



## 平成26年12月期 第1四半期決算説明会 質疑応答の要約

2014年5月1日(木)に開催した、平成26年12月期 第1四半期通期決算説明会において、出席者の皆さまから頂いた質問をまとめたものです。GMOインターネット代表取締役会長兼社長・グループ代表の熊谷、GMOアドパートナーズ代表取締役社長高橋より回答させていただきました。

---

Q1. モバイルエンターテインメント事業は2Q黒字化必達とのことだが、どのような手法で達成するのか？

A1. トップラインも伸ばすし、コストも削減していきます。前者は安定的に収益を上げてきている既存タイトルに加え、LINEゲーム「ドリームガーデン」など足元好調なタイトルの積み上げ、後者は内製化によるコストコントロール等です。これらを実施し、高い確度での利益貢献を予定しています。(熊谷)

---

Q2. 新ドメインのプロモーション投資10億円について、期間・媒体などの割り振りのイメージは？

A2. 新ドメインのプロモーション投資は最大10億円を考えています。このうち、1Qの0.5億円は「.nagoya」のTVCMに投資済みです。2Qには1.5億円、5月に「.tokyo」のTVCMを開始します。そして、3Qには6億円、7月にAKBさんを起用したTVCM・交通広告などのキャンペーンを行ないません。4Qにはリマインダー広告で1億弱を見込んでいます。(熊谷)

---

Q3. 新ドメインプロモーション投資により通期125億の達成は難しくなるのではないかと？

A3. 新ドメインのプロモーションコストは一時的なものです。先行受付でも多くの反響を頂いております。通期達成は問題ないと考えています。(熊谷)

---

Q4. スマサカのTVCMの成果をどう評価するか？

A4. 4-50万人の顧客を獲得できたこともあり、集客については一定の成果が得られたと考えています。しかし、継続率・課金率などのKPIが思わしくなく、6月に改修版をリリースし売上貢献につなげていきたいと考えています。(熊谷)

---

---

Q5. ゲームポット社について、どのタイミングで利益貢献してくるのか？

A5. 1Q はほぼフラットですが、今後利益貢献してくる予定でいます。4-5月の売上がブレイクイーブンで、新タイトルでさらに売上を積んでいけるように施策を打っています。(熊谷)

---

---

Q6. F Xプライム byGMO とのコストシナジーの進捗はどうなっているのか？

A6. GMO クリック証券に対する金融庁からの業務改善命令もあり、積極的なアクションに移せていませんでした。内部管理態勢の強化・充実に一定のめどが立ったこともあり、コストシナジーについてはこれから実現していきたいと考えています。(熊谷)

---

---

Q7. メディア事業について、収益力が減退しているように思われるが対策は？

A7. 2013年4QでのSEO事業の落ち込みは、関連する自社商材で回復することができました。しかし、純広告・フィーチャーフォンの落ち込みをスマートフォンでカバーしきれていないという構造は残っています。プライベートブランドの強化による、収益性改善が急務だと考えています。(高橋)

---

---

Q8. 登録ドメインの件数、種類などを知りたい。またプロモーションによりどの程度のニーズがあるのか？

A8. 現状、グループ全体で毎日約8,000件前後のドメイン登録があります。ドメインは、ドメイン単独の売上だけではなくサーバーやセキュリティ(SSL)といった関連売上につながっていきます。生涯利益で考えた場合には10億のプロモーションコストは十分回収できると考えています。

---

---

Q9. ドメインという事業者向けの商材を一般向けにCM展開する意味合いを教えてください。一般認知よりも販売代理店拡充などに力を入れた方がいいのではないかと？

A9. ドメインは事業者向けはもちろん、個人や個人事業主の方の利用も増えてきている。特に、個人事業

主の方が WEB で事業をするようになってきており、メディア露出をきっかけにお問い合わせいただくというケースが増えてきています。実際、「.tokyo」がメディア露出した日には過去最大の新規顧客を獲得しています。

---

以上