

# Gunosy

## 2018年5月期 決算説明資料



株式会社 Gunosy

東証一部（証券コード：6047）

2018年7月12日

# INDEX

1	Financial Results for FY2018 2018年5月期 決算の概要	P03
2	FY2019 Outlook 2019年5月期 決算の予想	P14
3	Management Structure & Business Policy 更なる成長に向けた経営体制と経営目標	P16
4	Media・ADNW Business メディア事業・広告事業の方針	P21
5	New Business 新規事業に関して	P33
6	Appendix 参考資料：（株）Gunosyの概要	P37

1

Financial Results for FY2018  
2018年5月期 決算の概要



# 2018年5月期 連結業績

通期売上高は**112.0億円**、YonYで**45%**成長。営業利益は**19.3億円**とYonYで**28%**成長。親会社株主に帰属する当期純利益は、投資有価証券評価損7.6億円の影響で、YonYで55%減益。

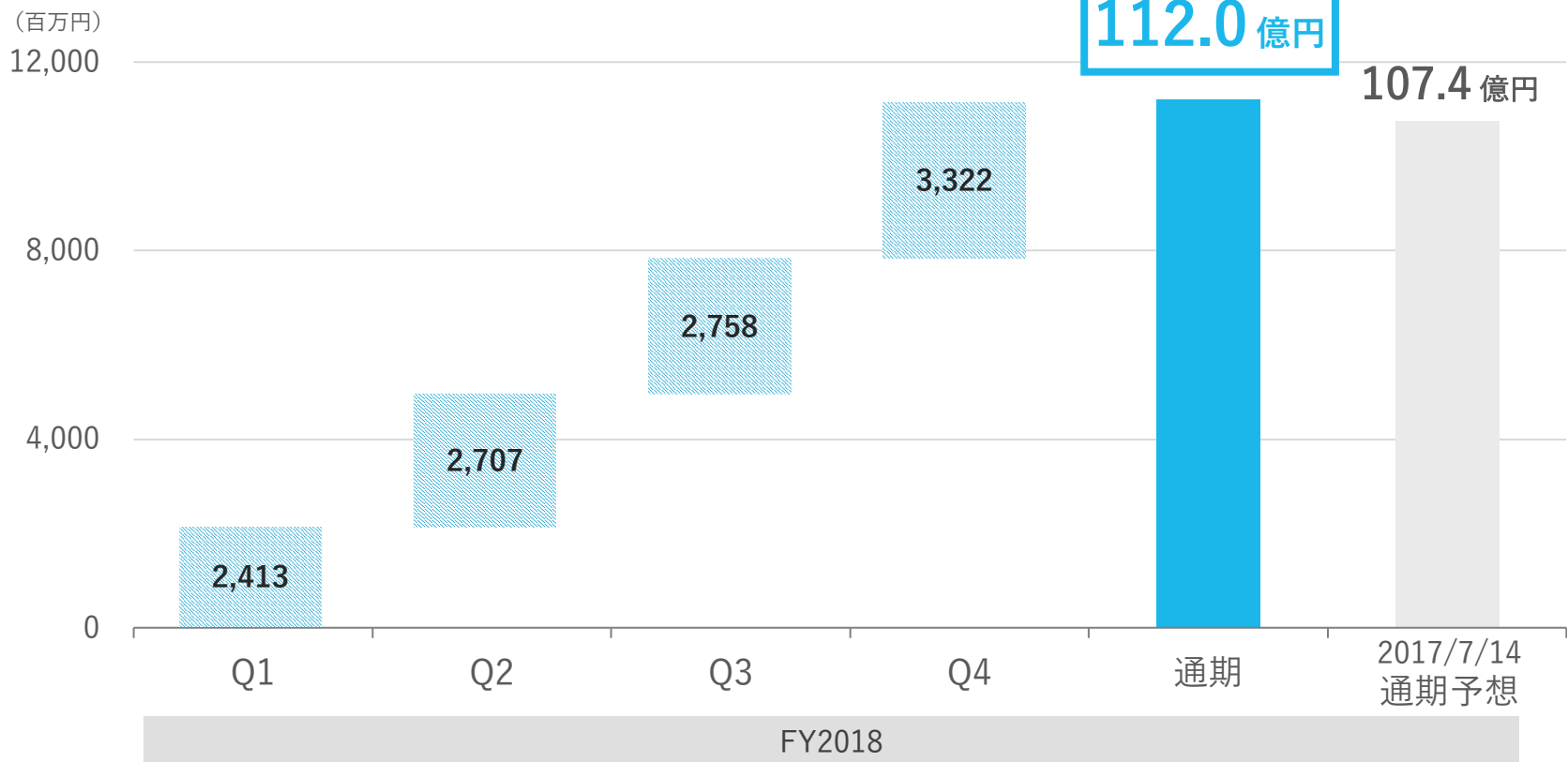
(百万円)

	四半期			通期			2017/7/14 業績予想
	2017年5月期 Q 4	2018年5月期 Q 4	YonY	2017年5月期	2018年5月期	YonY	
売上高	2,117	<b>3,322</b>	+ 56.9%	7,739	<b>11,201</b>	+ 44.7%	+ 4.2%
営業利益	431	<b>568</b>	+ 31.8%	1,517	<b>1,938</b>	+ 27.8%	△12.1%
営業 利益率	20.4%	<b>17.1%</b>	-	19.6%	<b>17.3%</b>	-	-
税金等調整前 当期純利益	289	<b>△157</b>	-	1,426	<b>1,231</b>	△13.7%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	234	<b>△379</b>	-	1,126	<b>501</b>	△55.5%	△66.0%

