

# 2009年3月期（第8期） 第3四半期 決算説明資料

株式会社ドリコム  
2009/2/6

## 1 連結決算概要

## 2 各事業の推移

- 
- ユーザー課金事業
  - 法人向け事業
  - 広告事業

## 3 今後の見通し

## 4 参考資料



# 連結決算概要

2009年3月期 第3四半期ハイライト (2008年4月～12月)

売上高 1,539 百万円  
… 前年同期 1,543 百万円

- 売上については前年同期と比較して横ばい
- 計画通りに推移しているが、今後は経済的な冷え込みの影響を受ける見込み

営業利益 8 百万円  
… 前年同期 △97 百万円

- 営業利益についても計画通りに推移しており、引き続き収益性改善を進めていく

サービスに関するリリース

### ジェイケン

- 簡単&スピーディーなきせかえコンテンツ制作サービスをスタート
- 超高機能な着メロ制作アプリ『J-KEN ケータイシーケンサー』がバージョンアップ！
- 15万曲以上が揃った投稿型メロディサイト『J研』 i-mode 公式サイトとしてオープン！
- 「秘密結社 鷹の爪」のきせかえツールを配信スタート！

### ドリコム

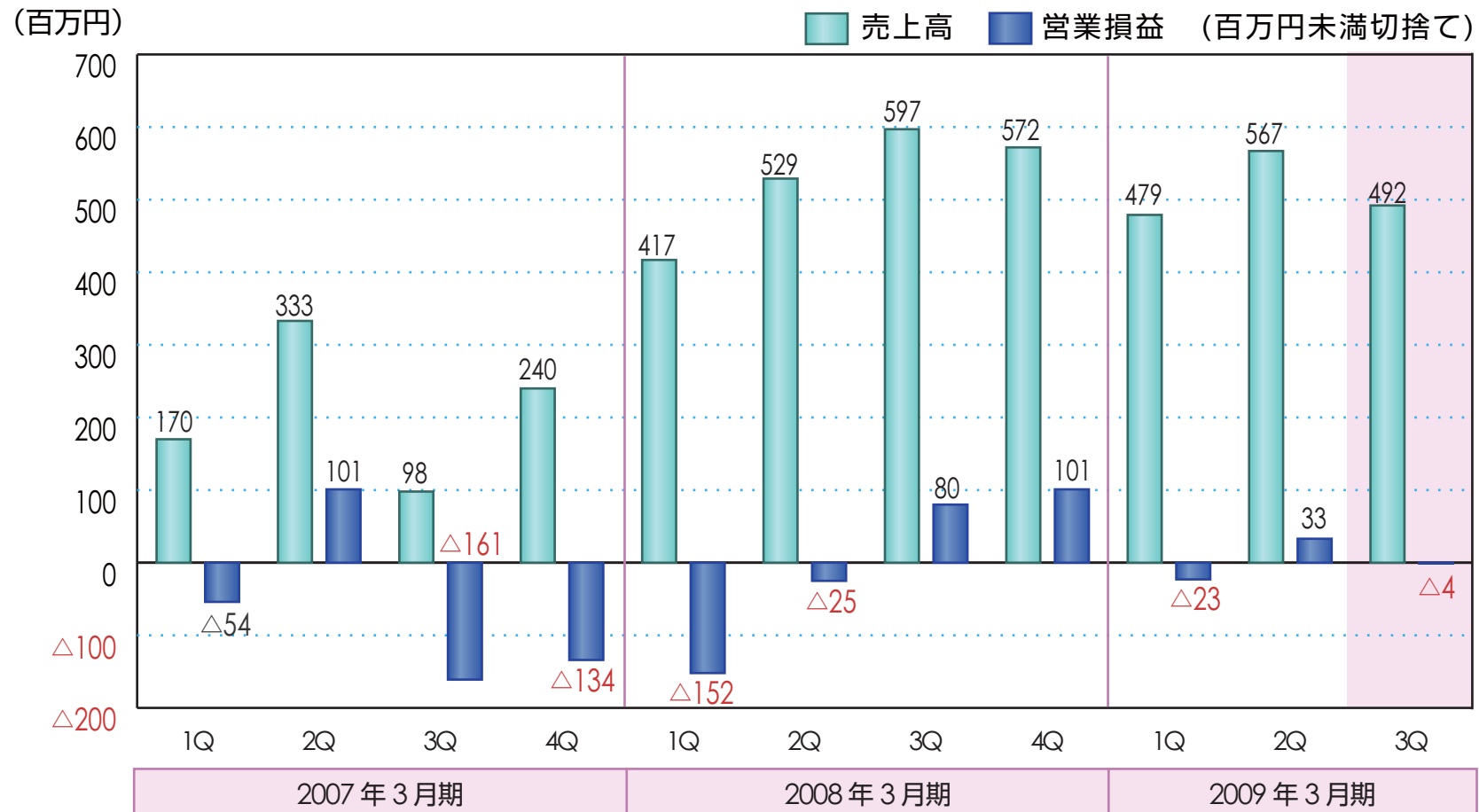
- 大規模向けモバイル SNS 構築システムの提供開始
- ドリコム CMS で目的に合わせ選べる『自分で更新できるホームページ制作プラン』スタート！
- ドリコム CMS で携帯電話向けホームページが作成可能に！ 2009年2月提供開始



# 連結決算概要

第3四半期 売上高 492百万円 営業利益 △4百万円

時期的な要因により第2四半期に対してそれぞれ下がっているものの、計画通りの推移で第3四半期は経過

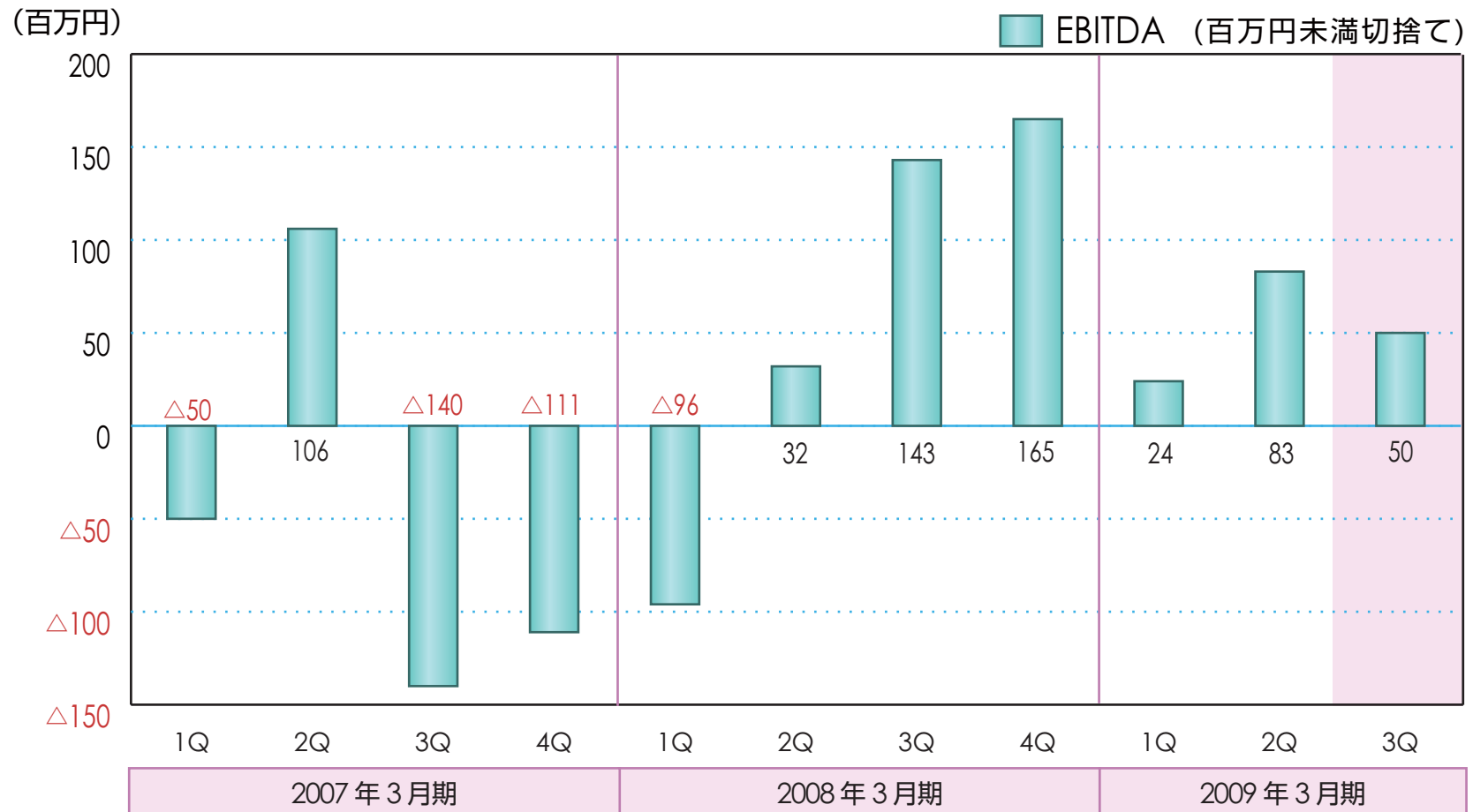




# 連結決算概要

EBITDA 50 百万円

時期的な要因により営業利益が下がったことを受け、EBITDA についても同様に推移



※ 営業利益+減価償却+のれん償却を四半期単位で算出

第3四半期累計期間：PL

(百万円未満切捨て)

(百万円)	2008年4-12月	2008年4-9月	2007年4-12月
売上高	1,539	1,047	1,543
売上総利益	1,047	703	935
原価率	32.0%	32.9%	39.4%
販管費	1,039	693	1,032
営業損益	8	10	△97
経常損益	△12	△3	△124
当期純損益	△256	△93	△360

