



2007年3月期中間決算説明会

2006年11月20日

インターネットビジネスの本質は、コンバージョン（消費に結びつく顧客の行動変換）にあります。コンバージョンを最も効率的に創造できる企業が、インターネットビジネスの真の勝者になると考えます。現状において、検索連動型広告は非常に効率的にコンバージョンを創造できています。

当社グループは、現代社会において可能なものは全てランキング化し、当ランキングを活用することによって、コンバージョンを極めて効果的かつ合理的に創造して参ります。

最強のランキングブランド「オリコン」を武器とし、インタラクティブメディア時代において飛躍的な発展を目指します。

## 社是

Consumer Oriented（消費者本位）な立場から、最も信頼性の高いランキング情報を提供することによって、社会からの信頼を獲得し、文化、産業の発展に貢献することを目的とします。

コンテンツの拡充、並びにユーザーの利便性を向上させるためのサイトリニューアルを継続的に実施

大手ポータルサイト等へ当社オリジナルのランキング情報を毎日提供することによるユーザー来訪の促進

2006年10月度

月間ユニークユーザー数：800万1千人

(ネットレイティングス・サイトセンサス調べ)

→最多記録を更新し、初めて800万人を突破

→2006年4月度の2.4倍に増加

2006年4月度  
331万人

2006年10月度  
800万人

2006年12月度  
1,000万人

2007年3月度  
1,200万人

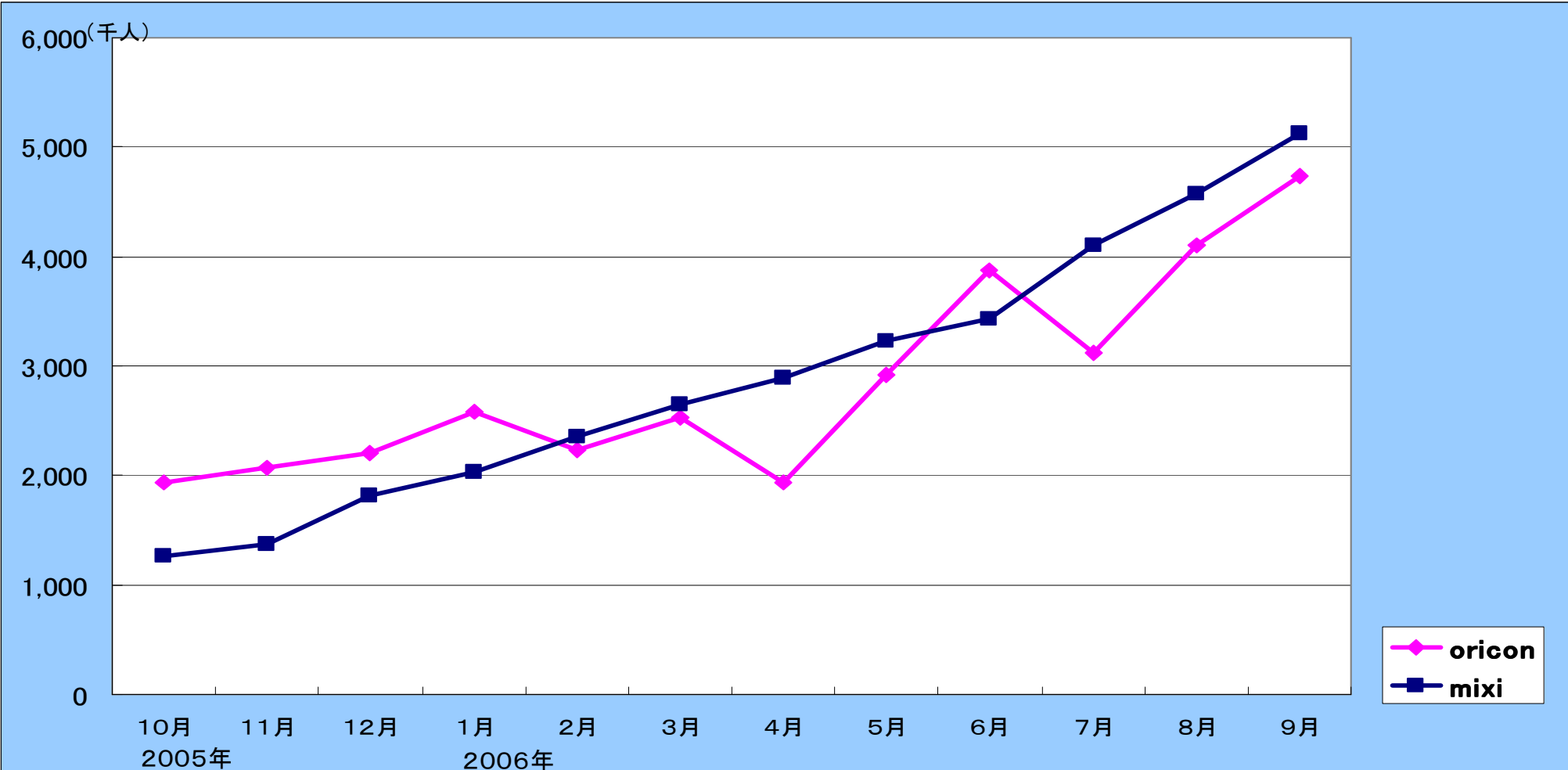
「2007年3月度の月間ユニークユーザー数：1,200万人突破」の実現も視野に入ってきた

