



2021年5月期第3四半期 決算説明資料

株式会社 GameWith
証券コード: 6552 (東証一部)

2021年4月7日

1. 新型コロナウイルス感染症の
事業影響
2. 第3四半期 決算総括
3. 各事業領域の概況
4. 2021年5月期 業績予想について
5. 中期事業戦略
 - 5-1. 中期事業戦略の概要
 - 5-2. 中期事業戦略・トピック
6. Appendix（その他・会社概要）



1. 新型コロナウイルス感染症の 事業影響

	感染拡大当初の状況		第3四半期の状況
	↑ プラス影響	↓ マイナス影響	
ゲーム攻略	ゲームプレイ時間の増加 PV数増加	広告出稿の減少 PV単価の減少	PV数は自粛明けで低下 PV単価は回復傾向 緊急事態宣言で微減
ゲーム紹介	ゲーム人口の増加 紹介需要の増加	ゲーム開発の遅延	CM放映で認知度向上 ゲーム開発は再開傾向
動画配信	動画視聴時間の増加 視聴回数の増加	広告出稿の減少 視聴単価の減少	視聴回数は低下傾向 視聴単価は回復傾向 緊急事態宣言で微減
その他	オンラインイベント 需要の増加	オフラインイベント の中止	オンラインの新規開催 緊急事態宣言で オフラインは再度中止
全体	ゲーム市場は概ね ポジティブ	広告は先行きが 不透明	PV数・視聴回数が不調 広告は回復傾向 緊急事態宣言で微減



2. 第3四半期 決算総括

- 前年同期比でゲーム攻略の売上高は下回るが、ゲーム紹介・動画配信の売上高が伸長
- 広告宣伝費の投下により営業利益が引き続き赤字に

合計※

売上高は前年同期比3.4%増。営業利益は広告宣伝費投下により赤字に

売上高	: 732百万円	前年同期比	: + 24百万円 (+ 3.4%)
営業利益	: ▲147百万円	前年同期比	: ▲246百万円 (▲247.8%)

ゲーム攻略

PV数が不調だが、PV単価は回復傾向

売上高	: 409百万円	前年同期比	: ▲43百万円 (▲9.5%)
-----	----------	-------	------------------

ゲーム紹介

注力した結果、前年同期比で増加

売上高	: 204百万円	前年同期比	: +43百万円 (+26.7%)
-----	----------	-------	-------------------

動画配信

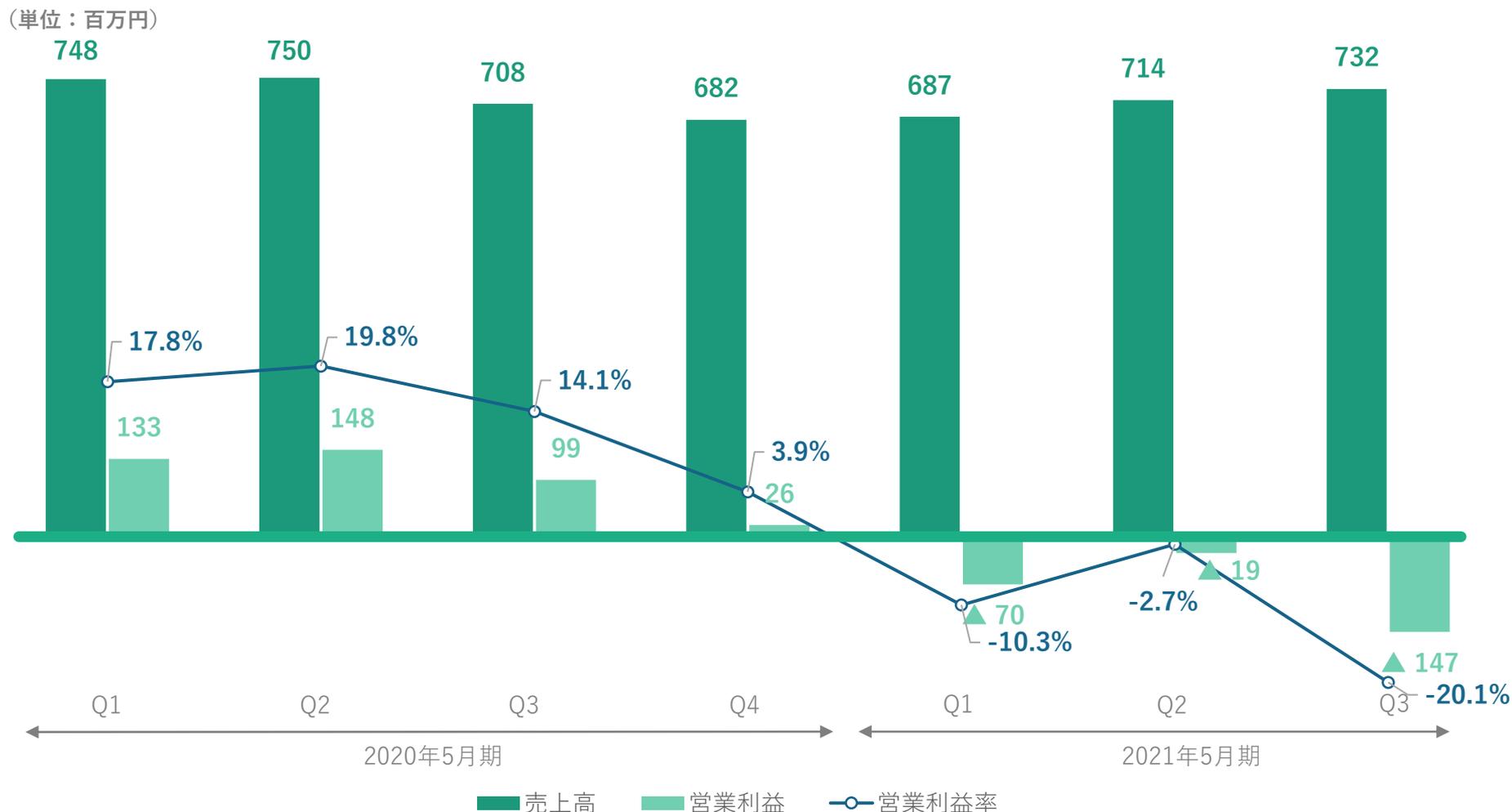
視聴回数は不調だが、前年同期比で増加

売上高	: 89百万円	前年同期比	: +16百万円 (+21.9%)
-----	---------	-------	-------------------

※ 合計にはその他売上を含む

売上高・営業利益の四半期推移

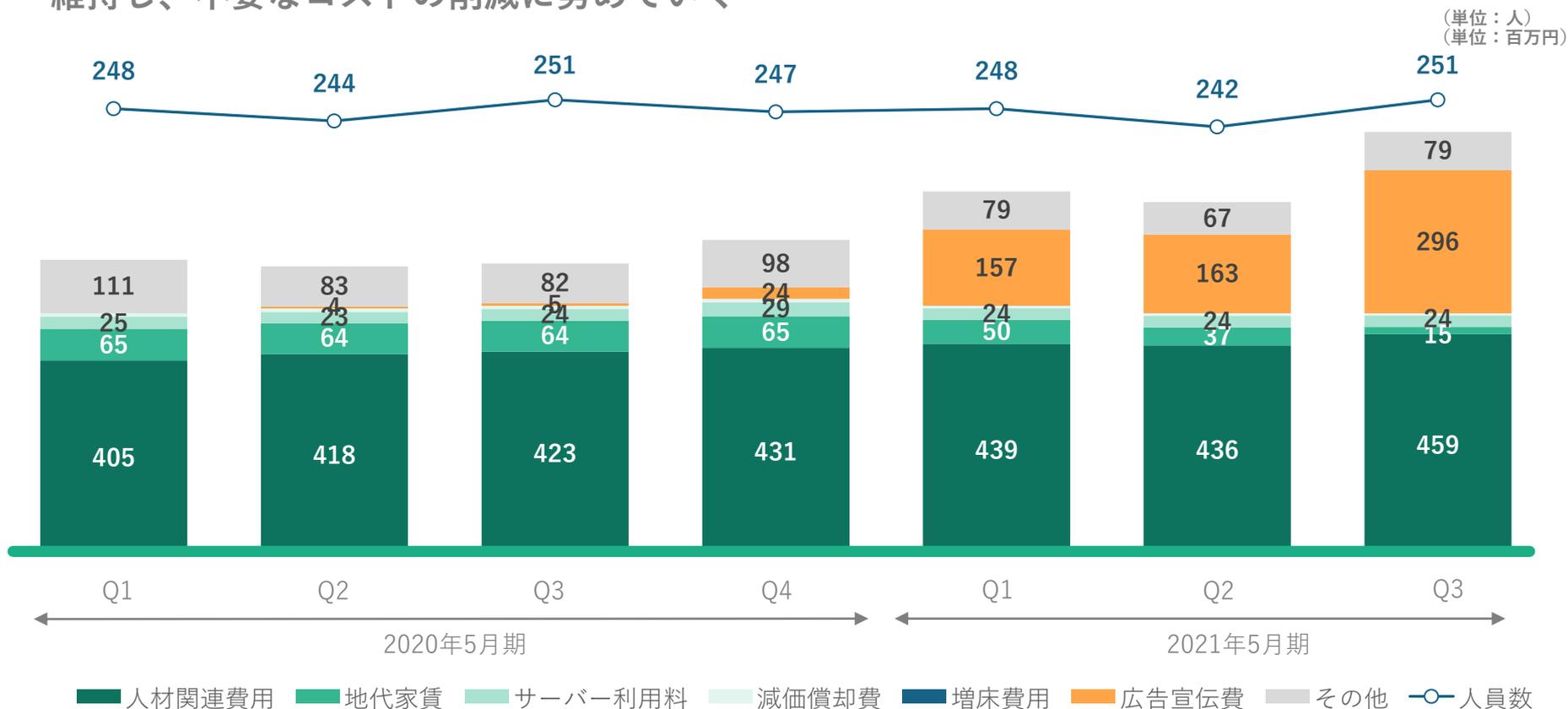
- 当第3四半期においては、主に広告宣伝費を戦略的に投下した結果、営業利益は引き続き赤字
- 広告単価は改善傾向が続いているものの、1月の緊急事態宣言発出以降は緩やかな伸びに



※2020年5月期第3四半期より連結決算

コスト構造の四半期推移

- 当第3四半期は、戦略的にプロモーションに注力し、タレントを使用した大々的なテレビCMの放映等を行った結果、広告宣伝費が増加
- また、経営強化のため積極的に採用を行っており、人材関連費用が増加
- 一方で、オフィスの縮小に伴いオフィス関連費用が減少。今後もフルリモートワーク体制を維持し、不要なコストの削減に努めていく



※1 人材関連費用とは、売上原価ならびに販売費及び一般管理費に計上される役員報酬、給与手当、賞与及び賞与引当金繰入、法定福利費、株式報酬費用、外注費、人材採用費及び人材育成費の合計

※2 人員数は、役員及び従業員（含む臨時従業員）の合計（月中での在籍ベース）

※ 2020年5月期第3四半期より連結決算

- App Storeのガイドライン※1に適合させるため、iOSアプリにおけるモバイルゲーム紹介を一部縮小(攻略には影響なし)。モバイルゲーム紹介は引き続きAndroidアプリとWebブラウザで継続するため、売上への影響は限定的
- これを機に今後の伸びが期待できる家庭用ゲームやPCゲーム紹介にも注力。プロモーション戦略についても見直し

