

Dream Link Entertainment

2014年6月期
決算説明資料

株式会社 ディー・エル・イー

2006年4月

「秘密結社 鷹の爪」のTV放送開始

2007年3月

「秘密結社 鷹の爪 THE MOVIE 総統は二度死ぬ」全国TOHOシネマズにて全国劇場公開

現在

NHK Eテレの毎週金曜日午後6時20分からのビットワールド内で放送中



右肩上がりの「鷹の爪」の人気・活躍の場・収益



Dream Link Entertainment

- 2006年 「鷹の爪」の誕生とテレビ朝日系列での放送
- 2007年 劇場映画化
- 2008年 ネーミングライツ導入
- 2009年 映画第2弾公開
- 2010年 映画第3弾公開
- 2011年 スピンオフ映画公開
- 2012年 島根観光大使、第3期TVアニメがEテレで放送
- 2013年 第4期TVアニメがEテレで放送
- 2014年 映画第5弾公開
第5期TVアニメがEテレで放送

誕生



2006年



2008年



2010年

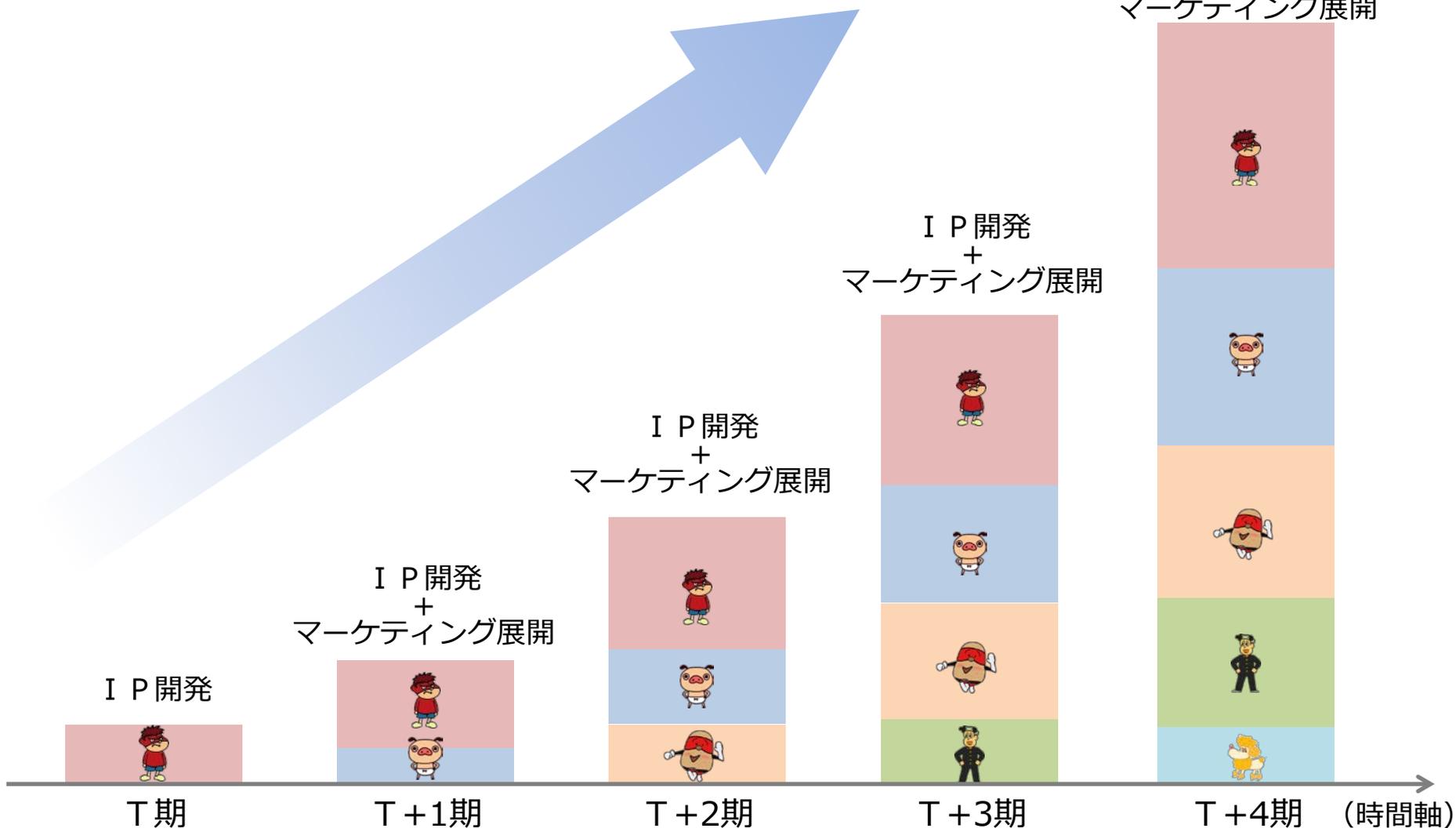


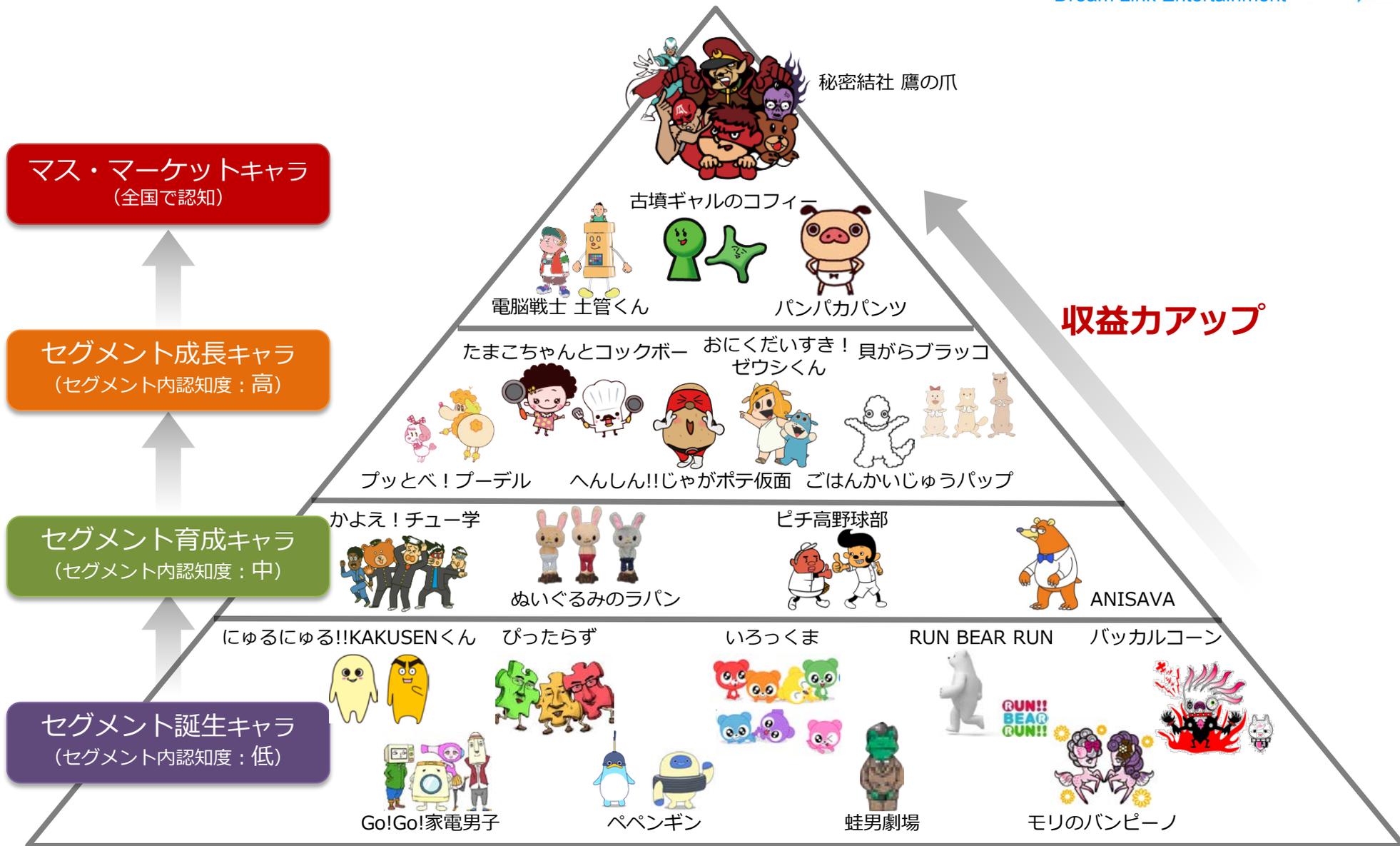
2012年



2014年

「鷹の爪」は、始まりにすぎない





1 会社概要とビジネスモデル



2001年
有限会社パサニア設立

2003年
