



## 2020年5月期 決算説明資料

株式会社 GameWith  
証券コード: 6552 (東証一部)

2020年7月15日

1. 新型コロナウイルス感染症の影響と取組み
2. 2020年5月期 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 影響と取組み

新型コロナウイルス感染症により犠牲になられた方々のご冥福をお祈りいたしますとともに、生活面や事業面で甚大な影響を受けておられる皆様に、心よりお見舞い申し上げます。

## 1. 事業環境への影響

- 政府による新型コロナウイルス感染症拡大防止のための外出自粛要請や休校措置により、ゲームのプレイ時間、動画視聴回数は増加
- ゲーム会社において、特にモバイルアプリの新作ゲームが一部リリース延期

## 2. 業績への影響

- 特に海外企業からの広告出稿数が減少し、併せて広告単価に影響が生じる（詳細は「3.各事業領域の概況」パートで説明）

## 3. 当社の取組み

- 2020年3月30日（月）から当面の期間、新型コロナウイルス感染症拡大に備えたフルリモートワーク（在宅勤務）を開始
- 緊急事態宣言解除後も当面の間実施
- フルリモートワーク（在宅勤務）移行に伴い、固定費・経費等（サテライトオフィス解約に伴う賃料、オフィス関連費用、通勤交通費）の削減
- 居住地域を問わず、在宅勤務ライターの採用を強化

 **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**

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**

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**

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**

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**



## 2. 2020年5月期 決算総括

# 2020年5月期 決算ハイライト

- 2020年5月期は、2020年2月まで売上高は堅調に推移したものの、その後は新型コロナウイルス感染症の影響による広告単価の下落が大きく前期比（YonY）で減収減益

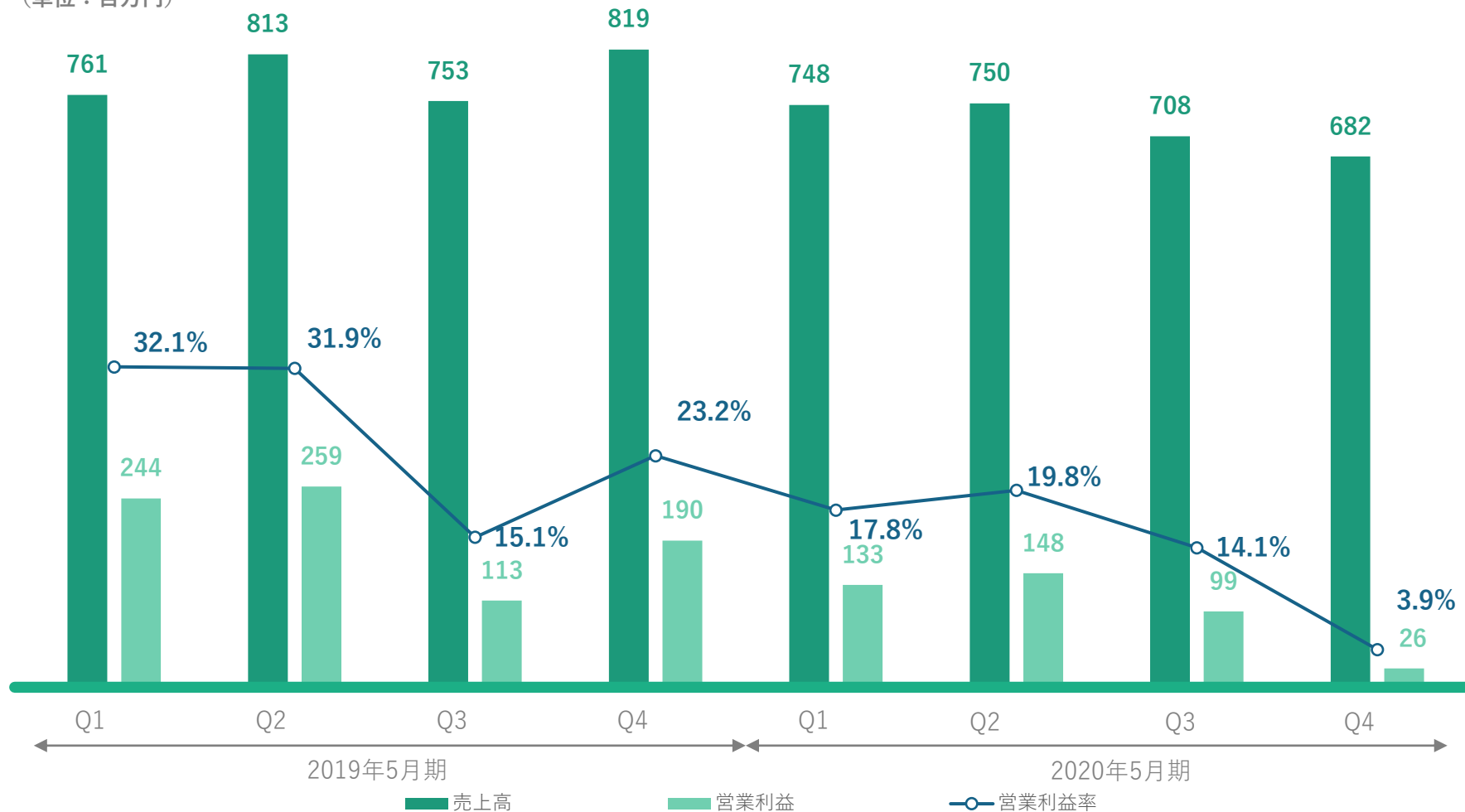
(単位:百万円)	四半期			通期		
	2019年5月期 第4四半期	2020年5月期 第4四半期	対前年同期比 増減率	2019年5月期 通期	2020年5月期 通期	対前期比 増減率
売上高	819	<b>682</b>	▲16.7%	3,148	<b>2,890</b>	▲8.2%
営業利益	190	<b>26</b>	▲86.3%	808	<b>408</b>	▲49.5%
営業利益率	23.2%	<b>3.9%</b>	-	25.7%	<b>14.1%</b>	-
経常利益	191	<b>27</b>	▲85.9%	807	<b>408</b>	▲49.4%
経常利益率	23.4%	<b>4%</b>	-	25.7%	<b>14.1%</b>	-
当期利益	268	<b>▲28</b>	-	686	<b>219</b>	▲68.0%
当期利益率	32.8%	-	-	21.8%	<b>7.6%</b>	-



# 売上高・営業利益の四半期推移

- 当第3四半期から第4四半期にかけて、新型コロナウイルス感染症の影響により広告単価の下落、新作ゲームのリリース遅延やイベントの中止等が生じ、売上高・営業利益に影響

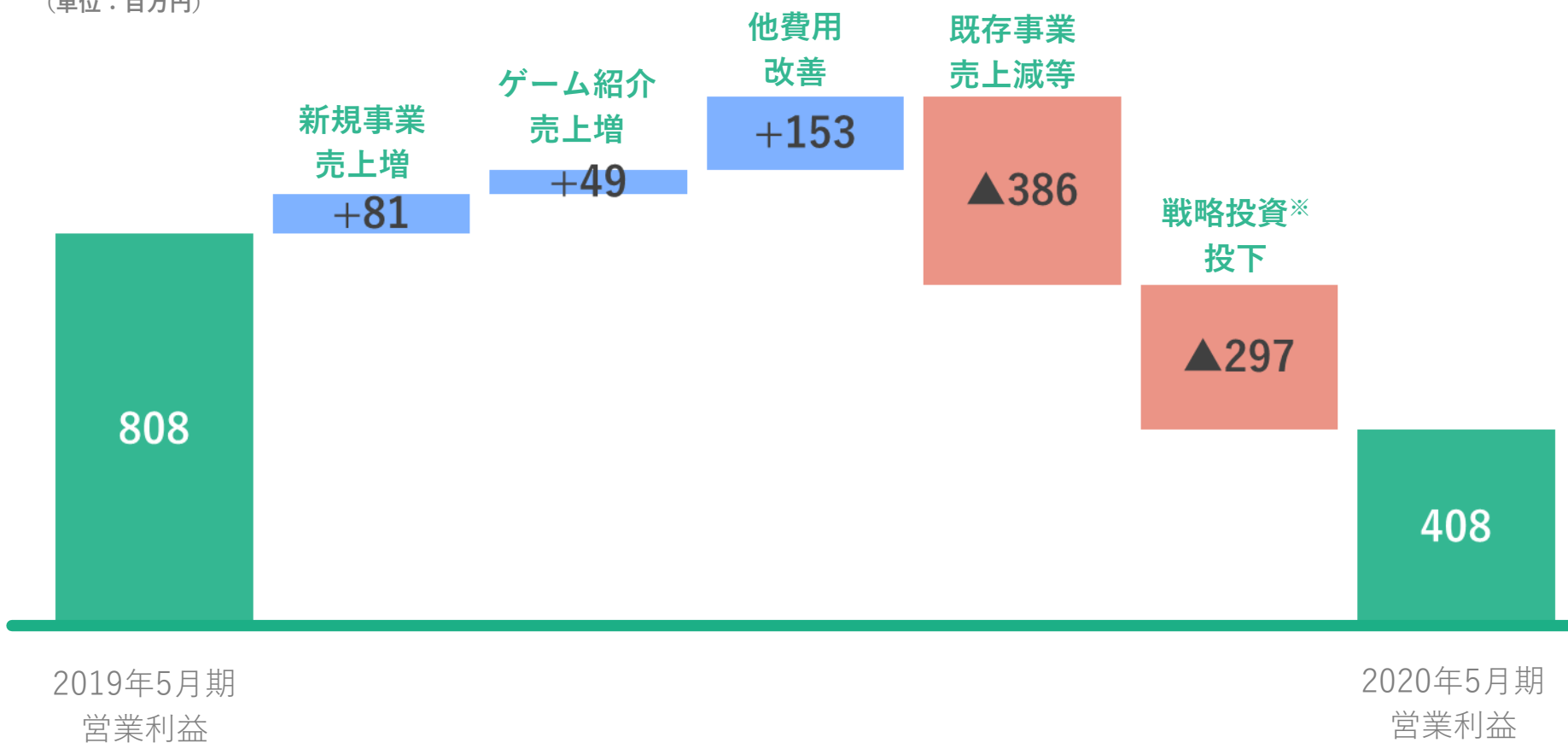
(単位：百万円)



※2020年5月期第3四半期より連結決算

- 2020年5月期は新型コロナウイルス感染症の影響等により既存事業の売上が減少した一方、新規事業、ゲーム紹介の注力分野で増加
- 費用に関しては、広告宣伝費を含む戦略投資を多く投下したため増加

