

## 2014年3月期 第3四半期決算説明資料

# ユナイテッド株式会社

(東証マザーズ：2497)

2014年2月4日

本資料に記載されたすべての意見や予測、見直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。また、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。

- 1 当四半期の連結業績と通期の見通し
- 2 ご参考資料

# 1 当四半期の連結業績と通期の見通し

---

---

**当社の注力事業**

当社は、今後市場の成長が見込まれる**スマートフォンメディア事業**、**RTB広告事業**に注力し、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 RTB(リアルタイム・ビidding)とは、リアルタイム入札によって広告取引を行う仕組みを指す

## 3Q(10-12月期)の業績ハイライト

全体

### 3Q業績

- **3Q累計(4-12月期)の営業利益黒字転換。**4Q累計で営業利益黒字化だった計画を前倒しで達成  
(営業利益 2Q累計(4-9月期) :  $\Delta$ 38百万 → 3Q累計 : 6百万)
- 3Q(10-12月期)の営業利益は2Qに続いて黒字(44百万)

注力事業

### スマートフォン メディア事業

- 売上高は前四半期比 $\Delta$ 5%
- 「CocoPPa」のダウンロード数は2013年12月15日に全世界で**1,800万DL**突破(※1)。新たな収益手段として、課金コンテンツ販売、タイアップ広告取扱い、スゴ得コンテンツ®(※2)への提供、を開始

### RTB広告 事業

- 売上高は前四半期比+4%
- 3Q累計(4-12月)の自社広告プラットフォーム(※3)の売上は前年同期比176%成長

※1 2014年1月26日に**2,000万DLを突破**

※2 (株)NTTドコモが提供する、ニュースや天気、ゲーム、占いなど厳選された約100コンテンツが、月額399円(税込)で使い放題になるサービス。「スゴ得コンテンツ®」は、(株)NTTドコモの登録商標です

※3 自社広告プラットフォーム=自社DSP「Bypass」及び自社SSP「Adstir」

## 3Q累計(4-12月期)の連結損益計算書(前年同期比)

営業利益黒字転換(6百万円)。合併によるメディア領域の規模拡大が貢献

(百万円)

	2014年3月期 3Q累計	2013年3月期 3Q累計	前年同期比増減率
<b>売上高</b>	<b>4,339</b>	<b>2,802</b>	<b>+55%</b>
メディア領域	2,180	14	+14,997%
広告領域	2,047	1,898	+8%
インベストメント領域	145	889	△84%
セグメント間消去	△33	0	-
<b>売上総利益</b>	<b>1,180</b>	<b>957</b>	<b>+23%</b>
メディア領域	679	10	+6,375%
広告領域	411	255	+61%
インベストメント領域	89	691	△87%
<b>営業利益</b>	<b>6</b>	<b>△52</b>	<b>-</b>
メディア領域	143	△67	-
広告領域	△43	△200	-
インベストメント領域	67	437	△85%
本社費用	△160	△222	-
<b>経常利益</b>	<b>18</b>	<b>△39</b>	<b>-</b>
<b>四半期純利益</b>	<b>△21</b>	<b>△212</b>	<b>-</b>

・ 2013年3月期3Q累計は、合併前のモーションビート(株)の損益であり、(株)スパイアの損益を含んでいない

### 3Q(10-12月期)の連結損益計算書(前四半期比)

メディア領域／広告領域共に増収。4Q以降の成長に向けた両領域における原価増で売上総利益は減少

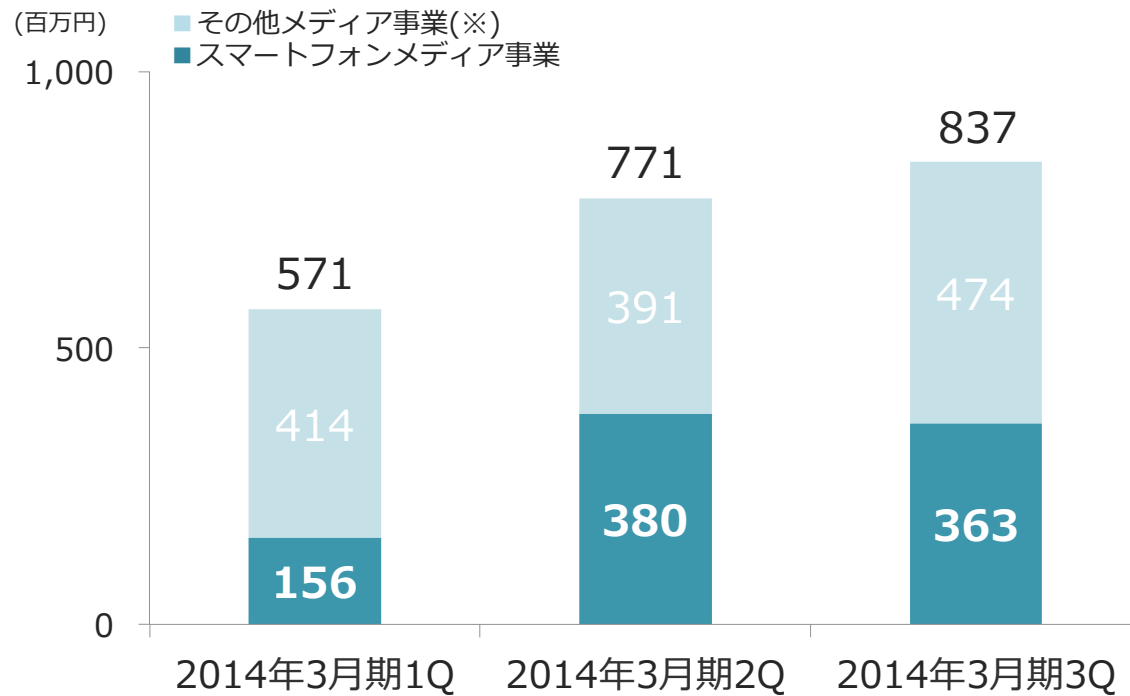
(百万円)

	2014年3月期 3Q	2014年3月期 2Q	前四半期比増減率
<b>売上高</b>	<b>1,615</b>	<b>1,565</b>	<b>+3%</b>
メディア領域	837	771	+9%
広告領域	749	716	+5%
インベストメント領域	40	93	△57%
セグメント間消去	△12	△16	-
<b>売上総利益</b>	<b>432</b>	<b>459</b>	<b>△6%</b>
メディア領域	253	259	△2%
広告領域	143	150	△5%
インベストメント領域	35	50	△29%
<b>営業利益</b>	<b>44</b>	<b>70</b>	<b>△37%</b>
メディア領域	61	81	△25%
広告領域	△2	1	-
インベストメント領域	28	42	△34%
本社費用	△41	△55	-
<b>経常利益</b>	<b>43</b>	<b>71</b>	<b>△38%</b>
<b>四半期純利益</b>	<b>24</b>	<b>52</b>	<b>△53%</b>

## メディア領域：四半期ごとの売上高推移

スマートフォンメディア事業の売上高は前四半期比△5%。「CocoPPa」が収益多角化の取組み過程にあること(17ページ参照)と、「キャリアマーケット向けアプリ」の減収が影響。メール広告とスポーツマーケティングの好調により、メディア領域全体の売上は増加

