

ORICON

2010年3月期 第3四半期決算説明会

2010年2月10日

2010年3月期 第3四半期決算の概要

メディア事業

WEBメディア事業(ORICON STYLE広告)

- ・09年12月度の月間ユニークユーザー数は1,543万人[前年同月比213万2千人増(16.0%増)]となり、初めて1,500万人を突破。「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、前年同期より増加。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、前年同期より増加。一方、単価の高いタイアップ型広告の販売に苦戦したが、3Qに入り、PRを含めた広告商品の受注が進み、回復基調に転じた。WEB広告全体の1Q、2Qの売上高は、それぞれ前年同期比6.4%減、4.8%減だったが、3Qは前年同期並み。

モバイル事業

- ・特に着うたフルが絶好調。業界全体が10%を下回る成長率であるところ、前年同期比2.6倍と驚異的な伸びを達成。グループ全体の収益のけん引役。着うたも16.0%増。これらが、着メロの減収分を吸収し、モバイル事業全体で52.3%の増収。

雑誌事業

- ・広告市況低迷の影響を受け、雑誌事業全体の売上高は前年同期比6.8%減。その中で、個人向け週刊エンタテインメント誌「オリスタ」は、この雑誌のファンが醸成され、販売が好調。3Qのみの購読売上は前年同期比7.6%増。

データサービス事業

新サービス「ORICON BiZ online」を開始

- ・「ORICON BiZ online」の売上は、前年同期の「真大樹」の売上と比べて38.2%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14.9%の増収。
- ・大手コンビニエンスストアチェーン上位3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。

特別損失の発生について



2010年1月7日、当社が転換社債(額面:200百万円)を保有する韓国のDongbang Try社が、大口取引先の経営破綻に伴い、連鎖的に現地の裁判所に債務者回生手続き(日本での民事再生手続きに相当)の開始を申請。



当社は、第3四半期連結累計期間の重要な後発事象として捉え、裁判所に提出された申請書において債権カット率を60%とされていることに基づき、投資損失引当金繰入額120百万円を特別損失として計上。



通期の連結業績予想のうち、当期純利益のみ今回の特別損失120百万円分を減額修正(520百万円400百万円)。売上高、営業利益、経常利益の予想数値には変更なし。

当該転換社債は、2008年5月、韓国においてインターネット向け映像配信サービスを展開する当社の連結子会社ORICON CNS社(旧商号:CINE WELCOME社、2004年12月に連結子会社化)の株式をDongbang Try社の子会社に譲渡した際、その譲渡の条件として引受けたものです。

連結損益計算書



(単位:百万円)	09年3月期 3Q累計	10年3月期 3Q累計	増減	
			金額	増減率
売上高	3,734 (100%)	4,404 (100%)	669	17.9%
売上原価	2,118 (56.7%)	2,713 (61.6%)	594	28.1%
差引売上総利益	1,616 (43.3%)	1,690 (38.4%)	74	4.6%
販管費	1,223 (32.8%)	1,176 (26.7%)	47	3.9%
営業利益	392 (10.5%)	514 (11.7%)	122	31.1%
経常利益	284 (7.6%)	496 (11.3%)	212	74.8%
税金等調整前 四半期純利益	486 (13.0%)	369 (8.4%)	117	24.2%
四半期純利益	335 (9.0%)	205 (4.7%)	129	38.7%

増収要因

- ・着うたフル[734百万円増(161.3%増)]
- ・データサービス事業[56百万円増(14.9%増)]

減収要因

- ・着メロ[64百万円減(13.8%減)]
- ・雑誌事業[68百万円減(6.8%減)]
- ・連結除外となったORICON CNSの影響[106百万円減]

粗利率低下の主な要因

- ・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38百万円を計上
- ・前年同期と比べ、有利子負債の平均残高が減少したこと等により、支払利息が7百万円減少

- ・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たが、当3Q累計期間にはその特殊要因がなかった
- ・当3Q累計期間には、投資損失引当金繰入額120百万円を特別損失として計上

売上高の内訳



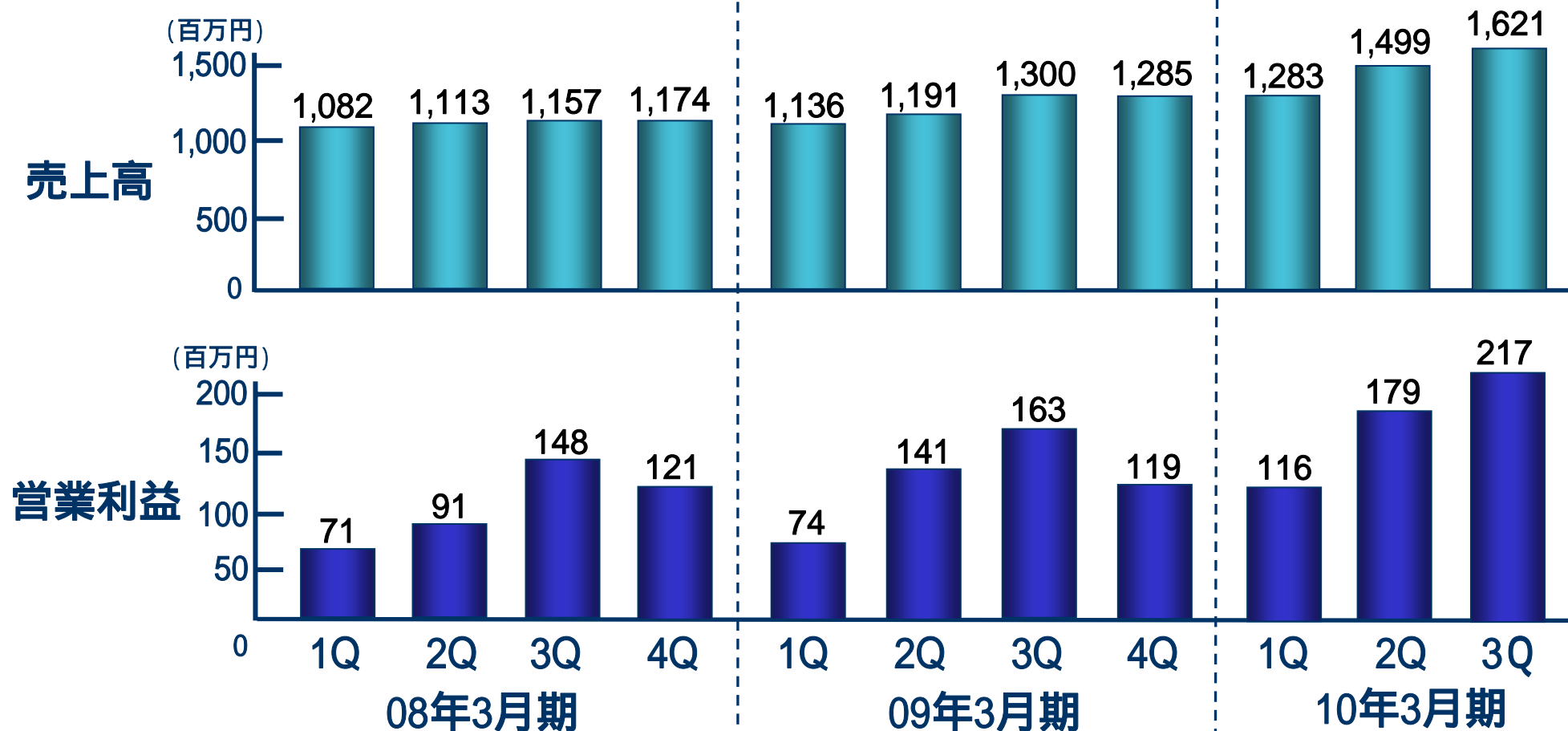
(単位:百万円)	09年3月期 3Q累計	10年3月期 3Q累計	増減	
			金額	増減率
WEBメディア事業(ORICON STYLE 広告)	814	783	31	3.8%
モバイル事業	1,372	2,090	718	52.3%
着メロ	465	401	64	13.8%
着うた	324	376	52	16.0%
着うたフル	455	1,189	734	161.3%
情報系サイト、サイト制作受託	128	124	4	3.1%
デジタルコンテンツ制作	54	49	5	9.3%
雑誌事業	1,005	937	68	6.8%
データサービス事業 ¹⁾	382	439	56	14.9%
小計(現在の事業内容での売上高合計)	3,628	4,300	672	18.5%
その他事業 ²⁾	0	104	104	-
ORICON CNS ³⁾	106	0	106	100.0%
売上高合計	3,734	4,404	670	17.9%

