

# 2015年3月期 第2四半期 決算補足説明資料



2014年11月14日  
株式会社エムアップ

# 目次

■ 2015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	.....	11
■ 当社の特長・強み	.....	18
■ ご参考	.....	21

# 2015年3月期 第2四半期決算概要

# 決算実績

- eコマース事業で委託販売への移行が進み減収も、業容の拡大から営業増益かつ利益率が改善。携帯コンテンツ配信事業の好調で、通期予算に対する進捗も5割超。

(百万円)

	2013年4-9月 実績 (ご参考)	2014年4-9月 連結実績	前年同期比 増減額 (ご参考)	前年同期比 増減率 (ご参考)
売上高	1,852	1,760	△ 92	△ 5.0%
売上総利益	602	666	64	+ 10.6%
売上高総利益率	32.5%	37.8%	—	—
販売費及び一般管理費	373	387	14	+ 3.6%
営業利益	228	279	51	+ 22.0%
売上高営業利益率	12.3%	15.8%	—	—
経常利益	232	281	49	+ 21.3%
税引前当期純利益	232	281	49	+ 21.3%
当期純利益	162	153	△ 9	△ 5.6%
1株当たり純利益 (円)	24.2	22.0		
1株当たり純資産 (円)	220.1	221.1		

前期に合併差益  
26百万円を計上

# 2015年3月期 第2四半期のトピックス

- 「スマートパス」、「スゴ得コンテンツ<sup>TM</sup>」向け提供サイトの好調  
⇒ ウィークリーランキングで上位を獲得中

- 「ゆるキャラ<sup>®</sup>」関連ビジネスの広がり  
⇒ 「ゆるキャラ<sup>®</sup>グランプリ」投票サイトの運営、同イベント事業への参画等

- スマホへの移行進展で月額課金会員数が順調に推移  
⇒ ガラケーでの退会 < スマホにおける会員登録の定着

- 執行役員制度がスタート(6月～)  
⇒ 事業責任の明確化、収支管理意識の徹底、経営判断のスピード化

# au by KDDI 「スマートパス」、docomo 「スゴ得コンテンツ™」提供サイトの好調

## スマートパス

KDDIによる定額制使い放題サービス

- ・ 500本以上のアプリ使い放題
- ・ オンラインストレージ
- ・ セキュリティーサービス 等

### <当社提供サービス>

「ゆるキャラ®グランプリ for au」  
「韓流大好き！ for au」

## スゴ得コンテンツ™

NTTドコモによる定額制使い放題サービス

- ・ 現在130サイト程度の厳選コンテンツ

### <当社提供サービス>

「ゆるキャラ®グランプリ for スゴ得」  
「マチ★キャラとり放題 for スゴ得」  
「韓流大好き！ for スゴ得」

- ◆ 「ゆるキャラ®グランプリ for スゴ得」（7月8日開設）  
⇒ 「ゆるキャラ®グランプリ」9月2日からの投票により、  
9/8以降の9週中、6週でウィークリーランキング  
第1位を獲得

9月度のアクセス数、掲載順位に応じた収益は、  
10月以降に計上されます。

（※キャリアからの売上報告のスケジュールによるため）

9月29日付  
ウィークリーランキング



# 「ゆるキャラ」関連ビジネスの広がり①

- 「ゆるキャラ」を使用したデジタルコンテンツ配信、eコマースサイト運営等

しゃべってキャラ™

マチキャラ®

きせかえ

デコメ



## 2014年5月、株式会社ゆるキャラを連結子会社化

- 「ゆるキャラ®グランプリ」オフィシャルサイトの拡充  
⇒投票サイトの構築・管理、有料PRシステム導入による新たな収益基盤の構築
- 「ゆるキャラ®グランプリ」イベント事業(実行委員会)への参画
- 「ゆるキャラ」を活用した地域振興への取り組み  
⇒各種地域振興イベントへの出演キャラクターの選定・オファー等
- LINE他、各種配信の強化



『なでしこリーグオールスター2014』にて  
「なでしこリーグオールスターVSゆるキャラ®オールスターPK合戦」に参加

## 「ゆるキャラ」関連ビジネスの広がり②

### ●「ゆるキャラ®グランプリ」イベント事業(実行委員会)への参画

- ゆるキャラ®グランプリ 開催地の選定 (※本年度より公募により開催地を決定)
- オフィシャルスポンサーの選定、契約

#### ゆるキャラ®グランプリ2014

フレンドシップパートナー：株式会社ファミリーマート  
オフィシャルメディアパートナー：株式会社読売新聞グループ本社  
オフィシャルパートナー：株式会社ファミマ・ドット・コム、フタバ株式会社

