和され、徐々にアプリ外課金が増加傾向

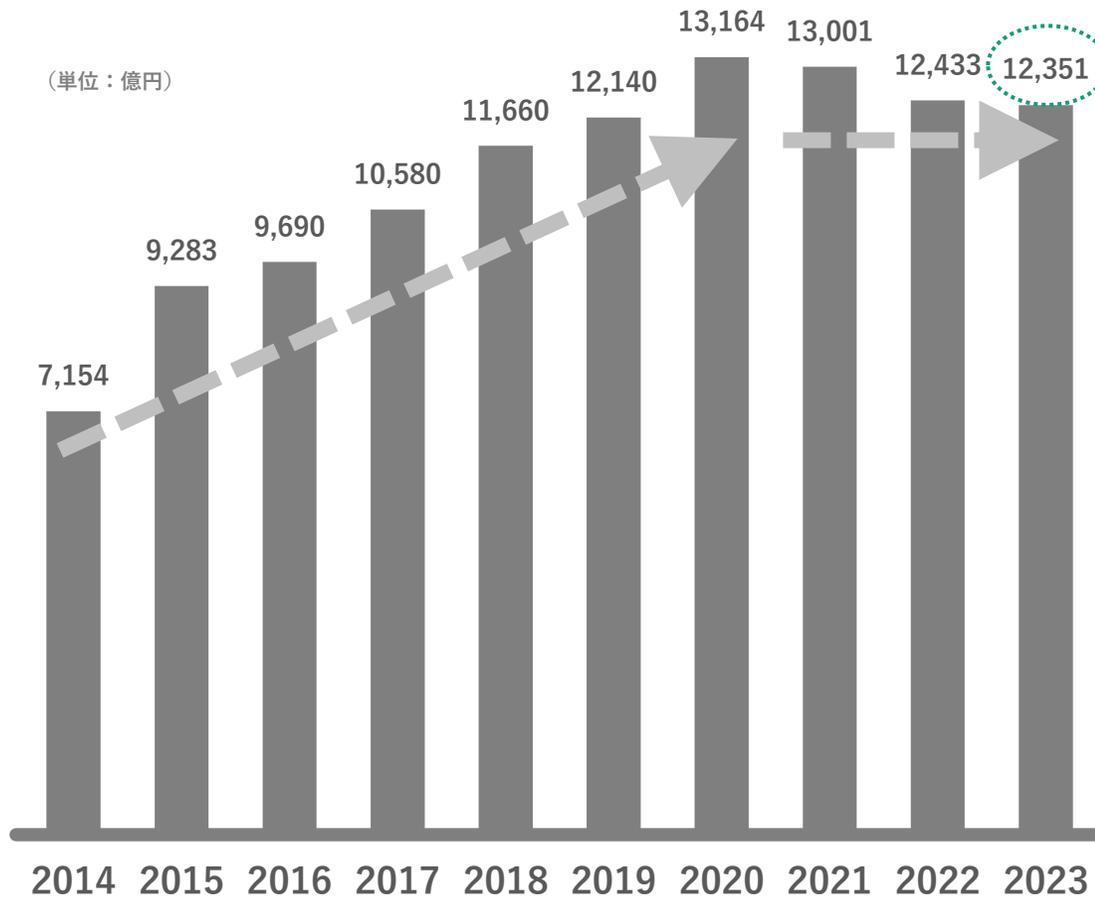


多様な総合決済プラットフォームを提供する決済事業を有する株式会社デジタルガレージと
アプリ外課金事業の共同推進に向けた戦略的パートナーシップに基本合意

スマホゲームにおけるアプリ外課金でNo.1を目指す

国内メディア事業における市場環境と今後の戦略

国内スマホゲーム市場規模推移※1



- 国内スマホゲーム市場の**成長は鈍化**
- それに伴いGameWithのメディアの**PV(ページビュー)数も過去と比較して減少**
- さらに広告市況の悪化により、**広告単価も下落**
- 従来のアドネットワークやタイアップ等の**広告ビジネス以外のマネタイズが急務**



- 成長が鈍化しているとはいえ、**国内スマホゲームの市場規模は約1.2兆円と大きい**
- 約3,500万ユーザー※2を誇る国内No.1ゲームメディアとしてのユーザー接点を活かして**アプリ外課金事業に参入**
- GameWithとして**新たなマネタイズポイントを作る**

※1 『ファミ通ゲーム白書2024』 「国内オンラインプラットフォーム ゲームコンテンツ市場規模推移」 p49より、ゲームアプリ（スマートデバイス+SNS）を抜粋

※2 Google Analyticsより ブラウザベースでGameWith全体のユニークユーザー数（2023年6月~2024年5月の1年間の平均）

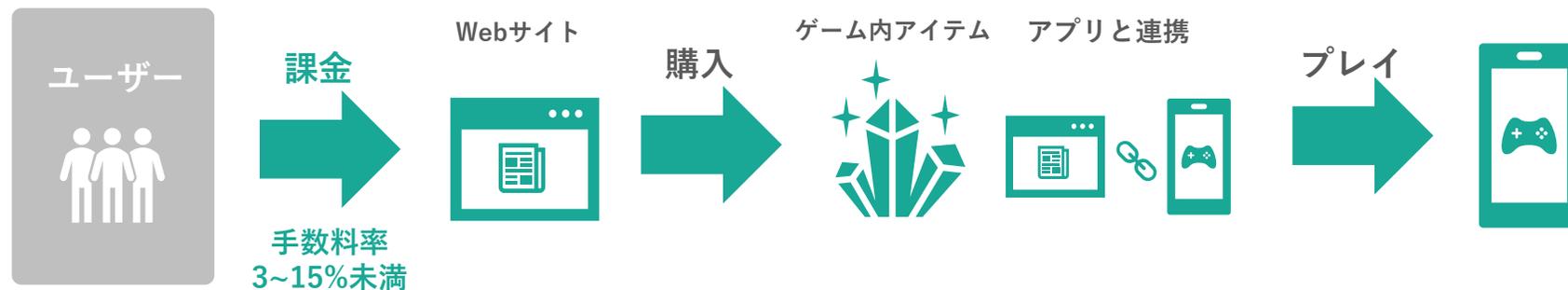
「アプリ外課金」とは

- アプリ外課金とは、ユーザーがアプリ内ではなく外部のWebサイトで課金を行う課金方式のこと
- GoogleやAppleによるアプリ内課金と比較してゲーム会社が支払う手数料が低いことに加え、ユーザーもお得に購入できることが多く、ユーザーとゲーム会社双方にとってメリットがある

■アプリ内課金：ユーザーがアプリ内で課金を行う課金方式



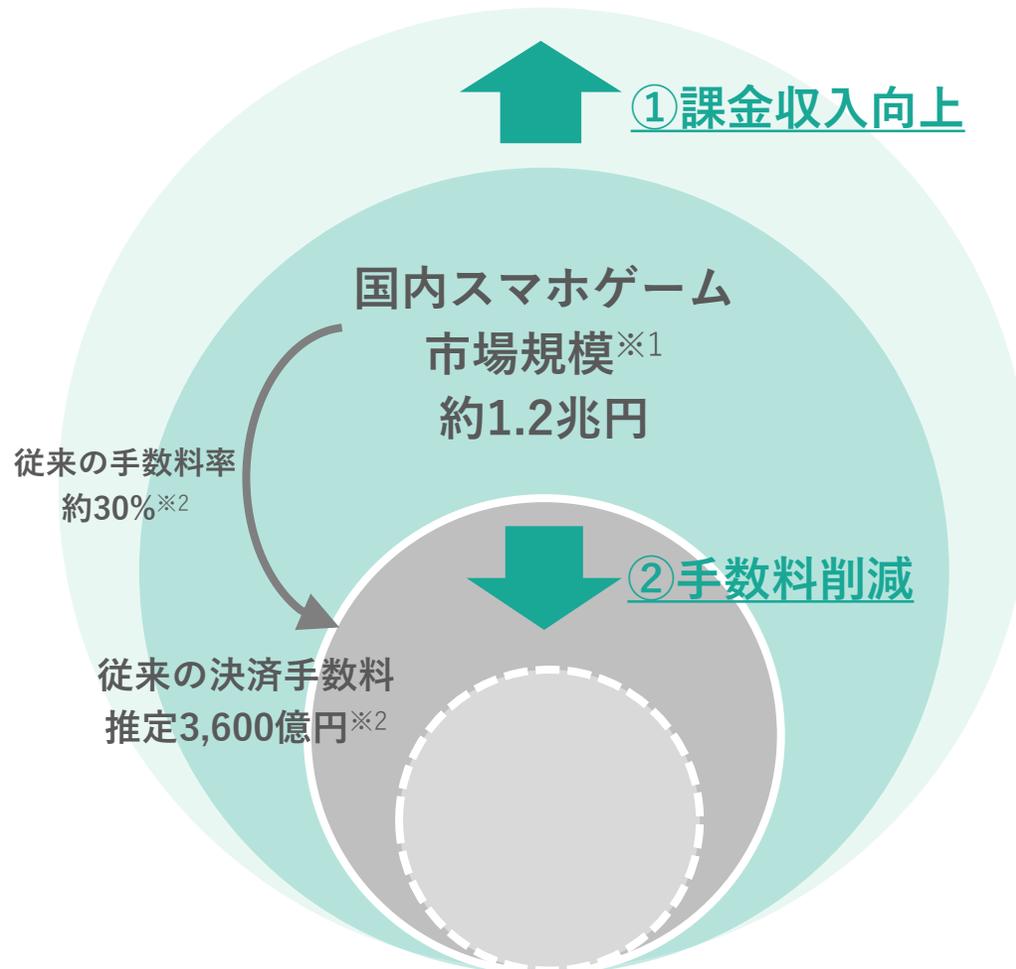
■アプリ外課金：ユーザーがアプリ内ではなく外部のWebサイトで課金を行う課金方式



「スマホソフトウェア競争促進法」の成立により、アプリ外課金導入の動きが加速

アプリ外課金事業の概要

- アプリ外課金事業に参入することで、スマホゲーム業界に新たなビジネスモデルを創出し、業界全体の収益向上に貢献
- 約1.2兆円の市場にリーチし、GameWithとして新たなマネタイズポイントを作る



- ① メディアを通じたユーザーの課金体験の改善によるスマホゲームの課金収入向上
- ② アプリ外課金導入による決済手数料の削減

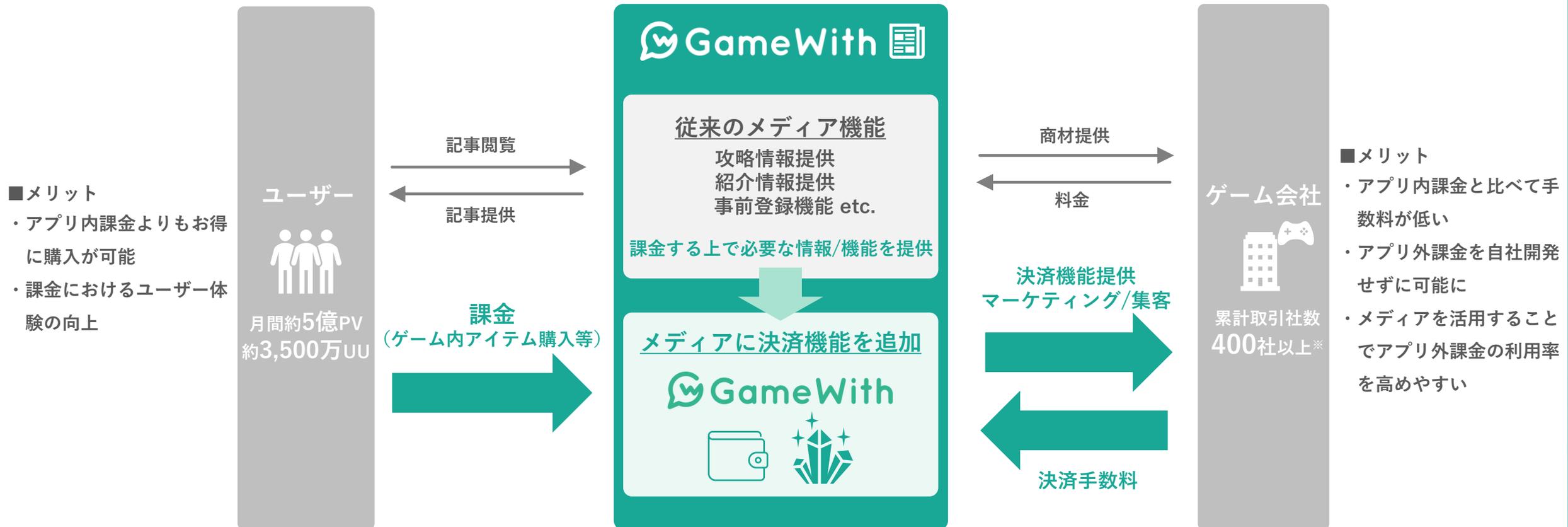
スマホゲーム業界全体の収益向上に貢献すると同時に、
アプリ外課金事業参入により約1.2兆円の市場へリーチ

※1 『ファミ通ゲーム白書2024』 「国内オンラインプラットフォーム ゲームコンテンツ市場規模推移」 p49より、ゲームアプリ（スマートデバイス+SNS）を抜粋

※2 従来のアプリストアの手数料率を30%としたときのおおよその概算数値として試算

アプリ外課金事業の今後の展望

- GameWithのサイト内に決済機能を追加することを検討中
- 攻略情報等、課金する上で必要な情報や機能を提供することでユーザー体験を向上し、メディアからのシームレスな課金体験を実現可能に
- 国内No.1ゲームメディアからのゲーマーへのリーチ及びゲーム会社とのリレーションを強みに、スマホゲームにおけるアプリ外課金でNo.1を目指す



03. 2025年5月期 第1四半期決算総括



2025年5月期第1四半期の決算ハイライト

- メディアの市場環境の影響等により前年同期比で売上高・営業利益が減少
- 通期予想の計画として後半にかけて利益を積み上げていく想定のため、第1四半期は概ね想定通り
- 今後中期経営計画の達成に向けて、売上利益の改善に取り組んでいる状況

売上高

全社

807百万円

前年比▲11.7%

セグメント別売上高

メディア

489百万円

前年比▲19.8%

eスポーツ・エンタメ

164百万円

前年比▲24.1%

新規事業(NFT・回線等)

153百万円

前年比+74.6%

営業利益

全社

▲108百万円

前年差▲153百万円

セグメント別営業利益

メディア

134百万円

前年比▲137百万円

eスポーツ・エンタメ

▲72百万円

前年差+0.6百万円

新規事業(NFT・回線等)

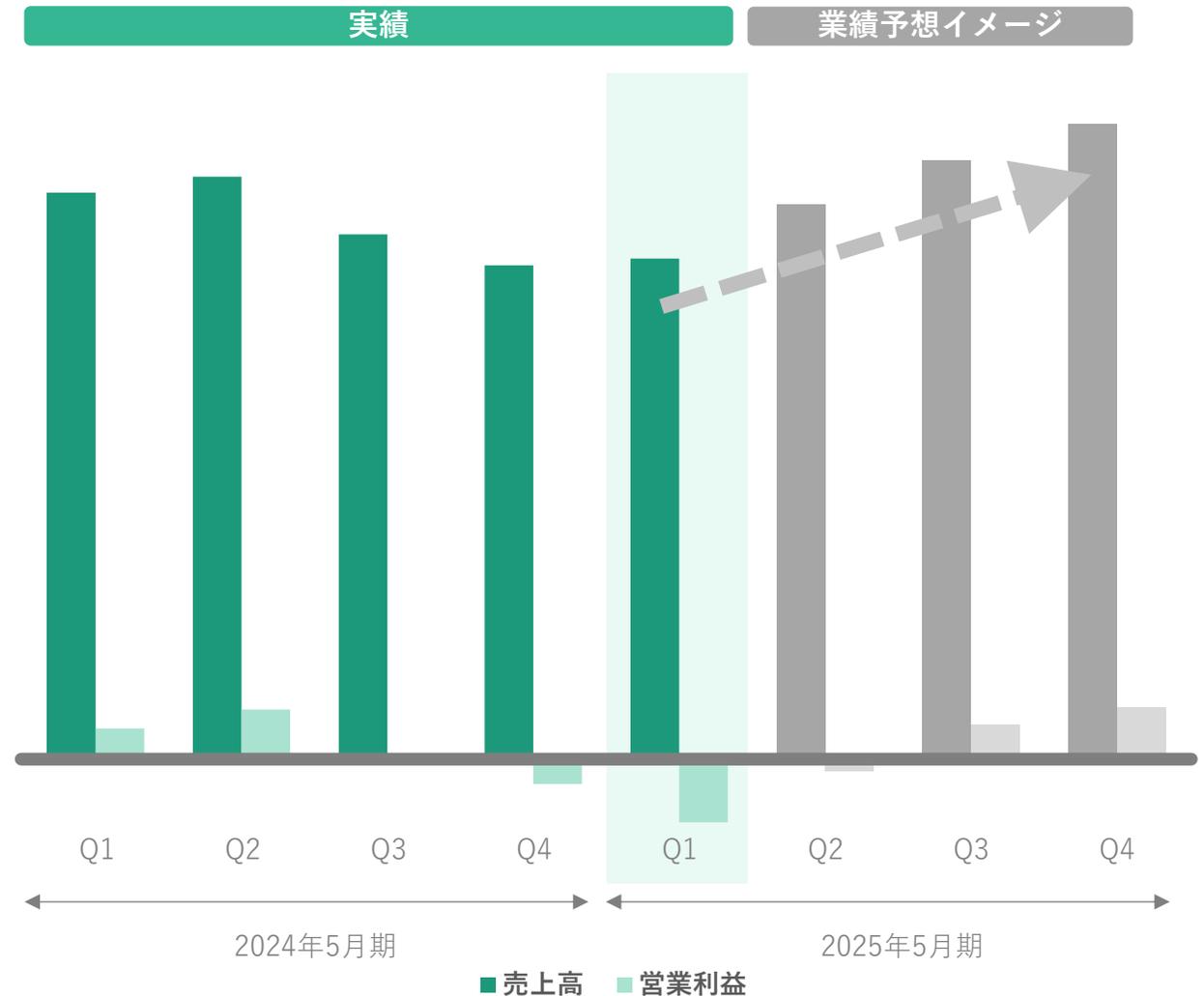
▲69百万円

前年差▲10百万円

2025年5月期 第1四半期 業績サマリー

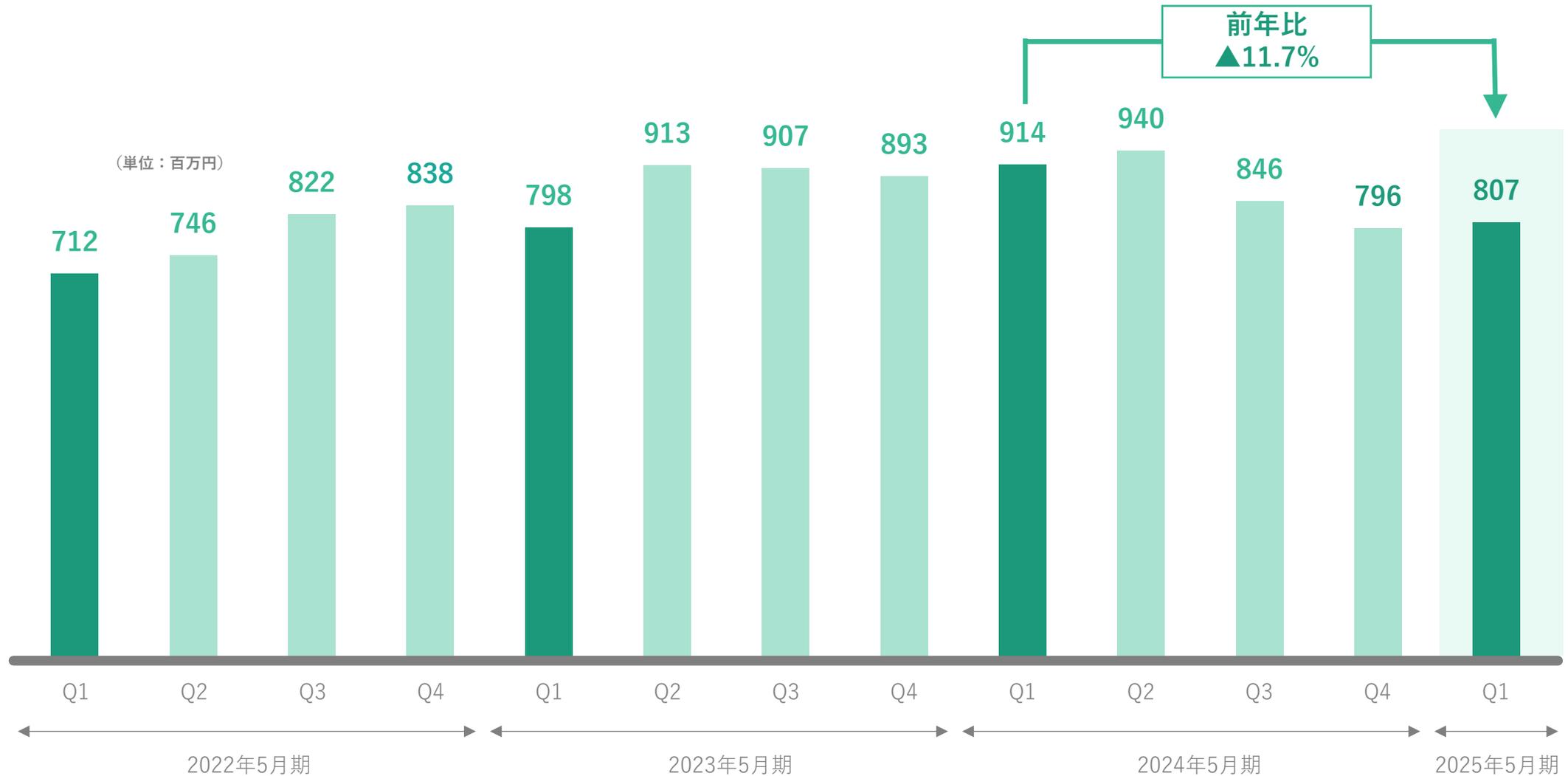
- 2025年5月期第1四半期は前年度からのメディアの低調の影響が継続したものの、概ね想定通り
- 通期業績予想においては、下期にかけて既存事業の改善や中期経営計画で定める注力領域が立ち上がり、売上利益ともに向上していく想定