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)



10年3月期は、3Qにおいて、雑誌の広告売上が伸び悩み、一方、着うたフルの月額定額の売上、「ORICON BiZ online」の売上、CSランキング連動型広告の売上など、いわゆるストック型の売上の占める割合が上がったため、10年3月期の3Qと4Qの営業利益に大きな差異が生じない見込みです。

11年3月期以降については、ストック型売上の占める割合がさらに上がり、このことが安定的に収益貢献をする見通しです。

連結貸借対照表



(単位:百万円)	09年3月期末	10年3月期 第3四半期末	増減
資産合計	3,690	4,596	905
流動資産	2,051	2,395	343
有形固定資産	170	325	154
無形固定資産	421	872	450
投資その他	1,043	998	45
繰延資産	3	4	1
負債合計	2,696	3,366	670
流動負債	2,570	2,255	315
固定負債	126	1,111	985
純資産合計	994	1,229	235
株主資本	707	913	206
評価・換算差額等合計	19	18	1
新株予約権	0	8	8
少数株主持分	306	326	19

無形固定資産の増加は、(株)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、および(株)oricon MEの株式を買い戻すための資金を長期借入れしたことが主な要因。

連結キャッシュ・フロー



(単位:百万円)	09年3月期 3Q累計期間	10年3月期 3Q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	251	575	323
投資活動によるキャッシュ・フロー	294	764	469
財務活動によるキャッシュ・フロー	189	401	591
現金及び現金同等物の増減額	233	211	445
現金及び現金同等物の期首残高	683	456	226
現金及び現金同等物の四半期末残高	450	668	218

当第3四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。投資活動によって減少した資金は、主に、(株)oricon MEの株式の買い戻しを行ったことによるもの。財務活動によって増加した資金についても、主に、(株)oricon MEの株式の買い戻しに関わる資金を借入れたことによるもの。

通期の連結業績の見通し



(単位:百万円)	1Q (4月~6月)	2Q (7月~9月)	3Q (10月~12月)	3Q累計 (4月~12月)	通期連結 業績予想 (4月~3月)	(ご参考) 前期通期 実績
売上高	1,283	1,499	1,621	4,404	5,830	5,019
営業利益	116	179	214	514	720	511
経常利益	125	170	197	496	700	376
四半期(当期)純 利益	72	115	18	205	400	332

投資損失引当金繰入額120百万円を特別損失として計上したため、3Qの四半期純利益が減少

着うたフル配信サービスが第4四半期に入っても好調に推移。WEB広告の販売も回復基調。

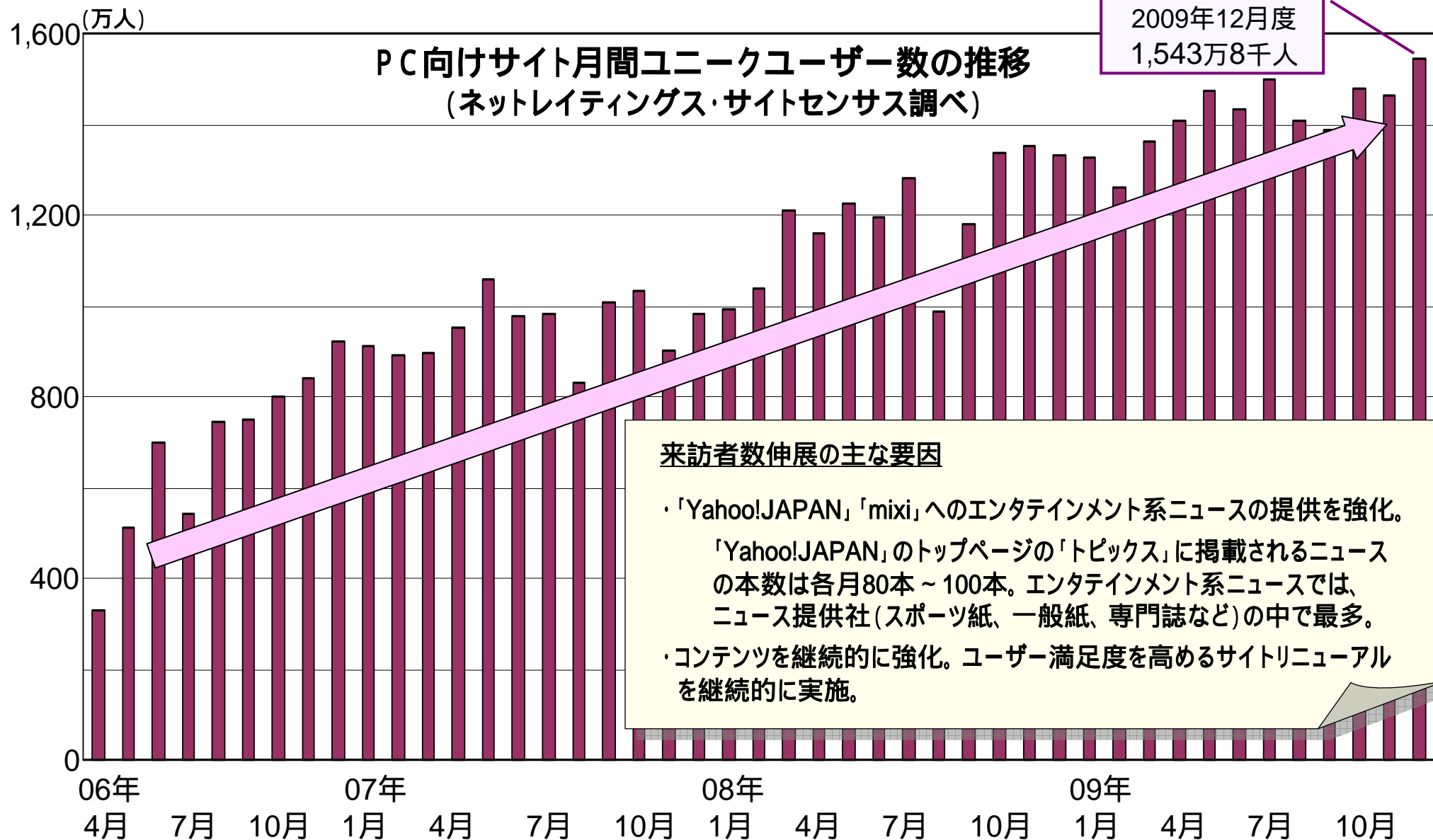
第4四半期の四半期純利益については、以下のことが影響する見通し。

- ・昨年11月に連結子会社(株)Oricon MEの株式を買い戻したことから、当社の持株比率が上がり、少数株主利益の額が減少。
- ・今後、各事業が好調に推移する見通しであることから、税効果会計を適用し、繰越欠損金に係る繰延税金資産を計上する見込みであるため、第4四半期については、税金費用が、実質、発生しない見通し。