- ゆるキャラ®公式グッズの製作・販売、並びに全国販売

⇒ 売上は下期に計上

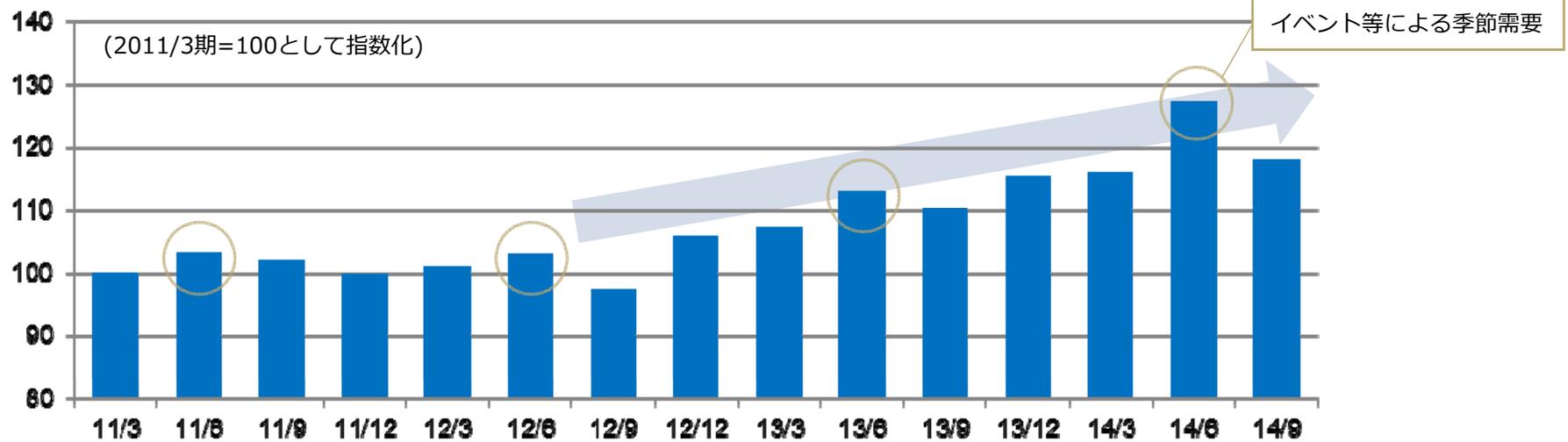
### 『ゆるキャラ®グランプリ2014 in あいち セントレア』

- ◆ 開催会場：中部国際空港 セントレア 屋外特設会場
- ◆ エントリー数：1,699体  
(自治体キャラクター1,168体、企業キャラクター531体)
- ◆ 投票期間 [9/2(火)～10/20(月)] における投票総数：2,267万票  
※エントリー数、投票数ともに過去最高を記録
- ◆ 開催期間中 [11/1(土)～11/3(月・祝)] の延べ来場者数：約7万人