- 固定資産の減損損失241百万及びのれん一時償却費14百万円の発生  
※12月24日付「特別損失並びに特別利益計上に関するお知らせ」及び  
1月28日付「(修正)「特別損失並びに特別利益計上に関するお知らせ」の一部修正について」
- 経費管理の徹底を目的に仕訳を変更し、一部原価に含んでいたものを販管費に移動  
それにより4-9月と比較し販管費率が若干上がり、原価率は減少

第3四半期累計期間：BS

(百万円未満切捨て)

(百万円)	2008年12月末	2008年9月末	2007年12月末
流動資産	1,146	1,172	1,306
固定資産	1,267	1,598	1,963
総資産	2,414	2,771	3,270
流動負債	502	700	1,194
固定負債	260	260	761
純資産	1,615	1,811	1,314
自己資本比率	63.7%	61.3%	35.7%

- 短期の借入金はゼロとなり財務の健全化は着実に進む
- 固定資産の減損により減少
- 借入金の返済により減少



第3四半期累計期間：CF

(百万円未満切捨て)

(百万円)	2008年4-12月	2008年4-9月	2007年4-12月
営業活動によるキャッシュ・フロー	△35	11	4
投資活動によるキャッシュ・フロー	△91	△112	△1,069
財務活動によるキャッシュ・フロー	21	164	1,090
現金及び現金同等物の期末残高	520	688	614

- 法人税の発生等により減少してはいるがそれ以外についてはCF健全化が進む
- 敷金の戻入に伴い増加
- 借入金の返済により減少

現金等の期末残高と借入金の推移

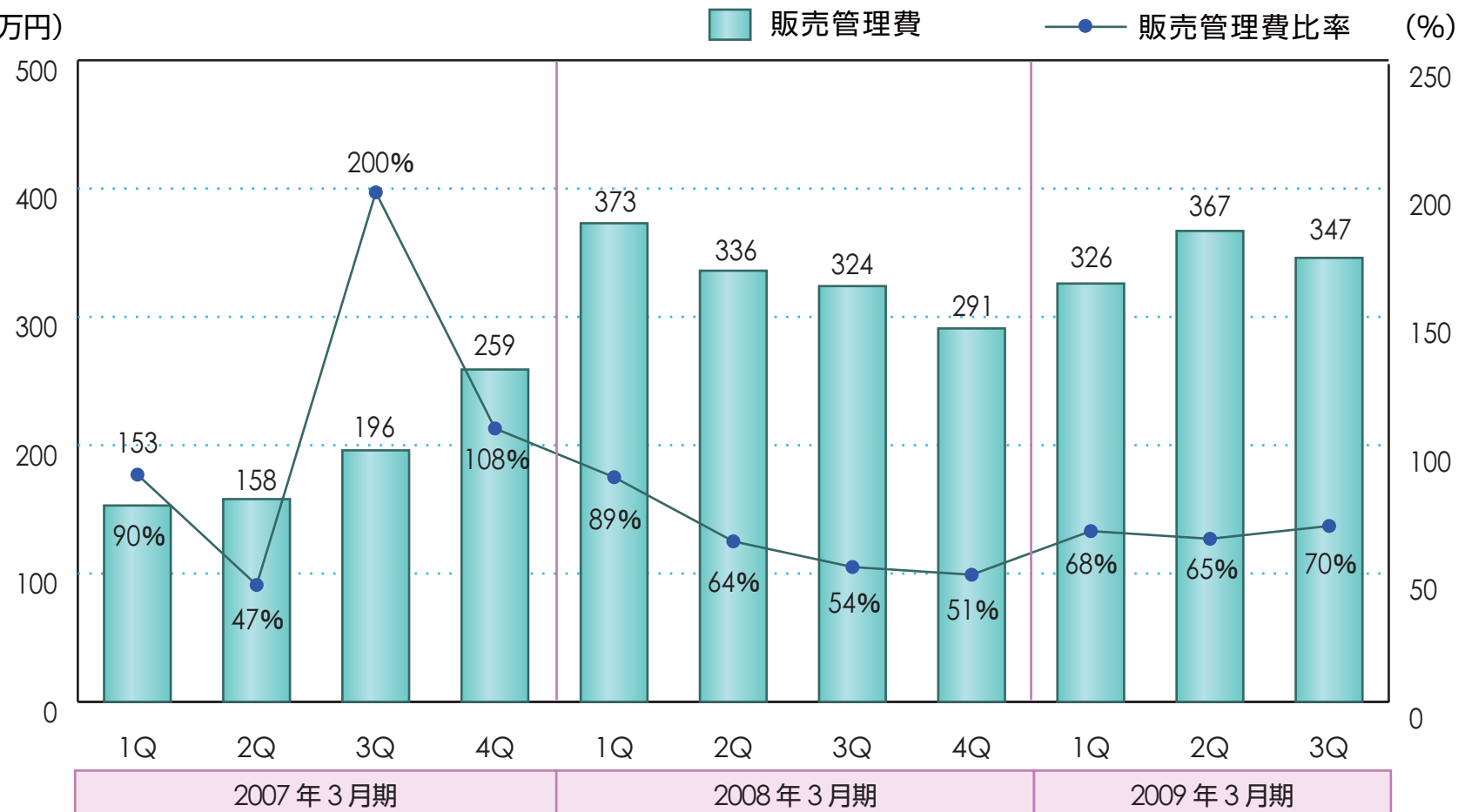
(百万円)	2008年12月末	2008年9月末	2008年6月末	2008年3月末
現金等の期末残高	520	688	798	625
借入金	392	536	611	1,281
差 額	128	152	187	△656

- 1月末に株式会社ベストパートナー(光通信の100%子会社)より150百万円の入金  
※12月24日付「特別損失並びに特別利益計上に関するお知らせ」及び  
1月28日付「(修正)「特別損失並びに特別利益計上に関するお知らせ」の一部修正について」

## 販売管理費

ジェイケンについてはきせかえ関連の立ち上げにつき、広告宣伝費を投下（第3四半期におけるグループでの広告宣伝費：51百万円）  
その他のグループ各社については販売管理費は抑えられている

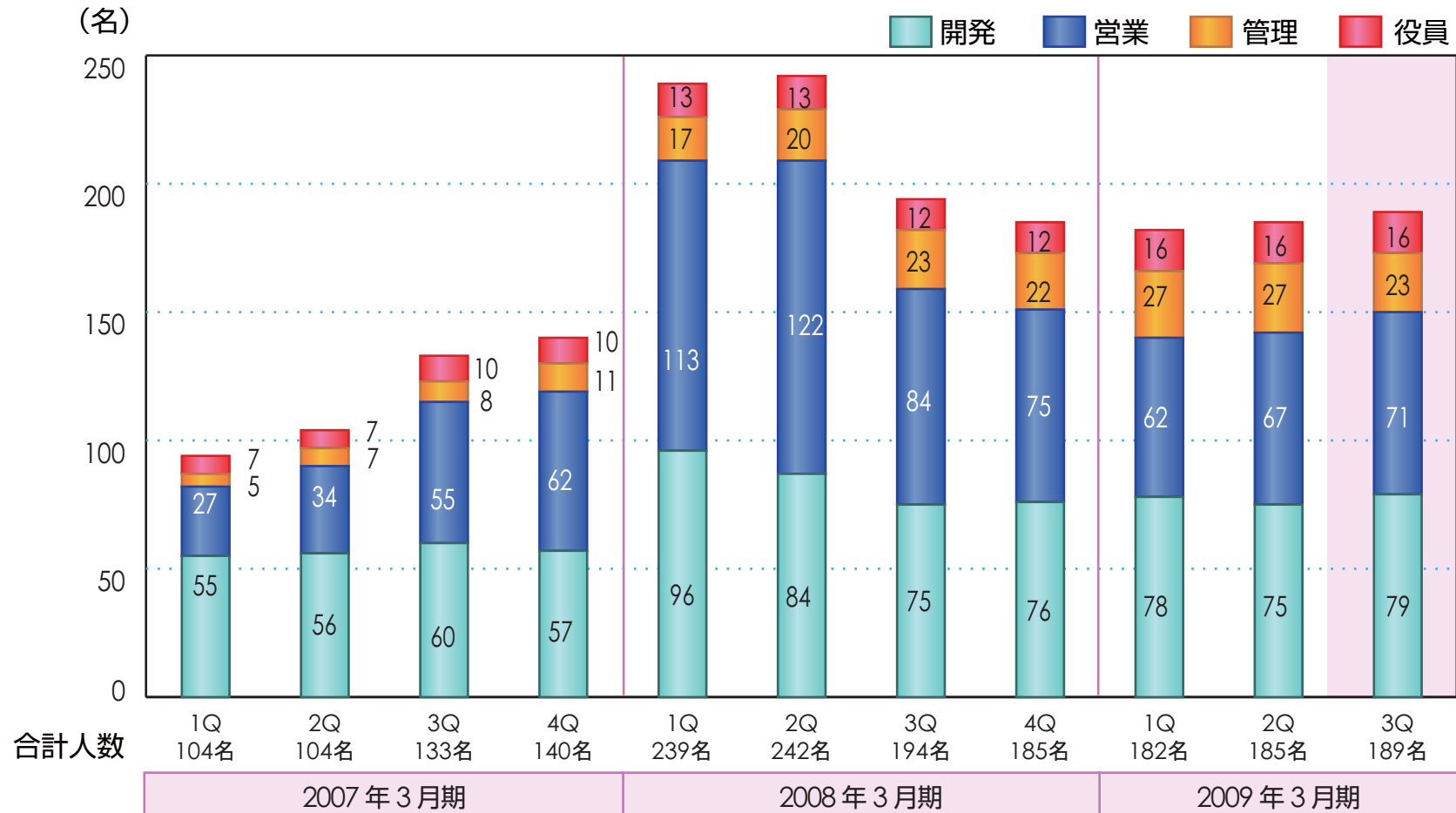
(単位:百万円)