(注)本資料に記載した業績予想は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づいて作成したものであり、実際の業績は、今後の様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

WEBメディア事業について

サイトが着実に成長～09年12月度過去最高



広告販売の状況～下期に入り回復基調



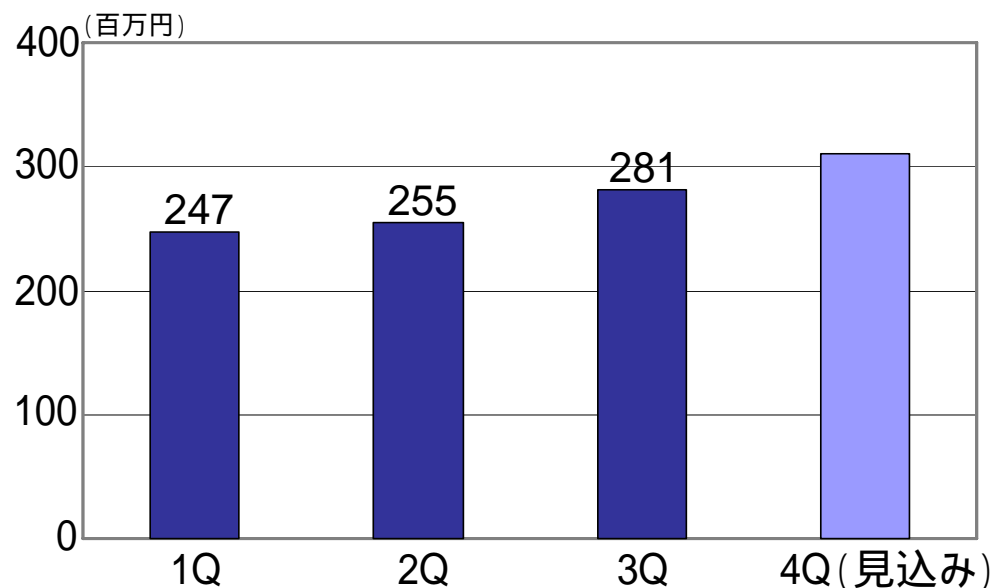
バナー型広告：他社アドネットワークの売上が50%減少したが、自社営業による販売が伸び、前年同期より増加。広告表現が豊かで単価の高い“リッチ系”広告商品の販売が好調だったことも増収に寄与。

タイアップ型広告：広告市況低迷の影響を受け、販売に苦戦。第3四半期に入り、PRを含めた広告商品として販売したものが受注に結びつき、回復基調。

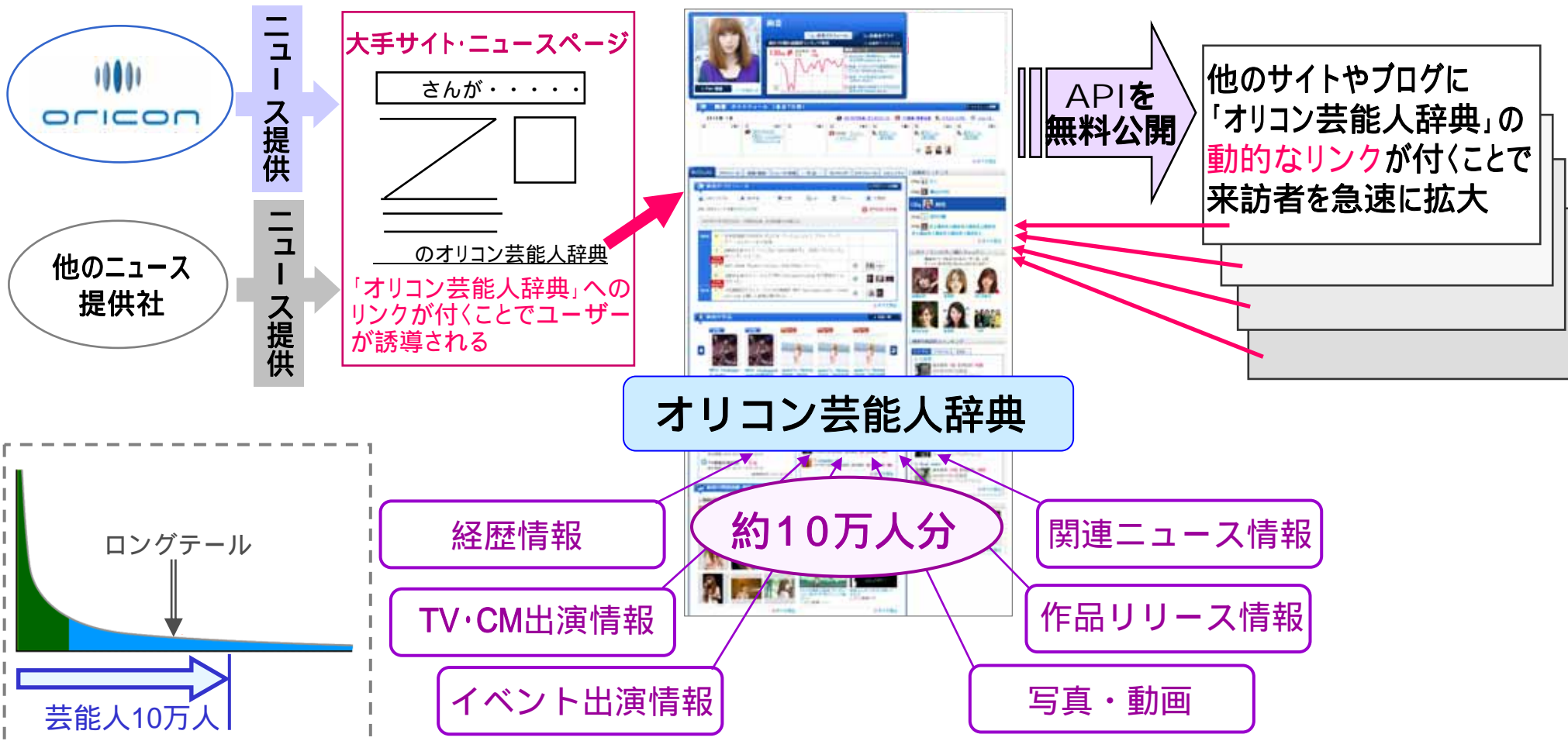
CSランキング連動型広告：人材系など一部の不振なジャンルの減収を新規に立ち上げたジャンルの売上がカバーし、全体では前年同期より増加。