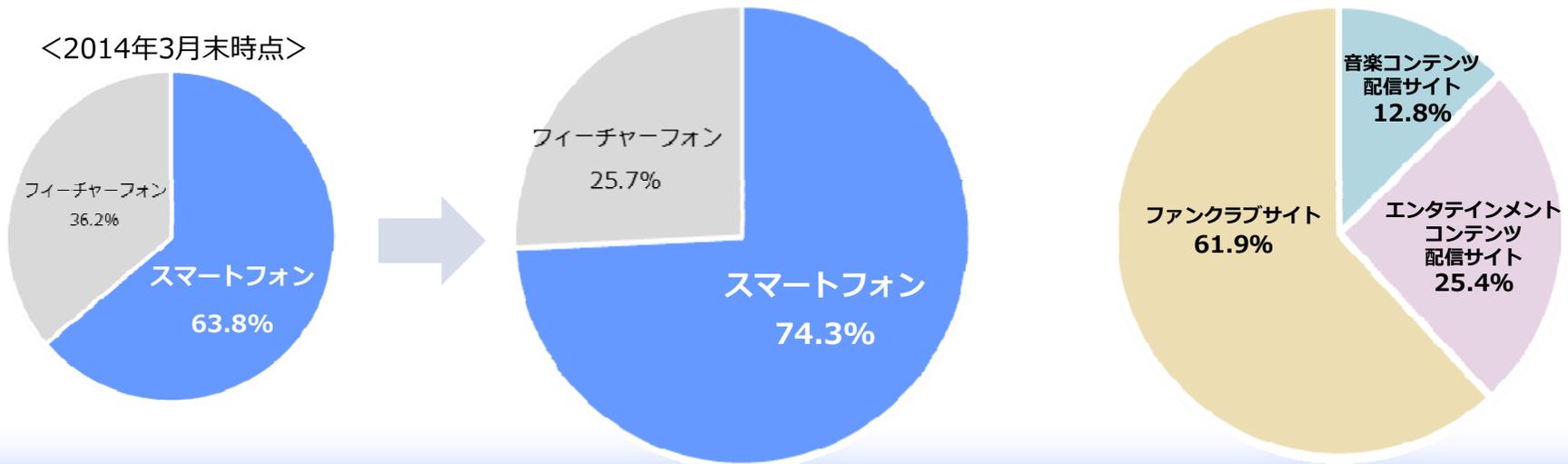


# 月額課金会員数が順調に推移

## 会員数(携帯コンテンツ配信事業)の推移



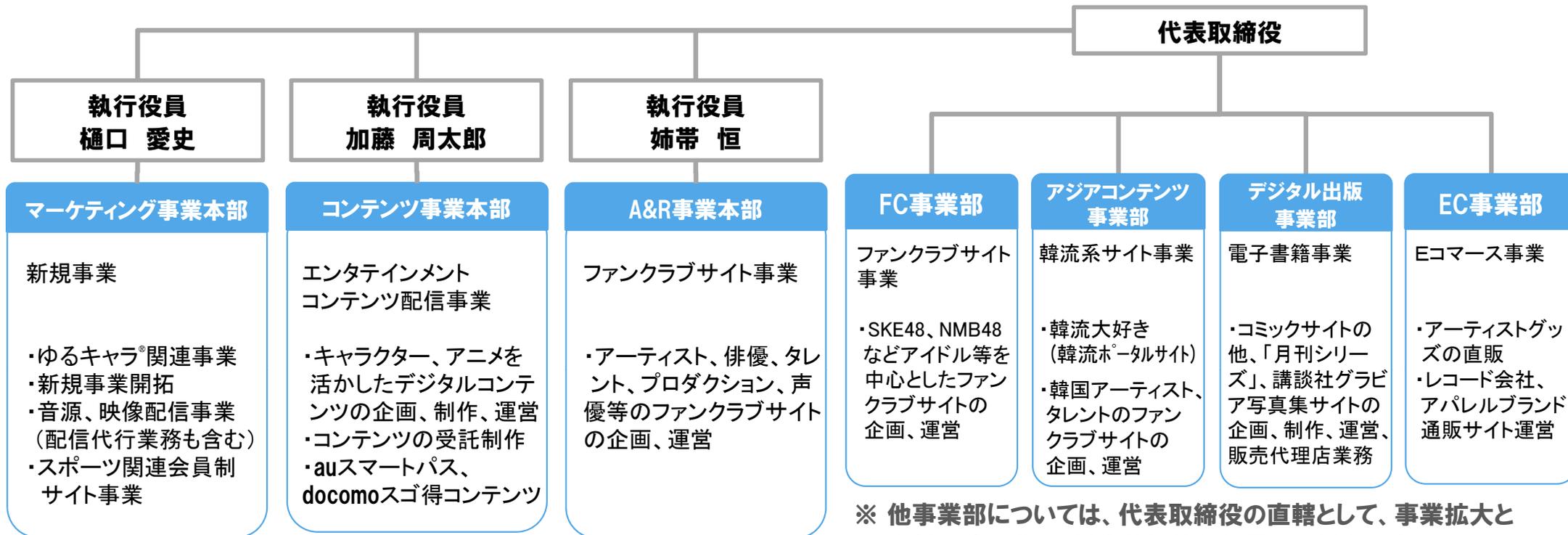
## 2014年9月末現在の構成割合



# 執行役員制度がスタート

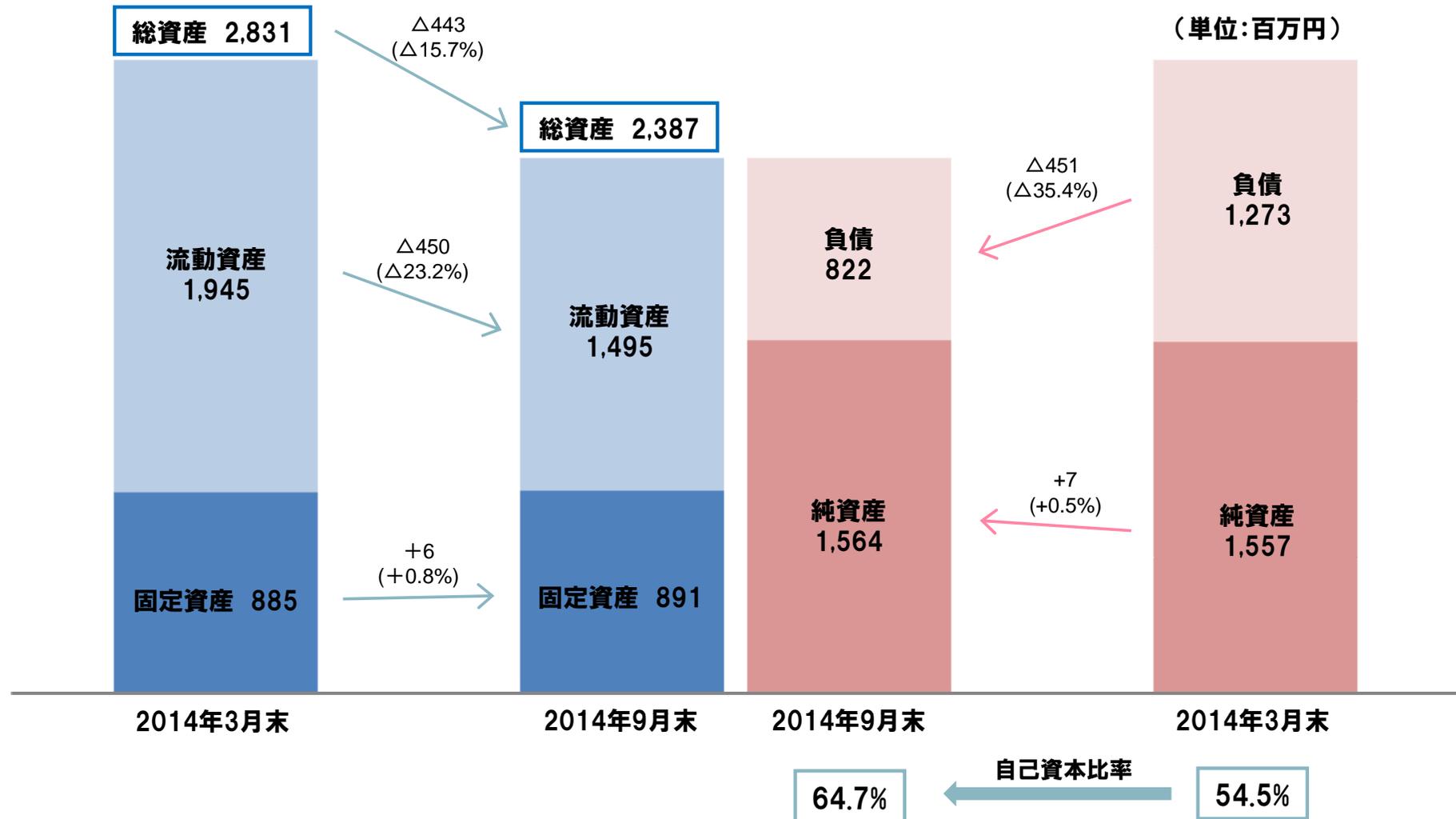
- 事業責任単位の明確化
- 経営意識、収支管理意識の徹底
- 事業推進スピードの向上、事業の効率化

成長軌道への回帰



※ 他事業部については、代表取締役の直轄として、事業拡大と人材育成を進め、将来的に執行役員を選任する計画

# 要約貸借対照表



**有利子負債は、会社創立以来ゼロを継続**

## **業績予想、今後の事業戦略**

# 2015年3月期予算

(百万円)

