

株式会社 U S E N
2005年度8月期 決算説明会

2005年10月20日

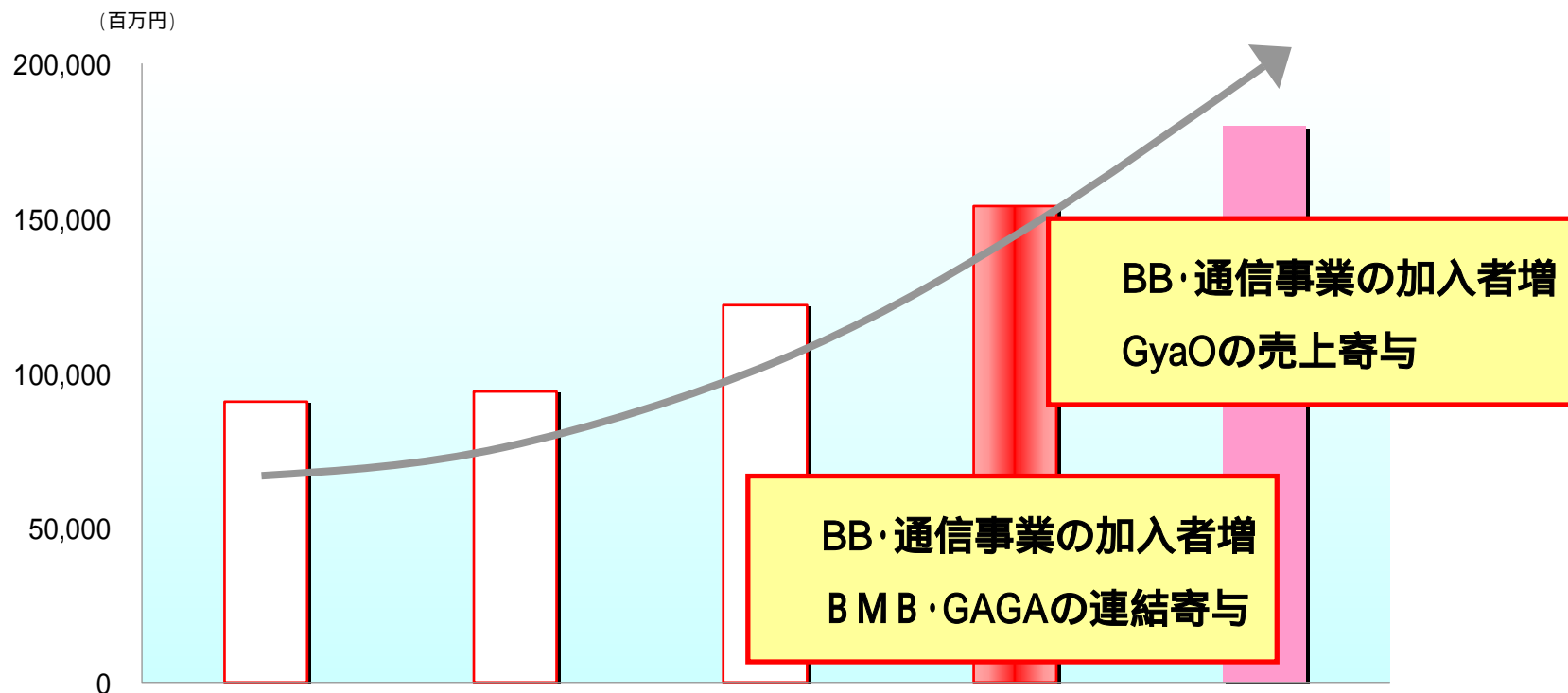
第1章 2005年8月期(第41期)決算ハイライト	2
第2章 ブロードバンド・通信事業ハイライト	7
第3章 GyaOを中核とした「Media Contents Company」へのシナリオ	10
第4章 2006年8月期(第42期)業績予想	18

第1章 2005年8月期(第41期)決算ハイライト

経営成績及び業績予想 - 売上

■ 売上の推移と予想

2002年8月期	2003年8月期	2004年8月期	2005年8月期	2006年8月期
通期 90,958	通期 93,892	通期 121,913	通期 154,148	通期 180,000(予想)



