



中期経営計画の概要

07年3月期～09年3月期

May 31 , 2006

当社グループは、最強のランキングブランドである「オリコン／Oricon」ブランドを活用し、ランキングビジネスの究極的展開を目指します。ランキングは誰にとっても最も分かりやすい情報のポータルであり、消費を喚起し、増幅する機能を持ちます。インタラクティブメディア時代においてランキングビジネスの可能性は大きく広がります。我々は、当ビジネスの中心に位置することで、新しいメディア環境下での飛躍的発展を目指します。

社是

客観的、公平な立場から最も信頼性の高いランキング等の情報を提供することによって、コンシューマーの信頼を獲得し、社会、文化、産業の発展に貢献することを目的とします。

「オリコン」のブランド調査



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

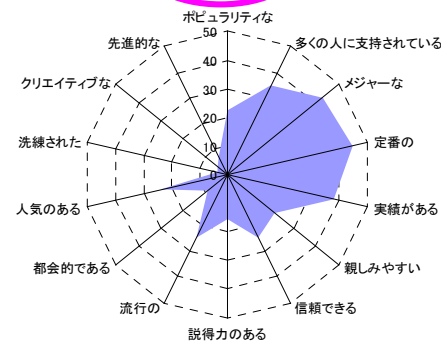
「説得力」を10点満点で評価

今、人気のある商品に関する情報

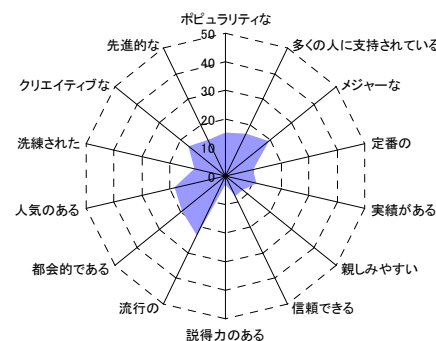


(株)マクロミルによる調査結果より引用

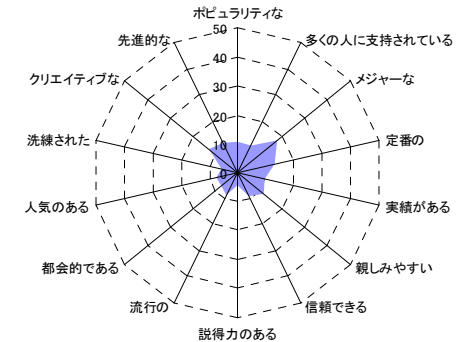
オリコン



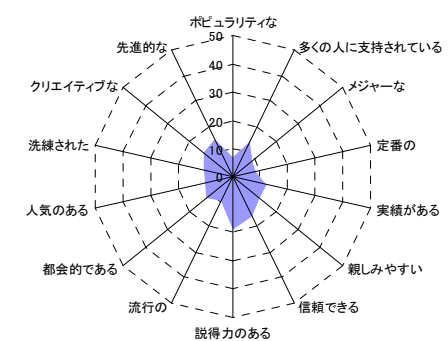
音楽番組E



ポータルサイトD



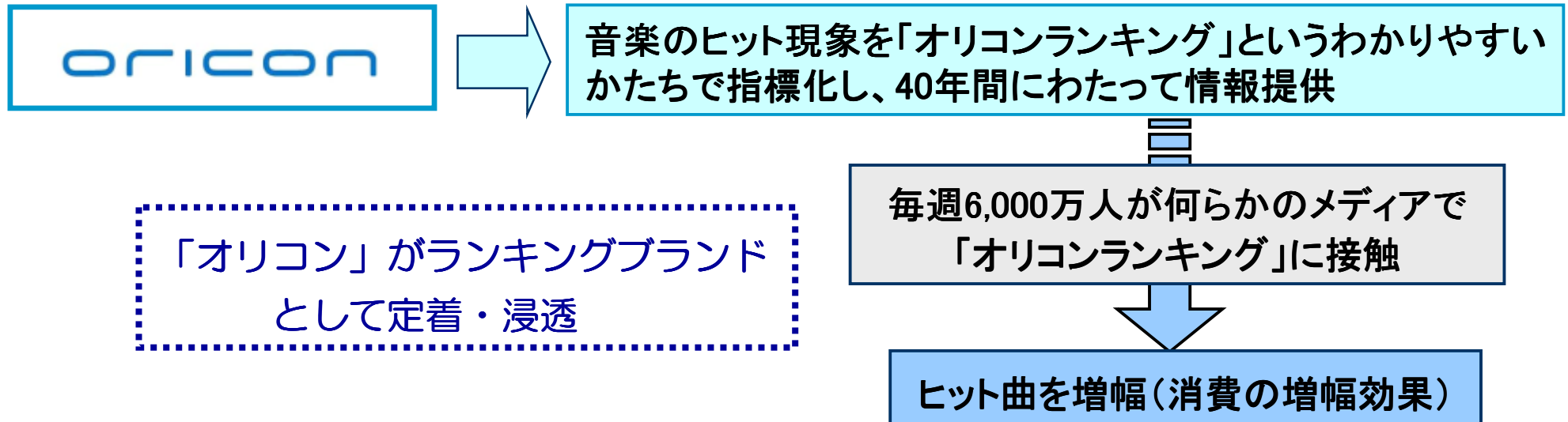
ポータルサイトH



(株)マクロミルによる調査結果より引用

オリコンブランドは説得力が高く、「信頼」「実績」等のイメージが極めて強いブランドです。

oricon is RANKING BRAND



オリコン40周年記念表彰式を開催(2006年5月24日)



