

Gunosy

2019年5月期 第3四半期決算説明資料



株式会社 Gunosy
東証一部（証券コード：6047）

2019年4月12日

INDEX

1	Executive Summary エグゼクティブ・サマリー	P3
2	Financial Results for FY2019 Q3 2019年5月期 第3四半期 決算の概要	P6
3	FY2019 Outlook 2019年5月期 通期 業績予想	P11
4	Business Overview by Division 各事業の概況	P17
5	APPENDIX 参考資料：（株）Gunosyの概要	P29

1

Executive Summary

エグゼクティブ・サマリー



2021年5月期の大幅な増収増益を見据え、本四半期より約1年間は**戦略的投資の期間**と位置付け、広告宣伝を積極的に活用した、既存/新規アプリへの積極投資を実施して参ります。

好調なクーポン



先行投資に至った主な背景

アルゴリズムの改善と、**クーポン**を使った新たな訴求軸により、「グノシー」の**アクティブユーザー数**が再伸張。

好評な「グノシー」のクーポン訴求に対し、モニタリングをしつつ**約3億円の広告宣伝費の追加投入**（3Q）。

クーポン訴求は、**収益性**の観点からも十分**高い効果**が見込まれる。

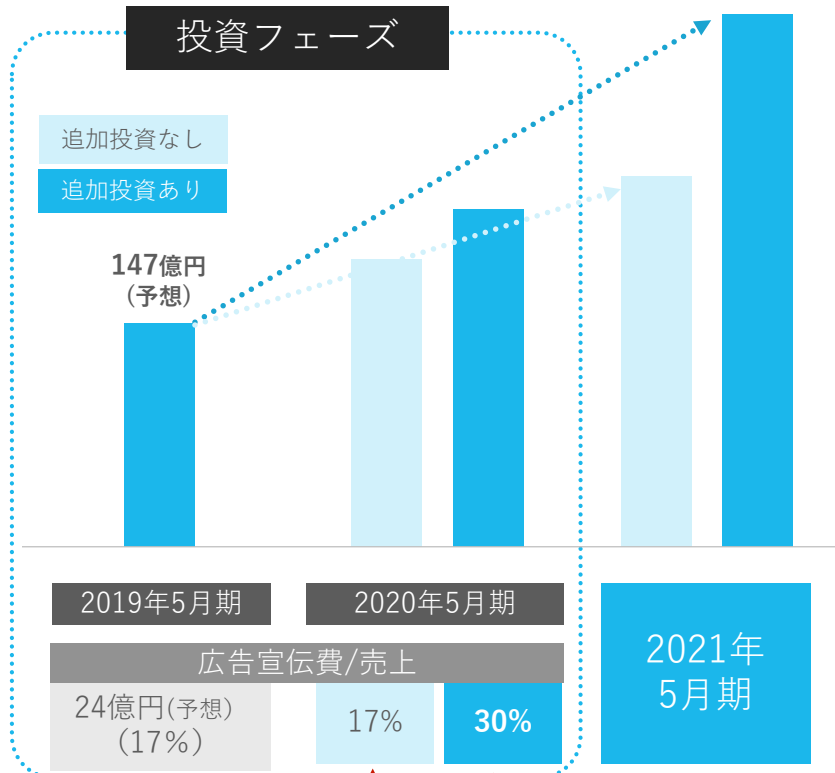
3期にわたる 業績の成長イメージ

再来期の大幅増益を目標に、来期は「グノシー」の再成長を中心とした投資フェーズと捉えたい。

(広告宣伝費含め、具体的予想値などは本決算時に公表)

売上高 (FY2019-FY2021)

広告宣伝費の追加投資を実施することにより、2021年5月期の売上高は追加なしと比較し大きく推進



Section 1

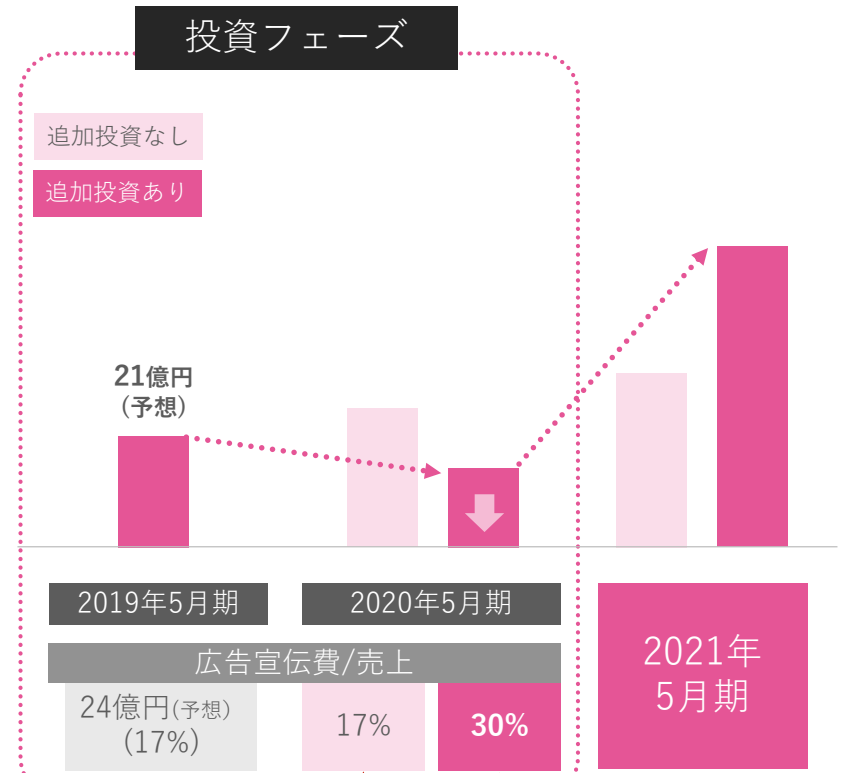
今まで通り17%前後の広告宣伝費を使った場合

例えば、広告宣伝比率を30%まで追加投資したと仮定

(C) Gunosy Inc. All Rights Reserved.

営業利益 (FY2019-FY2021)

