

第10期定時株主総会 資料



2014年6月27日
株式会社エムアップ

以下のとおり、株主総会終了後に説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時 平成26年6月27日 午前11時30分～午後1時00分

開催方法 対面による実開催

開催場所 日本薬学会 長井記念館

東京都渋谷区渋谷二丁目12番15号

【添付資料】

説明会資料名 : 第10期定時株主総会資料

2014年3月期 決算概要

決算実績

- 会社設立以来、初の減益決算となるも、配当は期初計画を変更せず

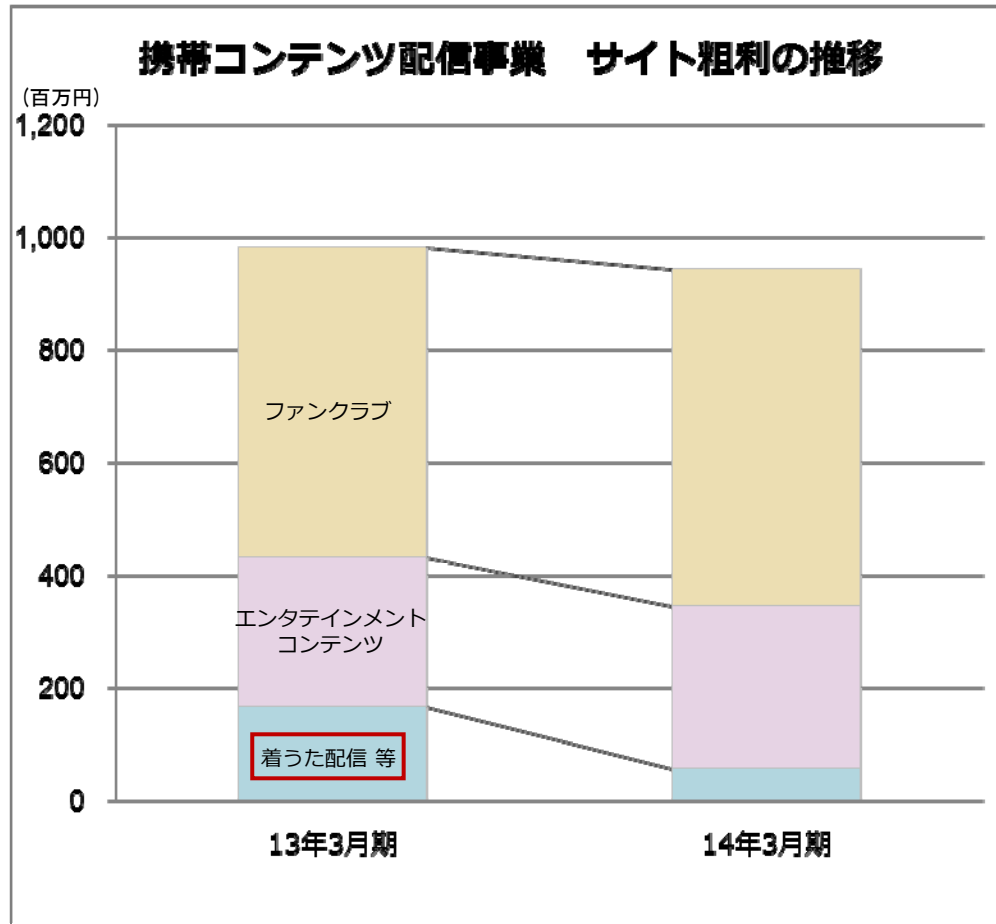
(百万円)

	2013年3月期 実績	2014年3月期 実績	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	3,855	3,537	△ 318	△ 8.2%
売上総利益	1,184	1,213	29	+ 2.4%
売上高総利益率	30.7%	34.3%	—	—
販売費及び一般管理費	616	746	130	+ 21.0%
営業利益	568	467	△ 101	△ 17.8%
売上高営業利益率	14.7%	13.2%	—	—
経常利益	582	426	△ 156	△ 26.8%
税引前当期純利益	582	426	△ 156	△ 26.8%
当期純利益	348	266	△ 82	△ 23.5%
1株当たり純利益 (円)	53.3	39.4		
1株当たり純資産 (円)	218.2	221.3		
1株当たり配当金 (円)	17.25	18.00		

(注)2013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)を期初に分割があったものとして計算。

減益の主要因について

- 着うた配信の著しい減少が影響



- 音楽配信コンテンツの『着うた』が著しく減少

【売上総利益】

<前期>

130百万円

前期比
92.7%減

<当期>

10百万円

(※ 期初予算では、70百万円を予想)