### メディア領域の売上高、四半期ごとの推移

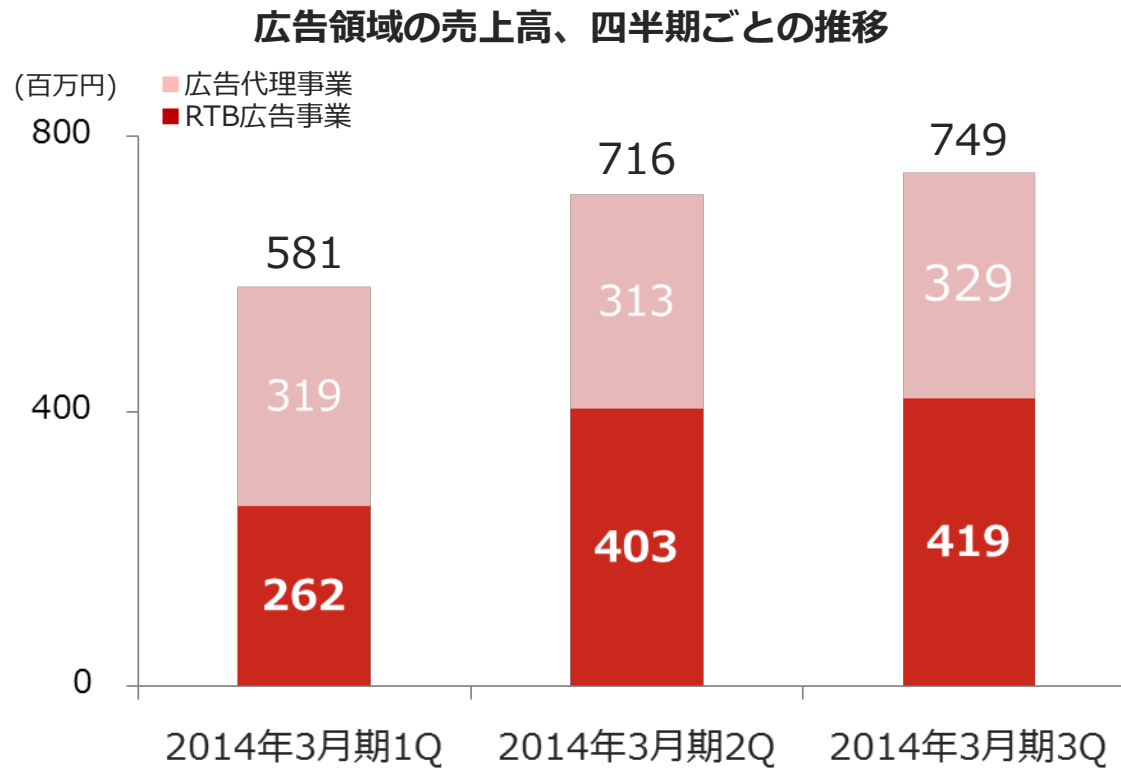


※その他メディア事業：メール広告、インターネットリサーチ、スポーツマーケティング



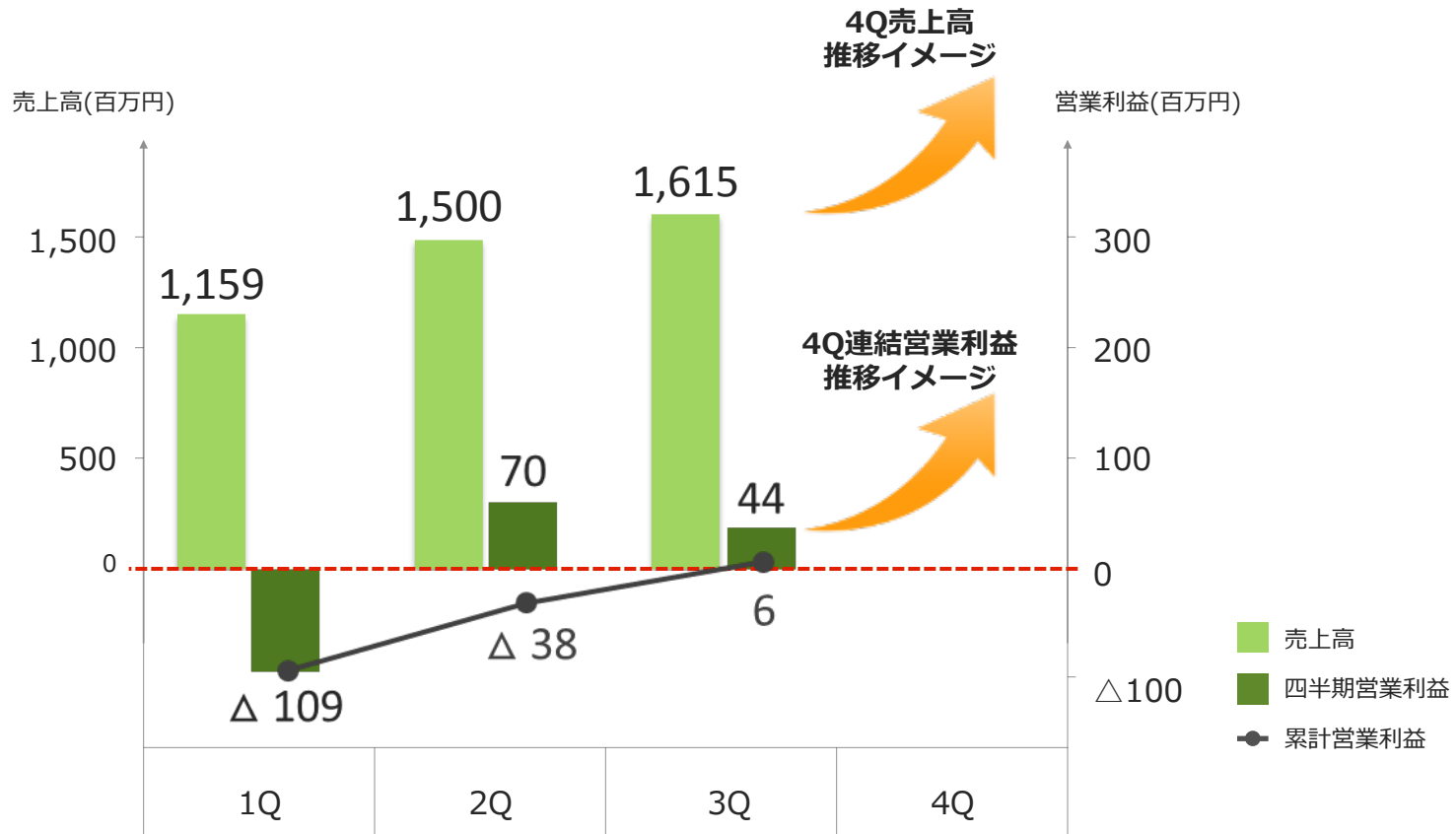
## 広告領域：四半期ごとの売上高推移

RTB広告事業の売上高は、前四半期比+4%。引き続き、自社広告プラットフォームの売上が成長トレンド継続



## 2014年3月期の通期見通し

2Qに続き3Qも営業黒字、**3Q累計でも営業利益黒字化(6百万)**。4Q累計で営業利益黒字化だった計画を前倒しで達成。4Qも業績拡大を見込み、**通期連結営業利益は黒字を計画**





## スマートフォンメディア事業について



## スマートフォンメディア事業の構成

スマートフォンメディア事業は以下の3つで構成



### 「CocoPPa」

スマートフォンきせかえコミュニティアプリ  
1,800万ダウンロードを突破(※)

