

2014年3月期 第2四半期決算説明資料

ユナイテッド株式会社

(東証マザーズ：2497)

2013年10月31日

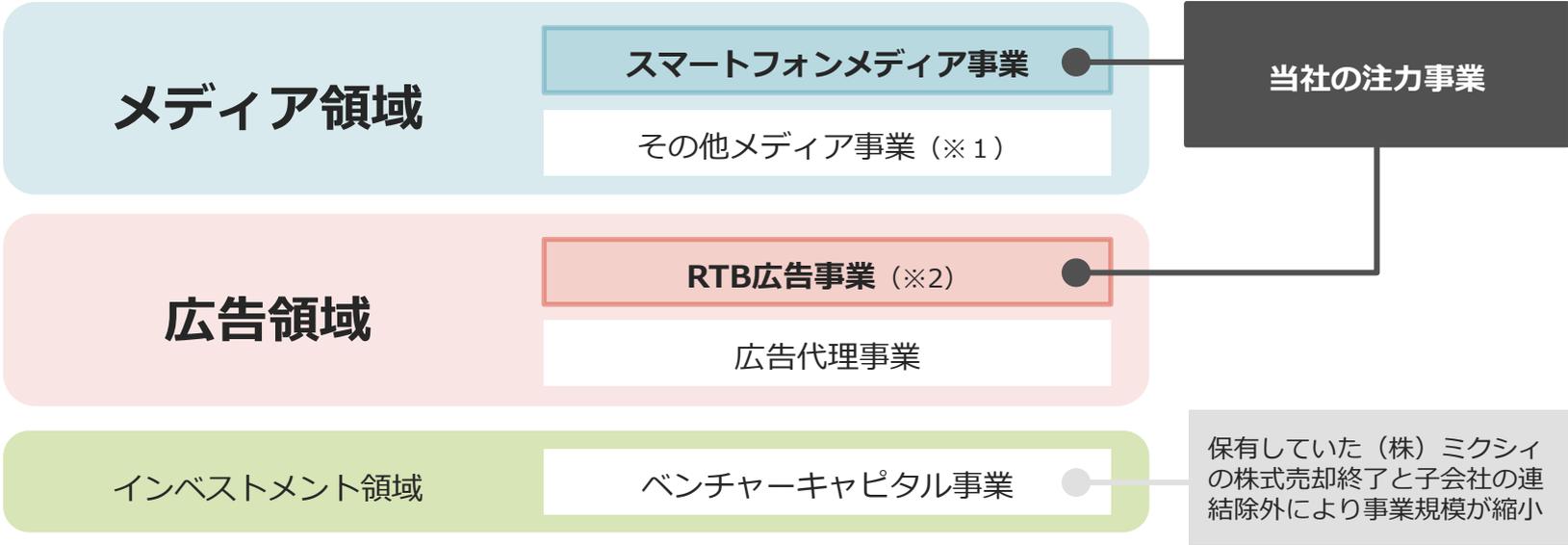
本資料に記載されたすべての意見や予測、見通しなどは資料作成時点における入手可能な情報に基づいた弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。また様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。また、本資料に記載されている会社名、製品名は各社の商標または登録商標です。

- 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

2Q(7-9月期)の業績ハイライト

全体

2Q業績

- **四半期営業利益が黒字転換**、前四半期比で増収増益
(営業利益 4-6月期：△109百万円 → 7-9月期：70百万円)
- 注力事業の**スマートフォンメディア事業**と**RTB広告事業**が業績牽引

注力事業

スマートフォン メディア事業

- 売上高は前四半期比**2.4倍**に増加
- 「CocoPPa」のダウンロード数は9月30日に全世界で**1,500万DL**を突破
- キャリアマーケット向けアプリ、アフィリエイトメディアも売上高拡大

RTB広告 事業

- 売上高は前四半期比**1.5倍**に増加
- 8月に自社広告プラットフォーム（※）でPC対応を開始

※ 自社広告プラットフォーム = 自社DSP「Bypass」及び自社SSP「AdStir」

2Q (7-9月期) の連結損益計算書 (前年同期比)

メディア領域ではスマートフォンメディア事業が成長、広告領域ではRTB広告事業への先行投資終了により売上総利益率が改善し(9%→21%)、全社でも四半期営業利益が黒字転換

(百万円)

	2014年3月期 2Q	2013年3月期 2Q	前年同期比増減率
売上高	1,565	934	+68%
メディア領域	771	2	+29,895%
広告領域	716	635	+13%
インベストメント領域	93	296	△69%
セグメント間消去	△16	-	-
売上総利益	459	292	+57%
メディア領域	259	1	+19,673%
広告領域	150	55	+172%
インベストメント領域	50	235	△79%
営業利益	70	△38	-
メディア領域	81	△32	-
広告領域	1	△87	-
インベストメント領域	42	151	△72%
本社費用	△55	△69	-
経常利益	71	△3	-
四半期純利益	52	△167	-

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

2Q (7-9月期) の連結損益計算書 (前四半期比)

注力事業のスマートフォンメディア事業、RTB広告事業が共に好調に推移。
 広告領域が黒字化

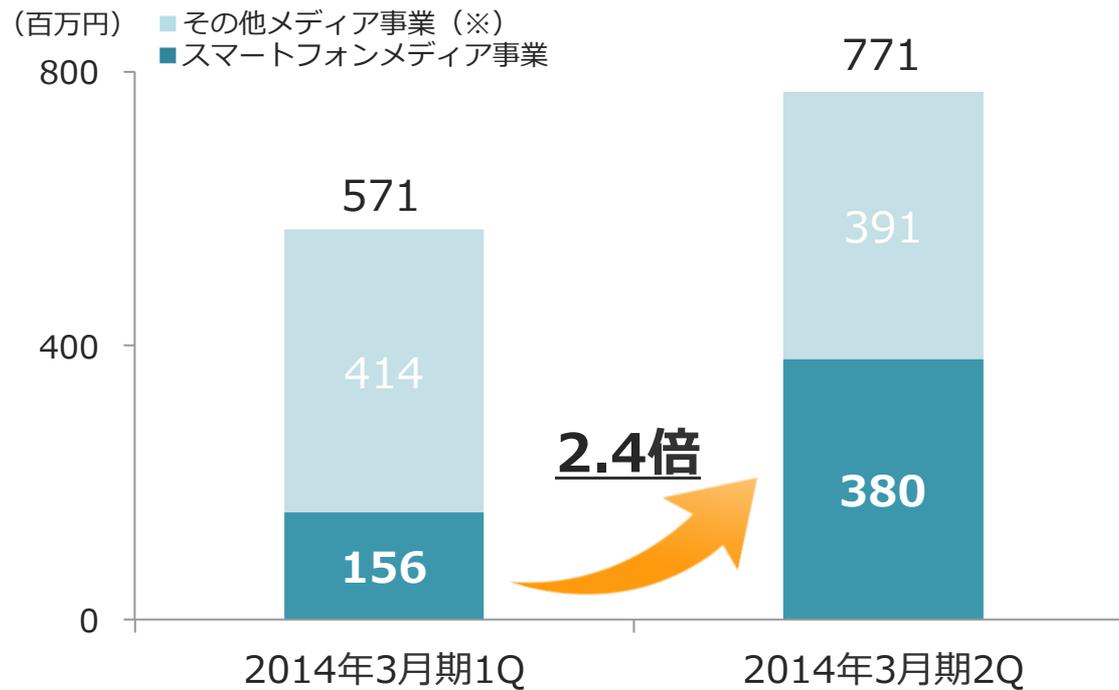
(百万円)

	2014年3月期 2Q	2014年3月期 1Q	前四半期比増減率
売上高	1,565	1,159	+35%
メディア領域	771	571	+35%
広告領域	716	581	+23%
インベストメント領域	93	11	+713%
セグメント間消去	△16	△5	-
売上総利益	459	288	+60%
メディア領域	259	166	+56%
広告領域	150	118	+27%
インベストメント領域	50	3	+1,244%
営業利益	70	△109	-
メディア領域	81	0	-
広告領域	1	△42	-
インベストメント領域	42	△3	-
本社費用	△55	△63	-
経常利益	71	△96	-
四半期純利益	52	△97	-