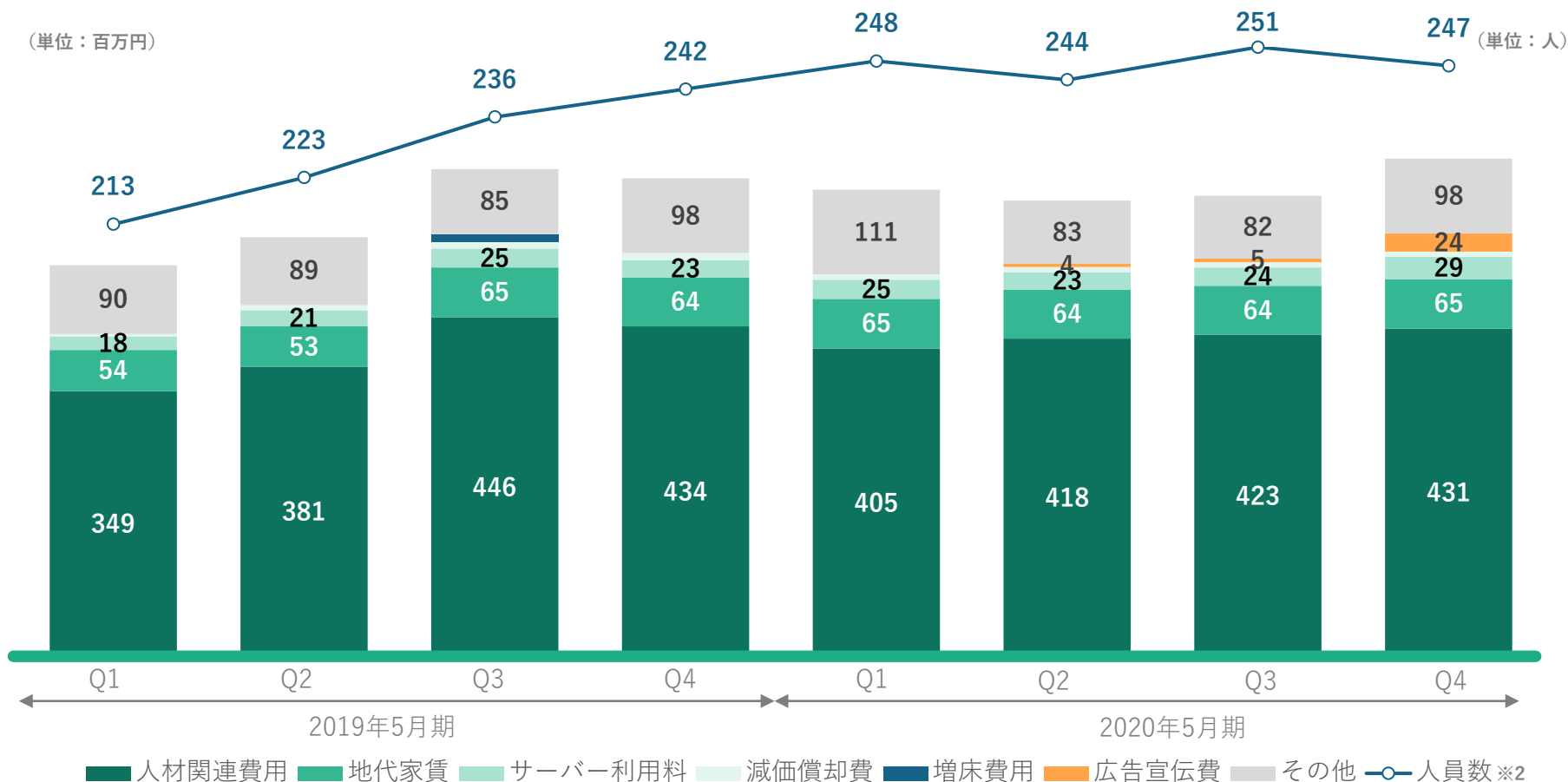
(単位：百万円)



※ 「ゲーム紹介」売上最大化に向けた広告宣伝費、マーケティング・アプリ開発の人材関連費用等含む

# コスト構造の四半期推移

- 当第4四半期において、戦略的にプロモーションに注力した結果、広告宣伝費が増加。また、フルリモートワークの開始に伴う一時費用が発生した一方で、オフィス関連費用や通勤交通費が減少



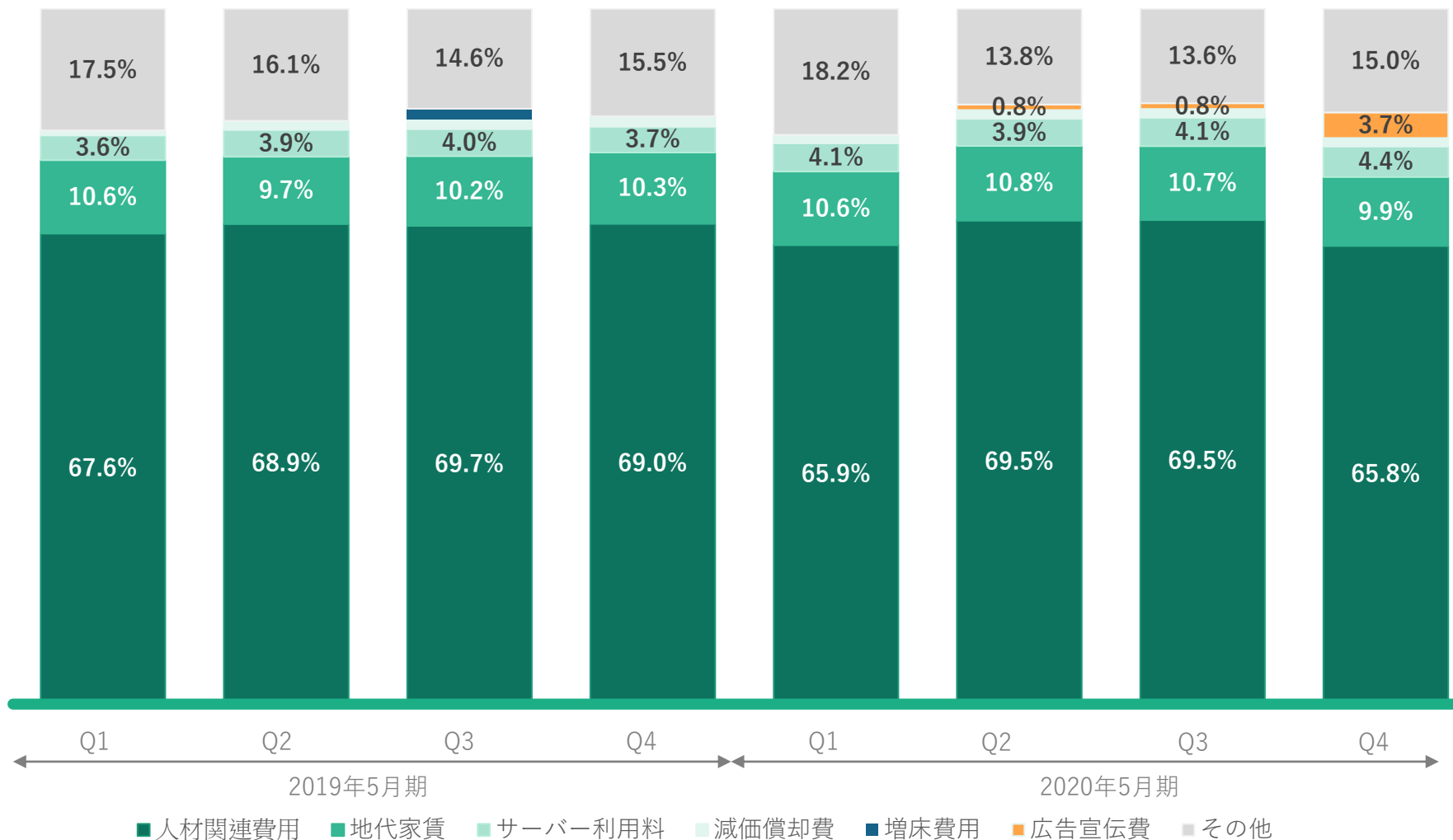
※1 人材関連費用とは、売上原価ならびに販売費及び一般管理費に計上される役員報酬、給与手当、賞与及び賞与引当金繰入、法定福利費、株式報酬費用、外注費、人材採用費及び人材育成費の合計

※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

# コスト構造の四半期推移（構成比）

- コスト全体の構成比については、人材関連費用が大部分を占める



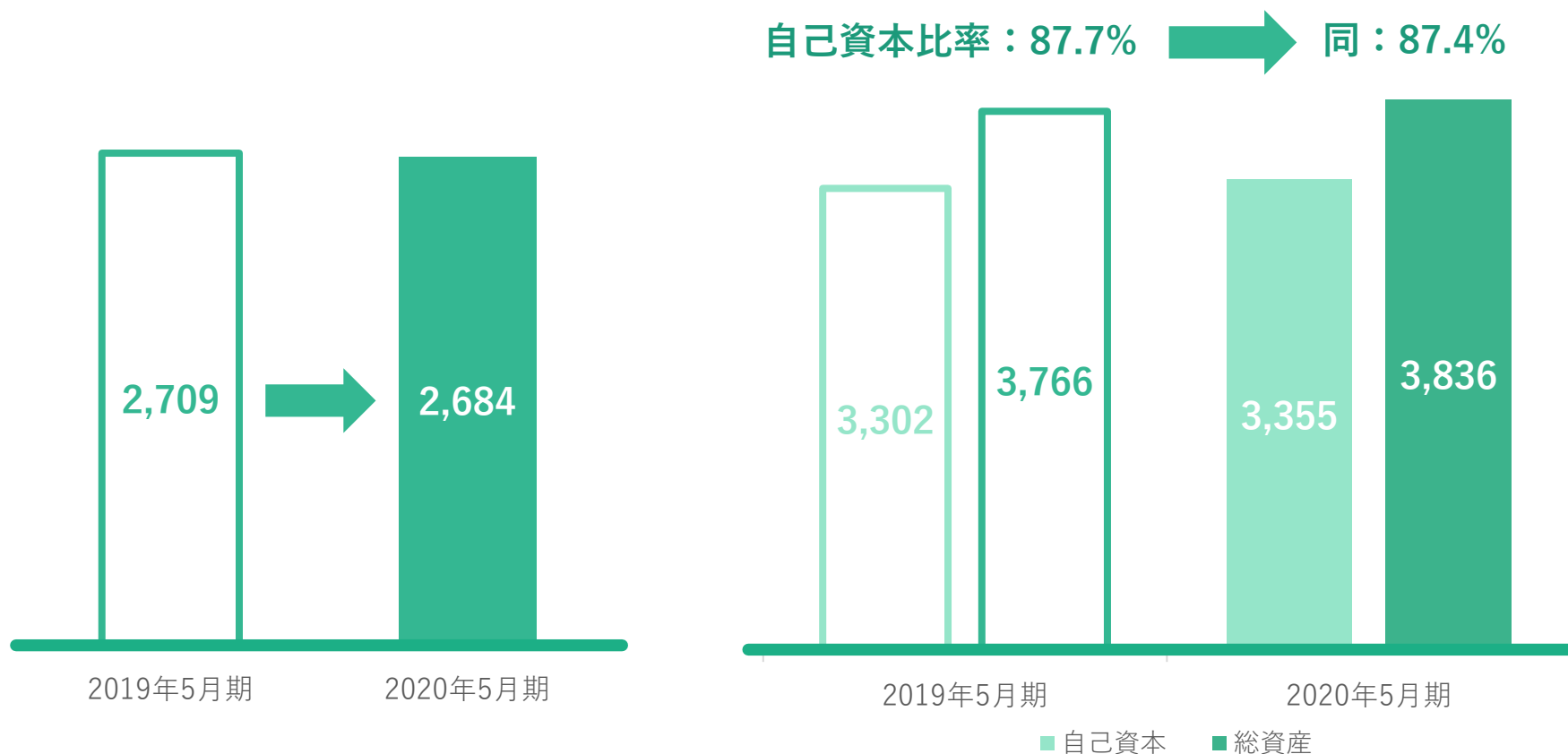
※ 人材関連費用とは、売上原価ならびに販売費及び一般管理費に計上される役員報酬、給与手当、賞与及び賞与引当金繰入、法定福利費、株式報酬費用、外注費、人材採用費及び人材育成費の合計

- 現預金残高は直近の売上高減少にも関わらず、2019年5月期とほぼ変わらない水準で推移
- 自己資本比率は引き続き高い水準を維持

現預金残高

自己資本/総資産残高

(単位：百万円)



- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大と長期化に備えて、経営の安定化を図るべく手元資金を厚くすることを目的に借入を行う

