

ORICON

2010年3月期 第2四半期決算説明会

2009年11月11日

2010年3月期 第2四半期決算の概要

メディア事業

WEBメディア事業(ORICON STYLE広告)

- ・09年9月度の月間ユニークユーザー数は1,347万人(前年同月比14.1%増)となり、サイトが着実に成長。「Yahoo! JAPAN」「mixi」へのエンタテインメント系ニュースの提供を継続的に強化したことが奏功。
- ・WEB広告のうち、バナー型広告の売上は、他社アドネットワークによる売上は減少したが、自社営業による販売が伸び、前年同期を上回った。顧客満足度(CS)ランキング連動型広告の売上も、新規に立ち上げたジャンルが一部の不振なジャンルをカバーし、前年同期を上回った。一方、単価の高いタイアップ型広告の販売に苦戦し、WEB広告全体では前年同期比5.6%減。

モバイル事業

- ・前年同期と比べて配信楽曲が大幅に充実したことを主な要因として、前年同期比で、着うたフルが148.7%増、着うたが11.9%増と大幅な増収となり、着メロの減収分を吸収して、モバイル事業全体で44.6%の増収。

雑誌事業

- ・広告市況低迷の影響を受け、売上高は前年同期比5.1%減。

データサービス事業

新サービス「ORICON BiZ online」を開始

- ・前年度に立ち上げた新サービスを、09年4月より有料化。旧来のサービス「真大樹」からのユーザー移行に注力。メニュー追加による単価アップと新規ユーザー獲得を推進。
 - 「ORICON BiZ online」の売上は、前年同期の「真大樹」の売上と比べて34.3%増加。この増収分が、データサービス事業に含まれる他のサービスの減収分(特に放送局向けの売上の減)を補って上回り、データサービス事業全体では、前年同期比13.7%の増収。
- ・大手コンビニエンスストアチェーン2社が調査協力店に加わり、データ精度がアップ。「ORICON BiZ online」の商品価値も向上。

連結損益計算書



(単位:百万円)	09年3月期 2Q累計	10年3月期 2Q累計	増減	
			金額	増減率
売上高	2,433 (100%)	2,782 (100%)	349	14.4%
売上原価	1,370 (56.3%)	1,709 (61.4%)	339	24.7%
差引売上総利益	1,063 (43.7%)	1,073 (38.6%)	10	0.9%
販管費	835 (34.3%)	776 (27.9%)	59	7.0%
営業利益	228 (9.4%)	297 (10.7%)	69	30.0%
経常利益	156 (6.4%)	297 (10.7%)	141	89.8%
税金等調整前 四半期純利益	365 (15.0%)	294 (10.6%)	71	19.5%
四半期純利益	261 (10.7%)	187 (6.7%)	74	28.3%

増収要因

- ・着うたフル[391百万円増(148.7%増)]
- ・データサービス事業[34百万円増(13.7%増)]

減収要因

- ・着メロ[44百万円減(13.9%減)]
- ・WEB「ORICON STYLE」広告[30百万円減(5.6%減)]
- ・雑誌事業[33百万円減(5.1%減)]
- ・連結除外となったORICON CNSの影響[106百万円減]

粗利率の変動の主な要因

- ・原価率の高い着うたフルの売上が増加したこと
- ・「ORICON BiZ online」開始に伴って人事異動があり、販管費で計上していた一部人件費28百万円を売上原価として計上するようになったこと