# 連結決算概要

## 従業員数

注力事業を中心にマネージャー層の採用を実施  
きせかえコンテンツ注力のためアルバイトの採用も進める



※2009年3月期1Qにおいてドリコム単体の企画職を営業扱いから管理扱いに変更  
 ※2009年3月期3Qにおいてドリコムマーケティングの営業事務職を管理扱いから営業扱いに変更  
 ※臨時社員を含む



# 各事業の推移



# 2

## 各事業の推移

### 事業構成

### 3つのCGM/UGCのビジネスモデル

#### ユーザー課金事業

着メロ関連



させかえ関連



その他



#### 法人向け事業

システム構築関連



ASP関連



代理店関連



#### 広告事業(求人分野を含む)

広告配信関連



求人関連



モバイルUGCを中心に展開



グループの会社として展開



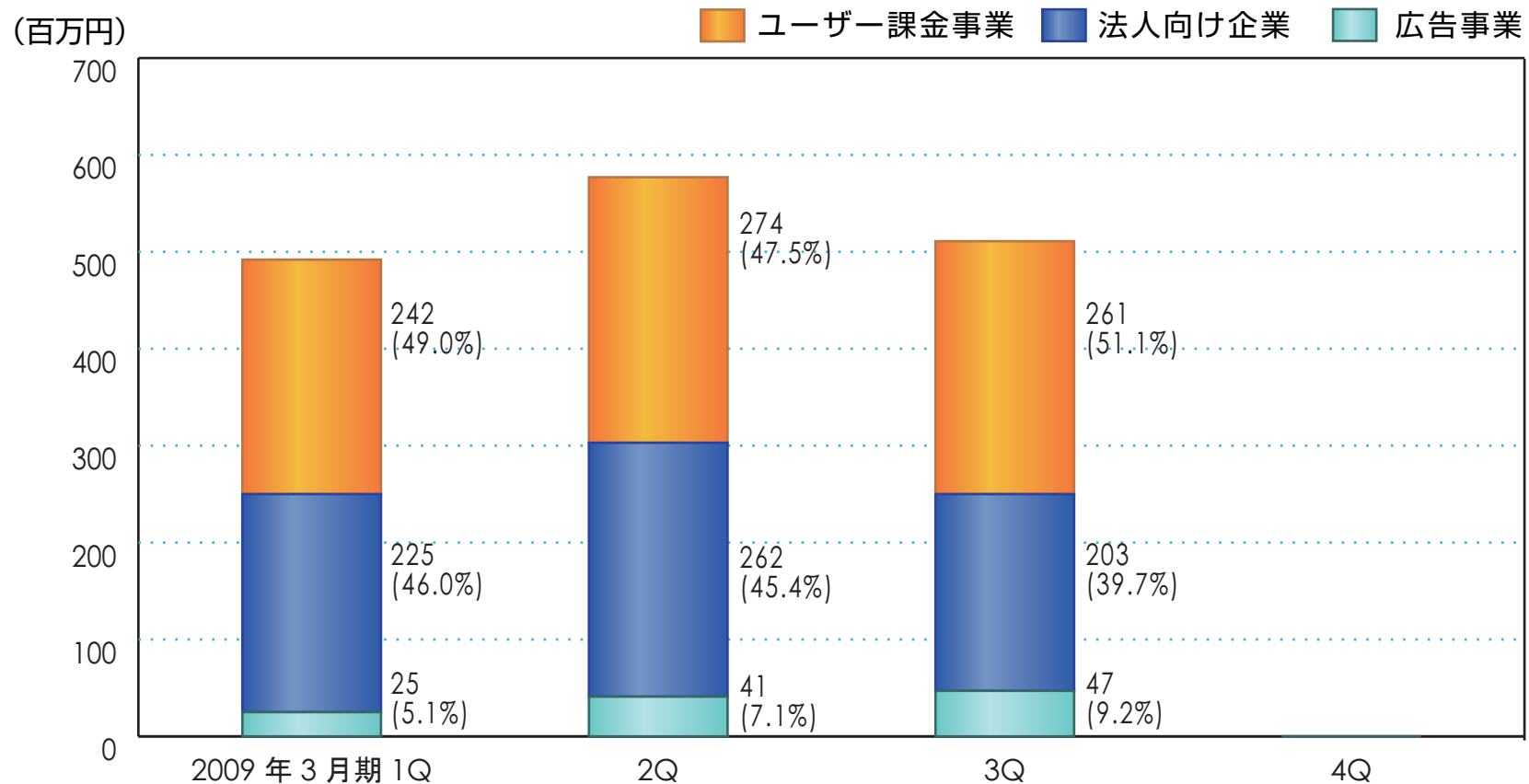
求人領域CGMサービスを展開



## 各事業の推移

### 事業毎の売上高

ユーザー課金事業はきせかえ事業の順調な伸びにより想定通りの推移  
法人向け事業については経済的な冷え込みの影響を受け売上の伸びは鈍化



※ 今期より計測を始めた指標につき2008年3月期以前のデータは記載しておりません。  
※ 内部振替前の数値となっております。



# 各事業の推移

ユーザー課金事業



## ハイライト

## きせかえ関連のサービスリリース

- きせかえコンテンツの受託制作サービスを開始
- 「秘密結社 鷹の爪」を配信する『きせかえ DLE』リリース（12月・1月）
- 「黒夢」や「ルー大柴」を配信する『I LOVE きせかえTV』リリース（1月）

## 展開中のサイトについても順調に推移

- 『フラ × フラ』ドコモ公式サイトで 3 位（カテゴリ内 72 サイト中 / 2009 年 1 月）
- 『セレクト放題』ドコモ公式サイトで 13 位（カテゴリ内 72 サイト中 / 2009 年 1 月）
- 投稿型メロディサイト『J 研』ドコモ版がスタートし、公式サイトで 10 位（カテゴリ内 31 サイト中 / 2009 年 1 月）

## 課金対象ユーザー数は増加傾向を維持

- 着メロ関連については市場縮小の影響を受け減少
- 一方、きせかえ関連ではユーザー数が増え全体では増加基調

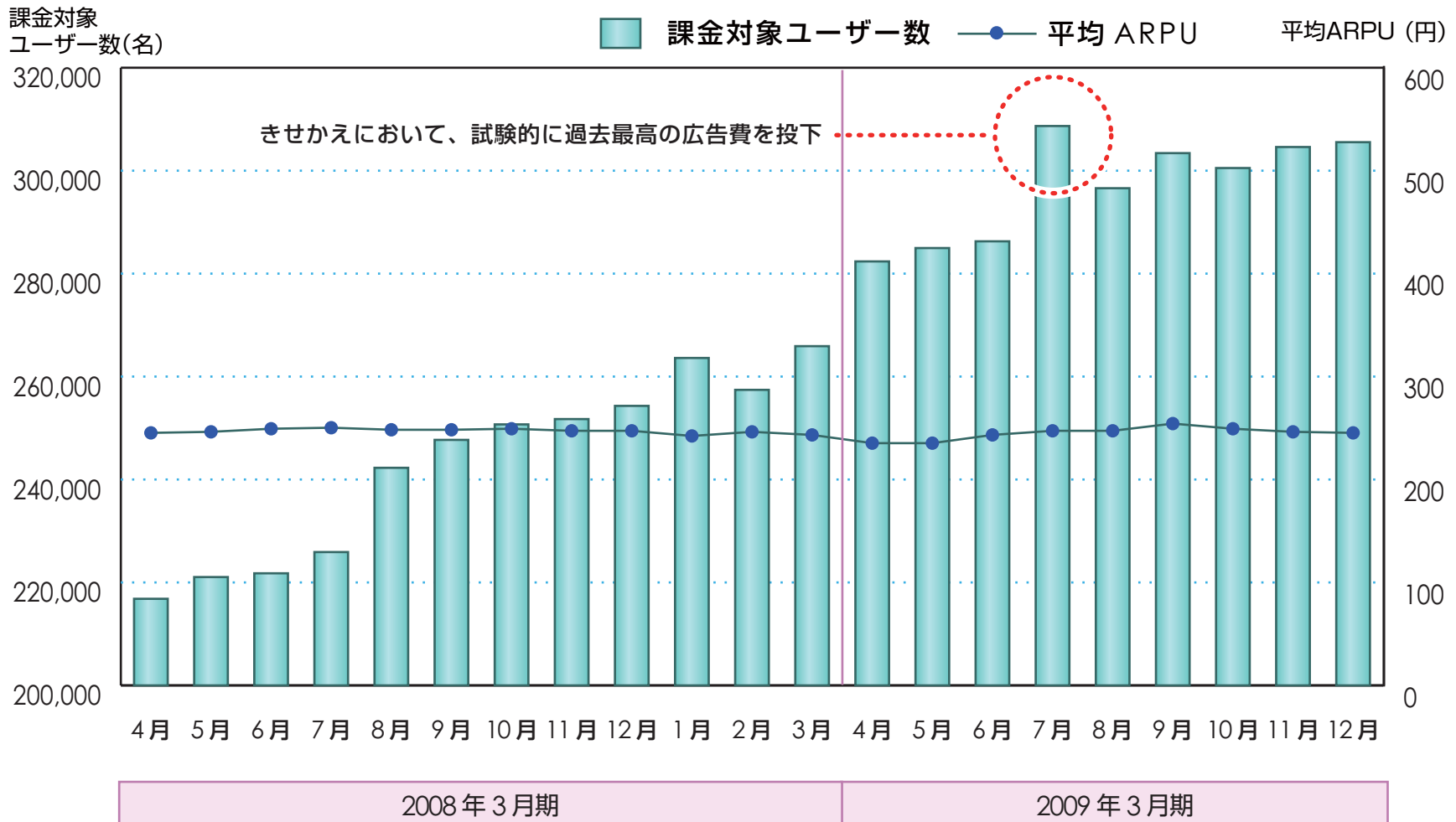


# 2

## ユーザー課金事業

### ユーザー課金事業全体における課金対象ユーザ総数とARPU

事業全体では 30 万人を超える水準にまで拡大し、ARPU は 250 円前後を推移  
 プロモーションの実施によるユーザー数の増加を目指す  
 きせかえ関連においてコンテンツの付加価値を高め、ARPU の増加を目指す

