

2013年3月期 第2四半期 決算補足説明資料



2012年11月14日
株式会社エムアップ

目次

■ 2013年3月期 第2四半期 決算概要	2
■ 業績予想、今後の事業戦略	8
■ 2013年3月期 下期の新規事業	12
■ 会社の特長・強み	16
■ ご参考	20

2013年3月期 第2四半期 決算概要

第2四半期連結決算実績

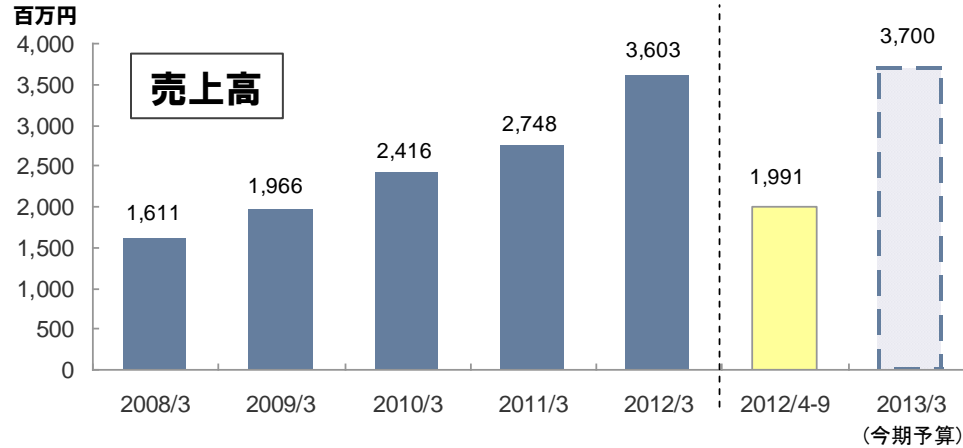
●前年同期と比較し、増収・増益を達成

(百万円)

	2011年4-9月 実績	2012年4-9月 実績	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	1,466	1,991	525	+ 35.8%
売上総利益	555	639	84	+ 15.2%
売上高総利益率	62.1%	67.9%	—	—
販売費及び一般管理費	309	332	23	+ 7.4%
営業利益	245	306	61	+ 25.0%
売上高営業利益率	16.7%	15.4%	—	—
経常利益	243	310	67	+ 27.5%
税引前四半期純利益	243	310	67	+ 27.5%
四半期純利益	141	179	38	+ 26.5%
1株当たり純利益 (円)	48.2	55.2		
1株当たり純資産 (円)	229.0	386.0		

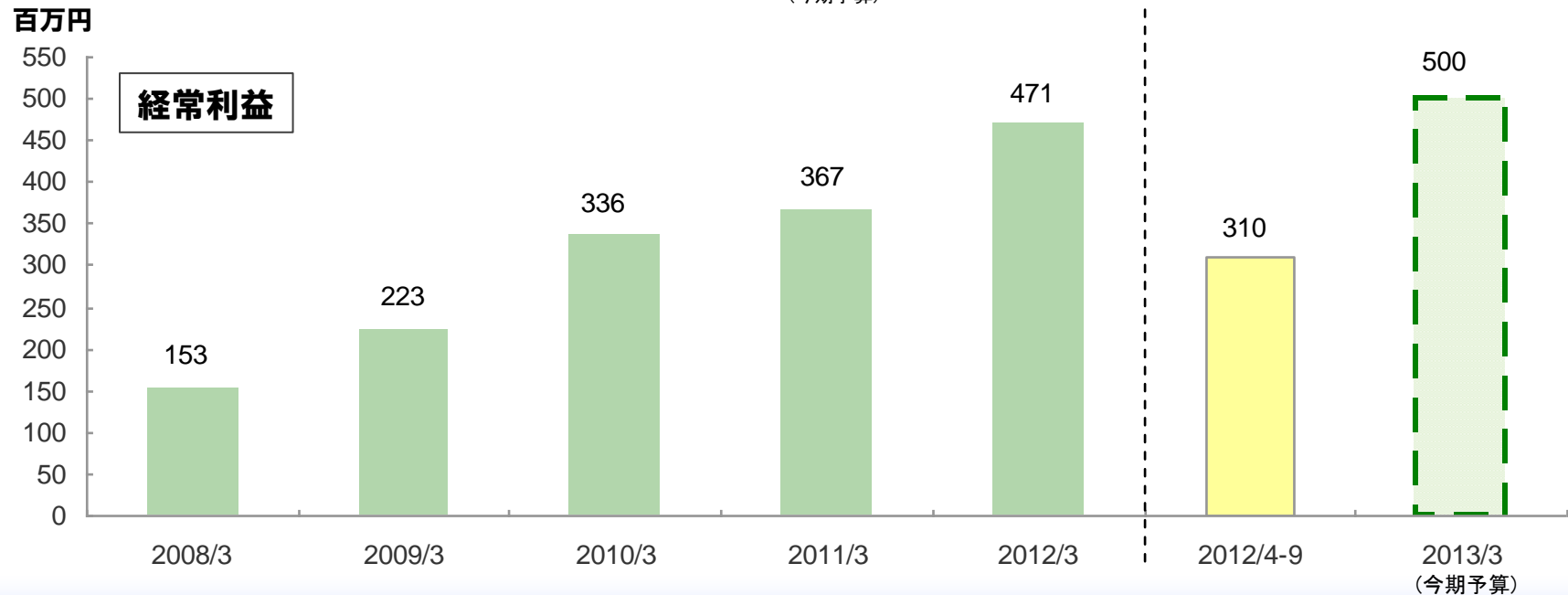
(注)2011年4-9月実績は未監査の数値。また、1株当たり指標は、本年8月1日付の株式分割(1:2)を考慮し、遡及修正して表示。
ただし、11月14日に発表した平成25年1月1日を効力発生日とした株式分割については考慮していない。

売上高・利益の推移



**売上高、利益ともに
今期予算を上回る進捗状況**

(注)Eコマース事業の売上高については、リスク回避のため買取販売から委託販売へ販売形態をシフトしている。よって商品取扱高は増加しているが、売上高への計上額は従来より縮小するかたちとなっている。