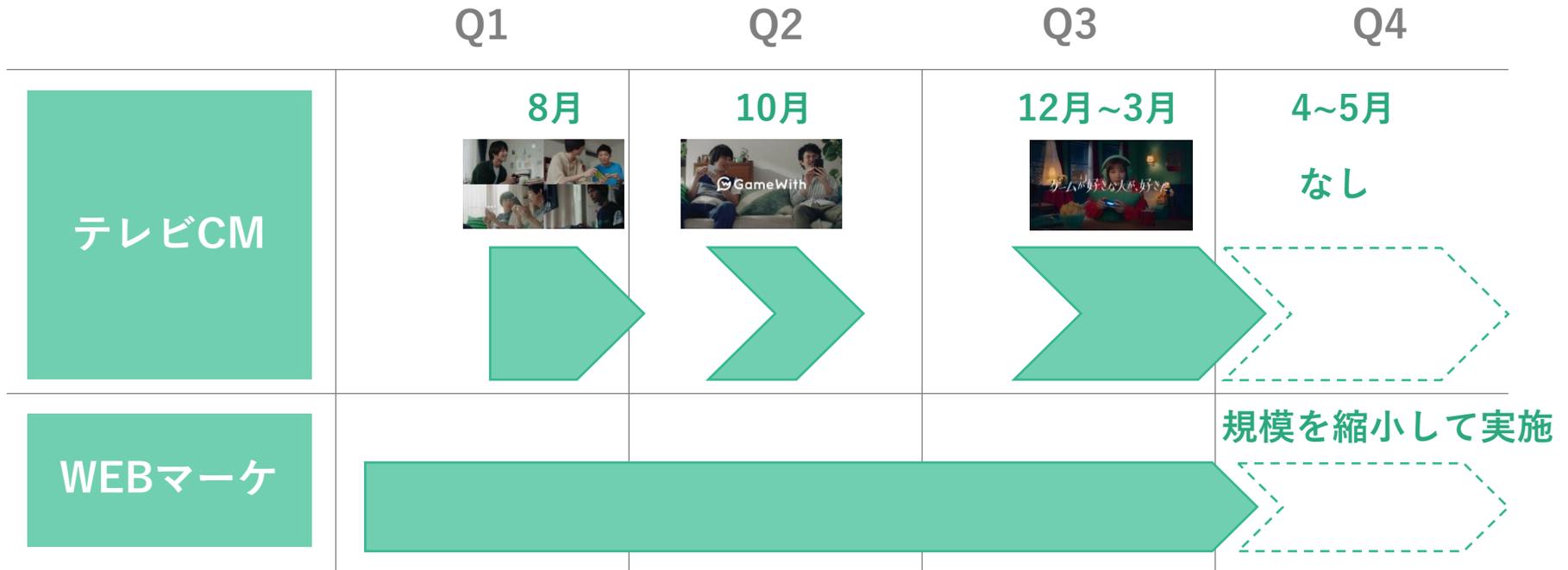
		現状			今後		
		モバイルゲーム	家庭用ゲーム	PCゲーム	モバイルゲーム	家庭用ゲーム	PCゲーム
プラットフォーム	iOSアプリ	○	△	-	△	○	○
	Androidアプリ	○	△	-	○	○	○
	Webブラウザ	○	△	-	○	○	○

- 通勤時間等の隙間時間の減少により、モバイルゲームをする時間が減少
- 一方、**巣籠り需要**により、自宅でゲームをする時間が増加
- 2020年の国内家庭用ゲーム市場規模は**前年比112.5%**の3,673億円※2
- PCゲーム等の**eスポーツ人口**が増加

※1 App Store Review 3.2.2 その他のビジネスモデルの問題 - 許容されない行為 <https://developer.apple.com/jp/app-store/review/guidelines/>

※2 2021.01.12 『2020年国内家庭用ゲーム機市場は3,673.8億円。Nintendo Switchが牽引、3年ぶりにハード/ソフト市場前年増。～「ファミ通」マーケティング』より <https://kadokawagamelinkage.jp/news/pdf/news210112.pdf>

- プロモーション戦略の見直しを行い、広告宣伝費を減額。第4四半期に予定していたCM放映は一部見送り。WEBマーケティング費用についても、見込みより規模を縮小の予定
- 売上影響については精査中だが、21年5月期においては、利益としては予測に対してプラスになる見込み



(単位：百万円)

広告宣伝費推移

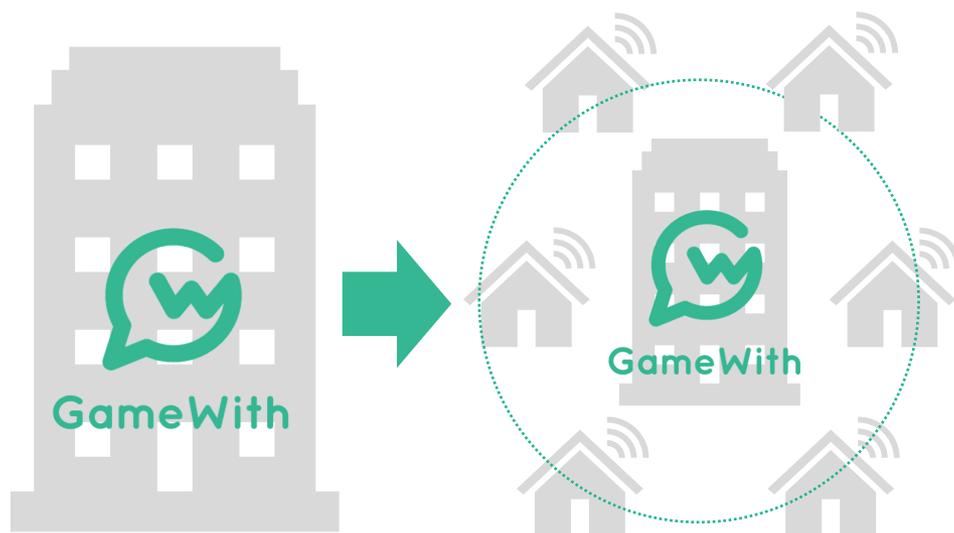


- フルリモートワーク体制への移行により、オフィス出勤率約90%減を実現
- オフィスの縮小を意思決定し、オフィス関連費用の大幅削減を見込む
- 「ゲームプレイヤーカー」という職種の提案等、新たな取り組みも行う

オフィスの縮小を意思決定

第2四半期で76百万円の
事業所閉鎖損失を計上

オフィス関連費用の
大幅削減を見込む



「ゲームプレイヤーカー」の募集

全国どこでも未経験でも
ゲームを仕事にできる
新たな職種を募集





3.各事業領域の概況

- 国内最大級のゲームメディア「GameWith」等を運営
- 主要3事業領域を中心に幅広くゲーム関連事業を展開

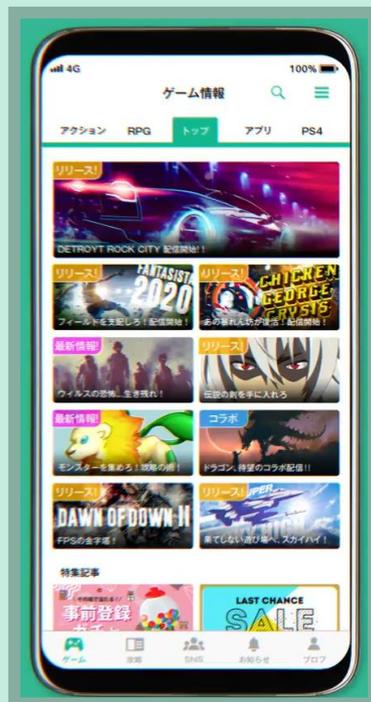
ゲーム攻略

ゲームを有利に進めるためのゲーム攻略



ゲーム紹介

ゲームを始めるきっかけを作るゲーム紹介



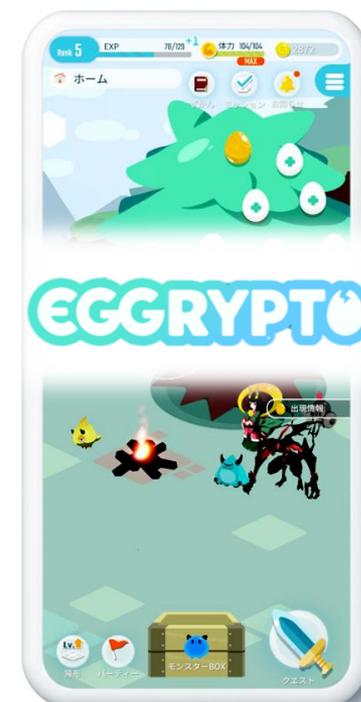
動画配信

ゲームタレントやeスポーツ選手によるゲーム実況の動画配信



新規事業

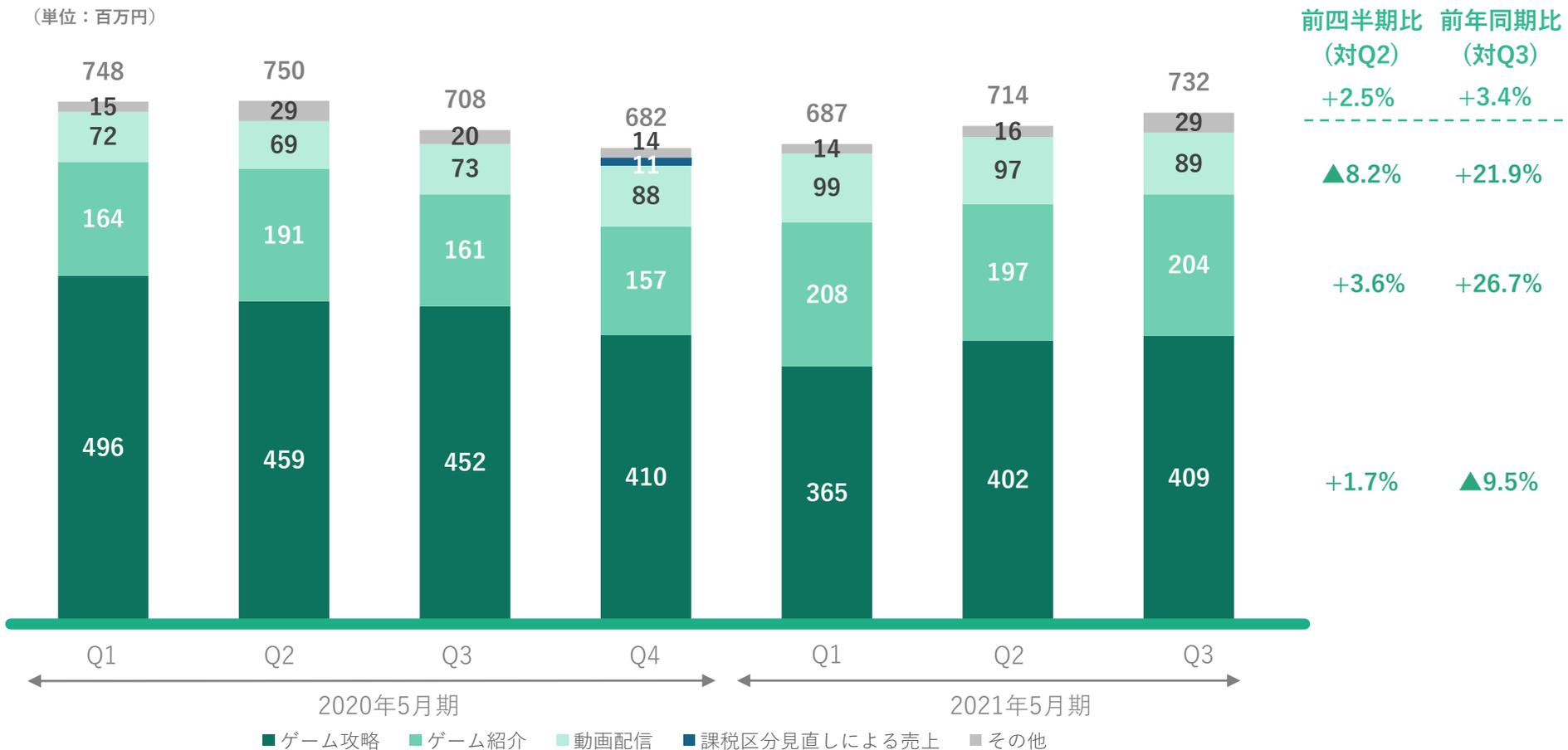
主要事業とシナジーを生み出す様々な新規事業を展開



領域別売上高の四半期推移

- 当第3四半期は、PV(ページビュー)数→PV単価↑の結果、ゲーム攻略の売上高が前四半期比で増加
- ゲーム紹介については、引き続き注力し、さらなる売上高増加を目指す
- 動画配信については、視聴回数が減少傾向にあるも、伸長しているeスポーツ系動画に注力

(単位：百万円)

