

# サイバーエージェント、AbemaTVへの投資200億円継続 仮想通貨・恋活アプリ等の新領域も

2017年10月26日に行われた、株式会社サイバーエージェント2017年9月期通期決算説明会の内容を書き起こしでお伝えします。

## 2017年9月期決算説明会

### 1. 通期決算



<b>FY2017 業績</b>	<b>売上高及び既存事業の営業利益、過去最高を更新</b> 売上高： 3,713億円    YonY 19.5%増 営業利益： 307億円 (内既存事業 516億円、「AbemaTV」等-209億円)
<b>メディア事業</b>	<b>「AbemaTV」開局1年半、WAU約500万へ</b> 売上高： 256億円    YonY 17.0%増 営業損益： -185億円 (内「AbemaTV」等-209億円)
<b>広告事業</b>	<b>スマートフォン広告が牽引し、市場を上回る成長へ</b> 売上高： 2,081億円    YonY 18.7%増 営業利益： 187億円    YonY 23.5%増
<b>ゲーム事業</b>	<b>主力タイトルの運用が奏功し、シェア拡大</b> 売上高： 1,403億円    YonY 14.4%増 営業利益： 265億円    YonY 13.0%減

※既存事業：広告事業・ゲーム事業・メディア事業の「Abema」・投資育成事業等  
※WAU：Weekly Active User

3

藤田晋氏：本日はお忙しい中、弊社の2017年度通期決算説明会にお越しいただきまして、ありがとうございます。

当社は9月決算ですので、本決算が通期の決算となります。まずは通期ベースでの数字のご説明をさせていただきます。

全体としては、今年も大幅に増収いたしました。また、（売上高および既存事業の営業利益で）過去最高を更新しました。

メディア事業は、「AbemaTV」の投資期と位置付けております。ほぼ計画どおり（売上高）200億円強になりましたけれども、投資をしたという決算になっております。

基本的な考え方としては、決算がいろいろうちに次の柱を育てておくという考えのもとに「AbemaTV」に積極的に投資をし、今、一番利益を稼いでくれているゲーム事業

の収益があるうちに十分投資をしようという考えの中でやっておりませんが、そのとおりの決算になっていると思います。

## 連結売上高

### 1. 通期決算



[連結売上高]

YonY 19.5%増の3,713億円

過去最高を更新



こちらのグラフは、2000年に上場してからの（連結売上高の）推移ですけれども、創業から約20年経った会社で、いまだにトップラインを急成長させ続けているという状況です。

とくにこの数年、ずっと高成長が続いていますけれども、スマートフォンにシフトする時に大規模に舵を切りました。こちら目先の利益を犠牲にして先行投資をした時期だったのですけれども、そちらが奏功しております。

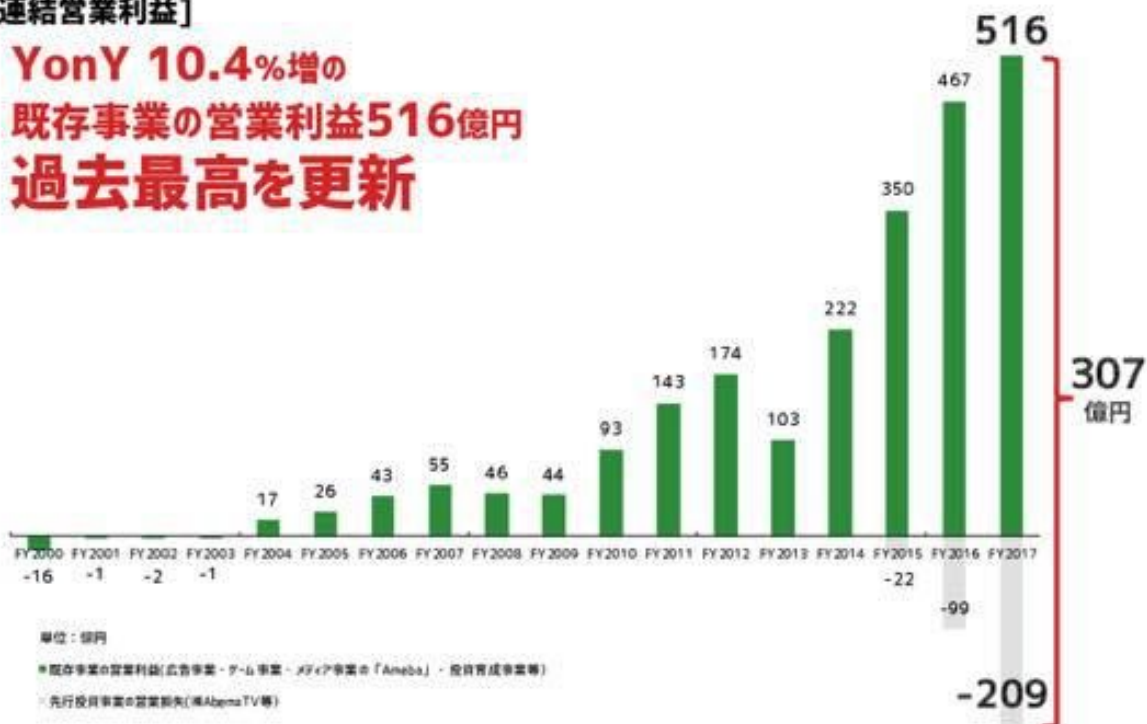
## 連結営業利益

# 1. 通期決算



## [連結営業利益]

**YoY 10.4%増の  
既存事業の営業利益516億円  
過去最高を更新**



営業利益ベースでは、全体では307億円で着地しましたが、「AbemaTV」に投資しているものを除けば516億円ということで、（既存事業の営業利益では）過去最高という数字になっております。

## 損益計算書

## 1. 通期決算

### [損益計算書]

単位：百万円	FY2017	FY2016	YoY
売上高	371,362	310,665	19.5%
売上総利益	122,976	112,928	8.9%
販売管理費	92,276	76,138	21.2%
営業利益	30,700	36,790	-16.6%
営業利益率	8.3%	11.8%	-3.6points
経常利益	28,741	35,341	-18.7%
特別利益	668	5,212	-87.2%
特別損失	4,731	5,935	-20.3%
税金等調整前当期純利益	24,678	34,619	-28.7%
当期純利益*	4,024	13,612	-70.4%

\* 当期純利益：親会社に帰属する当期純利益を示す  
※ AbemaTVが連結納税対象外であること、およびCygamesの非支配株主持分（少数株主持分）等の影響が大きい

6

PL（損益計算書）で見ると、このようなかたちになっております。  
毎回決算説明のたびに言っているのですが、当社は「AbemaTV」への投資で、すべて赤字を取り込んでいる一方で、Cygames等の利益を出している会社が持分法で引かれるといった状況がありますので、一番最終利益が残りづらい時期という位置づけになります。

## 貸借対照表

## 1. 通期決算

### [貸借対照表]

単位：百万円	2017年9月末	2016年9月末	YoY
流動資産	117,010	114,647	2.1%
現預金	46,614	51,774	-10.0%
固定資産	46,998	41,950	12.0%
総資産	164,009	156,597	4.7%
流動負債	62,799	62,137	1.1%
(未払法人税等)	5,374	11,169	-51.9%
固定負債	2,423	1,845	31.3%
純資産	98,785	92,614	6.7%

バランスシートはこのようなかたちです。当社はとくに大型の買収をせずに、自分たちで作って伸ばす。その期の中で先行投資をし、事業を作り出し、そして時期を経て利益を取り込みという考え方です。

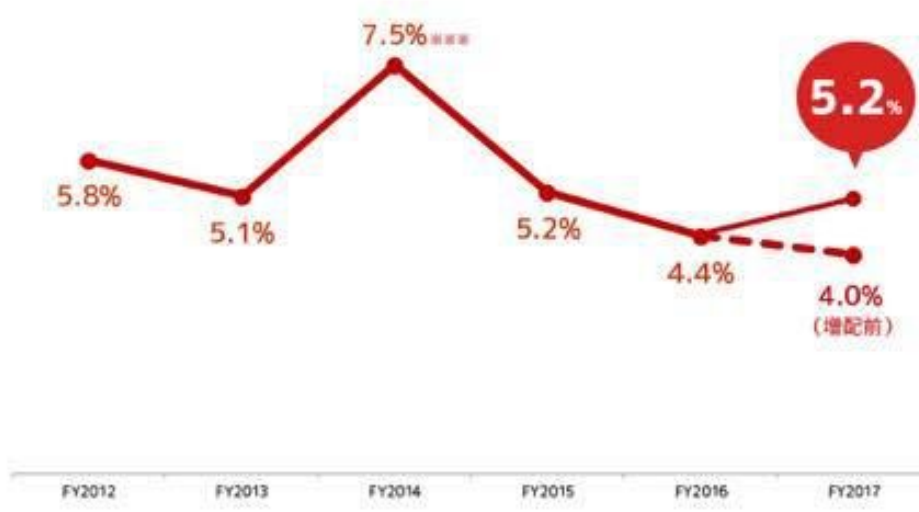
## FY2017のDOE

# 1. 通期決算



[FY2017のDOE※] 配当金を25円から32円※※（配当総額31億円から40億円）へ増配し、DOE 5.2%へ

## DOEの推移



※DOE：自己資本配当率（ROE+配当性向）  
※※ FY2017の配当金32円：2017年12月期予定の定時株主総会にて剰余金処分案を付議する予定  
※※※FY2014年、東証一部への登録を記念し記念配当を実施

厳しい時期も、中長期の視点で株主の方には投資をしていただきたいという思いを込めまして、DOE5パーセント以上を目安とするという目標を掲げております。DOEを上げるには、自社株買いをするか配当を増やすかになるのですが、今回は配当を増やしまして、（DOE）5.2パーセントを維持するという考えをしております。

