

ZAPPALLAS

2011年4月期 第4四半期 決算説明資料

株式会社ザッパラス 東京証券取引所市場第1部:3770

◆ 2011年4月期決算サマリ	p4-6
◆ 2011年4月期第4四半期決算の概況	
• 四半期業績推移	p7-10
• 連結BS	p11
• 連結CF	p12
• 連結従業員数	p13
◆ セグメント別業績の概況	
• コンテンツ事業	p15-18
• コマース関連事業	p19-22
◆ 2012年4月期業績予想と今後の方針	
• 通期連結業績予想	p24
• 今後の方針	p25-29
◆ 参考資料	p31-37

2011年4月期第4四半期決算の概況

連結損益計算書(第4四半期累計期間)

ZAPPALLAS

(単位:百万円)

	2011年4月期 第4四半期(累計)		2010年4月期 第4四半期(累計)		前期 増減率
	金額	増減率	金額	増減率	
売上高	11,813	100.0%	11,224	100.0%	5.2%
売上高総利益	7,799	66.0%	7,580	67.5%	2.9%
販売管理費	4,726	40.0%	4,564	40.7%	3.5%
営業利益	3,073	26.0%	3,015	26.9%	1.9%
経常利益	3,089	26.2%	3,040	27.1%	1.6%
当期純利益	1,626	13.8%	1,532	13.7%	6.1%

◆ Point

- ・7期連続増収増益を達成
- ・コンテンツ事業売上増により、営業利益が前期比1.9%増
- ・コマース売上高増加により、売上高が前期比5.2%増
- ・特別利益の発生7百万円(償却債権取立益7百万円)
- ・特別損失の発生233百万円(固定資産除売却損12百万円、ソフトウェア減損損失70百万円、連結子会社ジープラス株式評価損に伴うのれん償却額150百万円)

連結損益計算書(第4四半期会計期間)

ZAPPALLAS

(単位:百万円)

	2011年4月期 第4四半期(会計)		2010年4月期 第4四半期(会計)		前期 増減率
	金額	比率	金額	比率	
売上高	2,981	100.0%	2,863	100.0%	4.1%
売上高総利益	1,938	65.0%	1,892	66.1%	2.4%
販売管理費	1,276	42.8%	1,084	37.9%	17.8%
営業利益	661	22.2%	807	28.2%	△18.1%
経常利益	664	22.3%	831	29.1%	△20.2%
当期純利益	194	6.5%	338	11.8%	△42.7%

◆ Point

- ・コンテンツ会員数の増加及びコマース売上高増加により、売上高は前期比4.1%増
- ・広告宣伝費の増加により、販管費が17.8%増加し、営業利益が前期比18.1%減

第4四半期トピックス(累計)

コンテンツ事業

- ◆ 占いサイトを中心に携帯電話向け公式コンテンツ54サイトを新規投入、合計463サイトに
- ◆ 占いサイト会員数が前期末比16.1万人増加し、166.2万人、コンテンツ全体では、前期末比6.8万人増加し、222.8万人に
- ◆ ソーシャルアプリ10サイト、スマートフォン向けに9サイト投入
- ◆ 震災時は一時メルマガの配信、広告出稿を停止したことにより、入会者数が減少するも現在は回復へ
(非会員ページPVは震災の影響が継続)

コマース関連事業

- ◆ 積極的な広告宣伝により、メルマガ会員数が前期末から162%増
- ◆ 個別コマース事業※全体の売上高は前期比44.3%増
- ◆ 震災の後、一時モバイルコマース会員向けメールマガジンの配信をストップしたことにより、4Qの売上高が減少

その他

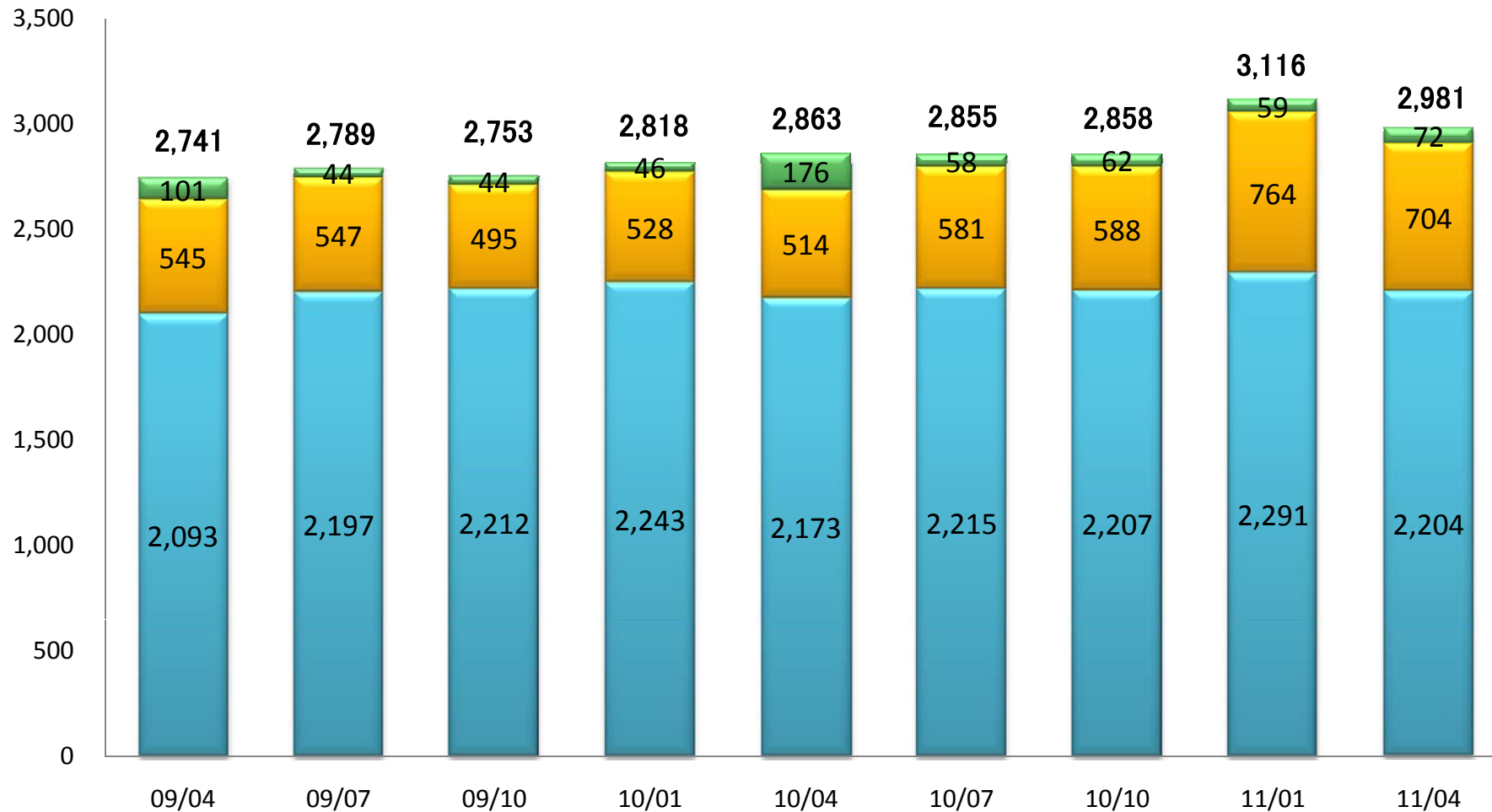
- ◆ 被災者支援プロジェクト「cocoloni small pray project」開始
→ 応援メッセージを募集し、1メッセージにつき当社が100円を寄付したほか、11万本のメッセージ入りミネラルウォーターを提供。

※コマース関連事業のうち子会社GPを除く

連結売上高の推移

(単位:百万円)

