

---

2003年10月期(第四期)決算報告

2003年12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

1. 2003年10月期(第四期)財務トピック
2. 2003年10月期(第四期)の取組み
3. 2004年10月期(第五期)の取組みと中期戦略

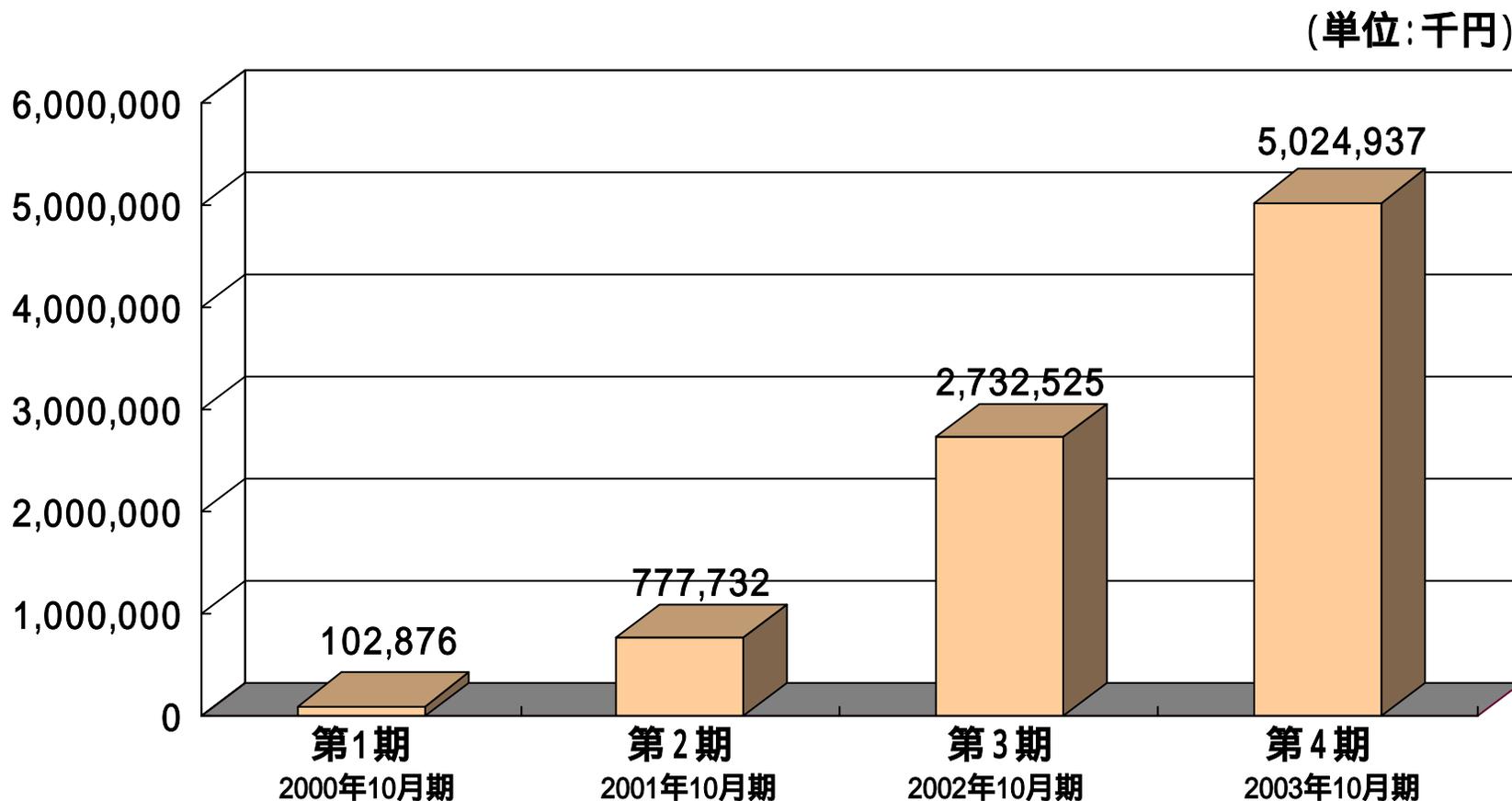
## 掲載情報について

本説明会および参考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る場合がありますが内部的・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、新サービスの成否、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。

売上高 5,024百万円

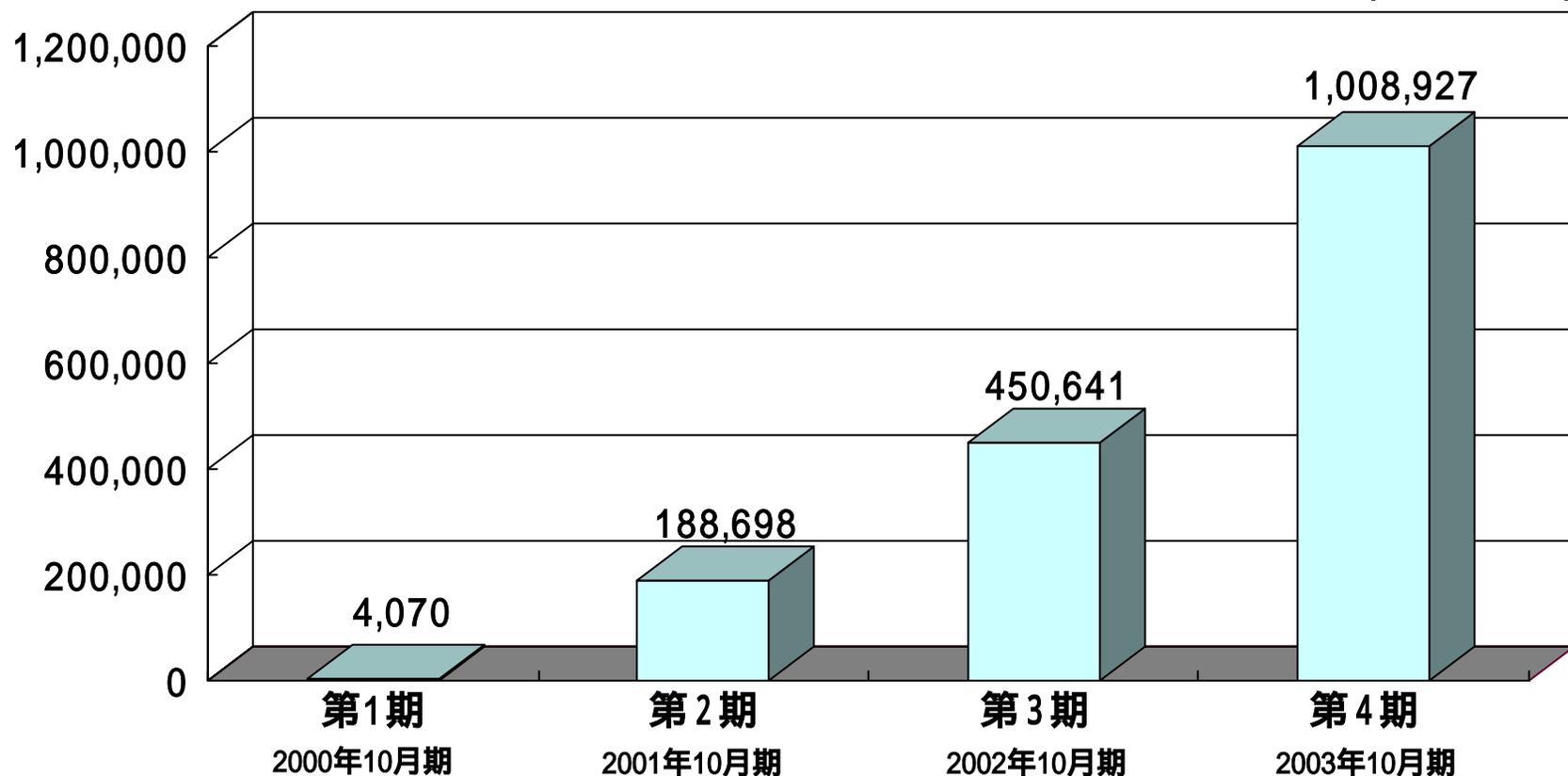
前年同期比 2,292百万円増 (84%増)



