

2014年3月期 第1四半期決算説明資料

ユナイテッド株式会社

(東証マザーズ : 2497)

2013年7月31日

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。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
- ※ 3 「インベストメント領域」は、前四半期においては「インベストメント&インキュベーション領域」としていたが、インキュベーション事業を運営するソーシャルワイヤー(株)を2013年4月に連結除外し持分法適用関連会社としたため、名称を変更した

前年同期と比較して事業構造が大きく変化、合併によりメディア領域の売上高が増加。インベストメント領域の売上高、営業利益は減少

(百万円)

	2013年3月期 1Q	2014年3月期 1Q	前年同期比 増減 (%)
売上高	936	1,159	24
メディア領域	3	571	14,743
広告領域	630	581	△8
インベストメント領域	301	11	△96
セグメント間消去	—	△5	—
営業利益	44	△109	—
メディア領域	△17	0	—
広告領域	△17	△42	—
インベストメント領域	153	△3	—
本社費用	△73	△63	—
経常利益	41	△96	—
四半期純利益	13	△97	—

※ 1 前年同期比増減のパーセンテージは四捨五入している

2 2013年3月期1Qは、合併前のモーションビート(株)としての損益であり、(株)スパイアの損益を含んでいない

1Qの業績ハイライト

全体

1Q業績

- 前期末決算発表時（2013/5/8）に公表のとおり、**上期は先行投資により営業利益は赤字、通期では営業利益黒字化を計画** = 1Qは当初計画どおりに推移
- 前期で**株ミクシィの株式売却が終了**したため、インベストメント領域の営業利益は減少（前年同期の当該株式売却益は149百万円）

注力事業

スマートフォンメディア事業

- 『CocoPPa』のダウンロード数は6月に全世界で**1,000万DL**を突破（※）
- 売上高は前年同期比**2.1倍**に増加

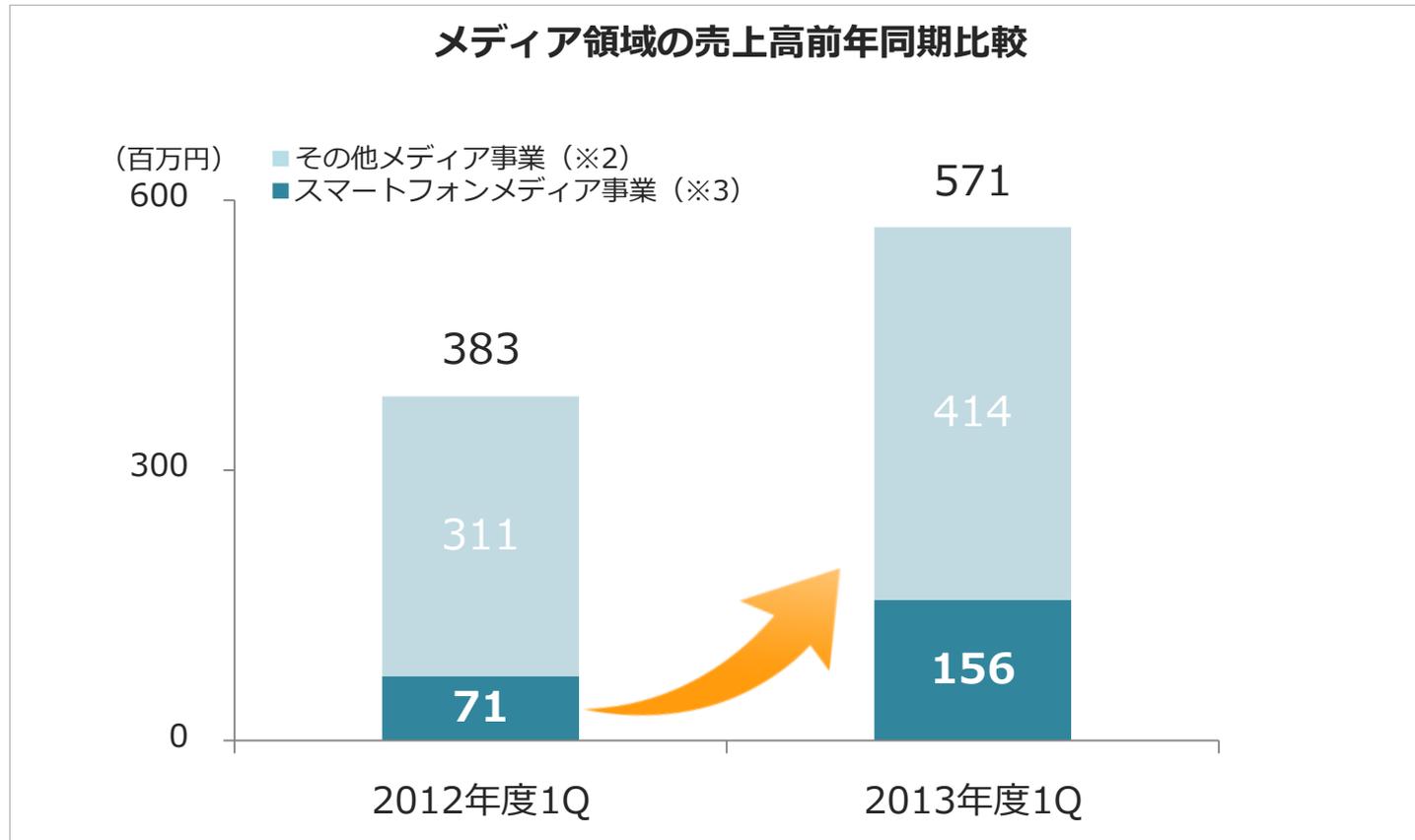
RTB広告事業

- 売上高は前年同期比**5.4倍**に増加、2012年4月に開始したRTB広告プラットフォームの収益増加が寄与
- RTB広告在庫獲得のための投資期間は前期4Qで終了、売上総利益率は改善

※ 2013年7月には1,200万DLを突破

メディア領域：前年同期（2012年度1Q）との業績比較

スマートフォンメディア事業は『CocoPPa』の広告収益増加（※1）等により売上高は前年同期比**2.1倍**に増加



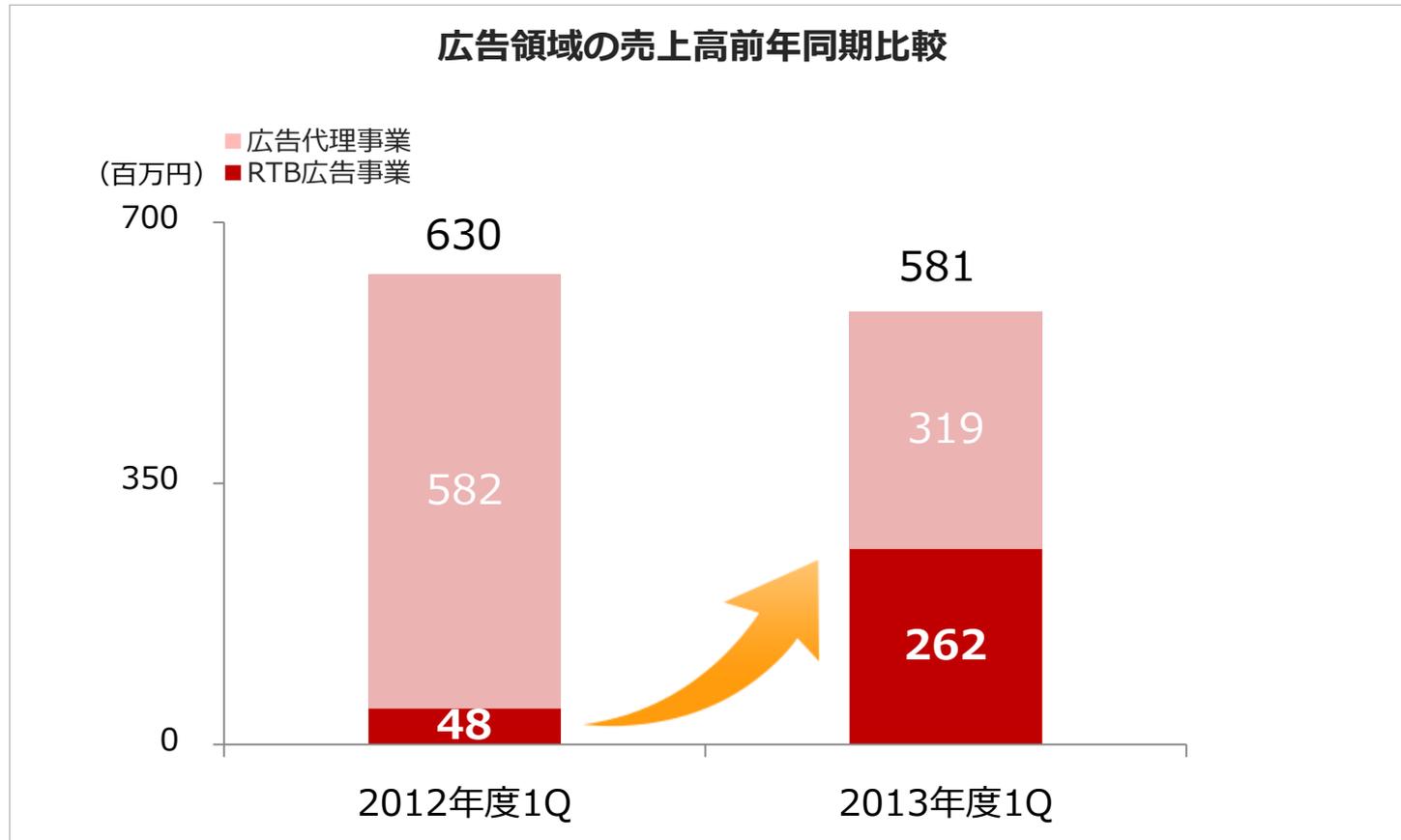
※ 1 『CocoPPa』の今後の収益増加施策についてはp.22~24参照

※ 2 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

※ 3 2012年1Qは旧㈱スパイアの売上高を合算している

広告領域：前年同期（2012年度1Q）との業績比較

RTB広告事業は売上高が前年同期比**5.4倍**に増加、2012年4月に開始したRTB広告プラットフォームの収益増加が寄与



※ 2012年度1Qは、合併前のモーシオンビート(株)としての売上高であり、(株)スパイアの売上高を含んでいない

前回決算発表時に示した上期方針

上期（4-9月期）は先行投資期間と位置づけ、注力事業拡大のため積極投資を行い、上期の連結営業利益は赤字（通期では黒字化）となる見通し

スマートフォンメディア事業

[方針]

