# 2006年3月期決算説明資料

*May 23 , 2006*

# 2006年３月期　連結決算ハイライト

# 2006年3月期の実績

## 「ORICON STYLE」サイトが飛躍的に拡大

2006年3月度　月間ﾕﾆｰｸﾕｰｻﾞｰ数 ：443万人、月間ﾍﾟｰｼﾞﾋﾞｭｰ： 5,812万 （ﾈｯﾄﾚｲﾃｨﾝｸﾞｽ社ｻｲﾄｾﾝｻｽ調べ）

→前年同月比 月間ﾕﾆｰｸﾕｰｻﾞｰ数 ：2.2倍（ﾈｯﾄﾚｲﾃｨﾝｸﾞｽ社ﾄﾚﾝﾄﾞﾚﾎﾟｰﾄ調べ）

↓

広告メディアとして大きく成長

## WEBブロードキャスティングを開始

「oricon TOP20」（映像番組）、「oricon TOP40 ﾗﾝｷﾝｸﾞ&ﾄﾚﾝﾄﾞ」（音声番組）をPC向けに配信

↓

携帯電話への配信も開始

## PC向け音楽配信の本格的展開

Windows 形式に加え、ATRAC形式およびViivﾃｸﾉﾛｼﾞへの対応も開始

↓

国内の主要レーベル全てと楽曲提供において提携

## 新規の連結子会社

CINE WELCOME 社　～　韓国の映像配信（VOD ： video on demand）最大手企業

フランクリン・ミント㈱　～　コレクションアイテムを得意とする通信販売業

# 連結損益計算書

| （単位：千円） | 06年3月期 実績 | 05年3月期 実績 | 増減率 |
|---|---|---|---|
| 売上高 | 5,693,662 （100%） | 5,873,377 （100%） | ▲3.1% |
| 売上原価 | 3,259,227 （57.2%） | 3,754,293 （63.9%） | ▲13.2% |
| 差引売上総利益 | 2,434,435 （42.8%） | 2,119,084 （36.1%） | 14.8% |
| 販管費 | 1,822,137 （32.0%） | 1,962,599 （33.4%） | ▲7.1% |
| 営業利益 | 612,298 （10.8%） | 156,484 （2.7%） | 291.3% |
| 経常利益 | 590,204 （10.4%） | 131,958 （2.2%） | 347.3% |
| 当期純利益 | 272,828 （4.8%） | 31,793 （0.5%） | 758.1% |

**売上高の主な変動要因**

- 連結子会社の異動
- WEB事業の本格化

**売上総利益の主な変動要因**

- 05年3月期に行った「ORICON STYLE」サイトの大幅リニューアルに要した費用を削減
- 雑誌の印刷費、デザイン料を削減

**営業利益の主な変動要因**

- 05年3月期に行った雑誌「oricon style」への題号変更に要した広告宣伝費を削減
- WEBビジネスなどの新規事業の立ち上げに要した人件費を削減
- （株）フローバの連結解除となり、人件費などの販管費を削減

**経常利益の主な変動要因**

- 投資有価証券売却益を計上

**様々な先行投資を行いながらも、コストを削減し、大幅な増益を達成**

# セグメント別売上

| （単位：千円） | 06年3月期 実績 | 05年3月期 実績 | 増減 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 金額 | 増減率 |
| メディア事業 | 4,668,477 | 5,404,749 | ▲736,272 | ▲13.6% |
| 音楽ディストリビューション※ | 1,771,241 | 2,109,207 | ▲337,966 | ▲16.0% |
| 雑誌・情報 | 1,608,932 | 1,434,493 | 174,439 | 12.2% |
| WEB事業 | 1,288,304 | 244,514 | 1,043,790 | 426.9% |
| ㈱フローバ 他 | ― | 1,616,535 | ▲1,616,535 | ― |
| データベース事業 | 442,906 | 384,626 | 58,280 | 15.2% |
| フランクリン・ミント事業 | 582,278 | ― | 582,278 | ― |
| パトリスファーブル事業 | ― | 84,001 | ▲84,001 | ― |
| 売上合計 | 5,693,662 | 5,873,377 | ▲179,715 | ▲3.1% |

