

2016年3月期 第2四半期 決算補足説明資料



2015年11月13日
株式会社エムアップ

目次

■ 2016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	19
■ ご参考	23

2016年3月期 第2四半期決算概要

決算実績

- ECの減少を他事業でカバー。期初予算に対しても想定通りに進捗。

(百万円)

	2014年4-9月 実績 (ご参考)	2015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	1,760	1,774	14	+ 0.8%
売上総利益	666	724	58	+ 8.7%
売上高総利益率	37.8%	40.8%	—	—
販売費及び一般管理費	387	470	83	+ 21.5%
営業利益	279	253	△ 26	△ 9.2%
売上高営業利益率	15.8%	14.3%	—	—
経常利益	281	255	△ 26	△ 9.3%
税引前当期純利益	281	255	△ 26	△ 9.3%
親会社株主に帰属する四半期純利益	153	199	46	+ 30.0%
1株当たり純利益 (円)	22.0	26.8		
1株当たり純資産 (円)	221.1	264.9		

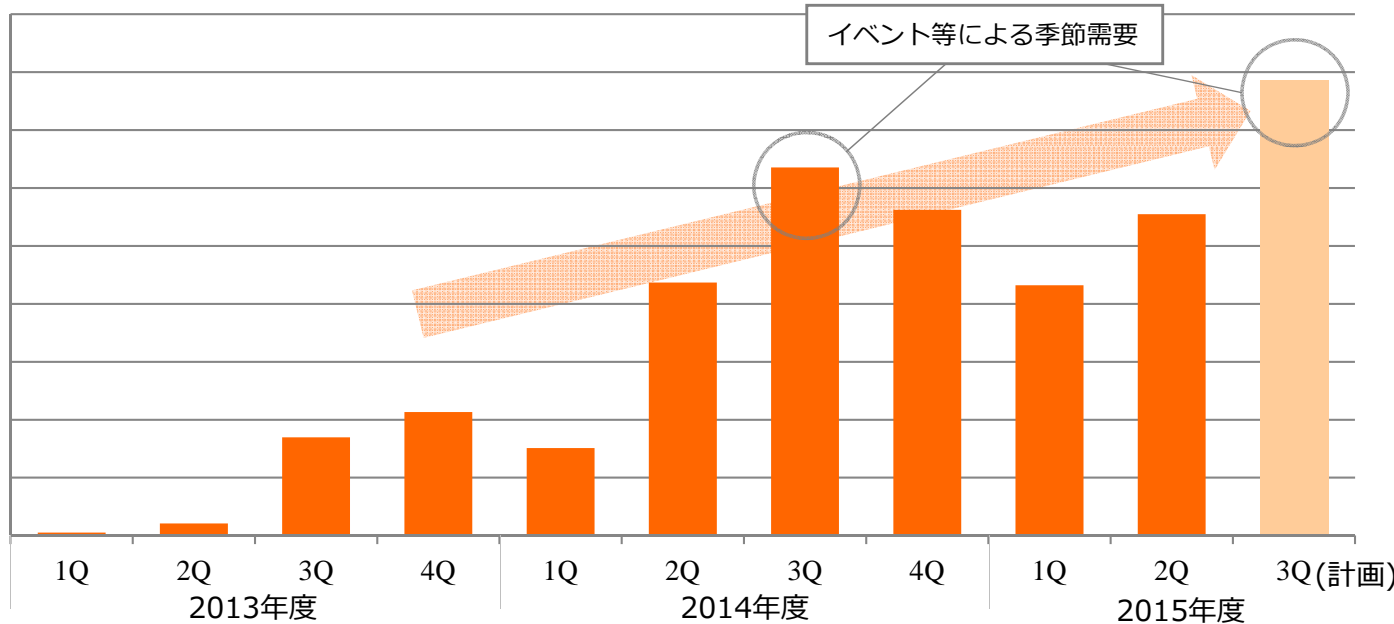
2016年3月期 第2四半期のトピックス

- **月額使い放題サービス向けの提供サイトが好調持続**
⇒ 「スゴ得コンテンツ[®]」がランキング上位で推移
- **アプリ開発体制の整備**
⇒ 単独、協業を問わずリリースの増加をはかる
- **ファンクラブサイトを中心とした月額課金会員数も堅調に推移**
⇒ スマホにおける会員登録の定着
- **電子書籍事業の順調な拡大**
⇒ 新たな独占コンテンツの開拓、月刊シリーズの更なる多角的展開

月額使い放題サービス向けの提供サイトが好調持続

◎docomoスゴ得を中心に売上高も拡大傾向

docomoスゴ得、auスマートパス、softbankアップパスの合計売上高推移



スゴ得コンテンツ[®] 契約数

- 2013 / 5 サービス開始
- / 7 100万件突破
- / 12 200万件突破
- 2014 / 3 300万件突破
- / 11 400万件突破
- 2015 / 3 500万件突破

docomo スゴ得コンテンツ[®]

<当社提供サービス>

- 「マクロス公式 for スゴ得」(10/27リリース)
- 「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」

au by KDDI スマートパス

<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」
- 「本田圭佑モバイル for au」

※ソフトバンク、格安スマートフォン向けの同様のサービスにも当社サービスを提供済み

主な月額使い放題サービス系サイト

スゴ得コンテンツ®

ゆるキャラグランプリ for スゴ得

docomo



マチ★キャラとり放題 for スゴ得

docomo



韓流大好き！ for スゴ得

docomo



マクロス公式 for スゴ得 (2015年10月スタート)