上期は引き続きユーザー数拡大に注力

- ① 注力サービスへ開発・運用の人員を集中
- ② 広告宣伝費の投下

[1Qの結果]

『CocoPPa』前期4Q末607万DL→1Q末1,000万DL突破

- ① CocoPPa事業へ人員を集中
- ② 1Qは広告に頼らずユーザー数が拡大、広告宣伝の実施は継続的に検討

RTB広告事業

[方針]

上期、PC RTB広告にも着手

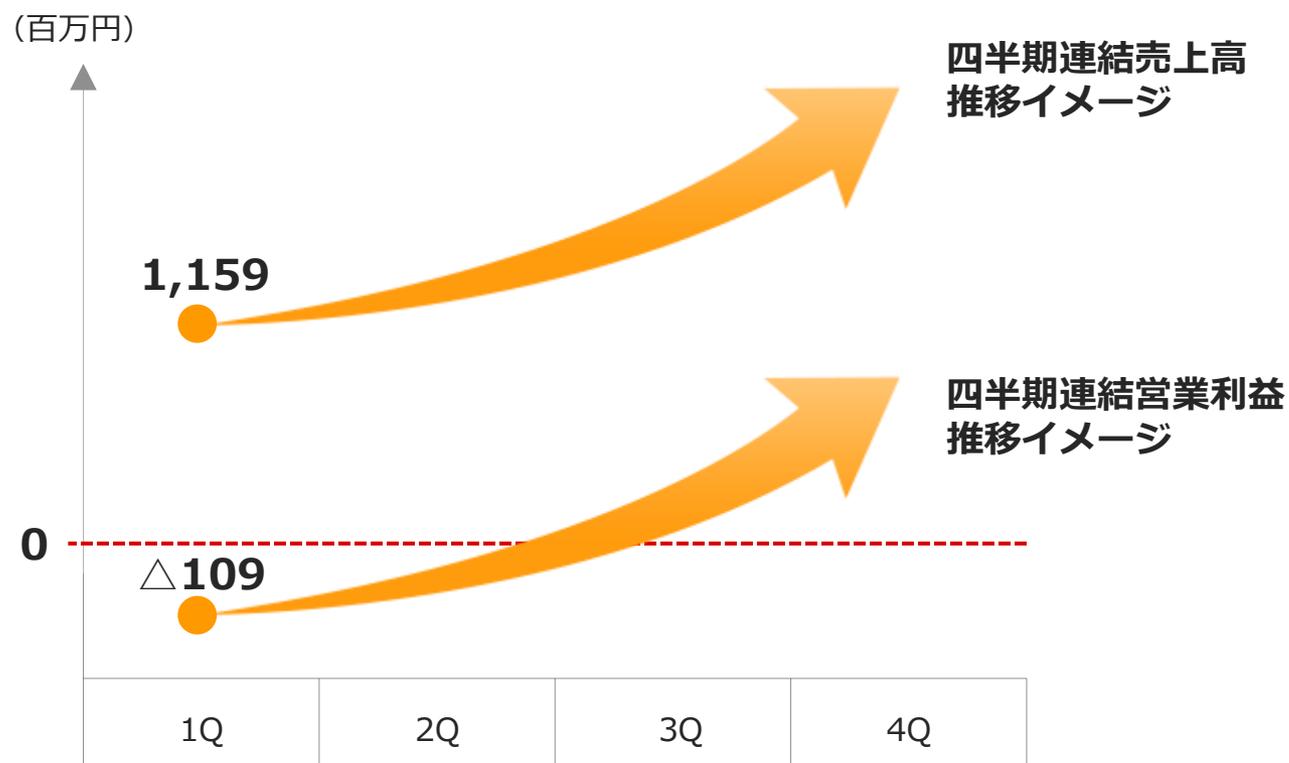
- ① 営業・運用・開発の人員を厚く配置
- ② 引き続きRTB広告在庫確保のためのコストを投下

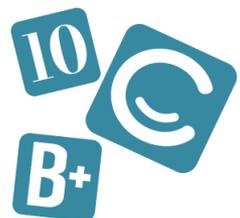
[1Qの結果]

8月にPC RTB広告提供開始

- ① 人員数は前四半期と変わらず、必要に応じて増員検討は継続
- ② 在庫は順調に増加、在庫獲得のための投資は前四半期で終了

1Q連結営業利益は社内計画より赤字幅が縮小。2Q以降は四半期ごとに増収増益していき、**通期の連結営業利益は黒字となる計画**





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においては、『CocoPPa』をグローバルで成長させることに最注力