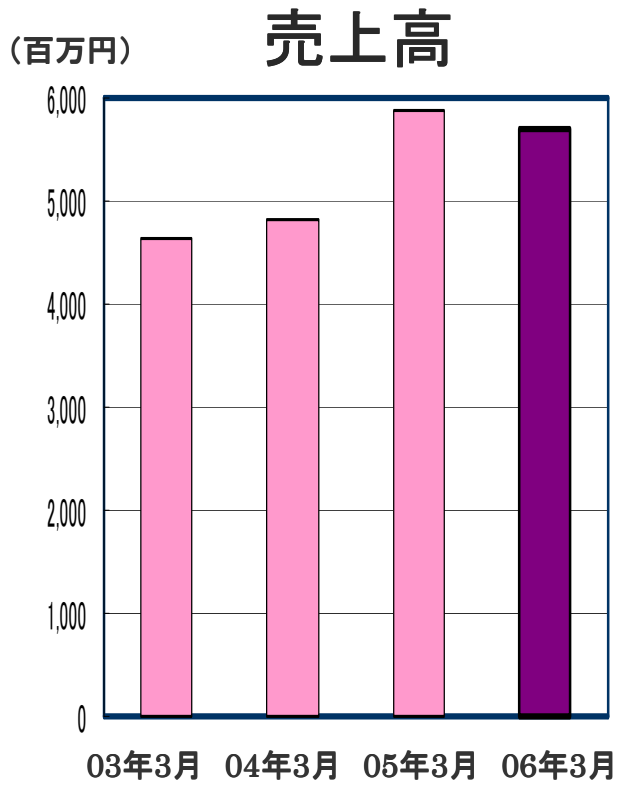
着信メロディの売上減による影響

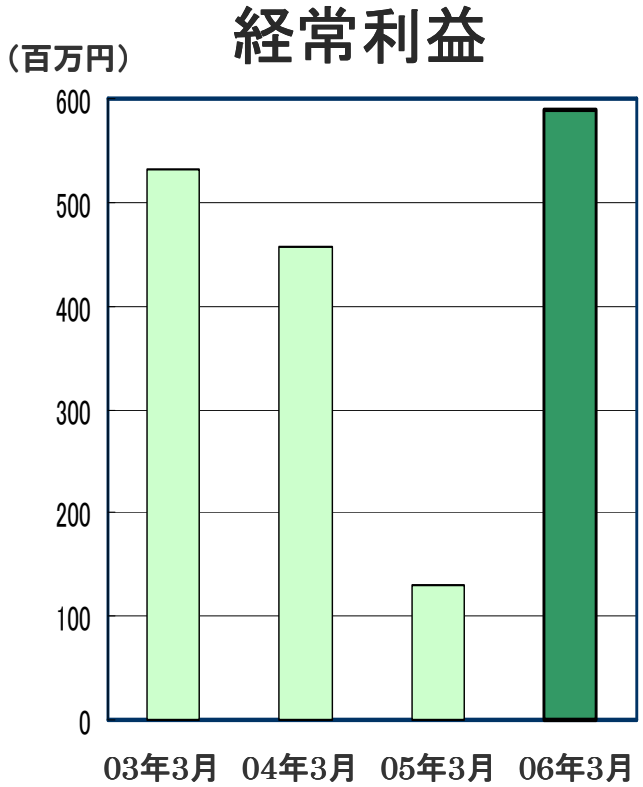
WEB広告の増収およびCINE WELCOME社の連結子会社化による影響

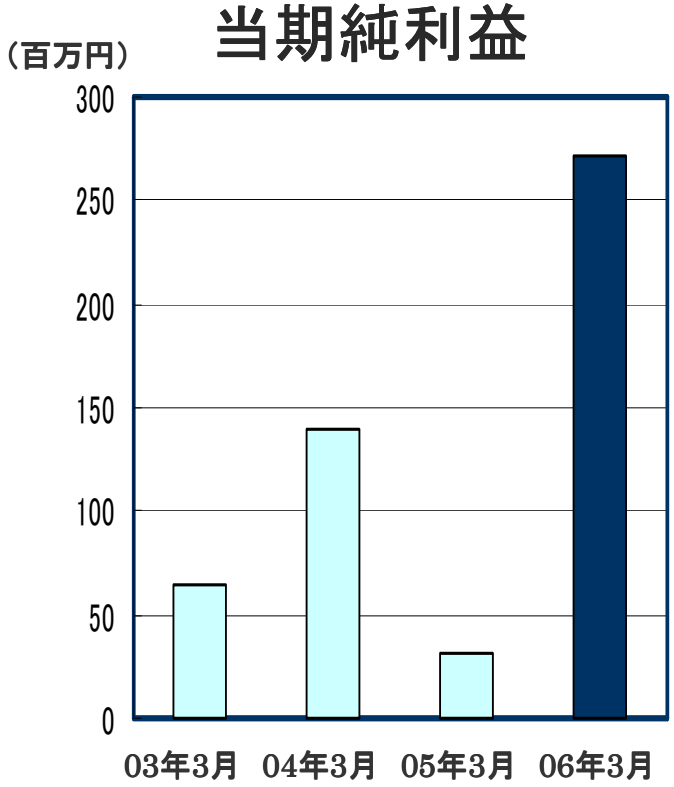
㈱フローバおよびﾊﾟﾄﾘｽ・ﾊｰﾌﾞﾙ・ｼﾞｬﾊﾟﾝ㈱の連結解除による影響

※：着信メロディ・着うた・着うたフル・PC向け音楽配信

# 業績の推移




**上場来の最高益を計上！**

# 2007年3月期　事業展開

# 経営の基本方針

当社グループは、国内屈指のランキングブランドである「オリコン」ブランドを活用し、音楽分野のみならず様々な分野でランキング化を施すことで商品・サービスの価値を可視化させ、ユーザーにその情報をわかりやすく提供する「情報ポータル企業」として、より豊かな生活の実現と生活に密着する様々な産業の発展に貢献する社会的意義の高い企業を目指します。

