
第7期 中間決算発表用資料
事業戦略について

2006年6月30日 金曜日

株式会社フォーサイド・ドット・コム

- 掲載情報について -

本資料に記載されている内容には、将来の業績見通しが含まれていますが、内部的・外部的リスクによって実際の業績と大きく異なることがあることをご了承ください。

尚、弊社が継続して業務を展開する上で不可避の潜在的リスクである経済状況、サービスの成否、他社との競争状況などの不確実性が含まれていることをご留意ください。

1.For-side.comここまでの戦略整理

参入

- 社歴が短く、会社規模が小さい。
- ライフサイクルの短い“2G市場”で展開。
- 短期的に100億程度まで成長。

成長角度の維持が必須

「人、物、金」
獲得絶対条件

戦略

成長期にある“モバイルビジネス”を“グローバル”で展開
将来ビジョン - デジタルコンテンツの世界流通確立 -

For-side.comグループ 71社

TELITAS

touch

mobiVillage
WIRELESS INTERNET WORLD

Mobile Creative Service
cres

ico
Image Communication Online

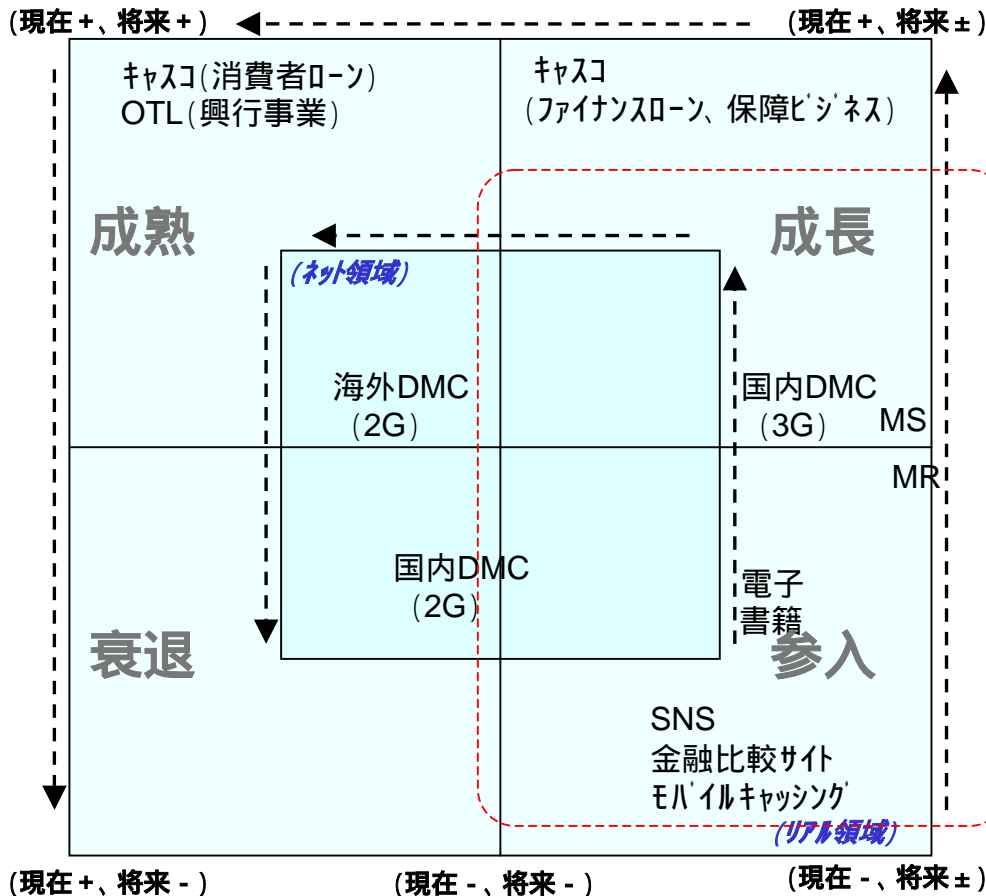
CAICO

ZINGY

世界60カ国以上
300以上のキャリア・メディアで展開

モバイル領域の環境が激変する2006年、競争価値を創造し適応できる基盤を
 積み上げる事を優先に進化する。

2.For-sideグループの事業ポートフォリオ 「2006年」



将来的価値が最も高い領域

モバイル領域のプレーヤーの中で他のコンテンツプロバイダーの傾向は2Gコンテンツビジネスが衰退していく中、広告費を投入し続け、成熟マーケットへの継続投資を行い、現在成長鈍化に陥っている。