「スマホきせかえコミュニティアプリ」

ユーザーから投稿されたイラストを自由に利用して、ホーム画面のアイコンや壁紙をカスタマイズ出来る無料アプリ

- 2012年7月19日 AppStoreにて提供開始
- 2013年5月29日 Google Playにて提供開始

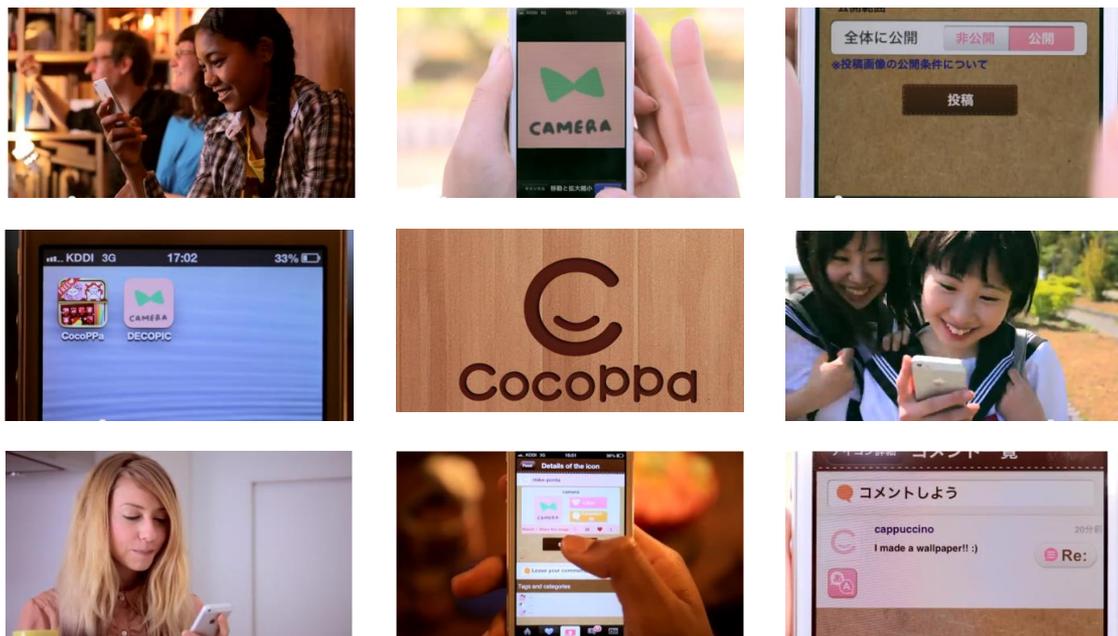


きせかえ事例



『CocoPPa』 コンセプトムービー

http://www.youtube.com/watch?v=8U_Ic1DzVgs#at=10



ユーザーが投稿したアイコンや壁紙をきっかけに、
国境を超えたコミュニケーションが盛んに行われている様子を表現

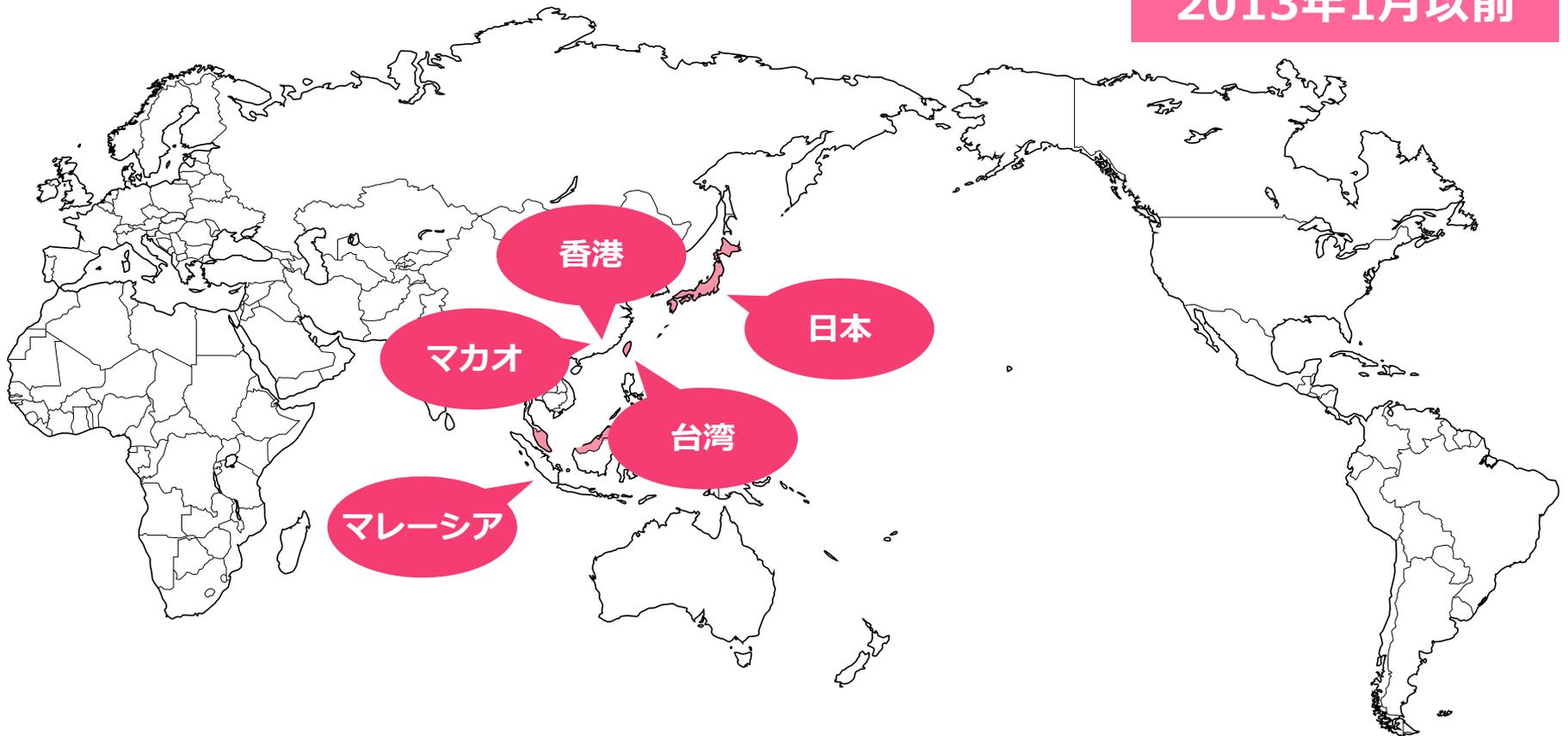


AppStore「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位になった国・地域

2013年1月以前は5カ国で1位

※2012年7月19日リリース

2013年1月以前

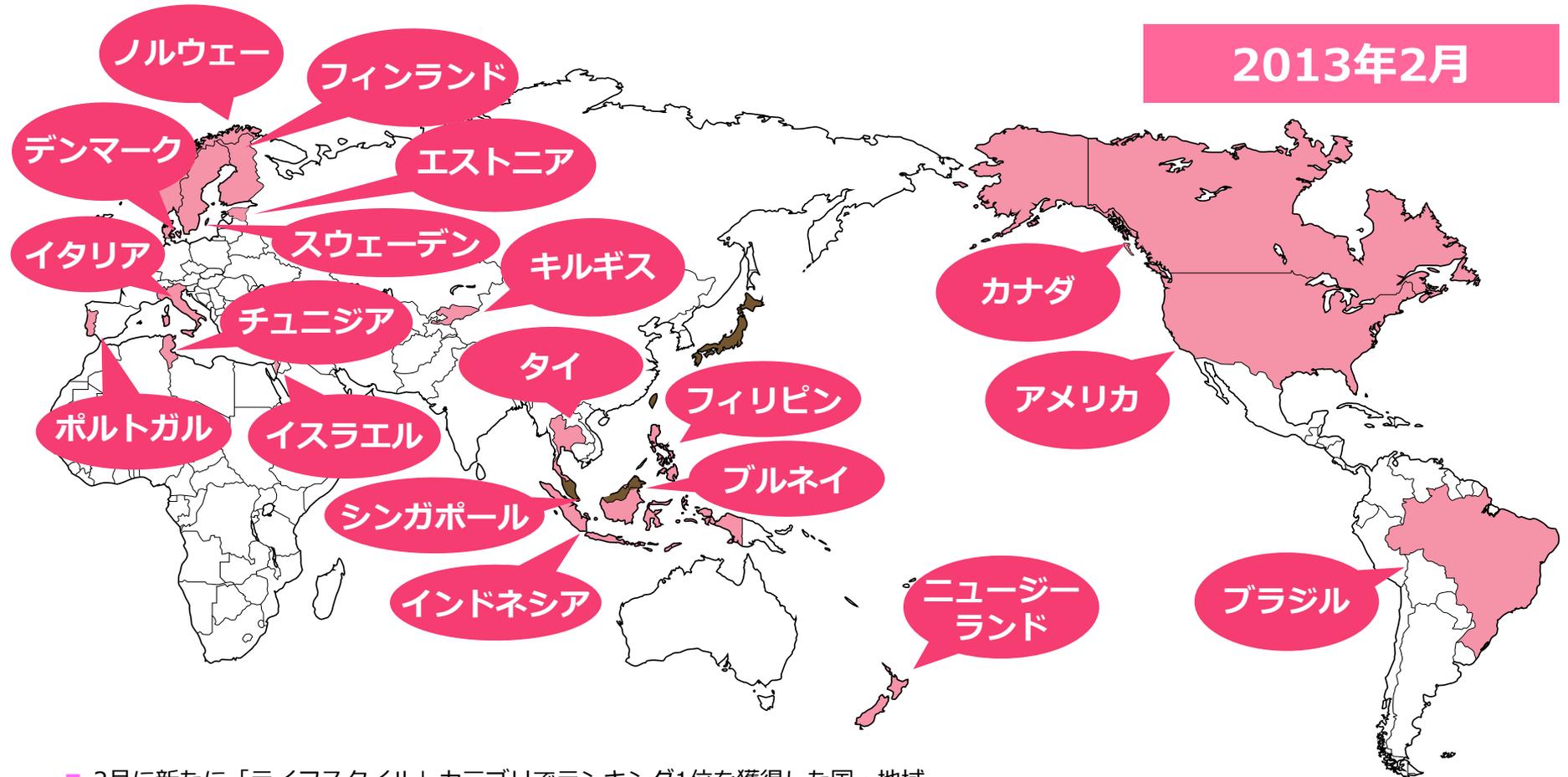


■ 「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位を獲得した国・地域



AppStore「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位になった国・地域

2013年2月には**23カ国（累計28カ国）**で1位



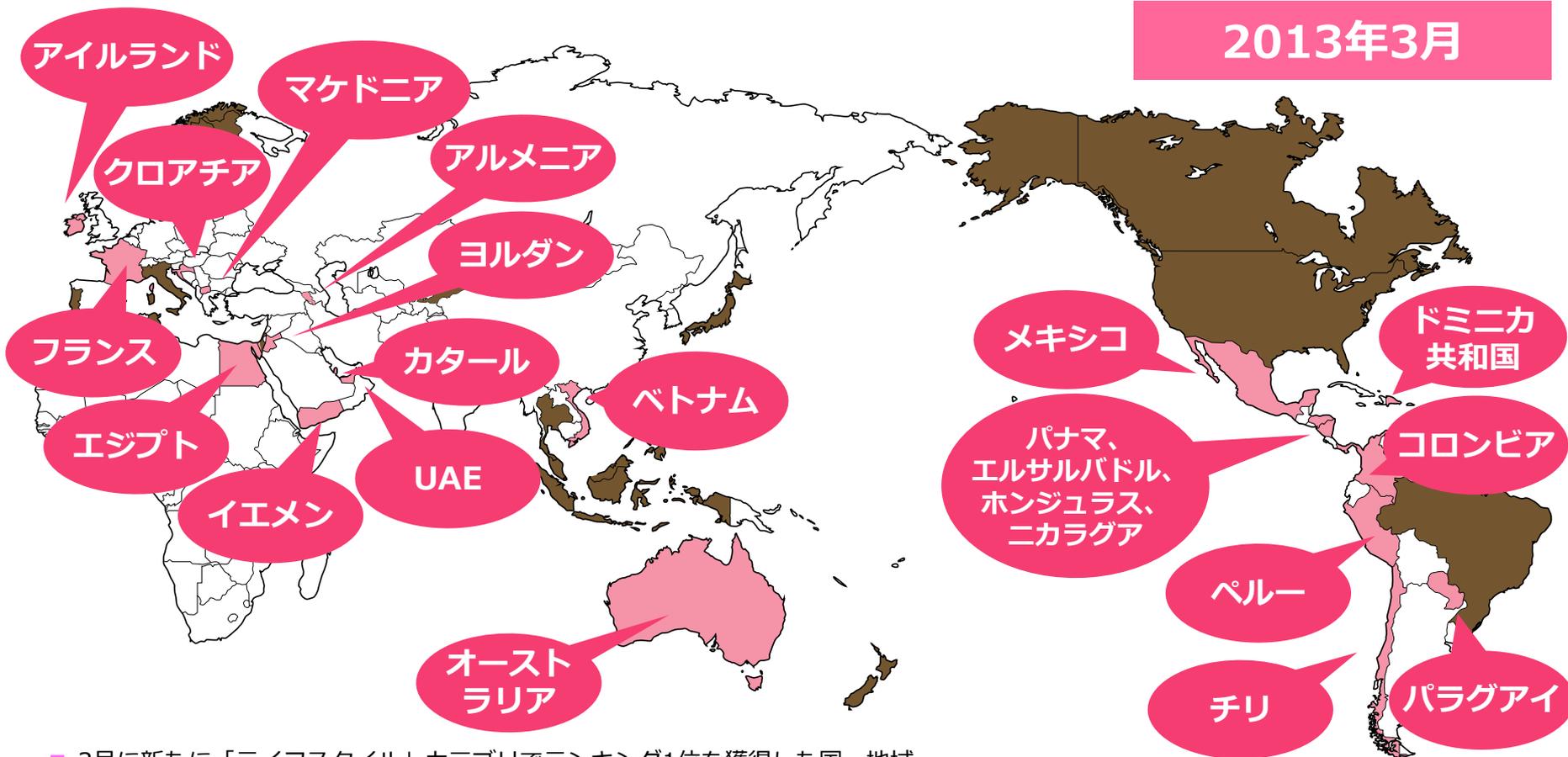
- 2月に新たに「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位を獲得した国・地域
- 前月に「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位を獲得した国・地域



