2013年3月期
決算補足説明資料



2013年5月15日
株式会社エムアップ

目次

- 2013年3月期 決算概要 ・・・・・・・ 2
- 業績予想、今後の事業戦略 ・・・・・・・ 11
- 当社の特長・強み ・・・・・・・ 16
- ご参考 ・・・・・・・ 20

2013年3月期 決算概要

2013年3月期 連結決算実績

●大幅な増収・増益を達成、営業利益率も上昇

（百万円）

	2012年3月期 実績	2013年3月期 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売　上　高	3,603	4,278	675	＋ 18.7%
売上総利益	1,194	1,298	104	＋ 8.7%
売上高総利益率	33.1%	30.3%	—	—
販売費及び一般管理費	707	696	△ 11	△ 1.5%
営　業　利　益	486	601	115	＋ 23.5%
売上高営業利益率	13.5%	14.1%	—	—
経　常　利　益	471	615	144	＋ 30.6%
税引前四半期純利益	471	615	144	＋ 30.6%
四半期純利益	261	374	113	＋ 43.5%
1株当たり純利益（円）	46.3	57.3		
1株当たり純資産（円）	177.9	222.1		

（注）2012年3月期の1株当たり指標は、2012年8月の株式分割（1：2）および2013年1月の株式分割（1：2）を反映し遡及修正して表示。

2013年3月期決算のポイント

- **スマートフォン向けコンテンツ「しゃべってキャラ™」のサービス開始**
  2012年11月より、NTTドコモ スマートフォン向け新サービスに早期参入

- **エムアップにおけるファンクラブサイトのスマートフォン対応を完了**
  早期対応により、会員数は回復へ

- **本年2月、連結子会社エムアップAEもスマートフォン対応を完了**
  韓流サイトの会員数拡大に向けて基盤整う

- **大手レコード会社とのEC直販事業を拡大**
  ㈱ワーナーミュージック・ジャパン、ビクターエンタテインメント㈱等と協業

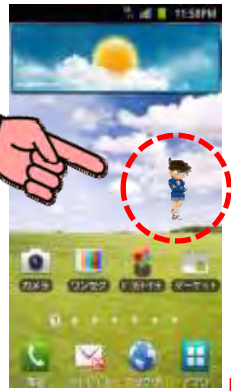
- **配当性向を30%(2012年3月期実績)から31%へ引き上げ**

「しゃべってキャラ™」とは

NTTドコモ スマートフォン向けサービス「マチキャラ」の進化版サービス

ホーム上のマチキャラをタップして話しかけると、ユーザの言葉を理解して、「機能呼出」、「情報検索」、「雑談」を行います！

ホーム画面



ロック画面



音声エージェント起動



音声認識
意図解釈



〇〇さんにメール

東京から渋谷の
乗換案内教えて



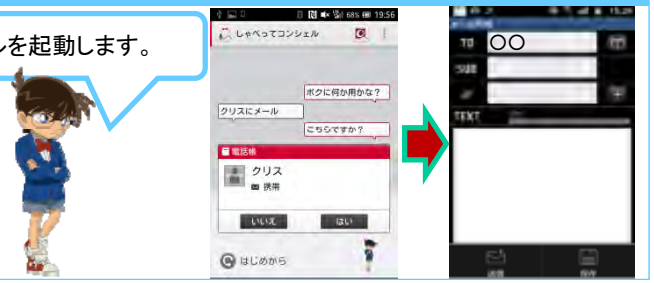
ほめて！

©青山剛昌／小学館・読売テレビ・TMS 1996

※イメージ図

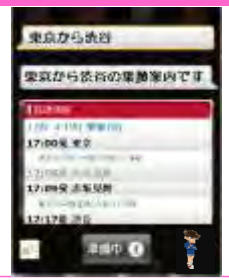
機能呼出

メールを起動します。



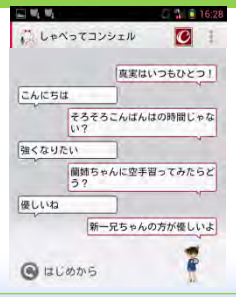
情報検索

東京から渋谷の乗換案内を調べます。



雑談

凄いですね！！

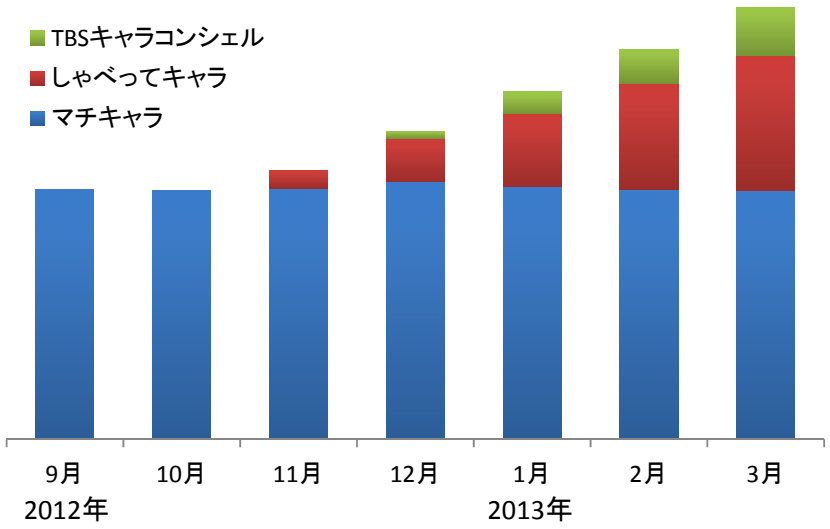


「しゃべってキャラ™」の順調な立ち上がり

「しゃべってキャラ™」・・・2012年11月よりスタート

マチキャラジャンル利用者数ランキングで、当社運営の
「マチウケキャラspとり放題」とランキングの1位、2位を独占

マチキャラ・ジャンルの会員数の推移（イメージ）



主なキャラクターの制作・配信実績

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	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	おじゃる丸 ©犬丸りん・NHK・NEP	とっとこハム太郎 ©河井リツ子／小学館・SMDE・テレビ東京
コドモ警察（鈴木福） © 2013映画「コドモ警察」製作委員会	中川翔子 (C)Watanabe Entertainment CO.,Ltd.	皆藤愛子 ©cent.FORCE	アクビガール ©タツノコプロ／キッズステーション・AGP	秘密結社鷹の爪団 ©蛙男商会／DLE