※2013年12月15日時点。2014年1月26日に**2,000万DL突破**

「キャリアマーケット向けアプリ」  
auスマートパスに自社アプリを8個提供

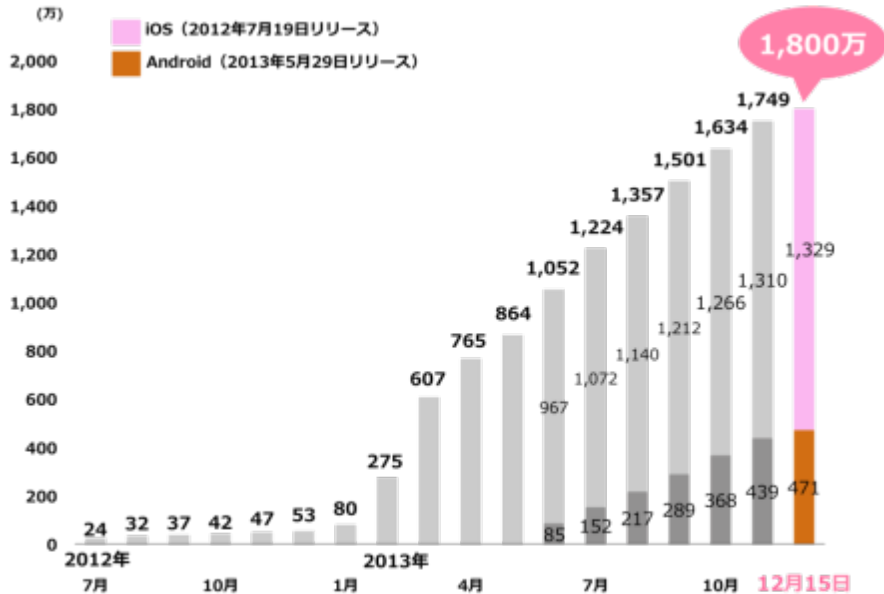
「アフィリエイトメディア」  
自社運営のポイントメディア



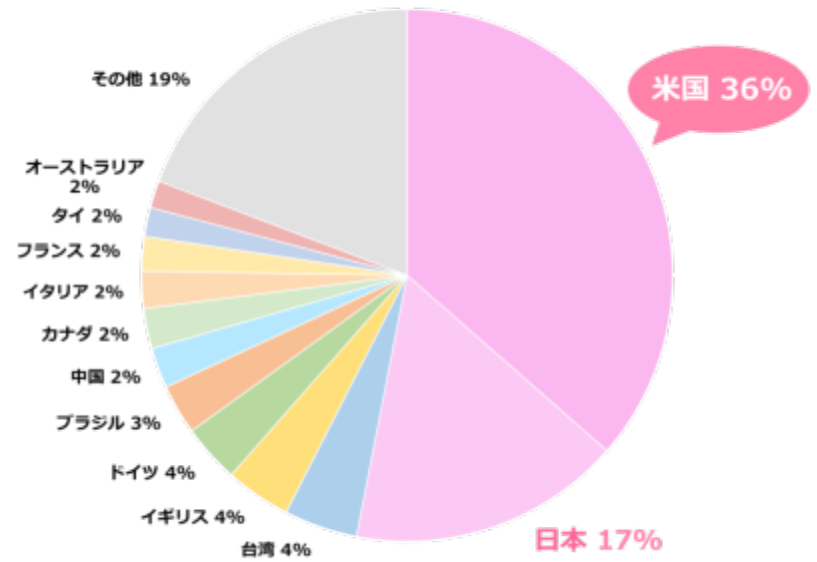
## 「CocoPPa」のDL数と世界への普及状況

「CocoPPa」のダウンロード数は2013年12月15日に**1,800万DL**達成(※)  
 ダウンロードのうち36%を占める米国を筆頭に、**海外比率は83%**でグローバルに成長を継続

«「CocoPPa」の月別累計ダウンロード数»



«「CocoPPa」累計ダウンロード数の国別構成比»



※2013年12月15日 (1,800万ダウンロード突破) 時点のデータ。

※詳細は2013年12月18日公表のプレスリリースを参照  
 2014年1月26日に**2,000万DL突破**

**「CocoPPa」 3Qの取組**

計画通り「有料課金コンテンツ販売」「タイアップ広告」を開始。新たに「CocoPPa forスゴ得」も開始

**計画通り3Q中に開始した施策(2Q決算説明資料より)**

**有料課金コンテンツ(11月開始予定)**

既に発表のサンリオウェブ社のキャラクターに加え、100程度のコンテンツを予定

Android 11月13日、  
iOS 11月20日に販売開始

**「タイアップ広告(3Q中開始予定)**

広告主の企業キャラクターを無料でユーザーに提供など、広告主から広告費収入を得る

11月11日に掲載開始  
3Q中に3案件実施済

**3Q中に新たに始めた施策**

**「CocoPPa forスゴ得」**

(株)NTTドコモが提供する『スゴ得コンテンツ@』にCocoPPaを提供

12月17日より提供開始



## 「CocoPPa」課金コンテンツの販売状況

3Q中に販売を開始。今後の中長期的な収益貢献に向けて試行錯誤のフェーズ

### 3Qにおこなったこと

**「CocoPPaストア」  
オープン**



(Android11月13日、iOS11月20日)

### きせかえセットの多様化

当初35種類→12月末50種類(今後、順次拡充)  
季節限定きせかえセット投入(サンリオ冬ver.  
等)



### 4Q以降に行うこと

#### ストアの認知向上

CocoPPa内導線と  
告知の更なる改善

#### ストアの魅力度向上

さらなるキャラクターや  
有名人等のきせかえ  
セットを販売

中長期的な収益源とするべく、継続して改善を行っていく

「CocoPPa」課金コンテンツについて

キャラクターのホーム画面セット(アイコンと壁紙のセット)を有料で販売

課金コンテンツ、ホーム画面サンプル

ハローキティ ver.



(C)1976,2014 SANRIO CO.,LTD.  
APPROVAL NO.E-540128-1

スヌーピー ver.



(c) 2013 Peanuts Worldwide LLC

<きせかえセット購入の流れ>

(2013年12月31日現在)

**1** CocoPPa専用のポイントを購入

- ・100ポイント=100円として、100ポイント単位で購入可能
- ・Android版では毎月の定額購入でポイントが割安になる月額会員制もあり

330円コース→330P+30P  
500円コース→500P+60P  
1,000円コース→1,000P+150P



**2** ポイントを使い、きせかえセットをダウンロード

- ・アイコン8個+壁紙2枚で200P
- ・アイコン16個+壁紙2枚で300P (一部、セール等除く)

