

2010年3月期（第9期）
第1四半期 決算説明資料

株式会社ドリコム
2009/8/6

1 第1四半期 連結決算概要

2 中期経営指針

3 主なリリースサービス

4 各事業の推移

-
- ・エンタメウェブ事業
 - ・マーケティングソリューション事業

5 注力事業について

6 参考資料

第 1 四半期 連結決算概要

決算ハイライト

2009年4-6月

収益の概況

- 売上高 509 百万円
 - 前年同期 479 百万円
- 営業利益 28 百万円
 - 前年同期 △23 百万円
- 合併後の費用が想定よりも少なく推移したため利益面が上振れ

※参考 平成21年7月22日付「業績予想の修正に関するお知らせ」

トピックス

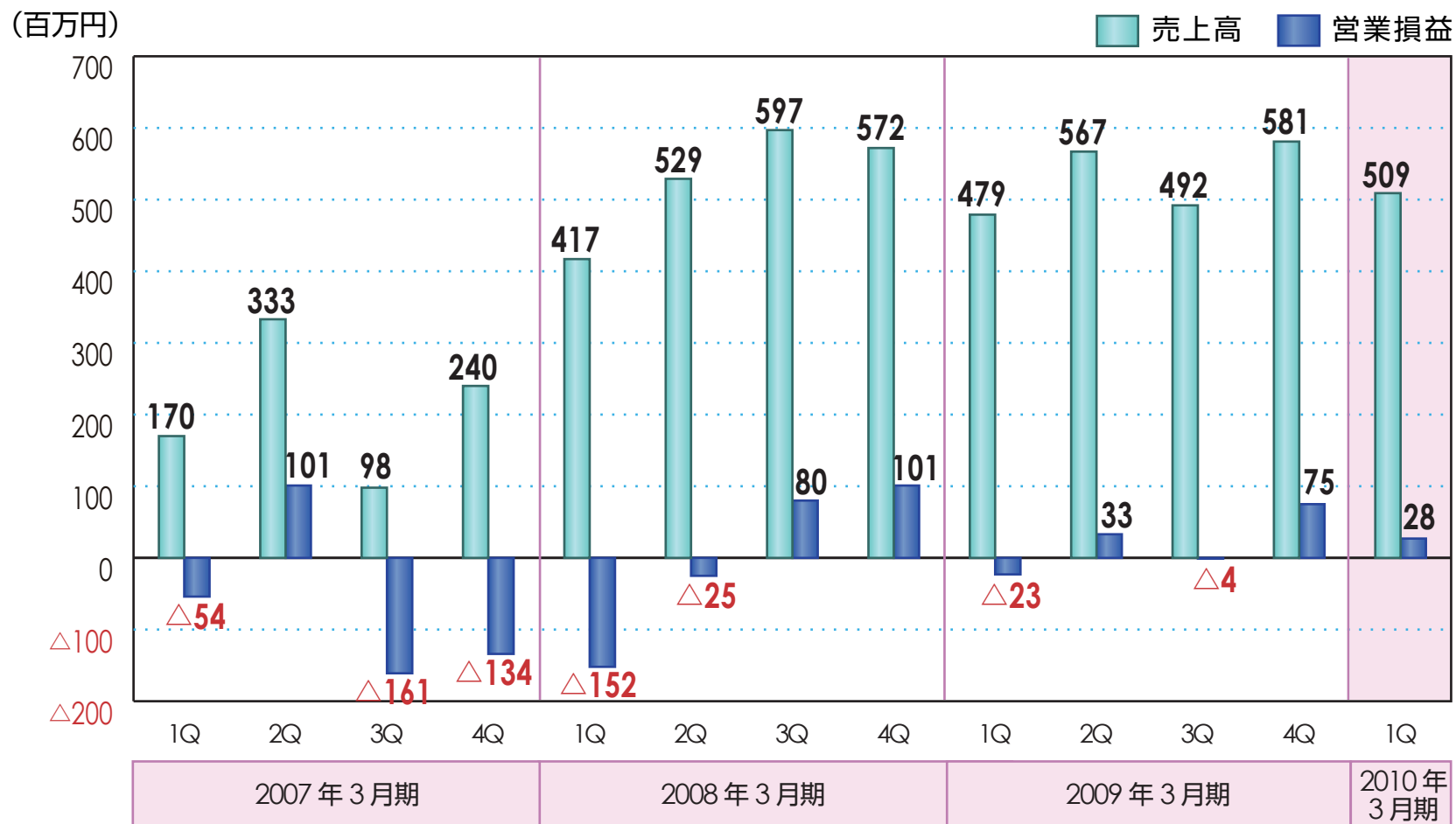
- 注力領域として「ソーシャルアプリ (mixi アプリ)」への取り組みを開始
- きせかえコンテンツ関連について3キャリア対応を進めサービスを拡大
- 行動ターゲティング広告サービス『ad4U』については配信ボリュームが拡大
- モバイル広告サービス『集めてバナーナ』の取り組みを開始