借入先	取引先金融機関4行
借入金額	13億円
借入利率	基準金利 + スプレッド、固定金利
借入実行日	2020年7月末(予定)
借入期間	5年



## 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



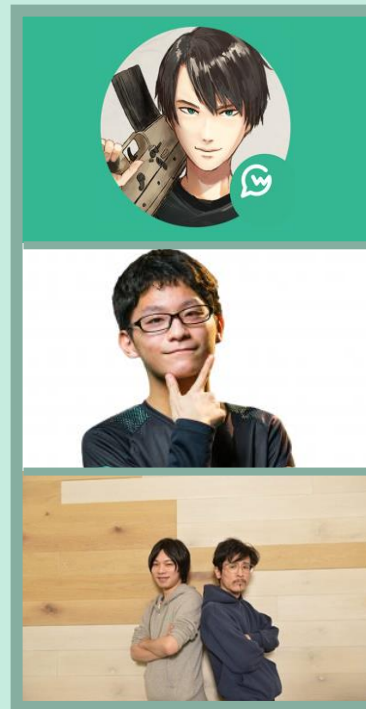
## ゲーム紹介

ゲームを始めるきっかけを作るゲーム紹介



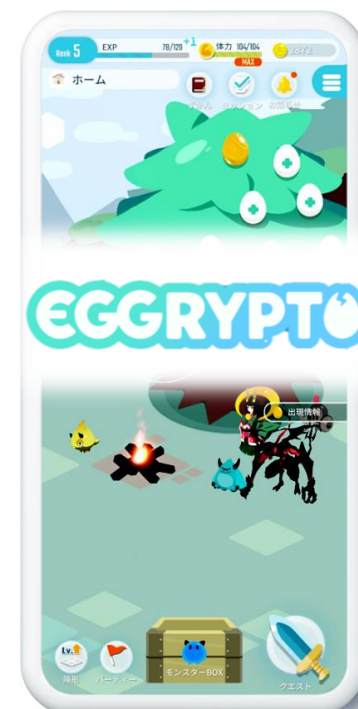
## 動画配信

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

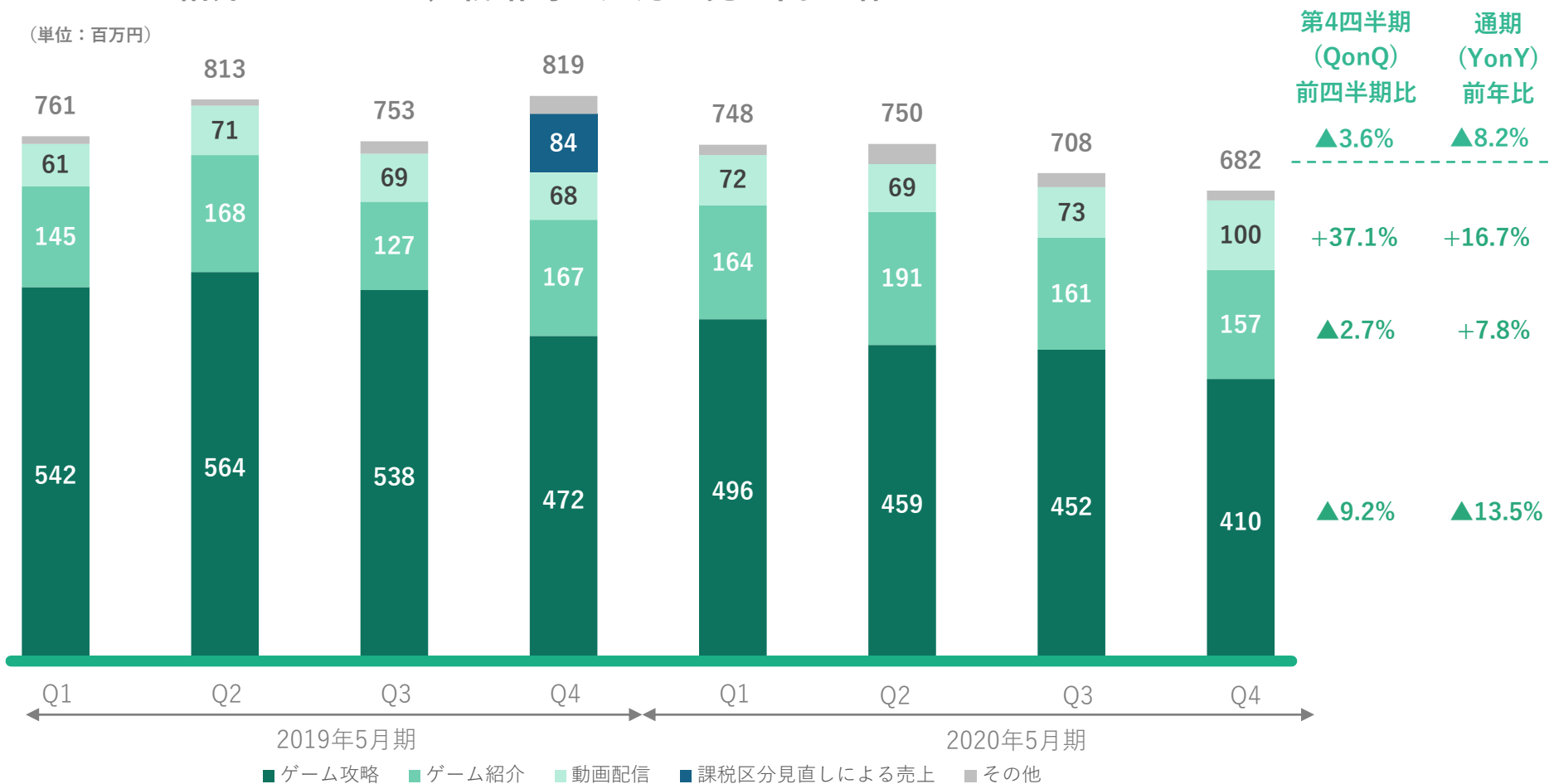




# 領域別売上高の四半期推移

- 当第4四半期は新型コロナウイルス感染症の影響による広告単価の減少を受け、特にゲーム攻略の売上高が減少
- 通期においては、動画配信についてeスポーツ系動画の視聴回数が好調に推移し売上高が増加
- ゲーム紹介についても、戦略的に注力し売上高が増加

(単位：百万円)



※ 2019年5月期第4四半期に消費税の課税区分見直しによる売上高84百万円を計上

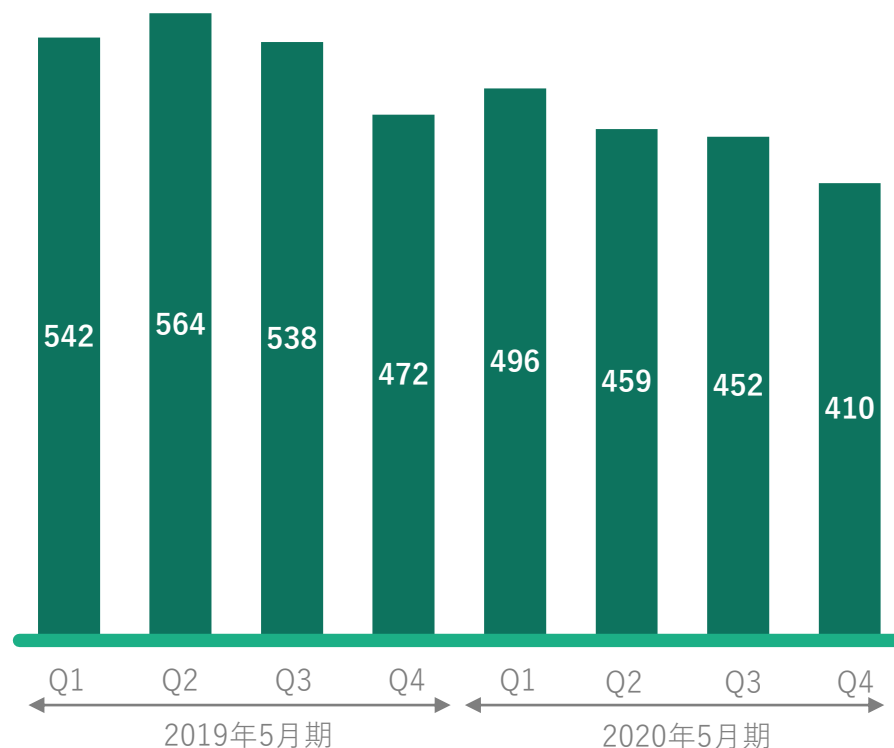
※ 「その他」に含まれていた売上高の一部を動画配信売上高に区分変更

※ 2019年5月期第4四半期より従来の「素材別」から事業の実態に近い『領域別』に説明区分を変更。各領域毎の説明に関してはAppendixに記載

- 四半期毎の月間平均PV数※<sup>1</sup>（ページビュー数）は前四半期比、前年同期比ともに増加
- 一方、四半期毎の月間平均PV単価指標※<sup>2</sup>は新型コロナウイルス感染症の影響で主に海外からの広告出稿量が減少し下落。その結果、売上高が減少

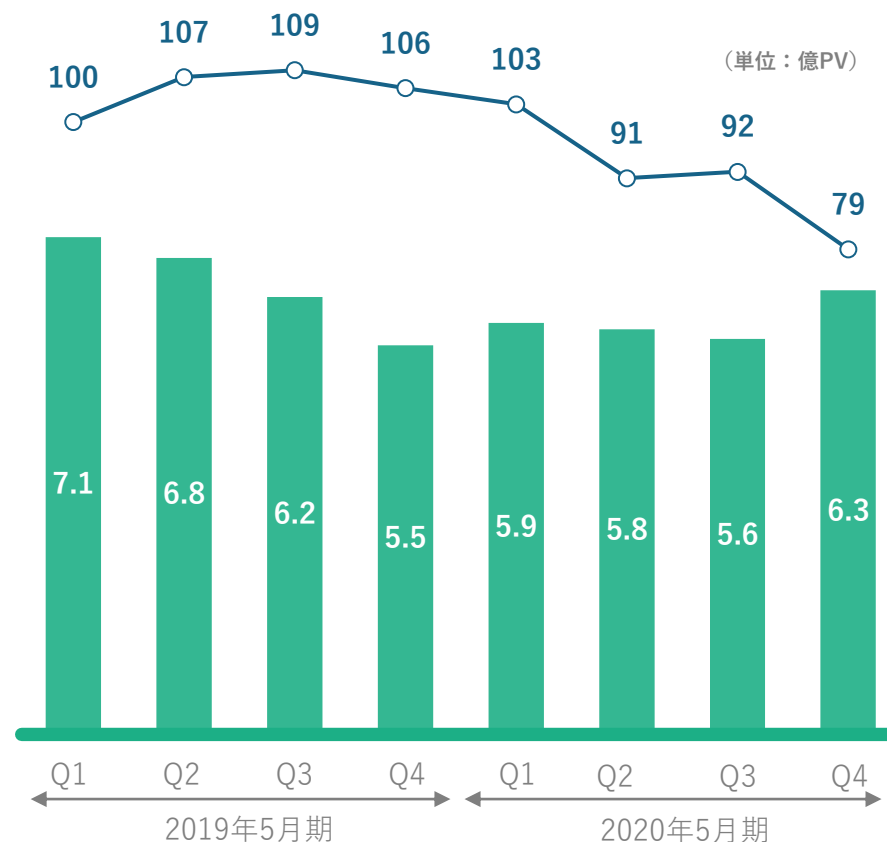
四半期毎の売上高推移

(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)



※<sup>1</sup> 各四半期の月間平均PV数を算出して掲載

※<sup>2</sup> 2019年第1四半期次の月間平均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

■ PV数    ● PV単価指標

- 四半期毎の月間平均PV数※1（ページビュー数）は堅調に推移
- 四半期毎の月間平均PV単価指標※2は新型コロナウイルス感染症の影響を受けるものの、単価向上施策を実施したことにより改善

## @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



## PV数、PV単価の概況



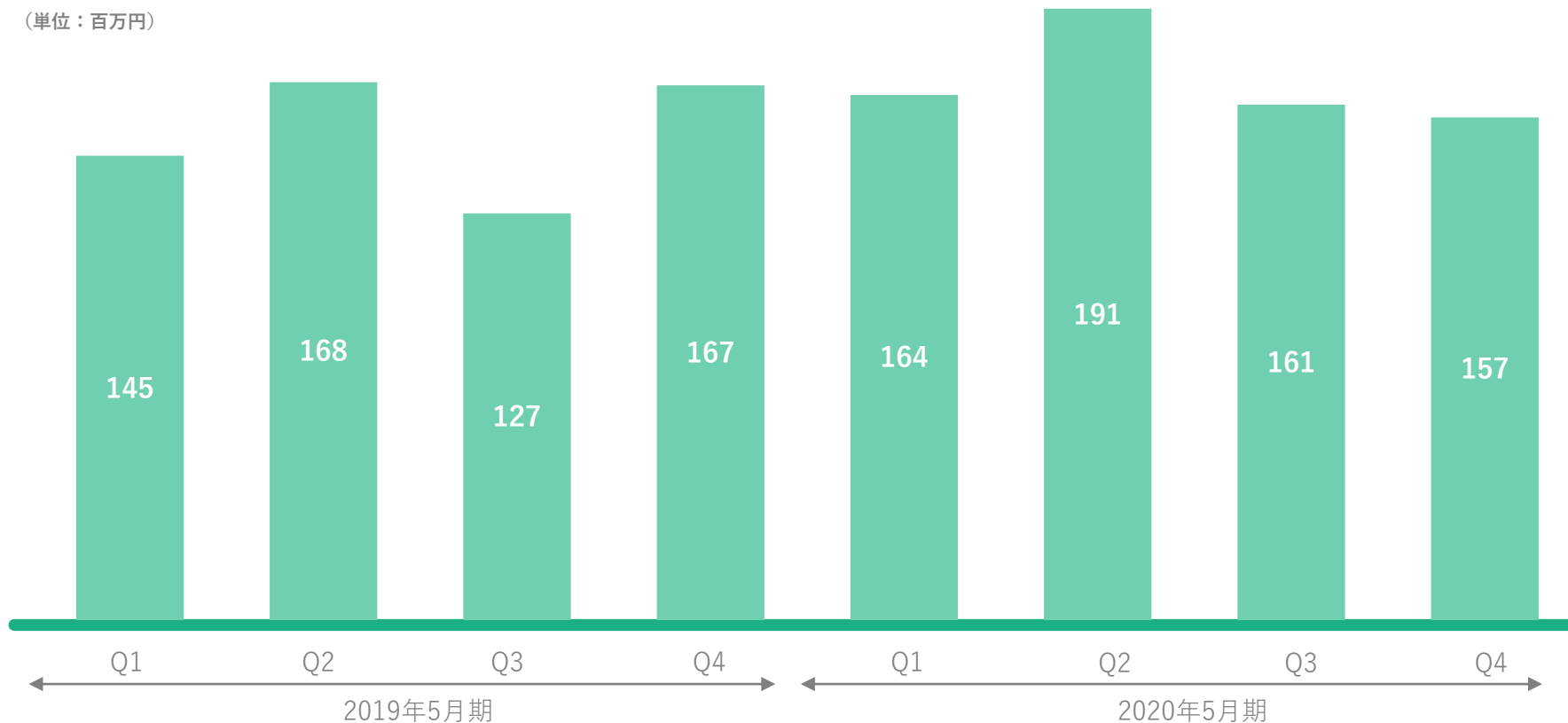
※1 各四半期の月間平均PV数を算出して掲載

※2 買収直前である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

- 2020年5月期のゲーム紹介売上高は堅調に推移し、前年比で増加
- 今後は、よりプロモーションや開発に戦略投資することでアプリのユーザー数を増やし、ゲーム紹介の売上高の向上に注力