・きせかえセットは2013年12月末時点で50セット程販売開始済み、契約は100セット以上完了しており、順次ラインナップ

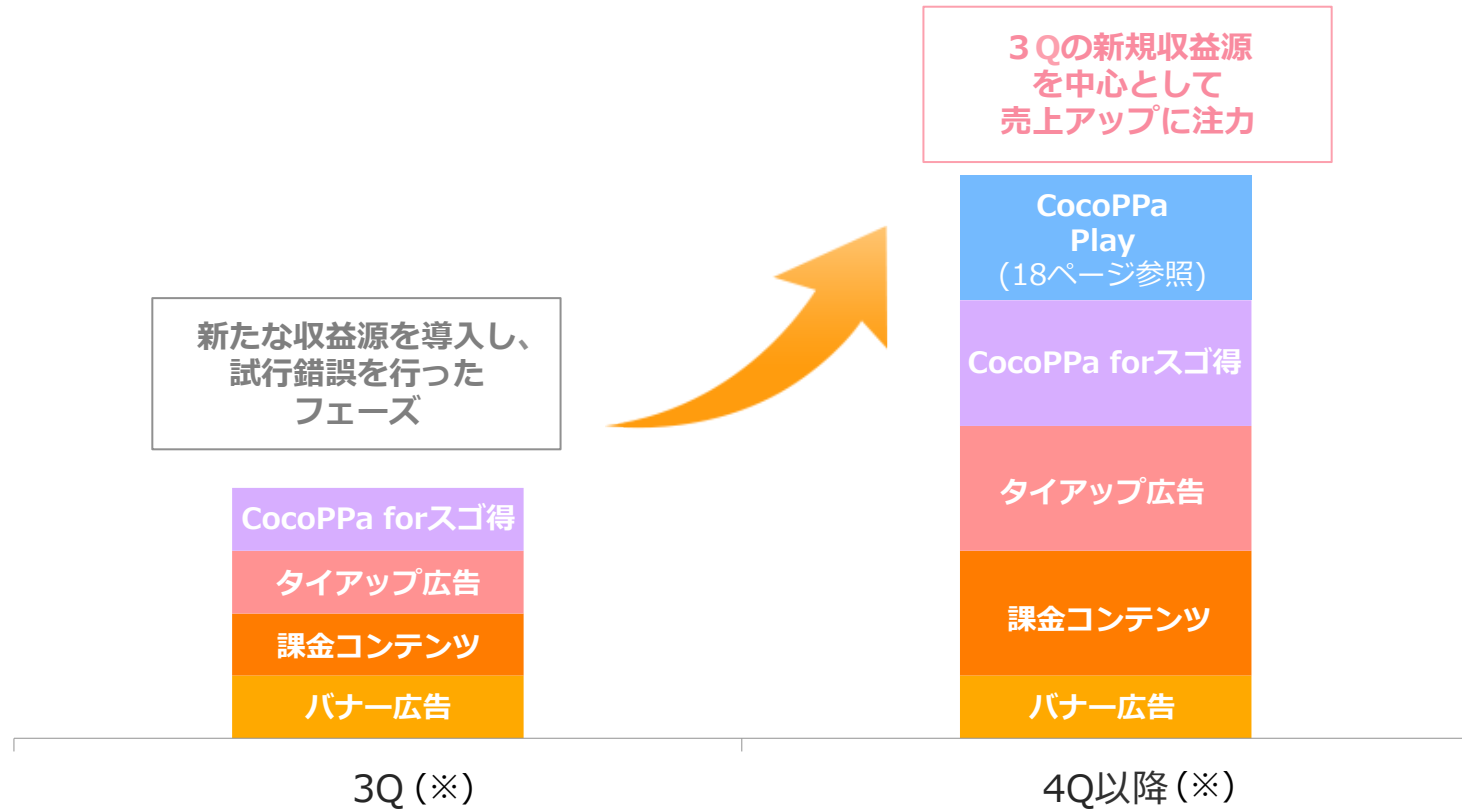




## 「CocoPPa」の収益源の多角化

3Qに新しい収益源(課金コンテンツ、タイアップ広告、CocoPPa forスゴ得)増加。  
今後も収益源を追加し、収益の成長を計画

### 「CocoPPa」収益源の変化



※ 上記グラフは収益源変化のイメージであり、売上高の実績や計画を表すものではありません

「CocoPPa」 4Q以降の取組

(株)ジークレストとの共同事業として、アバター(※)アプリ「CocoPPa Play」をリリース予定(iOS2月下旬、Android3月下旬開始)。

CocoPPa Play

- ・「CocoPPa」とは別アプリとしてリリース
- ・かわいい洋服やアクセサリでアバターを着せかえ、他のユーザーとのコミュニケーションやファッションショーなどのイベントで見せ合うなどして遊ぶ
- ・アバターに着せる洋服などのアイテム課金が主な収益源



「CocoPPa Play」で作ったアバターを「CocoPPa」のマイページに設定できるなどの連携

CocoPPa



※ インターネット上で自分の分身となるキャラクターのこと。

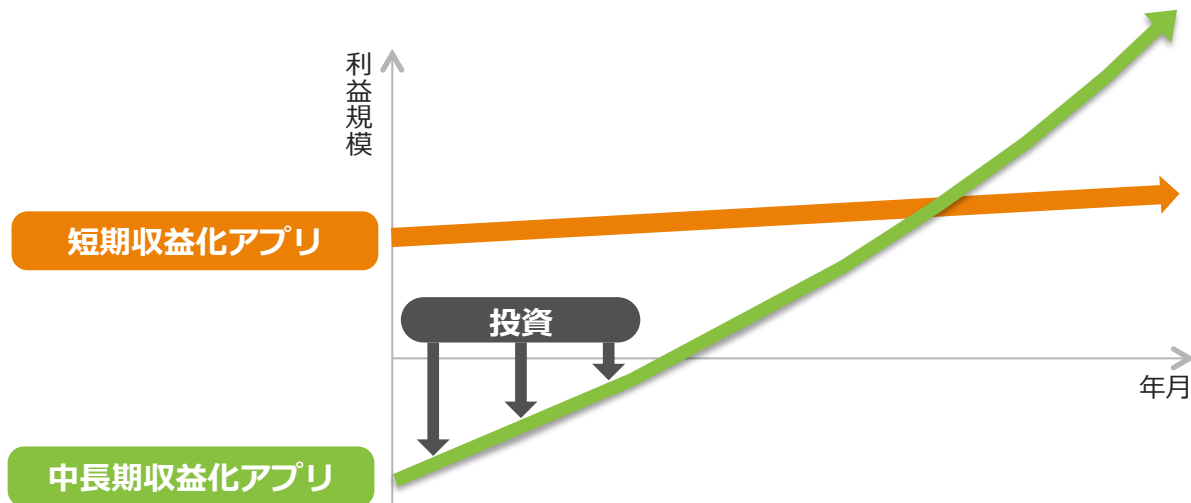


## 当社のスマートフォンメディア事業の方針

「短期収益化アプリ」で安定的な利益を稼ぎ出し、「中長期収益化アプリ」に投資するサイクルをすることで、中長期的に利益規模をスケールアップすることを目指す

	狙い	強み
短期収益化アプリ	早期のサービス立ち上がりによって安定的な収益を創出し、事業全体を支える	<ul style="list-style-type: none"> <li>開発スピード(すべてを内製で行える企画、開発力)</li> <li>マーケティングノウハウ(広告事業で蓄積)</li> </ul>
中長期収益化アプリ	ユーザーの生活に密着し、大規模なトラフィックを生み出すサービスを創ることで利益規模をスケールアップさせる	<ul style="list-style-type: none"> <li>累計DL数2,000万の大規模メディア運営経験(「CocoPPa」)</li> <li>ゲーム以外の生活密着型サービスを開発し続けてきたノウハウ(次ページ参照)</li> </ul>

当社スマートフォンメディア事業／利益イメージ



**当社のスマートフォンメディア事業**

アプリ事業を立ち上げて以降、様々なバリエーションのある67個のアプリを企画・開発・運営

**<中長期収益化アプリ>**

**CocoPPa(2012年7月～)**

スマートフォンきせかえ  
コミュニティアプリ



**iam(2014年1月～)**

子会社フォッグが開発した  
プロフィール交換サービス



**CocoPPa Play(2014年2月～)**

CocoPPaと連動したアバターアプリ



**有望領域のアプリ事業会社への出資**

**メルカリ(2013年7月～)**

フリマアプリ「メルカリ」を運営する(株)  
メルカリに出資(出資は2013年8月)