第1四半期 連結決算概要

売上高および営業損益

売上高 509 百万円 営業利益 28 百万円



※ 百万円未満切捨て

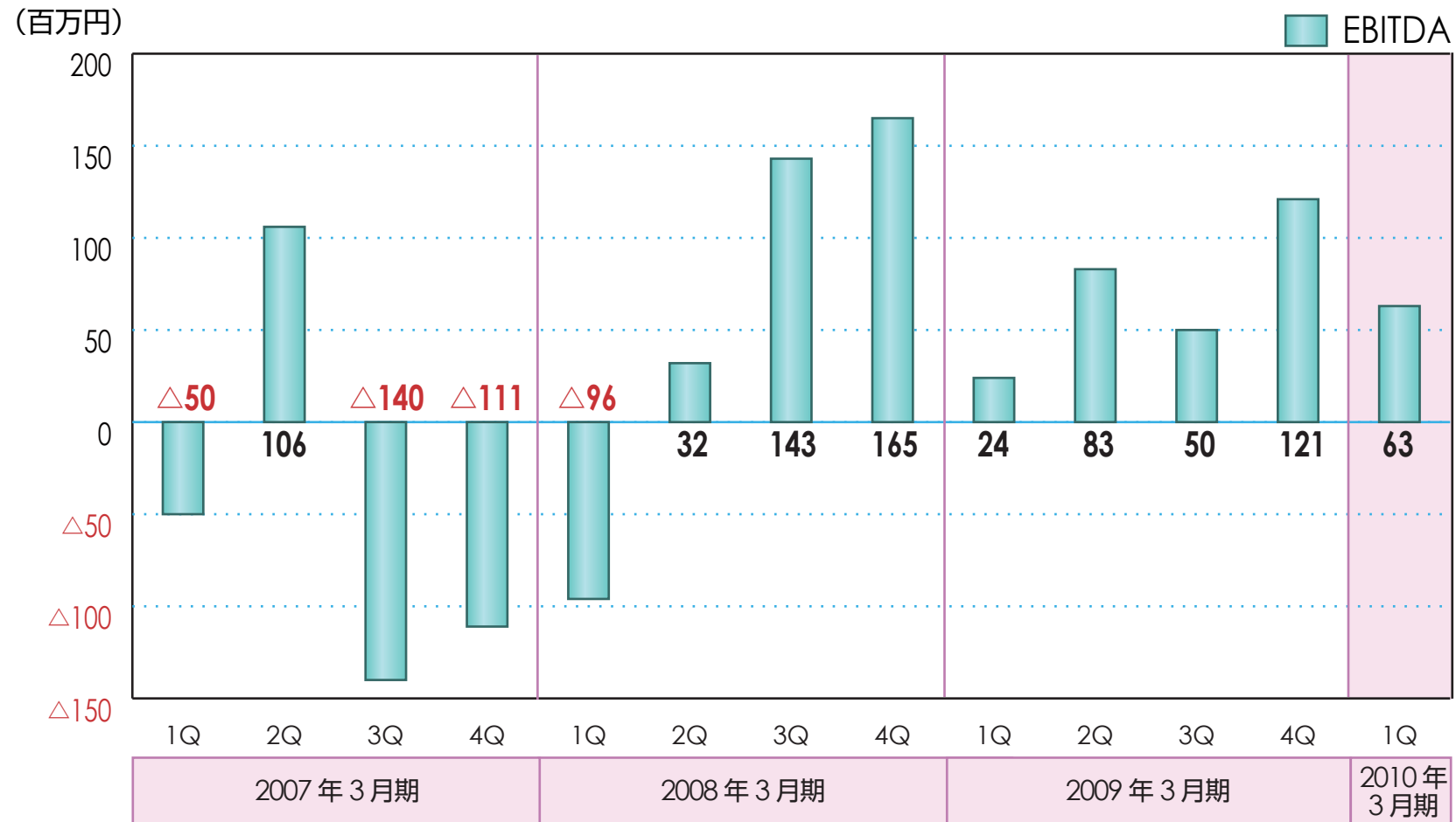


1

第1四半期 連結決算概要

EBITDA

EBITDA 63 百万円



※ 営業利益+減価償却+のれん償却を四半期単位で算出
 ※ 百万円未満切捨て

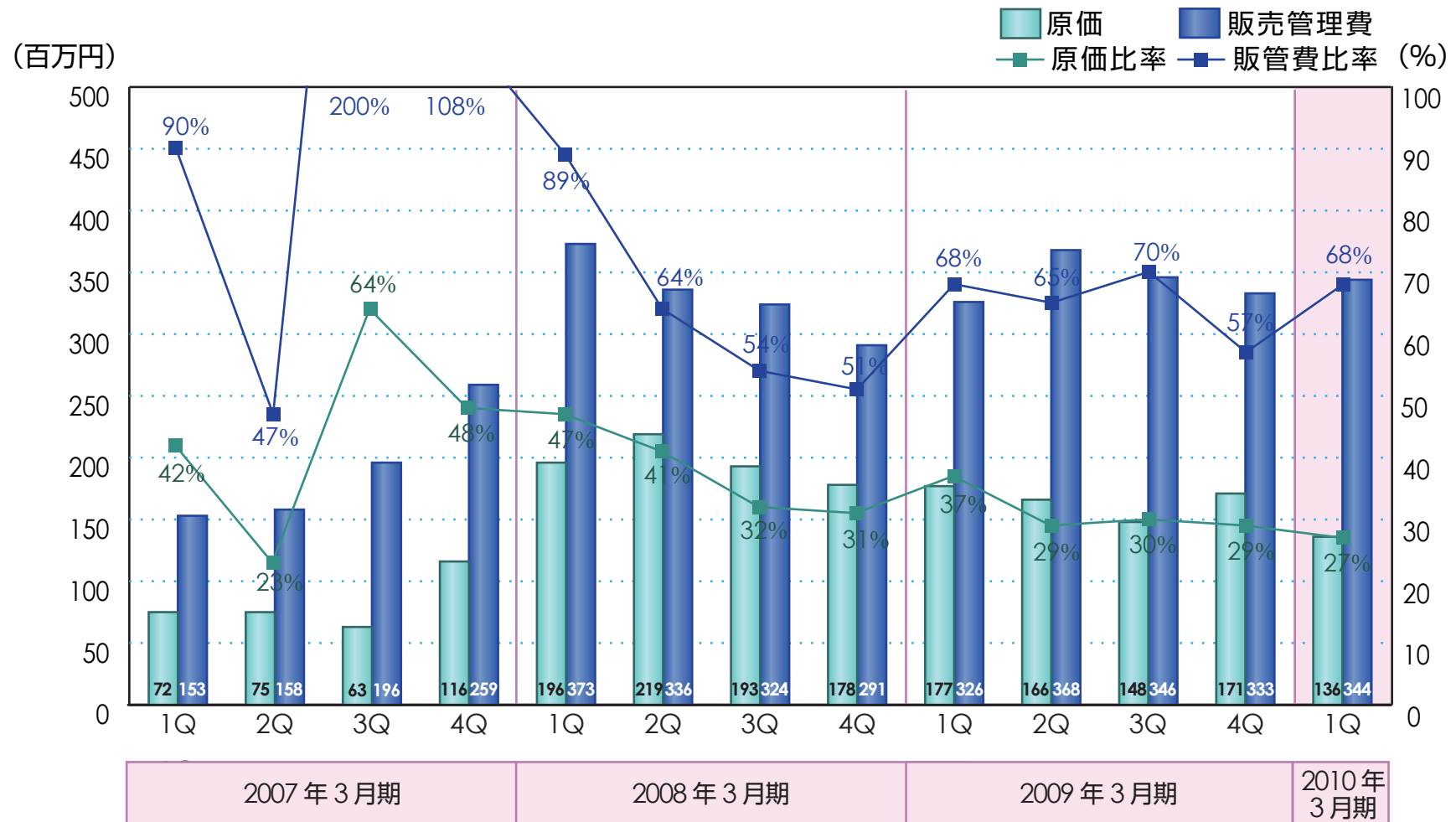
1

第1四半期 連結決算概要

原価および販管費

売上原価 136 百万円 (原価比率 27%)

販管費 344 百万円 (販管費比率 68%)



※ 百万円未満切捨て

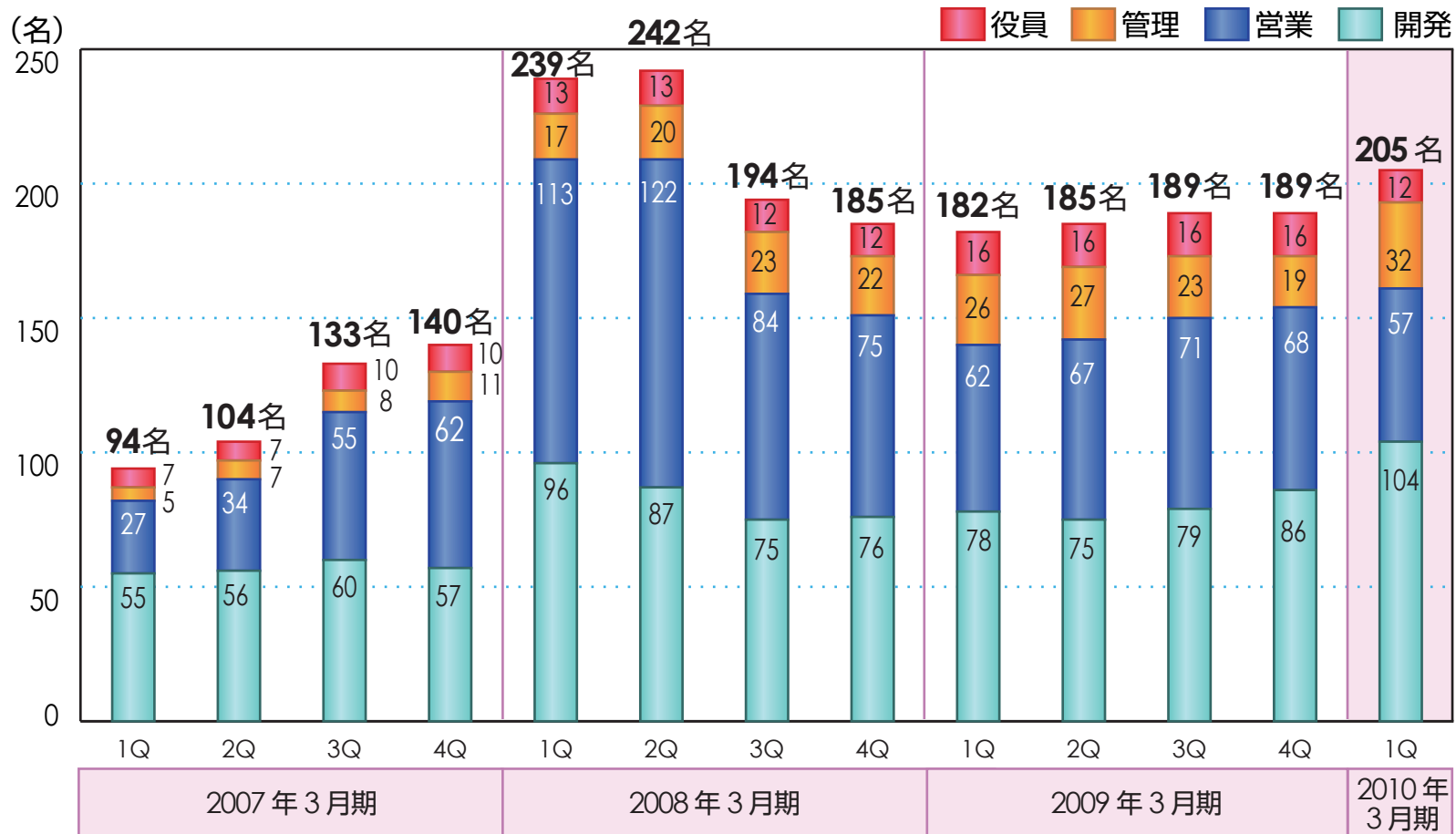


第1四半期 連結決算概要



従業員数

個人向けサービスでのテスト業務等の増加によりアルバイト（開発付）を採用



※2010年3月期1Q:合併による組織変更に伴い開発に所属する間接部門人員を開発扱いから管理扱いに変更
 ※2009年3月期3Q:ドリコムマーケティングの営業事務職を管理扱いから営業扱いへ変更
 ※2009年3月期1Q:ドリコム単体の企画職を営業扱いから管理扱いに変更
 ※臨時社員を含む



損益計算書の概況

(百万円未満切捨て)

(百万円)	2009年4-6月	※参考 前年同期	※参考 前年通期
		2008年4月-6月	2008年4月-2009年3月
売上高	509	479	2,121
原価	136	177	664
(原価比率)	26.9%	36.9%	31.7%
売上総利益	372	302	1,457
販管費	344	326	1,371
(販管費比率)	67.5%	68.0%	64.7%
営業損益	28	△23	85
経常損益	27	△31	61
当期純損益	△40	△72	△492

製造原価を抑え、売上が伸びているため原価率は低減

繰延税金資産の回収可能性を検討した結果、同資産を取り崩すこととなり法人税等調整額を計上したほか、子会社の法人税等が発生

貸借対照表の概況

(百万円未満切捨て)

(百万円)	2009年6月末	※参考 前期末	※参考 前年同期
		2009年3月末	2008年6月末
流動資産	1,020	1,151	1,231
固定資産	996	1,024	1,577
総資産	2,017	2,175	2,808
流動負債	475	561	685
固定負債	160	193	293
純資産	1,381	1,419	1,830
自己資本比率	62.7%	59.8%	61.3%

借入金の返済等により現金等が減少

未払金や法人税の支払い等より減少

長期借入金の返済により減少


1

第1四半期 連結決算概要

キャッシュ・フロー計算書の概況

(百万円未満切捨て)

(百万円)	2009年4月-6月	※参考 前年同期	※参考 前年通期
		2008年4-6月	2008年4月-2009年3月
営業活動によるキャッシュ・フロー	1	△25	31
投資活動によるキャッシュ・フロー	△19	△41	39
財務活動によるキャッシュ・フロー	△30	239	△44
現金及び現金同等物の期末残高	602	798	651


