

平成 28 年 12 月期第 3 四半期の 決算説明会 質疑応答の要約

2016 年 11 月 7 日（月）に開催した、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。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】 広告の前年同期比で自社商材比率がどの程度上がっているのか？

【A1】 資料 p.33-34 に記載があるように、GMO アドパートナーズ以外は自社商材を提供していません。GMO アドパートナーズの自社商材比率は 35%。昨対比で 5pt 程度の増加となるが、中身はインフィードを含む自社商材が増加しておりアドテクシフトは進んでいるという認識です。

【Q2】 3Q までの業績進捗が良いが追加的な投資の可能性は？

【A2】 現状検討していないものの、成長に向けて投資すべき事業には投資していきたいと考えています。もちろん、いつもお話ししているとおり、開示目標必達为前提となります。

【Q3】 【.shop】スタートについて好調との説明だったが、社長自身はどう感じているか？

【A3】 数字については好調でしたが、不満点やいくつかわかってきたことがあります。

不満点は、中国の販売が当初の予定通りスタートできなかったこと。しかし、年明けには販売スタートできる目途が立っており、ほぼ解決済みといった状況です。

わかったのは地域によって、反応が違うこと。まず、ヨーロッパが想定以上に強かった。これは仮説だが、そもそも「.com」ではなく、ccTLD が普及しているため、新 gTLD に対する抵抗感がなのではないか、また、歴史ある企業が多く、ブランドに対するこだわりが強いこともあるのではないかと。一方、米国は想定を下回っている。これは「.com」ブランドに対するこだわりの強さが要因だと思う。どこまで「.shop」が食い込んでいけるかが課題だと考えています。やはり、やってみてわかることが相当あり、本格的なマーケティングのチューニングをこれからスタートするところです。

【Q4】 【.shop】先行登録の出だしについてどう考えているか？

【A4】 世界的なマーケティングをほとんどしない中でこれだけの申し込みがあったのはポジティブで「.shop」のポテンシャルだと考えています。

【Q5】 【.shop】中国での取引条件は欧米などと異なるのか？

【A5】 条件は世界統一というのがレジストリ事業のレギュレーションです。

【Q6】 【.shop】今期中に 10 万件という話があったが、来期の獲得件数の目標は？

【A6】 目標については、3 つの条件が揃った段階で設定すべきだと考えています。

1) 主要レジストラのトップページ・検索結果の上位表示が実現すること。

2) 収益最大化のための、登録・更新の価格戦略が見えてくること

3) 中国という巨大市場での販売が開始すること。

この3つで、ほぼ1日あたりの登録件数の見通しがついてくると考えています。

【Q7】 【.shop】9月末から10月末の1.5万件の増加がベースラインと考えていいのか？レジストラとの連携強化の進捗状況は？

【A7】 卸価格は申し上げられないが、小売価格が10ドル以下の初年度キャンペーンを10社未満のレジストラと既に開始しています。この数字は、.comの初年度のレギュラー価格にミートした数字で、月1.5万件くらいはいくのではないかと見ています。

【Q8】 3Q業績について、セグメントごとに業績の濃淡あったがコスト削減した事業はあるのか？

【A8】 インフラ、広告・メディアは巡航ペース、証券は一定のコストコントロールは行なっています。

【Q9】 アドテクシフトにより広告・メディア事業の底打ち感があるが、増益基調は続くのか？

【A9】 広告代理事業は（YDN、GDNなどもあり）完全に自社商材のみでの提供は難しい。他社の商材比率が高いうちはまだ安心できないが、組織は完全に自社商材の開発提供にシフトしており、徐々に改善することを想定している。

【Q10】 インフラの増益幅が大きいドライバーとなったのは？

【A10】 この四半期でいうと限界利益率90%である.shop、決済、そして大型案件のあったセキュリティ事業です。

【Q11】 【.shop】今期の投資規模、損益分岐点突破の目途は？

【A11】 レジストリ事業の主なコストは49億かかった権利獲得費用の償却費2,000万円/月です。限界利益率90%を超えているため、売上が2千数百万円を超えると後はすべて利益という構造になっています。この点、プレミアム文字列だけで既に毎月1,000万円弱の売上があり、一般登録も日々積み重なっています。既に損益分岐点を超えていると考えていただいて結構です。

今後、各国レジストリとの販売協力費が主たるマーケティングコストとなってくると思うが、これも費用対効果を見ながら取り組んでまいりますので、黒字基調が続きます。

【Q12】 minneは来年は収益貢献するのか？

【A12】 minneは収益貢献させようと思えば可能です。今の年間売上10億程度はグループ全体の影響を考えるとまだまだ小さい。来期も小さな利益貢献よりも流通額1,000億、売上100億が見えるまで投資をすべきと判断している。

以上