



---

*For - side*グループ 経営近況報告

2005年1月28日

---

For-side.com

**For-side.com Co.,Ltd.**

Copyright (C) 2005 For-side.com All Rights Reserved

For-side.com

**本報告資料にて、2004年10月期(第5期)の成果と  
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。**



# 2004年10月期(第5期)の成果

## □ 国内事業

メルマガ(メールマガジン)事業にて、メルマガ会員(顧客資産)を獲得

17のメルマガ媒体を提供、メルマガ会員130万人を獲得(顧客資産の増加)

DVD事業にて、第3世代携帯電話に向けた映像原盤(コンテンツ資産)を獲得

DVD198タイトル、第4期と合わせて274タイトルを発売(コンテンツ資産の増加)

 **国内の事業を成長させると共に資産の拡大に成功**

## □ 海外事業

調達資金を活用して、海外市場で成長する主要コンテンツプロバイダを取得

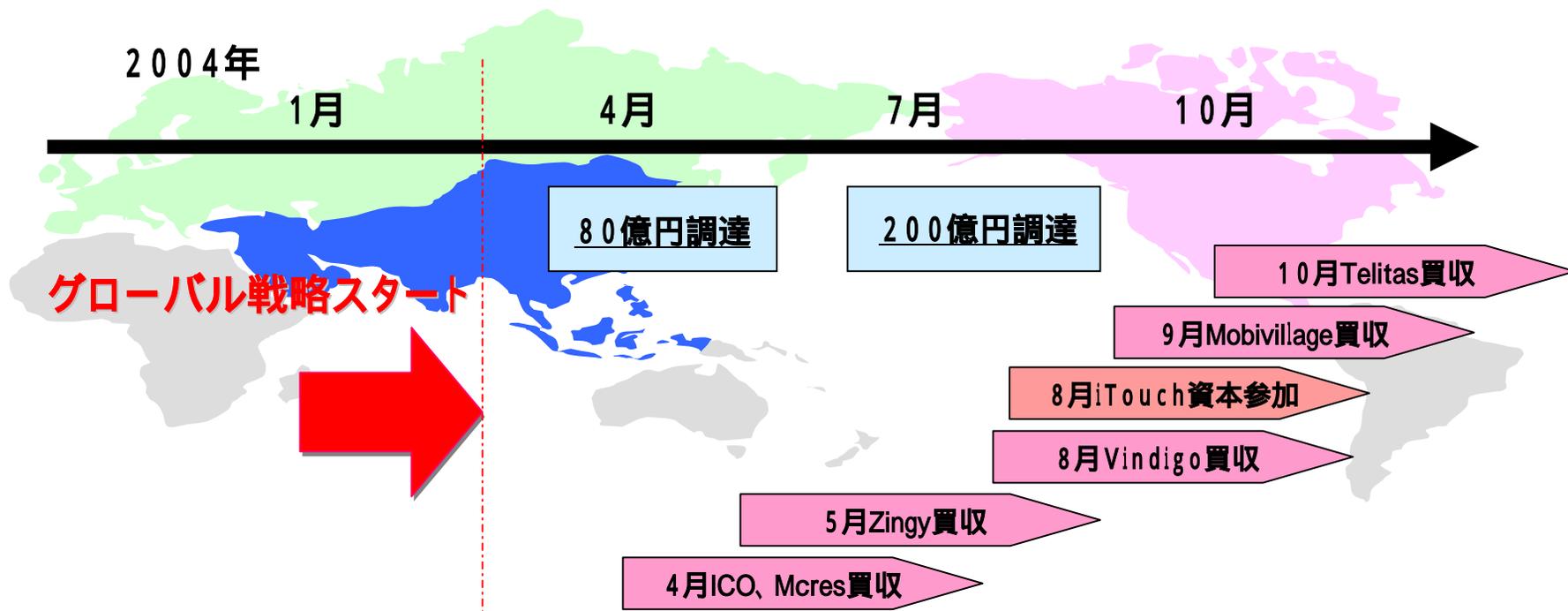
 **For-sideグループを形成しグローバル流通網が実現**

**第5期では、調達した280億円の資金を有効活用したことで、国内事業では資産の拡大、海外事業ではグローバル流通網を実現できた。**

# 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。

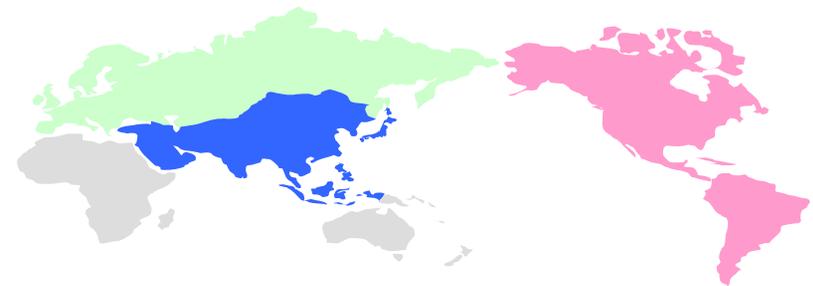