(ジャンル数：08年12月 23ジャンル 09年12月 30ジャンル)

2010年3月期 WEB広告(「ORICON STYLE」広告)売上高推移



「オリコン芸能人辞典」 ～ 国内最大のタレントデータベース



質・量ともに国内最大のタレントデータベースを構築。3月11日(予定)に約10万人分(作品情報とのマッチングでは40万人分)を公開。ロングテールに対応。PC版でスタートし、その後、モバイル版も提供開始。ユーザーの利便性向上に注力。

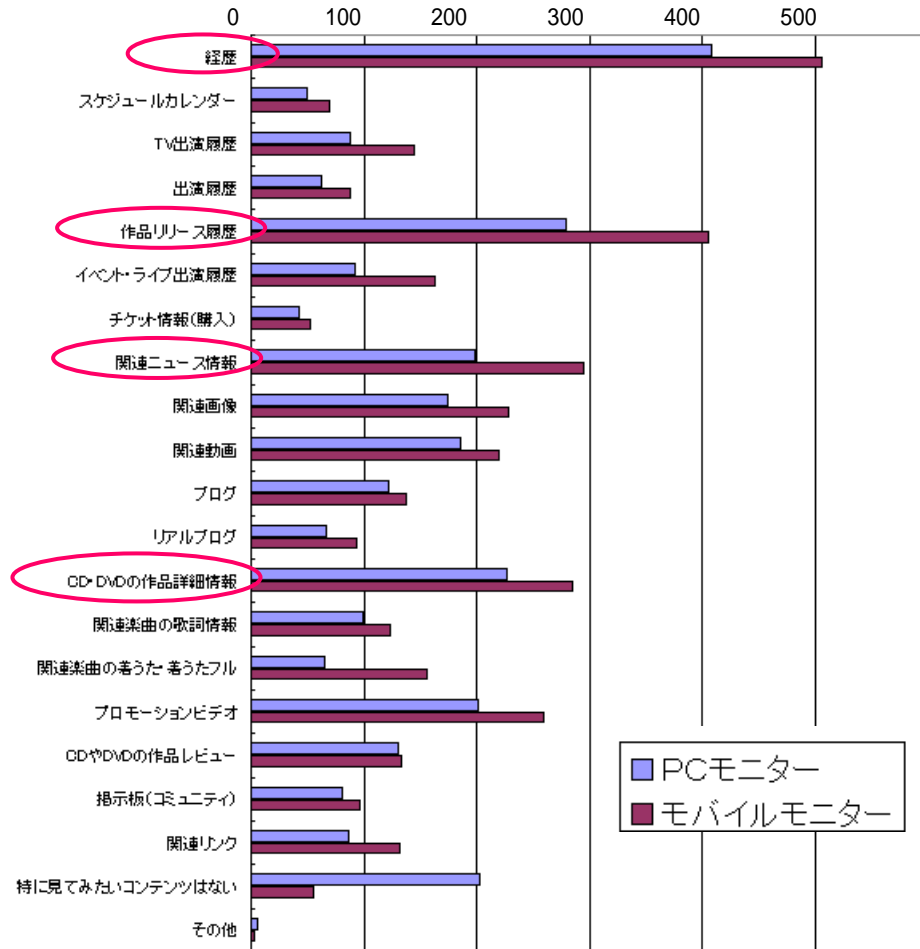
当社のタレントコードをインターネットにおけるデファクトスタンダードにすることを目指し、データベースを拡充。

「オリコン芸能人辞典」 ~ ユーザーが求めるものを提供

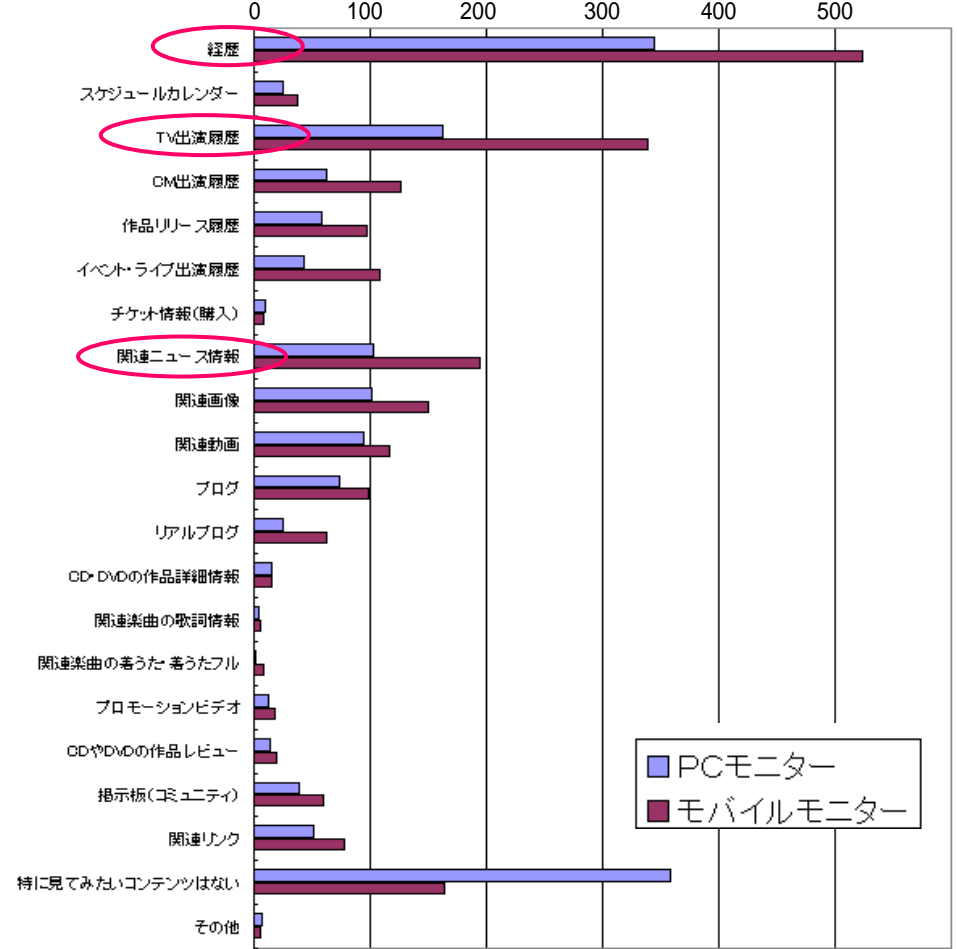


Q1: 「“キング・オブ・ポップ”マイケル・ジャクソンさんがロスで死去」のニュース記事をご覧になったあと、見てみたいと思ったコンテンツをすべてお選び下さい。(複数回答)

Q2: 亀山房代:「お笑いタレントの亀山房代さんが死去 元漫オコビ'里見まさと・亀山房代で活躍」のニュース記事をご覧になったあと、見てみたいと思ったコンテンツをすべてお選び下さい。(複数回答)



マクロミル調査(各群 n = 824)



