

2 0 1 7 年 3 月 期 第 2 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)

2016年10月31日

目次

1. 2017年3月期2Q決算概要	P4
2. アドテク事業について	P11
3. スマホコンテンツ事業について	P16
4. インベストメント領域について	P22
5. まとめ	P24
6. 参考資料	P26

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**アドテク事業**、**スマホコンテンツ事業**に注力
両事業に積極投資、事業育成を図る



※ EdTech関連、メール広告、スポーツマーケティングなど

1. 2017年3月期2Q決算概要

2Q累計(4-9月)業績ハイライト

全
体

連結業績

売上高 **6,476百万円** (前年同期比+27%)
営業利益 **55百万円** (前年同期比△95%)

- ・ **営業利益：赤字計画に対して黒字で着地**
広告/コンテンツ/インベストメントの全事業領域で計画比上振れ
- ・ **前年同期比増収減益** (詳細はP7参照)

注
力
事
業

アドテク事業

- ・ **売上高：3,256百万円** (+84%)
DSP「Bypass(バイパス)」、SSP「AdStir(アドステア)」ともに成長
売上総利益率の改善継続。前期3Qの先行投資実施前の水準に回復

スマホ
コンテンツ
事業

- ・ **売上高：1,805百万円** (+153%)
引き続き、ネイティブソーシャルゲーム「クラッシュフィーバー」とiOS
アプリ課金プラットフォームサービス「SMART GAME」が成長をけん引
アバターアプリ「CocoPPa Play(ココッパプレイ)」も増収に貢献

2Q累計(4-9月)連結損益計算書

前年同期比増収(+27%) 減益 (△95%)

広告領域 : 「増収増益」成長継続
 コンテンツ領域 : 「増収減益」下半期に投資回収を計画
 インベストメント領域 : 「減収減益」前年同期は大型の株式売却益が発生

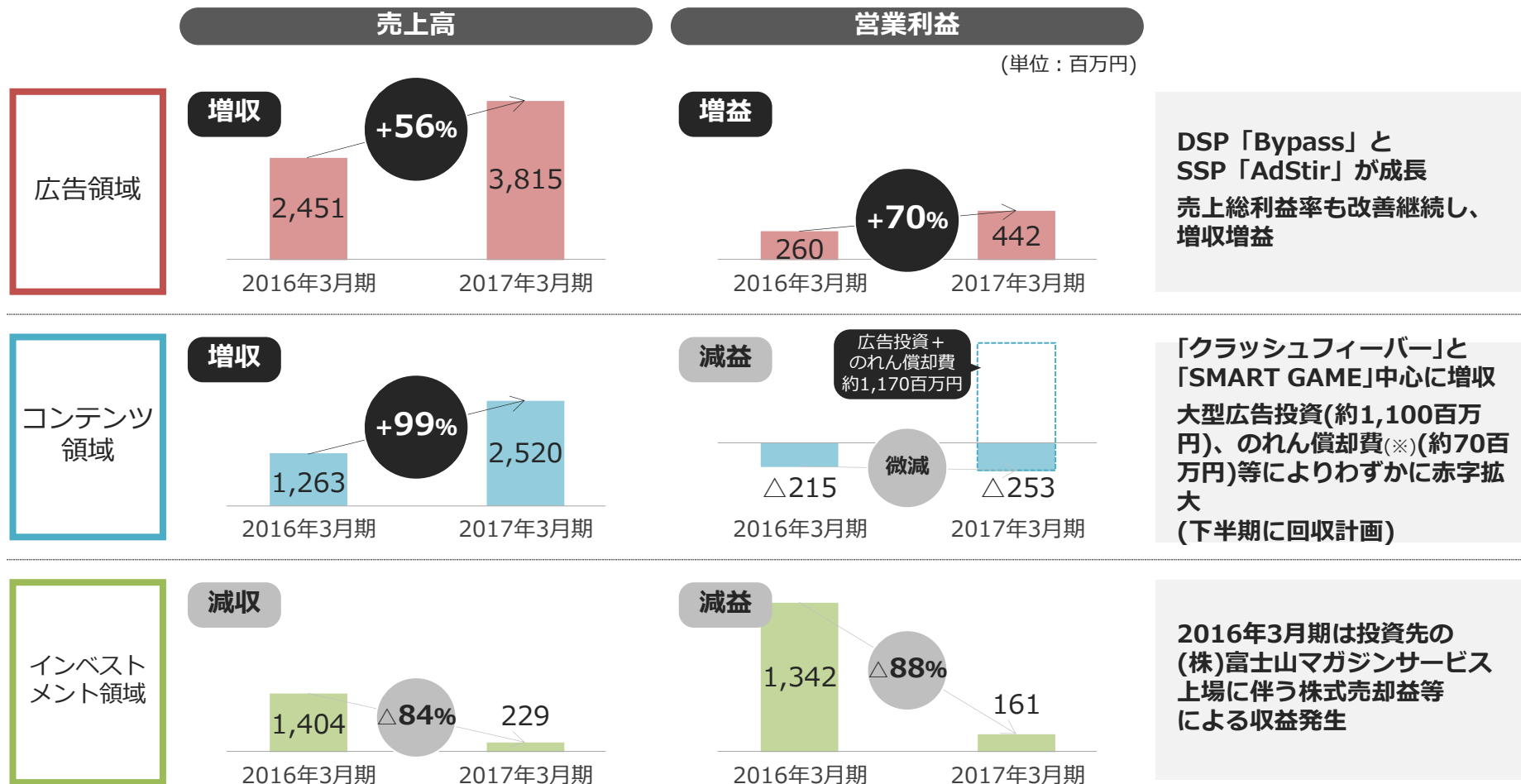
	2017年3月期 2Q累計	前年同期 (2016年3月期 2Q累計)	前年同期比 増減率 (百万円)
売上高	6,476	5,084	+27%
広告領域	3,815	2,451	+56%
コンテンツ領域	2,520	1,263	+99%
インベストメント領域	229	1,404	△84%
セグメント間消去	△89	△35	-
売上総利益	1,206	2,114	△43%
広告領域	761	537	+42%
コンテンツ領域	254	204	+24%
インベストメント領域	190	1,372	△86%
セグメント間消去	△0	△0	-
販管費	1,150	992	+16%
営業利益	55	1,121	△95%
広告領域	442	260	+70%
コンテンツ領域	△253	△215	-
インベストメント領域	161	1,342	△88%
本社費	△294	△266	-
経常利益	104	1,245	△92%
親会社株主に帰属する当期純利益	△60	1,036	-
● 特別損益	△68	40	-
税金費用等	△95	△250	-

投資有価証券評価損等

2Q累計(4-9月)前期比較：セグメント別売上高、営業利益

2016年3月期：インベストメント領域で発生した利益を**注力事業に先行投資**

2017年3月期：**先行投資が奏功し注力事業が成長**(コンテンツ領域は下半期に投資回収を計画)