# 通期売上ハイライト

Q4の売上高は**33.2億円**、YonYで**+57%**と大きく伸長し、  
通期業績予想比で**104%**を達成。

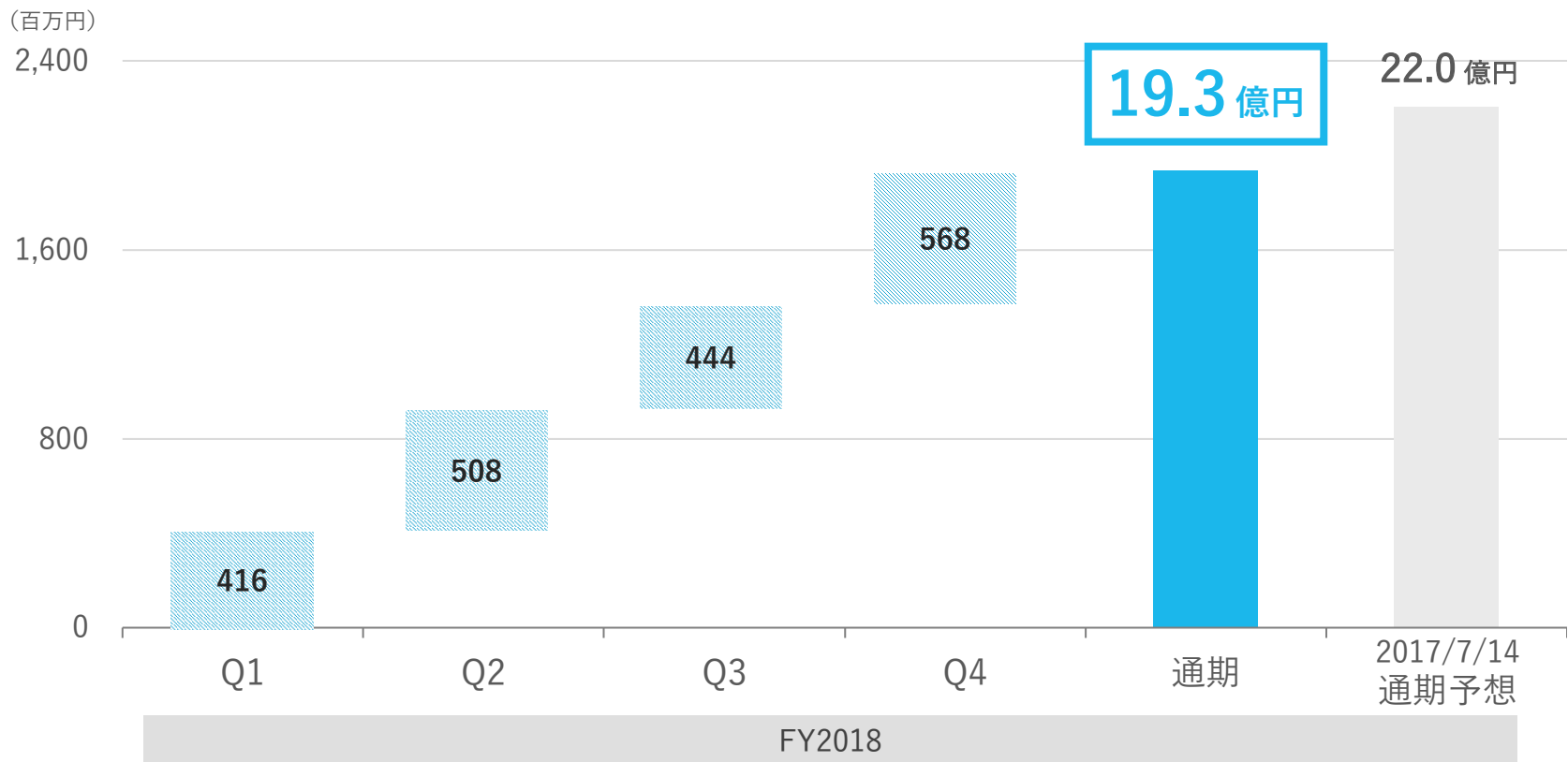
## 売上高推移



# 通期営業利益ハイライト

Q4の営業利益は**5.6億円**、YonYで**+32%**と回復したが、  
Q3の落ち込みの影響で通期業績予想の**達成率は88%**となった。

## 営業利益推移

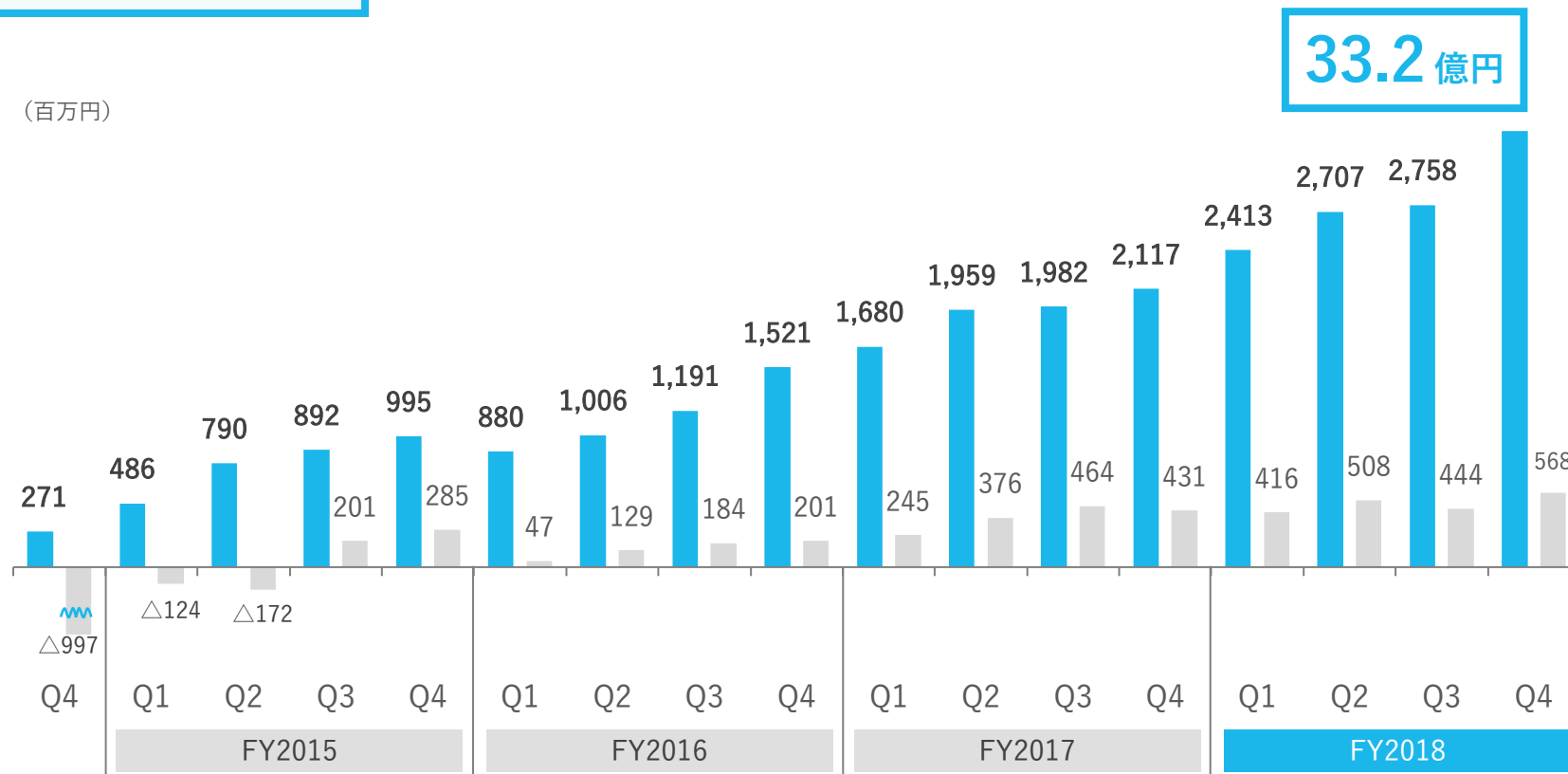


# 業績推移（四半期毎）

売上高は**33.2億円**（QonQ 20%増加）、営業利益は**5.6億円**（QonQ 28%増加）と、  
どちらも**過去最高を更新**。

## 売上高・営業利益推移

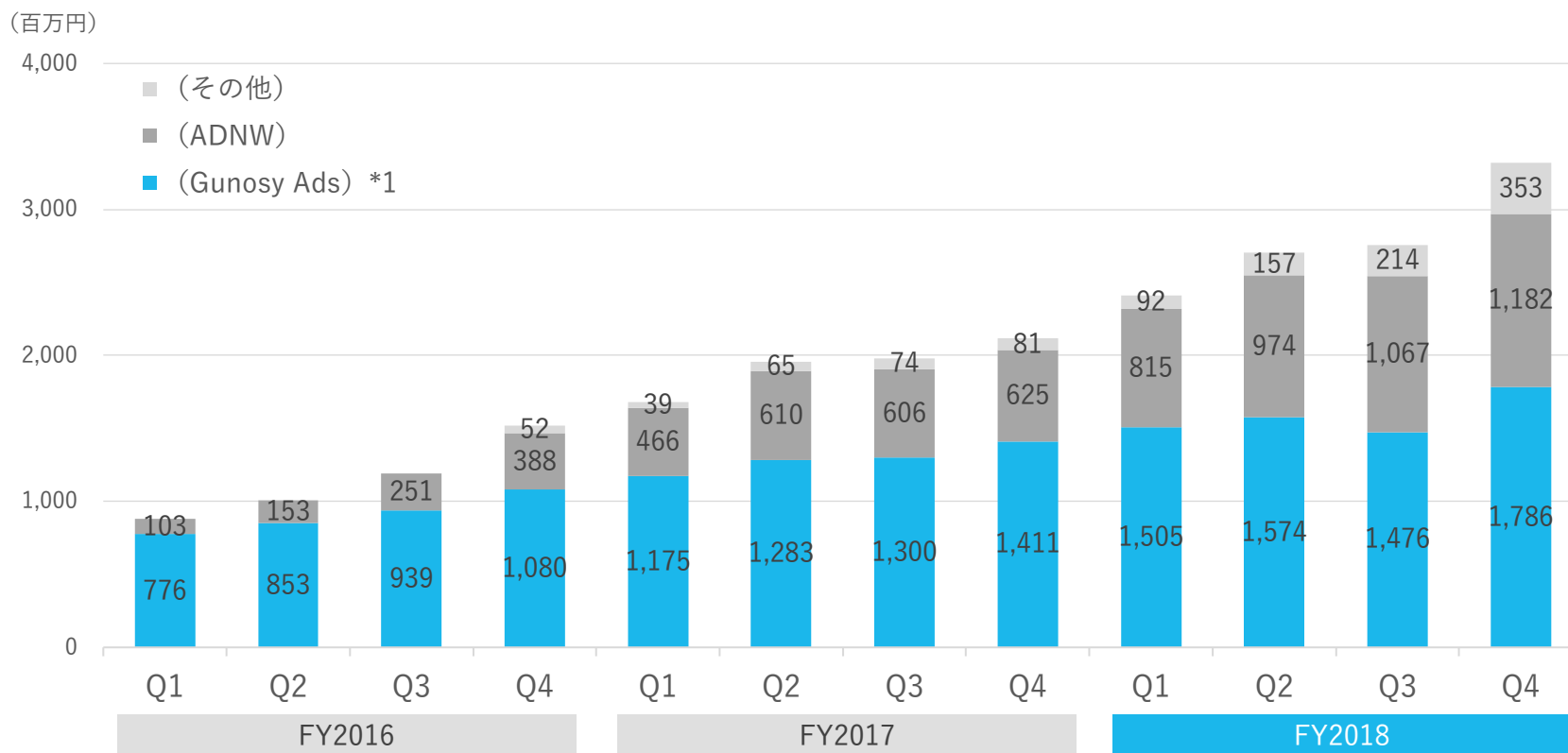
(百万円)