	2025年5月期 第1四半期	2025年5月期 通期予想
(単位：百万円)		
売上高	807	3,500 ~4,000
営業利益	▲108	▲200 ~200
営業利益率	-	- ~5.0%
経常利益	▲106	▲220 ~180
純利益	▲126	▲250 ~150



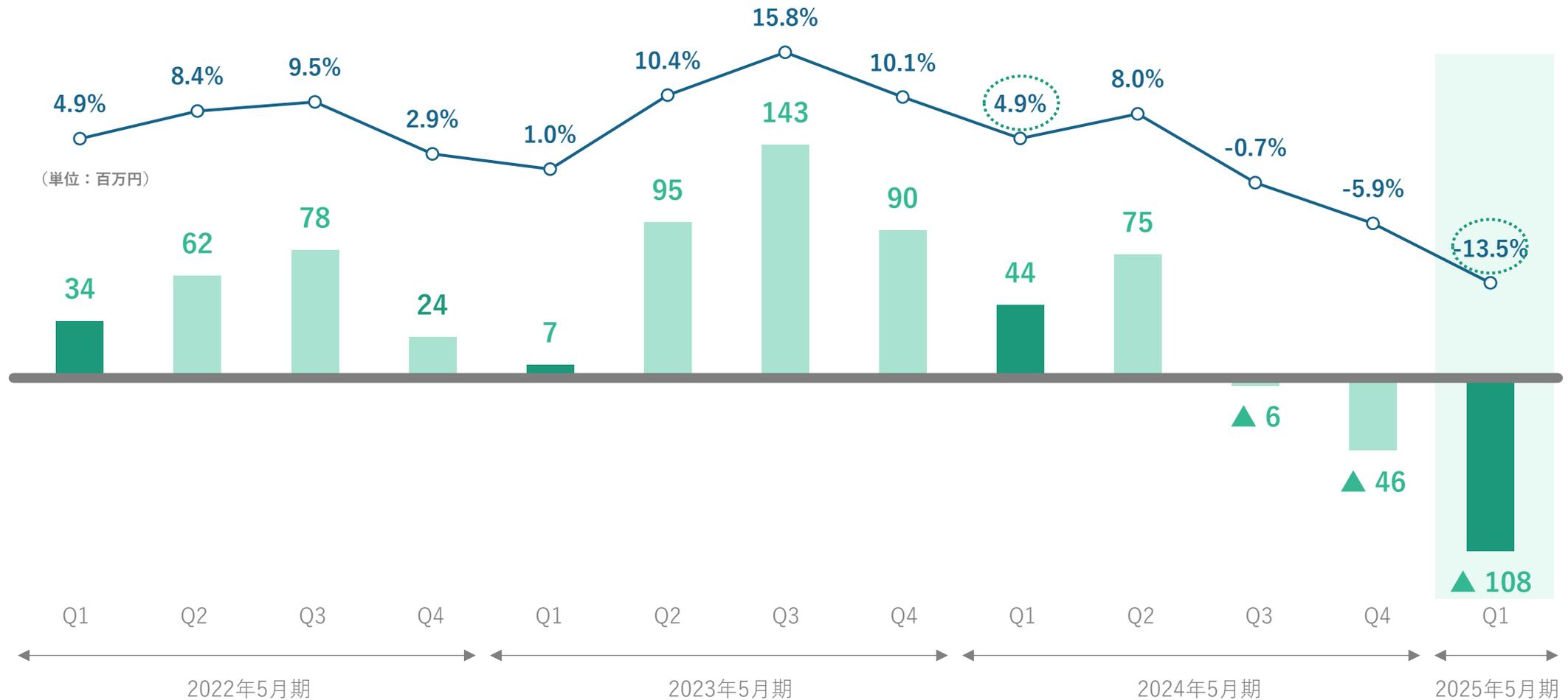
売上高の四半期推移

- 2025年5月期第1四半期の売上高は、前年同期比で11.7%減少



営業利益・営業利益率の四半期推移

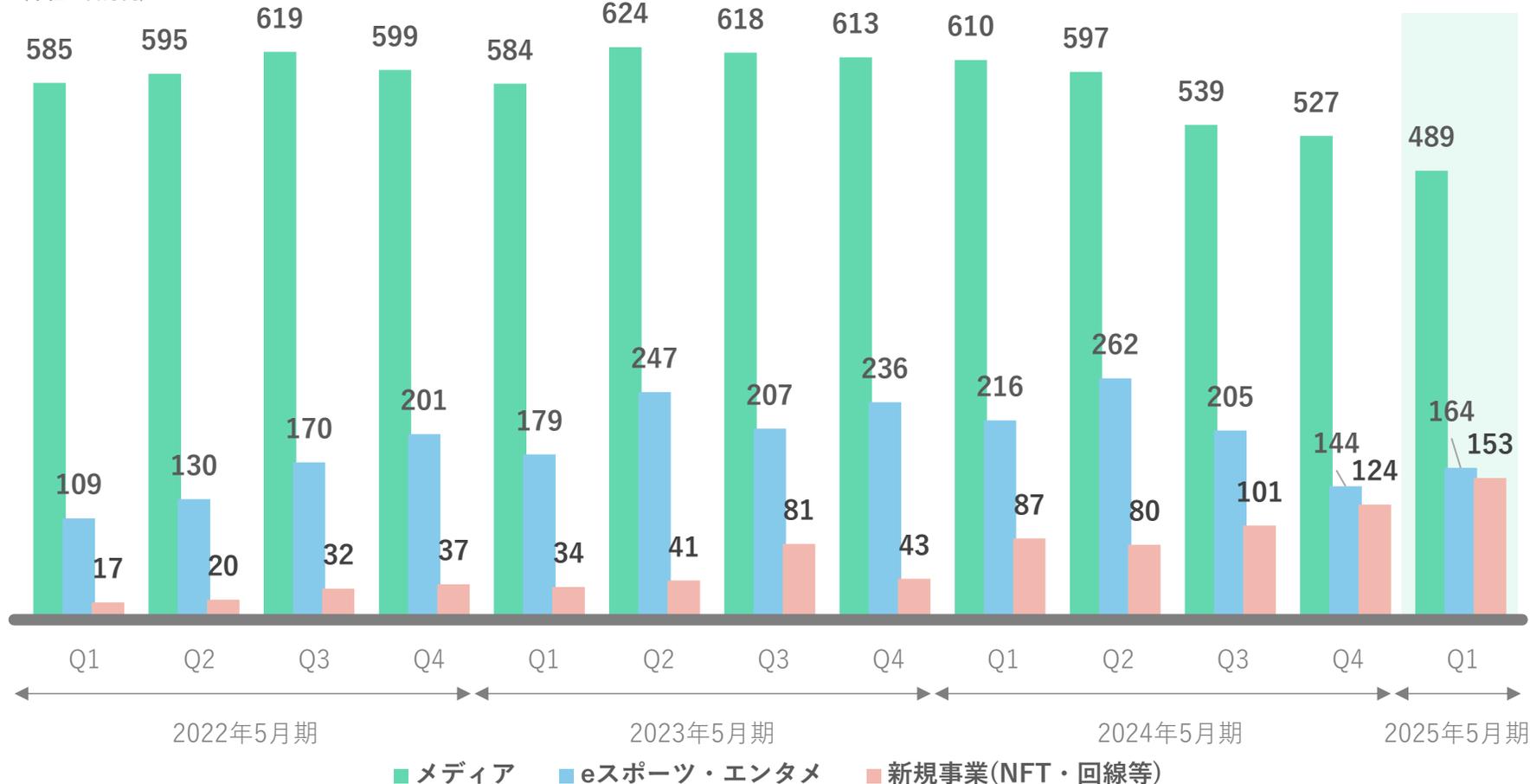
- 2025年5月期第1四半期の営業利益は前年同期比で減少
- 主にメディアにおける売上高の低下と新規領域においてコストが先行していることが要因



セグメント別売上高の四半期推移

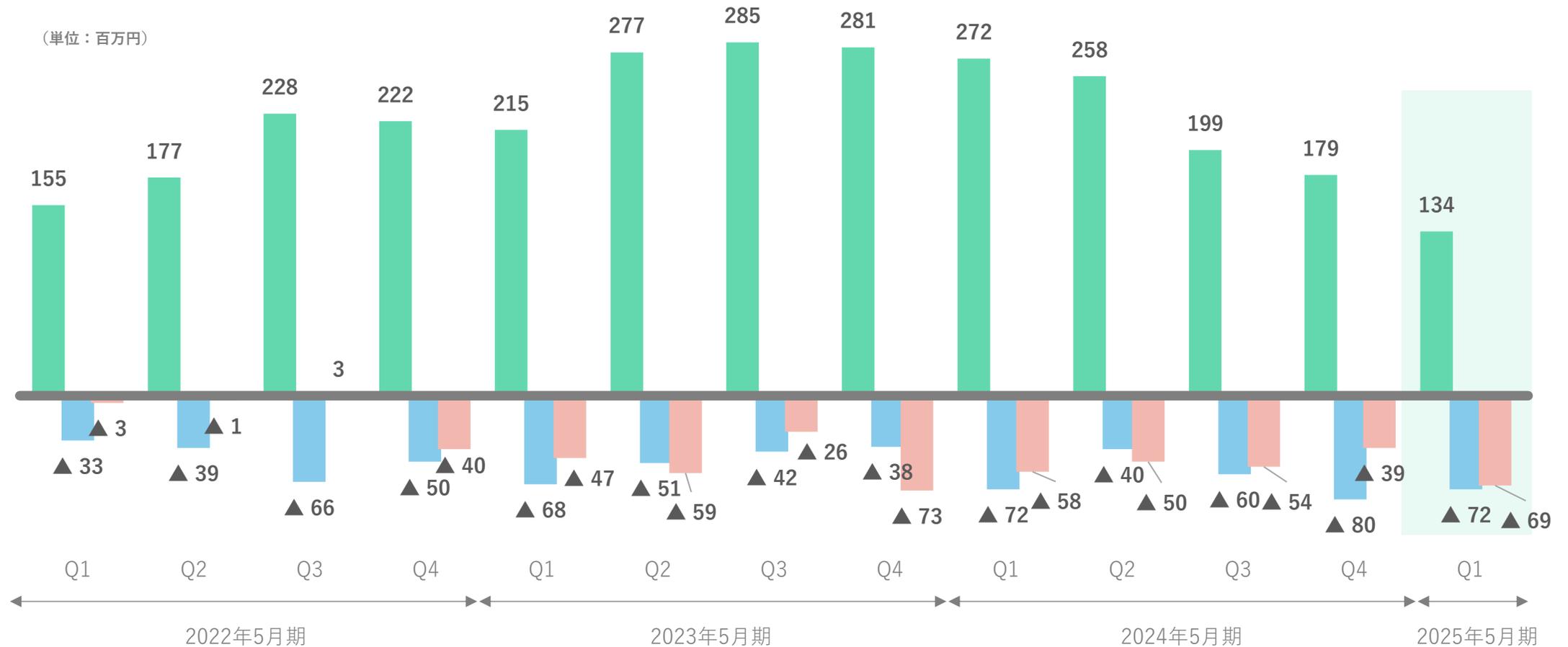
- メディアについて、第1四半期の売上高は前年同期比で19.8%減
- eスポーツ・エンタメについて、第1四半期の売上高は前年同期比で24.1%減
- 新規事業については、回線事業・NFTゲームともに好調で前年同期比で74.6%増

(単位：百万円)

前年同期比
(対Q1)メディア
▲19.8%eスポーツ・エンタメ
▲24.1%新規事業(NFT・回線等)
+74.6%

セグメント別営業利益の四半期推移

- 主力のメディア事業の利益が低下していることが全体の利益に影響。改善に取り組んでいる状況
- eスポーツやNFTゲーム、回線事業等の成長領域には積極的に投資をしていく方針であり、中長期的な利益の柱への成長を目指す



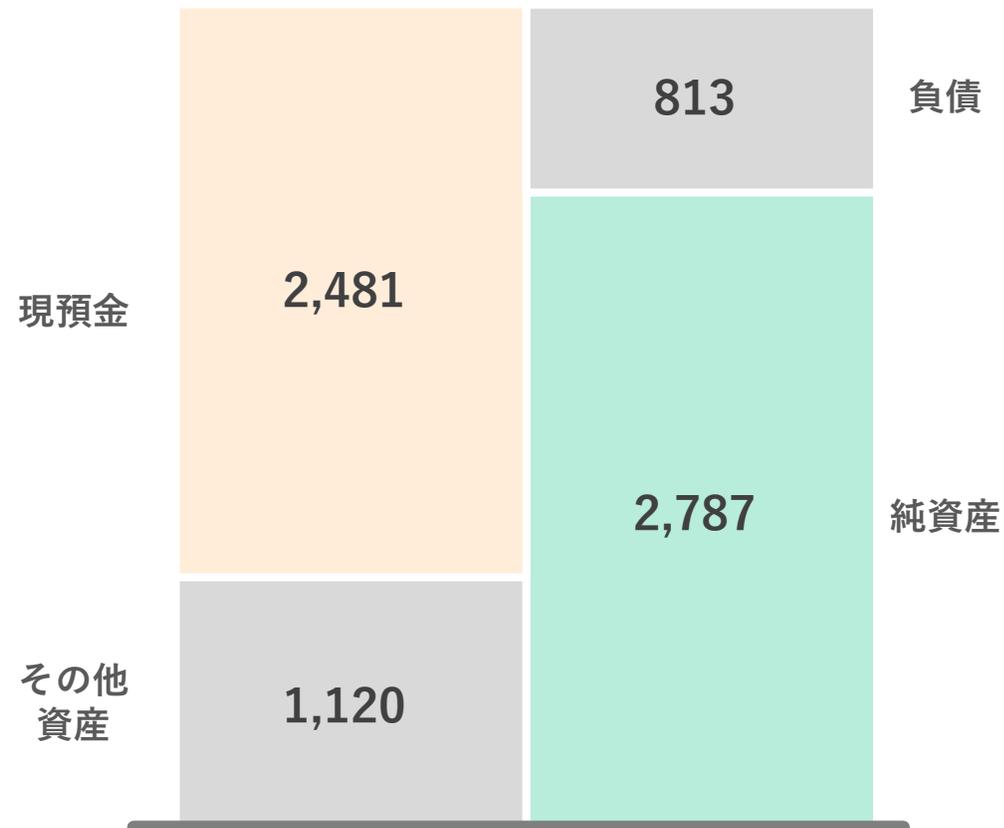
※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

■ メディア ■ eスポーツ・エンタメ ■ 新規事業(NFT・回線等)

