

# ZAPPALLAS

株式会社ザッパラス

2013年4月期 第1四半期 決算説明資料

TSE 1<sup>st</sup> Section:3770 <http://www.zappallas.com/>

2012年9月7日

<b>I – 2013年4月期 第1四半期決算概要</b>	
01	2013年4月期第1四半期トピックス…………… p.4
02	連結PLサマリー…………… p.5
03	連結売上高の四半期推移…………… p.6
04	連結売上原価の四半期推移…………… p.7
05	連結販管費の四半期推移…………… p.8
06	連結従業員数の四半期推移…………… p.9
07	連結営業利益の四半期推移…………… p.10
08	連結B/Sサマリー…………… p.11
<b>II – セグメント別業績概況</b>	
09	セグメント別トピックス…………… p.13
10	連結セグメント別収益構成…………… p.14
11–16	コンテンツ事業…………… p.15–20
17–18	コマース関連事業…………… p.21–22
<b>III – 2013年4月期業績予想…………… p.24–25</b>	
<b>IV – 参考資料①: 2013年4月期事業戦略…………… p.27–30</b>	
<b>V – 参考資料②: 会社概要…………… p.32–38</b>	

## I . 2013年4月期第1四半期 決算概要

---



## ● スマートフォンの月額課金会員数の増加基調が顕著

- ✓ フィーチャーフォン会員の減少は続くものの、スマートフォン対応の強化が奏功し、スマートフォン向けの会員数は順調に増加
- ✓ スマートフォン向けサイトは第1四半期中にも51サイト増加し、合計420サイト「iPhone」向け対応も開始し、スマートフォン向けのラインナップを拡充  
(スマートフォンの状況は本資料p.20で解説)

## ● 顧客層の拡大に向けた取り組みに着手

- ✓ 「ライフタイムプラットフォーム」戦略に着手  
主要顧客層(F1)が年齢を重ねても当社のサービスを利用し続けてもらうことが狙い
- ✓ 2012年5月、藤巻幸大氏プロデュースによるWebサイト「藤巻百貨店」をオープン  
主には男性層に向けて、“こだわりの商品”を提案。
- ✓ 2012年7月、ママ層向けにコマースサイト「cuna select(クーナ セレクト)」をオープン



## 02.連結P/Lサマリー

ZAPPALLAS

(単位:百万円)	2012年4月期 第1四半期		2012年4月期 第4四半期		2013年4月期 第1四半期		対前1Q 増減率	対前4Q 増減率
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	2,846	100.0%	2,379	100.0%	2,369	100.0%	-16.8%	-0.4%
売上総利益	1,900	66.8%	1,652	69.4%	1,652	69.7%	-13.1%	0.0%
販売費及び一般管理費	1,134	39.8%	1,112	46.7%	1,049	44.3%	-7.5%	-5.7%
営業利益	766	26.9%	540	22.7%	603	25.5%	-21.3%	+11.7%
経常利益	768	27.0%	545	22.9%	606	25.6%	-21.1%	+11.2%
四半期純利益	454	16.0%	323	13.6%	348	14.7%	-23.3%	+7.7%

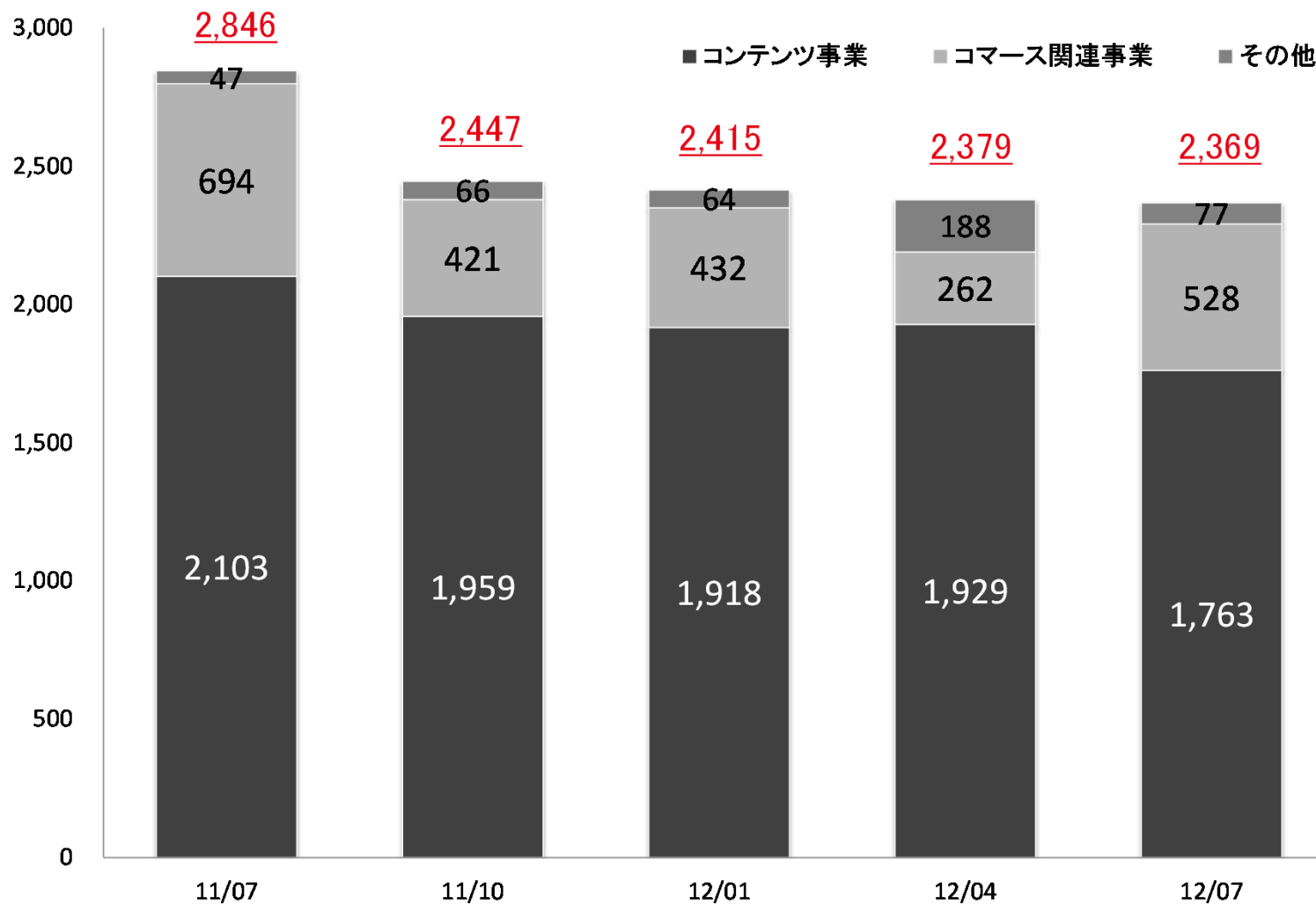
### Points

- ・前期1Qとの比較では売上高・各利益ともに減少するものの、前期4Qからは売上高はほぼ横ばい、各利益は改善
- ・販管費は前期下半期に取得した子会社やサイトの減価償却費の負担により増加

(セグメント別の詳細は本資料「セグメント別業績概況(p.13-22)」で解説)

# 03.連結売上高の四半期推移

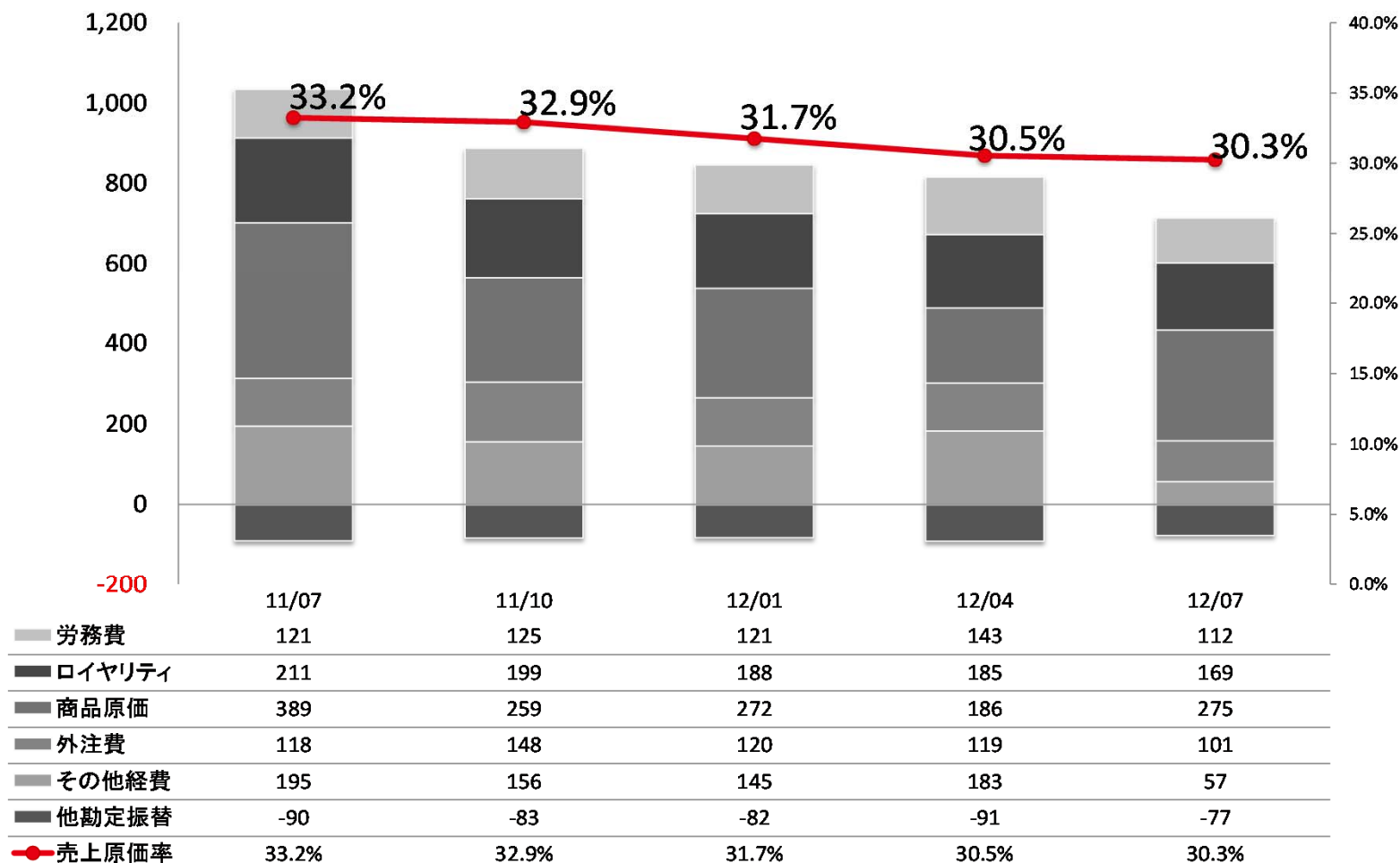
(単位:百万円)



