
今後の戦略について

2004年3月15日

The logo for For-side.com is a black diamond shape with the text "For-side.com" inside. The word "For" is in white, "side" is in red, and ".com" is in white.

For-side.com

フォーサイドが成長するための必要条件

フォーサイドの強みであるモバイルコンテンツ事業をさらに積極的に取り組みグローバル展開させる

世界に向けて配信できるキラーコンテンツを獲得する

世界各国の有力なコンテンツプロバイダを対象にM & Aを行い世界市場のシェアを早期に獲得する

スピーディーな経営判断を行う体制の構築

戦略概要

2003年

携帯電話普及率の伸びが鈍化、競争の激化により集客数が減少
ハイスペックな携帯電話の登場により通信費がUP、会員単価の低下



外部環境悪化厳しい状況

対策

着メロ音源等を使ったコンテンツ資産の配信許諾や販売で損益を確保
DVD事業を立上げ新商品(動画)の仕込みを行う

前期成績
売上50億 経常利益10億

2004年

携帯電話普及率の伸びが鈍化、競争の激化により集客数が減少
ハイスペックな携帯電話の登場により通信費がUP、会員単価の低下



外部環境悪化厳しい状況

国内

第3世代携帯電話の普及に伴い機能に沿ったサービスの開発コストが増加
新たなサービスを行う競争の登場により競争との更なる激化が予想



業界内の大変動

対策

端末の進化に合わせ、モバイルのコンテンツ資産の配信許諾や販売で損益を確保
フェリカ搭載を前提にポイントの流通業および新規サービスの投入
端末の進化に合わせ、着うた・動画コンテンツの権利獲得を行い新コンテンツを取り揃る