2025年5月期第1四半期 貸借対照表および資本投資の方針

- 自己資本比率や手元流動性は高く、経営状態は安定
- 成長投資を最優先する一方で、株主還元も重視。今後もバランスを考え最適な方法を検討

2025年5月期第1四半期 貸借対照表



自己資本比率：77.4%

成長投資

当社の基本方針

ミッションビジョンの達成に向けて
中長期的な企業価値最大化を目指し、
各領域の中長期的な戦略に基づき
積極的な成長投資を最優先で実施

株主還元

重要な経営課題と認識

株主還元についても重要な経営課題と認識しており、直近でも株主優待の実施や自己株買の実施。今後もバランスを考え最適な方法を検討していく

04. 各セグメントの概況

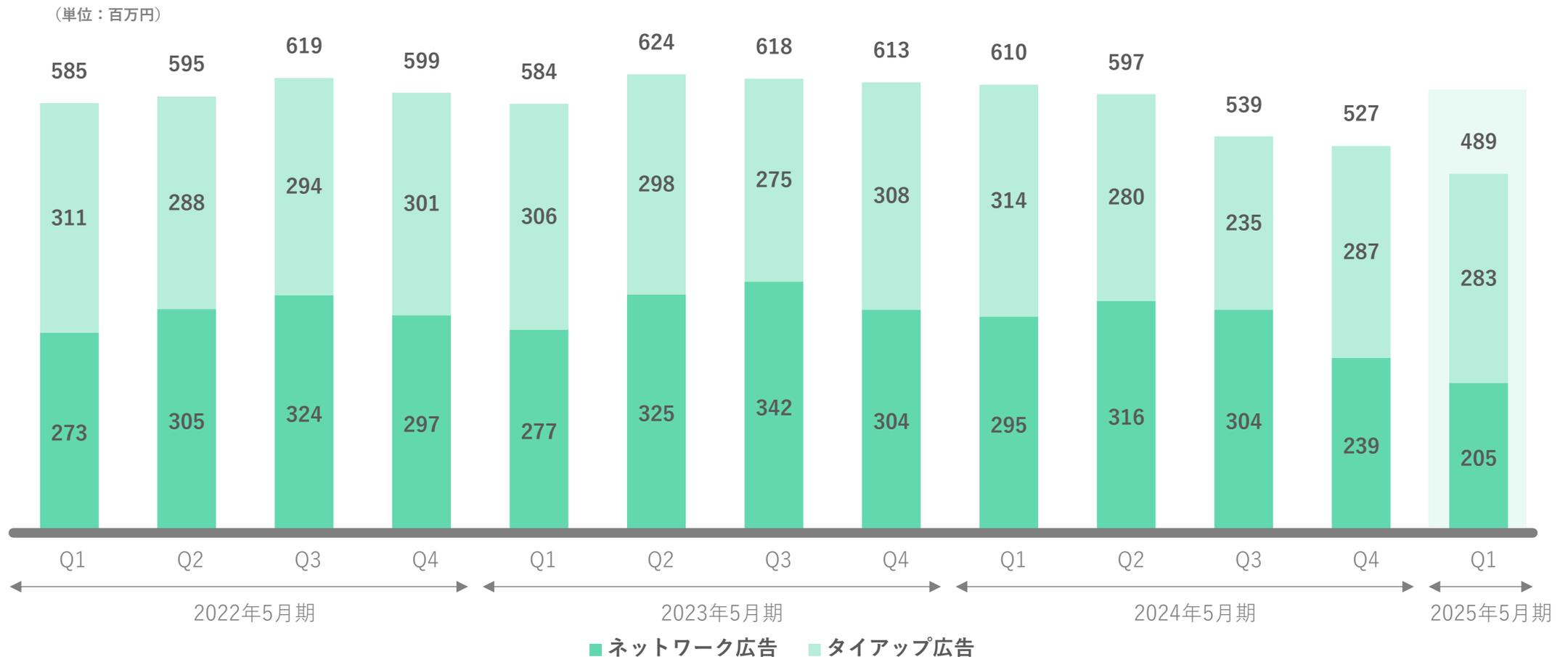


04-1.メディア



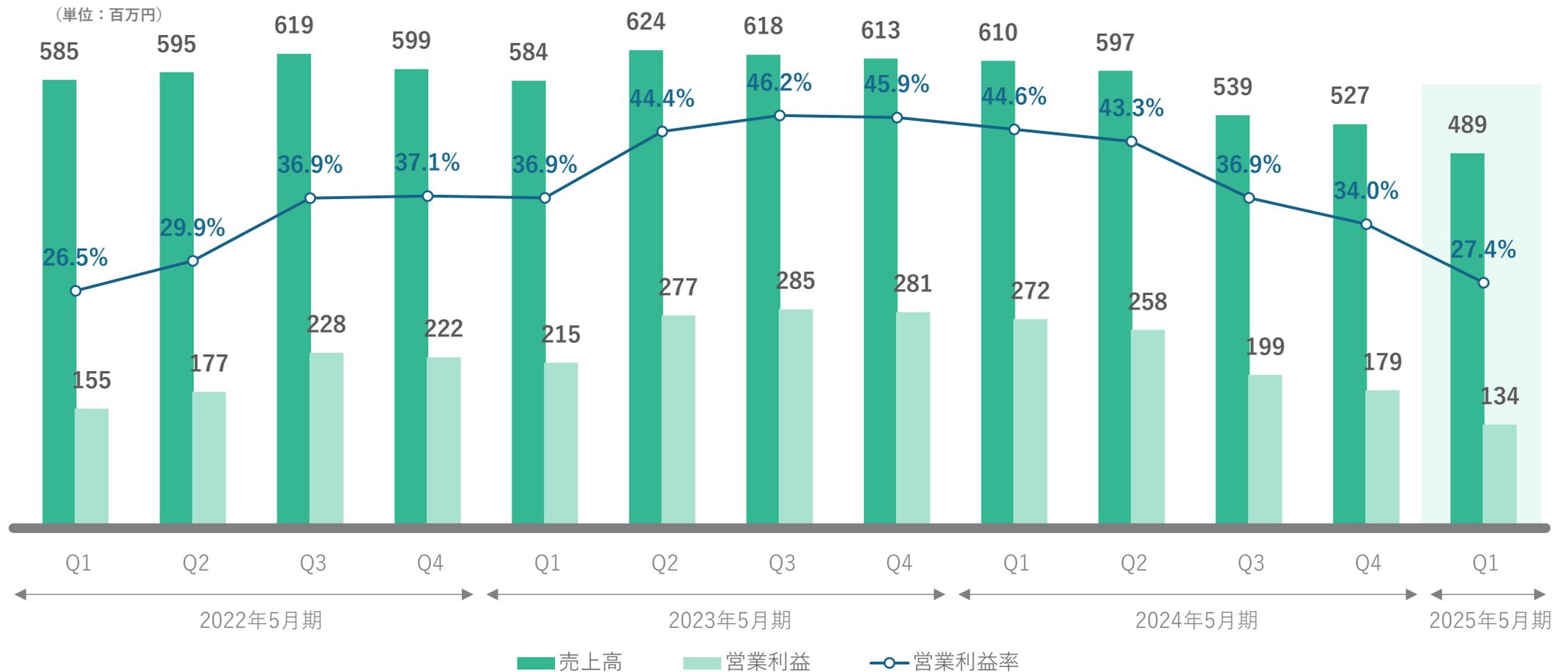
メディア：売上高推移

- ネットワーク広告について、注目タイトルが少なかったことによりPV(ページビュー)数が少なかったことに加え、PV単価も低下したため前四半期比で減少
- タイアップ広告について、以前と比較して新作モバイルゲームのリリースが減っている状況のなか、売上を維持できている状況。今年度より開始したデジタルハーツソウル社との韓国での取り組みが好調であり、今後さらに展開していく想定



メディア：営業利益率推移

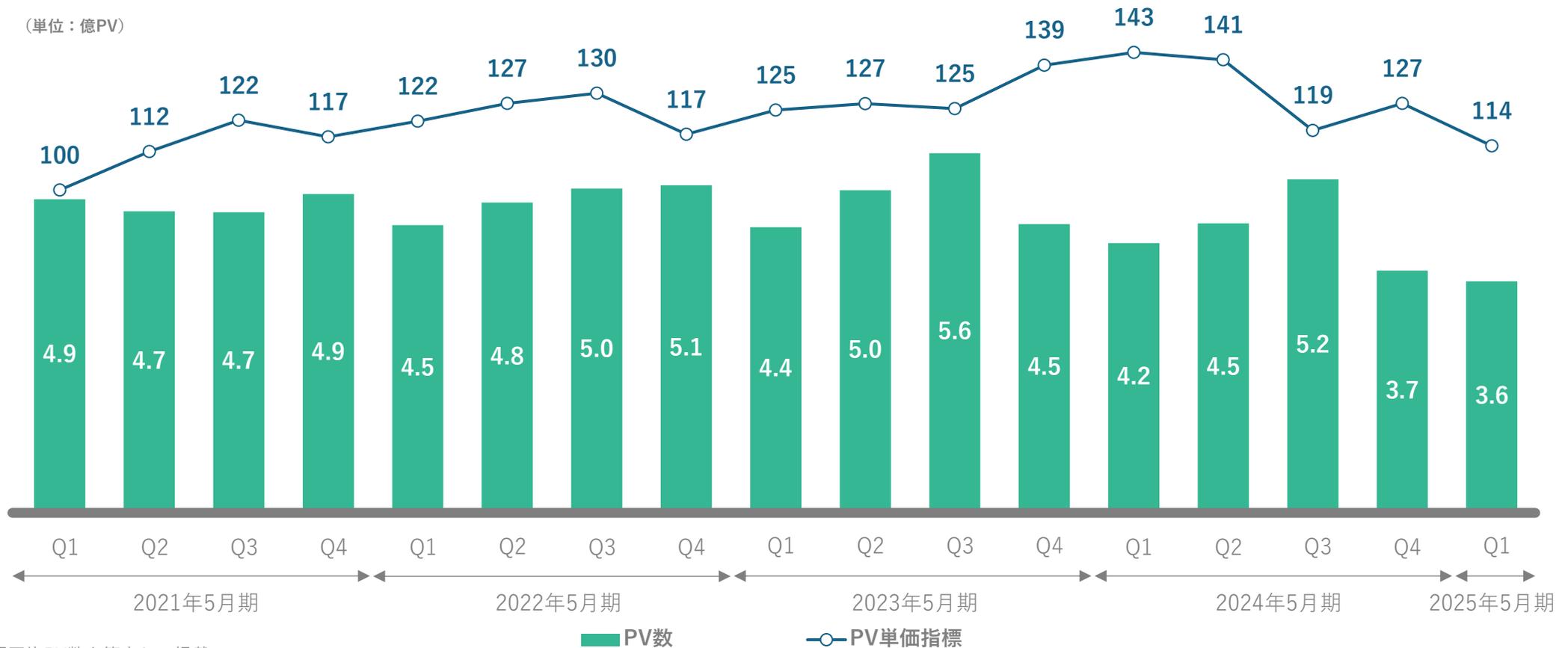
- 売上が下落したことにより、メディアセグメントの営業利益率は前四半期までと比較して低下



メディア：ネットワーク広告KPI推移

- ネットワーク広告においては、モバイルゲーム市場の成長が過去と比較して鈍化していることに伴いPV数※¹が減少していることに加え、広告市況の悪化の影響を受けPV単価についても低調な推移となっている状況
- 従来のアドネットワーク広告だけでなく、先述のアプリ外課金事業等といった、PV数やユーザー接点の強みを活かしたマネタイズの仕組みを再考していく

(単位：億PV)

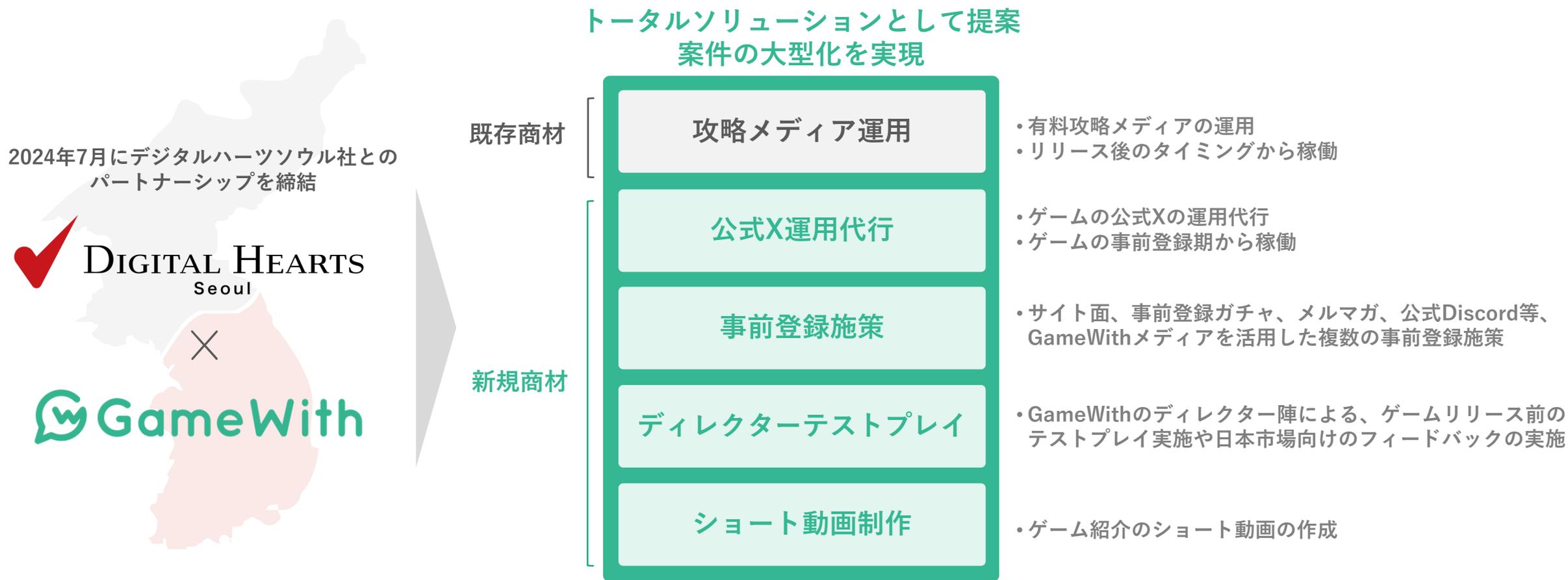


※1 各四半期の月間平均PV数を算出して掲載

※2 2021年5月期第1四半期の月間平均PV単価を基準値100として相対値を算出

メディア：韓国市場における取り組み事例

- ・ パートナーシップを締結したデジタルハーツソウル社との連携により、リリース前の早い段階から韓国顧客へのリーチが可能に
- ・ 実際の事例として、日本市場進出の意向を把握し、事前期からクライアントのニーズに応じて提案。既存商品にとらわれず、GameWithのアセットを活用して提案可能なサービスを1からカスタマイズする事で案件の大型化を実現
- ・ 今回の案件をフックに韓国市場における認知度向上および取引拡大を行っていく

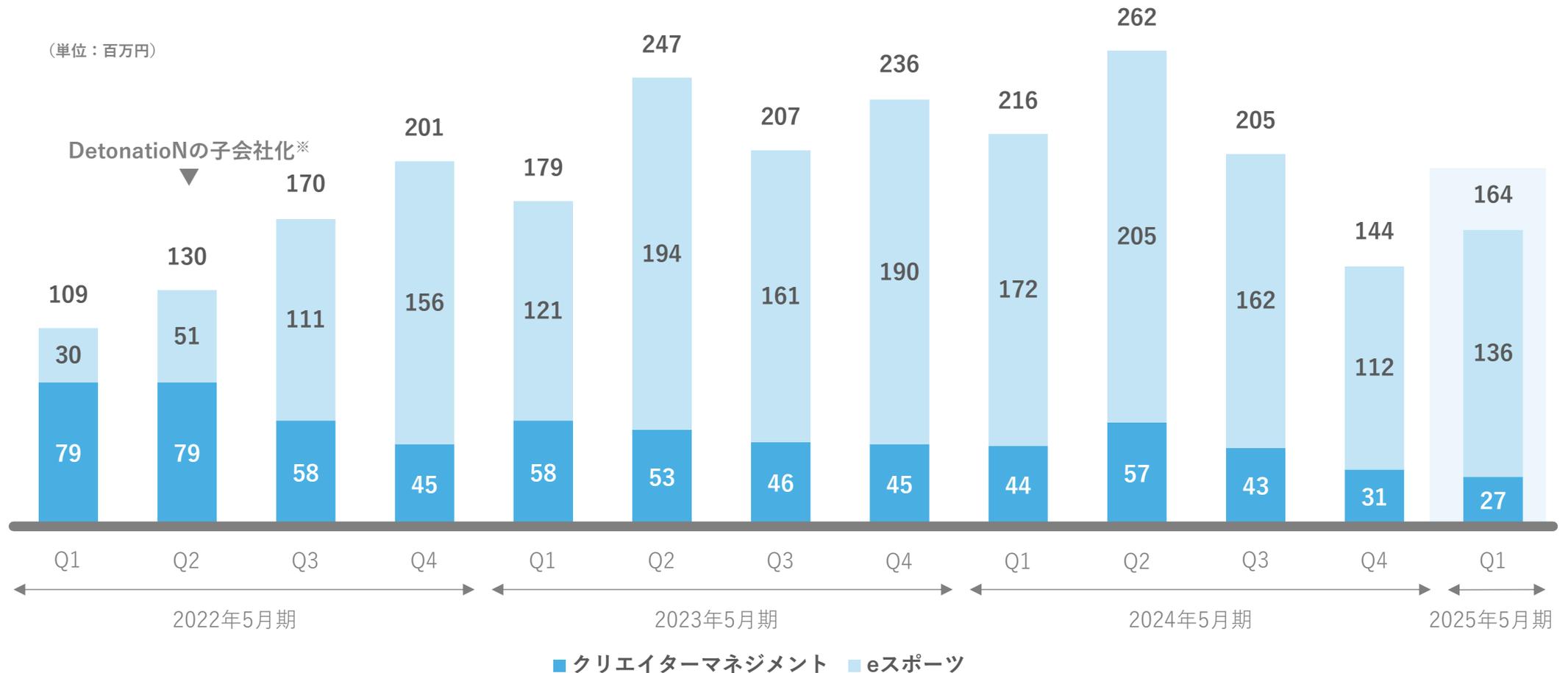


04-2. eスポーツ・エンタメ



eスポーツ・エンタメ：売上高推移

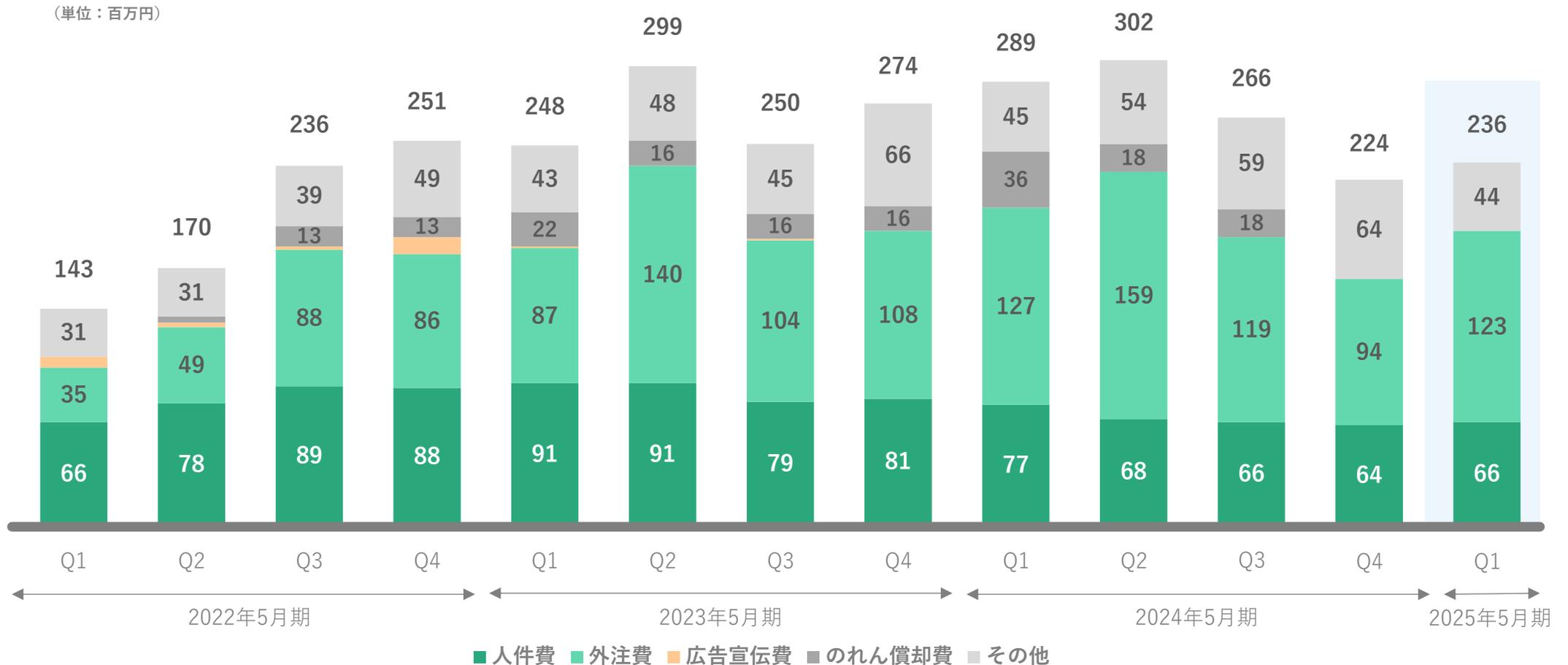
- eスポーツについて、スポンサーの切り替えタイミングによる影響等で、前年同期比で売上高が減少
- 今後も売上高としては成長していく想定であり、注力領域として引き続き取り組んでいく
- eスポーツを除くクリエイターマネジメントについては、所属ストリーマーの脱退等もあり縮小傾向



※ 2022年5月期第2四半期については、DetonatioNの子会社化の影響は1ヶ月分のみ

コスト構造：eスポーツ・エンタメ

- 外注費の内訳として最も多くを占めるのが、eスポーツチームに所属する選手に対する固定給と賞金・支援金等の分配といった変動費であり、変動費については売上に連動して動く構造

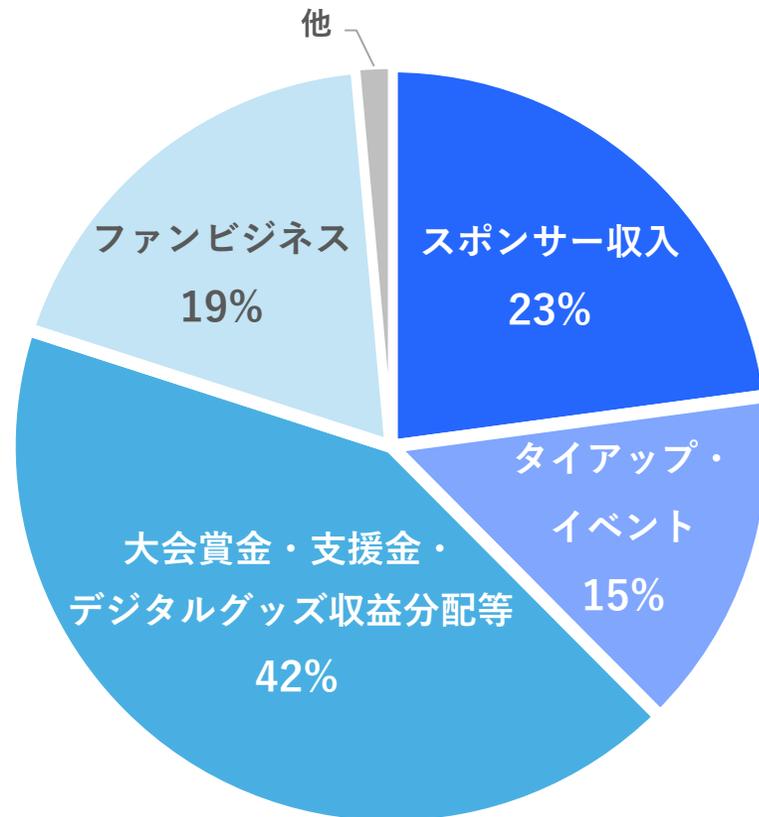


※ 2023年5月期第1四半期および2024年5月期第1四半期は、DetonationNの株式を追加取得したため、のれん償却費が一時的に増加

eスポーツ：売上高項目別割合

- eスポーツについては、様々なマネタイズポイントを持っており、ひとつの収益源に依存することがないバランスのよい収益構成を実現
- 2024年5月期はVALORANT部門のライアットゲームスとのパートナーシップ締結により、支援金やデジタルグッズ収益分配等が増加