多くのメディアが大きく報道

「オリコンランキング」の社会的影響力の大きさが改めて示された現象

インタラクティブメディア時代における2つの重要なキーワード

①ランキング

②クチコミ

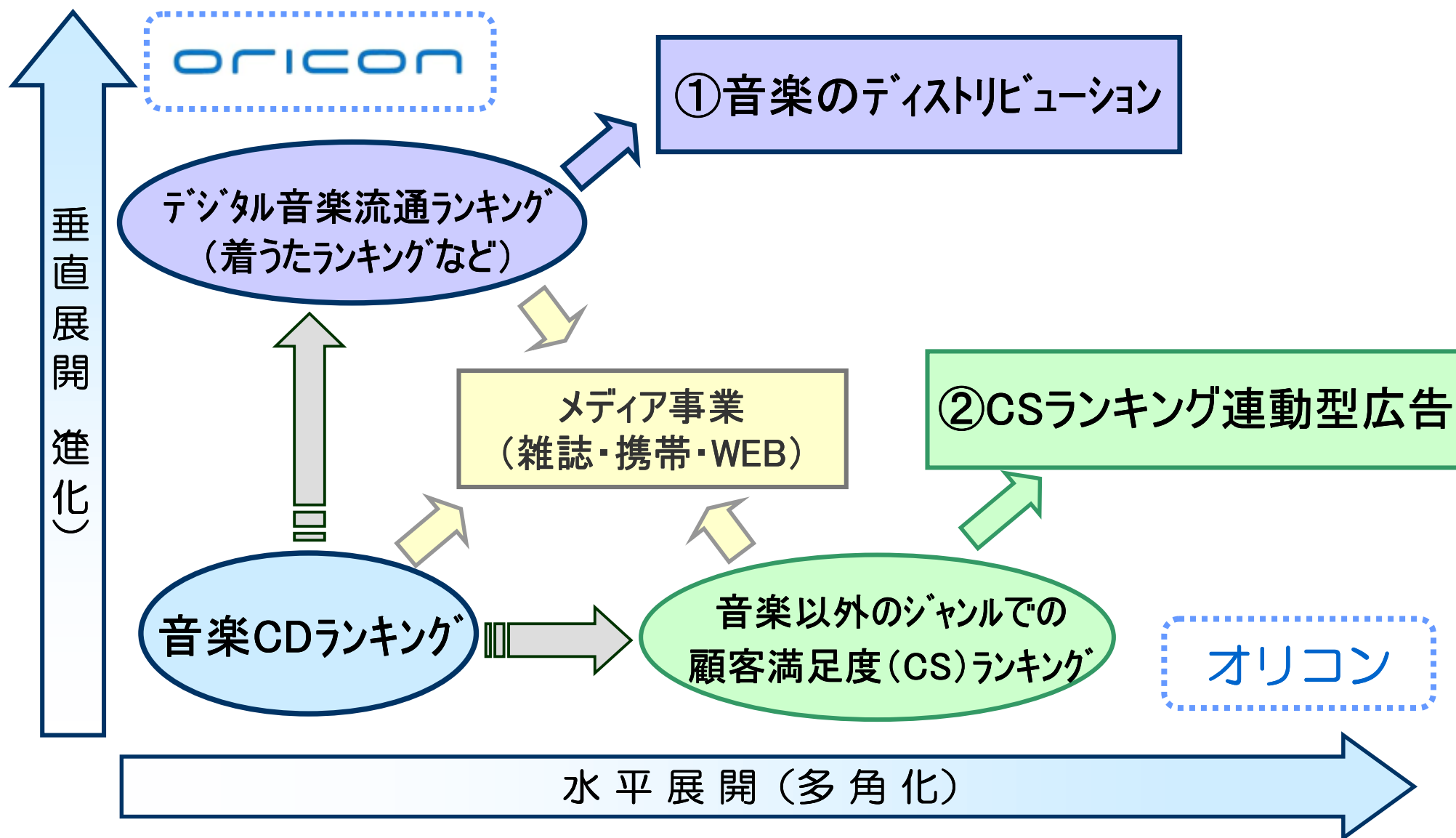
良質なクチコミもランキング化

情報ポータル

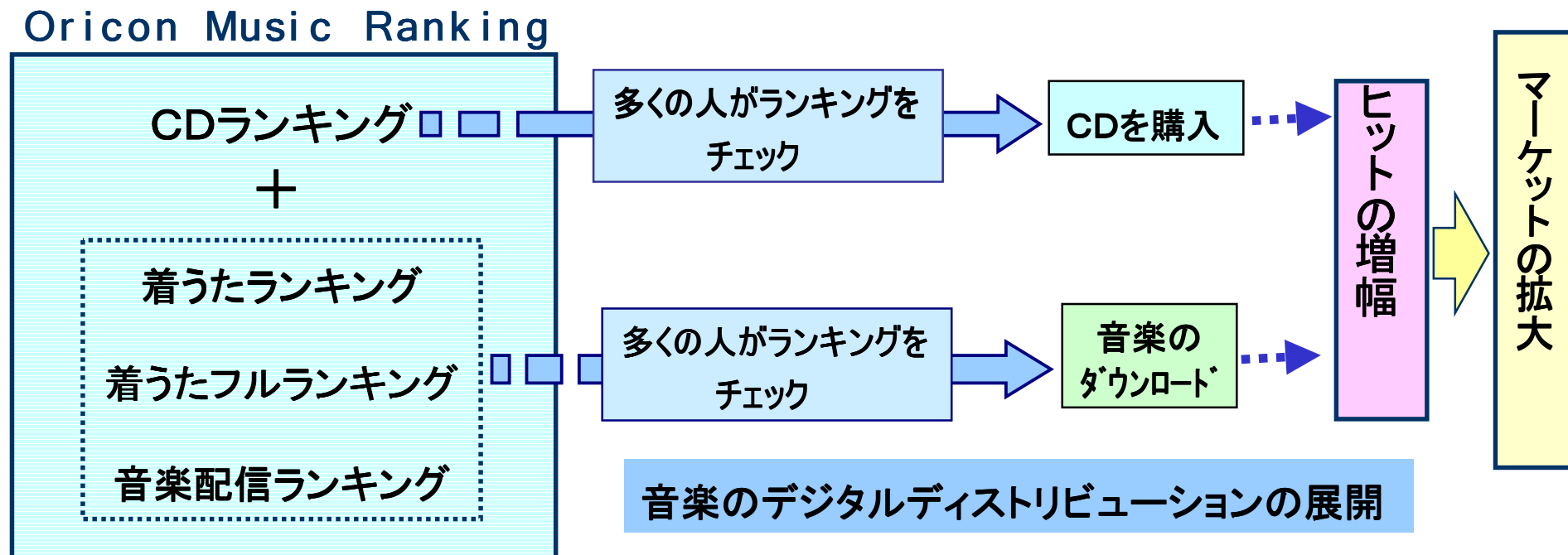
消費を喚起

消費を増幅

「オリコン」という最強のランキングブランドを「情報ポータル企業」として音楽以外の分野においても活用することで、様々な消費を増幅させることができる。

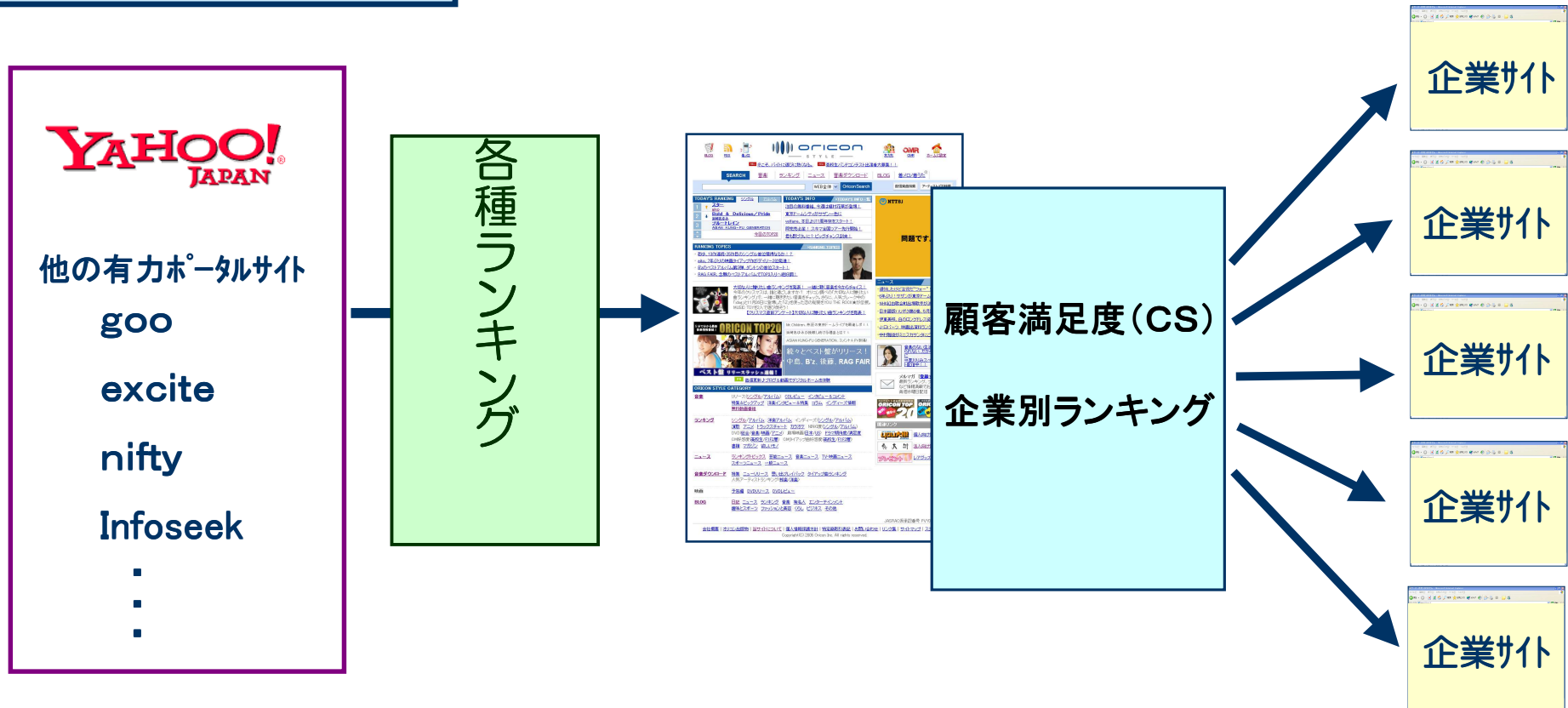


音楽ディストリビューション



着うた等のデジタル音楽流通についても「オリコンランキング」を提供し、
ユーザーの利便性の高い音楽ディストリビューションを展開することで、音楽産業の発展に貢献

WEBビジネス



ランキングで集客し、CSランキングで付加価値をつける

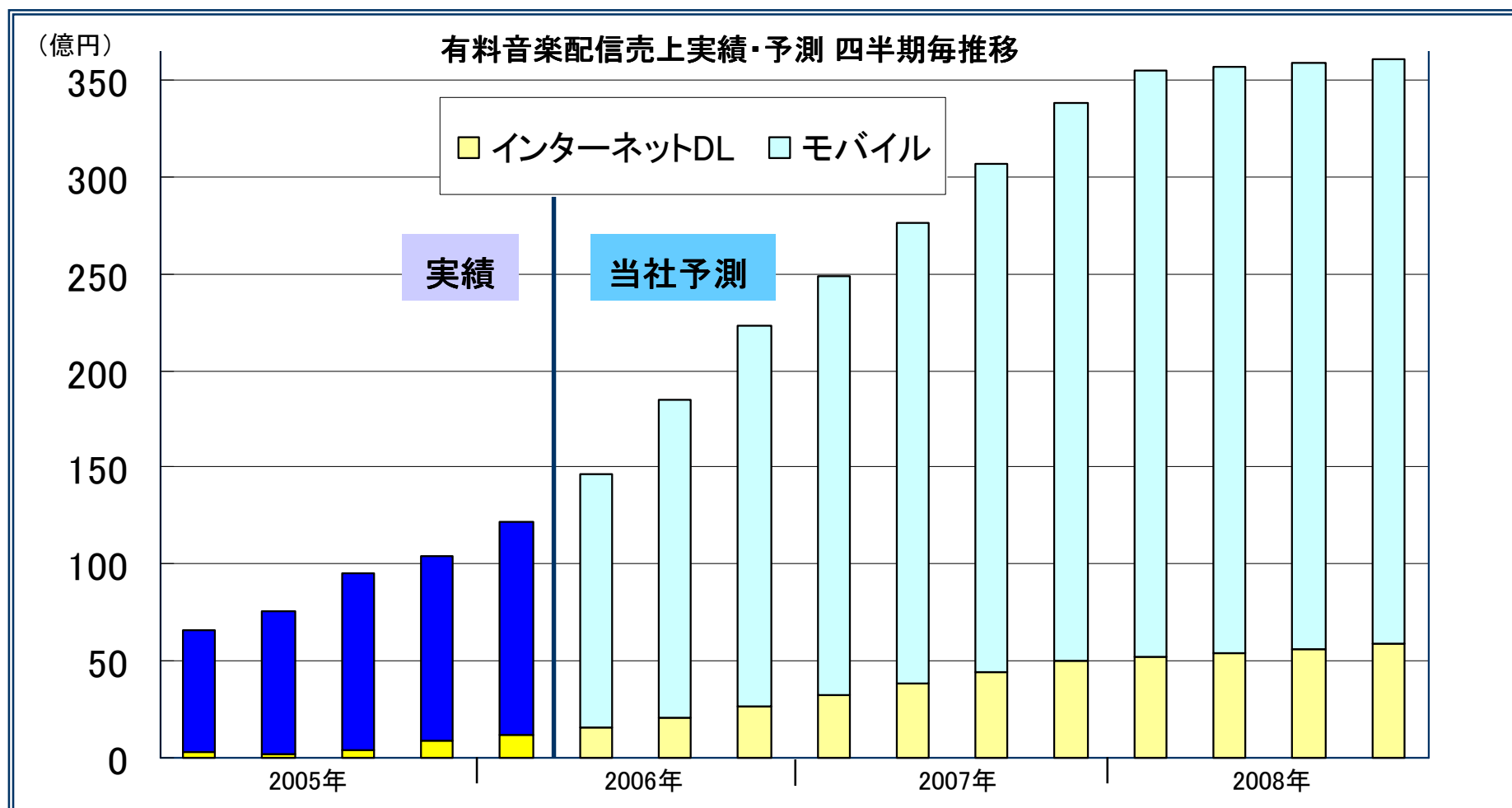
ランキングビジネスの可能性① 音楽ディストリビューション

デジタル音楽マーケットの現状と予測(1)



2005年1月～2006年3月 有料音楽配信売上実績 [日本レコード協会調べ]

2006年4月～ 当社予測



デジタル音楽マーケットの現状と予測(2)



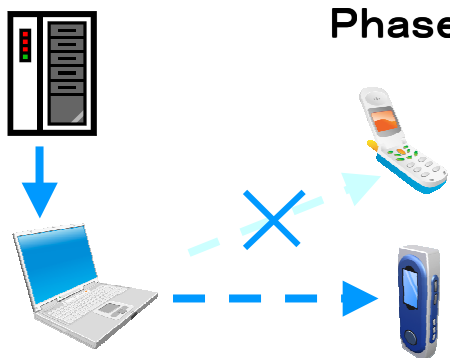
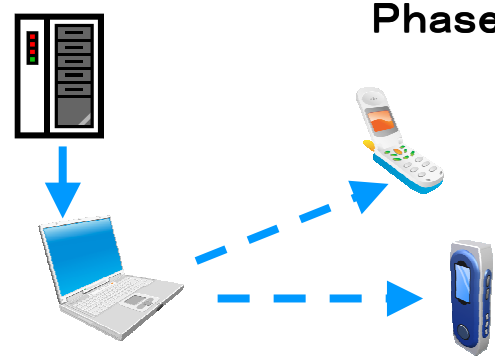
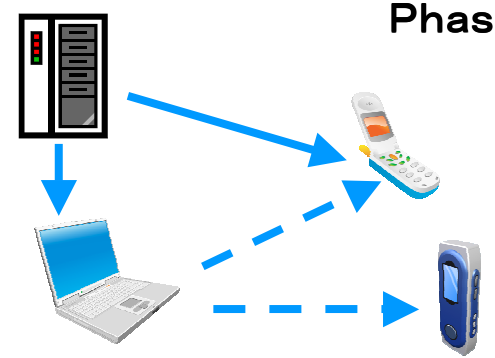
	日本レコード協会 調べ(実績)	当社予測					
	2005年	2006年		2007年		2008年	
着うた	323億円	600億円	300億円	850億円	350億円	1,000億円	350億円