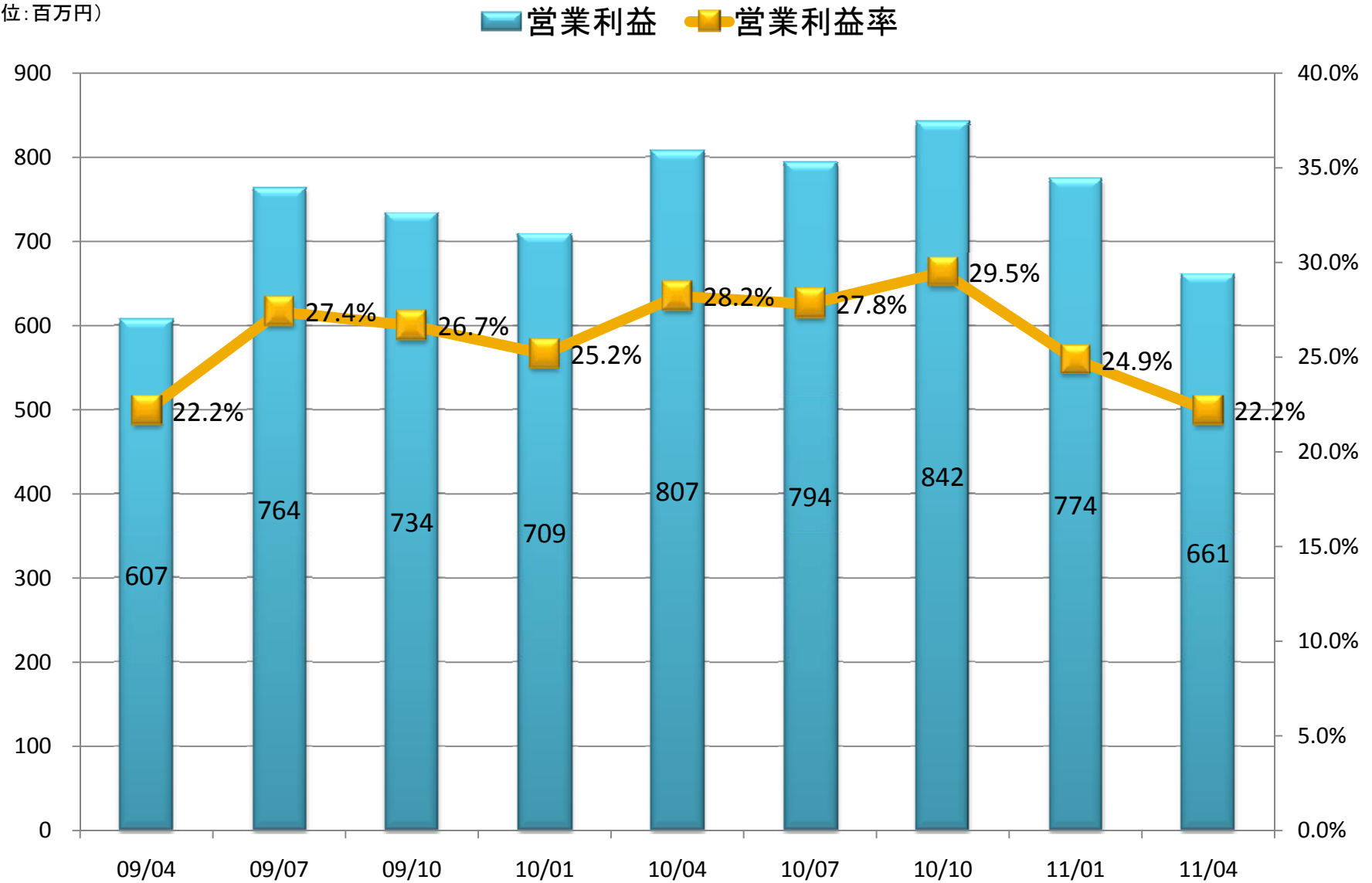
■コンテンツ事業 ■コマース関連事業 ■その他



※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

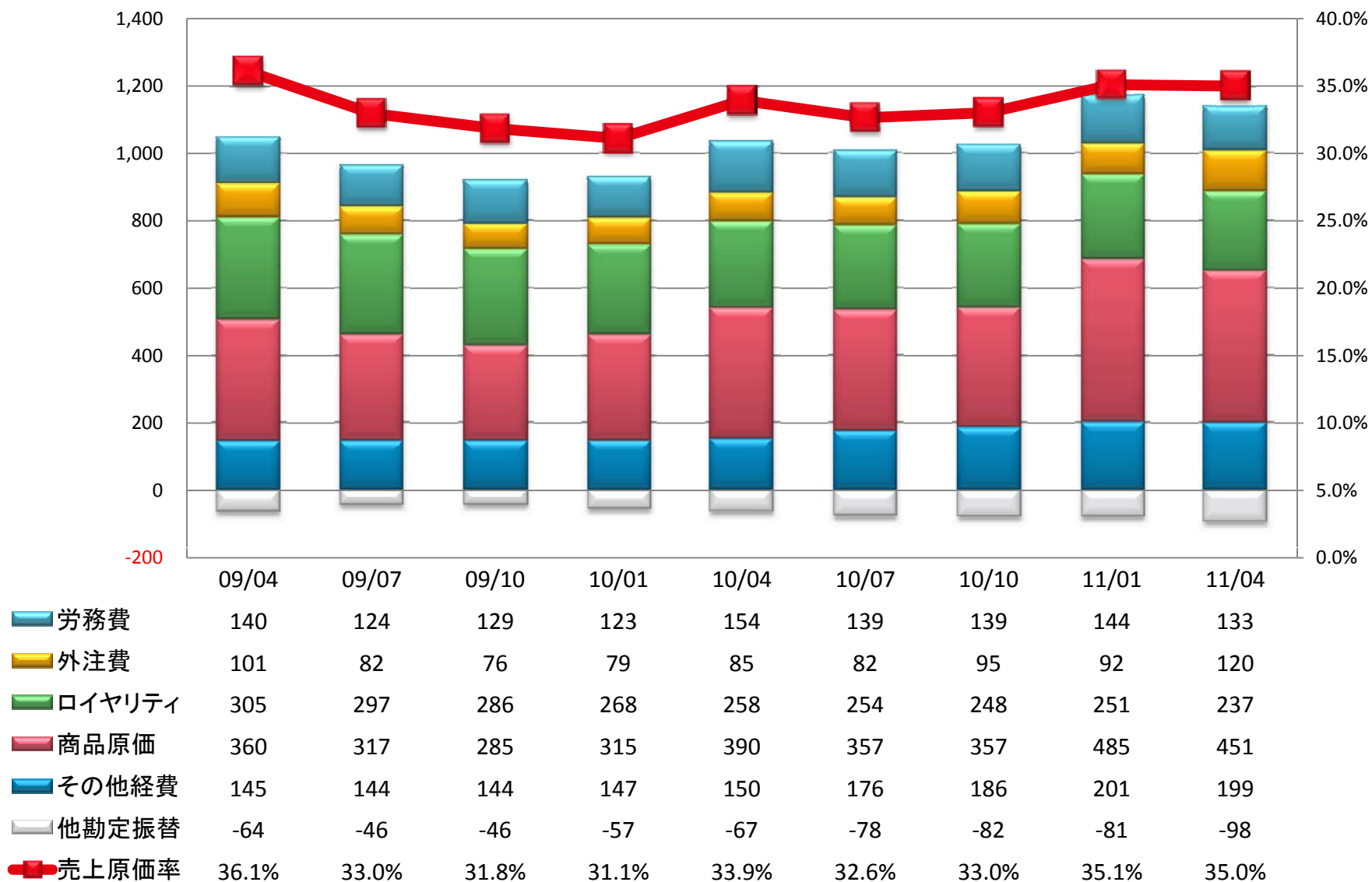
連結営業利益の推移

(単位:百万円)



