

2014年3月期 通期決算説明資料

ユナイテッド株式会社

(東証マザーズ：2497)

2014年5月7日

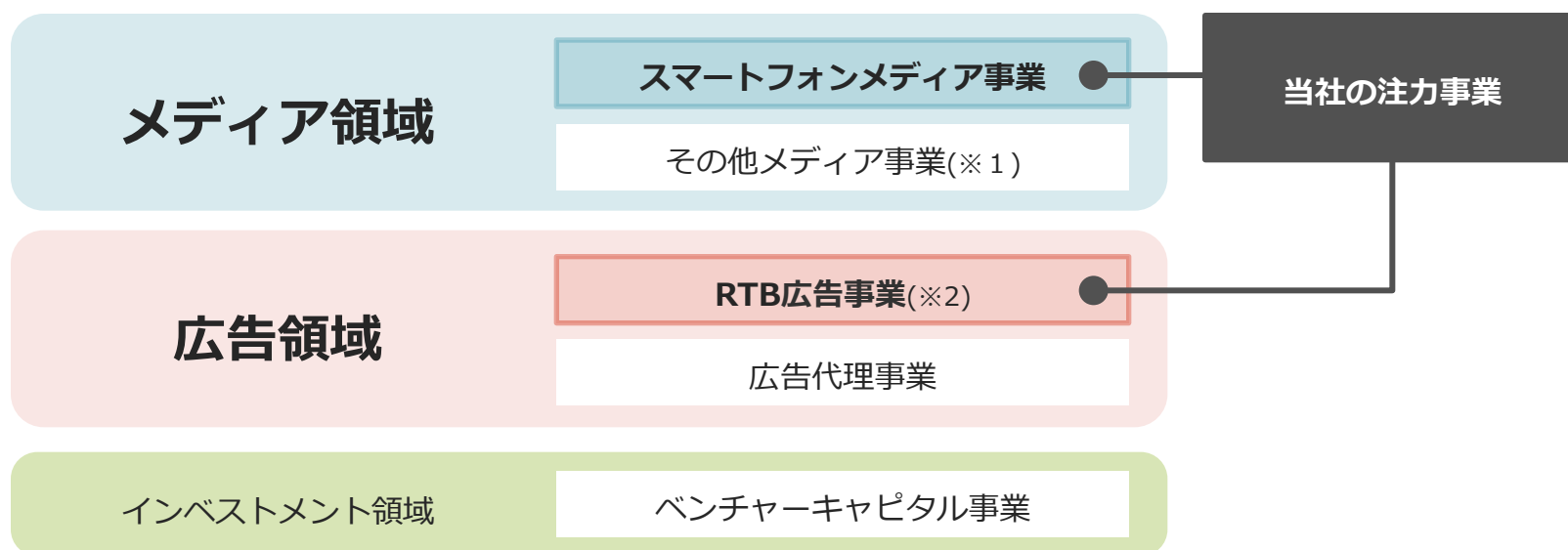
本資料に記載されたすべての意見や予測、見通しなどは資料作成時点における入手可能な情報に基づいた弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。また様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。また、本資料に記載されている会社名、製品名は各社の商標または登録商標です。

- 1 通期の連結業績**
- 2 当四半期の連結業績**
- 3 ご参考資料**

1 通期の連結業績

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

2014年3月期通期の業績ハイライト

全体

通期連結業績

- 前期比増収増益
 売上高 6,156百万円 (前期比+33%)
 営業利益 138百万円 (前期比+5,535%)
- 注力事業を含む、メディア領域と広告領域のセグメント利益が黒字化

注力事業

スマートフォン メディア事業

- 売上高は前期比3.2倍(※1)
- CocoPPaのダウンロード数が2014年3月29日に2,300万を突破(2013年3月末時点607万DL)。グローバルきせかえコミュニティに成長
- 「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」の収益拡大

RTB広告 事業

- 売上高は前期比2.7倍(※2)
- DSP「Bypass」の累計広告主数が2,000社を突破(2014年3月)
- SSP「AdStir」の月間広告在庫量が200億回を突破(2014年1月)(※3)

※1 2013年3月期のスマートフォンメディア事業の売上には、合併前の(株)スパイアの売上を含む

※2 2013年3月期のRTB広告事業の売上には、合併前の(株)スパイアの売上を含まない

※3 2014年4月に250億回を突破

通期の連結損益計算書(前期比)

メディア領域と広告領域が黒字化し、利益構造が転換。メディア領域は合併にともなう規模拡大と合併後の成長で増収増益、広告領域は自社RTB広告プラットフォーム(※)の成長によって粗利率が改善

(百万円)

	2014年3月期	2013年3月期	前期比増減率
売上高	6,156	4,624	+33%
メディア領域	3,001	516	+481%
広告領域	3,050	2,920	+4%
インベストメント領域	162	1,186	△86%
セグメント間消去	△58	-	-
売上総利益	1,697	1,569	+8%
メディア領域	962	180	+434%
広告領域	625	446	+40%
インベストメント領域	110	943	△88%
セグメント間消去	-	△1	-
販管費	1,558	1,566	△1%
営業利益	138	2	+5,535%
メディア領域	黒字化 234	△56	-
広告領域	黒字化 29	△250	-
インベストメント領域	80	595	△86%
本社費用	△205	△287	-
経常利益	153	30	+397%
当期純利益	黒字化 101	△236	-

※ 自社DSP「Bypass」及び自社SSP「AdStir」

当期末の連結貸借対照表

2013年12月にメリルリンチ日本証券(株)に割当てた行使価額修正条項付き新株予約権の行使(1,629百万円の資金調達)等により、現預金が1,843百万円増加

2013年4月にソーシャルワイヤー(株)が連結除外となったこと等により、流動負債が166百万円減少、固定負債が195百万円減少

(百万円)

	当期末 (2014年3月)	前期末 (2013年3月)	増減額
流動資産	7,239	5,949	+1,291
(うち現預金)	(5,096)	(3,252)	(+1,843)
固定資産	960	896	+64
流動負債	1,040	1,206	△166
固定負債	0	195	△195
純資産	7,159	5,443	+1,716

2 当四半期の連結業績

4Q(1-3月期)の業績ハイライト

全体

4Q連結業績

- ・ 前四半期比増収増益
 売上高 1,817百万円 (+13%)
 営業利益 132百万円 (+197%)
- ・ 広告領域が伸長。RTB広告事業の成長が広告需要期の売上増により加速

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 + 25%
- ・ CocoPPaの姉妹アプリCocoPPa Play(iOS版)サービス開始
- ・ スゴ得コンテンツ(R)(※)に「iQクイズコレクション for スゴ得」「脳トレゲームパック for スゴ得」の2つのコンテンツを提供開始

RTB広告 事業

- ・ 売上高は前四半期比 + 67%
- ・ 4Q(1-3月期)の自社RTB広告プラットフォームの売上は前四半期比 + 71%成長

※ (株)NTTドコモが提供する、ニュースや天気、ゲーム、占いなど厳選された約100コンテンツが、月額380円(税別)で使い放題になるサービス。「スゴ得コンテンツ(R)」は、(株)NTTドコモの登録商標

4Q(1-3月期)の連結損益計算書(前四半期比)

メディア領域全体では減収増益だが、スマートフォンメディア事業は増収増益。広告領域はRTB広告事業が牽引して増収増益

(百万円)