前期第2四半期(11/10期)より、売上高は同水準で推移

# 04.連結売上原価の四半期推移

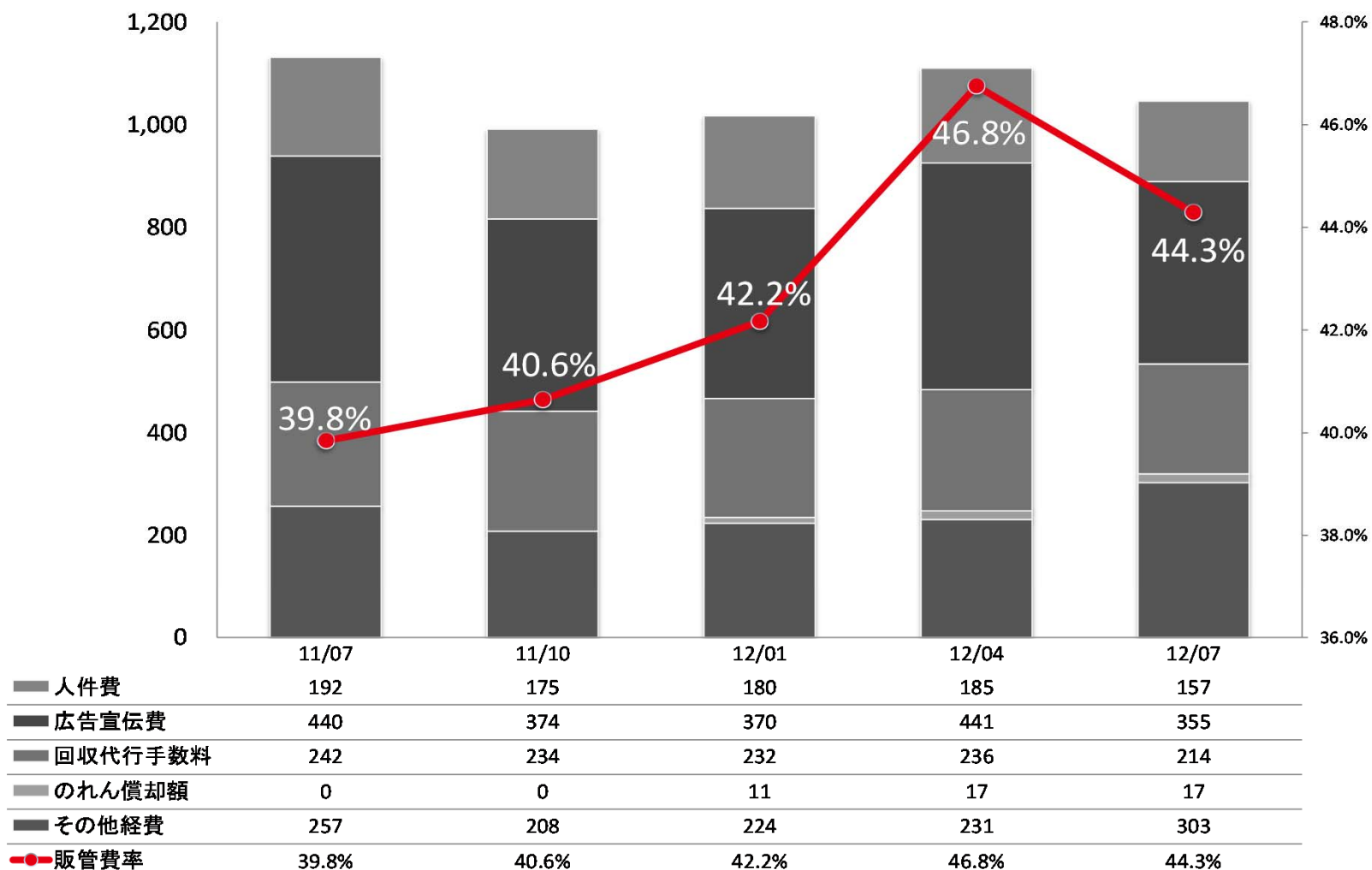
(単位:百万円)



売上減の影響に加えて、運営コスト(外注費・労務費等)の最適化も奏功

# 05. 連結販管費の四半期推移

(単位: 百万円)



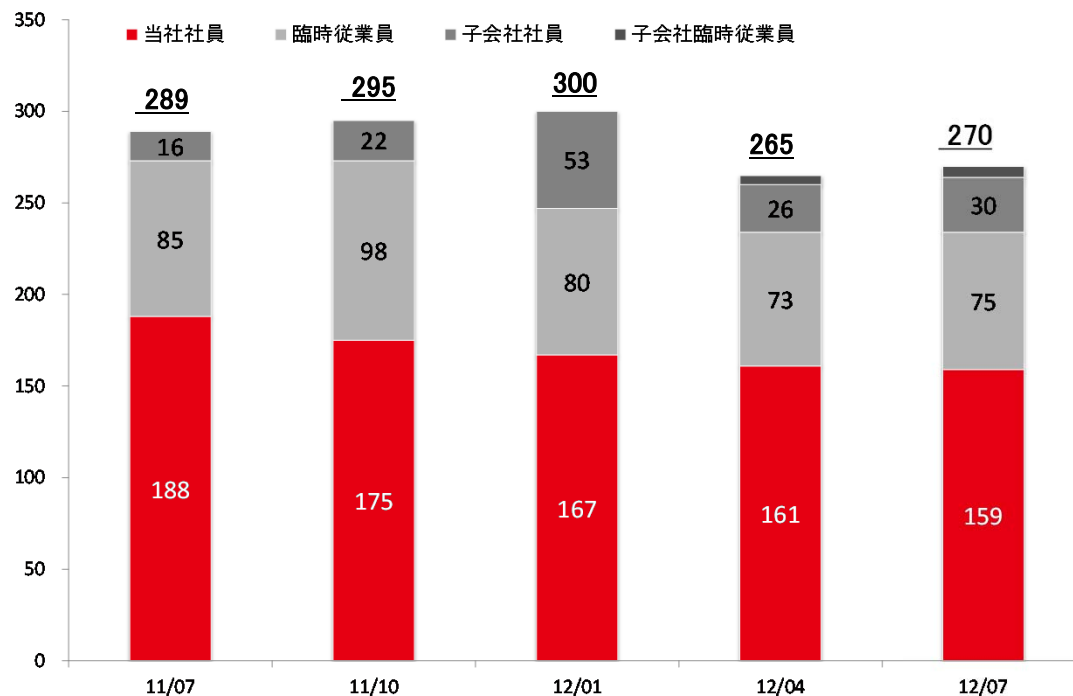
**当第1四半期においては販管費予算を下回り進捗**



# 06.連結従業員数の四半期推移

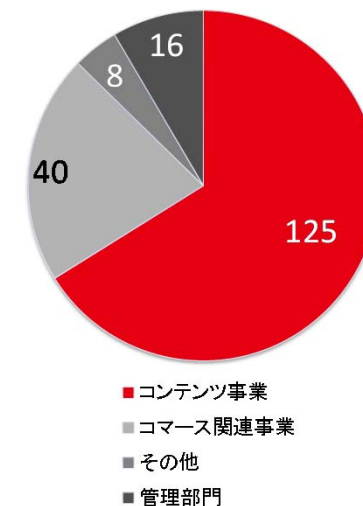
## ■連結従業員数の推移

(単位:人)



## ■部門別人員構成

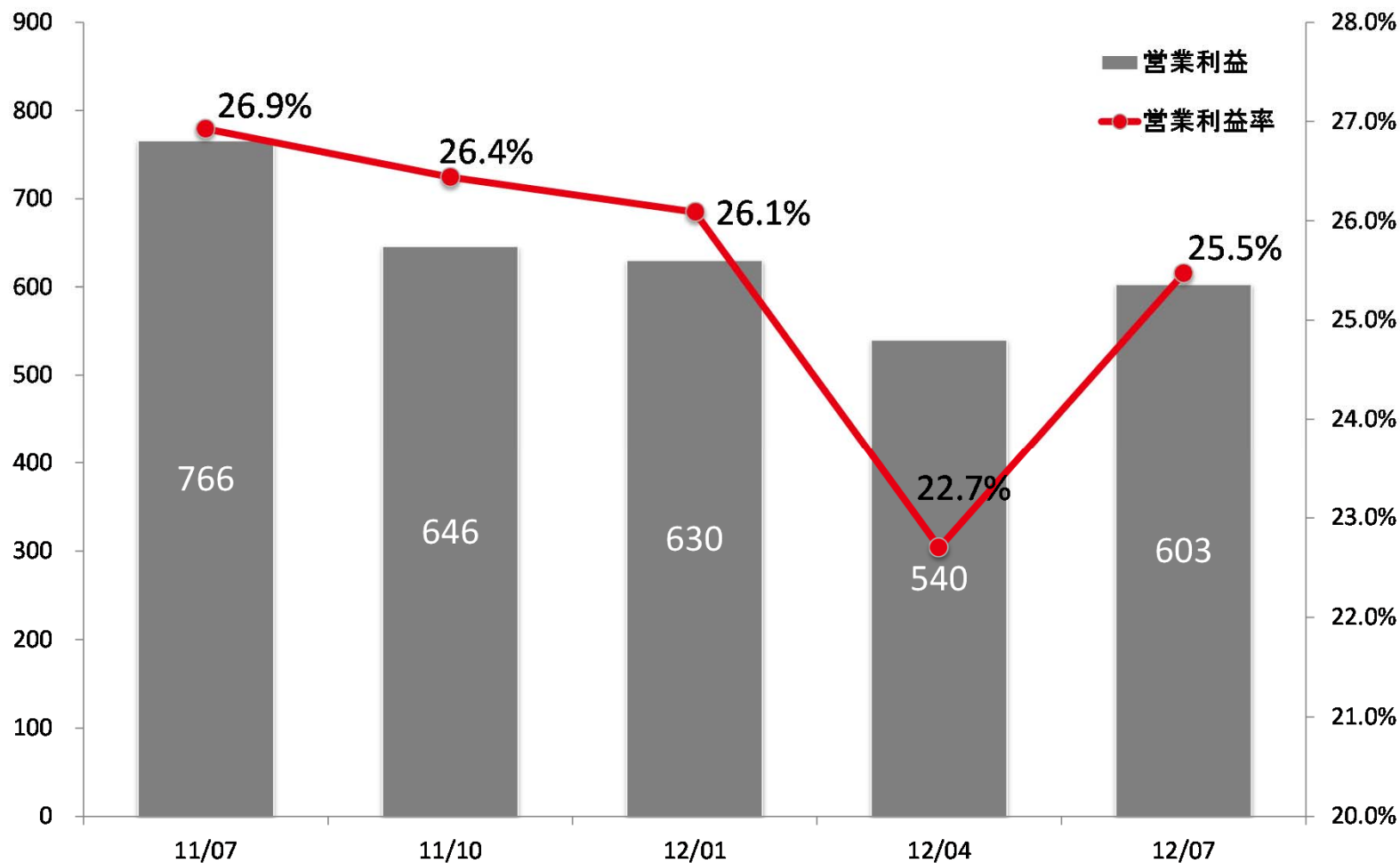
合計:189名



(注)円グラフは社員及び契約社員で構成されており、アルバイト等の臨時雇用従業員は含まれておりません。  
また、マーケティング部門は管理部門に含まれております。

# 07.連結営業利益の四半期推移

(単位:百万円)



