

株式会社メディア工房（証券コード：3815）

増収増益で、4期振りの過去最高益更新へ

今期9月の月間売上高は前年同月比30%増と滑り出し好調

上場市場：東証マザーズ

URL：www.mkb.ne.jp

説明会開催日：09年10月29日

株価（09年11月6日終値）：47,300円

売買単位：1株

1株当り配当金(10年8月期予想)：1,600円（通期の配当金で、09年8月期本決算短信より抜粋）

1株当り利益（10年8月期予想）：5,157.5円（同上）

(1)会社概要

デジタルコンテンツ（特に占い）をパソコンやモバイルを通して会員に提供して収益を得る会員ビジネスが事業の柱。09年8月期末現在、パソコン向けのコンテンツ数が58、提携サイトは320に対して、モバイル向けのコンテンツは38、提携サイトは121である。同社はパソコン向けのコンテンツ提供からスタートしたが、07年8月期にモバイル向けがパソコン向けの売上高を初めて上回って以降、モバイル向けのウエイトが一段と高まり、09年8月期では概ね3対1になっている。

この他、化粧品などの物販事業である美容関連事業や子会社経由の携帯電話販売事業を手掛けている。

業績推移(連結決算ベース)

決算期	売上高 (百万円)	経常利益 (百万円)	当期利益 (百万円)	1株当り指標(円)		
				EPS	BPS	配当金
08年8月期	1,487	111	119	4,074.5	35,397.8	1,000
09年8月期	1,908	205	92	3,041.0	36,433.8	1,000
10年8月期(予)	2,018	270	150	5,157.5		1,600
09年2月期中間	903	52	18	585.5	34,407.5	0
10年2月期中間	1,054	135	75	2,578.7		0

出所：会社の決算短信などをもとに当社作成

(2)注目ポイント

モバイル向けコンテンツがけん引役となり10年8月期は4期ぶりの最高益更新に、さらに経常利益率は前期の10.7%から13.4%と2期連続の2ケタという高収益を見込む。

具体的な取組みとしては、配信網の拡充、異業種サイトに無料占いコンテンツの提供など、有料コンテンツへの誘導強化に注力。さらには、女性の嗜好の1つである“美容”に同社独自の切り口でのサービス提供を行うことで、占い事業と美容関連事業のシナジー効果が見込まれるような仕組みを構築し、事業拡大を目指している。

当情報は企業説明会開催日をもとに記載した内容であり、予告なく変わる場合があります。また、信頼できると考えられる情報に基づき作成していますが、その正確性及び完全性に関して責任を負うものではありません。本ホームページに掲載されている情報は、弊社のご案内のほか、証券投資一般に関する情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。投資判断の最終的な決定は、各企業、各証券取引所、日本証券業協会等の信用できる機関などを通じて、事実確認を行ったうえで、お客様ご自身の判断なさるようお願いいたします。当情報の一切の権利は弊社に帰属しており、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願いいたします。

(3) 今期の事業方針

前期の09年8月期の事業別にみた売上高は、コンテンツ事業が13億99百万円、携帯電話販売事業が4億23百万円、美容関連事業が90百万円、その他7百万円、全社・消去 12百万円（注：連結決算ベースのため内部取引による消去）となった。ちなみに、営業利益はコンテンツ事業が5億2百万円の黒字であったが、その他は赤字を余儀なくされた。

今期の売上高は20億18百万円を計画しているが、事業別売上高は公表していない。そこで、会社が公表している数値をもとに、事業別売上高を試算してみると、コンテンツ事業の売上高は前年度比18%増を見込んでいることから、前期実績にその伸び率を掛けると16億51百万円になる。また、美容関連事業は積極展開を行うものの会社計画の中に数値を織り込んでいないとのこと。このことから、総売上高からコンテンツ事業のそれを差し引いた額3億67百万円が携帯電話販売事業の売上計画と推察される。

コンテンツ事業は、モバイル向けとパソコン向けの2つに分けられる。同社はもともとパソコン向けからスタートしたが、売上高をみると07年8月期にモバイル向けがパソコン向けを初めて上回り、09年8月期ではモバイル向けが前年度比24.6%増の9億37百万円、パソコン向けコンテンツが同8.5%減の3億87百万円となり、売上高比率は3対1までになった。

モバイル向けの有料会員は09年8月末時点で前年度末比11.1%増の234,751人であるが、会員数の積み上げを図るために、占いに関するロジックやデザイン力の強み活かしながら、無料ポータルサイトの開設や異業種サイトへの無料占いの提供 配信網の拡充、TSUTAYAなど提携先企業の拡大などによって、占い市場の掘り起こし 優良サイトの購入やサイト運営会社のM&A、などの施策を打ち出している。これらは全て有料占いへの誘導策であり、そこで有料会員になってもらうためのコンテンツは、毎月1本以上リリースしていくことで拡充を図っていく方針である。ちなみに、1コンテンツリリースすると、同社の目論見では5桁（1万人以上）の会員が獲得できるとしている。