経常利益 1,008百万円

前年同期比 558百万円増 (124%増)

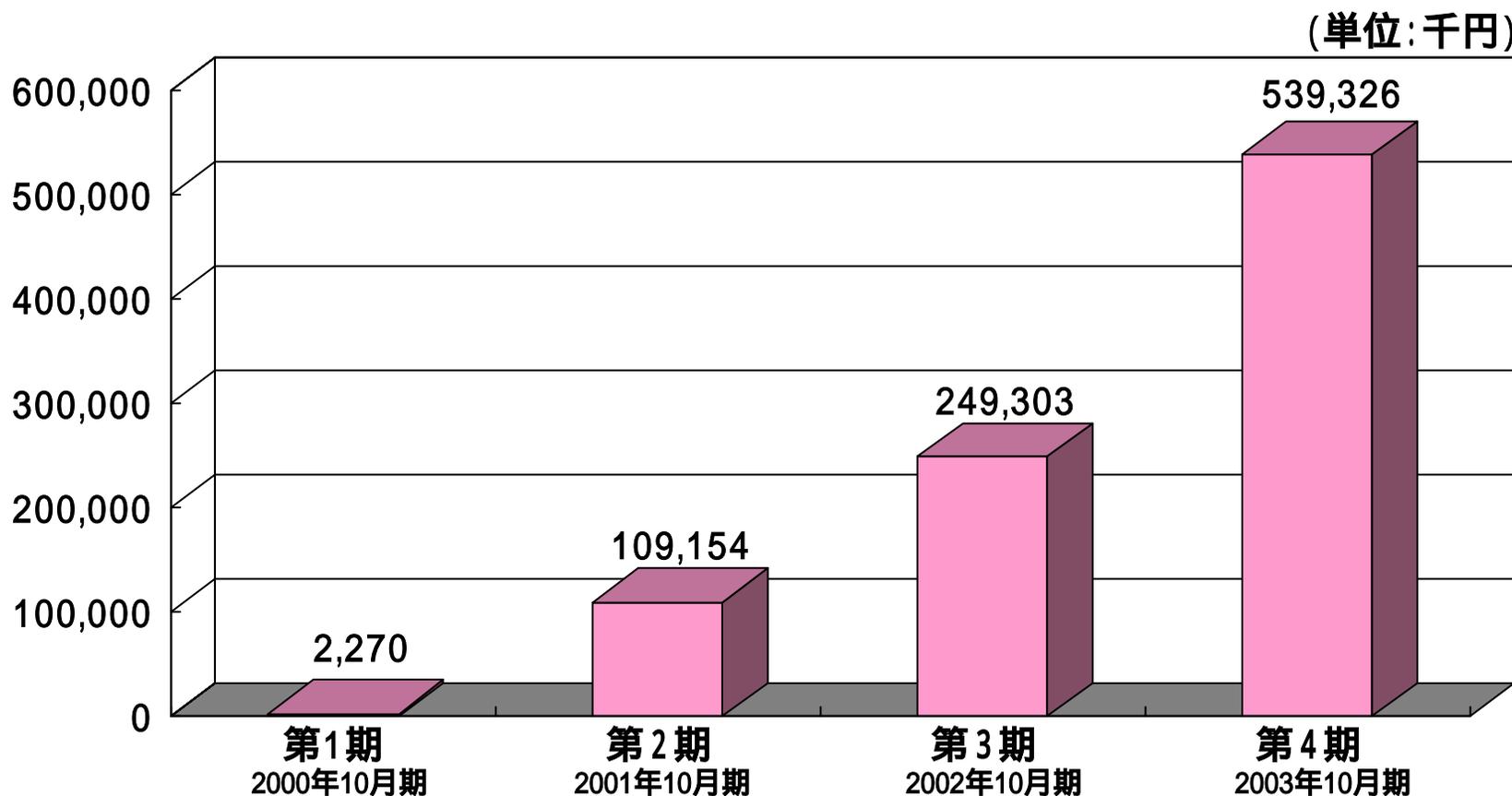
(単位:千円)



# 2003年10月期(第四期) 財務トピック - 当期純利益推移

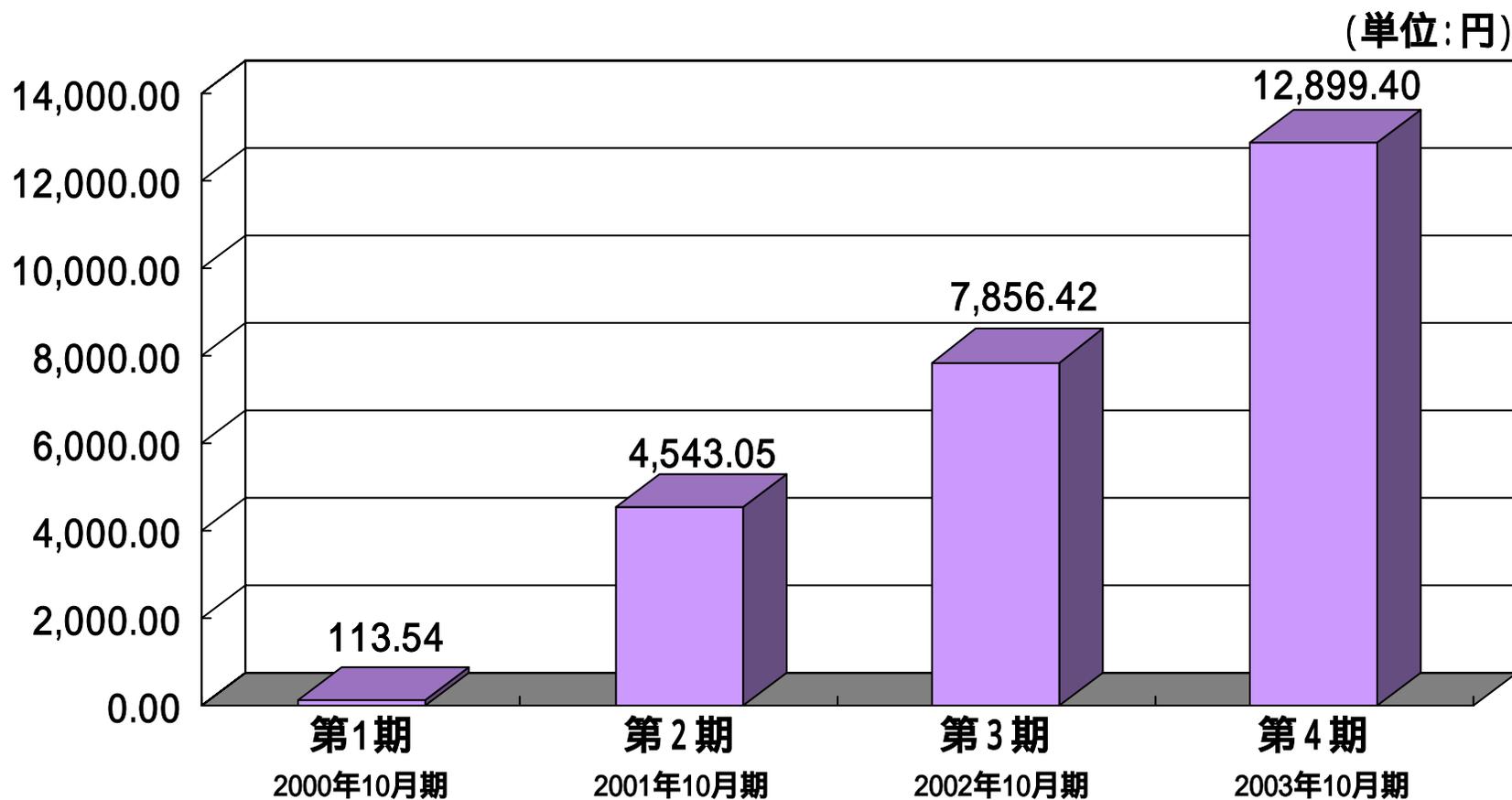
当期純利益 539百万円

前年同期比 290百万円増 (116%増)