 プラスの要因として売上債権の減少、マイナスの要因として法人税等の支払等
 主に無形固定資産の取得により支出
 主に長期借入金の返済により支出

1

第1四半期 連結決算概要

業績予想の修正について

合併後の費用が想定を下回ったため利益が上振れ
 景況が不透明であることと mixi アプリ等への投資が本格化することから、第2四半期以降の計画値は変更無し

▶ 連結中間業績 (2009年4-9月) の修正

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
修正前 (百万円)	1,020	△50	△55	△59
修正後 (百万円)	1,020	14	11	△58
増減 (百万円)	—	64	66	1

管理コスト、資産の購入など
 合併後に見込んでいた費用が
 全体的に予想を下回ったために上振れ

合併により繰延税金資産の取り崩し
 による法人税調整額等が発生

※ 連結通期についても同数値にて修正

※ 個別業績についても同様の理由により修正

※ 詳細は平成21年7月22日付「業績予想の修正に関するお知らせ」を参照

中期經營指針

2

中期経営指針

ドリコムグループにおける事業展開の遷移

2010年3月期はコミュニケーションを強みとした、「Entertainment」と「Net Marketing」の2領域で事業を成長させていく

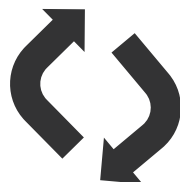


Entertainment Web Service 領域



エンタメウェブ事業

コミュニケーションを楽しむことを目的とした
エンターテインメントサービスを提供することで、
「ユーザー課金」と「広告収入」を軸にした展開を行う



例えば個人向けにきせかえコンテンツを提供しつつ、その制作エンジンを法人向けに
提供するなど、相互の領域でサービスを利用していくことで効率的に展開を進めていく

Internet Marketing Solution 領域



マーケティングソリューション事業

ユーザーのニーズに即したマーケティング効果の
高いインターネットソリューションを提供することで、
「システム提供」と「広告収入」を軸にした展開を行う

エンタメウェブ事業の概要

▶ エンタメ領域（モバイル）の市場規模

ミュージック系 コンテンツ市場規模 1,633億円*	グラフィック系 コンテンツ市場規模 464億円*	ゲーム系 コンテンツ市場規模 869億円*
----------------------------------	--------------------------------	-----------------------------



当社がメインターゲットと考えるエンタメ領域（モバイル）の市場規模 = 2,996億円
 （2008年3月期の当社における規模 ミュージック系25万ユーザー/グラフィック系8万ユーザー）

▶ ドリコムの強み

Entertainment領域

開発力を生かした
エンタメコンテンツの企画/配信

モバイル公式サイトだけでも
52サイトを運営中



Communication領域

コミュニケーションによる
コンテンツの付加価値

プロフィールサービスやソーシャルブックマーク
など、コミュニケーション分野への早期からの
取り組み

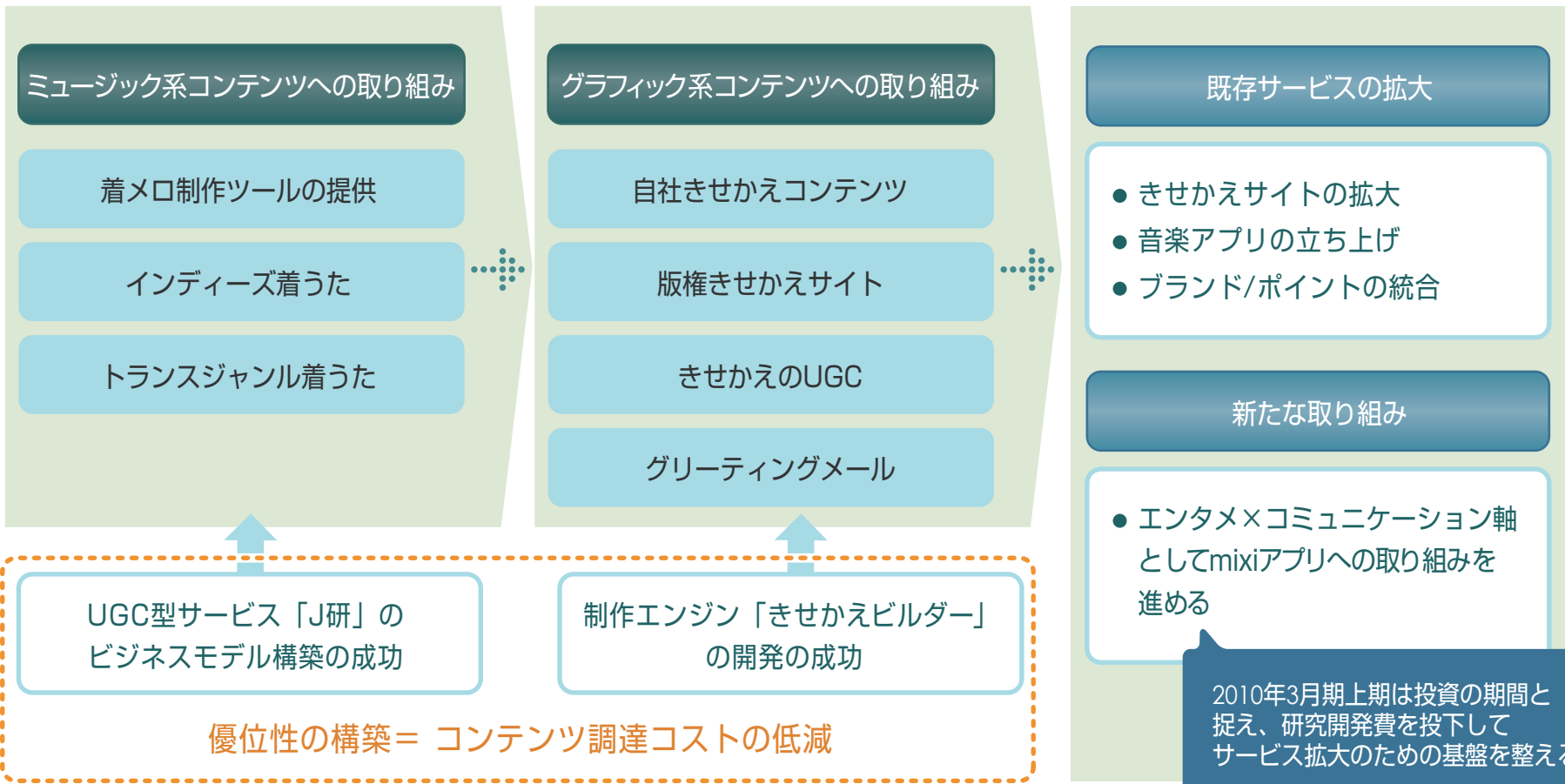


Entertainment領域

クリエイターのネットワークによる
コンテンツの調達力

月間約4,000件のユーザーによる
コンテンツの投稿

* 2008年実績 モバイルコンテンツフォーラム発表資料 2009年7月17日



マーケティングソリューション事業の概要

▶ インターネットにおけるマーケティング領域の市場規模



当社のターゲットとするインターネットマーケティング市場規模= 6,440億円～
 (2008年3月期の当社における売上規模 約6億円)