- ・営業外収益として投資事業組合運用益39百万円を計上
- ・前年同期と比べ、有利子負債を削減したこと等により、支払利息が5百万円減少

- ・前年同期には、関係会社株式売却益215百万円を特別利益として計上し、当2Qにはその特殊要因がなかった

売上高の内訳



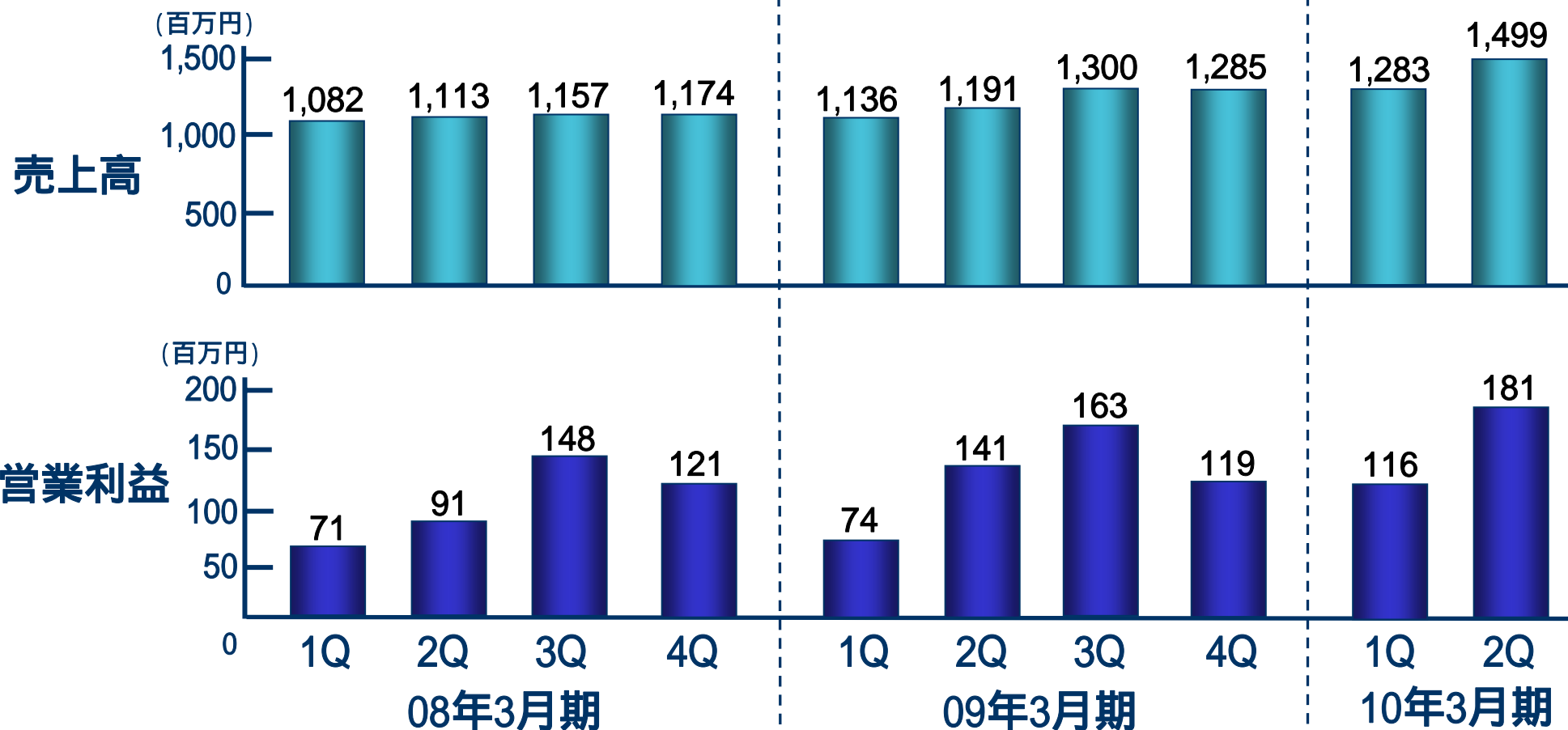
(単位:百万円)	09年3月期 2Q累計	10年3月期 2Q累計	増減	
			金額	増減率
WEBメディア事業(ORICON STYLE 広告)	532	502	30	5.6%
モバイル事業	867	1,254	387	44.6%
着メロ	317	273	44	13.9%
着うた	218	244	26	11.9%
着うたフル	263	654	391	148.7%
情報系サイト、サイト制作受託	69	83	14	20.3%
デジタルコンテンツ制作	36	29	7	19.4%
雑誌事業	642	609	33	5.1%
データサービス事業 ¹⁾	250	284	34	13.7%
小計(現在の事業内容での売上高合計)	2,327	2,678	351	15.1%
その他事業 ²⁾	0	104	104	-
ORICON CNS ³⁾	106	0	106	100.0%
売上高合計	2,433	2,782	349	14.4%

1) 従来の「データベース事業」を「データサービス事業」に名称変更。

2) 販売用不動産の売却。

3) ORICON CNS INC.は、09年3月期第1四半期に連結除外。

業績の推移 (ORICON CNSとフランクリン・ミントを除いた数値)



当社グループの業績には、エンタテインメント業界が、通年、年末年始を中心とした時期に活況となることから、下期偏重(特に、第3四半期に偏重)となる季節変動が存在します。

2Q累計期間実績値と期初予想値との差異



(単位:百万円)	10年3月期第2四半期累計期間				(ご参考) 前年同期実績
	期初予想値	実績値	増減		
			金額	増減率	
売上高	2,700	2,782	82	3.0%	2,433
営業利益	230	297	67	29.1%	228
経常利益	180	297	117	65.0%	156
四半期純利益	100	187	87	87.0%	261

