

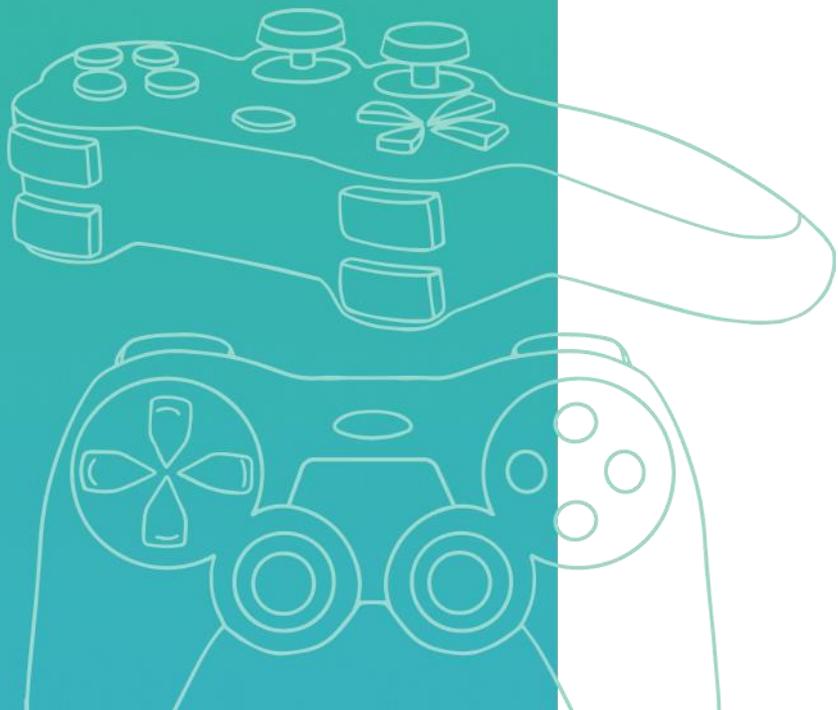


2025年5月期 第2四半期決算説明資料

株式会社 GameWith
証券コード: 6552 (東証スタンダード)

2025年1月10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2四半期決算総括
- 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 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

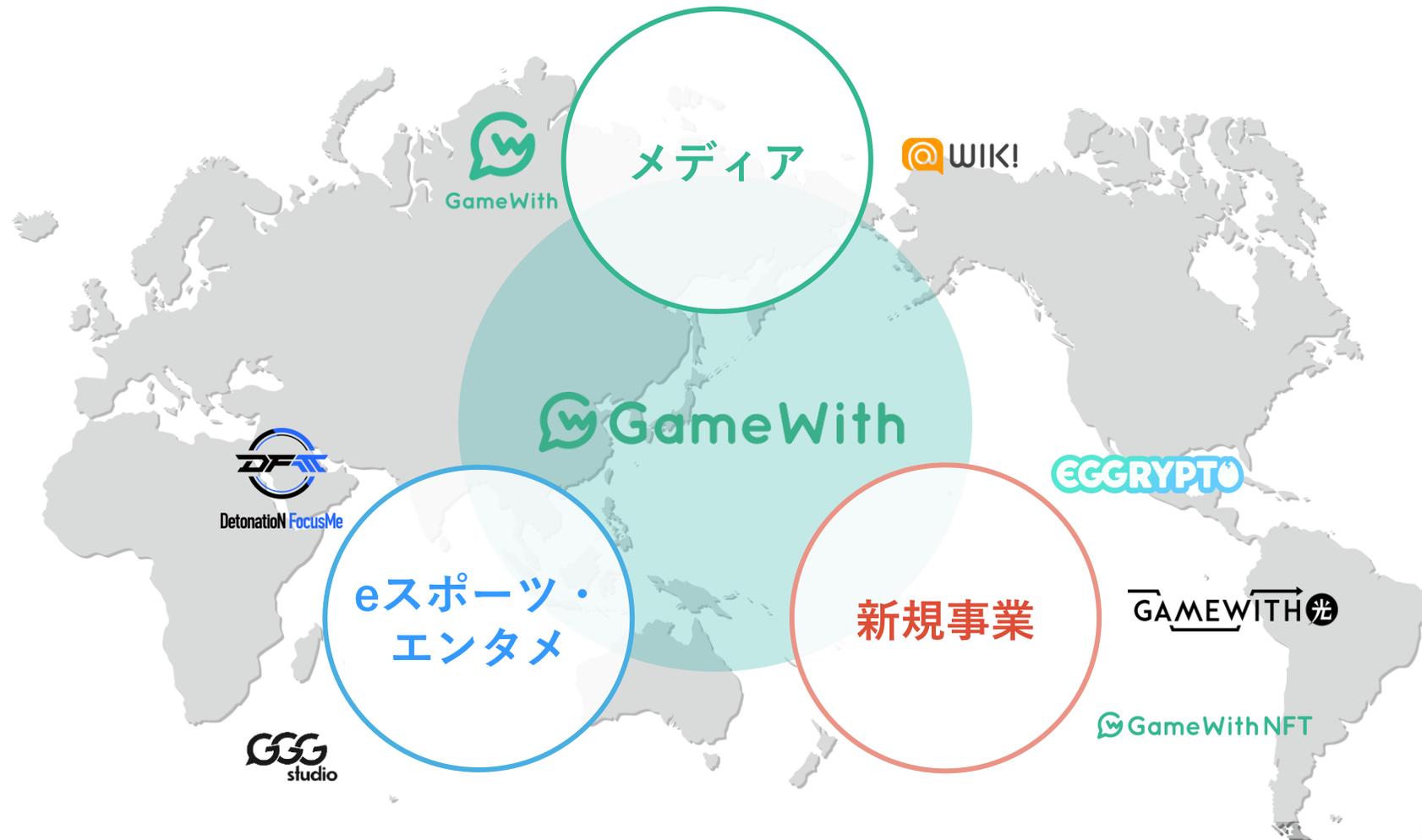
“Create a more enjoyable gaming experience”

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

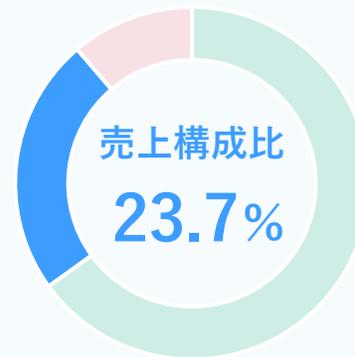


アドネットワーク広告収入、
タイアップ広告収入等



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

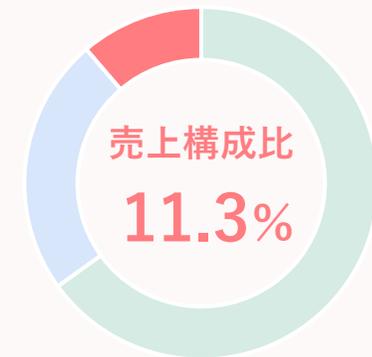


スポンサー収入、タイアップ/イベント、
大会賞金/支援金、ファンビジネス等



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

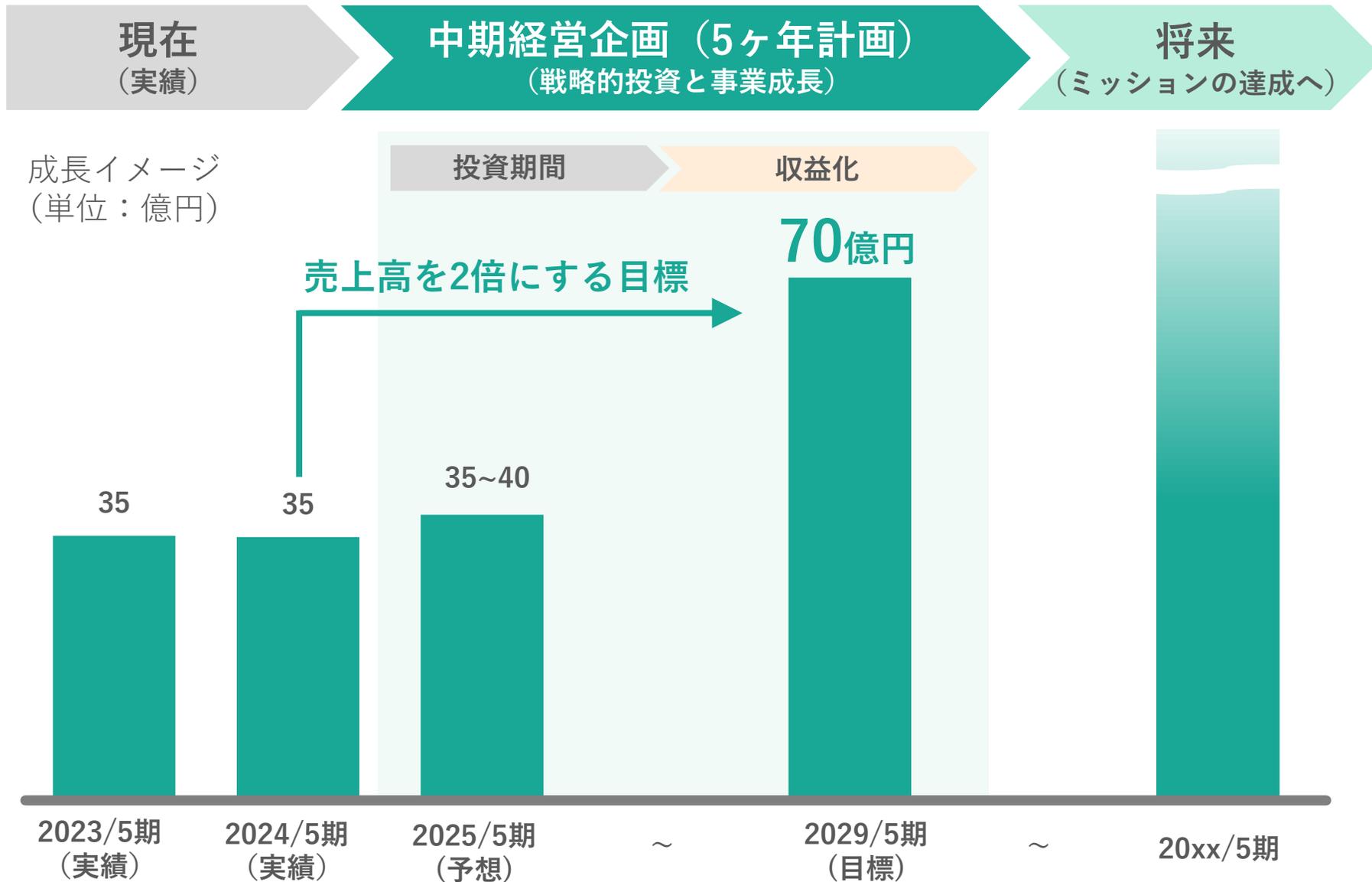
2020

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**

中期経営計画の目標数値



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



2024年9月、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

アプリ外課金サービス「アプリペイ」とユーザー送客の連携を開始



- 2024年12月16日より、パートナーシップに基づく初めての取り組みとして、デジタルガレージが提供するアプリ外課金サービス「アプリペイ」との連携を開始
- 課金意欲の高い「GameWith」ユーザーを「アプリペイ」へ送客することが可能となり、導入いただくスマホゲームにおけるアプリ外課金の利用促進を実現
- 当社が提供するNFTゲーム「EGGRYPTO」にも実装。アプリ外課金が可能になった後の12月の利用率※は34.6%と高水準

アプリペイ



GameWith

攻略記事内導線イメージ



攻略記事内に追従バナーを設置

アイテム購入ページ



アプリ外課金の
利用率※

34.6%

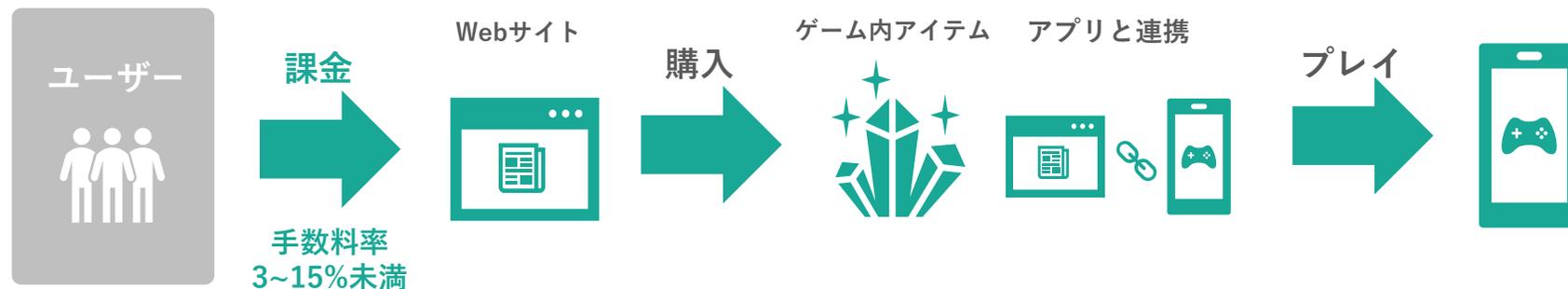
「アプリ外課金」とは

- 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



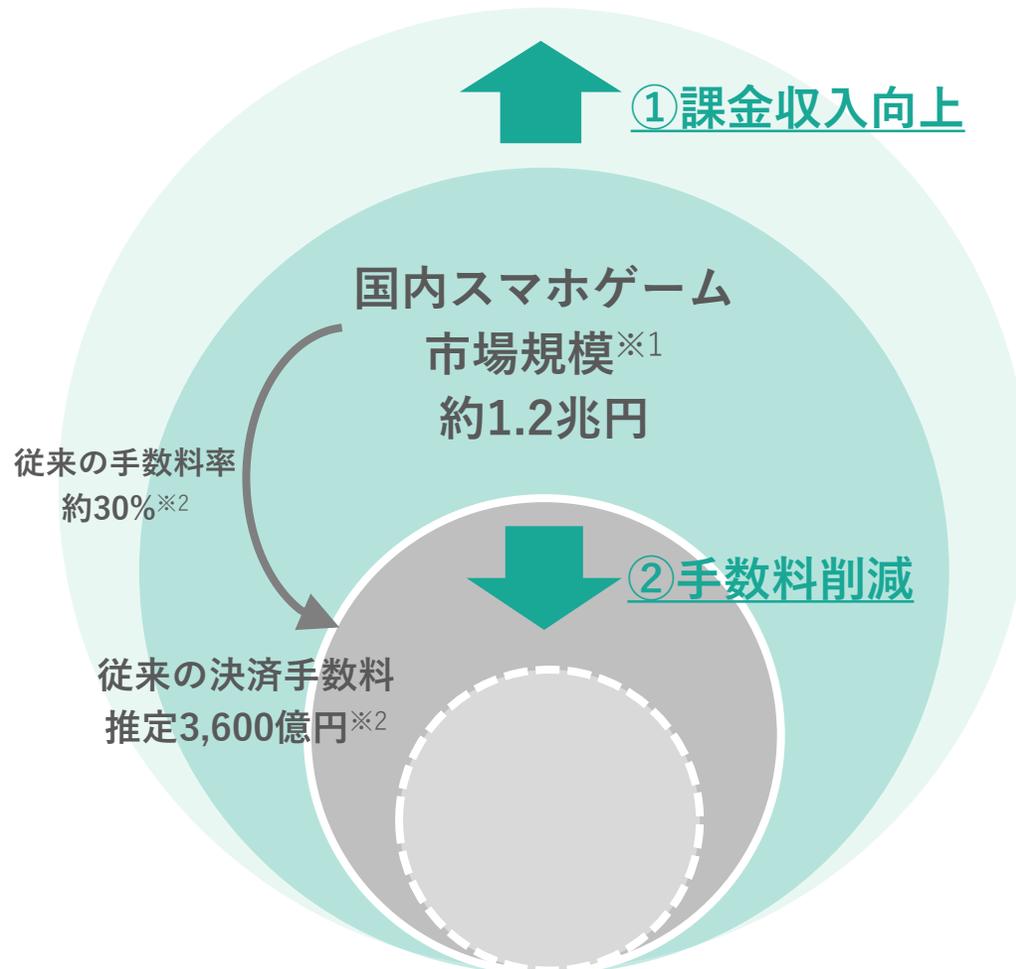
■アプリ外課金：ユーザーがアプリ内ではなく外部のWebサイトで課金を行う課金方式



「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①

- 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

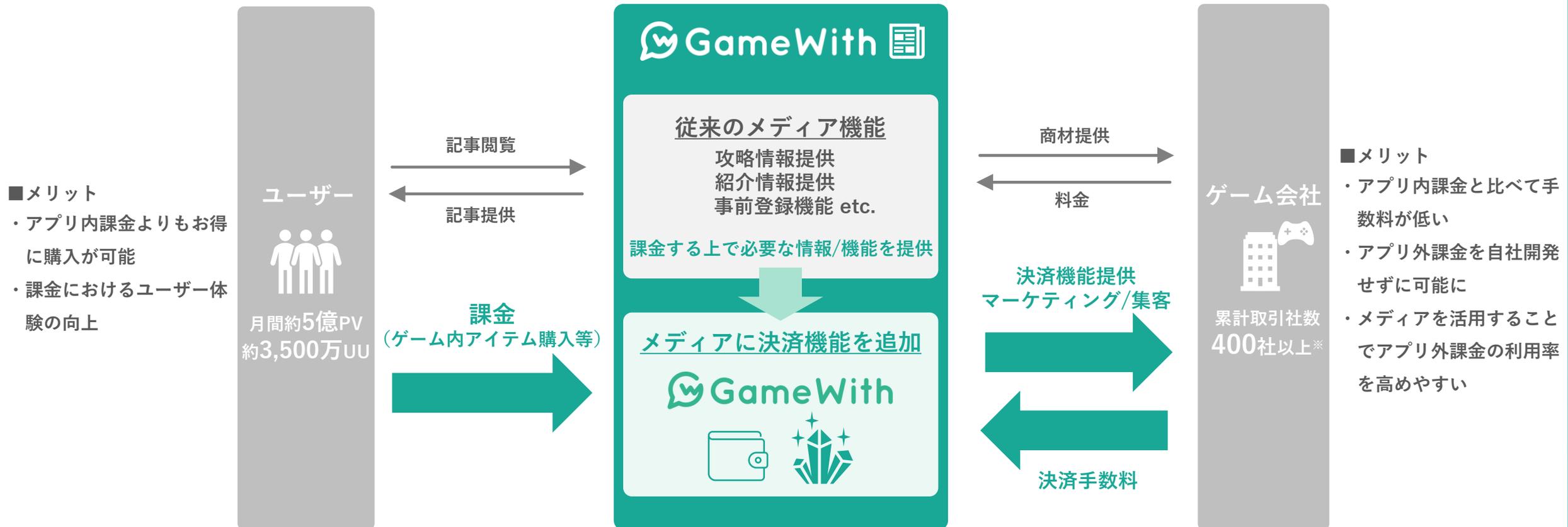
スマホゲーム業界全体の収益向上に貢献すると同時に、
アプリ外課金事業参入により約1.2兆円の市場へリーチ

