

"Zappallas, the spirit inside you."

2011年4月期 第1四半期 決算説明資料 2010.9

ZAPPALLAS

株式会社ザッパラス

東京証券取引所市場第1部 :3770

目次

Chapter 1 2011年4月期第1四半期 ハイライト 2

Chapter 2 2011年4月期第1四半期決算の概況 5

Chapter 3 セグメント別の概況 14

Chapter 4 自社会員プラットフォーム「スピチャン」 25

2011年4月期 第1四半期 ハイライト

第一四半期 連結業績

- ✓売上高は2,855百万円となり、過去最高となった前四半期より微減したものの、前年同期比では2.4%増。
- ✓営業利益は794百万円となり、過去最高となった前四半期より微減したものの前年同期比では3.9%増。売上高営業利益率も27.8%と高い水準を維持。

主な指標

- ✓提供サイト数は、コンテンツで新規8サイト(3コンテンツ)投入し、418サイトに。コマースは新規5サイト(3コンテンツ)投入し、25サイトに。
- ✓有料会員数は、前四半期より7.3万人増加し、223.3万人(前年同期比1.0万人)

自社プラットフォーム 「スピチャン」

- ✓当社初の自社会員プラットフォームとなるモバイルサイト「スピチャン」を7月29日にリリース
- ✓ザッパラス会員のロイヤリティ向上、CRM強化などを実現し、公式サイトへの送客や個別課金でARPU・LTVを上げることが可能に
- ✓サイト毎に分散する広告を集約することで広告宣伝費のさらなる効率化や削減が可能に

コンテンツ事業

- 占いコンテンツ会員数が前四半期費9.0万人増、デコメ・エンタメコンテンツは1.7万人減となり合計で7.3万人増加
- 重点施策により、入会数の増加、退会数の抑制、サイト運営の効率化などの効果が徐々に表れる(詳細は次ページ)
- 監修者ロイヤリティの減少や広告宣伝費の最適化、デコメ・エンタメコンテンツの利益率向上により営業利益は四半期最高益を更新
- GREE向けソーシャルゲーム「パイレーツレジェンド」を6月より配信開始
- 中国国内携帯向けアプリケーション「心を読むタロット」7月より配信開始

コマース 関連事業

- 新規モバイルサイトを5サイトオープン
- 積極的なプロモーションにより、モバイルコマースの売上高は前四半期比で26.5%増加
- 携帯電話販売事業は、キャリアのインセンティブ制度の変更などにより営業利益が減少

2011年4月期 第1四半期 重点施策に関して

入会数増加策の実施

サービスイン1ヶ月後の1サイト当たり平均会員数は、前下期投入サイトと比較して

今期投入サイト

約1.8倍

退会抑制策の実施

1サイト当たり平均初月退会率が前下期投入サイトと比較して

今期投入サイト

1.5ポイント改善

運営の効率化

サイト更新の自動化などを強化し1人当たりのサイト運営数は

約1.75倍

※今期中にすべてに適用予定で順次適用中。

※対象は占いサイト

Chapter 1	2011年4月期第1四半期 ハイライト	2
------------------	----------------------------	----------

Chapter 2	2011年4月期第1四半期決算の概況	5
------------------	---------------------------	----------

Chapter 3	セグメント別の概況	14
------------------	------------------	-----------

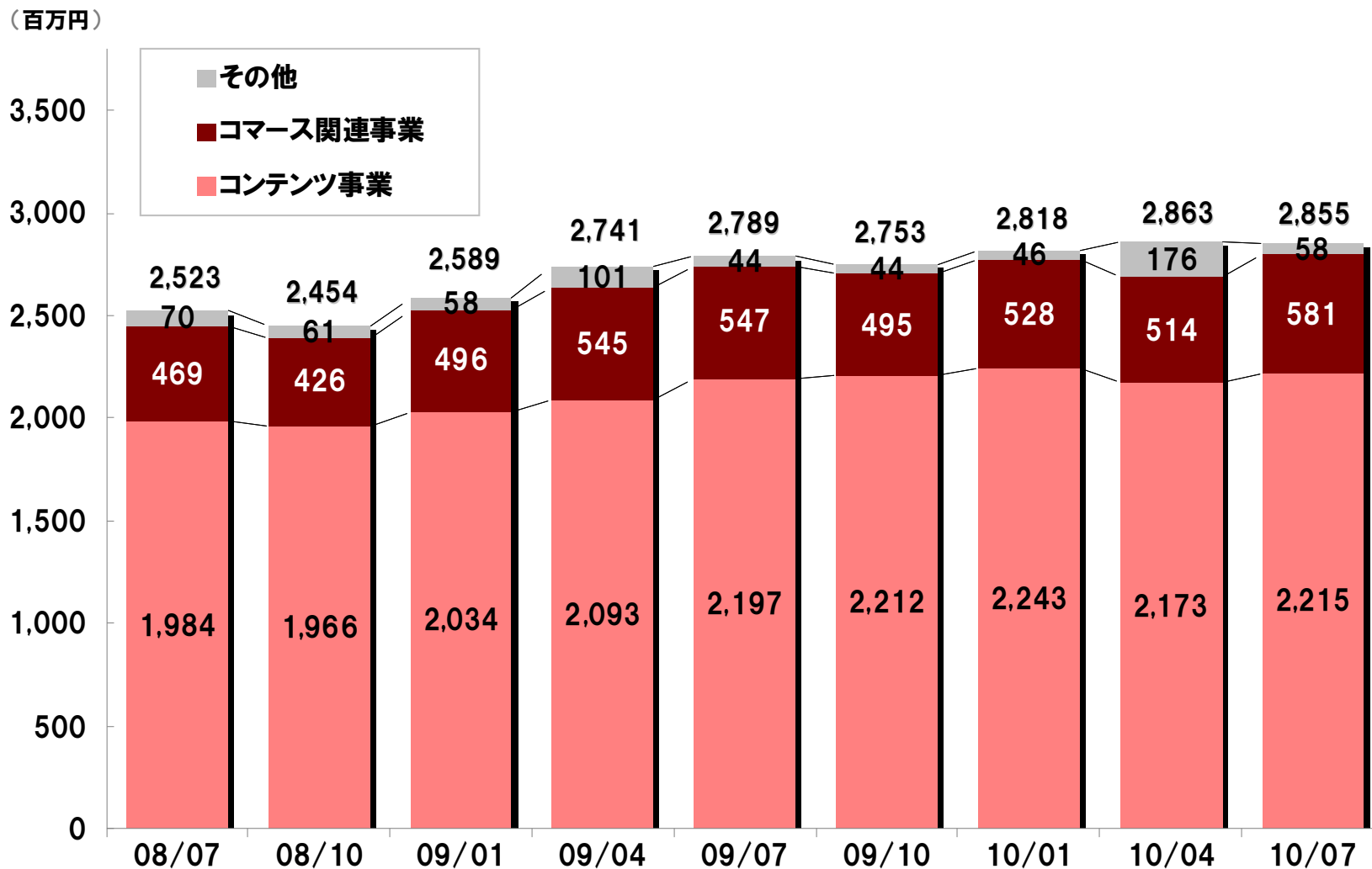
Chapter 4	自社会員プラットフォーム「スピチャン」	25
------------------	----------------------------	-----------

2011年4月期 第1四半期 連結損益計算書(四半期毎)

	2011年4月期 第1四半期		2010年4月期 第1四半期		前年同期比 (%)	2010年4月期 第4四半期	
	百万円	(%)	百万円	(%)		百万円	(%)
売上高	2,855	100.0	2,789	100.0	102.4	2,863	100.0
売上総利益	1,923	67.4	1,870	67.0	102.9	1,892	66.1
販売管理費	1,129	39.5	1,106	39.6	102.1	1,084	37.9
営業利益	794	27.8	764	27.4	103.9	807	28.2
経常利益	798	28.0	763	27.4	104.6	831	29.1
当期純利益	472	16.6	448	16.1	105.5	338	11.8

連結売上高の推移(四半期毎)