一方、

・エンタテインメントコンテンツの売上総利益

<前期>265百万円 ⇒ <当期>289百万円

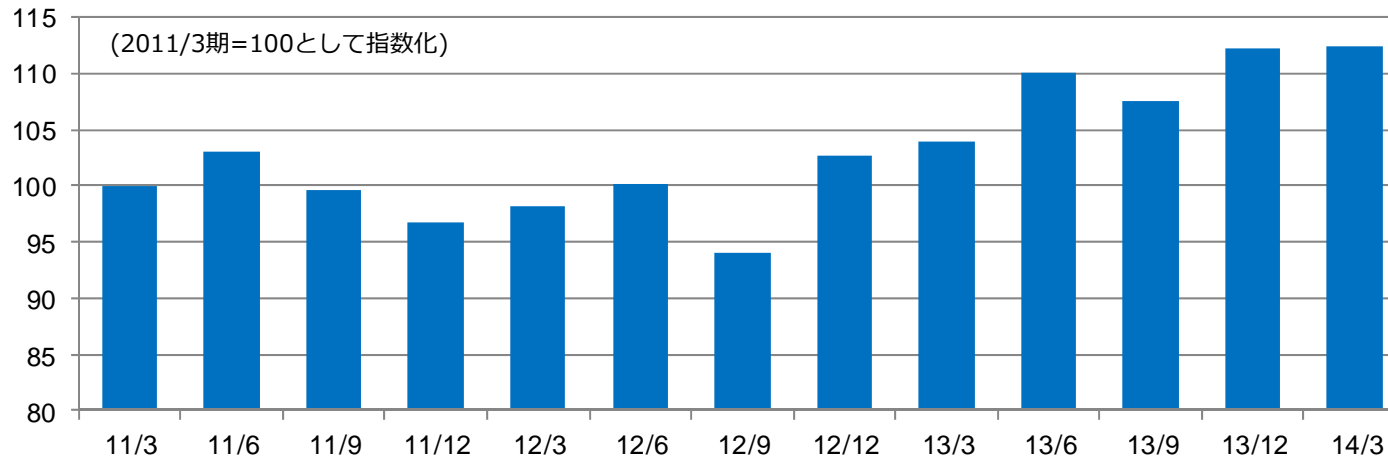
・ファンクラブの売上総利益

<前期>560百万円 ⇒ <当期>598百万円

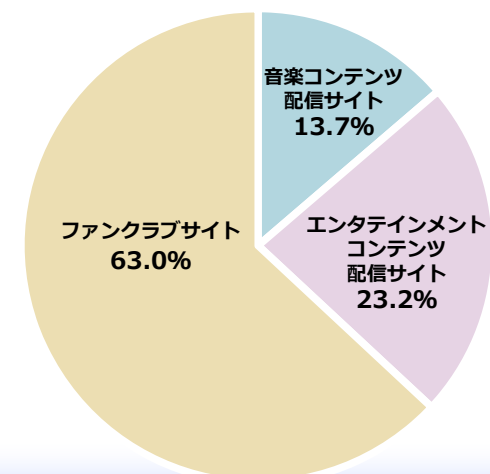
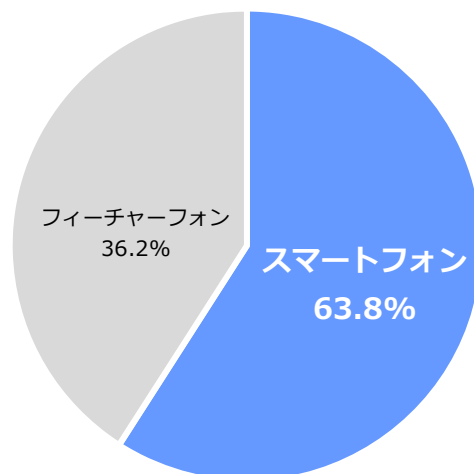
は好調。今後も堅調を予想。

会員の状況（携帯コンテンツ配信事業）

会員数の推移



2014年3月末現在の構成割合



2014年3月期のトピックス

- **au「スマートパス」、及びNTTドコモ「スゴ得コンテンツTM」への参加**
⇒ スマートパスに2サイト、スゴ得に2サイトを提供し、ランキング上位を獲得
- **「しゃべってキャラTM」の積極的な拡充**
⇒ アニメ、テレビ局、アナウンサーなど幅広いジャンルで専門サイトを開設
- **アイドルを中心にファンクラブサイト事業の順調な伸長**
⇒ SKE48に加え、新たにNMB48を獲得し、会員数が増加
- **「ゆるキャラ[®]」関連ビジネスへの参入**
⇒ デジタルコンテンツの運営及び配信を開始
- **大手レコード会社直販サイトをはじめ、EC直販事業を拡大**
⇒ 直近の月商が1千万円超えのサイトも

au by KDDI 「スマートパス」、docomo 「スゴ得コンテンツ™」への参加

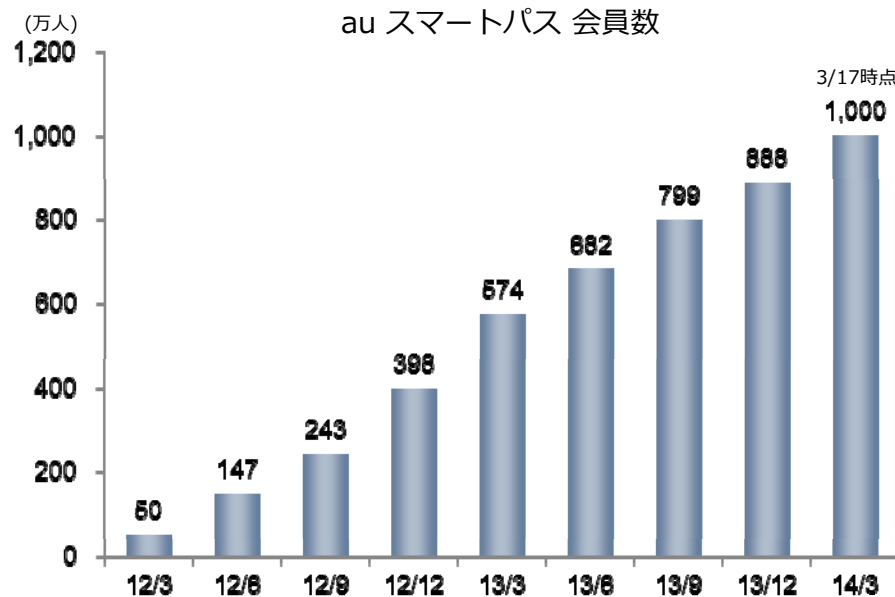
【スマートパスとは】 …KDDIが定額で提供する、500本以上のアプリ使い放題をはじめ、クーポンやオンラインストレージ、セキュリティーサービス等が利用可能なサービス

- ・1月「韓流大好き！ for au」、2月「ゆるキャラグランプリ for au」の提供を開始

【スゴ得コンテンツ™とは】 …NTTドコモによる定額制で、厳選コンテンツが使い放題のサービス

- ・100サイト限定で、「マチキャラ®・しゃべってキャラ™」ジャンルでは、
唯一、当社の「マチ★キャラとり放題 for スゴ得」のみが参入
⇒ 長期間に渡り上位をキープ
- ・他にも、当社では「韓流大好き！ for スゴ得」が選定