経営成績及び業績予想 - 営業利益

■ 営業利益の推移と予想

2002年8月期

通期 8,039

2003年8月期

通期 776

2004年8月期

通期 5,616

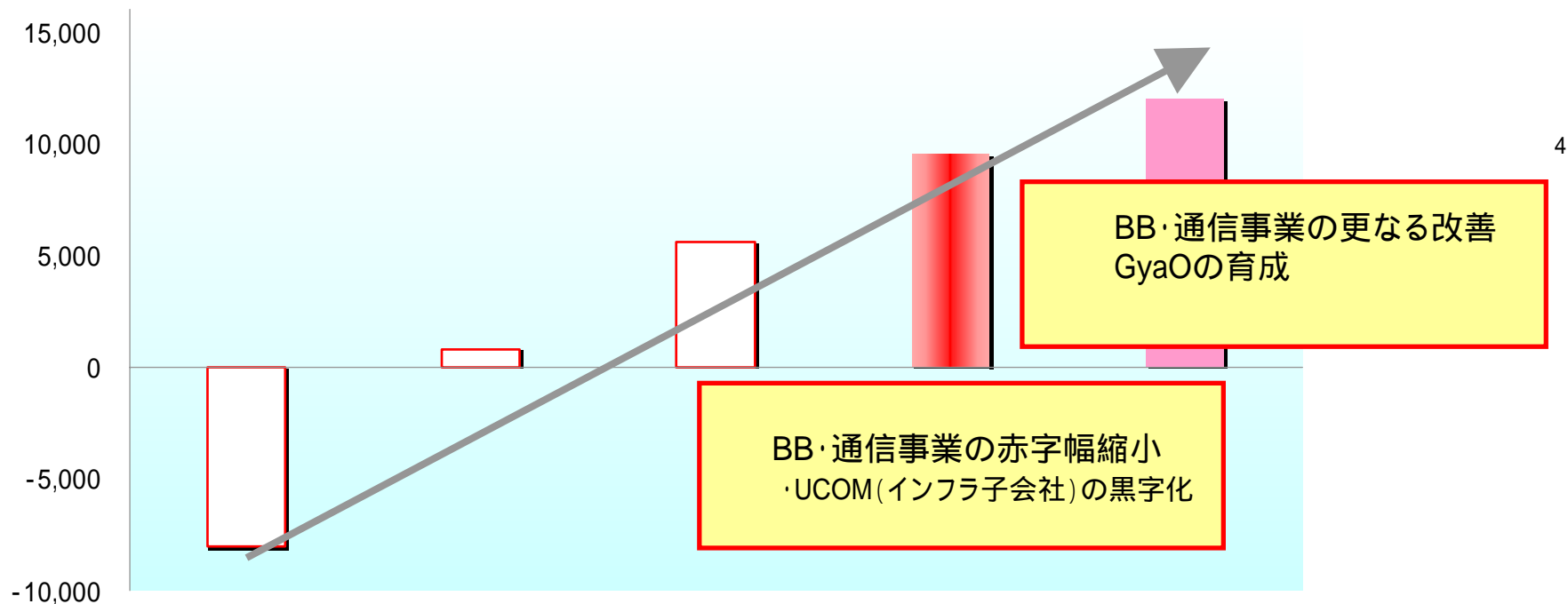
2005年8月期

通期 9,531

2006年8月期

通期 12,000(予想)

(百万円)

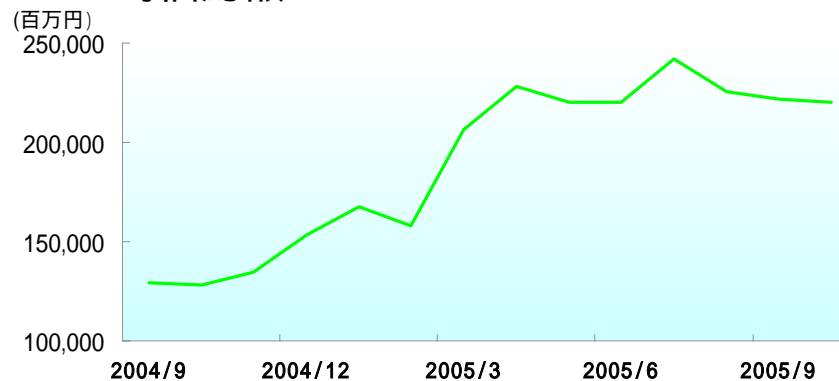


経営成績サマリー

■ 前期実績と当期実績の比較 (連結)

	前期実績 (2004.8期) (百万円)	当期実績 (2005.8期) (百万円)
売上	121,913	154,148
営業利益	5,616	9,531
経常利益	4,605	6,274
純利益	1,718	27,707

■ 時価総額



■ 減損会計処理の早期適用

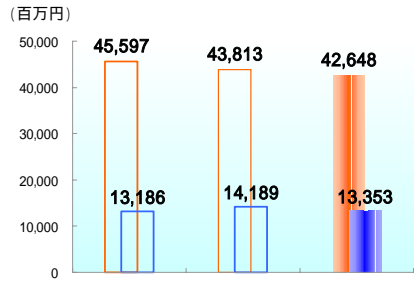
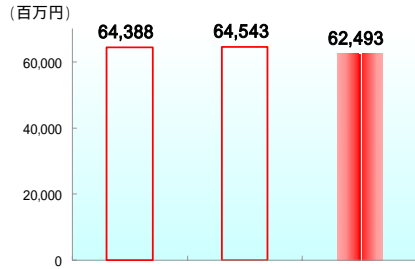
当期特別損失 (連結) 357億 (200億) 括弧内は中間期

固定資産減損損失	134億	(100億)
前払代理店手数料除却損	34億	(25億)
不要電線撤去費	27億	(9億)
貸倒引当金繰入額(特別損失)	26億	(22億)
固定資産除却損	23億	(8億)
棚卸資産評価損	23億	(6億)
関係会社株式評価損	22億	-
違約損害金	19億	(10億)
退職給付会計基準変更時差異償却	14億	(7億)
投資有価証券評価損	13億	-
その他	22億	(14億)

セグメント別サマリー

放送事業

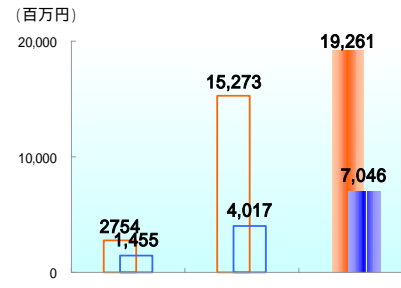
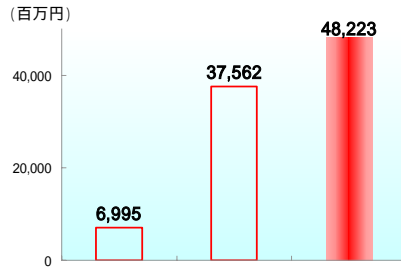
2003.8期 2004.8期 2005.8期



安定的な収益を確保

カラオケ事業

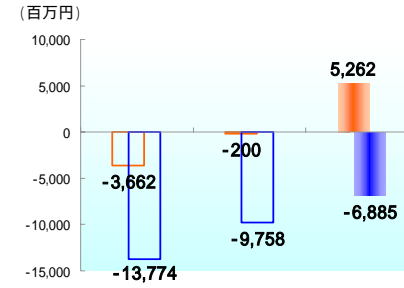
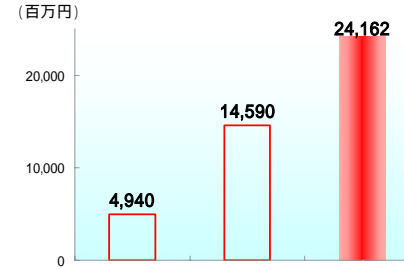
2003.8期 2004.8期 2005.8期