メディア領域：前四半期との売上高比較

スマートフォンメディア事業の売上高は前四半期比**2.4倍**に増加、「CocoPPa」「キャリアマーケット向けアプリ」「アフィリエイトメディア」が成長

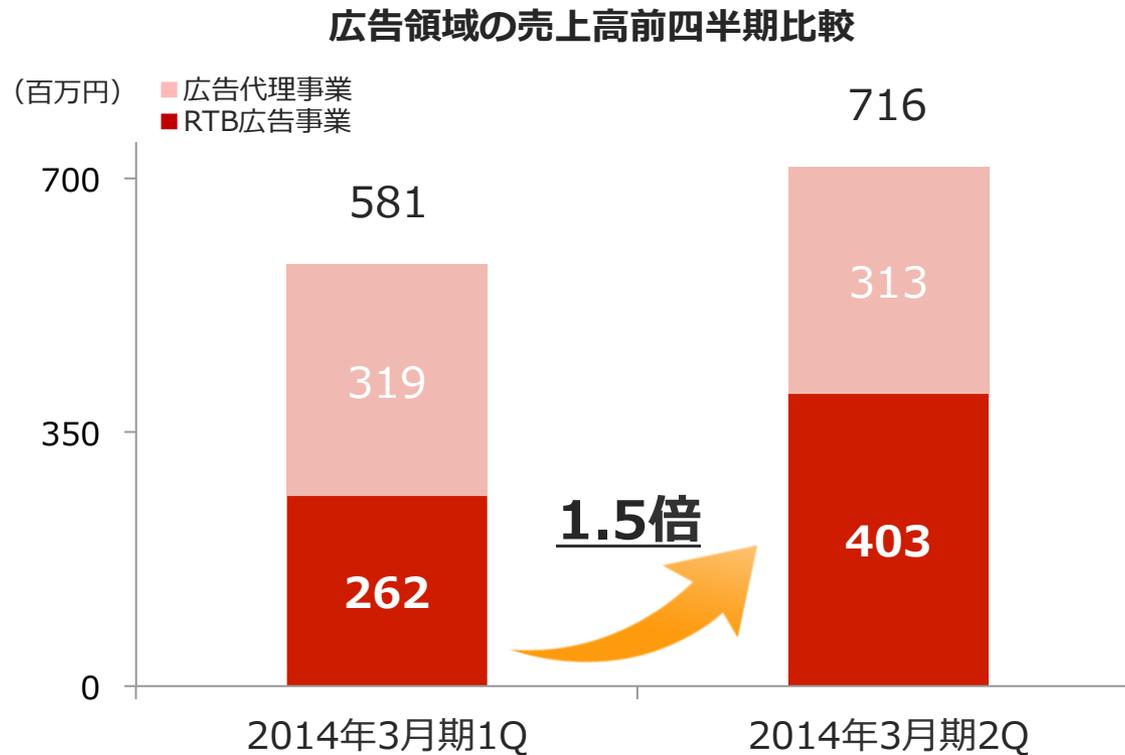
メディア領域の売上高前四半期比較



※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

広告領域：前四半期との売上高比較

RTB広告事業の売上高は前四半期比**1.5倍**に増加、広告プラットフォームの売上高増加が主要因



期初に発表した上期方針と結果

【方針】

先行投資により、上期（4-9月期）の営業利益は赤字となる見通し

【結果】

上期営業利益は赤字となったものの、**2Q（7-9月期）の四半期営業利益が前倒しで黒字転換**

スマートフォンメディア事業

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

「CocoPPa」前期末607万DL→2Q末1,500万DL突破

- ① 人員は1Qに配置完了、米国子会社を設立
- ② 海外での広告を試験的に実施。3Q以降本格実施

RTB広告事業

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 RTB広告在庫確保のためのコストを投下

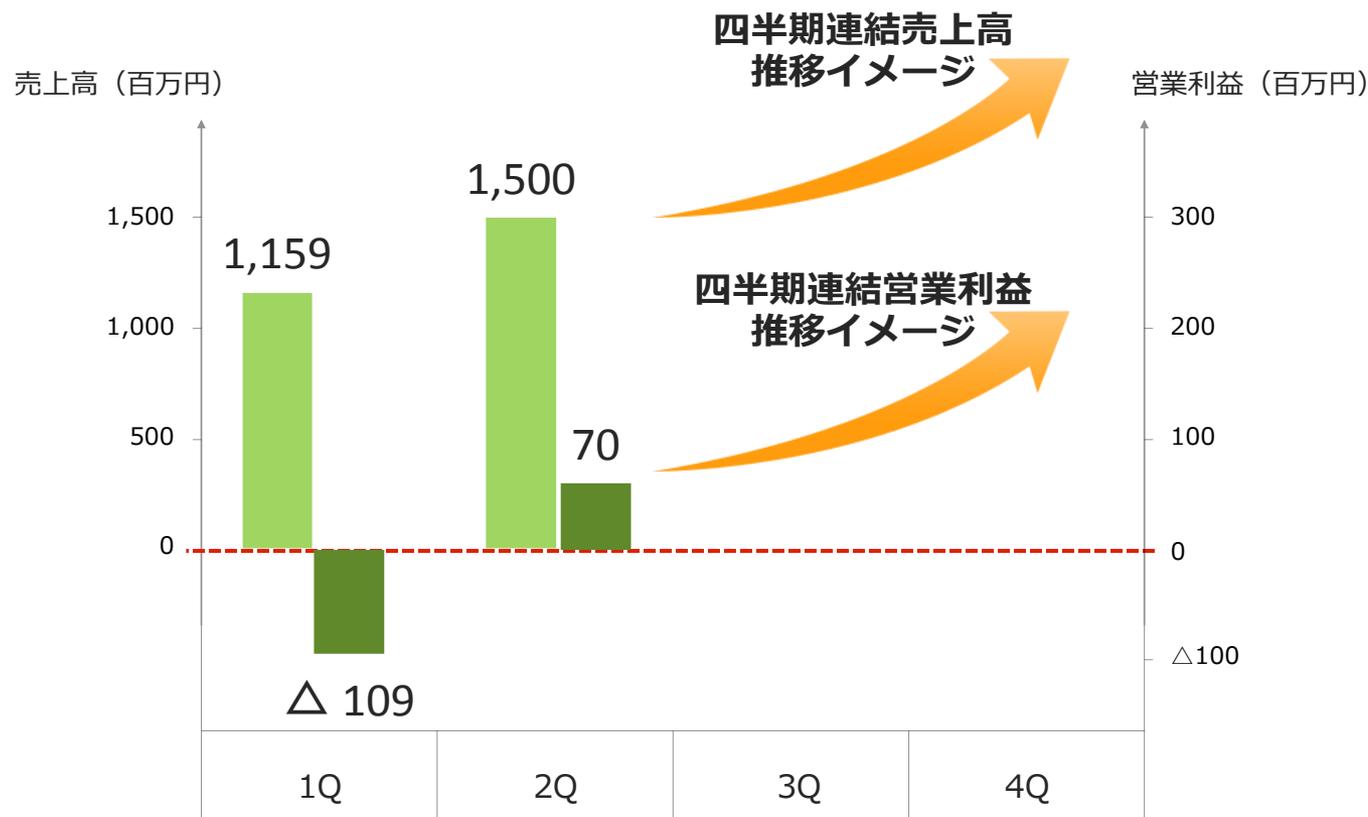
8月に自社広告プラットフォームでPC RTB広告提供開始

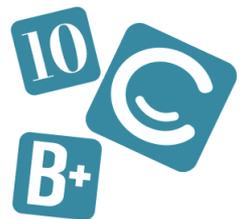
- ① 人員は1Qに配置完了
- ② 在庫は順調に増加、在庫獲得のための投資は前期で終了

下期は大幅な人員増は不要

2014年3月期の通期見通し

3Q以降も四半期ごとに業績拡大し、通期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の構成

スマートフォンメディア事業は以下の3つで構成



「CocoPPa」

スマートフォンきせかえコミュニティアプリ
1,500万ダウンロードを突破(※)