他のコンテンツでも
今後積極的に参入を目指す

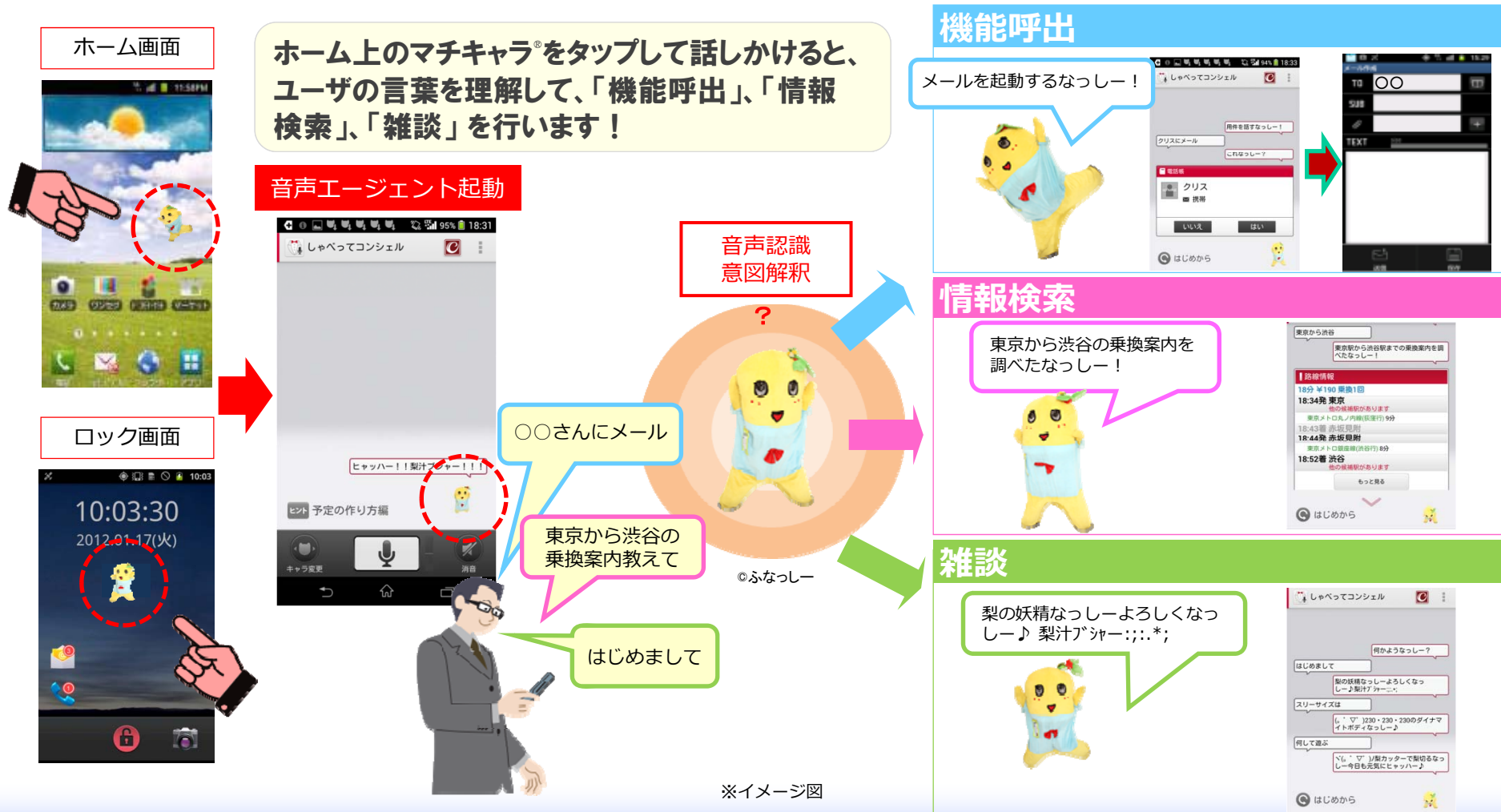


2013年6月～8月
ウィークリーランキング
連続7週間第1位!!
⇒ 現在も上位をキープ
(直近のランキングでは2位に)



「しゃべってコンシェルTM」とは

NTTドコモ スマートフォン向けサービス ⇒ ついに1,000万ユーザーを突破



「しゃべってキャラ™」の積極的な拡充

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

「しゃべってdキャラとり放題」…サービスインから**16カ月連続1位**継続中

さらに…

人気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



6月オープン 『マクロス★コンシェル』
7月オープン 『cent.FORCE★コンシェル』
7月オープン 『テレ東★アニメコンシェル』
9月オープン 『ゆるキャラ★コンシェル』
12月オープン 『宇宙戦艦ヤマト2199
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、計**350**コンテンツ
(2013年度: 期初**80**コンテンツ ⇒ 期末**350**コンテンツ)

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

ファンクラブサイトの順調な拡大

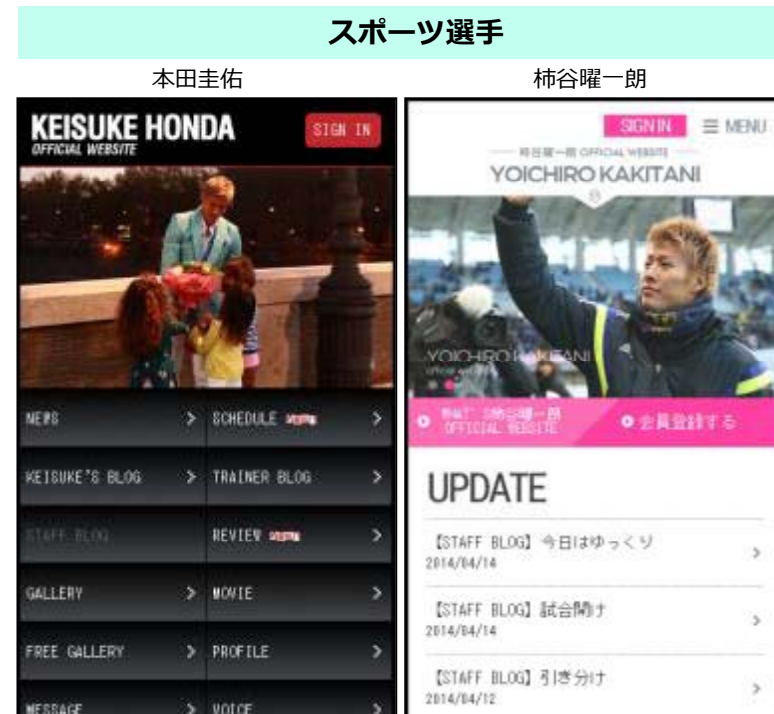
- アイドルを中心に、ファンクラブサイト事業は順調に成長

48グループ関連では、SKE48に加え、新たにNMB48を獲得
⇒ 姉妹サイトとしてMailサービスサイトを開設、会員数と売上の増加に寄与

<主な運用サイト>



* 6月のAKB48総選挙の投票権をモバイル会員に付与



* 6月にブラジルW杯開幕
⇒ 両選手が日本代表に選出

会員制メールサービスの伸長

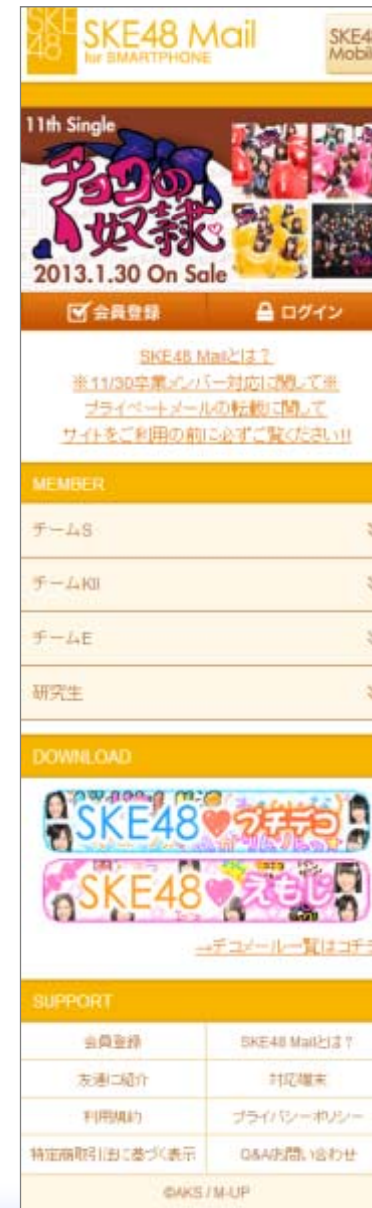
- 現在、「SKE48 Mail」、「NMB48 Mail」を展開
登録したメンバーから直接メールが届くサービス
⇒ 会員数が順調に拡大