	[ご参考] 2014年3月期 (実績、非連結)		2015年3月期 (予想、連結)			2014/4-9月 (実績、連結)	
	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	前期比 (%) [ご参考]	金額	進捗率 (%)
売上高	3,537	100.0	3,142	100.0	△ 11.2	1,760	56%
営業利益	467	13.2	450	14.3	△ 3.7	279	62%
経常利益	426	12.1	450	14.3	5.6	281	63%
当期純利益	266	7.5	270	8.6	1.3	153	57%
1株当たり純利益 (円)	39.4		40.0			22.0	
1株当たり配当金 (円)	18.0		13.0			—	

# 今後の事業戦略のポイント

- **キャラクター、アニメ等のエンタメ系コンテンツの獲得を継続**

⇒ キャリアの定額制使い放題サービス向け提供サイトの拡充を目指す  
日本独自のコンテンツの海外発信強化を目指す

---

- **ファンクラブサイトにおける新分野の開拓**

⇒ 既存のアーティスト、タレント、スポーツ選手等に加え、アニメ関連に進出

---

- **電子書籍事業での取組み強化**

⇒ 独自コンテンツの拡充継続と月刊シリーズの新機軸が始動

---

- **「ゆるキャラ<sup>®</sup>」関連の事業領域拡大を継続**

⇒ ゆるキャラ<sup>®</sup>グランプリ 2015 へ向けて始動

---

## エンタメ系コンテンツの獲得継続

- キャラクター、アニメ等、幅広いジャンルでのコンテンツ獲得を継続
- キャリアの定額制使い放題サービス向け提供サイトの拡充を目指す  
(  スマートパス、  スゴ得コンテンツ™ 等 )
- 海外マーケットへの配信を目指す
- 22カ月ランキング1位継続中の「しゃべってコンシェル(しゃべってキャラ)」、  
「マチキャラ」のジャンルで1位をキープ

## ファンクラブサイトにおける新分野の開拓

- 既存のアーティスト・アイドル・俳優・アスリートに加え、  
**アイドル声優・アニメ系ミュージカル**をスタート

# 電子書籍事業での取組み強化①

デジタル写真集読み放題サイト  
「月刊デジタルファクトリー」

- Webブラウザによる閲覧（マルチデバイス展開）
- 月額1,500円で1000冊以上のデジタル写真集が読み放題
- 毎月50冊程度（8割が独占コンテンツ）の新作を追加中

「月刊シリーズ」の新作やバックナンバーの他、

荒木経惟、魚住誠一、加納典明、斎門富士男、沢渡朔、蜷川実花、藤代冥砂、宮澤正明、米原康正、レスリー・キーなど総勢80名以上の人気写真家の代表作、既に絶版となった幻の作品や新鋭クリエイター達の作品など幅広い写真集コンテンツを配信

当社が窓口となり、企画から制作、流通に至るまでの全般を請け負う

独占コンテンツの充実化に伴い、登録会員数は増加中

その他、主要電子書籍ストアにも作品を提供し、写真集ランキングで上位独占

## 電子書籍事業での取組み強化②

### ◎ 新機軸「月刊アニメシリーズ」写真集が始動

⇒ アニメキャラクターを女優にみたくて、

「月刊シリーズ」ならではの写真表現と組み合わせた全く新しいグラビア写真集を販売

### 第一弾「月刊 ミス・モノクローム」(全編書き下ろし&撮影)

大人気声優・堀江由衣がキャラクター原案を務め、  
現在、テレビアニメ「ガールフレンド(仮)」に出演中のミス・モノクロームの  
愛らしさ、セクシーさを全く新しいビジュアル表現で写真集化

※配信及び販売方法に関しては近日発表



※表紙イメージ(仮)

キャスティングは無限大、有名アニメキャラクターが続々出演予定

#### ■ 「月刊シリーズ」とは

毎月異なる人気女性タレントのグラビア写真とインタビューを掲載し、「月刊〇〇(タレント名)」というタイトルで発売しているグラビア雑誌。  
数多くの人気女優をキャスティングし、すべて完売しており読者の支持を獲得。



## 製作実行委員会への参加

- 市川海老蔵「JAPAN THEATER」(2014年10月公演)
- 市川海老蔵「六本木歌舞伎」(2015年2月公演)