※2013年9月30日時点

「キャリアマーケット向けアプリ」
auスマートパスに自社アプリを8個提供

「アフィリエイトメディア」
自社運営のポイントメディア



「CocoPPa」2Qの取組

スマートフォンメディア事業においては、「CocoPPa」のユーザー数拡大とサービスリニューアルに最注力



9月26日にAndroid版、
9月30日にiOS版の大幅機能リニューアルを実施
※詳細はP16参照。



「CocoPPa」

「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



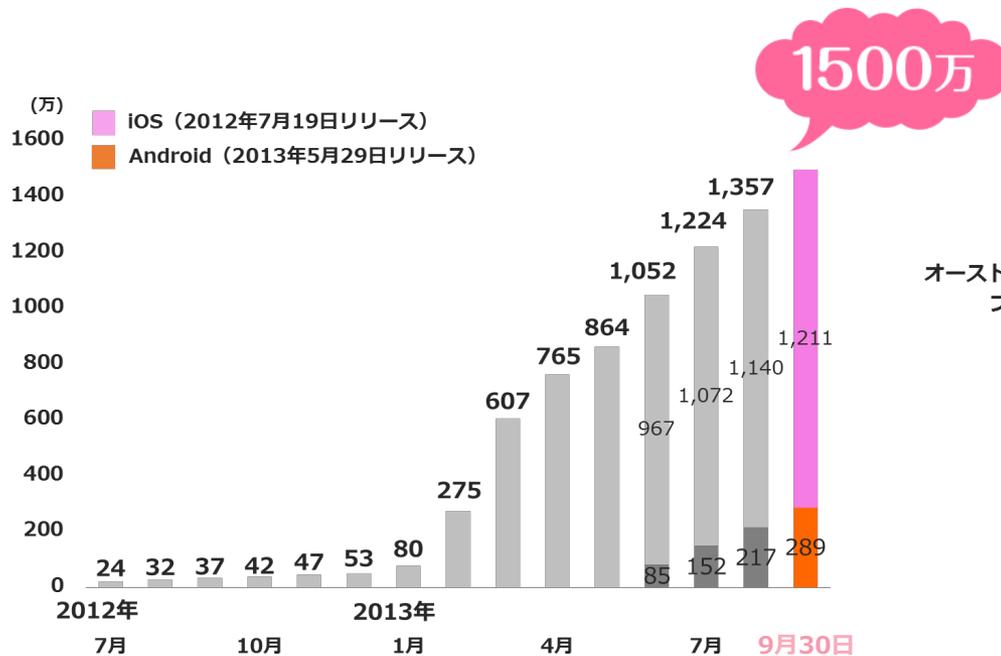
きせかえ事例



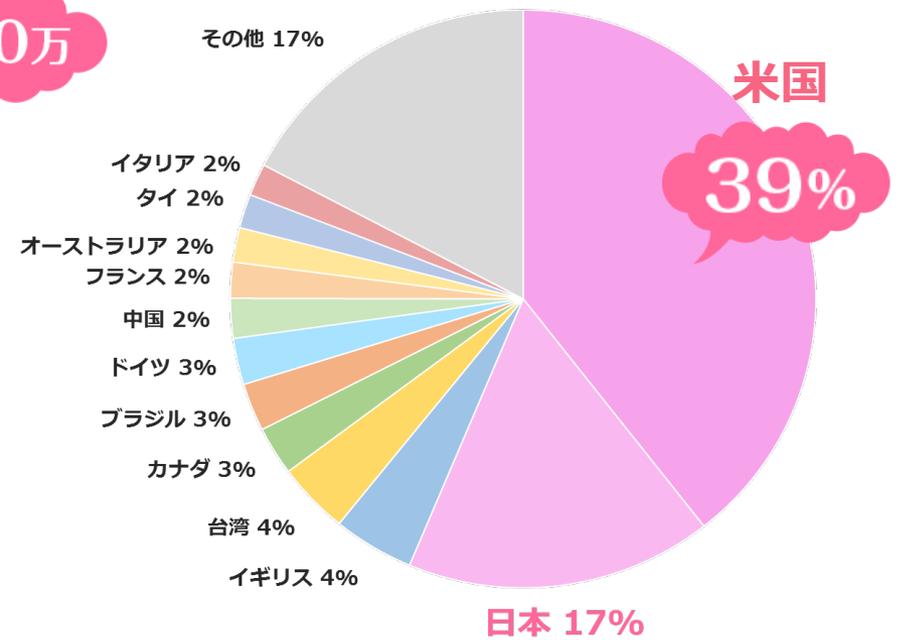
「CocoPPa」のDL数と世界への普及状況

「CocoPPa」のダウンロード数は2013年9月30日に**1,500万DL**達成（※）
 ダウンロードのうち39%を占める米国を筆頭に、**海外比率が83%**のグローバルコミュニティに成長

「CocoPPa」の月別累計ダウンロード数



「CocoPPa」累計ダウンロード数の国別構成比



※詳細は2013年10月2日公表のプレスリリースを参照



「CocoPPa」のサービス概要

ユーザーが投稿したアイコン・壁紙・ホーム画面を他のユーザーがダウンロードして利用。CocoPPa内のGoogle翻訳と連携した翻訳機能を使ってユーザー同士が国境を越えてコミュニケーション

«「CocoPPa」利用イメージ図»

素材投稿ユーザー（クリエイター）



世界中からアイコン・壁紙を投稿（無償）
9月末迄の投稿数は**アイコン26万**、**壁紙7万**

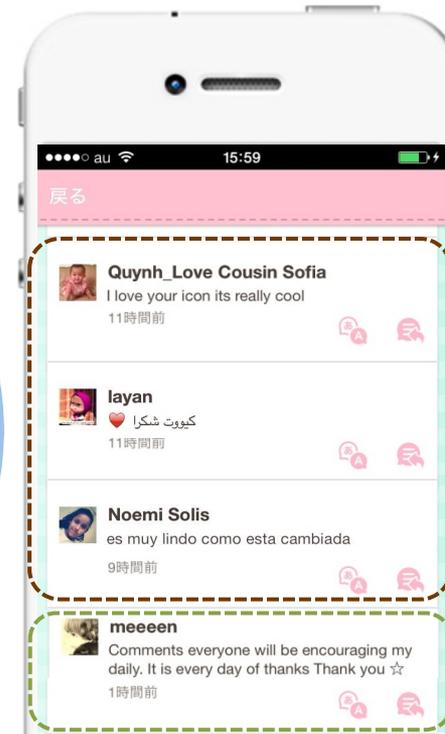
きせかえ素材投稿

きせかえユーザー



投稿素材を使ってスマホ画面をきせかえ（無料）

ユーザー間交流
（クリエイターの素材
投稿モチベーション）



世界中のユーザーが
クリエイターの掲示板に
コメントを書き込む
「このアイコン可愛い」
「あなたのセンスが好き」
※英語、中国語、アラビア語、
ドイツ語など多言語で

クリエイターが返信
「コメントありがとう」
「投稿して良かった」
※日本人ユーザーが翻訳
機能を使って多言語で

投稿素材などをきっかけに、ユーザー同士の
コミュニケーションが盛んに発生



「CocoPPa」リニューアル概要

9月26日Android版、同30日iOS版の大幅なリニューアルを実施。主に「きせかえ機能」と「SNS機能」を強化し、ユーザーアクティブ度が向上

主なリニューアルの概要

きせかえ機能強化

<ホーム画面一括DL>



ホーム画面セット（複数のアイコン&壁紙）の一括DLが可能。起動先アプリの一括設定も可。

<ホーム画面投稿>



自作のホーム画面をまるごと投稿可能。他のユーザーが投稿したホーム画面の一括DLも可。

SNS機能強化

<マイページ（プロフィール）>



各ユーザーごとにマイページを持つことができ、ユーザー同士コミュニケーションができる。

<最新情報フィード>



オススメ素材やイベント情報をリアルタイムに取得でき、そこからLikeやコメントができる。

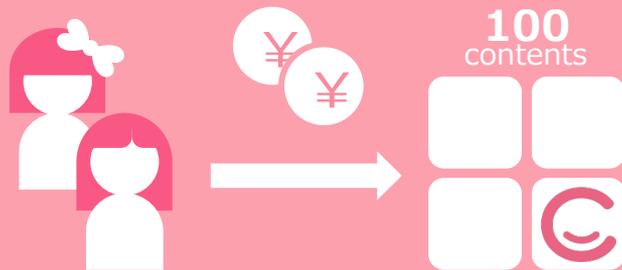


「CocoPPa」3Qの取組

大幅リニューアルを終え、今後以下の**収益手段**を導入予定

有料課金コンテンツ(11月開始予定)

既に発表のサンリオウェブ社のキャラクターをはじめ、100程度のホーム画面セット（複数アイコン+壁紙）を予定



「タイアップ広告(3Q中開始予定)

広告主の企業キャラクターを無料でユーザーに提供など、広告主から広告費収入を得る



(参考)

2010年のフィーチャーフォン国内きせかえ市場規模：330億円
 (2012年7月一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 調べ)

有料課金コンテンツ（11月開始予定）
 キャラクターや有名人等のホーム画面セット（複数アイコン+壁紙）を有料コンテンツとして販売。今後も、他のコンテンツを順次追加予定

サービス開始時のキャラクターラインナップ（五十音順）

下記は一部。サービス開始時提供のホーム画面セットは30種類程度になる見込み。
 契約は100種類程度完了しており、順次提供

うさぎの
モフィ



©aki kondo / SCP

がんばれ！
ルルロロ



©BANDAI/LLP

クマデッパ



©2013 KUMADEPPA COMICS.

