

2018年9月期 第3四半期 決算説明会 質疑応答の要旨

2018年7月26日に開催した第3四半期決算説明会（機関投資家・アナリスト・報道関係者向け）における主な質疑応答の要旨は下記の通りとなります。

◆ネットマーケティング事業について

Q 1. 国内事業の収益が低調推移した要因について

A 1. 数件の大型案件における出稿が弱かったことで計画を下回る結果となった。季節性による減少に加えて顧客業種における規制等の環境変化もあった。また、競争環境による影響も要因として大きかった。一方、足元においては新規案件の獲得ペースは上昇していることが確認できている。

Q 2. 海外収益が前四半期で減収となった要因について

A 2. 特定の1案件について、顧客における事業停止ということが要因として大きかったものの、足元の4Qについては、各地域とも堅調な成長基調となっている。

Q 3. 4Qにおけるネットマーケティング事業の収益成長の予測根拠について

A 3. 足元の状況を鑑みて保守的に見積もり、前期比でトップラインは同程度となることを想定している。前期比で見ると原価の上昇があるが、そちらについても適切にコストコントロールを図っていく。

Q 4. 下方修正について

A 4. 既存顧客の縮小が要因としてあるが、3月から4月にかけてのトップラインの変化度（減少）が非常に大きく、3月の需要期の増加分に対して、4月以降の大きな反動減を予測できなかった。取引状況やプロモーション効果が悪化しているといったことではなく、顧客のマーケティングへの投下金額そのものが大幅変動したことが主な要因である。今後はそういったボラティリティが狭まるよう、事業構造を変化させていく。

Q 5. 韓国のデジタルエージェンシーeMFORCE 社の買収検討について

A 5. 基本合意書の締結という段階であり、最終契約締結までは詳細をお話する段階にない。当社の海外事業における韓国市場はブランド広告の取扱高が多いが、韓国のインターネット広告市場全体で見るとパフォーマンス型広告市場も堅調に伸びており、今後の同地域における成長ポテンシャルを総合的に考え、これから具体的な検討段階に進んでいく。

◆メディアコンテンツ事業について

Q 6. GANMA!のアプリ収益推移について、

A 6. PVの堅調な伸びと比例せず前四半期比で下がっているように見えるが、これはアプリにおける特定の広告ネットワークとの取引停止が生じたことによるものである。当社と広告ネットワーク事業者とのレギュレーションに関する見解の相違だと認識しており、仮にその影響がなければ前四半期比で微増のトレンドである。今後プロダクトの改善を図っていくことで、アプリの広告収益も回復を見込んでいる。

◆来期へ向けた経営方針について

Q 7. V字回復への道筋について

A 7. V字回復への確信は持っている。

内的要因では、採用した人員の戦力化が順調に進んでいる。人材のレベル、戦力化のスピードが高まっているため、顧客サービスの質は上昇基調である。一方で、短期的にはコストとして先行しているため、利益率は下がる状況にある。しかし、この先の競争力強化に向けトップラインを伸ばすための組織強化はできていることが確認できている。

また、外的要因では、ブランド広告市場におけるデジタルシフトが進んでおり、顧客開拓が進んでいる。当社が強みとする、データドリブン・テクノロジードリブンな運用型広告でのブランド広告案件の獲得ができている。

費用については適切にコントロールしながら四半期単位で減少させていく。トップラインについてはこれまで人材投資を行ってきた分がトップラインの再成長へと繋がっていくという見込みである。

Q 8. 販管費はコントロールしていくということだが、ネットマーケティング事業における原価上昇についてはどう
いう方針をもっているか

A 8. 販管費同様に原価についても抑制をかけていく。原価はクリエイティブ関連費用が主であるが、現状においては外注費の削減や新規採用のコントロールをかけているため、ここからトップラインが上昇するにつれ、原価も比例して上がるということはないと想定している。

以 上