歌舞伎等、新しいジャンルへ参入  
また、公演やコンサート等の事業に初参加

## 日本独自コンテンツの海外発信への取組み

中国向けEC事業でウィ・ジャパン株式会社と業務提携し、  
『微購物日本館』を通じて日本独自の商材の販売拡大を目指す

### 『微購物日本館』

ウィ・ジャパン株式会社が、中国テンセント社が運営するWeCaht内の  
モバイルECプラットフォーム「微購物」に、日本の商品を提供する目的で開設した店舗

将来的に、当社が主要アニメ・キャラクターコンテンツの  
代理店機能を担い、提供商材のラインナップ拡充を目指す

『微購物日本館』トップページ



商品カテゴリー一覧ページ



## 当社の特長・強み

## 当社の特長・強み

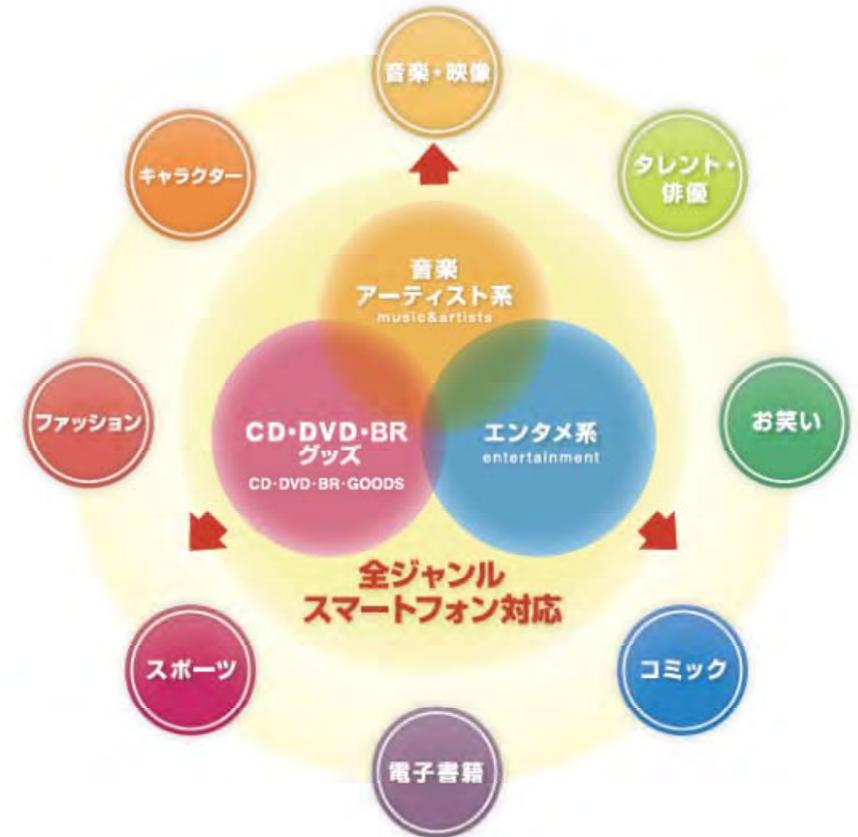
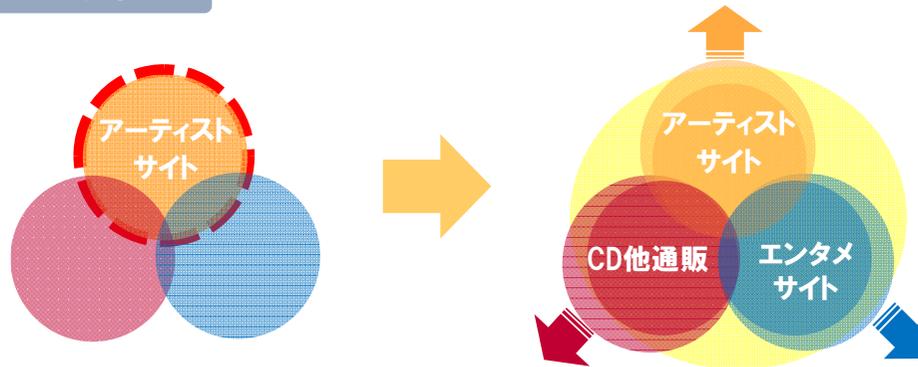
- **アーティストやタレント、スポーツ選手、キャラクター等の獲得や、コンテンツ発掘、サイト企画に強み**
- **会員制サイトの運営、eコマースをはじめ、多岐にわたるカテゴリーやジャンルでキャリア公式サイトを数多く保有**
- **複数のコンテンツ分野への複合的なサイト展開と、ファンクラブサイト運営で生じる相乗効果を活かす新たなビジネス手法**
- **次々に現れる新たなコンテンツ、サービスの流行をいち早く察知、どこよりも早く展開し、事業リスクをヘッジ**

# 多角的サイト運営から生まれる相乗効果 リスクヘッジが可能な事業展開

- 音楽のオールインワンビジネスに加え、新たな事業領域にも続々進出  
アーティスト等のファンサイト、及びサイトに連動したCD・DVD・グッズの直販サイトを多数運営。加えて、ゆるキャラ®グランプリの運営等、新たな事業領域にも進出
- サイト間の相互リンクによる宣伝効果  
サイト間の相互リンクにより、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

