

2018年3月期 第3四半期

決算説明資料



UNITED

ユナイテッド株式会社

(東証マザーズ：2497)

2018年1月31日

1. 2018年3月期第3四半期 決算概要	P.06	>
2. 2018年3月期第3四半期 事業別の概況	P.10	>
① アドテクノロジー領域について	P.11	>
② コンテンツ領域について	P.17	>
③ インベストメント領域について	P.24	>
3. 2018年3月期 業績見通し	P.26	>
4. 参考資料	P.29	>

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。

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

アドテクノロジー領域及びコンテンツ領域ー成長事業群に積極投資を実施、事業育成を図る
インベストメント領域においても継続的に出資を実行、手元資金を活用

アドテクノロジー領域 ※1

コンテンツ領域

成長事業群 ※2

安定収益事業群 ※3

インベストメント領域

※1 2018年3月期より「広告領域」を「アドテクノロジー領域」に名称変更

※2 2018年3月期より「スマホコンテンツ事業」にキラメックス㈱を加え、「成長事業群」に名称変更

※3 2018年3月期より「その他コンテンツ事業」から「安定収益事業群」に名称変更（2018年3月期よりキラメックス㈱除く）

アドテクノロジー領域



DSP



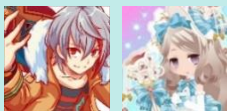
動画広告配信
プラットフォーム



SSP

コンテンツ領域

成長事業群



クラッシュ
フィーバー
ゲーム
CocoPPa
Play



キャリアマーケット
向けアプリ

Smarpr!se

(株)Smarprise



フォッグ(株)

KIRAMEX

キラメックス(株)



(株)アラン・プロダクツ※
(旧社名：ゴロー(株))

安定収益事業群



トレイス(株)



(株)インターナショナルスポーツ
マーケティング

インベストメント領域



ユナイテッド(株) 投資事業



ベンチャーユナイテッド(株)

※ 2017年10月2日付でゴロー(株)は(株)アラン・プロダクツに社名変更

1. 2018年3月期 第3四半期決算概要

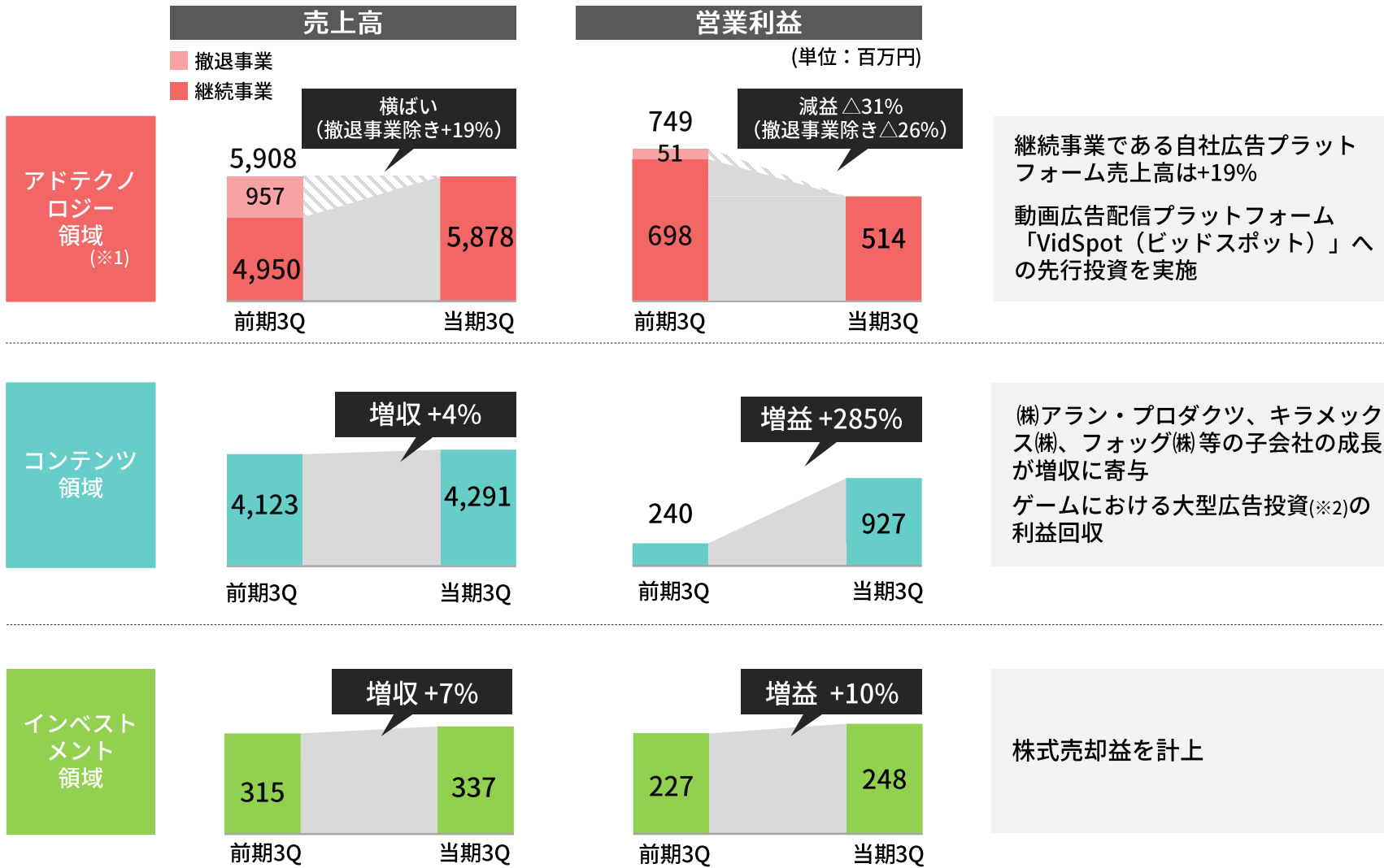




連結売上高 : 前期のエージェンシー事業撤退による売上減少を吸収しつつ+2%
 連結営業利益 : コンテンツ領域が貢献し前年同期比+48%

全体	連結業績	売上高 : 10,474百万円 (前年同期比+2%) 営業利益 : 1,120百万円 (前年同期比+48%) 当期純利益 : 584百万円 (前年同期比+59%)
	アドテクノロジー領域	売上高 : 5,878百万円 (前年同期比△0%) 営業利益 : 514百万円 (前年同期比△31%) ・前期撤退したエージェンシー事業を除くと、売上高は前年同期比+19%の成長、営業利益は前年同期比△26%
	コンテンツ領域	売上高 : 4,291百万円 (前年同期比+4%) 営業利益 : 927百万円 (前年同期比+285%)
領域別	インベストメント領域	売上高 : 337百万円 (前年同期比+7%) 営業利益 : 248百万円 (前年同期比+10%)

3Q累計(4-12月) 前年同期比較：セグメント別売上高、営業利益



※1 前期のエージェンシー事業撤退により、当期から「広告領域」を「アドテクノロジー領域」に名称変更
 ※2 前年同期に「クラッシュフィーバー」中心に旧スマホコンテンツ事業全体で約1,184百万円の広告投資を実施

3Q累計(4-12月)連結損益計算書



売上高 : コンテンツ領域の成長により、前年同期比+2%
 売上総利益 : 前年同期のコンテンツ領域での大型広告投資の反動により、前年同期比+32%
 販管費 : 人件費及び株式報酬費用の増加、(株)アラン・プロダクツののれん償却発生により、前年同期比+26%
 営業利益 : コンテンツ領域における投資回収及びグループ会社の伸長により、営業利益+48%

(単位:百万円)

	2018年3月期	前年同期	前年同期比
	3Q累計	(2017年3月期3Q累計)	増減率
売上高	10,474	10,248	+2%
アドテクノロジー領域	5,878	5,908	△0%
コンテンツ領域	4,291	4,123	+4%
インベストメント領域	337	315	+7%
その他	-	-	-
セグメント間消去	△33	△98	-
売上総利益	3,395	2,566	+32%
アドテクノロジー領域	1,026	1,232	△17%
コンテンツ領域	2,096	1,065	+97%
インベストメント領域	276	270	+2%
その他	△2	-	-
セグメント間消去	△0	△1	-
販管費	2,275	1,808	+26%
営業利益	1,120	757	+48%
アドテクノロジー領域	514	749	△31%
コンテンツ領域	927	240	+285%
インベストメント領域	248	227	+10%
その他	△28	-	-
本社費	△543	△459	-
経常利益	1,106	794	+39%
親会社株主に帰属する当期純利益	584	368	+59%
特別損益	△4	△76	-
税金費用等	△517	△349	-