株式会社ディー・エル・イーに商号変更

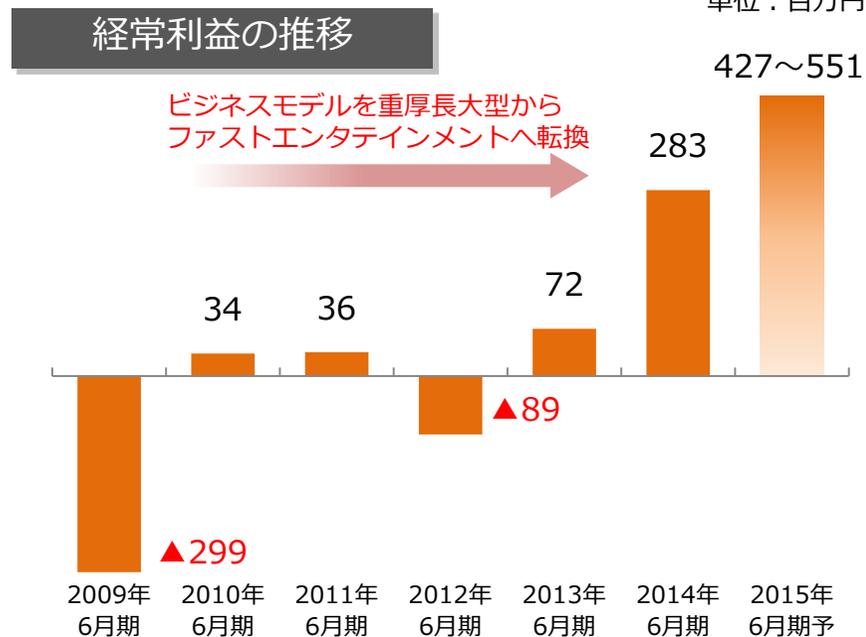
2005年
FLASHアニメスタジオ設立

2006年
「秘密結社 鷹の爪」のTV放送を開始

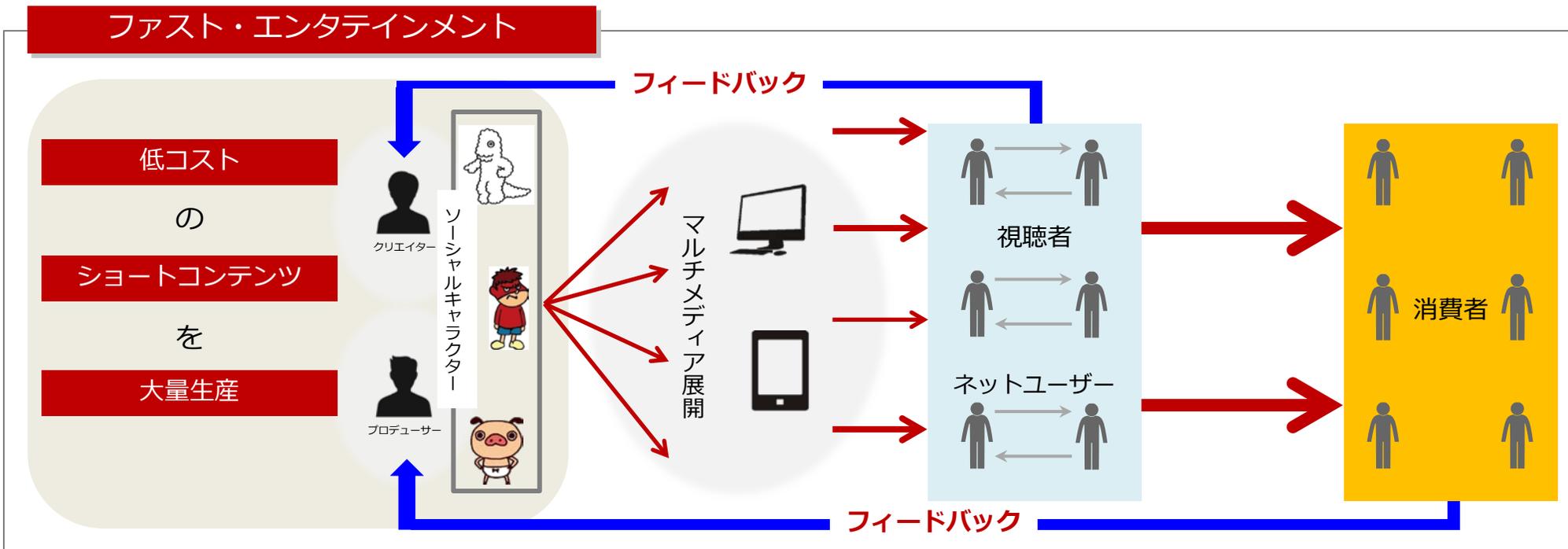
2006年
「秘密結社 鷹の爪」のマナームービーがTOHOシネマズで上映開始

2008年
「ファイテンションテレビ」撤退の意思決定

2008年
地方テレビ局との共同事業第一弾「パンパカパンツ」静岡放送にて放送開始



視聴者の声や消費者の動きを吸い上げ、すぐに企画・制作に取り入れることにより、世の中のニーズにあった作品・仕掛けをプロデュースすることを可能に=ヒット確率UPの仕組み



ソーシャルメディアで拡散されるキャラクター

話題を限定しないキャラクター設定

ユーザーと双方向に会話する機能

口コミ等により広がりやすい話題の提供

世代を選ばぬ広い認知度

共有したくなる高い好感度

IPクリエイション領域

映像等コンテンツ化 (TV・映画・WEB・ラジオ等)

 「秘密結社鷹の爪NEO」 NHK Eテレ	 「秘密結社鷹の爪MAX」 NHK Eテレ
 「鷹の爪団の楽しいテレビ」 BS12	 「秘密結社鷹の爪.JP」 公式WEBサイト
 「鷹の爪GO ～美しきエリエール 消臭プラス～」 TOHOシネマズ他	 「世界征服ラヂオ」 FM TOKYO