## 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…



- さらに当社は、

流行をいち早く察知する発掘力

どこよりも早く事業展開するスピード経営

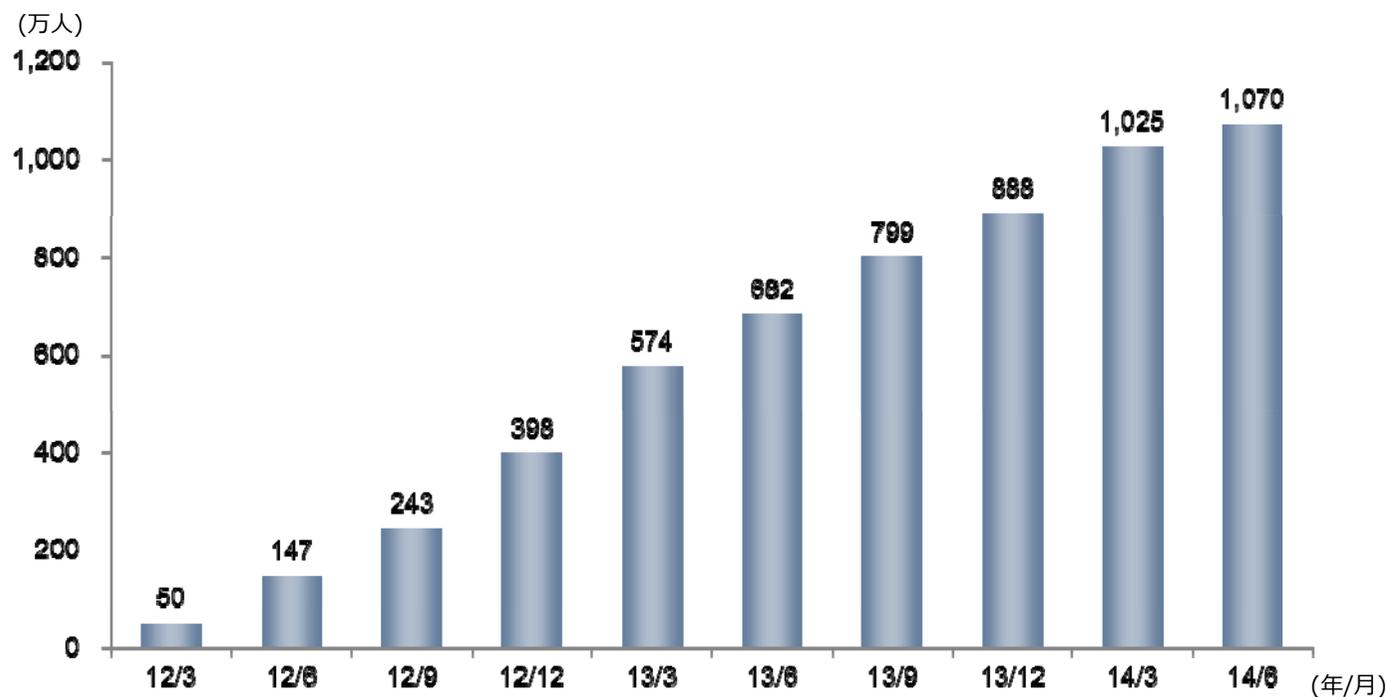
他とは異なる視点の企画力

事業リスクをヘッジすることが可能

## ご参考

# 「スマートパス」会員数の推移

当社は「ゆるキャラ®グランプリ for au」、「韓流大好き！ for au」を提供



出所：KDDI 決算説明資料より

docomo「スゴ得コンテンツ™」向けには、「ゆるキャラ®グランプリ for スゴ得」、「マチ★キャラとり放題 for スゴ得」、「韓流大好き！ for スゴ得」を提供

# 「しゃべってキャラ™」の積極的拡充

「しゃべってdキャラとり放題」…サービスインから**22カ月連続1位継続中**

**\*2014年5月より、ドコモ、au、ソフトバンク各社のiPhoneでも  
当社の「しゃべってキャラ™」コンテンツを配信開始**

さらに…

人気のアナウンサー事務所やアーティスト、アニメ作品、テレビ局など幅広いジャンルを  
を題材とした、しゃべってキャラ™専門サイトを複数立ち上げ

## 姉妹サイトの主な制作・配信実績



『cent.FORCE☆コンシェル』 『テレ東★アニメコンシェル』 『ゆるキャラ☆コンシェル』 『宇宙戦艦ヤマト2199  
コンシェル』 『日テレ★コンシェル』

