



2014年7月31日

2015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)

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。

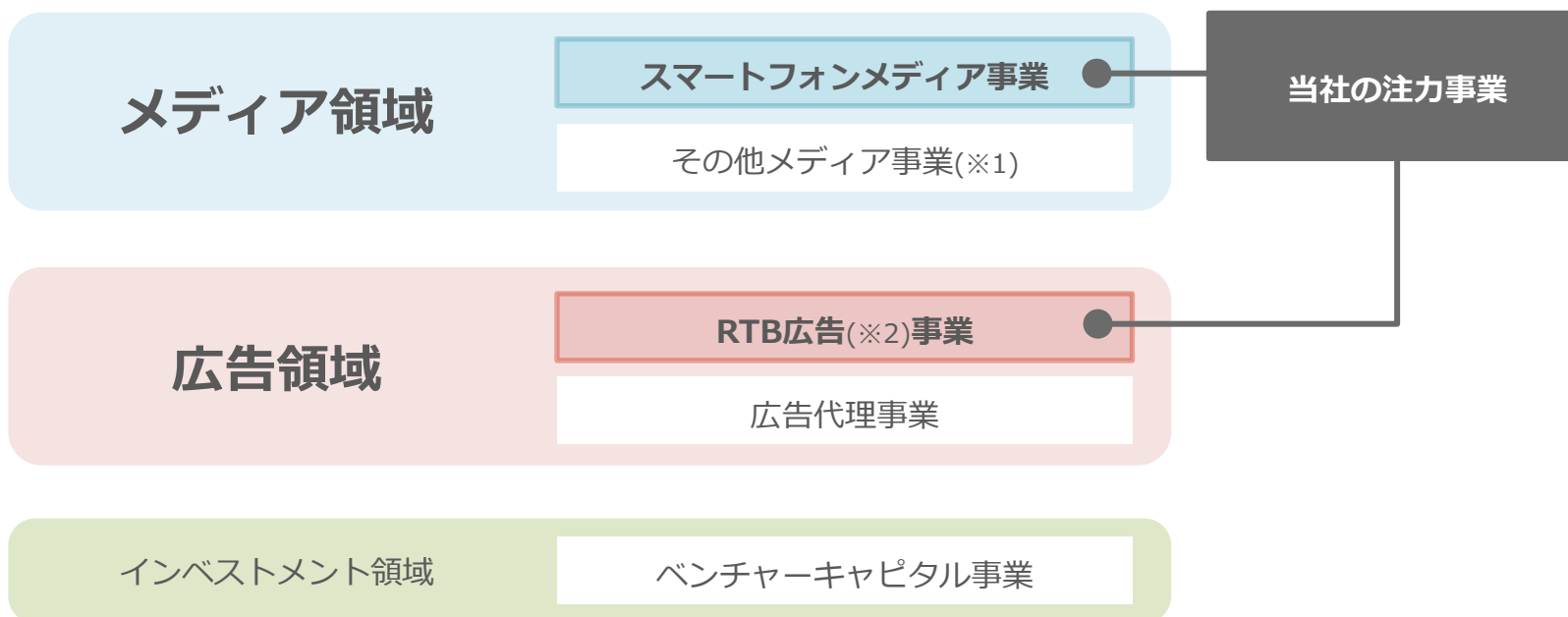
目次

1. 決算概要	P2
2. スマートフォンメディア事業の状況 と今後の方向性	P9
3. RTB広告事業の状況と今後の方向性	P17
4. まとめ	P25
5. 参考資料	P27

1. 決算概要

当社の注力事業

今後市場の成長が見込まれる**RTB広告事業**、**スマートフォンメディア事業**に注力
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 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

1Q(4-6月期)の業績ハイライト

全体

1Q連結業績

- 前年同四半期比増収増益
売上高 **2,024百万円** (+75%)
営業利益 **128百万円** (黒字化: +237百万円)
- 注力事業(スマートフォンメディア事業+RTB広告事業)が成長を牽引

注力事業

スマートフォン
メディア事業

- 売上高: 前年同四半期比+239%
- 「CocoPPa」5月に2,500万DLを突破(※1)。海外ダウンロード比率84%
- 世界的ヒットアプリ「Angry Birds(※2)」を、(株)NTTドコモのスゴ得コンテンツ®(※3)へ6月から提供開始

RTB広告
事業

- 売上高: 前年同四半期比+190%
- 売上高: 前四半期比+8%
4Q(1-3月期)の広告需要期の反動を上回る成長(前年4Q→1Qは△23%)
- SSP「AdStir」月間広告在庫量が6月に350億回を突破(前年同月比+472%)

※1 2014年7月に2,700万ダウンロードを突破

※2 Angry BirdsはROVIO ENTERTAINMENT LTD.の登録商標

(c) 2014 Rovio Entertainment Ltd. Angry Birds and game characters are trademarks of Rovio Entertainment Ltd. and are protected by international laws. All rights reserved.

※3 (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150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®」は、(株)NTTドコモの登録商標

1Q(4-6月期)の連結損益計算書

〈前年同四半期比〉増収(+75%)増益(黒字化 : +237百万円)