# 1株当たりの当期純利益推移

EPSの向上

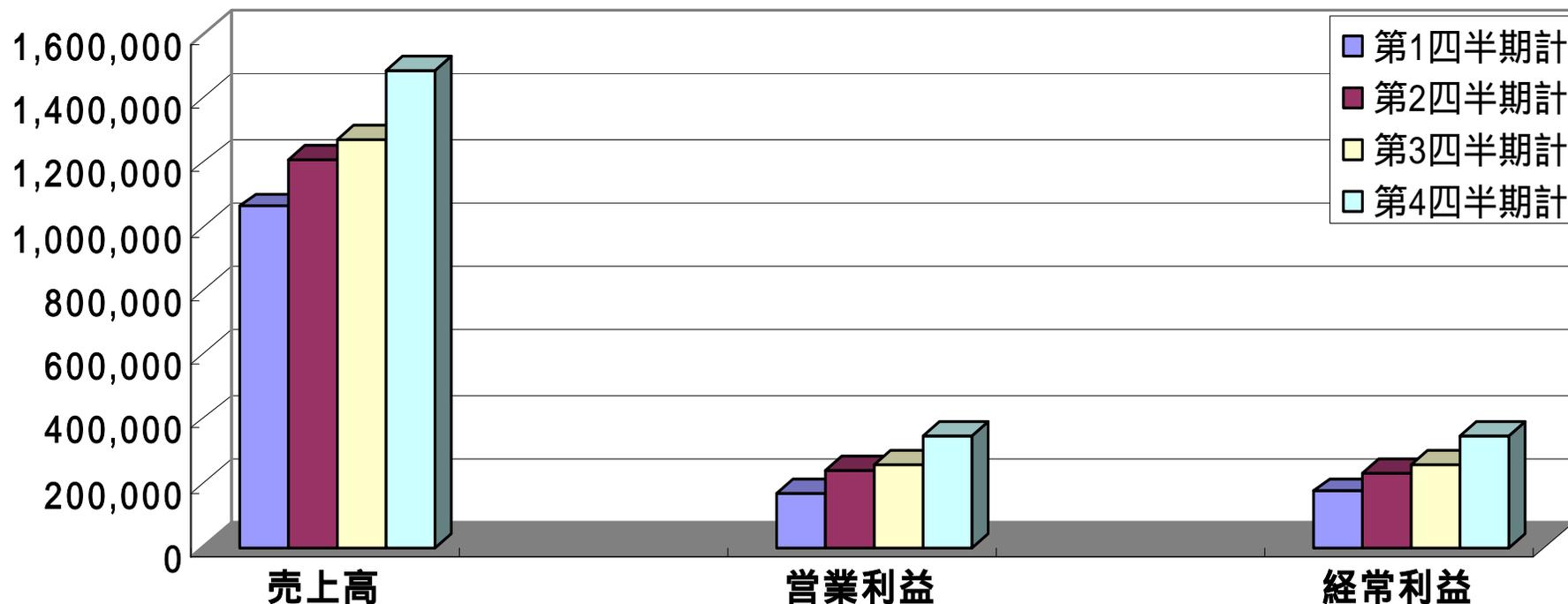


# 2003年10月期(第四期) 四半期売上・利益推移

(単位:百万円)

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	2003年10月期
売上高	1,060	1,208	1,271	1,485	5,024
営業利益	168	238	258	351	1,015
経常利益	172	229	258	349	1,008

(単位:千円)



1. 2003年10月期(第四期)財務トピック
2. 2003年10月期(第四期)の取組み
3. 2004年10月期(第五期)の取組みと中期戦略

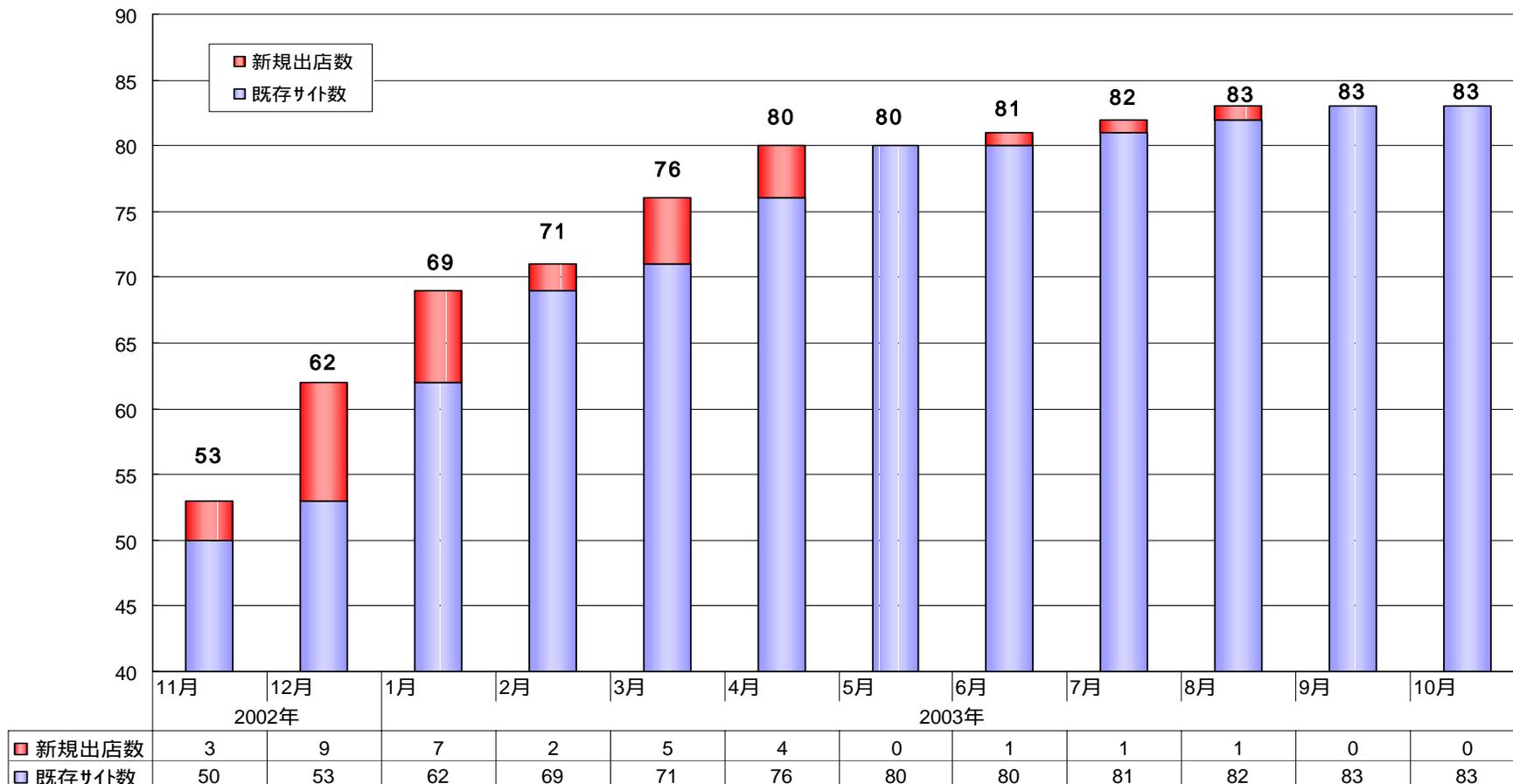
## 掲載情報について

本説明会および参考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る場合がありますが内部的・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、新サービスの成否、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。