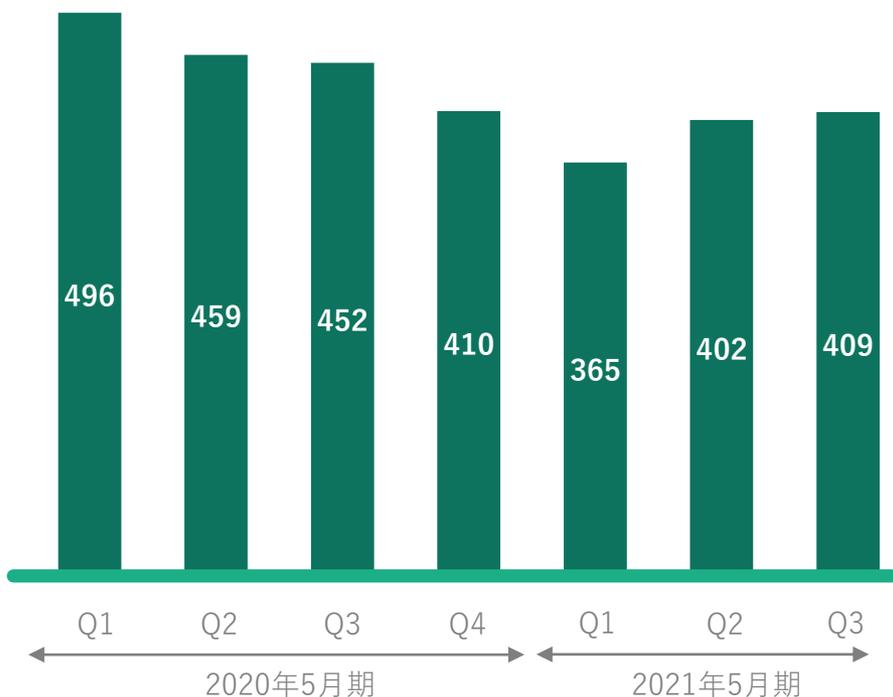


※ 2020年5月期第4四半期に動画配信の消費税の課税区分見直しによる売上高11百万円を計上

- 四半期毎の月間平均PV（ページビュー）数※¹は、前四半期と比較して横ばいとなった。
- 四半期毎の月間平均PV単価指標※²は、12月は新型コロナウイルス感染症の感染拡大前の水準まで戻ったものの、1月の緊急事態宣言発出以降は緩やかな伸びに

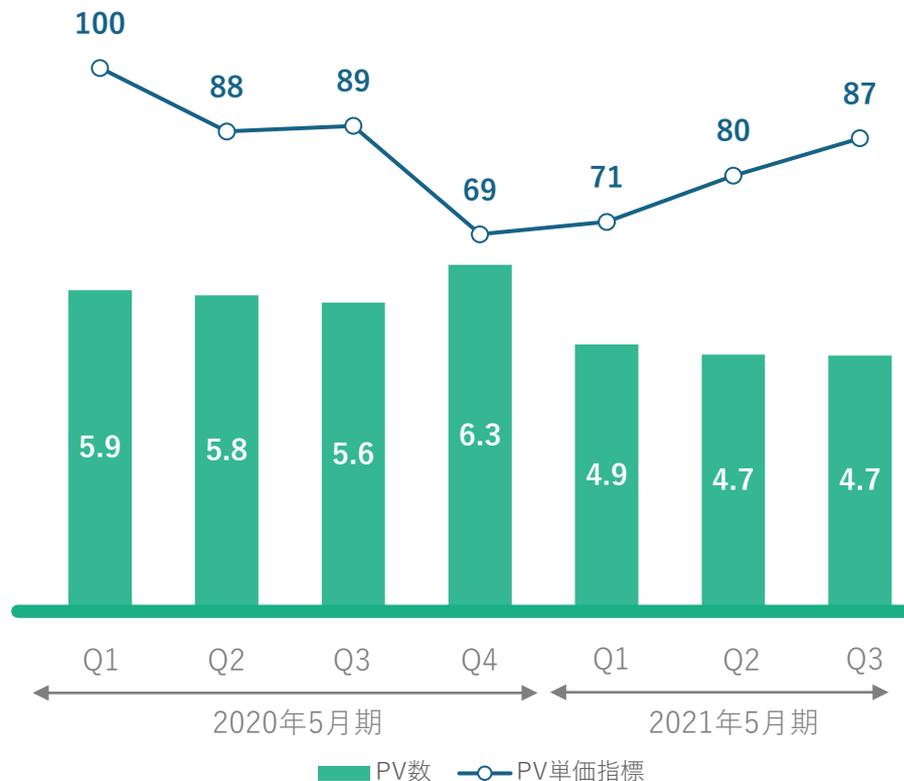
四半期毎の売上高推移

(単位：百万円)



四半期毎の月間平均PV数、PV単価指標推移

(単位：億PV)



※1 各四半期の月間平均PV数を算出して掲載

※2 2020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

※ 2019年5月期第2四半期から英語版GameWithのPV数とPV単価指標を算入

- 四半期毎の月間平均PV数※1はやや減少するも、月間平均PV単価指標※2は、単価向上施策を実施したことにより引き続き高い水準を維持。 GameWithとして培ってきたノウハウを活かすことに成功

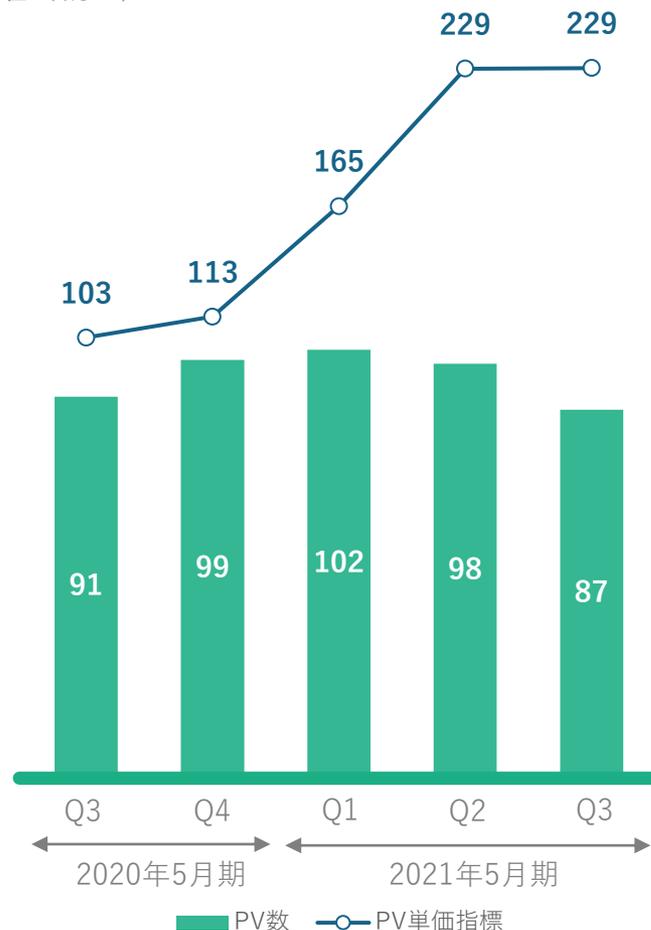
@WIKI (アットウィキ) について

- 誰でも簡単に自分のWiki(ウィキ)サイトを作成することができるユーザー投稿型メディア
- ユーザーがプレイしたゲーム攻略情報を直接投稿することができる



四半期毎の月間平均PV数、PV単価指標推移

(単位：百万PV)



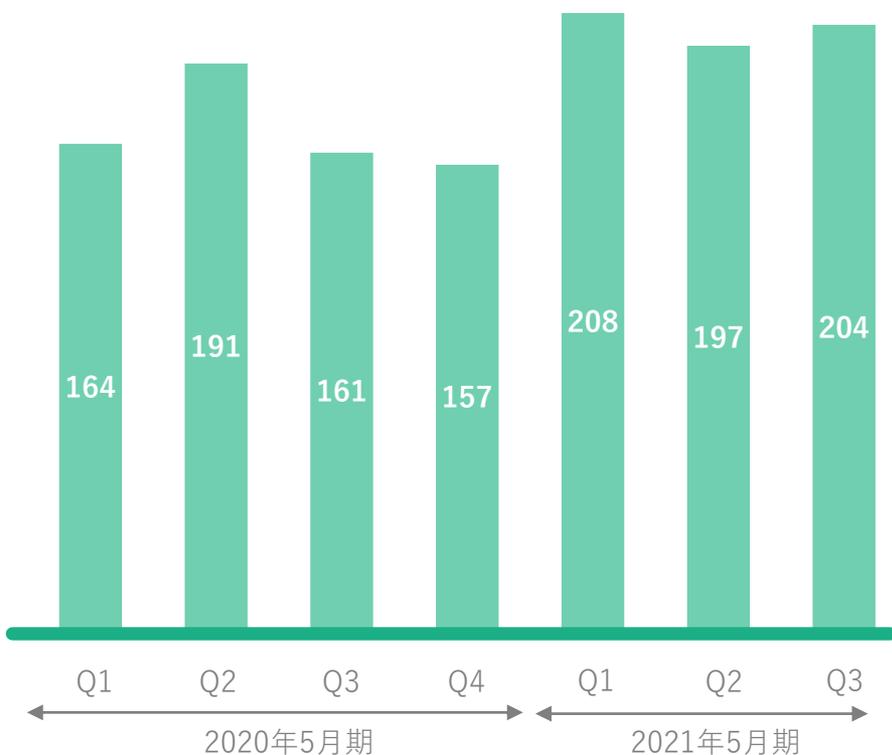
※1 各四半期の月間平均PV数を算出して掲載

※2 事業譲受直前である2019年第2四半期の月間平均PV単価を基準値100として相対値を算出

- CMの放映により、「GameWith」アプリの累計ダウンロード数は増加
- ゲーム紹介戦略として、今後はモバイルゲームだけでなく家庭用ゲームやPCゲームにも注力
- 新商材の開発や新規顧客の開拓を行い、今後のさらなる売上高増加を目指す

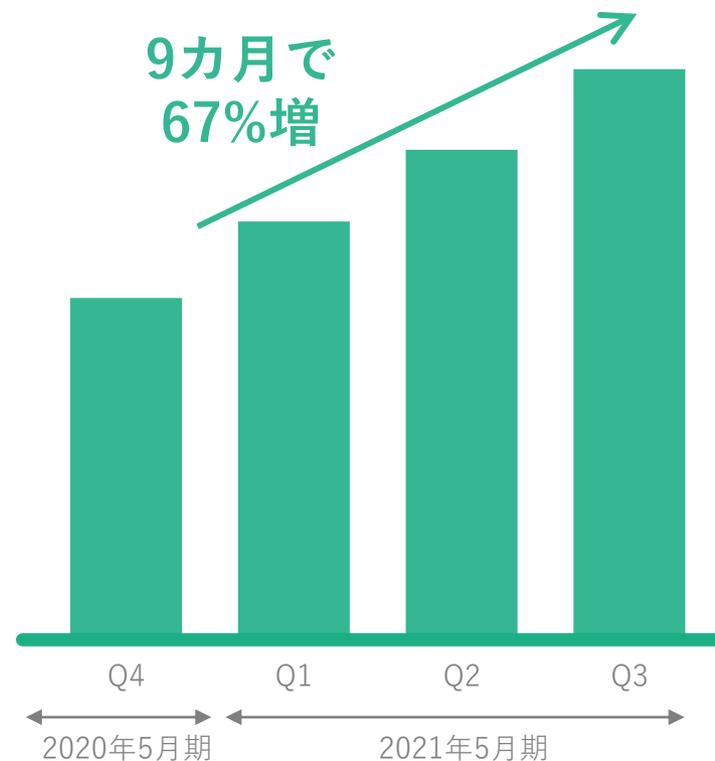
四半期毎の売上高推移

(単位：百万円)



CM放映したことにより
「GameWith」アプリの
累計ダウンロード数は増加

9カ月で
67%増



- CMを一新し、全国オンエアを12月末~3月まで実施
- 新たにタレントの本田翼さんを起用し、新規ユーザーの獲得と「GameWith」のメディアとしての認知度向上を実現



