



**UNITED**

2016年3月期第1四半期

# 決算説明資料

---

2015年7月30日

**ユナイテッド株式会社**

(東証マザーズ：2497)

# 目次

---

<b>1. 2016年3月期1Q 決算概要</b>	<b>P4</b>
<b>2. 2016年3月期業績予想の修正について</b>	<b>P8</b>
<b>3. スマートフォンアプリ事業の状況と 今後の方向性</b>	<b>P11</b>
<b>4. アドテク事業の状況と今後の方向性</b>	<b>P18</b>
<b>5. まとめ</b>	<b>P22</b>
<b>6. 参考資料</b>	<b>P24</b>

本資料に記載されたすべての意見や予測、見通しなどは資料作成時点における入手可能な情報に基づいた弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。また様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることを、ご承知おきください。なお、本資料に記載されている会社名、製品名は各社の商標または登録商標です。

# 当社のビジョンとミッション

---

## ビジョン

日本を代表する  
インターネット企業になる

## ミッション

挑戦の連続によりあたらしい価値を  
創り出し、社会に貢献する

# 当社の注力事業

今後市場の成長が見込まれるスマートフォンアプリ事業、アドテク事業に注力  
両事業に積極投資、事業育成を図る



※1 メール広告、インターネットリサーチ、スポーツマーケティング

※2 アドテク：アドテクノロジーの略。インターネット広告における広告配信等の技術やシステムのこと

# 1. 2016年3月期1Q 決算概要

# 1Q(4-6月)の業績ハイライト

全体

## 1Q連結業績

- 1Qはスマートフォンアプリ事業の投資強化・事業構造転換期と位置づけ
  - 営業利益は期初の1Q業績予想「△100百万円～0円」を上回って着地
- |       |          |        |
|-------|----------|--------|
| 売上高   | 1,992百万円 | (△2%)  |
| 営業利益  | 11百万円    | (△91%) |
| 当期純利益 | 8百万円     | (△90%) |
- (カッコ内は前年同四半期比伸び率)

注力事業

## スマートフォン アプリ事業

- 売上高：前年同四半期比△24%(事業構造転換を推進)
- 下期以降の飛躍に向けて、アイドル応援アプリ「CHEERZ(チアーズ)」と「ネイティブソーシャルゲーム」へ積極投資

## アドテク事業

- 売上高：前年同四半期比+10%
- DSP「Bypass(バイパス)」が成長をけん引

# 1Q(4-6月)の連結損益計算書

## 前年同四半期比、前四半期比ともに減収減益

メディア領域：スマートフォンアプリ事業の構造転換による減収減益

広告領域：前年同四半期比は増収増益、前四半期比は広告需要期の反動による季節要因で減収減益

(百万円)

