

平成25年3月期 第3四半期 決算説明資料



平成25年2月14日
株式会社エムアップ

目次

■ 平成25年3月期 第3四半期 決算概要	2
■ 業績予想、今後の事業戦略	8
■ 平成25年3月期 下期の新規事業	12
■ 会社の特長・強み	16
■ ご参考	20

平成25年3月期 第3四半期 決算概要

第3四半期連結決算実績

●前年同期と比較し、増収・増益を達成

(単位:百万円)

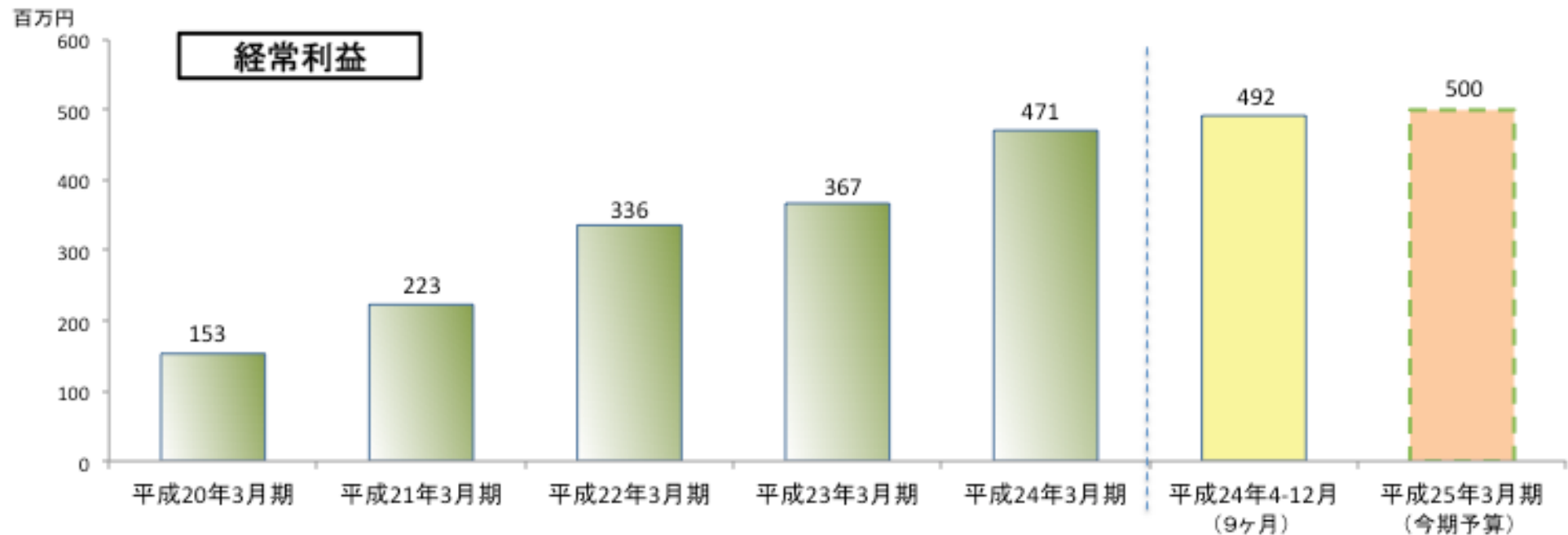
	平成23年4-12月 実績	平成24年4-12月 実績	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	2,809	3,237	428	+ 15.2%
売上総利益	932	1,005	72	+ 7.8%
売上高総利益率	33.2%	31.0%	—	—
販売費及び一般管理費	521	517	△ 3	- 0.7%
営業利益	411	487	76	+ 18.5%
売上高営業利益率	14.6%	15.0%	-	-
経常利益	405	492	86	+ 21.3%
税引前四半期純利益	405	492	86	+ 21.3%
四半期純利益	232	294	62	+ 26.9%
1株当たり純利益(円)	40.89	45.19	—	—
1株当たり純資産(円)	134.08	211.76	—	—

(注)平成24年4-12月の1株当たり指標は、平成24年8月1日付、及び平成25年1月1日付の株式分割(1:2)を考慮し、遡及修正して表示。

経常利益の推移

売上高、利益ともに
予算を上回り、今期予算を
ほぼ達成(98.4%)