コンテンツ事業とコマース関連事業の売上高が増加。

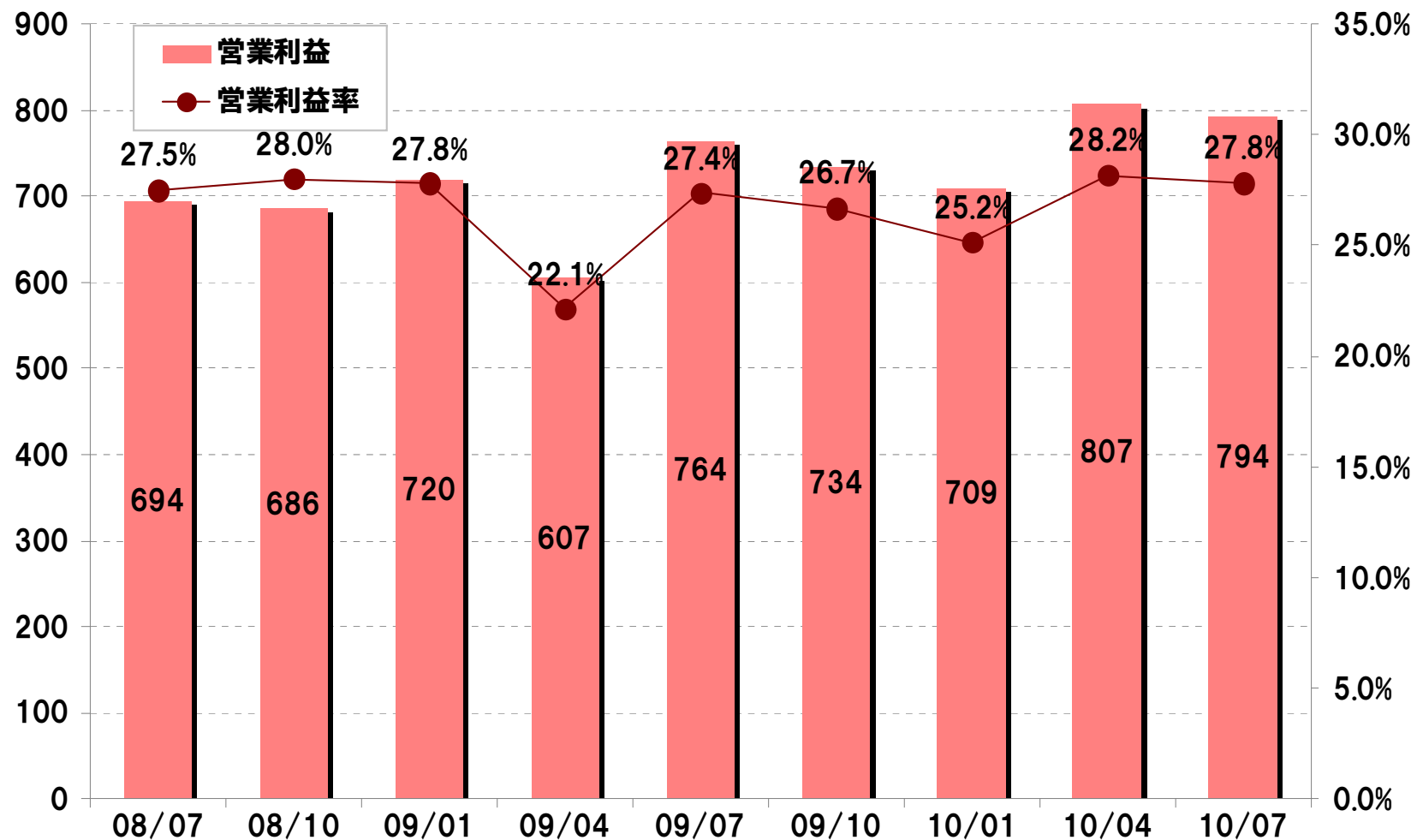


※セグメント変更の影響が軽微であることから2010年4月期以前は組み替え前の数値を記載しております。

連結営業利益の推移(四半期毎)

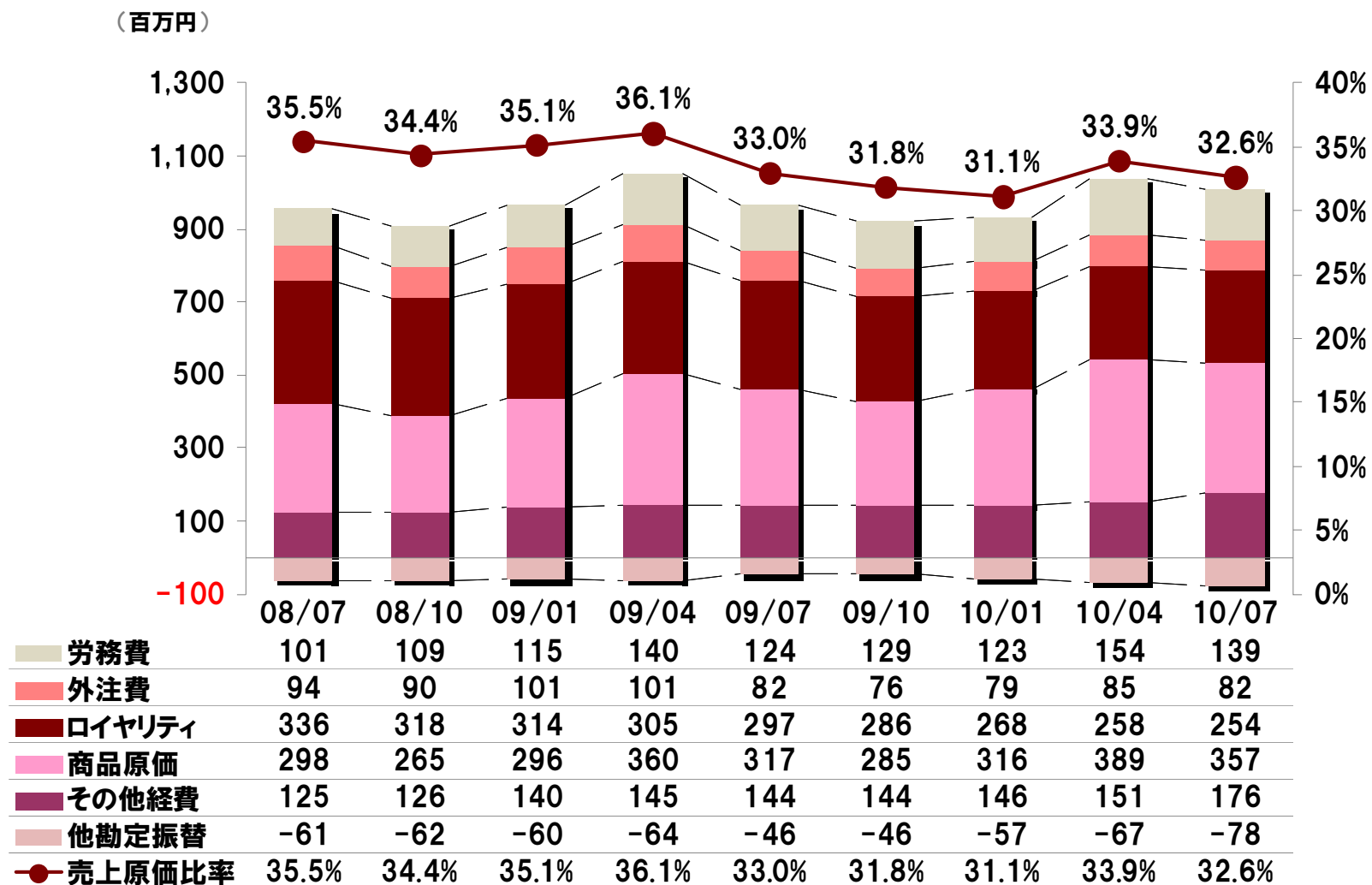
広告宣伝費の最適化により、営業利益率は前四半期と同様高水準で推移。

(百万円)