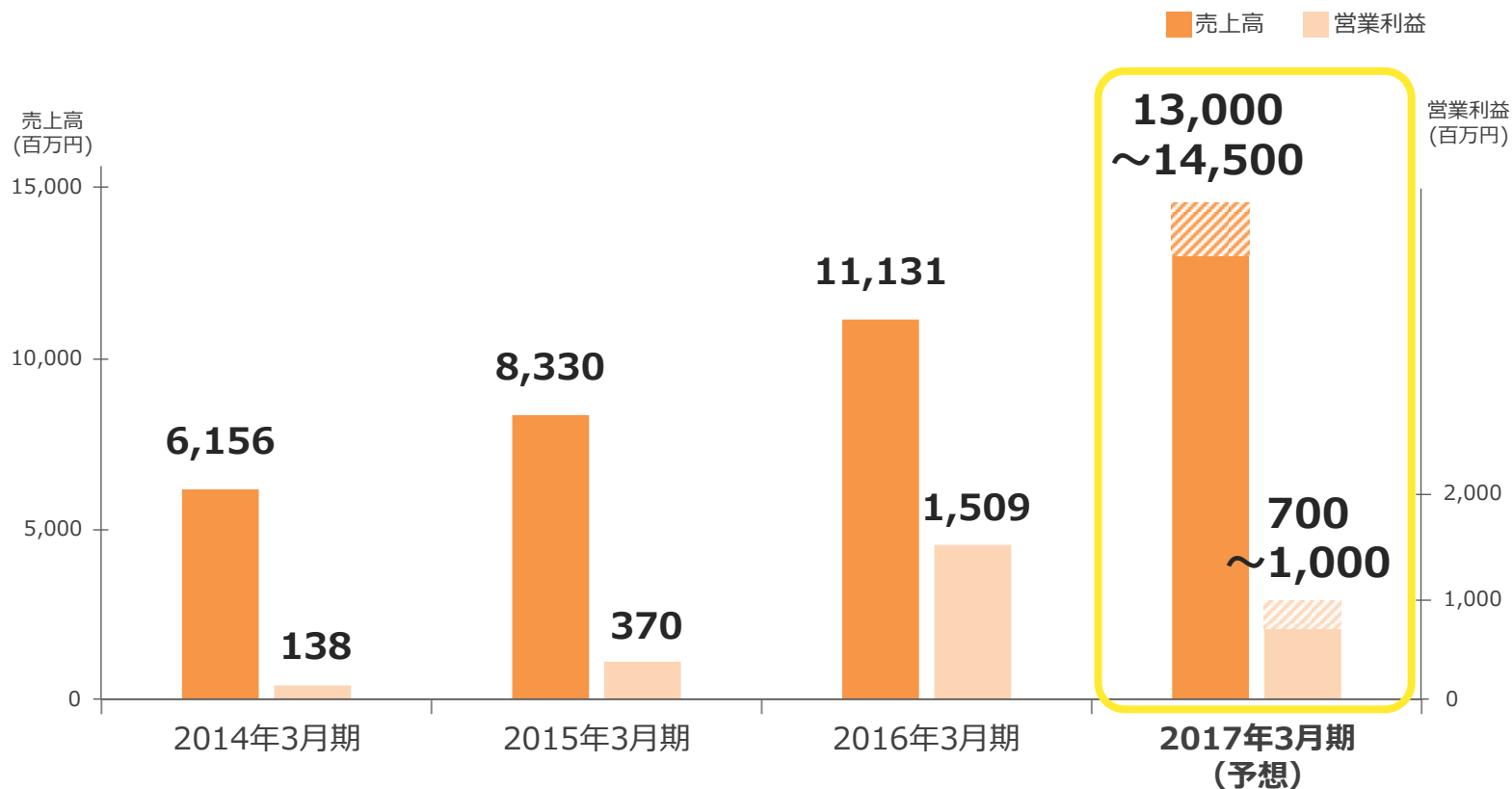
(※) 2016年3月末の(株)Smarpiseとキラメックス(株)子会社化に伴うのれん償却費

2017年3月期 通期連結業績予想

2017年3月期通期連結業績予想

- ・ 売上高 : 13,000百万円～14,500百万円(前期比+17%～+30%)
- ・ 営業利益 : 700百万円～1,000百万円(前期比△54%～△34%)

通期連結「売上高」「営業利益」年度別推移



2017年3月期 「セグメント別」 通期連結業績予想

注力事業が成長継続し、広告領域とコンテンツ領域は増収増益予想。営業利益構成の中心に

売上高

営業利益

(単位：百万円)