ソーシャル・コミュニケーション領域

セールス・プロモーション

CalorieMate, RECRUIT, 野村證券, NISAの村, SUNTORY, NIVEA, TOYOTA, 黒烏龍茶 CM, ニベア方面 興状なし

グッズ・DVD・書籍

イベント/小売

地域活性化

島根県、
静岡県、
福岡県、
山梨県等

「秘密結社 鷹の爪団」

マナー広告

デジタル&コミュニケーション

あえて狭いエリアで廉価にヒットを作り、飛び火させ、マーケティングエリアを拡大



強いクリエイティブがそれを可能に



静岡

地域発

地方TV局での放送



岩手・山形・熊本

地域拡大

興味持たれ、エリア拡大



日本

全国展開

在京キー局に採用される



世界

世界展開

海外TV局での放送

静岡県内企業

放送エリア内企業

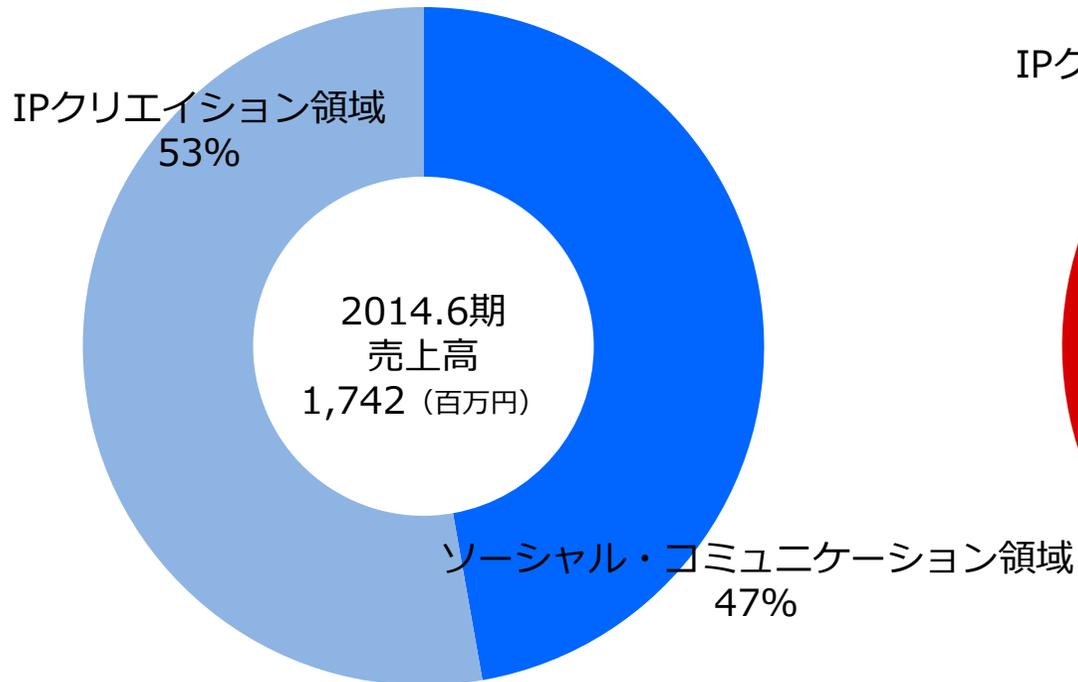
ナショナルクライアント

グローバルクライアント

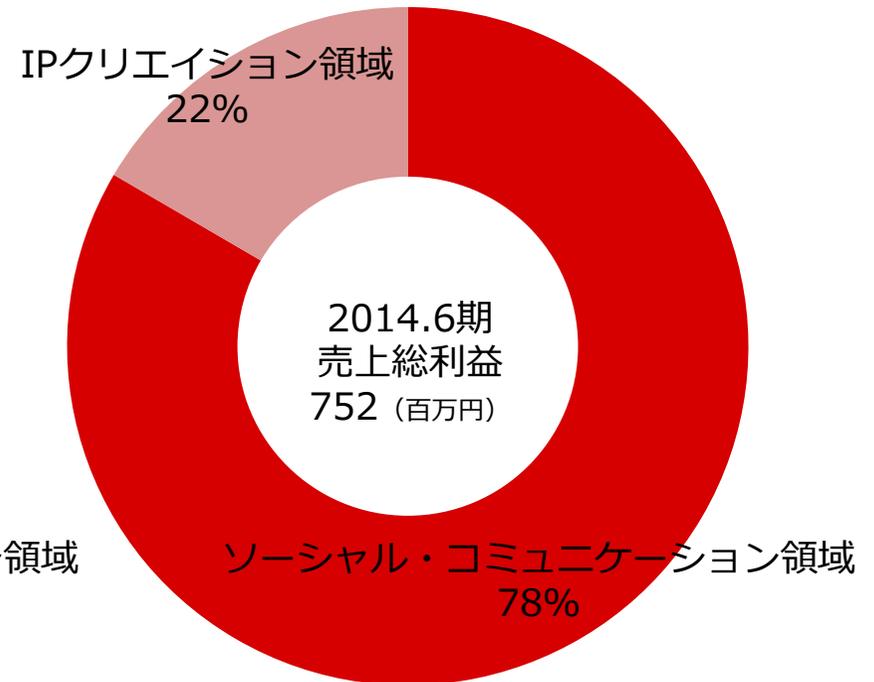
マーケティング・クライアント

マーケティング収入としてのソーシャルコミュニケーション領域が付加価値の源泉

売上高の構成



売上総利益の構成



ソーシャル・コミュニケーション：
IPクリエイション：

企業プロモーションなどマーケティング全般。デジタルコンテンツの企画開発も含む
デジタル映像等の制作受託

各分野の第一人者が結集。少数精鋭でビジネスモデルを構築・展開

マネジメント



代表取締役
椎木 隆太 (Founder&CEO)

- 日本を代表するプロデューサー
- 米国プロデューサー組合会員（日本アニメ業界で初）
- 世界的な人気TVシリーズをプロデュース。
- 代表例『トランスフォーマー』『GI ジョー』
- ソニーの海外部門、ライセンス部門で豊富な経験



取締役
小野 亮 (FROGMAN)

- 日本を代表するクリエイター
- 『秘密結社 鷹の爪』を制作
- 独自のプロデュース手法が人気
- NYの映画祭で作品賞と監督賞をダブル受賞



取締役
川島 崇 (CFO)

- 公認会計士、中小企業診断士
- 朝日監査法人（現あずさ監査法人）出身
- 会計監査、上場支援、事業再編等に從事



取締役（社外）
Duncan Billing

- 米玩具大手 Hasbroのボードメンバー
- マーケティングの豊富な経験を持つ
- 『トランスフォーマー』の発展に貢献



取締役（社外）
夏野 剛

- NTTドコモで「iモード」立ち上げ
- 同社にて「おサイフケータイ」を企画
- 同社にて執行役員就任

2 決算概況

2014年6月期 総括

売上高 **1,742**百万円 (前期比 84.8%増)

営業利益 **310**百万円 (前期比 379.8%増)

- 売上、利益とも前年を大きく上回り、売上・営業利益は計画超過
