



株式会社エイチーム

**決算説明資料 2016年7月期 通期**

2016年9月9日

# Index

1. FY2016 連結決算概要
2. FY2016 Q4 セグメント別事業詳説
3. FY2017 Q1 進捗
4. FY2017 連結業績予想
5. 中長期的な展望

**NEW** ■ APPENDIX A : 会社概要

**NEW** ■ APPENDIX B : 各事業・サービスの強み & 今後の成長戦略

■ APPENDIX C : 主な経営指標

# 1. FY2016 連結決算概要

2. FY2016 Q4 セグメント別事業詳説
3. FY2017 Q1 進捗
4. FY2017 連結業績予想
5. 中長期的な展望

## FY2016 通期決算サマリー (2015.08-2016.07)

### 全社

#### 過去最高の売上・営業利益を達成！先行投資の1年

- 売上高： 22,967百万円 (Y/Y 145.1%)
- 営業利益： 2,212百万円 (Y/Y 106.0%)
- 当期純利益： 1,292百万円 (Y/Y 94.9%)

※親会社株主に帰属する当期純利益 (本頁以降同様)

ソフトウェア資産の減損損失等の計上により、当期純利益が減少

### エンター テイン メント

#### Y/Yで増収増益、過去最高のセグメント売上・利益を達成

- セグメント売上： 12,559百万円 (Y/Y 158.7%)
- セグメント利益： 2,297百万円 (Y/Y 129.7%)

既存タイトルの堅調に加え、新作タイトルが寄与し、大幅に成長

通期売上高構成比

**54.7**  
%

### ライフ スタイル サポート

#### Y/Yで増収増益、過去最高のセグメント売上・利益を達成

- セグメント売上： 10,408百万円 (Y/Y 131.5%)
- セグメント利益： 1,464百万円 (Y/Y 123.8%)

2006年に現ライフスタイルサポート事業の初サービスを発足以来、  
11年連続、売上・営業利益ともに年間成長率20%強のペースで成長

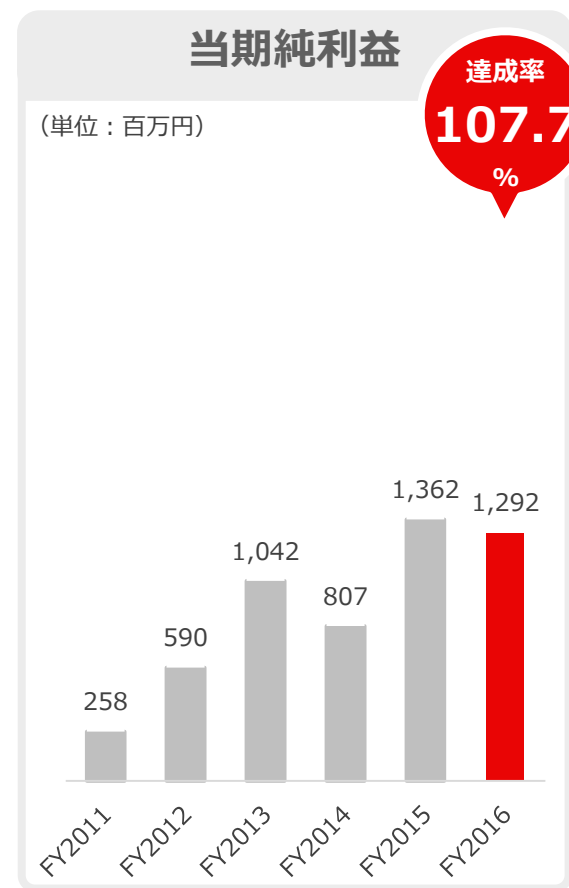
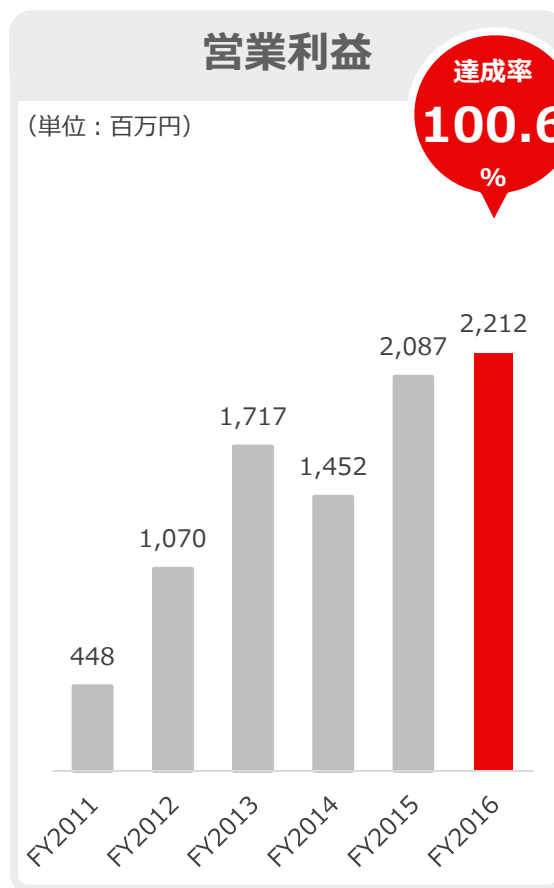
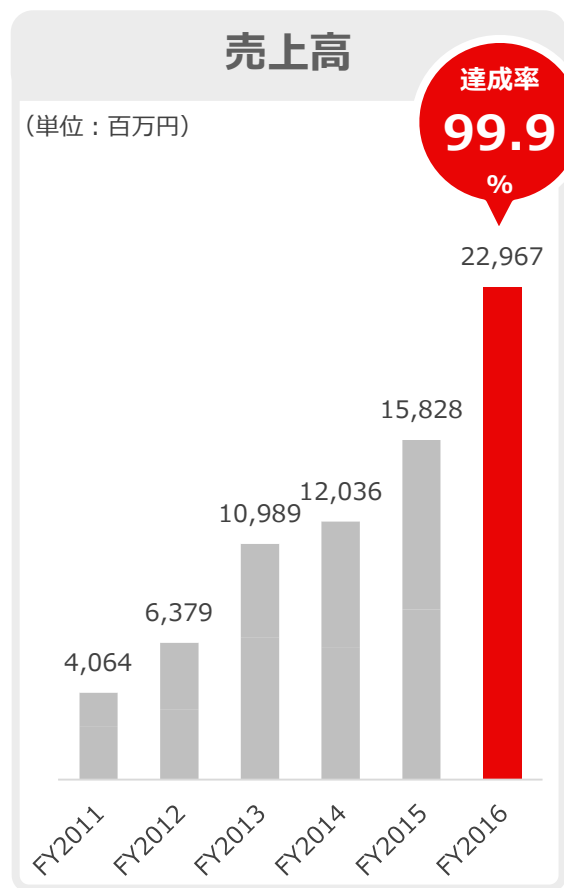
通期売上高構成比

**45.3**  
%

## FY2016 通期連結業績概要 (2015.08-2016.07)

2016年7月29日に発表の修正予想に対して、売上高、営業利益はほぼ想定通り、当期純利益は想定をやや上回り着地

- (参考) 2016年7月29日発表の修正予想：売上高 230億円、営業利益 22億円、当期純利益 12億円



# FY2016 セグメント別通期連結業績概要 (2015.08-2016.07)

## エンターテインメント事業

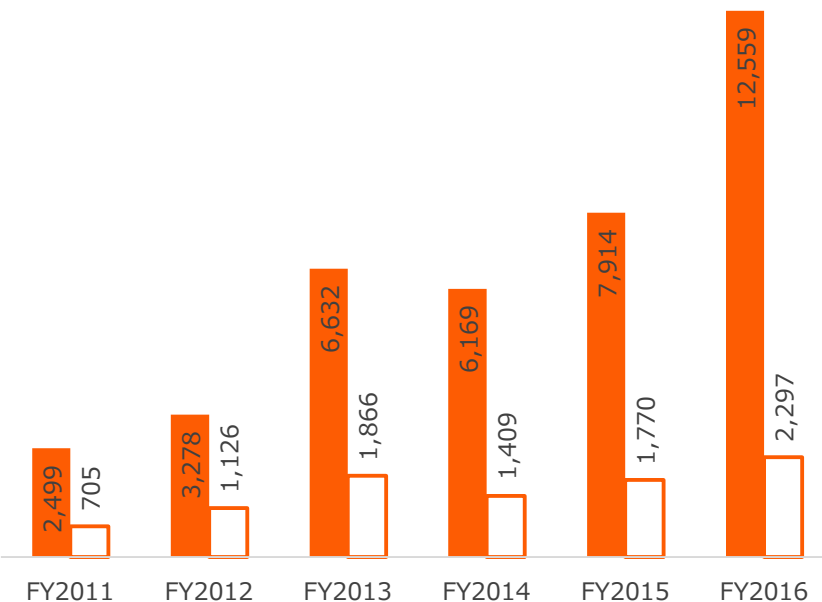
## ライフスタイルサポート事業

- Y/Yで売上・利益ともに大幅に増加
- 過去最高のセグメント売上・利益を達成

(単位：百万円)

- セグメント売上
- セグメント利益

Y/Y  
**+58.7**  
%

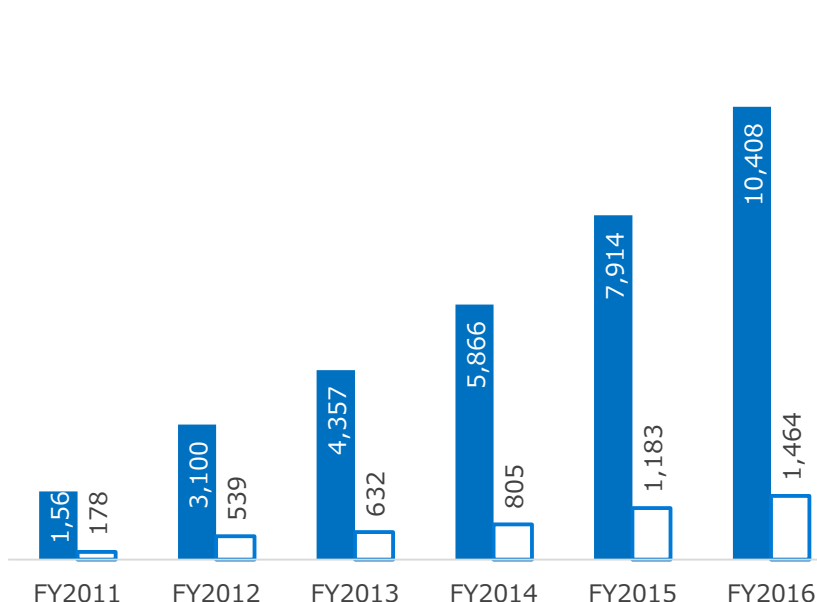


- 売上・利益ともに右肩上がり成長
- 過去最高のセグメント売上・利益を達成

(単位：百万円)

- セグメント売上
- セグメント利益

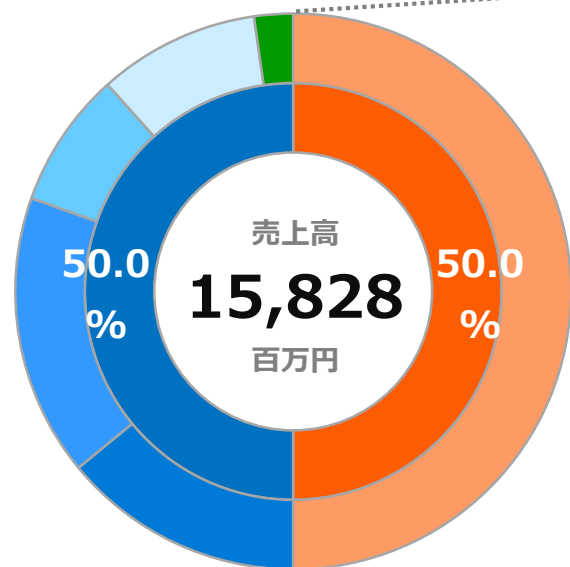
Y/Y  
**+31.5**  
%



# FY2016 通期連結売上実績の内訳 (2015.08-2016.07)

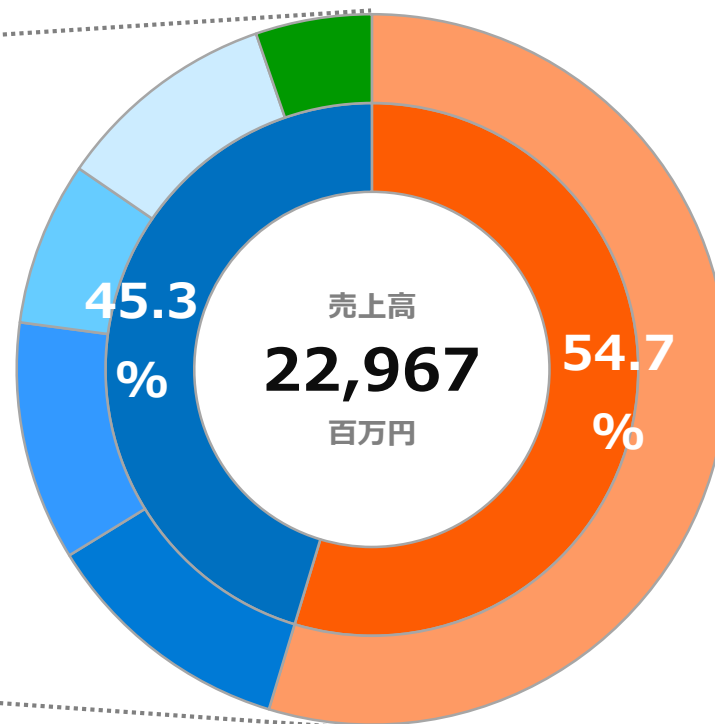
エンターテインメント事業とEC事業が大きく成長した1年

## FY2015 (2015年7月期)



## FY2016 (2016年7月期)

- エンターテインメント事業
  - ゲーム&ツールアプリ
- ライフスタイルサポート事業
  - 引越し関連
  - 自動車関連
  - ブライダル関連
  - 金融メディア・その他
  - 自転車Eコマース



## FY2016 Q4 会計期間決算サマリー (2016.05-07)

### 全社

Y/Yで増収増益、過去最高の売上を達成

- 売上高 : 6,757百万円 ( Y/Y 148.1% 、 Q/Q 109.4% )
- 営業利益 : 748百万円 ( Y/Y 168.2% 、 Q/Q 93.7% )
- 当期純利益 : 504百万円 ( Y/Y 180.7% 、 Q/Q 105.0% )

### エンター テイン メント

Y/Y、Q/Qともに増収増益、過去最高のセグメント売上を達成

- セグメント売上 : 3,857百万円 ( Y/Y 156.5% 、 Q/Q 120.7% )
- セグメント利益 : 706百万円 ( Y/Y 173.1% 、 Q/Q 117.5% )

6/9にリリースした新規タイトル「ヴァルキリーコネクト」が大いにけん引

### ライフ スタイル サポート

Y/Yで増収増益、Q/Qでは例年通り、繁忙期が過ぎたため、減収減益

- セグメント売上 : 2,899百万円 ( Y/Y 138.1% 、 Q/Q 97.2% )
- セグメント利益 : 382百万円 ( Y/Y 123.6% 、 Q/Q 72.1% )

Y/Yではサブセグメント事業総じて好調、大幅に増収増益。Q/Qでは金融メディアが繁忙期、引越し関連、自動車関連、自転車ECが繁忙期が過ぎたため、例年通り全体で減収減益



# FY2016 通期及びFY2016 Q4業績概要

(単位：百万円)

## FY2016 通期 (2015.08 – 2016.07)

	FY2016		FY2015	Y/Y
	通期	%	通期	
売上高	<b>22,967</b>	100.0%	15,828	<b>145.1%</b>
営業利益	<b>2,212</b>	9.6%	2,087	<b>106.0%</b>
経常利益	<b>2,094</b>	9.1%	2,164	<b>96.8%</b>
当期純利益	<b>1,292</b>	5.6%	1,362	<b>94.9%</b>

## FY2016 Q4 会計期間 (2016.05 – 07)

	FY2016		FY2015	Y/Y	FY2016	Q/Q
	Q4	%	Q4		Q3	
	<b>6,757</b>	100.0%	4,563	<b>148.1%</b>	6,178	<b>109.4%</b>
	<b>748</b>	11.1%	445	<b>168.2%</b>	798	<b>93.7%</b>
	<b>736</b>	10.9%	452	<b>162.6%</b>	751	<b>98.0%</b>
	<b>504</b>	7.5%	278	<b>180.7%</b>	479	<b>105.0%</b>