M & Aの効果
安定的な伸び

BB・通信事業

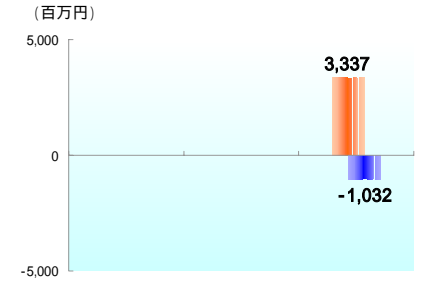
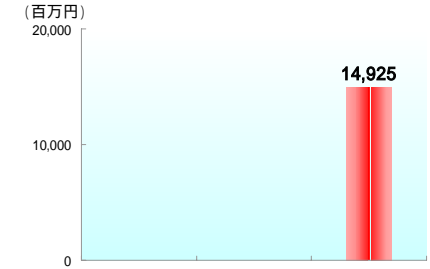
2003.8期 2004.8期 2005.8期



増収増益
今期前期より
獲得営業の積極投入

映像・コンテンツ事業

2003.8期 2004.8期 2005.8期



今後、期待する事業

*1 当期より、その他事業に含まれていた電話事業、インターネット事業をBB・通信事業へ新たに組入れ

*2 当期より、映像・コンテンツ事業を新設

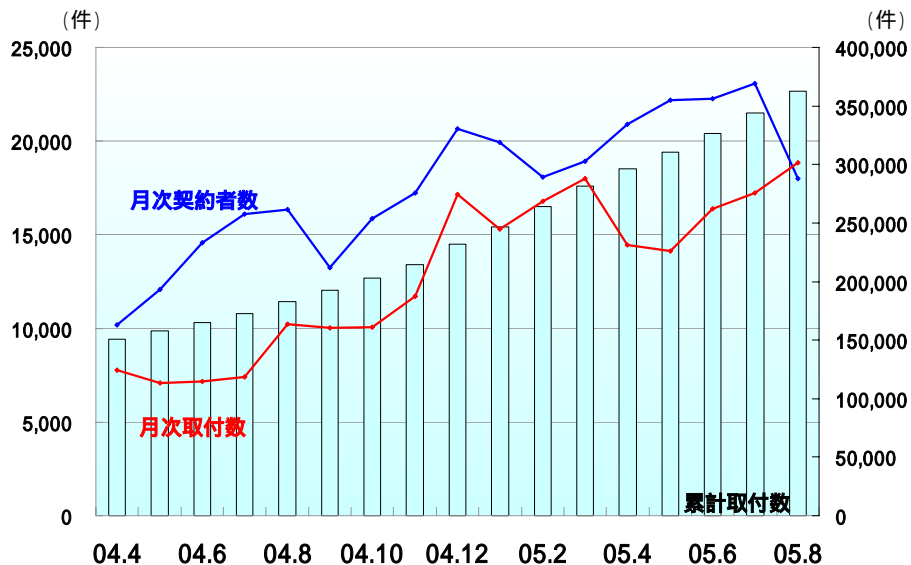
第2章 BB・通信事業ハイライト

7

BB・通信事業 - 集合住宅における顧客獲得

特化した市場で件数を伸ばし、シェアを維持している。また、都市部での集合住宅のシェアは、約40%と推測される。

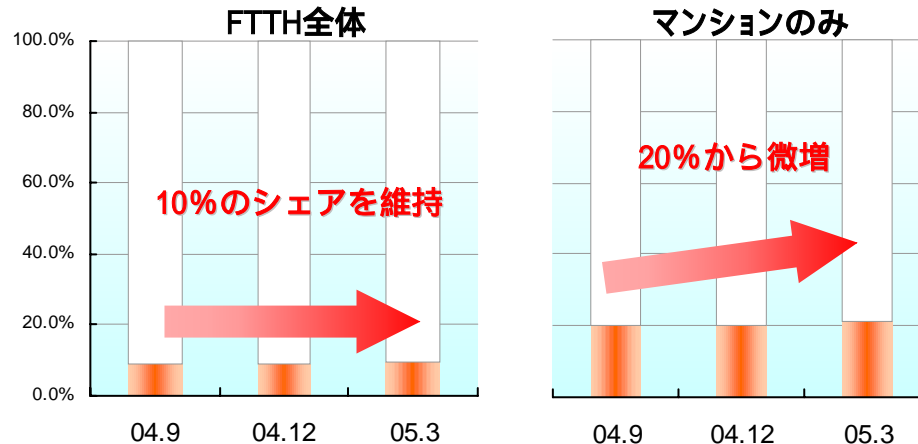
■ 月次加入者獲得状況と累計取付数



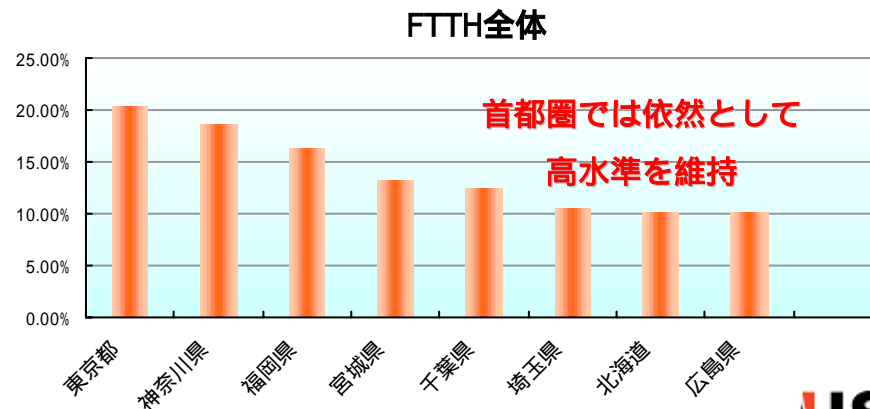
累計契約者数 530,450件
(前年同期比 177%)
累計取付数 362,828件
(前年同期比 199%)