着うた フル			300億円		500億円		650億円
PC向け 音楽配信	18.5億円	70億円		160億円		220億円	

マーケットシェアの獲得

着うた	3%
着うたフル	5%
PC向け音楽配信	10%

音楽ディストリビューションの段階的進化



	2005	2006	2007	2008
携帯電話 向け	3G普及			
	3.5G普及		WiMAXサービスの普及	
	着うたマーケットの拡大 着うたフルの本格化		着うたマーケットの成熟 着うたフルをドコモが開始	
			着うたフルと PC向け音楽配信の融合	
		ナンバーポータビリティ導入		
		新キャリアの参入		MVNOの本格化
PC向け	Phase1		Phase2	
				
	PCにダウンロードした楽曲をデジタルポータブルプレイヤーに転送して利用		携帯電話がデジタルポータブルプレイヤーとして進化	
		Phase3		
				
		携帯電話にPCの機能が内蔵され、直接のダウンロードが可能に →着うたフルとPC向け音楽配信の融合		

携帯WALKMANの登場や、携帯 iPod のニュース等により、ユーザーの意識が変化。携帯電話が本格的なミュージックプレイヤーとして認識され始める。Phase3においては、着うたフルとPC向け音楽配信とが融合。

マーケットシェアを獲得するための3つのアドバンテージ



楽曲ラインナップの充実

- 永年にわたって築いてきたレコードレーベル等とのrelationshipに基づいて、充実したラインナップを実現。

他社が楽曲提供を受けることのできていない有力レーベルとも包括契約を締結し、ユーザーに強く支持されている楽曲の配信が可能に。

プロモーション能力

- 「ORICON STYLE」サイトのユーザー 500万人
- 雑誌「oricon style」の購読者 35万人
- 当社グループの他の携帯サイト会員 150万人
- 「oricon TOP20」などの動画番組の視聴者
- 情報提供で提携関係にある多数のメディアのユーザー