# 2003年10月期(第四期)の取組み【コンテンツ事業 #1】

## 着実に公式コンテンツを出店



上期は、コンテンツを積極的に投入して、売上を拡大しました

下期は、コンテンツの原価を下げ、利益の増収を推し進めました

## 2003年10月期に投入したコンテンツ

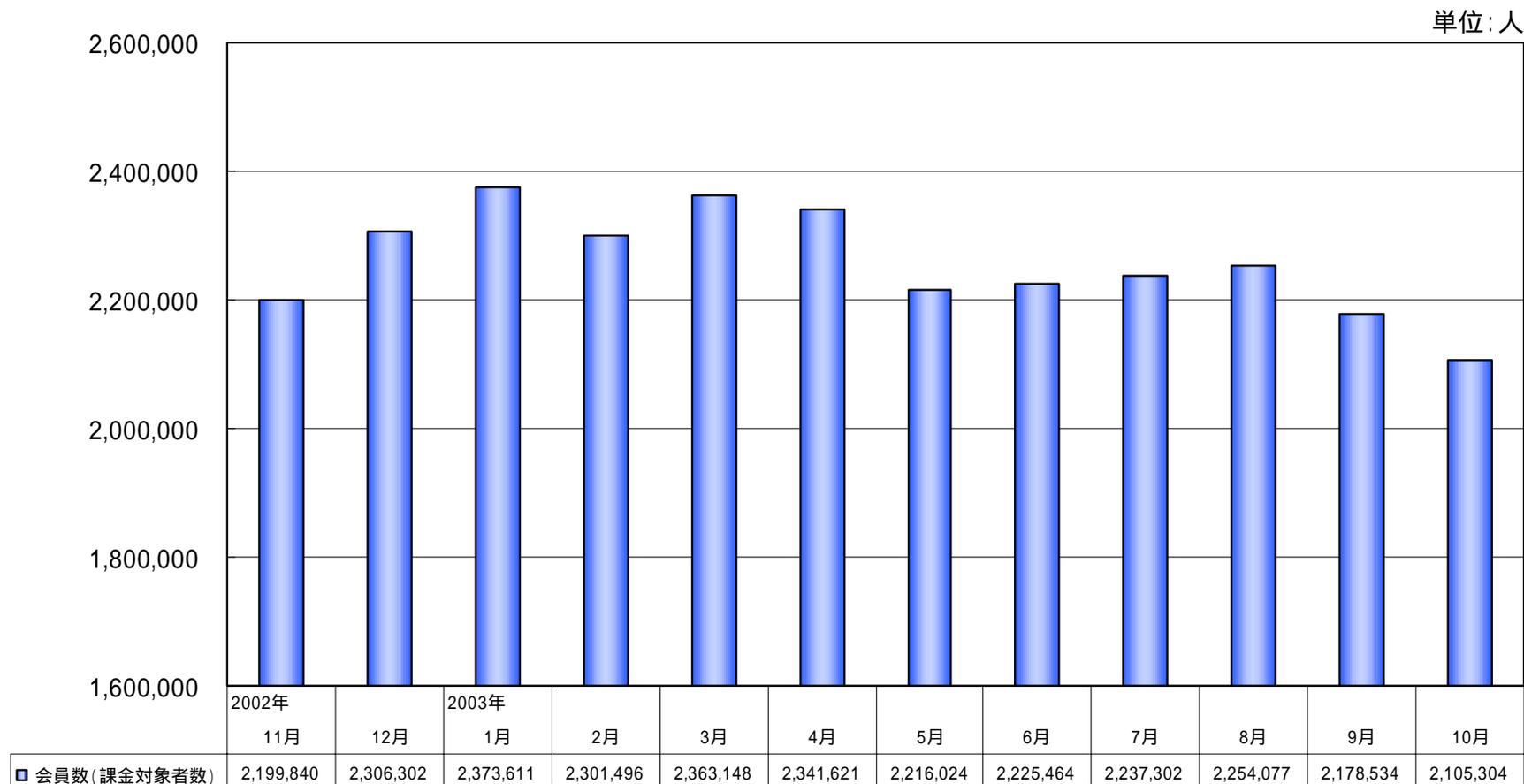


主なサイト一覧(2003年10月時点)

2003年10月期(第四期)は、着メロと待受けを中心に33コンテンツ投入しました  
コンテンツを運営する自社サーバーを見直し、サーバーを統合しました  
次のキラーコンテンツである動画コンテンツに向け、体制を整えました  
着メロ、着うたの人気の高まりつつある海外に向け、コンテンツの準備を行いました

# 2003年10月期(第四期)の取組み【コンテンツ事業 #3】

## 課金対象者数

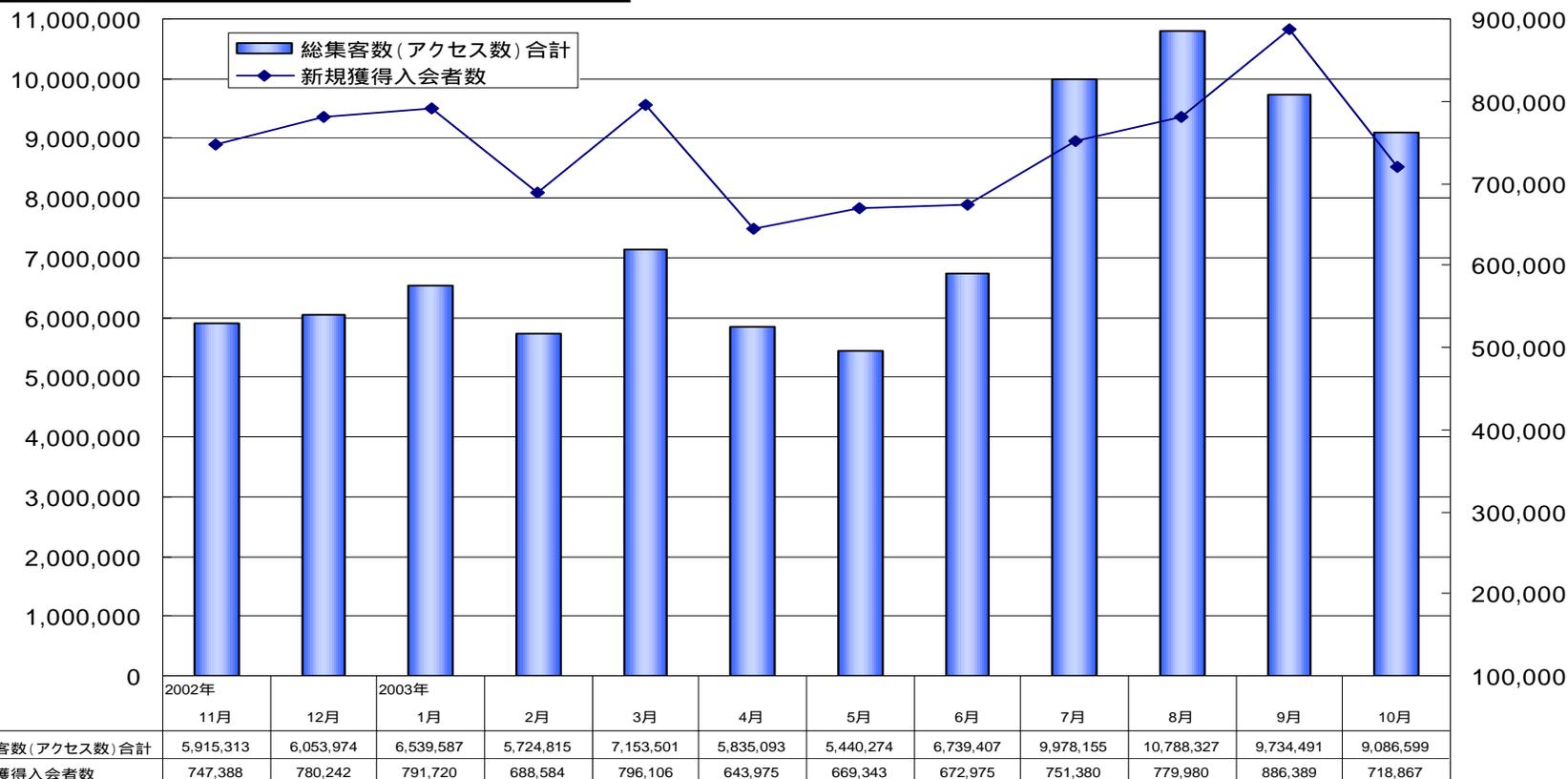


上期は、コンテンツを積極的に投入して、会員を獲得しました

下期は、コンテンツのサービスを改善して、会員の維持を推し進めました

# 2003年10月期(第四期)の取組み【コンテンツ事業 #4】

## 総集客数が1,000万人を突破



非会員のトップページのアクセス数合計は、「公式メニューのアクセス数」+「勝手サイトのアクセス数」になります。(下記の通り)