\* FY2016 Q2までは単体決算数値

# 売上高構成

Gunosy Ads売上高は、「ニュースパス」と「LUCRA」の成長により、**前四半期比21%増加**。  
ADNW売上高は、既存大口メディアの広告在庫拡大が引き続き寄与し、**前四半期比11%増加**。  
その他売上高は、(株)ゲームエイトに加えて(株)digwellが堅調に立ち上がり、**前四半期比65%増加**。



\*1 Gunosy Adsは「グノシー」、「ニュースパス」および「LUCRA」の合計

\*2 FY2016 Q2までは単体決算数値



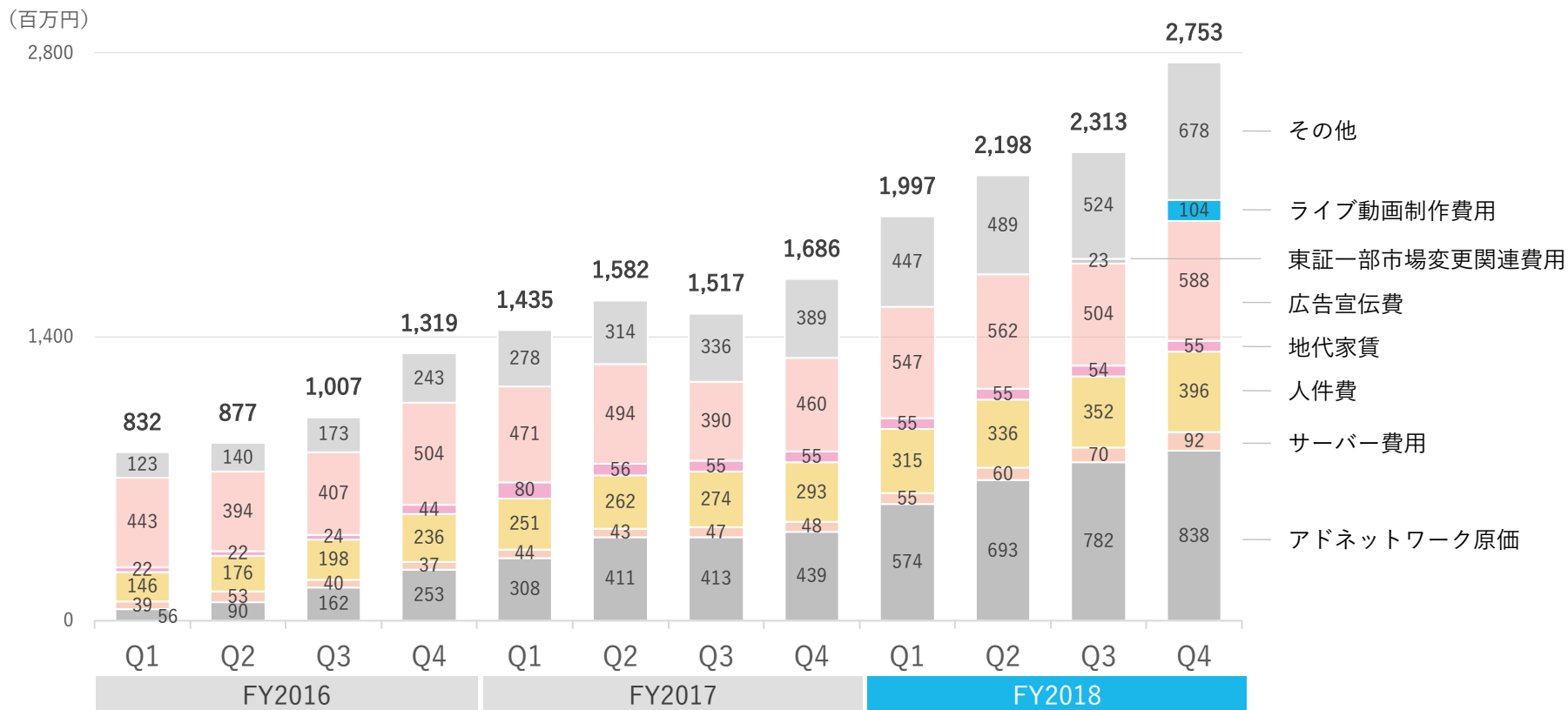


# コスト構造の推移

売上高の増加に伴い変動費（ADNW原価、KDDI(株)に対するレベニューシェア費用）が増加。変動費率に**大きな変化はなく安定**。

**ライブ動画制作費用で1億円費用増加。**

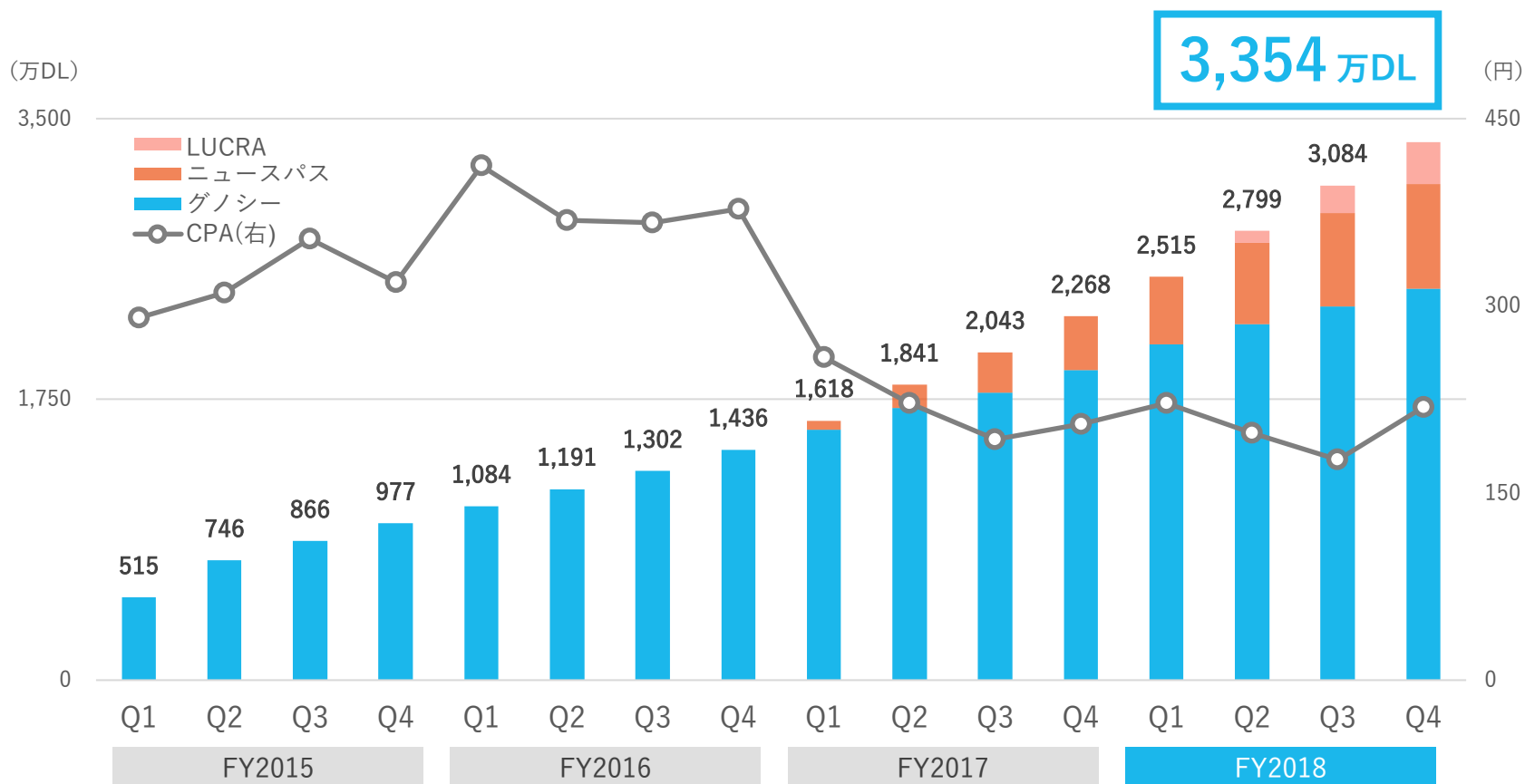
## コスト構造



\* FY2016 Q2までは単体決算数値

# 累計ダウンロード数の推移

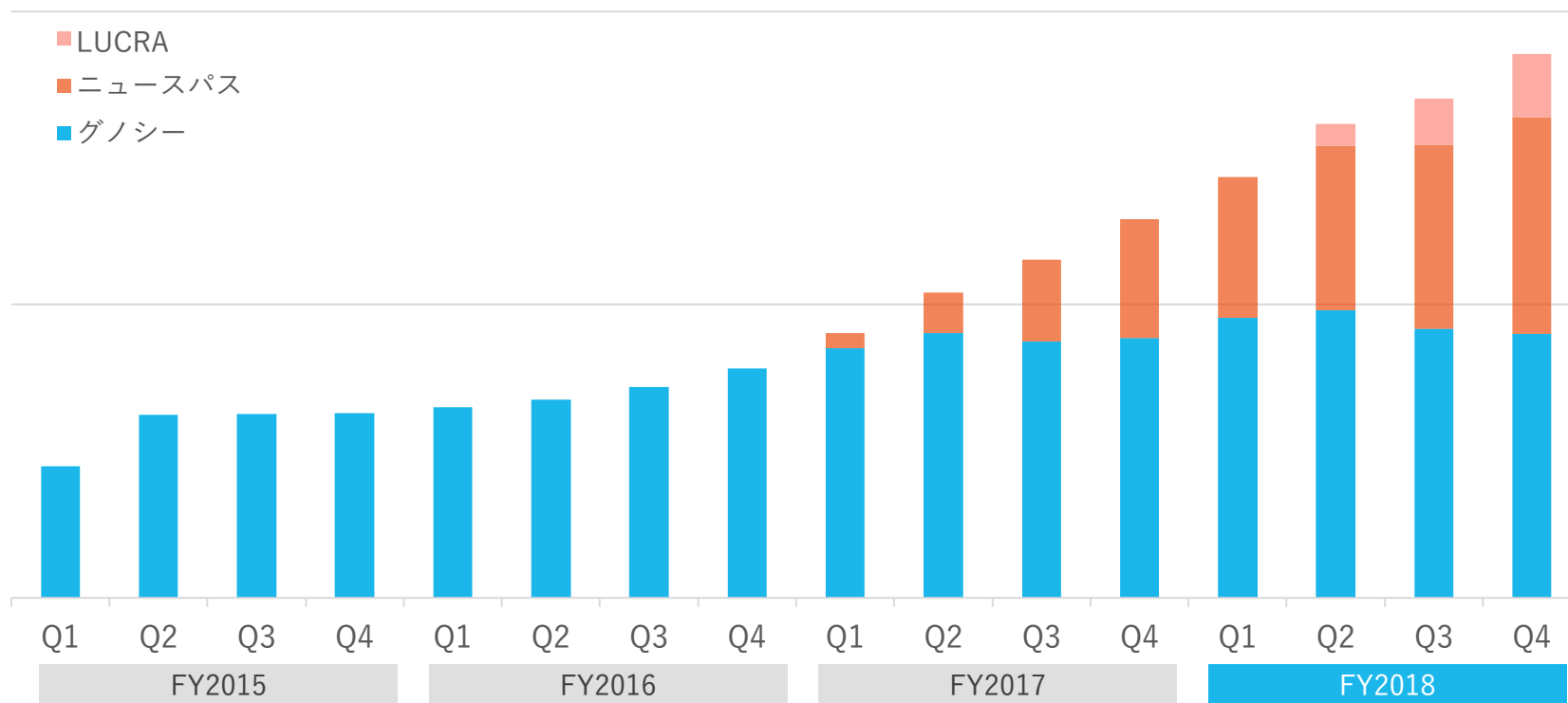