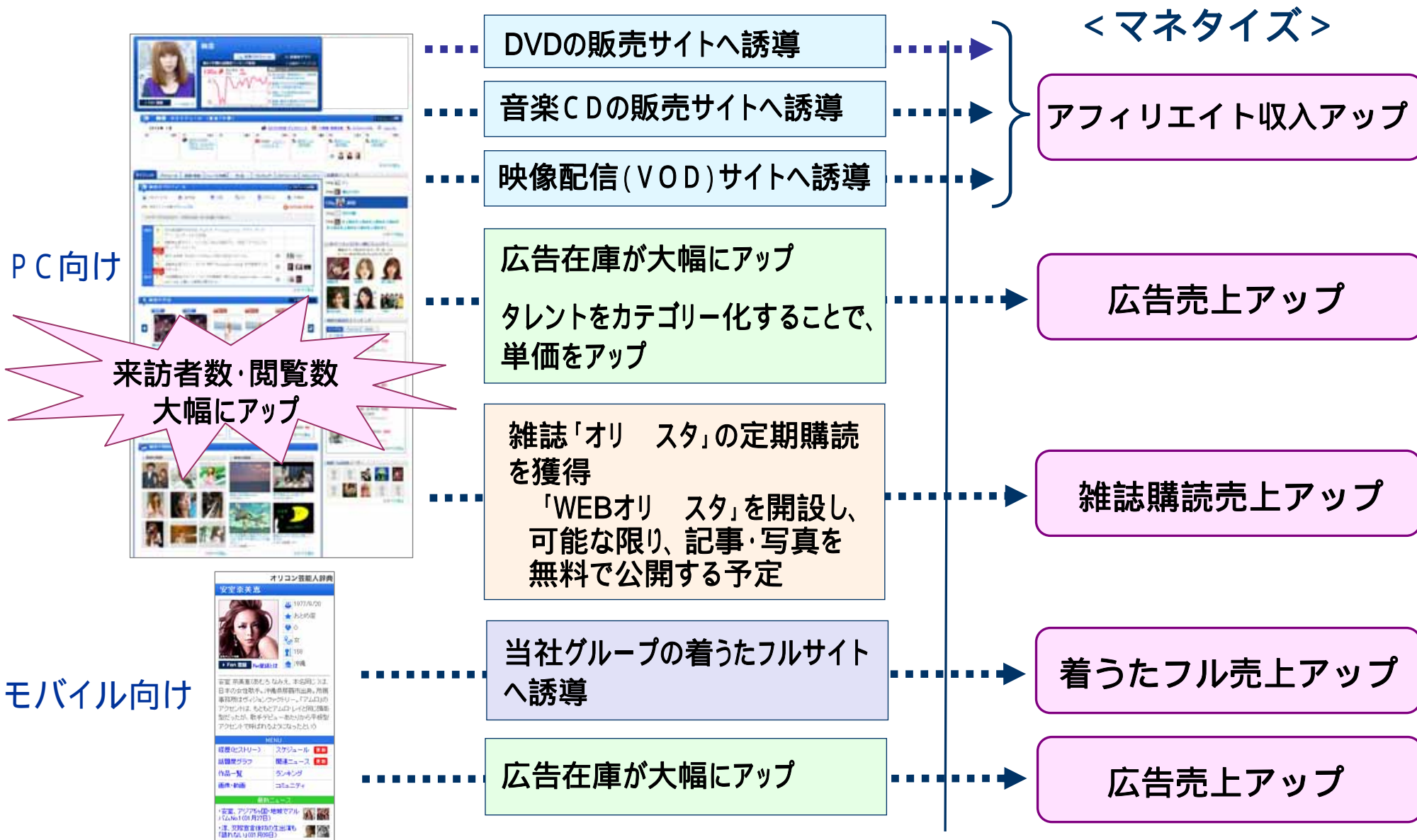
マクロミル調査(各群 n = 824)

ニュース閲覧後、「経歴」「TV出演履歴」「作品履歴」「関連ニュース情報」「作品詳細情報」にユーザーの興味関心の高いことを確認。

「オリコン芸能人辞典」 ~ サイト内回遊を効率的に誘導



スケジュール情報など「オリコン芸能人辞典」をブックマークするユーザーを獲得し、サイトロイヤリティーを向上。



2009年12月1日、現在運営中の30ジャンルのうち、18ジャンルについて2010年度の新ランキングを発表。同日、各ジャンルで1位になった企業の表彰を行う「オリコンCSランキングアワード」を開催。

CS調査の調査結果について、データ販売の引き合いが増加。広告売上以外の収益も伸ばすため、販売を強化。



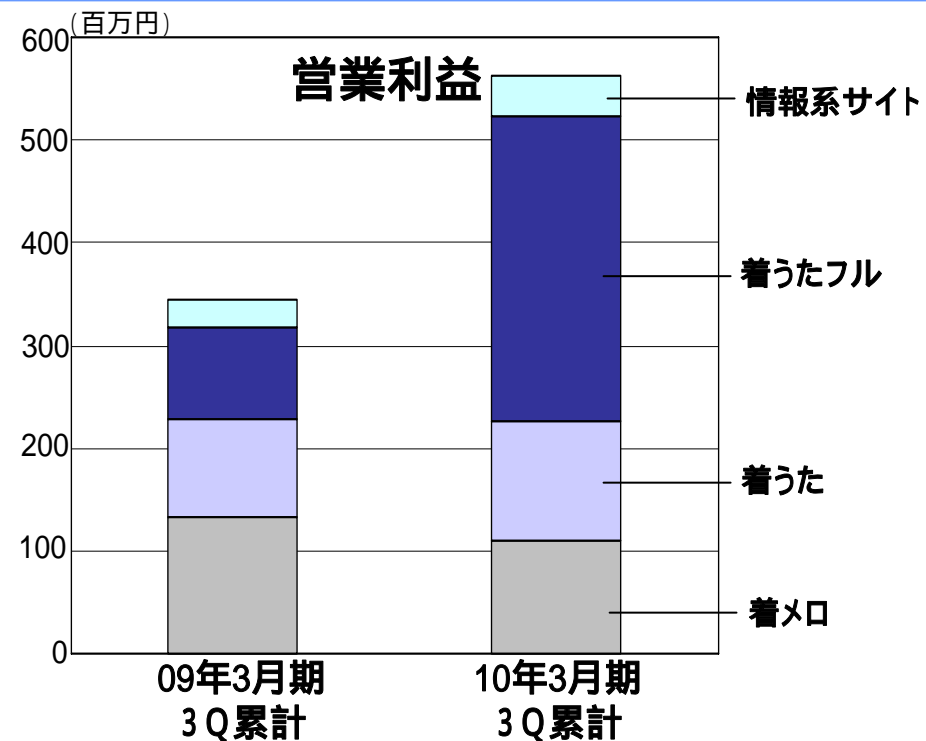
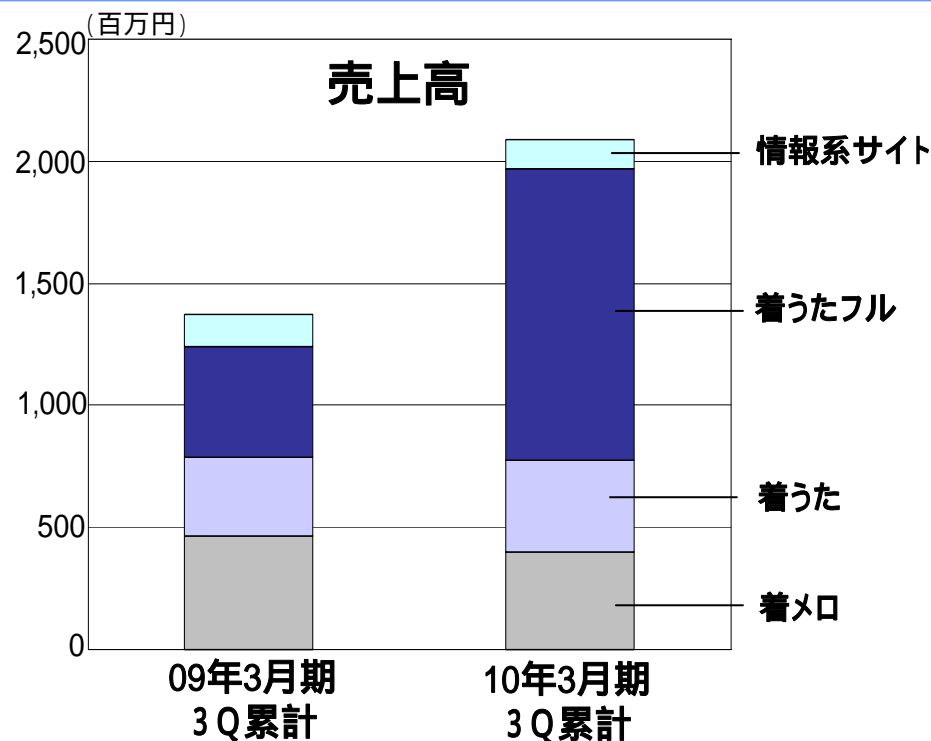
2009年12月1日撮影