2013年3月期 第2四半期決算のポイント

- **スマートフォンへの対応を加速**

今夏までにスマートフォン対応完了⇒9月よりキャリア決済対応も開始

- **M&Aによる子会社エムアップAEの取得
韓流分野の開拓**

日本最大級の公式韓国総合サイト「韓流大好き！」他、韓流サイトの運営開始

- **CD・DVD・ブルーレイの音楽・映像商品の直販事業の拡大**

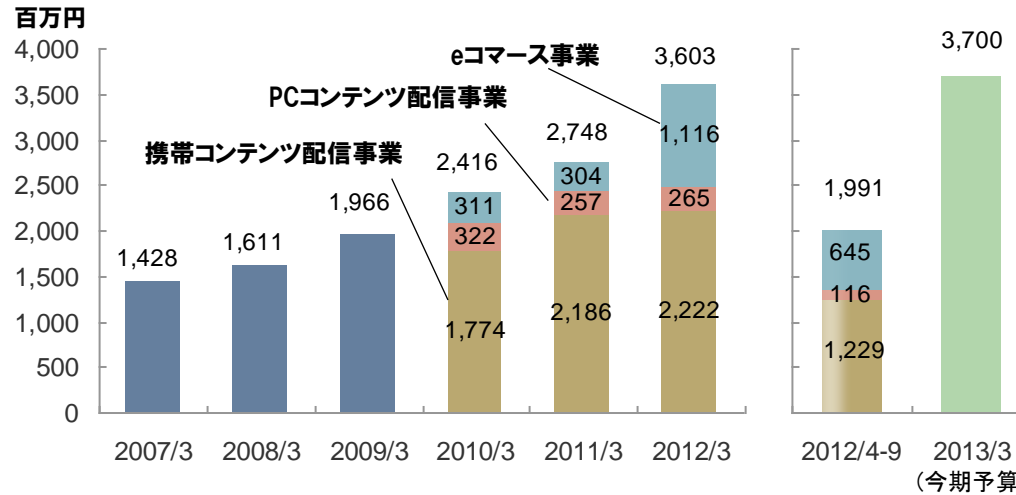
⇒ファンクラブサイトでのEC直販を実施

- **大手レコード会社とEC直販事業の協業を開始**

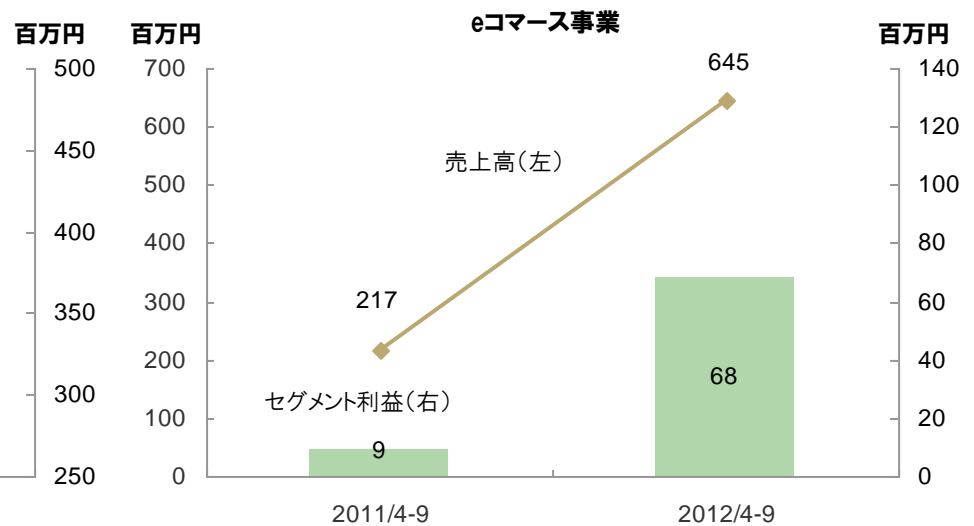
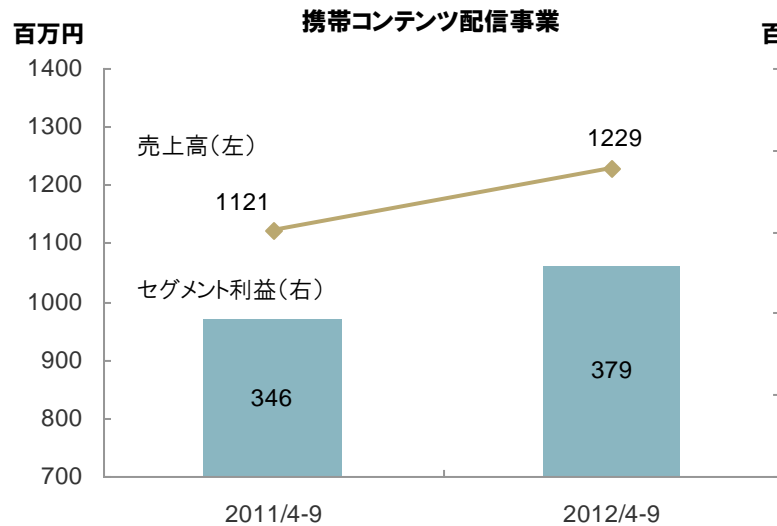
⇒PC・携帯・キャリア公式サイトを順次オープン

第2四半期セグメント別の売上高・利益

セグメント別売上高



セグメント別の状況



要約連結貸借対照表

(百万円)

	2012年3月末	2012年9月末				2012年3月末	2012年9月末		
	金額	金額	百分比 (%)	前期末比		金額	金額	百分比 (%)	前期末比
【資産の部】					【負債の部】				
現金及び預金	946	713	32.1	△ 233	買入債務	406	671	30.2	+ 265
売上債権	655	673	30.3	+ 17	短期有利子負債	0	0	0.0	0
棚卸資産	70	247	11.1	+ 176	流動負債 合計	743	952	42.8	+ 208
流動資産 合計	1,744	1,819	81.8	+ 75	長期有利子負債	0	0	0.0	0
有形固定資産	20	52	2.4	+ 31	固定負債 合計	12	14	0.6	+ 1
無形固定資産	69	159	7.2	+ 90	負債 合計	756	966	43.4	+ 210
投資その他の資産	79	192	8.7	+ 113	【純資産の部】				
固定資産 合計	169	404	18.2	+ 235	純資産 合計	1,157	1,258	56.6	+ 100
資産 合計	1,913	2,224	100.0	+ 311	負債・純資産 合計	1,913	2,224	100.0	+ 311

業績予想、今後の事業戦略

2013年3月期予算

(百万円)

	2012年3月期実績		2013年3月期予算		2012/4-9月期	
	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	実績	進捗率
売上高	3,603	100.0	3,700	100.0	1,991	54%
売上総利益	1,194	33.1	1,118	30.2	639	57%
販売費及び一般管理費	707	19.6	618	16.7	332	54%
営業利益	486	13.5	500	13.5	306	61%
経常利益	471	13.1	500	13.5	310	62%
当期純利益	261	7.2	300	8.1	179	60%
1株当たり純利益 (円)	92.5		92.3		55.1	
1株当たり配当金 (円)	25.0		27.5		—	

