

平成24年3月期 決算説明資料



平成24年(2012年)5月23日

証券コード:3661
株式会社エムアップ
代表取締役 美藤 宏一郎

目次

■ 2012年3月期決算概要	2
■ 業績予想、今後の事業戦略	8
■ 会社の特長・強み	17
■ ご参考	21

2012年3月期決算概要

決算サマリー

●3割前後の大幅増収・増益

(百万円)

	2011/3期		2012/3期		
	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	前期比 (%)
売上高	2,748	100.0	3,603	100.0	+ 31.1
営業利益	366	13.3	486	13.5	+ 32.9
経常利益	367	13.4	471	13.1	+ 28.4
当期純利益	202	7.4	261	7.2	+ 29.0
1株当たり純利益 (円)	130.4		185.0		+ 41.8
1株当たり純資産 (円)	526.3		711.7		+ 35.2
1株当たり配当金 (円)	----		50		

前期決算のポイント

- **新規アーティスト・タレントの獲得推進**

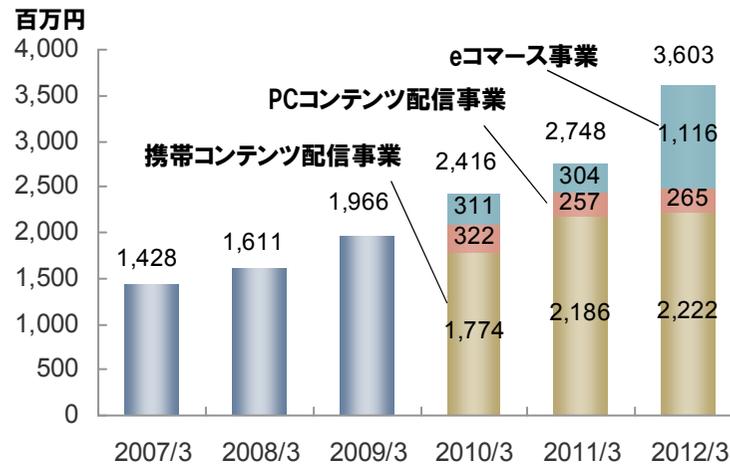
- **2011年10月より、CD・DVD・BD等の音楽・映像商品の直販を展開**
⇒eコマース事業の売上高、利益が急拡大

- **今夏の完了を目指し、全サイトのスマートフォンへの対応を進行**

- **前期より配当を開始 ⇒ 50円**

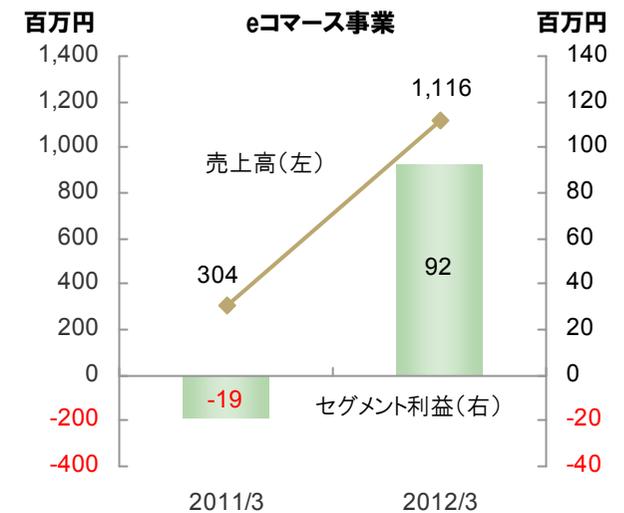
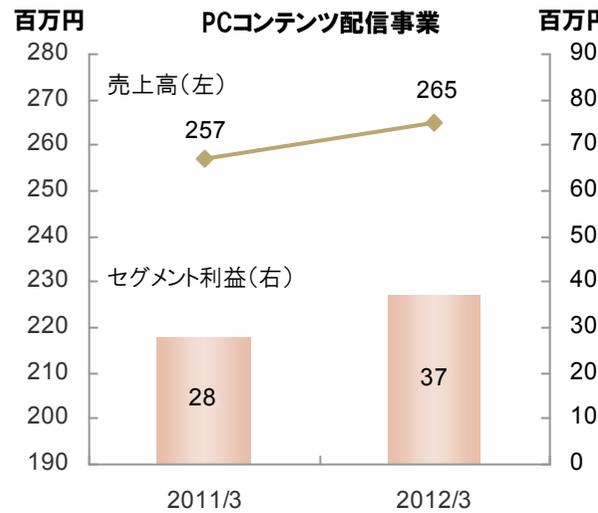
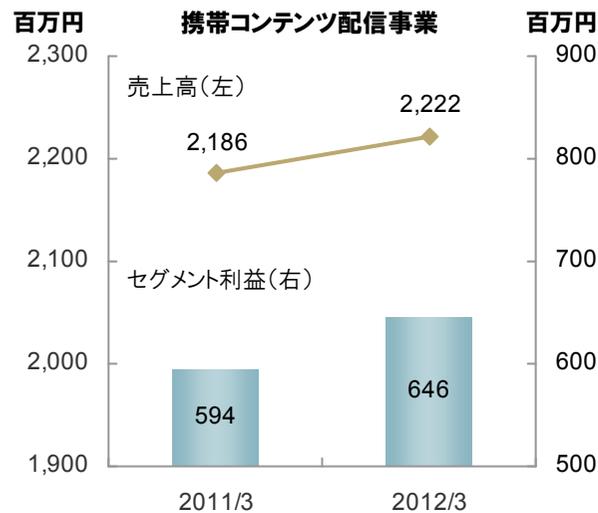
セグメント別の売上高・利益