| ドメイン           | 2006年9月度<br>月間ユニークユーザー数(千人) | 2006年3月度比<br>(半年前) | 2005年9月度比<br>(1年前) |
|----------------|-----------------------------|--------------------|--------------------|
| yahoo.co.jp    | 37,721                      | 109.8%             | 114.4%             |
| rakuten.co.jp  | 20,041                      | 106.0%             | 117.5%             |
| ⋮              |                             |                    |                    |
| excite.co.jp   | 10,813                      | 118.2%             | 119.5%             |
| ⋮              |                             |                    |                    |
| allabout.co.jp | 5,832                       | 129.6%             | 149.0%             |
| mixi.jp        | 5,125                       | 193.8%             | 502.5%             |
| fujitv.co.jp   | 5,029                       | 115.4%             | 108.0%             |
| kakaku.com     | 4,943                       | 103.3%             | 117.9%             |
| oricon.co.jp   | 4,676                       | 187.9%             | 309.3%             |
| gnavi.co.jp    | 4,424                       | 130.4%             | 134.5%             |
| asahi.com      | 4,167                       | 106.3%             | 106.2%             |
| impress.co.jp  | 4,103                       | 102.9%             | 101.5%             |
| gyao.jp        | 3,878                       | 112.9%             | 188.2%             |
| nikkei.co.jp   | 3,417                       | 106.0%             | 117.0%             |
| tv-asahi.co.jp | 3,246                       | 110.4%             | 107.1%             |
| pia.co.jp      | 2,935                       | 158.6%             | 164.7%             |

出所: ネットレイティングス社・インターネット視聴率調査

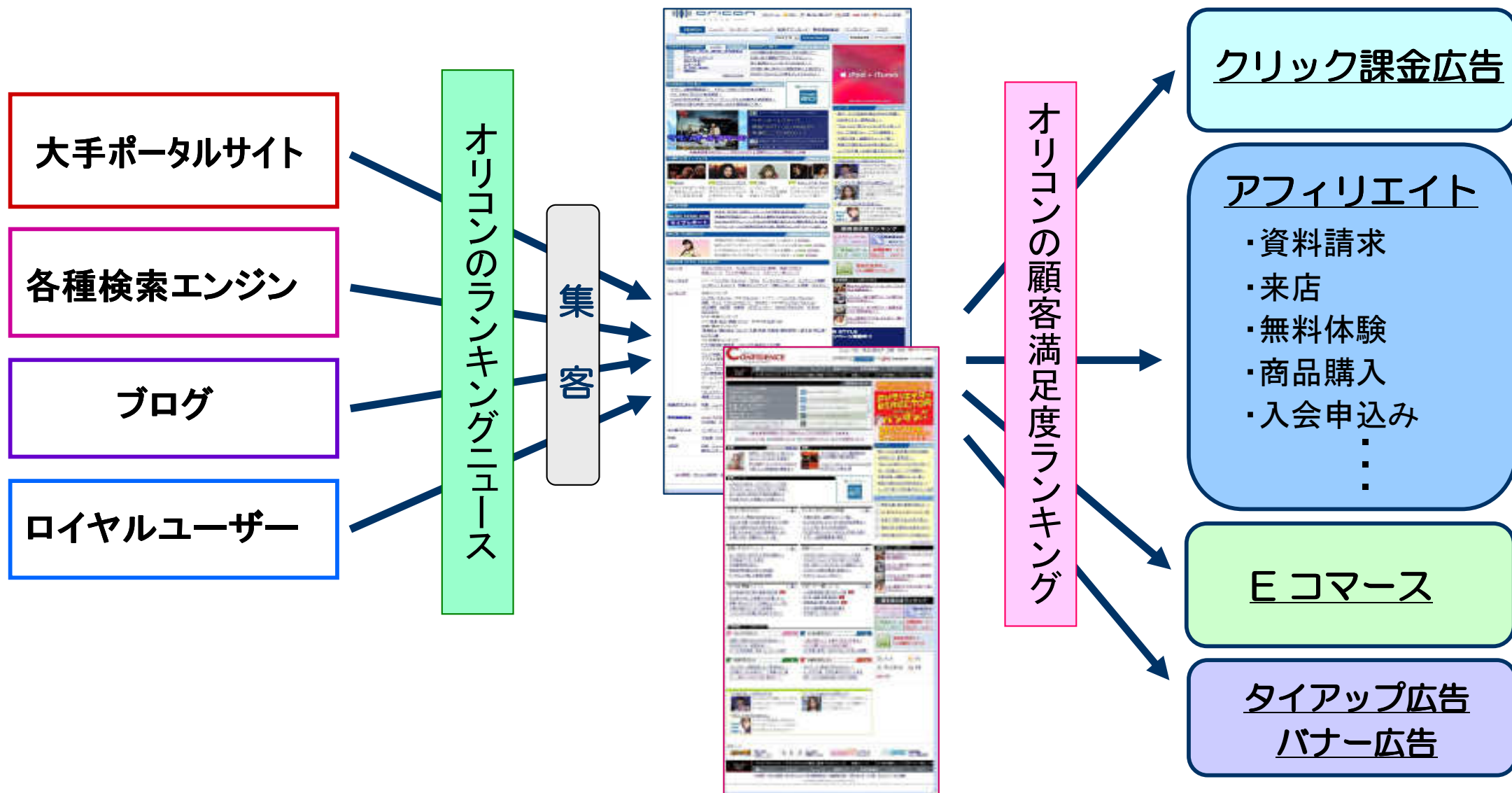
(注) インターネット視聴率調査は自宅からのアクセスに限った推計値であり、オフィス・学校などからのアクセスを含まないため、前ページのサイトセンスの数値と差異を生じております。

