

心もつなごう。

MIXI

The logo for MIXI features the word "MIXI" in a bold, black, sans-serif font. Below the letters "I" and "X" are two horizontal bars: a pink bar under the "I" and an orange bar under the "X".

ミクシグループ
統合報告書
2022
2022年3月期

ミクシィについて

ABOUT MIXI

ただ「つながればいい」という効率的な機能の提供ではなく、歓喜や興奮、温かな思い、幸せ、居心地の良さの共有を通じて、その先に、もっと深く濃く豊かな、心のつながりを生み出していく。それが「心もつなごう。」というタグラインへの思いです。新しいミクシィは、人々をもっとワクワクさせ、世界中を笑顔で満たすために、エモーションとコミュニケーションで、「心もつなごう」場と機会を創造し続けます。

心もつなごう。



パーパス

PURPOSE

豊かな
コミュニケーションを広げ、
世界を幸せな驚きで包む。

私たちがすべての領域で創業以来大切に
してきたことであり、未来へ向かってさらに
大切にしていける意思でもあります。

私たちはこれからも、コミュニケーションの
量や頻度よりも、その質、すなわち、熱量の
高いエモーションを大切にし、濃く深い、
豊かなコミュニケーションをドライブする
ことで、感情豊かで幸せな驚きに包まれた
世界を生み出していきます。

「心もつながる」場と 機会の創造

私たちがパーパスの実現のために大切に
するのは、ただ「つながる」のではなく、「心も
つながる」こと。

そのために、仲間や家族とつい話題にして
しまうような楽しくてワクワクする「コン
テンツ」や、そこから生まれる感情を一緒に
分かち合う「場と機会」を世界中に創り出し
ていきます。

MISSION

ミッション

ミクシィ・ウェイ

MIXI WAY

ユーザーサプライズ ファースト

ミッションで掲げた「創造」を実現するために、私たちは改めて「ユーザーの驚きを最優先に考える」というミクシィらしい言葉を掲げました。

ただのユーザーファーストでもなく、マーケティングファーストでも、自分たちファーストでもない。「そこに幸せな驚きはあるか？」という問いを、制作現場から経営判断までのすべての基準にしたい、という意志が込められています。

VALUES

発明

想像を超えよう。
本質を追求し、新しい視点で、
大胆な発想を心がけよう。

夢中

まずは自分たちが楽しもう。
主体的に物事を動かし、仲間を巻き込み、
仕事を磨き抜こう。

誠実

正直でいよう。
どんな時も、ユーザーや仲間、
自分に対して、真摯に向き合おう。

バリュー

EDITING POLICIES

ステークホルダーの皆さまと、 心をつなぐために

本書をご覧くださり、誠にありがとうございます。
2021年3月期まで発行した「ミクシィグループアニュアル
レポート」を、この2022年3月期より、初の統合報告書
としてお届けします。

私たちは2022年4月に企業理念・コーポレートロゴ・
行動指針などのコーポレートブランドを一新したほか、
企業活動を推進するテーマとして8つのマテリアリティ
を特定しました。本書は、これらに込めた豊かなコミュ
ニケーションへの想いととも、さらなる価値向上と
成長を目指すミクシィグループを、財務・非財務を含む
あらゆる側面からステークホルダーの方々にご紹介し、
ご支持いただくことを念頭に構成しました。隅から隅
までお読みいただき、皆さまとより深く心をつなげられ
るよう、願っています。

報告対象期間

主な報告対象は、原則として2022年3月期(2021年
4月～2022年3月)における実績です。一部、当該期間
以前もしくは以後の活動や見通しについても掲載して
います。

報告対象範囲

株式会社ミクシィおよびグループ会社

発行時期

2022年9月

参考にしたガイドライン

- 国際統合報告評議会
(IIRC、現在はバリュー・レポーティング財団
[VRF])による「国際統合報告フレームワーク」
- 経済産業省による
「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」

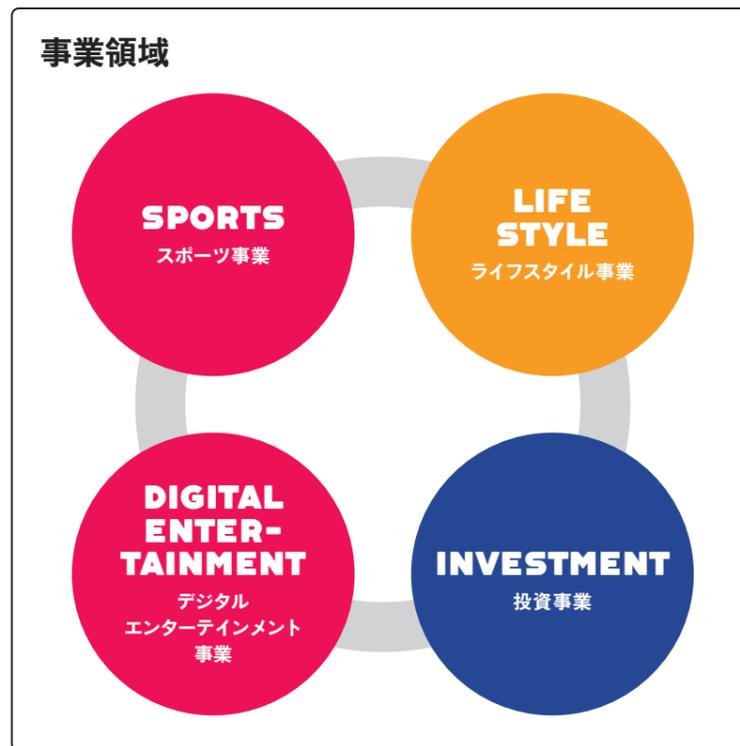
見通しに関する注意事項

本書は、ミクシィグループの計画・戦略・業績などに
関する将来の見通しを含みます。これらは現在、入手
可能な情報から得られた判断に基づいています。したが
って、実際の業績は、様々なリスクや不確実性の
影響を受け、これら見通しとは大きく異なる結果が
想定されることをご承知おきください。将来の見通し
に影響を与える要素として、ミクシィグループの事業
領域を取り巻く経済環境、商品・サービスの開発状況
の変化、為替レートの変動などがあります。ただし、見通
しに影響を与える要素は、これらに限定されるもの
ではありません。

CONTENTS

6	ひと目で分かるミクシィグループ
8	ミクシィグループの歩み
10	ステークホルダーの皆さまへ
16	ミクシィグループの価値創造の考え方
18	ミクシィのマテリアリティ
20	ミクシィグループのビジネスモデル
24	財務データ / 非財務データ
26	ミクシィグループの財務戦略
30	ミクシィグループのサステナビリティ
32	/ サステナビリティに関連する取り組み
37	/ 取締役 / 監査役
40	/ 社外取締役メッセージ
41	/ コーポレート・ガバナンス体制
45	/ 事業などのリスク
47	IR活動サマリ / 投資家情報

MIXI GROUP OVERVIEW



MAU1,000万超の
ユーザー接続を可能とする
**サーバーサイド
技術**

関連事項▶P16

AIなどによる
**コンテンツ
生成技術**

関連事項▶P16

「モンスターストライク」
(2022年8月末)

累計売上高
1兆円超

利用者
5,800万人超

「家族アルバム みてね」
(2022年8月末)

海外ユーザー比率
30%超

海外展開
**175カ国
7言語**

売上高 (2022年3月末)

118,099
百万円

現金及び預金 (2022年3月末)

118,633
百万円

男女別従業員数(連結) (2022年3月末)

男性: **1,053**人
女性: **399**人

採用外国人比率(単体) (2022年3月末)

2.9%

自己資本比率 (2022年3月末)

84%

EBITDA (2022年3月末)

20,334
百万円

採用男女比率(単体) (2022年3月末)

男性: **72.5%**
女性: **27.5%**

育児休業後の復職率(単体) (2022年3月末)

100%

HISTORY

ミクシィグループの歩み

- スポーツ事業 / デジタルエンターテインメント事業
- ライフスタイル事業
- コーポレートアクション

求人情報サイト「Find Job!」の運営を開始
1997.11

SNS「mixi」の運営を開始
2004.2

サロンのスタッフを直接検索・予約できるアプリ「minimo」リリース
2014.1

「家族アルバム みてね」リリース
2015.4

スマホゲームアプリ「モンスターズトライク」の正式提供を開始
2013.10

売上ランキングにおいて「モンスターズトライク」が初めて1位*を獲得
2015.9
*「App Annie Worldwide Index」ゲーム編 売上ランキング

「ことば」で闘う新感覚RPG「共闘ことばRPG コトダマン」のパブリッシャーをミクシィへ変更
2019.10

ユーザー数5,800万人突破
2022.8

有限会社イー・マーキュリーを設立
1999.6

株式会社イー・マーキュリーへ組織変更
2000.10

株式会社ミクシィに商号変更
2006.2

東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
2006.9

「Find Job!」事業を分社化し、株式会社ミクシィ・リクルートメントを設立
2011.4

家族向けフォトブック作成サービスを提供する株式会社ノハナ(連結子会社)を設立
2013.9

マッチング事業を提供する株式会社Diverseの全株式を取得・子会社化
2013.12

チケットフリマアプリを提供する株式会社フンザの全株式を取得・子会社化
2015.3

株式会社フンザのサービスチケットキャンプを閉鎖
2018.5
株式会社Diverseの全株式を譲渡
2018.7
株式会社ノハナの全株式を譲渡
2019.3

東京証券取引所市場第一部へ市場変更
2020.6
スポーツ配信専門チャンネル「DAZN」と業務提携
2020.12
株式会社ハブと業務提携
2021.3

コーポレートブランドリニューアルを実施
2022.4
プライム市場へ移行
2022.4

競輪車券のインターネット投票サービスを提供する株式会社チャリ・ロトの全株式を取得・子会社化
2019.2

Unlim Sports Gifting
2020.2

「Jリーグクラブ FC東京を運営する東京フットボールクラブ株式会社の株式を取得・子会社化」
2022.2

プロバスケットボールチーム「千葉ジェッツ」を運営する株式会社千葉ジェッツふなばしの株式を取得・子会社化
2019.10

TIP STAR
2020.6

競馬総合メディア「netkeiba.com」を運営する株式会社ネットドリーマーズの全株式を取得・子会社化
2019.11

netkeirin
2020.12

フォトプリント事業を展開する株式会社スフィダnteの全株式を取得・子会社化
2019.6

Fansta
2021.4

写真年賀状作成アプリ「みてね年賀状」サービス開始
2019.10

サロンのスタッフ直接予約アプリ「minimo」累計500万DLを突破
2021.12

家族向け写真・動画共有アプリ「家族アルバム みてね」利用者数が1,500万人を突破
2022.8

ステーク
ホルダーの
皆さまへ

株式会社ミクシィ
代表取締役社長
木村 弘毅



心もつなぐ「コミュニケーションサービス」で、
感情豊かで幸せな驚きに包まれた世界を
生み出します。

将来への「種まき」を進めた
2022年3月期

2022年3月期は、「モンスターストライク」に次ぐ
果実をつくる「種まき」の一年でした。次世代ブロック
チェーン技術を基盤としたスポーツ特化型NFT
マーケットプレイス「DAZN MOMENTS」をはじめ、

推移しました。

公営競技やゲームの市場は、近年、厳しい競争環
境にありますが、当社においては、サービスの本質
を磨き続けることでユーザーに選択され、しっかりと利益を出す事業運営を基本とし、安定した運営を
実現しています。

「育成」の2023年3月期を経て
2024年3月期以降の「収穫」の
最大化を目指す

2023年3月期は、投資した種の芽を伸ばし育てき
る「育成」の一年です。成長の兆しが見えた事業には
追加投資、状況が芳しくない事業には適宜、撤退の
判断を下し、事業ポートフォリオを最適化すること
で、来期以降の「収穫」における収益の最大化を目
指します。

スポーツ事業の公営競技では、①車券販売のプラッ
トフォーム、②コンテンツ生成、③送客機能を備え
るメディアの連携から生まれるシナジーによって

新サービスのリリースやM&A・資本業務提携など、
将来への「種まき」を積極的に行いました。業績に
ついては、デジタルエンターテインメント事業にお
ける減収はありましたが、スポーツ事業やライフス
タイル事業の増収により、売上高は前期と同水準で



種まき

FY2022

モンスターに次ぐ果実を
つくるための種まきの一年



育成

FY2023

投資した種の芽を伸ばし
育てる一年に



収穫

FY2024～

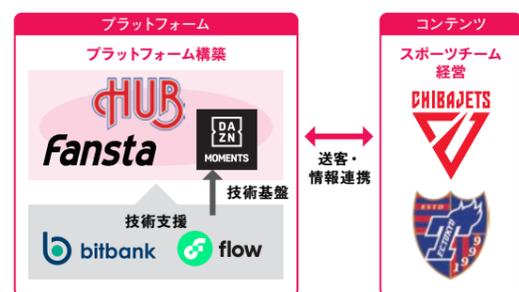
育てた果実を収穫するとき

当社グループ独自のポジションを確立し、さらなる成長を図ります。またスポーツ観戦では、スポーツチーム経営というコンテンツと「Fansta」などのプラットフォームに投資し、シナジーによる事業成長に加え市場回復やDXにより成長を目指します。

■公営競技事業のシナジー創出



■スポーツ観戦事業のシナジー創出

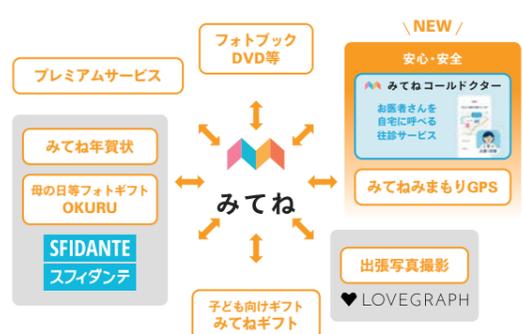


コロナ禍によって、一人ひとりが他人との「コミュニケーション」を妨げる薄い膜、バブルのようなものに閉じ込められています。友人を気軽にスタジアムへ誘うのはまだ難しくても、「近所の飲食店やネット配信で、一緒にバスケットやサッカーを観ようよ」という形でミクシィがバブルを破り、仲間とスポーツで盛りあがる場を創出したいと思います。

ライフスタイル事業は、「家族アルバム みてね」のユーザー数が2015年のリリース以来、伸び続けてい

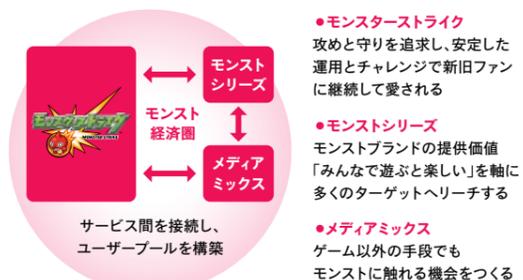
ます。ユーザーの増加率が高い海外市場でのマーケティング活動を一層強化し、ユーザー数のさらなる伸長を図るとともに、M&Aや事業提携によるシナジーを活用したサービスの追加によりマネタイズも強化し、引き続き「みてね経済圏」を拡大していきます。

■「家族アルバム みてね」経済圏の拡大



デジタルエンターテインメント事業は、「モンスターストライク」について、引き続き多くのユーザーに楽しんでいただける運営に努めます。さらに、モンスターストライクのIPを活用した新規タイトル「モンスターシリーズ」の開発・リリースにも注力します。またゲームだけでなく、オフラインイベント「XFLAG PARK」やマーチャндаイジング、動画等のメディアミックスにより、ユーザーがサービス間を回遊する「モンスター経済圏」を構築し、拡大していきます。