「eスポーツ」 2024年5月期売上高累計 項目別割合



スポンサー収入

ユニフォームへのロゴ掲載等を提供



タイアップ・イベント

企業向けタイアップやイベント開催等



大会賞金・支援金・デジタルグッズ収益分配等

大会賞金やパブリッシャーからの支援金等



ファンビジネス

動画配信、グッズ、ファンクラブ等

eスポーツ：中期経営計画の進捗

インフルエンサービジネス強化のための ストリーマー獲得

ストリーマー獲得は順調に進捗し、新たに人気ストリーマー2名が加入
動画配信やグッズ収益等の向上を見込む



「なるお」

- Xフォロワー数：3.9万
- YouTubeチャンネル登録者数：6.4万
- 格闘ゲームのプレイヤーとして高い実力と知名度を持ちながらも、配信やイベントで無理に着飾ることなく自然体で人を楽しませることのできる彼は、多くの人々に愛されている



「番長/番田長助」

- Xフォロワー数：7.4万
- YouTubeチャンネル登録者数：6.5万
- 「ストリートグラフィティ ロールプレイ」（ストグラ）で高い人気を誇り、ギャング「MOZU」のボス「ヴァンダーマー」としても知られる番長。低く渋い声特徴的で、さらに長ランを羽織ったイラストは、まさに番長そのもの

※各フォロワー数、チャンネル登録者数、視聴回数等は2024年9月末時点の情報

地方自治体との連携強化と 地方創生の取り組み

選手やストリーマーが地方に伺い地域の魅力をお届けする新たな取り組み
「フォ出かけ！」第1弾の合計動画視聴回数が77万回を突破



「フォ出かけ！」番組コンセプト

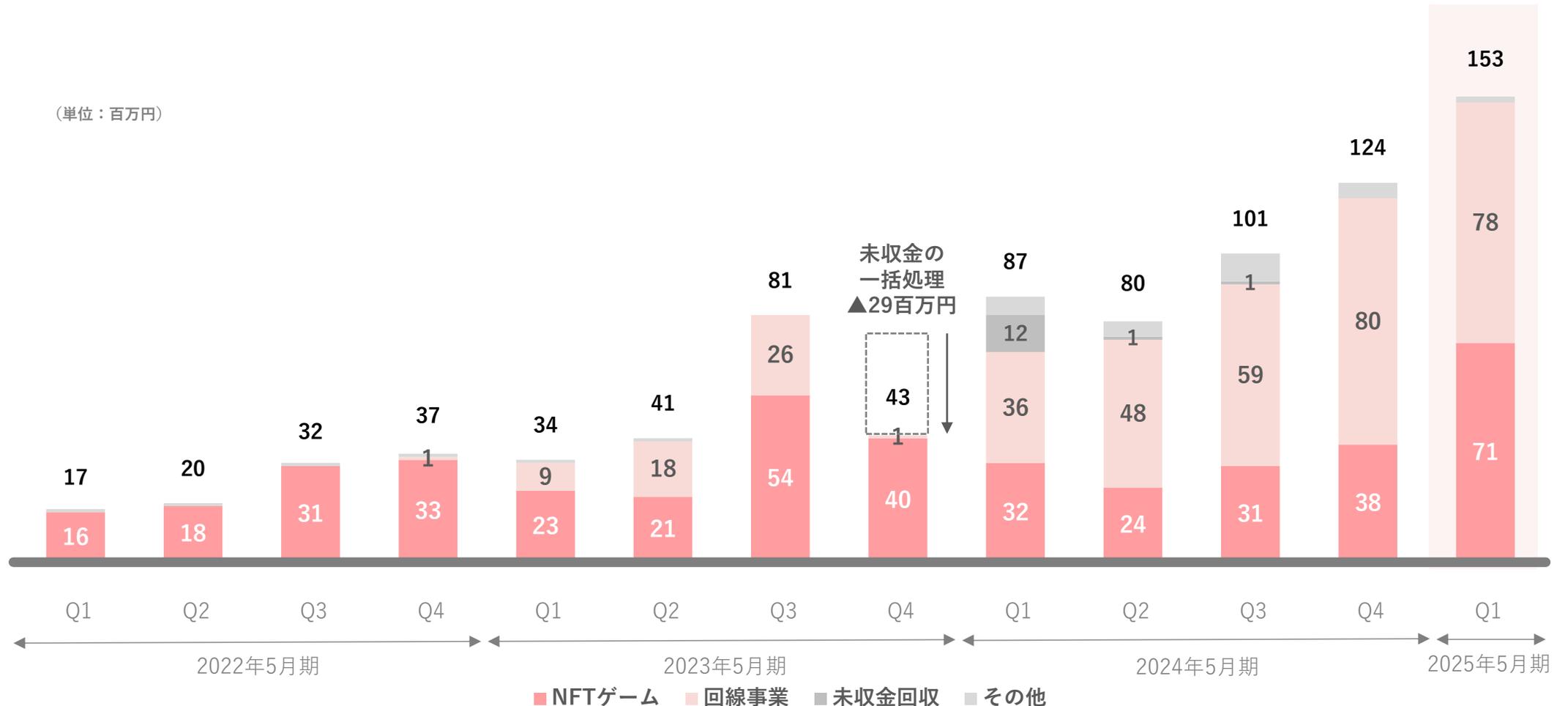
1. より愛着をもってもらい「好き」を「熱狂」へ
競技シーン以外の選手活動の幅を広げコンテンツとして発信を行っていくことで、多くの方に選手自身を知っていただく機会を創出すること
2. プロゲーマーのマルチな活躍を支援
選手やストリーマーなどeスポーツ業界における活動者の発信の場が限られている中、様々な発信機会を設け、セカンドキャリア等、今後の可能性を広げる機会に繋がるコンテンツであること
3. 地方創生・地方巡業・人材教育
都市部でのeスポーツイベントが中心である昨今、地方自治体との連携を視野に“自治体×教育機関（高校・専門学校）×地域の企業”と日本全国のeスポーツファンの皆様と共に創り上げるコンテンツであること

04-3. 新規事業(NFT・回線等)



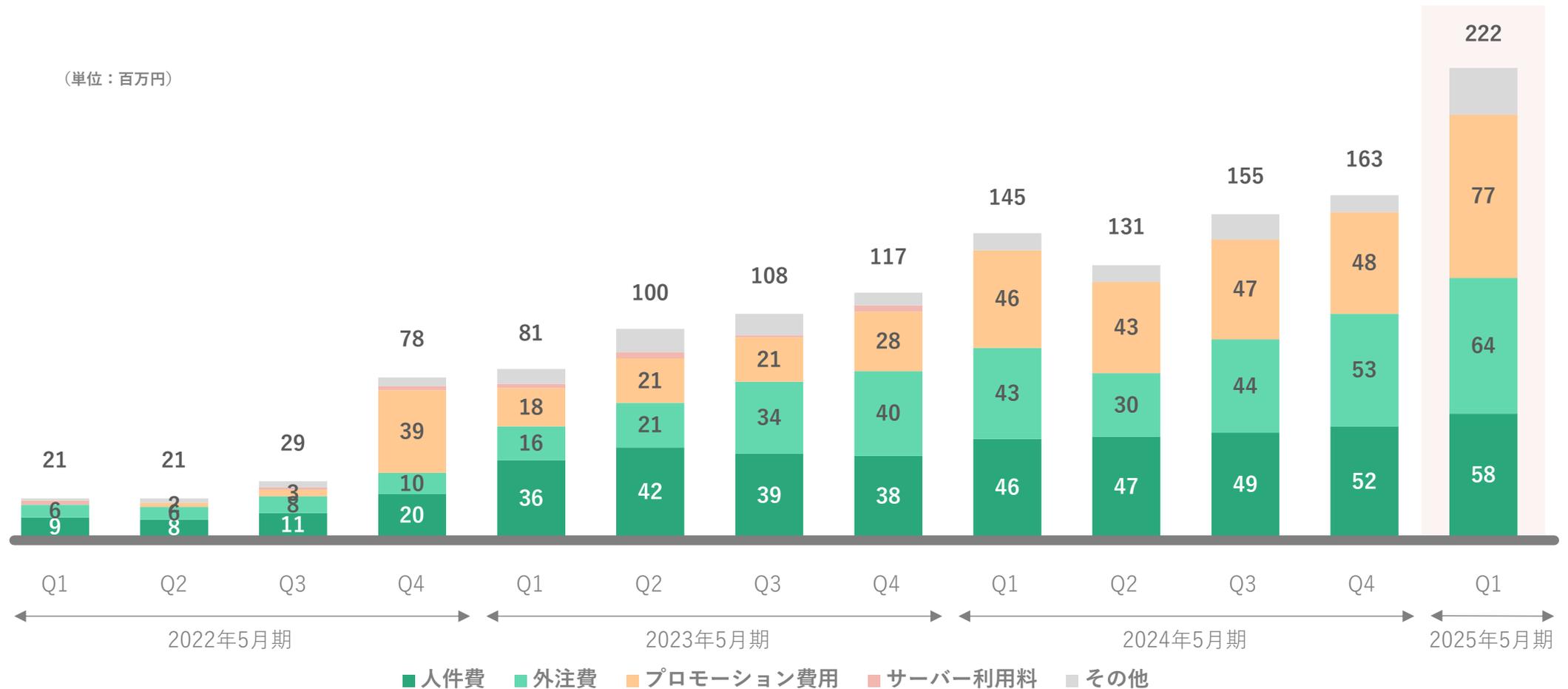
新規事業(NFT・回線等)：売上高推移

- NFTゲーム「EGGRYPTO」について、第1四半期は他社IPコラボの好調により、月次で過去最高の売上高を達成
- 回線事業について、年度末の会計処理の影響で前四半期比でほぼ同額となるが、引き続きユーザー数は順調に積みあがっており、月額料金による売上高は順調に成長（前四半期比で約21%増）



新規事業(NFT・回線等)：コスト構造

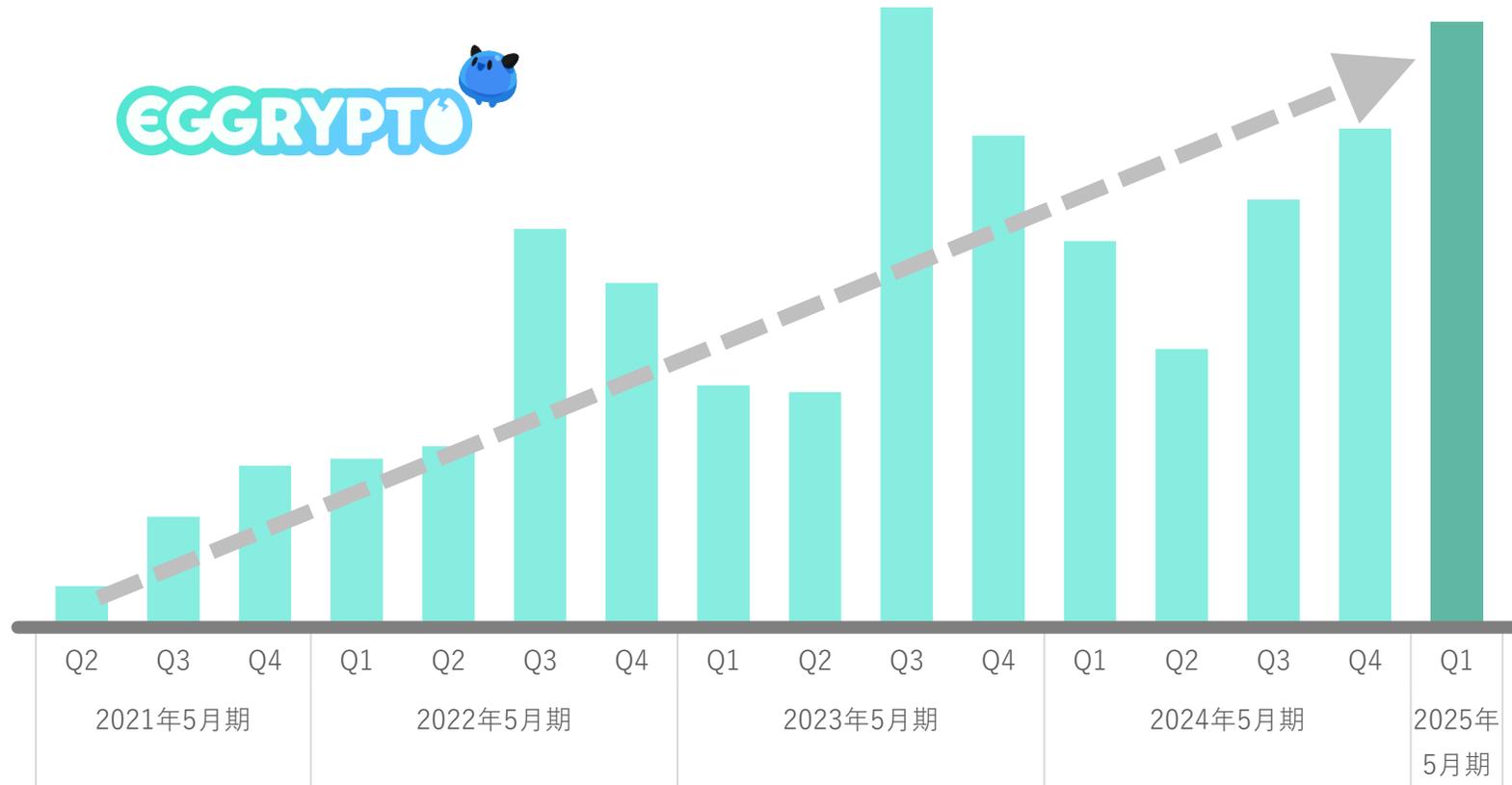
- 新規事業については、中長期的な成長を目指し、プロモーションや人材関連費用に積極的に投資



NFTゲーム：「EGGRYPTO」の概況

- NFTゲーム「EGGRYPTO」は4周年を迎えるなか売上成長を維持できており、2024年7月開催のコラボイベントの好調により、月次で過去最高の売上高を達成

アプリ売上高推移



アニメ「転生したらスライムだった件」とのコラボイベントの好調により、2024年7月に月次で過去最高の売上高を達成

NFTゲーム：「EGGRYPTO」トピックス

NFTゲーム「EGGRYPTO（エグリプト）」が200万ダウンロードを突破！

2020年にリリースしたEGGRYPTOは今年で4周年を迎え、おかげさまで多くのユーザーに愛されるゲームに成長いたしました。今後も世界的なNFTゲームへの成長に向けて、開発とプロモーションに注力してまいります。



「ウルトラマンシリーズ」とのコラボイベント第2弾を開催！

2024年9月6日より「ウルトラマンシリーズ」とのコラボイベント第2弾が開催。第1弾で登場したコラボ限定キャラクターを期間限定で復刻するだけでなく、「ウルトラマン(Ultraman: Rising)」と「ウルトラマンアーク」をはじめとしたキャラクターが新たに登場

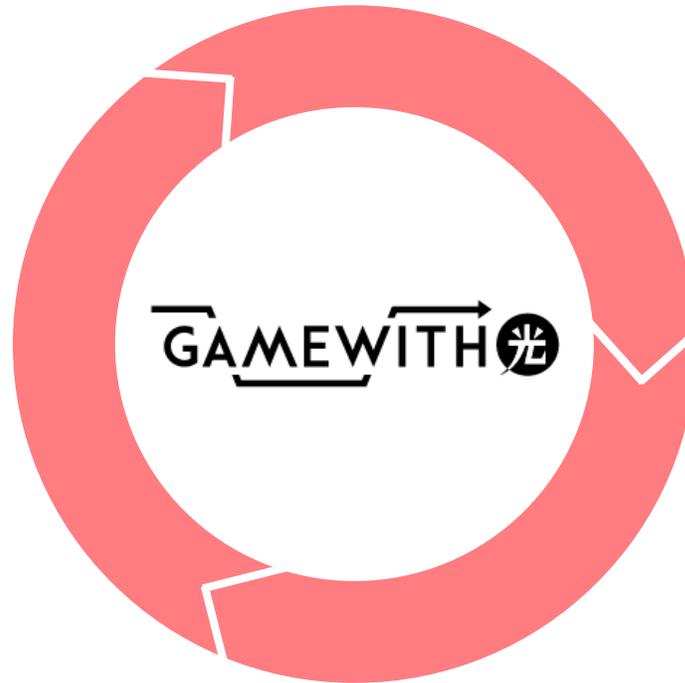


回線事業：「GameWith光」について

- 資本業務提携先のアルテリア・ネットワークスの高品質な回線・ノウハウを利用して運用することで他社にはできないクオリティを実現
- 設備投資も不要であり、安定した利益確保が可能なビジネスモデルを実現
- 現在は中長期的な成長を目指すためユーザー獲得に注力しており、プロモーション費用を投下している状況

高いクオリティ

- 主に法人向けに光回線を提供する資本業務提携先のアルテリア・ネットワークスの回線やノウハウを活用することで高いクオリティを実現
- ゲームに特化することで、実際多くのeスポーツ選手やチームが利用
- 大手競合他社のような大幅なキャッシュバックや割引をせずとも、ゲーマーを中心に新規獲得が可能



安定した利益確保

- 毎月ユーザーから利用料を獲得できるビジネスモデルのため安定した利益の確保が可能
- ユーザーが増えれば将来的に当社の大きな利益源に

設備投資は不要

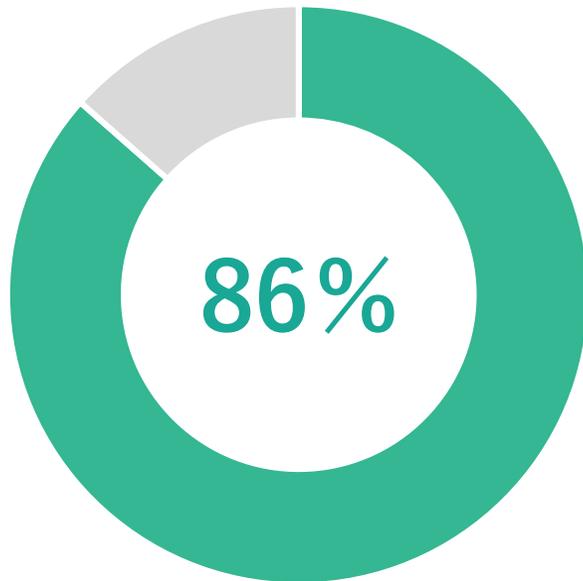
- アルテリア・ネットワークスの回線を利用するため設備投資は不要
- 主なコストはプロモーション費用のみであり、止めれば黒字化は可能
- 現在は中長期的な成長を目指すためユーザー獲得に注力しており、回収可能な範囲で踏み込んでいる状況

回線事業：ゲーマーのインターネット回線に関する意識調査の結果

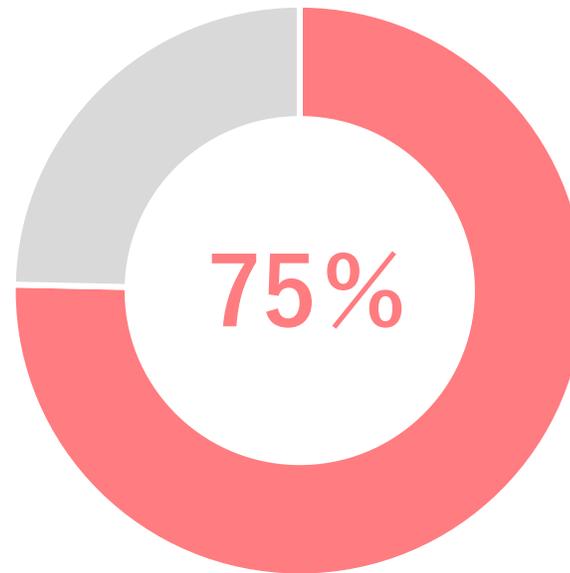


- 調査を行った結果、ゲーマーのうちオンラインでゲームをプレイする比率は86%と多く、そのうち75%以上（4人に3人）が回線を重視しており、68%以上が回線に何らかの不満を感じたことがあるという結果に
- ゲーマーの回線に対する意識が高いことが分かり、ゲーマーに特化した「GameWith光」の市場ポテンシャルも高いといえる

