



2004年10月期の業績と2005年10月期の戦略

2004年12月30日

For-side.com

For-side.com Co.,Ltd.

Copyright (C) 2004 For-side.com All Rights Reserved

For-side.com

**本資料にて、2004年10月期(第5期)の業績と
2005年10月期(第6期)の戦略について、
詳細にご説明させていただきます。**

1. 2004年10月期(第5期)ご報告

2. For - sideグループの企業価値

3. 2005年10月期(第6期)の戦略

掲載情報について

本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。

海外子会社にUS GAAP (米国会計基準)を厳密に適用して計上

単位:百万円

(連結)	実績	前期比	第4期
売上高	9,009	179.32%	5,024
営業利益	1,728	170.25%	1,015
経常利益	1,636	162.30%	1,008

第4期:2002年11月1日~2003年10月31日 第4期は非連結となりますので、単独の数値と比較しております。
詳しくは、別途開示資料「海外エリアのUS GAAP (米国会計基準)適用について」をご参照願います。

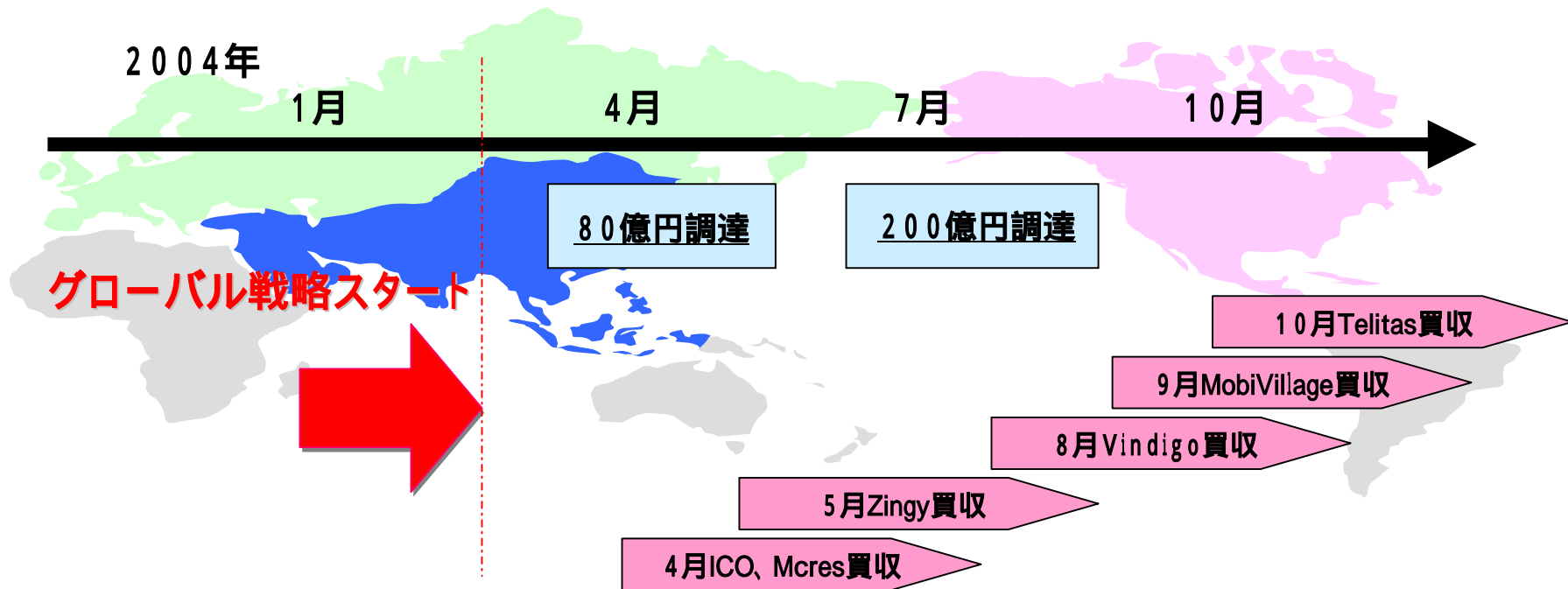
前期比180%となる成長性を実現。更なる成長を目指すため
海外子会社を早期に上場させ、各エリアの事業を拡大する。

2004年10月期の戦略

グローバル戦略の実施

280億円の資金調達を行い、早期にモバイルコンテンツの世界流通網を確立

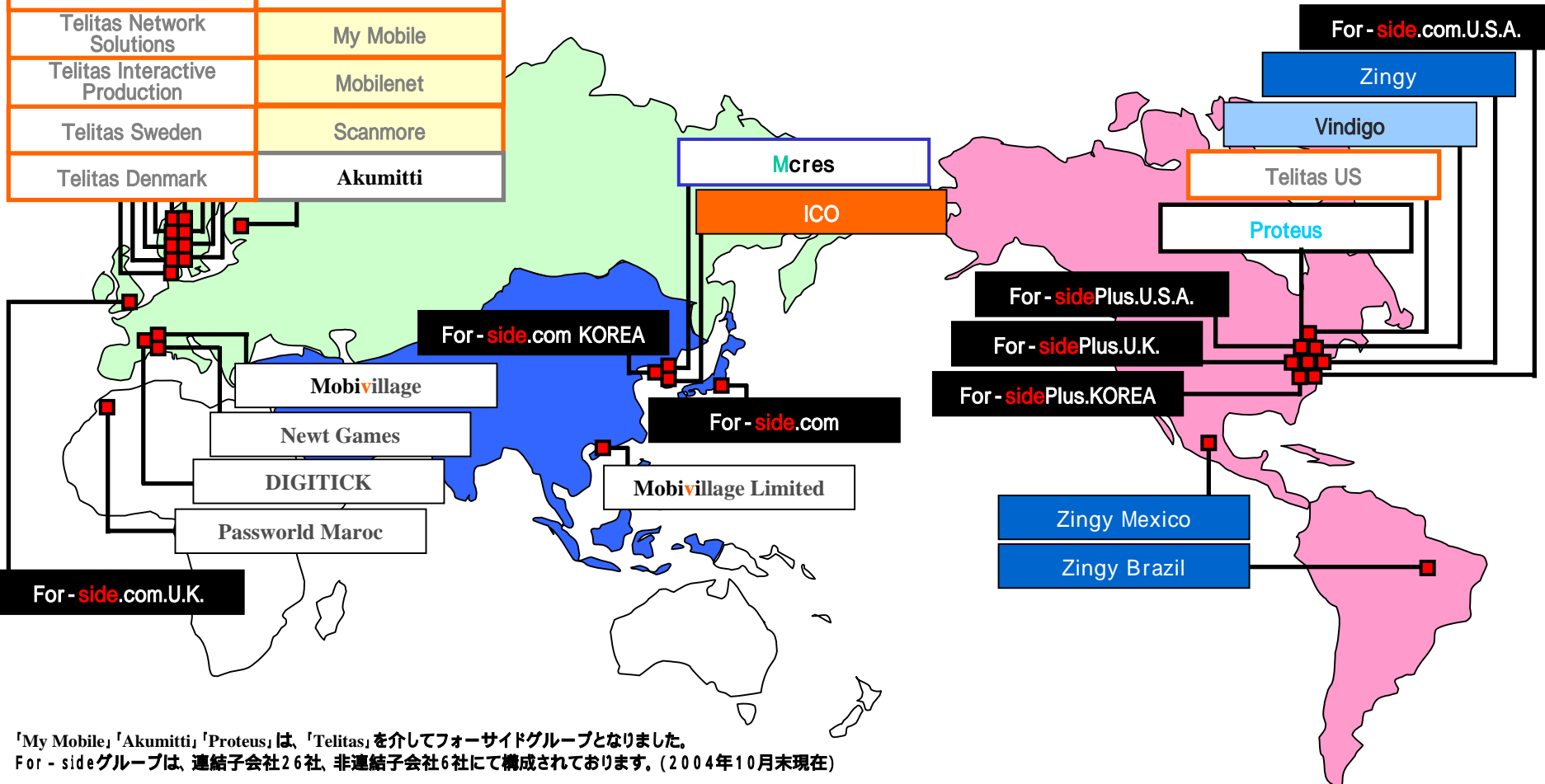
成熟期の国内モバイルコンテンツ事業への投資を抑制、高成長する海外市場へ投資した
海外で主要コンテンツプロバイダを取得し、モバイルコンテンツによるグローバル流通網を拡大した



高成長する海外市場の主要コンテンツプロバイダをグループ化。

For - sideグループ

Telitas	Telitas USA
Telitas Network Solutions	My Mobile
Telitas Interactive Production	Mobilenet
Telitas Sweden	Scanmore
Telitas Denmark	Akumitti

