
株式会社フォーサイド・ドット・コム

2007年～2009年度For-sideグループ 中期再生プラン



本資料にて、2007年～2009年度の 中期再生プランについて ご説明させていただきます。

—免責事項について—

本資料に記載されております計画や見通し、戦略など歴史的事実でないものは本資料の作成時点において入手可能な情報に基づく将来の業績に関する見通しであり、これらには様々なリスク及び不確実性が内在しております。実際の業績はかかるリスク及び不確実性により、これらの見通しとは異なる結果をもたらしうることをご承知おきください。かかるリスク及び不確実性には、市場リスク、日本円と米ドルとその他外貨との為替レートの変動、その他情報通信関連事業を取巻く様々なリスク及び当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が含まれますが、これらに限定されるものではない不確実性が含まれていることをご留意ください。

また、本資料に記載されている当社及び当社グループ以外の企業等にかかわる情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。

なお、本資料の著作権やその他本資料にかかる一切の権利は株式会社フォーサイド・ドット・コムに属します。

1. フォーサイド創業期の整理
2. 中期再生計画のストーリー整理
3. 課題整理と必要な対応の整理
4. 中期再生プランのスケジュール
5. 各課題の詳細について
6. 中期再生プランにおける財務目標

1.フォーサイド創業期の整理

1. フォーサイド創業期の整理

4

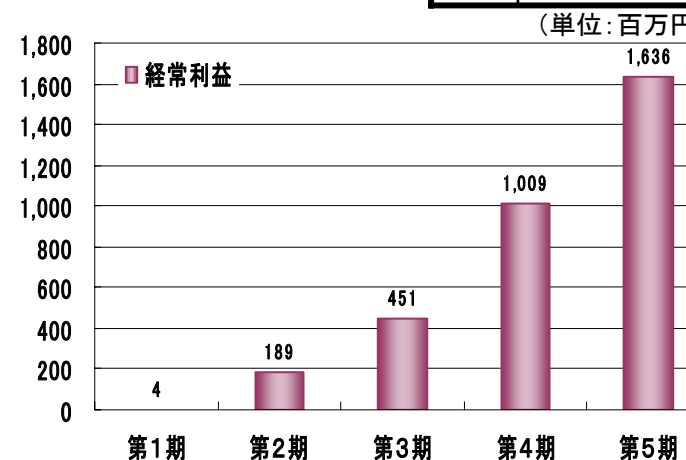
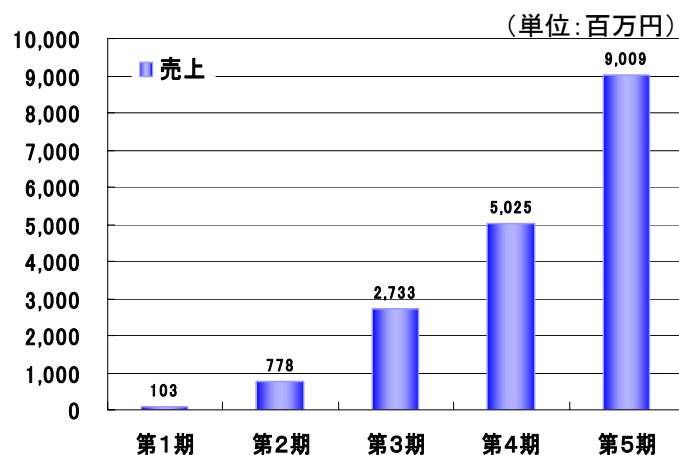
～創業から5期まで～

ITバブル崩壊後、会社設立は2000年3月31日

(単位:百万円)

- 1期目 航空チケット販売(モバイル)、待受け画像でビジネス立ち上げ
- 2期目 着メロビジネスへ参入、B2Cモバイルコンテンツへ特化
- 3期目 着メロサイトに特化、着メロのB2Bビジネスを開始
- 4期目 B2C着メロサイト、アフィリエイトビジネス、着メロのB2B強化
- 5期目 グラビア立ち上げ、B2C着メロビジネスのグローバル戦略(エリア拡大)

| | 売上高 | 経常利益 |
|----|-------|-------|
| 1期 | 103 | 4 |
| 2期 | 778 | 189 |
| 3期 | 2,733 | 451 |
| 4期 | 5,025 | 1,009 |
| 5期 | 9,009 | 1,636 |