## 2018年度業績見通し

## 2. 2018年度 業績見通し

2017年度に引き続き、  
「AbemaTV」への投資期と位置づける

売上高**4,200**億円 (YonY **13.1%**増)

営業利益**300**億円 (YonY **2.3%**減)



今スタートしている新しい期の見通しですが、基本的には本年度も引き続き「AbemaTV」への投資の時期と位置づけております。今回、売上高4,200億円、営業利益300億円という予想を出させていただきました。

### セグメント別 営業利益の見通し

## 2. 2018年度 業績見通し

[セグメント別 営業利益の見通し※]



※セグメント別 営業利益の見通し：投資育成事業、その他事業とセグメント間の内部取引等は省略

11

内訳はこのようになっております。「AbemaTV」の赤字を前年度と同じく200億円としました。社内ではPumpUPと言っているのですが、コストはもっといっぱい使って、同時に売上も増やすという考えのもと、結果的に赤字額を200億円の横ばいとしております。

## 業績見通し



## 2. 2018年度 業績見通し



### [業績見通し]

単位：百万円	FY2018予想	FY2017	YoY
売上高	420,000	371,362	13.1%
営業利益	30,000	30,700	-2.3%
経常利益	28,000	28,741	-2.6%
当期純利益*	5,000	4,024	24.2%

### [配当予想]

配当金	32円	32円 前年	0.0%
-----	-----	-----------	------

※当期純利益：親会社に帰属する当期純利益を示す  
※AbemaTV付連関係納税効果等があること、若くはCygamesの株式配株主持分（少数株主持分）等の影響が及びます

※FY2017の配当金32円：2017年12月開催予定の定時株主総会にて剰余金処分案を付議する予定

12

今期の予想はこのようなかたちになっております。配当も基本的には同じで、DOE5パーセント以上を目安にして決めております。  
ここからはインターネット広告事業、ゲーム事業、メディア事業それぞれのセグメントについてご説明させていただきます。

## インターネット広告事業 売上高（通期）

### 3. インターネット広告事業

#### [売上高 (通期)]

スマートフォン広告が牽引し、  
YonY **18.7%**増



#### [営業利益 (通期)]

高水準の営業利益率を継続し、  
YonY **23.5%**増



※セグメント変更：2016年9月期から開始（Web・メール・モバイルの広告事業を統合）

14

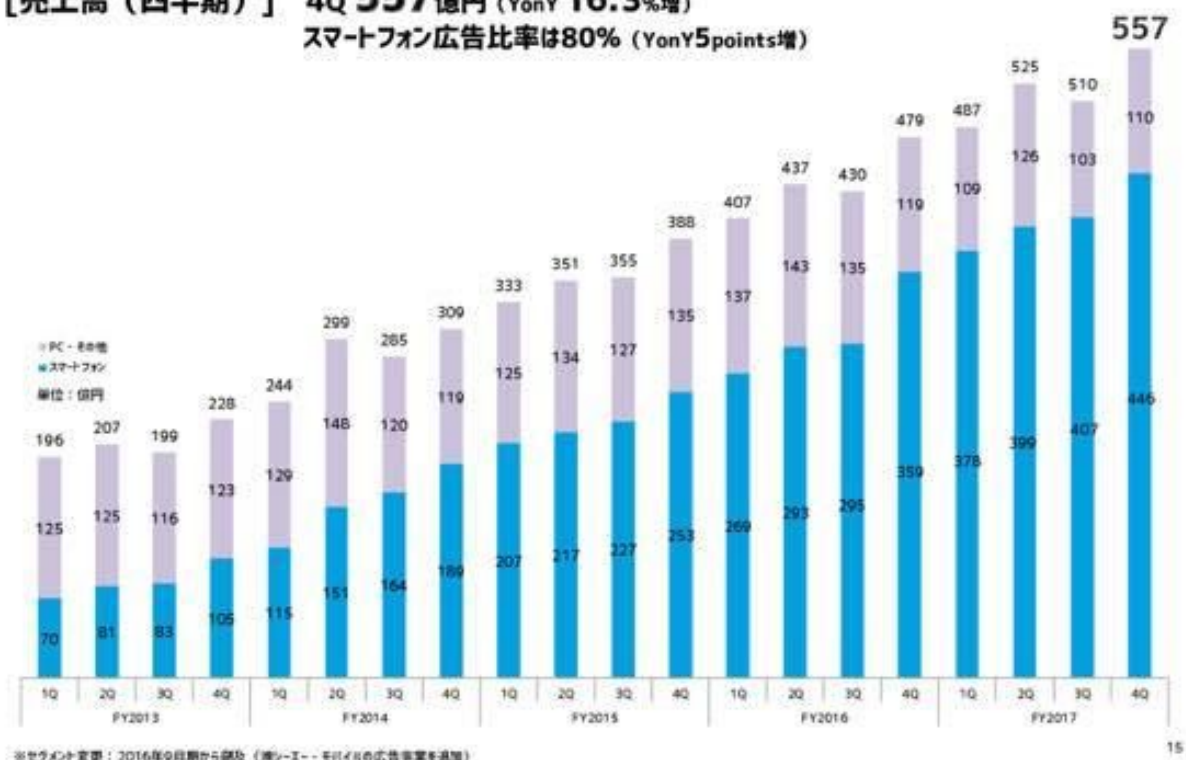
インターネット広告事業です。通期で見ると、Year on Yearで18.7パーセント増収しております。お配りしている決算説明資料の71ページに、インターネット広告市場のデータが出ていていると思いますが、今はだいたい13パーセントぐらい成長している市場ですけれども、市場成長をかなり上回る成長をいまだに続けています。営業利益ベースでも、順調に拡大を続けております。

### インターネット広告事業 売上高 (四半期)

### 3. インターネット広告事業



[売上高 (四半期)] 4Q **557**億円 (YoY **16.3%**増)  
スマートフォン広告比率は**80%** (YoY**5**points増)



こちらは（売上高を）四半期で見た場合です。この第4四半期は、過去最高を更新して着地しております。スマートフォン広告比率は80パーセントですので、インターネット広告の大半がスマートフォン広告ということになっております。

### インターネット広告事業 スマートフォン広告

### 3. インターネット広告事業

**[スマートフォン広告]** 4Q **446**億円 (YoY **24.3%**増)  
引き続き、インフィード広告と動画広告が牽引

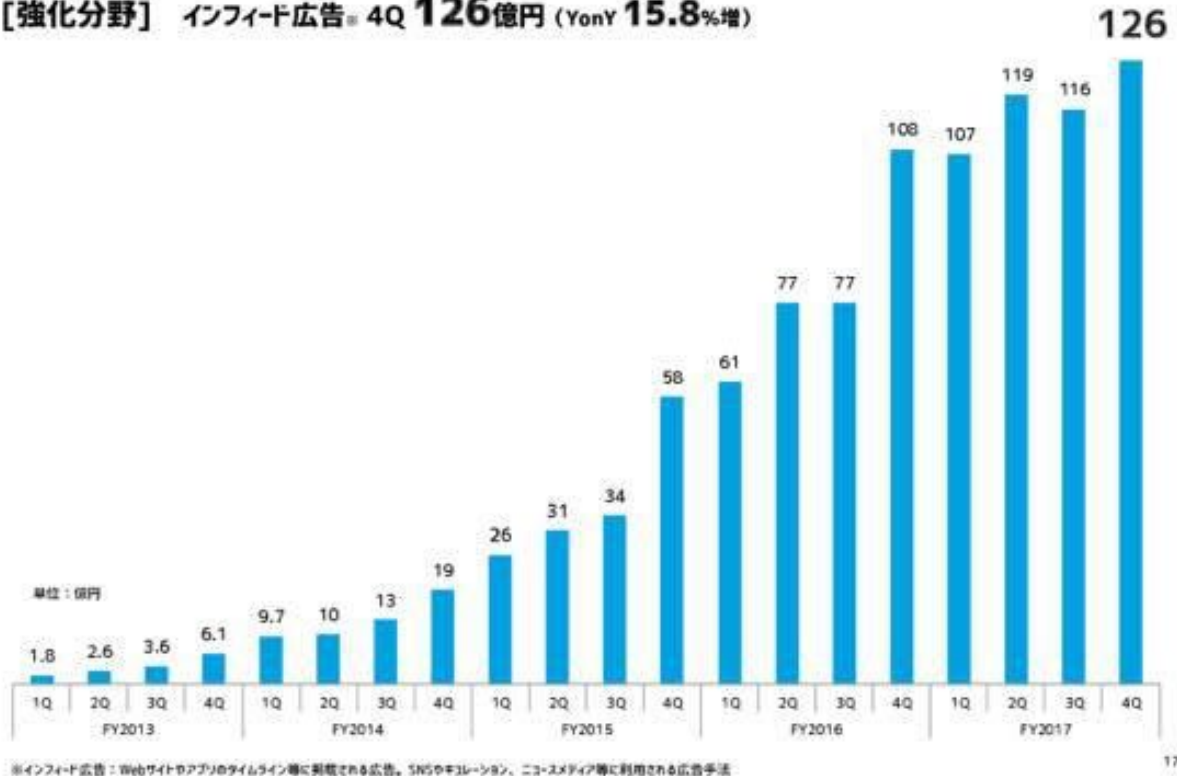


スマートフォン広告です。こちらが大きく成長を牽引しているというかたちでございます。

### インターネット広告事業 強化分野 インフィード広告

### 3. インターネット広告事業

[強化分野] インフィード広告 4Q **126**億円 (YonY 15.8%増)

