

2018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)

2017年10月31日

1. 2018年3月期第2四半期 決算概要	P.06	>
2. 2018年3月期第2四半期 事業別の概況	P.11	>
① アドテクノロジー領域について	P.12	>
② コンテンツ領域について	P.19	>
③ インベストメント領域について	P.24	>
④ 新規事業について	P.26	>
3. 2018年3月期 業績見通し	P.28	>
4. 参考資料	P.31	>

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



VidSpot

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2四半期決算概要



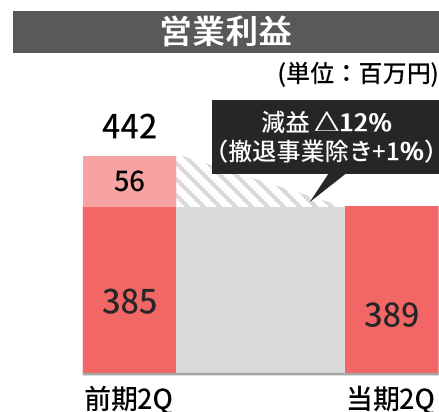
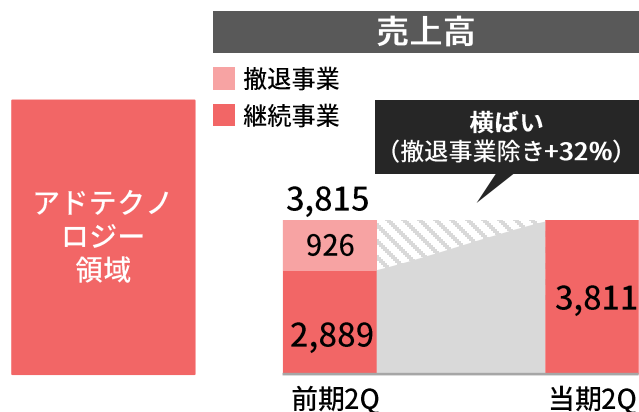
連結売上高 : 前期のエージェンシー事業撤退による売上減少を吸収しつつ+7%
 連結営業利益 : コンテンツ領域とインベストメント領域が貢献し前年同期比+1,612%

全体	連結業績	売上高 : 6,899百万円 (前年同期比+7%) 営業利益 : 950百万円 (前年同期比+1,612%) 当期純利益 : 566百万円 (黒字転換)
	アドテクノロジー領域	売上高 : 3,811百万円 (前年同期比0%) 営業利益 : 389百万円 (前年同期比△12%) ・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+32%の成長、営業利益は前年同期比+1%
	コンテンツ領域	売上高 : 2,821百万円 (前年同期比+12%) 営業利益 : 649百万円 (黒字転換)
	インベストメント領域	売上高 : 285百万円 (前年同期比+24%) 営業利益 : 250百万円 (前年同期比+55%)

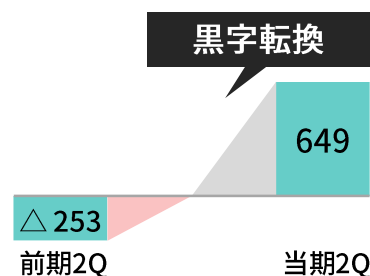
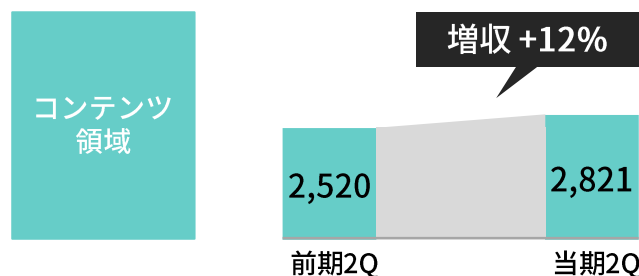
2Q累計(4-9月) 前年同期比較：セグメント別売上高、営業利益



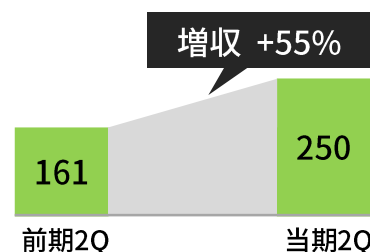
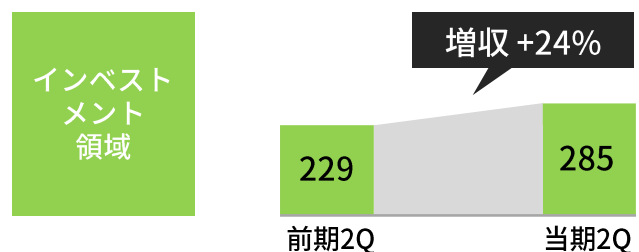
アドテクノロジー領域：撤退事業（エージェンシー事業）を除き売上成長継続
 コンテンツ領域：利益回収フェーズに入り黒字転換



継続事業である自社広告プラットフォームは成長継続
 動画広告配信プラットフォームへの先行投資と継続事業への人員配置強化を実施



「CocoPPa Play」及びキラメックス(株)の成長と(株)アラン・プロダクツの連結子会社化が増収に寄与
 前年同期にゲームで実施した大型広告投資を経て、利益回収フェーズに



株式売却益が前年を上回り増収増益

注：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

2Q累計(4-9月)連結損益計算書



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、前年同期比+7%
 売上総利益 : 前年同期はコンテンツ領域で大型広告投資(※)の実施があり、前年同期比+99%
 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+1,612%

※ 「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1,083百万円の広告投資を実施

(単位：百万円)

	2018年3月期 2Q累計	前年同期 (2017年3月期2Q累計)	前年同四半期比 増減率
売上高	6,899	6,476	+7%
アドテクノロジー領域	3,811	3,815	0%
コンテンツ領域	2,821	2,520	+12%
インベストメント領域	285	229	+24%
セグメント間消去	△19	△89	-
売上総利益	2,401	1,206	+99%
アドテクノロジー領域	729	761	△4%
コンテンツ領域	1,404	254	+452%
インベストメント領域	268	190	+41%
セグメント間消去	△0	△0	-
販管費	1,451	1,150	+26%
営業利益	950	55	+1,612%
アドテクノロジー領域	389	442	△12%
コンテンツ領域	649	△253	-
インベストメント領域	250	161	+55%
本社費	△339	△294	-
経常利益	944	104	+807%
親会社株主に帰属する当期純利益	566	△60	-
特別損益	△4	△68	-
税金費用等	△374	△95	-

配当方針「連結配当性向20%程度」に従って中間配当実施

中間配当の内容			
	2018年3月期 中間配当	前年実績 2017年3月期期末	前年実績 2017年3月期中間
基準日	2017年9月30日	2017年3月31日	2016年9月30日
1株当たり配当金	5円00銭	8円00銭	0円00銭
配当金総額	114百万円	183百万円	—
1株当たり純利益	24円62銭	40円16銭	△2円63銭