継続的成長を実現するために自社の事業ポートフォリオをバランスよく仕上げるのが期初の課題

リアルのビジネスで着実な利益をあげ更に将来的にモバイル領域で競争価値のある展開が狙える事業を常にポートフォリオに組み込んでいく必要がある。

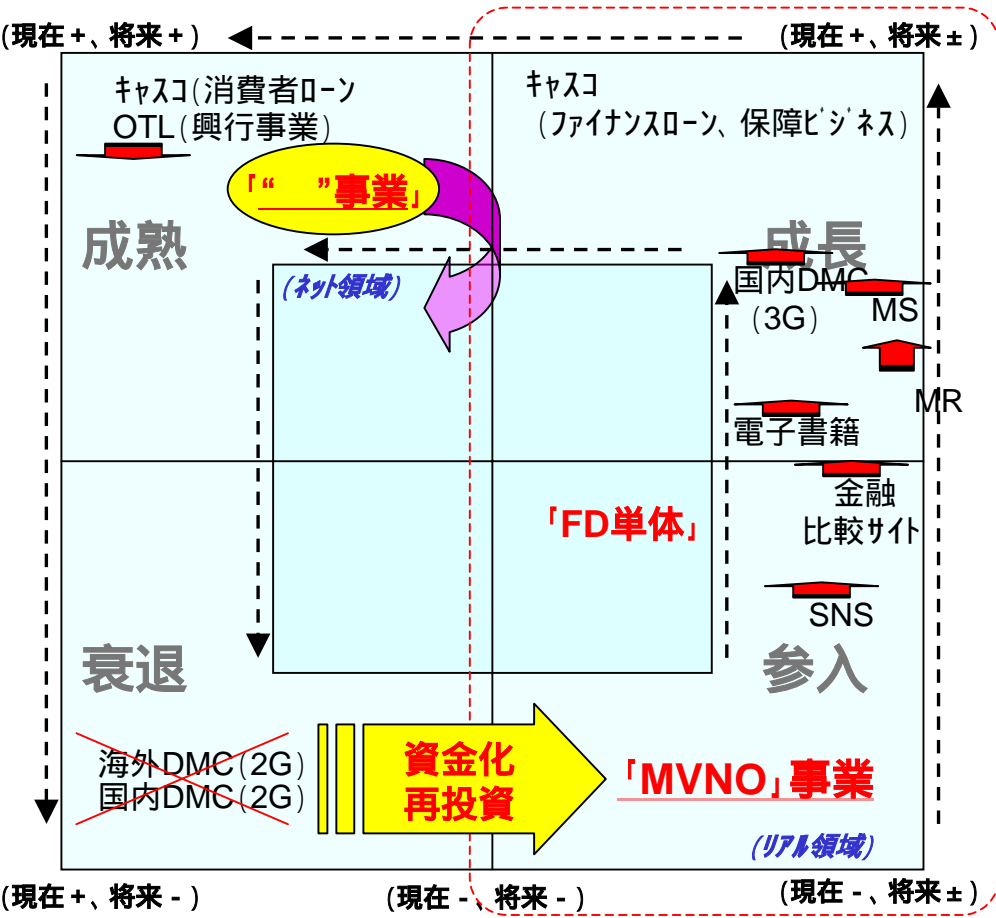
成熟期に入った「海外DMC」事業を資金化。

成熟期でありながらネットへ転換可能な継続的成長事業

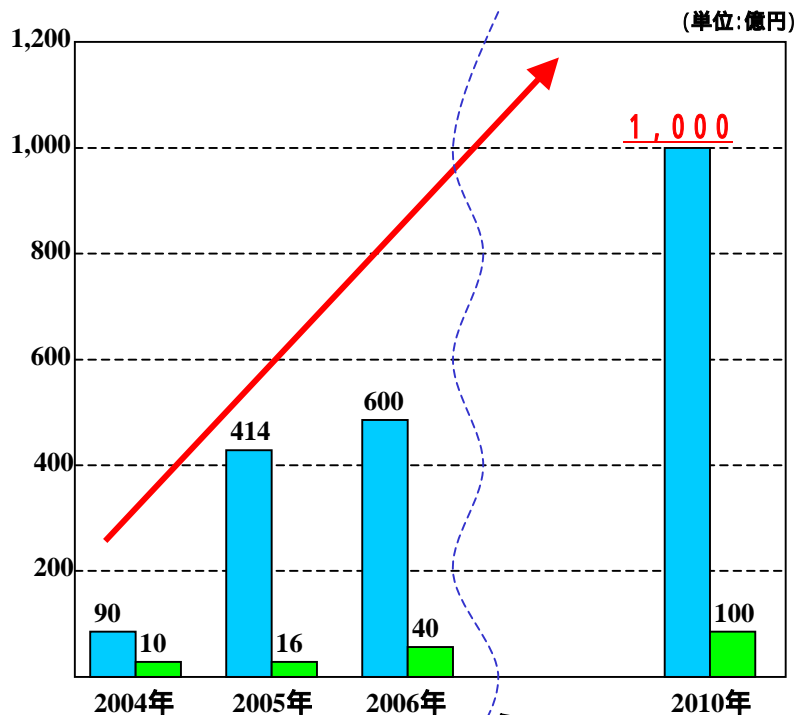
将来価値が高成長する事業

へ投資を行なう。