**第5期までは、フォーサイド単体事業でほぼ売上・利益を構成。
以降、競争が激しいモバイル領域において成長角度を
維持させるために、エリアを拡大・グローバル化目指した**

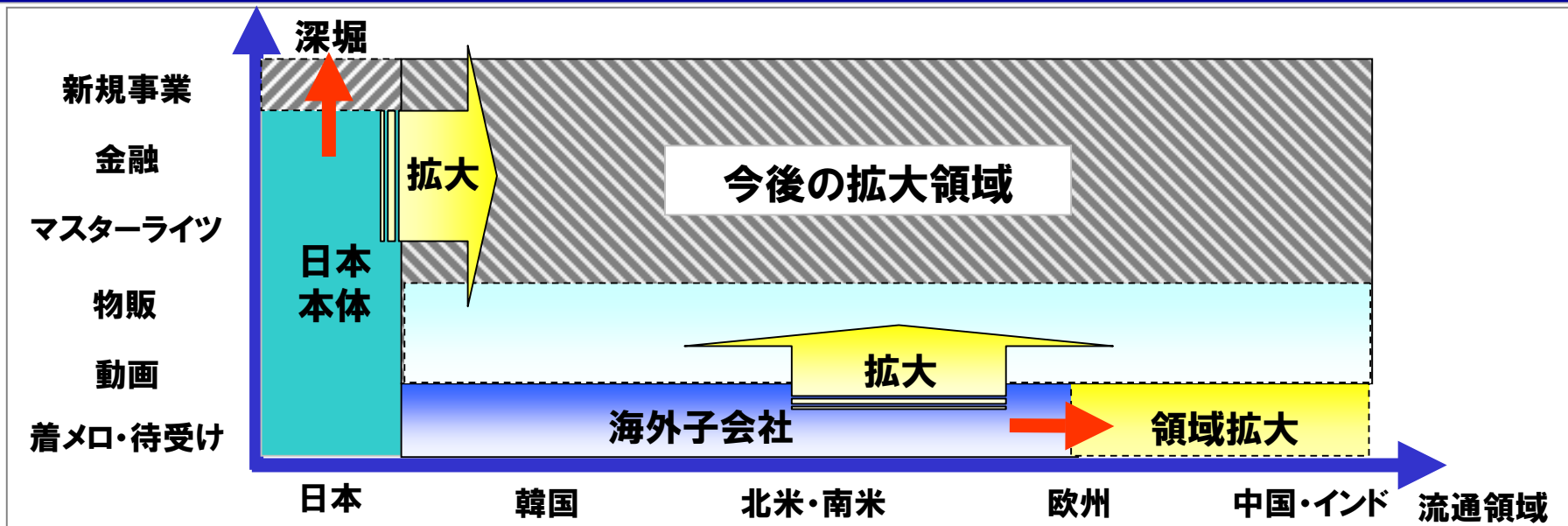
1.フォーサイド創業期の整理

5

～ 6期以降のグローバル戦略 ～

本体はモバイル領域の拡大、海外でエリア拡大

単体が新規事業の拡大やコンテンツホルダー領域の深堀をし、多面的なビジネスモデルを展開し、海外においてコンテンツの流通領域を拡大させることを目指す



海外子会社の強みを活かして、事業領域の拡大とエリアの拡大を行うことでモバイルビジネス領域の世界No.1企業を目指していた

1.フォーサイド創業期の整理

6

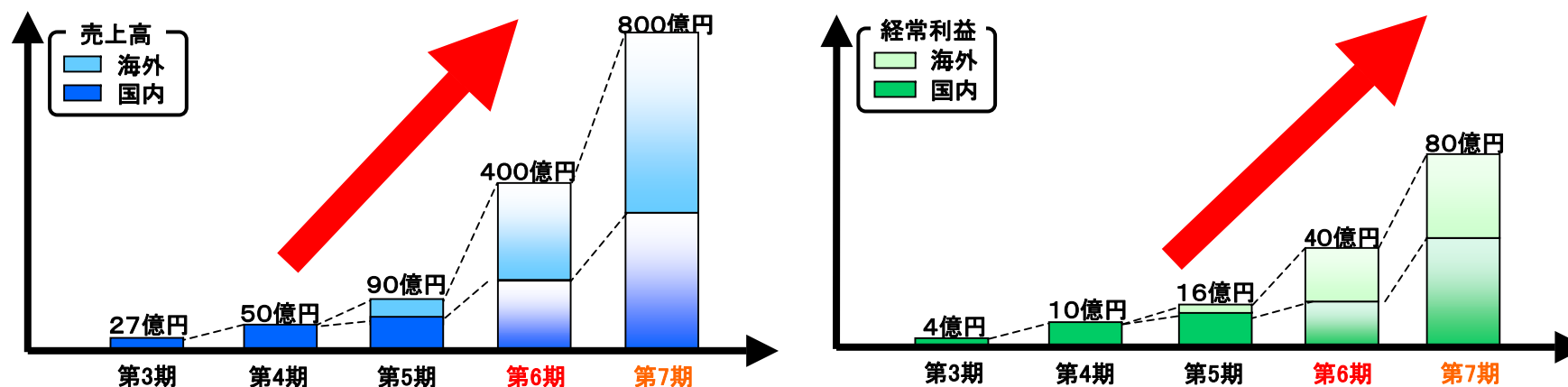
～ グローバル戦略の本格化と国内事業の深堀を実施 ～

海外においては iTouch の子会社化、国内においてはオンザライン社とモバイル金融への参入を視野に入れ金融事業のキャスコ社を子会社化

6期目 M&A開始

- ・オンザライン社のグループ化(興業事業参入)
- ・大型の資金調達を行い、iTouch社を取得(グローバル流通網確立)
- ・国内モバイルビジネスの多角化を目指し、キャスコ社取得(モバイル金融)

※キャスコ社は希薄化を懸念し、間接金融による資金調達



グローバル流通網の確立と国内事業の深堀を実現し翌年(7期)においては売上800億円、経常利益80億円を目指していた

1.フォーサイド創業期の整理

～ 第6期 決算の結果 ～

| 第6期 | 実績 | 予想 | 増減額 |
|------|---------|--------|---------|
| 売上高 | 41,469 | 40,000 | 1,469 |
| 経常利益 | 1,608 | 4,000 | ▲ 2,392 |
| 当期利益 | ▲ 9,735 | - | - |

第6期業績概況

- 売上は、子会社連結により急成長
(第5期 9,009百万円⇒第6期41,469百万円)
- 経常利益は、3G移行に伴う原価の増加及び買収に伴う無形固定資産の償却による圧迫
(第5期 1,636百万円⇒第6期1,608百万円)
- 当期純利益は、不採算サイトの統廃合に伴うコンテンツ資産・ソフトウェアの除却費、関係会社のストラクチャリング費用及び海外子会社における減損損失等計上
(第5期 △889百万円⇒△9,735百万円)

問題整理

- ①キャスコ計画のため、間接金融で100億円調達
- ②グローバルでの決算の結果、計画未達
⇒資金調達中止
- ③2Gビジネスの衰退兆候⇒3G追加投資
- ④営業権部分の問題
⇒一括償却が否認されたため、USGAAPで連結を行った経緯から営業権部分が多額に残り、減損リスク(将来的な影響)を背負うことになる
- ⑤IT業界における監査の不信感



海外展開撤退を選択

～ 第7期の問題 ～ 外的要因と内的要因

外的要因

- ①ライブドアショック
- ②グローバルで業界の株価低迷
- ③減損会計（P9にて説明）
- ④金融過払いの問題
- ⑤金融会計指針の決定
（利息返還損失引当金の計上）
- ⑥内部統制強化

内的要因

- ①売却の遅れ(デュアルプランのため)
による副作用の発生
- ②2G資産の衰退
- ③外的要因の変動が激しいことによる
再生プランの遅延

国内モバイルコンテンツ事業に特化

3Gコンテンツ事業に対応できる基盤を構築するために、
海外2G事業・国内ノンコア事業を売却。
原点回帰、単体事業に集中を選択。3G有料モバイルコンテンツビジネス特化へ。

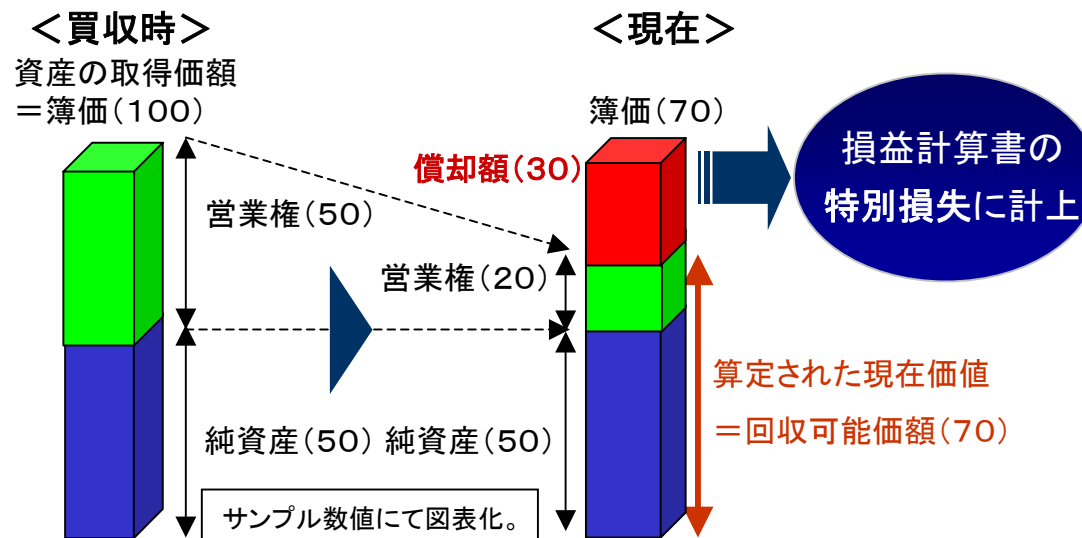
1.フォーサイド創業期の整理

9

～ 減損会計の本格化による特別損失の発生 ～

企業価値の算定方法として「類似企業比較法(マルチプル法)」を用いられる場合が多く、世界同時株安におけるIT関連企業各社の株価・時価総額下落の影響を受け、“のれん”を特別損失として計上