## サイト来訪者数(ユニークユーザー数)の推移



出所: ネットレイティングス・インターネット視聴率調査(自宅のPCからのアクセスに限定したユニークユーザー数)

オリコンのWEBサイトは、“急成長を遂げた”と評されている mixi と同等の  
飛躍的な来訪者数増を達成し、現在もなお拡大を持続中。



ランキングで集客し、ランキングで付加価値をつけ、効率良くコンバージョンをクリエイト

# 2007年3月期中間期の業績の概要

---

当期において、当社グループは、コンテンツプロバイドビジネスから、収益性が高く、中長期的に成長可能なWEBメディア事業への事業転換を進めております。

①WEBサイトの広告メディアとしての価値を高めるため、サイト来訪者増に向けた施策に注力。これに伴うコストは先行しましたが、月間ユニークユーザー数が800万人を超えるサイトに成長しました。

②新たな収益構造の構築を目指し、当社独自のアフィリエイト型の広告モデルである「CSランキング連動型広告」の立ち上げに注力。CSランキングを構築するための準備とアンケート調査の実施にコストが嵩んだものの、8月にランキングを発表し、9月より広告の運用を開始しました。

③「CSランキング連動型広告」の運用を開始し、収益基盤を確立できたと判断されたため、営業損失計上を続けているPC向け音楽配信サービスを11月末日で終了することとしました。これにより、事業撤退損失を中間期で特別損失として計上しますが、撤退までのコストはほとんど特別損失に計上済みです。従って、下期以降においてはこの利益圧迫要因が解消されるため、損益の改善が図られます。

今後、各事業の分析と見直しを徹底して行い、「選択と集中」を進めることで、グループ全体の収益性を向上させて参ります。



# 中間連結損益計算書



| (単位: 千円) | 当中間期                 | 前中間期                 | 増減率    | 前期通期<br>(参考)         |
|----------|----------------------|----------------------|--------|----------------------|
| 売上高      | 2,779,928<br>(100%)  | 2,796,942<br>(100%)  | ▲0.6%  | 5,693,662<br>(100%)  |
| 売上原価     | 1,782,950<br>(64.1%) | 1,588,263<br>(56.8%) | 12.3%  | 3,259,227<br>(57.2%) |
| 差引売上総利益  | 996,977<br>(35.9%)   | 1,208,679<br>(43.2%) | ▲17.5% | 2,434,435<br>(42.8%) |
| 販管費      | 1,094,323<br>(39.4%) | 839,444<br>(30.0%)   | 30.2%  | 1,822,137<br>(32.0%) |
| 営業利益     | ▲97,346<br>(▲3.5%)   | 369,234<br>(13.2%)   | —      | 612,298<br>(10.8%)   |
| 経常利益     | ▲141,992<br>(▲5.1%)  | 372,119<br>(13.3%)   | —      | 590,204<br>(10.4%)   |
| 当中間純利益   | ▲431,748<br>(▲15.5%) | 229,913<br>(8.2%)    | —      | 272,828<br>(4.8%)    |

## 売上高

- ・着信メロディの売上減
- ・書籍のヒット不在による売上減  
(前年同期にはORANGE RANGEの単行本の重版あり)
- ・WEB「ORICON STYLE」の広告売上増
- ・フランクリン・ミント事業の売上追加

## 営業損失計上の主な要因

新たな収益基盤の構築を行うため、先行投資・コストが利益を圧迫

### ①WEB事業への投資の継続

(第1Q52百万円、第2Q95百万円の営業損失を計上)

- ・WEB「ORICON STYLE」のコンテンツ拡充
- ・WEB「ORIGINAL CONFIDENCE」の開設
- ・CSランキング構築の準備とアンケート調査の実施
- ・WEB広告営業体制強化のための要員採用