■モンスター経済圏の拡大



各事業の進捗状況を評価する際に重要視するのは、ユーザー数をどう増やすか、です。ただし事業の特性によって、収益率も、果実が実るまでの時間も、経営リスクも異なります。ゲームは、ヒットすれば短期間でユーザー数を増やして高収益を得られますが、常にヒット作が出せるわけではありません。一方、SNSや公営競技などは、安定的な収益が得られます。各事業のバランスを意識し、新作ゲームでモンスター級のホームランを狙うとともに、「みてね」のように多くのユーザーから支持されるプラットフォームの構築に取り組むことで、事業ポートフォリオの最適化を図ります。

すべての事業活動の中心は、「コミュニケーション」

当社グループは、スポーツ・ライフスタイル・デジタルエンターテインメントの3分野で事業を展開し、SNS「mixi」や「モンスターストライク」で培ったコミュニケーションサービスのノウハウと、AIやブロックチェーンなどの最新のテクノロジーを掛け合わせ、大きな成長を目指しています。

2022年4月、当社グループはミクシィのブランドエクイティをさらに高めていくために、企業理念のアップデートとコーポレートブランドのリニューアルを実施しました。私たちは、SNS、ゲーム、スポーツ、公営競技など、提供するすべてのサービスにおいて「いかにユーザーの心や感情を通い合わせるか」といった「コミュニケーション」を核に据えて、事業を展開しています。新たな企業理念によって、この「ミクシィが追求する本質的に大切なもの＝「コミュニケーション」」を、より明確に発信したいと考えています。また、私たちは過去に様々なサービスを生み出し

てきましたが、「ミクシィ」という社名と各サービスを、うまく紐づけられていないという課題を抱えていました。そこで、「モンスターストライク」をはじめとした既存サービスや、今後の伸長が期待される新規サービスを、ミクシィのブランドエクイティに着実に結び付けていくために、新たなコーポレートブランドを打ち出しました。

私たちのサービスがユーザーから選ばれる理由は、ツールとして作られた他社のサービスにはない「コミュニケーション」を創出する力があるからだと考えています。しかし「コミュニケーション」は有形化されたアセットではないため、その価値を十分に伝えられていませんでした。新しい企業理念とコーポレートブランドの策定に当たっては、ミクシィが提供する「コミュニケーション」をミクシィらしい言葉やビジュアルで表現することにこだわりました。また当社グループのM&A・資本業務提携が、単なる多角化や分散投資ではなく、ミクシィの強みである「コミュニケーション」を活かしたサービスを究めるための投資であることを浸透させる狙いも込めています。

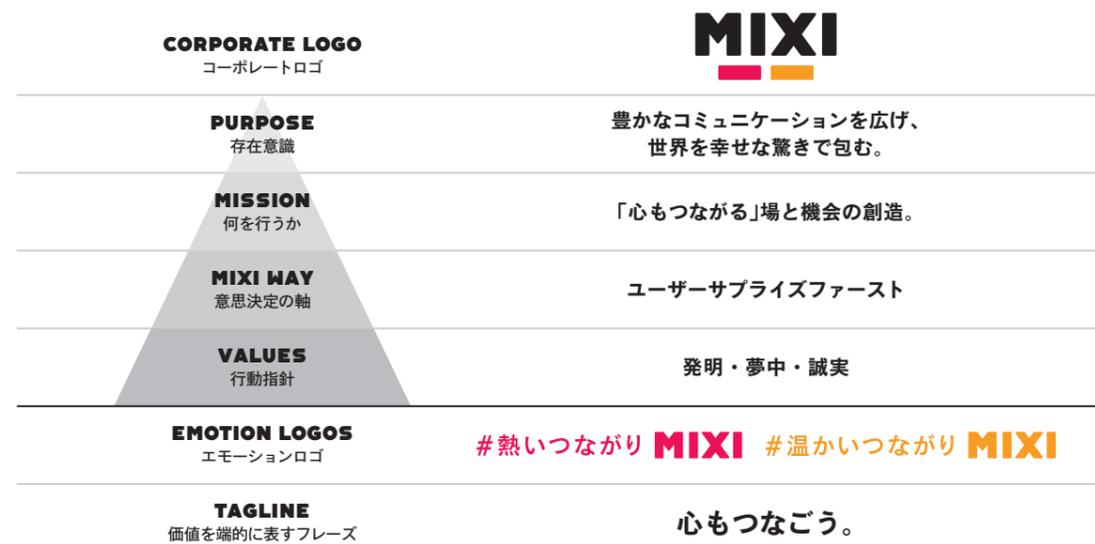
「心もつなごう。」に込めたミクシィの想い

現在、一人ひとりの嗜好に合った商品やコンテンツがテクノロジーによってレコメンドされ、個人がバラバラに消費活動を行う状況が広がっています。私は、こうした潮流にカウンターを打ち続けなくては、人間は本当の意味で豊かになれないと思います。当社グループは、タグライン「心もつなごう。」をロゴの上部に掲げて、本当の意味で人間を豊かにするためのコミュニケーションを世界に広がります。IT企業に分類されるミクシィですが、私たち

が「つなげる」のはインターネット上のコミュニケーションだけではありません。「一緒にスポーツを観よう」「集まってゲームをやろう」「ベッティングを楽しもう」など、リアルなコミュニケーションもつなげるのが、ミクシィのサービスです。「みてね」も単なるストレージサービスではなく、子どもの写真を見たときに湧き上がる「ああ、かわいい」「大きくなったね」という感情を揺さぶり、親御さんやおじいさん、おばあさんの心をつなぎ、リアルなコミュニケーションを豊かにします。

人の心をつなぐために必要なのは、「こんな楽しいことがあったのか」といった「驚き」です。ミクシィは、ただのユーザーファーストではない「ユーザーサプライズファースト」を、制作現場から経営判断まですべての基準にしています。その「驚き」を生み出すための行動指針となるのが、「発明」「夢中」「誠実」です。思い返せば、ミクシィが大きく成長した過程には、必ず「発明」がありました。SNS「mixi」

では、それまでになかったインターネット上での近しい人間関係でのコミュニケーションの価値を世に提案し、「モンスターストライク」では、友達と集まって遊ぶという従来のモバイルゲームになかったエンターテインメント体験を生み出しました。世の中を変えるイノベーションを起こす「発明」を成し遂げるのは、並大抵ではありませんが、常に挑み続けなければいけないものです。また「夢中」には、“自分たちが大好きで夢中になれるものを作ることが「ユーザーサプライズ」につながる”という意味を込めています。さらに「誠実」では、「ここはもっと良くなるのではないか」という意見があれば、それを率直に仲間に伝えることで、アイデアが磨かれます。「発明」「夢中」「誠実」の行動指針を、社員が自然に体現する文化や暗黙知として浸透させることで、人の心をつなぎ、感情豊かで幸せな驚きに包まれた世界を生み出す企業グループになれると思っています。



サステナブルな成長を支える 経営体制の構築

第2の収益の柱を目指すスポーツ事業を中心とした積極的な投資や、新規事業の着実な成長により、当社グループは大きく拡大してきました。今ではひとつの上場企業に匹敵する売上規模、従業員数を擁するまでに育った事業もあります。こうした中で、従来に増して戦略策定の重要性が高まっています。そのため当社では、取締役会をより充実した経営戦略の議論の場とするために、経営と執行の分離を推進しています。2022年4月には「上級執行役員制度」を導入し、上級執行役員に業務執行の権限を移譲して、取締役が戦略策定や監督により注力できるガバナンス体制を構築しました。さらに、6月以降は社内取締役6名から4名の体制とし、2名は上級執行役員の専任としました。来期以降、一層の「収穫」を行うため、「育成」の年である2023年3月期に、経営・執行ともに十分な議論が行えるよう、体制を整えています。

また引き続き社外取締役3名を選任し、社外取締役比率は33%から43%となりました。より社外取締役比率の高い構成とすることで、取締役会の監督機能の強化も進めています。

新たな制度・体制のもと、経営を担う人材たちが適材適所で役割を果たし、また経営と執行を柔軟に行き来しながら活躍する姿を思い描いています。

「熱いつながり」と「温かいつながり」 による、豊かなコミュニケーション

当社グループは、様々な事業を通して心のつながりを提供しています。その中には、「熱いつながり」と「温かいつながり」があります。「みんなでワイワイ」のスピリットやスポーツの興奮を軸とする「熱いつながり」、SNS「mixi」や「みてね」から生まれる、親しい友人や家族との心地よいつながりを軸とする「温かいつながり」を、これまで以上にお届けしていきます。

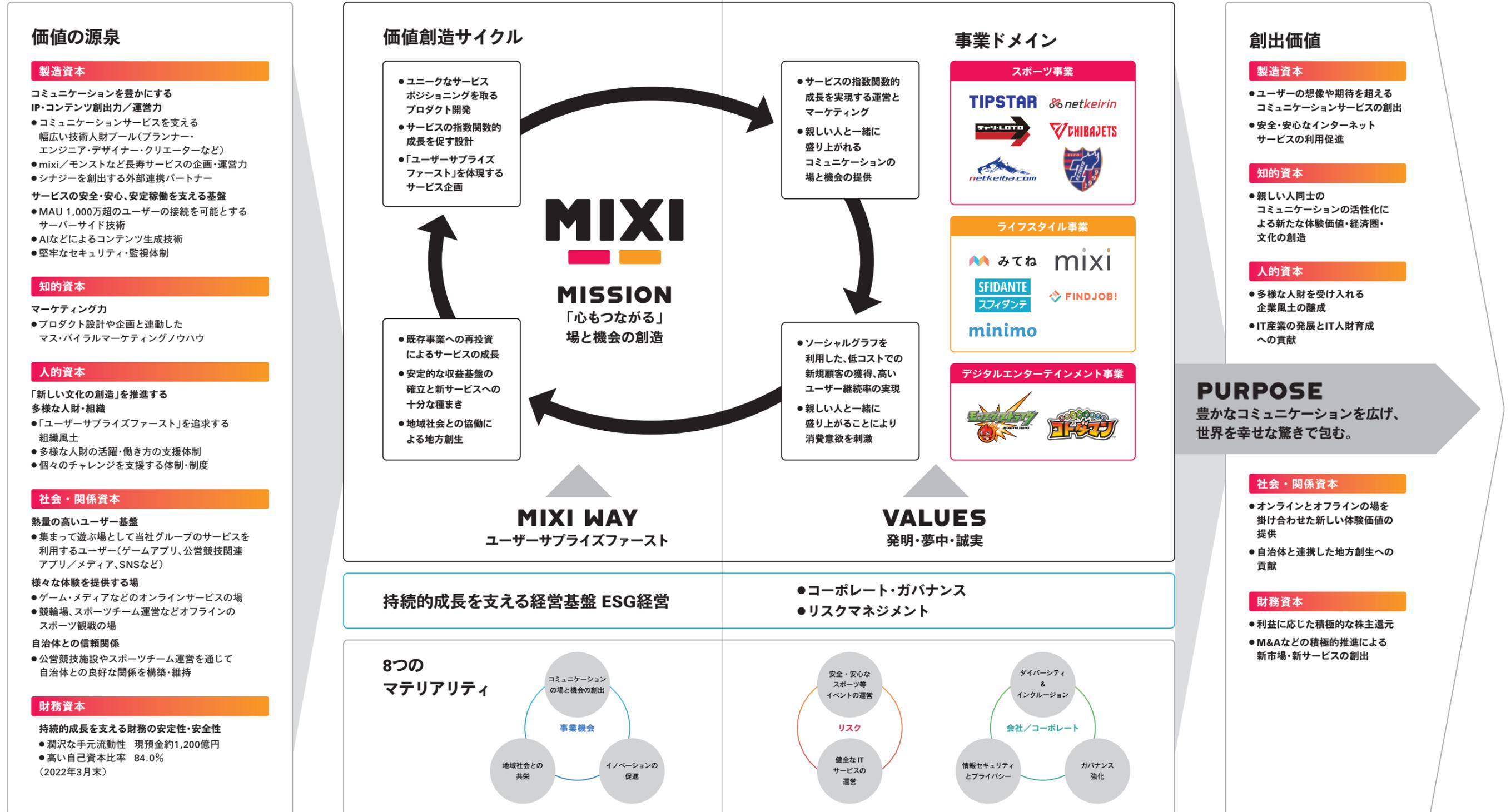
「熱い感情が高ぶるシーン」「温かい感情がわきあがるシーン」を創り出して、豊かなコミュニケーションをドライブする企業として、さらなる成長に挑戦していきます。ステークホルダーの皆さまにおかれましては、今後ともご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2022年9月
株式会社ミクシィ
代表取締役社長

木村弘毅

VALUE CREATION PROCESS

新しいミクシグループは、人々をもっとワクワクさせ、世界中を笑顔で満たすために、エモーションとコミュニケーションで、「心もつなぐ」場と機会を創造し続けます。



価値の源泉

製造資本

- コミュニケーションを豊かにする IP・コンテンツ創出力/運営力
- コミュニケーションサービスを支える幅広い技術人財プール(プランナー・エンジニア・デザイナー・クリエイターなど)
- mixi/モンストなど長寿サービスの企画・運営力
- シナジーを創出する外部連携パートナー
- サービスの安全・安心、安定稼働を支える基盤
- MAU 1,000万超のユーザーの接続を可能とするサーバーサイド技術
- AIなどによるコンテンツ生成技術
- 堅牢なセキュリティ・監視体制

知的資本

- マーケティング力
- プロダクト設計や企画と連動したマス・バイラルマーケティングノウハウ

人的資本

- 「新しい文化の創造」を推進する多様な人財・組織
- 「ユーザーサプライズファースト」を追求する組織風土
- 多様な人財の活躍・働き方の支援体制
- 個々のチャレンジを支援する体制・制度

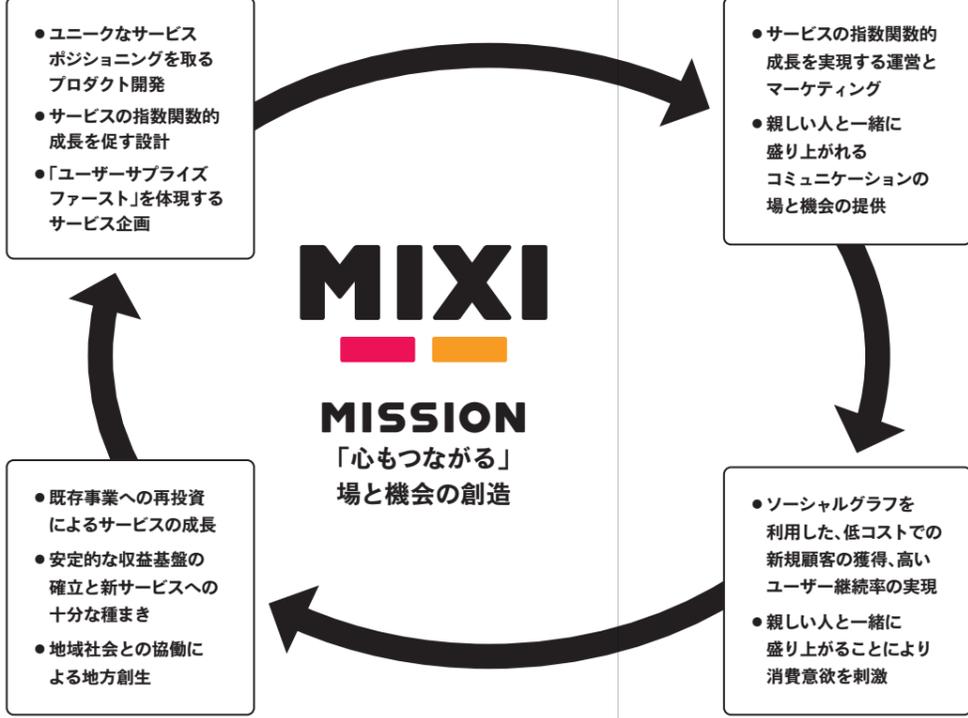
社会・関係資本

- 熱量の高いユーザー基盤
- 集まって遊ぶ場として当社グループのサービスを利用するユーザー(ゲームアプリ、公営競技関連アプリ/メディア、SNSなど)
- 様々な体験を提供する場
- ゲーム・メディアなどのオンラインサービスの場
- 競輪場、スポーツチーム運営などオフラインのスポーツ観戦の場
- 自治体との信頼関係
- 公営競技施設やスポーツチーム運営を通じて自治体との良好な関係を構築・維持