ITセクターの株価が高いタイミングにおいて資金調達を行い、M&Aを実行。当時の高いマルチプルの株価において株式取得したことにより多額の営業権を計上。その後のITセクターにおける大幅な株価下落(マルチプル低下)によって多額の減損が発生。



海外の類似企業3社の
直近6ヶ月の株価下落率は
平均約58%



資産価値下落の兆候に対して、減損会計を早期に取り入れ
連結貸借対照表・損益計算書の健全化

1.フォーサイド創業期の整理

10

～第7期以降のトピックス～ 今後は原点回帰、単体事業に集中

2005年  2006年 2007年

12月

4月

6月

10月

11月

12月

1月

2月

●平成17年10月期決算発表

(売上414億円、経常利益16億円、純利益△97億円)

●臨時総会

①決算期変更(10月⇒12月、14ヶ月決算)

②会計監査人変更(中央青山⇒トーマツ)

●平成18年12月期(中間)決算発表

(売上307億円、経常利益13億円、純利益△194億円)

●日本公認会計士協会より利息返還損失引当金指針

●子会社の株式譲渡

(株式会社オン・ザ・ライン)

●利息返還損失引当金計上

(特別損失148億円)

●平成18年12月期第4四半期(12ヶ月)決算発表

(売上633億円、経常利益65億円、純利益△293億円)

●子会社の株式譲渡 (株式会社キャスコ)

●チケット事業撤退

●子会社解散(出資ドットコム)

●子会社の株式譲渡(Widefos)

●子会社の株式譲渡(iTouch)

2. 中期再生計画のストーリー整理

➤7期(2006年)

◇再編の選択、BS・PLの合理化

➤8期(2007年)

◇単体の黒字化、事業基盤の再構築の完了

➤9期(2008年)

◇単体事業の拡大の成果 ～税引後利益7.5億円～

➤10期(2009年)

◇拡張性ある安定的成長の実現 ～税引後利益15億円～

2.中期再生計画のストーリー整理

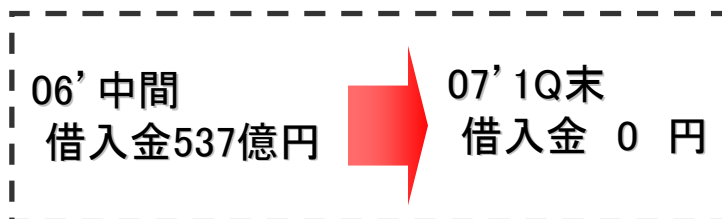
13

BS 圧縮の推移 (連結)

(単位:百万円)

| | 06' 中間 | 06' 期末 | 07' 1Q末 (見込) | 前期末比 |
|------------|---------|--------|-----------------|---------|
| 流動資産 | 89,931 | 17,170 | 12,059 | -5,111 |
| (内:単体現預金) | 6,452 | 696 | 9,196 | 8,500 |
| 有形・無形固定資産 | 39,785 | 11,525 | 3,168 | -8,357 |
| 投資その他の資産 | 2,856 | 1,059 | 490 | -569 |
| 資産合計 | 132,574 | 29,755 | 15,718 | -5,537 |
| 負債 | 75,290 | 17,030 | 5,676 | -11,354 |
| (内:単体借入金) | 16,484 | 3,515 | 0 | -3,515 |
| 純資産 | 57,283 | 12,724 | 10,042 | -2,682 |
| (内:少数株主持分) | 6,818 | 311 | 305 | -6 |
| 負債・純資産合計 | 132,574 | 29,755 | 15,718 | -17,557 |

負債内訳の変動について



▶借入金減少要因

- ①キャスコ売却によるB/Sの大幅圧縮
- ②iTouch売却資金による返済

～財務諸表の合理化～

●BSの合理化

- 1.海外の売却・・・営業権問題の回避
- 2.国内のノンコアビジネス撤退
・・・金融事業を中心とした
多額の借入金の解消
- 3.負債の圧縮・・・単体負債の完済
- 4.不採算コンテンツの減損・・・適正価値での計上

BSの健全化

- 有利子負債ゼロ化へ
- 減損リスクの低減

●PLの合理化

- 1.原価削減・・・細かな原価の見直し
- 2.人件費・・・コアの人材による
効率的な運営
- 3.広告費・・・広告・流通戦略の見直し
- 4.販売管理費・・・子会社管理コスト節減等
- 5.減価償却費・・・適正化

PLの健全化

- 大幅な原価削減により粗利率のUP
前期粗利率30%台⇒60%台へ
- その他販管費の削減により黒字体質化

～マーケットの環境～ モバイルコンテンツビジネスの変化 I

●プラス要因

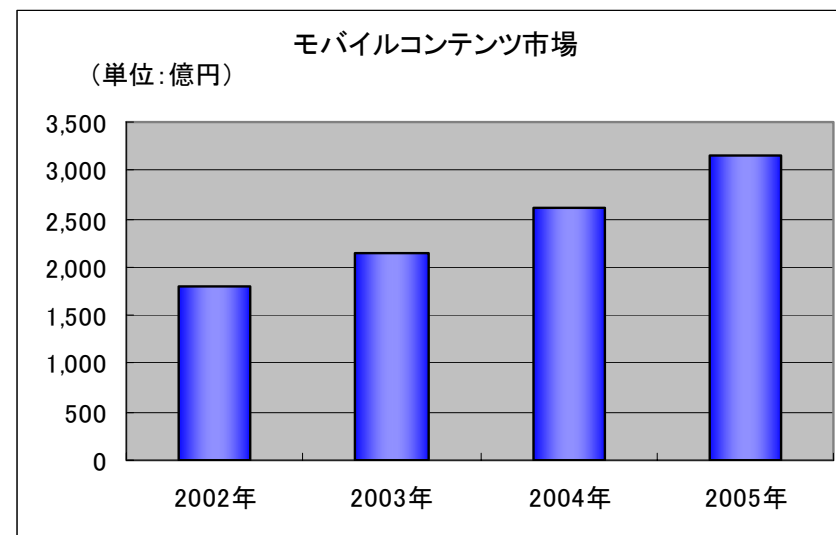
①マーケット規模の拡大

モバイルコンテンツ市場

(単位:億円)

| 2002年 | 2003年 | 2004年 | 2005年 | 対前年比 |
|-------|-------|-------|-------|------|
| 1,793 | 2,133 | 2,603 | 3,150 | 121% |

2005年 モバイルコンテンツ市場は 3,150億円
今後、さらに拡大傾向。



(出所:モバイル・コンテンツ・フォーラム)

②ジャンルの広がりに伴う機会の拡大

2G主要コンテンツ
着メロ、待受け、画像等



3G主要コンテンツ
着うたフル、デコメ、電子書籍、映像、着せ替え等

～マーケットの環境～ モバイルコンテンツビジネスの変化II

●プラス要因

③コンテンツのリッチ化に伴う課金単価の上昇

各サイトで、従量課金モデル(1曲、1素材から購入できるモデル)を導入

2002年 2Gコンテンツ課金平均単価

¥102～¥110程度

※自社データを下に算出



2006年 3Gコンテンツ課金平均単価

| | | | |
|-------|------|------|------|
| 着うた | ¥247 | 電子書籍 | ¥440 |
| 着うたフル | ¥739 | デコメ | ¥164 |
| 着ムービー | ¥367 | | |