2005年8月度の進捗状況のプレスリリースより、
契約時点から1年6ヶ月以上経過後も取付けに至っていない契約数を、
月次契約者数より差引き、新たな契約者数の定義として発表しております。

全国FTTHシェア



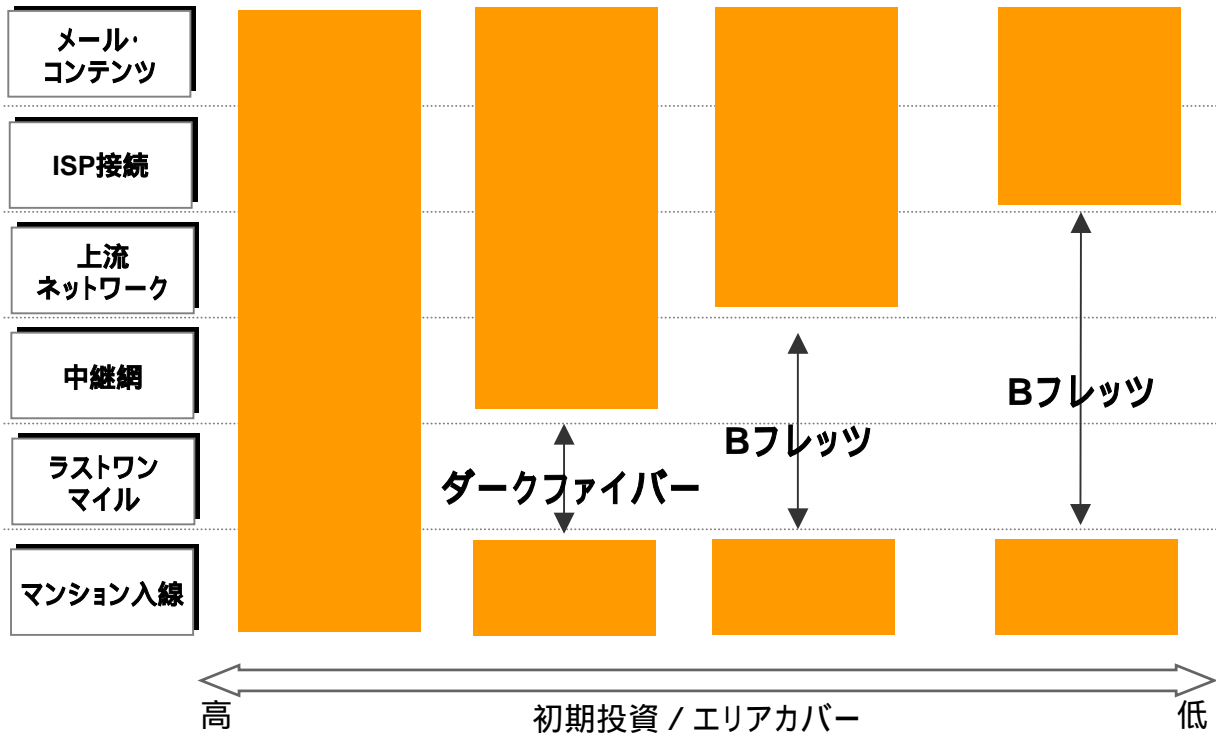
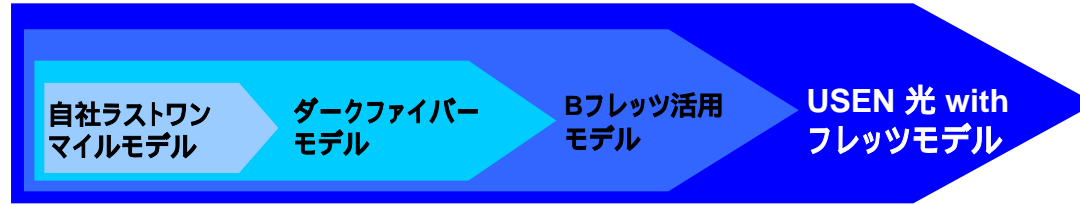
都道府県別FTTHシェア



