



オリコングループ事業戦略説明会

2007年6月29日

1. オリコングループの基本戦略
2. WEBメディア事業の成長戦略
3. オリコンDD(株)とヤフー(株)との資本・業務提携について
4. モバイル事業の現状と今後の展開
5. ORICON CNS Inc. (韓国) が展開するNEPIのサービスについて
6. 連結業績計画

1. オリコングループの基本戦略

社是

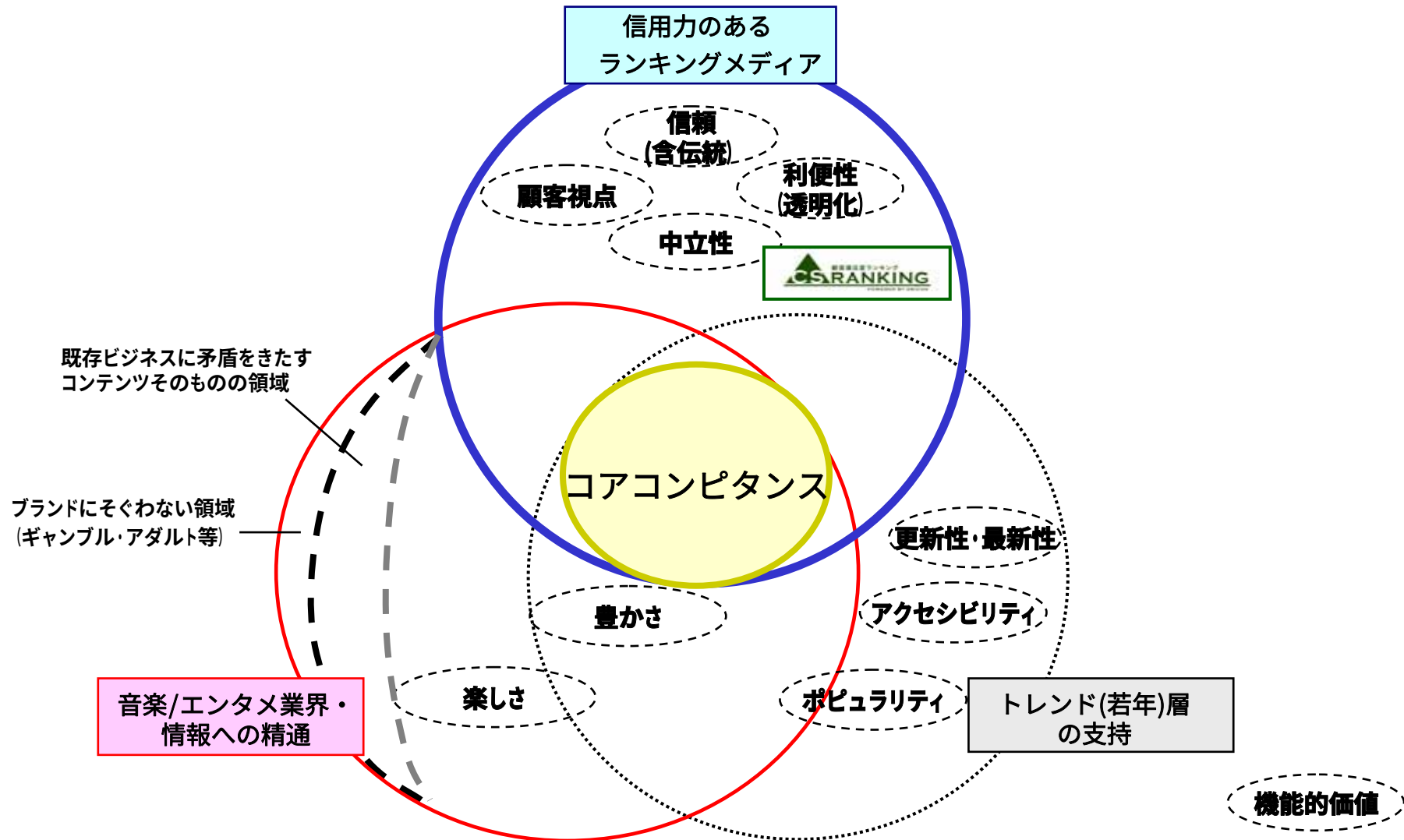
Consumer Oriented (消費者本位) な立場から、最も信頼性の高いランキング情報を提供することによって、社会からの信頼を獲得し、文化、産業の発展に貢献することを目的とします。

オリコングループのブランドステートメント



ミッション	1. コンシューマー視点に立ち、世の中の透明化ニーズに応えていくこと。 2. 世の中のトレンド、新しいタレント(=才能)を常に発信し続けていくこと。 3. ヒット、トレンド、消費、価値を増幅していくこと。	
ビジョン	エンタテインメント、ライフスタイル分野において日本で一番信頼され、影響力があり、最も利用されるメディアブランドとなることを目指します。	
提供価値	信頼と公正さ 利便性と透明性 社会性 最新のトレンド 国際性	:公正中立なプラットフォームメディアの立場からコンシューマー視点に立った、最も信頼性の高い情報を提供します。 :多くの人が欲している情報をあらゆるメディアでリーチ可能にします。 :発信する情報には社会性があり、ヒットや消費を増幅します。 :世の中のトレンド情報が欲しい全ての層に対して、最新の情報をお届けします。 :海外、特にアジアが日本を知る際のナビゲーション、及び海外コンテンツの日本における浸透度の基準になります。
根拠	機能的価値 感覚的価値 信頼の根拠	:コンシューマーが最も知りたいエンタテインメント・ライフスタイル情報(特にランキング情報)を一早く、正確にお届けできること :オリコン提供ということがコンシューマーにもたらす安心感・信頼感(最も世相を現している)と躍動感(エンタテインメント要素) :最も信頼に値する調査を実施し、多くのメディアに利用されているランキングであること。
特性	ブランド特性 ロゴイメージ キャッチフレーズ エンダーサー	:親しみやすい、信頼できる、中立、最新、便利、顧客視点、楽しい :青 – 公正中立・信頼のイメージ、楕円 – 地球、国際性を現す :”Most Trusted Entertainment & Lifestyle Media “ :全コンシューマー及び全クライアント