2020年5月期の営業利益は、翌年の飛躍の為の布石とする為、一時的に減少する見込み



今まで通り17%前後の広告宣伝費を使った場合

2

Financial Results for FY2019 Q3

2019年5月期 第3四半期 決算の概要



2019年5月期 第3四半期連結業績

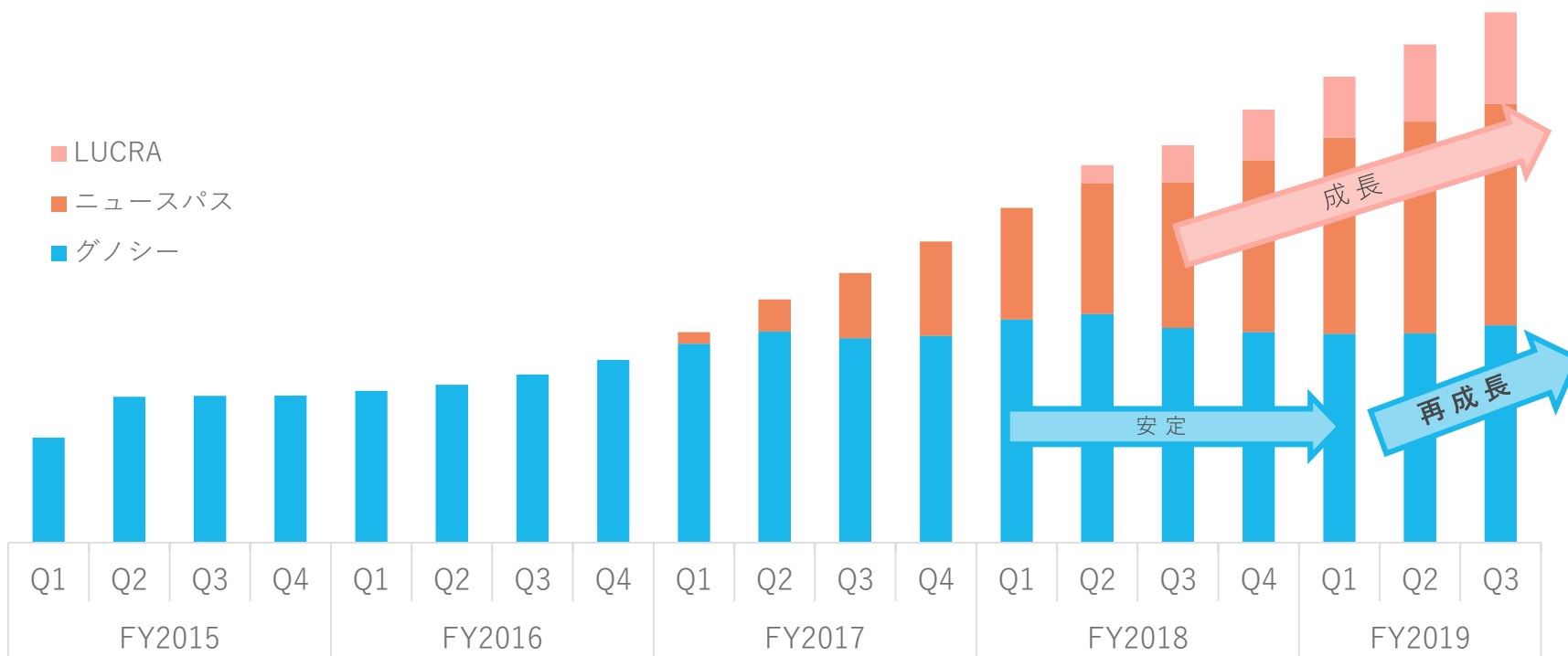
- 累計売上高はYonYで141.9%、累計営業利益はYonYで135.5%と好調ながら、Q2から始まった**広告市場環境の変化**の影響で、ADNWを中心に四半期ベースでは売上が伸び悩む。
- 一方でアルゴリズムの改善と**クーポン**を使っでの訴求による**アクティブユーザーの活性化**が顕在化。中長期の成長に向けて、戦略的に広告宣伝費を追加投入。「グノシー」売上に貢献し始めるも、売上面では**市場の変化**と相殺。
- その結果、広告宣伝費が先行した形になり、四半期ベースの営業利益では、前年を一時的に下回る。

(百万円)

	四半期			累計		
	2018年5月期 Q3	2019年5月期 Q3	YonY	2018年5月期 Q3	2019年5月期 Q3	YonY
売上高	2,758	3,640	132.0%	7,878	11,182	141.9%
営業利益	444	331	74.6%	1,370	1,856	135.5%
営業 利益率	16.1%	9.1%	-	17.4%	16.6%	-
経常利益	444	322	72.5%	1,370	1,843	134.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	284	200	70.4%	881	1,717	194.9%

アクティブユーザー数^{*1}

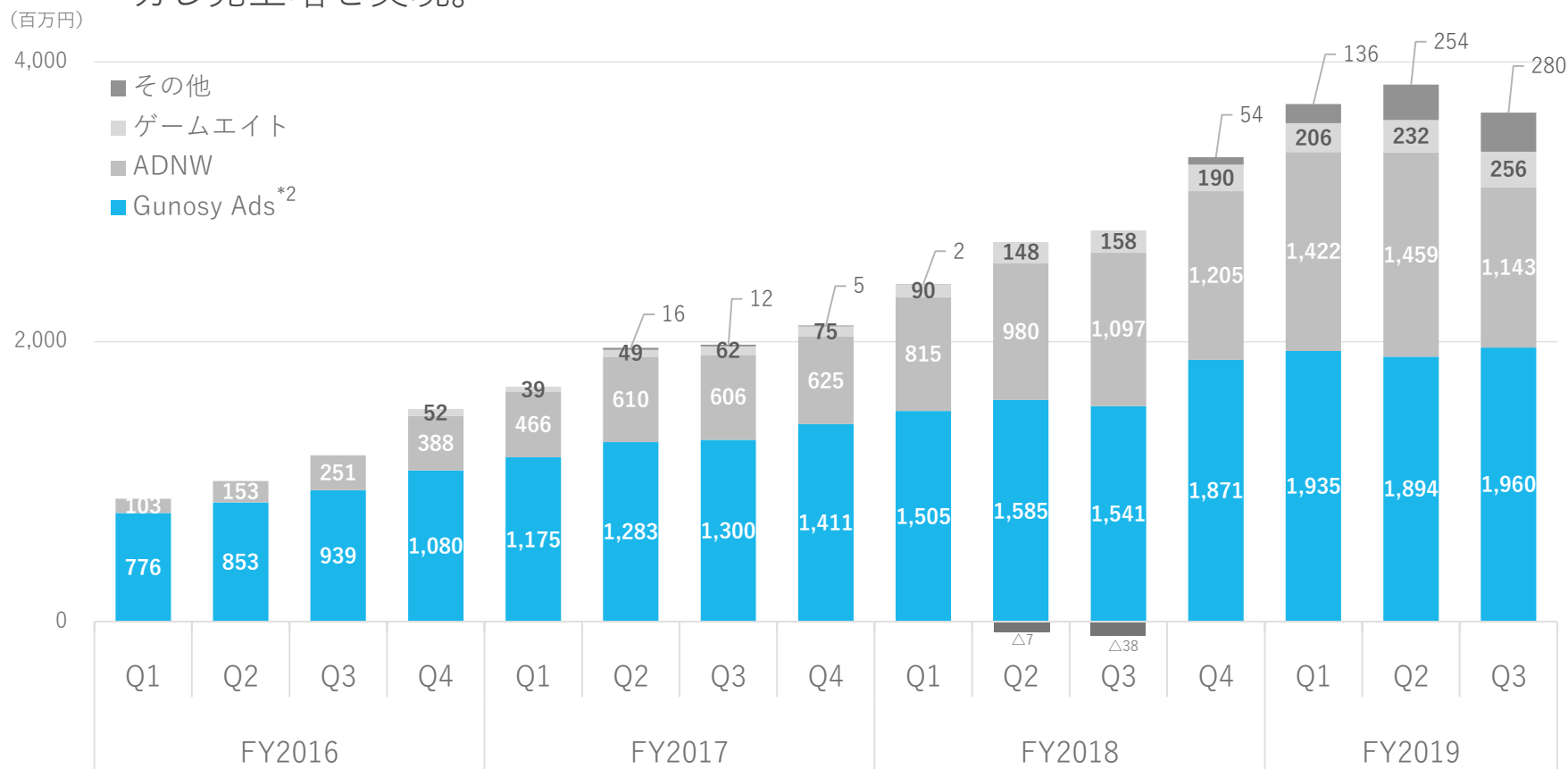
- アルゴリズムの改善と**クーポン**を使っでの訴求によって「グノシー」のアクティブユーザー数が更に増加。**再成長フェーズ**に突入したと考える。
- 「ニュースパス」「LUCRA」も堅調に増加。
- その結果、全体では**YonYで33%増加**。



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

売上高構成 ^{*1}

- Q2から徐々に始まった**広告市場環境の変化**の影響で、ADNWは売上が伸び悩む。
- Gunosy Adsは同様に影響を受けつつも、**クーポン訴求**によるユーザー集客が奏功し売上増を実現。