### ②携帯電話向け一般サイト開設のコスト

### ③着うたフルサービス開始に伴うコスト

### ④PC向け音楽配信への投資の継続

また、前年同期と比較し、利益率の高い着信メロディや書籍の重版等の売上が減少

## 中間純損失計上の主な要因

- ・PC向け音楽配信の事業撤退に伴う費用を特別損失に計上
- ・その他、「営業損失計上」の要因と同じ

# セグメント別の売上高内訳

| (単位:千円)        | 当中間期                 | 前中間期                 | 増減       |        | 前期通期<br>(参考)         |                           |
|----------------|----------------------|----------------------|----------|--------|----------------------|---------------------------|
|                |                      |                      | 金額       | 増減率    |                      |                           |
| メディア事業         | 2,062,081<br>(74.2%) | 2,469,486<br>(88.3%) | ▲407,405 | ▲16.5% | 4,668,477<br>(82.0%) | 主な変動要因                    |
| WEBメディア事業      | 549,305<br>(19.8%)   | 540,773<br>(19.3%)   | 8,532    | 1.6%   | 1,288,304<br>(22.6%) |                           |
| 音楽ディストリビューション※ | 758,248<br>(27.3%)   | 922,212<br>(33.0%)   | ▲163,964 | ▲17.8% | 1,771,241<br>(31.1%) |                           |
| 雑誌・情報          | 754,528<br>(27.1%)   | 1,006,501<br>(36.0%) | ▲251,973 | ▲25.0% | 1,608,932<br>(28.3%) |                           |
| データベース事業       | 239,123<br>(8.6%)    | 219,180<br>(7.8%)    | 19,943   | 9.1%   | 442,906<br>(7.8%)    |                           |
| フランクリン・ミント事業   | 478,722<br>(17.2%)   | 108,276<br>(3.9%)    | 370,446  | 342.1% | 582,278<br>(10.2%)   | 商品ラインナップ強化とWEBでの販売が寄与し売上増 |
| 売上合計           | 2,779,928<br>(100%)  | 2,796,942<br>(100%)  | ▲17,014  | ▲0.6%  | 5,693,662<br>(100%)  |                           |

※着信メロディ・着うた・着うたフル・PC向け音楽配信

# 音楽ディストリビューション事業の実績と課題



|                 | 上期営業利益<br>(百万円) | 課題                                                                                         |
|-----------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 着信メロディ          | 150             | 上期は、計画通りに推移。下げ止まり感あり。<br>ナンバーポータビリティ制導入による影響については、今後の計画に反映済。                               |
| 着うた             | ▲12             | 粗利益率が低く、通期での営業黒字化は難しい状況。<br>事業としての優先順位を下げ、経営資源をWEBメディア事業並びに携帯電話向け一般サイトでのビジネスへ集中させていることも一因。 |
| 着うたフル           | ▲30             |                                                                                            |
| PC向け音楽配信        | ▲137            | 11月末で自社による配信サービスを終了。<br>今後は他の配信事業者サイトへユーザーを誘導するアフィリエイトビジネスへ移行。                             |
| 音楽ディストリビューション合計 | ▲29             |                                                                                            |

携帯電話については、通信キャリアに依存する公式サイトでのビジネスから、アフィリエイト広告売上を収入の柱とする一般サイトでのビジネスへ経営資源をシフト

# WEBメディア事業の現状と今後の展開

---

# オリコンのWEBサイトの構成

WEB「ORICON STYLE」



WEB「ORIGINAL CONFIDENCE」

エンタテインメント系  
コンテンツに特化  
したサイト



ユニークユーザー数  
452万人(10月度)

ニュースページ  
を独立

ランキング

ユーザーの回遊



顧客指向のラン  
キングを切り口と  
して、様々なジャン  
ルの最新トレンド  
情報を発信する  
ニュースサイト

各目的別カテゴリー  
内に該当するCS  
ランキングを掲載

ユニークユーザー数  
629万人(10月度)