当第1四半期は営業利益率が改善

# 08.連結B/Sサマリー

## <資産の部>

(単位:百万円)	2012年4月期 期末①	2013年4月期 第1四半期②	増減額 (②-①)
	(2012年4月末)	(2012年7月末)	
現金及び預金	4,296	4,145	-151
売掛金	2,091	2,095	+4
有価証券	503	503	0
商品及び製品	26	31	+5
その他	181	167	-14
<b>流動資産合計</b>	<b>7,097</b>	<b>6,941</b>	<b>-156</b>
有形固定資産合計	175	144	-31
ソフトウェア	467	479	+12
のれん	585	568	-17
その他	39	38	-1
<b>無形固定資産合計</b>	<b>1,091</b>	<b>1,085</b>	<b>-6</b>
投資有価証券	608	608	0
その他	444	502	+58
投資その他の資産合計	1,052	1,110	+58
<b>固定資産合計</b>	<b>2,319</b>	<b>2,340</b>	<b>+21</b>
<b>資産合計</b>	<b>9,417</b>	<b>9,281</b>	<b>-136</b>

## <負債・純資産の部>

	2012年4月期 期末①	2013年4月期 第1四半期②	増減額(②-①)
	(2012年4月末)	(2012年7月末)	
買掛金	332	458	+126
未払金	485	471	-14
未払法人税等	348	218	-130
ポイント引当金	14	13	-1
返品調整引当金	31	35	+4
その他	110	157	+47
<b>流動負債合計</b>	<b>1,320</b>	<b>1,352</b>	<b>+32</b>
長期借入金	62	53	-9
その他	2	1	-1
<b>固定負債合計</b>	<b>64</b>	<b>54</b>	<b>-10</b>
<b>負債合計</b>	<b>1,384</b>	<b>1,406</b>	<b>+22</b>
資本金	1,458	1,458	0
資本剰余金	1,383	1,383	0
利益剰余金	6,599	6,383	-216
自己株式	-1,495	-1,418	+77
<b>株主資本合計</b>	<b>7,945</b>	<b>7,807</b>	<b>-138</b>
新株予約権	38	0	-38
少数株主持分	48	66	+18
<b>純資産合計</b>	<b>8,032</b>	<b>7,874</b>	<b>-158</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>9,417</b>	<b>9,281</b>	<b>-136</b>

### Point 1

・主に配当金及び法人税の支払いによる現金の減少

### Point 2

・主に子会社(B×E)の受注増に伴う増加(商品リニューアル)

### Point 3

・主に配当金の支払いによる減少

## Ⅱ. 主要事業の概況

---



## コンテンツ事業

- スマートフォン向けコンテンツの対応が概ね完了
- スマートフォン向けメニューの充実化に伴って、会員数も増加
- 2012年8月より「LINE」向けに占いコンテンツの配信を開始

## コマース関連事業

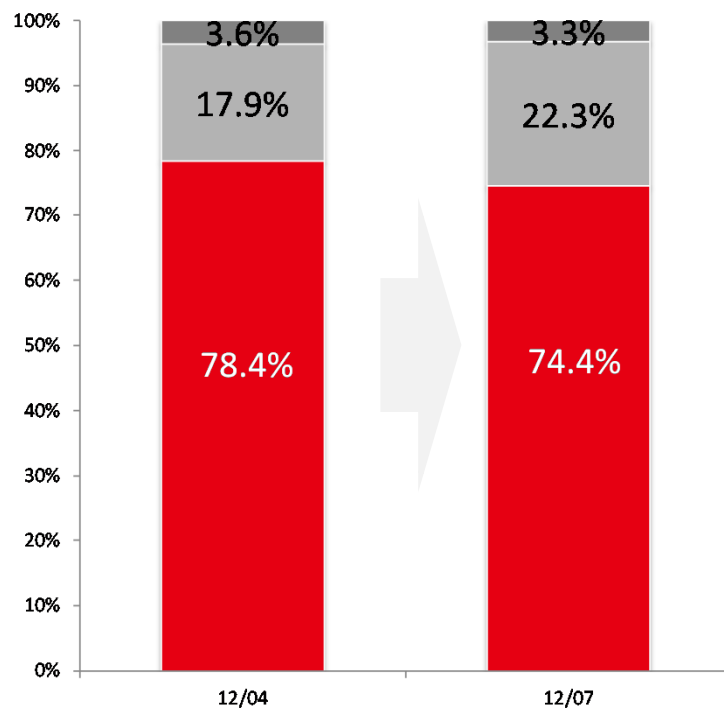
- B×E(子会社)の受注が好調に推移
  - ー2012年7月に商品リニューアルを実施(オーガニックシャンプー「rinRen/凜恋」)
  - ーTVCMが8月に全国放送
- 新たなジャンルのコマースサイトの立ち上げ  
(男性商品を対象とした「藤巻百貨店」、ベビー用品を対象とした「cuna select」)

## その他

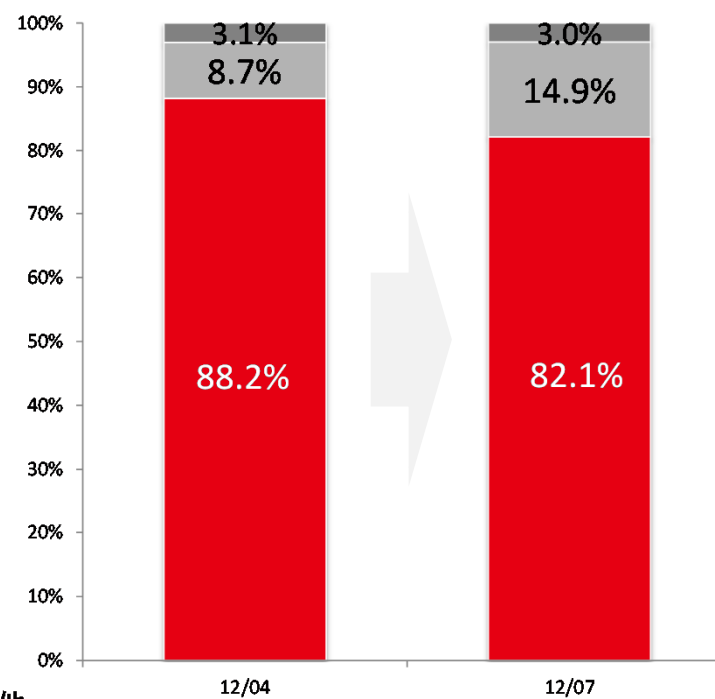
- 1Q中に「前略プロフィール」のシステム移管が完了。今後の本格始動に向け、リニューアル等の先行コストが増加  
(2012年8月、新機能「前略インタビュー」を付加したスマホ向けサイトのリニューアルを発表)

# 10.連結セグメント別収益構成

■ 連結セグメント別売上構成比



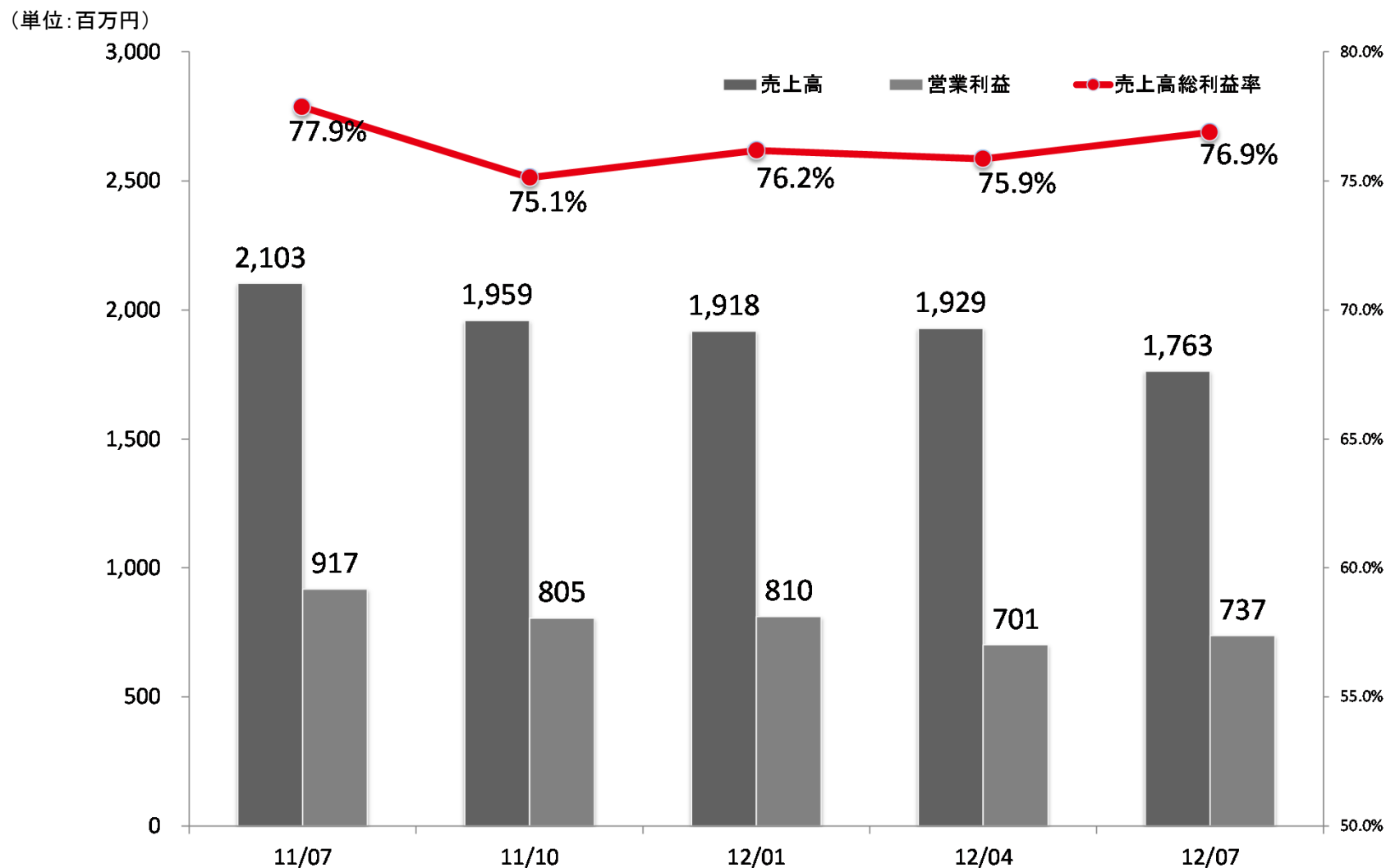
■ 連結セグメント別売上総利益構成比



- その他
- コマース関連事業
- コンテンツ事業

コマース関連事業の収益改善等により、  
コンテンツ事業の割合は前期末より減少

# 11.コンテンツ事業①: 四半期業績推移



フィーチャーフォンの会員減少の影響を受け  
売上は減少したものの、営業利益は前4Qより改善

# 12.コンテンツ事業②: 主な費用

ZAPPALLAS

(単位: 百万円)