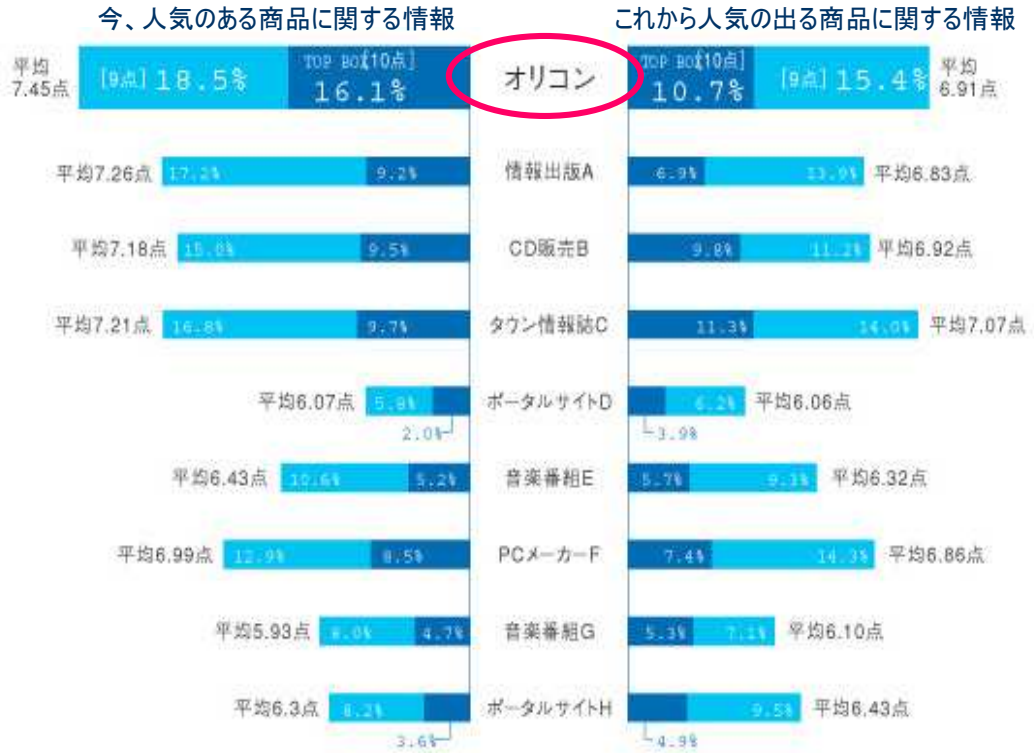
# 「オリコン」のブランド調査①

調査対象　：　東京圏および大阪圏に在住する16～39歳のインターネットモニター621人
調査期間　：　2006年1月12日～13日
調査機関　：　株式会社マクロミル