(注)2012年3月期実績の1株当たり指標は、本年8月1日付の株式分割(1:2)を考慮し、遡及修正して表示。

なお、2012年3月期、2013年3月期ともに11月14日に発表した平成25年1月1日を効力発生日とした株式分割については考慮していない。

今期業績に関するポイント

● 携帯コンテンツ会員数の動向

各キャリアの想定を超えた携帯の利用者の動き
 = **フィーチャーフォンからスマートフォンへの急速な移行**

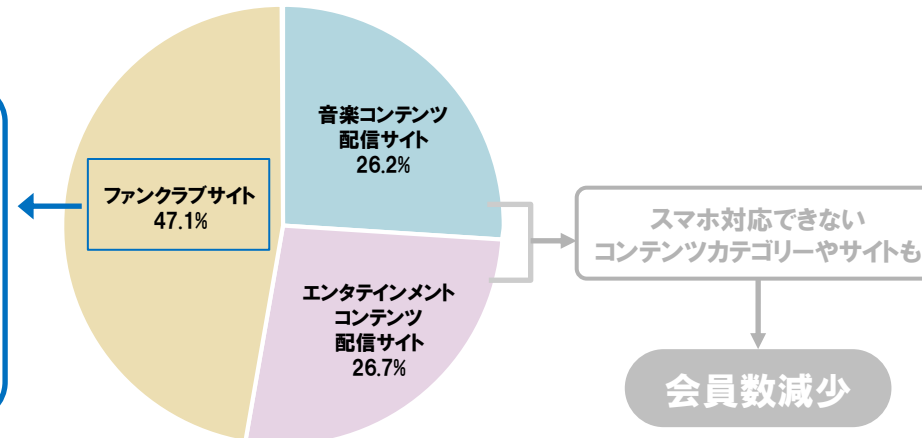
フィーチャーフォンを中心に
 展開する同業他社

音楽配信、及びデコメ等のエンタテインメント系コンテンツにおいて**会員数が減少傾向**



当社

携帯コンテンツ配信事業における会員数割合
 (2012年9月末現在)

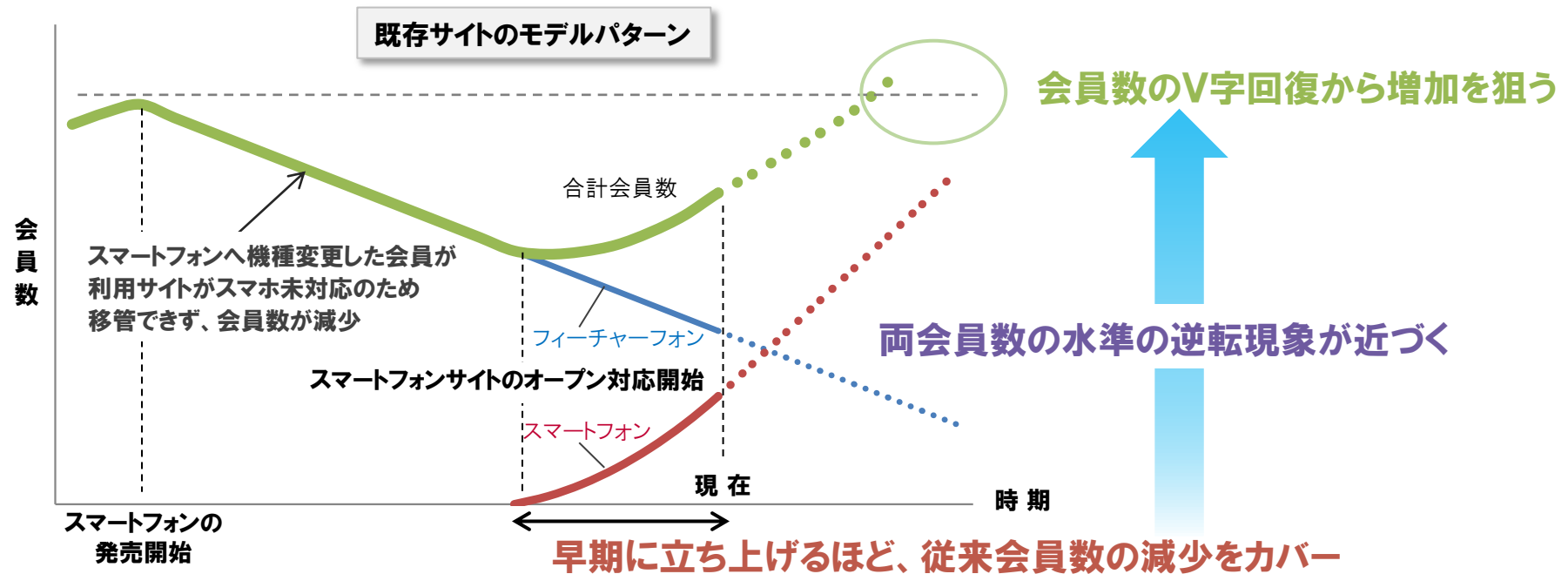


3月末の既存のファンクラブサイト
 ⇒今夏までにスマホ対応を完了

エムアップAE
 …買取時に9割がスマホに未対応
 ⇒来春までに対応完了を進める

会員数のV字回復に向けた戦略

戦略①: スマホ対応の早期完了を目指す



戦略②: 新規サイトの獲得を継続

新規サイトを開設・追加することで、携帯利用者のフィーチャーフォンからスマートフォンへの移行に伴う会員数の減少をカバー

2013年3月期 下期の新規事業

下期の新規事業①

● 大手レコード会社各社、アーティストとの直販サイト事業を推進

- (株)ワーナーミュージック・ジャパンの各商品を販売する
モバイルECサイト制作運営に関し合意

携帯キャリア各社の公式サイトとして本年12月中旬オープン

- (株)ユイミュージックとBOØWY 結成30周年を記念した
商品を取り扱うBOØWY 30th ANNIVERSARY 公式ECサイトを開設

PC・モバイルのBOØWY 30th ANNIVERSARY 公式ECサイト10月オープン

- ビクターエンタテインメント(株)の各商品を販売する
PC・モバイルECサイト(2013年1月～)制作運営に関し合意

下期の新規事業②

- スマートフォン向けコンテンツの展開

2012年11月よりスタートの、
NTTドコモ スマートフォン向け新サービス「しゃべってキャラ™」
へ新規参入

- 当社の得意とする
アーティスト・俳優・スポーツ選手・声優・
アナウンサー・キャラクター&アニメキャラクター等の
幅広い獲得を継続
-

下期の新規事業②・詳細

NTTドコモ スマートフォン向け新サービス「しゃべってキャラ™」への参入

2012 冬モデルより導入される「しゃべってコンシェル」の進化版サービス「しゃべってキャラ™」
 ユーザーがやりたい事、知りたい事を「声」で伝え、自分専用のコンシェル（キャラクター）が、「声」や「アクション」で反応