広告領域

増収

6,517

+23%
~
+32%

8,000
~8,600

2016年3月期

2017年3月期

増益

598

+50%
~
+67%

900
~1,000

2016年3月期

2017年3月期

エージェンシー事業撤退
による減収減益分(※)以上に
DSP/SSPが成長

※2016年3月期エージェンシー事業
売上高：2,717百万円
営業利益：152百万円

コンテンツ領域

増収

2,781

+80%
~
+101%

5,000
~5,600

2016年3月期

2017年3月期

増益

△319

黒字
転換

200
~350

2016年3月期

2017年3月期

下半期は「クラッシュフィーバー」が利益回収フェーズに移行

インベストメント領域

減収

1,916

△84%
~
△79%

300
~400

2016年3月期

2017年3月期

減益

1,798

△86%
~
△83%

250
~300

2016年3月期

2017年3月期

2016年3月期は投資先の
(株)富士山マガジンサービス
上場に伴う株式売却益等
による収益発生

その他

<連結相殺>

2016年3月期：△84 → 2017年3月期：△300~△100

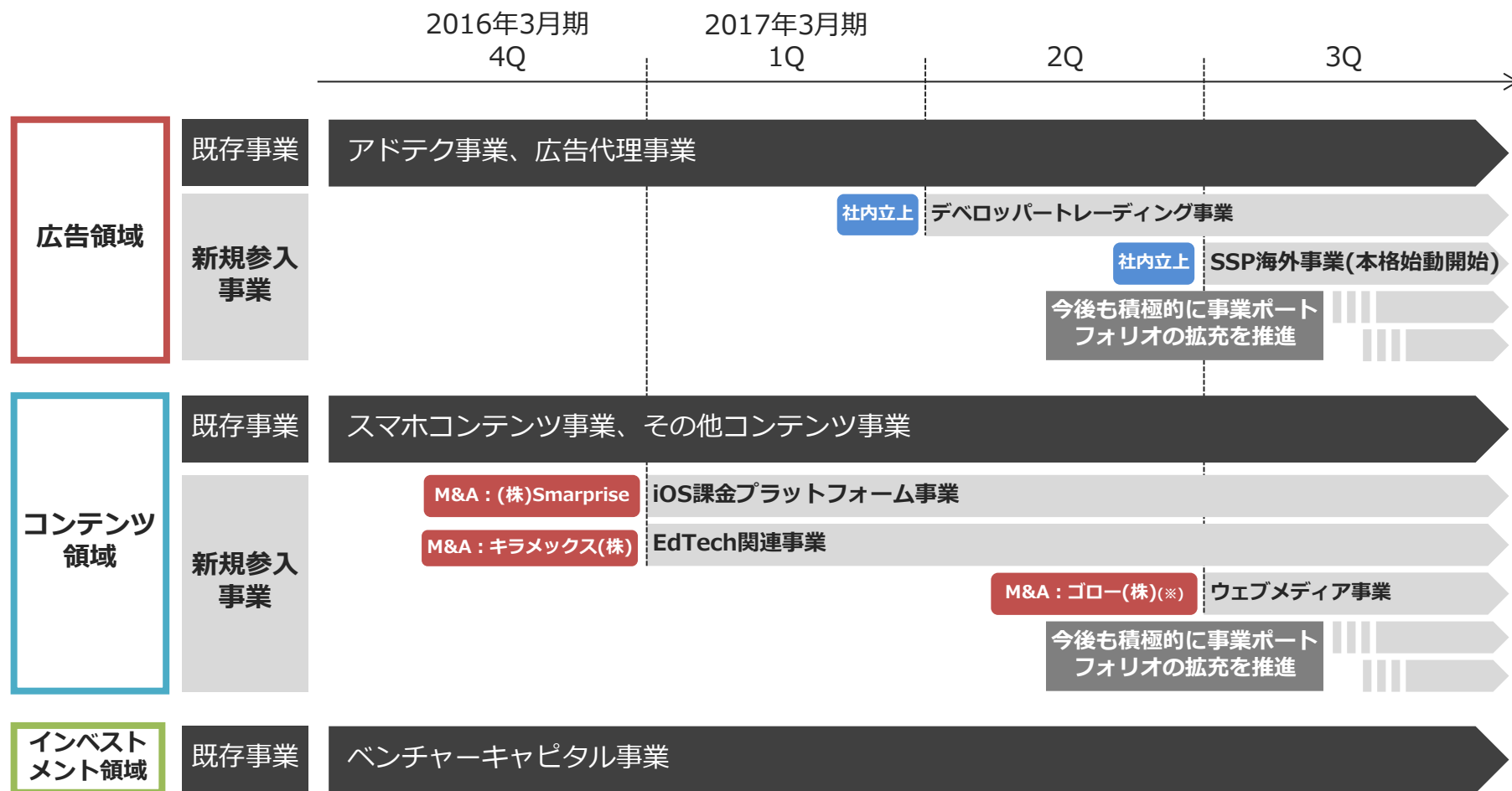
<本社費>

2016年3月期：△568 → 2017年3月期：△650

さらなる成長に向けた取組

既存事業に加え収益の柱を複数育成すべく事業ポートフォリオを拡充中。将来的な収益の飛躍を目指す

事業ポートフォリオの拡充



(※) 詳細は2016年9月29日付で公表した「ゴロー株式会社の株式取得(子会社化)に関するお知らせ」参照

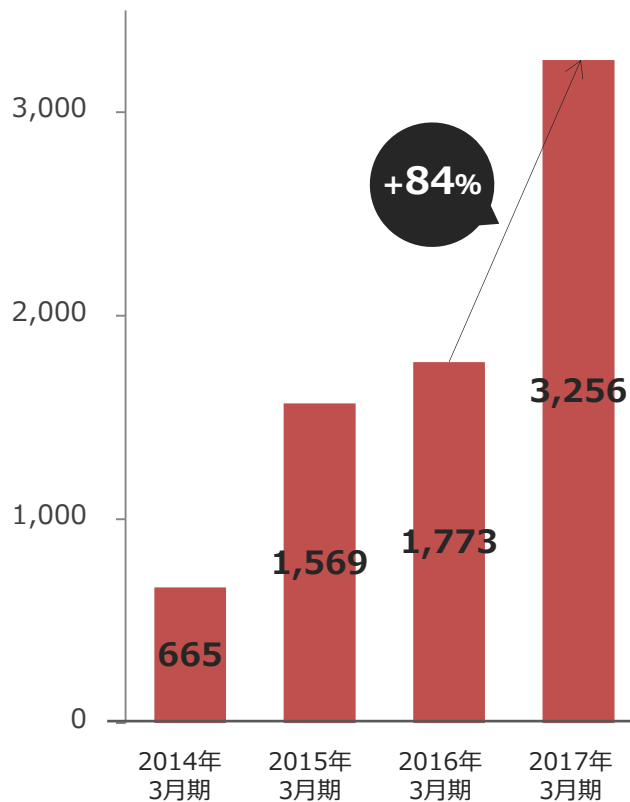
2. アドテク事業について

アドテク事業：売上高推移

2Q累計前年同期比：+84% DSP「Bypass」、SSP「AdStir」ともに成長

2Q累計年度別推移

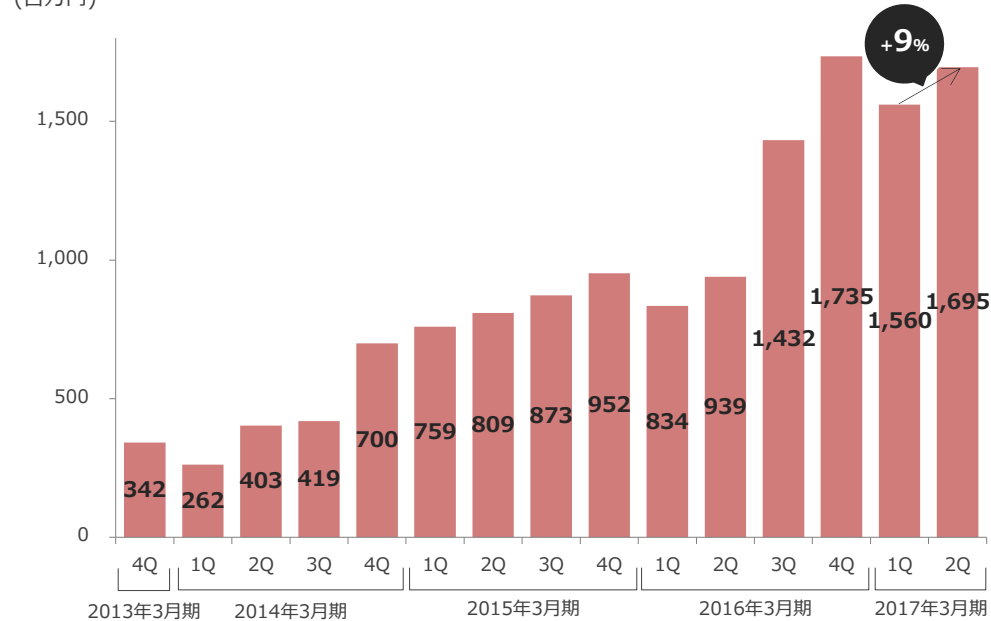
(百万円)