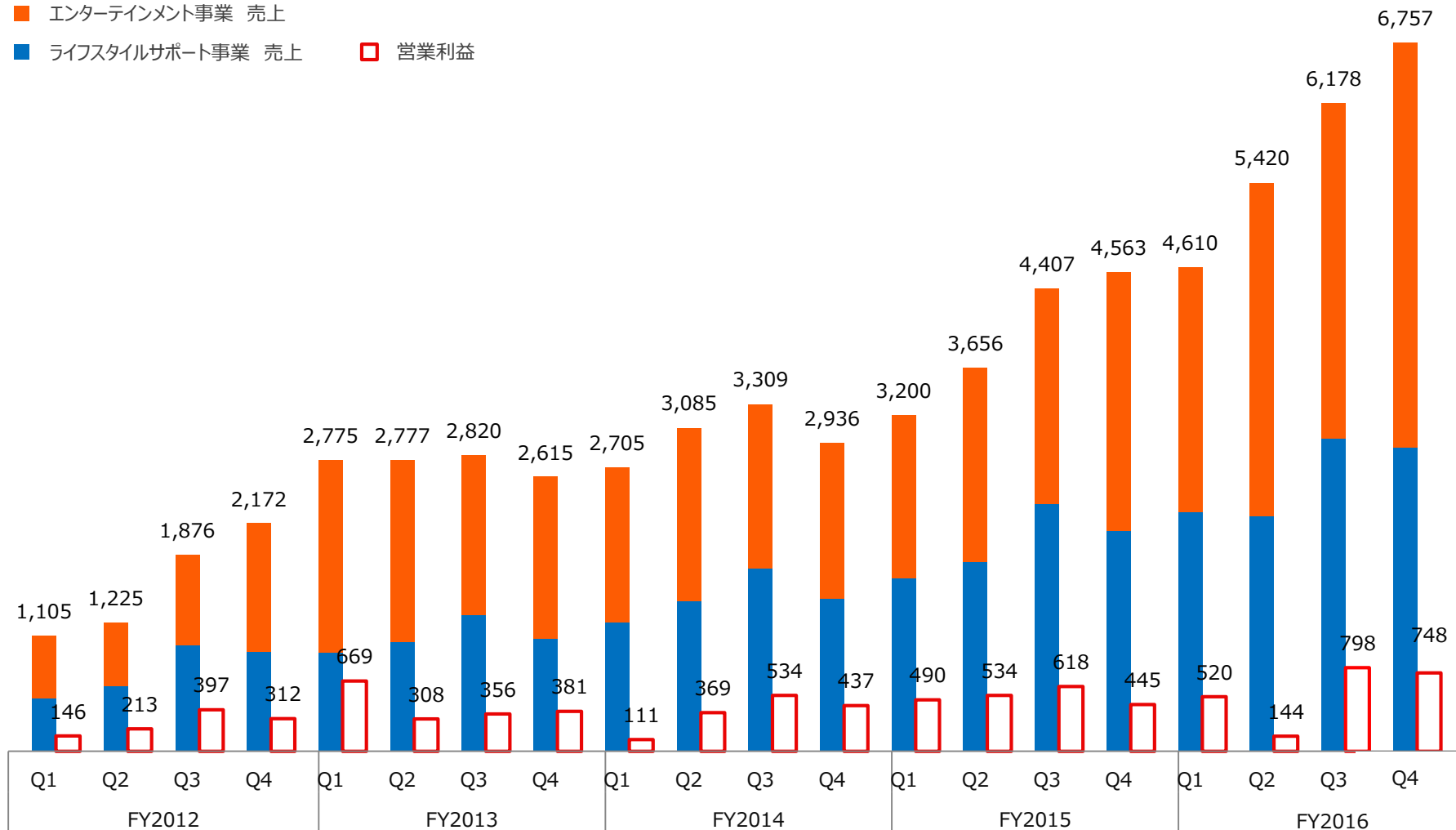
# 連結四半期売上高・営業利益の推移

(単位：百万円)

■ エンターテインメント事業 売上

■ ライフスタイルサポート事業 売上

□ 営業利益



※ ライフスタイルサポート事業の季節要因（引越し、自転車EC事業の繁忙期2-4月、自動車関連事業の繁忙期12-翌2月）により、例年Q3（2-4月）がピーク

# 主な経営指標の四半期推移

(単位：百万円)

	FY2014				FY2015				FY2016			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
売上高	2,705	3,085	3,309	2,936	3,200	3,656	4,407	4,563	4,610	5,420	6,178	<b>6,757</b>
営業利益	111	369	534	437	490	534	618	445	520	144	798	<b>748</b>
広告宣伝費	1,029	1,123	1,213	912	1,132	1,439	1,903	1,955	1,817	2,326	2,433	<b>2,758</b>
人件費 採用費	647	650	649	691	684	682	695	736	745	805	814	<b>884</b>
キャリア手数料 支払手数料	356	434	461	484	484	559	671	869	841	1,171	1,177	<b>1,401</b>
外注費 サーバー費	276	236	153	159	162	190	197	235	257	267	275	<b>235</b>
オフィス賃料	102	107	108	100	110	105	105	111	138	235	177	<b>177</b>
期末人員数 (人)	485	502	538	541	531	533	533	530	548	559	574	<b>583</b>

※ 四半期末人員数には本体及びグループ会社の役員（本社社員に属さない子会社役員を含む）、正社員、契約社員及びアルバイトを含む

※ アルバイトの人員数は四半期平均雇用人数（1日8時間換算）

# FY2016 Q4 費用詳説

(単位：百万円)

	事業区分	FY2016 Q4		Q3	Q/Q	費用解説
		金額	対売上比	金額		
広告 宣伝費	エンタメ	<b>1,276</b>	18.9%	947	+34.8%	「ヴァルキリーコネクト」のリリース初期の先行投資、「ダービーインパクト」のTVCM等のプロモーションにより増加
	ライフ	<b>1,417</b>	21.0%	1,419	-0.1%	引越し関連、自動車関連、EC事業の繁忙期が過ぎたため減少したものの、ブライダル事業、金融メディア事業がQ/Qで増加のため、横ばい
人件費 採用費	エンタメ	<b>345</b>	5.1%	314	+9.8%	4月入社の新卒（Q/Q 2ヶ月分プラス）及び期末賞与により増加
	ライフ	<b>362</b>	5.4%	334	+8.5%	4月入社の新卒（Q/Q 2ヶ月分プラス）及び期末賞与により増加
キャリア 手数料 支払手数料	エンタメ	<b>1,150</b>	17.0%	932	+23.4%	スマートフォンゲームの売上増加に伴い、増加
	ライフ	<b>232</b>	3.4%	214	+8.1%	季節要因により、引越し周辺サービスの業務委託手数料及び「cyma-サイマー」の自転車配送料が増加
外注費 サーバー費	エンタメ	<b>213</b>	3.2%	254	-16.1%	既存タイトルの外注費の減少により、減少
	ライフ	<b>17</b>	0.3%	16	+4.5%	—
オフィス 賃料	エンタメ	<b>82</b>	1.2%	80	+1.4%	—
	ライフ	<b>83</b>	1.2%	85	-1.8%	—
その他	エンタメ	<b>83</b>	1.2%	66	+25.8%	新作のリリースに伴い、開発期間中に資産計上されていた間接費等が費用計上対象となったため、増加
	ライフ	<b>403</b>	6.0%	381	+5.8%	引越しのエアコン、ブライダルのご祝儀婚の仕入原価により増加

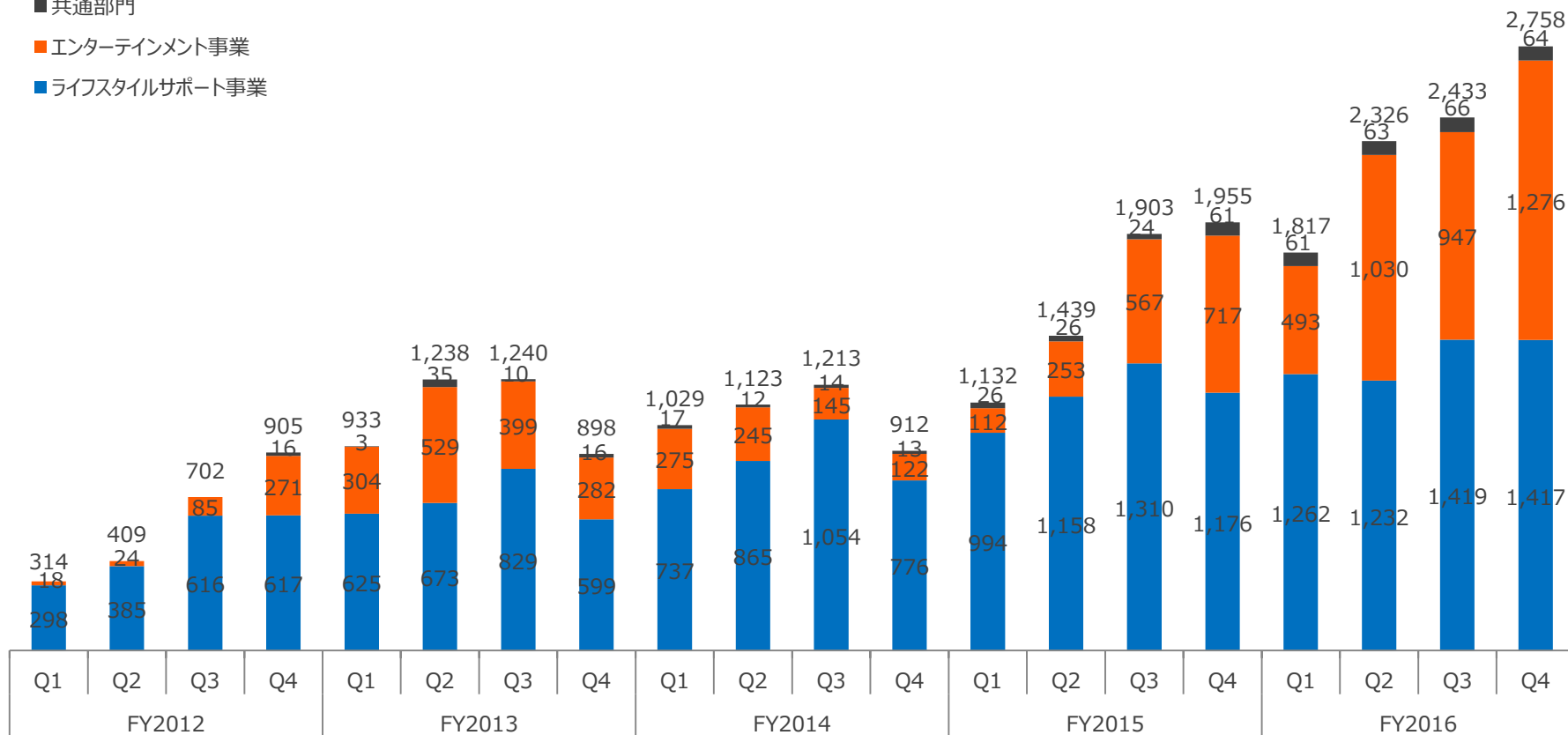
# セグメント別広告宣伝費の四半期推移

■ エンタメ：ヴァルキリーコネクトの先行投資、ダービーインパクトのTVCM等により、増加

■ ライフ：引越し等繁忙期が過ぎたものの、ブライダル、金融メディアの広告費が増加し、横ばい

(単位：百万円)

- 共通部門
- エンターテインメント事業
- ライフスタイルサポート事業



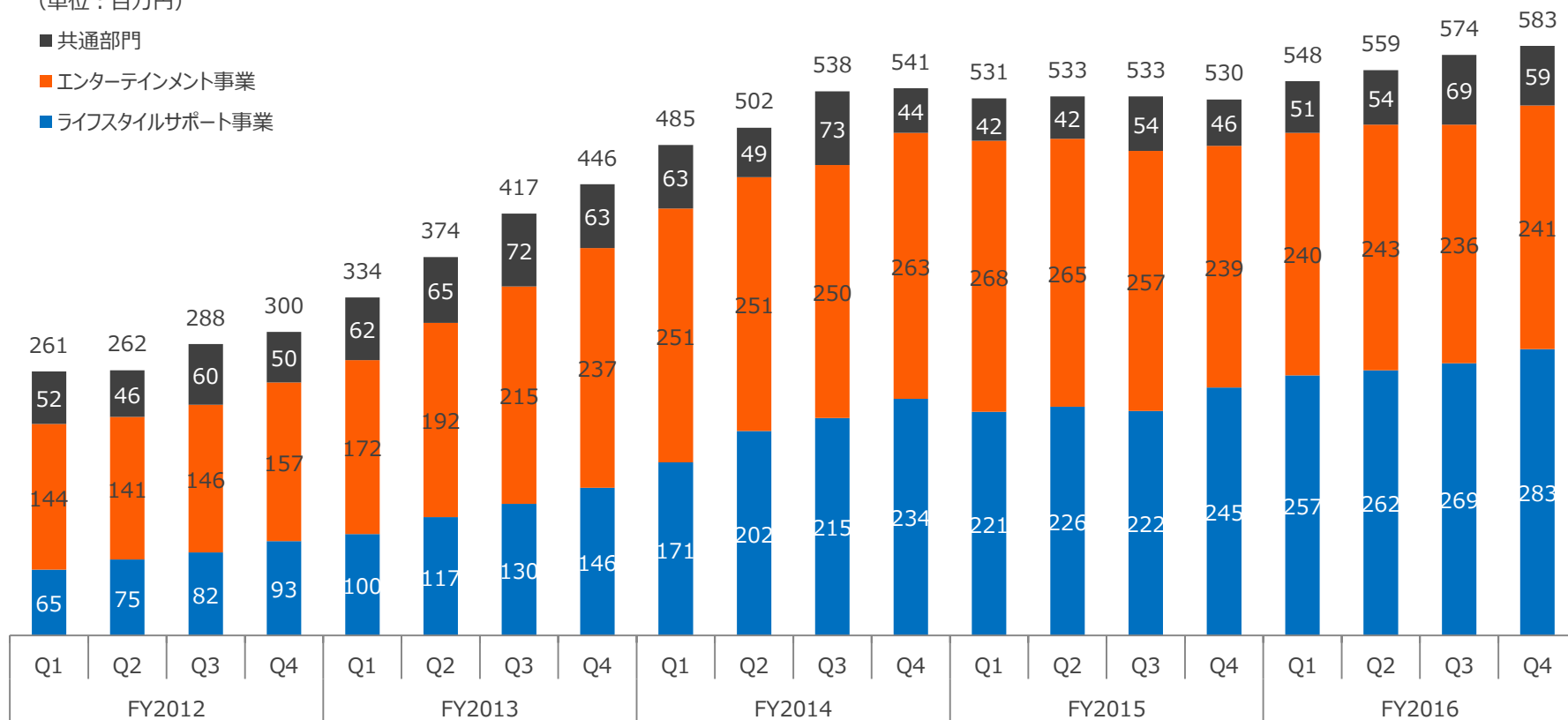
# セグメント別人員数の四半期推移

共通部門に計上していた4月入社の新卒19名が6月より各事業へ配属

各事業ともに積極採用により、人員数が増加

(単位：百万円)

- 共通部門
- エンターテインメント事業
- ライフスタイルサポート事業



※ 四半期末人員数には本体及びグループ会社の役員（本社社員に属さない子会社役員を含む）、正社員、契約社員及びアルバイトを含む

※ アルバイトの人員数は四半期平均雇用人数（1日8時間換算）

## 貸借対照表

現預金が増加

広告宣伝費等未払金の増加により、流動負債が増加

利益剰余金の増加により、株主資本、純資産が増加

(単位：百万円)

	FY2016 Q4	FY2016 Q3
流動資産	<b>6,918</b>	5,642
現預金	<b>3,505</b>	2,399
売掛金	<b>2,724</b>	2,589
固定資産	<b>2,668</b>	2,613
有形固定資産	<b>1,321</b>	1,359
無形固定資産 (ソフトウェア)	<b>622</b>	555
資産合計	<b>9,586</b>	8,255