2. 2018年3月期第3四半期 事業別の概況



① アドテクノロジー領域について



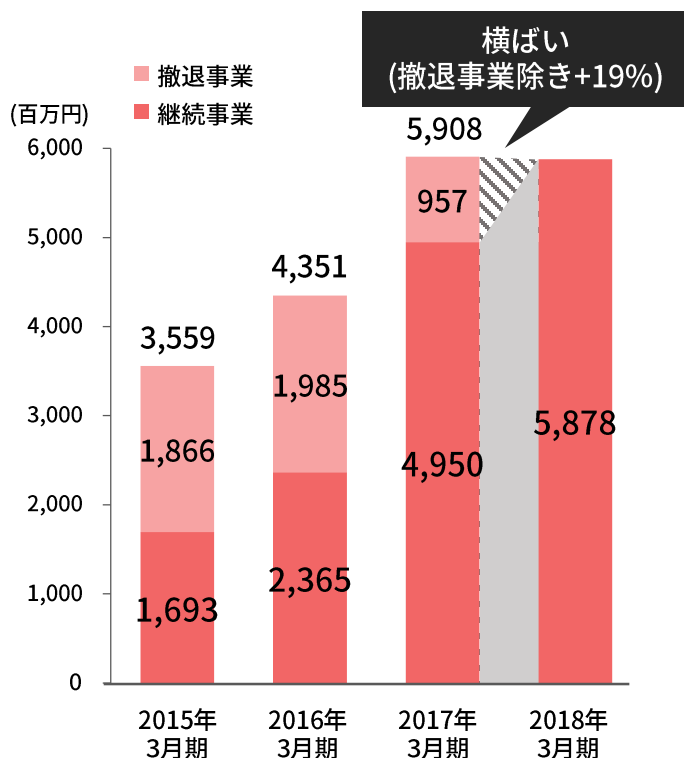


3Q累計売上高（撤退事業除く）前年同期比+19%

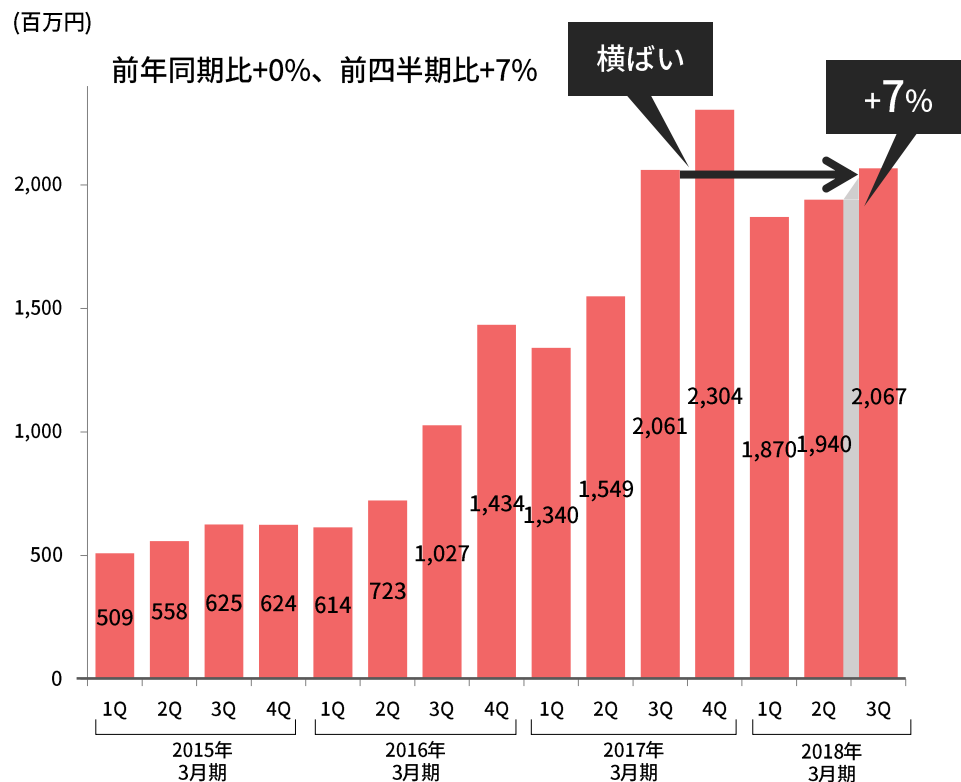
- ・アドフラウド(※)対応による売上減少分に対し、VidSpotの成長が計画比で小さく、前年同期比横ばい
- ・前四半期比では+7%

※ アドフラウド：bot（コンピュータによる自動プログラム）などを使い作為的に無効なインプレッションやクリックを発生させる行為

第3四半期累計 年度別売上高推移



四半期別売上高推移（撤退事業除く）



注1：前期のエージェンシー事業撤退により、当期から「広告領域」を「アドテクノロジー領域」に名称変更

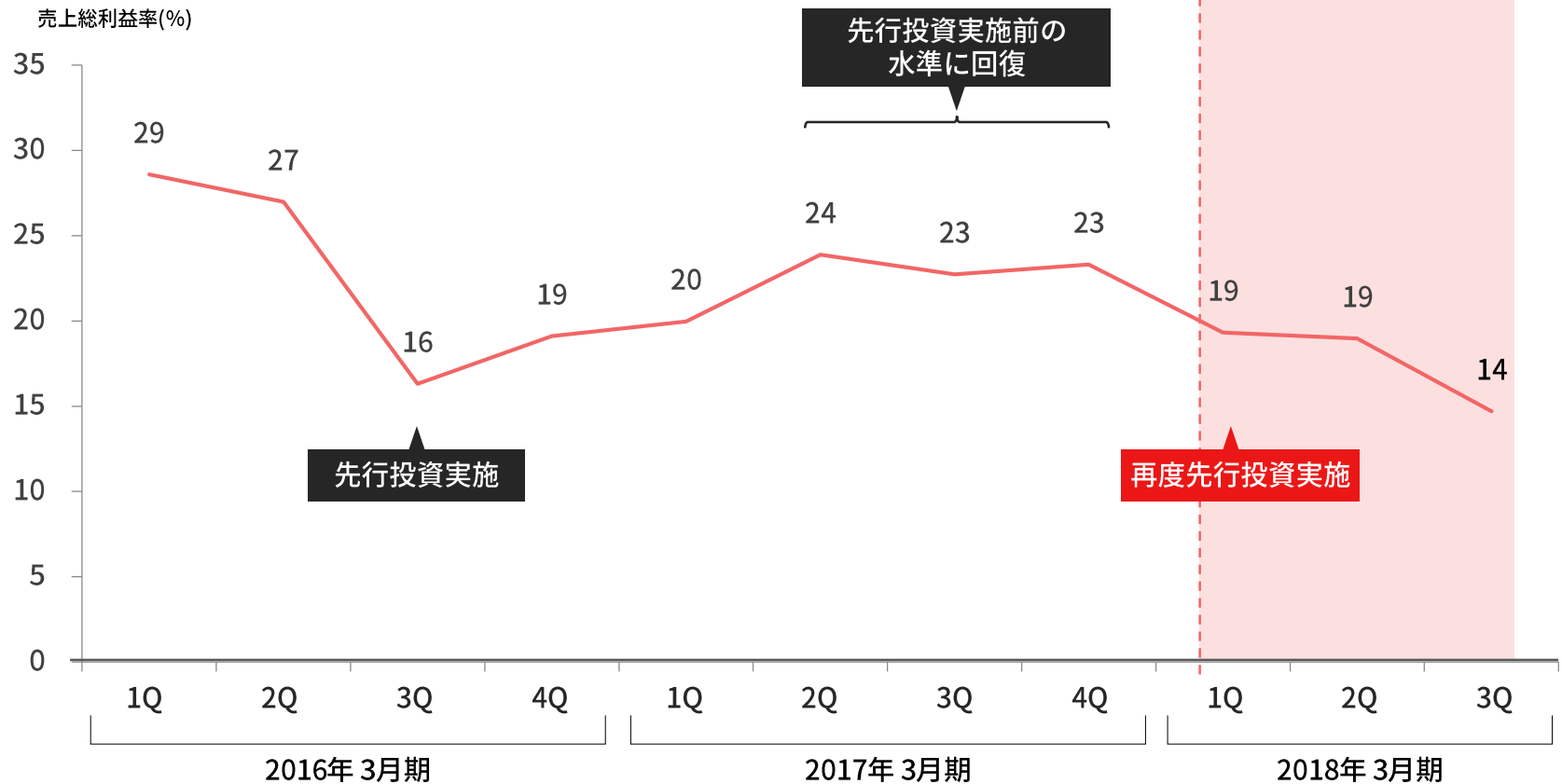
注2：グラフ中、前期以前の四半期別売上高について、1Q決算説明資料では旧「アドテック事業」（「自社広告プラットフォーム」+「エージェンシー事業」における他社DSP取扱い）の売上高を表記していたが、継続事業の売上高推移を明瞭に示すため「アドテクノロジー領域」（「自社広告プラットフォーム」のみ）の表記に変更