セグメント別売上高



2011年10月～
アーティスト公式サイト、ファンクラブサイトからの
CD・DVD・BD等の音楽・映像商品の直販事業を展開

セグメント別の状況



要約損益計算書

(百万円)

	2011/3期		2012/3期		
	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	前期比 (%)
売上高	2,748	100.0	3,603	100.0	+ 31.1
売上原価	1,789	65.1	2,409	66.9	+ 34.6
売上総利益	958	34.9	1,194	33.1	+ 24.6
販売管理費	591	21.5	707	19.6	+ 19.5
営業利益	366	13.3	486	13.5	+ 32.9
営業外損益	0		△ 15		
経常利益	367	13.4	471	13.1	+ 28.4
特別損益	△ 2		0		
法人税等	162		210		
当期純利益	202	7.4	261	7.2	+ 29.0

要約貸借対照表

(百万円)

	2011/3期	2012/3期				2011/3期	2012/3期		
	金額	金額	百分比 (%)	前期比増減		金額	金額	百分比 (%)	前期比増減
【資産の部】					【負債の部】				
現金及び預金	595	946	49.5	+ 351	買入債務	443	406	21.3	△ 37
売上債権	650	655	34.3	+ 5	短期有利子負債	0	0	0.0	0
棚卸資産	44	70	3.7	+ 25	流動負債 合計	675	743	38.8	+ 67
流動資産 合計	1,351	1,744	91.2	+ 392	長期有利子負債	0	0	0.0	0
有形固定資産	21	20	1.1	0	固定負債 合計	11	12	0.7	+ 1
無形固定資産	55	69	3.6	+ 13	負債 合計	687	756	39.5	+ 69
投資その他の資産	77	79	4.1	+ 1	【純資産の部】				
固定資産 合計	154	169	8.8	+ 14	純資産 合計	819	1,157	60.5	+ 337
資産 合計	1,506	1,913	100.0	+ 406	負債・純資産 合計	1,506	1,913	100.0	+ 406

業績予想、今後の事業戦略

2013年3月期業績見通し

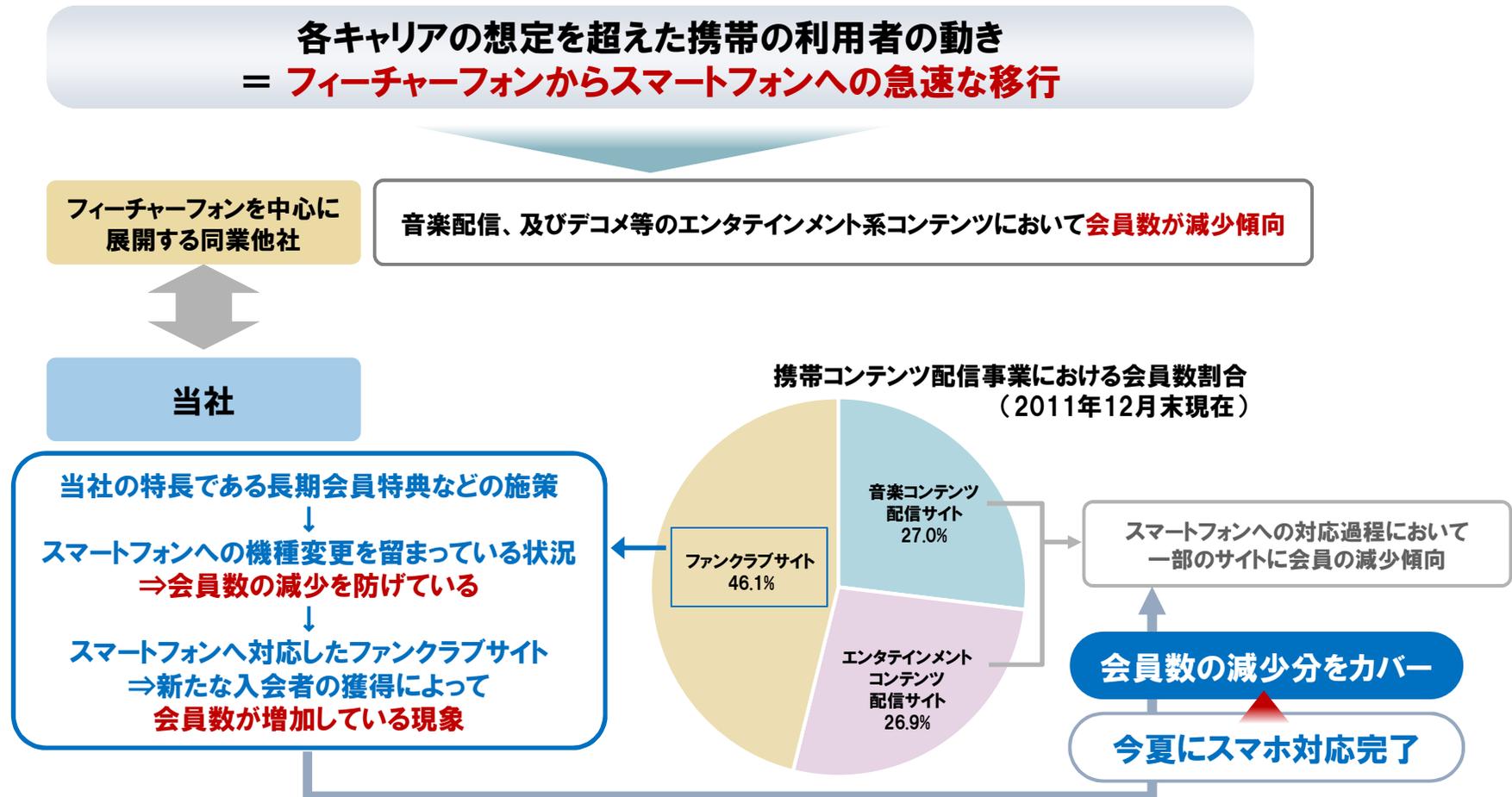
- フィーチャーフォンの会員数減少による売上高の低下
- スマートフォンへの対応による会員の移行と新規会員の獲得
- eコマースにおける音楽・映像商品の直販事業売上は、上半期のみ反映