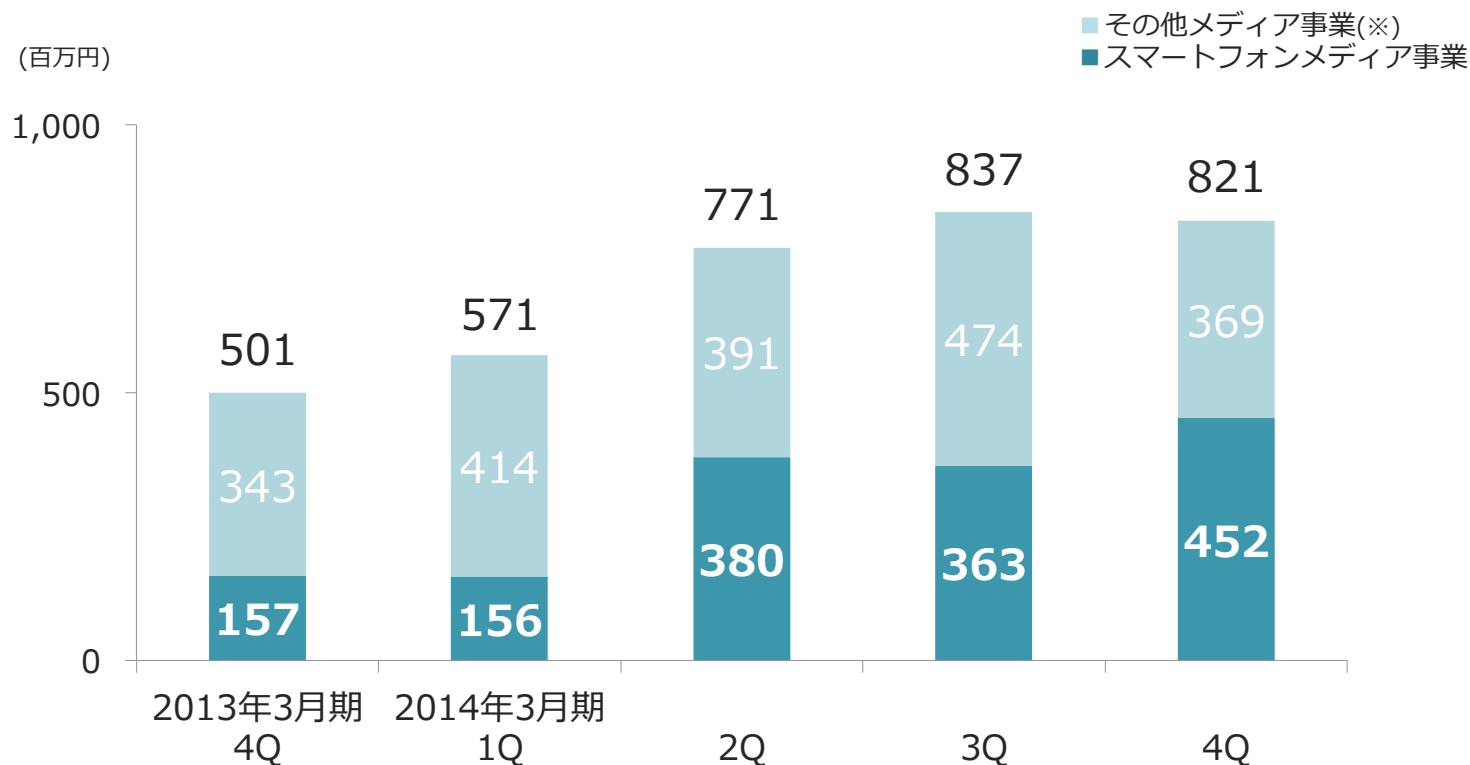
	2014年3月期 4Q	2014年3月期 3Q	前四半期比増減率
売上高	1,817	1,615	+13%
メディア領域	821	837	△2%
広告領域	1,002	749	+34%
インベストメント領域	17	40	△57%
セグメント間消去	△24	△12	-
売上総利益	517	432	+20%
メディア領域	283	253	+12%
広告領域	213	143	+49%
インベストメント領域	20	35	△42%
セグメント間消去	-	-	-
販管費	384	387	△1%
営業利益	132	44	+197%
メディア領域	91	61	+49%
広告領域	72	△2	-
インベストメント領域	13	28	△53%
本社費用	△44	△41	-
経常利益	135	43	+208%
四半期純利益	122	24	+396%

メディア領域：四半期ごとの売上高推移

スマートフォンメディア事業の売上高は前四半期比+25%

「キャリアマーケット向けアプリ」のスゴ得コンテンツ(R)への提供と「CocoPPa」の収益多角化の取り組みによって増収

メディア領域の売上高、四半期ごとの推移



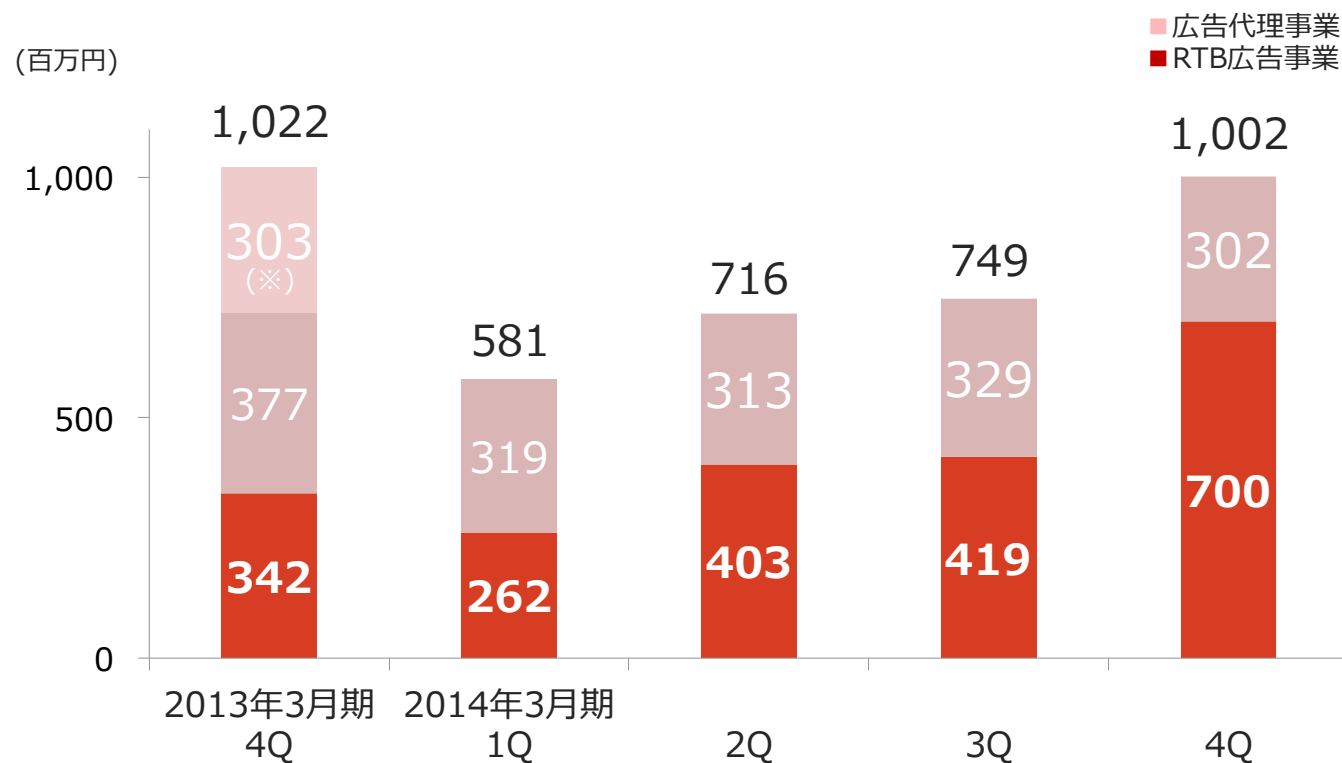
※その他メディア事業：メール広告、インターネットリサーチ、スポーツマーケティング