アドテクノロジー領域：売上総利益率推移



当期は、「VidSpot」の動画広告在庫拡充を中心とした先行投資実施時期と位置付け、売上拡大に注力していく方針

アドテクノロジー領域 売上総利益率推移

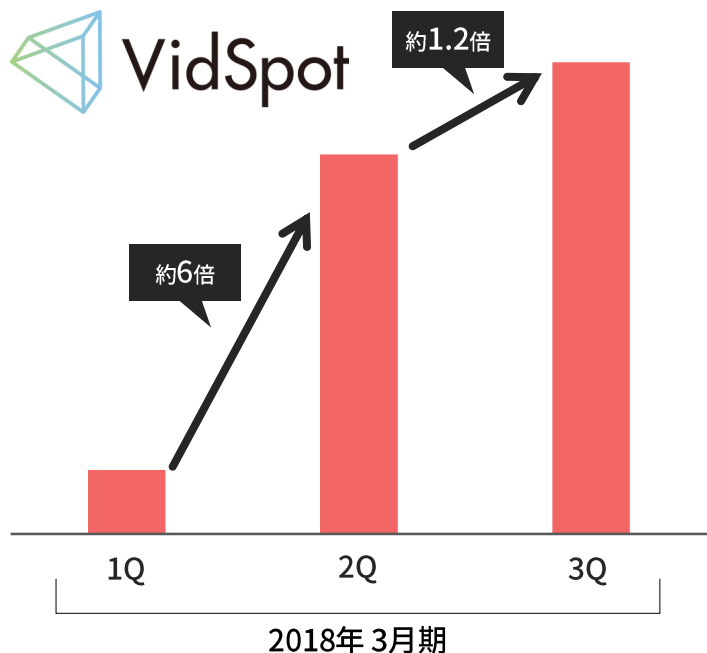


注：グラフ中、前期以前の売上総利益率について、1Q決算説明資料では旧「アドテック事業」（「自社広告プラットフォーム」＋「エージェンシー事業」における他社DSP取扱分）の売上総利益率を表記していたが、継続事業の売上総利益率推移を明瞭に示すため「アドテクノロジー領域」（「自社広告プラットフォーム」のみ）の表記に変更



着実にベースアップしているものの、計画に対して立上りが遅れている

VidSpot四半期別売上高推移



VidSpotの取組進捗

方針	3Q進捗
広告在庫拡充	<ul style="list-style-type: none">• LINE LIVEとの取組本格化• 広告在庫数は拡大• 大型メディアへのアプローチを継続
広告効果向上	<ul style="list-style-type: none">• 広告効果に改善の余地があり、案件単価が伸び悩み• 案件単価向上のための効果分析・配信ロジック改善を継続

引き続き大型メディアを中心に動画広告枠を拡大、
広告効果の向上により売上増を目指す



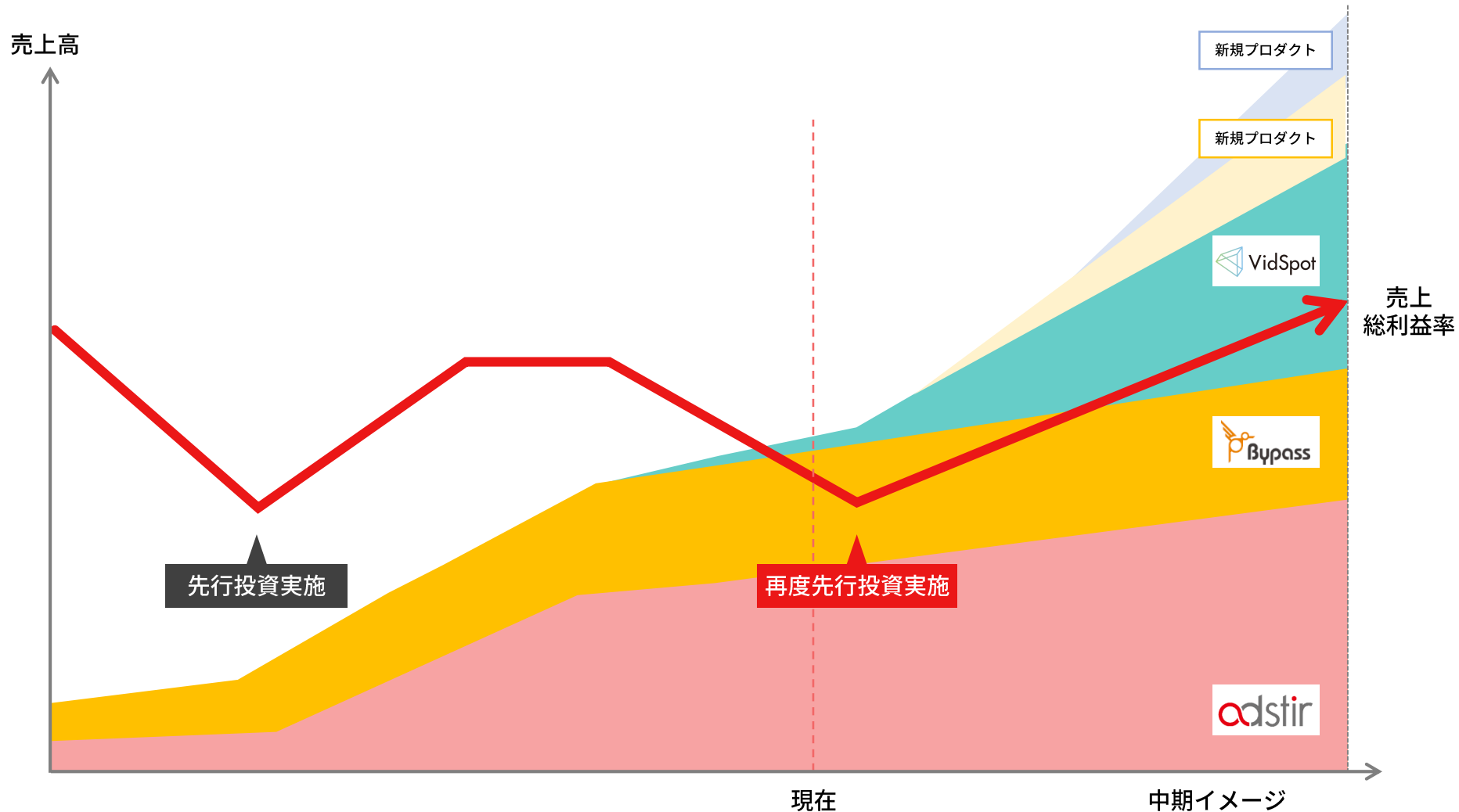
全体方針：国内アドテクNo.1を目指し、既存プロダクト強化と新規プロダクト開発に取り組む

	プロダクト	今後の方針
サプライサイド		<ul style="list-style-type: none"> 国内最大級のSSPとしてポジションを保ちつつ、動画/インフィード等のフォーマットの多様化、新たなソリューションの提供等により成長継続
デマンドサイド		<ul style="list-style-type: none"> 大型メディアを中心とした動画広告枠獲得の推進、広告改善施策の継続実施
		<ul style="list-style-type: none"> 広告配信ロジックの強化やデータ活用など、広告効果向上に向けた各種取組を実施
新プロダクト	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; display: inline-block;">随時開発予定</div>	<ul style="list-style-type: none"> 既存の各プロダクトで得た知見や運用ノウハウ、技術を活かした新規プロダクトの企画・開発

注：「サプライサイド (Supply-Side)」は媒体側が広告収益を最適化するために利用するサービス
 「デマンドサイド (Demand-Side)」は広告主・広告代理店側が広告出稿する際に利用するサービス