docomo



auスマートパス

ゆるキャラグランプリ for au

au-KDDI



本田圭佑モバイル for au

au-KDDI



韓流大好き！ for au

au-KDDI



App Pass

ゆるキャラグランプリ for App pass

SoftBank



アプリ開発体制の整備

◎コンテンツ力を生かしたカジュアルアプリの展開



「コダモン ~NHK古代モンスター進化中!~」

NHKスペシャル「生命大躍進」、Eテレのアニメ「ピカイア!」と番組放送連動したアプリ。



「ねば~るくん」アプリ
3タイトル同時リリース

テレビなどで話題! 大人気キャラ「ねば~る君」を題材とした初のスマートフォン向けアプリ、3タイトルを同時リリース。



「ピーピング・タウン」

大人気アニメ「Peeping Life TVシーズン1??」のスマートフォン向け放置シミュレーションゲームアプリ。

◎オリジナルタイトルも続々リリース



「社畜してやる!!」



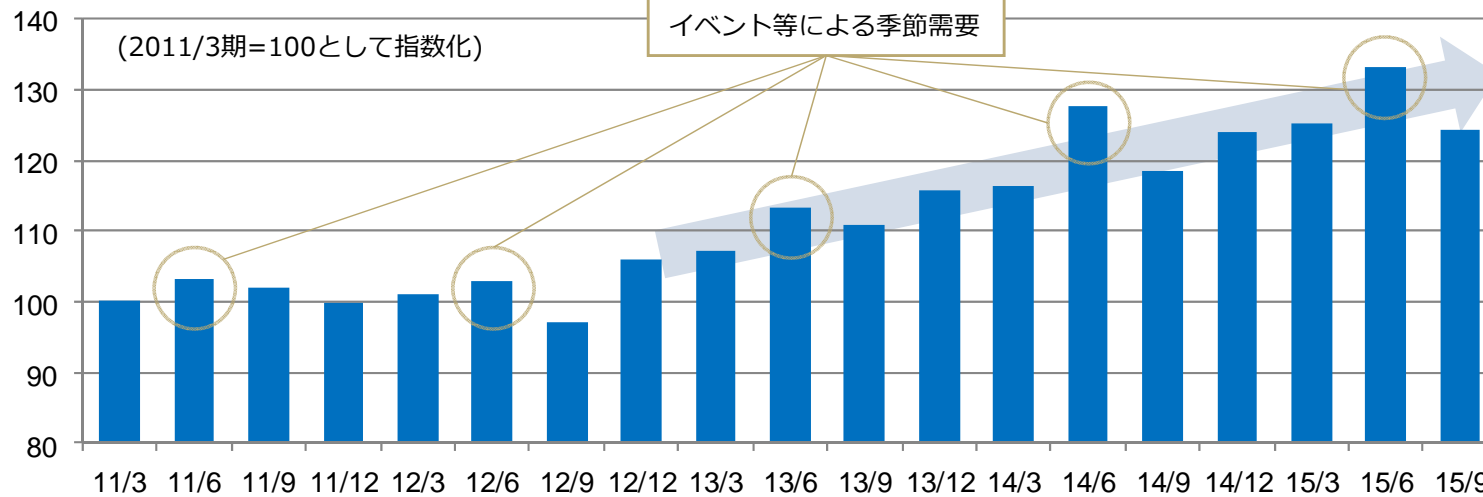
ちょっとムカつく個性的な社員たちを採用し、社畜化して売上を伸ばして会社を大きくする、新ジャンル「放置×シナリオ」シミュレーションゲームアプリ。

**ブラックユーモアをテーマにした意欲作
⇒リリース3日間で10万ダウンロード!**

**ネイティブアプリにおける開発～運営のノウハウを蓄積し、
将来的な収益の飛躍を目指す**

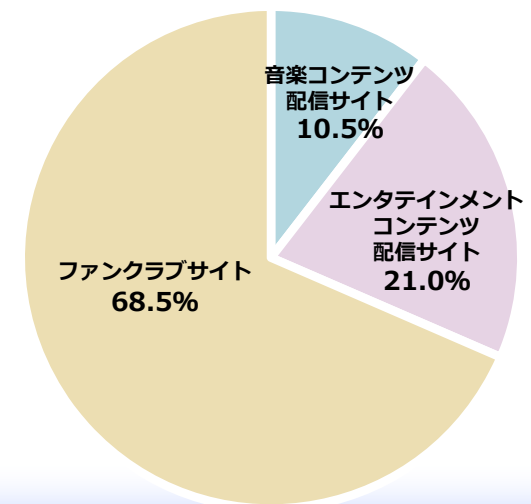
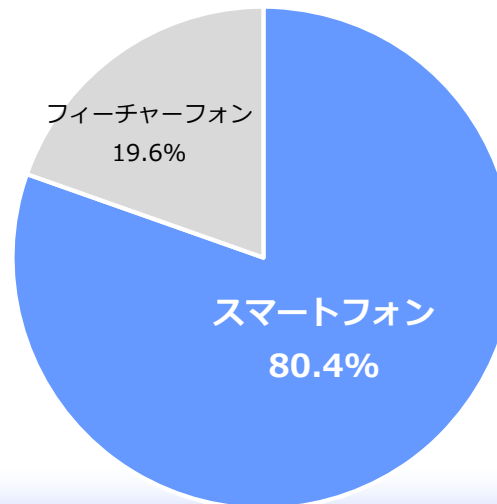
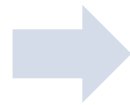
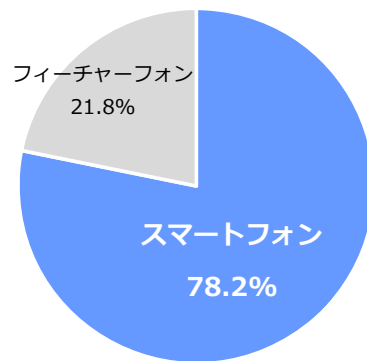
月額課金会員数の推移

会員数(携帯コンテンツ配信事業)の推移



2015年9月末現在の構成割合

<2015年3月末時点>



電子書籍事業の順調な拡大

◎新たな独占コンテンツの獲得

『image.TV』写真集（講談社）の独占取扱い開始 2015年7月～

※「image.tv」…日本を代表する写真家 宮澤正明と講談社が総合プロデュースするグラビア写真集シリーズ

image.tv 宮澤正明写真館

検索 新着 コンテンツ一覧 ランキング

300
タイトル
独占配信!!