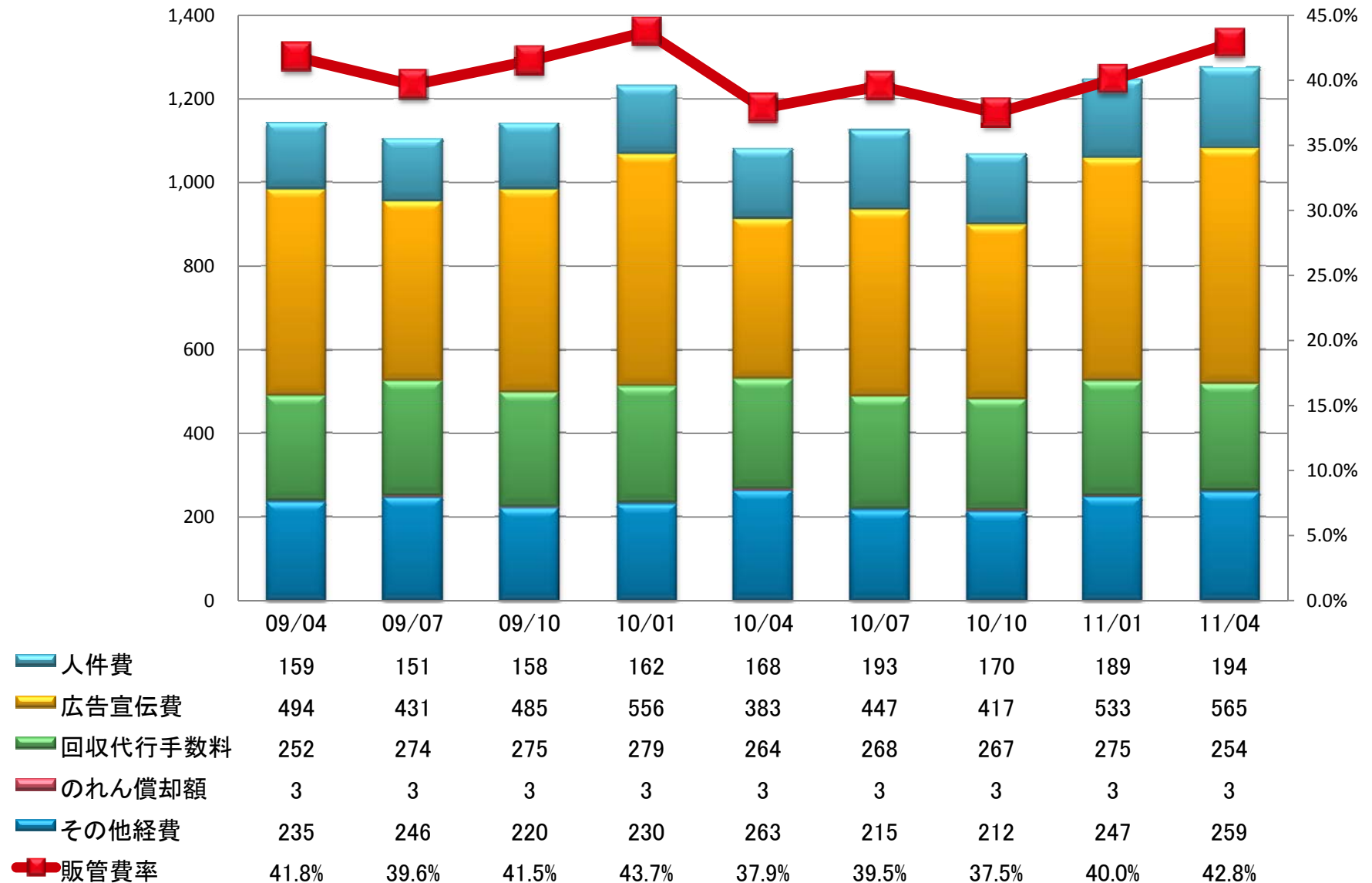
連結売上原価の推移

(単位: 百万円)



連結販管費の推移

(単位: 百万円)



連結貸借対照表

ZAPPALLAS

(単位:百万円)

	2011年4月末		2010年4月末		増減額
流動資産	7,263	82.8%	5,880	77.9%	1,383
固定資産	1,510	17.2%	1,663	22.1%	△153
有形固定資産	136	1.6%	143	1.9%	△7
無形固定資産	331	3.8%	467	6.2%	△136
ソフトウェア	244	2.8%	211	2.8%	32
のれん	49	0.6%	213	2.8%	△164
その他	37	0.4%	42	0.6%	△4
投資その他資産	1,042	11.9%	1,052	14.0%	△10
資産合計	8,774	100.0%	7,543	100.0%	1,230
負債合計	1,846	21.0%	1,737	23.0%	108
純資産合計	6,927	79.0%	5,806	77.0%	1,121
負債純資産合計	8,774	100.0%	7,543	100.0%	1,230

◆ Point

- ・現金及び預金の増加805百万円、売掛金の増加494百万円により、流動資産が1,383百万円増加
- ・連結子会社ジープラスの株式評価損に伴うのれんの償却により、のれんが164百万円減少
- ・未払金の増加191百万円により、負債が108百万円増加
- ・利益剰余金の増加1,106百万円により、純資産が1,121百万円増加

連結キャッシュ・フロー計算書

ZAPPALLAS

(単位:百万円)

	2011年4月期	2010年4月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,725	2,083	△358
投資活動によるキャッシュ・フロー	△411	△328	△82
財務活動によるキャッシュ・フロー	△508	△2,018	1,509
現金及び現金同等物の増減	806	△263	1,069
現金及び現金同等物の期末残高	4,587	3,780	806

◆ Point

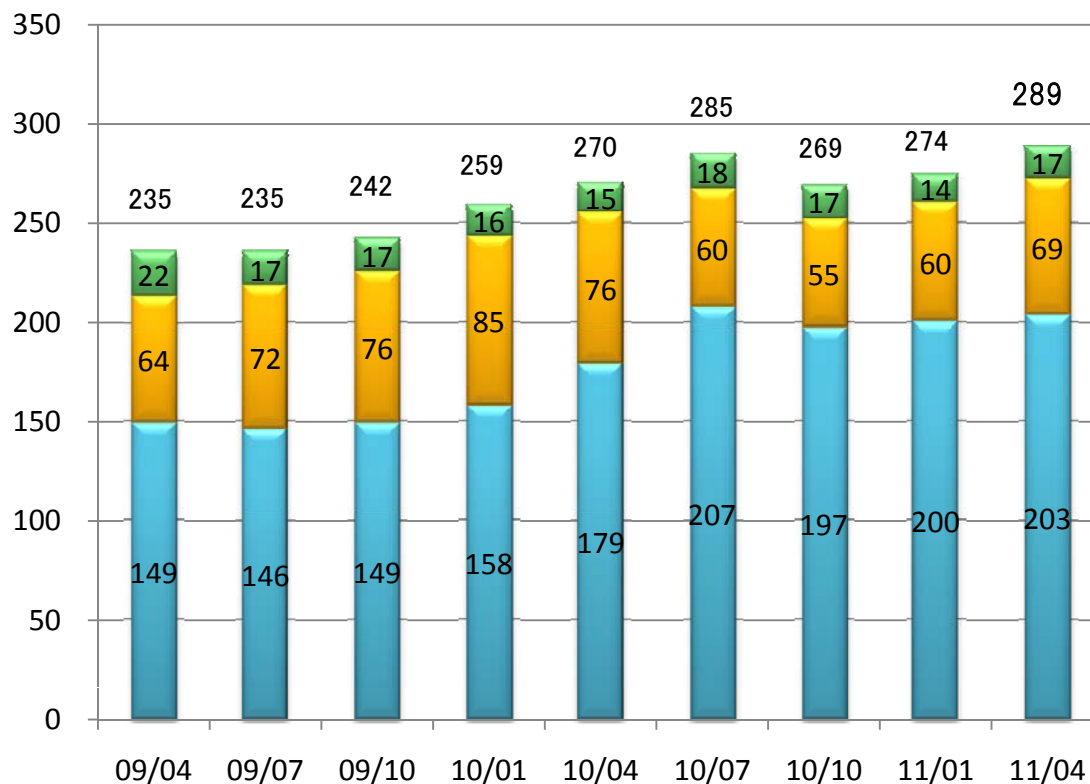
- ・営業CFの主な要因は、法人税等の支払額1,233百万円による減少、税金等調整前当期純利益の計上2,863百万円、減価償却費290百万円の増加
- ・投資CFの主な要因は、無形固定資産の取得による支出344百万円
- ・財務CFの主な要因は、配当金の支払額518百万円

連結従業員数の推移

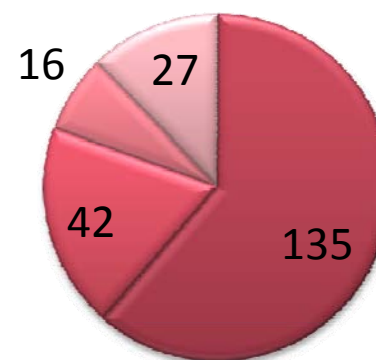
(単位:人)

■ 社員 ■ 臨時従業員 ■ 子会社

(単位:人)