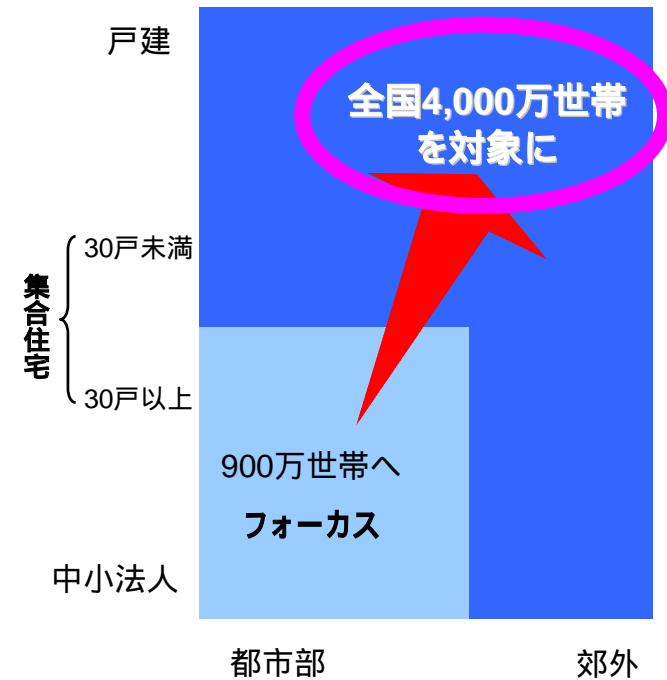
BB・通信事業 - 全国展開モデル

光ファイバーインフラ事業でのNTTとの協業により、より投資効率と収益率の高いモデルで、市場へのリーチを高める。

事業展開の推移



ポテンシャルマーケットの拡大

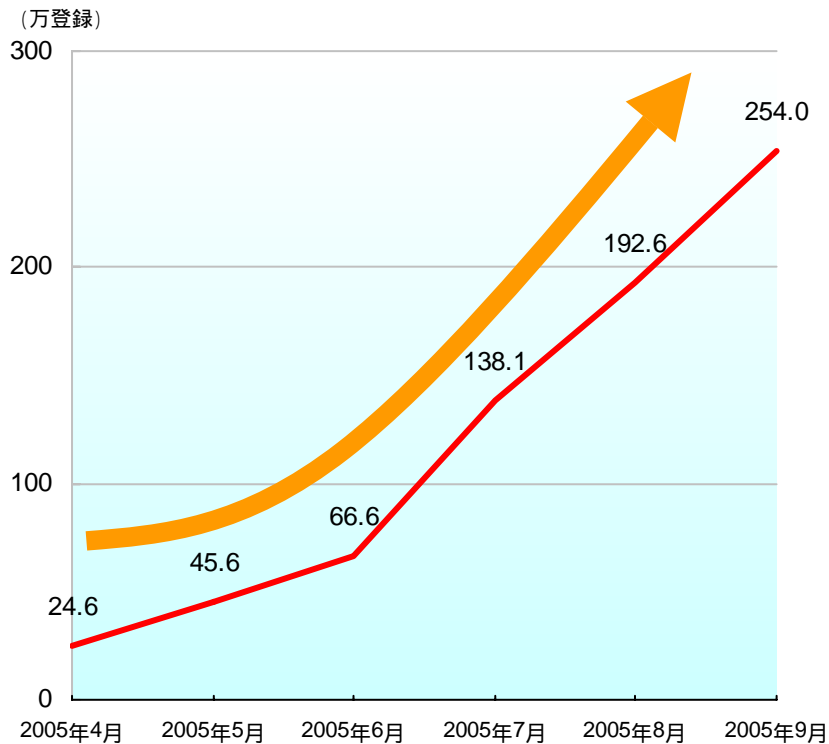


第3章 GyaOを中核とした「Media Contents Company」へのシナリオ

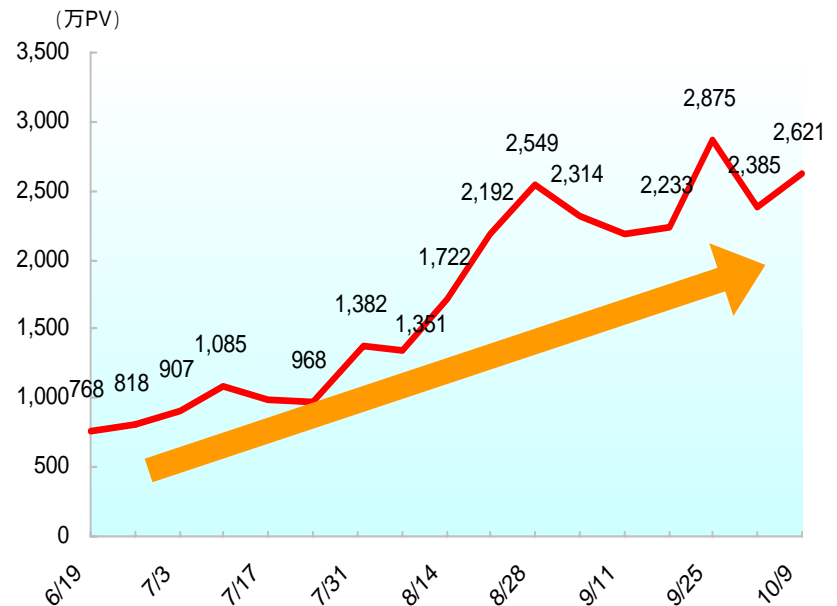
GyaOの現状 - 登録者数

圧倒的な利用者増により、予定以上の登録者数の伸びを示す。

登録者数



総ページビュー数(週次)



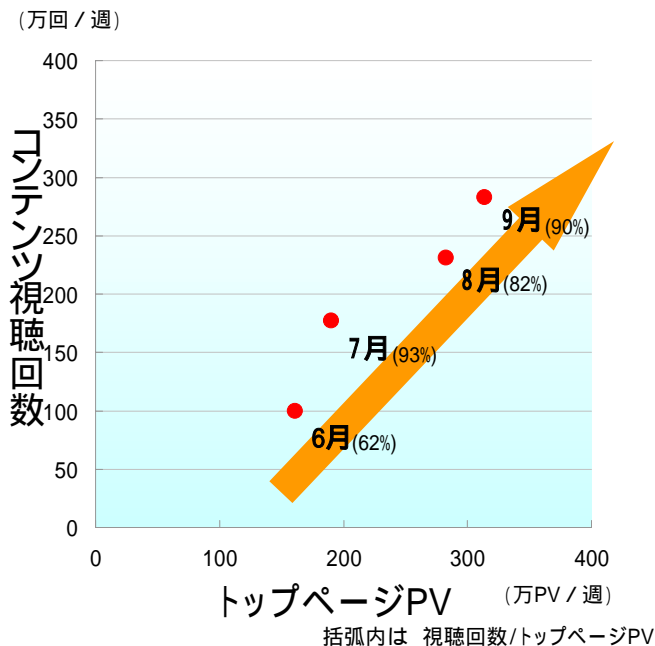
国内コンテンツポータルサイトのPVにて、1位。(Alexa Web Search)

