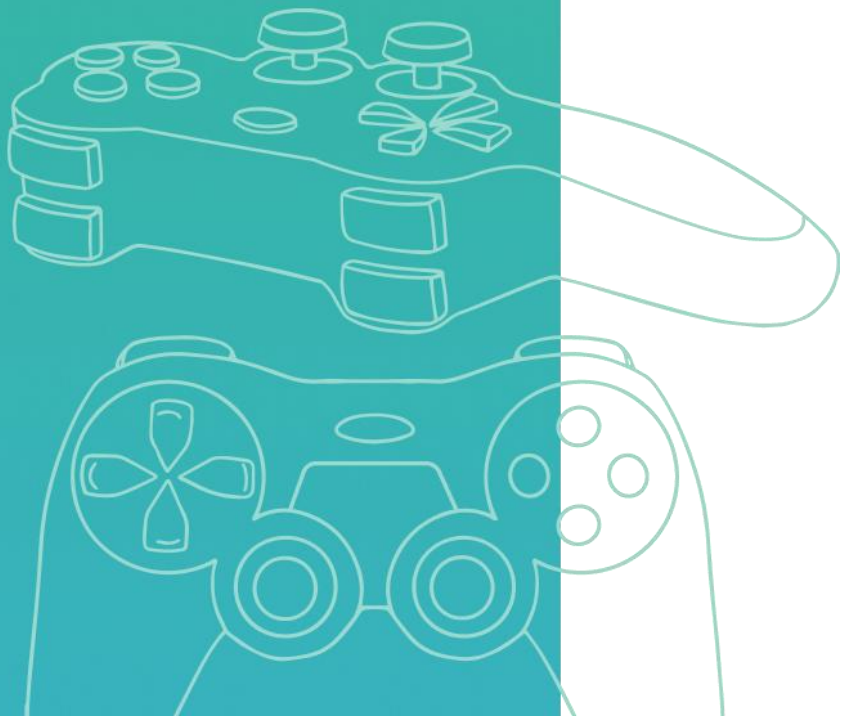




2025年5月期 第3四半期決算説明資料

株式会社 GameWith
証券コード: 6552 (東証スタンダード)
2025年4月9日

AGENDA



- ① GameWithについて
- ② 2025年5月期 第3四半期決算総括
- ③ 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）
- ④ アプリ外課金事業について
- ⑤ Appendix

01.GameWithについて



Mission : ゲームをより楽しめる世界を創る



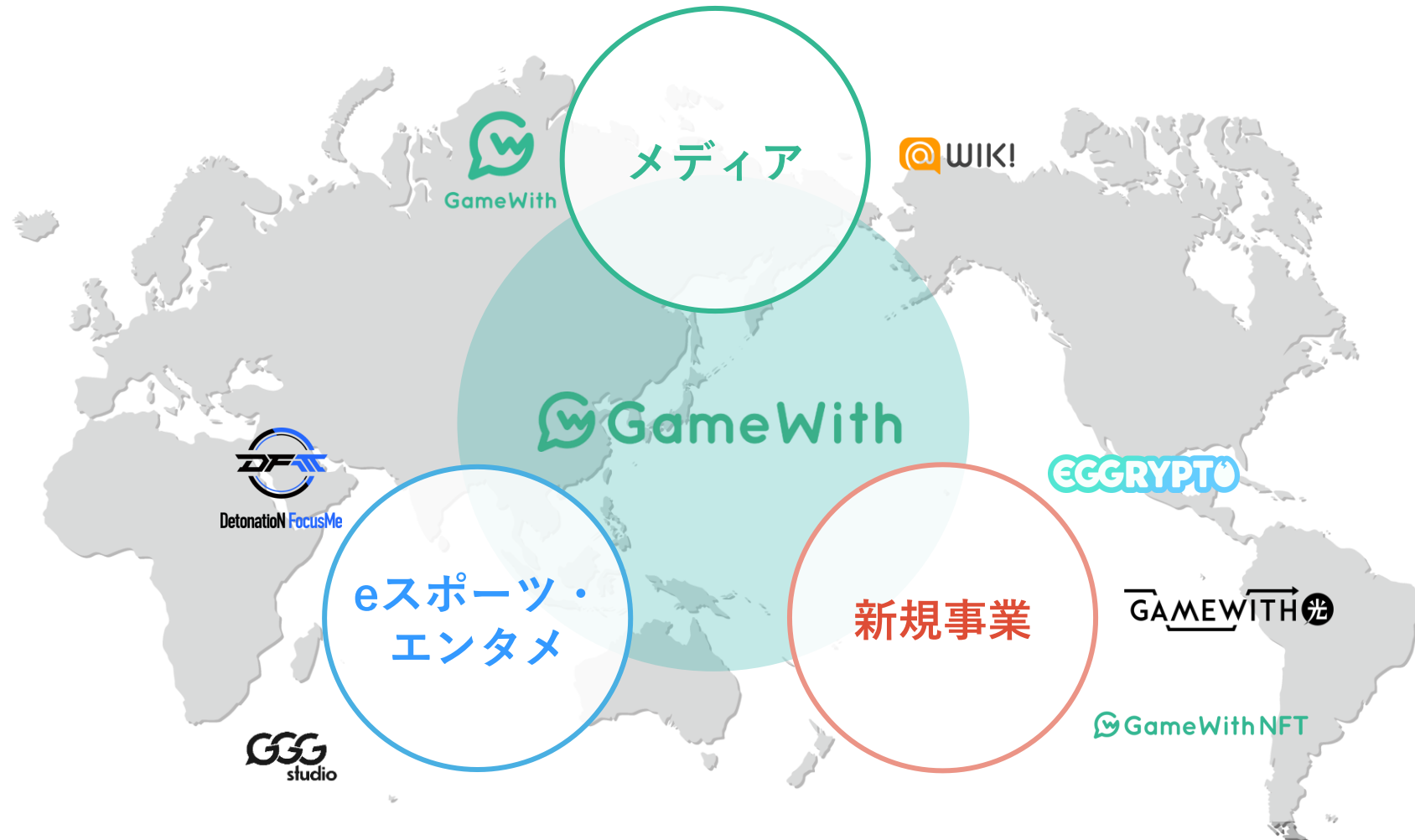
ゲームをより楽しめる世界を創る

“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。

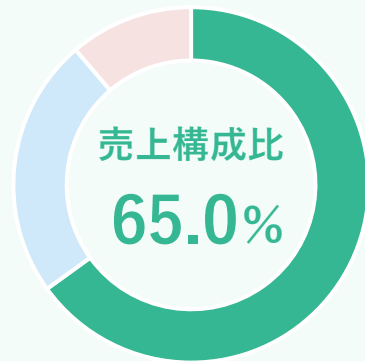


事業概要：GameWithの3セグメント

「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

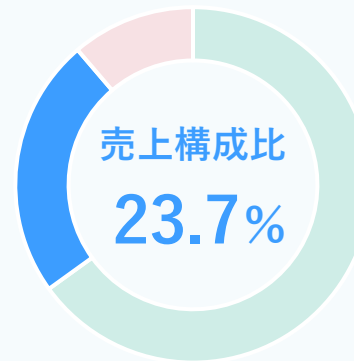


アドネットワーク広告収入、
タイアップ広告収入 等



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(DFM)」の運営
クリエイターマネジメント等

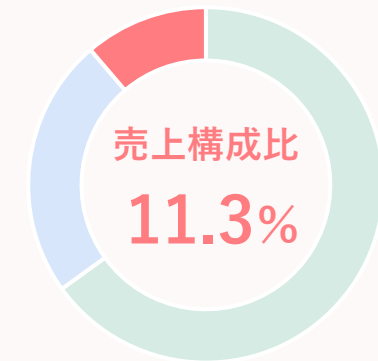


スポンサー収入、タイアップ/イベント、
大会賞金/支援金、ファンビジネス 等



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



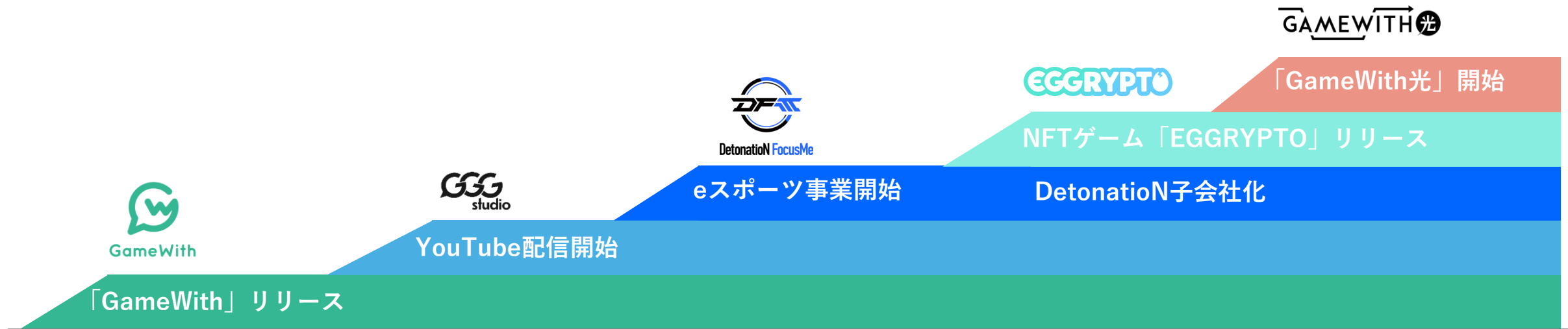
NFTゲーム：ゲーム内課金
回線事業：月額料金 等



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

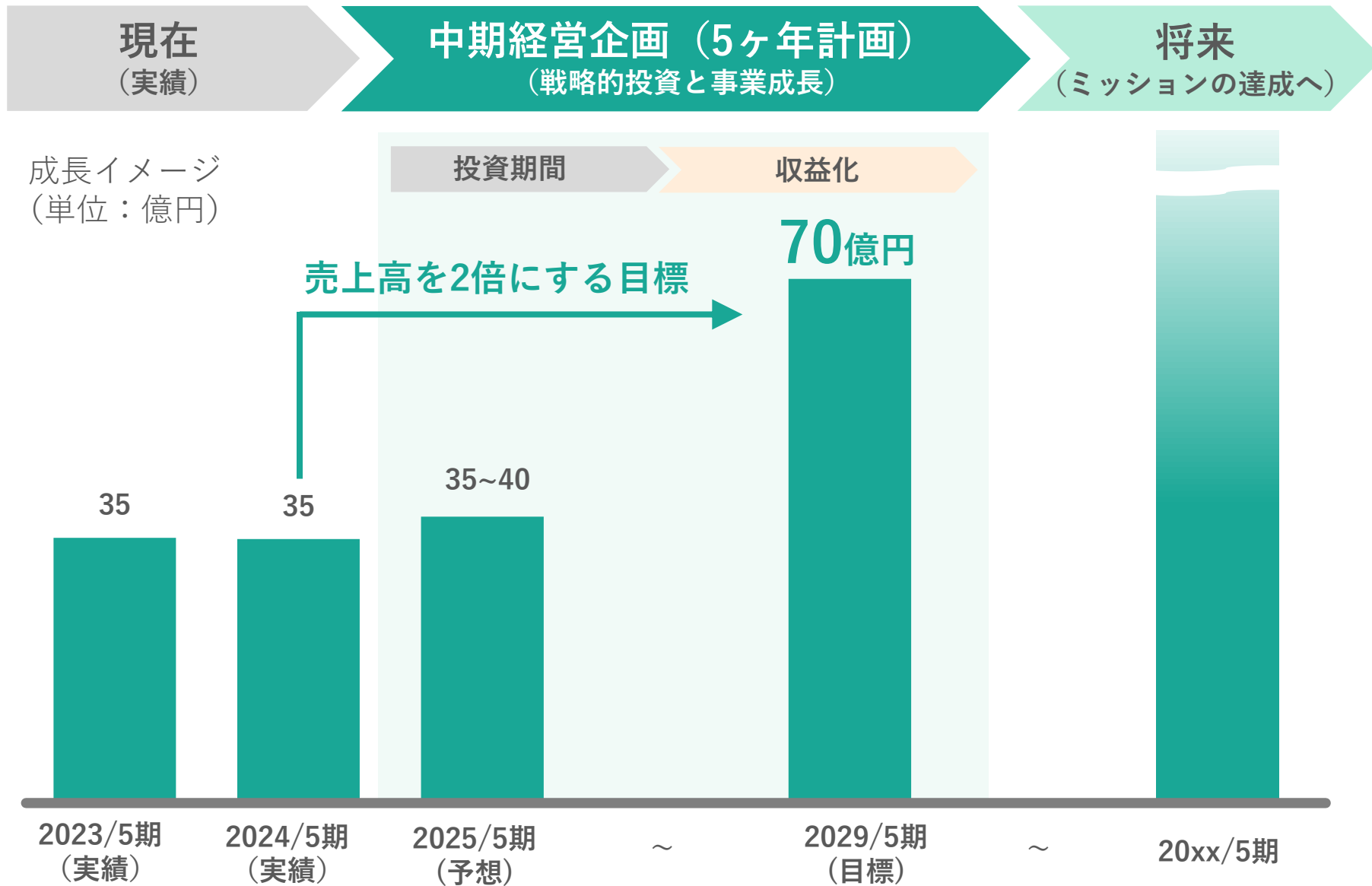
2020

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. 2025年5月期 第3四半期決算総括



2025年5月期 第3四半期累計期間の決算ハイライト

- 主に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
- eスポーツ・エンタメセグメントについても、クリエイターマネジメントの縮小等により前年比で売上高が減少。eスポーツ領域は今後市場としても成長していく想定であり、引き続き注力して取り組んでいく。
- 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

2,526百万円
前年比▲6.5%

メディア

1,533百万円
前年比▲12.3%

eスポーツ・エンタメ

565百万円
前年比▲17.3%

新規事業(NFT・回線等)

427百万円
前年比+58.9%

営業利益

全社

▲217百万円
前年差▲332百万円

メディア

441百万円
前年比▲39.2%

eスポーツ・エンタメ

▲183百万円
前年差▲8百万円

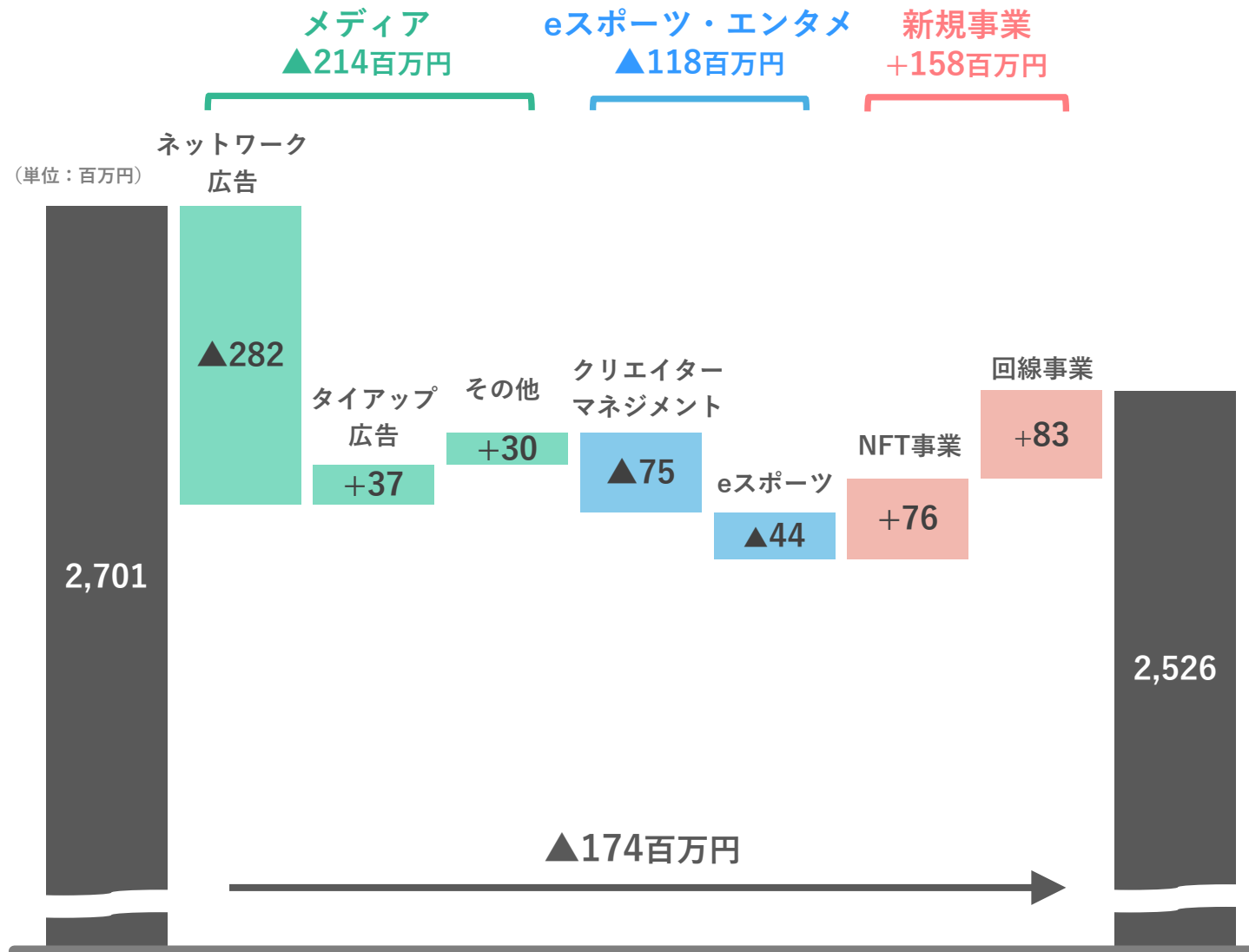
新規事業(NFT・回線等)