財務資本

- 持続的成長を支える財務の安定性・安全性
- 潤沢な手元流動性 現預金約1,200億円
- 高い自己資本比率 84.0% (2022年3月末)

価値創造サイクル



事業ドメイン

スポーツ事業

TIPSTAR netkeirin
F-F-LOTTO CHIBAJETS
netkeiba.com

ライフスタイル事業

みてね mixi
SFIDANTE スフィダンテ FINDJOB!
minimo

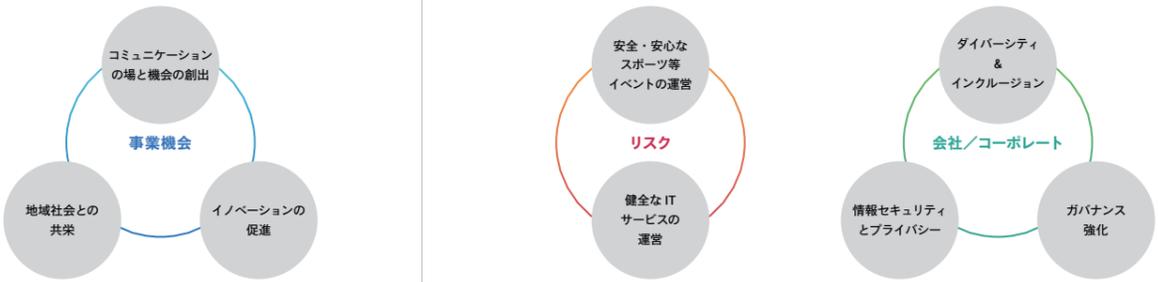
デジタルエンターテインメント事業

Puzzle Bobble Puzzle Bobble 2

持続的成長を支える経営基盤 ESG経営

- コーポレート・ガバナンス
- リスクマネジメント

8つのマテリアリティ



創出価値

- 製造資本
 - ユーザーの想像や期待を超えるコミュニケーションサービスの創出
 - 安全・安心なインターネットサービスの利用促進
- 知的資本
 - 親しい人同士のコミュニケーションの活性化による新たな体験価値・経済圏・文化の創造
- 人的資本
 - 多様な人財を受け入れる企業風土の醸成
 - IT産業の発展とIT人財育成への貢献

PURPOSE

豊かなコミュニケーションを広げ、世界を幸せな驚きで包む。

社会・関係資本

- オンラインとオフラインの場を掛け合わせた新しい体験価値の提供
- 自治体と連携した地方創生への貢献

財務資本

- 利益に応じた積極的な株主還元
- M&Aなどの積極的推進による新市場・新サービスの創出

MATERIALITIES

当社は、SDGs、Global Risk Reportなど各種評価項目を参照し、企業活動・ステークホルダーへのインパクトという視点から企業活動を通して実践するテーマとして、8つのマテリアリティを設定しました。コミュニケーションサービスを生み出す企業として、人・地域・社会のつながりの創出とイノベーションの促進を価値創造の源泉とするとともに、健全なサービス運営に真摯に取り組んでいきます。

また、情報セキュリティとプライバシー・多様な人材の活躍・ガバナンスという経営基盤の強化・改善を推進していきます。

マテリアリティ特定プロセス



マテリアリティ領域



特定したマテリアリティ

当社では、コミュニケーションを通じて多くの人々の心もつなぎ、感動や共感を生み出し、同じ時を楽しく過ごせる豊かな未来の実現を目指しています。その実現のために、当社の企業活動やステークホルダー・社会からの期待、SDGsなど様々な要素を踏まえて検討を行い、取締役会での議論を経て、優先的に取り組む8つの重要課題(マテリアリティ)を特定しました。

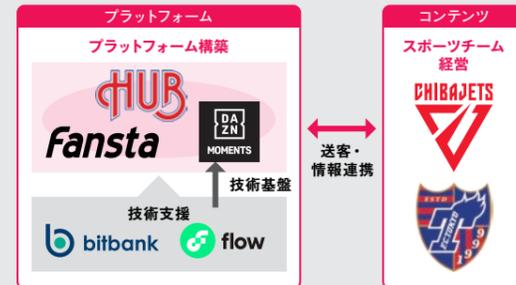
マテリアリティ	主旨	関連するSDGs
① コミュニケーションの場と機会の創出	当社が創業以来大切にしてきたコミュニケーションのノウハウを活かして、孤立の解消などコミュニケーションサービスの提供を通じて様々な社会課題の解決に努めます。	3, 4, 10
② イノベーションの促進	技術革新にとどまらず、事業を通じて「文化」を刷新するようなイノベティブな開発を推進します。	4, 8, 9, 17
③ 地域社会との共栄	様々な企業活動および社会貢献活動を通じ、地域の経済・教育・文化の活性化に貢献し、地域の皆さまとともに成長・発展に努めます。	4, 8, 11, 17
④ 健全なITサービスの運営	青少年の保護・配慮、サイバー犯罪、マネーロンダリングの抑止等、当社サービスをご利用いただくすべての皆さまに対し、責任あるサービス運営を行います。	3, 12, 16
⑤ 安全・安心なスポーツ等イベントの運営	業界ガイドライン・コンプライアンス等を遵守し、テロ・暴力・犯罪等の対策を適切に行うことで、エンタメ・スポーツ等をはじめとし、安全・安心な運営に努めます。	12, 16
⑥ 情報セキュリティとプライバシー	多くのユーザーに長期にわたり安心してサービスをご利用いただけるよう、情報管理を適切に実施することでサイバー攻撃やデータ流出対策を行います。また、緊急時にも継続してサービスを提供できるよう、BCP整備等、万全の対策に努めます。	9, 12
⑦ ダイバーシティ & インクルージョン	当社は人材こそ最大の資本と考えています。各従業員が個性を發揮し活躍できるよう、誰もが働きやすい職場環境の整備、多様性のある人材登用、従業員の能力開発等に努めます。	4, 5, 8, 10, 16
⑧ ガバナンス強化	株主、顧客、従業員等のステークホルダーにとって信頼性・透明性の高い経営の実現に努めます。	5, 10, 16

BUSINESS MODELS SPORTS [スポーツ事業]

観戦事業のシナジー創出

当社グループの観戦事業では、千葉ジェッツ、FC東京などのスポーツコンテンツの提供と、コンテンツを楽しむプラットフォームを併せ持つことで、シナジーを生み出し、事業拡大を目指しています。

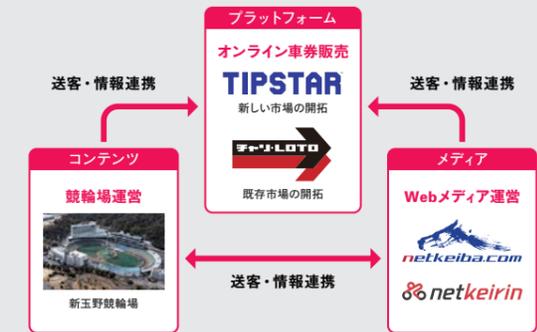
現在、観戦市場は新型コロナウイルスの影響で大きく縮小しましたが、ファンの熱量が減少したわけではなく、アフターコロナでの回復を見込んでいます。また、DXにより新たな市場を創造できると考えており、ここに大きなビジネスチャンスがあると捉えています。



公営競技事業のシナジー創出

当社グループの公営競技事業にはTIPSTARやチャリットなど車券販売のプラットフォームに加え、コンテンツ生成のバリューチェーンとして重要な役割を果たす競輪場運営があります。またそれらへの送客機能として、netkeirinなどのメディアも運営しています。

各サービスは単体でも高い成長を実現しておりますが、それぞれが連携しシナジーを生むことで、当社独自のポジションを確立し、さらなる成長を図っています。



「千葉ジェッツ」「FC東京」概要



B.LEAGUE所属プロバスケットボールチーム「千葉ジェッツ」
明治安田生命J1リーグプロサッカークラブ「FC東京」

プロスポーツチームについては、事業者からのスポンサー収入を軸に、サポーター・ブスターの皆さまへのチケット販売、マーチャндаイジングや、ジュニア・ユースの若い世代へのスクールの経営により運営しています。

千葉ジェッツは、地域に根差し、バスケットボールの普及や、ブスターの皆さまや競技者たちに憧れを持ってもらえるような強く魅力的なクラブを目指します。

FC東京は、地域社会・行政・企業との協力体制により、長期的な視点から真の「都民のための地域密着型」のJリーグクラブづくりを目指します。



「Fansta」概要



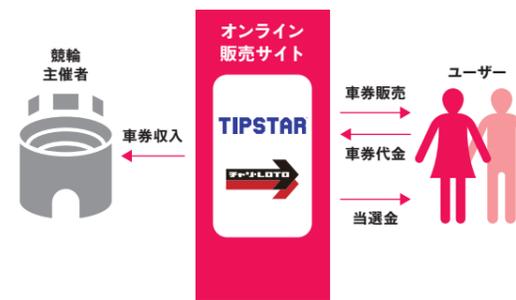
「Fansta」

スポーツ観戦できる飲食店を「エリア」だけでなく「放映予定」からも検索することができるサービスです。

「その日、お店はスタジアムになる。」を合言葉に、スタジアムが遠方で観戦に行けないなど様々な都合で現地へ応援に行けないサポーターの方、スポーツ観戦が好きな方がFanstaを通して近隣のDAZN視聴可能店舗に集まり、仲間と一緒にスポーツ観戦を楽しむことができます。



「TIPSTAR / チャリット」概要



「TIPSTAR/チャリット」

「TIPSTAR」は、競輪・オートレースのネット投票を楽しめるスポーツベッティングサービスです。国内ベッティングサービスで唯一、友だちと一緒に楽しめるのが特長で、他のユーザーの予想に「のっかりベット」ができるなど、エンターテインメント性の高さも魅力です。

また連結子会社のチャリット社では、競輪・オートレース車券のオンライン販売サイト「チャリット.com」を運営するほか、リアルでも車券を購入できる「チャリットプラザ」を、競輪場や場外車券場で展開中です。これらノウハウを基にしつつ、包括運営事業者(玉野・高松・小松島・広島競輪場)、施設所有者(富山・伊東温泉競輪場)の立場での安定収益の確保、さらには地域の新たなエンターテインメント拠点としても施設を活用し、地方創生とともに競輪市場でのプレゼンスを高めています。



「netkeiba.com/netkeirin」概要



「netkeiba.com/netkeirin」

1999年より提供中の「netkeiba.com」は、現在、月間ユーザー約1,700万人を数える国内最大級の競馬総合メディアで、最新レース情報や競走馬・騎手のデータベースなどコンテンツが豊富です。有料のプレミアムコースでは、「JRA全レース映像」など多彩なサービスを楽しめます。2020年には、この運営ノウハウを活かし姉妹サイトの競輪総合メディア「netkeirin」もスタートしました。これら2つのメディアは相互アクセスが簡単なうえ、「netkeirin」では「TIPSTAR」「チャリット.com」とも連動しており、公営競技ファンの拡大につなげています。

LIFESTYLE [ライフスタイル事業]

みてね

子どもの写真・動画共有アプリ「家族アルバム みてね」



「家族アルバム みてね」累計利用者数（単位:万人）



パパとママが撮った子どもの大切な写真や動画を、祖父母や親戚など招待した家族だけにリアルタイムで共有できる、写真・動画アプリです。無料・無制限で写真や動画をアップロードでき、家族みんなで楽しくコミュニケーションできるとご好評いただいています。2015年4月にサービスを開始し、2017年7月には英語対応を開始しました。現在は7言語でご利用いただけ、2022年8月に利用者数が1,500万人を突破しました。

収益化を着実に推進

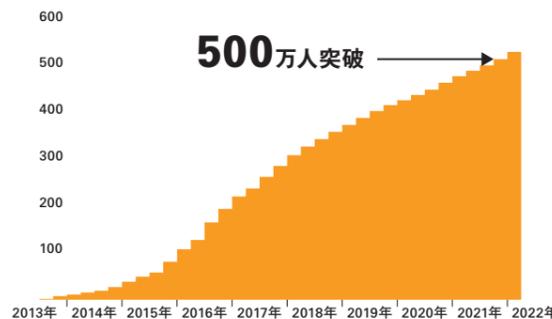
2019年4月に従来のサービスよりも利便性を向上した月額課金制のプレミアムサービスを提供。また同年6月にスマホフォトプリント事業などを手掛ける株式会社スフィダントを子会社化し、同社のノウハウを活かした「みてね年賀状」の提供を開始し、収益化を前進させました。さらに、同社のフォトギフトサービス「OKURU」との連携により、母の日・父の日ギフトサービスなど、「みてね」の写真を使用したギフトをオーダーできるサービスを提供することで、収益化の機会を拡大させました。さらに夜間・休日の往診サービス「みてねコールドクター」や子供用見守りGPSサービス「みてねみまもりGPS」など、「子どもの写真」を起点にしたサービスから、「安心・安全」という「家族」を起点にしたサービスも開始しています。今後も「みてね」のユーザーアセットを組み合わせ、新しい価値を提供し、事業を強化していきます。

minimo

サロンスタッフ直接予約アプリ「minimo」



「minimo」累計利用者数（単位:万人）



24時間いつでも、お客さまが美容師やネイリスト、アイデザイナーなどのサロンスタッフ個人を直接予約できるアプリで、2014年1月にサービスを開始しました。従来のサロン単位の予約ではなく、サロンスタッフを直接、予約でき、お客さまが選んだスタッフと事前に希望のスタイルについて相談や質問ができるのでミスマッチを防げます。お客さま、サロンスタッフ双方にご好評いただき、2021年12月に累計500万ダウンロードを突破しました。

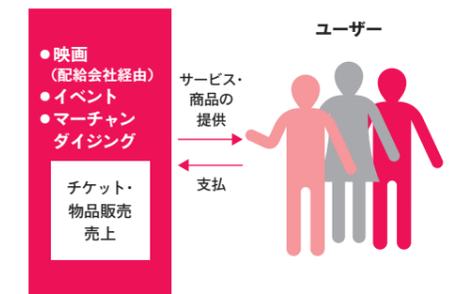
DIGITAL ENTERTAINMENT [デジタルエンターテインメント事業]