(百万円)

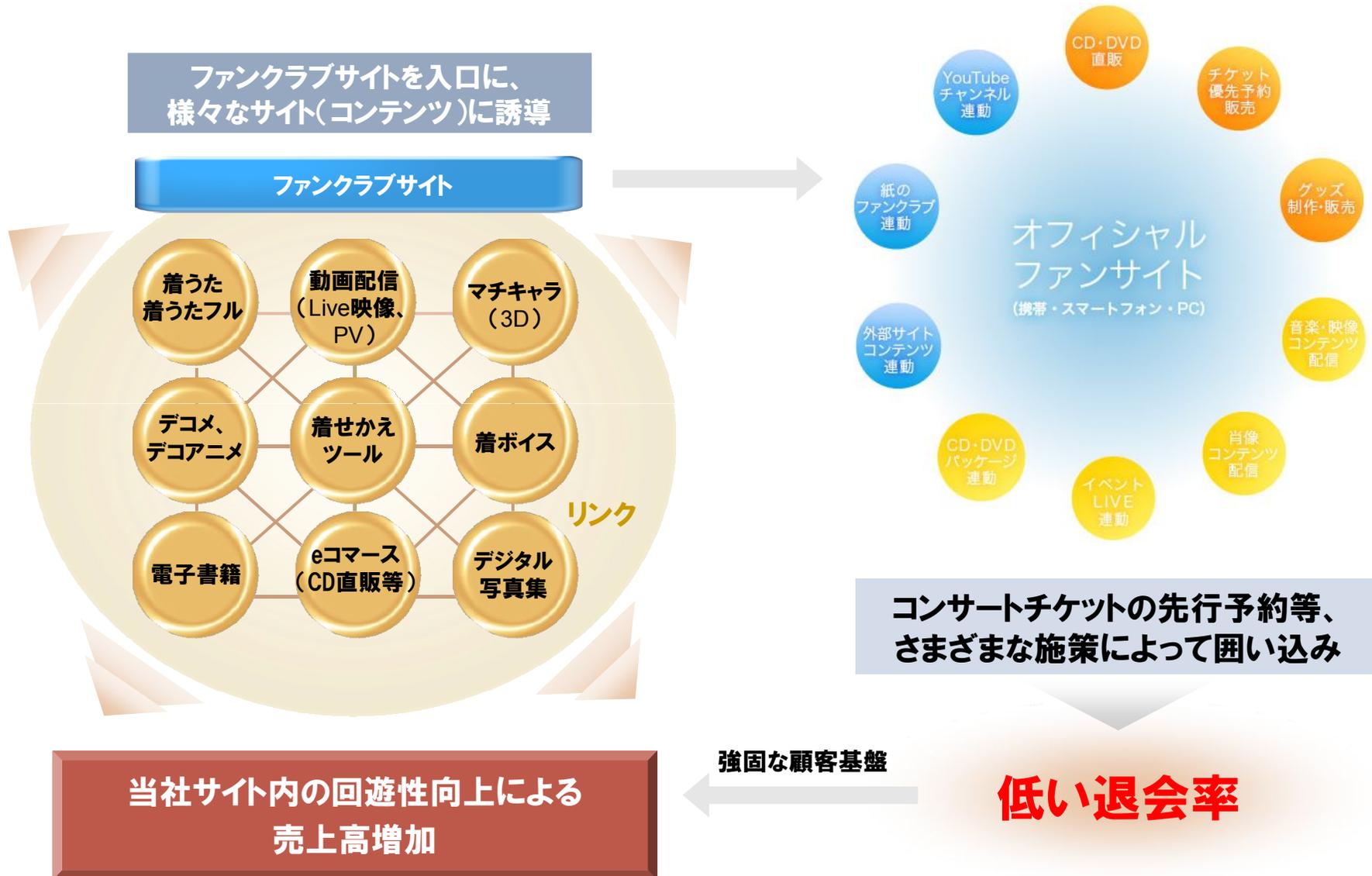
	2012/3期		2013/3期 (予想)		
	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	前期比 (%)
売上高	3,603	100.0	3,700	100.0	+ 2.7
営業利益	486	13.5	500	13.5	+ 2.7
経常利益	471	13.1	500	13.5	+ 6.1
当期純利益	261	7.2	300	8.1	+ 14.9
1株当たり純利益 (円)	185.0		184.5		
1株当たり配当金 (円)	50		55		