費目		2012年4月期 第1四半期	対売上 比率	2013年4月期 第1四半期	対売上 比率
原価	労務費	102	4.9%	104	5.9%
	ロイヤリティ(*1)	211	10.1%	167	9.5%
	外注費	102	4.9%	81	4.6%
	その他	49	2.3%	54	3.1%
販管費	人件費	22	1.1%	23	1.3%
	広告宣伝費	384	18.3%	331	18.8%
	回収代行手数料	242	11.5%	213	12.1%
	その他	70	3.4%	48	2.8%

(\*1): 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。

(\*2): 連結相殺前の数値で比較しております。

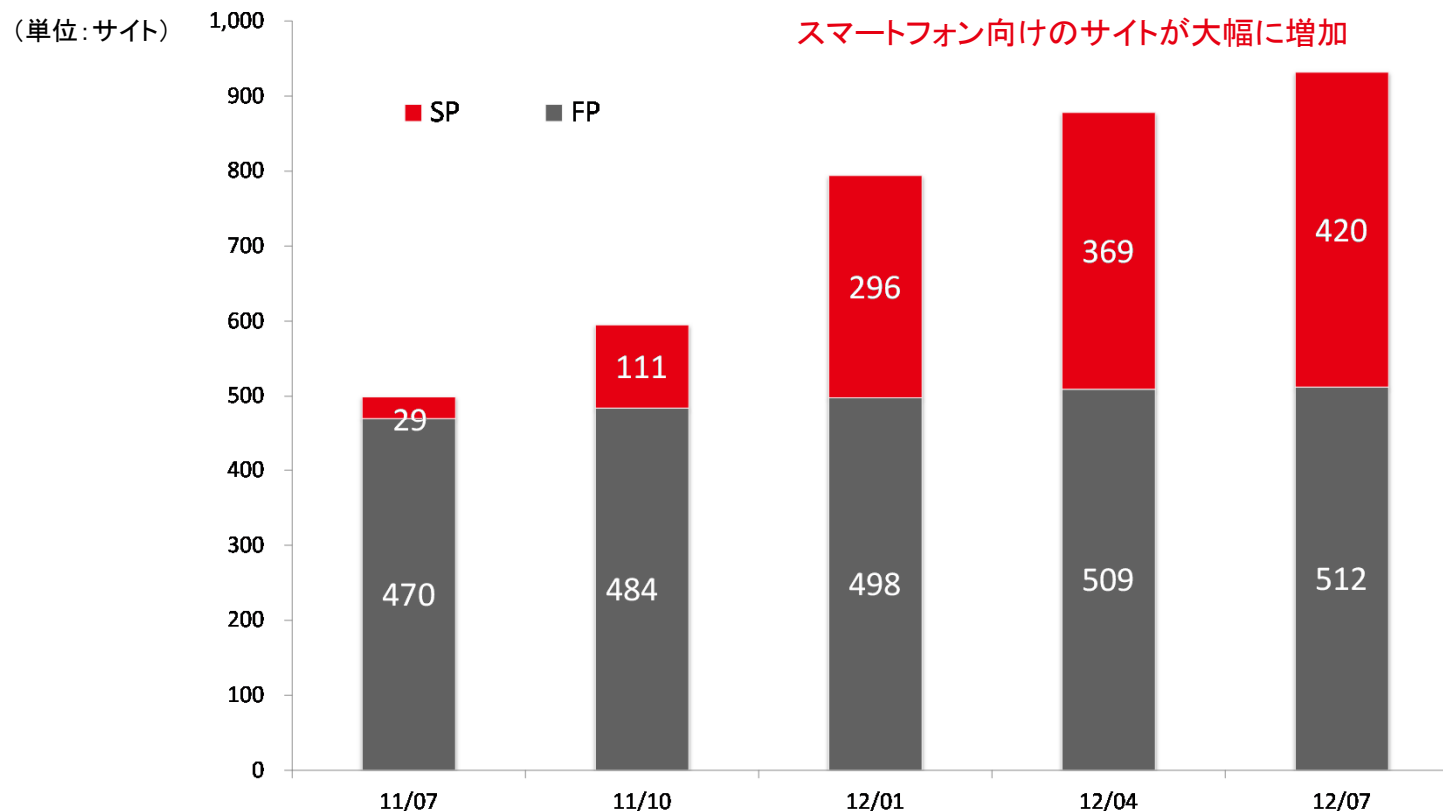
- 原価は売上減によりロイヤリティ・外注費は減少
- 販管費は、売上比率ではほぼ同水準で推移



# 13. 提供サイト数の推移(プラットフォーム別\*)

\*当社の提供サイトは、フィーチャーフォン(FP)・スマートフォン(SP)・PCの各プラットフォームごとに提供しています。

## ■FP・SP向けの提供サイト数



(注) FPIは月額課金のキャリア公式サイト数、SPIは月額課金、個別課金、ダウンロードアプリ等を含めたサイト数の推移を提示しています。

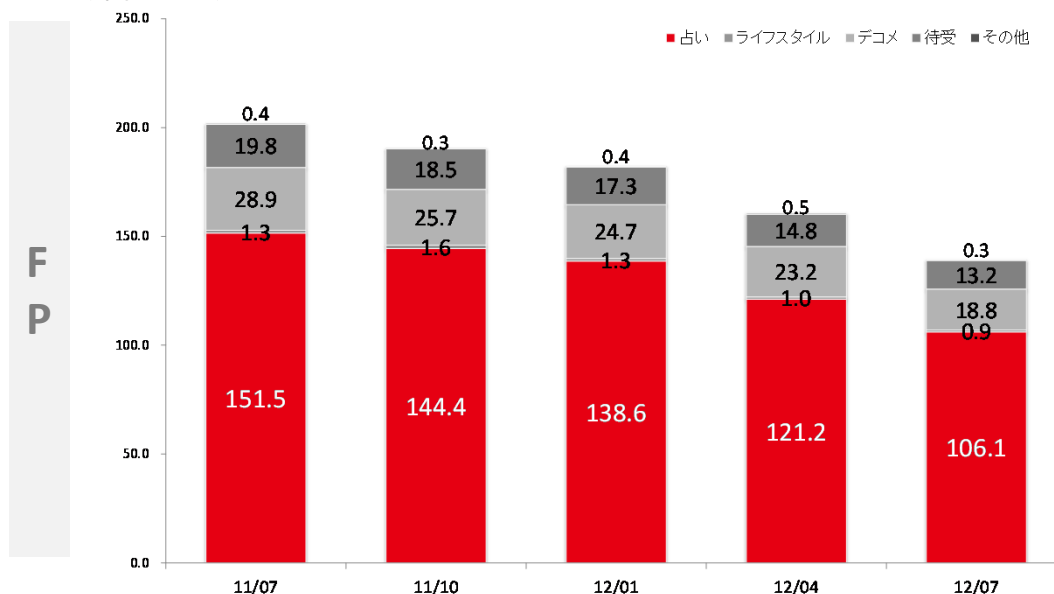
(単位:サイト)

	10/07	10/10	11/01	11/04	11/07	11/10	12/01	12/04	12/7
PCコンテンツ 新規投入数	29	32	37	53	51	44	42	33	33

(注) ISP公式コンテンツに加えて、11/04期から自社サイト(cocoloni本格占い館)への投入数も含んでいます。なお、PCコンテンツは個別課金となります。

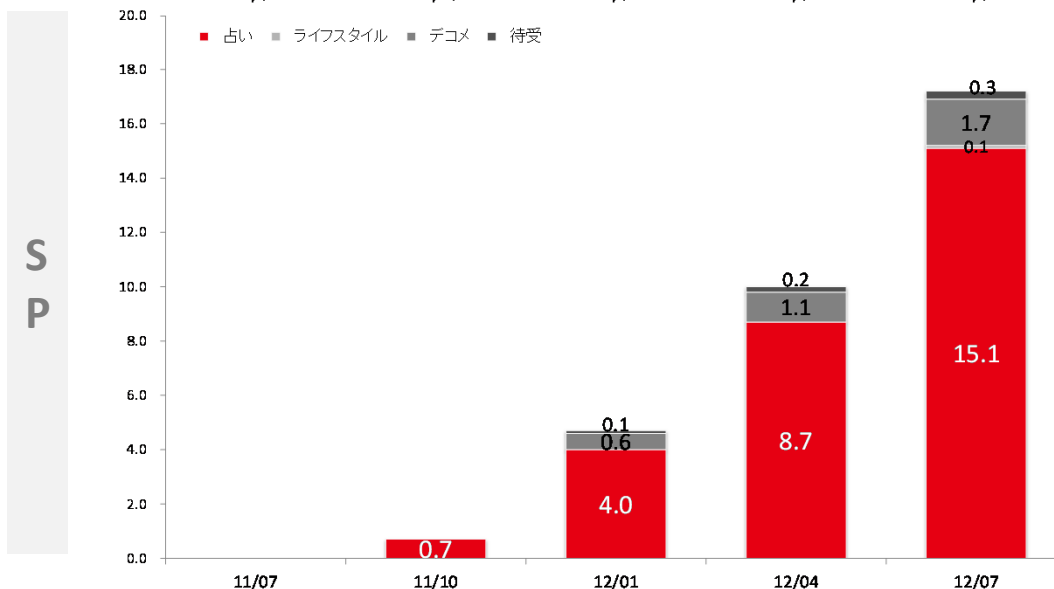
# 14.月額課金会員数の推移(プラットフォーム別)

(単位:万人)



←フィーチャーフォン会員は引き続き減少

(2013年4月期1Q末現在139.5万人)