# モバイルコンテンツのモデル別市場規模

欧州や中国ではSMS、米国ではBREW・アプリといったモデルが普及している

日本では、キャリアの公式サイトからのサービス提供(WAPモデル)が90%近くを占める  
 海外ではWAP以外のモデルが普及しており、欧州や中国ではSMS(ショートメッセージサービス)によるサービス提供が90%近く、米国ではBREW・アプリによるサービス提供が30%を占める

[単位: 億円]

	モデル	市場規模	比率
イギリス	SMS	2,280	88.0%
	WAP	310	12.0%
	アプリ	-	-
フランス	モデル	市場規模	比率
	SMS	1,050	86.1%
	WAP	170	13.9%
ドイツ	モデル	市場規模	比率
	SMS	2,280	87.7%
	WAP	320	12.3%
アメリカ	モデル	市場規模	比率
	WAP	700	70.0%
	BREW・アプリ	300	30.0%
中国	モデル	市場規模	比率
	SMS	1,000	99.0%
日本	WAP	10	1.0%
	モデル	市場規模	比率
	WAP	2,230	89.6%
	アプリ	260	10.4%



[単位: 億円]

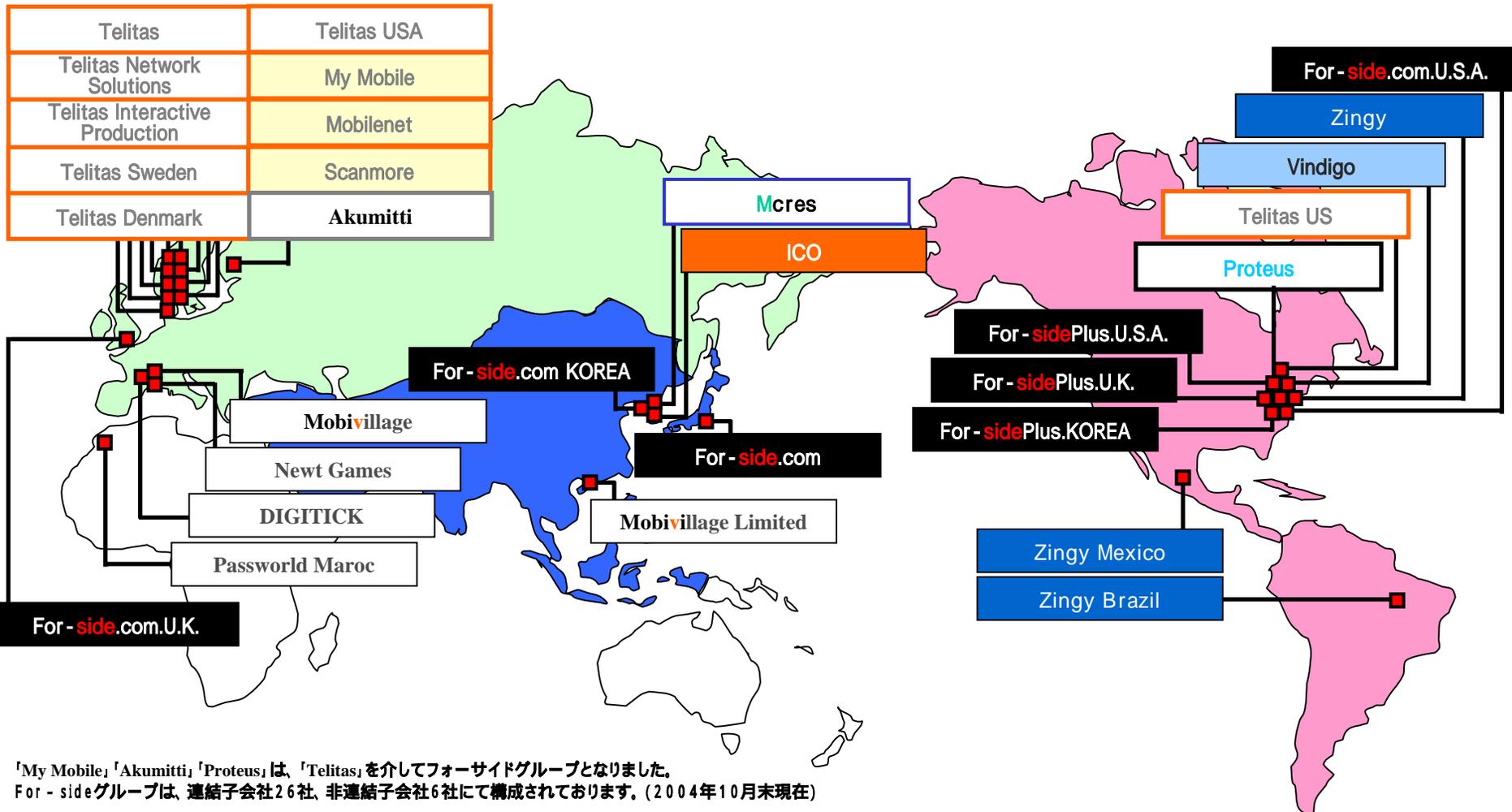
合計	モデル	市場規模	比率
	SMS/BREW/アプリ	7,170	65.7%
	WAP	3,740	34.3%

