

2017年3月期通期

決算説明資料



UNITED

ユナイテッド株式会社

(東証マザーズ：2497)

2017年5月9日

目次

1. 2017年3月期通期決算概要	P 4
2. 2017年3月期事業別の概況	P11
①アドテク事業について	P12
②スマホコンテンツ事業について	P19
③インベストメント領域について	P25
3. 2018年3月期計画	P27
4. まとめ	P31
5. 参考資料	P33

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

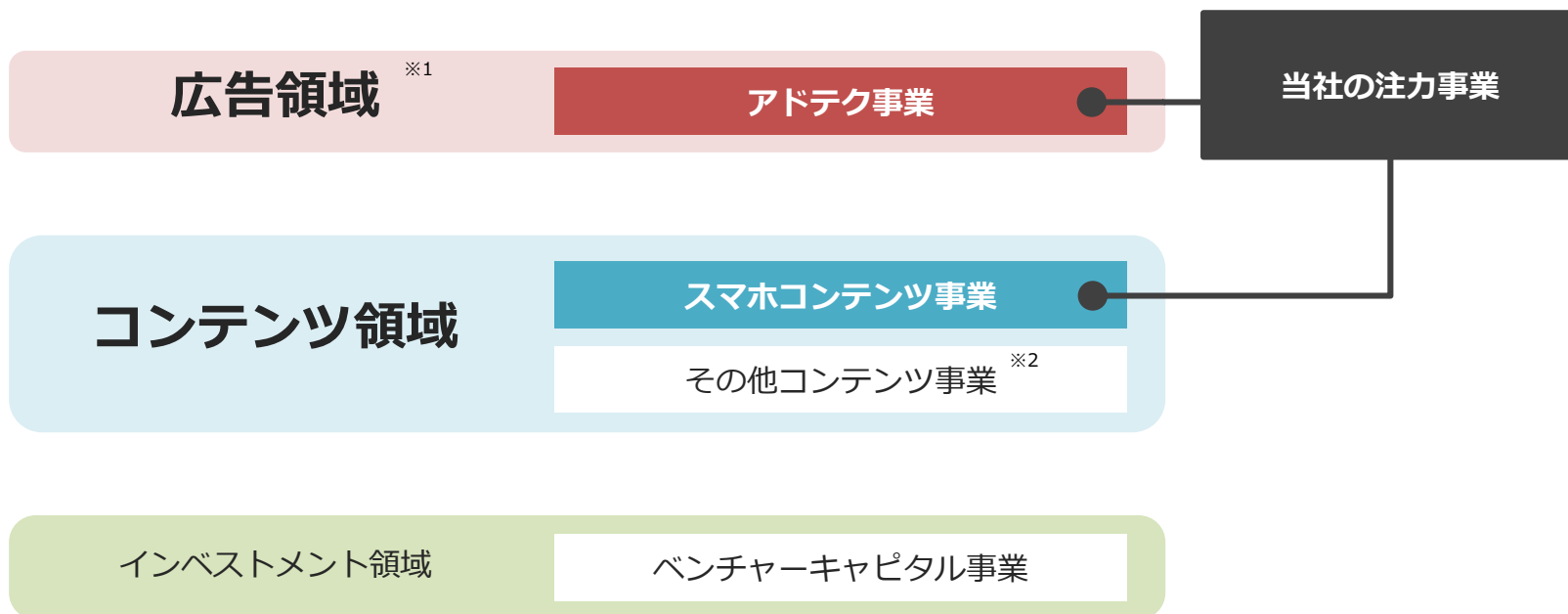


ミッション

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



※1 当期(2017年3月期)においてエージェンシー事業の撤退が完了したため、来期(2018年3月期)からは「アドテクノロジー領域」に名称を変更

※2 EdTech関連、メール広告、スポーツマーケティング

1. 2017年3月期通期決算概要

通期業績ハイライト

広告・コンテンツの両領域が大きく成長し、事業ベースで増収増益
前期インベストメント領域の大型スポット利益による影響で、連結全体では増収減益

全体 領域別	連結業績	売上高 : 14,595百万円 (前期比+31%) 営業利益 : 1,395百万円 (前期比△8%) 当期純利益 : 923百万円 (前期比△42%)
	広告領域	売上高 : 8,215百万円 (前期比+26%) 営業利益 : 1,127百万円 (前期比+88%)
	コンテンツ領域	売上高 : 5,567百万円 (前期比+100%) 営業利益 : 509百万円 (黒字転換)
	インベストメント領域	売上高 : 915百万円 (前期比△52%) 営業利益 : 436百万円 (前期比△76%) ・ 前期は(株)富士山マガジンサービス上場に伴う大型株式売却益計上

業績予想/実績 比較

売上高： 業績予想のレンジ内で着地
営業利益： 業績予想の上限を超えて着地

通期連結業績予想と通期実績の比較

	業績予想 (2017年1月31日)		実績
売上高	14,000百万円 ～15,000百万円	➡	14,595百万円
営業利益	1,000百万円 ～1,300百万円	➡	1,395百万円

通期前期比較：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

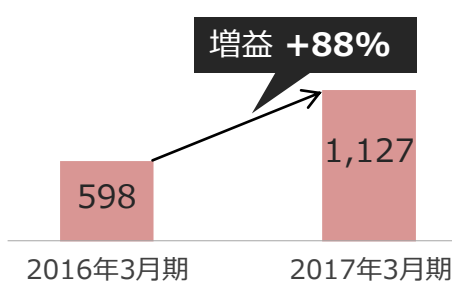
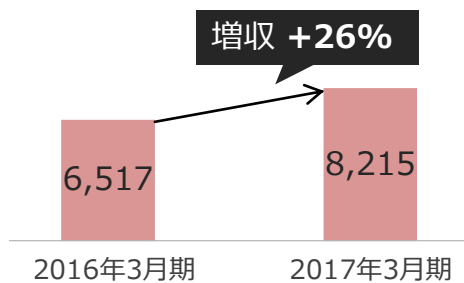
2017年3月期：先行投資が奏功し、計画通り注力事業(アドテク事業+スマホコンテンツ事業)が成長

売上高

営業利益

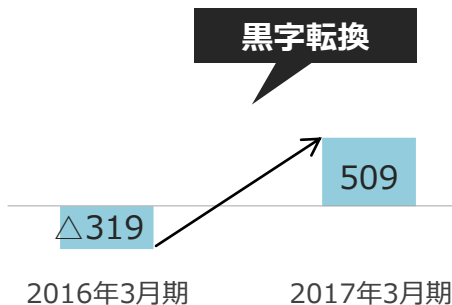
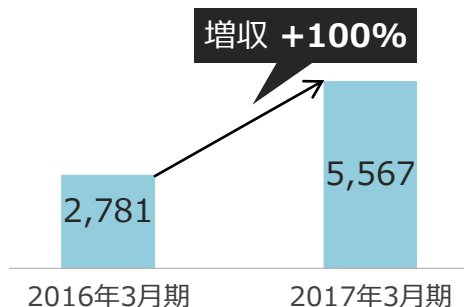
(単位：百万円)