四半期推移

前年同四半期比+80%、前四半期比+9%

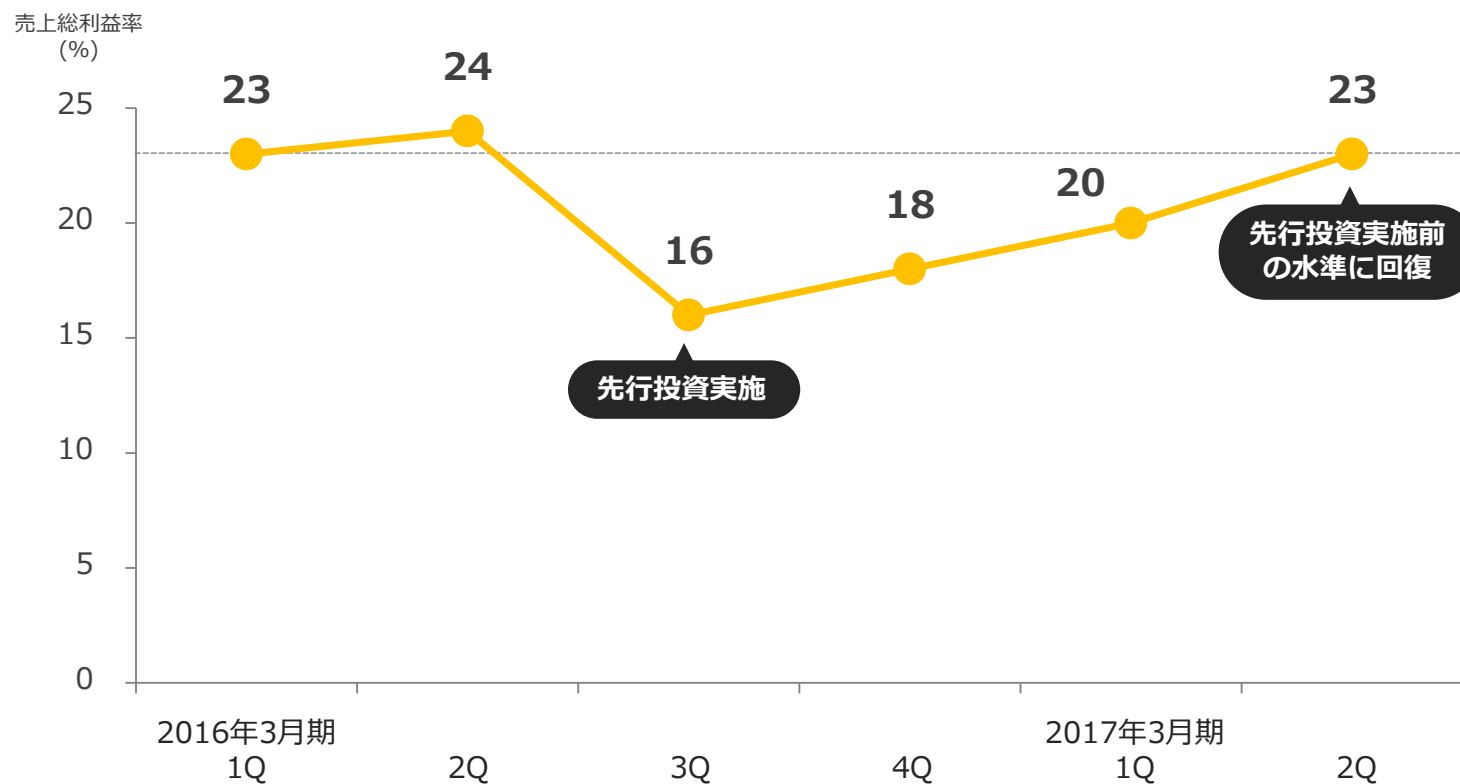
(百万円)



アドテク事業：売上総利益率推移

前期3Qに先行投資実施の影響で売上総利益率が低下したものの、その後改善が継続し、**今四半期は先行投資実施前の水準に回復**

アドテク事業売上総利益率推移

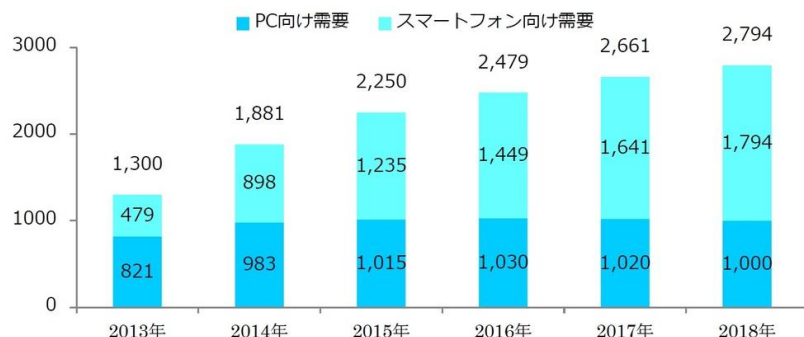


当社アドテク事業の特長

当社アドテク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(月間300億imp超)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

3Q以降の成長に向けた施策

従来から継続している施策に加え、成長余力の大きい「**アプリ領域への注力**」によって成長加速を目指す

	従来からの継続施策	今後の注力施策 「アプリ領域注力」
	入札&CPA最適化ロジック改善	リテンション広告(※)の機能強化 ※アプリの休眠ユーザーをターゲティングして広告配信する手法 既存ユーザーの活性化策として アプリ広告主の注目を集めており 今後の成長が見込まれる
	・ 広告配信在庫の拡大 ・ メディアの収益最大化に向けた配信自動化機能の強化	・ アプリ広告在庫の拡大 ・ アプリメディアのマネタイズ支援をおこなうデベロッパートレーディング事業を立上