④収益性の向上

2G主流の時期に比べると単価は大きくなっているため、利益となる額が大きくなることが想定されるが、
現在、粗利率は60%近くに回復できてきているため、収益性が向上することが見込まれる

●マイナス要因

⑤競争環境－他業種からの参入

- ・TVやインターネットメディア系企業の参入により、競争が厳しくなっている。
- ・競合会社の規模が大きくなってきている。(資本提携等)
- ・競合サイトが増えることにより、集客数が増加しない

～フォーサイドの競争価値～ 3Gモバイルコンテンツビジネスを選択

●フォーサイドの強み

外的要因

- ①モバイルビジネスのポジショニングの良さ
- ②3Gのコンテンツ(音楽・映像・電子書籍・きせかえツール等)は高成長環境

内的要因

- ①コンテンツホルダーとのリレーション
- ②モバイルコンテンツの学習経験
- ③ソフト制作投資の経験

歴史の浅いコンテンツビジネスにおいて、設立から7年、音楽から映像、電子書籍まで様々なジャンルを横断的にカバーし、B2CとB2B向けに手がけているのは、限られた会社のみ。その中で、自社コンテンツの配信だけでなく、他社コンテンツを集め配信を行っている会社は、フォーサイドのみ。
今後もこのような展開プランで差別化を図る。

モバイルビジネスは急成長。このポジショニングの良さで競争していくために、モバイルコンテンツの様々なジャンルをカバーし、ここまでのコンテンツホルダーとのリレーションを活用し、B2B・B2C向けに自社ソフト及び他社ソフトをアグリゲーション展開するのはフォーサイドのみ。

3.課題整理と必要な対応の整理

～ 第7期から第10期までの課題～
内外の視点から見る各課題について

【外的要因の課題】

① 減損会計への適応

② 内部統制の強化

【内的要因の課題】

① モバイル有料コンテンツに資源集中

② コスト削減による収益力強化

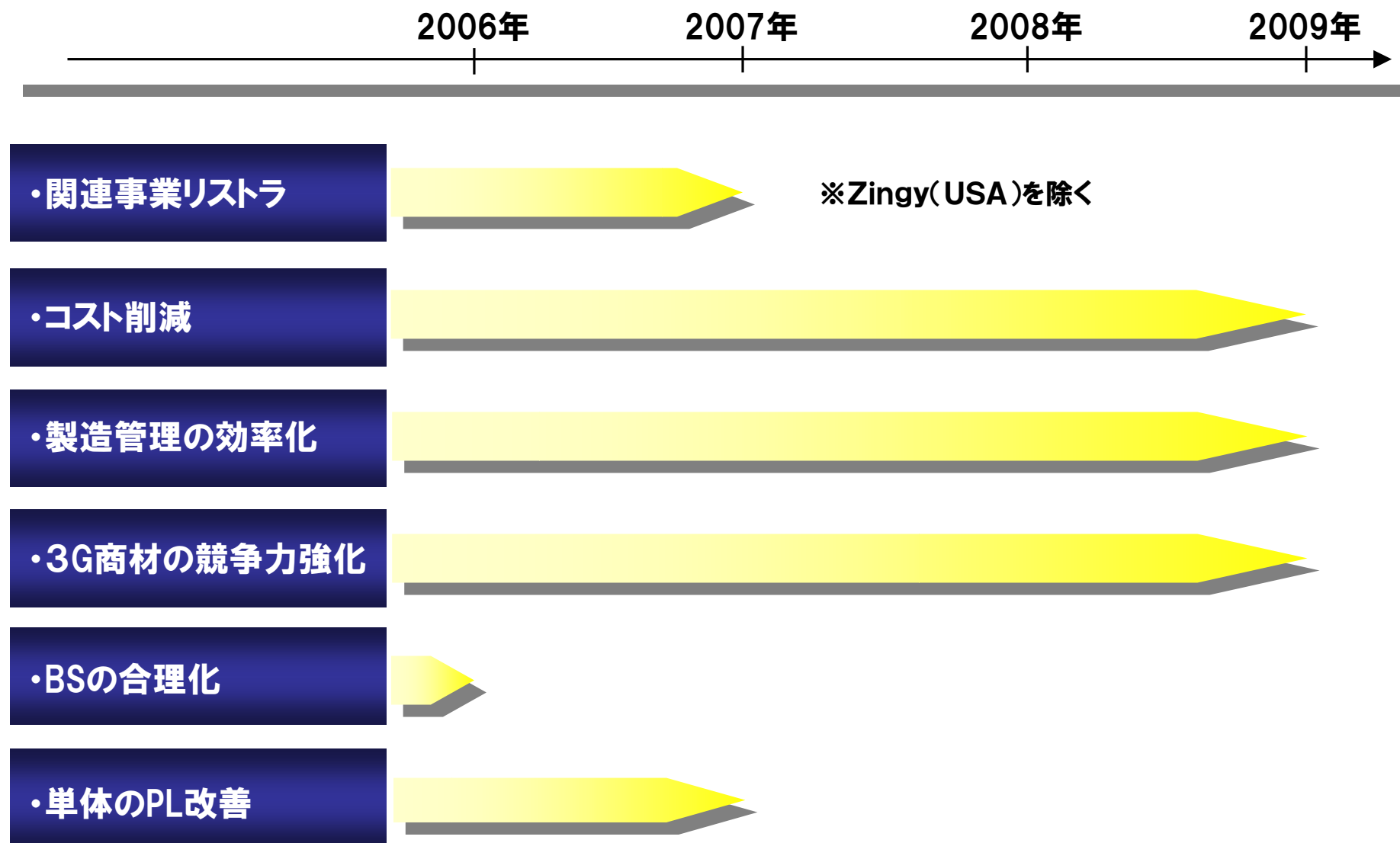
③ 製造管理の向上による効率化

④ 3G商材の競争力強化

4. 中期再生プランのスケジュール

4.中期再生プランスケジュール

21



5.各課題の詳細について

～国内事業特化に向け、資源の整理を実行～

国内モバイルコンテンツ事業の特化へ、海外子会社、金融会社、興行会社を売却

●海外事業の撤退・子会社売却

- ・管理コストの削減等国内3G事業へのリソース集中

●キャスコの売却

- ・外部要因により業界全体の動向不安が伴う
金融事業から撤退
- ・BSのスリム化・健全化を実現

●オンザラインの売却

- ・資本関係なしでの協業実現による株式譲渡
- ・運転資本の効率化



Widfos.Co.,Ltd.

For-side.com.U.K.Co., Ltd.