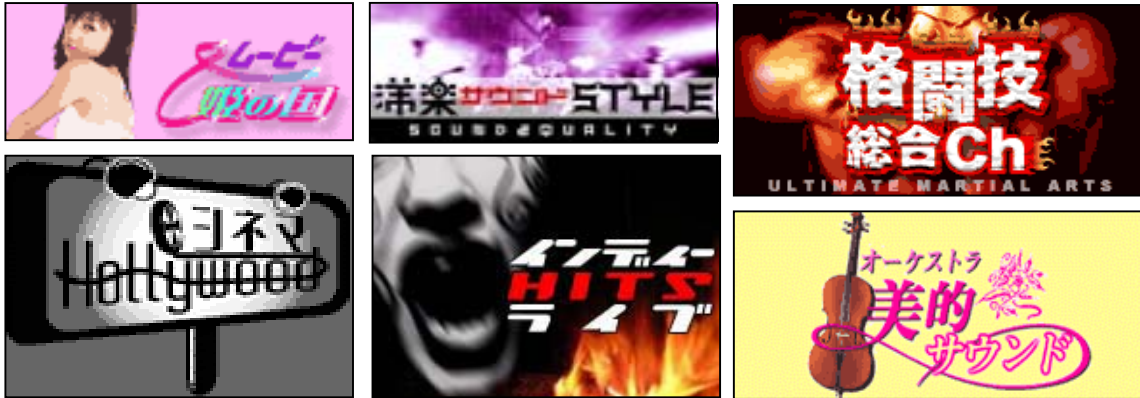


世界で唯一のモバイルコンテンツのグローバル流通網を確立。

第5期展開商品 ~ モバイルコンテンツ ~

□ 国内向けに17の公式サイトを新規提供、累計100の公式サイトを運営

NTTドコモ公式サイト



第3世代携帯電話FOMAの普及に合わせ、積極的に着メーションサイトを提供。

KDDI au公式サイト



第3世代携帯電話WINの普及に合わせ、積極的に着うた・着ムービーサイトを提供。

動画・着うたといったモバイルコンテンツを積極的に提供。

第5期展開商品 ~ DVD・映像素材 ~

□ 第5期に新規198タイトル、第4期と合わせて274タイトル発売

熊田曜子



若槻千夏



山本梓



安田美沙子

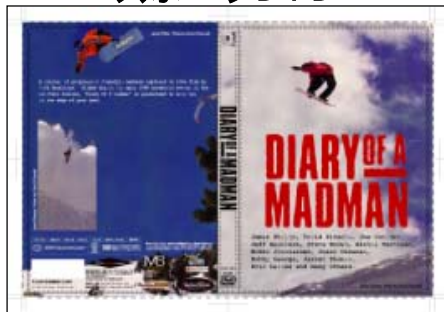


For - side DVD
274タイトル!

音楽DVD



スポーツDVD



アニメDVD



格闘技DVD



274タイトルには、ゲームセンター向けに発売したDVDの景品のタイトルの数も含んでおります。

音楽・アニメ・スポーツ・格闘技ジャンルのDVDを発売開始。
制作した映像素材は二次利用して動画コンテンツとして配信。

第5期展開商品 ~ モバイル向けメルマガジン ~

□ 自社14媒体・他社3媒体、計17媒体のメルマガを提供

月間200万通
メルマガ配信!



人気媒体のご紹介

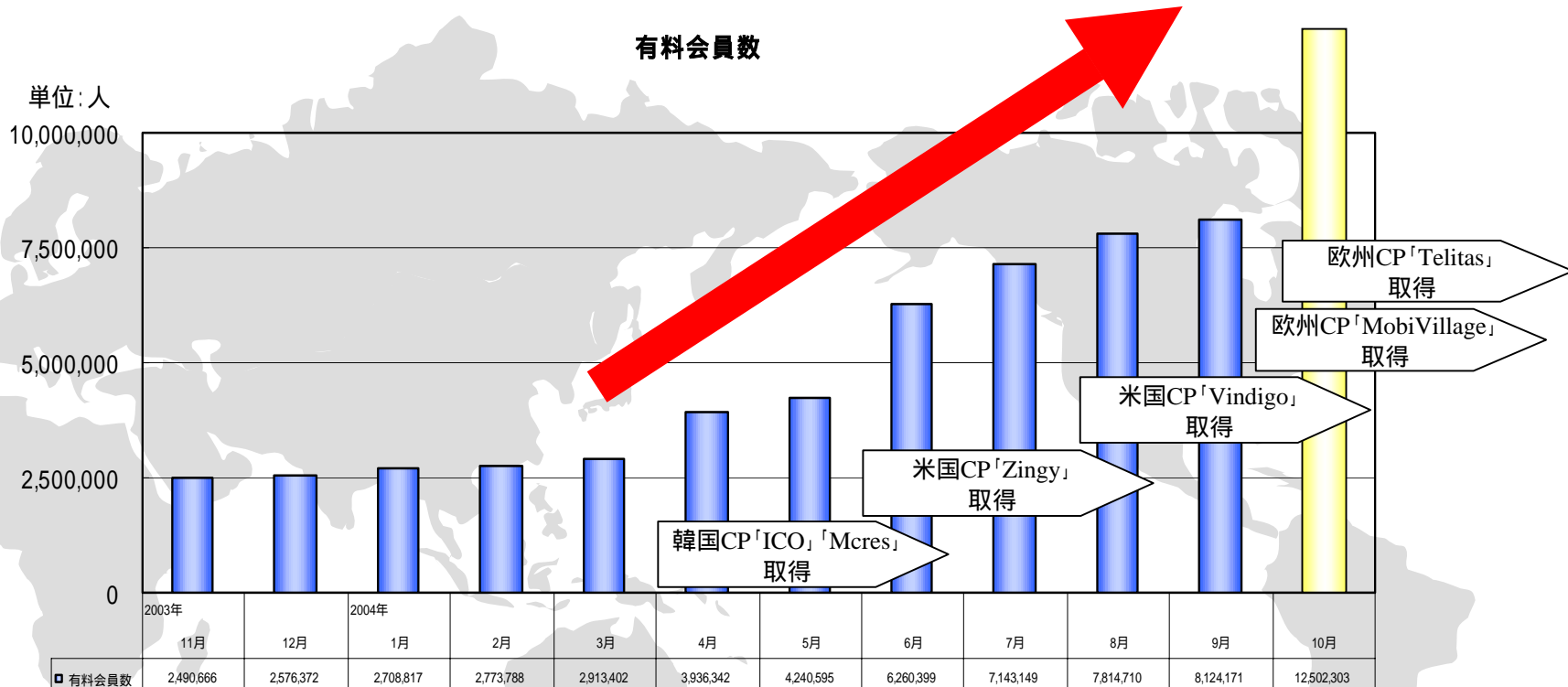


情報をゲットしつつ、メルマガの広告をクリックすれば無料で着メロをゲット!

コンテンツ資産を有効に活用したニーズの高い媒体を開発・運営。

有料会員数推移

□ For - sideグループ有料会員数



第5期より、従来のコンテンツ会員数とメルマガ会員数を合わせたものが有料会員数となります。

海外子会社の取得に伴い、4月より韓国子会社「ICO(アイコ)」「Mcres(エムクレス)」、6月より米国子会社「Zingy(ジンギー)」、8月より米国子会社「Vindigo(ビンディゴ)」、10月より「MobiVillage(モビヴィレッジ)」「Telitas(テリタス)」のコンテンツ会員も合わせて計上しています。

**2004年10月末において有料会員集が1,200万人を突破。
目標であった年内1,000万人をクリア。**

1. 2004年10月期(第5期)ご報告

2. For - sideグループの企業価値

3. 2005年10月期(第6期)の戦略

コンテンツプロバイダを取り巻く今後の外部環境の予想

今後の予想

携帯電話のハード技術の進化に伴い新たな競合が出現

3Gは、通信スピードや搭載メモリが格段に向上し、着うたや動画、高機能ゲームの需要が増している。今後、携帯電話のハード技術がさらに進み、TV映像の受信や高機能カメラの搭載、MP3ファイルの再生機能が搭載されることが予想できる。レーベルやTV局、キャリアが参入してくる可能性が高い。

レーベル、TV局、キャリアがモバイルコンテンツ業界へ積極的に参入

レーベル：自社のマスターライセンスで着うた配信が可能。

TV局：自社のマスターライセンスで動画配信が可能。

キャリア：新機種が登場した際にCPよりも早く対応ができ、先行メリットを持つことが可能。

キャリアが有利となる新サービスを展開することが可能。

流通規模が小さいCPが、マスターライセンスを獲得して配信するには多大なコストが必要。

今のままの優位性ではレーベル、TV局、キャリアには勝てない

今後もFor-sideグループが勝ち続けるには、絶対的な競争価値を持つことが必要であると考えた。

方針

獲得したグローバル流通網と資産を活用した絶対的な競争価値を持つ

グローバル流通網の活用 ~ コンテンツ資産の増大、世界に向けて販売 ~

ワンソースマルチユース ~ 1つのコンテンツ権利から複数の商品を販売 ~

自社での企画・制作により自社のマスターライセンスを増大させると共に、グローバル流通網を構築したことで、コンテンツソース元からの配信許諾の権利獲得が容易になったことから、他社のコンテンツ資産も取り込み、資産を増大させる。