3.For-side.comグループ今後の事業ポートフォリオ



売上 / 経常利益の将来成長イメージ

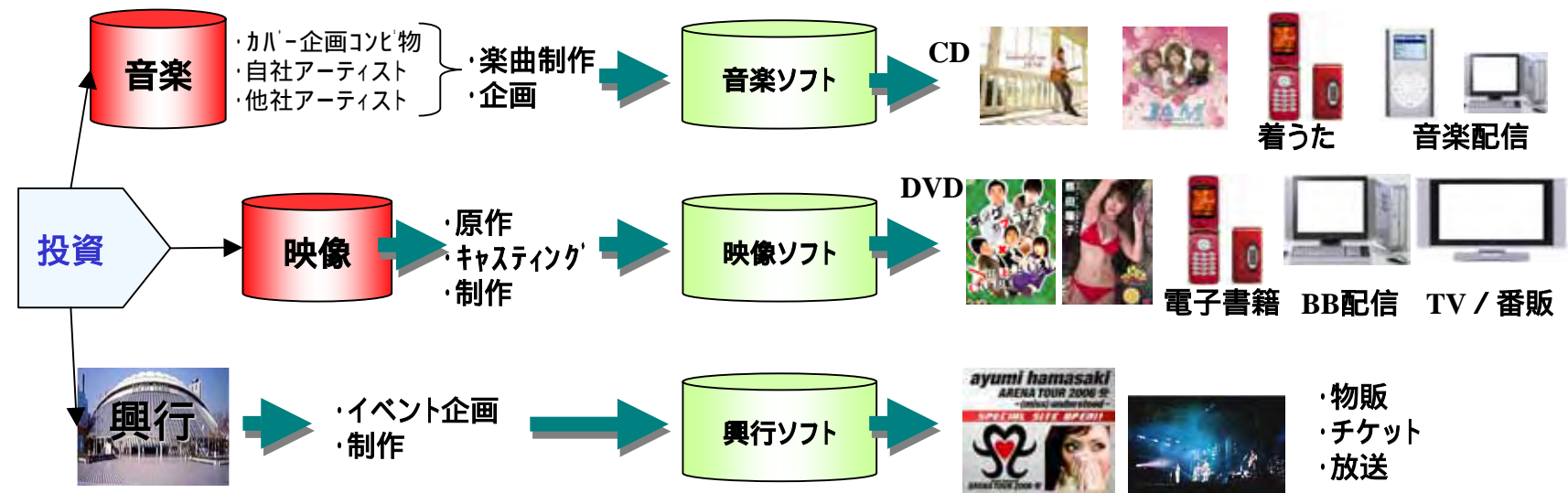


事業ポートフォリオの組み換え

成熟期であるが継続的に成長するビジネスを取り込み、併せて将来価値の高い新規ビジネス投資を行なう事で成長をキープする。

基本方針

モバイル領域で“B2C”にビジネスドメインを置く。
 今までのCP領域での企画から商品化までの自社展開だけではなく、
 ダイレクトにビジネス展開できる“顧客資産ビジネス”を強化。



