

【コーポレート】2015年通期業績についてのお知らせ

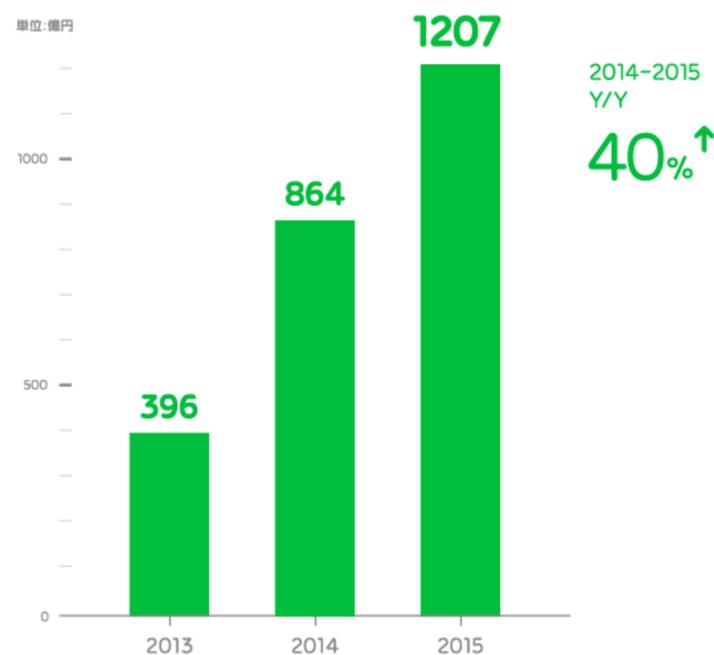
2016.01.28 コーポレート

LINE株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：出澤 剛）は、本日、2015年通期および2015年10-12月期（Q4）の業績を開示いたしましたので、お知らせいたします。

2015年10-12月期のLINE株式会社全体の売上額*1は326億円（前年同期比26%増）、2015年通期の売上額は1,207億円（前年通期比40%増）となり、全体の売上額におけるサービス別割合は、コンテンツ41%、コミュニケーション24%、広告30%、その他5%となりました。

また、基幹事業であるLINE事業単体の2015年10-12月期の売上額は300億円（前年同期比29%増）、2015年通期の売上額は1,105億円（前年通期比43%増）となりました。

LINE株式会社通期業績比較



*1：LINE PLUS株式会社・LINE Business Partners株式会社を含めた連結業績

LINEの月間アクティブユーザー数（以後「MAU」：Monthly Active User）は、グローバルで約2億1,500万人、主要4カ国（日本、タイ、台湾、インドネシア）では、約1億4,470万人（2015年12月末）となりました。Q3に引き続き急速にユーザー拡大を続けるインドネシアをはじめ、主要4カ国でMAUを拡大したほか、中東地域でもMAUが拡大しています。

コミュニケーション分野の軸であるスタンプにおいては、人気キャラクターIPを用いた公式スタンプ、ユーザーがスタンプを制作・販売することができる「LINE Creators Market」を通じたクリエイターズスタンプともに国内外で売上が堅調に増加しています。公式スタンプでは、引き続きアニメーションスタンプ、サウンドスタンプの人気が高く、売上に貢献しました。「LINE Creators Market」においても、日本ではトップクリエイターと人気IPキャラクターがコラボレーションしたスタンプの誕生や、人気クリエイターのキャラクター書籍化等、クリエイターズスタンプ以外にクリエイターの活躍の場を広げており、更なる盛り上がりを見せています。台湾、タイにおいても「LINE Creators Market」の人气が更に高まっており、人気クリエイターが参加するオフラインイベントを開催するなどし、日本同様にクリエイターズスタンプが全体の売上を押し上げています。今後も引き続き、各国でトップクリエイターを生み出すことに注力し、クリエイターの活躍の機会、場の拡大を図ってまいります。