季節要因などの影響で「グノシー」のCPAが上昇し、「グノシー」の広告宣伝費を抑制。  
「ニュースパス」、「LUCRA」は計画通り推移。



# アクティブユーザー数<sup>\*1</sup>

「グノシー」が減少。「ニュースパス」、「LUCRA」がその鈍化をカバーし、アクティブユーザー数全体は、**前年同期比44%増加**、**前四半期比9%増加**。

「グノシー」と「ニュースパス」のユーザー重複率<sup>\*2</sup>は10%以内で安定して推移。



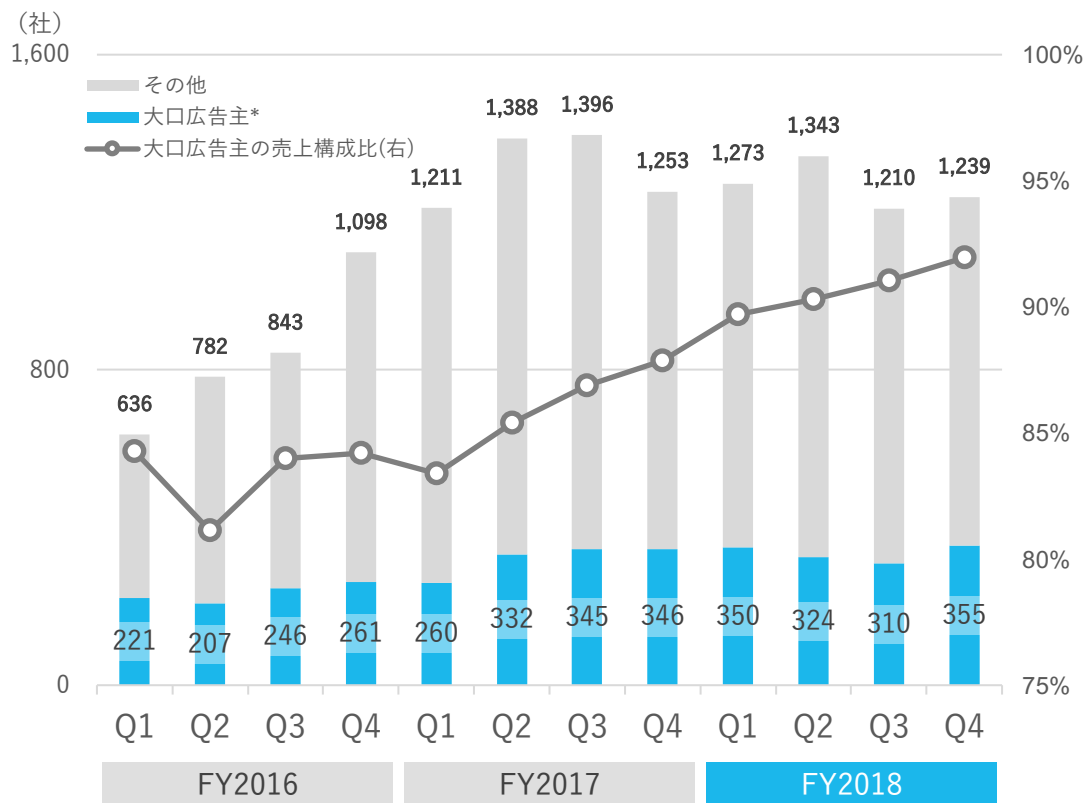
\*1 「グノシー」、「ニュースパス」、「LUCRA」のMAU (Monthly Active User) の各四半期平均

\*2 「グノシー」のMAUに占める「ニュースパス」のMAUに含まれている同一ユーザーの割合。出所は弊社推計データ

# 広告主の状況

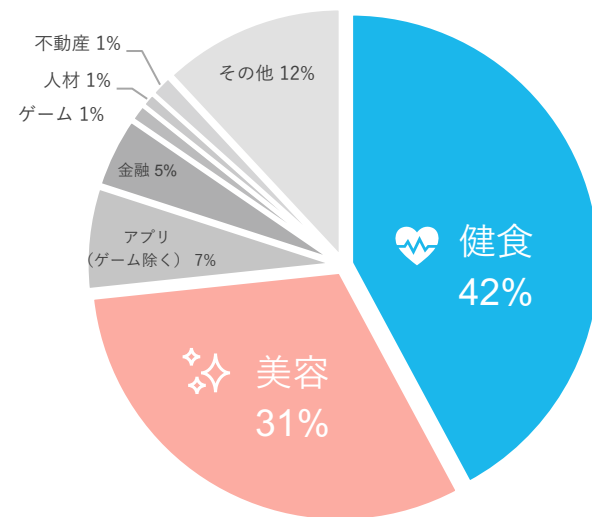
稼働広告主数および**大口広告主数\***ともに増加。  
引き続き「健食」・「美容」のウェイトが大きい。

