

投資に関する説明会の 開催状況について

- 開催状況 開催日時 2018年11月21日 午後5時30分～午後6時30分
開催方法 対面による実開催
開催場所 大和コンファレンスホール
東京都千代田区丸の内1-9-1 グラントウキョウノースタワー18階
【添付資料】説明会資料名 :2019年3月期 第2四半期決算説明会資料

2019年3月期 第2四半期 決算説明会



2018年11月21日
株式会社エムアップ°

目次

■ 2019年3月期 第2四半期決算概要	2
■ 2019年3月期の上半期トピックス	12
■ 今後の事業戦略	27
■ E M T G株式会社 事業紹介	31
■ ご参考	47

2019年3月期 第2四半期決算概要

第2四半期連結業績ハイライト

(百万円)	18/3期 2Q (実績)	19/3期 2Q (実績)	前年同期比 増減額
売上高	1,793	2,026	233
売上総利益	583	602	19
販売費及び一般管理費	425	454	29
営業利益	158	147	△11
経常利益	178	173	△5
特別損失	—	△2,664	△2,664
税引前当期純利益	179	△2,458	△2,637
親会社に帰属する 当期純利益	105	△2,521	△2,626

- 売上高はeコマース事業の伸長などにより堅調に推移
- 一方で、新規事業への先行投資と人材の採用、M&A費用により利益は減少
- EMTGの子会社化に伴い、株価が上昇したことからP/L上の特別損失を計上（次ページ参照）

特別損失の計上について 1

- EMTGの完全子会社化について（株式交換及び現金によるM&A）

- ① 5/31M&Aスキーム合意公表（現金と株式交換による買収）
（合計30億円 内訳 現金約10億円 と 株式 約150万株（1346円））
- ② 6/28両社株主総会
（5/31のM&A合意決定）
- ③ 9/28完全子会社化
（内訳 現金約10億円 と 株式 約150万株） 但し9/28の株価は2954円に上昇

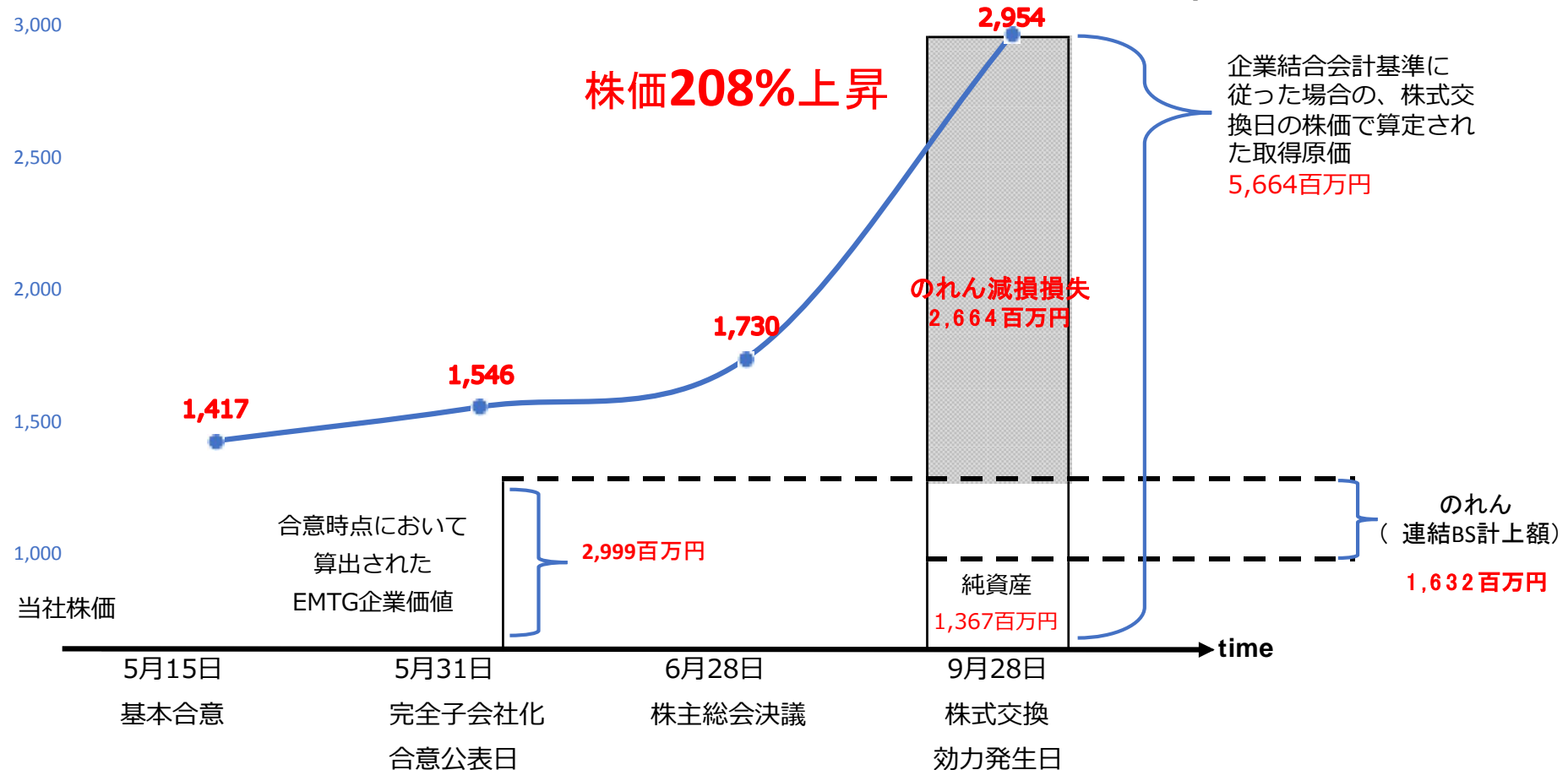
- 現在の日本基準の会計学の考え方では、
当社株価が 5/31の合意公表日の株価1,564円から、
完全子会社化の日である9/28に2,954円になったことにより、
EMTGの取得総額は BS上約55億円とされ、
差額約25億円を特別損失（P/L）として計上しなければならないと
監査法人より指摘されました。