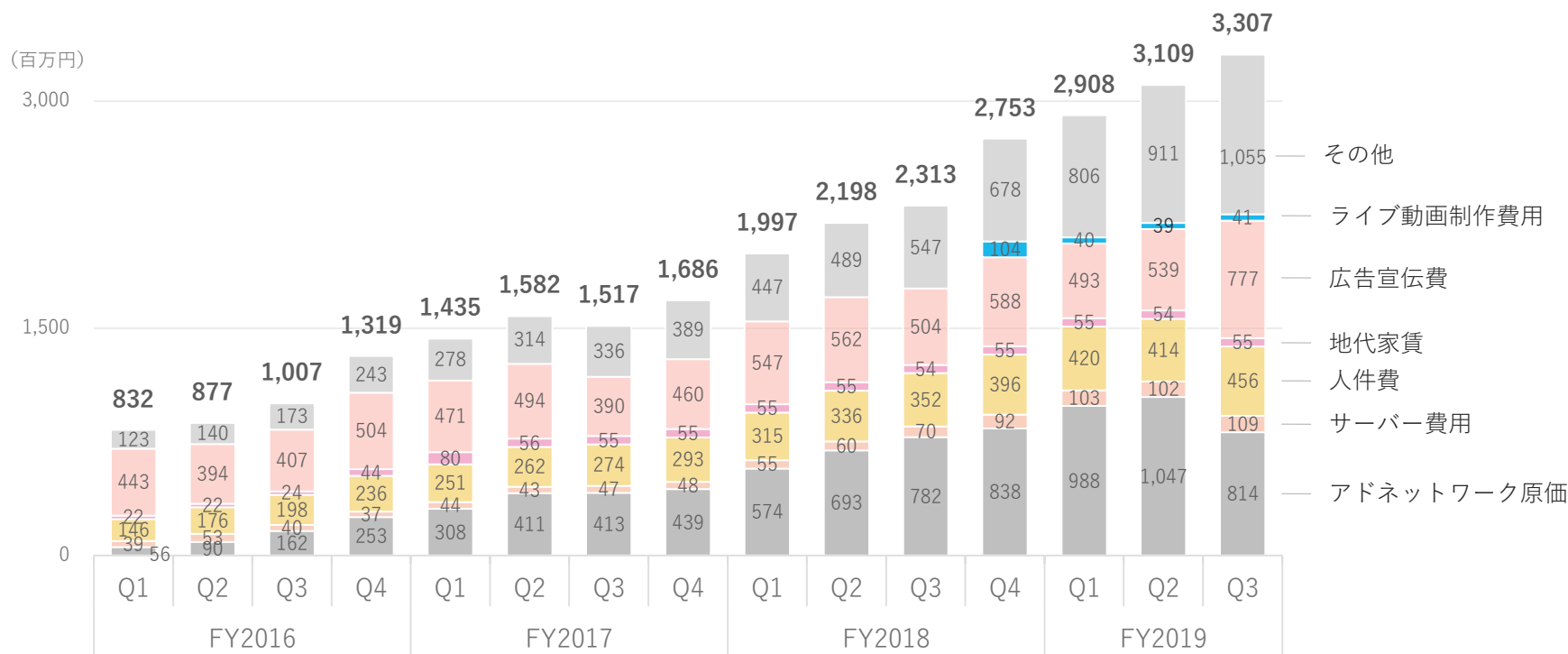
*1 「Gunosy Ads」、「ADNW」、「ゲームエイト」は単体での数値。内部取引高調整は「その他」を含む

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

*3 FY2016 Q2までは単体決算数値

コスト推移

- ADNW売上減に伴い、「アドネットワーク原価」が連動し**減少**。
- 好調な**クーポン訴求**のための、「広告宣伝費」（約3億円）追加投入によるコストの増加。
- 「その他」は、KDDI(株)とのレベニューシェア費用の増加が中心。



* FY2016 Q2までは単体決算数値

3

FY2019 Outlook

2019年5月期 通期業績予想

2019年5月期 業績予想に対する進捗と修正

- アルゴリズムの改善と**クーポン訴求**を軸とした広告宣伝費追加投入に伴い、通期業績予想を変更。
- ユーザー獲得が好調な「グノシー」を中心に、新規メディアでも広告宣伝費追加。
- **効果測定**を随時行いながら、Q4も宣伝費を適時・適量投入し、売上向上を目指す。

(百万円)

	2019年5月期 Q3	従来予想	増減高	修正予想	増減率
売上高	11,182	14,462	+308	14,770	2.1%
営業利益	1,856	2,722	△620	2,101	△22.8%
営業 利益率	16.6%	18.8%	-	14.2%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,717	2,159	△289	1,870	△13.4%

2019年5月期 広告宣伝費を追加しなかった場合

戦略的投資をしなかった場合、**広告市場環境の変化**の影響もあったが、開示済み業績予想にはやや届かないまでも、売上146.8億円（前年対比131%）、営業利益25.3億円（前年対比131%）と高収益を維持。あくまで中期的な飛躍を狙い、広告宣伝費の増額を決定。

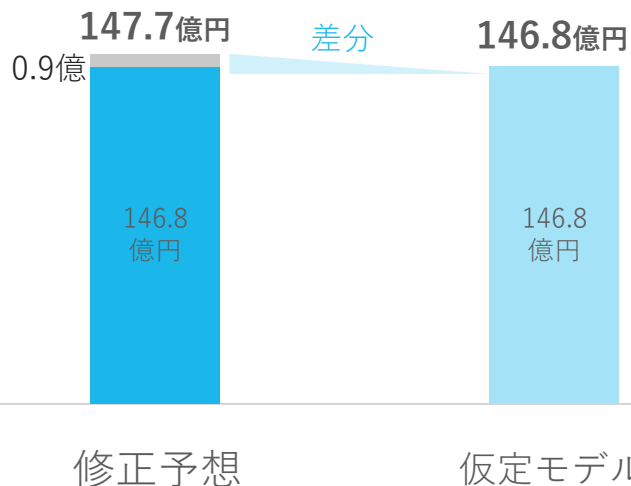
売上高（2019年5月期 通期予想）

営業利益（2019年5月期 通期予想）

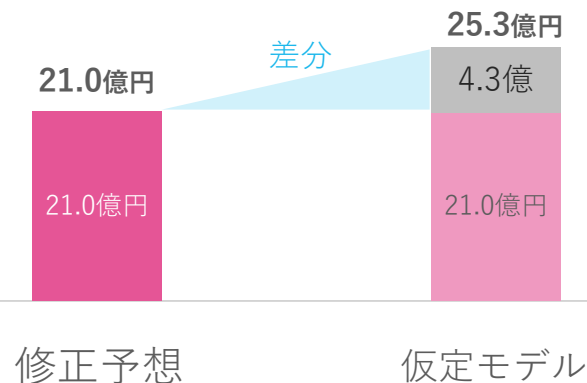
広告宣伝費を追加した効果は、アクティブユーザー数の増加に影響あり、売上への影響は時間差あり。