「オリコン」のブランド戦略ーコーポレートブランドとサービスブランドー



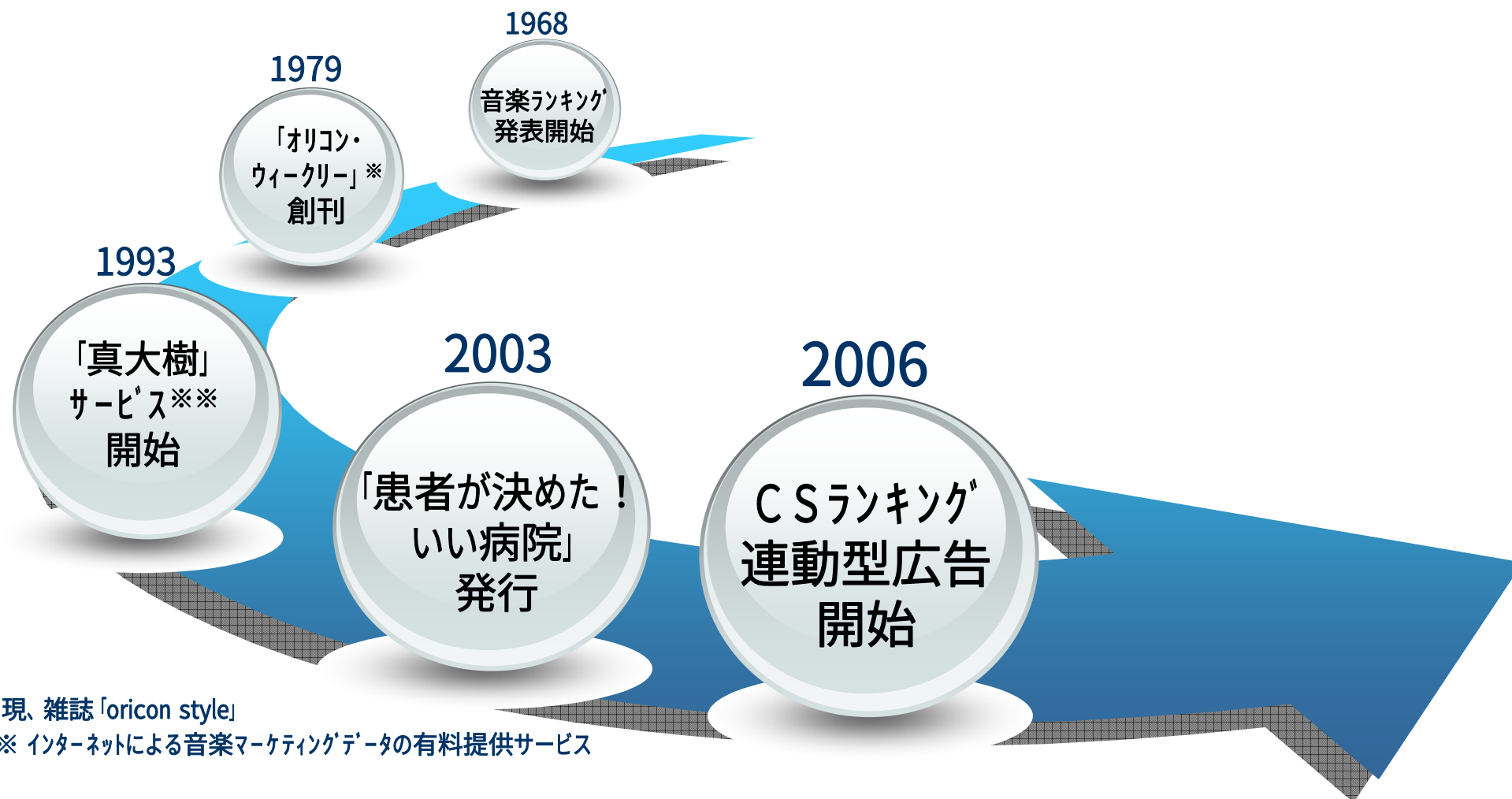
ヒット、流行 (ポピュラリティ) 情報に敏感なユーザーに説得力を持って訴求する

強力な「ランキングブランド」

強力な「エンタテインメント業界とのリレーションシップ」

強力な「メディア力」

オリコンのランキングビジネスの変遷

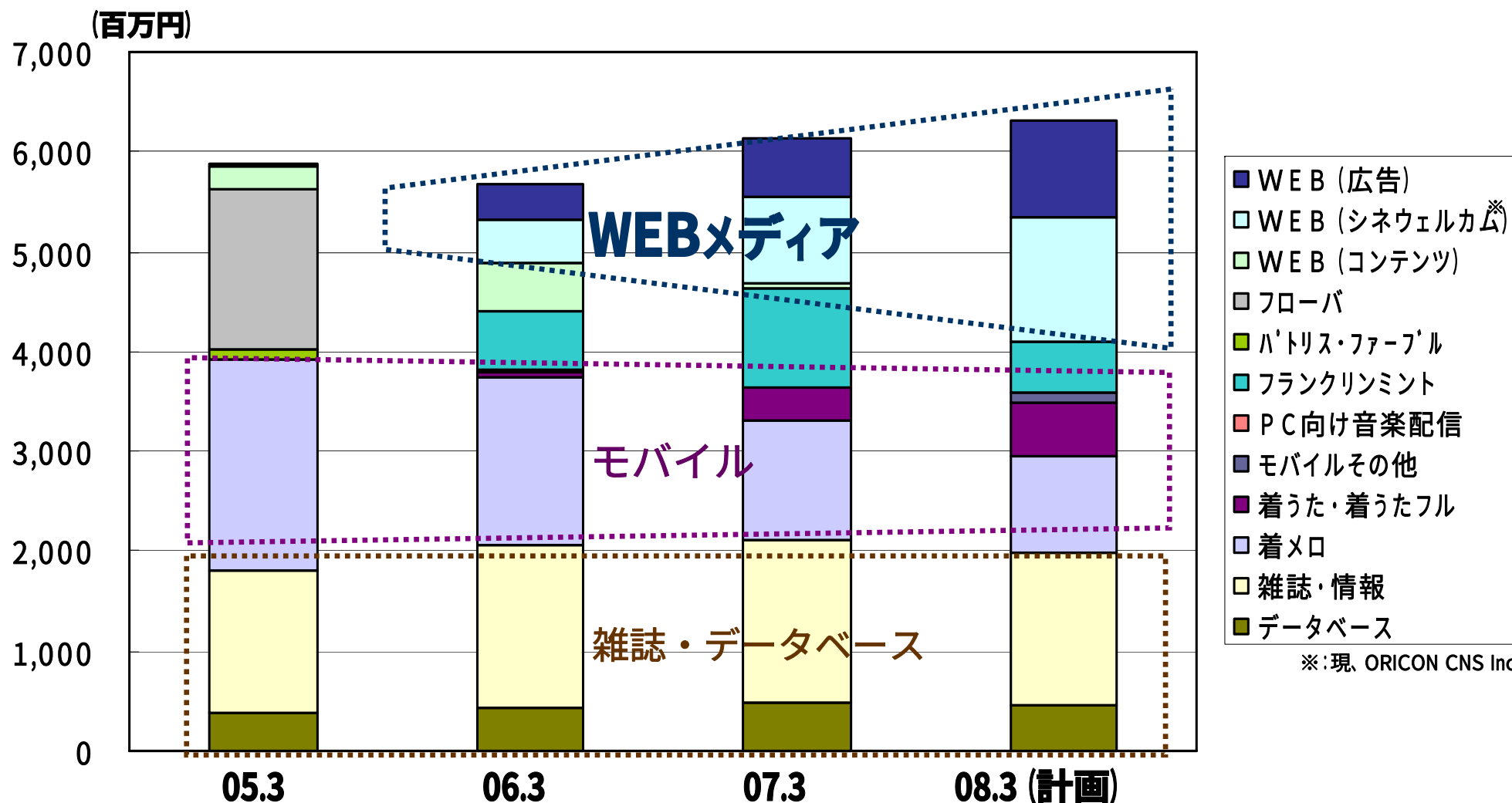


※ 現、雑誌「oricon style」

※※ インターネットによる音楽マーケティングデータの有料提供サービス

長年にわたり、国内の多くのマスコミを通してランキングを提供してきたことで、
高い認知度と信頼性を獲得 → ランキングブランドを構築

WEB事業への事業転換を積極的に推進



データベースと雑誌で安定した収益を上げ、着メロの売上減を着うた・着うたフルの売上増で補いつつ、WEBメディア事業への事業転換を積極的に進めたことによってWEBの売上が拡大してきました。