コンテンツイメージ



2012年10月11日、
 NTTドコモ社の2012 冬モデル 発表会にて
 当社制作のキャラクターがデモンストレーションで採用

2012年11月上旬より、
 NTTドコモ社のテレビCMでも大量オンエア中の最注目サービス
 当社制作のキャラクターがテレビCMにも登場

2012年11月中旬より、
 前身サービス「マチキャラ」のカテゴリ1位のサイト運営実績
 を生かし、冬モデル発売時よりサービス参入

配信キャラクター例（主な初期投入ラインナップ）

ガチャピン・ムック ©FUJITV KIDS	ちびまる子ちゃん ©さくらプロダクション / 日本アニメーション	おじやる丸 ©犬丸りん・NHK・NEP	とつとこハム太郎 ©河井リツ子/小学館・SMDE・テレビ東京	ゴールデンエッグス ©PLUS heads inc. All Rights Reserved.	アクビガール ©タツノコプロ/キッズステーション・AGP	侵略!?イカ娘 ©安部真弘 (週刊少年チャンピオン) / 海の家れもん2号店	皆藤愛子 ©cent.FORCE
-------------------------------	---	----------------------------	---------------------------------------	--	-------------------------------------	---	-------------------------

他、タレント、アーティスト、キャラクター等、
 約50コンテンツを配信予定

当社の特長・強み

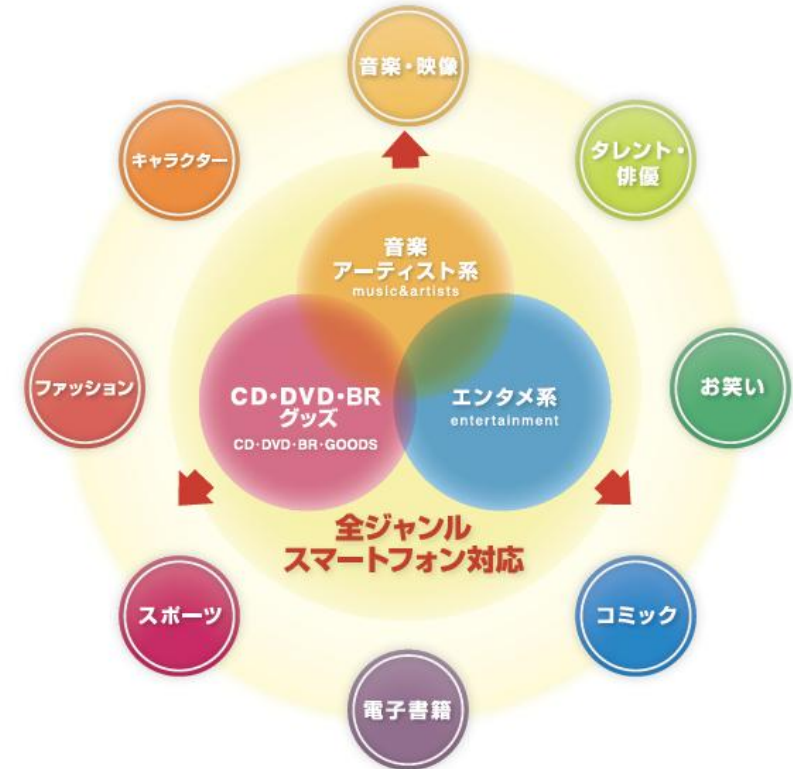
当社の特長・強み

- **コンテンツホルダー出身者が多いことから、アーティストの獲得やコンテンツ発掘、サイト企画に強みを持ち、安定したサイト運営能力を有する**
- **多岐にわたるカテゴリーやジャンルにおいて、数多く携帯公式サイトを保有し、主力サイトのスマートフォンへの対応も完了**
- **複数のコンテンツ分野への複合的なサイト展開と、ファンクラブサイト運営で生じる相乗効果を活かす新たなビジネス手法**
- **ファンクラブサイト等を経由したCD、DVD及びブルーレイ等の音楽・映像商品の直販事業の先駆けとして、新たな市場を開拓**

多角的サイト運営から生まれる相乗効果

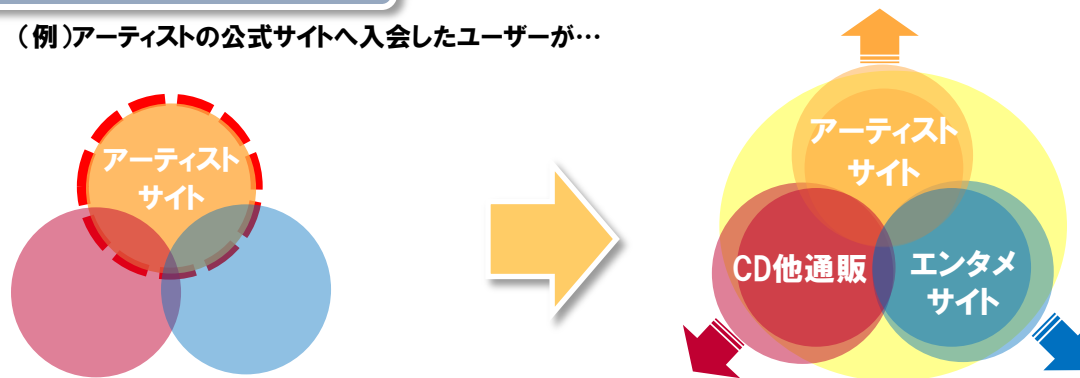
ビジネスモデルの特長

- 様々なジャンル・カテゴリでサイトを運営
「アーティスト・タレント ファンサイト」、「着うた」、「デコメ」、「マチキャラ」、「電子書籍」、「eコマース」など様々なジャンルを幅広く展開
⇒多数がキャリアの公式メニューの上位サイトにランキング
- サイト間の相互リンクによる宣伝効果
サイト間で相互リンクを貼りあうことで、1人の会員を複数のサイトへ誘導
⇒コンテンツホルダーへ幅広い収益獲得機会を提供
- キャリアとの連携により、「しゃべってキャラ」など新規サービスへ早期参入が可能
スマートフォン向け「公式サイト」にも、いち早くコンテンツ提供を開始