戦略的投資は今期、来期の営業利益に影響あり。

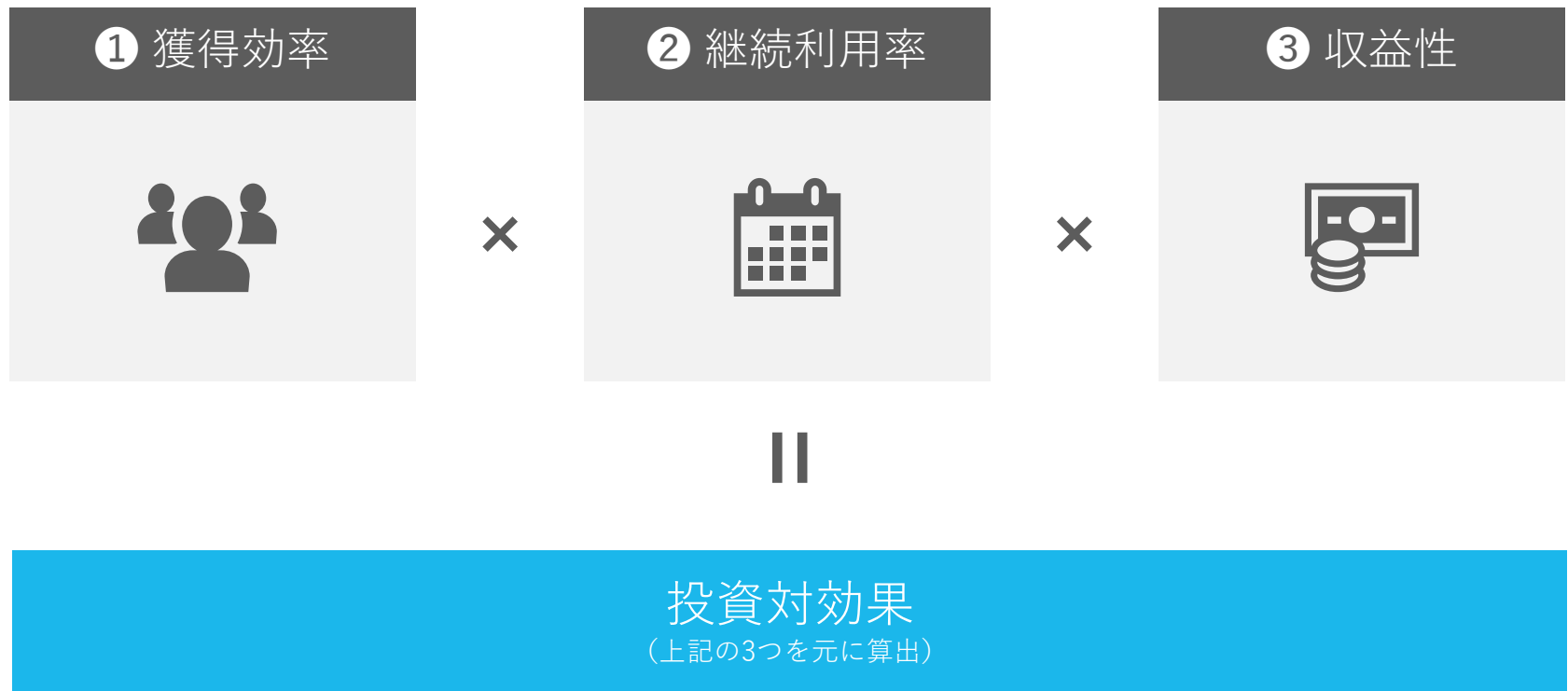
追加投資なし
追加投資あり



追加投資なし
追加投資あり

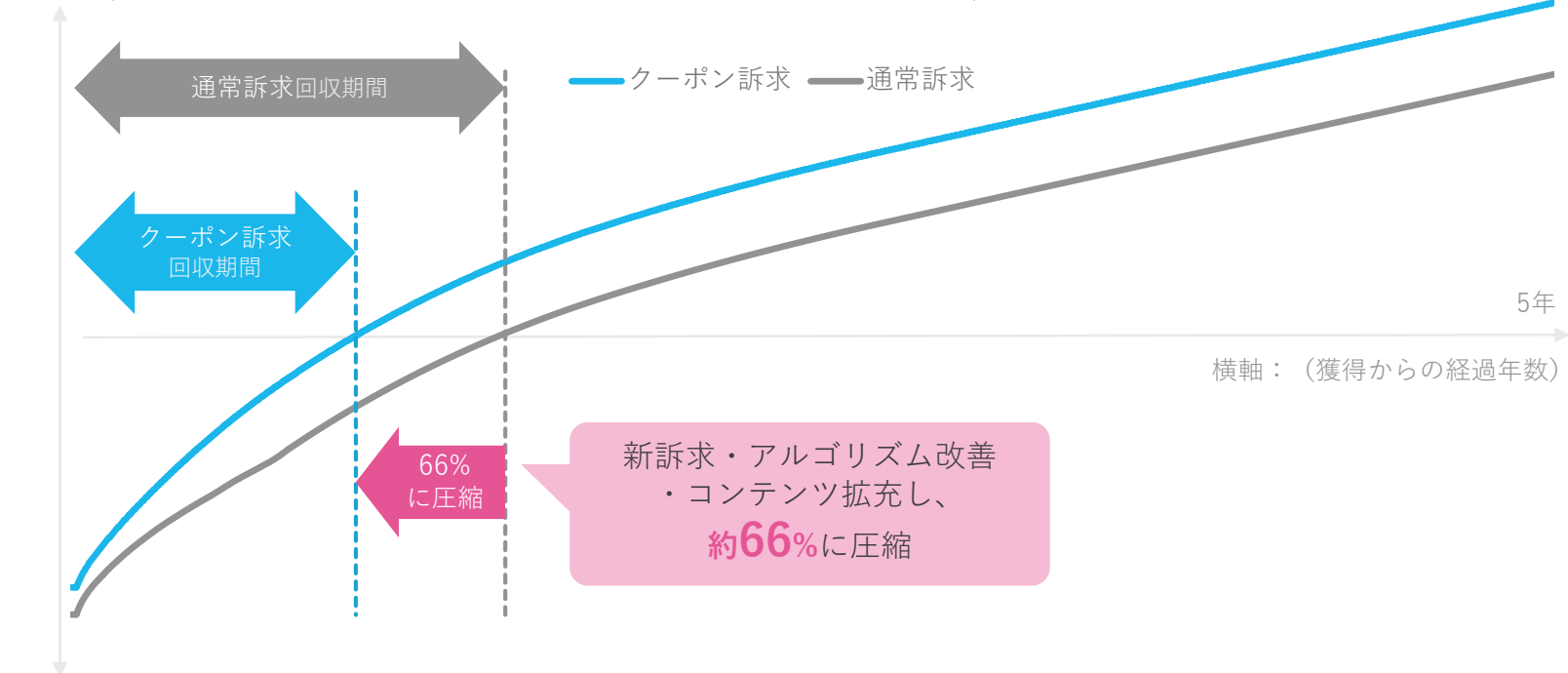


①広告宣伝のユーザー獲得効率、②ユーザーの継続利用率、③ユーザーあたりの収益性を元に投資対効果を算出し、それらを元に広告宣伝費の意思決定を行なっている。

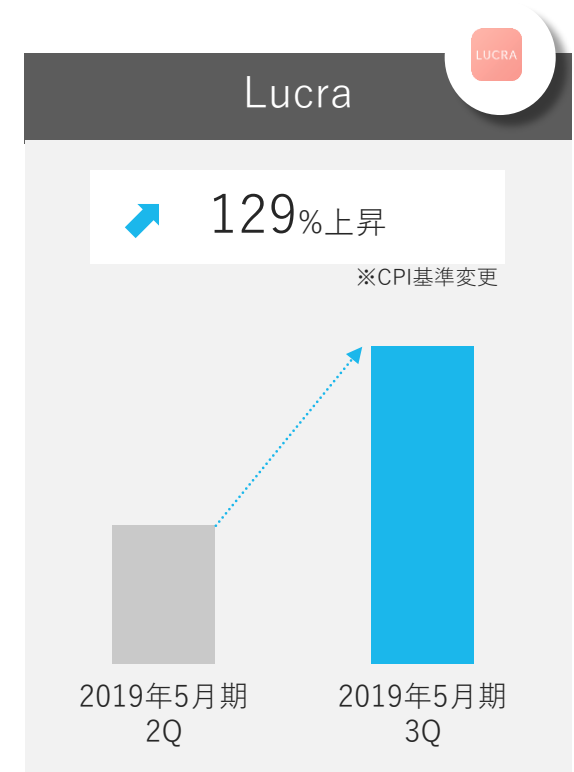
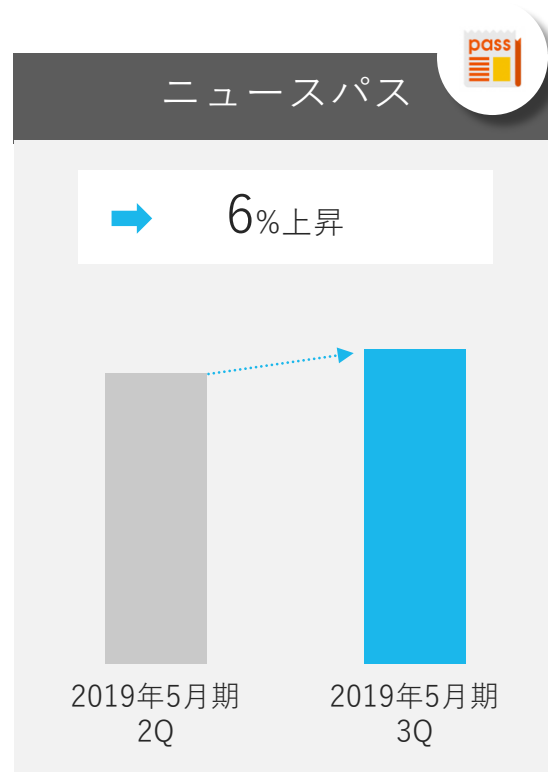
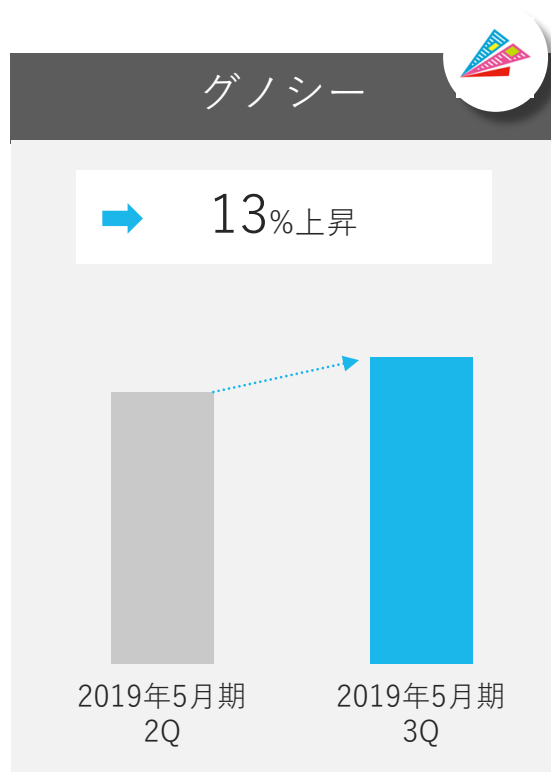