広告領域：四半期ごとの売上高推移

RTB広告事業の売上高は前四半期比+67%

自社RTB広告プラットフォームがスマートフォン領域中心に成長し、前四半期比で+71%増収

広告領域の売上高、四半期ごとの推移

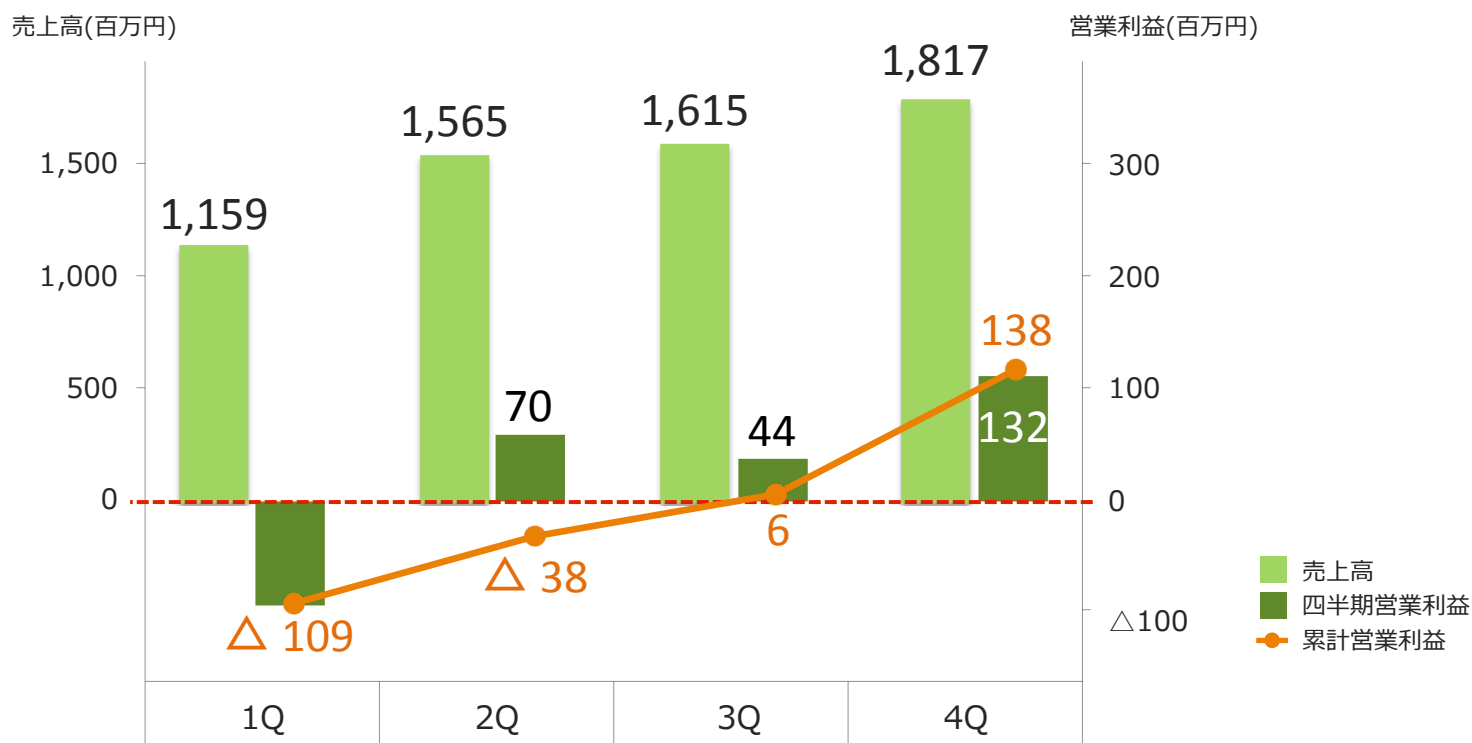


※ 2013年3月に連結除外となったFringe81(株)の売上高

2014年3月期の通期実績

2014年3月期通期の営業利益は138百万円、期初目標の通期営業黒字を達成
 (「スマートフォンメディア事業領域における新規事業＝期初計画外の先行投資による損失72百万円」を吸収した上で、通期営業利益目標を達成)

全社の売上高及び営業利益、四半期ごとの推移



2015年3月期業績に関する考え方

- 2015年3月期もスマートフォンメディア事業領域とRTB広告事業領域を中心に成長を継続し、売上高・営業利益拡大を目指す
- スマートフォンメディア事業領域とRTB 広告事業領域の既存事業については、利益の収穫期に入ったと位置づける
- ただし、中期的な成長に向けた事業機会をつかむために、計画外の新規事業への投資やM&Aなどを行う可能性もあることから、業績予想は非開示



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
2014年3月29日に2,300万ダウンロードを突破

「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提供
- ・ スゴ得コンテンツ(R)に2コンテンツ提供

「アフィリエイトメディア」

自社運営のポイントメディア

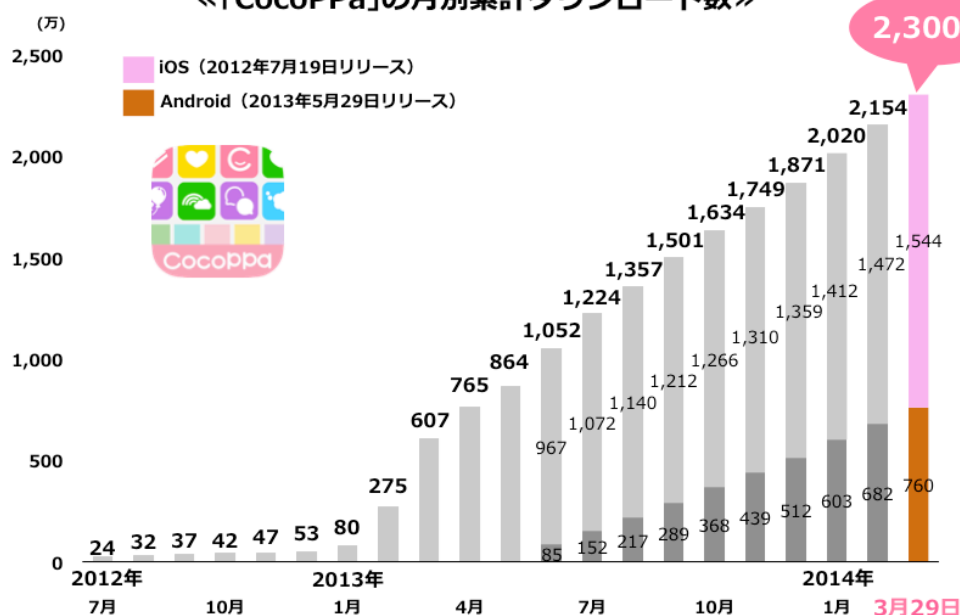


「CocoPPa」のDL数と世界への普及状況

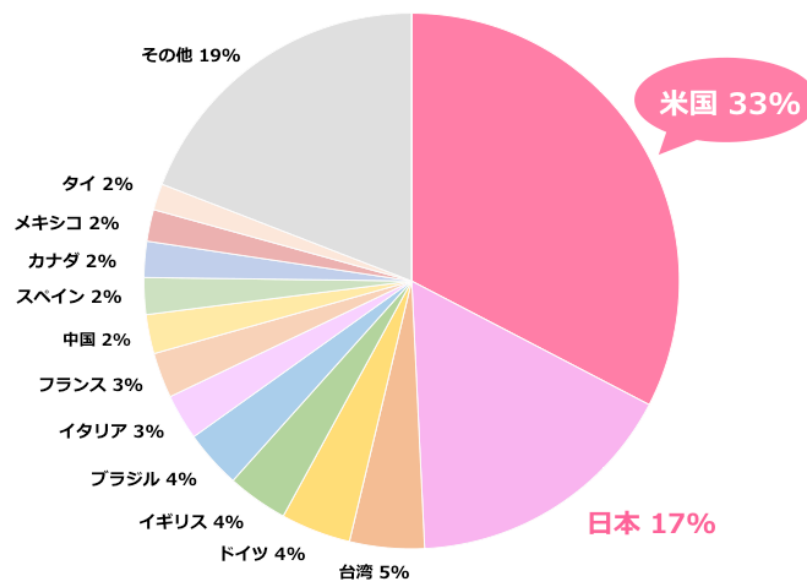
「CocoPPa」のダウンロード数は2014年3月29日に2,300万DL達成。ダウンロードのうち33%を占める米国を筆頭に、海外比率は83%でグローバルに成長を継続