展開力

- 音楽配信 [WMA形式→NTTドコモ・F902iS等、ATRAC形式→携帯WALKMAN(KDDI)]
- 着うた(3キャリアの4サイトでサービス提供中)
- 着うたフル(NTTドコモ:2006年6月上旬開始、vodafone:7月開始予定、KDDI:8月開始予定)

→デジタルディストリビューションを全面的に積極展開している唯一の企業

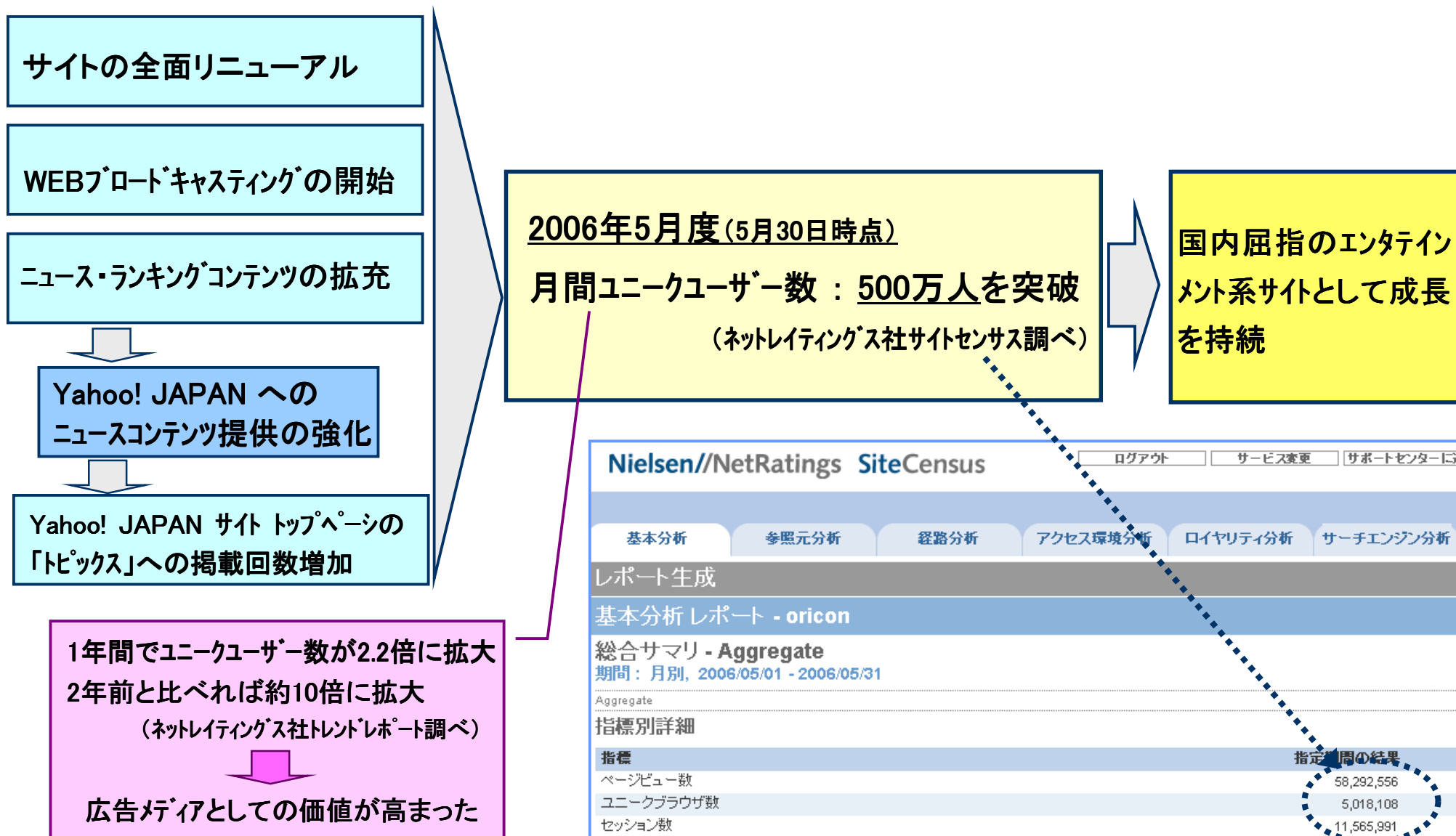
音楽ディストリビューションの売上計画



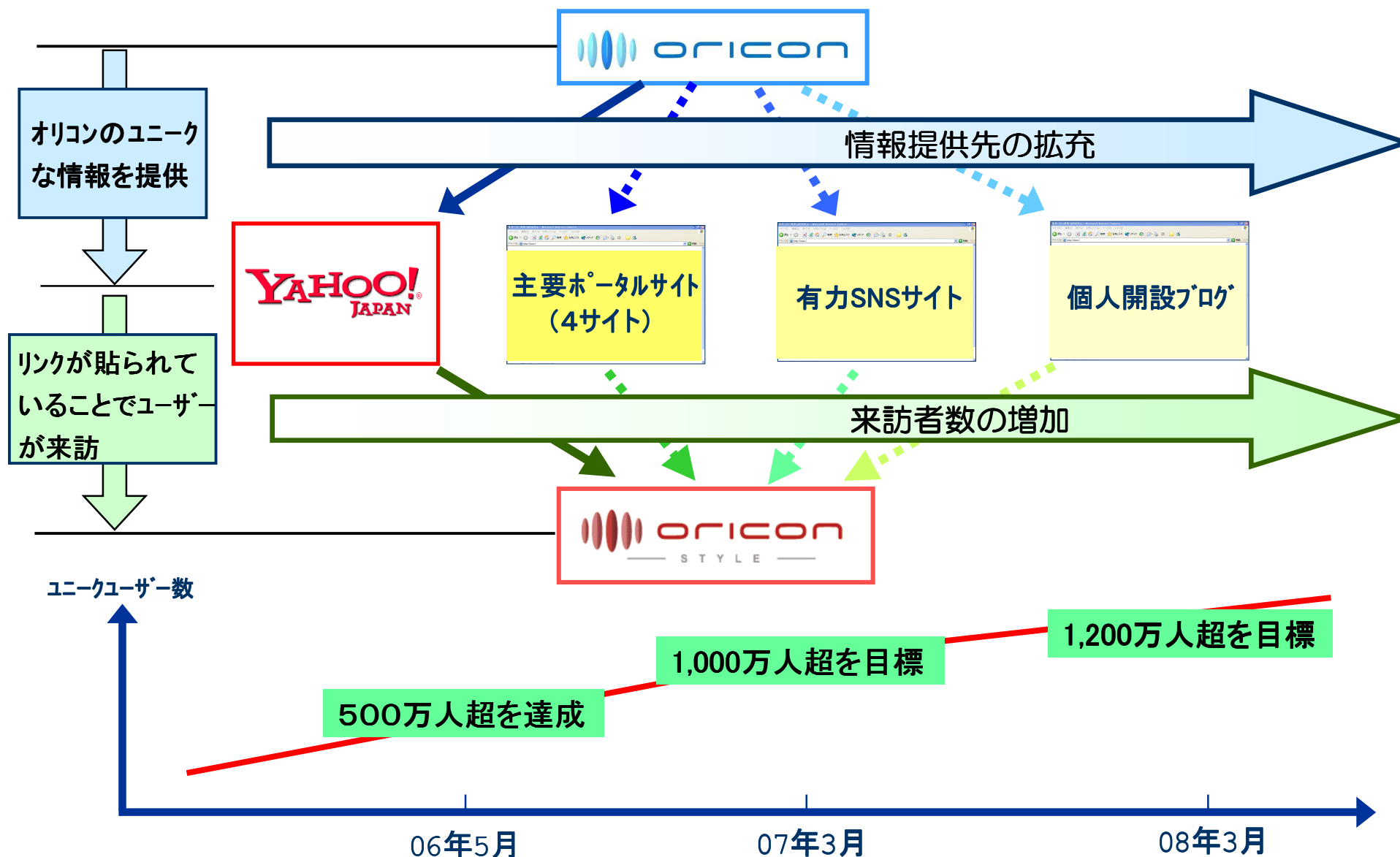
	06年3月期 (実績)	07年3月期	08年3月期	09年3月期
着メロ	17億円	11億円	9億円	9億円
着うた	0.4億円	5億円 07年3月 3%のシェア 獲得	10億円 3%の シェア獲得	10億円 3%の シェア獲得
着うた フル	0.1億円	6億円 07年3月 5%のシェア 獲得	25億円 5%の シェア獲得	33億円 5%の シェア獲得
PC 向け	0.3億円	1.6億円 07年3月 50万ダウン ロード	3.7億円 10%の シェア獲得	4.9億円 10%の シェア獲得
合計	17億円	23億円	47億円	56億円