〈前四半期比〉増収(+11%)営業利益横ばい(△3%) 新入社員の入社等により販管費が増加

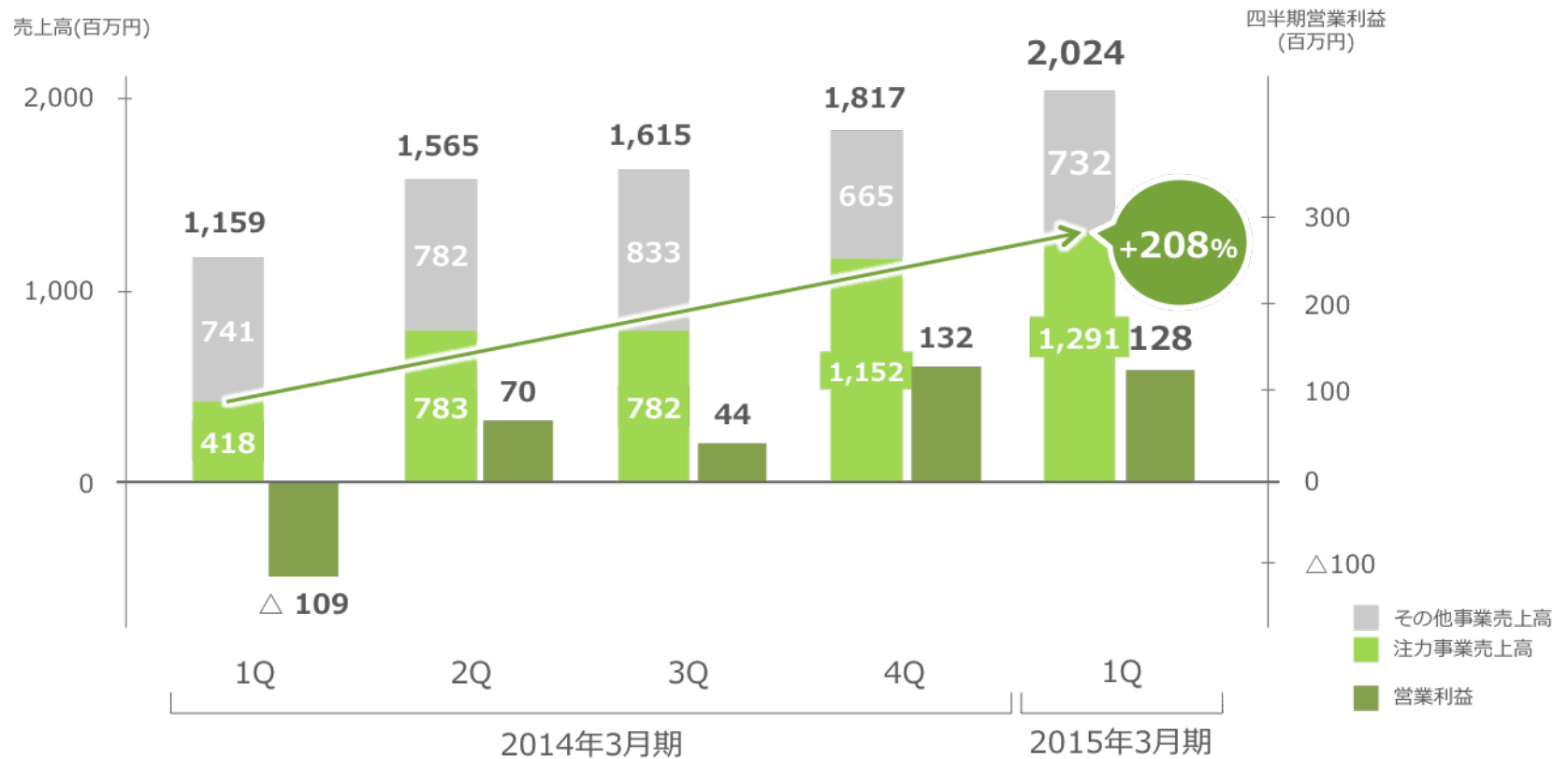
	2015年3月期 1Q	前年同四半期実績 (2014年3月期 1Q)	前年同四半期比 増減率	前四半期実績 (2014年3月期 4Q)	前四半期比 増減率
売上高	2,024	1,159	+75%	1,817	+11%
メディア領域	877	571	+53%	821	+7%
広告領域	1,108	581	+91%	1,002	+11%
インベストメント領域	76	11	+570%	17	+339%
セグメント間消去	△38	△5	-	△24	-
売上総利益	559	288	+94%	517	+8%
メディア領域	267	166	+61%	283	△6%
広告領域	218	118	+85%	213	+2%
インベストメント領域	74	3	+1,877%	20	+259%
セグメント間消去	-	△0	-	-	-
販管費	430	397	+8%	384	+12%
営業利益	128	-109	黒字化	132	△3%
メディア領域	93	39	+136%	134	△31%
広告領域	107	△6	黒字化	109	△2%
インベストメント領域	62	△3	黒字化	13	+361%
本社費用	△134	△138	-	△124	-
経常利益	134	△96	黒字化	135	△1%
四半期純利益	81	△97	黒字化	122	△34%