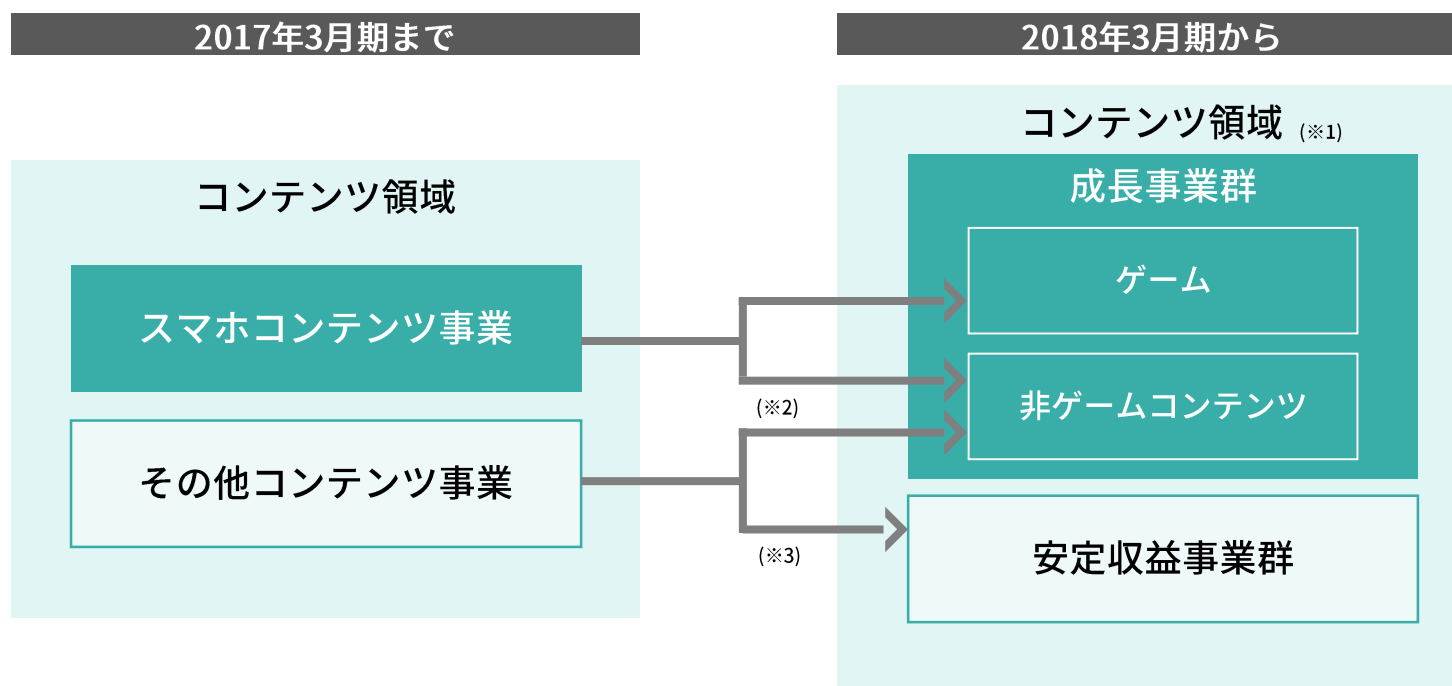
「adstir」を中心に実施した先行投資の結果、事業成長が加速
前Qより引き続き「VidSpot」に継続投資を行い、事業規模を伸長させる
今後も注力プロダクトへの先行投資と、新規プロダクト開発を行うことで事業拡大を図る



② コンテンツ領域について



前期までは「スマホコンテンツ事業」を注力事業とし、スマホアプリを中心に成長
当期より、上記に限らず成長可能性の高い事業を「成長事業群」と位置付け、積極投資



※1 成長事業群、安定収益事業群に含まれる事業の内容については、P.5参照

※2 ゲーム、非ゲームコンテンツに含まれる主なサービスについては、P.34参照

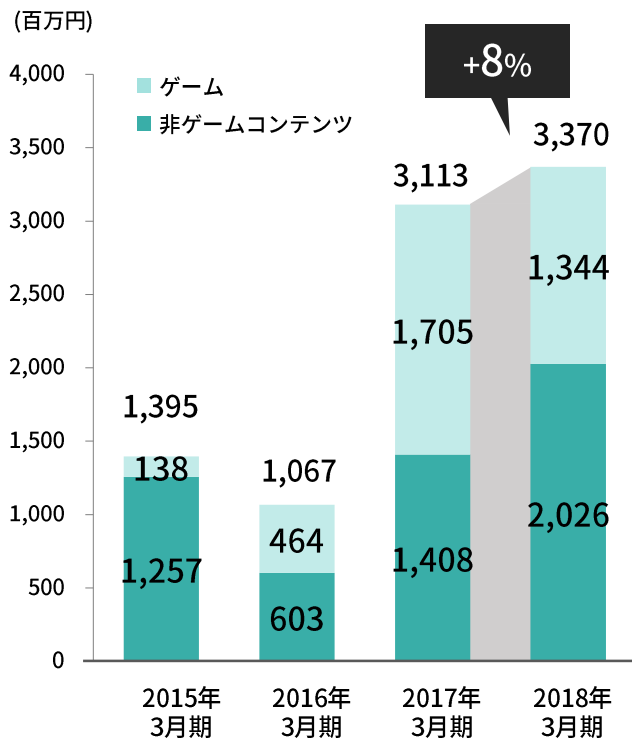
※3 旧「その他コンテンツ事業」に含まれていたキラメックス㈱は、当期から「成長事業群」－「非ゲームコンテンツ」へ分類



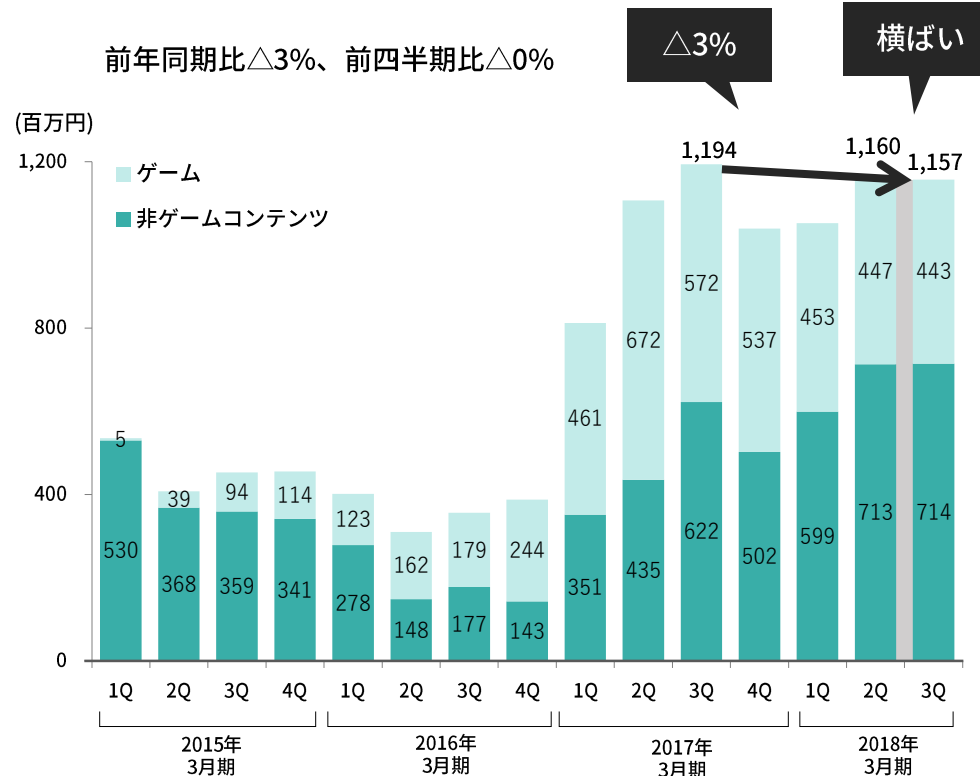
3Q累計売上高 前年同期比 +8%

- ・ゲームにおける大型広告投資実施時期の反動により、前年同四半期比では△3%
- ・前四半期比では(株)アラン・プロダクツ、(株)Smarpriseが好調に推移したものの、ゲームの逡減により横ばい