## 企業名、サービスの認知状況

（株）マクロミルによる調査結果より引用

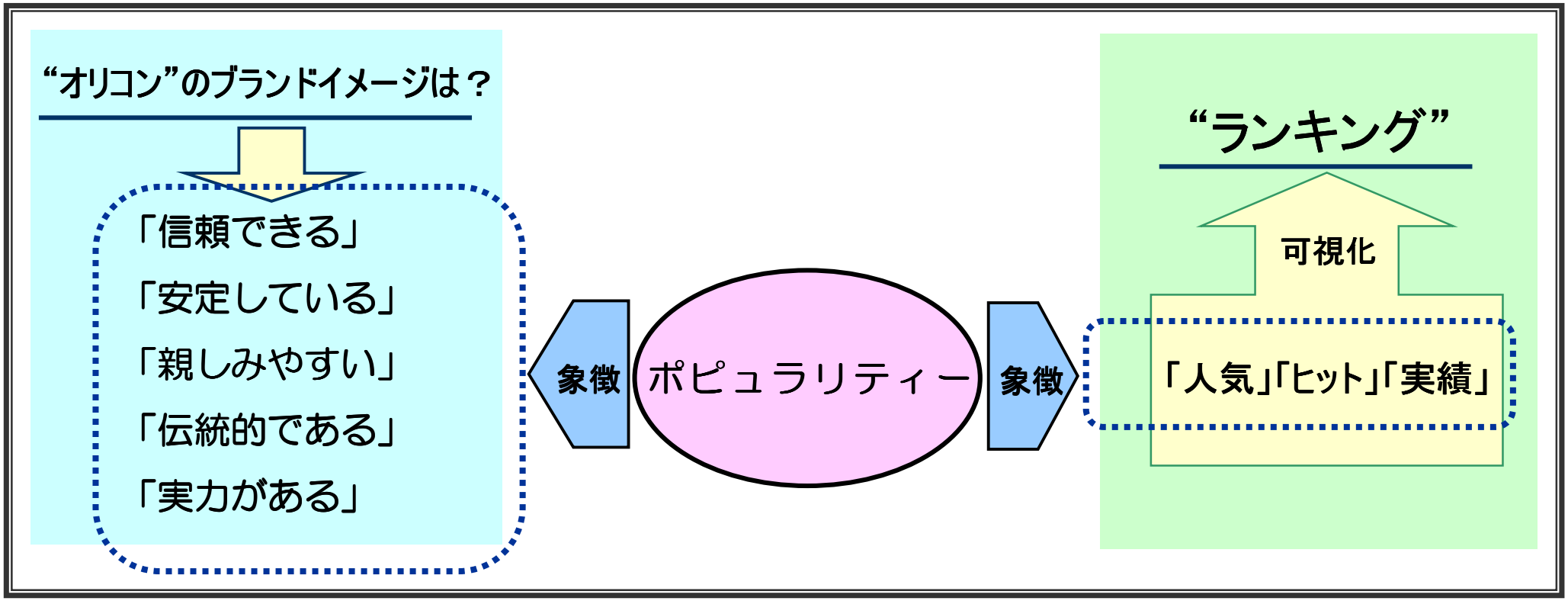
## 「説得力」を10点満点で評価




（株）マクロミルによる調査結果より引用

**オリコンブランドには高い認知度と信頼度があり、オリコンが発信する情報には強い説得力があります。**

# 「オリコン」のブランド調査②




oricon is RANKING BRAND

「オリコン」は国内屈指のランキングブランドであり、これを活かせることが当社グループのアドバンテージです。

# 07年3月期の事業環境と重点課題

ランキングブランドである「オリコン」ブランドを活かした事業展開

## 音楽ディストリビューションの推進

- 着うたフルがNTTドコモで公式ﾒﾆｭｰ化されることに合わせ、ｻｲﾄを今夏開設
- PC向け音楽配信の楽曲ﾗｲﾝﾅｯﾌﾟ強化による販売促進
- ﾈｯﾄﾚｲﾃｨﾝｸﾞｽ社との提携によるﾃﾞｼﾞﾀﾙ音楽配信ﾗﾝｷﾝｸﾞの創出

デジタル音楽流通の拡大
→ 06年、CDｼﾝｸﾞﾙの売上を上回る可能性

## 「ORICON STYLE」サイトの広告販売強化

- インプレッション型広告商品の販売強化
- 動画番組、音声番組のCM販売の推進
- 顧客満足度（CS）ﾗﾝｷﾝｸﾞ連動型広告の事業モデルを構築

インターネット広告市場の拡大

07年3月期の外部環境の変化

# 音楽ディストリビューションの展開①

## (1)着信メロディ

第三世代携帯電話の急速な普及