スヌーピー



©2013 Peanuts Worldwide LLC

どーもくん



©NHK・TYO

ドラえもん



©Fujiko-Pro

ハローキティ



HELLO KITTY
©'76,'13 SANRIO®

パンパカ
パンツ



©みんなで歌おう！キャラソン委員会

秘密結社 鷹の爪
(吉田くん)



©蛙男商会/DLE

Pusheen
(プシーン)



©Pusheen Corp.
©VISION FACTORY CO.,LTD.
©driven.inc

マイメロディ



©'76,'13 SANRIO®

ムーミン



© Moomin Characters™

リサと
ガスパール



©2013 Sony Creative Products Inc.
GASPARD ET LISA™ Hachette Livre.

リトルツイン
スターズ



©'76,'13 SANRIO®



「CocoPPa」 3Qの取組

タイアップ広告（3Q中開始予定）

広告主の企業キャラクターなどのホーム画面セットをユーザーに無料提供するなど、広告主からの広告出稿費を「CocoPPa」の収益とするモデル

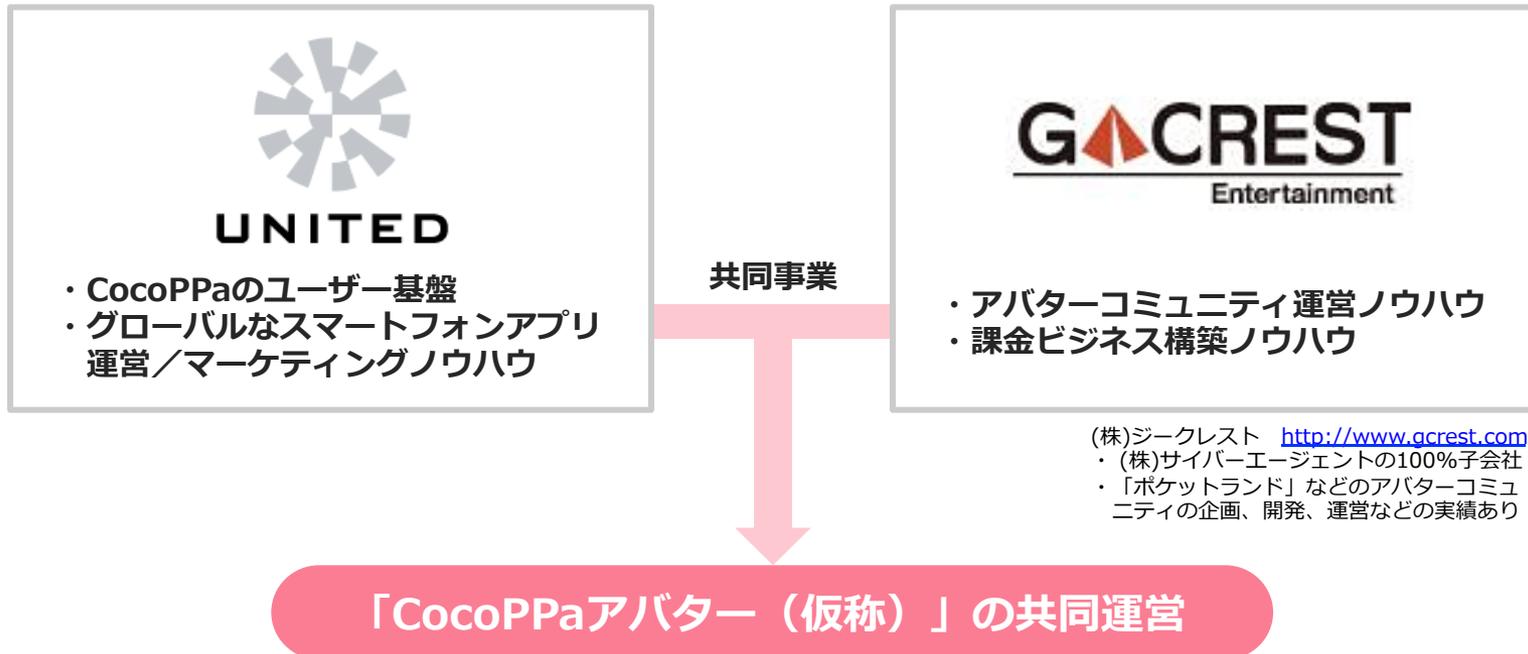




「CocoPPa」4Q以降の取組

CocoPPa アバター（仮称）（4Q中開始予定）

- ・課金ビジネス第2弾。CocoPPaと密接に連携したスマートフォンアバターコミュニティを別アプリとしてグローバルでリリース予定（AppStore／GooglePlay）
- ・作成したアバターをCocoPPa内のマイページに設定できるなどの連携で送客
- ・アバターに着せる洋服アイテムなどを主な収益源として想定
- ・本領域の第一人者である（株）ジークレストとの共同事業として展開





