



2020年4月10日

会社名 株式会社ユーザベース  
代表者名 代表取締役CEO 梅田 優祐  
代表取締役COO 稲垣 裕介  
(コード：3966、東証マザーズ)  
問合せ先 執行役員CFO 千葉 大輔  
(TEL：IR専門問合せ窓口03-4533-1999)

### 第12回定時株主総会后パネルディスカッションでいただいた質問へのご回答

2020年3月26日、第12回定時株主総会の後実施したパネルディスカッションにおいて、Sli.doに質問いただいていたものの当日取り上げられなかった質問に対して、以下のとおりご回答差し上げます。なお、当日の様子は以下よりご確認頂くことが可能となっております。

<https://newspicks.com/news/4761229>

---

#### Q1.

コロナを受けて、Quartzの有料会員数は増えていますか？

A1.

コロナウィルスの影響が出る前から順調に増加しており、そのペースは変わらず続いています。

#### Q2.

最近NewsPicksのオリジナル記事が多くなっていますが、質が若干低下しているような印象があり、懸念しています。また、以前はオリジナル記事に全て目を通しておけばトレンドを追えるような印象がありましたが、最近はそういった使い方が難しくなっていると感じています。このあたりについての考えを聞きたいです。

A2.

オリジナル記事についてはおっしゃる通り、より多くの方に読んでいただけるように増加傾向にあります。最近の切り口は複雑化しておりますので、ユーザーの方が整理、取捨選択出来るように分かりやすいインターフェースや機能を検討していきたいと思っております。

また1記事あたりの深みについては弊社がもっとも大事にしている部分ですので、ぜひ引き続き、ご意見をいただければ幸いです。

#### Q3.

株主還元の取り組み、配当の見込み

A3.

事業成長に基づく株価の上昇を通して株主の皆様には還元したいと考えておりますので、現時点では配当等による株主還元は検討しておりません

#### Q4.

数年前は、売上高は前年比50%増を達成していくと宣言していましたが、今回の決算は売上高の伸びが鈍化しています。売上高の成長目標があれば教えてください。

A4.

NewsPicks事業、SPEEDA事業は安定的な売上高成長および収益力の拡大の局面に入っておりますので、グループ全体の既存事業によるオーガニックな売上高成長目標としては30%程度を想定しております。

Q5.

SPEEDA事業のEBITDA率は今後も30%以上を維持していくのでしょうか？更なる利益率の改善は見込んでいるのでしょうか？

A5.

SPEEDA事業につきましては、過去と比較しやや売上高成長率は減少するものの、EBITDA率は現行の30%水準からより改善していくことを見込んでおります。

Q6.

2023年までに有料会員100万人という目標に変更はありますか？

A6.

目標に変更はなく、現時点においても当該目標を達成すべく各種施策を検討・実施しております。

Q7.

NewsPicksの個人会員獲得の手段として、学生会員が一つあると思う。その中で就活は一つのキーだと思う。現在、コロナの影響で企業が採用説明会を中止・延期する中で、NewsPickで貢献できる（将来的な会員獲得）施策はできないか？

A7.

学生会員獲得施策としては、現時点におきましてもNewsPicksプレミアム会員の学割キャンペーンや、学生のための新メディア『HOPE by NewsPicks』の展開を実施しております。また会社説明会などをオンラインで出来る仕組みの検討など新たなスタンダードを提案すべく随時検討してまいります。

Q8.

多くの人材を獲得されたと思いますが、現時点での評価は？

A8.

昨年採用した人材はそれぞれの事業で活躍しており、今後の事業成長に寄与していくものと考えています。

Q9.

FORCAS事業の目標MRRがあれば教えてください。

A9.

2020年12月末時点で約1.5億円のMRRを目指しております。

Q10.

コロナの影響で会員数は増えましたか？

A10.

NewsPicksにおいては3月の会員獲得が順調に増加しております。

Q11.