2. 2018年3月期第2四半期 事業別の概況



① アドテクノロジー領域について



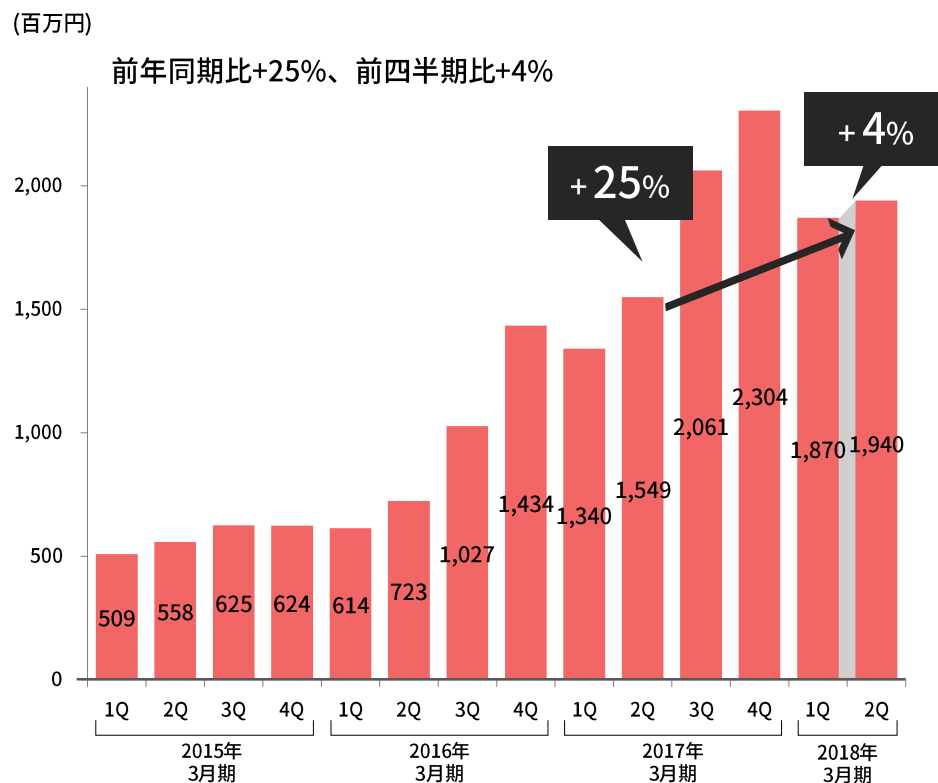
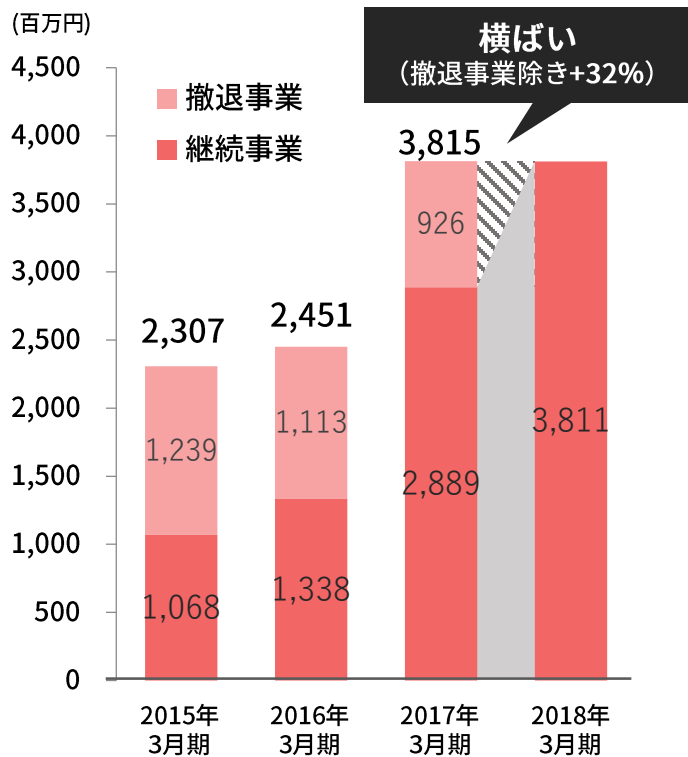
2Q累計売上高（撤退事業除く） 前年同期比 +32%

- ・撤退事業含む2Q累計売上高は前年同期比で横ばい
- ・前四半期比では動画広告分野が伸長したものの、アドフラウド（※）に主体的に取り組み、一部媒体との取引見直しを行った結果、売上高は+4%

※ 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2四半期累計 年度別売上高推移

四半期別売上高推移（継続事業）

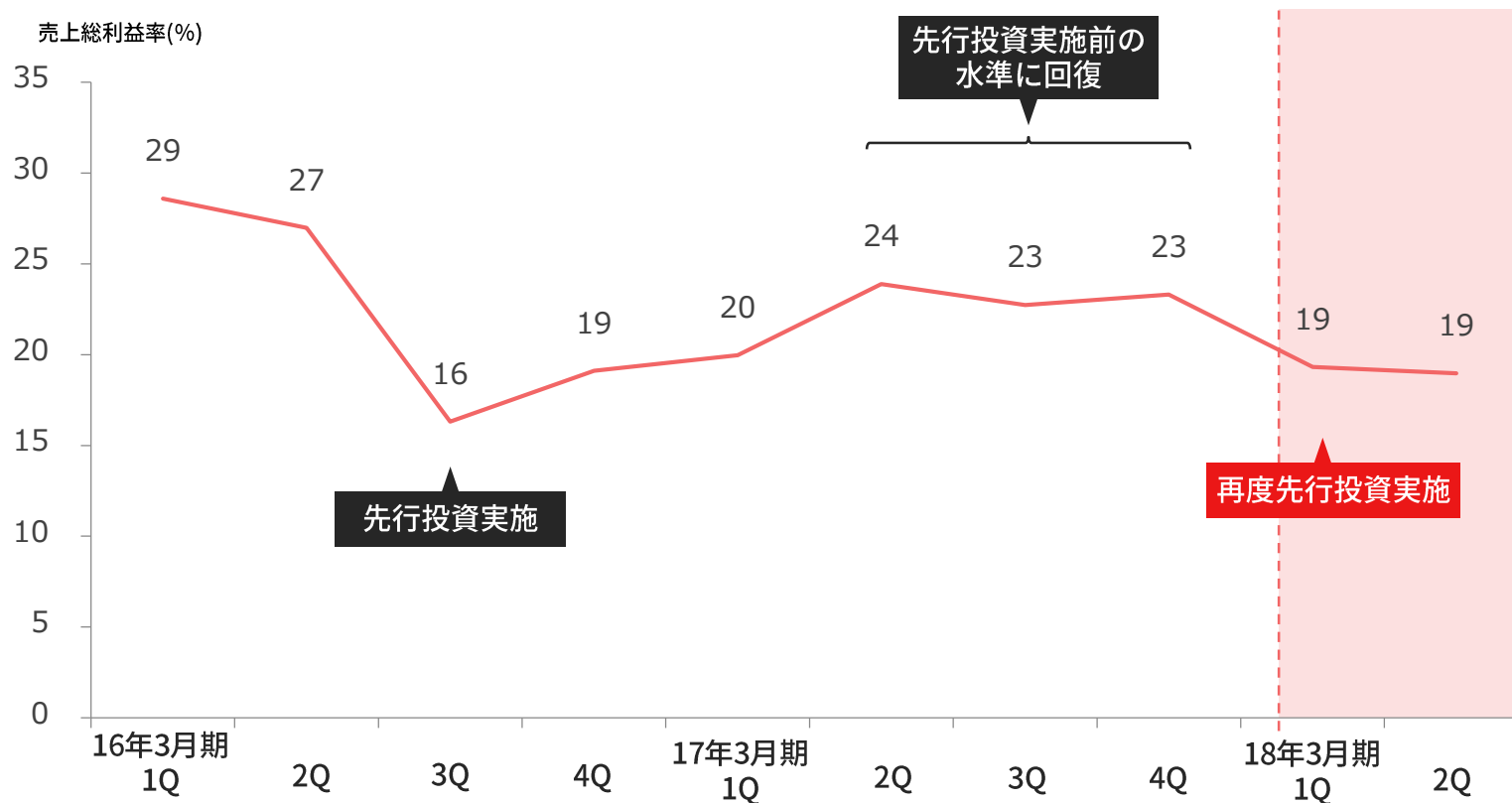


注1：前期のエージェンシー事業撤退により、当期から「広告領域」を「アドテクノロジー領域」に名称変更

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

当期における先行投資は、動画広告配信プラットフォーム「VidSpot（ビッドスポット）」の動画広告在庫拡充が中心
下期以降はさらに投資を強めていく方針であり、売上高は拡大していく見込