自社のマスターライセンスと他社のキラーコンテンツの配信権利を活用してデジタルコンテンツ商品としてグローバル流通網を活用して販売。高成長、高収益率を達成させ、早期投資の回収を実現する。

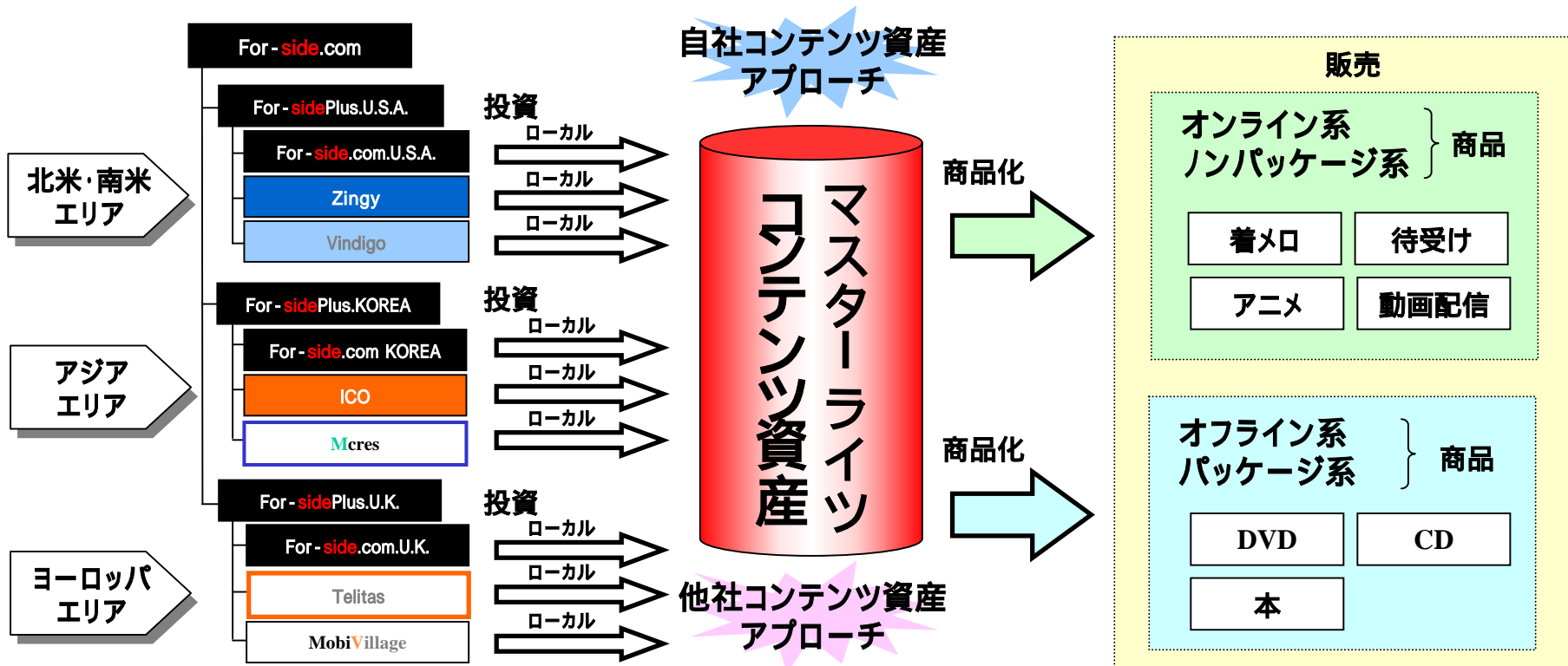
さらに獲得したコンテンツ資産をパッケージ商品化するなど、1つのコンテンツ資産とクライアント資産の権利から複数の商品として販売することで2次的・3次的に収益を獲得する(ワンソースマルチユース)。

デジタルコンテンツ商品をグローバル流通網で販売し、早期にキャッシュを獲得。獲得したコンテンツ資産をもとに、さらに2次的・3次的にキャッシュを生み出す商品を多数販売する。