◆アクセス数内訳◆	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
公式メニューアクセス	3,786,113	4,110,844	4,370,662	4,023,658	5,479,845	4,574,866	4,222,500	5,534,891	8,777,137	9,733,671	9,002,441	8,379,658
勝手サイトアクセス数(自社分)	1,642,003	1,250,266	1,389,651	1,253,197	1,111,265	767,484	680,860	781,868	601,122	653,407	403,863	263,948
勝手サイトアクセス数(他社分)	477,197	692,764	788,634	603,881	592,381	492,643	526,784	422,548	399,896	401,249	328,187	442,893

公式メニューの無料会員が増加する影響で、新規会員獲得の伸びが鈍化となりました

04年1月からDoCoMoが公式メニューの無料会員を廃止するため、会員獲得状況は良くなると考えます

## 海外展開の基盤作りを実施

### For-side.com UK

#### 背景

欧州モバイルコンテンツ市場約2,000億円  
オンラインビジネスの規制緩和  
欧州における権利を保持

#### 基盤作り

イギリスに10月設立  
人気曲のライセンス獲得  
サイト立ち上げ準備

### For-side.com USA

#### 背景

北米モバイルコンテンツ市場約2,000億円  
高まる着メロ・待受けの要求  
大手レーベル会社の存在

#### 基盤作り

北アメリカに9月設立  
10月PCサイト経由着メロ・待受け配信  
レーベル2社とライセンス契約を締結

### For-side.com Korea

#### 背景

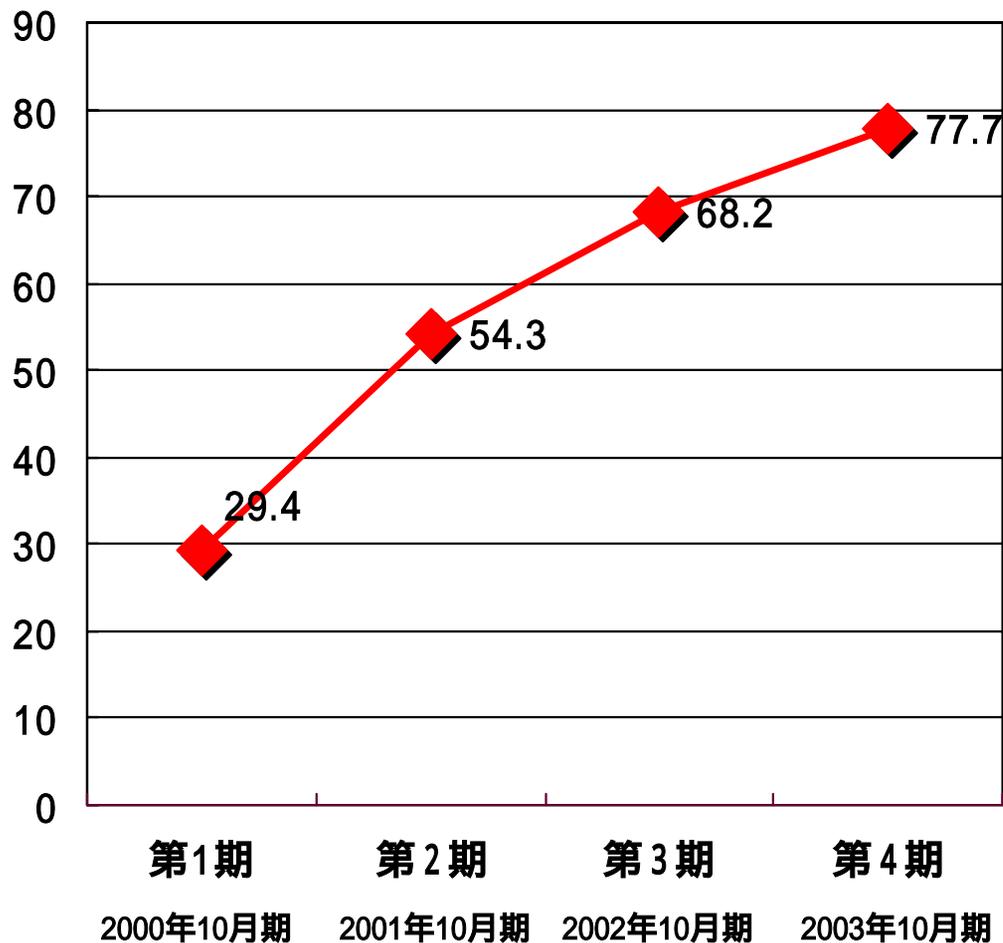
アジアモバイルコンテンツ市場約4,000億円  
最先端の携帯電話端末  
2004年1月日本語解禁

#### 基盤作り

韓国に8月設立  
8月LGテレコム of ez-i に着メロ配信

# 2003年10月期(第4期)の取組み【コンテンツ事業 #6】

## 売上高総利益率のさらなる改善 77.7%



コンテンツ制作原価の低下  
コンテンツ制作業務の効率化  
サーバー費用の削減  
運営の合理化

コンテンツ制作の経験がノウハウとなり、効率よく業務が進めることができました。また、増大しがちであったサーバー構築を見直しサーバーを統合させ費用を削減しました。全体の組織を見直し、より人員が威力を発揮する体制へ進化させ合理化を図りました。

## オリジナルDVDを76タイトル発売

アイドル、レースクイーン等のDVDに特化

1人あたり、1～2タイトル発売

DVDは、リアル店舗経由での売上構成比が高くなっている

次世代携帯電話への対応

技術対応、インフラの構築

動画対応のCDMA2000 1x(KDDI)、FOMA(DoCoMo)の普及

・DVDの動画を次世代携帯向けに動画コンテンツで配信



小倉優子



真鍋かをり



MEGUMI

## 150種類のブランド香水を販売

アイドルのオリジナル香水4本, ブランド香水を販売

・アイドル香水

DVD事業で結んだライセンスの有効利用  
出演しているDVDとセットで販売

・ブランド香水

シャネルを代表とする30ブランドの香水を販売  
1ブランドあたり5種類の香水を販売

安定した収益を確保

香水は無くなれば購入するもの(リピート購入率は高い)  
限定品、スポット的な香水は人気が高い

携帯電話から香水を注文

モバイルコマース事業として携帯電話から香水の販売



若槻千夏



磯山さやか



原史奈



イヴ・サン  
ローラン



ジャンヌ  
アルティス



クリスチャン  
ディオール

1. 2003年10月期(第四期)財務トピック
2. 2003年10月期(第四期)の取組み
3. 2004年10月期(第五期)の取組みと中期戦略

## 掲載情報について

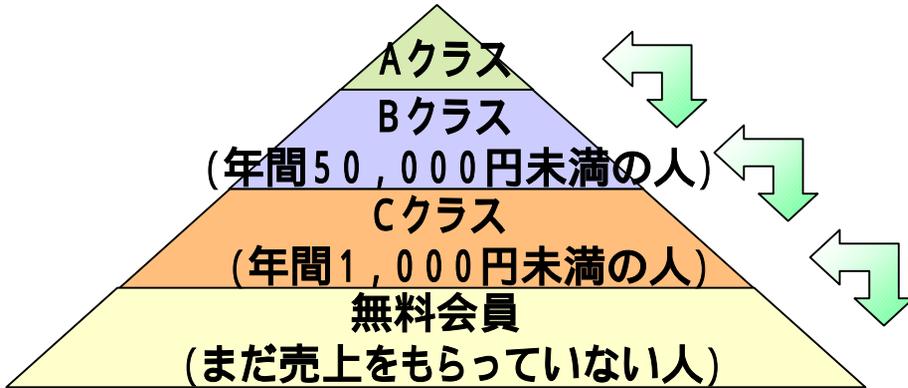
本説明会および参考資料に記載されている内容には、将来の業績見通しが含まれている場合がありますが内部的・外部的リスクによって、実際の業績と大きく異なることがあることをご了承ください。

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、新サービスの成否、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。