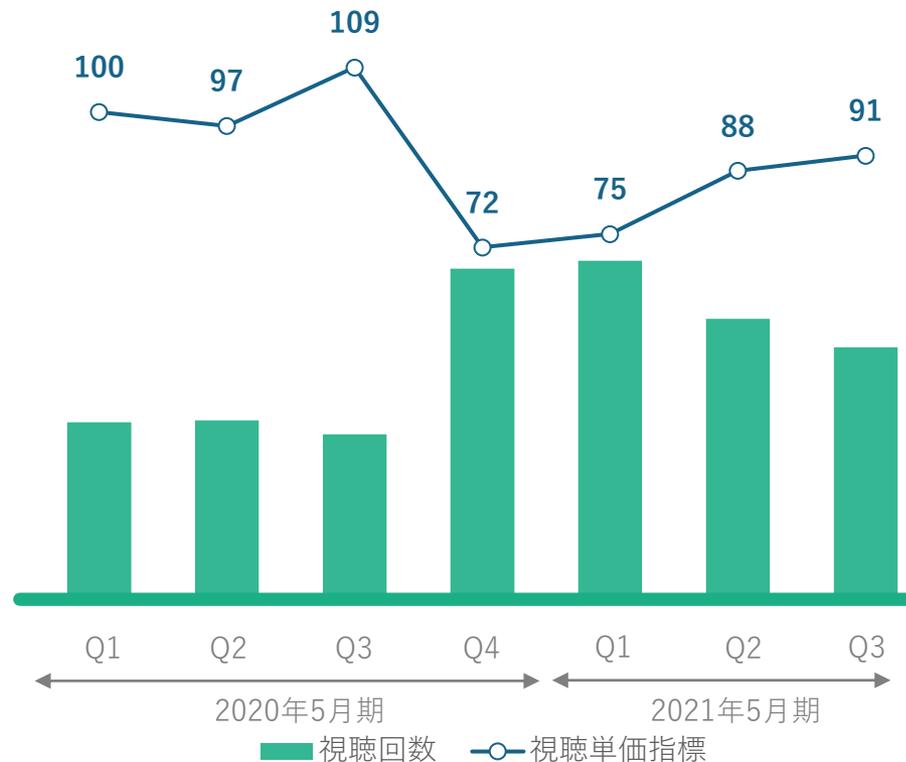
- 四半期毎の平均動画視聴回数※1は前四半期と比較して減少したものの、四半期毎の平均視聴単価指標※2は、回復傾向

四半期毎の売上高推移

(単位：百万円)



四半期毎の平均視聴回数・視聴単価指標推移



※1 各四半期の月間平均視聴回数を算出して掲載

※2 2020年5月期第1四半期の月間平均視聴単価を基準値100として相対値を算出

※3 2020年5月期第4四半期に動画配信の消費税の課税区分見直しによる売上高11百万円を計上

- eスポーツ系動画の視聴回数・チャンネル登録者数が増加
- eスポーツチームと連携しスカウトを強化し、新チャンネルの立ち上げを積極的に実施。さらに新部門の立ち上げ等、今後もさらなる拡大を目指す

FORTNITE部門

9名所属

YouTubeチャンネル登録者数 合計125万人※1

代表的な所属選手



YouTubeチャンネル登録者数81万人※1

Nephrite(ネフライト)選手

コンシューマー格闘ゲーム部門

2名所属

YouTubeチャンネル登録者数 合計23万人※1

代表的な所属選手



世界大会で優勝経験複数あり

Zackray(ザクレイ)選手

Apex Legends部門

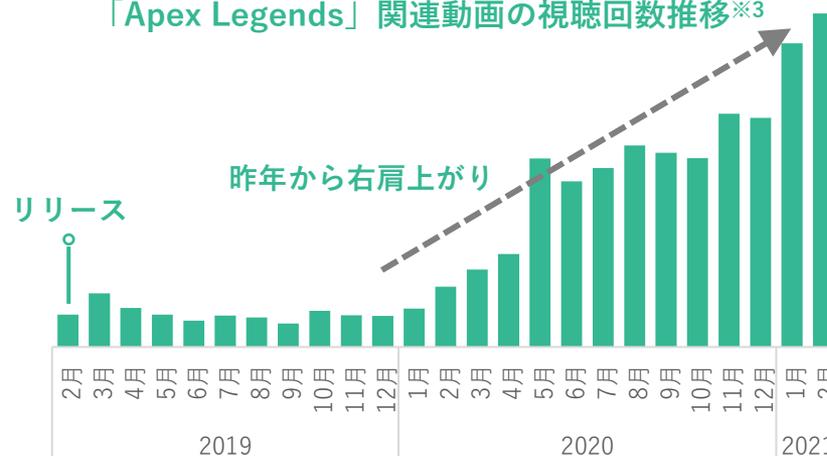
「Apex Legends」部門を新設 動画チャンネルも開設予定

「Apex Legends(エーペックスレジェンズ)」は Electronic Arts (エレクトロニック・アーツ) 社が販売・配信するバトルロイヤルゲーム

2019年2月リリース。月間アクティブユーザー数は、2020年7月に146万を記録※2

YouTube全体における

「Apex Legends」関連動画の視聴回数推移※3



※1 2021年2月時点のチャンネル登録者数

※2 News zoo 『2020年7月 家庭用ゲーム機向けトップタイトル (MAU): 日本・イギリス・アメリカ』

※3 YouTube分析ツール”kamui tracker”より、YouTubeにおける「Apex Legends」関連の国内総動画視聴回数を使用

- eスポーツ選手として、競技シーンを超えて様々な活動を実施

ディズニー映画『ラーヤと龍の王国』

2021年3月5日公開のディズニー映画 最新作
『ラーヤと龍の王国』PR動画に出演



ゲーミングPC『GALLERIA』

「GALLERIA」CM出演
NephriteコラボモデルのゲーミングPC発売



月刊コロコロコミック

月刊コロコロコミック12月号から登場
特別まんが『教えて！ネフライト先生』掲載



高校生eスポーツ大会『STAGE:0』

総視聴者数747万人を記録した大会の決勝戦に
解説者として出演



- 当社eスポーツ選手も多数出場する本格的なオンライン大会「GameWith CUP」を、2020年12月の開催に引き続き4月4日に開催。今後も継続的に実施予定

『GameWith CUP FEATURING FORTNITE vol.1 SUPPORTED BY GALLERIA』

今回はマルチクリエイター『HIKAKIN』さんがコメンテーターとして出演・解説。
『HIKAKIN』さんのゲーム実況チャンネル「HikakinGames」でも本大会をライブ配信

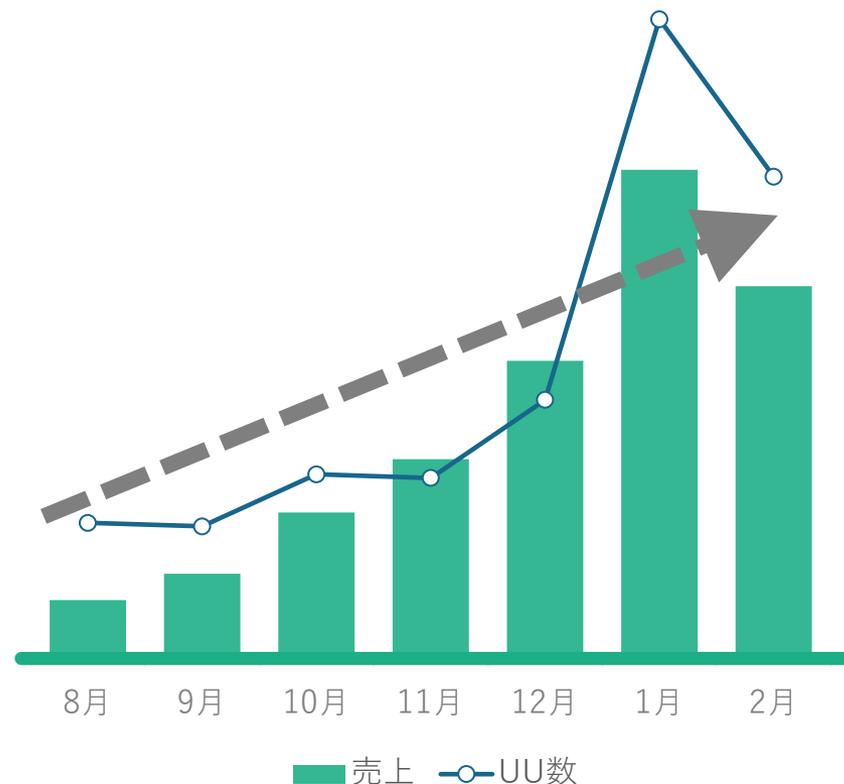


- ブロックチェーンゲーム「EGGRYPTO（エグリプト）」を投資先の株式会社Kyuzanと共同開発
- 年末年始にかけて広告宣伝費を試験的に投下し、1月は過去最高の売上・UU数を記録
- GameWith内で攻略サイトを立ち上げる等、今後もシナジーを活かして成長させていく

