



## 平成 26 年 12 月期 第 2 四半期決算説明会 質疑応答の要約

2014 年 8 月 1 日（金）に開催した、平成 26 年 12 月期 第 2 四半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 インターネット株式会社代表取締役会長兼社長 グループ代表の熊谷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、3Q で黒字貢献とのことだが、どれくらいの利益水準を見込んでいるのか？

A1. 利益水準については、ヒットタイトルによるところもあるので、具体的な数字をお出しすることはできません。ゲーム事業は継続することが重要と考えております。継続し、ノウハウを蓄積することで、映画と同じようにヒットタイトルを生み出せると考えております。（熊谷）

---

---

Q2. 「.tokyo」の出だしについて

A2. ほぼ読み通りの数字で、10 万件/年というところに着地するのではないかと手応えです。ドメインは、初めての接触から 2 週間～1 ヶ月後に取得いただくというのがパターンであるため、次回の説明会でもう少し精緻な数字をお出しできるかと思えます。

予想以上に良かったのは、サーバーなどのクロスセル率が通常のお客さまより高いことです。「ドメイン取ってホームページ作るならー♪」と AKB さんの CM でお伝えしたことで、同時にサーバーもご利用頂いているのではないかと考えています。（熊谷）

---

---

Q3. 「.tokyo」のプロモーション投資について前回の決算では「最大 10 億」という話だったが変更はあるのか？

A3. 2Q では 1.7 億、3Q では 3 億投資しております。その他のプロモーション投資を合わせ、6 億程度となる見込みで予算より下振れている状況です。（熊谷）

---

---

Q4. 「.tokyo」は粗利率が90%以上と前回の説明会であったが、仮に年内に10万件獲得できたとしても、プロモーションコストを回収するようには見えない。ドメイン事業への投資回収はどう考えればよいのか？

A4. ドメインは他の商材へのクロスセルの起点となる戦略商材です。したがって、ドメイン事業だけの収支というのは必ずしも重視しておりません。インフラセグメント全体で考えていただければと思います。  
(熊谷)

---

---

Q5. レッブ事業で構造改革を行なうとのことだが、コスト増はあるのか？

A5. まず、コスト増はありません。枠売りから運用型広告へというシフトの中で、構造改革によりレッブ事業のリソースを再配分することを考えています。(熊谷)

---

---

Q6. ネット証券で取引高の減少に比べ、ある程度利益が確保できた理由は？

A6. 高い技術力にあると考えています。システムの開発・運用を自社で行なうことにより損益分岐点が低く、取引高が少ない状況でも利益を確保できる体制となっております。(熊谷)

---

---

Q7. 業績予想125億達成のためには下期で75億、インキュベーションの8億を除くと約68億、四半期で34億という利益水準が必要になる。2Qの27億からの差分は7億となり、ゲームで1~2億改善するとすればあと5億ということになる。この5億はどう考えればよいのか？

A7. おっしゃるとおりゲームの改善と主にインフラでの増益を考えています。新ドメイン及びそれに派生する売上が下期に立ってまいります。さらに、ネット証券は風(なぎ)の状態でも四半期10億という利益水準を出すことができました、下期はもう少しマーケットも動いてくるのではないかと考えています。想定外に良くないのはレッブ事業のみで他はコントロール出来ているという認識です。

これまでどおり開示予想はクリアできると考えております。(熊谷)

---

---

Q8. YahooのEC革命戦略がEC支援事業に与えている影響、事業環境について

A8. EC支援事業では、主に2つの事業展開を行なっています。まず、「MakeShop」・「カラーミーショ

ップ」で展開する ASP カートサービス。そして GMO コマース社において Yahoo さまと合同で展開している「Yahoo ショッピング」の出店支援サービスです。

前者の ASP カートサービスのうち、低価格帯のものはマイナスの影響を受けております。一方、高価格帯のものは影響を受けておりません。月額数百円のサービスをご利用いただいていたようなお客さまが流れているケースが一部見受けられるという認識です。後者は、成長路線となっており黒字化しております。

以上、連結で見るとポジティブな影響を受けております。(熊谷)

---

---

Q9. モバイルエンターテイメント事業において、ヒットタイトル創出による売上増というのが美しいストーリーだと考えるが、現状タイトルリリースが少なく見える。今後のタイトルリリースに向けての状況・課題などについて

A9. P/L コントロールのために、リリース時期についてもコントロールしていくことが重要と考えています。というのも、ゲームはリリースすることで償却がはじまり、P/L 負担が発生します。現状はまず黒字化を重視し、慎重にリリースしているという状況です。一定の利益額がでた段階ではタイトルリリースを加速させていきたいと考えております。(熊谷)

---

---

Q10. モバイルエンターテイメント事業の 7 月の見込みと、3Q 黒字化への方法論について

A10. 7 月はほぼトントンという状況です。「LINE ドリームガーデン」の海外展開などが主な動きです。コストコントロールはできておりますので、当たりが出るまで淡々とやり続けるのが重要と考えております。(熊谷)

---

---

以上