## 稼働広告主数



\* 広告予算が100万円以上の広告主数

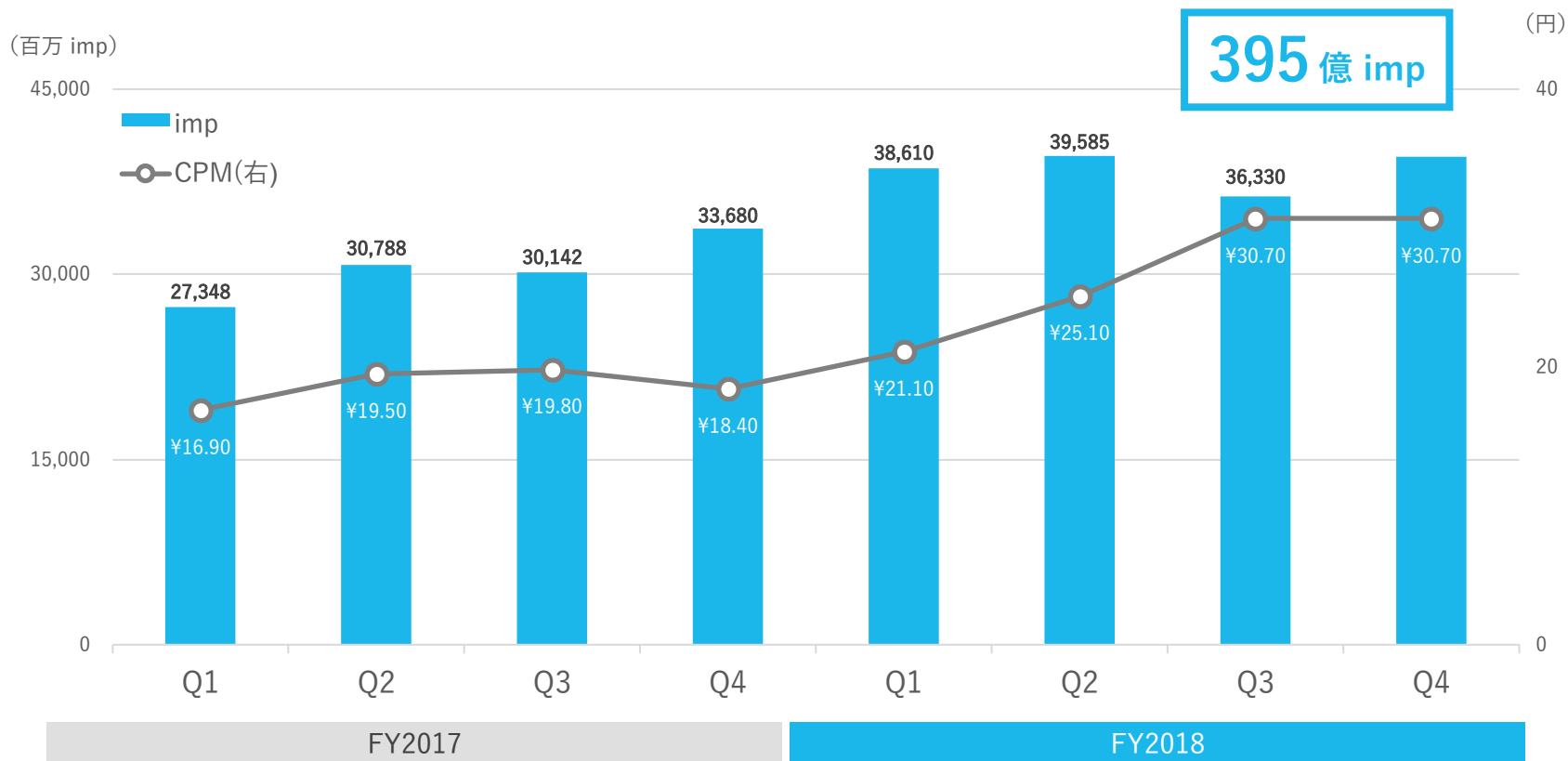
## 出稿広告主割合 (FY2018 Q4)



# アドネットワーク (ADNW) の状況

ADNWは、CPMとインプレッションの両方が順調に成長。

## imp数・CPMの推移



2

FY2019 Outlook

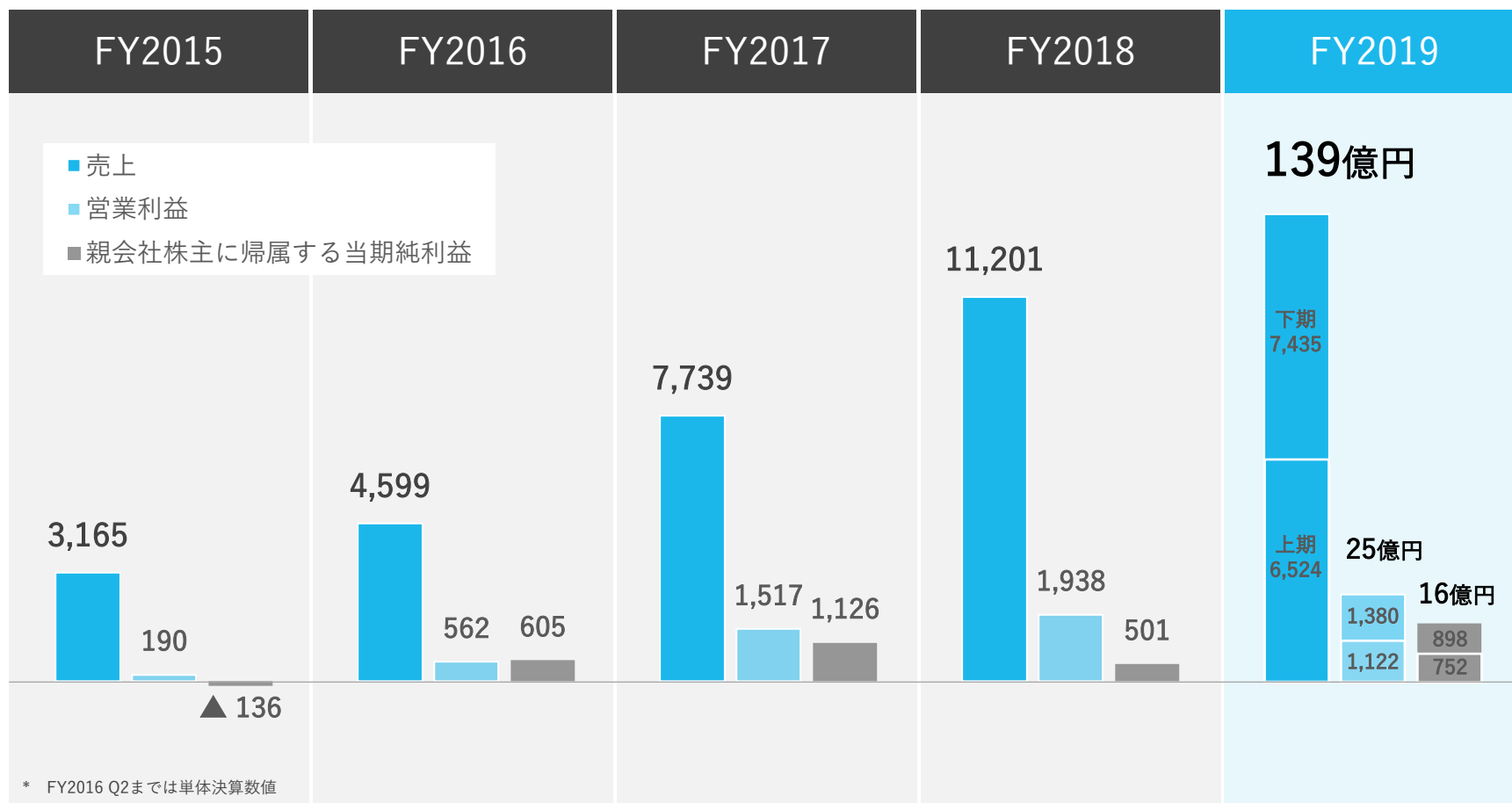
2019年5月期 決算の予想



# 2019年5月期 業績予想

通期連結業績は、**売上高139億円**、**営業利益25億円**、**当期純利益16億円**を予想。

(百万円)