	FY2016 Q4	FY2016 Q3
流動負債	<b>4,127</b>	3,312
固定負債	<b>387</b>	386
負債合計	<b>4,514</b>	3,699
有利子負債	<b>1,166</b>	1,262
株主資本	<b>4,971</b>	4,455
純資産合計	<b>5,072</b>	4,555
負債純資産合計	<b>9,586</b>	8,255

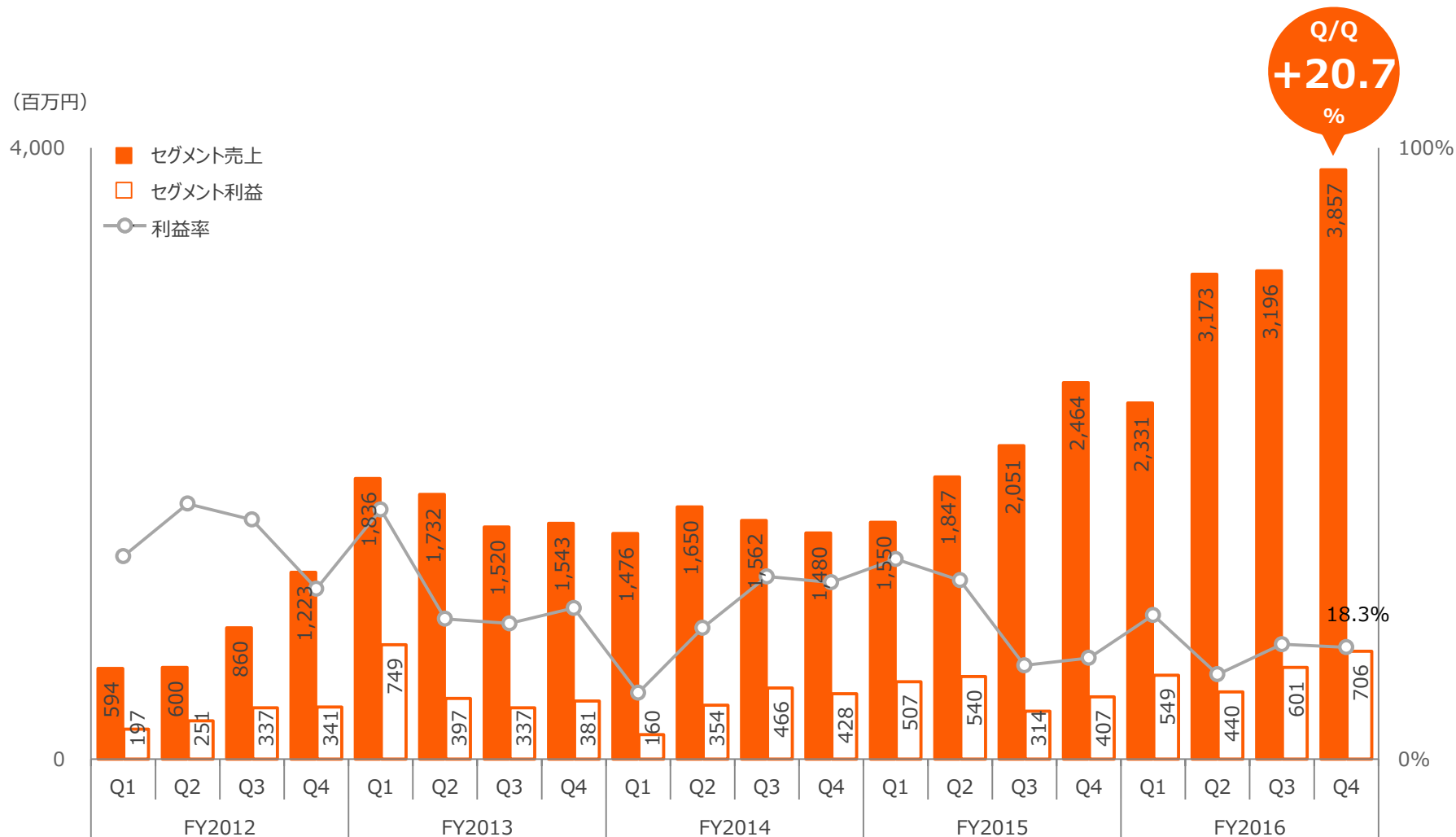
## 2. FY2016 Q4 セグメント別事業詳説

- 3. FY2017 Q1 進捗
- 4. FY2017 連結業績予想
- 5. 中長期的な展望



# エンターテインメント事業 四半期売上高・営業利益の推移

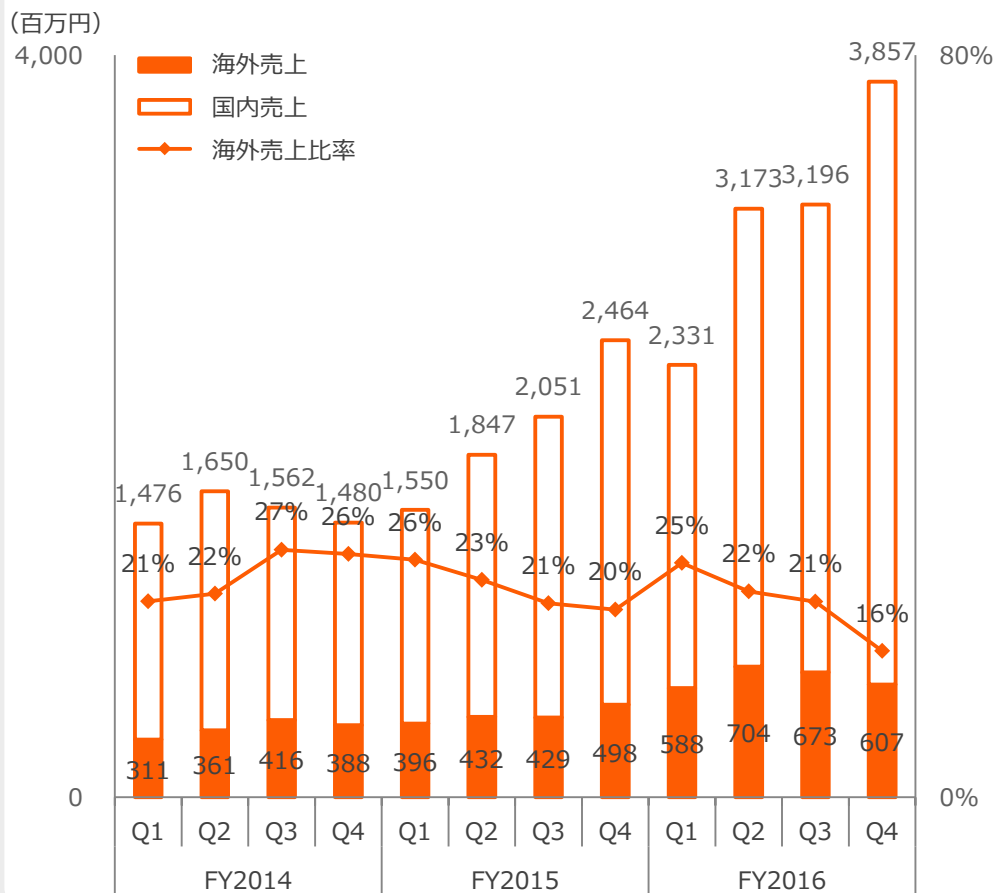
6/9にリリース、6/23より課金開始の新規タイトルヴァルキリーコネクトがQ4売上をけん引



# エンターテインメント事業 海外売上比率の四半期推移

## 海外売上比率 Y/Y 低下、Q/Q 低下

ヴァルコネの海外展開で海外比率の向上を狙う

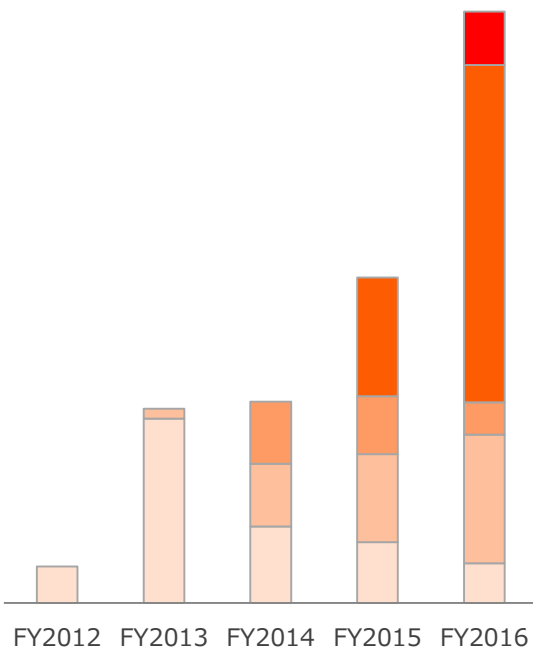


タイトル	配信言語	展開国・地域
ユニゾンリーグ	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本語版</li> <li>グローバル版</li> <li>繁体字版</li> <li>東南アジア言語</li> <li>韓国版</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本</li> <li>世界145か国</li> <li>香港、台湾、マカオ</li> <li>東南アジア圏</li> <li>韓国</li> </ul>
ダークサマナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本語版</li> <li>英語版</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本</li> <li>世界153か国</li> </ul>
レギオンウォー	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本語版</li> <li>英語版</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本</li> <li>世界150か国</li> </ul>
ダービーインパクト	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本語版</li> <li>繁体字版</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本</li> <li>香港、台湾、マカオ</li> <li>シンガポール、マレーシア</li> </ul>
三国大戦スマッシュ!	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本語版</li> <li>繁体字版</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本</li> <li>香港、台湾、マカオ</li> <li>シンガポール、マレーシア</li> </ul>

# リリース年度別自社ネイティブゲームの売上高の推移

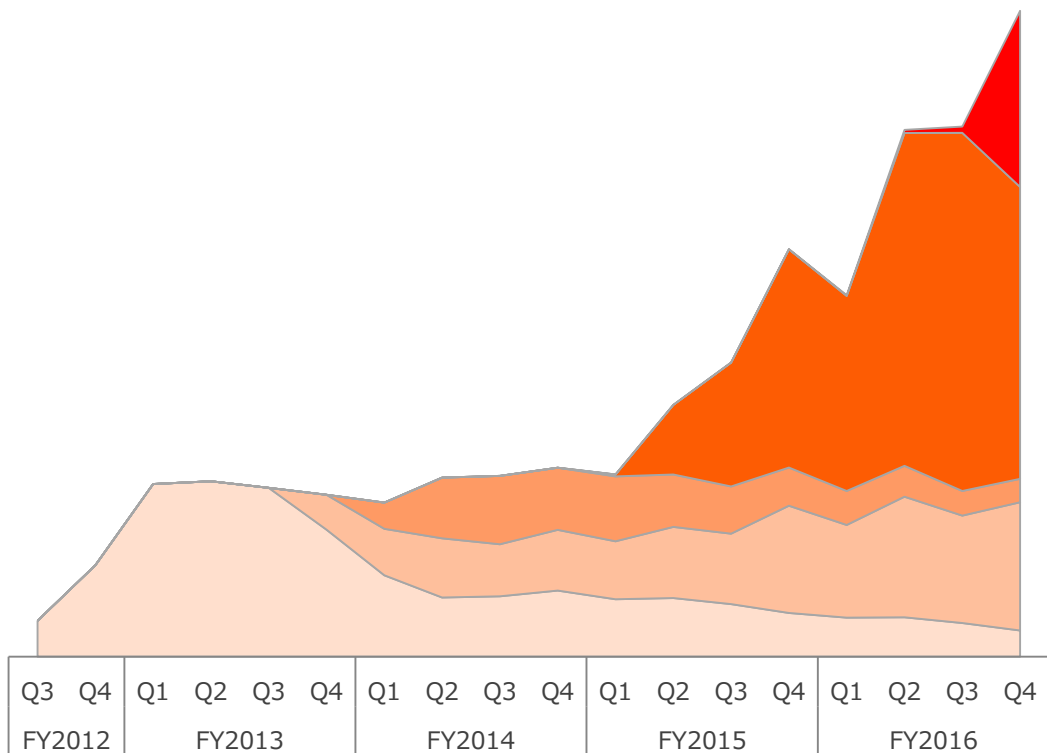
## リリース年度別通期売上高の推移

- FY2012 Titles
- FY2013 Titles
- FY2014 Titles
- FY2015 Titles
- FY2016 Titles



## リリース年度別四半期売上高の推移

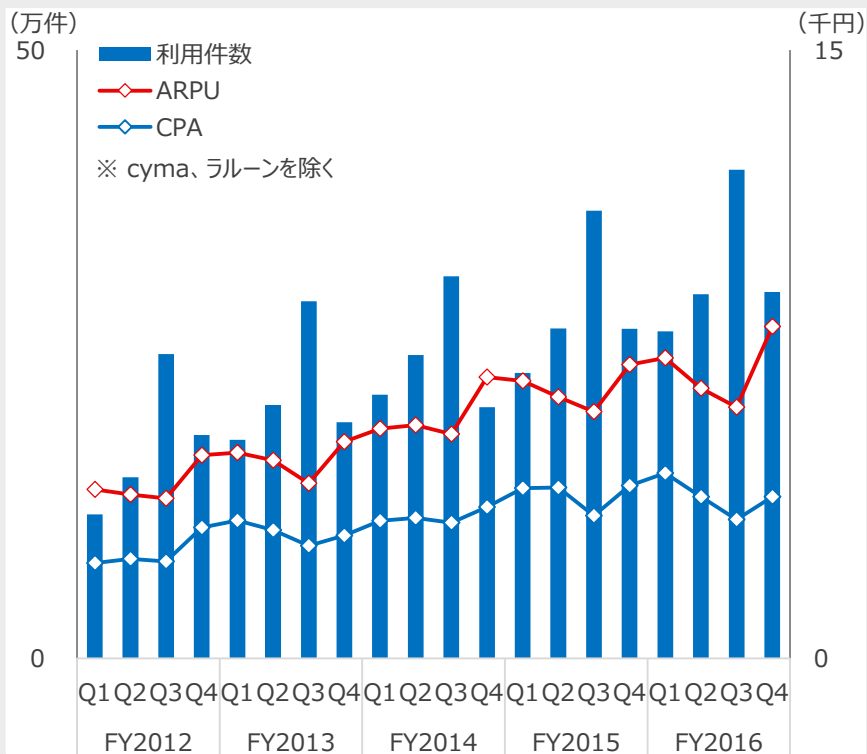
- FY2013のダービーが引き続き好調
- FY2015のユニゾン、さんすまが高い割合で貢献
- FY2016のヴァルコネがQ4売上をさらに一段引上げ



# ライフスタイルサポート事業 主なKPIの四半期推移

## 利用件数・ARPU・CPA

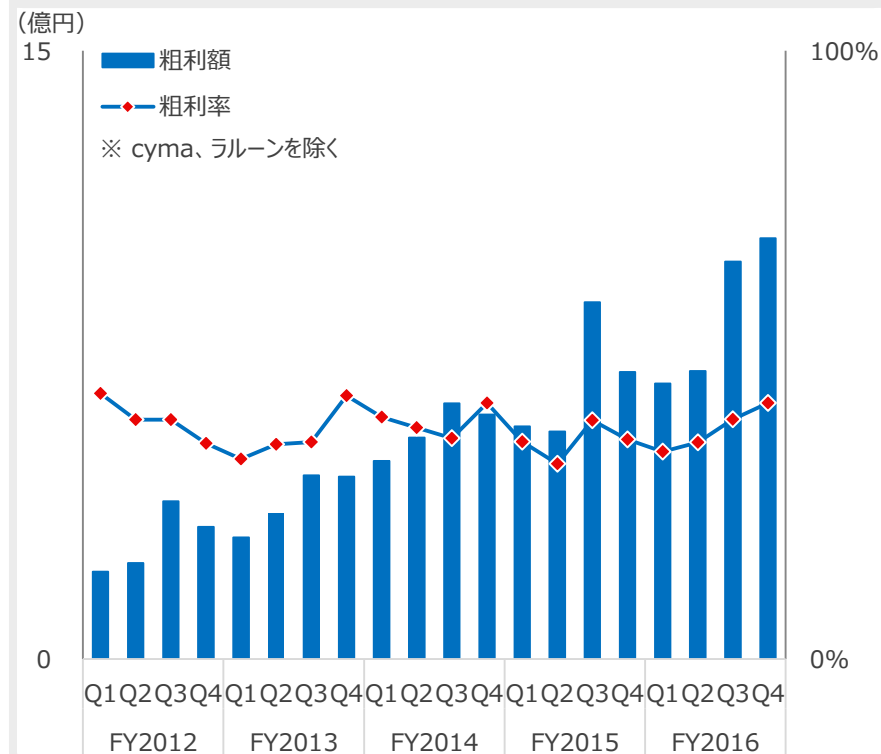
- 例年Q3が利用件数最多、Y/Yで順調に増加
- ARPU、CPAは概ね同様なトレンドで安定推移