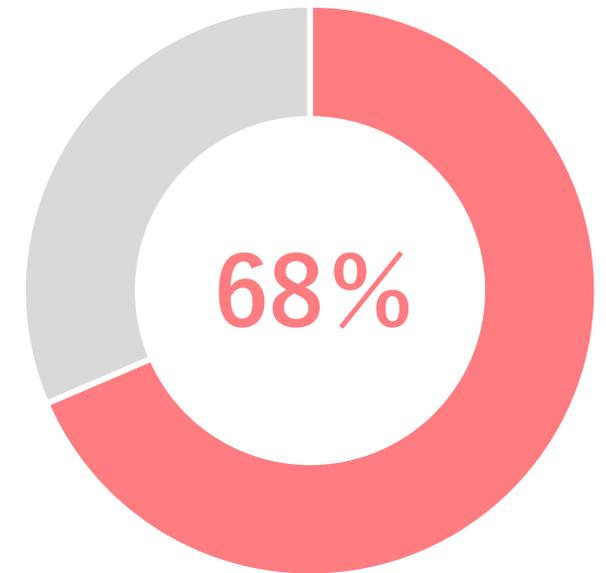
オンラインでプレイする
ゲーマーの比率



回線を重視している
オンラインゲーマーの比率

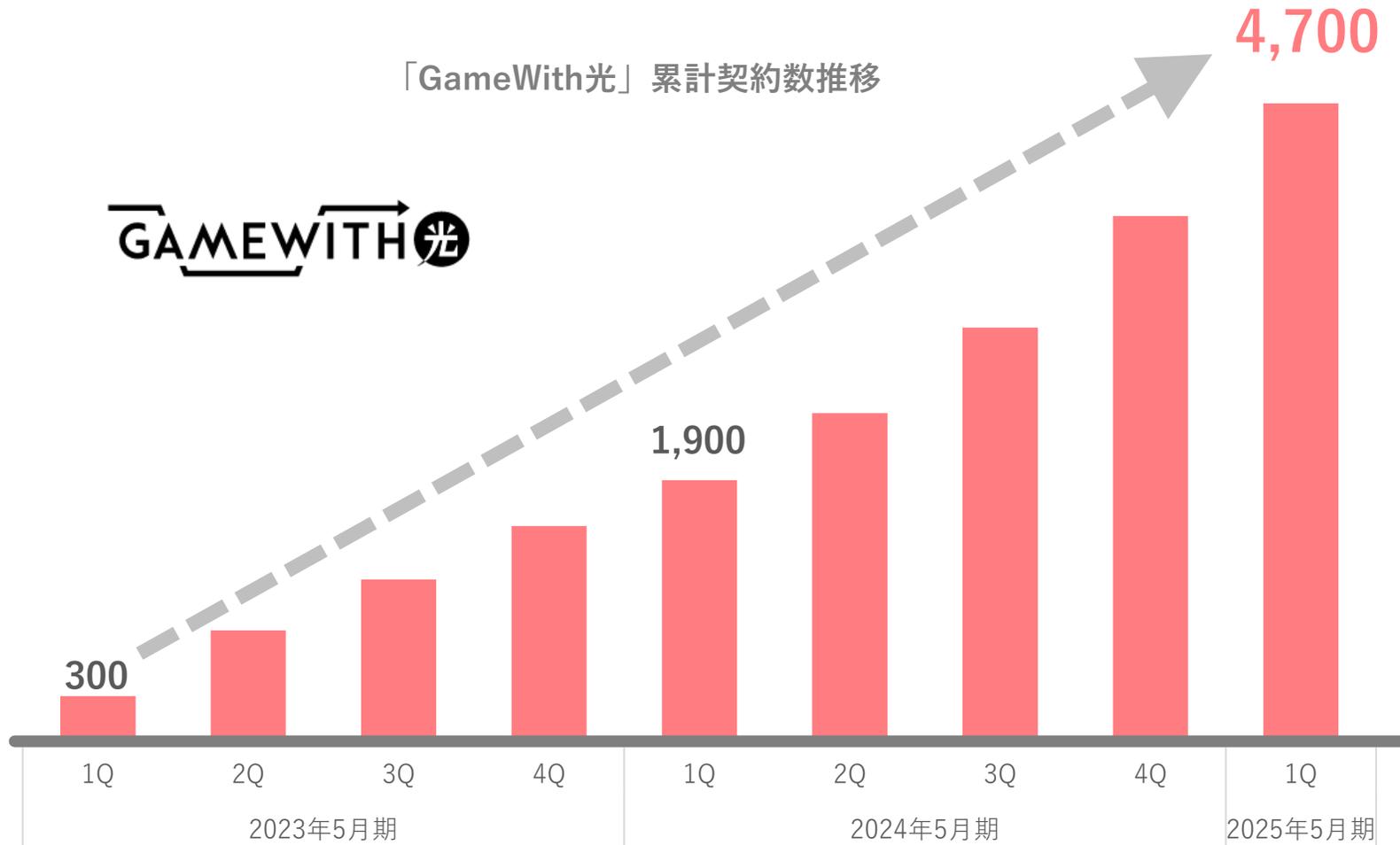


回線に不満を感じたことがある
オンラインゲーマーの比率



回線事業：「GameWith光」 累計契約数推移

- 「GameWith光」の累計契約数は順調に成長し、2025年5月期第1四半期末において4,700回線を突破



ゲームに特化かつ高品質という
ポジショニングを活かし、
ユーザー数は順調に成長

■直近のブランディング施策

- 全国の学校向けにeスポーツ部専用「GameWith光eスポーツ部応援プラン」を提供
- 日本最大の”高校eスポーツの祭典”「STAGE:0 eSPORTS High-School Championship 2024」にゴールドスポンサーとして協賛。決勝戦において会場でGameWith光10G・Proを使用

05. 中期経営計画



05-1. 中期経営計画方針



中期経営計画のコンセプト

安定的な成長ではなく**加速度的な成長**を目指し、
投資を積極的に推進

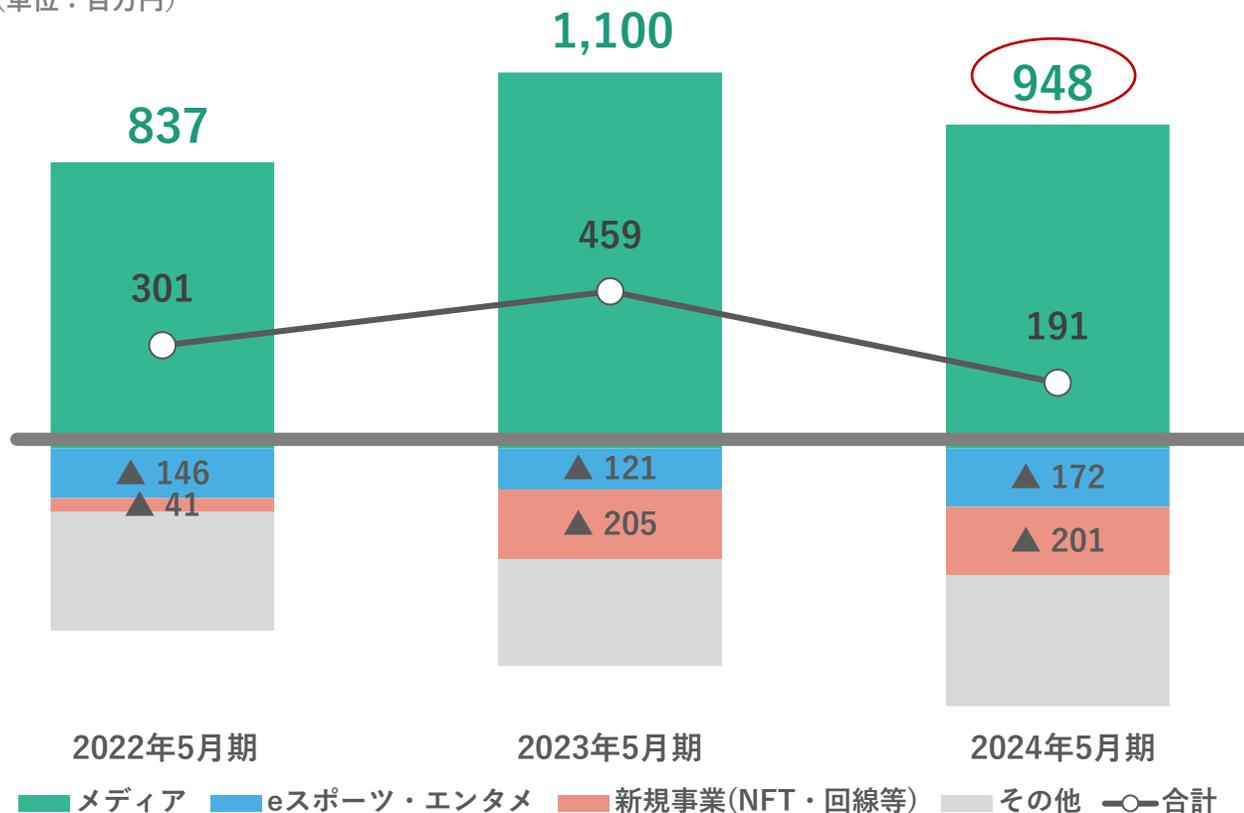
中長期的な企業価値向上に向け、
国内メディアだけにとどまらないゲームに関する総合企業として、
ミッション/ビジョン達成に向けた**収益化の基盤をつくる**

中期経営計画の策定方針

メディアセグメント単体で直近でも**9億円以上の利益**
 中長期的な企業価値向上のため、メディア事業で生み出したキャッシュを
 新規領域に投資していることが全体の利益に影響

セグメント別年間EBITDA*推移

(単位：百万円)



- 新規領域への投資を縮小して短期的な利益を出すことも可能
- 一方で、当社のようなスタートアップに求められるのは安定的な成長ではなく加速度的な成長であると考え
- メディア事業がキャッシュカウとなり、投資の源泉となるキャッシュは潤沢にある状況(現預金で28億円)
- 投資を積極的に推進する方針を継続し、加速度的な成長を実現する方針をとりたい

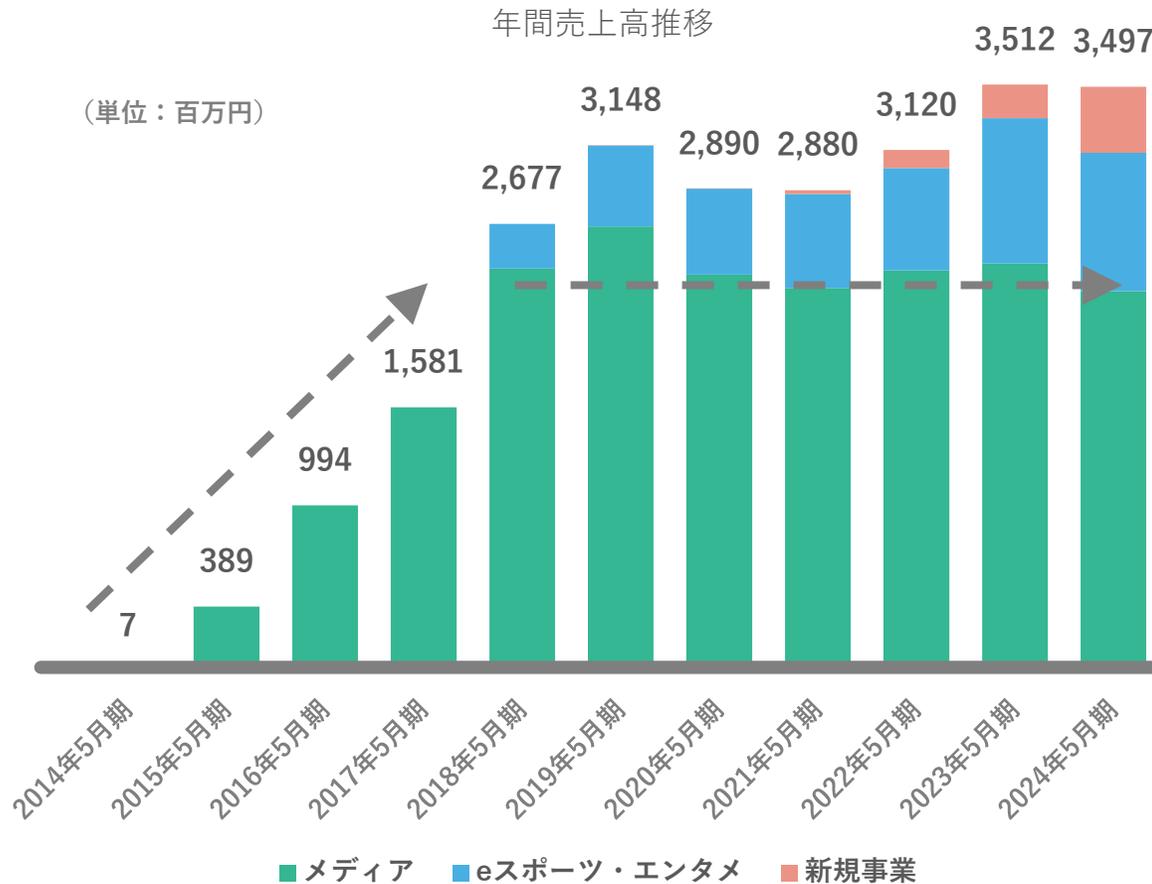
成長にコミットするため中期経営計画を策定

経営課題

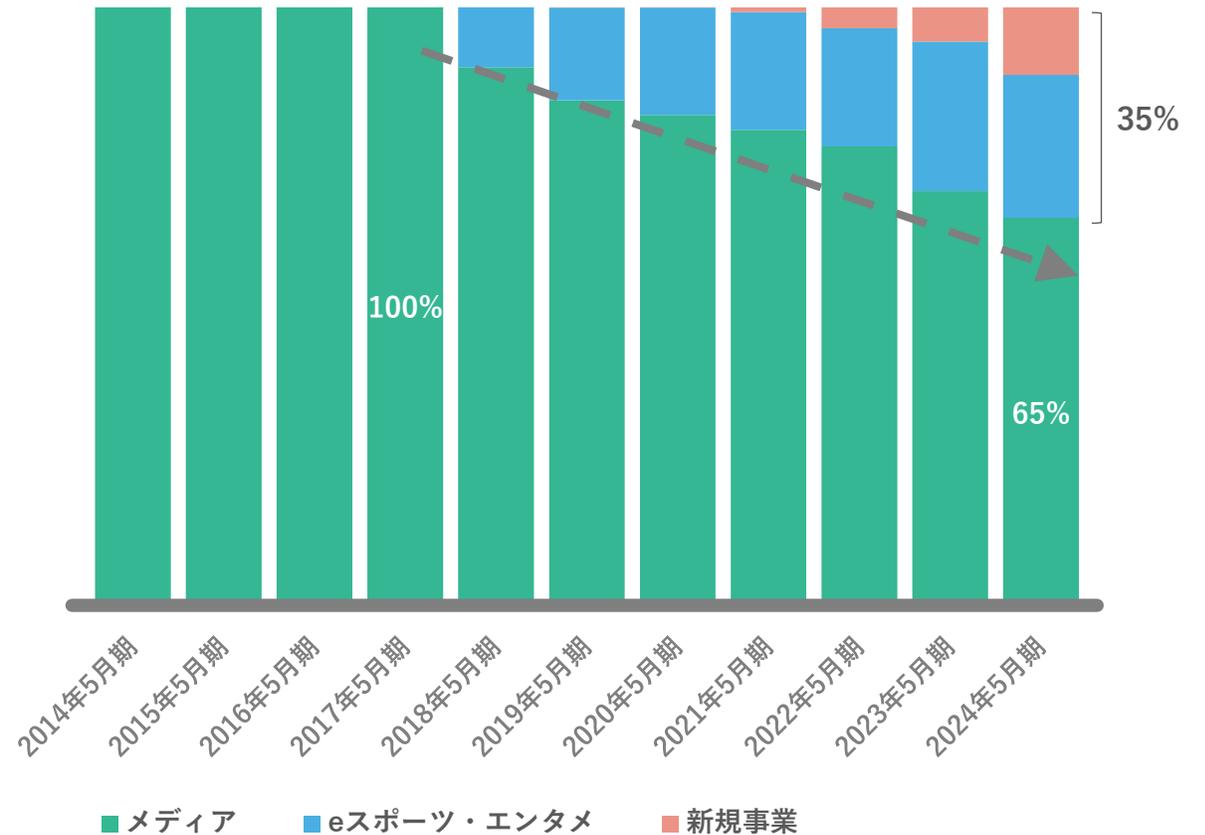
キャッシュカウとなるメディアセグメントの成長率鈍化と
メディア事業に次ぐ収益の柱をつくることが現状の経営課題

年間売上高推移

(単位：百万円)



年間売上高構成比



中期経営計画の骨子

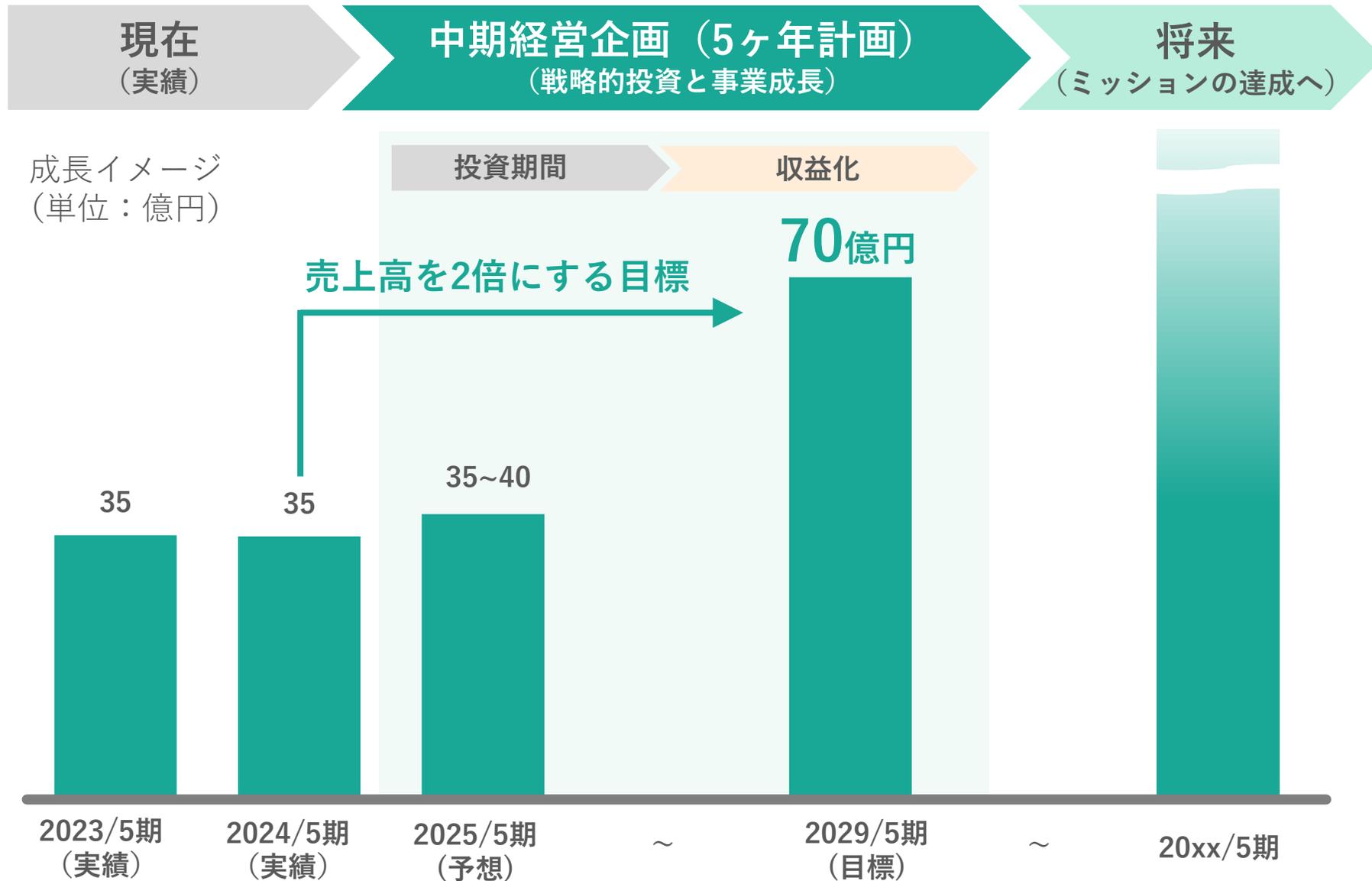
現状の経営課題

- ✓ メディア事業の成長鈍化への対応
- ✓ メディア事業に次ぐ新規領域の創出と収益化

中期経営計画骨子

- ✓ 本格的なグローバル進出によるメディア事業の再成長
- ✓ 新規領域におけるメディアに次ぐ第二、第三の柱の創出
- ✓ 戦略的に投資を行い、中長期的な成長に向けた収益化の基盤をつくる