本四半期「グノシー」の再成長を図るため、広告宣伝費を約3億円、追加投入。通常の追加的な宣伝活動ならば獲得効率は悪化し、継続率も低下するはず。しかし、社内**効果測定**において、アルゴリズムの改善および今回の**クーポン訴求**による結果として、「グノシー」の投資対効果が改善していることが確認された。

縦軸：（ユーザーあたりの売上からユーザーあたりの獲得コストを差し引いたもの）



- 今回、広告宣伝費を積み増した「グノシー」の効果測定値 CPIは、通常通りの「ニュースパス」に比べ、**大幅に上昇している訳ではない**。
- 「Lucra」のCPIは、12-1月のレベニュー・コストシェアを戦略的に100%当社負担にしているためCPIの基準は従前と異なる。



4

Business Overview by Division
各事業の概況



メディア事業

- グノシーの広告宣伝費を、クーポン訴求で約3億円弱積み増し、MAUが復調。
- 今期の新アプリ第二弾として、オトクルを3/4にリリース。

広告事業

- Supership株式会社との協業により、新たにキャリアデータを始めとするデータを利用可能なADNWを開発。

BC事業 (ブロックチェーン)

- 人員増強。コンサルティング業務で人件費を賄いつつ、引き続き、中長期の自社プロダクトを計画・開発。

投資事業

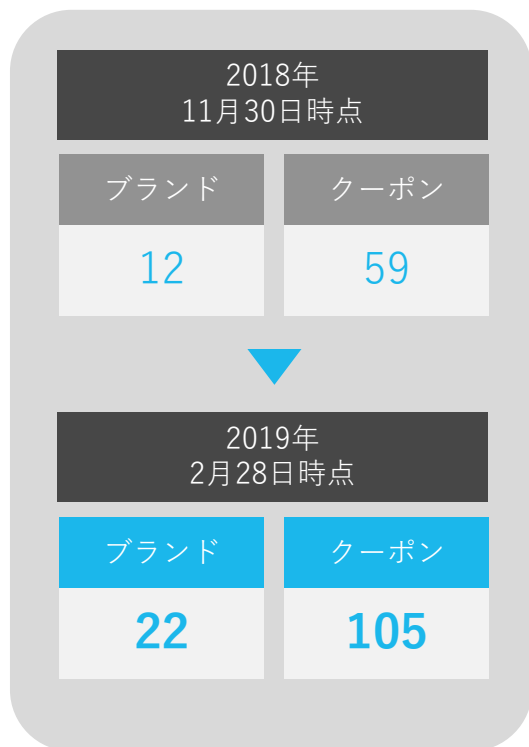
- 中小企業向けオンライン決済サービスでインド最大手のInstamojo Inc.に投資。



クーポンのブランド・種類数も国内No.1※となり、大型キャンペーンとして実施した0円クーポンでのユーザー獲得も好調。

※国内ニュースアプリサービス内,当社調べ(2019.3.7時点)

クーポンコンテンツ



プロモーション

デジタル



- 0円クーポンの訴求により、獲得効率は20%程度改善。

テレビ



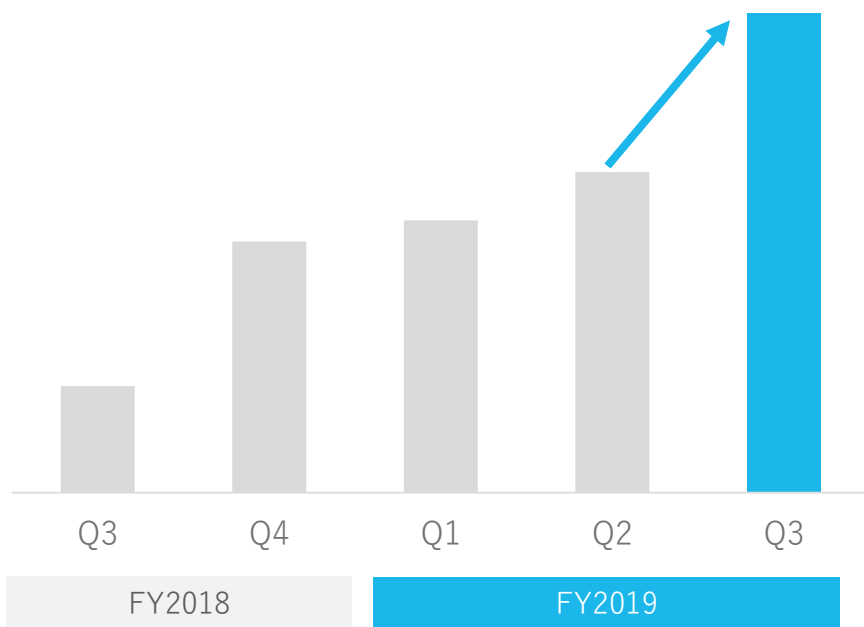
- 広告費を約3億円程度積み増したが、獲得効率は維持。
- 0円クーポンのTVCMを全国で放映。





Jリーグや韓流コンテンツなどの公式動画のコンテンツ拡充を行っており、引き続き**動画コンテンツの拡充**を進める。

動画視聴完了者数の推移



Q3放送の主な動画コンテンツ

自社制作

グノシーQ
ユーザー参加型ライブクイズ番組を定期開催。

外部連携

スポーツ試合生中継・ハイライト
JリーグやB1リーグなどから提供を受けた公式映像を、生中継やアーカイブ動画で展開。

アーティストのリリース記者会見
新曲やMVのリリース記者会見の放送。

韓流・TVコンテンツ動画配信
韓流やTVコンテンツの動画配信連携を拡張。



動画コンテンツの拡充を行い、ユーザー体験の向上を図っている。
また、キャンペーンの実施によりコメントの利用数は大幅に増加。

コンテンツ

- クーポン機能の開発に着手、Q4 3月にリリース。より生活に密着した情報を提供予定。
- 興味関心クラスタに応じたPush配信アルゴリズムを構築。動画コンテンツの拡充を進めており、ユーザー体験を高める。

特典

- auユーザーを対象に、通信データ容量プレゼントキャンペーンを実施。
- 全ユーザー対象に、コメント機能の利用でコーヒーやアイスが当たるキャンペーンを実施。

コミュニティ

- 上述のコメントキャンペーンにより、コメント機能の利用者数・アプリの起動回数が増加。

クーポンなどの新しいコンテンツの導入などにより、
アクティブユーザー数では女性向けメディアアプリで引き続きNo.1を維持。

* 当社調べ (AppAnnieを参照)



新規コンテンツの導入

- 狙い：既存ユーザーの起動頻度向上。
- 概要：LUCRAのメインユーザー向けのクーポンを提供する、クーポンタブを実装。プロモーションへの利用や、他クーポン事業者の展開は今後検討。

