

■ 2015年3月期第1四半期決算説明会 質疑応答の要約

ユナイテッド株式会社

2014年8月1日(金)に開催した期間投資家向け決算説明会において、出席者の皆様からいただいた主なご質問と、当社の回答を以下にまとめております。

質問	回答
スマートフォンメディア事業について	
Q1 スマートフォンメディア事業のアクティブユーザー数の推移は	<p>「CocoPPa」：社内では30DAU(過去30日に1回でも起動した人数)という指標を使っていて、具体的な数字は非開示だが、着実に増えてきている</p> <p>「アフィリエイトメディア」：アフィリエイト広告が季節要因で前四半期より減ったため、それに伴ってアクティブユーザー数もやや減ったが、想定の範囲内</p>
Q2 スマートフォンメディア事業の売上内訳は また、売上前四半期比での増収要因は	<p>前四半期は「キャリアマーケット向けアプリ」45%、「アフィリエイトメディア」45%、「CocoPPa」10%だったが、内訳は当四半期もほぼ同じで、各サービスが同じように成長した</p>
RTB広告事業について	
Q3 DSP、SSP、広告代理の主な競合他社は	<p>「DSP」 criteo社、マイクロアド社（サイバーエージェント社の子会社）、フリークアウト社など</p> <p>「SSP」 Adingo社(voyage group社の子会社)、マイクロアド社など</p> <p>「広告代理」 サイバーエージェント社、セプテーニ社、オプト社など</p>
Q4 DSP、SSP、広告代理の収益性における差異は	<p>売上総利益率でそれぞれおおよそ20から30%程度で、DSPが最も高い</p> <p>DSPは今後も売上が伸びるにしたがって利益率が増加していくと考えている</p>
Q5 SSPの広告在庫量が急激に増えているが、その要因は また、今後も増えていくか	<p>「在庫の増加で広告主が増え、CPMも上昇しメディアの収益が増える」という良い循環に入っており、新規メディアの増加、既存メディアの当社SSP導入率増加が進捗している</p> <p>今後も増加傾向は続くと見ている</p>

- Q6 スマートフォンのアプリではターゲティングができずにRTBでは不利ではないか
- iOS、Androidともに広告向けのIDのような仕組みができつつあり、当社でも既にiOSアプリではリターゲティングを実施している。今後もますます広がっていくと考えている

インベストメント事業について

- Q7 インベストメント事業は現在どれぐらいの規模でやっているか
今期は何社ぐらいIPOしそうか
- 昨年12月に総額13億円弱の新しいファンドを組成し、現在2つのファンドがアクティブ。調達額は総額30億円程度で投資先は現在20数社。個別の投資先の状況については機密保持契約の都合で申上げられない。

業績について

- Q8 業績見通しは出していないが数年後などの中期的な業績イメージは
- 昨日、有償ストック・オプションを発表した。行使の条件は、2015年3月期から2017年3月期の間、「営業利益が10億円を超えたら3分の1行使可能」「20億円を超えたら3分の2行使可能」「30億円を超えたら全株行使可能」となっており、ここを一つの参考指標と見ていただければと考えているが、中期的にもっと多くの営業利益を目指したい
- Q9 今期の通期営業利益の目安は2014年3月期4Qの4倍程度とのことだったが、1Q終えてどれぐらいに見ているか
- その数字よりできるだけ積み上げたいと思って社内目標はおいているが、中期的な成長に向けた事業機会をつかむために計画外の新規事業投資やM&Aなどを行う可能性があるため、具体的な数字は差し控えたい