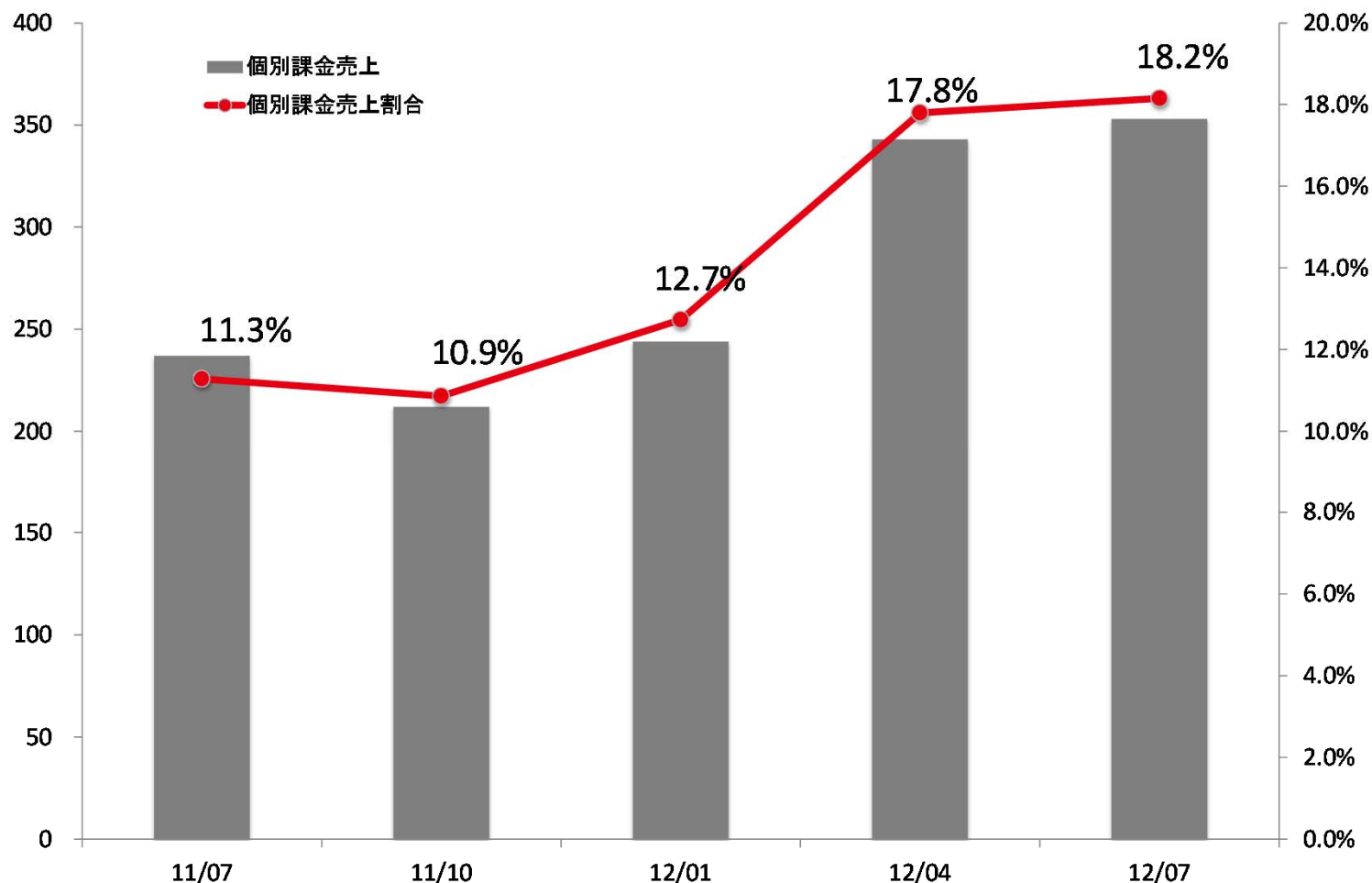


←スマートフォン会員は着実に増加

(2013年4月期1Q末現在17.4万人)

# 15.個別課金の売上推移 (FP+SP+PC)

(単位:百万円)



(注) FPおよびPCの個別課金売上は会計上の数値を用いております。

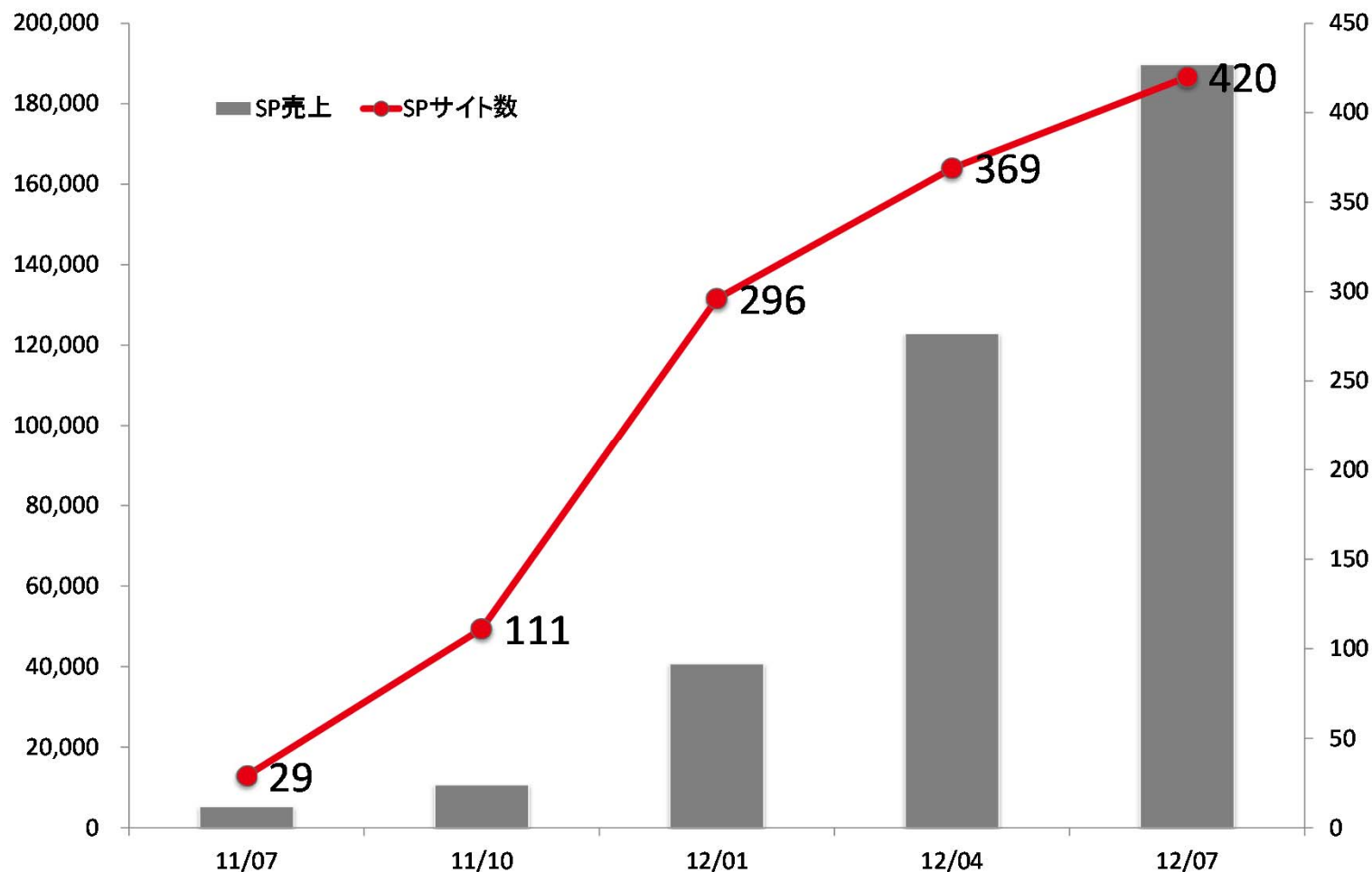
また、SPの個別課金売上はSP売上合計額から、課金対象者数を基に算出した月額課金売上数値を引いた概算数値を用いております。

**コンテンツ事業売上に占める個別課金売上の割合は増加傾向**

# 16.スマートフォンの状況

(単位:千円)

(単位:サイト)

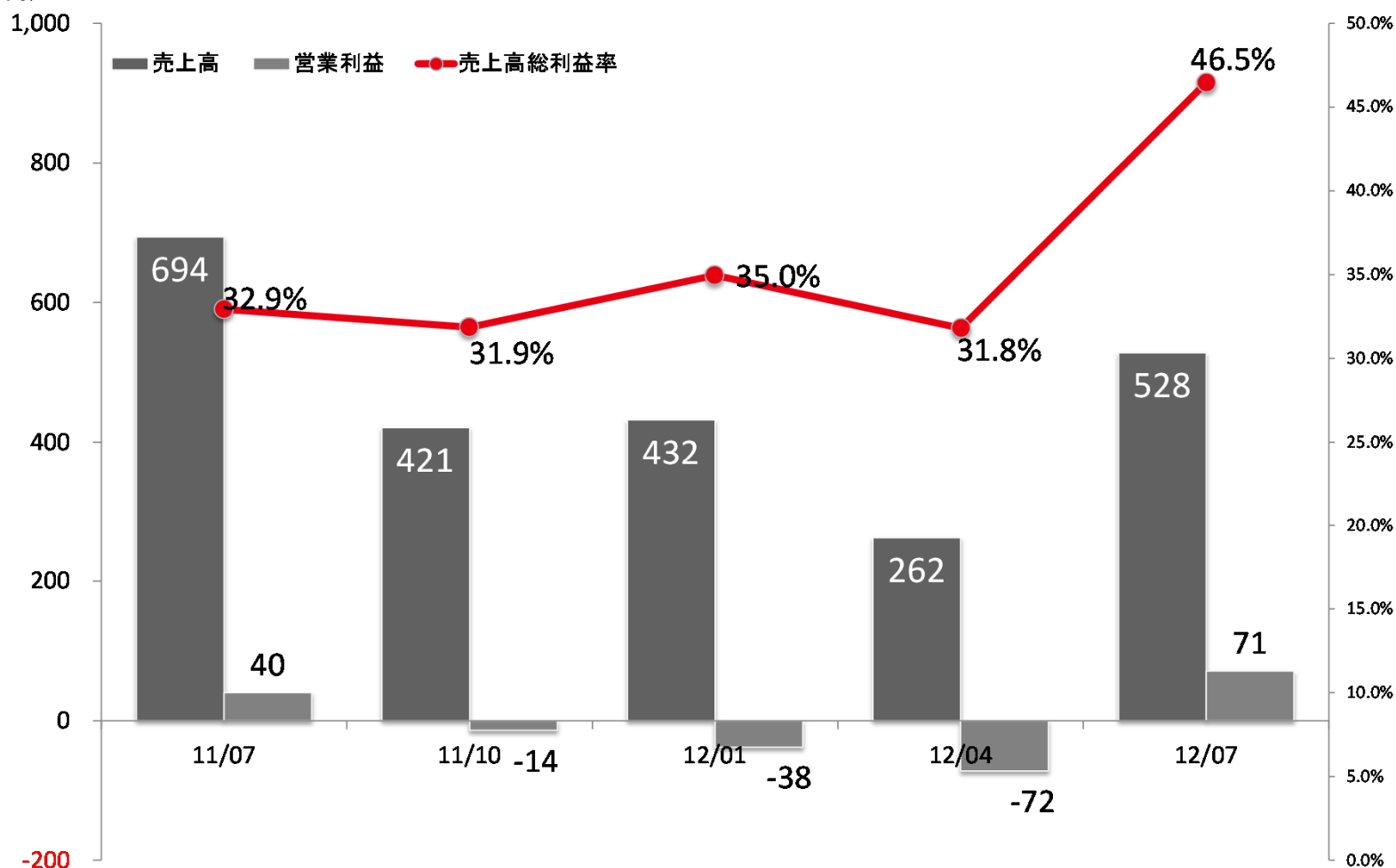


月額課金サイト数の増加や新メニューの充実に伴い、  
スマートフォン売上は増加

# 17.コマース関連事業①：四半期業績推移

ZAPPALLAS

(単位:百万円)