※ 2015年3月期1Qから各事業領域への販管費の配分基準を変更。前年同四半期及び前四半期の営業利益も新基準で再計算

連結：四半期売上高及び営業利益推移

注力事業(スマートフォンメディア事業+RTB広告事業)の売上高：前年同四半期比+208%

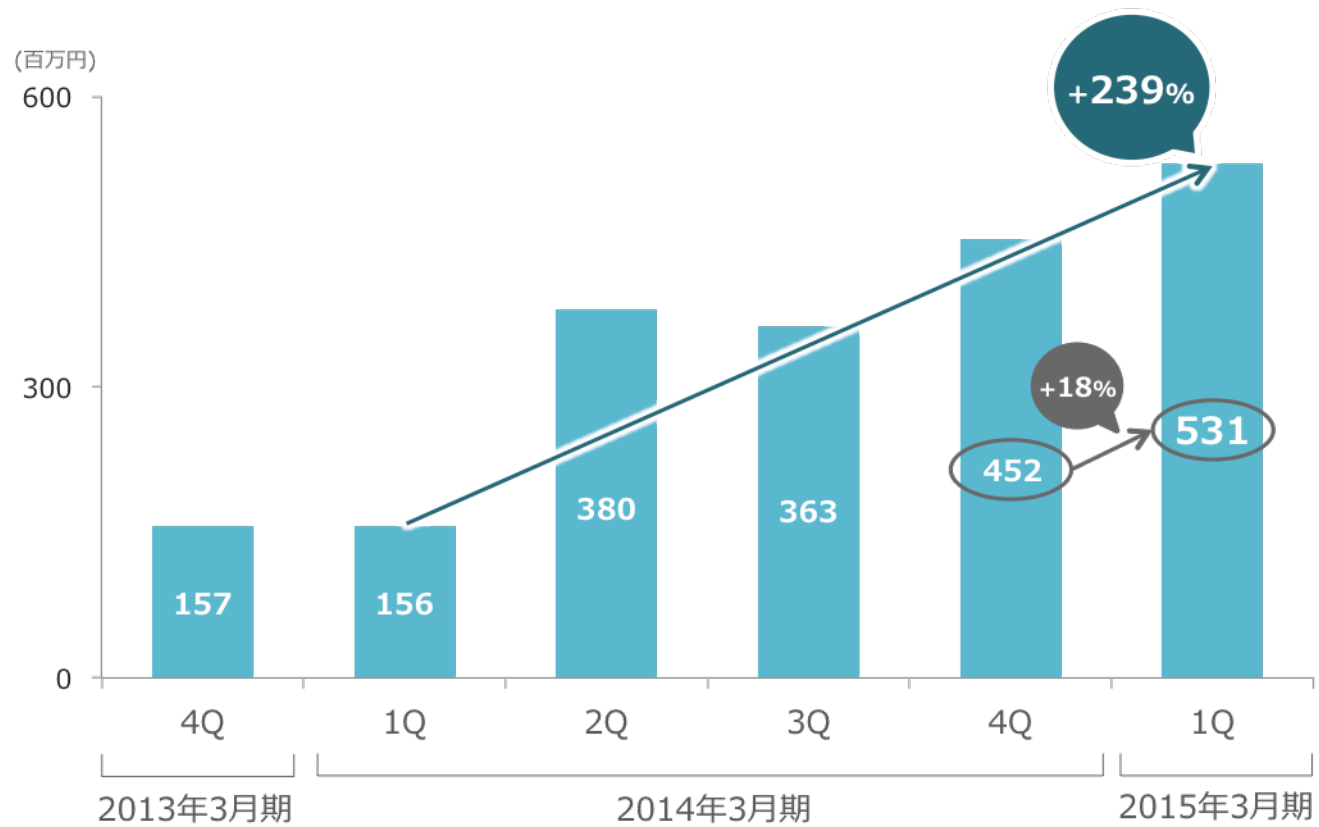
連結売上高のうち、注力事業の割合は前年同四半期の36%から64%に増加



スマートフォンメディア事業：四半期売上高推移

前年同四半期比：+239%

「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



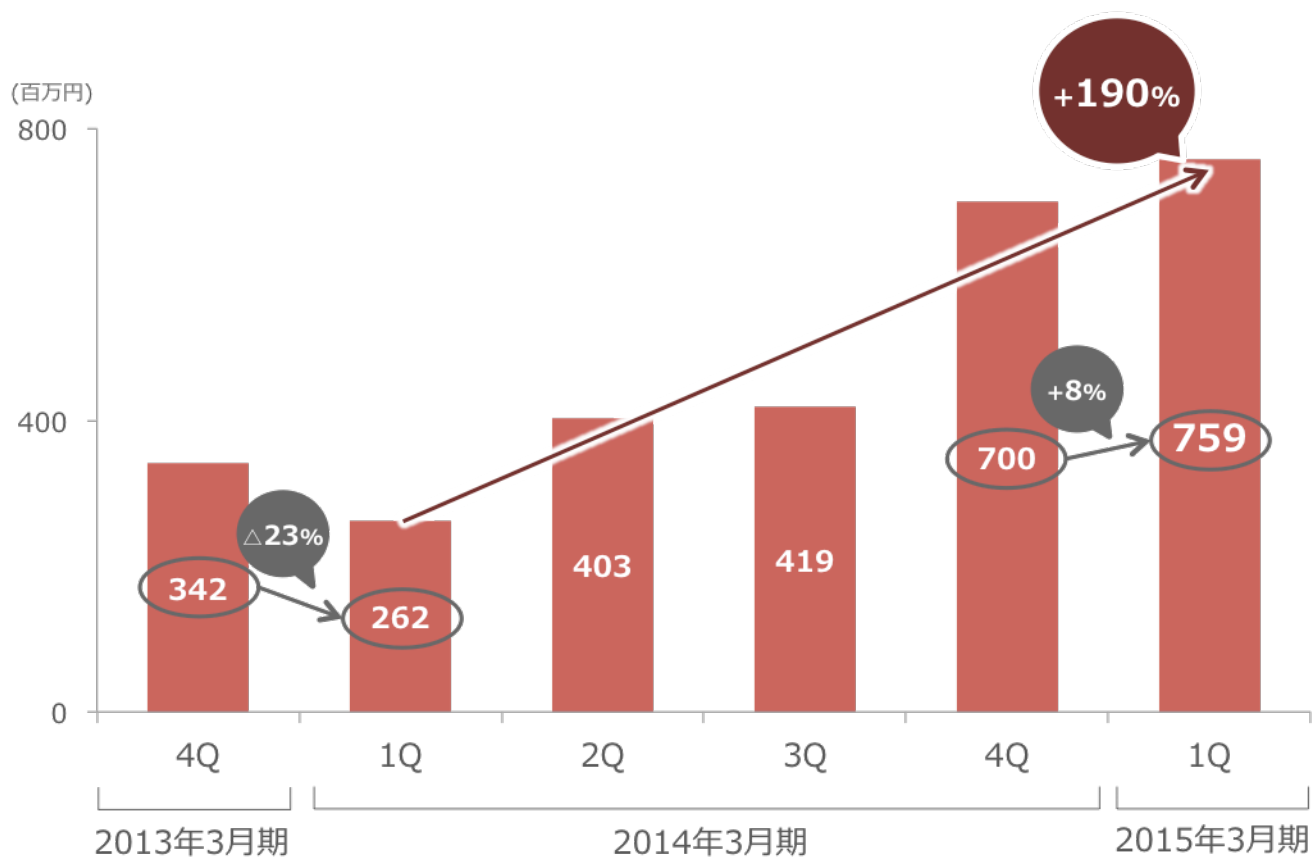
RTB広告事業：四半期売上高推移

前年同四半期比：+190%

スマートフォン領域中心の事業展開によって成長

前四半期比：+8%

1-3月の広告需要期の反動を上回る成長(前期は $\Delta 23\%$)



2. スマートフォンメディア事業 の状況と今後の方向性

当社スマートフォンメディア事業の構成

「中長期収益化アプリ」と「短期収益化アプリ」の2軸で構成

中長期収益化アプリ

収益の飛躍的なスケールアップを目指す

○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」ブランド
の姉妹アプリ

○CocoPPa Play (2014年3月～)

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

安定した収益基盤として事業全体を支える

○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®に3コンテンツ提供(2013年12月～)



・インドネシアXL社へ5アプリ提供(2014年6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

○その他新規事業

複数のサービスを企画中

new

new

new

...

スマートフォンメディア事業の主なトピックス

CocoPPa

- ・ 2014年5月に累計2,500万ダウンロード突破(ダウンロード内訳はP29参照)
→海外ダウンロード比率は84%(米国が32%で最多)
→月間100万以上のダウンロードを1年以上継続

CocoPPa

- ・ 姉妹アプリ「CocoPPa Play」本格展開開始(P12参照)

CocoPPa

- ・ 端末メーカー(サムスン電子社、LGエレクトロニクス・ジャパン(株))との協業(P13参照)

キャリアマーケット 向けアプリ

- ・ ROVIO ENTERTAINMENT社との協業(P14参照)

キャリアマーケット 向けアプリ

- ・ 「キャリアマーケット向けアプリ」のラインナップ充実(P15参照)

キャリアマーケット 向けアプリ

- ・ インドネシア大手通信キャリア、XL社のアプリ取り放題サービスに5アプリ提供

「CocoPPa Play」本格展開開始

7月にiOS版を大幅リニューアル、8月にAndroid版をリリース予定

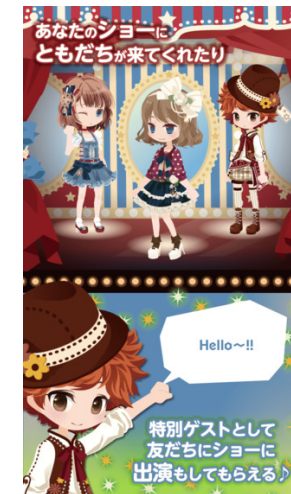


<基本的な遊び方>

- ・洋服やアクセサリで可愛く着せ替えたアバターを、ファッションショーで見せ合ったり、ユーザー同士で友達になるなどして遊ぶ
- ・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
- ・アバターはCocoPPaのマイページに設定可能

<リニューアルによる追加機能>

- ・アプリ内にいろんな街が登場。街ごとに発生するミッションをクリアすると、限定の洋服を買うことができる
- ・その他、無料ポイントの導入、サウンド追加、など



スマートフォン端末メーカーとの協業

「サムスン電子社」「LGエレクトロニクス・ジャパン(株)」との取組

「CocoPPa」の更なるユーザー増を目指す

1) サムスン電子社との協業

サムスン電子社製のスマートフォンとタブレットにプリロードされているアプリストア、「Samsung Galaxy Apps」で「CocoPPa」を提供開始

2) LGエレクトロニクス・ジャパン(株)との協業

auから発売されたLG社の2014年夏モデルスマートフォン「isai FL(イサイエフエル)」に、“スマートフォンを振るだけでホーム画面をきせかえられる”オリジナル機能、「isaiモーション<アレンジ>」が搭載(※)
また、同端末には「CocoPPa」が初めてプリインストール

「isaiモーション<アレンジ>」による、ホーム画面きせかえのイメージ

きせかえ「前」



スマートフォンを振るだけで
アイコンと壁紙をきせかえ



きせかえ「後」



※ 当社とLGエレクトロニクス・ジャパン(株)でCocoPPaをベースに共同開発

ROVIO ENTERTAINMENT社との協業

「Angry Birds^(※)」を(株)NTTドコモ「スゴ得コンテンツ[®]」に
共同パブリッシング

今後も協業内容の進化や範囲拡大について検討を継続

提供タイトル

【ゲーム】 Angry Birds、 Angry Birds Space, Bad Piggies



【動画】 ToonsTV



※ Angry BirdsはROVIO ENTERTAINMENT LTD. の登録商標

(c) 2014 Rovio Entertainment Ltd. Angry Birds and game characters are trademarks of Rovio Entertainment Ltd. and are protected by international laws. All rights reserved.

