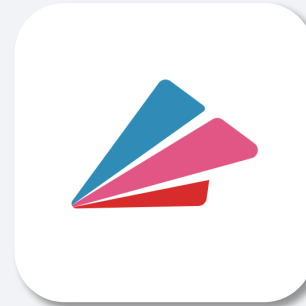


Q4

Gunosy

# 2022年5月期 決算説明資料



株式会社 Gunosy

東証プライム（証券コード：6047）

2022年7月15日

## INDEX

Executive Summary	
1. エグゼクティブ・サマリー -----	P 3
Financial Results for FY2022 Q4	
2. 2022年5月期 通期決算の概要 -----	P 10
Business Overview by Divisions	
3. 各事業の概況 -----	P 16
FY2023 Outlook	
4. 中期経営計画の進捗と来期予想 -----	P 25
Management	
5. 経営体制 -----	P 37
APPENDIX	
6. 参考資料：（株）Gunosyの概要 -----	P 41

# 1

Executive Summary

## エグゼクティブ・サマリー



## サマリー

計画対比で売上高・営業利益共に上振れて着地

売上高 **8,998** 百万円  
計画 8,800 百万円

計画対比 **102.3%**

営業利益 **412** 百万円  
計画 200 百万円

計画対比 **206.2%**

大幅に  
上振れ

## 要因

- Gunosy Adsが3月の広告需要期も重なり想定よりも上振れ
- 売上達成状況を考慮し、  
広告宣伝費は計画よりも抑制したため営業利益は大幅に上振れ

## 業績予想上振れの背景

KPI改善の効果、広告需要期(3月)ニーズを確実に取り込めたことで売上が想定より上振れ。マクロ環境等の不透明さが増していることなども踏まえ利益確保を優先し、**広告宣伝費を計画比1.6億円抑制**。