広告領域



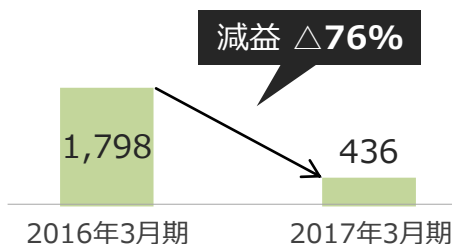
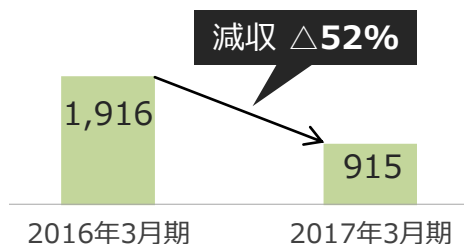
DSP「Bypass」と
SSP「adstir」が成長
エージェンシー事業撤退も、
アドテク事業の大幅成長により
増収増益

コンテンツ 領域



「クラッシュフィーバー」と
「SMART GAME」中心に増収
下期から「クラッシュフィー
バー」が利益回収フェーズに入り
黒字転換

インベスト メント 領域



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

配当について

配当方針「連結配当性向20%程度」に則り、配当実施

年間配当の内訳

		当期 (2017年3月期)	前期 (2016年3月期)
1株あたり 配当金	中間	-	9円00銭
	期末	8円00銭	5円00銭
	年間	8円00銭	14円00銭
配当金総額(年間)		183百万円	324百万円

通期連結損益計算書

前期比で売上高増収(+31%)、営業利益減益(△8%)

広告領域 : 「増収増益」成長継続

コンテンツ領域 : 「増収&黒字転換」クラッシュフィーバーが利益回収フェーズに移行し、黒字転換

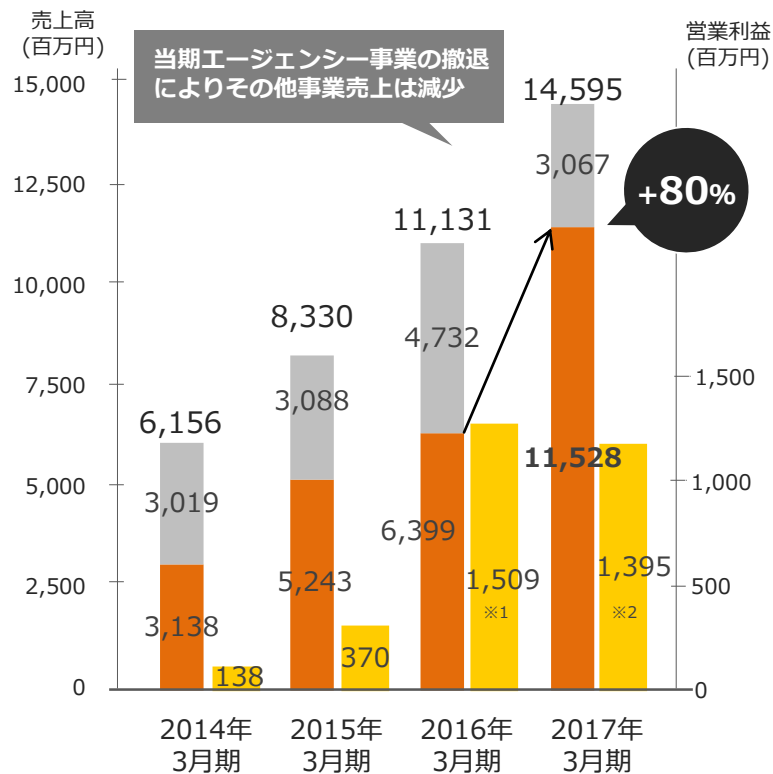
インベストメント領域 : 「減収減益」前期大型の株式売却益が発生

	2017年3月期 通期	前年同期 (2016年3月期 通期)	前期比 増減率	(百万円)
売上高	14,595	11,131	+31%	
広告領域	8,215	6,517	+26%	
コンテンツ領域	5,567	2,781	+100%	
インベストメント領域	915	1,916	△52%	
セグメント間消去	△101	△84	-	
売上総利益	4,040	3,525	+15%	
広告領域	1,768	1,175	+50%	
コンテンツ領域	1,698	490	+246%	
インベストメント領域	573	1,858	△69%	
セグメント間消去	0	1	-	
販管費	2,644	2,016	+31%	
営業利益	1,395	1,509	△8%	
広告領域	1,127	598	+88%	
コンテンツ領域	509	△319	黒字転換	
インベストメント領域	436	1,798	△76%	
本社費	△677	△568	-	
経常利益	1,425	1,663	△14%	
親会社株主に帰属する当期純利益	923	1,579	△42%	
特別損益	△96	249	-	
税金費用等	418	353	+19%	

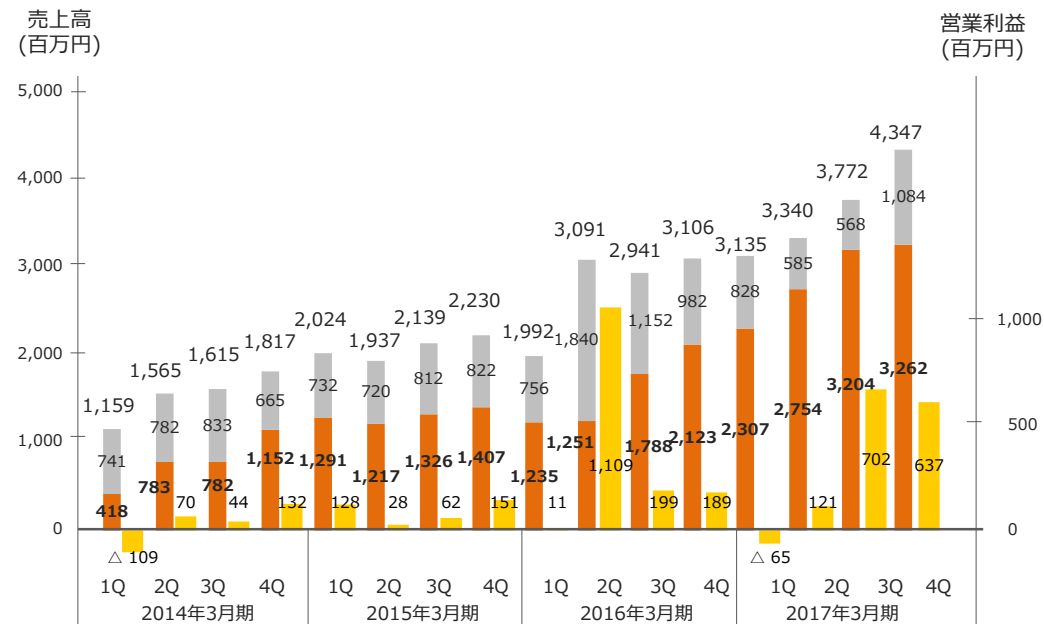
売上高、営業利益推移

通期：注力事業(アドテク事業+スマホコンテンツ事業) 売上高前期比+80%

通期累計年度推移



四半期推移



注力事業売上高 その他事業売上高 営業利益

※1: 2016年3月期においては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営業利益1,798百万円発生