▲197百万円
前年差▲34百万円

セグメント別売上高

セグメント別営業利益

2025年5月期 第3四半期累計期間 売上高前年比詳細



ネットワーク広告

- 新作タイトルの減少や広告単価の市況悪化の影響を受け減少
- 第4四半期は前年同期比で増加する見込みであり、通期の減少幅は改善する見込み

タイアップ広告

- 新作タイトルの減少トレンドが継続している中、新規商材の拡販等を行い増加

メディアその他

- 主にゲームメディアと相性の良い商材を成果報酬型で広告することにより収益が拡大

クリエイターマネジメント

- 売上高減少に伴い縮小方針

eスポーツ

- 大型スポンサーの切り替え等の影響を受け減少
- 今後も市場としては成長していく見込みであり、引き続き注力

NFT事業

- NFTゲーム「EGGCRYPTO」の他社IPコラボの好調等により増加

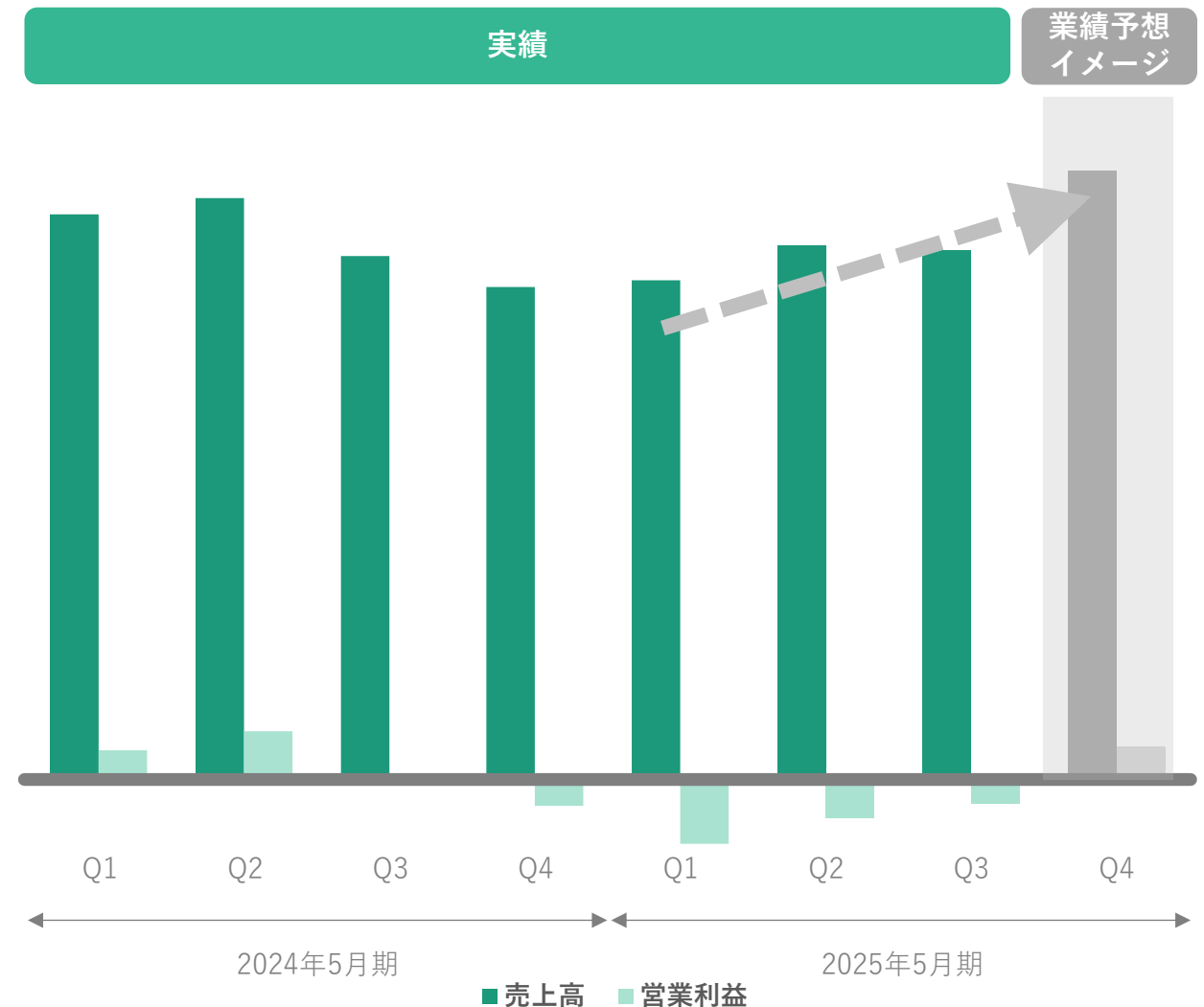
回線事業

- プロモーションを積極的に行い、ユーザー数が順調に増加

2025年5月期 通期業績予想

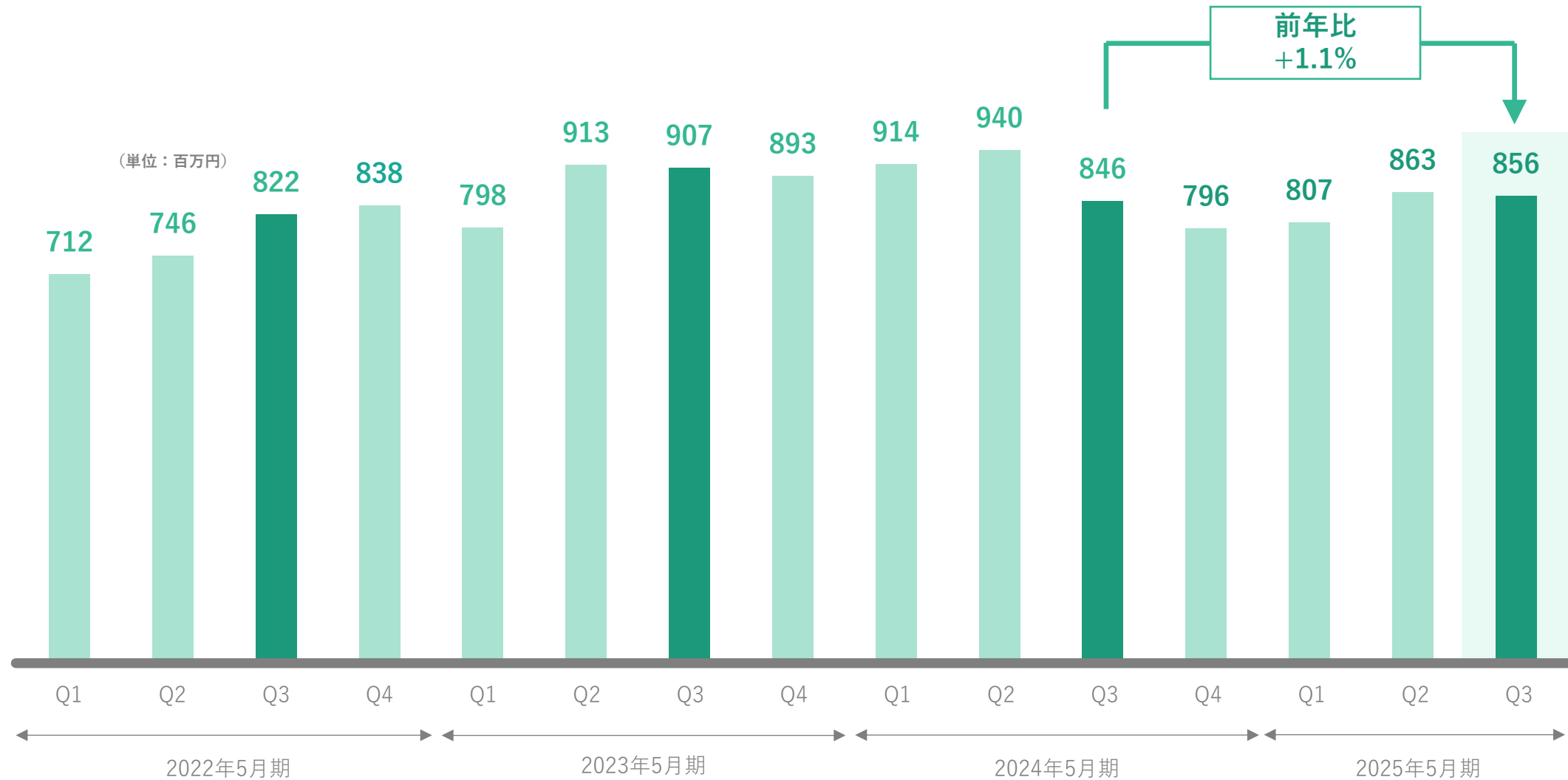
- 業績について厳しい状況が続いているものの、営業利益のマイナス幅は徐々に減少。第4四半期は新作大型タイトルの発売やPV単価の改善等により、四半期での黒字化を想定

	2025年5月期 第3四半期累計	2025年5月期 通期予想
(単位：百万円)		
売上高	2,526	3,500 ~4,000
営業利益	▲217	▲200 ~200
営業利益率	-	- ~5.0%
経常利益	▲219	▲220 ~180
純利益	▲249	▲250 ~150



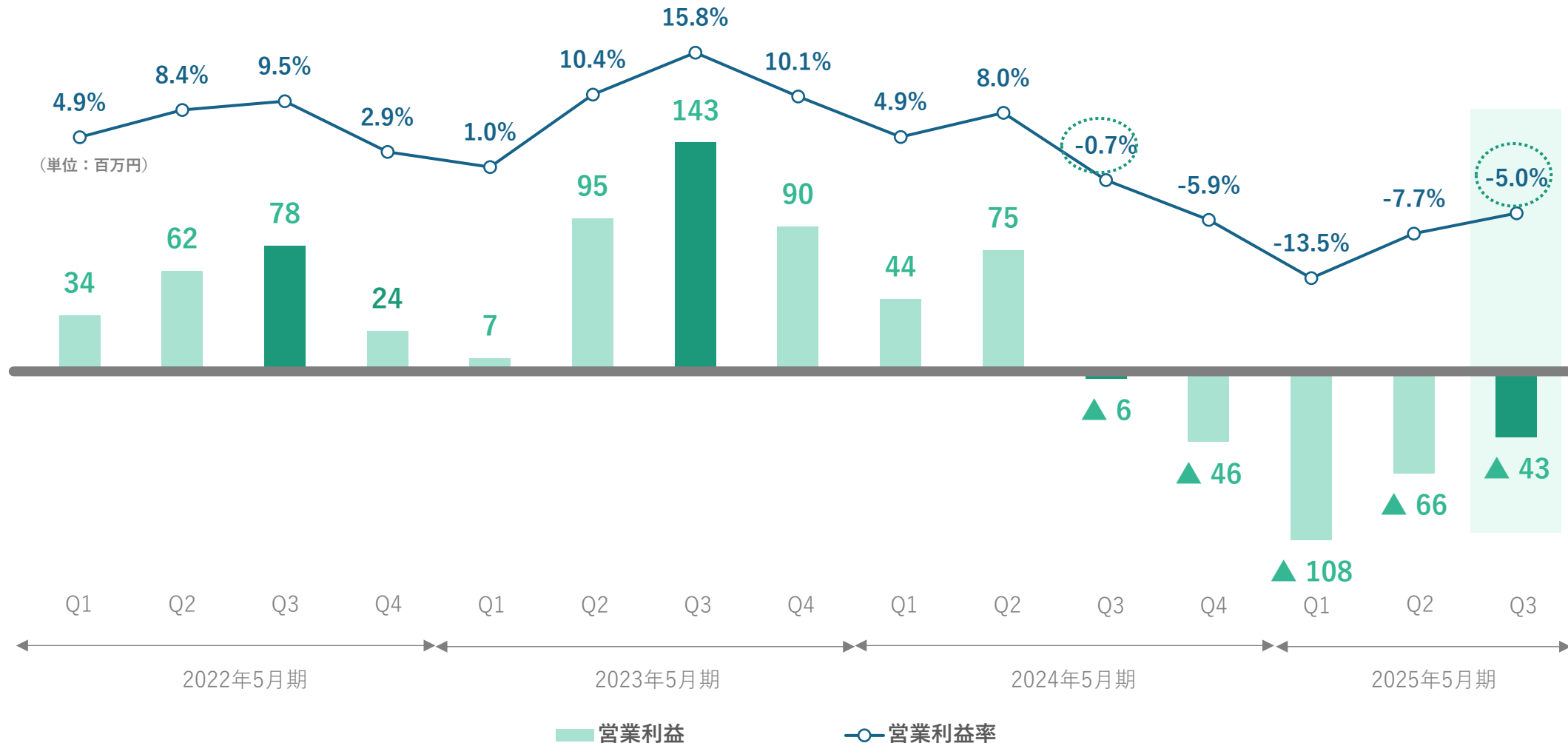
売上高の四半期推移

- 2025年5月期第3四半期の売上高は、前年同期比で1.1%増加



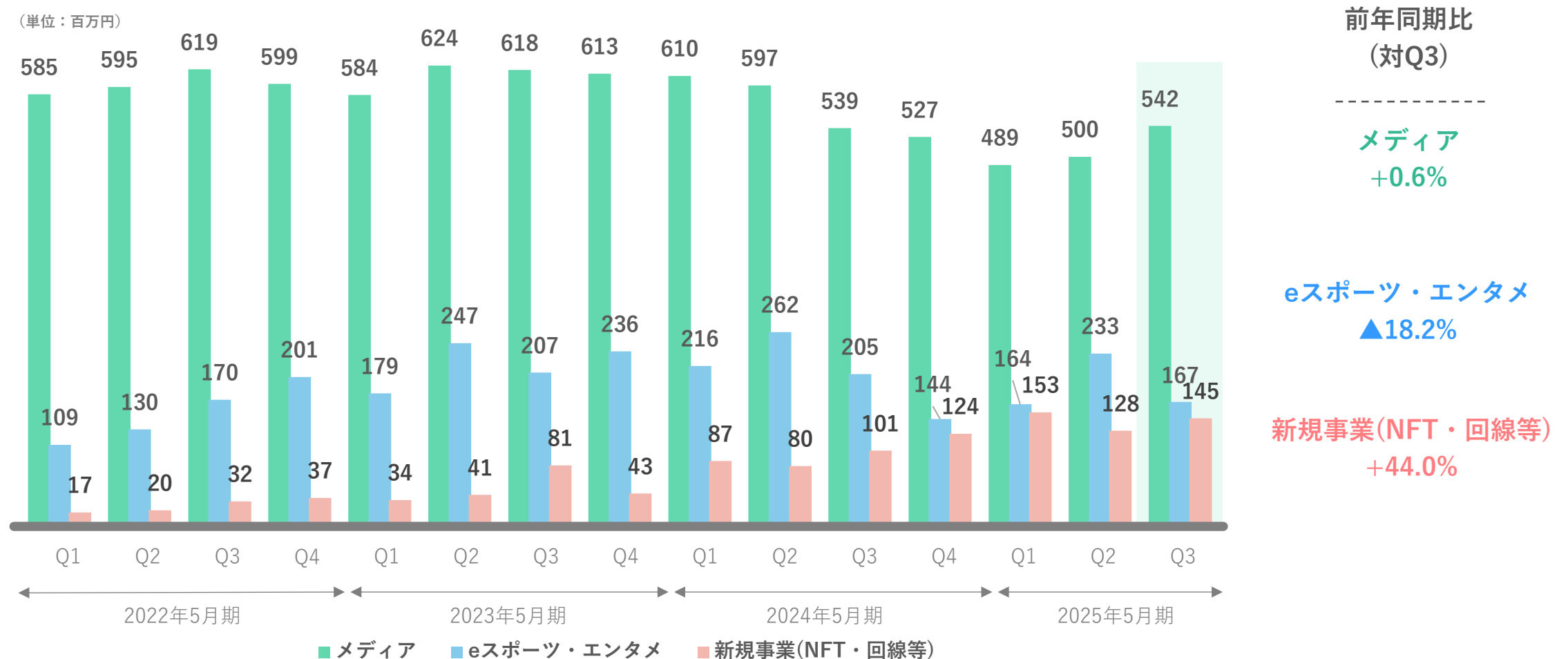
営業利益・営業利益率の四半期推移

- 2025年5月期第3四半期の営業利益は、前四半期比で増加
- 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により営業利益のマイナスが続いているものの、徐々に改善



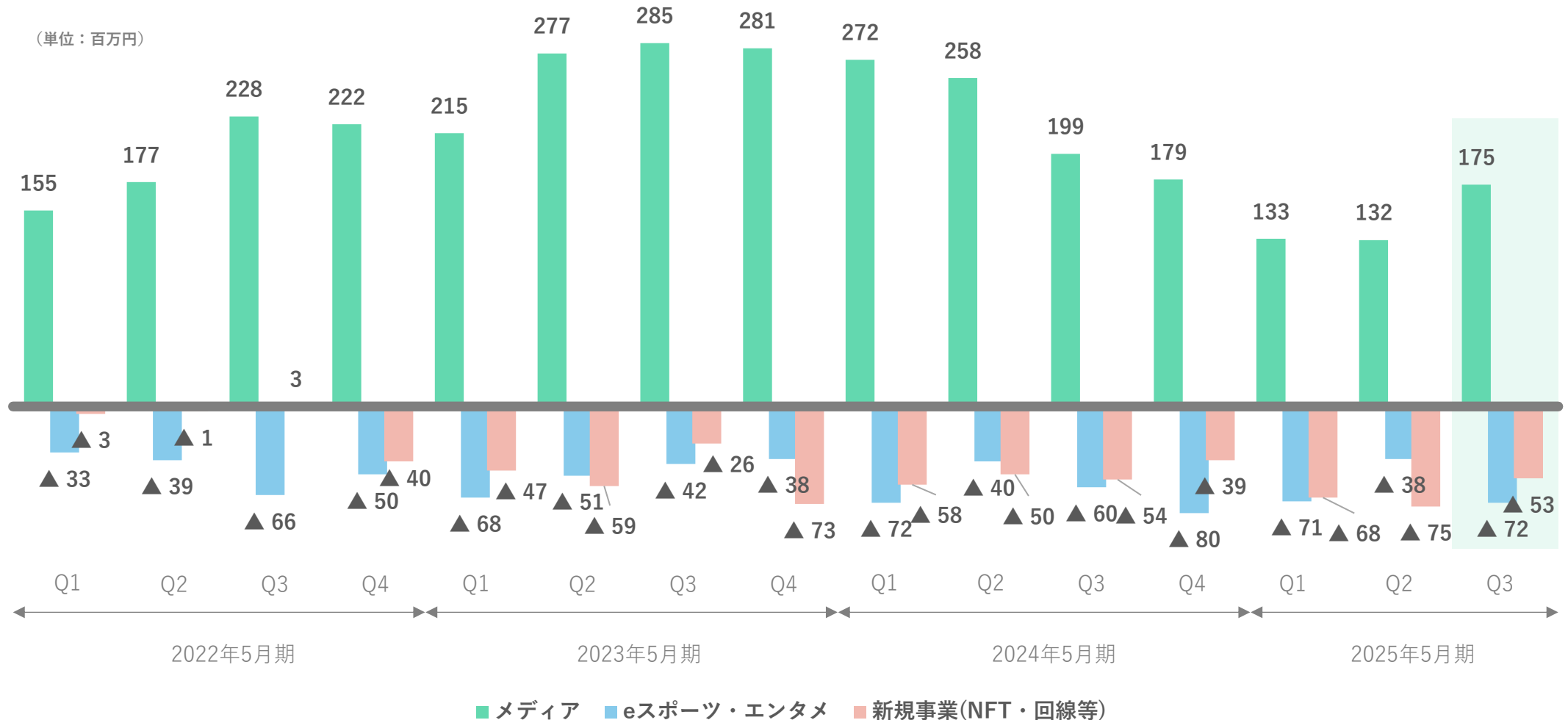
セグメント別売上高の四半期推移

- メディアについて、第3四半期の売上高は前年同期比0.6%増
- eスポーツ・エンタメについて、クリエイターマネジメントの縮小影響等により、第3四半期の売上高は前年同期比18.2%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44.0%増



セグメント別営業利益の四半期推移

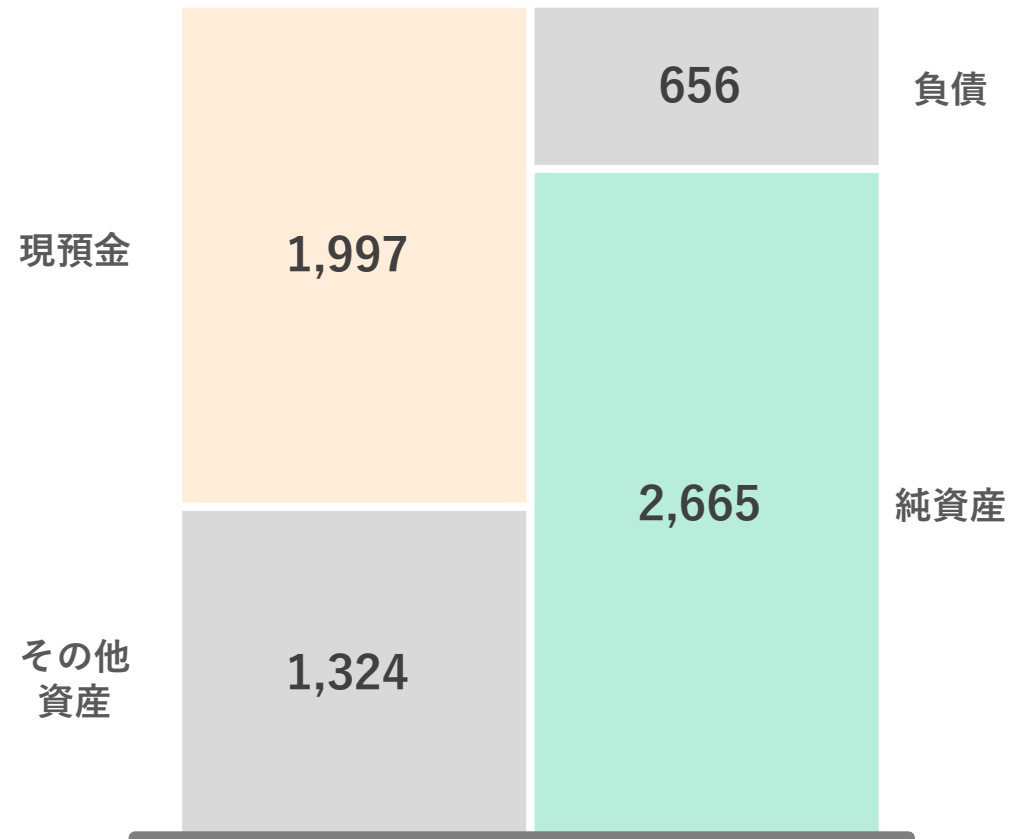
- 主力のメディアの営業利益が前四半期比で改善
- eスポーツやNFTゲーム、回線事業等の成長領域には積極的に投資をしていく方針を継続し、中長期的な利益の柱への成長を目指す