他、タレント、アーティスト、キャラクター等、計100コンテンツ

- 引き続き、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

スマートフォン対応について

● 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

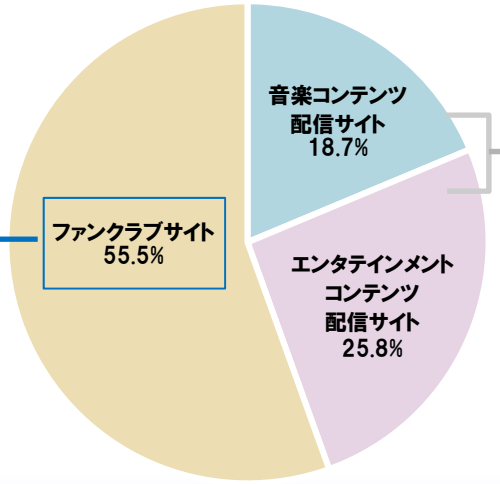
音楽配信、及びデコメ等のエンタテインメント系コンテンツにおいて会員数が減少傾向

当社

3月末の既存のファンクラブサイト
⇒昨夏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
⇒2月までにスマホ対応を完了

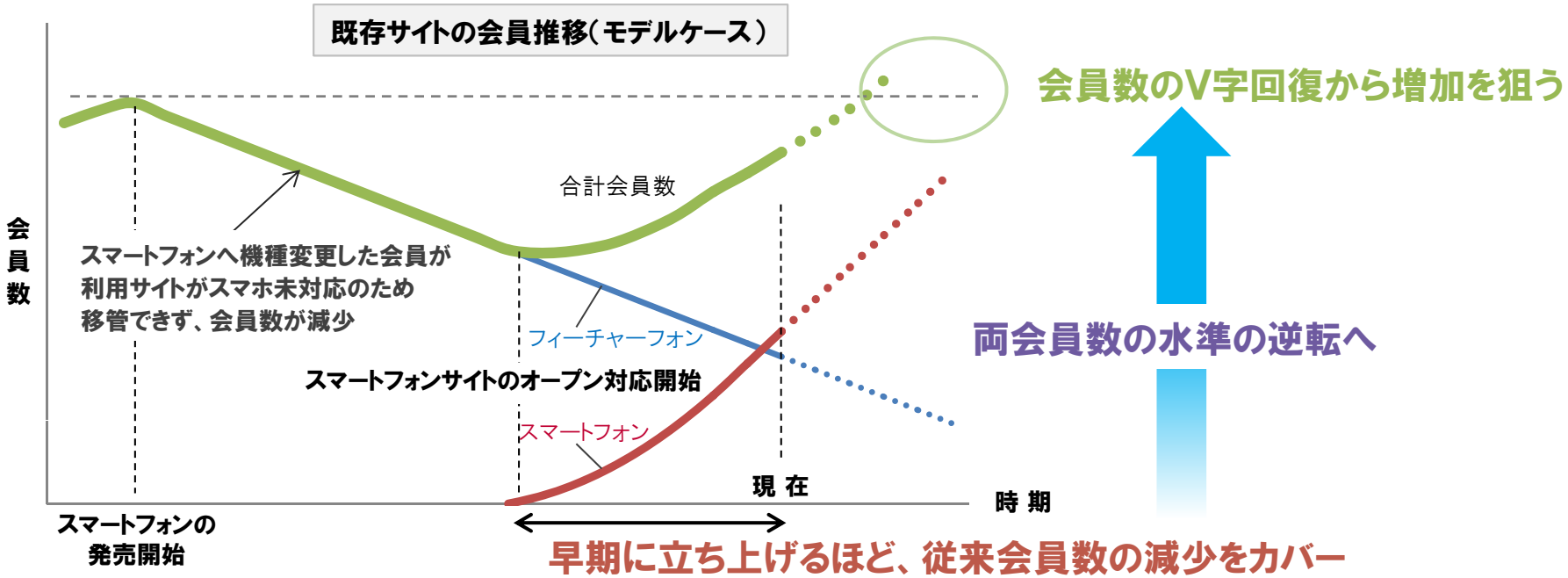
携帯コンテンツ配信事業における会員数割合
（2013年3月末現在）



スマホ対応できない一部のコンテンツカテゴリーやサイト

会員数減少

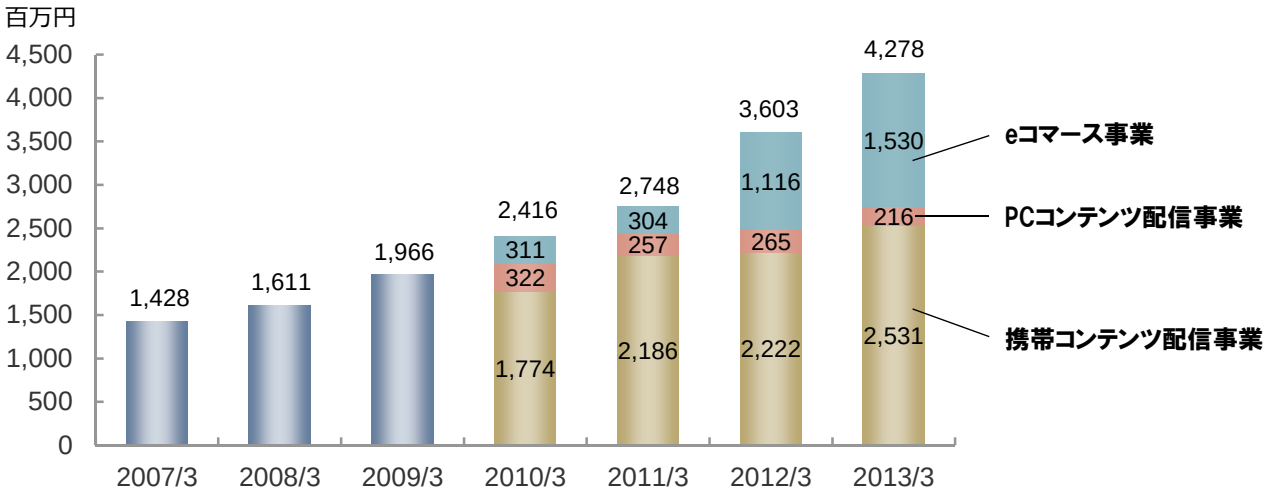
携帯コンテンツ会員数の現状(イメージ)