# 顧客満足度(CS)ランキング連動型広告の第一弾を開始



エステティックサロン



英会話スクール



結婚情報サービス



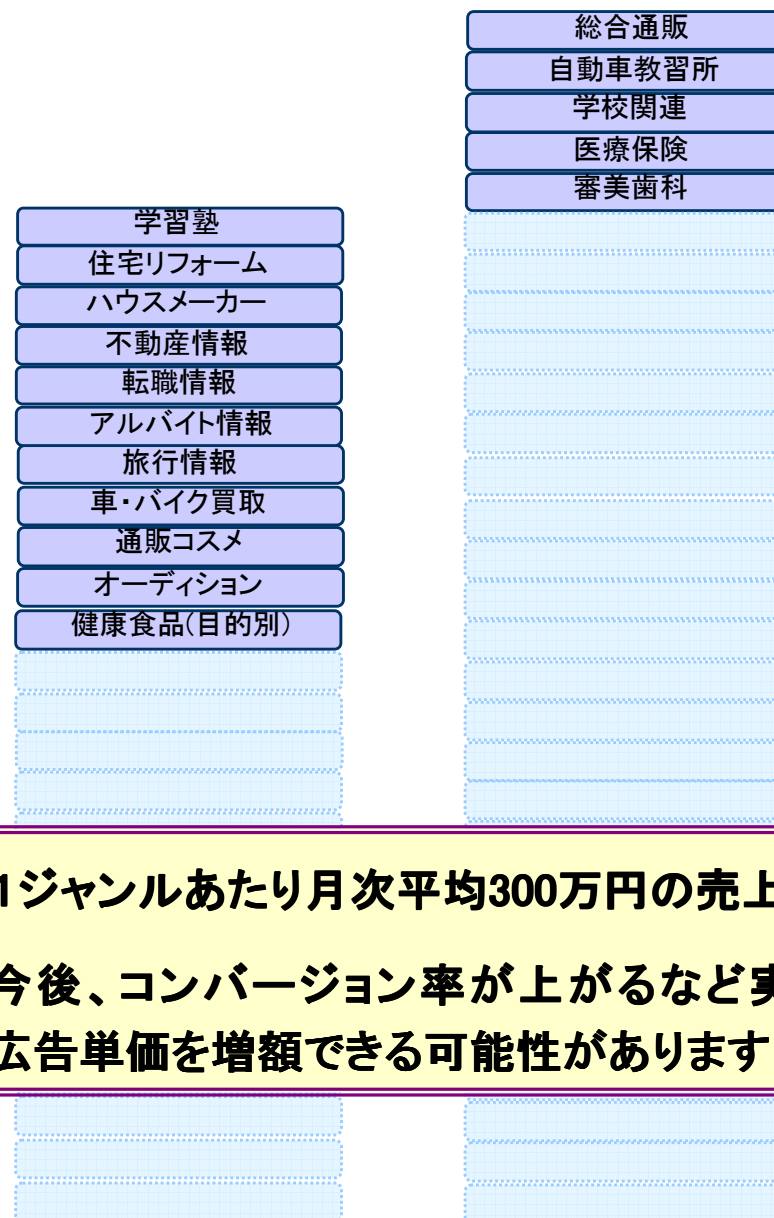
人材派遣サービス



8月にランキングを発表し、9月より広告の掲載開始(固定料金)。10月よりクリック課金(従量制)での運用に移行。10月はアフィリエイト契約締結に至った22社で開始し、11月は27社で運用中。



- サービス・商品毎に、実際に利用・使用したユーザー5千人～数万人を対象とする大規模なアンケート調査を実施する。
- 一定数以上の回答を集めた事業者・商品をランキングの対象とする。
- 「他人に勧めたくない」というネガティブな評価が一定率以上のはランキングの対象外とする。
- 半年1回更新を基本とする(1回あたりの調査費用は平均200万円)。



**1ジャンルあたり月次平均300万円の売上が見込まれます。**

**今後、コンバージョン率が上がるなど実績を積むことで、  
広告単価を増額できる可能性があります。**

3月～



# 「オリコン」のランキングだから社会性を持つ

## CSランキングを紹介いただいたメディア一覧(抜粋)

- テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」
- TBS「きょう発プラス！」
- テレビ朝日「スーパーモーニング」
- 日本テレビ「スッキリ!!」

- ニッポン放送
- Nack5
- 北海道ラジオ
- 信越放送

- 日本経済新聞(朝刊)
- 朝日新聞(朝刊)
- 毎日新聞(朝刊)
- 東京新聞(朝刊)
- フジサンケイビジネスアイ
- スポーツニッポン
- デイリースポーツ
- 日刊スポーツ
- タ刊フジ

⋮



(タ刊フジ 平成18年8月3日一面掲載)



(11月11日掲載の新聞一面広告)



**クリック課金**

**アフィリエイト**

(資料請求、来店、無料体験、入会申込み、商品購入など)