自社商品を販売するB×Eの子会社化により、  
売上高総利益率は上昇

# 18.コマース関連事業②: 主な費用

ZAPPALLAS

(単位: 百万円)

費目		2012年4月期 第1四半期	対売上 比率	2013年4月期 第1四半期	対売上 比率
原価	商品原価	389	56.0%	274	51.9%
	荷造運搬費	77	11.1%	8	1.7%
	その他	0	0%	0	0%
販管費	人件費	46	6.7%	54	10.3%
	広告宣伝費	48	6.9%	21	4.1%
	支払手数料(*1)	27	3.9%	13	2.6%
	地代家賃	12	1.9%	17	3.3%
	その他	53	7.7%	54	10.4%

(\*1): 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。

(\*2): 連結相殺前の数値で比較しております。

(\*3): 前期1Qは携帯販売代理事業を営む子会社(ジープラス)が連結対象(前期中に清算完了)であり、当1Qはオーガニックコスメを販売する子会社B×E(ビーバイイー)が連結対象(前期3Qに子会社化)となっております。

- 当社モバイルコマースの出荷量の減少に伴い、荷造運搬費が減少
- B×Eは卸販売が中心のため、コスト構造が変化

## IV. 2013年4月期業績予想(進捗)

---



# 19.連結業績計画

(単位:百万円)	2012年4月期 (2Q累計予想)		対前期増減率	2013年4月期 (期末予想)		対前期増減率
	金額	売上比		金額	売上比	
売上高	5,000	100.0%	-5.5%	12,000	100.0%	+19.0%
営業利益	820	16.4%	-42.0%	2,200	18.3%	-14.8%
経常利益	820	16.4%	-42.1%	2,200	18.3%	-15.2%
当期純利益	508	10.2%	-39.0%	1,326	11.1%	-16.0%

## 2013年4月期業績計画Points

- ・売上の増加要因:コンテンツ事業に加え、子会社B×Eを含めたコマース関連事業が貢献
- ・減益の要因:コストの最適化に努める一方、今後注力していく分野への投資等を計画

## 1Qの進捗状況

- ・2012年4月期2Q累計の業績計画に対して、売上高47%、経常利益74%、純利益69%の進捗
- ・1Q時点において、概ね計画通りに進捗しており、通期業績計画の変更はなし



## 20. 2013年4月期利益配当(予想)

ZAPPALLAS

### ザッパラス配当方針

- ・株主の皆様への利益還元を重要な課題として認識し、必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を実施していくことが当社の利益配分に関する基本方針
- ・**個別当期純利益に対する配当性向30%を目途**とし、各期の経営成績に加え、内部留保の充実と事業投資等を総合的に勘案し、每期検討していく

	2013年4月期 (予想)	2012年4月期 (実績)
1株当たり期末配当額	<u>4,200円</u>	4,200円

2013年4月期配当(予想)については、前期と同額を継続  
個別当期純利益に対する配当性向39.6%

## IV. 参考資料①:2013年4月期事業戦略

---



1

「cocoloni」を占いの代名詞へ

2

スマホ戦線、守りから攻めへ

3

ライフタイムプラットフォームへ

## 02. 「cocoloni」を占いの代名詞へ



- ザッパラスの占いサービス・ブランドとして「cocoloni」を策定
- 占いと言えば「cocoloni」とユーザーが想起・認知するブランドへと育成を図る。

### 現状の課題

#### 占いへのネガティブイメージ

不安を煽るようなサービスなどの存在で、利用者が一定規模で頭打ちになっている。

#### コンテンツの劣化コピー

占いコンテンツ市場で粗悪な占いコンテンツが乱造されている。

#### 認知率の不足

集客・リピート率面でのパフォーマンスが発揮しきれていない。



### ブランディングの狙い

#### 信頼された市場の創生

占いのネガティブなイメージを払拭し、cocoloniブランドのプレゼンスを出していきたい。

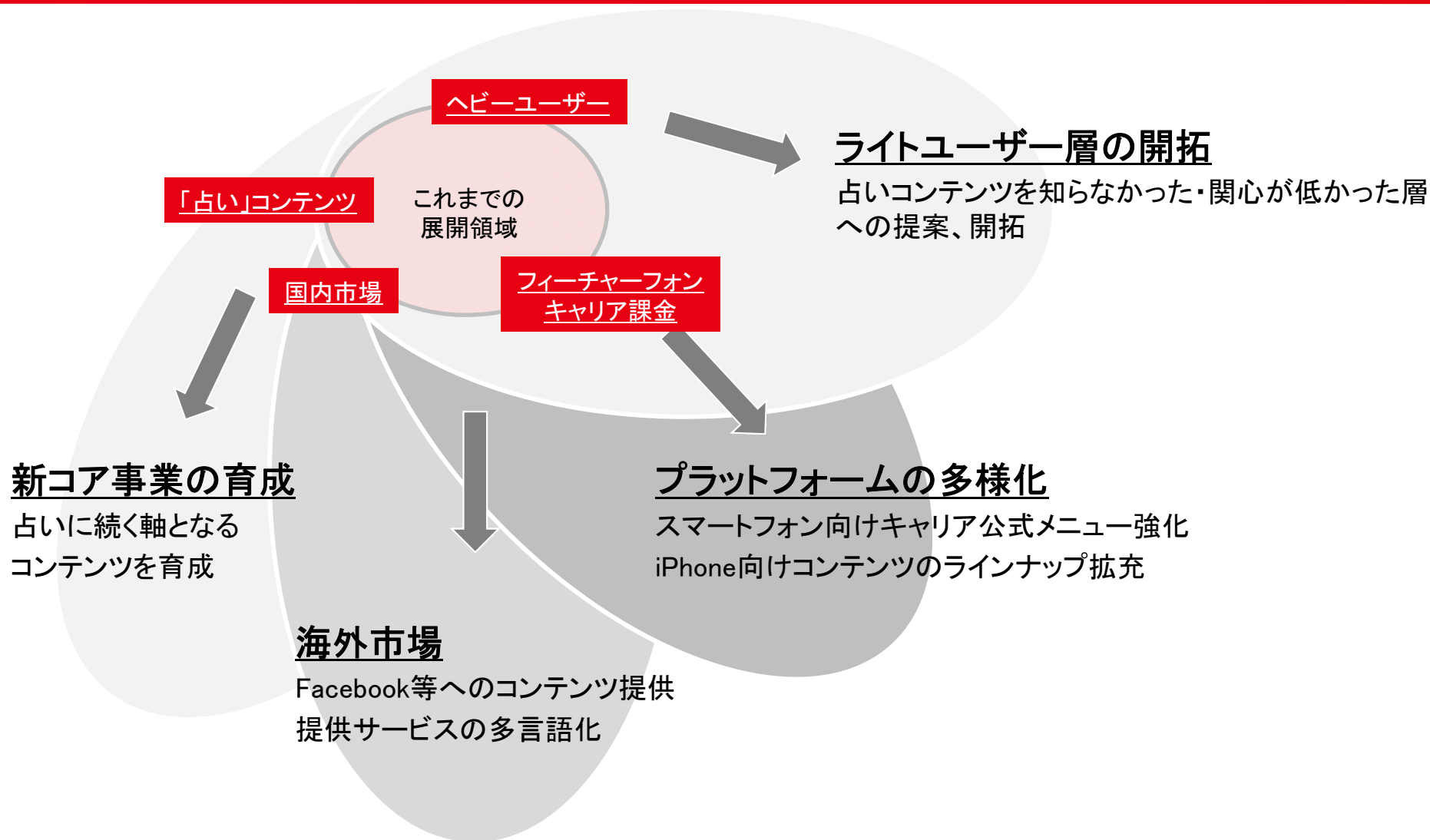
#### 差別化

差別化をはかり、品質面、価格面でユーザーへ安心感を与えたい。

#### 集客力強化と長期的関係性の形成

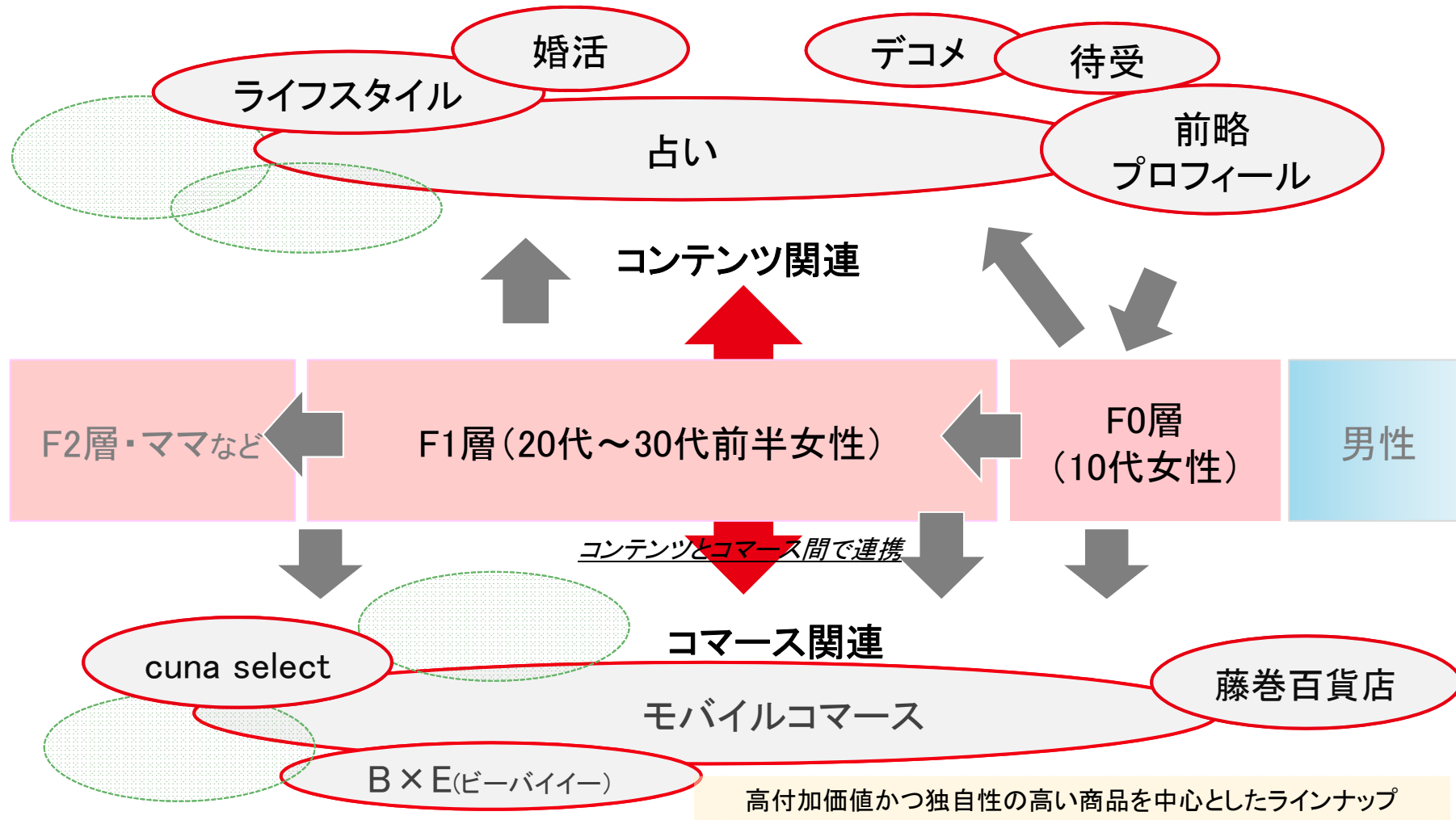
高い認知とロイヤリティで、自ら当社サービスにアクセスし、長期的に渡り利用をしてくれるユーザーを創造したい。