REAL
橋本愛実

見放題
期間限定

吉潮美智子 Beautiful Dreamer

笑顔の森
内山理名

安田美沙子

透明少女
剛力彩芽

真鍋かをり

中野
いた
フル

美人白
遠山景織子

Hello again!
吉井伶

杉本有美
baby don't cry

小橋めぐみ

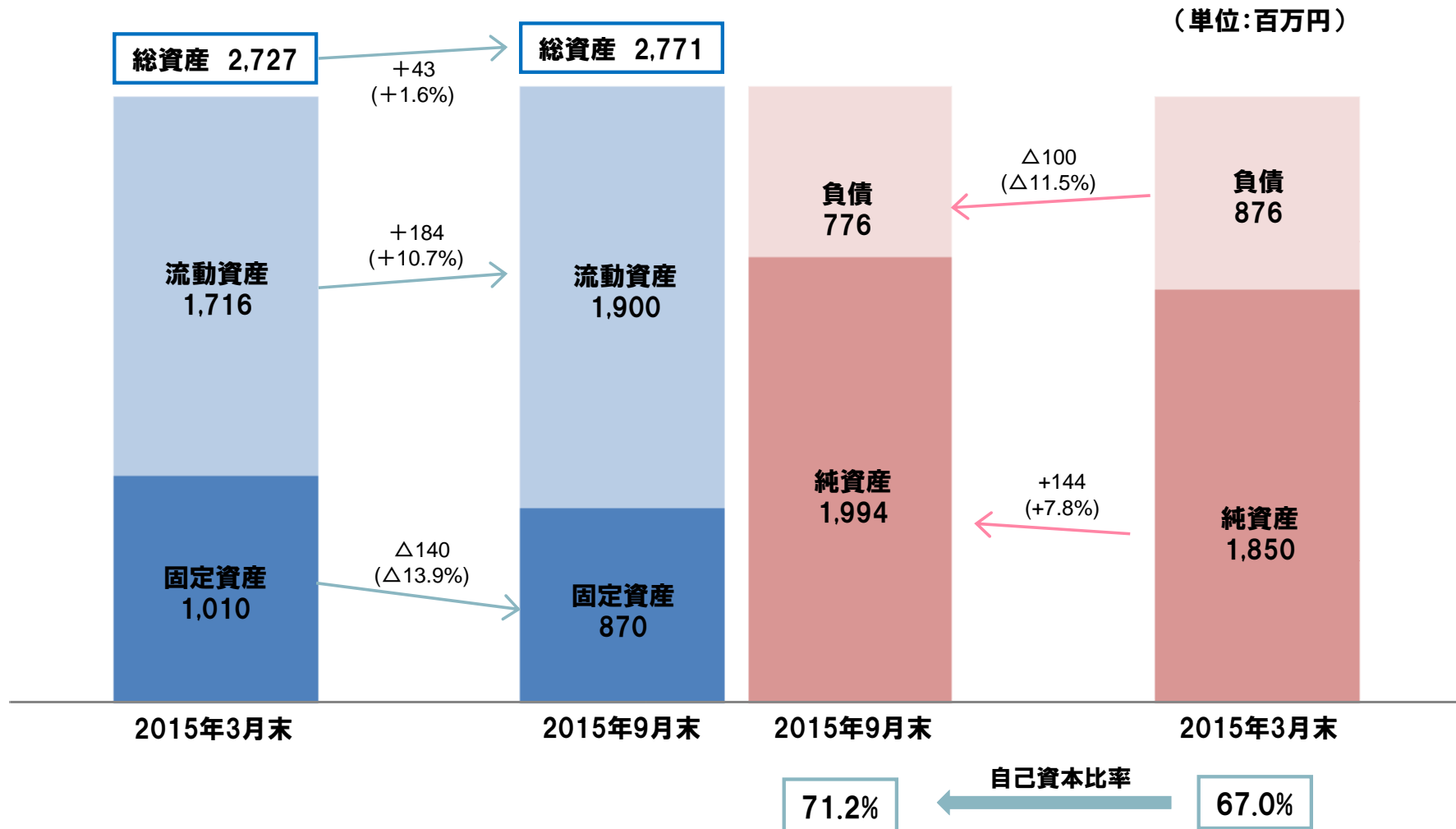
定額読み放題サイトでの配信の他、『Kindleストア』『ibooksストア』
などの主要電子書籍サイトへの配信アグリゲーションを実施

◎『月刊シリーズ』写真集の更なる展開



- ・定額制使い放題サービス『App Pass』への参入（2015年11月）
- ・『月刊アニメキャラクターシリーズ』3冊発売予定（2016年初旬予定）

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

2016年3月期予算

- 期初予算を維持。上期における取組みの確実な刈取りにより予算を達成。

(百万円)

	2015年3月期		2016/3期 (予想)		
	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	前期比 (%)
売上高	3,712	100.0	4,000	100.0	+ 7.8
営業利益	554	14.9	625	15.6	+ 13.0
経常利益	605	16.3	625	15.6	+ 3.3
当期純利益	359	9.7	395	9.9	+ 10.0
1株当たり純利益 (円)	50.87		53.00		
1株当たり配当金 (円)	20.00		20.00		

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**

⇒ サービス、デバイスを問わず全方位で展開

- **月額制サイトにおける新ジャンルの拡大**

⇒ 声優/アニソンアーティスト/アイドルを積極的に拡充

- **ファンクラブサイト会員限定のリッチコンテンツの提供**

⇒ 既存ファンの囲い込みと新規ファンの獲得

- **本年度より新卒採用開始 総エントリー3,200名 内定者6名**

⇒ 2016年春の入社に向けてインターンシップ・プログラムを整備

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**
⇒権利元との協業強化(次ページ参照)。当社の強みを生かしアニメ作品を各種コンテンツへ
- **キャリアの定額制使い放題サービス向け提供サイトのさらなる拡充を目指す**
(**docomo** スゴ得コンテンツ[®]、**au** by KDDI スマートパス、等)
- **32カ月ランキング1位継続中の「しゃべってdキャラとり放題」を中心としたdメニュー「マチキャラ」のジャンルで上位シェアをキープ。**
(1位「しゃべってdキャラとり放題」、2位「マチウケキャラとり放題」、3位「TBSキャラコンシェル」と上位独占)

