

LINE 株式会社 2020 年第 1 四半期決算発表

2020 年 4 月 28 日

LINE 株式会社（証券コード 東京証券取引所：3938、ニューヨーク証券取引所：LN）は本日 2020 年第 1 四半期決算を発表いたしました。

第 1 四半期収益及び事業ハイライト

ユーザー/エンゲージメント指標

- 主要 4 カ国の MAU は、1 億 6,500 万人となりました
 - 第 1 四半期における国内 MAU は順調に拡大し 8,400 万人となりました。これは前年同期比で 400 万人増加いたしました
- 主要 4 カ国の DAU/MAU 比率は 78%となりました
 - 国内の DAU/MAU 比率は 86%と高水準を維持しており、LINE プラットフォームの引続き強固なエンゲージメントを表しております

事業概況及び財務指標

全体

- 売上収益は 590 億円 (YoY 6.6% ↑ / QoQ 3.0% ↓) となりました
- 営業損失は 44 億円となりました
- 海外売上比率は全体の 27% となりました

コア - 全体

- 当四半期のコア事業の売上収益は 519 億円 (YoY 8.1% ↑ / QoQ 0.0% ↑) となりました
- コア事業の営業利益率は 23.1% となりました。これは計画していた投資を実行しなかった結果想定を上回る利益率となり、前四半期より 10.3 ポイント増加、前年同期比では 5.8 ポイント増加いたしました

コア - 広告

- 広告全体の売上収益は 330 億円 (YoY 10.7% ↑ / QoQ 2.1% ↓) となりました
- ディスプレイ広告の売上は 154 億円 (YoY 44.5% ↑ / QoQ 2.3% ↑) となりました
 - LINE NEWS 及びスマートチャンネルの広告インプレッションの増加が好調な業績の主な要因となります
 - 当四半期の広告インプレッション数は前年同期比 140.1% 増加、前四半期比 15.7% 増

加となる 631 億インプレッションとなりました

- スマートチャンネルの動画フォーマットとなる「Talk Head View」の需要が 3 月は特に好調であり、ゲームや飲料、教育、自動車、金融、等幅広い顧客にご利用いただきました
- アカウント広告の売上は 157 億円(YoY 0.5%↑ / QoQ 4.4%↓)となりました
 - 従前からご案内の通り、新料金プランへの移行は予定通り完了する予定です
 - 今後はオフィシャルアカウントの機能面の強化や LINE 広告プラットフォーム全体で効果を高める施策に注力しております
 - 例えば、オフィシャルアカウントの配信データをディスプレイ広告のターゲティングへの活用や、スマートチャンネル経由でオフィシャルアカウントの友達追加配信を行うなど、クロスターゲティング/クロスプロダクトの提供を開始しております。初速としては効果も良く、クライアントからご好評をいただいております
- その他の広告の売上は 20 億円 (YoY 44.4%↓ / QoQ 13.3%↓)となりました
 - 2019 年 12 月より LINE バイトに係る契約を変更したことにより、LINE バイトに係る売上(と販売手数料)がともに減少したことによるものです

コア - コミュニケーション・コンテンツ・その他

- 広告を除くコア事業の売上収益は 188 億円(YoY 4.0%↑ / QoQ 4.0%↑)となりました
- コンテンツの売上は 103 億円(YoY 8.9%↑ / QoQ 7.2%↑)となりました
 - LINE MUSIC 及び LINE マンガの決済高が引続き堅調に増加しております
- コミュニケーションの売上は 78 億円(YoY 4.5%↑ / QoQ 14.7%↑)となりました
 - 当四半期は新年スタンプが好調であった事に加え、スタンプのレコメンド機能強化やホームタブのデザイン変更に伴うスタンプショップへのトラフィック増加が増収要因となりました
- その他コア事業の売上は 7 億円(YoY 39.9%↓ / QoQ 57.6%↓)となりました
 - LINE ポイントから他のポイントへの交換サービス終了に伴い減収となりました