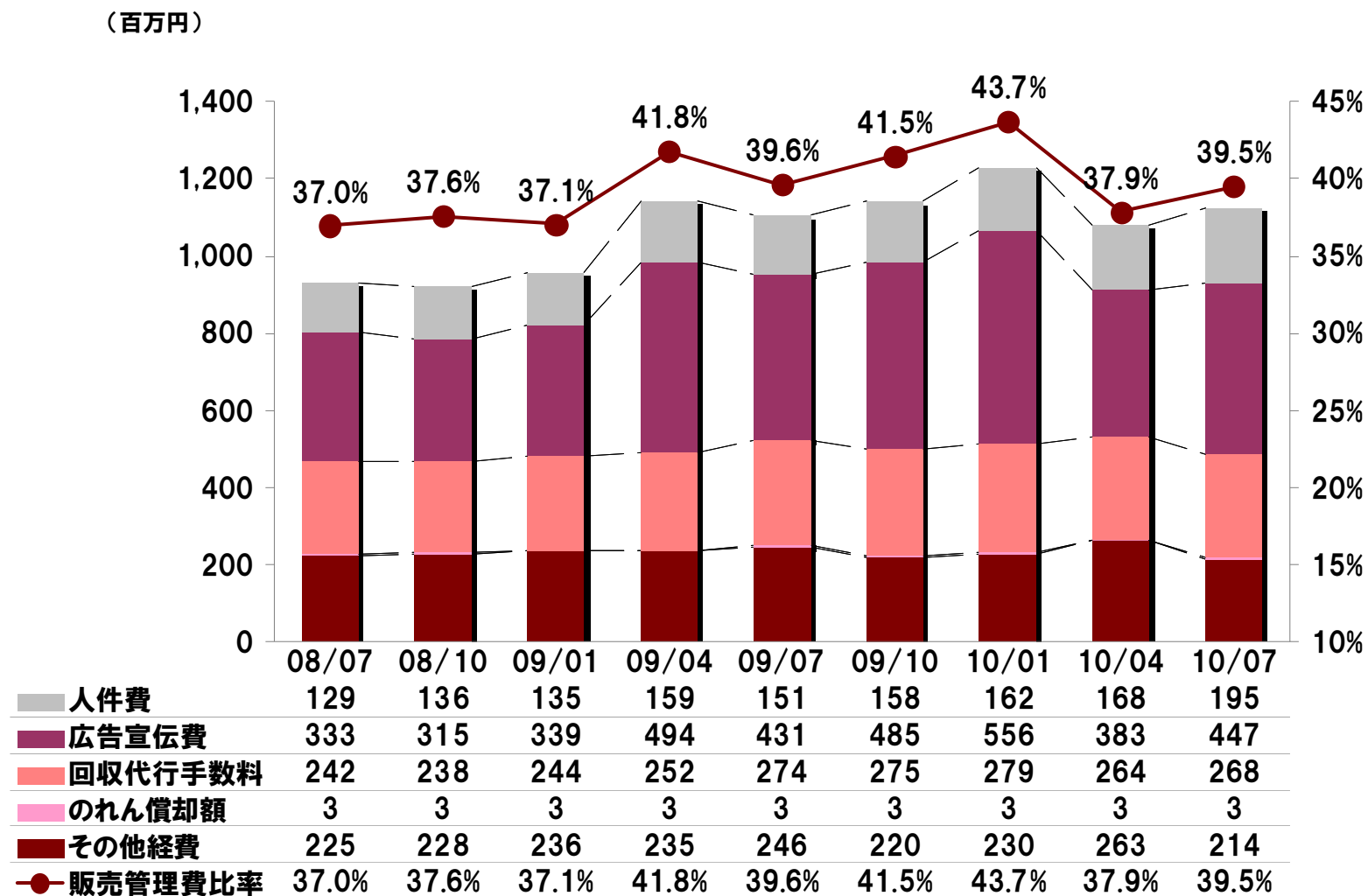
連結売上原価の推移(四半期毎)

「その他」の売上高減少に伴う媒体費の減少により、前四半期比で商品原価が減少。



連結販売管理費の推移(四半期毎)

人件費の増加及び、広告宣伝費を前四半期より若干増額したことにより、販管費率1.6%増加。



2011年4月期 第1四半期連結貸借対照表

	2010年7月末		2010年4月末		増減額	(百万円)
	金額	割合	金額	割合		
流動資産	5,677	78.1%	5,880	78.0%	▲203	売掛金の増加 437百万円 配当金や法人税等の支払による現金及び預金の減少 657百万円
固定資産	1,592	21.9%	1,663	22.1%	▲71	
有形固定資産	141	2.0%	143	1.9%	▲2	未払法人税等の減少 385百万円
無形固定資産	478	6.6%	467	6.2%	11	
ソフトウェア	233	3.2%	211	2.8%	22	配当金の支払による利益剰余金の減少 46百万円
のれん	210	2.9%	213	2.8%	▲3	
その他	34	0.5%	42	0.6%	▲7	
投資その他の資産	972	13.4%	1,052	14.0%	▲80	
資産合計	7,269	100.0%	7,543	100%	▲274	
負債合計	1,508	20.8%	1,737	23.0%	▲229	
純資産合計	5,761	79.3%	5,806	77.0%	▲46	
負債純資産合計	7,269	100.0%	7,543	100%	▲274	

2011年4月期 第1四半期 連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	2011年4月期 1Q (5-7月)	2010年4月期 1Q (5-7月)
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲149	▲42
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲88	▲403
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲419	▲461
現金及び現金同等物の増減	▲657	▲908
現金及び現金同等物の期末残高	3,123	3,135

■営業キャッシュ・フロー主な増減要因

税金等調整前四半期純利益の計上	798百万円
減価償却費の計上	67百万円
売上債権等の増加	▲437百万円
法人税等の支払	▲626百万円

■投資キャッシュ・フロー主な増減要因

有形固定資産の取得	▲14百万円
無形固定資産の取得	▲67百万円

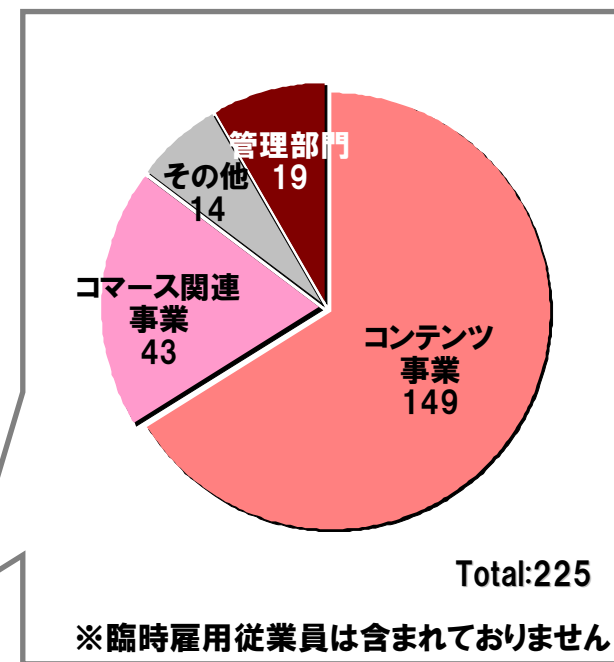
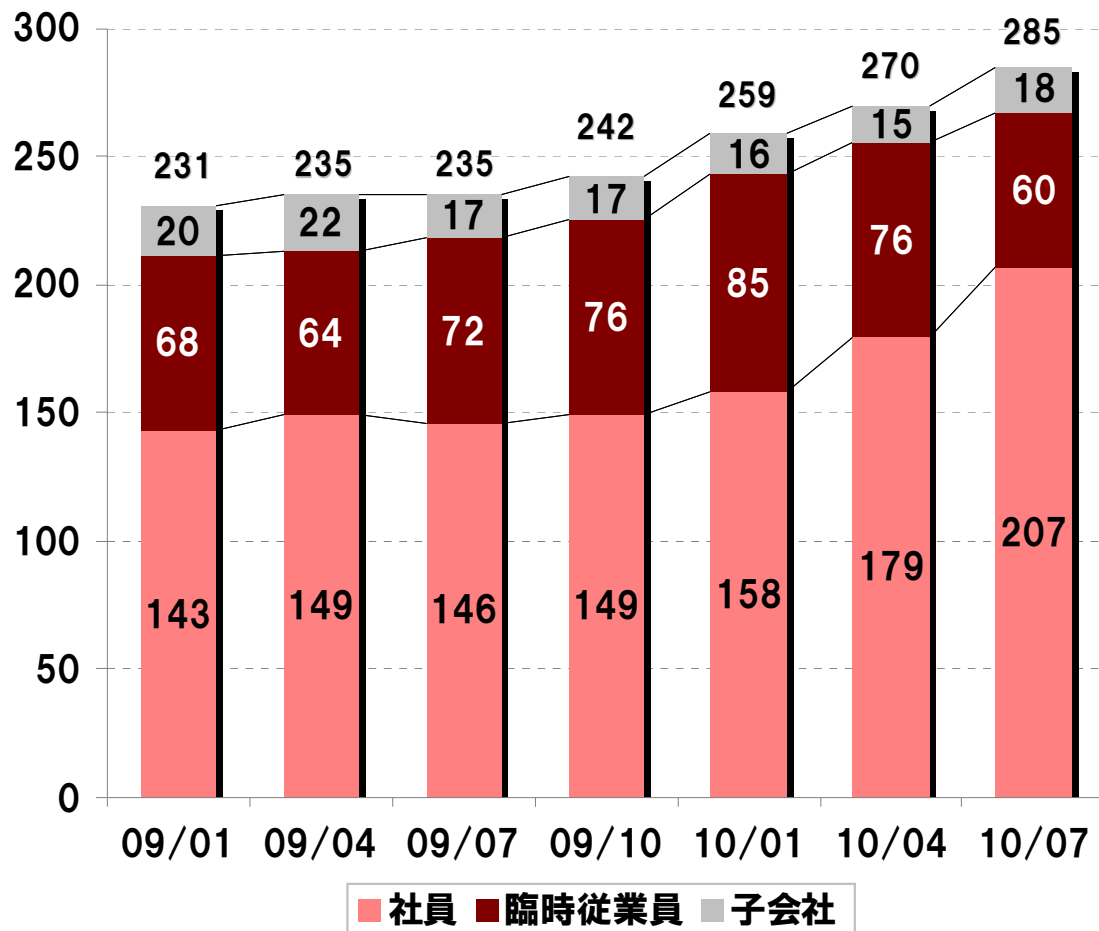
■財務キャッシュ・フロー主な増減要因