「キャリアマーケット向けアプリ」ラインナップの充実

(株)NTTドコモの「スゴ得コンテンツ®」への提供アプリが増加

KDDI(株)の「auスマートパス」と合わせて、安定的収益基盤として貢献

「スゴ得コンテンツ®」提供アプリ

CocoPPa
2013年12月～

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

2014年2月～

Angry Birds(※)
2014年6月～

「auスマートパス」提供アプリ

TAP10

恋愛心理
テスト診断

インド式
魔法の暗算術

簡単レシピと
裏ワザ集

お酒に合う★
簡単おつまみ
レシピ集

モテ雑学★
ワイン365

モテ雑学★
すし365

モテ雑学★
チーズ365

※ ROVIO ENTERTAINMENT社との共同パブリッシング

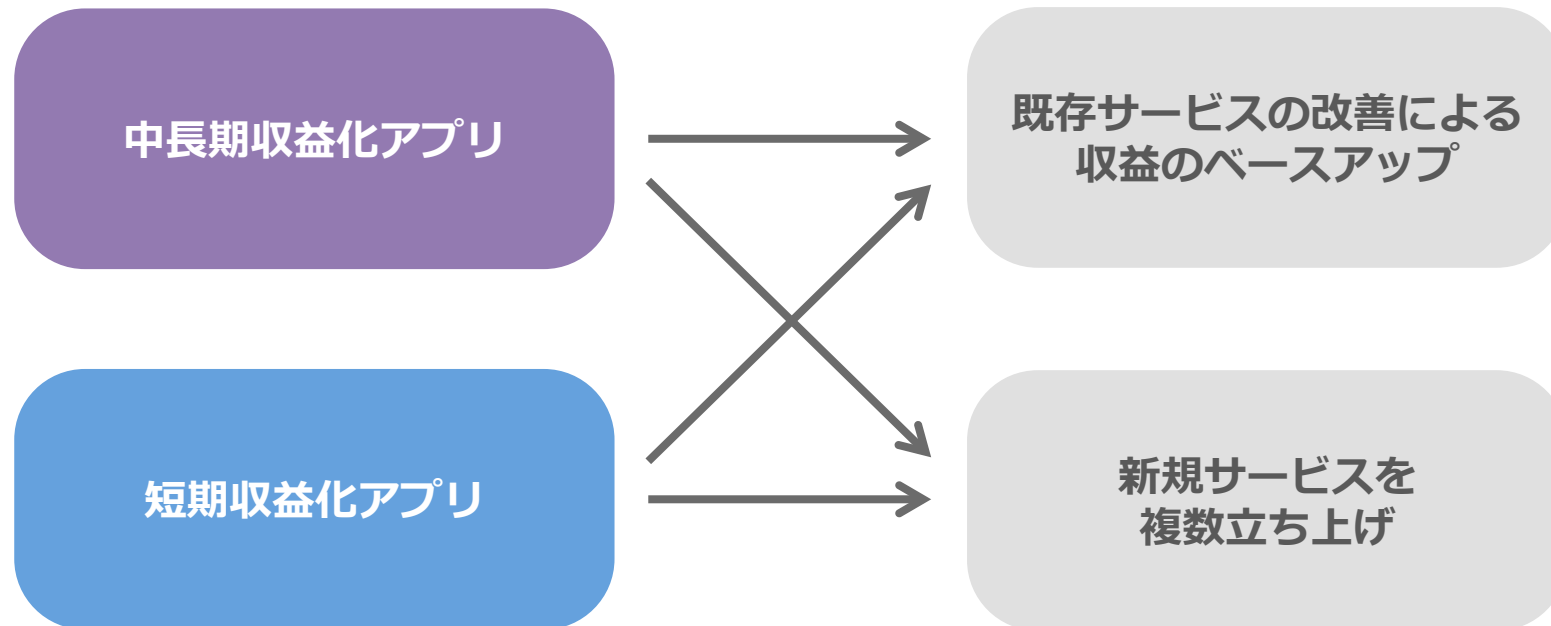
(c) 2014 Rovio Entertainment Ltd. Angry Birds and game characters are trademarks of Rovio Entertainment Ltd. and are protected by international laws. All rights reserved.

スマートフォンメディア事業の今後の打ち手

現状

- ・ 既存サービス(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)が増収継続
- ・ 質の高いアプリを、自社内で企画・開発・運営まで完結できる

打ち手



3. RTB広告事業の状況と今後の方向性

当社RTB広告事業の「特徴」と「メリット/強み」

スマートフォン領域中心に、DSP/SSP/代理店の3つの機能を自社で展開

特徴

1.スマートフォン領域中心に事業を展開
(2012年4月よりスマートフォン特化DSP/SSPとして提供開始)