AppStore「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位になった国・地域

2013年3月には**25カ国（累計53カ国）**で1位

2013年3月



■ 3月に新たに「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位を獲得した国・地域

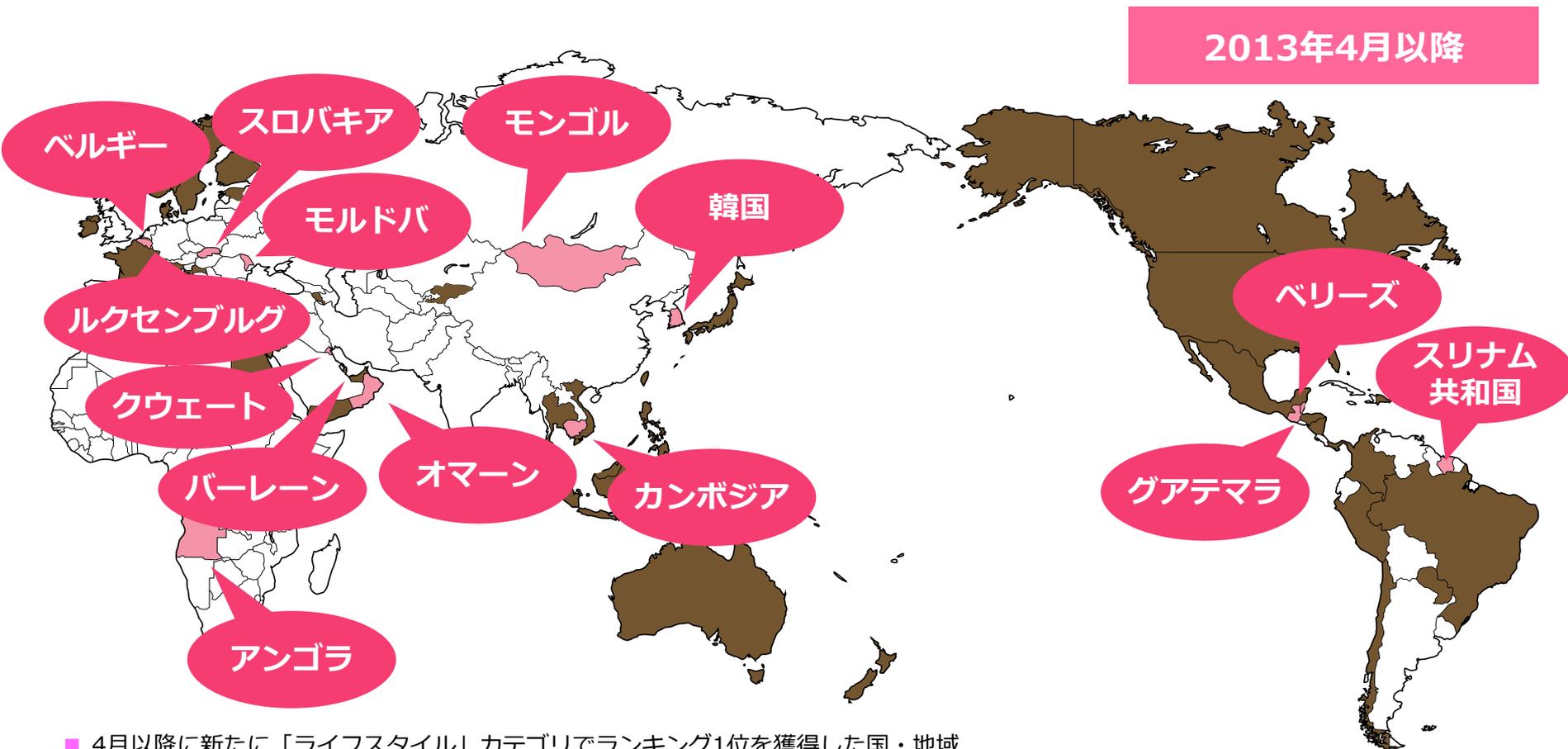
■ 前月以前に「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位を獲得した国・地域



AppStore「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位になった国・地域

2013年4月以降 **15カ国**（累計68カ国）で**1位**

2013年4月以降



- 4月以降に新たに「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位を獲得した国・地域
- 前月以前に「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位を獲得した国・地域



世界68の国・地域でランキング1位を獲得 (※)

※ AppStore「ライフスタイル」カテゴリでのランキング1位、2013年7月31日現在



■ 「ライフスタイル」カテゴリでランキング1位を獲得した国・地域

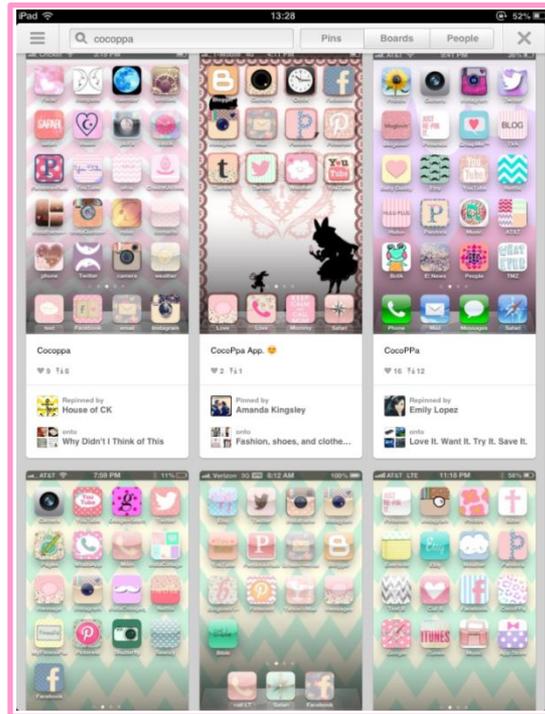


SNSやクチコミで、ユーザーが「ホーム画面を自慢する」ことで、世界的に急速な広まりを見せた

Instagram
(写真投稿型SNS)

Pinterest
(画像共有型SNS)

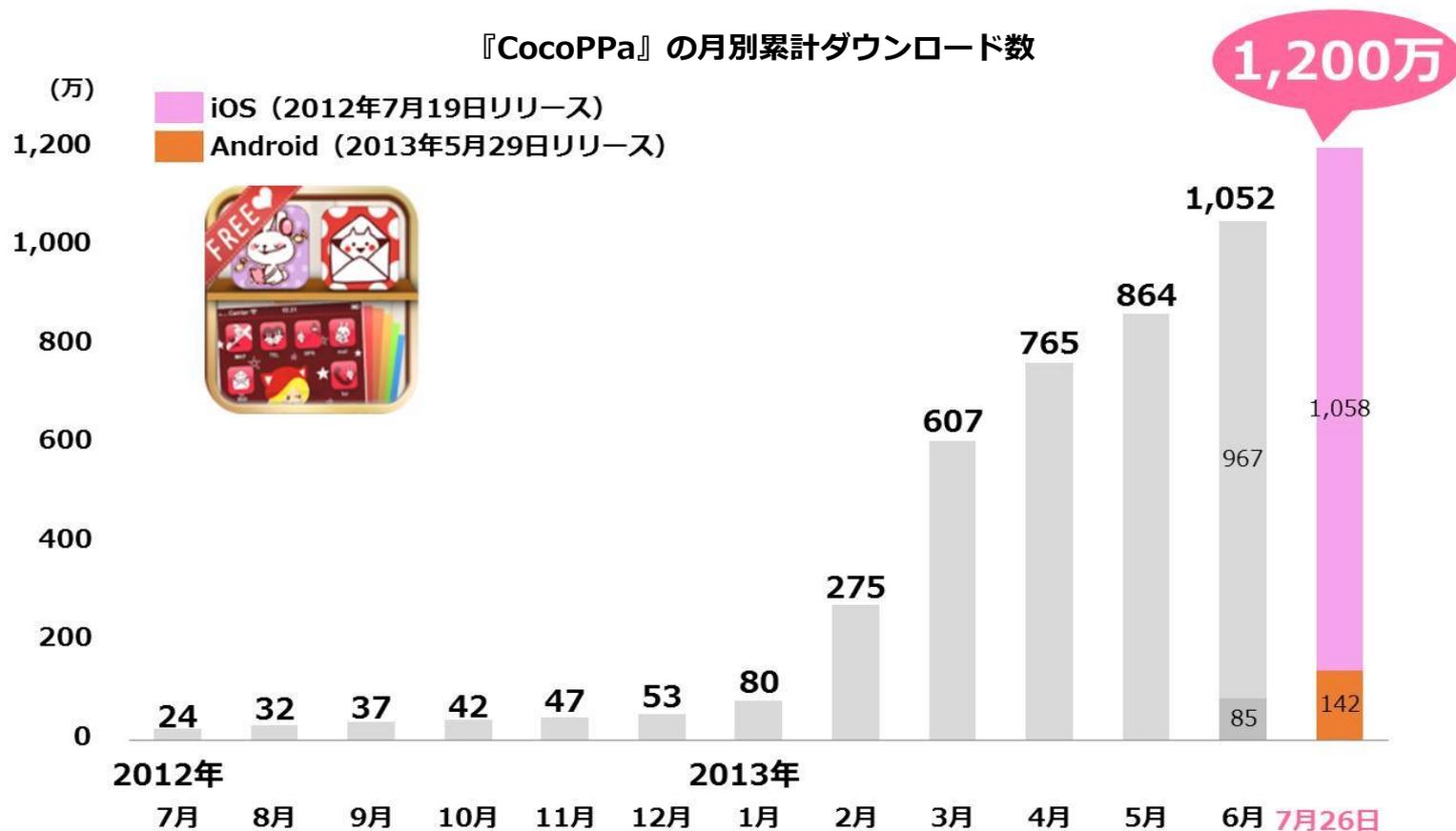
リアルクチコミ





『CocoPPa』の世界への普及状況

『CocoPPa』のダウンロード数は2013年7月に全世界で**1,200万DL**達成 (※)