※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概要②

- 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
- 「アプリペイ」との連携により、GameWithユーザーのアプリ外課金への送客が可能に。今後メディアを活かした決済機能を拡充していく
- 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決済でNo.1を目指す



03. 2025年5月期 第2四半期決算総括



2025年5月期 第2四半期累計期間の決算ハイライト

- 主に既存メディアセグメントにおける事業環境として厳しい状況が継続したことにより、前年同期比で売上高・営業利益が減少
- 一方で、メディアに次ぐ柱として成長を目指す新規事業セグメントの売上高は順調に成長。中長期的な利益の柱とすることを目指す

売上高

全社

1,670百万円
前年比▲9.9%

セグメント別売上高

メディア

990百万円
前年比▲18.0%

eスポーツ・エンタメ

398百万円
前年比▲16.9%

新規事業(NFT・回線等)

281百万円
前年比+67.8%

営業利益

全社

▲174百万円
前年差▲294百万円

セグメント別営業利益

メディア

266百万円
前年比▲49.7%

eスポーツ・エンタメ

▲110百万円
前年差+2百万円

新規事業(NFT・回線等)

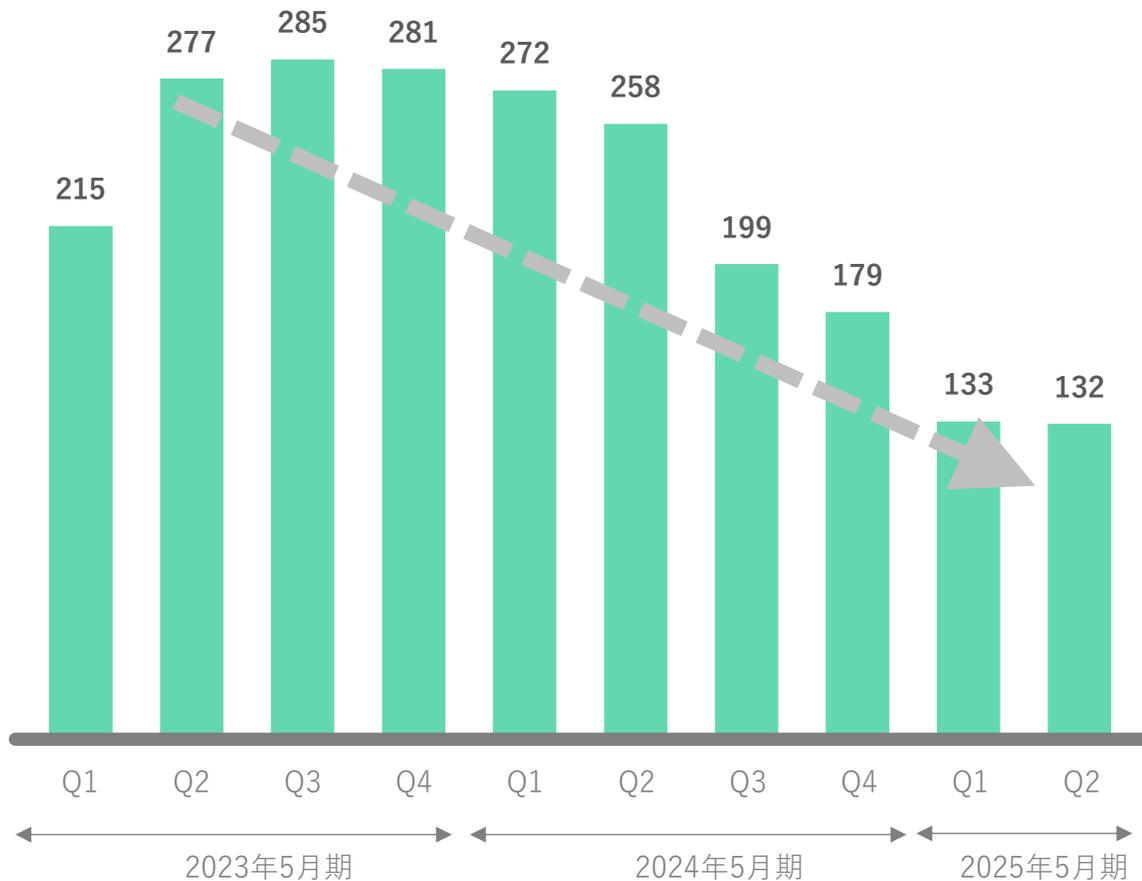
▲144百万円
前年差▲35百万円

現状の課題と今後の方針

- 当社グループの主力事業であるメディアセグメントの利益減少が大きな課題。リソースを投下し、最優先で改善に取り組んでいく

メディアセグメント 営業利益推移

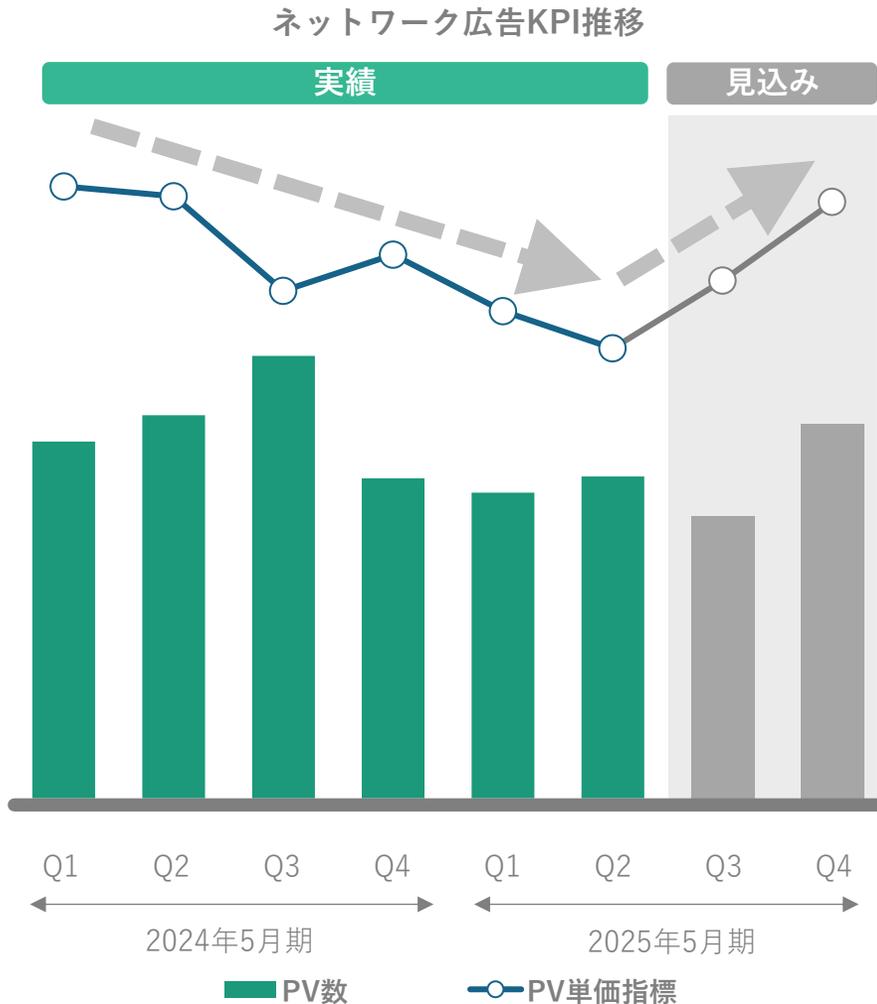
(単位：百万円)



- 当社グループの主力事業である**メディアセグメントの営業利益が減少**していることが大きな課題
- モバイルゲーム市場の成長鈍化と広告市況の悪化**の影響を受け、主に「ネットワーク広告」売上が減少
- リソースを投下し、**最優先で改善**に取り組んでいる状況
- 今後について、**攻略サイトの立上げ本数増加**によるPV数増加と**PV単価改善**施策により再成長を目指す

「ネットワーク広告」の改善見込みについて

- 売上利益影響の大きい「ネットワーク広告」の減少が全体に影響。収益改善に取り組んでおり、下期については回復していく見込み



PV（ページビュー）単価

- ユーザーの使いやすさと両立した広告収益改善について、様々な施策を実施して取り組んでいたものの、**広告市況の悪化**影響が大きく、**第2四半期までPV単価の下落**が続いてしまっている状況
- 一方、直近の検証でユーザーデータをもとにした**広告枠の最適化施策がよい結果**を出している状況
- PV単価の改善はネットワーク広告売上および営業利益の向上に直接つながるため最優先で取り組んでおり、**第3四半期以降は回復**する見込み

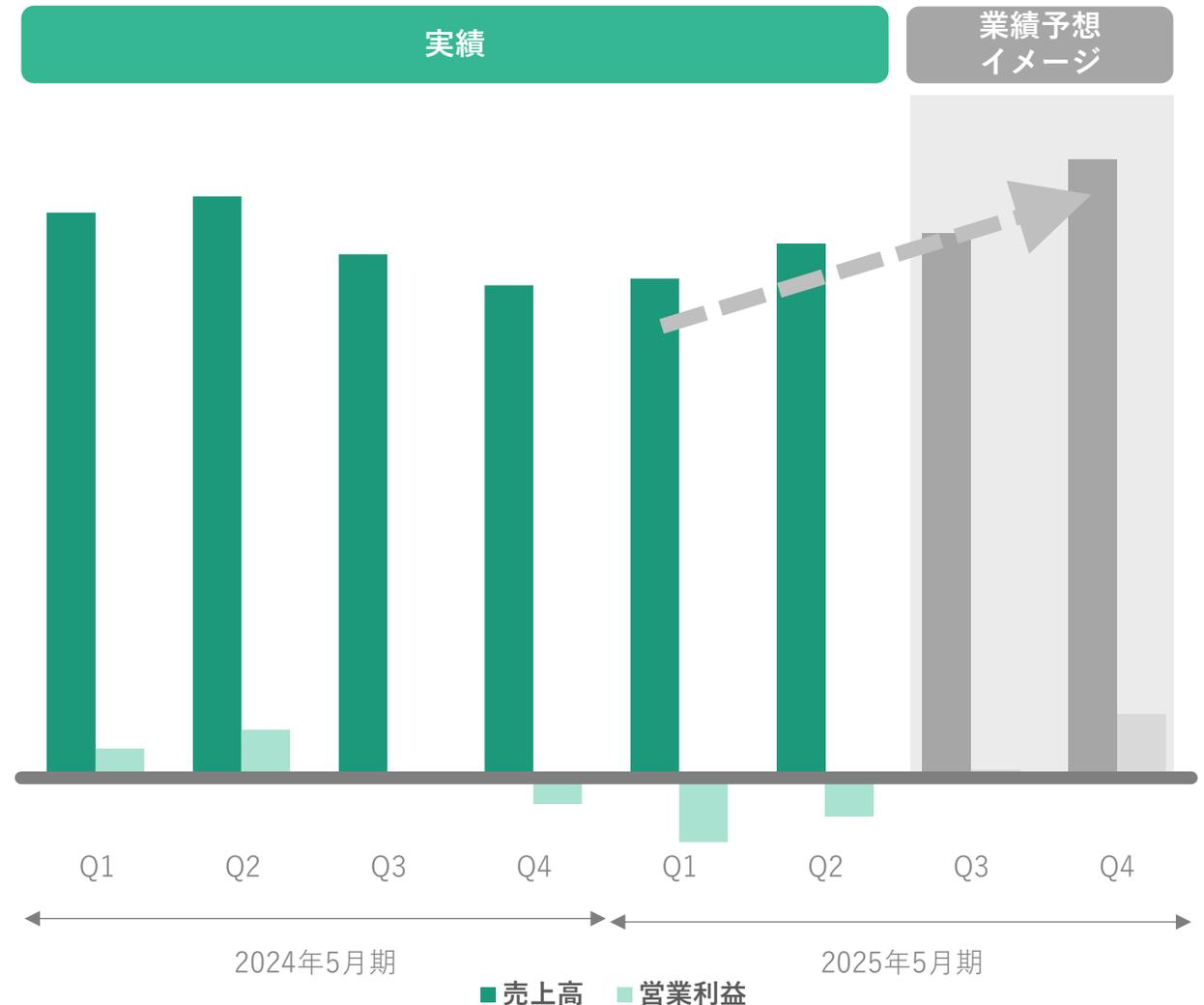
PV（ページビュー）数

- モバイルゲーム市場の成長鈍化**の影響を受け、**既存運用タイトルにおけるPV数が減少**傾向
- 大型の新作タイトルも少ない状況が続いているものの、**直近リリースしたスマホゲームタイトルのPV数は好調**
- 立上げ本数増加に取り組むほか、2025年2月末に大型タイトルの新作が控えており、特に**第4四半期はPV数を獲得**できる見込み

2025年5月期 通期業績予想

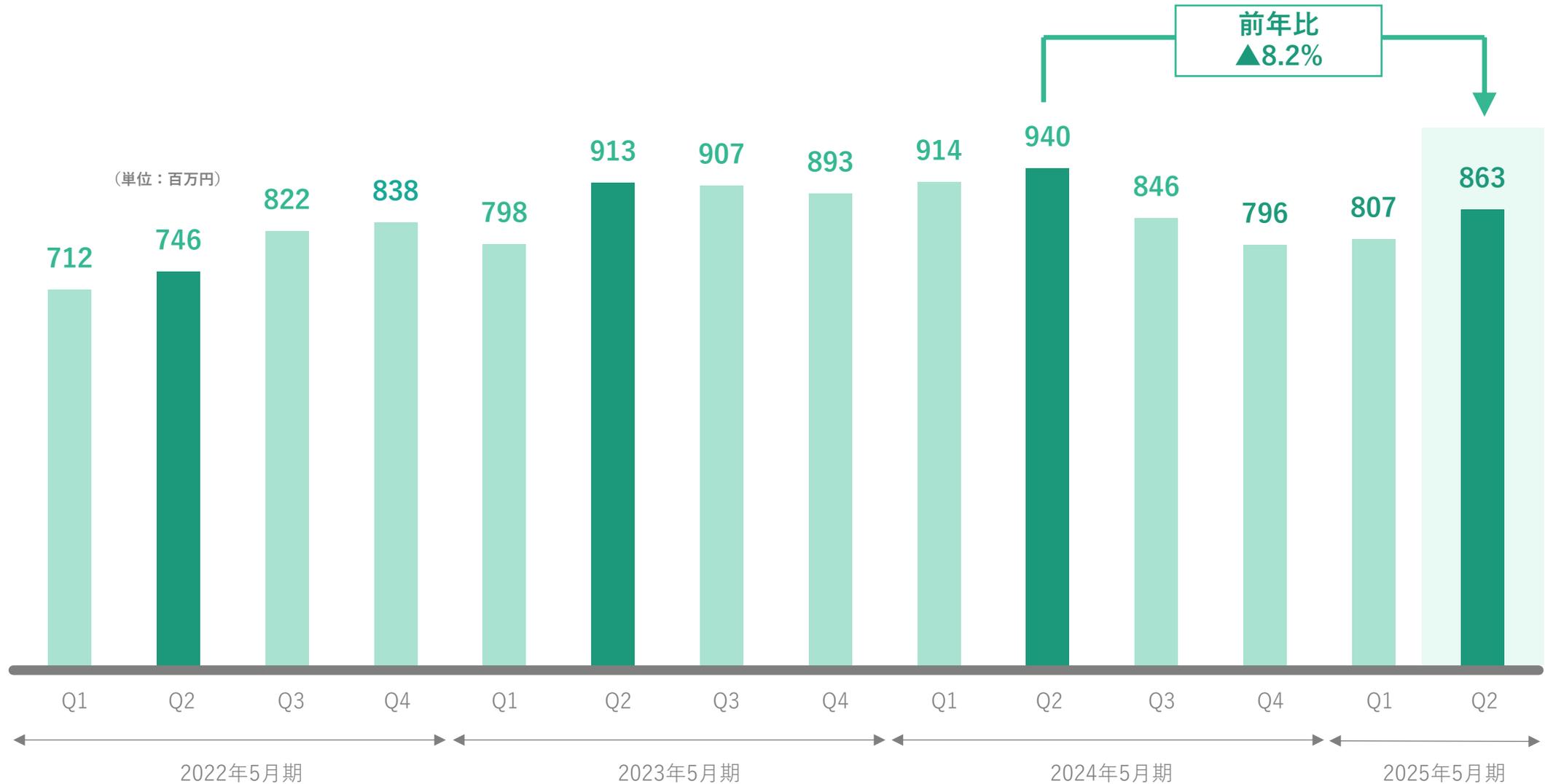
- 通期の業績予想について、ネットワーク広告の改善に取り組むことでメディアの収益向上を実現し、今後改善していく見込み