※2: 2017年3月期においてはインベストメント領域で営業利益436百万円発生

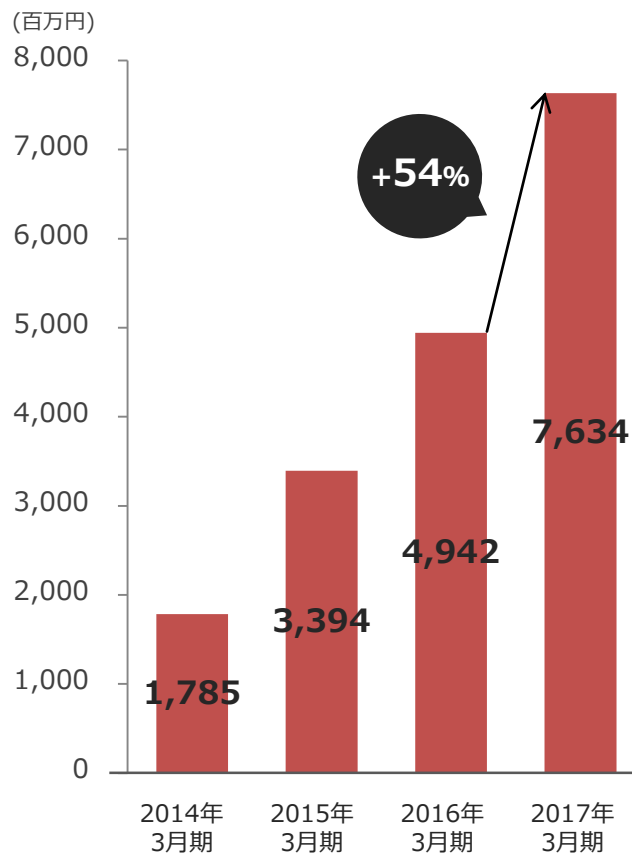
2. 2017年3月期事業別の概況

①アドテク事業について

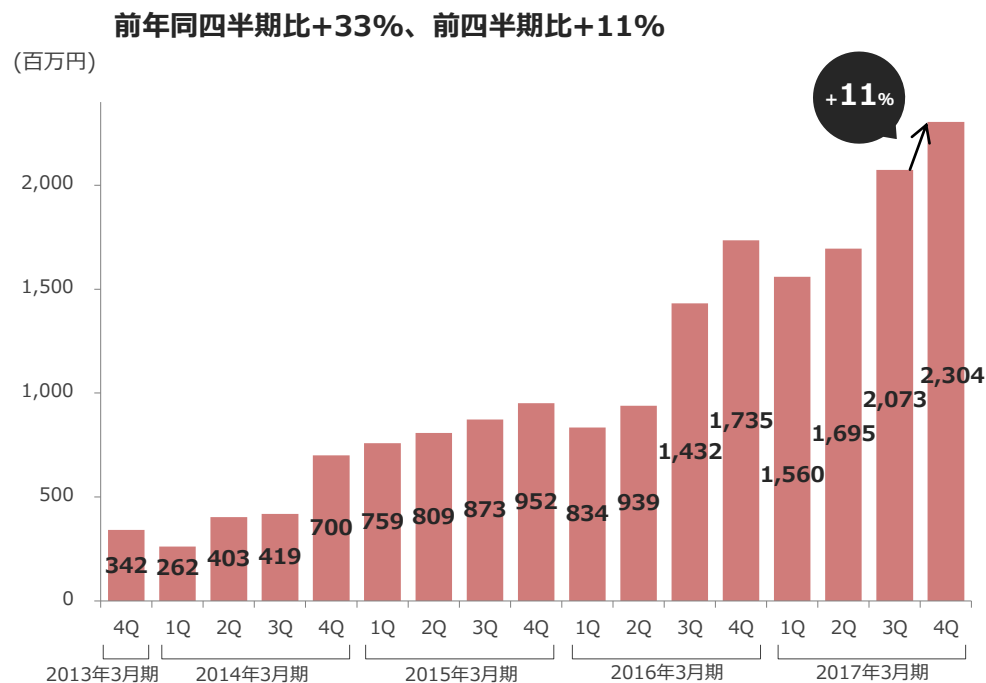
アドテク事業：売上高推移

通期前期比：+54% DSP「Bypass」、SSP「adstir」ともに成長継続

通期年度別推移



四半期推移

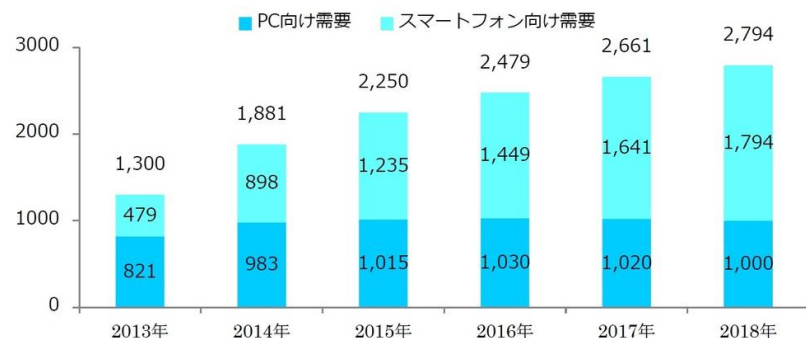


当社アドテク事業の特長

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

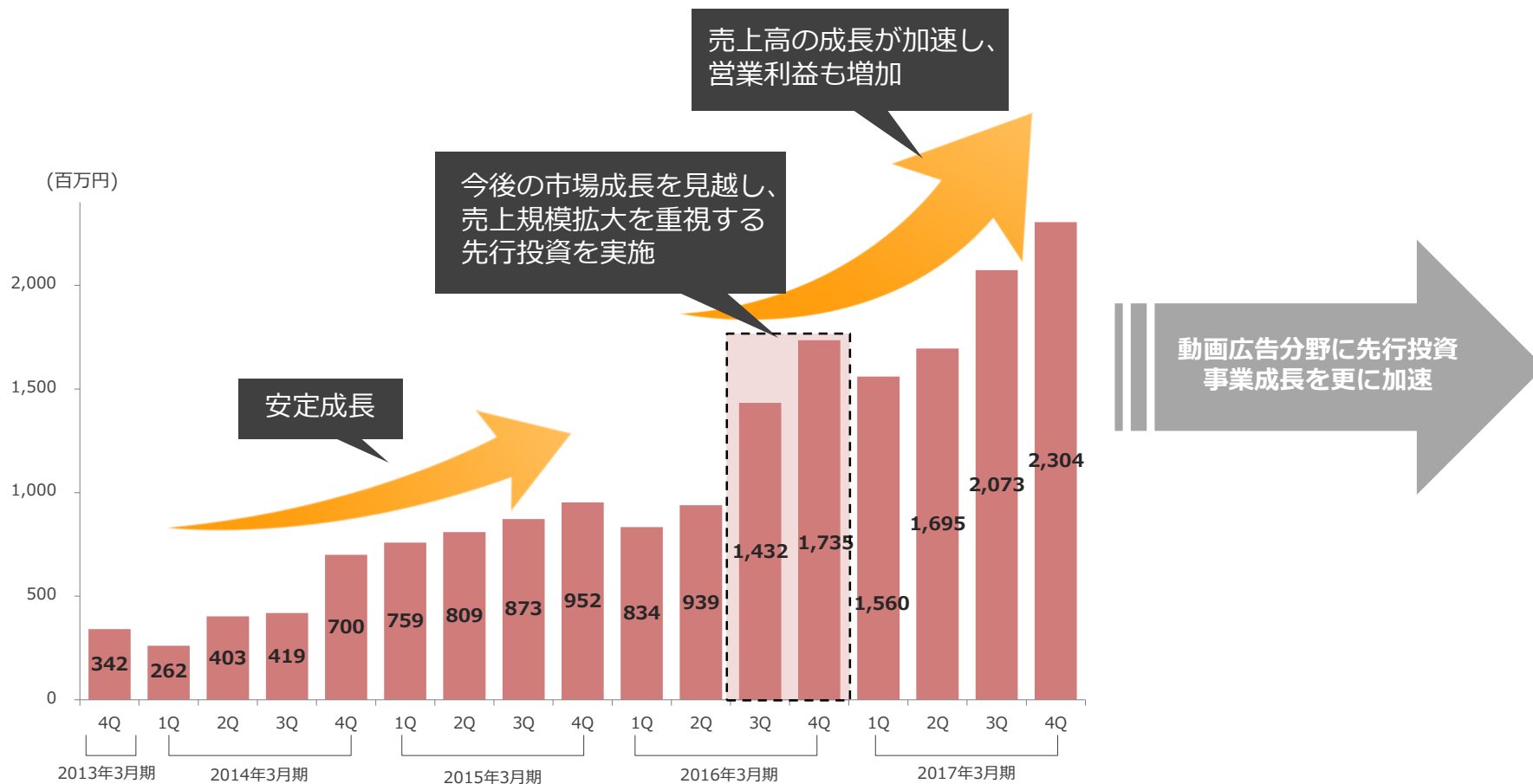
- ・広告効果を優先し、オープンな取引を行うことでDSP/SSPともに競争力のあるプロダクトに成長
- ・市場拡大に加え、競合増加も追い風にできる
→例) DSPの新規競合参入はSSPの規模拡大になる