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[09年5月開始] | ・人材派遣 |
| ・メンズエステ | ・宅配ピザ[09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[09年2月開始] | ・クレジットカード | ・医療保険[09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[09年5月開始] | ・戸建ブランド | ・ビジネスホテル[09年3月開始] |
| ・病院ランキング | ・住宅リフォーム[09年8月開始] | ・結婚情報サービス[09年4月開始] |

モバイル事業について

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9月の有料音楽配信売上実績[09年11月30日発表]
 「着うたは前年同期比17.3%減。着うたフルは前年同期比4.5%増の成長に留まる。」(当社サイトは2.6倍に拡大)

当社グループの着うたフルが、業界標準を超えて大きく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

公式サイトメニューリストや検索結果の表示に「オリコン」が含まれていることで、クリックされる頻度が高いと推測

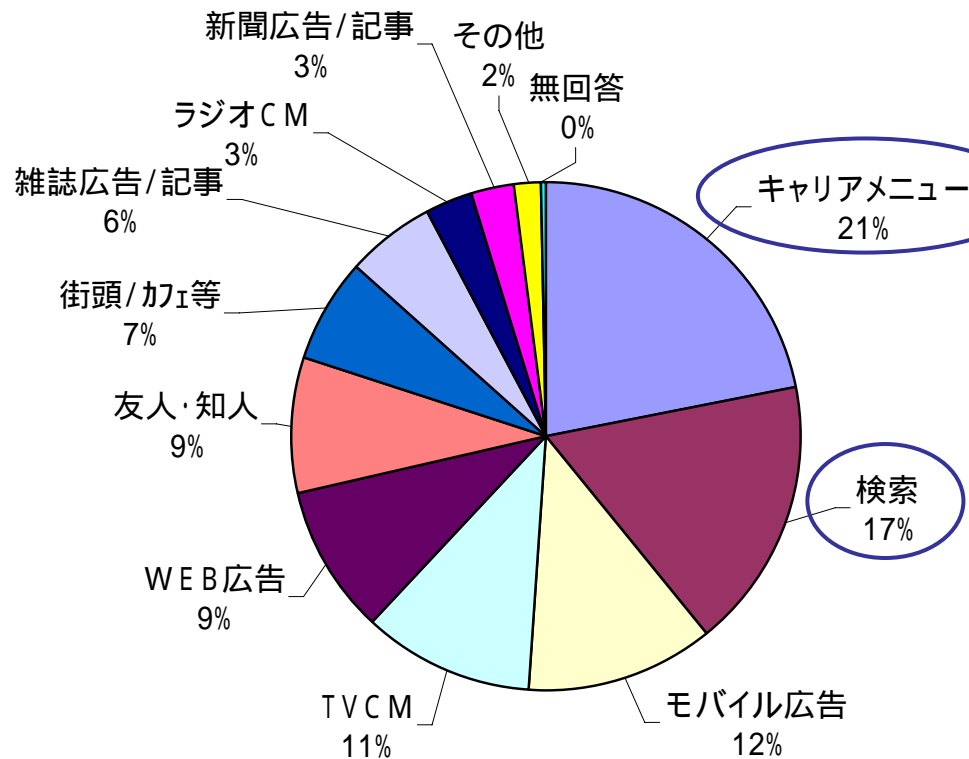
前年同期と比べ、配信楽曲のラインアップが充実

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」、「オリコン タイアップフル」など)が順調にスタート

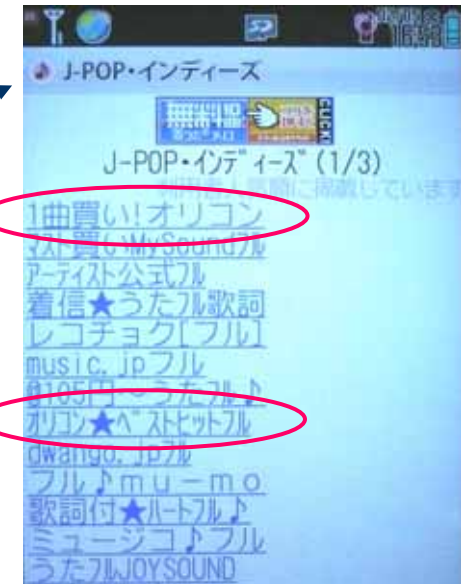
着うたフル伸展の要因分析

Q:「着うたフルサイトの月額会員に登録するきっかけとなったことは何ですか？」



調査:マクロミル

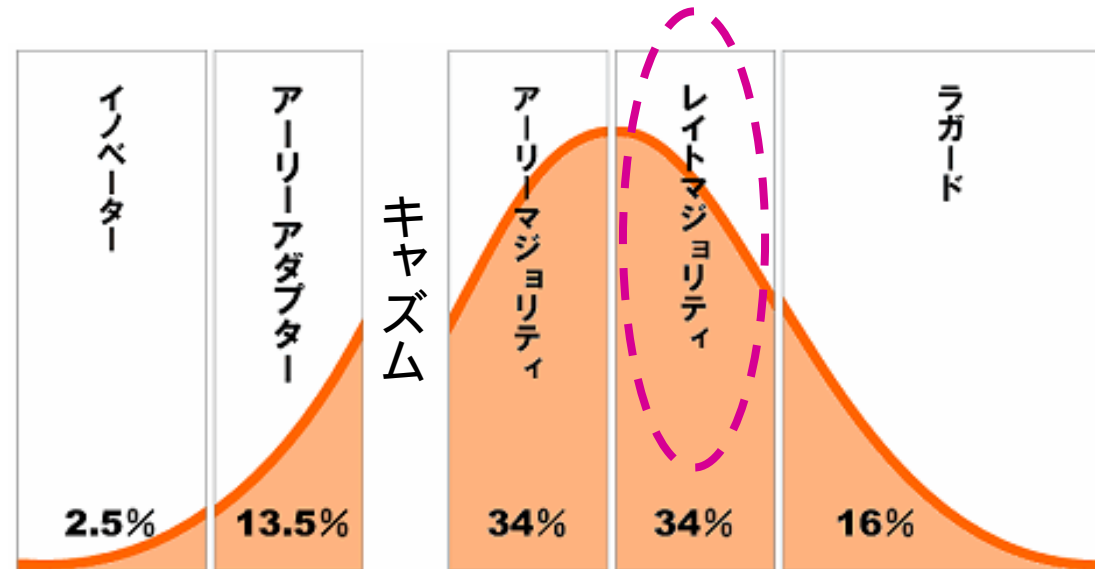
対象:3ヶ月以内にダウンロード経験のある着うたフルサイト月額会員
15歳~49歳の男女(n=824)