2. WEBメディア事業の成長戦略

オリコンのWEBサイト



エンタテインメント系情報サイト



ランキング・ニュースサイト



回遊

oricon.co.jp

成長を続けるオリコンのWEBサイト

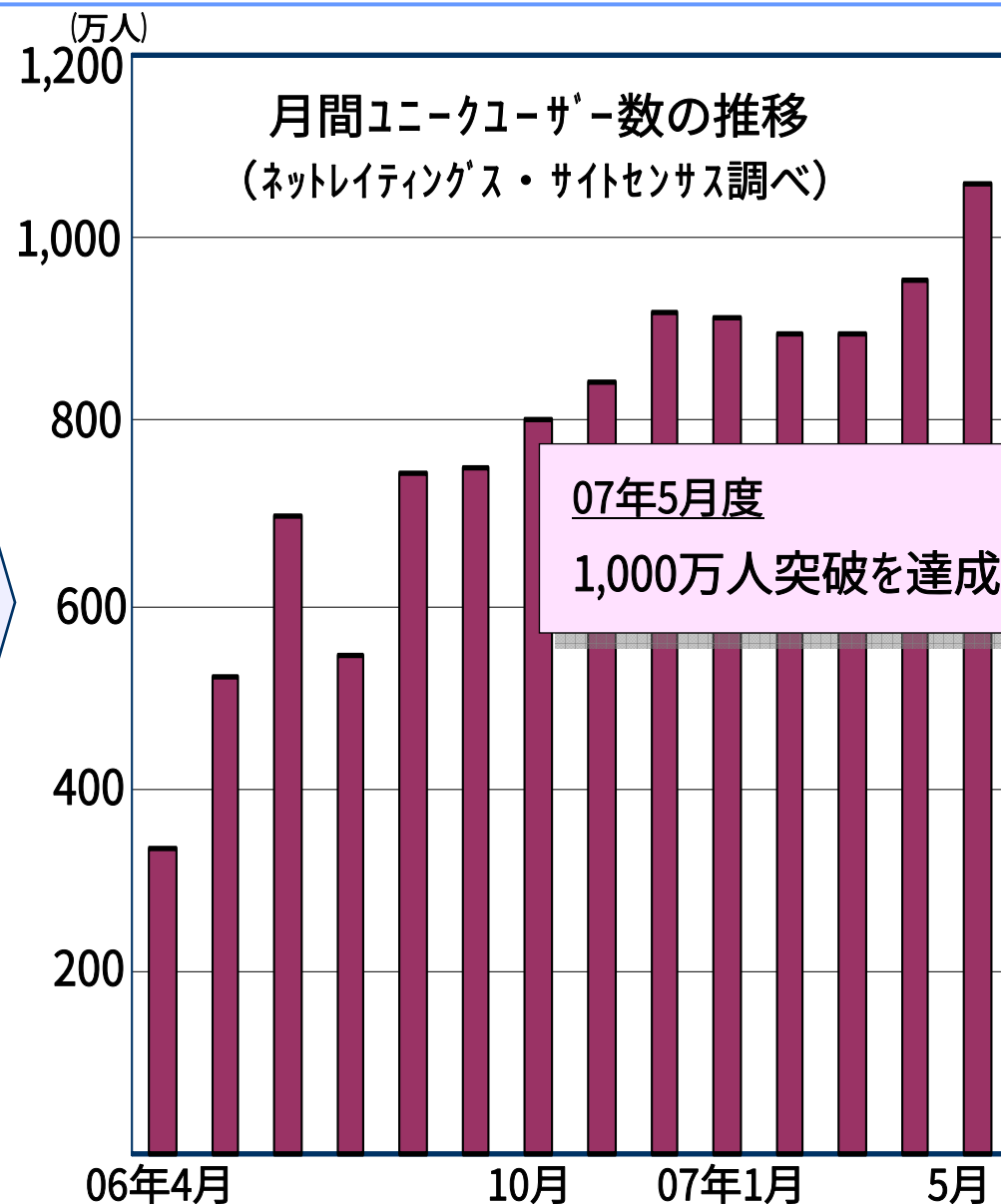


Yahoo!JAPANへのエンタメ系ニュース提供を強化
(ニュースコンテンツ中のリンクから当社サイトへの誘導が促進)

コンテンツの拡充

サイトリニューアルを繰り返し実施
(ユーザーの利便性向上のため)

顧客満足度 (CS) ランキング掲載開始



インターネット視聴率調査 (ネットレイティングス社)



2006年5月度

yahoo.co.jp	36,180千人
excite.co.jp	9,889千人
allabout.co.jp	5,152千人
kakaku.com	4,947千人
fujitv.co.jp	4,270千人
gnavi.co.jp	3,834千人
gyao.jp	3,823千人
mixi.jp	3,233千人
oricon.co.jp	2,853千人
walkerplus.com	2,422千人
pia.co.jp	2,202千人

2007年5月度

yahoo.co.jp	39,884千人
excite.co.jp	7,792千人
allabout.co.jp	6,209千人
mixi.jp	5,859千人
oricon.co.jp	5,673千人
kakaku.com	5,487千人
fujitv.co.jp	4,695千人
gyao.jp	4,589千人
gnavi.co.jp	4,074千人
pia.co.jp	2,672千人
walkerplus.com	2,279千人

(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サスの数値と差異を生じております。

Yahoo!JAPAN との提携関係を一層強化

外部サイトへ音楽ランキング等のブログパーツの提供を拡大



ユーザー参加型コンテンツの拡充

CSランキングのアワード発表など集客効果の高いイベントの開催

顧客満足度 (CS) ランキング連動型広告

行動ターゲティング広告

バナー広告

タイアップ広告

アフィリエイト

顧客満足度 (CS)ランキング連動型広告 ～高い契約継続率を持続～

	2006年 9月	10月	11月	12月	2007年 1月	2月	3月	4月	5月	6月 (中間)
広告運用している ジャンル数※	4	4	6	10	12	14	15	16	20	20
契約クライアント数	18社	22社	27社	38社	41社	50社	52社	55社	53社	61社
契約継続率		94.4% (17/18)	90.9% (20/22)	92.6% (25/27)	89.4% (34/38)	100.0% (41/41)	92.0% (46/50)	90.4% (47/52)	90.9% (50/55)	92.5% (49/53)
月次の売上高 (百万円)	6	8	10	18	22	25	27	25	29	25

- クライアントの満足度が (他の広告商品と比べて) 高い→クライアント契約が高い率で継続
- 1社が当該ジャンルを占有する「1社タイアップ型」で運用するケースも有り (「学習塾」など)

CSランキング連動型広告 (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アフィリエイト型広告モデル)