中期経営計画の位置づけ



2025年5月期 業績予想について

- 中期経営計画の初年度である2025年5月期の業績予想については、事業投資額について各事業の状況によって変動する可能性が大きいこと、また、昨今のモバイルゲーム市場や広告市況の変動が激しいこと等を考慮して、今期の各事業状況を保守的に見込んだ場合を下限値、好調を見込んだ場合を上限値とし、営業利益以下の損益をレンジ形式により開示

通期		
	2024年5月期	2025年5月期
(単位：百万円)	実績	業績予想
売上高	3,497	3,500 ~4,000
営業利益	67	▲200 ~200
営業利益率	4.2%	— ~5.0%
経常利益	45	▲220 ~180
当期利益	▲347	▲250 ~150

05-2. 事業領域別の戦略



05-2-1. メディア



メディア：サマリ

ロードマップ

2025/5期 ~ 2027/5期 ~ 2029/5期

人材への投資

英語圏タイトルカバレッジの拡大

グローバル収益化

AI活用への投資

AI実用化

グローバル展開の推進

- 英語版GameWithについて、タイトルカバレッジが少ないことが現状の課題
- 英語での記事作成人材に投資をし、タイトルカバレッジを拡大
- 検索で上位に表示されるようになり、PV数が急増していくという国内メディアでの成功の再現を狙う
- メディア価値向上に伴い、タイアップ記事等、事業を横展開していく
- デジタルハーツソウル社とのパートナーシップ締結による韓国市場進出等、英語圏以外にも展開予定

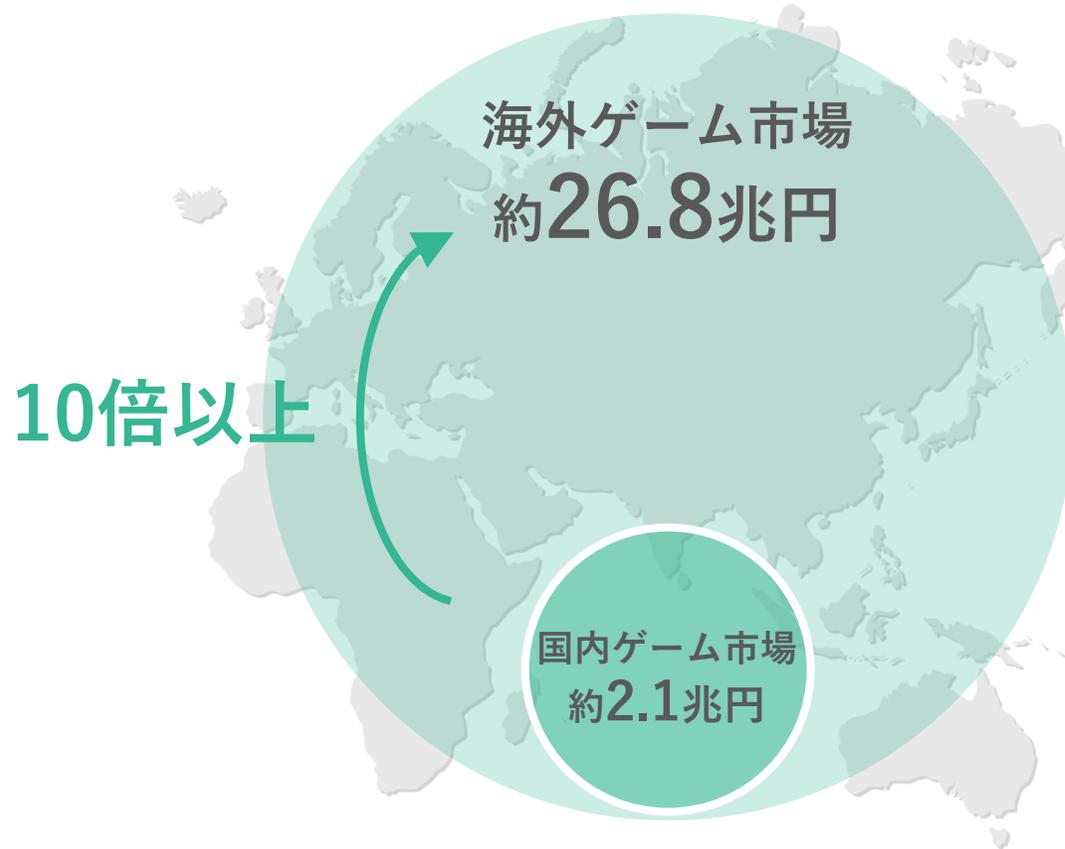
AI活用によるゲーム攻略情報発信の進化

- AI技術の向上により、ゲーム攻略の提供方法が増えていく
- Webメディアという形態にとらわれず、プッシュ型の情報発信を実施していく
- 従来の検索以外でのトラフィック獲得を目指す

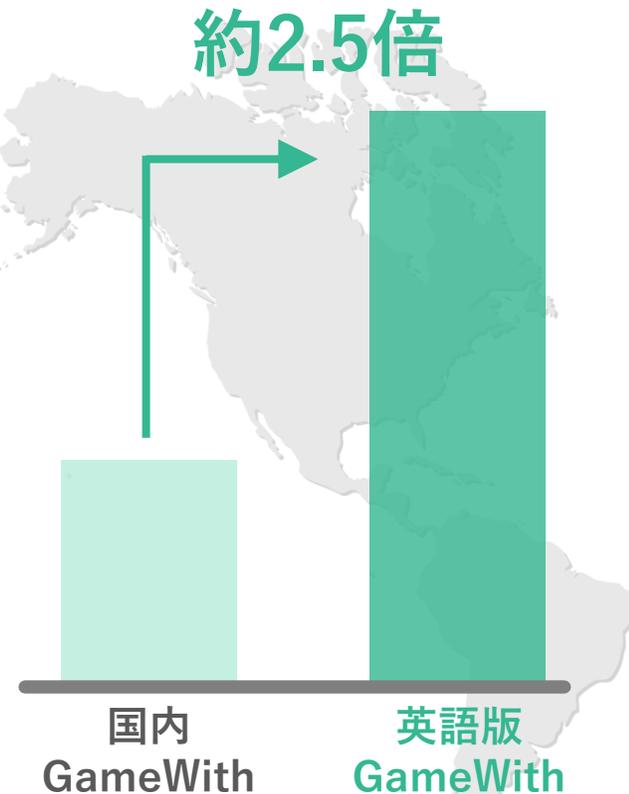
メディア：グローバル展開の推進

グローバルにおける市場ポテンシャルは大きい
国内No.1ゲームメディアとしての実績を活かして、本格的にグローバルでシェアを獲得していく

ゲームコンテンツ市場規模※1



PV単価※2
(年間平均実績)



※1 『ファミ通ゲーム白書2023』 「2022年の全世界におけるゲームコンテンツ市場規模」 p2-、「国内ゲーム市場規模推移（家庭用&オンラインプラットフォーム）」 p38-

※2 2024年5月期における国内GameWithと英語版GameWithのPVあたり広告単価の年間平均実績より

メディア：デジタルハーツソウル社とのパートナーシップ締結



海外におけるGameWithの認知度が低く、国外ゲーム企業とのコネクションが少ない点が課題



株式会社デジタルハーツホールディングスとの資本業務提携に基づくシナジー強化の第2弾として、子会社であるデジタルハーツソウル社とのパートナーシップを締結



DIGITAL HEARTS
Seoul



GameWith

韓国ゲーム企業とのつながりを持ち、韓国のゲーム市場において多大な影響力を発揮

国内最大級のゲームメディアとしての価値を活かした、多くのゲーム企業の支援実績



韓国市場におけるGameWithの認知度向上および取引拡大を目指す

パートナー
シップの
内容

- デジタルハーツソウル内にGameWithチームを設置し韓国ゲーム会社に対して営業のサポート、共同セミナーの実施や、メニュー開発&パッケージ販売など、営業業務全般において、それぞれのノウハウや既存のアセットを活用した業務連携

メディア：AI活用によるゲーム攻略情報発信の進化

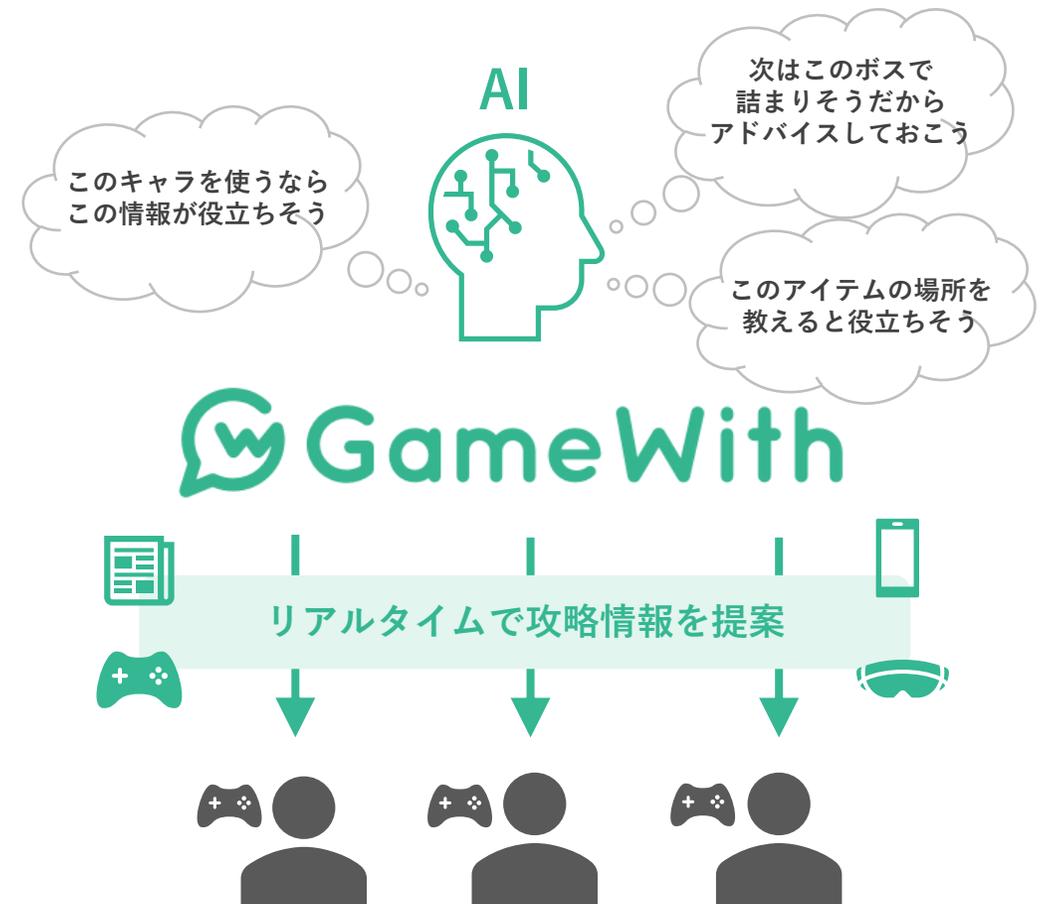
現在のゲーム攻略

知りたいと思った情報を検索したユーザーに対して
Webメディアを介して情報を提供



将来目指すゲーム攻略

AIを活用してユーザーのゲーム進捗を解析
検索せずともリアルタイムで攻略情報を提案



05-2-2. 回線事業「GameWith光」



回線事業「GameWith光」：サマリ

ロードマップ

2025/5期 ~ 2027/5期 ~ 2029/5期

プロモーション強化 / ブランディング施策

収益化

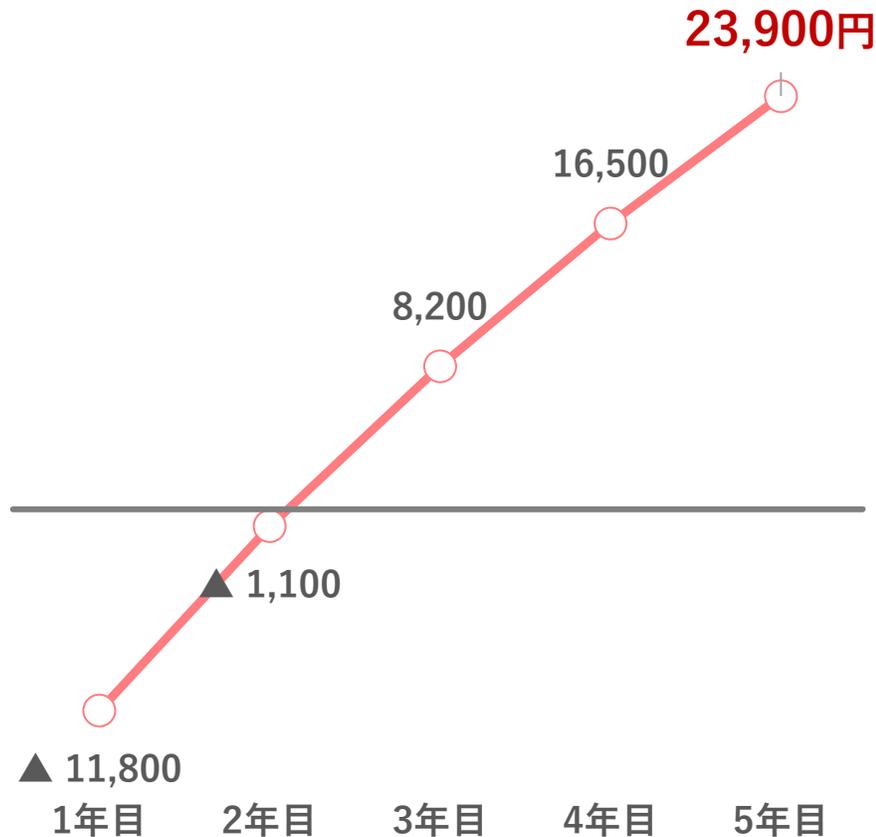
プロモーション戦略

- スtock型のビジネスモデルにおいては、プロモーション費用を先行投資して早期にユーザー獲得を行うことが重要と考え、将来的な収益最大化を図るため、**今後も継続的にプロモーションを実施**
- ゲームに特化することでポジショニングを確保できており、実際eスポーツ選手やチームも利用している高品質な回線とGameWithグループとしてのゲーマーへのリーチが強み
- メディアやeスポーツチーム等を活用したブランディング施策等を実施することで、**ゲーマーへの認知を向上、ゲーミング回線No.1の地位を確立していく**

回線事業「GameWith光」：収益化イメージ

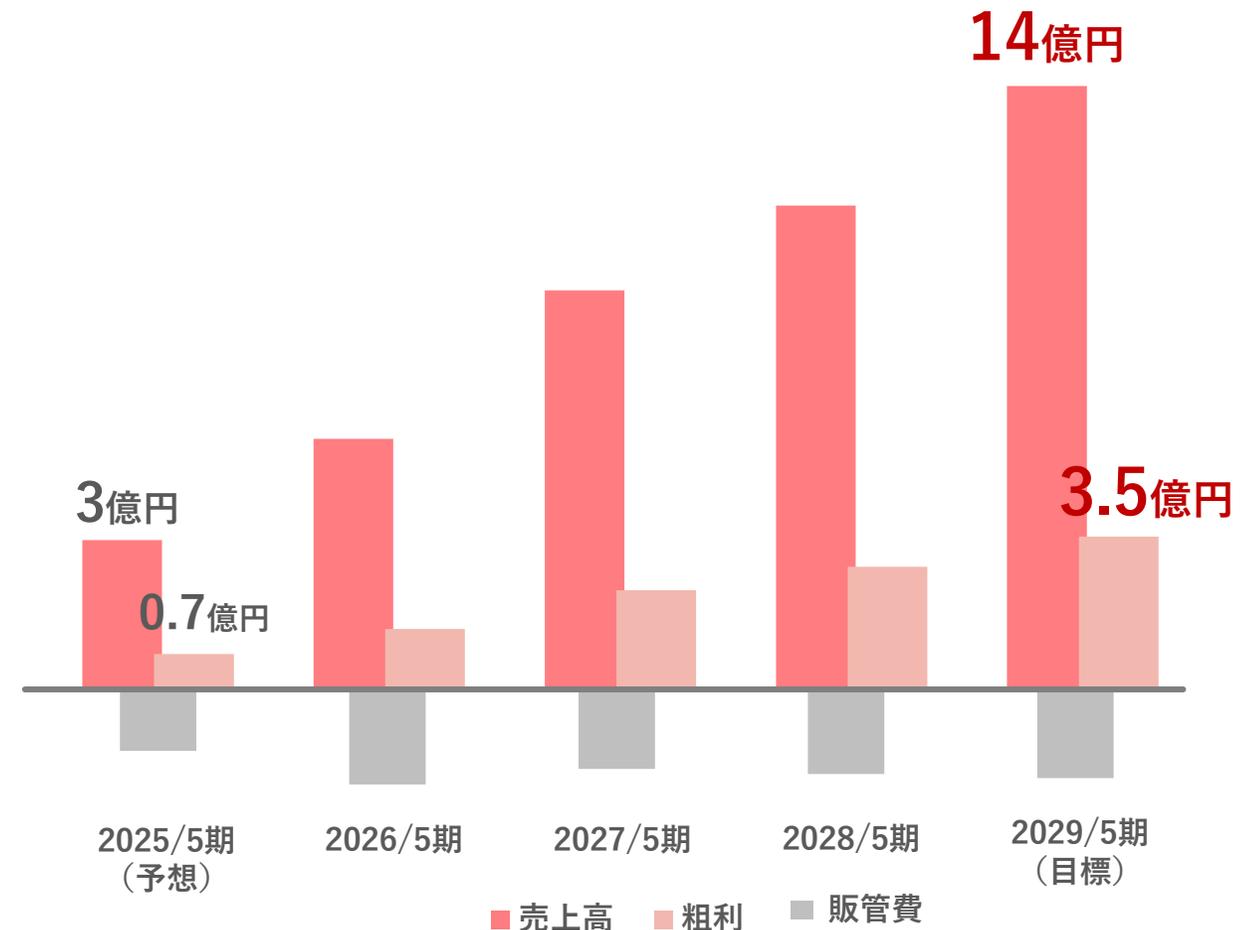
1ユーザーあたりの平均累計利益

1ユーザーあたりの累計利益としては3年目から黒字化し、5年目には23,900円、ユーザー獲得のためのプロモーション費に対する回収率は5年目で約190%と推定



事業全体の将来の収益化イメージ

中長期的な収益向上のため積極的にユーザー獲得を行い、ユーザー数は順調に成長。今後もプロモーション強化を実施し、将来的に大きな売上高、利益を生み出す事業へ



05-2-3. NFTゲーム



NFTゲーム：サマリ

ロードマップ

2025/5期 ~ 2027/5期 ~ 2029/5期

新作ゲーム
開発

プロモーション

新作ゲームリリース
収益化

新作ゲームの開発とリリース

- 開発中の新作NFTゲーム「EGGRYPTO X」について、26年5月期のリリースを目指す
- 現行の「EGGRYPTO」は、4周年を迎えながら売上成長を続けている
- 通常のソーシャルゲームと比較して開発コストを抑えつつ収益をあげることができる
NFTゲームの開発/運営ノウハウを持っていることが強み。このノウハウを活かし、新作ゲームの自社開発を行っていく
- AIMトレーニングソフトにゲームとNFT要素を追加して開発中の「AIM NOVA」についても同時期のリリースを目指す