- コンテンツ事業
- コマース関連事業
- その他
- 管理部門



Total: 220

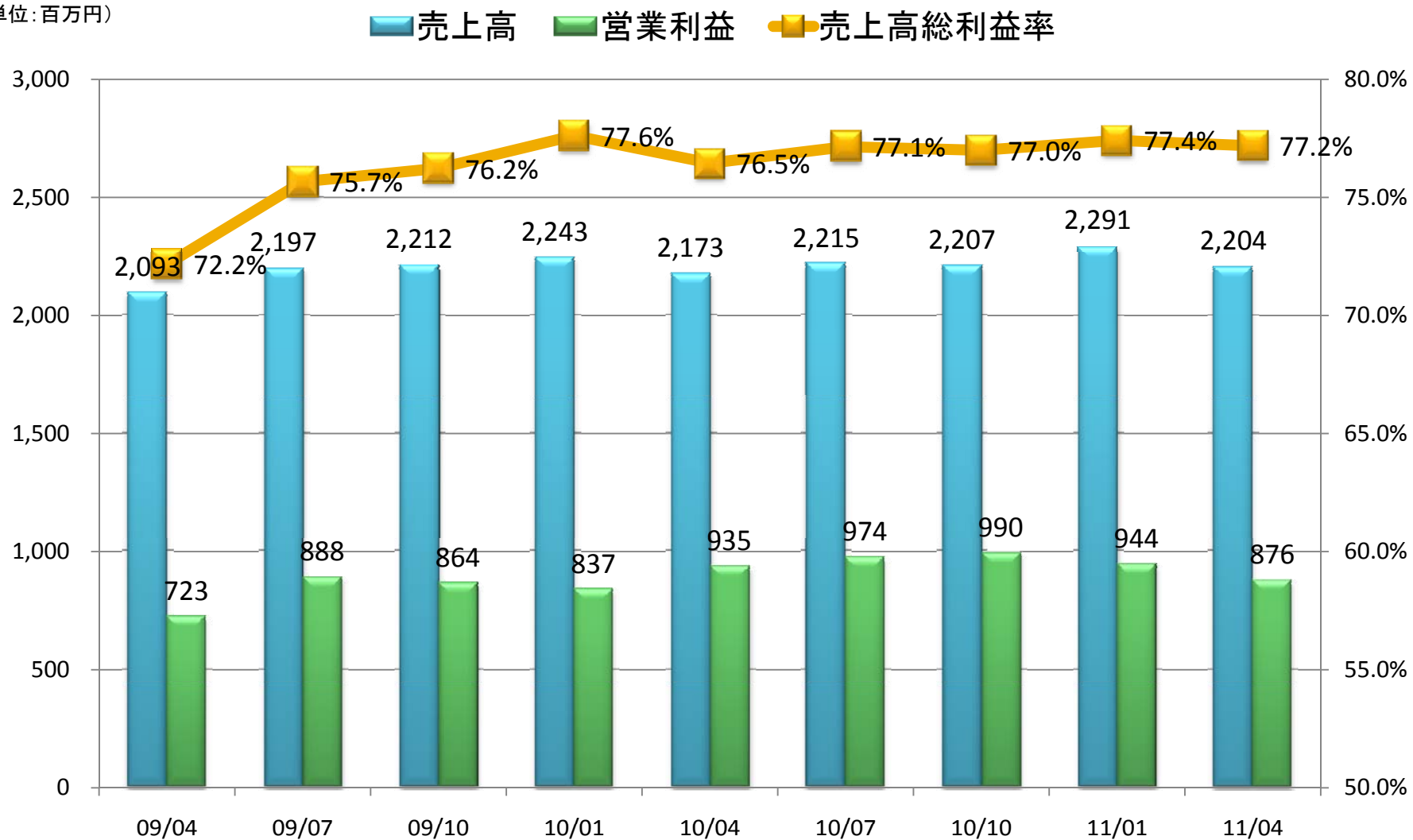
※臨時雇用従業員は含まれておりません

※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

セグメント別業績概要

コンテンツ事業 業績推移

(単位:百万円)



※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

コンテンツ事業の主な費目

ZAPPALLAS

(単位:百万円)

費目		2011年4月期 第4四半期(累計)	対売上 比率	2010年4月期 第4四半期(累計)	対売上 比率
原価	労務費	459	5.2%	513	5.8%
	ロイヤリティ※2	991	11.1%	1,111	12.6%
	外注費	330	3.7%	268	3.0%
	その他	252	2.8%	181	2.1%
販管費	人件費	88	1.0%	138	1.6%
	広告宣伝費	1,741	19.5%	1,752	19.9%
	回収代行手数料	1,065	11.9%	1,093	12.4%
	その他	203	2.3%	242	2.7%

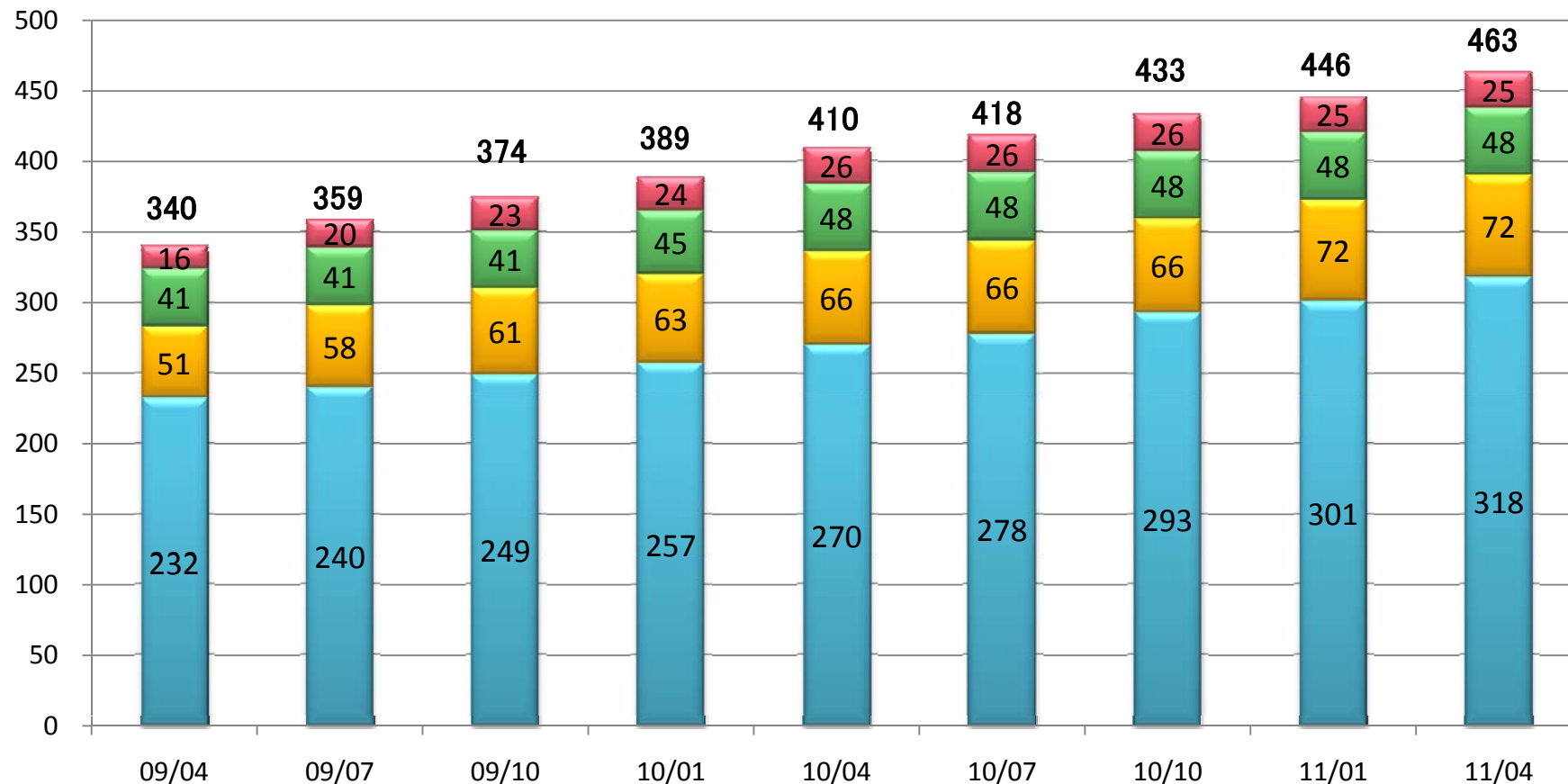
※セグメント変更の影響が軽微であることから2010年4月期以前は組み替え前の数値を記載しております

※2監修者ロイヤリティの他運営業務委託先のレベニューシェアも含んでおります

提供サイト数の推移

(単位: サイト)

■ 占い ■ デコメ ■ 待受 ■ 趣味・ゲーム



(単位: サイト)

PCコンテンツ 新規投入数	09/04	09/07	09/10	10/01	10/04	10/07	10/10	11/01	11/04
		16	24	29	29	26	29	32	37

自社有料コンテンツ会員数の推移(月額課金)