配当金の支払	▲420百万円
--------	---------

連結従業員数の推移

モバイルコマース及びコンテンツ事業の人員を中心に増加。

(人)



※セグメント変更の影響が軽微であることから2010年4月期以前は組み替え前の数値を記載しております。

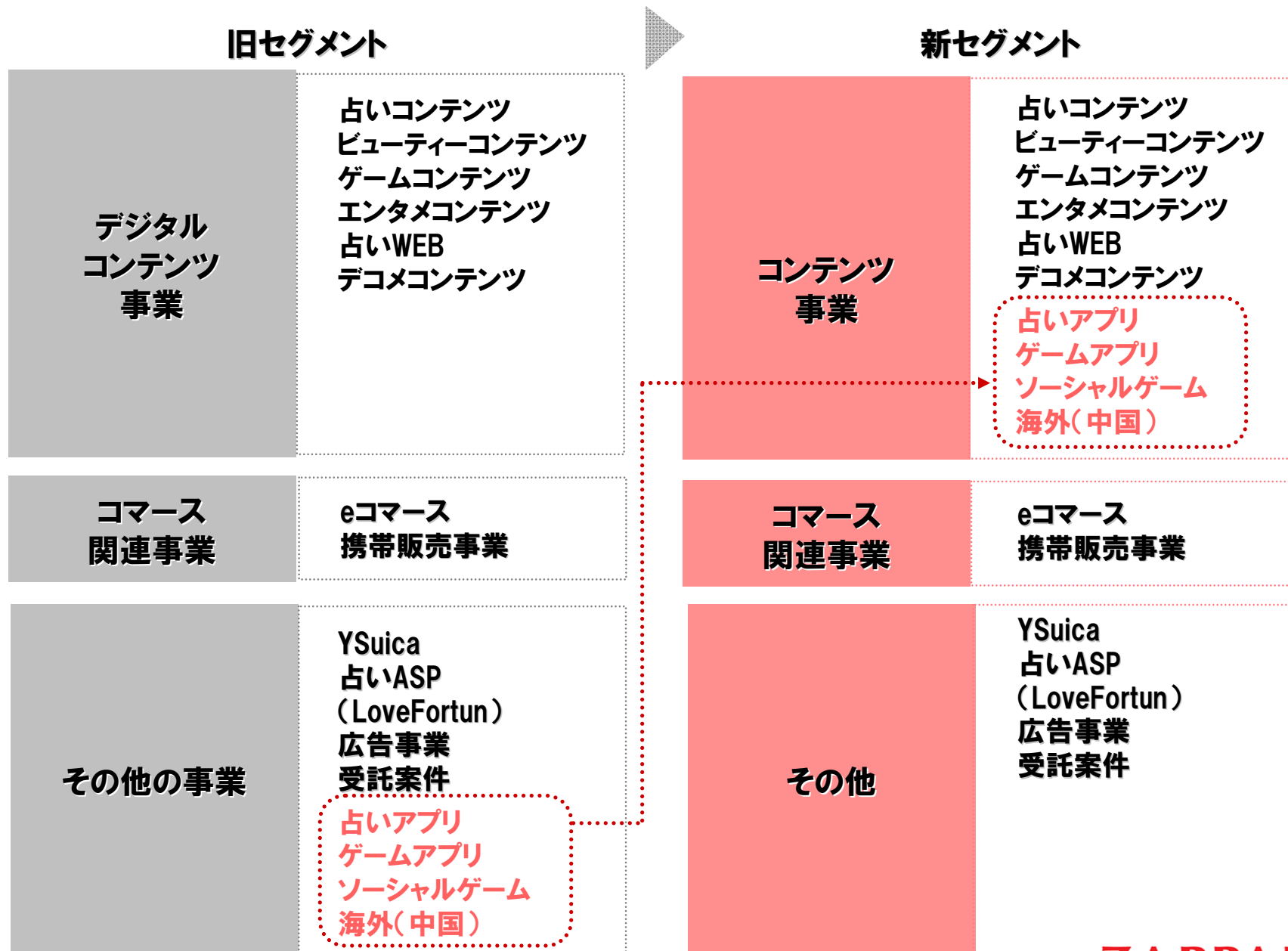
Chapter 1 2011年4月期第1四半期 ハイライト 2

Chapter 2 2011年4月期第1四半期決算の概況 5

Chapter 3 セグメント別の概況 14

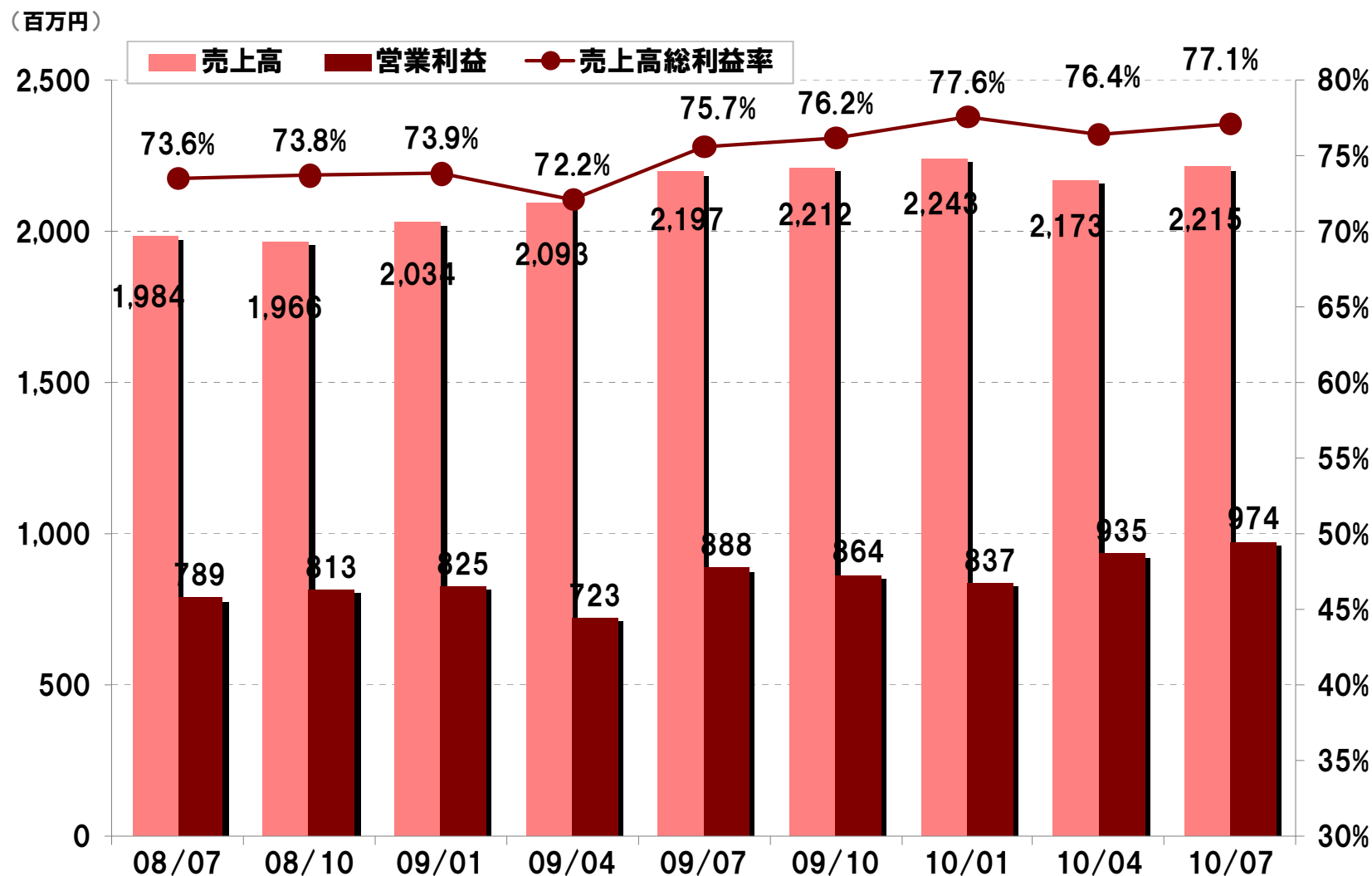
Chapter 4 自社会員プラットフォーム「スピチャン」 25

新セグメント構成



コンテンツ事業～業績推移(四半期毎)