将来的競争価値を高める為、今期は下記の将来投資に集中する。

- “コンテンツホルダー”としてのブランド確立（音楽レーベル / 映像レーベル）
- “3G”コンテンツプロバイダーとしてのブランド確立（音楽配信 / 電子書籍サイト）
- “モバイル領域”での新規領域のビジネス展開（SNSサイト / MVNO / モバイルキャッシング）

5. コンテンツホルダーとしてのブランド確立

背景

通信速度が上がる事によって、“着メロ”から“着うた”に進化し、プレイヤーが様変わりした。3Gへの変化は、モバイルでの音楽配信及び電子書籍を実現化し、課金額は従来の4倍以上に高騰する。この新モバイルマーケットでインパクトの恩恵を受ける事により、ノンパッケージ流通の第一人者として認知され、コンテンツホルダーとしての展開も有利になる。

戦略(音楽)

アーティスト名称許諾を受けて、トリビュート企画タイトルを発売し、有名アーティストの乗り入れを行なう。

各タイトルの発売に際して、アーティストを集合させたライブ(レコ発ライブ)を実施し、売上の最大化を図る。

メディア系企業と共同で地上波、CS、WEB、モバイル、雑誌を利用した、音楽ソフのプロモーションを展開を行う。

自社レーベルで複数ある各レーベル名称を、一貫性のあるレーベル名称「for-side～」に変更。

戦略(映像)

グラビアタイトルは「S級」レベルのアイドル商品に集中投資する。

TVドラマに関しては、平均12～13話のストーリー展開になる為、DVD等のパッケージ商品が高単価になる。費用対効果を検証し、有力なタイトルのみを選択投資する。

番販等の将来出口の多い映画へは、STAFF・キャストを重視して集中投資を行なう。

動画資産の有効活用として、電子書籍素材としての加工も行なう。

6.音楽戦略の展開スキーム

アーティスト名称許諾を受けて、トリビュート企画タイトルを発売し、有名アーティストの乗り入れを行なう。



有名アーティストを軸にしたCDタイトルを多く出す事で、**コンテンツホルダーとしてのブランドを確立**し、収益の最大化を図る

具体例「Avril Lavigne Masters Collection」

海外「有名アーティスト」

アーティスト名称 使用許諾

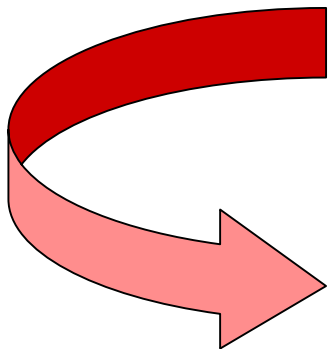
アヴリル・ラヴィーン



国内「有名アーティスト」

企画参加 (歌唱参加)