**<短期収益化アプリ>**

**キャリアマーケット向けアプリ**

- ・ auスマートパス(2012年2月～)  
8個のアプリを提供。4Q中に数個追加予定



- ・ スゴ得コンテンツ®(2013年12月～)  
CocoPPaを提供。今後も複数アプリを追加予定



**アフィリエイトメディア(2012年3月～)**

自社開発のアフィリエイトメディアを複数運営

本ページに記載していないアプリを含め、現在まで67個の有料・無料アプリを企画・開発。

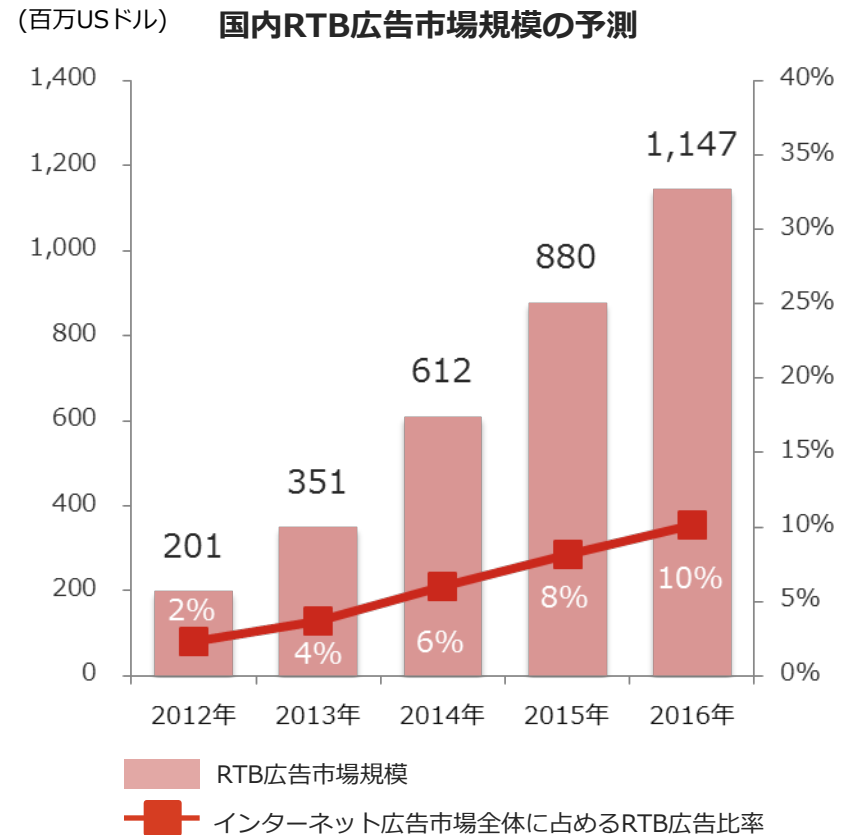
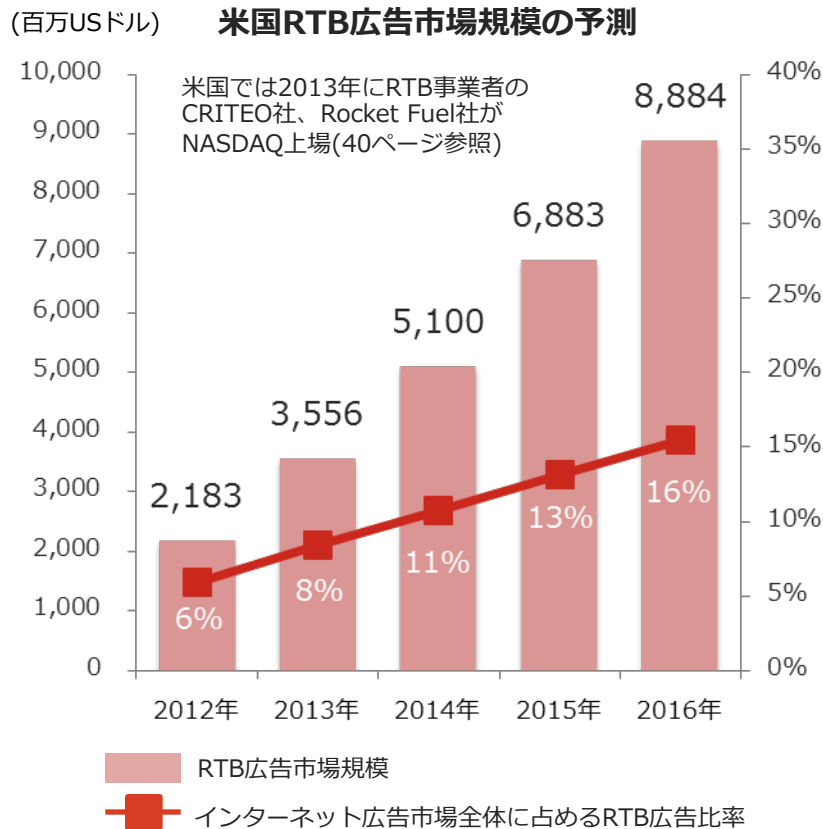


## RTB広告事業について



## RTB広告の市場規模とネット広告全体に占める割合予測

米国RTB広告市場は2016年度に約89億ドルまで拡大、国内RTB広告市場は2016年度に約11億ドルまで拡大する見通し。インターネット広告市場の中でも高い成長率が見込まれる

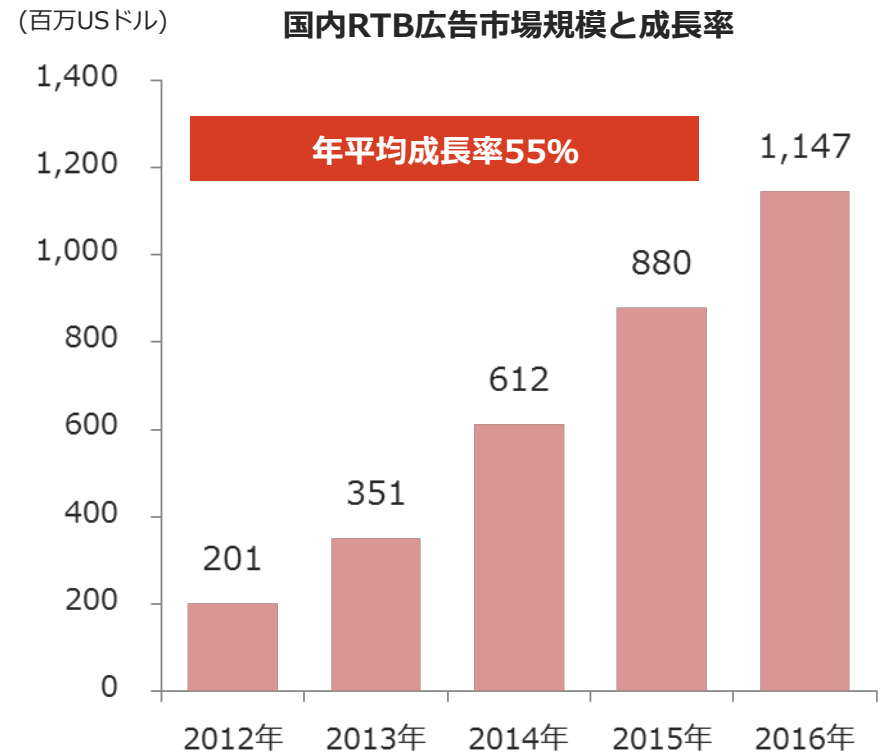
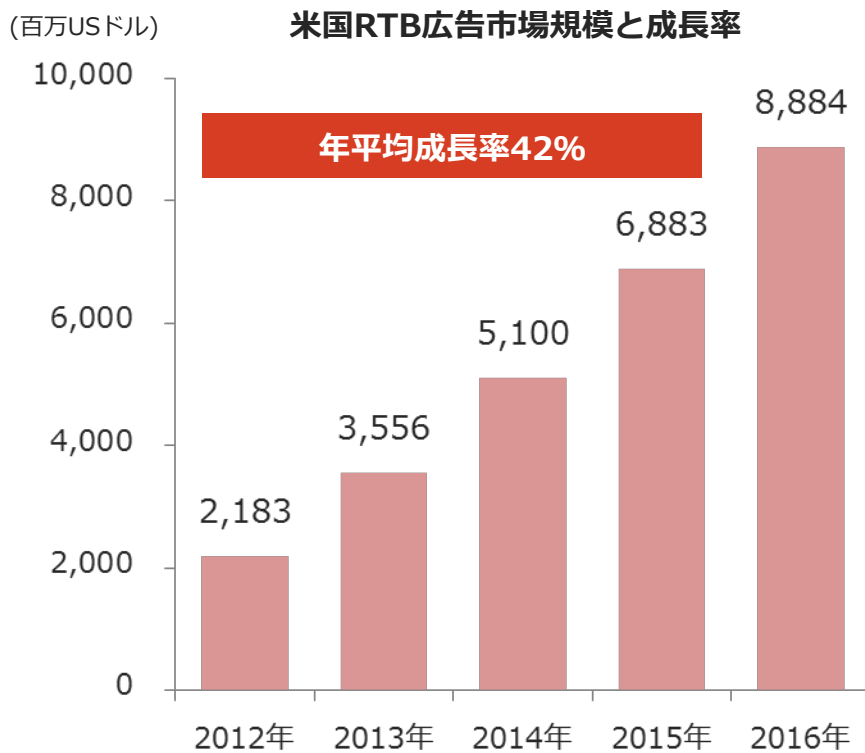