複数の要因が重なり  
売上が想定以上に推移

①

3月の広告需要期  
ニーズの取り込み

②

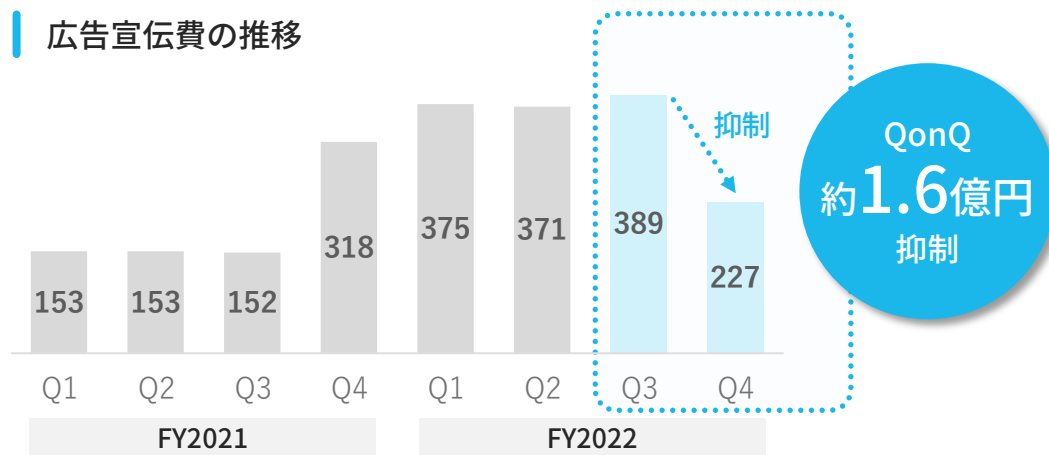
継続的な  
グノシーのKPI改善

③

ゲームエイトの  
上振れ

予想を超える売上の  
進捗を踏まえ、  
広告宣伝費を  
約1.6億円抑制

広告宣伝費の推移

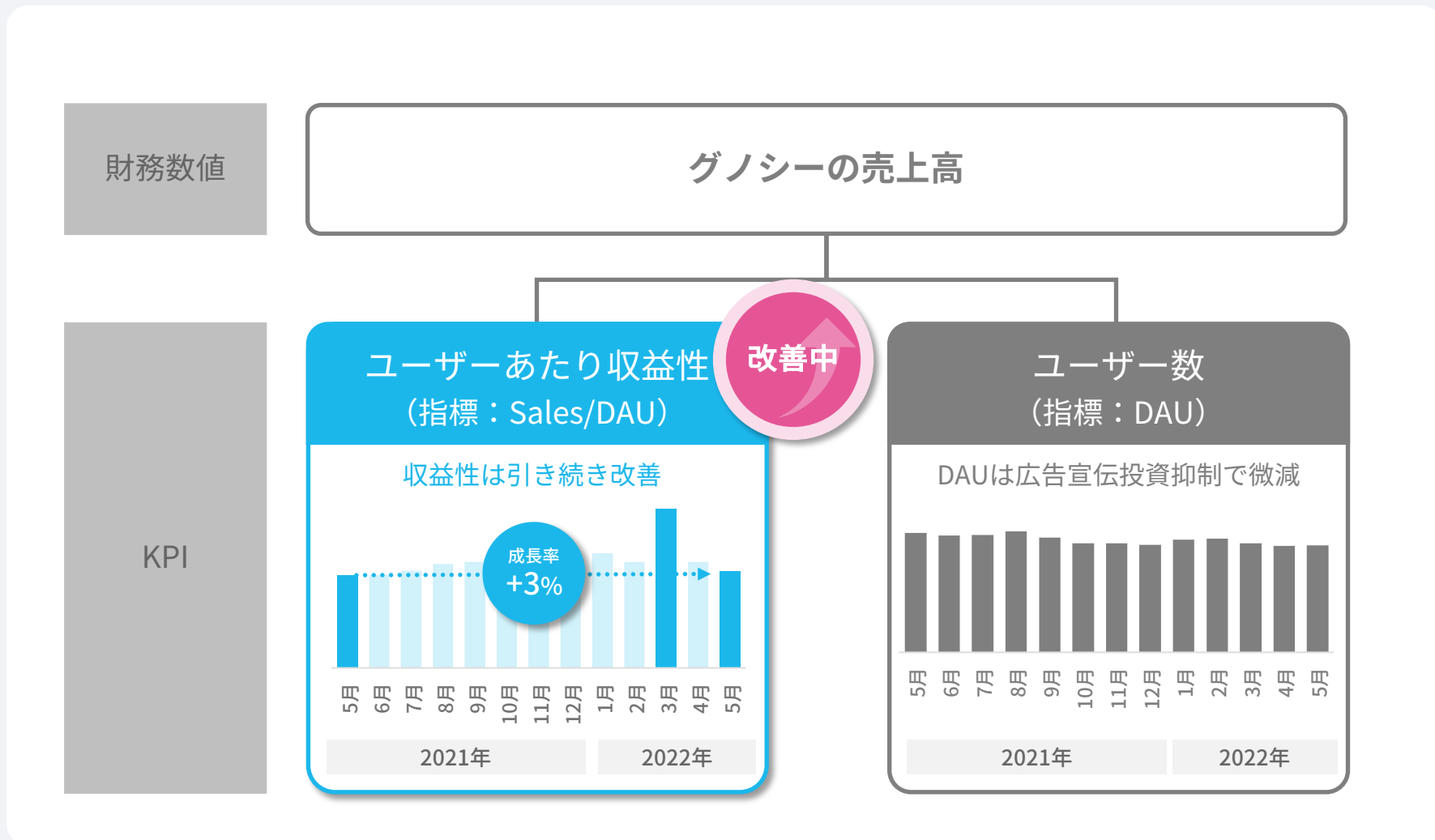


結果

連結営業利益が予想より約2.1億円上振れ

# 上振れた要因：ユーザーあたり収益性の向上

ユーザーあたり収益性は期中通じて改善。DAUはマクロ環境等の不透明さの高まりや、売上高の計画達成を考慮し、広告宣伝費を抑制したため微減。

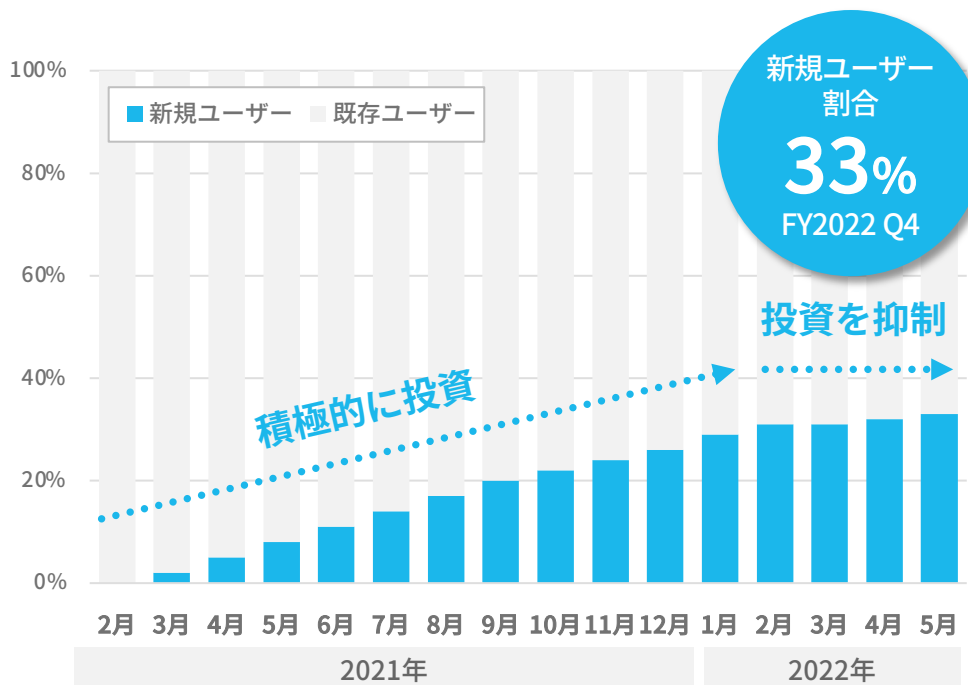


# 上振れた要因：グノシー継続率の改善

新規ユーザーの割合は、2022年5月時点で全体のユーザー構成のうち約33%まで増加。  
広告宣伝投資再開後の新規ユーザーの継続率は通期で安定的に改善が進んだ。

## DAUに占める新規ユーザーの割合

収益性の高い新規ユーザーの割合は  
全体の**約33%まで増加**



## 継続率の改善に関して

広告宣伝投資再開後の新規ユーザーの**継続率は大幅改善**

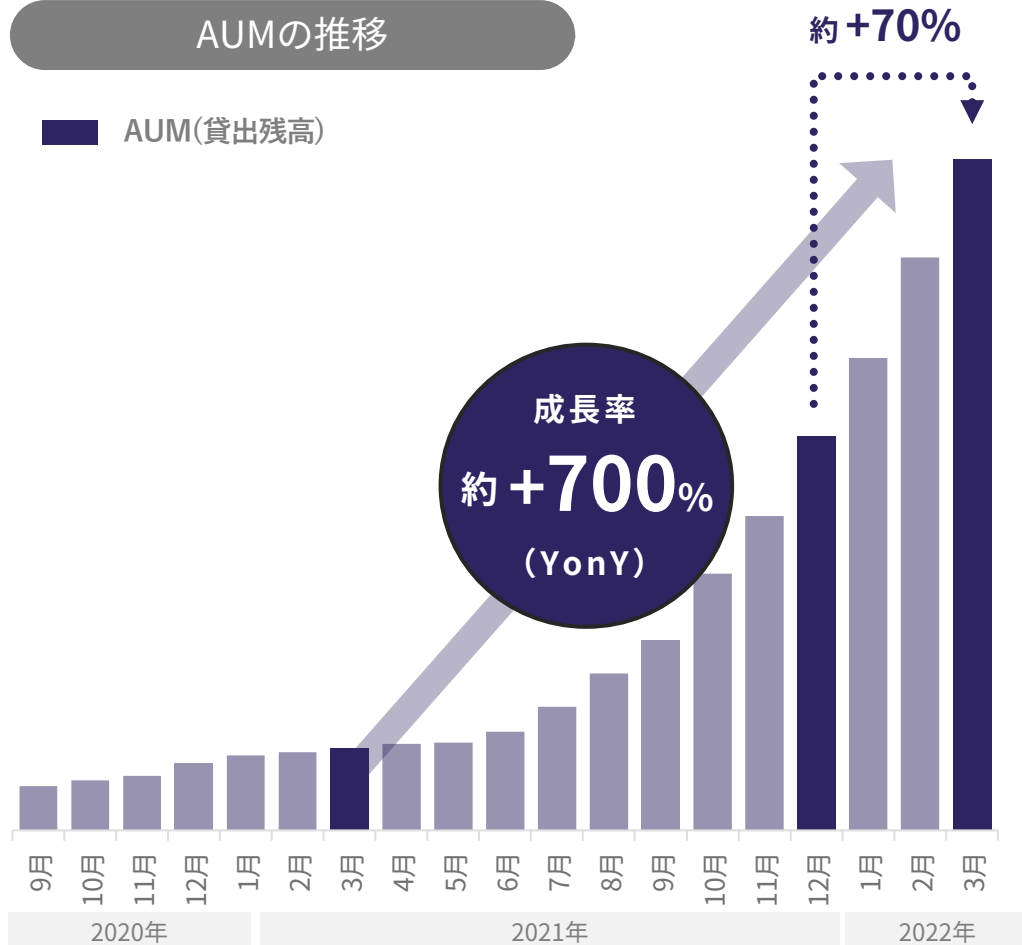


圧倒的な成長を継続。

低いデフォルト率をキープしながら、**AUMはYonYで700%**と大きく成長。

## AUMの推移

■ AUM(貸出残高)



## 登録ユーザー数

👤 **1,200万+**  
ユーザー

(前回公表は700万+ユーザー)

## カード月間発行枚数

新規ユーザーの急拡大にあわせ、  
前回公表数値から大幅に伸長中

**20万枚**  
/月間

**大幅  
伸長中**

現在

(2022/1開示)



金融市場の変化により資金調達環境が厳しくなる中でも、**5,000万ドルの大型資金調達を実施**。  
取締役派遣の完了に伴い、**当社の持分法適用関連会社へ**。

## Topics 1

追加ラウンドでの資金調達

# 5,000万ドル

2022年6月にTiger Globalが主導するシリーズCラウンドにて新たに大型の資金調達（約5,000万ドル）を実施

## Topics 2

Gunosyから

# 取締役の派遣

両社の連携体制を強化、sliceはGunosyグループの持分法適用関連会社に

# 2

Financial Results for FY2022

## 2022年5月期 通期決算の概要



## 2022年5月期Q4連結業績

Q4は**QonQで増収増益**。広告需要期(3月)含めた売上高の上振れに伴い広告宣伝費を抑制。通期売上高はYonY増収も、広告宣伝費を前年から約6億円増加させた影響で減益。

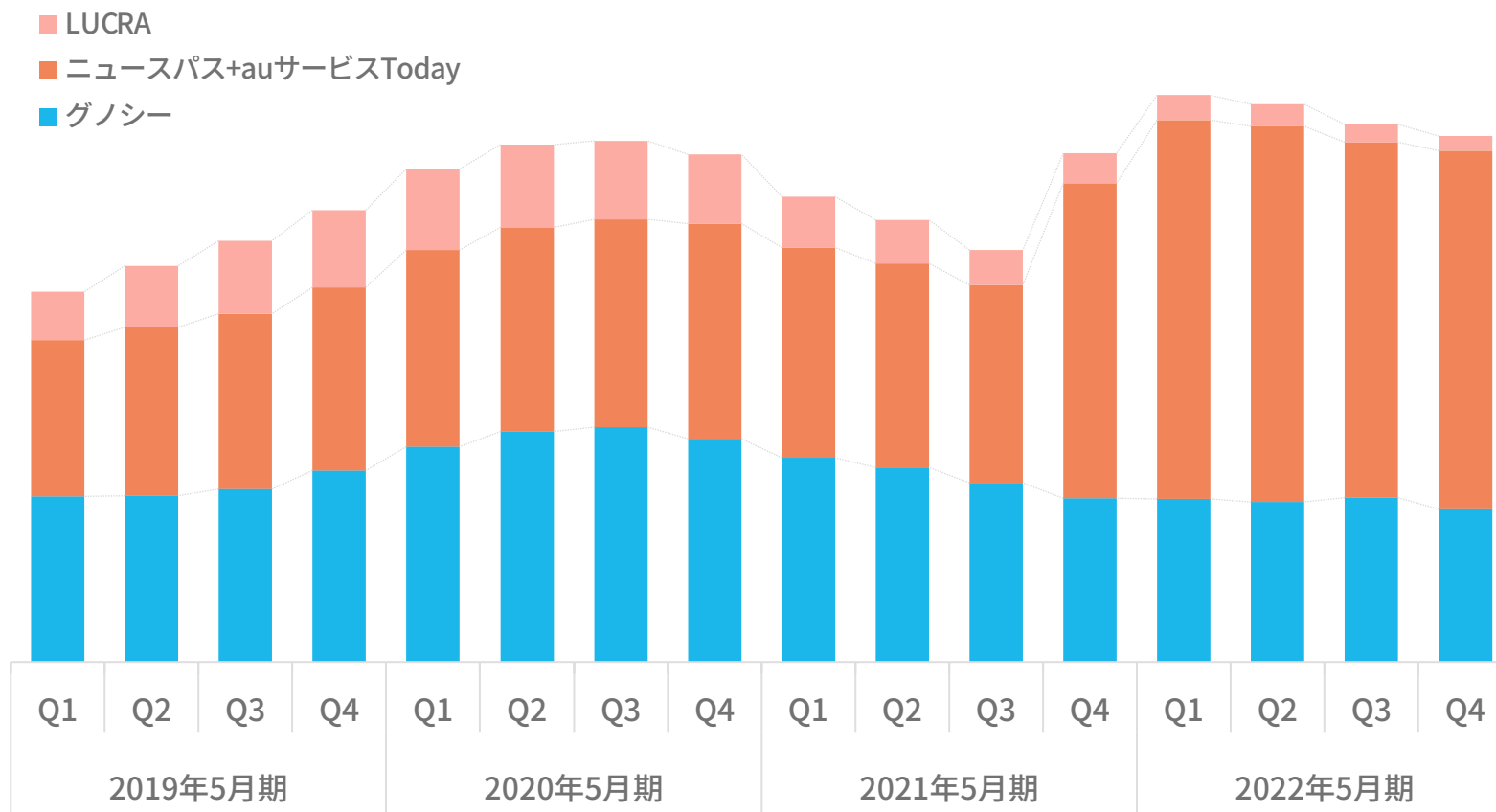
(百万円)