NFTゲーム：EGGRYPTO X

NFTゲーム「EGGRYPTO」の実績

売上高は4周年を迎え**順調に成長**

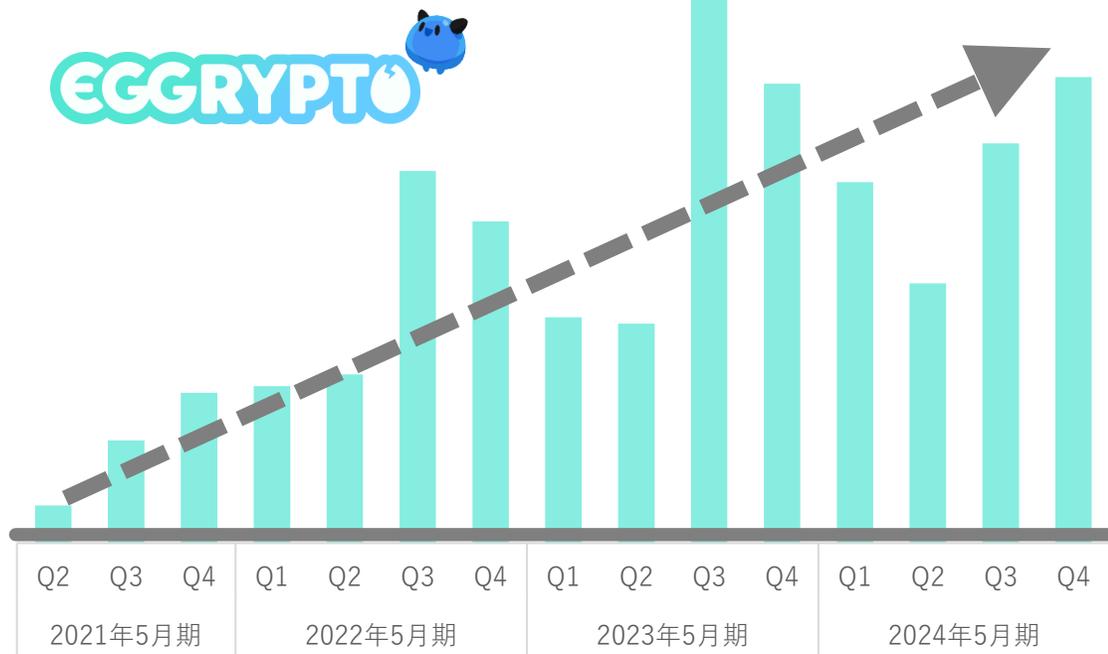
新規ユーザーの30日ARPU

約500円

累計ダウンロード数

150万超

EGGRYPTOアプリ売上高推移



新作NFTゲーム「EGGRYPTO X」の方針

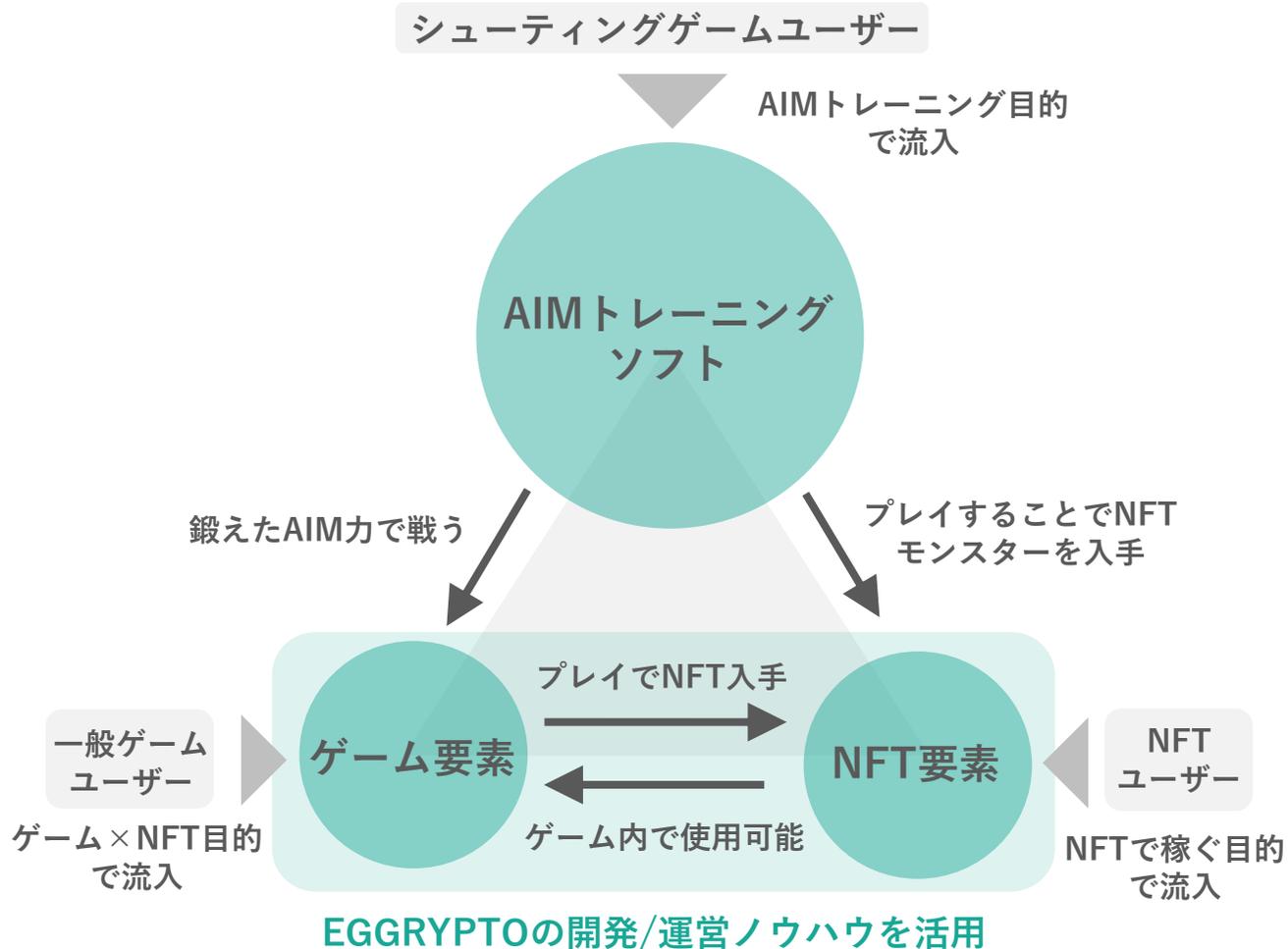
- 「EGGRYPTO」で培ったノウハウを活用し、初期開発コストは抑えることができる想定
- 「EGGRYPTO」におけるARPU実績、ユーザー流入を考慮すると**初期コストについては数ヶ月で回収**できる見込み
- その後もEGGRYPTOの4年超の長期運用ノウハウを活用し、**継続した収益を見込む**



※開発中のゲームイメージ

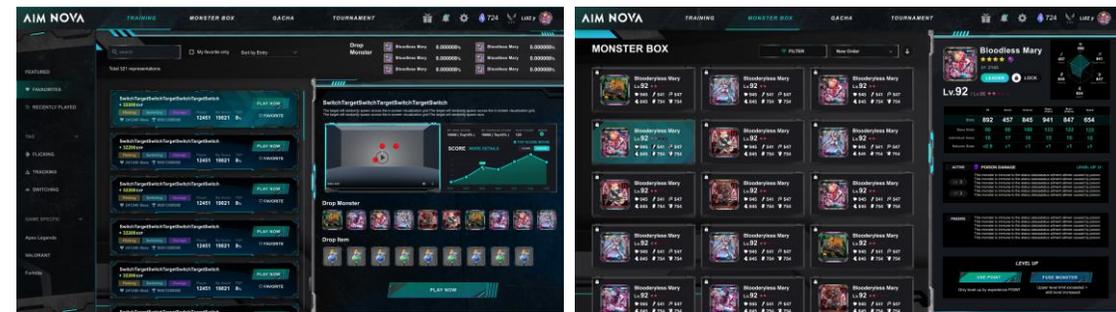
NFTゲーム：AIM NOVA

新作NFTゲーム「AIM NOVA」の概要



新作NFTゲーム「AIM NOVA」の特徴

- シューティングゲームで基礎となるAIM力※をトレーニングするソフトとして開発
- 競合差別化のため、単なるトレーニングソフトではなく、ゲーム要素やNFT要素を加えたものとなる
- PCゲームとしてのリリースを想定し、マネタイズについては主にゲーム内課金収入を想定



※開発中のゲームイメージ

05-2-4. eスポーツ



eスポーツ：サマリ

ロードマップ

2025/5期 ~ 2027/5期 ~ 2029/5期

VALORANT部門への投資

ストリーマー獲得
地方創生への取り組み

インフルエンサービジネス/地方
創生収益化

eスポーツ市場の成熟

収益拡大

VALORANT部門のチーム強化

- 世界的に人気のVALORANT部門において、ライアットゲームズとのパートナーシップ締結により、すでに世界から注目される舞台には立てている状況であり、継続して勝つことが重要。勝てばファンが増え、グッズ販売収益やスポンサー収益等につながる
- そのため、チームへの積極的な投資を実施し、世界で勝てるチームを実現する

インフルエンサービジネス強化のためのストリーマー獲得

- 現状のトレンドとして、競技シーンだけでなくストリーマーを活用したインフルエンサービジネスが非常に重要
- コアとなるストリーマーの獲得を行い、新たなインフルエンサーを呼ぶ仕組みを構築
- 動画配信、タイアップ収益、グッズ収益の増加だけでなく、チームの価値が向上することでスポンサー収入等につながっていく

地方創生の取り組み

- 2026年に名古屋で開催されるアジア競技大会が控えるなか、競技シーンの盛り上がりだけでなく、地方への若者の呼び込み等といったeスポーツをツールとして活用する地方創生の取り組みのニーズが高まっている
- eスポーツのパイオニア的存在としての強みを活かして、地方自治体との連携を強化、eスポーツを活用した地方創生、eスポーツ業界の発展に向けた活動を実施していく

eスポーツ：各戦略の位置づけ

DFMの強みを活かす投資と、弱みを補うための投資の両方向で戦略を策定
eスポーツビジネスにおけるマネタイズポイントを大きくしていく

▲ストロングポイント

競技シーンの強み

VALORANT部門におけるライアット
ゲームズとのパートナーシップ締結

VALORANT部門のチーム強化

- すでに世界から注目される舞台には立てている状況
- あとは勝つためにチームや選手に積極的に投資するのみ

大会賞金、支援金、デジタルグッズ
収益分配、グッズ販売、スポンサー
収入増 etc.

eスポーツ界のパイオニア

国内初のプロゲーミング専業・フルタイム制を導入、アスリートビザの取得など黎明期から取り組んできたことによる多方面でのつながりやノウハウ

地方自治体との連携強化と 地方創生の取り組み

- 地方自治体における若年層の流出等の課題
- eスポーツに関する国の支援

イベント、タイアップ、eスポーツ
コンサル、教育、スポンサー収入増
etc.

▼ウィークポイント

インフルエンサービジネス

競技シーンにおいて”強い”選手はそろっているものの、”人気の”ストリーマーについては他チームと比較して少ない

インフルエンサービジネス強化 のためのストリーマー獲得

- eスポーツ系のストリーマーの人気上昇
- コアとなるストリーマーが獲得できれば、新たなストリーマーを呼ぶ仕組みを構築できるチームとしての知名度はあり

動画配信収益、グッズ販売、イベント、
タイアップ、ファンクラブ、ス
ポンサー収入増 etc.

戦略
方針

機会

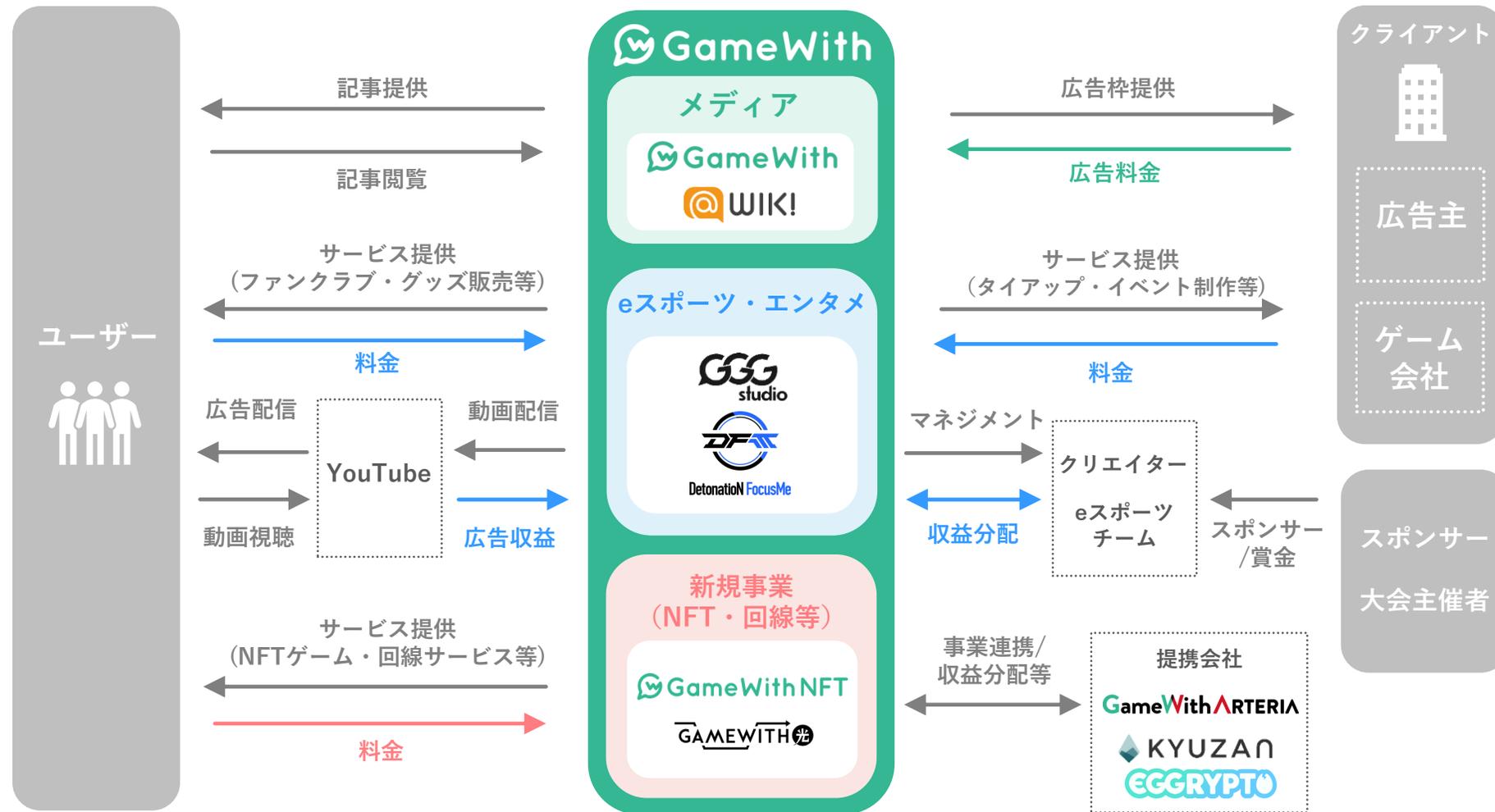
マネ
タイ
ズ

06. Appendix（その他・会社概要等）



GameWithのビジネスモデル

- メディア事業は、ゲーム情報メディアからの広告収入でマネタイズを実現
- eスポーツ・エンタメ事業は、ゲーム会社等からのタイアップ収入だけでなく、ファンビジネスやスポンサー収入・大会賞金など幅広くマネタイズを実施
- 新規事業は、関係会社との連携もしながらユーザーから直接マネタイズするモデル

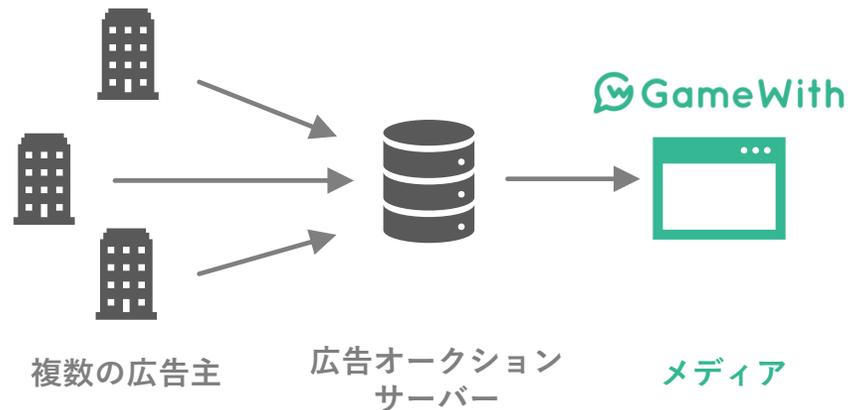


ビジネスモデル：メディア

- 自社攻略サイト運営によりトラフィックを生み出すことでネットワーク広告収入を得ると同時に、企業向けに多様な商材を提供することで、メディア価値を活かしたタイアップ広告収入を得るモデル

ネットワーク広告

複数の広告主が入札を行い、広告枠を獲得するモデル



強み

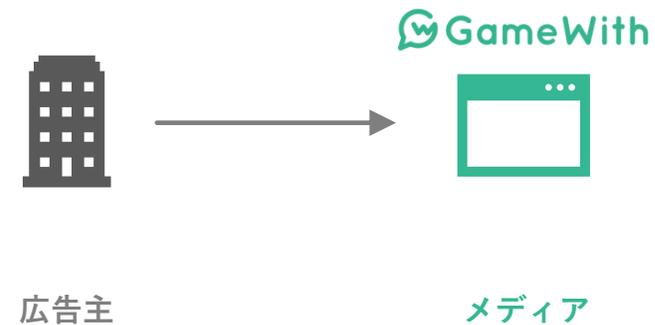
- 国内最大のPV（ページビュー）数を誇るゲームメディアを運営
- 広告マネタイズチームを自社運営し、安定して高い広告単価を実現

商材

- 自社攻略サイト運営

タイアップ広告

広告主と直接契約して獲得するモデル



強み

- 国内最大のゲームメディアによるゲーマーへのリーチ
- ゲームに特化した信頼性のあるソリューション営業

商材

- 有料攻略サイト運営
- 攻略サイトトップのジャック広告
- ゲーム紹介記事作成
- Twitter広告商品 等

ビジネスモデル：メディア

- コンテンツ作成に特化した組織の運営やゲームプレイヤーの活用等を行うことで、より質の高い記事を迅速に提供できる仕組みを構築

コンテンツ作成に特化した組織の運営

ライターに最適な組織形態の構築を実行、
事業の効率化と記事の質の向上を図る



GameWith
Contents Studio

研修・教育

マニュアル・ツール

分業化

評価制度

ゲームプレイヤーの活用

全国どこでもリモートで副業としてゲームを仕事にできる
先進的な働き方を提案し、上位プレイヤーを採用



より質の高い記事を迅速に提供できる仕組みを構築

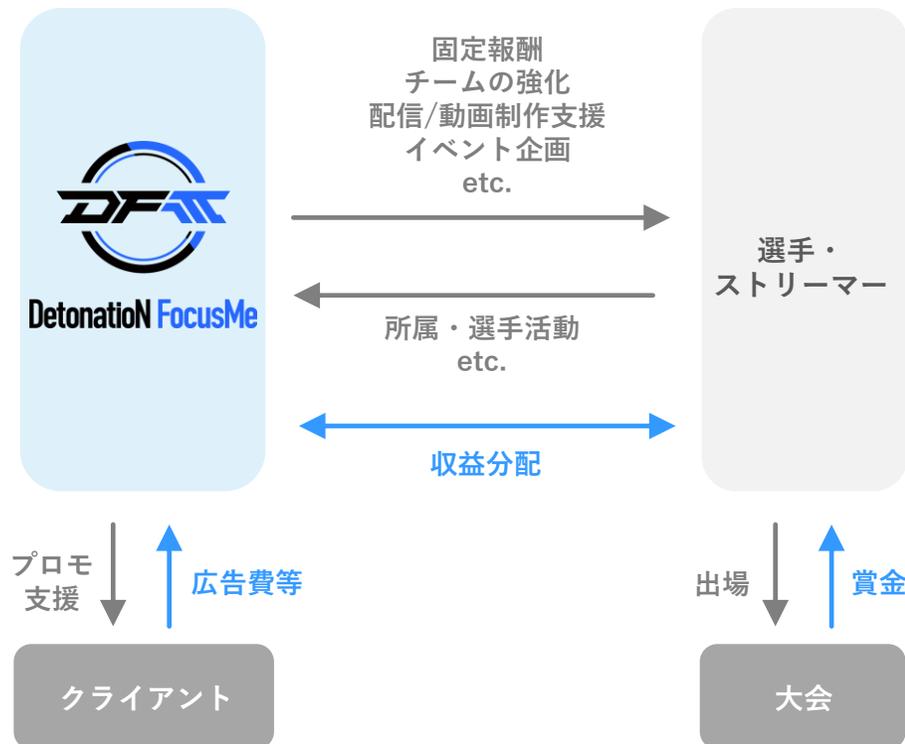
ビジネスモデル：eスポーツチーム運営

- eスポーツチーム運営のビジネスモデルは、『プロ野球チームの運営』と同じイメージ
- 選手のスカウトやマネジメントを行い、チームの価値を向上、スポンサー収入や大会賞金等でマネタイズするモデル

