

『まいこばなし』

※スパークスのボトムアップ・リサーチを通じて、
MY小話として舞妓さんが日本株の情報をお伝えします。

スパークスの日本株の情報発信レポート

第63号(2011年8月31日)



「海外展開を加速させる日本のインターネット各社」

インターネット関連株の株価が堅調に推移しています。特に海外展開を加速させている企業について、株価上昇が顕著なケースが見られます。インターネット各社の収益源は現状のところ国内が中心となっています。国内市場の拡大にともない今後成長余地は小さくなりますので、さらなる成長を求め海外展開を積極化させています。

ここでは、このようなインターネット関連企業のうち、積極的に海外展開をしている企業を一部紹介したいと思います。ソーシャルネットワーキングサービス(以下SNS)を提供しているディー・エヌ・エー、グリーの2社と、医療向けポータルサイトを運営しているエムスリーです。

SNSは、最も注目されているインターネットサービスで、世界で7億人以上が利用するフェイスブックが代表的存在です。日本ではmixi、mobage(ディー・エヌ・エー)、グリー、Ameba(サイバーエージェント)などがあります。今年に入りグーグルもグーグル+で新たなSNSを開始しました。SNSは、フェイスブックやmixiのような友人を中心とするリアル系SNSと、Twitter、Weiboのような情報発信・収集系SNS、mobage、グリーのようなゲームなどのエンターテインメントを中心とするバーチャル系SNSに大別されます。ユーザーは自分のニーズに応じて複数のソーシャルメディアを使い分けおり、フェイスブックが会員数では圧倒しているものの、ジャンルごとの共存は可能と考えています。

SNSの主な収益源はサイト広告収入とゲーム中心とするデジタルアイテム課金などです。バーチャル系SNSは、デジタルアイテム課金の一種であるゲームアイテム課金の売上構成比率が高いため収益性が高いのが特徴です。

ディー・エヌ・エーの資料によれば、フェイスブックでソーシャルゲームを手がけるZyngaとmobageのユーザー1人あたり利用額(ARPU)を比べると、リアル系SNSと比べてバーチャル系SNSの方がARPUが高いとされています。この要因は、①ゲームの運営ノウハウが優れていること、②ゲームジャンルに特化しているためゲームに興味のあるユーザーが多いこと、③mobageは、匿名が中心なので気軽に課金できる一方で、リアル系SNSのコミュニティは知人が多いため、ゲームに多額の課金することに精神的なハードルが高いと考えられることなどです。



本資料は、スパークス・アセット・マネジメントが情報提供のみを目的として作成したものであり、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。また特定の有価証券の取引を勧誘する目的で提供されるものではありません。スパークス・アセット・マネジメントとその関連会社は、本資料に含まれた数値、情報、意見、その他の記述の正確性、完全性、妥当性等を保証するものではなく、当該数値、情報、意見、その他の記述を使用した、またはこれらに依拠したことに基づく損害、損失または結果についてもなんら補償するものではありません。ここに記載された内容は、資料作成時点のものであり、今後予告することなしに変更されることもあります。また、過去の実績に関する数値等は、将来の結果をお約束するものではありません。この資料の著作権はスパークス・アセット・マネジメントに属し、その目的を問わず書面による承諾を得ることなく引用または複製することを禁じます。

『まいこばなし』

※スパークスのボトムアップ・リサーチを通じて、
MY小話として舞妓さんが日本株の情報をお伝えします。

スパークスの日本株の情報発信レポート

第63号(2011年8月31日)



「海外展開を加速させる日本のインターネット各社」

以上のことから、グローバルでフェイスブックという巨人がいても、このような日本のバーチャル系SNSを運営している会社が、ソーシャルゲームのカテゴリーでは海外で成功できる可能性はあると思われます。また、スマートフォンの普及は、画像、操作性の面でソーシャルゲームのバリエーションを広げるためポジティブです。

ディー・エヌ・エーは、昨年スマートフォン向けソーシャルゲームアプリを開発・提供している米ngmoco社を買収し、国内のモバゲータウンと統合し、グローバルプラットフォームmobageとして、今後海外にも順次新ゲームを投入していく予定です。

グリーも、中国のSNS大手Tencentとのアライアンスに加え、米国Open Feints社を買収して、海外においても自社コンテンツを提供していく予定です。

いちばやく海外展開を開始し、その成果が表れているのがエムスリーです。同社は、医療向けポータルサイト国内最大手で、製薬会社を顧客としたマーケティング支援「MR君」の課金収入が主力事業です。米国において、買収した子会社MDLinx社を通じ、2007年より米国版「MR君」である「Messages」事業を開始しました。順調に顧客開拓が進み2011年3月期の米英売上高が約15億円と全社の約10%になっています。現状はコストが先行していますが、今期より利益貢献してくる見通しとなっています。また先日、英国の医師向けポータルサイト大手Doctors.net.uk Ltd社を買収し、欧州市場にも本格的に参入していく予定です。

日本では、製造業ではグローバル企業はありますが、サービス業のグローバル企業は皆無に等しい現状です。わが国の製造業の国際競争力が低下している中、サービス業でグローバル企業が現れること期待したいと思います。

※当コラムに掲載された企業は、あくまでも当コラムの内容の理解を深めて頂くための参考として掲載したものであり、個別企業を推奨しているものではありません。

※当コラムは執筆者の見解が含まれている場合があり、スパークス・アセット・マネジメント株式会社の見解と異なることがあります。



本資料は、スパークス・アセット・マネジメントが情報提供のみを目的として作成したものであり、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。また特定の有価証券の取引を勧誘する目的で提供されるものではありません。スパークス・アセット・マネジメントとその関連会社は、本資料に含まれた数値、情報、意見、その他の記述の正確性、完全性、妥当性等を保証するものではなく、当該数値、情報、意見、その他の記述を使用した、またはこれらに依拠したことに基づく損害、損失または結果についてもなんら補償するものではありません。ここに記載された内容は、資料作成時点のものであり、今後予告することなしに変更されることもあります。また、過去の実績に関する数値等は、将来の結果をお約束するものではありません。この資料の著作権はスパークス・アセット・マネジメントに属し、その目的を問わず書面による承諾を得ることなく引用または複製することを禁じます。