For - sideグループが目指す収益モデル

収益モデル

グローバル流通のもと各エリアでキラコンテンツとなるマスターライセンスを獲得

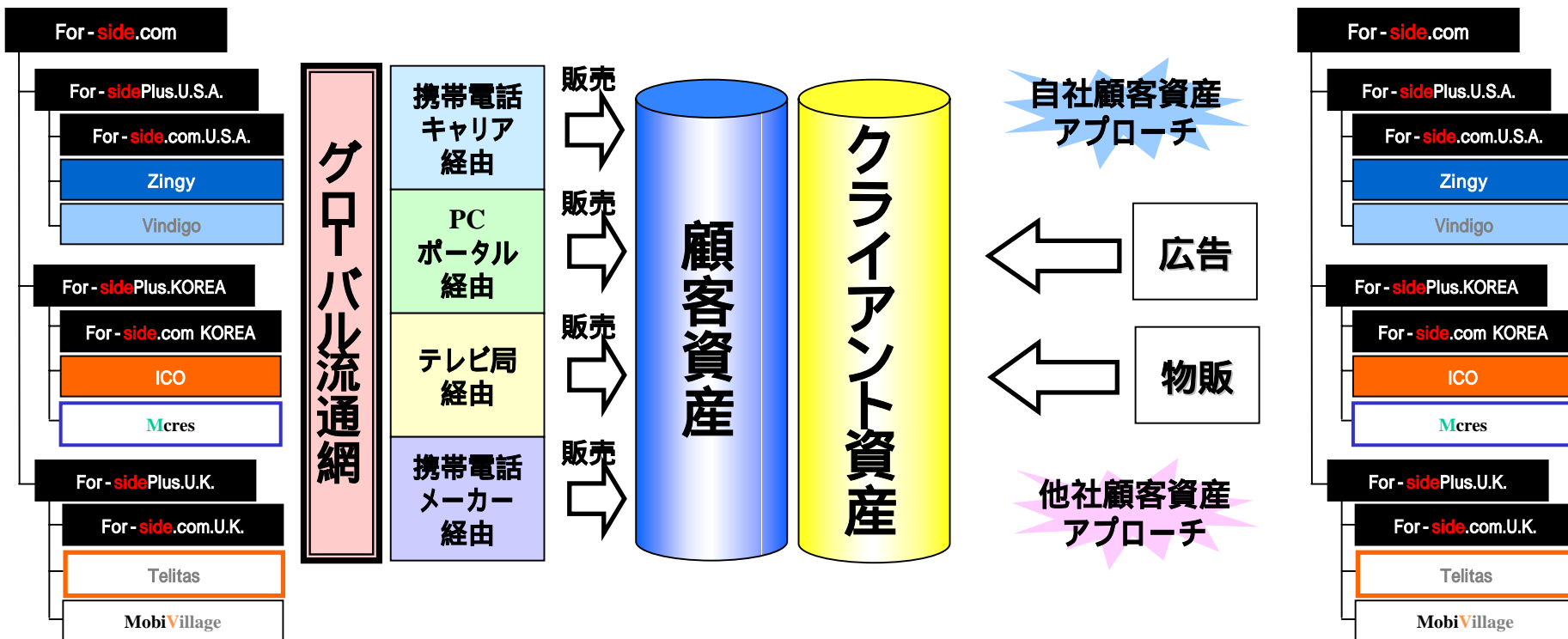


自社のマスターライセンスと他社のキラコンテンツ資産をもとに、多数の商品を販売して早期に一次収益を獲得する。

For - sideグループが目指す収益モデル

収益モデル

コンテンツ資産を基にグローバルに顧客資産を増大
顧客に向けて新サービスを提供しクライアント資産を拡大

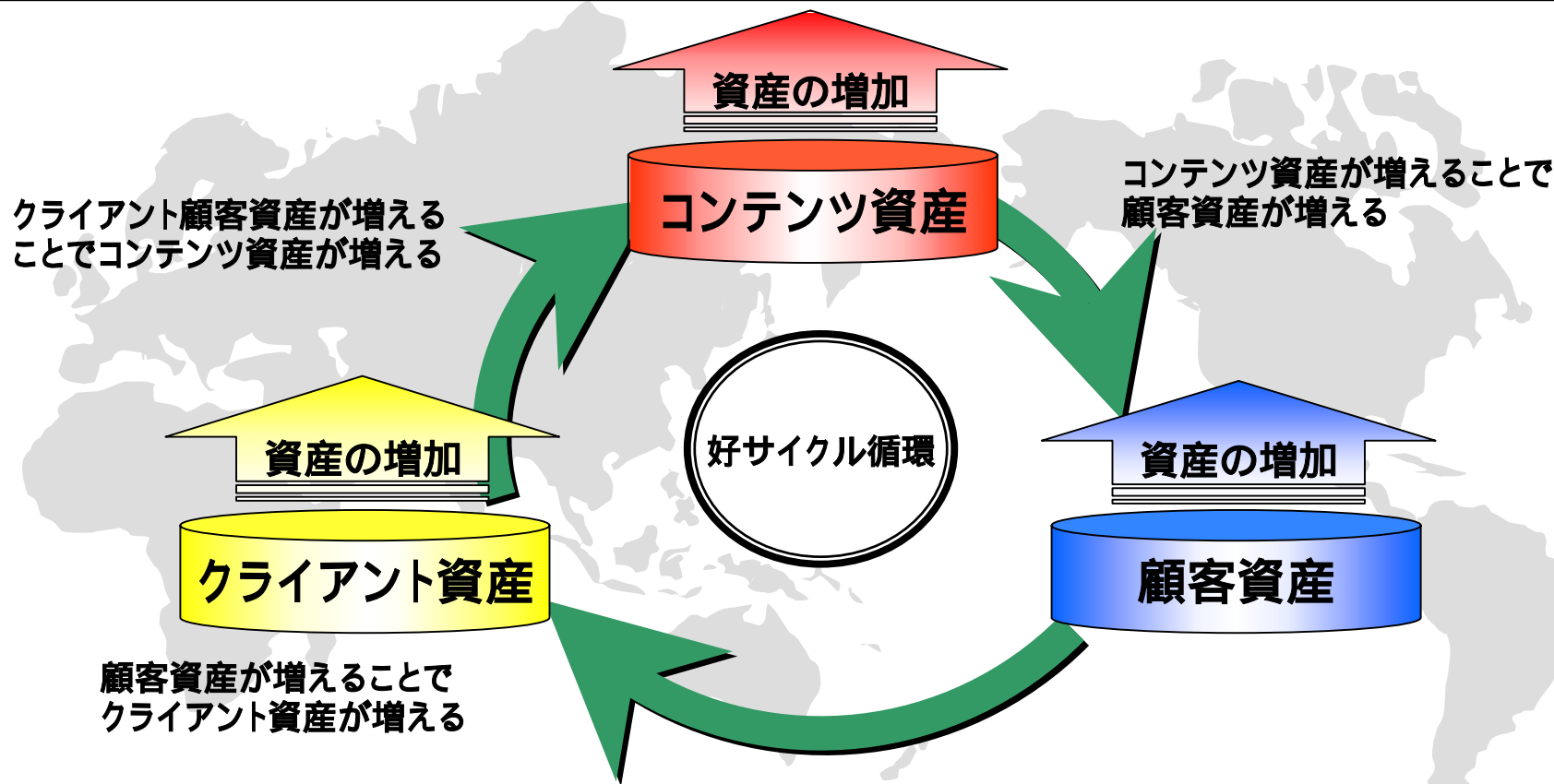


増大した顧客資産とクライアント資産を活用した新サービスを提供することで二次収益を獲得し、収益を積み重ねる。

For - sideグループが目指す収益モデル

収益モデル

各資産を好サイクル循環させることでグループ全体の資産を増加



3つの資産を好サイクル循環で増加させることで、
収益の最大化を図る。

1. 2004年10月期(第5期)ご報告
2. For - sideグループの企業価値
3. 2005年10月期(第6期)の戦略

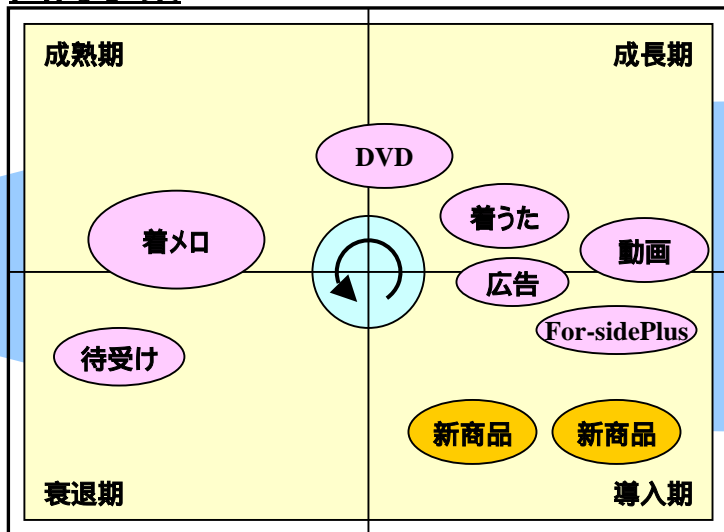
国内事業と海外事業の方針

第6期方針

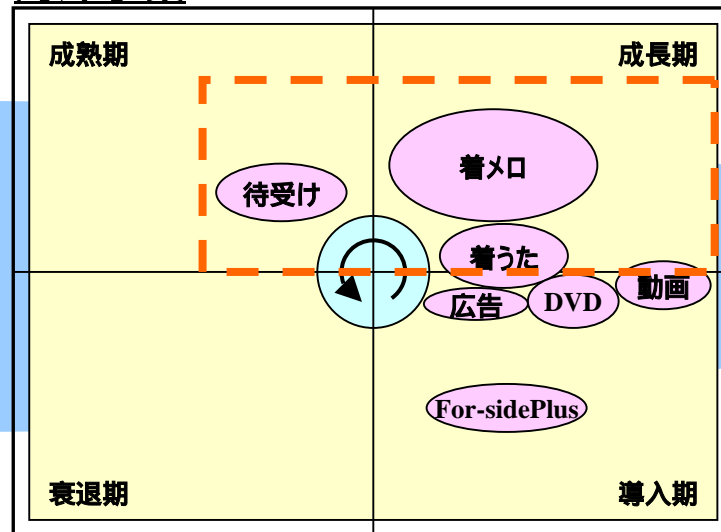
国内事業に投資を行い、海外事業にて収益を獲得する

第5期に投資を抑制した国内事業の投資を再開して、新商品を開発し投入する
第5期に投資した海外事業にて収益を獲得し、海外子会社の早期上場を目指す

国内事業



海外事業



積極的に投資を行い
成長期となる新商品を開発

成長期に入った商品で
グローバルに収益を獲得

国内事業は投資の時期として次期の商品を開発し、
第5期に投資した海外事業にて収益を獲得。

国内事業

日本 (For - side JAPAN)

- ・獲得したグローバル流通網の整備
- ・システムの集中管理
- ・マスターライセンス事業(ゲーム、アニメ)の立ち上げ

海外事業

北米・南米エリア

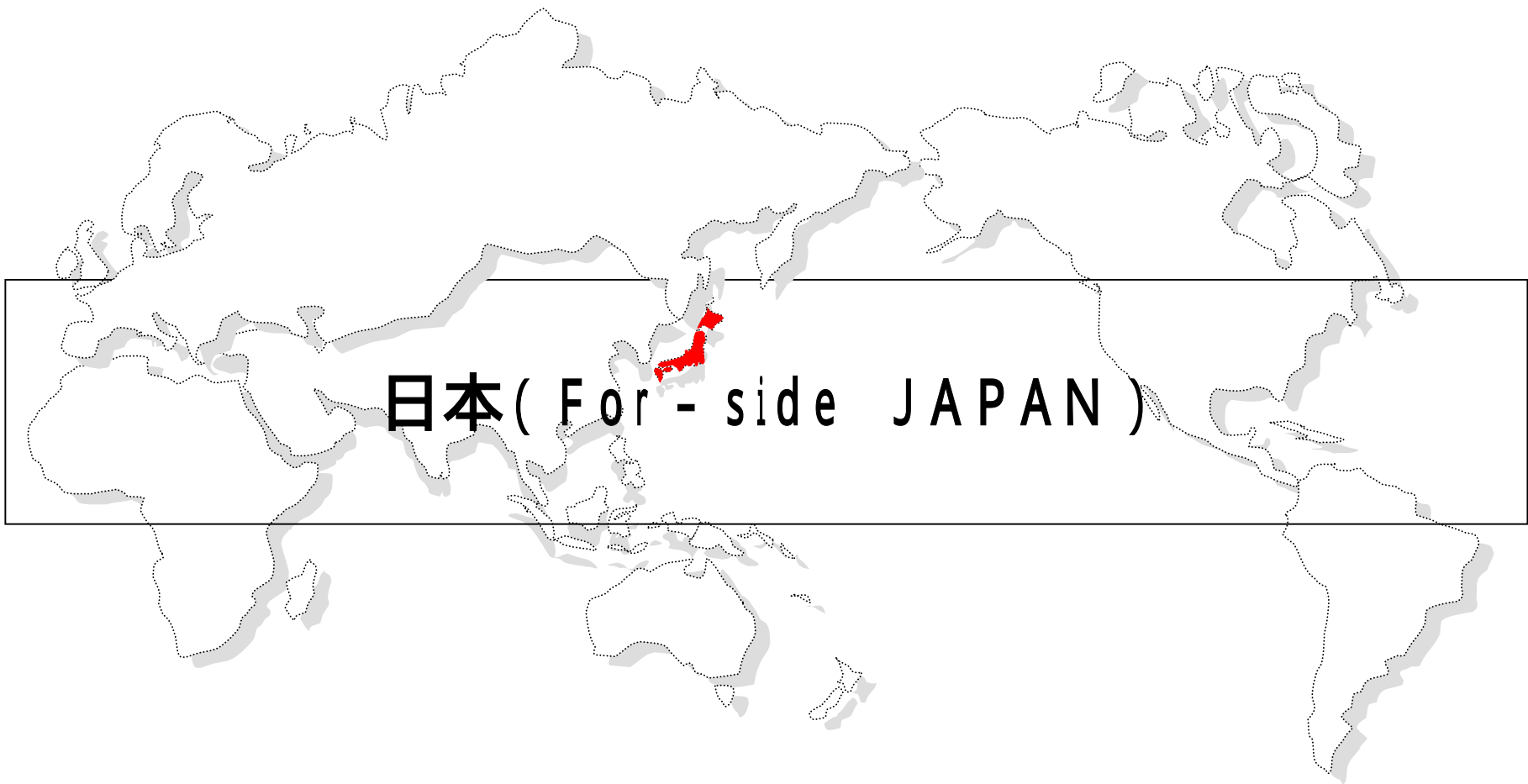
- ・細部に渡る北米・南米エリアの流通網の強化
- ・米国モバイル初となるモバイル広告事業の立ち上げ
- ・他社キラーコンテンツの配信許諾権利の獲得