ひっぱりハンティングRPG「モンスターストライク」

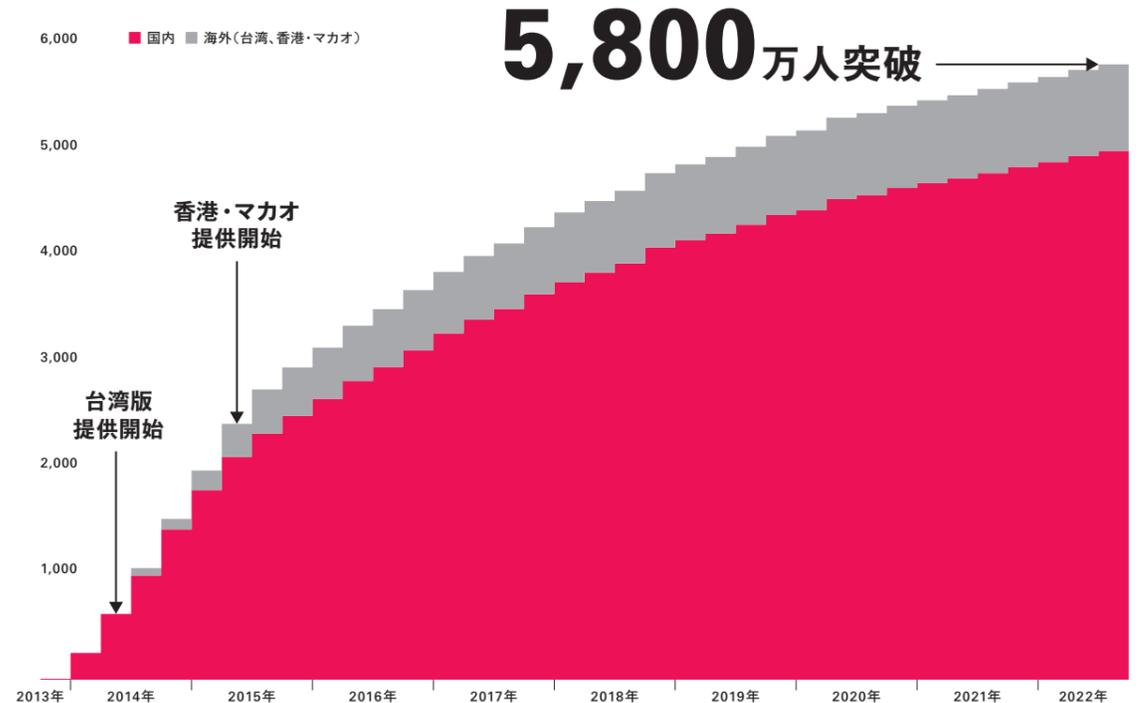


「モンスターストライク」関連事業



「モンスターストライク」世界累計利用者数推移

（単位:万人）



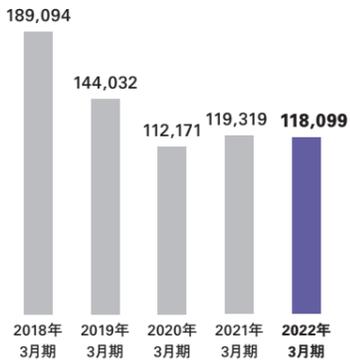
一緒にいる友だちと最大4人まで同時に遊べる協力プレイ（マルチプレイ）が特徴の、誰でも簡単に楽しめる爽快アクションRPGです。2013年10月より日本国内で配信を開始し、現在では、台湾、香港・マカオにおいても提供しています。アプリの枠に留まらず、マーチャダイジ、リアルイベント、動画配信など、多岐にわたるメディアミックスを展開しています。2022年8月には世界累計利用者数が5,800万人を突破しました。

財務データ

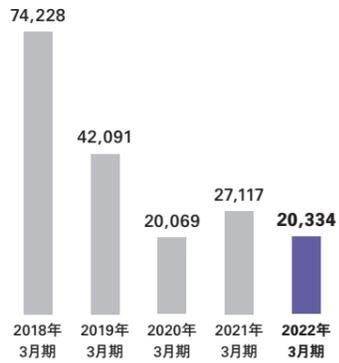
FINANCIAL DATA

※2022年6月28日開催の定時株主総会の決議により、2023年3月期から投資を事業化しています。
ただし、下記およびP.26-29「ミクシグループの財務戦略」における2022年3月期の業績に関する数字は、投資事業化に伴う遡及修正は行っていません。

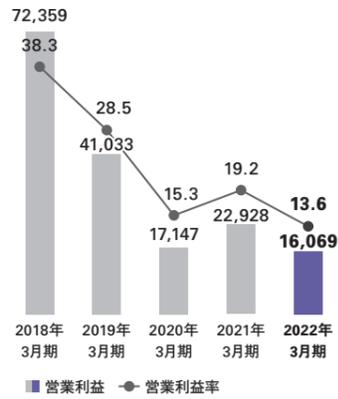
売上高(百万円)



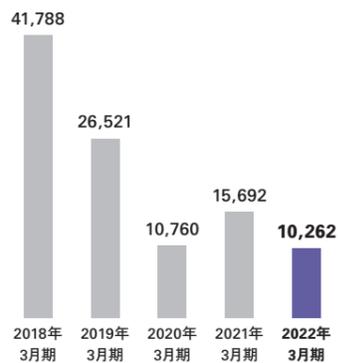
EBITDA(百万円)



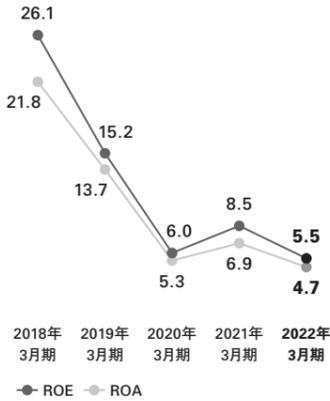
営業利益(百万円) / 営業利益率(%)



親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)



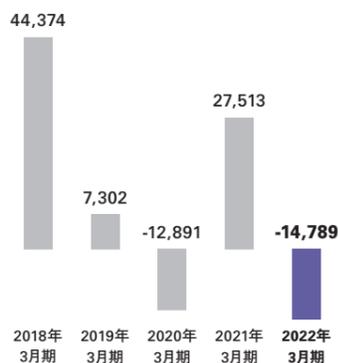
ROE(%) / ROA(%)



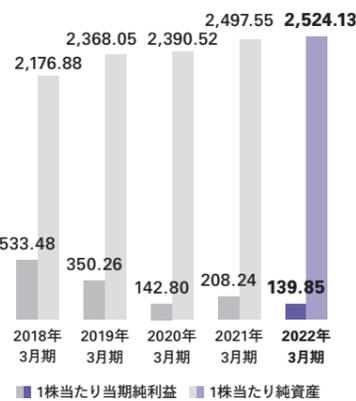
総資産(百万円) / 純資産(百万円) / 自己資本比率(%)



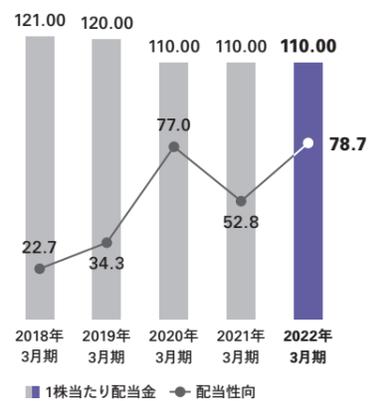
フリー・キャッシュ・フロー(百万円)



1株当たり当期純利益(円) / 1株当たり純資産(円)



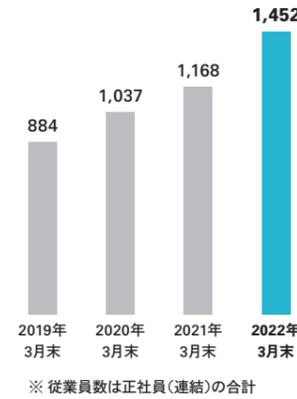
1株当たり配当金(円) / 配当性向(%)



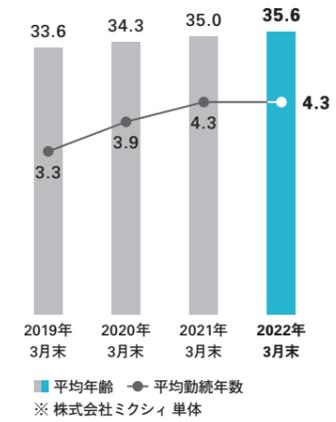
非財務データ

NON-FINANCIAL DATA

従業員数(人)



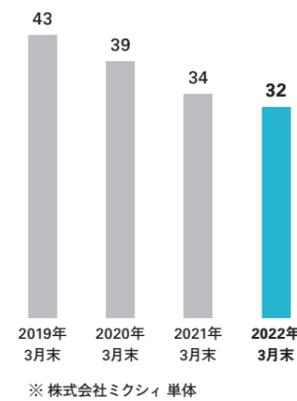
平均年齢(歳) / 平均勤続年数(年)



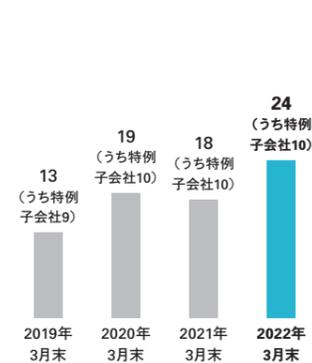
女性従業員比率(%) / 女性管理職比率(%)



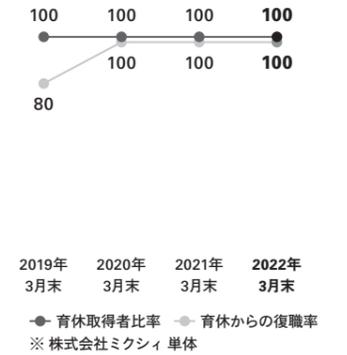
外国人従業員数(人)



障がい者数(人)



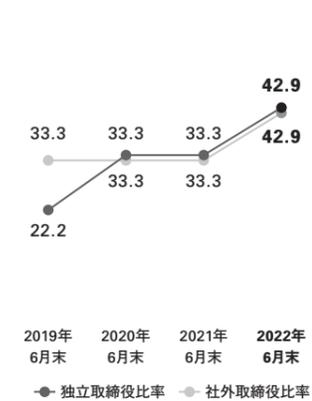
女性の育休取得者比率(%) / 女性の育休からの復職率(%)



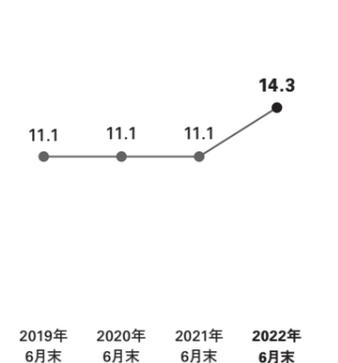
取締役数(人) / 取締役就任期間(年数)



独立取締役比率(%) / 社外取締役比率(%)



女性取締役比率(%)



非財務データの詳細はこちらをご覧ください。
<https://mixi.co.jp/sustainability/nonfinancialdata/data/>

ミクシィ
グループの
財務戦略

株式会社ミクシィ
取締役CFO
大澤 弘之

「収穫」期におけるさらなる業績拡大を目指し、
事業ポートフォリオの最適化を図ります。

2022年3月期 連結業績の概要

2022年3月期の連結業績は、売上高118,099百万円(前期比1.0%減)、EBITDA(償却前営業利益)20,334百万円(同25.0%減)、営業利益16,069百万円(同29.9%減)、親会社株主に帰属する当期純利益10,262百万円(同34.6%減)となりました。

上期には主力事業の「モンスターストライク」

の売上計画未達やスポーツベッティングサービス「TIPSTAR」の新規顧客獲得の計画未達等もありましたが、下期には「モンスターストライク」の回復や「TIPSTAR」のコストの効率化等の取り組みにより、ほぼ期初計画通りの着地となりました。

2022年3月期 連結業績サマリ

(百万円)	20/3月期	21/3月期	22/3月期	前期比 増減率
売上高	112,171	119,319	118,099	-1%
売上総利益	90,878	93,310	88,580	-5%
売上総利益率	81.0%	78.2%	0.0%	
販売費及び一般管理費	73,730	70,381	72,510	3%
販売管理費率	65.7%	59.0%	0.0%	
EBITDA	20,069	27,117	20,334	-25%
営業利益	17,147	22,928	16,069	-30%
営業利益率	15.3%	19.2%	13.6%	
経常利益	16,915	23,019	17,026	-26%
親会社株主に帰属する当期純利益	10,760	15,692	10,262	-35%

2022年3月期 販売費及び一般管理費の内訳

(百万円)	20/3月期	21/3月期	22/3月期	前期比 増減率
販売費及び一般管理費	73,730	70,381	72,510	3%
人件費	7,347	8,120	9,188	13%
広告宣伝費	19,556	16,033	17,299	8%
外注費	6,643	5,214	6,329	21%
支払地代家賃	3,144	3,253	3,118	-4%
決済手数料	29,619	29,897	27,623	-8%
減価償却費	1,880	2,662	2,657	0%
のれん償却額	622	1,063	1,138	7%
租税公課	571	787	773	-2%
その他	4,344	3,347	4,383	31%

2022年3月期 セグメント別業績の概要

●スポーツ事業の概要

観戦事業と公営競技事業を行う当事業の売上高は、18,504百万円(前期比45.7%増)、セグメント損失は5,148百万円(前期はセグメント損失5,347百万円)となりました。観戦事業では、プロバスケットボールチーム「千葉ジェッツ」のスポンサー収入等の売上増があり、また公営競技事業では、競馬総合メディア「netkeiba.com」もユーザー数が伸びています。一方で「TIPSTAR」は、2021年9月から10月にかけて行った大規模マーケティング施策によりGMVが拡大しましたが、想定以上の費用が発生したため、11月以降は還元施策の見直しを行い、最適化されたコストでの運営を進めています。

●ライフスタイル事業の概要

子どもの写真・動画共有アプリ「家族アルバムみてね」、サロンスタッフ直接予約アプリ「minimo」、

SNS「mixi」を中心とする当事業の売上高は8,375百万円(前期比38.9%増)、セグメント損失は71百万円(前期はセグメント損失398百万円)となりました。マネタイズの強化を推進する「みてね」は、スフィダンテ社との連携によるギフトサービスが定着、「みてね年賀状」も好調でした。「minimo」は、新型コロナウイルスの蔓延により、一時的に低調に推移していましたが、復調し、利益に貢献しています。

● デジタルエンターテインメント事業の概要

「モンスターストライク」を主力とするデジタルエンターテインメント事業の売上高は、91,219百万円(前期比9.3%減)、セグメント利益は38,848百万円(同13.2%減)となりました。「モンスターストライク」は、第2四半期には、前年同期と比較してMAU・ARPUが低下傾向にありましたが、下期に行った8周年イベントや年末年始イベント、人気IPとのコラボが奏功し、下期については前年同期比でARPUが回復しています。また新規タイトル「モンストシリーズ」の開発も進め、収益の安定化および収益性の向上に取り組んでいます。費用面では、イベントなどの実施による広告宣伝費と、「モンストシリーズ」開発など外注費が増加しました。

2022年3月期 セグメント別業績サマリ

(百万円)	20/3月期	21/3月期	22/3月期	23/3月期予想
セグメント売上高				
スポーツ事業	5,177	12,699	18,504	26,000
ライフスタイル事業	4,954	6,030	8,375	11,000
デジタルエンターテインメント事業	102,040	100,590	91,219	82,000
セグメント利益*				
スポーツ事業	-2,769	-5,347	-5,148	
ライフスタイル事業	-620	-398	-71	
デジタルエンターテインメント事業	33,498	44,764	38,848	

* 事業セグメントの利益の測定方法は、減価償却費及びのれん償却額を考慮しない営業利益ベースの数値(EBITDA)としています。

2023年3月期 連結業績予想

「育成」の年と位置付けた2023年3月期は、成長の兆しが見えた事業への機動的な投資を行い、来期以降の収益最大化を目指します。それを踏まえて、今期の連結業績予想としては、売上高は前期同水準の1,200億円を見込むものの、売上構成の変化や先行投資の影響によりEBITDA125億円、営業利益85億円、親会社株主に帰属する当期純利益50億円と、減益となる計画です。