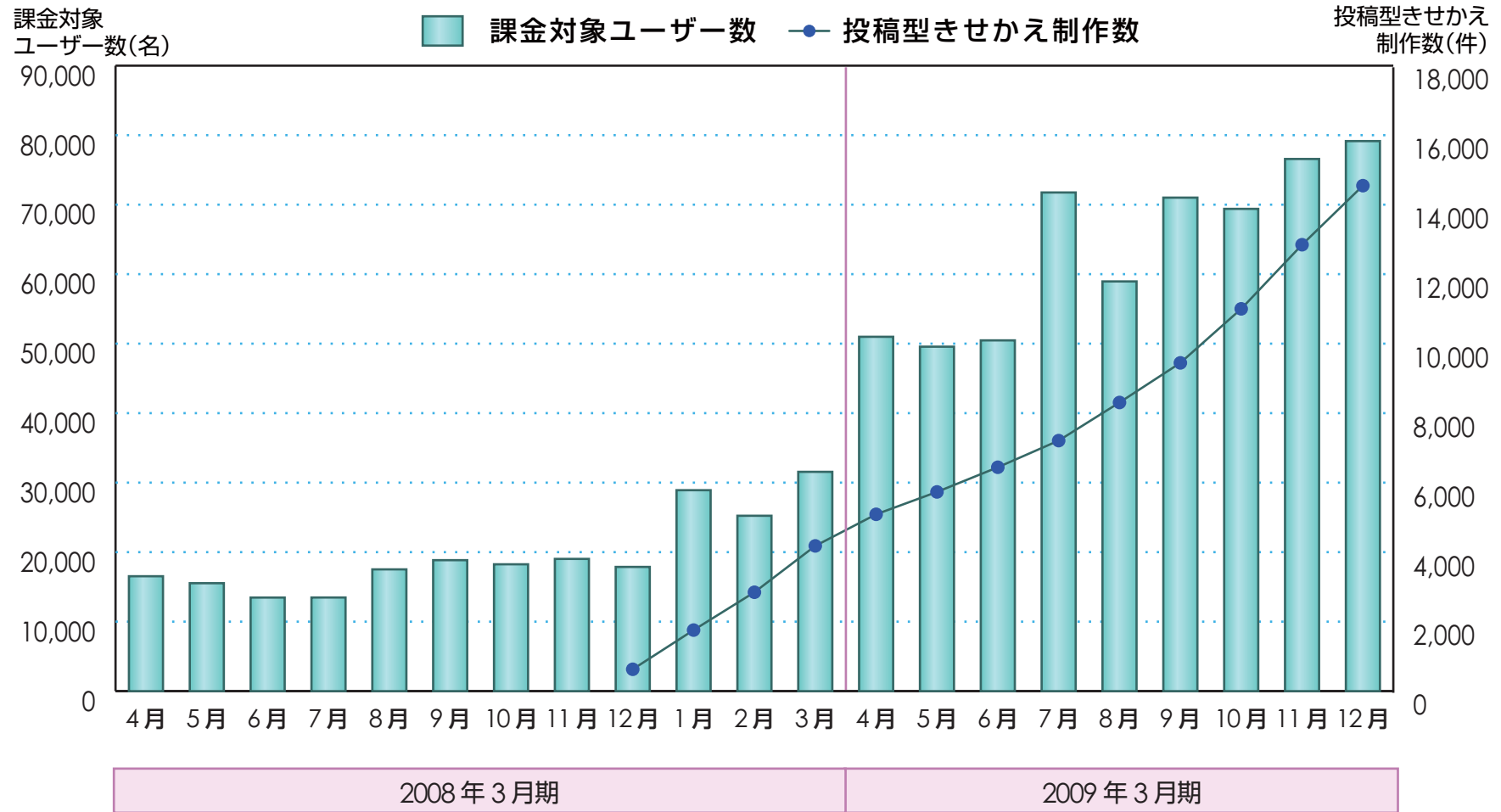


# 2

## ユーザー課金事業

### きせかえ関連の制作数・課金対象ユーザー数

課金対象ユーザー数が8万人弱にまで増加  
 今後さらに提供サイトを増やしていくことで増加傾向は維持する見込み  
 市場の拡大期と捉え、広告宣伝費を投下したリーチの獲得は継続していく



# 2

## ユーザー課金事業

### 着メロ関連の楽曲数・課金対象ユーザー数

楽曲数は増加傾向を維持

ユーザー数に関し、対前年比 82% (※1) と縮小傾向にある着メロ市場において 95% (※2) を保持  
着メロ制作ツールの提供と SEO を強化してユーザーの維持・増加を目指していく

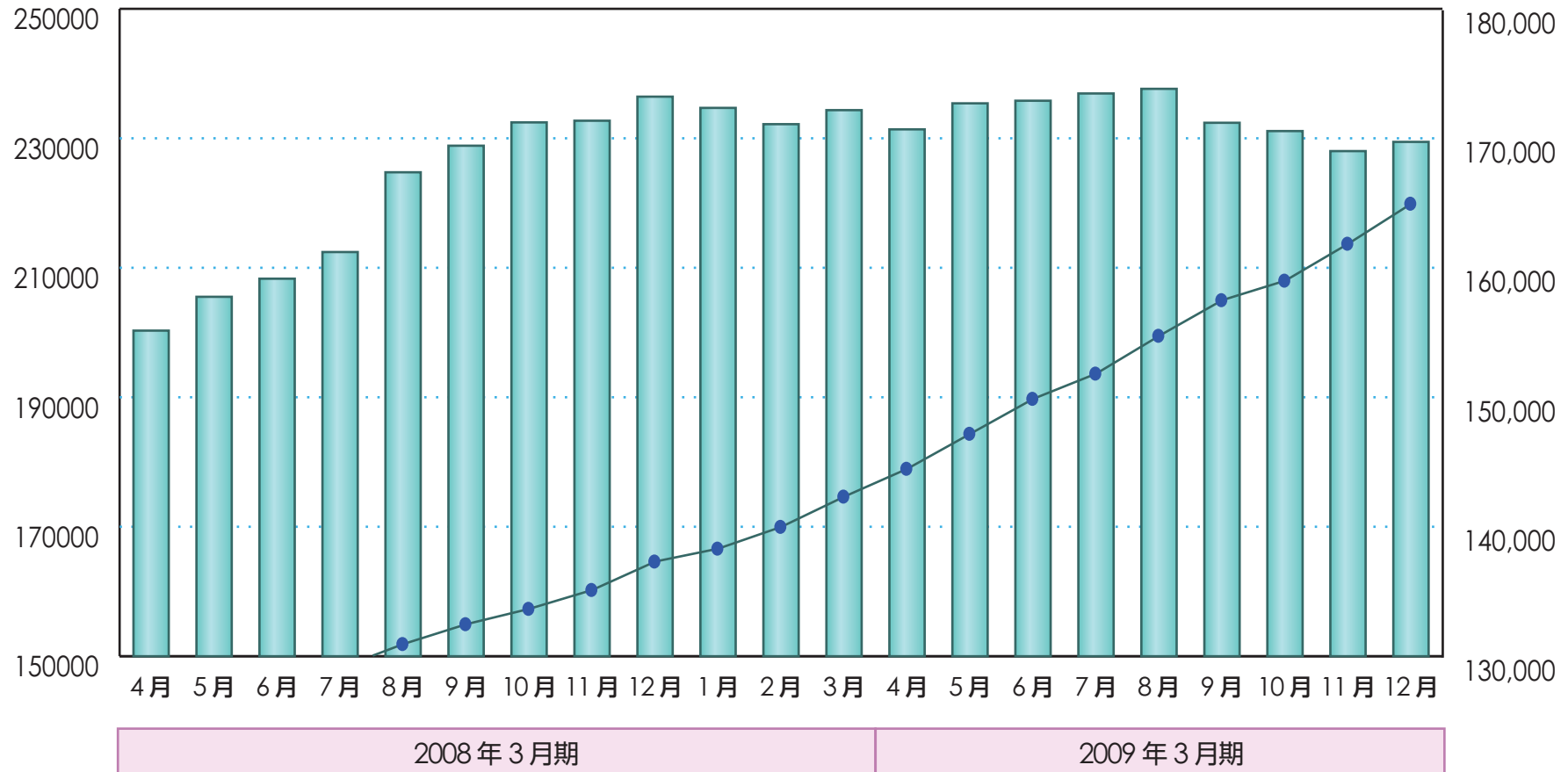
(※1) インプレス R&D ケータイ白書 2009 より

(※2) 2007 年 12 月と 2008 年 12 月における数値より算出

課金対象  
ユーザー数(名)

■ 課金対象ユーザー数    ● 投稿型着メロサイト掲載楽曲数

投稿型着メロ  
掲載楽曲数(曲)