権利元との協業深化

◎当社の強みを生かし、アニメ版權とのつながりを一段深化させる

例)大人気アニメ「マクロス」シリーズの権利元「ビックウエスト」と
オフィシャルサイトの協業を2015年10月より開始



33年の歴史ある「マクロス」シリーズの
オフィシャルポータルサイトを運用！
(<http://macross.jp/>)



新シリーズ「マクロスΔ(デルタ)」の
発表に合わせ、スゴ得コンテンツ®へ
アニメ公式サイトをオープン！
(10月27日)



第一弾キービジュアル



10月29日発表、新シリーズ「マクロスΔ(デルタ)」第二弾キービジュアル



来春新シリーズスタートで 大きな話題に！

最新作「マクロスΔ(デルタ)」を中心とした「マクロス」シリーズを 全方位でコンテンツ展開予定

月額制サイトにおける新ジャンルの拡大

◎アーティスト、タレントのファンサイトにとどまらず、
声優/アニソン系アーティスト/アイドルを今後も積極的に拡充

第1Q

第2Q

第3Q~

「EXIT TUNES MEMBERS」
(ボカロ・声優系ファンサイト)

「Negicco HOUSE」
(アイドルファンサイト)

「May'n Mobile」
(アニソンアーティストファンサイト)

「チョコメ!」
(声優メルマガサイト)

月額制 定期購読サービス
1アカウント毎に情報料が発生

2015年8月
日本武道館ライブ開催

2015年8月
日比谷野音ライブ開催

2015年8月
日本武道館ライブ開催

初期参加声優約20名
(年内50名参加予定)

チョコメ! (プライベートメール)



2015年4月開設

2015年5月開設

2015年8月開設

2015年11月開設

専用ECサイト9月開設

専用ECサイト6月開設

ファンクラブサイト 会員限定のリッチコンテンツの提供

◎リアルイベントと連動した施策展開

ファンクラブサイト会員獲得において最も効果のあるライブ・イベントを企画提案・実施

■会員限定ライブ・イベント等の実施

会員だけが応募・参加出来るライブ・イベントを提案。
優位性を持たせ新規ユーザーを獲得。

■直筆サイン入りピクチャーチケット

会員だけにピクチャーチケットを配布。
満足度を高めることで、次回以降の参加促進。



例)会員限定・ライブツアー直筆サイン入りピクチャーチケット

◎サブスクリプション・サービスの提供

スマートフォン時代に合わせ、新たなサービス提供と独自メディアとしての展開

■Webラジオや楽曲が聴き放題

ファンサイトをメディアとし、WEBラジオや楽曲を聞き放題などの月額制サービスを展開。

- ファンの囲い込みと新規ユーザーの獲得
- サービスに合わせた月額会費の柔軟な設定

新卒採用の開始を含む人事戦略

◎経営戦略とリンクした組織

働く従業員の様々な「個性」を尊重し、変化し続けるビジネス環境や多様化する顧客ニーズに応えることにより企業としての優位性、競争力を創り上げていく

その実現には多様な人材の適材適所の実現、採用、教育が不可欠であり、来年4月に入社をする新卒者を含めて次の世代の人材を育て、組織の活性化、労働生産性の向上を図り、パフォーマンスを向上させる

◎多様性の受け容れ

様々な視点を持つ多様な人材を受容出来る組織は、変革を生み出すイノベーションを生み出し結果として従業員の創造性、シナジー効果、ダイバーシティ(多様性)の実現につながる

それを基盤として、従業員一人一人がプロフェッショナルとして自らの成果に責任を持ち【企業内起業家】として行動する組織を目指していく

当社の特長・強み

当社の特長・強み

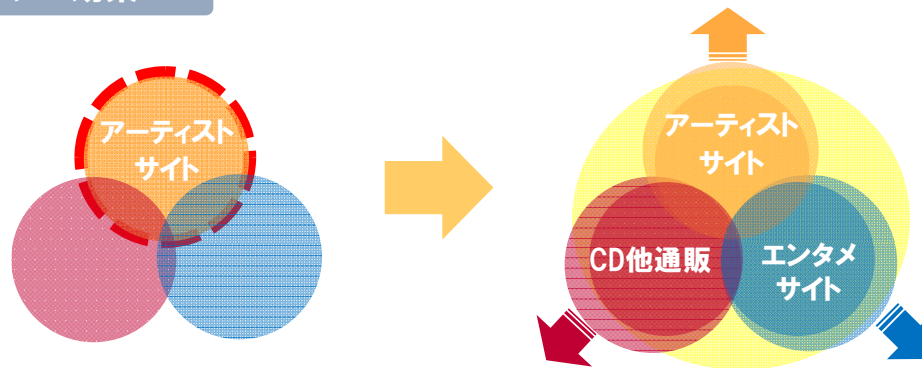
- **アーティストやタレント、スポーツ選手、キャラクター等の獲得や、コンテンツ発掘、サイト企画に強み**
- **会員制サイトの運営、eコマースをはじめ、多岐にわたるカテゴリーやジャンルでキャリア公式サイトを数多く保有**
- **複数のコンテンツ分野への複合的なサイト展開と、ファンクラブサイト運営で生じる相乗効果を活かす新たなビジネス手法**
- **次々に現れる新たなコンテンツ、サービスの流行をいち早く察知、どこよりも早く展開し、事業リスクをヘッジ**

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。引き続き、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…