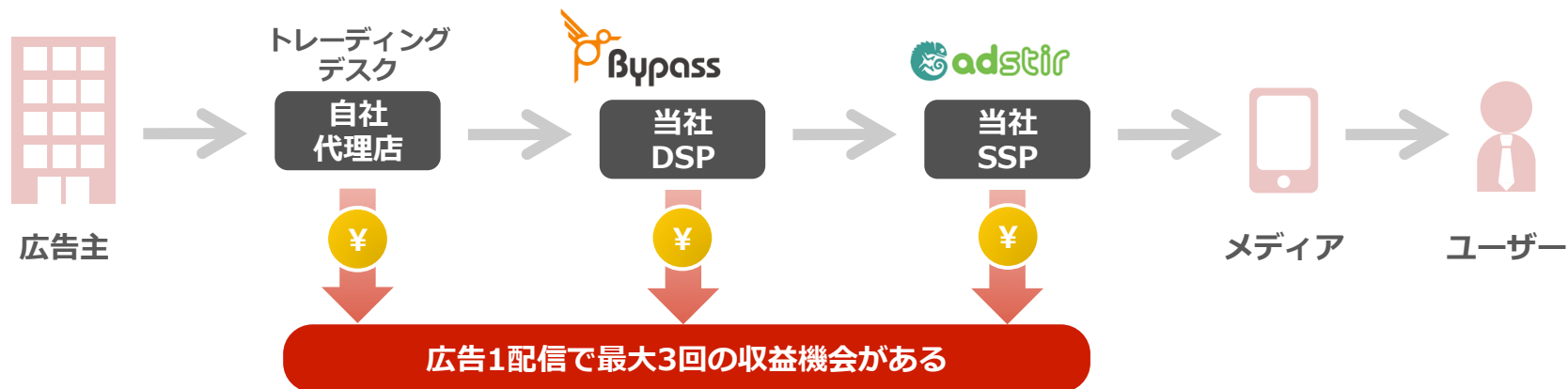
2.DSP、SSP、代理店(トレーディングデスク)の3つの機能を全て持つ

メリット/強み

- ・市場自体、高い伸びが見込まれる
- ・スマートフォン領域における豊富なノウハウ

- ・1回の配信で3回の収益機会がある(下図参照)
- ・自社内取引増加による売上総利益率向上

■ RTB広告の取引の流れと当社の収益機会

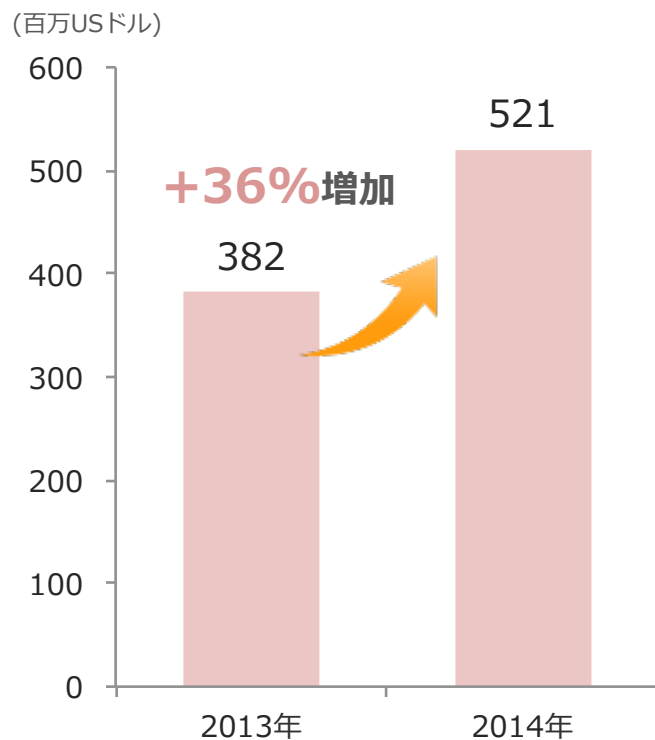


RTB広告市場と当社RTB広告プラットフォームの売上高成長率

当社RTB広告プラットフォーム売上高は、前年1-6月比で+193%

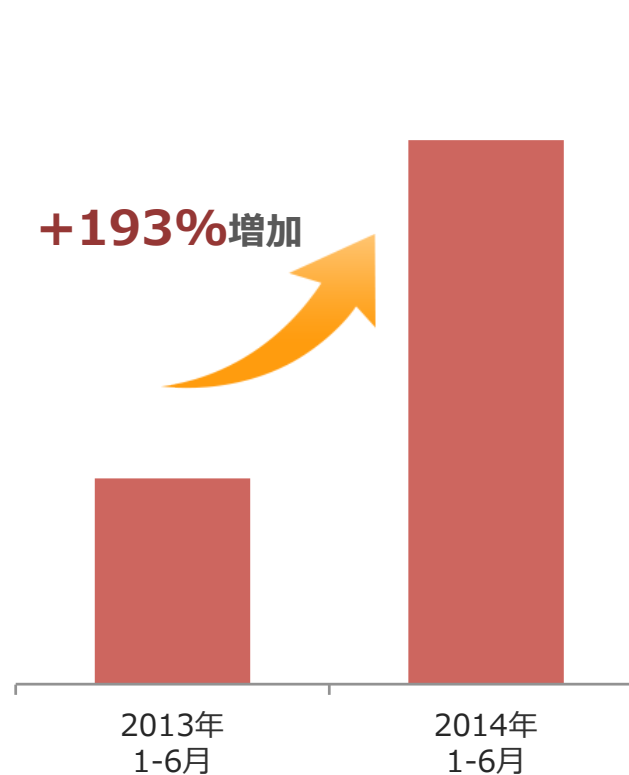
国内RTB広告市場規模は、2013年から2014年に+36%成長の予測

市場全体



(出所：IDC 2013年10月 通年で市場規模予測)

当社



(1-6月の当社実績)

SSPにおける差別化ポイント

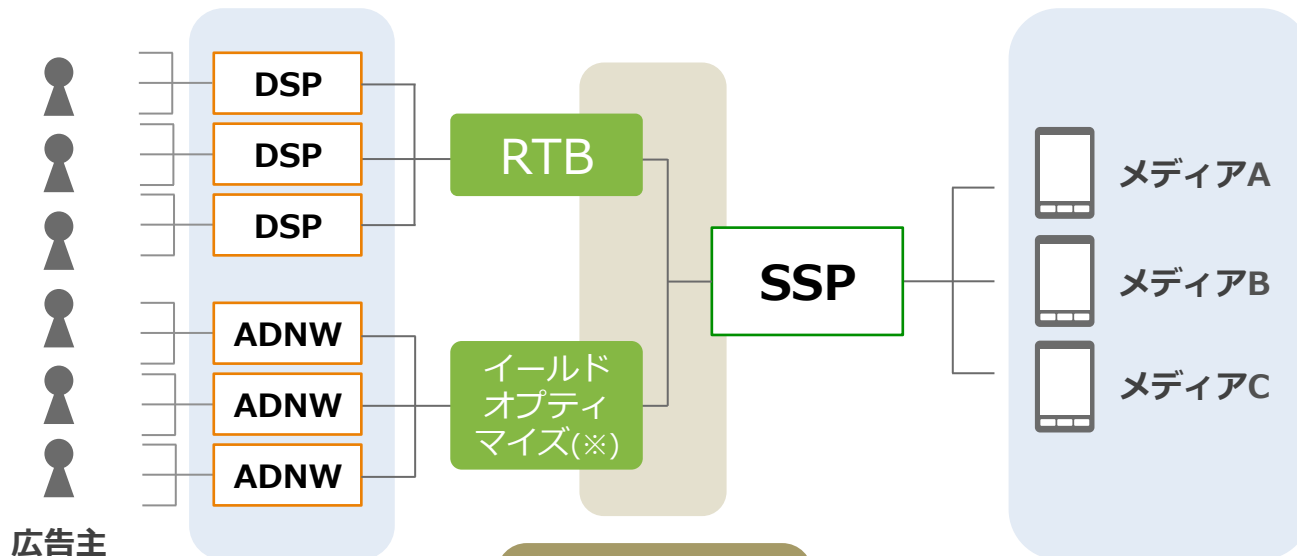
「規模」と「自動化」

SSP内の広告流通量を増やすための需要と供給の「規模」と、取引単価アップのための「自動化」がSSPの差別化ポイント

規模 (P21参照)

購入先(デマンド側)の接続数
広告主が多いほど、販売先が多く、
高単価の入札が入りやすい。

広告配信在庫(サプライ側)の量
在庫が多いほど、広告主が広告を
出したいユーザーに出会いやすい



自動化 (P22参照)

都度、最も高単価の広告を自動で選んで表示させる

※ 複数のアドネットワークからの売上を最大化するように一括管理する仕組み

当社SSP「AdStir」の「規模」について

スマートフォンSSPとして国内最大規模

11の国内外主要DSPと接続

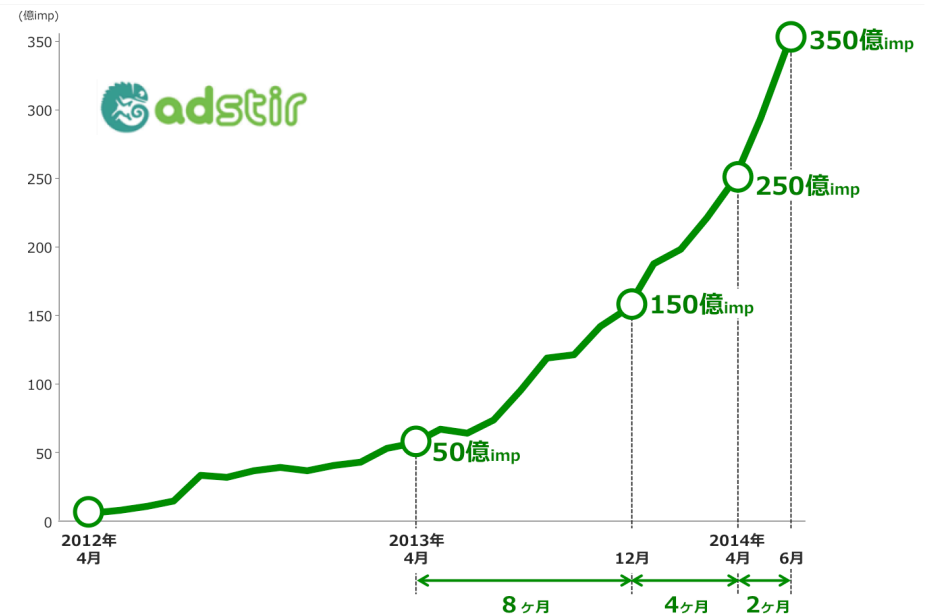
配信在庫はスマートフォンアプリ中心に増加し、6月は350億アドインプレッションを突破