# 03. スマホ戦線、守りから攻めへ



スマートフォンの浸透とその市場拡大は、当社が開拓できる領域が飛躍的に拡大

# 04. 「ライフタイムプラットフォーム」へ



年代ごとの興味関心に合わせたコンテンツ・商材を提供。年齢を重ねる中で利用するサービスは変わっても、ザッパラスグループの顧客であり続けていただける仕組みを創る。

## V. 参考資料②: 会社概要

---



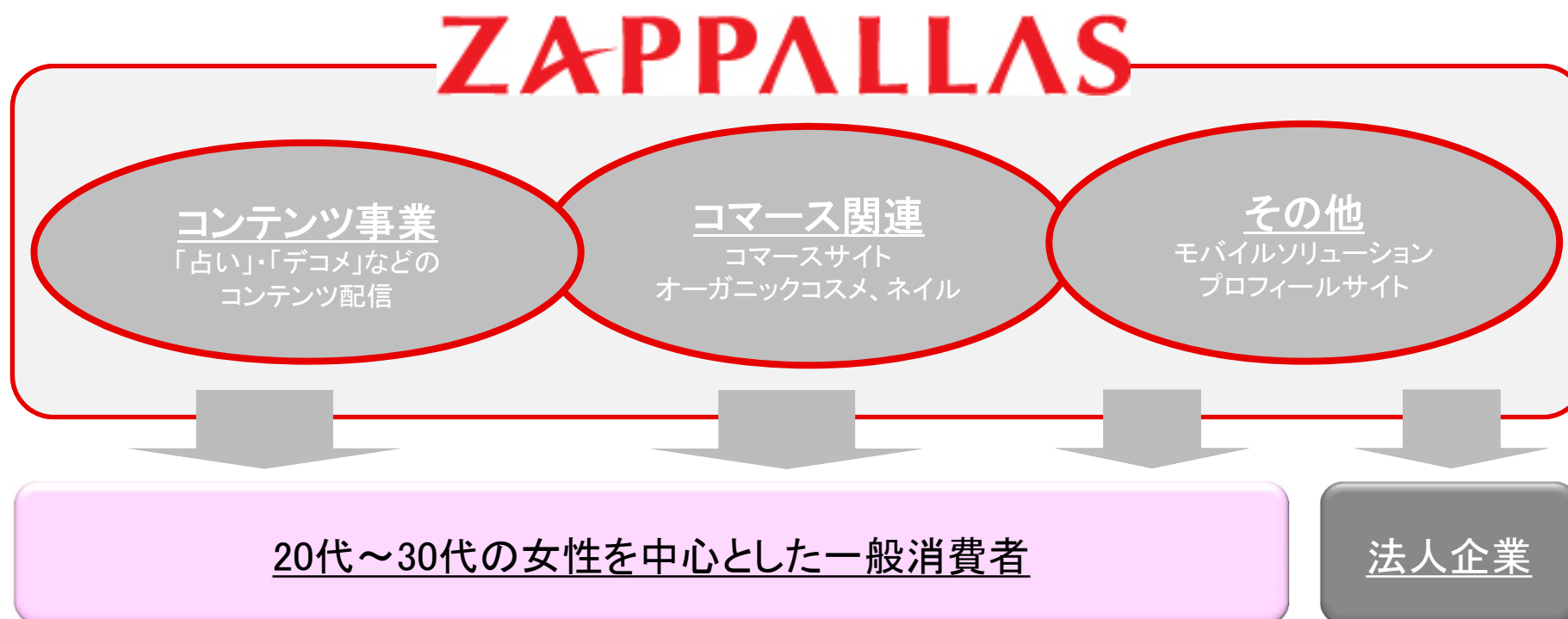
# 01. 会社概要

◆ 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	14億5,834万円（2012年7月末時点）
◆ 従業員数	連結189名（2012年7月末時点）
◆ 取締役	代表取締役会長兼社長 玉置 真理
	取締役 小楠 裕彦
	取締役 柴田 幸男
	取締役 中村 亮
	取締役 小林 真人
	取締役(社外) 美澤 臣一
	常勤監査役(社外) 山口 豊義
	監査役 山崎 浩史
	監査役(社外) 井上 昌治(弁護士)
	監査役(社外) 濱村 則久(公認会計士)

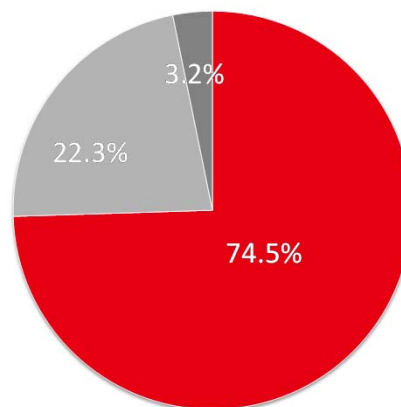


## 02. ザッパラスの事業領域

ZAPPALLAS

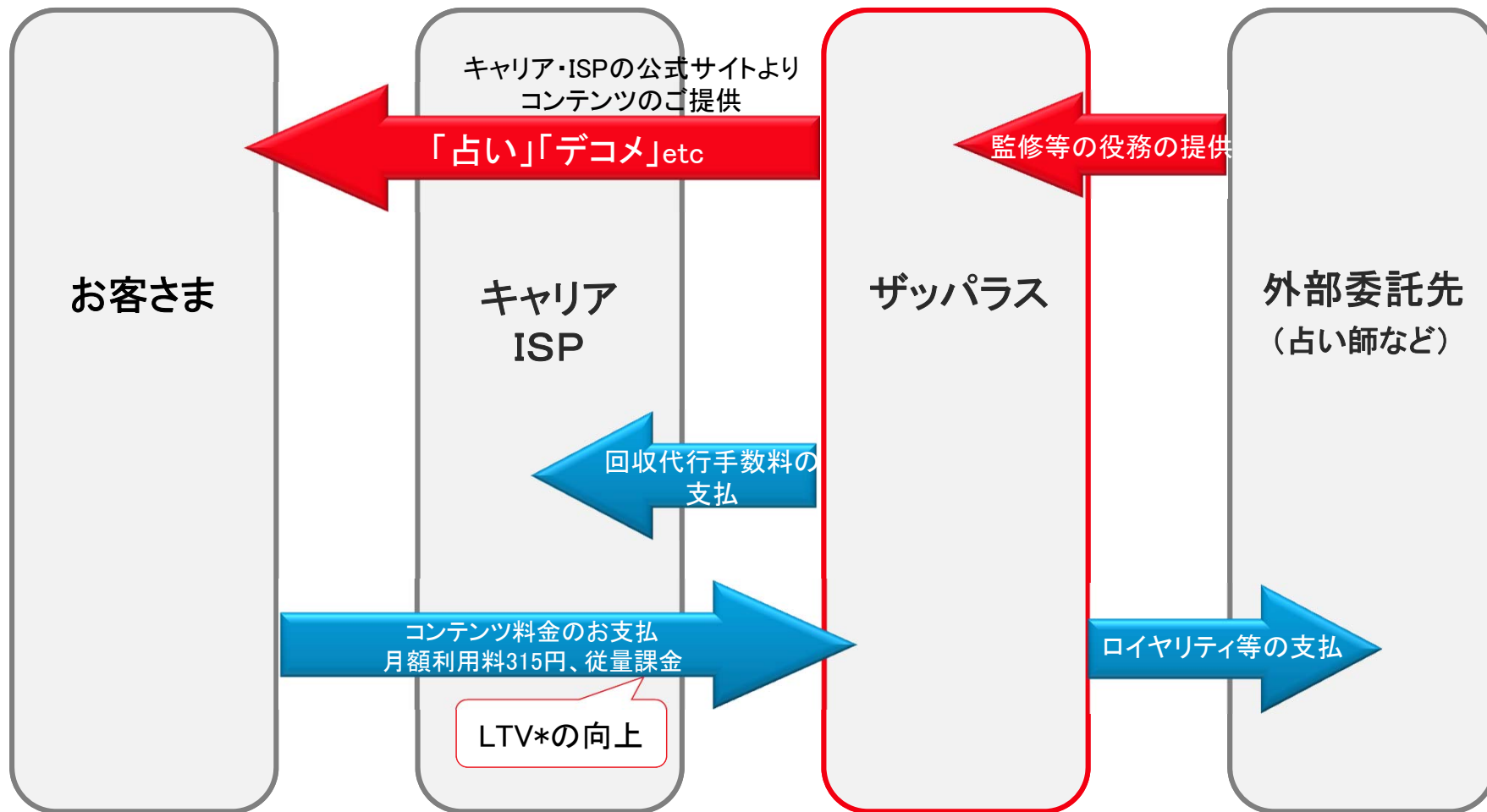


■セグメント別売上構成  
(2012年7月末現在)