(単位：百万円)	2025年5月期 第2四半期累計	2025年5月期 通期予想
売上高	1,670	3,500 ~4,000
営業利益	▲174	▲200 ~200
営業利益率	-	- ~5.0%
経常利益	▲174	▲220 ~180
純利益	▲186	▲250 ~150



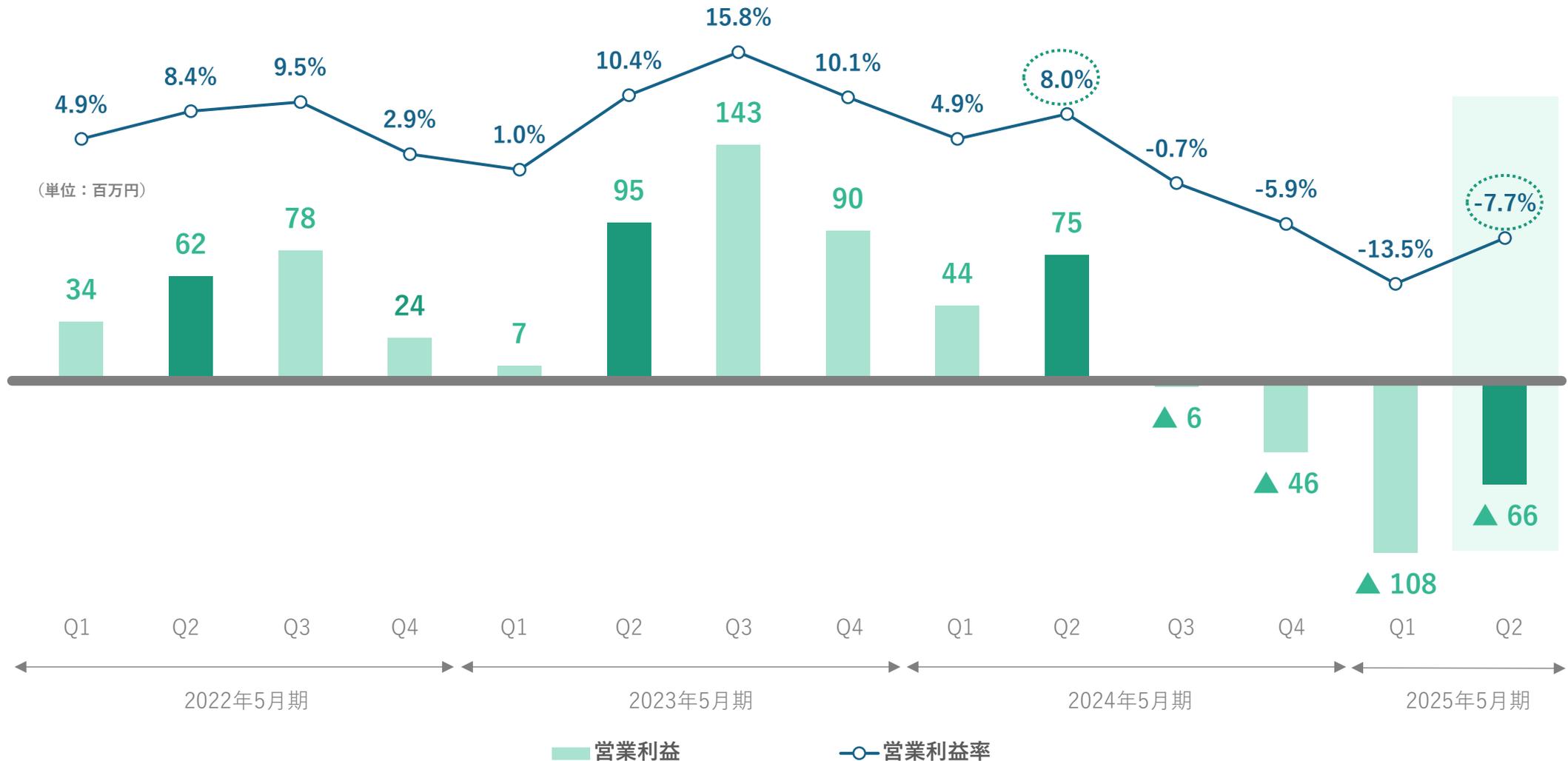
売上高の四半期推移

- 2025年5月期第2四半期の売上高は、前四半期比では増加したものの、前年同期比で8.2%減少



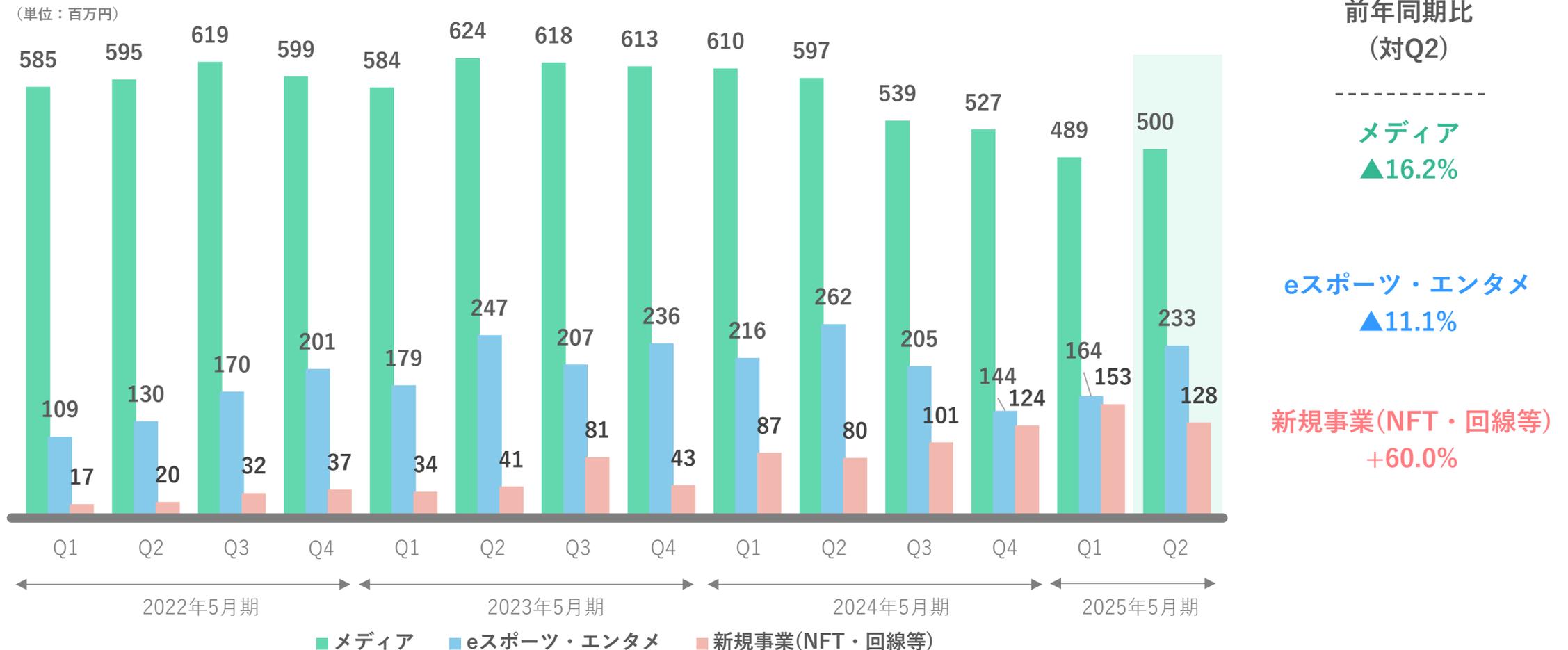
営業利益・営業利益率の四半期推移

- 2025年5月期第2四半期の営業利益は、前四半期比では増加したものの、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



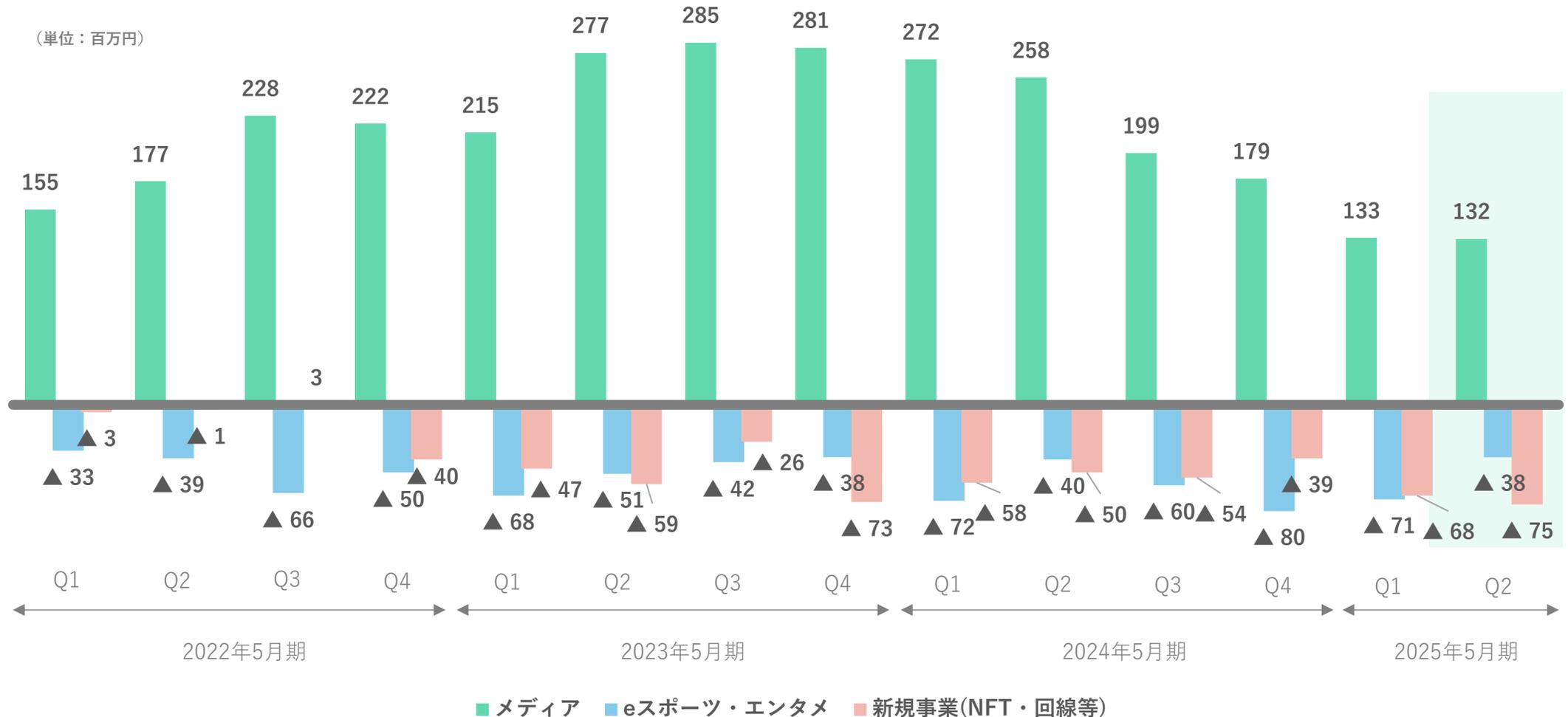
セグメント別売上高の四半期推移

- メディアについて、第2四半期の売上高は前年同期比で16.2%減
- eスポーツ・エンタメについて、第2四半期の売上高は前年同期比で11.1%減
- 一方で新規事業については順調に成長しており、回線事業・NFTゲームともに好調で前年同期比で60.0%増



セグメント別営業利益の四半期推移

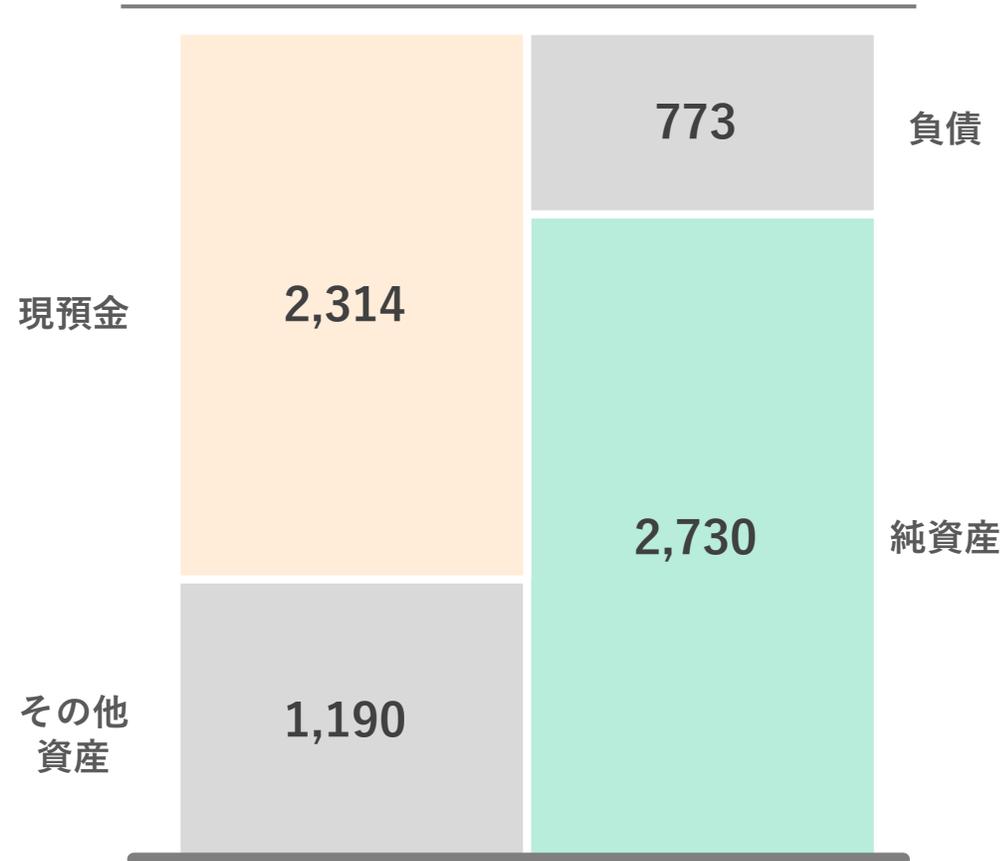
- 主力のメディアの利益が低下していることが全体に影響。改善に取り組んでいる状況
- eスポーツやNFTゲーム、回線事業等の成長領域には積極的に投資をしていく方針を継続し、中長期的な利益の柱への成長を目指す



2025年5月期第2四半期 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2四半期 貸借対照表



自己資本比率：77.9%

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

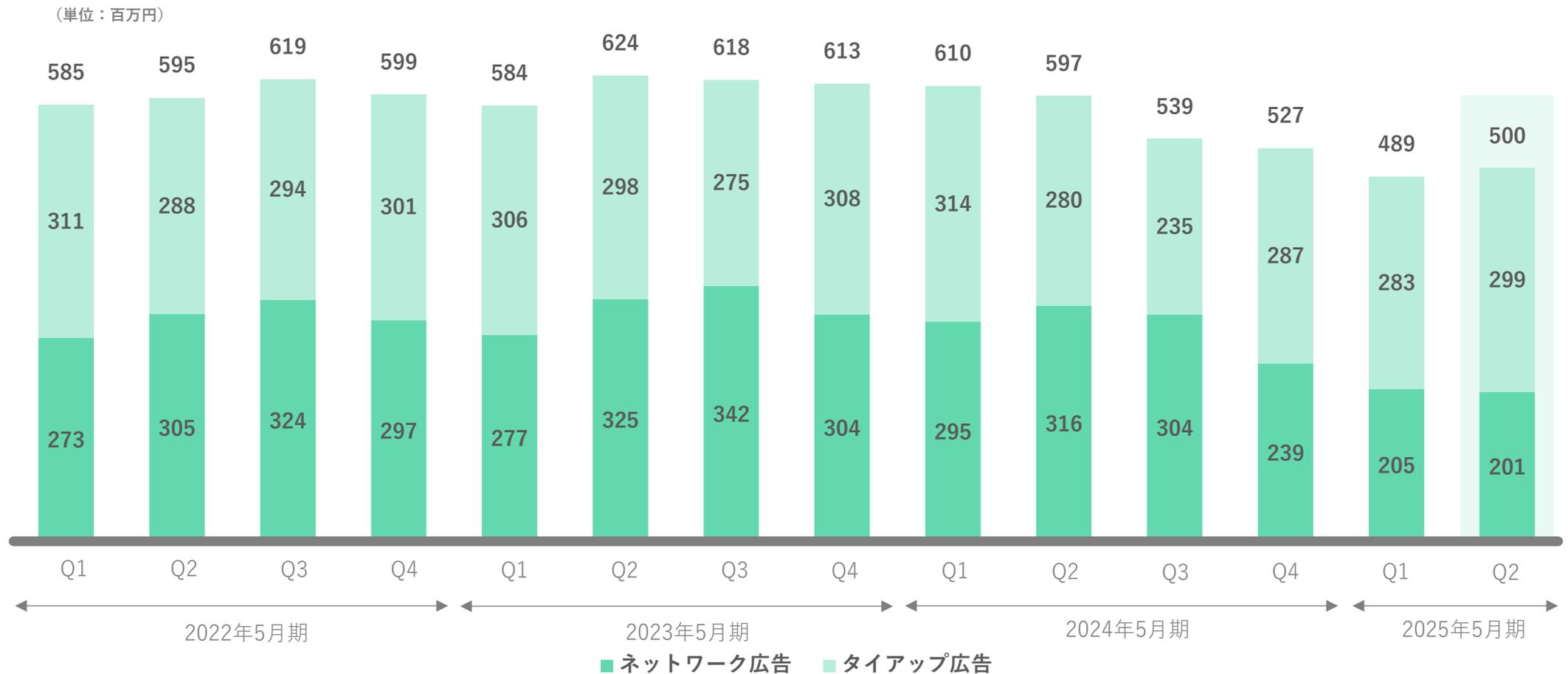


04-1.メディア



メディア：売上高推移

- ネットワーク広告について、PV(ページビュー)数は前四半期より改善したものの、広告市況の影響を受けPV単価が下落したことで、売上高として前四半期比で減少
- 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、前四半期比で売上が増加