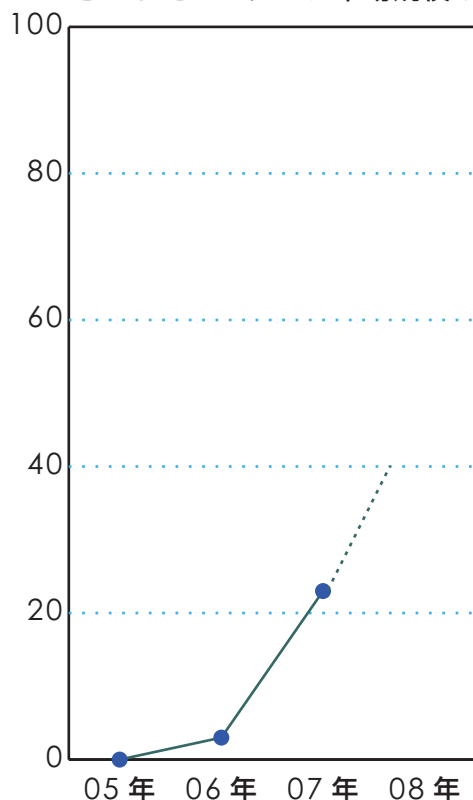


※ 着メロ関連の課金対象ユーザー数にはカラオケサイトのユーザーも含む

## きせかえ関連の基本戦略

今期はコンテンツの立ち上げと、当該領域での収益モデル多角化を狙う

きせかえコンテンツ市場規模の推移（億円）



価格面・対応スピード面で優位性の高い  
きせかえ制作エンジンの開発

UGC モデルの確立  
… 個人向けに提供



着メロ UGC 「J 研」と同様に、きせかえでもユーザー投稿型のビジネスモデルの確立を目指す

市場に合わせた拡大  
… 既存運営サイト



市場にあわせてサイトを育て、各キャリアに対応していく。これによりユーザー数増加を目指す

多ジャンル展開  
… 著作権元とコラボレーション



タレント・アニメ・スポーツ選手・キャラクターなど固定ファンの多いコンテンツを展開し、高い利用率を目指す

収益モデルの多角化  
… エンジンの提供



簡単、低価格という強みをもとに、企業向けにきせかえエンジンを提供するなど BtoB 市場でも展開を行う

ユーザー課金  
モデル

（サイト数の  
増加に注力）

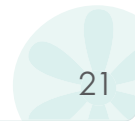
※ 05年-07年の市場規模については2008年7月18日「モバイル・コンテンツ・フォーラム 報道発表資料」を参照



# 各事業の推移

---

法人向け事業



## ハイライト

システム構築関連は新商材により  
モバイルニーズへ対応

- 『ドリコムモバイル CGM』(2008年10月)をリリース
- 先行ユーザーとしてバンプレスト社に導入
- モバイルサイトの利用ニーズの高まりを受け、案件化が進む

ASP 関連においては  
CMS のサービスを拡充

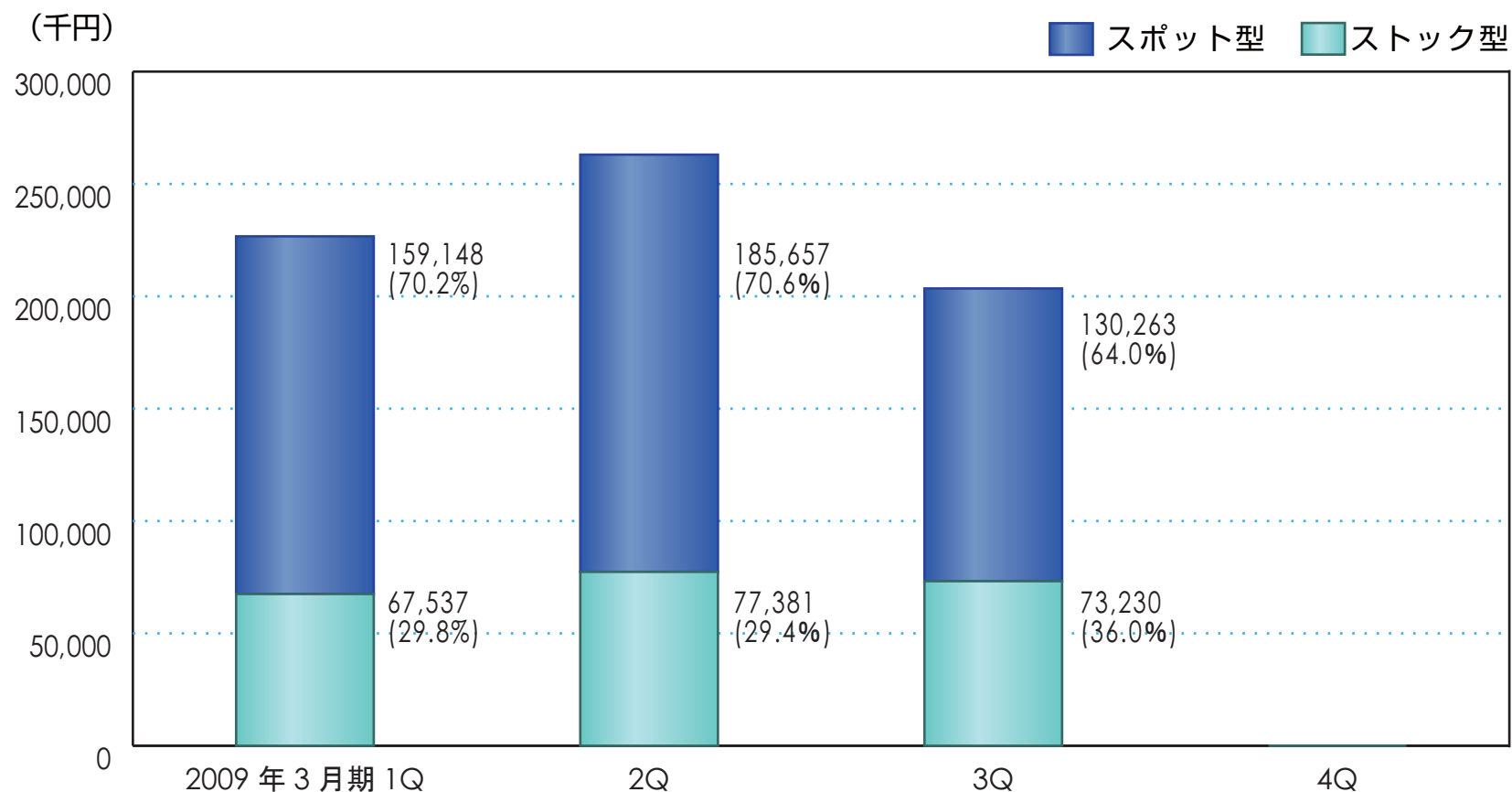
- 『自分で更新できるホームページ制作プラン』をリリース
- 2009年2月に携帯ホームページ対応のオプションをリリース予定

売上については落ち着き  
4Q での導入増を見込む

- 時期的な要因と外部要因(経済環境の冷え込み)により法人向け商材の売上の伸びはいったん鈍化
- 顕在化している案件を進め、4Q での導入増を見込む

## 法人向け事業全体における売上構成

時期的な要因と外部要因（経済環境の冷え込み）により全体の売上は鈍化  
ストック型の収益力を重視し、安定した売上の獲得を目指す



※ 今期より計測を始めた指標につき2008年3月期以前のデータは記載していません。

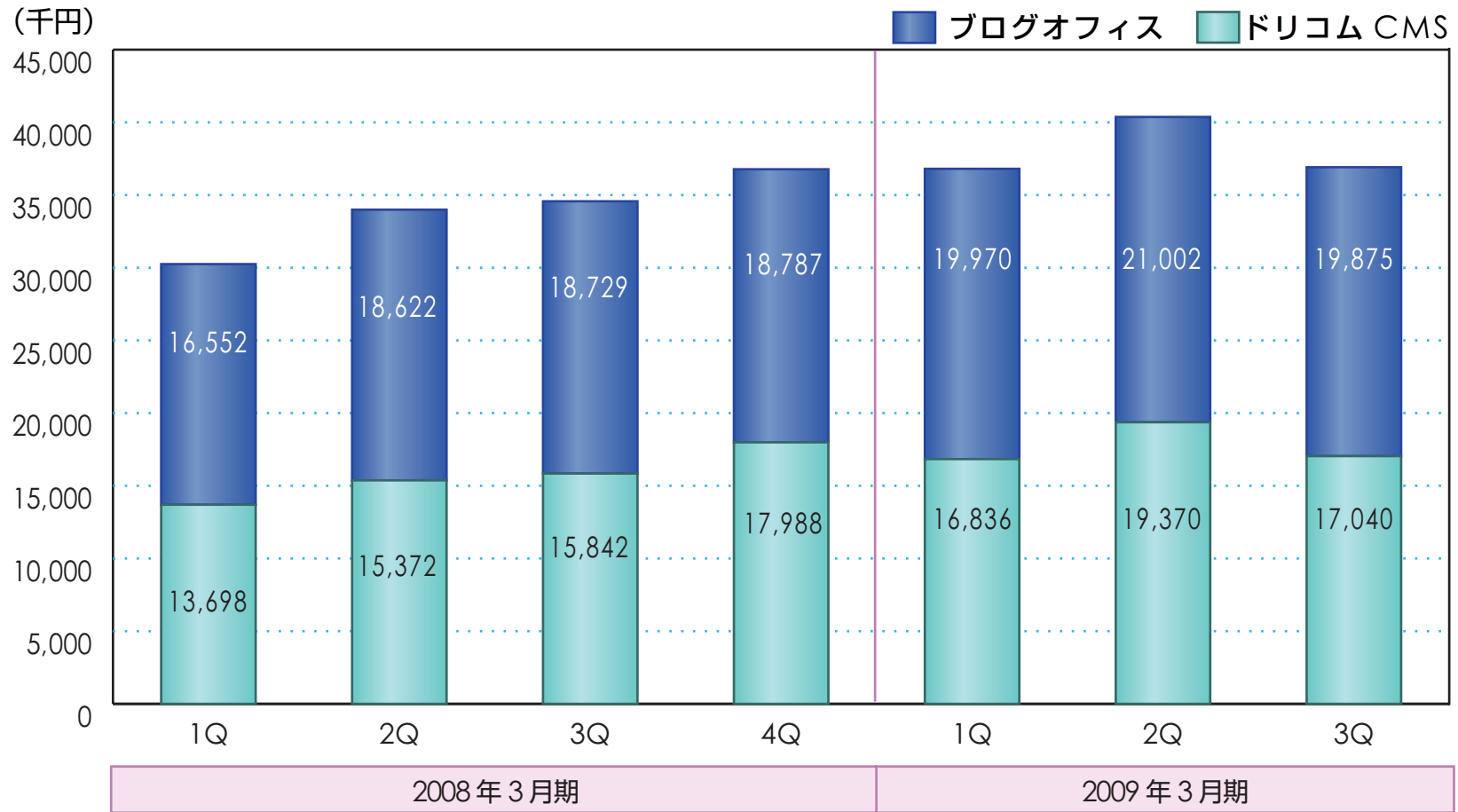
※ 内部振替前の数値となっております。

# 2

## 法人向け事業

### ASP関連の売上高

ブログオフィスについては経済的な冷え込みを受け、今後も売上の伸びは鈍化する見込み  
 CMSは新しい制作プランやオプションのリリース（2008年12月）をフックに今後の売上増を目指す