今期業績予想のポイント①

● 同業他社と異なる会員数の動向 ⇒減少を回避



ファンクラブサイトを起点とし、音楽のオールインワンビジネスを推進



今期業績予想のポイント②

- **eコマース事業における直販の順調な拡大**

2011年10月より、アーティスト公式サイトやファンクラブサイトからのCD・DVD・BD等の音楽・映像商品の直販を展開

現段階で、レコード会社から下期以降の新譜販売計画は未発表

下期6ヶ月分の売上及び利益について
業績予想には含めず

業績予想の
見直し要因

順次発表される
新譜リリース

eコマース 事業	音楽・映像商品等の直販	CD・DVD・BD、アーティストグッズ
	セレクトショップ	アパレル商品、自転車
	ブランド単体ショップ	アパレル商品、アクセサリ

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

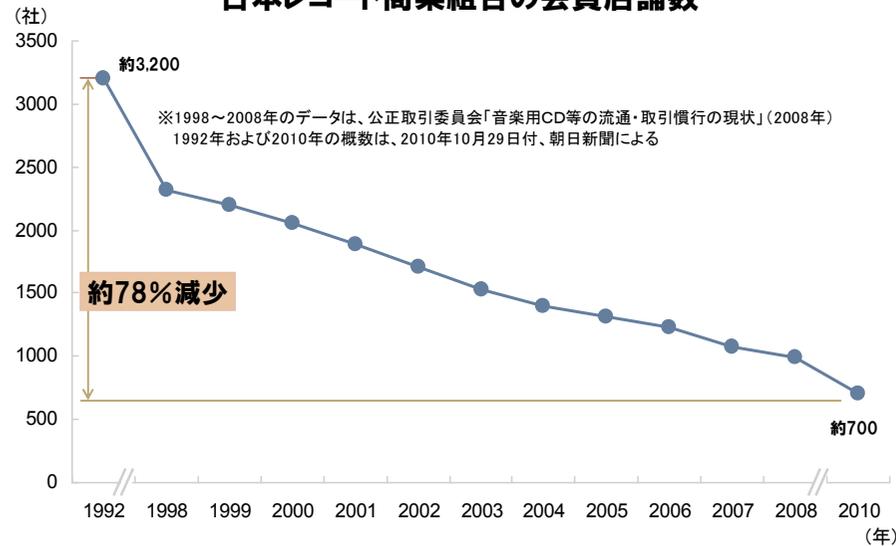
認知					興味					購入				
2010年		2011年			2010年		2011年			2010年		2011年		
1	テレビCM (楽曲のCM)	18.2%	テレビCM (楽曲のCM)	21.0%	1	テレビCM (楽曲のCM)	16.5%	テレビCM (楽曲のCM)	17.8%	1	テレビCM (楽曲のCM)	14.2%	テレビ番組 (音楽番組)	13.6%
2	テレビ番組 (音楽番組)	15.3%	アーティスト公式サイト (ブログ含む)	17.2%	2	テレビ番組 (音楽番組)	15.3%	テレビ番組 (音楽番組)	17.5%	2	テレビ番組 (音楽番組)	13.3%	CD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