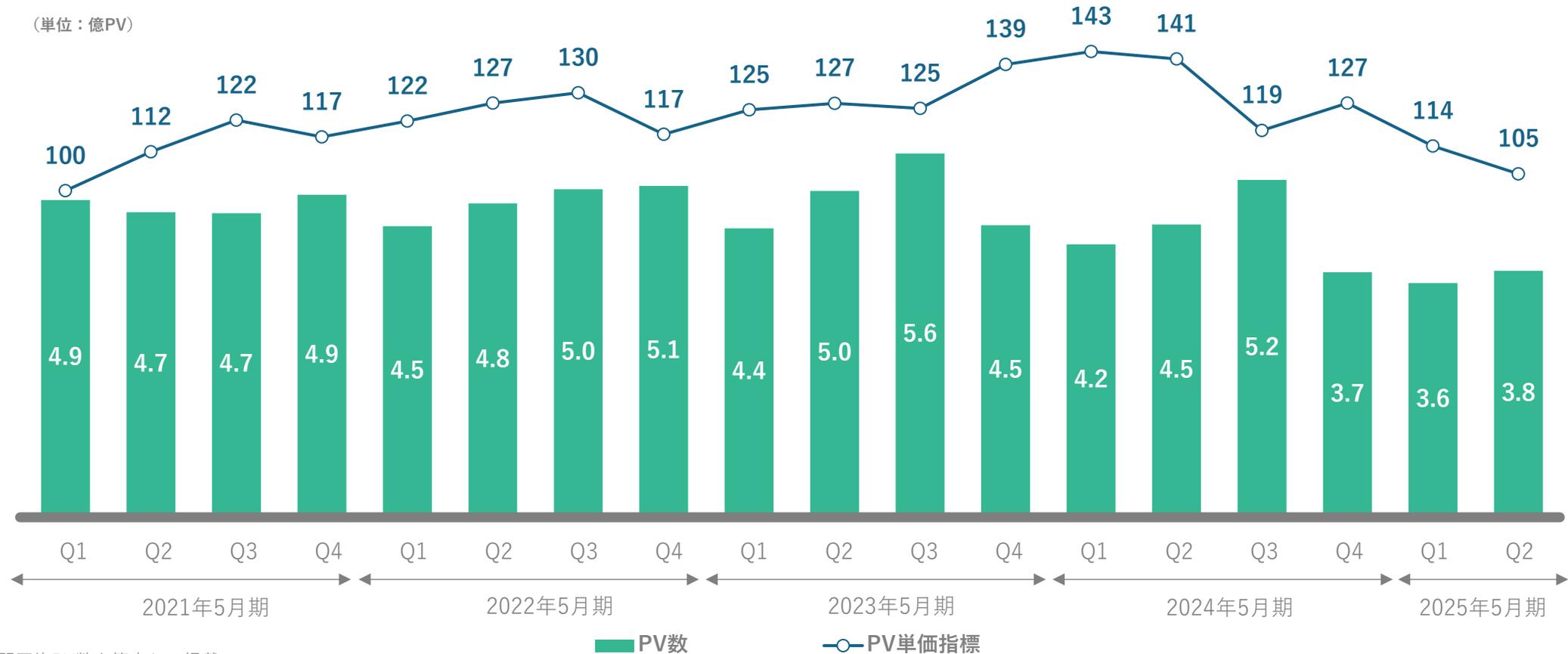
メディア：営業利益率推移

- 主にネットワーク広告の売上高が減少したことにより、メディアセグメントの営業利益率は前期までと比較して低下
- 広告収入が減少しているのに対して、記事作成コストは固定費的に発生しているため、記事あたりの収益性が悪化。売上向上と同時に工数の見直し含めて改善に取り組んでいる状況



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
- ネットワーク広告の改善について最優先で取り組んでおり、下期に向けて改善を見込む

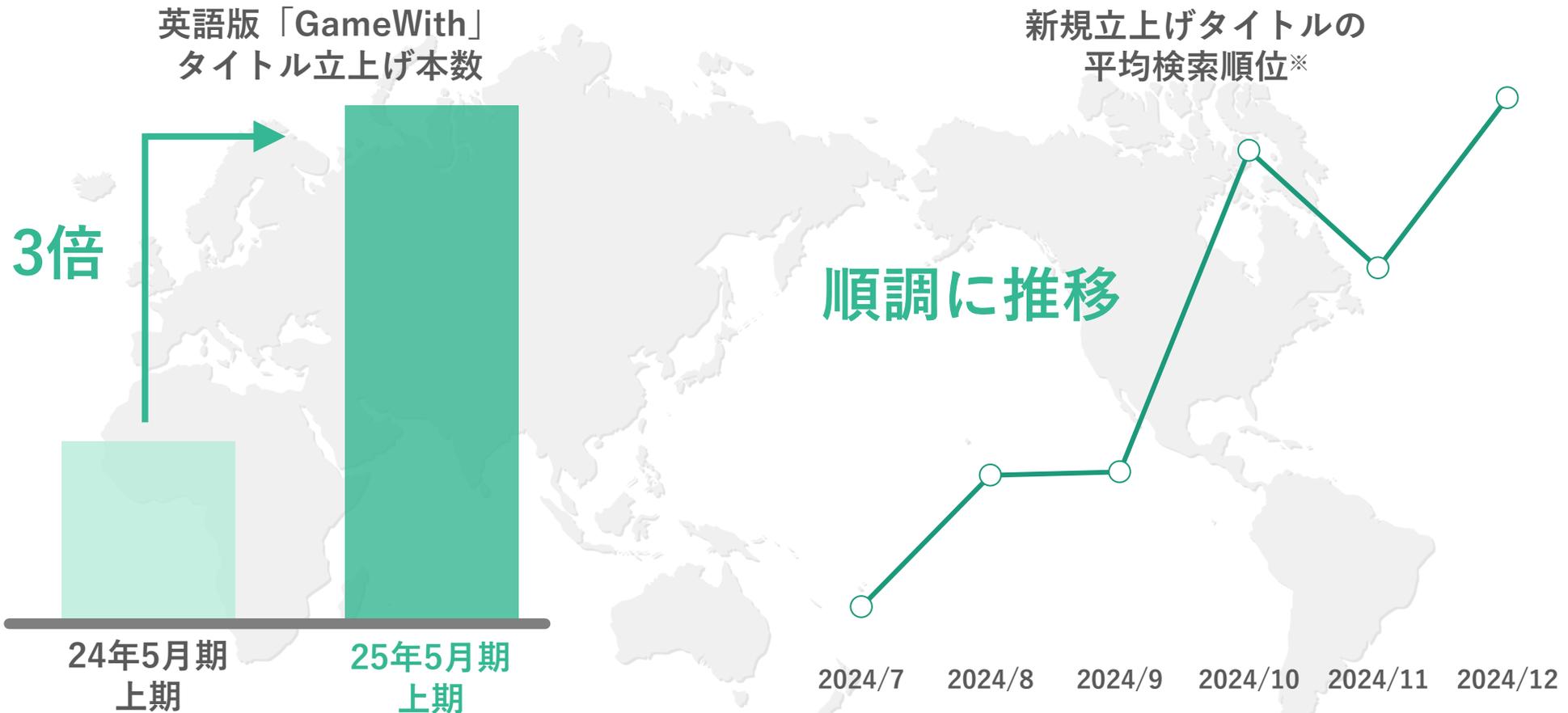


※1 各四半期の月間平均PV数を算出して掲載

※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：グローバル展開の進捗

- 中期経営計画の達成に向けて注力しているグローバル展開について、記事作成人材への投資は順調に進んでおり、新規立上げ本数は前年と比較して増加。平均検索順位についても順調に推移
- 一方で、トラフィックについては依然として少ない状況であり、利益への影響は限定的。引き続き注力し、大型タイトル等での検索順位獲得により中長期的な成長を目指す

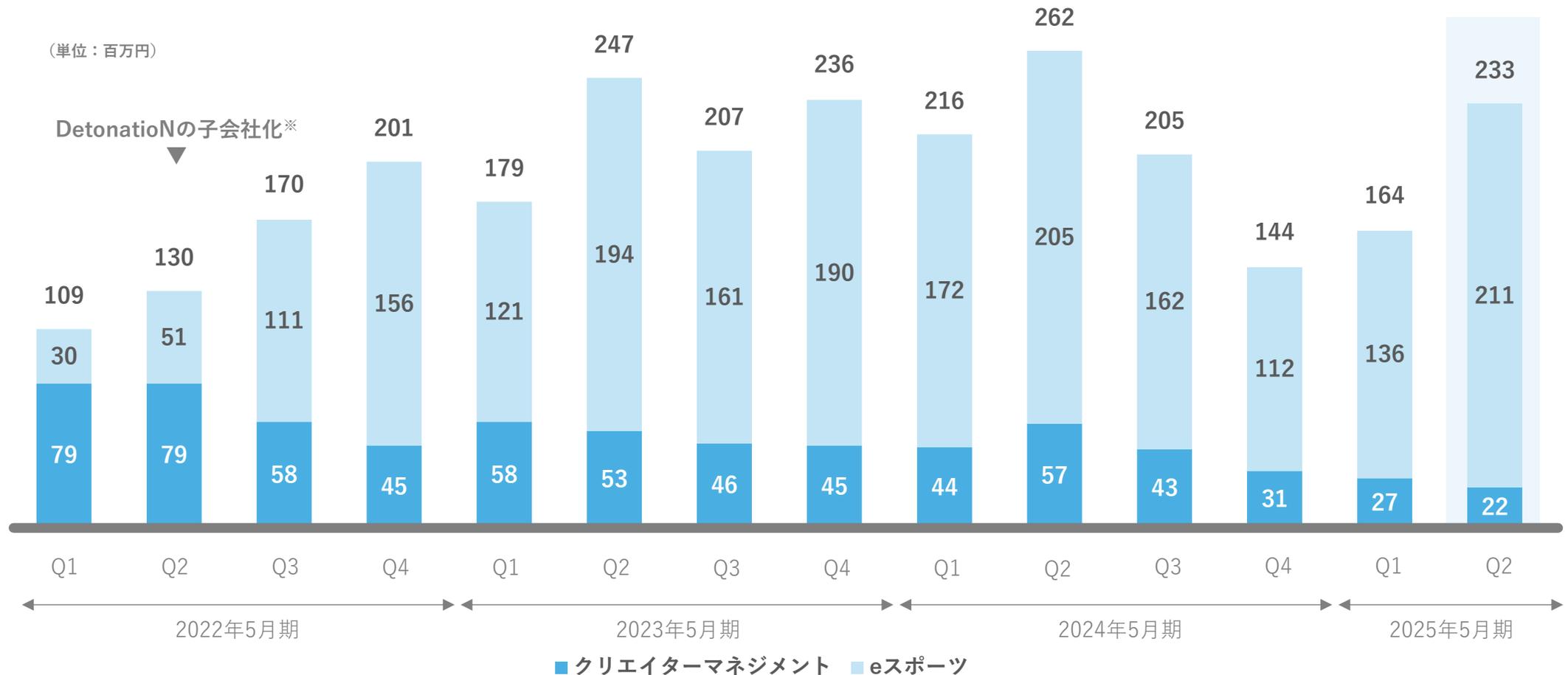


04-2. eスポーツ・エンタメ



eスポーツ・エンタメ：売上高推移

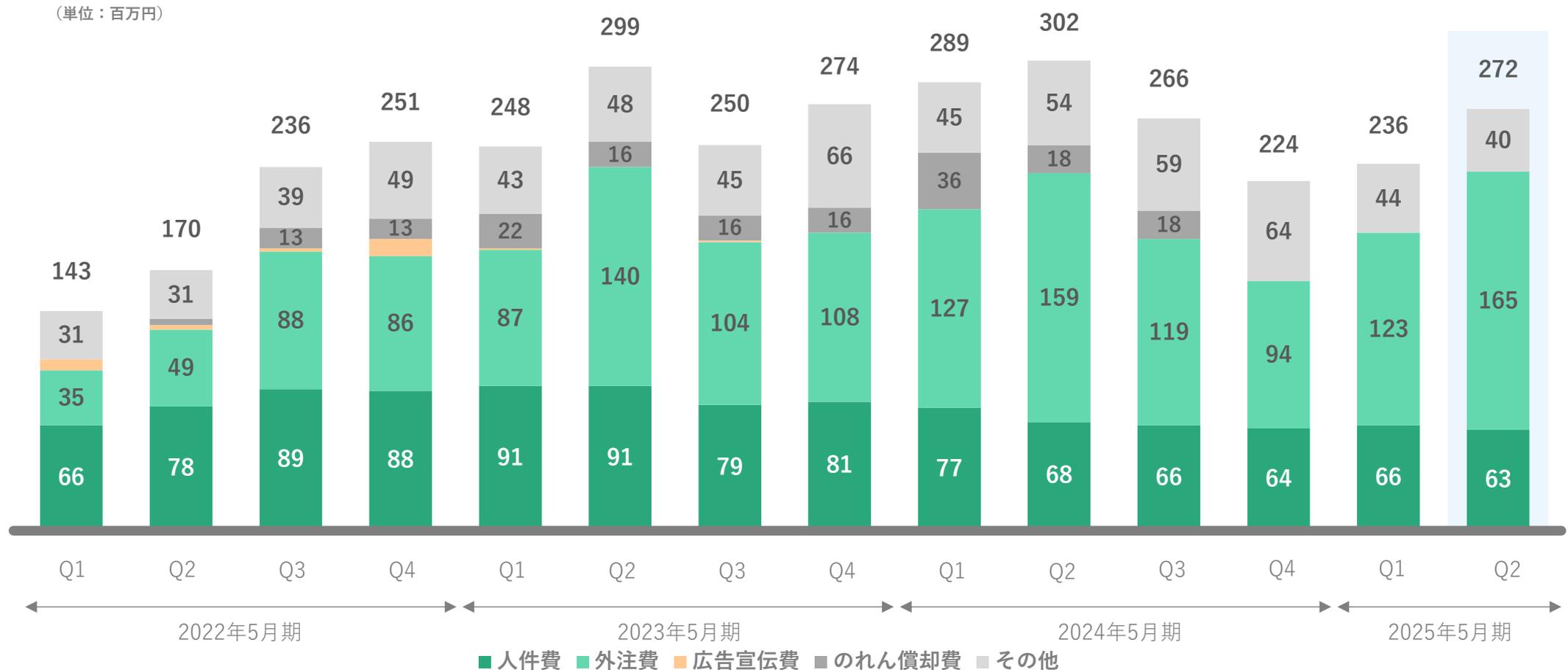
- eスポーツについて、新規スポンサーの獲得やVALORANT部門におけるデジタルグッズ収益分配等により、前年同期比で売上高が増加
- 今後も売上高としては成長していく想定であり、注力領域として引き続き取り組んでいく
- eスポーツを除くクリエイターマネジメントについては、縮小していく方針



※ 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

eスポーツ・エンタメ：コスト構造

- 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

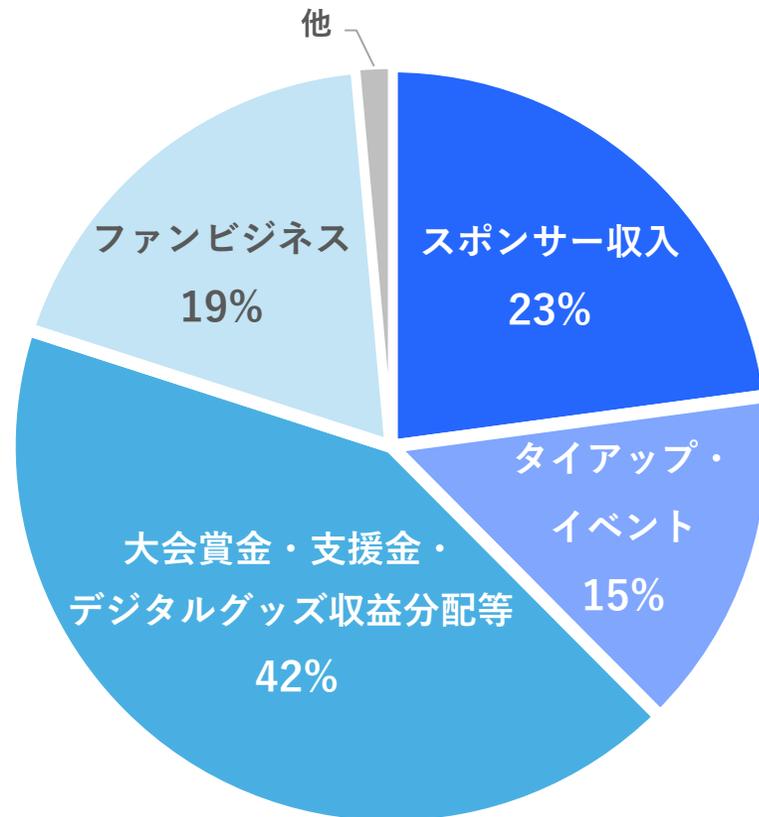


※ 2023年5月期第1四半期および2024年5月期第1四半期は、DetonationNの株式を追加取得したため、のれん償却費が一時的に増加

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・エンタメ：新規スポンサーの獲得

- 2024年10月以降で新規スポンサー5社を発表。VALORANT部門の好調などが寄与



eスポーツ：VALORANT部門の好調

主力のVALORANT部門が好調
 参加しているアジアリーグでの活躍が期待できる状況
 チームの勝利が売上高向上につながるため今後の成長も期待

中国・成都で開催されたオフシーズン公認大会
 「VALORANT Radiant Asia Invitational」に出場
 新体制のチームで参加し、強豪チームを破り準優勝