これまでのアドテク事業の成長について

2016年3月期の下期における先行投資によって事業成長を加速
再度、積極的な先行投資を動画広告分野において実施し、事業成長を更に加速

これまでのアドテク事業売上高推移

2018年3月期見通し

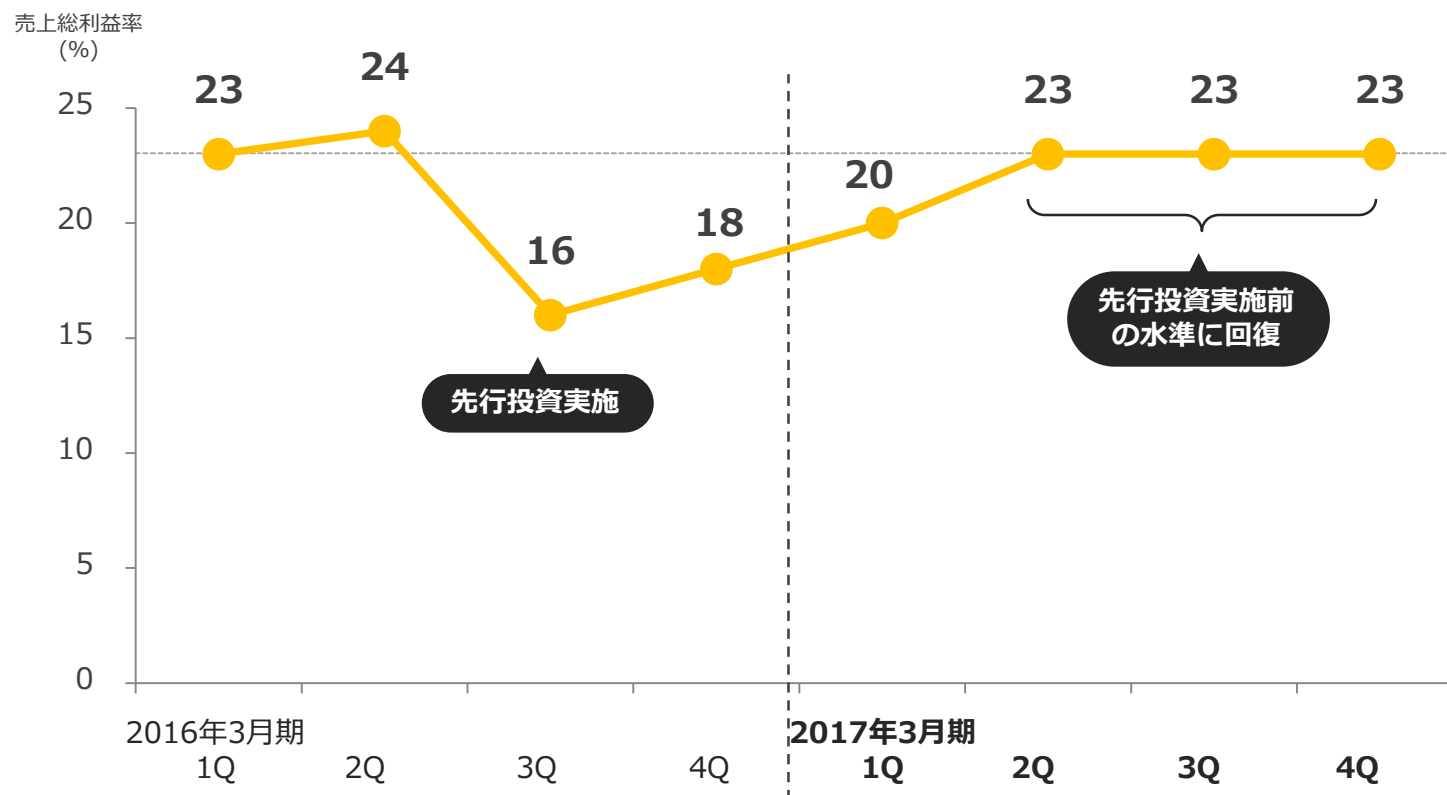


アドテク事業：売上総利益率推移

2016年3月期3Qに先行投資実施の影響で売上総利益率が低下するも、その後改善し、
先行投資実施前の水準を継続

2018年3月期は再度**動画広告分野での積極的な先行投資**を実施予定

アドテク事業売上総利益率推移

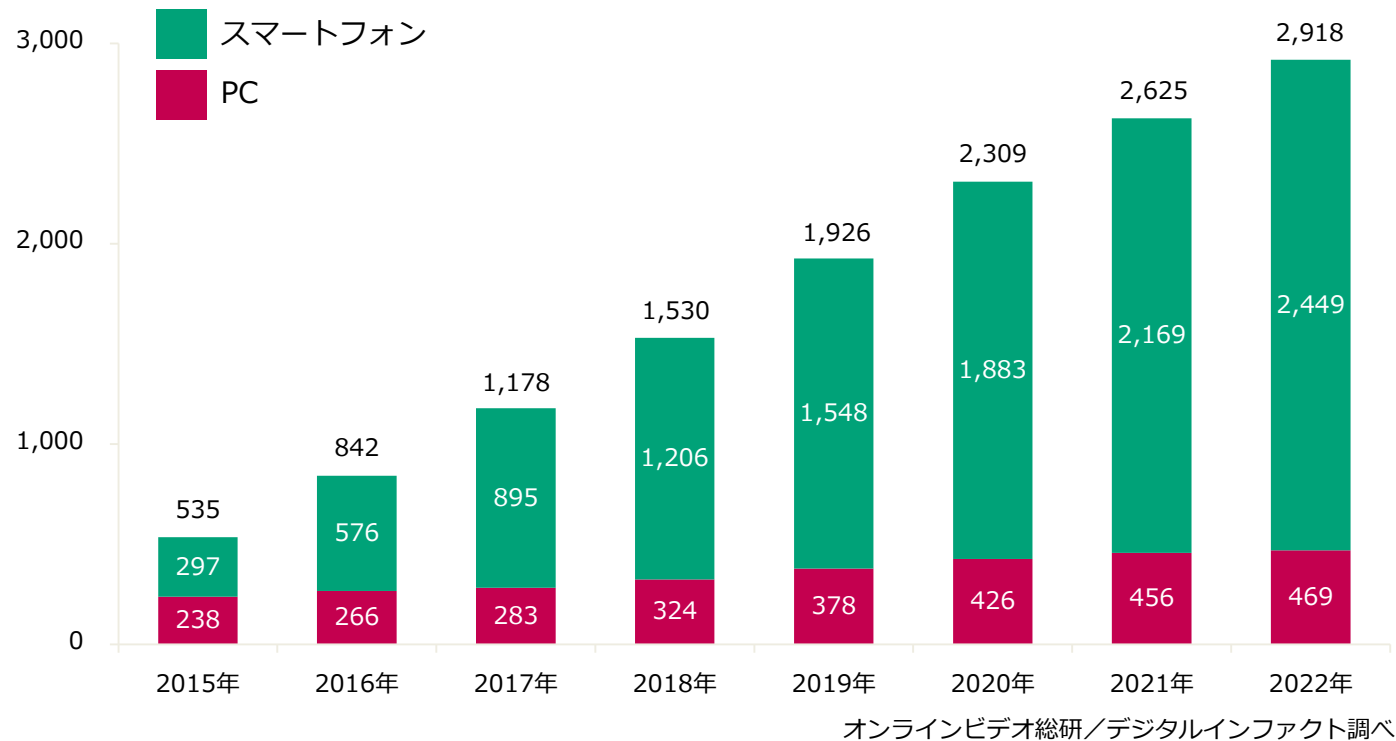


今後のアドテク事業の成長に向けて

動画広告市場は急速な拡大を継続
フォーマット別でも動画広告取引の比率上昇を想定

【国内動画広告市場規模推計・予測(デバイス別) 2015-2022年】

(単位：億円)



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2,300億円に達し、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
動画広告取引の拡大によりモバイル広告取引のうち動画フォーマットの比率上昇を想定

今後のアドテク事業の成長に向けて

動画広告配信に特化したプロダクト「VidSpot(ビッドスポット)」をリリース
動画広告売上比率の向上を目指す



1) 「VidSpot」の機能

① DSP機能

- ・ 当社DSP「Bypass」の基盤(接続先SSP/広告運用ノウハウ等)を活かして動画広告取引を拡大
- ・ 配信ロジックの改善により、パフォーマンス重視案件に注力

② アドネットワーク機能

- ・ 媒体リクルーティング活動により動画広告配信面を増やし、プレミアムメディア含む多様な広告在庫を確保

2) 動画広告専任の運営体制

- ・ 「VidSpot」専任の開発/営業/運用体制の構築により、経営資源を動画広告分野へ投下
- ・ デマンド、サプライ両サイドの知見・ネットワークを活かして動画広告分野の取引を拡大