Zingy Inc. (予定)

For-Side.com.U.S.A.Co., Ltd.
(予定)



オンザライン

売却資金は、負債返済や特化すべき国内事業への投資などへ計画的且つ有効に活用
コンテンツ事業へ再度注力・集中

～今後の成長を見込む3Gコンテンツへ集中～

コンテンツ事業以外の事業からの撤退

●ポータルサイトの閉鎖・撤退

- ・採算性の良くないサイトを閉鎖し、効率化を図る

●2Gコンテンツの撤退

- ・市場全体が衰退期にある2Gコンテンツ事業から撤退することで、3Gコンテンツへ集中

●チケット販売事業からの撤退

- ・ノンコア事業の撤退

For-sidePlus



超デカフルめろ

ビューティフル☆オルゴール



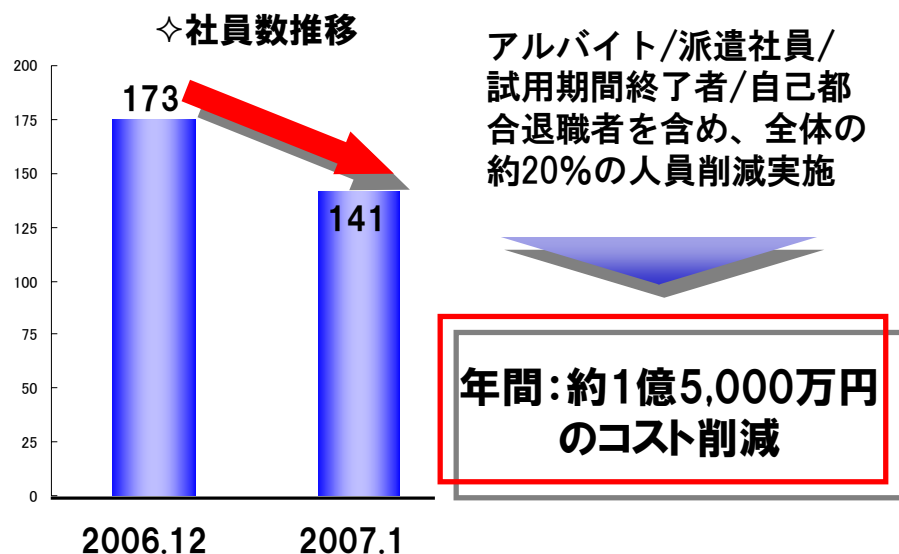
ハリケーン事業部

収益性ある3Gモバイルコンテンツへの資源集中により、成長を目指す

～人件費の大幅削減～

国内単体において大幅な人員削減と、役員報酬カットを実施
大幅なコストカットを実現

●人員削減



●役員報酬の削減

- ・代表取締役 今期最低4ヶ月間の
役員報酬100%返上
- ・取締役3名 12ヶ月間(1月～12月)
月給+役員報酬30%カット
- ・2006年11月、取締役1名退任

2006年12月から2007年1月の1ヶ月間でこれまでのおよそ30%の人件費を削減

～オフィスの合理化～

西新宿のオフィス賃貸ビルについて、合理化を図るため現状使用の2フロアの内、1フロアを解約

●オフィスの減床

- ・人員削減に伴い、オフィス面積を減少。
月額を支払賃料を削減し、効率化に努める

(単位:万円)

| フロア数 | 支払賃料 |
|---------------|-------|
| 2フロア(07年2月現在) | 1,481 |
| 1フロア(07年7月以降) | 743 |
| 差額 | 738 |

年間にして
およそ9,000万円の
コスト削減

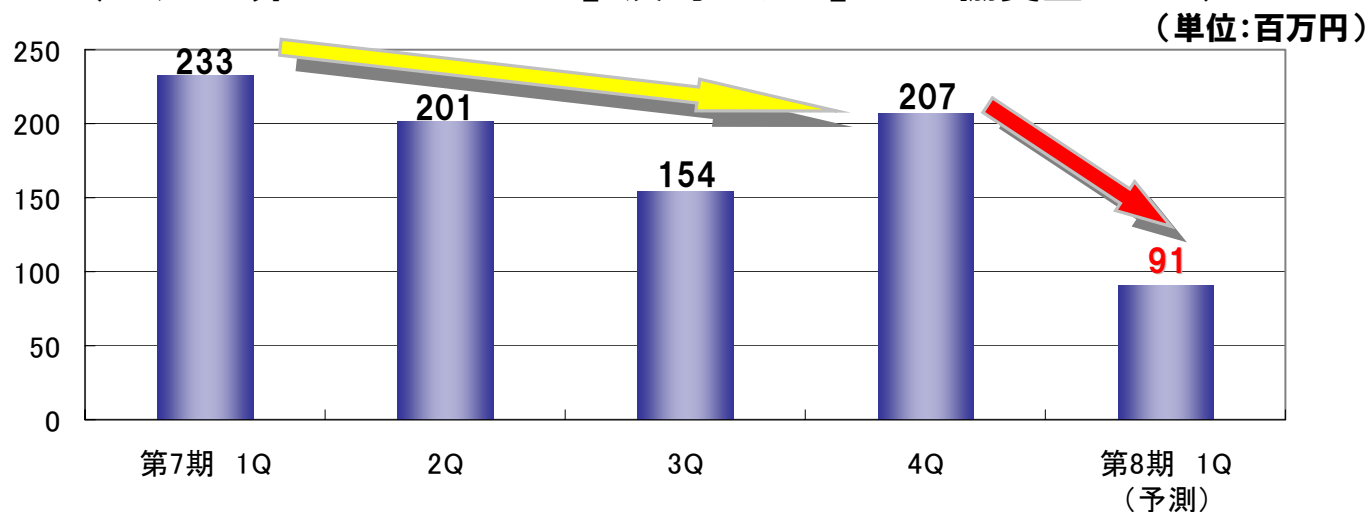
オフィスの統合により、コスト削減と業務の有効性及び効率性を高める

～広告宣伝費の削減～

プロモーション戦略の改善及び流通戦略の修正を実施
広告宣伝費減少に取り組む

●広告宣伝費の推移

- ・広告宣伝費見直しを図り、モバイルコンテンツのみに効果的・効率的に配分
(4Qの上昇は『mihimaru GT』『浜崎あゆみ』ライブ協賛金による)



戦略の修正及び改善により広告費用は第7期で減少傾向
第8期より大幅に削減

～ソフト投資の予算削減～

これまでの販売実績を基に、高収益ソフトへの集中投資へシフト

●投資ソフトの絞込みによる効率化

映像

- －グラビアS級・A級アイドル等
- －映像 コンテンツ配信用動画

画像

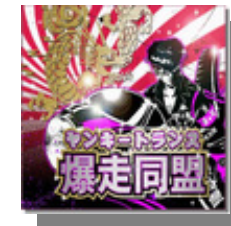
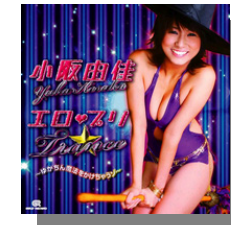
- －デコメール(3G)
- －FLASH(3G)