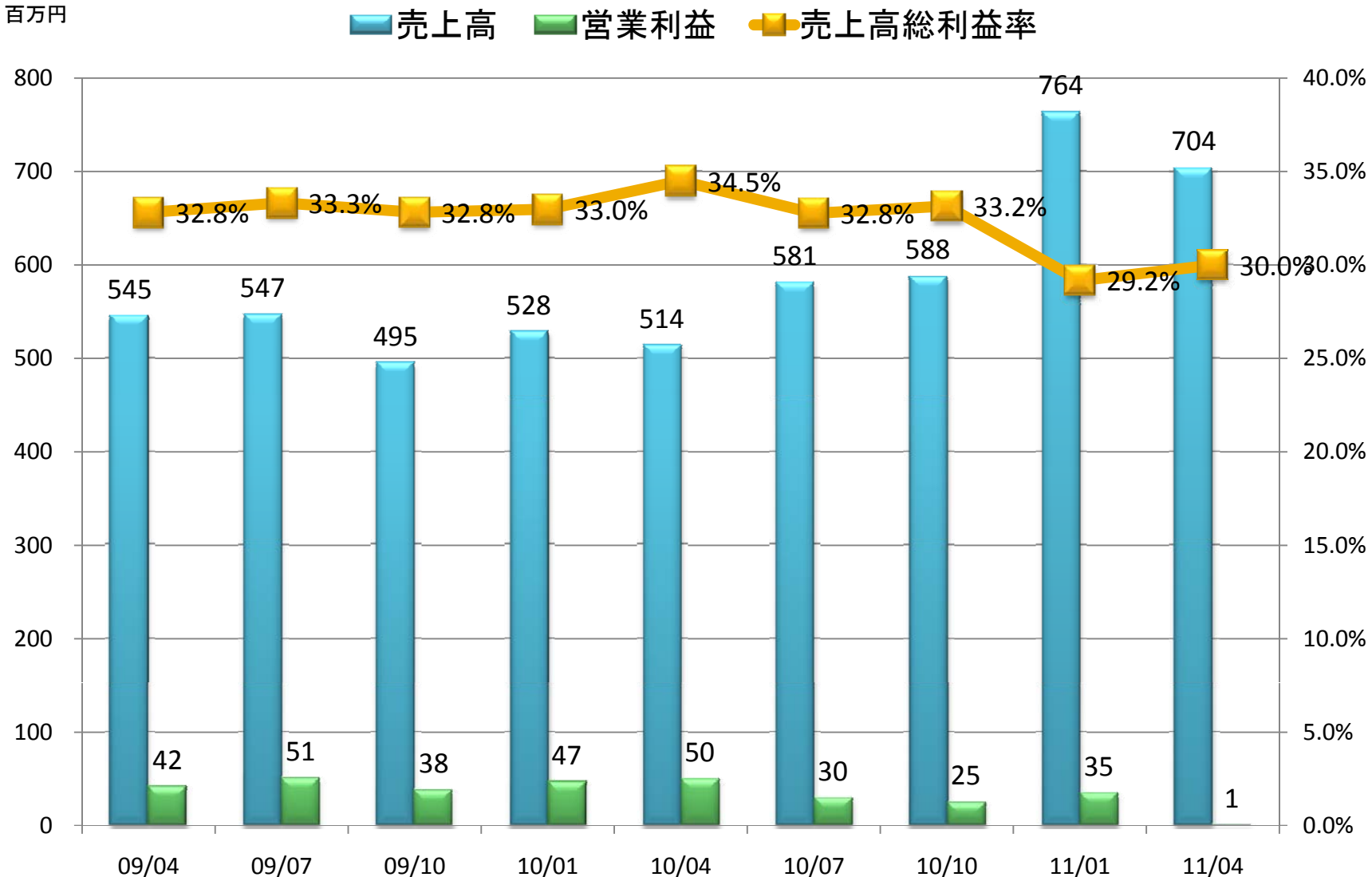
(単位:万人)

■ 占い ■ デコメ ■ 待受 ■ 趣味・ゲーム



コマース関連事業 業績推移

(単位:百万円)



※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。

コマース関連事業の主な費目

ZAPPALLAS

(単位:百万円)

費目		2011年4月期 第4四半期(累計)	対売上 比率	2010年4月期 第4四半期(累計)	対売上 比率
原価	商品原価	1,568	59.4%	1,206	57.8%
	荷造運搬費	250	9.5%	181	8.7%
	その他	0	0%	0	0%
販管費	人件費	194	7.4%	156	7.5%
	広告宣伝費	213	8.1%	96	4.6%
	支払手数料 ^{※2}	91	3.5%	69	3.3%
	地代家賃	53	2.0%	39	1.9%
	その他	174	6.6%	148	7.1%

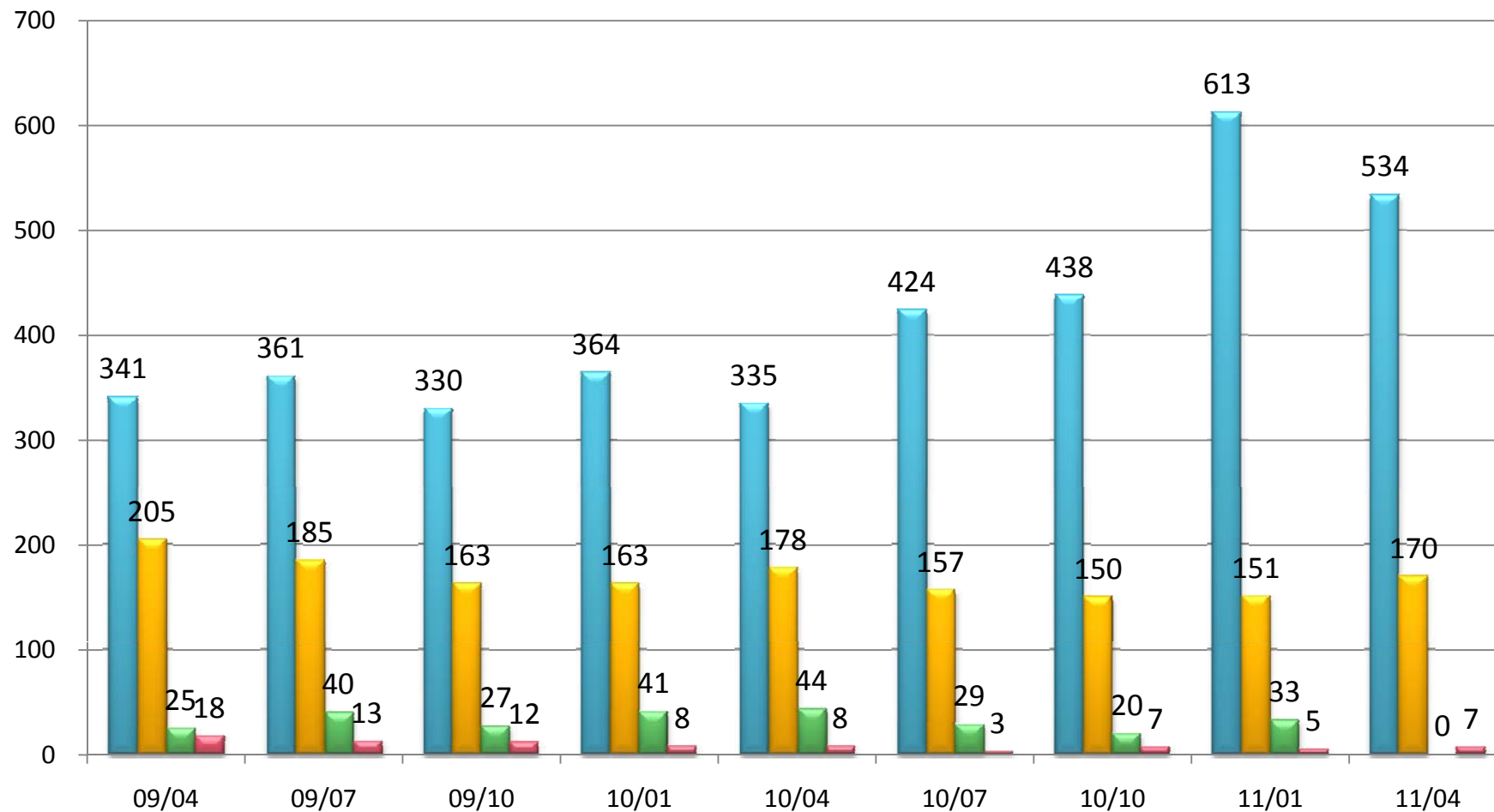
※セグメント変更の影響が軽微であることから2010年4月期以前は組み替え前の数値を記載しております

※2支払手数料には販売手数料及び代引手数料を含んでおります

コマース関連事業における内訳

(単位:百万円)