## 主なキャラクターの制作・配信実績

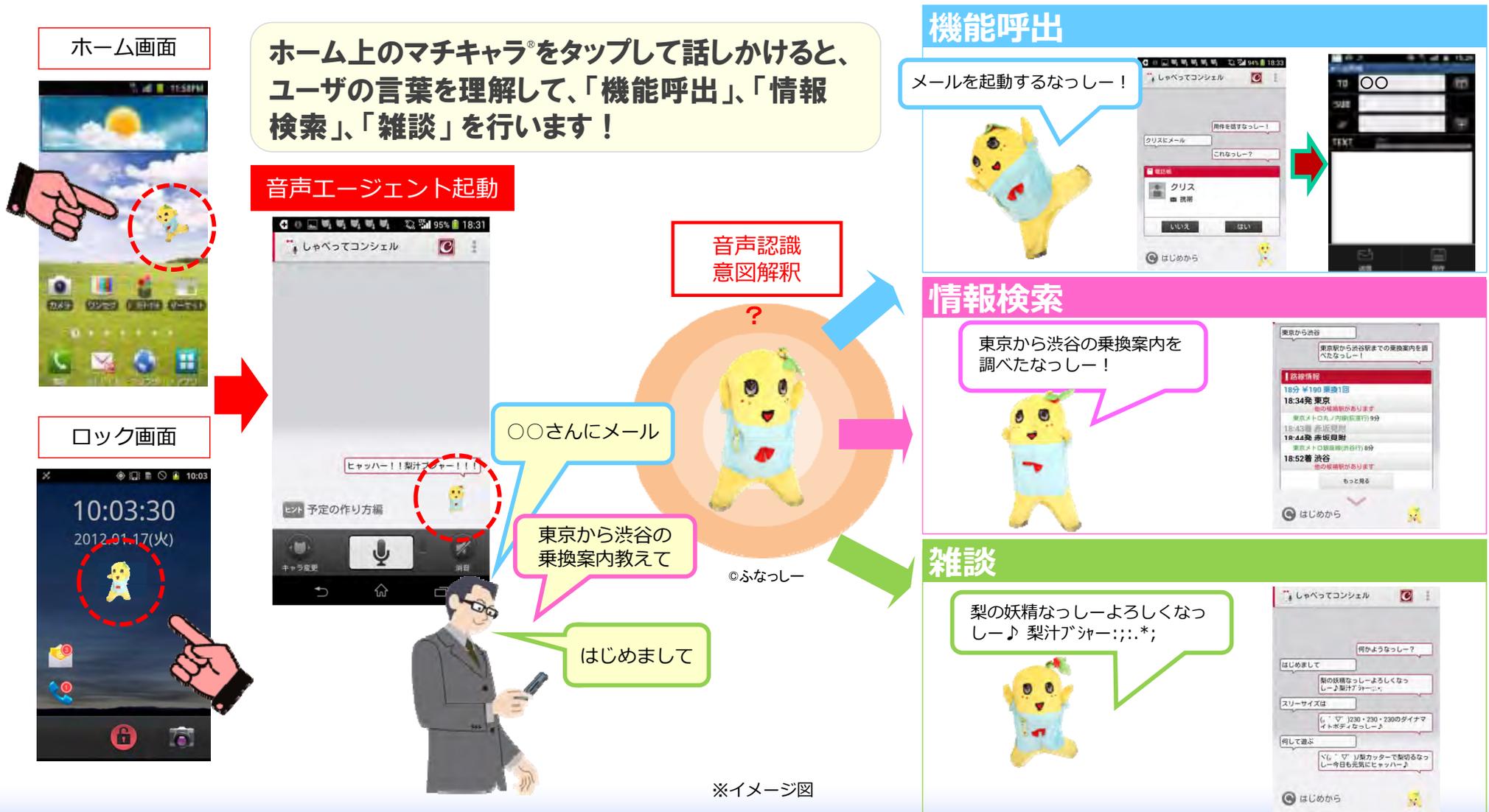


**他、タレント、アーティスト、キャラクター等、多数配信中  
(2013年度:期初80コンテンツ ⇒ 2014年10月末400コンテンツ)**

● 他にも、TBS、タツノコプロ、マクロス、GACKT、プロ野球等、しゃべってキャラ™専門サイトを多数配信中

# 「しゃべってコンシェル<sup>TM</sup>」とは

## ユーザー数1,000万超を誇るNTTドコモ スマートフォン向けサービス



# 当社の主な運営サイト①

# エンタメコンテンツ系サイト 全34サイト運営

## スゴ得コンテンツ™

マチ★キャラとり放題 forスゴ得  
docomo



ウィークリー  
ランキング1位

ゆるキャラグランプリforスゴ得  
docomo



ウィークリー  
ランキング  
6週1位

## auスマートパス

ゆるキャラグランプリ for au  
au-KDDI



## しゃべってキャラ™・マチキャラ®

しゃべってdキャラとり放題  
docomo



docomo  
カテゴリ  
1位

マチウケキャラとり放題  
docomo



docomo  
カテゴリ  
2位

## しゃべってキャラ™・マチキャラ®

TBS公式キャラコンシェル  
docomo



マクロス★コンシェル  
docomo



cent.FORCE☆コンシェル  
docomo



GACKT★コンシェル  
docomo



## デコメ・スタンプ

デコアニメとり放題  
docomo au-KDDI



# 当社の主な運営サイト②

# アーティスト・アイドル・メール配信サイト 全204サイト運営

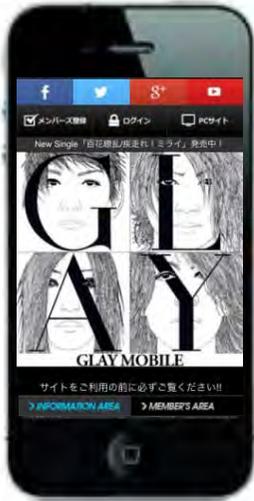
docomo au by KDDI SoftBank

## アーティスト

## メール配信

お気に入りのメンバーから  
あなたの携帯電話にメールが  
直接届く「プライベートメール」

GLAY MOBILE



SKE48 Mobile



NMB48 Mobile



LUNA SEA MOBILE



SKE48 Mail



SoundHorizon Mobile



ZARD MOBILE



hide mobile JETS



つるのもばいる



NMB48 Mail



# 当社の主な運営サイト③

## 俳優・タレント・プロダクション・アスリートサイト 全141サイト運営

docomo au by KDDI SoftBank

### 俳優・タレント

小栗旬 MOBILE



綾野剛 MOBILE



溝端淳平 MOBILE



山本裕典 MOBILE



### プロダクション

研音Message



サンミュージック モバイル



SweetPower Mobile



TEN CARAT Mobile



### アスリート

本田圭佑 MOBILE



柿谷曜一朗 MOBILE



# 当社の主な運営サイト④

## 韓流コンテンツ系 全62サイト・音楽配信サイト他 全33サイト運営

docomo au by KDDI SoftBank

### スゴ得・スマートパスコンテンツ

韓流大好きforスゴ得  
docomo



韓流大好きforスマートパス  
au by KDDI



### 韓流アーティスト

リュ・シウォン Mobile



### カルチャー

勝馬Online



### 音楽配信

アーティスト公式サウンド  
docomo au by KDDI SoftBank



### 韓流情報サイト

韓流大好き!



docomo  
カテゴリ  
1位

快韓



docomo  
カテゴリ  
2位

ソ・ジソブMobile



講談社  
宮澤正明写真館



アーティスト公式コール

docomo au by KDDI SoftBank



# 当社の主な運営サイト⑤

EXILE / EX FAMILY  
(ファンクラブサイト)



# PCサイト 約300サイト運営

日本女子サッカーリーグ  
(公式サイト)



E-girls(ファンクラブサイト)



miwa(ファンクラブサイト)