100万PVから2倍になるまでわずか2ヶ月。

GyaOの現状 - 視聴時間

視聴回数、1人あたりの視聴時間も順調に伸びており、結果として、この事業の鍵となる総視聴時間も伸びている。

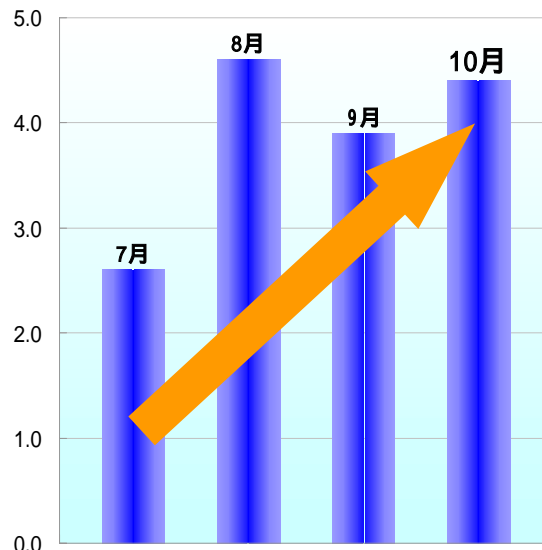
トップページPVと視聴回数との相関



PVの伸びに連動して
順調に視聴回数が伸びている。

1人の視聴時間

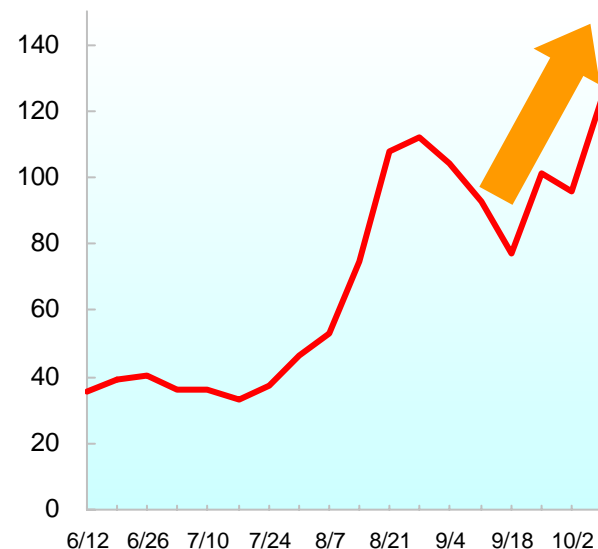
(アクティブユーザー当たりの視聴時間/月)
(時間)



1人あたり視聴時間も
伸びている。

総視聴時間(週間)

(万時間)