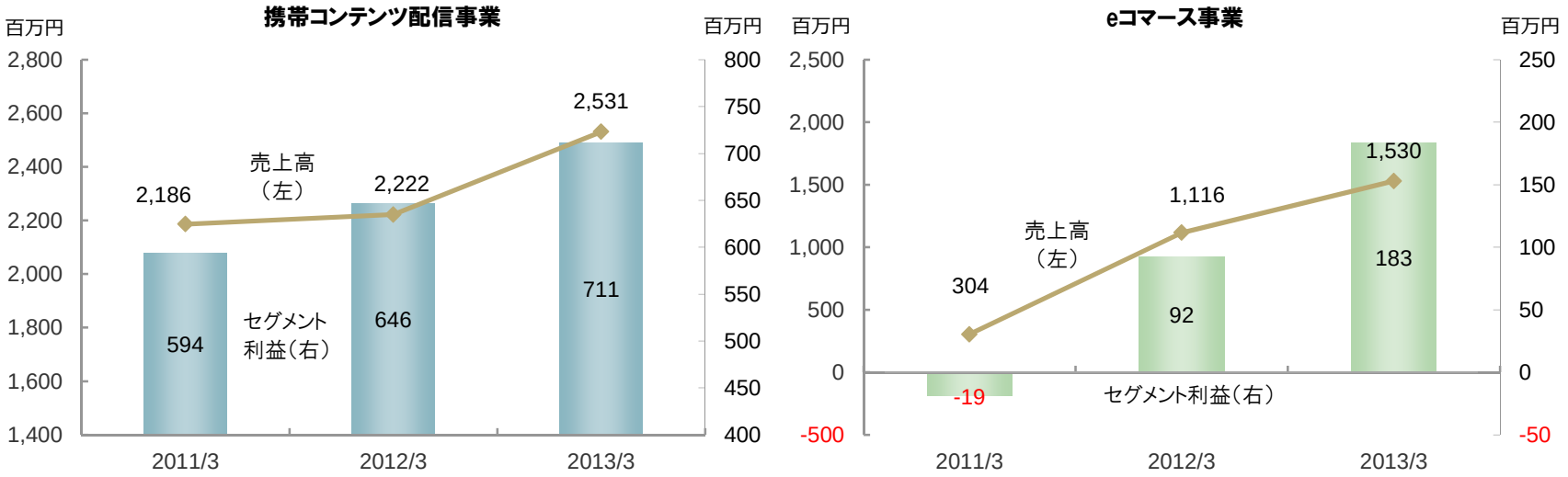
- エムアップのファンクラブサイト会員 ⇒早期対応により回復局面入り
- エムアップAE ⇒今後、回復が本格化