ランキングビジネスの可能性② WEB事業

成長を続ける「ORICON STYLE」サイト



来訪者増のための施策－提携サイトの拡充－



提携サイトからの来訪の事例



トップ 国内 海外 経済 エンターテインメント スポーツ コンピュータ サイェンス 地域 写真

エンターテインメントピックス - 5月29日(月)13時27分 更

検索 トピックス 条件検索

新

ハリリー・ポッター

660万枚突破！『ハリリー・ポッター』はなぜこんなに売れるのか？

ハリリー・ポッター最新映画シリーズのDVD『ハリリー・ポッターと炎のゴブレット』の売上枚数が発売4週目で、合計100万枚を突破した。これでハリリー・ポッターのDVDは、『秘密の部屋』『賢者の石』『アズカバンの囚人』『炎のゴブレット』のシリーズ4作すべてが100万枚を突破、現在合計で668万枚を超えるセールスをみせている。(オリコン)

記事全文

- ハリポタ最新作100万枚突破！シリーズで史上最大の快挙も (16日)
- ハリリー・ポッター公式ウェブサイト - 映画の予告編など
- ハリリー・ポッターシリーズ - 作品詳細、Yahoo!ムービー

[写真]一番乗りでハリリー・ポッターの新作を手にして笑顔を見せる女性客=東京・丸の内17日午前7時7分、小出洋平写真(毎日新聞)

バックナンバー

トップ 主要ニュース 国内 海外 経済 エンターテインメント スポーツ コンピュータ 地域 写真 動画

アクセスランキング - 5月29日(月)18時30分

検索 ニュース記事 条件検索

【アクセスランキング: 記事 | 写真 | 動画】

ニュース記事

総合 | 国内 | 海外 | 経済 | エンターテインメント | スポーツ | コンピュータ

デイル

※Yahoo!ニュースのアクセス数(6時間以内)を元に集計

順位	見出し	配信日時	情報提供元
1	ジャワ島地震の死者数4983人に、非常事態を宣言	5月29日 12時22分	読売新聞
2	「君が代」替え歌流布 ネット上「慰安婦」主題?	5月29日 3時16分	産経新聞
3	廃棄のドモホルンリンクル、処理会社員が抜き取り販売	5月29日 14時34分	読売新聞
4	ヒラリー・スワック、離婚を申請	5月29日 11時15分	FLIX
5	パチンコ店駐車場の乳児置き去り死で両親を逮捕	5月29日 13時44分	読売新聞
6	「デコトラが事故」修理代1億円詐欺容疑で4人逮捕	5月29日 12時42分	読売新聞
7	安田美沙子恥辱! アレが私の顔に...	5月29日 11時4分	デイリースポーツ
8	英兵1000人が無許可離隊 イラク戦争開戦後	5月29日 12時29分	共同通信
9	食害防止で捕獲、シカ肉料理を名物に...東京・奥多摩町	5月29日 15時39分	読売新聞
10	少子化放置でパチンコ夢中の夫婦を逮捕 愛知	5月29日 11時30分	毎日新聞
11	ギャル社長イベントに「王様のブランチ」姫様登場!	5月29日 12時18分	オリコン
12	スタッフも怪しむ!? (ましのあき胸のキズ...	5月29日 13時34分	オリコン
13	8歳女児にわいせつ行為=送迎車運転手逮捕-福岡	5月29日 14時1分	時事通信
14	成田空港・南ウイング、6月2日に新装オープン	5月29日 15時14分	読売新聞
15	カンニング中島、週刊は秋以降	5月29日 11時4分	デイリースポーツ
16	ヒュー・ジャックマン、奥様はコスチュームがお好き?	5月29日 11時15分	FLIX
17	アンジェリーナ・ジョリー、ブラッド・ピットに女児誕生	5月29日 11時15分	FLIX



トップ 主要ニュース 国内 海外 経済 エンターテインメント スポーツ コンピュータ 地域 写真 動画

エンターテインメントニュース - 5月29日(月)9時59分

検索 ニュース記事 条件検索

660万枚突破！『ハリリー・ポッター』はなぜこんなに売れるのか？

ハリリー・ポッター最新映画シリーズのDVD『ハリリー・ポッターと炎のゴブレット』の売上枚数が発売4週目で、合計100万枚を突破した。これでハリリー・ポッターのDVDは、『秘密の部屋』『賢者の石』『アズカバンの囚人』『炎のゴブレット』のシリーズ4作すべてが100万枚を突破、現在合計で668万枚を超えるセールスをみせている。

近年、『ロード・オブ・ザ・リング』『ナルニア国物語』など、ファンタジー映画のヒットが続き、幅広い世代を巻き込んだブームとなっているが、そのなかでも「ハリポタ」が驚異的な人気を誇っているのはなぜだろうか？

ORICON STYLEが、10代から40代までの男女1000人を対象に独自の調査(結果グラフ)を行ったところ、DVDの購入者には中高生と40代層の割合が、その他の層と比べて非常に高いことがわかった。これは、ファンタジー作品のメインターゲットである中高生に加えて、子供と一緒に楽しむというファミリー層に見事に訴求している結果といえる。

原作を読んだ人は約7割、「劇場で映画を観た」という人は約8割の割合で、シリーズ4作すべてを購入している人が34%と最も高くなり、多くの熱烈なファンがいることがうかがえる。

すると、「ハリポタ」は、他のメガヒットを記録したファンタジー作品(2ストーリー、3世界観、ともにアビール要素が格段に多いこと)と異なり、人気が集中しているのかと思いきや、「一番好き(女性)」「女の子が活躍するのは嬉しい(16歳未満の女性)」という声も聞かれる。

提供している情報の文中にリンクが貼られ、当社サイトへユーザーが来訪

ゲーム RSS 着メロ/WEB全体 Oricon Search

ORIGINAL CONFIDENCE

ショッピングに安心を。アメリカン・エクスプレス・カード

ご入会実施中 詳細はこちら

ホーム ニュース ランキング ミュージック 音楽ダウンロード 無料動画

ORIGINAL CONFIDENCE ニュース ランキングトピックス

【PR】自分の曲を大公開! あなたも即デビュー! ?

現在地: ホーム > CON

660万枚突破! 『ハリリー・ポッター』がここまで売れている理由!