サービスや商品を利用
したユーザーを対象と
して大規模なアンケー
ト調査を実施

顧客満足度に基づく
ランキング (CSラン
キング) を構築

ランキングにランクインした
事業者のうち、クライアント
契約を結んだ場合のみ、事業
者サイトへユーザーを誘導

売上

- クリック課金
- アフィリエイト
(資料請求、来店、商品購入など)
- 行動ターゲティング広告

“オリコンのCSランキング”を経由したことによる「信頼」「安心」という付加価値を創出

“オリコンのCSランキング”にランクインしたことによるブランディング効果を創出

各ランキングページへのユーザーの誘導を強化

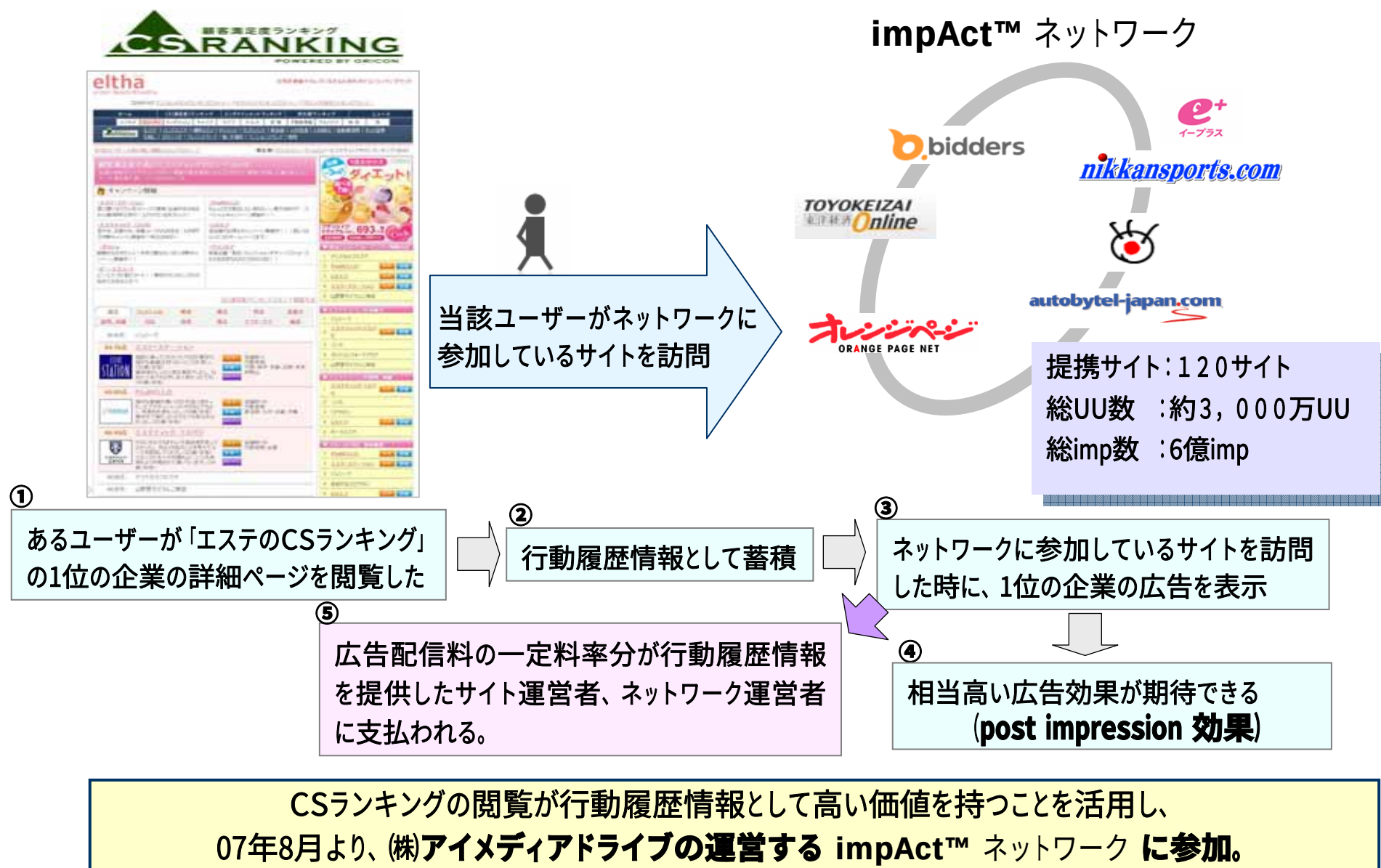
クリックの単価アップ (現状、100円～150円)

ジャンルの拡大と深堀

ブランディング広告を積極的に提案 (他の広告メディアとの連携)

行動ターゲティング広告への進展

CSランキング連動型行動ターゲティング広告



タイアップ広告 ～アーティストコラボレーションの成功事例～



事例A. KDDI様 au「LISMO」タイアップ

実施時期: 07年3月～4月

広告目的: auの主力サービスである「LISMO」サービスの理解促進
ロイヤルユーザーの確保とナンバーポータビリティによる新規顧客獲得。

実施内容: アーティスト (mihimaruGT・橘慶太_winds.) によるサービス体験動画番組を配信。
ユーザーの興味関心度の高い“アーティスト”を活用することによる興味喚起と
“動画番組”を通したコミュニケーションによる理解促進を図った。



事例B. 任天堂様 「Wii」タイアップ

実施時期: 06年11月～07年2月

広告目的: 話題の新ゲーム機「Wii」の認知獲得と商品理解。
「Wii」のプレイ実感が訴求でき、かつネット上で話題性の大きい
“アーティストによる体験映像”を配信。

実施内容: アーティスト・タレント9組 (八代亜紀・DA PUMP etc) による体験動画番組



当社で広告の企画、制作、アーティストのブッキングまで一括して受注。エンタメ業界に強い当社が得意とする広告商品。
上記の2社をはじめ、広告出稿を繰り返していただけるクライアント様が増えており、広告営業を強化。

3. オリコンDD(株)とヤフー(株)との資本・業務提携について

オリコンDD株式会社

オリコン株式会社100%

資本金：1億円 (20,000株)

ヤフー(株)との業務提携内容の拡充を図るため、
ヤフー(株)を割当先とする第三者割当増資を
決議 (10,300株を発行)

オリコン株式会社 66.0%
ヤフー株式会社 34.0%

資本金：1億 5,150万円 (30,300株)

**オリコンDD(株)は、ヤフー(株)の持分法適用会社となります。
ヤフー(株)より取締役2名が就任する予定です (合計6名となります)。**

オリコンDD株式会社の概要

代表者 : 代表取締役社長 米谷 昭良

設立 : 2004年10月1日

主な事業内容: 「ORICON SYYLE」等のWEBサイトの制作・運営、
エンタテインメント系を中心としたコンテンツ提供

従業員数 : 68名 (うち臨時雇用者28名)

※ヤフー株式会社は、オリコン株式会社の株式について、1.49%の割合で所有しております (2007年3月31日現在)。

エンタテインメント系ニュース提供の強化

現在、エンタテインメント系ニュースをヤフーに提供中。「Yahoo! JAPAN」においてニュース記事のページビュー数が増加し、その結果、ニュース記事中のリンクから「ORICON STYLE」「RANKING NEWS」に誘導されるトラフィックも増加。