広告宣伝費の最適化による占いコンテンツ会員数の増加により、四半期最高益を更新。



※セグメント変更の影響が軽微であることから2010年4月期以前は組み替え前の数値を記載しております。

ZAPPALLAS

コンテンツ事業の主な費目

前年同期比でロイヤリティが2.0ポイント低下。

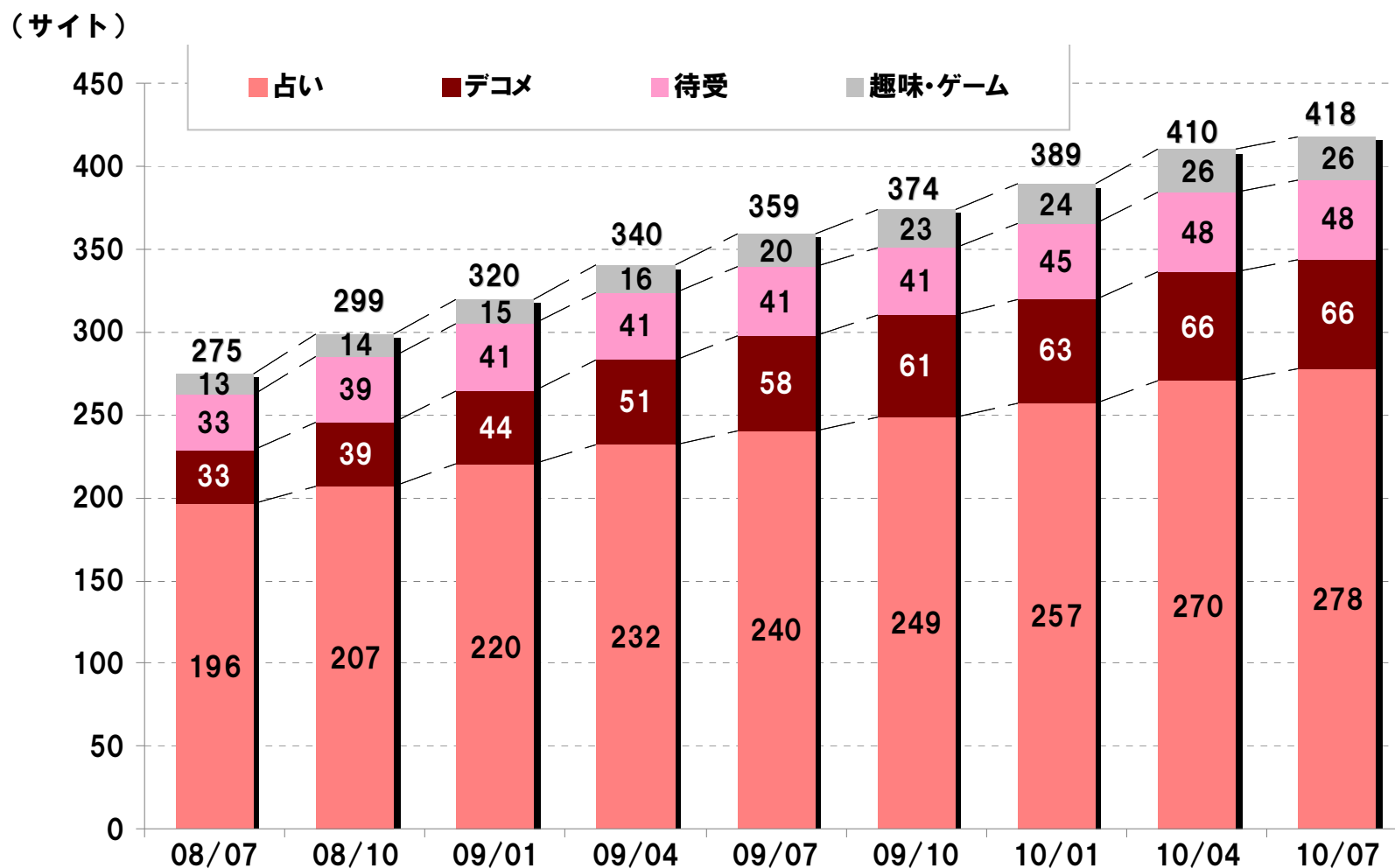
(百万円)

費目		2011年4月期 第1四半期	対売上 比率	2010年4月期 第1四半期	対売上 比率
原価	労務費	116	5.3%	119	5.4%
	ロイヤリティ	254	11.5%	297	13.5%
	外注費	66	3.0%	72	3.3%
	その他	68	3.0%	44	2.0%
販管	人件費	12	0.6%	25	1.2%
	広告宣伝費	400	18.1%	401	18.3%
	回収代行手数料	268	12.1%	274	12.5%
	その他	52	2.4%	73	3.3%