国内チームとして唯一参加、昨年世界王者を含む強豪チームを破り無敗で決勝進出
 決勝戦の動画視聴回数は149万回※1 / 同時視聴者数約29万人※2 (中国国内の数値除く)



スポンサー収入

海外チームの例などでは年間数億円規模のスポンサーも。グローバルで活躍するチームになれば単価の向上が見込める



デジタルグッズ収益分配

今年の実績で合計7,840万ドル(約122億円)がパートナーシップを締結しているチームに分配され、そのうちデジタルグッズ収益が4,430万ドル(約69億円)※3



ファンビジネス

直近開催されたオフラインイベントでのユニフォームやアパレル等のオリジナルグッズの販売は好調

※1 2025/1/8時点の数値 <https://www.youtube.com/watch?v=MVKFT4MXaKs>

※2 「Esports Charts」参照 <https://escharts.com/tournaments/valorant/valorant-radiant-asia-invitational>

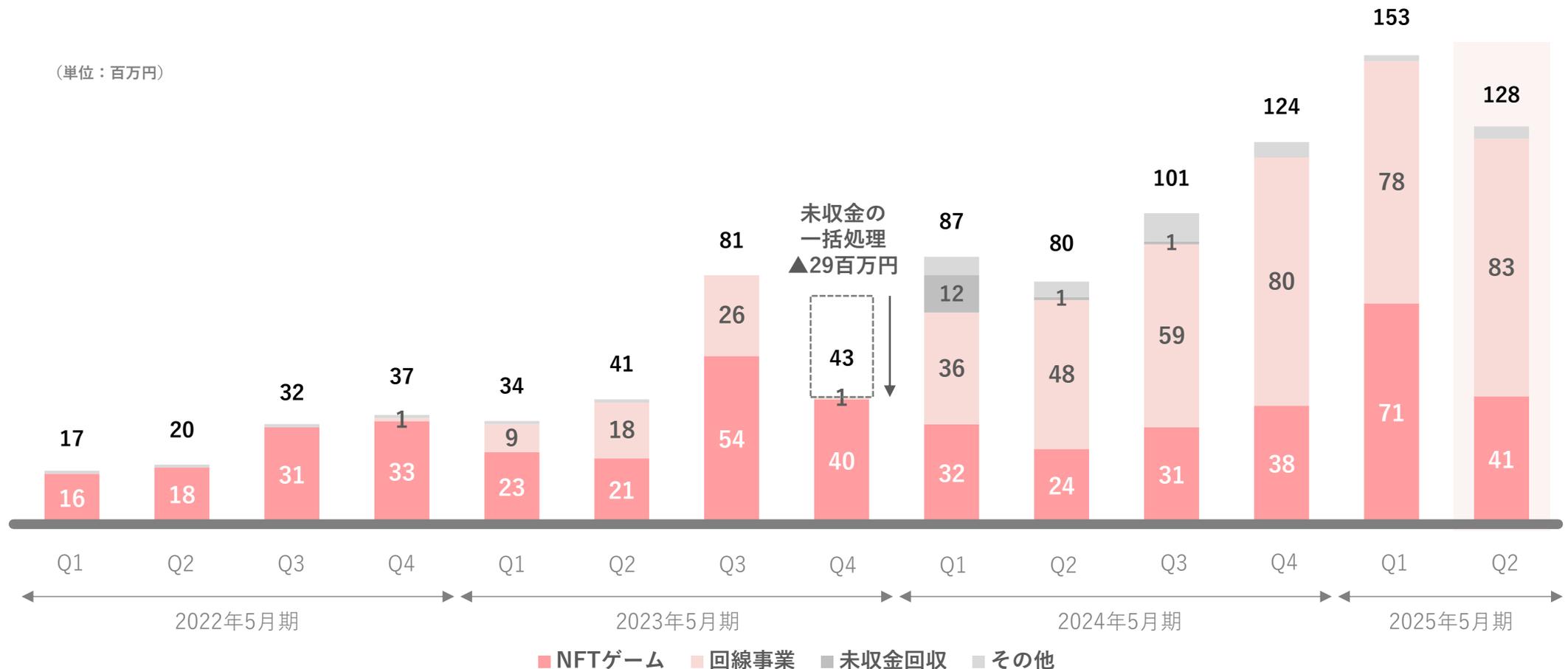
※3 VALORANTのeスポーツ責任者Leo Faria氏のX投稿より <https://x.com/lhfaria/status/1865033534743974357> (1ドル=156円で計算)

04-3. 新規事業(NFT・回線等)



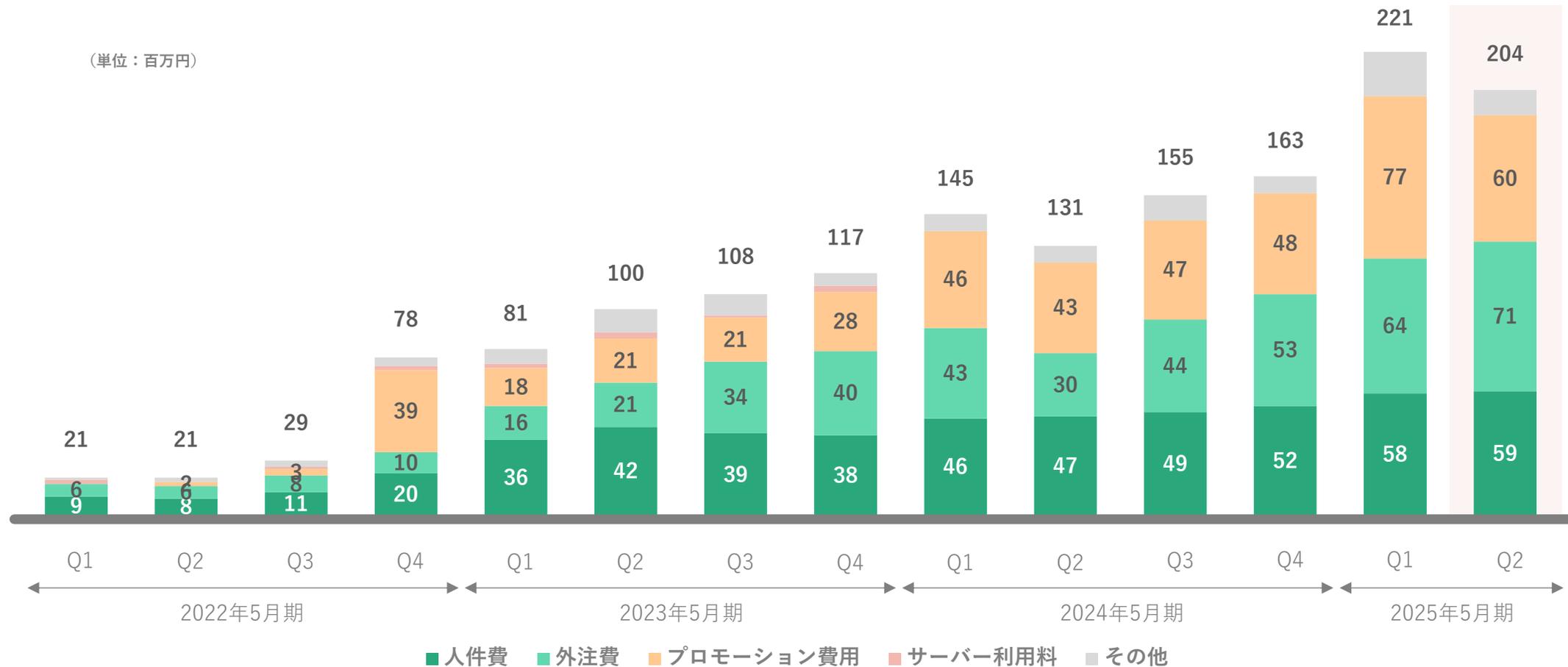
新規事業(NFT・回線等)：売上高推移

- NFTゲーム「EGGRYPTO」について、第1四半期の他社IPコラボの反動で前四半期比では減少したものの、前年同期比では成長
- 回線事業について、引き続きユーザー数は順調に積みあがっており、累計5,000回線を突破。売上高も順調に成長



新規事業(NFT・回線等)：コスト構造

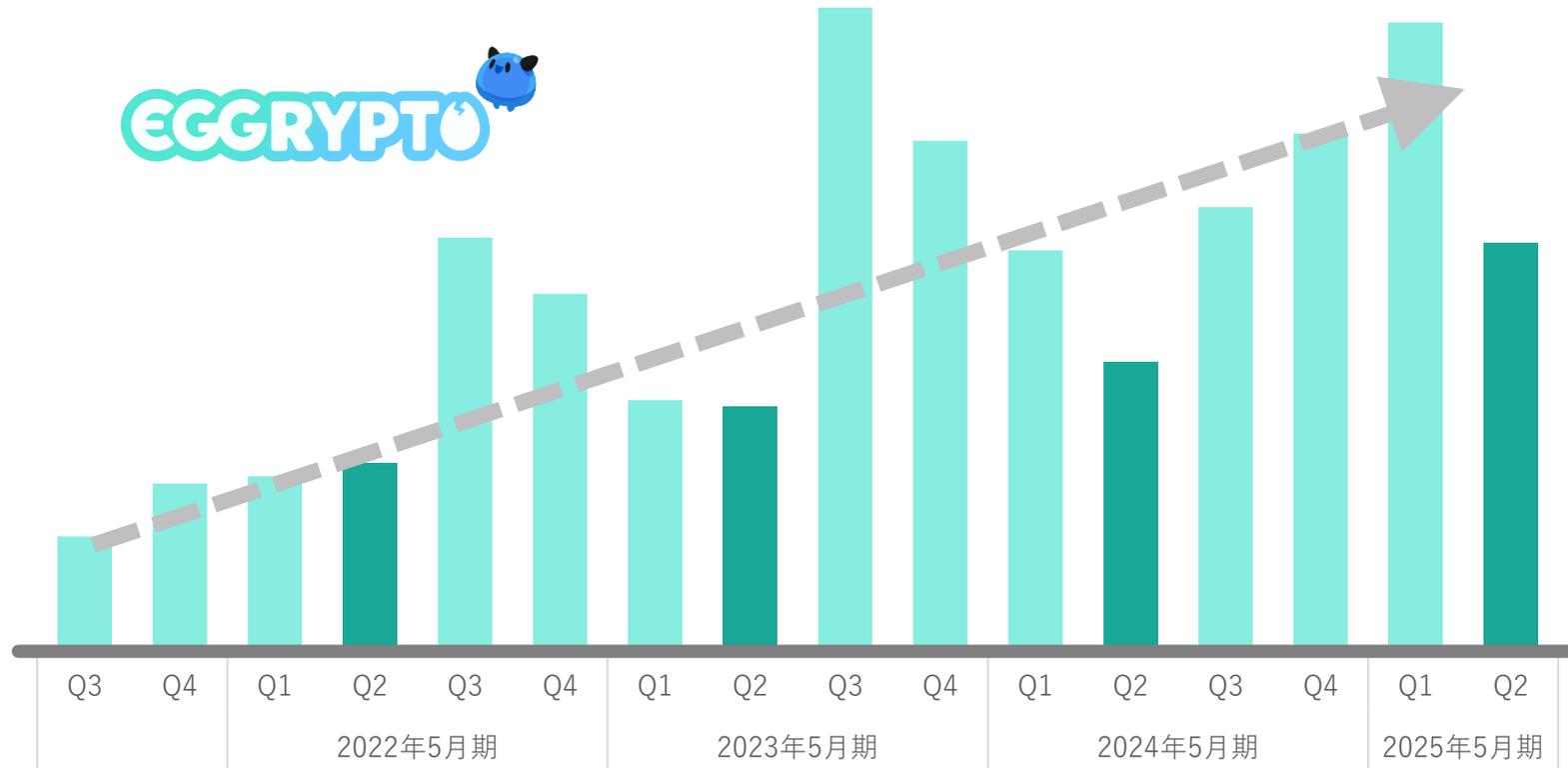
- 新規事業については、中長期的な成長を目指し、プロモーションや人材関連費用に積極的に投資



NFTゲーム：「EGGRYPTO」の概況

- NFTゲーム「EGGRYPTO」は4.5周年を迎えるなか売上成長を維持できており、2024年7月には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。第2四半期の売上高も前年同期比で成長

アプリ売上高推移



2024年7月に月次で過去最高の
売上高を達成
第2四半期の売上高も前年同期比
で成長

NFTゲーム：「EGGRYPTO」トピックス

**NFTゲーム「EGGRYPTO（エグリプト）」4.5周年！
周年記念キャンペーンを開催！**

アプリで簡単に遊べるNFTゲーム「EGGRYPTO（エグリプト）」は、
2024年10月でサービス開始から4.5周年を迎えました。
これを記念して、周年記念キャンペーンを開催いたしました。



**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、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。

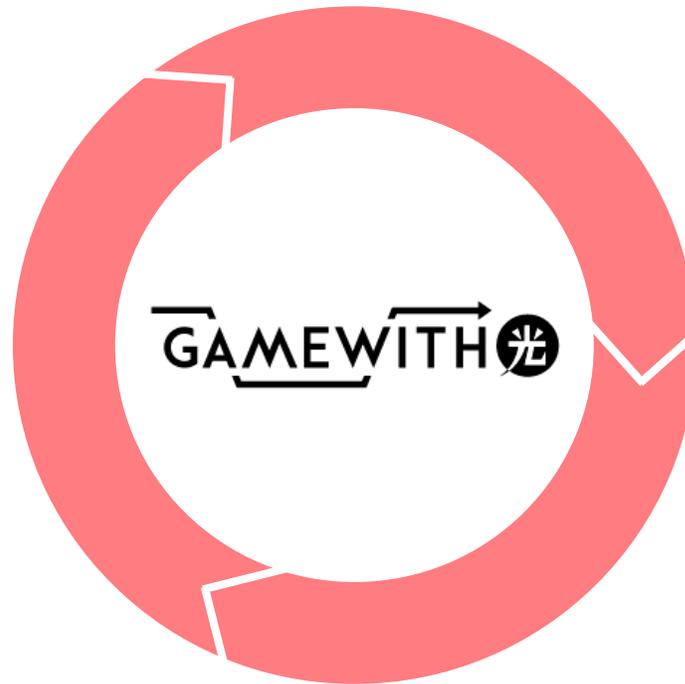


回線事業：「GameWith光」について

- 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

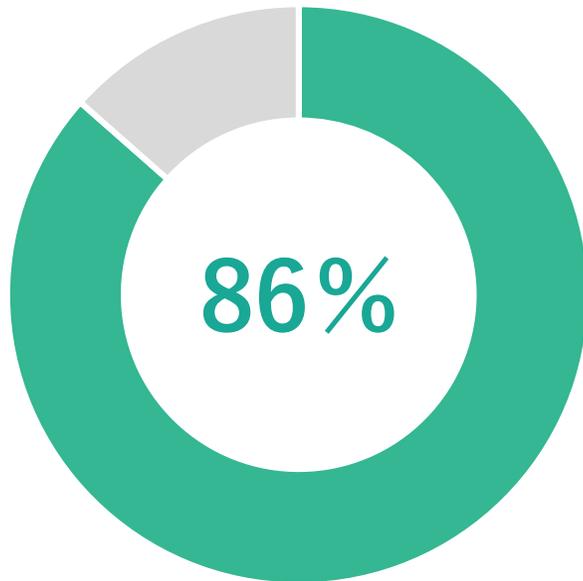
- アルテリア・ネットワークスの回線を利用するため設備投資は不要
- 主なコストはプロモーション費用のみであり、止めれば黒字化は可能
- 現在は中長期的な成長を目指すためユーザー獲得に注力しており、回収可能な範囲で踏み込んでいる状況

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

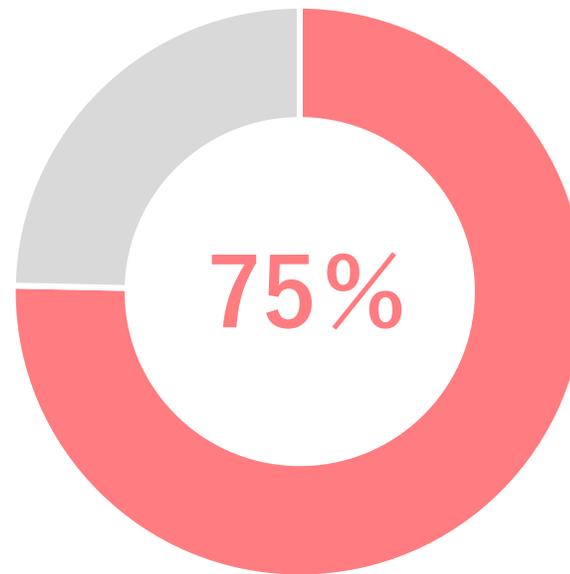


- 調査を行った結果、ゲーマーのうちオンラインでゲームをプレイする比率は86%と多く、そのうち75%以上（4人に3人）が回線を重視しており、68%以上が回線に何らかの不満を感じたことがあるという結果に
- ゲーマーの回線に対する意識が高いことが分かり、ゲーマーに特化した「GameWith光」の市場ポテンシャルも高いといえる