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

「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

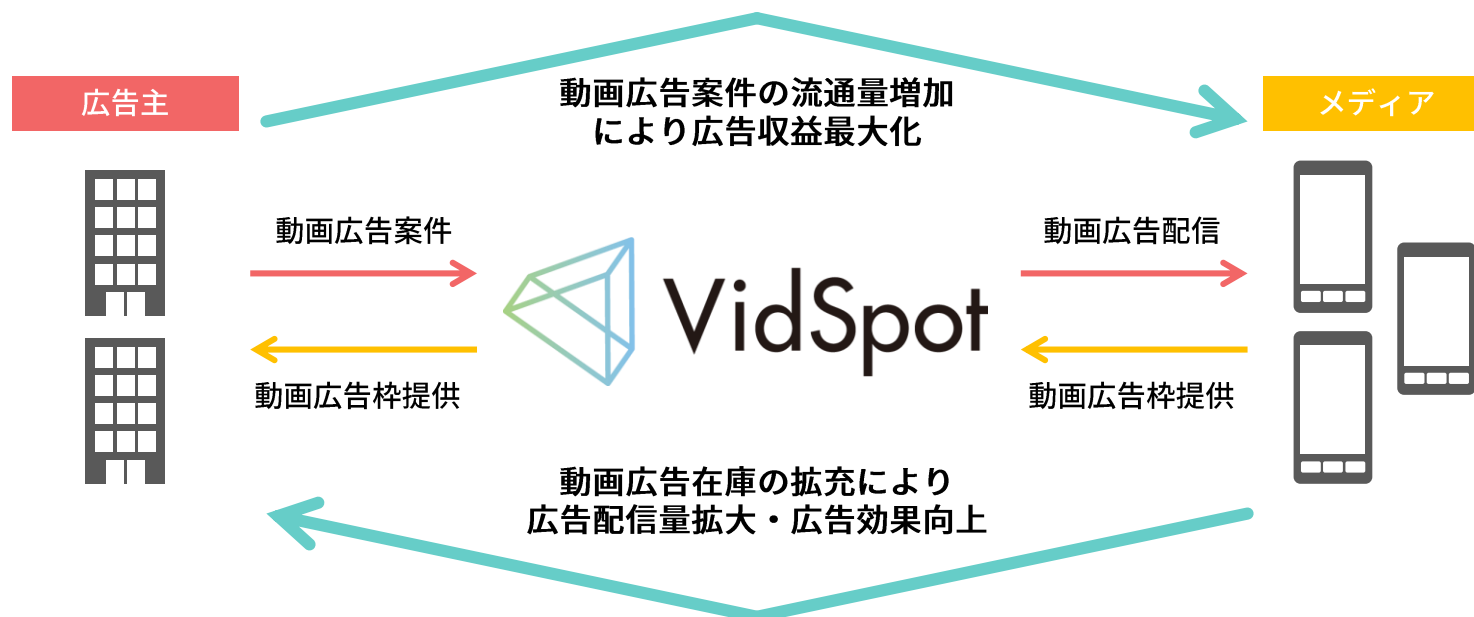
1. 広告配信最適化技術

- 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

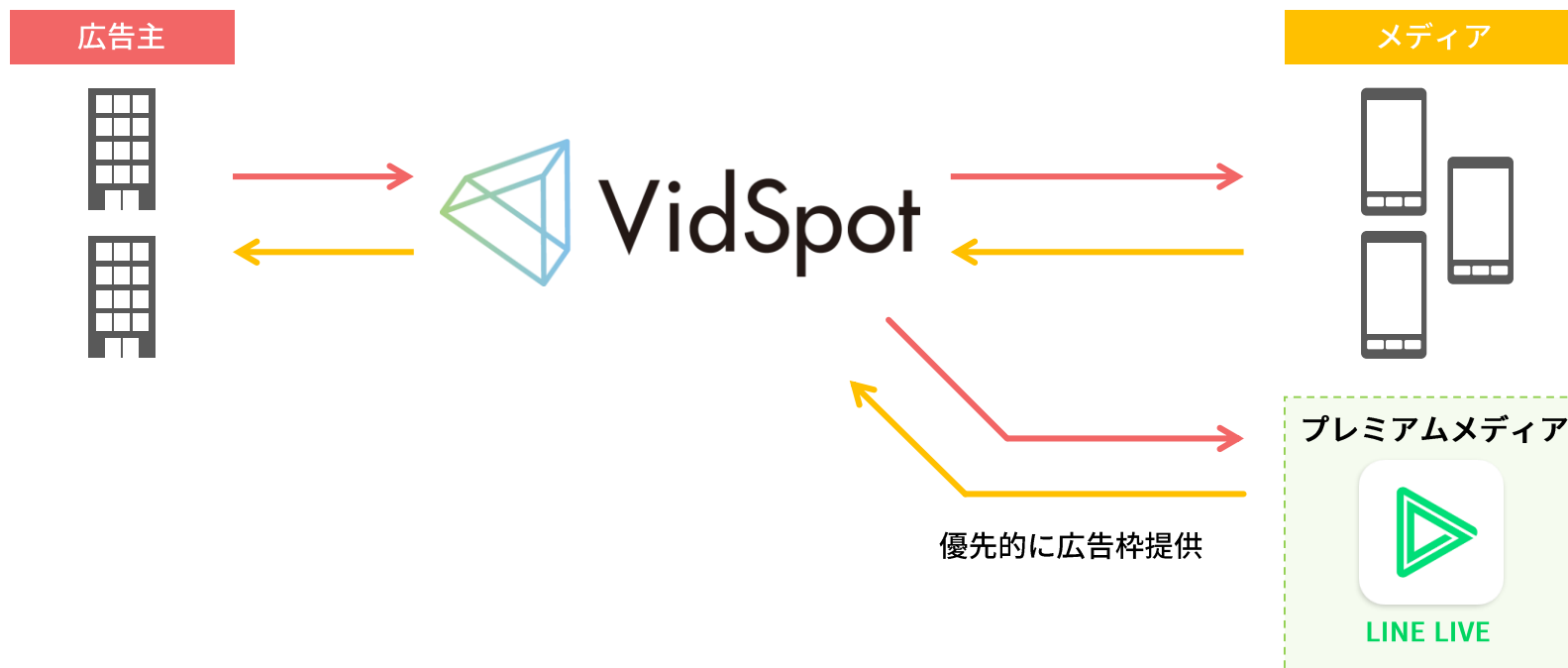
2. 豊富な動画広告在庫

- 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」をはじめとしたプレミアムメディアの動画広告枠

動画広告配信の流れ



LINE(株)が提供する「LINE LIVE」内の動画広告枠を販売・運用するパートナー契約を締結
プレミアムメディアの動画広告枠獲得を推進、今後の事業規模拡大につなげる



「LINE LIVE」とは

- ✓ ライブ配信形式の映像・番組配信アプリ
- ✓ 若年層を中心に支持を受けMAUが3,300万人※1を突破
- ✓ 男性：女性＝43%：57%、24歳以下のユーザーの割合が47%※2
- ▶ 日本最大級のライブ動画配信プラットフォーム

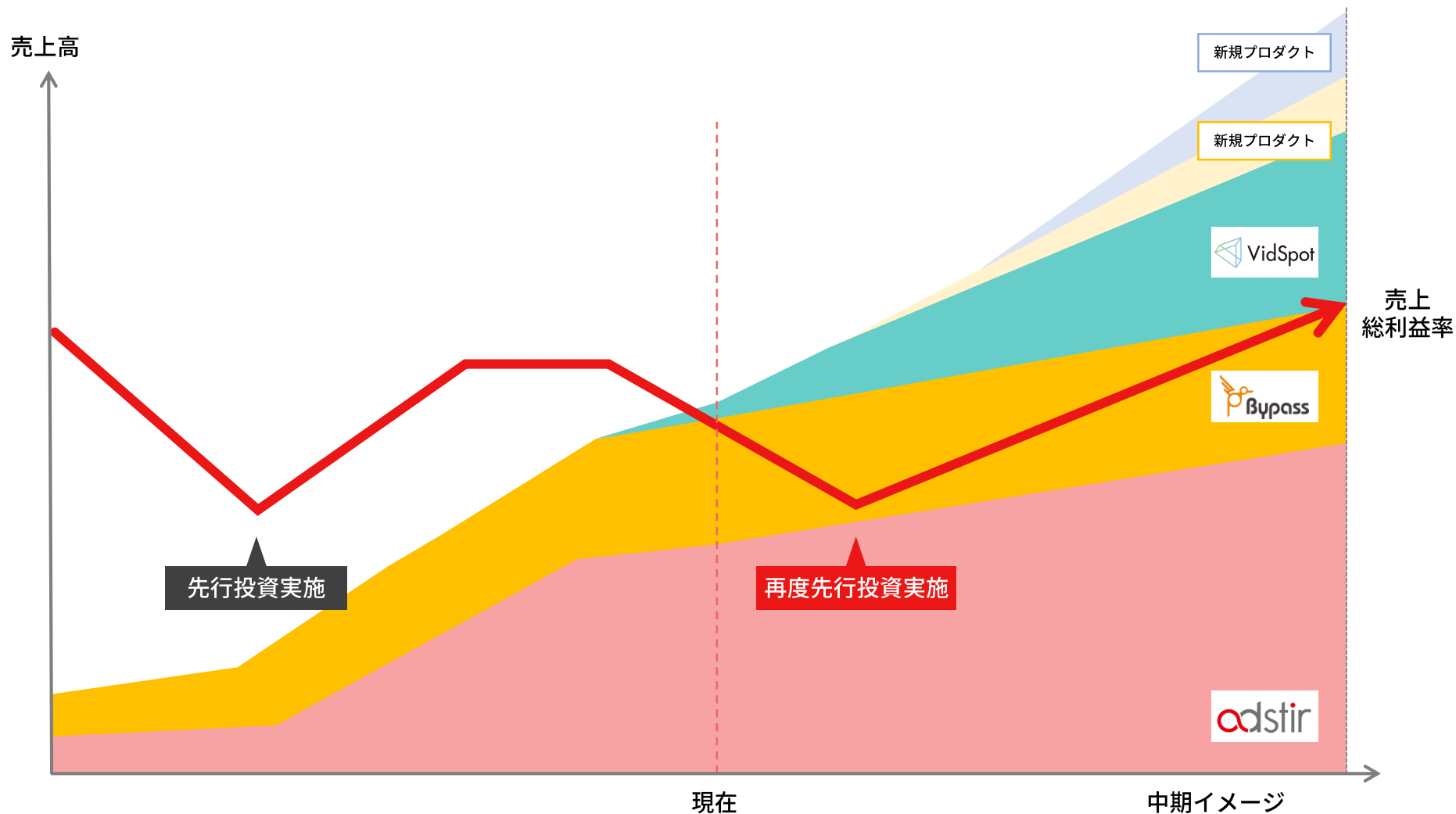
※1 LINE社内調査（2017年10月実績） ※2 2016年8月期間中のLINE社サンプル調査より