misono	I-lulu	THE TIPSIES
橘いずみ	杏子	ベッキー
ソニン	Yukki	Mi

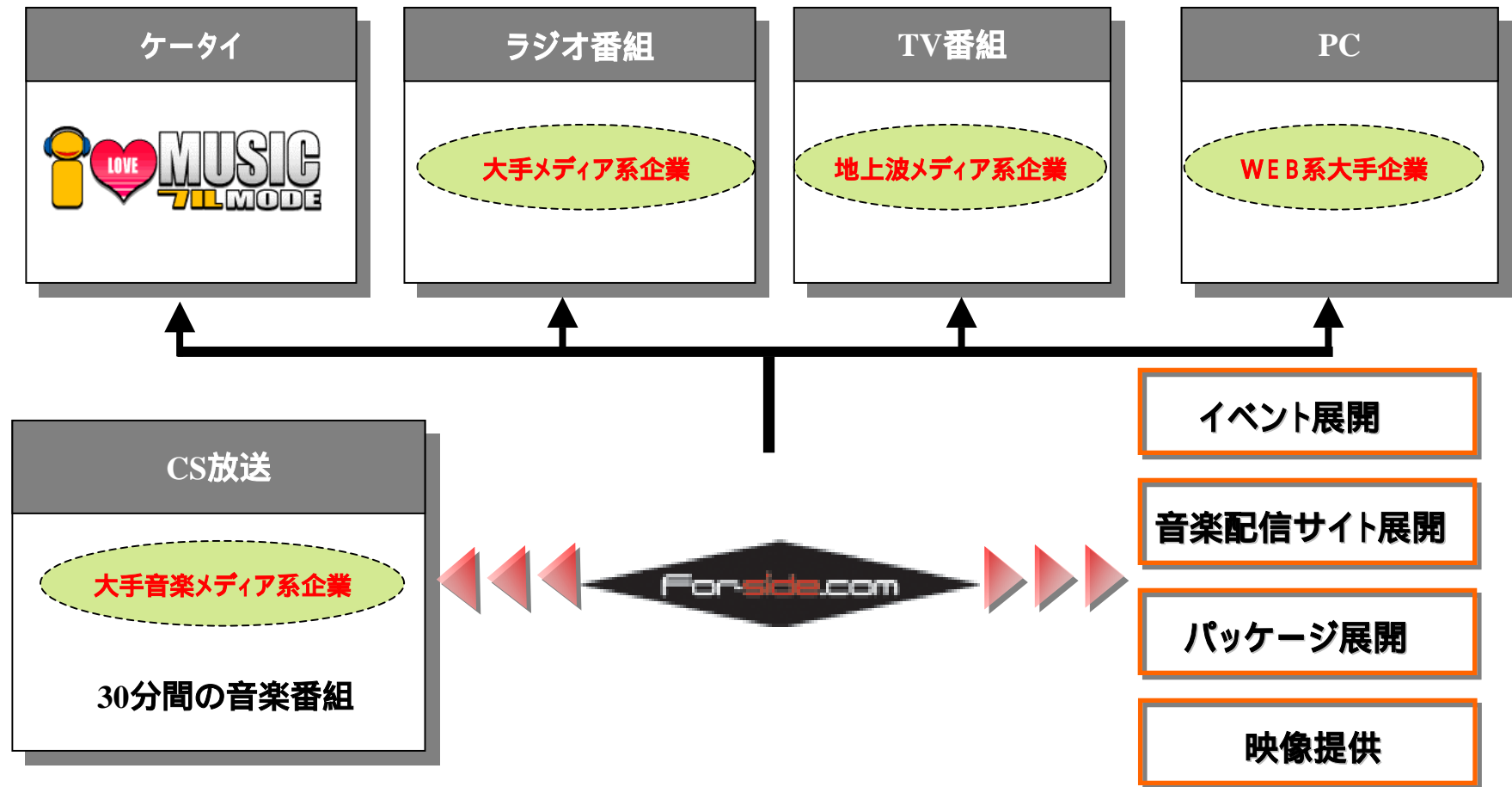


For-side.recordsオリジナルCDアルバム

「Avril Lavigne Masters Collection」

同様に、年内10タイトルをリリース予定!

7. プロモーションイメージ



音楽ソフト向けの効果的メディアが減少していく中で、
For-side.comとして独自のプロモーション方法を構築して展開する。

8.映像戦略の展開スキーム

グラビアタイトルは「S級」レベルのアイドル商品に集中投資する。
 DVD等のパッケージ商品が高単価になるTVドラマは、有力なタイトルのみを選択投資する。
 番販等の将来出口の多い映画へは、STAFF・キャスティングを重視して集中投資を行なう。
 動画資産の有効活用として、電子書籍素材としての加工も行なう。

TVドラマ
映画作品



原作
キャスト スタッフ

パッケージ

DVD(セル・レンタル)



ノンパッケージ

PC・Mobile動画 / 電子書籍 / TV放送



リアル

興行 / チケット / グッズ



海外TV局への
番組販売(番販)