# 成長戦略の全体イメージ

顧客資産を増やし、継続的ストック型ビジネスを目指す

## 顧客のデータベース化

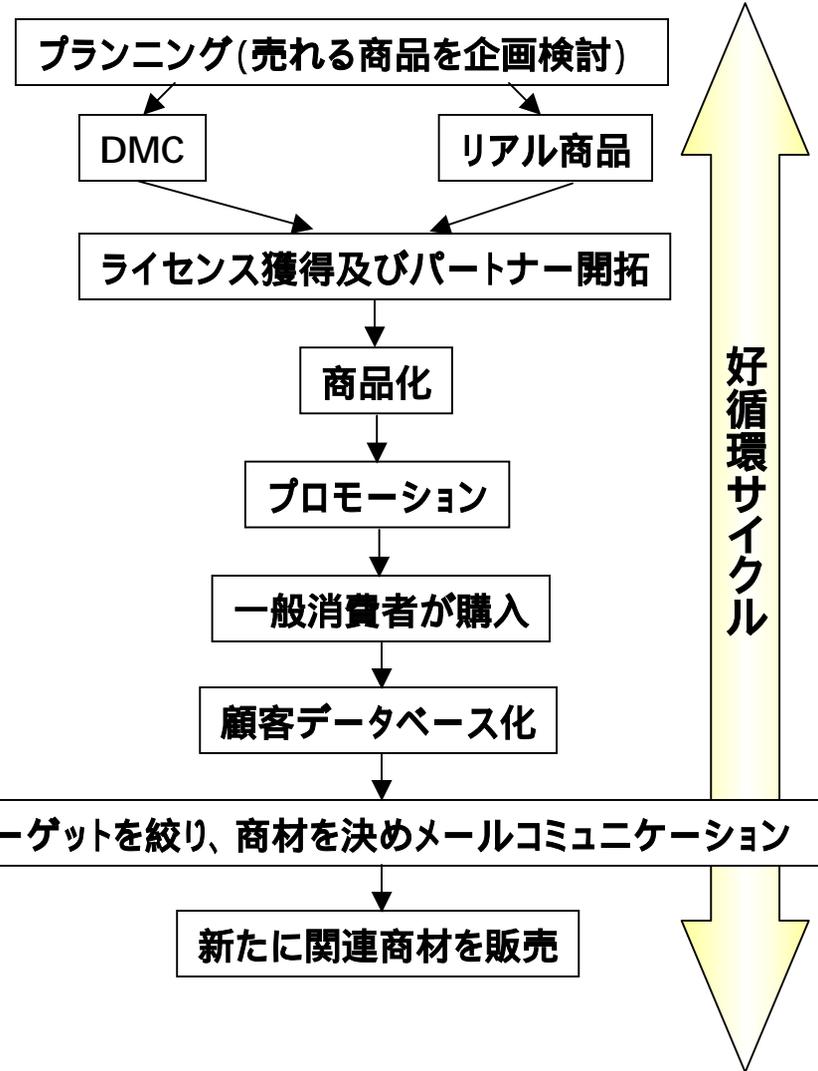


## 国内の展開

- < For - side >
- ・DMC事業
- ・DVD事業
- ・物販事業
- ・広告事業

## 海外の展開

- < アメリカ >
- ・DMC事業
- ・ライセンス事業
- ・MIDI事業
- < 韓国 >
- ・DMC事業
- ・MIDI事業
- < イギリス >
- ・DMC事業
- ・MIDI事業
- ・オンラインゲーム事業



# 2004年10月期(第五期)の取組み【全体】

## 国内事業

### 1. DMC事業について

新規コンテンツの積極的に投入し、サイトを多角化してシェアを拡大します。  
既存コンテンツは、原価を下げ1サイトあたりの収益を高めます。

### 2. DVD事業について

ブロードバンド化、及びモバイルコンテンツのリッチ化に合わせて原盤を維持します。  
年間230タイトルを発売し、物販による収益確保、原盤獲得を強化します。

### 3. 物販事業

リアル店舗によるDVD販売を主として拡大します。  
Yahoo!ショッピングに店舗を出店し、香水を軸にネット販売も強化します。

### 4. 広告(メルマガ)事業について

自社の顧客資産を生かし自社媒体を他社に開放します。  
媒体価値が高い他社サイトを独占契約し、枠を獲得します。

## 海外事業

### 1. アメリカについて

5大レーベルと提携し、ライツの獲得を強化します。  
人気が上がりにつつある着メロ、着うた、待受けを積極的に投入します。

### 2. 韓国について

国内より先に、最先端の携帯技術の市場に最先端の動画コンテンツを投入します。  
日本語文化解禁に合わせて、着メロ、着うた、待受けを積極的に投入します。

### 3. イギリスについて

欧州の権利をほとんど持つイギリスにおいて、提携を行いライツ獲得を強化します。  
着メロ、着うた、待受けをイギリスを皮切りに欧州全域まで拡大させます。

## 3. 2004年10月期(第五期)の取組みと中期戦略

### 3-1. 国内の取組み

### 3-2. 海外の取組み

### 3-3. 中期戦略

#### 掲載情報について

本説明会および参考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る場合がありますが内部的・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、新サービスの成否、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。

## DMC (デジタルモバイルコンテンツ) 事業

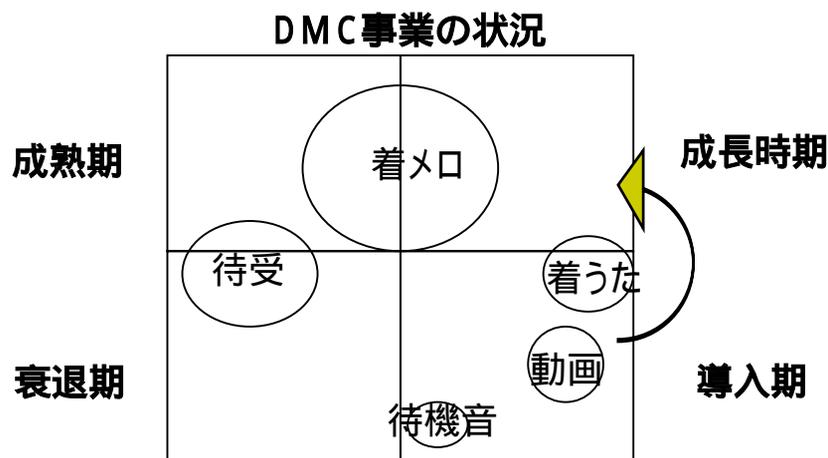
日本においては技術進化に伴い、新たなサウンド系のコンテンツ文化が浸透しつつあり、動画についてもかなりの勢いで広がりを見せ始めている。

これを見る限り、当面はこういったコンテンツカテゴリーのライフサイクルは短命ではあるもののモバイルコンテンツ全体としては今後も大きく成長する市場と見られます。

### 今後の展開方針



1. 現在、成長軸にあるコンテンツに関しては、価格競争力と品揃えの豊富さ、コンテンツ素材の深さで差別化を実現。
2. 新規に投入されるコンテンツジャンルに対して先行して、権利獲得を行い、先行者メリットの恩恵を狙う。
3. 顧客資産の管理を確実にし、全体のパフォーマンスをあげる。



# 国内の取組み # 2

## 着メロ、待受けに続き、着うたを本格化

	着うた	メロディコール
<i>KDDI au</i> ➡	<ul style="list-style-type: none"><li>・自社と配信許諾でサイトメニューの場所の確保</li><li>・音源原盤の流通を確立</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・自社と配信許諾でサイトメニューの場所の確保</li><li>・音源原盤の流通を確立</li></ul>
<i>NTT ドコモ</i> ➡	<ul style="list-style-type: none"><li>・2004年1月開始</li><li>・当面は自社でサイト数の確保</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・2004年8月開始</li><li>・人気の高い音源原盤の獲得</li></ul>
<i>Vodafone</i> ➡	<ul style="list-style-type: none"><li>・2003年12月開始</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・キャリアが対応次第検討</li></ul>

## 次世代携帯電話の現状

*au*

1. “着ムービー”は、auユーザーの約7割に認知されていて好感触
2. ミュージッククリップ等が、月間約30コンテンツのペースで増加中
3. 「CDMA2000 1x EV-DO」登場によって通信料金負担を大幅に軽減し、リッチなコンテンツの利用を促進して更なるユーザー獲得を狙う