キャリアマーケット向けアプリ

KDDI(株)の運営する「auスマートパス」に提供している8つのアプリが収益貢献

■ゲーム



「TAP10」
iPhoneで50万DLの大人気
パズルゲーム

■占い



「恋愛心理テスト診断」
【運勢×性格×心理】3つ
の角度からあなたを読みとる
最強の恋愛占いアプリ

■教育



「インド式魔法の暗算術」
2ケタ×2ケタのインド式
計算を本当の初歩の初歩から
学ぶ事ができる

■グルメ/レシピ



「簡単レシピと裏ワザ集」
今日から使える実践的な料理
の情報が盛りだくさん



「簡単おつまみレシピ集」
お酒が飲みたくなったその
時に、サッと作れる簡単お
つまみレシピが満載



「ワイン365」
ワインに関する知識が身に
付く4択クイズを収録



「すし365」
すし好きからすし職人まで
が楽しめる本格クイズを収
録



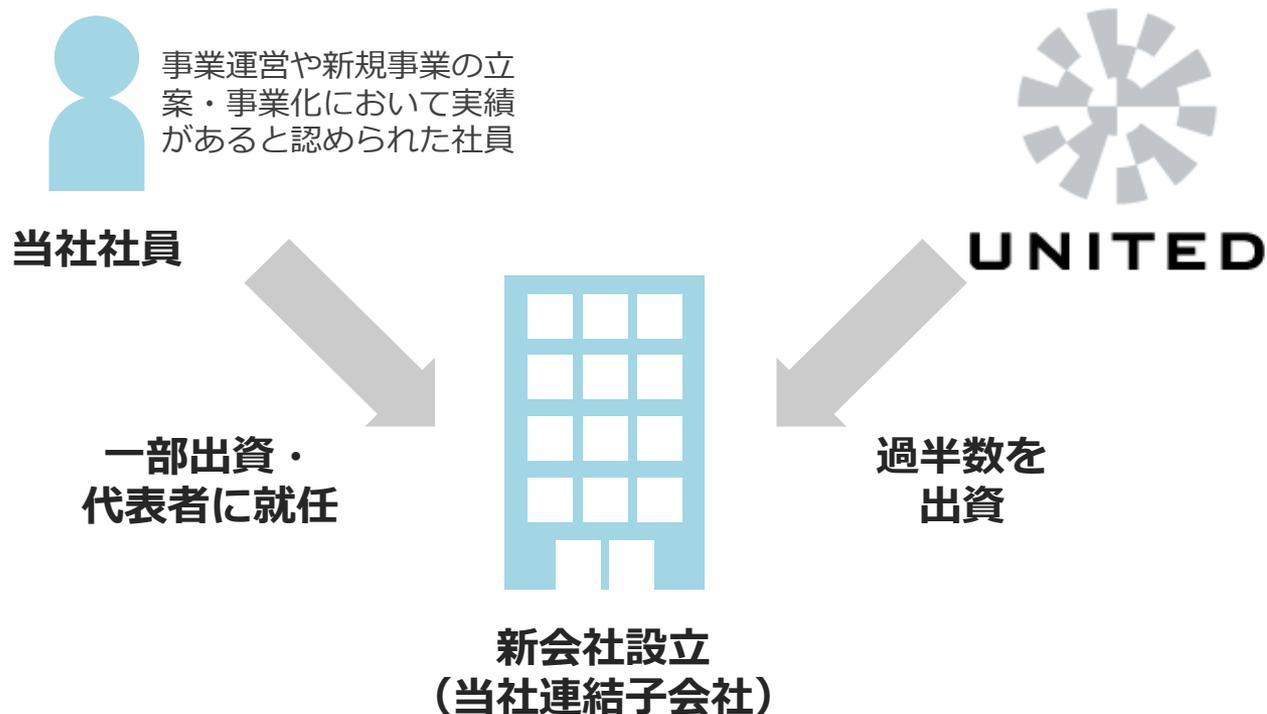
「チーズ365」
チーズに関する知識が身に
付く4択クイズを収録



今後に向けた取組：スタートアップ支援制度「U-Start」について

有望な新規事業を創出し続けるための組織的取組として、実績ある当社社員に出資権を与え、新規事業会社を立ち上げる制度を本年4月に導入

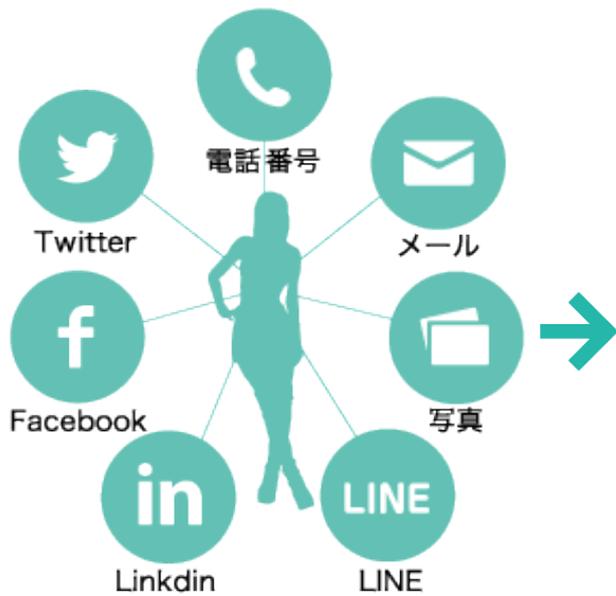
スタートアップ支援制度「U-Start (ユー・スタート)」



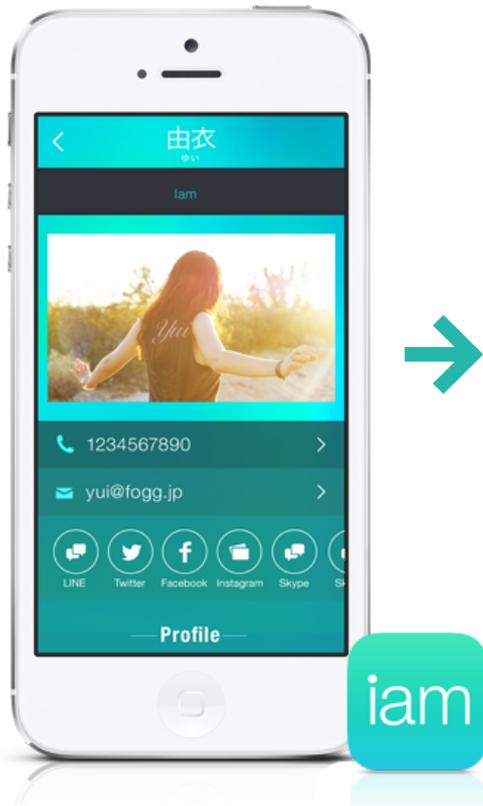
今後に向けた取組

「U-Start」適用第1号として2013年5月に設立したフォッグ(株)にて、新サービス「iam (アイアム)」を近日リリース

「iam」利用イメージ図



電話番号や写真などに加え、自分が使っている複数のSNSの情報を「iam」内にプロフィールカードとして登録



友達や知り合いと一度のカード交換で、全情報をやり取り可能

交換する情報は以下のように切替可能



同僚にわたすカード → Facebook・Linkedin



友達にわたすカード → Facebook・LINE・twitter

 (株)ディー・エヌ・エーとの取組

(株)ディー・エヌ・エーとのスマートフォン向け音楽プレイヤー「Groovy」における現状の業務提携に加え、コミュニケーションアプリ「comm (コム)」でも提携

これまでの(株)ディー・エヌ・エーとの取組



両者の共同事業として「Groovy」内のアフィリエイトメディアを当社が独占して運営



今後



「Groovy」における提携は継続

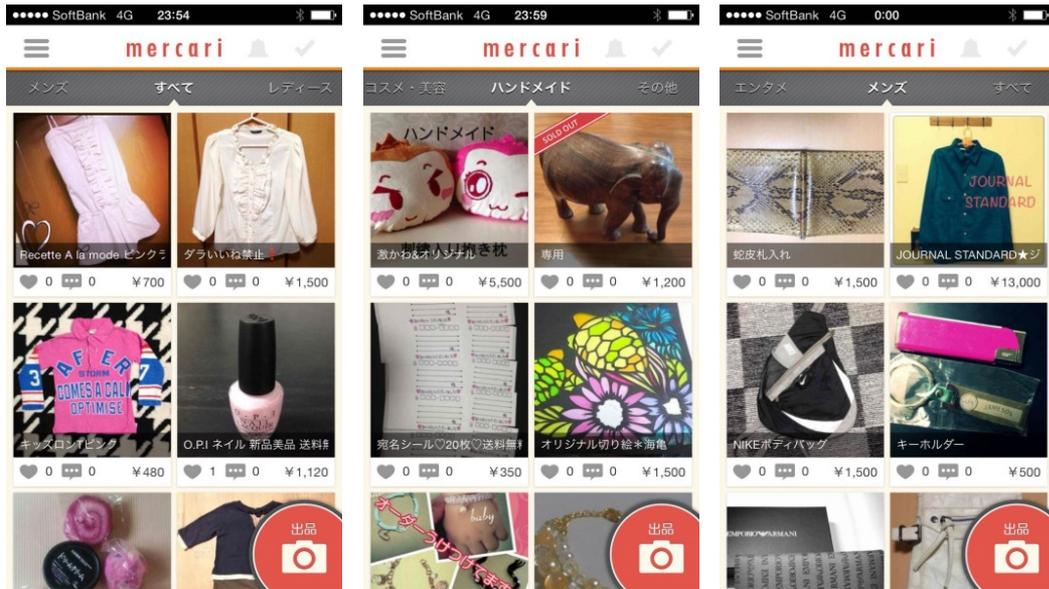


さらに、先日リニューアルして機能が強化された「comm」においても同様の取組を予定

成長著しいC to Cコマース領域でフリマアプリ「メルカリ」を運営する(株)コウゾウに出資



メルカリ
 スマホから簡単に出品できるフリマアプリ
 オールジャンルの出品内容とスマホ・タブレットに特化したユーザーインターフェイスが特長



(株)コウゾウ <http://kouzoh.com>

- ・個人間取引型のマーケットプレイス「メルカリ」を運営
- ・2013年2月設立、同年8月に当社が14.5%を出資（当社出資金額220百万円。その他、新株予約権付社債80百万円を引受け）

代表取締役社長 山田進太郎氏

- ・楽天(株)にて「楽オク」立ち上げを経験
- ・その後自身で設立したウノウ(株)にて「まちつく！」など数々のwebサービスを立ち上げ、2010年に同社をZynga Incに売却
- ・2013年2月(株)コウゾウを創業



ワンダープラネット（株）への出資

- ・タブレット／スマートフォン向けネイティブアプリゲーム事業を手がける、ワンダープラネット（株）に1億円出資



Wonderplanet

会社名：ワンダープラネット株式会社
<http://wonderpla.net>

代表者：代表取締役CEO 常川友樹

本社：愛知県名古屋市

資本金：36百万円（資本準備金含む）

従業員数：24名

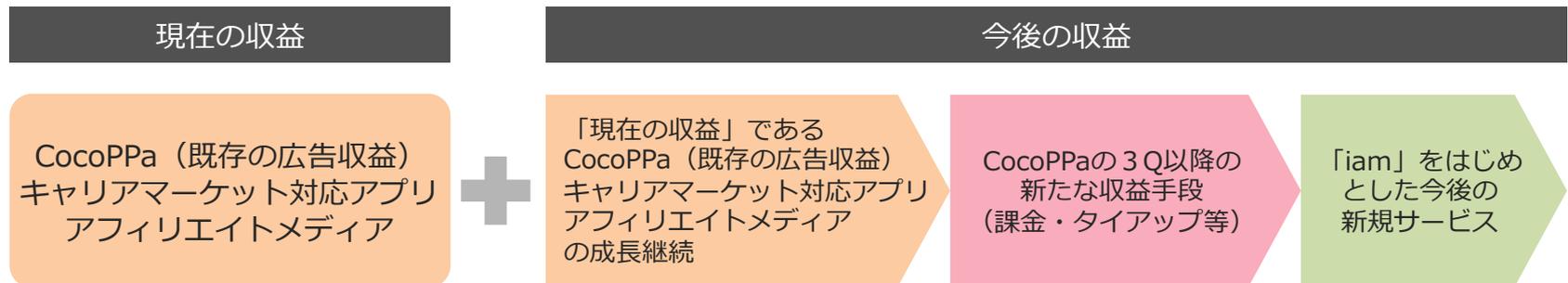
- ・（株）オープンキューブ、（株）サイバーエージェント、Zynga Japan（株）などでインターネットサービス、ゲームなどの運営経験を豊富に積んだメンバーが経営
- ・名古屋を拠点に東海エリアの優秀な技術者を継続的に採用
- ・今後、新作ゲームを継続的にグローバル市場にリリースし、ネイティブアプリゲーム事業で急成長することを目指す。