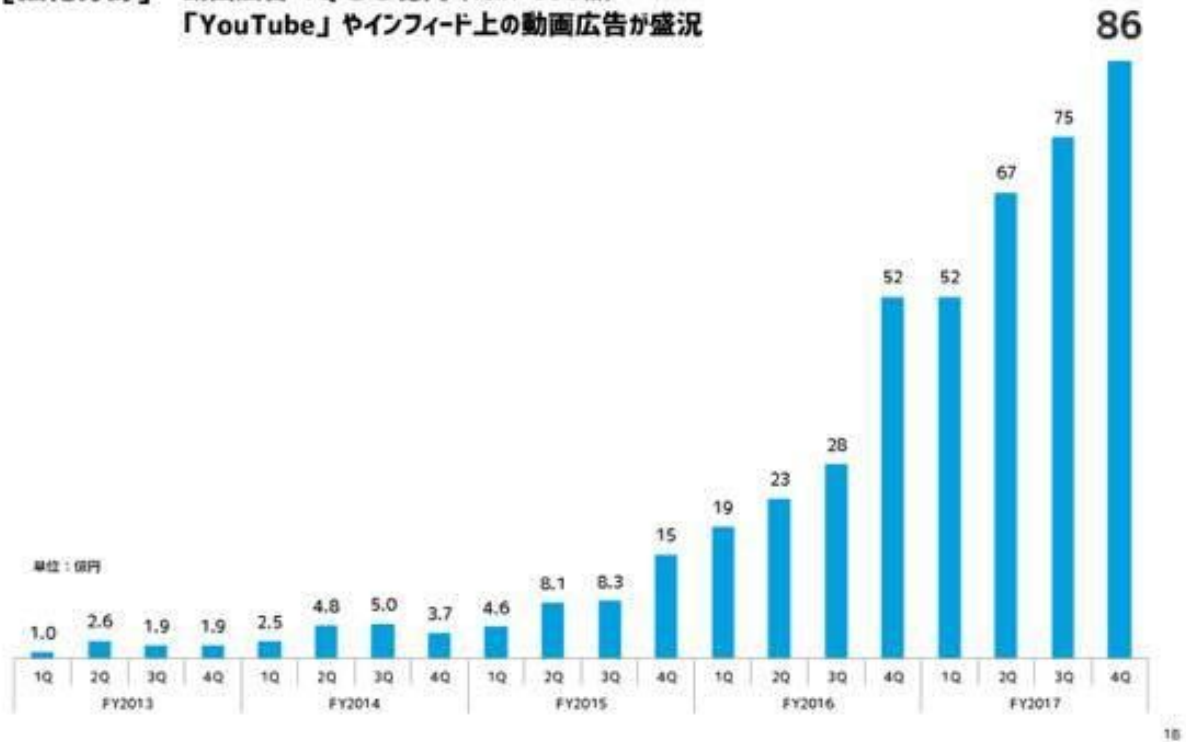


強化している分野は、インフィード広告です。こちらは四半期ベースで横ばいに近かったのですが、一度はスライドを外したのですけれども、やはりクライアント数が増えていることと、LINEのインフィード広告の在庫が大きく増えたことでまた急に伸びていましたので、再度掲載しております。

### インターネット広告事業 強化分野 動画広告

### 3. インターネット広告事業

**[強化分野]** 動画広告 4Q **86**億円 (YoY **1.6**倍)  
「YouTube」やインフィード上の動画広告が盛況



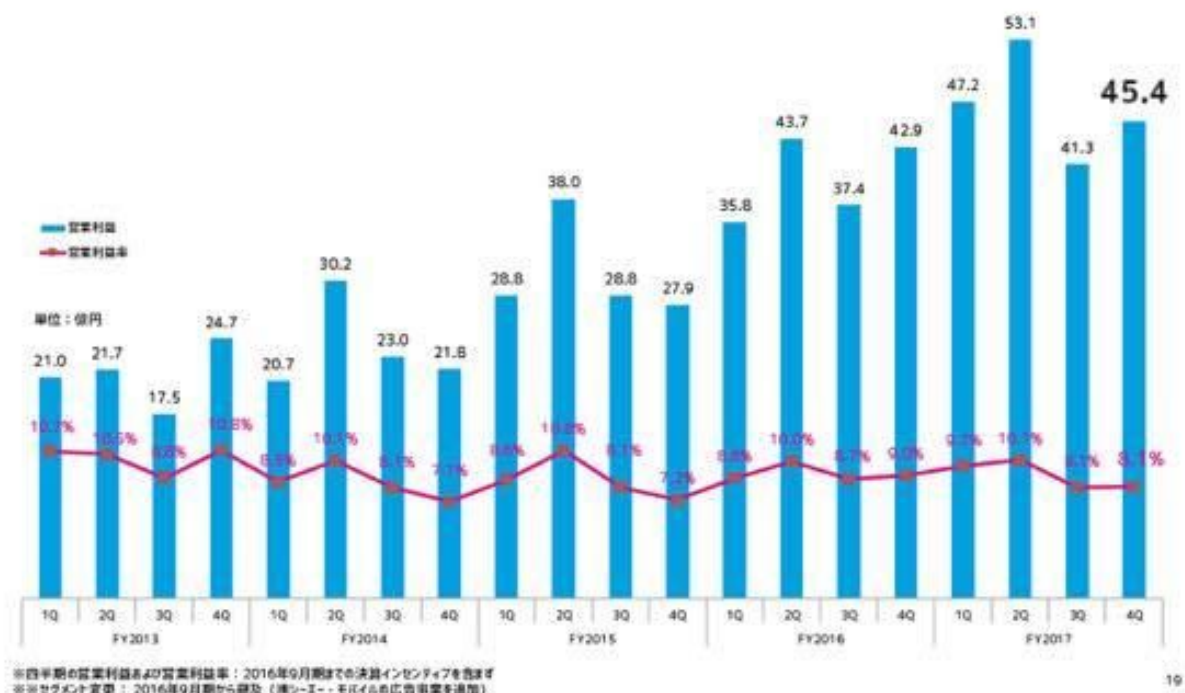
最も注力していると言える動画広告に関しましては、この第4四半期も大きく数字を伸ばしています。こちらは全社をあげて、「AbemaTV」を含めて注力しておりますので、今後もかなり期待できると思っております。

### インターネット広告事業 営業利益（四半期）

### 3. インターネット広告事業



[営業利益(四半期)] 4Q 45.4億円 (YoY 5.7%増)



こちらが営業利益の推移です。

## インターネット広告事業2018年度に向けて

[2018年度に向けて]

①	運用力による広告効果の最大化
②	新規広告主の開拓
③	動画広告の強化

20

2018年度に向けたインターネット広告事業の方針です。

我々の得意とする運用力によって、広告効果を最大限化することは引き続きやっていくのですが、新規広告主の中でもナショナルクライアントと言われる、ブランド広告のようなものの取引がかなり増えてきておりますので、引き続き注力していくつもりでございます。

動画に注力していることで、逆にそのような広告の取り込みにもつながっているのですが、動画広告の分野をさらに強化していくという方針でございます。

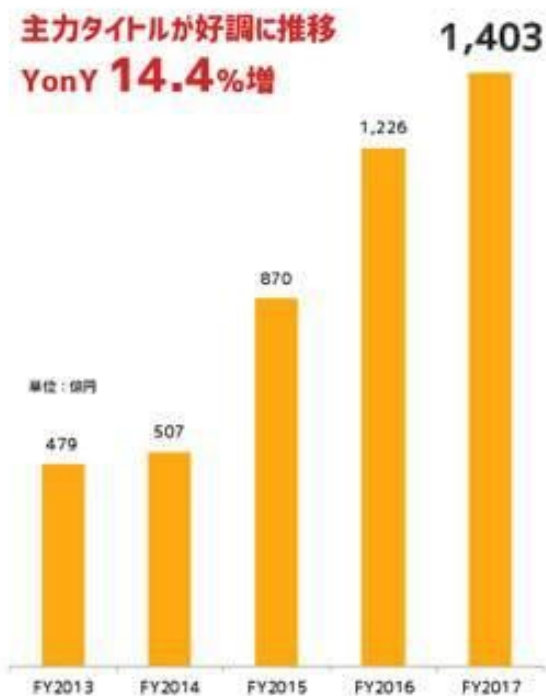
## ゲーム事業 売上高（通期）



## 4. ゲーム事業

### [売上高 (通期)]

主カタイトルが好調に推移  
YoY **14.4%**増



### [営業利益 (通期)]

広告宣伝費の増加により、  
YoY **13.0%**減



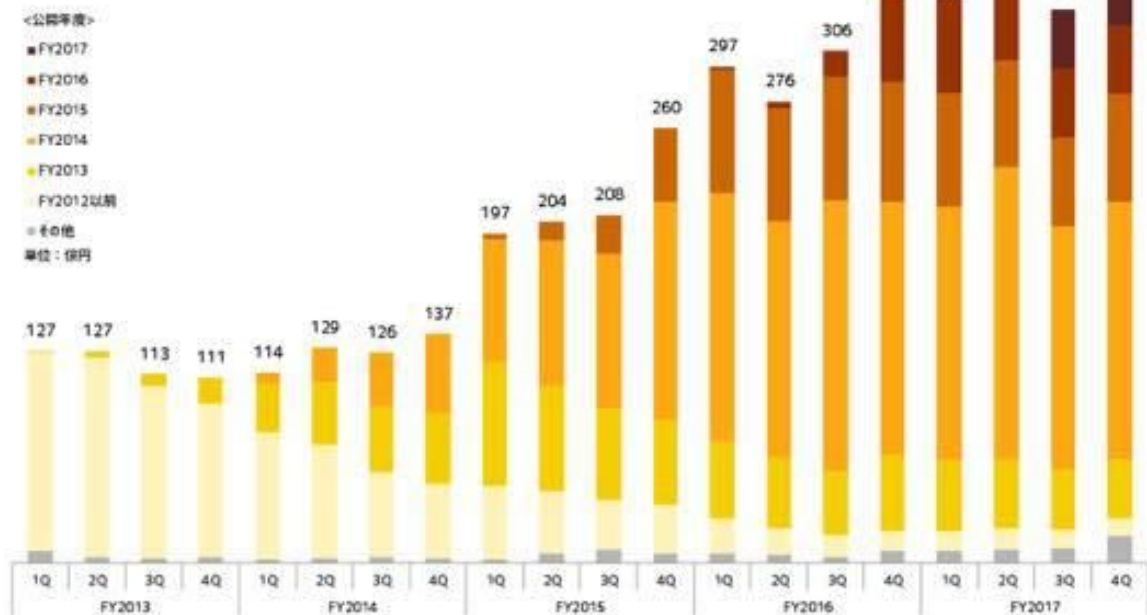
続いて、ゲーム事業です。通期からご説明すると、Year on Yearで14.4パーセント増と、かなり伸びたと言えらると思います。