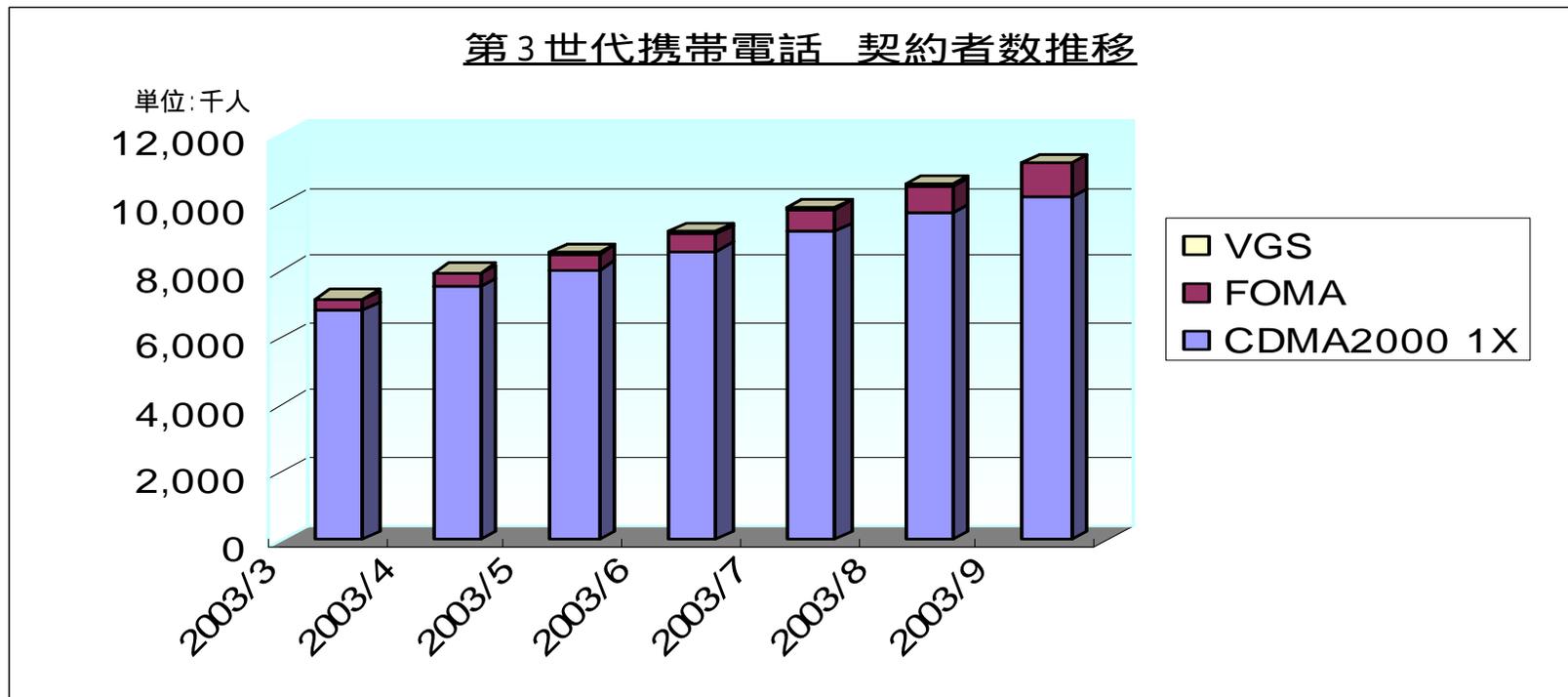
➡ 2004年冬を目標に“着ムービー”をキラーコンテンツに育て、他社の追従を振り切る

*FOMA  
VGS*

1. 動画対応携帯電話の普及に出遅れ、auと約200万台の販売台数の開きがあるが
2. 提供するサービスがユーザに受け入れられず、さらに普及台数を悪化させた

➡ コンテンツ・サービスの見直しを図り、動画コンテンツを軸に携帯電話の普及を図る

## 動画コンテンツ市場に積極的に参加



**1,000万人以上の市場に動画コンテンツを！**

**既存有料会員 + 新規有料会員の獲得へ！**

現在1,000万人以上のユーザーが、動画コンテンツ対応の第3世代携帯電話を保有しています  
動画コンテンツは需要が望まれ、新規有料会員の獲得が期待できます

# 国内の取組み # 4

## DVD販売予定タイトル数...230本

### DVD販売の新スキーム

音楽レーベルを立ち上げ、音楽DVDの販売、着メロうたサービスと連動

国内にインディーズ向けレーベルを立ち上げる

ムービークリップを音楽DVDとして販売

動画を動画コンテンツで配信、曲を着うたコンテンツへ

タイアップしたテレビドラマをDVD化して販売

アイドルメインのテレビドラマと連携

宣伝効果が大きいDVD販売

写真集の人気シリーズをDVD化して販売、既存のDVDを写真集化して販売

人気の高い写真集 / DVDをメインにDVD / 写真集化

多数の大手出版社と連携

アニメ・ドラマの権利取得、DVD販売

ジャンルに人気の高いアニメ・ドラマを加えDVD化

動画コンテンツへ配信

## リアル店舗とネット店舗による物販

リアル店舗向けには、DVDを主として販売

人気の高いアイドル・映画・シネマのDVDを販売

認知度を上げ、他の事業へ波及させる

ネット店舗向けには、香水を主として販売

ネットの手軽さと人気の高い香水販売

会員数を拡大する

## メールコミュニケーション

ジャンル別にユーザーを獲得し、ユーザーの欲しい情報を配信

数百の大手雑誌社と提携し、トピックスを配信

認知度と広告の獲得を図る

媒体価値が高いサイトと連携

更なる会員獲得を目指す

他社と連携し、全ジャンルを制圧する

## 3. 2004年10月期(第五期)の取組みと中期戦略

### 3-1. 国内の取組み

### 3-2. 海外の取組み

### 3-3. 中期戦略

#### 掲載情報について

本説明会および参考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る場合がありますが内部的・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、新サービスの成否、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。

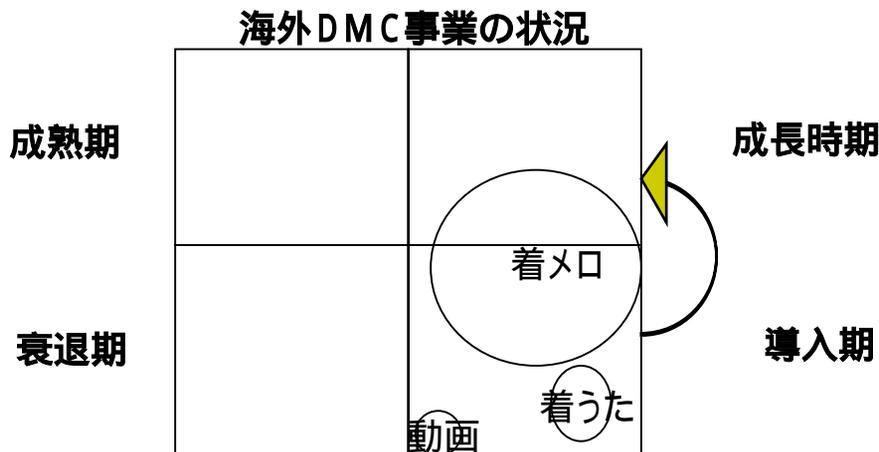
## DMC (デジタルモバイルコンテンツ) 事業

海外においてはようやく着メロコンテンツが成長段階にきておりフォーサイドの強みである、着メロ5万曲のコンテンツ資産と低コストでの着メロ大量生産体制がフルに活用するとかなり競争力があると思われます。

### 今後の展開方針



1. 本体のコンテンツ資産をフル活用し、早期投資回収、事業の黒字化を目指しいち早く事業を軌道に乗せる。
2. 各エリアのマーケットに対応した着メロの音源作成及び新端末対応を積極的に行う。



## 基盤が整った海外展開の本格化

### For-side.com UK

オンラインビジネスの規制緩和  
携帯の課金制度も変化 高課金可能なコンテンツ作成  
大手キャリア向けコンテンツ配信  
12月PCサイト経由着メロ・待受け配信  
1月モバイルコンテンツ立ち上げ  
人気曲のライセンス獲得  
欧州を制圧