**Eコマース**

健康食品などリピート性の高い商品については、  
顧客満足度の高い商品を自社でEコマースを展開



11月20日、ダイエット食品顧客満足度ランキングを発表

11月20日 グローバルダイエット(ランキング3位)の商品のEコマースを開始

12月1日 ファンケル(ランキング1位)の商品のEコマースを開始  
→Eコマース事業者との商品卸契約は今回が初めて



健康食品の 카테고리について、  
ユーザーの関心度を調査

- 1位: 美肌
- 2位: ダイエット
- 3位: 眼精疲労
- 4位: アンチエイジング
- 5位: 整腸・便秘
- 6位: 貧血予防



今後、各カテゴリーにおいて顧客満足度の高い商品のEコマースも開始



**ダイエット食品  
顧客満足度ランキング**



# 携帯電話向け一般サイトの拡充

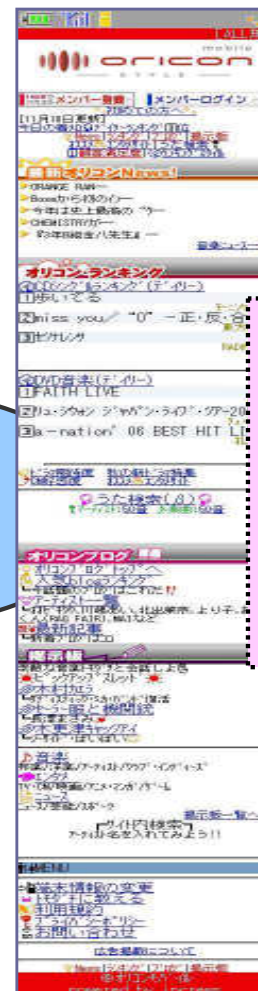


## オリコンのWEBサイト



10月度  
ユニークユーザー数: 800万人

## オリコンの携帯電話向け一般サイト



10月度  
ユニークユーザー数: 80万人  
登録会員数: 5万人

ユーザーの循環

C  
S  
ラ  
ン  
キ  
ン  
グ

クライアントサイト

コンバージョン

アフィリエイト

当社公式サイト

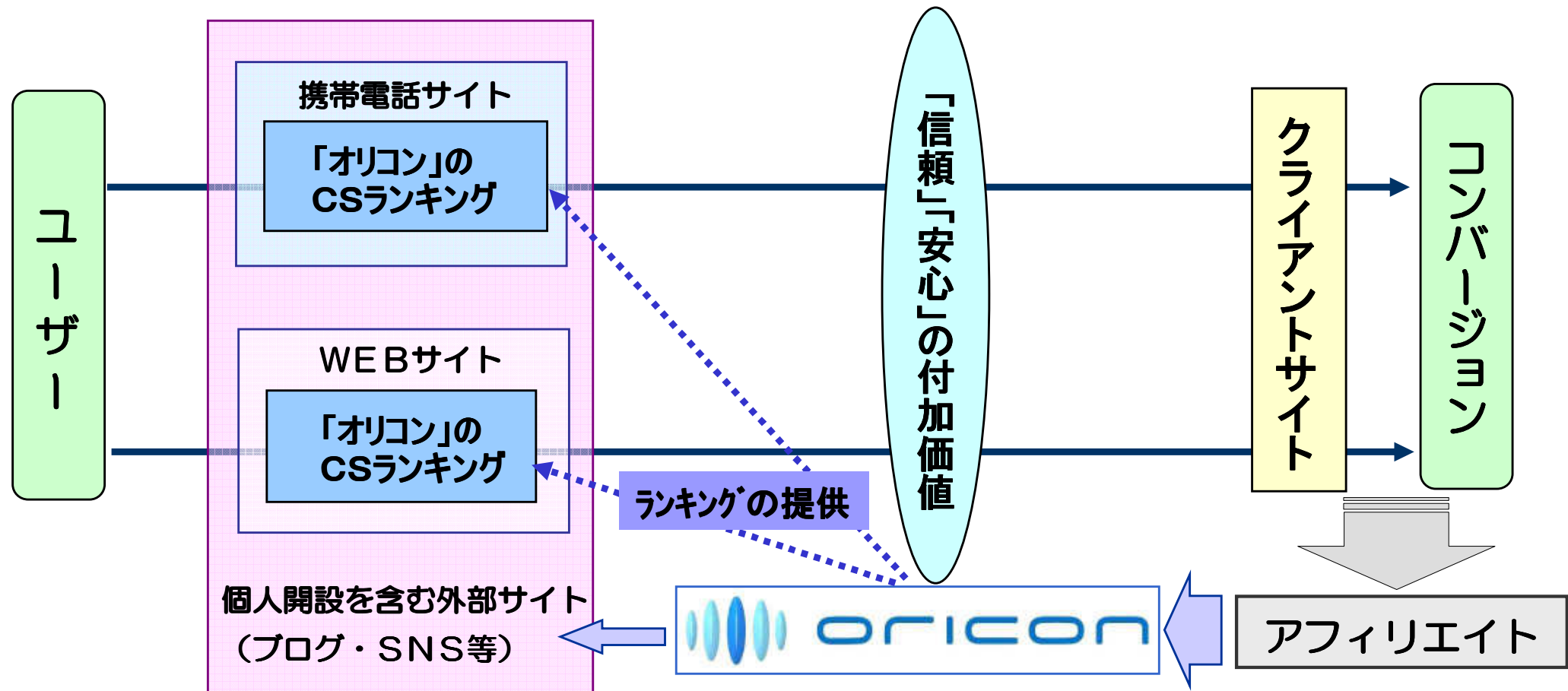
図表2 「ORICON STYLE」ホームページビュー数の属性別構成比  
(2006年6月の比較、家庭のPCからのアクセス)



ネットレーティングス㈱ 2006年7月24日付けレポートより抜粋

WEBサイトのユーザー属性において「35%が19歳以下」という特性を活かし、携帯電話サイトのコンテンツの充実、ブログ機能の向上等により、WEBサイトからのユーザー誘導を促し、携帯電話サイトでのランキングビジネスを活性化

- 携帯電話向け一般サイトへの展開
- 個人開設を含む外部サイト(ブログ・SNS)へのランキングの開放



クライアントサイトへの入口となる「CSランキング」を幅広く開放し、アフィリエイト収入増を促進

# 通期の見通し

---



# 連結業績予想の修正



| (単位: 百万円) | 07年3月期 |       | 増減額   | 増減率    | (参考)<br>06年3月期<br>実績 |
|-----------|--------|-------|-------|--------|----------------------|
|           | 期初計画   | 修正計画  |       |        |                      |
| 売上高       | 7,440  | 6,500 | ▲ 940 | -12.6% | 5,693                |
| 経常利益      | 650    | 80    | ▲ 570 | -87.7% | 590                  |
| 当期純利益     | 420    | ▲ 310 | ▲ 730 | —      | 272                  |

# セグメント別売上予想の修正



| (単位:百万円)      | 期初計画  | 修正計画  | 増減額  | (参考)<br>前期実績 |
|---------------|-------|-------|------|--------------|
| メディア事業        | 5,860 | 4,990 | ▲870 | 4,668        |
| WEBメディア事業     | 1,710 | 1,850 | 140  | 1,288        |
| 広告            | 1,710 | 1,560 | ▲150 | 1,288        |
| EC            | 0     | 290   | 290  | 0            |
| 音楽ディストリビューション | 2,430 | 1,490 | ▲940 | 1,780        |
| 着メロ           | 1,170 | 1,180 | 10   | 1,700        |
| 着うた           | 500   | 180   | ▲320 | 40           |
| 着うたフル         | 600   | 110   | ▲490 | 10           |
| PC向け配信        | 160   | 20    | ▲140 | 30           |
| 雑誌・情報         | 1,720 | 1,650 | ▲70  | 1,608        |
| データベース事業      | 480   | 480   | 0    | 442          |
| フランクリン・ミント事業  | 1,100 | 1,030 | ▲70  | 582          |
| 合計            | 7,440 | 6,500 | ▲940 | 5,693        |

# 連結業績予想の修正理由



当期においては、コンテンツプロバイドビジネスからWEBメディア事業への事業転換を積極的に行っており、このような状況下、以下の要因により連結業績予想数値の修正を行います。