セグメント別の売上高・利益

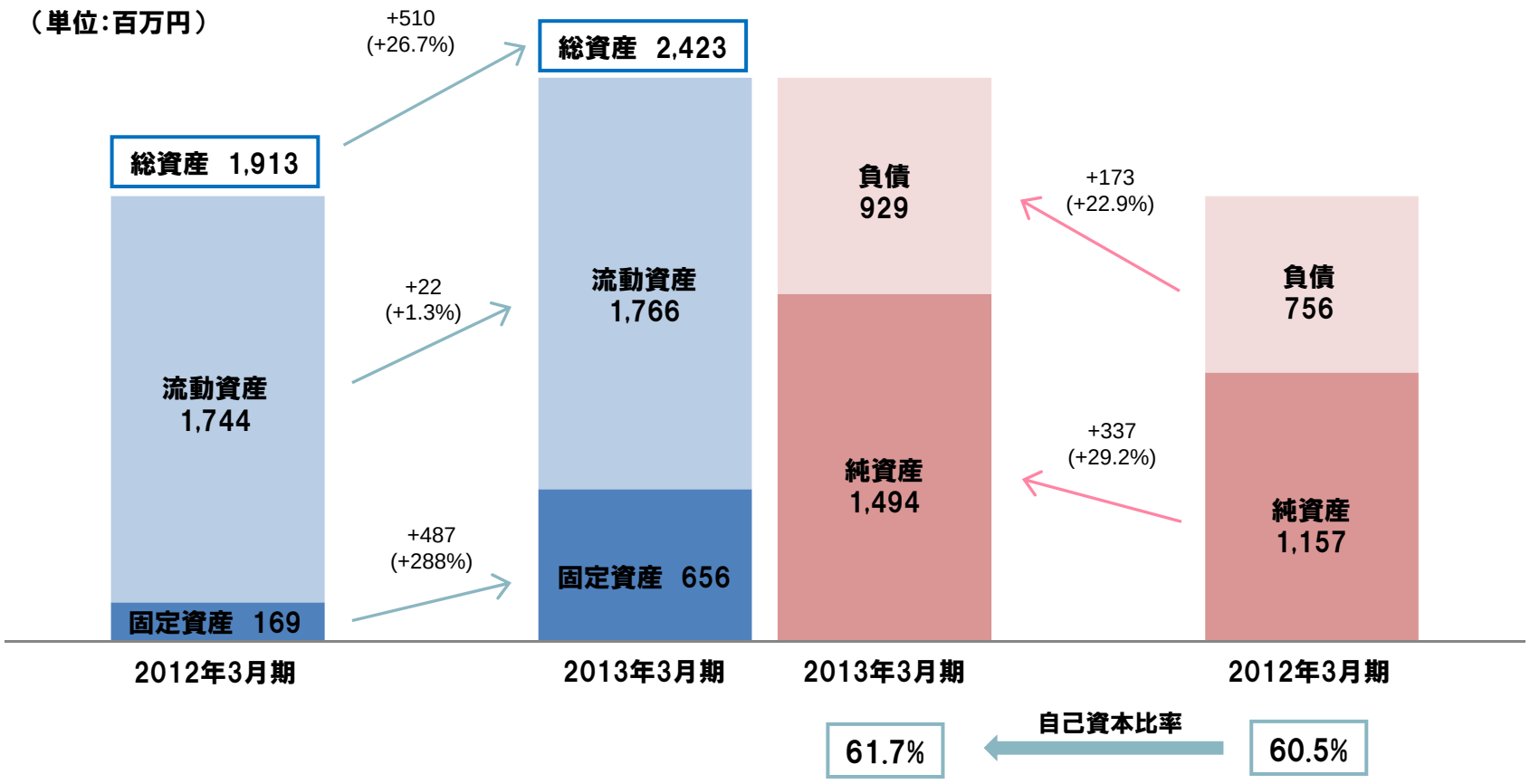
セグメント別売上高



セグメント別の状況



要約連結貸借対照表



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

2014年3月期予算

（百万円）

	2013年3月期		2014/3期（予想）		
	金 額	百分比（%）	金 額	百分比（%）	前期比（%）
売　上　高	4,278	100.0	4,500	100.0	＋ 5.2
営 業 利 益	601	14.1	650	14.4	＋ 8.1
経 常 利 益	615	14.4	650	14.4	＋ 5.7
当 期 純 利 益	374	8.8	390	8.7	＋ 4.1
1株当たり純利益（円）	57.33		59.71		
1株当たり配当金（円）	17.25		18.00		

※ 売上高の伸びが低いことについて
　Eコマース事業については、買取販売から委託販売へのシフトを引き続き推進

※ 予想利益の伸びが低いことについて
　CD/DVDの新譜販売については、2013年度上半期の現時点での判明分のみを予想に反映

今期の取組み①　～ファンクラブサイトの進化系～

- **政治家の後援会（資金管理団体）のインターネット会員システム「ホワイト サポーターズ」**

⇒政党助成金や政党支部等への企業献金に頼らない、個人からの小口資金に支えられるという新しい政治資金調達スキーム

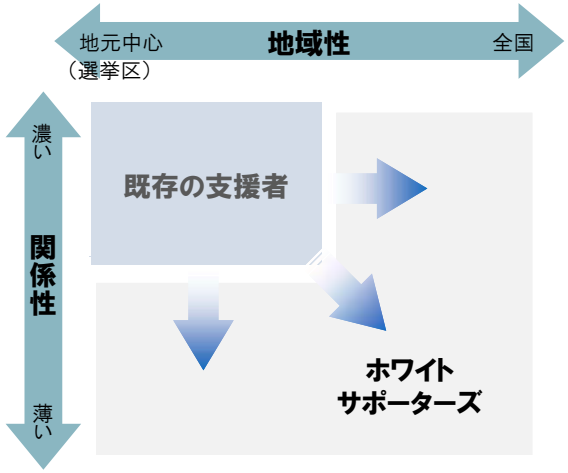
【ホワイト サポーターズ理念】
一切のしがらみのないクリーンな支援者（ホワイトサポーター）で構成された何に見返りも求めずに純粋に支持する会員

○ インターネットの活用で、従来手法では難しかった**新しい支持者の獲得が可能に** ⇒選挙区を超え、日本全国から会員募集が可能

○ 高い効率性 ⇒月額会費制で、クレジットカードや銀行口座からの自動引落としにより、**毎月継続的・自動的に**資金回収

○ ワンクリックで手軽に入会可能（入退会自由）

今夏の参院選よりネット選挙の解禁



※ 本システムについては、総務省より、政治資金規正法等に抵触しない旨の確認を得ています。

今期の取組み②

- **NTTドコモのコンテンツ定額使い放題サービス「スゴ得コンテンツ」への提供**

スゴ得（100サイト限定）コンテンツとして、
「マチ☆キャラとり放題」、「韓流大好き！」が選定された

- **ソーシャルゲームへの参入**

昨年までの他ゲーム会社からの受託制作の実績を経て、
今期よりSAPとしてゲーム市場にいよいよ参入

- **ファンクラブサイトの新たなるアーティストの獲得を継続**

今期の取組み③

● レコード会社とのECサイト協業を拡大

クラウン徳間ミュージック販売㈱の公式通販サイトの業務受託で合意

・日本クラウン㈱、㈱徳間ジャパンコミュニケーションズ、さらに『スタジオ　ジブリ　レコーズ』など実績のあるアーティストから話題の作品まで数多く商品を取り扱い
・加えて、新旧の『スタジオ　ジブリ』作品をはじめとする映像商品群（DVD/Blu-ray）の販売も予定