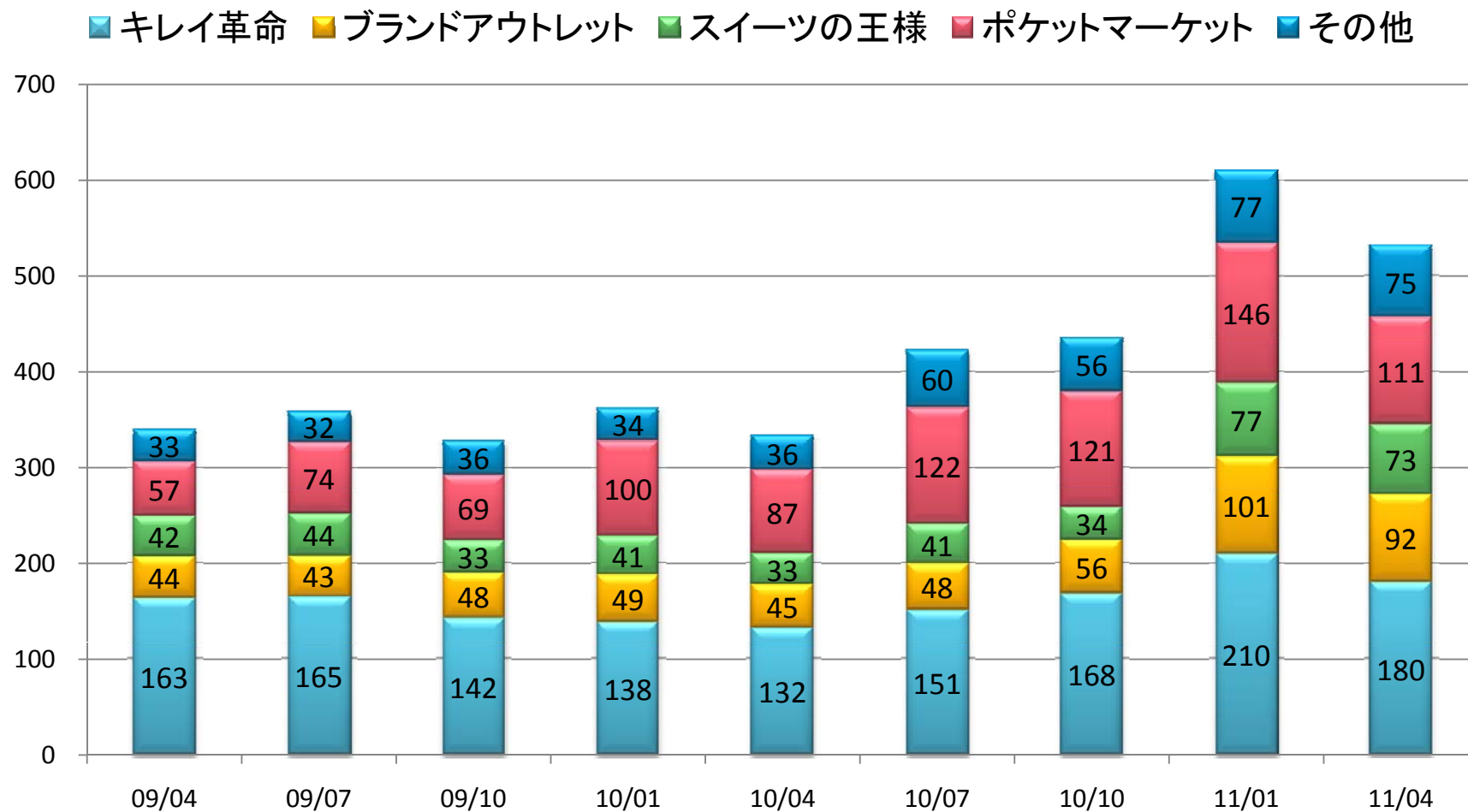
■ ZAPコマース売上高 ■ GP携帯販売売上高
■ ZAPコマース営業利益 ■ GPコマース営業利益



※本データは、管理費用配布前および連結相殺前の内部資料に基づいております

コマース主要サイト別売上高推移

(単位:百万円)



2012年4月期業績予想と今後の方針

(単位:百万円)

連結	2012年4月期 通期業績予想	2011年4月期 通期実績	増減率
売上高	11,200 ~12,600	11,813	△5.2% ~6.7%
営業利益	2,550 ~3,080	3,073	△17.0% ~0.2%
経常利益	2,550 ~3,080	3,089	△17.5% △0.3%
当期純利益	1,510 ~1,830	1,626	△7.2% 12.5%

◆ 連結業績予想のレンジでの開示について

今後におけるフィーチャーフォンからスマートフォンへのユーザー移行度合い、タイミングにつきましては様々な見通しがあり、当社におきましても事業環境の変化を注視しつつ随時事業方針の再検討を加えていく所存であり、現時点におきましては通期の業績予想を一定の範囲をもって開示させていただいております。また、第2四半期累計期間の業績予想につきましては、上記移行のタイミングについての見通しが困難なため、現時点では開示をひかえさせていただきます。

1. 既存事業のシェア拡大と収益力の向上

2. スマートフォンへの挑戦

1. 既存事業のシェア拡大と収益力の向上

フィーチャーフォン市場におけるシェア拡大

- ◆ 引き続き占いコンテンツを新規投入
- ◆ 占いと親和性の高いカテゴリへのコンテンツ投入
- ◆ キャリア、メーカー等の占いコンテンツ受託

収益力の向上

- ◆ 顧客のニーズに合わせた多様な課金形態のサービス投入によるLTVの向上(コース課金等)
- ◆ 新システム導入によるサイト運営の効率化
- ◆ 占い360度展開によるモバイル以外の占いコンテンツ提供
- ◆ 効率的な広告宣伝の実施
- ◆ コマース事業の利益率の向上

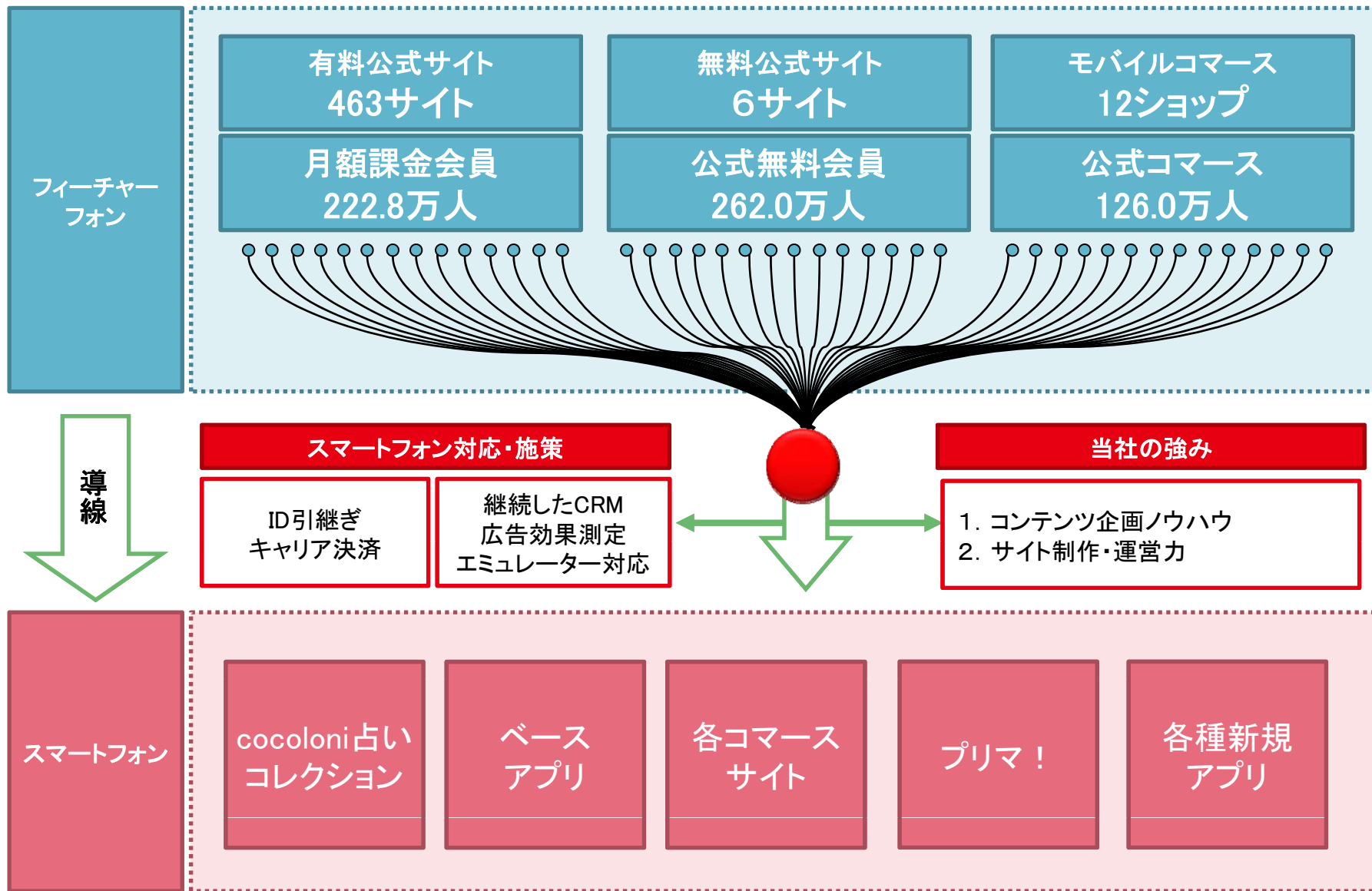
既存コンテンツのスマートフォンマーケットへの投入

- ◆ 既存占い・デコメコンテンツを順次スマートフォンマーケットへ投入
※10月までに既存占い会員の約70%が利用するサイトがスマートフォン対応予定
- ◆ キャリア施策への対応
- ◆ 既存コマースサイトのスマートフォン対応
※6月中に7ショップ対応予定