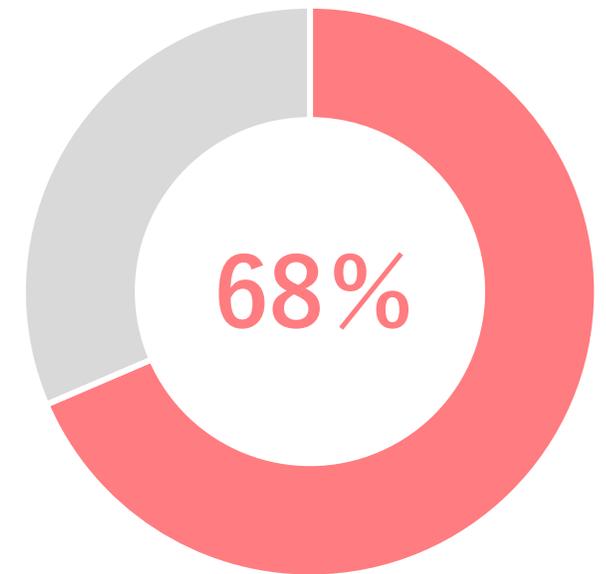
オンラインでプレイする
ゲーマーの比率



回線を重視している
オンラインゲーマーの比率

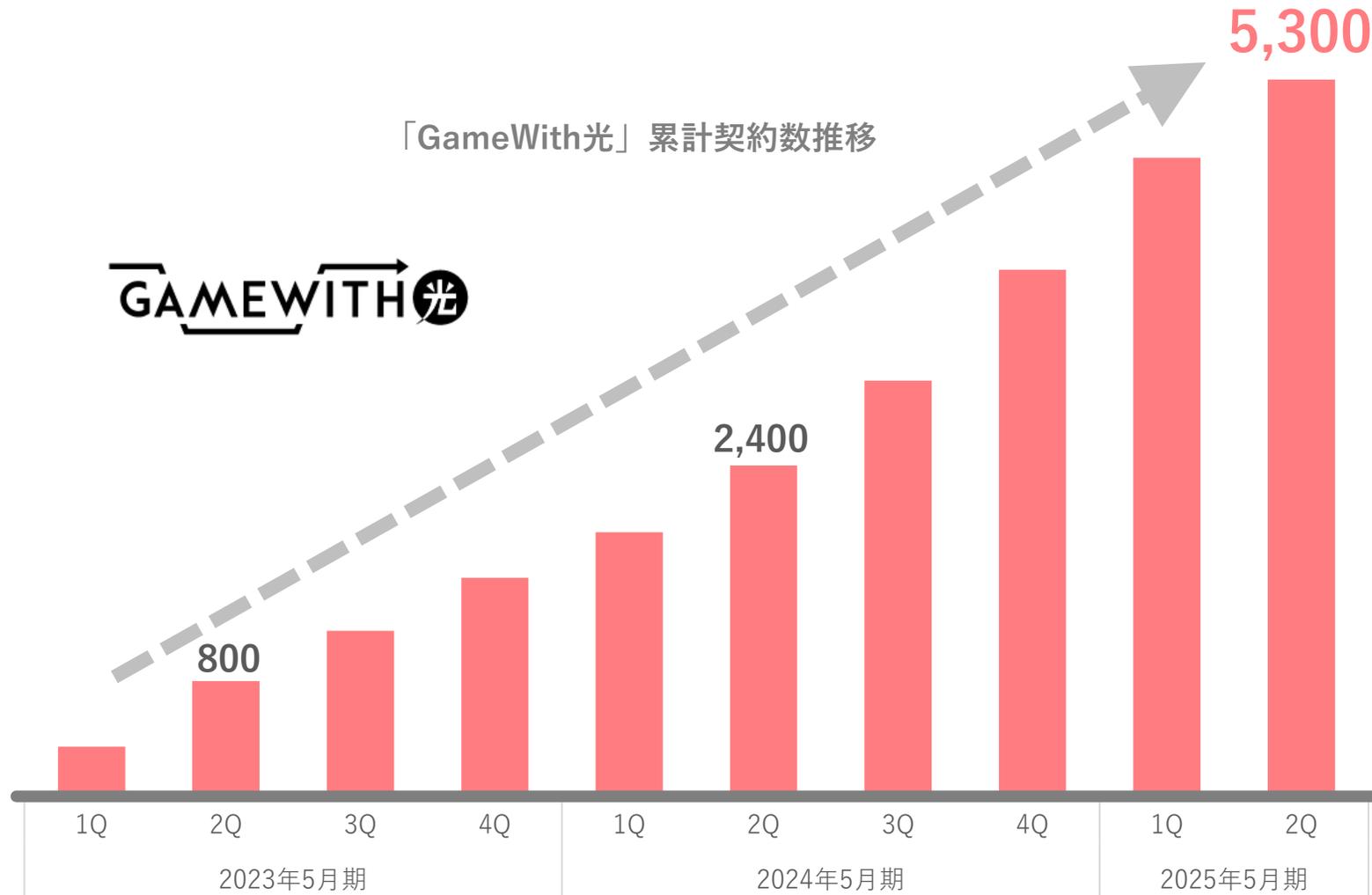


回線に不満を感じたことがある
オンラインゲーマーの比率



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2四半期末において5,300回線を突破



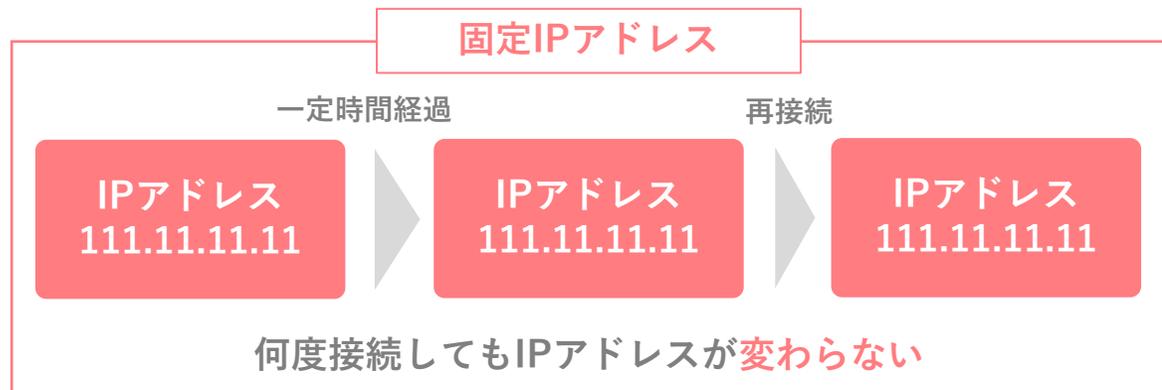
ゲームに特化かつ高品質という
ポジショニングを活かし、
ユーザー数は順調に成長

■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

回線事業：固定IPアドレスの提供サービス開始

- オンラインゲームをプレイするうえで固定IPアドレスが必要なケースや、自身でサーバーを公開しほかプレイヤーを招待してプレイしたいといったニーズ等に応えるため、固定IPアドレスの提供サービスを新規で開始
- 今後も関連サービスの展開を推進し、顧客単価の向上を狙っていく



- サービス名称
固定IPサービス
- 販売開始日
2025年1月9日（木）10:00～
- サービス利用条件
GameWith光 1G or 10Gを利用している契約者
- 固定IPサービス利用のメリット
 1. 安定した接続
従来の可変IP方式と比較して、接続都度IPが変わらないIPが固定化されることで安定した接続が可能
 2. サーバーの構築、スムーズなサーバー運営
固定IPを利用することで自身のサーバーを公開することが可能。固定IPを使用すると他のプレイヤーが同じIPアドレスでサーバーにアクセスすることが可能。これにより、再接続時にIPが変わる問題を回避でき、スムーズなサーバー運営が可能。

05. Appendix（その他・会社概要等）



中期経営計画：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

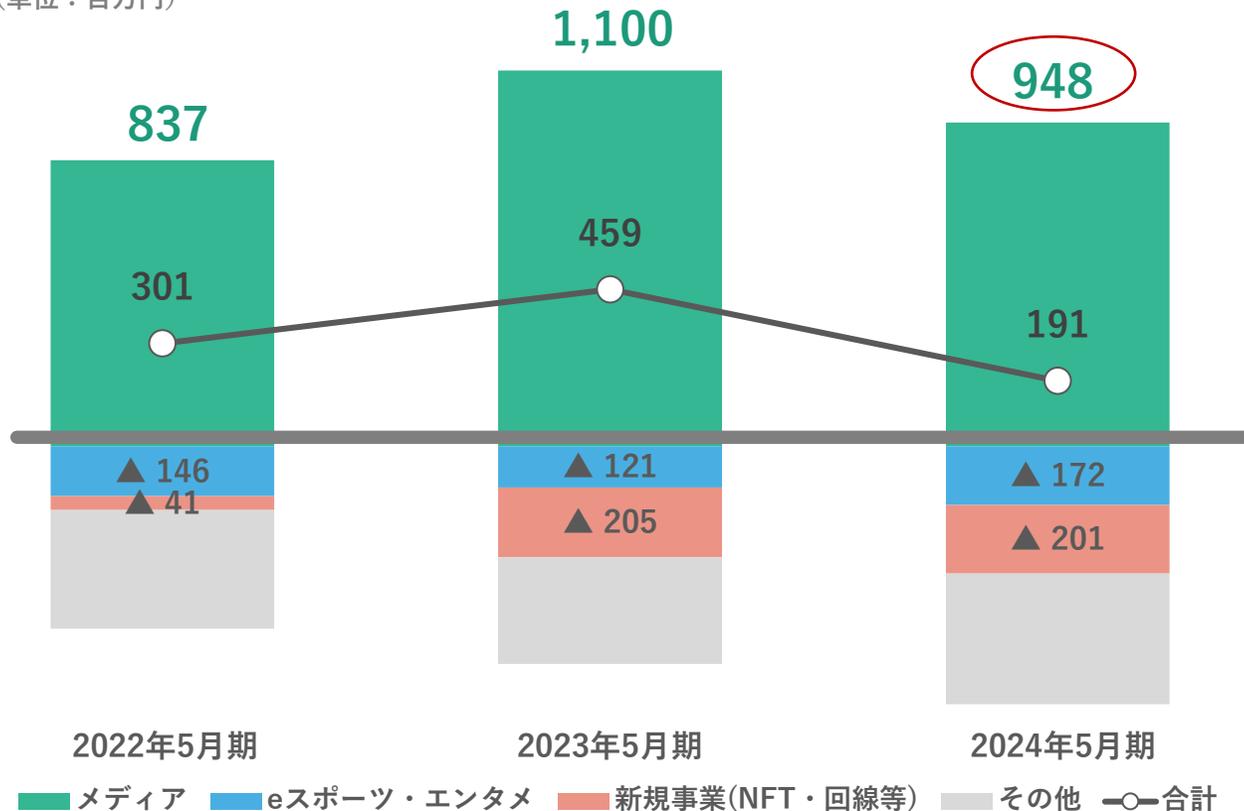
中長期的な企業価値向上に向け、
国内メディアだけにとどまらないゲームに関する総合企業として、
ミッション/ビジョン達成に向けた**収益化の基盤をつくる**

中期経営計画：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

中期経営計画：骨子

現状の経営課題

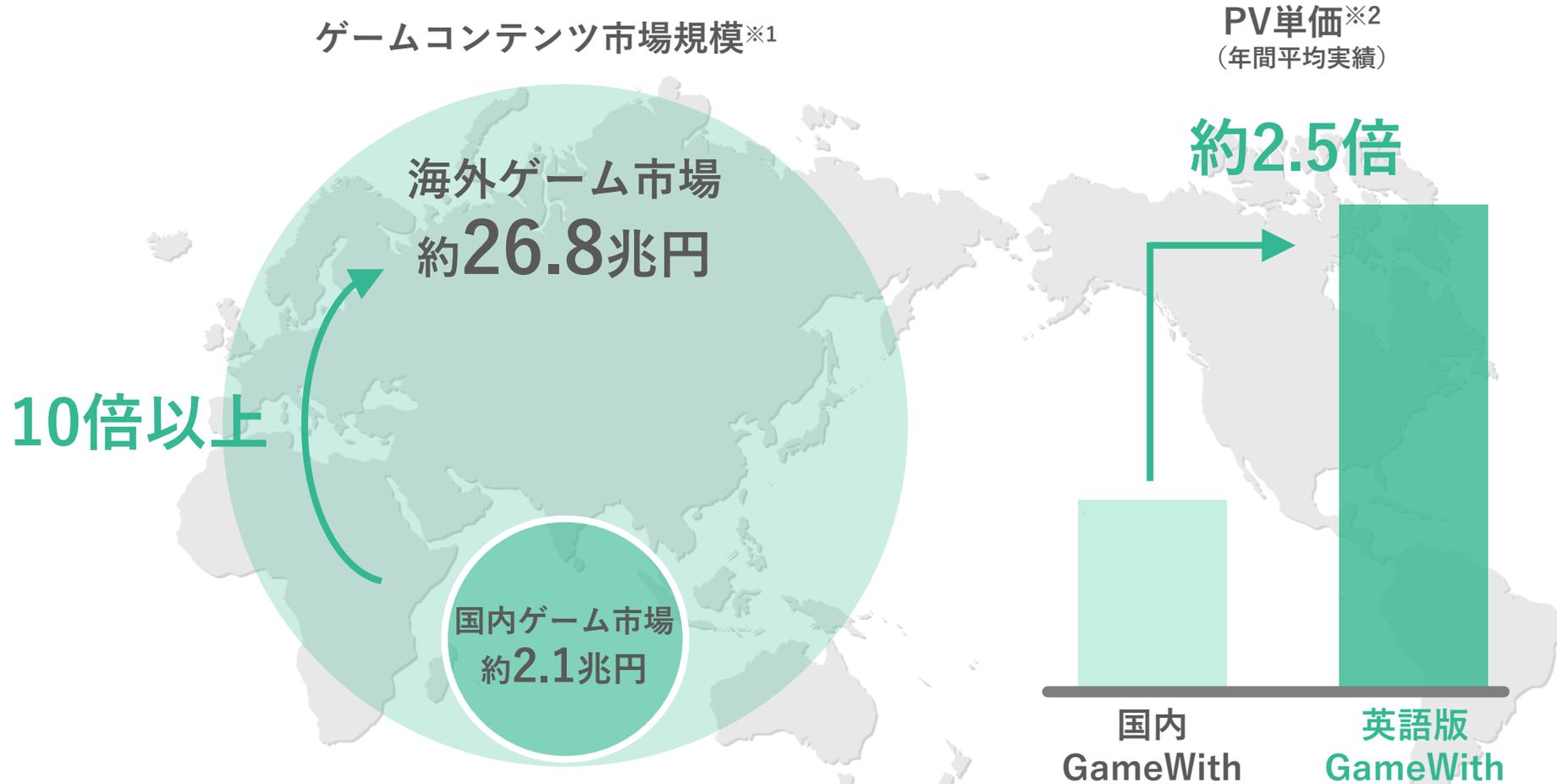
- ✓ メディア事業の成長鈍化への対応
- ✓ メディア事業に次ぐ新規領域の創出と収益化

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：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



※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

中期経営計画：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

中期経営計画：AI活用によるゲーム攻略情報発信の進化

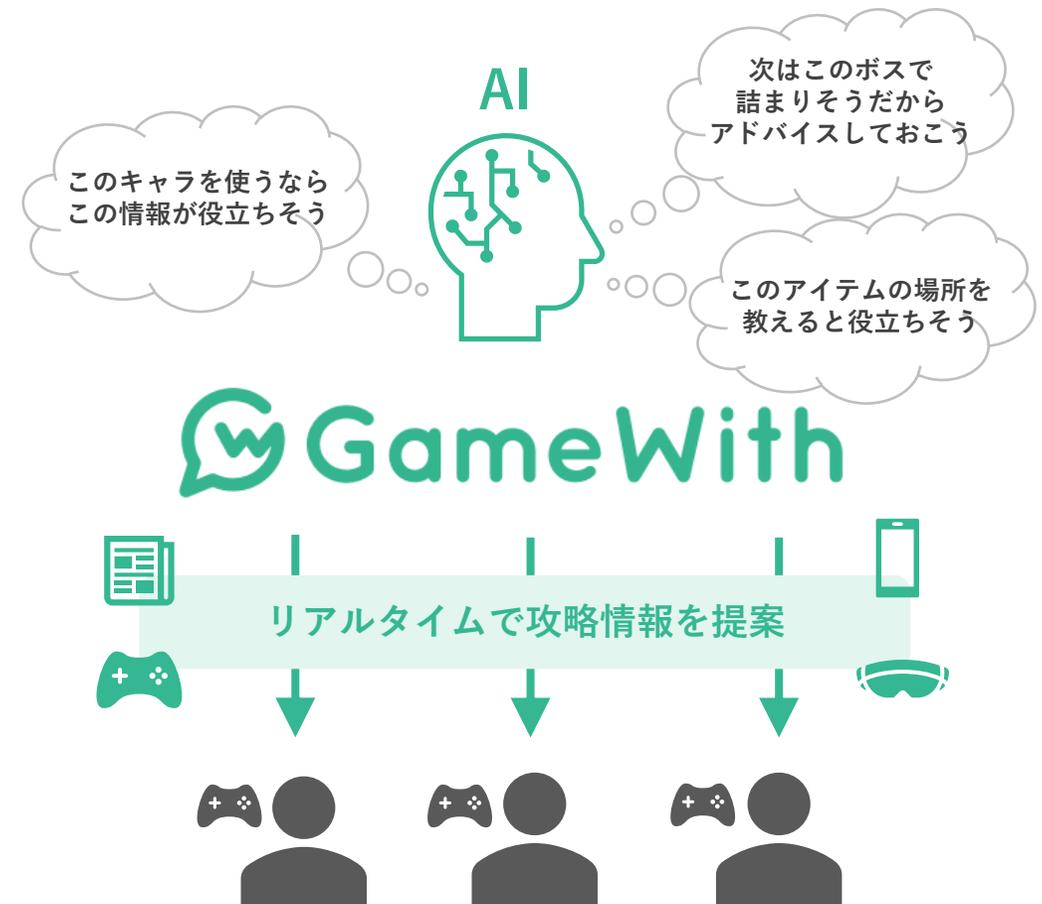
現在のゲーム攻略

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

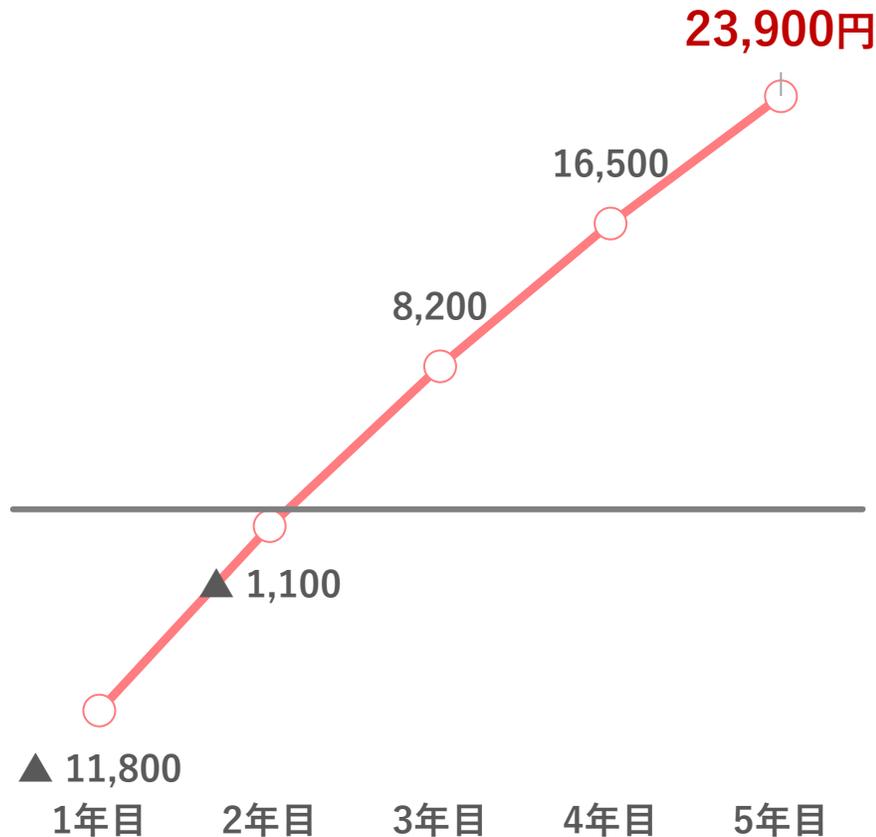
AIを活用してユーザーのゲーム進捗を解析
検索せずともリアルタイムで攻略情報を提案