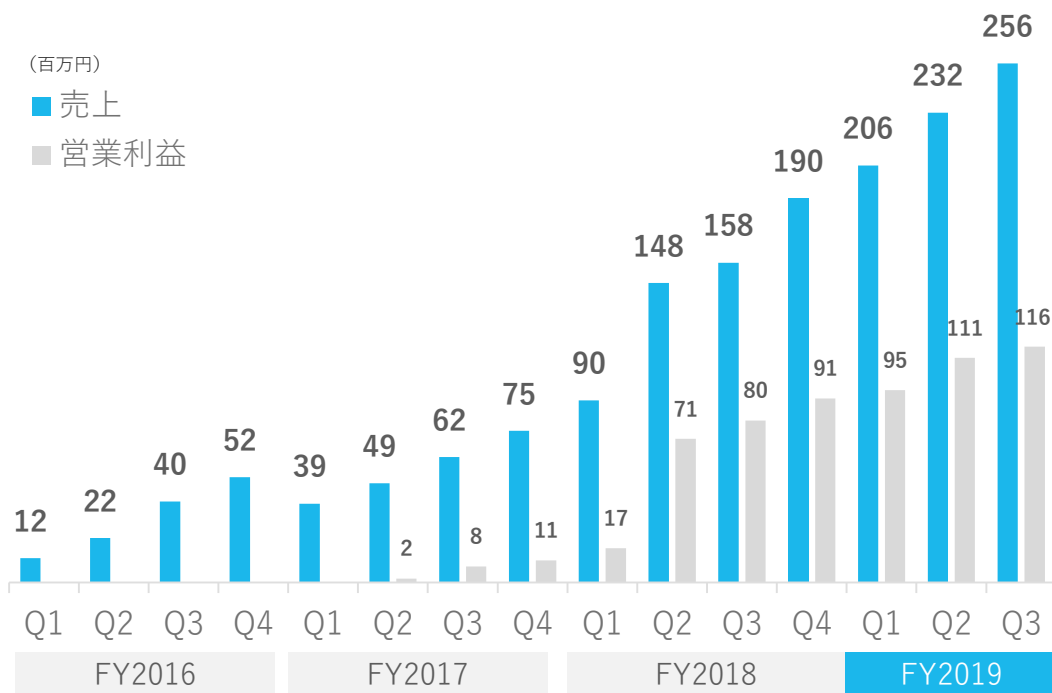
広告戦略の変更

機を逃さず、よりタイムリーな広告戦略を実行するため、KDDI(株)とのレベニューシェアスキームを試験的に変更。（今後の見直しを検討中）

売上、営業利益は継続して過去最高益を更新。

今まで成長を牽引してきた国内ゲームメディア領域では、すでに大きなシェアを獲得しており、より安定的に利益を生む事業に。今後この既存事業を安定成長させつつ、リソースを新たな分野に活用。

売上高・営業利益推移



*1 単体決算数値 (連結調整前)

成長継続のための施策



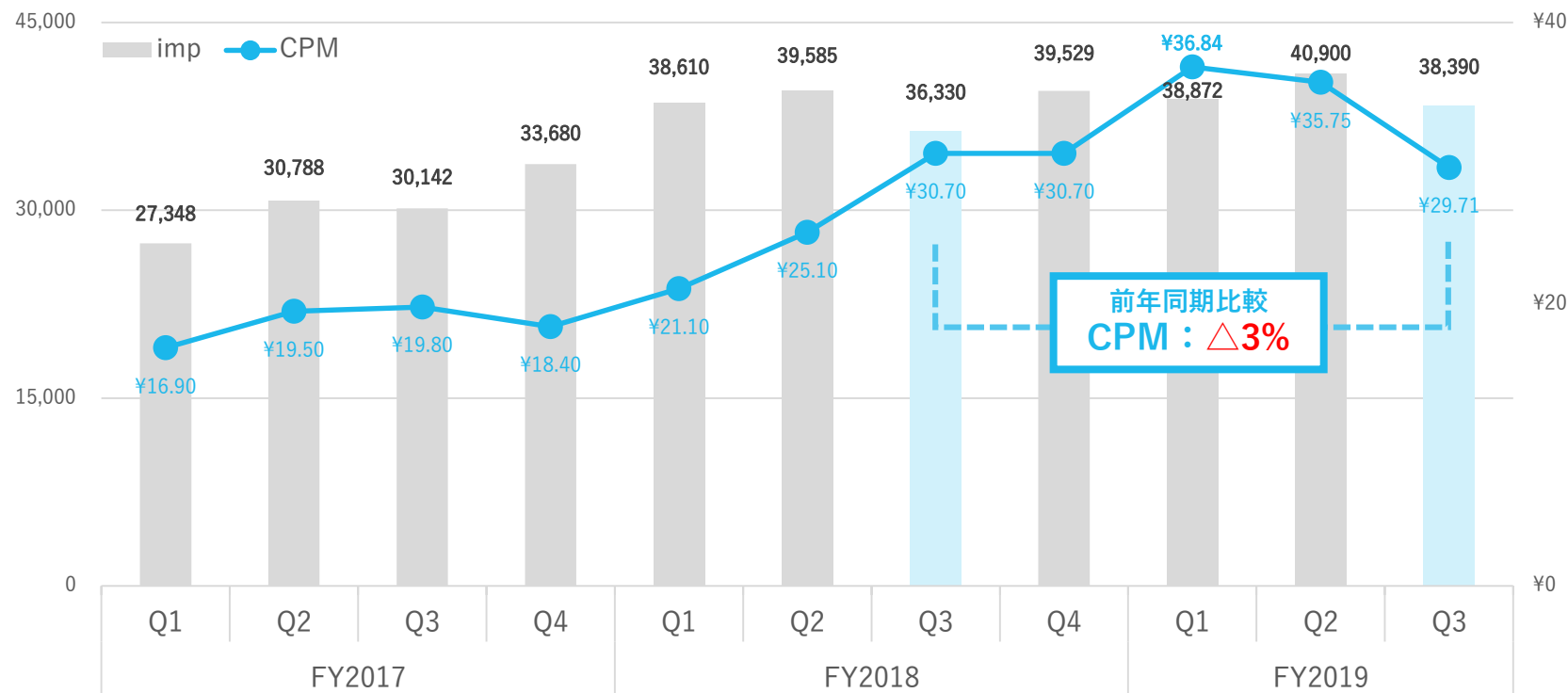
ゲーム攻略コンテンツ以外を今後積極的に展開

- 事前予約コンテンツは順調に成長。
- その他複数事業の立ち上げ強化を目的に、新規事業チームを組成。
- M&Aや出資、アライアンスなどを積極的に検討。
- Q4においては、新規事業準備のための採用獲得費用、業績賞与、オフィス拡張などの戦略的投資も実施予定。そのため一時的なQonQベースでの減益を見込む。

Q2途中から始まった**広告市場環境の変化**が3か月に渡って影響し、インプレッションが低下。比例するかたちでコスト（CPM）も低下。今四半期以上の悪化は見込んでいないが、同じ市場環境が続いた場合を想定し、新たな施策を準備中。

imp数・CPMの推移

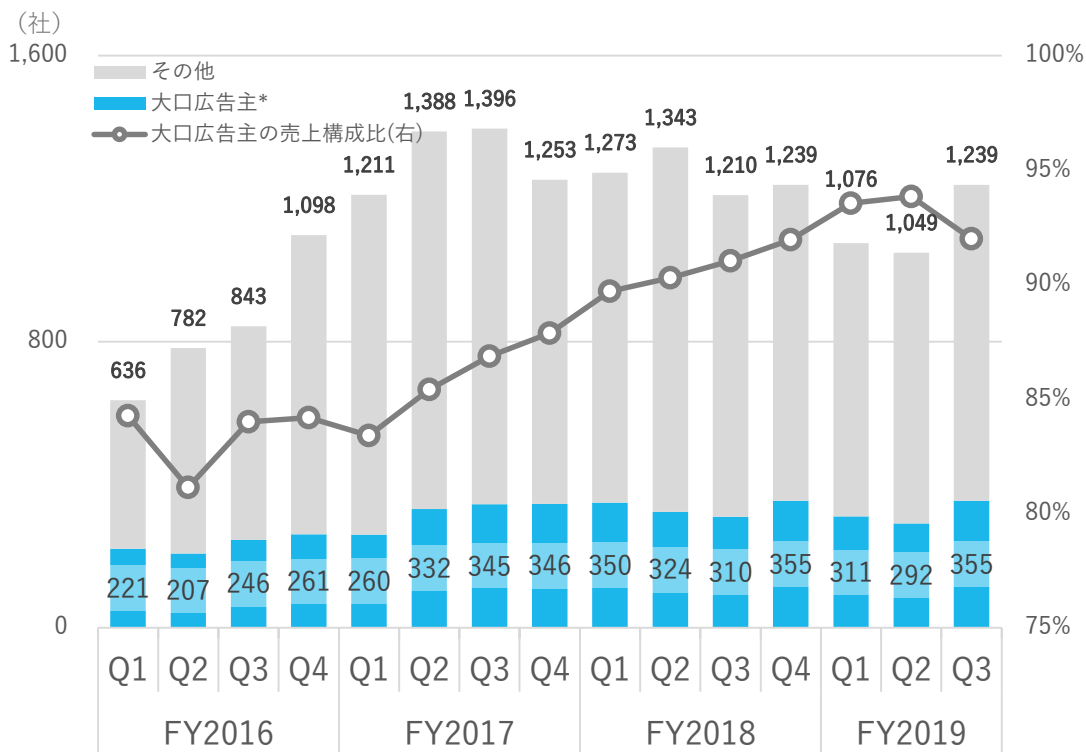
(百万 imp)