ナンバーポータビィリティー制の導入

着信メロディビジネスの縮小

営業利益ﾍﾞｰｽで約450百万円のネガティブ要因

## (2)着うたフル

NTTドコモが今夏より公式メニュー化

本年中に対応機種のランナップが充実

NTTドコモの公式メニューに「オリコンスタイルフル」を開設

ﾚｰﾍﾞﾙﾓﾊﾞｲﾙ㈱に次ぐ楽曲ﾗｲﾝﾅｯﾌﾟを、ﾚｺｰﾄﾞﾚｰﾍﾞﾙ等との強いrelationshipに基づいて実現

他の2キャリアでも今夏、開設

「ORICON STYLE」ｻｲﾄのﾕｰｻﾞｰ　約500万人

雑誌「oricon style」の購読者　約35万人

当社ｸﾞﾙｰﾌﾟの他の携帯ｻｲﾄ会員　約150万人

提携関係にある多数のメディア

プロモーション

着うたフルマーケットで5%のシェア獲得を目指す

# 音楽ディストリビューションの展開②

## (3)PC向け音楽配信①

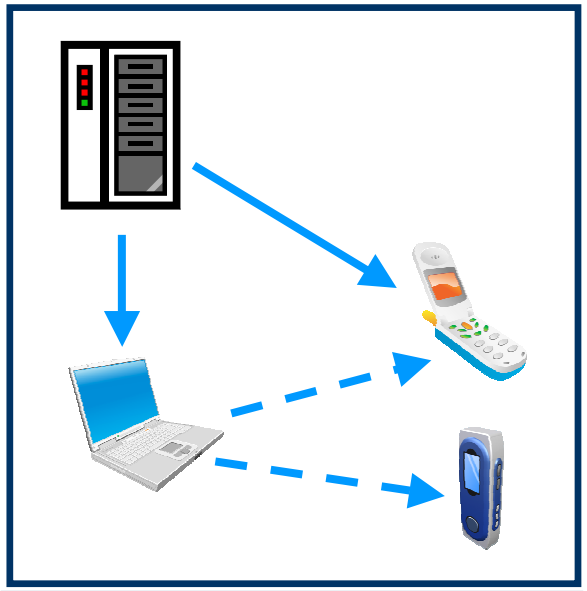
～2005年

PCにダウンロードした楽曲をﾃﾞｼﾞﾀﾙﾎﾟｰﾀﾌﾞﾙﾌﾟﾚｰﾔｰに転送して利用

2006年

携帯電話がﾃﾞｼﾞﾀﾙﾎﾟｰﾀﾌﾞﾙﾌﾟﾚｰﾔｰとして進化

2007年～



携帯電話にPCの機能が内臓され、直接のダウンロードが可能に
→音楽配信と着うたフルが融合へ

音楽配信マーケット　拡 大

# 音楽ディストリビューションの展開③

## (3)PC向け音楽配信②

WMA形式とATRAC形式の両方に対応した国内外で唯一のサイト(ﾚｺｰﾄﾞﾚｰﾍﾞﾙが独自に運営するｻｲﾄを除く)