第3四半期累計 年度別売上高推移



四半期別売上高推移

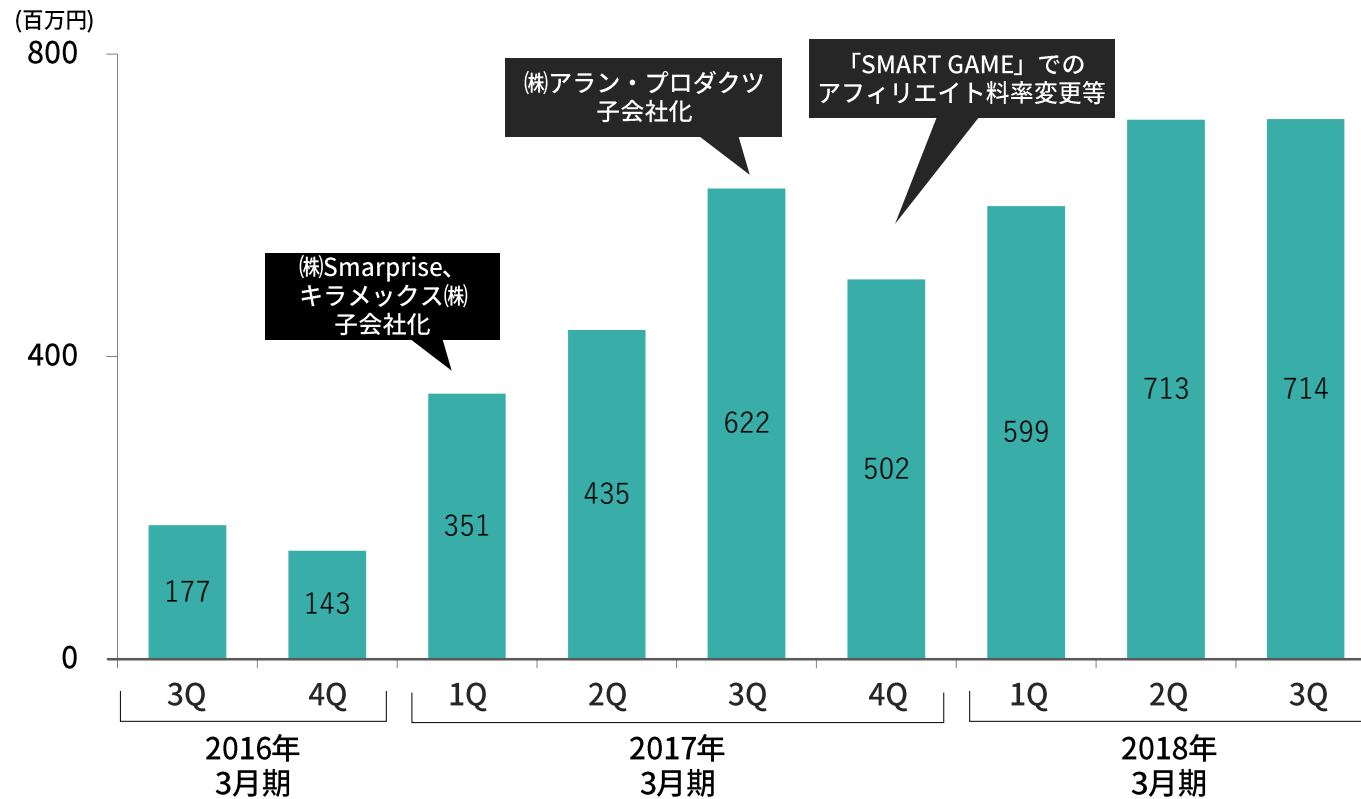


注：2018年3月期より、「スマホコンテンツ事業」を「成長事業群」、「その他コンテンツ事業」を「安定収益事業群」に名称変更し、キラメックス(株)を「安定収益事業群」から「成長事業群」に組替えている



各事業とも、四半期毎で変動はあるものの通期では着実に成長

非ゲームコンテンツ四半期別売上高推移





キラメックス(株)



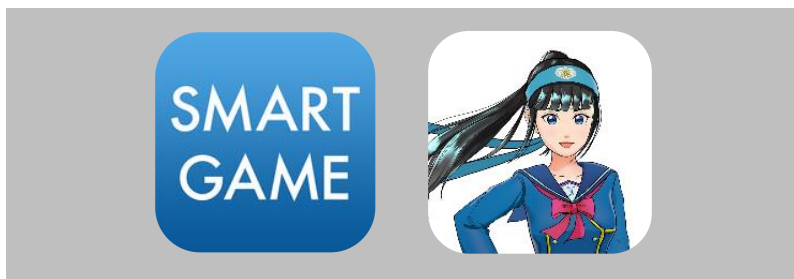
プログラミングやアプリ開発を学べるオンラインスクール「TechAcademy（テックアカデミー）」を運営

(株)アラン・プロダクツ



月間100万人以上のユーザーが訪れる、髪の毛の悩みと向き合う総合研究サイト「ヘアラボ」などの事業を展開

(株)Smarprise



日本最大級の課金還元プラットフォームサービス「SMART GAME（スマートゲーム）」、バーチャルYouTuber「富士葵」（チャンネル登録者数3万人）の企画・運営

フォッグ(株)



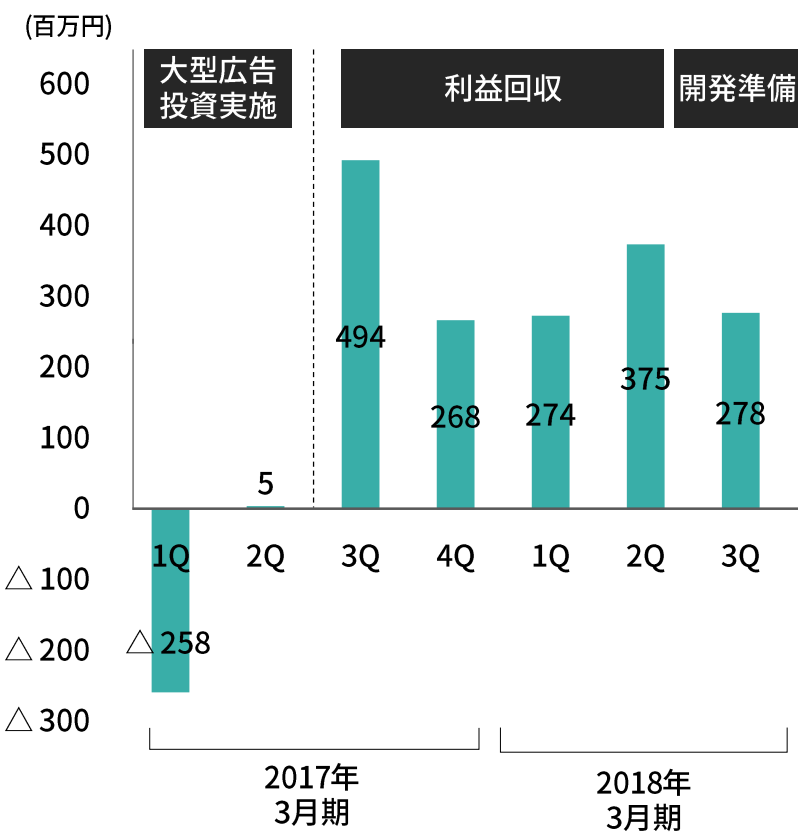
ファンがアイドルの写真を見て活動支援が出来るアプリ「CHEERZ（チアーズ）」を運営、現在1,000名以上のアイドルが参加中

コンテンツ領域のセグメント利益推移



前期1Q及び2Qの「クラッシュフィーバー」への広告投資を経て、前期3Q以降は利益回収フェーズ
 当期3Qに関しては、新作ゲームタイトルや新規事業の開発など今後の拡大に向けた投資を実施

コンテンツ領域 セグメント利益 四半期推移



2018年3月期 4Qの見通し

- | | |
|-----------|--|
| ゲーム | <ul style="list-style-type: none"> 2018年春以降リリース予定の新作ゲームタイトル制作コスト増 「クラッシュフィーバー」及び「CocoPPa Play」は堅調に利益貢献予定 |
| 非ゲームコンテンツ | <ul style="list-style-type: none"> 既存の各サービスの成長に注力しつつ、新規事業として新たなサービス開発の取組を積極的に行う |

ゲーム 飛躍的な成長可能性

新規タイトル開発を継続し、ヒットタイトル創出による大きなリターンを志向する



開発中
タイトル
1

開発中
タイトル
2



非ゲーム 収益のベース

既存サービスに加えて新規サービスを順次立ち上げ、右肩上がりの成長を志向する

 TECHACADEMY

 ヘアラボ

 CHERZ

 SMART GAME

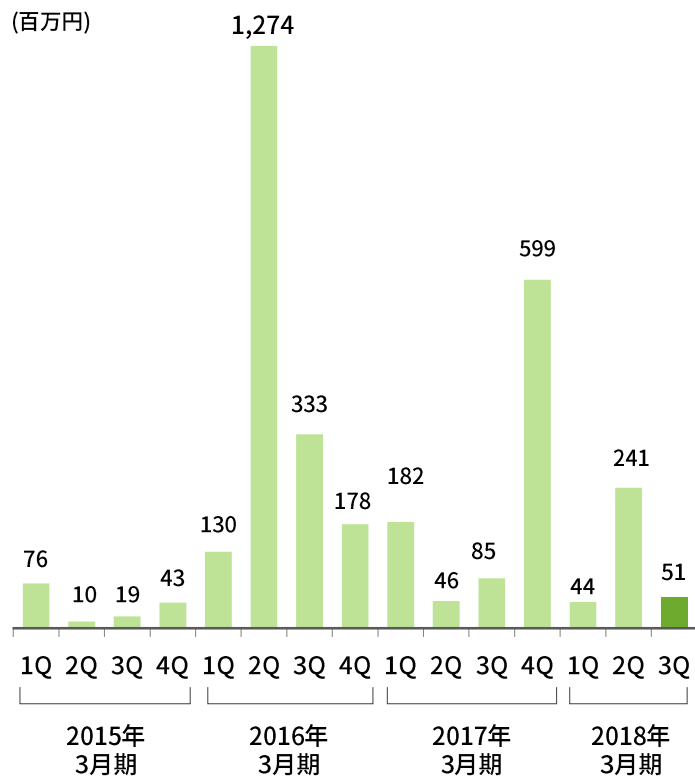
③ インベストメント領域について





3Q累計売上高は保有株式売却に伴う売却益により前年同期比+7%
 2018年3月期3Q末の営業投資有価証券残高は3,201百万円
 引き続きシード/アーリー企業に新規投資を行い、収益貢献を期待

インベストメント領域/四半期売上高推移



主な保有銘柄

CtoCフリマ (株)メルカリ	料理レシピ動画 dely(株)	VRソーシャルルーム クラスタ(株)
上場 BPO ソーシャルワイヤー(株)	ソーシャルゲーム ワンダープラネット(株)	ソーシャルゲーム (株)トランスリミット