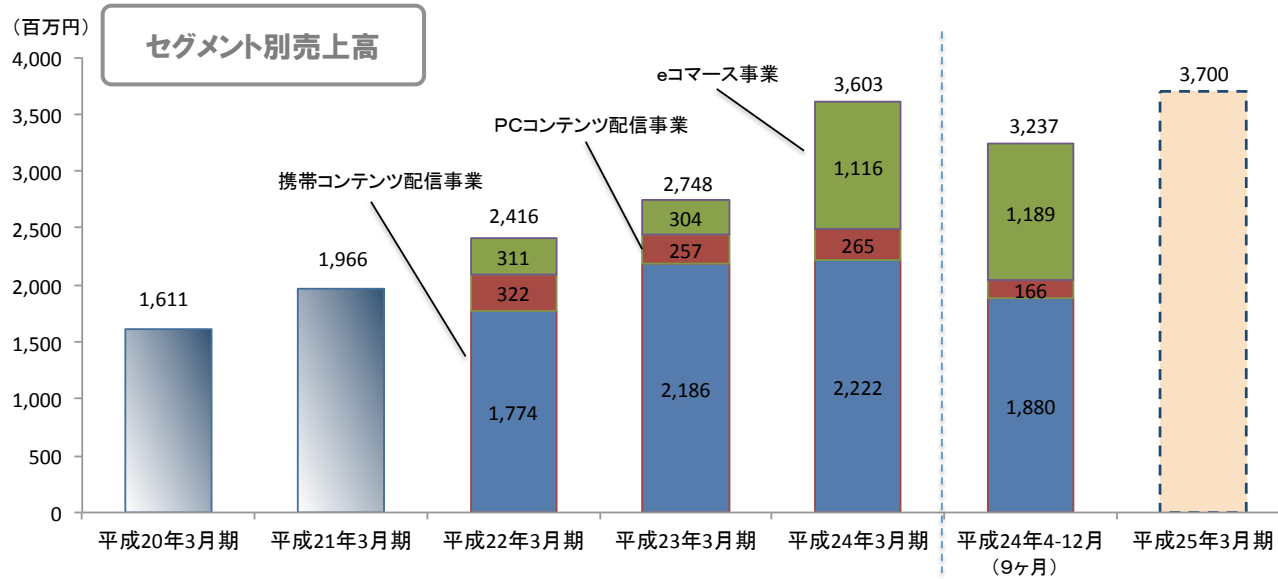
- 平成25年3月期の業績見通しについては、第3四半期までの進捗状況(売上高で87.5%、経常利益で98.4%)や、第4四半期の状況等を鑑みて、現在精査中。
- 最終的な見込み額を策定し次第、あらためて上方修正を発表する予定。
- 業績の進捗等の詳細については、P9を参照。



平成25年3月期 第3四半期決算のポイント

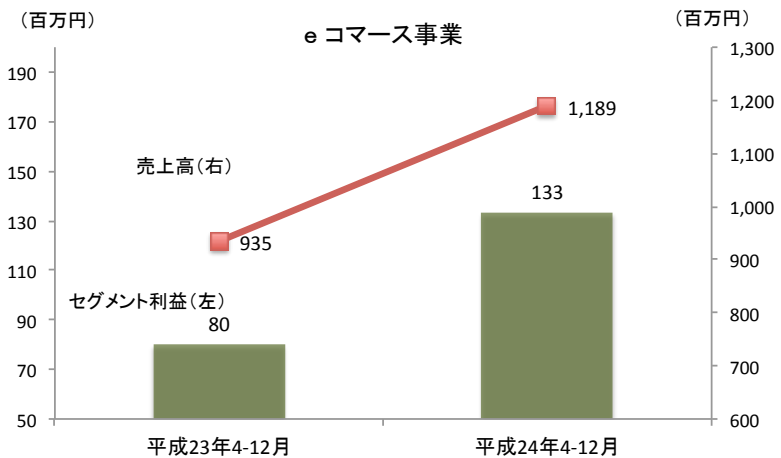
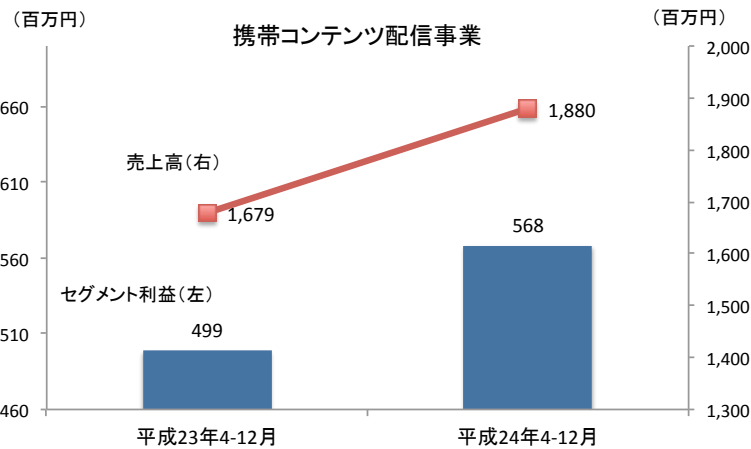
- **スマートフォンへの対応を完了**
主要サイトのスマートフォン対応完了 ⇒ キャリア決済にも対応
しゃべってキャラ™など、スマートフォン向けコンテンツへも参入
- **M&Aによる子会社エムアップAEの取得
韓流分野の開拓**
日本最大級の公式韓国総合サイト「韓流大好き！」他、韓流サイトの運営開始
- **CD・DVD・ブルーレイの音楽・映像商品の直販事業の拡大**
⇒ファンクラブサイトでのEC直販を実施
- **大手レコード会社とEC直販事業の協業を開始**
⇒PC・携帯・キャリア公式サイトを順次オープン

第3四半期セグメント別の売上高・利益



(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ます。よって商品取扱高は増加しておりますが、売上高への計上額は従来より縮小する形となっています。