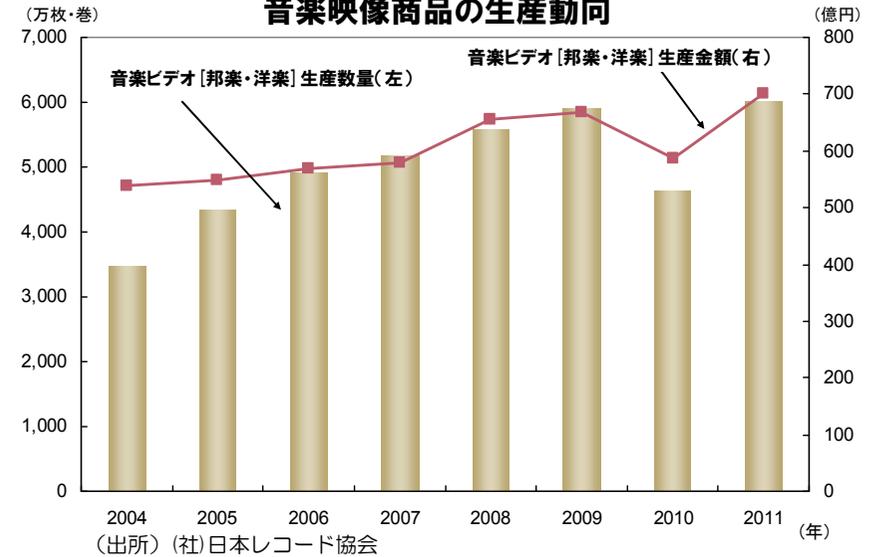
※ 未知アーティスト (この半年間以前に購入したことがなかったアーティスト) の新品CD購入者 (2011年3~8月に購入) が対象

音楽市場で起こっている変化

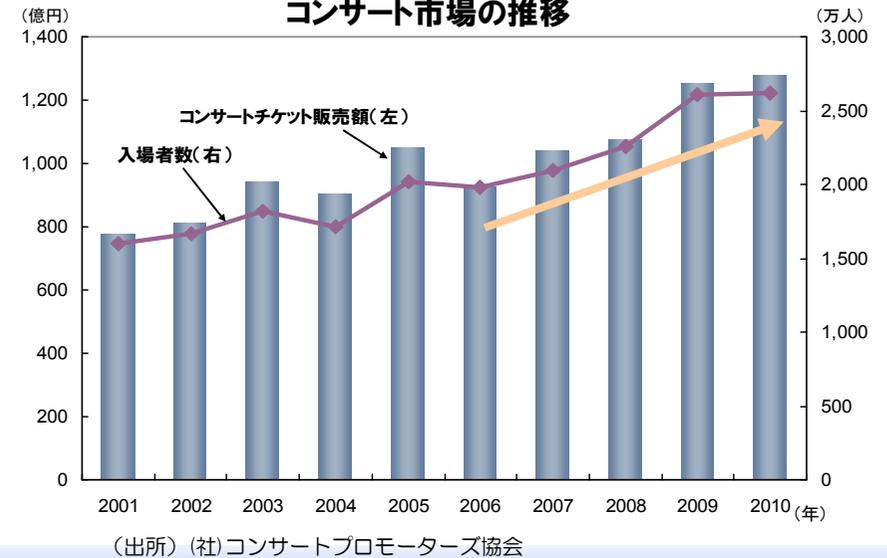
日本レコード商業組合の会員店舗数



音楽映像商品の生産動向



コンサート市場の推移



すべての関係者にメリットがあるCD・DVD・BD、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・BD、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

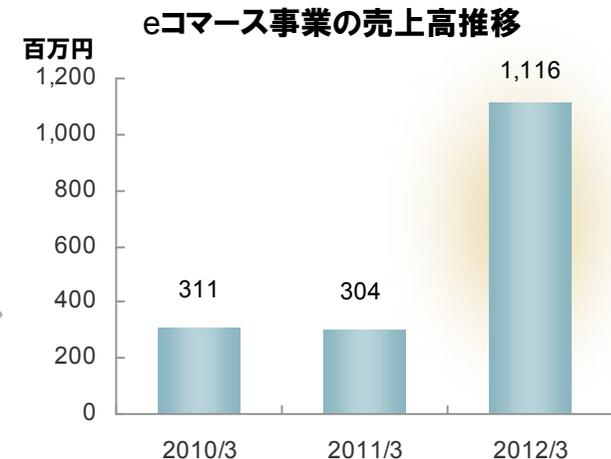
すべての関係者にメリット！

【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

今後の事業戦略

- **スマートフォンへの対応強化…コンテンツの提供、技術の強化**
- **集客力の高いアーティストや俳優、スポーツ等の契約獲得を継続**
- **eコマースによるCD・DVD・BDやアーティストグッズ等の直販ビジネスの強化**
⇒ **音楽のオールインワンビジネスを推進**
- **一部配信コンテンツの内製化進展による粗利益率の向上**
- **配当性向30%を目安に今期の増配を予定**

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く、他社と異なる企業DNAを持つことで、今後も集客力の高いアーティスト獲得が可能**
- **企画力、コンテンツ発掘力の強さ、安定したサイト運営能力**
- **人気携帯公式サイトを多数保有、スマートフォンにも先行対応**
- **複数のコンテンツ分野の複合的展開と、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を展開**