▶ ドリコムの強み

Netmarketing領域

広告効果と集客力を追求した
 自社開発のソリューション

市場黎明期よりCMS、CGMIに関する
 技術提供を実施

Communication領域

コミュニケーション要素により
 効果が上がる仕組み作り

国内最初期のコンテンツマッチ広告や
 独自の行動ターゲティング広告などの技術開発

Entertainment領域

エンタメ領域でのマーケティング
 活動のノウハウ活用

モバイルサービス拡大のために
 年間1.6億円(2008年度)の広告宣伝費を運用

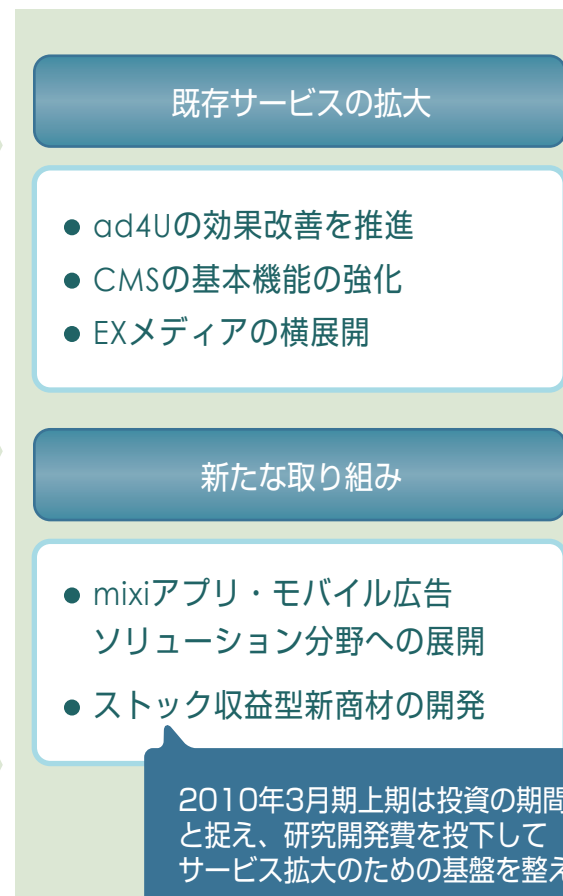
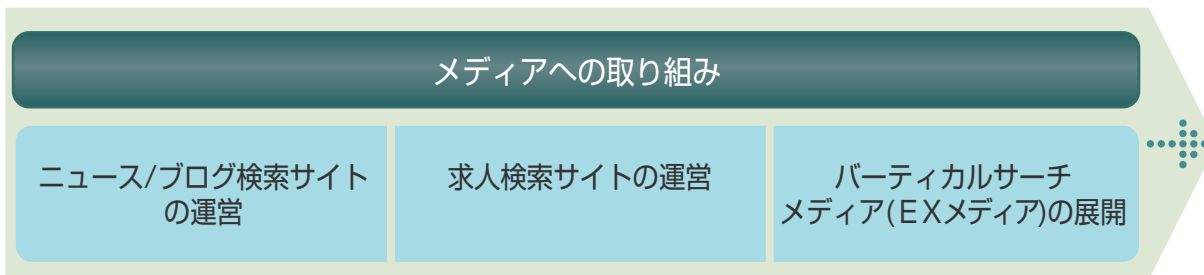
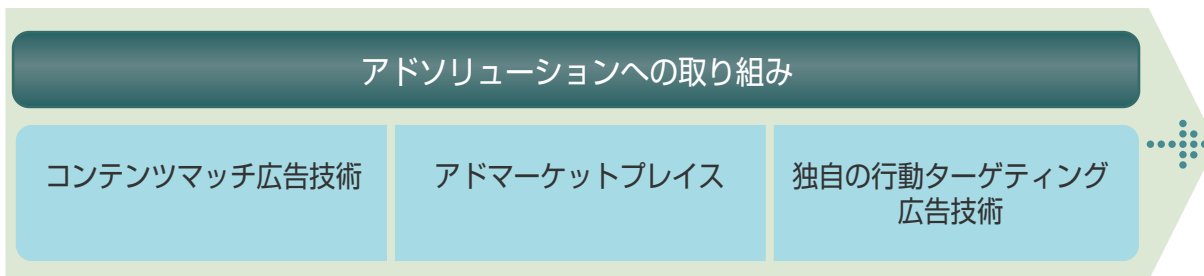
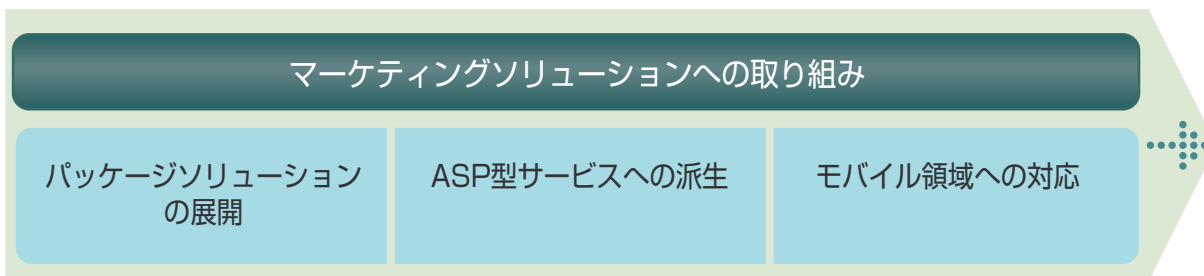
※1 2009年予測 出所:インターネット白書2008 (リスティングはPCモバイルの合計)

※2 2009年予測 出所:シードプランニング (<http://www.seedplanning.co.jp/press/2009/0127.html>)

※3 2009年予測 出所:当社対象ドメインにおける当社推定値

※4 2010年予測 出所:総合求人情報サービスを行うディップ株式会社が発表したDip Report データによる (http://www.dip-net.co.jp/pdf/trend/131F2C3_299A0.html)

マーケティングソリューション事業の取り組み



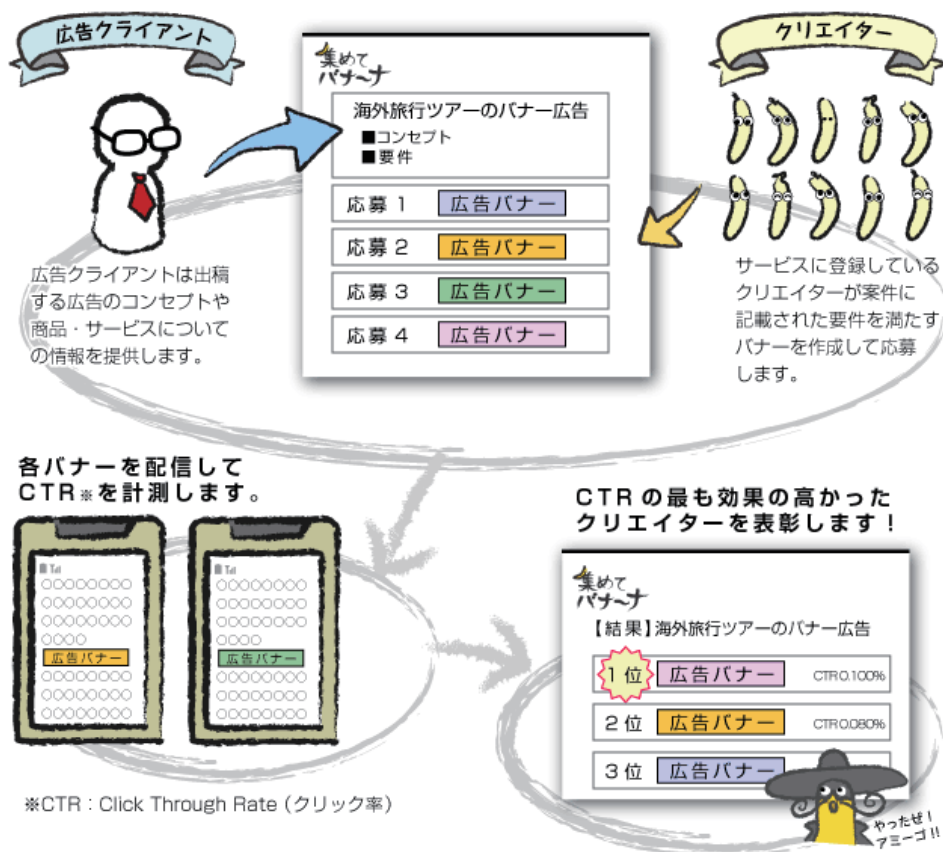
主なリリースサービス



5月27日『集めてバナーナ』リリース / マーケティングソリューション事業

誰でも簡単に参加できるモバイル広告向けのバナー投稿サイト

テスト配信の結果、1位のバナーの効果（CTR）は最下位のバナーの約6.5倍



ドリコムグループとしての取り組み

50を超える携帯サイトの広告宣伝費として、
年間1.6億円以上を投下（2008年度実績）

効果改善の取り組みにおける分析

結果として、モバイル純広告はCTRで約5倍の差がでる等
バナーによって大きく効果が変動

モバイル広告サービスの開始

UGC型で最適化されたバナーを提供する仕組み作りを開始し、
今秋から自社だけでなく他社へも本格的に販売を進めていく

3

主なリリースサービス

6月17日 mixi アプリ 5タイトルリリース / エンタメウェブ事業

戦国大戦がアプリ 915件中4位にランクイン

作成者別ランキングでは498件中3位にランクイン (8月5日現在)



※1

※2



※1 CNET Japan 2009年6月17日 (<http://v.japan.cnet.com/news/article/story/0,2000067548,20395159,00.htm>)

※2 INTERNETWATCH 2009年6月17日 (http://internet.watch.impress.co.jp/docs/news/20090617_294488.html)

3

主なリリースサービス

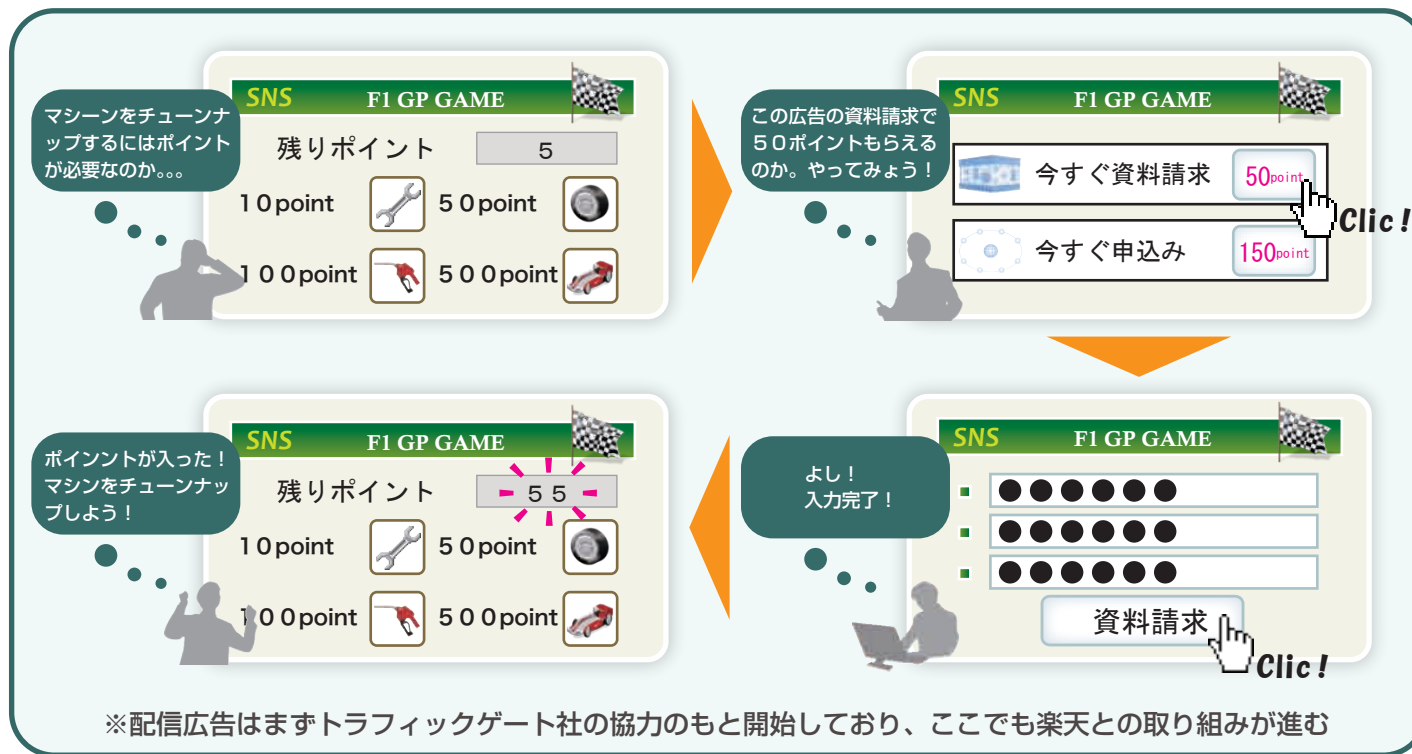
7月13日『poncan』リリース / マーケティングソリューション事業

mixi 向けのポイント広告サービスとして国内初の提供

mixi アプリプロバイダー向けのマネタイズ手段として展開していく



mixi アプリ



FaceBook など海外の SNS では...