WEB広告の売上が期初の計画を若干下回ったが、着うたフル配信サービスと「ORICON BiZ online」の売上が期初の計画を上回って伸びたため、全体の売上高が82百万円(3.0%)増加。

売上高が増加したこと、グループ全体のコストの効率化が想定以上に図られたことにより、営業利益が増加。

営業利益が増加したこと、投資事業組合運用益を計上したこと、支払利息が期初の計画を下回ったことを主な要因として、経常利益が増加。

前年同期には関係会社株式売却益215百万円を特別利益として計上しましたが、当2Q累計期間にはその特殊要因がありません。

連結貸借対照表



(単位:百万円)	09年3月期末	10年3月期 第2四半期末	増減
資産合計	3,690	4,044	354
流動資産	2,051	2,136	85
有形固定資産	170	335	165
無形固定資産	421	575	154
投資その他	1,043	995	48
繰延資産	3	2	1
負債合計	2,696	2,749	53
流動負債	2,570	1,971	599
固定負債	126	777	651
純資産合計	994	1,295	301
株主資本	707	895	188
評価・換算差額等合計	19	18	1
新株予約権	0	4	4
少数株主持分	306	414	108

自己資本比率は、18.6%から21.7%に上昇(3.1ポイントの増加)。

無形固定資産の増加は、株式会社oricon MEが行った第三者割当増資を当社が引受け、のれんが増加したことが主な要因。

流動負債・固定負債の変動は、財務の安定性を上げる目的で、短期借入金を長期借入金にシフトしたことに因るもの。

連結キャッシュ・フロー



(単位:百万円)	09年3月期 2Q累計期間	10年3月期 2Q累計期間	前年同期比 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	136	293	157
投資活動によるキャッシュ・フロー	159	180	21
財務活動によるキャッシュ・フロー	257	5	262
現金及び現金同等物の増減額	280	118	398
現金及び現金同等物の期首残高	683	456	227
現金及び現金同等物の四半期末残高	403	575	172

当第2四半期連結累計期間においては、営業活動によって獲得した資金が、前年同期と比べ、倍以上に増加。フリーキャッシュ・フロー(営業活動によるキャッシュ・フロー+投資活動によるキャッシュ・フロー)も、前年同期のマイナス23百万円からプラス113百万円に大幅に増加。

通期の見通し（連結業績予想の修正）

連結子会社株式の譲受について



2009年11月11日の取締役会決議

(株)oricon MEの株式を大和S M B Cキャピタル(株)の運営する投資事業有限責任組合2社より買い戻すことを決議

当社の持ち株比率が56.5%から86.1%に上昇

連結業績において、312百万円のものんが発生し、年次で15百万円(今期は7.5百万円)の償却が必要となるが、当社の持ち株比率が上がることによって、少数株主利益の額が減少し、その減少額がのものん償却の額を上回る見通し。

通期の当期純利益が21百万円増加する見込み。

来期以降、(株)oricon MEの収益拡大に伴って、当期純利益の増加額が伸びる見通し。

通期業績予想の修正



(単位:百万円)	2010年3月期通期				(ご参考) 前期通期実績
	期初予想値	今回修正予想値	増減		
			金額	増減率	
売上高	5,700	5,830	130	2.3%	5,019
営業利益	600	720	120	20.0%	511
経常利益	525	700	175	33.3%	376
当期純利益	350	520	170	48.6%	332

上期において、モバイル事業、データサービス事業が好調だったことを主な要因として、売上高、営業利益、経常利益、四半期純利益がいずれも期初の予想値を上回った。

下期において、WEB広告が成長路線に戻り、前年同期を上回る見込み。モバイル事業、特に着うたフルが、上期同様、収益のけん引役となる見通し。

当期純利益は、営業利益、経常利益の増額分以上に増加する見込み。その主な理由は次の2点。

連結子会社である株式会社oricon MEの株式を買い戻すことによって少数株主利益の額が減少。

各事業が好調に推移する見込みであることから、下期において税効果会計による税効率の改善が図られる見通し。

通期の営業利益、経常利益、当期純利益は、いずれも上場来の最高益となる見通し

半期毎の推移予想



	(ご参考) 2009年3月期		2010年3月期			
	上期	下期	上期		下期	
			実績値	前年同期比 (増減率)	今回修正 予想値	前年同期比 (増減率)
(単位:百万円)						
売上高	2,433	2,586	2,782	<u>14.4%</u>	3,048	<u>17.9%</u>
営業利益	228	283	297	<u>30.0%</u>	423	<u>49.5%</u>