# 当社の主な運営サイト⑦ ～電子書籍コンテンツ～

電子書籍レーベル「デジタルブックファクトリー」

当社が代理店となって1500冊以上の作品を販売



## 定期購読サイト

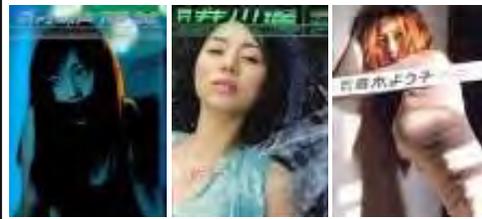
「月刊デジタルファクトリー」



「image.tv グラビアNet」



月刊 シリーズ



宮澤正明写真館/宮澤正明



月刊MEN シリーズ



青春フォトグラファー/小林幹幸



アラキーの非日記/荒木経惟



みんなニコモだった！/魚住誠一



加納典明ARTWORKS/加納典明



江戸川ハートブレイカーズ/須田信太郎



## 電子書籍アプリ

「闘魂写真集」 「JESSE STAND APP」



「SKE48妄想写真」 「早乙女太一APP」



伊集院静「男の流儀」シリーズ  
【震災編】 【恋愛編】 【仕事編】



# 音楽市場で起こっている変化

## 2013年度音楽メディアユーザー実態調査

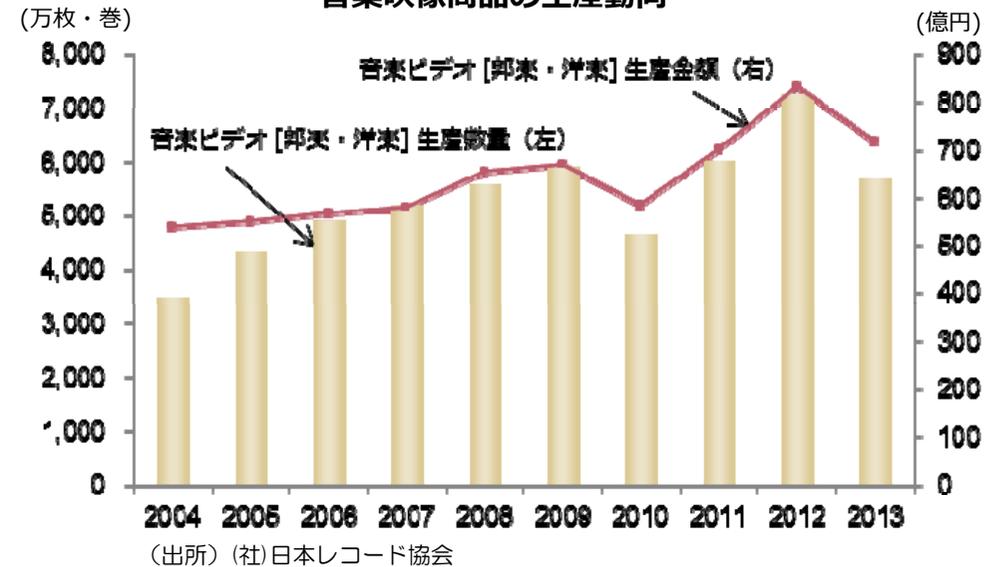
### Q. 新品CDを購入するきっかけになった物・事

	2011年		2012年		2013年	
	きっかけ	割合	きっかけ	割合	きっかけ	割合
1	テレビ番組 (音楽番組)	13.6%	テレビ番組 (音楽番組)	18.6%	テレビCM (楽曲発売のCM)	23.2%
2	CD販売店	13.4%	テレビCM (楽曲のCM)	17.2%	アーティスト公式サイト (ブログ含む)	21.4%
3	テレビCM (楽曲のCM)	12.3%	無料動画配信サイト	16.9%	テレビCM (一般商品のCM)	12.8%
4	アーティスト公式サイト (ブログ含む)	11.0%	家族・友人・知人	14.2%	無料動画配信サイト	12.8%
5	ECサイト	10.8%	アーティスト公式サイト (ブログ含む)	14.0%	テレビ番組 (音楽番組)	12.5%
6	家族・友人・知人	10.2%	CD販売店	12.3%	家族・友人・知人	12.3%
7	無料動画配信サイト	9.0%	FMラジオ	10.7%	インターネット ショッピングサイト	9.8%
8	テレビ番組 (その他)	8.2%	テレビ番組 (その他)	9.3%	CD販売店	9.8%
9	テレビCM (一般商品のCM)	7.8%	ECサイト	9.0%	テレビ番組 (その他)	8.7%
10	コンサート・ライブ 等のイベント	7.0%	コンサート・ライブ 等のイベント	7.0%	AM・FMラジオ	7.4%

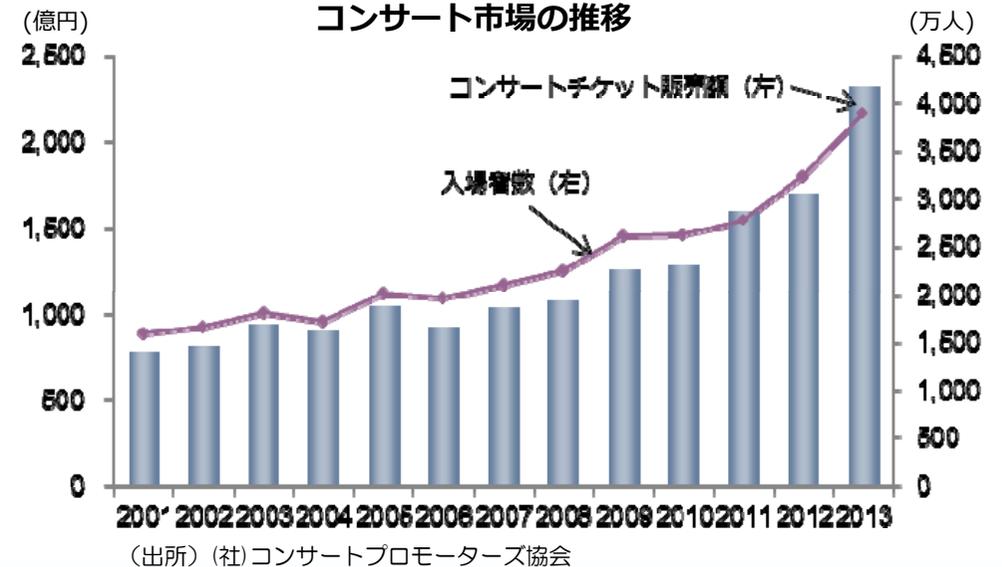
※ 未知アーティスト（この半年間以前に購入したことがなかったアーティスト）の  
新品CD購入者（2013年3～8月に購入）が対象

（出所）（社）日本レコード協会

### 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