- 「秘密結社 鷹の爪」の売上高比率が43.4%と前期より13.1%ダウン
- 顧客層の拡大、複合展開による単価向上が売上増に寄与
- 利益率も大きく向上し、営業利益率は過去最高の17.8%

(単位：百万円、下段は構成比)

	2013年6月期	2014年6月期			
			前年比	増減額	業績概要
売上高	942 (100.0%)	1,742 (100.0%)	+84.8%	+799	ソーシャル・コミュニケーション +297 IPクリエイション +502
売上総利益	400 (42.4%)	752 (43.2%)	+88.0%	+352	ソーシャル・コミュニケーション +251 IPクリエイション +101
販売費及び一般管理費	335 (35.6%)	441 (25.3%)	+31.7%	+106	人件費 +56 広告宣伝費 +29 地代家賃 +11
営業利益	64 (6.9%)	310 (17.8%)	+379.8%	+246	営業利益率は過去最高を達成
経常利益	72 (7.7%)	283 (16.3%)	+290.0%	+210	上場関連費用 ▲13 株式交付費 ▲7
当期純利益	66 (7.0%)	308 (17.7%)	+365.4%	+242	

(単位：百万円、下段は構成比)

	2013年6月期	2014年6月期		
			前年比	増減額
売上高	942 (100.0%)	1,742 (100.0%)	+84.8%	+799
ソーシャル・コミュニケーション	525 (55.7%)	822 (47.2%)	+56.6%	+297
IPクリエイション	417 (44.3%)	919 (52.8%)	+120.3%	+502
売上総利益	400 (100.0%)	752 (100.0%)	+88.0%	+352
ソーシャル・コミュニケーション	333 (83.4%)	584 (77.7%)	+75.2%	+251
IPクリエイション	66 (16.6%)	167 (22.3%)	+152.3%	+101

ソーシャル・コミュニケーション領域

1) ソーシャル・キャラクター・マーケティングのサービスライン拡充による受注単価及び受注数の拡大 (敬略称)

ナショナルクライアント向けセールスプロモーション・サービス

全国農業協同組合連合会 (全農) 	リクルートジョブズ 	大塚製薬 	野村証券 
サントリーホールディングス カルビー 本田技研 (ホンダオートテラス)	伊藤ハム エイチ・アイ・エス 大王製紙	コジマ NTTドコモ ……他多数	カブコン au損保

地方自治体向け観光プロモーション・サービス

松江市 	神奈川県 	甲府市 
島根県	雲南市	……他多数

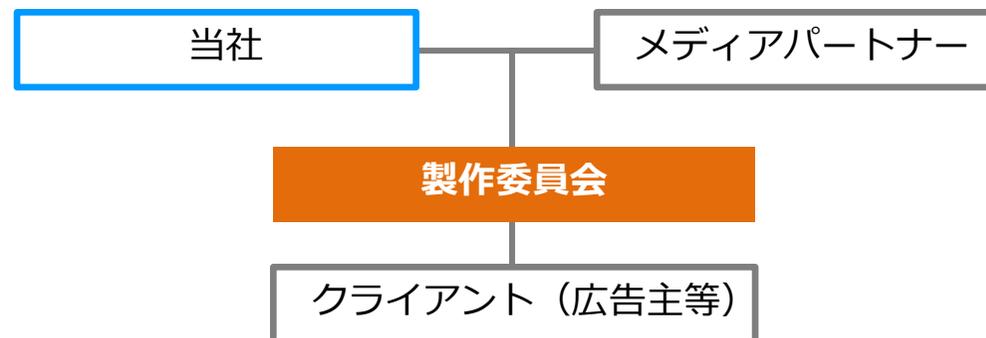
- 2) リアル店舗「DLEショップ」の全国展開
- 3) スマートフォンアプリの継続的開発
- 4) マーケティング発及びアプリ発のキャラクター開発



