

2015 年 9 月期 第一四半期 決算説明会 質疑応答の要約

1 月 29 日 (木) に開催した「決算説明会」にて、出席者のみなさまからいただいたご質問をまとめております。

Q1.

「Ameba」のメディア指数の状況は。

A1.

ブログが伸び悩んでいるが、全体で微増。

Q2.

インターネット広告事業の増収を牽引している商品は。

A2.

全商品が伸びているが、
特に、スマートフォン広告のアドネットワークが前年同四半期比 87%成長をしており、最も伸びている。

Q3.

インターネット広告事業の営業利益率が改善しているが、その要因は。

また、今後も改善は続くか。

A3.

主に、広告配信のオペレーション業務の一部をベトナムに移管したことにより、改善。
2014 年 9 月期は、戦略的に SEM を強化していたため、営業利益率が一時的に低下していたが、
2015 年 9 月期は、自社媒体等の粗利率の高い商材販売に注力していくため、改善は続くだろう。
ただし、事業特性上、営業利益率 10%を超えるような大幅な改善は見込んでいない。

Q4.

決算説明会資料 P.15 に記載がある、メディアその他事業／調整額 8 億円は、「755」の TVCM に対して少ない印象だが、特別な要因があったのか。

A4.

「755」の年末年始プロモーション費用は、12 月の 3.7 億円分のみを計上しており、
1 月分は 2Q に計上する。
また、3 月に再度 TVCM を放映予定。

Q5.

「755」「AWA」の収益性は。

A5.

トークアプリ「755」、音楽事業「AWA」ともに、一定規模にいたるまでは、マネタイズをする予定はない。
一定規模のラインに関しては、伝えないようにしている。
「755」は、他社の同様サービスが指標にしている TLV(タイムラインビュー)が、

既に一定規模に達しているため、今後の広告展開は可能と考えている。

また、「AWA」の提供開始後数か月間は、無料でユーザーに試してもらうため、楽曲提供者への支払い等の負担が増えると想定しているが、エイベックス・デジタル株式会社との合弁で、持分法適用会社なので経常利益以下で投資分を取り込んでいく。

アクセルを踏むタイミングで大きなプロモーションをする可能性はあるが、現段階では計画を立てづらい。

Q6.

2Q 広告宣伝費の予定は。

A6.

四半期ごとの予定はないが、前期 105 億円に対して、今期は 120 億円を予定している。

新規事業において、プロモーションにアクセルを踏む場合は、120 億円を超える可能性もある。

Q7.

「AWA」をヒットさせる自信の根拠は。

A7.

音楽は、スマートフォンのキラーコンテンツであるため、提供する楽曲の量やレスポンスの速さ、カスタマイズの精度等の条件を揃えることができれば、ヒットさせることができると考えている。現段階で「AWA」のクオリティは、圧倒的に高いと自負している。

Q8.

ネイティブアプリ事業における今後の展望は。

A8.

インターネットビジネスを展開するうえでは、プラットフォーム化を進めるべきと考えているが、ネイティブアプリ市場において、新たなプラットフォームを構築することは難しい状況。コミュニティのような、ユーザーがコンテンツをつくり、圧倒的な規模となるアプリをつくっていく考え。「755」は、その可能性がある。

Q9.

「Ameba」の成長のキーポイントは。

A9.

新たに手掛けているキュレーションメディアや女性向けメディア、複数の新サービスを起爆剤に伸ばしていく。変化し続ける意味を込めてロゴの変更も検討し、新たなブランドを構築していく予定。

Q10.

「755」と「ブログ」利用者が、カニバリになる可能性は。

A10.

「755」と「ブログ」は役割が異なるため差別化がされているが、使い道によっては、ユーザーの取り合いは生じる。ユーザーの取り合いは、過去にも「Facebook」や「Twitter」等、同様のサービスが出てきた時と変わらない。

Q11.

「Ameba」構造改革後、全体が順調に推移しているようにみえるが、経営者として感じる今後のリスクはあるか？

A11.

順調だと感じているが、

好調が故に、危機感が薄れることがリスクとなりうるため、「あした会議（幹部合宿）」の議題として提示している。

以上