2025年5月期第3四半期 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、株主還元も重要な経営課題と認識。今後もバランスを考え最適な方法を検討

2025年5月期第3四半期 貸借対照表



自己資本比率：80.3%

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、過去に株主優待や自己株買いを実施。今後もバランスを考え最適な方法を検討していく

京都支店の開設



関西地域におけるお客様との連携強化を目的に、
GameWithとして初の地方支店となる「GameWith KYOTO」を開設



京都支店を開設します



■京都支店開設について

GameWithは、国内最大級のゲームメディア「GameWith」を活用したプロモーション記事や公式攻略サイト制作、コンテンツ記事の多言語展開、メディア面を活用したブランディング広告、直近注力しているアプリ外決済等、ゲーム会社様のお役に立つ様々なサービスの提供を行っています。このたび、関西地域のお客さまとの連携強化のため、新たに京都支店を開設する運びとなりました。

今回の支店開設を機に、関西地域のお客さまと直接、密なコミュニケーションをとることが可能となり、よりお客さまのニーズに沿ったサービス提案を行ってまいります。

第3四半期におけるその他のトピック

学生投資連合USICが主催する「第9回大学生対抗IRプレゼンコンテスト」に参加

学生投資連合USICに所属する各大学の投資サークルが、上場企業の概要や魅力を取材・研究し、独自のアイデアを踏まえてIRプレゼンテーションを行うイベントに初参加。上場企業17社と11大学（計17チーム）が参加



一般社団法人日本オンラインゲーム協会（JOGA）へ 正会員として入会

オンラインゲーム産業やオンラインゲームから派生した新たなビジネスの更なる発展のため、JOGAが提唱している各ガイドラインに賛同を表明し、利用者の皆様に安心安全なゲームプレイ環境の提供及びオンラインゲーム業界の健全で秩序ある発展に協力してまいります



一般社団法人日本オンラインゲーム協会（JOGA） 入会に関するお知らせ

03. 各セグメントの概況

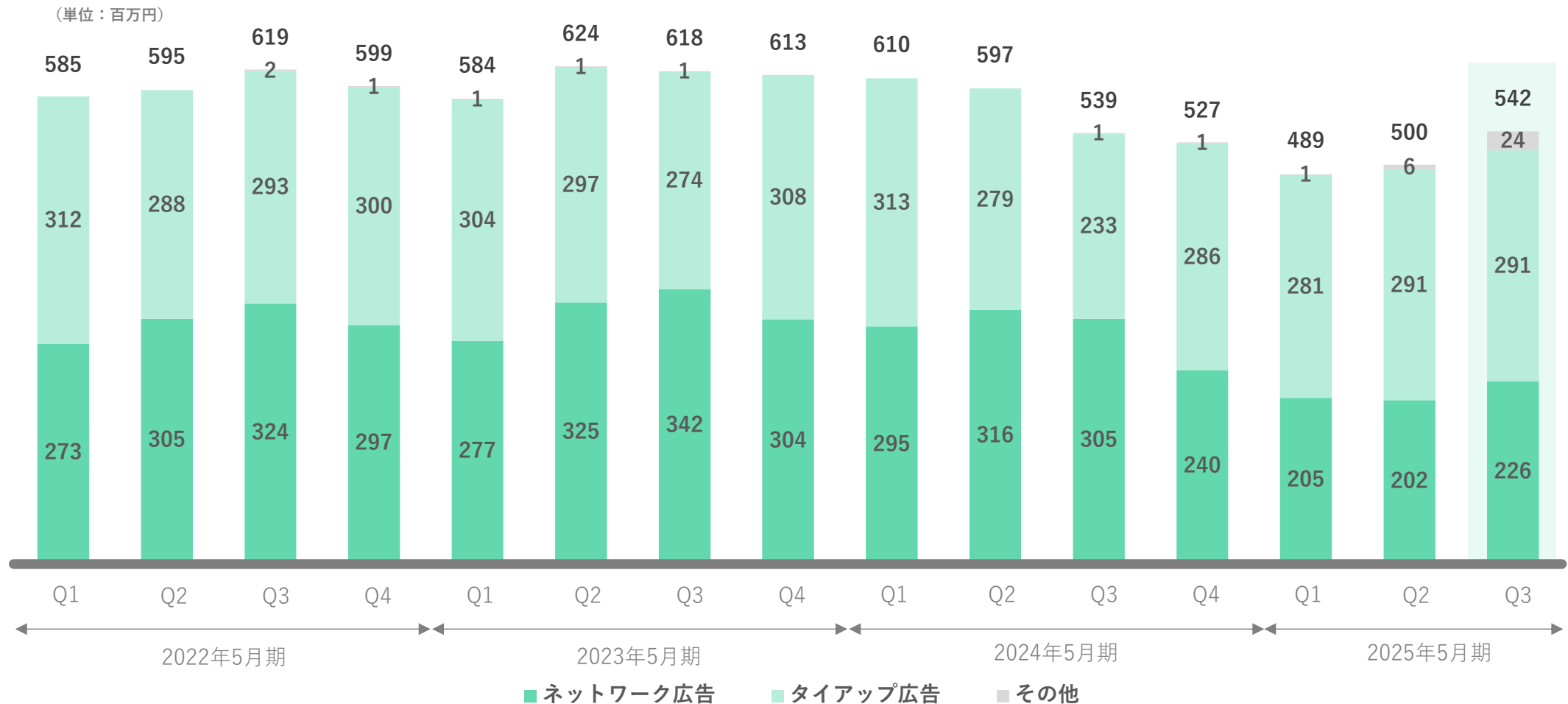


03-1.メディア



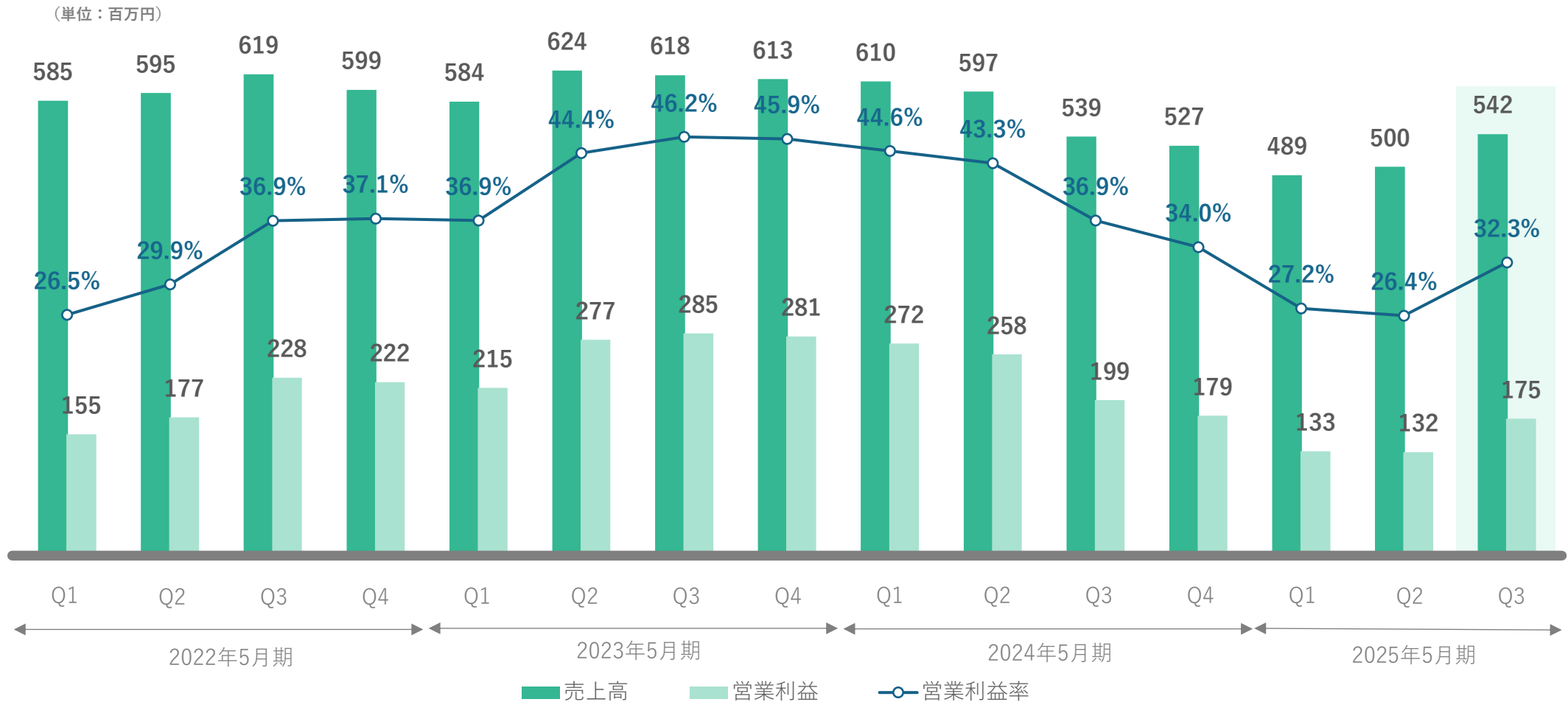
メディア：売上高推移

- ネットワーク広告について、売上高は前年同期比で減少したものの、PV(ページビュー)単価の改善施策の効果があり、前四半期比で増加
- 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、新規商材の拡販等の効果もあり、売上高は前年同期比で増加
- その他について、主にゲームメディアと相性の良い商材を成果報酬型で広告することにより売上高が拡大



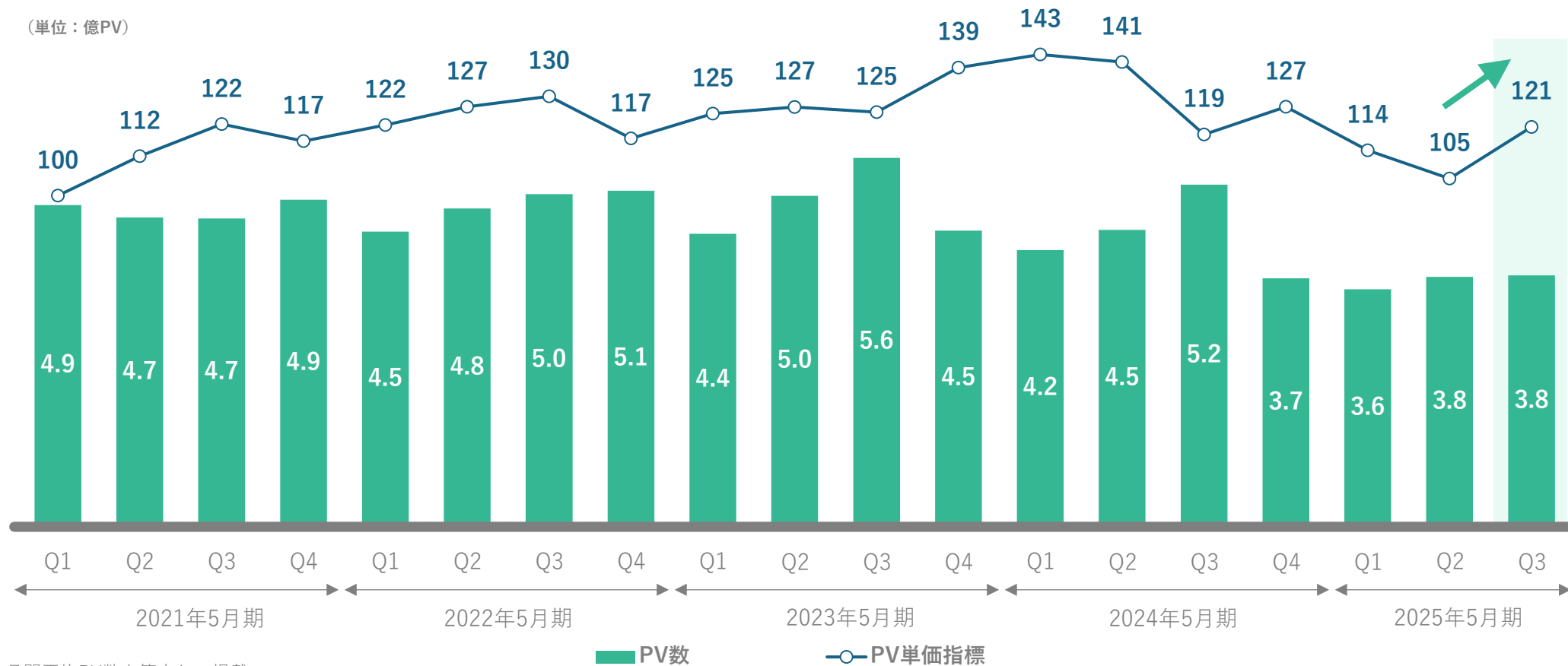
メディア：営業利益率推移

- 主にネットワーク広告の売上高が増加したことにより、メディアセグメントの営業利益率は前四半期比で改善
- 売上高向上と同時に工数の見直し含めて改善に取り組み、記事あたりの収益性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

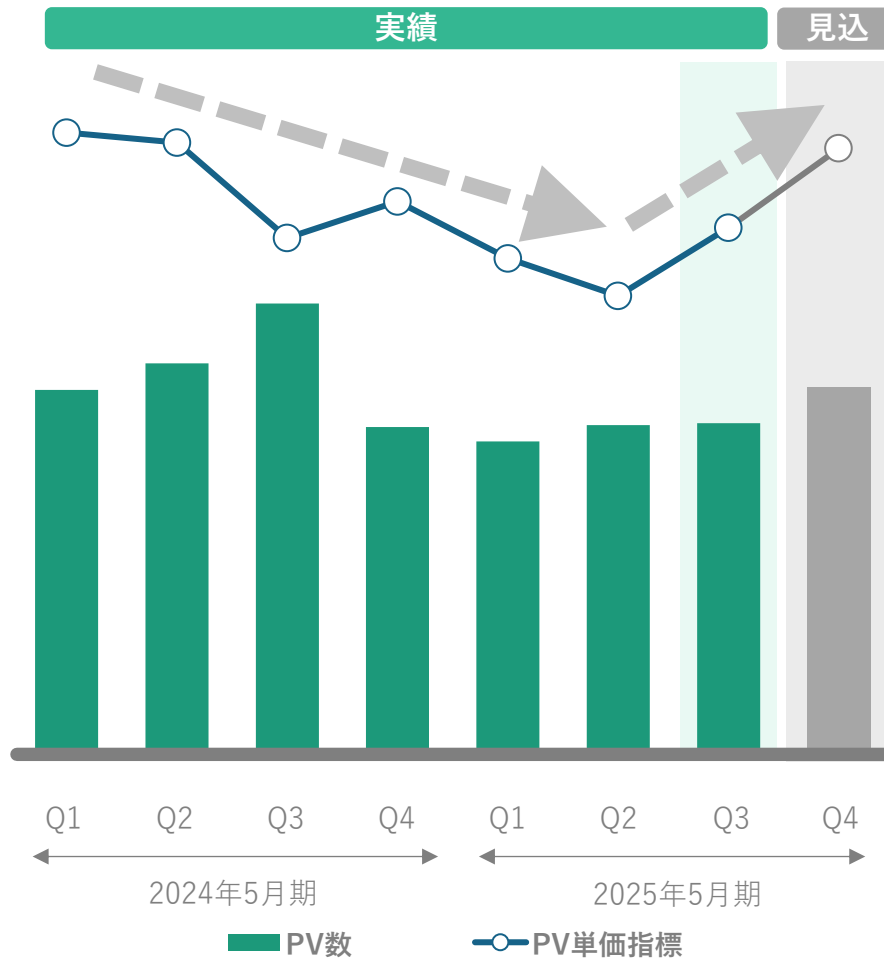
- 直近取り組んでいる広告枠の最適化施策等により、PV単価は前四半期比で改善し、PV数についても堅調に推移。2025年2月末発売の大型タイトルにより3月のPV数は増加している状況であり、第4四半期は増加を見込む



メディア：「ネットワーク広告」の改善見込みについて

- 第2四半期決算発表の際に開示した改善見込については、予定通り進捗している状況。第4四半期についてはさらなる改善を見込む

ネットワーク広告KPI推移



PV（ページビュー）単価

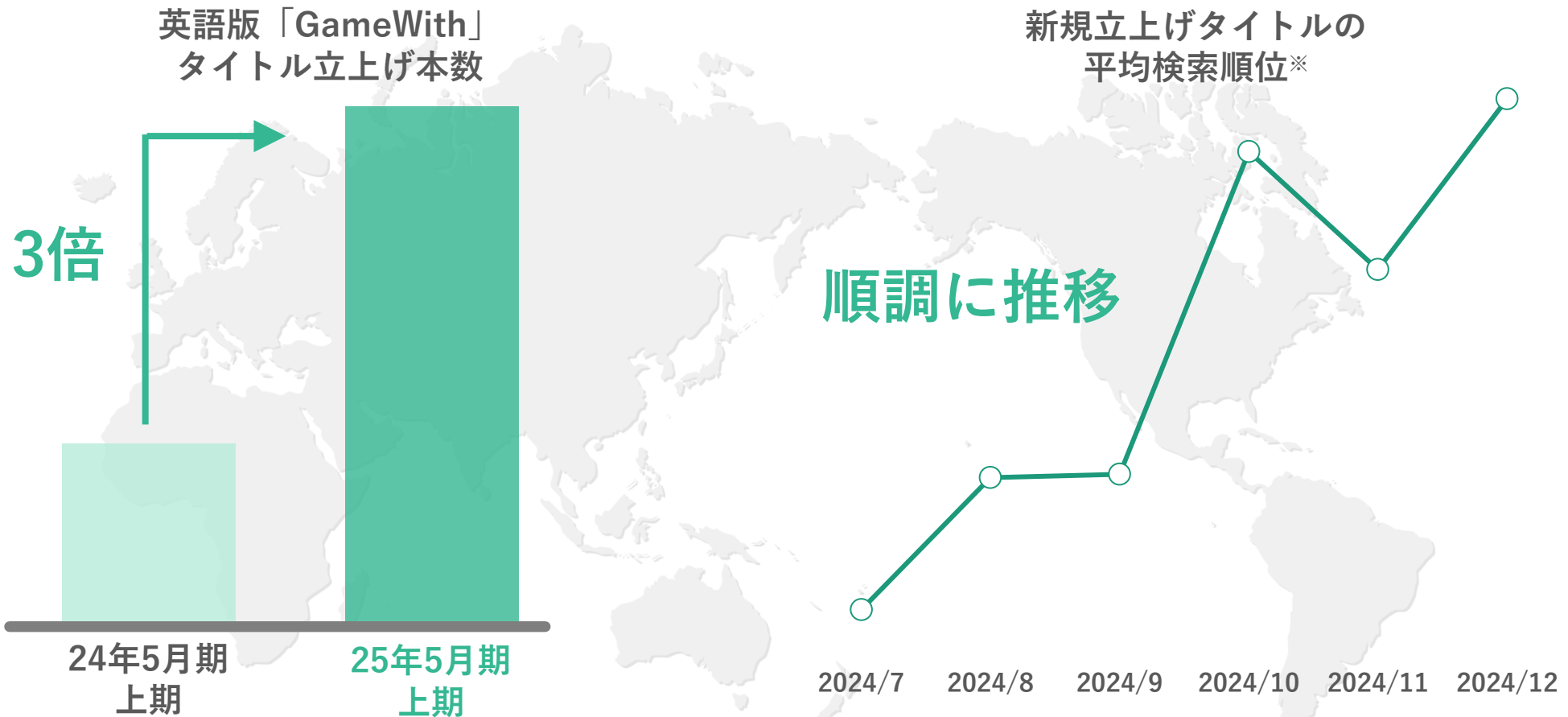
- ユーザーの使いやすさと両立した広告収益改善について、様々な施策を実施して取り組んでいたものの、**広告市況の悪化**影響が大きく、**第2四半期までPV単価の下落**が続く
- 一方で直近、**広告枠の最適化施策等**によるPV単価向上施策が良い結果を出している状況
- PV単価の改善はネットワーク広告売上および営業利益の向上に直接つながるため最優先で取り組んでおり、**第3四半期で改善**。第4四半期もさらに**改善**する見込み