更なる成長を目指す

海外

韓国: 第3世代携帯電話が最も普及しており、着うた・動画が大人気
欧米: 着メロ・待受け市場が急激に伸びつつある



フォーサイドに高成長のチャンス

対策

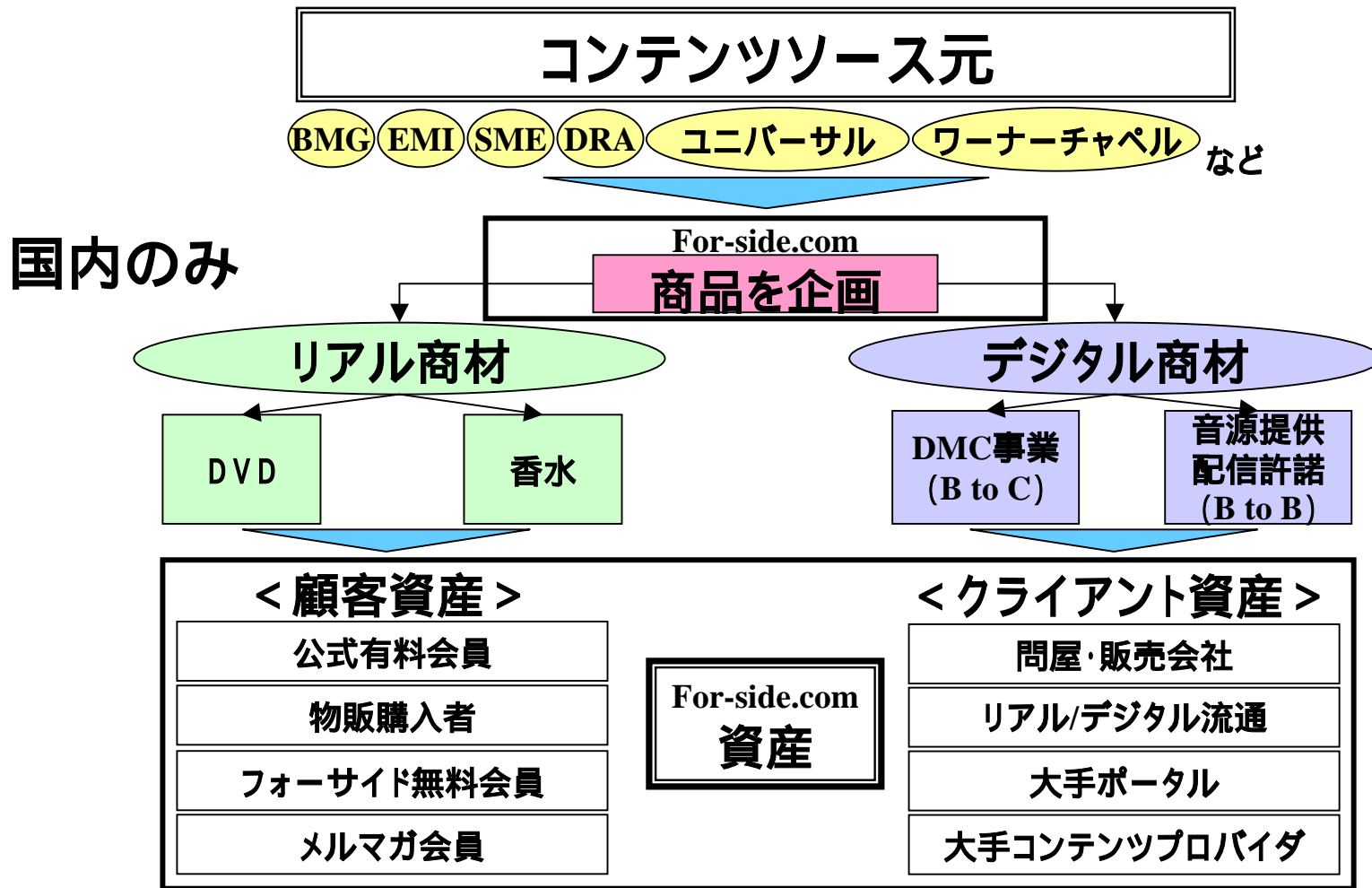
積極的に新商品・従来商品を投入しグローバル展開できる基盤を確立する

更なる成長を目指す

フォーサイドが目指す将来的ビジョン

通信と放送の融合されることを前提に世界市場に向けて各国ごとのキラコンテンツをデジタルコンテンツ化しそれを世界流通させ、デジタルコンテンツの総合流通業NO.1を目指す