書籍

- －電子書籍

音楽

- －ギャル系トランス
- －グラビア系トランス
- －ヤンキー系トランス
- －計画に基づいたアーティスト



ソフト投資予算の削減を商品ラインナップ絞込みにつなぎ、収益率を高める

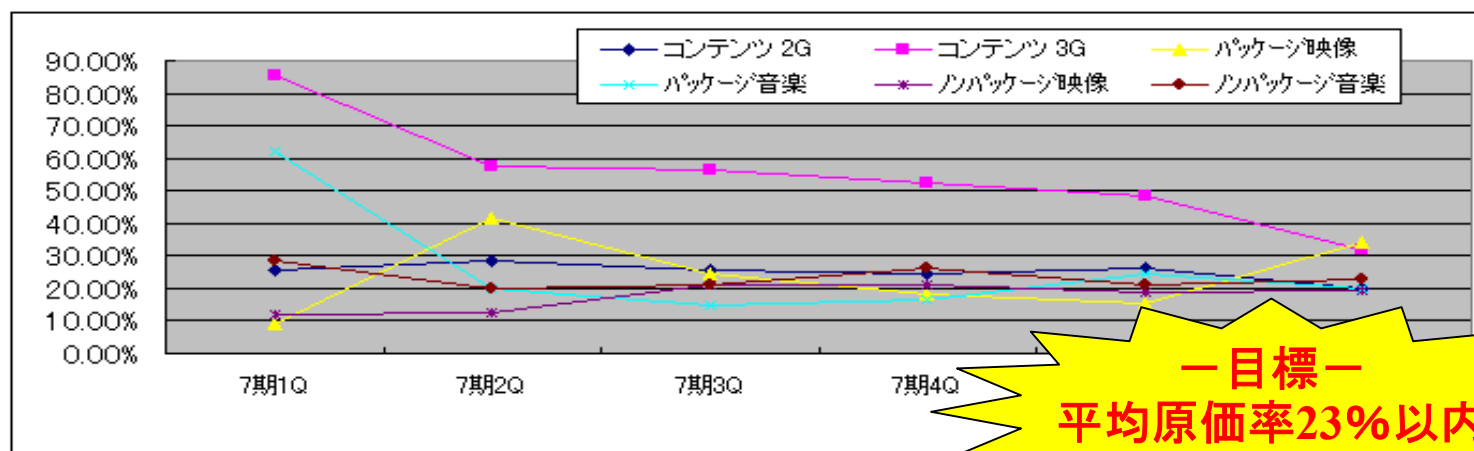
③製造管理の向上による効率化 1/5

29

～原価率の管理強化～

原価の抑制と売上総利益の最大化

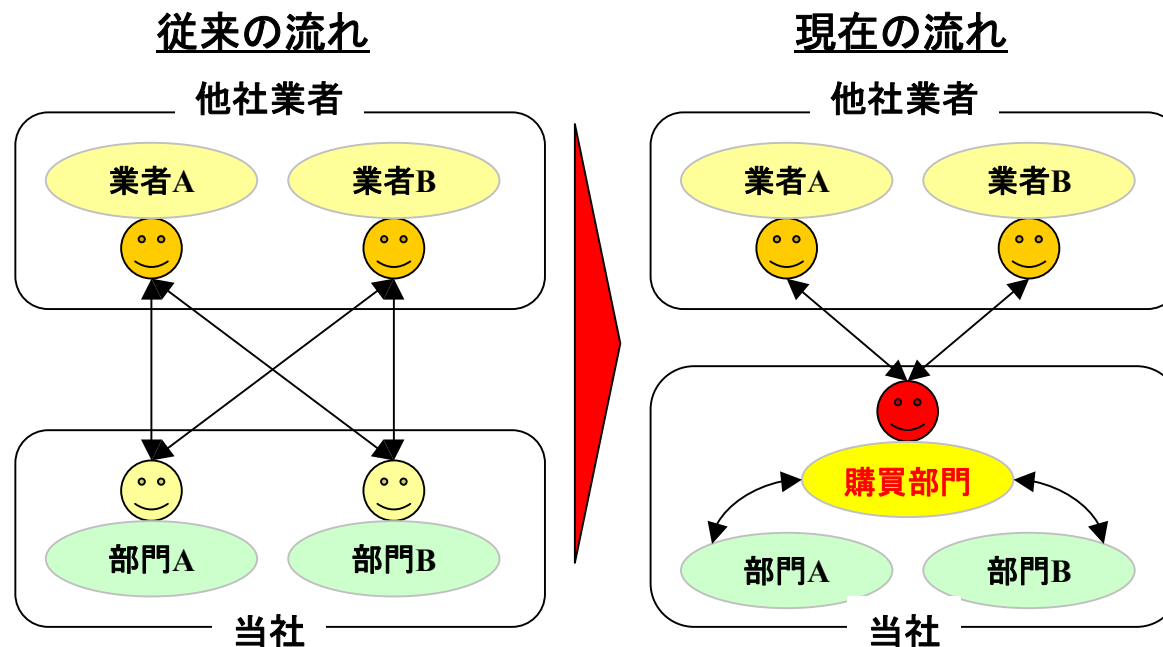
| 項目 | 事業 | 7期1Q | 7期2Q | 7期3Q | 7期4Q | 7期 11月、12月 | 8期1Q |
|-----|-----------|--------|--------|--------|--------|---------------|--------|
| 原価率 | コンテンツ 2G | 25.85% | 28.60% | 25.79% | 24.57% | 26.48% | 20.14% |
| | コンテンツ 3G | 85.47% | 57.56% | 56.56% | 52.67% | 48.18% | 32.15% |
| | パッケージ映像 | 9.03% | 41.44% | 24.39% | 18.13% | 15.31% | 34.10% |
| | パッケージ音楽 | 62.02% | 19.96% | 14.67% | 16.62% | 24.70% | 19.71% |
| | ノンパッケージ映像 | 11.91% | 12.37% | 21.32% | 21.09% | 18.80% | 19.40% |
| | ノンパッケージ音楽 | 28.30% | 19.74% | 21.32% | 26.22% | 21.31% | 22.53% |



商品及び事業単位で原価率を検証し、変動性・固定性原価をフレキシブルに方針決定。
外注業者等との交渉にて原価構成と率(売上総利益率)を適正化し、継続して削減する。

～独立した仕入窓口(購買部門)の設置～

適切な投資判断及び製造キャパシティの拡大と原価削減



ここまでの効果

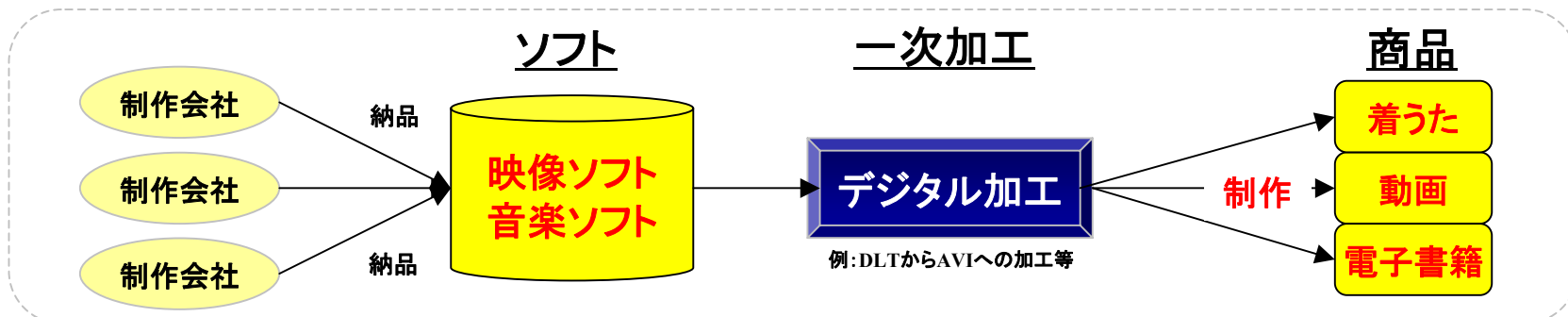
モバイル動画制作費用・・・43.75%減
 デコメール制作費用・・・34.71%減
 音楽制作費用・・・32.02%減
 映像制作費用・・・11.79%減
 着うた制作費用・・・9.47%減
 着メロ制作費用・・・3.77%減
 電子書籍制作費用・・・2.34%減