着うたフルJ-POPカテゴリーのメニューリスト
(2010年2月前半の1ページ目)

キャリアの公式メニューリストや検索結果に「オリコン」と表示されることが、サイトへの誘導・月額会員への登録に有効

着うたフル伸展の要因分析



出典: ジェフリー・A・ムーア
「キヤズム」(翔泳社)を基に作成

パケット定額サービス利用者

さらに加入率アップ

すでにパケット定額サービスの加入率が50%を超え、レイトマジョリティの категорияにも波及している状況。このカテゴリーと、実績・信頼感のある「オリコン」ブランドとは、親和性(親近感)が強く、このことが、当社グループサイトの新規ユーザー獲得に寄与しているものと推測。
今後、パケット定額サービスの加入率が上がっていくに伴い、この有利な傾向がさらに続くものと予測。

その他の事業について

雑誌事業 ~ 厳しい外部環境下で善戦



雑誌事業全体の売上高は、前年同期と比べ6.8%減。
 発行している3誌の中で、「オリスタ」の販売が好調。購読は3Q累計で前年同期比2.7%増。3Qに限れば7.6%増。
 ジャニーズ系アーティストのファンを中心に「オリスタ」のファンを醸成。



2010年2月15日号

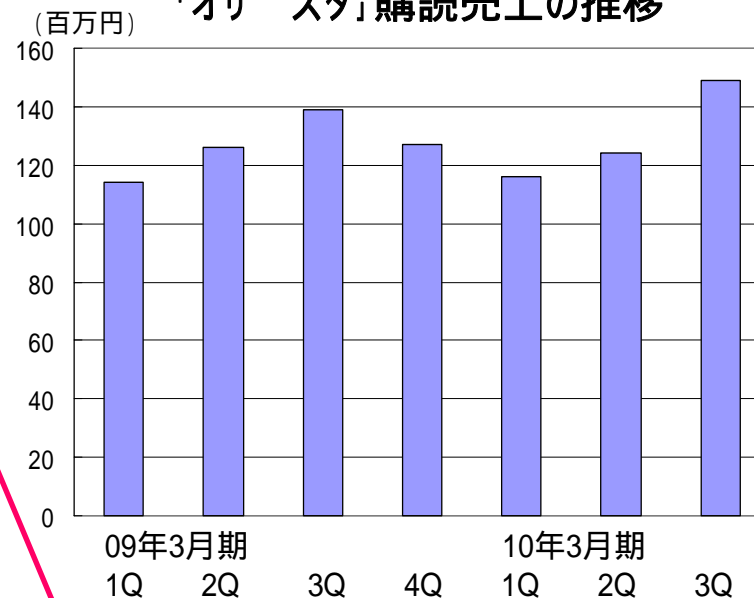
TSUTAYAの週刊誌ランキング

(2009年12月28日 ~ 2010年1月3日)

順位	先週	雑誌名	出版社
1位	3	オリスタ	オリコン
2位	-	オレンジページ	オレンジページ
3位	4	週刊ファミ通	角川グループパブ
4位	19	週刊現代	講談社
5位	6	週刊文春	文藝春秋
6位	8	女性セブン	小学館
7位	-	PRESIDENT	プレジデント社
8位	18	電撃PlayStation	角川グループパブ
9位	7	週刊新潮	新潮社
10位	15	an・an	マガジンハウス