前期の展開



獲得したコンテンツソースをリアルとデジタルの商材として投入することで顧客資産とクライアント資産を獲得します

今後の展開

コンテンツソース元

グローバル化

1,000社以上の企業

For-side.com

商品を企画

リアル商材

デジタル商材

B to B

B to C

B to C

B to B to C

B to B

<物販事業>
DVD
映画コンテンツ

<物販事業>
DVD
オリジナルグッズ

<DMC事業>
着うた
動画

<広告事業>
メールマガジン

<DMC事業>
音源
動画

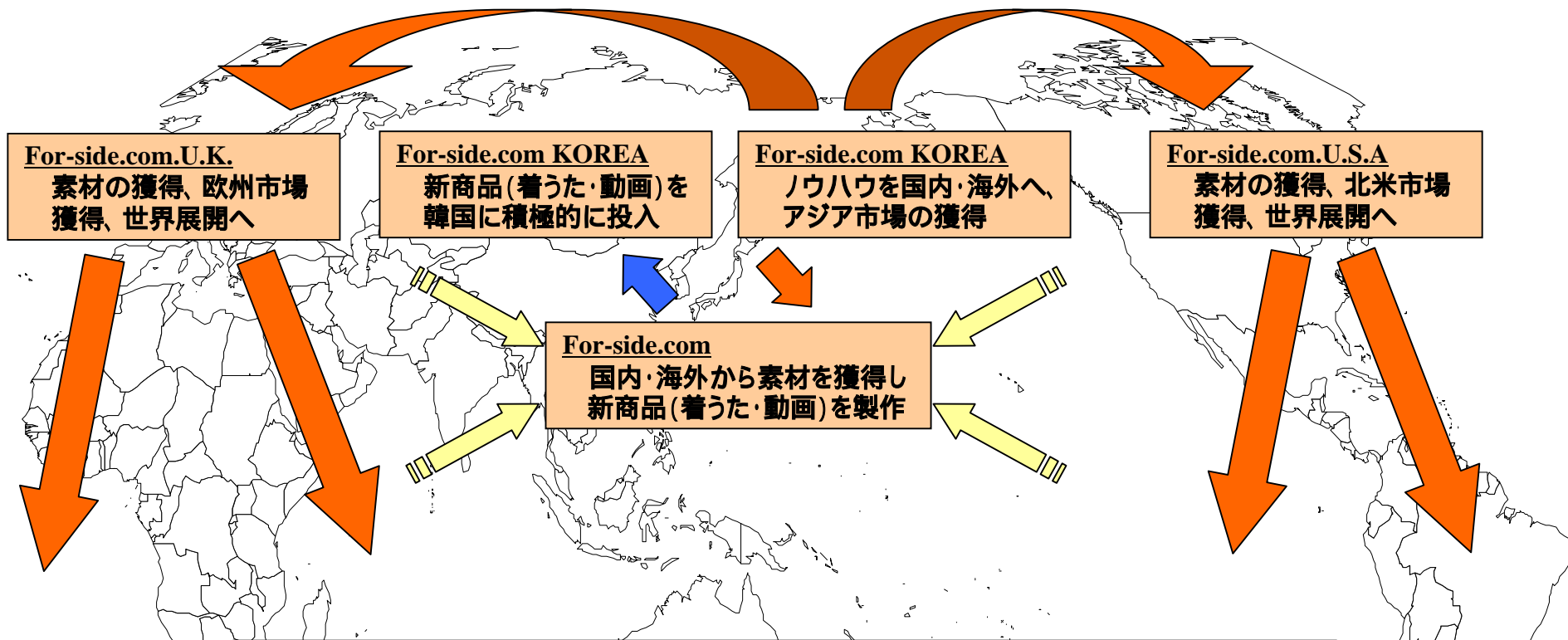
<顧客資産>

For-side.com
資産

<クライアント資産>

時代の進化に対応したグローバルな展開を行い
リアルとデジタルの商材を提供してさらに資産を獲得します

戦略イメージ



国内では、新商品(着うた・動画)の素材を獲得してコンテンツを製作します。
モバイルブロードバンドが最も進んでいる韓国に新商品を投入します。
韓国でのノウハウを活かして日本でも同様に展開します。
第3世代携帯電話(3G)の普及に合わせ海外に向けても同様に展開します。
海外では、積極的にキラーコンテンツとなる素材を獲得します。
フォーサイドと各子会社を軸に北米、欧州、アジアの市場シェアを獲得します。
世界に向けて展開を行いコンテンツ市場におけるトップの位置を目指します。

韓国への進出 ~For-side.com KOREAの展開~

背景

最先端な機能の「第3世代携帯電話(3G)」普及率世界No.1

新商品(着うた・動画)をいち早く投入して展開ノウハウを獲得する

韓国キャリア最大手「SKT」にてモバイル放送開始予定

世界で一番早く開始されるモバイル放送に携わりノウハウを獲得する

中国ではK-POPの人気が非常に高い

今後中国で重要となるK-POPといったコンテンツソースを獲得する

デジタルコンテンツの課金単価が日本と同じ

日本文化開放というタイミングで新規マーケットを獲得する



韓国の第3世代携帯電話



当社DVD事業で製作した人気アイドルDVD

韓国に進出することで動画と放送サービスのノウハウが獲得でき
日本のコンテンツの二次利用と中国市場進出への足掛かりとなる

韓国の取り組み ~For-side.com KOREAの展開~

現状

- 2003年8月 韓国キャリア大手「LGT」向けに着メロ提供開始
- 2004年1月 韓国キャリア大手「LGT」向けに待受け・動画提供開始
- 2004年1月 韓国キャリア大手「KTF」向けに着メロ・着うた・動画提供開始

