

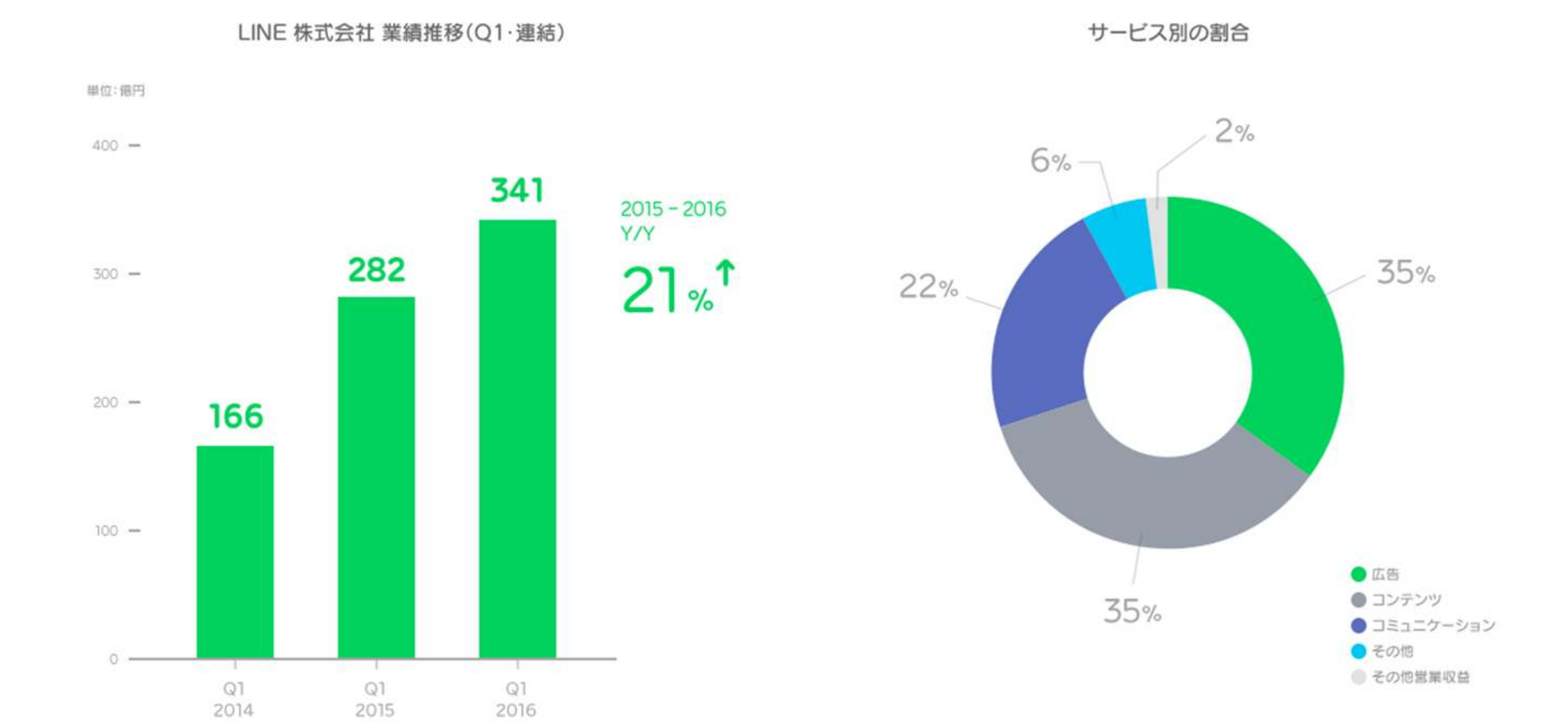
【コーポレート】 2016年1-3月期、業績についてのお知らせ

2016.04.28 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、2016年1-3月期（Q1）の業績を開示いたしましたので、お知らせいたします。

2016年1-3月期のLINE株式会社全体の営業収益*1,2は341億円（前年同期比21％増）となりました。また、全体の営業収益に占めるサービス別の割合*3は、広告35％、コンテンツ35％、コミュニケーション22％、その他6％、その他の営業収益2％となり、なかでも広告の割合は2015年Q1に30％だったものが2016年Q1に35％へと増加するなど、海外を中心に急速に伸長しています。

また、基幹事業であるLINE事業単体の2016年1-3月期の売上収益は309億円（前年同期比22％増）となりました。



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

*2：数字はIFRS会計基準に基づき算出しております

*3：広告：LINE関連広告、ポータル関連広告

コンテンツ：LINE GAME、LINE MUSIC、LINE プレイ、LINEマンガ、LINE占い、LINE LIVE、LINE TVなど

コミュニケーション：スタンプ、着せかえ、LINE Out

その他：LINE FRIENDS、LINE Pay、LINEバイト など

その他の営業収益：仮想通貨実行利益 など

■利用者数推移：主要4ヵ国でのMAUが伸び、中東地域も成長

LINEの月間アクティブユーザー数（以後「MAU」：Monthly Active User）（2016年3月末）は、グローバルで約2億1,840万人（前年同期比7％増）、主要4カ国（日本、タイ、台湾、インドネシア）では、約1億5,160万人（前年同期比23％増）となりました。主要4カ国においては、とりわけインドネシアで順調にユーザー数が拡大しており、それ以外では中東地域のユーザー数が引き続き増加しています。