今後、エンタテインメント系ニュースをヤフーに独占的に提供し、ニュース提供の質と量をともに強化。両社サイトの利用を一層促進させて参ります。

CSランキングをヤフーに提供

現在、「RANKING NEWS」サイトのみで掲載しているCSランキングをヤフーに提供し、「Yahoo! JAPAN」でコンテンツとして活用されます。

アドネットワークサービスでの連携強化

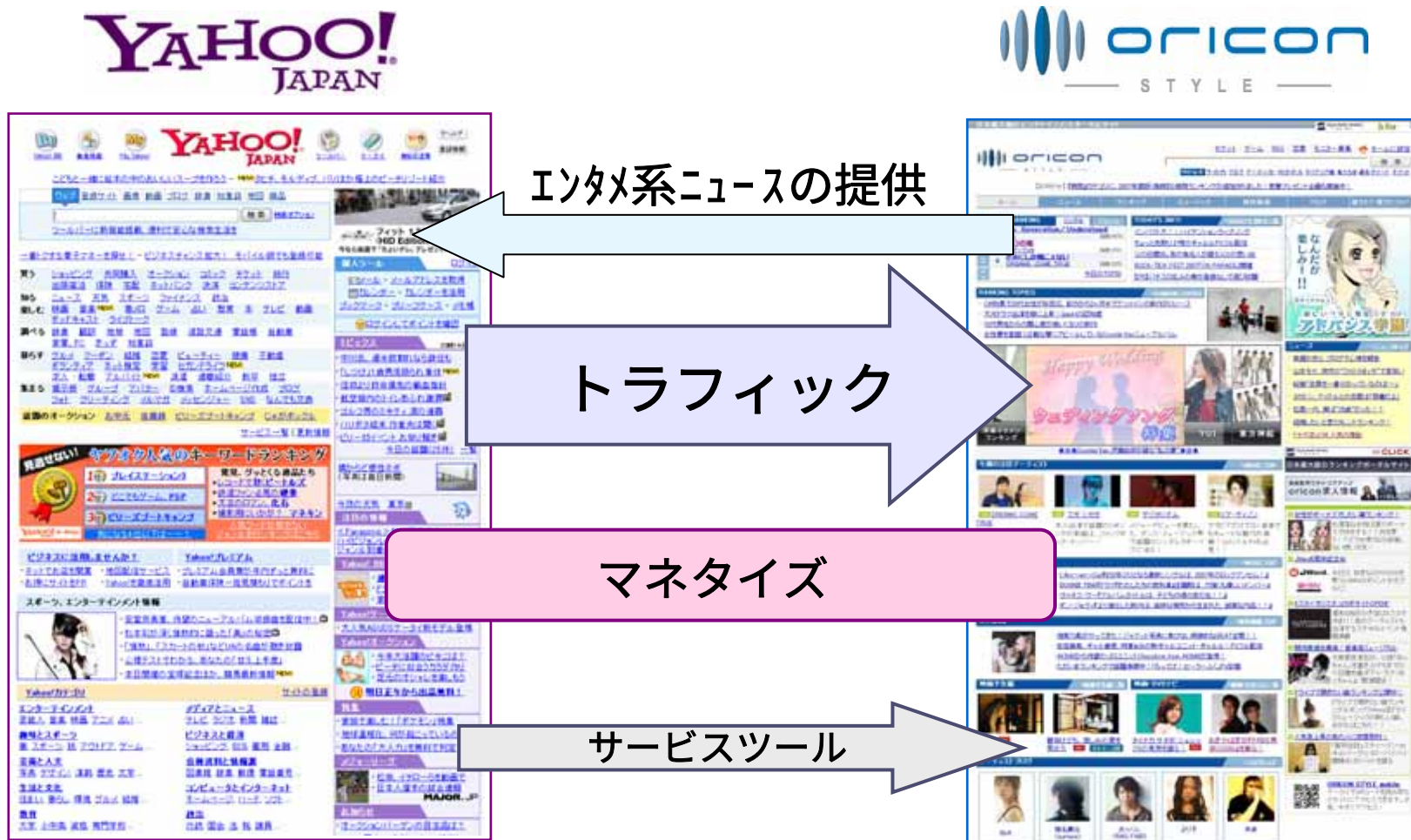
昨年7月よりヤフーのアドネットワークサービスに参加し、スーパーバナーをヤフーに提供。

今後、すでに開始している行動ターゲティング広告の配信を含め、アドネットワークサービスでの連携を強化させて参ります。

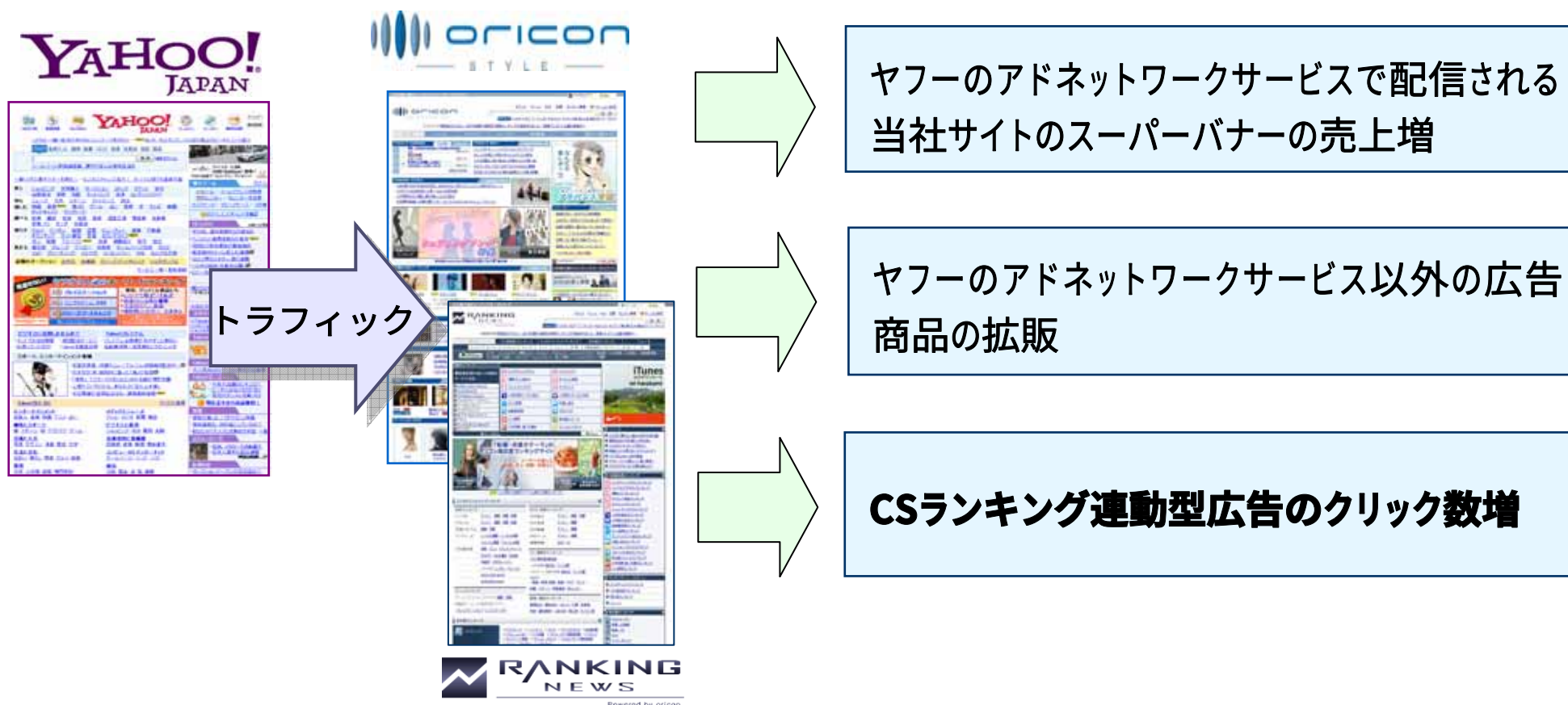
ヤフーのサービスツールの活用

今後、ヤフーが提供している「Yahoo! ウォレット」や「Yahoo! ID」などのサービスツールを「ORICON STYLE」「RANKING NEWS」で活用し、ユーザーの利便性を高めて参ります。