海外のオープン化している SNS では、Offerpal MEDIA 等がビジネスモデルを構築。Offerpal MEDIA は FaceBook や MySpace 等の SNS 上で広告ネットワークを展開している企業。ここで提供する成果報酬型広告では \$ 100 eCPM (広告 1000 回表示、または 1000PV あたりの収益額) となっており、これは Google Adsense の \$ 1 eCPM をはるかに上回る数値。

※ 引用 (<http://jp.techcrunch.com/archives/20080825can-you-guess-which-facebook-app-is-making-a-million-dollars-a-month-i-can/>)

各事業の概況

エンタメウェブ事業

ミュージックコンテンツ

投稿型メロディサイトの運営や着うたなどのコンテンツや
その他、着メロ関連サービスの提供等



グラフィックコンテンツ

きせかえコンテンツの企画提供や
UGC型きせかえサイトの運営、メールコンテンツの提供等



ゲーム&コミュニケーション

無料で使える個人向けブログや、
mixi上で遊べるソーシャルアプリの提供等



マーケティングソリューション事業

アドソリューション

独自の行動ターゲティング広告技術サービスや、
mixiアプリ向けポイント広告サービスの提供等



メディア

日本最大級の転職・求人情報サイトや
中古車情報サイトなどの運営等



ウェブマーケティング

収益拡大につながるCGMプラットフォームの開発販売や
CMSサービスのASP提供等



その他（代理店関連）

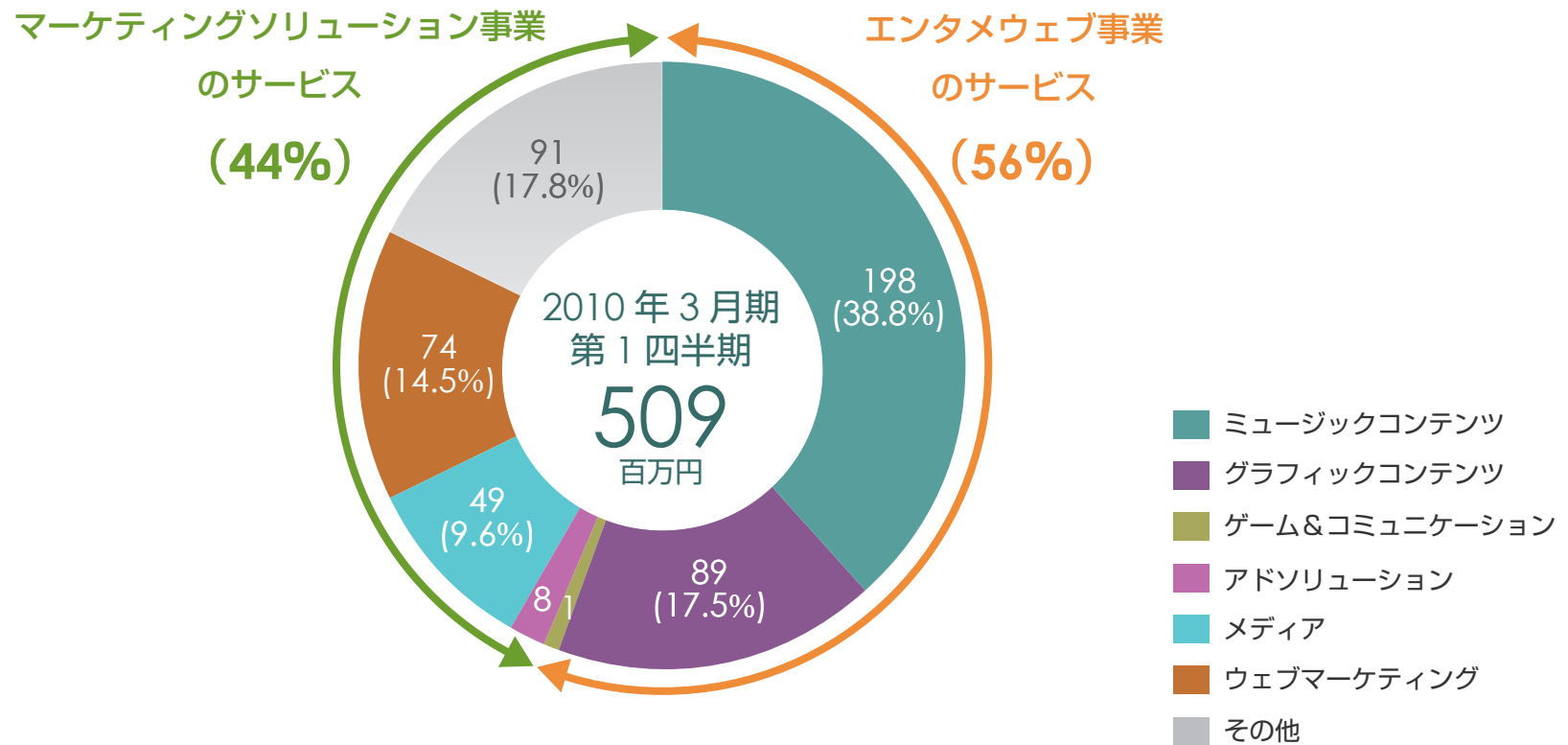
※ 短信等に記載のセグメントと一部区分けが異なります

4

各事業の概況

売上の構成

エンタメウェブ事業のサービスが5割を超える



※ 単位：百万円（百万円未満切り捨て）
 ※ 短信等に記載のセグメントと一部区分けが異なります

エンタメウェブ事業 ハイライト

ソーシャルアプリ分野への
取り組みを開始

- ソーシャルアプリの取り組みを進めるための体制を整備
- mixi アプリβ版環境にて、『戦国大戦』などアプリ5タイトルをリリース
- 正式版スタートを見据え、順次 mixi アプリをリリース予定

グラフィックコンテンツの
サービスを拡大

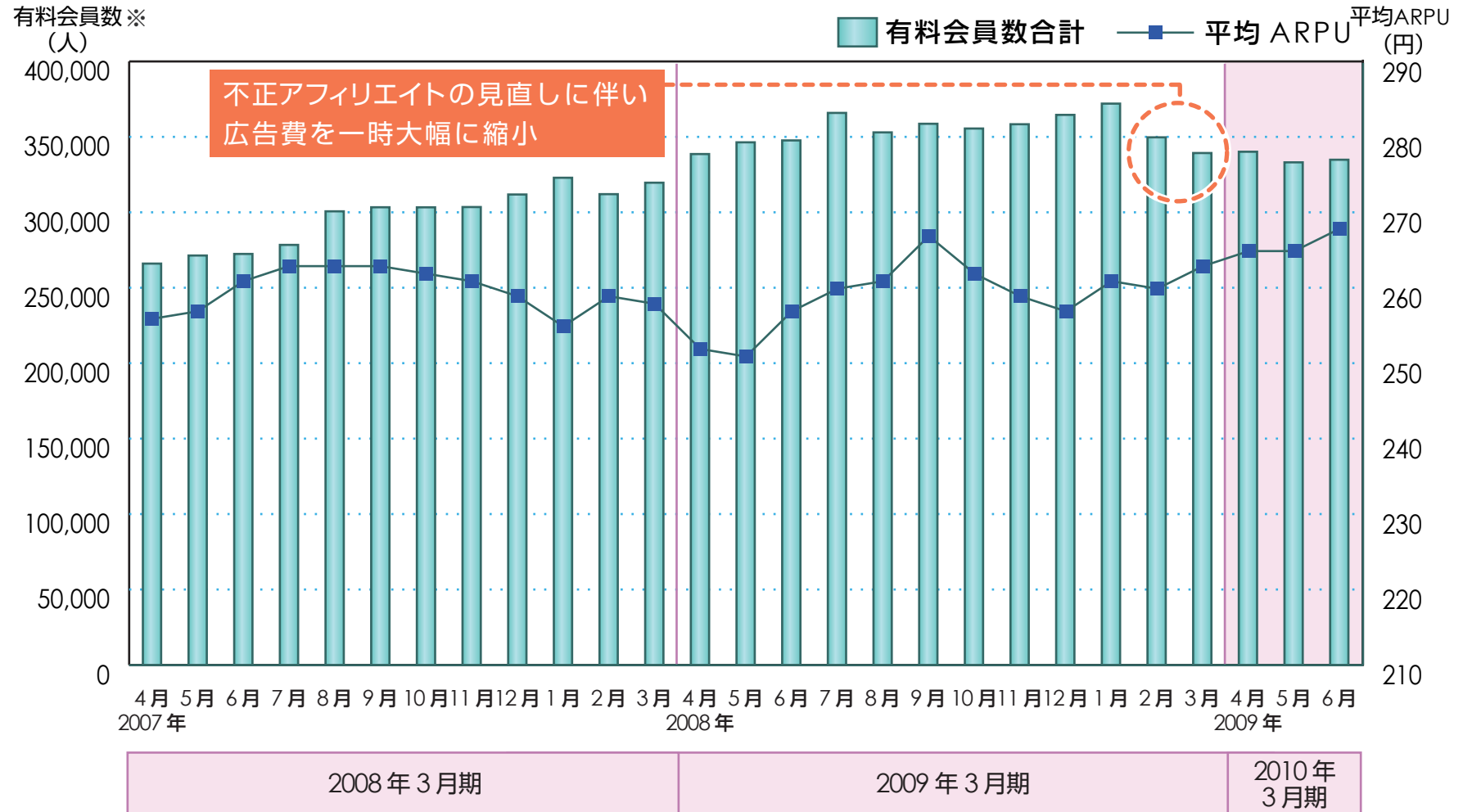
- 『I LOVE きせかえ TV』『きせかえ DLE』を3キャリアに対応
- 『きせかえビルダー』を3キャリアに対応
- 新たに『きせかえビルダー ASP』をリリース
- TBS「女神サーチ」とのコラボきせかえ『浴衣時計』を配信