● 「月刊シリーズ」電子写真集の定期購読サイトを開設

「月刊DIGITAL FACTORY」…「月刊シリーズ」※の最新号とバックナンバー、人気写真家の代表作が見放題のマルチデバイス対応 月額課金サイト

※書店等で販売されている「月刊〇〇〇写真集」でおなじみの人気写真集

● 毎年、配当性向の引き上げを目標とする

2013年3月期は配当性向を30％から31％へ引き上げを実現
⇒ 今期も連続増配を目指す

当社の特長・強み

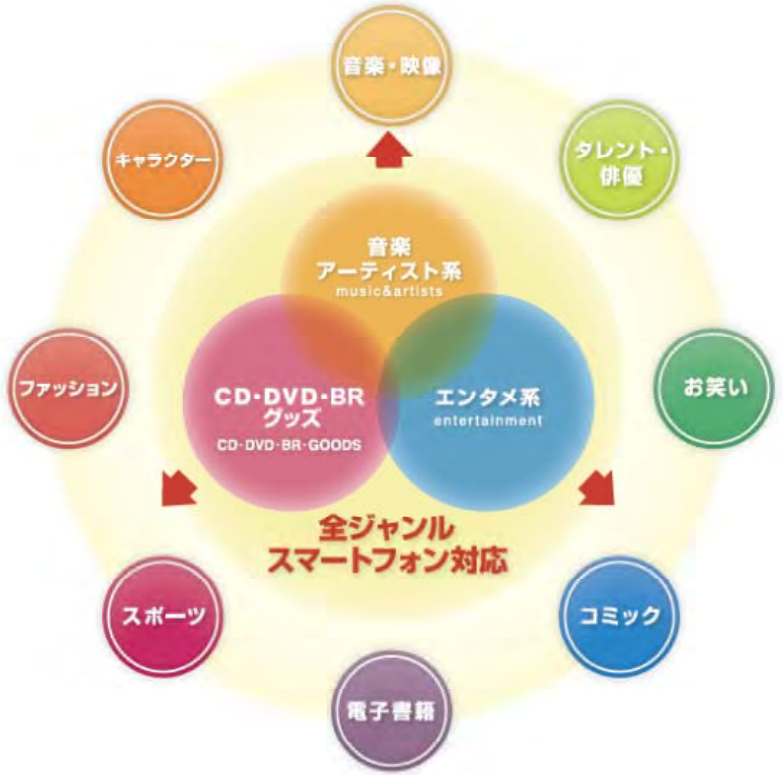
当社の特長・強み

- レコード会社やプロダクションの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つ
- 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

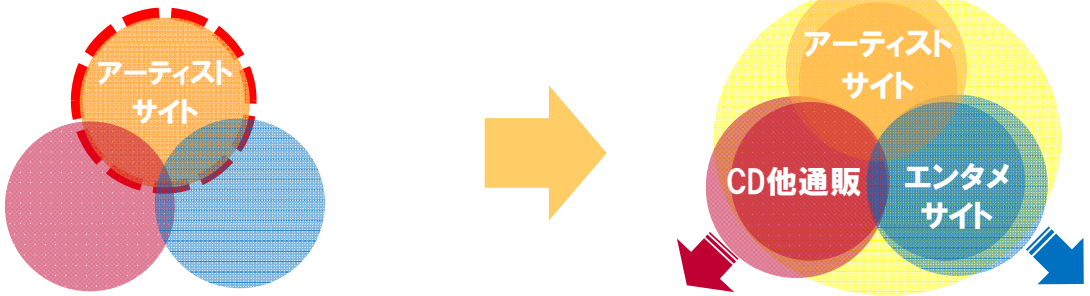
ビジネスモデルの特長

- **キャリアとの連携により、新規サービスへ早期参入が可能**
  2012年10月、スマートフォン向け「公式サイト」として、いちはやく「しゃべってdキャラとり放題(しゃべってコンシェル)」の提供を開始
- **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



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

＝

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

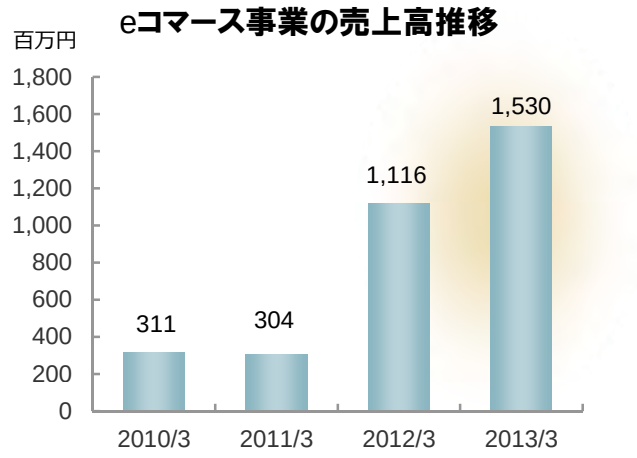
すべての関係者にメリット！

【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～

しゃべってキャラ

しゃべってdキャラとり放題

docomo



【展開カテゴリ】　マチキャラ
1位（docomo）

マチキャラ

マチウケキャラspとり放題
マチウケキャラiとり放題

docomo



【展開カテゴリ】　マチキャラ
2位（docomo）

TBS公式キャラコンシェル

docomo



【展開カテゴリ】　マチキャラ
6位（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）

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 au SoftBank

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 au SoftBank

SKE48 Mobile



NMB48 Mail



タレント

docomo au SoftBank

小栗 旬 MOBILE



綾野 剛 MOBILE



アスリート

docomo au SoftBank

本田圭佑



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 SoftBank

韓流大好き！



K-POP完全版！



韓流アーティスト

docomo au SoftBank

KPR-リュ・シウォン



キム・ナムギルmobile



プロダクション

docomo au 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



BOØWY

スマホ

PC



ビクター　オンラインショップ

PC



LUNASEA OFFICIAL SHOP

スマホ

PC



hide（LEMONeD）

スマホ

PC



GLAY (G-DIRECT)