## ①売上高(7,440百万円→6,500百万円)

●修正の主な理由は、音楽ディストリビューションの売上高期初計画2,430百万円を1,490百万円へ修正するため。

●音楽ディストリビューションのうち、着信メロディは期初の計画通りに推移。しかし、着うた、着うたフルは、競合他社が多く、原価率も高く、マーケット全体が伸び悩んでいることから、事業としての優先順位を下げ、経営資源をWEBメディア事業へ集中させたことも一因となり、売上高期初計画1,100百万円を290百万円へ修正。

●WEBメディア事業、雑誌・情報事業、データベース事業、フランクリント事業等は、ほぼ期初計画通りに進捗。

## ②経常利益(650百万円→80百万円)

●連結経常利益予想数値の修正の主な理由は、WEBメディア事業並びに音楽ディストリビューションの利益予想の修正を行うため。

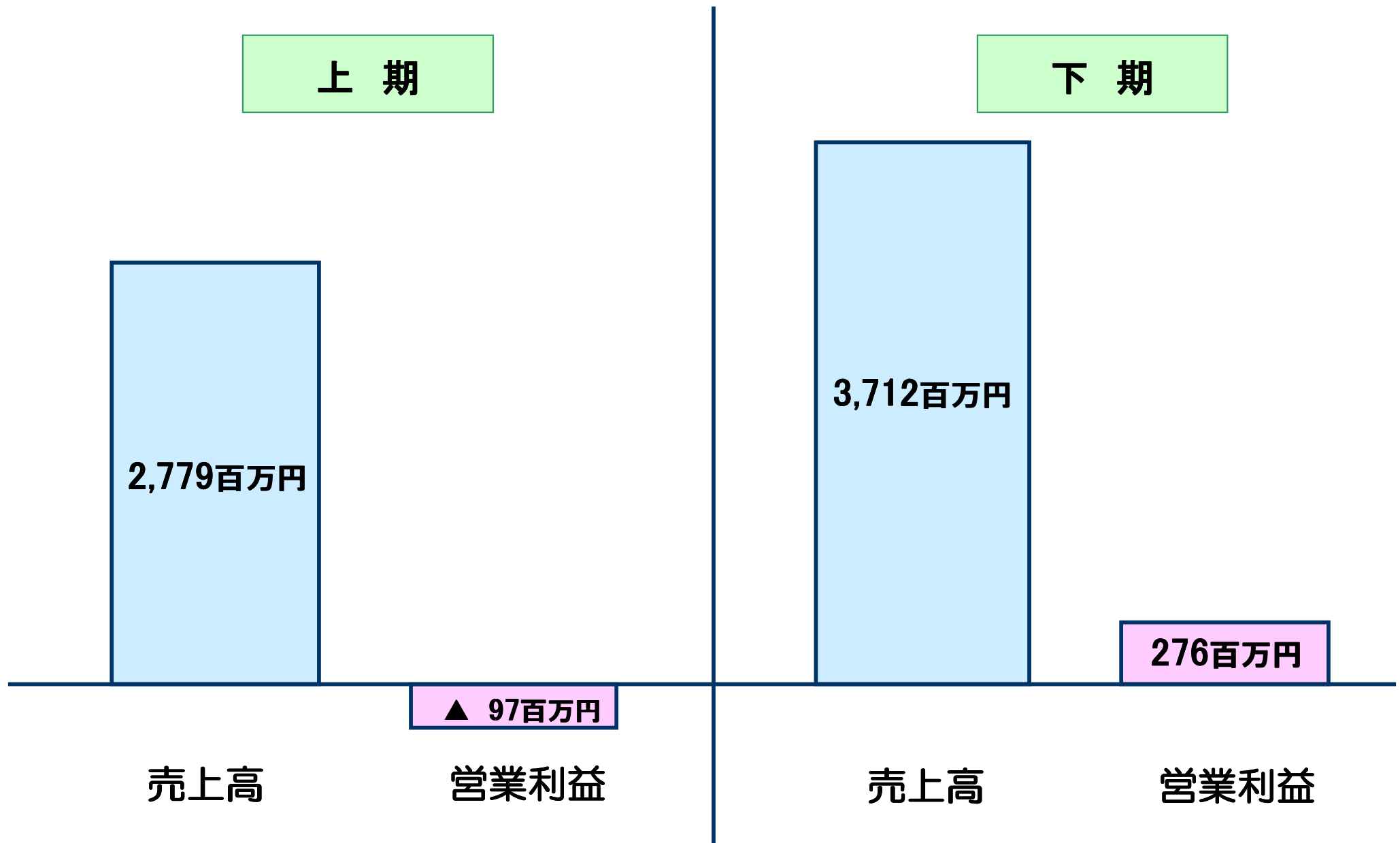
●WEBメディア事業においては、売上高は期初計画を上回る見通しながら、本日スタートのECビジネスの売上高290百万円を見込んでおり、利益率の高いWEB広告売上は期初1,190百万円から1,000百万円に減少する見通し。さらに、期初に予定していなかったCSランキングのジャンルを前倒しすることとしたため、CSランキング調査費用等が追加発生。以上より、WEBメディア事業の期初予想営業利益684百万円を353百万円に修正。

