
企業買収戦略について

2004年6月23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

For-side.com

世界に通じるデジタルコンテンツ流通業のトップ企業となるため積極的にM&Aを行っていきます。

今回、フォーサイドの今後の投資戦略と事業戦略を明確にして投資家の皆様により一層ご理解を頂きたく本資料を発表させていただきます。

フォーサイドが掲げる3つの投資指標

「高成長市場」へ投資する

「高収益率」な事業にする

「早期投資回収」を実現する

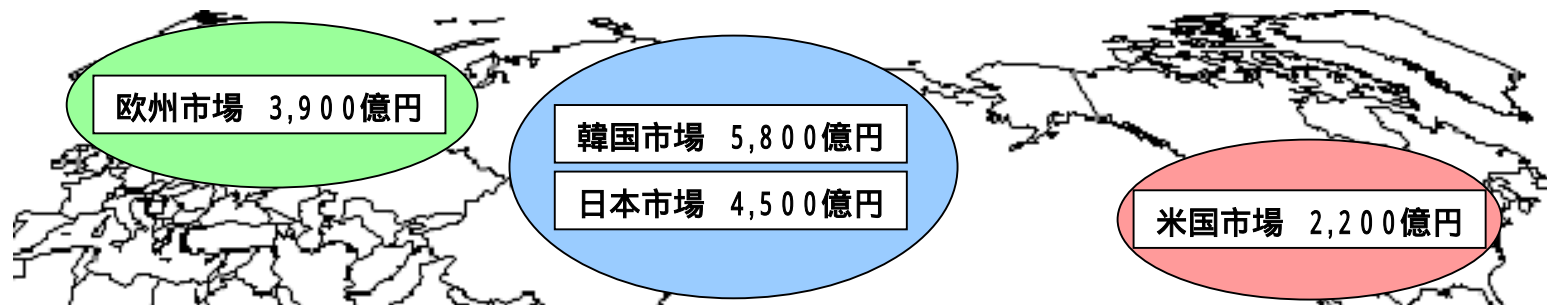
モバイルコンテンツ事業に投資

フォーサイドの3つの指標を満たせるのは、「モバイルコンテンツ事業」と考えています。これは、携帯電話の技術進化によってモバイルブロードバンドが可能となること、1人に1台ずつといった携帯電話の普及率がPCよりも高いことから今後さらにPCよりもモバイルでのインターネットが普及し、モバイルコンテンツ市場が急成長すると考えているためです。

今後も、フォーサイドの投資指標を満たした『モバイルコンテンツ事業』に特化して投資を行い、インターネット業界におけるトップ企業を目指します。

モバイルコンテンツ事業の現状

海外のモバイルコンテンツ業界の動向



2005年における海外のモバイルコンテンツの市場規模

出所:MCF, CFP, IDC, 電子新聞

米ベリサイン社がヨーロッパCP最大手ジャンバ社を買収

デジタル・セキュリティ・サービスやドメイン名登録サービスを手掛ける米ベリサイン社は、2004年5月モバイルコンテンツサービスを行うドイツのジャンバ社を約295億円で買収。

米インフォスペース社が米国3大CPの一社モビソ社を買収

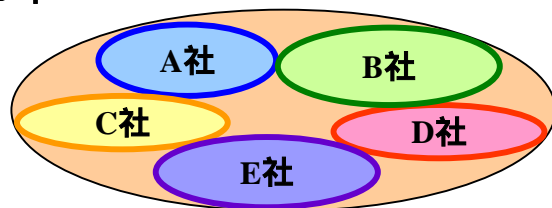
インターネット向け検索・ディレクトリーサービスを手掛ける米インフォスペース社は、2003年10月モバイルコンテンツサービスを行う米国モビソ社を約27億円で買収。