提携強化のイメージ



Win & Win の関係をより強固に構築



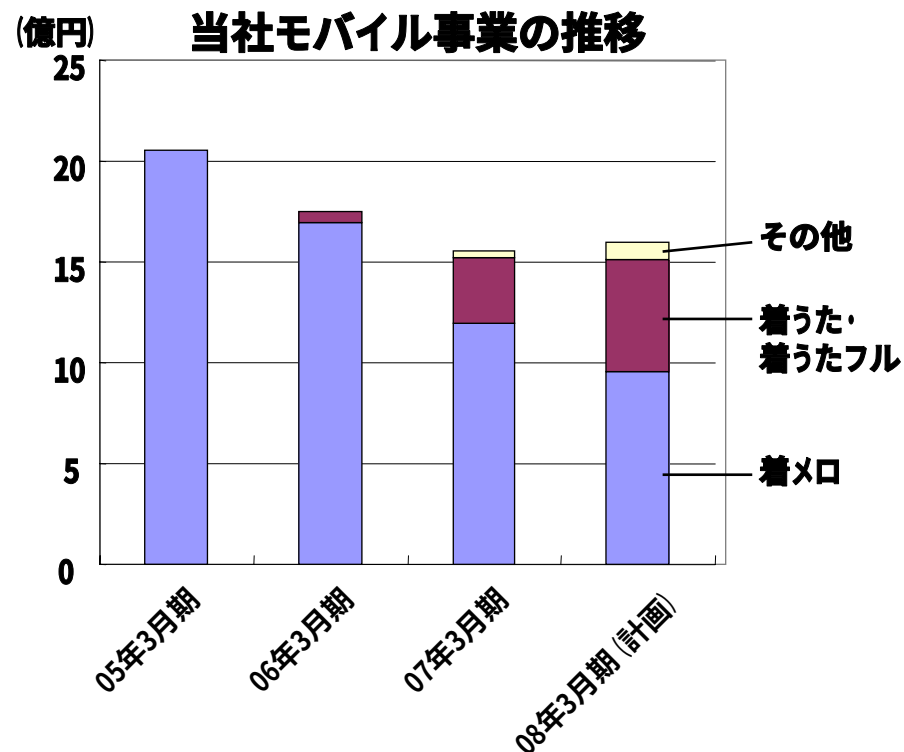
今回の資本・業務提携によって、オリコンDDの事業の安定化と収益の拡大が図られ、当社グループの収益向上につながるものと見込まれますが、具体的な数値による算定には至っておりません。今後、見通しが明らかになり次第、情報を開示いたします。

4. モバイル事業の現状と今後の展開

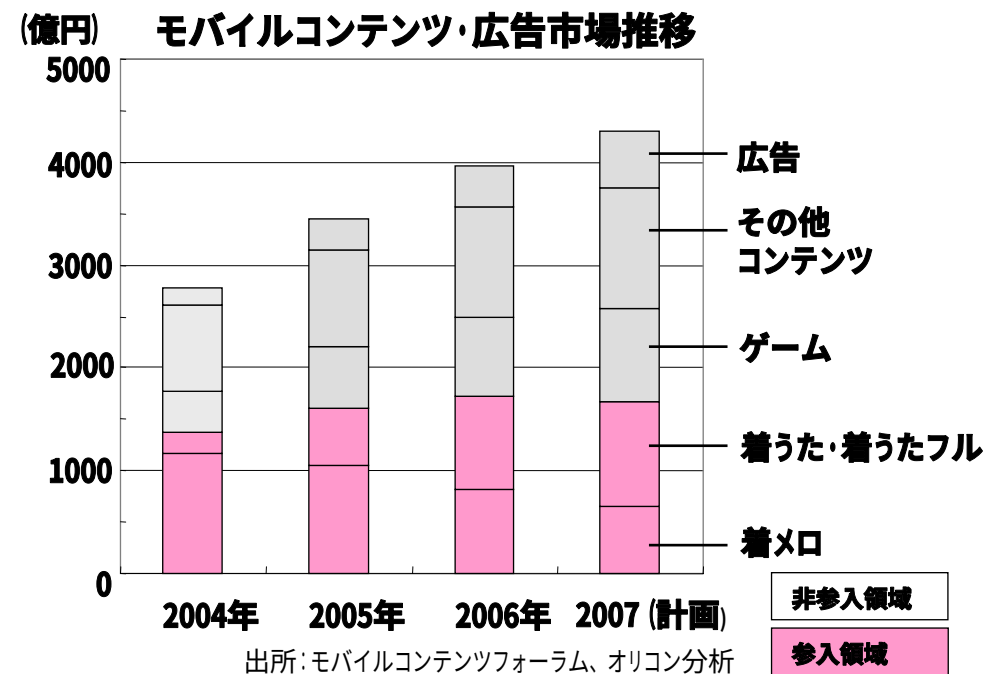
当社グループのモバイル事業、および市場の推移



当社モバイル事業は縮小する着メロ分を
着うた・着うたフルの伸びで補ってきた



既に飽和状態である既存参入領域から
伸張領域への展開が鍵



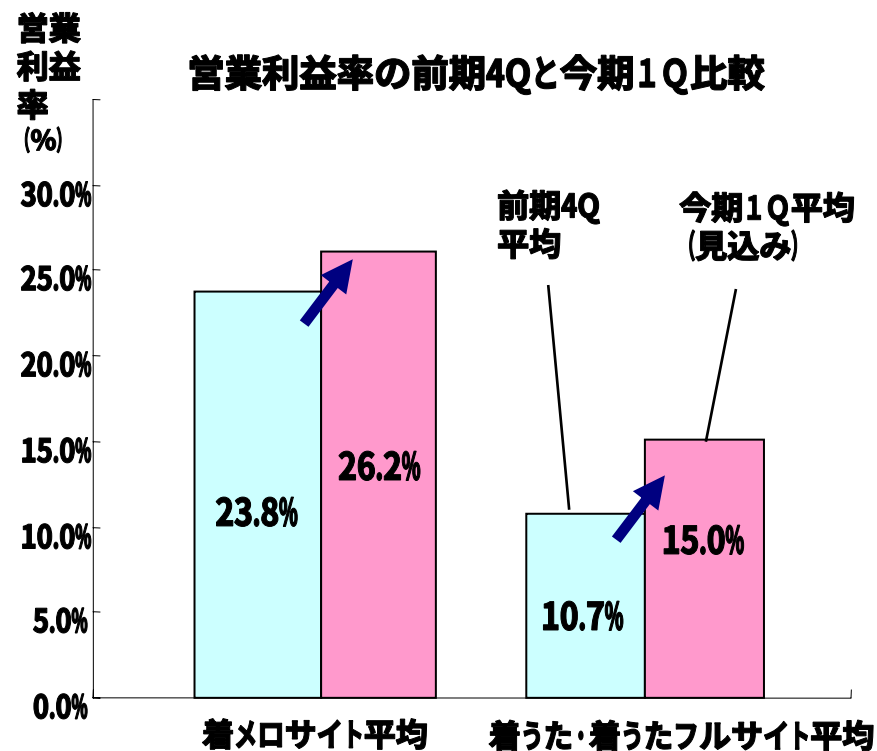
中期事業戦略上のポイントは2つ：

1. 既存参入領域における高収益化の推進
2. 当社強みの活かせる伸張領域への積極展開

「モバイル事業」1. 既存領域における高収益化推進



推進中のコスト管理の徹底による
効果は既に現れてきている



既存領域強化に向けた今後の短期・中長期施策

	短期	中期
1. 更なるコスト管理の強化・効率化推進	● 週単位予算管理 ● 制作費削減 ● 費用対効果モニタリング強化	● 基盤効率化 ● (上記に伴う)リソース最適化
2. 既存サイトの大幅テコ入れ	● 総合サイト化推進 ● SEO強化 ● 安価コンテンツ獲得 ● 顧客ステイキネス強化	● 動画強化 ● CGM化
3. 既存領域における新規サイト拡充	● 年度内に2-3サービスを立上げ予定 ー 収益性・足の軽さ	