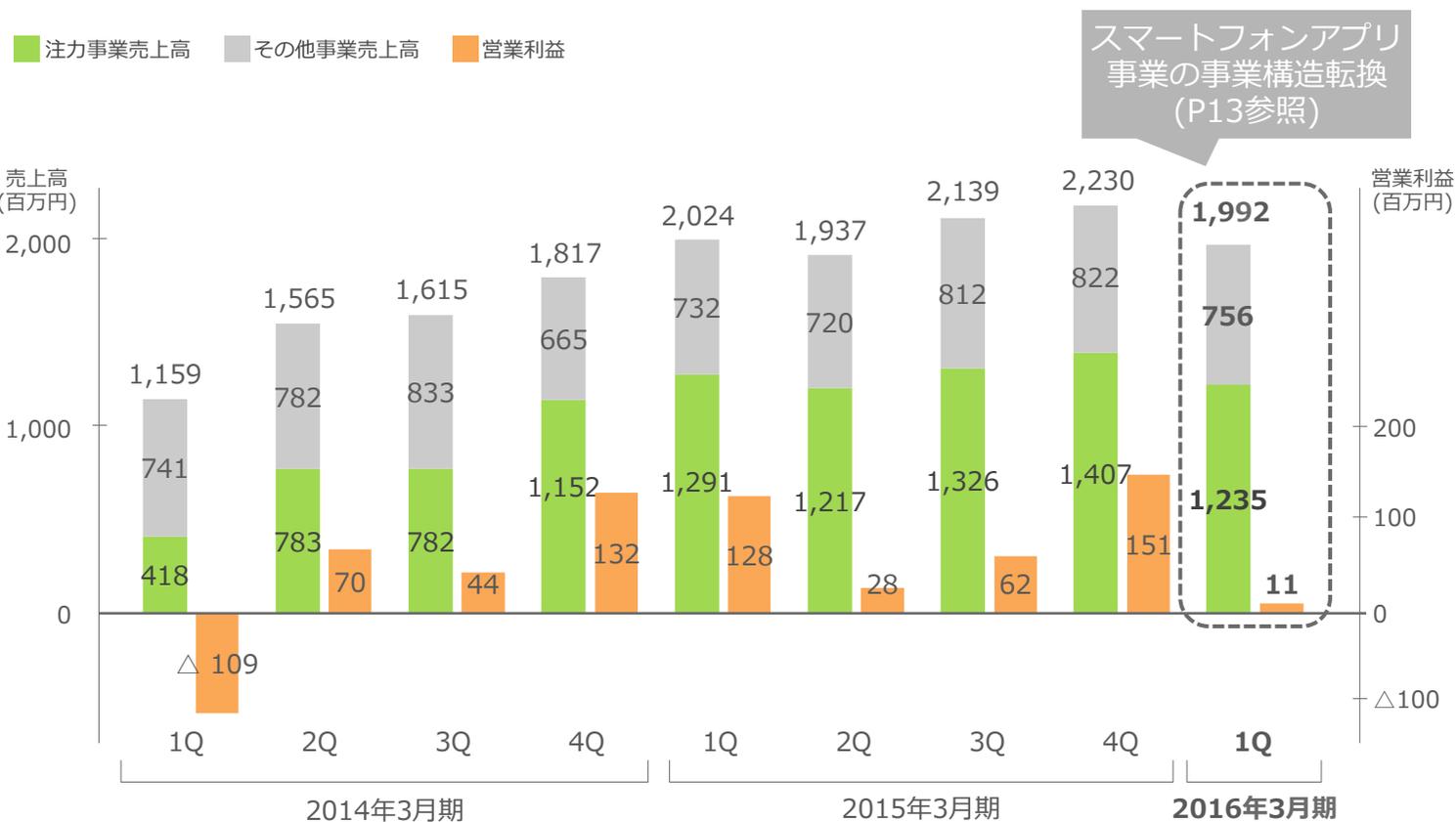
	2016年3月期 1Q	前年同四半期 (2015年3月期 1Q)	前年同四半期比 増減率	前四半期 (2015年3月期 4Q)	前四半期比 増減率
<b>売上高</b>	<b>1,992</b>	<b>2,024</b>	<b>△2%</b>	<b>2,230</b>	<b>△11%</b>
メディア領域	674	877	△23%	855	△21%
広告領域	1,210	1,108	+9%	1,358	△11%
インベストメント領域	130	76	+70%	43	+203%
セグメント間消去	△23	△38	-	△26	-
<b>売上総利益</b>	<b>520</b>	<b>559</b>	<b>△7%</b>	<b>596</b>	<b>△13%</b>
メディア領域	123	267	△54%	246	△50%
広告領域	269	218	+24%	305	△12%
インベストメント領域	127	74	+72%	44	+184%
セグメント間消去	0	0	-	0	-
<b>販管費</b>	<b>508</b>	<b>430</b>	<b>+18%</b>	<b>444</b>	<b>+14%</b>
<b>営業利益</b>	<b>11</b>	<b>128</b>	<b>△91%</b>	<b>151</b>	<b>△92%</b>
メディア領域	△100	93	-	51	-
広告領域	133	107	+24%	196	△32%
インベストメント領域	111	62	+80%	37	+198%
本社費	△132	△134	-	△133	-
<b>経常利益</b>	<b>22</b>	<b>134</b>	<b>△83%</b>	<b>156</b>	<b>△86%</b>
<b>四半期純利益</b>	<b>8</b>	<b>81</b>	<b>△90%</b>	<b>△157</b>	<b>-</b>

# 四半期売上高、営業利益推移

**注力事業(スマートフォンアプリ事業+アドテク事業)売上高前年同四半期比：△4%**

スマートフォンアプリ事業の事業構造転換によって、今後さらなる成長を目指す

## 売上高、営業利益四半期推移



## 2. 2016年3月期業績予想の修正 について

# 2016年3月期通期連結業績予想の修正

## 通期連結業績予想の上方修正

	期初予想 (2015年5月11日)		修正予想 (2015年7月30日)
売上高	10,000百万円 ～12,000百万円	→	11,500百万円 ～13,500百万円
営業利益	800百万円 ～1,000百万円	→	1,500百万円 ～2,000百万円

## 2016年3月期業績予想修正の考え方

2016年3月期2Qにインベストメント事業で発生する利益が期初想定より大きくなる見込みの為、注力事業に投資を強化し、成長を加速

### プラス要素

- ・(株)富士山マガジンサービス株式売出し&売却により1,085百万円の営業利益計上
- ・ファンド投資先の上場とともにファンド運用益発生見込み(※)