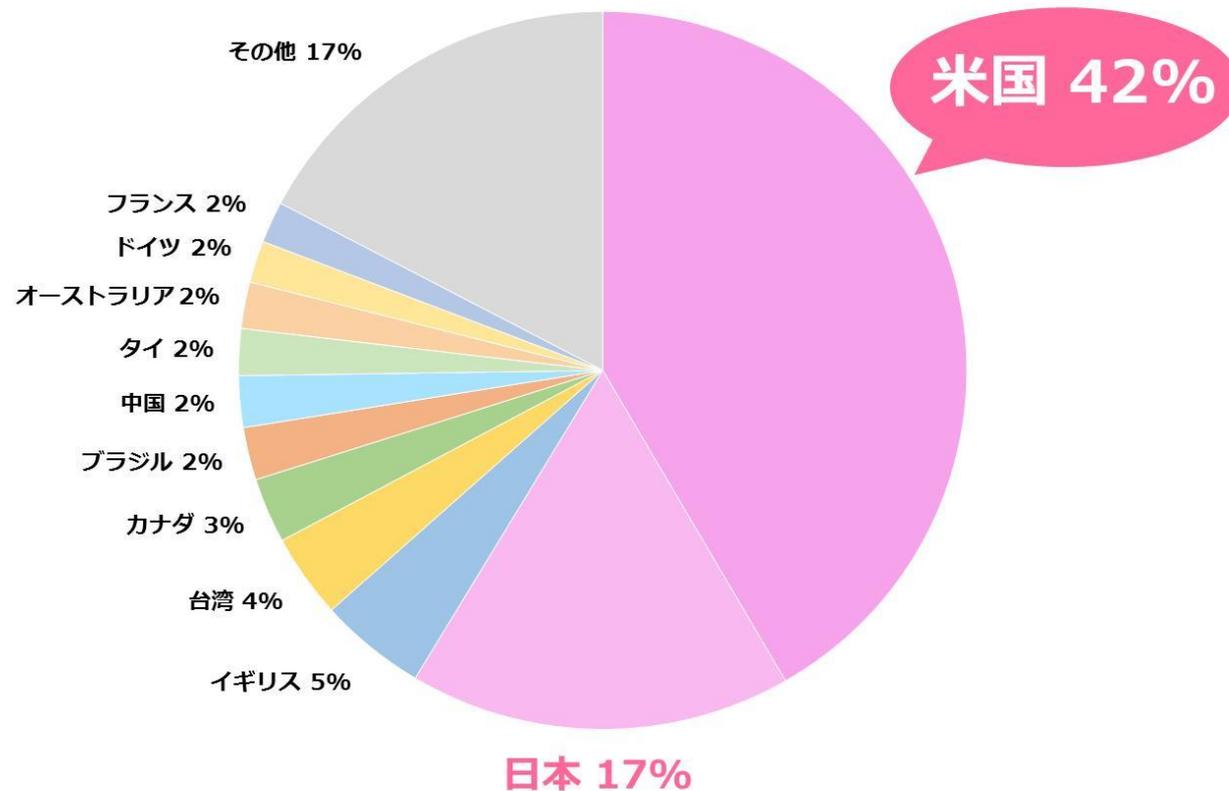


※詳細は2013年7月31日公表のプレスリリースを参照



『CocoPPa』は米国でのダウンロード比率が**42%**、3Q以降に**米国における事業運営体制の構築**を検討

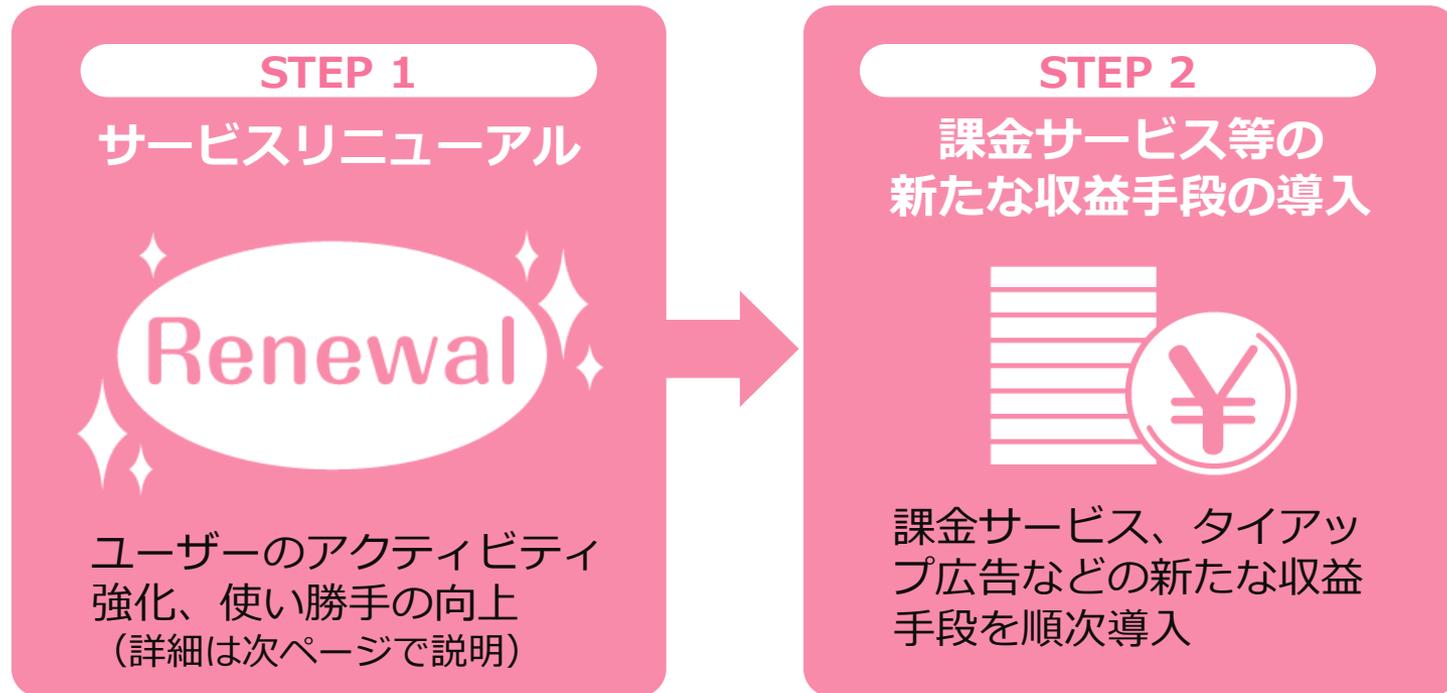
『CocoPPa』累計ダウンロード数の国別構成比



※2013年7月26日（1,200万ダウンロード突破）時点



2Qまではユーザー拡大に集中。3Qにサービスリニューアル、
続いて課金サービス等の新たな収益手段の導入を予定





STEP1 サービスリニューアルについて

3Qに予定しているリニューアルによりサービスの利用を活性化し、課金サービスの立ち上げにつなげる

ユーザーが投稿/共有するもの

現在

アイコン及び
壁紙素材

リニューアル後
追加



自分で作った
ホーム画面

狙っている想定効果

- ① 一般ユーザーも気軽にホーム画面を作成/投稿し、自分の投稿に対する他のユーザーの反応を楽しむことが可能に
- ② 他のユーザーが投稿したホーム画面を真似して、気軽に自分のホーム画面をきせかえることができる
- ③ ユーザー間で競ってホーム画面を作成/投稿し、投稿されたホーム画面を他のユーザーが真似をするというサイクルを作り、サービスの利用を活性化