3

Management Structure & Business Policy

更なる成長に向けた経営体制と経営目標





役割の明確化のために、**代表取締役を2名体制から1名に変更**。  
今後の飛躍的な成長を目指し、**福島はBC事業にコミット**。

## これまでの体制

代表



代表取締役CEO  
福島

代表



代表取締役COO  
竹谷

これまでは  
代表2名体制で事業を牽引

## 成長の為の新規体制

代表

代表取締役CEO：竹谷



短~中期的なメディア・広告事業での拡大のために、  
これまでメディア事業を中心に管轄していた竹谷1名に変更

新規事業

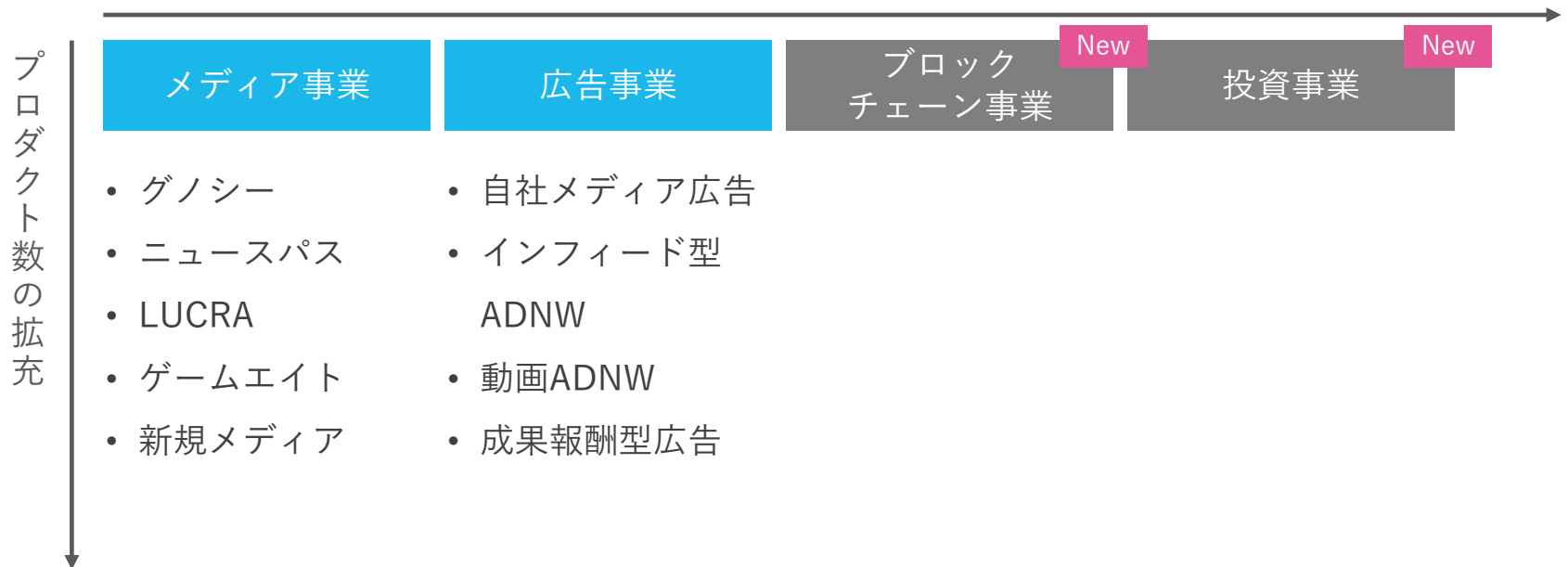
取締役 兼 (株)LayerX 代表取締役：福島



長期的には大幅な飛躍の可能性があり、技術力が必要なブロックチェーン（BC）事業に従事

ビジネス機会を最大化するために、「メディア」「広告」「ブロックチェーン」「投資」の4領域をドメインとした、総合インターネット企業を目指す。  
経営効率の可視化を推進するために従来の機能別組織から、事業部制組織に変更。

## 事業領域の拡大



# 経営資源の割り振り

既存事業に加え、**M&Aや投資事業などの展開による資産の有効活用**により、資本効率の向上を実現。



## 3カ年経営目標（FY2019-FY2021）

- 営業利益成長率：25%（当該期間の平均値）
- 純利益成長率：25%（当該期間の平均値）
- ROE：30%（2021年5月期）

ROE  
向上施策

- 新規メディアの創出
  - 新規広告事業の創出
  - BC会社の設立
  - **M&Aの実施**
  - **投資会社の設立**
- etc

4

Media・ADNW Business

## メディア事業・広告事業の方針



## Gunosy 情報経済圏の構築

メディア  
信頼度の向上


×

サービス  
ラインナップ  
の増加

×

MAU向上





メディア  
信頼度の向上

記事配信アルゴリズムの強化だけではなく、クリックベイト等の現ネットメディア課題への対策を行い、信頼性を高める。

サービス  
ラインナップ  
の増加

現在のユーザー向けの新機能と、新しいユーザー向けにも新サービスを追加することで更なる経済圏の拡大を目指す。

MAU向上

サービスラインナップをニュース領域以外にも拡大するため、日単位ではなく月単位での来訪ユーザー数の最大化を目指す。

サービス品質向上、機能拡張、積極的プロモーションにより既存事業のMAUを拡大。  
 新規事業については、**自社立ち上げ+他社との協業によりメディアラインナップを強化。**

## 既存事業



## 新規事業



グノシー

2,400万DLの国内最大級の総合  
 スマホ情報アプリ



ニュースパス

KDDI(株)と協業のニュース  
 アプリ650万DL



LUCRA

KDDI(株)と協業の女性特化型  
 アプリ250万DL



ゲームエイト

月間2,100万MAUのゲーム攻略  
 情報サービス



自社  
 (内製)



協業/M&A

既存事業の利益を再投資

他社の持つアセット



既存メディアからユーザーを  
 送客

当社の持つメディア運営能力



時代のトレンドにあった新規  
 メディアを立ち上げ

新規メディアビジネスを展開



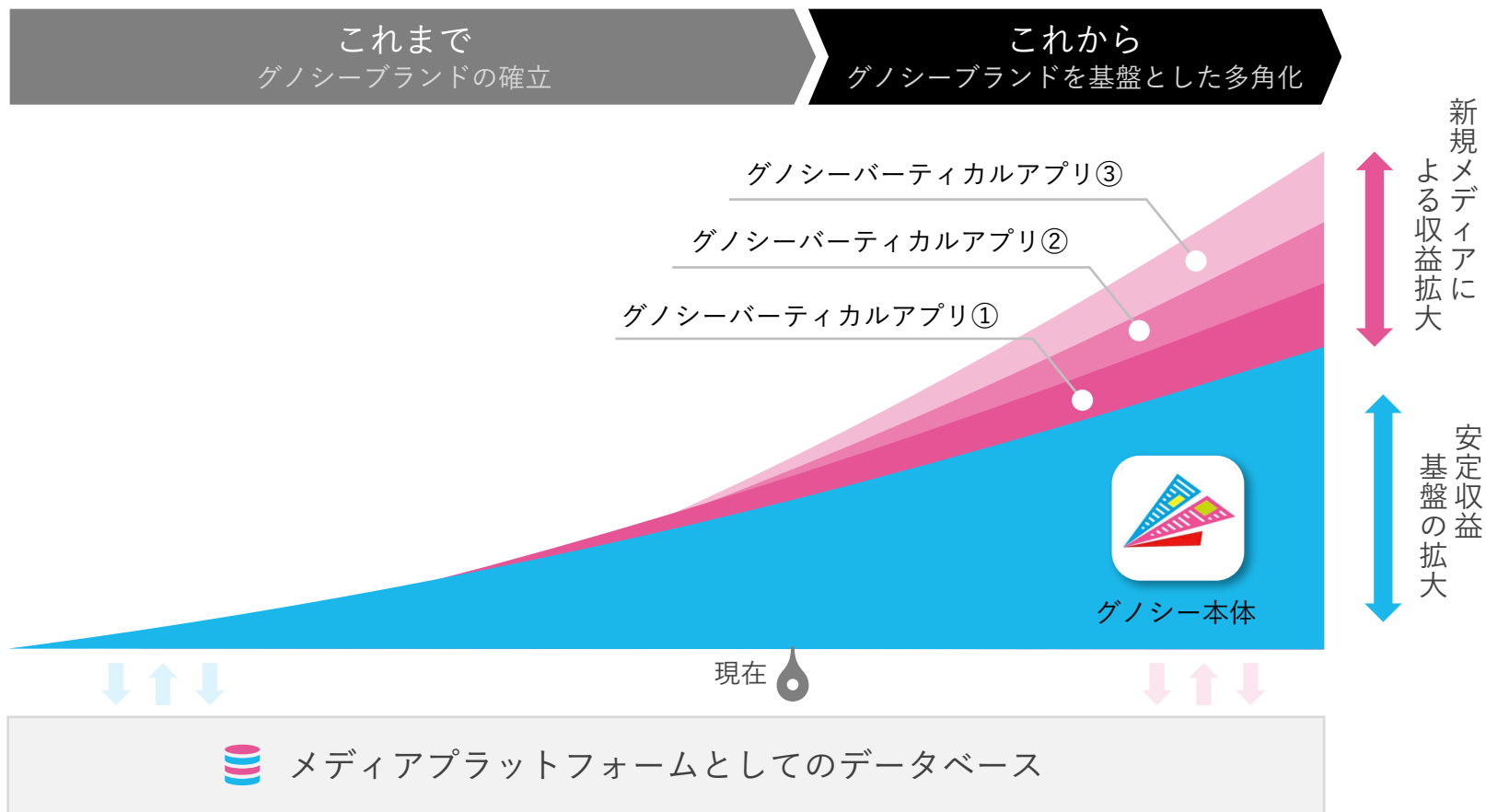


下記の3つのポイントに注力し、**総合スマホ情報プラットフォーム**としての位置づけを強化しグノシーサービス群としての再成長を狙う。

	戦略	具体的なイメージ
1	コンテンツの多様化	<ul style="list-style-type: none"><li>• クーポン</li><li>• マンガ</li><li>• 動画</li></ul>
2	コンテンツクオリティ向上 UI/UXの刷新	<ul style="list-style-type: none"><li>• アプリ横断での記事品質向上・UI/UX改善チームの設置</li></ul>
3	<b>POINT</b> バーティカル領域の アプリ切り出し	<ul style="list-style-type: none"><li>• アプリ体験が異なるサービスを別アプリとして切り出し</li></ul>