コンテンツサービス分野の軸であるゲームにおいては、2015年Q4には、グローバルで7タイトルを新たにリリースしました。加えて、「LINE：ディズニー ツムツム」や「LINE ポコポコ」などの既存タイトルが、特に海外で売上を伸ばしました。また、注力しているミッドコアジャンルにおいては、新たなビジネスモデルであるマーケティングパートナーとして株式会社セガゲームス セガネットワークカンパニーとの協業第一弾タイトルとなるアクション共闘RPG「フォルティシア SEGA×LINE」をリリースし、順調にユーザー数を伸ばしております。2016年度もパズルゲーム等のカジュアルゲームに注力していくことに加え、ミッドコアジャンルにおいても多様なタイトルをリリースできるよう準備を進めています。

広告分野においては、LINE公式アカウント・スポンサードスタンプ、LINE フリーコインなど企業と消費者を繋ぐマーケティングプラットフォームとして利用が進み、売上における広告売上の割合が2014年の27%から2015年には30%に高まりました。日本では、2015年11月よりLINEのタイムライン機能に広告配信・表示を行うテストを開始し、同12月から外部企業案件によるトライアル運用を行っており、好調に推移しています。今後、トライアル運用の結果も鑑みて、日本における本格運用の開始やLINEユーザーが多いタイ・台湾・インドネシアなど他の国・地域での運用も段階的に行ってまいります。さらに、法人向けサービス「LINE ビジネスコネク」は、日本での導入企業数が50社を超え、食品のデリバリーから金融機関での活用まで、ユーザーと企業との双方向コミュニケーションを活かした様々な事例が生まれています。

このほか、プラットフォーム展開においては、日本国内で展開しているニュース配信サービス「LINE NEWS」において、LINEの公式アカウントを使ったニュース配信機能を外部メディア向けに開放する「LINEアカウントメディア プラットフォーム」が奏功し、2015年12月時点のMAUが2,200万人*2を突破、さらにライブ配信形式の映像・番組を無料で視聴できるライブ配信プラットフォーム「LINE LIVE」を2015年12月10日に開始し、開始から一か月のユニーク視聴者数が1,100万人*2を突破するなど、いずれもサービス開始直後から順調に成長しています。動画配信においては、台湾とタイで展開しているVOD型の動画配信サービス「LINE TV」でも、各地域に適したドラマやバラエティ番組を配信するなどし、ユーザー数を順調に伸ばしています。また、日本で展開している「LINEバイト」は600万人を超えるユーザーが登録しており、応募者と企業担当者がLINE上で応募～採用までやりとりできる「LINE応募」機能は82%のユーザーから利用されるなど高い満足度を獲得しています。

その他、展開中の既存サービス含め、引き続きグローバルにおけるユーザー層の拡大および、プラットフォームとして成長すべく様々なコンテンツやサービス展開を続けてまいります。

*2：各実績値（ダウンロード数・MAU）は、全て日本国内の数値です。

LINE株式会社 代表取締役社長 出澤剛のコメント：

2015年度は、広告売上の伸びと日本以外の主要国での売上の伸びが大きく増加し、全体の売上がバランスよく増加させることができました。特にトップシェアを取れている台湾・タイにおいてプラットフォーム化を進め、売上も伸長しています。また、アプリ情報プラットフォームを提供するApp Annie社が発表した2015年のパブリッシャー収益ランキング（ゲームアプリを除く）*3においては、3年連続で世界1位を獲得するなど、安定した収益基盤の構築が進み、世界的にも存在感を示すことができています。

2016年においても、モバイルメッセージをハブとしたプラットフォームとしてさらに洗練させ、トップシェア獲得国の増加を目指してまいります。

*3：出典元：<http://jp.blog.appannie.com/app-annie-2015-retrospective/>

LINEはユーザーの生活に密着したプラットフォームとなるべく、現在提供しているサービスおよび新規事業を通して、多様なビジネスモデルを展開し、新たな成長軌道の確立と、ユーザーの利便性を高めるための取り組みを、より速いスピード、より大きなスケールで推進してまいります。

注）本資料は外部監査人による監査を受けていない、社内での集計に拠るものです。