スマホ

PC



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

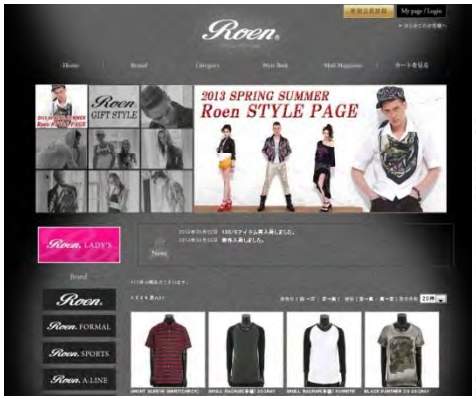


スマホ



Roen 公式通販サイト
http://roenshop.jp/

PC

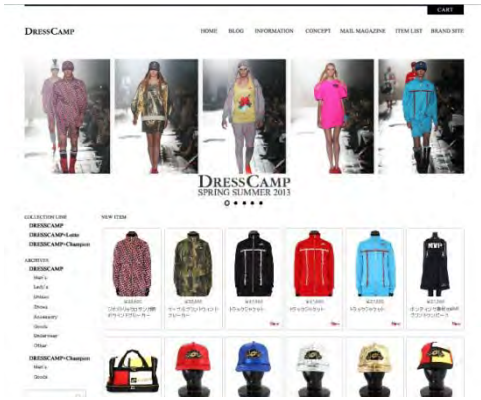


スマホ



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【仕事編】」

「その仕事は誰かの役に立っているか？誰かのために働くことが、仕事の本質だ」
直木賞作家・伊集院静が迷える若者たちに贈る男の流儀入門
第三弾は、仕事の流儀!!

iphone/ipad/ipad mini 対応

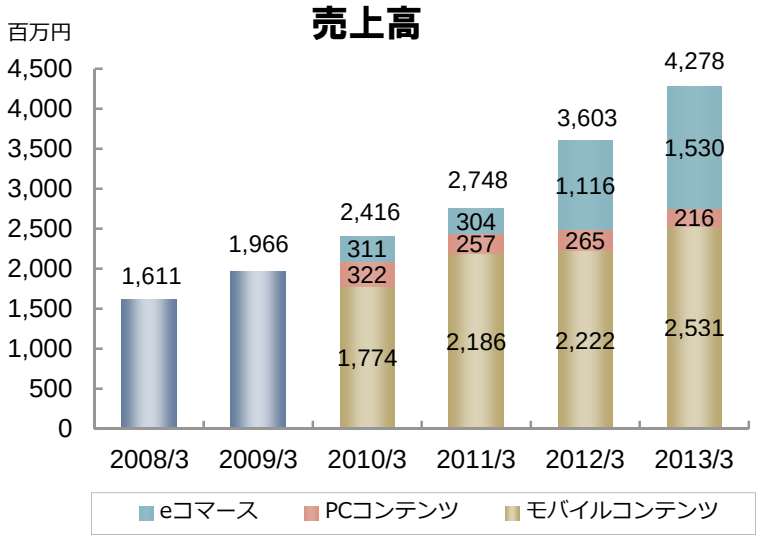
執筆・伊集院静
写真・宮澤正明

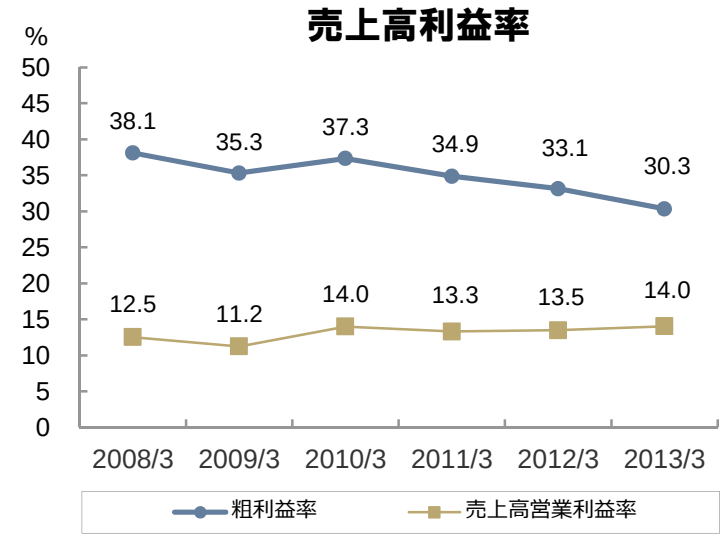


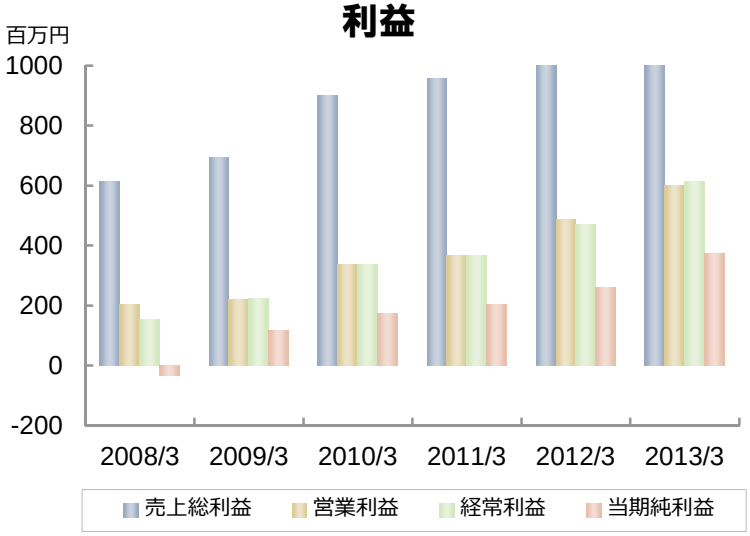
マルチデバイス 対応

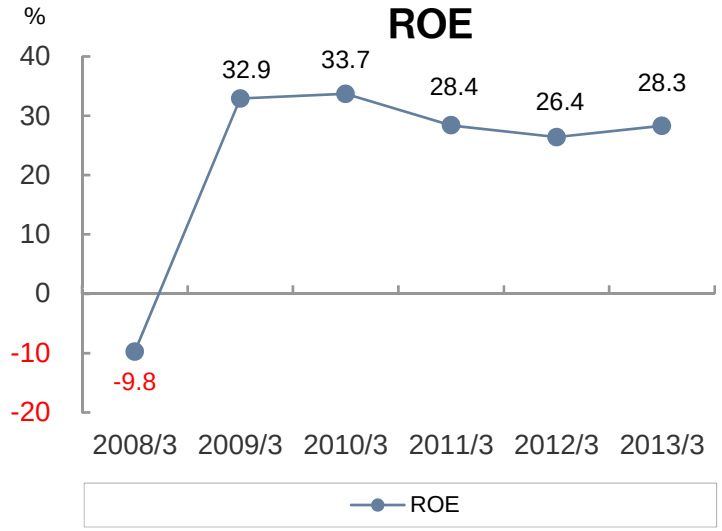
「月刊シリーズ」最新号とバックナンバーはもちろん、荒木経惟、加納典明、蜷川実花をはじめとする人気写真家たちの代表作が読み放題の電子写真集定期購読サイト。本誌での公開ショットはもちろん、ここでしか入手できないレア写真や厳選された未公開動画が満載。