2014年2月24日には、一般社団法人デジタルメディア協会主催の「デジタル・コンテンツ・オブ・ジ・イヤー'13/第19回AMDアワード(※)」において、日本発の世界的ヒットアプリの代表作として、年間コンテンツ賞「優秀賞」9作品の1つに選出

«「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»



2,300万DL突破時点(2014年3月29日)のデータ

※ 優秀なデジタルコンテンツ等の制作者を表彰するアワードで、デジタルメディア産業の発展の為、デジタル作品の質的向上ならびに人材育成を目的として、総務省の後援で一般社団法人デジタルメディア協会が主催。今年度の大賞は「進撃の巨人プロジェクト」



「CocoPPa」 4Qの取組(CocoPPa Play)

(株)ジークレストとの共同事業。「CocoPPa」の姉妹アプリとして、アバターで遊べる「CocoPPa Play(ココッパプレイ)」(iOS版)を2014年3月14日に提供開始(※)

※Android版も今後提供予定

CocoPPa Play

- ・かわいい洋服やアクセサリで着せ替えたアバターを、ファッションショーで見せ合うなどして遊ぶアバターアプリ
- ・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



<アイテム購入の流れ>

1. CocoPPa Play専用の「Cコイン」を購入
8Cコイン→100円
42Cコイン→500円
88Cコイン→1,000円
196Cコイン→2,000円
2. Cコインを使ってアイテムを購入
価格はアイテムによって異なり、1～20コイン

CocoPPa

「CocoPPa Play」で作ったアバターを、「CocoPPa」のマイページに設定可能



「CocoPPa Play」と
「CocoPPa」の連動

その他、

- ・両アプリ間での送客
- ・「CocoPPa」の人気クリエイターがデザインする洋服を「CocoPPa Play」の有料アイテムとして提供など

4Q中にアプリ内での課金コンテンツストアへの導線変更と、きせかえセットの多様化(2013年12月末時点50種類→2014年3月末時点93種類)を実施

課金コンテンツストアの画面(2014年3月31日時点)

ストアのトップ画面



購入コンテンツ選択画面





「CocoPPa」収益源多角化の取組(時系列)

ダウンロード数は2,300万を突破して堅調に推移しており、ユーザー資産の維持・拡大を継続しながら、既存の収益手段をベースに中期的な収益拡大を目指す

「CocoPPa」収益源の多角化：時系列

2014年3月期

2015年3月期

2Q以前

3Q

4Q

1Q

バナー広告

(3Q以降、ユーザービリティ向上のため、掲載箇所削減)

タイアップ広告

一時掲載停止
(他の取組を優先)

有料課金コンテンツ

CocoPPa forスゴ得

CocoPPa Play





「キャリアマーケット向けアプリ」4Qの取組

2014年2月より、NTTドコモが提供するスゴ得コンテンツ(R)へ「脳トレゲームパック for スゴ得」「iQクイズコレクション for スゴ得」の2つのコンテンツを新規に提供開始
(その他、2013年12月に「CocoPPa for スゴ得」も提供開始済み)

「脳トレゲームパック for スゴ得」収録アプリ一覧



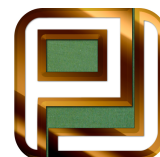
TAP10



インド式
魔法の暗算術



ピラミッドの宝
～ふしぎ暗算～



PAIRS LOCK



Match Number

「iQクイズコレクション for スゴ得」収録アプリ一覧



ワインiQ



すしiQ



レストランiQ



チーズiQ



ビールiQ



当社スマートフォンメディア事業の成長の軌跡と今後の取組

2014年3月期は「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」それぞれが成長し、新規事業への投資も開始

	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期
CocoPPa	・米国中心に607万DL ・バナー広告のみでの収益	・全世界2,300万DL突破 ・収益手段多様化 (タイアップ広告、課金、スゴ得コンテンツ(R)、CocoPPa Play) ・大幅リニューアルの実施	・既存収益手段を中心として中期的な収益拡大を目指す
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提供	・auスマートパスでの収益増 ・スゴ得コンテンツ(R)に2コンテンツ提供開始	・既存収益の維持、拡大 ・新たな収益機会の模索
アフィリエイトメディア	・(株)ディー・エヌ・エーの「Groovy」と共同事業で「BEAT+」を提供	・自社メディアの開発によって収益化	・新規メディア開発による収益拡大
その他、新規事業	—	・社内制度「U-Start」適用第1号のフォッグ(株)設立。連絡帳アプリ「iam」提供開始	・新規事業を複数立ち上げ予定



当社スマートフォンメディア事業の概要と今後について

「短期収益化アプリ」で安定的な利益を稼ぎ出し、「中長期収益化アプリ」に投資するサイクルをすることで、中長期的に利益規模をスケールアップすることを目指す

▶今期、当事業内で、新規事業への投資を行いながら利益を出せる規模に成長

中長期収益化アプリ

ユーザーの生活に密着し、大規模なトラフィックを生み出すサービスを創ることで利益規模をスケールアップさせる

CocoPPa(2012年7月～)

スマートフォンきせかえ
コミュニティアプリ



CocoPPa Play(2014年3月～)

CocoPPaと連動した
アバターアプリ



iam(2014年1月～)

子会社フォッグが開発した
連絡帳アプリ



短期収益化アプリ

早期のサービス立ち上がりによって安定的な収益を創出し、事業全体を支える

キャリアマーケット向けアプリ

- ・ auスマートパスへアプリ提供(2012年2月～)



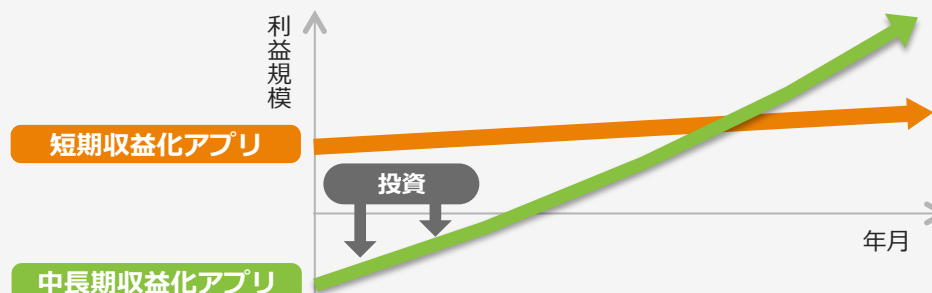
- ・ スゴ得コンテンツ(R)に3コンテンツ提供(2013年12月～)



アフィリエイトメディア(2012年3月～)