シナジー効果

(例)アーティストの公式サイトへ入会したユーザーが…



ユーザーに同アーティストのマチキャラ、デコメ（エンタメ系）や、グッズ（eコマース）の情報を認知させ、購入意欲を促進することで、顧客単価の上昇、ユーザー囲い込みが可能

すべての関係者にメリットがあるCD・DVD・BR、グッズの直販

- 2012/3期より、ファンクラブ会員をメインターゲットにCD・DVD・BR、アーティストグッズの直販(eコマース)を本格的に開始

II

ファンクラブサイトを介した購入という新たな販売チャネルの創造

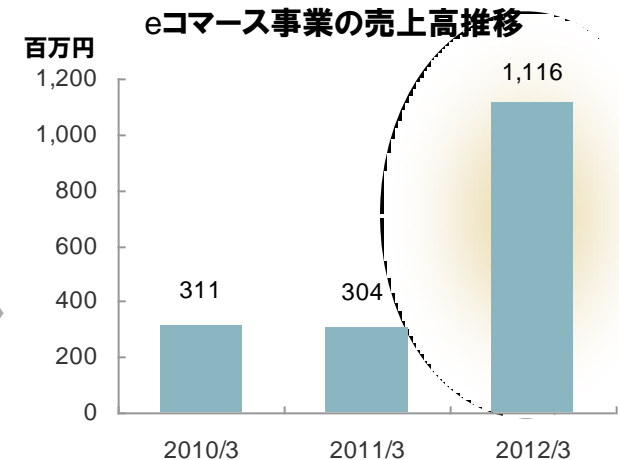
すべての関係者にメリット！

【当社、アーティスト、事務所、レコード会社】

- ・新たな流通経路の開拓による収益源の多様化
(オリジナル特典の付与による販促も図れる)

【ファン】

- ・さまざまなオリジナル特典の獲得
・CD発売日当日に確実に入手可能



2011年10月～、CD等直販を開始
⇒eコマース事業が急成長

ご参考

当社の主な運営サイト① ~スマホ・携帯コンテンツ~

マチキャラ

マチウケキャラとり放題
マチキャラiとり放題

docomo



【展開カテゴリ】 マチキャラ
1位 (docomo)

TBS公式キャラコンシェル

docomo



デコメ・デコメアニメ

デコアニメとり放題
デコアニメiとり放題

docomo au



【展開カテゴリ】 デコメアニメ【イラスト】
1位 (docomo)
1位 (au)

着うた・着うたフル・着うたフルプラス

アーティスト公式サウンド

docomo au SoftBank



【展開カテゴリ】 着うた【J-POP】
5位 (docomo)
7位 (au)

当社の主な運営サイト② ~スマホ・携帯コンテンツ(続)、PCコンテンツ~

アーティスト

docomo au by KDDI SoftBank

SKE48Mobile



NMB48 Mail



タレント

docomo au by KDDI SoftBank

小栗旬 MOBILE



溝端 淳平 MOBILE



アスリート

docomo au by KDDI SoftBank

なでしこLEAGUE公式



高田延彦(ダイヤモンド・キッズ・カレッジ)



PCサイト

EXILE
EX FAMILY (ファンクラブサイト)



本田圭佑オフィシャルサイト



当社の主な運営サイト③ ~スマホ・携帯コンテンツ(続)~

アジア

docomo au by KDDI SoftBank

韓流大好き!



K-POP完全版!



韓流アーティスト

docomo au by KDDI SoftBank

KPR-リュ・シウォン



超新星☆応援プロジェクト



カルチャー

docomo au by KDDI SoftBank

講談社 宮澤正明写真館



月刊〇〇写真集(モバイルアクトレス)



プロダクション

docomo au by KDDI SoftBank

スウィートパワー モバイル



サン・ミュージック モバイル



当社の主な運営サイト④ ~eコマース~

アーティスト オンラインショッピングサイト

ワーナーミュージック ショップ

スマホ



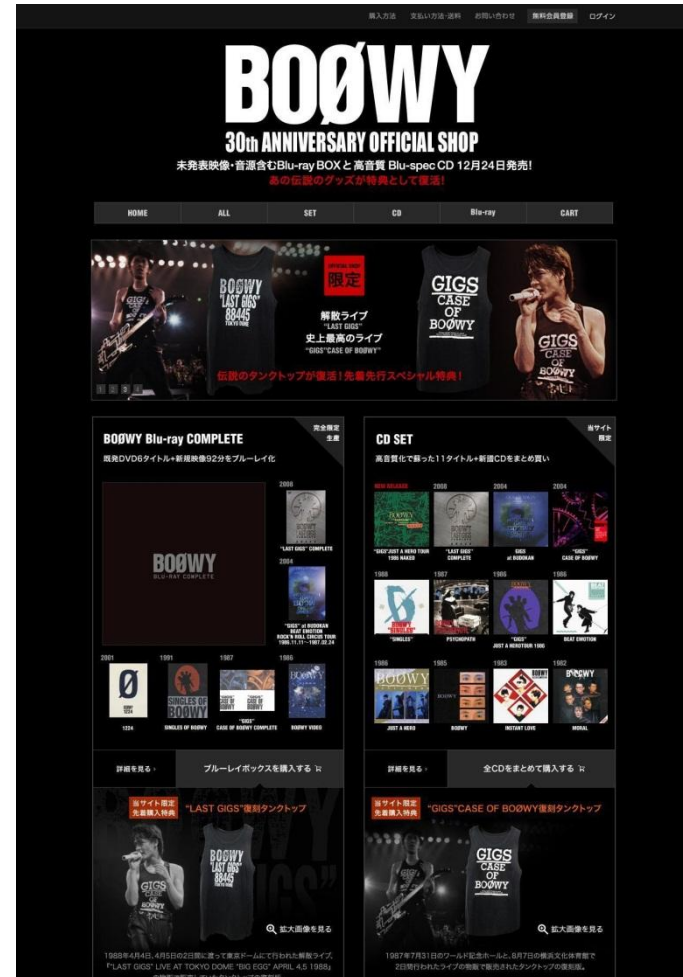
BOOWY 30th ANNIVERSARY OFFICIAL SHOP

<http://shop.boowy30th.com/>

スマホ



PC



LUNASEA OFFICIAL SHOP

スマホ



GLAY (G-DIRECT)