一方で、今期はブランド力強化の広告予算等を増やしたことにより、利益ベースでは13パーセント減という結果になっております。

## ゲーム事業 売上高 (四半期)

## 4. ゲーム事業

**[売上高（四半期）]** 4Q **363**億円 (YonY **5.0%**増、QonQ **8.6%**増)  
 主力タイトルの運用が奏功し、過去最高の売上高を更新



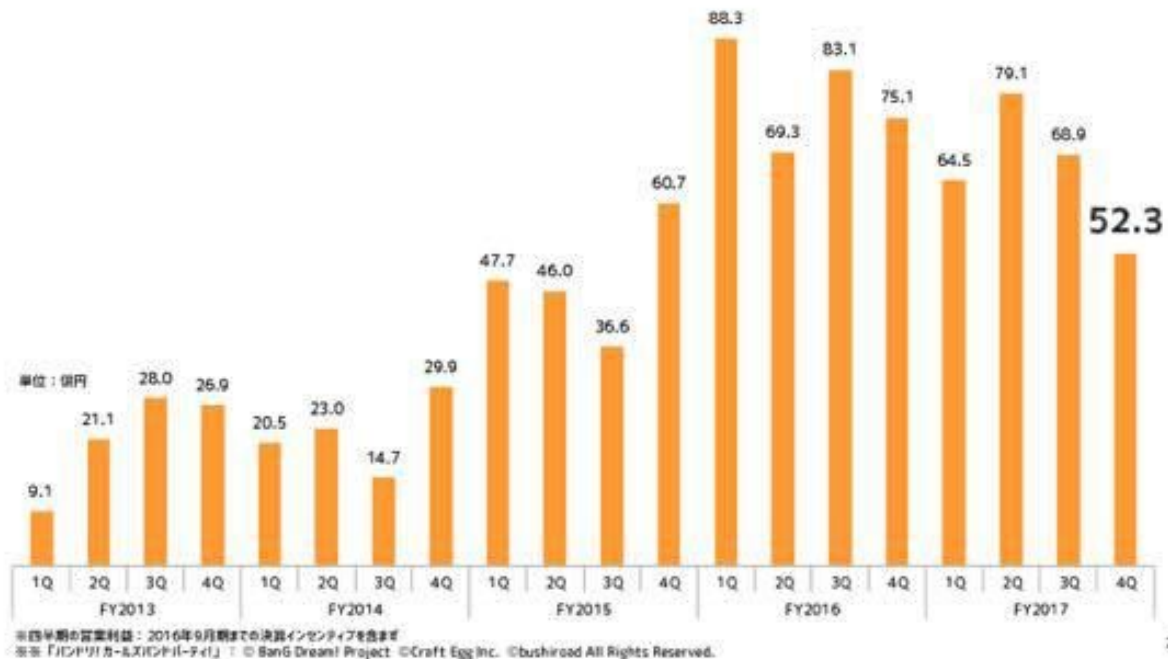
※ 「その他」の売上高：グッズ販売等の売上高

今度は四半期で見た場合、この第4四半期は売上規模では過去最高となりました。とくに今年リリースした、2017年度の新しいタイトルは順調に育ってきておりますので、新陳代謝も伴いつつ、伸びているという状況だと思えます。

## ゲーム事業 営業利益（四半期）

## 4. ゲーム事業

[営業利益(四半期)] 4Q 52億円 (YoY 30.3%減、QoQ 24.1%減)  
「グランブルファンタジー」、「Shadowverse」、  
「バンドリ! ガールズバンドパーティ!」等の広告宣伝を強化

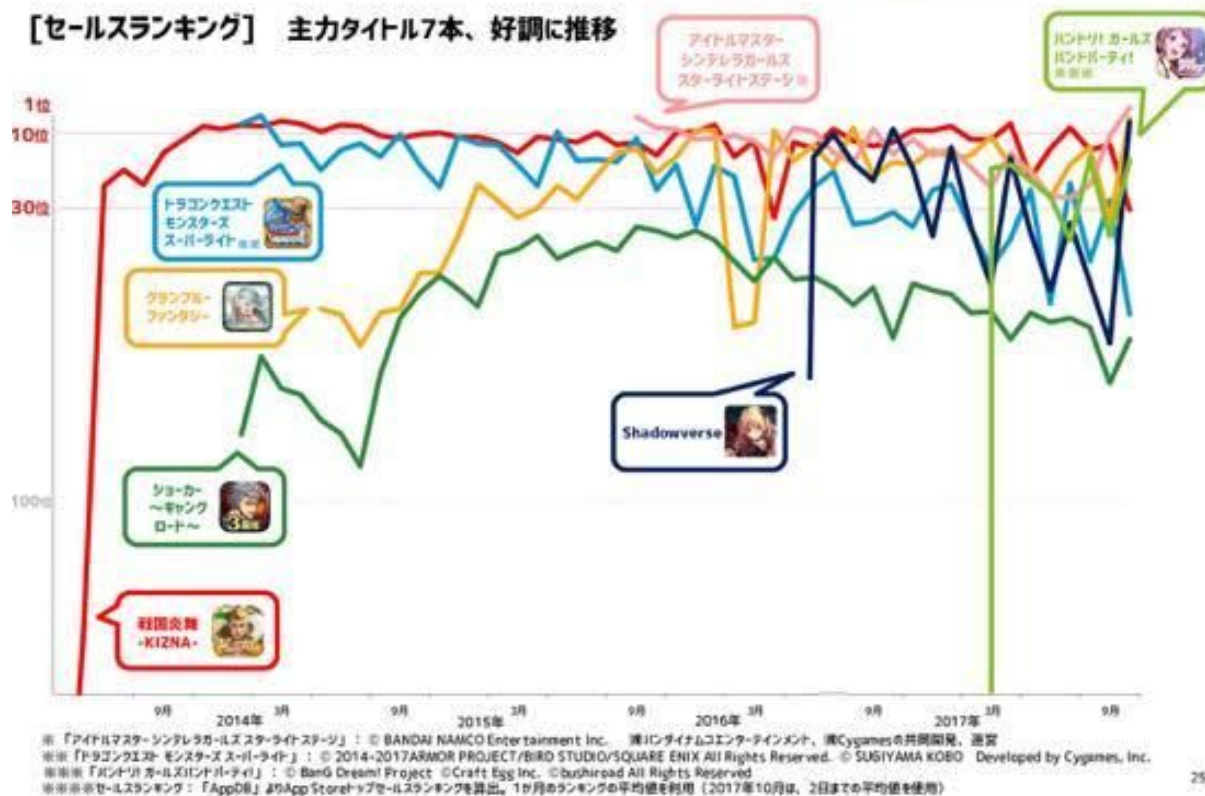


先ほどお話ししたように、Year-on-Yearで広告予算を60億円増やしたのですが、QoQでも全体で広告予算を20億円増やして、単純にユーザー獲得だけではなく、ブランド力強化等々にもかなり使いましたので、QoQで減益という結果となっております。

## ゲーム事業 セールスランキング

## 4. ゲーム事業

### [セールスランキング] 主カタイトル7本、好調に推移



主カタイトルはこのような推移です。わりと安定してきておりますので、次のヒット待ちという状況だと思います。

## ゲーム事業 新規タイトル

## 4. ゲーム事業

[新規タイトル] FY2018は10本を提供予定



新規タイトルは、我々の中でもかなり期待している、『戦国炎舞』を提供している株式会社サムザップの次回作、Cygamesの2本、それ以外に7本のラインを、1本1本力を入れてやっておりますので、今後はこちらを順次リリースしていく予定でございます。

## ゲーム事業 2018年度に向けて

[2018年度に向けて]

①

**継続的な新規タイトルのヒット**

②

**既存タイトルの運用強化**

③

**オリジナルIPに続き、他社IPの展開も注力**

27

ゲーム事業は開発に入るとかなり長いので、あまり新たな話はないのですが、今のタイトルの運用を相変わらず力を入れてやっていくということと、新規タイトルをヒットさせることに加えて、他社IPの展開に関しても、楽しみなものも控えておりますので、順次発表できると思います。