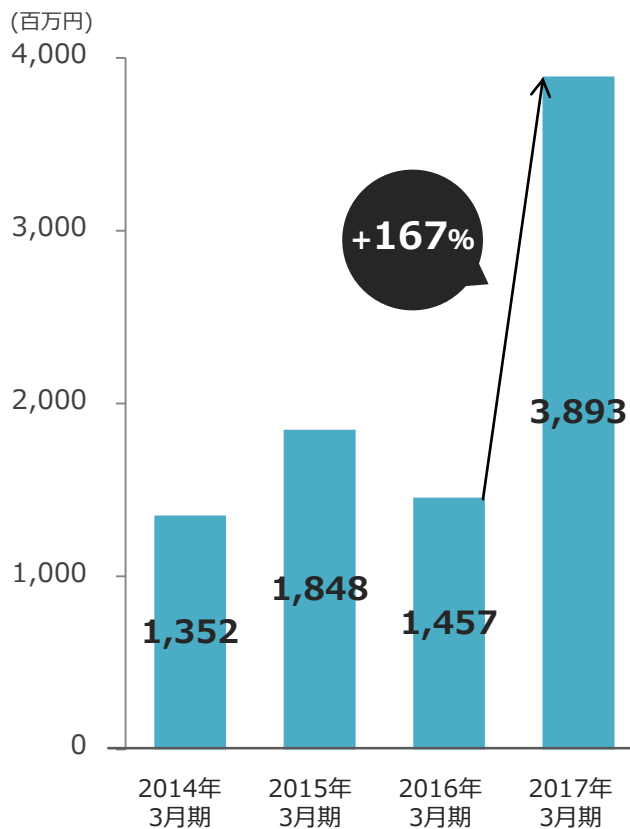
②スマホコンテンツ事業について

スマホコンテンツ事業：売上高推移

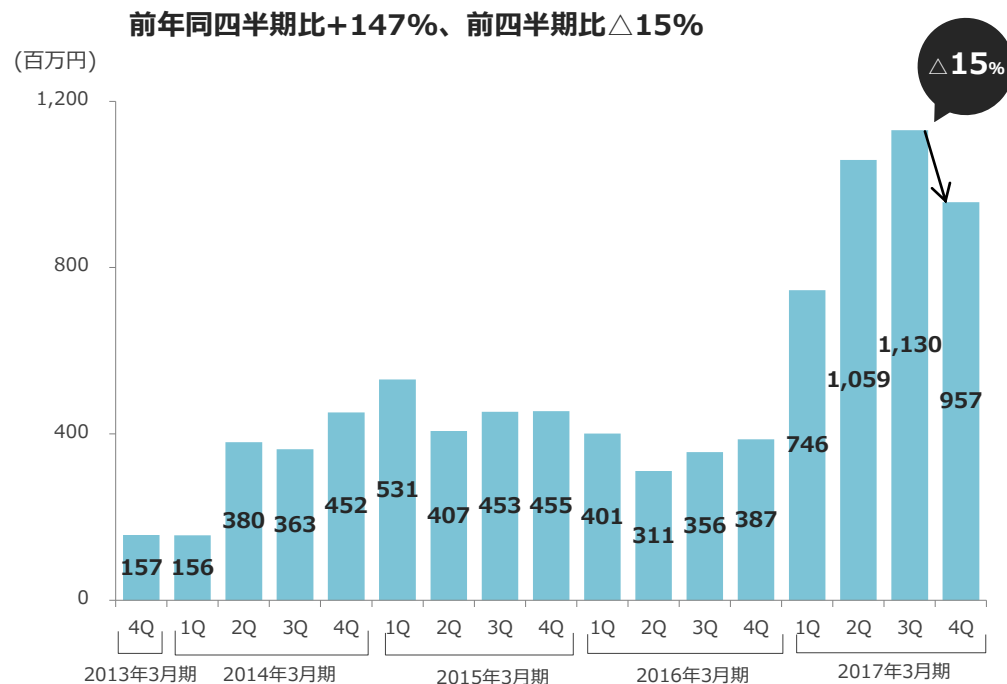
通期前期比：+167%

- ・前期比では「クラッシュフィーバー」と「SMART GAME」がスマホコンテンツ事業の売上高を牽引
- ・「クラッシュフィーバー」下半期以降は利益の最大化を志向、4Q売上高は前四半期比で15%減少