	2022年5月期 Q4	前四半期比較 (QonQ)		2022年5月期 通期	前年比較 (YonY)	
		2022年 5月期Q3	QonQ		2021年5月期 通期	YonY
売上高	2,399	2,215	108.3%	8,998	8,910	101.0%
営業利益	223	27	809.2%	412	717	57.5%
営業利益率	9.3%	1.2%	-	4.6%	8.0%	-
経常利益	222	9	2,269.0%	191	642	29.9%
親会社株主に帰属 する当期純利益	144	13	1,098.3%	130	383	33.9%

# アクティブユーザー数(MAU)\*

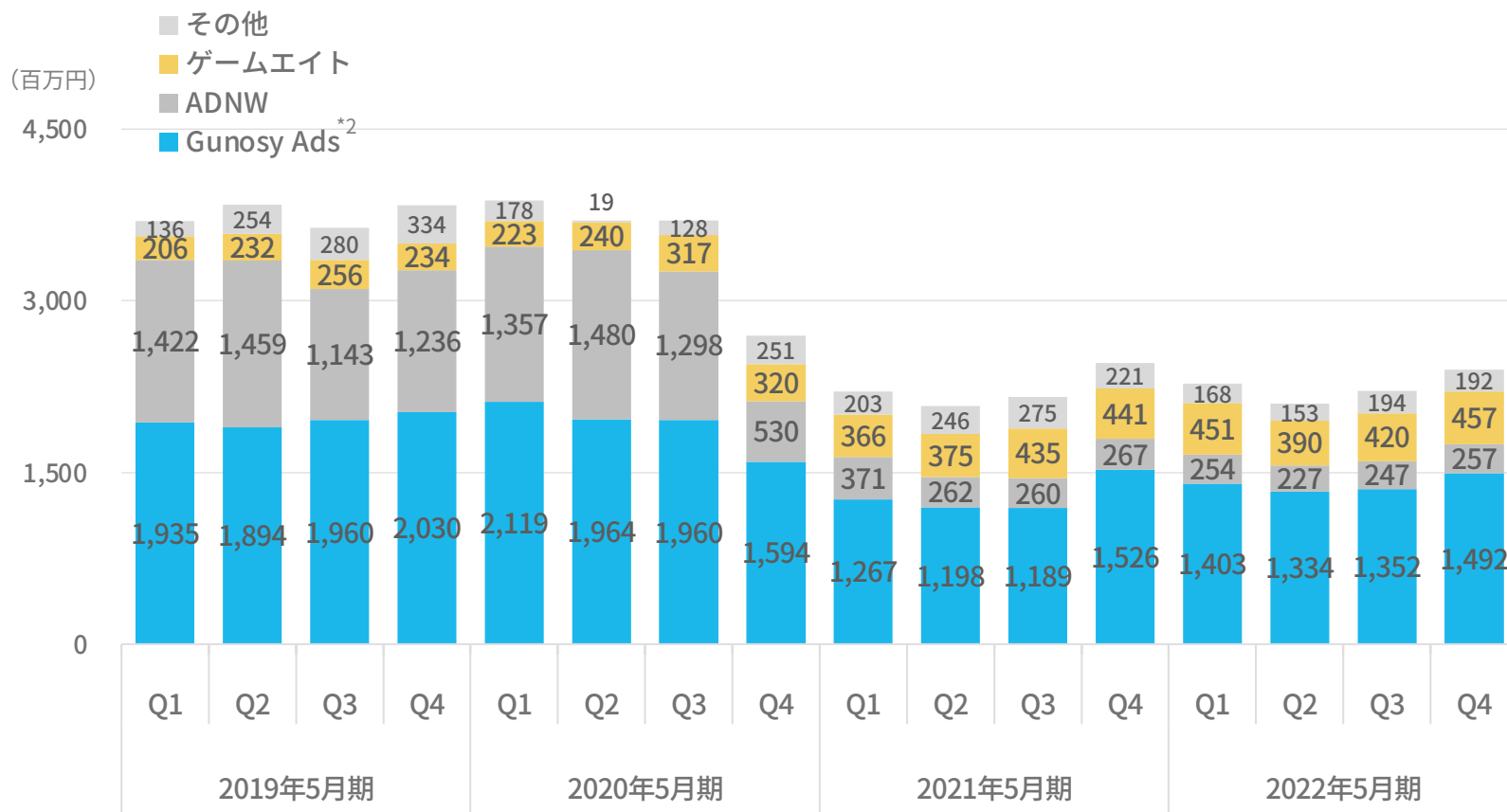
広告宣伝費抑制によりグノシーMAUはQonQで微減。

ニュースパス+auサービスTodayは安定的に推移。



# 売上高構成<sup>\*1</sup>

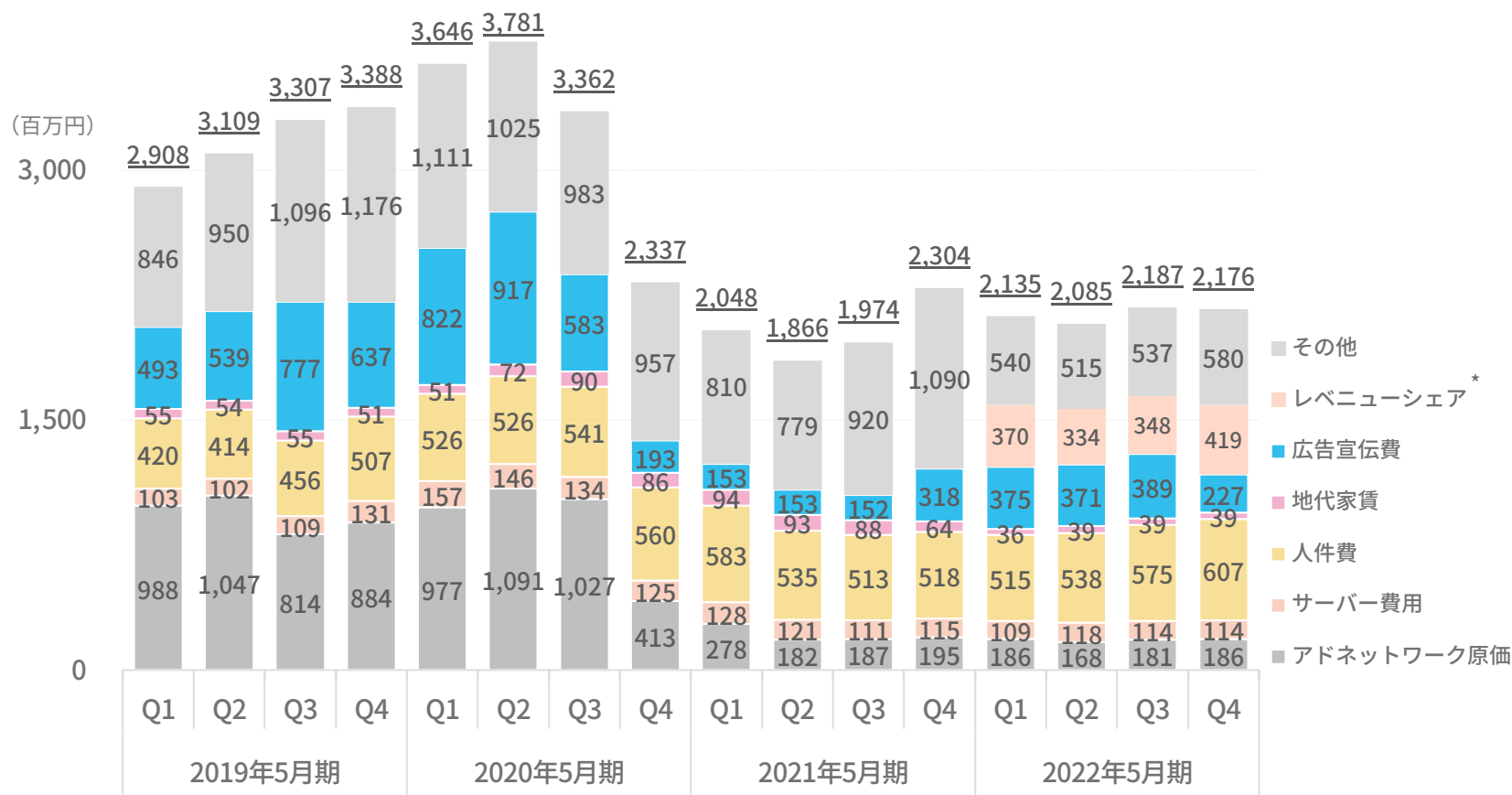
Gunosy Adsは3月の広告需要期もありQonQで大幅増収、G8も過去最高売上高を更新。