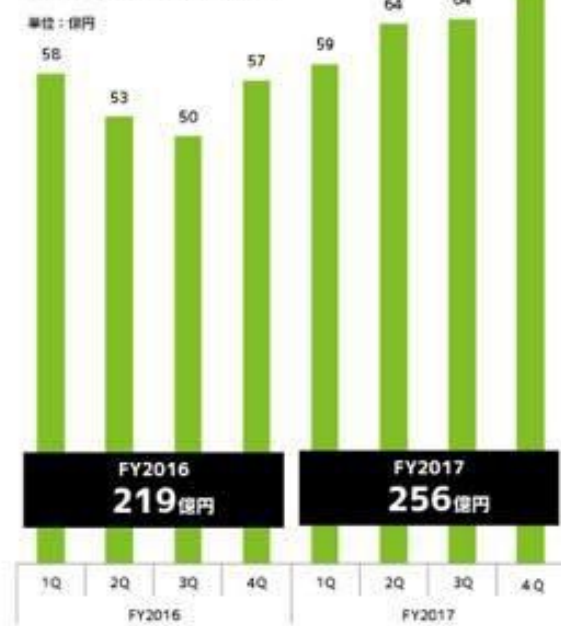
### メディア事業 売上高（四半期）

## 5. メディア事業

### [売上高（四半期）]

4Q 68億円 (YoY 19.2%増)

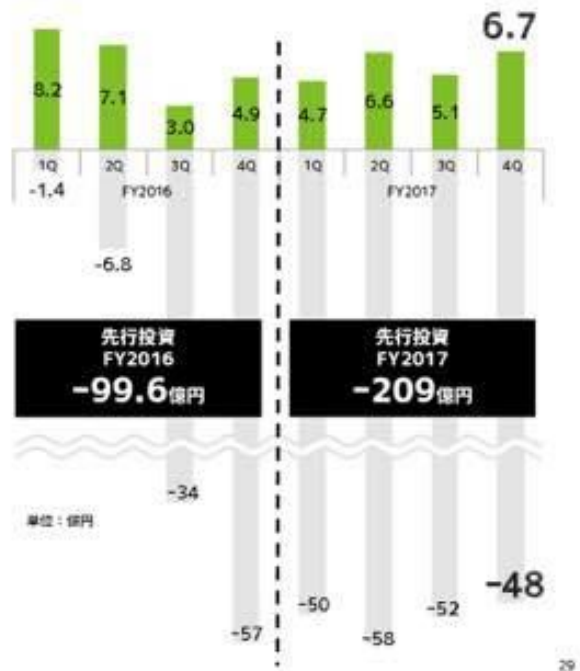
マッチングサービスが好調



※四半期の営業利益：2016年9月期までの決算インセンティブを含まず

### [営業利益（四半期）]

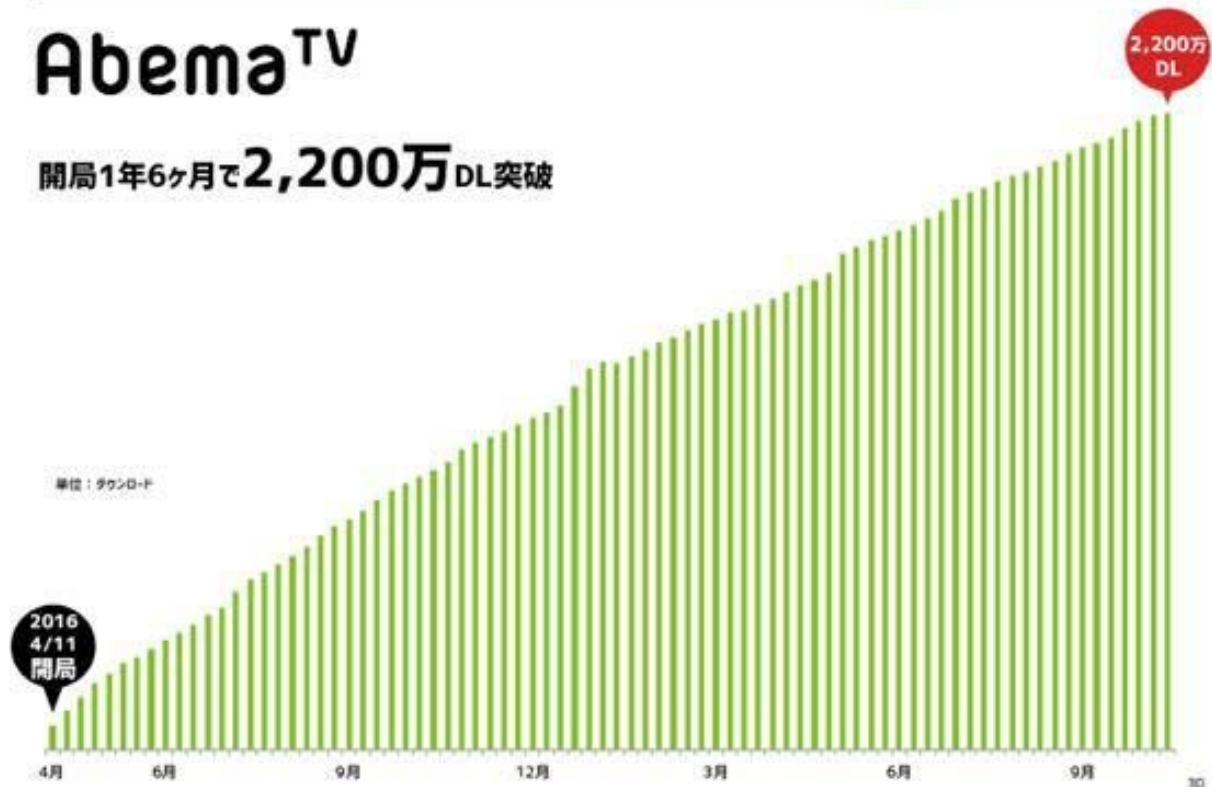
4Q 先行投資-48億円



続いて、メディア事業です。こちらは四半期の（売上高の）推移ですけれども、今は主にAbemaTVに投資していて、数字としてはもう全部（赤字として）飲み込まれている状況ですけれども、マッチングアプリが好調に推移していることで、増益増収基調になってきております。

## メディア事業 AbemaTV

## AbemaTV

開局1年6ヶ月で**2,200万**DL突破

AbemaTVは今、（開局1年6ヶ月で）2,200万ダウンロードを突破しております。AbemaTV自体の広告宣伝費は今はほとんど使っていないのですが、大きな番組が行われたり、非常に動員力のあるタレントをキャスティングするたびに、ユーザーが増えていく傾向もありまして、ずっと順調に拡大を続けております。

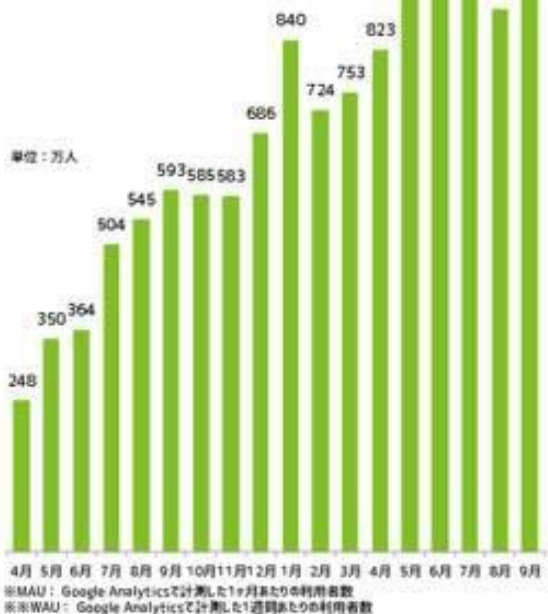
## メディア事業 AbemaTV MAUの推移／WAUの推移



## [AbemaTV]

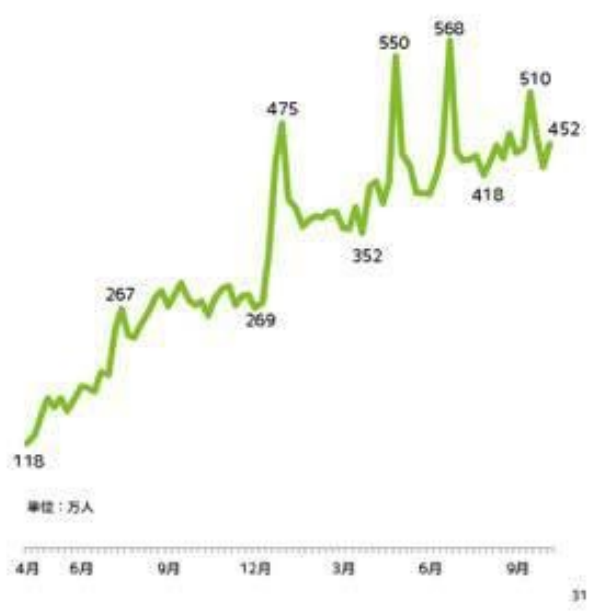
## MAUの推移

MAU 948万



## WAUの推移

ヤマを作りながら着実にベースアップ



マンスリーアクティブユーザーは1,000万人弱ぐらいまで来ております。いつも「ウィークリーアクティブユーザーで1,000万人ぐらいになったら、メディアとして我々が考えているビジネスモデルが成立する」と言っていますが、そのベースで言うと、ウィークリーアクティブユーザーで500万人前後のところまでできています。

(グラフに) ヤマがあるのは、こちらはプロモーションもあったのですが、12月は年末に行った『フリースタイルダンジョン』などで年末年始にガンと伸びたり、5月は『亀田興毅に勝ったら1000万円』でガンと(WAU) 550万人というヤマを作ったり、その後は藤井聡太さんの(対局番組で)ヤマを作ったり、そのようなヤマがあるたびにベースが上がっていく傾向があります。