アジアエリア

- ・細部に渡るアジアエリアの流通網の強化
- ・モバイルアプリケーション開発

ヨーロッパエリア

- ・細部に渡るヨーロッパエリアの流通網の強化
- ・インタラクティブTV連動 グローバル展開へ
- ・物販事業の立ち上げ

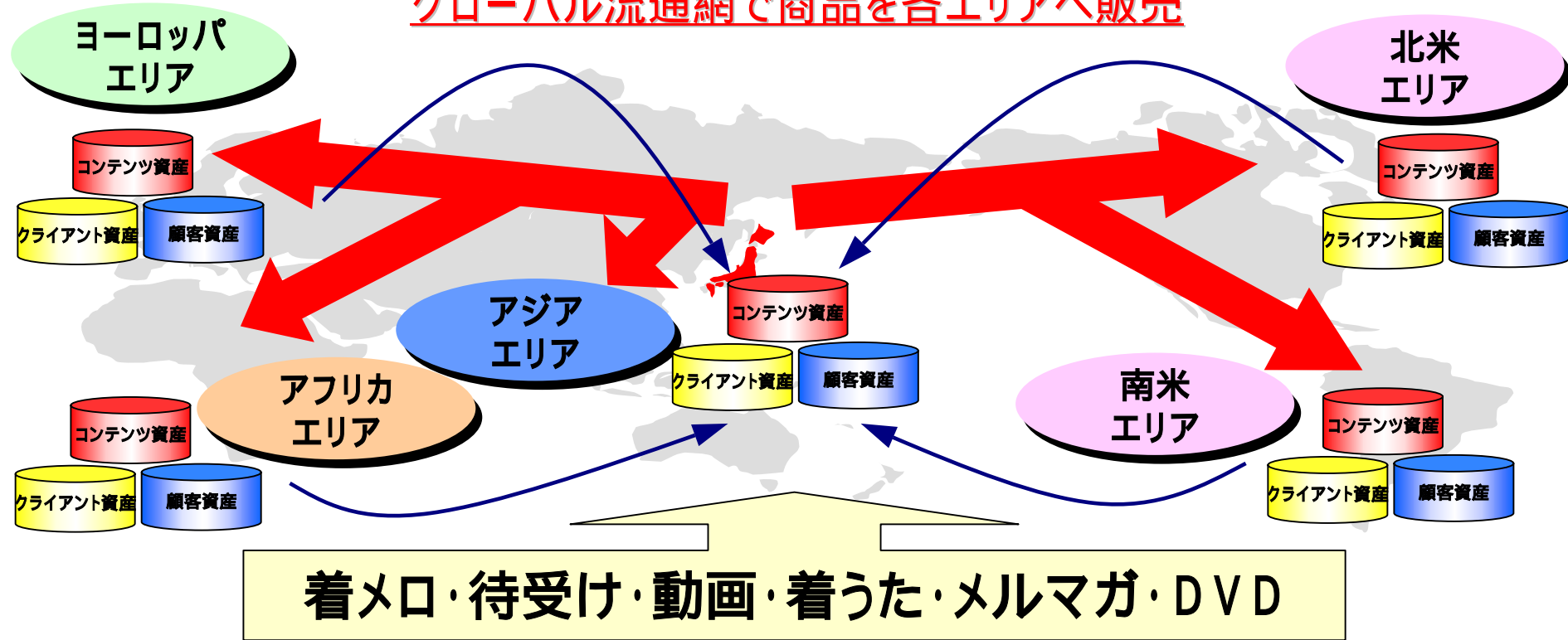


日本 (For - side JAPAN)