<sup>\*1</sup> 「Gunosy Ads」、「ADNW」、「ゲームエイト」は単体での数値。内部取引高調整は「その他」に含む  
<sup>\*2</sup> Gunosy Adsは「グノシー」、「ニュースパス」、「auサービスToday」および「LUCRA」の合計

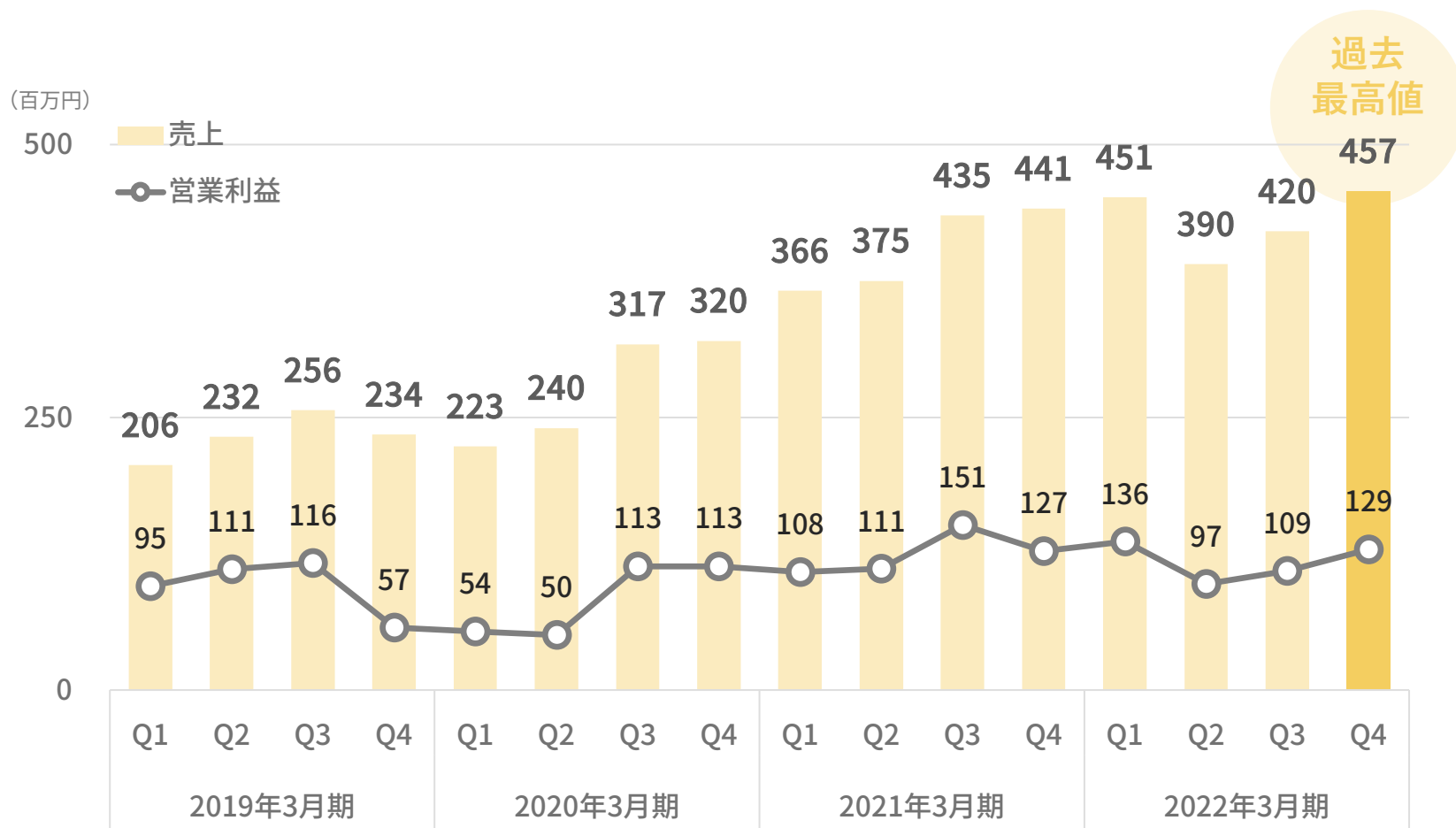
# コスト構造の推移

広告宣伝投資はQonQで1.6億円減少。**中長期的な成長に向けた組織作りとして人材採用を継続中**。その他のコストは引き続き厳格にコントロール。



\*「レベニューシェア」は、FY2021以前は「その他」に含む。FY2022Q1より「その他」から分離して数値を開示。  
また、「ライブ動画製作費用」はFY2022Q1より「その他」に含め開示。

Q4は大型タイトルリリースと重なり**国内、海外ともに堅調に推移し過去最高売上高を更新**。  
 一方で2023年3月期Q1は掲載タイトルの攻略需要の低下に伴い減収減益を見込む。  
 中長期的な成長ドライバーの獲得に向けた投資を継続。



\* 単体決算数値（連結調整前）であり子会社であるSmarpiseの業績数値は含まない。  
 なお、FY2022 Q4は親会社の連結決算期との期ズレにより、2022年1月から3月までの業績。

# 3

Business Overview by Divisions

## 各事業の概況





「知っておくとよい情報」として**参議院選挙を特集**。KPIの動きやユーザー行動を深く理解し、**より質の高い施策をスピーディに実施するためのGrを新設**。

### 特集企画を実施

「知っておくとよい情報」として  
**参議院選挙を特集**



### 組織体制の強化

課題発見、ソリューション定義、実装、  
価値提供までの質と速度の向上を目的に  
**組織体制を強化**

## グノシー事業部

プロダクトマネジメントGr

新設

### プロダクトマネジメントGrのミッション

- ・ 定量、定性の両面からのユーザー理解の推進
- ・ 解像度の高いユーザー理解による企画立案
- ・ 企画から開発へのスムーズな連携の実現

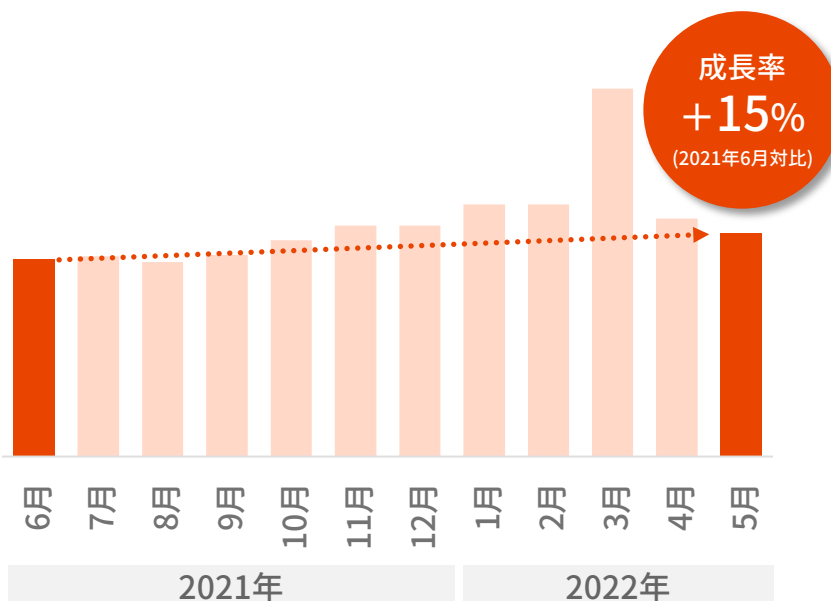
auユーザーの利便性向上を目的としたおすすめタブのリニューアルを実施。UI、UX、アルゴリズムの継続的な改善により、期中を通じて**ユーザーあたり収益性が良好に推移**。