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 アドフラウドへの主体的な取り組み
デ マ ン ド サ イ ド		<ul style="list-style-type: none"> 「LINE LIVE」をはじめとした動画広告の配信面獲得を積極推進するべく先行投資を強化
		<ul style="list-style-type: none"> インフィード広告をはじめとしたフォーマットの多様化に取り組みつつ、運用効率の改善を推進
新 プ ロ ダ ク ト	<div>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

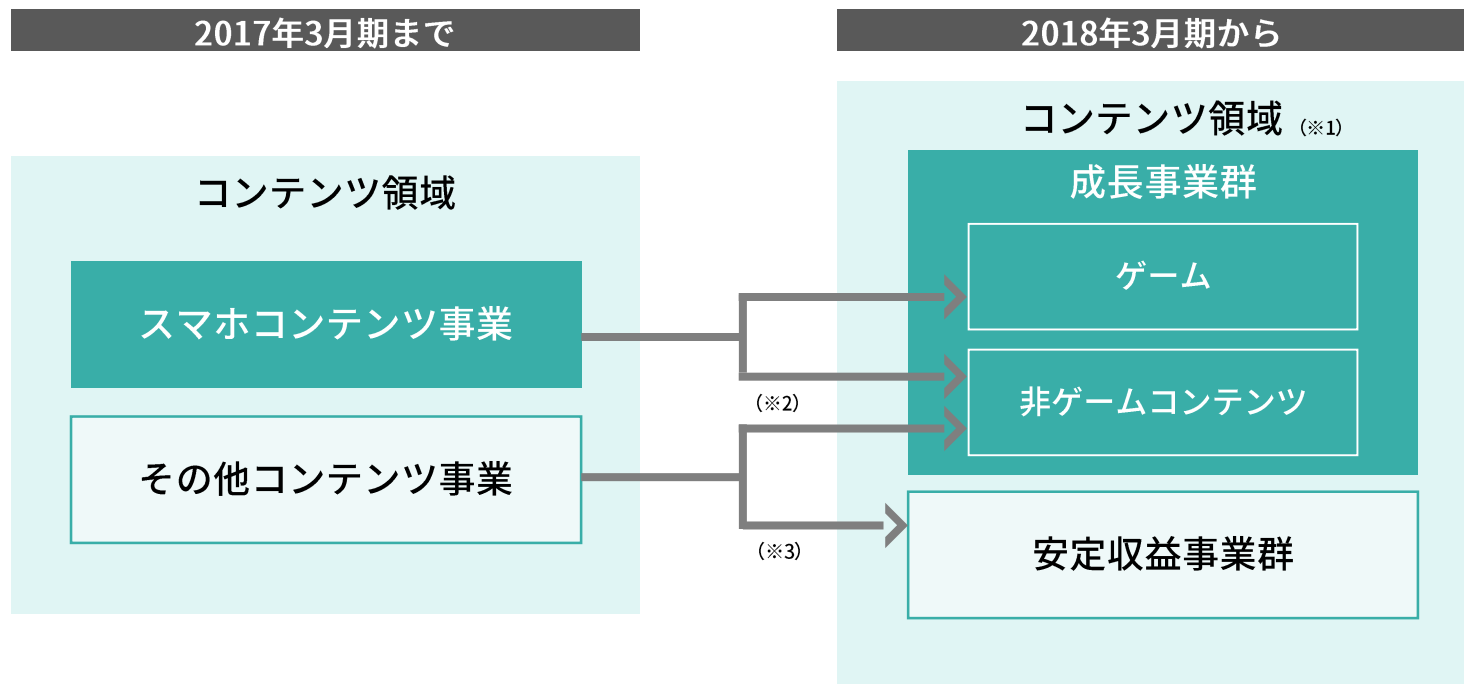
「adstir」を中心に実施した先行投資の結果、事業成長が加速
今回「VidSpot」に先行投資を再実施、事業規模を伸長させる
今後も注力プロダクトへの先行投資と、新規プロダクト開発を行うことで事業拡大を図る



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」と位置づけ、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