広告購入先(デマンド側)の接続数



今後も接続先を続々追加予定

広告配信在庫(サプライ側)の量



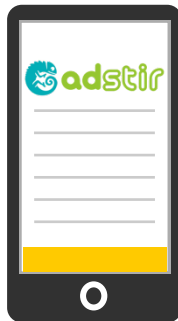
増加ペースが加速度的にアップ中

当社SSP「AdStir」の「自動化」機能について

スマートフォンSSPとして最新の「自動化」機能

多くのフォーマットと案件先から、自動でメディア(広告枠)にとって最も高単価の広告を表示

多彩な広告フォーマット



バナー広告



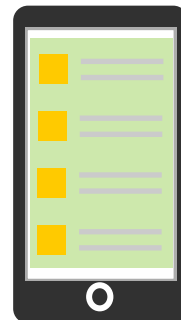
アイコン広告



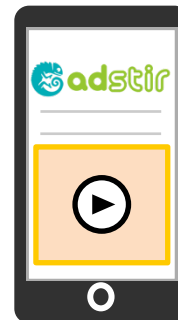
ネイティブ広告



インター
ステイシャル広告



ウォール広告



リッチ/動画広告



多くの配信先

11のDSP

Bypass
GREE ADS DSP
Vantage
FreakOut
ScaleOut
m dot m
BLADE
GAME LOGIC
Smalgo
Dynalyst
Vizury

20以上の
アドネット
ワーク

スマートフォン特有の各フォーマットに対応済

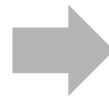
当社DSP「Bypass」の機能強化

広告パフォーマンス向上を図る取組

「パフォーマンス重視の広告主案件増加」「CTR/CVRの向上」の効果が出ている

機能強化の取組

ダイナミック
リターゲティング



EC、不動産など、
広告パフォーマンス重視
の広告主案件増加

入札及びCPA最適化
ロジックの改善



広告パフォーマンス
(CTR/CVR) の向上

ネイティブ広告の
RTB配信開始
(7月末開始)



広告パフォーマンス
の向上を目指す

RTB広告事業の今後の打ち手

下記の打ち手を中心に、今後もスマートフォン領域で成長を継続



広告パフォーマンスの向上

- ・ 1Qにリリースしたダイナミックリターゲティングをはじめ、各配信機能の精度向上
- ・ 入札及びCPA最適化のロジック改善の継続

配信先在庫の増加

- ・ 新規SSPとの接続



取引規模の拡大

- ・ 新規媒体のリクルーティング継続によって、保有広告在庫量を増加
- ・ 新規DSPとの接続をさらに進める

取引単価のアップ

- ・ 新フォーマットへの対応等によって、より高単価の案件配信を可能に
- ・ 配信の自動化を進め、高単価案件を自動で選んで配信

4. まとめ

全体まとめ

	1Q	2Q以降
全体	前年同四半期比、増収増益 (黒字化)	注力事業(スマートフォンメディア事業とRTB広告事業)中心に成長継続
スマートフォン メディア事業	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 が成長継続	既存サービスのベースアップによる成長と新規事業の立ち上げ
RTB広告 事業	スマートフォン領域で、当社プラットフォーム中心に成長	スマートフォン領域で、当社プラットフォーム中心に成長継続

5. 參考資料

当四半期の連結貸借対照表

<流動資産> 営業投資有価証券の増加等により318百万円増加

<固定資産> 投資有価証券の取得等により413百万円増加

<純資産> 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が6月に完了(資金調達総額は2,018百万円)したこと等により558百万円増加

(百万円)

	当四半期末 (2014年6月)	前四半期末 (2014年3月)	増減額
流動資産	7,558	7,239	+318
(うち現預金)	(5,138)	(5,096)	(+42)
固定資産	1,373	960	+413
流動負債	1,213	1,040	+173
固定負債	0	0	+0
純資産	7,718	7,159	+558

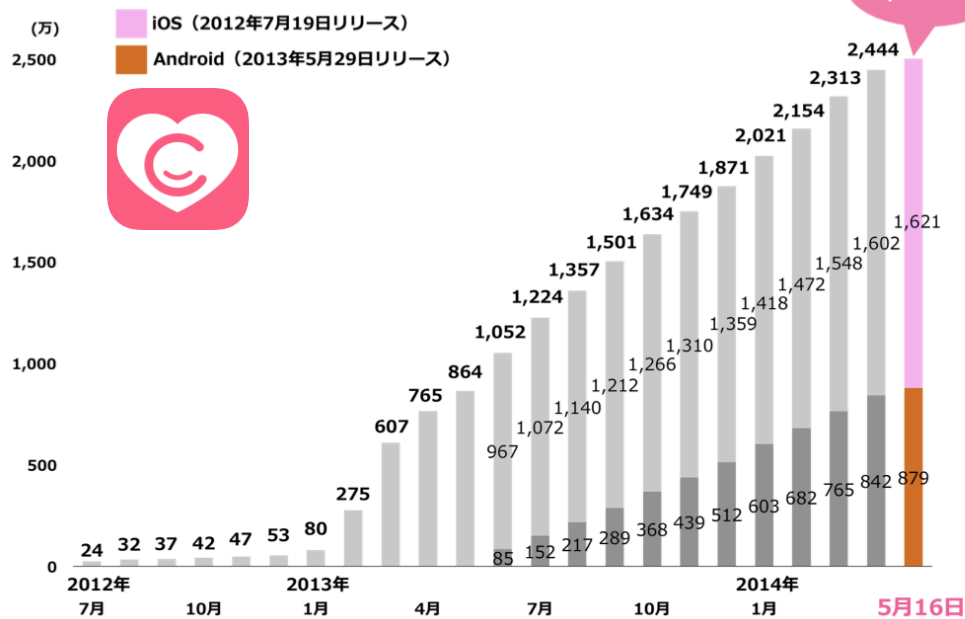
「CocoPPa」のDL数について

リリースから22ヶ月経過した2014年5月に**2,500万ダウンロード**を突破。

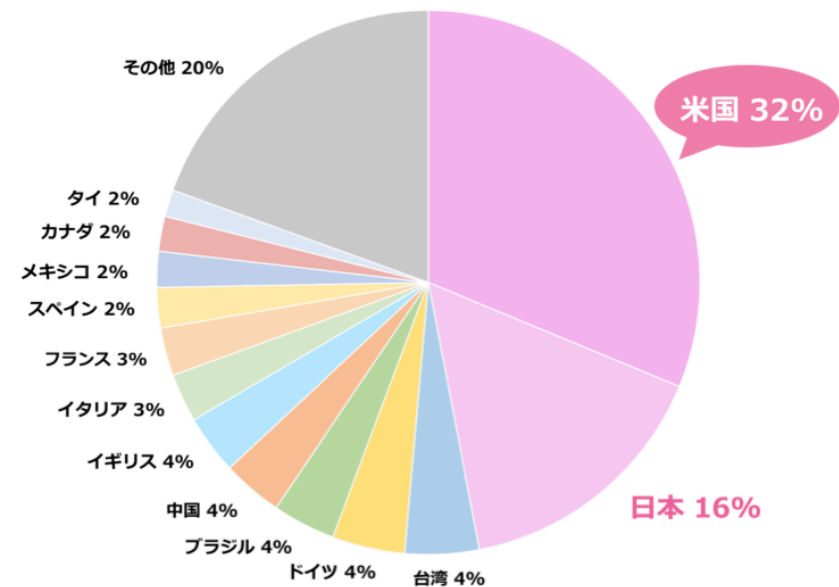
ユーザーによるSNSでの拡散や口コミ中心に全世界で支持を受け、**月間100万以上のダウンロードを1年以上継続**