セグメント別の状況



要約連結貸借対照表

(単位:百万円)

	前期末	平成24年12月末				前期末	平成24年12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	550	21.4	△ 396	仕入債務	406	906	35.1	499
売上債権	655	1,095	42.5	440	短期有利子負債	0	0	—	0
棚卸資産	70	265	10.3	195	流動負債合計	743	1,179	45.7	435
流動資産合計	1,744	2,181	84.6	436	長期有利子負債	0	0	—	0
有形固定資産	20	49	2.0	29	固定負債合計	12	15	0.6	2
無形固定資産	69	149	5.8	80	負債合計	756	1,194	46.3	438
投資その他の資産	79	198	7.7	119	【純資産の部】				
固定資産合計	169	398	15.4	228	純資産合計	1,157	1,384	53.7	226
資産合計	1,913	2,579	100.0	665	負債・純資産合計	1,913	2,579	100.0	665

業績予想、今後の事業戦略

平成25年3月期予算

- 通期の予算に対して、売上高で**87.5%**、経常利益で**98.4%**の進捗

(単位:百万円)

	平成24年3月期		平成25年3月期		平成24年4-12月	
	実績	百分比(%)	予算	百分比(%)	実績	進捗率
売上高	3,603	100.0	3,700	100.0	3,237	87.5%
売上総利益	1,194	33.1	1,118	30.2	1,005	89.9%
販売費及び一般管理費	707	19.6	618	16.7	517	83.7%
営業利益	486	13.5	500	13.5	487	97.4%
経常利益	471	13.1	500	13.5	492	98.4%
当期純利益	261	7.2	300	8.1	294	98.0%
1株当たり純利益(円)	46.25		46.14		45.19	—
1株当たり配当金(円)	12.50		13.75		—	—

- 第3四半期までの業績については、上記の通り、通期見通しに対して順調に推移しています。そのため、現在はあらためて通期の業績見通しを精査中であり、策定が完了し次第、業績予想を上方修正する計画です。
- 上記の1株当たり配当金についても、配当見込額は固定ではなく、配当性向**30%**を目処としているため、業績予想と連動して、配当金額も増加することとなります。
- 利益面の進捗に対して、売上高の進捗率が低い要因としては、リスク回避のためeコマース事業の買取販売を委託販売へとシフトしており、手数料部分のみが売上高に計上されるためであり、商品の取扱高は増加しております。

(注)平成24年3月期実績の1株当たり指標は、平成24年8月1日付並びに平成25年1月1日付の、株式分割(1:2)を考慮し、遡及修正して表示。

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**

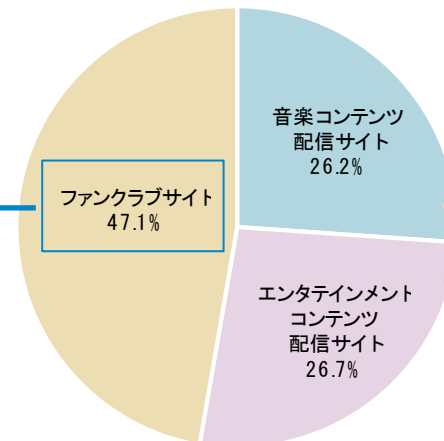
フィーチャーフォンを中心に
展開する同業他社

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
(平成24年12月末現在)



前年度末の既存のファンクラブサイト
⇒**昨夏までにスマホ対応を完了**

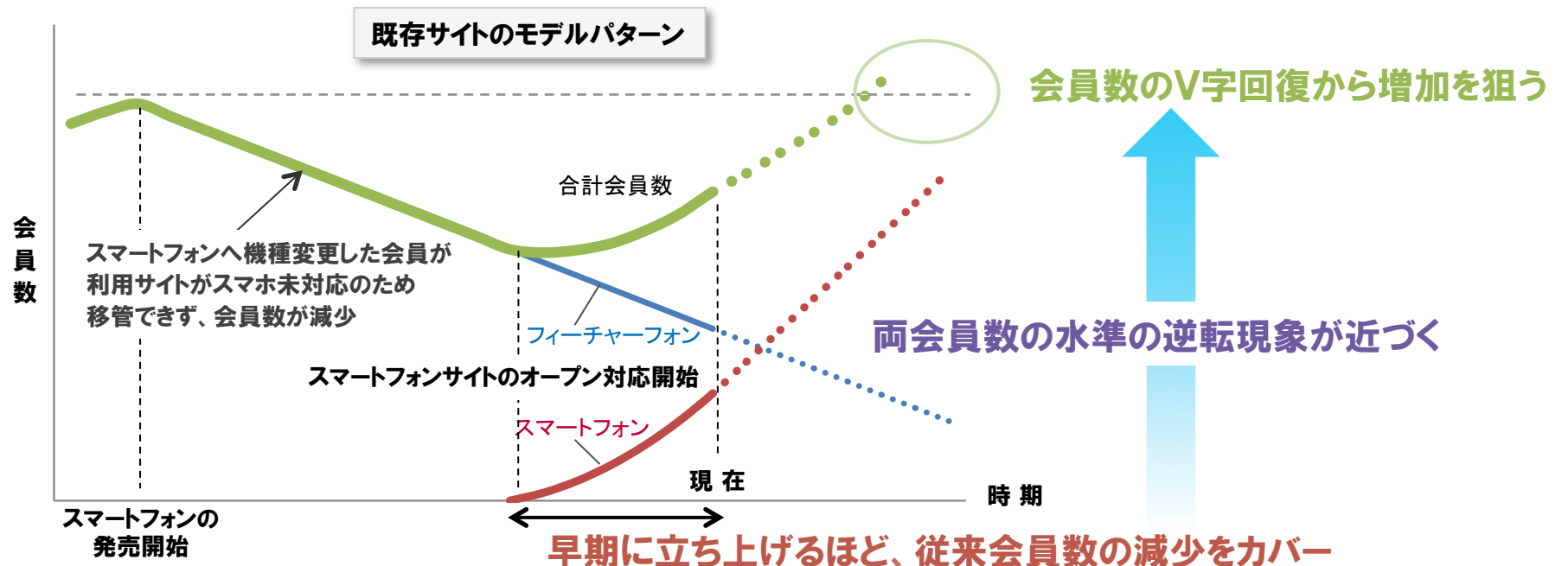
エムアップAE
…買収時に9割がスマホに未対応
⇒**今期中に対応が完了する予定**