今後

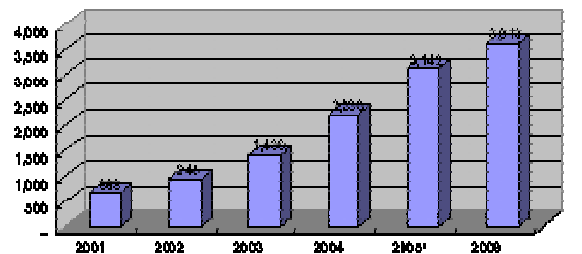
- 韓国キャリア最大手「SKT」向けにサービスの提供を行う
- 動画を積極的に提供し技術ノウハウの獲得、日本へ展開する
- 現地CP企業のM&Aを行い積極的にコンテンツビジネスを展開する

2006年韓国モバイルコンテンツ市場予測 3,000億円

第3世代携帯電話の加入台数 (2003年12月現在)

韓国	3,200万台
日本	1,200万台

CDMA2000 1x (2.5G)を含めた数値



出所: KISDI、『情報通信産業中長期市場展望』、2002

for-side.com.KOREA 資産 (2004年2月現在)

着メロ	K-POP 5,000曲
待受け	10,000種類
動画	500種類
着うた	20,000曲

韓国での動画提供による展開を足掛かりに
アジア市場、世界市場の獲得を目指す

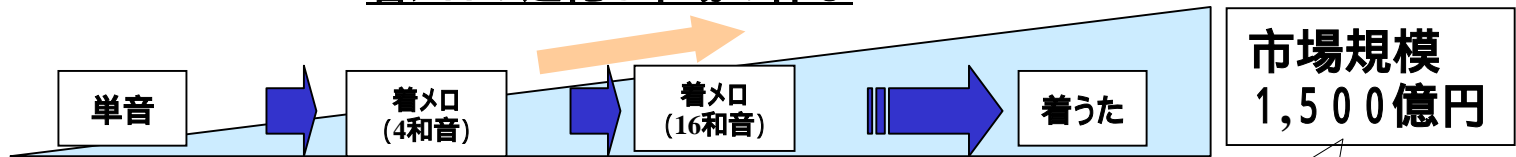
アメリカへの進出 ~For-side.com.U.S.A.の展開~

背景

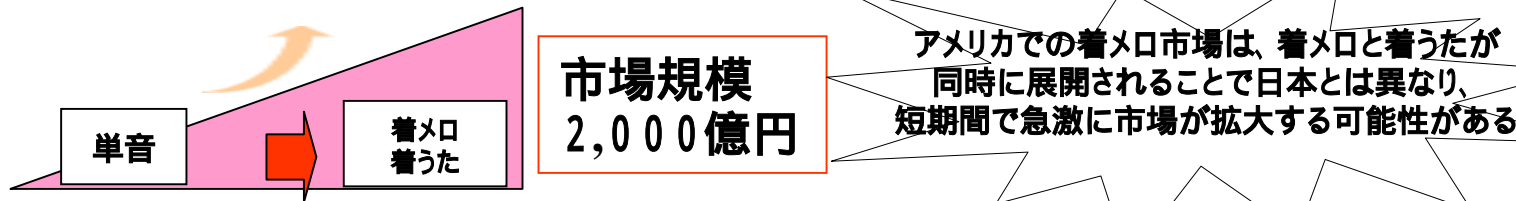
着メロと着うたが同時展開されることで急激な市場の拡大が見込める
フォーサイドが既に持っている洋楽系着メロ音源やCLUB系着メロ音源約1万曲以上の
資産を二次利用することで高収益で、早期にマーケットシェアを獲得する
競争となる大手コンテンツプロバイダは3社しか存在しない
競争が多数出現する前に展開し市場を押さえる
大手レーベルとの提携で洋楽の着うたの配信権利を獲得できる
洋楽を配信する権利を獲得しグローバルでの展開を目指す