現在、海外のモバイルコンテンツ市場は急成長しており、IT関連の外資系企業がコンテンツプロバイダを買収し、他国のモバイルコンテンツ市場への参入を狙っています。

国内モバイルコンテンツ事業の今後

今後の国内モバイルコンテンツ市場シェアイメージ

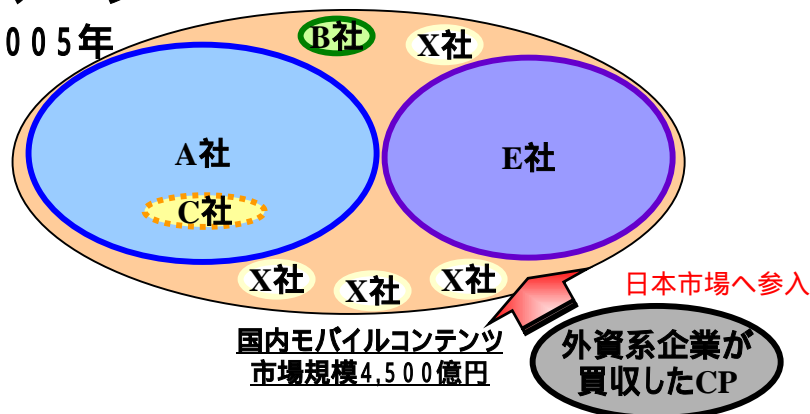
2003年



国内モバイルコンテンツ
市場規模2,232億円

現在国内のモバイルコンテンツ市場には多数のCPが
乱立しており競争が激化している。

2005年



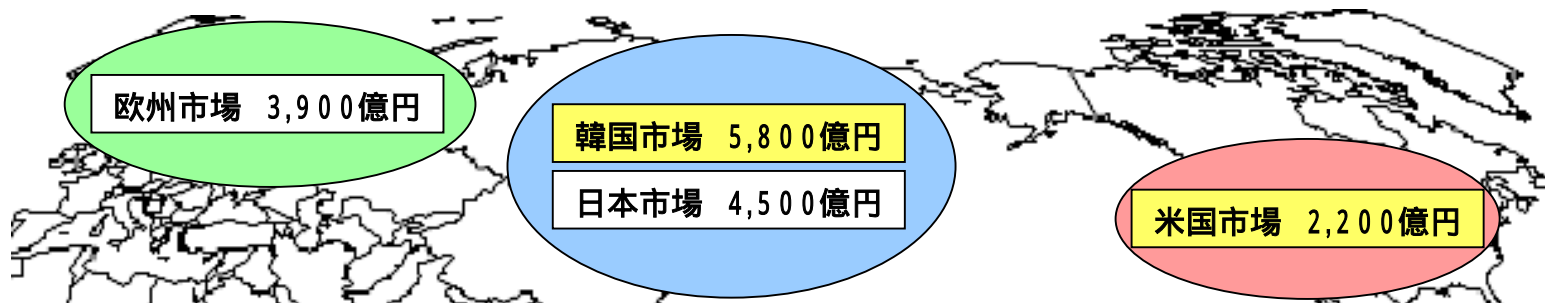
国内モバイルコンテンツ
市場規模4,500億円

国内の弱小CPは買収・合併されIT関連の外資系企業
が買収した海外のCPが日本市場に参入してくる。

通信業界や自動車業界においても外資系企業が参入してきている。
国内のモバイルコンテンツ業界も同様に外資系企業が参入してくる。

今後、巨大な資金力を持った外資系CPに勝つため、
早期にグローバルに展開し、先手を打って
海外CPを買収する必要があります。

フォーサイドが行った海外CPの買収



2005年における海外のモバイルコンテンツの市場規模

出所:MCF, CFP, IDC, 電子新聞

2004年4月、韓国CP大手「ICO(アイコ)」「Mcres(エムクレス)」を買収

韓国の先端技術を手し、J-POPといった国内のコンテンツ資産の二次利用、現地のキラコンテンツを獲得して提供すると共に、中国市場進出に向けて基盤固めを行う

2004年5月、米国CP最大手「Zingy(ジンギー)」を買収

「着メロ」「待受け」の人气が急成長している米国において、洋楽といった国内のコンテンツ資産を提供すると共に、CP最大手を買収して米国市場トップの地位を不動のものとする

先端をいく韓国、今後急成長が見込める米国をターゲットに海外の大手CPの買収を行いました。

企業価値を最大化して投資家の皆様の期待に応えるために
子会社買収に伴う費用の計上について、以下を検討しました。

< 検討した買収費用の計上方法 >

フォーサイド本体が現地子会社に貸し付けを行い買収を行う

フォーサイド本体が買収し減価償却期間20年で計上する

フォーサイド本体が買収し費用を発生時に償却する

フォーサイド本体が現地子会社に貸し付けを行い買収を行う

フォーサイドの現地子会社「For-side.com KOREA」「For-side.com.U.S.A.」「For-side.com.U.K.」にフォーサイド本体が貸し付けを行い、子会社が買収を行う

メリット

買収に伴う費用は子会社が支払うことになり、フォーサイド本体の純利益が減益となるといった影響はない。

デメリット

買収費用を子会社が計上することで、子会社の経常利益が黒字であっても純利益が赤字となる可能性が高く、各子会社に巨額の資金を貸し付けた場合は株式公開が早期にできない。

子会社の株式公開を優先に考え、子会社に貸し付けを行った場合、子会社の株式公開ができないことからこの買収方法を選択肢から除外しました。

フォーサイド本体が買収し減価償却期間20年で計上する

フォーサイド本体が買収を行い、連結で償却期間を20年とし毎年販管費（連結調整勘定）として計上していく

メリット

1年あたりの支払いが低減されることで、今期の純利益が黒字となる可能性が高い。

デメリット

インターネット業界は日々著しく変化しており、業界の動向によっては収益が獲得できず、他の事業で収益を獲得していても残りの販管費を支払い続けることで営業利益を圧迫し、純利益を生み出せなくなる危険性がある。

長期に渡り費用を計上することを意識した場合、積極的にM&Aを行うことができなくなり、グローバルの戦いに負ける可能性があるため、この買収方法は選択肢から除外しました。

フォーサイド本体が買収し費用を発生時に償却する

フォーサイド本体が買収を行い、買収に関する費用を発生時に償却する

メリット

来期以降、買収に関する費用が一切かからないため純利益が増益となる可能性が高く、各子会社の株式公開ができる。

デメリット

売上高・経常利益も伸びていくものの、費用を発生時に計上するため、純利益が大幅な赤字となる可能性が高い。

今期を乗り越えれば、グローバルに収益の獲得ができるだけでなく、各子会社を株式公開させて多大な資金を獲得することができる。この方法が企業価値を最大化することができると考え、買収費用を発生時に計上することを選択しました。

企業価値を最大化して投資家の皆様の期待に応えるためにグローバルにM&Aを行いフォーサイドをさらに成長させていきます。

今期はM&Aによって、韓国、米国、ヨーロッパの基盤を固め、アジアにおいては中国市場の獲得に向け前進し、多大な収益を獲得して、世界に通じるデジタルコンテンツ総合流通業として世界トップ企業を目指します。