### 先行投資実施 (中期的にはプラス要素)

上記を受け、注力事業であるスマートフォンアプリ事業及びアドテク事業へ投資強化

## 注力事業中心に成長を加速

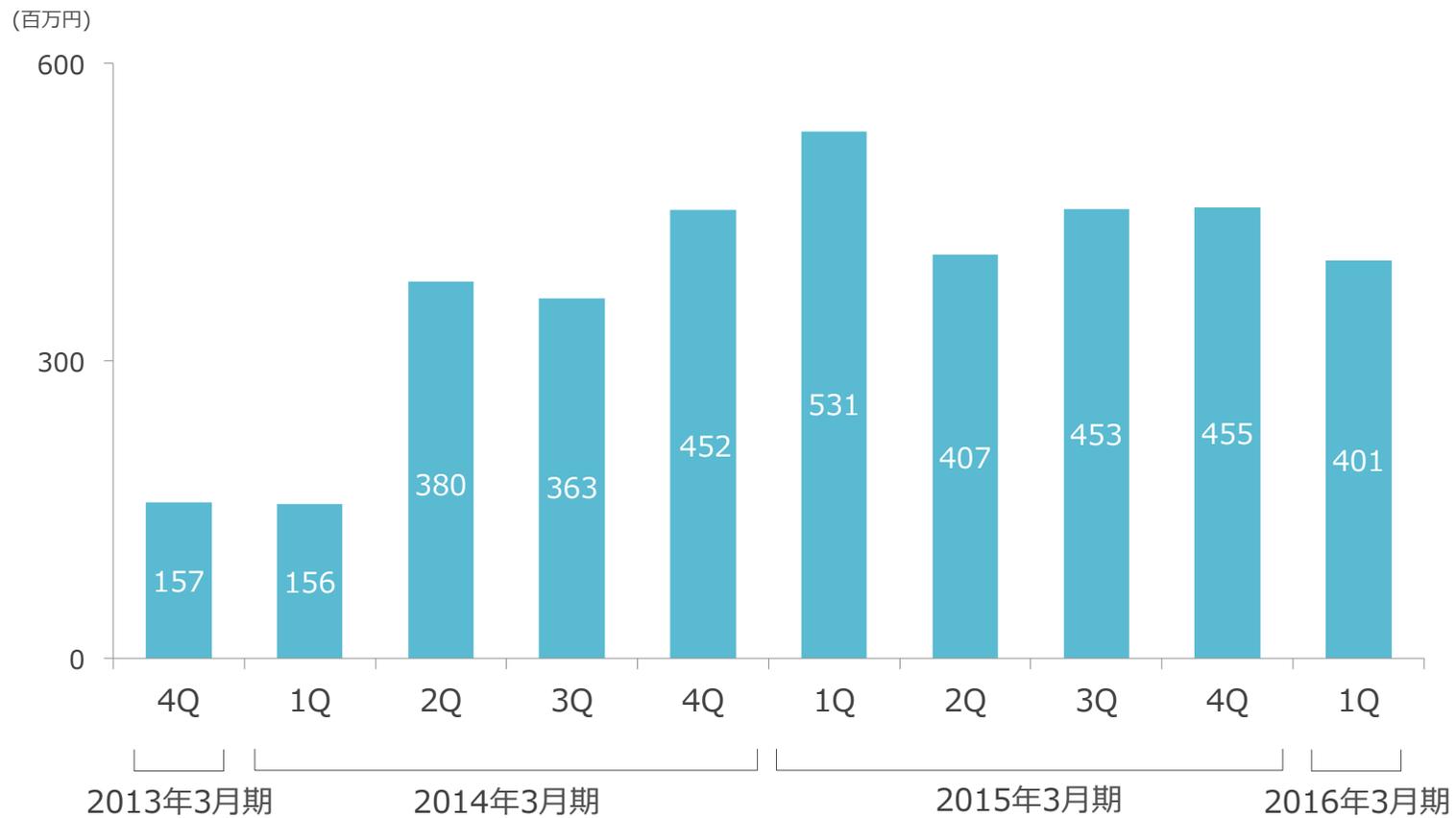
※ 詳細は2015年7月24日公表の「ファンド運用益発生に伴う利益計上(見込み)についてのお知らせ」参照

### **3. スマートフォンアプリ事業 の状況と今後の方向性**

# スマートフォンアプリ事業：売上高推移

前年同四半期比：△24%、前四半期比：△12%

市場環境の変化によりアフィリエイトメディア減収



# 今後の方針

事業構造を転換し、今後主に以下の4サービスに集中して事業を展開  
「CHEERZ」と「ネイティブソーシャルゲーム」への積極投資で下期以降の収益飛躍  
を目指す