スマホ対応できない
コンテンツカテゴリーやサイトも

会員数減少

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

平成25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平成24年12月にオープン

- (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サイトを平成24年10月にオープン

- 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サイト制作運営に合意、平成25年3月オープン予定

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

平成24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

- マチキャラジャンル利用者数ランキングで**2位**を獲得
当社が運営する「マチウケキャラspとり放題」(**1位**)と、
ランキングの1位、2位を独占

- 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
幅広い獲得を今後も継続

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

平成24 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



平成24年10月11日、
NTTドコモ社の平成24 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

平成24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

平成24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

スマートフォンサイトのマチキャラジャンル利用者数ランキングの**2位**を獲得
(1位は当社運営のマチウケキャラspとり放題)

配信キャラクター例（主な初期投入ラインナップ）



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

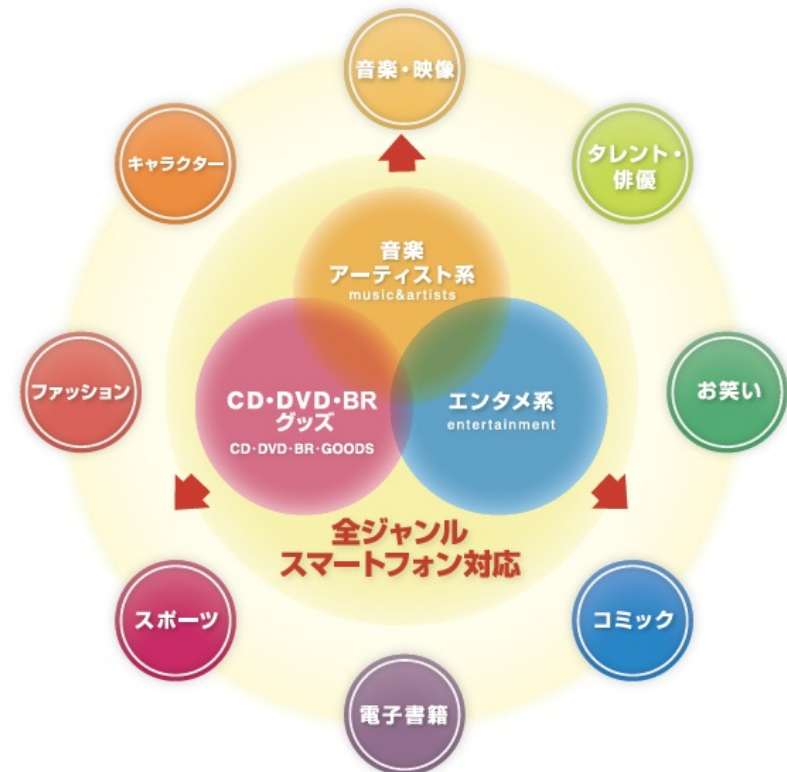
当社の特長・強み

- **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

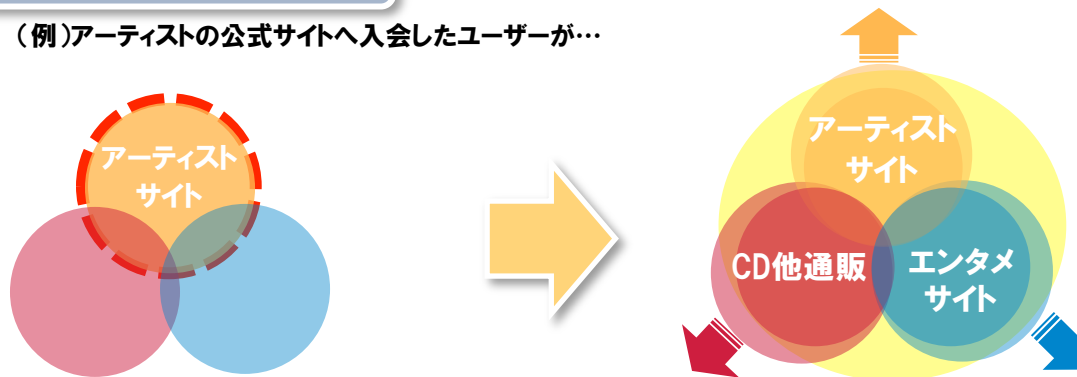
ビジネスモデルの特長

- 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

- 平成24/3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

||

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！

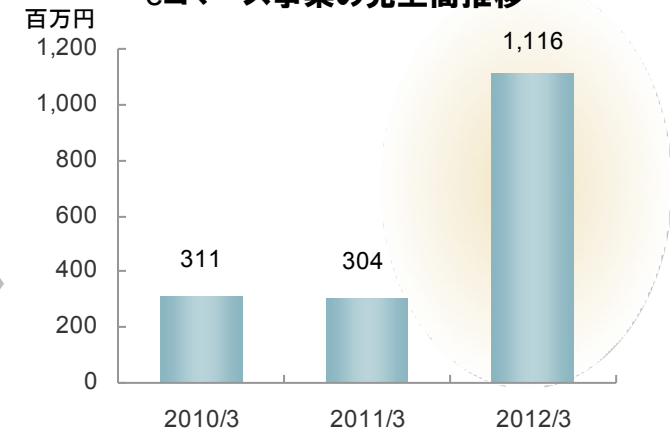
【当社、アーティスト、事務所、レコード会社】

- ・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

eコマース事業の売上高推移



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～

しゃべってキャラ

しゃべってキャラspとり放題

docomo



【展開カテゴリ】 マチキャラ
2位 (docomo)

マチキャラ

マチウケキャラとり放題
マチキャラとり放題

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)

当社の主な運営サイト② ~スマホ・携帯コンテンツ(続)~

着うた・着うたフル・着うたフルプラス

docomo auversoftbank
アーティスト公式サウンド



アーティスト公式コール



アーティスト

docomo auversoftbank

SKE48Mobile



NMB48 Mail



タレント

docomo auversoftbank

小栗旬 MOBILE



つるの剛士もばいる



アスリート

docomo auversoftbank

本田圭佑MOBILE



なでしこLEAGUE公式



当社の主な運営サイト③ ~スマホ・携帯コンテンツ(続)、PCコンテンツ~

アジア

docomo au+100V SoftBank

韓流大好き!



K-POP完全版!



韓流アーティスト

docomo au+100V SoftBank

KPR-リュ・シウォン



キム・ナムギルmobile



プロダクション

docomo au+100V SoftBank

研音Message



サン・ミュージック モバイル



PCサイト

EXILE
EX FAMILY (ファンクラブサイト)