- 【①利用件数】= 主要4事業の利用件数 (各サービスの利用件数のうち、売上が発生した件数) の合計 (※同一利用者が複数サービスを利用した場合、獲得コスト発生ベース)
- 【②ARPU : 利用者 1 人/組あたりの売上高】= セグメント売上 ÷ 【①利用件数】
- 【③CPA : 顧客獲得 1 人あたりの広告単価】= 広告宣伝費 ÷ 【①利用者数】

## 粗利額・粗利率

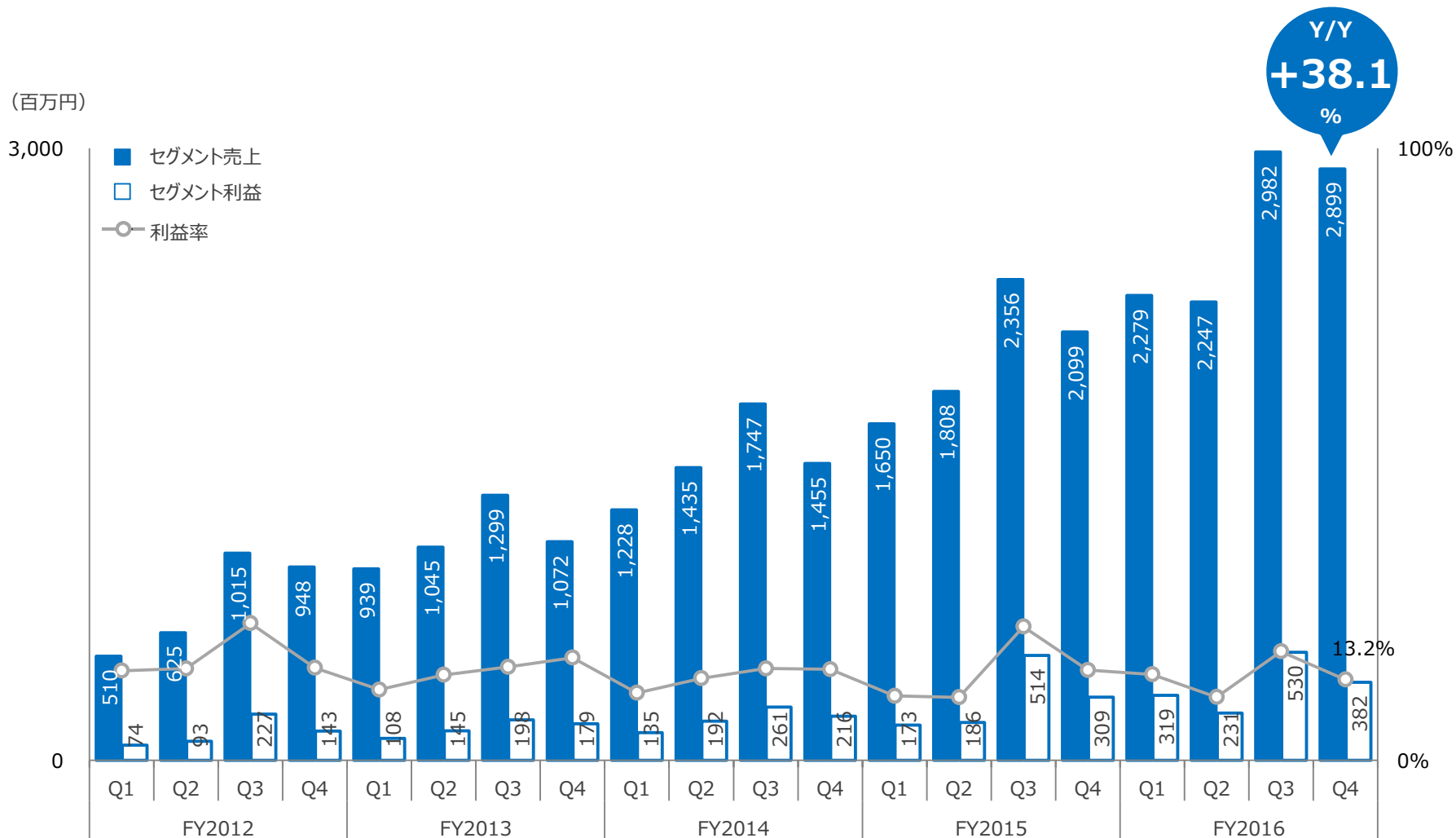
- Q4の粗利がY/Yで順調に増加
- 粗利率は40%前後の水準で安定推移



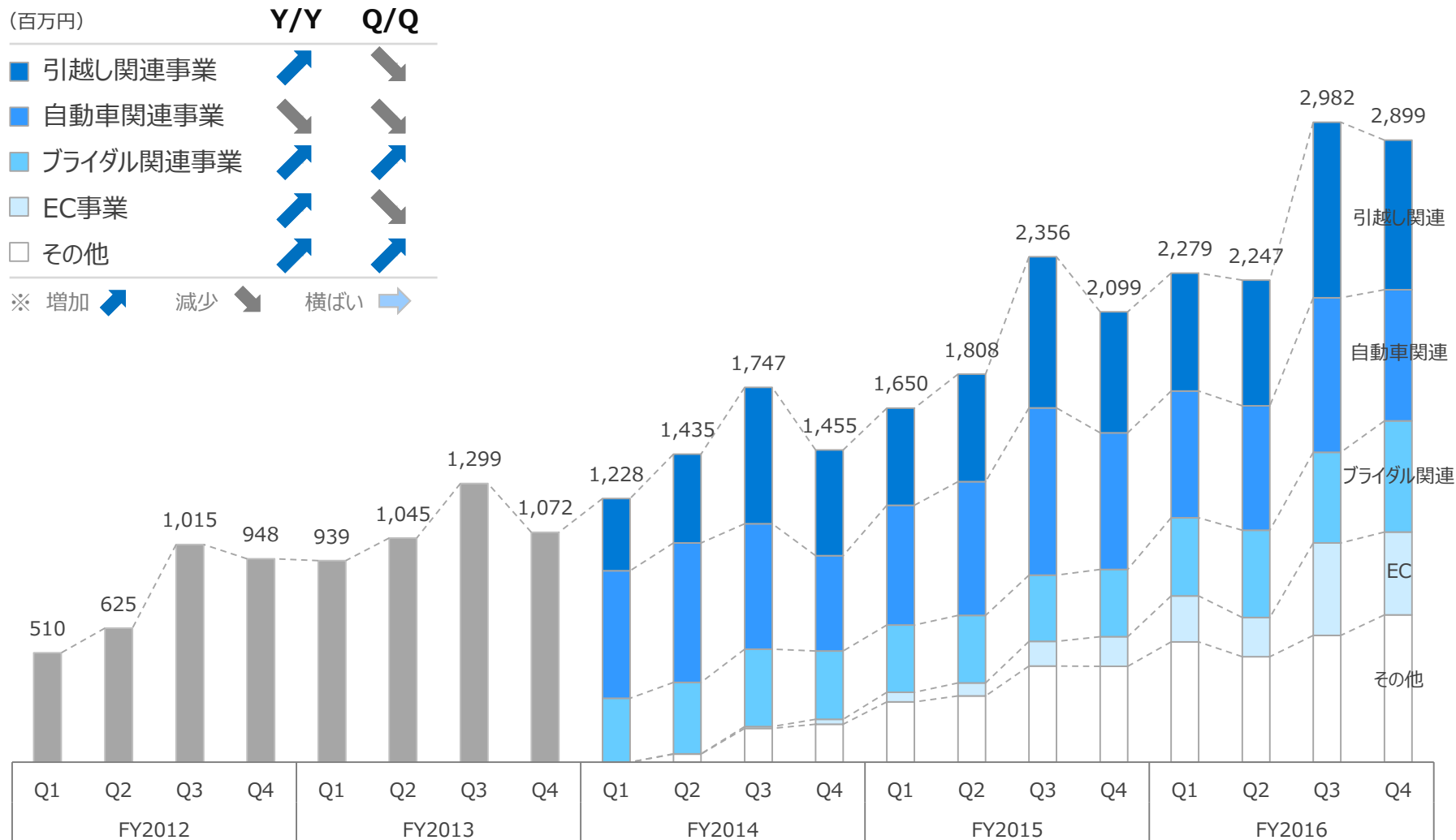
- 【④粗利額】= セグメント売上 - (広告宣伝費 + 仕入原価)
- 【⑤粗利率】= 【④粗利額】 ÷ セグメント売上
- ※ 仕入原価等はGross計上分 (エアコン仕入原価、エアコン工事委託費、ご祝儀婚パッケージ原価、ブライダルリング仕入原価、すぐ婚Photo仕入原価) が対象

# ライフスタイルサポート事業 四半期売上高・営業利益の推移

Y/Yでは引越し関連、ブライダル関連、ECの好調により、増加



# ライフスタイルサポート事業 サブセグメント別四半期詳説



※ FY2012及びFY2013のサブセグメントの内訳は開示いたしていません

※ FY2012及びFY2013の売上高は、引越し関連事業、自動車関連事業、プライダル関連事業により構成されています

## 3. FY2017 Q1 進捗

- 4. FY2017 連結業績予想
- 5. 中長期的な展望

# セグメント別トピックス

## エンターテインメント

### ユニゾンリーグ

▶ 9/7より「初音ミク」とコラボイベントを開始

▶ 8/10に「エヴァンゲリオン」とコラボイベントを開始

- コラボを記念して8/10～8/31までTVCMを放映



- 8/15に海外に向けて「エヴァンゲリオン」とコラボイベントを開始



### ヴァルキリーコネクト

▶ 9/6に累計300万ダウンロードを突破

▶ 好調に推移、海外展開準備中

### 三国大戦スマッシュ!

▶ 8/15よりアニメ「一騎当千」とコラボイベント第2弾を開始

## ライフスタイルサポート

### ブライダル関連事業

▶ 9/10-11に東海最大級のブライダルイベント「すぐ婚naviブライダルフェスタ」を開催予定

- スイーツ試食体験や話題のVRを一般公開予定



### 引越し関連事業

▶ 競争環境が激化。8/16より新たなラジオCMを放送開始

### 自動車関連事業

▶ やや苦戦中も引き続き業界トップシェアを維持

## EC

### 自転車EC

▶ 引き続き体制強化、カスタマーサポートに注力



## 4. FY2017 連結業績予想

5. 中長期的な展望

# FY2017 連結業績予想数値

(単位：百万円)

	FY2016 実績		FY2017 (2016.08-2017.07) 予想				
	中間実績	通期実績	Q1予想	中間予想	通期予想	構成比	通期Y/Y
売上高	10,031	22,967	<b>7,000</b>	<b>14,800</b>	<b>32,000</b>	100.0%	<b>139.3%</b>
エンターテインメント事業	5,505	12,559	-	-	<b>19,000</b>	59.4%	<b>151.3%</b>
ライフスタイルサポート事業	4,129	9,193	-	-	<b>11,200</b>	35.0%	<b>121.8%</b>
EC事業	397	1,214	-	-	<b>1,800</b>	5.6%	<b>148.2%</b>
営業利益	665	2,212	<b>10</b>	<b>300</b>	<b>3,300</b>	10.3%	<b>149.1%</b>
経常利益	606	2,094	<b>10</b>	<b>300</b>	<b>3,250</b>	10.2%	<b>155.2%</b>
当期純利益	308	1,292	<b>6</b>	<b>180</b>	<b>2,150</b>	6.7%	<b>166.3%</b>

※ FY2017 (2016年8月1日) より、自転車ECを単独セグメント化し、当事業セグメントは「エンターテインメント事業」、「ライフスタイルサポート事業」、「EC事業」三つになりました。

# FY2017の取り組み

## 全社

中長期的な成長に向けた人材獲得・人材育成  
及び環境整備・組織体制の構築

## エンター テイン メント

- | 放課後ガールズライブ等新規タイトルのリリース
- | ヴァルキリーコネクトの海外展開
- | 既存タイトルの効率的な運用

## ライフ スタイル サポート

- | 既存サービスの利用者数・ARPU・利益率の向上
- | 各サービス間の相互送客、継続顧客の獲得
- | 各サブセグメントの周辺事業の開拓及び新たな産業領域におけるサービスの開拓

## EC

- | 黒字化よりもフルフィルメント（注）の強化を優先  
（注）フルフィルメント：ネット通販における受注管理・在庫管理、ピッキング、商品仕分け・梱包、発送、代金請求・決済処理、顧客データ管理、カスタマーサポート等、通販ビジネスで最も重要なコアプロセス全般
- | CVR（注）の向上  
（注）CVR：コンバージョンレート。ECサイトにおけるウェブサイトへアクセスしたユーザー数のうち、商品を実際に購入したユーザー数の割合

# 業績予想の考え方

## 全社

### 次期以降の成長に向けた先行投資費用を織り込んで予想

- | 人員の増加を見据えた本社オフィスの増床費用
- | 企業認知度向上のための広告宣伝費

## エンターテインメント

### リリース前は保守的、収益寄与は下期以降の想定。リリース済はKPIを踏まえ、予想

- | ガルトラ等リリース前の新作の収益寄与は保守的に予想、想定できる費用を織り込む、収益寄与は下期以降の想定
- | ヴァルコネは足元のKPI推移を踏まえ、他ゲームの海外展開実績を参考に合理的に予想。上期に投資を行う予定
- | その他既存タイトルは経過年数や足元のKPI推移を勘案しつつ、フラットorゆるやかに減少する前提で業績を予想

## ライフスタイルサポート

### 想定可能な範囲内で合理的に予想、Q3が繁忙期

- | 各サービスの収益力、各KPIの状況を踏まえ、季節要因等現時点で想定可能な影響要因を加味し、業績を予想
- | 一部サービスにおけるブランディングのための先行投資は費用を十分に織り込み、収益貢献は中長期スパンで想定
- | 新規サービスについては、現時点で想定可能な範囲内で費用を織り込む

## EC

### 想定可能な範囲内で合理的に予想、Q3が繁忙期

- | 組織基盤・体制を整えるための継続投資費用を十分に織り込む
- | 収益貢献は足元のKPIを踏まえつつ、季節要因等を加味しながら想定可能な範囲内で合理的に予想

# FY2017 Q1業績の留意点

## 全社

成長に向けた投資を実施予定、営業利益はほぼゼロを想定

- Q1の売上予想70億円に対し、営業利益率をやや保守的に10%と想定した場合、7億円となるが、7億円の追加投資を実施予定のため、Q1の営業利益はほぼゼロとなる想定