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、**昨年末に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月末の大型タイトルの新作発売により、**第4四半期はPV数を獲得**できる見込み

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



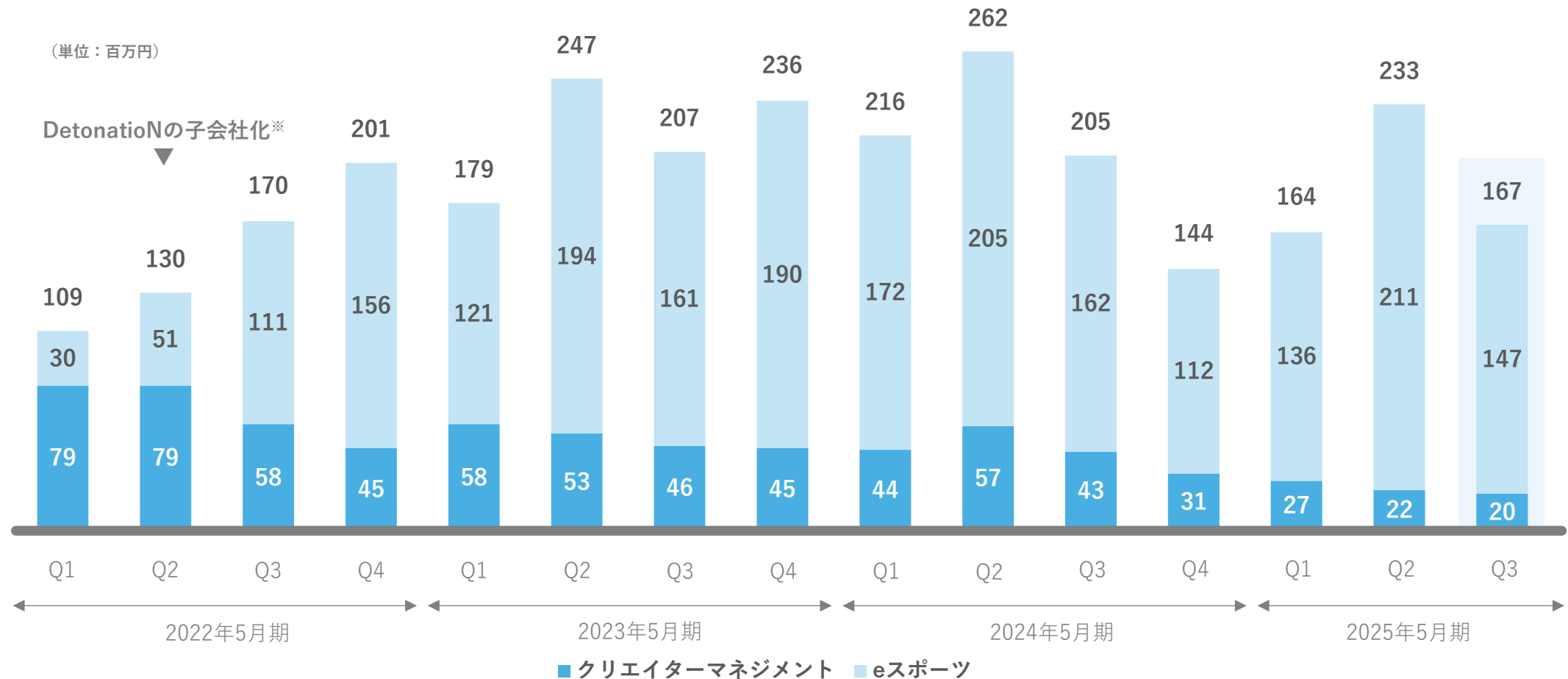
※ 「DemandSphere」より 英語版「GameWith」において新規で立ち上げ一定程度トラフィックの獲得できたタイトルにおけるキーワード検索した際の表示順位の平均

03-2. eスポーツ・エンタメ



eスポーツ・エンタメ：売上高推移

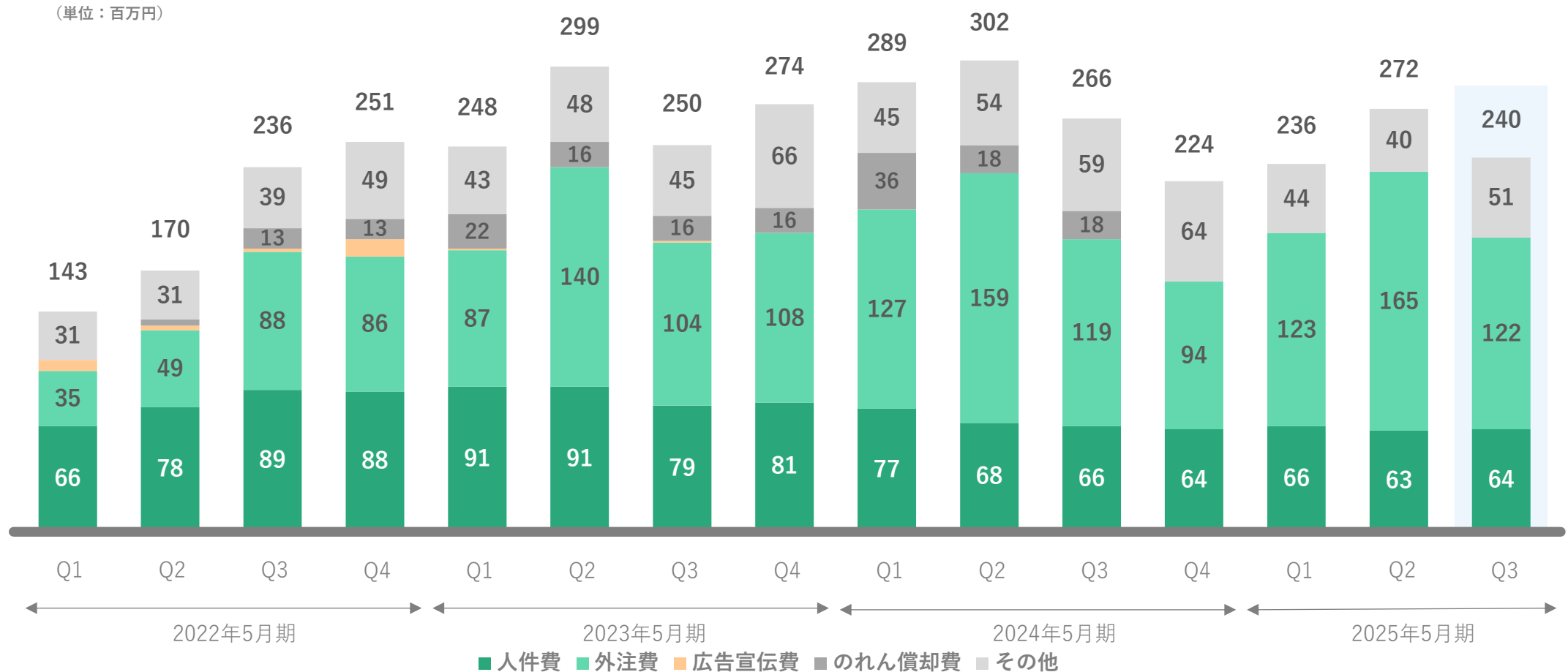
- eスポーツについて、第3四半期はVALORANT部門におけるデジタルグッズ収益分配等の反動で前四半期比では減少したものの、今後も売上高としては成長していく想定であり、注力領域として引き続き取り組んでいく
- eスポーツを除くクリエイターマネジメントについては、縮小方針。空いたリソースは主にメディアに投下



※ 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



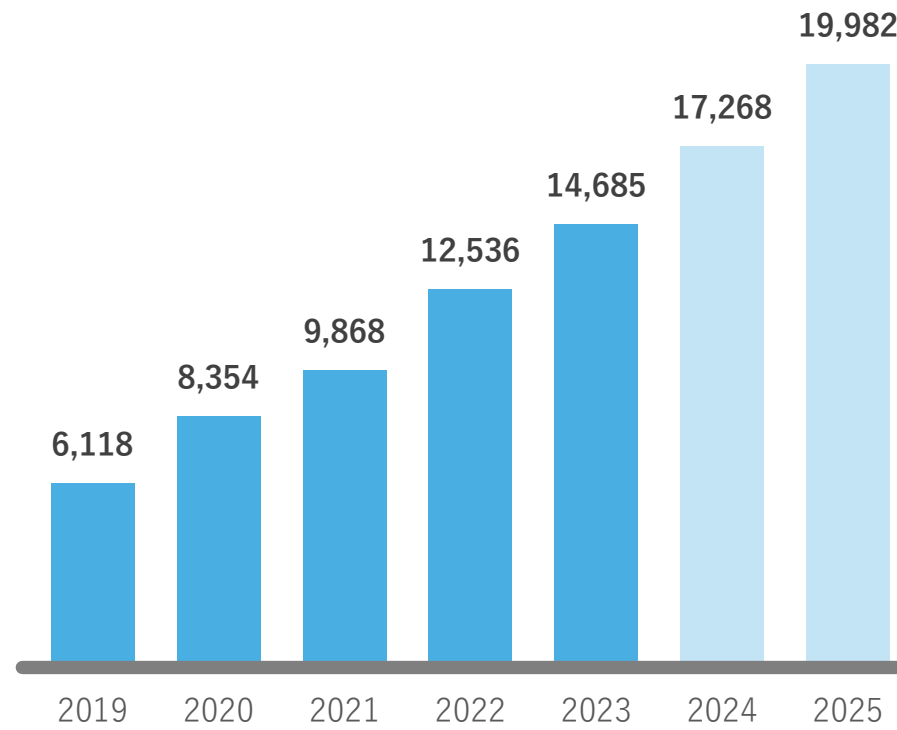
※ 2023年5月期第1四半期および2024年5月期第1四半期は、DetonationNの株式を追加取得したため、のれん償却費が一時的に増加

eスポーツ：eスポーツの市場規模

- 日本国内のeスポーツ市場規模やファン数は増加傾向
- 今後も成長していく想定となっており、当社としても注力領域として設定

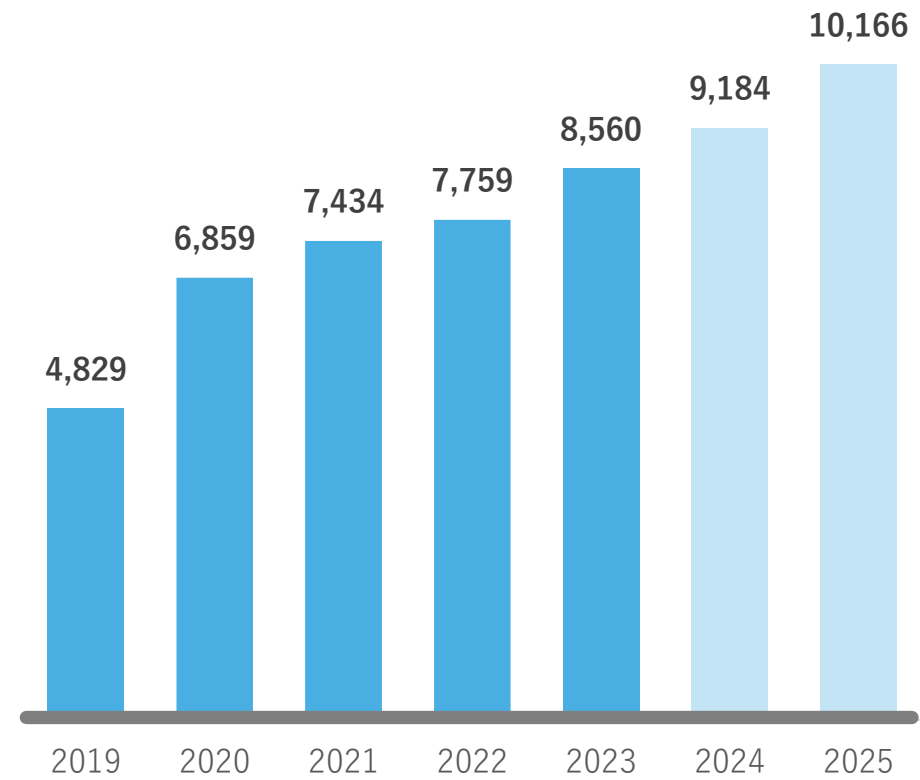
日本国内におけるeスポーツ市場規模※

(単位：百万円)



日本のeスポーツファン数※

(単位：千人)

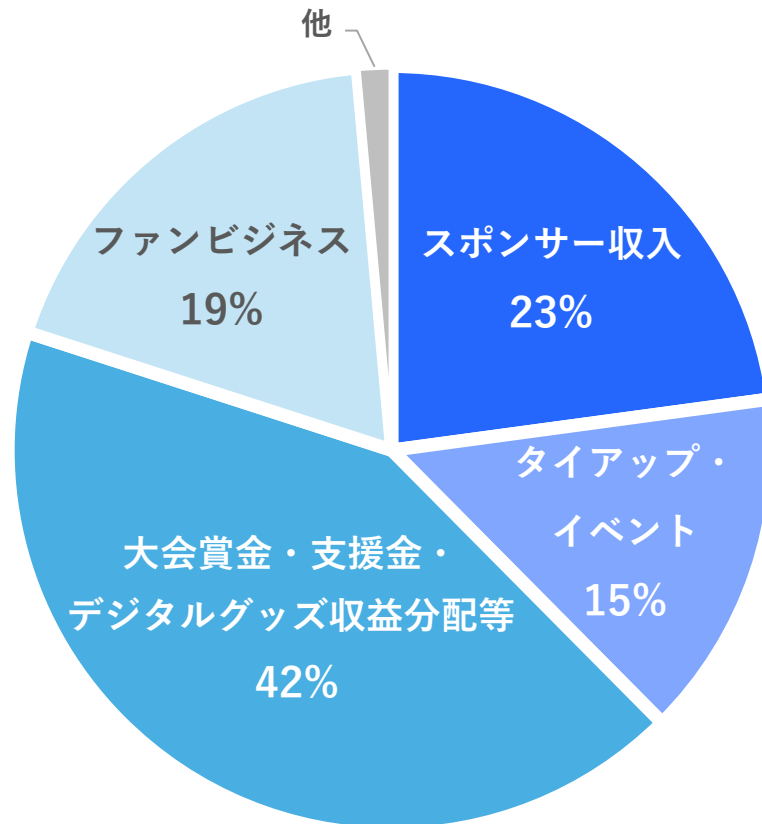


※ 「eスポーツ産業の市場規模や今後の予測 市場動向を分析 データ年鑑『日本eスポーツ白書2024』発売 2023年の国内eスポーツ市場は前年比117%の146.85億円 2023年の国内eスポーツファンも856万人と増大」より
<https://jesu.or.jp/contents/news/news-250331/>

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：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・人気が売上高向上につながるため今後の成長も期待

参加しているアジアリーグの前哨戦「VCT Pacific Kickoff」にて、DFMの試合が大きく注目され、
 最大同時視聴者数約38万人を記録※1

アジアリーグにおけるDFMの試合が本大会において最も視聴者数が多い試合となり、
 国内のみならず海外からの注目度も向上。Xの国内トレンドでも一時1位を獲得



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)※2



ファンビジネス

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が好調

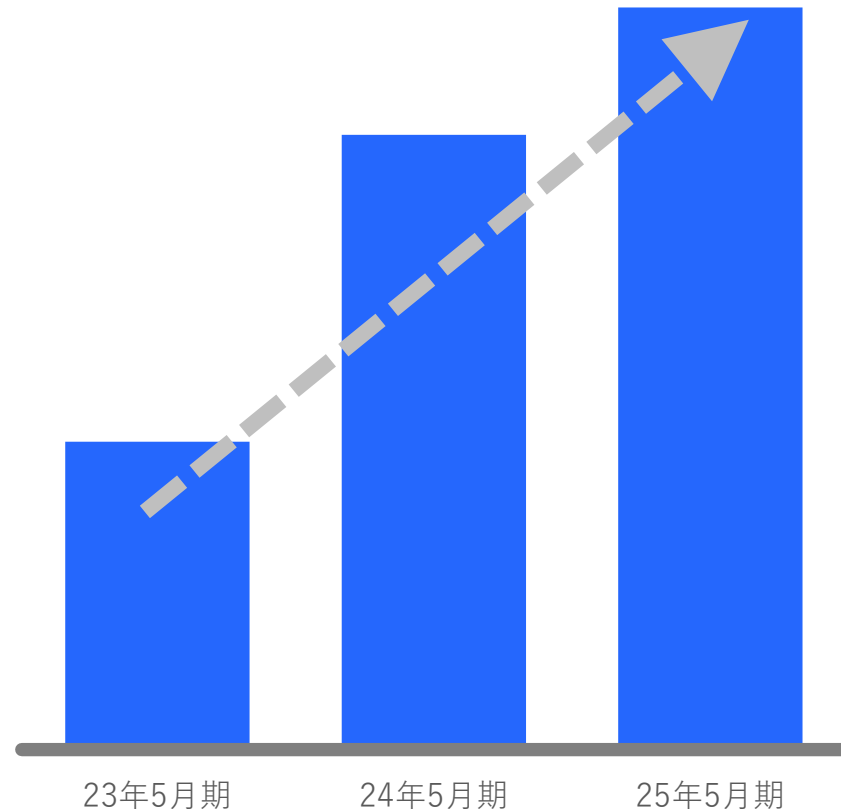
※1 『DFM vs PRX、VCT Pacific Kickoffで最も視聴された試合に…EMEAでは意外な対戦カードも注目される【VCT Kickoff】』より <https://fistbump-news.jp/article/2025/02/18/731.html>

※2 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)

eスポーツ：VALORANT部門の好調

- 主力のVALORANT部門における収益は順調に成長

「VALORANT部門」関連収益推移※



VALORANT部門関連の収益は 順調に成長

デジタルグッズ収益分配の入金時期やシーズンごとやイベントごとのグッズ販売時期の影響により、四半期ごとでみると計上時期にボラティリティがあるが、年間推移でVALORANT部門関連の収益は成長。
今後の成長にも期待ができる状況

eスポーツ：トピック

ゲーミングデバイスブランド「ロジクールG」、 スポンサー協賛契約の継続と協業内容拡大を決定

2014年より締結しているスポンサー協賛契約を、2025年度も継続することを決定しました。今回の契約更新に際してスポンサーシップ内容を一部拡大し、連携と協力を強化してまいります。



ストリートファイター6の世界大会「CAPCOM CUP 11」 にDFM所属の板橋ザンギエフが出場

「両国国技館」でストリートファイター6の世界大会「CAPCOM CUP 11」が開催。世界中で出場権を獲得した48名の強豪選手が、優勝賞金100万ドルを賭けて争う。日本からは板橋ザンギエフを含む、全5名が出場。