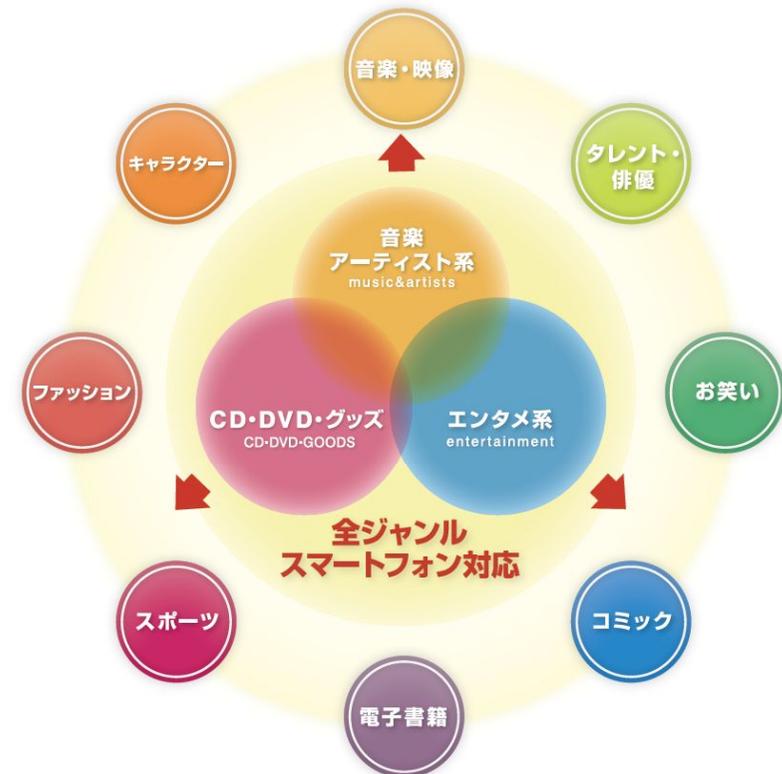
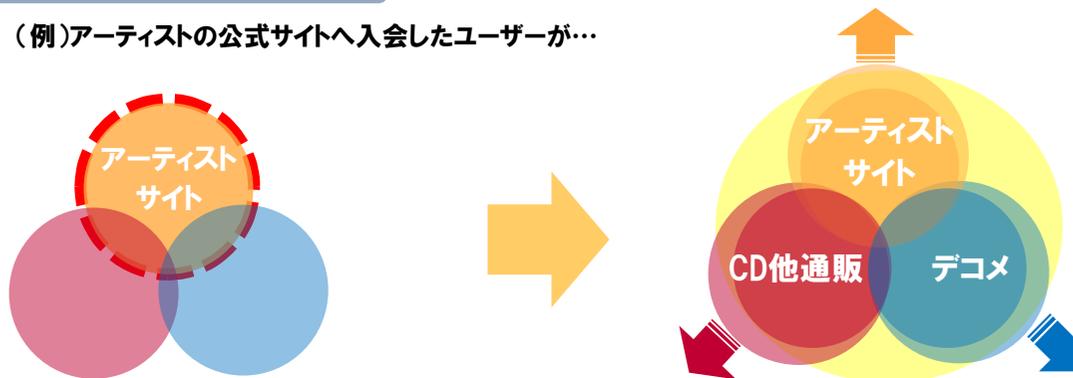
多角的サイト運営から生まれる相乗効果

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、「マチキャラ」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