2010年3月期の下期の売上高、営業利益は、共に上期の対前年同期比の成長率を上回って、順調に伸びる見通し。

売上高の内訳



	上期	下期		通期	(ご参考) 前期通期実績
	実績値	予想値	対前年同期 増減額	予想値	
(単位:百万円)					
WEBメディア事業(ORICON STYLE 広告)	502	564	6	1,066	1,090
モバイル事業	1,254	1,463	436	2,717	1,894
着メロ	273	245	45	518	607
着うた	244	242	19	486	441
着うたフル	654	875	466	1,529	672
情報系サイト、サイト制作受託	83	101	4	184	174
デジタルコンテンツ制作	29	39	1	68	74
雑誌事業	609	656	42	1,265	1,340
データサービス事業 ¹⁾	284	326	61	610	515
小計(現在の事業内容での売上高合計)	2,678	3,048	462	5,726	4,913
その他事業 ²⁾	104	0	0	104	0
ORICON CNS ³⁾	0	0	0	0	106
売上高合計	2,782	3,048	462	5,830	5,019

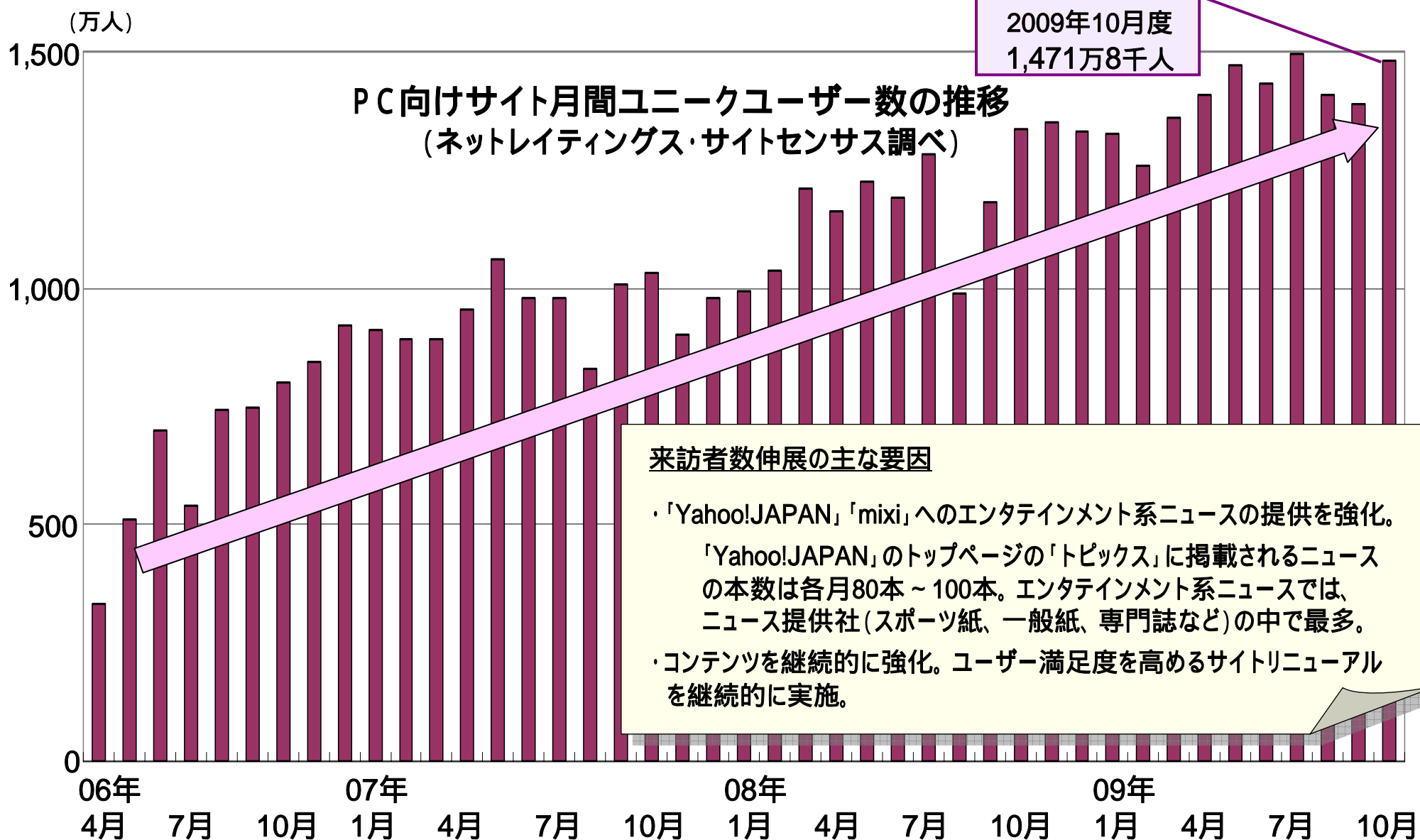
1)従来の「データベース事業」を「データサービス事業」に名称変更。

2)販売用不動産の売却。

3)ORICON CNS INC.は、09年3月期第1四半期に連結除外。

各事業の状況

WEBメディア事業 ~ サイトが着実に成長

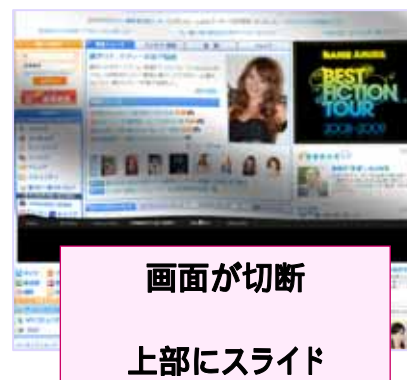


09年9月度の月間ユニークユーザー数は、1,347万人となり、前年同期比166万5千人増(14.1%増)と大幅に増加。