過去3年間で投資した数百に及ぶ映像コンテンツ(ハイビジョン撮影)を、積極的にノンパッケージ市場の流通パートナーへ提供して行く。
 今後については、資産価値の高い有力作品(グラビア / ドラマ / 映画)に集中投資する。

具体例 「純ブライド」 2006年6月6日公開作品



原作



©「純ブライド」吉田 聡



cast



城田 優

1985年12月26日生まれ。若手俳優集団「D-BOYS」の一員として、ミュージカル「テニスの王子様」(05)やテレビ「ひらめきBOYS」(NTV)、「PINKの運命子」(TX)などで幅広く活躍している。全国ロードショー映画「テニスの王子様」にも出演し、その他CD・DVDなどもリリースし注目を集める。「D-BOYS」(ANB)で活躍中。



川村 亜紀

1980年10月15日生まれ。2000年には「ミスヤングマガジン」「ビジュアルクイーンオブイヤー」を受賞。以後数々のドラマに出演し、夫蘭大介監督の「AIKI」(01)でスクリーンデビュー。その後「あさってDANCE」(05)出演。今年初音「純ブライド」をはじめとして「カラス」「ここにいろ」に出演。「ボーイ・ミーツ・グズン」の公開も控え、本格的女優へのステップアップが加速している。



staff

監督：廣田 幹夫

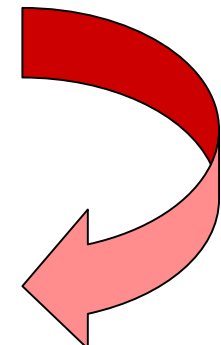
1967年7月1日生まれ。につかつ芸術学園卒業後、テレビ「エコエコアザラク」(97)第9話・18話、テレビ「仮面天使ロゼッタ」(98)第5話・6話、テレビ「Heart Beat」(00)「娘」(03)(ロードドラマ)映画「今娘姉妹飼育」(04)など、幅広い作品の監督を務め、これからのさらなる活躍が期待されている。

脚本：高木 裕治

代表作に映画脚本「ヘヴンズ・ドア」(03)、「呪戒」(05)、「あさってDANCE」(05) などがある。

原作者：吉田 聡

1960年12月8日生まれ。湘南海岸育ちの 湘南ボーイな青春時代を経て少年KING「天上界Story」でデビュー。初の連載作品「湘南爆走族」でマンガ界を席巻する。以後「ちょっとヨロシク」「純ブライド」「スローニン」ほか世代間を超えてヒット作を連発、人のハートを描かせれば世界一グレードな、「記録」よりも「記憶」に残るマンガ家として活躍。現在は月刊荒くれマガジン(少年画報社)にて最終章に突入した「荒くれKNIGHT高校爆走編」、20年振りに復活の「湘南爆走族」を、モーニング(講談社)にて新境地のヒューマンホラー「ジナス」を月イチ連載中。



For-side.com製作委員会参加作品

純ブライド

具体例 「口裂け女」 2006年6月完成予定

cast

山下 京子 役 ……佐藤 江梨子
テレビ「電車男」 映画「キューティーハニー」他

松崎 昇 役 ……加藤 晴彦
テレビ「あいのり」 映画「アナザ'ヘヴン」他

松崎 タエコ 役 ……水野美紀
テレビ・映画「踊る大捜査線」他



staff

プロデューサー 大橋 孝史
ホラー作品100本以上をプロデュース

監督 白石 晃士
「ノロイ」「呪霊 黒呪霊」他

脚本
横田 直幸「ノロイ」「呪霊 黒呪霊」他

製作委員会

株式会社トルネード・フィルム
制作・劇場配給宣伝

株式会社クロックワークス
ビデオレンタル発売・販売、海外販売

有限会社ツイン
地上波・BS・CS放送・VOD番組販売

メモリーテック株式会社
DVDプレス

株式会社フォーサイド・ドット・コム
ビデオグラムセル発売、販売
BB配信

背景

ネットビジネスにおけるソフトの重要性が高まる中、あらゆるクライアントとの協業を実現できる可能性を生み出す必要がある。

他社コンテンツの販売マージンが下がる中、コンテンツを自前化する事で収益性の確保が実現する。ノンパッケージ流通が広がる際に市場へソフトの供給が足りなくなる為、ビジネス機会と競争優位性を保つ事ができる。