## 積極投資サービス

CHEERZ

アイドル応援アプリ

ネイティブ  
ソーシャル  
ゲーム

2016年3月期1Qより  
新規参入



プロモーションおよび増員による体制強化  
など、積極投資



## 安定収益サービス

CocoPPa  
関連サービス

4,000万DL突破「CocoPPa」  
中心のアプリ群

キャリア  
マーケット  
向けアプリ

NTTドコモ「スゴ得コン  
テンツ」等にアプリ提供



先行投資から  
利益創出フェーズへ



安定的な利益  
貢献を継続

下期以降の収益飛躍を目指す



# アイドル応援アプリ「CHEERZ」／横展開について

女性向け雑誌「JUNON」を刊行する(株)主婦と生活社と2015年6月に協業契約締結  
“若手男性俳優版”『CHEERZ』(CHEERZ for MEN)提供予定

## 「CHEERZ」横展開第1弾 (2015年9月末予定)

### ジュノン・スーパーボーイ・コンテスト

- ・(株)主婦と生活社が主催
- ・1988年の第1回開催から今年で第28回を迎える、若手男性スター発掘のためのボーイズコンテスト
- ・過去に小池徹平、山本裕典、溝端淳平、三浦翔平など、多くの人気俳優を輩出



### アイドル応援アプリ 『CHEERZ』



### 具体的な取り組み内容の一部 (予定)

2015年11月開催の「第28回ジュノン・スーパーボーイ・コンテスト」で、通常選考のファイナリスト以外に「CHEERZ for MEN」で最も支持を受けた1名を「敗者復活枠」として登場させる

今後、「JUNON」以外のコンテンツとの連動やサービス・機能の拡充によって、  
**若手男性俳優を総合的に応援するアプリ**へと進化を図る

# ネイティブソーシャルゲーム第1弾 「クラッシュフィーバー」

2015年7月に出资日期(※)のワンダープラネット(株)との共同事業として提供開始

※2015年7月に追加出資を決定。業務提携関係のさらなる強化を図る（詳細は2015年7月30日公表の「ワンダープラネット株式会社に対する追加出資のお知らせ」参照）



- ・リリース時点で事前登録115,000人、公式ツイッターフォロワー数15,000人と大きな期待をいただく
- ・2015年7月8日に提供開始するものの、アクセス殺到によってサーバーがダウン。サーバー増強等の対策のため、7月28日に再度提供開始