海外エリアのWAPモデルシェアは27.7%  
 WAPモデル以外のシェアは72.3%となる

出所: デジタルコンテンツ白書2004、MCF、For-sideグループ独自調査

グローバル流通網の実現に向け、SMSやBREW・アプリモデルを展開するコンテンツプロバイダをターゲットにM&A戦略を実行した。

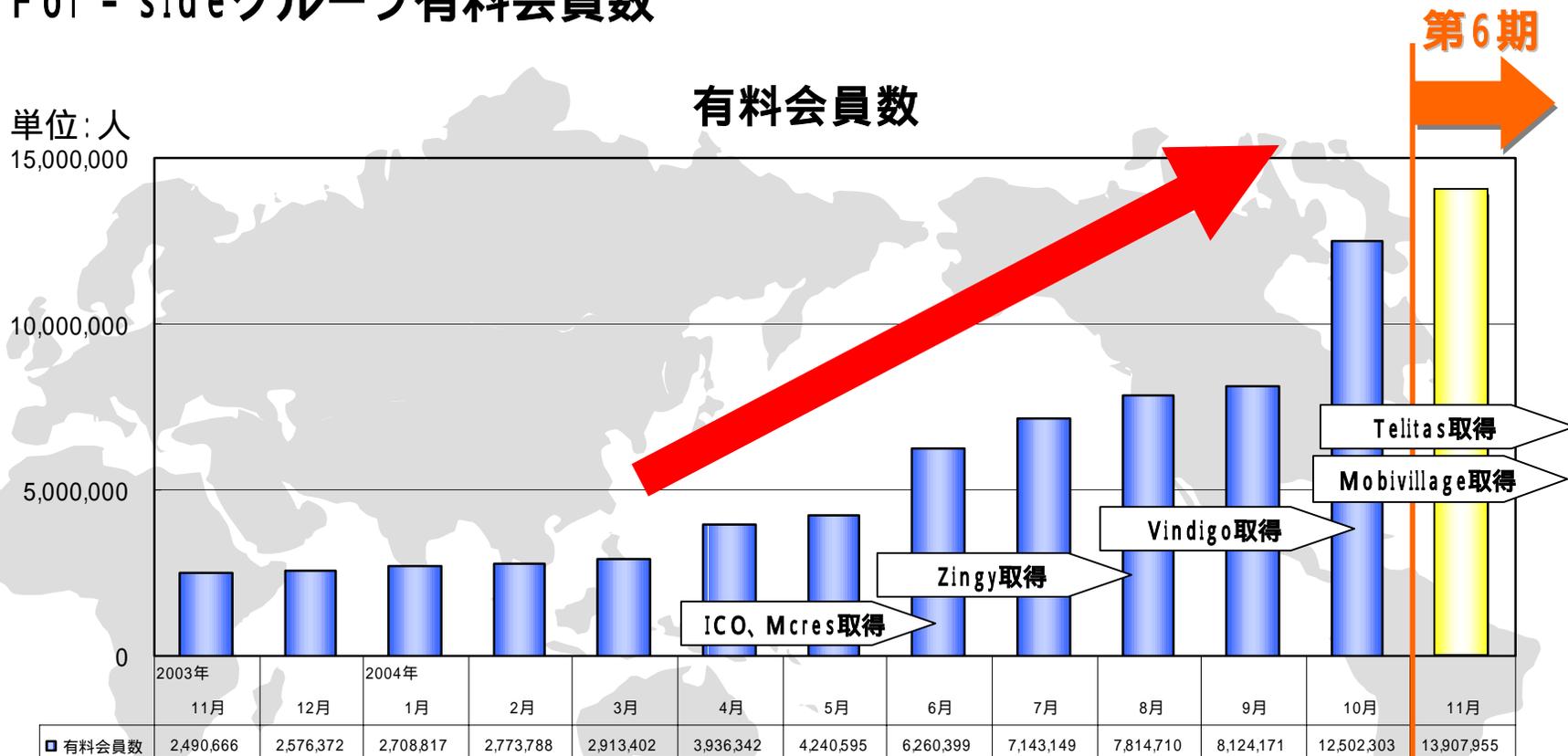
# For - sideグループ



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実現。

# 顧客資産の獲得

## □ For - sideグループ有料会員数



有料会員には、国内のコンテンツ会員とメルマガ会員と海外のコンテンツ会員が含まれます。  
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)」が計上しております。

**グローバルに有料会員数1,390万人を獲得。  
顧客資産に向けてコンテンツ資産を活用して商品を販売する。**



# 2005年10月期(第6期)の戦略

□ テーマ

1. デジタルコンテンツのグローバル流通網の完成
2. 北米・南米エリアを統括するFor - side Plus U.S.A.の株式公開
3. For - sideグループの競争価値を高めるため新たなビジネスへ投資