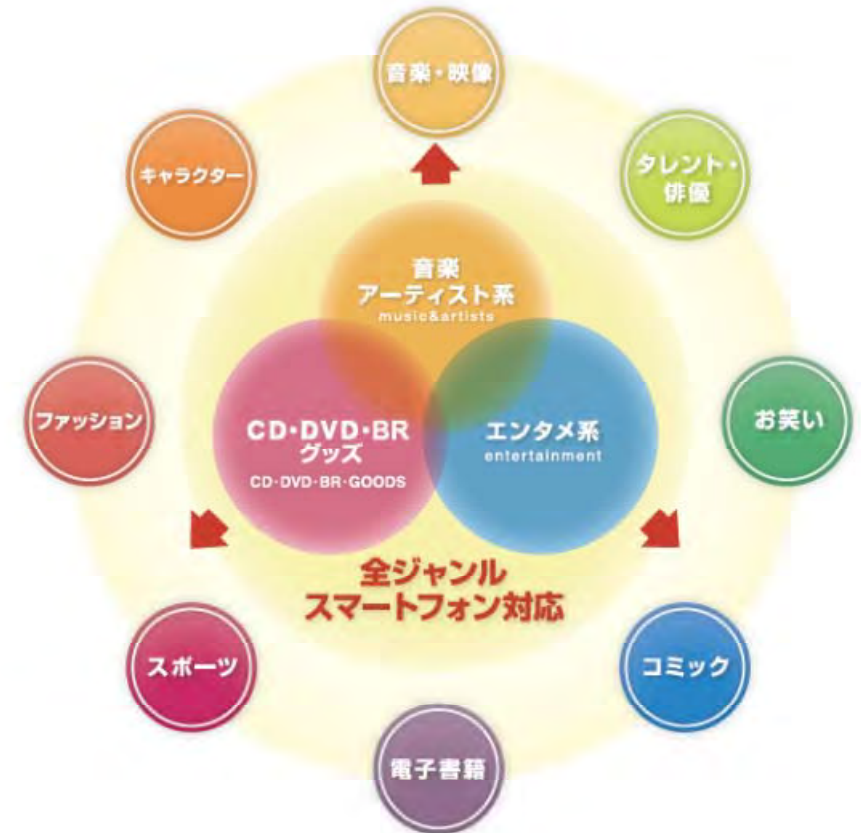
- さらに当社は、

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



オールインワンビジネスの参考例 ~hide~

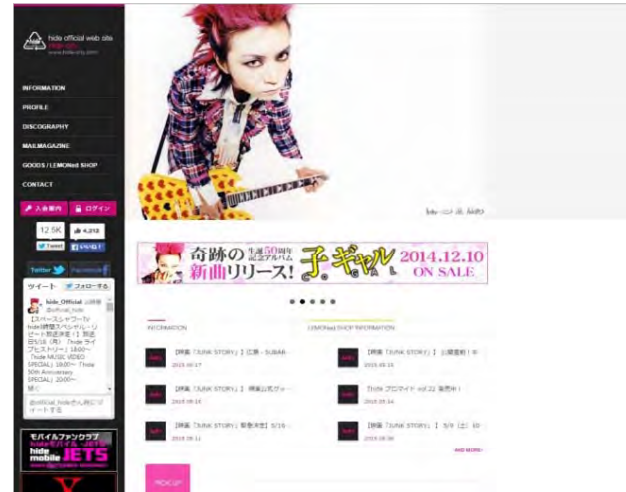
ファンクラブサイト

月額課金制モバイルサイト



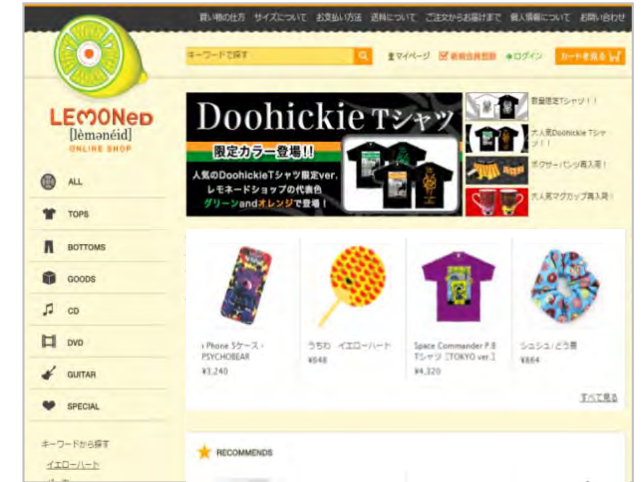
PCサイト

オフィシャルホームページ



通販

オフィシャル通販サイト



楽曲・映像配信



デジタルコンテンツ配信



電子書籍アプリ

デジタル写真集



ご参考

モバイルコンテンツ事業 エンタメ系コンテンツ

しゃべってコンシェル（しゃべってキャラ）やきせかえ、スタンプやデコメールをはじめとした、人気キャラやタレントなどをテーマにしたエンタメ系コンテンツを多数配信しております。また、今話題の定額制使い放題サービス、「docomoスゴ得」や「auスマートパス」向けコンテンツも積極的にコンテンツを提供しています。

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



2014年度
年間ランキング
1位

マクロス公式 for スゴ得
docomo



auスマートパス

ゆるキャラグランプリ for au
auスマートパス



デコメ・スタンプ

デコアニメとり放題
docomo auスマートパス



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

TBS公式キャラコンシェル
docomo



docomo
カテゴリ
3位

テレ東★アニメコンシェル
docomo



cent.FORCE☆コンシェル
docomo



お気に入りのアイドルや声優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」



プライベートメール

SKE48 Mail



参加メンバー例



NMB48 Mail



参加メンバー例



チョコメ!
(声優・アニソンアーティスト)



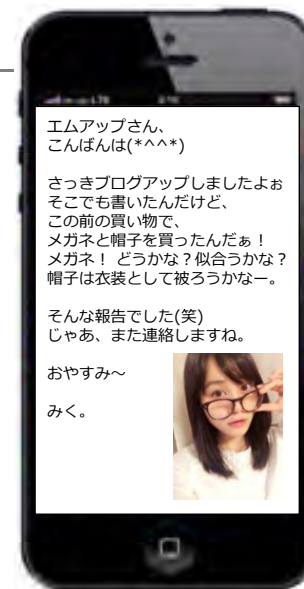
参加メンバー例



2015年
11月5日
OPEN!!