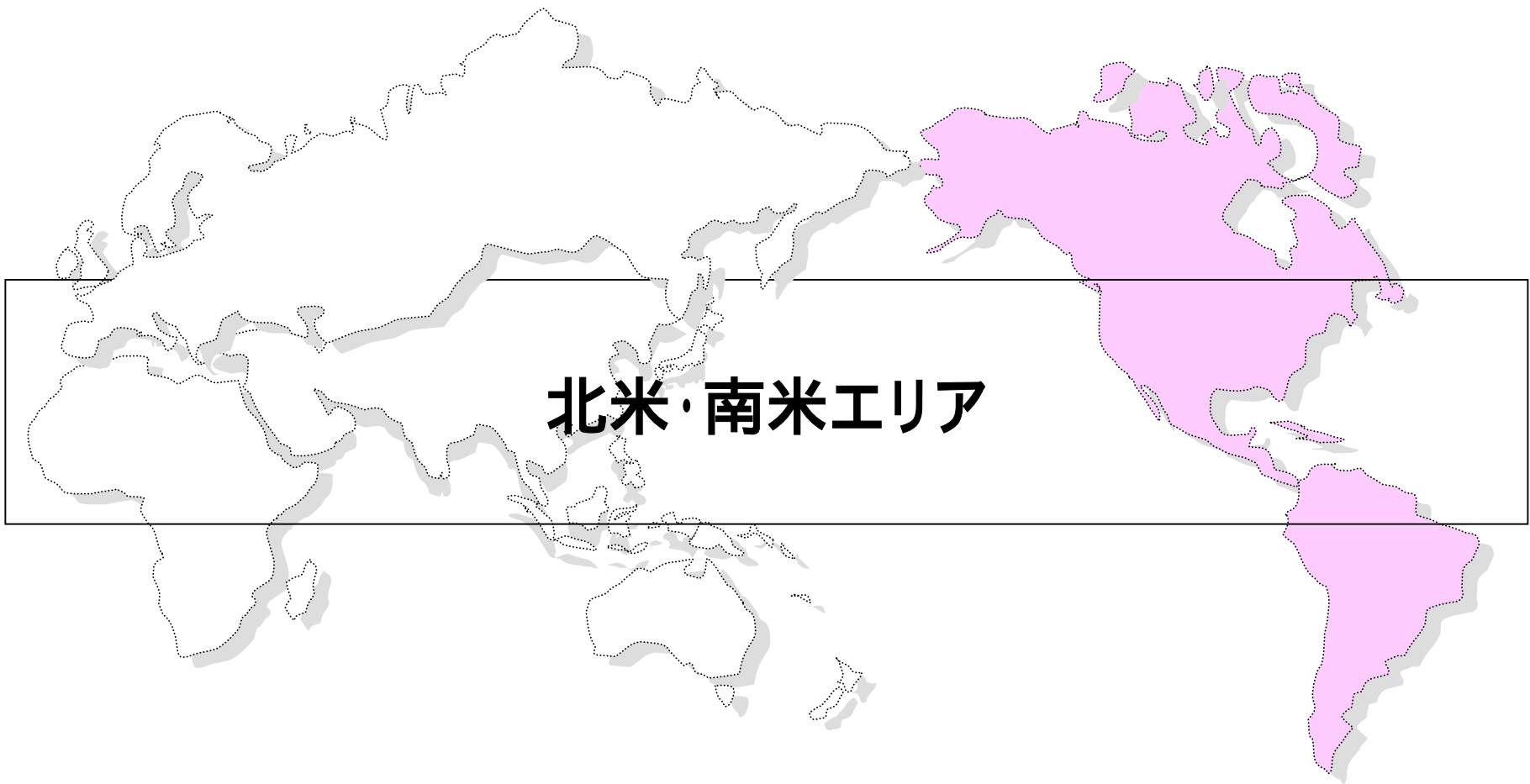
第6期戦略

構築したグローバル流通網を整備し、マスターライセンス事業を立ち上げる

グローバル流通網で商品を各エリアへ販売



基幹となる流通網を整備し、商品の流通を更に活性化。
集約した資産とマスターライセンスを商品化して流通させる。



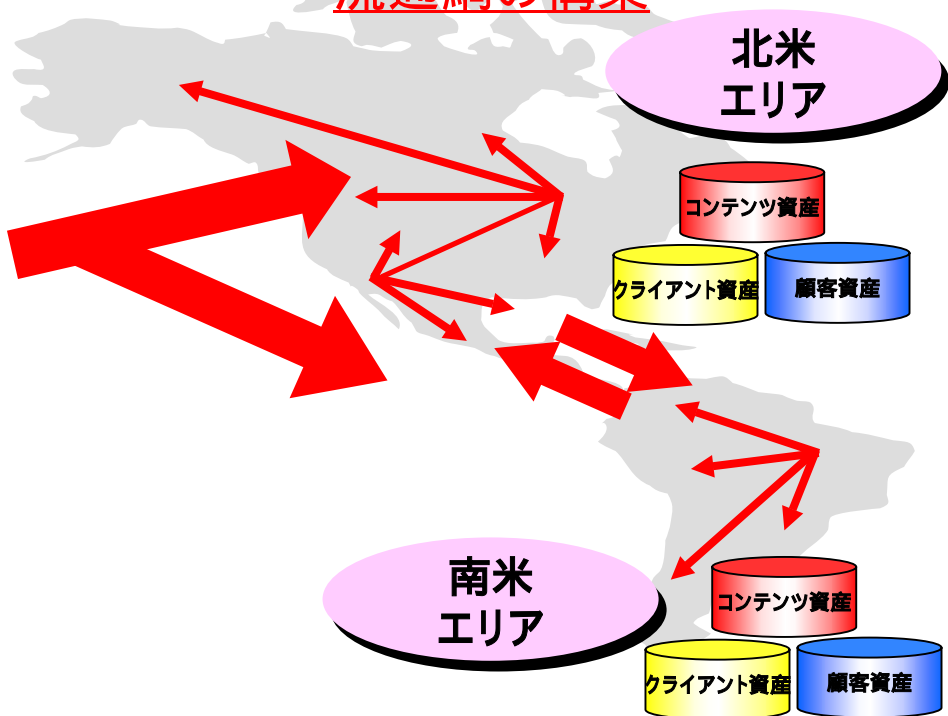
北米・南米エリア

北米・南米エリア

第6期戦略

細部に渡る流通網を構築し、キラコンテンツの配信権利を獲得する

流通網の構築



キラコンテンツの配信権利を獲得

映画配給会社と契約

ハリウッド映画など全世界から
絶大なニーズがある作品多数

5大レーベル・音楽出版社と契約

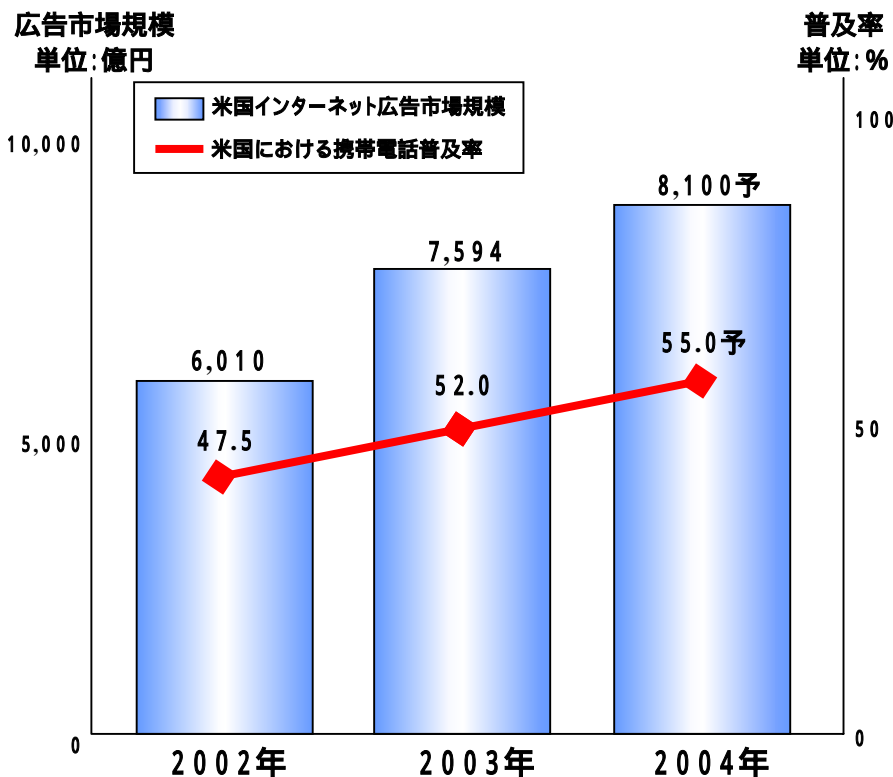
世界メジャーアーティストの楽曲
のグローバル配信権を獲得

商品化してグローバル流通網で販売

グローバル流通網を武器に配信権利の獲得を強化。
キラコンテンツを増大させグローバルに販売する。

第6期戦略

アメリカ初となるモバイル広告事業を立ち上げる



出所: IAB, Global mbile, 野村総合研究所をもとに当社が作成

世界最大規模の広告市場に参入

米国における携帯電話の普及率は、堅調に推移

For-sideグループは、携帯電話向けのメールマガジンを展開済

実績を生かし、モバイルによる
広告サービスを展開

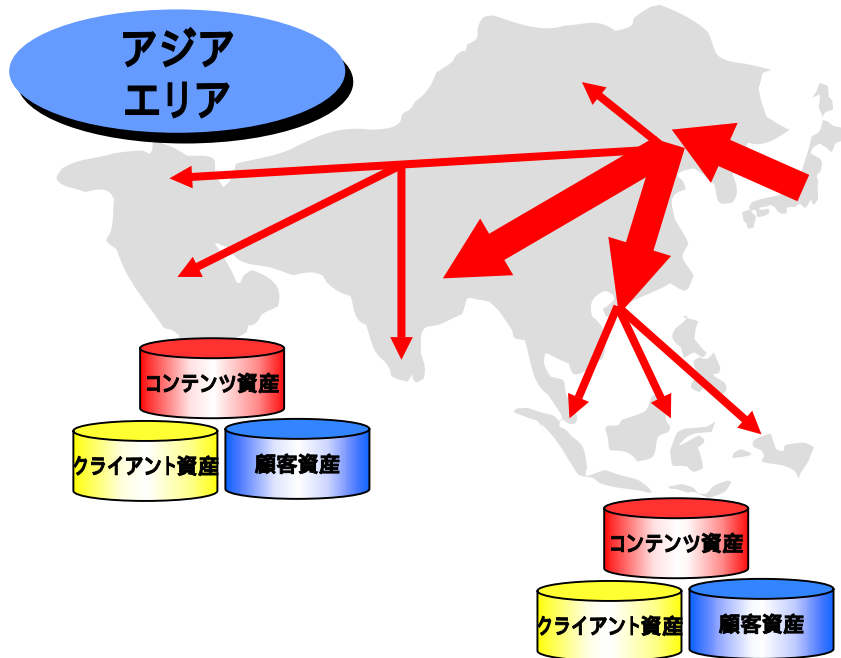
インターネット利用可能な携帯電話の普及に合わせて
アメリカ初となるモバイル広告サービスを展開する。



第6期戦略

細部に渡る流通網を構築し、中国・インドへの市場参入の基盤を固める

流通網の構築



世界最大規模の市場へ参入

中国携帯電話の市況

人口 : 12億8,543万人
携帯電話普及数 : 3億1,000万人

インド携帯電話の市況

人口 : 10億2,702万人
携帯電話普及数 : 4,450万人

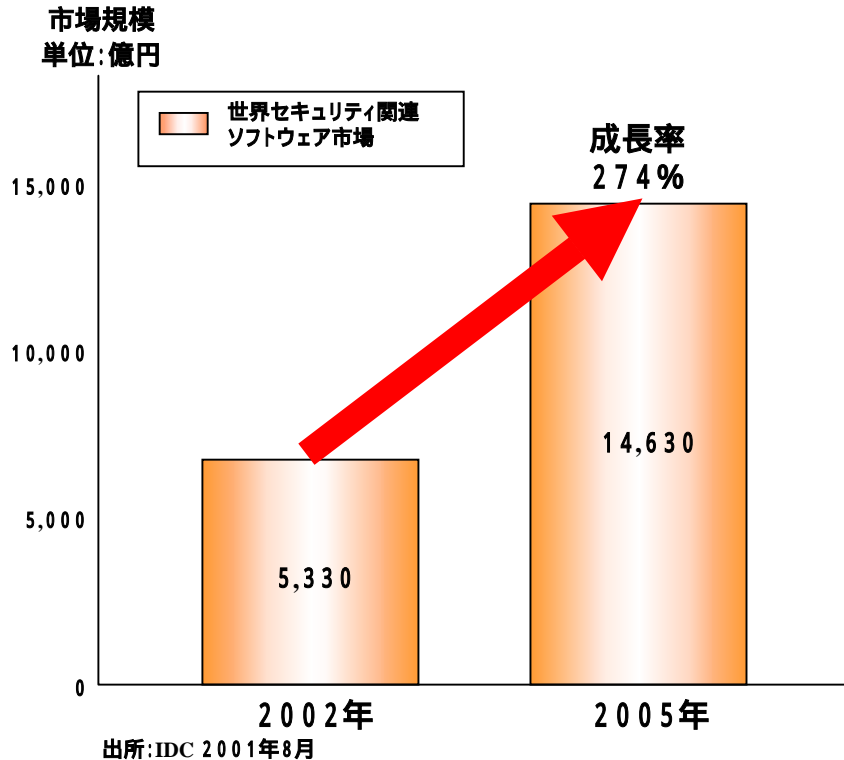
出所:ITU 2004年7月、外務省

全ノウハウと資産を投入

世界最大規模の市場への流通網を強化し、
For - sideグループの全ノウハウと資産を生かして展開する。

第6期戦略

ソフトとハードを繋ぐモバイルアプリケーションを開発する



携帯電話のハイスペック化

携帯電話とPCとの垣根が無くなる
携帯電話のハイスペックが進むにつれ、PCとの垣根が低くなる
PCで求められるソフトが携帯電話へ
ウィルス対策ソフト、オンラインによる
ゲーム等のニーズが携帯電話で発生