## おすすめタブをリニューアル



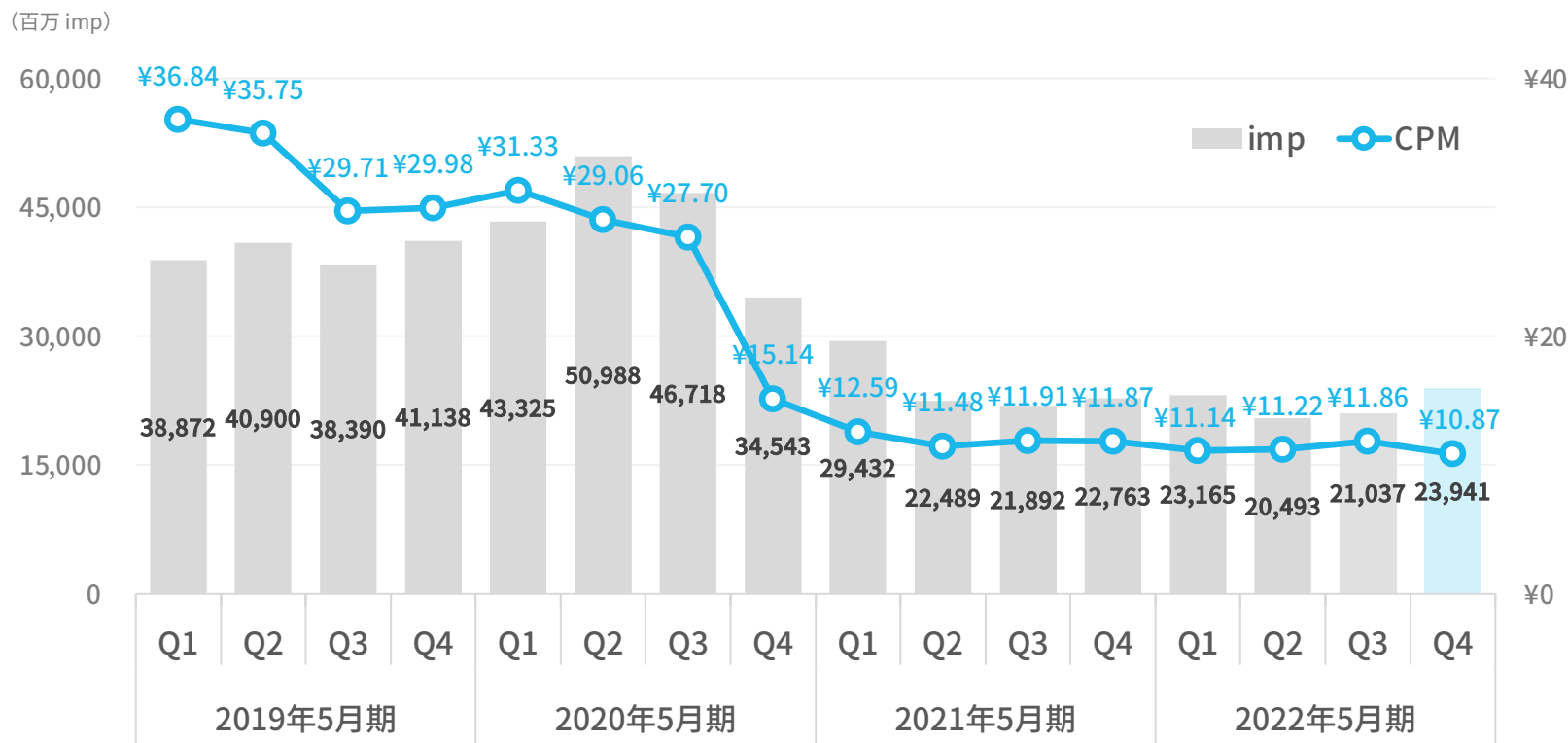
## 収益性の状況

### ユーザーあたり収益性は良好に推移



前Qまでの組織強化に伴うメディア開拓の成功により、  
**impは高水準をマーク。**

### imp数・CPMの推移



ゲームパブリッシャーへのソリューション支援拡大を進める。  
組織体制強化を推進し、グローバル展開も検討。

## 提供しているソリューションについて

ゲームの開発からリリース前後、海外展開まで、ゲームのライフサイクル上の様々な課題の解決を支援



オンライン・オフラインどちらのチャンネルでも複数の販路を開拓。  
引き続き、カジュアルギフトの需要に応えつつ、ホテルや結婚式場などの  
フォーマルギフトシーンへの対応と、ウェルビーイングを目指した自分利用の促進を目指す。

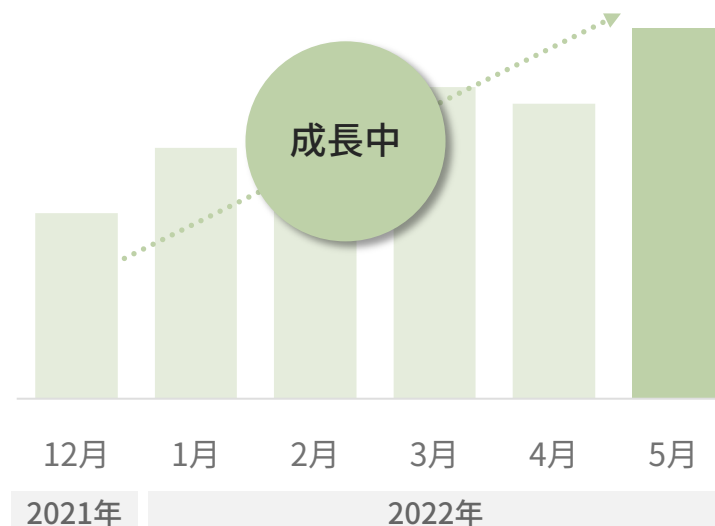
## オフライン販売

@all day place shibuya  
(2022年4月27日-)



## 月次売上高推移

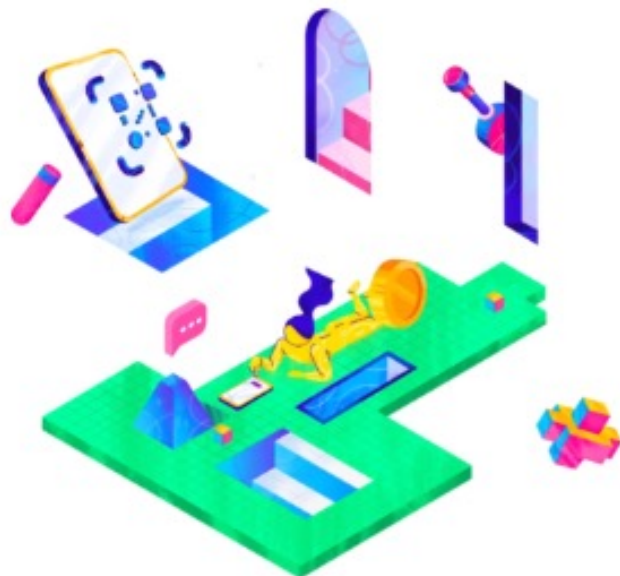
ホワイトデーや母の日などシーズン  
イベント時のカジュアルギフト需要を  
取り込み堅実に成長中



インドの主要な小口決済インフラである**UPI (Unified Payments interface) 機能**を追加。  
**ユーザーのエンゲージメント向上を目指す。**

## UPI 機能を追加

スマートフォンから支払い・送金が簡単にできる小口決済インフラ。  
インド政府、中央銀行が主導し、主要銀行が出資するインド国立決済公社（NPCI）が運用。













# Meet slice super UPI

Faster. Simpler. Cooler.  
Scan & pay in a flash, and send  
money to friends.