徳永英明オフィシャルサイト



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



スマホ



PC

BOOWY 30th ANNIVERSARY OFFICIAL SHOP

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



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/>

PC



スマホ



Roen 公式通販サイト
<http://roenshop.jp/>

PC

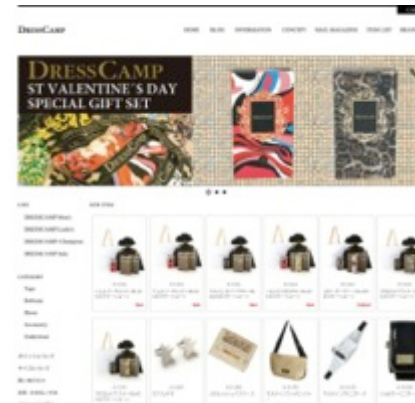


スマホ



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

PC



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



「ダヴィンチ」電子書籍アワード平成
 24 読者賞受賞



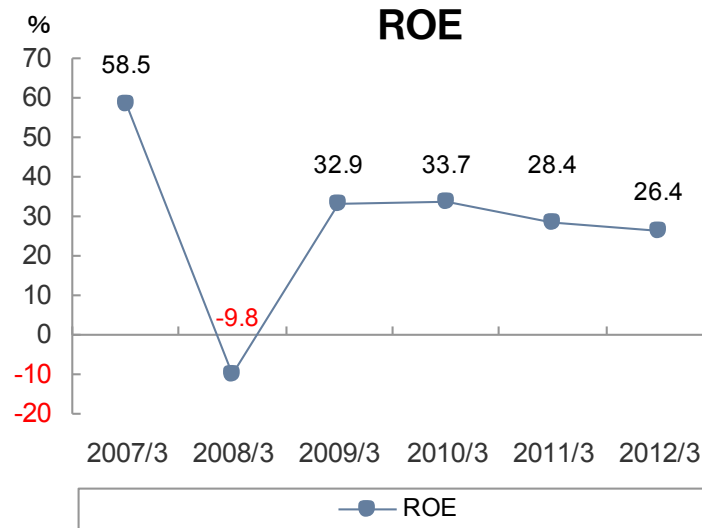
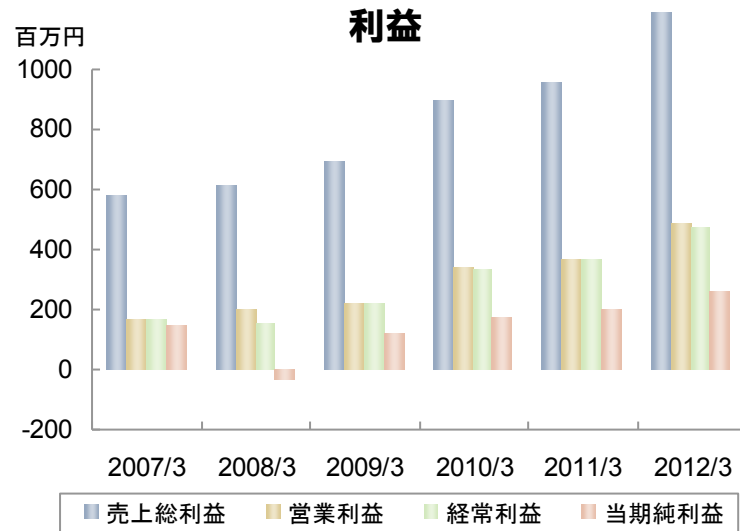
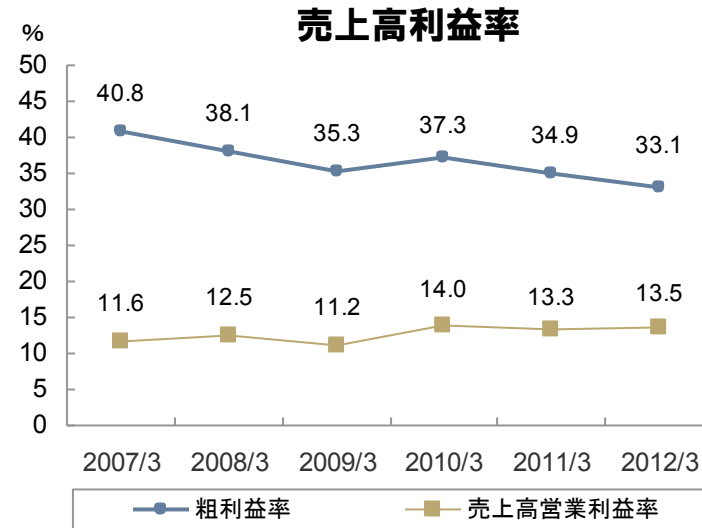
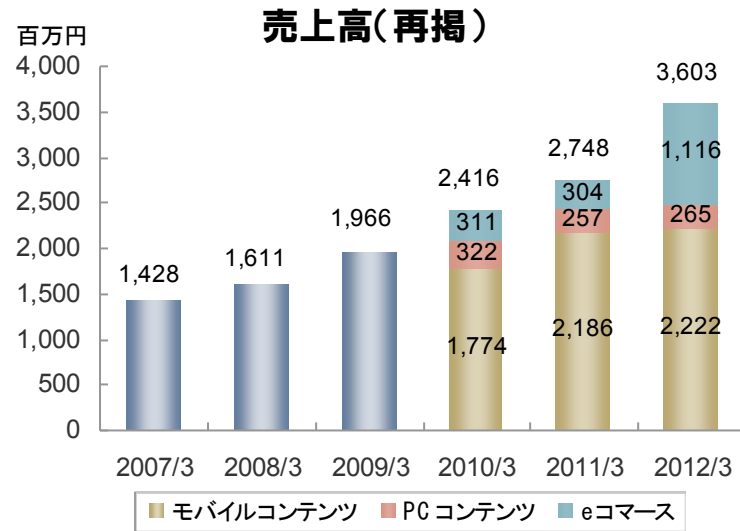
JESSE STAND APP

ロックバンドRIZEのフロントマン、JESSEによる
 初の写真集アプリ。こだわりぬいて厳選した写
 真とデザインで魅せる独特の世界観は唯一無
 二。

iOS Android 対応

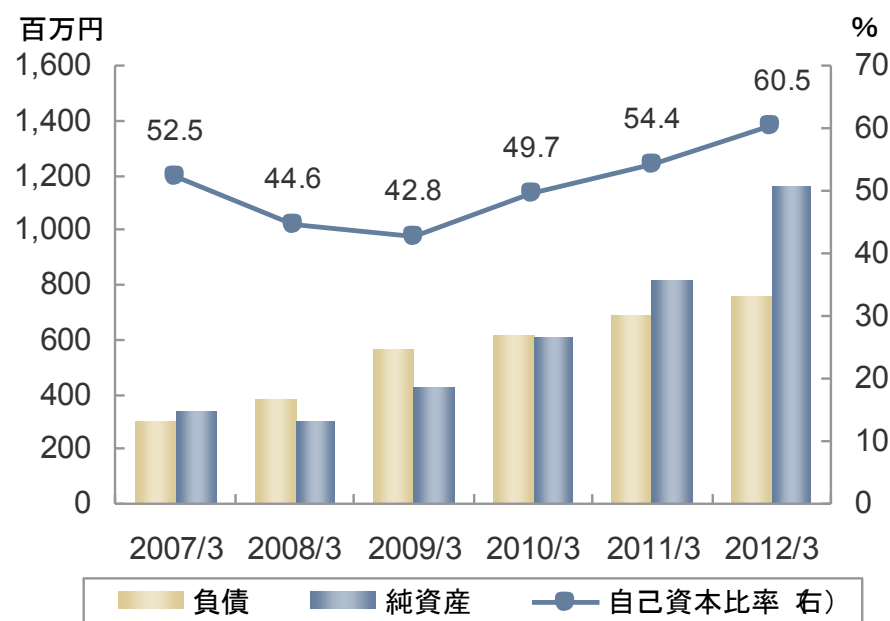
【JESSE STAND APP特設サイト】
<http://www.dbookfactory.jp/jesseapp/>