※セグメント変更の影響が軽微であることから2010年4月期以前は組み替え前の数値を記載しております。

ZAPPALLAS

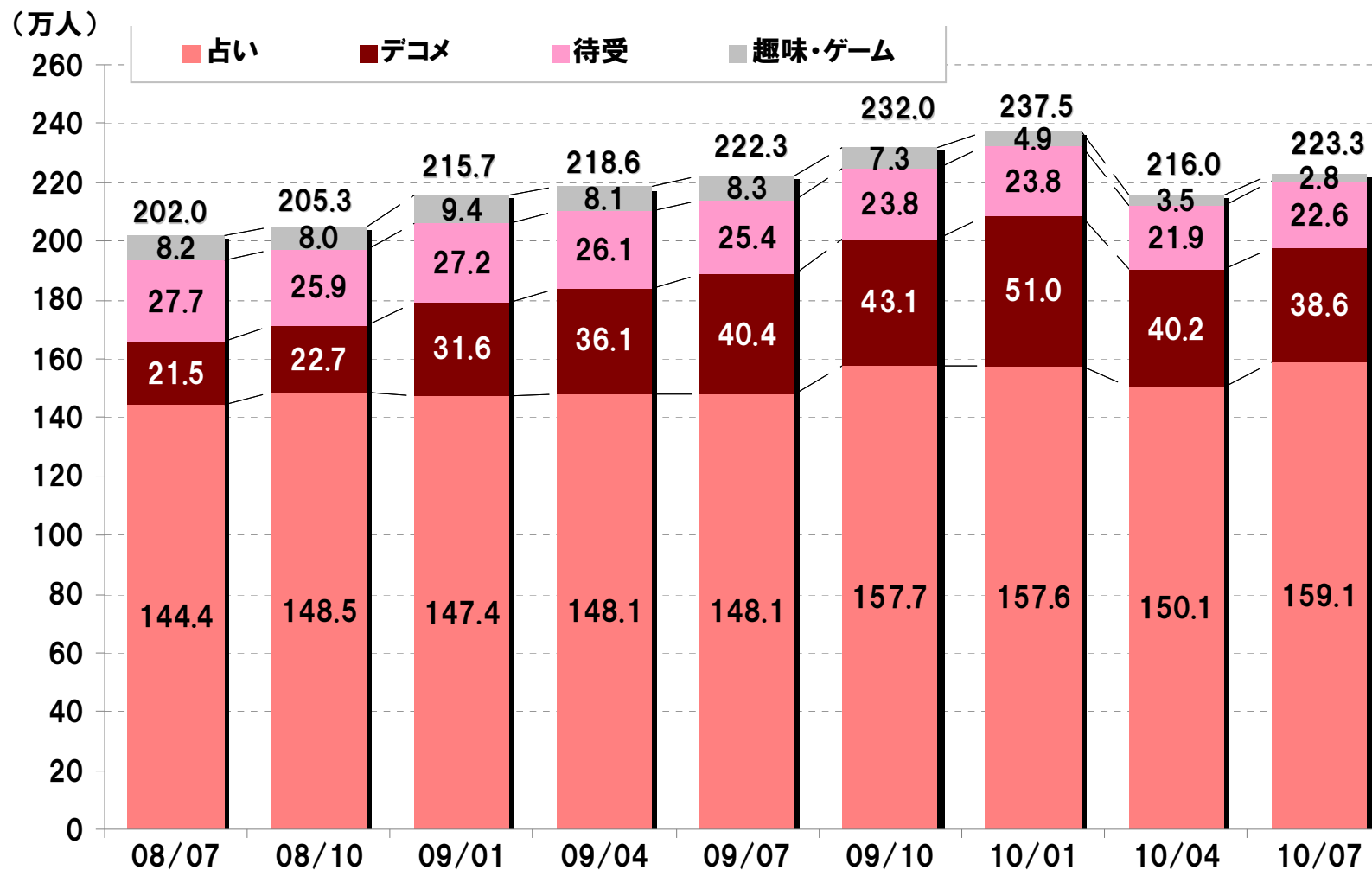
提供サイト数の推移



PCコンテンツ 新規投入数	08/07	08/10	09/01	09/04	09/07	09/10	10/01	10/4	10/7
	13	12	14	16	24	29	29	26	29

自社有料コンテンツ会員数の推移（月額課金）

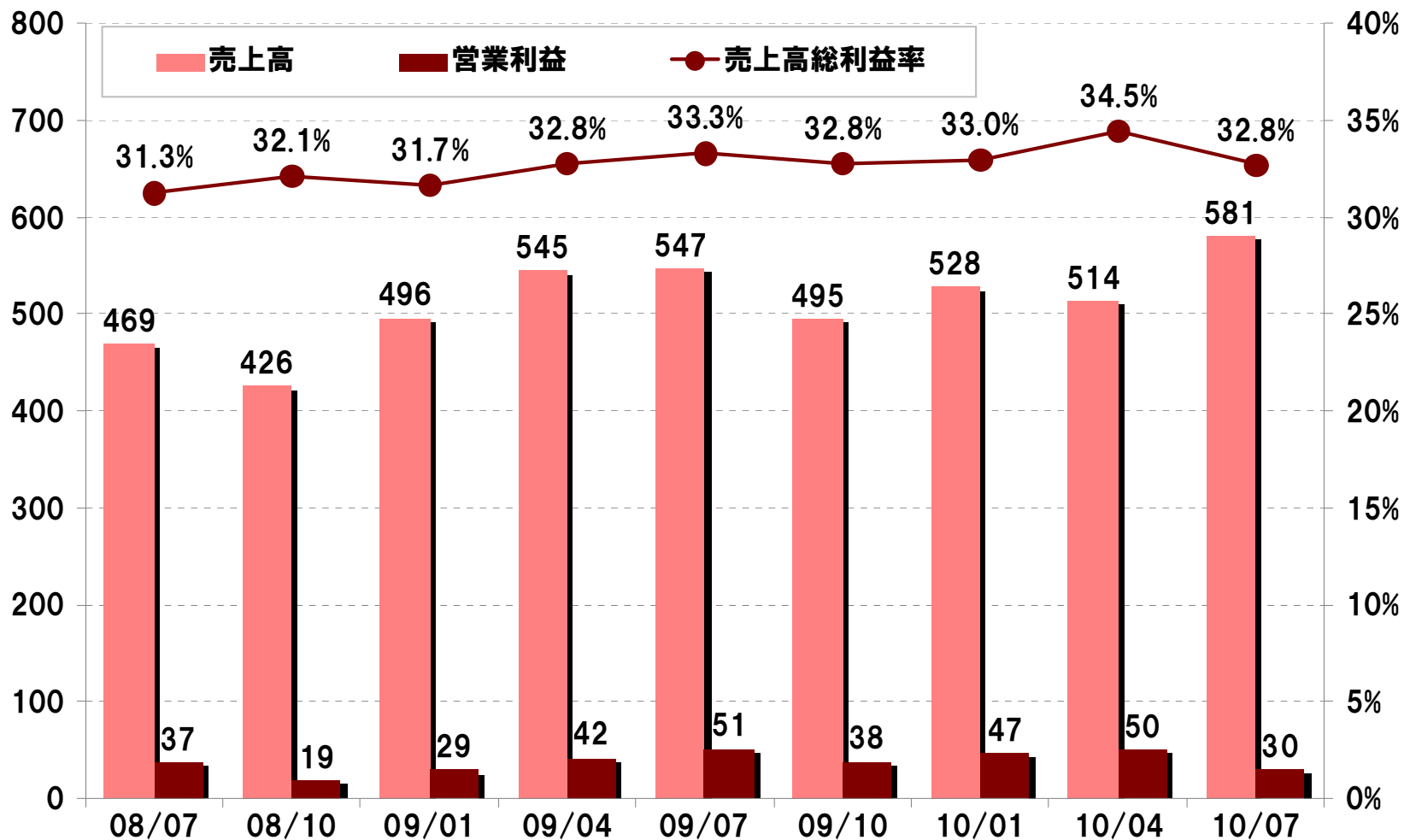
占いコンテンツ会員数が前四半期比で9万人増加。



コマース関連事業～業績推移(四半期毎)

積極的な広告宣伝によりモバイルコマース売上高が増加。

(百万円)



コマース関連事業の主な費目

広告宣伝費が2.0ポイント増加。

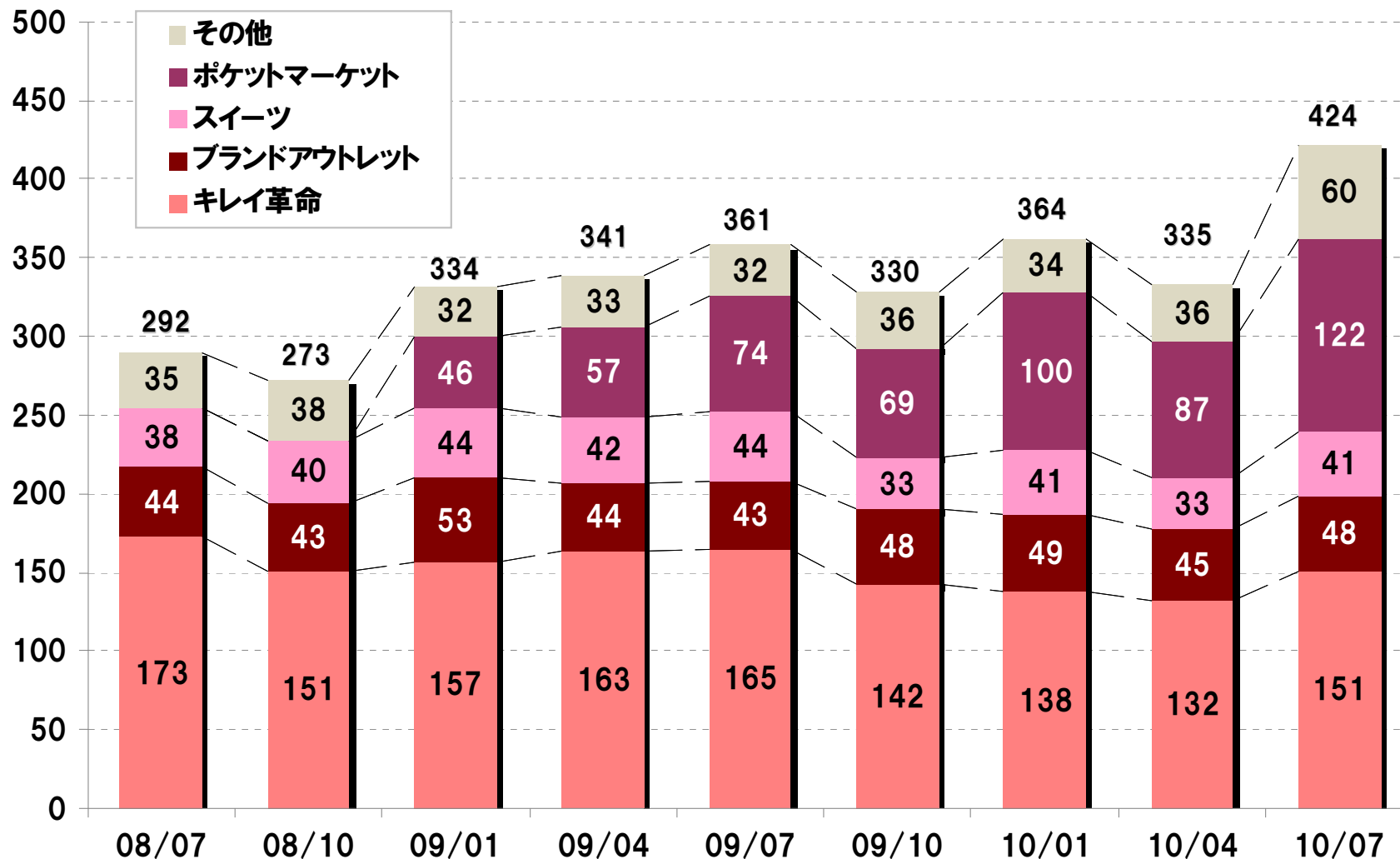
(百万円)