全体の投資累計額は引き続き約50億円規模。<sup>\*1</sup>

グロース企業に対する金融環境が厳しくなる中でも、**ポートフォリオ全体で高い健全性を維持。**

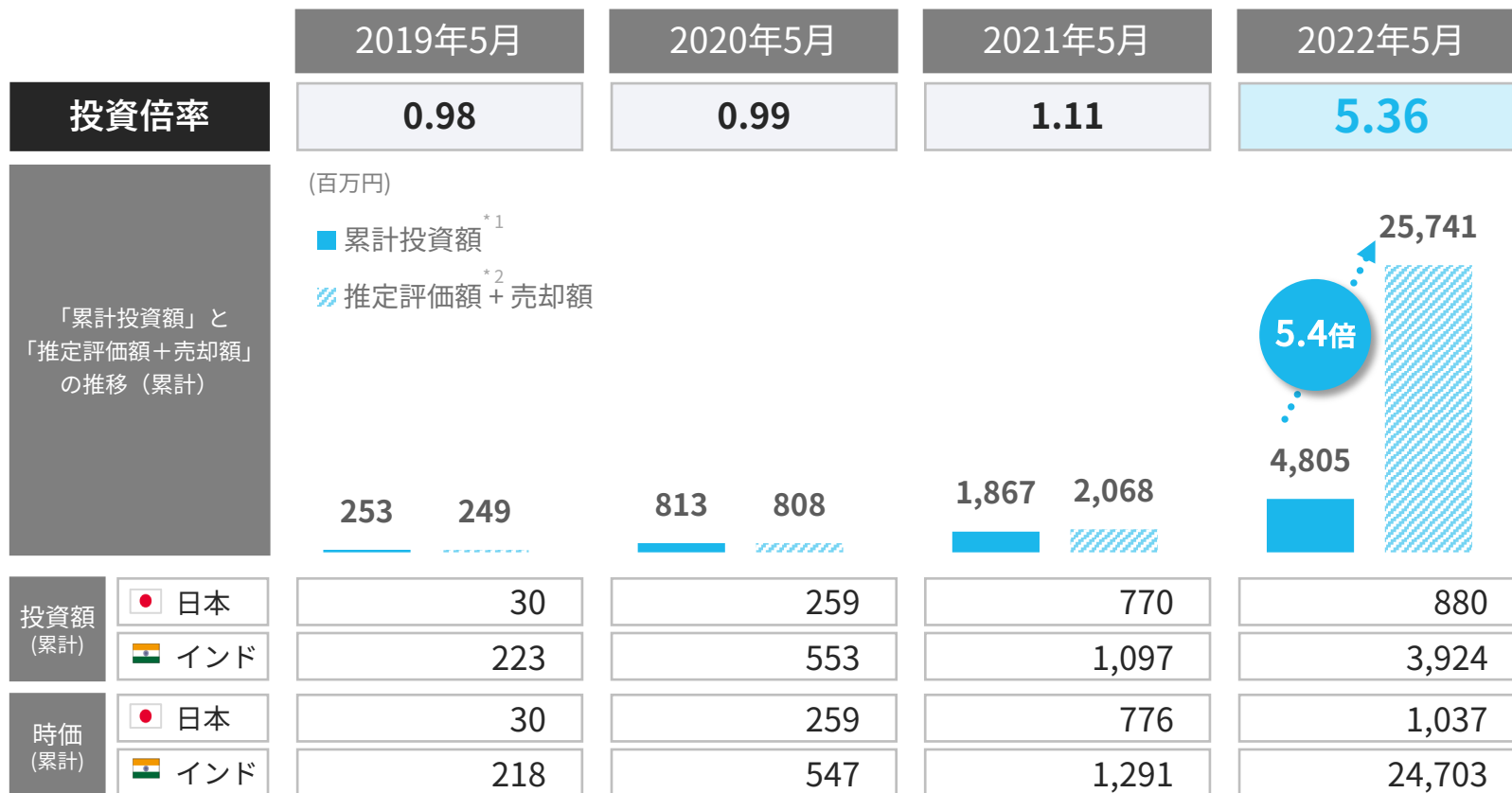
※当社が投資事業を開始した2018年10月以降に投資実行した投資先を掲載

		投資割合	主な出資先	
インド	アーリー	約75%	 EVERY % COUNTS Fintech	 Education
	ミッド・レイター		 Empowering Retailers Commerce	 Never Stop Living MaaS
日本	アーリー	約25%	 不動産テック	 Commerce <b>EXIT済</b>
	ミッド・レイター		 音声配信	 HRテック
	LP出資		 有機EL	

約\$50mn  
の資金調達実施

**slice**  
Fintech

**MONOKABU**  
Commerce  
**EXIT済**



\*1 累計投資額：投資時の為替レートで円換算した金額にて算出。売却済の銘柄に対する投資額も含む。

\*2 推定評価額：独立の第三者間取引において株式等が移転される価格として当社が以下の方法により推計した金額。なお、当該推定評価額は原則として外部の第三者による評価書や会計監査人の監査を受けた結果に基づくものではなく、あくまで当社が独自に算出した金額であることにご留意ください。

- ① 直近で資金調達ラウンドのある銘柄：当該ラウンド時点の評価額に非流動性ディスカウントとして20.7%を考慮した金額を推定評価額として評価
- ② 外部の第三者評価を取得したことがある銘柄：当該評価額を推定評価額として評価
- ③ 上記以外の銘柄：投資時の簿価で評価。外貨建て取得したものについては直近の為替レートにて換算した金額

なお、GaragePreneurs Internet Pvt. Ltd (slice) の推定評価額は、2022年6月の最新の資金調達ラウンドにおける評価額(非流動性ディスカウント20.7%を考慮)を参照しております。



# 4

FY2023 Outlook

## 中期経営計画の進捗と来期予想



## 中期目標 (2021年7月公表)

2021年に開示した中期経営計画にて公表した指針はキープ。

Gunosyグループ全体で成長を図り、中長期で時価総額1,000億円を目指す。

既存事業のグロース、新規領域の開拓を通じて企業価値を向上

**時価総額1,000億円** を中長期の指針として、  
グループ全体での成長を目指す。



短中期的な経営方針の決定にあたって、2022年1月時点の中期経営計画数値の策定時点より、主に以下の点について**経営環境の認識をアップデート**。

経営環境の評価		当社グループへの影響	当社方針
景気動向	各国の利上げ継続により、リセッションへの突入観測も浮上	<ul style="list-style-type: none"><li>実際にリセッション突入した場合、広告収益に悪影響が生じる可能性</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>広告宣伝投資基準の厳格な運用</li><li>全社として厳格なコストコントロール、健全な財務基盤の維持</li></ul>
金融市場	利上げによる上場/非上場グロース企業の株価調整局面が継続	<ul style="list-style-type: none"><li>既存投資先の資金調達が難化</li><li>他方、マイノリティ投資/M&amp;A共に社外投資の機会増</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>既存投資先について現在の環境を踏まえたアセマネを推進</li><li>社外投資機会の積極的な発掘(引き続き厳格な投資基準は維持)</li></ul>
新型コロナウイルス	足元で新型コロナウイルス感染症の流行再発	<ul style="list-style-type: none"><li>実績として当社収益にはポジティブ/ネガティブ両面の影響あり</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ユーザー動向を綿密にモニタリングする体制を整え、状況変化への迅速な察知及び対応を遂行</li></ul>
ゲームエイト関連	一部タイトルへの高い依存や既存スマホゲームタイトルの減衰、上期の大型タイトル不足	<ul style="list-style-type: none"><li>PVの減少による売上高毀損の可能性</li><li>2023年5月期は下期偏重の業績想定</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>一定の業績リスクを認識し、新規事業への投資水準含め、厳格なコストコントロールを継続</li></ul>