業績

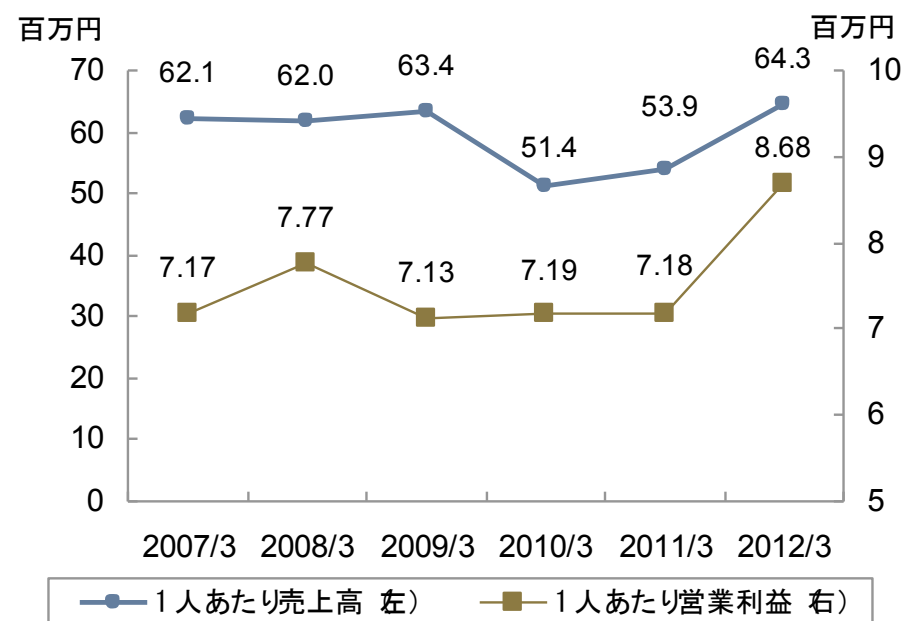


業績-2

負債・純資産・自己資本比率



1人当たり売上高・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が存在感が上昇

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

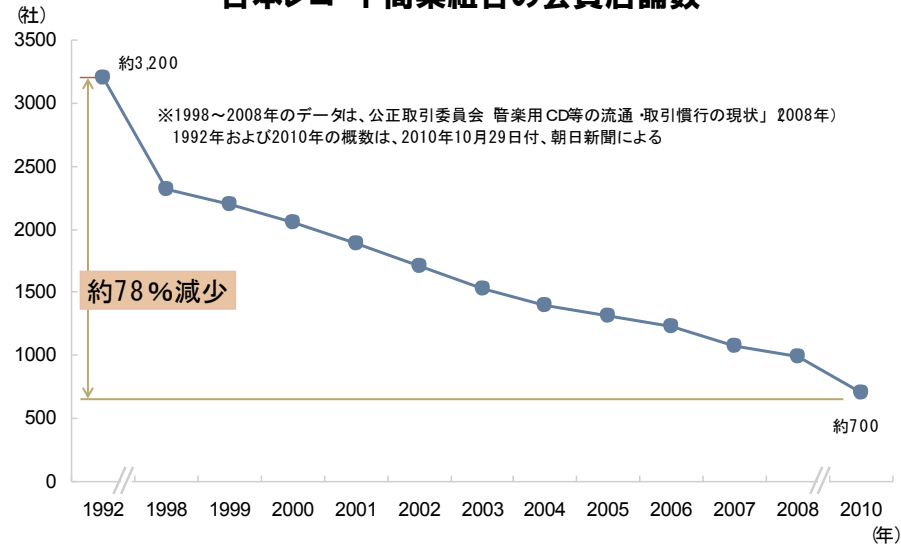
認知					興味					購入				
2010年		2011年			2010年		2011年			2010年		2011年		
1	テレビCM 楽曲のCM)	18.2%	テレビCM 楽曲のCM)	21.0%	1	テレビCM 楽曲のCM)	16.5%	テレビCM 楽曲のCM)	17.8%	1	テレビCM 楽曲のCM)	14.2%	テレビ番組 音楽番組)	13.6%
2	テレビ番組 音楽番組)	15.3%	アーティスト公式サイト (ブログ含む)	17.2%	2	テレビ番組 音楽番組)	15.3%	テレビ番組 音楽番組)	17.5%	2	テレビ番組 音楽番組)	13.3%	CD販売店	13.4%
3	CD販売店	14.3%	テレビ番組 音楽番組)	17.1%	3	[PC・携帯] YouTube	12.6%	テレビ番組 その他)	12.1%	3	[PC・携帯] YouTube	11.8%	テレビCM 楽曲のCM)	12.3%
4	FMラジオ	10.5%	ECサイト	14.7%	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%	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	アーティスト公式サイト (ブログ以外)	10.1%	CD販売店	13.6%	5	CD販売店	11.2%	テレビCM (一般商品のCM)	11.7%	5	FMラジオ	11.1%	ECサイト	10.8%
6	テレビCM (一般商品のCM)	9.9%	家族・友人・知人	11.1%	6	友人・知人	10.1%	CD販売店	11.2%	6	友人・知人	9.0%	家族・友人・知人	10.2%
7	[PC・携帯] YouTube	9.8%	テレビCM (一般商品のCM)	10.9%	7	テレビCM (一般商品のCM)	9.5%	家族・友人・知人	10.9%	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	友人・知人	9.5%	FMラジオ	10.6%	8	テレビ番組 (ドラマ)	8.7%	無料動画配信サイト	10.2%	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	8.0%	テレビ番組 その他)	9.8%	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%	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)	7.5%	無料動画配信サイト	8.9%	10	ニコニコ動画	7.2%	FMラジオ	9.5%	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