プライベートメールとは?

お気に入りのアイドル・声優・アーティストから、ユーザーのニックネーム入りで画像と文章のメールが届きます。
ここだけでしか見ることのできない、本人の素顔がチェックできます!
受け取ったメールに返信をすることで、コミュニケーションを図ることも!



※サンプルイメージ

アーティストの最新情報や独占コンテンツを配信する公式ファンクラブサイト。
 会員限定のコンテンツや楽曲配信、グッズ販売等アーティストの魅力を凝縮して発信します。

全210サイト運営



アーティスト

GLAY MOBILE



SKE48 Mobile



NMB48 Mobile



hide mobile JETS



LUNA SEA MOBILE



SoundHorizon Mobile



May'n mobile



家入レオ



MONKEYMAJIK



EXILE「EX FAMILY」



GRAN RODEO MOBILE



悠木碧/AoimAniA



モバイルコンテンツ事業 ファンクラブ (俳優/タレント/プロダクション/レーベル)

俳優や声優、タレント、また俳優が多数所属するプロダクションの最新情報や独占コンテンツを配信する公式ファンクラブサイト。会員限定のコンテンツやグッズ販売等、俳優・タレントの魅力凝縮して発信します。

全141サイト運営



俳優/タレント

小栗旬 MOBILE



綾野剛 MOBILE



田中圭 MOBILE



山本裕典 MOBILE



溝端淳平 MOBILE



つるの剛士



プロダクション/レーベル

研音Message



SweetPower Mobile



Sun Music Mobile



東京24区



エヴァーグリーンモバイル



Exit Tunes Members



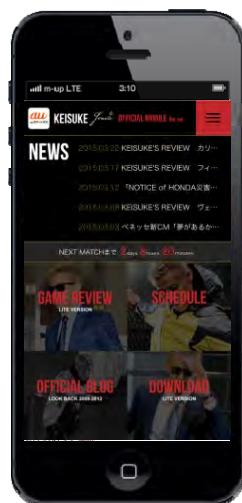
携帯のキャリア公式サイト構築・運営、デジタルコンテンツ配信によって培ったノウハウを最大限に活かし、様々なジャンルのサービスを提供しています。

スポーツ

本田圭佑 MOBILE



本田圭佑 MOBILE for auスマートパス



その他

勝馬Online



実録！リアル恐怖DX



キャラクターサイト (パワーパフガールズ)



高田延彦
ダイヤモンド・キッズ・カレッジ



柿谷曜一朗 MOBILE



なでしこLEAGUE公式



SKE48きせかえ



武田双雲



モバイルコンテンツ事業 ファンクラブ (韓流)

韓流系ポータルサイト最大の「韓流大好き!」をはじめとし、音楽配信と大人気のアーティストや俳優のファンサイトなど、多くのユーザーのニーズに対応した質の高いサービスを常に提供しています。



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



ファンサイト

ソ・ジソブMobile



パク・シフMobile



イ・ジュンギMobile



チュウオンMobile



韓流情報サイト

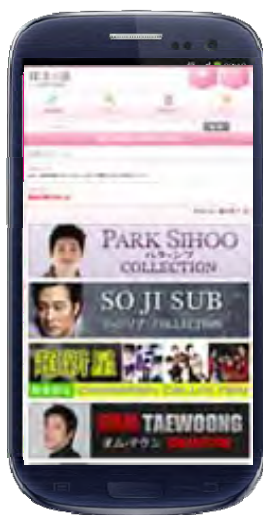
韓流大好き!



docomo
カテゴリ
1位

韓国グッズ通販

韓流★通



リュ・シウォンMobile



ユン・シユンMobile



ユン・サンヒョンMobile



イ・ジュンMobile



音楽配信サイト「アーティスト公式シリーズ」

アーティスト公式サウンド
  



アーティスト公式コール
  



アーティスト公式ビデオ




アーティスト公式フルプラス




アーティスト公式メロ
  



インディーズ公式サウンド/フル



びじゅなび



↑K-POP完全版フル!



韓ドラうたフル完全版



PCコンテンツ事業 公式サイト（アーティスト/俳優/タレント/アスリート/プロダクション）

アーティストや俳優、タレント等の公式サイト構築・運営から、国内主要プロバイダー（nifty、BIGLOBE、So-net、OCN、楽天）とシステム連動した、PC向けの月額制ファンクラブサイトまで多数運営しています。