コンテンツの多様化、クオリティ向上、アプリの切り出しを行い収益性を担保しつつ、グノシーサービス群**全体でのMAU向上を実現**し、事業の再成長を狙う。



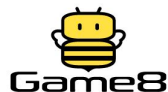


下記の3つのポイントに注力し、生活に密着した信頼できる  
ニュースアプリとしてのポジションを確立する。

	戦略	具体的なイメージ
1	ニュースアプリとして必須機能の強化	<ul style="list-style-type: none"><li>災害、運行情報などのニュースに近い生活情報強化</li></ul>
2	コンテンツクオリティ向上 UI/UXの刷新	<ul style="list-style-type: none"><li>アプリ横断での記事品質向上・UI/UX改善チームの設置</li></ul>
3	KDDI(株)のアセットを活用した他サービスとの差別化	<ul style="list-style-type: none"><li>KDDI関連ポイントの連携</li><li>音声など新規デバイスへの対応</li></ul>

下記の3つのポイントに注力し、LUCRAの女性向けお役立ち情報アプリとしての位置付けを確立した上で**女性向けサービス領域の拡大**を図る。

	戦略	具体的なイメージ
1	情報の多様化	<ul style="list-style-type: none"><li>ライブ動画や占い、クーポン等、行動のきっかけとなるコンテンツの強化</li></ul>
2	コンテンツクオリティ向上 UI/UXの刷新	<ul style="list-style-type: none"><li>記事配信アルゴリズムの改善</li><li>UI/UXの継続的な改善</li></ul>
3	コスメ領域でのサービス展開	<ul style="list-style-type: none"><li>コスメ領域でのサービスを自社単独で開発</li><li>秋頃のリリースを予定</li></ul>

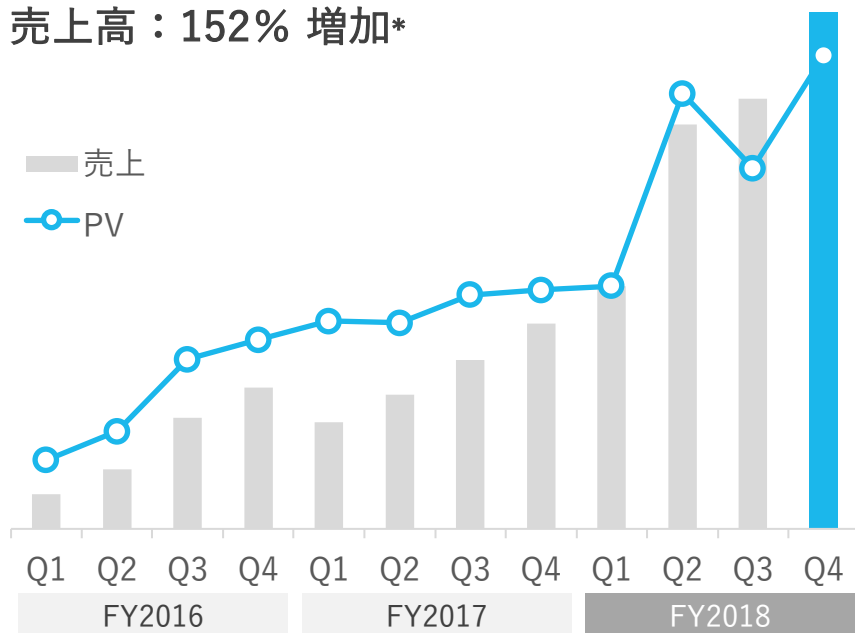


PVは好調に増加し、タイアップ広告などの商品の販売により、売上高は前年同期比で**98%増加**。PV単価の改善と攻略情報以外の領域拡大により、収益機会の最大化を図る。

売上高・PV数の推移

PV数： 98% 増加\*

売上高：152% 増加\*



\*PV数および売上高増加率は前年同期比

戦略

1 PVあたり広告単価の改善

2 営業体制・販売商品の強化

3 トラフィックを活かした新規プロダクトの展開

メディア保有企業であることのアセットを最大限活用し、  
今後成長が期待される広告市場に対して、**積極的に参入・投資を行っていく。**

1

デバイス



スマートフォンから  
リアルの世界や音声デバイスまで

2

フォーマット



ネイティブから  
動画や音声まで

3

配信形態



IMP/Click課金から  
成果報酬課金まで

4

市場

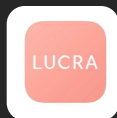
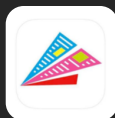


日本国内から  
アジアまで

動画を中心とするブランディング向け広告商品の拡充、  
データとテクノロジーによる**広告配信アルゴリズムのアップデート**に注力していく。

1

## 自社メディア 広告



- ライブ動画タイアップ商品の販売強化
- ニュースパス、LUCRAのプレミアム  
広告商品開発
- 運用型広告の配信アルゴリズム  
アップデート

2

## インフィード型 ADNW

**Gunosy Network Ads**  
Reach Your Audience

- リターゲティング商品の販売強化
- KDDIグループとの連携による広告主、  
広告在庫の拡大
- パートナーメディアやSSPとのデータ連携を  
通じた配信精度の向上

成果報酬型広告を扱う(株)digwellの商品・営業力の強化を行う。  
 動画ADNWの強化のために(株)VIDPOOLを合併会社として設立。

新規  
プロダクト

3

成果報酬型広告



digwell  
(子会社)

- 新規広告主の開拓強化
- アプリ広告主向け商品のリリース
- クリエイティブ、LP量産体制の構築

新規  
プロダクト

4

動画ADNW



VIDPOOL  
(子会社)

- (株)サイバーエージェントとの協業による  
 広告主の拡大
- 良質な広告在庫の獲得強化
- 動画広告における最適効果指標の模索



5

New Business  
新規事業に関して



ICO市場では、技術的に高度で専門的なサポートへの需要が高まっていくと予測。

**Gunosyが半年間培ってきたプロトコル研究の技術力が活きる領域。**

## 現在のICOの現状

- **プロダクトがない状態**でICOをして、資金調達がされている
- **新規調達しても、プロダクト化されない**ケースが多い

### ICOの規模（四半期）

**\$3.3B**

世界で組成されたcrypto fundの規模は\$27.8B

### ICOのプロジェクト数

**412件**

ユーティリティ型が最も多く7割近くを占める

### ICO前の事業稼働

**9%**

ICO前に稼働している事業は9%のみ

これから  
求められること

1. プロダクト化へのニーズが高まる
2. トークンエコノミーを意識したインセンティブ設計
3. ソフトウェア／アプリへの組み込み力
4. ブロックチェーン技術への深い理解、および実装力

出所：ICO Market Research Q1 2018(by ICORating)



## 事業概要

トークン開発	トークン設計・実装コンサルティング	ICOないしはローンチを目指して実際に動くトークンの設計や実装・アプリケーションの組み込みを行う。
ICO時やスマートコントラクトのハッキング対策	コード監査	スマートコントラクトは、バグが入り込んでしまうと容易に修正できない。攻撃パターンを想定し、スマートコントラクトのコードをチェックする。
フィージビリティスタディ	フィージビリティ確認 PoC	ブロックチェーンを用いた新たなサービスの実現可能性について、技術的側面からコンサルティング、またはそのサービスの実証実験をパートナー企業様と行う。

## 中長期目標

DEX等トークンエコノミーにおける課題を解決する自社プロダクトを証券会社等のパートナー企業と連携し提供する



ブロックチェーンやシェアリングエコノミー、AIなどの今後の成長が期待できる領域に投資を実施するCVCをシンガポールに設立。  
代表取締役には多数の投資実績がある木村新司が就任。