自社開発のアフィリエイトメディアを複数運営

当社スマートフォンメディア事業／利益イメージ





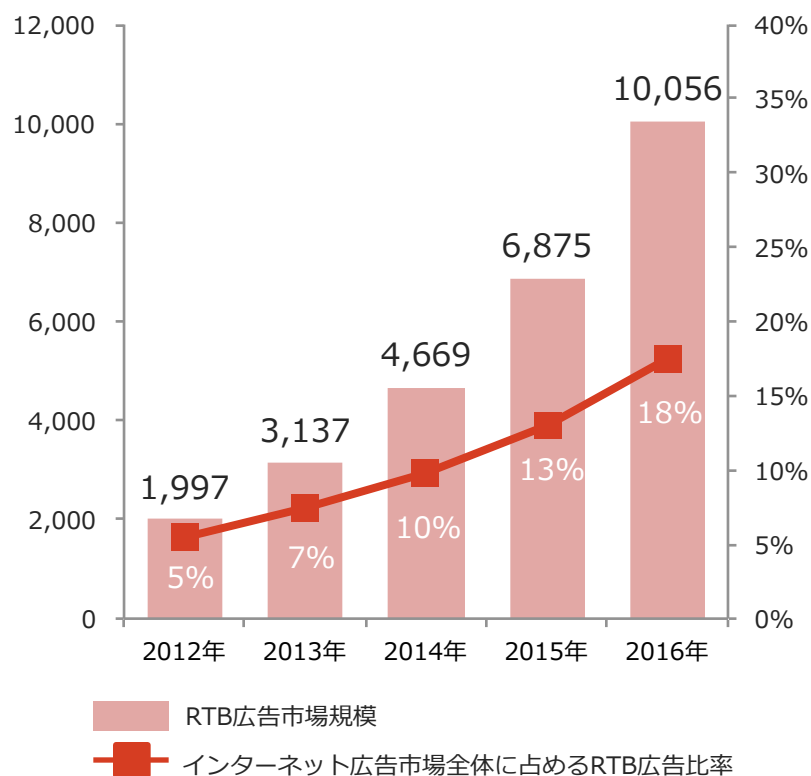
RTB広告事業について



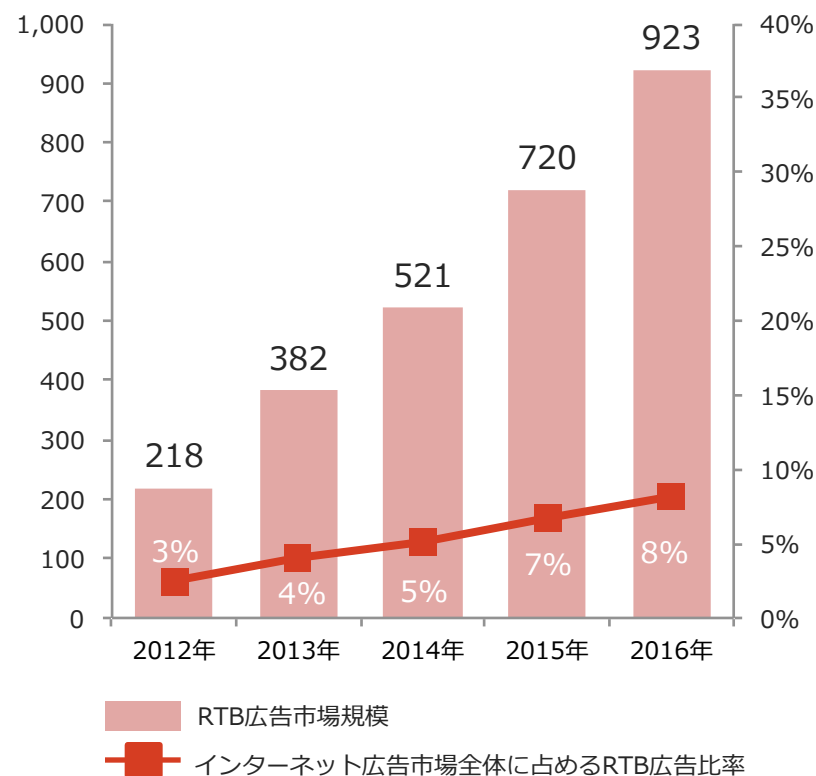
RTB広告の市場規模とインターネット広告全体に占める割合予測

米国RTB広告市場は2016年度に約101億ドルまで拡大、国内RTB広告市場は2016年度に約9億ドル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

(百万USドル) 米国RTB広告市場規模の予測



(百万USドル) 国内RTB広告市場規模の予測



(出所：IDC 2013年10月 / 市場全体に占めるRTB広告比率は当社が独自に試算)



自社RTB広告プラットフォームの状況

DSP「Bypass」は広告主数が2,000社を突破、SSP「AdStir」は月間広告在庫量が250億回を突破。規模拡大を継続



自社DSP「Bypass」

- ・ 2012年4月にスマートフォン特化型DSPとしてサービスイン
- ・ 2014年3月に広告主数が累計2,000社を突破



自社SSP「AdStir」

- ・ 2012年4月にスマートフォン特化型SSPとしてサービスイン
- ・ 月間広告在庫量が2014年1月に200億回、4月に250億回を突破
- ・ アドネットワークとの提携で在庫の活用進捗

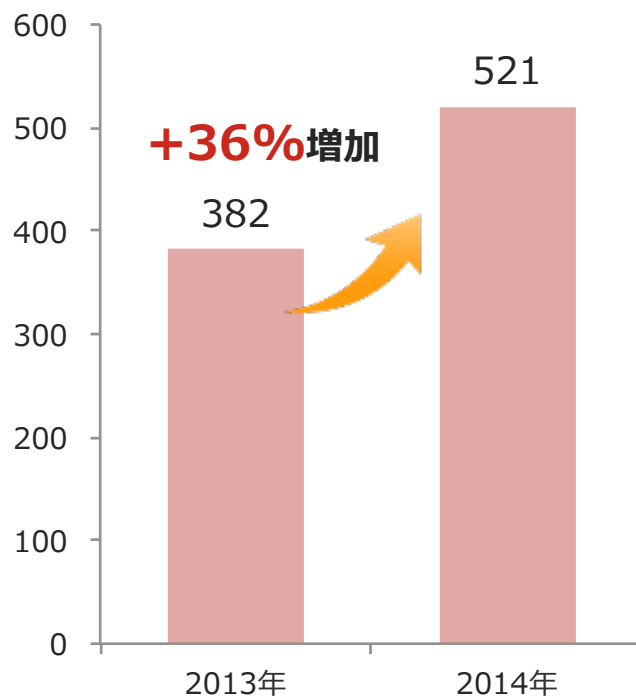


国内RTB広告市場と当社の成長率

国内RTB広告市場規模は、2013年から2014年に+36%成長の予測
 自社RTB広告プラットフォーム売上高は、前年同四半期比で+112%成長

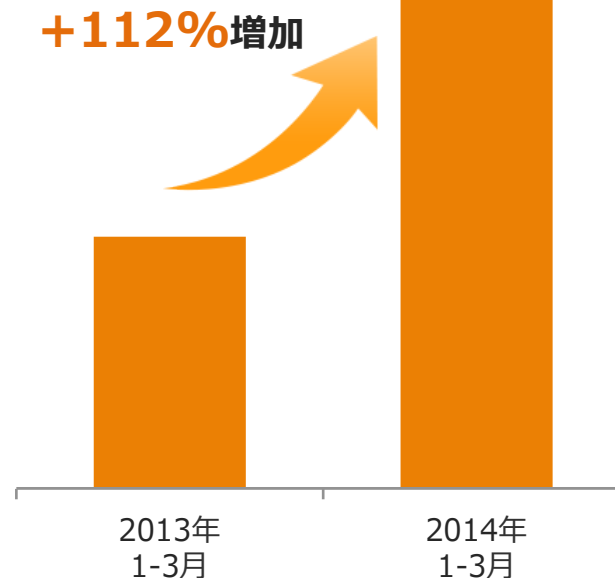
国内RTB広告市場規模と成長率

(百万USドル)



(出所：IDC 2013年10月 通年で市場規模予測)