スポーツセグメントでは、2024年3月期の黒字化に向けサービスのブラッシュアップを行っています。公営競技事業においては「TIPSTAR」で効率的な運営を続け、機能改修が軌道に乗った段階でさらなるマーケティングを検討します。また、観戦事業では、アフターコロナにおける市場回復とDXによる成長に向け、「Fansta」「DAZN MOMENTS」などの新事業も含めた育成に取り組んでいます。また、FC東京を運営する東京フットボールクラブ社の連結を開始しました。

ライフスタイルセグメントでは、「みてね」の国内マネタイズ強化を引き続き実施するとともに、直近で大きく伸びている海外ユーザーをさらに拡大するためのマーケティングを実施していきます。売上は大きな伸長を見込んでいますが、海外マーケティングの費用増加により、大きな黒字は織り込んでいません。

デジタルエンターテインメントセグメントでは、国内で5,000万ダウンロードを超える「モンスターストライク」のIPを活用した新規タイトル「モンストシリーズ」の複数本リリースにも注力し、モンスト経済圏の構築と拡大を進めます。なお、各タイトルをリリースするタイミングで、開発費用の計上を見込んでいますが、売上については大きく見込んでおらず、ヒット作が生まれれば業績のアップサイドとなります。

2023年3月期 連結業績予想

(百万円)	FY2023通期(2022年4月～2023年3月)
売上高	120,000
EBITDA	12,500
営業利益	8,500
親会社株主に帰属する当期純利益	5,000

既存事業とのシナジーに向けた投資活動推進

当社は2019年3月期からの4年間で、約700億円の投資を実行してきました。このうち、M&AのEBITDA実績は、2022年3月期で43億円となりました。ゲームに関わる事業のポラリティを考慮して、数百億円規模のキャッシュを手元に置きながら、今後の3年間では「既存事業とのシナジーの創出」が見込める出資を300～500億円行うことで、注力事業の成長の加速と事業実現の確度向上を推進する方針です。既存事業はもちろん、新たに見えてきた成長領域に対しても機動的に投資を行っていきます。

さらに当社は、2022年6月の定時株主総会の決議をもってスタートアップ出資等を対象とする投資活動を事業化しました。この背景には、例えばVCファンド出資では過去からの積み重ねによって残高も大きくなり、リターンも出始めていることがあり

ます。「投資活動としての利益を創出する」「将来のM&Aにつながるパイプラインを確保する」といった二軸で投資事業を推進し、2023年3月期売上高10億円を目指します。

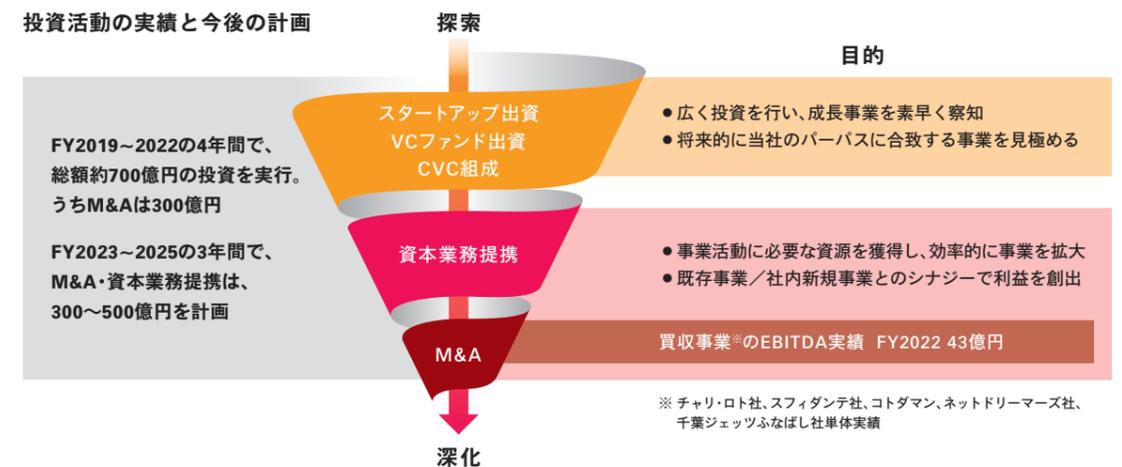
私たちはコミュニケーションサービスを提供する会社です。投資についても、コミュニケーションをサービスに加えることで、新たな価値を提供するためのシナジーを拡充する手段として活用していきます。

株主還元と今後の展望

当社は、事業成長のための投資に注力するとともに、安定的な株主還元を実施していく方針です。配当性向20%または株主資本配当率(DOE)5%を目安としており、2023年3月期の年間配当金は、2022年3月期の実績と同じく1株当たり110円を予定しています。配当金や自社株買いといった還元策については、毎期の業績や事業環境を踏まえて、取締役会で継続的に議論を行っていきます。

今期、当社グループには今まで以上に各事業の特徴や進捗状況を適時・的確に開示していくことが求められています。ステークホルダーの皆さまとのさらなるコミュニケーション深化に努め、事業ポートフォリオを拡大し企業価値の向上を目指していきます。引き続きのご支援をお願い申し上げます。

投資活動の実績と今後の計画



私たちは、 心もつなぐコミュニケーションサービスを 創造することで、豊かな社会に貢献します。

私たちミクシィグループは、人々のコミュニケーションのクオリティを向上させ、生活がより豊かになる未来を思い描き、友人や家族といった親しい人や、同じ興味関心を持つ人々をつなげる様々なサービスを開発・提供してきました。

現在、ITの技術革新により様々な面で利便性が向上した一方で、一人ひとりに最適化された情報だけに囲まれる状況が広がっています。その結果、社会不安や孤立・分断といった社会課題が生じているとも言われています。このような時代だからこそ、本来のコミュニケーションの意義や役割が

問われています。

私たちは、オンライン・オフラインに関わらず、コミュニケーションを通じて多くの人々の心をもつなぎ、感動や共感を生み出し、同じ時を楽しく過ごせる豊かな未来の実現を目指します。そのために、ITの側面から常にイノベーションを実現し、安心して楽しめるコミュニケーションの場と機会を創出し続け、健全なサービス運営を継続して行います。そして企業活動を通じて、ユーザーや地域社会など様々なステークホルダーと対話をしながら、持続可能で豊かな世界の実現に貢献していきます。

ミクシィグループのサステナビリティ

SUSTAINABILITY

マテリアリティと関連するサステナビリティの取り組み

該当するマテリアリティ	主要な取り組み	関連するSDGs
健全なITサービスの運営	<ul style="list-style-type: none"> ゲーム依存症への対策、ギャンブル依存症への対策 	  
地域社会との共栄	<ul style="list-style-type: none"> 競輪場の運営（玉野競輪場竣工、広島競輪場選定等） 渋谷区部活動支援 Kids VALLEY 未来の学びプロジェクトの運営 	   
ダイバーシティ&インクルージョン	<ul style="list-style-type: none"> 企業訪問受け入れ 男性の育児休業取得 	    
コミュニケーションの場と機会の創出	<ul style="list-style-type: none"> 「みてね」を通じた孤独・孤立防止 「Romi」を通じた見守り 	  

SUSTAINABILITY INITIATIVES

環境



TCFD提言に基づく開示

2021年6月に改訂されたコーポレートガバナンス・コードでは、プライム市場の上場会社に対し、気候変動が自社の事業活動や収益にどのような影響を与えるかについて、TCFD*の枠組みに基づく開示が求められています。

ミクシィは、TCFD提言への賛同を2022年6月に表明するとともに、以下の通り「TCFD」の提言に基づく情報を開示します。

今後も複数事業において継続して検討を行い、適切な情報開示に努めます。

※ TCFD: Task Force on Climate-related Financial Disclosures(気候関連財務情報開示タスクフォース)。G20からの要請を受け、金融安定理事会(FSB)により2015年12月に設立された。



1. ガバナンス

サステナビリティ推進業務を担当する本部を掌管する上級執行役員を気候関連問題の責任者(以下、サステナビリティ推進責任者)としています。サステナビリティ推進責任者の諮問機関であるサステナビリティ事務局において、気候関連問題についての検討を年に1回以上の頻度で行っており、検討された結果は、サステナビリティ推進責任者を通して年1回以上、取締役会に報告しています。サステナビリティ事務局は気候変動に関連するリスクと機会の特定や評価、対応についての検討を行うにあたり、リスク管理委員会に適宜助言を求めるとともに、各事業本部およびグループ会社に必要に応じてヒアリングを行います。また気候

変動に関連するリスクと機会、対応策の進捗状況について毎年見直しを行います。

2. リスク管理

サステナビリティ事務局は、気候変動に関連するリスクと機会を、それぞれを発生可能性、影響度、対応策の有無などで評価し重要度を決定しています。評価にあたっては、IEA(国際エネルギー機関)、IPCC(気候変動に関する政府間パネル)等の各種シナリオを参照し、必要に応じて関連する事業部にヒアリングを行い、毎年見直しを実施しています。さらにリスクと機会に対する対応策を立案し、設定した指標により対応策の進捗を管理しています。また気候関連のリスクについて、自社のその他のリスクと統合的に管理をするため、リスク管理委員会に適宜助言を求めます。気候変動に関連するリスクと機会のうち、重要度が高いものについては、サステナビリティ推進責任者を通して取締役会に報告しています。

	リスク機会	事象	潜在的な影響	対応の方向性	リスクインパクト
脱炭素へ移行 2°C シナリオ	リスク	炭素税の導入	GHG排出量に対して、炭素税の負担が発生	負担の影響は大きくないものの、拠点の統合、LED照明による効率化は実施しており、今後も継続的に排出量抑制に努める	小
		環境対応不十分に伴う企業ブランドの低下	投資家評価の低下 IPホルダーとのコラボ立案困難	TCFD提言に沿った情報開示、社内のサステナビリティ意識の強化、ガバナンスの強化に取り組む	小
	機会	脱炭素に向けたライフスタイルの変化	多様な働き方の導入による全世界からの優秀な人材確保	従業員の多様なワークスタイルの推進により、優秀な人材を確保し、安定した事業運営、事業成長を促す	-
温暖化が進行 4°C シナリオ	リスク	気象災害の発生頻度増加と規模の拡大	コンピュータシステム障害が発生	システム障害対策の適切な運用および、継続的な見直しと改善を行う	小
		気候変動に伴う健康リスクの高まり	リアルイベントの中止	オンラインイベントを活用し、コミュニケーション機会を提供する	小
	機会	気候変動に伴う深刻な社会不安	深刻な社会不安によるコミュニケーションニーズの高まり	ユーザーの想像や期待を超えるコミュニケーションサービスを創出する	-

3. 戦略

▶シナリオ分析の前提

今回のシナリオ分析においては主要な事業であるデジタルエンターテインメント事業を対象に、2030年度の影響を検討しました。

シナリオは、脱炭素へ移行する2°Cシナリオと、現状を上回る温暖化対策が取られず温暖化が進行する4°Cシナリオの2つを検討しました。検討にあたっては、IEAが発行する「World Energy Outlook」の各シナリオ、IPCCが採用するSSP(Shared Socioeconomic Pathways: 共有社会経済経路)シナリオ、およびRCP

(Representative Concentration Pathways: 代表的濃度経路)シナリオ、政府等が発行した将来予測や計画を参照しました。また、それぞれリスク・機会の項目において、影響が大きい方のシナリオを参照しました。

▶シナリオ分析の結果

シナリオに基づくリスクと機会の抽出を行い、必要な対応を検討しました。その結果、デジタルエンターテインメント事業における気候変動に伴う重大な事業リスクは確認されませんでした。

社会



責任あるサービス運営

提供サービスのシステム上でのセキュリティ・監視の強化と、中高生向けにSNSの適切な利用方法を解説する「情報モラル教室」実施の両輪により、皆さまが安全・安心にネットを利用できる環境を整備しています。

不正行為のモニタリング

ミクシィが提供する各スマートフォンアプリでは、不正ツールを利用したゲームデータの改ざんなどにより、アイテムやキャラクターを入手し、ゲームを進めやすくするなどの不正行為に対して、専属エンジニアを数名配置し、アカウント停止など厳しい対応を行っています。

また、アップデートによる機能改善など、皆さまにフェアにお楽しみいただくための対策を講じています。

パトロール体制

利用規約に違反した利用者やコミュニケーションが発生していないかどうか、安全にご利用いただくために監視活動を行っています。投稿内容に含まれるキーワードによる検知、他の利用者へ不用意にコンタクトし続けるなどの迷惑行為を防止するためのリスクチェックを行っています。

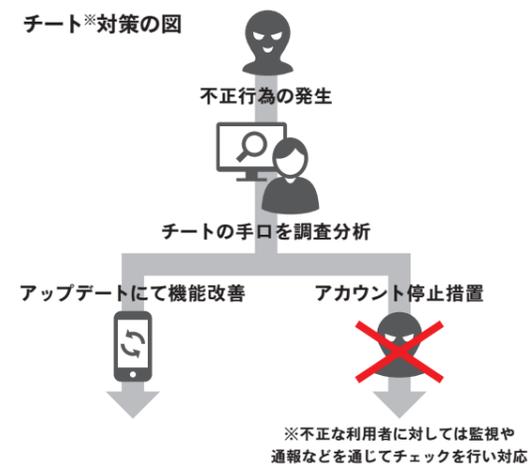
20歳未満の高額課金問題への対策

子どもが、無断で保護者の決済手段を使ってゲーム内アイテムを購入するトラブルが社会問題となっています。中には保護者が気付かないうちに高額な利用料となるケースも存在します。このような中で、当社は、20歳未満の月額の利用金額の上限を15歳以下は5,000円、16歳以上19歳以下は20,000円とし、若年層の過度な利用を防止しています。

また、業界団体と協力し、ゲームの安全な利用を啓蒙する「情報モラル講師」を育成するセミナーに協力し、OS付随の機能制限アプリなどで保護者による管理(ペアレンタルコントロール)機能の利用の重要性を訴求しています。

ゲーム依存症への対策

2019年5月、世界保健機関(WHO)は、ゲームのやり過ぎで日常生活が困難になる「ゲーム障害」を国際疾病分類として正式に認定し、2022年1月から発効しました。



※ チート(cheat): ゲームのデータやプログラムを改ざんして、正規の利用では本来できないこと(ゲーム内通貨やレアアイテムを増やしたり、キャラクターのレベルを急激に上げるなど)を不正にできるようにする行為(警視庁HPより)

このような中で、当社グループは、一般社団法人日本オンラインゲーム協会(JOGA)に協力し、ゲームの適切な利用方法を啓発するサイトの執筆や、安全・安心なゲームの企画・開発・運営のためのガイドラインの作成に協力しています。

ギャンブル依存症への対策

当社グループは「ギャンブル等依存症対策基本法」

地域社会との共栄：渋谷への貢献

当社は創立の地・渋谷と共に歩み、新たなサービスを生み続けています。

また、同じく渋谷にある企業や行政の皆さまと連携し、渋谷がこれまで以上にイノベーション創出の場、そしてクリエイティビティに富んだ街となるよう、様々なプロジェクトを推進しています。