IPクリエイション領域

1) パートナーシップの構築（新規IPの継続的開発力）

- 地上波放送局との共同事業開始
- BS放送局との共同事業開始
- 大手SNSプラットフォームとの共同事業開始
- インターネットメディアとの共同事業開始



2) 既存IPポートフォリオの成長戦略

- 放送エリア、放送メディアの拡大、劇場映画化、アプリ・ゲーム化、プロモーション活用による認知度向上



3) ショート・コンテンツ制作体制の強化

- インターネット・ソーシャルメディアに親和性が高い新サービス体制の構築

世界展開

1) 北米展開

- FenoxVC社との戦略的業務提携
- Hasbro社とのコンサルティング契約締結
- 現地パートナーとの共同キャラクター開発開始
- 現地広告主へのソーシャル・キャラクター・マーケティング・サービス開始

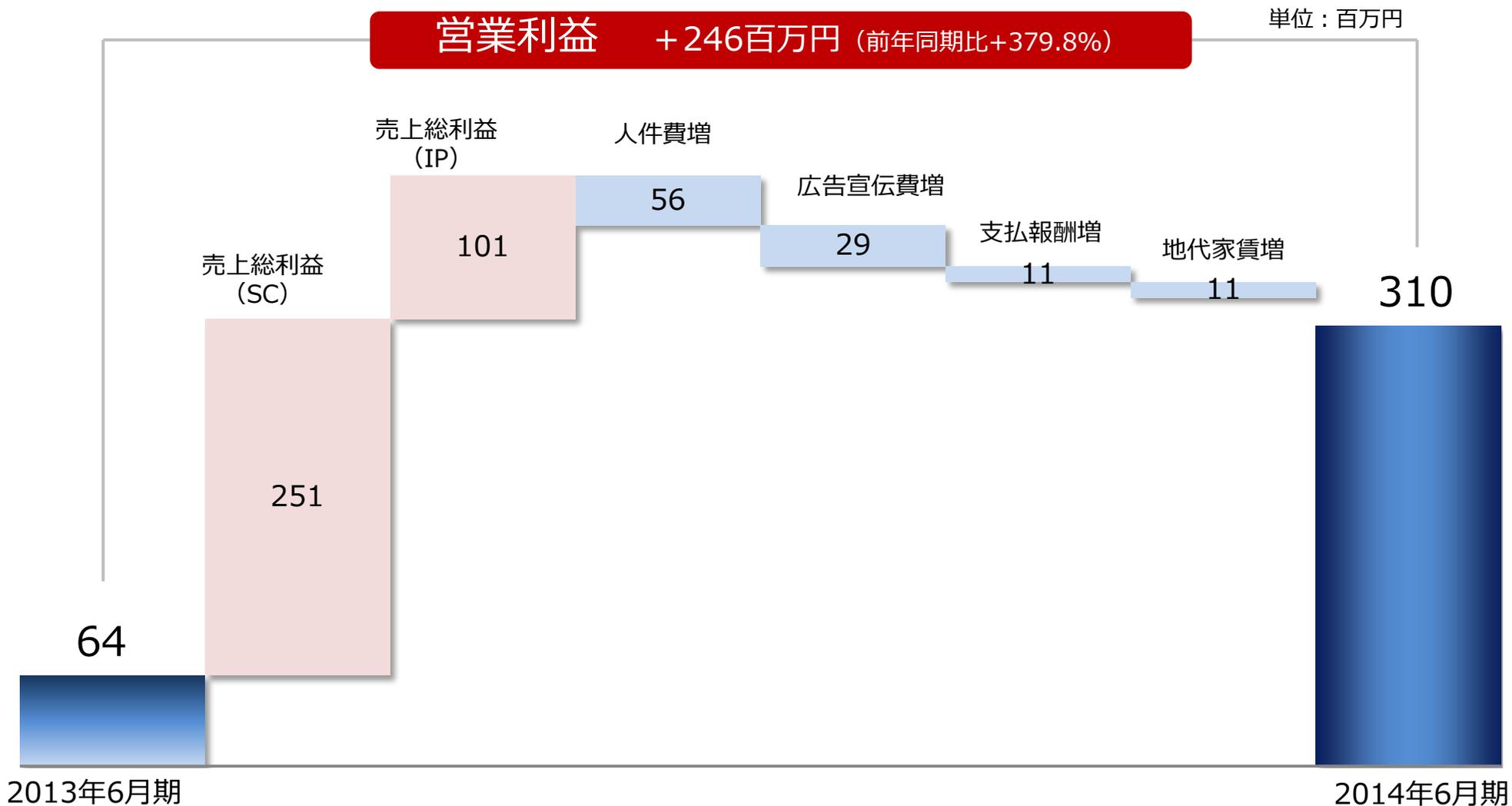
2) アジア展開

- 現地パートナーとの共同キャラクター開発開始
- 現地広告主へのソーシャル・キャラクター・マーケティング・サービス開始

その他

1) キャラクター及びビジネスモデルのプロモーション

- 国内外の展覧会等への出展
- 情報発信力の強化(IR・PR)



(注) SC=ソーシャル・コミュニケーション、IP=IPクリエイション

(単位：百万円、下段は構成比)

		2013年6月期末	2014年6月期末	
			前年増減額	主な増減要因
資産	流動資産	485 (55.7%)	1,513 (81.4%)	1,027 現預金 +817 受取手形及び売掛金 +228
	固定資産	386 (44.3%)	346 (18.6%)	▲ 39 出資金 ▲38
	資産合計	872 (100.0%)	1,860 (100.0%)	988
負債	流動負債	599 (68.7%)	368 (19.8%)	▲ 230 前受金 ▲121 1年以内返済予定の長期借入金 ▲83 未払金 ▲75
	固定負債	176 (20.2%)	82 (4.5%)	▲ 93 長期借入金 ▲93
	負債合計	775 (88.9%)	451 (24.3%)	▲ 323
純資産合計		96 (11.1%)	1,408 (75.7%)	1,311 資本金 +501 資本剰余金 +501 利益剰余金 +308
負債・純資産合計		872 (100.0%)	1,860 (100.0%)	988