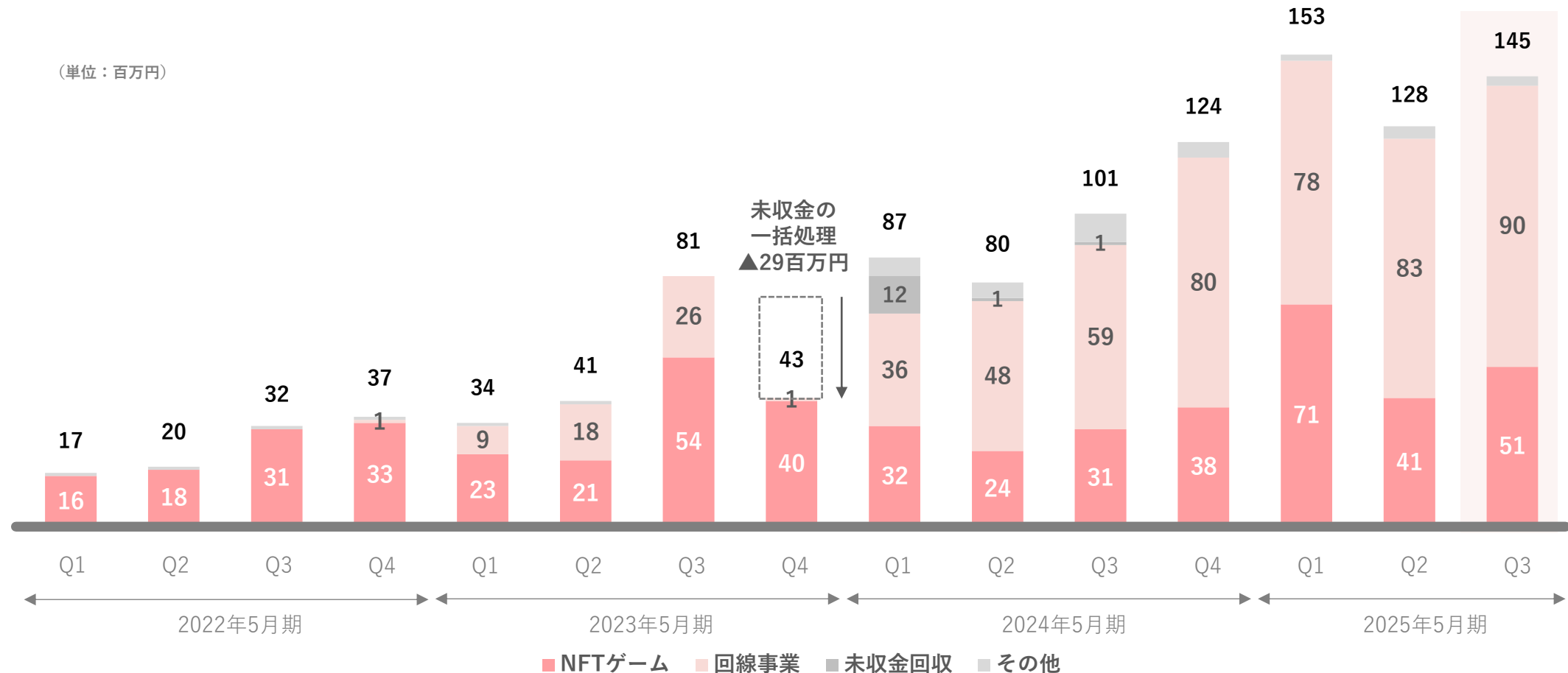


03-3. 新規事業(NFT・回線等)



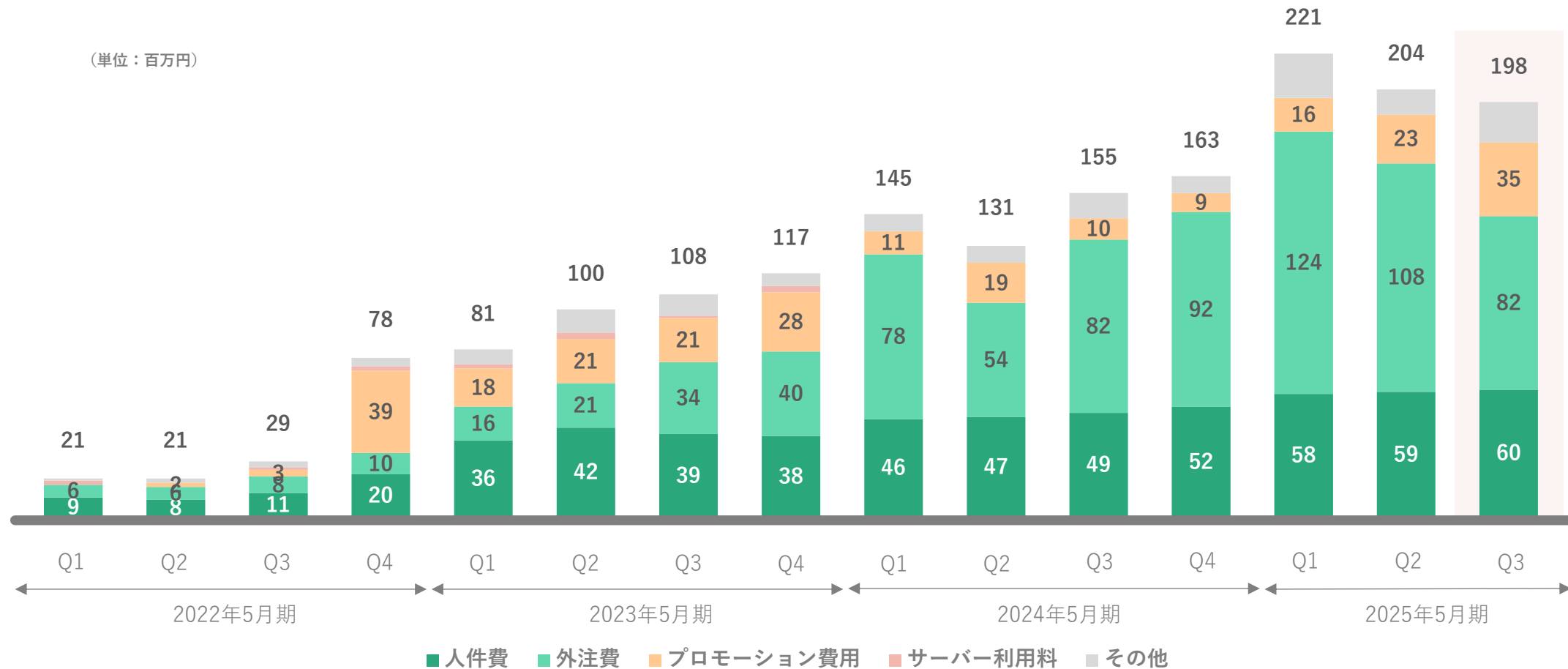
新規事業(NFT・回線等)：売上高推移

- NFTゲーム「EGGRYPTO」について、売上高は前四半期比、前年同期比ともに増加
- 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5,800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

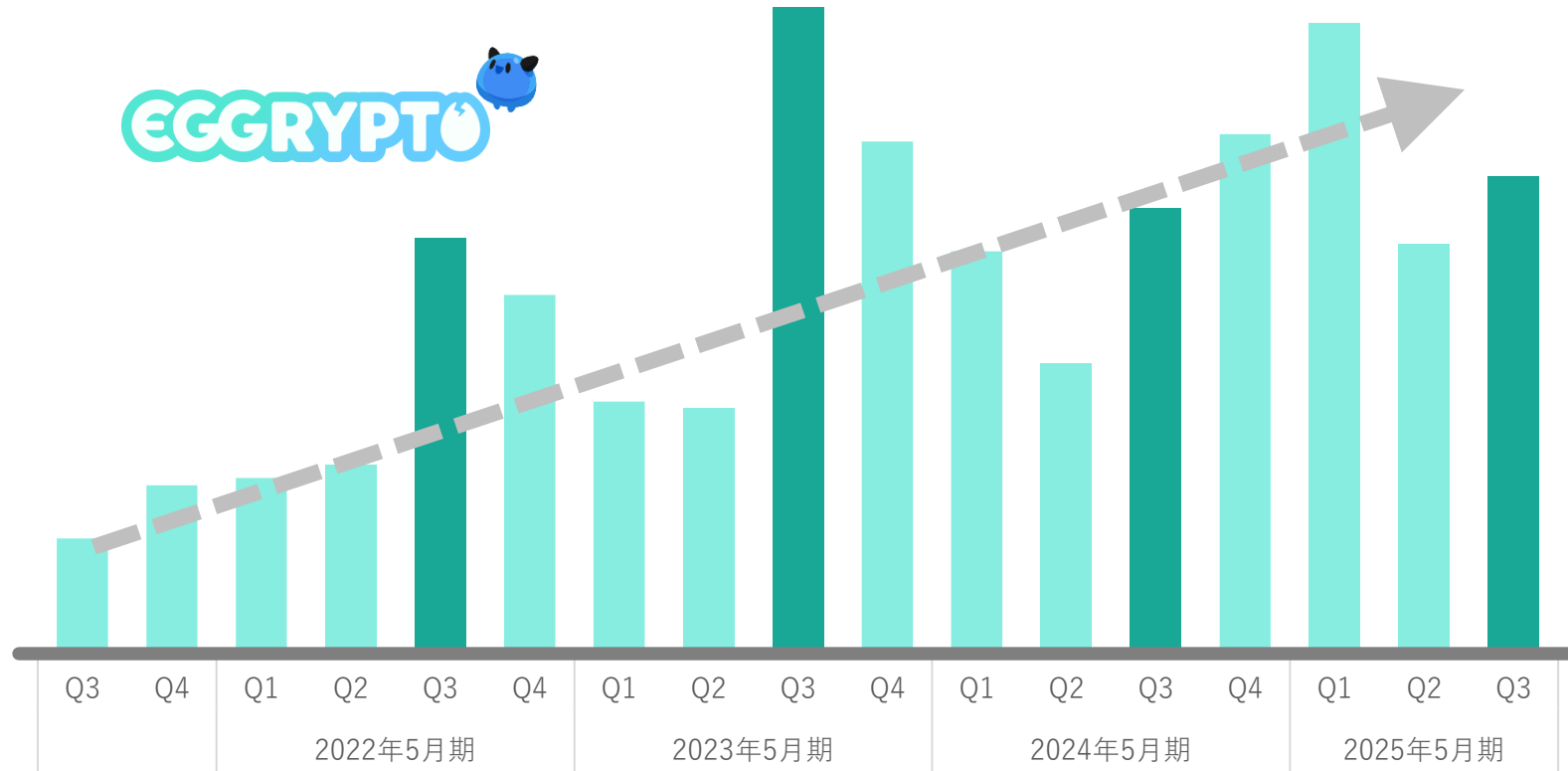
- 新規事業については、中長期的な成長を目指し、プロモーションや人材関連費用に積極的に投資



NFTゲーム：「EGGCRYPTO」の概況

- NFTゲーム「EGGCRYPTO」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3四半期の売上高も前年同期比で成長

アプリ売上高推移



第3四半期の売上高は前年同期比、
前四半期比で成長

NFTゲーム：「EGGCRYPTO」トピックス

2025年2月14日より、アニメ「FAIRY TAIL 100年クエスト」とのコラボイベント開催！

本コラボイベントでは、「FAIRY TAIL 100年クエスト」の人気キャラクターが登場するほか、レアモン（NFT）として、コラボクエスト限定の「滅竜魔導士ナツ・ドラグニル」「星霊魔導士ルーシー・ハートフィリア」が数量限定で出現します



2025年3月14日より「Aランクパーティを離脱した俺は、元教え子たちと迷宮深部を目指す。」とのコラボイベント開催！

本コラボイベントでは、「エパリダ」の人気キャラクターが登場するほか、レアモン（NFT）として、コラボクエスト限定の「赤魔道士ユーク」「クロバーの三人娘」が数量限定で出現します

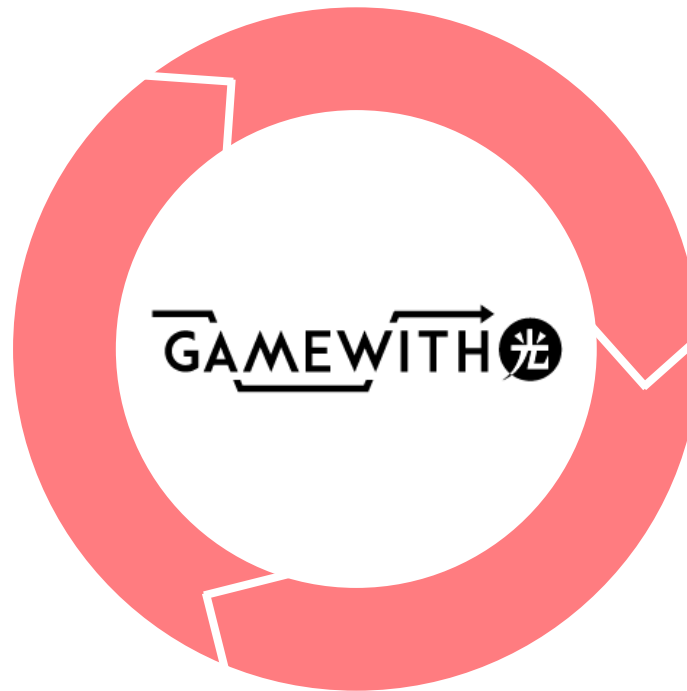


回線事業：「GameWith光」について

- 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

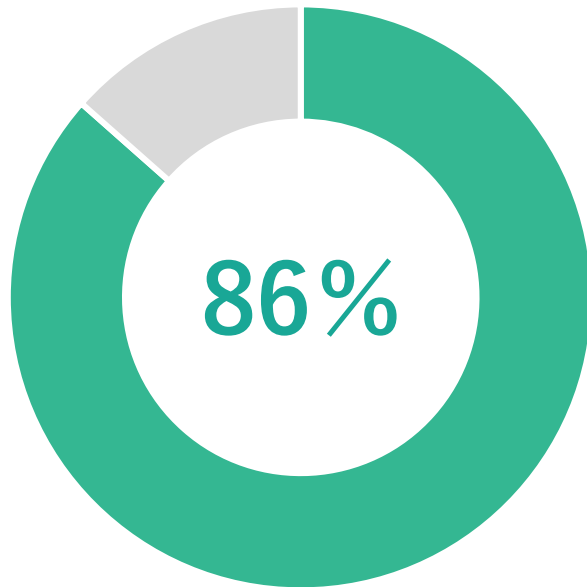
- アルテリア・ネットワークスの回線を利用するため設備投資は不要
- 主なコストはプロモーション費用のみであり、止めれば黒字化は可能
- 現在は中長期的な成長を目指すためユーザー獲得に注力しており、回収可能な範囲で踏み込んでいる状況

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

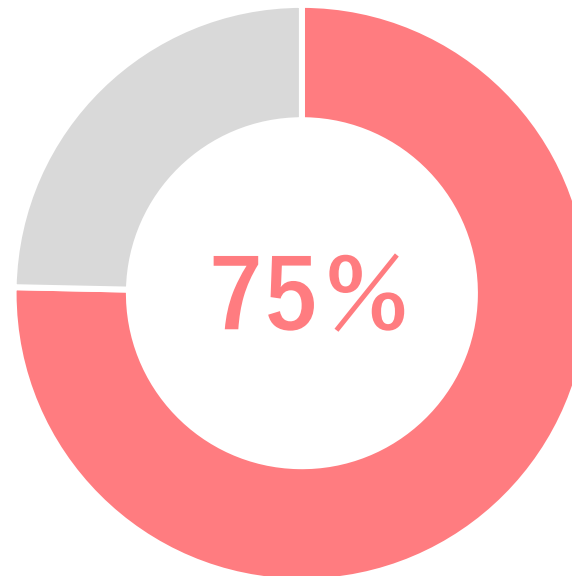


- 調査を行った結果、ゲーマーのうちオンラインでゲームをプレイする比率は86%と多く、そのうち75%以上（4人に3人）が回線を重視しており、68%以上が回線に何らかの不満を感じたことがあるという結果に
- ゲーマーの回線に対する意識が高いことが分かり、ゲーマーに特化した「GameWith光」の市場ポテンシャルも高いといえる

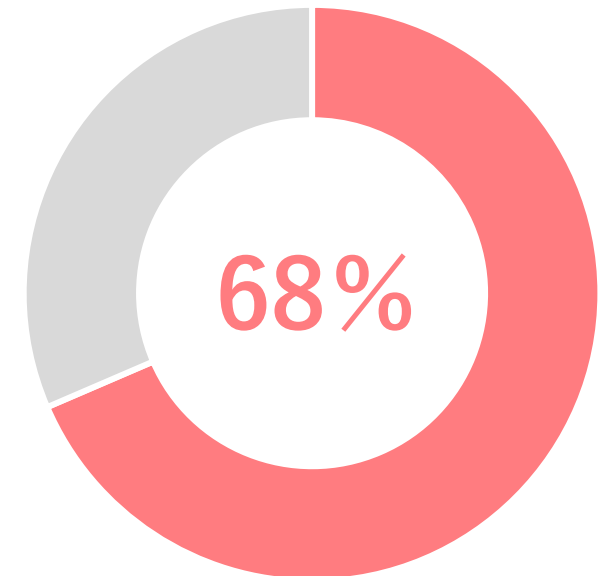
オンラインでプレイする
ゲーマーの比率



回線を重視している
オンラインゲーマーの比率

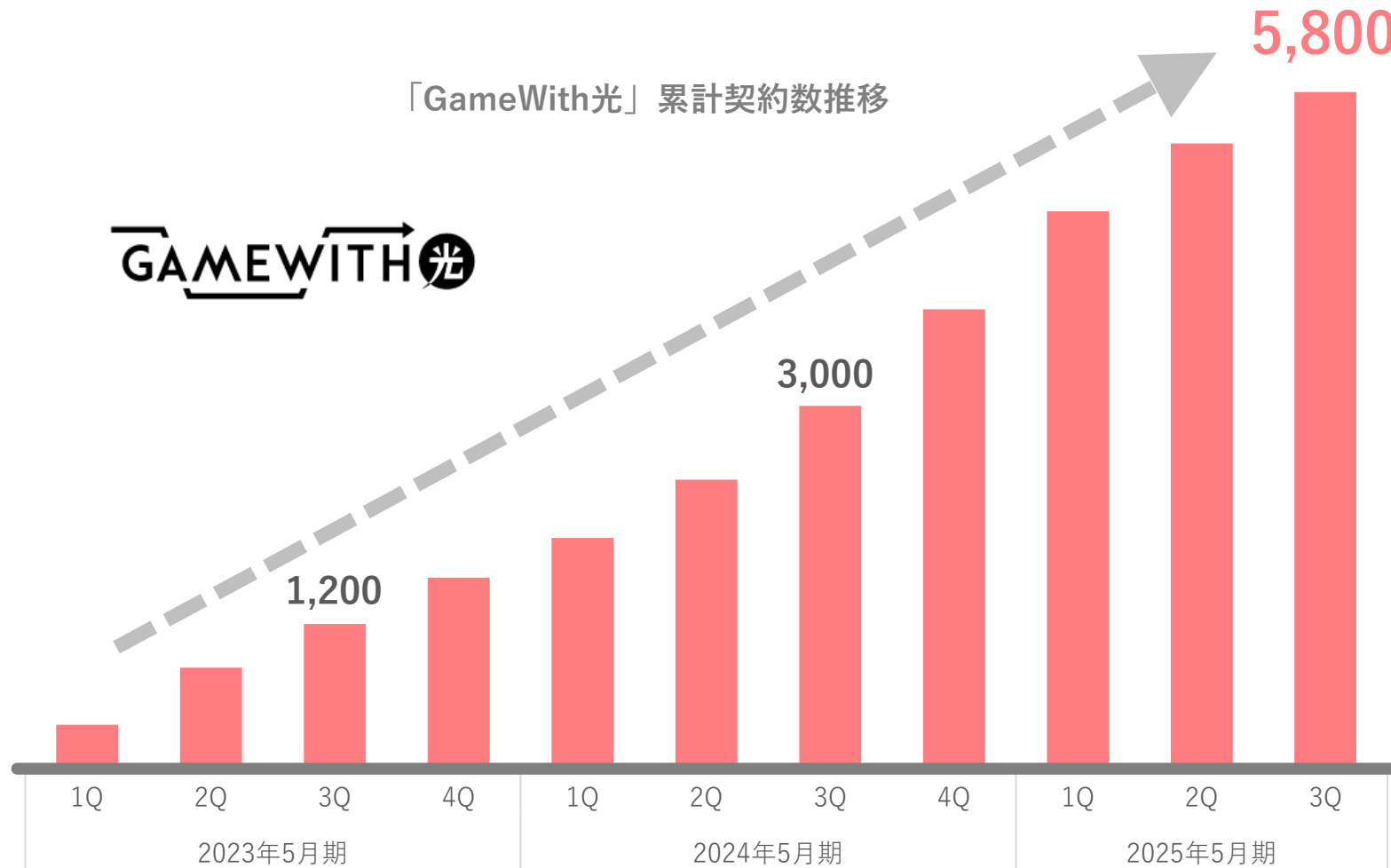


回線に不満を感じたことがある
オンラインゲーマーの比率



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3四半期末において5,800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