## エンターテインメント

大型プロモーションを実施

- 8月にユニゾンリーグ×エヴァンゲリオンコラボTVCMを実施
- 8月にヴァルキリーコネクのウェブプロモーションを実施

想定追加投資費用

**5.5**億円

## ライフスタイルサポート

ブランド認知度向上のためのプロモーションを実施予定

- ブライダル関連事業において、ブランド認知度向上のための広告投資を予定

想定追加投資費用

**0.5**億円

## EC

ブランド認知度向上のためのプロモーションを実施予定

- 自転車E-コマース事業の認知度向上のための広告投資を予定

想定追加投資費用

**0.3**億円

## 共通部門

人材の獲得・育成・確保のための投資を実施予定

- 採用・研修費、株式報酬（ESOP/BIP）等人材確保のための費用、その他

想定追加投資費用

**0.7**億円

## 配当

FY2016通期配当実績は、1株当たり12.5円、配当性向18.2%

FY2017通期配当予想は、1株当たり20.0円。中間配当前期同様、期末配当倍増

今後も業績を勘案しつつ、配当性向20%前後の株主還元を予定

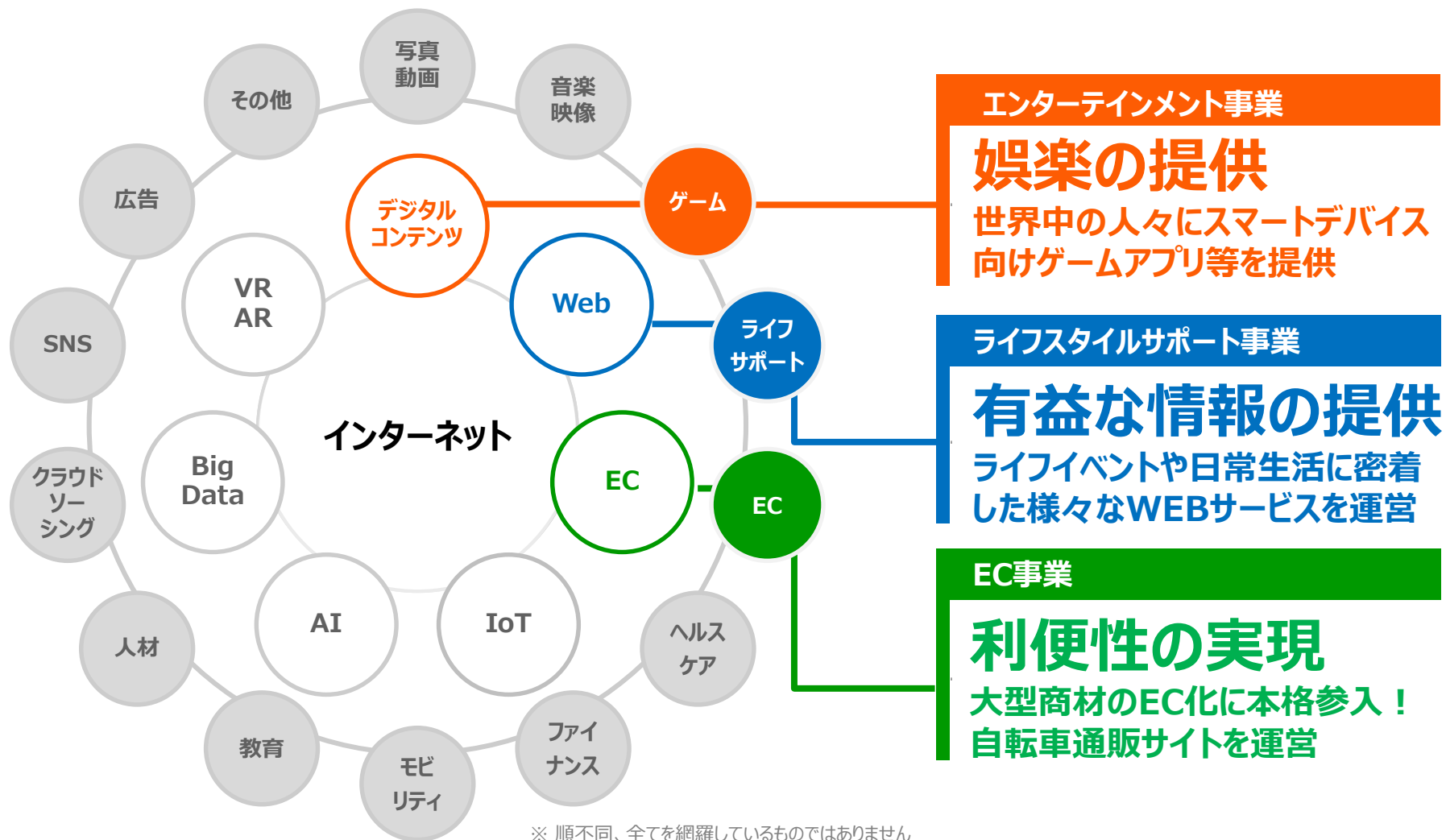
	FY2015 実績		FY2016 実績		FY2017 予想	
	中間	期末	中間	期末	中間	期末
基準日	2015/01/31	2015/07/31	2016/01/31	<b>2016/07/31</b>	<b>2017/01/31</b>	<b>2017/07/31</b>
配当実施日	2015/04/03	2015/10/13	2016/04/04	<b>2016/10/07 (予定)</b>	<b>2017年4月 (予定)</b>	<b>2017年10月 (予定)</b>
1株当たり 配当金	5円 00銭	7円 50銭	5円 00銭	<b>7円 50銭</b>	<b>5円 00銭</b>	<b>15円 00銭</b>
配当総額	238,021,850 円		95,590,400 円	<b>143,606,100 円</b>	-	-
(通期) 配当性向	17.7%		<b>18.2%</b>		<b>20%前後 (予定)</b>	

※当社は平成27年5月1日を効力発生日として、普通株式1株につき、2株の割合をもって分割いたしました。そのため、FY2015の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たり配当金額を算定しております。従いまして、FY2015の1株当たりの配当金額は過去に当社が発表した数値と異なります

## 5. 中長期的な展望

# エイチームの目指す姿

今後もインターネットを使った様々なビジネス領域に挑戦し続けます！





## 事業の展望（数字を約束するものではありません）

### 全社

既存の三つの事業軸を基本としながらも、枠にとらわれず、様々な事業にチャレンジし、新たな収益源を創出します

### エンターテインメント

- | 日本で企画・開発・運営、世界中に人々に娯楽を提供
  - 北米だけでなく、欧州市場、さらにアジア圏を狙う
- | 全世界に向けて月商10億円規模のアプリを複数創出
  - 英語版を中心に海外売上比率50%強を目指す

### ライフスタイルサポート

- | 既存のメイン4サービスそれぞれ年商50億円規模に
  - 4サービスの合計で年商200億円～300億円規模をイメージ
- | 有益な情報を提供し、生活をより豊かに、より便利にするサービスを順次開拓

### EC

- | 自転車通販No.1サイトを目指す
  - 3年以内に国内自転車販売台数の3%を目指す
- | まだEC化が進んでいない商材へ挑戦

# APPENDIX A

## 会社概要

# 会社概要 (2016年7月31日現在)

商号	株式会社エイチーム (Ateam Inc.)
株式公開市場	東京証券取引所 第一部 (コード: 3662)
本社	大名古屋ビルヂング 32F
大阪スタジオ	梅田阪急ビル オフィスタワー 26F
東京スタジオ	品川イーストワンタワー8F
設立	2000年2月29日
決算期	7月
取引銀行	三菱東京UFJ銀行 名古屋営業本部 三井住友銀行 名古屋駅前法人営業部
監査法人	有限責任監査法人トーマツ
グループ会社 (100%子会社)	株式会社A.T.brides 株式会社引越し侍 株式会社エイチームライフスタイル 株式会社A.T.サポート
売上高 (連結)	22,967,773千円 (2016年7月期)
経常利益 (連結)	2,094,629千円 (2016年7月期)
人員数 (連結)	社員535名 (アルバイトを除く)、役員9名



大名古屋ビルヂング



本社受付



梅田阪急ビル



品川イーストワンタワー

## 三つの事業軸

インターネットやスマートデバイス（スマートフォン・タブレット端末）を通じ、  
コンシューマー（個人利用者の皆様）向けに自社サービスを提供



コンシューマー（個人利用者の皆様）

インターネット・スマートフォン・タブレット端末

エンターテインメント事業

### 娯楽の提供

「人と人とのつながり」をテーマに、  
世界中の人々にスマートデバイス向け  
ゲームやツール等のアプリケーションを  
企画・開発・運営

ライフスタイルサポート事業

### 有益な情報の提供

人生のイベントや日常生活に  
密着した比較サイト、情報サイト等  
様々なウェブサービスを  
企画・開発・運営

EC事業

### 利便性の実現

自社在庫を持ち、独自の物流網を構築  
自転車をはじめ、EC化の難関である  
大型商材のEC化に本格参入！  
ECサイトを企画・開発・運営

※ FY2017（2016年8月1日）より、自転車ECを単独セグメント化し、当事業セグメントは「エンターテインメント事業」、「ライフスタイルサポート事業」、「EC事業」三つになりました。

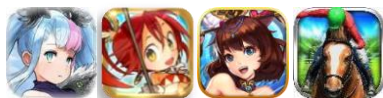
# 事業セグメント



## エンターテインメント事業

スマートデバイス向けゲームや  
便利なツールアプリ等を通して  
世界中の人々に娯楽を提供

### ゲームアプリ



### ツールアプリ



## ライフスタイルサポート事業

「有益な情報」を提供し、  
生活をより便利にする様々な  
ウェブサービスを運営

### 引越し関連事業



### 自動車関連事業



### ブライダル関連事業



### 金融メディア事業



## EC事業

完全組立自転車が自宅に届く  
自転車通販No.1を目指し、  
ECサイトを企画・開発・運営



### 自転車Eコマース事業



※ FY2017（2016年8月1日）より、自転車ECを単独セグメント化し、当事業セグメントは「エンターテインメント事業」、「ライフスタイルサポート事業」、「EC事業」三つになりました。

# エンターテインメント事業 主要ゲーム&ツールアプリ

## Game Apps

ミッドコア RPG (ロールプレイングゲーム)					アクション
事前登録 受付中	NEW ヴァルキリーコネクト	ユニゾンリーグ	レギオンウォー	ダークサマナー	三国大戦スマッシュ!
放課後 ガールズドライブ					
シミュレーション	ストラテジー	パズル	麻雀	公式サイト	
ダービーインパクト	ビッグバンギャラクシー	ポンゴコンボ	麻雀 雷神 - Rising -	エターナルゾーン	ミリオンヴァーサス

## Tool Apps

SNS	スマホ きせかえ	ZeoApp シリーズ (便利ツール)					
ジャム	[+]HOME	快眠サイクル 時計	楽々 カロリー管理	アイトレ3D	3分 フィットネス	TOEIC®テスト 英単語	きせかえ ミラー
フープ						さくさく 英単語	

# ライフスタイルサポート事業 主要サービス

## 引越し 関連事業



引越し比較・予約サイト

- 一度の入力で最大10社の引越し業者から見積を取得できる「一括見積サービス」
- ネットで引越しの予約まで出来る業界初の「予約サービス」も運営
- 提携引越し業者数は全国で230社以上
- 業界シェアトップ

## 自動車 関連事業



車査定・車買取サイト

- 47秒カンタン入力、一度の入力で最大10社の中古車買取り業者から見積を取得
- 厳正な基準を満たした一流業者と提携
- 業界シェアトップ

## ブライダル 関連事業



結婚式場情報サイト

- Web・無料相談デスクで全国700以上の結婚式場から会場をご紹介
- 「すぐ婚特典」を使って質の高い結婚式を「お得」に実現
- プロの専任アドバイザーがいる実店舗を全国に展開
- 後払い・ご祝儀払いができる結婚式場もご紹介

## 金融 メディア 事業



キャッシング・カードローン総合  
検索サイト

- 厳選した大手銀行、消費者金融のサービスを徹底比較
- 金利が低い・無利息期間あり・即日融資・収入証明不要など、希望条件に合うサービスを容易に検索

## 女性向け ヘルスケア 事業



女性向け生理日予測  
・体調管理アプリ

- 無料で生理日・排卵日が予測できるスマホアプリ
- 毎日変化する妊娠の可能性やお肌の調子わかる、わかりやすいグラフで基礎体温や体重も楽々管理
- 生理・妊娠・避妊から美容・健康まで女性に必要な知識を提供、匿名で相談も可能



# EC事業

自転車  
E-コマース  
事業

**cyma** -サイマ-  
life & discovery

自転車通販サイト「サイマ」

- シティサイクルから本格的なスポーツ車まで、豊富な200種類以上の自転車を取扱い
- 専属の整備士が整備を行い、すぐに乗れる状態でご自宅までお届け
- 1年間の無料出張修理など、cyma独自の「自転車あんしんサポート」を提供



**cyma** -サイマ-  
life & discovery



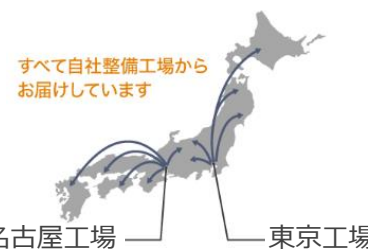
【B2C】利用者からの収益 (Gross)

**cyma** -サイマ-  
life & discovery

Webサイト



組立工場 & 物流センター



※ FY2017 (2016年8月1日) より、自転車ECを単独セグメント化し、当事業セグメントは「エンターテインメント事業」、「ライフスタイルサポート事業」、「EC事業」三つになりました。



# APPENDIX B-1

## エンターテインメント事業の 強みと今後の成長戦略

# エンターテインメント事業の強み

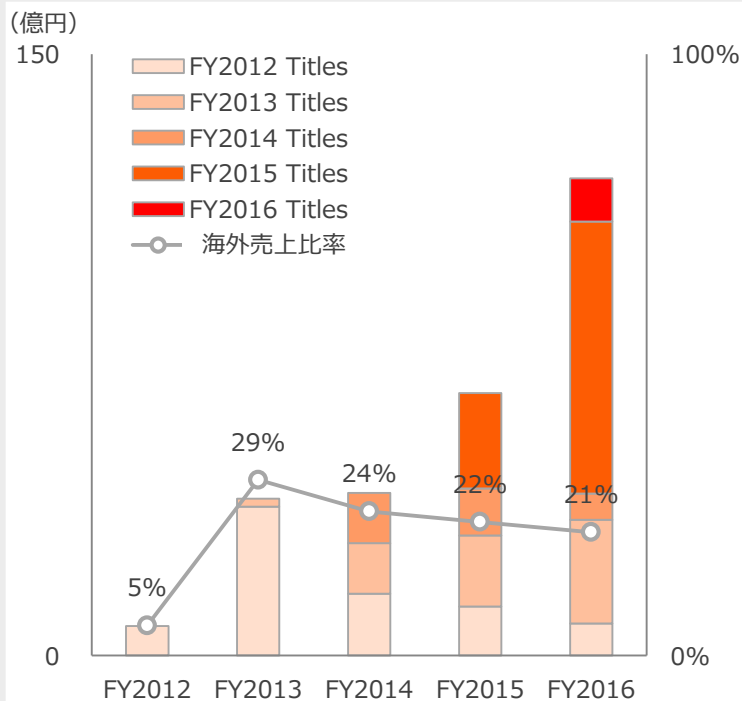
自社オリジナル開発、ヒット率が高い

- 社内開発中心に年間1~3本のペースでゲームをリリース。グローバル視点で徹底的なマーケティング調査を行い確実に1タイトル以上のヒットを創出。また、定期的に新ジャンルにも挑戦

海外市場におけるプロモーション・マネタイズ・運営ノウハウ及びユーザーベースの確保

- 北米モバイルゲーム市場の黎明期からチャレンジし、ノウハウを蓄積。5年間にわたり、着実にコアファン層を獲得

リリース時期別売上高及び海外比率の推移



タイトル（リリース順） 1億円以上 ← → 1億円以下 ヒット率

Year	1億円以上	1億円以下	ヒット率
FY2016	ヴァルキリーコネクト	BBG Trivia Saga	1 of 3 succeeded
FY2015	ユニゾンリーグ 三国大戦スマッシュ!	ポンゴコンボ	2 of 3 succeeded
FY2014	レギオンウォー		1 of 1 succeeded
FY2013	ダービーインパクト	ダークラピンス	1 of 2 succeeded
FY2012	ダークサマナー	コーデdeマイショッポ	1 of 2 succeeded

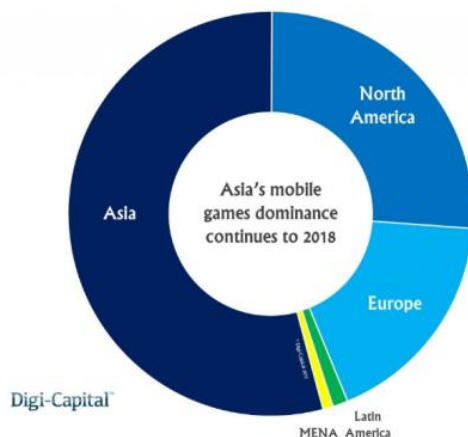
## エンターテインメント事業の成長戦略

- ゲームアプリ年間リリース目標1~2本。リソース配分の最適化を図りつつ、高ヒット率を維持
- 国内のみならず、海外のモバイルゲーム市場でのさらなる成長を狙う
  - 北米市場で培ったノウハウを活かし、ヨーロッパ市場に本格参入、繁体字圏（台湾・香港・マカオ）をさらに強化