従来は事業部門単位で行っていた仕入(外注等含む)を独立した購買部門に移管。客観的に牽制し「経済的且つ合理的」な仕入及び外注発注を行い原価削減を行う。

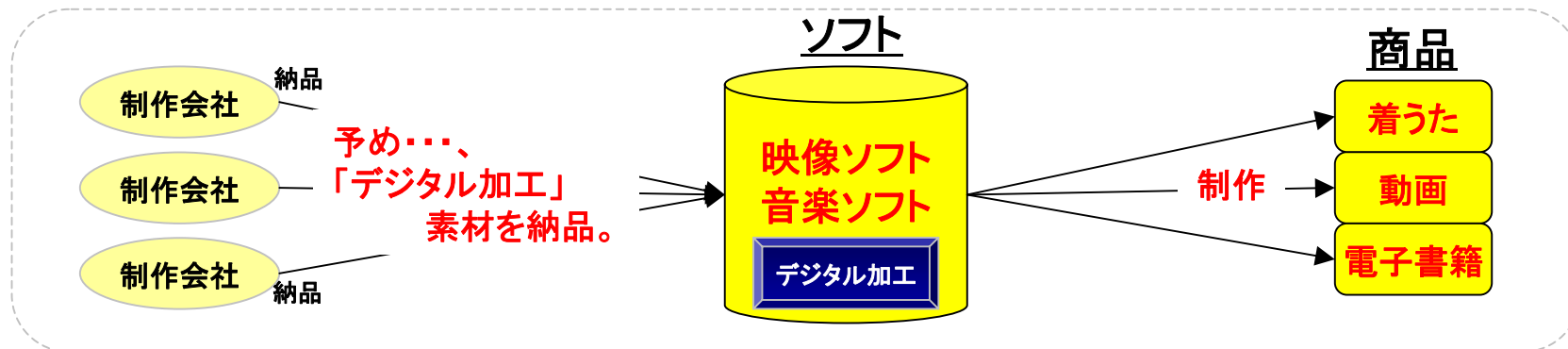
～資材管理ルール強化～

ノンパッケージビジネスの拡大に伴い適切な資材管理による早く効率的な商品製造の実現

従来の流れ



現在の流れ

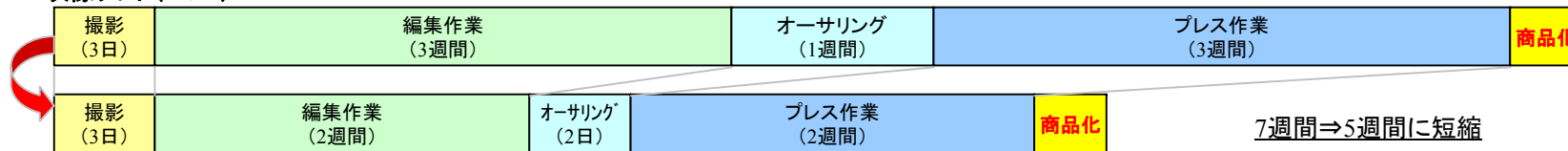


ひとつの投資から複数の出口に商品化して行く上で最も適切な資材管理を実現。
 予め各商品制作に必要な状態で資材を管理し、必要なタイミングで即制作可能な管理を実施。
 ユーザーニーズの旬やクライアント企業のニーズに即応えられる体制を構築。

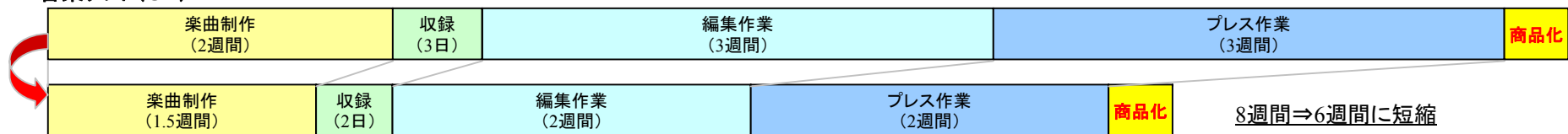
～製造期間の短縮化～

より早く適切な商品リリースと不良在庫の削減

映像ソフト(DVD)



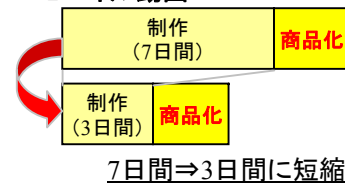
音楽ソフト(CD)



着うた



モバイル動画



電子書籍



着メロ

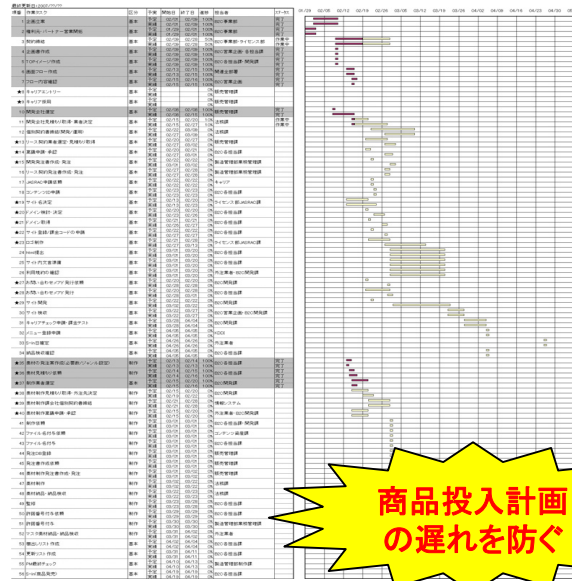


パッケージ商品(DVD・CD)は、初回オーダーを最小限のプレスに押さえ、追加プレス工程を最短で実施できるように改善。
 ノンパッケージ商品は月次でモバイル端末ごとの利用状況をチェックして制作ファイルの見直しを行うように改善。

～商品販売計画の管理強化～

商品投入計画に沿った製造計画の強化と収益管理

製造工程管理



商品単位 P/L CF

■ ??? P/L

| 科目 | 商品 | 単価 | TOTAL | | 2006/09 | | 2006/10 | | 2006/11 | | 2006/12 | | 2007/01 | | 2007/02 | | 2007/03 | |
|----------------|----------|---------|-------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|
| | | | 本数 | 売上 | 本数 | 売上 | 本数 | 売上 | 本数 | 売上 | 本数 | 売上 | 本数 | 売上 | 本数 | 売上 | 本数 | 売上 |
| 売上高 | パッケージの販売 | 3,000 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | 専次自社配債 | 100 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | 専次他社配債 | 100 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 売上高 計/売上構成比率 | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 売上原価 | パッケージの販売 | - | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | 専次自社配債 | - | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | 専次他社配債 | - | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 売上原価 計/売上原価率 | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 償却費 | パッケージの販売 | 123,456 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | 専次自社配債 | - | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | 専次他社配債 | - | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 償却費 計/売上償却比率 | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 整備 計/整備率 | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 売上総利益 | パッケージの販売 | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | 専次自社配債 | - | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | 専次他社配債 | - | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 売上総利益 計/売上総利益率 | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 販管費 | パッケージの販売 | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | 専次自社配債 | - | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | 専次他社配債 | - | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 販管費 計 | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |
| 営業利益 | | | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 | 123 | 12,945.678 |