来週に控えている元SMAP3人の『ホンネテレビ』が行われた際に、また大きくベースアップするであろうと考えています。

AbemaTV全体として、サービスのクオリティは一定レベルまで引き上がってきたと考えていますので、番組の中身・コンテンツについては非常に力を入れているのですが、視聴習慣を付けるために、AbemaTVの9時から「ゴールデンナイン」と呼んでおりまして、「9時からいつもおもしろい番組をやっている」という位置づけにしようとしております。

レギュラー番組をやっていたり、女子高生のリアリティショーはかなりヒットしたのですが、『真夏のオオカミくんには騙されない』というコンテンツをやったり、亀田興毅の番組から生まれたレギュラー番組等をやっております。

今月、衆議院議員選挙の公示日の前日に、安倍総理が異例の生出演で1時間、AbemaTVだけに出てくれました。

ユーザー獲得という意味でももちろん意味がありますが、それ以上に、国の総理大臣が出るというのは、今後キャスティングをしていく上で非常に効果がありますので、AbemaTVというメディアの社会性を付ける意味でも、非常に大きな出来事だったのではないかと思います。

## メディア事業 AbemaTV 利用者の年齢／利用者の性別

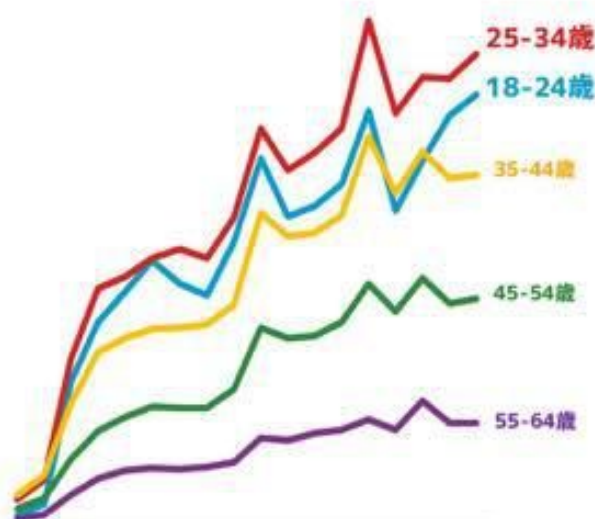
### 5. メディア事業



#### [AbemaTV]

##### 利用者の年齢

若者を中心に全世代で利用者の底上げ中

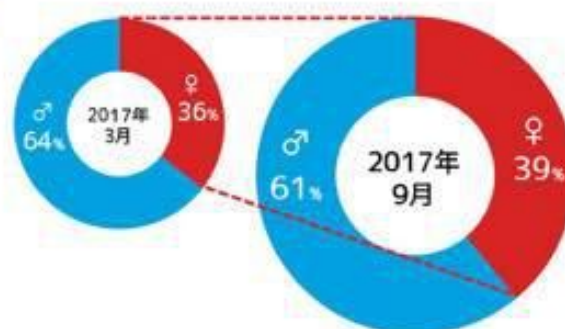


4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月  
2016年 2017年

※利用者の年齢：Google Analyticsで計測した5分以上利用者の年齢（18歳未満は概算上、計測不可）  
※利用者の性別：Google Analyticsで計測した5分以上利用者の性別（18歳未満は概算上、計測不可）

##### 利用者の性別

恋愛リアリティショー等から女性比率が約4割に



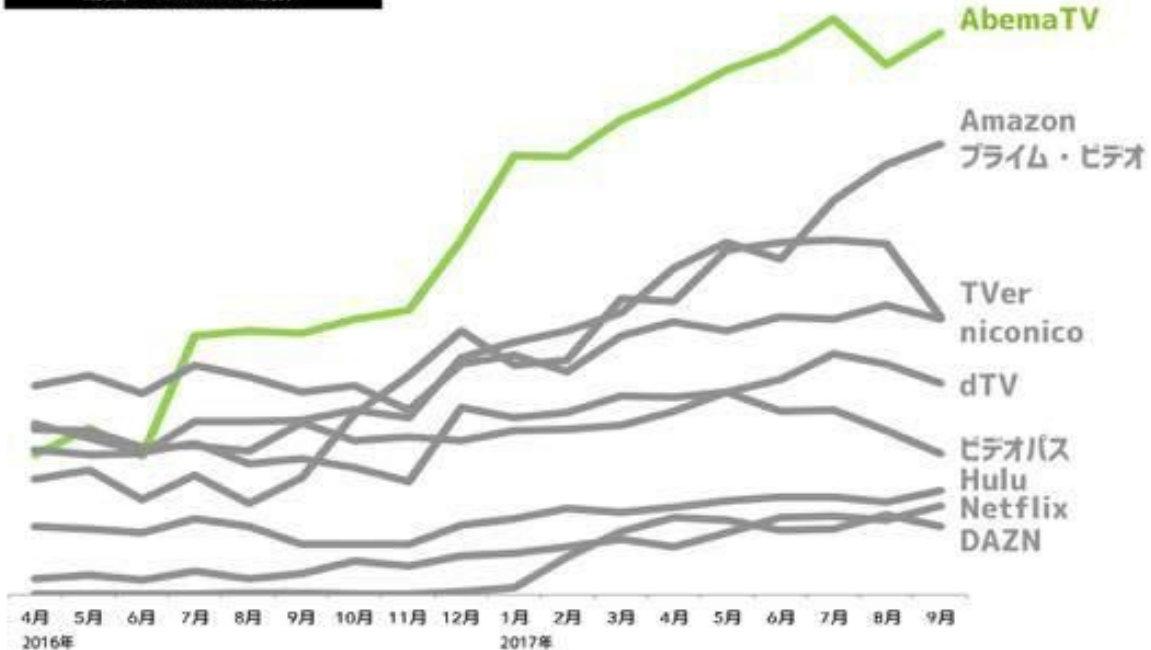
利用者の年齢としては、25-34歳や18歳-24歳（が多い）。18歳以下は数字が取れていないのですけれども、若い層を中心に全体的に底上げがなされていると思います。

大きな悩みの種でもあった、というよりまだ解決していないのですけれども、女性比率が低いという面に関して、約4割まではきました。なんとかあと10パーセント伸ばしたいということで、恋愛リアリティショー、ドラマといった番組の制作にも力を入れております。

## メディア事業 AbemaTV 動画サービスMAU比較

## [AbemaTV] 話題のコンテンツにより伸長

## 動画サービスMAU比較



※動画サービスMAU比較：株式会社ヴァリュースが提供する、全国のモニター会員の行動ログを元にした分析サービス「VALUES eMark\*」によりグラフ化（20歳以上・Android®）

35

動画サービスMAU比較です。とくにAbemaTVは無料で、MAU（マンスリーアクティブユーザー）やWAU（ウィークリーアクティブユーザー）、視聴率を上げていかなければいけないという宿命を背負っています。

毎日DAU（デイリーアクティブユーザー）が何人だったかということに一喜一憂していますが、おもしろい番組を作り続けなければこの広告モデルは成立しないという仕組みを背負っているサービスではなく、多くの動画サービスの中でも他に見当たりませんので、Amazonプライム・ビデオはけっこうがんばっていますけれども、それでもやはり完全に無料であるAbemaTVが一番ユーザーが多くなっております。

## メディア事業 2018年に向けて

[2018年度に向けて]



36

AbemaTVを開局してから1年半が経過しました。僕の中ではなんとかなりそうだという手応えを感じておりまして、これが非常に苦しいということだったら、無謀なチャレンジということになるのですが、なんとかなるだろうという手応えのもと、基本的な考え方としては、今の時期は大きく投資を続けるということです。さらなる制作費を増やし、それと同時に収入も増やす、PumpUPの時期と考えまして、若干ですけれども減益予想を出しつつ、「今は引き続きAbemaTVの引き続き投資期である」と言わせていただきました。

## メディア事業1Q以降の施策 ①コンテンツを強化

来週の11月2日から、いよいよ（元SMAP3人による）72時間テレビが始まります。始まる前から大変な話題になっておりまして、AbemaTVの過去最高（視聴率）を更新するのは間違いないと思います。

引き続き、テレビ朝日からも強力な協力を得ておりまして、主力コンテンツである『報道STATION』に引き続き、朝8時の時間帯では一番視聴率が高い羽鳥慎一さんの『モーニングショー』もAbemaTVで始めました。これによりテレビ朝日の主力ニュース番組は、ひととおりAbemaTVでも見る状態になっております。

そして、いよいよオリジナルドラマの制作をスタートしています。「Netflix」が『ハウス・オブ・カード 野望の階段』などでユーザーを伸ばしました。

やはりキラークンテンツを作る上で、ドラマが重要であるということは重々承知していたのですが、非常にコストがかかる上に簡単に当たる分野ではないので、慎重に準備を進めていたのですが、機は熟したということで、来年2018年1月からオリジナルの連続ドラマ『声だけ天使』をスタートします。

第二弾・第三弾ももう決まっているのですが、基本的にキャスティングありきではありません。まず脚本を選び、オーディションでその役に合った俳優を選んで、キャスティングしましたので、今のテレビドラマの作り方とは一味違ったものになったのではないかと思います。

次のドラマ、その次のドラマはもう作るものが決まっております。我々もテレビに合わせて運営しているので、10月クールに新しく始まったレギュラー番組の『今日、好きになりました。』や『恋する♥週末ホームステイ』などは高校生の恋愛リアリティーショーで、『真夏のオオカミくんには騙されない』で培ったノウハウを活かしてやっています。

あとは11月16日から『マリキュラムー出会って1か月で結婚する方法ー』が始まるのですが、1ヶ月間2人を観察して、最終的に婚約届を出すかどうかというところまで追いかける番組ということで、このあたりを見れば、いかに女性ユーザーを獲得しようか、力を入れているかがわかっていただけだと思います。