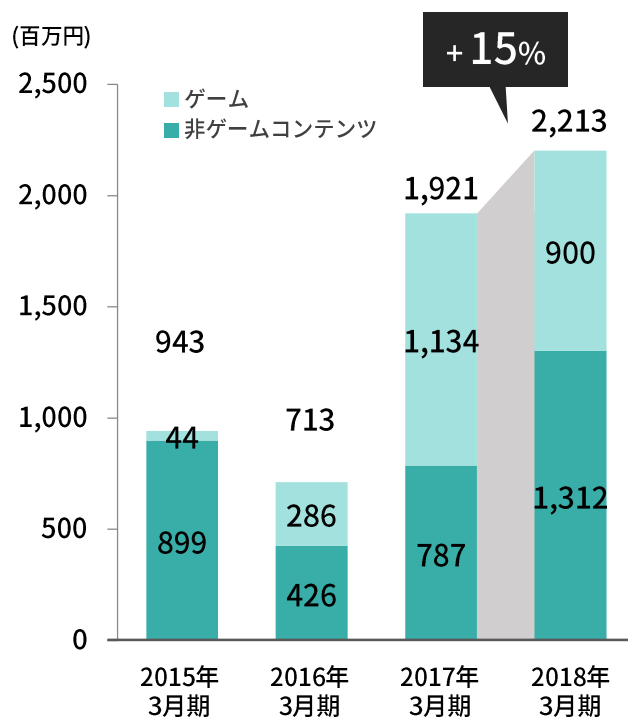
※2 ゲーム、非ゲームコンテンツに含まれる主なサービスについては、P.22参照

※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

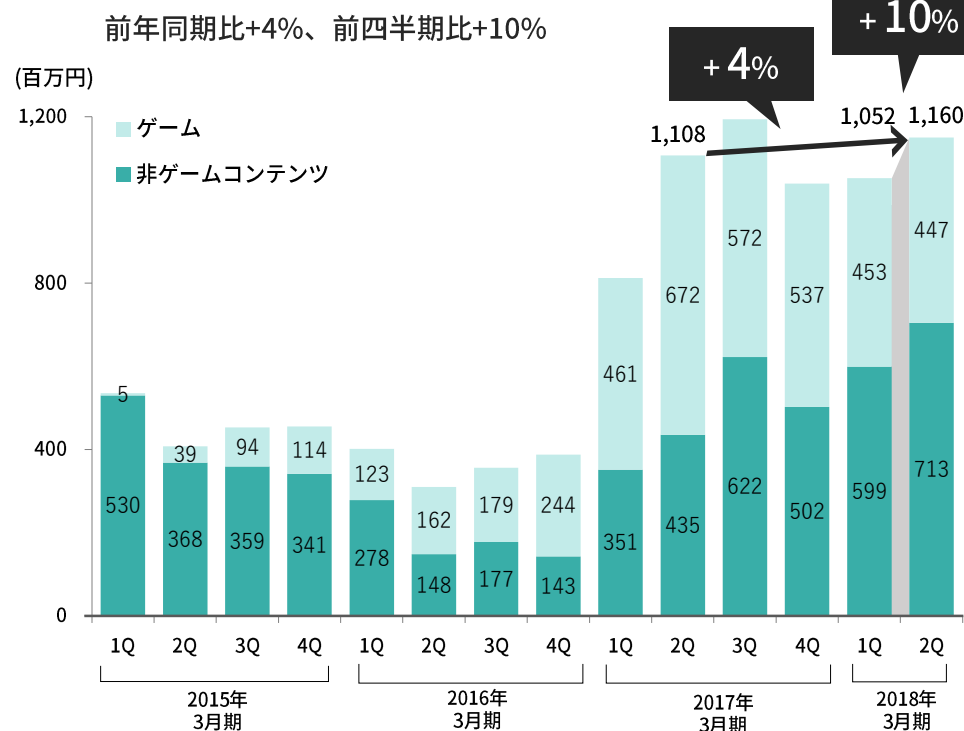
2Q累計売上高 前年同期比 +15%

- ・前年同期比では「CocoPPa Play」、キラメックス(株)の成長及び(株)アラン・プロダクツの連結子会社化が寄与
- ・前四半期比では「クラッシュフィーバー」は利益回収フェーズに入り、売上高は減少傾向にあるものの利益面で貢献
- ・通期では、ゲームが利益貢献/非ゲームコンテンツが売上成長する見通し

第2四半期累計 年度別売上高推移



四半期別売上高推移

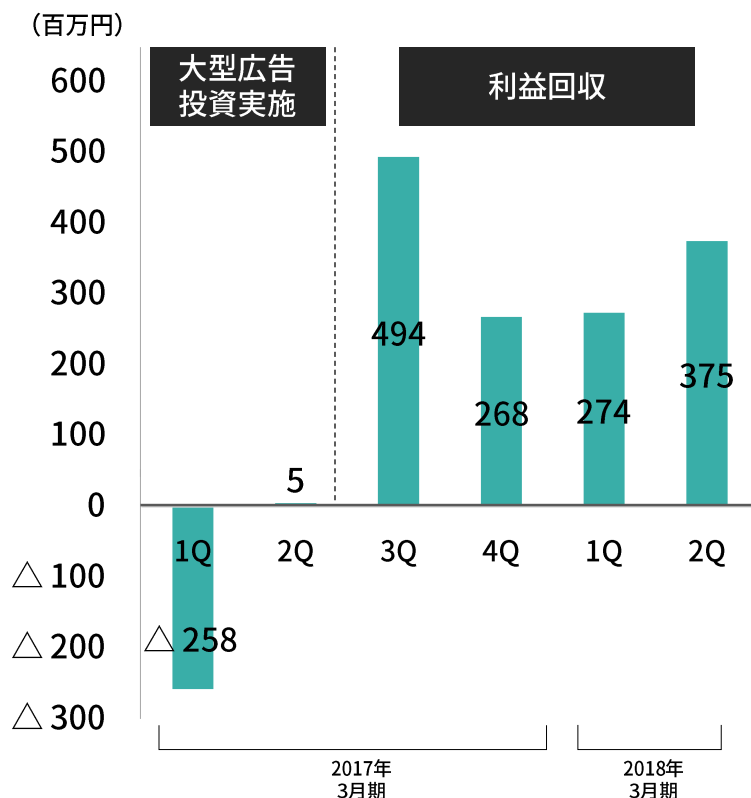


注：2018年3月期より、「スマホコンテンツ事業」を「成長事業群」、「その他コンテンツ事業」を「安定収益事業群」に名称変更し、キラメックス(株)を「安定収益事業群」から「成長事業群」に組替えている

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

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以降も利益回収を図りつつ、将来の成長に向けた投資を継続

コンテンツ領域 セグメント利益 四半期推移



2018年3月期 3Q以降の方針

ゲーム

- ・「クラッシュフィーバー」は利益回収を継続、「CocoPPa Play」も堅調に利益貢献する見通し
- ・2018年春以降リリース予定の新作ゲームタイトルへ開発投資を継続

非ゲームコンテンツ

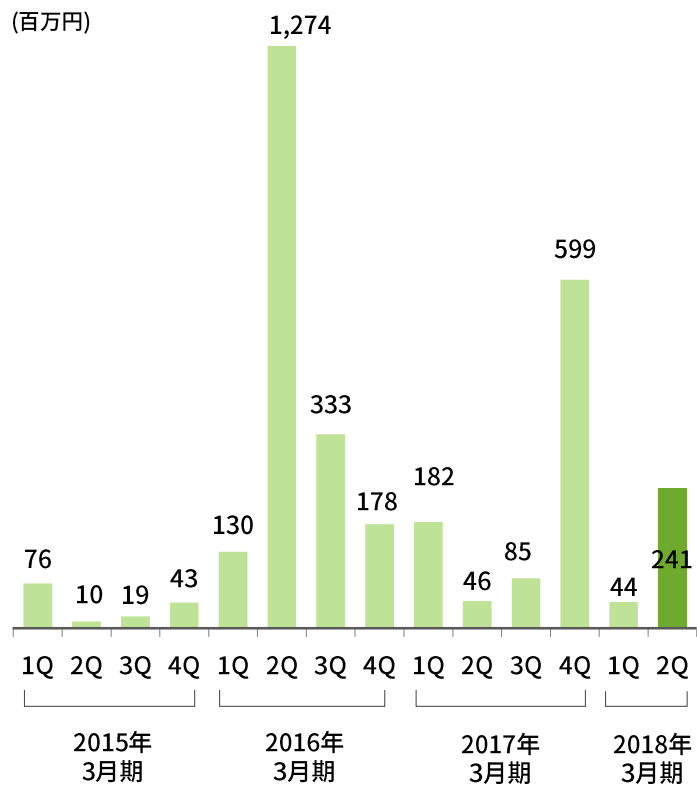
- ・既存の各サービスの成長にも注力しつつ、新規事業として新たなサービス開発の取組みを継続

③ インベストメント領域について



2Qは保有株式の売却に伴う売却益を計上
2018年3月期2Q末の営業投資有価証券残高は2,996百万円
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