今後、状況に応じてプロモーションの実施やさらなる体制強化を検討

## ■協業スキーム

	 
開発	開発費の一部を負担                      開発全工程を担当
プロモーション&運営	人員&コストを両社で分担
収益	レベニューシェア

ネイティブソーシャルゲームにおける運営ノウハウを蓄積

## ネイティブソーシャルゲーム第2弾 「モンスタービート」

2015年5月に子会社化した(※)、(株)ヒッポスラボから、2015年2Q中にリリース予定  
※112百万円の出資により、同社株式の76.0%を取得済



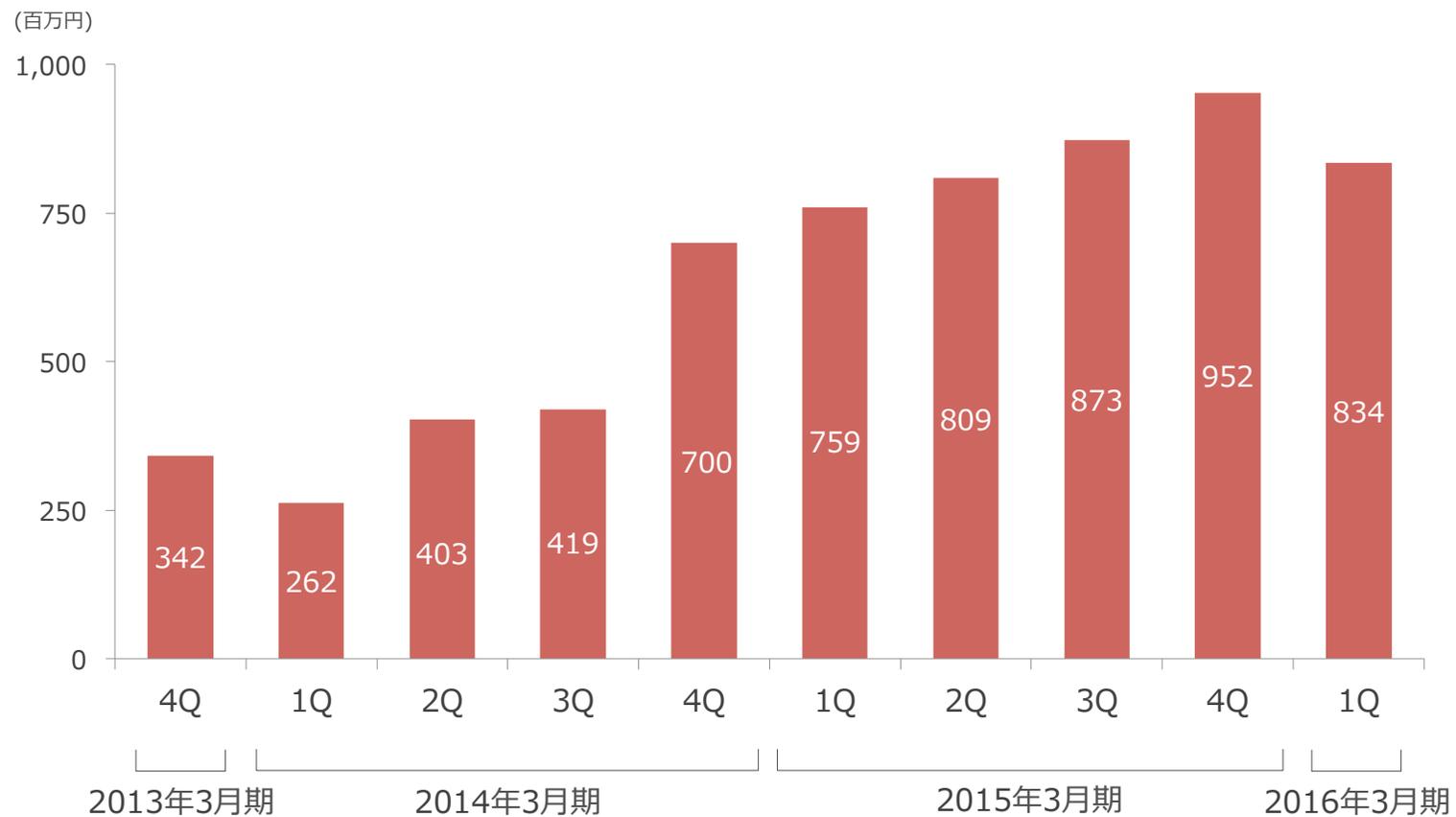
- ・ ユナイテッドグループ内製第1弾の  
ネイティブソーシャルゲーム
- ・ 画面をタップするだけで楽しめる  
シンプルなRPGゲーム  
最大4人まで協力プレイ可能
- ・ CHEERZにも参加のアイドルグループ  
「OS☆U(オーエスユー)」が歌う主題歌  
「Monster Beat のように！」の発売や  
連載漫画も開始予定

ネイティブソーシャルゲームの開発～運営のノウハウを  
ユナイテッドグループ内で蓄積

## 4. アドテック事業の状況と今後の方向性

# アドテク事業：売上高推移

前年同四半期比：+10% DSPが成長をけん引  
前四半期比：△12% 1-3月の広告需要期の反動による季節要因



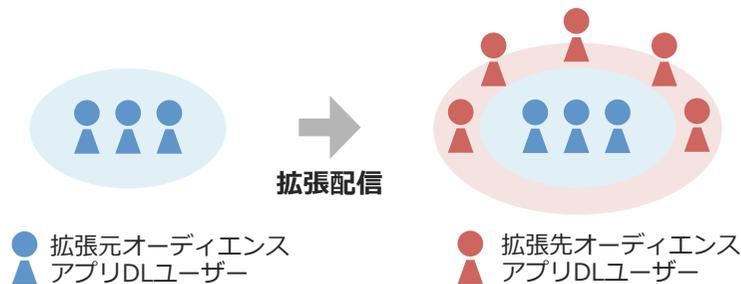
# DSP 「Bypass」 アプリへの広告配信強化の取組

アプリプロモーションに特化した新サービス「**Bypass App Promotion**(バイパス アップ プロモーション)」を提供開始(6月)  
アプリのターゲティング精度向上により、アプリ広告のパフォーマンス向上を図る