4

各事業の概況

有料会員数と ARPU

広告の見直しの影響（不正アフィリエイト対応）で会員数は 33 万人の横ばいで推移
 平均 ARPU はグラフィックコンテンツの伸びにより増加傾向



※有料会員数は無料会員を除く、有料プランにカウントされるユーザー数をのべて算出

マーケティングソリューション事業 ハイライト

ソーシャルアプリ分野への
取り組みを開始

- ソーシャルアプリの取り組みを進めるための体制を整備
- mixi アプリプロバイダー向けのポイント広告サービス『poncan』を開始

ad4U の効果改善の
取り組みが進む

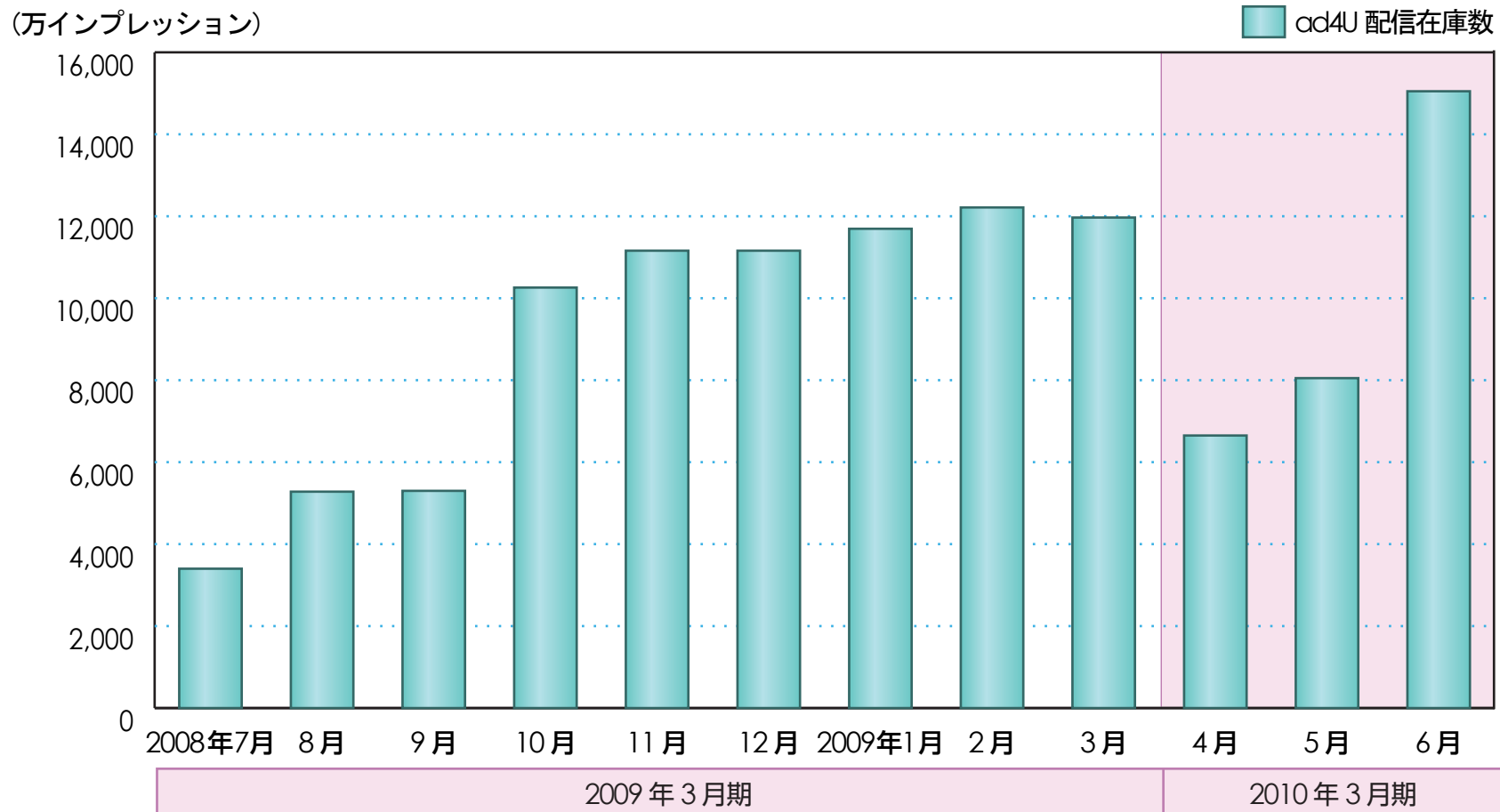
- 6月、「ソネット・メディア・ネットワークス」との取り組みを開始
- 7月初旬より「楽天アドネットワーク」がスタートし、配信枠が拡大
- 配信在庫数、販売率ともに順調に推移

4

各事業の概況

ad4U 配信在庫数

楽天 infoseek 枠の拡大に加え、ソネット・メディア・ネットワークスでの配信がスタート
4・5月で配信数の調整を行ったため一時的に下がったものの6月から順調に拡大