ゲームプレイ画面



月次の売上・UU数推移

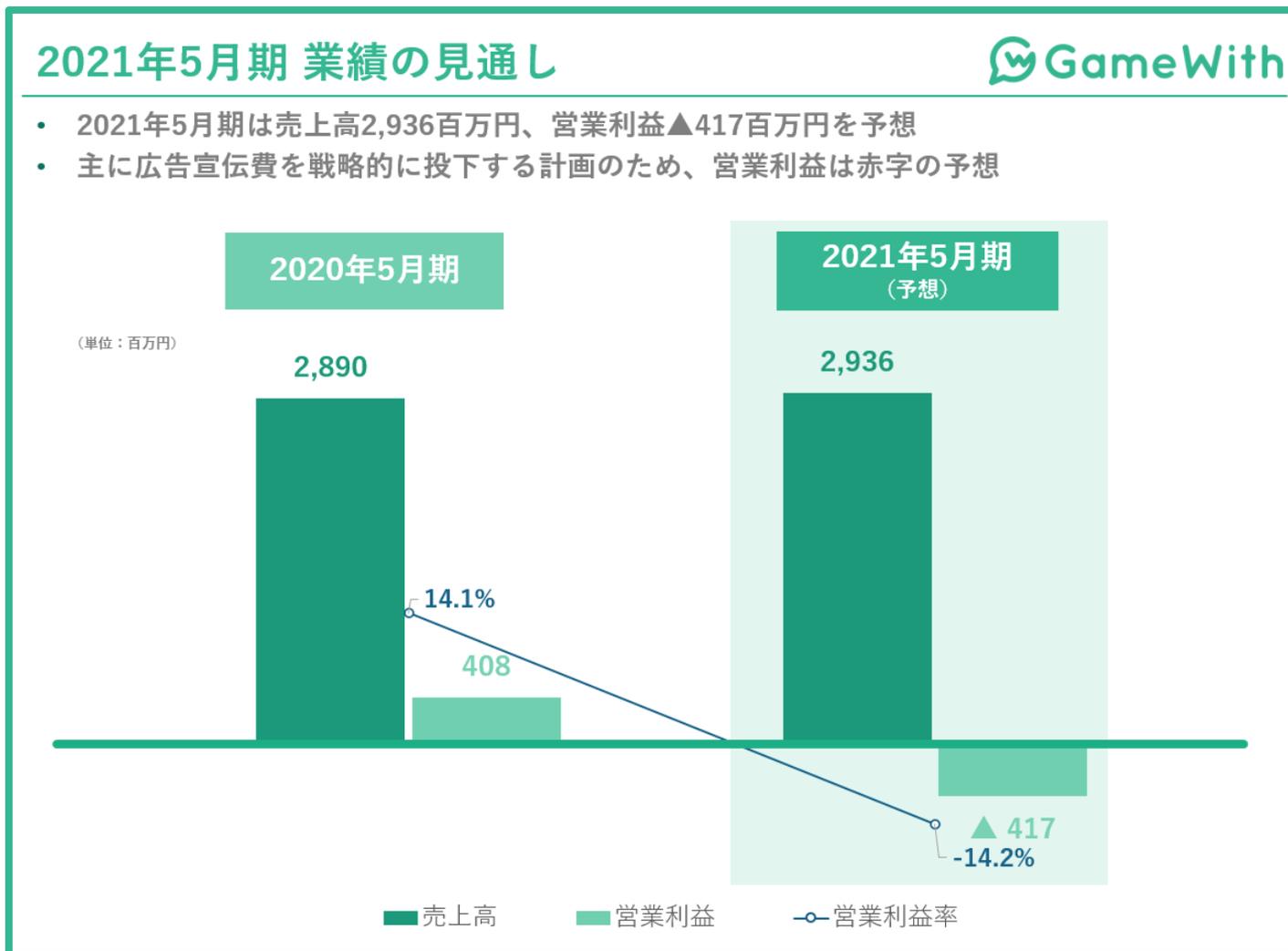




4. 2021年5月期 業績予想について

- 「ゲーム紹介」戦略変更に伴う売上への影響およびプロモーション戦略変更に伴う広告宣伝費の減少幅については期末にむけ精査中

当初の見通し





5. 中期事業戦略



5-1. 中期事業戦略の概要

2013
to
2018

国内メディア事業の売上創出・収益化

ゲーム攻略・ゲーム紹介・動画配信など
メディア事業を軸にビジネスモデルを確立

今後

国内メディア事業のさらなる収益拡大

ゲーム攻略に次ぐ、第二の柱の創造にむけてゲーム紹介に注力

海外展開の加速

英語圏を中心に海外展開を加速

新規事業領域への挑戦

既存事業以外の、様々なゲーム関連領域に展開



5-2. 中期事業戦略・トピック

①ゲーム紹介：第二の収益の柱

- ゲームを始めるきっかけをつくるゲーム紹介を、ゲーム攻略に次ぐ第二の収益の柱とする
- ユーザーが新しくゲームを探す際の第一想起の獲得を目指す

Vision：世界のゲームインフラになる



GameWithメディアの拡大に注力

「攻略サイト」のGameWithから



「ゲームメディア」の
GameWithへ

ゲームを探す際の第一想起の獲得を目指す

①ゲーム紹介：戦略背景

- スマホの普及とともに国内のゲーム市場規模は大幅に増加
- ゲーム市場の拡大とともに、国内のゲーム人口は約5,000万人まで増加



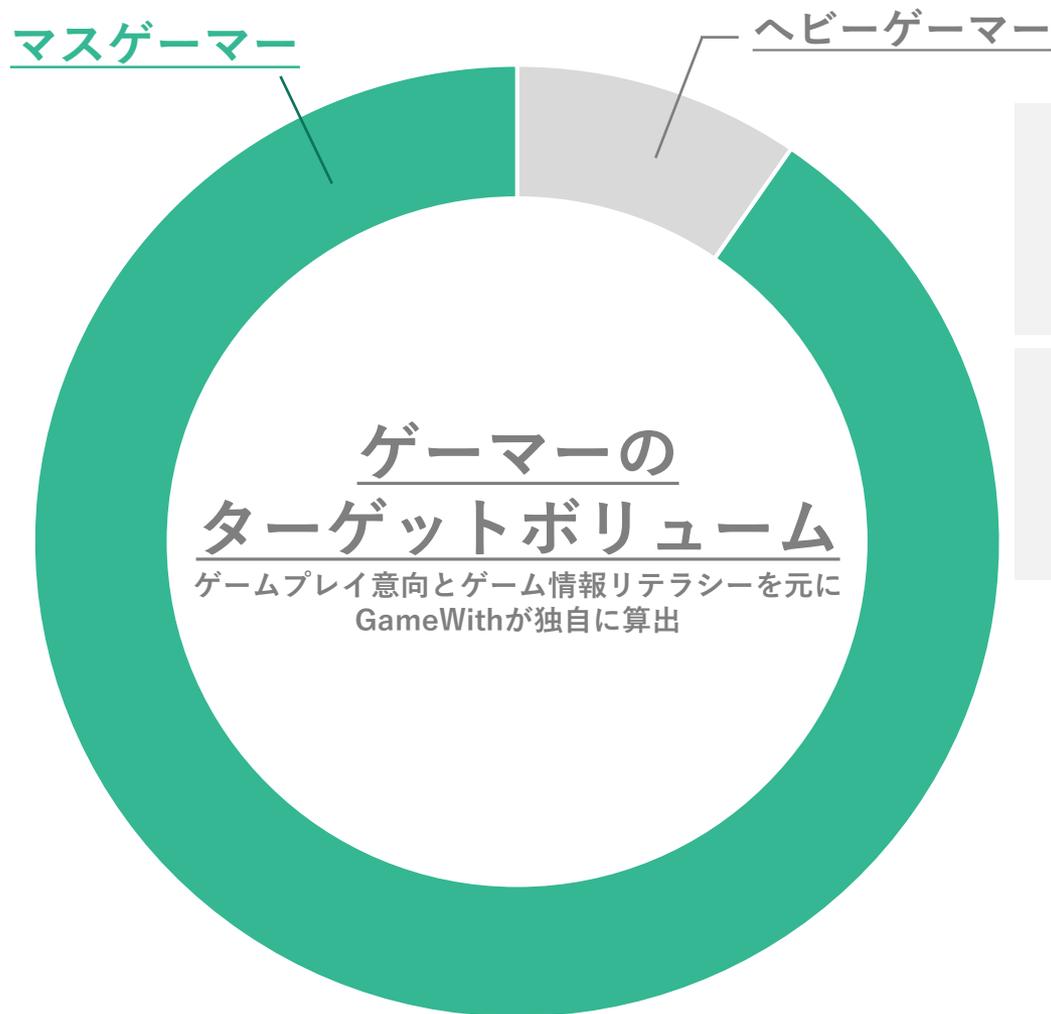
*1 『総務省 令和元年度版 情報通信白書』より 図表3-1-9-7 通信系コンテンツ市場の内訳(2017年)「1兆2,984億円」

*2 『総務省 令和元年度版 情報通信白書』より 図表3-1-9-7 通信系コンテンツ市場の内訳(2017年)「3兆6,784億円」

*3 『ファミ通ゲーム白書』ゲームユーザー分類別 マーケット規模より 2018年のゲーム人口「4,911万人」170p

①ゲーム紹介：ターゲットボリューム

- 従来のターゲットである「ヘビーゲーマー」だけでなく、ターゲットボリュームの大きい「マスゲーマー」層に新規でアプローチ



従来のターゲット

ヘビーゲーマー

ゲームをプレイし、
新作ゲーム情報など
ゲームリテラシーも高い

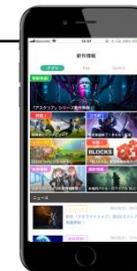
GameWithが新規で
アプローチ

マスゲーマー

ゲームをプレイするが、
新作ゲーム情報など、
ゲームリテラシーは低い

ゲームを探すなら

GameWith



- 2021年5月期はユーザー獲得、アプリ開発に戦略的に投資することで、ゲーム紹介の中長期的な売上高・収益の最大化を実現する

大規模プロモーション
の実施(8.6億円)

リソースの集中投下



新規ユーザー
の獲得

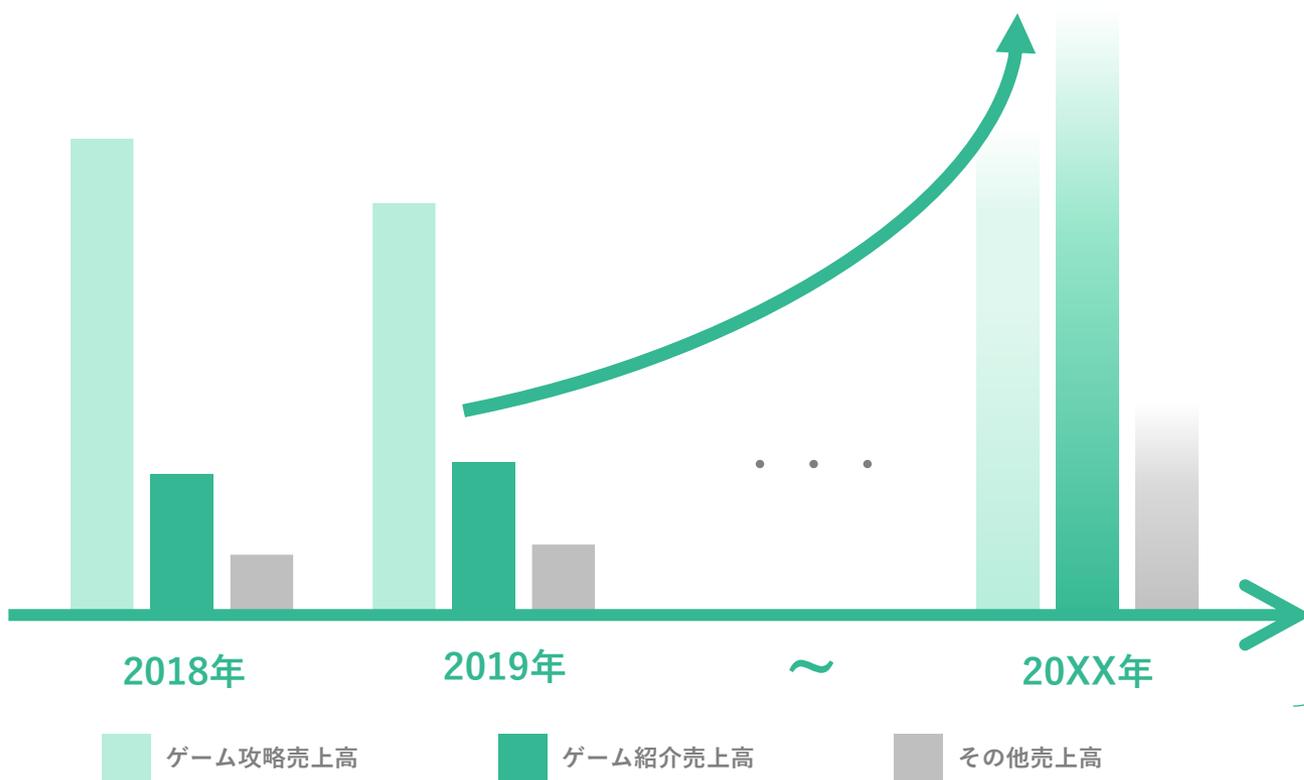
アプリ開発
UI/UXの向上

両輪で「ゲーム紹介」の中長期的な収益最大化へ

①ゲーム紹介：業績への影響

- 主力のゲーム攻略と並び、ゲーム紹介が第二の柱になることで、中長期的な売上・営業利益の向上を実現

ゲーム紹介をゲーム攻略と並ぶ第二の柱に



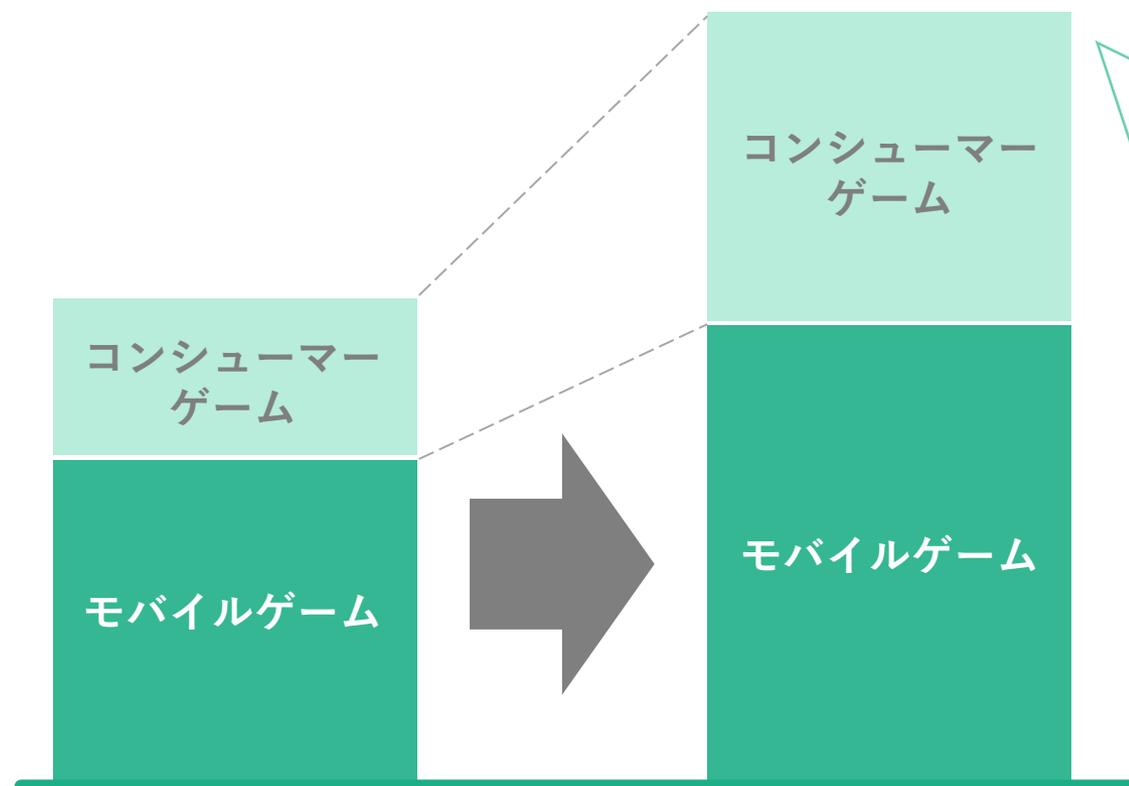
戦略的に
ゲーム紹介に注力



中長期的な
売上・営業利益
の向上を実現

- 新型コロナウイルス感染症による巣籠り需要も牽引し、コンシューマーゲーム*1の攻略需要が増加傾向
- GameWithが現状強みとしているモバイルゲーム攻略だけではなく、今後はコンシューマーゲームの攻略にも注力