同時期の文教堂の総合週刊誌ランキングでも2位

「オリスタ」購読売上の推移



TSUTAYAの週刊誌ランキングで初の“1位”を獲得

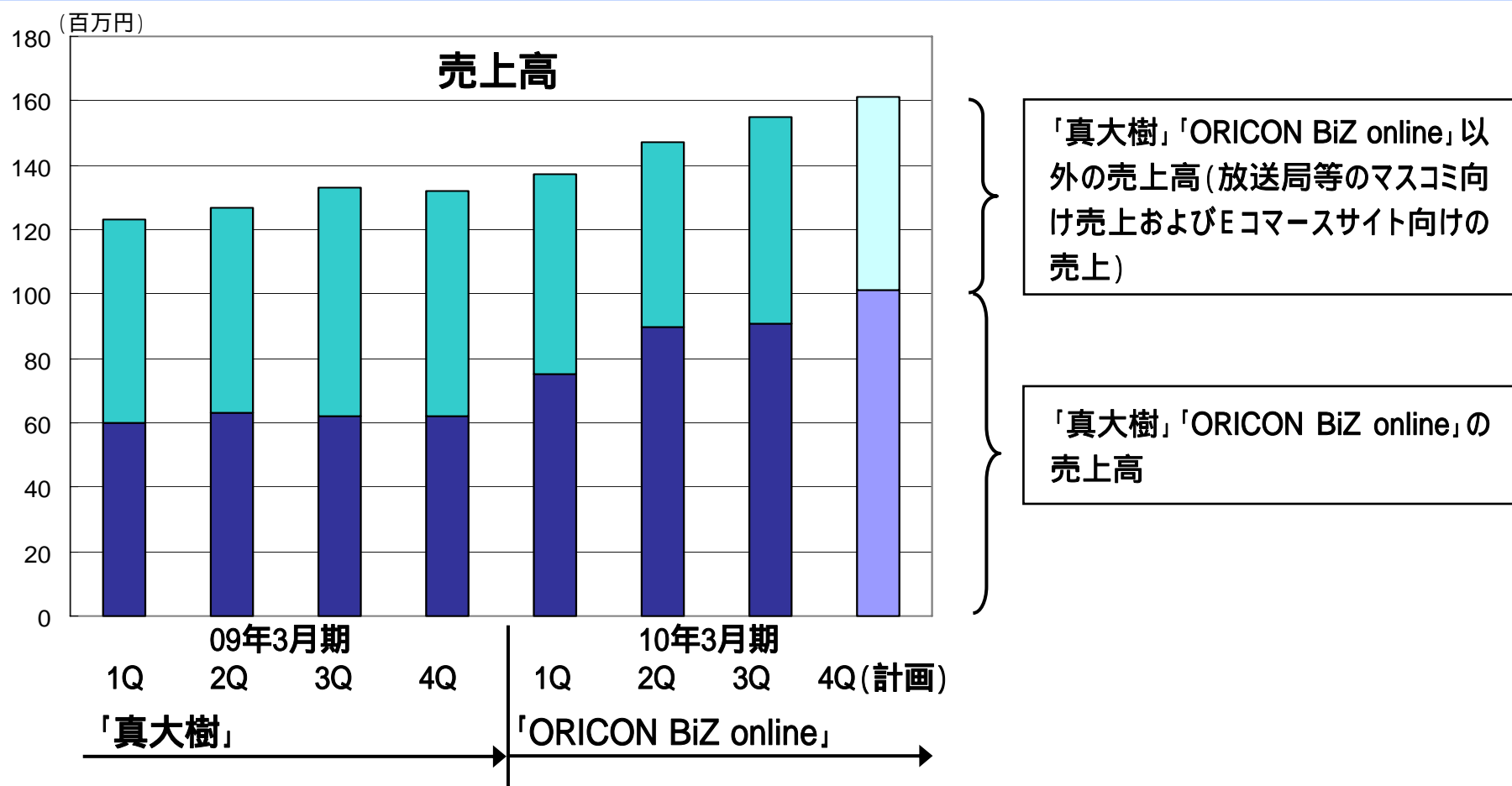
雑誌「オリスタ」の誌面を**無料**開放！

「WEBオリスタ」を今春、スタート！



雑誌「オリスタ」の価値を幅広い層に浸透させ、
雑誌の定期購読の獲得に結び付けます

データサービス事業 ~ 営業の状況



2009年4月に「真大樹」を刷新して「ORICON BiZ online」を開始し、着実に売上が積み上がっている状況。「ORICON BiZ online」の3Q累計期間の売上高は、前年同期の「真大樹」の売上高と比べて38.2%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(放送局向け売上等の減)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 14.9%の増収。

データサービス事業 ~ 「ORICON BiZ online」



2009年3月に旧来のサービス「真大樹」を刷新してスタート以降、
 ・「マーケット動向」などの新メニューを追加いただくことでの単価アップ
 ・映像メーカーなど新規ユーザーの獲得
 を推進。着実にストック型の売上を積み上げている状況。

今回、音楽・映像メーカーや出版社以外に、新たにパチンコメーカーとの新規契約も獲得。コミックス・アニメのデータの需要が高い。

大手コンビニエンスストアチェーン上位3社が調査協力店に加わり、コンビニ系のデータを収集開始したことで、「ORICON BiZ online」の商品力もアップ。

現在、過去の売上データを分析し、今後発売される作品の売上予測を行うソリューションを追加メニューとして開発中。

オリコン・コミュニケーションズ株式会社を設立

オリコン・リサーチ株式会社の広報企画部門とリサーチ部門(オリコン・モニター・リサーチの運営・管理部門)を会社分割(新設分割)し、2010年2月1日、新会社を設立。

いわゆる「リーマン・ショック」以降、企業のコミュニケーション活動において、企業哲学であるコーポレートブランドをどう高めていくかということに重点がおかれる傾向が強くなった。

当社グループも、「オリコン」ブランドとコラボレートした広報プランを受託する件数が増加。

オリコン・リサーチ株式会社の広報企画部門が、マスコミ各社とのネットワークを活用し、外部から受託した広報関連業務を行ってきた。

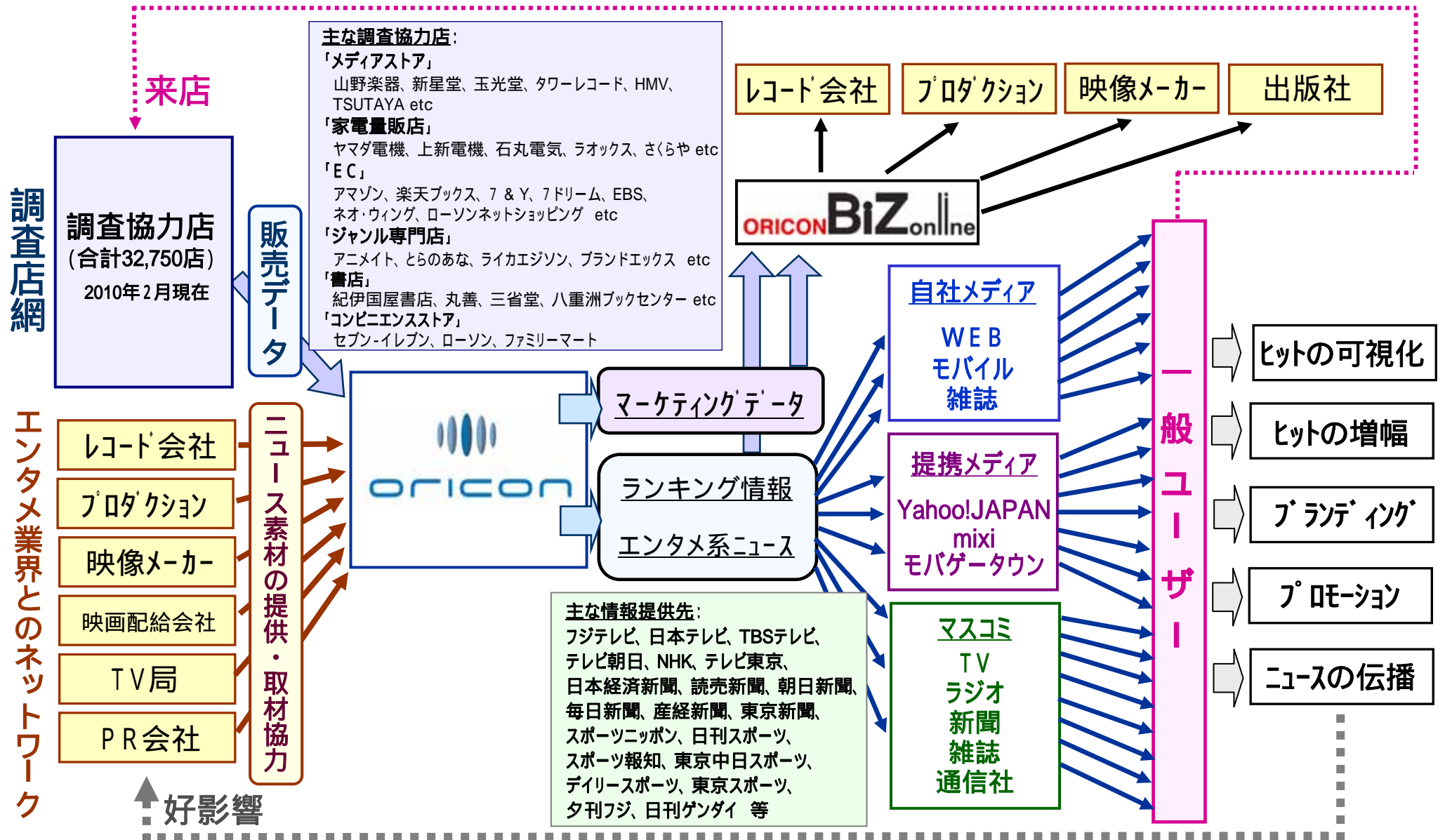
新会社では、

広報関連に限定せず、企業のブランド価値向上に結びつくマーケティングソリューションを外部に提供。

リサーチ機能を活用して行動経済学に基づく実験を行い、その結果を当社グループ各部門がクライアント企業へ行う企画に付加。企画提案力を向上。

「オリコン」ブランドの価値を維持・向上させるブランドマネジメントを担当。

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。