注力事業 ～ソーシャルアプリ～

ドリコムでの取り組みの流れ

ミュージック、グラフィックでの取り組みをベースに、
コミュニケーション（ソーシャル）要素を持つエンタメ領域へ展開

～2005年

2006年

2007年

2008年

2009年

ミュージックコンテンツ

グラフィックコンテンツ

コミュニケーション × ゲーム



続く展開として、
「ソーシャルアプリ分野」への
取り組みを開始

エンタメウェブ事業



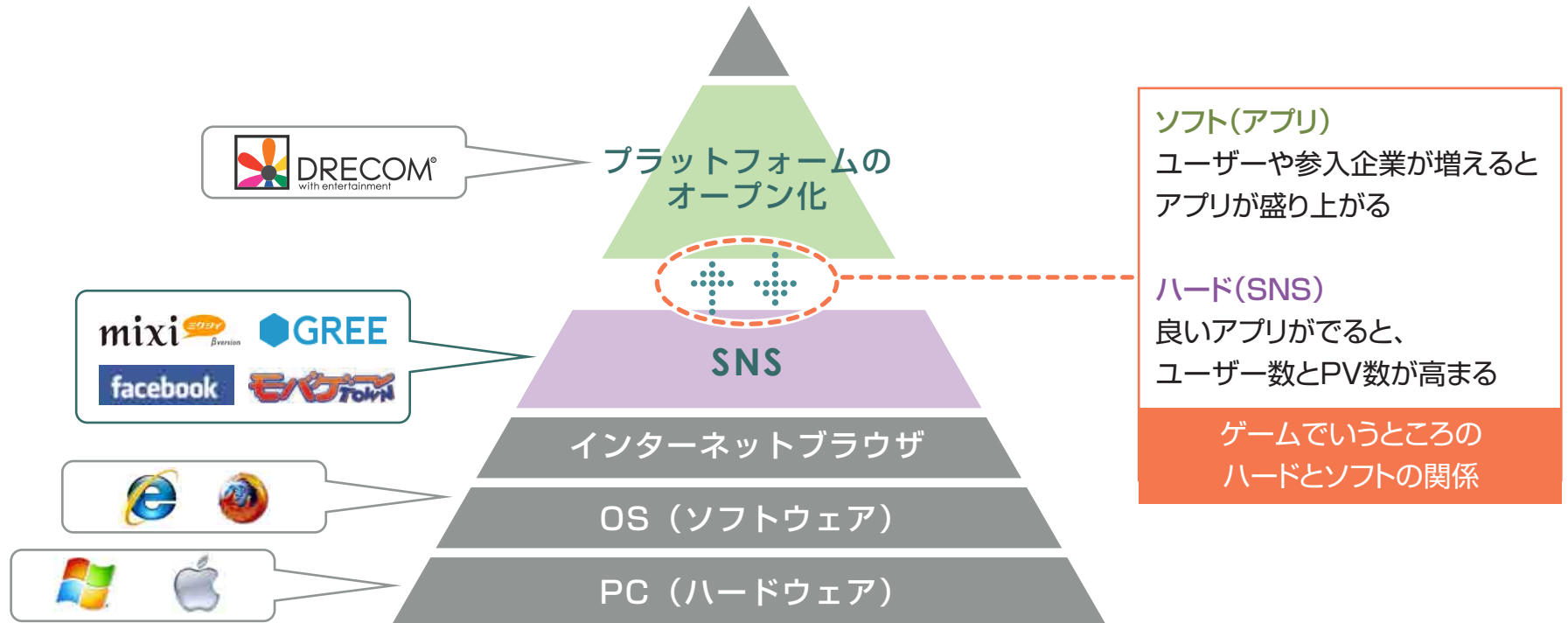
マーケティング
ソリューション事業

poncan

ソーシャルアプリ分野への注目

SNSの登録者数は国内だけで約7,134万人*

その中で「マネタイズするための仕組み」として、オープン化への期待が高まる



SNSプラットフォーム
の利用者拡大

プラットフォーム
のオープン化

マネタイズ手段
の確立

ソーシャルアプリ

国内ではこれから取り組みが始まる分野

* 重複を含むのべ人数。参照：(総務省) 平成 21 年 7 月 13 日「ブログ・SNS の経済効果に関する調査研究」の結果の公表

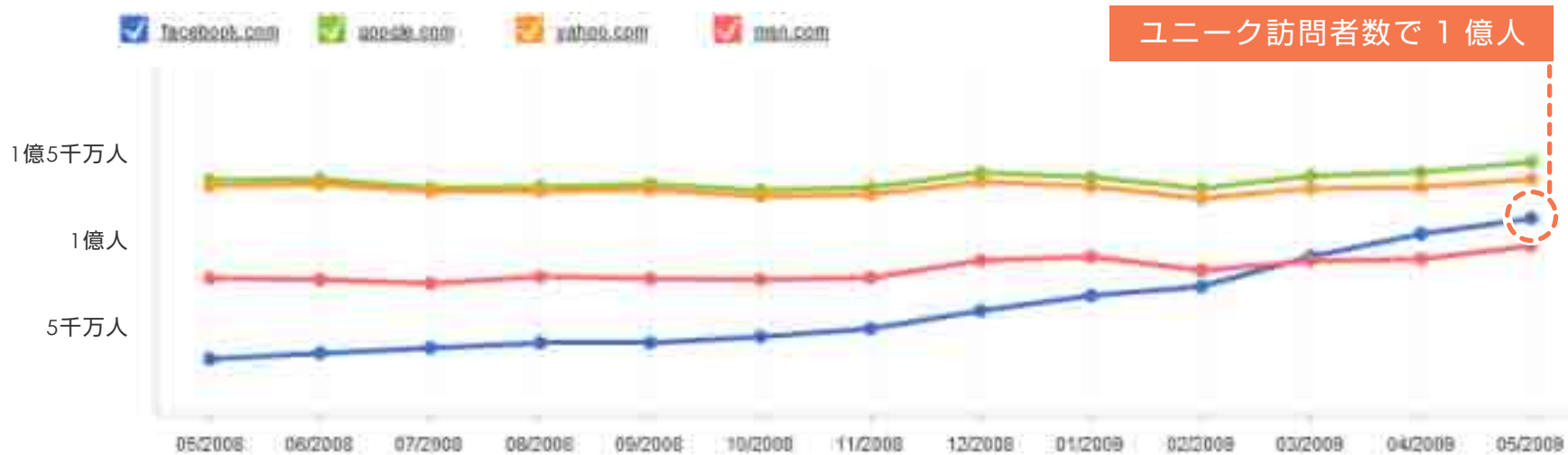
5

注力事業 ～ソーシャルアプリ～

世界ではソーシャルアプリによるSNS経済圏が確立

世界第4位のサイトがSNS「FaceBook」、ユニークで月間1億人が利用
 市場の立ち上げから約2年でアプリデベロッパーの売り上げがFaceBook本体の
 売上（約500億円）を上回る※1

FaceBookとその他の主要なサイトのユニーク訪問者数比較※1



国内 SNS

mixi ユーザー数
1,741 万人※2

北米 SNS

2 サイトの登録ユーザー数計
4 億 5 千万人以上※2

中国 SNS

※1 引用 ソーシャルアプリ.jp (<http://www.socialapplication.jp/2009/05/mixi/155/>)

※2 引用 株式会社ミクシィ 決算説明会資料 (<http://eir.eol.co.jp/EIR/View.aspx?template=announcement&sid=3732&code=2121>)

5

注力事業 ～ソーシャルアプリ～

世界では利用ユーザー数も急増

ソーシャルアプリの利用ユーザー数は、2008年の5000万人に対し、2009年には2億5000万人になるという予測^{※1}もある

世界で遊ばれる「FARM VILLE」は Facebookだけで 月間1,600万人以上のアクティブユーザー



※2

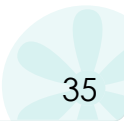
Facebook
アプリランキング第1位 (2009年8月3付)

Rank	Game	Monthly Actives	Developer	MAU Change	(Last Month)
1	FarmVille	16,576,653	Zynga	11,588,715	5,087,938
2	MindJolt Games	16,386,997	MindJolt.com	5,776,810	10,610,187
3	Mafia Wars	15,220,776	Zynga	2,775,157	12,445,619
4	Texas HoldEm Poker	15,198,744	Zynga	969,553	14,229,191
5	Farm Town	14,663,946	Slashkey	4,286,409	10,377,537
6	Pet Society	14,370,046	Playfish	2,236,001	12,134,045
7	YoVille	10,277,059	Zynga	2,419,115	7,857,944
8	Restaurant City	8,506,155	Playfish	2,644,427	5,861,728
9	Bejeweled Blitz	5,894,903	PopCap Games	1,490,825	4,404,078
10	Bumper Sticker	5,184,293	LinkedIn	321,286	4,863,007
11	Barn Buddy	4,862,138	TheBroth, Inc.	1,673,489	3,188,649
12	Geo Challenge	4,096,879	Playfish	400,969	3,695,910
13	Biotronic	4,028,115	Metrogames	629,838	3,398,277
14	Friends For Sale	3,882,656	Serious Business	509,632	3,373,024
15	Waka-Waka	3,666,578	Metrogames	557,037	3,109,541
16	Who Has The Biggest Brain	3,605,493	Playfish	466,552	3,138,941
17	Know-It-All-Trivia	3,590,835	CrowdStar	-116,634	3,707,469
18	Pass A Drink	3,518,271	socialreach.com	-628,683	4,146,954
19	Word Challenge	3,448,117	Playfish	168,667	3,279,450
20	Lil Green Patch	3,439,116	Green Patch	-1,191,474	4,630,590
21	Street Racing	2,920,073	Zynga	15,541	2,904,532
22	UNO BETA	2,741,740	GameHouse	N/A	N/A
23	Pillow Fight	2,727,157	Shikha	118,711	2,608,446
24	Vampire Wars	2,720,162	Zynga	411,258	2,308,904
25	Bowling Buddies	2,662,708	Playfish	290,042	2,372,666

※3

InsideSocialGames.com

※1 引用 メディア・パブ (<http://zen.seesaa.net/article/120044183.html>)
 ※2 Zinga (<http://www.zynga.com/games/index.php?game=farmville>)
 ※3 引用 InsideSocialGames.com(<http://www.insidesocialgames.com/>)



国内ではmixiが取り組み開始

国内最大のSNSサイト「mixi」が2009年8月にPC版、9月にモバイル版を一般公開予定
これにより、国内でもソーシャルアプリケーション普及の土台が整う



本日（2008年11月27日）15時よりフロラシオン青山ホテルにてmixiオープン化発表会が行われた。発表会には代表取締役社長笠原健治氏が出席し自ら進行を務める。今回発表を行った内容は「mixiのオープン化」だが、さらに詳しい内容が笠原代表より発表された。

■mixi Platform の開放
パートナーとやユーザーとともに、『mixi』サービスを構築するために『mixi Platform』の開放を進めている。こちらは12月11日より『mixiアプリ』サービス・アプリケーションを開発、提供できる『mixiアプリ』のパートナー向けβ版を提供する。これに伴い、本格的にパートナーの募集をする予定だ。また、2009年春には『mixi』以外のサービス・アプリケーション端末にて『mixi』データを活用し、付加サービスや新サービスの提供を可能となる『mixi Connect』を公開する予定。『mixi Connect』は、既にサービス提供されているmixi年賀状がこれに該当する。

※ 引用 livedoorニュース2008年11月27日 (<http://news.livedoor.com/article/detail/3917254/>)
CNET Japan 2009年6月11日 (<http://japan.cnet.com/news/media/story/0,2000056023,20384279,00.htm>)



mixiが招待制廃止、15歳以上から参加可能に「mixiアプリ」提供も

2008/11/27 15:00

ミクシィは11月27日、ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）「mixi」の利用制限を緩和することを発表した。12月10日からは15歳～17歳のユーザーもmixiを利用できるようになり、2008年春には招待制を廃止する。またmixi Platformを開放し、12月11日にパートナー向けに「mixiアプリ」のベータ版を提供する。

年齢制限の引き下げにより、これまで18歳未満のユーザーは登録することができなかったが、15歳～17歳でもmixiを利用可能になった。ミクシィでは、ユーザーサポート体制を強化するほか、青少年のユーザーに、ふさわしくない広告を表示しない、コミュニティ機能と検索機能を使えない、検索結果に表示されないようにするなど、健全性を高めるための施策を実施していくという。また、新規登録時の生年月日登録も必須化する。

登録制導入は2009年春から実施し、従来の招待制も併用していく。mixiがこれまで招待制を敷いてきた理由は、「誰かに誘われたほうがスムーズにmixiを楽しめる」（ミクシィ代表取締役社長の笠原健治氏）というものだった。

同氏はこれをカバーするため、「mixi内に当初知り合いがいなくても、リアルな友人とつながれる機能を強化する。来春までにさらにソーシャルグラフをスムーズに作れる機能を提供する予定。そちらをしっかりと行った上で登録制を導入する」方針であると語った。