ORICON STYLE

**WMA形式での配信**
(配信楽曲数:約45万曲)

**ATRAC形式での配信**
(配信楽曲数:約47万曲)

今夏、NTTドコモが発売する一部の新機種より楽曲を転送して聴くことが可能に

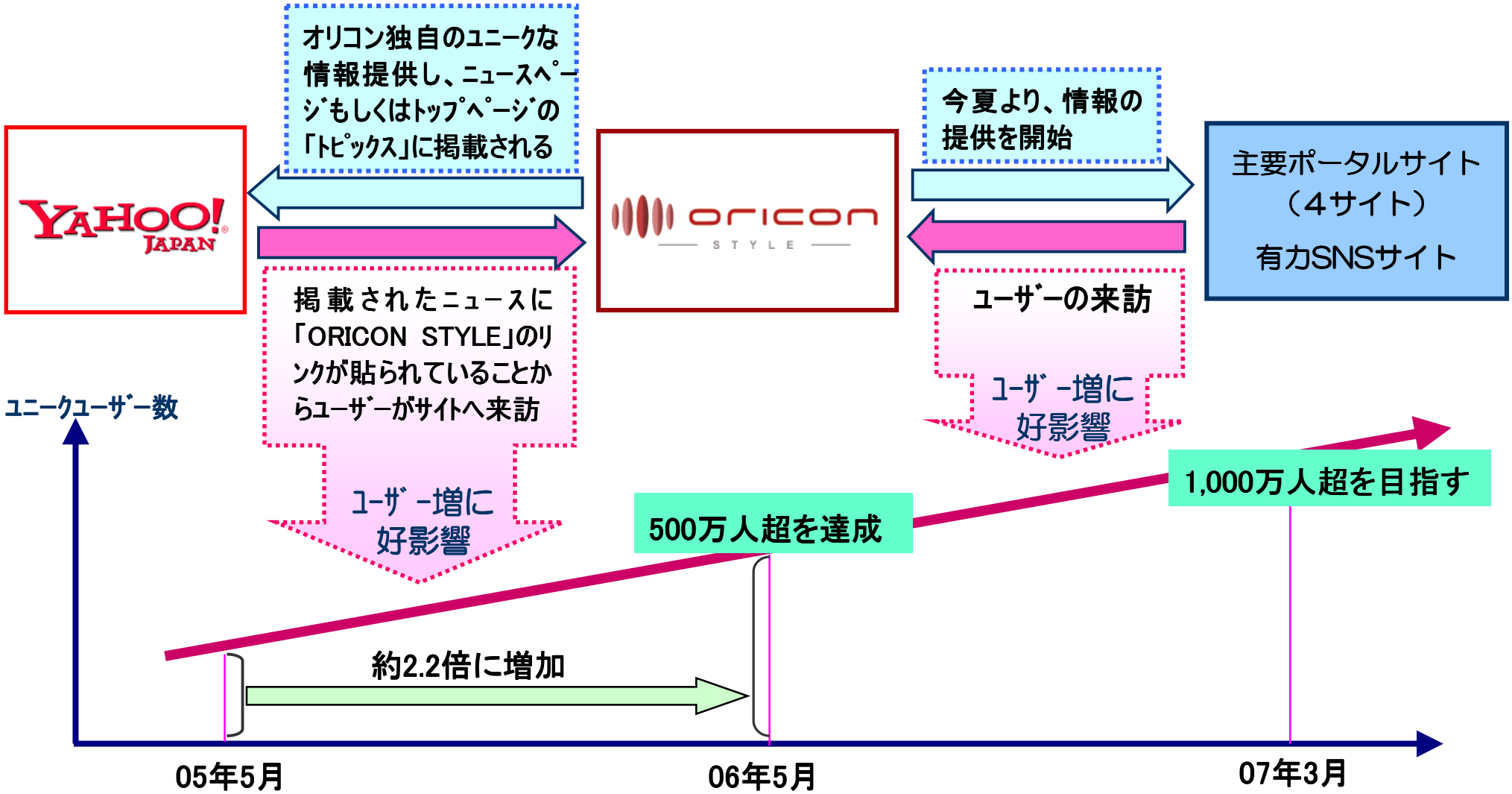
今夏、KDDIが発売する一部の新機種より楽曲を転送して聴くことが可能に

**携帯電話がﾃﾞｼﾞﾀﾙ音楽ﾌﾟﾚｰﾔｰとして進化**

携帯電話で手軽に音楽を楽しめるようになることで、ﾕｰｻﾞｰの裾野が広がり、音楽配信マーケットが拡大

楽曲のﾗｲﾝﾅｯﾌﾟを継続的に充実させ、ﾀﾞｳﾝﾛｰﾄﾞを促進させて参ります。
07年3月に月次ﾀﾞｳﾝﾛｰﾄﾞ数50万を目指します(06年3月:8.5万ﾀﾞｳﾝﾛｰﾄﾞ)。

# 成長を続ける「ORICON STYLE」サイト




有力なポータルサイト等へ継続的にユニークな情報を提供することで、当社サイトへのユーザー来訪が促進されています。

# 連結業績予想

| （単位：百万円） | 07年3月期<br>計画 | 06年3月期<br>実績 | 増減率 | 主な増減要因 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 7,440 | 5,694 | 30.7% | ○着信メロディの売上 → 580百万円減<br>○着うたフル・音楽配信の売上 → 1,080百万円増<br>○WEB広告の売上 → 630百万円増<br>○フランクリン・ミントの売上 → 510百万円増 |
| 経常利益 | 650 | 590 | 10.1% | ○着信メロディの利益 → 450百万円減<br>○着うたフル・音楽配信の利益 → 180百万円増<br>○WEB広告の利益 → 270百万円増<br>○フランクリン・ミントの利益 → 30百万円増 |
| 当期純利益 | 420 | 272 | 53.9% | WEB事業の収益性が上がり、繰越損失消化による税額抑制効果が見込まれます。 |

# セグメント別売上予想

| （単位：百万円） | 07年3月期 計画 | 06年3月期 実績 | 増減 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 金額 | 増減率 |