※6月の総選挙等、今後も注目イベントが控える



今後、アイドル、タレント、芸能事務所等へ展開をはかる

SKE48 Mail



NMB48 Mail



EC直販事業の拡大

● 大手レコード会社から業務を受託し、直販サイトを開設

【2012年度開設】 ワーナーミュージックショップ、 ビクターエンタテインメント オンラインショップ

【2013年度開設】 クラウン徳間ミュージックショップ

直近の月商が1千万円超えのサイトも

※CD/DVD/Blu-ray の販売にとどまらず、オリジナル特典の付与や、オリジナルグッズのサイト内限定販売 等を開始

【ビクターエンタテインメント、サイト限定グッズ例】

漫画、TVアニメ
「蒼き鋼のアルペジオ」の登場キャラクター



ほぼ等身大ぬいぐるみ
「ヨタロウ」

*サイト内限定で、500体以上の予約受注で生産開始
⇒1カ月で約1,500体の受注を記録

サイト内限定商品という新たなコアマーケットの確立

● 韓流商品専門のオンラインショップ「韓流★通」を開設

- ・携帯韓国No1サイト、当社運営の『韓流大好き!』の公式ショップとして連携
- ・韓流スター公認ショップとして、各事務所と連携。
オリジナル特典や、韓国直輸入の韓流商品等の商品を展開

韓流★通



「ゆるキャラ」[®] 関連ビジネスへの参入①

- 「ゆるキャラ」[®] を使用した各種サイト運営及びデジタルコンテンツ配信を開始



《展開事例》

2013年9月
「ゆるキャラ☆コンシェル」リリース



「ゆるキャラ☆コンシェル」は、歴代グランプリ「くまモン」や「バリィさん」をはじめとする人気ゆるキャラ[®]達のしゃべってキャラ[™]やきせかえ、スタンプ素材など定番デジタルコンテンツが大集合のスマートフォン向けサイト。入会すると「ゆるキャラ[®]グランプリ」へ投票ができたり、「ゆるキャラ[®]」の生みの親でもある「みうらじゅん氏」全面協力のスペシャルコーナーが閲覧できる等、会員特典も満載です。



ゆるキャラ[®]グランプリ2011
くまモン (熊本県)



ゆるキャラ[®]グランプリ2012
バリィさん (愛媛県今治市)



ゆるキャラ[®]グランプリ2013
さのまる (栃木県佐野市)

2013年5月「CocoPPa」にて
大人気キャラ「ふなっしーきせかえ」リリース



©ふなっしー
「CocoPPa」: <http://united.jp/service/media/cocoppa/>

「ゆるキャラ」関連ビジネスへの参入②

● 幅広いデジタルコンテンツを配信

しゃべってキャラ™

(しゃべってコンシェル™)

ゆるキャラ®の名付け親である「みうらじゅん」氏が創作したカエルくんがガイド役としておしゃべりしてくれます！



? しゃべってキャラって何？

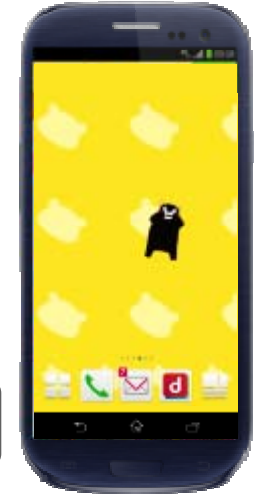
「コンシェル「ひつじのしつじくん」」を好きなキャラクターに変更するとキャラクターが情報検索してくれたり、楽しく会話することもできます！



マチキャラ®



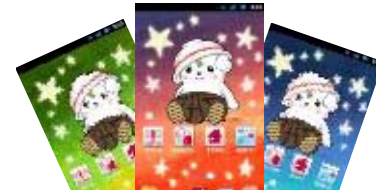
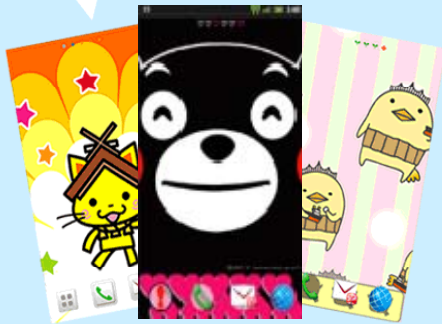
スマートフォンのホーム画面(待受け画面)にお気に入りのゆるキャラ®を表示させることができる機能



きせかえ

きせかえ(カスタマイズ)ツール

あなたのスマホを大好きなゆるキャラ=色に!



時間によって背景やゆるキャラ®が変化♪

デコメ

デコメール(メール装飾)



スタンプ(メッセージアプリ用)



業績予想、今後の事業戦略

2015年3月期予算

(百万円)

	2014年3月期		2015/3期 (予想)		
	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	前期比 (%)
売上高	3,537	100.0	3,142	100.0	△ 11.2
営業利益	467	13.2	450	14.3	△ 3.7
経常利益	426	12.1	450	14.3	+ 5.6
当期純利益	266	7.5	270	8.6	+ 1.3
1株当たり純利益 (円)	39.37		40.00		
1株当たり配当金 (円)	18.00		13.00		