主な投資実績



④ 新規事業について

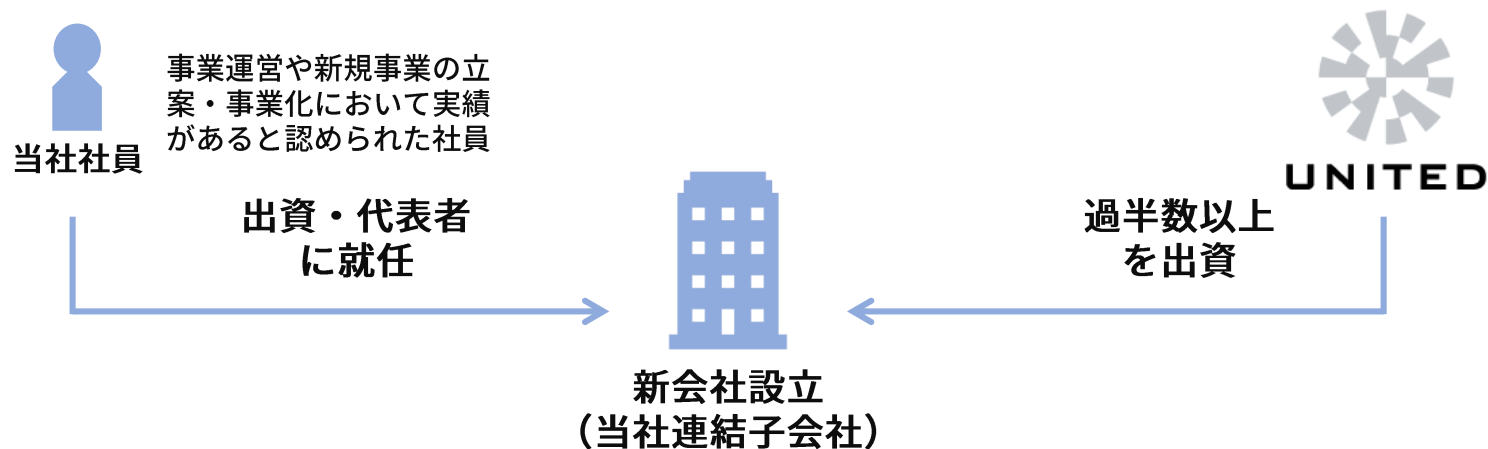


仮想通貨取引関連事業への参入準備を開始するための子会社を設立
当社独自の社内制度である「U-START」を活用

※「U-START」：起業家精神に富み、高い実績を持つ社員に対する起業支援制度

子会社の概要	
商号	コインエージ株式会社
代表者	代表取締役社長 山崎 良平
資本金	10 百万円
株主	ユナイテッド株式会社 67% 山崎 良平 33%

スタートアップ支援制度「U-START (ユー・スタート)」



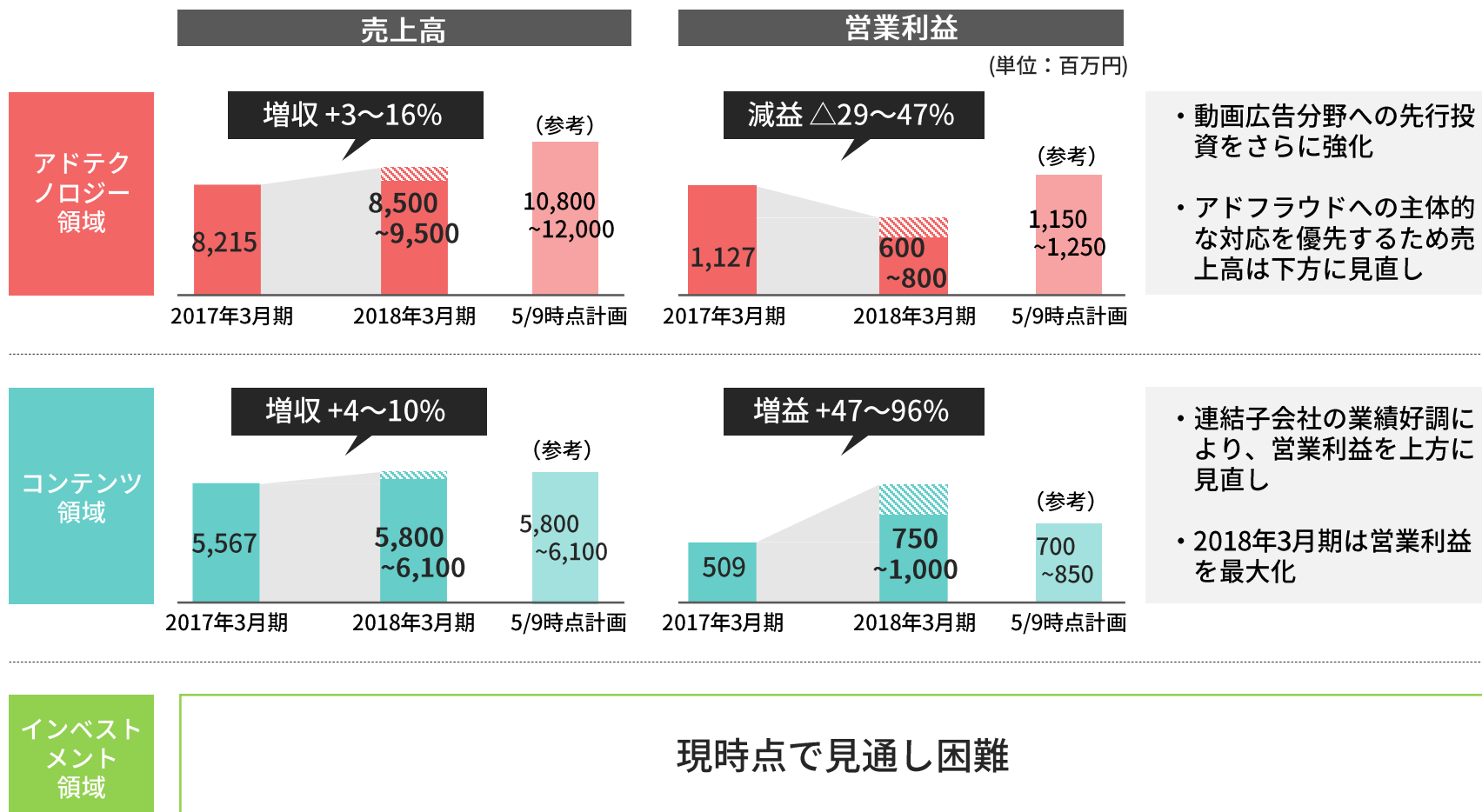
3. 2018年3月期 業績見通し



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：2017年5月9日に公表した見通しから見直し)



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

	2018年3月期2Q累計	2018年3月期3Q以降
連結業績	<p>前年同期比増収増益 (カッコ内は前期比伸び率)</p> <p>売上高 6,899百万円 (+7%) 営業利益 950百万円 (+1,612%) 当期純利益 566百万円 (黒字転換)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中長期での成長を目指して新規事業への種まきを強化しつつ、通期連結業績は増収増益を目指す
アドテクノロジー領域	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期撤退したエージェンシー事業を除き、売上高/営業利益は成長継続 ・ 動画広告分野への先行投資に着手 ・ アドフラウドへの主体的な取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「VidSpot」を中心に、動画広告分野への先行投資をさらに強化 ・ アドフラウドへの主体的な取り組みを継続
コンテンツ領域	<ul style="list-style-type: none"> ・ ゲームが利益回収フェーズに入り、セグメント利益が黒字転換 ・ 非ゲームコンテンツが売上成長 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ゲームでは利益回収と新規ゲームタイトルへの開発投資継続 ・ 非ゲームコンテンツにおいても新規事業の種まきを継続