特別損失の計上について 2

- 株価が上昇したことによって、
BS上の子会社株式の取得額も上昇し、
これを調整するためにP/Lで損失を計上することは、
会社法や株式事務手続きに、
会計基準が、対応しきれていないことが要因でもあります。
- 今回、株価が上昇したことで、
実際に損失が発生していないにもかかわらず、
見かけ上の損失を計上することとなりました。
- 監査法人・弁護士等関係各所と協議を進めてきましたが、
当社のようにM&Aの公表後に
株価が2倍となり、
このような見かけ上の損失を
P/Lに計上した例は過去にないとのことでした。
- 基準自体への検討が必要であるものの、
現行の会計基準に従わざるを得ず、
P/Lの特別損失へ計上せざるを得ませんでした。

特別損失の計上について 3

- EMTGとの株式交換について、合意公表日から株式交換日までの当社株価の上昇により、
- 会計学上の解釈により、株価の上昇分をP/L上の特別損失（2,664百万円）として計上



- 企業会計基準に則った理論上の損失であり、実際に損失が発生していないため、現金収支にも全く影響はありません。
- 詳しくは11月14日に開示いたしました「特別損失の計上に関するお知らせ」もご覧ください。

EMTGへのM&Aについて

- 今回のM&Aは、EMTGの株式を保有していた株主（個人、企業、ファンド等）にエムアップ株式の交付および、現金を支払うことにより、エムアップはEMTGの全発行済み株式を取得し、EMTGを100%子会社といたしました。
- 今回の株式交換でエムアップは、EMTGの全ての事業・システムおよび、現預金を含むすべての資産を吸収いたしました。
- 平成31年3月期第2四半期の貸借対照表には、吸収したEMTGの資産、負債も連結されております。（損益計算書の連結は第3四半期以降）
- EMTGの元の株主たちが、M&Aにより取得した、エムアップの株を売却したとしても、売却代金は、EMTGの元の株主（個人、企業、ファンド等）のものであり、当社エムアップに入金されるものではありません。
- 当社は上場時も、それ以後も、公募増資による資金調達は、これまで一切行っておりません。（詳しくは過去の、当社適時開示情報をご確認ください。）
- 今回、EMTGの株主に割り当てられた、エムアップの株を1%以上の持つ株主はロックアップ契約および、当社インサイダー規程等により、売却期間に一定の制限があります。また、現在まで、売却された事実はありません。

EMTG連結後の19年3月期 業績見通しについて 1

(百万円)	18/3期		19/3期		
	(実績)	比率	(予想)	比率	前期比
売上高	3,683	100%	6,300	100%	171.1%
売上総利益	1,157	31.4%	1,880	29.8%	162.5%
販売費及び一般管理費	847	23.0%	1,561	24.8%	184.3%
(うちのれん償却額)	0	—	136	2.2%	—
営業利益	309	8.4%	325	5.2%	105.2%
経常利益	434	11.8%	284	4.5%	65.4%
税引前当期純利益	295	8.0%	△2,100	—	—
親会社に帰属する 当期純利益	101	2.7%	△2,300	—	—

- EMTGの完全子会社化により、下期からの6ヶ月間分のみ同社を連結
- 連結にあたり、資産計上されていたEMTGの過去5年分のソフトウェアを一括減損処理
- そのため、今期に限りEMTG分の利益は大幅に減少
- 全社では、既存事業の底上げもあり、売上高は過去最高となるも、M&A費用、先行投資も吸収し営業利益微増
- 特別損失は会計上の解釈によるものであり、それを除く本業は堅調。法人税等も200百万円ほどを見込む。