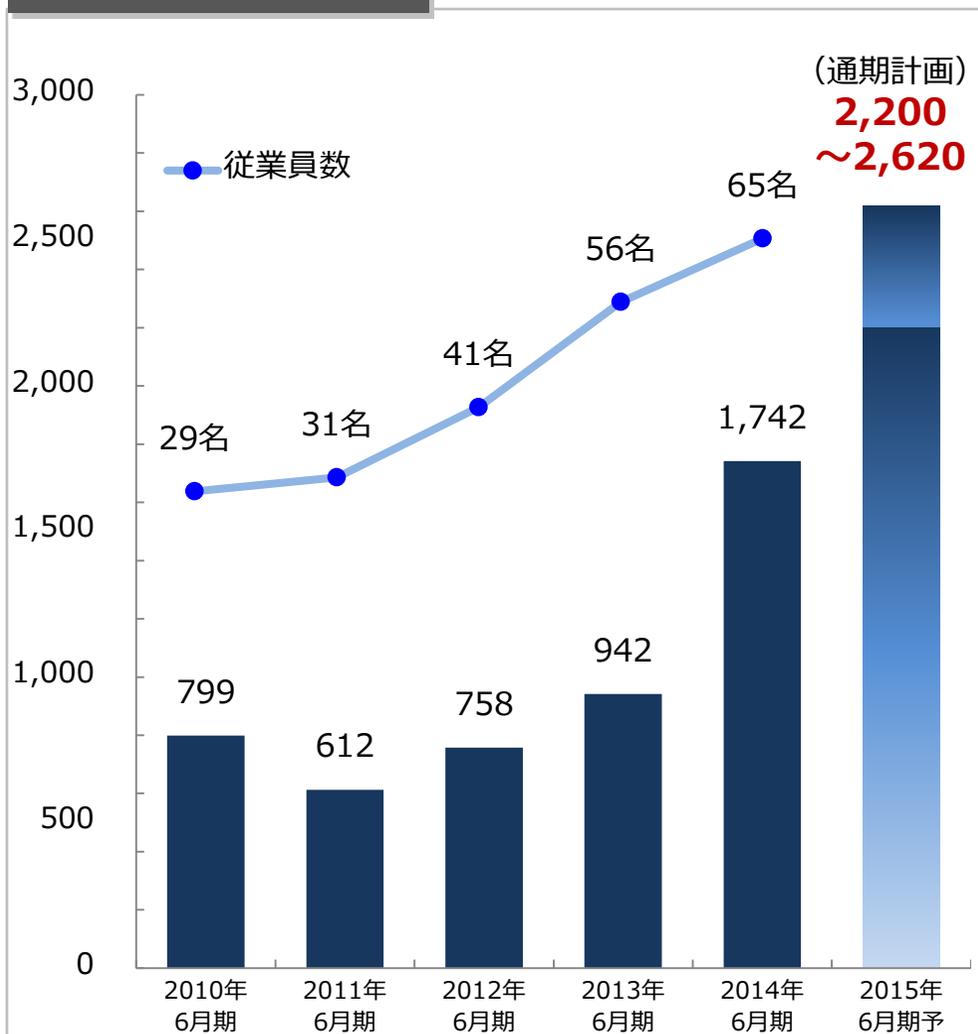
3 今期計画と取り組み

(単位：百万円、下段は構成比)

	2014年6月期	2015年6月期計画(下限)		2015年6月期計画(上限)			
			前年比	増減額		前年比	増減額
売上高	1,742 (100.0%)	2,200 (100.0%)	+26.3%	+458	2,620 (100.0%)	+50.4%	+878
ソーシャル・コミュニケーション	822 (47.2%)	1,635 (74.3%)	+98.8%	+812	1,863 (71.1%)	+126.4%	+1,040
IPクリエイション	919 (52.8%)	565 (25.7%)	▲38.5%	▲354	737 (28.2%)	▲19.8%	▲181
営業利益	310 (17.8%)	433 (19.7%)	+39.6%	+122	557 (21.3%)	+79.4%	+246
経常利益	283 (16.3%)	427 (19.4%)	+51.0%	+143	551 (21.0%)	+94.7%	+268
当期純利益	308 (17.7%)	271 (12.3%)	▲12.0%	▲37	351 (13.4%)	+13.9%	+42