既存領域においては着メロ事業の落込みをカバーする売上高を維持しつつ、利益率の更なる改善を追及していく

「モバイル事業」 2. 当社強みを活かせる伸張への展開



レバレッジする当社の強みと展開イメージ

1. 広告メディア化



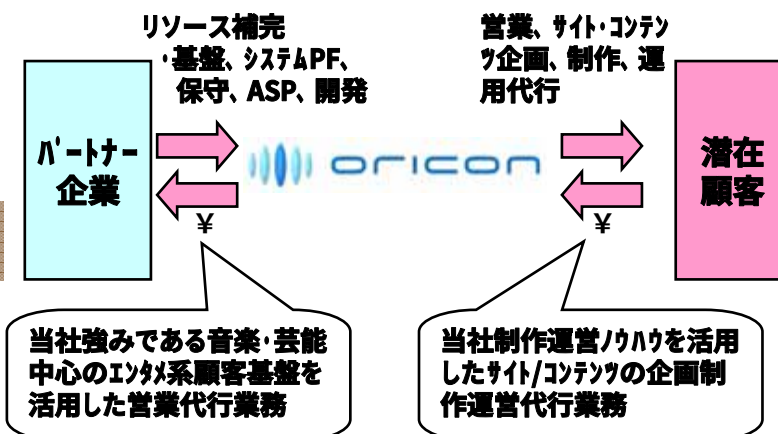
短期取組み

- Ranking Newsコンテンツの充実化
- ニュース等のコンテンツの外部リンク強化
- 投稿機能連動
- Webからの集客導線強化

中期取組み

- 店舗型顧客とのGPS連動サービス
- 時間連動カスタマー募集サービス
- ターゲット広告

2. 制作運営受託



- 専任部隊の設置
 - ・ 大口潜在顧客への営業強化
 - ・ 企画提案力強化

- 補完関係にあるパートナーとのアライアンス
- 営業人資の増強
- アプローチ先顧客領域の拡大

中期的に上記を収益の柱としていく

5. ORICON CNS Inc. (韓国) が展開する NEPI について

NEPI : on Network Entertainment contents of Platform Integrated
(ネットワーク上でのエンタテインメントコンテンツ配信サービス向けプラットフォーム)

●特徴

コンテンツの管理、配信関連業務、売上管理までをワンストップ・ソリューションとして提供

●ビジネスパートナー

①映画配給事業者

②映像配信サービス事業者

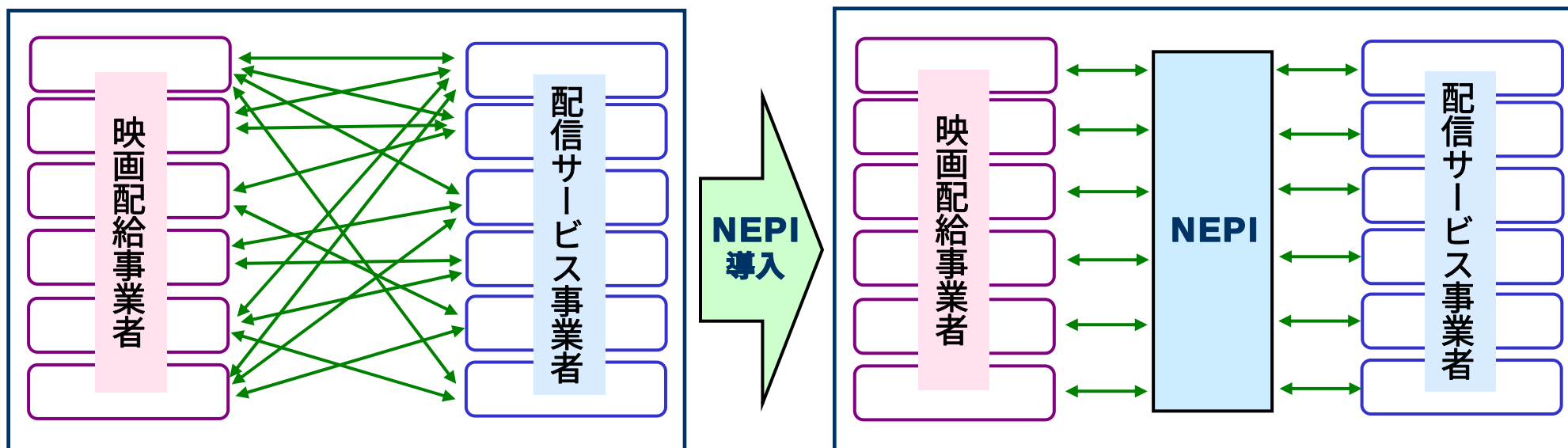
●売上

システム使用料として、配信サービス事業者の売上の一部を徴収

2006年より開発を始め、2007年4月にシステム構築完了。2007年7月よりサービス提供を開始。
(オリコングループの2008年3月期の上期においては開発・営業コスト先行。下期より収益寄与。)

2000年7月に会社設立以降、韓国最大手の映像配信 (VOD) サービス提供事業者として蓄積してきた様々なノウ・ハウを当システムに結集。

NEPI ② ～メリット～



映画配給事業者の主なメリット

- ・コンテンツの管理負担が軽減
- ・リアルタイムでの売上管理が可能に
- ・新たな配信サービス・配信形態への対応が容易に
- ・映像配信サービス事業者との契約等の事務手続きを簡素化

映像配信サービス事業者の主なメリット

- ・配信に関わるコスト (回線使用料、配信設備コスト等) の軽減
- ・映画配給事業者との契約等の事務手続きを簡素化
- ・メタデータ管理等の配信関連業務を効率化