四半期毎の売上高推移

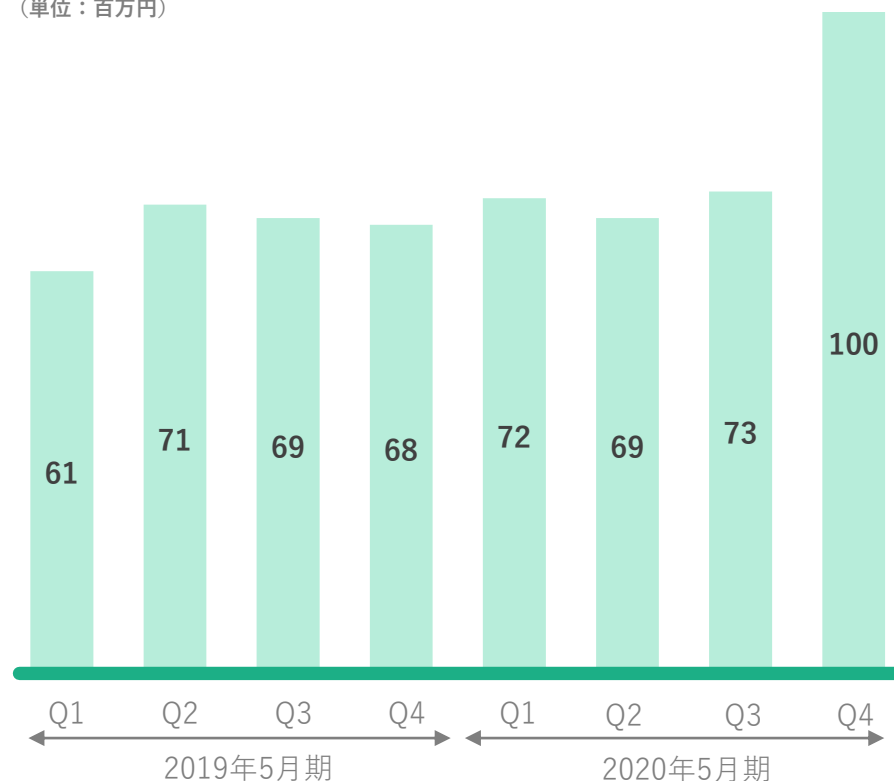
(単位：百万円)



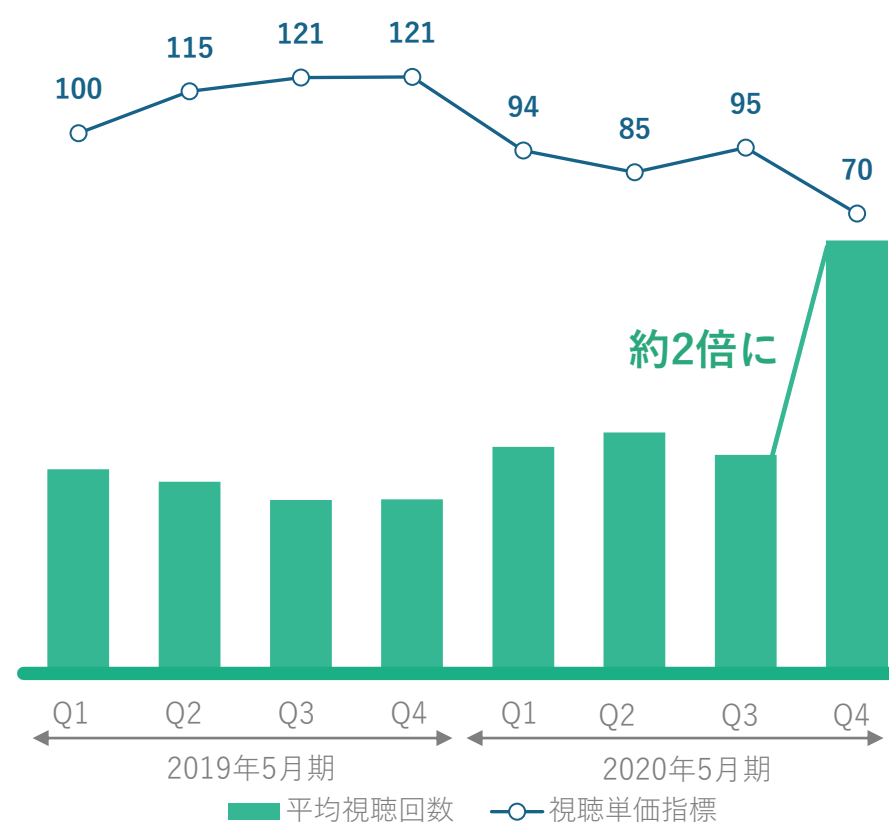
- 四半期毎の平均視聴単価指標※1は新型コロナウイルス感染症の影響で広告出稿量が減少し下落
- 一方、四半期毎の平均動画視聴回数※2はeスポーツ系の動画が好調に推移し増加。その結果、動画配信の売上高が増加

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 2019年第1四半期次の月間平均視聴単価を基準値100として相対値を算出

※2 各四半期の月間平均視聴回数を算出して掲載



## 4. 2021年5月期 業績予想について

2021年5月期の連結業績予想につきましては、  
新型コロナウイルスの感染拡大による影響により、  
現時点で合理的に算定することが困難であるため、  
未定とさせていただきます。

業績予想の開示が可能となった段階で、速やかに公表いたします。



## 5. 中期事業戦略





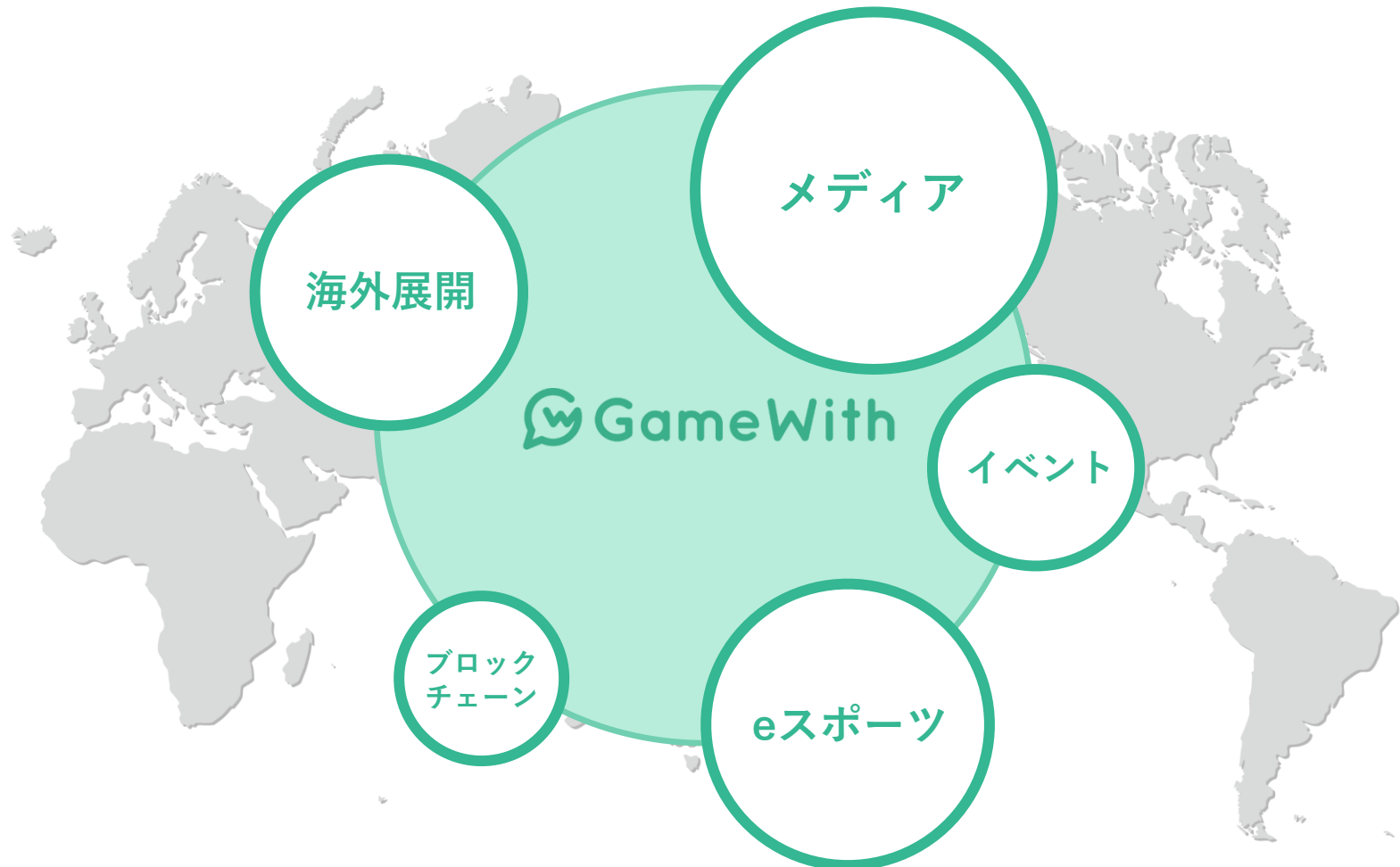
## 5-1. 中期事業戦略の概要

# 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。

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。



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

## ゲーム攻略

## ゲーム紹介

## 動画配信

### 事業戦略

- ✓ コンシューマーゲームに注力
- ✓ 英語版GameWithの拡大

- ✓ 新規ユーザ獲得最大化
- ✓ タイアップ営業の加速
- ✓ GameWithアプリの大幅改修
- ✓ 広告宣伝費投下

- ✓ eスポーツ系動画に注力
- ✓ eスポーツチームとの連携強化

### 構造改革

- ✓ 「ゲーム紹介」を第二の柱にするためリソースの選択と集中を行う
- ✓ フルリモートワークの実現
- ✓ 固定費・経費の大幅削減（組織としてオフィスのあり方の継続的な見直しや、通勤交通費の削減等を行う）
- ✓ 国内外のライターを採用を効率化し、居住地にとらわれない新しい働き方を提案