今後のスマートフォンメディア事業の展開

- ・スマートフォンメディア事業の現在の収益基盤は「CocoPPa（広告収益）」
「キャリアマーケット対応アプリ」「アフィリエイトメディア」の3サービス
- ・それぞれの成長に加え、3Q以降は「CocoPPa」の課金/タイアップ広告/「CocoPPa
アバター（仮）」がスタート
- ・新規サービスとして、フォッグ(株)の新サービス「iam」等による将来的な収益寄与
- ・外部企業との取り組みとして、（株）ディー・エヌ・エーとの「comm」における協業、（株）コウゾウ、ワンダープラネット（株）への出資

スマートフォンメディア事業の売上高拡大のイメージ

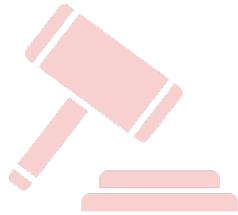




RTB広告事業について



RTB広告事業の2Q事業進捗



自社広告プラットフォーム（※）の
 スマホRTB売上高は前四半期比**1.6倍**に増加
 （Eコマース、人材業などで出稿が増加）

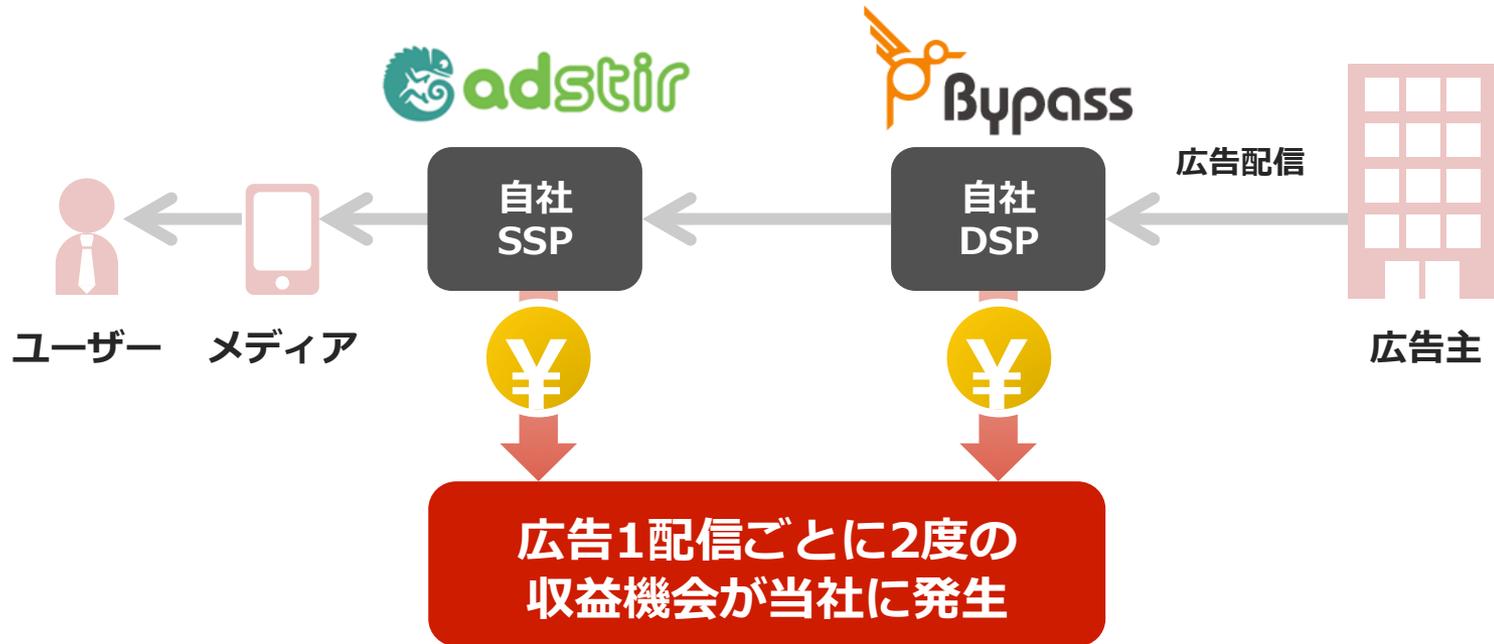


8月より**PC対応**を開始、
 今後デバイス横断での広告配信が可能に

※ 自社広告プラットフォーム = 自社DSP「Bypass」及び自社SSP「AdStir」

自社広告プラットフォームの特徴

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





自社DSP「Bypass」は、2012年4月のサービス開始からの
 広告主数が**1,000社**を突破（2013年9月3日公表）



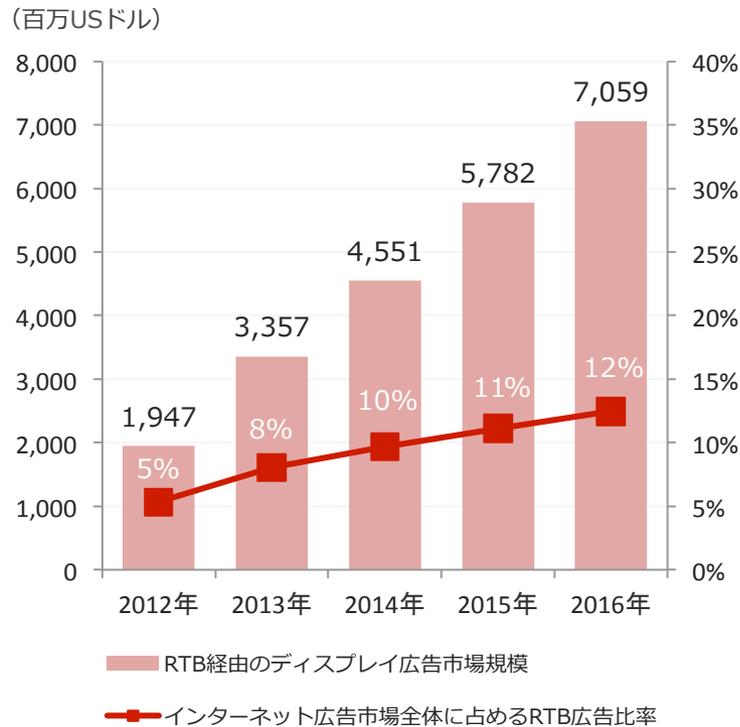
自社SSP「Adstir」で保有する広告在庫量は継続して増加中、
 7-9月の広告リクエスト数は**前四半期比1.5倍（277億回）**
に増加