3. スマホコンテンツ事業について

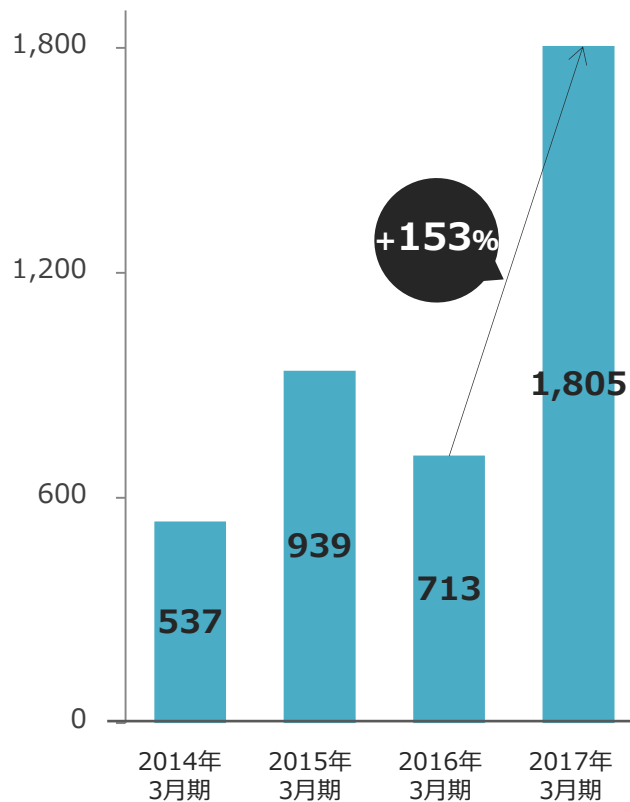
スマホコンテンツ事業：売上高推移

2Q累計前年同期比：+153%

・「クラッシュフィーバー」および「SMART GAME」が成長けん引。「CocoPPa Play」も増収に貢献

2Q累計年度別推移

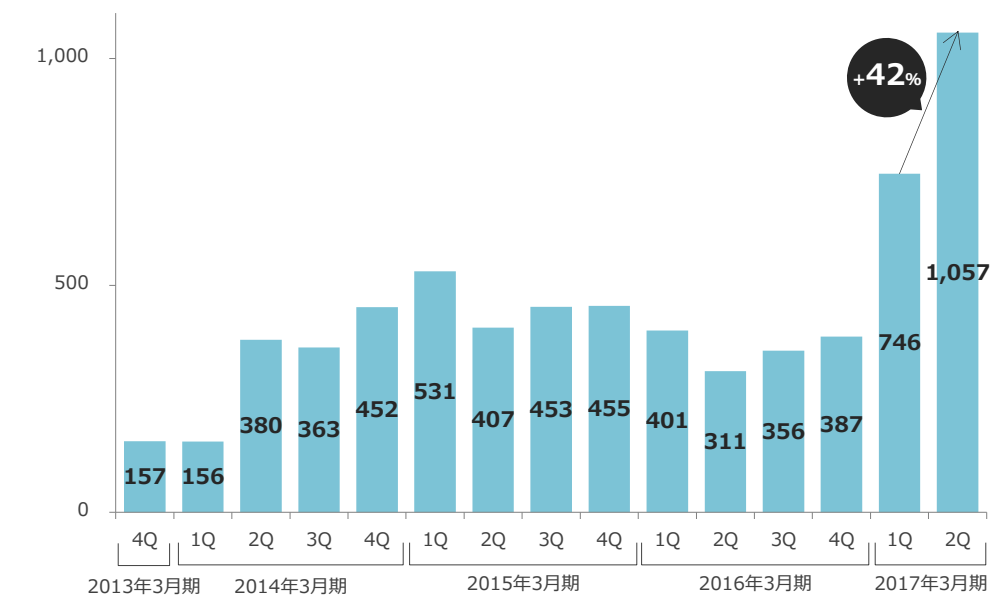
(百万円)



四半期推移

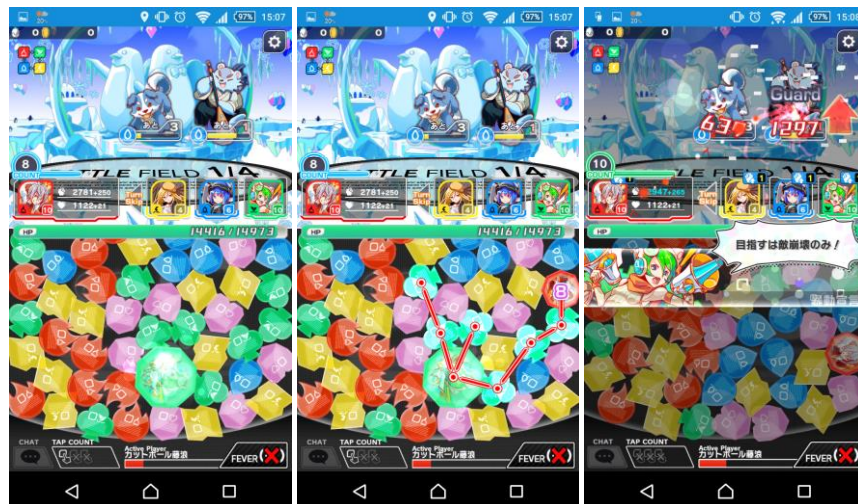
前年同四半期比+240%、前四半期比+42%

(百万円)



「クラッシュフィーバー」協業とゲーム内容について

2015年7月に出資先のワンダープラネット(株)との共同事業として提供開始



- ・ 同じ色のパネルをつなげて消し、敵を倒していくパズルロールプレイングゲーム
- ・ 画面をタップするだけの簡単操作、音楽や世界観などの凝った演出、最大4人での協力プレイ、などのゲーム性が特長
- ・ 2016年9月に世界累計600万ダウンロード突破

■ 協業スキーム

	 UNITED	
開発、運営	開発費の一部を負担	開発と運営の全工程を担当
広告投資	コストを両社で分担	
収益	レベニューシェア ユーザーの課金額からプラットフォーム手数料とワンダープラネットのレベニューシェア分を除いた金額を、当社の売上として計上	

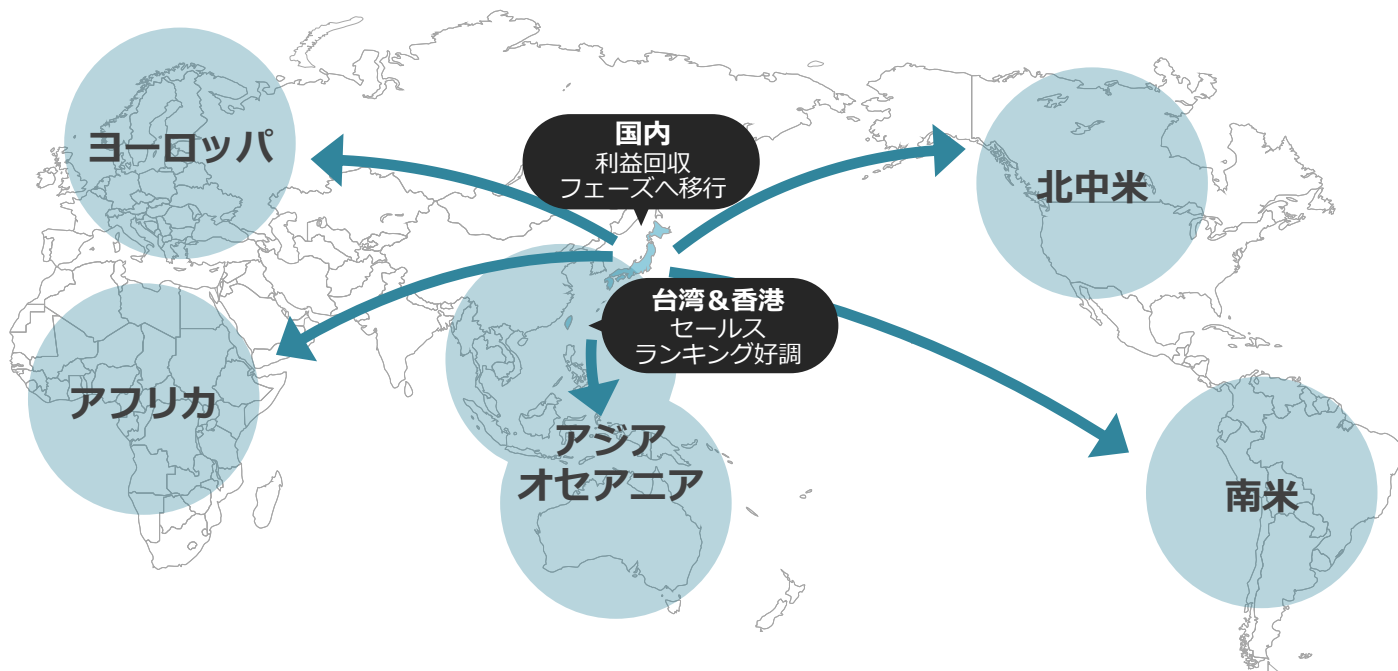
「クラッシュフィーバー」今後の方針

国内：8月末より2回目のTVCM実施。今後は利益回収フェーズに移行し、利益最大化を目指す

海外：繁体字中国語版は台湾、香港でトップセールス(総合)ランキング1位を獲得するなど好調
15言語(※)対応のグローバル版を10月下旬より世界各国・地域へ順次提供開始
さらなる成長を目指す