収益管理を強化し
投資効率を拡大

事業別での商品投入計画に沿った製造計画進捗を商品単位で工程管理。
商品投入の遅れを防ぎ、必要な商品リリースを計画通り実行させる。
商品単位での損益管理(P/L・CF)を実施し、商品開発につなげる。

～ ハイスペック端末向けコンテンツ販売強化 ～

●競争戦略について

過去3年でFD本体で将来投資したソフト制作経験をフル活用し

コアハイスペック端末向けに3Gモバイル有料コンテンツビジネスに特化

音楽商材



音楽チャンネル
『M-ON! LIVE SOUNDS』

株式会社ミュージック・オン・ティーヴィ
とフォーサイドが協業企画。

携帯電話のハイスペック化と通信速度の格段の向上により、MUSIC ON! TV が保有する独自の音楽資産を有効に活用したサイトを展開。人気アーティストのCD 音源配信だけでなく、独自のLIVE 音源や自社レーベルCD 音源など、人気アーティストの独自素材も用意。

人気J-POP アーティストを中心に、当サイトでしか配信する事の出来ない多彩な音源を着うた®で配信。

今後、着うたフル®配信も随時行う予定。



着うたフル配信サイト
『I ラブ MUSIC フル MODE』

フォーサイドが直営する着うたフル®配信サイト。

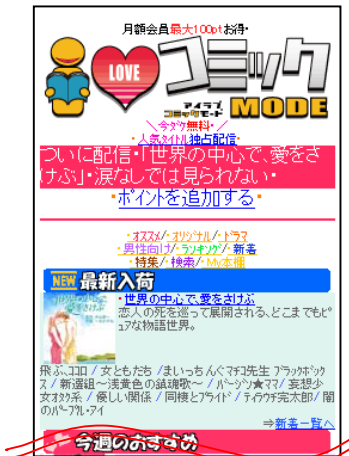
当サイトでは、フォーサイドが原盤をかかえる楽曲を先行配信するほか、人気アーティストの期間限定サイトなども展開。

料金コースは315円と525円の2つを用意。携帯に保存しきれない曲をサーバー上に保存できるサービス「My Space」がスタートし、さらに充実度UP!

また、電子書籍・きせかえツールサイトなどにも連動。

～ ハイスペック端末向けコンテンツ販売強化 ～

電子書籍商材



『I LOVE コミック MODE』

フォーサイドが直営するコミック配信サイト。

独占書き下ろしコミックでは、効果音やバイブ連動など携帯向けオリジナル作品ならではの演出が楽しめます。

また、映像のフィルム化の許諾をとり、ドラマや映画をフィルムコミックとして配信するなど、今注目サイト。

デコメ商材



『I LOVE メル MODE』

フォーサイドが直営するアレンジメール配信サイト。

アーティストやタレント・モデルといったプレミアム感の高い手書き文字を配信。デコメール画像は迫力の4万点。メール本文にそのまま入れ込めるデコメ絵文字など最新機種向け素材が充実。

きせかえ商材



『ケータイ戦国魂』

フォーサイドが直営するきせかえツール配信サイト。

戦国武将をテーマとして携帯電話をトータルコーディネート。歴史ゲームとして大ヒットを記録した「真・三國無双シリーズ」のイラストを担当した人気イラストレーター諏訪原寛幸(すわはらひろゆき)氏によるイラストを提供。

今後も様々なジャンルのきせかえツールを展開予定。

映像



『iDOL SEXYチャンネル』

フォーサイドが直営する動画配信サイト。

アイドル映像を手がけて3年。大注目のアイドルからセクシーアイドルの着まーション・電子書籍・待受けを続々配信。

他では見れないコンテンツ満載でおくるアイドル総合テーマパーク。最新機種対応で大満足間違いなし。

6. 中期再生プランにおける財務目標について

6.中期再生プランにおける財務目標

37

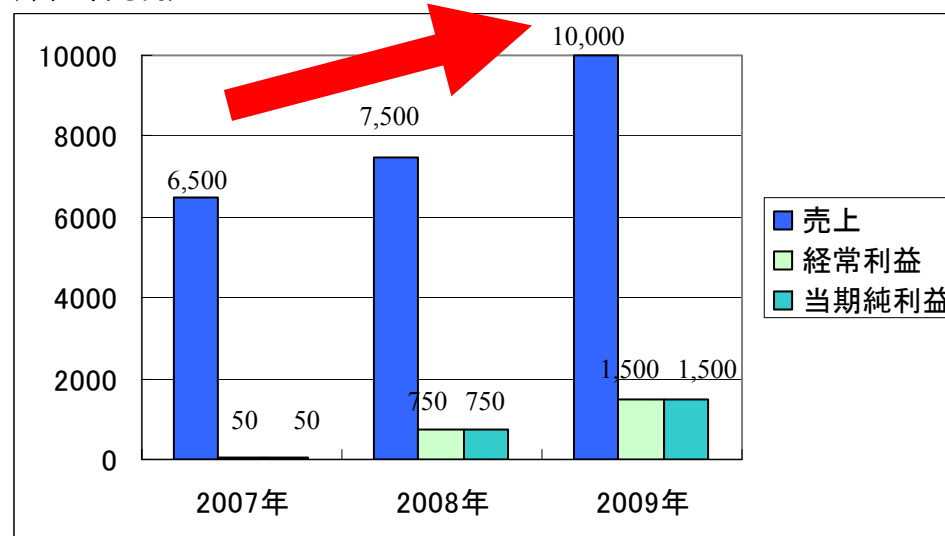
(単位:百万円)

| | 2007年 | 2008年 | 2009年 |
|------|-------|-------|--------|
| 売上高 | 6,500 | 7,500 | 10,000 |
| 経常利益 | 50 | 750 | 1,500 |
| 当期利益 | 50 | 750 | 1,500 |

※過去の繰越損失により、法人税の支払いが発生しない見込み

※2007年は連結、2008年以降は単体での予想。

(単位:百万円)



※今後、投資計画の方針が確定次第、変更の可能性あり

6.中期再生プランにおける財務目標

(単位:百万円)

| | 2007年 | 2008年 | 2009年 |
|-------|--------------|--------|--------|
| 営業CF | ※1 100 | 800 | 1,200 |
| 投資CF | ※2 8,000 | 0 | 0 |
| 財務CF | ※3 1,100 | 0 | 0 |
| 現金残高 | ※4 10,000 | 10,800 | 12,000 |
| 有利子負債 | ※5 0 | 0 | 0 |

※1 営業CFは今期07年PL黒字転換予測により+1億円。

※2 アイタッチの売却完了による資金回収。

※3 アイタッチへの貸付金返済による資金回収 +44億円。有利子負債全額返済 -33億円。

※4 上記実行により今期潤沢にキャッシュを確保。

※5 有利子負債全額返済により、無借金経営へ。

今後における投資計画については慎重に検討の上決定。