WEB広告のうち、バナー型広告は、他社アドネットワークによる売上は減少したが、サイト来訪者数が伸びたことを背景として、自社営業による販売が伸び、前年同期を上回った。顧客満足度(CS)ランキング連動型広告の売上も、新規に立ち上げたジャンルが一部の不振なジャンルをカバーし、前年同期を上回った。一方、広告市況の低迷の影響を受け、単価の高いタイアップ型広告の販売に苦戦。WEB広告全体の上期の売上は、前年同期比5.6%減。

下期においては、バナー型広告は上期同様、堅調に推移する見通し。タイアップ型広告も、PRを含めた広告商品として提案している案件が受注に結びつき始めている。WEB広告全体の下期の売上は、前年同期を上回り、成長路線に戻る見込み。

「リッチ系広告」の事例



「リッチ系広告」は、広告表現が豊かで、通常のパナーより単価が高い。音楽系企業からの引き合いが多く、売上を伸ばしている。

顧客満足度(CS)連動型広告については、人材系ジャンルなど前年同期を下回るジャンルがあったものの、新規に立ち上げたジャンルの売上がその減収分をカバーし、全体では前年同期を上回る売上高(175百万円)を計上。

本年7月に「ORICON STYLE」のリニューアルを行った際、「Yahoo!JAPAN」からの来訪者が“着地”するページの改修を行い、来訪者をCSランキングのページへ誘導する導線をさらに強化。

慶應義塾大学と産学連携で行ったCS調査の共同研究の成果を活用し、既の実施したCS調査について、調査結果のデータ販売に着手。

大半のジャンルについて、ランキングを更新するべく、ユーザーアンケート調査を実施中。昨年同様、12月1日にアワードを開催し、新ランキングを発表する予定。

現在のCSランキング(30ジャンル)