### For-side.com USA

残り3社の大手レーベルとライセンス契約を締結  
5大レーベルとライセンス契約  
大手キャリア向けコンテンツ配信  
AT&Tワイヤレスサービス向け12月1サイト  
ベライゾンワイヤレスサービス向け1月1サイト  
着メロ・待受け・着うたと同時展開  
7月までに合計10サイト立ち上げ

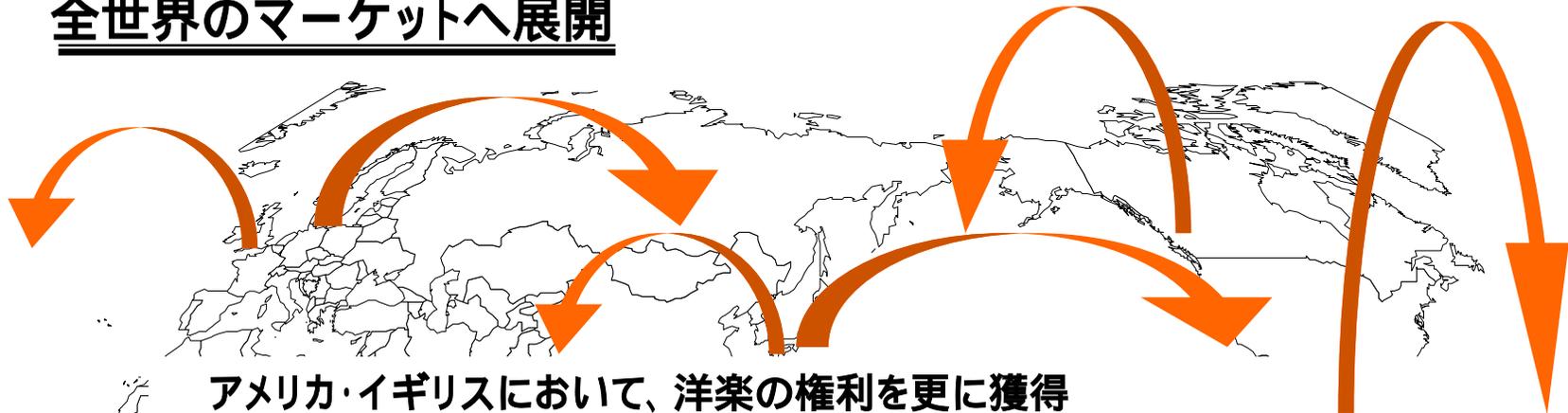
### For-side.com Korea

残り2社の大手キャリア向けコンテンツ配信  
SKT、KTFへも進出 全キャリア対応  
最先端の携帯電話が最も普及している韓国に  
動画コンテンツ配信  
国内、アメリカ、ヨーロッパへの展開を図る

## キャリアブランド展開

## 日本語文化解禁

## 全世界のマーケットへ展開



アメリカ・イギリスにおいて、洋楽の権利を更に獲得  
洋楽の資産増加、全世界へ向けて配信へ  
着メロ・待受け・着うたの同時展開、コンテンツ市場を制圧

韓国において、2004年1月 日本文化解禁  
邦楽の大量需要、大量供給へ  
K-POPを国内へ輸入、国内サイトの活性化

動画において、韓国 国内 アメリカ・イギリスと展開  
最先端の韓国で成功させ、順次動画配信  
ワールドワイドの展開へ

ゲーム会社との提携 オンラインゲームへ展開

## 3. 2004年10月期 (第五期)の取組みと中期戦略

### 3-1. 国内の取組み

### 3-2. 海外の取組み

### 3-3. 中期戦略

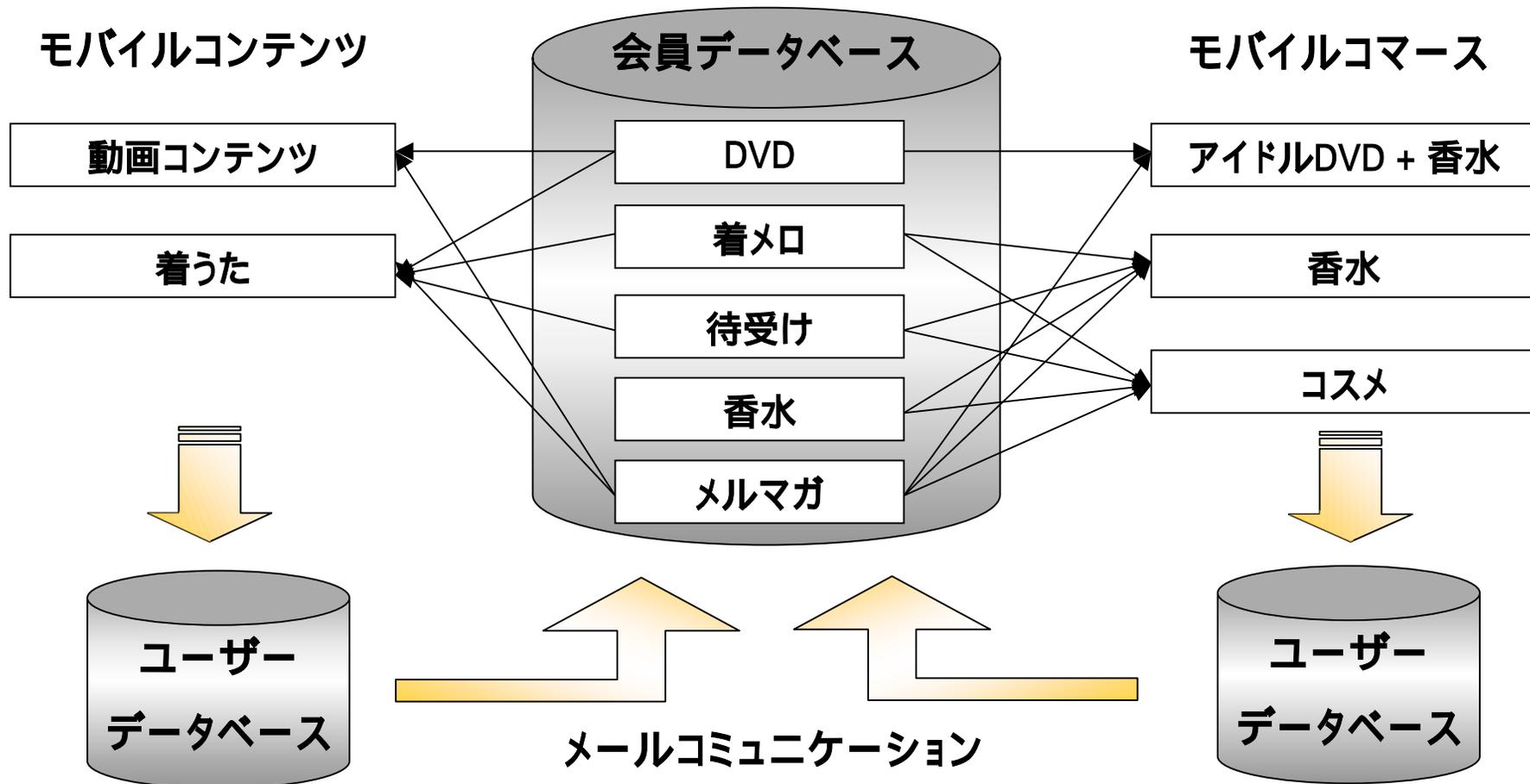
#### 掲載情報について

本説明会および参考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る場合がありますが内部的・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、新サービスの成否、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。

# 中期戦略 # 1

## ユーザーデータベースのシナジーを追求



データベースを基に、モバイルコンテンツ、モバイルコマース、物販事業を提供します  
そこで得た会員をデータベースとし、さらなる商品を提供します

## 事業の多角化

M & Aを積極的に行い、事業の多角化を図ります

同業社を買収、次世代コンテンツへ対応  
異業社を買収、事業の追加で売上増収

M & Aにおけるスキームの確立

ローリスク、ハイリターンを目指す  
投資家が納得いく事業シナジーを提示