費目		2011年4月期 第1四半期	対売上 比率	2010年4月期 第1四半期	対売上 比率
原価	商品原価	339	58.5%	315	57.5%
	荷造運搬費	51	8.8%	50	9.2%
	その他	0	0%	0	0.1%
販管	人件費	46	8.0%	38	7.0%
	広告宣伝費	42	7.4%	29	5.4%
	支払手数料	16	2.8%	20	3.7%
	地代家賃	12	2.2%	9	1.8%
	その他	41	7.1%	33	6.1%

モバイルコマースのサイト別売上高推移

積極的な広告宣伝により、ポケットマーケット及びキレイ革命を中心に売上高が増加。

(百万円)



コマース関連事業における内訳

◆モバイルコマース

	2010年4月期 第1四半期	2010年4月期 第2四半期	2010年4月期 第3四半期	2010年4月期 第4四半期	2011年4月期 第1四半期
売上高	361百万円	330百万円	364百万円	335百万円	424百万円
営業利益	40百万円	27百万円	41百万円	44百万円	29百万円

◆携帯電話販売等(ジープラス)

	2010年4月期 第1四半期	2010年4月期 第2四半期	2010年4月期 第3四半期	2010年4月期 第4四半期	2011年4月期 第1四半期
売上高	185百万円	163百万円	163百万円	178百万円	157百万円
営業利益	13百万円	12百万円	8百万円	8百万円	3百万円

※本データは、管理費用配賦前および連結相殺前の内部資料に基づいております。

2011年4月期業績予想に対する進捗状況

(百万円)

連 結		2011年4月期 上期業績予想		2011年4月期 通期業績予想		2011年4月期 第1四半期実績		上期 進捗率	通期 進捗率
	売上高	5,390	100.0%	11,230	100.0%	2,855	100.0%	53.0%	25.4%
	営業利益	1,450	26.9%	3,020	26.9%	794	27.8%	54.8%	26.3%
	経常利益	1,455	27.0%	3,030	27.0%	798	28.0%	54.8%	26.3%
	当期純利益	860	16.0%	1,790	15.9%	472	16.6%	54.9%	26.4%

個 別		2011年4月期 上期業績予想		2011年4月期 通期業績予想		2011年4月期 第1四半期実績		上期 進捗率	通期 進捗率
	売上高	5,010	100.0%	10,600	100.0%	2,698	100.0%	53.9%	25.5%
	営業利益	1,440	28.7%	3,000	28.3%	793	29.4%	55.1%	26.4%
	経常利益	1,440	28.7%	3,000	28.3%	794	29.4%	55.1%	26.5%
	当期純利益	850	17.0%	1,770	16.7%	469	17.4%	55.2%	26.5%

Chapter 1 2011年4月期第1四半期 ハイライト 2

Chapter 2 2011年4月期第1四半期決算の概況 5

Chapter 3 セグメント別の概況 14

Chapter 4 自社会員プラットフォーム「スピチャン」 25

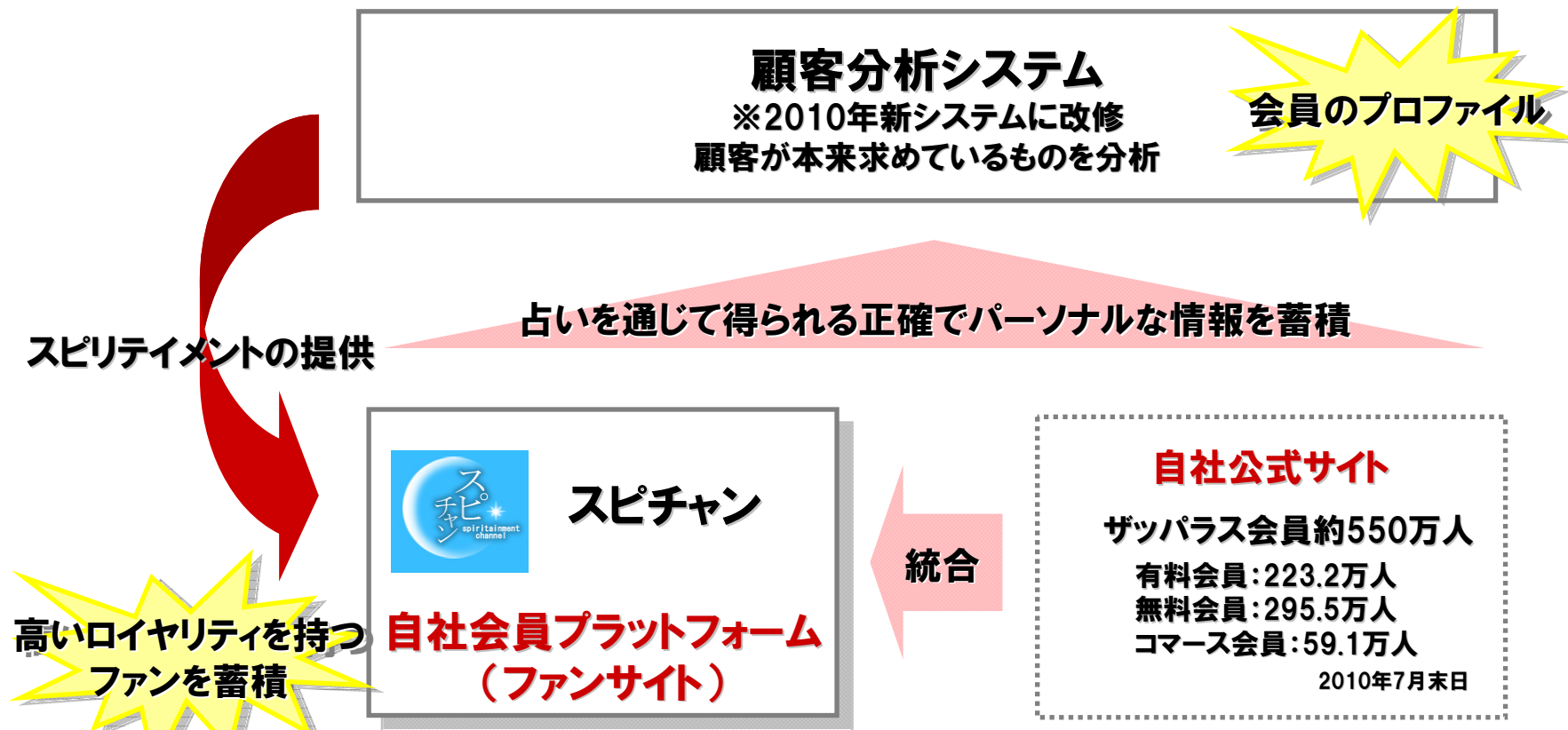
スピチャン概要

- ✓当社初の自社プラットフォームとなるモバイルサイト「スピチャン」を7月29日にリリース。
- ✓女性向けライフログアプリやパワースポット・占い師検索、ビューティーコラム・レシピなど使って、調べて、読む！モバイルサイト