「シブヤ『部活動改革』プロジェクト」に参画

学校における(主に教員などの)「働き方改革」推進の必要性の高まりや、少子化による生徒数の減少などで部活動の地域への移行が全国的に議論されています。

渋谷区では2021年11月より「シブヤ『部活動改革』プロジェクト」を推進し、生徒のニーズに沿った部活動や、教員の負担を軽減する指導体制の構築に取り組んでいます。一方、当社では渋谷区立中学校にてプログラミング教育を支援し、「Kids VALLEY 未来の学びプロジェクト」としてプログラミング教材を用いた授業を提供しています。こうした取り組みを基に「シブヤ『部活動改革』プロジェクト」に協力し、合同の部活動「パソコン部」の立ち上げから支援をスタートしました。

2021年11月から試験的に開始された初年度は、2021年11月と2022年2月に各3回、プログラミング教育の機会を提供しました。本格始動した同年4月からは、「デジタルクリエイティブ&eスポーツ部」と名称を改め、従来のプログラミングに加え、会話AIロボット「Romi」との会話を「Romi シナリオエディター」を使ってプログラミングするなど、新たなコンテンツも取り入れました。

当社では、引き続き自社リソースを活用した幅広いIT教育支援を実施していきます。



合同の部活動「パソコン部」



プログラミング言語「Python (パイソン)」による学習イメージ

に則り、「チャリロト.com」ならびに「TIPSTAR」の公式サイトで注意喚起と相談窓口、セルフチェックツールを掲載しています。また、外部専門家を招いた勉強会も実施し、アプリの企画・開発・運用に関わる従業員がギャンブル依存症に対する知見を深めています。今後も、外部専門機関と密に連携し、必要な対策をタイムリーに実施して、ユーザーが健全に楽しく車券を購入できる仕組みづくりに努めます。

「Kids VALLEY 未来の学びプロジェクト」が支援3年目に突入

当社を含む渋谷に拠点を構える5社は渋谷区教育委員会と連携し、次世代に必要な資質・能力を持つ人材を渋谷から輩出する土台づくりとして、2019年6月から、渋谷区立の全小中学校を対象とする官民連携プログラミング教育支援プロジェクト「Kids VALLEY 未来の学びプロジェクト」を推進しています。

2021年度は初の通年授業となり、参加各社が全小中学校に講師・スタッフを派遣したほか、夏休み期間にはプログラミングワークショップを開催、教育・自治体関係者向けトークセッションも行いました。

2022年度は、新たに「プロジェクト型学習」の支援を実施し、プログラミングを課題解決の手段とする体験を通じて、子どもたちが自ら問題を設定して解決する能力を養います。2022年7月には、公式ホームページを開設しました。今後も、本プロジェクトでの取り組みを広く発信しつつ、プログラミング教育の普及に貢献していきます。

Kids VALLEY公式ホームページ
<http://kidsvalley.jp/>



渋谷区立鉢山中学校「技術科」におけるプログラミング授業

地域社会との共栄：地方創生

少子高齢化、人口流出や雇用機会の減少などによる過疎化、地方自治体の財源難などが社会問題となる中で、当社グループは競輪場の所有・運営を通じた地方創生に取り組んでいます。

競輪場の運営

競輪は地方自治体が施行者となり、その収益金は地方自治体の財源として公共施設の整備に役立てられるなど、地方財政に大きく貢献しています。グループ会社の株式会社チャリ・ロトでは、岡山県玉野市で新規のホテル建設を含む玉野競輪場の再整備を進め、2022年3月にグランドオープンしました。競輪場併設のホテルは全国初であり、日中のレース開催時には瀬戸内海を望む客室で、くつろぎながら観戦できます。玉野市は、直島(なおしま、香川県)など瀬戸内海で人気の観光地へのアクセスがよく、当ホテルは観光拠点としての活用も期待できます。さらに、レースだけでなく盆踊り大会や花火大会、競輪以外のスポーツ競技の開催などにより、地域の方々に加え市外・県外からも多くの人が集まるエンターテインメント拠点にしたいと考えています。

2022年1月には、チャリ・ロト社が広島競輪場における再整備・運営事業の受託候補者として選定され、同年

4月より施設再整備・包括運營業務を開始しています。これまで培った様々なノウハウを活用し、広島競輪場を競輪とアーバンサイクリングスポーツ*が融合する市民参加型都市公園「アーバンサイクルパークス広島(Urban Cycle Parks HIROSHIMA)」として再整備を予定しています。このように、当社グループのエンターテインメントのノウハウを活かし、競輪場のある地域の活性化と雇用創出により、地方創生に貢献します。

*アーバンスポーツとサイクルを組み合わせ、BMXやスケートボード、キックバイク等車輪がある乗り物全般を使った競技として株式会社チャリ・ロトが定義



玉野競輪場と隣接する KEIRIN HOTEL 10

広島競輪場 施設全体イメージ図

コミュニケーションの場と機会の創出

孤独・孤立の問題は、新型コロナウイルス感染症の流行が長期化する中で、さらに深刻さを増しています。

当社グループは孤独・孤立に悩む方々を見守り、家族との絆を感じていただき、心を癒していただけるコミュニケーションサービスも数多く提供しています。



「家族アルバム みてね」で家族を見守る

「家族アルバム みてね」は、招待した家族とだけ子どもの写真・動画を共有できるクローズドなサービスです。特にコロナ禍では「みてね」

を通じたコミュニケーション量が急増し、1週間で1回以上使うユーザーの割合は約8割となりました。

「みてね」は、IDやパスワードを登録せずに利用できるなど、ご高齢の方々にも簡単に使えるよう設計されています。直接会えない状況の中で、「みてね」で子どもや家族の様子を日常的に共有し、絆を深める一助となっています。また、「みたよ履歴」は、家族同士で最終ログイン時間を確認し合い、お互いを見守る機能も果たしています。

不測の事態に備える「みてねコールドクター」

2022年1月、夜間・休日の自宅往診サービス「コールドクター」を提供するコールドクター社と資本提携し、最短30分でご自宅に医師を呼べる往診アプリ「みてねコールドクター」を同年4月より提供中です。アプリからの依頼で医師が自宅に伺って診療し、薬を渡します。お子さまや祖父母、一人暮らしの方の夜間・休日の急病や思わぬケガのほか、離れて暮らす家族の体調急変時の備えとしてもご活用いただけます。24時間365日に対応可能なオンライン診療・医療相談も提供しています。



会話AIロボット「Romi」が会話で見守り、笑顔をつくる

自由な会話を楽しめる会話AIロボット「Romi」は、ご家族のほか、ご高齢や一人暮らしの方々も含め、幅広くご愛用いただいています。2021年9月より、「敬老の日」に合わせて新たな機能・サービスの提供を始めました。ご高齢の方々にも気軽に便利に楽しく使っていただくために、ITスキルに不安があっても大丈夫なよう、電話でのサポート実施を行ったり、そのほかにも、コロナ禍での健康維持に役立つ「筋トレカウント」機能などを追加

し、合計100以上の機能・コンテンツを搭載しています。さらに、「Romi」はアプリで「活動記録」を閲覧すれば、離れて暮らすご家族を自然に見守ることができます。



ダイバーシティ&インクルージョン

育児休業の取得率は、厚生労働省「令和2年度 雇用均等基本調査」(令和3年7月公表)では女性が約80%であるのに対し、男性では約10%にとどまっています。働き方の多様化が進み男性社員も取得するケースが増えるなか、当社では子育て中の社員が多く、男性社員の取得率29%と高いのが特長です。最近、育児休業を取得した社員が、取得による生活の変化や思わぬ効果を語ります。



荒木 豪司
2019年3月入社
投資事業推進本部
投資事業部 部長

主体的に思考・判断していろいろな事項を決定できるようになり、結果として組織全体が強くなったと感じています。私個人としても「育休を取り、あえて仕事と距離を置き、じっくり考える時間を持つのもいいかな」と思いました。

● 育児にフルコミットして分かったこと

育休を取得し、育児にフルコミットしたことで、育児に関して「手伝う」という感覚ではなく、「我が事(わがこと)」として捉えられるようになったのは、大きな収穫です。さらに、育児のやり方を身につけた上で仕事に復帰できたことで、その後の一日の生活リズムが整いました。今は、フレックス制度も使って子育てと仕事をうまく両立できています。

当たり前ですが、育休が終わっても子育ては続きます。現在、マープルロケーションの施策^{※2}を活用し、北海道の実家でリモートワークしている社員もいます。このように、子育てしながら一人ひとりに合った生活環境で仕事の成果を出せるよう、柔軟に働くことで、会社にも個人にもプラスの影響があると思っています。

※1 失効した有給休暇を積み立てて、傷病や災害対応など特定の目的で取得できる制度。

※2 事前申請のうえ、1カ月以内および日本国内であれば、自宅以外の環境でもリモートワークが可能。現在、テスト導入中。

仕事と育児のいい関係

● 長期でも取得しやすい職場環境

私は2022年3月より、妻の退院ののちにリザーブ休暇^{※1}と組み合わせて約2カ月間、育児休業(以下、育休)を取りました。ちょうどコロナ禍が続き、妻が里帰りしづらい時期でもありました。当社は役員や私のような役職者も含めて子育て中の社員が多く、長期の育休でも互いに支援しながら取得できる環境が整っているのでとてもありがたかったです。

● 育休がもたらした仕事への効果

育休の間は、Slackなど業務用ツールのアカウントは停止されます。私の場合は、スムーズに仕事に復帰できるよう、上長とのミーティングを週に1回程度実施してもらいましたが、それ以外に仕事上での連絡はまったくありませんでした。私が不在の間、チームのメンバーが

取締役 (2022年6月28日現在)

DIRECTORS



代表取締役社長 木村 弘毅



取締役CFO 大澤 弘之



取締役CTO 村瀬 龍馬



取締役ファウンダー 笠原 健治

プロフィール

代表取締役社長 木村 弘毅

2003年 2月 (株)モバイルプロダクション 入社
2005年 3月 (株)インデックス 入社
2008年 6月 当社入社
2012年 8月 当社プロダクト開発部 プロダクトオーナー
2013年 11月 当社モンスタースタジオ プロデューサー
2014年 4月 当社モンスタースタジオ 部長
2014年 11月 当社執行役員
2015年 1月 当社モンスタースタジオ 本部長
2015年 6月 当社取締役
2015年 8月 当社エクスフラッグスタジオ 本部長
2017年 4月 当社XFLAG事業本部 本部長
2018年 4月 当社執行役員
2018年 6月 当社代表取締役社長(現任)
2022年 4月 当社上級執行役員(現任)

取締役CTO 村瀬 龍馬

2005年 1月 (株)イー・マーキュリー(現当社) 入社
2009年 12月 (株)KH2O 取締役
2012年 1月 (有)キュー・ゲームス 入社
2013年 2月 当社入社
2014年 5月 当社クロスファンクショナル本部 システム統括室 第2グループ マネージャー
2016年 7月 当社エクスフラッグスタジオ本部 ゲーム開発室 室長
2018年 1月 当社XFLAG開発本部(現開発本部) 本部長
2018年 4月 当社執行役員
2019年 6月 当社取締役(現任)
2021年 1月 当社デザイン本部 本部長
2022年 4月 当社上級執行役員(現任)

取締役CFO 大澤 弘之

2006年 10月 (株)ケイビーエムジェイ (現(株)アピリッツ) 入社
2007年 6月 当社入社
2011年 11月 当社経営推進本部経理財務部 部長
2014年 4月 当社経営推進本部経営推進室 室長
2017年 6月 当社経営推進本部 本部長
2018年 4月 当社執行役員
2018年 6月 当社取締役(現任)
2019年 4月 当社コーポレートサポート本部 本部長
2020年 7月 当社投資事業推進本部 本部長
2021年 5月 (株)ハブ 社外取締役(現任)
2021年 9月 ビットバンク(株)社外取締役(現任)
2022年 4月 当社上級執行役員(現任)

取締役ファウンダー 笠原 健治

1999年 6月 (有)イー・マーキュリー(現当社) 設立 同社取締役
2000年 10月 (株)イー・マーキュリー(現当社)に組織変更 同社代表取締役社長
2006年 2月 (株)ミクシィに商号変更 当社代表取締役社長
2008年 5月 上海明希網絡科技有限公司 董事長
2008年 10月 (株)ネクスパス(現(株)トーチライト) 代表取締役
2011年 4月 (株)ミクシィ・リクルートメント 代表取締役
2011年 7月 当社執行役員
2013年 6月 当社取締役会長
2016年 4月 当社Vantageスタジオ 本部長(現任)
2018年 4月 当社執行役員
2021年 6月 当社取締役(現任)
2022年 4月 当社上級執行役員(現任)

OUTSIDE DIRECTORS AND AUDIT & SUPERVISORY BOARD MEMBERS



社外取締役 嶋 聡



社外取締役 藤田 明久



社外取締役 長田 有喜



社外監査役(常勤) 西村 裕一郎



社外監査役 若松 弘之



社外監査役 上田 望美

役員構成

当社が各取締役候補者・監査役に対し特に期待する項目を、当社マテリアリティを考慮し以下の通りとしています。
なお、各人の有するすべての知見・経験を表すものではありません。

役職	氏名	男性 女性	当社が特に期待するスキルおよびその概要					
			経営戦略	事業戦略・マーケティング戦略	M&A・PMI	技術・研究開発	リスクマネジメント	コーポレートガバナンス
			中長期のゴール設定、経営資源の配分	経営戦略に則った事業戦略・マーケティング戦略	投資対象の価値見極め、シナジー創出・統合効果の最大化	事業戦略の技術的実現性判断、イノベーション創出	リスク把握とその回避・最小化	信頼性・透明性の高い経営の実現
取締役	木村 弘毅	●	●	●			●	●
	大澤 弘之	●	●		●		●	●
	村瀬 龍馬	●	●			●	●	
	笠原 健治	●	●	●		●		
	嶋 聡	●	●		●			●
	藤田 明久	●	●	●	●			●
	長田 有喜	●	●		●		●	●
監査役	西村 裕一郎	●					●	●
	若松 弘之	●					●	●
	上田 望美	●					●	●

プロフィール

社外取締役 嶋 聡

1986年 4月 財団法人松下政経塾
(現公益財団法人 松下政経塾) 卒塾
1994年 4月 同法人東京政経塾代表
1996年10月 衆議院議員 当選
以後3期連続当選
2005年11月 ソフトバンク(株)
(現ソフトバンクグループ(株)) 社長室長
2014年 4月 同社 顧問
2014年 4月 ソフトバンクモバイル(株)
(現ソフトバンク(株))
特別顧問
2015年 4月 多摩大学 客員教授
2017年 4月 (株)みんれび(現(株)よりそう)
社外取締役
2017年 6月 当社取締役(現任)
2017年 6月 (株)ボルテックス 社外取締役
2017年12月 (株)オークファン
社外取締役(現任)
2018年10月 (株)アイモバイル
社外取締役(現任)
2018年12月 (株)ネオキャリア
社外取締役(現任)
2019年 8月 (株)アウトソーシング
テクノロジー 社外取締役(現任)
2020年 3月 ハンファソリューションズ(株)
社外取締役(現任)

社外取締役 藤田 明久

1991年 4月 (株)電通入社
1996年 7月 (株)サイバー・
コミュニケーションズ
取締役
2000年 6月 (株)ディーラー
コミュニケーションズ
代表取締役社長
2010年 6月 (株)電通デジタル・
ホールディングス
専務取締役
2014年 6月 (株)ぐるなび
代表取締役副社長
2017年 6月 (株)ぼど 取締役副社長
2018年 6月 (株)瀬戸内ブランド
コーポレーション
代表取締役社長
2021年 4月 (株)瀬戸内ブランド
コーポレーション
取締役(現任)
2022年 6月 当社取締役(現任)