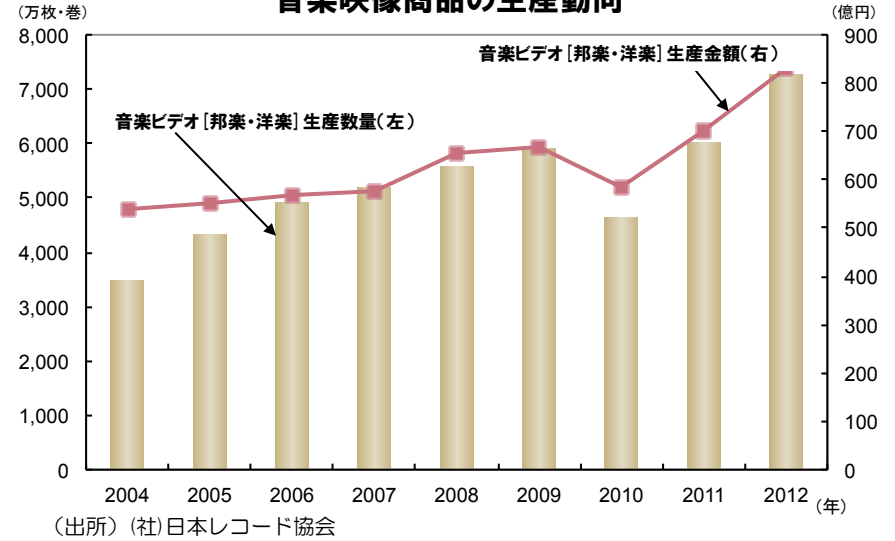
※ 未知アーティスト（この半年間以前に購入したことがなかったアーティスト）の新品CD購入者（2011年3～8月に購入）が対象

音楽市場で起こっている変化

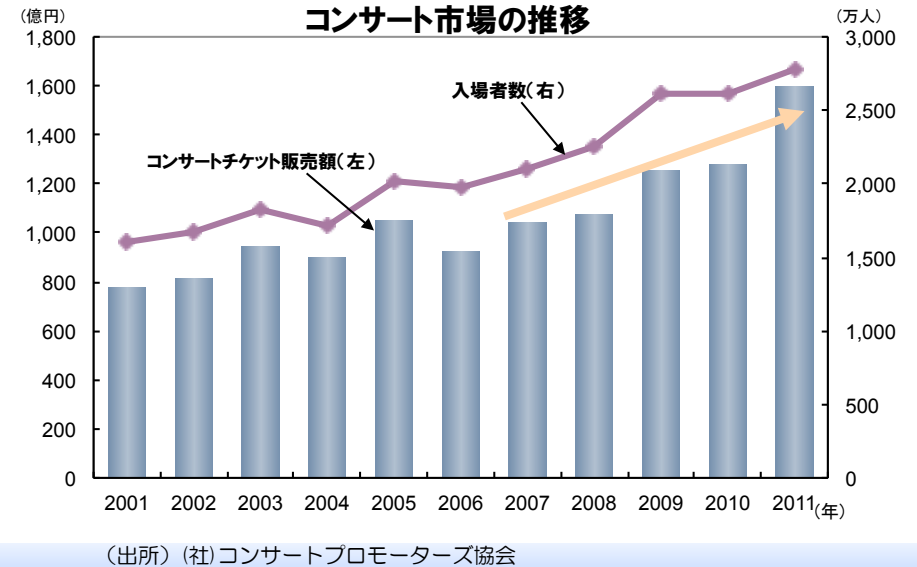
日本レコード商業組合の会員店舗数



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