業績


売上高
百万円
4,500
4,000
3,500
3,000
2,500
2,000
1,500
1,000
500
0
1,611
1,966
2,416
311
322
1,774
2,748
304
257
2,186
3,603
1,116
265
2,222
4,278
1,530
216
2,531
2008/3
2009/3
2010/3
2011/3
2012/3
2013/3
eコマース
PCコンテンツ
モバイルコンテンツ

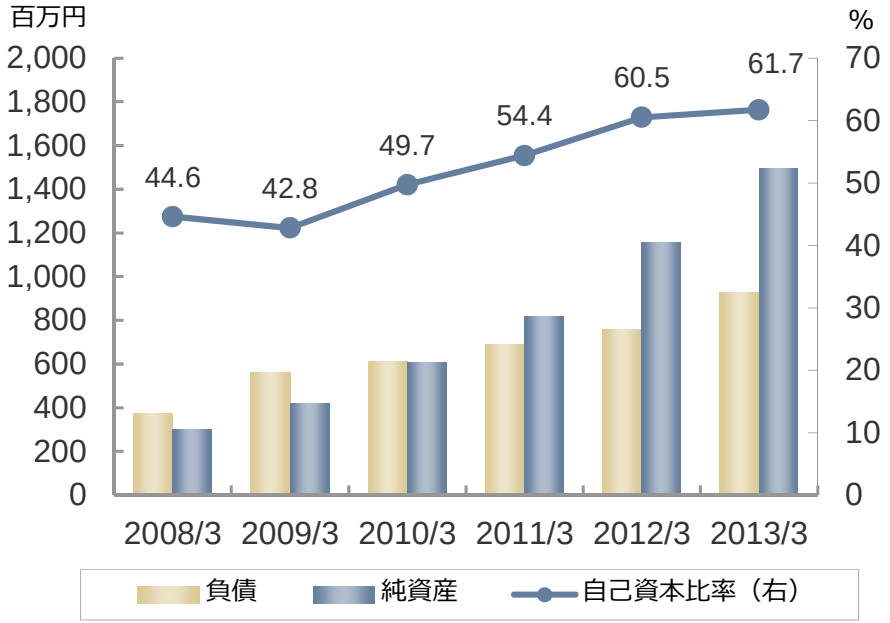

売上高利益率
%
50
45
40
35
30
25
20
15
10
5
0
38.1
35.3
37.3
34.9
33.1
30.3
12.5
11.2
14.0
13.3
13.5
14.0
2008/3
2009/3
2010/3
2011/3
2012/3
2013/3
粗利益率
売上高営業利益率


利益
百万円
1000
800
600
400
200
0
-200
2008/3
2009/3
2010/3
2011/3
2012/3
2013/3
売上総利益
営業利益
経常利益
当期純利益