## 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

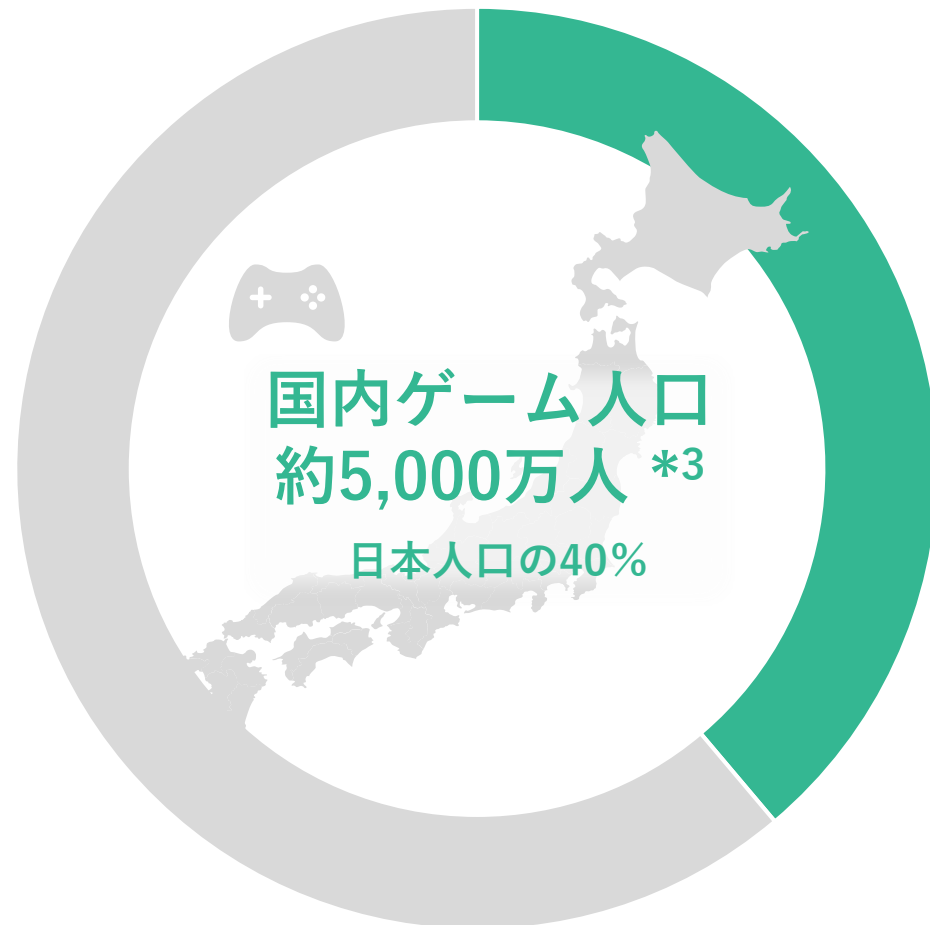


「ゲームメディア」の  
GameWithへ

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」

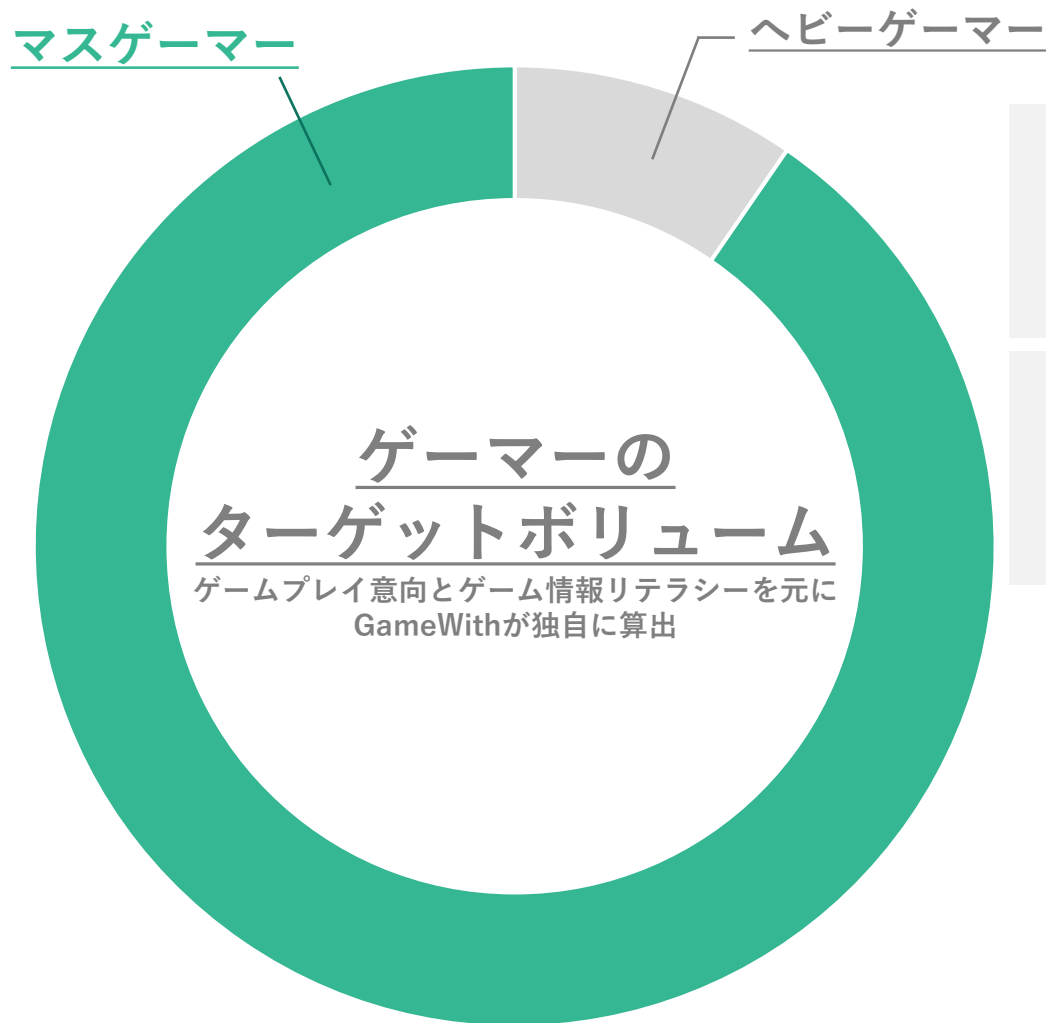
\*2 『総務省 令和元年度版 情報通信白書』より 図表3-1-9-7 通信系コンテンツ市場の内訳(2017年)「3兆6,784億円」

\*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

- 従来の攻略サイト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



従来の攻略サイトの  
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

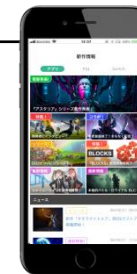
GameWithが新規で  
アプローチ

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



# ①ゲーム紹介：戦略進捗

- ゲーム紹介領域拡大の具体的な戦略として2020年5月期においては、  
①プロモーションによる認知、②サービスの最適化を実施

## ①プロモーションによる認知

✓ 「マスゲーマー」に幅広く認知

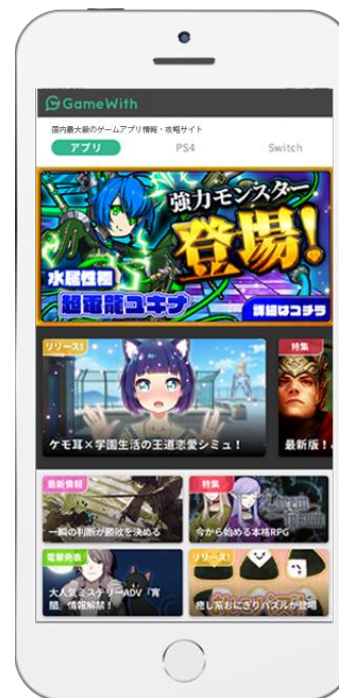
広告宣伝費を投下し、  
WEBマーケティングの拡大や  
地方CMの放映を実施



## ②サービスの最適化

✓ アプリ版GameWithの大幅改修

ヘビーゲーマーだけではなく  
マスゲーマー向けのコンテンツを充実



(例)  
コンソールゲーム  
/アプリゲーム別  
殿堂入り  
ランキング、  
  
●●なゲーム  
まとめ  
  
等

- 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(数億円)