海外ユーザー比率は**84%**(米国が32%で最多)

«「CocoPPa(R)」の月別累計ダウンロード数»



«「CocoPPa(R)」累計ダウンロード数の国別構成比»



2,500万DL突破時点(2014年5月16日)のデータ

「CocoPPa」のサービス概要

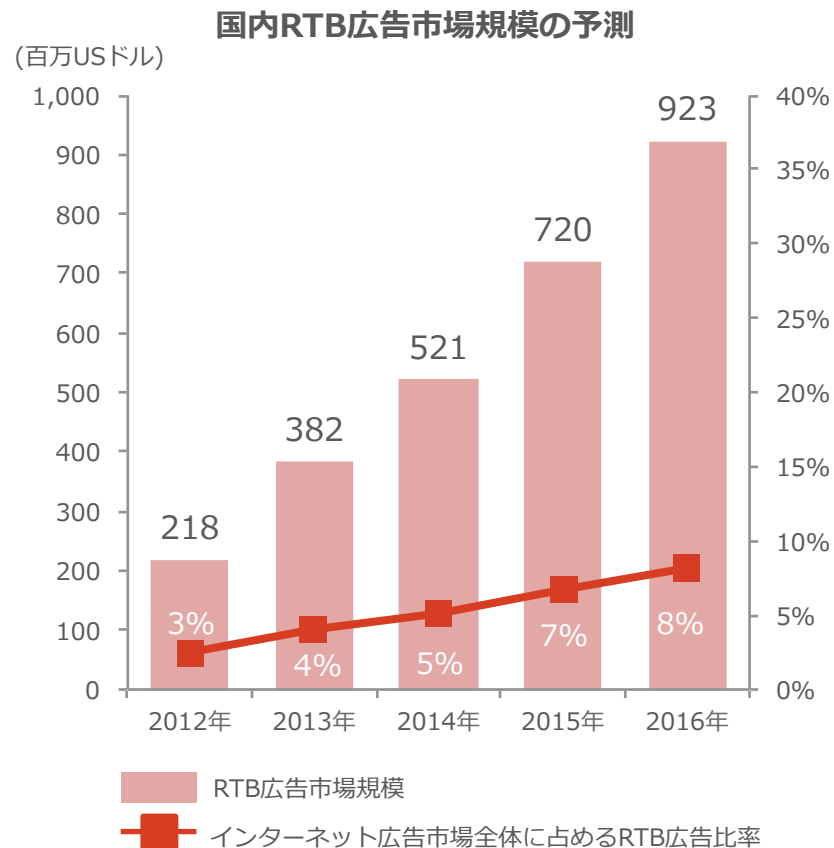
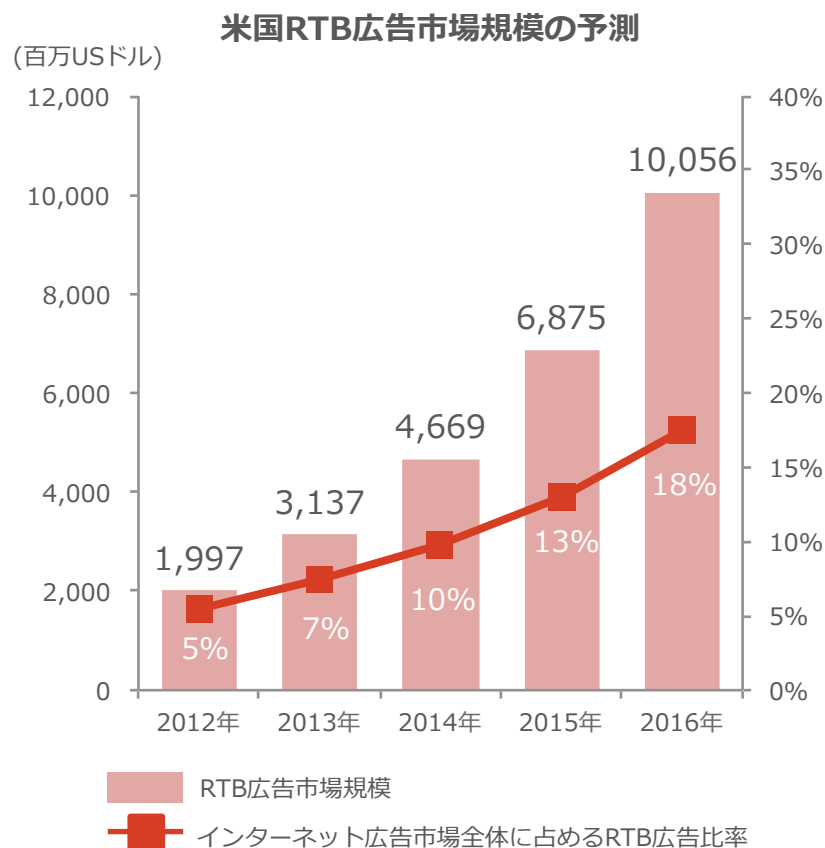
ユーザーが投稿したアイコン・壁紙・ホーム画面を他のユーザーがダウンロードして利用。CocoPPa内のGoogle翻訳と連携した翻訳機能を使ってユーザー同士が国境を越えてコミュニケーション