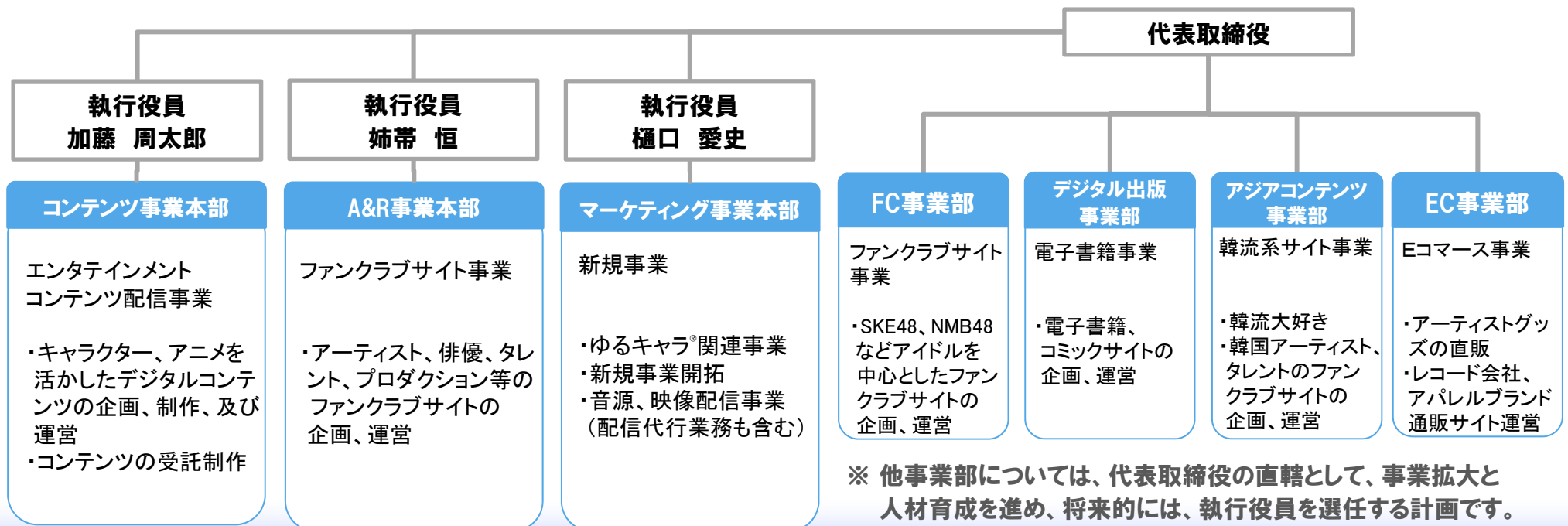
今後の事業戦略のポイント

- **執行役員制度の導入による成長軌道への回帰**
⇒ 事業の推進スピード向上や効率化をはかるとともに、事業責任単位を明確化
- **「株式会社ゆるキャラ」との包括提携**
⇒ ゆるキャラ[®]グランプリのイベント事業参入等、新しい事業領域の拡大
- **アーティスト、タレント、スポーツ選手等の獲得を継続**
⇒ ファンクラブサイト、会員制メールサービスのさらなる展開
- **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**
⇒ 2014年4月、「日テレ☆コンシェル」スマートフォンサイト開設
au「スマートパス」、ドコモ「スゴ得コンテンツ[™]」等の使い放題サービスを拡充
その他新規コンテンツへの積極的な参入

今期の取組み①

● 執行役員制度の導入

- 会社規模が拡大してきたことから、各事業の自主性や自立性を高め、事業推進スピードの向上や、事業の効率化を図ることを目的として、カンパニー制を導入。
- 事業責任単位の明確化と、成果を反映した報酬制度により、事業への責任感や危機感を植え付け、各事業が経営意識をもった事業運営を行う。



今期の取組み②-1

●「株式会社ゆるキャラ」との協業進化

『より一層の充実・拡充へ』

- ・「ゆるキャラ®グランプリ」オフィシャルサイトの運営
- ・各種デジタルコンテンツの配信
- ・eコマースサイトの運営

＋ さらに

『新しい事業領域の拡大』

- ・「ゆるキャラ®グランプリ」投票サイトの構築・管理全般
- ・商品化に関する取り組みの強化

「ゆるキャラ®グランプリ」公認のグッズであることを証する「証紙」を導入、公式の商品として取り扱う。また「ゆるキャラ®」の商標利用に伴うネーミングライツ権も管理することで、ゆるキャラ®関連商品を一元管理し、町おこしや村おこしといった地域振興に一層貢献

- ・各自治体とのライセンス等に関するアドバイザリー契約の強化

各自治体とのライセンスに関するアドバイザリー契約を強化することで、「ゆるキャラ®」のブランディングに寄与、長く愛されるキャラクター運用をサポート

- ・「ゆるキャラ®」の企画から、「着ぐるみ」の受託制作までをトータルプロデュース

各自治体やスポンサーからの要望により、ゆるキャラ®の企画～制作までをトータルのプロデュース

- ・「ゆるキャラ®グランプリ」イベント事業への参画



当社がインターネット
投票サイトも管理

今期の取組み②-2

● 「ゆるキャラ®グランプリ」実行委員会への参画

『ゆるキャラ®グランプリ2014 in あいち セントレア』

- ・「ゆるキャラ®グランプリ2014」の開催にあたっては、全国各地から開催地を広く募集
- ・本年度は、「愛知県 中部国際空港 セントレア 特設会場」に決定
- ・開催日時：2014年11月1日（土）、2日（日）、3日（月・祝） ※グランプリ発表は11月3日（月・祝）

「ゆるキャラ®グランプリ2014」スケジュール

- 7月1日（火）～9月1日（月）： エントリー期間
- 9月2日（火）～10月20日（月）： 投票期間

- ・ オフィシャルスポンサー（年間スポンサー）の選定～契約
- ・ 事業スポンサー（イベント限定スポンサー）の選定～契約
- ・ イベント会場でのオフィシャルショップ出店
- ・ 「ゆるキャラ®グランプリ2014 in あいち セントレア」イベント運営のサポート全般

参考) 過去の「ゆるキャラ®グランプリ」 ※昨年までは「ゆるキャラ®さみっと in 羽生」（埼玉県羽生市 羽生水郷公園）内でグランプリを発表

「ゆるキャラ®グランプリ2011」	グランプリ：くまモン（熊本県）	来場者数：13万5,000人	投票数：約 333万票
「ゆるキャラ®グランプリ2012」	グランプリ：バリィさん（愛媛県今治市）	来場者数：29万5,000人	投票数：約 650万票
「ゆるキャラ®グランプリ2013」	グランプリ：さのまる（栃木県佐野市）	来場者数：45万人	投票数：約1,700万票