主な投資実績

 (株)富士山マガジンサービス	 (株)メタップス	 データセクション(株)	 (株)ミクシィ
--------------------	--------------	-----------------	-------------

3. 2018年3月期 業績見通し



2018年3月期通期：セグメント別売上高、営業利益の見通し



アドテクノロジー領域で増収減益・コンテンツ領域で増収増益の見通し
 連結業績全体としては増収増益を計画

(注：2018年度2Q決算発表に公表した見通しを精緻化)

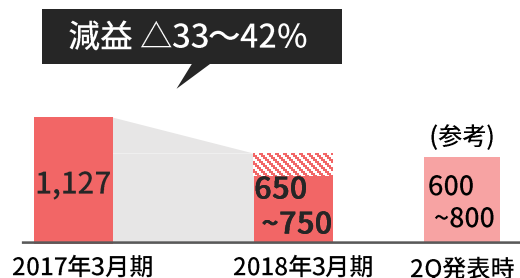
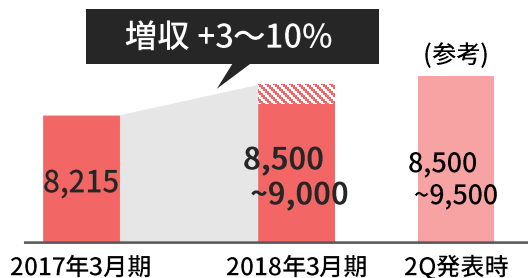
売上高

営業利益

2Qとの変動要因

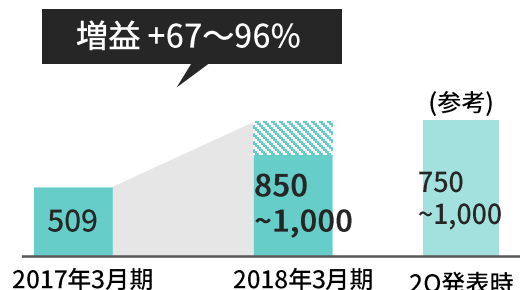
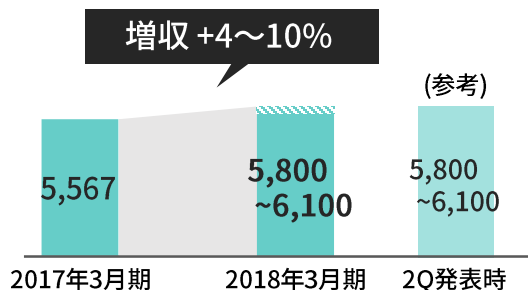
(単位：百万円)

アドテクノロジー領域



動画広告分野への先行投資を継続するものの、立上りに遅れ

コンテンツ領域



新規ゲームタイトル制作コストを織り込み

インベストメント領域

現時点で見通し困難

注 現時点においてインベストメント領域の業績予想を合理的に算出することは困難であるため、連結業績予想を合理的に行うことが可能となった段階で速やかに開示予定

1. 成長分野における事業展開

成長市場であるスマホ領域に特化したアドテクノロジー及びコンテンツ事業を主力事業として展開している

2. 新規事業の創出

新規事業創出を目的とした社内スタートアップ支援制度「U-START」により子会社立ち上げ

例：フォッグ(株)、コイネージ(株)

3. M&Aの活用

M&Aによりグループ入りした企業がそれぞれ事業成長し収益貢献、組織としても融合

例：(株)アラン・プロダクツ、
(株)Smarprise、キラメックス(株)

4. 有望投資先の発掘

経営陣を中心とした人的ネットワークにより、有望なスタートアップ企業への投資機会が得られている

4. 参考資料

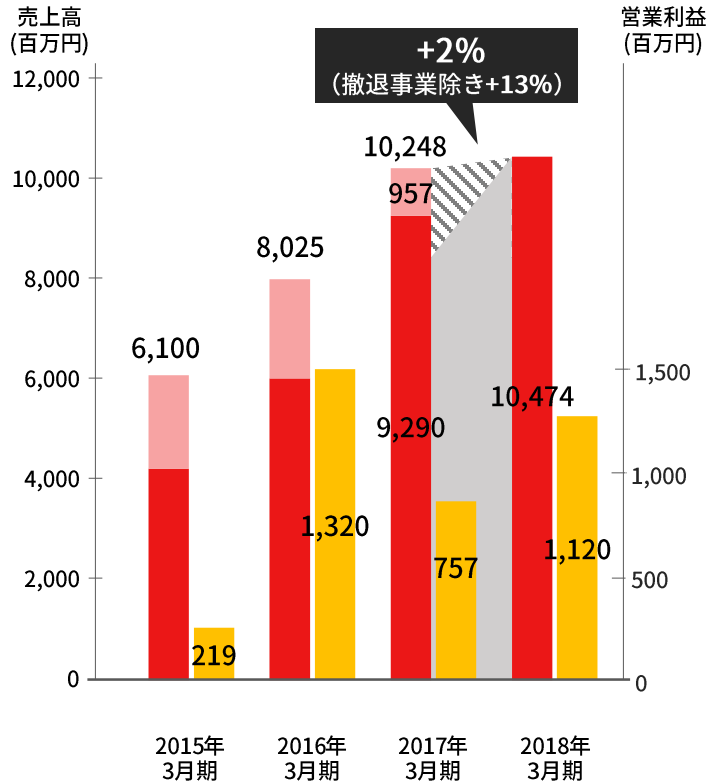


連結売上高、連結営業利益の推移

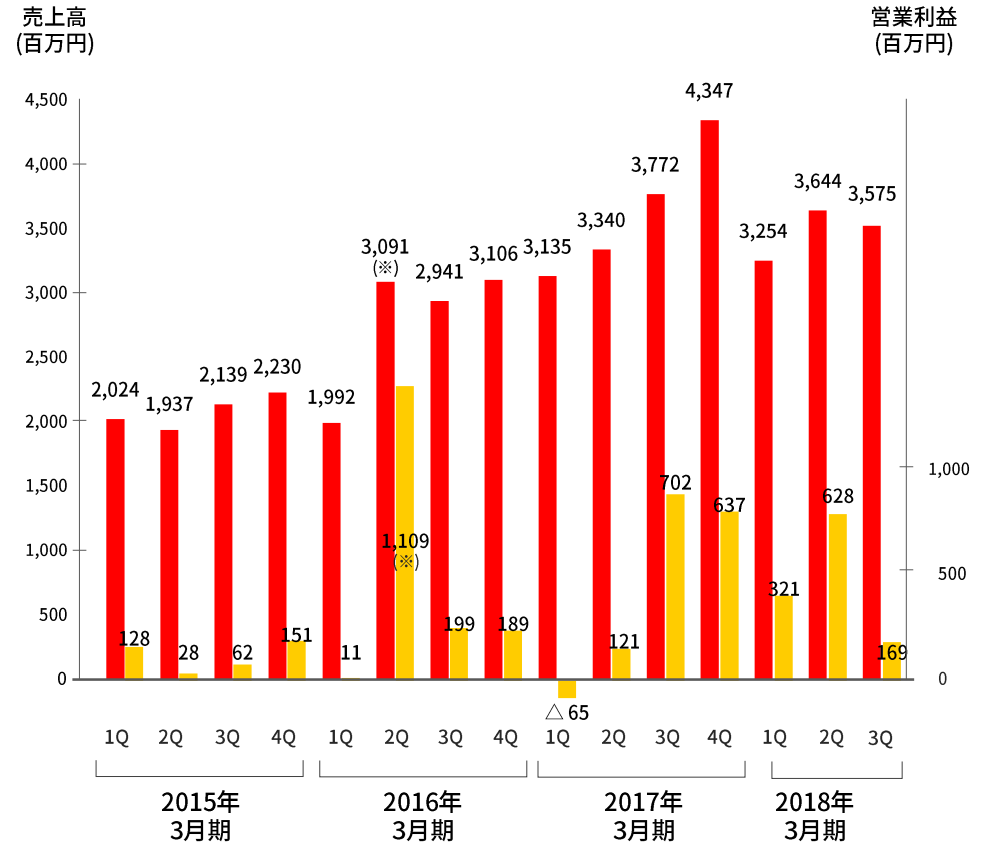


3Qの連結売上高は前年同期比+2%（撤退事業を除き+13%）、連結営業利益は+48%

第3四半期連結業績 年度別推移



四半期推移



■ 継続事業売上高 ■ 撤退事業売上高 ■ 営業利益

(※) 投資先の上場にもなう株式売却益等により、インベストメント領域で売上高1,274百万円、営業利益1,231百万円発生

3Q(10-12月)連結損益計算書



売上高 : コンテンツ領域におけるゲーム売上の逡減により、前四半期比△2%
 売上総利益 : アドテクノロジー領域の先行投資及びコンテンツ領域のゲーム制作コスト増加で、前四半期比△26%
 販管費 : 子会社の事業拡大に伴う人員増及び新規事業立ち上げにかかる準備費用により、前四半期比+14%
 営業利益 : アドテクノロジー領域・コンテンツ領域それぞれの先行投資の影響で、前四半期比△73%