当社の強みを裏打ちする財務指標

■ 当社の有力コンテンツを発掘、獲得する力

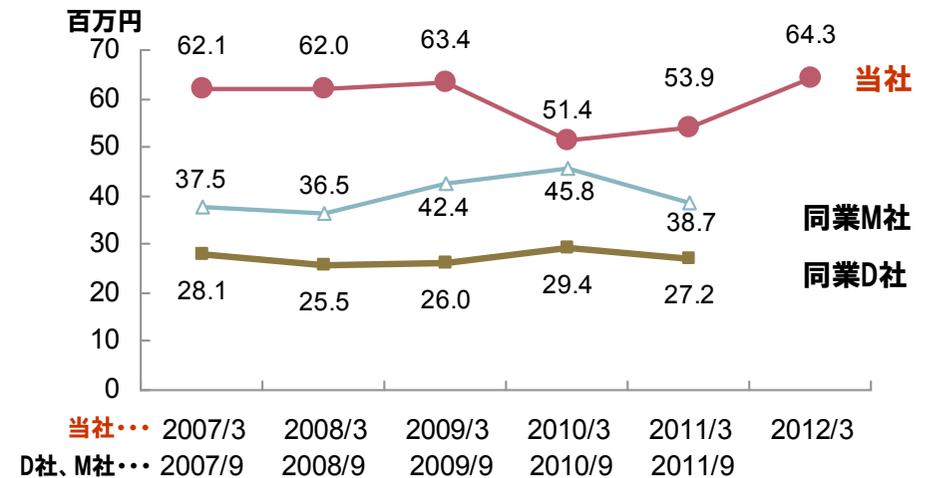
同業他社比で、1人あたり売上高が高い

+

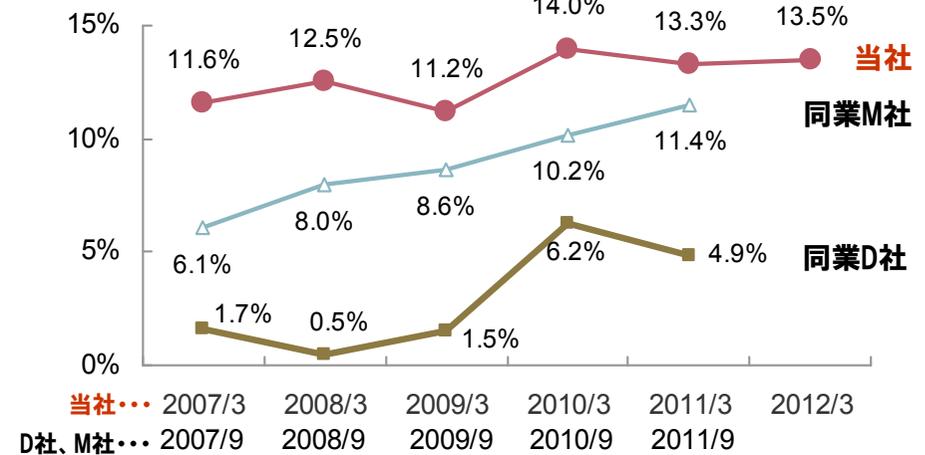
■ コンテンツの魅力を利用者に最大限訴求する企画力

広告宣伝費が少なく、同業他社比で売上高営業利益率が高い

1人あたり売上高

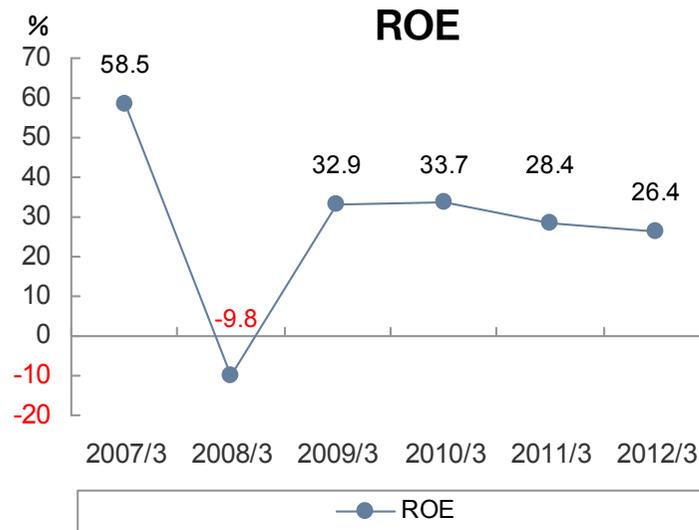
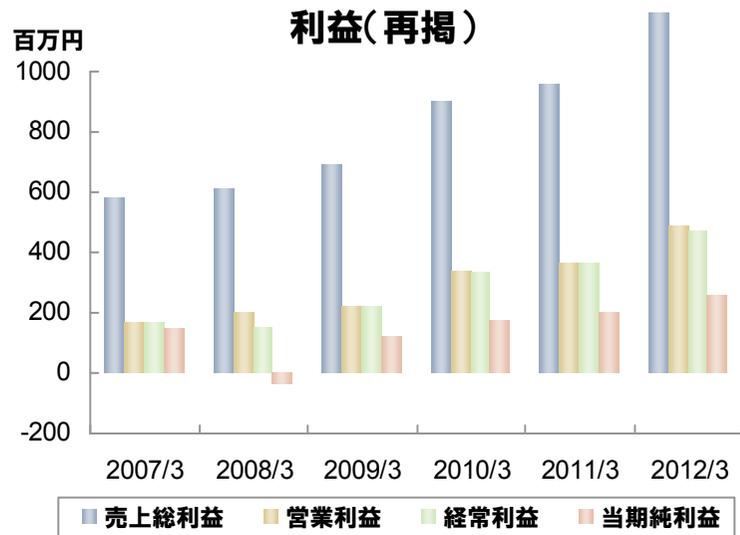
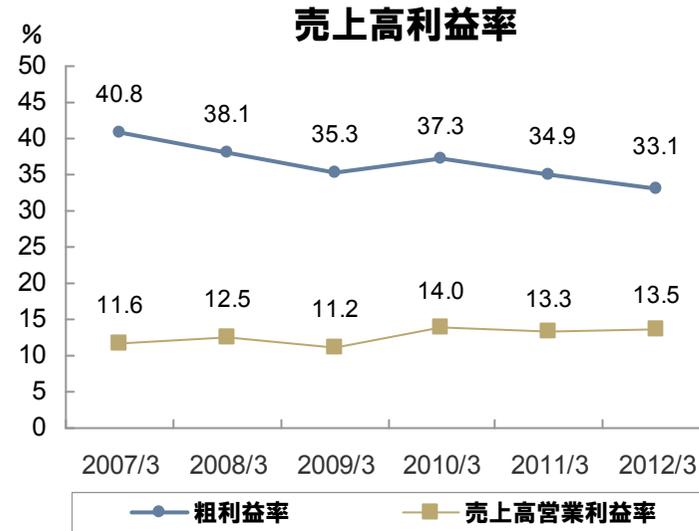
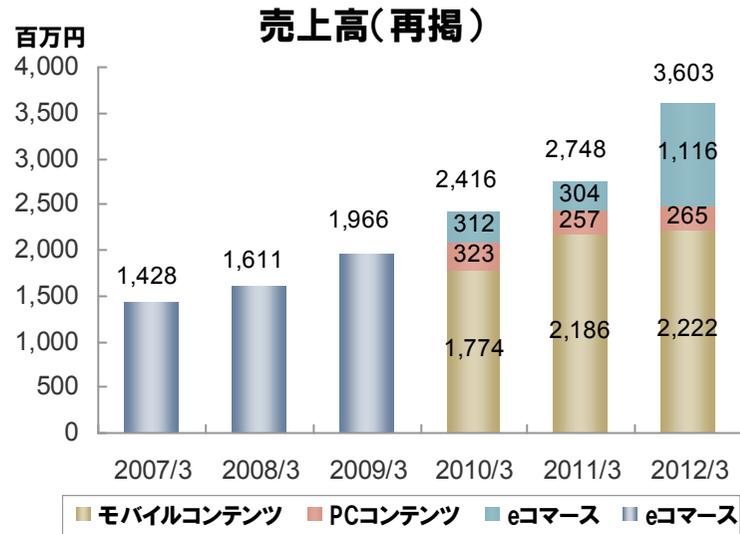