(出所：IDC 2012年10月 / 市場全体に占めるRTB広告比率は当社が独自に試算)



## RTB広告市場概観

国内の2012～2016年のRTB広告市場平均成長率は、米国を上回る見通し  
 ・米国42% < 国内55%



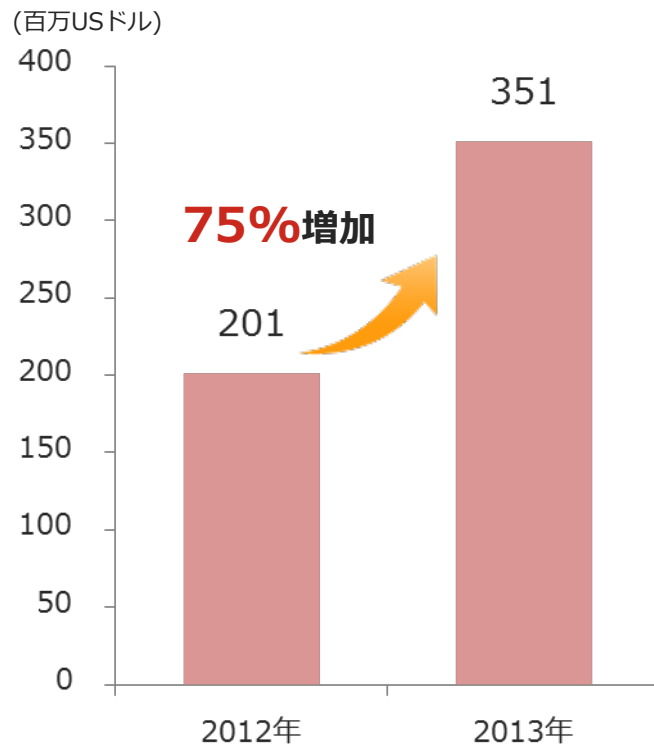
(出所：IDC 2012年10月)



## 国内RTB広告市場と当社の成長率

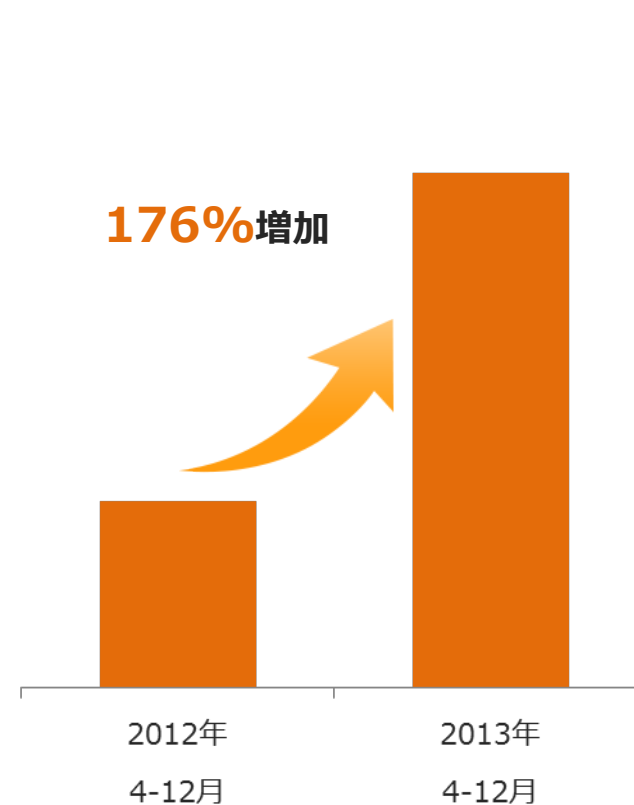
スマートフォン中心に収益を伸ばした当社は国内市場の予測平均成長率を上回った  
 ・国内RTB広告市場成長率75% < 自社広告プラットフォーム成長率176%

### 国内RTB広告市場規模と成長率



(出所：IDC 2012年10月)

### 自社広告プラットフォーム売上高の増加率







## スマートフォンデバイスの成長率が高い要因

PCサイト訪問者数は減少傾向である一方、スマートフォンのアプリ利用者数及びトラフィックは増加傾向

- PCサイトの2013年の平均月間訪問者数は前年比9%減少  
(上位10サイト合計の前年比較 ※1)
- スマートフォンアプリの月間利用者数は直近半年間で19%増加  
(上位10アプリ合計の2013年4月と10月の比較 ※1)
- 日本におけるモバイルのデータトラフィックは前年比約3倍 (※2)

※1 : ニールセン(株)調べ 2013年12月

※2 : Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2012-2017 2013年2月

**引き続き、「スマートフォンRTB広告に強いプラットフォーム」  
として、スマートフォンRTB領域中心で成長を加速。**



## 自社広告プラットフォームの状況

早期にスマートフォンRTB広告の在庫を抑える先行投資を実施してきたことで、自社広告プラットフォームはスマートフォンRTB広告国内最大級のサービスに成長



自社DSP「Bypass」

- ・ 広告主数が1,500社を突破
- ・ 接続先SSP数は国内最多(※1)



自社SSP「Adstir」

- ・ 広告リクエスト数は前四半期比1.5倍(413億回)に増加
- ・ スマートフォンRTB広告における保有広告在庫量は国内SSPの中で最大級(※2)