自社RTB広告プラットフォーム売上高の成長率



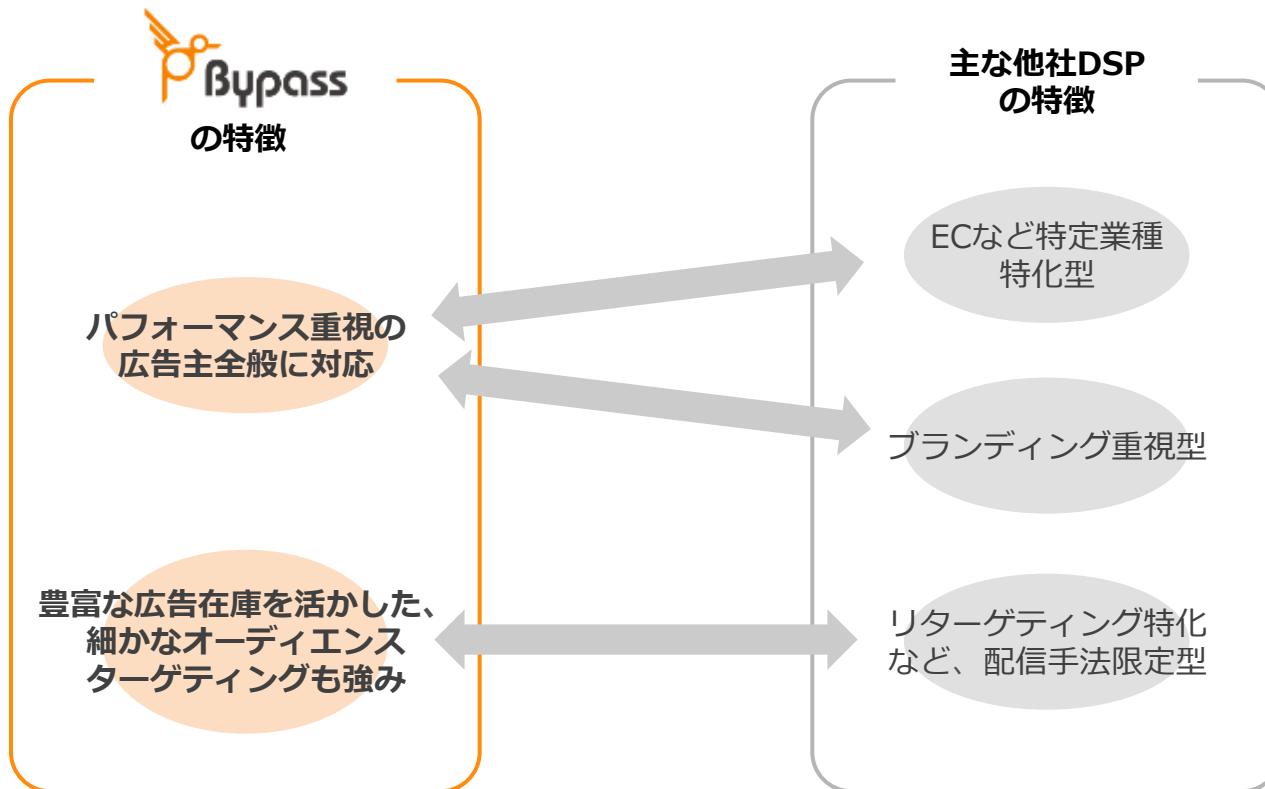
(1-3月の当社実績)



当社DSP「Bypass」とスマートフォン領域の主な他社DSP

スマートフォンRTB広告市場では、新規参入含めて特徴的な他社DSPが複数存在しているが、「Bypass」は主な他社と差別化した特徴をもっている

「Bypass」と主な他社DSPとの比較





当社DSP「Bypass」の今後の打ち手

「広告パフォーマンスの向上」「新領域への進出」「現状の強みの維持・強化」によって、今後も成長を持続

打ち手 Ⅰ

「広告パフォーマンスの向上」

今後増加が見込まれる、EC、人材、金融、不動産などのパフォーマンス重視の広告主への対応

1

レコメンドエンジンの実装と 「ダイナミックリターゲティング」 サービスの提供

リターゲティングの強化
(2014年5月開始予定)

2

ディープリンク機能の実装 アプリにおけるパフォーマンス向上 (2014年5月開始予定)

3

入札及びCPA最適化のロジック改善継続

打ち手 Ⅱ

「新領域への進出」

今後成長見込の領域への対応

1

ネイティブ広告への対応
(2014年下期開始予定)

打ち手 Ⅲ

「現状の強みの維持・強化」

1

新規SSPとの接続で国内最大級の在庫を
さらに増加

2

スマートフォンRTBにおける運用ノウハウ



当社SSP「AdStir」のマネタイズの仕組み

当社SSP「AdStir」はスマートフォンSSPとして国内最大級の売上高(※)

「AdStir」を通じて広告リクエストがマネタイズされるまでの流れ

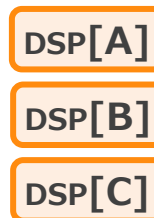
I .ユーザーが媒体を訪問
(広告リクエスト発生)



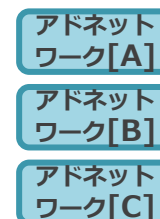
II .AdStirを経由して、
DSPにリクエストを送る
(広告枠サイズ、サイトカテゴリ
などの情報を付加)



III .リクエストがDSPからの
入札条件と合えばRTBで成約



IV .RTBで成約しなければ、
アドネットワークから
配信される広告を表示



「AdStir」のマネタイズにはIII.とIV.の2つのパターンがあり、
これらを合計した売上規模は、
スマートフォン領域のSSPで国内最大級(※)