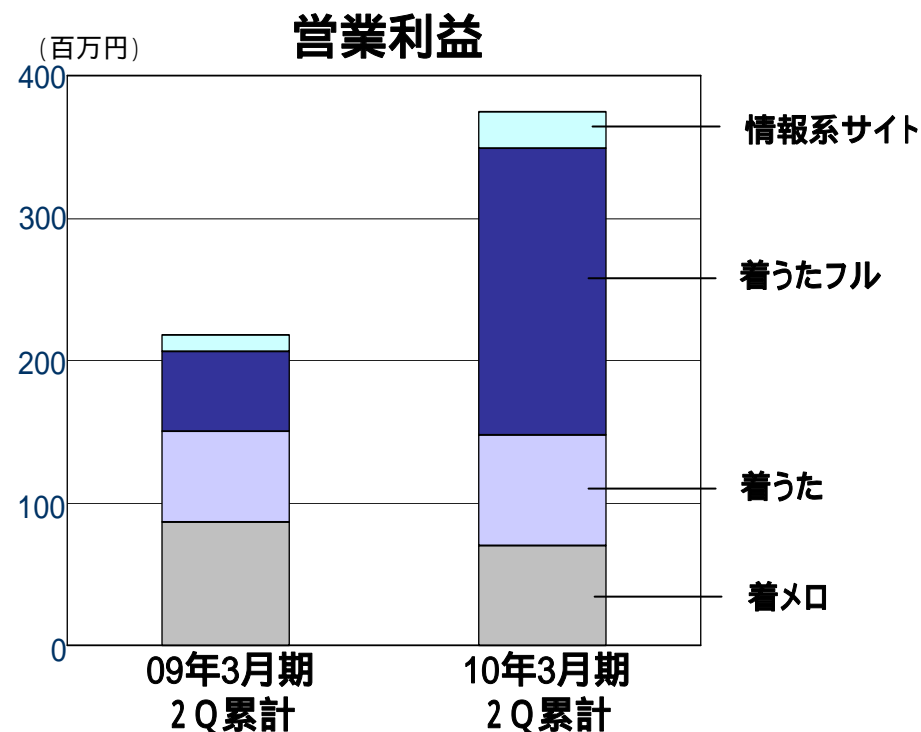
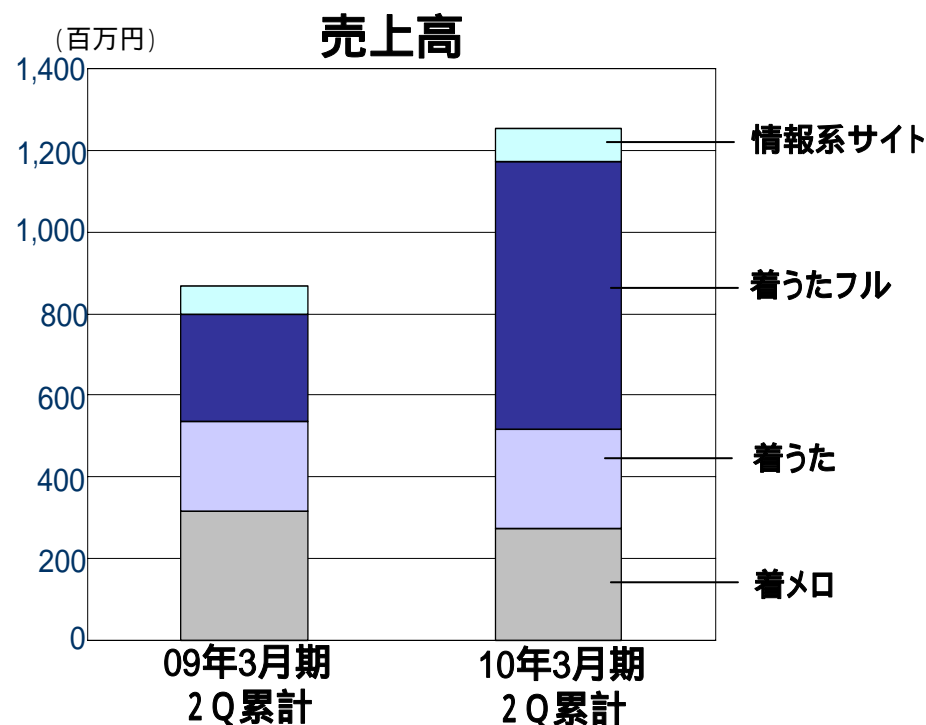
- | | | |
|-------------------|------------------|-------------------|
| ・エステティックサロン | ・トランクルーム[本年5月開始] | ・人材派遣 |
| ・メンズエステ | ・宅配ピザ[本年2月開始] | ・人材紹介 |
| ・通販コスメ | ・ファミリーレストラン | ・英会話スクール |
| ・ダイエット食品 | ・オンラインゲーム | ・塾・予備校(中学受験) |
| ・フィットネスクラブ | ・インターネットプロバイダー | ・塾・予備校(大学受験) |
| ・審美歯科 | ・ネット証券 | ・自動車保険 |
| ・歯科インプラント[本年2月開始] | ・クレジットカード | ・医療保険[本年9月開始] |
| ・矯正歯科クリニック | ・マンションブランド | ・引越し |
| ・レーシック[本年5月開始] | ・戸建ブランド | ・ビジネスホテル[本年3月開始] |
| ・病院ランキング | ・住宅リフォーム[本年8月開始] | ・結婚情報サービス[本年4月開始] |

WEBメディア事業 ~ “オリコン・スーパーDB”



インターネットにおいてエンタテインメント情報の“ハブ”になるデータベースを構築。今期中に約40万人分を公開する予定。モバイル対応も視野に入れ、データベースの拡充とユーザーインターフェイスの利便性向上に注力。