売上高営業利益率



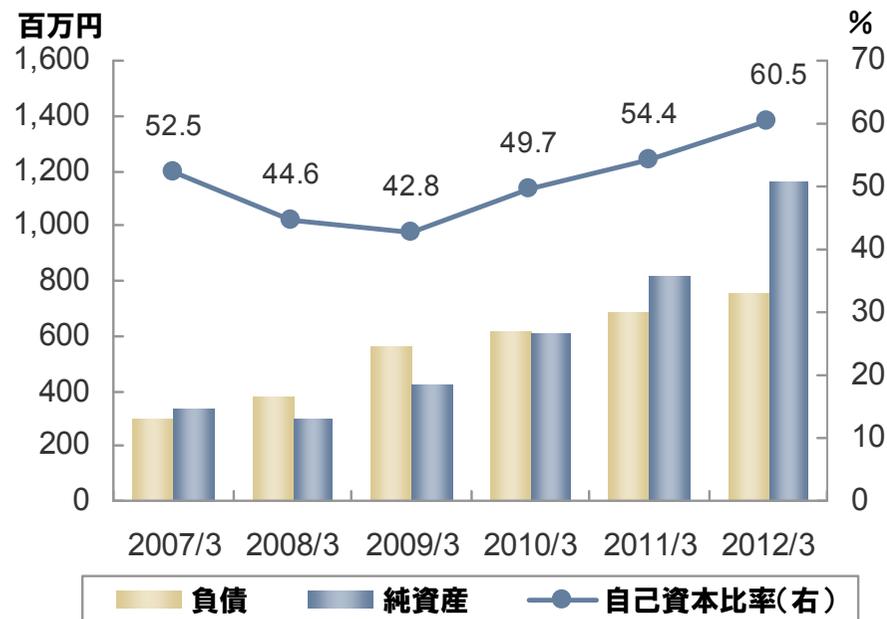
ご参考

業績

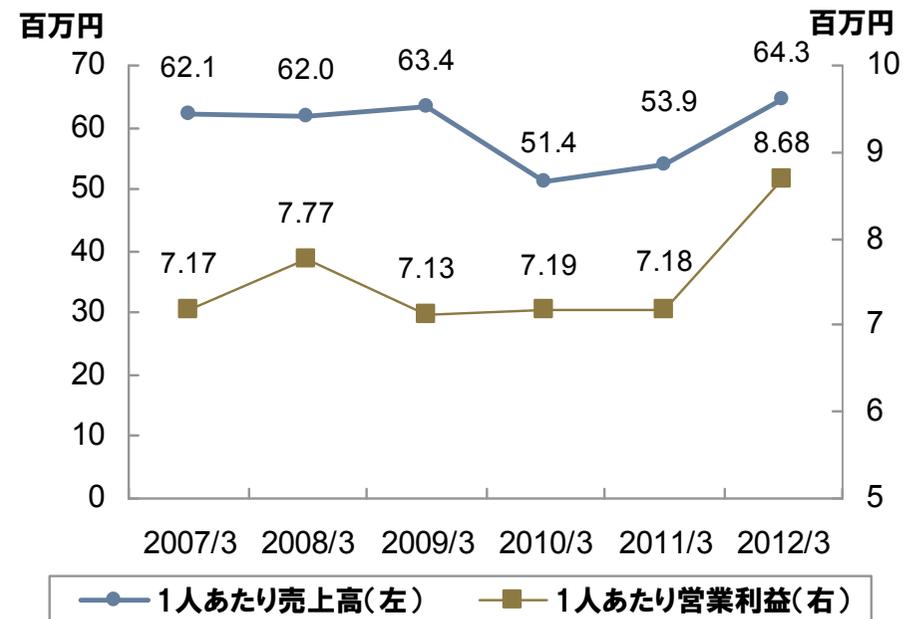


業績-2

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

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