それ以外にも、田村淳さんが今年本当に青学を受けるということで、勉強している番組を追いかけていたり、あとは山本KIDさんや魔娑斗さんに次ぐ、ネームバリューのある格闘家の選手がなかなか出てこない、ずっと同じような選手が大晦日で闘っているという現状を踏まえて、それらの選手がスカウトしてきた選手同士でトーナメントを戦うという格闘技番組も、レギュラー番組としてスタートします。

## メディア事業1Q以降の施策 ②広告商品の拡販

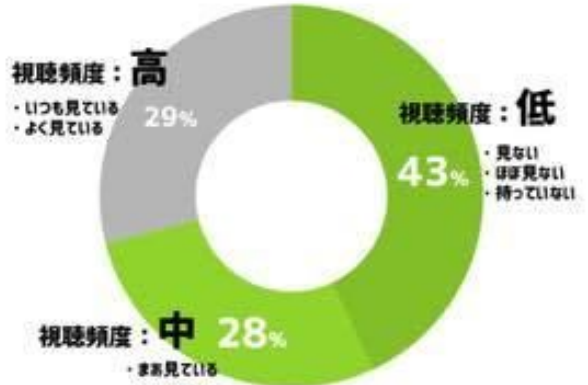
[1Q以降の施策]

<b>② 広告商品の拡販</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 受け身視聴による高い広告効果を実現</li> <li>・ テレビを見ない層へのアプローチが可能</li> </ul>
------------------	---

CM平均視聴完了率※



「AbemaTV」ユーザーのテレビ視聴頻度※※



※CM平均視聴完了率：「AbemaTV」2017年6月までの実績  
 ※※「AbemaTV」ユーザーのテレビ視聴頻度：株式会社Eテレにて2016年6月に実施した「AbemaTV」利用ユーザーへの調査結果より

広告商品の拡販もいよいよ本腰を入れてやる体制になってきました。今、AbemaTVで流しているCM平均視聴完了率は80パーセントです。

みなさんYouTubeで最初に流れる広告をスキップされることがけっこうあると思うのですが、あれは視聴完了していないということになります。

CM平均視聴完了率が80パーセント。そしてAbemaTVを見ているユーザー層で、頻度高くテレビを見ている人というのは30パーセントに過ぎません。

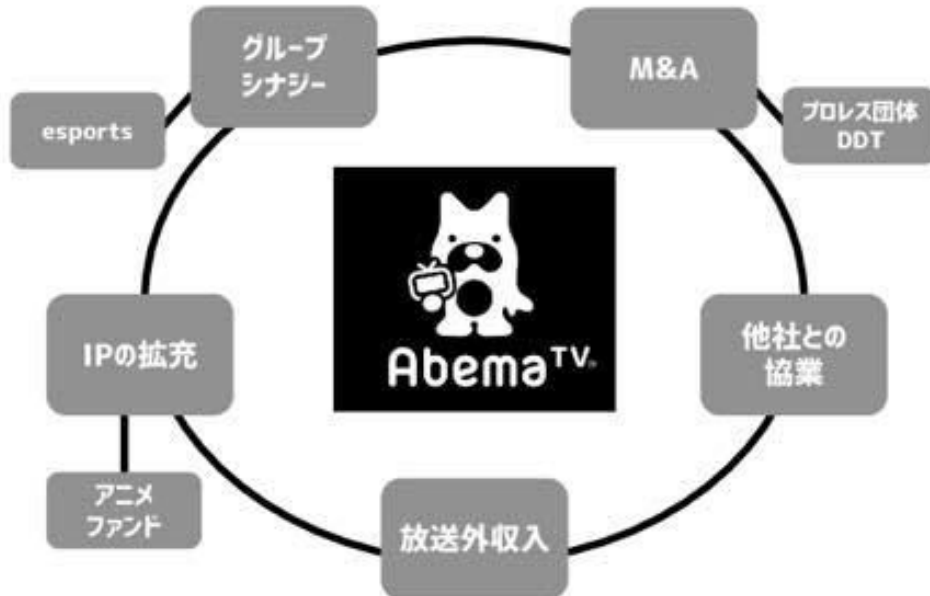
つまり、テレビCMをやっている広告主からしてみると、テレビを見ていない層にリーチできるということで、他にそのようなメディアなかなか少ないので、非常に重宝されているのではないかと手応えを得ています。

メディア事業1Q以降の施策 ③収益の多角化

[1Q以降の施策]

③収益の  
多角化

「AbemaTV」を中心に、周辺事業を展開



42

広告以外にも、自社のゲームもそうですし、esportsの中継もこれから始めるべく準備をしています。プロレス団体DDTもM&Aしたり、アニメのファンタムなども作ったり、矢継ぎ早にいろんなことをやっておりますが、「AbemaTV」があることで伸ばせそうなものに関しては、今後M&Aを強化していくという方針のもと、今、専門の担当をつけてそのようなところを探しています。

## メディア事業 今後のAbemaTV

[今後のAbemaTV]



再三言っていますけれども、引き続き「AbemaTV」は先行投資を続けていくという方針です。同じようなビジネスモデルは見当たらないし、これからも出てきそうにもないということで、ここをパイオニアとして確立させていくべく、腰を据えてしっかりとやっていきたいと思っております。

## 新たな事業領域 ① マッチングサービス



### ① マッチング サービス

### 成長市場と捉え、積極展開

**「タッフル誕生」** 2014年5月提供開始  
趣味でつながる恋活サービス、会員数250万人超え



**「CROSS ME」**  
2016年8月提供開始  
位置情報を利用した  
すれ違いをきっかけに  
するサービス



**「mimi」**  
2016年12月提供開始  
顔認証システムを活用して  
好みのタイプを探せ  
恋活婚活サービス



**「トルテ」**  
2017年8月提供開始  
女性からのアクションで  
はじまる恋活サービス



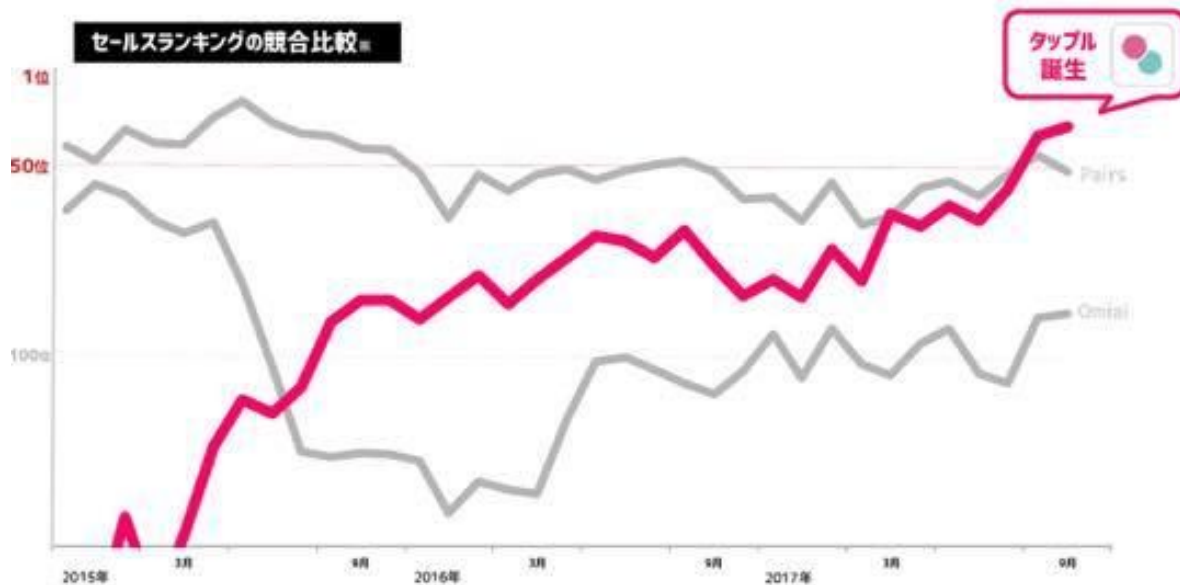
45

以上がAbemaTVの説明でしたけれども、一方で新たな事業領域も芽を出し始めているものがありますので、少しご紹介させていただきます。

マッチングアプリでは、「タッフル誕生」というサービスが当社の中で一番大きいのですが、それ以外にも位置情報を使って、すれ違った人と出会う「CROSS ME」や顔認証システムを使って好みのタイプを探してくれる「mimi」、あとは女性主導で相手を探していく「トルテ」などを次々にリリースし、積極的に展開しています。

① マッチング  
サービス

## 「ダブル誕生」、マッチングアプリ国内最大級へ



※セールスランキングの競合比較：「AppDB」よりApp Storeトップセールスランキングの競合他社を記載。（ランキングは、1ヶ月の平均値を利用）

46

「ダブル誕生」はApp Storeのランキングを見ていただくとわかりますが、ずっと1位だった「Pairs」を足元で抜いておりまして、最大規模というところまで育ってきています。

今後こちらの分野においても、AbemaTV内でプロモーションして伸ばすことができますので、注力していきたいと考えています。

## 新たな事業領域 ②esports

### ②esports

欧米やアジアに続き、日本での市場拡大を見込む

#### 「RAGE」

来場者数1万人超※のesports大会「RAGE」を運営



※ 2017年9月18日「RAGE vol.5 with シャドウバース」

47

続きまして、esportsです。esportsにおいても、我々は「RAGE」というイベントを運営しております。

こちらは3ヶ月に1回のスパンで開催しているものなのですが、1回あたり1万人の来場者があります。来年4月からは、esportsのプロリーグをやろうということで、目下準備中です。