スマホ



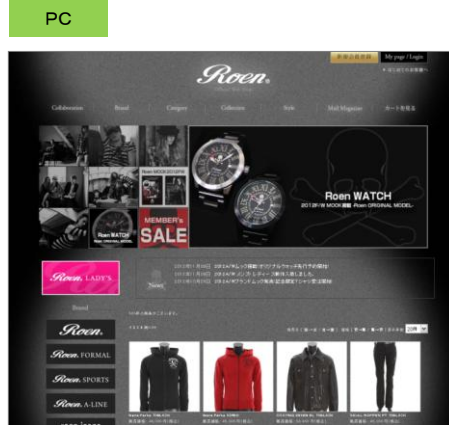
当社の主な運営サイト⑤ ～eコマース(続)、スマートフォンアプリ～

アパレルブランド

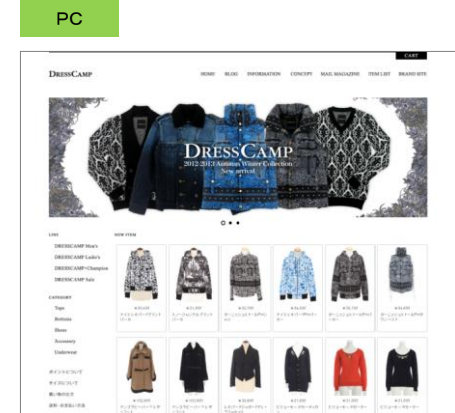
CandyStripper ONLINE SHOP
<http://www.candystripper.net/shop/>



Roen 公式通販サイト
<http://roenshop.jp/>



DRESSCAMP 公式通販サイト
<http://dresscamp.jp/>



電子書籍



「デジタルブックファクトリー」(<http://dbookfactory.jp/>)
 「男の流儀入門」特設ページ(<http://dbookfactory.jp/otoko/>)

「男の流儀入門【恋愛編】」

人生の様々な場面における"大人の男の振る舞い方"を伊集院静が
 指南する電子書籍シリーズ第二弾。
 「忙しくて出会いがない」「金もないしモテない」「結婚できない」
 そんな現代の迷える男たちに読んでもらいたい伊集院静の過激で
 破天荒な"男のための恋愛論"。

iphone/ipad/ipad mini 対応

執筆・伊集院静
 写真・宮澤正明



「デザイン」電子書籍アワード2012
 読者賞受賞



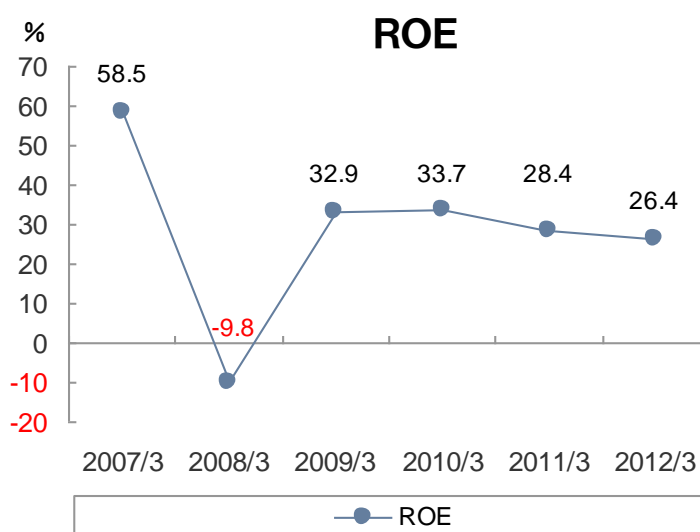
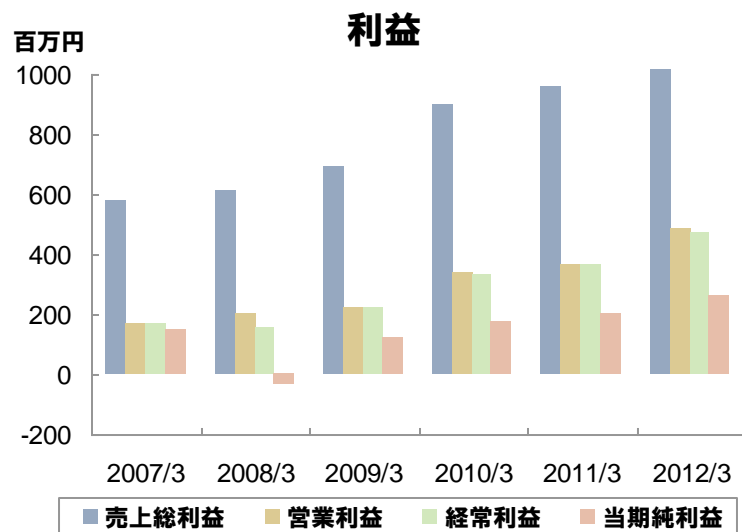
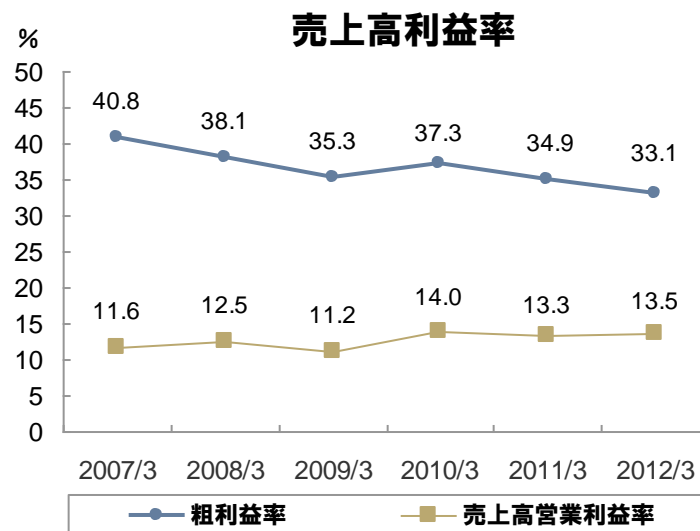
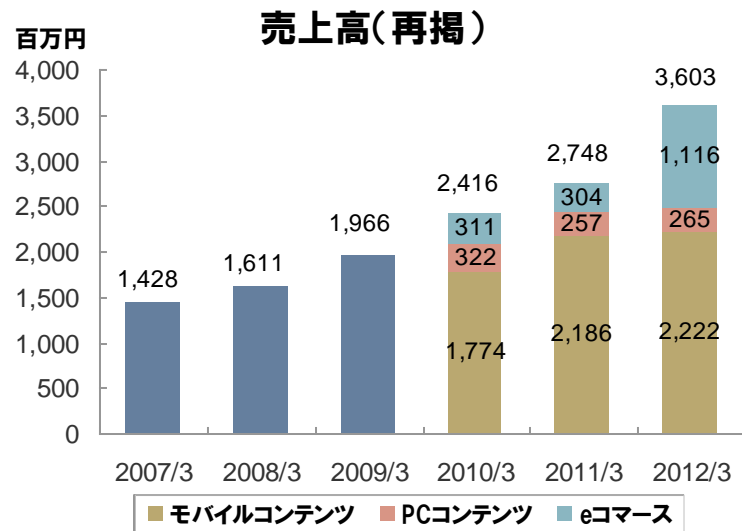
KABUKI ONNAGATA ~早乙女太一「瞬」~