**NewsPicksの法人プランについて、企業向けの潜在市場はどの程度あると認識されていますか？**

A11.

The Wall Street Journalでも半分以上の会員が法人であるという情報もございますが、このようにビジネスメディア、ビジネスコンテンツというのは、法人向けユーザーに深く浸透していくことを重要なミッションであると考えており、今後は個人向けと法人向けの両面から成長していきたいと思っております。

**Q12.**

**中長期的な財務方針を教えてください。目標とする株主資本比率などありますか？**

A12.

株主資本比率に関する具体的な目標数値は公表しておりませんが、不況や金融危機が起きたとしても常に中長期的な成長ができる経営を実現するために株主資本比率も安定的な水準を維持していく方針でございます。

**Q13.**

**Quartzの広告事業についての質問です。1年前のころにはQuartzアプリ内で広告がご掲示されていましたが、最近見かけません。いまQuartzにおける主軸になっている広告事業はどういったものでしょうか？またQuartzアプリへの掲載以外の広告事業とはどういったもののでしょうか？**

A13.

Quartzは現在約100万人の登録があるEmailに戦略を集中しております。当初はアプリ、webを軸に展開を考えておりましたが、Email会員がもっともエンゲージメントが高いユーザーだと分かったため、戦略を変更しました。webには依然として広告が展開されており、アプリの広告は戦略的に劣後させているとご理解いただければと思います。

**Q14.**

**NewsPicksの会費は安く感じています。今後、値上げをすることはありますか？**

A14.

ご意見ありがとうございます。NewsPicksプレミアム会員の会費につきましては今後変更する可能性もございます。貴重なご意見として参考とさせていただきます。

**Q15.**

**QuartzとNewsPicksの有料会員が同じになるのはいつを想定していますか？**

A15.

ユーザーIDの共通化は進めてまいります。課金サービスとしてQuartzとNewsPicksプレミアム会員の統合は現時点では予定しておりません。

**Q16.**

**Quartzの広告事業の強みを教えてください。**

A16.

広告主とのリレーションが強いことが特徴です。Quartzの広告はブランディング広告であり、企業の経営陣にインタビューを行い記事を制作します。一般商材のバナー広告とは異なり、ユーザーの体験を損なうことなく、広告主の想いや考え方を伝えるものが多いのが特徴です。

**Q17.**

**NewsPicksの記事を書く際に心がけていることがあれば、教えてください。**

A17.

ユーザーにとって有益な情報であることは勿論、NewsPicksならではの切り口や他のメディアではあまり深い切り口で取り上げられない記事を心がけております。また記事に止まらず、動画など情報を届ける方法については常に新しい方法を模索していきます。

**Q18.**

**最近NewsPicksにおいて広告記事が多く、不便と感じています。また、広告記事によってタブ入りする記事が減っているようにも思います。今後、課金などで広告記事をミュートする機能を追加していただくことはお考えでしょうか？**

A18.

広告記事（広告枠）は数年変えておりません。おかげさまでNewsPicksの企業からの認知が高まり、広告事業が伸び、広告記事が増えております。

弊社では広告がユーザー体験を損なわないように心がけておりますが、今後もその方針の中で、施策を検討していきたいと思っております。

**Q19.**

**海外、国内オフィスそれぞれ社内の雰囲気、空気感は現在どのような状況ですか？**

A19.

海外、国内問わず、弊社ではバリューを大事にしていますので、オープンでフラットな雰囲気です。社長室もなければ役職問わず、同じスペース、机で業務を行なっております。

なお、現在は新型コロナウイルス（COVID-19）対応もあり、全社員を対象にリモート勤務を基本としております。

**Q20.**

**動画事業であるNewsPicks Studiosの具体的な戦略を教えてください。**

A20.

経済情報をわかりやすく、他の番組にない切り口での制作を心がけています。TBSからの出資を受け、今後はテレビ番組制作のノウハウも活かしながらNewsPicksユーザーの方々に新たな経済番組を届けていく予定です。