PCサイト 約300サイト運営

EXILE / EX FAMILY
（ファンクラブサイト）



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）



レコード会社・アーティスト・アパレル他 eコマースサイト 全108サイト運営

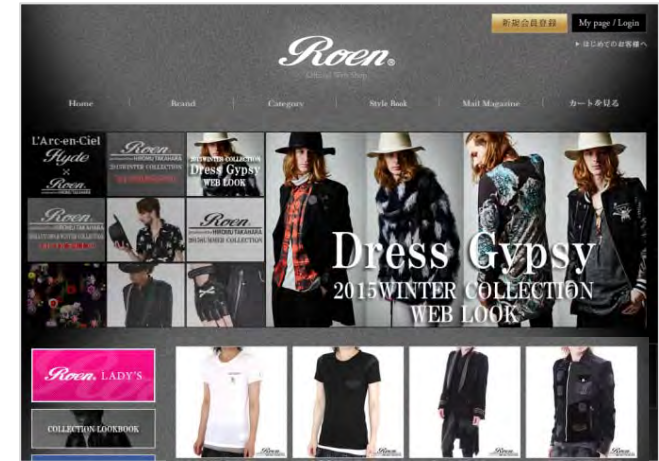
VICTOR ENTERTAINMENT ONLINE SHOP



ゆるキャラ®グランプリ公式ショップ



Roen Official Web Shop



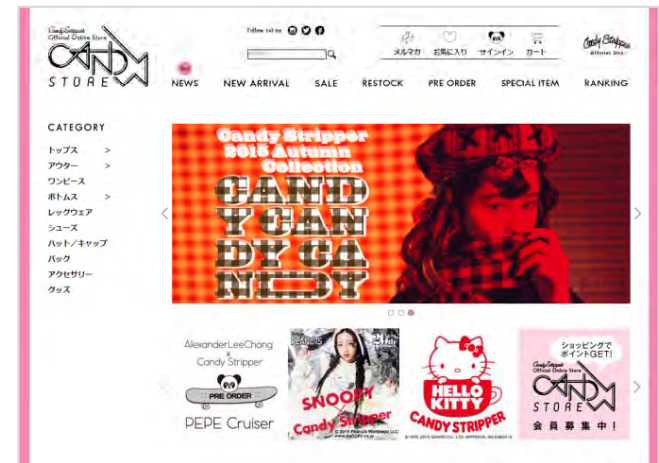
クラウン徳間ミュージックショップ



miwa official shop



Candy Stripper ONLINE SHOP



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

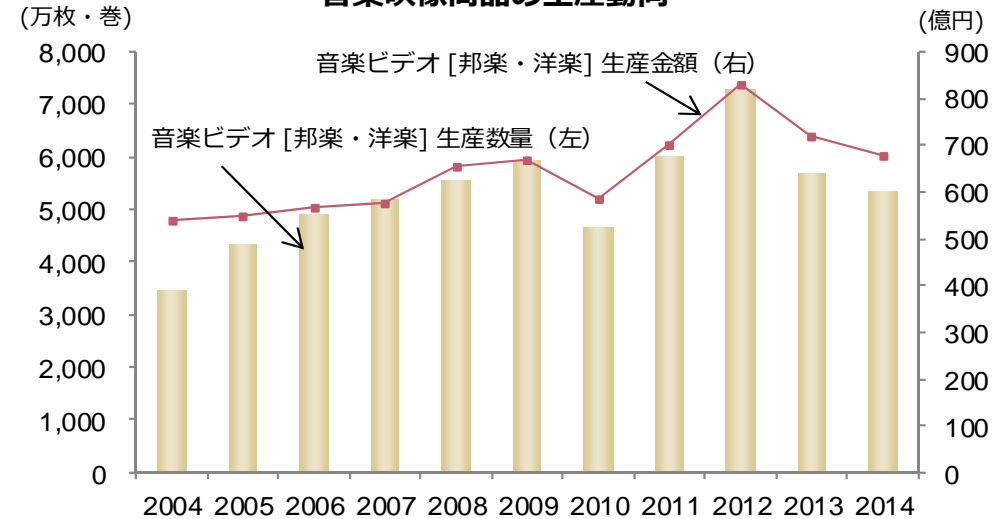
Q. 新品CDを購入するきっかけになった物・事