モバイルアプリケーションを開発し
商品化して販売

グローバル流通網を活用して海外の携帯電話の仕様を把握。
グローバルにモバイルアプリケーションを提供する。



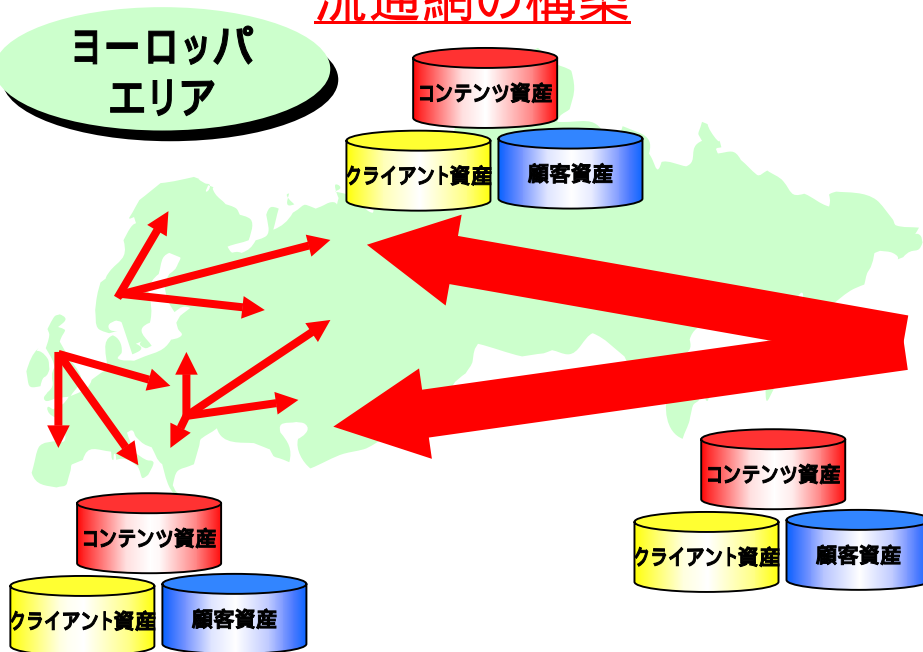
ヨーロッパエリア

ヨーロッパエリア

第6期戦略

細部に渡る流通網を構築し、インタラクティブTV連動サービスを他エリアへ

流通網の構築



ヨーロッパで普及しているサービス

- インタラクティブTV連動サービス
- ・TV局の番組と連動したPSMSを活用したサービス。
- ・クイズや討論番組にメールを送るだけでインタラクティブに参加可能。
- ・特に北ヨーロッパで普及している