リソースの集中投下



新規ユーザー  
の獲得

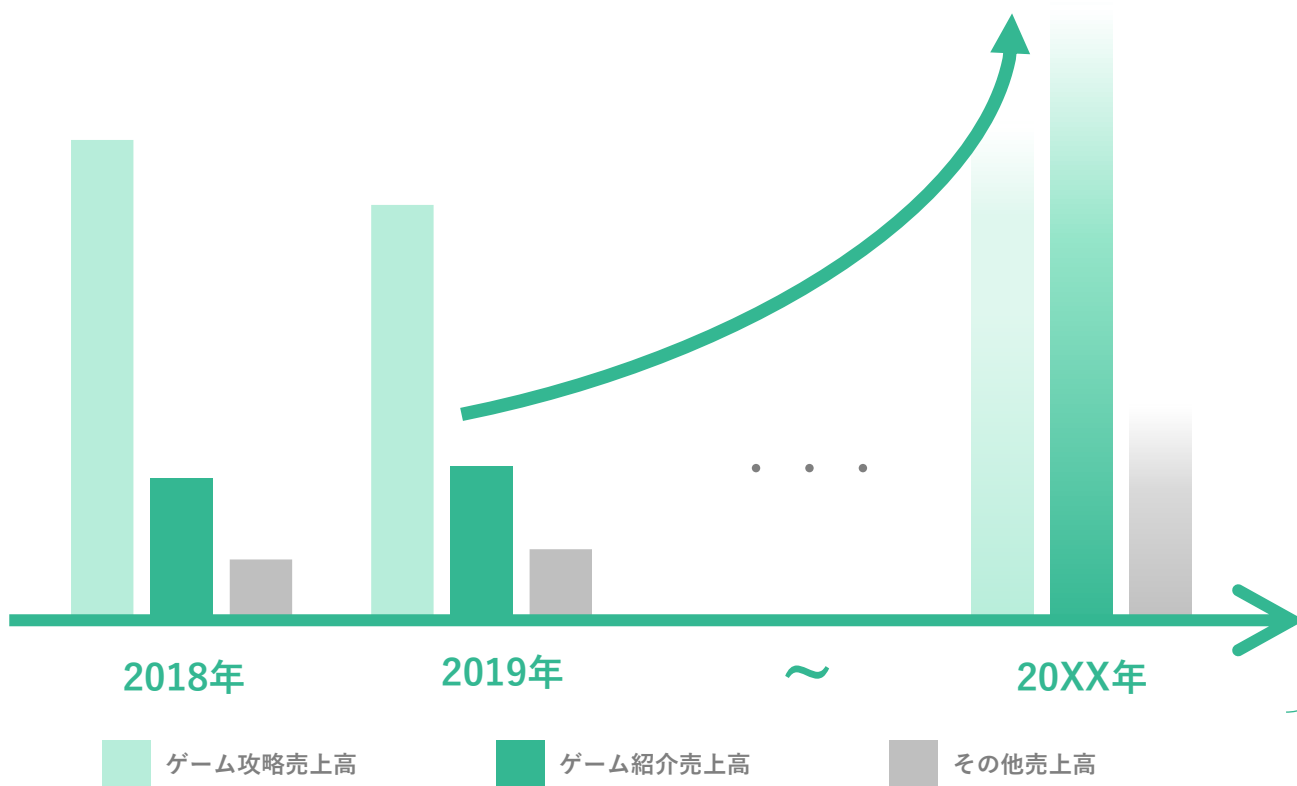
アプリ開発  
UI/UXの向上

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



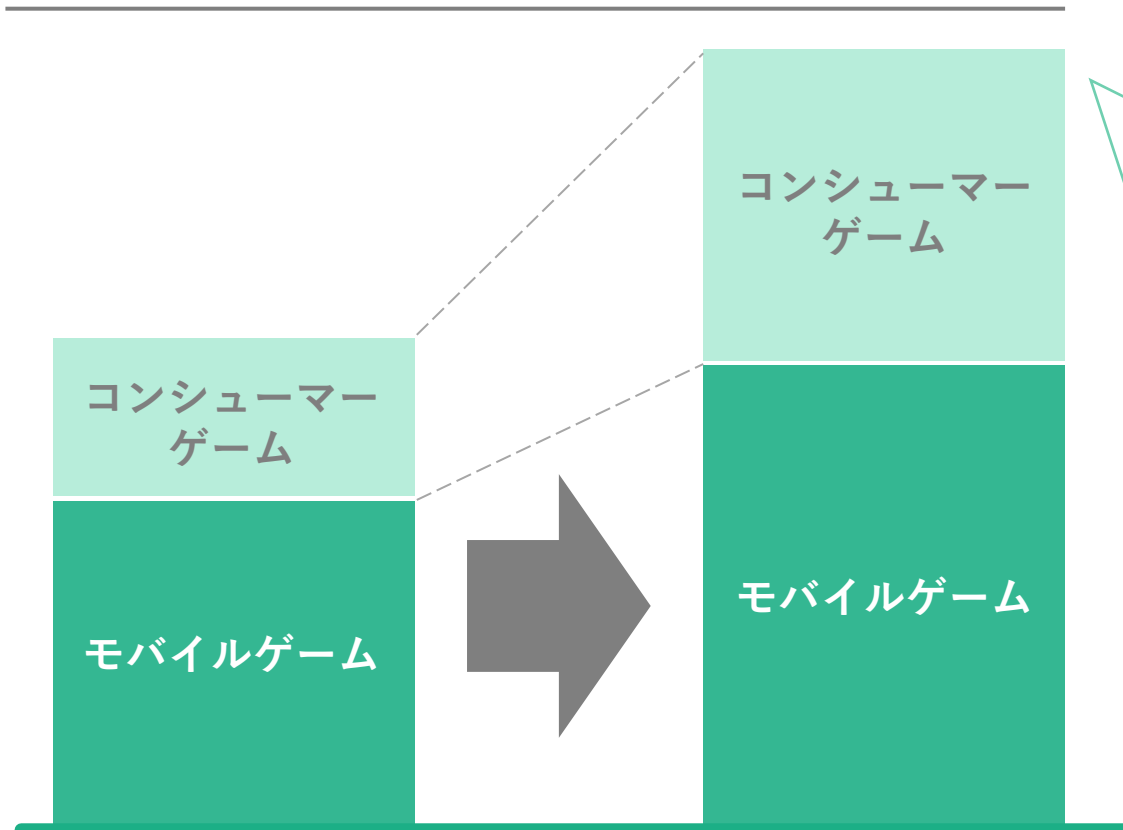
戦略的に  
ゲーム紹介に注力



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



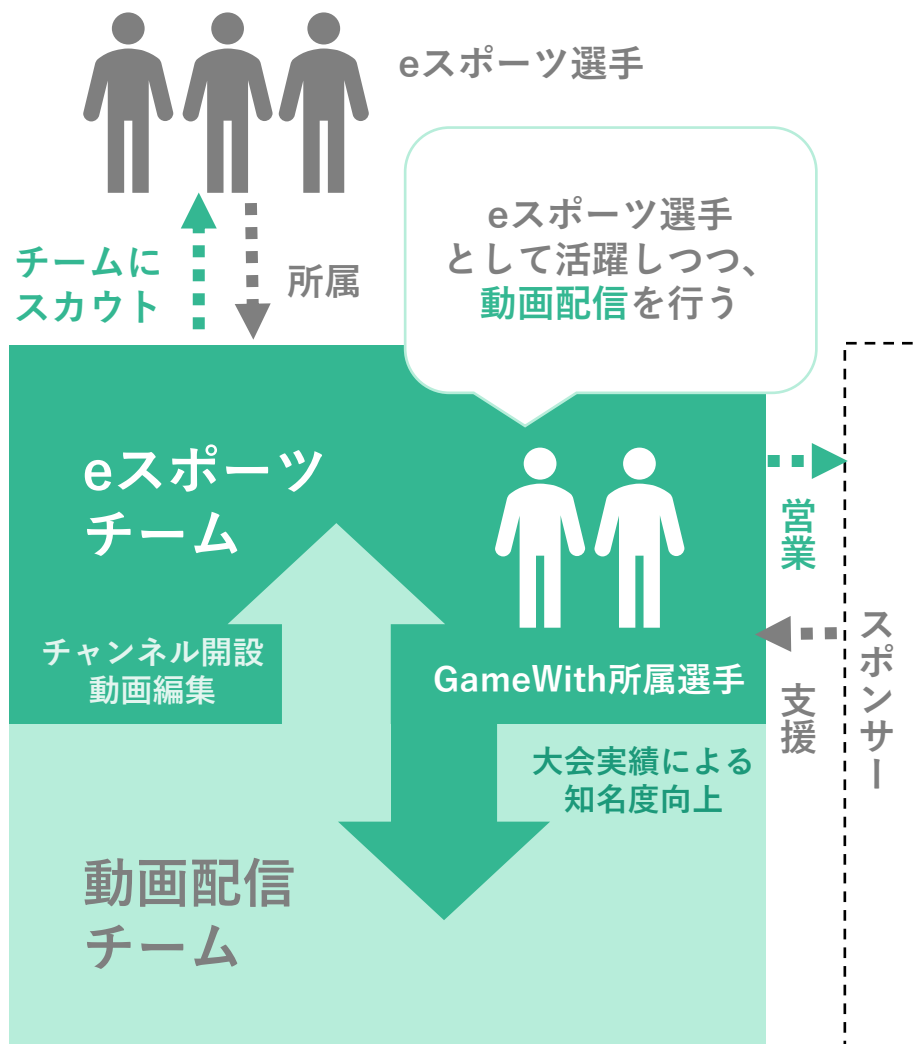
### 2020年の国内ゲーム市場

- 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

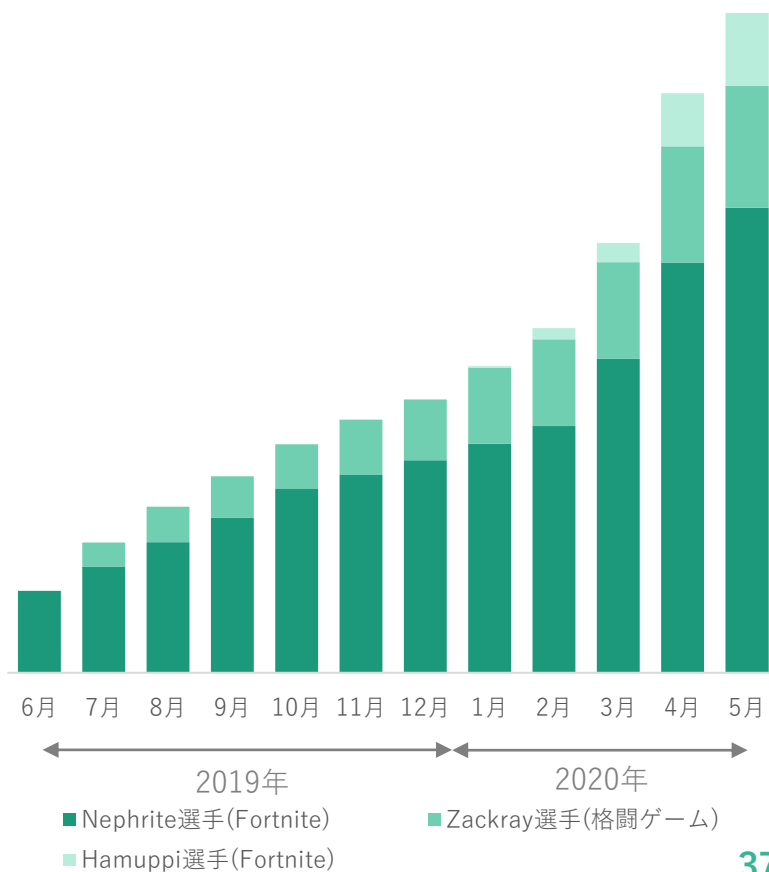
\*1 コンシューマーゲーム：市販されている家庭用ゲーム機でのプレイを前提として作られるコンピュータゲームを指す用語。「家庭用ゲーム」とも呼ばれる。

### 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



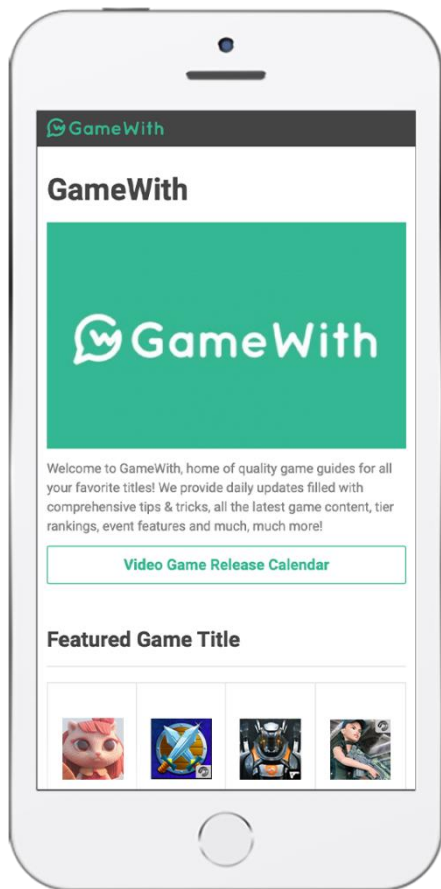
GameWith所属選手  
月別YouTubeチャンネル登録者数



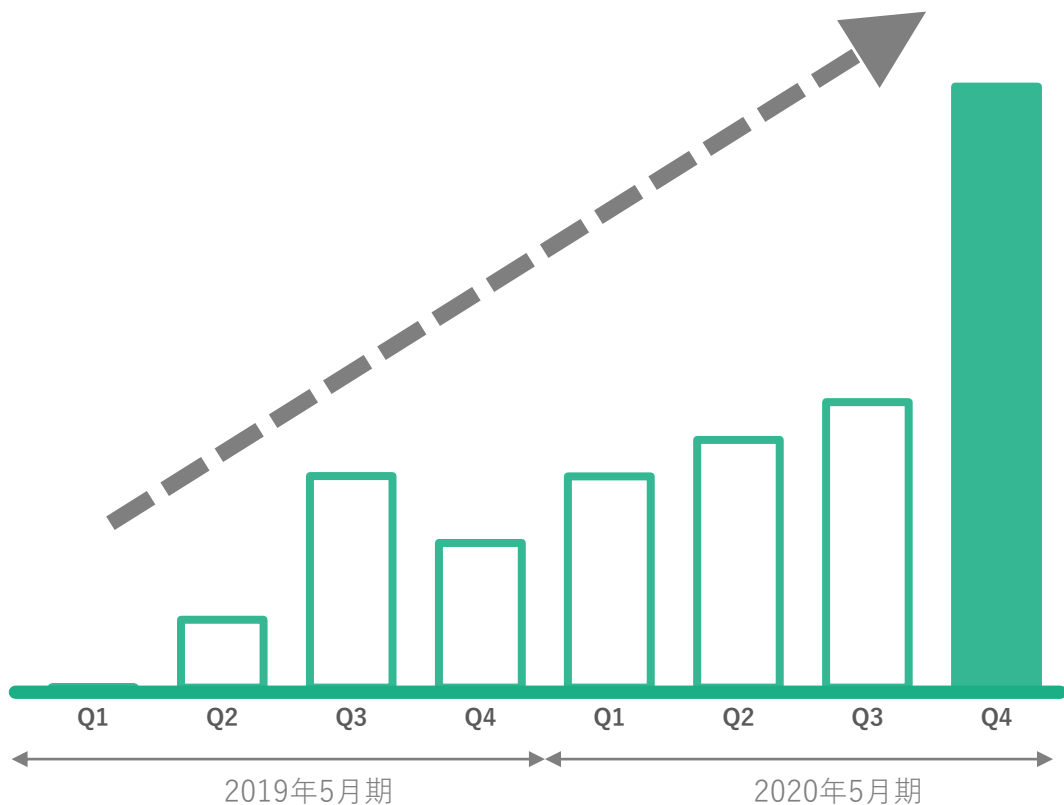
## ④ 海外事業：英語版GameWith PV数

- 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



## ⑤新規事業：ブロックチェーンゲーム進捗

- 自社初のブロックチェーンゲーム「EGGRYPTO（エグリプト）」を他社と共同開発
- 2020年4月20日正式版アプリリリース。2020年4月21日より、第1回トークンセール開催
- 今後はカジュアルゲームの要素を取り入れ、セールとゲーム内課金で収益をあげる予定

### ゲームプレイ画面







## 6. Appendix (その他・会社概要)

- 家でゲームを楽しむことが感染症の拡大防止に貢献できると考え、家で過ごす時間が少しでも快適になるように、下記取組みを実施

### ① Play at Home Cup 2020

【予選】 2020年7月4日  
【決勝】 2020年7月11日



FEATURING  
**FORTNITE**

当社主催の大規模なオンライン大会を実施。  
プレイヤーの皆様が自宅からでも楽しめるよう、  
予選から決勝まですべてオンラインで参加可能に。  
優勝者には当社所属プロeスポーツ選手とのプレイ権を  
贈呈