## 「Bypass App Promotion」の新機能

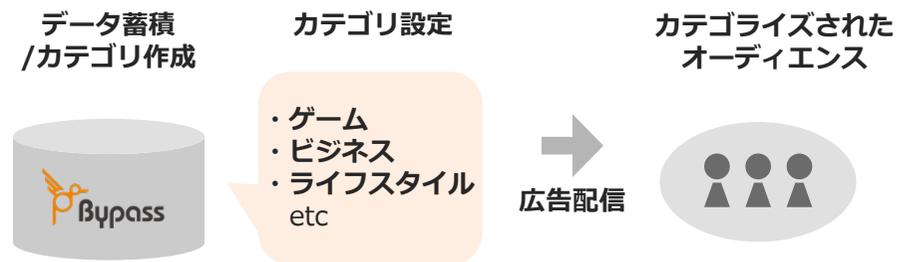
### 1. 広告ID(IDFA/AdvertisingID(※))を活用したオーディエンス拡張配信

広告IDを元に、類似行動履歴を持つオーディエンスへのターゲティング



### 2. Appオーディエンスターゲティング

- 1 Bypassで蓄積したアプリインストールのデータを元にオーディエンスをカテゴライズ  
→例) ゲーム、ビジネス等
- 2 プロモーション対象のアプリと親和性の高いカテゴリのオーディエンスにBypassで広告配信



※ IDFAとは、iOSで広告配信用に端末を特定する識別子のこと。AdvertisingIDもIDFAと同様のAndroid版の識別子  
補足：スマホユーザーは1日平均1時間48分スマホを利用。うち**アプリの利用は72%と大半を占める**  
(出所：ニールセン 2014年10月 調べ)

# SSP事業の東南アジア進出について

2015年8月(予定)にマレーシアに子会社を設立し、東南アジアの広告在庫を拡充

## 「AdStir」 東南アジア在庫拡充



東南アジアのスマホ広告市場の高い成長を見据え、  
在庫獲得によって規模拡大を図る

補足：東南アジアのスマホ広告市場規模／2015年280億円→2018年1,231億円。今後3年で約4.4倍に成長見込  
(2015年7月 CyberZ/シード・プランニング共同調べ)

## 5. まとめ

# 全体まとめ

	2016年3月期1Q	2016年3月期2Q以降
連結	<p>営業利益は期初の1Q業績予想「△100百万円～0円」を上回って着地</p> <p>売上高 1,992百万円 (△2%) 営業利益 11百万円 (△91%)</p>	<p>通期連結業績予想を上方修正</p> <p><b>売上高 : 11,500～13,500百万円</b> (期初予想は10,000～12,000百万円)</p> <p><b>営業利益 : 1,500～2,000百万円</b> (期初予想は800～1,000百万円)</p>
スマートフォン アプリ事業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 事業構造転換を推進</li><li>・ 下期以降の飛躍に向けて、「CHEERZ」と「ネイティブソーシャルゲーム」に積極投資を実施</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 「CHEERZ」「ネイティブソーシャルゲーム」にプロモーションおよび増員による体制強化など、積極投資</li></ul>
アドテク 事業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ スマートフォン領域で、自社DSP/SSP中心に成長</li><li>・ DSP「Bypass」でアプリ強化の新サービス「Bypass App Promotion」提供開始</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ スマートフォン領域でアプリ強化、自社DSP/SSP中心に成長継続</li><li>・ SSP事業の東南アジア進出</li></ul>

## 6. 參考資料

## 当四半期の連結貸借対照表

流動資産：売掛金の減少等により△501百万円  
 現預金：法人税、配当の支払い等により△290百万円  
 流動負債：買掛金の減少等により△291百万円

(百万円)

	当四半期末 (2015年6月)	前四半期末 (2015年3月)	増減額
流動資産	8,701	9,203	△501
(うち現預金)	5,588	5,878	△290
固定資産	725	595	+130
流動負債	1,346	1,638	△291
固定負債	—	—	—
純資産	8,080	8,160	△79