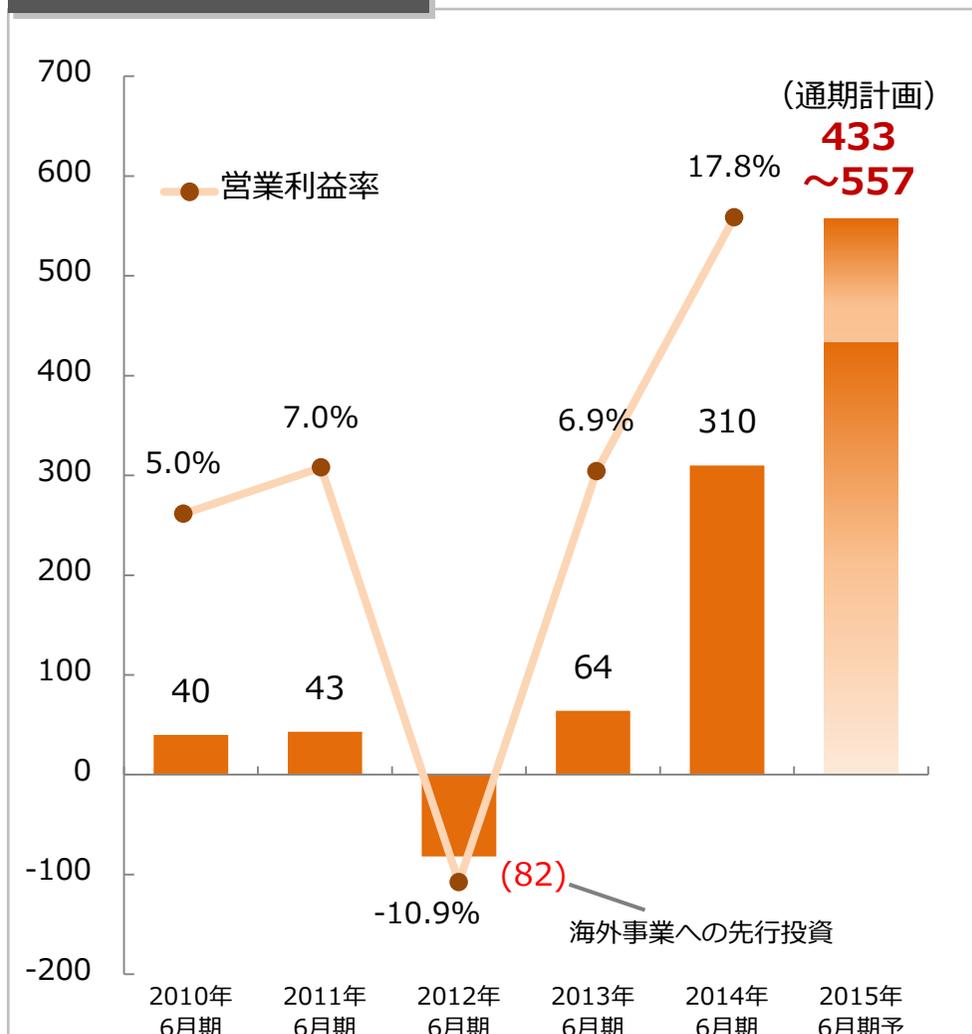
売上高

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



ソーシャル・コミュニケーション領域

- 1) ソーシャル・キャラクター・マーケティングのサービスライン拡充による受注単価及び受注数の拡大、継続
- 2) リアル店舗「DLEショップ」の全国展開
- 3) スマートフォンアプリの継続的開発
- 4) マーケティング発及びアプリ発のキャラクター開発
- 5) 新規サービスの開始
 - インターネット・ソーシャルメディアに親和性が高い新サービス体制の構築

IPクリエイション領域

- 1) パートナーシップの構築（新規IPの継続的開発力）
 - 地上波放送局との共同事業開始
 - BS放送局との共同事業開始
 - 大手SNSプラットフォームとの共同事業開始
 - インターネットメディアとの共同事業開始
 - 海外IPオーナーとの共同事業開発
- 2) 既存IPポートフォリオの成長戦略
 - 放送エリア、放送メディアの拡大、劇場映画化、アプリ・ゲーム化、プロモーション活用による認知度向上
- 3) 原作リプロデュース
 - 著名IPの劇場版製作
 - 著名IPのパロディ版製作

世界展開

1) 北米展開

- DLE-Americaの強化
- 現地パートナーとの共同キャラクター開発開始
- 現地広告主へのソーシャル・キャラクター・マーケティング・サービス開始

2) アジア展開

- 現地パートナーとの共同キャラクター開発開始
- 現地広告主へのソーシャル・キャラクター・マーケティング・サービス開始

その他

1) M&A 又は 資本提携

- スマートフォン向け15秒動画SNSアプリ『Mechika (メチカ)』を運営するGlue-thへの資本提携
- その他企業グループの価値増大を図るM&A実行

2) キャラクター及びビジネスモデルのプロモーション

- 国内外の展覧会等への出展
- 情報発信力の強化(IR・PR)

4 成長戦略

アニメ市場やキャラクター市場でも差別化できるクリエイティブと、斬新なマーケティング企画力を融合させたサービスを武器に、約6兆円のマーケティング市場を狙う

マーケティング市場規模

キャラクター商品小売市場規模

※2

1兆5,700億円
(2013年)

当社
売上高：17.4億円

※3

2,330億円
(2012年)

アニメーション市場規模

5兆9,762億円
(2013年)