## 投資対象

- ①新規事業領域の開発や新規ビジネスモデル、新技術開発等を行う企業
- ②既存産業に革新的なアプローチによってパラダイムシフトを起こす企業

## ポートフォリオイメージ

### 固定性長期投資 (VC)

- インドのシェアリングエコノミー
- インドのモバイル・フィンテック
- インドネシアのモバイル・ブロックチェーンなど

### 準流動性投資

- シェアリングエコノミー等のアセットオーナー
- IPO前の事業への投資

### 流動性投資

- 米国、中国、韓国などの上場企業

Appendix

## 参考資料: (株)Gunosyの概要

## 基礎情報

- ・ 会社名 株式会社Gunosy
- ・ 代表者 福島 良典
- ・ 創業 2012年11月14日
- ・ 決算期 5月
- ・ 資本金 3,975百万円（2018年5月末現在）
- ・ 証券コード 6047（東証一部）
- ・ 監査法人 EY新日本有限責任監査法人
- ・ 従業員数 161名  
（2018年5月末現在 連結ベース）
- ・ 所在地 東京都港区六本木6-10-1  
六本木ヒルズ森タワー
- ・ 事業内容 情報キュレーションサービス  
その他メディアの開発及び運営
- ・ 役員 代表取締役CEO 福島 良典  
代表取締役COO 竹谷 祐哉  
取締役CFO 伊藤 光茂  
取締役CRO 長島 徹弥  
取締役 木村 新司  
取締役（社外） 柳原 克哉  
取締役（社外） 塚田 俊文  
監査役 石橋 雅和  
監査役（社外） 新井 努  
監査役（社外） 清水 健次  
監査役（社外） 柏木 登

# 取締役紹介

# Gunosy



代表取締役CEO  
福島 良典

東京大学大学院工学系研究科修了。大学院在学中に「Gunosy (グノシー)」のサービスを開発し2012年11月に当社を創業、代表取締役に就任。2013年11月、当社代表取締役最高経営責任者に就任。2012年度IPA未踏スーパークリエイター。



代表取締役COO  
竹谷 祐哉

早稲田大学創造理工学部経営システム工学科卒業。グリーン株式会社を経て当社に参画。2013年8月、当社取締役に就任。2016年8月、当社代表取締役最高執行責任者に就任。



取締役CFO  
伊藤 光茂

早稲田大学大学院経済学研究科修了。株式会社ドリームインキュベータ経営管理本部長、株式会社ファーストリテイリング経営計画チーム、グリーン株式会社経理税務部長等を経て当社に参画。2014年4月、当社取締役最高財務責任者に就任。



取締役CRO  
長島 徹弥

慶應義塾大学理工学部卒業。アウンコンサルティング株式会社執行役員、グリーン株式会社を経て当社に参画。2016年8月、当社取締役に就任。2017年8月、当社取締役最高事業責任者に就任。



取締役  
木村 新司

東京大学大学院工学系研究科修了。東京大学理学部物理学科卒業。株式会社ドリームインキュベータ入社後、2007年3月に株式会社アトランティス（現Glossom株式会社）を創業し、2011年にグリーン株式会社に売却。2013年に当社代表取締役に就任、2014年退任。2016年6月にはAnyPay株式会社を創業。2017年8月、当社取締役に就任。



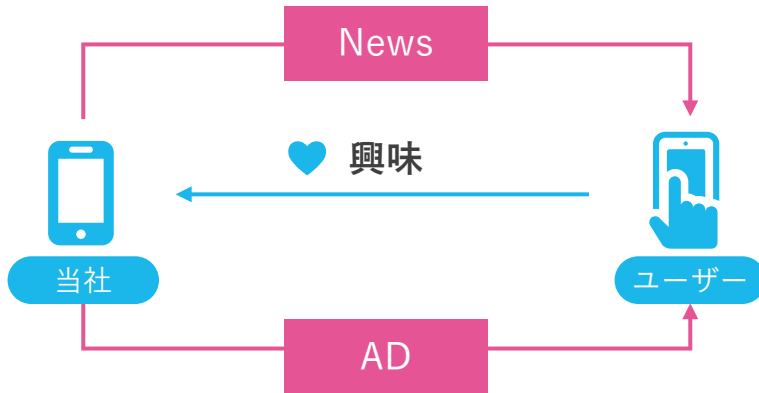
社外取締役  
柳原 克哉

1995年に検事を任官後、2006年に弁護士登録、2007年より弁護士法人第一法律事務所に入所し、現在に至る。2015年8月、当社社外取締役に就任。



社外取締役  
塚田 俊文

1986年第二電電株式会社（現KDDI株式会社）入社。株式会社mediba代表取締役社長、株式会社ウェブマネー代表取締役社長等を経て、現在、KDDI株式会社ライフデザイン事業本部 新規ビジネス推進本部長 兼 UI・UX推進部長。2016年8月、当社社外取締役に就任。



タブ面広告



記事内広告

## 収益

興味関心クラス毎の  
ターゲティング型広告配信

クリック  
保証型  
(CPC=Cost Per Click)

インプレッション  
保証型  
(CPM=Cost Per Mille)

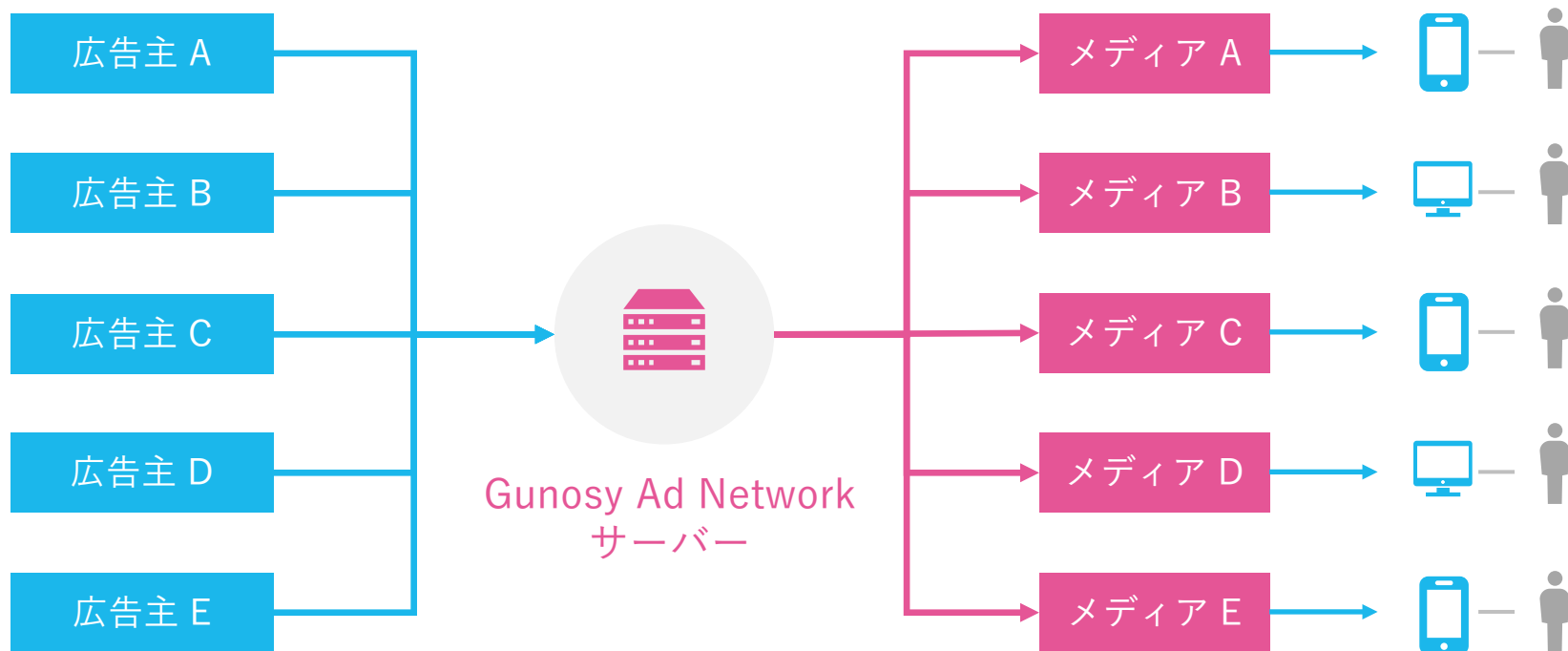
## 特徴

1. インフィード型広告（記事内広告）のため視認性が高い
2. 高頻度での接触
3. 興味関心に合わせた広告配信



# 事業モデル： Ad Network

Gunosy上への広告配信（Gunosy Ads）に加え、外部のパートナーメディアへ広告配信されるAd Networkサービスもリリースしております。  
現在は、600超のメディア様に導入していただいております。



本資料に含まれている将来の見通しに関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報を基にした判断及び仮定に基づいて作成されたものであり、その正確性を保証するものではありません。

実際の業績は、これらの判断及び仮定に含まれる様々な不確定要素、リスク要因の変更や経済環境の変動などにより、見通しと大きく異なる可能性がありますことをご了承ください。

# Gunosy

情報を世界中の人に最適に届ける