売上高の将来イメージ



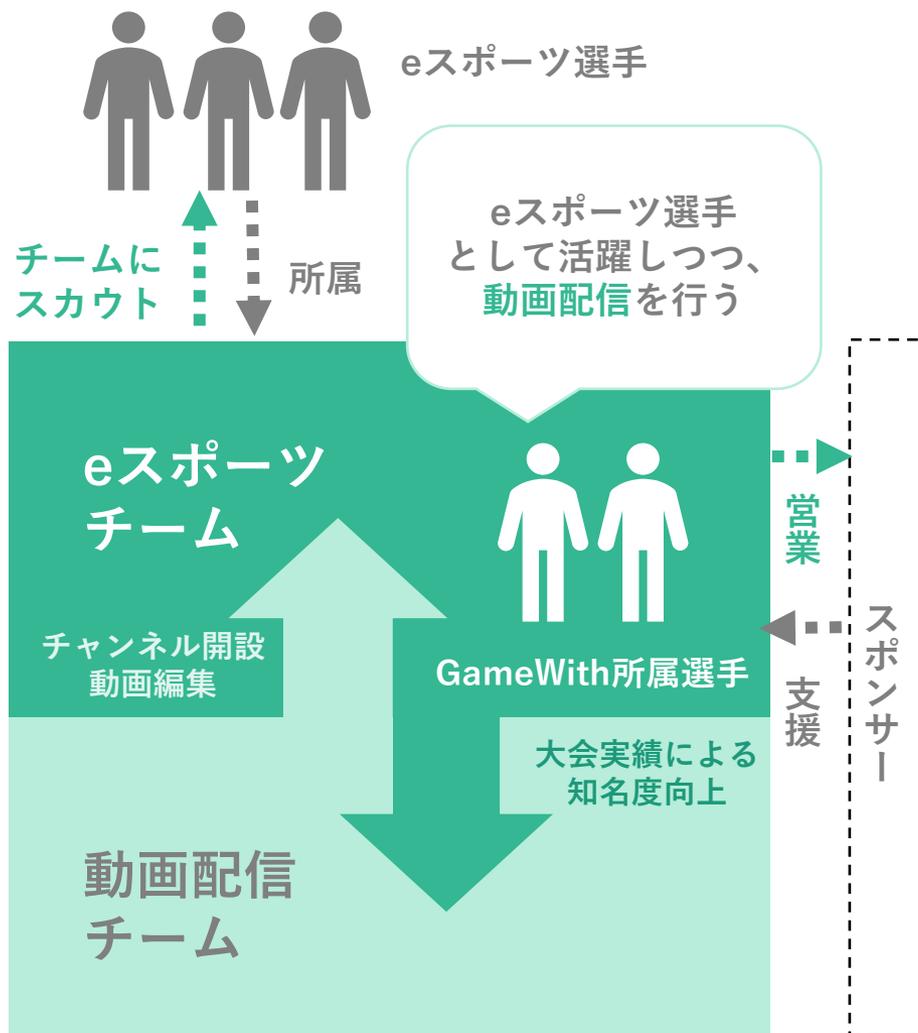
2020年の国内ゲーム市場

- 新型コロナウイルス感染症による巣籠り需要
- 2020年3月発売 スローライフ系ゲーム 販売数500万本突破
- 2020年4月発売 RPGリメイク作品、発売3日で販売数100万本突破
- 次世代型ゲーム機 発売予定

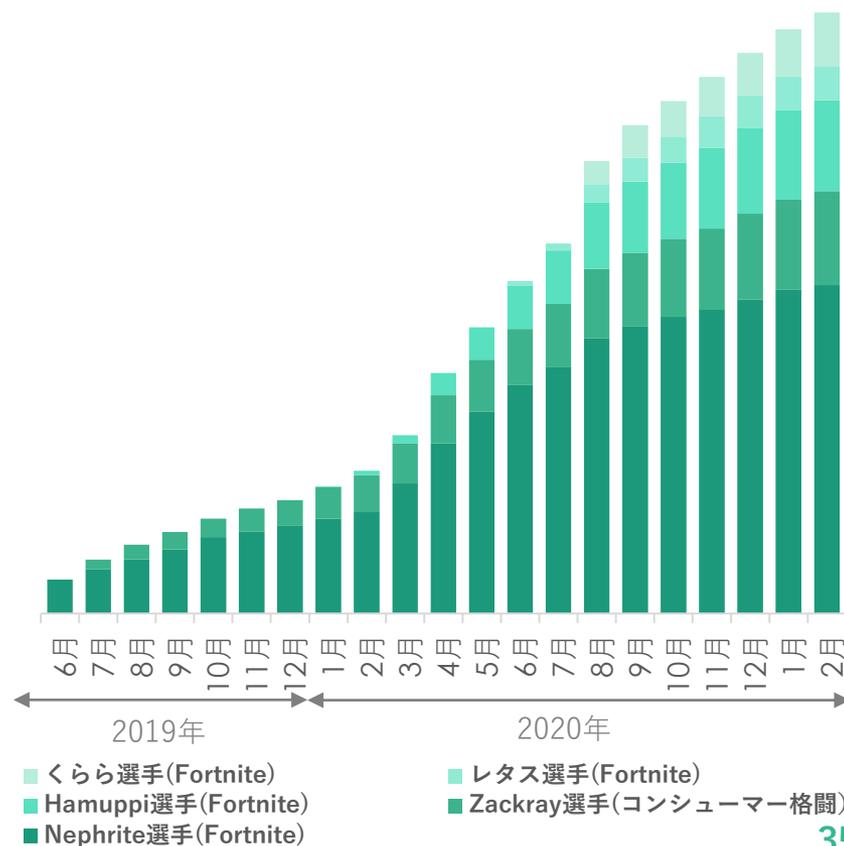
*1 コンシューマーゲーム：市販されている家庭用ゲーム機でのプレイを前提として作られるコンピュータゲームを指す用語。「家庭用ゲーム」とも呼ばれる。

③動画配信：eスポーツ系に注力

- eスポーツ系動画の視聴回数・チャンネル登録者数が増加。新規チャンネル開設も含め注力
- マネタイズの難しいeスポーツ分野において、動画配信による売上を収益源として確保し、eスポーツ選手がゲームの実力向上に専念できるような環境を醸成



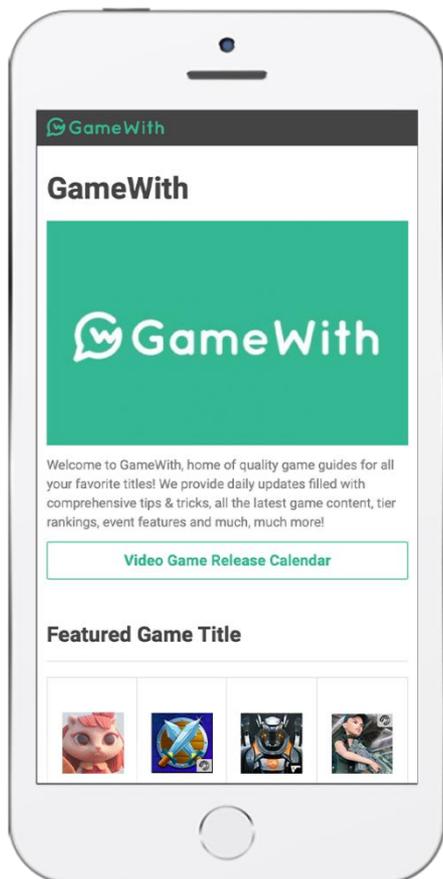
GameWith所属選手
月別YouTubeチャンネル登録者数



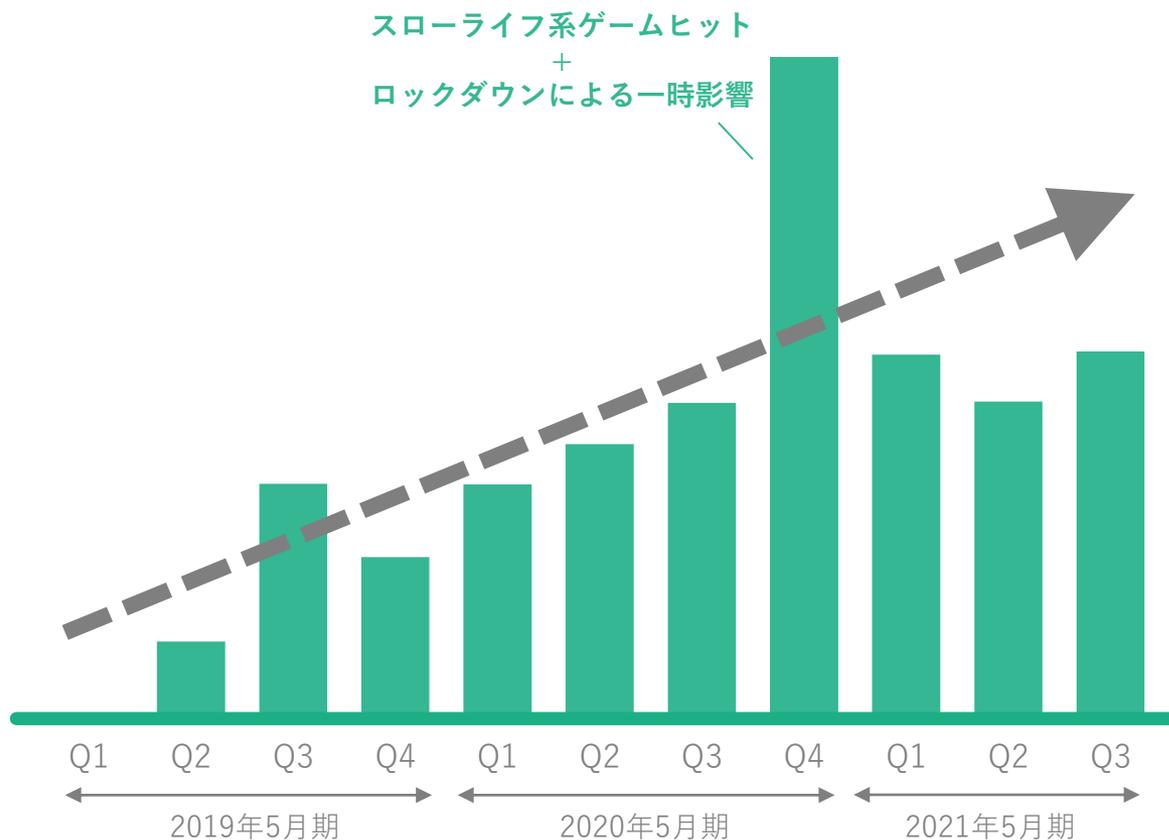
④海外事業：英語版GameWith PV数

- 英語版GameWith 四半期毎の合計PV数（ページビュー数）は順調に増加
- 今後のさらなる拡大に向けて取り扱いタイトルの増加、英語版ライターの育成に注力

英語版GameWith



四半期毎の英語版GameWith PV数推移



- ブロックチェーンゲーム「EGGRYPTO（エグリプト）」を投資先の株式会社Kyuzanと共同開発
- ゲーム内イベントを実施する等、今後も継続的なアップデートを行い、カジュアルゲームの要素を取り入れたブロックチェーンゲームとして成長を目指す

ゲームプレイ画面





6. Appendix (その他・会社概要)

- 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協働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。