※内部振替前の数値となっております。



## CGMパッケージとASPの基本戦略

今期は特にストック型収益の重視

### ハイパーフォーカス CGM

ユーザードメインを特化することで利用度と広告・物販による収益性を高める CGM ビジネスモデルを支えるプラットフォームを展開



ターゲットユーザー

- ・会員向けサービスに CGM を検討されている大企業
- ・EC 運営企業
- ・店舗集客に Web を活用したい企業
- ・Web 広告媒体の構築を検討している企業

### CGM PKG

ニーズに対応する技術力の強化

「収益に繋がる」「大規模対応」をキーワードに BtoBtoC の CGM プラットフォームを展開

- ・ドリコム SNS
- ・ドリコムモバイル CGM
- ・ドリコムブログセット

### ASP

ストック型収益力の強化

「安い」「手軽」をキーワードに実績と機能性を備えた ASP サービスを展開

- ・ドリコム CMS
- ・ドリコムブログオフィス

ターゲットユーザー



### CMS

現場で簡単に HP 更新を行いたい大企業の一部署や中小企業



### ブログオフィス

社内コミュニケーション、情報共有に課題のある大企業の一部署や中小企業

### 多機能・安い・手軽 ASP

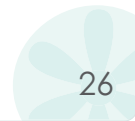
豊富な利用実績とパッケージ製品と同等の機能性を背景としたサービス



# 各事業の推移

---

広告事業



行動ターゲティング広告は  
製品力の向上に注力

- 表示速度の改善が進む
- 広告販売管理の仕組みを整備
- 精度を向上させる仕組みを整備する環境が整う

売上に占める割合の増加

- 広告事業の売上全体に占める割合は 9%
- 中期的に見て順次、割合を高めていく

事業の展開は若干のペースダウン

- 国内においてプライバシーの定義が決められておらず、それを固めていく中で事業の進みが当初予定よりも遅れているものの市場に対しては堅調に伸びている

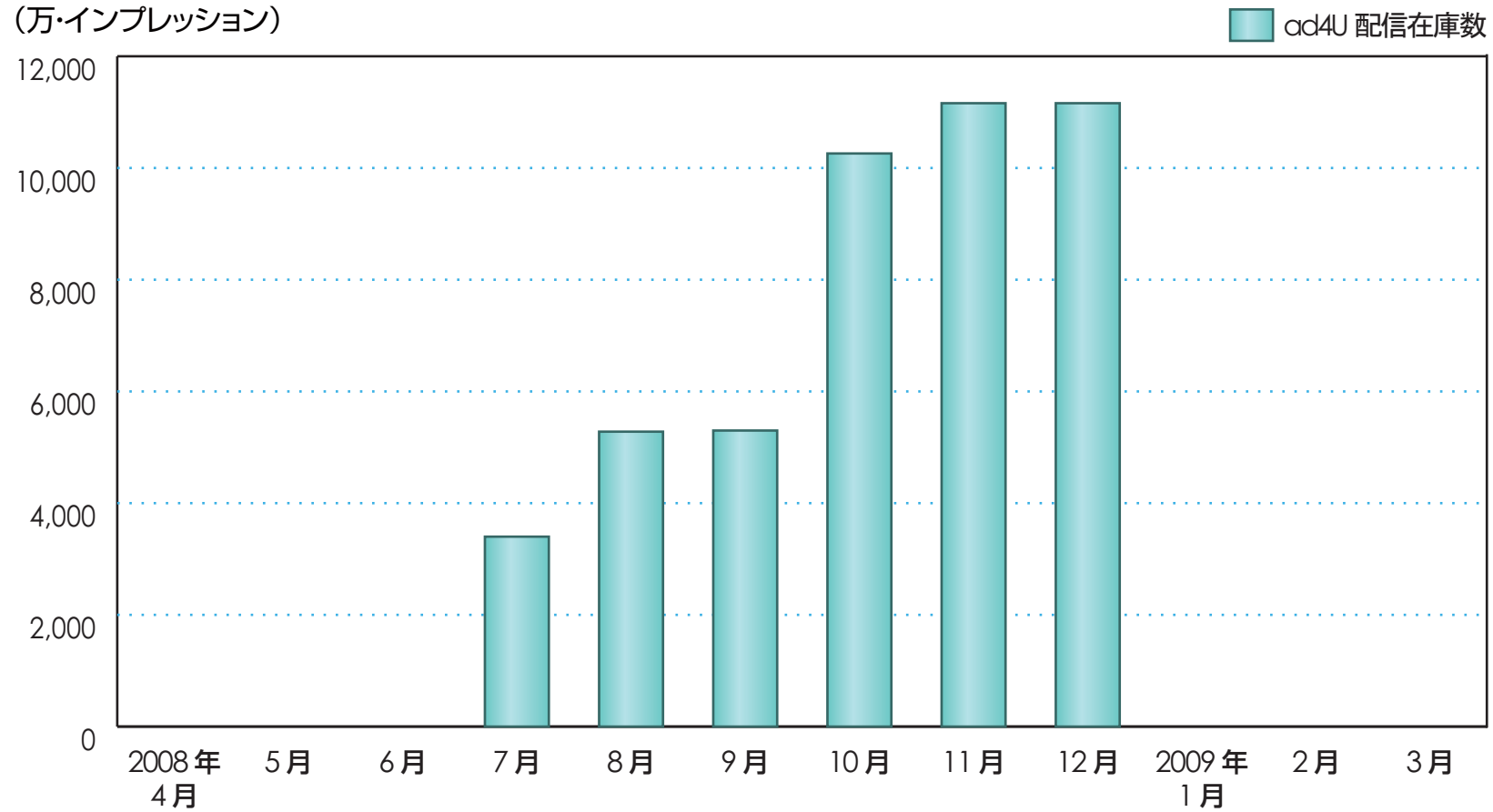
# 2

## 広告事業

### ad4U配信在庫数

配信面の増加に合わせて順調に在庫枠のインプレッションは増加  
販売単価については上昇傾向にあり、市場の伸びに対して順調に推移

(万・インプレッション)