“着うたフル”の到来にて、市場全体がリセットされる。このタイミングを逃さずに、現時点で大量のライセンスを確保する必要がある。

戦略

単なる曲数勝負だけではレーベルにて直営している他企業との競争優位性が低い為、ライセンス営業部門を再強化し、「企画・提案交渉・制作・開発」の一貫的な組織で企画的な差別化を図る。

ブランド価値の高い競合系企業(PC音楽配信系企業等)との共同サイト展開を拡大する。

CMタイアップやコンサート協賛等のタイアップで、有名アーティストの権利獲得を行い、オリジナル楽曲の制作やパッケージ商品への告知封入等を行いブランドを強化する。

ノンパッケージの流通力を高め、競争優位性を確立させて大量のコンテンツライセンス獲得を実現させる。

電子書籍に関しては、大物作家での書き下ろし作品等の独占コンテンツの獲得を拡大する。

電子書籍も音楽配信同様に早急にブランド価値の高い競合系企業との協業及び事業提携を実施する。

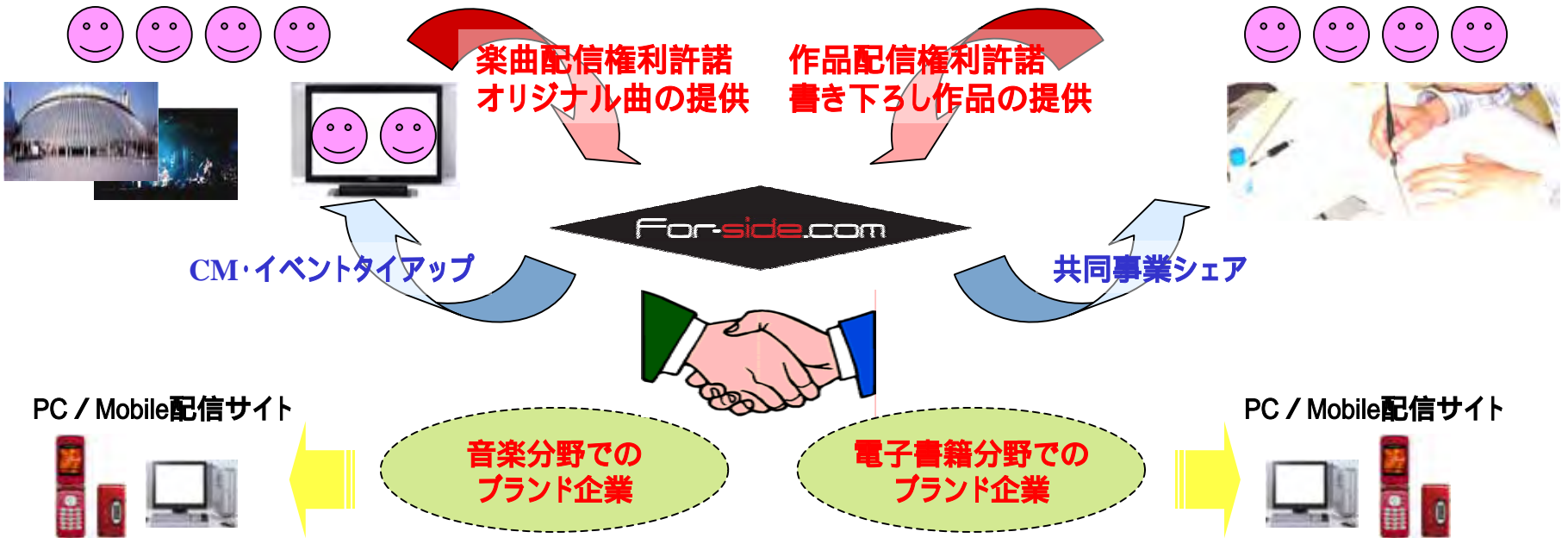
10.コンテンツプロバイダー展開の戦略スキーム



各分野でブランド価値の高い企業(リアルでブランド力のある企業及びPC音楽配信系企業等)との共同サイト展開を拡大する。
CMタイアップやコンサート協賛等のタイアップで、有名アーティストの権利獲得を行い、オリジナル楽曲の制作やパッケージ商品への告知封入等を行いブランドを強化する。
電子書籍に関しては、大物作家での書き下ろし作品等の独占コンテンツの獲得を拡大し、音楽配信同様に早急にブランド価値の高い競合系企業との協業及び事業提携を実施する。