※ 当社調べ



当社SSP「AdStir」の今後の打ち手

さらなる「取引規模の拡大」と「取引単価のアップ」によって、「AdStir」内で取引される金額を増やし、他社SSPに対するアドバンテージをさらに広げる

打ち手 I

「取引規模の拡大」

広告在庫と広告主入札数を拡大し、
成約数を増やす

1

新規媒体のリクルーティング
スマートフォンRTB国内最大級の在庫
(250億回/月)をさらに増加

2

新規DSPとの接続
国内最多、9つのスマートフォン対応DSP
との接続数をさらに増加

打ち手 II

「取引単価のアップ」

動画など、多彩な広告フォーマットに対応
高単価案件を自動で選んで配信し、単価をアップ

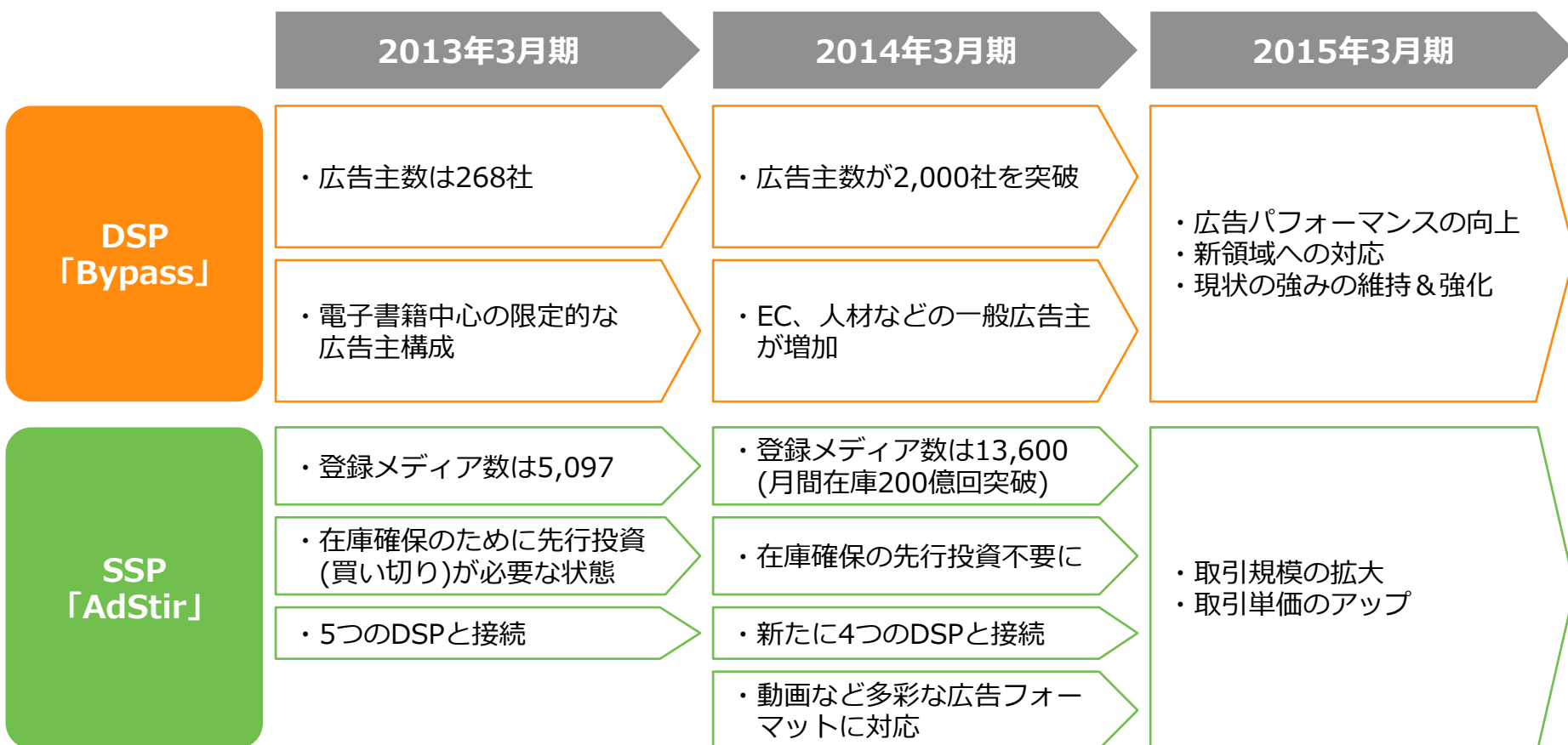
1

収益自動最大化機能の充実
新しい広告フォーマットへの対応で、
最も高単価で販売できる広告を
媒体ごとに自動で配信



当社RTB広告事業の成長の軌跡と今後の取組

2014年3月期はRTB広告市場の成長を背景に、「Bypass」「AdStir」とともに規模を拡大。具体的な打ち手もうちながら、今後もスマートフォンRTB領域中心に成長を継続



全体まとめ

全体まとめ

全体

2014年3月期は通期で138百万円の営業利益
期初に定めた「通期での営業黒字化」の目標を達成

スマートフォン メディア事業

「短期収益化アプリ」で利益を着実に積み重ねつつ、「中長期収益化アプリ」に投資するサイクルを継続

2015年3月期は利益規模のスケールアップを目指す

RTB広告 事業

RTB広告市場の伸びを背景に、スマートフォン領域で自社プラットフォーム中心の成長を継続

2015年3月期は利益の収穫期と位置づける

3 ご参考資料

4Q(1-3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、広告領域は2013年3月の(株)Fringe81の売却により減収したものの、RTB広告事業が増収増益

(百万円)

	2014年3月期 4Q	2013年3月期 4Q	前四半期比増減率
売上高	1,817	1,821	△0%
メディア領域	821	501	+64%
広告領域	1,002	1,022	△2%
インベストメント領域	17	296	△94%
セグメント間消去	△24	-	-
売上総利益	517	611	△15%
メディア領域	283	169	+67%
広告領域	213	191	+12%
インベストメント領域	20	252	△92%
販管費	384	557	△31%
営業利益	132	54	+142%
メディア領域	91	10	+730%
広告領域	72	△50	-
インベストメント領域	13	158	△92%
本社費用	△44	△64	-
経常利益	135	70	+92%
四半期純利益	122	△24	-

2014年3月期通期のキャッシュ・フロー計算書

「投資活動によるキャッシュ・フロー」は、(株)メルカリ等に対する出資及び定期預金の預入増加等により△1,022百万円。「財務活動によるキャッシュ・フロー」は、行使価額修正条項付き新株予約権の行使等により+2,161百万円

(2013年4月～2014年3月)

(百万円)

	通期連結累計期間
営業活動によるキャッシュ・フロー	△206
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,022
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,161
現金及び現金同等物の増減額	936
現金及び現金同等物の期末残高	2,496

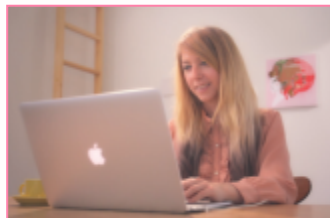
・「現金及び現金同等物」には、3ヶ月超の定期預金は含まれておりません(3ヶ月超の定期預金の2014年3月末残高：2,600百万円)

「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)
3月末迄の投稿数は**アイコン55万、壁紙13万**

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)

＜掲示板画面(コメント)の一例＞



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」の課金コンテンツ概要

キャラクターのホーム画面セット(アイコンと壁紙のセット)を有料で販売

課金コンテンツ、ホーム画面サンプル

ハローキティ ver.



(C)1976,2014 SANRIO CO.,LTD.
APPROVAL NO.E-540128-1

スヌーピー ver.



(c) 2013 Peanuts Worldwide LLC

<きせかえセット購入の流れ>

(2014年3月31日現在)

1

CocoPPa専用のポイントを購入

- ・100ポイント=100円として、100ポイント単位で購入可能
- ・Android版では毎月の定額購入でポイントが割安になる月額会員制もあり

330円コース→330P+30P
500円コース→500P+60P
1,000円コース→1,000P+150P

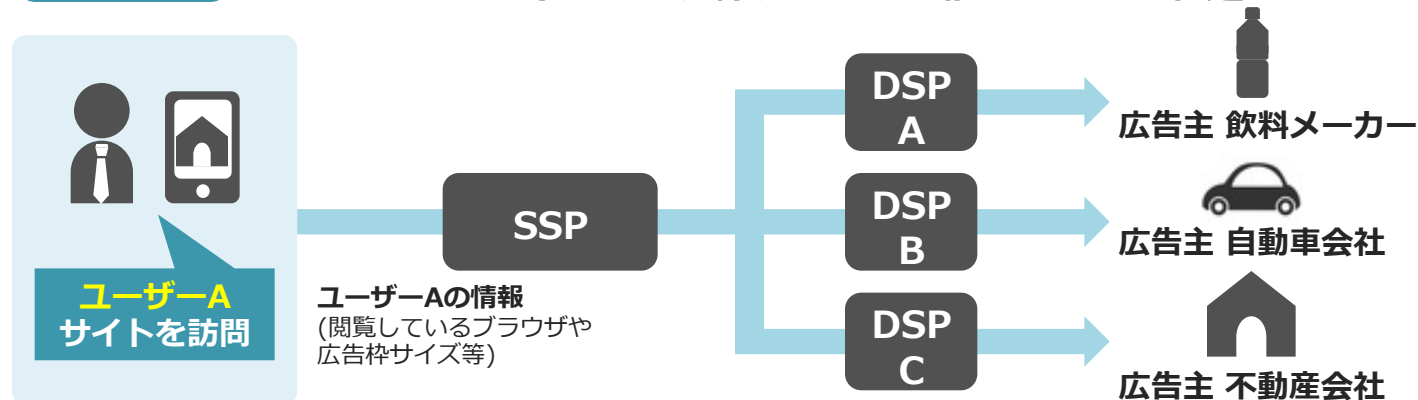
2

ポイントを使い、きせかえセットをダウンロード

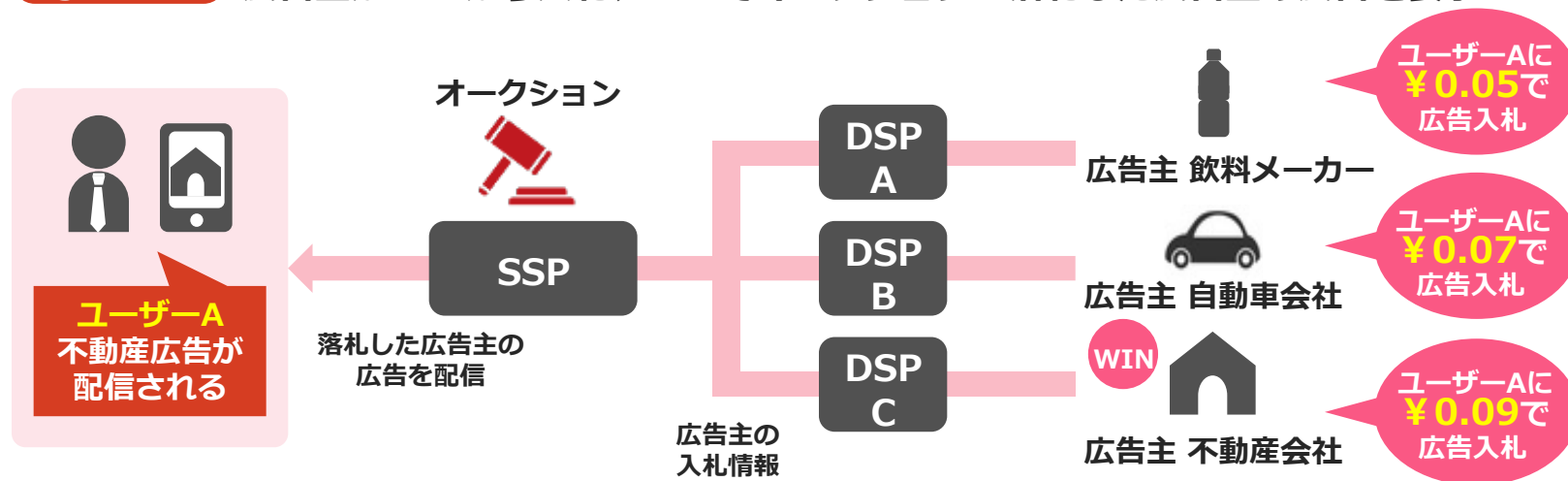
- ・アイコン8個+壁紙2枚で200P
- ・アイコン16個+壁紙2枚で300P
(一部、セール等除く)