●音楽ディストリビューションについては、売上高の修正理由により、期初予想営業利益224百万円を▲16百万円に修正。

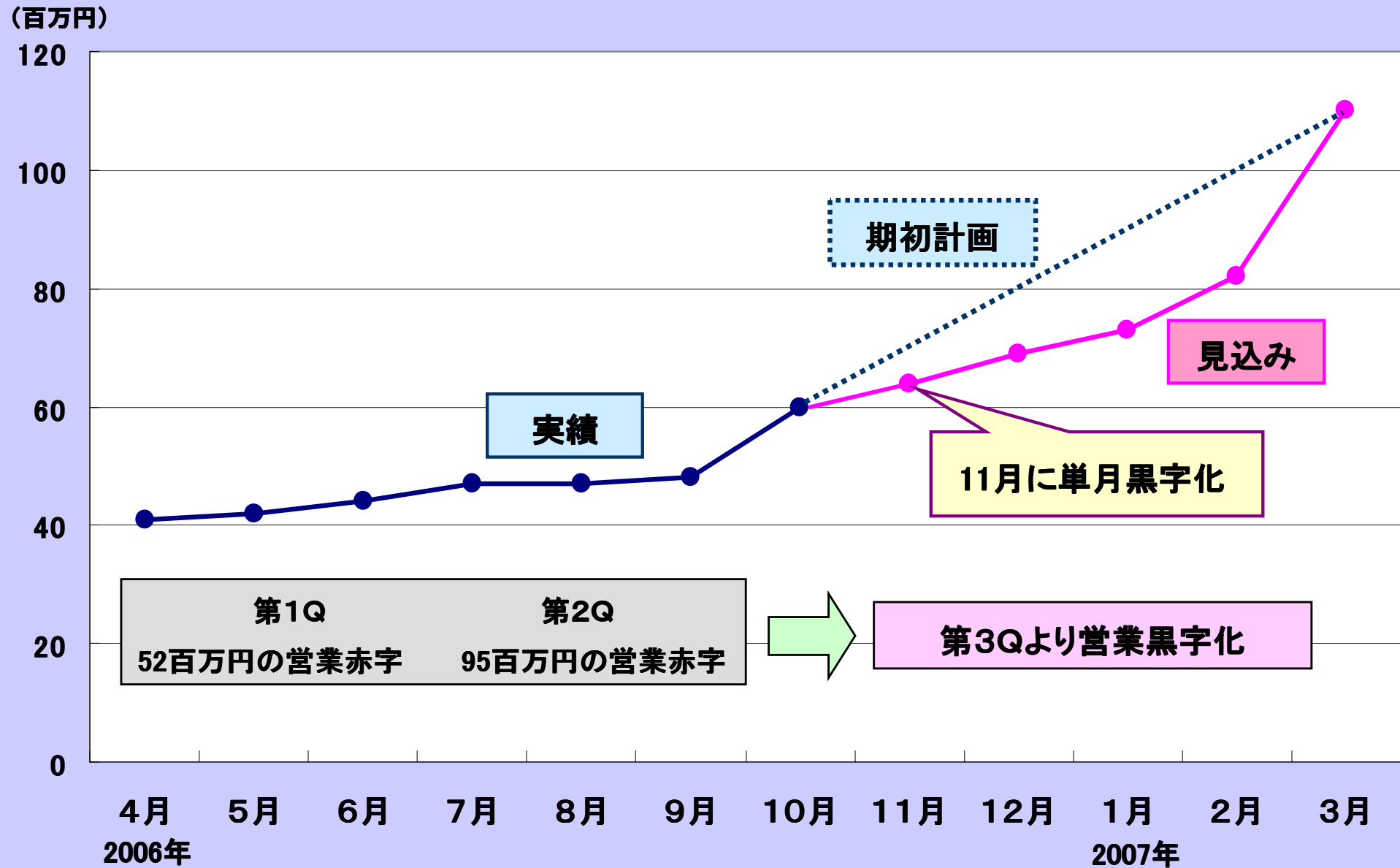
## ③当期純利益(420百万円→▲310百万円)

●経常損失計上の理由、並びにPC向け音楽配信サービス終了に伴う事業撤退損失の特別損失計上に因る。

# 売上高・営業利益の変化



# WEB広告売上高推移(実績+見込み)



# マネジメント体制の強化



経営管理の徹底、経営戦略の機動的立案と実行、事業転換の推進等を図るため、  
マネジメントラインを刷新

## 経営戦略会議

代表取締役社長兼  
CEO  
小池 恒

取締役副社長兼  
オリコンDD㈱取締役社長  
高橋 茂  
WEB事業担当

副社長執行役員兼COO兼  
オリコン・モバイル㈱取締役社長  
(12月中旬入社・就任予定者)  
モバイル事業担当

### (略歴)

1974年生まれ32歳

1998年4月 国内大手商社入社

2000年5月 外資系コンサルティング会社入社

モバイルポータル及びコンテンツ戦略立案等、数々のプロジェクトを担当

2003年1月からは大手携帯電話キャリアへ出向し、海外アライアンスや海外ブランディング・マーケティング戦略の責任者

2004年8月 同コンサル会社でプロジェクトマネジャー就任

2005年4月 外資系エンタテインメント企業入社

2006年12月 当社入社予定



## **オリコン株式会社**

**IR用ホームページ**

**<http://www.oricon.jp/>**

**「ORICON STYLE」(総合エンタテインメントサイト)**

**<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。