	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

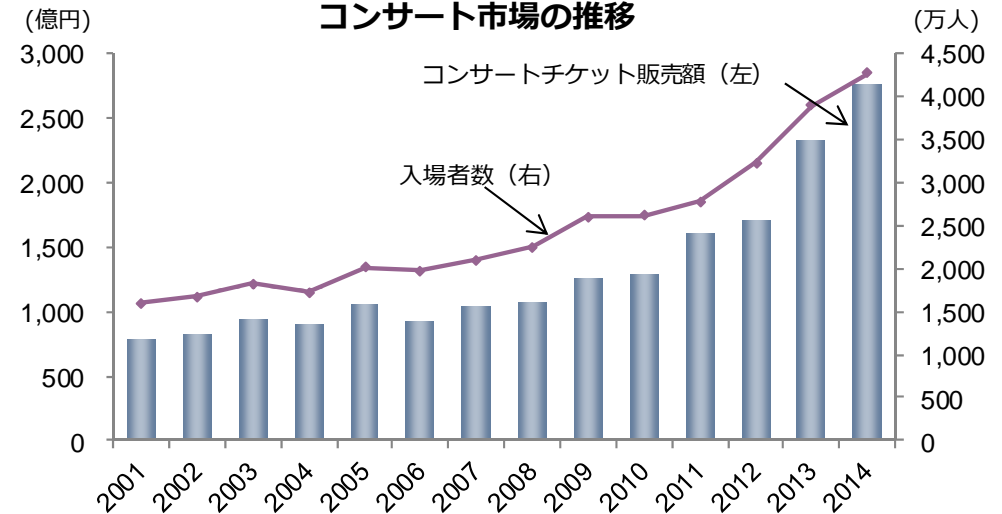
（出所）（社）日本レコード協会

音楽映像商品の生産動向



（出所）（社）日本レコード協会

コンサート市場の推移

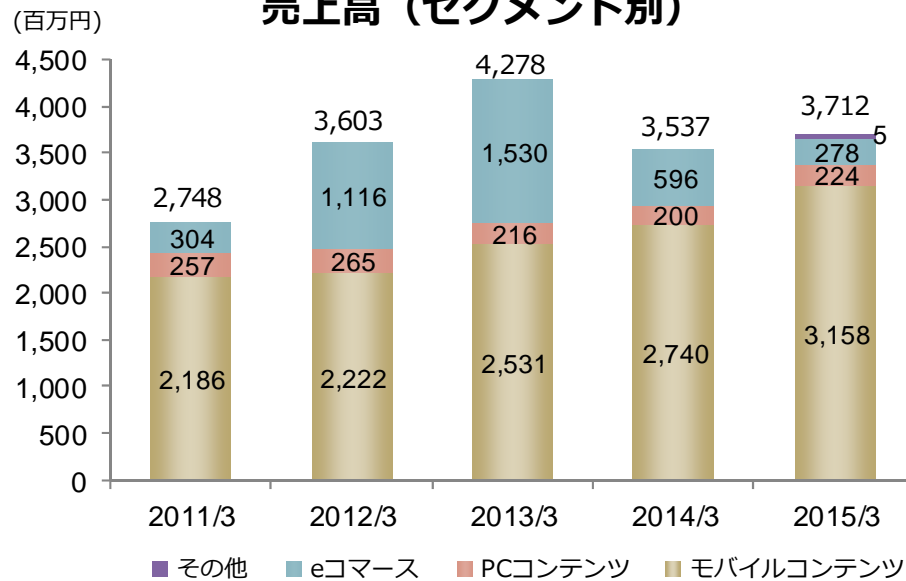


（出所）（社）コンサートプロモーターズ協会

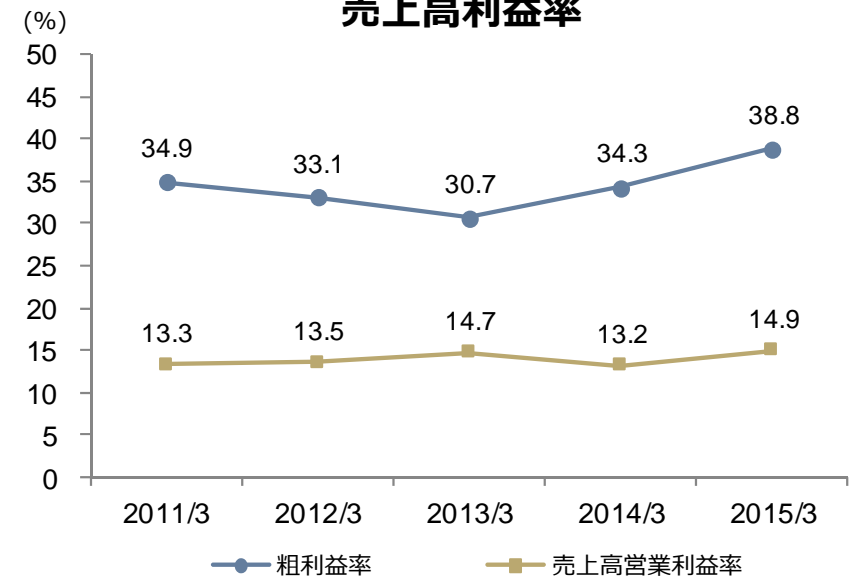
業績

※ すべてのグラフにおいて2014/3期のみ非連結決算

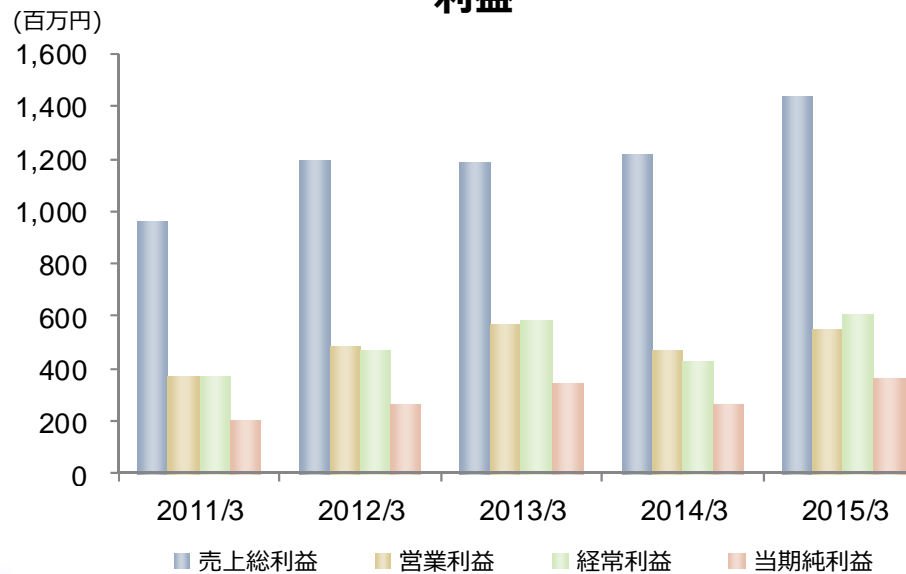
売上高 (セグメント別)



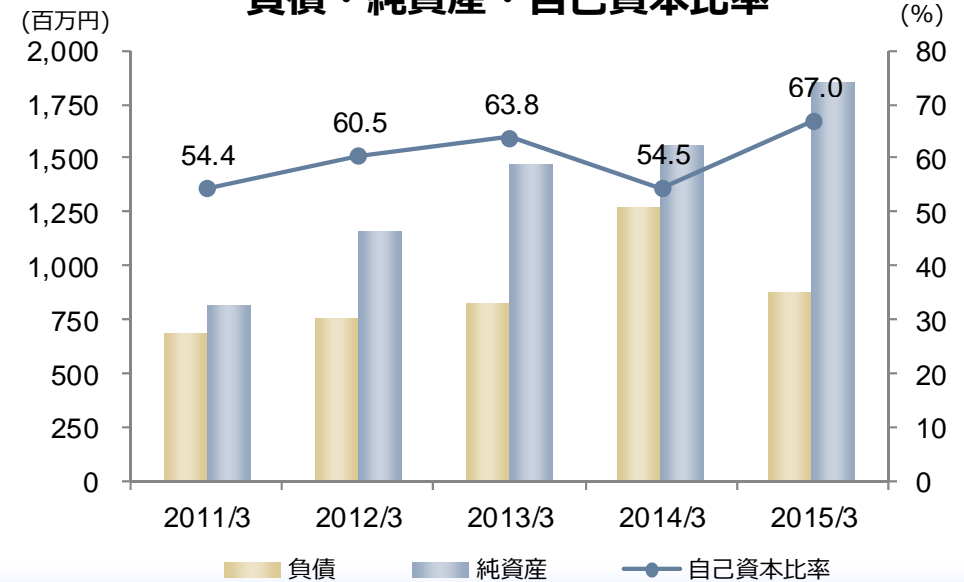
売上高利益率



利益



負債・純資産・自己資本比率



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