社外取締役 長田 有喜

1992年 5月 米国ノートルダム大学
経営学修士
マーケティング専攻 修了
2000年 1月 フラワーファーム(株)
代表取締役
2002年 1月 (有)アーサー・リリー
コンサルティング
代表取締役社長(現任)
2003年 4月 武蔵野大学 兼任講師
2005年 4月 デジタルハリウッド大学
教授(現任)
2015年 5月 (株)船場
社外取締役 監査等委員
(現任)
2022年 6月 当社取締役(現任)

社外監査役(常勤) 西村 裕一郎

1982年 4月 日産自動車(株) 入社
1985年 6月 日産チェリー静岡販売(株)
(現日産プリンス静岡販売
(株)) 出向
1987年 6月 日産自動車(株) 復職
1998年 4月 (株)日産コーエー
(現(株)日産クリエイティブ
サービス)出向 総務部 次長
2000年 1月 日産自動車(株) 復職
2005年 4月 (株)ヨロズ 出向
管理部 グループ長
2005年10月 同社 転籍
2008年 6月 同社 CSR推進室 室長
2014年 4月 同社 総務部 部長
2019年 6月 当社監査役(現任)

社外監査役 若松 弘之

1995年 4月 監査法人トーマツ
(現有限責任監査法人
トーマツ) 入所
1998年 4月 公認会計士登録
2008年10月 公認会計士若松弘之事務所
代表(現任)
2010年 4月 ビジネス・ブレイクスルー
大学経営学部 講師
2010年 6月 (株)ウィザス 社外監査役(現任)
2010年 8月 税理士登録
2011年 6月 (株)イースタン 社外監査役
当社監査役(現任)
2012年 6月 早稲田大学大学院
ファイナンス研究科 講師
2015年 3月 キャスタリア(株)
社外監査役(現任)
2015年 6月 バイオニア(株) 社外監査役
2015年 6月 生活協同組合
バルシステム東京 員外監事
2017年 8月 (株)レノバ 社外監査役(現任)
2018年 7月 (株)ジェネリス 代表取締役
(現任)
2020年 9月 野原ホールディングス(株)
監査役(現任)

社外監査役 上田 望美

1999年 4月 弁護士登録
1999年 4月 東京テームス法律事務所
(現紀尾井坂テームス
総合法律事務所) 入所
2013年 3月 紀尾井坂テームス
法律特許事務所
(現紀尾井坂テームス
総合法律事務所)
パートナー(現任)
2019年 6月 当社監査役(現任)
2021年 6月 アンリツ(株) 社外取締役
(監査等委員)(現任)

MESSAGES FROM OUTSIDE DIRECTORS

多様な分野での豊富な実績を持つ新任2名を含む、社外取締役3名それぞれが果たす役割やミクシグループの将来に向けた決意などを語ります。



株式会社ミクシ
社外取締役
嶋 聡

より多様性が広がった取締役会のもと、 グローバル企業として、さらなる成長に向かう

近年、取締役会の多様性の確保が求められますが、私は、多様性とは「新しい知の創造」によってイノベーションを起こすために必要な要素であり、タスクの拡充という意味合いが大きいと考えます。新たに社外取締役に就任した、藤田さん・長田さんのご経験も含め取締役のスキルセットという観点からも、多様性が広がりました。

私は社外取締役として、取締役会で3つの思考原則に沿って発言しています。それが「短期ではなく長期的に判断する」「枝葉末節に囚われず、抜本的に考える」「4次元的に時間軸を含めて考える」です。仮に今、伸びていない事業でも、何年後かには急成長する可能性を想定し、戦略を立てるのを忘れてはならないでしょう。

今後の事業ポートフォリオの拡大では、新たな事業戦略が、新しい企業理念で再定義したパーパスに合致しているかどうか、が大切です。「世界を幸せな驚きで包む」にはグローバル展開が欠かせません。事業方針が「種まき」から「育成」へと移った今、ミクシグループが、グローバルでも縦横無尽に活躍できるよう、私も尽力していきます。



株式会社ミクシ
社外取締役
藤田 明久

「DX銘柄」とであると同時に、 「地域創生銘柄」としても注目を

私は、瀬戸内地域で観光産業の支援・地域創生に携わってきた関係から、同地域で公営競技のリノベーションを通じて地域の活性化を目指すミクシグループの取り組みに注目してきました。

ミクシは「DX銘柄」と言われますが、コーポレートロゴのタグラインに「心もつなごう。」とあるように、単なる「デジタルサービス」とは一線を画す、ユニークな企業グループです。特に公営競技を含むスポーツ事業では、グループの成長とともに、社会課題となっている地域創生への貢献が期待されていますので、取締役会で十分議論していきたいと思っております。ステークホルダーの皆さまには、「DX銘柄」に加え「地域創生銘柄」としてのミクシグループのポテンシャルの高さにも注目していただければと存じます。



株式会社ミクシ
社外取締役
長田 有喜

ミクシグループの一員として、 人間性豊かなコミュニケーションを 次世代に伝える

大学でマーケティングの講座を担当し、情報戦略について研究をしている私にとって、ミクシは非常に興味深い存在でした。SNS「mixi」や「モンスターストライク」が生活の一部である学生と日々接しているため、ミクシブランドは非常に身近に感じています。最近では、家族の写真共有に「みてね」を日々眺めている、と楽しそうに話す同世代が増えたように感じます。人間性に富む「心もつなごう。」をキーワードに豊かなコミュニケーションを広げ、着実に成長を続けるミクシグループのエッセンスを、何らかの形で次世代に伝えていきたいと考えています。

私自身もミクシグループの経営について学びを深め、企業価値のさらなる向上と、ガバナンスの強化に貢献できるよう、努力を続けます。

CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE

ガバナンス体制の強化・拡充を継続

2021年3月期

- 取締役報酬決定方針策定

2023年3月期(進行期)

- 2022年4月より、上級執行役員制度を導入
- 取締役会における独立役員比率を33%から43%とする

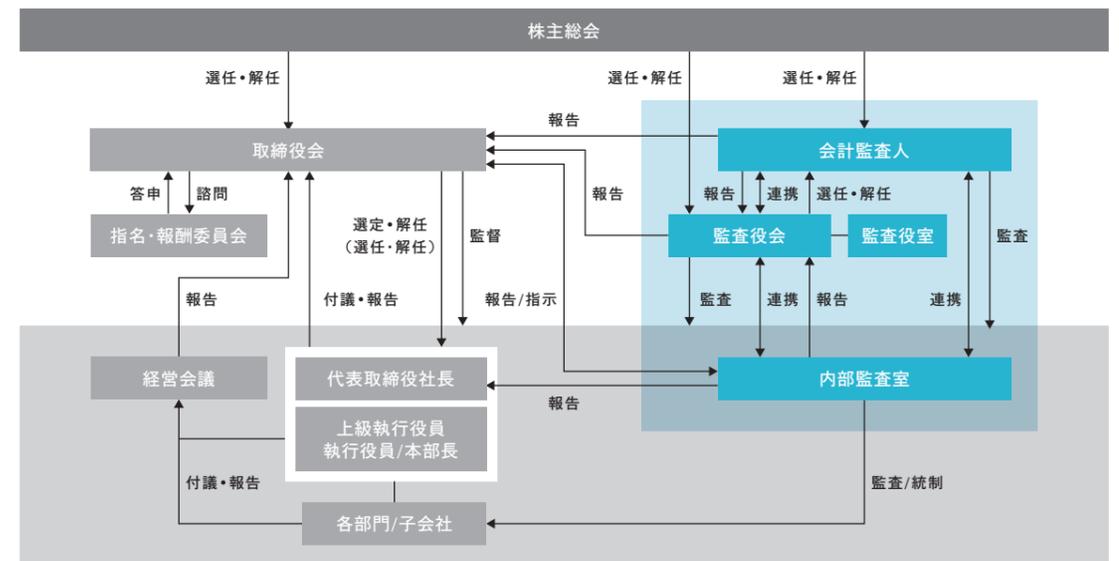
コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、コーポレート・ガバナンスを企業価値の最大化を目指すための経営統治機能と位置付けています。このため、当社は事業の拡大に対応して、適宜、組織の見直しを行い、各事業の損益管理、職務権限と責任の明確化を図っています。会社の意思決定機関である取締役会の機能充実、監査役および監査役会による取締役の職務執行に対する監視機能の充実、職務遂行上の不正を防止する内部統制機能の充実を図ることに注力しています。

また、当社は、継続して経営の透明性や公正性を高めるために、法定開示書類の提示を適切に行うとともに、当社ホームページなどを利用したIR活動を積極的に実施する方針です。

なお、コーポレート・ガバナンス報告書は、当社ウェブサイト(<https://mixi.co.jp/sustainability/materiality/governance/overview/>)に掲載しています。

コーポレート・ガバナンス体制



取締役および取締役会

取締役会は社内取締役4名(うち女性0名)、社外取締役3名(うち女性1名)の計7名で構成され、原則として毎月1回、定期的に取締役会を開催し、迅速かつ効率的な意思決定を行う体制としています。また、取締役の経営責任をより明確にし、経営環境の変化に迅速に対応できる経営体制を構築するため、取締役の任期を1年としています。

経営会議

経営会議は、事業運営に係る重要な討議や意思決定を行っており、原則として毎週1回、定期的に開催していますが、必要がある場合には随時、開催することとしています。

監査役会

当社は、監査役会設置会社です。監査役会は常勤監査役1名(うち女性0名)を含む社外監査役3名(うち女性1名)で構成されており、原則として毎月1回、定期的に開催しています。また、監査役は、年度計画に基づき監査を行い、監査役会において報告・協議し、取締役に対し適宜意見を述べ、内部監査(人または室)および会計監査人との連携により全般的な監査を実施しています。

指名・報酬委員会

当社は、取締役(社外取締役を除く)の個別の人事案に関する事項や報酬などに関する事項について、取締役会における審議に先立ち、社外取締役の意見・助言を得ることで透明性および客観性を強化することを目的に、社外取締役全員及び代表取締役社長ならびにその他社内取締役1名で構成される指名・報酬委員会を設置しています。

<指名・報酬委員会の委員構成
(社内取締役2名、社外取締役3名)>

委員長:木村弘毅

委員:大澤弘之

委員:嶋聡(社外取締役)

委員:藤田明久(社外取締役)

委員:長田有喜(社外取締役)

指名・報酬委員会の審議範囲は以下の通りです。

- (1) 取締役の個別の人事案
(選任・解任に関する事項を含む)および人事に関する基本方針案
- (2) 取締役の報酬制度に関する基本方針案
- (3) 取締役の報酬枠案(算定方法を含む)
- (4) 取締役の個人別の具体的報酬額案
(算定方法を含む)
- (5) その他、取締役社長からの諮問事項

前事業年度において、指名・報酬委員会は3回開催され、取締役の個別の人事案、取締役個人別報酬額案、取締役の報酬構成、取締役報酬決定方針の策定に関する審議を行いました。当事業年度開催の指名・報酬委員会では、サクセッションプランの整備について指摘がなされたため、その点を課題として認識し改善を図っています。

取締役の選任方針および指名手続き

当社は、取締役(社外取締役を除く)候補選任に関する方針を以下の通り定めています。

■取締役の人事案については、取締役がその役割・責務を実効的に果たすための知識・経験・能力を全体としてバランスよく備え、取締役会の多様性と適正規模を両立させる形で構成されるよう留意するものとする。

■取締役のうち、業務執行を担当する者の人事案については、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に寄与するように、先見性のある、的確・適切かつ迅速に経営判断・業務の執行を行うことができる者を選任するよう留意する。

取締役(社外取締役を除く)候補者は、この方針に従って選定し、指名・報酬委員会の審議を経て、取締役会決議により決定しています。

報酬の決定方針

①基本方針

取締役報酬は、持続的な成長に向けた健全なインセンティブの一つとして機能するよう、現金報酬と当社株式報酬との割合を適切に設定することを基本方針としています。

②報酬体系

社外取締役を除く取締役の報酬は、基本方針に基づき、月例の『現金報酬』と、定時株主総会後に年1回交付する『株式報酬(株式報酬型ストックオプション)』の2種の形態にて支給しています。具体的には、報酬を「基本報酬」、「株式基本報酬」、「成果報酬」の3点で構成し、それぞれの支給形態は、「基本報酬」は『現金報酬』、「株式基本報酬」は『株式報酬(株式報酬型ストックオプション)』、「成果報酬」は月例の『現金報酬』および定時株主総会後に年1回交付する『株式報酬(株式報酬型ストックオプション)』から当人が選択した形態としています。「基本報酬」と「株式基本報酬」の割合は、「株式基本報酬」に重きを置いたうえで、当社の過去の実績および外部専門機関により提供される国内上場企業における報酬市場調査データを参考に役位などに基づき案を作成し、指名・報酬委員会の審議を経て、取締役会にて決定しています。

社外取締役の報酬構成については、業務執行に対する監督機能を確保する観点から、業績に連動しない月例の『現金報酬』に一本化しています。

なお、取締役に対する退職慰労金制度は存在しません。

取締役の報酬の構成(成果報酬に係る評価が標準の場合)

2	1	2
基本報酬 (現金)	株式 基本報酬 (SO)	成果報酬 (現金及びSOから選択)
固定報酬		変動報酬

③報酬の決定方法

取締役の報酬の決定方法はそれぞれ以下の通りです。

●取締役(社外取締役を除く)の報酬

「基本報酬」および「株式基本報酬」は、代表権の有無および取締役の役位などに応じて報酬額を決定しています。「株式基本報酬」については、中長期的な企業価値向上に向けた取り組みや当社の株主との価値共有を進めることを目的として、取締役の在任期間が一定以上あること、また行使時期を退職時とすることを行使条件とした株式報酬型ストック・オプションを交付しています。「成果報酬」については、役位および担当の別に応じてあらかじめ評価割合を定め、全社および各人の担当部門の前期業績、またその業績に対す

る各人の貢献度から総合評価を行い、基本報酬に準じて決定される成果報酬のベース金額に総合評価に応じた評価係数を乗じて報酬額を決定しています。なお、業績評価は全社、担当部門の売上高、営業利益を対予算達成率、対前年度増減率で評価するものとします。

成果報酬の決定方法

評価指標	業績評価		貢献評価	
	全社	担当部門	全社	担当部門
連結売上高 連結営業利益	—	担当部門 売上高 担当部門 営業利益	—	—
代表取締役 社長 評価割合	50%	—	50%	—
事業担当 取締役 評価割合	60%		40%	
管理担当 取締役 評価割合	40%	—	60%	

(注)

- 業績評価については、業績の向上および企業価値向上のための指標として重要であると認識していることから、連結売上高、連結営業利益、担当部門売上高、担当部門営業利益を指標としています。
- 成果報酬の各指標の概況として、全社の業績評価指標である連結売上高・連結営業利益については、連結営業利益の対予算達成率が標準を上回る評価となった他は標準評価となりました(当事業年度における連結売上高は118,099百万円、連結営業利益は16,069百万円です)。また、担当部門の業績評価指標である担当部門売上高・担当部門営業利益はいずれも、標準評価であった一部の部門を除き対予算達成率が標準を下回る評価となりました。

●社外取締役の報酬

外部専門機関により提供される国内上場企業における報酬市場調査データなどを参考に、役位などに応じて現金報酬額を決定しています。

④決定プロセス

社外取締役を除く取締役の報酬体系や報酬の決定方法については、決定プロセスの客観性・透明性を確保する観点から、指名・報酬委員会(全ての社外取締役及び代表取締役社長ならびにその他社内取締役1名を委員として構成)の審議を経て、取締役会にて決定しています。