4. 参考資料

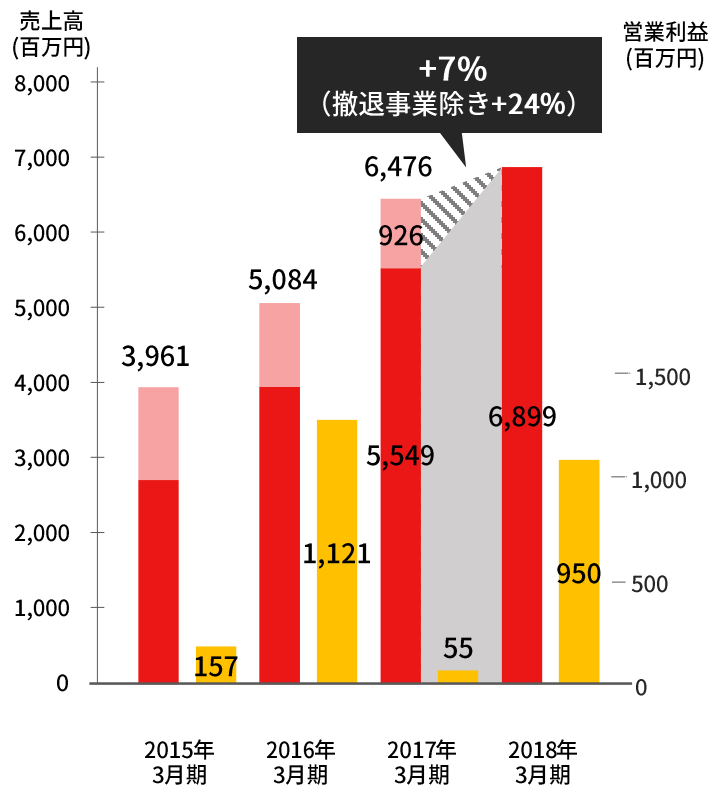


連結売上高、連結営業利益の推移

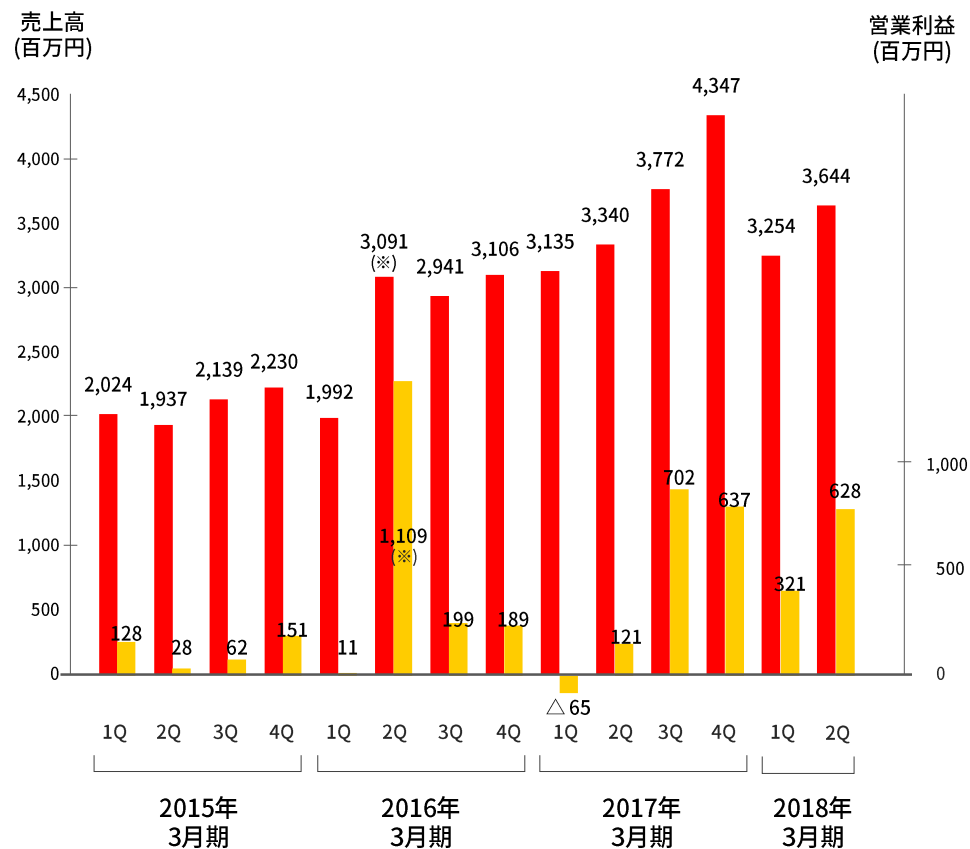


2 Qの連結売上高は前年同期比+7%（撤退事業を除き+24%）、連結営業利益は+1,612%

第2四半期連結業績 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

2Q(7-9月)連結損益計算書



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、前年同期比+9%
 売上総利益 : 前年同期はコンテンツ領域で大型広告投資(※)の実施があり、前年同期比+89%
 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+22%
 営業利益 : コンテンツ領域の黒字転換により、連結営業利益も黒字転換

※「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530百万円の広告投資を実施

(単位: 百万円)

	2018年3月期	前年同期	前年同四半期比	前四半期	前四半期比
	2Q	(2017年3月期2Q)	増減率	(2018年3月期1Q)	増減率
売上高	3,644	3,340	+9%	3,254	+12%
アドテクノロジー領域	1,940	1,902	+2%	1,870	+4%
コンテンツ領域	1,474	1,425	+3%	1,346	+9%
インベストメント領域	241	46	+414%	44	+444%
セグメント間消去	△12	△34	-	△6	-
売上総利益	1,351	714	+89%	1,050	+29%
アドテクノロジー領域	368	413	△11%	361	+2%
コンテンツ領域	755	257	+193%	648	+17%
インベストメント領域	228	42	+433%	40	+467%
セグメント間消去	△0	△0	-	0	-
販管費	722	592	+22%	728	△1%
営業利益	628	121	+418%	321	+96%
アドテクノロジー領域	204	245	△17%	185	+10%
コンテンツ領域	375	5	+7,302%	274	+37%
インベストメント領域	219	28	+669%	30	+616%
本社費	△170	△157	-	△168	-
経常利益	623	182	+242%	320	+94%
親会社株主に帰属する当期純利益	373	11	+3,102%	192	+94%
特別損益	△0	△61	-	△4	-
税金費用等	△249	△109	-	△124	-

- ・流動資産
主に、現預金の増加（+851百万円）等により、前期比+701百万円
- ・流動負債
主に、その他流動負債の増加（+188百万円）及び買掛金の減少（△133百万円）等により、前期比+50百万円

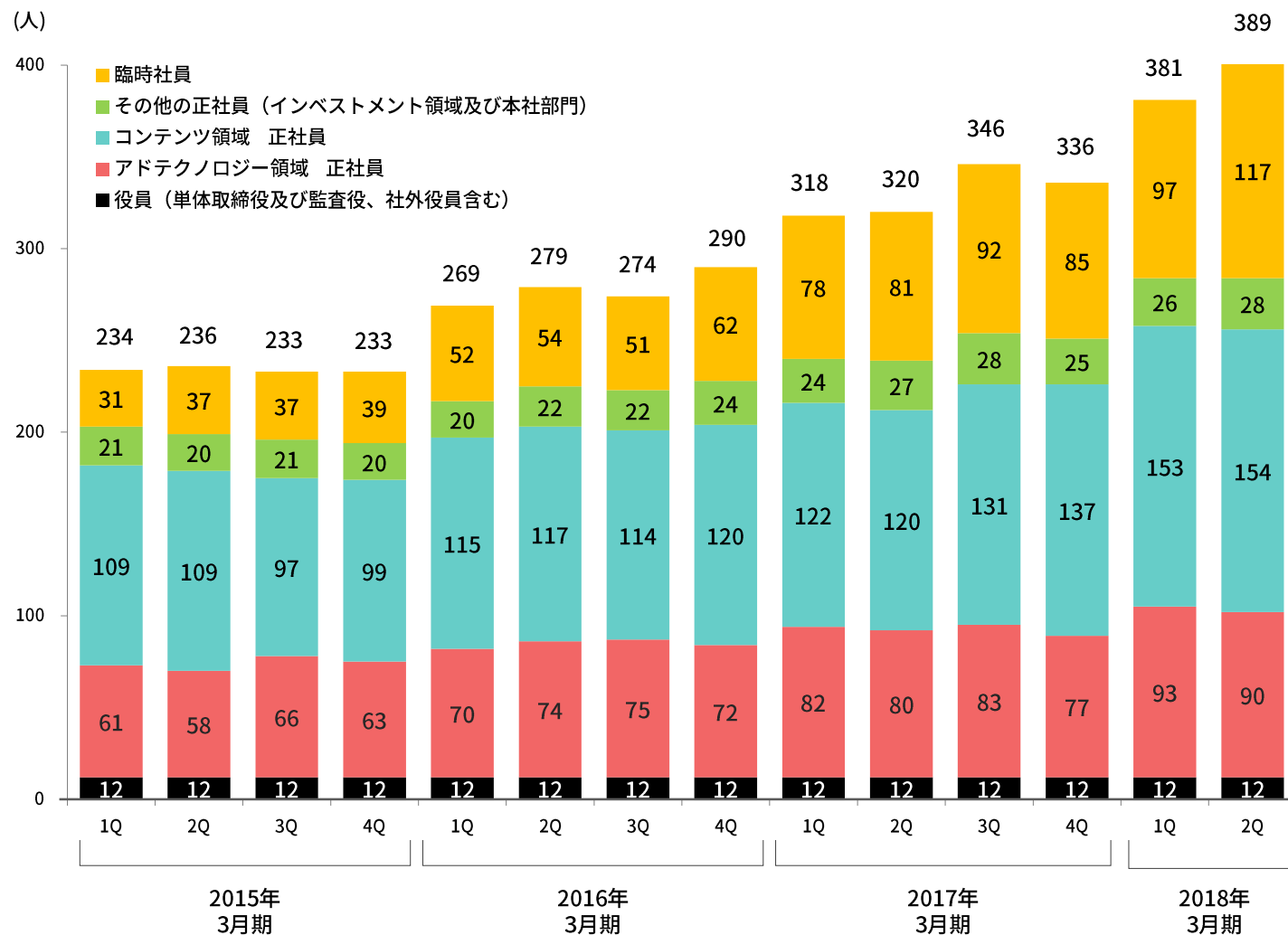
(単位：百万円)

	当期2Q (2017年9月末)	前期 (2017年3月末)	増減額
流動資産	10,790	10,089	+701
(うち現預金)	(5,813)	(4,962)	(+851)
固定資産	1,914	2,027	△112
流動負債	2,601	2,551	+50
固定負債	10	13	△2
純資産	10,092	9,551	+540

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+69名（+22%）
新卒入社者による増加及び(株)アラン・プロダクツの連結子会社化による増加