RTB広告市場の動向（米国及び国内）

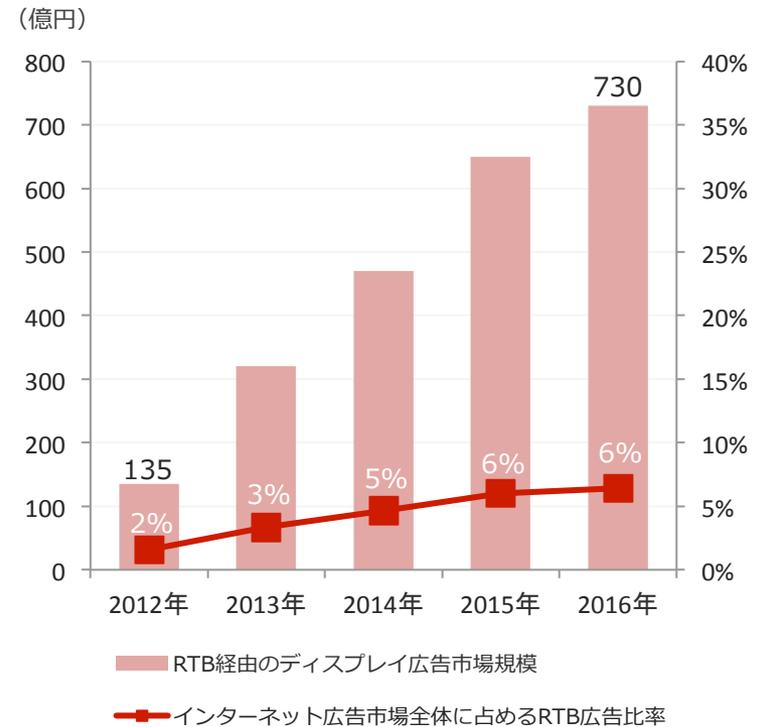
米国RTB広告市場は2016年度に約7,000億円まで拡大、国内RTB広告市場は2016年度に730億円まで拡大する見通し。インターネット広告市場の中でも高い成長率が見込まれる

米国RTB広告市場規模の予測



出所：eMarketer 「US Real-Time Bidding(RTB) Digital Display Ad Spending, 2010-2016」 Nov 15, 2012 より抜粋
 (市場全体に占めるRTB広告比率は当社が独自に試算)

国内RTB広告市場規模の予測



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
 (市場全体に占めるRTB広告比率は当社が独自に試算)



国内RTB広告市場のプレイヤー（DSP事業者）

DSP事業者では、PC領域で先行した3社の売上規模が大きいですが、スマホ領域では当社が国内最大級の売上規模（売上規模は当社調べ）

2011年～ PCでのRTB広告開始で先行



（株）マイクロアド DSP「MicroAd BLADE」



（株）フリークアウト DSP「FreakOut」



（株）プラットフォーム・ワン DSP「MarketOne」



2012年～ スマートフォンでの RTB広告開始



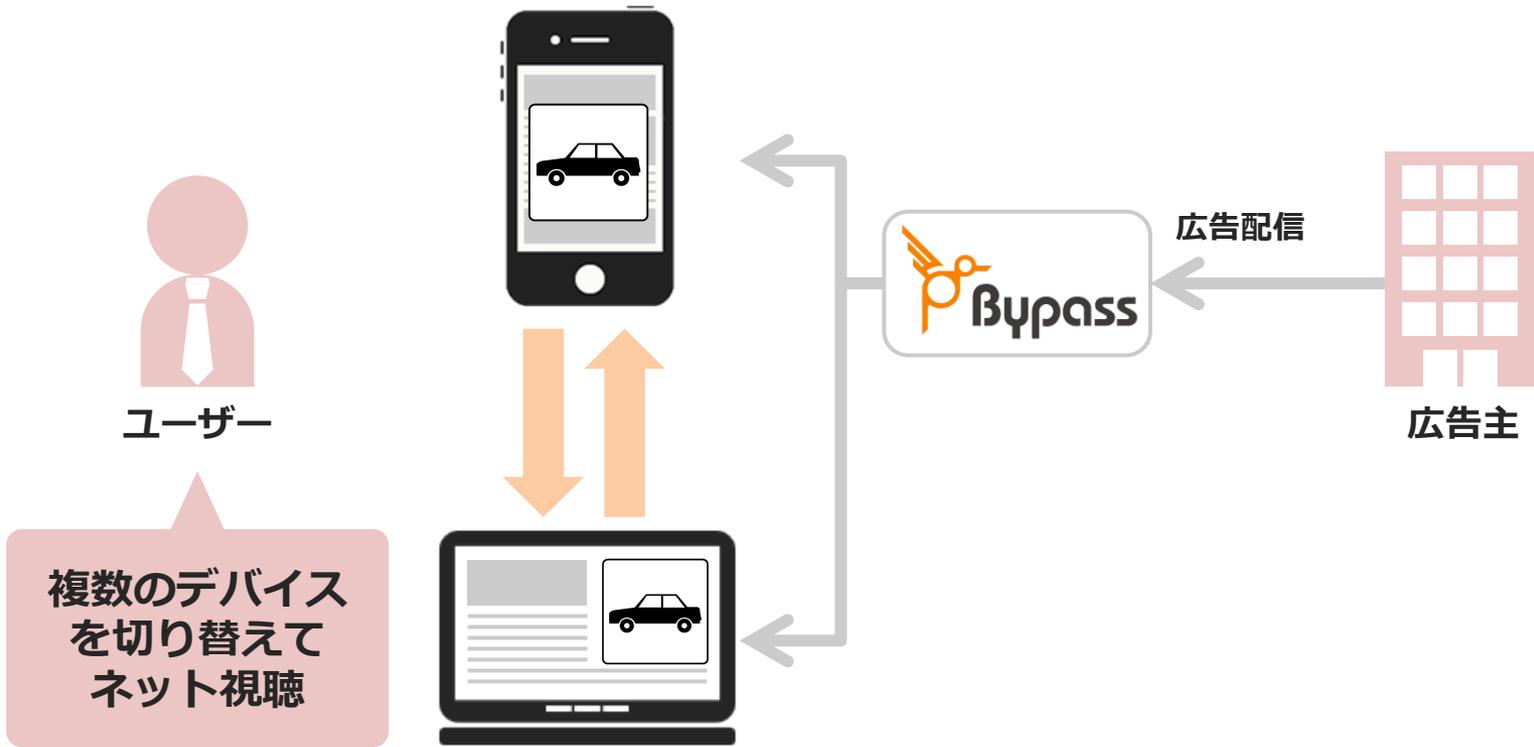
ユナイテッド（株）DSP「Bypass」

スマホ領域で国内最大級



自社広告プラットフォームの特徴

ネットユーザーの**87%**（※）がスマホやPCなど、複数のデバイスを引き継いで利用、
 広告主の**デバイス横断広告配信ニーズ**の強まり
 ▶ 自社DSPにおいても、PC対応開始によりデバイス横断広告配信が可能に



同一ユーザーに対し
複数デバイス横断でRTB広告配信

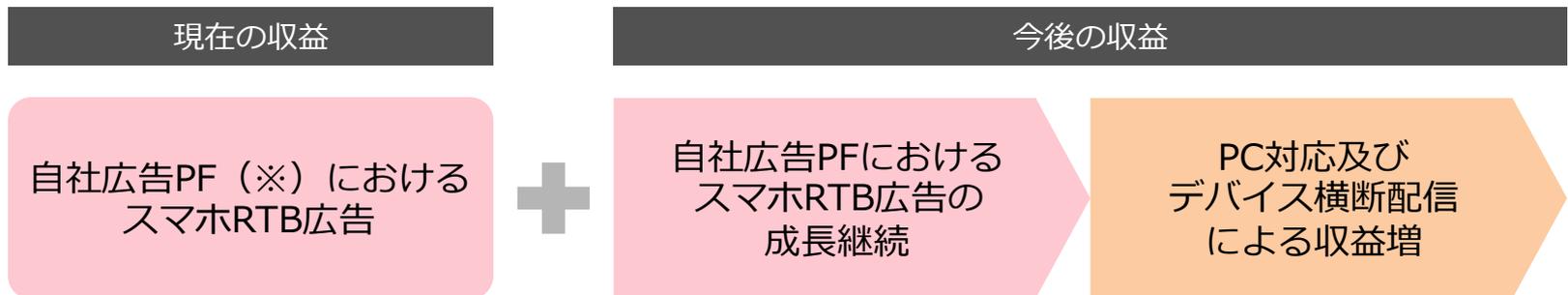
※Google「マルチスクリーンワールド」調査データより（2013年7月29日公表）



RTB広告事業のまとめ

- ・ 自社広告プラットフォームのスマホRTB売上高の伸びがRTB広告事業の成長を牽引
- ・ 自社広告プラットフォームでPC対応開始、今後のデバイス横断配信ニーズにも対応可能

RTB広告事業の売上高拡大のイメージ



※PF=プラットフォーム

全体まとめ

- ・スマートフォンメディア事業、RTB広告事業の両注力事業が成長継続
- ・2Qは四半期営業利益黒字化。先行投資期間を終え、下期は**利益創出**を計画
- ・**通期営業利益を黒字化**し、来期以降を見据えた収益基盤を築く