| メディア事業 | 5,860 | 4,668 | 1,192 | 25.5% |
| 音楽ディストリビューション※ | 2,430 | 1,771 | 659 | 37.2% |
| 雑誌・情報 | 1,720 | 1,608 | 112 | 7.0% |
| WEB事業 | 1,710 | 1,288 | 422 | 32.8% |
| データベース事業 | 480 | 442 | 38 | 8.6% |
| フランクリン・ミント事業 | 1,100 | 582 | 518 | 89.0% |
| 売上合計 | 7,440 | 5,694 | 1746 | 30.7% |

※：着信メロディ・着うた・着うたフル・PC向け音楽配信

今期（07年3月期）においては、着信メロディの売上が減少するものの、フランクリン・ミント事業および下期において拡大する着うたフル・WEB広告の売上がこれを補い、全体として売上増になるものと予想しております。また来期においては、今期の成長を上回って推移する見通しです。

事業戦略についての詳細は5月31日に発表する
中期経営計画でご説明いたします

**オリコン株式会社**

IR用ホームページ　http://www.oricon.jp/

「ORICON STYLE 」（ｴﾝﾀﾃｲﾝﾒﾝﾄﾎﾟｰﾀﾙｻｲﾄ）
http://www.oricon.co.jp/

この資料に掲載されている今後の戦略・見通し等に関わる情報は、本資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内で為した判断に基づくものです。しかしながら現実には、通常予測しえないような特別事情の発生または通常予測しえないような結果の発生等により、本資料記載の見通しとは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおります。
当社といたしましては、投資家の皆様にとって重要と考えられるような情報について、その積極的な開示に努めて参りますが、本資料記載の見通し等のみに全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになられるようお願いいたします。