日本の伝統芸能を背負って立つ若き天才女形・
 早乙女太一が究極の美を全世界に向けて表現
 する史上初のiPhone/iPad向け本格写真集!!

iphone/ipad/ipad mini 対応

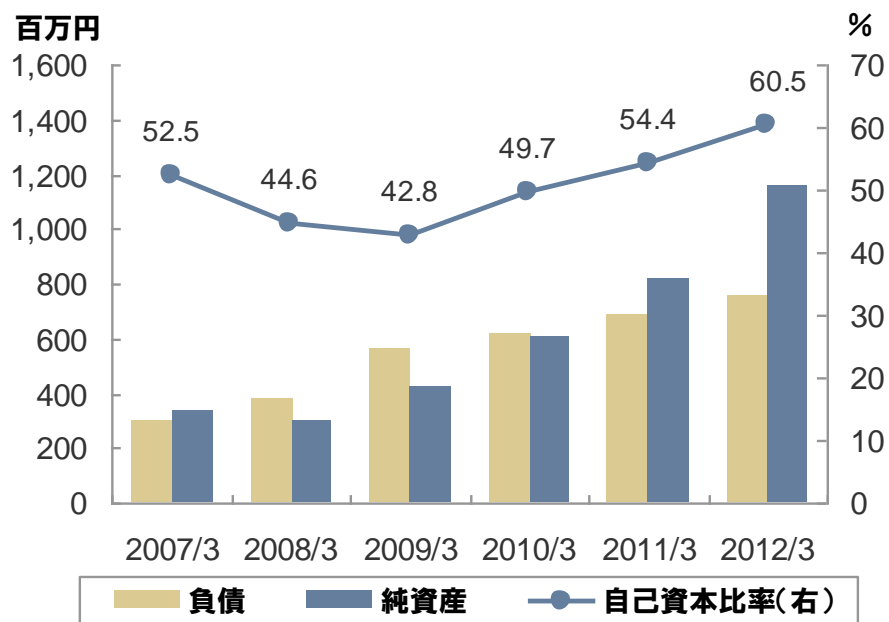
写真・宮澤正明

業績

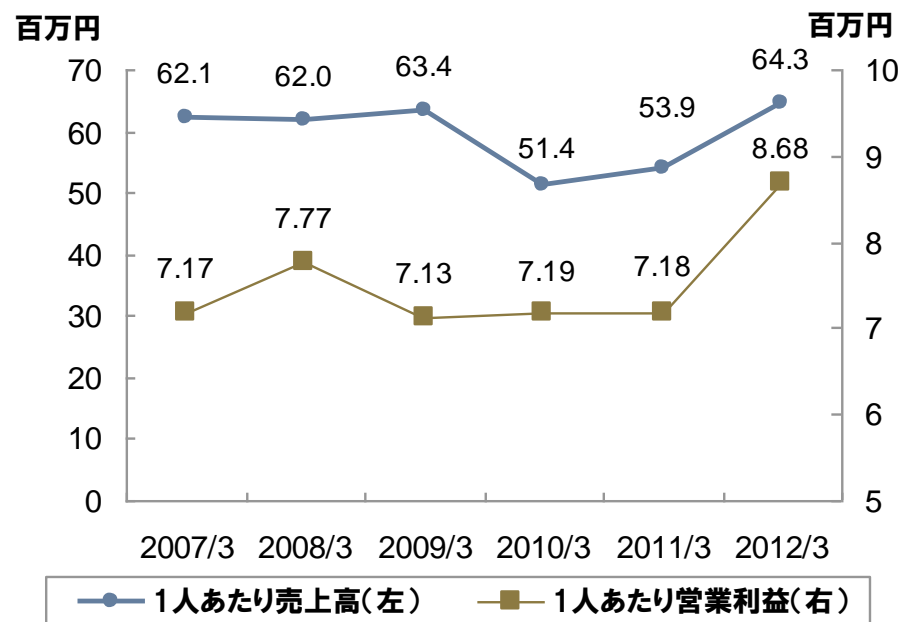


業績-2

負債・純資産・自己資本比率



1人あたり売上高・営業利益



(注)1人あたり指標は、期末従業員数(平均臨時雇用者数を含む)で算出

2011年度音楽メディアユーザー実態調査

●アーティスト公式サイト存在感が上昇

新品CDの認知・興味・購入経路

Q. 発売を知ったきっかけ

Q. 興味を持ったきっかけ

Q. 購入するきっかけになった物・事

		認知	
		2010年	2011年
1	テレビCM (楽曲のCM)	18.2%	テレビCM (楽曲のCM) 21.0%
2	テレビ番組 (音楽番組)	15.3%	アーティスト公式サイト (ブログ含む) 17.2%
3	CD販売店	14.3%	テレビ番組 (音楽番組) 17.1%
4	FMラジオ	10.5%	ECサイト 14.7%
5	アーティスト公式サイト (ブログ以外)	10.1%	CD販売店 13.6%
6	テレビCM (一般商品のCM)	9.9%	家族・友人・知人 11.1%
7	[PC・携帯] YouTube	9.8%	テレビCM (一般商品のCM) 10.9%
8	友人・知人	9.5%	FMラジオ 10.6%
9	ECサイト	8.0%	テレビ番組 (その他) 9.8%
10	テレビ番組 (ドラマ)	7.5%	無料動画配信サイト 8.9%

		興味	
		2010年	2011年
1	テレビCM (楽曲のCM)	16.5%	テレビCM (楽曲のCM) 17.8%
2	テレビ番組 (音楽番組)	15.3%	テレビ番組 (音楽番組) 17.5%
3	[PC・携帯] YouTube	12.6%	テレビ番組 (その他) 12.1%
4	FMラジオ	11.6%	アーティスト公式サイト (ブログ含む) 12.1%
5	CD販売店	11.2%	テレビCM (一般商品のCM) 11.7%
6	友人・知人	10.1%	CD販売店 11.2%
7	テレビCM (一般商品のCM)	9.5%	家族・友人・知人 10.9%
8	テレビ番組 (ドラマ)	8.7%	無料動画配信サイト 10.2%
9	アーティスト公式サイト (ブログ以外)	8.0%	ECサイト 10.1%
10	ニコニコ動画	7.2%	FMラジオ 9.5%