「クラッシュフィーバー」今後の展開

10月下旬のアジア地域配信開始を皮切りに、北中米、南米、ヨーロッパ、アフリカの各国・各地域にて配信

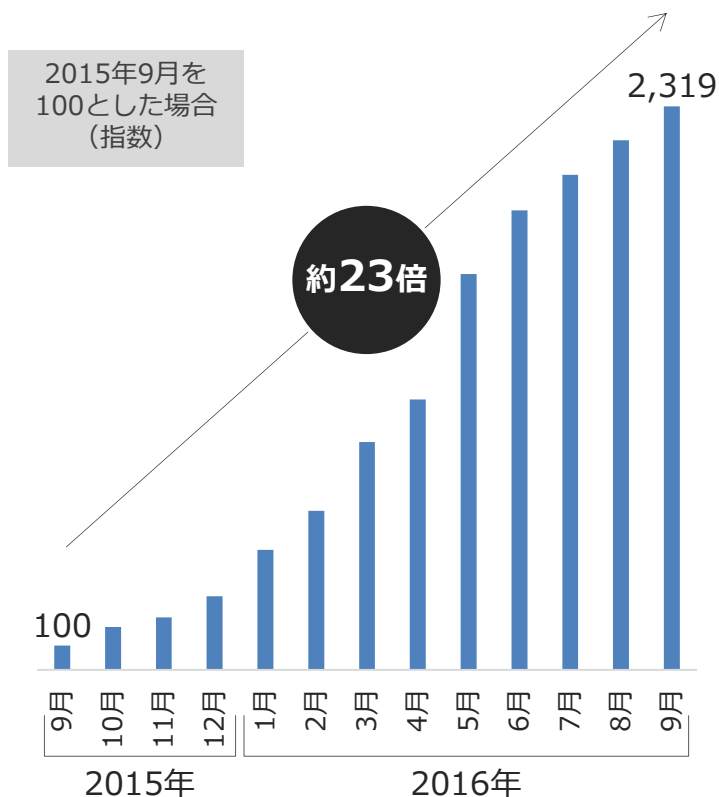


(※) 英語、簡体字中国語、繁体字中国語、韓国語、タイ語、インドネシア語、ベトナム語、マレー語、フランス語、ドイツ語、ポルトガル語、スペイン語、イタリア語、ロシア語、アラビア語

「SMART GAME」について

ユーザー数は引き続き堅調に増加。2016年10月に米国版を提供開始

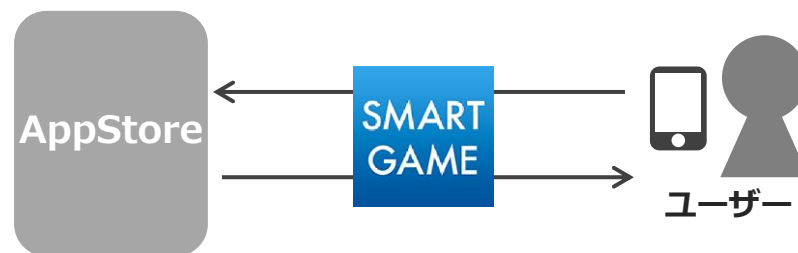
「SMART GAME」ユーザー数推移



「SMART GAME」概要

Apple社が提供するiTunesアフィリエイトを独自活用
(Androidにはまだプログラムがないため未対応)

- ・ユーザーは「SMART GAME」を通じてアプリを起動し、通常通り課金



- ・「SMART GAME」は手数料収入
- ・ユーザーは課金額の5%分のポイントが得られる

「CocoPPa Play」について

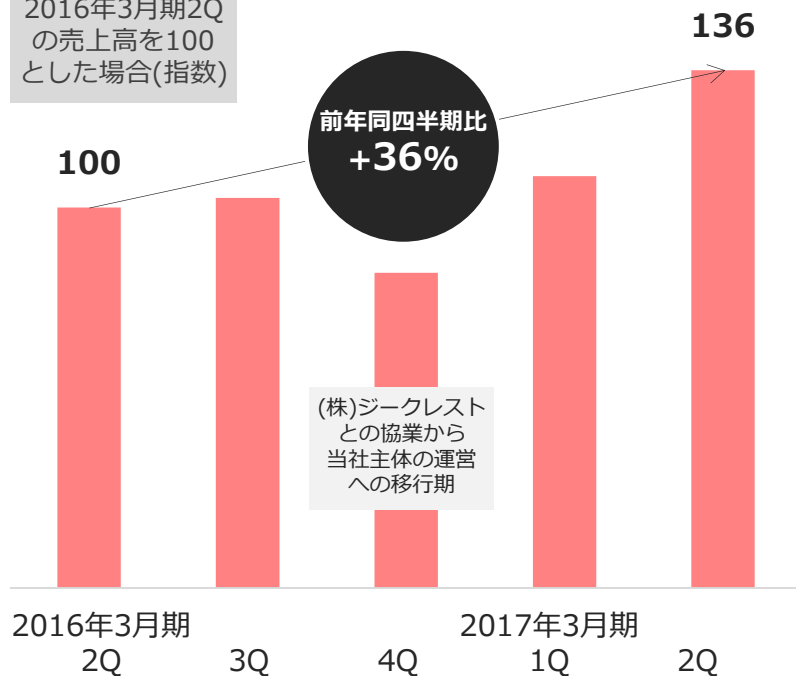
2014年3月に提供開始したアバターアプリ

継続的な改善によって増収基調を続け、**当四半期は過去最高の売上高**

(M&Aによって子会社となり、現在は当社に組織統合した旧(株)ヒッポスラボのメンバーが加わり、ゲーム運営の豊富なノウハウを活かして貢献)

売上高推移

2016年3月期2Q
の売上高を100
とした場合(指数)



改善例

- ・ 初期選択のアバター変更や会員登録導線のリニューアル、UI改善等によって初回ユーザーの離脱率が減少

初期アバター選択画面

改善前



改善後



- ・ その他、イベント内容の改善、特典の充実など、改善の積み重ねによってDAUや継続率が増加

「CocoPPa Playとは」

インターネット上での自分の分身である“アバター”を、洋服やアクセサリ等のアイテムでかわいく着せ替えてファッションショーを開催したり、他のユーザーとコミュニケーションを取ったりして遊ぶアプリ。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