ランキング表はこちら / この記事に関するトラックバックを受け付け中です

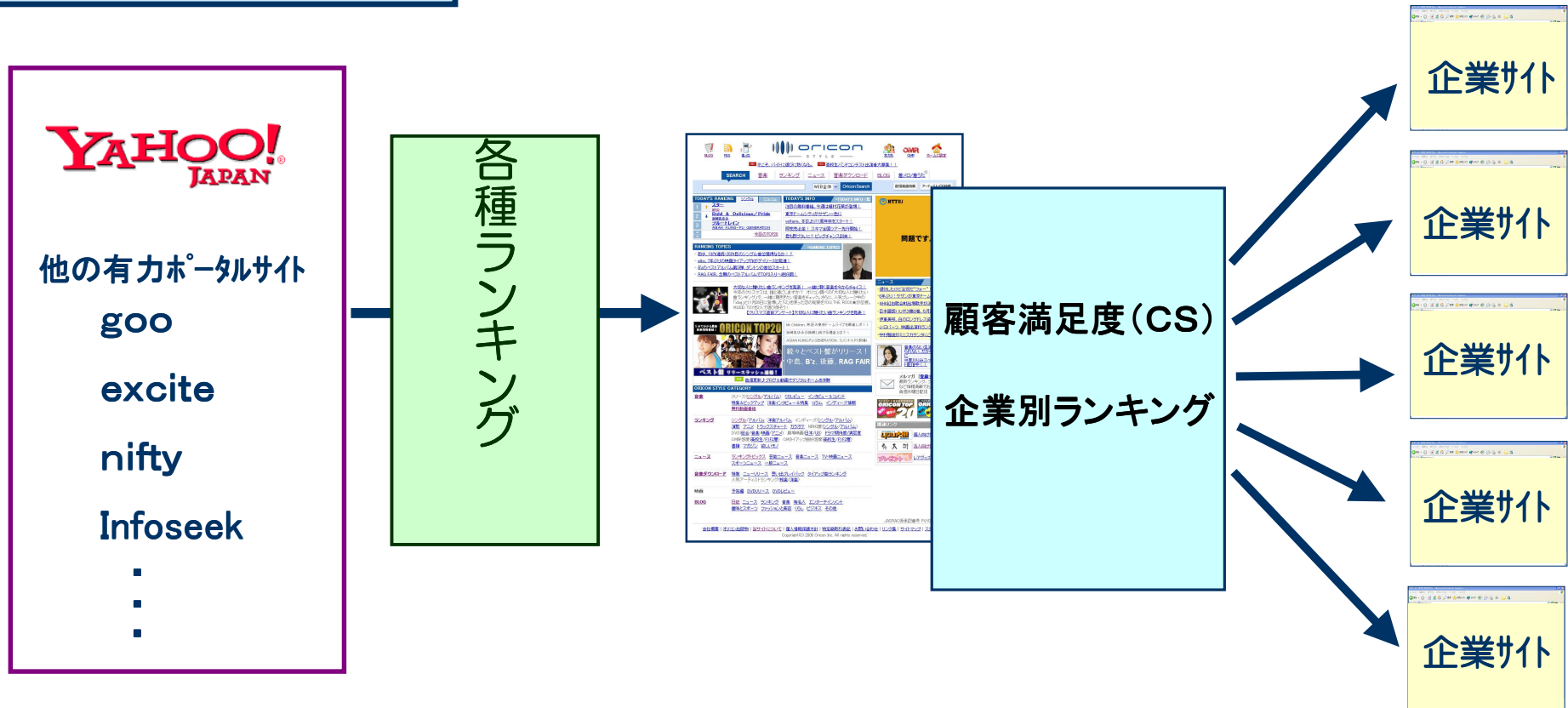
ハリリー・ポッター最新映画シリーズのDVD『ハリリー・ポッターと炎のゴブレット』の売上枚数が発売4週目で、合計100万枚を突破した。これでハリリー・ポッターのDVDは、『秘密の部屋』『賢者の石』『アズカバンの囚人』『炎のゴブレット』のシリーズ4作すべてが100万枚を突破、現在合計で668万枚を超えるセールスをみせている。

近年、『ロード・オブ・ザ・リング』『ナルニア国物語』など、ファンタジー映画のヒットが続き、幅広い世代を巻き込んだブームとなっているが、そのなかでも「ハリポタ」が驚異的な人気を誇っているのはなぜだろうか？

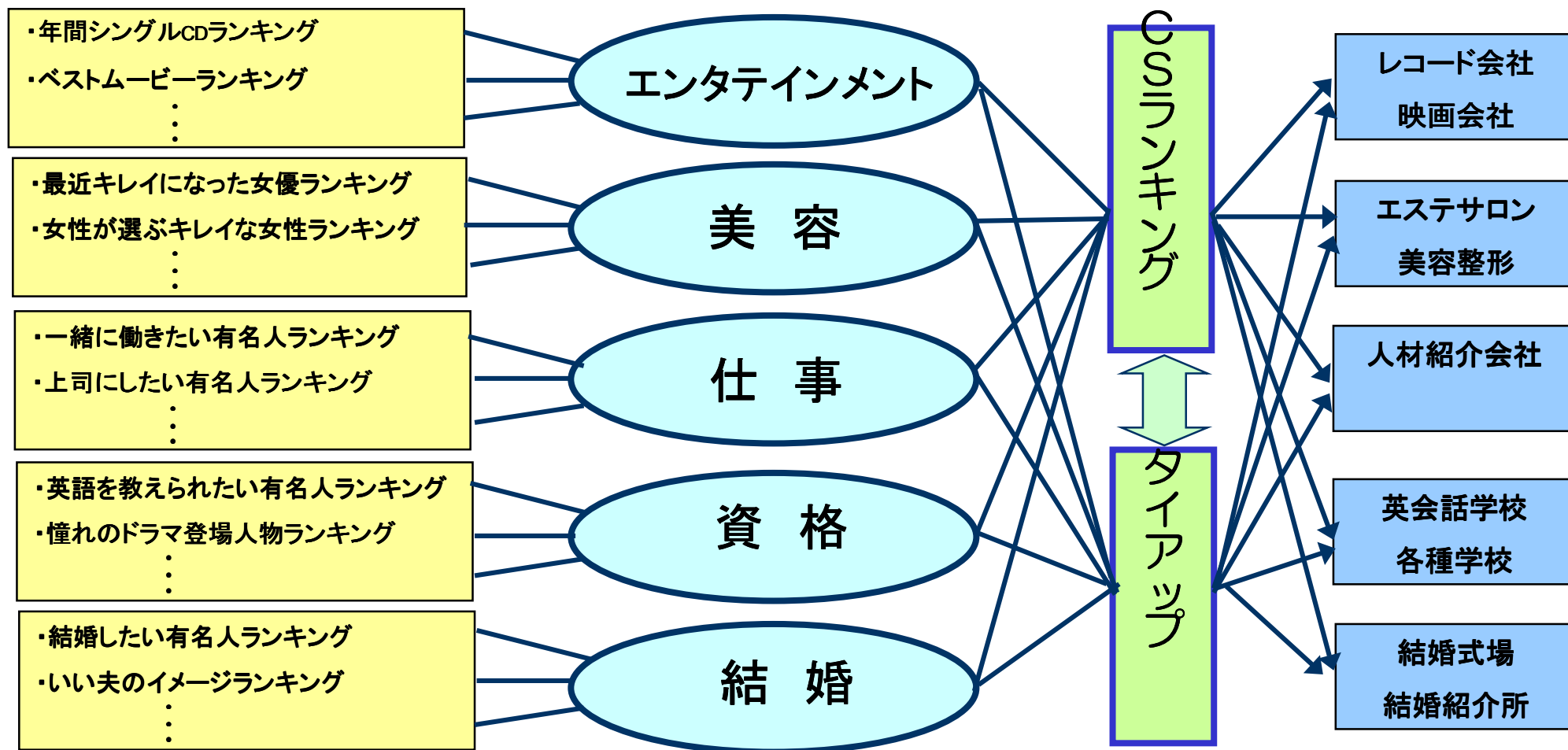
ORICON STYLEが、10代から40代までの男女1000人を対象に独自の調査を行ったところ、DVDの購入者には中高生と40代層の割合が、その他の層と比べて非常に高いことがわかった。これは、ファンタジー作品のメインターゲットである中高生に加えて、子供と一緒に楽しむというファミリー層に見事に訴求している結果といえる。

また、その購入者のうち、「原作を読んだ」人は約7割、「劇場で映画を観た」という人は約8割の割合で、シリーズ4作すべてを購入している人が34%と最も高くなり、多くの熱烈なコアファンに支持されていることがうかがえる。