「CocoPPa」利用イメージ図



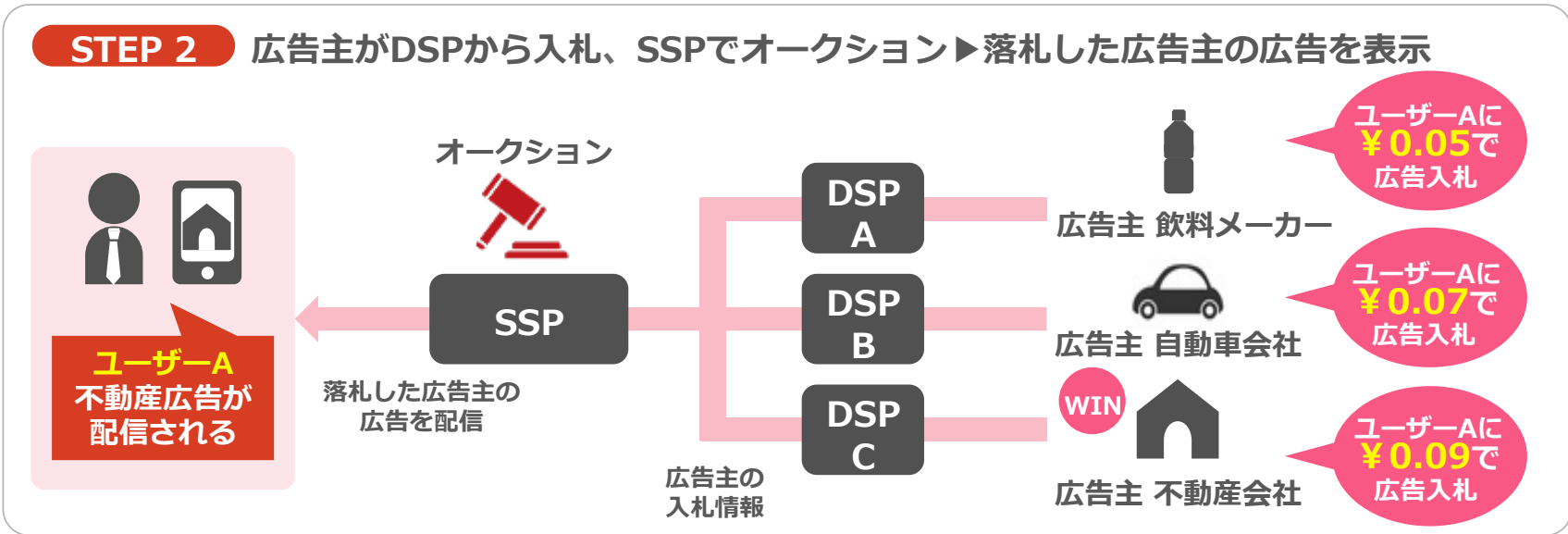
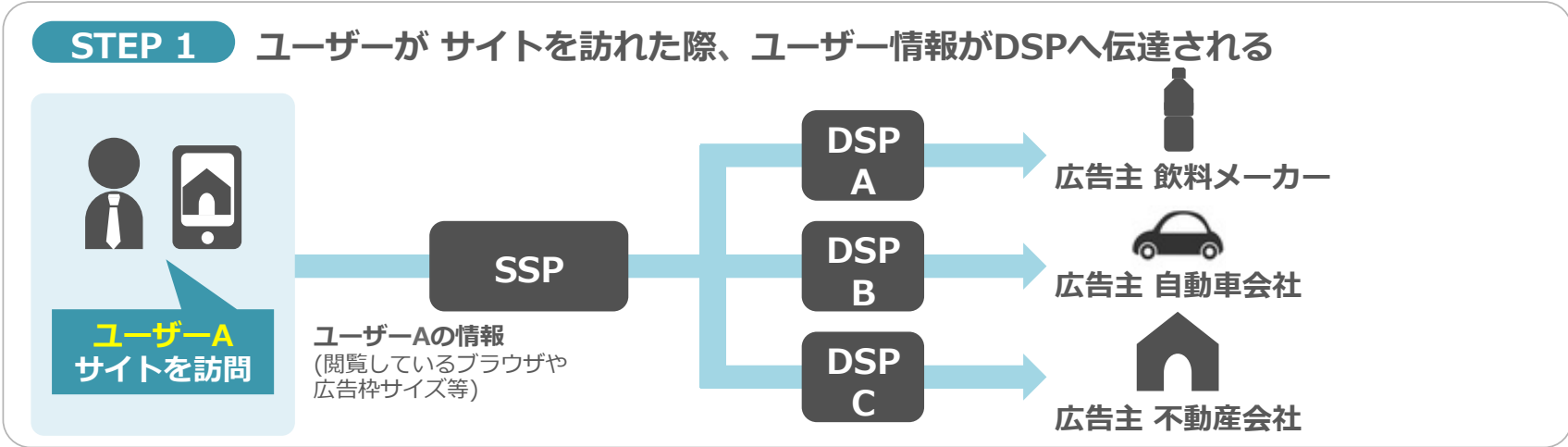
RTB広告の市場規模とインターネット広告全体に占める割合予測

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



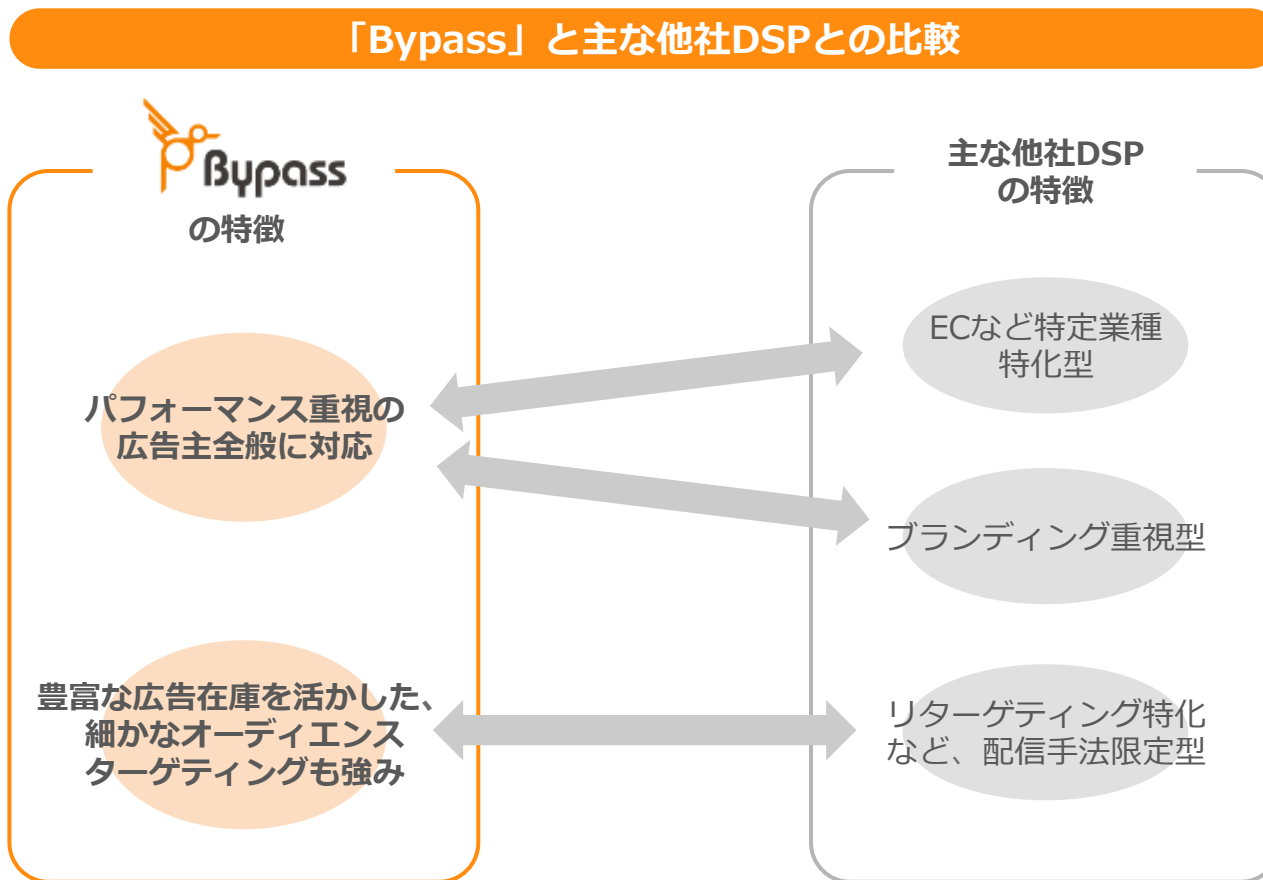
(出所：IDC 2013年10月 / 市場全体に占めるRTB広告比率は当社が独自に試算)

RTB広告の仕組み



DSP 「Bypass」 と他社DSPとの比較

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



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

