

## ■ 2015年3月期第2四半期決算説明会 質疑応答の要約

ユニテッド株式会社

2014年11月6日(木)に開催した証券アナリスト・機関投資家向け決算説明会において、出席者の皆様からいただいた主なご質問と、当社の回答を以下にまとめております。

質問	回答
<b>スマートフォンメディア事業について</b>	
Q1 スマートフォンメディア事業の第2四半期(7-9月)の売上内訳は	<p>「アフィリエイトメディア」が概ね50%、「キャリアマーケット向けアプリ」が概ね30%、「CocoPPa」が概ね20%だった</p> <p>(注：前四半期は「アフィリエイトメディア」が概ね45%、「キャリアマーケット向けアプリ」が概ね45%、「CocoPPa」が概ね10%)</p>
Q2 スマートフォンメディア事業に占める「CocoPPa」の売上構成比が1Q 10%→2Q 20%に増加した要因は	<p>「CocoPPa」におけるキャリアマーケット向けの売上は減少したが、「CocoPPa Play」の課金売上が堅調に増加している。</p> <p>「CocoPPa」のDL数、アクティブユーザー数の増加に伴って広告収益も増加していくが、それに加えて「CocoPPa Play」のような周辺サービスを充実させていきたい</p>
Q3 スマートフォンメディア事業において、3Qリリースという新サービスの開発スケジュールイメージは。また、どのような狙いのサービスなのか	<p>年内にはリリースしたいと考えている。</p> <p>狙いとしては、「CocoPPa」のユーザーアクティブ率の増加を目指すもの。マネタイズ重視のサービスとしては、「CocoPPa Play」を伸ばしていく方針</p>
<b>RTB広告事業について</b>	
Q4 RTB広告事業のDSP・SSPの売上構成比は	<p>RTB広告事業の売上高はSSP、DSP、トレーディングデスクの3つで構成されており、SSPの売上高が一番大きい(注：内部取引相殺前のグロス売上ベース)。足元では、SSPの売上高が最も伸びている</p>
Q5 RTB広告事業は3Q、4Qと伸びていくか	<p>1Qから2QでRTB広告事業の売上高は7%増加したが、2Qは一部特定業種の広告主からの出稿が無くなった一方、その減少分をカバーして増加しているため、ベースが着実に積み上がってきていると考えている</p>
Q6 広告市場全体に占めるRTB広告割合の見通しが、少し抑え目ではないか(注：決算説明資料 31ページ)	<p>市場の定義による部分があると思う。インターネット広告市場で伸びている領域はリスティング、アドネットワーク、RTBの3つだと思っている。当社のRTB広告事業ではアドネットワークと連携して売上を計上している部分があるので、アドネットワーク領域の成長も自社収益に取り込むことが出来る。RTBのみならずアドネットワークを含めた市場が当社RTB広告事業のターゲットとなると考えている</p>

以上