応募総数 約2,000件  
決勝大会最大同時視聴者数 約20,000人 達成

- 家でゲームを楽しむことが感染症の拡大防止に貢献できると考え、家で過ごす時間が少しでも快適になるように、下記取組みを実施



### ② #PlayApartTogetherに賛同

新型コロナウイルス感染症の拡大防止を目的に世界保健機関（WHO）とゲーム事業者が立ち上げた、人々にゲームプレイを推奨することで外出自粛や感染症予防を促すキャンペーン



### ③ Stay Home Week With GameWith

4月8日～19日

人気YouTuberのコラボ動画を期間中毎日配信

### ④ 「ユニーク島」コンテスト

4月17日～5月6日

3月に発売されたスローライフ系ゲーム内にて、ユーザーが作成した島のデザインをTwitter上に投稿することで、家にいても他のプレイヤーと交流し、ゲームプレイをより楽しめるイベント



- 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



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



ブロックチェーンゲームの開発・運営



Game Server Services

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



主にインドネシアにおいて、ゲーム攻略、ゲーム情報などゲームメディアサービスを運営



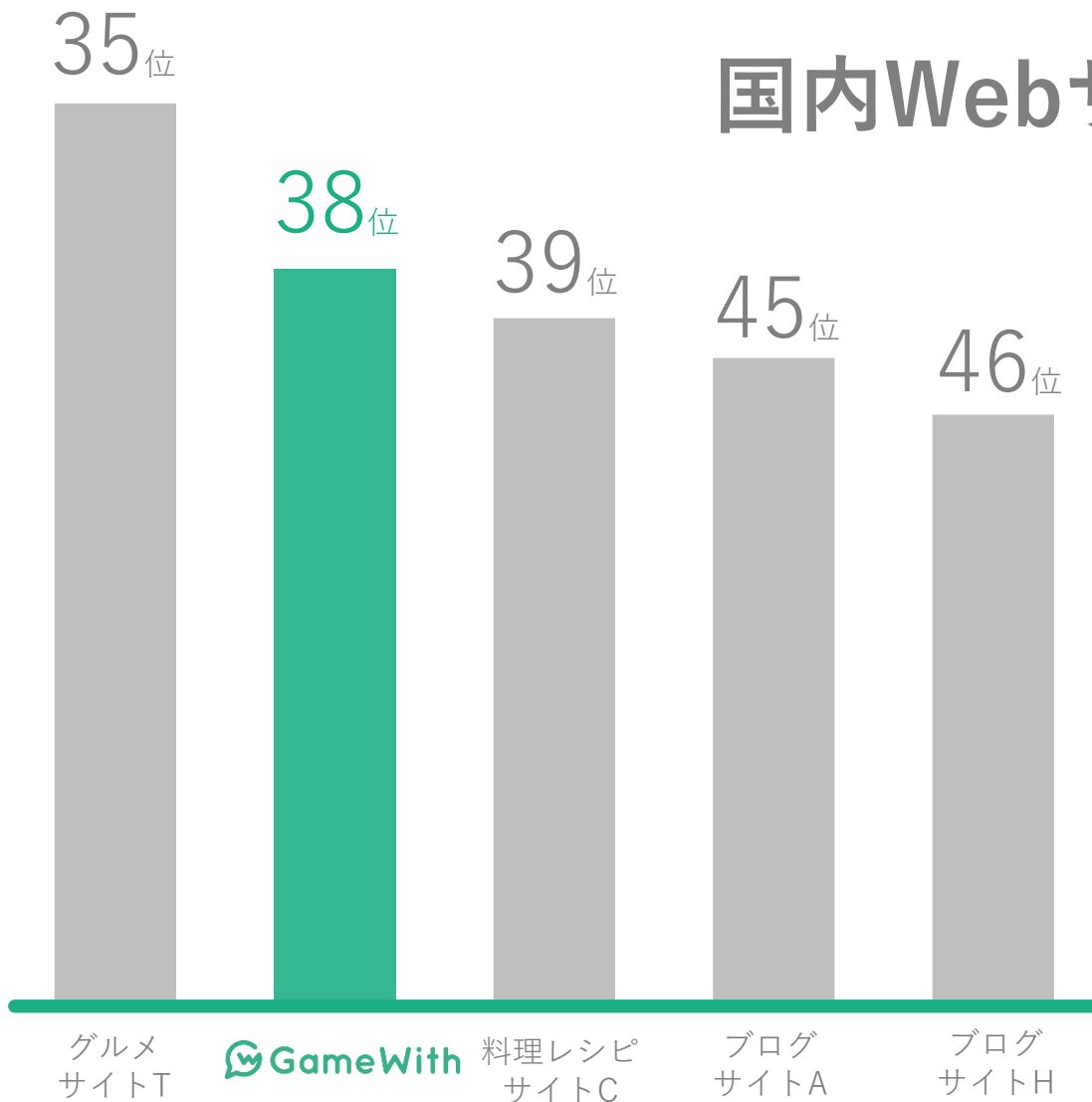
主にタイにおいて、オンライン及びオフラインでのeスポーツイベントの企画・運営



GAMINGMONK

主にインドにおいて、オンラインでのトーナメントプラットフォームをWeb・アプリ上で展開

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	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	543百万円（2020年5月末時点）		