※1 当社調べ。2013年12月末時点で7つのSSPと接続

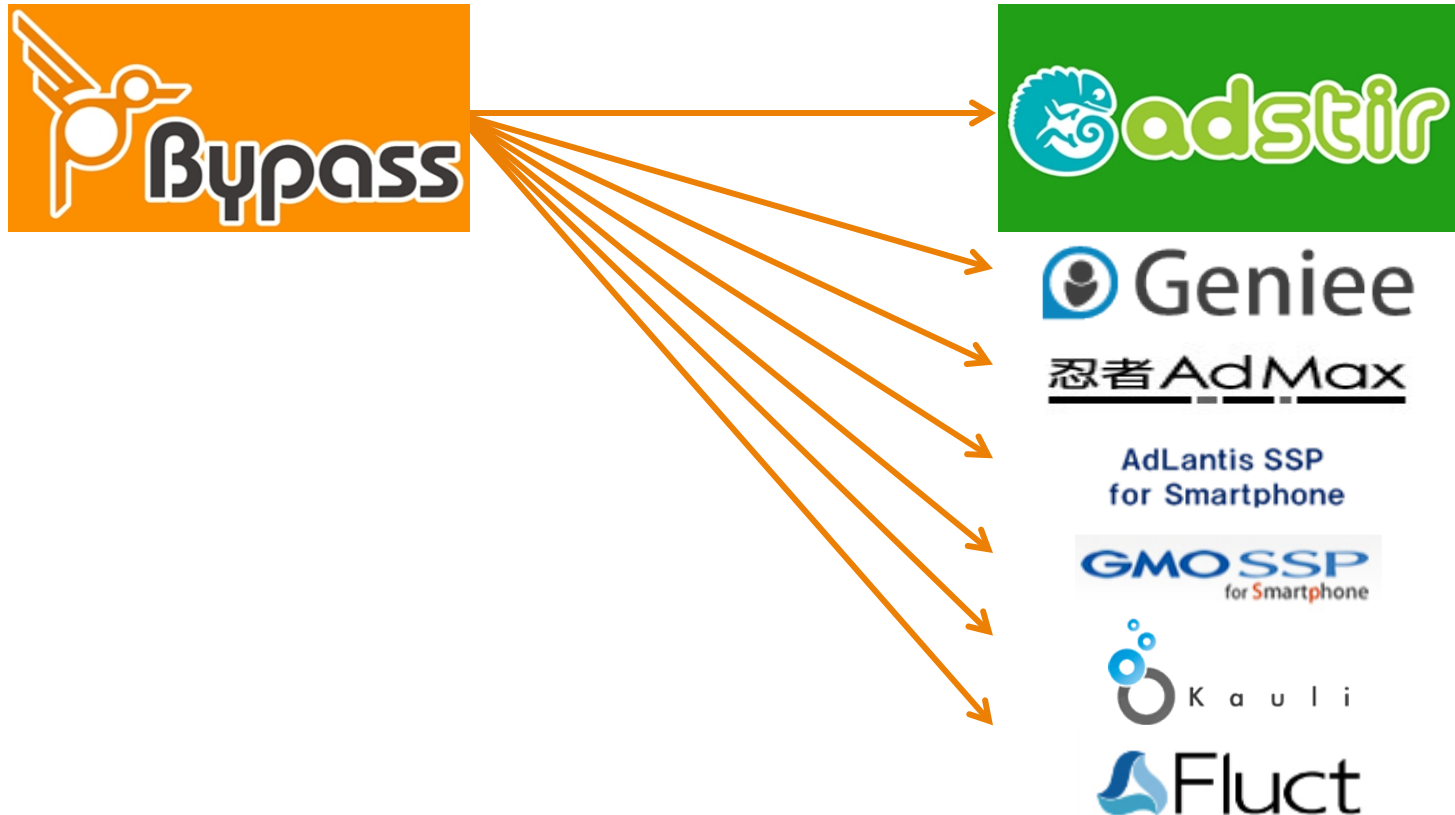
※2 当社調べ



自社DSPの接続先SSP

自社DSP「Bypass」の接続先SSPの数は国内最多

「Bypass」のSSP接続状況



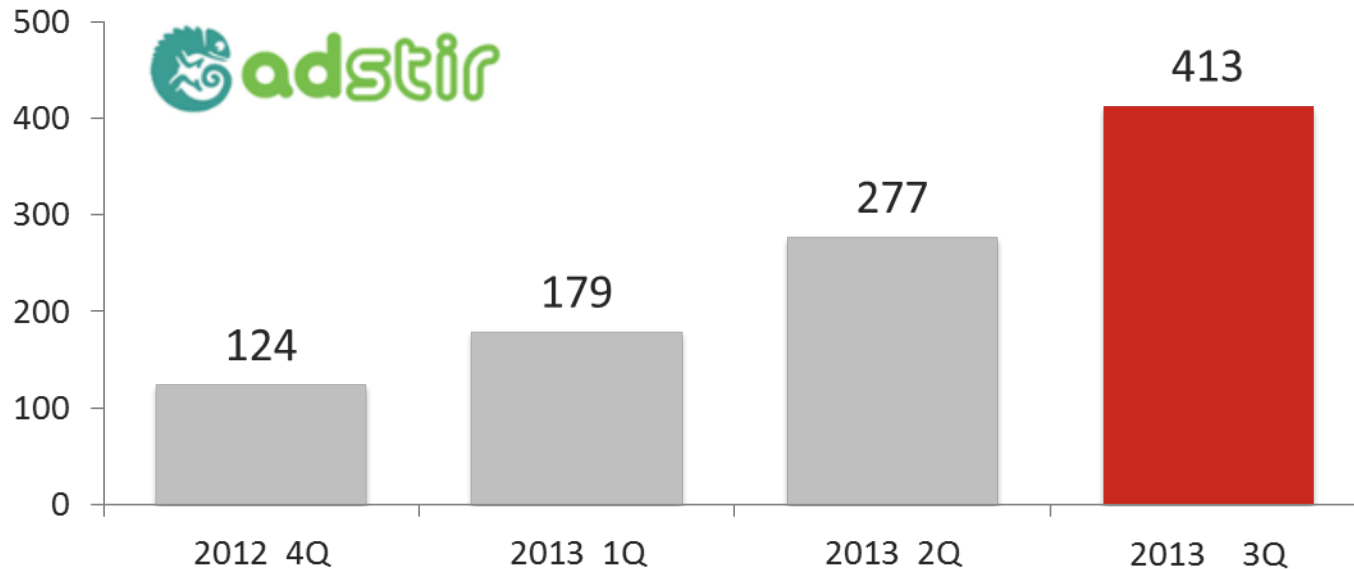


## 自社広告SSPの広告在庫の伸び

自社SSP「AdStir」においては、登録メディアの収益性向上の実績により登録メディア数が増加し、保有広告在庫量(※)は**前四半期比1.5倍に増加**

### 「AdStir」保有広告在庫量(四半期)

(広告表示回数：億回)



※ 「AdStir」を導入している媒体における広告表示回数の合計。  
「AdStir」がDSPからの入札を受け、広告配信できる在庫量の規模を示している。



## 当社のRTB広告事業のまとめ

当社RTB広告事業はスマートフォンRTB広告中心に、市場予測を上回って成長。今後のRTB広告市場はスマートフォンがPCの成長率を上回って推移する見通し

### <外部要因>

- ・ 2012年～2016年の国内RTB広告市場規模の成長率は、平均55%の予測。ネット広告全体に比べても高い伸び
- ・ スマートフォンのトラフィックの伸び

### <内部要因>

- ・ RTB広告市場予測の前年比成長率を上回る、当社RTB広告事業の売上高の増加
- ・ スマートフォンRTB広告で国内最大級の広告在庫を保有し、継続して拡大中
- ・ スマートフォンRTB広告における豊富なノウハウ

**スマートフォンRTB広告ナンバーワンとしての地位を固める**

## 資金調達について

2013年12月17日にメリルリンチ日本証券(株)に対して割当てた行使価額修正条項付き新株予約権の行使は、発行総数の69%まで進捗(14.6億円調達完了)

▶ 調達した資金は時機を見計らいつつ、今後5~6年間程度の期間で投下していく予定

### 行使価額修正条項付き新株予約権の行使状況

2014年2月3日時点での交付株式数(累計)	550,000株
行使された新株予約権の数及び 新株予約権の発行総数に対する行使比率	5,500個(発行総数の69.62%)
2014年2月3日時点での行使額面総額(調達完了額)	1,468百万円
2014年2月3日時点での未行使の新株予約権の数	2,400個(240,000株)

※ 行使状況等詳細は当社ホームページご参照(<http://united.jp/ir/ir-release/>)

### 調達した資金の活用方針

- 資金投下期間：2014年～2020年の期間を想定
- 注力事業(スマートフォンメディア事業、RTB広告事業)の成長を加速するための資金投下
- 注力事業領域または新規事業領域(ただしインターネット領域に限定)での出資及びM&A

## 全体まとめ

- ・ 3Q累計営業利益が黒字化。4Q累計で営業利益黒字化だった計画を前倒しで達成
- ・ **スマートフォンメディア事業**は「CocoPPa」の収益源多角化策を3Qに相次いで投入。中期的な成長を目指す。
- ・ **RTB広告事業**はRTB広告市場全体の伸びを上回って成長継続。自社プラットフォームが成長牽引。



### 4Q重点方針

「CocoPPa」収益源多角化  
「CocoPPa」に加えて、自社スマホアプリ群  
の収益貢献により成長トレンド継続



### 4Q重点方針

広告需要期の売上増を取り込み、  
スマートフォンRTB広告プラットフォーム  
として国内ナンバーワンの地位確立を図る

## 2 ご参考資料

---



## 3Q(10-12月期)の連結損益計算書(前年同期比)

メディア領域ではスマートフォンメディア事業が成長、全社で四半期営業利益が黒字転換

(百万円)

	2014年3月期 3Q	2013年3月期 3Q	前年同期比増減率
<b>売上高</b>	<b>1,615</b>	<b>931</b>	<b>+73%</b>
メディア領域	837	8	+10,340%
広告領域	749	631	+19%
インベストメント領域	40	291	△86%
セグメント間消去	△12	0	-
<b>売上総利益</b>	<b>432</b>	<b>301</b>	<b>+43%</b>
メディア領域	253	7	+3,517%
広告領域	143	74	+93%
インベストメント領域	35	220	△84%
<b>営業利益</b>	<b>44</b>	<b>△58</b>	<b>-</b>
メディア領域	61	△23	-
広告領域	△2	△84	-
インベストメント領域	28	133	△79%
本社費用	△41	△84	-
<b>経常利益</b>	<b>43</b>	<b>35</b>	<b>+29%</b>
<b>四半期純利益</b>	<b>24</b>	<b>44</b>	<b>△25%</b>