* CPM : Cost Per Mille。広告1,000回表示あたりの単価

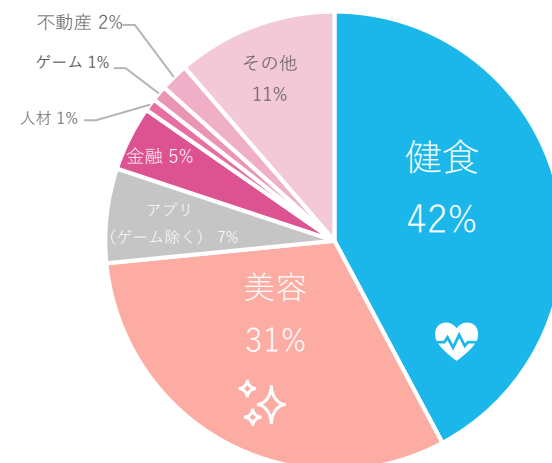
顧客単価向上を狙い、既存大口広告主*への営業活動に集中。しかしながら、Q3に来て**広告市場環境の変化**の影響が顕著化。「健食」「美容」を中心に影響あり、反対に「アプリ」「金融」などでは影響軽微のため、広告主の割合が一部変化。

稼働広告主数



* 広告予算が100万円以上の広告主

出稿広告主割合 (FY2019 Q3)



Supership株式会社との協業により、新たに**キャリアデータを始めとするデータを利用可能なADNW**を開発。

プレスリリース

Gunosy、Supershipとの協業によりデータを活用したアドネットワーク「ScaleOut Ad Network」の提供を開始

Gunosy、Supershipとの協業によりデータを活用したアドネットワーク「ScaleOut Ad Network」の提供を開始

「au Webポータル」、「ニュースパス」、「グノシー」他、2,400以上の優良媒体へアプローチ

株式会社Gunosy（本社：東京都港区、代表取締役CEO：竹谷祐哉、以下「Gunosy」）は、Supership株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：大朝毅、以下「Supership」）との協業により、多彩なデータターゲティングとCPC入札で広告効果を最大化する「ScaleOut Ad Network（スケールアウト アドネットワーク）」の提供を開始しました。

Supership × Gunosy



「ScaleOut」は、Supershipがキャリアデータをはじめとする広告配信に利用可能なデータを活用し、きめ細やかにセグメントした的確なターゲットへ広告を配信する広告主向け広告配信プラットフォームです。

グループ会社でアドベリフィケーションを専門で行うMomentum株式会社との技術連携により、アドフraud対策・ブランドセーフティに配慮した広告配信機能をデフォルトで搭載すると同時に、配信された広告の視認性を確認できる独自開発のIn-View率レポートの提供を行うなど、透明性かつ安全性の高い広告配信を実現しております。

この度の協業により、「ScaleOut」は、Gunosyが保有する独自データを活用した広告配信プラットフォーム「Gunosy Network Ads（グノシーネットワークアズ）」の広告配信技術の提供を受けることで、「ScaleOut」が強みとする高精度なデータを活用した多彩なターゲティング技術と、Gunosyの広告配信ロジックを組み合わせ、個々のユーザーに対してより広く効率的に広告を配信できるようになりました。

ScaleOut Ad Network の強み

- Supershipのキャリアデータをはじめとする多彩なデータ
- アドフraud対策・ブランドセーフティによる安全性
- Gunosyが保有する独自データを活用した広告配信技術

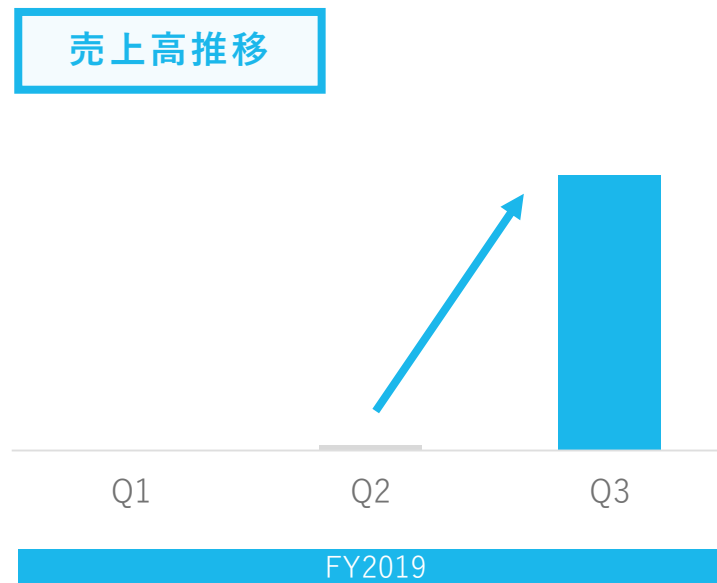
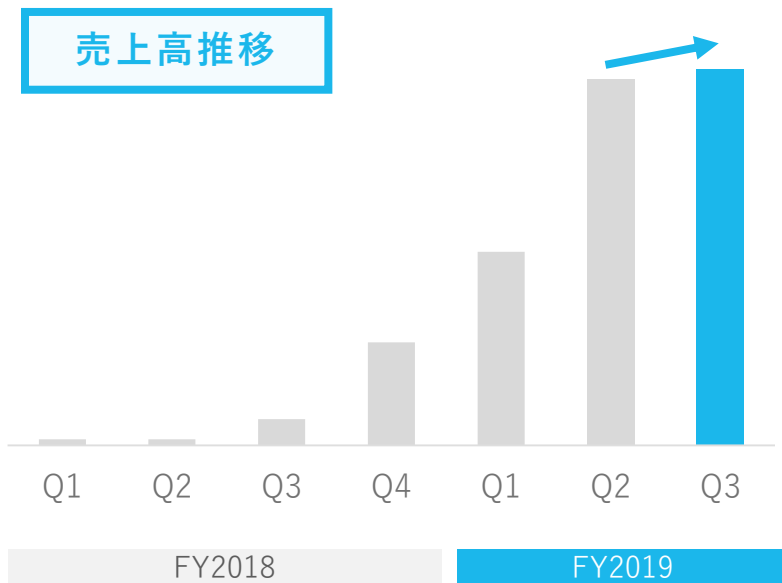
digwellは、**広告市場環境の変化**の影響はあるが、**アプリ向けの案件は堅調に増加**。
 VIDPOOLは、グノシーでの動画視聴数の増加により、**堅調に収益は増加**。



APP広告主向けへの成果報酬サービス



グノシーでの動画視聴数の増加により
 収益は堅調に増加



第二号案件として、インドの中小企業向け決済サービス最大手の Instamojo Inc.に投資。

報道関係者各位

2019年1月16日

発行 No. 124

 Press Release

Gunosy

Gunosy Capital、インド最大手の中小企業向け決済サービスを 提供する Instamojo に投資

株式会社 Gunosy（本社：東京都港区、代表取締役 CEO：竹谷祐哉、以下 Gunosy）は、投資育成事業を行う子会社のコーポレートベンチャーキャピタル Gunosy Capital Pte. Ltd.（所在地：シンガポール共和国、代表取締役：木村新司、以下 Gunosy Capital）が、中小企業向けオンライン決済サービスでインド最大の Instamojo Inc.（以下 Instamojo）に投資を行ったことをお知らせいたします。



Instamojo は中小企業向けに 60 万件を超える事業への決済サービスを提供する、インドで最大手のオンライン決済サービスプラットフォームです。

インドでは、政府の政策により「[デジタルインドプログラム](#)」[（※1）](#)が進められており、デジタル経済、キャッシュレス経済の普及が急速に進み、成長し続けています。インドの e コマース市場は、2026 年までに 2,000 億米ドルに達すると予想されており、この大きな成長は 2034 年には米国に次いで世界で第 2 位の市場[（※2）](#)になるとも予測されています。こうした背景から Instamojo の事業は今後も急激な市場拡大とともに、大きく成長が見込まれる事業と判断し、今回の投資に至りました。

Gunosy Capital として、インドでの投資は「[Zoomcar](#)」への投資以来、2 度目となります。

[（※1） ABOUT DIGITAL INDIA](#)

[（※2） E-commerce Industry in India](#)

投資先企業の概要

会社名：Instamojo, Inc.