中期経営計画：回線事業「GameWith光」

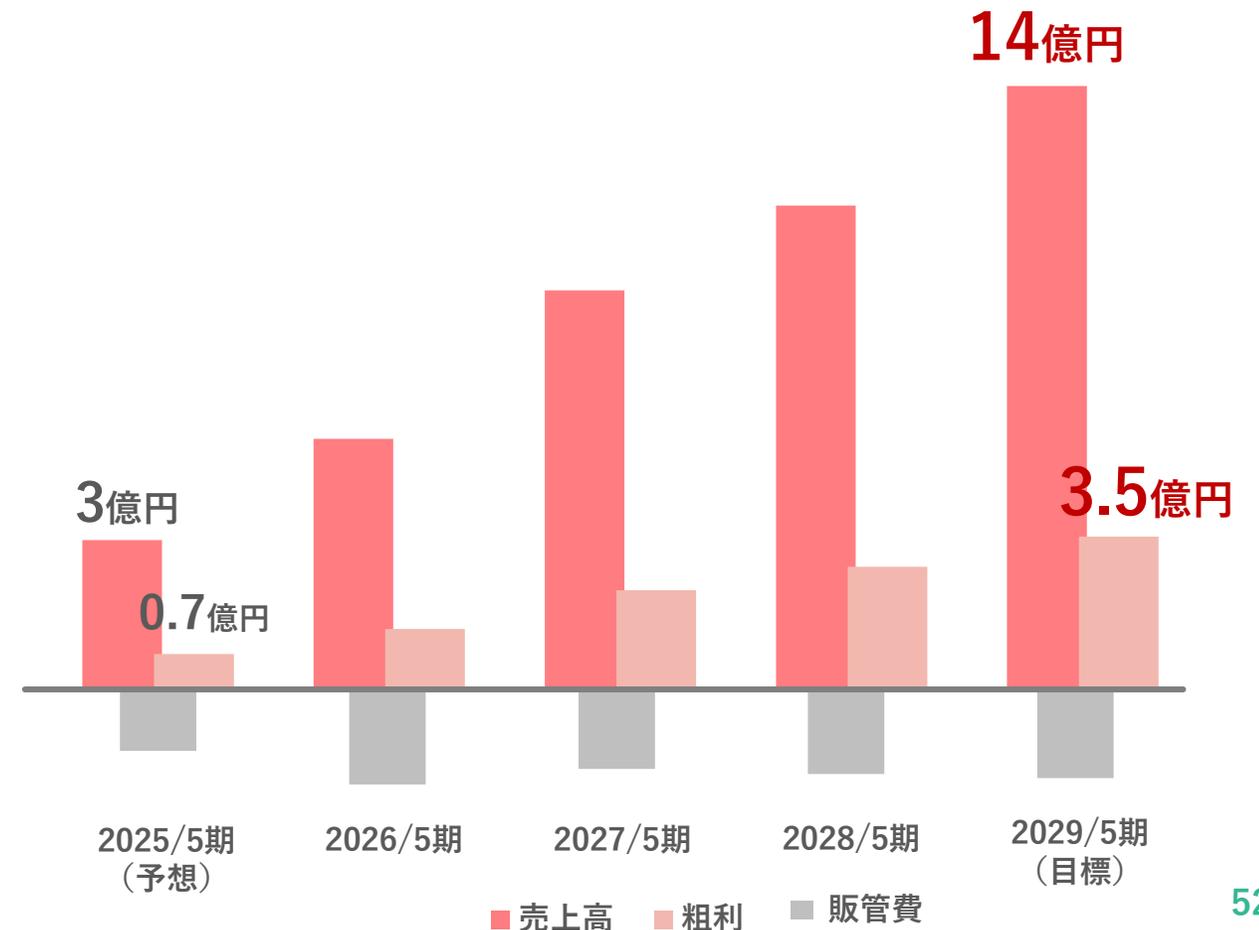
1ユーザーあたりの平均累計利益

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



中期経営計画：EGGRYPTO X

NFTゲーム「EGGRYPTO」の実績

売上高は4.5周年を迎え順調に成長

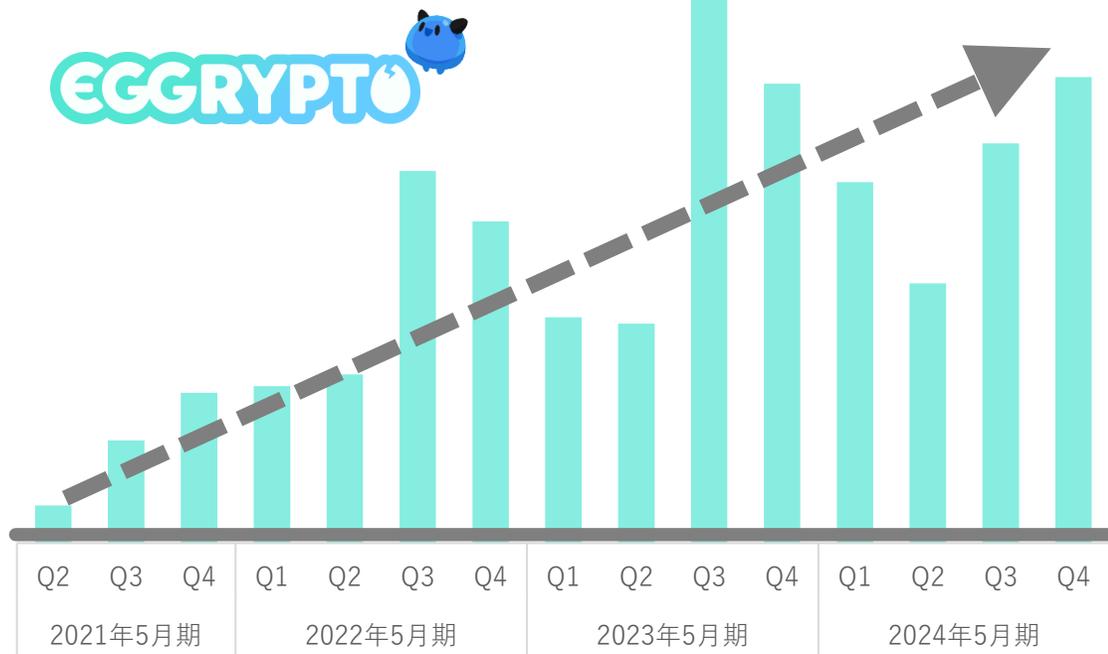
新規ユーザーの30日ARPU

約500円

累計ダウンロード数

200万超

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

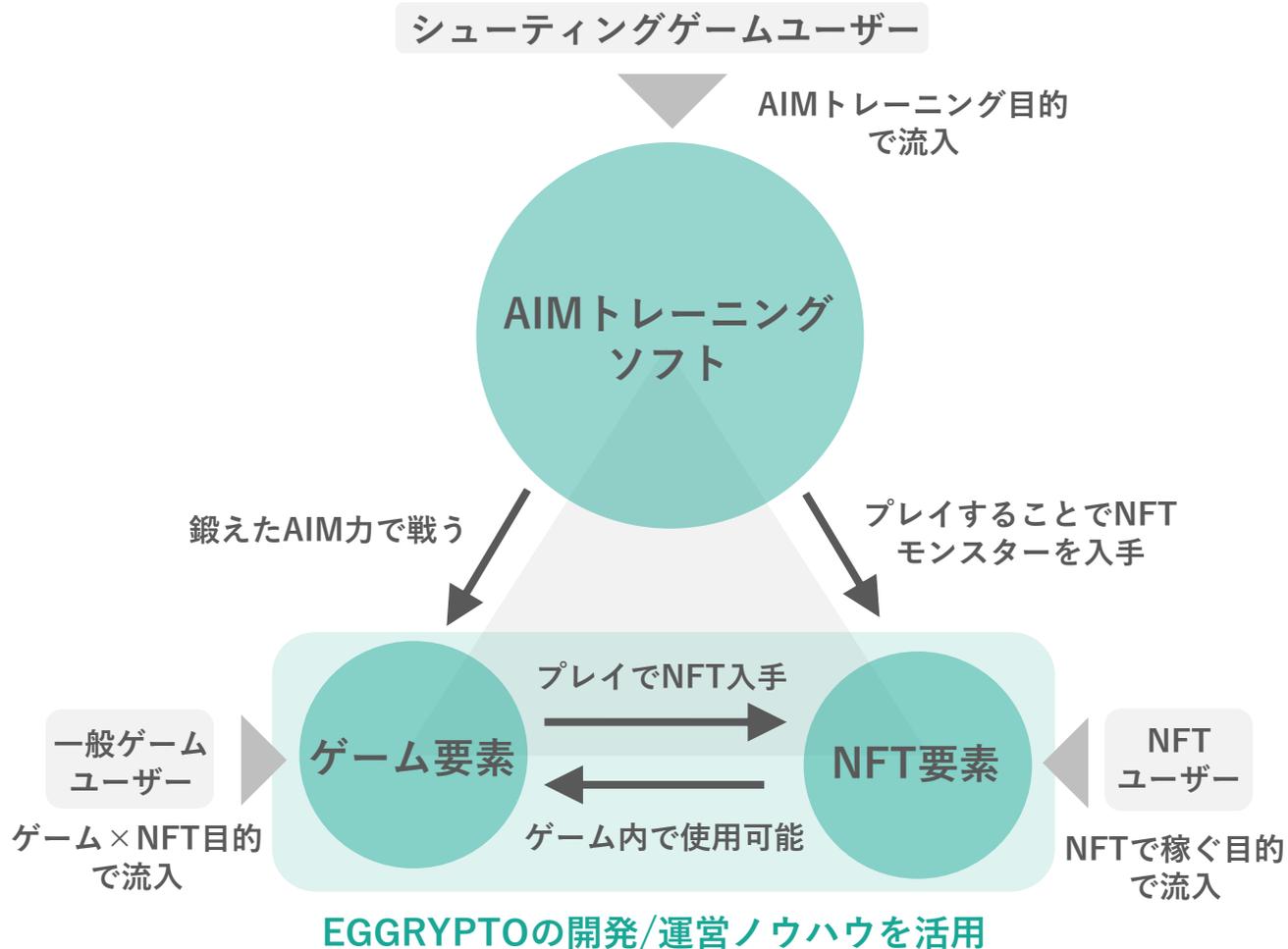


※開発中のゲームイメージ



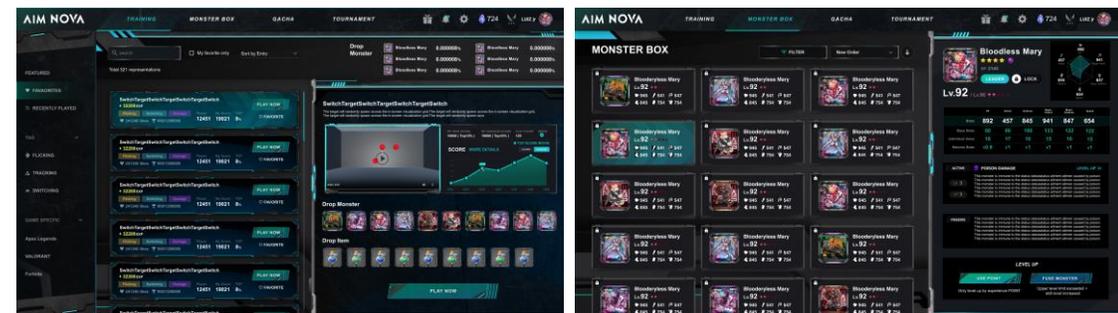
中期経営計画：AIM NOVA

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

中期経営計画：eスポーツ

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

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

▼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

戦略
方針

VALORANT部門のチーム強化

地方自治体との連携強化と 地方創生の取り組み

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

機会

- 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

- 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

- 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

マネ
タイ
ズ

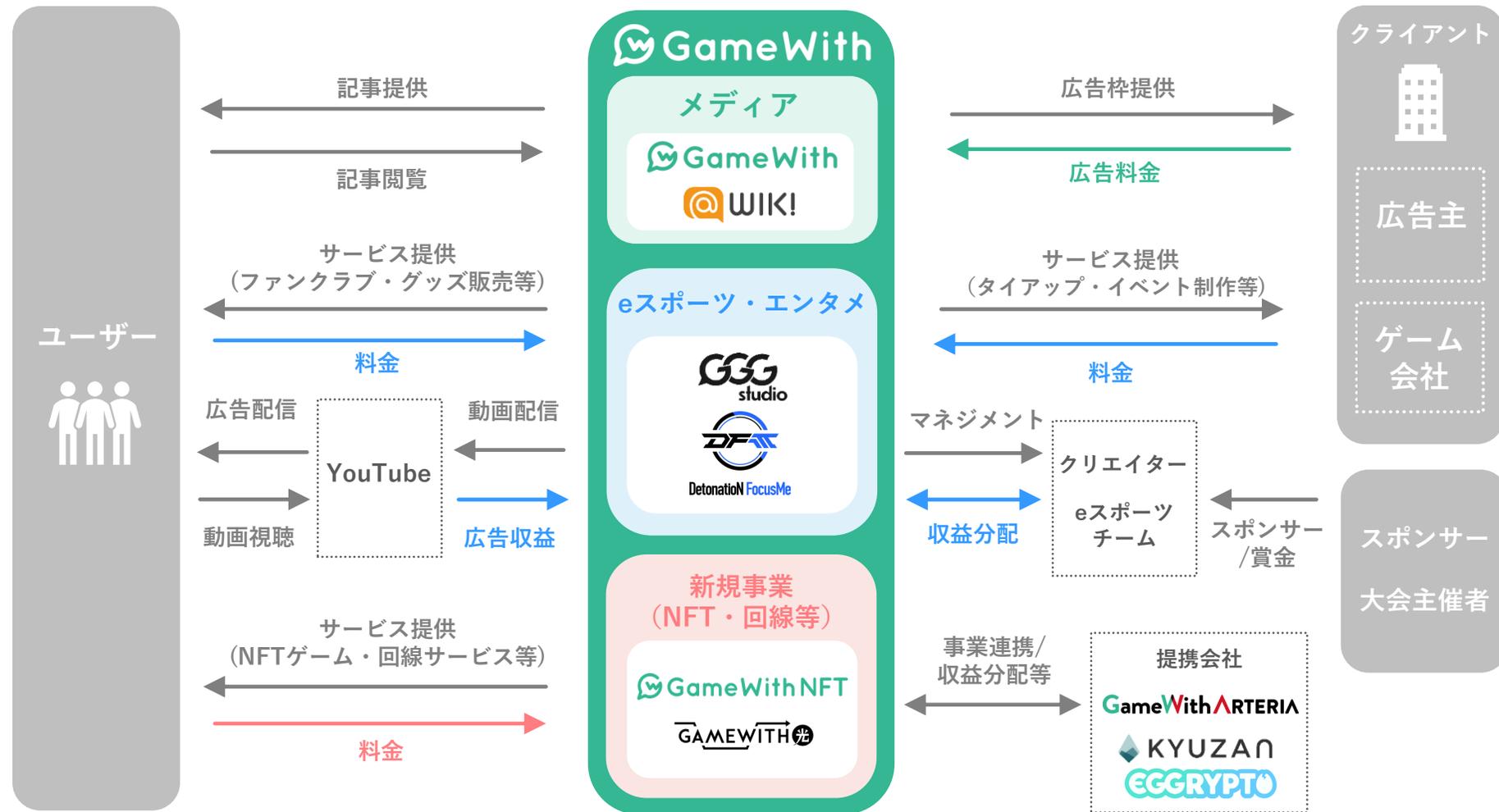
大会賞金、支援金、デジタルグッズ収益分配、グッズ販売、スポンサー収入増 etc.

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.

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.