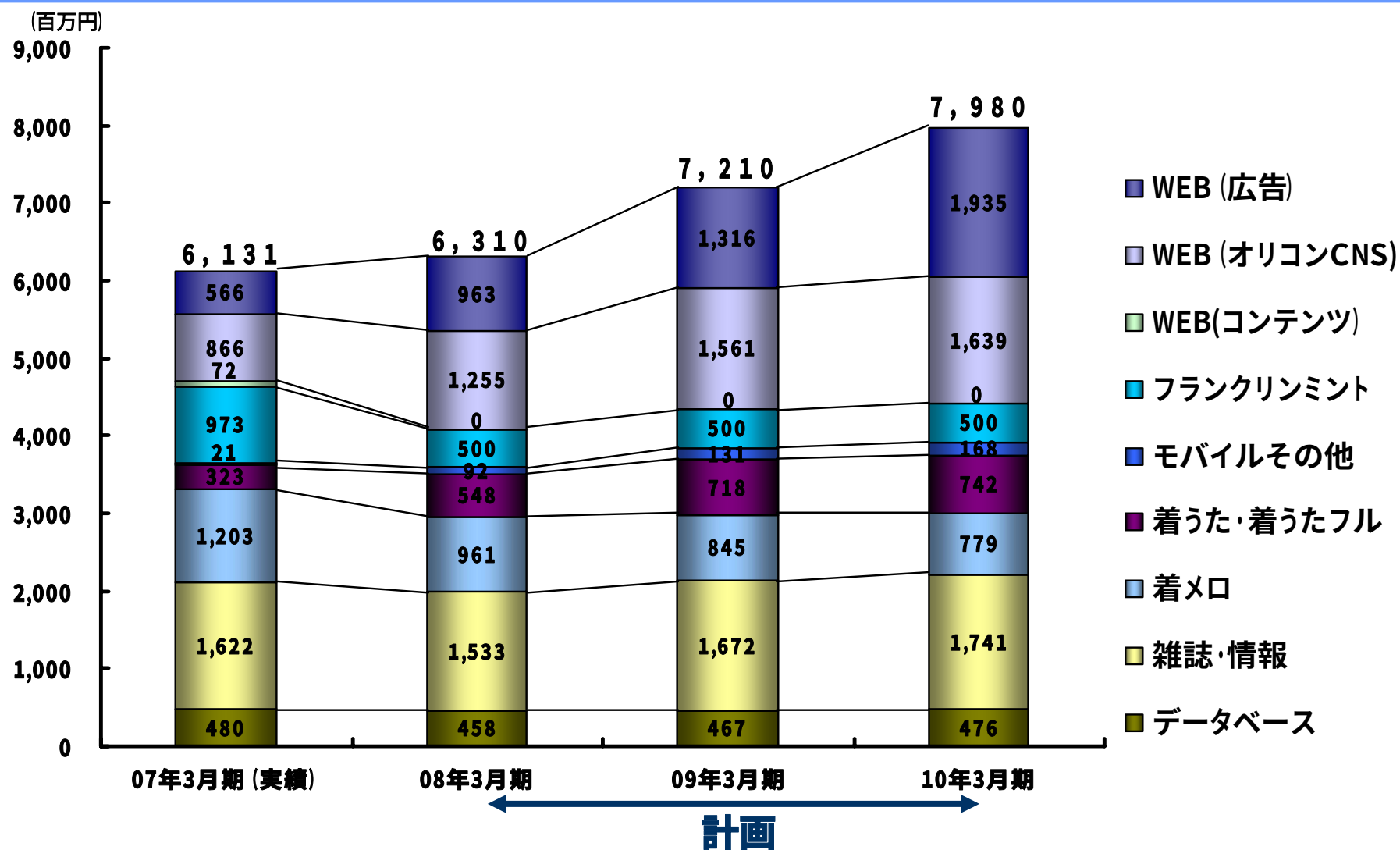
NEPI を導入することで、映画配給事業者、配信サービス事業者共に様々な負担が大きく軽減

- 2007年6月、世界的映画配給会社と NEPI 利用契約を締結
→同社グループとして、プラットフォームを利用してコンテンツを配信事業者向けに提供することは、今回が全世界的に初めてのケース
- 韓国大手映画配給会社2社 (DCG Plus社、Studio2.0社) との契約を締結
- 韓国大手のネットカフェ向けコンテンツ流通会社 HybridENT社との業務提携契約を締結
→2007年12月までに韓国国内ネットカフェ約5,000店で映画配信サービスを開始させるため、営業活動を強化
- 「NEFF-PRO」(ECサイトなどでの映画等の配信を代行するB2Bモデルのサービス) で提携しているサイト(約40サイト)を NEPI のプラットフォームに移管するための作業を進行中
- 2007年6月、改正著作権法施行
→違法サイトおよび不正利用者への取締り強化(合法サイト運営事業者には“追い風”)

2007年下期より、収益に寄与。提携先の拡大に注力。

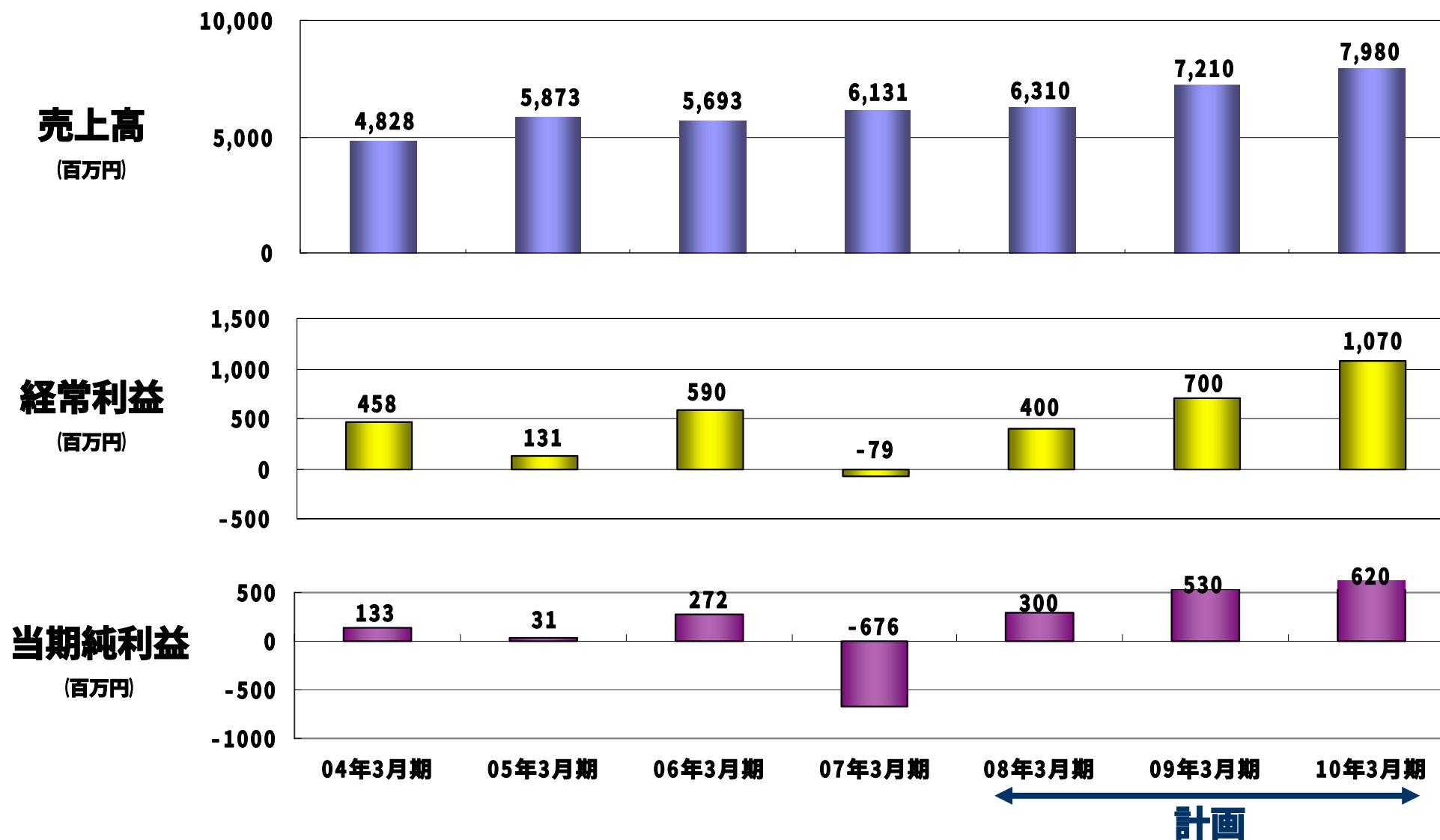
6. 連結業績計画

セグメント別売上計画



WEB広告での行動ターゲティング広告やAPIの公開、並びに今回のヤフーとの提携強化による効果など、現時点で収益の見通しを明確にできない事象については、計画値に盛り込んでおりません。

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/>

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。