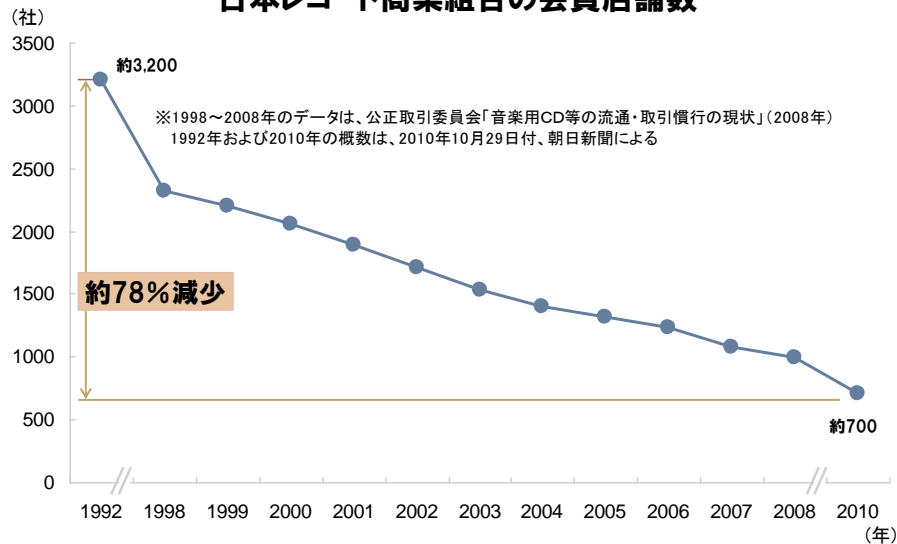
		購入	
		2010年	2011年
1	テレビCM (楽曲のCM)	14.2%	テレビ番組 (音楽番組) 13.6%
2	テレビ番組 (音楽番組)	13.3%	CD販売店 13.4%
3	[PC・携帯] YouTube	11.8%	テレビCM (楽曲のCM) 12.3%
4	CD販売店	11.5%	アーティスト公式サイト (ブログ含む) 11.0%
5	FMラジオ	11.1%	ECサイト 10.8%
6	友人・知人	9.0%	家族・友人・知人 10.2%
7	テレビCM (一般商品のCM)	8.1%	無料動画配信サイト 9.0%
8	アーティスト公式サイト (ブログ以外)	7.9%	テレビ番組 (その他) 8.2%
9	ECサイト	7.3%	テレビCM (一般商品のCM) 7.8%
10	テレビ番組 (ドラマ)	7.1%	コンサート・ライブ 等のイベント 7.0%

(出所) (社)日本レコード協会

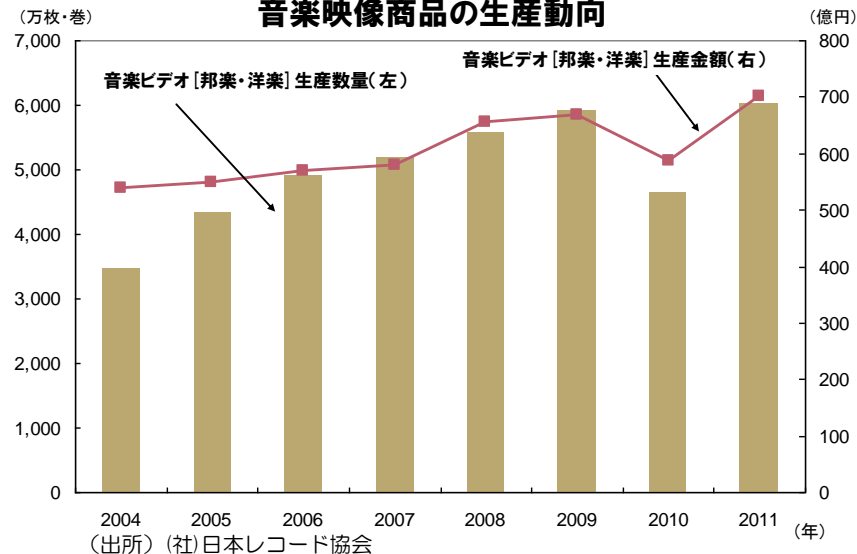
※ 未知アーティスト（この半年間以前に購入したことがなかったアーティスト）の新品CD購入者（2011年3～8月に購入）が対象

音楽市場で起こっている変化

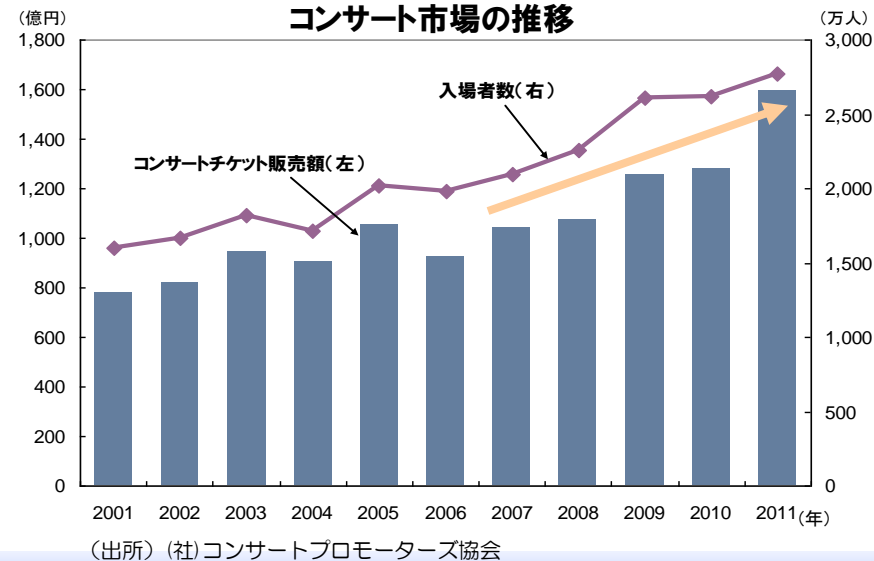
日本レコード商業組合の会員店舗数



音楽映像商品の生産動向



コンサート市場の推移



注意事項

- 当資料に記載された内容は、現時点において一般的に認識されている経済・社会等の情勢及び当社が合理的に判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。
投資に際しての最終的なご判断は、ご自身がなされるよう、お願い致します。

- 本資料に関する問い合わせ先

株式会社エムアップ (<http://www.m-up.com/>)

IR担当

TEL:03-5467-7125