結果として、総視聴時間も
順調に伸びている。

GyaOの現状 - コンテンツ調達面での提携

TV局、プロダクション等との試行的配信が進んでおり、他社には追随出来ないレベルまで来ている。

TV局

TBS

TBS NEWS-iを配信

テレビ東京

TV放送後のシカゴマラソンを配信
音楽番組の放送されなかった特典映像を配信

BS朝日

音楽番組を共同製作し、互いに放送と配信

レーベル・プロダクション

AVEX

AVEX所属アーティストの新曲クリップを配信

BMB

カラオケ楽曲の配信

東芝EMIとCODE

音楽番組の配信

その他

韓国コンテンツホルダー

冬のソナタなどの人気ドラマ配信

GAGA

保有コンテンツの配信

大和証券

証券ニュースの配信

バンダイナムコホールディングス

エウレカセブンの放送と配信

TV局との良好な関係のもと、
魅力的なコンテンツの配信

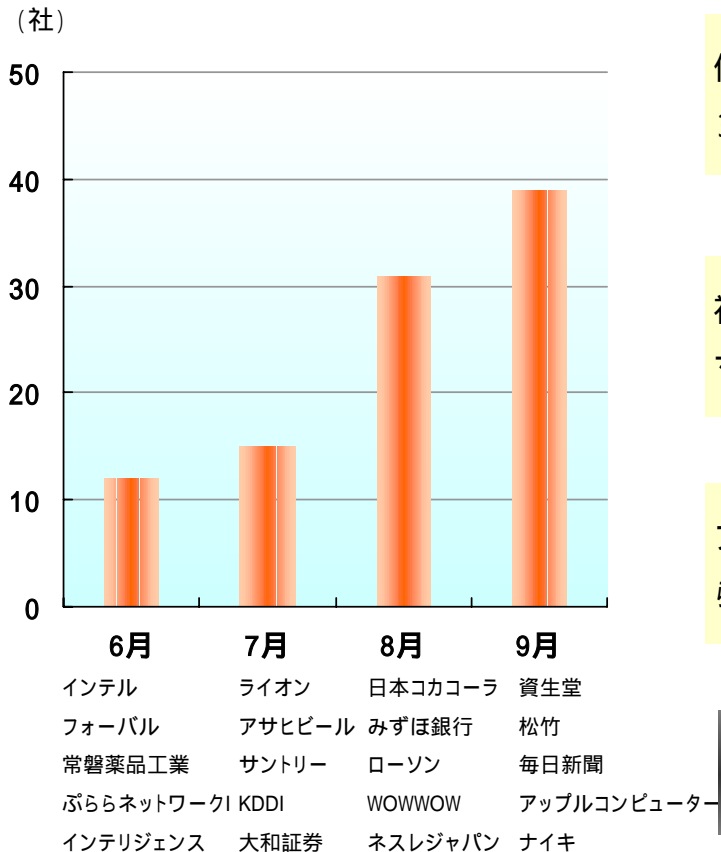
グループ会社を通し、
様々なパートナーと協業

様々なコンテンツホルダーとの
Win - Winの関係

GyaOの現状 - 広告認知

クライアントからメディアとして認知されつつある。又、ユーザーからの広告としての認知も高い。

クライアント数の推移



クライアントからの評価

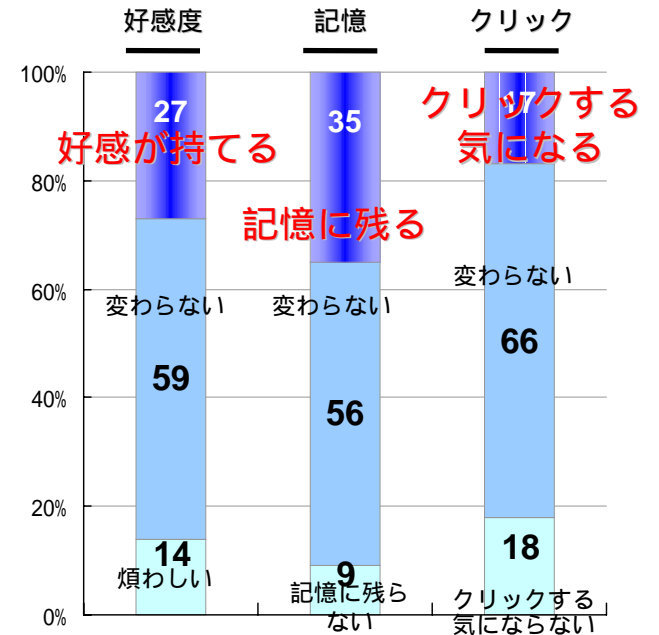
他メディアより、ターゲットの視聴指標が3倍良かった。

視聴ターゲットのデータ分析ができ、マーケティングにも便利なメディアである。

ブランドの確立や、商品力の訴求性を上げられるターゲット別広告に期待している。

新しいメディアとして、期待されている。

視聴者からの評価



従来の広告と比較し好印象をもたれている。

USENグループの競合優位 - NTTグループとの協業

インフラ、コンテンツ面でNTTグループと協調関係を組むことで、BB上で起こる“通信・放送融合市場”での覇者となることを目指す。

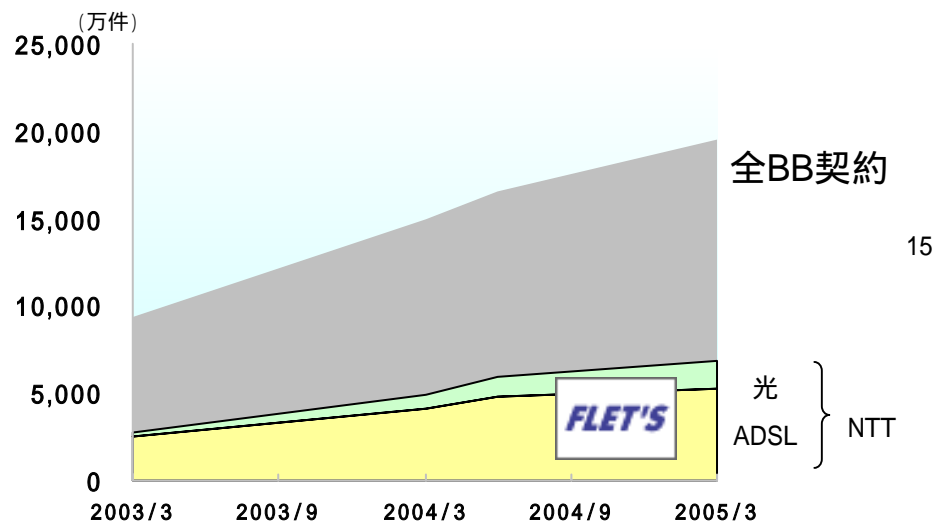
…さらに、視聴者を誘導してくれる可能性のあるISPなどとの連携も進める予定。

NTTとの連携



コンテンツ・インフラ両方での提携による
「通信・放送融合市場」での覇者へ。