※1

動画広告市場

市場規模出典

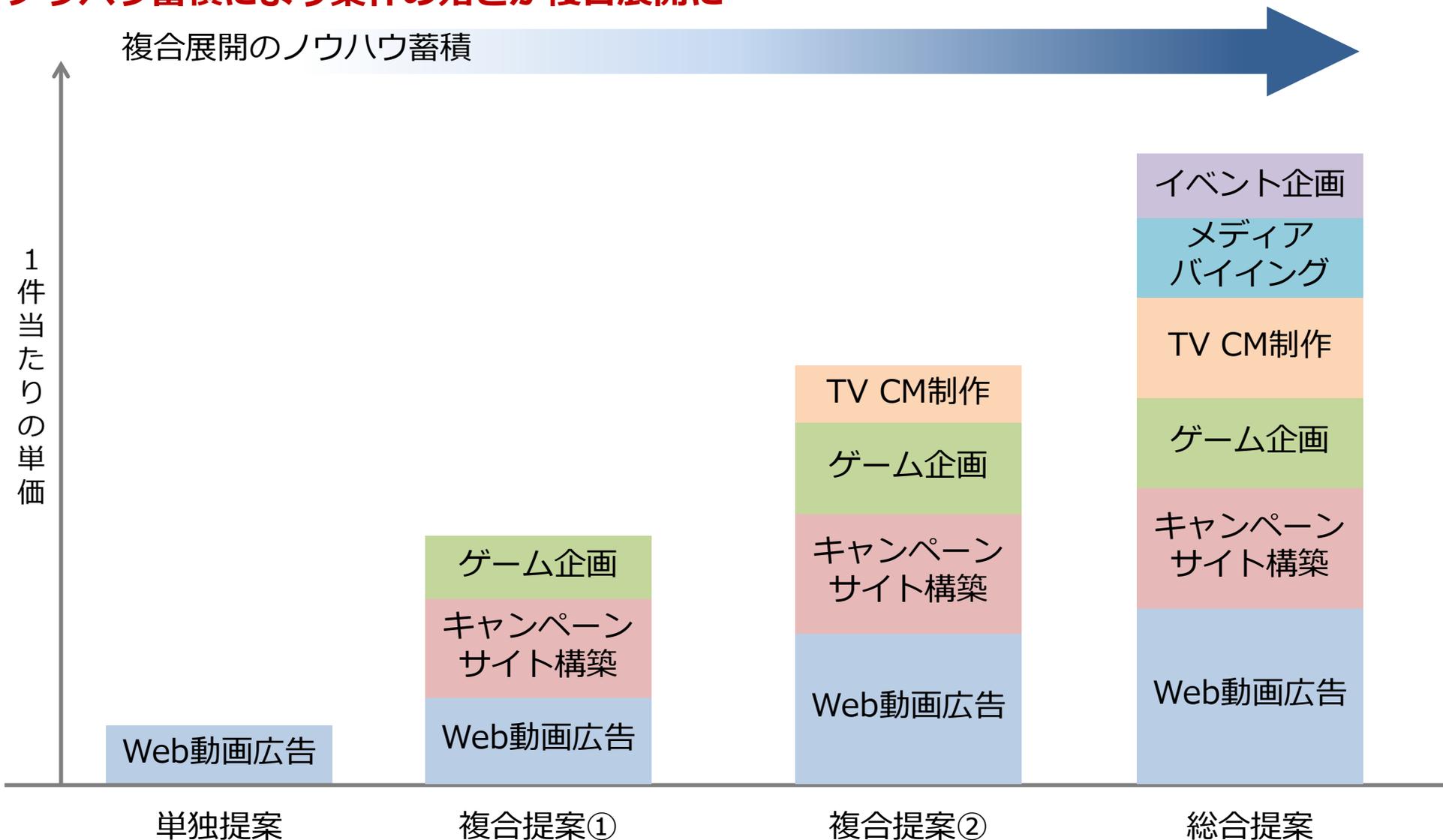
※1 マーケティング市場：電通「日本の広告費」

※2 キャラクター商品小売市場：キャラクター・データバンク「CharaBiz data2014」

※3 アニメーション市場：メディア開発綜研「アニメーション市場規模分析」

ノウハウ蓄積により案件の殆どが複合展開に

複合展開のノウハウ蓄積



各国で成長のための強固なパートナーシップを確立

台湾

ERA社

台湾のメディアコングロマリッド。
ケーブルテレビの全国ネットワークを保有。
当社と合併会社DLE-ERAを設立。

タイ

MCOT社

タイの政府系大手メディア。
2大テレビ局であるチャンネル9を傘下に持つ。
当社とキャラクターを共同展開、プロデュース。

中国

Mr. Cartoon Pictures社

アニメを中心とした中国の映画会社。
中国全土の各主要映画館に配信ネットワークを保有。
当社と共同事業契約を締結。

米国

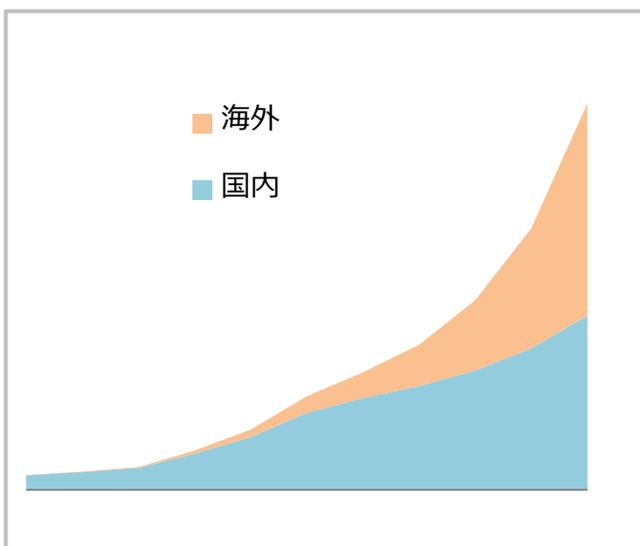
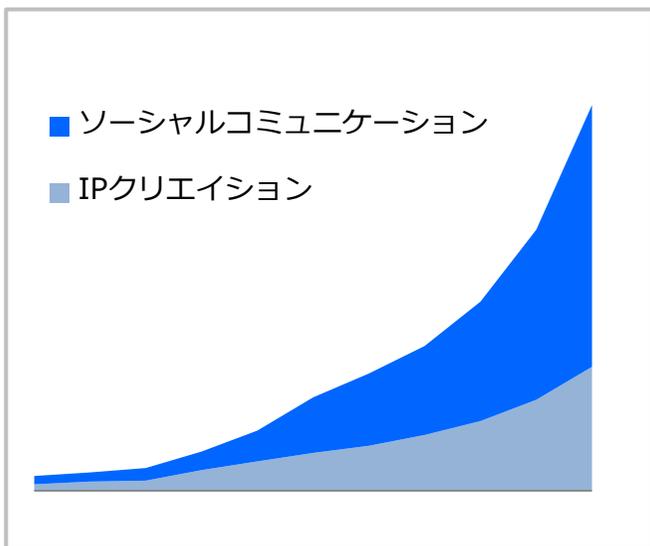
- ・ 2012年にDLEアメリカを設立
- ・ 有力パートナーと深いリレーションを保持

Hasbro社

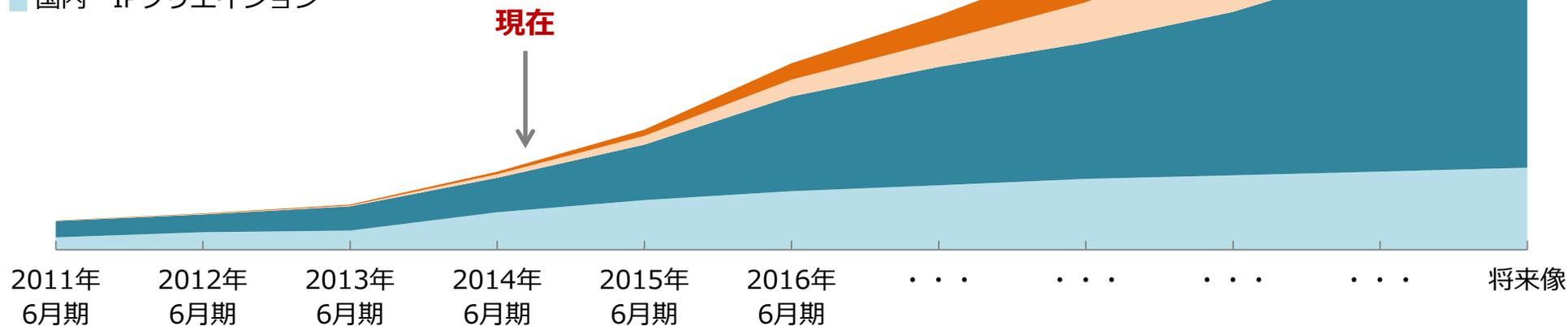
世界2大玩具メーカーの一つ。1923年創業。
主要商品は「モノポリー」「人生ゲーム」等のボードゲームや「トランスフォーマー」、「GI JOE」、「ファービー」等のキャラクター玩具。
当社は資本参加を受ける他、取締役を受入。

Warner Bros.社

Fenox社



- 海外 ソーシャルコミュニケーション
- 海外 IPクリエイション
- 国内 ソーシャルコミュニケーション
- 国内 IPクリエイション



プロデューサー・クリエイターを質・量ともに拡充することでプル型の案件数も拡大