STEP2 課金サービス開始について

今秋の課金サービス開始（有料きせかえ素材配信）に向け、コンテンツパートナー第1弾として**株式会社サンリオウェーブの参画が決定**（※）



ハローキティ、マイメロディ、リトルツインスターズの
有料きせかえ素材をグローバルに配信予定

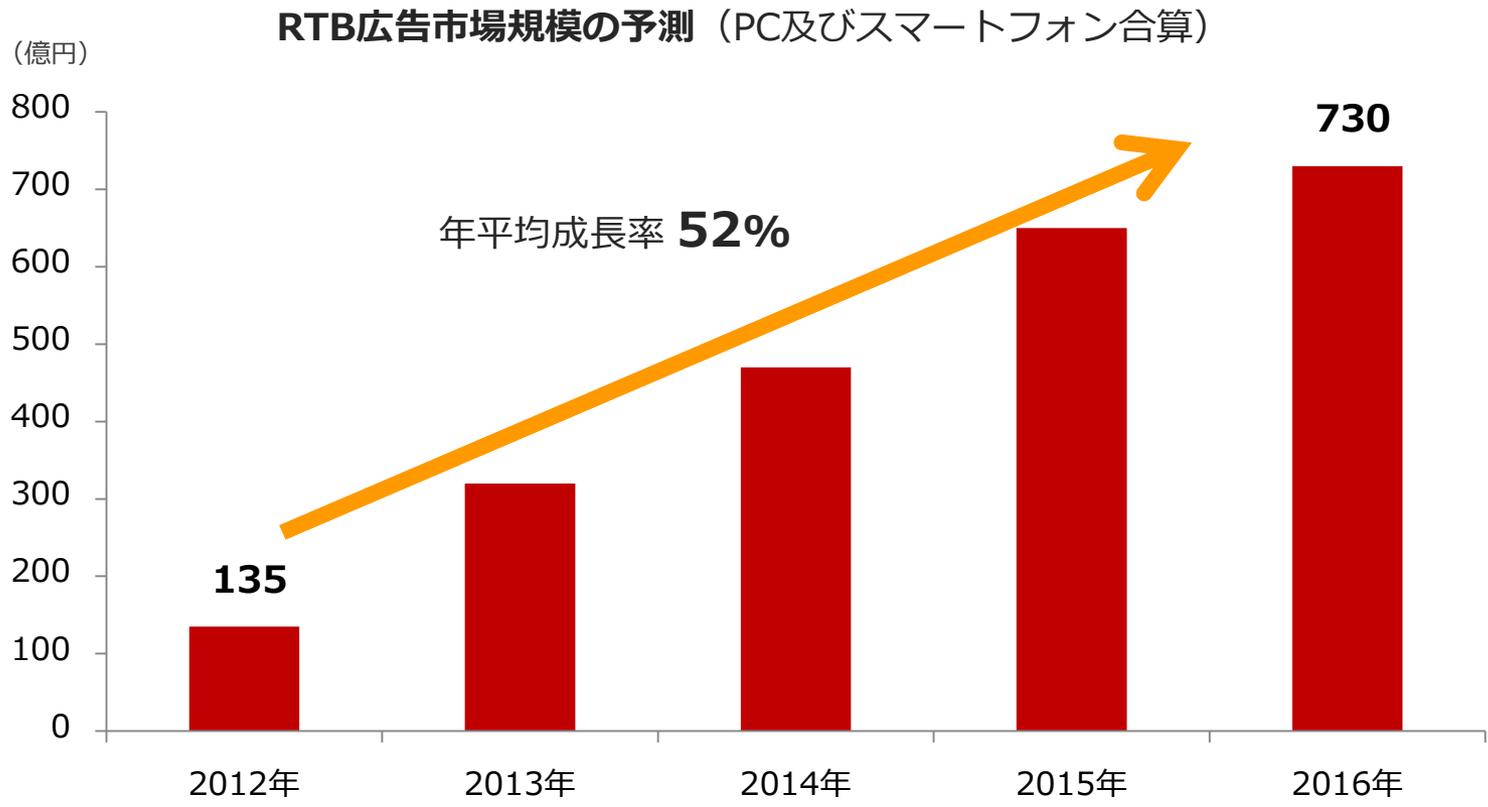
※詳細は2013年7月31日公表のプレスリリースを参照



RTB広告事業について

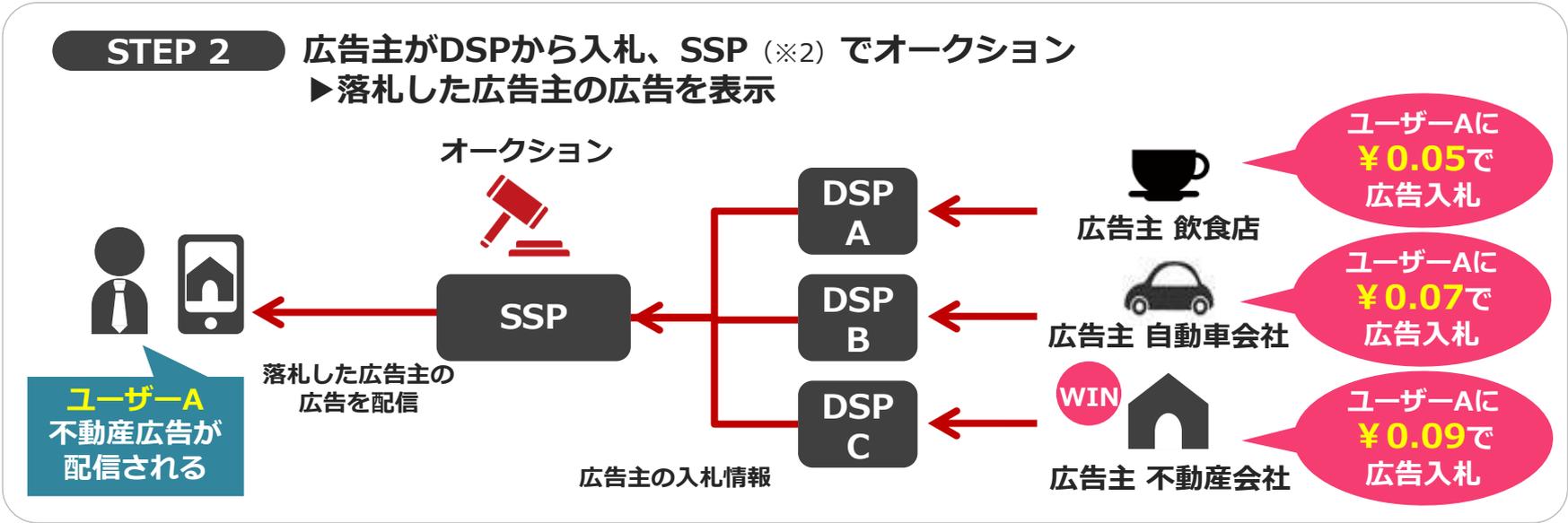
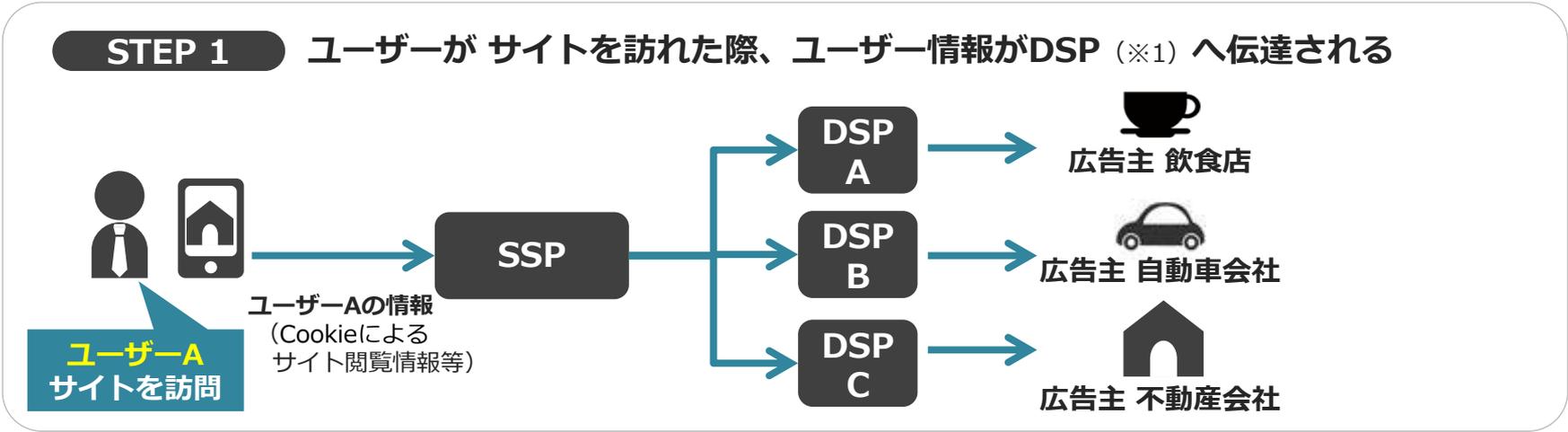