# 経営環境の変化も踏まえた当面の投資方針について

足元は連結/単体の営業黒字を意識した成長投資を実行。

メディア事業の成長性/収益性の改善、グループの成長ドライバーとなりうる投資機会を創造できたタイミングでより大胆な成長投資への切り替えを検討。

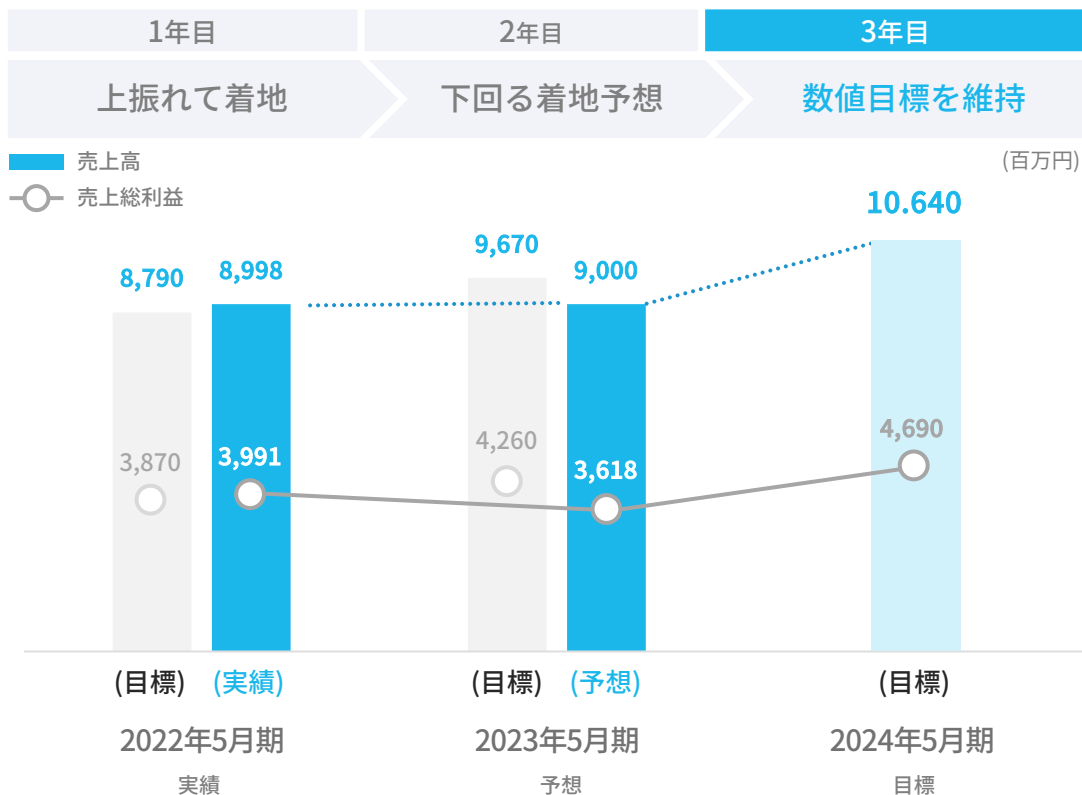
		メディア事業	ゲームイトグループ	投資事業	新規事業
指針	中長期で時価総額1,000億円を目指す				
課題	独自価値の確立、UI、マーケティングの改善等による成長性/収益性の引き上げ	新たな成長ドライバーの獲得	有望な投資先、とりわけNext sliceやグループの成長ドライバーとなりうる投資先の発掘	グループ全体目線での新たな成長ドライバーとなる事業の創造	
成長に向けた投資方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>足元は単体営業黒字の範囲内での投資を目安としプロダクト改善に注力</li> <li>成長性・投資効率の改善を確認できたタイミングで投資拡大を検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>足元は連結営業黒字の範囲内での投資を目安とする</li> <li>成長性、投資対効果の観点で有望な新規事業が育ってきたタイミングで投資拡大を検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>slice集中から分散投資へ</li> <li>インド市場のグロースを取り込む位置付けでのインド投資を継続</li> <li>日本のスタートアップに対してはセレクトティブに投資を継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>足元は単体/連結営業黒字を意識した範囲内で、Techなど当社の強みを活かした事業創造を推進</li> </ul>	
ポートフォリオの状況	成長余地	事業構造を改善し「中-高」へ引き上げ 現在 将来 低-中 改善 中-高	新規事業の開発により成長性を引き上げ 現在 将来 低-中 改善 中-高	日本/インドの有望銘柄への投資を継続 中-高	新規事業を創出し「中-高」へシフト 現在 将来 開発中 創出 中-高
	資本リターン	低-中 改善 中-高	中-高	中-高	開発中 創出 中-高
	投資	広告宣伝費は、現状は抑制するが徐々に拡大を想定	既存事業の安定化/新規事業開発へ投資	24年5月期までに最大15億円を目安に投資	投資フェーズに移行できる有望事業の出現に伴い実行

# 中期計画数値のアップデート

経営環境の変化を見据えた投資方針の変更に伴い23年5月期はQ2開示の計画を下回る想定。  
一方で、既存事業/新規事業の状況を踏まえ、**24年5月期の中期目標は当初計画達成を目指す。**

## Q2公表の中期経営計画の数値目標（売上高・売上総利益）

2024年5月期の売上高・売上総利益は中計目標は維持



## 補足説明

2023年5月期(2年目)

2022年5月期からの  
広告宣伝投資抑制の影響で  
計画より下振れ (詳細はP31を参照)

2024年5月期(3年目)

計画達成に向け2023年5月期  
に既存/新規事業を強化

- グノシーにおける独自価値の創出、継続的なUI/UXの改善等を通じたKPI向上による成長性、収益性の向上
- KDDIとのキャンペーン施策強化等による獲得効率の抜本的な向上
- 検証中の新規事業の投資フェーズへの移行、新規の成長ドライバー化推進

## 2023年5月期通期 業績予想（連結）

前年比で増収、減益を計画。sliceは持分法投資損益では赤字取込みの想定であるが、シリーズCラウンドに伴う特別利益を計上予定。結果、**当期純利益については前年比で大きく増益。**  
(詳細はP36にて説明)

(百万円)

	2022年5月期通期 (実績)	2023年5月期通期 (予想)	YoY
売上高	8,998	9,000	100.0%
営業利益	412	200	48.5%
営業利益率	4.6%	2.2%	-
経常利益	191	△312	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	130	547	420.5%

# Q2開示の中期経営計画との差分に関して

マクロ環境の不透明さも踏まえ、**広告宣伝投資を抑え営業利益の確保を優先する方針に転換**。結果として売上・粗利ともに来期は中計開示に未達。一方で、2023年5期に各事業の成長性/収益性向上を実現することで投資許容額を拡大し、**2024年5期は当初中計目標の達成**を目指す。

投資方針		2023/5計画 (2022/1時点)	2023/5計画 (現時点)	差異	補足
		規模拡大を重視した積極的な投資	利益確保を優先し投資を抑制		
売上高	Gunosy Ads	55.9億円	51.2億円	△4.6億円	<b>Gunosy Ads</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>広告宣伝投資を想定していた金額からおおよそ半分程度に抑制</li> <li>結果ユーザー数がQ2開示時点の想定よりも減少し売上高減</li> </ul> <b>ゲームエイト</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>既存スマホゲームタイトルの減衰</li> <li>海外事業のボラティリティを考慮</li> </ul>
	ADNW	11.7億円	11.7億円	0億円	
	Game8	21.0億円	18.8億円	△2.2億円	
	その他	8.1億円	8.1億円	0億円	
	<b>合計</b>	<b>96.7億円</b>	<b>90.0億円</b>	<b>△6.7億円</b>	
粗利	グループ合計	42.6億円	36.1億円	△6.4億円	売上減少による粗利減少

継続したUI/UXの向上と**独自資源を活用した独自価値の創出**による、**継続率、収益性の向上**に注力。広告宣伝投資を増加させる機会に備え、高い投資対効果を実現できる状態を目指す。

## 経営方針

メディアとしての基本的なUI/UXの継続的な向上と、**Gunosyの技術や、KDDIとの連携という独自資源**を活用し、**独自価値を創出**する。

## 投資方針

利益確保、投資対効果の向上を優先し**広告宣伝投資は引き続き抑制**。  
新規採用は昨年体制強化を進めたこともあり一部ポジションのみ厳選し実施

## 戦略

### 継続的な基礎KPIの改善

継続率の  
向上

×

収益性の  
向上



- 要約コンテンツの開発
- KDDIとのキャンペーン施策
- ヘッドラインなど、コンテンツの強化
- パーソナライズ、記事配信アルゴリズムの最適化



- KDDIとのキャンペーン施策
- パーソナライズ、記事配信アルゴリズムの最適化

Gunosy Ads  
+ADNW

- 広告配信アルゴリズムの最適化
- 広告枠の開発や、新ツール導入
- 新規ユーザー獲得による収益性の改善



# 方針：ゲームエイトグループ

スマートフォンゲーム市場の成熟化など、経営環境の変化を見越し、**CEOを創業者の西尾からCOOの沢村へ経営体制を変更**（詳細はP40参照）。**既存事業を安定的に運営しながら新たな成長ドライバーの獲得を進める。**

経営方針

ゲーム攻略メディアの安定的な成長を基盤に、**新たな成長の柱の創出**に注力する

投資方針

新規事業領域へは人材への**投資を一定実施**

## 戦略

経営体制を変更し、  
中期目標達成を推し進める

既存事業の  
安定成長



新たな  
柱の創出



- 国内、海外メディアでのPVの安定的なシェア獲得
- ゲームパブリッシャーへのソリューション支援の拡大
- Web3や経営支援領域での新規事業開発

Smarpr!se

- IPなど既存事業で培った強みを活かした新規事業開発を推進

これまで約50億円弱を投資。sliceは戦略投資先として中長期の重要な成長ドライバーに。引き続き、インドと日本にて投資を検討し、**next sliceの発掘を目指す**。

## 経営方針

シード～アーリーステージの企業を中心に検討し、純投資・戦略投資を通じた**社外の高成長分野の取込み**を目指す

## 投資方針

**24年5月期までの間で最大15億円程度**を目安に投資を実行

## 戦略

潤沢なソーシングネットワークから魅力的な投資機会を発掘

インド成長の取込み



セレクトティブな国内投資



インド

- sliceへの戦略的な投資集中から、ポートフォリオの分散を進め、インド市場全体としての成長を取り込めるようなポートフォリオ構築を目指す



日本

- VCへのLP出資等を実行しながら案件のソーシングを強化
- 投資は引き続きセレクトティブに実行

成長を維持しながら、収益性も意識した成長戦略へシフト。

通期では赤字の持分法損益取込を見込むが、事業自体は今期中の単月黒字化を計画。

## sliceの事業方針

### これまでの方針

積極的に投資を実施し  
規模の拡大を優先



### これからの方針

高い成長を維持しつつ  
デジタルクレジット  
事業の黒字化を目指す

# 通期業績予想（連結）に関する補足説明

持分法投資損益の取り込みにより経常利益は赤字となる見込みだが、  
2022年6月のsliceの資金調達ラウンド実行に伴い、特別利益を計上予定。  
結果として、当期のsliceの持分法適用に関連する損益は当期純利益にプラスの影響となる。