WEBビジネス

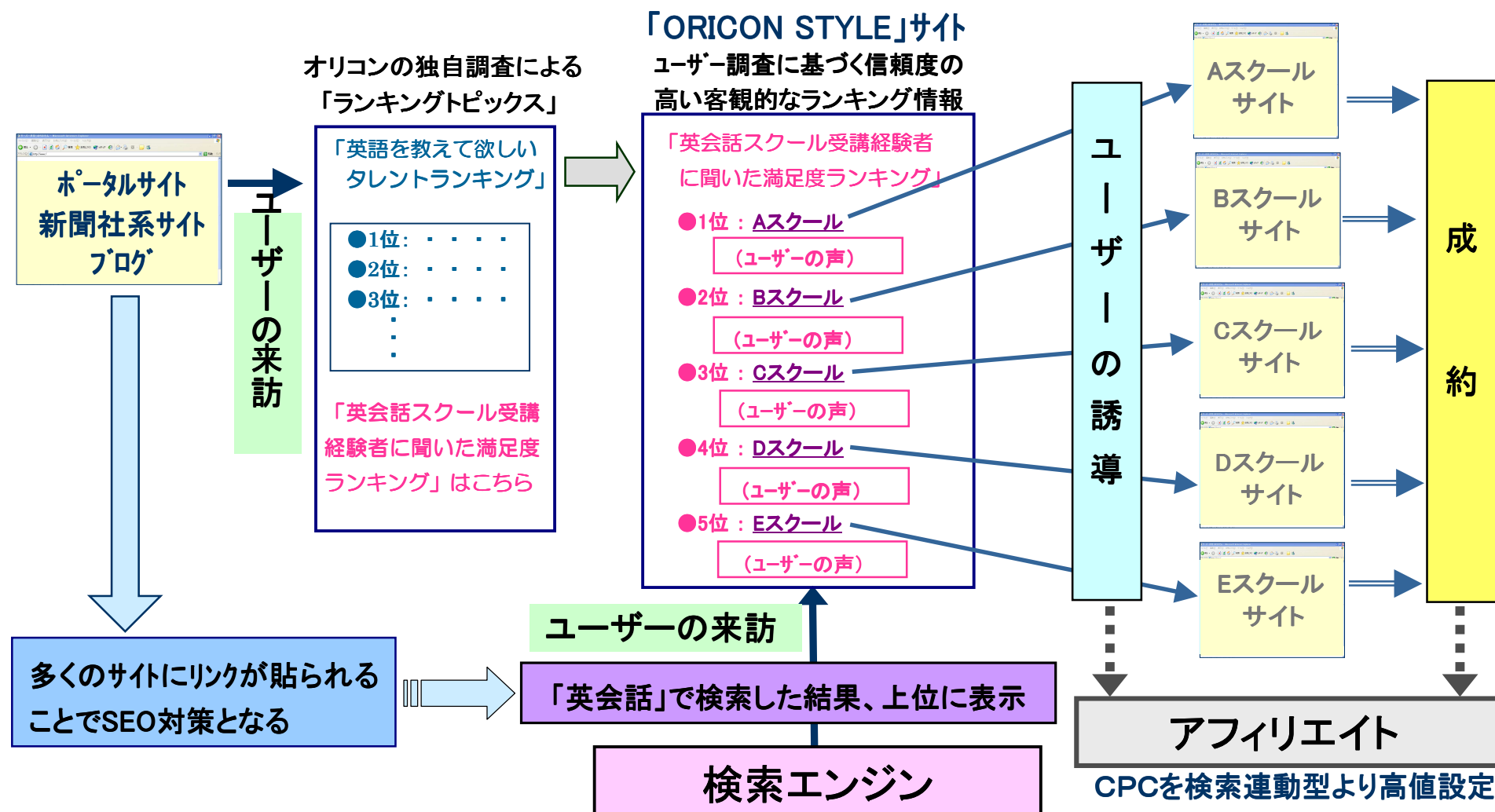


ランキングで集客し、CSランキングで付加価値をつける



検索連動型広告で高額入札されているワードに結びつくランキング情報を提供して、当該テーマに興味・関心の高いユーザーを集客することで、ユーザーを目的別にカテゴライズし、広告価値を増大させる。

顧客満足度(CS)ランキング連動型広告の具体例



「結婚」「美容」「英会話」「人材派遣」「転職」など検索連動型広告で高額入札されているワードを中心に独自のCSランキングを構築し、検索連動型広告に付加価値をつける当社独自の広告モデル

「ORICON STYLE」の広告商品



バナー広告

バナー広告/テキスト広告など、一定期間内のブランディング/サービス告知を目的とした広告

タイアップ広告

新曲/エンターテイメント情報を読者に紹介するペイパブ体の記事広告(下図参照)

CSランキング連動広告

オリコンが調査するCSランキング結果と連動したアフィリエイト形式の広告

CS企画広告

CSランキング連動広告と連携し、特定の「きれいになりたい」などの要求別にセグメント化したユーザーに対して記事体広告で深い認知/理解を獲得

ブロードキャスティング広告

動画/音声番組でテレビ・ラジオのCMのような圧倒的な表現力でサービスをPR

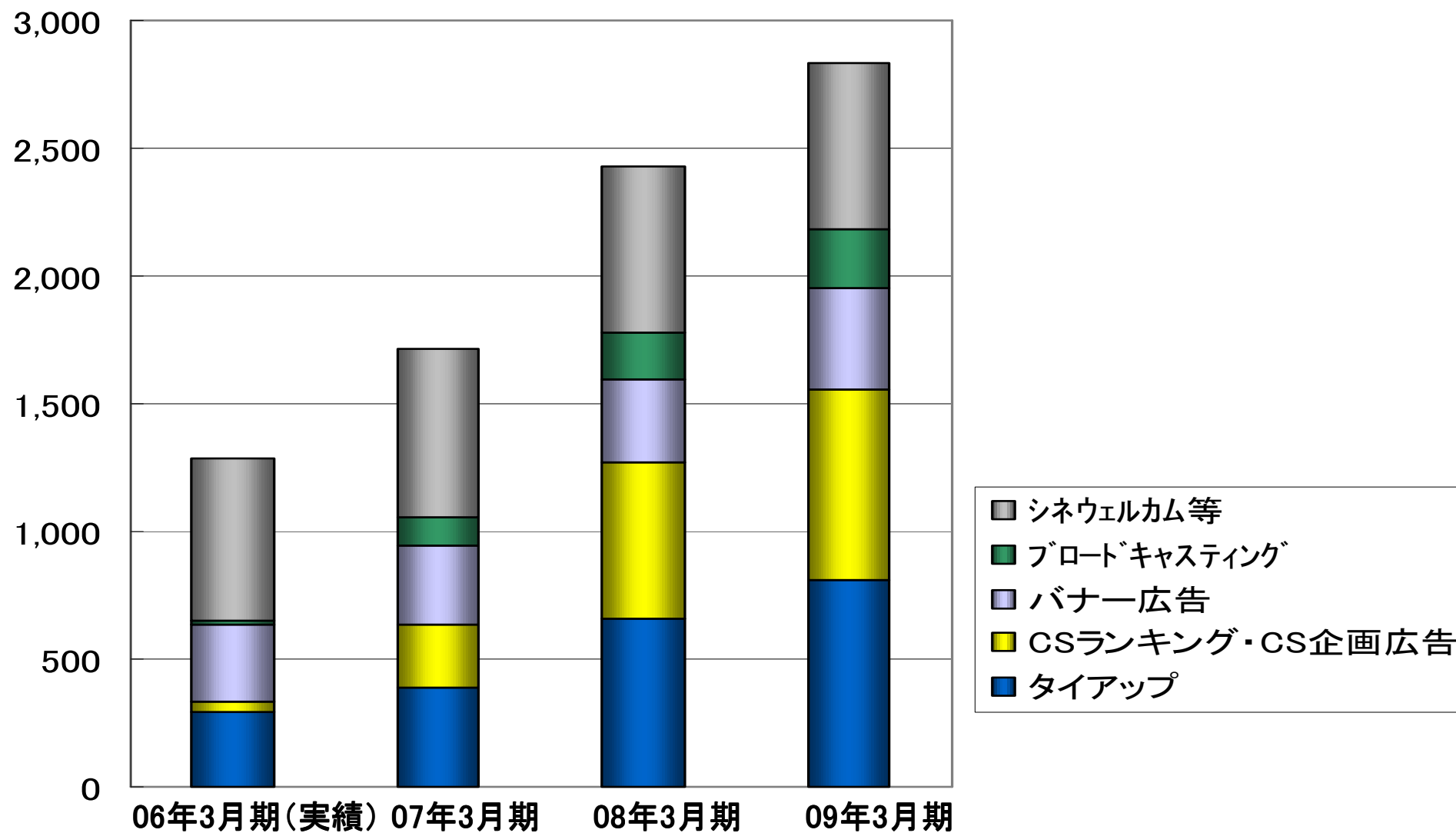


＜タイアップ広告の事例＞

WEB事業の売上計画



(百万円)