通期年度別推移



四半期推移

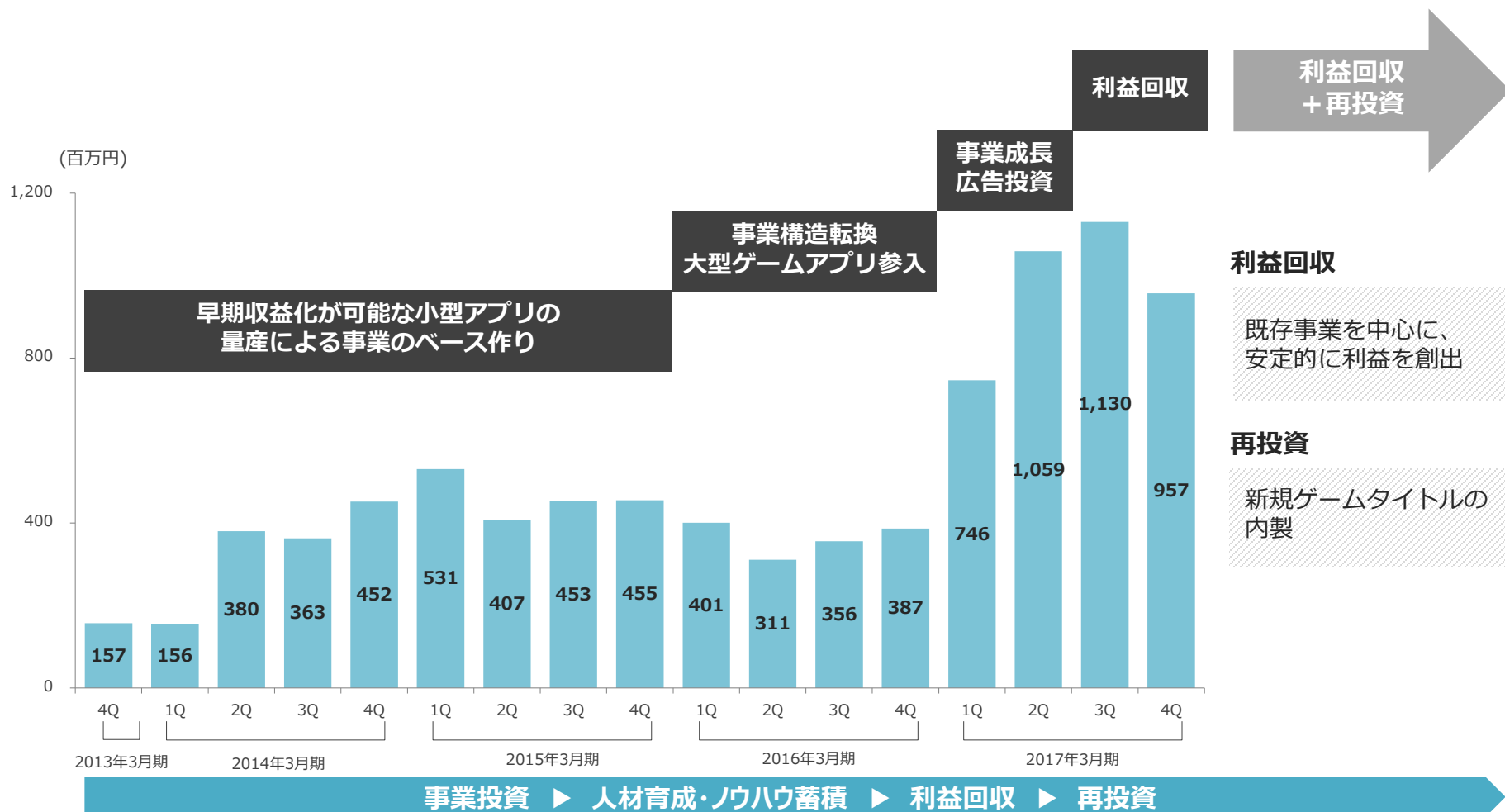


これまでのスマホコンテンツ事業における成長について

中長期の利益最大化を志向し、前期に事業構造を転換⇒**当期収益の拡大・利益回収を実現**

これまでのスマホコンテンツ事業売上高推移

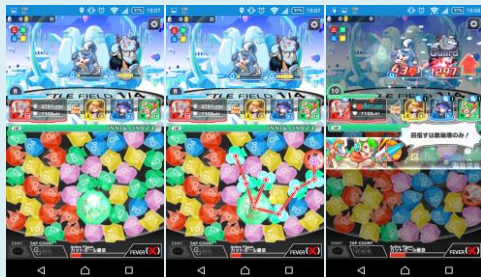
2018年3月期見通し



「クラッシュフィーバー」について

来期から国内・グローバル合わせて利益の最大化を狙う

クラッシュフィーバーとは



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

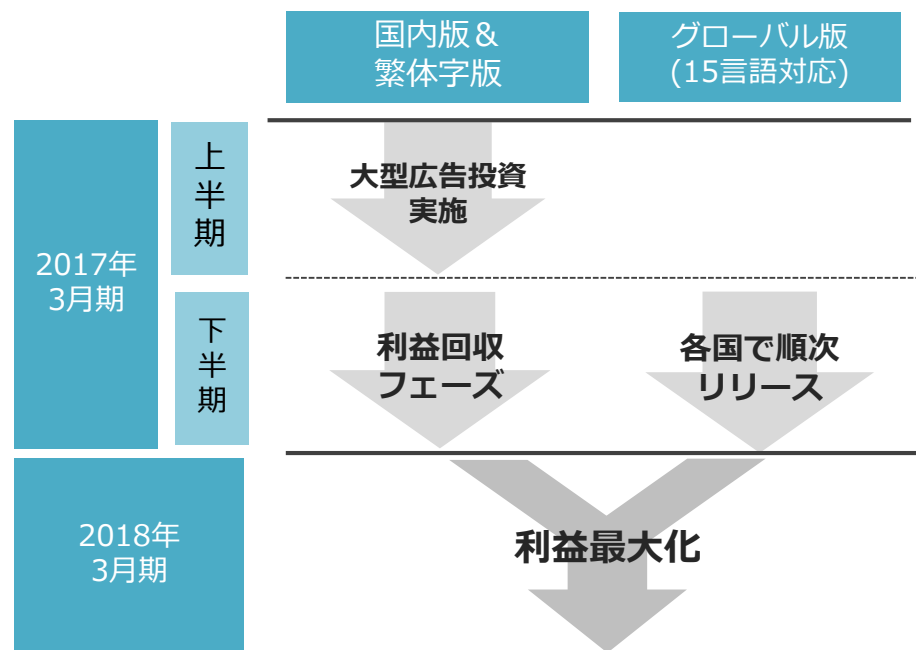
協業スキーム

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

		
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	

トピックス

- ・ 2016年5月に繁体字版をリリース
- ・ 国内版は2回のTVCMを実施
- ・ 2016年10月に15ヶ国語対応[※]のグローバル版を世界各国で順次提供開始。
- ・ 2016年11月に世界累計700万ダウンロード突破



※ 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

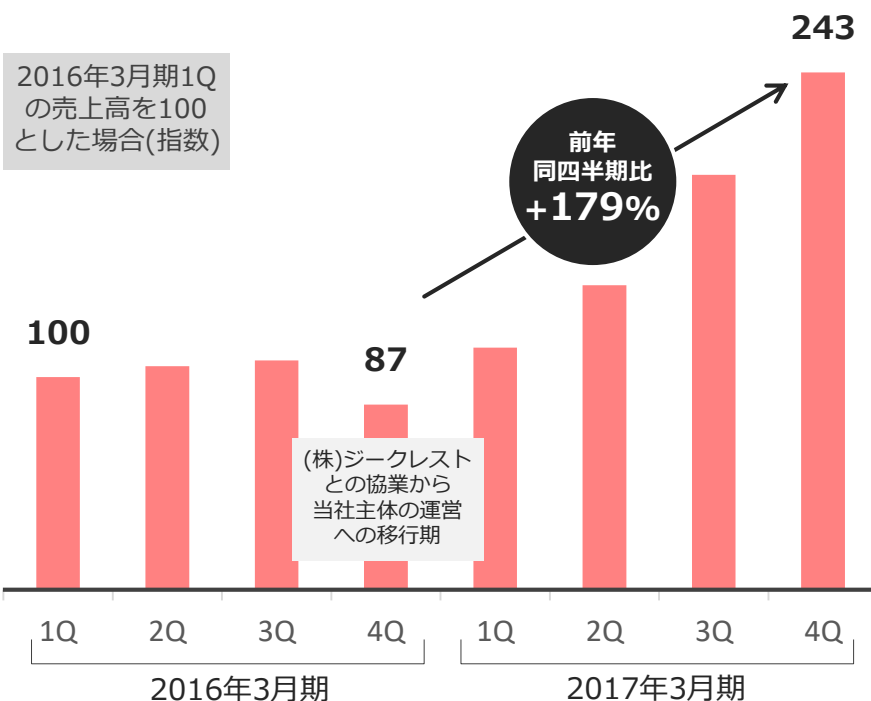
「CocoPPa Play」について

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、**当期を通じて毎四半期過去最高売上高を更新**

(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



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



- ・ 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

スマホコンテンツ事業の主なサービス