■コンテンツ事業 ■コマース関連事業 ■その他

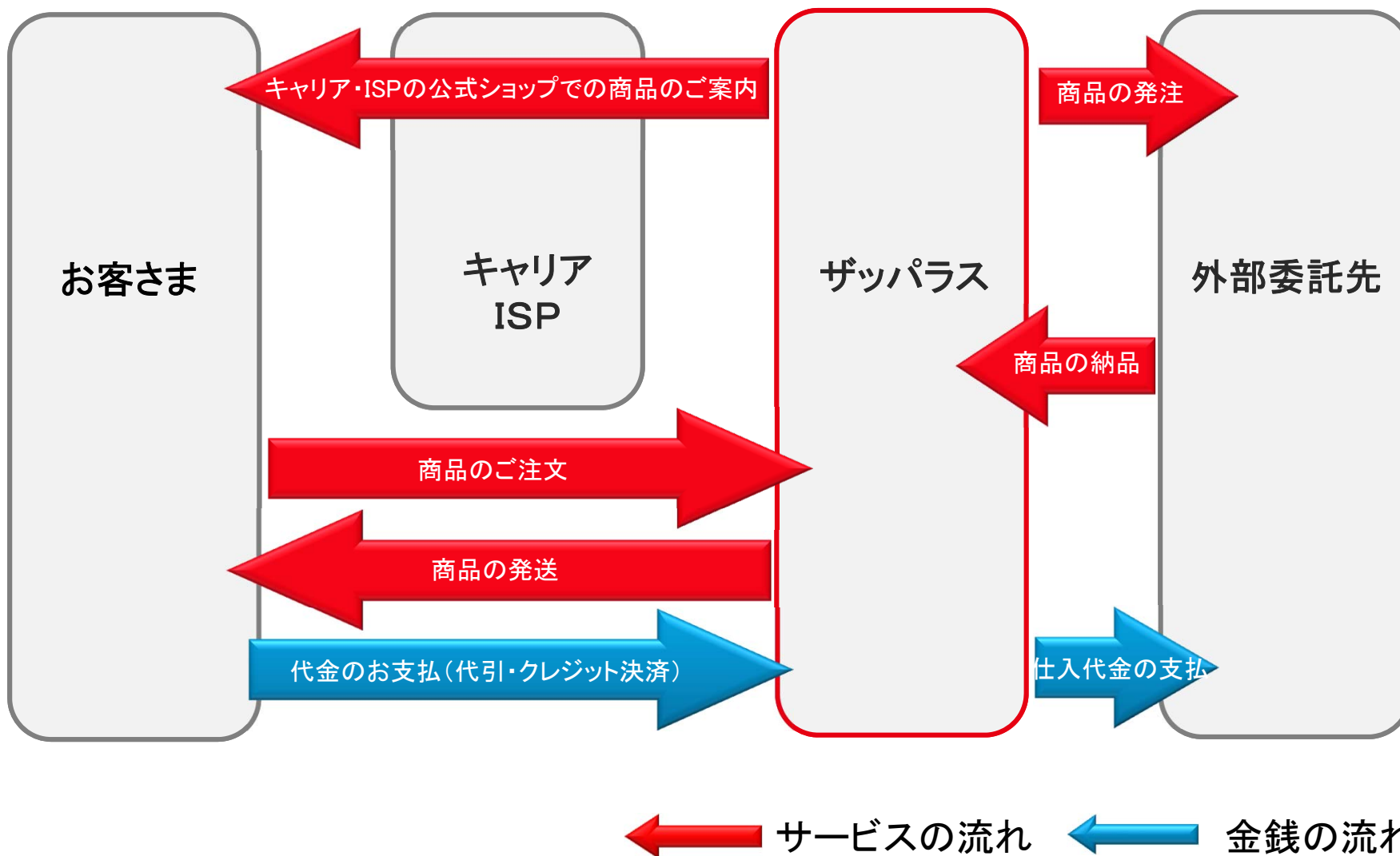
# 03. コンテンツ事業取引の流れ



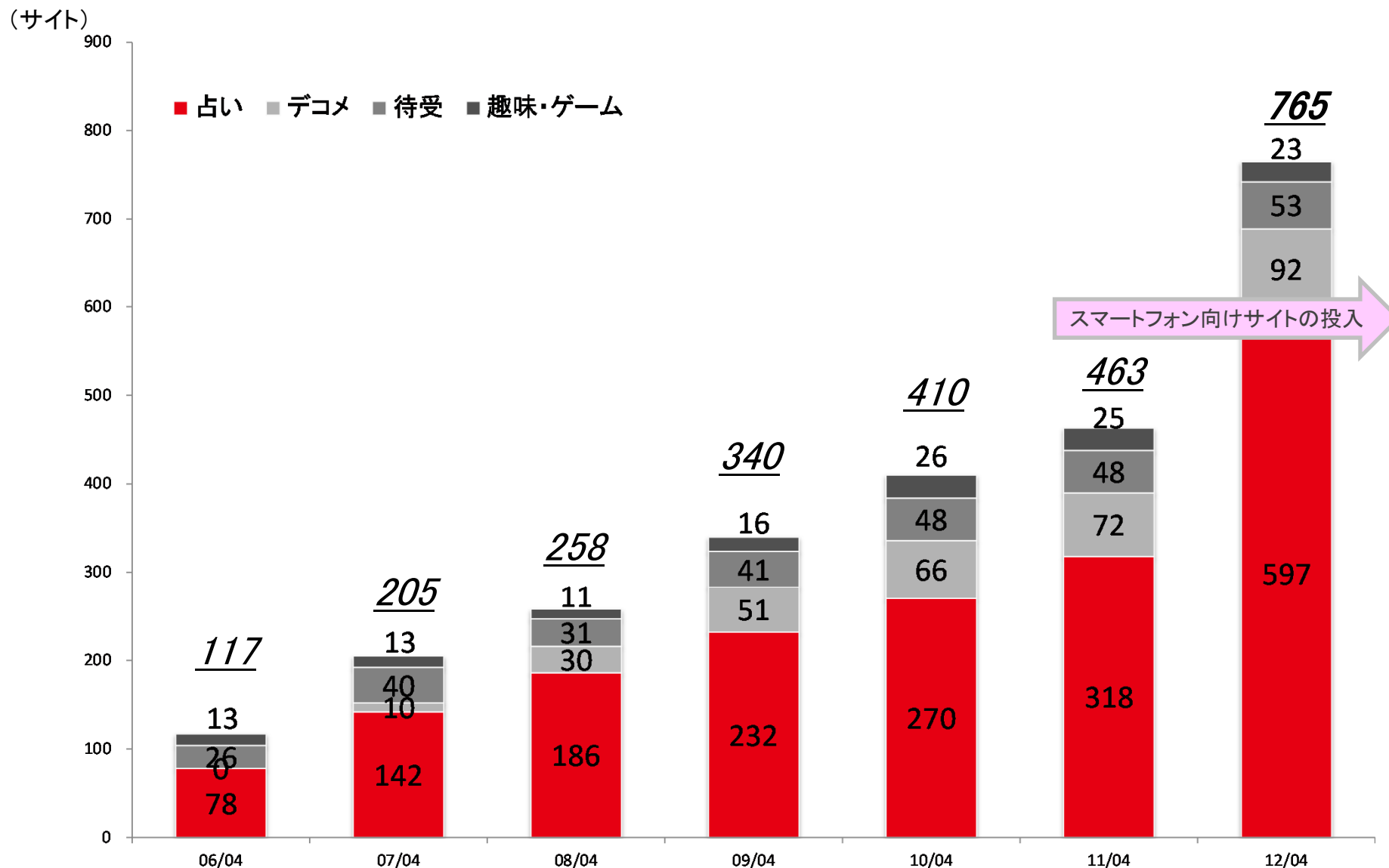
\*ライフタイムバリューの略。顧客がその企業に対して将来的にもたらす利益のこと。

← サービスの流れ      ← 金銭の流れ

# 04. コマース関連事業取引の流れ



# 05. 強み①:コンテンツ企画制作力



※携帯向け月額課金サイト数の推移です。

# 06. 強み②: モバイル占いシェアNO.1

## ■ 占いサイトランキング

### フィーチャーフォン西洋占い

1. 予言者バート・クラーラ
2. 365誕生日大占術
3. 恋愛の神様DX
4. ★鏡リュウジ★
5. 新橋の母占霊術
6. 血液型相性診断
7. 魂の憑代◆継承霊術
8. 石井ゆかり 星読み
9. ジョンヘイズ 英国占星術
10. 運命の恋占い

### フィーチャーフォン東洋占い

1. 細木数子六星占術
2. 奇跡の力◆上地一美
3. 七曜 姓名鑑定
4. 安斎流開運鑑定
5. 究極の姓名判断
6. 新宿の母
7. 橋本京明ラスト陰陽師
8. 島田秀平 手相占い
9. 下ヨシ子流生命
10. 沖縄の父 奇跡鑑定

### スマートフォン西洋占い

1. 今日の運勢DX
2. 予言者バート・クラーラ
3. 恋愛の神様DX
4. 365誕生日大占術
5. 石井ゆかりの星読み
6. 鏡リュウジ占星術
7. ジョンヘイズ 英国占星術
8. 血液型相性診断
9. 新橋の母◆占霊術
10. 濱口善幸のタロット占い

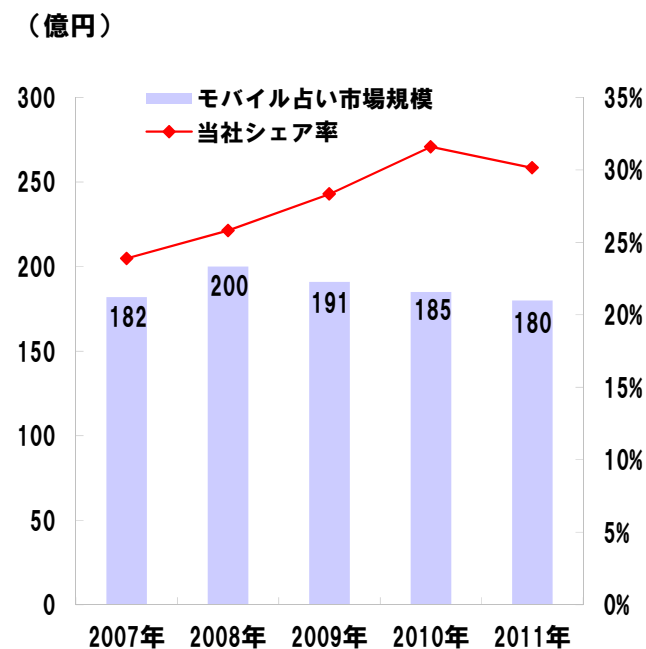
### スマートフォン東洋占い

1. 細木数子六星占術
2. 橋本京明ラスト陰陽師
3. 七曜◆姓名鑑定
4. 奇跡の力◆上地一美
5. 新宿の母
6. 銀座の母◆横田淑恵
7. 沖縄の父◆奇跡鑑定
8. 安斎流開運鑑定
9. キセキの鑑定士花凜
10. 魚ちゃん★直観鑑定

枠は当社が提供しているコンテンツ

出所: NTTドコモメニューリスト(i-mode・dmenu)  
(2012年7月末現在)

## モバイル占い市場規模推移



出所: 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム  
「2011年モバイルコンテンツ関連市場規模調査」

# 07. 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回遊モデル