取締役の個人別報酬の決定については、取締役会にて決議しています。なお、社外取締役を除く取締役に

ついては、取締役会決議の前に指名・報酬委員会の審議を経るものとしています。

また、取締役の報酬限度額は、2016年6月28日開催の定時株主総会において、月例報酬とストック・オプションを併せて、年額1,000百万円以内(うち社外取締役分100百万円以内。)と決議しております。

取締役および監査役の報酬等の額

区分	対象となる役員の員数	報酬等の種類別			報酬等の総額
		基本報酬	株式基本報酬	成果報酬	
取締役(うち社外取締役)	9名(3名)	206(25)	87	153	447(25)
監査役(うち社外監査役)	4名(4名)	41(41)	—	—	41(41)

(注)

1. 取締役の報酬等の総額には、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まれていません。
2. 取締役の報酬等限度額は、2016年6月28日開催の第17期定時株主総会において、月例報酬とストック・オプションを合わせて年額1,000百万円以内(うち社外取締役分100百万円以内)と決議されています。なお、当該決議に係る取締役の員数は6名(うち社外取締役の員数は2名)となります。また、当該報酬等には、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まれていません。
3. 監査役の報酬等限度額は、2004年8月26日開催の臨時株主総会において年額50百万円以内と決議されています。なお、当該決議に係る監査役の員数は1名となります。
4. 上記報酬等の額には、ストック・オプションとして付与した新株予約権に係る当事業年度の費用計上額(取締役203百万円)を含んでいます。

取締役会の実効性評価

当社では、取締役会の機能を向上させ、ひいては企業価値を高めることを目的として、取締役会の実効性につき、自己評価・分析を毎年、継続的に実施しています。

当事業年度の取締役会実効性評価の方法

2021年12月～2022年1月に取締役会の構成員であるすべての取締役・監査役を対象にアンケートを実施しました。回答方法は外部機関に直接回答することで匿名性を確保しました。外部機関からの集計結果の報告を踏まえ、2022年4月の臨時取締役会において、分析・議論・評価を行いました。

<アンケートの主要項目>

- 取締役会の構成
- 取締役会の運営
- 取締役会の議論の質
- 取締役・監査役に対する支援体制
- 取締役・監査役に対するトレーニング
- 株主(投資家)との対話

取締役会の実効性に関する

自己分析・評価結果の概要

取締役の実効性に関する総評としては肯定的評価が大半を占め、取締役会全体の実効性については確保されているものと自己評価しました。一方で、アンケート結果においてさらなる改善を求める声が複数見られていることなど、今後も継続的に改善策を講じる必要があると認識しています。

今後の強化を予定している主な課題は以下のとおりです。

- 取締役会の運営(審議時間の確保、資料の提供時期、議論の促進)の改善
- 中長期戦略、収益性・資本効率を意識した議論の強化
- 株主・投資家との対話の状況についての報告増強

取締役会の実効性向上に向けた

当事業年度の取り組み

前事業年度の取締役会の実効性評価の結果を踏まえ、取締役会および取締役会事務局は以下の点に取り組みました。

● 取締役会の運営改善

今回の評価結果を踏まえ、引き続き取締役会の運営の改善を継続するとともに、中長期戦略に関する議論の強化、また株主・投資家の声がより反映される取締役会を目指した報告増強等に重点的に取り組んでまいります。

事業などのリスク

RISK FACTORS

当社グループを取り巻くリスクに関し投資家の判断に重要な影響を及ぼす可能性がある項目を整理しました。各リスクにおける将来に関する事項は、第23期定時株主総会(2022年6月28日開催)時点において当社が判断したもので、不確実性を内包しているため、実際の結果と異なる場合があります。

1. 事業環境に係るリスク

① モバイル市場

当社グループがスマートデバイスで提供する各種サービスについては、モバイル関連市場の拡大が事業展開の基本条件です。しかし同市場は、新たな法的規制の導入や技術革新、通信事業者の動向などで急激かつ大幅な変動が生じる可能性があります。

② 競合

当社グループの提供するサービスのユーザーが、競合するサービスの利用に費やす時間が増えた場合、当社グループのサービスに対する需要が減少する可能性があります。

③ 技術革新

インターネット業界は技術革新のスピードや顧客ニーズの変化が速く、新サービスの導入が相次いで行われます。優秀な技術者の確保、先端技術の研究やシステムへの採用などによっても変化に対する適時適切な対応ができない場合、競争力が低下する可能性があります。

2. 事業に係るリスク

① ユーザーの嗜好や興味・関心の変化への対応

主なユーザーは、若年層を含むモバイルを利用する一般ユーザーであり、ユーザーの獲得・維持、利用頻度、課金利用数は嗜好の変化による影響を強く受けます。ユーザーニーズの的確な把握やニーズに対応するコンテンツの提供が適時適切に実行できない場合、ユーザーへの訴求力が低下する可能性があります。

デジタルエンターテインメント事業で提供するゲームの課金売上高が収益の大半を占めるうえ、特定タイトル(「モンスターストライク」)の売上高に大きく依存するため、競争力が低下した場合、ユーザー数の減少、課金ユーザー比率の低下、課金利用の減少などが生じる可能性があります。さらに、開発した新規タイトルの普及・課金が想定通り進捗しない場合には当社グループの事業、業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

② ユーザー獲得の外部事業者への依存

デジタルエンターテインメント事業で提供するサービスは、Apple Inc. およびGoogle Inc. などプラットフォーム運営事業者を介して提供されますが、これら事業者との契約継続が困難となった場合や、事業者の運営方針や手数料などに変更が生じた場合には、当社グループの事業、

業績および財政状態に影響を与える可能性があります。また、サービスの開発と提供では様々な外部事業者に対し業務の委託を行っており、外部事業者との関係が悪化した場合にはサービスの維持および新規開発に支障をきたす可能性があります。

③ グローバル展開

各国の法令、政治・社会情勢、文化、宗教、ユーザーの嗜好や商慣習の違い、為替変動などの潜在的リスクに対処できない場合、想定通りの成果を上げられない可能性があります。スマートデバイス向けアプリケーションの海外展開では、当社グループまたはサービスが日本国内と同様に受け入れられる保証はなく、場合によってはユーザーからの批判に晒される可能性があります。

④ 当社グループおよび当社グループの製品、サービス、事業に対する信頼または社会的信用

ユーザーの根拠の乏しい風説などにより、当社グループおよびサービスの評判・信頼が傷つくとともに、一部の悪質なユーザーによる不適切な行為や違法行為などが行われた場合にはサービスの安全性、信頼性が低下し、ユーザー数が減少する可能性があります。また、業務委託先である外部事業者による個人情報漏えい、その他の違法行為または不適切な行為などがあった場合は、当社グループまたはサービスに対するレピュテーションが低下する可能性があります。

さらに、当社グループがブランド価値の維持および強化に必要な投資を行えない場合や、競合他社がより競争力のあるブランドを確立した場合などは、当社グループのブランド価値が低下する可能性があります。

このようなレピュテーションリスクやコンプライアンスに配慮した経営判断のため、次の体制を整えています

▶ リスク管理体制とリスク管理委員会を整備

リスク管理等担当役員やコンプライアンス本部を設置し、網羅的なリスク状況の把握や、発生後の迅速な対応方法の策定など、全社的なリスク管理体制を構築しています。また、新規事業やM&Aを行う際に組織横断的なリスクの洗い出し・評価・対応策の検討を行う会議体としてリスク管理等担当役員を責任者とするリスク管理委員会を設置し、その審議結果を事業部門や取締役会などにフィードバックしてリスク管理・コンプライアンス体制の向上を図っています。

3. 事業推進体制に係るリスク

①人財の確保および育成

事業拡大に伴い必要となる事業責任者などの優秀な人材の確保・育成が計画通り進まなかった場合には、当社グループの競争力の低下や事業の拡大が制約される可能性があります。

②内部管理体制

事業の急速な拡大などにより、十分な内部管理体制の構築が追いつかない状況が生じた場合、適切な業務運営、管理体制の構築が困難となる可能性があります。

③情報管理体制

当社グループが保有する個人情報等につき、漏えい、改ざん、不正使用などが生じる可能性を完全に排除することはできません。これらの事態に備え、個人情報漏えいに対応する保険に加入しているものの、損失を完全に補填できるとは限らず、これらの事態が起こった場合、適切な対応を行うのに相当なコストの負担、損害賠償請求、当社グループに対する信用の低下が生じる可能性があります。

4. システムに係るリスク

①事業拡大に伴う継続的な設備・システム投資

今後のユーザー数およびアクセス数の拡大に備え、継続的にシステムインフラなどへの設備投資を計画していますが、計画を上回る急激なユーザー数およびアクセス数の増加などがあつた場合、設備投資の時期、内容、規模について変更せざるを得なくなり、設備投資、減価償却費負担の増加が想定されます。

②システム障害・自然災害

サービスへのアクセス急増などの一時的な過負荷や電力供給の停止、ソフトウェアの不具合、外部連携システムにおける障害、コンピュータウイルスや外部からの不正な手段によるコンピュータへの侵入、自然災害、事故など予測不可能な様々な要因によってコンピュータシステムがダウンする可能性があります。

5. 法的規制などに係るリスク

当社グループの事業は各種法令や、監督官庁の指針、ガイドラインなどの規制を受けています。このような法令の制定や改正、監督官庁による許認可の取消または処分、新たなガイドラインや自主的ルールの策定または改定などにより、当社グループの事業が新たな制約を受け、または既存の規制が強化される可能性があります。

6. 知的財産権に係るリスク

当社グループの認識していない知的財産権がすでに成立している可能性または新たに知的財産権が成立する可能

性があり、当社グループが第三者の知的財産権を侵害することによる損害賠償請求や差止請求、または当社グループに対する知的財産権の使用料の請求などを受ける可能性があります。さらに、システム開発におけるオープンソースソフトウェアには、予測できない理由などで知的財産権の利用に制約が発生する可能性があります。

7. 投融資に係るリスク

事業ポートフォリオ拡大のため、投資先企業とのシナジー効果や投資先企業による収益貢献などを期待して投資していますが、予定したシナジーが得られない場合や、投資先企業の業績によっては減損処理などを実施する可能性があります。また、マイノリティ出資では、出資先の経営陣が当社グループの意思に反する経営判断を下す、または当社グループの投資持分を売却せざるを得ない可能性があります。さらに、投資事業組合など(ファンド)への投資も実施しますが、ファンドが出資する未公開企業の業績が悪化した場合など、投資資本が回収できない可能性があります。

8. 業務提携・M&Aに係るリスク

当社グループのサービスと親和性の高い企業との業務・資本提携やM&Aにおいて、被買収企業との融合または提携先との関係構築・強化が予定通り進捗しない場合、統合または提携により当初、想定した事業のシナジー効果などが得られない場合、何らかの理由で業務提携が解消された場合など、投資に要した資金、時間その他の負担に見合った利益を回収できない可能性があります。

9. 新規事業に係るリスク

新サービス・新規事業の創出、育成のため追加的な支出が発生する場合、利益率が低下する可能性があります。また、当社グループとして新サービス・新規事業の経験が浅い場合には、経験不足により円滑な事業運営ができない可能性があります。新サービス・新規事業の展開が計画通りに進まない場合や計画を中止する場合、開始した新規事業が期待した収益性を実現できない場合などには、当社グループの事業、業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

10. 業績の推移について

2017年3月期以降、「モンスターストライク」のアクティブユーザー数の減少などで「モンスターストライク」事業収益が減少傾向となり、それに伴って連結業績は2020年3月期に至るまで減収・減益傾向が続きました。引き続き「モンスターストライク」の収益性の向上・維持やスポーツ事業への積極的な投資などの施策を講じる方針ですが、かかる対策が適時適切に行えなかった場合や、功を奏さなかった場合などは、当社グループの事業、業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

IR活動サマリ

SUMMARY OF IR ACTIVITIES

IRに関する活動状況

株主・投資家の皆さまとの積極的な対話の場として、四半期ごとの決算発表後にアナリスト・機関投資家向けの決算説明会を実施しています。説明会資料や動画については速やかに当社グループウェブサイトに掲載することで、どの投資家にも公平になるような開示を心掛けています。またコロナ禍において、国内および海外投資家向けに、Web会議や電話会議などで対話を実施しています。

情報開示ツールとして、決算情報、決算情報以外の適時開示資料、有価証券報告書(四半期報告書)、決算説明会資料、決算説明会動画などを当社グループウェブサイトに掲載しています。

今後も中長期的な視点からIR活動に取り組み、株主・投資家との対話を大事にして、株主・投資家とのエンゲージメント強化および持続的な企業価値の向上を目指します。

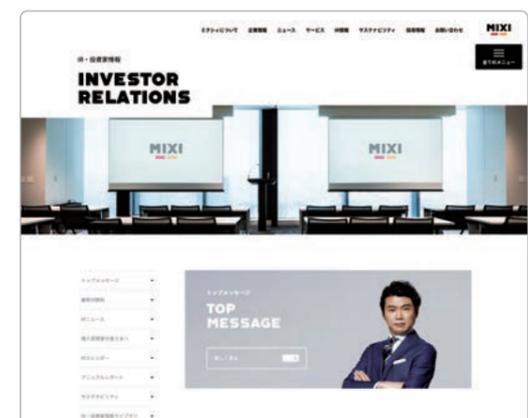
2022年3月期の主なIR活動

活動内容	年間の実施回数
アナリスト・機関投資家向け決算説明会	4
国内投資家とのミーティング・電話会議	161
海外投資家とのミーティング・電話会議	33

※国内投資家は国内にオフィスがある投資家、海外投資家はそれ以外の投資家として集計しています。

IR・投資家情報トップページ

<https://mixi.co.jp/ir/>



投資家情報 (2022年3月31日現在)

INVESTOR INFORMATION

会社情報

会社名	株式会社ミクシィ (mixi, Inc.)
代表者	代表取締役社長 木村 弘毅
設立	1999年6月3日
資本金	9,698百万円
所在地	〒150-6136 東京都渋谷区渋谷二丁目24番12号 渋谷スクランブルスクエア36F
従業員数	1,452名(連結・正社員のみ)
主要グループ会社	株式会社チャリ・ロト 株式会社ネットドリーマーズ 株式会社千葉ジェッツふなばし 東京フットボールクラブ株式会社 株式会社スフィダンテ 株式会社ミクシィ・リクルートメント 株式会社ミクシィ・エンパワメント
ホームページ	https://mixi.co.jp
上場証券取引所	東京証券取引所市場第一部 (2022年4月よりプライム市場)
証券コード	2121
決算日	3月31日
定時株主総会	6月
監査法人	PwC あらた有責任監査法人
株式の総数	発行可能株式総数: 264,000,000株 発行済株式総数: 78,230,850株
株主数	22,147名
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社

大株主 (2022年3月31日現在)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
笠原 健治	33,001,900	45.49
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	7,174,400	9.89
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051 (常任代理人 株式会社みずほ銀行)	4,027,000	5.55
株式会社日本カस्टディ銀行(信託口)	1,870,600	2.58
THE BANK OF NEW YORK 133612 (常任代理人 株式会社みずほ銀行)	1,609,800	2.22

※当社は5,677,300株の自己株式を保有しています。当該株式には議決権がないため上記大株主からは除外するとともに、持株比率の算出についても、当該株式数を控除しています。

所有者別株式分布状況 (1単元の株式数 100株)

金融機関および 金融商品取引業者	15.21%	その他の法人	0.47%
118,943単元		3,697単元	
個人・その他	61.93%	外国法人など	22.39%
484,285単元		175,087単元	