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 (ココパ プレイ)	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3月期4Qリリース(予定)
課金 プラット フォーム		SMART GAME	課金ユーザーが課金額の1%還元を受けられる iOSアプリの課金プラットフォームサービス 連結子会社の(株)Smarpriseが提供
アイドル 応援 アプリ		CHEERZ	女性版アイドル応援アプリ 連結子会社のフォッグ(株)が提供
		CHEERZ for JUNON	男性版次世代スター応援アプリ フォッグ(株)と(株)主婦と生活社の共同事業
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」に自社アプリを提供

③インベストメント領域について

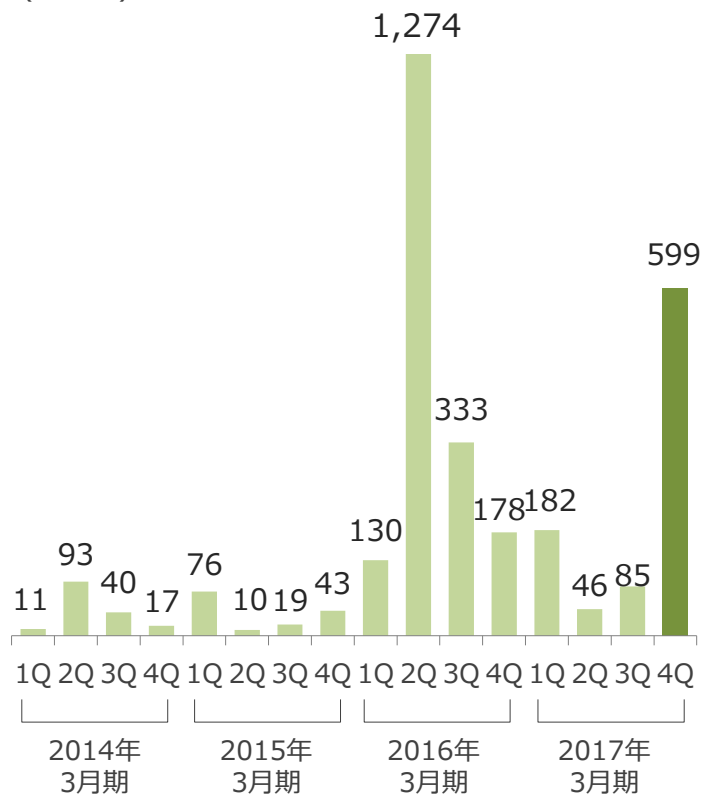
インベストメント領域

2017年3月期末の営業投資有価証券残高は2,288百万円

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)



主な保有銘柄



(株)メルカリ



dely(株)



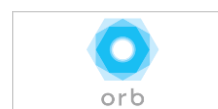
ソーシャル
ワイヤー(株)



ワンダー
プラネット(株)



3bitter(株)



(株)Orb



(株)トランス
リミット

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月期計画

2018年3月期の業績予想について

2018年3月期の業績予想は、**現時点では非開示**

通期連結業績予想について

- ・ アドテクノロジー領域及びコンテンツ領域における見通しのみを公表(P29参照)
- ・ 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



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

2018年3月期：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・コンテンツ領域それぞれで**増収増益**の見通し
連結業績全体としても増収増益を計画