### グローバルモバイルゲームマーケット規模

グローバルモバイルゲーム市場は、2015年の290億ドルから、**2018年には450億ドル**に成長すると予測されている

Mobile games revenue from \$29B in 2015 to \$45B by 2018



- 出所 : Digi Capital: "Games leaders to dominate \$45 billion mobile games revenue forecast by 2018", May 2015

### 海外戦略

- 引き続き北米市場でのさらなる成長を狙う
- ヨーロッパ市場を新たなターゲットに本格参入
  - 2018年にはヨーロッパ市場がアジア、北米に次ぐ大きな市場になると予測されている
  - 北米の傾向と類似しているため、北米市場で培ったマーケティング、プロモーション運用ノウハウをヨーロッパ市場に横展開予定
  - 自社内で多言語対応予定
- アジアは繁体字エリア（台湾・香港・マカオ）を強化
- 中長期的には、有望と判断される市場をさらなるターゲットに、参入エリアを増やす予定

## APPENDIX B-2

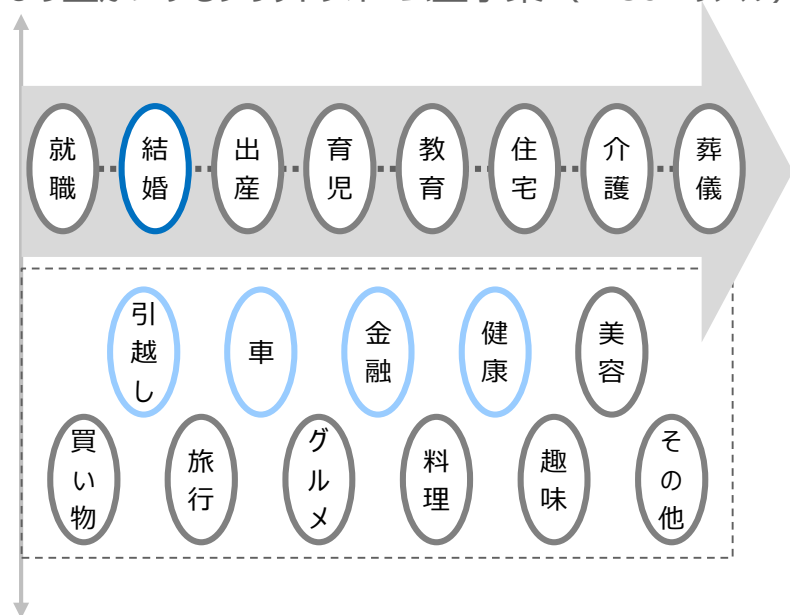
# ライフスタイルサポート事業全体の 特徴と主な経営指標

# ライフスタイルサポート事業の内容

ライフスタイルサポート事業では、人生の各ステージにおける大きなライフイベントをより豊かにする**プラットフォーム型 (Web+リアル)** 事業及び生活をより便利にする**アフィリエイト型 (Web完結)** のウェブサイトを多数展開

## サービスの分類 1

人生の各ステージにおける大きなライフイベントをより豊かにするプラットフォーム型事業 (Web+リアル)



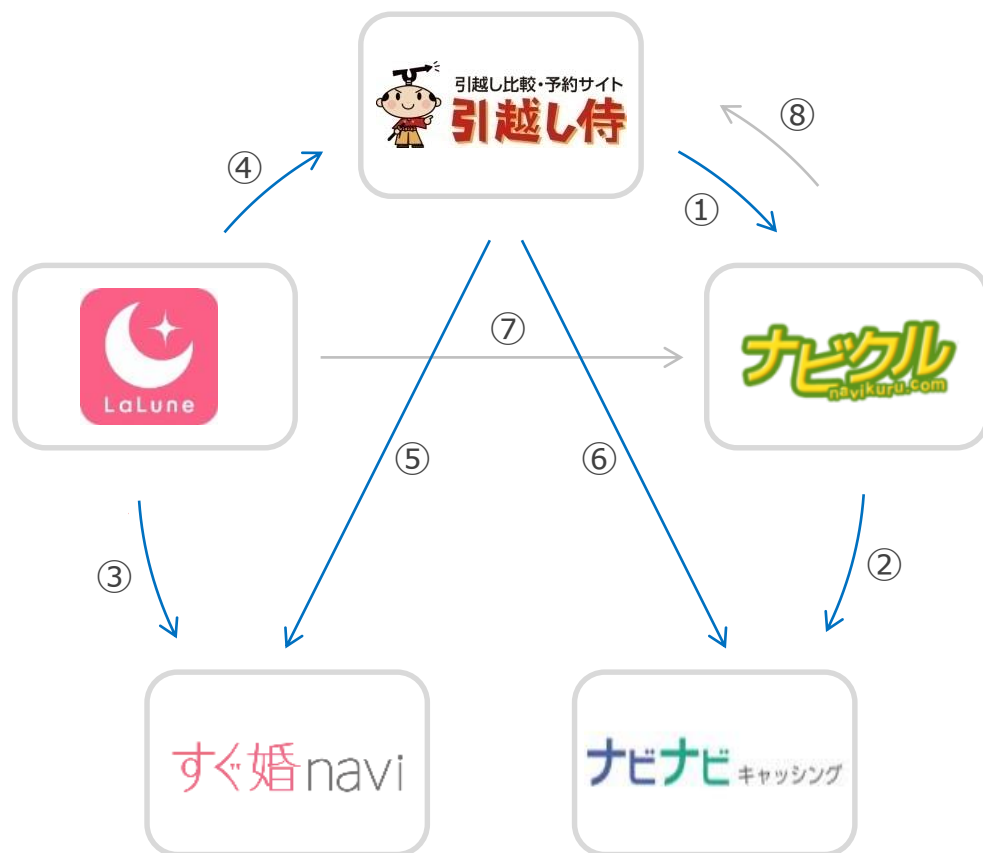
生活をより便利にするアフィリエイト型ウェブサービスやアプリケーション等 (Web完結)

## サービスの分類 2



# ライフスタイルサポート事業の特徴

サービス間で様々な相互送客を実施、今後さらに相互送客でのユーザー獲得を強化予定



送客実績有り  
 今後想定可能な送客

- 1 引越し侍を使って引越しをしたユーザーがナビクルで車一括査定を依頼
  - 2 ナビクルで車一括査定を依頼したユーザーがカードローン比較サービスをご利用
  - 3 ラルーンのユーザーがすぐ婚naviで結婚式場を探す
  - 4 ラルーンのユーザーが引越し侍で引越し業者を比較・予約
  - 5 引越し侍を使って引越しをしたカップルがすぐ婚naviで結婚式場を探す
  - 6 引越し侍を使って引越しをしたユーザーがカードローン比較サービスを使う想定
- 
- 7 ラルーンのユーザーがナビクルで車の一括査定を依頼する想定
  - 8 ナビクルで車の一括査定を依頼したユーザーが引越し侍を使って引越しをする想定

# ライフスタイルサポート事業 主なKPIの年間推移

## 売上高・粗利/粗利率・営業利益/営業利益率

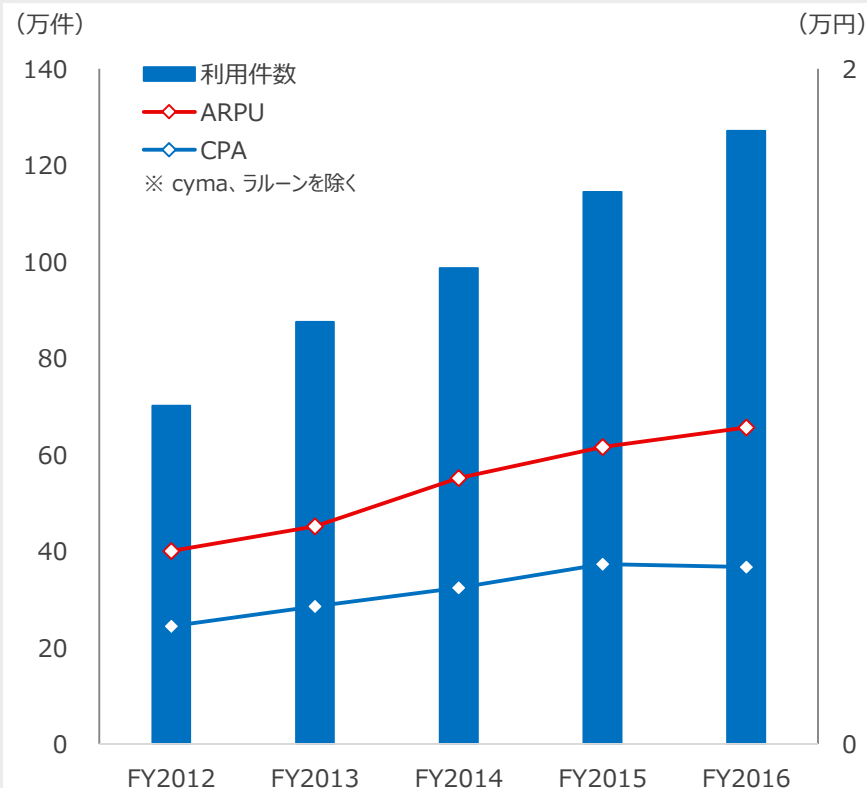
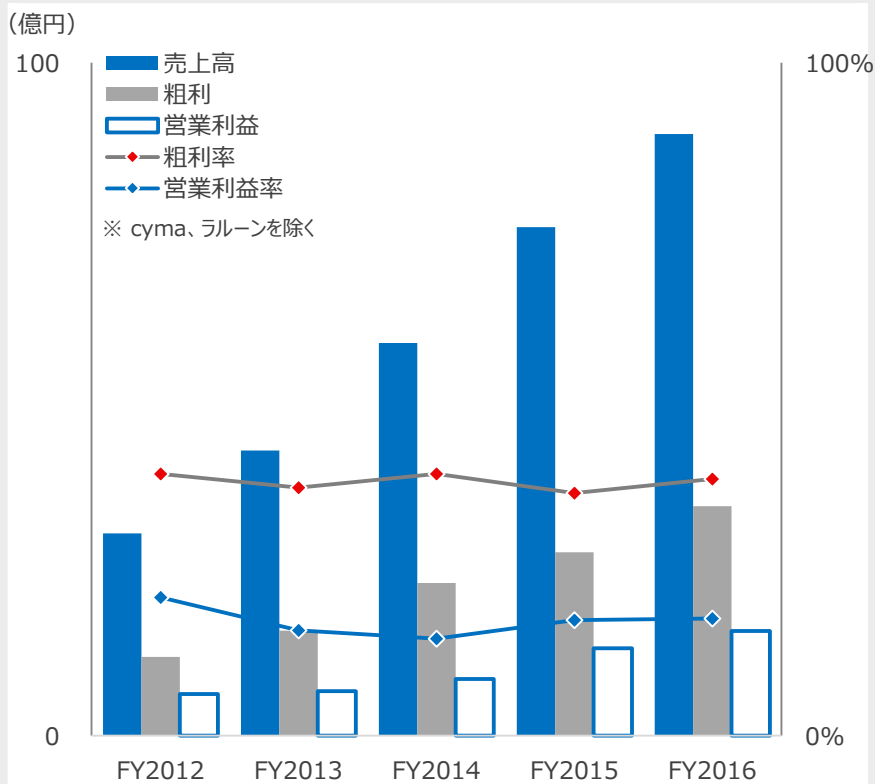
## 利用件数・ARPU・CPA

売上高・粗利・営業利益ともに右肩上がり

粗利率40%前後、営業利益率20%弱で推移

利用件数が順調に増加

効率化を進め、ARPU向上、CPA低減を推進



■ 売上高、営業利益は（cyma、ラルーンを除く）主要4事業（引越し関連事業、自動車関連事業、ブライダル関連事業、金融メディア事業）の合計

■ 粗利、粗利率の定義については、同資料20ページをご参照ください

■ 利用件数、ARPU（利用者1人/組あたりの売上高）、CPA（顧客獲得1人あたりの広告単価）の定義については、同資料20ページをご参照ください

# APPENDIX B-2'

## ライフスタイルサポート事業

### 各サブセグメントの強みと今後の成長戦略



# ライフスタイルサポート – 引越し関連事業の強み

- 【サービスの強み】 価格優先の「一括見積」に加え、品質優先で煩わしさ低減の「比較・予約」二つの選択肢を提供。多様な周辺サービスの拡充により、充実したサービスポートフォリオ、多様なマネタイズ手法を確立
- 【営業力の強み】 提携引越し事業者数230社強、営業努力を絶やさず、利用者の声をフィードバックする等、提携事業者に付加価値を継続して提供することで、利用者・提携事業者との「三方よし」を実現
- 【マーケティング力の強み】 高いSEO（検索エンジン最適化）ノウハウを有し、効率的な運用により高い利益率を実現