RTB広告市場の可能性

国内のRTB広告市場は、2012年度の135億円から2016年度は730億円となり、この間の年平均成長率は**52%**となる見通し



出所：(株)シード・プランニング 「国内RTB広告流通市場規模 2011年-2016年」 2012年9月

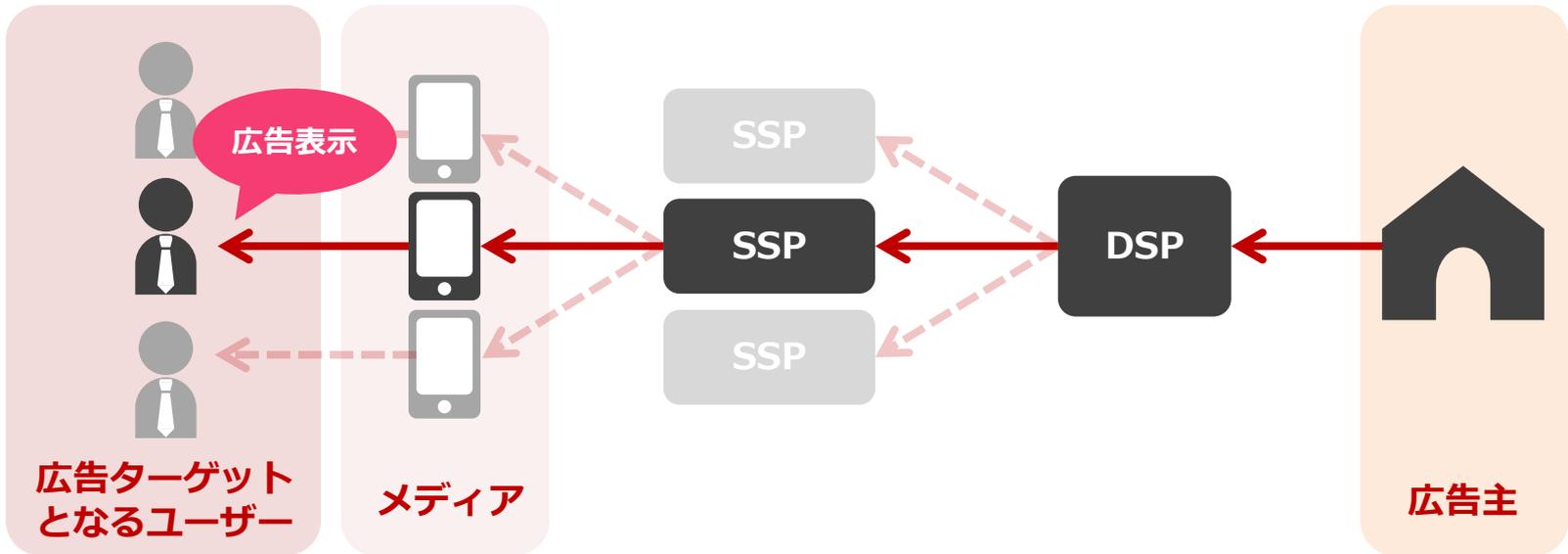
リアルタイム・ビiddingの仕組み



※ 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

RTB広告のメリット

広告主はDSP・SSPを通し、多数の配信先の中から**広告ターゲットとなるユーザーに的を絞った広告配信**を行うことが可能



メディア（売り手）のメリット

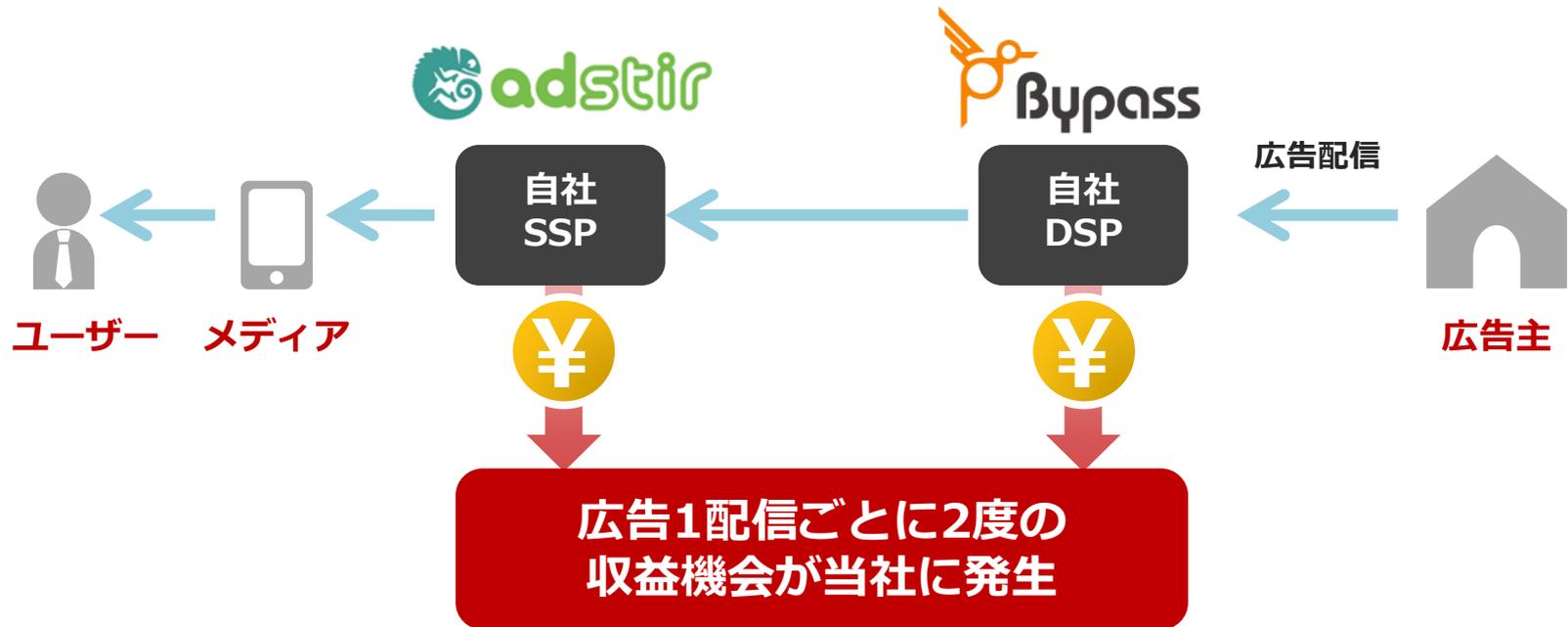
より高い単価での広告販売が可能になり、
メディアの広告収益が増大

広告主（買い手）のメリット

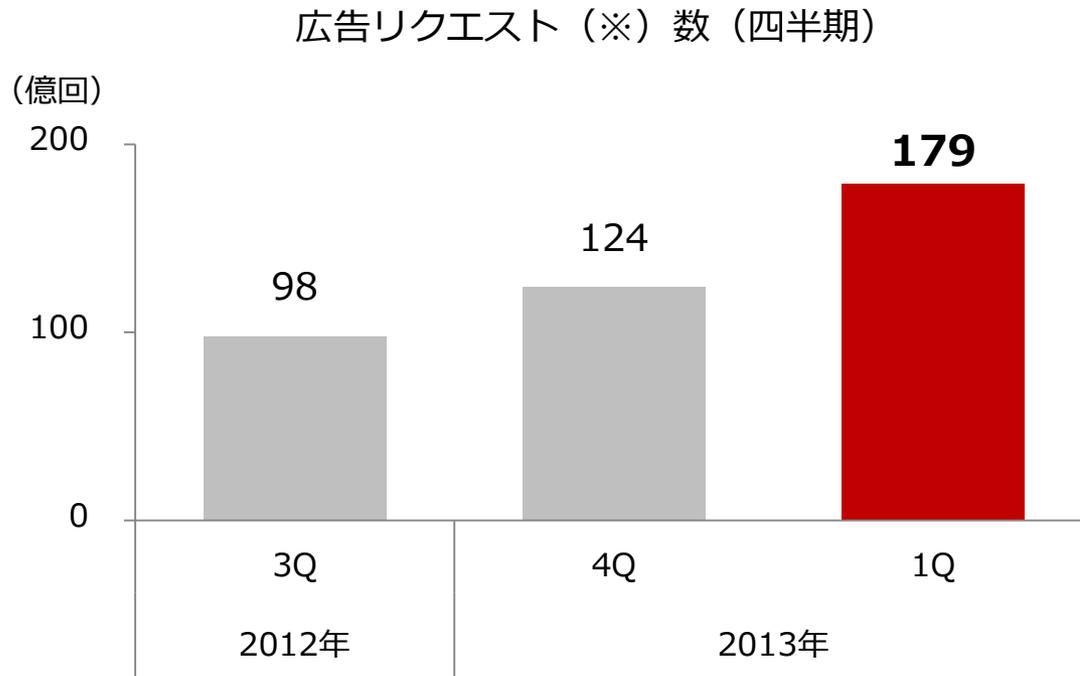
広告主が広告効果を分析・コントロールし、
最適化することが可能

当社のRTB広告事業の特長

- ・2012年4月にスマホRTB広告市場にいち早く参入、当社のRTB広告プラットフォームは**スマホRTB広告市場で国内最大級に成長**
- ・自社でDSPとSSPを両方展開していることで、**広告1配信ごとに2度の収益機会が発生**する



2012年4月から提供開始したスマホ特化RTB広告プラットフォームにおいて、広告在庫を積極的に集める施策により、**広告在庫は順調に増加**

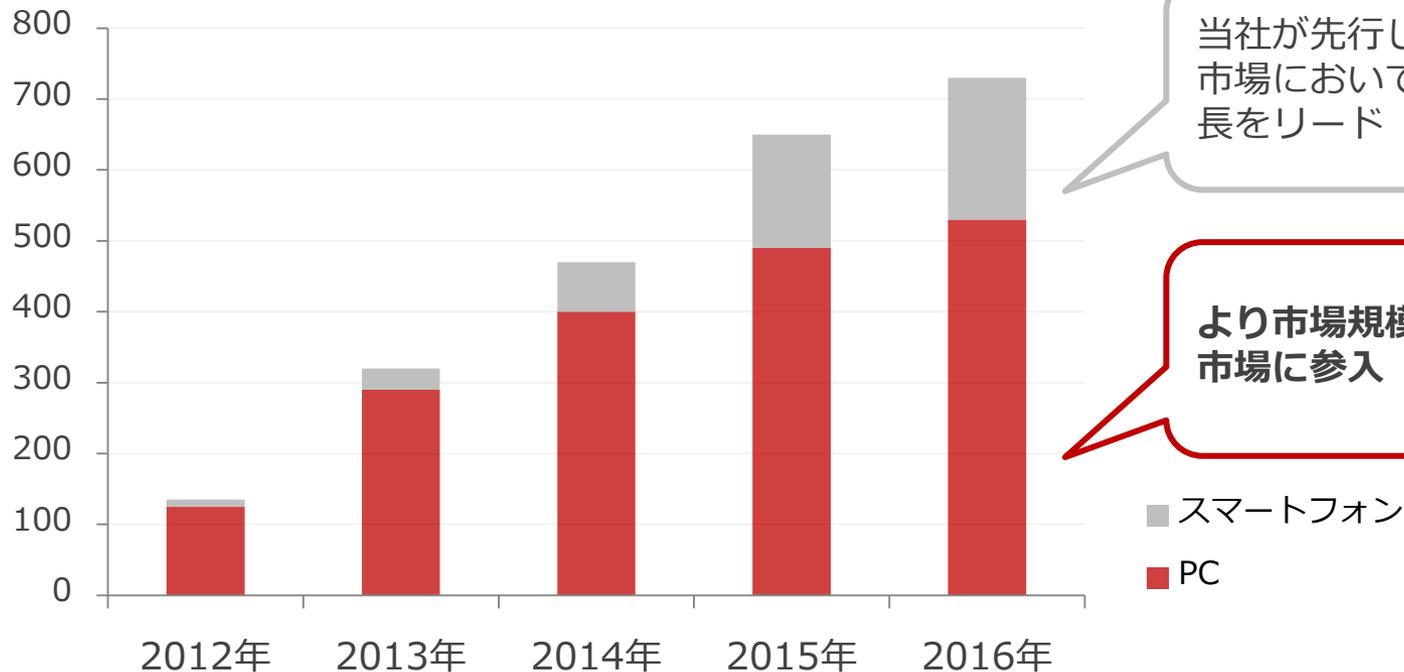


※広告リクエスト：メディアからSSPを通して広告情報（広告掲載面の情報やユーザー情報等）をDSPへ伝達し、広告掲載の入札を求めること



2014年3月期における一段の成長施策として、**より市場規模の大きいPC RTB広告市場へ参入**、8月より提供開始 (※)