## 通期業績予想（連結）



### 主な変動要因

- 1 sliceに対する持分法投資損益**
  - 通期ベースでは赤字だが、事業としては今期中に単月黒字化を計画
  - 赤字見込の金額は監査法人と協議中ののれん償却想定額を含む
- 2 sliceに関する持分変動利益の計上**
  - 資金調達(2022/6のシリーズCラウンド、詳細P9)により当社の持分比率が変動したことに伴い約9.8億円の特別利益を計上予定\*

\* 『持分法会計に関する実務指針』第18項に従った処理であり、計上金額は監査法人と協議中のものになります。また、2023年5月期において追加で当社の持分に変動があった場合等で、計上金額に開示すべき重要な変更が生じる場合には速やかに開示いたします。詳細は「2022年5月期決算短信（日本基準）（連結）」添付資料中の「3. 連結財務諸表及び主な注記（5）連結財務諸表に関する注記事項（重要な後発事象）」を併せてご参照ください。

# 5

Management

## 経営体制



# 現在の経営陣のご紹介

2023年5月期の経営体制は以下のとおり。2021年12月には、任意の報酬委員会から任意の**指名報酬委員会へ移行するなど**、ガバナンスの強化は継続的に推進中。



代表取締役会長  
グループCEO

**木村 新司**



代表取締役  
社長

**竹谷 祐哉**



取締役  
最高投資責任者（予定）

**間庭 裕喜**



取締役

**西尾 健太郎**



取締役

**澤田 拓也**



社外取締役

**冨塚 優**



社外取締役

**城下 純一**



社外取締役

**眞下 弘和**



社外取締役

**中尾 麗イザベル**

# 今後の社外投資をさらに強化するための体制変更

投資事業の成長加速を目的に**最高投資責任者の役職を新設**。あわせて、攻めと守りの役割を明確に分離し、**大胆な意思決定と適切なガバナンスを両立できる体制構築**を目指す。



取締役 最高投資責任者

間庭 裕喜

東京大学工学部卒。2005年ゴールドマン・サックス証券株式会社入社。2015年にクービック株式会社に参画後、2018年10月当社へ入社。Gunosy Capital 取締役。2019年8月より取締役最高財務責任者（CFO）に就任。



執行役員 最高財務責任者

岩瀬 辰幸

慶應義塾大学商学部卒。株式会社三菱東京UFJ銀行（現：株式会社三菱UFJ銀行）、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、PwCあらた有 限責任監査法人を経て当社へ入社。2021年6月より執行役員コーポレート本部、本部長。

旧役職

取締役  
最高財務責任者

新役職

取締役  
最高投資責任者

旧役職

執行役員

新役職

執行役員  
最高財務責任者

## 背景

1. sliceの成長など投資事業の重要性が高まるなか、投資事業責任者及びCFOとして攻守の両面を担っていた間庭の役割を最高投資責任者として「攻め」の領域に集中させ、中長期成長の加速を狙う
2. CFOのロールを間庭から、現執行役員コーポレート本部長の岩瀬に委譲することで、適切なガバナンスを確保しつつも、より大胆な意思決定をできるような体制を構築する

経営環境の変化を見越し、CEOを創業者の西尾からCOOの沢村へ体制変更。



代表取締役社長CEO

沢村 俊介

関西学院大学商学部を卒業し、2007年株式会社リクルートに入社。その後、複数の会社で投資先やJVの役員を経て2018年9月に当社に最高執行責任者COOとして入社。2019年6月より取締役最高執行責任者COOに就任。



Gunosy  
取締役

代表取締役会長

西尾 健太郎

首都大学東京（現 東京都立大学）在学中に株式会社Labit共同創業、2013年代表取締役就任。リクルートホールディングス子会社に事業を譲渡後、ゲームエイト創業、現在、代表取締役。2015年当社からのM&Aを経て入社。2018年9月よりGunosy執行役員を経て、2020年8月よりGunosy取締役に就任。

旧役職

取締役COO

新役職

代表取締役社長CEO

旧役職

代表取締役社長

新役職

代表取締役会長

## 背景

1. 創業期から企業ステージ・経営環境が変化し、最適な経営体制を検討した結果、攻めと守りの両面でCOOとして当社成長を支えてきた沢村がCEOに就任することが最適と判断
2. 西尾は会長職として沢村をサポートしつつ、グループ経営への役割を今まで以上に担い、既存・新規問わず事業機会の創出に注力



# 6

APPENDIX

## 参考資料：（株）Gunosyの概要



## 基礎情報

・ 会社名	株式会社Gunosy	・ 役員	代表取締役会長 グループCEO	木村 新司
・ 代表者	木村 新司 竹谷 祐哉		代表取締役社長	竹谷 祐哉
・ 創業	2012年11月14日		取締役CFO	間庭 裕喜
・ 決算期	5月		取締役	西尾 健太郎
・ 資本金	4,099百万円（2022年5月末現在）		取締役	澤田 拓也
・ 証券コード	6047（東証プライム）		取締役（社外）	冨塚 優
・ 監査法人	EY新日本有限責任監査法人		取締役（社外）	城下 純一
・ 従業員数	258名 （2022年5月末現在 連結ベース）		取締役（社外）	眞下 弘和
・ 所在地	東京都渋谷区渋谷2-24-12		監査役	中尾 麗イザベル
・ 事業内容	情報キュレーションサービス その他メディアの開発及び運営		監査役（社外）	石橋 雅和
			監査役（社外）	清水 健次
			監査役（社外）	柏木 登

Gunosyが歩む道標として存在した「Gunosy Way」を、  
当初の思いやコンセプトを継承する形で「**Gunosy Pride**」として再構築。

Gunosy

## 1 三方よし

顧客よし、ユーザーよし、世間よし。自分よし、相手よし、仲間よし。  
社外や社会へはもちろん、社内にも善の循環をつくり続けていきます。

## 2 サイエンスで機会をつくる

データとテクノロジーを武器に、ファクトでイノベーションを加速させる。  
サイエンスを駆使して社会課題の解決に取り組みます。

## 3 百年クオリティ

これでいい、ではなく、これがいい、と思えるまで手を止めない。  
百年耐えうるクオリティを求めて目の前の仕事に愚直に向き合います。

## 4 逆境に熱狂せよ

チャレンジの数だけ逆境がある。しかし逆境こそ成長のチャンス。  
目の前の壁から逃げず、むしろ積極的に仕掛けていきます。

## Points

1. 当社グループが保有するsliceの議決権比率は、「持分法に関する会計基準」に定めるところの15%-20%の範囲であり、sliceに対する取締役派遣(詳細P9)が完了したため、2022年5月期末より持分法の適用を開始。
2. ただし、2022年5月期においてはsliceの事業損益の取り込みは発生せず、2023年5月期Q1より開始見込。
3. そのため、2022年5月期末においては、持分法適用に関する損益は計上しておらず、B/Sにおいてその他有価証券から関係会社株式への保有目的区分の変更に関する会計処理、及び為替換算調整勘定のみを反映\*。

\*持分法適用に伴いsliceに対していわゆる正ののれんを認識する前提で会計処理を実施しておりますが、本公表時点においてslice社の連結財務諸表は現地監査人による監査が継続しており、仮に同社の純資産に重要な変更が生じ、負ののれんが発生することとなった場合においては2022年5月期において当該負ののれんを一括で利益計上する必要が生じます。今後、状況に関して開示すべき重要な事項等が発生した場合は速やかに開示いたします

4. また、取得原価の配分手続(いわゆるPPA)を通じたのれん等の金額及びその償却年数の決定は2023年5月期の損益に影響を与える事項として引き続き監査法人と協議中。

## 方針

### 通期で連結営業黒字を意識して 広告宣伝投資を行う

- 新規ユーザー増加によるSales/DAUの改善、コントロールした広告投資によるユーザーの堅実な積み上げで、手堅く売上成長を目指す
- KPIの大幅改善や、魅力的な新規事業が立ち上がった場合は投資を強化し、一時的な赤字も柔軟に許容する

## 外的要因

- 金融市場等の不透明感の高まりを考慮し、引き続き連結営業黒字を意識したスタンスへ

## 内的要因

- グノシーのKPIが改善し、従来よりも投資対効果(IRR)に余裕をもちながら安定したユーザー基盤の確保が可能
- 投資対効果(IRR)の基準をキープしつつ、成長サイクルを維持するための複数のマーケティング施策への先行投資も実施

本資料に含まれている将来の見通しに関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報を基にした判断及び仮定に基づいて作成されたものであり、その正確性を保証するものではありません。また、本資料には独立した公認会計士または監査法人による監査を受けていない財務数値が含まれています。

実際の業績は、これらの判断及び仮定に含まれる様々な不確定要素、リスク要因の変更や経済環境の変動などにより、見通しと大きく異なる可能性がありますことをご了承ください。

# Gunosy

情報を世界中の人に最適に届ける