04.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。12月は限定商品の発売をしたことで初動の利用率として高い数値に。1月以降は限定商品の新規追加がない中で、アプリ外課金の認知拡大や利用促進施策等により利用率が増加傾向

アプリペイ



GameWith

攻略記事内導線イメージ

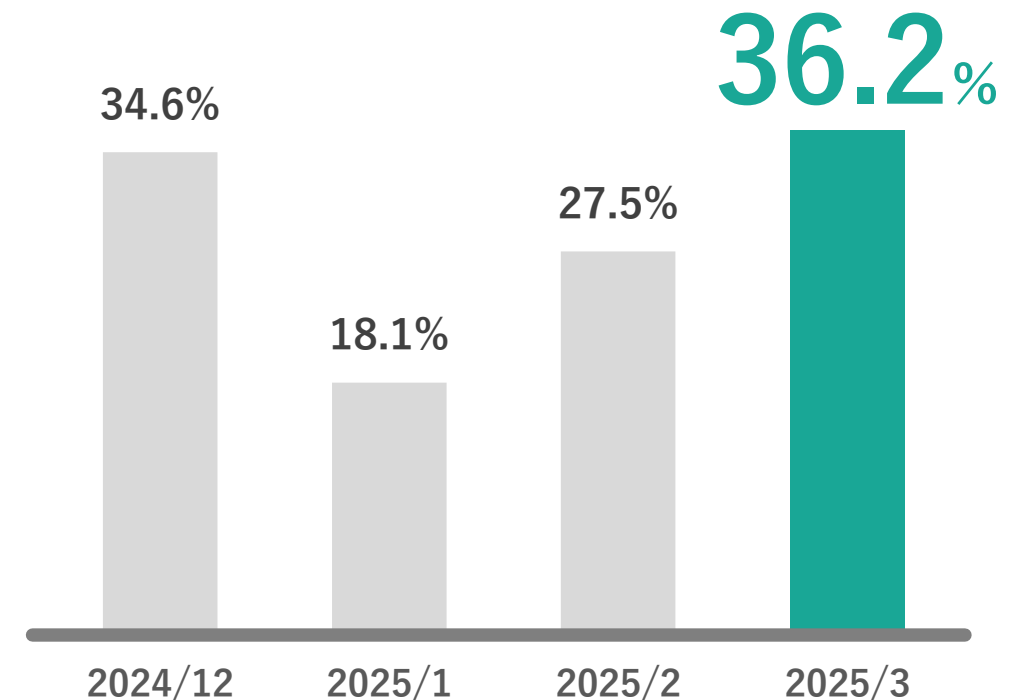


攻略記事内に追従バナーを設置

アイテム購入ページ



「EGGRYPTO」における
アプリ外課金の利用率推移※



※ 課金総額のうちアプリ外課金による売上高の比率 「EGGRYPTO」における月次の実績
12月に関してはアプリ外課金実装後の期間で集計 (2024/12/16~2024/12/31)

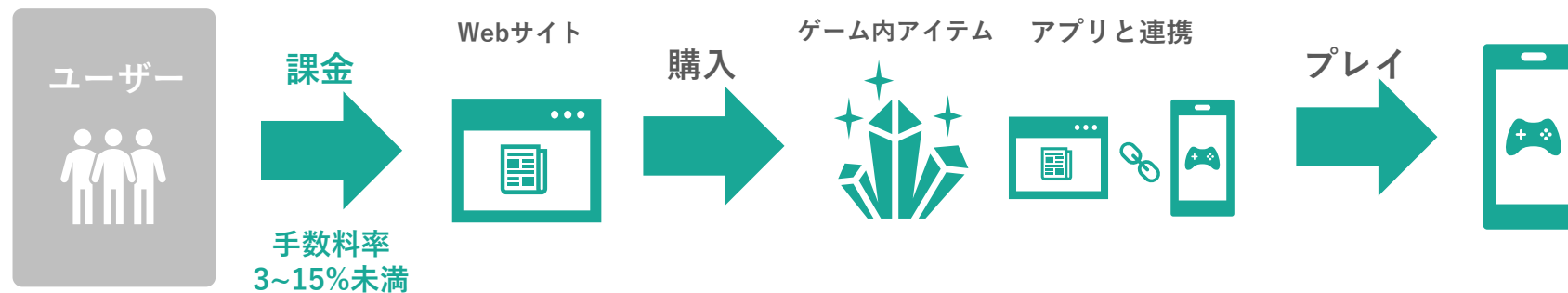
「アプリ外課金」とは

- 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



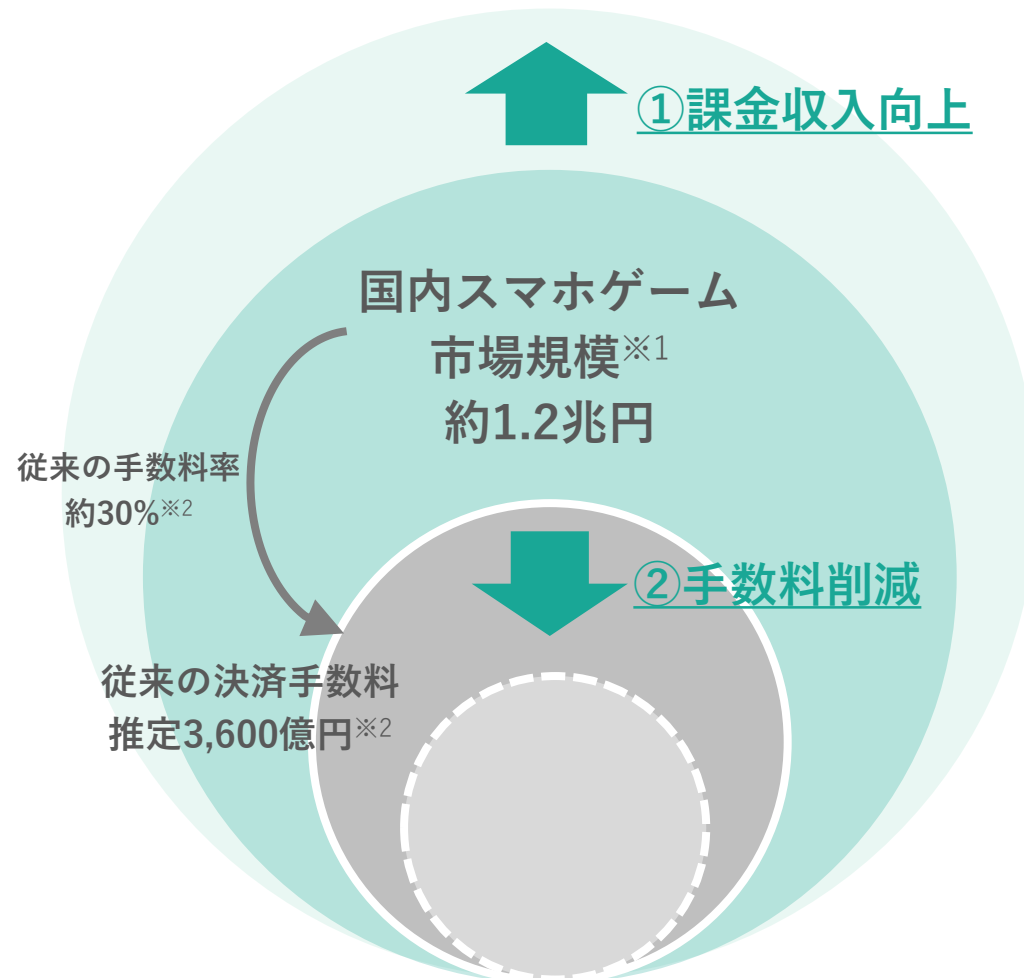
■アプリ外課金：ユーザーがアプリ内ではなく外部のWebサイトで課金を行う課金方式



「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

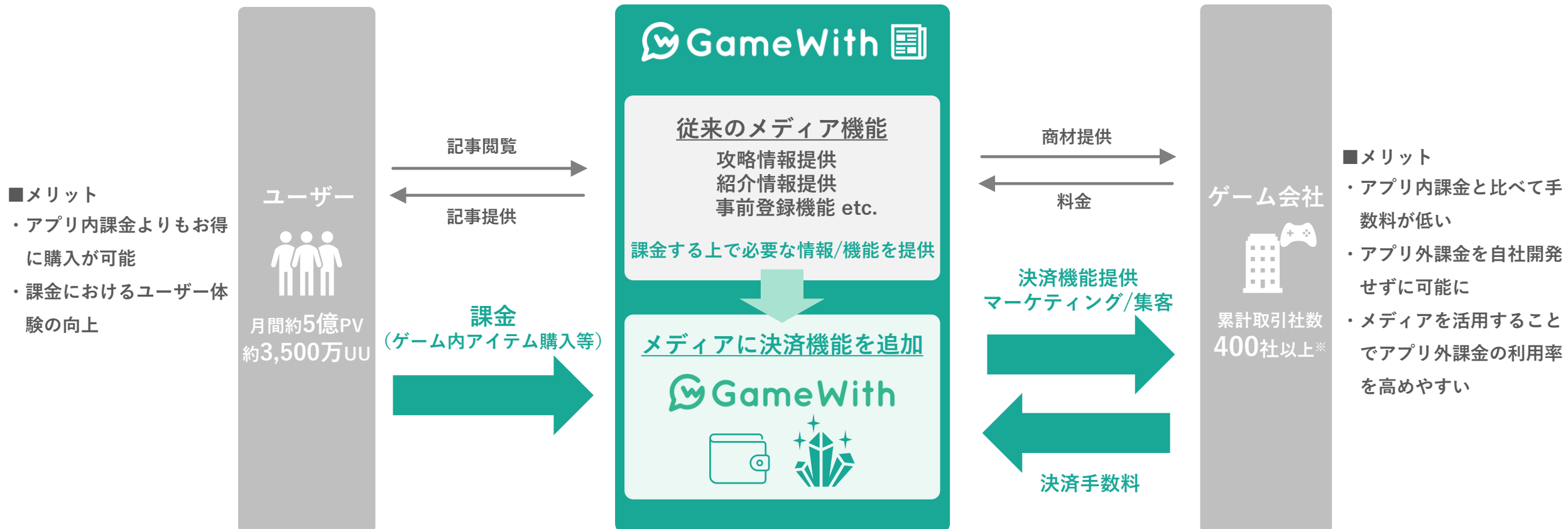
スマホゲーム業界全体の収益向上に貢献すると同時に、
アプリ外課金事業参入により約1.2兆円の市場へリーチ

※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



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

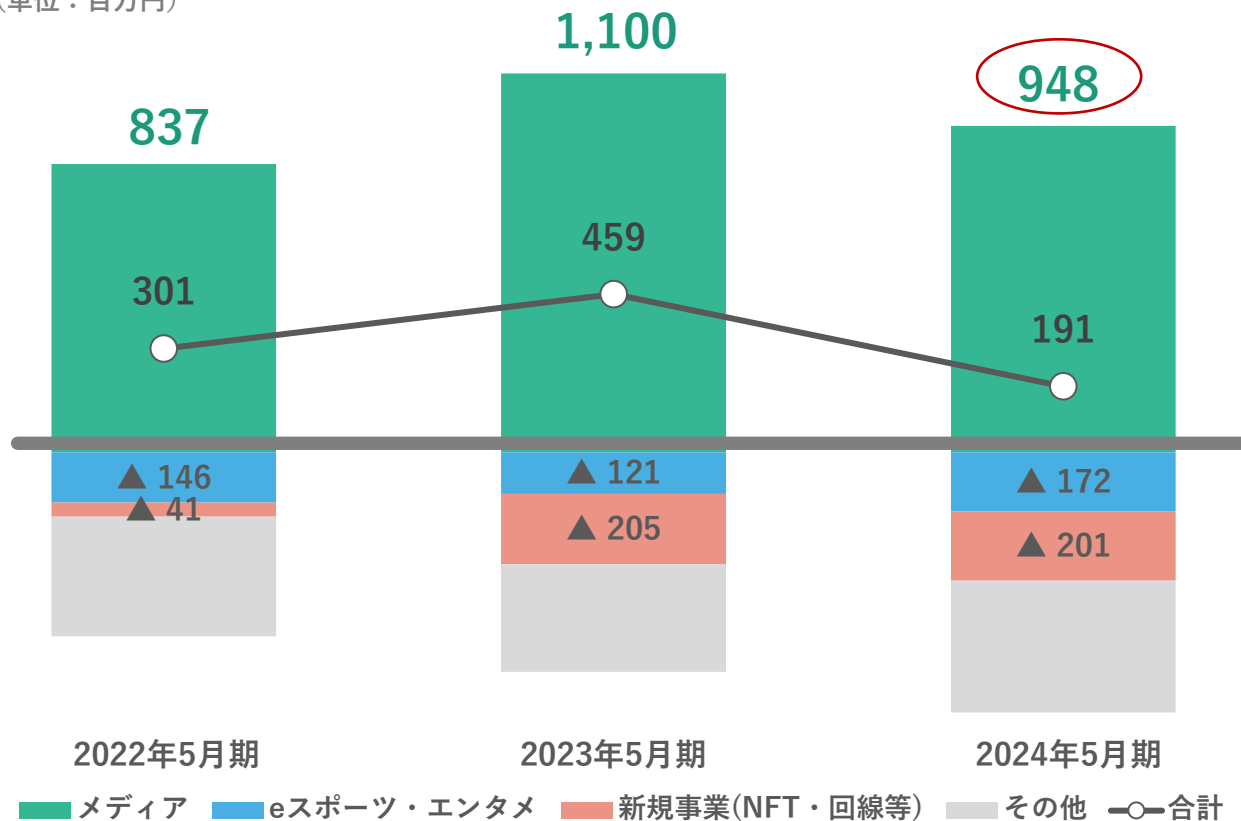
中長期的な企業価値向上に向け、
国内メディアだけにとどまらないゲームに関する総合企業として、
ミッション/ビジョン達成に向けた**収益化の基盤をつくる**

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
- ・ 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

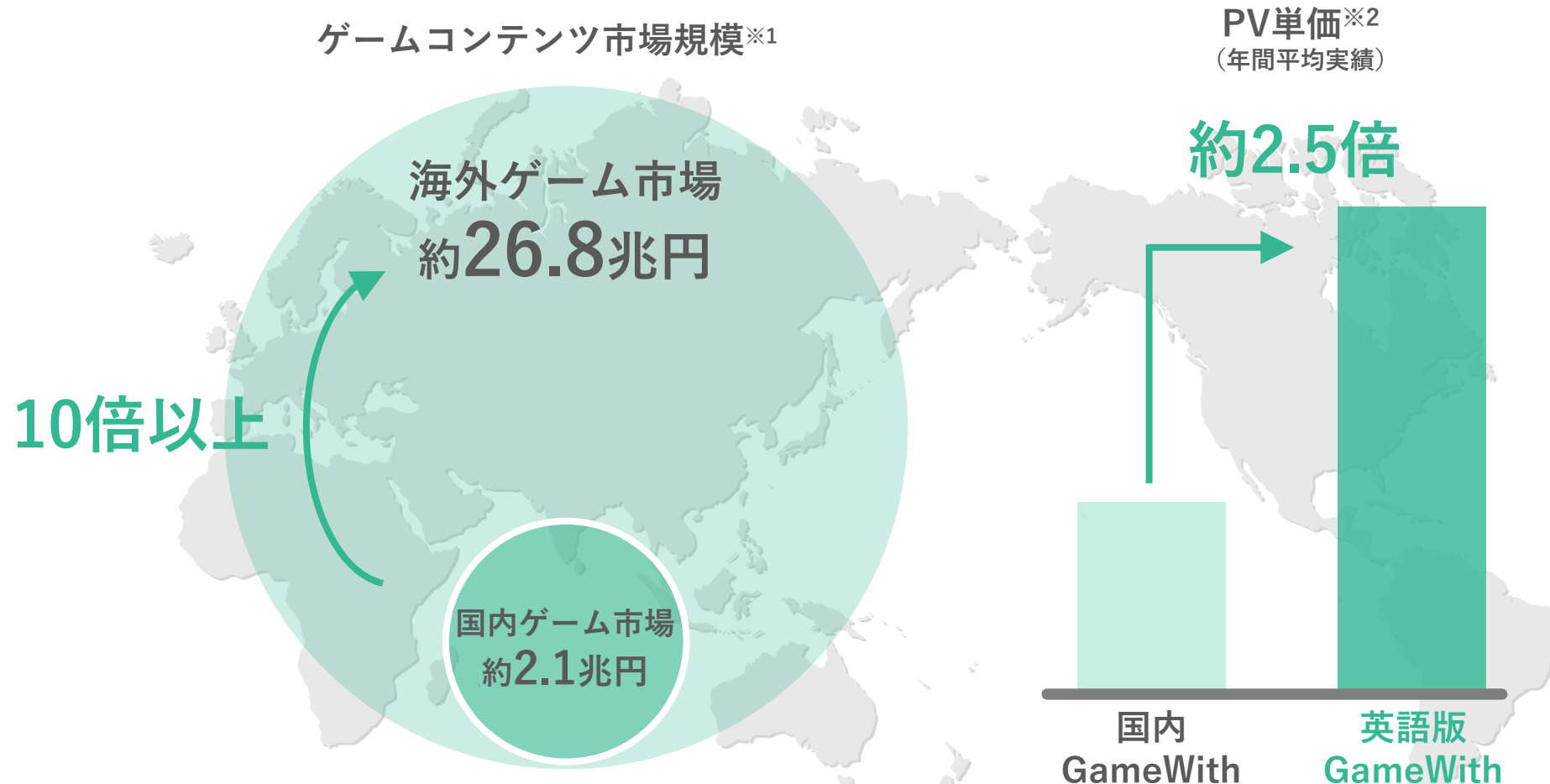
- ✓ メディア事業の成長鈍化への対応
- ✓ メディア事業に次ぐ新規領域の創出と収益化

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

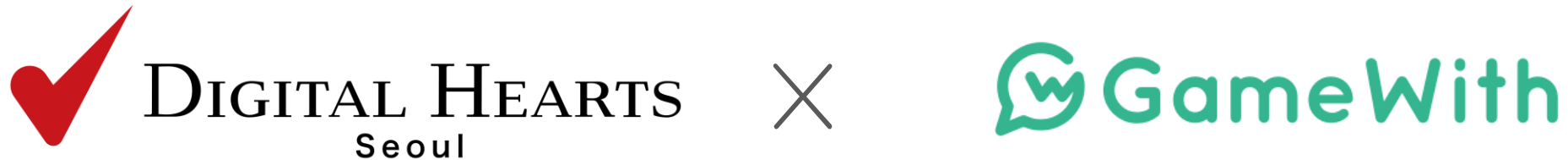
中期経営計画：デジタルハーツソウル社とのパートナーシップ締結



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



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
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