モバイル事業～着うたフルが大きく伸展



社団法人日本レコード協会発表の09年4月から6月の「有料音楽配信売上実績」(09年8月28日発表)
 着うたは前年同期比18%減、着うたフルは前年同期並み。

当社グループの着うたフルが、業界標準を超えて伸びている主な要因

- 「オリコン」ブランドの持つアドバンテージ
- 前年同期と比べ、配信楽曲のラインアップが充実
- 効果的な導線を獲得するノウハウが社内に蓄積
- 新規に立ち上げたサイト(「オリコン公式アニメフル」、「オリコン ベストヒットフル」など)が順調にスタート

下期においても、上期同様、収益のけん引役となる見通し

雑誌事業～厳しい外部環境下で善戦



「ORICON BiZ」

- ・8月3日号より大幅リニューアル
- ・オンラインサービス「ORICON BiZ online」との連動を強化



「オリスタ」

- ・広告売上は前年同期を若干下回ったが、購読売上は前年同期を上回って着地
- ・ジャニーズ系アーティストのファンを中心に当誌のファンを醸成



「月刊デビュー」

- ・PCサイト、モバイルサイトとのクロスメディア型の広告販売が堅調
- ・購読、広告ともに前年同期と比べ増収

音楽業界向けビジネス誌「ORICON BiZ」は、音楽業界の経営統合や経費削減の影響を受け、購読、広告ともに前年同期と比べ減収となったが、個人向けに販売している「オリスタ」「月刊デビュー」の2誌が健闘。雑誌事業全体の上期の売上高は、前年同期比で微減(5.1%減)にとどまった。

各誌、リニューアルを施すなど誌面の更なる充実を図り、購読を維持or微増にしつつ、広告出稿を着実に獲得。

データサービス事業 ~ 調査協力店の拡充



大手コンビニエンスストアチェーンに調査協力店に加わっていただき、コンビニ系データの収集を開始
2009年7月~セブン-イレブン
10月~ローソン

全体のデータ精度が向上

現在の全国シェア

音楽ソフト: 約75%

映像ソフト: 約79%

書籍 : 約40%

「ORICON BiZ online」でカバーしている流通形態に新たに「コンビニエンスストア」が加わったことで、「ORICON BiZ online」の商品価値が向上

今後とも、調査協力店の拡充を推進して参ります

主な調査協力店(2009年11月現在)

メディアストア

山野楽器、新星堂、玉光堂、タワーレコード、HMV、TSUTAYA、すみや、WAVE、JEUGIA etc

家電量販店

ヤマダ電機、上新電機、石丸電気、ラオックス、さくらや、etc

EC

アマゾン、楽天ブックス、7 & Y、au Records、ネオ・ウイング、ローソンネットショッピング etc

ジャンル専門店

アニメイト、とらのあな、ライカエジソン、ブランドエックス etc

書店

紀伊国屋書店、丸善、三省堂、八重洲ブックセンター、くまざわ書店、フタバ図書 etc

コンビニエンスストア

セブン-イレブン、ローソン

現在の調査協力店総数: 25,120店

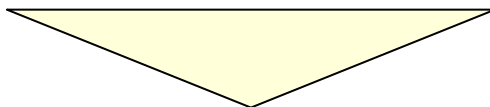
「ORICON BiZ online」: 音楽ソフト・映像ソフト・書籍のマーケティングデータを提供するオンラインサービス。
旧来のサービス「真大樹」を刷新して、09年3月よりサービスを開始。4月より有料化。

注力ポイント

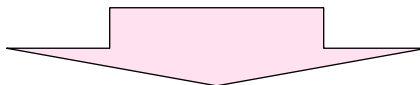
「真大樹」からのユーザー移行を推進

「マーケット動向」などの新メニューを追加いただくことによる契約単価のアップ

新規ユーザーの獲得



「ORICON BiZ online」の上期の売上が、前年同期の「真大樹」の売上と比べて34.3%増加。
この増収分が、データサービス事業に含まれる他のサービスの減収分(特に放送局向けの売上の減)を補って上回り、データサービス事業全体では、前年同期比 13.7%の増収。



「ORICON BiZ online」の下期の売上は、前年同期の「真大樹」の売上と比べて61%増加する見通し。
この増収分が寄与し、データサービス事業全体の下期売上は、前年同期比 23%増を見込む。