← 【B2B2C】提携事業者からの収益：見込客送客手数料/レベニューシェア（Net）

→ 【B2C】利用者からの収益（Gross）

- 「引越し侍」のウェブサイトにて  
 (A) 複数社一括見積 or  
 (B) 一覧比較・予約を選択、  
 旧居・新居などの情報入力へ進む



## A：比較・予約

引越し見積り料金・口コミ情報を一  
覧で比較し、予約までネットで完結

## B：一括見積

最大10社の引越し業者に一括見  
積を依頼、電話やメールでやり取り

- 引越し時に発生する様々なサービスもご紹介

インターネット回線の設置、中古車・バイク査定、  
不用品回収の見積、太陽光発電の見積、フ  
アコーティング見積、ウォーターサーバー宅配等



- ピアノ買取一括査定
- ピアノ引越し一括見積



「引越し侍」と一緒に利用可 or  
単独サービスとしてもご利用可能

- エアコン通販
- エアコン工事一括見積



「引越し侍」と一緒に利用可 or  
単独サービスとしてもご利用可能

# ライフスタイルサポート – 引越し関連事業の成長戦略

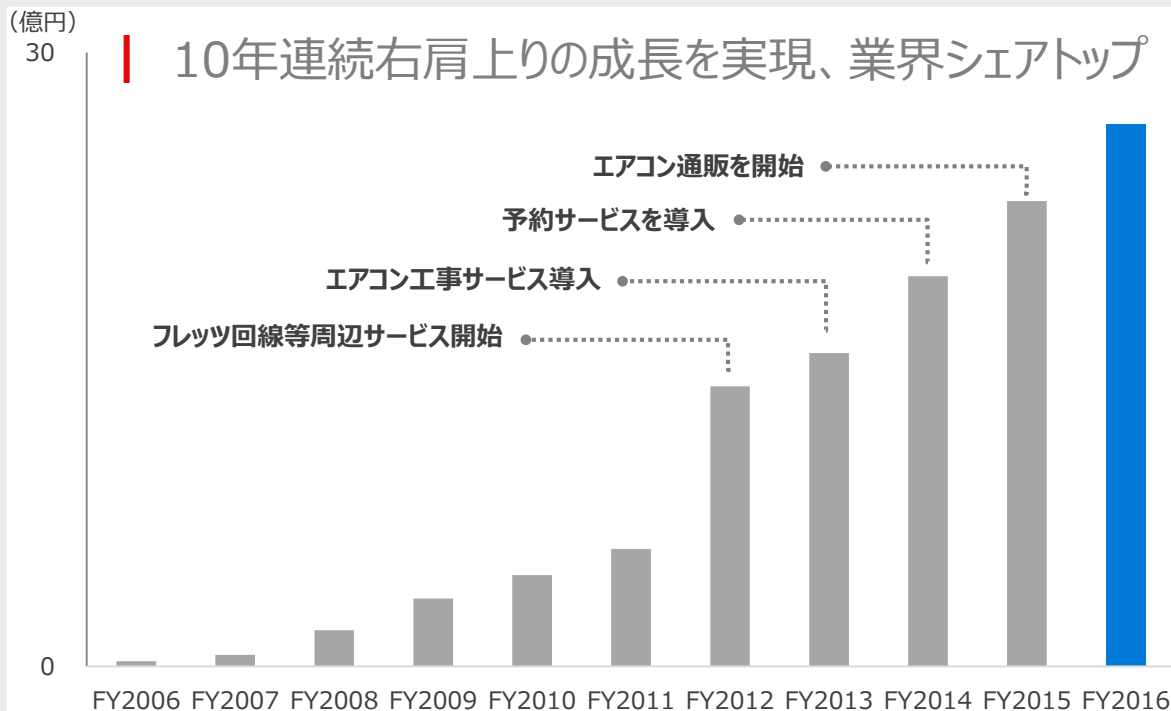
## 【サービス戦略】

引越し時に発生する周辺サービスをさらに拡充し、ワンストップ型サービスの確立に向けて注力

## 【マーケット戦略】

認知度を向上ためのマスマーケティングにより、**比較サイトを利用せずに引越し業者を選ぶ潜在層**にアプローチ

## 引越し関連事業のこれまでの売上推移

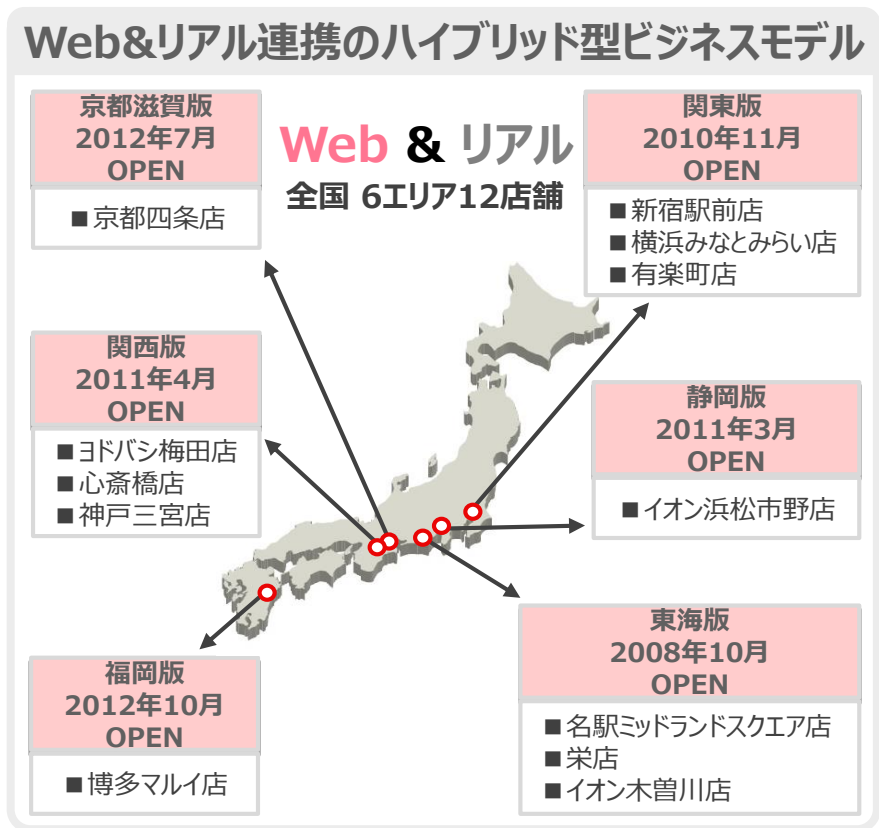
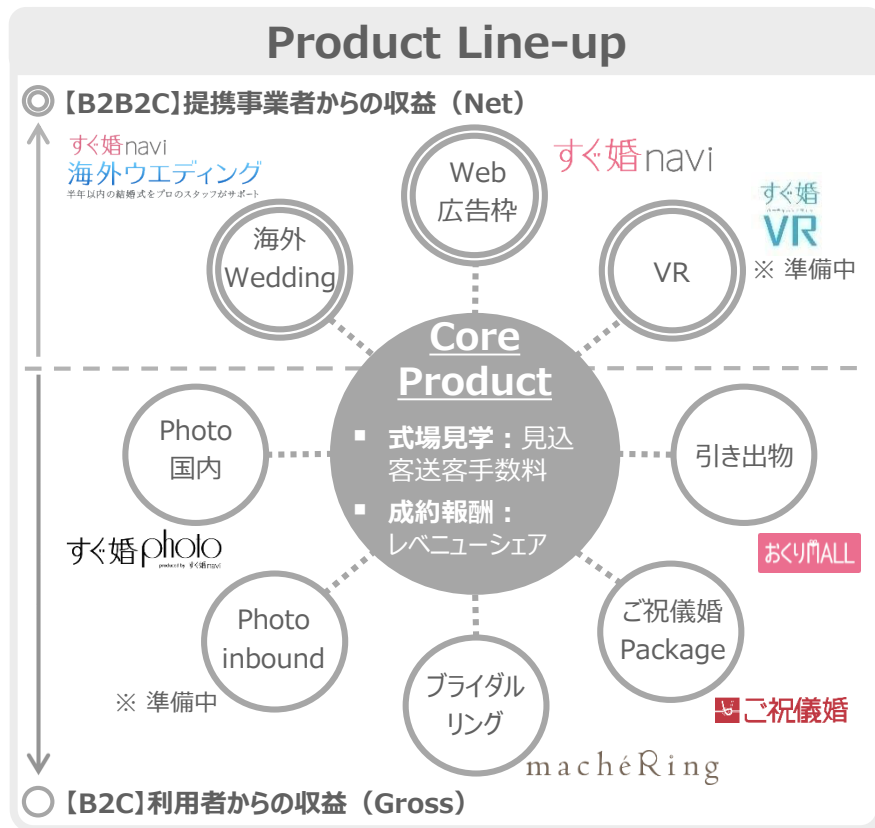


## 注カポイント

- サービス品質優先で煩わしさを低減でき、お得に引越しができる「比較・予約」サービスのCVR・ARPUを向上
- 周辺サービスをさらに拡充することでARPUを向上
- エアコン工事・通販の強化

# ライフスタイルサポート – ブライダル関連事業の強み

- 【ビジネスモデルの強み】 Web&リアル連携の独自性ハイブリッド型ビジネスモデルの構築により、ブライダル産業におけるマルチプレイヤーに躍進。模倣されにくいビジネスモデルとして確立
- 【サービスの強み】 Product個々のターゲット属性が明確、提携事業者や利用者にとって選別しやすく利用しやすい  
また、Web&リアル連携による顧客一元管理の徹底により、提携事業者からの信頼性と高い利用者満足度を実現
- 【収益構造の強み】 Product Line-upの拡充により、充実したサービスポートフォリオ、多様なマネタイズ手法を確立



# ライフスタイルサポート – ブライダル関連事業の成長戦略

- 【商品戦略】 Product Line-upの拡充による多様な収益機会の創出、顧客1組あたりの単価の上昇をはかる
- 【ターゲット戦略】 多様な利用者属性へのアプローチおよび媒体の利便性の向上、利用組数の増加、マーケットシェアの拡大を図る

## 競合との比較：現状と今後

### 競合大手の現状

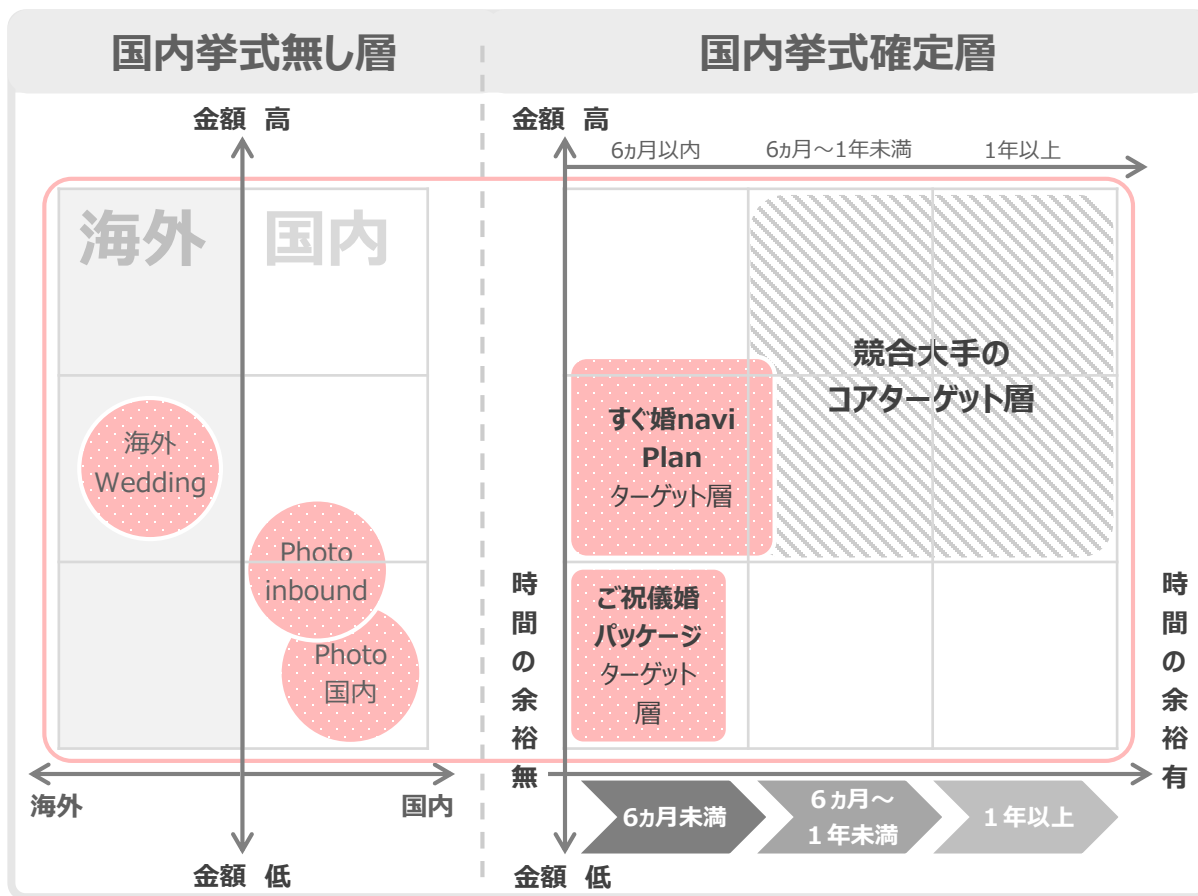
- 準備期間6か月以上、挙式費用中～高レンジの国内挙式層がメインターゲット
- ブライダルメディアの中でトップシェア

### 自社ブライダル関連事業の現状

- 準備期間6か月以内を中心に、挙式費用中レンジの国内挙式層がメインターゲット
- 定額制のご祝儀婚パッケージの導入で準備期間6か月以内、挙式費用低レンジの国内挙式層を新たな利用層として獲得
- 国内挙式なし層に対しては海外ウェディングやフォト等のプロダクトでアプローチ

### 自社ブライダル関連事業の今後

- 多様な商品を順次拡充することで、あらゆる利用者層にアプローチし、利用組数の増加及びARPU向上を図る



# ライフスタイルサポート – 自動車関連事業の強みと成長戦略

## 【強み】

- 独自の集客システム・WEBマーケティングノウハウ及びその運用体制
- 優良事業者を会員とするJADRI（中古車事業社の業界団体）と一緒にビジネススキームを構築、消費者への安全・安心なサービス提供を促進するJPUC（一般社団法人日本自動車購入業界）に所属、利用者・提携事業者との「三方よし」を実現

## 【今後の成長戦略】

- 自動車販売・自動車保険等、周辺サービスを拡充し、顧客1人あたりの単価を向上しつつ、収益の積上成長を図る

### 【B2B2C】提携事業者からの収益：見込客送客手数料（Net）



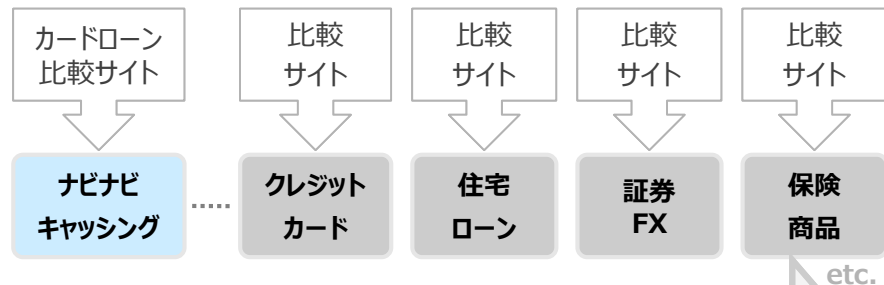
# ライフスタイルサポート – 金融メディア事業の強みと成長戦略

- 【強み】 独自の集客システム・WEBマーケティングノウハウ及びその運用体制
- 【今後の成長戦略】 既存のカードローン比較サイトで構築したシステムを横展開で集客・運用ノウハウを活用し、各種比較サービスの機能を統合したメディアプラットフォームを構築予定。さらに、DMP（データ・マネジメント・プラットフォーム）として確立し、BIGデータの活用でマネタイズを図る

## 今後のサービス展開イメージ

【B2B2C】提携事業者からの収益：見込客送客手数料/レベニューシェア（Net）

※あくまでも現時点で想定している予定です。順番はこの限りではありません。

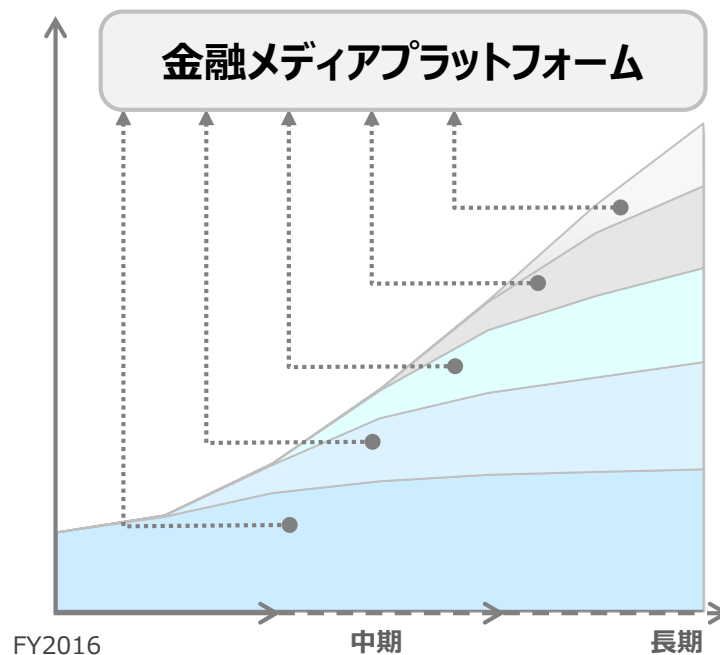


Webマーケティングのノウハウを横展開し、金融領域で多数の比較サイトを急速に展開予定

## 金融メディアプラットフォーム

比較することで、情報の整理ができ、最適商品・最適価格が選べる金融メディアプラットフォームを構築。さらにDMPとしてBIGデータを活用

## 中長期的な成長イメージ



※あくまでも現時点で想定している中長期スパンでの成長イメージです。

# APPENDIX B-3

## EC事業の

### 強みと今後の成長戦略



# EC事業の強み

## 【強み：店舗を持つ自転車事業社と比較した場合】

- 店舗を持たず固定費を圧縮、仕入・在庫管理を強化
- 自社整備工場を2カ所（東京・愛知）有し、全品自社で整備組立。**すぐ乗れる状態の自転車を自宅に**
- 法人顧客の一括大量注文やプレゼントとして第三者への自転車ギフト贈呈にも対応可能

## 【強み：在庫を持たないネット通販と比較した場合】

- ダイレクト競合サービスが無い**（仕入・在庫管理を伴う且つ大型商材の物流が難関であるため、参入障壁が高い）
- 自社開発&運用で機動的な集客手法、**独自配送網の構築、お得な価格と送料無料を実現**
- 1年間の保証（出張修理）付き

## 「町の自転車屋」×「総合ネット通販」双方のメリットを集約した唯一無二の「自転車専門EC」

	納品状態	品揃え	補償制度	不要自転車の回収
町の自転車屋	◎ すぐ乗れる状態	△ 店頭+取り寄せ	○ 店頭への持込みが必要	△ お店によって異なる
総合ネット通販	△ 自分で組立て	◎ 豊富な品揃え	△ メーカー補償前提	△/× 自治体による有料回収
<b>cyma</b> (- サイマ -)	◎  資格を持つ整備士が常駐 自社工場で組立→検品→出荷	◎  常時1万台以上在庫を確保！だからお買得！ メーカー直送や海外直送はしない	◎  無料で1年間出張修理を保証 24時間365日あんしんサポート	◎  エリア限定 メーカー・故障の有無に関わらず、お持ちの自転車を無料で引取り