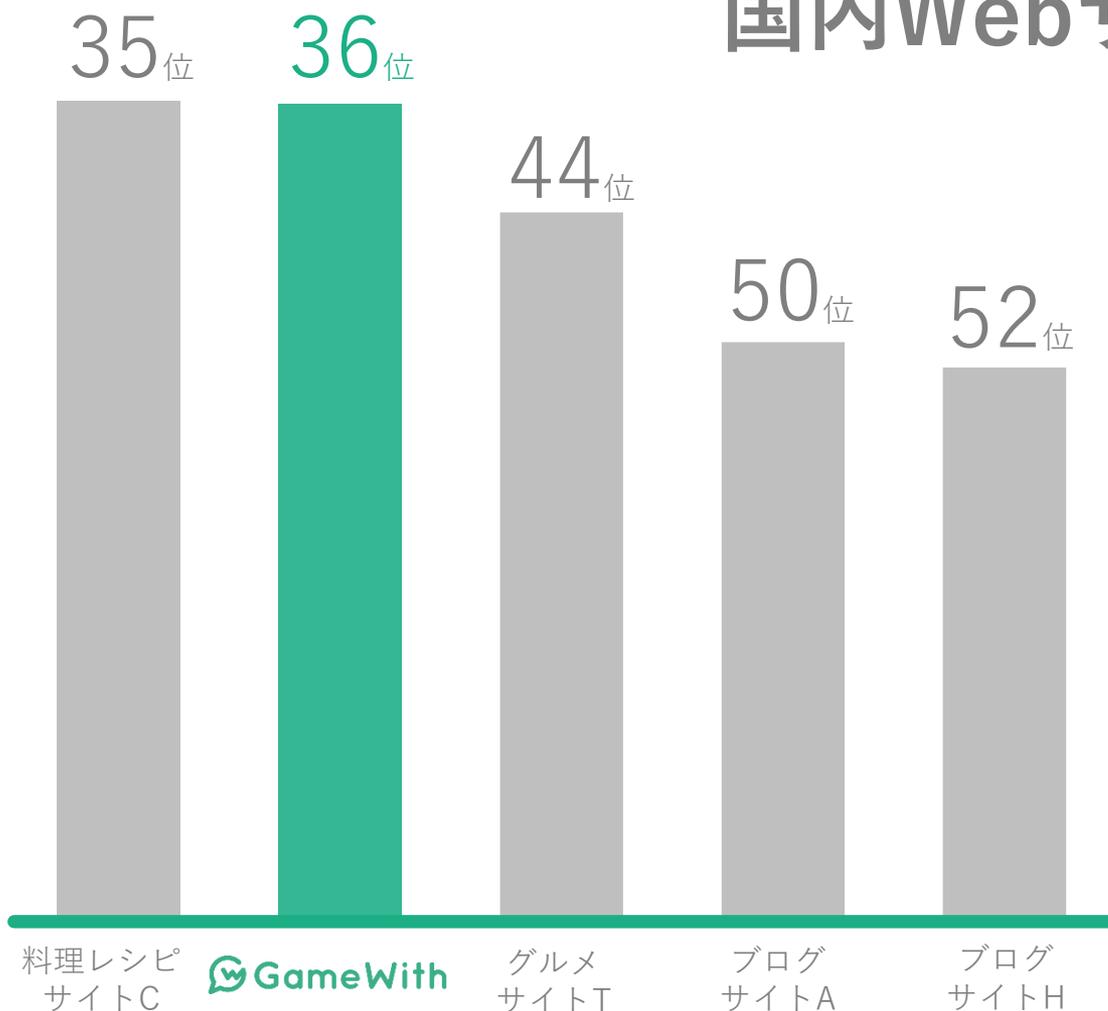
MORE

- ゲーム関連企業を対象に投資
- 純投資のみならず、最新技術の情報収集や、海外投資先が日本で事業を行う場合のパートナーとなることを期待

投資先	事業概要	直近のトピック
	<p>ブロックチェーンゲーム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</p>	<p>年末年始に広告宣伝費を試験的に投下し、売上・UU数ともに過去最高を達成。今後の成長も期待できる</p>
	<p>ブロックチェーンゲームの開発・運営、エンタメ×ブロックチェーン領域におけるNFTサービス開発支援</p>	<p>NFTマーケットプレイス事業におけるコインチェック株式会社との連携や、世界初のVtuberNFTの開発支援を行い1日で完売する等、NFT市場の盛り上がりを背景に急速に成長中</p>
	<p>モバイルゲーム開発に特化したバックエンドサーバーサービスの提供</p>	<p>株式投資型クラウドファンディングのイークラウドにて目標額5,000万を超える6,400万円を2週間で調達</p>

会社名	株式会社 GameWith（証券コード：6552）		
所在地	東京都港区六本木六丁目10番1号 六本木ヒルズ森タワー20階		
事業内容	ゲーム情報等の提供を行うメディア事業		
設立	2013年6月		
経営体制	代表取締役社長	今泉	卓也
	取締役	伊藤	修次郎
	取締役	緒方	仁暁
	取締役	村田	祐介
	取締役（社外）	武市	智行
	取締役（社外）	濱村	弘一
	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	
資本金	549百万円（2021年2月末時点）		

国内Webサイト合計訪問数



国内**36**位

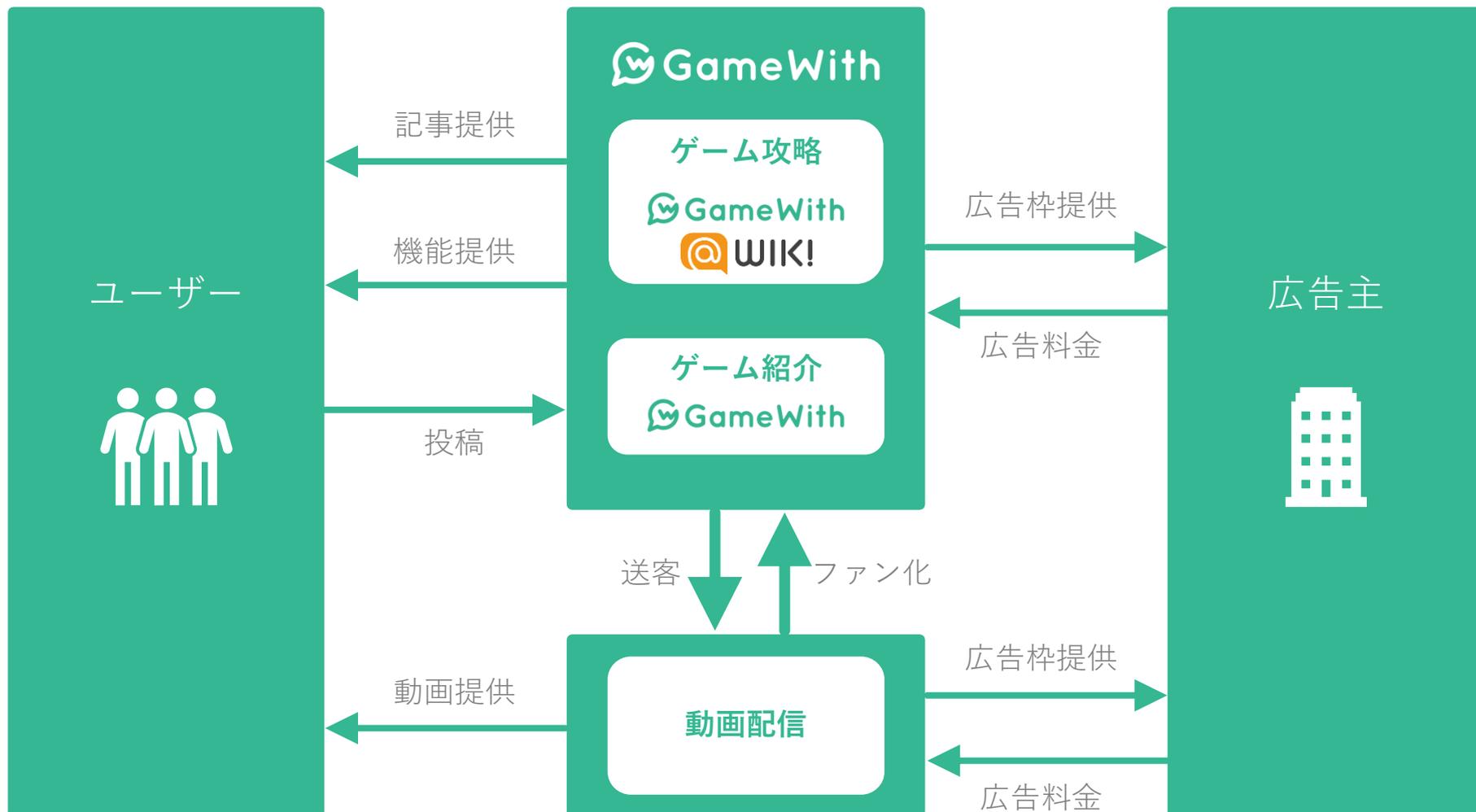
- 国内1位：検索サイトG
- 国内2位：ポータルサイトY
- 国内3位：動画サイトY