□ 投資方針

国内では将来に向けた投資を行う  
海外事業では今期の収益を最大化するための投資を行う



着実に収益を伸ばし、引き続き高い  
成長率を実現させて、企業価値を高める。

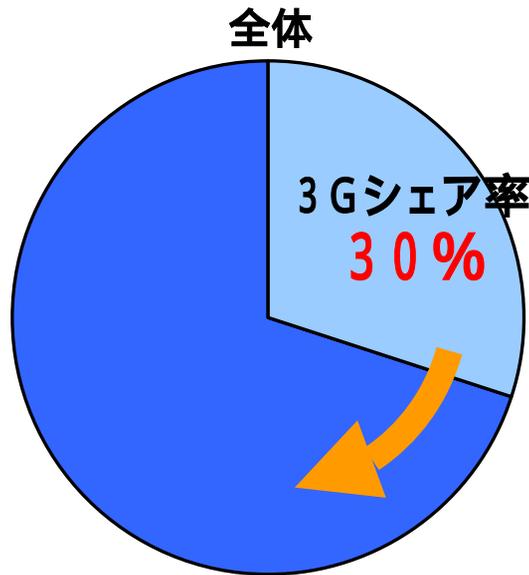


# 国内事業への投資

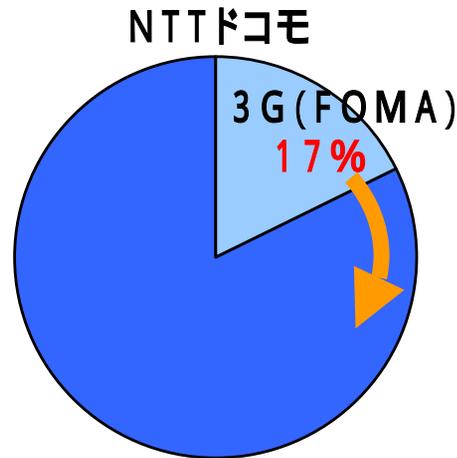
## 1. マスターライツ

# 第3世代携帯電話(3G)普及台数の推移

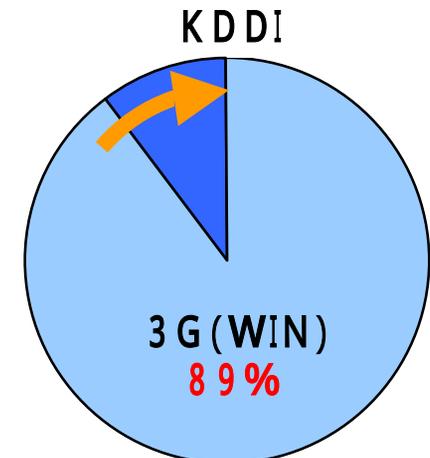
(国内) 携帯電話普及台数に占める3Gの普及率



国内全体	
携帯電話普及台数	85,483,800
3G普及台数	25,694,600
3Gシェア率	30.06%



NTTドコモ	
携帯電話普及台数	47,914,200
3G普及台数	8,499,200
3Gシェア率	17.74%



KDDI	
携帯電話普及台数	18,759,000
3G普及台数	16,829,000
3Gシェア率	89.71%

出所: 社団法人 電子通信事業者協会(TCA)2004年12月

3Gは急速に普及しており、2010年には90%を突破。  
「動画」「着うた」といった3G向けコンテンツの需要が高まる。

