

2019年10月25日

各位

会社名 株式会社ブイキューブ
代表者名 代表取締役社長 間下 直晃
(コード番号：3681 東証第一部)
問合せ先 CFO 経営企画本部長 山本 一輝
(TEL. 03-5475-7250)

マス広告開始による業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、テレワーク市場活性化並びに「テレキューブ」関連事業の急拡大を受けた本格的なマス広告投資実行を決定したことに伴い、2019年5月15日に公表した2019年12月期（2019年1月1日～2019年12月31日）の連結業績予想を修正しましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 2019年12月期通期連結業績予想数値の修正

(2019年1月1日～2019年12月31日)

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想(A)	6,497	345	283	717	29円66銭
今回修正予想(B)	6,550	0	△62	372	15円37銭
増減額(B-A)	53	△345	△345	△345	
増減率(%)	0.8	-	-	-	
(ご参考)前期実績 (2018年12月期)	7,960	345	259	456	18円95銭

(注) 前回発表予想の1株当たり当期純利益は、2019年5月15日現在の発行済株式総数(24,184,600株)を基に、今回修正予想は、2019年10月25日現在の発行済株式総数(24,201,400株)を基に算出しております。

2. 修正の理由

当社は、日本国内におけるテレワークの広まりによるウェブ会議などのコミュニケーションサービスの顧客規模拡大、及び、テレワークのためのコミュニケーションブース「テレキューブ」の展開を加速し、2020年以降の中長期的な成長を実現すべく、テレビCMを含むマス広告を今年度中に実施することを決定いたしました。従前はマス広告の機が熟していないと判断し、規模の獲得に限界はあるものの、効率の高いオンライン広告を中心とした小規模なマーケティング活動のみの展開をしておりましたが、昨今の社会動向や「テレキューブ」の好調な推移を受け、本格的なマス広告への取り組みを決定いたしました。これに伴い、本マーケティング費用を営業赤字としない水準で織り込むことを想定し、営業利益は0円となる見込みです。また、本マス広告の効果は当期にはほぼ影響はないものの、売上高は前回発表予想より微増となり、6,550百万円となる見込みです。経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益は、前述のマス広告費用の影響を織り込み、前回発表予想を下回る見込みとなりました。

なお、今期の配当予想は従来の1円から変更ありません。

当社がこのタイミングで大規模なマーケティング投資の実行に踏み切った理由として、以下のような背景が挙げられます。

【テレワークの急速な広まり】

- ・オリンピックに向けた政府のキャンペーン・要請

- ・大企業だけではなく中小企業への裾野の広がり
- ・度重なる台風などの災害に伴うテレワーク活用の意識の高まり
- ・「テレキューブ」の駅・街中への本格的な普及の開始と高い利用状況

【当社における動向】

- ・ウェブ会議の既存ユーザの利用状況の活発化(直近3ヶ月の平均利用時間は昨年対比133%、利用回数は143%)
 - ・認知度不足という課題認識(テレワークの急速な広まりが当社の成長に直結していない。または「テレキューブ」の認知度は向上しているものの、当社の認知と直結していない。)
 - ・「テレキューブ」の商材特性による、問い合わせ後の高い成約率(通常の8.4倍)
 - ・「テレキューブ」のサブスクリプションモデルの開始(月額サブスクリプションの成長ドライバー)
 - ・既に宮崎県でのテレビCMによるマス広告を先行して行っており、一定の効果を得た。

本マーケティング投資により、新規顧客を獲得し、月額サブスクリプションを中心とした来年度の売上及び営業利益の拡大を確実なものにするるとともに、再来年度以降の更なる成長の加速につなげてまいります。

3. 今後の見通し

本マーケティング施策の効果を確認したのち、3ヶ年の中期経営計画を2020年2月に発表する予定であります。

以 上