### 技術的優位性の確立

特許出願中の技術をもとに、情報の蓄積なくすぐに配信可能な行動ターゲティング広告として、差別化を行い広告効果の向上を主眼に製品力を高める

### 媒体の WIN

導入が簡単で、ターゲティング率が高い行動ターゲティング広告配信の技術として、国内主要媒体への導入を進め、配信ボリュームの最大化を目指す

### 広告主の WIN

広告効果、広告ボリュームを最大化して提供することで、ad4U を通じた広告価値を高める



# 今後の見通し

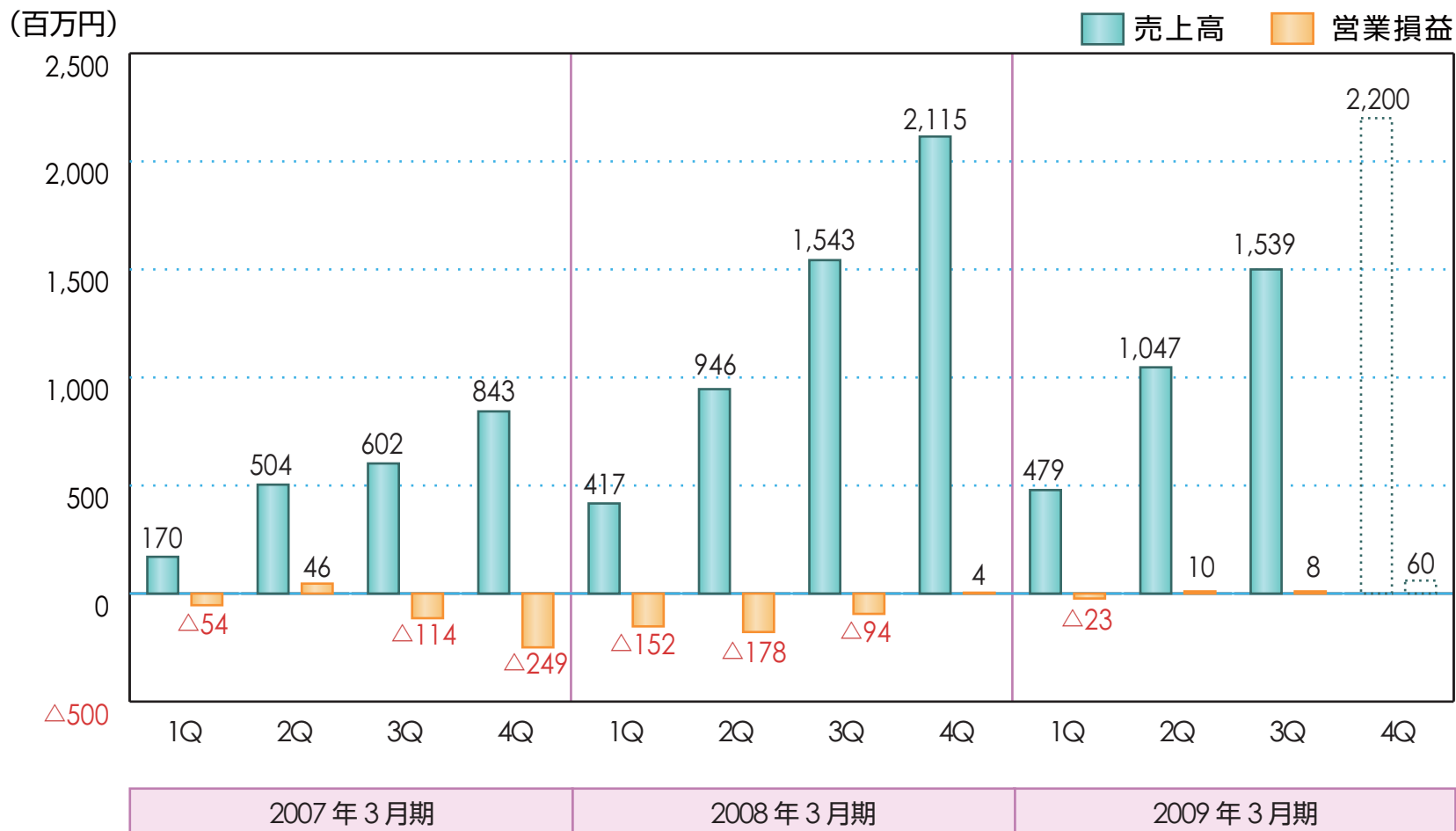


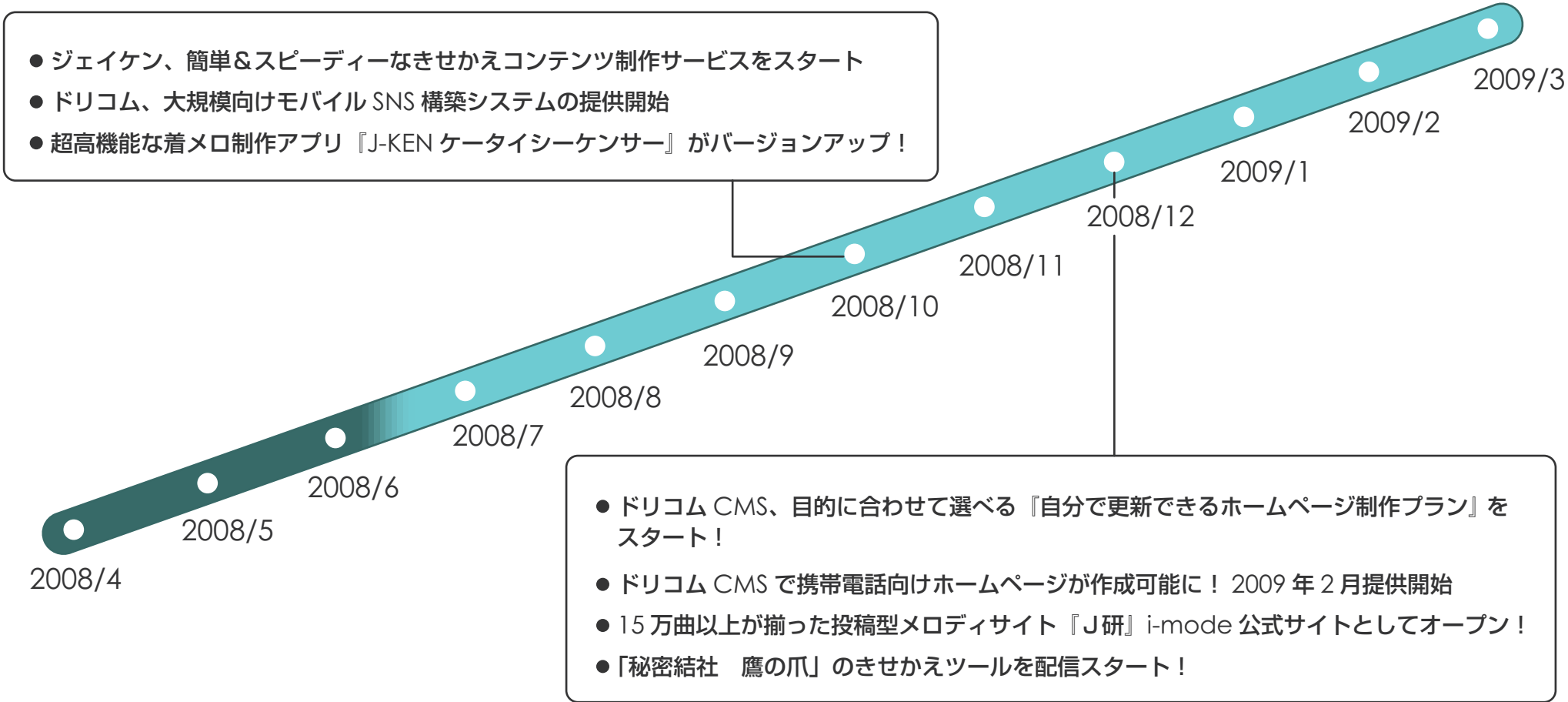
# 3

## 今後の見通し

### 各通期ごとの累積売上・営業損益

外部要因（経済環境の冷え込み）の影響と、新規事業の占める割合が高まること、新規事業の対象市場が成長市場であることを踏まえ、不確定要素を多く含むことから現時点での期初予想からの変更はありません。なお特別損失並びに特別利益計上により、通期連結業績にて△105百万円、個別実績にて△201百万円の当期純利益への影響があります。







## 参考資料

---

- 各事業における対象市場の推移
- 「ユーザー課金事業」について

# 4

## 対象市場の推移

### ユーザー課金事業

— (きせかえ市場は) 07年の市場規模は23億円となっております。伸び率は767%と順調なスタートを見せており、今後、きせかえ対応端末の普及に伴った市場の成長が見込まれています。— (モバイルコンテンツフォーラム発表文より抜粋)

単位:億円

	2004年	2005年	2006年	対前年比	2007年	対前年比
着メロ系市場	1,167	1,048	843	80%	559	66%
着うた系市場	201	562	759	135%	1,074	142%
(内訳)着うた市場	(199)	(463)	(522)	113%	(568)	109%
(内訳)着うたフル市場	(2)	(99)	(237)	239%	(506)	214%
モバイルゲーム市場	412	589	748	127%	848	113%
装飾メール市場	2	14	55	393%	116	211%
電子書籍市場	3	16	69	431%	221	320%
リングバックトーン市場	6	13	29	223%	87	300%
占い市場	103	123	158	128%	182	115%
待受系市場	225	236	248	105%	227	92%
きせかえ市場	-	-	<b>3</b>	-	<b>23</b>	<b>767%</b>
その他モバイルコンテンツ市場	484	549	749	136%	896	120%
モバイルコンテンツ市場合計	2,603	3,150	3,661	116%	4,233	116%

● 市場規模はまだ大きいので現状を保つ施策を実施

● 順調に拡大している分野なので、差別化を図ったサービス展開を行う

● 市場の立ち上がりと合わせて事業を拡大していく

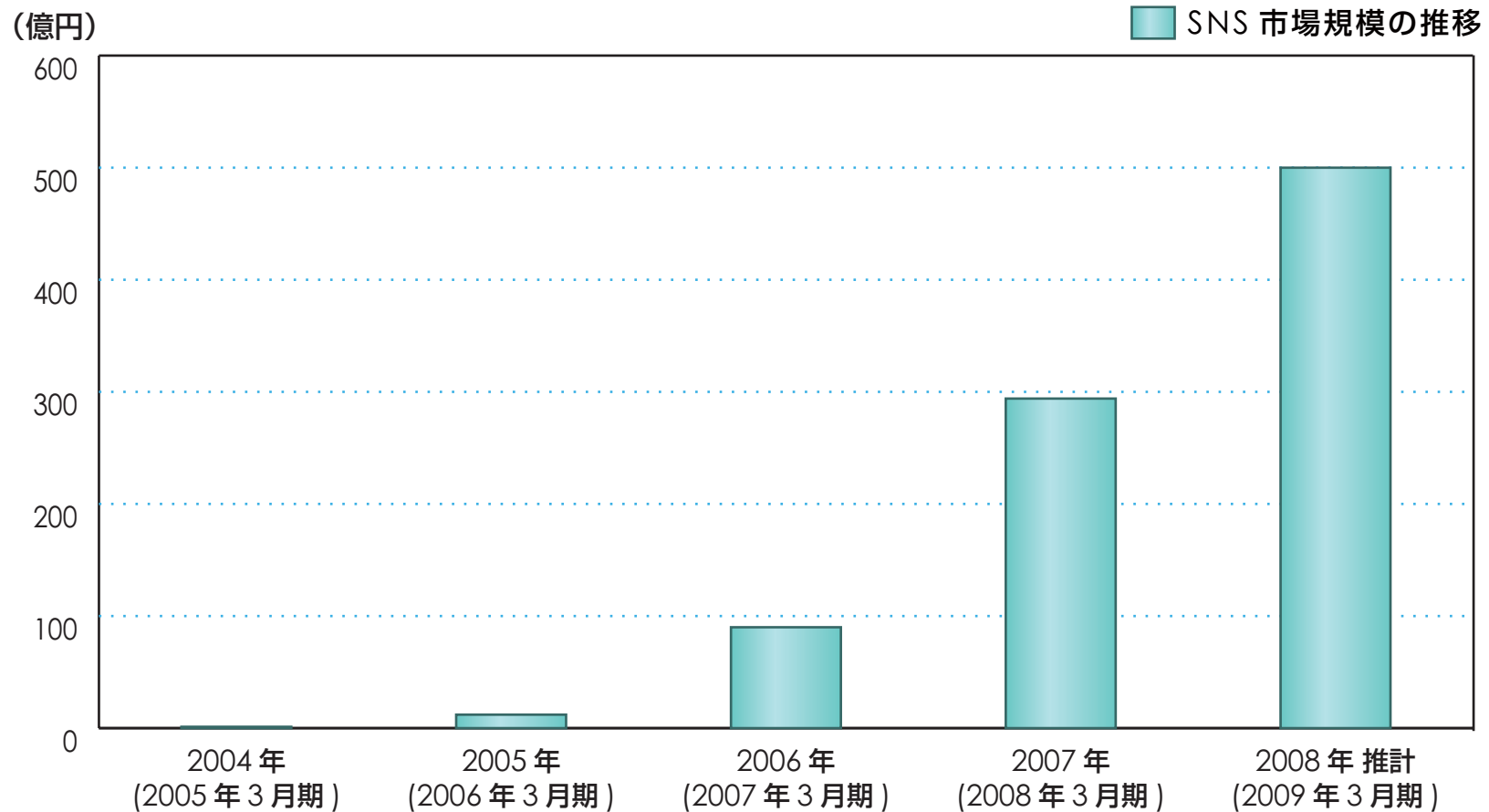
※ モバイル・コンテンツ・フォーラム調査「2007年モバイルコンテンツ関連市場規模」