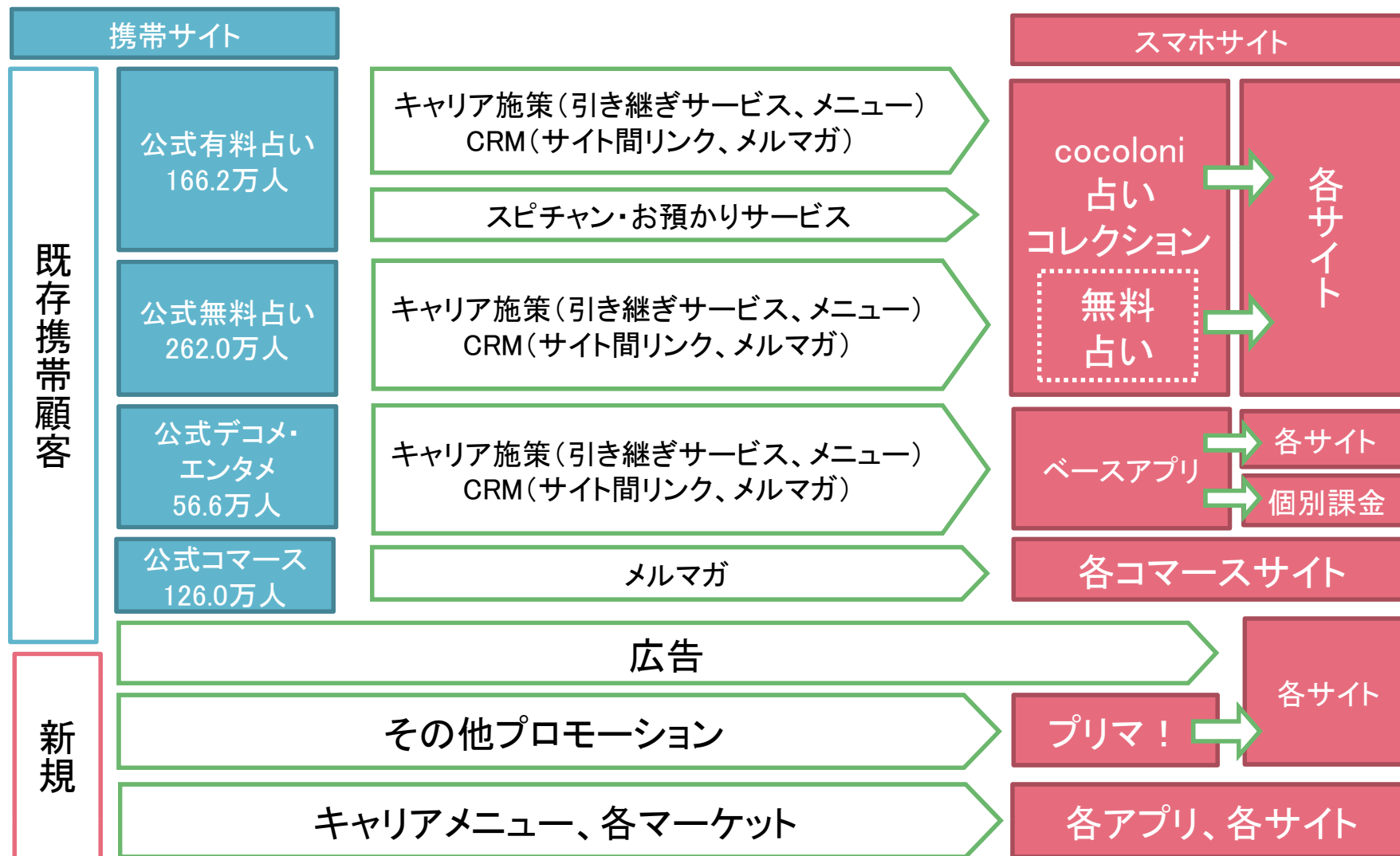
スマートフォン向け新規サービスの提供

- ◆ 女子向けアプリ紹介サービス「プリマ！」の提供
- ◆ きせかえ・待受・デコメ・占い新規サービスの提供

コンテンツ展開モデル



スマートフォン移行モデル



参考資料

- ◆ 社名 株式会社ザッパラス（東証一部:3770）
- ◆ 本社 東京都渋谷区恵比寿1丁目19番19号恵比寿ビジネスタワー
- ◆ 設立 2000年3月
- ◆ 資本金 14億5,234万円(2011年4月末時点)
- ◆ 従業員数 連結220名(2011年4月末時点)
- ◆ 取締役
代表取締役社長 兼 CEO 平井 陽一郎
取締役副社長 川嶋 茉莉
社外取締役 山口 善輝
常勤監査役 山崎 浩史
常勤監査役 山口 豊義
監査役 井上 昌治(弁護士)
監査役 濱村 則久(公認会計士)

「ザッパラス」社名の由来

「zap＝元気」と「pallas＝知恵・工芸の女神」を組み合わせた造語です。

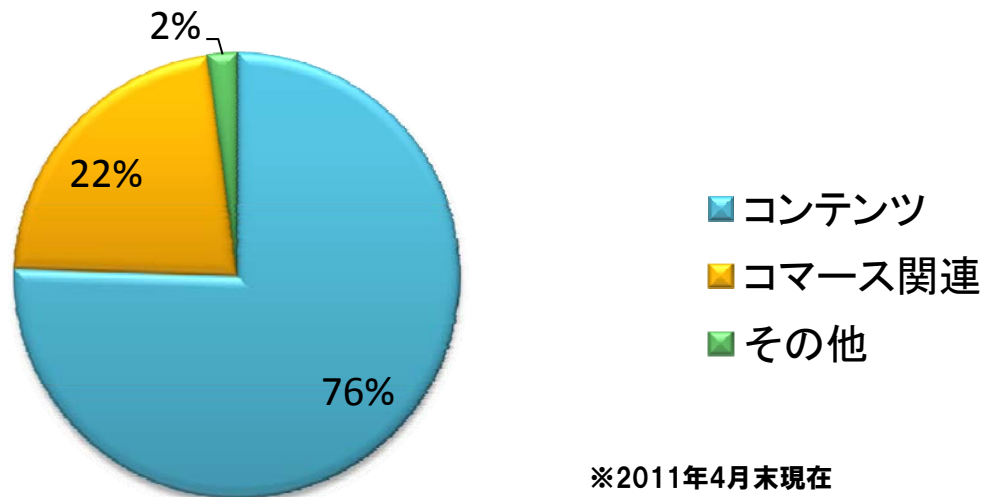
技術だけでなく、創造により飛躍的に会社を成長をさせていこうというスタッフの想いが込められています。

- 2000/03 サイバービズ株式会社(現 株式会社ザッパラス)を設立
- 2001/04 株式会社ザッパラスに社名変更
- 2003/03 iモード公式ショップ「アロマガーデン」をオープン、モバイルコマースをスタート
- 2004/04 新規占いコンテンツ22サイトをスタート、「占い」でのトップシェア獲得
- 2005/05 **東京証券取引所マザーズへ上場**
- 2006/01 有料会員数が100万人を突破
- 2007/05 ヤフー株式会社との協業により、モバイル版Yahoo! 占いを運用開始
- 2008/07 有料会員数が200万人を突破
- 2009/02 **東京証券取引所市場第一部へ市場変更**
- 2009/02 iPhone向け占いアプリ『今日の星占い』の提供開始
- 2009/02 JR東日本、ヤフー、JR東日本企画との協業により、「Y! Suica」の提供開始
- 2009/05 日活株式会社と資本業務提携