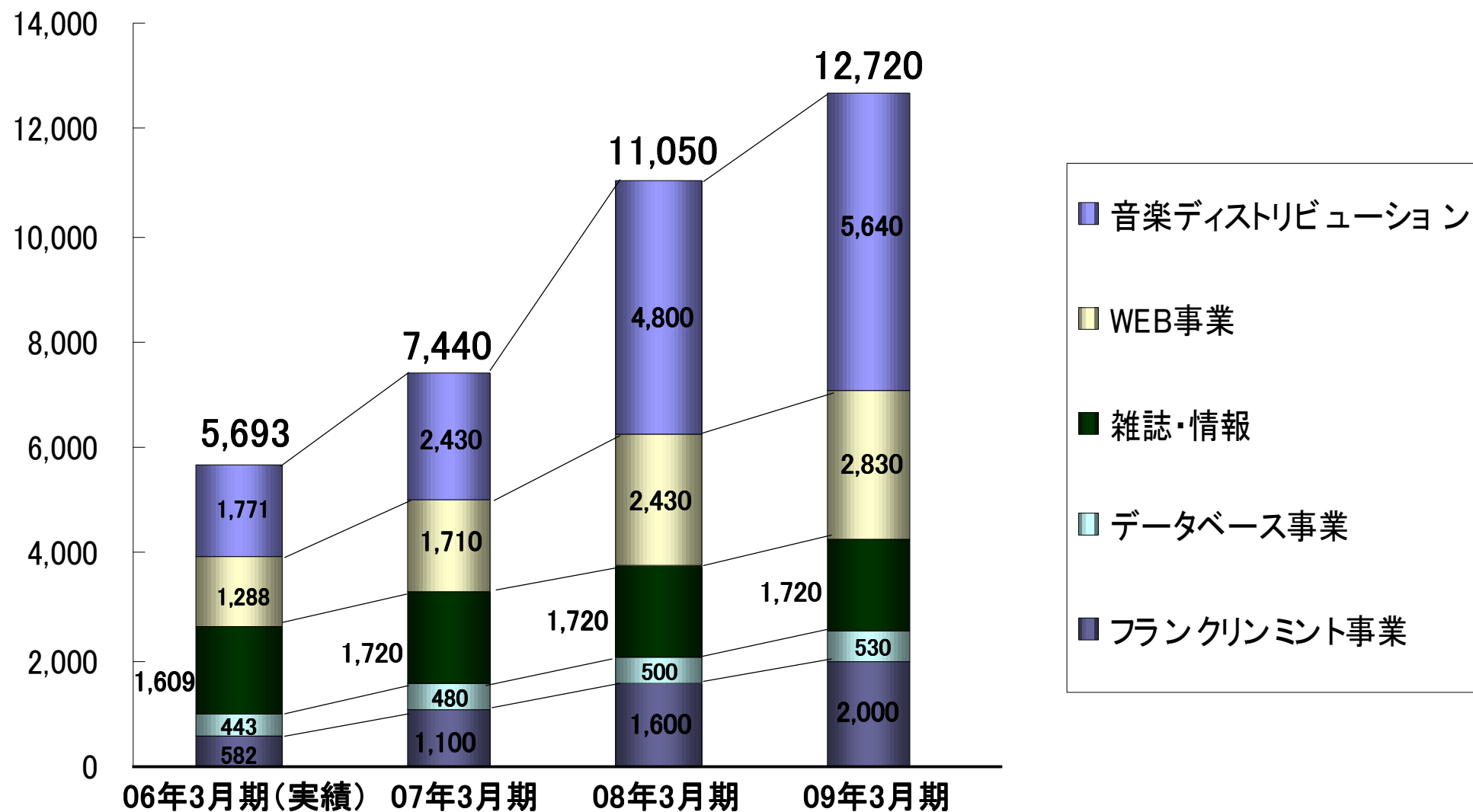


グループの全体計画

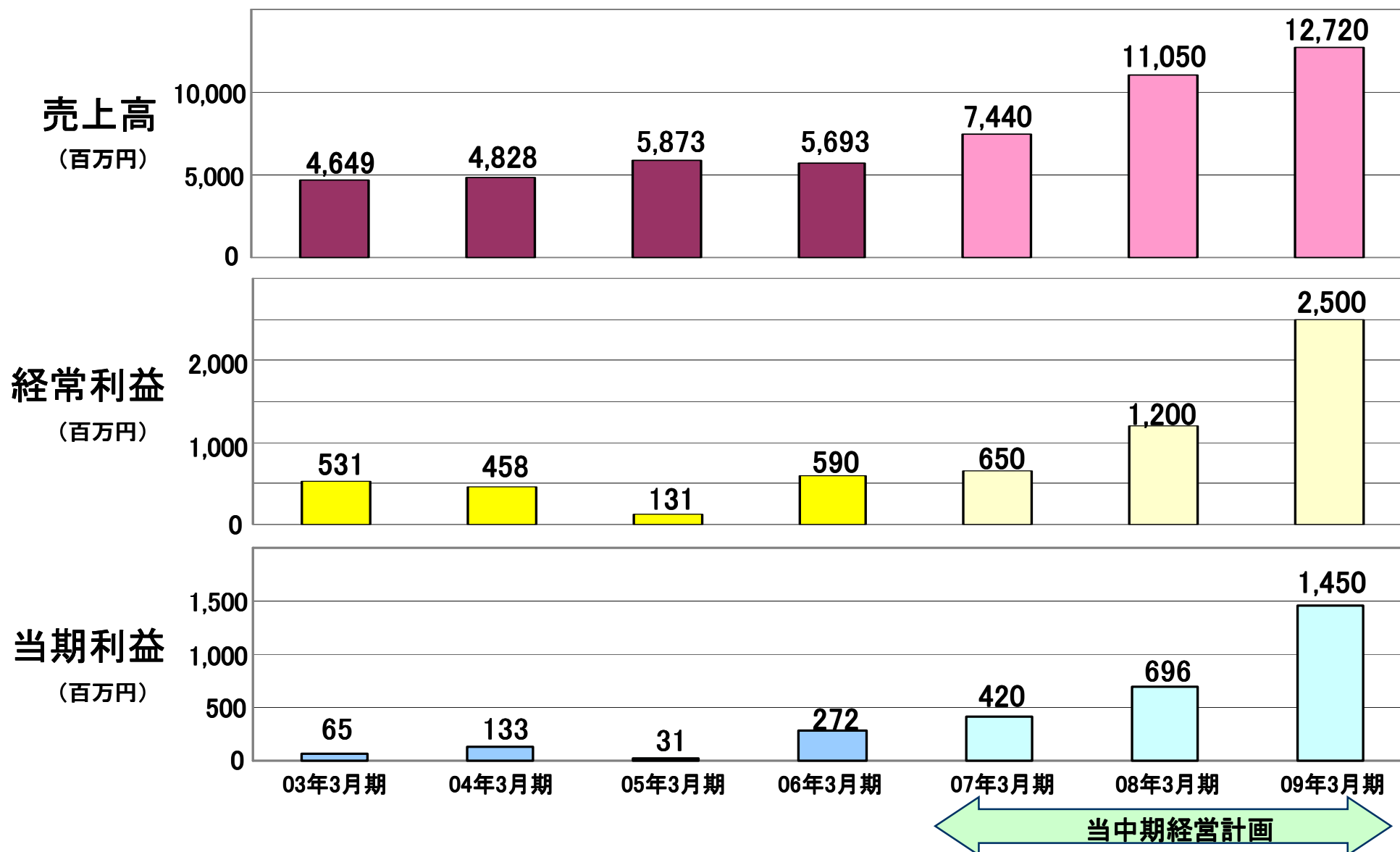
セグメント別売上計画



(百万円)



連結業績計画



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ポータルサイト)

<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。