4. インベストメント領域について

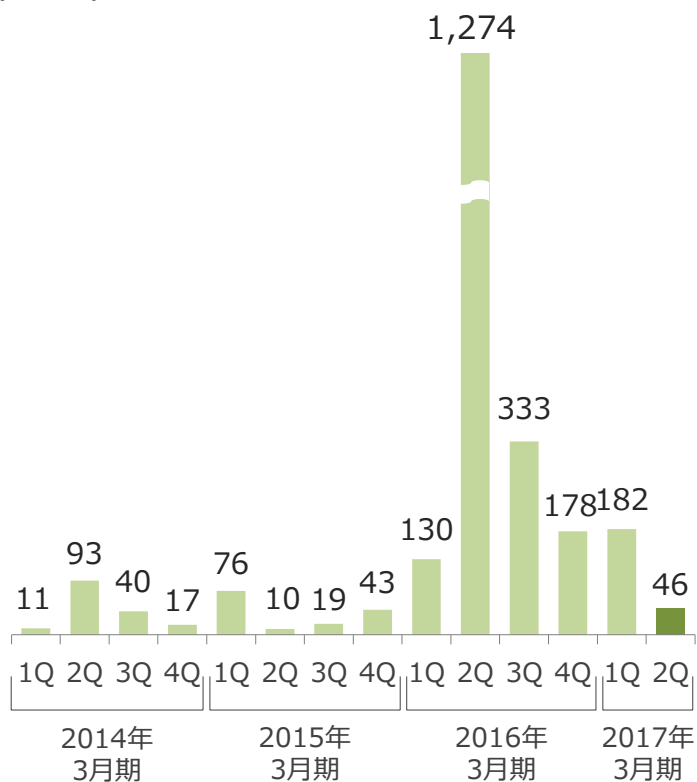
インベストメント領域

2Q末の営業投資有価証券残高は2,602百万円

現在の保有銘柄に加え、引き続きシード/アーリー企業に新規投資をおこない、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

(百万円)



主な投資実績

 (株)メルカリ	 ソーシャルワイヤー(株)	 ワンダープラネット(株)	 3bitter(株)
 (株)Orb	 (株)トランスリミット	 ミュージックセキュリティーズ(株)	 (株)メタップス
 (株)富士山 マガジンサービス	 データ セクション(株)	 (株)エニグモ	 (株)ミクシィ

5. まとめ

全体まとめ

2017年3月期2Q累計

2017年3月期3Q以降

連結

- ・ 前年同期比増収減益
(カッコ内は前年同期比伸び率)
売上高 6,476百万円 (+27%)
営業利益 55百万円 (△95%)

- ・ 2017年3月期業績予想
売上高 13,000百万円～14,500百万円
営業利益 700百万円～1,000百万円
- ・ ゴロー(株)を連結子会社化し、事業ポートフォリオを拡充
収益の飛躍を目指し新たな事業の柱を複数育成

アドテク事業

- ・ DSP「Bypass」、SSP「AdStir」がともに成長
- ・ 売上総利益率が前期3Qの先行投資実施前の水準に回復

- ・ これまでの施策に加え「アプリ領域注力」によって成長加速を目指す

スマホコンテンツ事業

- ・ 2Q累計で過去最高の売上高
「クラッシュフィーバー」
「SMART GAME」「CocoPPa Play」
が成長けん引

- ・ 「クラッシュフィーバー」国内版は利益回収フェーズに移行
海外版は好調な繁体字版に加え、グローバル版を提供開始
さらなる成長を目指す

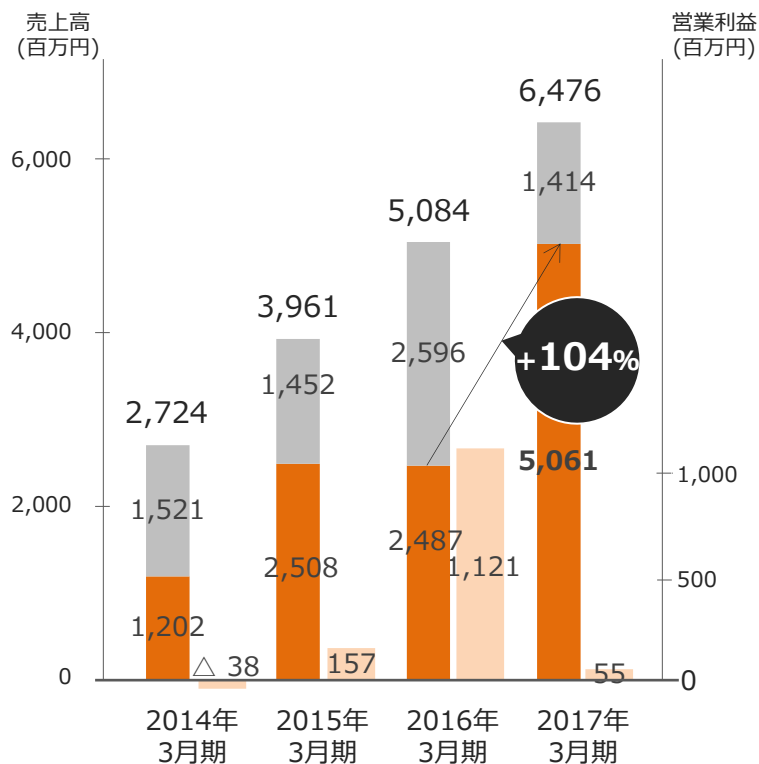
6. 參考資料

売上高、営業利益推移

2Q累計年度推移：注力事業(アドテク事業+スマホコンテンツ事業)売上高+104%

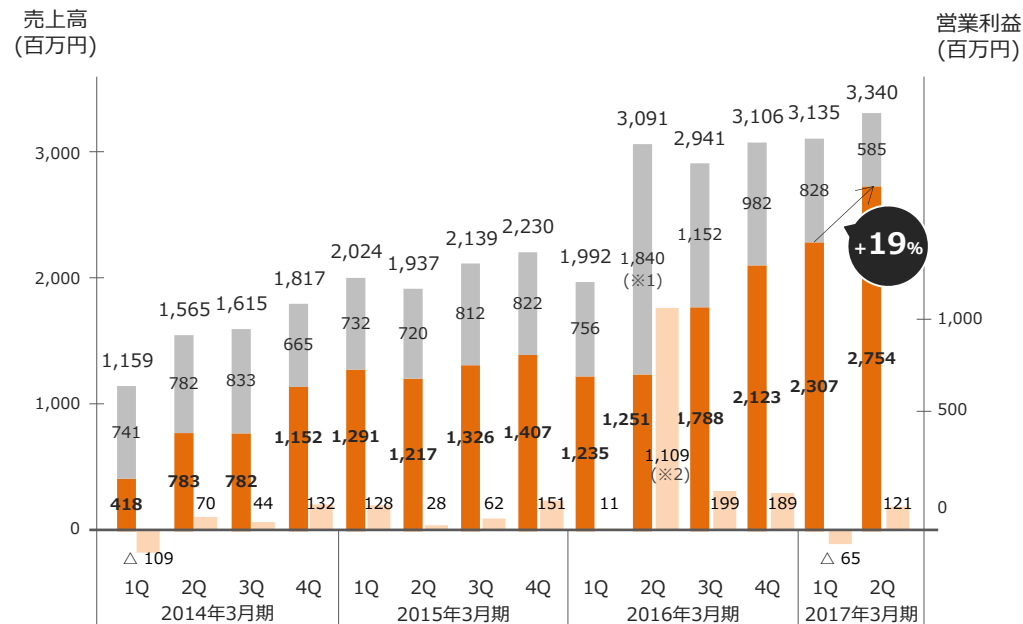
1Q→2Q/四半期推移：注力事業売上高+19%、連結営業利益黒字転換(+186百万円)