ビジネスモデル

チームのブランド価値を向上

選手・ストリーマーに投資をして価値を上げ
プロモーション支援、消費者向けサービスでマネタイズ



特徴

国内屈指のeスポーツチームを運営

国内屈指の強さと知名度を誇るeスポーツチームを武器に
様々なマネタイズポイントを実現

スポンサー



タイアップ事例

大会賞金



イベント企画・運営



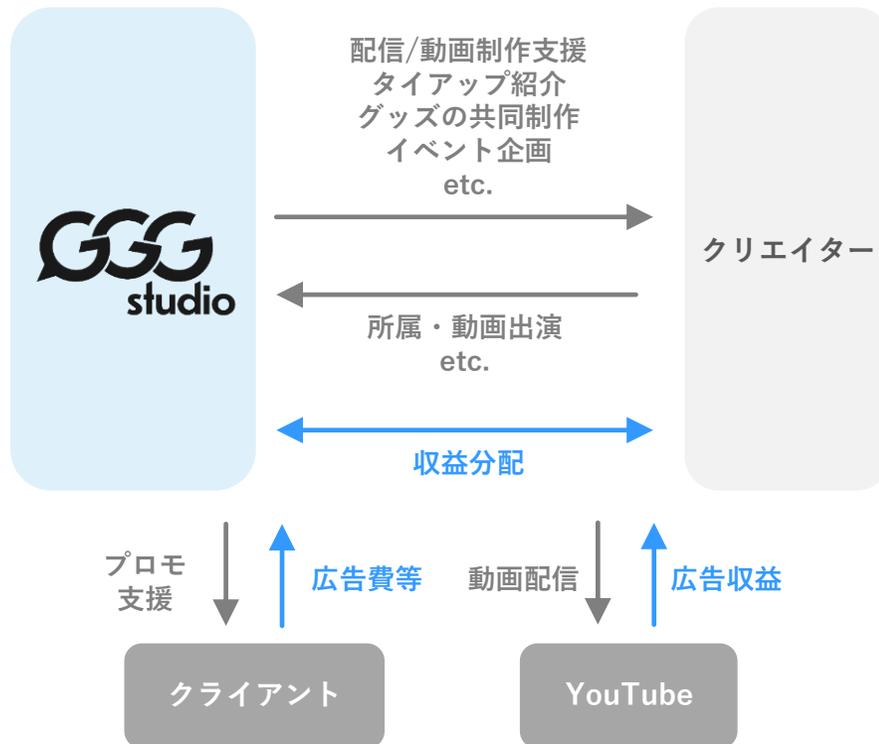
ビジネスモデル：クリエイターマネジメント

- クリエイターマネジメントのビジネスモデルは、『芸能事務所』と同じイメージ
- 人気インフルエンサーが所属し、活動をサポートしてレベニューシェアするのが基本のビジネスモデルであり、ゲーム分野に特化したマネジメントが強み

ビジネスモデル

クリエイターの活動をサポート

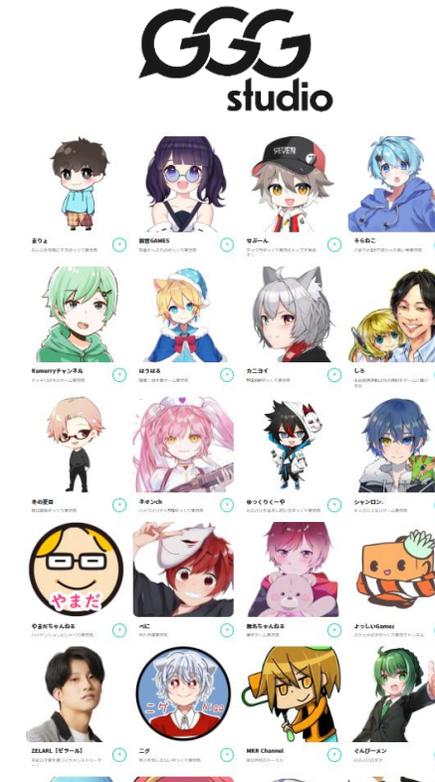
クリエイター単独では難しい分野について組織としてサポート
クリエイターとレベニューシェアするモデル



特徴

多くの人気クリエイターが所属

数多くのタイアップ案件、イベントも実施



タイアップ事例

ASUSのゲーミングノートパソコンを使用したプロモーションを実施

ASUS PRODUCT COLLABORATION



イベント企画・運営

2社をスポンサーに起用した所属クリエイター出演のイベントを実施



ビジネスモデル：新規事業（NFT・回線等）

- 業務提携先とも連携しながら、GameWithの強みを活かした新規事業を展開

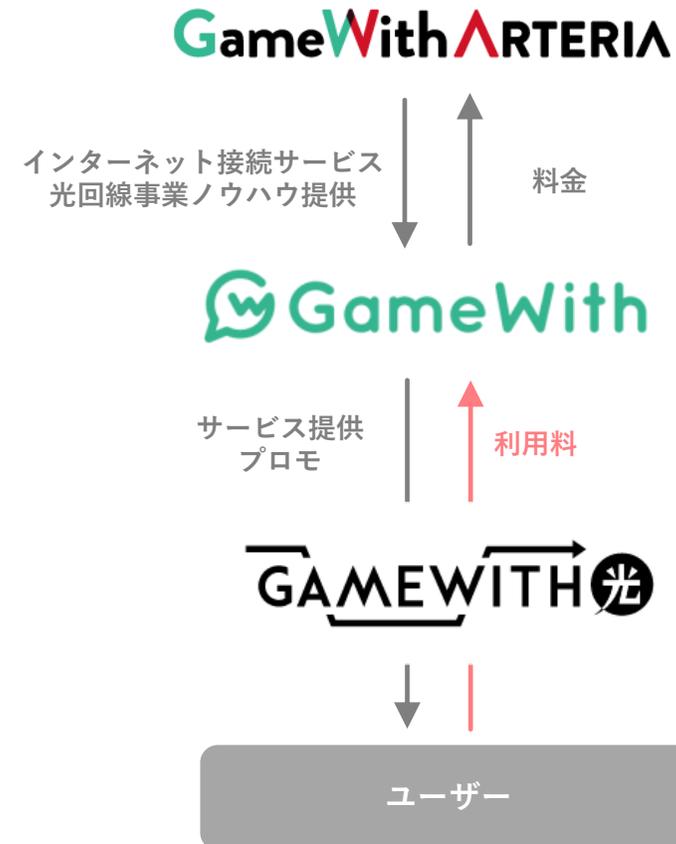
NFTゲーム「EGGRYPTO」

投資先の株式会社Kyuzanと
収益をレベニューシェアするモデル



回線事業「GameWith光」

アルテリア・ネットワークスとの合併会社から
インターネット接続サービスを仕入れ、ユーザーへ販売するモデル



業績サマリ：四半期業績推移

(単位：百万円)

	2022年5月期				2023年5月期				2024年5月期				2025年
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
売上高	712	746	822	838	798	913	907	893	914	940	846	796	807
(前年比)					+12.0%	+22.5%	+10.2%	+6.5%	+14.5%	+2.9%	▲6.7%	▲10.8%	▲11.7%
コスト	660	661	713	784	754	789	734	773	820	833	821	831	903
人件費	391	391	401	408	420	403	381	386	398	394	403	400	415
外注費	95	103	148	151	156	208	177	187	238	259	239	224	293
広告宣伝費	32	21	7	51	22	24	24	31	21	21	17	20	26
地代家賃	28	29	34	25	19	19	19	22	25	27	27	26	26
サーバー利用料	24	25	25	25	27	30	28	28	25	27	27	26	26
その他費用	88	89	94	121	108	102	103	117	111	105	108	133	115
EBITDA	52	85	109	53	43	124	172	119	93	106	25	▲34	▲96
(EBITDAマージン)	7.3%	11.4%	13.4%	6.4%	5.5%	13.6%	19.0%	13.4%	10.2%	+11.3%	+3.0%	▲4.3%	▲11.9%
(前年比)					-16.7%	+45.9%	+56.8%	+122.6%	+115.1%	▲14.0%	▲85.3%	▲128.8%	▲202.5%
減価償却費	10	11	11	9	6	6	6	6	5	5	5	5	5
のれん償却費	6	11	19	20	29	22	22	23	43	25	25	6	6
営業利益	34	62	78	24	7	95	143	90	44	75	▲6	▲46	▲108
(営業利益率)	4.9%	8.4%	9.5%	2.9%	1.0%	10.4%	15.8%	10.1%	4.9%	+8.0%	▲0.7%	▲5.9%	▲13.5%
(前年比)					-77.3%	+51.9%	+83.2%	+267.9%	+468.0%	▲20.8%	▲104.2%	▲151.8%	▲343.0%

※ EBITDA = 営業利益+減価償却費+のれん償却費

業績サマリ：セグメント別売上高・構成比推移

(単位：百万円)

	2022年5月期				2023年5月期				2024年5月期				2025年
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
ALL	712	746	822	838	798	913	907	893	914	940	846	796	807
(前年比)					+12.0%	+22.5%	+10.2%	+6.5%	+14.5%	+2.9%	▲6.7%	▲10.8%	▲11.7%
メディア	585	595	619	599	584	624	618	613	610	597	539	527	489
(前年比)					-0.2%	+5.0%	-0.3%	+2.4%	+4.5%	▲4.4%	▲12.6%	▲13.9%	▲19.8%
(構成比)	82.1%	79.8%	75.3%	71.5%	73.2%	68.4%	68.1%	68.7%	66.7%	63.5%	63.8%	66.3%	60.7%
ネットワーク広告	273	305	324	297	277	325	342	304	295	316	304	239	205
タイアップ広告	311	288	294	301	306	298	275	308	314	280	235	287	283
eスポーツ・エンタメ	109	130	170	201	179	247	207	236	216	262	205	144	164
(前年比)					+63.7%	+89.4%	+21.9%	+17.0%	+20.5%	+6.1%	▲1.0%	▲38.9%	▲24.1%
(構成比)	15.4%	17.5%	20.7%	24.0%	22.5%	27.1%	22.9%	26.4%	23.7%	27.9%	24.3%	18.1%	20.4%
eスポーツ	30	51	111	156	121	194	161	190	172	205	162	112	136
クリエイターマネジメント	79	79	58	45	58	53	46	45	44	57	43	31	27
新規事業 (NFT・回線等)	17	20	32	37	34	41	81	43	87	80	101	124	153
(前年比)					+94.9%	+103.3%	+148.6%	+15.9%	+154.4%	+94.1%	+24.2%	+185.0%	+74.6%
(構成比)	2.5%	2.7%	4.0%	4.5%	4.3%	4.5%	9.0%	4.9%	9.6%	8.6%	11.9%	15.6%	19.0%
NFTゲーム	16	18	31	33	23	21	54	40	32	24	31	38	71
回線事業	0	0	0	1	9	18	26	1	48	49	60	80	78
その他	1	1	1	1	1	1	0	0	6	5	9	5	2

※ 2023年5月期よりセグメント変更を行ったため、2022年5月期のセグメント別前年比は空欄

業績サマリ：セグメント別業績推移

(単位：百万円)

	2022年5月期				2023年5月期				2024年5月期				2025年
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
メディア													
売上高	585	595	619	599	584	624	618	613	610	597	539	527	489
EBITDA	168	191	242	234	226	287	295	291	281	267	208	189	144
営業利益	155	177	228	222	215	277	285	281	272	258	199	179	134
(EBITDAマージン)	28.8%	32.2%	39.1%	39.2%	38.7%	46.0%	47.8%	47.6%	46.2%	44.9%	38.7%	36.0%	29.5%
(営業利益率)	26.5%	29.9%	36.9%	37.1%	36.9%	44.4%	46.2%	45.9%	44.6%	43.3%	36.9%	34.1%	27.5%
eスポーツ・エンタメ													
売上高	109	130	170	201	179	247	207	236	216	262	205	144	164
EBITDA	▲30	▲32	▲49	▲33	▲43	▲33	▲24	▲19	▲33	▲19	▲40	▲79	▲69
営業利益	▲33	▲39	▲66	▲50	▲68	▲51	▲42	▲38	▲72	▲40	▲60	▲80	▲72
新規事業 (NFT・回線等)													
売上高	17	20	32	37	34	41	81	43	87	80	101	124	153
EBITDA	▲3	▲1	3	▲40	▲47	▲58	▲26	▲73	▲58	▲50	▲53	▲38	▲68
営業利益	▲3	▲1	3	▲40	▲47	▲59	▲26	▲73	▲58	▲50	▲54	▲39	▲69
その他調整額													
EBITDA	▲82	▲72	▲86	▲106	▲91	▲70	▲71	▲78	▲96	▲91	▲89	▲106	▲101
営業利益	▲83	▲73	▲87	▲107	▲92	▲71	▲72	▲79	▲96	▲91	▲90	▲106	▲102

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

BS推移

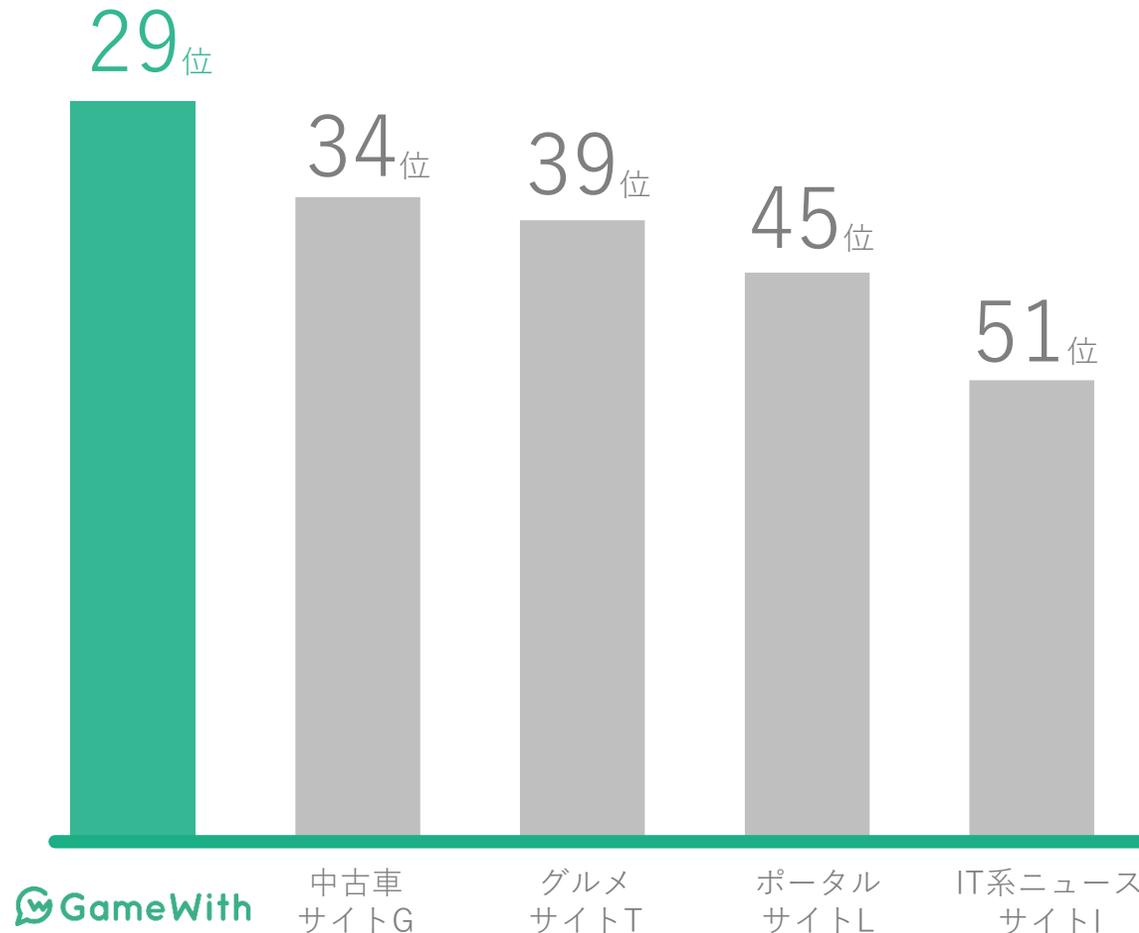
(単位：百万円)

	2024年5月期/期末	2025年5月期/1Q	増減額
資産合計	3,884	3,601	▲282
流動資産	3,363	3,094	▲268
(現金及び預金)	2,828	2,481	▲347
固定資産	520	506	▲14
有形固定資産	52	51	▲0
無形固定資産	18	15	▲2
投資その他の資産	450	439	▲11
負債合計	963	813	▲150
流動負債	892	785	▲106
固定負債	70	27	▲43
純資産合計	2,920	2,787	▲132
負債純資産合計	3,884	3,601	▲282
(自己資本比率)	75.2%	77.4%	—
(流動比率)	377.0%	393.9%	—

メディア：国内Webサイト合計訪問数ランキング



国内Webサイト合計訪問数



国内**29**位

- 国内1位：検索サイトG
- 国内2位：ポータルサイトY
- 国内3位：動画サイトY

ゲームメディア

国内**1**位

グループ会社一覧



グループ会社	事業内容
	ゲーム攻略情報に特化したウィキレンタルサービス「アットウィキ」の運営
	ゲームに関する様々なNFT関連事業
	インターネットウェブサイト・ウェブコンテンツ等各種メディアの企画及び運営 インターネットを利用したコンテンツの企画、提案、制作及び運用 WEBサイトの企画、構築、デザイン、制作、運営及びメンテナンス
	プロeスポーツチーム「DetonatioN FocusMe」の運営
	配信スタジオ事業や回線事業等、eスポーツ/ゲームインフラ領域の新ビジネスを展開

投資先一覧

投資先	事業内容/トピック
	ブロックチェーンゲーム「EGGRYPTO」とデジタルアセットトークンの企画開発・運営、ブロックチェーンと暗号通貨技術を用いたサービスの開発
	ブロックチェーンゲーム「クリプトスペルズ」の開発・運営
 <small>Game Server Services</small>	モバイルゲーム開発に特化したバックエンドサーバサービスの提供
	スポーツのテクノロジー活用を推進するソフトウェア・アプリケーションの企画・開発・運用

サステナビリティへの取り組み

- サステナビリティへの取り組みを開始。GameWithとしては、ゲームを通じて社会課題の解決に貢献することを目的に、「With Consumer（生活者）」「With Society（社会）」「With Work（働き方）」を“3つのWith”として、重点的に取り組んでいくテーマに定める

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

サステナビリティへの取り組み

GameWithはゲームを通じてSDGsの達成および社会課題の解決に貢献し、すべての生活者が輝く、より良い世界の実現を目指します。

私たちはサステナブルな事業成長のため重点的に取り組むテーマを“3つのWith”として決めました。

3つのWith

With Consumer

生活者

変化する生活様式に対応し、ゲームを通じてあらゆる人々につながりや豊かな感動体験を提供することで、新たな価値創造を目指します。



[MORE](#)

With Society

社会

未来を担う子どもたちのため、次世代の人材や持続可能な産業を育み、誰も取り残すことのない価値型社会の構築を目指します。



[MORE](#)

With Work

働き方

持続可能な経済成長とディーセント・ワークの実現のため、個人の能力を最大限発揮して社会に貢献できる環境づくりを目指します。



[MORE](#)

会社概要

会社名	株式会社 GameWith (証券コード：6552)		
所在地	東京都港区三田一丁目4番1号 住友不動産麻布十番ビル4階		
事業内容	ゲーム情報等の提供を行うメディア事業およびeスポーツ・エンタメ事業、ならびにゲームに関連する新規事業		
設立	2013年6月		
経営体制	代表取締役社長	今泉	卓也
	取締役	日吉	秀行
	取締役	矢崎	高広
	取締役 (社外)	武市	智行
	取締役 (社外)	濱村	弘一
	取締役 (社外)	小林	徹
	常勤監査役 (社外)	半谷	智之
	監査役 (社外)	後藤	勝也
	監査役 (社外)	森田	徹
	執行役員	重藤	優太
執行役員	黒太	薫	
執行役員	冬野	和政	
執行役員	熊倉	陵平	
資本金	553百万円 (2024年8月末時点)		

将来に関する記述等についてのご注意

本資料に含まれている将来の見通しに関する記述は、本資料の発表日現在において入手可能な情報を基にした判断及び仮定に基づいて作成されたものであり、その正確性および実現を保証するものではありません。

実際の業績は、これらの判断及び仮定に含まれる様々な不確定要素、リスク要因の変更や経済環境の変動などにより、見通しと大きく異なる可能性があります。

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、本発表に含まれる将来情報の業績に関する見通しや戦略等について、更新や修正を行う義務を負うものではありません。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。

また、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、適切性等については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。



GameWith