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へ伝達される



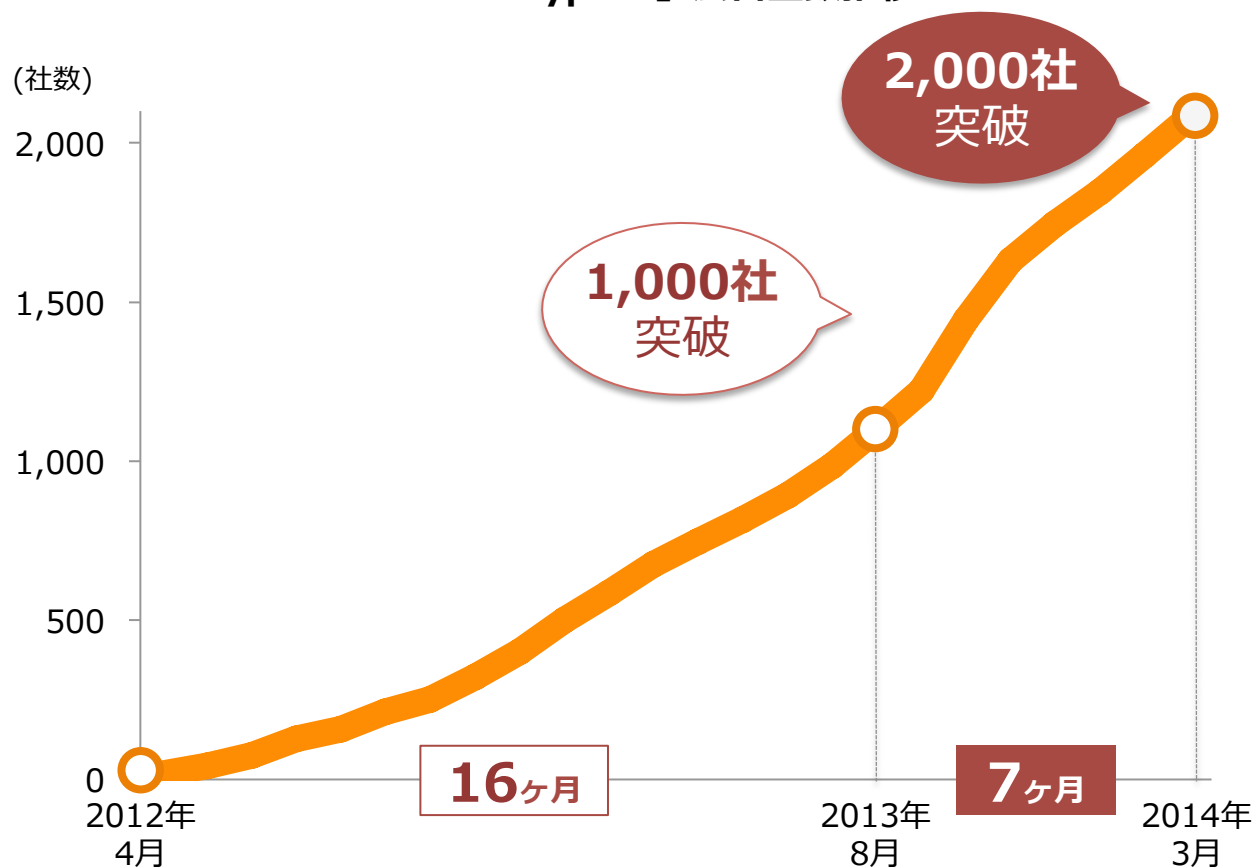
STEP 2 広告主がDSPから入札、SSPでオークション▶落札した広告主の広告を表示



DSP「Bypass」の新規広告主数の増加

提供開始から16ヶ月で1,000社を突破、そこから7ヶ月での2,000社突破となり、成長が加速。また、4Qの新規広告主では、従来のWeb系コンテンツに加え、EC、教育、人材などの一般広告主が増加

DSP「Bypass」 広告主数推移

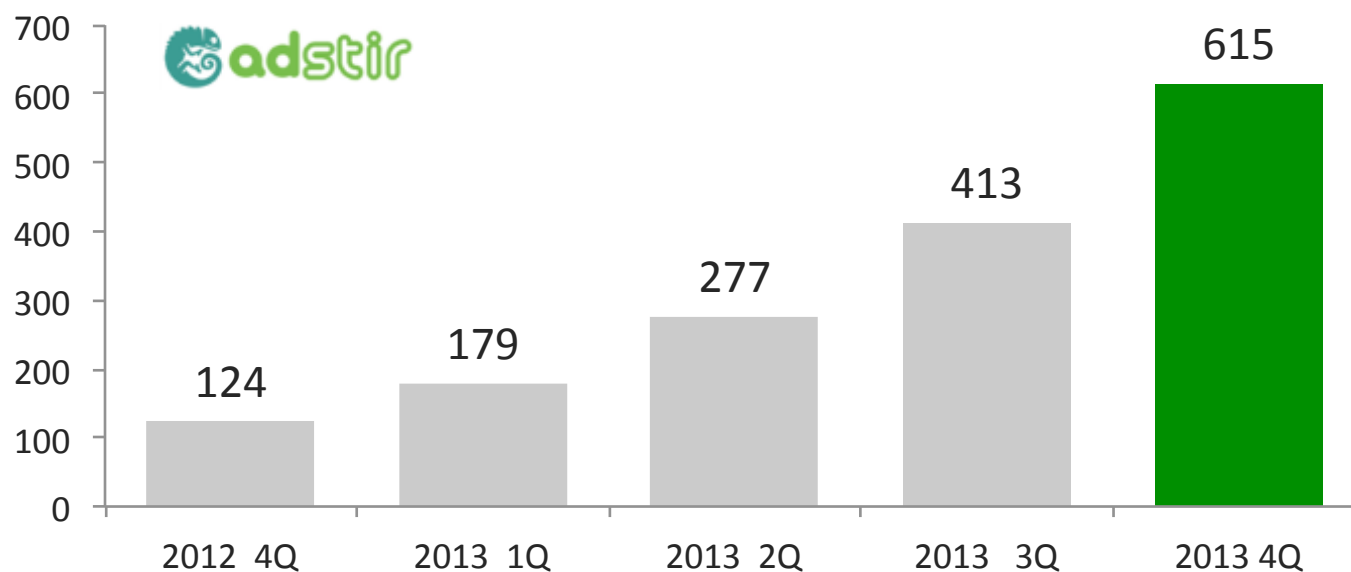


SSP「AdStir」の広告在庫の伸び

継続したリクルーティング活動によって、登録媒体数は13,000を突破。四半期で保有する広告在庫量は前四半期比約1.5倍の615億回に増加。前年同四半期比では約5倍に成長

「AdStir」保有広告在庫量(四半期)

(広告表示回数：億回)



上記グラフは「AdStir」を導入している媒体における広告表示回数の合計であり、売上を示すものではありません

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