データサービス事業 ~ 「ORICON BiZ online」

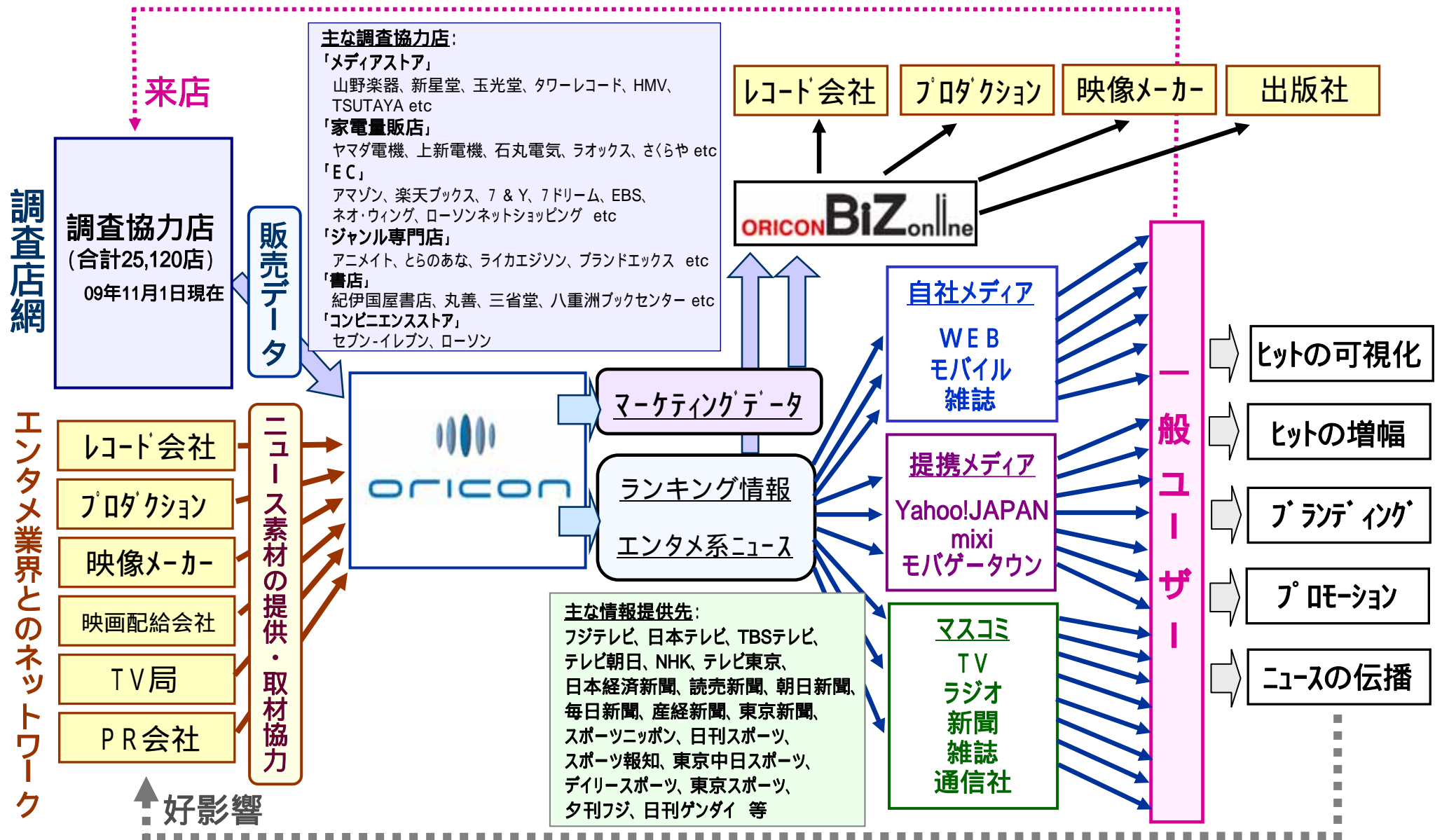
雑誌「ORICON BiZ」との連動を強化

IDとPWで
ログイン

モバイル版のサービスを開始(09年10月~)

順位	メーカー	売上対前年(対%)	対前年増減	売上金額(百万円)	対前年増減	前年対前年
1	ソニー・ミュージックエンタテインメント	115.70%	19.9%	104.09	41,761.1	19.2%
2	ユニバーサル・ミュージック・パブリッシング	113.41%	11.3%	79.14	26,710.6	13.4%
3	エイベックス・ミュージック・エンタテインメント	110.96%	10.0%	65.47	13,441.9	12.3%
4	エイベックス・エンタテインメント	102.06%	9.0%	67.26	10,676.1	7.2%

オリコングループが40年間で築いた「情報のバリューチェーン」



オリコン株式会社

IR用ホームページ <http://www.oricon.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れるようお願いいたします。