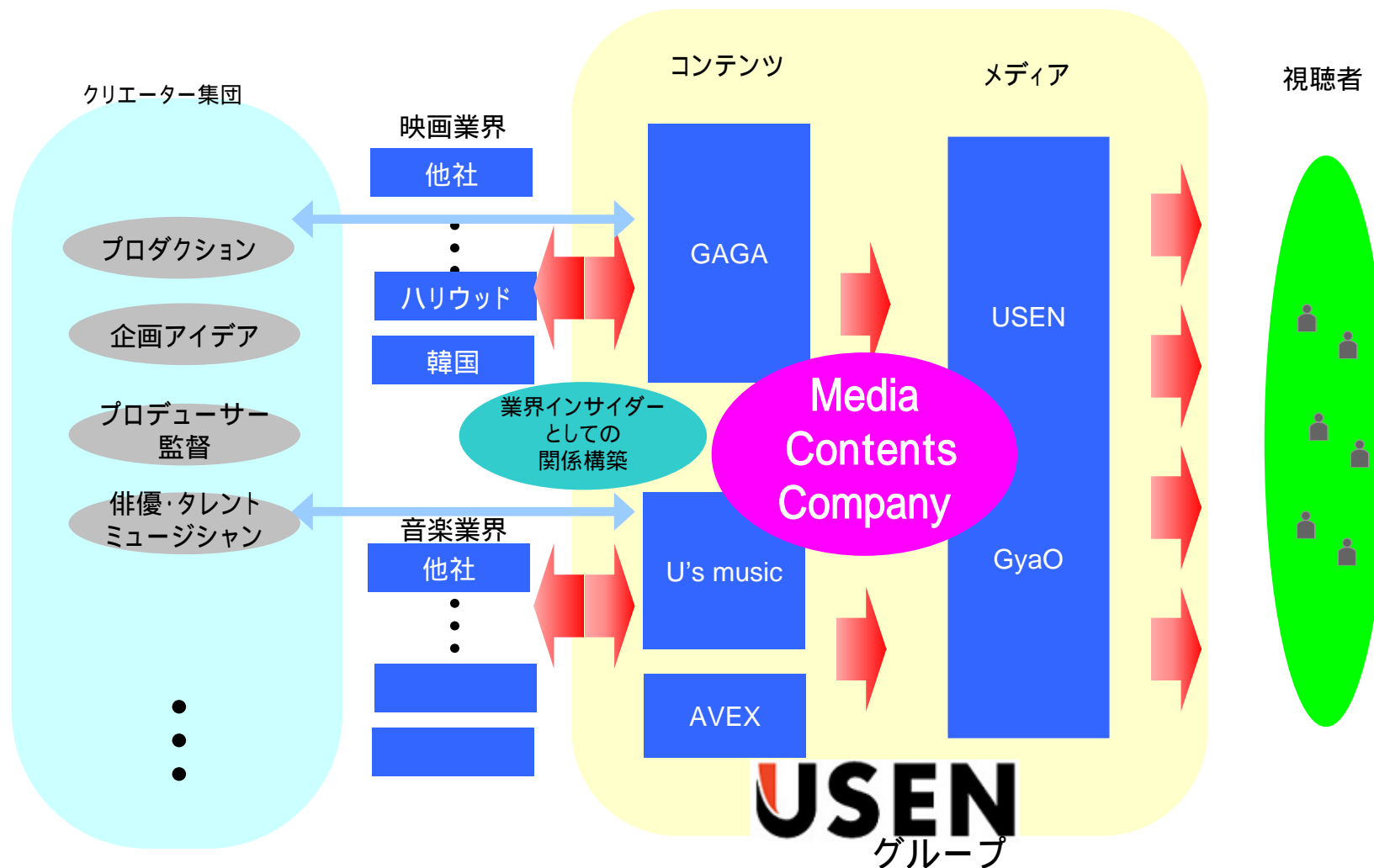
BBユーザーの中でのフレッツユーザー割合



35%のブロードバンド人口に対して、
安定的に配信する環境へ。

USENグループの競合優位 - 業界でのポジション

USENグループ内各社にて、コンテンツを保有・権利処理できる機能を持っていることが、スピード感において圧倒的な優位性となっている。また、それを通し、グループ外のプロダクション・芸能界なども太いパイプがあり、「面白いコンテンツ」を作れる組織となっている。今後は、この組織力をより強め、“Media Contents Company”を目指す。



将来の発展シナリオ - 目指すべきモデル

楽天が流通を、ヤフーが情報を“IT”により新たなモデルを作り、業態を拡大していったことと同様、USENは“放送”を“IT”により新たなモデルを作り、新事業へ展開する。

“展開”
収益モデル

集客力をリソースに
他事業への展開

“初期”
収益モデル

“視聴者数 = メディアのパワー”

動画コンテンツサイトでの独自の
展開を目指す。

ECサイト・トラベルサイト・チケットetc

コンテンツ
ポータルサイト

放送

GYAO

ヤフーショッピング
ヤフートラベル
ヤフーファイナンス
ヤフーリクナビ
ヤフーグルメ

情報検索
ポータルサイト

情報

YAHOO!
JAPAN

楽天証券
楽天トラベル
楽天ブックス
楽天カード
ShowTime

ネット通販
ポータルサイト

流通

楽R天
ICHIBA

USEN

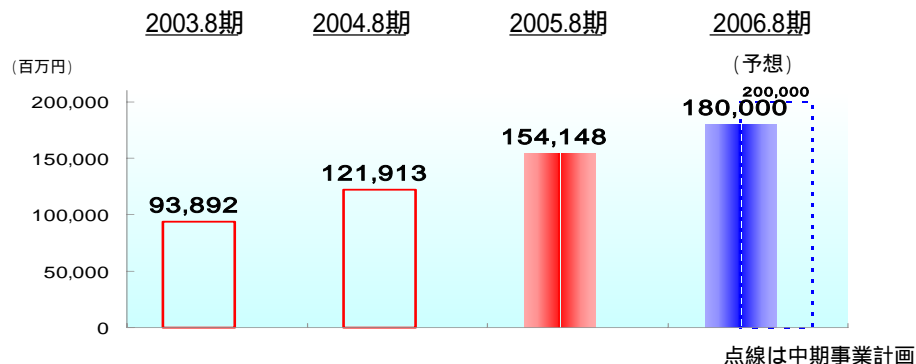
USEN GROUP

第4章 第42期(2006年8月期)業績予想

業績予想

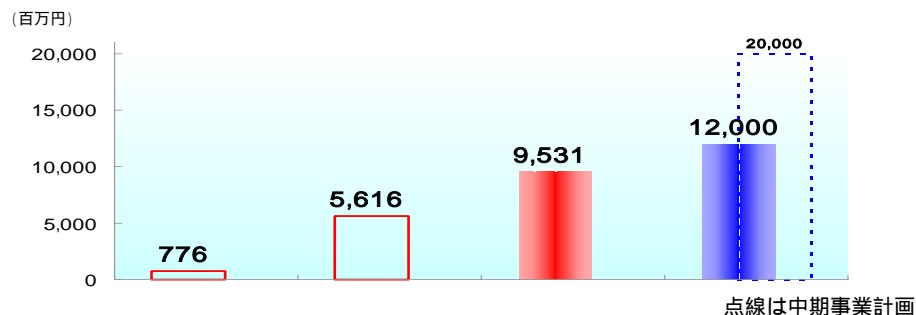
業績の推移と予想

売上



BB顧客の増加及び、GAGA・GyaOの業績の伸びにより、成長。

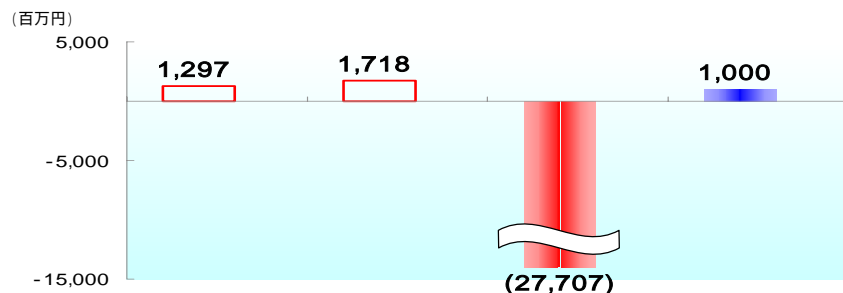
営業利益



BBにおける新規獲得増のために当初計画より、営業コストの増加。

早期、GyaOのコンテンツポータルサイトとしての地位確立のために、積極的なコンテンツ投資。

純利益



金融費用 (約40億)
各社少数持分損益 (約30億) による影響。