# 4

## 対象市場の推移

### 法人向け事業

— SNS 市場は、2008 年 4 月以降も引き続きその勢いに衰えは見られません。インターネット広告費の伸長、SNS ユーザー数の増加、SNS と密接に関わるコンテンツ収入などを推測した結果、2008 年 3 月期の市場規模は 500 億円を突破するのは確実と見られます。— (インプレス R&D 発表文より抜粋)



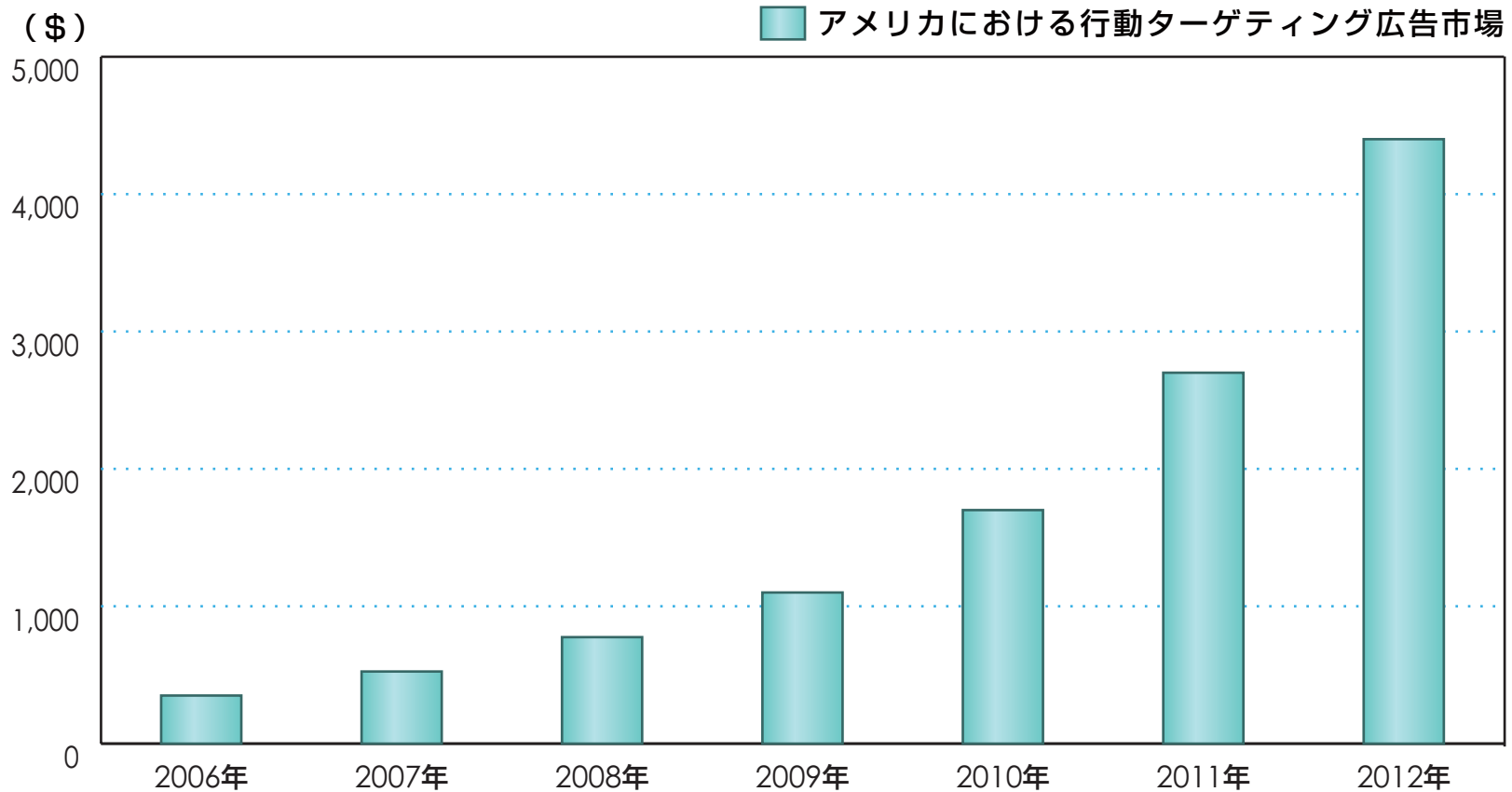
※ 『CGM/SNSビジネス調査報告書2008(インプレスR&D)』調査発表より  
[http://www.impressrd.jp/news/080526/cgm\\_sns2008](http://www.impressrd.jp/news/080526/cgm_sns2008)

# 4

## 対象市場の推移

### 広告事業

行動ターゲティング広告市場はアメリカをはじめ急速に拡大を続けています。アメリカの市場規模は 2008 年は 7.75 億ドル。2012 年は 44 億ドルまで伸びる予測。米国に遅れて 2006 年頃から日本でも行動ターゲティングのサービスが出始めました。



※ eMarketer(2008/6)より

公開中の携帯公式サイト キャリア別47サイト（2008年12月時点）

カテゴリー	サービス名	docomo	au	Softbank		
着メロ・カラオケ関連	J-KENケータイシーケンサー		○			
	J研	○	○	○	国内最大級のユーザー投稿型着メロサイト	
	J研+			○		
	J研のクラシック		○	○		
	J研のクラブサウンド		○			
	J研のオルゴール			○		
	J研のスポーツ			○		
	J研の演歌・歌謡		○			
	J研の効果音		○			
	J研の洋楽		○	○		
	SUPER SOUNDカラオケ			○	○	
	アニ着			○	○	
	まるごと歌詞付きメロディ			○		
着うた・着うたフル関連	J研Music	○	○	○		
	J研Musicフル	○	○	○		
	QUAKE call	○	○			
	QUAKE LOVER	○	○	○		
	QUAKE LOVER FULL	○	○	○		
	着OK¥980クラブ系取放	○				
メール関連	プリメル	○	○	○		
	みるメロ		○	○		
	グリメロ		○	○		
きせかえ関連	きせかえ@フラ×フラ			○		
	フラ×フラ	○	○	○	ドコモ公式メニュー3位(1月時点)	
	セレクト放題	○				
	きせかえDLE	○			2008年12月15日オープン	


● 市場の立ち上がりと合わせてサイト数を拡大していく

## 「きせかえコンテンツ」

「きせかえ」とは、自分の携帯電話のメニューや操作に伴うアニメーションを好みのものに変えられるサービス。

例) 学校の黒板風きせかえコンテンツ


待受画面



電池・電波アイコンを任意のものに変更できます。


待受け画面も Flash を用いることでよりリッチなコンテンツを提供することができます。

メニュー画面



今までプリセットか一部の機種でしか設定出来なかったメニュー画面も、ユーザーが好きなメニューコンテンツを設定できるようになりました。

電話・メール



電話の発着信画面やメールの送受信画面もユーザーが設定できるようになりました。(画面は発信中)

アニメーション GIF や、Flash を用いてアニメーションをつけることが可能です

## ユーザー課金事業について

### 「きせかえコンテンツ」提供サイト

フラ × フラ <http://flash.mmelo.jp>

総合 Flash サイト。3 キャリア対応（きせかえは2キャリア）  
きせかえをはじめ、待受、着 Flash、ゲームなどの  
Flash コンテンツを数 100 種提供中。



セレクト放題 <http://seleho.jp>

女性向けきせかえ。ドコモのみ対応。  
好きな画像でメニューを作る「メニューメーカー」や  
「アイコンメーカー」などを提供中。



I LOVE きせかえ TV <http://kisekae-tv.jp/>

「黒夢」や「ルー大柴」「VMO (VERBAL/MASATO OCHI)」  
などの魅力あるアーティストやブランドのコンテンツを提供する  
i-mode、EZweb 公式サイト



ユーコレ <http://u-colle.jp/>

UGC 型のきせかえサイト。ドコモのみ対応。  
ユーザーがオリジナルの待受画面、メニュー画面、  
電池・電波アイコンなどを作成して公開・共有できる。



きせかえ DLE <http://kisekae-dle.jp>

DLE 社の人気コンテンツを提供する i-mode、EZweb 公式サイト。  
第一段として「秘密結社 鷹の爪」を提供中。  
季節に合わせた書き下ろし作品も配信。





本資料に記載いたしました認識、戦略、計画などのうち、見通しは、歴史的事実ではなく、不確実な要素を含んでおります。

実際の業績は、さまざまな要因により見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご了承願います。

実際の業績に影響を与える重要な要因には、当社の事業を取り巻く経済情勢、社会的動向、当社の提供するサービス等に対する需要動向による相対的競争力の変化などがあります。

なお、業績に影響を与える重要な要因は、これらに限定されるものではありません。

ドリコム、Drecom、ドリコムロゴは株式会社ドリコムの登録商標です。また、各社の会社名、製品名、サービス名は各社の商標または登録商標です。

「i-mode / iモード」「きせかえツール」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。

「SoftBank およびソフトバンクの名称」「カスタムスクリーン」は日本国およびその他の国におけるソフトバンク株式会社の登録商標または商標です。

「au」「EZweb」「EZ ケータイアレンジ」はKDDI株式会社の登録商標です。