## 6. 新たな事業領域



### ② esports

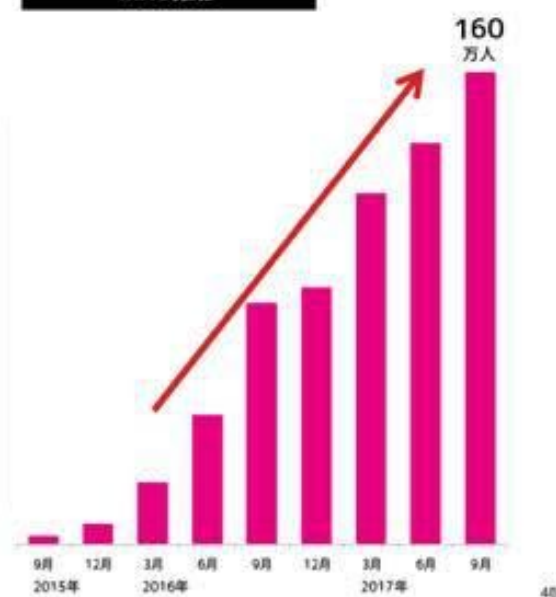
国内最大級のゲーム動画配信プラットフォーム「OPENREC.tv」

#### 「OPENREC.tv」

ゲーム実況やプレイ動画のライブ配信、動画配信者を応援できる「エール機能」も提供



#### MAU推移



esportsと連動して、子会社のCyberZの中でやっている「OPENREC.tv」というゲーム実況サービスは、僕がやっているAbemaTVとFRESH!とはまた別のゲーム動画配信プラットフォームです。

海外には「Twitch」というかなり有名で大規模なサービスがありますがけれども、日本国内のゲーム専門のプラットフォームとしては「OPENREC.tv」が最大で、非常に伸びている状況です。

## 新たな事業領域 ③仮想通貨取引事業

③仮想通貨  
取引事業

2017年10月2日  
(株)サイバーエージェントビットコインを設立



仮想通貨取引所の運営

2018年春の開始を  
目指す

Alcamer™

※仮想通貨取引所：仮想通貨交換業者の登録が前提

49

さらに、なんでも飛びつくのかと思われそうですが、株式会社サイバーエージェントビットコインを設立しています。こちらはまず、取引所として正面からやっつけようと思います。

サイバーエージェントFXはすでに売却してしまいましたけれども、そのような事業を立ち上げ、伸ばした経験もありますので、またこのようなサービスに着手しているという状況でございます。

## 総括

## 中長期的な柱として、メディア事業を育てる

メディア事業	「AbemaTV」をマスメディアに
広告事業	市場成長を上回る増収率へ
ゲーム事業	継続的にヒットを生み出し、シェア拡大

51

最後にまとめさせていただきます。冒頭で言いましたけれども、基本的には会社が  
いい時期にAbemaTVを育てておくという方針でやっております。

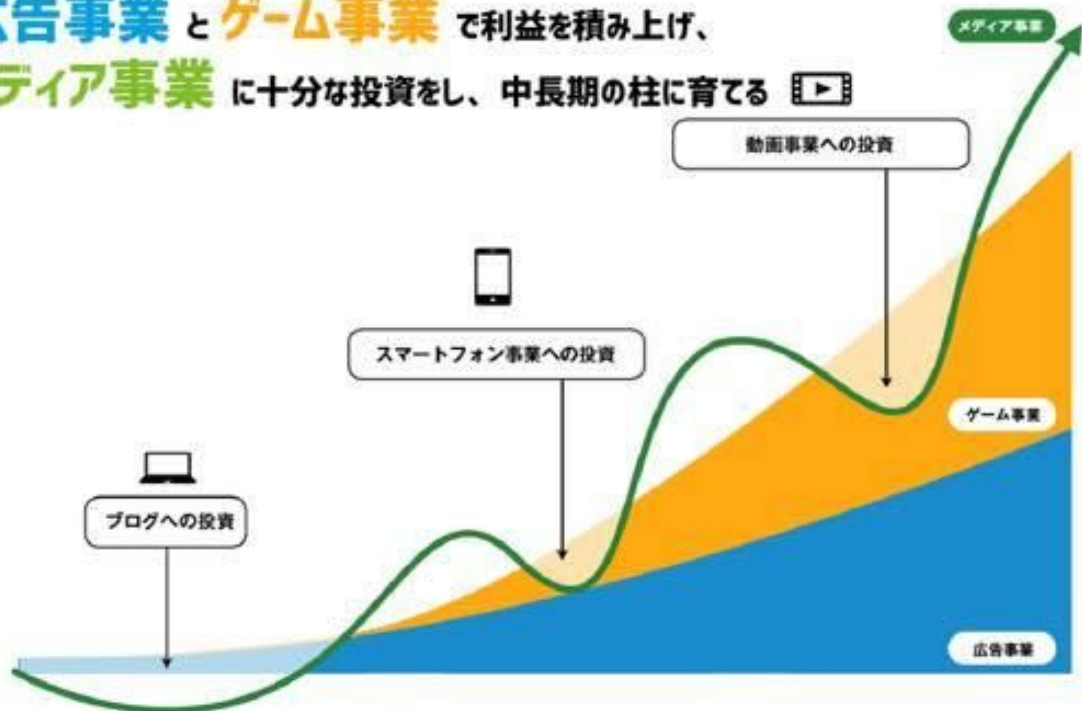
ゲームはやはり新しいタイトルが当たらないと、だんだん厳しくなっていく状況に  
なりますので、もちろんそうではないようにやっているつもりですけれども、この  
時期にしっかり次の柱を作るつもりで、この事業（AbemaTV）に引き続き投資をし  
ていきます。

## 総括 中長期の営業利益イメージ

## 7. 総括

[中長期の営業利益イメージ]

**広告事業**と**ゲーム事業**で利益を積み上げ、  
**メディア事業**に十分な投資をし、中長期の柱に育てる



52

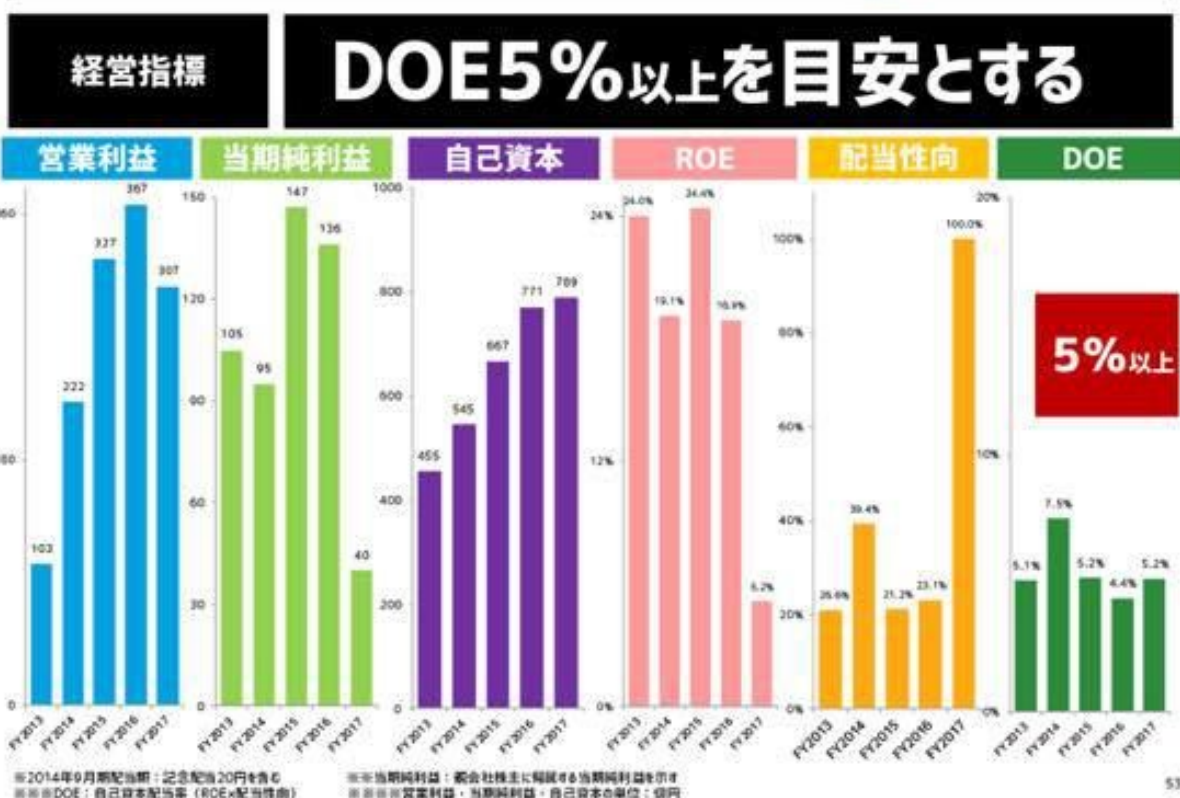
広告事業は相変わらず好調ですので、しっかりと増収増益させていきたいと思っております。

ゲーム事業もすごく伸びていた時期ほどではないのですが、決して悪い状況ではないので、既存タイトルを伸ばしつつ、次のタイトルをしっかりと当てていこうという方針でございます。

弊社は「Ameba」に投資していた時期、そしてスマートフォンに投資していた時期、そして今はAbemaTVを中心とした動画事業に投資している時期ですが、そのたびにそのスパンを経て大きく成長しておりますので、我々としてもここが投資どころだと考えて取り組んでおります。

## 経営指標

# 1. 通期決算



最後に、この投資の時期に当たるところを、なるべく中長期の株主のみなさまにご迷惑をかけないというか、その間もしっかり持っていただけるように、DOE5パーセント以上を目安にしております。私からの話は以上でございます。どうもありがとうございました。