ゲームメディア

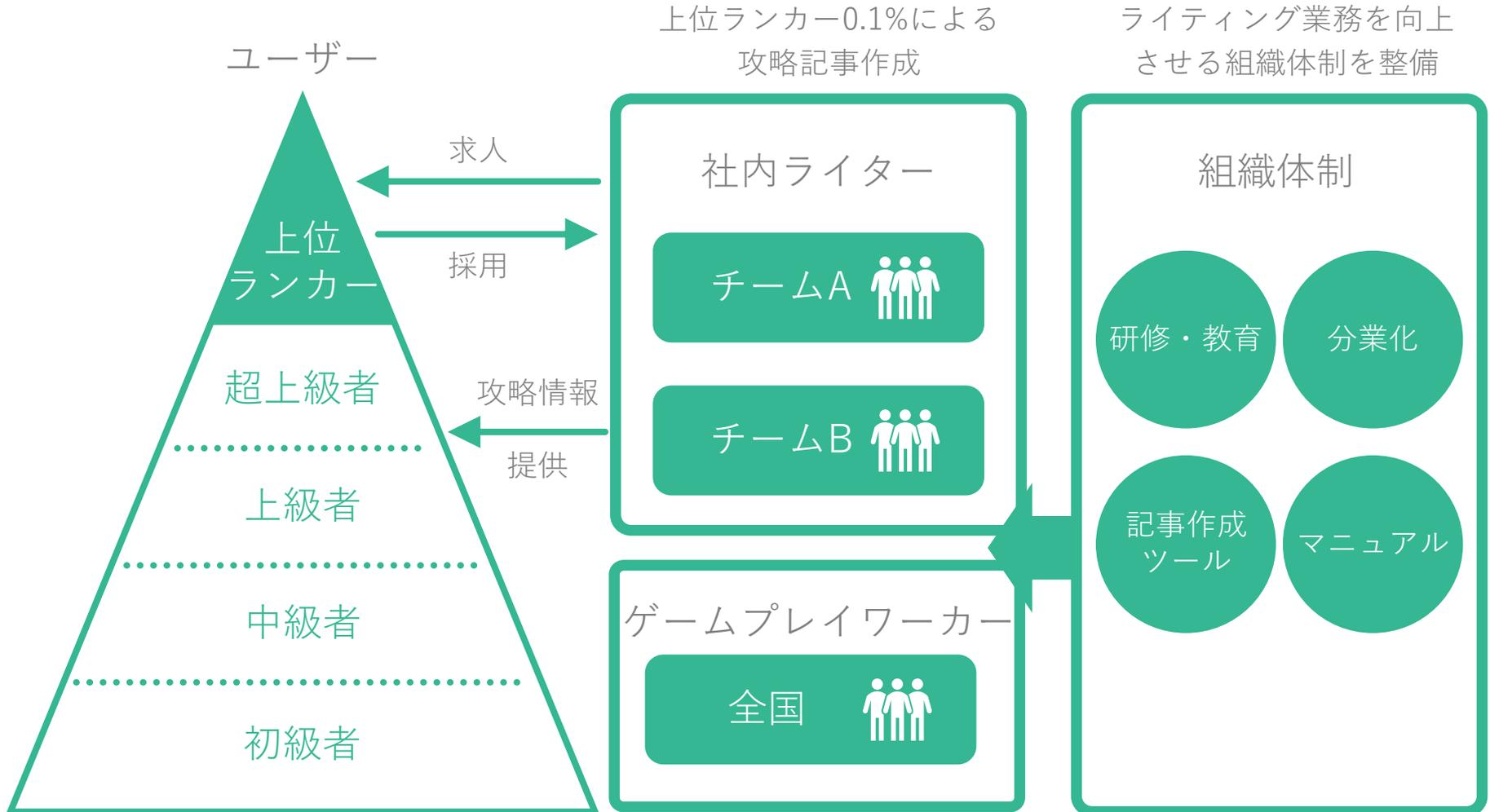
国内**1**位

※ 出所：SimilarWeb 国内Webサイト合計訪問数（2020年3月～2021年2月の1年間）

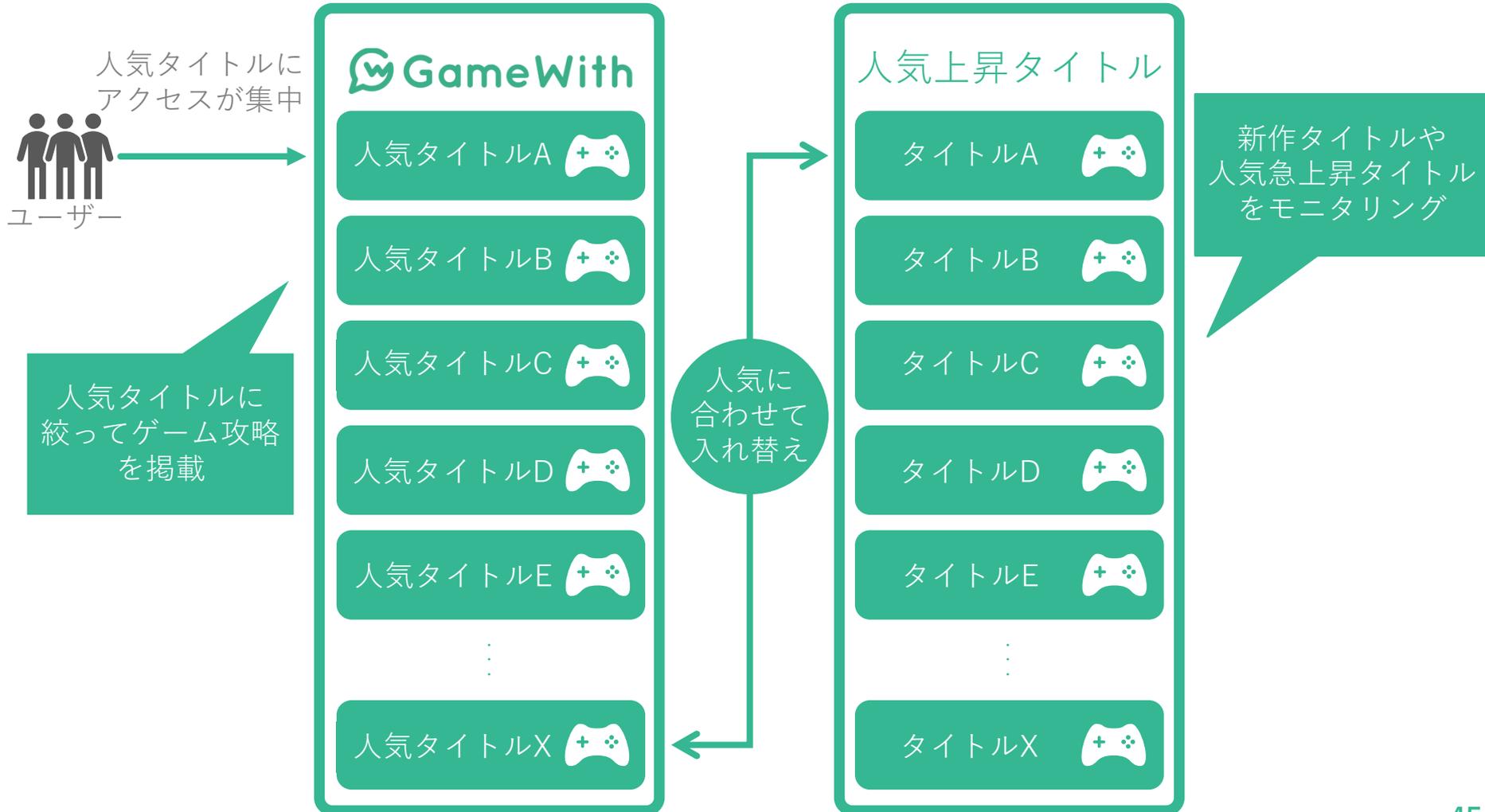
- ゲームに必要な記事や機能を提供することで、ユーザーを集客
- 広告枠を広告主に提供することで収益化を実現



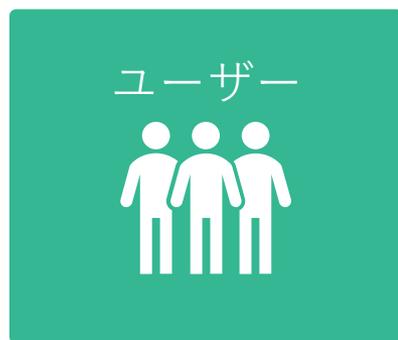
- 上位ランカーを採用し、組織的に記事作成を行うことで、イベントに素早く対応し、正確な記事を高頻度で更新する仕組みを構築



- 人気に合わせて取り扱いタイトルを入れ替えることで、安定して高いトラフィックを確保



- 網羅的な国内最大級のゲームデータベースを構築
- 社員が実際にゲームをプレイし、質の高いゲーム紹介記事・動画を掲載



ゲームを探す
口コミの投稿



送客



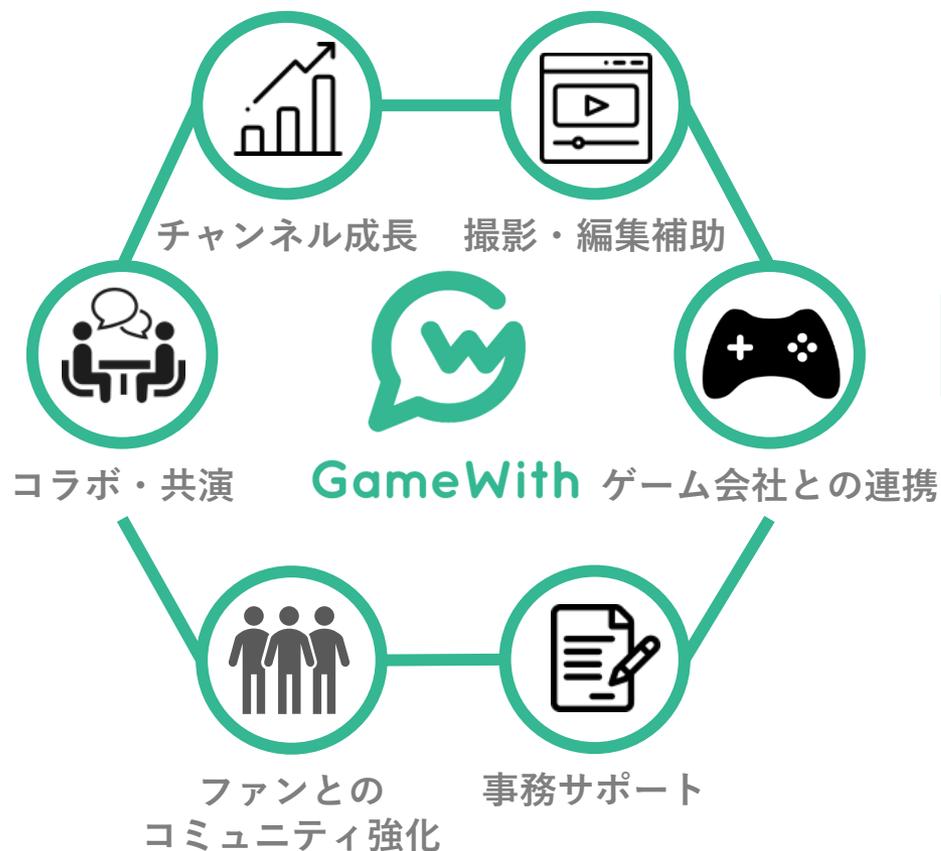
提供サービス

- ゲーム紹介記事
- ゲーム紹介動画
- Twitter広告
- 網羅的なゲームのデータベース



- クリエイターの力を最大化するため様々な面からサポート
- 自社から人気配信者を輩出した実績もあり、チャンネル成長のノウハウを社内に蓄積

サポート内容



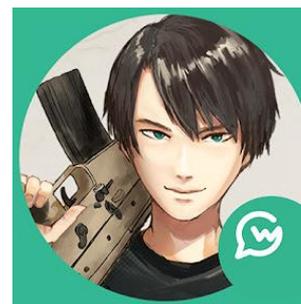
クリエイター



なうしろ



やまだ

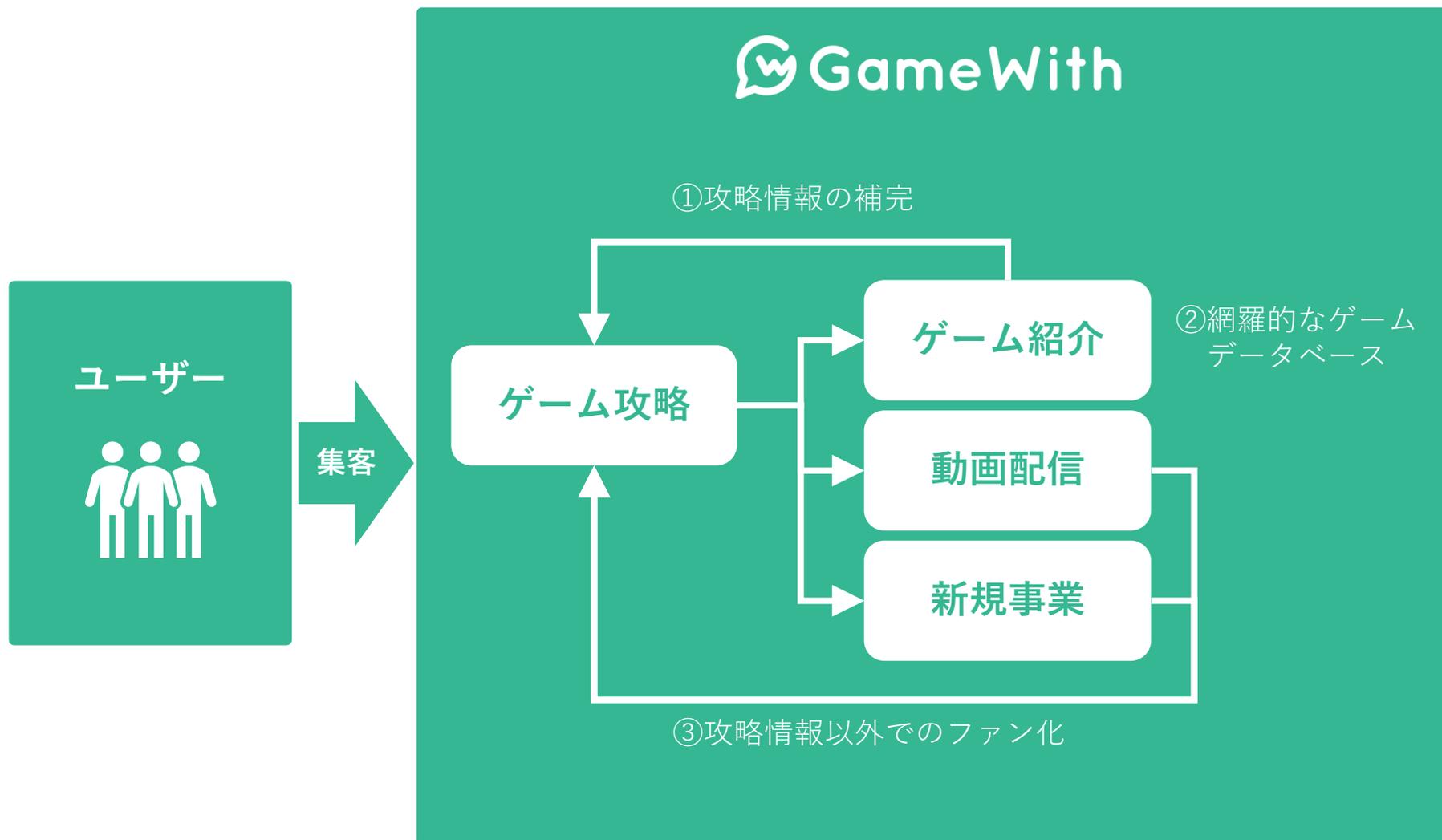


Nephrite
(プロスポーツ選手)



Zackray_
(プロスポーツ選手)

- ゲーム攻略情報で集客したユーザーをゲーム紹介などの各サービスへ送客
- ゲーム攻略と各サービスで相乗効果を生み出す



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。

 GameWith