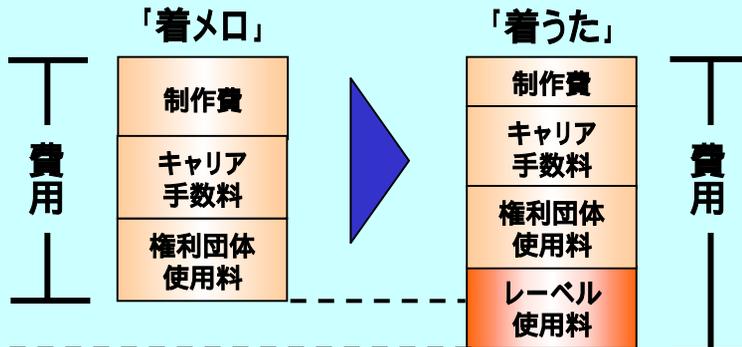
# マスターライセンス事業の立ち上げ

## 背景

「着メロ」「待受け」の商品力は下がり、「着うた」「動画」ニーズが増している。  
同時に新たな大手企業がこのセクターに参入し、「着うた」「動画」の提供を開始している。  
今後の課題はキラコンテンツの獲得と、利益確保が重要。

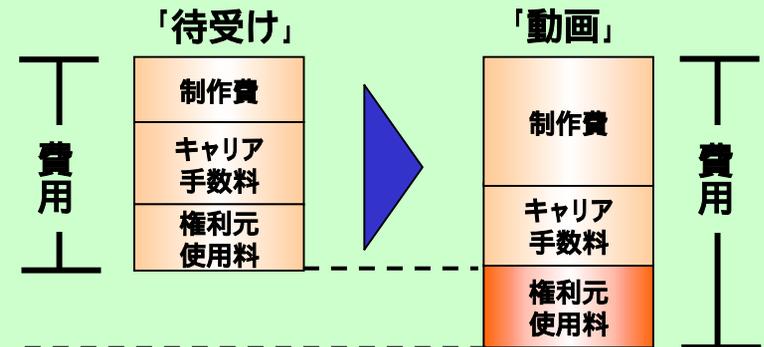
## □ 「着メロ」と「着うた」のコスト比較

レーベルの原盤権を使用する費用が発生



## □ 「待受け」と「動画」のコスト比較

権利元の原盤権を使用する費用が発生



権利元から配信権利を獲得する障壁と利益率の低下をクリアするには…

マスターライセンス事業にて自社でコンテンツソースを保有し、1つのコンテンツソースから様々な商品化を実現し、販売することで今後も売上、利益の成長を目指す。

# マスターライセンス事業の具体的な展開案

1. 音楽系コンテンツ資産を確保するために、  
新人アーティストを発掘する音楽番組との連動企画を行う
2. 映像系コンテンツ資産を確保するために、  
アニメ/コミック作品を実写化した番組との連動企画を行う