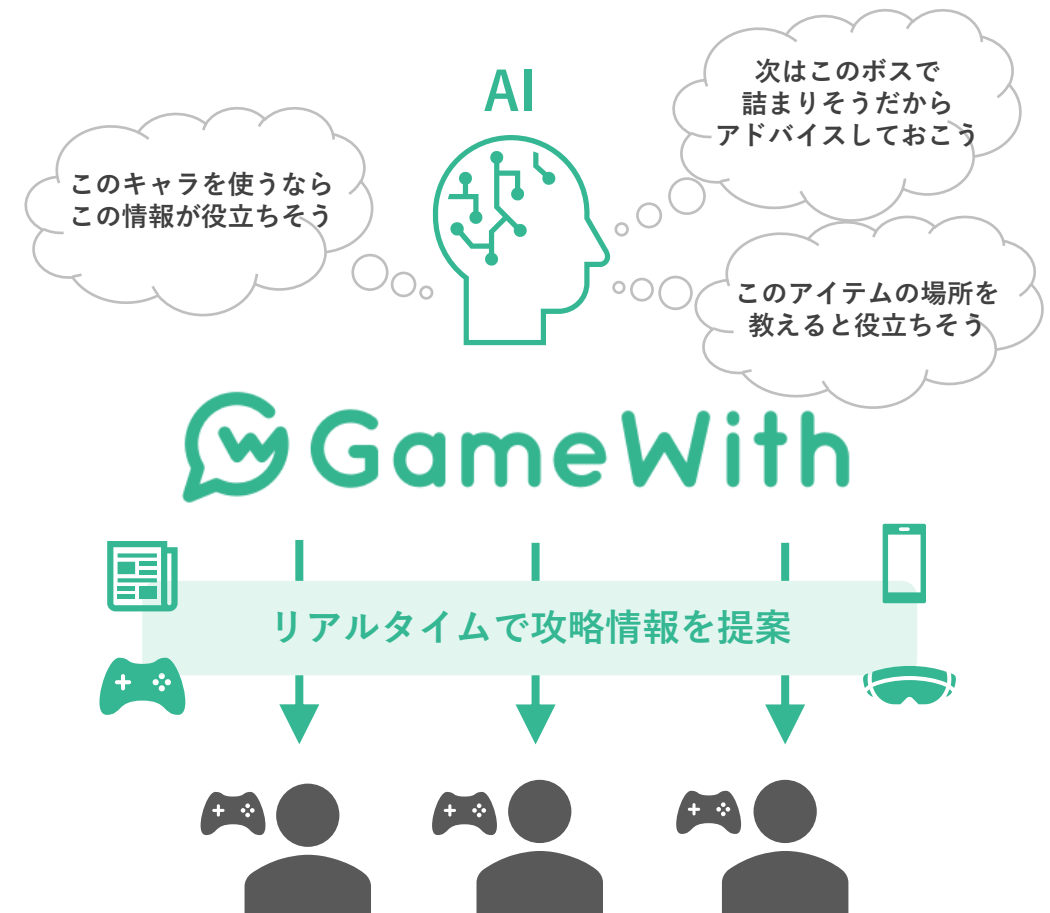
現在のゲーム攻略

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

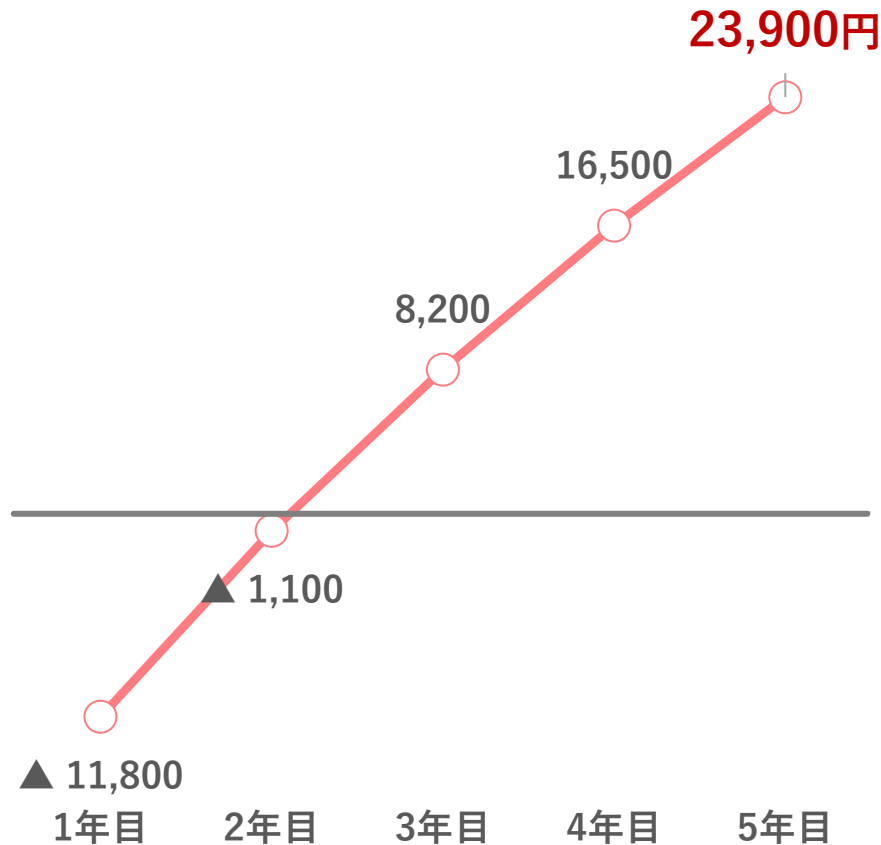
AIを活用してユーザーのゲーム進捗を解析
検索せずともリアルタイムで攻略情報を提案



中期経営計画：回線事業「GameWith光」

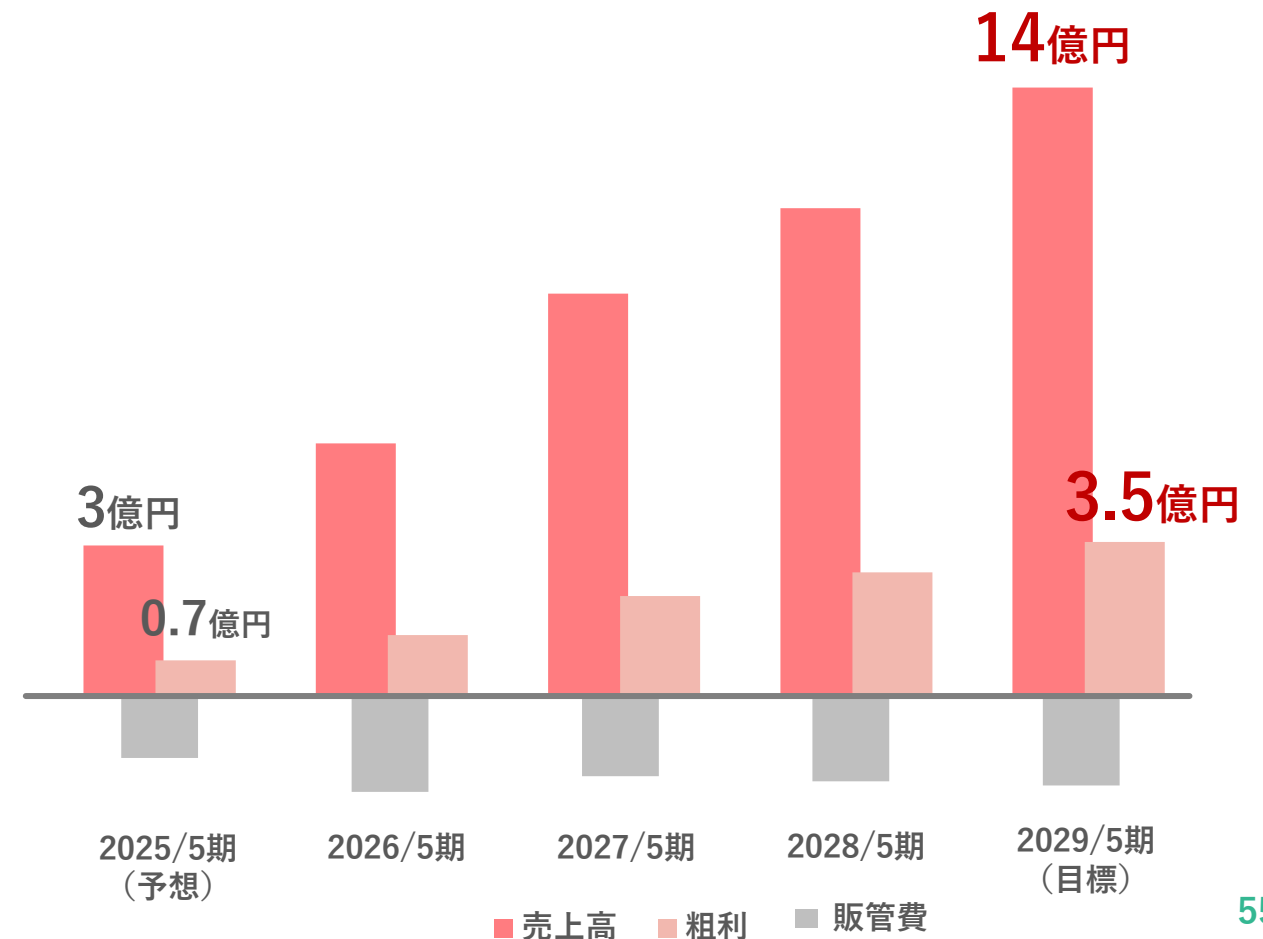
1ユーザーあたりの平均累計利益

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**

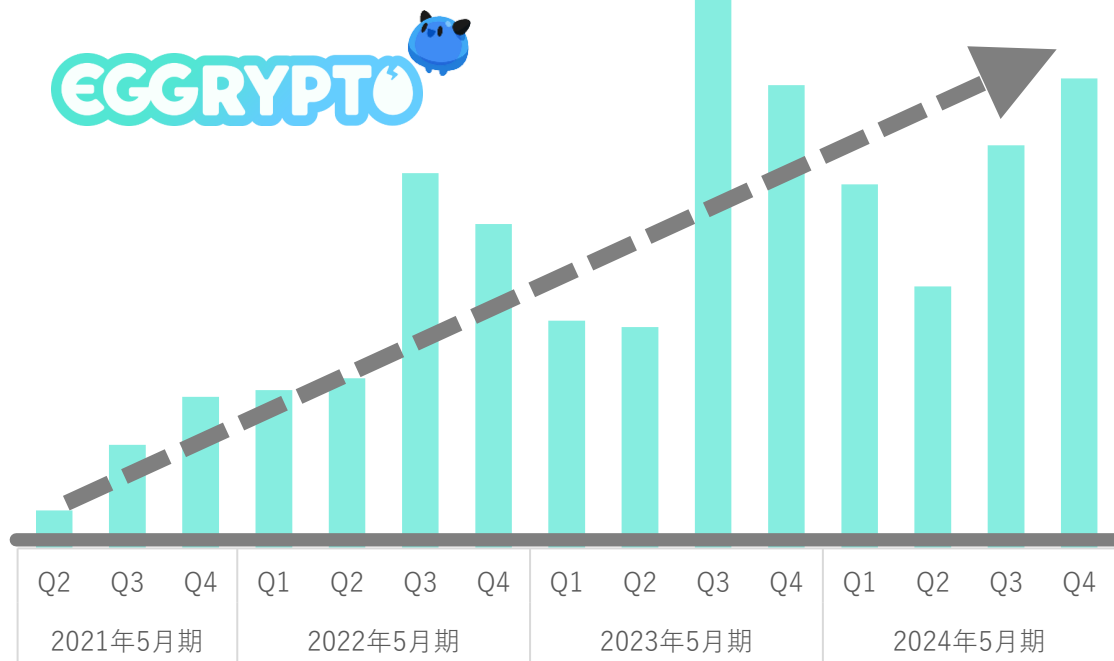
新規ユーザーの30日ARPU

約500円

累計ダウンロード数

250万超

EGGYPTO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

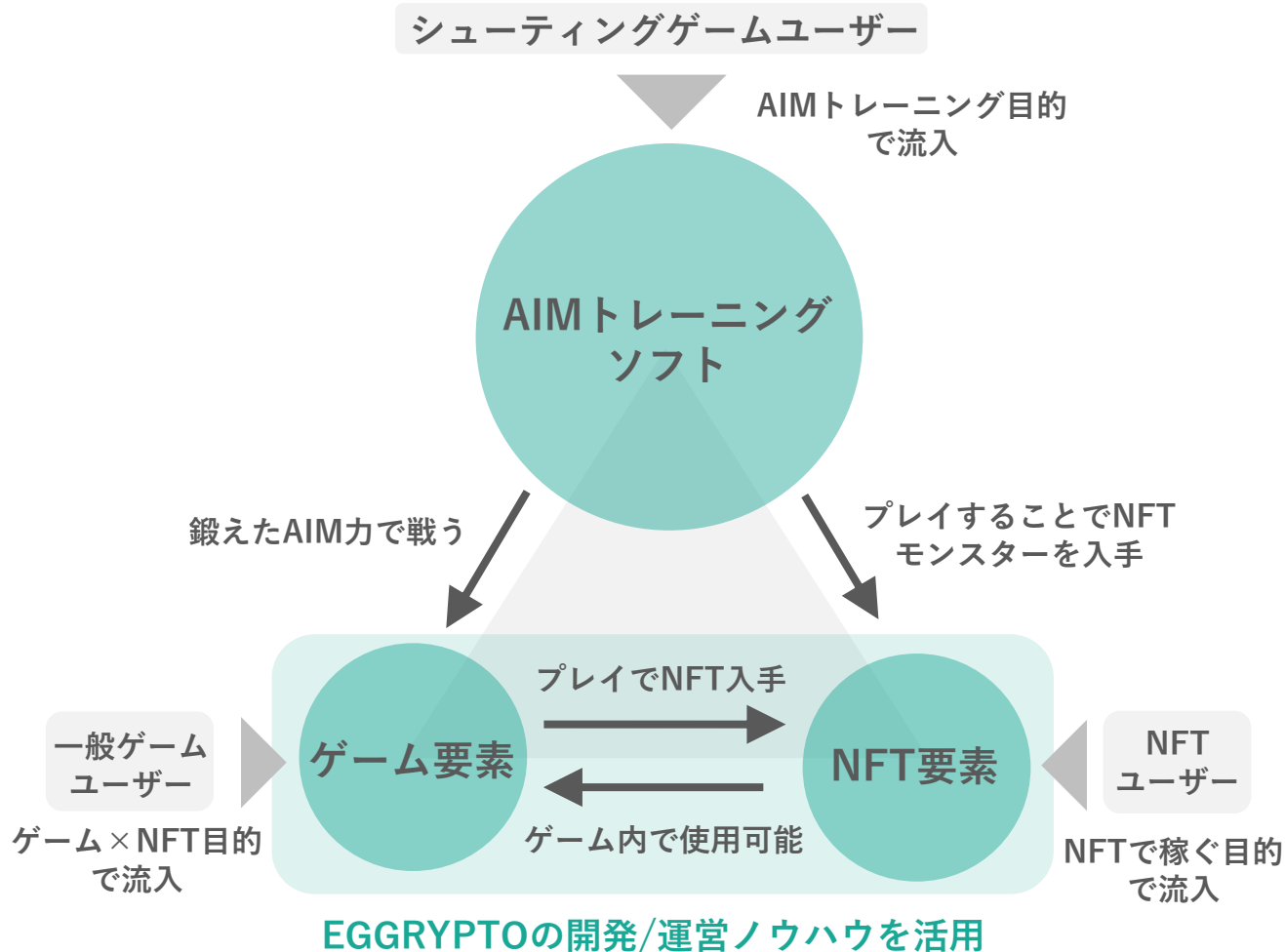


※開発中のゲームイメージ



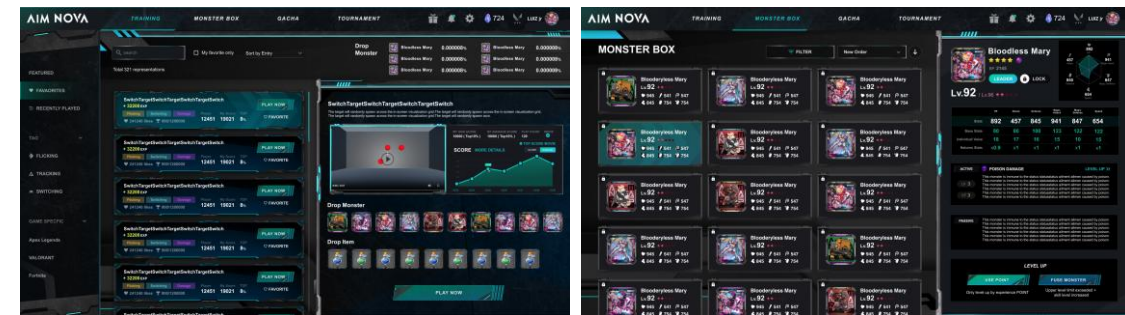
中期経営計画：AIM NOVA

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

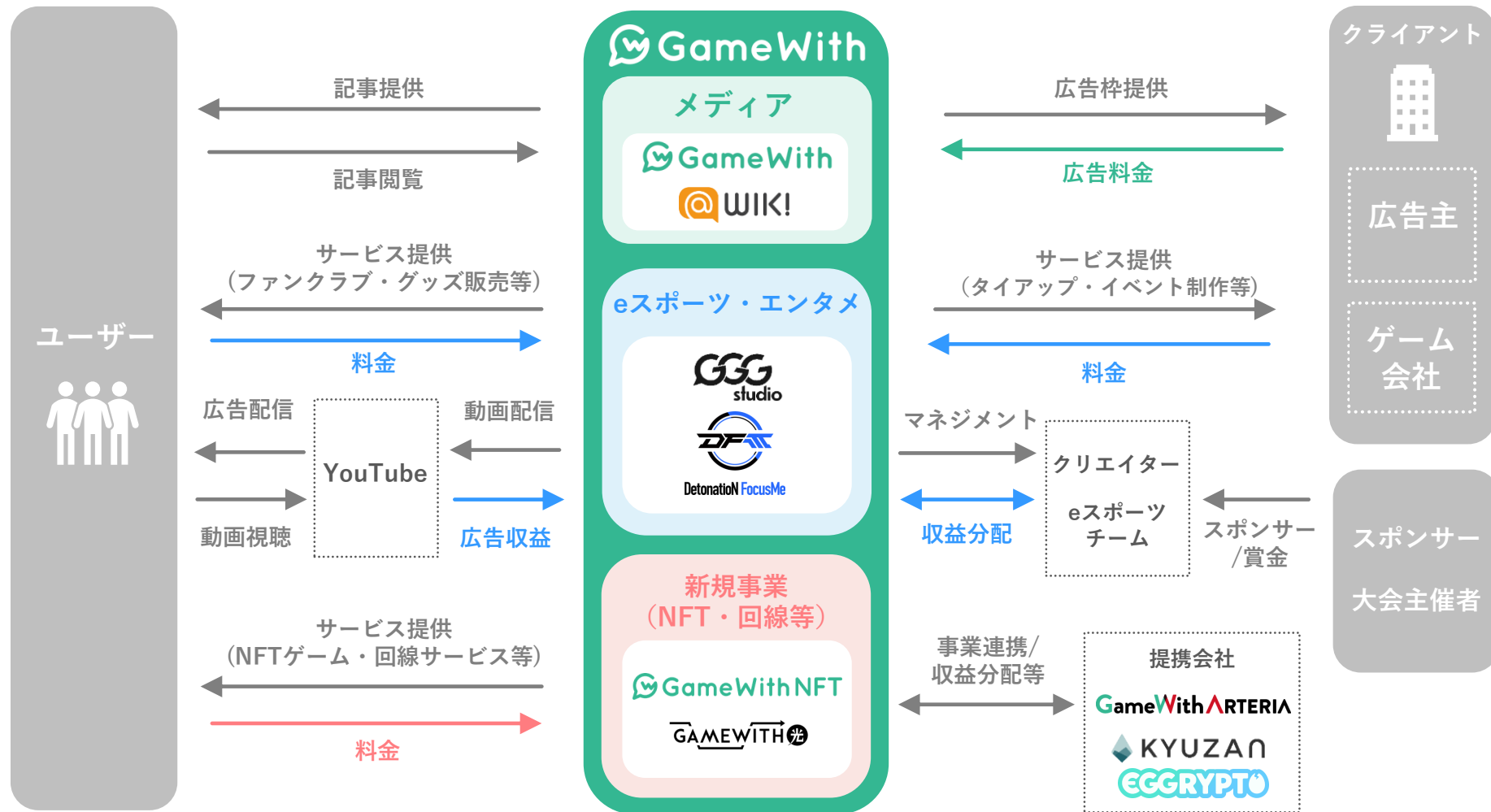
大会賞金、支援金、デジタルグッズ
収益分配、グッズ販売、スポンサー
収入増 etc.