今期の取組みの目玉の1つに、同社独自のポイントシステムの導入がある。ポイントを付与することで、様々な有料占いの活用が見込まれ、顧客離れを防ぐことが期待できる。また、ポイント使用は占いだけに限定せずに、化粧品などの物販サイトでも利用でき、集客力の強化も期待できる。

また、前期にエステ向けに開発したyoyaclic（ヨヤクリック）は予約、カルテ、ポイントなどの顧客管理の一元化ができるシステムである。これによって、“美容”という切り口から美容関連の物販が期待できるし、女性の関心が高い“占い”への誘導も見込まれる。こうしたシナジー効果が顕著にでてくれば、売上高の上方修正は期待できそうだ。

携帯電話販売事業は、前期末には15店舗あったが、今期に入り不採算店の閉店が数店すでに決まっている。一方、新規店の計画はなく、いわゆる「スクラップ アンド ビルド」ではなく、「スクラップ アンド スクラップ」が見込まれる。同部門の不振によって、今期売上高の伸び率が5.8%増と1ケタ成長に止まりそうだが、利益の足かせリスクは少ないといえそうだ。それだけに、経常利益で35.0%の増益予想が下振れする可能性は低いとみられる。

以上のような事業の取組みに加えて、コスト管理を一層強化することで、同社が意識している

当情報は企業説明会開催日をもとに記載した内容であり、予告なく変わる場合があります。また、信頼できると考えられる情報に基づき作成していますが、その正確性及び完全性に関して責任を負うものではありません。本ホームページに掲載されている情報は、弊社のご案内のほか、証券投資一般に関する情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。投資判断の最終的な決定は、各企業、各証券取引所、日本証券業協会等の信用できる機関などを通じて、事実確認を行ったうえで、お客様ご自身の判断なさるようお願いいたします。当情報の一切の権利は弊社に帰属しており、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願いいたします。

経営指標の1つである経常利益率は、前年度の10.7%から13.4%と一段と向上する計画になっている。

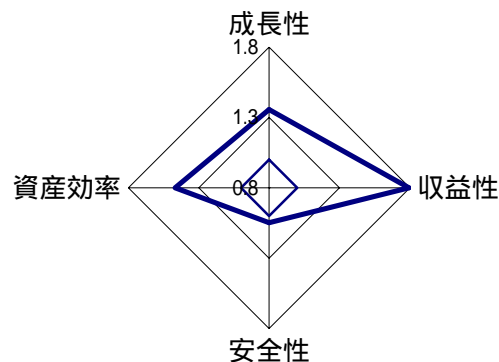
ちなみに、月次売上高を公表しているが、9月の売上高は前年同月比30%増を達成しており、好調なスタートを切った。わずか1ヵ月ではあるが、会社計画達成の確度はかなり高いといえそうだ。

参考1：モバイルコンテンツ市場について

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム (www.mcf.to/mcf.html) が毎年、モバイルコンテンツ市場の市場規模を公表している。09年7月17日に公表した08年のモバイルコンテンツ市場はコンテンツ市場が前年比13%増の4,835億円、モバイルコマース市場が同19%増の8,689億円となっている。この中で、同社がメインに行っている占いコンテンツは同10%増の200億円となっている。ちなみに、同社の09年8月期のモバイル向けの売上高は前年度比24.6%増の9億36百万円であった。同社のマーケットシェアは4.7%とまだ1桁台であるが、伸び率はマーケット全体のそれよりも高いことから、今後、市場規模の拡大やマーケットシェアの上昇余地の大きさを考えると、同社の成長余力の高さがここからは読み取れそうだ。

参考2：財務諸表にみる

08年2月期を1として、直近の数値とを比較すると、成長性、収益性、安全性、資産効率すべてに上回っている。中でも、同社が経営目標に挙げている売上高経常利益率 = 収益性が際立って高まっていることが特筆されよう。



注:

成長性は売上高、収益性は経常利益率

安全性は株主資本比率、資産効率は総資産回転率

各指標は08年8月期を全て1として、直近時(青色の太線)との比較を行った。

出所: 会社の資料をもとに当社作成

当情報は企業説明会開催日をもとに記載した内容であり、予告なく変わる場合があります。また、信頼できると考えられる情報に基づき作成していますが、その正確性及び完全性に関して責任を負うものではありません。本ホームページに掲載されている情報は、弊社のご案内のほか、証券投資一般に関する情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。投資判断の最終的な決定は、各企業、各証券取引所、日本証券業協会等の信用できる機関などを通じて、事実確認を行ったうえで、お客様ご自身の判断なさるようお願いいたします。当情報の一切の権利は弊社に帰属しており、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願いいたします。