## 1. 新人アーティストを発掘する音楽番組

TVにて新人アーティストの発掘や紹介、  
ゲストライブを行う音楽番組を放映。

オーディションで発掘した  
新人アーティストのCD・DVD発売。

番組と連動したコンサートやイベントを実施。  
チケット販売、ライブ映像・音源を商品化。

## 2. アニメ/コミック作品を実写化した番組

人気アニメやコミック作品を実写化して  
ドラマ番組を放映。

番組関連グッズの販売、音楽・動画配信。  
本編の続編を動画配信・DVDとして発売。

主題歌アーティストの連動ライブを実施。  
チケット販売、ライブ映像・音源を商品化。

TV番組と連動して音楽系・映像系のコンテンツ資産を獲得。着うた・動画に加え、様々な商品として販売する。将来的にこのモデルをもってグローバル展開にもっていく。



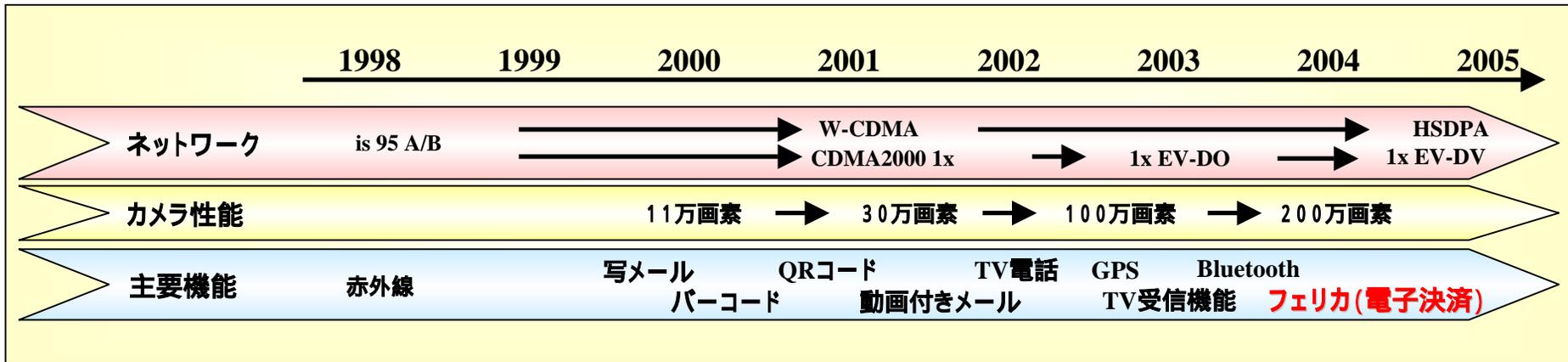
# 国内事業への投資

## 2. ポイント流通

# モバイルのハード先進国日本の携帯電話の進化とインパクト

携帯電話にフェリカが搭載され、携帯電話からの電子決済が可能となった

## □ 携帯電話のインフラ及び性能、主要機能の発展状況



携帯電話のハイスペック化が進むことで年々利便性は高まっている。  
その中で、電子決済のサービスの可能性とユーザーへの浸透性に注目。

気軽に電子決済が携帯電話で行えることで、消費行動が活発化し  
オンラインショッピングやリアルでの小額決済などの利用が増える。  
このインパクトにフォーサイドは新規のビジネスモデルを創造。