ZAPPALLAS



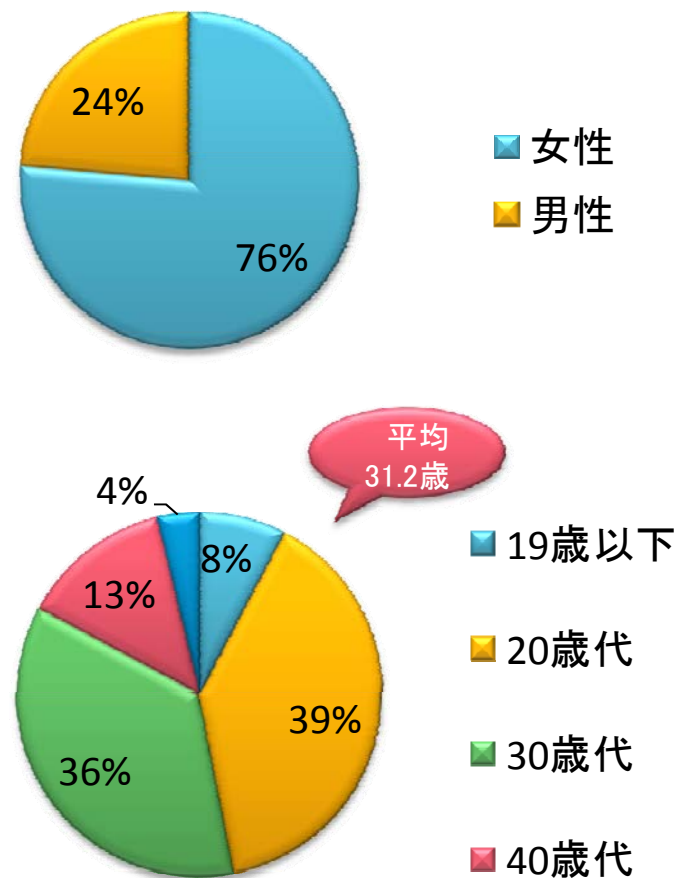
<セグメント別売上構成比>



※2011年4月末現在

会員属性

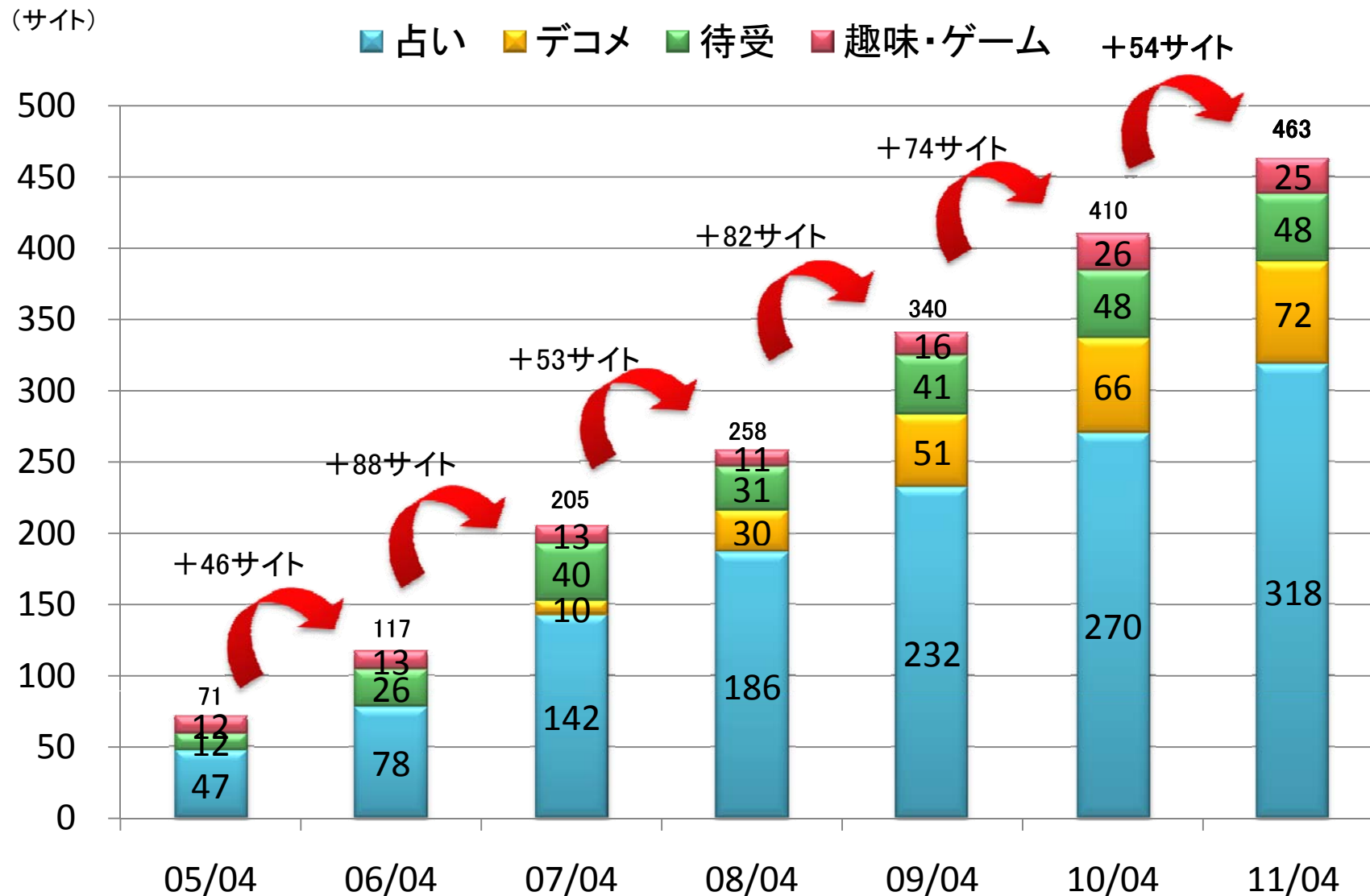
Total **622.6万人**



※2011年4月末現在 当社携帯公式コンテンツ会員(重複登録含む)

※2011年4月末現在 当社携帯公式コンテンツ会員の属性
(無料コンテンツ含む)

強み1. コンテンツ企画制作力



占いサイトランキング

西洋占い

1. 予言者バート・クラーク
2. 365誕生日大占術
3. ★鏡リュウジ★
4. 恋愛の神様DX
5. 濱口善幸のタロット占い **NEW**
6. 新橋の母 占霊術 **NEW**
7. 宿命と予言
8. 3ヶ月後の未来
9. 運命の恋占い
10. Disney占い

東洋占い

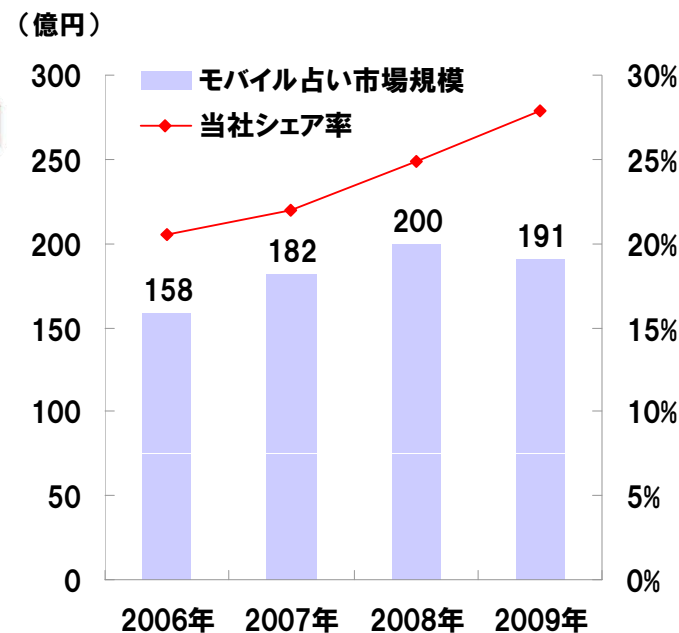
1. 細木数子六星占術
2. 七曜 姓名鑑定 **NEW**
3. 橋本京明ラスト陰陽師
4. 新宿の母
5. 島田秀平手相占い
6. 安斎流開運鑑定
7. 究極の姓名判断
8. 下ヨシ子流姓名
9. 新宿の母DX姓名判断
10. 西新宿の母

枠は当社が提供しているコンテンツ

NEW は2011年4月期に提供開始したコンテンツ

出所:NTTドコモメニューリスト
(2011年4月末現在)

モバイル占い市場規模推移



出所:総務省発表資料
「2009年モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」
モバイル・コンテンツ・フォーラム調査

強み3. 強固な会員基盤

蓄積されたデータベースを元に、嗜好を予測し、顧客に合ったコンテンツ・商品をメルマガ・リンク等を活用し訴求することで、LTVの最大化に努めています。

【既存顧客の当社コンテンツ内における周遊モデル】