国内外「有名アーティスト」

国内外「有名マンガ作家」



有名アーティスト・有名マンガ作家等との直接契約で、コンテンツの大量許諾を獲得。
有力な流通パートナーとの共同サイト展開にて、コンテンツプロバイダーブランドを確立。

11.モバイル領域”での新規ビジネス展開

背景

コンテンツ資産アプローチのみの展開では、現状の収益成長を支える事ができない。
 今後も継続的成長を実現するためにはモバイル領域での新規ビジネス展開を行う必要がある。

戦略

携帯電話キャリアからのインフラ貸出を受け、その中で展開する各ビジネスモデル上でのパートナー企業と合併会社を設立。

インフラ提供の収益に付加して、“課金決済(ショッピング/キャッシング)”“ポータルビジネス”“放送ビジネス”“ソフトビジネス”“メーカービジネス”の収益モデルを組み込む。

“ポータブルミュージックプレーヤー”の立ち位置を競争価値とし、「IPモバイル電話」機能を搭載する。
 ダウンロードから視聴までを端末自体で自己完結する商品として展開する。

ビジネスモデル

<インフラ提供ビジネス>

- ・借りている回線部分を個人や法人向けに提供し、差額の収益

<決済ビジネスモデル>ショッピング, キャッシングの時のみ

- ・会員入会の際の獲得インセンティブ
- ・クレジット, キャッシング利用の際の手数料
- ・P SMSでのネット上少額決済

<ポータルビジネス>

- ・広告収入(メルマガ, パナー)
- ・物販(楽天モデル)

<放送ビジネス>

- ・広告収入
- ・映像放送収入

<ソフトビジネス>

- ・ゲーム
- ・映像配信
- ・音楽

<メーカービジネス>※端末にFD PServiceソフトをインストール

- ・端末の卸売りに対しての機器代金

12.展開イメージ概要



第1ステージ

「i-Pod」の自己完結版MP3プレーヤー

MP3プレーヤーに通信モジュールを組み込み、音楽DLする際にPCを介さず行える自己完結版MP3プレーヤーを発売する。
音楽DLに特化した形での展開。

第1フェーズの取り組みが成功した場合、モデルを進化させ、画像・動画のDLや物販が

行えるモデル展開を検討する。

第2ステージ

「IP電話+MVNO」

IP電話にMVNOビジネスをプラスし、外出時には携帯電話、スポット付近では大容量のデータ通信を可能とし、通話料定額制・パケット料定額制を提案する。
上記サービスを軸にBtoCへの販売モデルを確立する。

13.モバイル領域での金融との短期的なシナジー展開

2006年



➤STEP1:インターネットによる
目的別ローンの展開

➤STEP2:差別化された
金融サービス
比較サイトの展開

➤STEP3:モバイル
クレジット
の実施

・海外旅行
・事故
・引越し
・免許
etc.

事業分担

- FD
 - 1.サイト構築
 - 2.プロモーション
- キャスコ
 - 1.商品づくり
 - 2.商品化

- 目的別ローンの利点 -

- ✓ライトユーザーをターゲットにできる
- ✓多重債務者が少ない

- サイト展開における重要な要素 -

- ユーザー視点をもつ
⇒ 利便性、効率的
- クライアントの視点をもつ
⇒ 良質の顧客、多量
- ビジネスモデルを確立する
⇒ ライフサイクルの長く収益源を多角化

上限与信枠

50万円

のクレジット
サービスを提供

⇒ キャスコのもつ
高い回収能力
によって実現

STEP1 顧客特性の良い目的別ローンスタートさせ、FDとキャスコの協業を実現させる。

STEP2 金融比較サイトを展開し、For-side.comのビジネスとして発展を見込む。

STEP3 モバイル金融インフラの整備に伴い、モバイルクレジット事業に参入拡大する。