本社：インド カルナータカ州、バンガロール

代表者：Sampad Swain

設立：2012年

URL：<https://www.instamojo.com/>

事業内容：中小企業向けオンライン
決済サービス

Appendix

参考資料: (株)Gunosyの概要

小さな取締役会と半数の社外取締役で**意思決定の迅速さと公正さを目指します。**

基礎情報

- ・ 会社名 株式会社Gunosy
- ・ 代表者 竹谷 祐哉
- ・ 創業 2012年11月14日
- ・ 決算期 5月
- ・ 資本金 4,046百万円（2019年2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 191名
（2019年2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 竹谷 祐哉
 - ： 取締役COO 長島 徹弥
 - ： 取締役 福島 良典
 - ： 取締役 木村 新司
 - ： 取締役（社外） 塚田 俊文
 - ： 取締役（社外） 冨塚 優
 - ： 取締役（社外） 手嶋 浩己
 - ： 取締役（社外） 眞下 弘和
 - ： 監査役 石橋 雅和
 - ： 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
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。グリー株式会社を経て当社に参画。2013年8月取締役最高執行責任者、2016年8月代表取締役最高執行責任者を経て、2018年8月より代表取締役最高経営責任者に就任。



取締役COO
長島 徹弥

慶応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、グリー株式会社を経て、当社に参画。執行役員として当社広告事業部門を牽引し、2016年8月取締役、2017年8月取締役最高事業責任者を経て、2018年8月より取締役最高執行責任者に就任。



取締役
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、代表取締役に就任後、2013年11月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。2018年8月より子会社「株式会社LayerX」の代表取締役に注力するために異動。



取締役
木村 新司

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月より当社取締役に就任。



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、KDDI株式会社新規ビジネス推進本部長を経て、現在、auコマース&ライフ株式会社 代表取締役会長。2016年8月より当社社外取締役に就任。



社外取締役
冨塚 優

1988年に株式会社リクルート（現株式会社リクルートホールディングス）入社後、同社執行役員やリクルートホールディングスグループ関連会社の代表取締役を務め、インターネットメディア事業及び経営に従事。2018年に株式会社Tommy設立、現在、代表取締役と株式会社イオレ社外取締役に務めている。2018年8月より当社社外取締役に就任。



社外取締役
手嶋 浩己

1999年株式会社博報堂入社。2006年株式会社インタースパイア(現ユナイテッド)創業に際して取締役就任。2度の経営統合を経て2012年末ユナイテッド株式会社取締役就任、また2013年に投資先の株式会社メルカリ社外取締役に。経営やインターネット関連事業に関して幅広い経験を有する。2018年8月より当社社外取締役に就任。2018年9月、XTech Ventures共同創業者 兼 ジェネラルパートナーに就任。



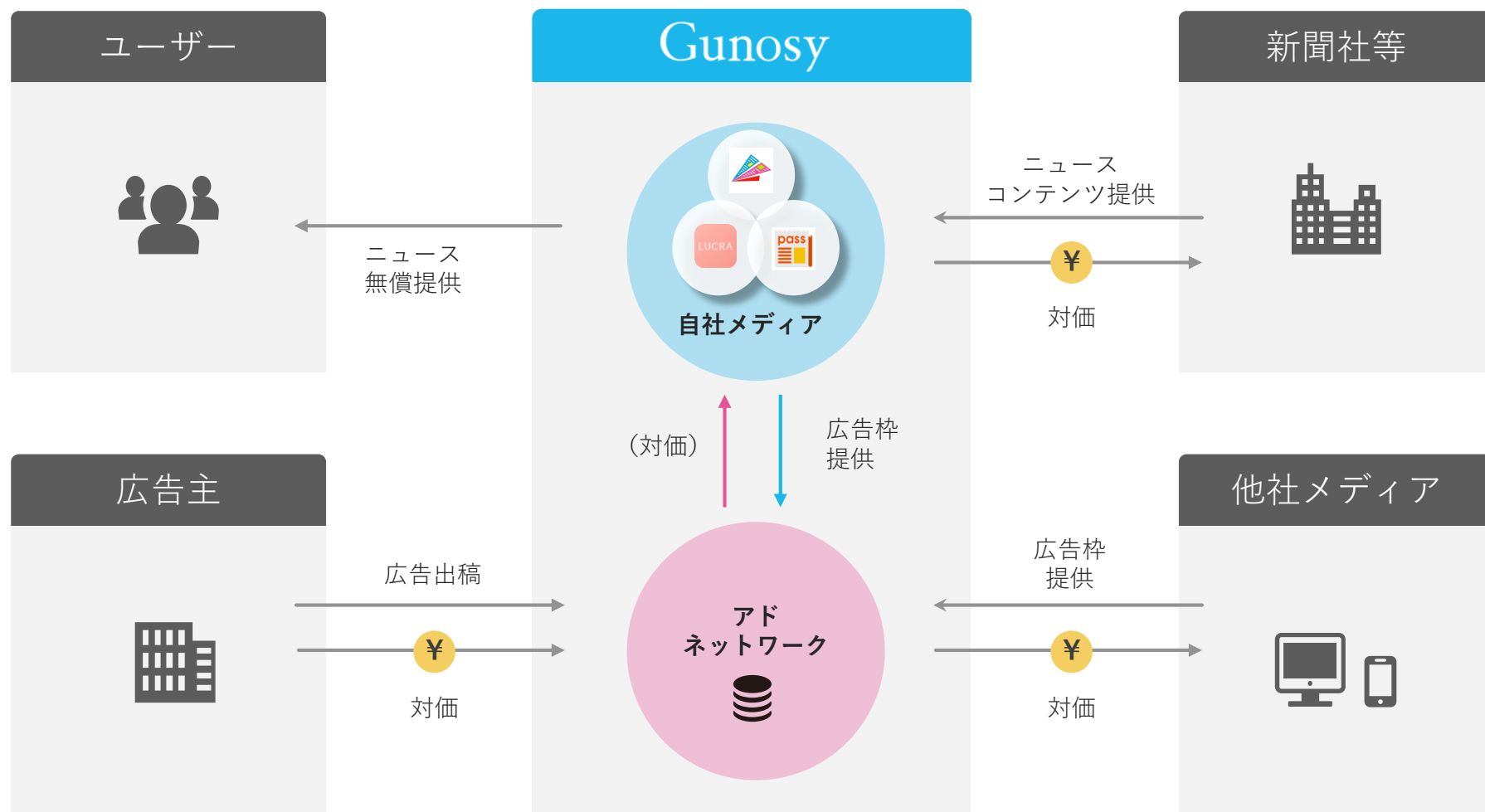
社外取締役
眞下 弘和

1991年野村證券株式会社入社。1996年デューク大学フクア・スクール・オブ・ビジネスにて経営学修士（MBA）課程修了。株式会社光通信 取締役、eまちタウン株式会社 代表取締役を経て、2013年m&s partners Pte.Ltd.設立、Director（現任）。グローバルな経営経験と、国内外の投資経験を有する。2018年8月より当社社外取締役に就任。

主要事業のビジネスモデル

Gunosy

自社メディアを持つネット広告ビジネスの強みを基に、様々なステークホルダーと共存を図る。



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