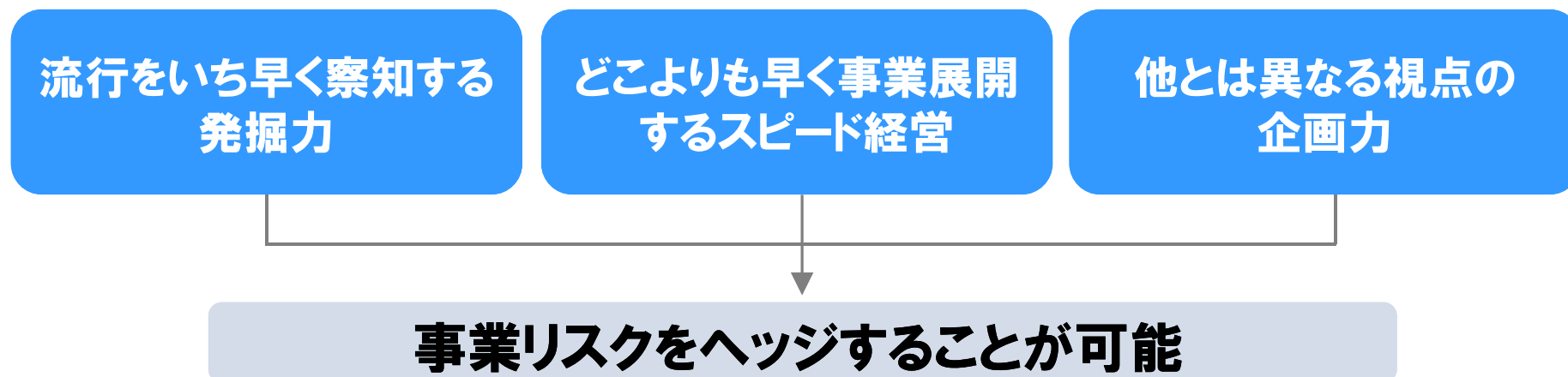
⇒ 本年度は、更に大きな規模のイベントに向け準備中

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**

リスクヘッジが可能な事業展開



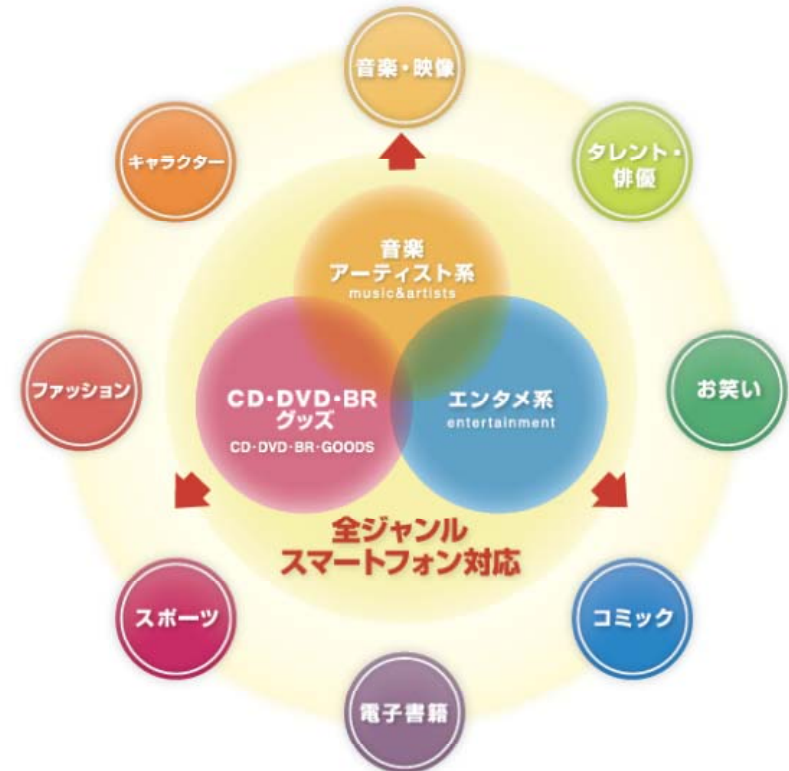
【当社の最近の事業展開】

- ・ スマートフォンへの早期対応
- ・ CD/DVD/BR、アーティストグッズの直販(eコマース)という新チャネルを創造
- ・ NTTドコモ「しゃべってキャラ™」へ早期参入
- ・ 株式会社ゆるキャラと、「ゆるキャラ®グランプリ」の運営を含む包括的な業務提携を締結
- ・ デジタルコンテンツ関連以外の業務内容へ進出

多角的サイト運営から生まれる相乗効果

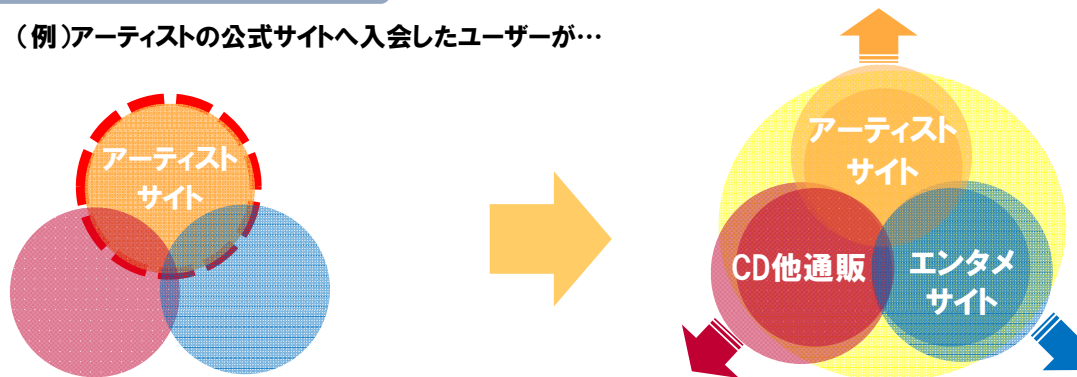
ビジネスモデルの特長

- 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進出
従来、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
- 様々なジャンル・カテゴリでサイトを運営
「アーティスト・タレント等のファンサイト」、「しゃべってキャラ™・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…



ユーザーに同アーティストのしゃべってキャラ™・マチキャラ®や、グッズ（eコマース）等の情報を認知させ、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

ご参考

当社の主な運営サイト① ~スマホ・携帯コンテンツ~

スゴ得コンテンツ™

マチ★キャラとり放題 forスゴ得
docomo



デイリー・
ウィークリー
ランキング1位

auスマートパス

ゆるキャラグランプリ for au



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



しゃべってキャラ™・マチキャラ®

テレ東★アニメコンシェル
docomo



マクロス★コンシェル
docomo



cent.FORCE☆コンシェル
docomo

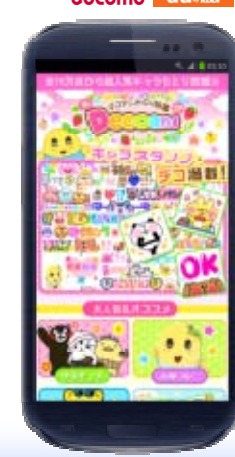


GACKT★コンシェル
docomo



デコメ・スタンプ

デコアニメとり放題
docomo au...doco



当社の主な運営サイト② ～スマホ・携帯コンテンツ(続)～





アーティスト

GLAY MOBILE



SKE48 Mobile



NMB48 Mobile



LUNA SEA MOBILE



SoundHorizon Mobile



ZARD MOBILE



hide mobile JETS



つるのもばいる



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」

SKE48 Mail



NMB48 Mail



当社の主な運営サイト③ ～スマホ・携帯コンテンツ(続)～





タレント

小栗旬 MOBILE



綾野剛 MOBILE



ビッグダディモバイル



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 ～スマホ・携帯コンテンツ(続)～

docomo au by KDDI SoftBank

スゴ得・スマートバスコンテンツ

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 ~PCコンテンツ~

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)