着メロの進化と市場の伸び

日本



アメリカ



フォーサイドが持つ着メロ・着うた資産を投入することでアメリカ市場の早期獲得が見込める

アメリカの取り組み ~For-side.com.U.S.A.の展開~

現状

2003年12月 大手音楽レーベル、大手音楽出版社とライセンス契約の締結

- 大手音楽レーベル 「BMG」「EMI」「SME」「DRA」 その他大手レーベル交渉中
- 大手音楽出版社 「BMG音楽出版」「ユニバーサル音楽出版」「ZOMBA音楽出版」
「ワーナーチャペル」「SME音楽出版」「EMI音楽出版」 他出版社交渉中

2003年12月 米国キャリア大手「AT&Tワイヤレス」に待受コンテンツ採用

2004年 1月 米国キャリア大手「ベライゾンワイヤレス」に待受けコンテンツ採用

資金調達を行いアメリカが持つキラーコンテンツとなる素材を獲得する
現地CP企業のM&Aを行い積極的にコンテンツビジネスを展開する

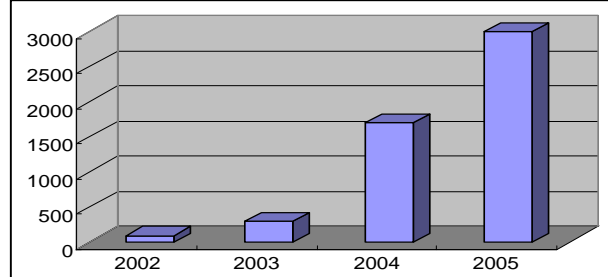
2005年米国モバイルコンテンツ市場予測 3,000億円

米国主要携帯電話各社の加入者数

(2003年12月現在)

ベライゾンワイヤレス	3,750万台
シンギュラーワイヤレス	2,400万台
AT&Tワイヤレス	2,200万台

米国加入者(全体) 1億5,075万台



for-side.com.U.S.A. 資産

(2004年2月現在)