# 「CHEERZ」 サービス概要

子会社フォッグ(株)(※1)が2014年12月3日に提供開始

## 「CHEERZ」の使い方

アイドルの写真や動画が  
タイムラインに流れてくる

お気に入りのアイドル  
(の写真や動画)を  
選んでCHEER(応援)する

アイドルは、CHEERされた  
回数でランキング

アイドルごとにCHEER回数  
でユーザーをランキング

## 収益の仕組み

一定数以上「CHEER」するには課金が必要

「CHEER」は無料付与分と時間経過による回復があるため無料でも遊べる



課金収益は、プラット  
フォームへの支払い分  
を除き、フォッグ(株)と  
アイドル(事務所)で配分

## 「CHEER」への動機づけ策①『アイドルの育成』

ランキング上位のアイドルは提携他媒体や月刊CHEERZ(※2)等への露出で認知拡大

## 「CHEER」への動機づけ策②『インセンティブ』

ファンランキング上位者にアイドルからの写真プレゼント等、キャンペーン実施

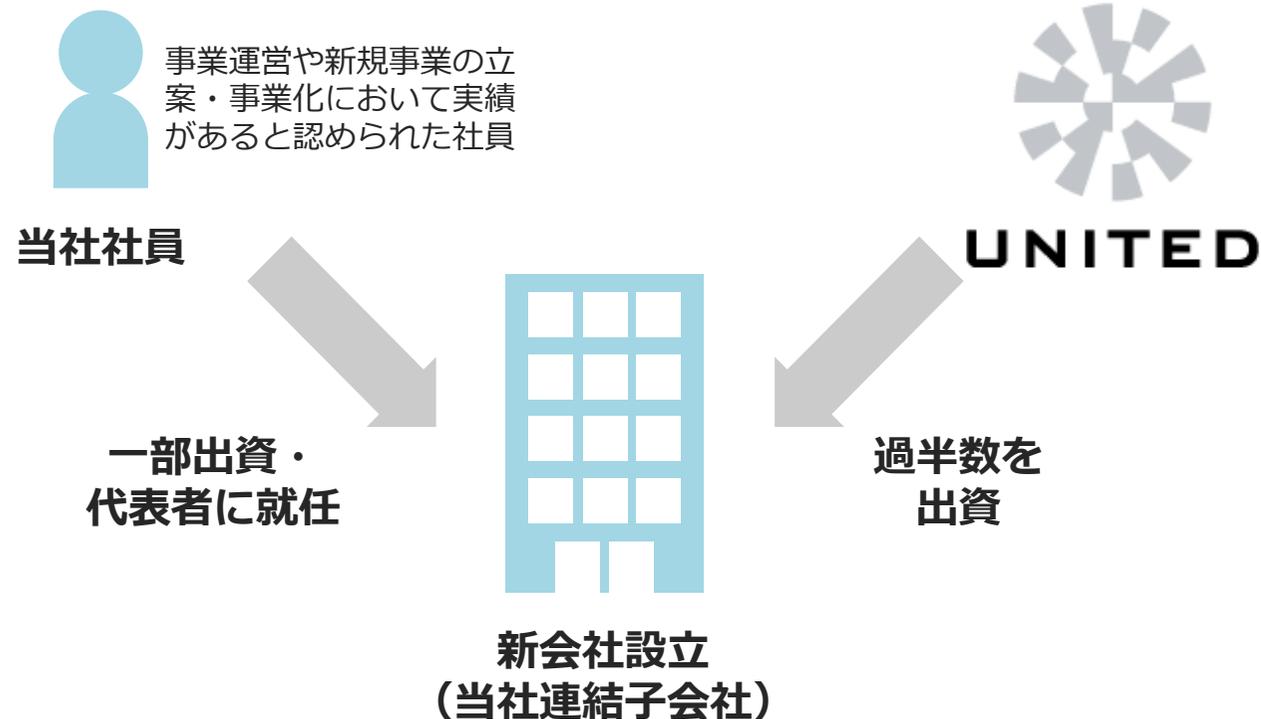
※1 当社独自の人事制度「U-start (P27参照)」によって生まれた新規事業会社

※2 月間CHEER数ランキング上位アイドル達の写真等を載せたビジュアルブック。全国の書店、コンビニ、Amazonなどで販売予定

# 当社独自の人事制度「U-Start(ユー・スタート)」について

有望な新規事業を創出し続けるための組織的取組として、実績ある当社社員に出資権を与え、新規事業会社を立ち上げる制度を2013年4月に導入  
「CHEERZ」運営のフォッグ(株)は適用第1号企業

## スタートアップ支援制度「U-Start (ユー・スタート)」



# スマートフォンアプリ事業の組織的な強み

様々な組織としての「強みや仕掛け」を背景として、これまでに複数のサービスを収益化  
今後も次々と新規サービスを創出

## 人材と組織の特長

- ・「ネットビジネスに長けた他事業からの社内異動者」  
「専門スキルを持つ中途採用者」  
「ポテンシャルの高い新卒出身者」などが融合
- ・職種の間なく協業できる社内カルチャー

市場の変化に合わせ、適材適所でプロジェクトを  
即座に立ち上げ可能

## 内製力

- ・自社内製の、高いアプリ企画開発力と事業構築力
- ・有力な自社アプリ(ユーザー基盤)を持ち、  
集客コストを抑制

企画開発/事業化/プロモーションまで、  
社内で効率的にワンストップ対応可能

## 経験値

- ・アプリ市場黎明期の2010年6月より参入  
これまでに100本以上のアプリをリリース
- ・4,000万DL突破の「CocoPPa」のような  
大型サービスをゼロから創出