売上高

営業利益

(単位：百万円)

アドテクノロジー領域※

増収 +31~46%

8,215

10,800
~12,000

2017年3月期

2018年3月期

増益 +2~11%

1,127

1,150
~1,250

2017年3月期

2018年3月期

動画広告分野への積極的な先行投資を実施

コンテンツ領域

増収 +4~10%

5,567

5,800
~6,100

2017年3月期

2018年3月期

増益 +37~67%

509

700
~850

2017年3月期

2018年3月期

2018年3月期は営業利益を最大化

インベストメント領域

現時点で見通し困難

※ 当期(2017年3月期)においてエージェンシー事業の撤退が完了したため、来期(2018年3月期)からは従来の「広告領域」から「アドテクノロジー領域」に名称を変更

2018年3月期：トピックス

さらなる事業成長へ向けた積極的な先行投資を実施

2018年3月期 トピックス

①新規事業への投資

既存事業に続く収益の柱となる事業創出に取り組む

②動画広告分野への投資

アドテクノロジー領域において、動画広告分野への積極的な先行投資を実施し、事業成長を更に加速させる

③新規ゲームタイトル開発

コンテンツ領域において、現在新規ゲームタイトルを開発中
2018年3月期4Qリリース（予定）

4. まとめ

全体まとめ

	2017年3月期	2018年3月期
連結	前年同期比増収減益 (カッコ内は前期比伸び率) 売上高 14,595百万円 (+31%) 営業利益 1,395百万円 (△8%) 当期純利益 923百万円 (△42%)	- 連結全体で増収増益を目指す - 新規事業を立ち上げ、既存事業に続く収益の柱を創出する
アドテク事業	- DSP「Bypass」、SSP「adstir」がともに成長 - 動画広告配信プラットフォーム「VidSpot」をリリース	既存サービスの成長に加え、「モバイル×動画」広告市場への対応を強化
スマホコンテンツ事業	「クラッシュフィーバー」「SMART GAME」が成長をけん引 「CocoPPa Play」が成長継続	- 既存事業は営業利益最大化を図る - 既存事業で獲得した利益を新規ゲームタイトルに再投資

5. 參考資料

4Q(1-3月)の連結損益計算書

前年同四半期比：増収(+40%)増益(+237%)
前四半期比：増収(+15%)減益(△9%)

(百万円)

	2017年3月期 4Q	前年同四半期実績 (2016年3月期 4Q)	前年同四半期比 増減率	前四半期実績 (2017年3月期 3Q)	前四半期比 増減率
売上高	4,347	3,106	+40%	3,772	+15%
広告領域	2,306	2,166	+6%	2,092	+10%
コンテンツ領域	1,443	787	+83%	1,603	△10%
インベストメント領域	599	178	+237%	85	+603%
セグメント間消去	△3	△25	-	△8	-
売上総利益	1,473	713	+106%	1,360	+8%
広告領域	536	364	+47%	470	+14%
コンテンツ領域	633	192	+229%	811	△22%
インベストメント領域	303	154	+96%	79	+280%
セグメント間消去	1	2	-	△1	-
販管費	836	524	+59%	657	+27%
営業利益	637	189	+237%	702	△9%
広告領域	377	214	+76%	307	+23%
コンテンツ領域	268	△7	-	494	△46%
インベストメント領域	209	139	+49%	65	+219%
本社費	△218	△157	+38%	△165	+32%
経常利益	631	177	+256%	690	△9%
親会社株主に帰属する当期純利益	555	156	+255%	428	+30%
特別損益	△20	△45	-	△7	-
税金費用等	54	△24	-	△253	-

当四半期の連結貸借対照表

- ・流動資産

主に「親会社株主に帰属する当期純利益」発生に伴う「現預金」の増加(+854百万円) 等により、+793百万円

- ・流動負債

主に「未払法人税等」の増加(+161百万円)及び「未払金」の増加(+131百万円)等により、+293百万円

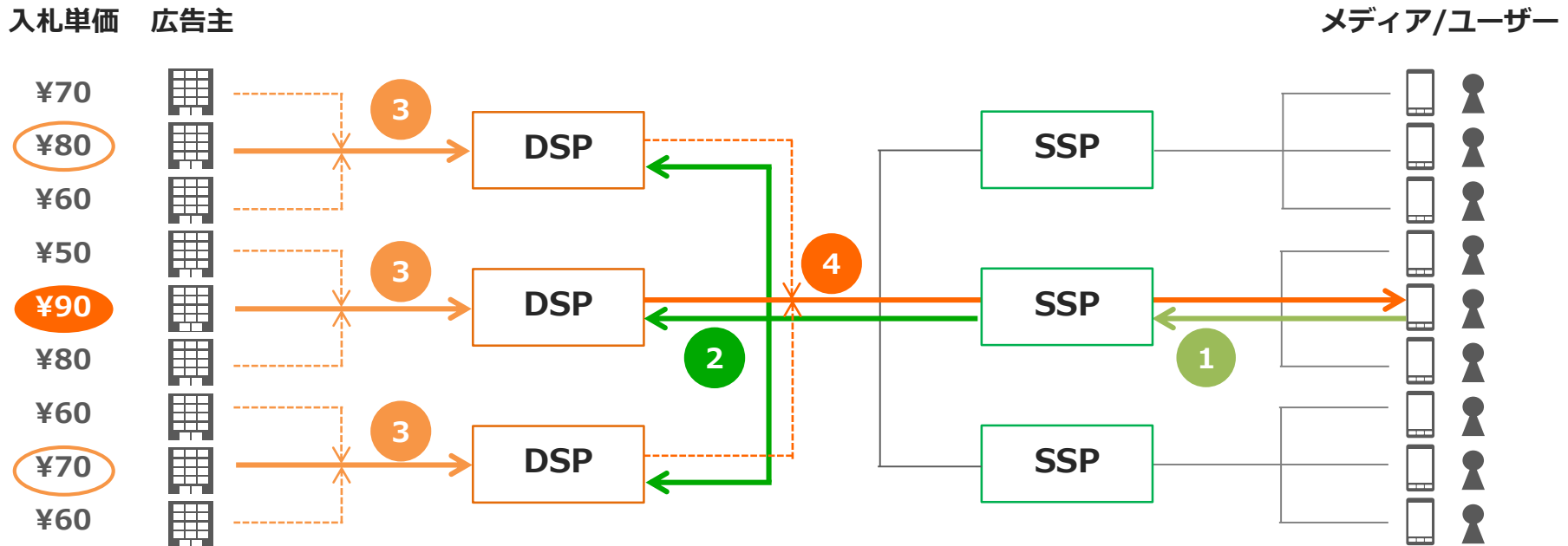
(百万円)

	当四半期末 (2017年3月)	前四半期末 (2016年12月)	増減額
流動資産	10,089	9,295	+793
(うち現預金)	4,962	4,107	+854
固定資産	2,027	1,997	+29
流動負債	2,551	2,258	+293
固定負債	13	14	△1
純資産	9,551	9,019	+532

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