戦略事業

- 戦略事業の売上収益は 71 億円(YoY 3.5%↓ / QoQ 20.5%↓)となりました。
- そのうち LINE FRIENDS は国内外の店舗運営自粛の影響もあり、売上が 29 億円(YoY 34.8%↓ / QoQ 43.4%↓)となりました
- 戦略事業の営業損失は 152 億円となりました
- 当四半期における LINE Pay のグローバル取扱高は、台湾での季節要因もあり 3,250 億円、グローバル MAU は 504 万人となりました
- LINE Pay の国内 MAU は 229 万人となりました
 - 引続き大規模なマーケティングに頼らず、クーポンなどユーザーが利用頻度高く決済

につながる施策を講じた結果、国内取扱高は前四半期比で増加しております

- 4月より Visa LINE Pay クレジットカードの申し込みを開始しており、初年度 LINE ポイントによる還元率が3%となります
 - また、それら LINE ポイントのエコシステムの拡大及びユーザーメリットの最大化を図るため5月より新メンバーシッププログラム「LINE ポイントクラブ」の提供を開始します
 - その他戦略事業のサービスにおいては、新型コロナウイルスの影響もあり、特にデリバリーやテイクアウトの O2O サービスが好調でした
 - 3月27日には、国内登録店舗数 No. 1 を誇る日本最大級のデリバリーサービスを提供している出前館株式会社の約 300 億円の増資のうち、約 150 億円を引き受けました。4月24日付で当該払込が完了し、LINE は従来の約 22%の持分から約 34%の持分を有することとなりました。なお、残りの約 150 億円は未来 Fund 有限責任事業組合が引受け、両社の出前館株式会社に対する持ち分は合わせて約 58%となります
- https://d.line-scdn.net/stf/linecorp/ja/ir/all/LINE_20200326_jp.pdf

その他財務補足情報

- 決済手数料及びライセンス料は 101 億円(YoY 15.2% ↑ / QoQ 7.1% ↑)となりました
- 従業員報酬費用は 187 億円(YoY 8.8% ↑ / QoQ 0.1% ↑)となりました
- マーケティング費用は 48 億円(YoY 36.1% ↓ / QoQ 35.8% ↓)となりました
 - 季節要因もあり、ゲームや LINE Pay のマーケティング費用が減少しました
- 販売手数料は 28 億円(YoY 34.5% ↓ / QoQ 26.7% ↓)となりました
 - 上記に前述の LINE バイトに係る契約を変更したことにより手数料が減少しました
- 外注費は 113 億円(YoY 24.2% ↑ / QoQ 0.3% ↑)となりました
 - 新たなコアバンキングシステム開発投資が増加要因となります
- 減価償却費は 65 億円(YoY 25.1% ↑ / QoQ 1.2% ↑)となりました
- その他の営業費用は 67 億円(YoY 22.7% ↓ / QoQ 47.5% ↓)となりました
 - LINE ポイントに関連する費用の減少及び LINE FRIENDS の売上減収に伴い商品原価が減少しました

Zホールディングス株式会社との経営統合の状況に関するお知らせ

(「」内の用語は、2019年12月23日付適時開示「経営統合に関する最終合意の締結について」において定義されております)

https://d.line-scdn.net/stf/linecorp/ja/ir/all/LINE_20191223.pdf

- 2019年12月23日に締結された「本統合最終契約」の内容に変更はございません
- 既に公表されている通り、「本経営統合」は、必要とされる各国における競争法、外為法その他法令上必要なクリアランス・許認可等の取得が完了していること、その他「本統合



最終契約」において定める前提条件が充足されることを条件として行われます

- 現時点において、クリアランス・許認可等の取得の状況を含め、本件につきこれまで開示している内容に加えて新たにお知らせすべき事実はございません。これまでの開示内容に影響を及ぼす重要な事項が生じた際にはお知らせ致します

その他 2020 年第 1 四半期決算についてのご質問は ir@linecorp.com にお問い合わせください。
メディア関係者は担当の PR 担当者にご連絡ください。