多くの経験から得られた総合的なノウハウを保有

## 社内制度

- ・当社独自の人事制度「U-start」(P27参照)  
起業家精神に富み、高い実績を持つ社員に対する  
独自の起業支援制度  
「CHEERZ」運営のフォッグ(株)は適用第1号企業

優秀な社員の起業家精神をグループ力強化へ活かす

# アドテク事業の組織的な強み

現状の高成長を支えている組織としての強みを背景に、今後も成長継続

DSP、SSP、  
トレーディングデスク  
を自社で保有

- ・ネイティブアートのRTB配信など、新しい取り組みを自社内でテストから実装までスピーディーに対応可
- ・機能改善などフィードバックが異なる視点でおこなえる

経験値の高い  
開発メンバー

- ・フィーチャーフォンのアドネットワーク時代から長く携わっている、アドテクを熟知したメンバーを中心に構成

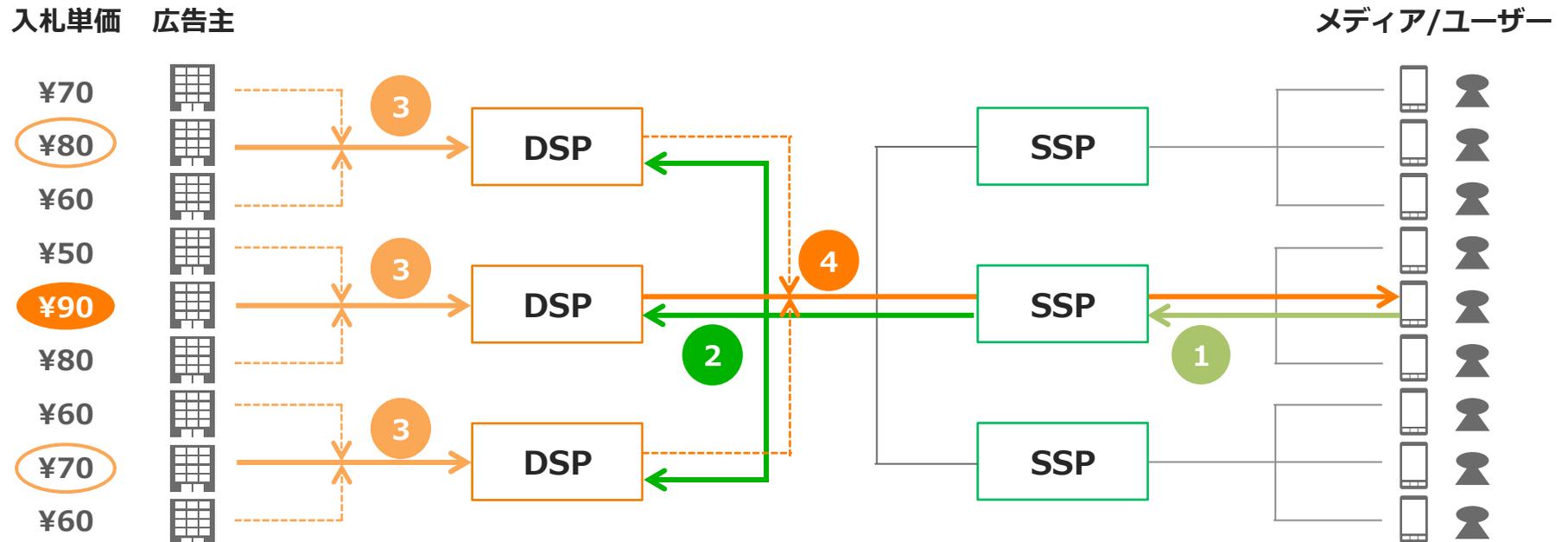
多彩な営業・運用  
メンバー

- ・広告代理、メディアレップ、媒体営業など、ネット広告の様々なバックグラウンドを持つメンバーが融合

# RTB広告の仕組み

RTB広告取引 成立までの流れ (下記(1)~(4)のやり取りが、0.05秒以内に行われる)

- (1) インプレッション発生
- (2) SSPを通じて、枠サイズやユーザーID等の端末(ブラウザ)情報がビッドリクエストとしてDSPへ送られる
- (3) ビッドリクエスト等の情報に基づき、あらかじめ設定した価格でDSP内でオークション。最も高い入札単価の広告主を選ぶ
- (4) DSP間で最も高い入札単価の広告主が落札し、端末に広告表示



## 広告主のメリット

インプレッション単位で広告を出したいユーザーにだけ入札できるため、効率的な出稿が可能

## メディアのメリット

複数の広告主に入札をかけることができ、収益の最大化を図ることが可能