## 国内Webサイト合計訪問数

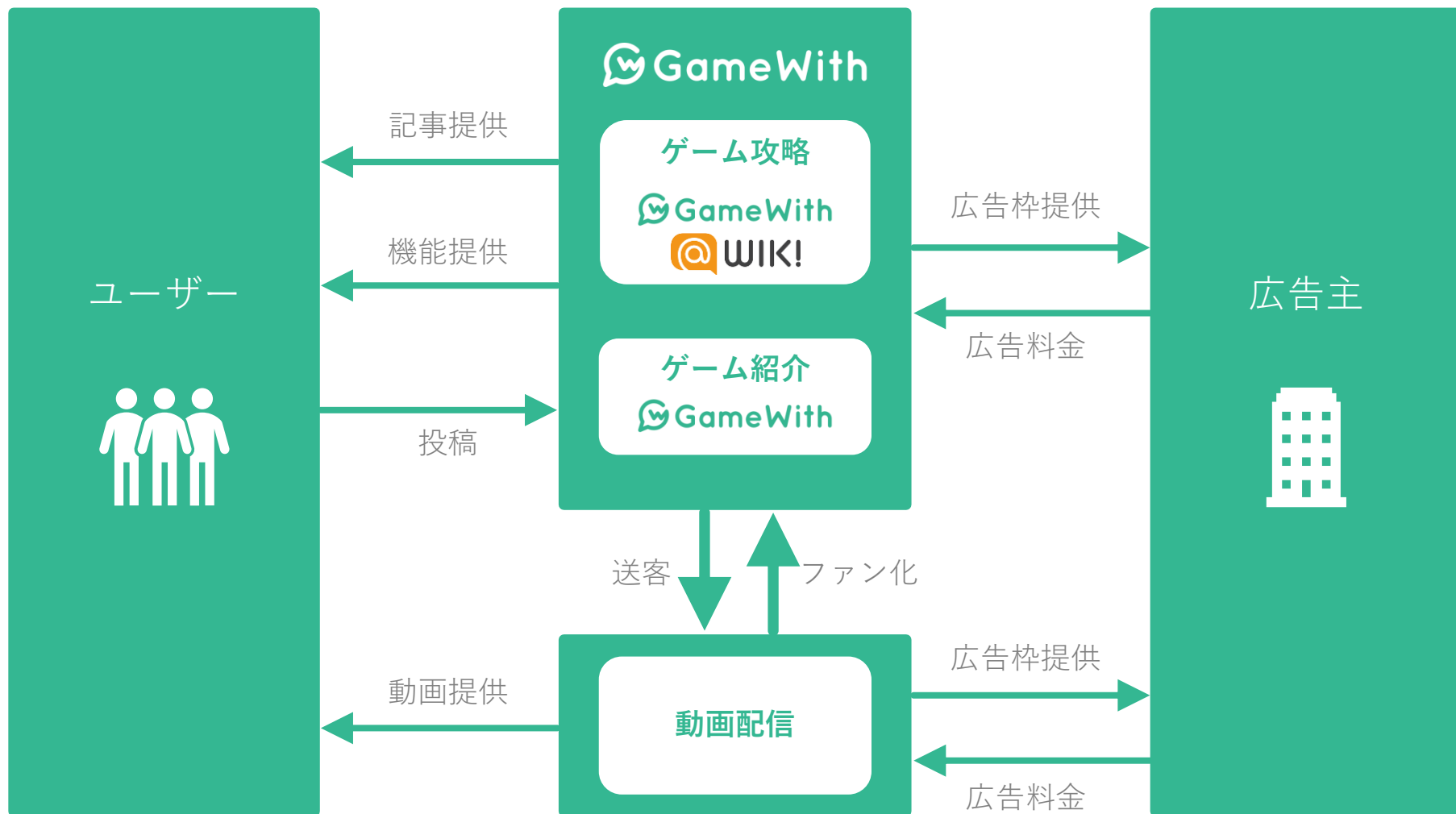
国内**38**位

- 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

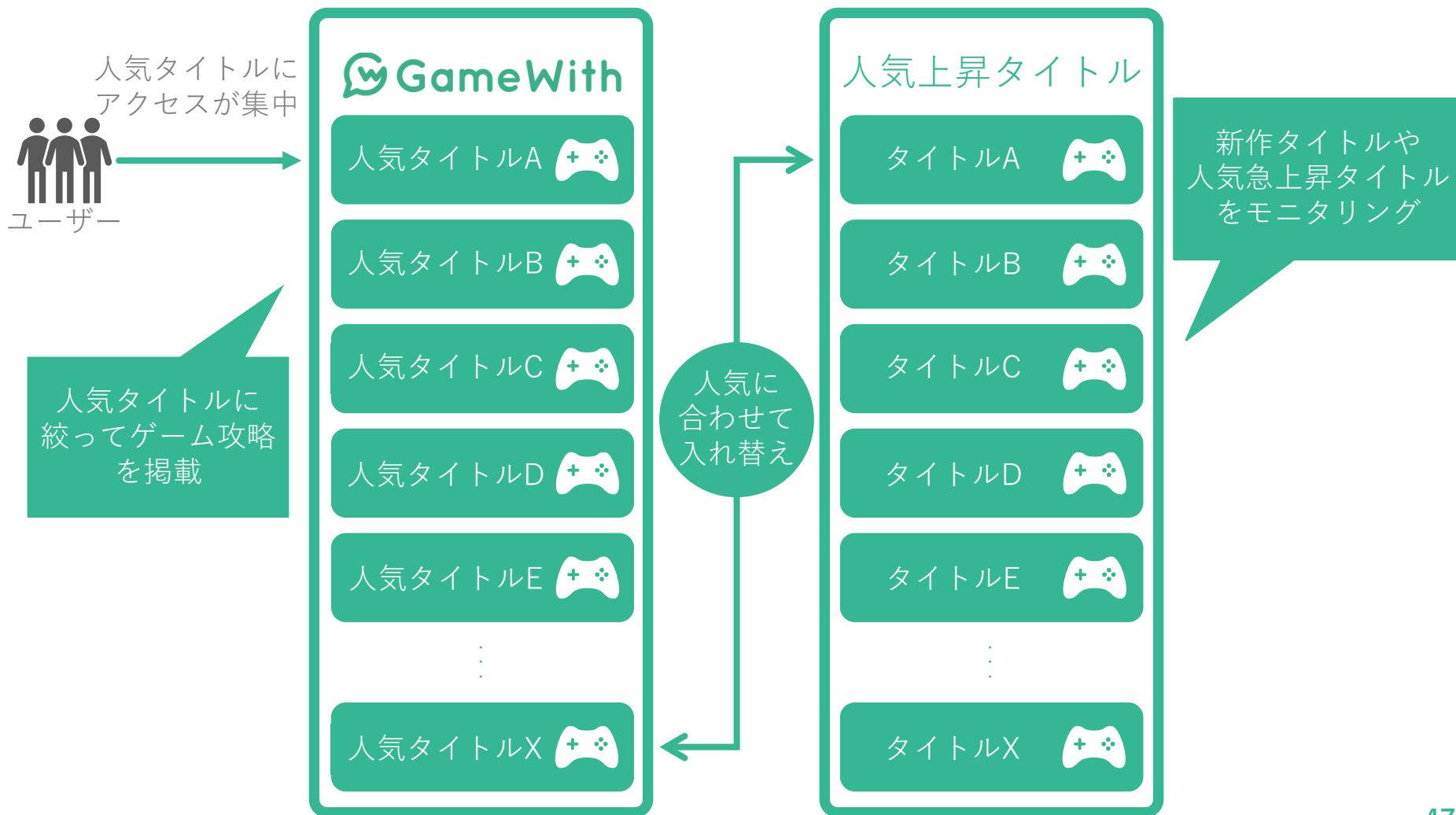
ゲームメディア

国内**1**位

- 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

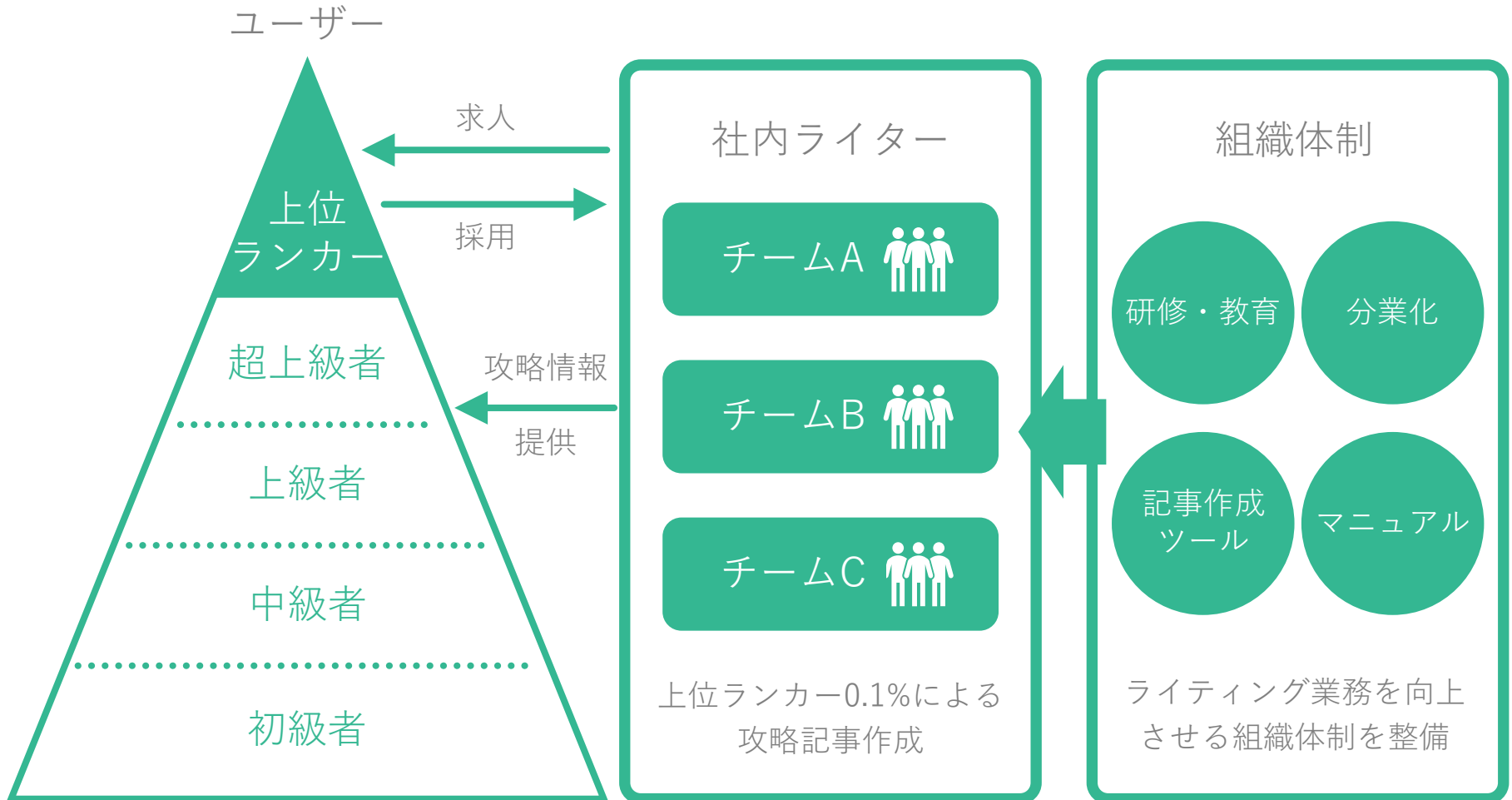


- 人気に合わせて取り扱いタイトルを入れ替えることで、安定して高いトラフィックを確保





- 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



- 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



- 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



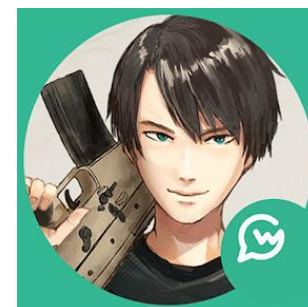
なうしろ



むじょっくす

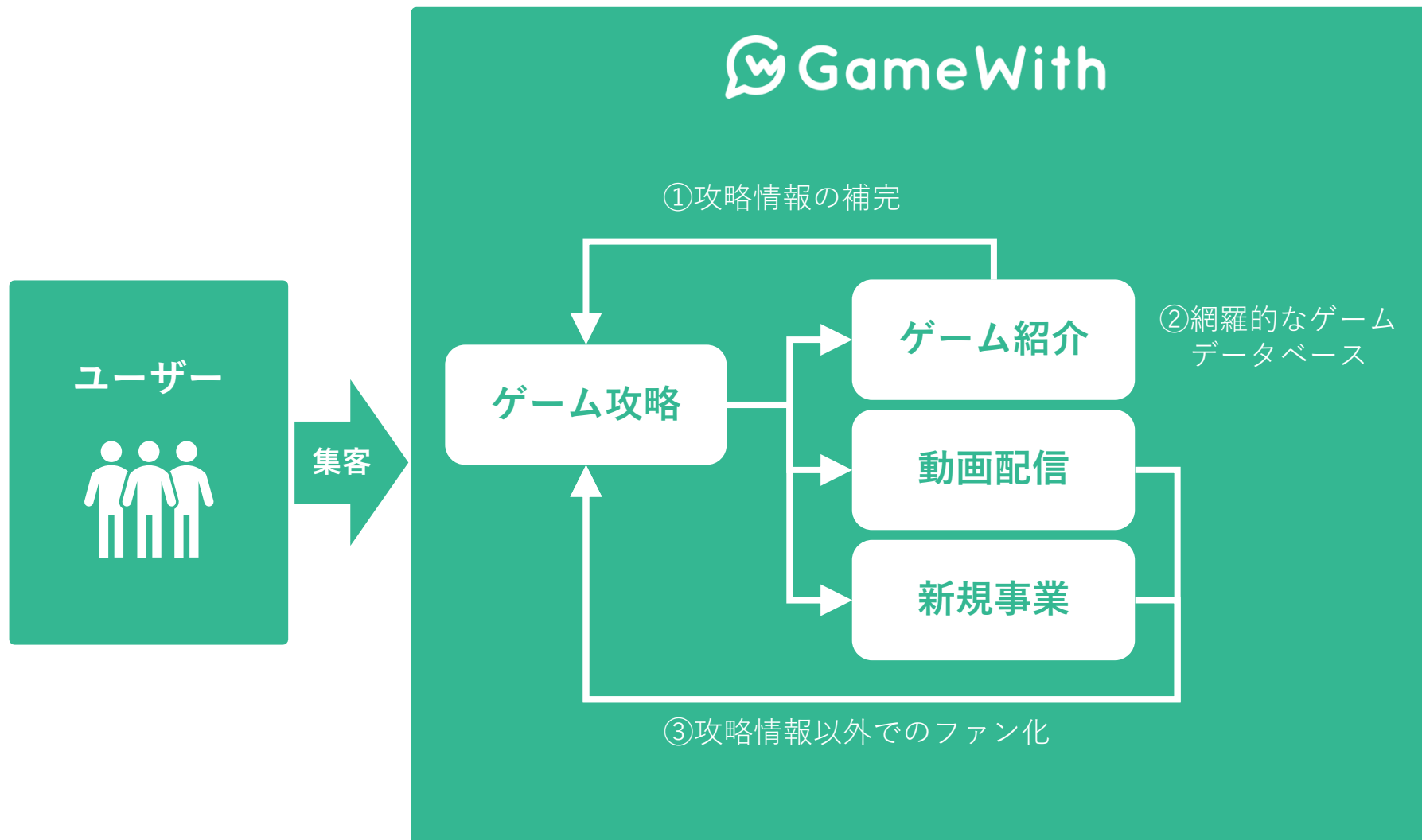


やまだ

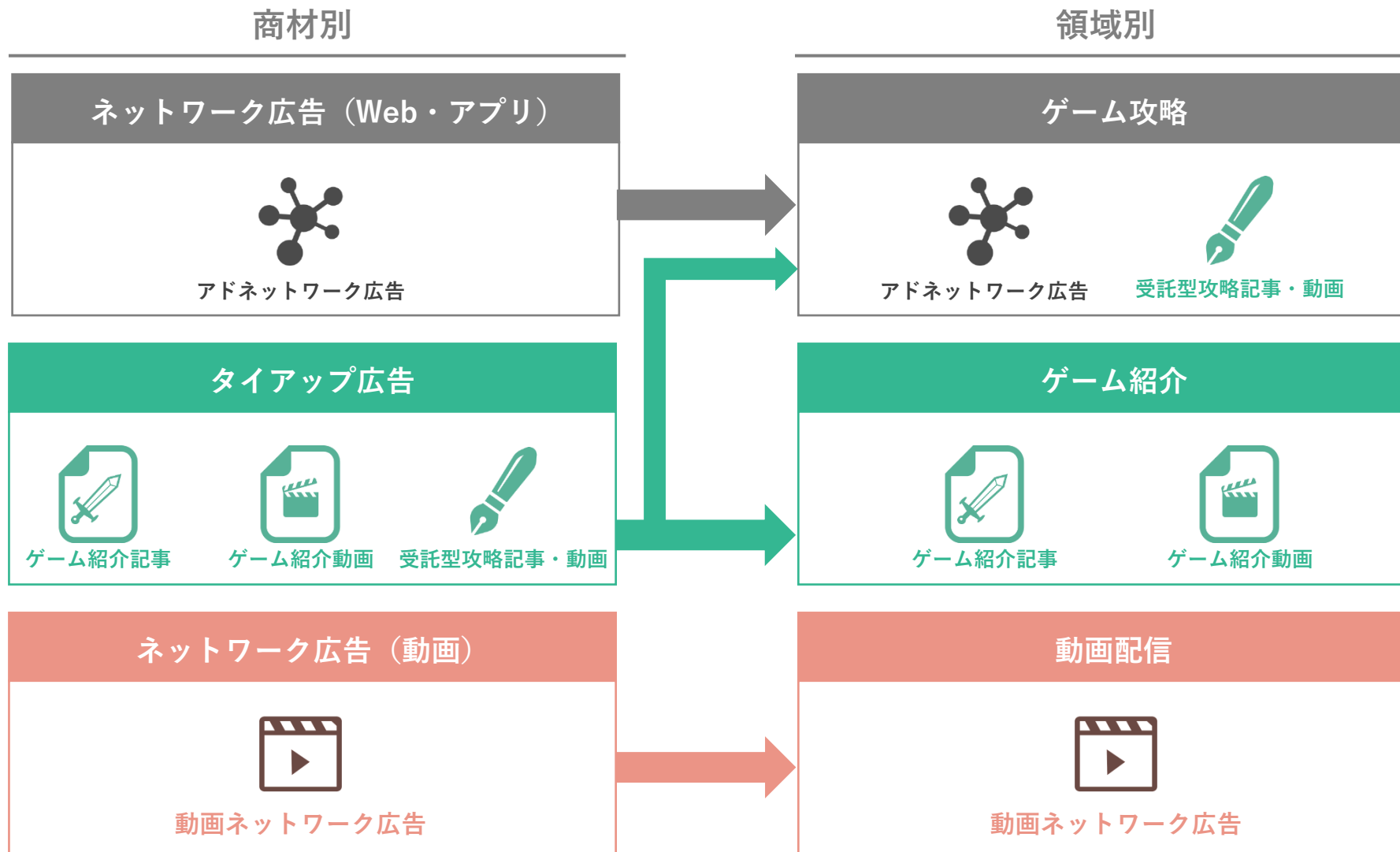


Nephrite  
(プロスポーツ選手)

- 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



- 2019年5月期第4四半期より、従来の「商材別」から事業の実態に近い『領域別』に説明区分を変更



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