

2015年9月期 第3四半期決算説明会 質疑応答の要旨

2015年7月30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。

Q 1. ネットマーケティング事業が想定より上ぶれた要因について

- A 1. 以前から注力してきた、モバイル・ソーシャル・グローバルの3分野がそれぞれ伸びている。スマホ広告においては、ネイティブ広告の成長加速が主な要因である。グノシーやスマートニュースといったニュースアプリに加え、今回はヤフーからタイムライン型のインフィード広告が開始され、その影響も出ている。ソーシャルとグローバルについては、Twitter 広告が大きく伸長したことと、北米・アジアの事業所における顧客の取扱高が伸びたことが主な要因である。

Q 2. ネイティブ広告におけるセプテーニの優位性について

- A 2. スマホのタイムライン型広告におけるグローバルリーダーはFacebook であると考えているが、当社は5年ほど前からFacebook 広告に注力して、スマホの主力となる広告商品についての知見を深めてきた。そのノウハウが、Twitter やグノシー、ヤフーといったタイムライン型広告商品群の横展開に活かされていると捉えている。

Q 3. マンガコンテンツ事業の収益化について

- A 3. この第3四半期においては、いくつかの自社IPが出版されたりアニメ化されるといった実績が出てきたため、当社は著作権者としてロイヤリティ収入を売上計上してはいるが、連結業績に与える影響は軽微である。今後さらに多くの質の高い作品を創って市場に供給し、それを様々な形で商業化していきたい。その実績によって当社のマンガプラットフォームの認知が拡大してユーザーがまた増えていくといった好循環をつくりだしていくことが重要なポイントであると考えている。
- また、来期以降の収益化については、メディアの規模拡大に向けてどれだけアクセルを踏むかという経営判断による。広告に次ぐ事業の柱としての収益基盤に位置付けるというのが基本方針なので、それに対して最適な選択を都度実行していきたいと考えている。

Q 4. ネット広告市場全体とセプテーニの成長性について

A 4. 2015 年というのはスマホ広告が市場の主役になり、スマホシフトが顕在化する節目の年だと捉えており、マーケット全体も伸びている。その中でも、市場全体の成長率と比較すると当社の成長率は平均より高い状態、つまりシェアを上げている状態だと捉えている。当社の基本的な方針は、スマホ広告・ソーシャルメディア・グローバルでの事業展開という、成長市場の中でも特に伸び率の高い分野に経営資源を集中させることで、市場平均の成長率をアウトパフォームしていくことである。

以 上