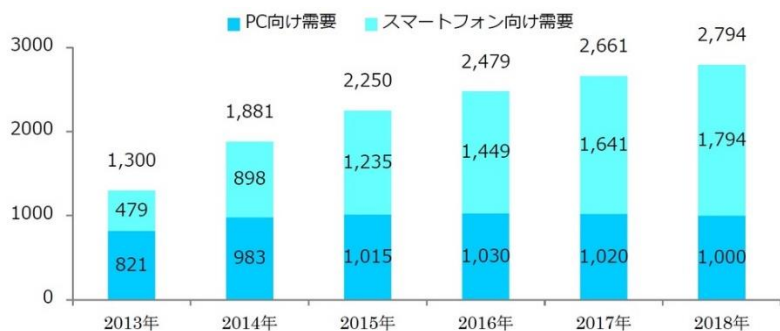


注：前期のエージェンシー事業撤退により、前期以前の撤退事業職員は「アドテクノロジー領域」に含む

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

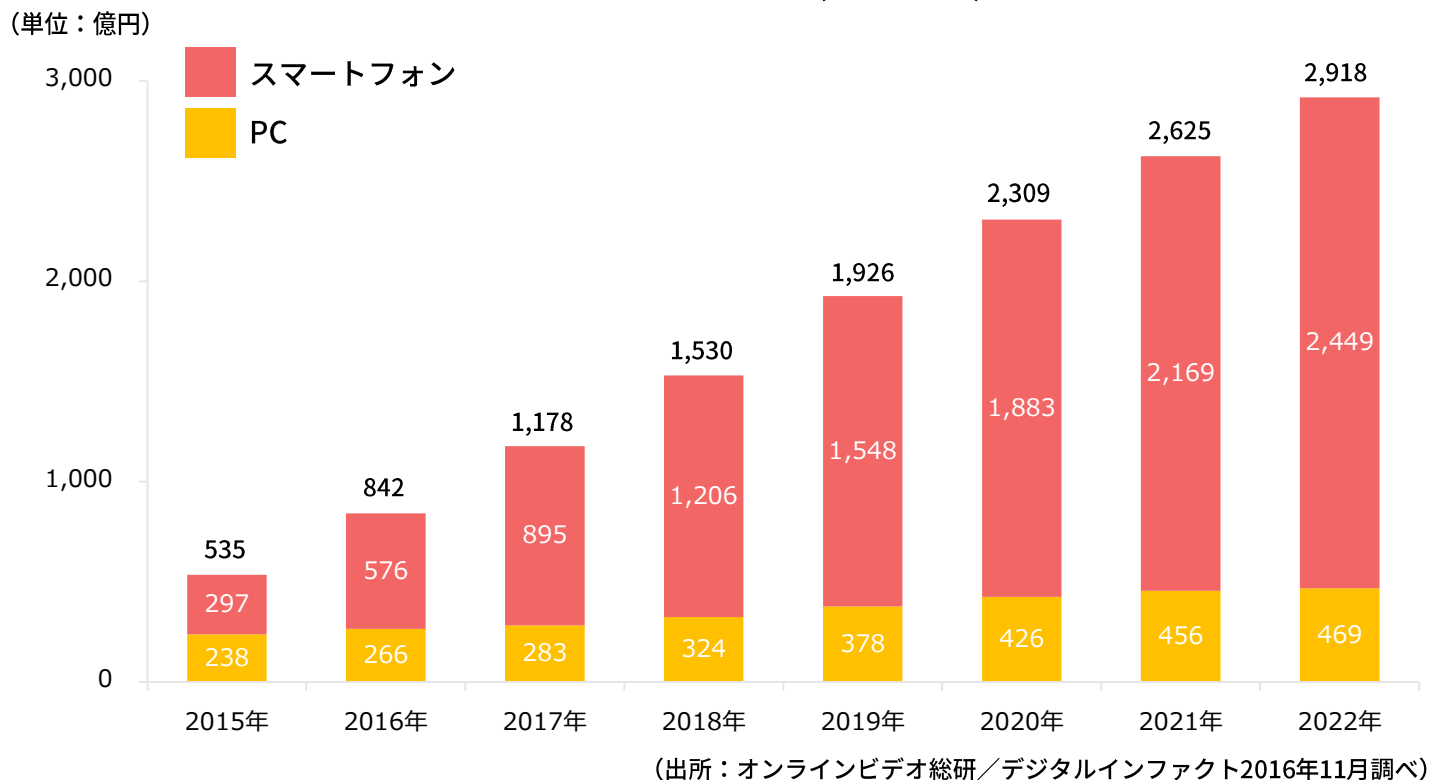
当社DSP/SSPは2012年4月のサービス開始当初より、他社SSP/DSPとも接続を積極的に推進

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

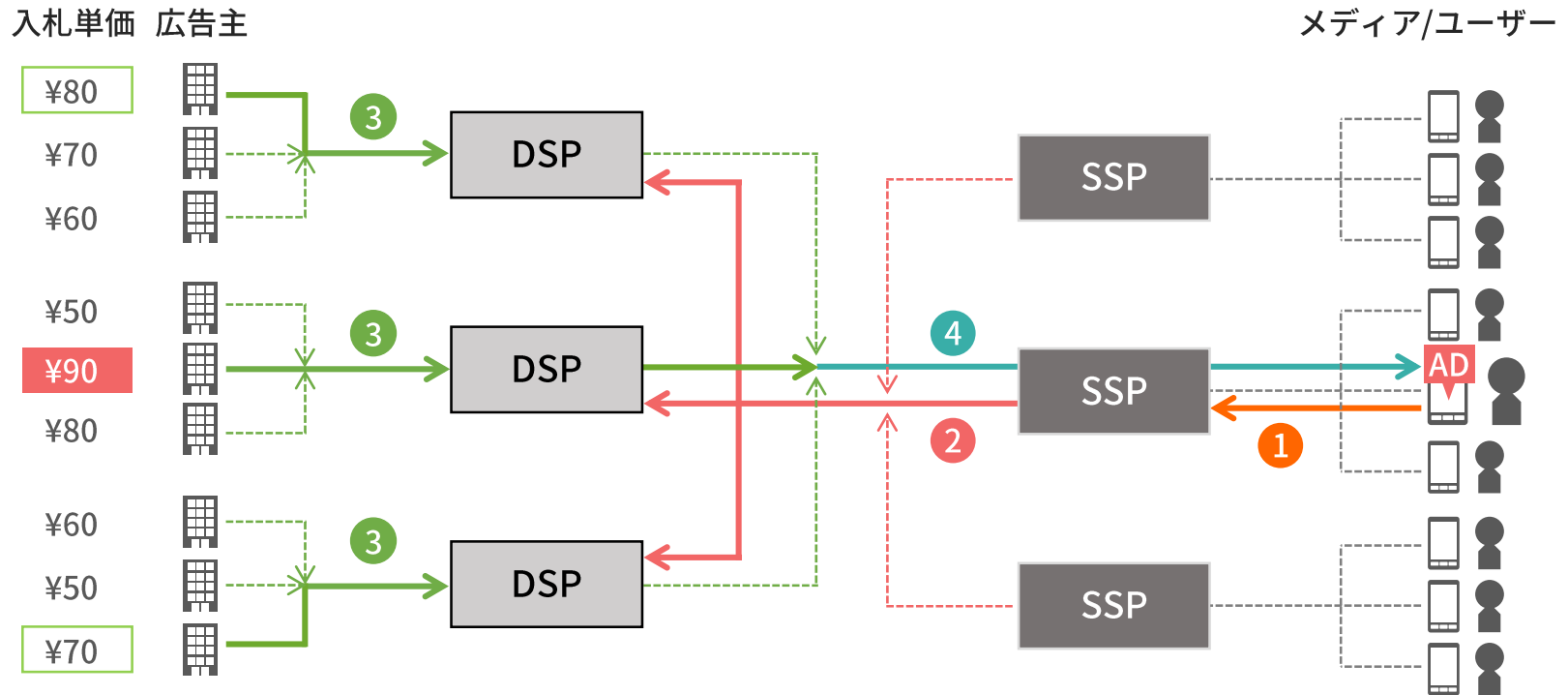
動画広告市場は拡大を続けており、2020年のインターネット動画広告市場は2,300億円に達する
その約80%以上をスマートフォン動画広告が占めると予測

国内動画広告市場規模推計・予測(デバイス別) 2015-2022年



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