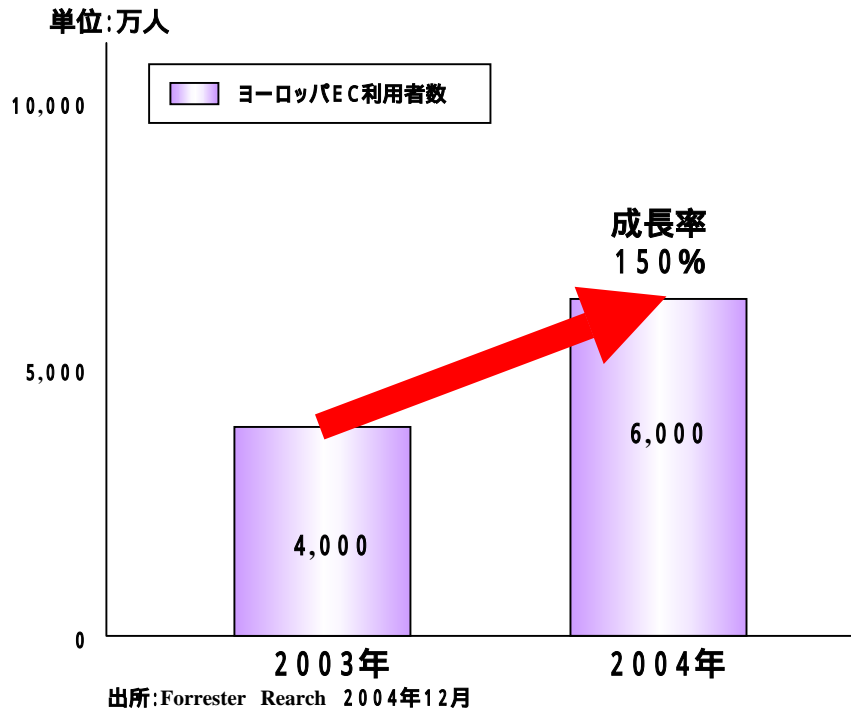
PSMS: プレミアムショートメッセージサービス

実績とノウハウを生かして
グローバル展開

メールを活用して気軽に楽しめることから需要は拡大。
今後、北米・南米、アジアエリアに向けても事業展開する。

第6期戦略

顧客資産・クライアント資産を活用して物販事業を立ち上げる



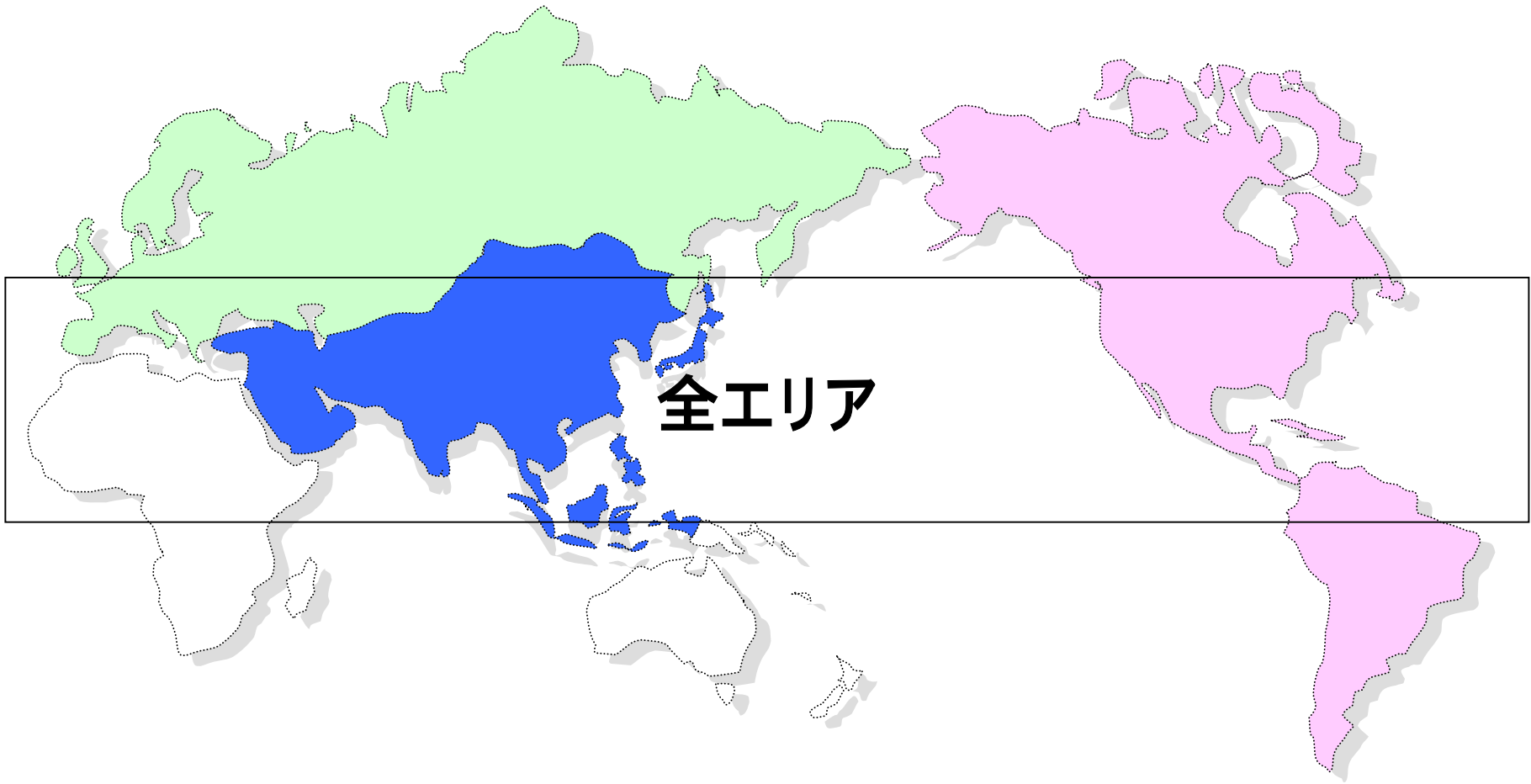
資産を最大限に活用

既存ユーザーを物販ユーザーへ
PSMSを活用して、ユーザーを
誘導

TV局とのパイプを活用
番組と連動した物販サービスを
展開

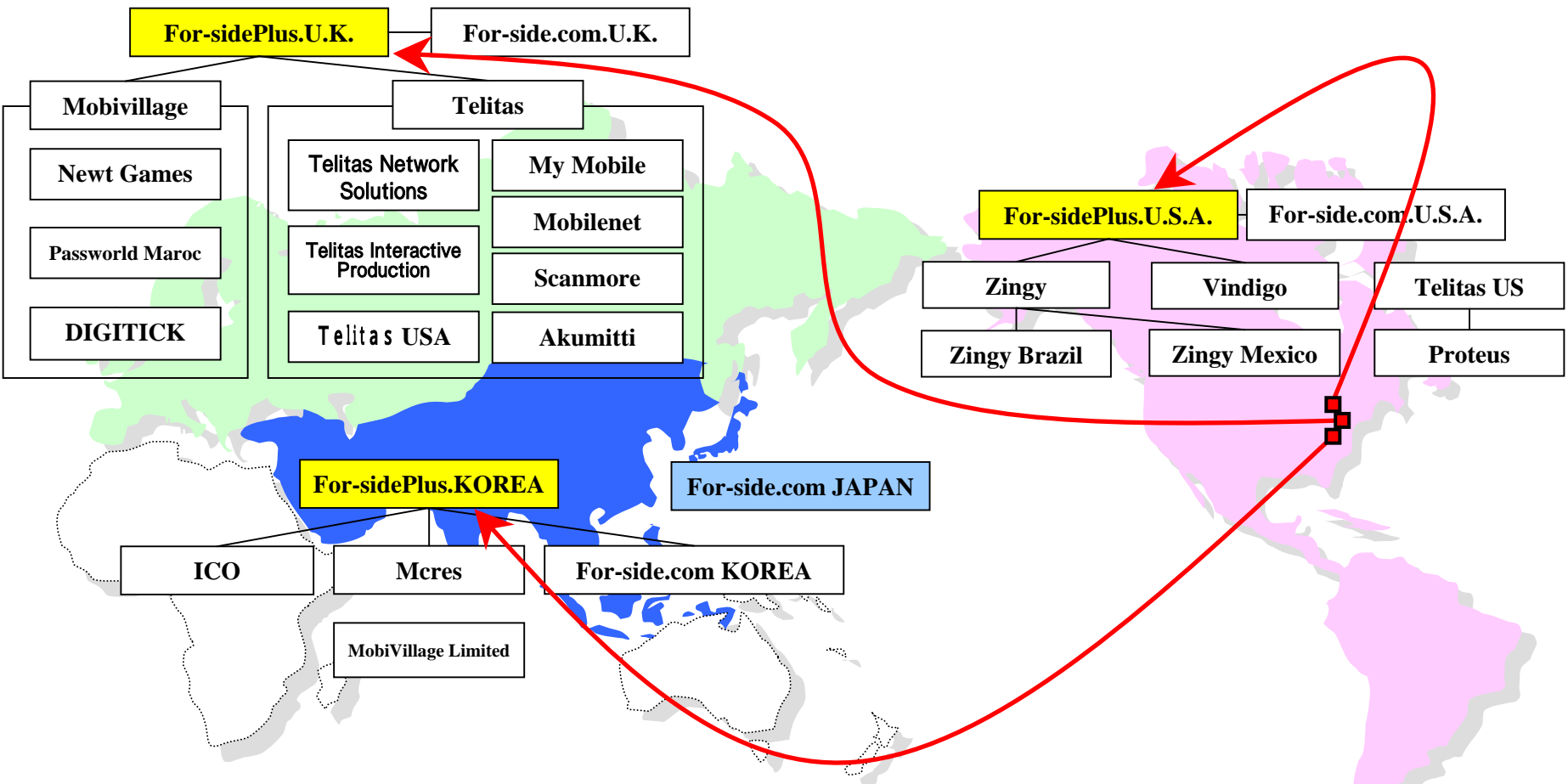
日本での物販事業ノウハウも活用

拡大するヨーロッパEC市場のシェアを獲得。
グローバル流通網も活用して様々な商品を販売する。



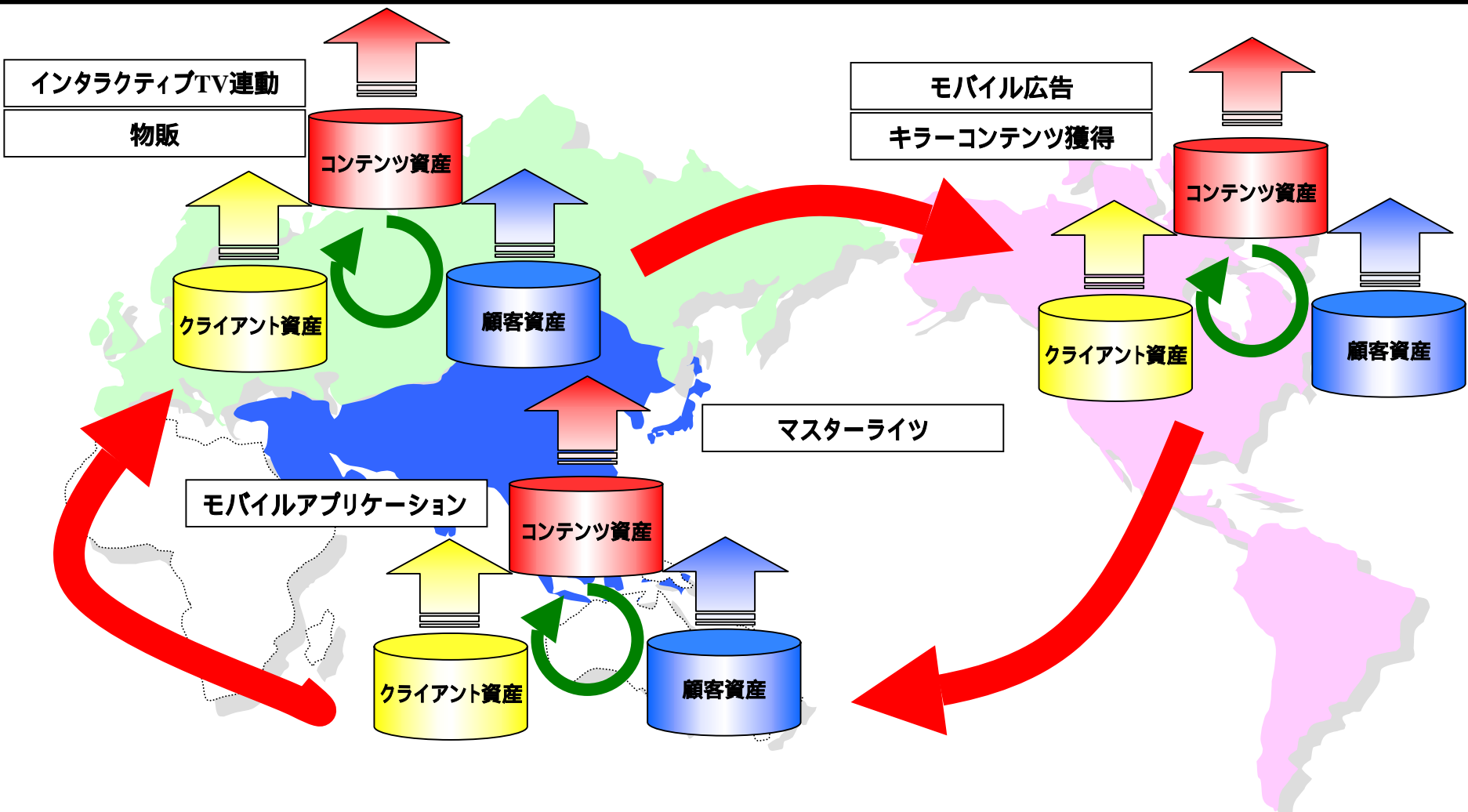
全エリア

子会社の株式公開



米国に設立したFor-sidePlus.U.S.A.、For-sidePlus.U.K.、For-sidePlus.KOREAにて各エリアの海外子会社を統括。早期に株式を公開を目指す。

収益の最大化



調達資金をもとに各エリアの事業を拡大することで
グループ全体の資産を増やし、収益を最大化する。

おわりに



For-side.com

For - sideグループは、今後も高い成長率を実現させ、
デジタルコンテンツの総合流通業の世界トップ企業を目指します。