■セグメント別主要トピックス

<広告>

日本・タイ・台湾など主要国を中心に広告分野の売上額が順調に拡大し、事業全体がバランスの良い収益構造に変化しています。従来のLINE公式アカウント・スポンサードスタンプ・LINEフリーコインなどの広告商品に加えて、日本ではニュース配信サービス「LINE NEWS」の広告メニューや、2015年12月より開始したLINEのタイムライン上での広告配信が好評を得ています。今後、LINE株式会社の連結子会社であるM.T.Burn（エム・ティ・バーン）株式会社が保有するスマートフォン向けネイティブ広告プラットフォーム「Hike（ハイク）」を基盤とした広告配信システムに移行し、LINEのタイムラインなどを掲載面とした、より詳細な属性・興味関心分野に基づく運用型広告を2016年6月より開始する予定です。

<コンテンツ>

コンテンツサービス分野の主軸であるLINE ゲームにおいては、2016年1-3月期にミッドコア領域を中心にグローバルで2タイトルを新たにリリースしたほか、2015年12月にリリースした自社製タイトルである農場ゲーム「LINE ブラウンファーム」が堅調に利用者数を伸ばしており、約4カ月で222万ダウンロード（2016年4月6日時点）を記録しています。

また、定額制オンデマンド型音楽配信サービス「LINE MUSIC」では、LINEアプリと連携し2016年2月にLINE MUSIC収録曲の中から好みの楽曲をLINEアプリ内のプロフィール画面に設定できる「BGM設定機能」の提供を開始し、導入前後でデイリーアクティブユーザー数（DAU）が4倍以上増加するなど好評いただいております。今後は、キャンペーン等を通じて、さらなるユーザー数の拡大を目指してまいります。

このほか、動画配信事業においては、日本で展開しているライブ配信プラットフォーム「LINE LIVE」を通じ、映画会社やテレビ局と連携したコンテンツを増やしており、2015年12月10日のサービス公開より3ヶ月間の延べ視聴者数が累計1億人を突破するなど多くの視聴者数を獲得しています。さらに、タイと台湾で展開している「LINE TV」において

も、順調に視聴者数を伸ばしており、同時に収益化も進んでいます。

<コミュニケーション>

コミュニケーション分野においては、主軸であるスタンプの売上が公式スタンプ、クリエイターズスタンプともに国内外で堅調に推移しています。また、直近では、ユーザーがLINEの「着せかえ」（LINE全体の画面デザインを変更することができる機能）を制作・販売できる「クリエイターズ着せかえ」の販売を2016年4月26日に開始、発売前までに登録申請された「着せかえ」は5,000セットを超えるなど高い反響を得ています。また、2016年夏には新たなスタンプの形として、LINEのトーク画面全体を活用した「ポップアップスタンプ」の提供を予定しています。

<その他サービスについて>

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、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」のパートナーが増加し、2016年3月に60メディア（自社メディア4媒体含む）となりました。さらにLINEのタイムライン最上部にニュース記事を常時表示する施策を開始し、「LINE NEWS」のユーザー数が拡大しています。

また、“スマホのおサイフサービス”「LINE Pay」においては、日本で2016年3月24日から株式会社ジェーシービーとの協業により開始したプリペイドカード「LINE Pay カード」の発行を開始し、申込件数が受付開始から約2週間で20万件を超えるなど利用者数が急激に拡大しています。また、韓国の新韓銀行との提携による外貨両替・ATM出金サービスや、タイで公共交通システムおよびオフライン店舗の電子決済用スマートカードを発行するオフライン決済最大手「Rabbit」と提携を行うなど、グローバルで様々な取り組みを行い、利便性向上に取り組んでいます。

LINE株式会社 代表取締役社長 出澤剛のコメント：

2016年Q1は引き続き注力対象である主要国4カ国で利用者数が拡大しており、広告売上も増加するなど着実に成果が出ています。

また、3月24日に開催した事業戦略発表イベント「LINE CONFERENCE TOKYO 2016」において、「スマートポータル」構想を発表し、今後は、主要国を中心に、LINEを入り口としてオフライン・オンライン問わず様々なサービス・ビジネスを繋ぐオープン化戦略を推進してまいります。

その一環として、2016年4月7日に全世界のサードパーティデベロッパー向けに先着1万名限定で、BOTアカウントを自由に開発できる「LINE BOT API Trial Account」の無償提供を開始したところ、非常に大きな反響をいただき約1週間で上限に達したため、2016年4月26日より追加募集を開始いたしました。

（参考：<http://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2016/1340>）

LINEでは、2011年8月より天気や翻訳など多数のBOTアカウントを展開しており、また、ピザチェーンや宅配事業者など既に50以上の企業のBOTアカウントが運用されています。「スマートポータル」の実現に向け、BOTアカウントを皮切りに、アジア主要国はもちろん、グローバルで様々な取り組みを行ってまいります。

LINEでは、今後も「Closing the distance」をミッションとして、世界中の人と人との関係性はもちろん、様々な情報やサービス、モノとの距離を縮め、心地よい関係性を創出すべく、事業展開の加速やサービス強化に向けた取り組みや体制づくりを積極的に行ってまいります。

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。