他、約300サイト運営

当社の主な運営サイト⑥ ~eコマース~

VICTOR ENTERTAINMENT ONLINE SHOP



G-DIRECT (GLAY)



Roen



クラウン徳間ミュージックショップ



ゆるキャラランド



Candy Stripper



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」

定期購読サイト



「image.tv グラビアNet」



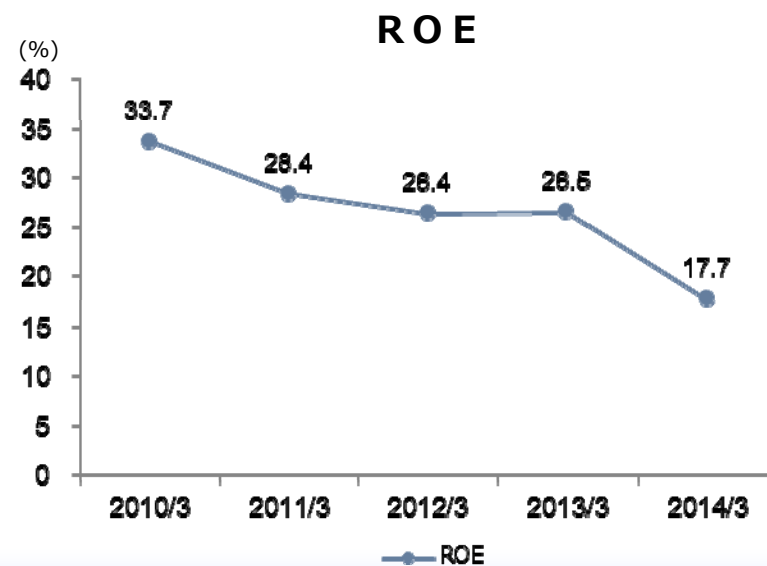
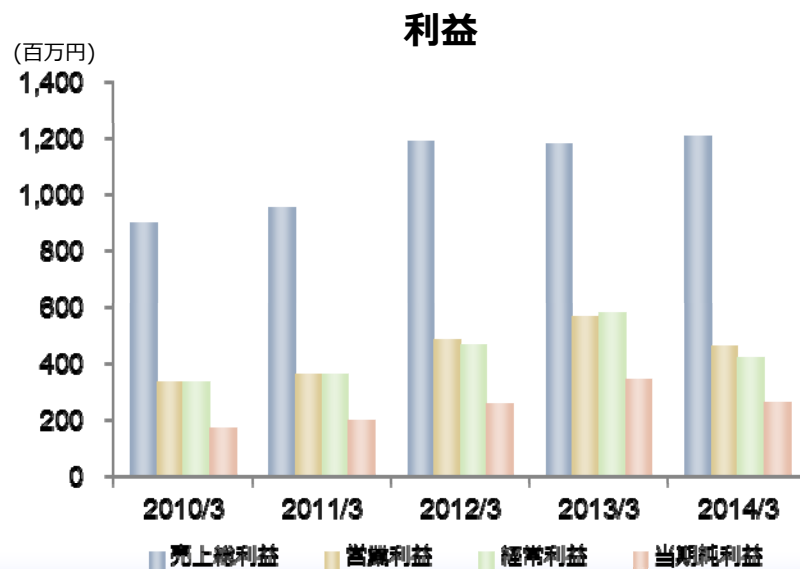
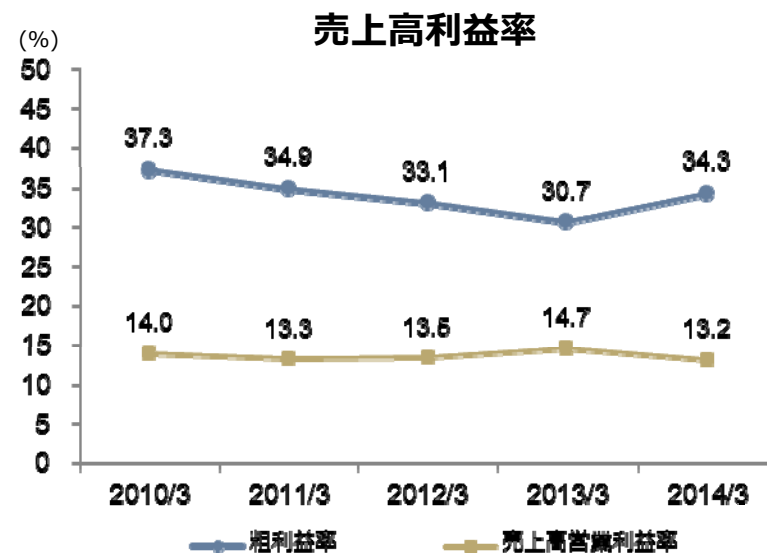
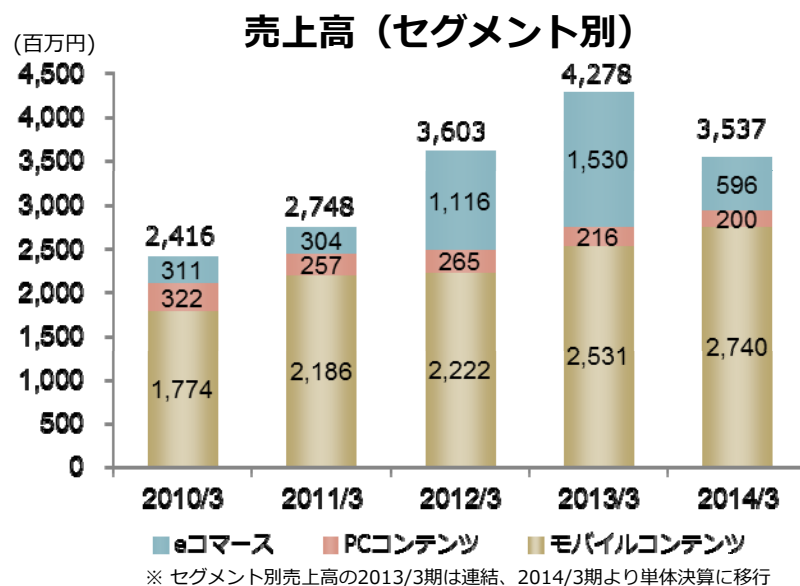
電子書籍ストア