・ 2013年3月期2Qは、合併前のモーションビート(株)の損益であり、(株)スパイアの損益を含んでいない

## 当四半期の連結貸借対照表

金銭の信託(自己株式取得目的)の払戻や、行使価額修正条項付き新株予約権の行使等により現預金が372百万円増加。投資有価証券の取得等により固定資産が102百万円増加

(百万円)

	当四半期末 (2013年12月)	前四半期末 (2013年9月)	増減額
流動資産	5,566	5,508	+58
(うち現預金)	(3,681)	(3,309)	(+372)
固定資産	942	840	+102
流動負債	979	1,044	△65
固定負債	0	0	0
純資産	5,529	5,304	+225

# 「CocoPPa」のサービス概要

ユーザーが投稿したアイコン・壁紙・ホーム画面を他のユーザーがダウンロードして利用。CocoPPa内のGoogle翻訳と連携した翻訳機能を使ってユーザー同士が国境を越えてコミュニケーション

## 「CocoPPa」利用イメージ図



## 「CocoPPa」収益源の多角化：時系列

2Qまでの収益源はバナー広告のみ。3Qに新収益源を一気に3つリリースし、中期的な成長に向けた各種取組開始。4Q中にアバターアプリ「CocoPPa Play」のサービス開始予定

### 「CocoPPa」収益源の多角化：時系列



## 新アプリ「iam」について

当社制度「U-Start(※)」適用第1号として2013年5月に設立した子会社フォッグ(株)にて、新サービス「iam(アイアム)」のβ版を2013年10月5日にリリース。  
今後のユーザー増を目指す(2014年1月23日に正式版リリース)

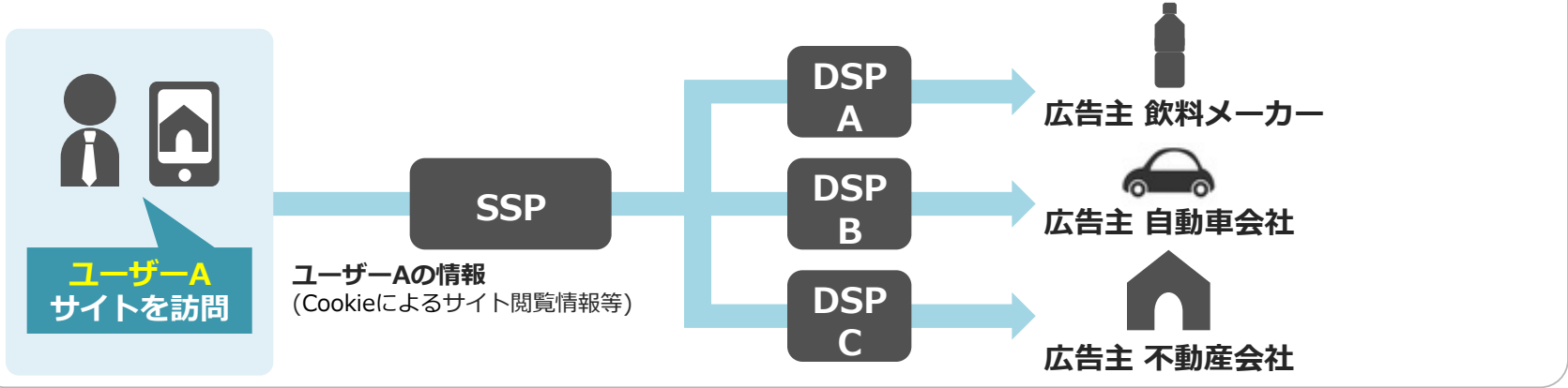
### 「iam」利用イメージ図



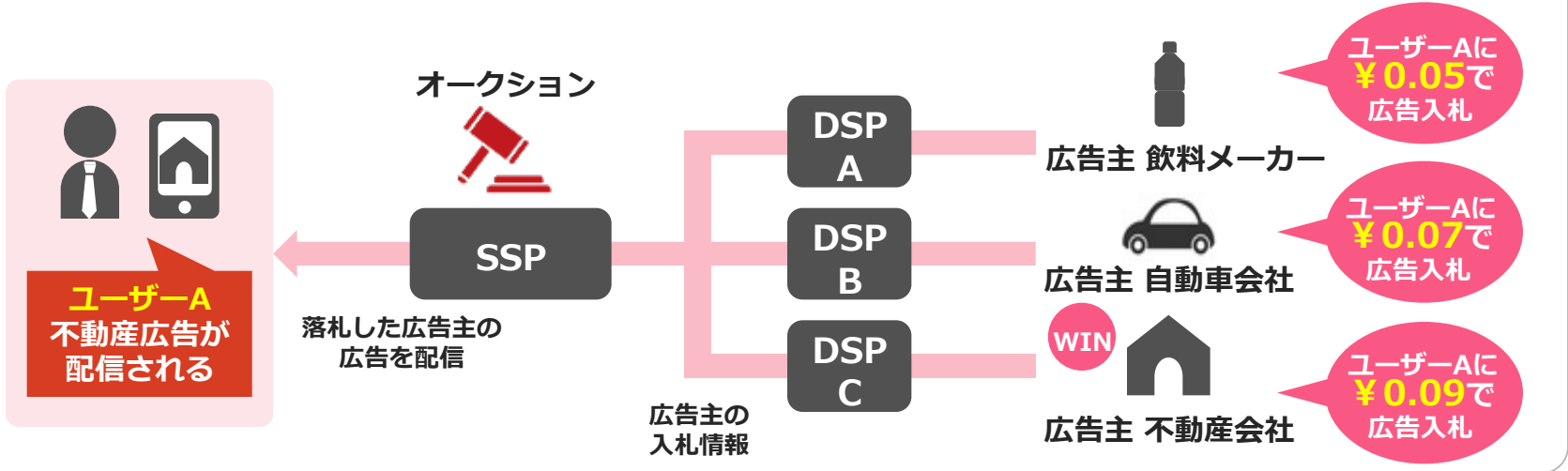
- ※ 当社の一定以上のマネジメント層を対象とし、事業運営において成果を挙げた者、または新規事業の企画立案・事業化において実績があると認められる者に対し、新会社を設立し、かつ当該子会社の代表者となる権利を与える社内制度。さらに特別な条件を満たした対象者には、当該新会社の設立時に、対象者が一部出資することができる

## RTB広告の仕組み

### STEP 1 ユーザーがサイトを訪れた際、ユーザー情報がDSP(※1)へ伝達される



### STEP 2 広告主がDSPから入札、SSP(※2)でオークション▶落札した広告主の広告を表示



※1 DSP(デマンド・サイド・プラットフォーム) : 広告主(購入者)側の広告購入最適化を行うためのシステム

※2 SSP(サプライ・サイド・プラットフォーム) : メディアの広告収益最適化を行うためのシステム

## CRITEO社、Rocket Fuel社の株式上場時の情報と業績

	CRITEO社	Rocket Fuel社
上場市場：ティッカー・シンボル	NASDAQ：CRTO	NASDAQ：FUEL
上場日	2013年10月30日	2013年9月20日
時価総額(10億USドル)：上場日の終値	1.9	1.8
2013年12月31日時点	1.8	2.0
2012年12月期業績	(単位：百万ユーロ)	(単位：百万USドル)
売上高	271.8	106.5
営業利益	8.9	△7.7
当期純利益	0.9	△10.3
従業員数(フルタイム)	700名	552名

- 参考：1 為替レート：1USドル=102円、1ユーロ=139円 いずれも2014/1/29時点  
 2 Rocket Fuel社の2013年12月期売上高予測は232.8百万USドル(出所：Bloomberg)

---

## 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