(単位：百万円)

	2018年3月期	前四半期	前四半期比	前年同期	前年同四半期比
	3Q	(2018年3月期2Q)	増減率	(2017年3月期3Q)	増減率
売上高	3,575	3,644	△ 2%	3,772	△ 5%
アドテクノロジー領域	2,067	1,940	+7%	2,092	△ 1%
コンテンツ領域	1,470	1,474	△ 0%	1,603	△ 8%
インベストメント領域	51	241	△ 79%	85	△ 39%
その他	-	-	-	-	-
セグメント間消去	△14	△12	-	△8	-
売上総利益	993	1,351	△ 26%	1,360	△ 27%
アドテクノロジー領域	296	368	△ 19%	470	△ 37%
コンテンツ領域	692	755	△ 8%	811	△ 15%
インベストメント領域	7	228	△ 97%	79	△ 90%
その他	△2	-	-	-	-
セグメント間消去	0	△0	-	△1	-
販管費	824	722	+14%	657	+25%
営業利益	169	628	△ 73%	702	△ 76%
アドテクノロジー領域	125	204	△ 39%	307	△ 59%
コンテンツ領域	278	375	△ 26%	494	△ 44%
インベストメント領域	△1	219	△ 102%	65	△ 107%
その他	△28	-	-	-	-
本社費	△203	△170	-	△165	-
経常利益	161	623	△ 74%	690	△ 77%
親会社株主に帰属する当期純利益	18	373	△ 95%	428	△ 96%
特別損益	0	0	-	△7	-
税金費用等	△143	△249	-	△253	-

当第3四半期末 連結貸借対照表



- 流動資産
主に、現預金の増加(+548百万円) 等により、前期比+683百万円
- 流動負債
主に、その他流動負債の増加(+349百万円) 等により、前期比+206百万円

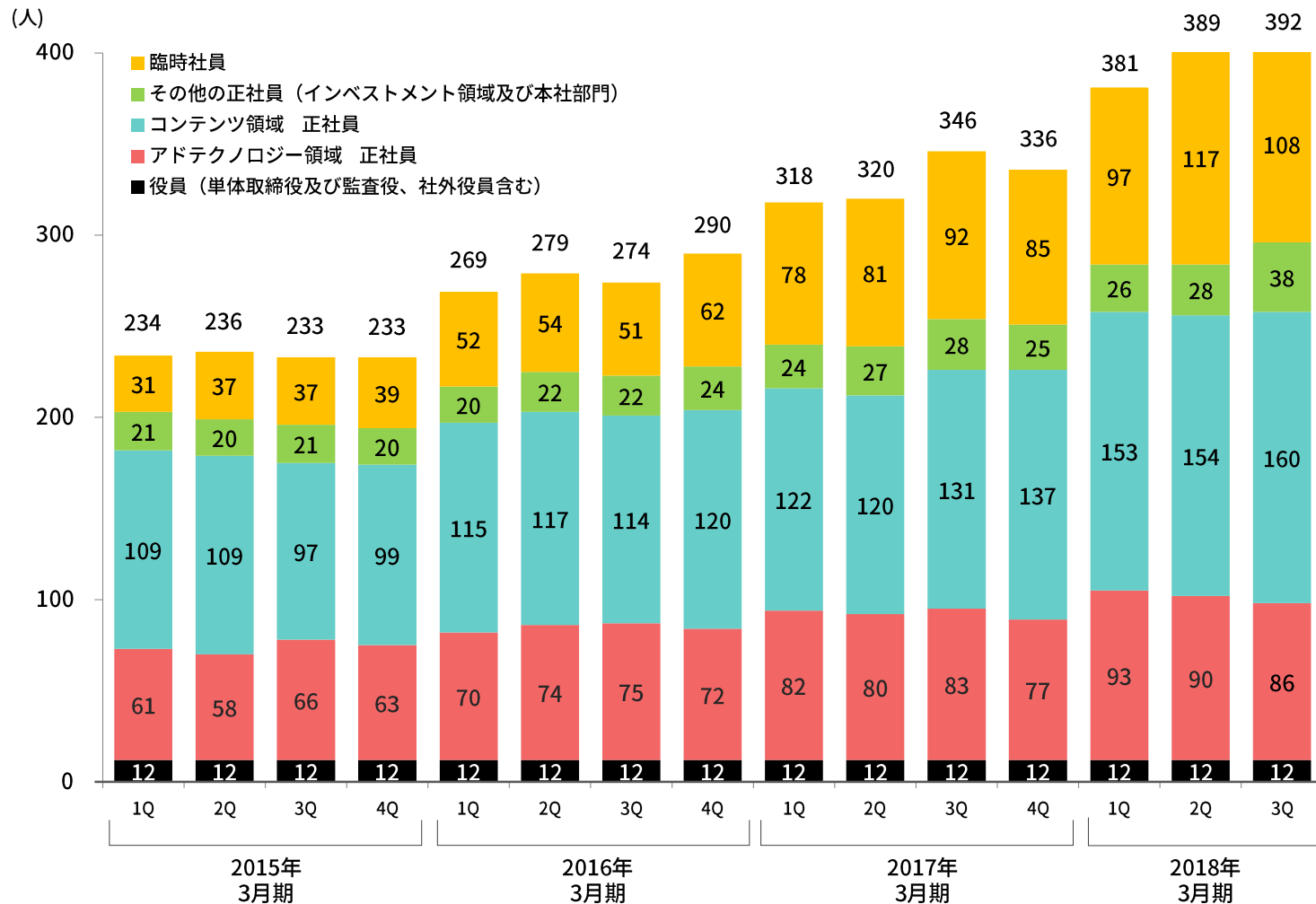
(単位：百万円)

	当期3Q (2017年12月末)	前期 (2017年9月末)	増減額
流動資産	10,772	10,089	+683
(うち現預金)	(5,510)	(4,962)	(+548)
固定資産	2,121	2,027	+94
流動負債	2,758	2,551	+206
固定負債	9	13	△3
純資産	10,126	9,551	+574

連結役職員数の推移



連結役職員数（臨時社員含む）は前年同期比+46名（+13%）
 主に新卒入社者による増加及び㈱アラン・プロダクツ等の子会社での採用による増加



注：前期のエージェンシー事業撤退により、前期以前の撤退事業職員は「アドテクノロジー領域」に含む



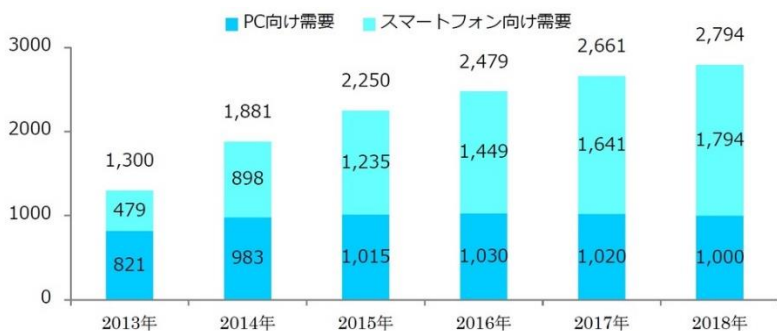
ゲーム	ネイティブ ソーシャル ゲーム	 クラッシュ フィーバー	「ブッ壊し!ポップ☆RPG」ゲームアプリ 出資先ワンダープラネット(株)との共同事業
		 CocoPPa Play	きせかえアバターアプリ 2016年3月より当社主体での運営
		 新規ゲームタイトル	2018年春リリース予定
		 新規ゲームタイトル	2019年3月期下半期リリース予定
非ゲーム コンテンツ	課金 プラット フォーム	 SMART GAME (株)Smarprise	課金ユーザーに課金額の一部を還元する、iOS アプリの課金プラットフォームサービス
	アイドル 応援アプリ	 CHEERZ (フォッグ(株))	女性版アイドル応援アプリ 男性版も展開（「CHEERZ for JUNON」） NTTドコモ「スゴ得コンテンツ」へも提供開始
	EdTech	 TechAcademy (キラメックス(株))	オンラインにてプログラミング、デザイン等を 学習できるサービスを提供
	バーティカ ルメディア	 (株)アラン・プロダクツ (旧社名：ゴロー(株))	バーティカルメディア事業群を提供
	その他	 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」、au「ス マートパス」へのアプリ提供



当社アドテクノロジー事業は独自の特長を活かして成長を継続

特長1：成長市場のスマホ領域に特化

<プログラマティック取引市場規模デバイス別推計・予測(単位:億円)>



(出所：VOYAGE GROUP/シードプランニング共同2015年8月調べ)