伊集院静「男の流儀」シリーズ

独占配信

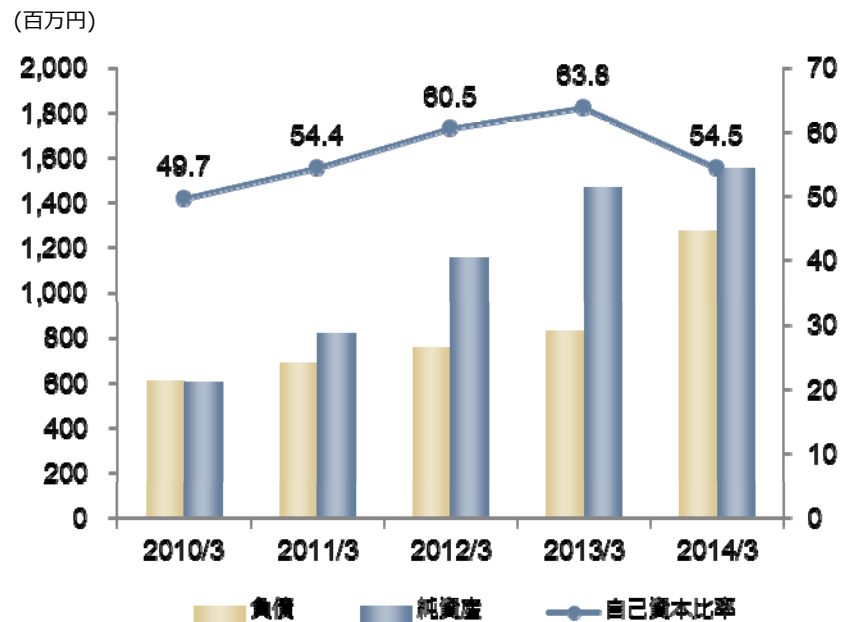


業績

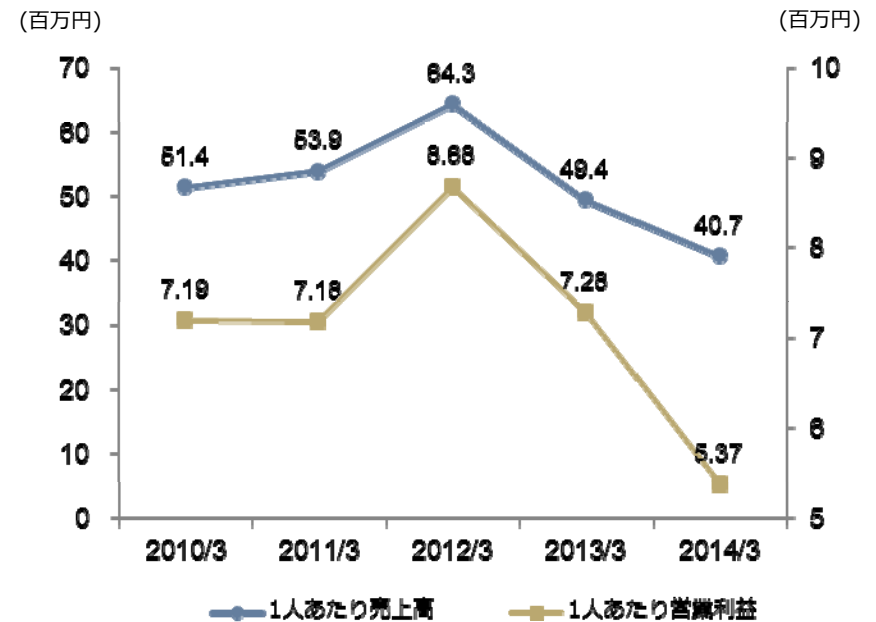


業績-2

負債・純資産・自己資本比率



1人あたり売上高・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

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

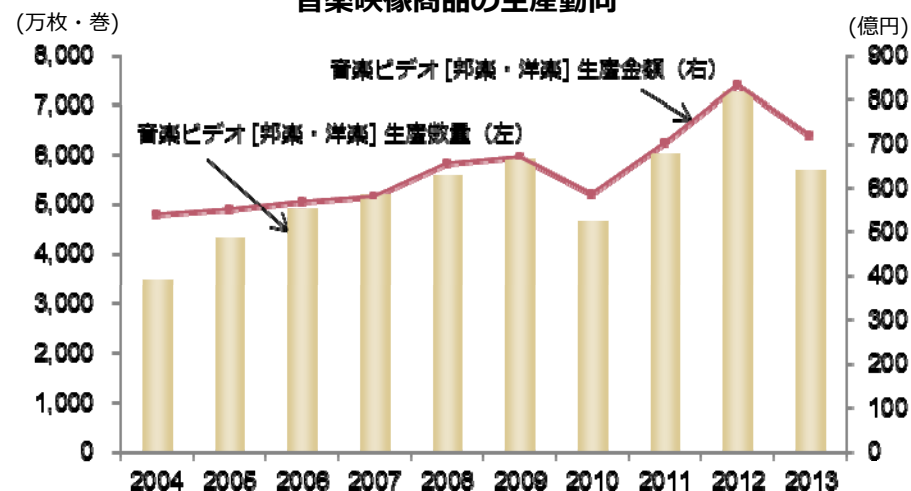
Q. 新品CDを購入するきっかけになった物・事

	2011年		2012年		2013年	
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

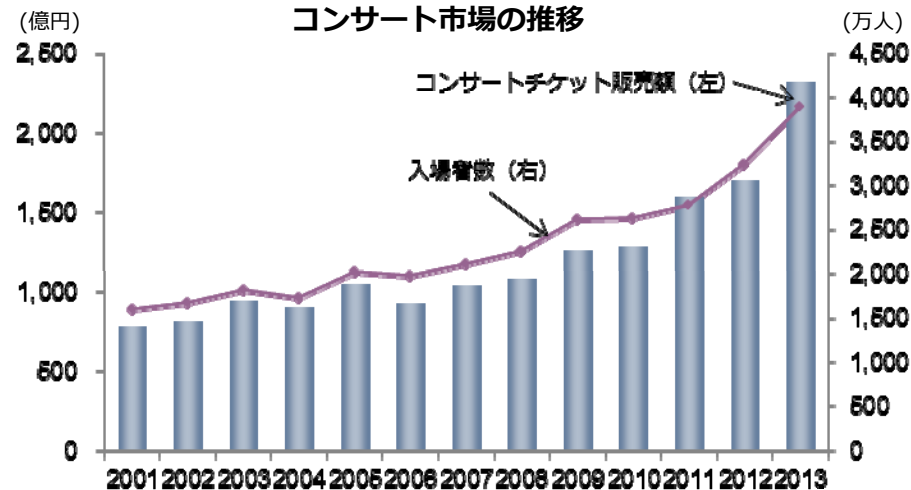
（出所）（社）日本レコード協会

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

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