(億円) RTB広告市場規模の予測



当社が先行したスマホRTB広告市場において引き続き市場の成長をリード

より市場規模の大きいPC RTB市場に参入

出所：(株)シード・プランニング 「国内RTB広告流通市場規模 2011年-2016年」 2012年9月

※詳細は2013年7月31日公表のプレスリリースを参照

RTB広告事業においては、スマホRTB広告で引き続き収益を伸ばしつつ、**PC RTB広告への参入によって成長を加速**

 PC RTB広告 (8月提供開始)	 スマホRTB広告
<p>既存の事業資産を活かして参入し、 RTB広告事業の成長を加速</p>	<p>国内最大級のスマホRTB広告プラットフォームとして、 引き続き国内市場をリード</p>
<ul style="list-style-type: none"> • 既存顧客の7割が見込顧客 (PC/スマホ両方で出稿中の顧客) • スマホRTB広告で培った既存の開発技術、運用ノウハウを活用可能 	<ul style="list-style-type: none"> • 他社RTB広告プラットフォームとの接続数を順次拡大、RTB広告在庫を増加させていく

その他 2014年3月期第2四半期の新たな取組み

東南アジアでの事業展開を開始

- 第1号としてフィリピンに子会社ADerL,Inc (アドエル) を設立、ネット懸賞サービス『**DreamGiver (ドリームギバー)**』を提供開始予定 (※1)
- 当社が14年以上国内で運営しているネット懸賞サービス『ドリームメール』の運営ノウハウを初めて海外で展開



フィリピン市場の可能性



人口：
1億500万人、世界12位 (日本は10位) ※2



インターネット利用者数：
2,900万人 ※3



携帯端末利用者数：
8,700万人 ※4



Facebook月間ユーザー数：
3,000万人、世界8位 ※5

※ 1.詳細は2013年7月31日公表のプレスリリースを参照 2. CIA「THE WORLD FACTBOOK」2013年7月
3. JETRO「東南アジアにおけるインターネット普及状況と SNS 調査」2012年3月 4. 総務省「世界情報通信事情」2011年度
5. Socialbakers 2013年1月

- ・ 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**の両事業領域において、当社事業は有力サービスとなってきた
- ・ 中期的に「高収益・高成長」の企業となるため、両事業に積極的に投資し、事業育成していくタイミングと判断、**2Qも引き続き先行投資期間**と位置づけ
- ・ 上期は両事業に先行投資し、**下期から営業利益を生み出し、通期で営業利益黒字化を実現**、今後の成長を加速させていく



2Q重点方針：
ユーザー拡大



2Q重点方針：
PC RTB広告着手

2 ご参考資料

当四半期の連結貸借対照表

前四半期末からの増減の主な要因は、2013年4月のソーシャルワイヤー(株)の連結除外（持分法適用関連会社に異動）によるもの

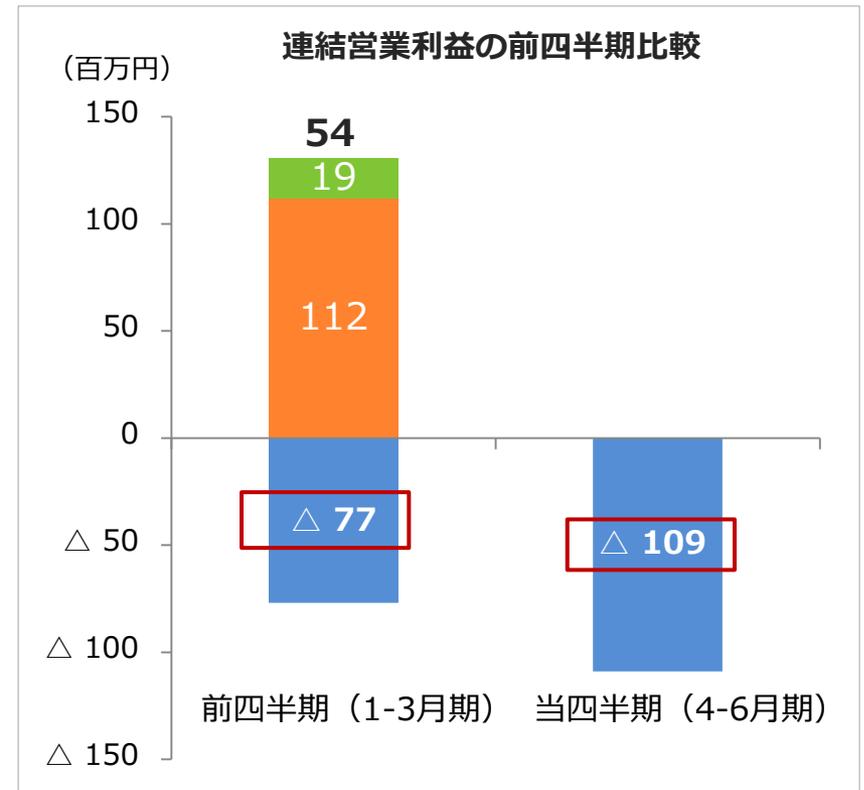
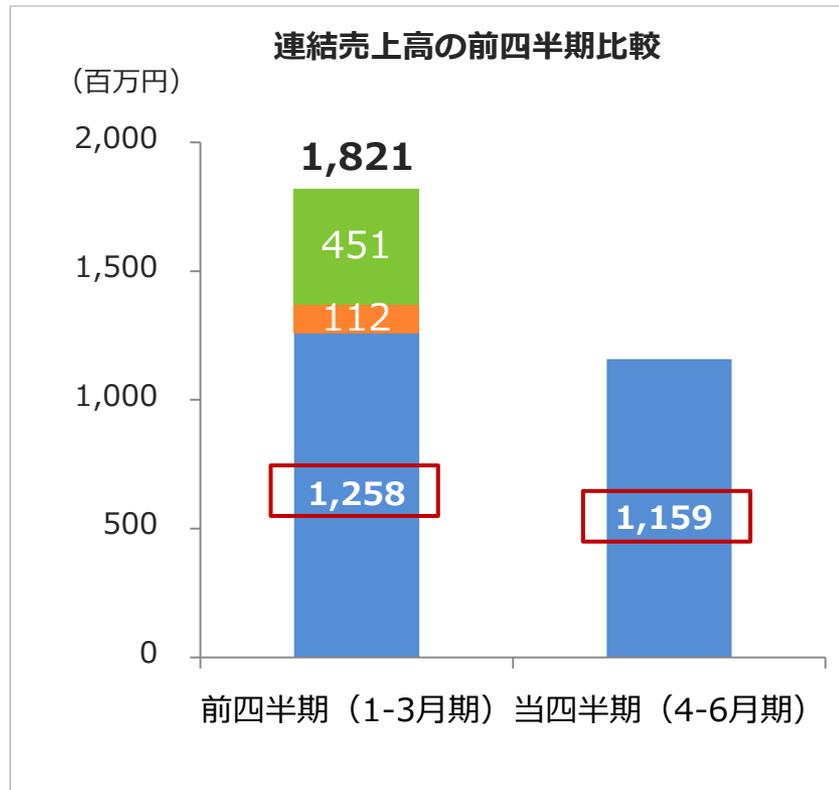
連結貸借対照表（2013年6月末）

（百万円）

	前四半期末 (2013年3月)	当四半期末 (2013年6月)	増減額
流動資産	5,949	5,488	△461
（うち現預金）	(3,252)	(3,555)	(+303)
固定資産	896	603	△292
流動負債	1,206	854	△352
固定負債	195	2	△193
純資産	5,443	5,235	△208

前四半期（4Q）との業績比較一連結

前四半期と比較して、(株)ミクシィの株式売却が前四半期で終了したこと及び子会社の連結除外による減収／減益要因を除くと、連結売上高は前四半期比99百万円の減少、連結営業利益は前四半期比32百万円の減少となった。主に広告領域における季節要因（1-3月は広告需要期、4-6月は反動減するトレンド）による



■ 連結除外した子会社の損益
 ■ (株)ミクシィの株式売却益
 ■ 特殊要因を除いた連結損益

事業ポートフォリオの転換

前期4Qにおいて、スマートフォンメディア事業及びRTB広告事業中心の事業ポートフォリオへ転換完了



その他の領域・事業における変化

1. インベストメント領域の収益が減少
 - ソーシャルワイヤー(株)が連結除外となり、持分法適用関連会社へ異動（2013年4月）
 - 保有する(株)ミクシィの株式売却が2013年3月で終了

2. 広告領域の連結子会社を売却
 - 広告ソリューション事業を営むFringe81(株)を売却、連結除外（2013年3月）

スマートフォンメディア事業のサービス群

スマートフォンメディア事業においては、『CocoPPa』以外にも複数の領域でサービスを展開中。今後も『CocoPPa』の成長に最注力しつつ、新規サービスは継続的に投入予定



「レビューメディア」
初心者向けのiPhoneレビューメディアとして運営



「アフィリエイトメディア」
『ビートプラス』等のアフィリエイトメディアを運営中



「キャリアマーケット対応アプリ」
au スマートパスにおいて自社アプリを提供中

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