着メロ	10,000曲
待受け	10,000種類
着うた	5,000曲

アメリカで人気コンテンツ素材を獲得し
アメリカ市場・世界市場の獲得を目指す

イギリスへの進出 ~For-side.com.U.K.の展開~

背景

ヨーロッパ圏において着メロ市場が一番大きい

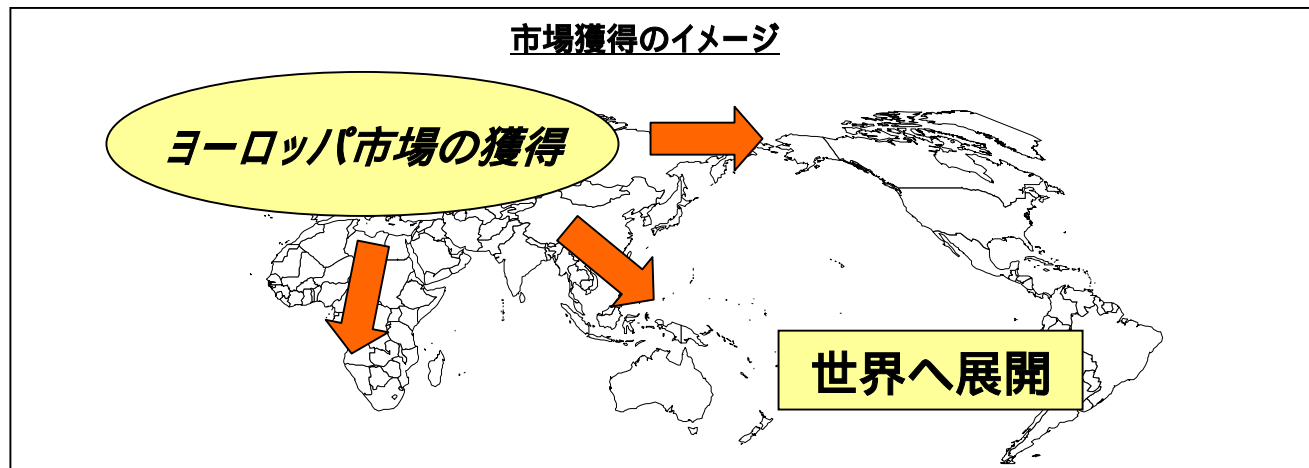
イギリスで成功を収めヨーロッパ全土に向けて展開する

イギリスは、ヨーロッパへ配信する権利を多数保有する

イギリスを配する権利を獲得しヨーロッパ全土に配信する

イギリスは、1コンテンツ当たりの課金単価が世界で一番高い

フォーサイドが既に持っている着メロ資産を二次利用し大きなパフォーマンスを得る



イギリスに進出しフォーサイドが持つ着メロ・着うた資産を投入することでヨーロッパ市場の獲得が見込める

イギリスの取り組み ~For-side.com.U.K.の展開~

現状

2003年2月 英国大手音楽レーベルとライセンス契約の締結

大手音楽レーベル 「BMG」「ワーナー」「EMI」「SME」

2004年2月 仏国キャリア大手「Orangeフランス」でシネマ着メロコンテンツ採用

2004年2月 仏国キャリア大手「Orangeフランス」でスタイリッシュ待受コンテンツ採用

2004年2月 英国キャリア大手「OrangeUK」でシネマ着メロコンテンツ採用

2004年2月 英国コンテンツプロバイダ大手Stealth Netと提携、ポータル開始

欧州キャリア大手「Tモバイル」,「ボーダフォン」向けにサービスの提供を行う

現地CP企業のM&Aを行い積極的にコンテンツビジネスを展開する

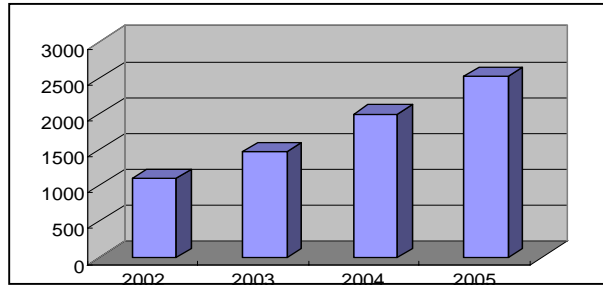
今後

2005年欧州モバイルコンテンツ市場予測 5,400億円

日米欧の主要キャリア加入台数と地域

(2003年12月現在)

ボーダフォン	1億3,750万台	欧米,日本など
Tモバイル	6,100万台	欧米など
Orange	4,913万台	欧州など



出所: Durlacher Research

for-side.com.U.K. 資産

(2004年2月現在)

着メロ	10,000曲
待受け	10,000種類
着うた	20,000曲

イギリスからヨーロッパ全土にサービスを
展開し世界市場の獲得を目指す

国内の現状 ~For-side.com~

現状

第3世代携帯電話の加入台数が1,000万台を突破

着うた・動画資産を獲得しサービスを展開

着メロサービスから「着メロ+動画」サービスへの対応、提供へ

「NTTドコモ」が第3世代携帯電話(900i)の展開を本格的に展開開始

2004年1月 「NTTドコモ」900i向けに動画提供開始

フォーサイドの資産 (2004年2月現在)

「着うた」

洋楽大手レーベル5社

インディーズレーベル15社

700曲の着うた

1,500曲の着うた

計 2,200曲の着うた

「動画」

アイドルDVDの映像原盤

For-side.TVの映像原盤

200タイトルの動画

150タイトルの動画

計 350タイトルの動画

第3世代携帯電話向けコンテンツとして提供

第3世代携帯電話に対応したサービスを積極的に投入し国内事業の拡大を目指す

今後

DVD事業を強化し動画資産を拡充する

大手映画会社と独占提携し数百タイトルのモバイルでの動画素材を獲得する

DVDのタイアップを積極的に行いジャンルを揃えニーズに応える

第3世代携帯電話向けに積極的に動画を投入する

将来訪れる映像を中心としたモバイルコンテンツ
サービスの基盤を固める



NTTドコモ900iシリーズ

DVDタイアップ予定のジャンル

音楽

映画

アニメ

スポーツ(格闘技)

日本でコンテンツを製作・提供し世界へ向けて
展開することで世界市場の獲得を目指す