スピチャンの特徴

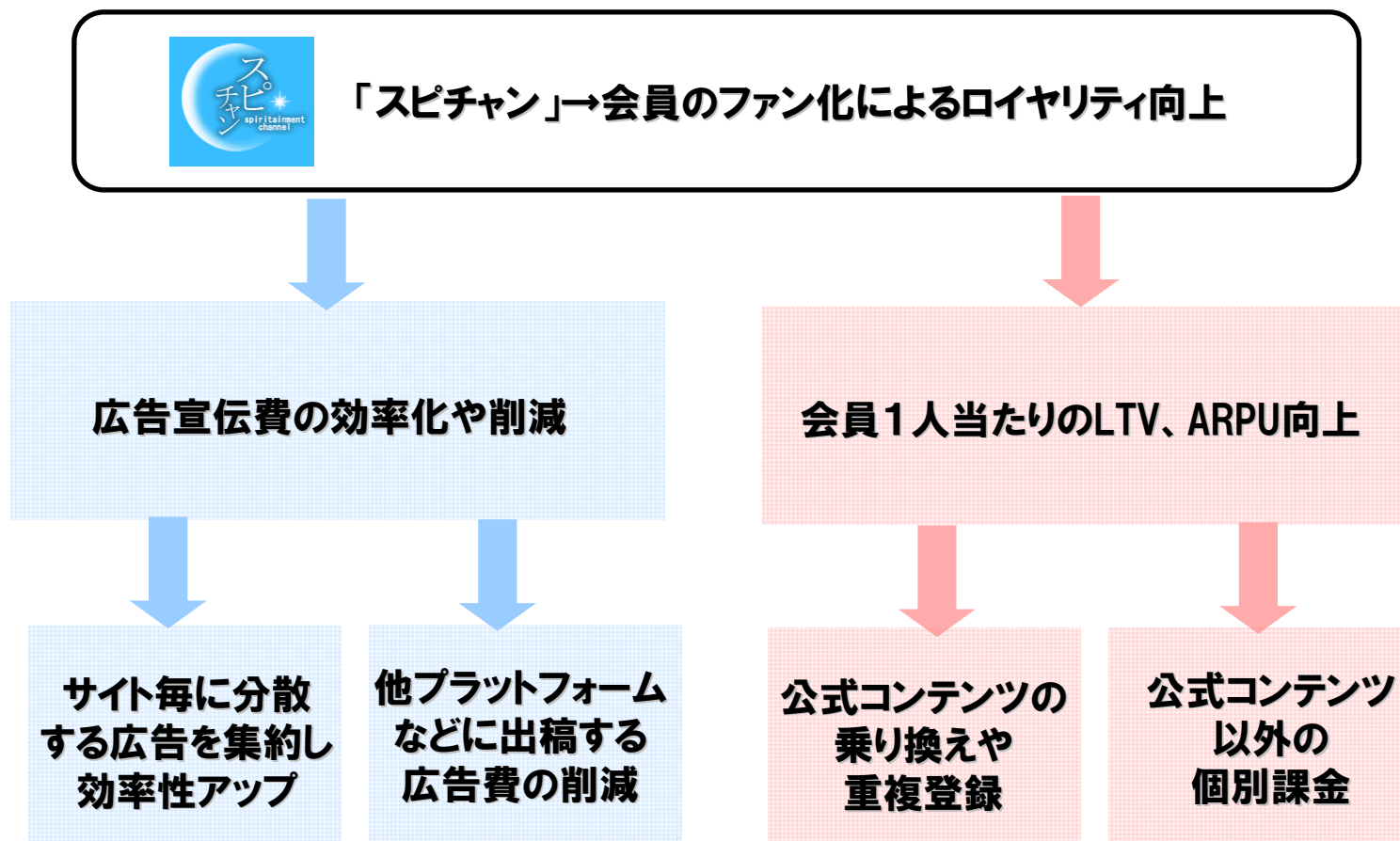
- ✓蓄積された会員のプロフィールを元に純度の高いコンテンツを提供
- ✓会員との深い関わりを持つ独自のプラットフォームを構築



※スピリテイメントとは「スピリット」と「エンタテイメント」をあわせた造語。当社が提供するエンタテイメントの新しいジャンルで「占い」のように太古からの原型が踏襲され、自然かつありのままの姿を意識するような純度の高い娯楽性コンテンツ。

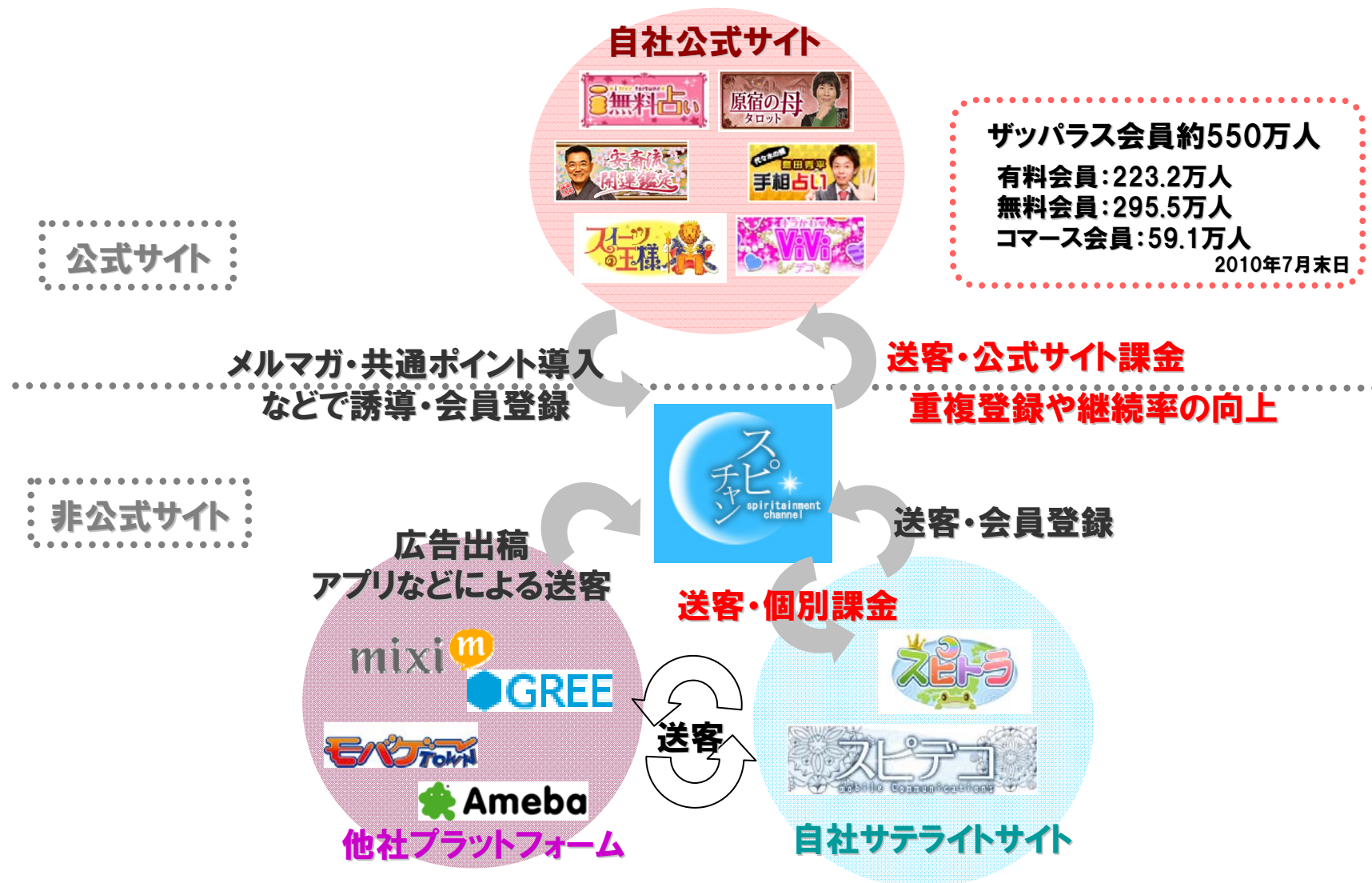
スピチャンが既存ビジネスにもたらす効果

- ✓サイト毎に分散する広告を集約することで広告宣伝費のさらなる効率化や削減が可能に
- ✓ザッパラス会員のロイヤリティ向上、CRM強化などを実現し、公式サイトへの送客や個別課金でARPU・LTVを上げることが可能に



スピチャンを中心とした収益モデル

✓公式サイト、非公式サイトからスピチャン会員を集客し、そこから公式サイトへの送客やサテライトサイトなどでの個別課金を行う。



スピチャンのロードマップ

■今後のスピチャンのロードマップと計画



本資料に含まれている業績予想等、過去の実績以外の記述については、発表日において当社が社内機密的に設定している経営計画ならびに入手可能な情報、将来の業績に与える不確実な要因に係る仮定等を前提としております。実際の業績は、今後の様々な要因によって異なる可能性があります。