2Q累計年度推移



注力事業売上高 その他事業売上高 営業利益

四半期推移



(※1,2) 投資先の上場にとまなう株式売却益等により、インバースメント領域で売上高1,274百万円、営業利益1,217百万円発生

2Q(7-9月)の連結損益計算書

前年同四半期比：増収(+8%)減益(△89%)
前四半期比：増収(+7%)増益(黒字転換)

(百万円)

	2017年3月期 2Q	前年同四半期実績 (2016年3月期 2Q)	前年同四半期比 増減率	前四半期実績 (2017年3月期 1Q)	前四半期比 増減率
売上高	3,340	3,091	+8%	3,135	7%
広告領域	1,902	1,240	+53%	1,913	△1%
コンテンツ領域	1,425	589	+142%	1,094	+30%
インベストメント領域	46	1,274	△96%	182	△74%
セグメント間消去	△34	△12	-	△55	-
売上総利益	714	1,593	△55%	492	+45%
広告領域	413	267	+55%	347	+19%
コンテンツ領域	257	80	+219%	△3	黒字転換
インベストメント領域	42	1,245	△97%	147	△71%
セグメント間消去	△0	△0	-	0	-
販管費	592	484	22%	557	+6%
営業利益	121	1,109	△89%	△65	黒字転換
広告領域	245	126	+93%	196	+25%
コンテンツ領域	5	△114	-	△258	黒字転換
インベストメント領域	28	1,231	△98%	132	△78%
本社費	△157	△134	-	△136	-
経常利益	182	1,223	△85%	△78	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	11	1,028	△99%	△72	-
特別損益	△61	△1	-	△7	-
税金費用等	△109	△194	-	13	-

DSP「Bypass」と
SSP「AdStir」成長の
一方で、エージェンシー
事業撤退に伴い微減
エージェンシー事業より
利益率の高いDSPとSSP
の成長により増益

当四半期の連結貸借対照表

- ・流動資産
主にゴロー(株)子会社化に伴う「現預金」の減少(△714百万円)と、「売掛金」の増加等により△515百万円
- ・固定資産
上記子会社化に伴う「のれん」の増加等により+762百万円
- ・流動負債
「未払法人税等」、「買掛金」の増加等により+265百万円

(百万円)

	当四半期末 (2016年9月)	前四半期末 (2016年6月)	増減額
流動資産	8,699	9,215	△515
(うち現預金)	3,664	4,379	△714
固定資産	2,051	1,289	+762
流動負債	2,182	1,917	+265
固定負債	15	17	△1
純資産	8,552	8,570	△17

当第2四半期連結累計期間のキャッシュ・フロー計算書

- ・営業活動によるキャッシュ・フロー
主に法人税等の支払い(△347百万円)によって△310百万円
- ・投資活動によるキャッシュ・フロー
主に定期預金の払戻による収入(+2,800百万円)、連結範囲の変更を伴う子会社(ゴロー(株))株式の取得による支出(△758百万円)によって+1,911百万円
- ・財務活動によるキャッシュ・フロー
主に配当金の支払い(△114百万円)によって△116百万円

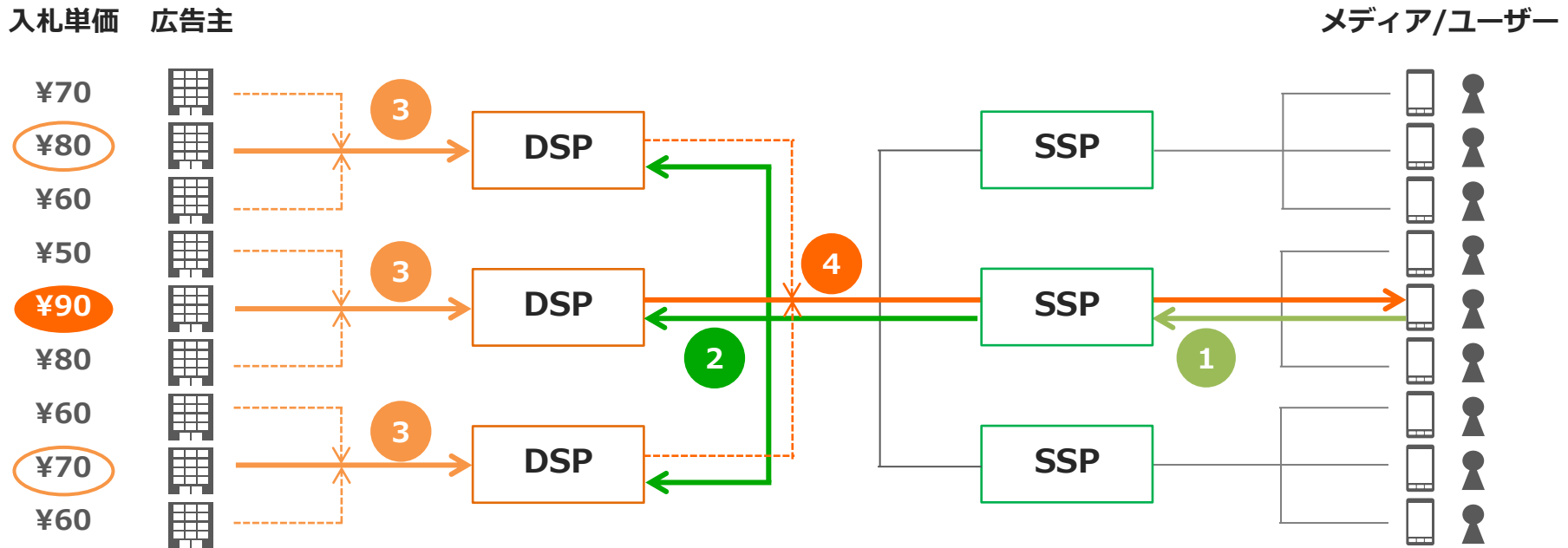
(百万円)

	当第2四半期連結累計期間 (2016年4月～2016年9月)
営業活動によるキャッシュ・フロー	△310
投資活動によるキャッシュ・フロー	1,911
財務活動によるキャッシュ・フロー	△116
現金及び現金同等物の増減額	1,472
現金及び現金同等物の期末残高	3,664

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