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

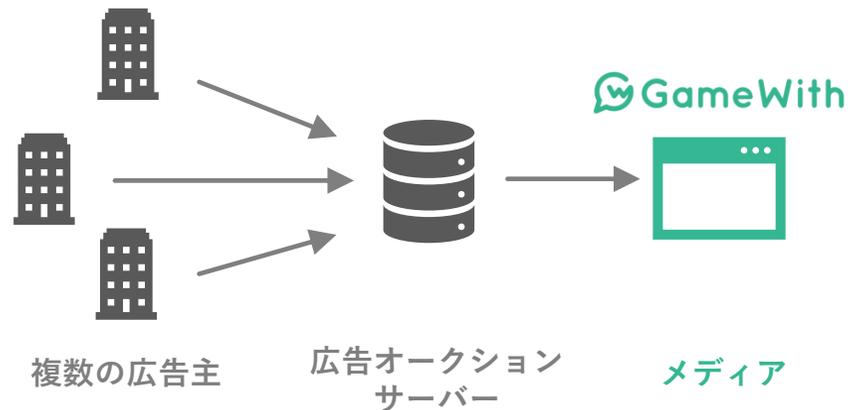


ビジネスモデル：メディア

- 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

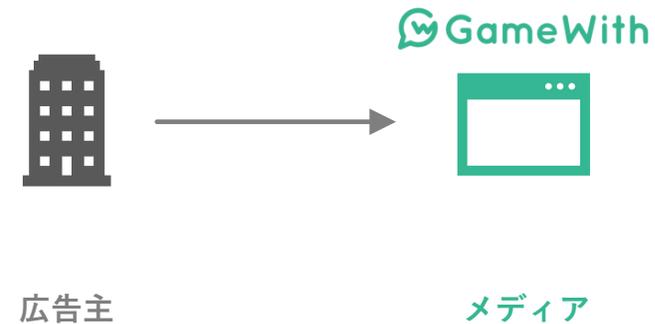
- 国内最大のPV（ページビュー）数を誇るゲームメディアを運営
- 広告マネタイズチームを自社運営し、安定して高い広告単価を実現

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

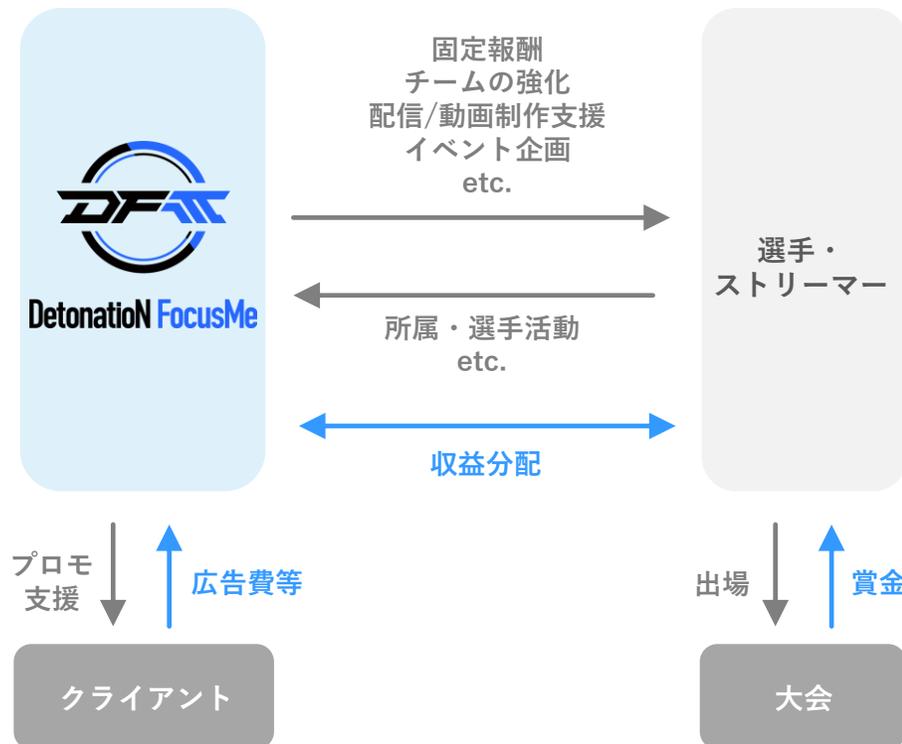
ビジネスモデル：eスポーツチーム運営

- 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



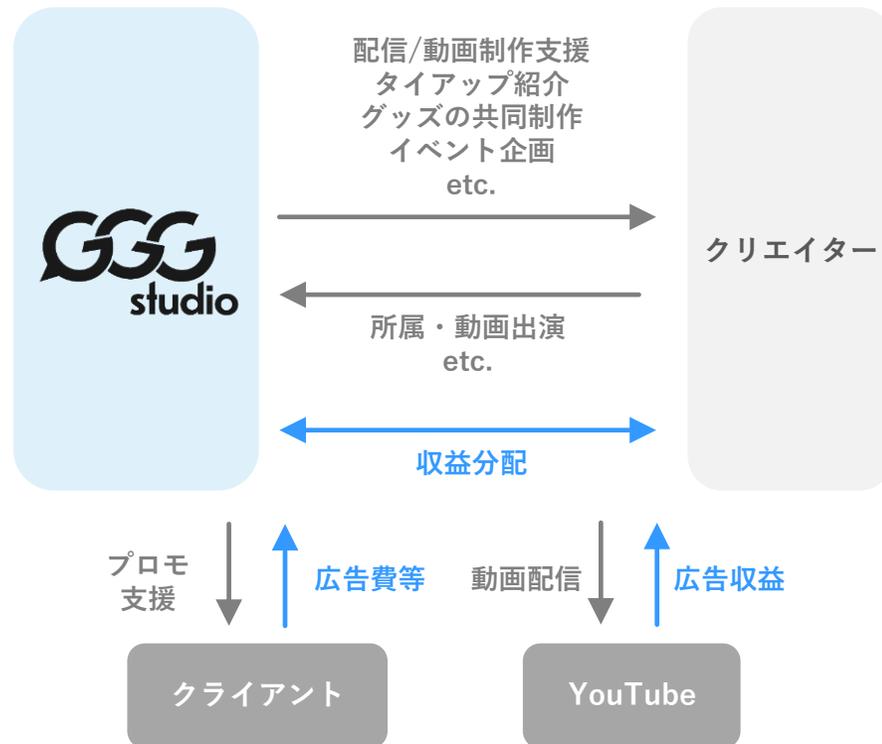
ビジネスモデル：クリエイターマネジメント

- 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

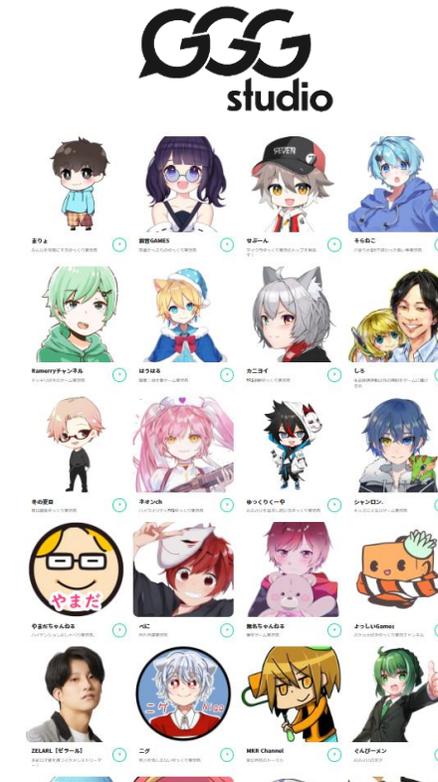
クリエイター単独では難しい分野について組織としてサポート
クリエイターとレベニューシェアするモデル



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

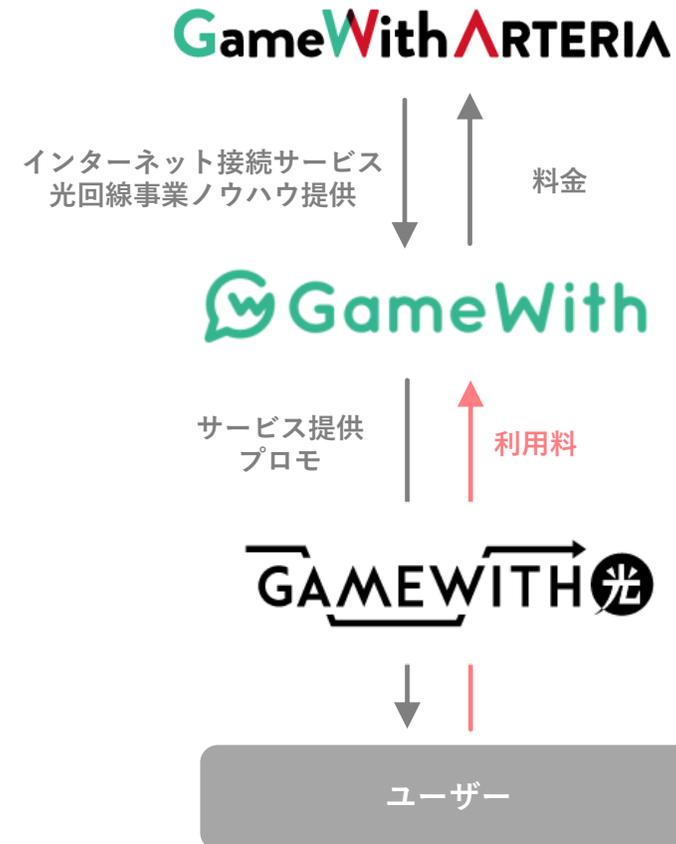
NFTゲーム「EGGRYPTO」

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5月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	712	746	822	838	798	913	907	893	914	940	846	796	807	863
(前年比)					+12.0%	+22.5%	+10.2%	+6.5%	+14.5%	+2.9%	▲6.7%	▲10.8%	▲11.7%	▲8.2%
コスト	660	661	713	784	754	789	734	773	820	833	821	831	903	916
人件費	391	391	401	408	420	403	381	386	398	394	403	400	415	412
外注費	95	103	148	151	156	208	177	187	238	259	239	224	293	324
広告宣伝費	32	21	7	51	22	24	24	31	21	21	17	20	26	33
地代家賃	28	29	34	25	19	19	19	22	25	24	25	25	25	25
サーバー利用料	24	25	25	25	27	30	28	28	25	27	27	26	26	24
その他費用	88	89	94	121	108	102	103	117	111	105	108	133	115	94
EBITDA	52	85	109	53	43	124	172	119	93	106	25	▲34	▲96	▲53
(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%	▲6.2%
(前年比)					-16.7%	+45.9%	+56.8%	+122.6%	+115.1%	▲14.0%	▲85.3%	▲128.8%	▲202.5%	▲150.0%
減価償却費	10	11	11	9	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6
のれん償却費	6	11	19	20	29	22	22	23	43	25	25	6	6	6
営業利益	34	62	78	24	7	95	143	90	44	75	▲6	▲46	▲108	▲66
(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%	▲7.7%
(前年比)					-77.3%	+51.9%	+83.2%	+267.9%	+468.0%	▲20.8%	▲104.2%	▲151.8%	▲343.0%	▲187.9%

※ 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5月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
ALL	712	746	822	838	798	913	907	893	914	940	846	796	807	863
(前年比)					+12.0%	+22.5%	+10.2%	+6.5%	+14.5%	+2.9%	▲6.7%	▲10.8%	▲11.7%	▲8.2%
メディア	585	595	619	599	584	624	618	613	610	597	539	527	489	500
(前年比)					▲0.2%	+5.0%	▲0.3%	+2.4%	+4.5%	▲4.4%	▲12.6%	▲13.9%	▲19.8%	▲16.1%
(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%	58.0%
ネットワーク広告	273	305	324	297	277	325	342	304	295	316	304	239	205	201
タイアップ広告	311	288	294	301	306	298	275	308	314	280	235	287	283	299
eスポーツ・エンタメ	109	130	170	201	179	247	207	236	216	262	205	144	164	233
(前年比)					+63.7%	+89.4%	+21.9%	+17.0%	+20.5%	+6.1%	▲1.0%	▲38.9%	▲24.1%	▲11.1%
(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%	27.0%
eスポーツ	30	51	111	156	121	194	161	190	172	205	162	112	136	211
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	22
新規事業 (NFT・回線等)	17	20	32	37	34	41	81	43	87	80	101	124	153	128
(前年比)					+94.9%	+103.3%	+148.6%	+15.9%	+154.4%	+94.1%	+24.2%	+185.0%	+74.6%	+60.4%
(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%	14.9%
NFTゲーム	16	18	31	33	23	21	54	40	32	24	31	38	71	41
回線事業	0	0	0	1	9	18	26	1	48	49	60	80	78	83
その他	1	1	1	1	1	1	0	0	6	5	9	5	2	4

※ 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5月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
メディア														
売上高	585	595	619	599	584	624	618	613	610	597	539	527	489	500
EBITDA	168	191	242	234	226	287	295	291	281	267	208	189	143	141
営業利益	155	177	228	222	215	277	285	281	272	258	199	179	133	132
(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%	29.3%	28.3%
(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%	27.3%	26.4%
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	233
EBITDA	▲30	▲32	▲49	▲33	▲43	▲33	▲24	▲19	▲33	▲19	▲40	▲79	▲69	▲36
営業利益	▲33	▲39	▲66	▲50	▲68	▲51	▲42	▲38	▲72	▲40	▲60	▲80	▲71	▲38
新規事業 (NFT・回線等)														
売上高	17	20	32	37	34	41	81	43	87	80	101	124	153	128
EBITDA	▲3	▲1	3	▲40	▲47	▲58	▲26	▲73	▲58	▲50	▲53	▲38	▲68	▲75
営業利益	▲3	▲1	3	▲40	▲47	▲59	▲26	▲73	▲58	▲50	▲54	▲39	▲68	▲75
その他調整額														
EBITDA	▲82	▲72	▲86	▲106	▲91	▲70	▲71	▲78	▲96	▲91	▲89	▲106	▲101	▲83
営業利益	▲83	▲73	▲87	▲107	▲92	▲71	▲72	▲79	▲96	▲91	▲90	▲106	▲101	▲83

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

BS推移

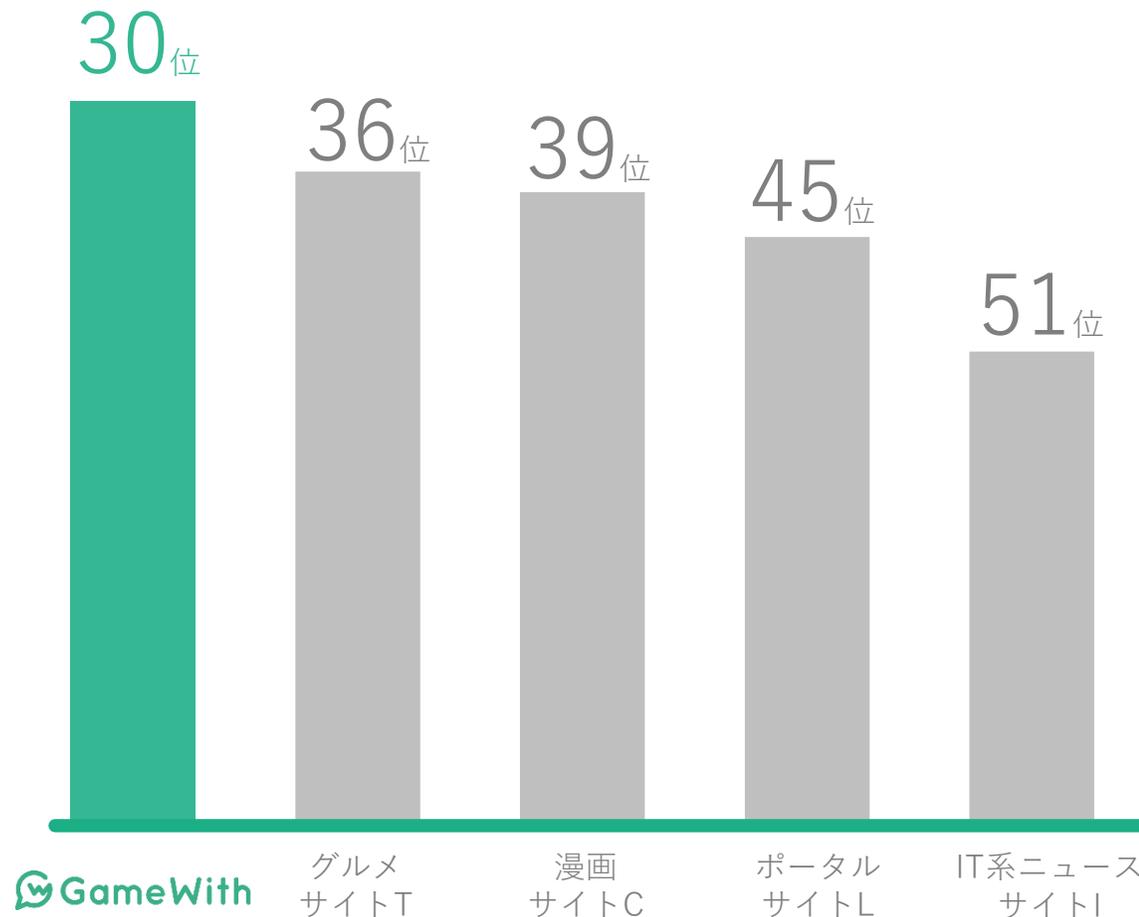
(単位：百万円)

	2024年5月期/期末	2025年5月期/2Q	増減額
資産合計	3,884	3,504	▲379
流動資産	3,363	2,986	▲377
（現金及び預金）	2,828	2,314	▲514
固定資産	520	518	▲1
有形固定資産	52	48	▲3
無形固定資産	18	17	▲0
投資その他の資産	450	452	1
負債合計	963	773	▲189
流動負債	892	746	▲146
固定負債	70	27	▲43
純資産合計	2,920	2,730	▲189
負債純資産合計	3,884	3,504	▲379
（自己資本比率）	75.2%	77.9%	—
（流動比率）	376.9%	400.1%	—

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**30**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循環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