# ポイント流通サイト“For - side PLUS”

フェリカ搭載携帯電話の普及に合わせてポイントを貯める・使う場の提供

メルマガ会員やDVD購入者、着メロ利用者を“For - side PLUS”会員へと誘導する

貯めたポイントを電子マネーに変換するユーザーから手数料を徴収し収益とする

他社サイトからのポイントを取り入れさせ、ユーザーから手数料を徴収し収益とする



ポイントで様々な気軽にサービスが楽しめるサイトとして提供。  
他社のポイントを取り込みポイント交換時の手数料を収益とする。



# 海外事業の概要

# 海外子会社の領域の整理

## 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を獲得

### 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



For - sideグループが目指すビジョン

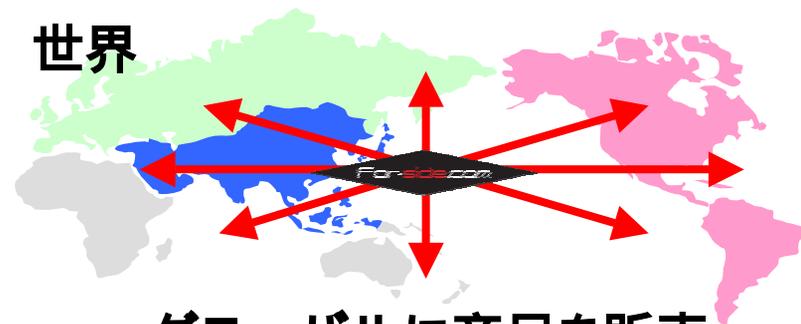
# For-sideグループが目指すビジョン

日本

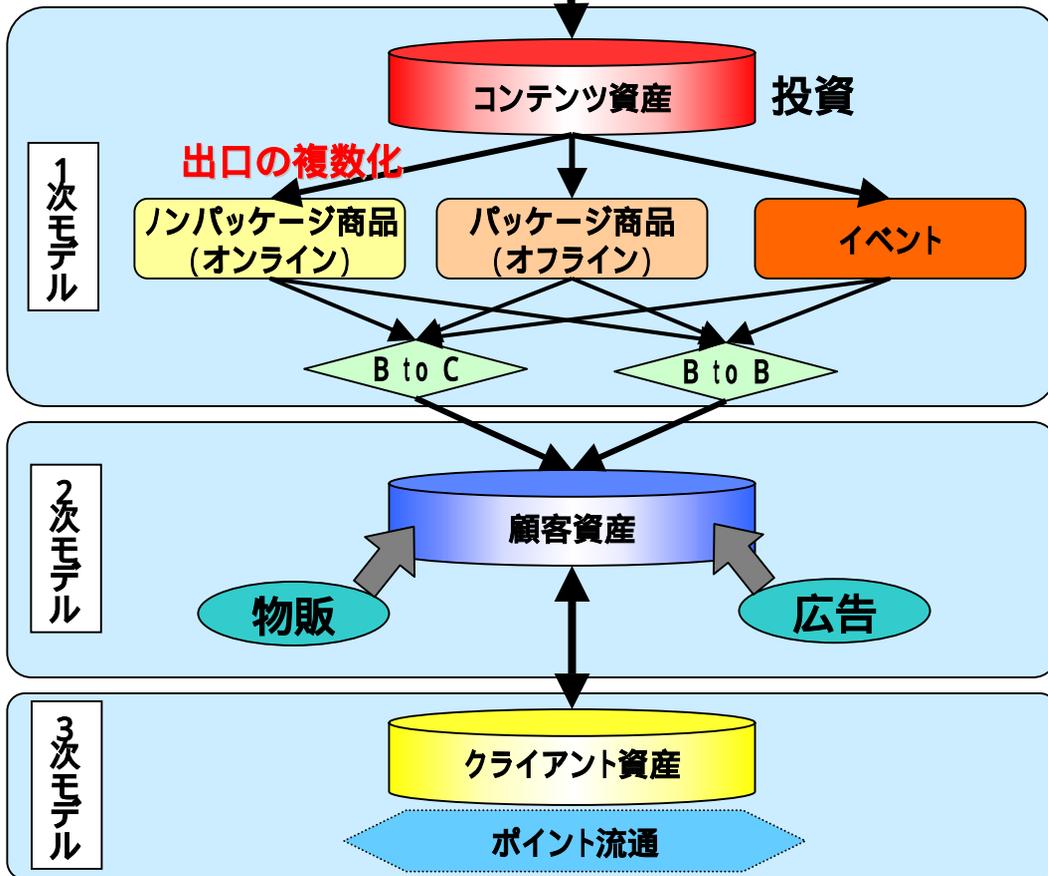
For-side.com



世界



グローバルに商品を販売



1次モデル

2次モデル

3次モデル

競争価値

早く商品化して販売  
多くの出口にて商品化  
世界に向けて商品を販売

コンテンツ資産に集中投資し、いち早くノンパッケージで商品化。  
パッケージ商品もカバーしグローバルに商品を販売する。

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。