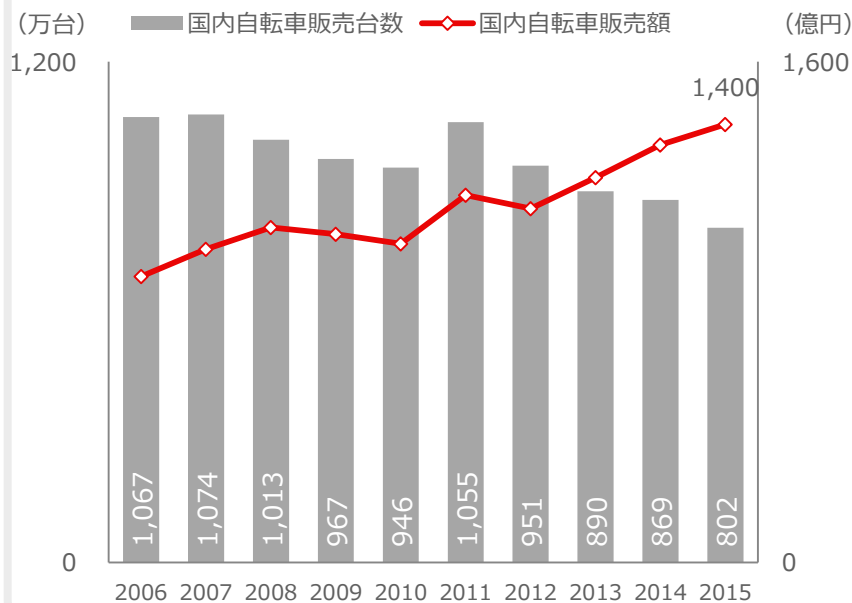
## EC事業 – 国内の自転車市場の規模

国内自転車販売額（原価ベース）は増加傾向にあります

2015年時点の国内B2C-EC市場規模は13.8兆円となり、継続的に増加しています

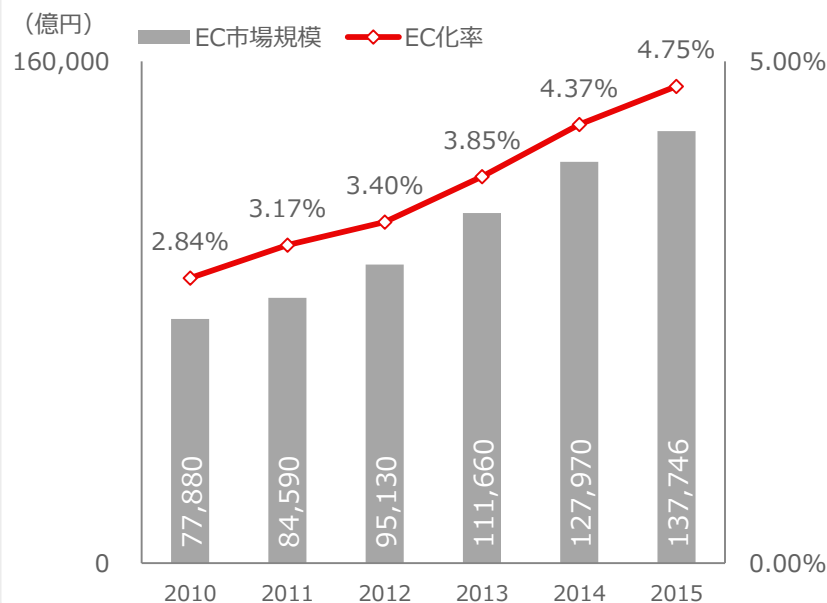
B2C-EC化率は、2015年時点で4.75%と、継続的に高まっています

### 国内自転車生産&輸入台数及び売上の推移



- 出所：自動車産業振興協会：自転車生産動態・輸出入
- ※ 国内自転車販売台数/額 = (国内向け生産台+輸入)
- ※ 販売額は卸売額・輸入額ベース、小売額ではありません

### 国内B2C-EC市場規模及びEC化率の推移



- 出典：経済産業省-「平成27年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」調査結果要旨、「日本のBtoC-EC市場規模の推移」、2016年3月発表

## EC事業の成長戦略

### 【ブランド戦略】

cymaを通して「自転車もネットで買う時代」を一般化し、自転車をこれまでよりも手に入れやすい商品として普及させると同時に、自転車ネット通販の代名詞として「サイマ」の知名度向上をはかる

### 【マーケット戦略】

グループ内他事業（引越し関連事業）で構築した引越し業者とのリレーションを活用し、配送網を効率化し、徹底した品質管理、スピーディな出荷対応、きめ細やかなサービス・カスタマーサポートを心がけ、ユーザーメリットを追求し続けることでさらに参入障壁を高める

【目標マーケットシェア】初期目標として国内販売・輸入台数の3%、中期的に国内B2C-EC化率を上回る水準、長期的には一般的に消費者の間でブランドが広く認知される水準で自転車通販No.1サイトを目指し、さらに自転車以外の商材の取扱いも検討予定

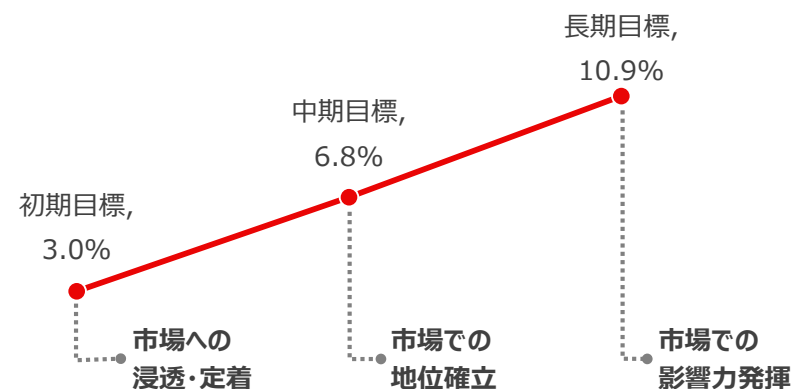
### 国内自転車店の登録件数の推移



■ 出典：「タウンページデータベース」（NTT東日本、NTT西日本）NTTタウンページ（株）作成

### 目標マーケットシェア

町の自転車屋が減っていく中、自転車のような大型商材は、なおEC化のニーズが高まっていくと予測される



■ 3.0%：事業立案時の初期設定目標、6.8%：国内BtoC EC化率を上回る水準、10.9%：一般的に消費者の間でブランドが広く認知される水準

# APPENDIX C

## 主な経営指標

# P/L (FY2014 Q4 - FY2016 Q4)

(単位：百万円)

	FY2014	FY2015				FY2016			
	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>売上高</b>	<b>2,936</b>	<b>3,200</b>	<b>3,656</b>	<b>4,407</b>	<b>4,563</b>	<b>4,610</b>	<b>5,420</b>	<b>6,178</b>	<b>6,757</b>
Q/Q 増減率 (%)	-11.3	9.0	14.2	20.6	3.5	1.0	17.6	14.0	9.4
エンターテインメント事業	1,480	1,550	1,847	2,051	2,464	2,331	3,173	3,196	3,857
ライフスタイルサポート事業	1,455	1,650	1,808	2,356	2,099	2,279	2,247	2,982	2,899
売上原価	475	521	533	615	718	763	825	987	1,038
原価率 (%)	16.2	16.3	14.6	14.0	15.8	16.6	15.2	16.0	15.4
販売管理費	2,023	2,189	2,587	3,173	3,399	3,326	4,450	4,392	4,969
販売管理費率 (%)	68.9	68.4	70.8	72.0	74.5	72.1	82.1	71.1	73.6
費用総額 (売上原価+販売管理費)	2,499	2,710	3,121	3,789	4,118	4,089	5,276	5,380	6,008
人件費・採用費	691	684	682	695	736	745	805	814	884
広告宣伝費	912	1,132	1,439	1,903	1,955	1,817	2,326	2,433	2,758
エンターテインメント事業	122	112	253	567	717	493	1,030	947	1,276
ライフスタイルサポート事業	776	994	1,158	1,310	1,176	1,262	1,232	1,419	1,417
支払手数料等	484	484	559	671	869	841	1,171	1,177	1,401
外注・サーバー費	159	162	190	197	235	257	267	275	235
オフィス賃料	100	110	105	105	111	138	235	177	177
その他費用	150	136	145	215	209	289	470	501	551
<b>営業利益</b>	<b>437</b>	<b>490</b>	<b>534</b>	<b>618</b>	<b>445</b>	<b>520</b>	<b>144</b>	<b>798</b>	<b>748</b>
Q/Q 増減率 (%)	-18.2	12.0	9.0	15.7	-28.0	17.0	-72.2	452.0	-6.3
エンターテインメント事業	428	507	540	314	407	549	440	601	706
ライフスタイルサポート事業	216	173	186	514	309	319	231	530	382
営業利益率 (%)	14.9	15.3	14.6	14.0	9.8	11.3	2.7	12.9	11.1
経常利益	437	495	565	650	452	493	112	751	736
<b>親会社株主に帰属する四半期純利益</b>	<b>215</b>	<b>328</b>	<b>353</b>	<b>401</b>	<b>278</b>	<b>291</b>	<b>17</b>	<b>479</b>	<b>504</b>

# P/L (FY2011 - FY2016)

(単位：百万円)

	FY2011	FY2012	FY2013	FY2014	FY2015	FY2016	Y/Y (%)
<b>売上高</b>	<b>4,064</b>	<b>6,379</b>	<b>10,989</b>	<b>12,036</b>	<b>15,828</b>	<b>22,967</b>	<b>+45.1</b>
Y/Y 増減率 (%)	15.5	57.0	72.3	9.5	31.5	45.1	-
エンターテインメント事業	2,499	3,278	6,632	6,169	7,914	12,559	+58.7
ライフスタイルサポート事業	1,564	3,100	4,357	5,866	7,914	10,408	+31.5
売上原価	906	927	1,392	2,132	2,389	3,615	+51.3
原価率 (%)	22.3	14.5	12.7	17.7	15.1	15.7	+0.6
販売管理費	2,709	4,381	7,880	8,451	11,351	17,139	+51.0
販売管理費率 (%)	66.7	68.7	71.7	70.2	71.7	74.6	+2.9
費用総額 (売上原価+販売管理費)	3,615	5,309	9,272	10,583	13,740	20,755	+51.0
人件費・採用費	1,297	1,540	2,083	2,638	2,816	3,250	+16.1
広告宣伝費	1,035	2,331	4,310	4,279	6,430	9,335	+45.2
エンターテインメント事業	125	399	1,571	789	1,651	3,748	+126.9
ライフスタイルサポート事業	907	1,914	2,673	3,431	4,640	5,330	+14.9
支払手数料等	530	624	1,600	1,737	2,586	4,592	+77.6
外注・サーバー費	218	250	528	826	785	1,035	+31.8
オフィス賃料	151	190	337	420	433	728	+67.8
その他 (費用総額-上記費用)	383	371	411	682	706	1,812	+156.6
<b>営業利益</b>	<b>448</b>	<b>1,070</b>	<b>1,717</b>	<b>1,452</b>	<b>2,087</b>	<b>2,212</b>	<b>+6.0</b>
Y/Y 増減率 (%)	82.7	138.5	60.4	-15.4	43.8	6.0	-
エンターテインメント事業	705	1,126	1,866	1,409	1,770	2,297	+29.7
ライフスタイルサポート事業	178	539	632	805	1,183	1,464	+23.7
営業利益率 (%)	11.0	16.8	15.6	12.1	13.2	9.6	-3.6
経常利益	446	1,047	1,718	1,470	2,164	2,094	-3.2
税引前当期純利益	435	1,008	1,688	1,364	2,091	1,858	-11.2
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>258</b>	<b>590</b>	<b>1,042</b>	<b>807</b>	<b>1,362</b>	<b>1,292</b>	<b>+9.5</b>

※当社はFY2013 Q3より連結財務諸表を作成しております。なお、連結では当社が新設し、既存事業をそれぞれ承継させた100%子会社3社を範囲に含めたものでありますため、FY2011及びFY2012の財務諸表数値を含め、連結財務データを記載しております。

# B/S (FY2011 - FY2016)

(単位：百万円)

	FY2011	FY2012	FY2013	FY2014	FY2015	FY2016
資産の部						
流動資産	1,340	2,709	3,760	4,034	6,334	6,918
現預金	553	1,339	1,944	2,217	3,097	3,505
固定資産	460	443	881	1,470	1,322	2,668
有形固定資産	40	45	102	120	125	1,321
無形固定資産	159	120	410	355	460	622
投資その他の資産	261	277	367	994	736	724
<b>資産合計</b>	<b>1,801</b>	<b>3,153</b>	<b>4,641</b>	<b>5,504</b>	<b>7,656</b>	<b>9,586</b>
負債の部						
流動負債	657	1,153	1,136	1,305	3,648	4,127
固定負債	105	0	0	0	0	387
<b>負債合計</b>	<b>763</b>	<b>1,153</b>	<b>1,136</b>	<b>1,305</b>	<b>3,648</b>	<b>4,514</b>
有利子負債	270	100	0	0	1,700	1,166
純資産の部						
株主資本	1,038	1,999	3,500	4,130	3,900	4,971
自己株式	0	0	0	0	-1,403	-1,222
新株予約権	0	0	5	67	108	100
<b>純資産合計</b>	<b>1,038</b>	<b>1,999</b>	<b>3,505</b>	<b>4,198</b>	<b>4,008</b>	<b>5,072</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>1,801</b>	<b>3,153</b>	<b>4,641</b>	<b>5,504</b>	<b>7,656</b>	<b>9,586</b>

※当社はFY2013 Q3より連結財務諸表を作成しております。なお、連結では当社が新設し、既存事業をそれぞれ承継させた100%子会社3社を範囲に含めたものでありますため、FY2011及びFY2012の財務諸表数値を含め、連結財務データを記載しております。

## その他経営指標 (FY2011 - FY2016)

	FY2011	FY2012	FY2013	FY2014	FY2015	FY2016
発行済株式総数 (株)	16,050,000	18,393,000	19,195,000	19,349,200	19,405,600	19,450,000
自己株式数 (株)	0	0	0	0	580,020	574,020
期中平均株式数 (株)	16,050,000	16,882,352	18,933,262	19,255,641	19,310,191	18,846,317
<b>EPS (1株当たり当期純利益、円)</b>	<b>16.09</b>	<b>34.99</b>	<b>55.04</b>	<b>41.96</b>	<b>70.54</b>	<b>68.58</b>
EPS増減率 (%)	-	117.5	57.3	-23.8	45.6	-2.8
<b>ROA (総資産経常利益率、%)</b>	<b>25.9</b>	<b>42.3</b>	<b>44.1</b>	<b>29.0</b>	<b>32.9</b>	<b>24.3</b>
1株当たり純資産 (円)	64.7	108.7	182.4	213.5	207.2	263.4
1株当たり配当金額 (円)	0.00	0.00	10.61	10.00	12.50	12.50
中間配当額 (円)	0.00	0.00	5.00	5.00	5.00	5.00
配当総額 (百万円)	0.00	0.00	203	192	238	239
<b>配当性向 (%)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>19.3</b>	<b>23.8</b>	<b>17.7</b>	<b>18.2</b>
株主資本比率 (%)	57.6	63.4	75.4	75.0	50.9	51.9
自己資本比率 (%)	57.6	63.4	75.4	75.1	50.9	51.9
<b>ROE (自己資本当期純利益率、%)</b>	<b>28.4</b>	<b>38.9</b>	<b>37.9</b>	<b>21.2</b>	<b>33.9</b>	<b>29.1</b>
<b>ROIC (=①÷②、%)</b>	<b>20.3</b>	<b>29.9</b>	<b>30.3</b>	<b>20.8</b>	<b>21.0</b>	<b>25.1</b>
①税引き後営業利益 (百万円)	266	626	1,059	859	1,178	1,539
②運転資本 (=③+④、百万円)	1,308	2,099	3,500	4,130	5,600	6,137
③株主資本 (百万円)	1,038	1,999	3,500	4,130	3,900	4,971
④有利子負債 (百万円)	270	100	0	0	1,700	1,166

※当社は2011年10月27日に1:100、2012/06/01に1:3、2015/05/01に1:2の割合をもって株式分割を行っております。このため、上記にはFY2011の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たりの金額を算定しております。従いまして、上記には過去に当社が発表した決算書類と異なる数値が一部含まれます。

# 「みんなで幸せになれる会社にする事」

## 「今から100年続く会社にする事」



本発表において提供される資料並びに情報は、いわゆる「見通し情報（forward-looking statements）」を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでいます。それらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。