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

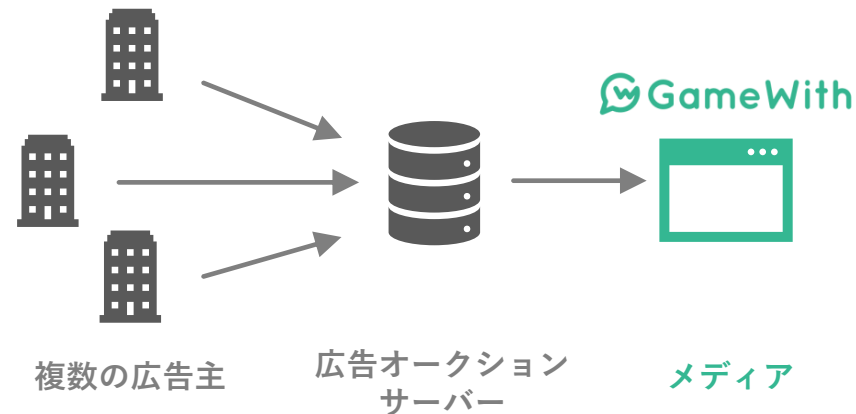


ビジネスモデル：メディア

- 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

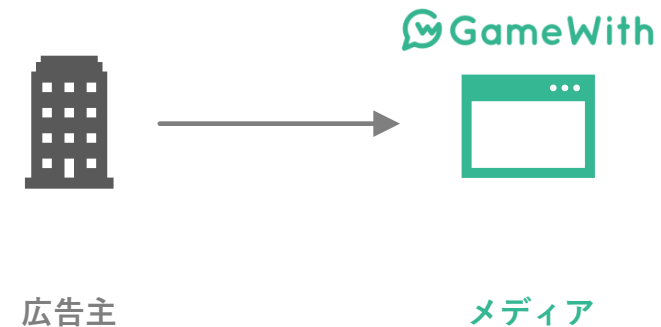
- 国内最大のPV（ページビュー）数を誇るゲームメディアを運営
- 広告マネタイズチームを自社運営し、安定して高い広告単価を実現

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

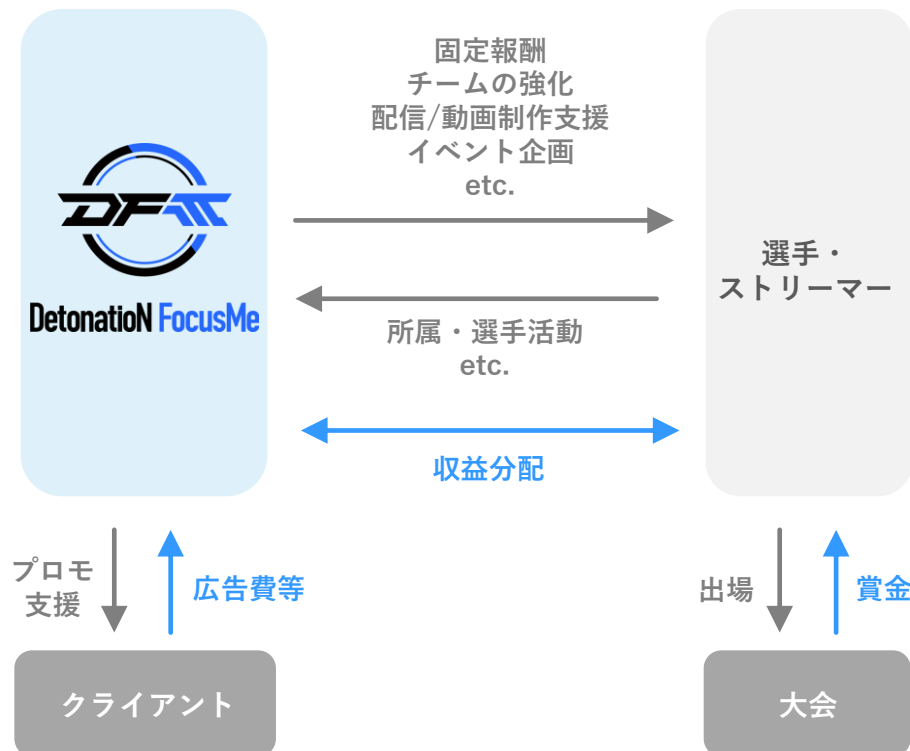
ビジネスモデル：eスポーツチーム運営

- 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



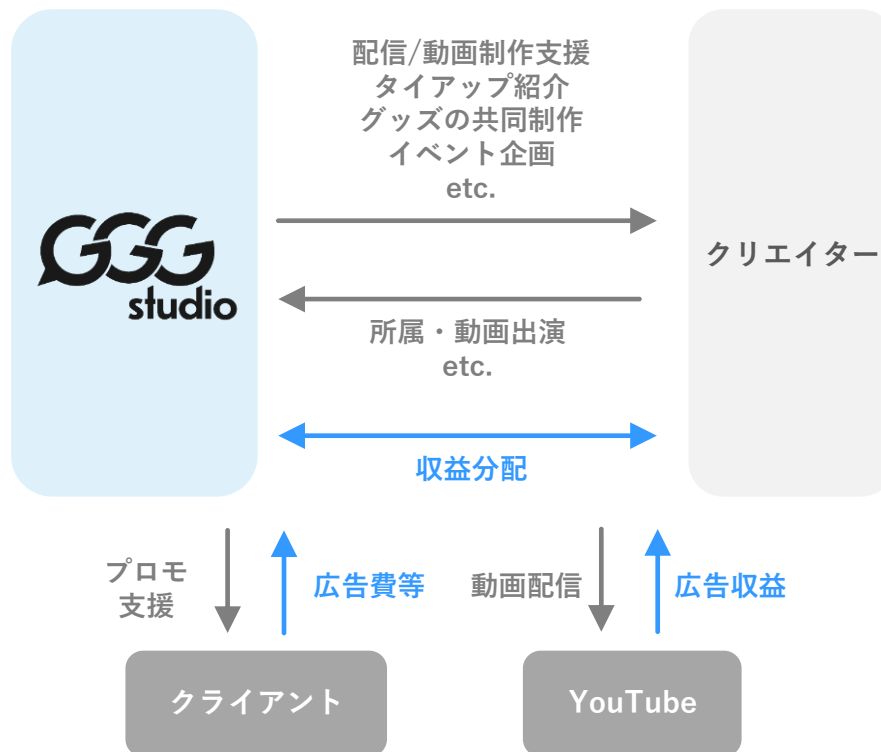
ビジネスモデル：クリエイターマネジメント

- ・ 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

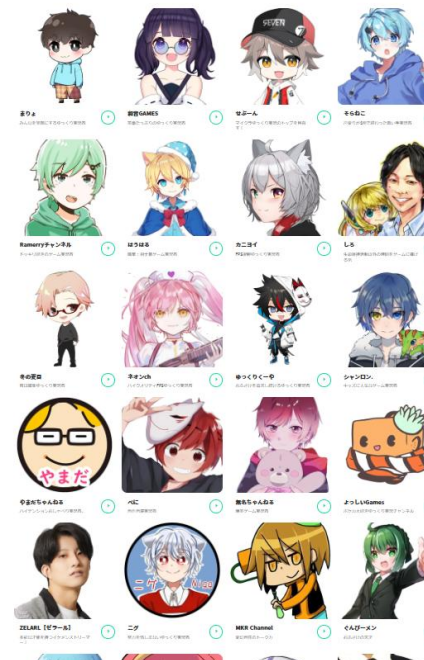
クリエイター単独では難しい分野について組織としてサポート
クリエイターとレベニューシェアするモデル



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

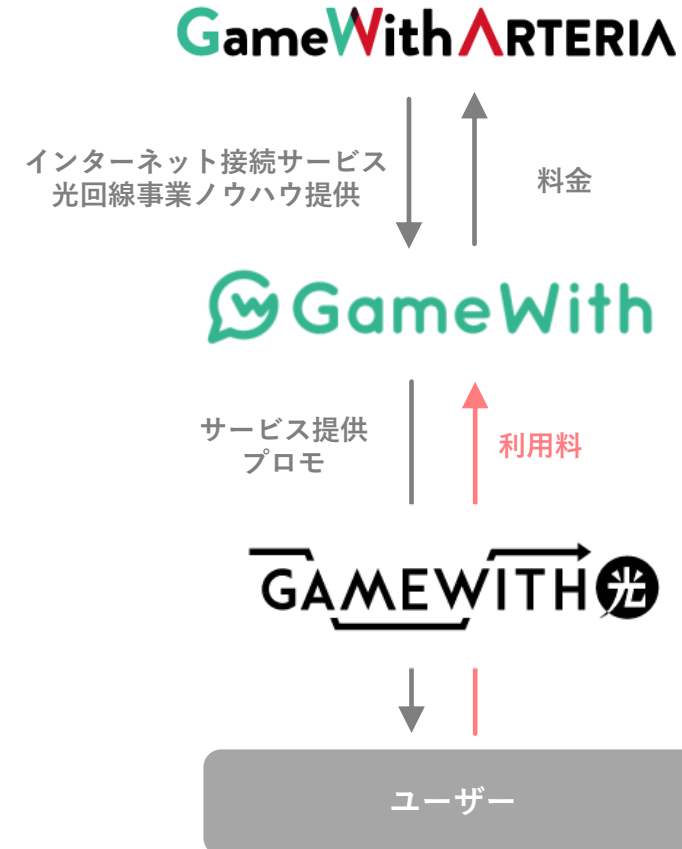
NFTゲーム「EGGCRYPTO」

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	3Q
売上高	712	746	822	838	798	913	907	893	914	940	846	796	807	863	856
(前年比)					+11.9%	+22.4%	+10.2%	+6.4%	+14.5%	+2.9%	▲6.6%	▲10.7%	▲11.7%	▲8.1%	+1.1%
コスト	660	661	713	784	754	789	734	773	820	833	821	831	903	916	891
人件費	391	391	401	408	420	403	381	386	398	394	403	400	415	412	415
外注費	95	103	148	151	156	208	177	187	238	259	239	224	293	324	280
広告宣伝費	32	21	7	51	22	24	24	31	21	21	17	20	26	33	26
地代家賃	28	29	34	25	19	19	19	22	25	24	25	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	25
その他費用	88	89	94	121	108	102	103	117	111	105	108	133	115	94	117
EBITDA	52	85	109	53	43	124	172	119	93	106	25	▲34	▲96	▲53	▲35
(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%	▲4.1%
(前年比)					▲16.7%	+45.8%	+56.7%	+122.5%	+115.1%	▲14.0%	▲85.2%	-	-	-	-
減価償却費	10	11	11	9	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6
のれん償却費	6	11	19	20	29	22	22	23	43	25	25	6	6	6	1
営業利益	34	62	78	24	7	95	143	90	44	75	▲6	▲46	▲108	▲66	▲43
(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%	▲5.0%
(前年比)					▲77.2%	+51.9%	+83.1%	+267.9%	+468.0%	▲20.7%	-	-	-	-	-

※ 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	3Q
ALL	712	746	822	838	798	913	907	893	914	940	846	796	807	863	856
(前年比)					+11.9%	+22.4%	+10.2%	+6.4%	+14.5%	+2.9%	▲6.6%	▲10.7%	▲11.7%	▲8.1%	+1.1%
メディア	585	595	619	599	584	624	618	613	610	597	539	527	489	500	542
(前年比)					▲0.2%	+4.9%	▲0.3%	+2.3%	+4.4%	▲4.2%	▲12.8%	▲13.9%	▲19.7%	▲16.2%	+0.6%
(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%	63.4%
ネットワーク広告	273	305	324	297	277	325	342	304	295	316	304	239	205	201	225
タイアップ広告	311	288	294	301	306	298	275	308	314	280	235	287	283	298	316
eスポーツ・エンタメ	109	130	170	201	179	247	207	236	216	262	205	144	164	233	167
(前年比)					+63.7%	+89.4%	+21.8%	+17.0%	+20.4%	+6.1%	▲1.0%	▲38.9%	▲24.0%	▲11.0%	▲18.2%
(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%	27.1%	19.6%
eスポーツ	30	51	111	156	121	194	161	190	172	205	162	112	136	211	147
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	20
新規事業（NFT・回線等）	17	20	32	37	34	41	81	43	87	80	101	124	153	128	145
(前年比)					+94.9%	+103.2%	+148.6%	+15.9%	+154.3%	+94.0%	+24.2%	+185.0%	+74.6%	+60.3%	+44.0%
(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%	17.0%
NFTゲーム	16	18	31	33	23	21	54	40	32	24	31	38	71	41	51
回線事業	0	0	0	1	9	18	26	1	48	49	60	80	78	83	90
その他	1	1	1	1	1	1	0	0	6	5	9	5	2	4	3

※ 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		
1Q2Q3Q4Q					1Q2Q3Q4Q				1Q2Q3Q4Q				1Q2Q3Q		
メディア															
売上高	585	595	619	599	584	624	618	613	610	597	539	527	489	500	542
EBITDA	168	191	242	234	226	287	295	291	281	267	208	189	143	142	180
営業利益	155	177	228	222	215	277	285	281	272	258	199	179	133	132	175
(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%	28.4%	33.2%
(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%	32.3%
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	167
EBITDA	▲30	▲32	▲49	▲33	▲43	▲33	▲24	▲19	▲33	▲19	▲40	▲79	▲69	▲36	▲70
営業利益	▲33	▲39	▲66	▲50	▲68	▲51	▲42	▲38	▲72	▲40	▲60	▲80	▲71	▲38	▲72
新規事業（NFT・回線等）															
売上高	17	20	32	37	34	41	81	43	87	80	101	124	153	128	145
EBITDA	▲3	▲1	3	▲40	▲47	▲58	▲26	▲73	▲58	▲50	▲53	▲38	▲68	▲75	▲52
営業利益	▲3	▲1	3	▲40	▲47	▲59	▲26	▲73	▲58	▲50	▲54	▲39	▲68	▲75	▲53
その他調整額															
EBITDA	▲82	▲72	▲86	▲106	▲91	▲70	▲71	▲78	▲96	▲91	▲89	▲106	▲101	▲84	▲92
営業利益	▲83	▲73	▲87	▲107	▲92	▲71	▲72	▲79	▲96	▲91	▲90	▲106	▲101	▲84	▲92

※ EBITDA = 営業利益+減価償却費+のれん償却費

BS推移

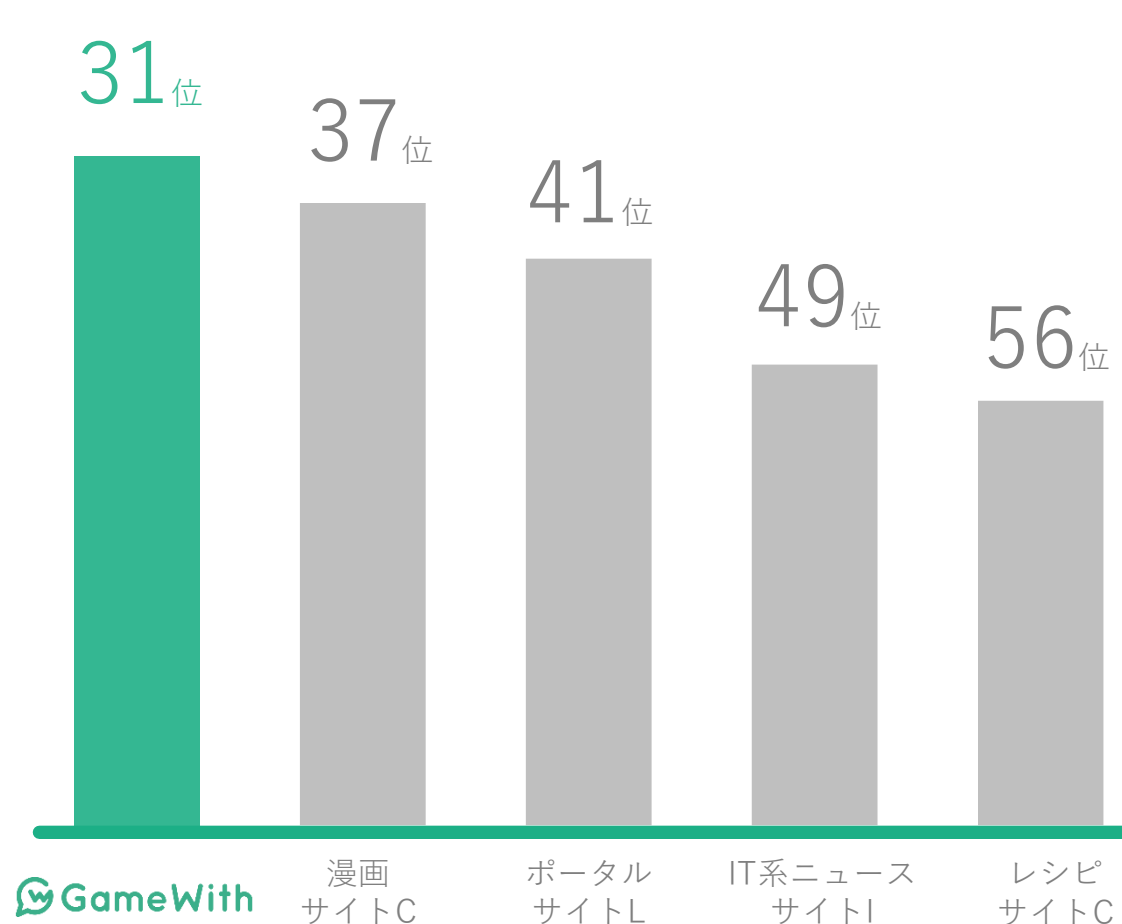
(単位：百万円)

	2024年5月期/期末	2025年5月期/3Q	増減額
資産合計	3,884	3,321	▲562
流動資産	3,363	2,797	▲566
（現金及び預金）	2,828	1,997	▲831
固定資産	520	524	3
有形固定資産	52	44	▲7
無形固定資産	18	28	10
投資その他の資産	450	451	0
負債合計	963	656	▲307
流動負債	892	628	▲264
固定負債	70	27	▲43
純資産合計	2,920	2,665	▲255
負債純資産合計	3,884	3,321	▲562
（自己資本比率）	75.2%	80.3%	—
（流動比率）	376.9%	445.2%	—

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**31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
 KYUZAN	ブロックチェーンゲーム「EGGCRYPTO」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
 CryptoGames	ブロックチェーンゲーム「クリプトスペルズ」の開発・運営
 Game Server Services 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
 Knowhere	スポーツのテクノロジー活用を推進するソフトウェア・アプリケーションの企画・開発・運用

サステナビリティへの取り組み

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

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

サステナビリティへの取り組み

GameWithはゲームを通じてSDGsの達成および社会課題の解決に貢献し、

すべての生活者が輝く、より良い世界の実現を目指します。

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

3つのWith

With Consumer

生活者

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



MORE >

With Society

社会

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



MORE >

With Work

働き方

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



MORE >

会社概要

会社名	株式会社 GameWith（証券コード：6552）		
所在地	東京都港区三田一丁目4番1号 住友不動産麻布十番ビル4階		
事業内容	ゲーム情報等の提供を行うメディア事業およびeスポーツ・エンタメ事業、ならびにゲームに関連する新規事業		
設立	2013年6月		
経営体制	代表取締役社長	今泉	卓也
	取締役	日吉	秀行
	取締役	矢崎	高広
	取締役（社外）	武市	智行
	取締役（社外）	濱村	弘一
	取締役（社外）	小林	徹
	常勤監査役（社外）	半谷	智之
	監査役（社外）	後藤	勝也
	監査役（社外）	森田	徹
	執行役員	重藤	優太
	執行役員	黒太	薫
	執行役員	冬野	和政
	執行役員	熊倉	陵平
資本金	553百万円（2025年2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。