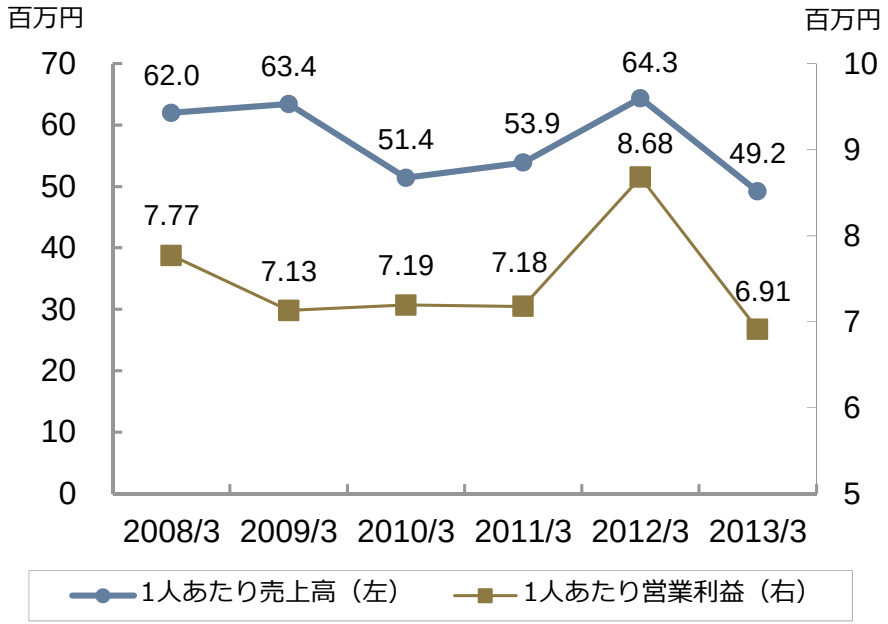

ROE
%
40
30
20
10
0
-10
-20
32.9
33.7
28.4
26.4
28.3
-9.8
2008/3
2009/3
2010/3
2011/3
2012/3
2013/3
ROE

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

2012年度音楽メディアユーザー実態調査

- **CD購入に際し、アーティスト公式サイトや無料動画配信サイトが存在感を発揮**

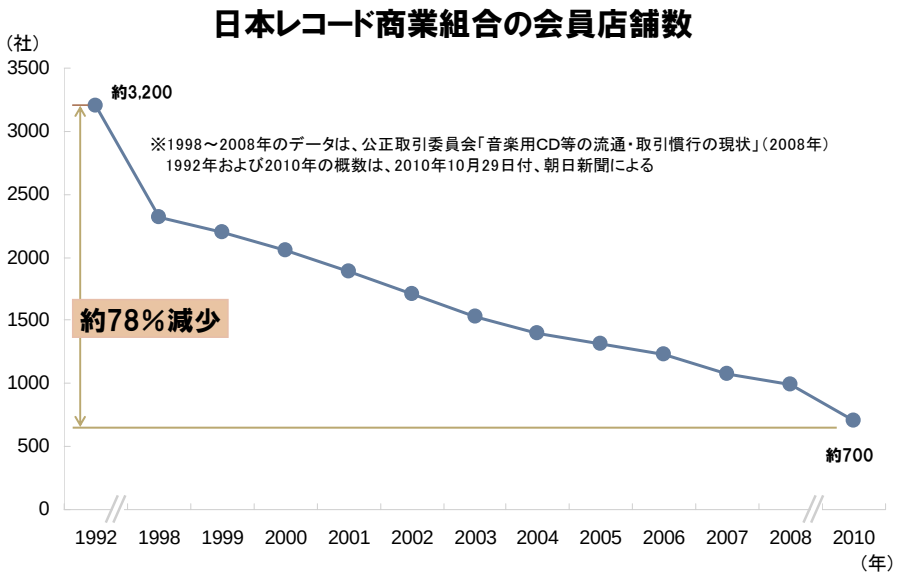
Q. 新品CDを購入するきっかけになった物・事

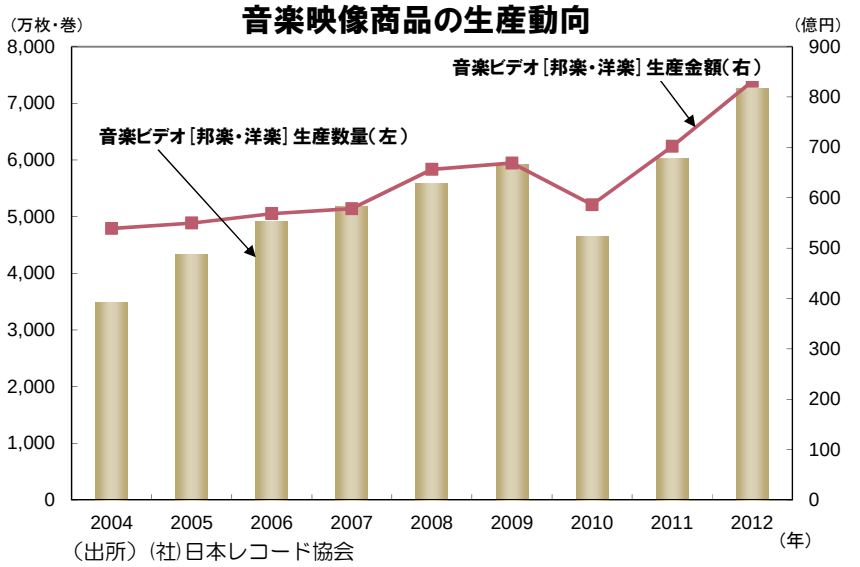
	2010年		2011年		2012年	
1	テレビCM（楽曲のCM）	14.2%	テレビ番組（音楽番組）	13.6%	テレビ番組（音楽番組）	18.6%
2	テレビ番組（音楽番組）	13.3%	CD販売店	13.4%	テレビCM（楽曲のCM）	17.2%
3	[PC・携帯] YouTube	11.8%	テレビCM（楽曲のCM）	12.3%	無料動画配信サイト	16.9%
4	CD販売店	11.5%	アーティスト公式サイト（ブログ含む）	11.0%	家族・友人・知人	14.2%
5	FMラジオ	11.1%	ECサイト	10.8%	アーティスト公式サイト（ブログ含む）	14.0%
6	友人・知人	9.0%	家族・友人・知人	10.2%	CD販売店	12.3%
7	テレビCM（一般商品のCM）	8.1%	無料動画配信サイト	9.0%	FMラジオ	10.7%
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%	テレビ番組（その他）	9.3%
9	ECサイト	7.3%	テレビCM（一般商品のCM）	7.8%	ECサイト	9.0%
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%	コンサート・ライブ等のイベント	7.0%

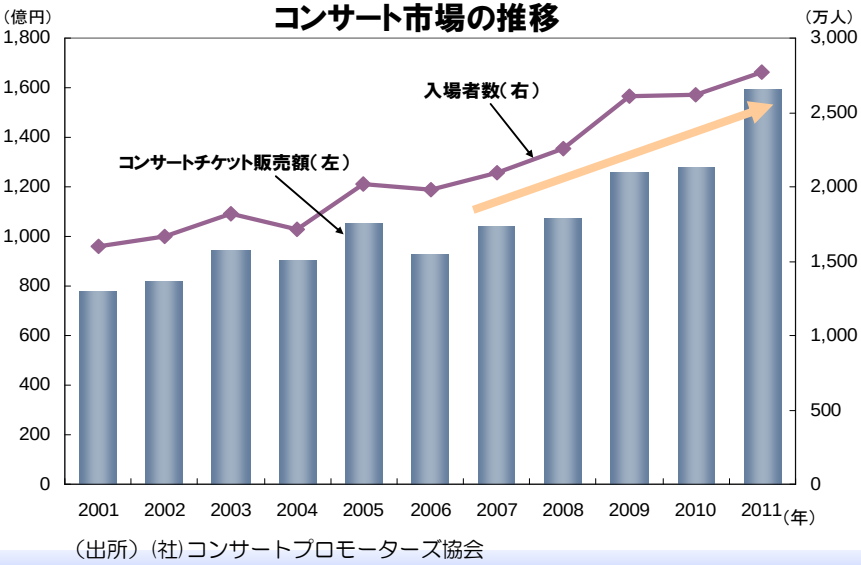
（出所）（社）日本レコード協会

※ 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（2012年3～8月に購入）が対象

音楽市場で起こっている変化







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