メリット

DSP「Bypass」

- ・スマホDSPにおける入札&CPA最適化ロジックに関するノウハウ蓄積
- ・スマホDSPの新しい配信手法等への迅速な対応

SSP「adstir」

- ・提供開始初期から他社に先んじて獲得してきた国内最大級のスマホ広告在庫
- ・スマホ独自の新しい配信手法等への迅速な対応

特長2：DSP/SSPともに展開

自社でDSP/SSPの両方を持ち、広告主(代理店)/メディア双方とやり取りがある

メリット

- ・広告主(代理店)、メディア、双方の観点からの機能開発・改善
- ・新機能のテストや効果検証が自社で迅速に完結

特長3：オープンプラットフォーム戦略

当社DSP/SSPは2012年4月のサービス開始当初より、他社SSP/DSPとも接続を積極的に推進

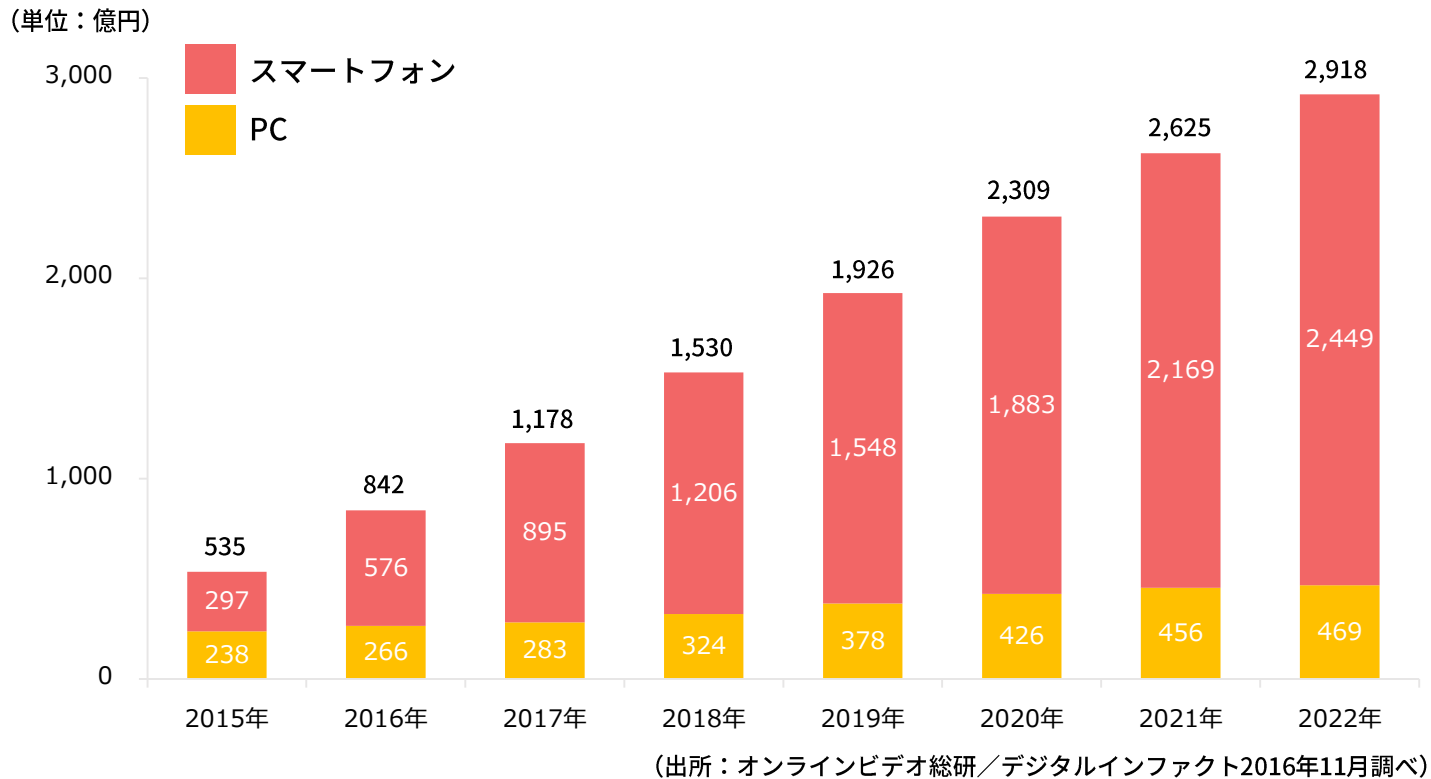
メリット

- ・広告効果を優先し、オープンな取引を行うことでDSP/SSPともに競争力のあるプロダクトに成長
- ・市場拡大に加え、競合増加も追い風にできる
→例) DSPの新規競合参入はSSPの規模拡大になる



動画広告市場は拡大を続けており、2020年のインターネット動画広告市場は2,300億円に達する
その約80%以上をスマートフォン動画広告が占めると予測

国内動画広告市場規模推計・予測(デバイス別) 2015-2022年



「VidSpot」はモバイル向けの動画広告配信プラットフォーム
広告主の広告効果向上とメディアの広告収益最大化の両立を目指す

「VidSpot」の特徴

1. 広告配信最適化技術

- DSP「Bypass」で培った広告配信技術及び広告配信最適化ロジックを活かした、広告案件と広告枠の高いマッチング精度

2. 豊富な動画広告在庫

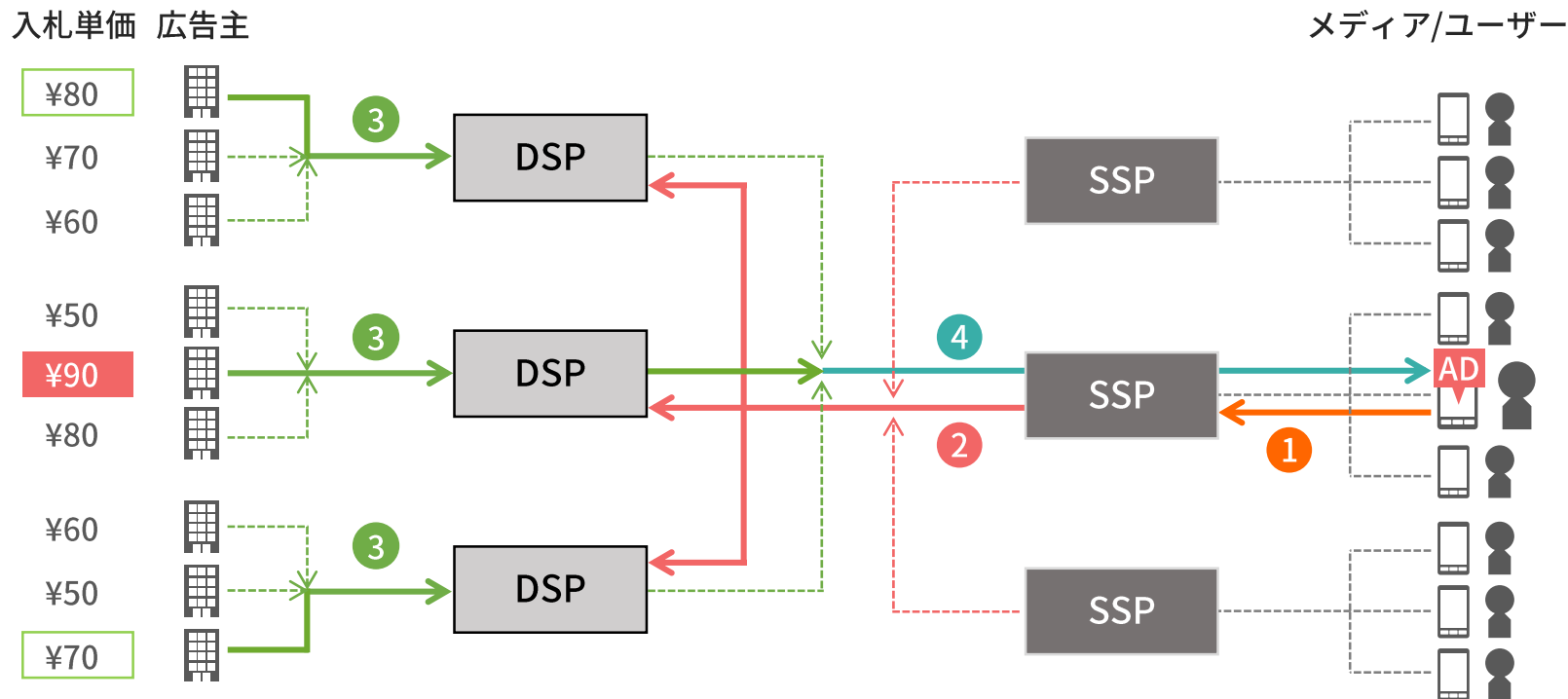
- DSP「Bypass」、SSP「adstir」の接続先パートナーの基盤を活用した多様な動画広告枠
- 「LINE LIVE」をはじめとした大型メディアの動画広告枠

動画広告配信の流れ



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
- ②SSP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
- ④DSP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