＜3Q重点方針＞
「CocoPPa」のユーザー数拡大と
収益手段の多様化



＜3Q重点方針＞
スマートフォン&PCの
マルチデバイス対応

2 ご参考資料

当四半期の連結貸借対照表

(株) コウゾウへの出資等により固定資産が237百万円増加、および買掛金増加等により流動負債が190百万円増加

(百万円)

	当四半期末 (2013年9月)	前四半期末 (2013年6月)	増減額
流動資産	5,508	5,488	+19
(うち現預金)	(3,309)	(3,555)	(△246)
固定資産	840	603	+237
流動負債	1,044	854	+190
固定負債	0	2	△2
純資産	5,304	5,235	+68

当四半期のキャッシュフロー計算書

「投資活動によるキャッシュ・フロー」が表示区分変更と（株）コウゾウへの出資等により、△907百万円

(2013年4月～9月)

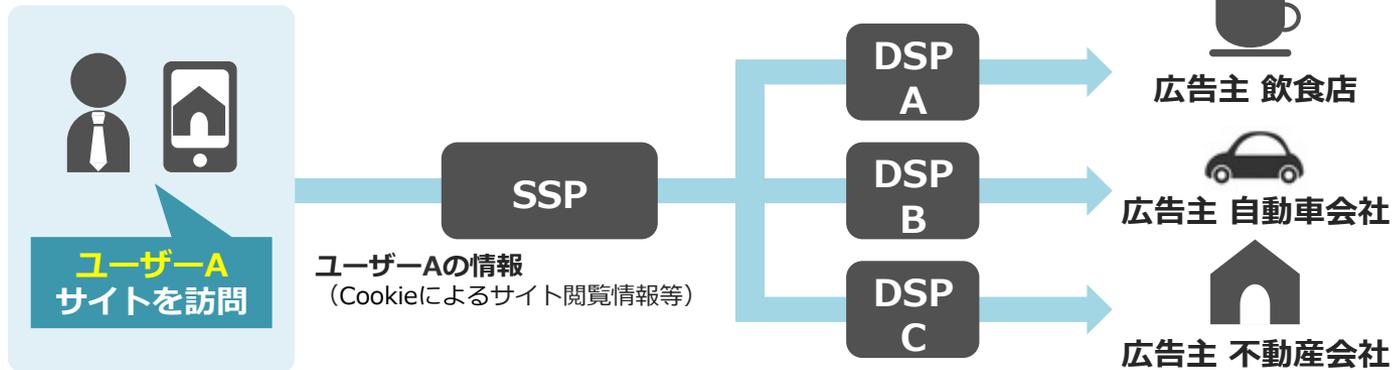
(百万円)

	当第2四半期 連結累計期間
営業活動によるキャッシュ・フロー	△33
投資活動によるキャッシュ・フロー	△907
財務活動によるキャッシュ・フロー	89
現金及び現金同等物の増減額	△850
現金及び現金同等物の期末残高	709

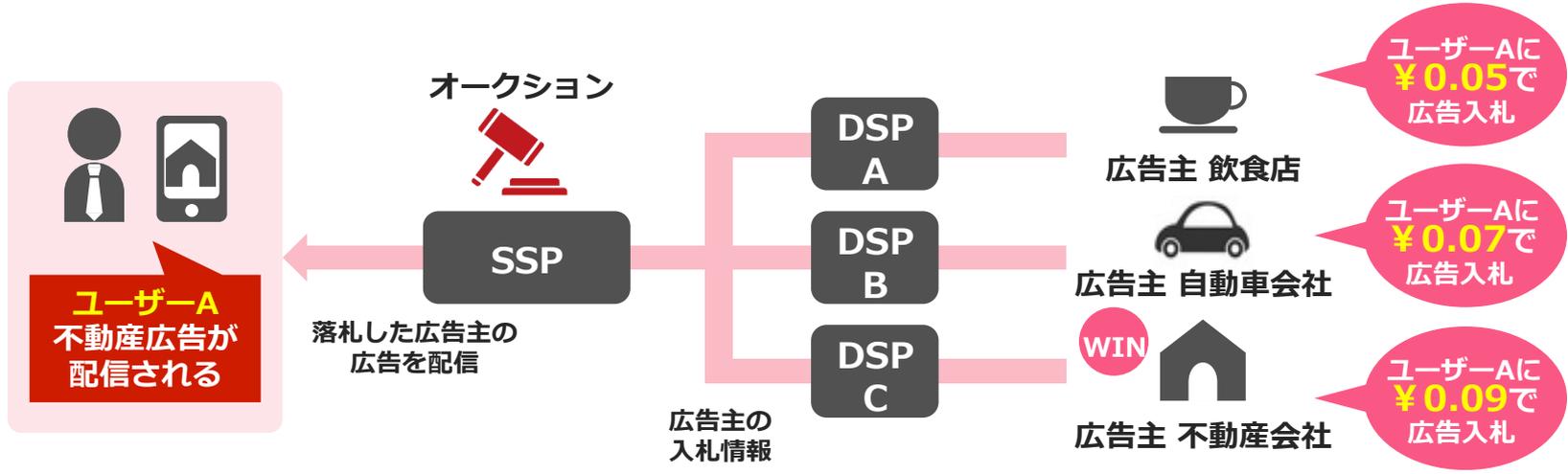
・「現金及び現金同等物」には、3ヶ月超の定期預金は含まれておりません（3ヶ月超定期預金の2013年9月末残高：2,600百万円）

RTB広告の仕組み

STEP 1 ユーザーがサイトを訪れた際、ユーザー情報がDSP (※1) へ伝達される



STEP 2 広告主がDSPから入札、SSP (※2) でオークション▶落札した広告主の広告を表示

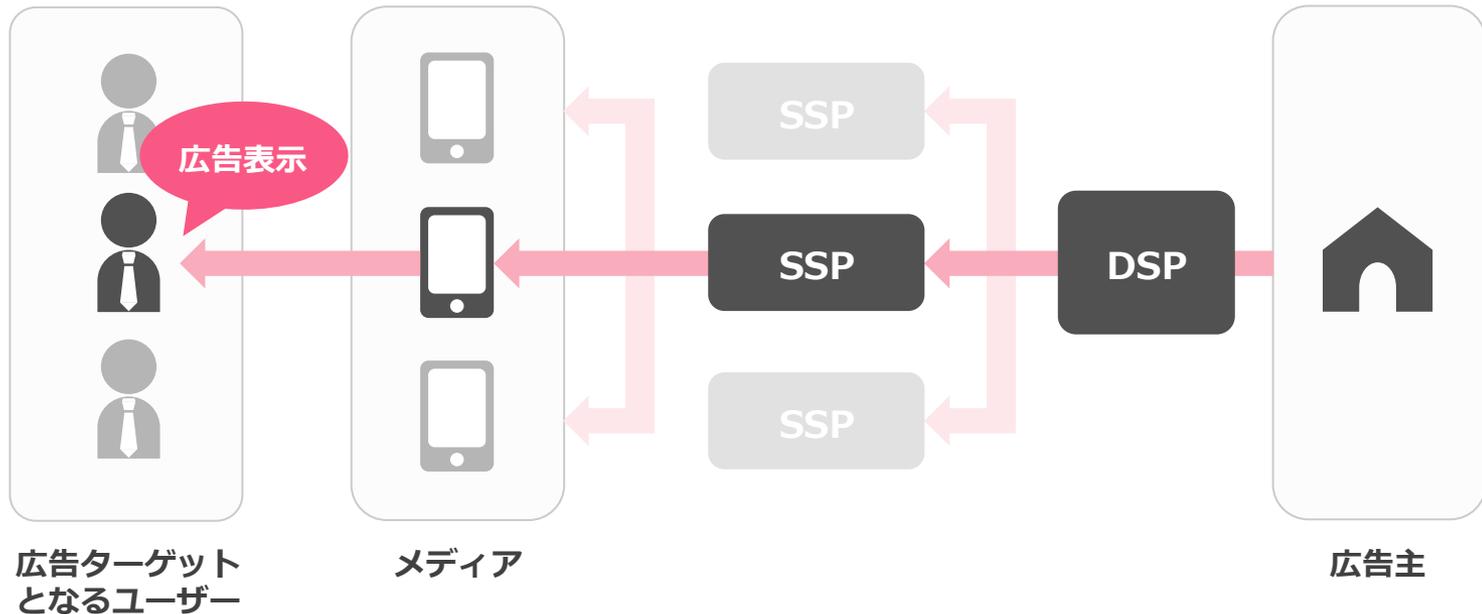


※ 1 DSP (デマンド・サイド・プラットフォーム) : 広告主 (購入者) 側の広告購入最適化を行うためのシステム

※ 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

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