5

注力事業 ~ソーシャルアプリ~

ドリコムではmixiアプリへの取り組みを開始

mixiアプリを一挙5タイトル公開

mixiアプリプロバイダーのマネタイズ手段となるポイント広告サービスも開始

アプリプロバイダー
としての取り組み



mixiアプリ モバイル版
への対応

アプリプロバイダーのための
マネタイズの仕組み作り



mixiアプリプロバイダー
への提供

海外のSNSプラットフォーム上での
横展開についても検討を進める





參考資料

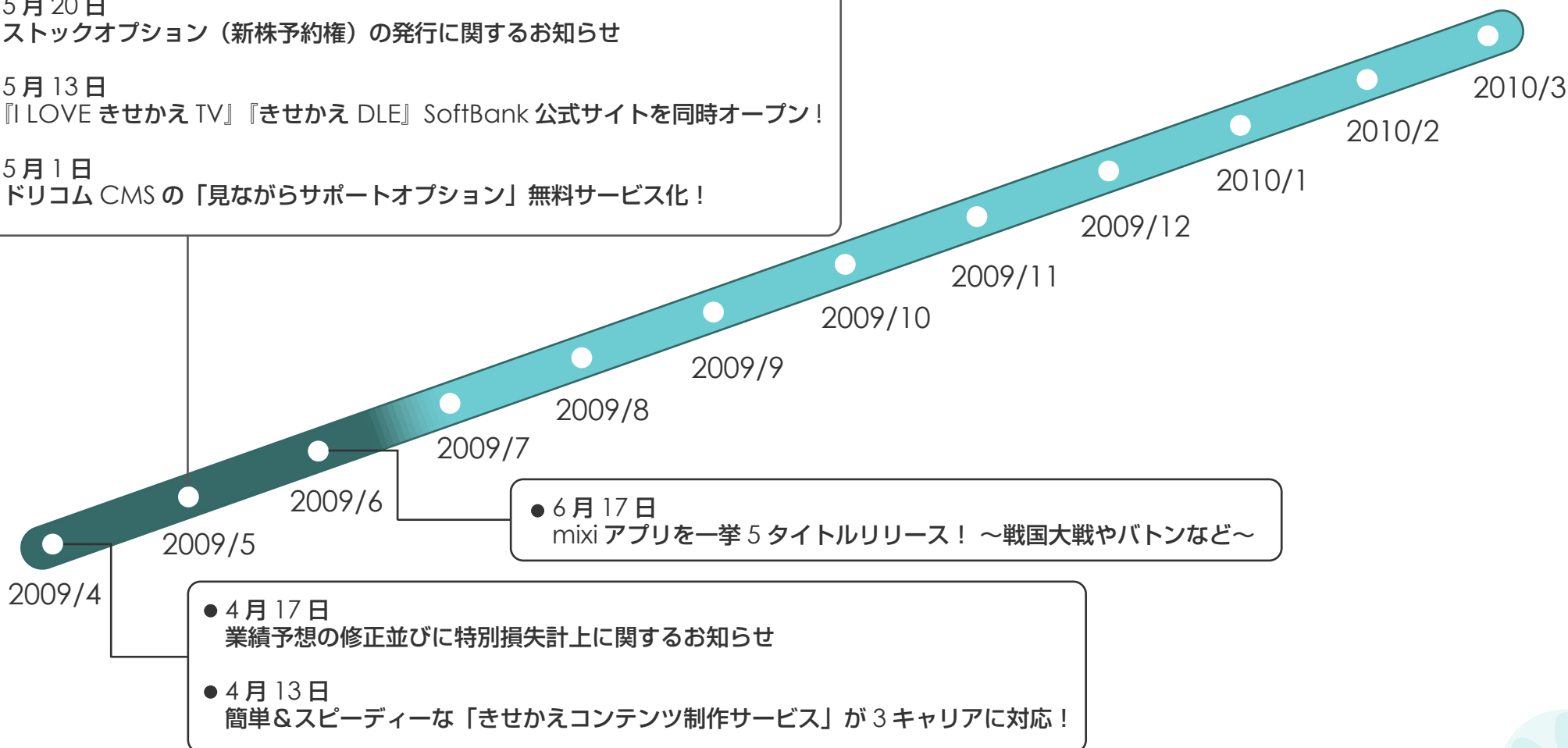
2010年3月期 第1四半期トピックス

- 5月27日
モバイル広告向けのバナー投稿サイト『集めてバナ～ナ』オープン！

- 5月20日
ストックオプション（新株予約権）の発行に関するお知らせ

- 5月13日
『I LOVE きせかえ TV』『きせかえ DLE』SoftBank 公式サイトを同時オープン！

- 5月1日
ドリコム CMS の「見ながらサポートオプション」無料サービス化！



公開中の携帯キャリア公式サイト 52 サイト

カテゴリー	サービス名	docomo	au	Softbank	
着メロ・カラオケ関連	J-KENケータイシーケンサー		○		
	J研	○	○	○	国内最大級のユーザー投稿型着メロサイト
	J研+			○	
	J研のクラシック		○	○	
	J研のクラブサウンド		○		
	J研のオルゴール			○	
	J研のスポーツ			○	
	J研の演歌・歌謡		○		
	J研の効果音		○		
	J研の洋楽		○	○	
	SUPER SOUNDカラオケ		○	○	
	J研のアニ着		○	○	
	まるごと歌詞付きメロディ		○		
着うた・着うたフル関連	J研Music	○	○	○	
	J研Musicフル	○	○	○	
	QUAKE call	○	○		
	QUAKE LOVER	○	○	○	
	QUAKE LOVER FULL	○	○	○	
	着OK¥980クラブ系取放	○			
メール・その他	プリメル	○	○	○	softbank版 7/1クローズ、au版 7/2クローズ
	みるメロ		○	○	softbank版 7/1クローズ、au版 7/2クローズ
	グリメロ		○	○	
きせかえ関連	きせかえ@フラ×フラ			○	
	フラ×フラ	○	○	○	docomo公式メニュー3位(7/27時点)
	セレクト放題	○			
	きせかえDLE	○	○	○	au版1/22オープン
	I LOVE きせかえTV	○	○	○	docomo版1/19, au版1/22オープン

提供中の「きせかえコンテンツ」

フラ × フラ <http://flash.mmelo.jp>

総合 Flash サイト。3 キャリア対応（きせかえは2キャリア）
きせかえをはじめ、待受、着 Flash、ゲームなどの
Flash コンテンツを数 100 種提供中。



きせかえ DLE <http://kisekae-dle.jp>

DLE 社の人気コンテンツを提供する。
第一段として「秘密結社 鷹の爪」を提供中。
季節に合わせた書き下ろし作品も配信。



ユーコレ <http://u-colle.jp/>

UGC 型のきせかえサイト。ドコモのみ対応。
ユーザーがオリジナルの待受画面、メニュー画面、
電池・電波アイコンなどを作成して公開・共有できる。



セレクト放題 <http://seleho.jp>

女性向けきせかえ。ドコモのみ対応。
好きな画像でメニューを作れる「メニューメーカー」や
「アイコンメーカー」などを提供中。



I LOVE きせかえ TV <http://kisekae-tv.jp/>

「青春」や「ルー大柴」「VMO (VERBAL/MASATO OCHI)」
などの魅力あるアーティストやブランドのコンテンツを提供する。



ピク × ピク 電池電波 <http://pic2.jp/> (8月3日オープン)

電池電波アイコンに特化したきせかえサイト。
500 種類を超える素材から取り放題で気軽にきせかえでき、
自分で自由にアイコンを作れるツールも提供。ドコモのみ対応。



提供中の「mixiアプリ」



戦国大戦 http://platform001.mixi.jp/view_appli.pl?id=2582

マイミクを配下武将として他国と戦い、戦国制覇を目指しましょう！
他のユーザーとマイミクを戦わせて、武将の家紋をコンプリート☆



バトン http://platform001.mixi.jp/view_appli.pl?id=3299

バトンを作ってマイミクにお知らせ♪簡単にあなたのバトンが作れます。
さらにバトンに答えてもらったらマイミクとの相性もわかっちゃう☆



SPEED http://platform001.mixi.jp/view_appli.pl?id=2981

トランプの定番ゲーム、スピードです。連番になるカードを相手より早くだす！
連勝すると、だんだん相手も強く・・・さて、あなたは何連勝できる??



4BALLS http://platform001.mixi.jp/view_appli.pl?id=2980

交互にボールを落として、縦・横・斜めのどれかに同じ色が4つ並ぶと勝ち！
簡単そうに見えて・・・実は激ムズ??挑戦者求ム☆



漢字テスト http://platform001.mixi.jp/view_appli.pl?id=3035

あなたの漢字知識はどれくらい？漢字の読み方を当てる頭脳ゲーム☆
答えるたびに難しくなって・・・。

mixi アプリの遊び方

1
通常のmixiにログインして
『mixiアプリ オープンβ』コミュニティに参加します。
➡ http://mixi.jp/view_community.pl?id=3217244
※一度参加できたら次回以降は不要です

2
コミュニティに参加できたら、次にmixiアプリをさせる
専用アドレスでmixiにログインします。
➡ <http://platform001.mixi.jp/>

3
アプリの紹介ページからアプリ登録します。
➡ http://platform001.mixi.jp/view_appli.pl?id=xxxx
※末尾はアプリによって変わります

4
次回からはmixiトップページの左下の
マイアプリ一覧から遊べます！
➡ <http://platform001.mixi.jp/>



本資料に記載いたしました認識、戦略、計画などのうち、見通しは、歴史的事実ではなく、不確実な要素を含んでおります。実際の業績は、さまざまな要因により見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご了承願います。実際の業績に影響を与えうる重要な要因には、当社の事業を取り巻く経済情勢、社会的動向、当社の提供するサービス等に対する需要動向による相対的競争力の変化などがあります。なお、業績に影響を与えうる重要な要因は、これらに限定されるものではありません。

※ドリコム、Drecom、ドリコムロゴは株式会社ドリコムの登録商標です。

※各社の会社名、製品名、サービス名は各社の商標または登録商標です。