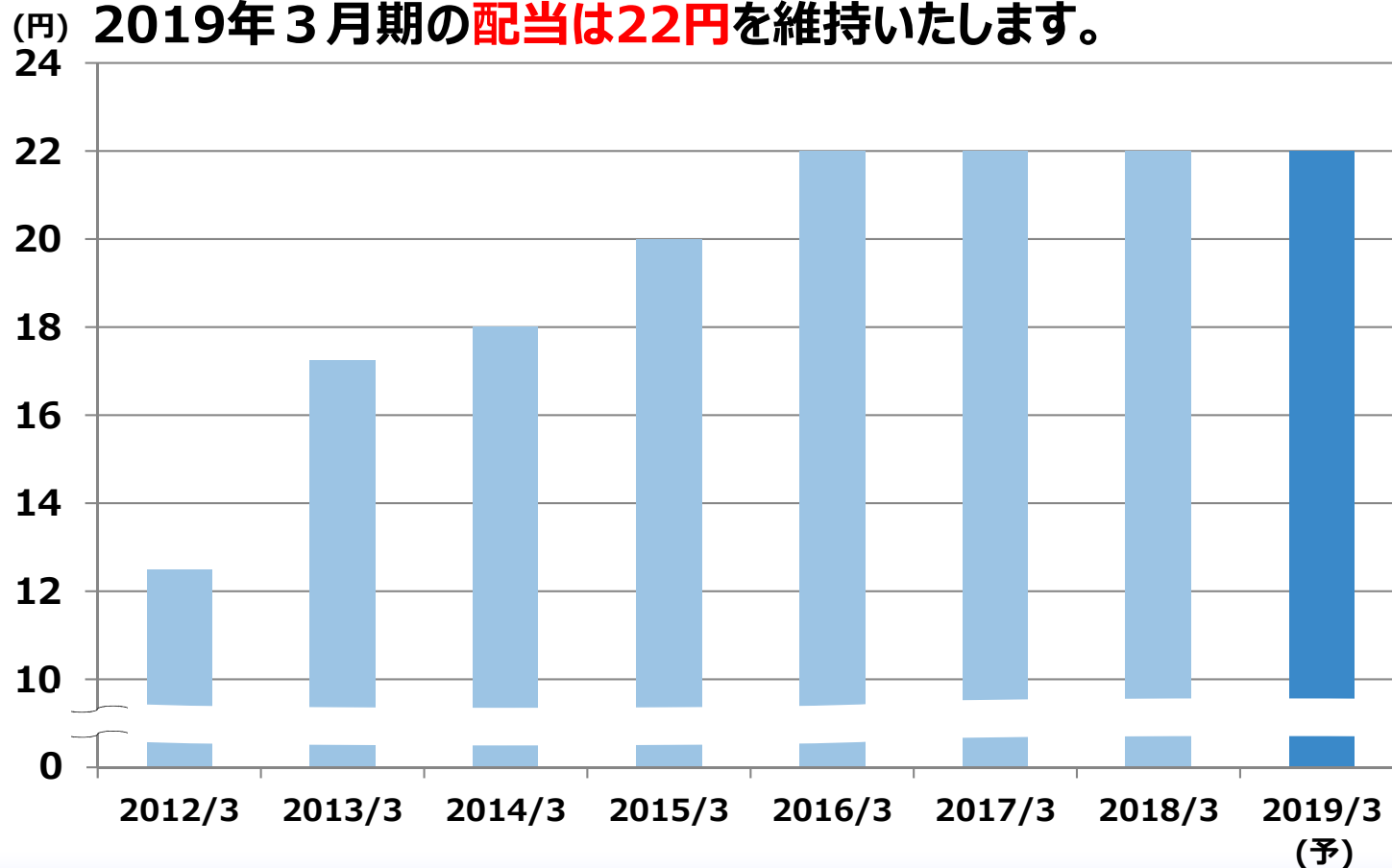
EMTG連結後の19年3月期 業績見通しについて 2

- 19年3月期の営業利益、経常利益について
- 設立以来、当社では、事業活動の成果を適時、適切に財務諸表に反映させるため、ソフトウェアについては資産計上せず、発生時に都度償却処理しております。
- これに対して、EMTGはソフトウェアを資産計上し、5年間で償却しておりました。
- 今回、EMTGを完全子会社化するにあたり、これまで**EMTGが資産計上していたソフトウェア資産を19年3月期において、一括償却処理することといたしました。**
- 以上より、平成31年3月期の業績予想において売上高は3,863百万円から6,300百万円（前年同期比171.1%）へと増加する見通しですが、一方で、EMTGのソフトウェアの減損処理によって利益は大きく圧迫され、営業利益は325百万円と微増となります。
- 今回、過去5年分のソフトウェアを費用処理することで、20年3月期以降はEMTGの財務体質は改善し、収益性が向上し、利益率は適正な水準に戻ると想定しております。
- また、今後、エムアップとのシナジー効果を発揮していくことで、グループ全体としての利益は増加していくと見込んでおります。

配当政策

今後も積極的な事業投資と高配当を維持

会計基準にしたがい、見掛け上の損失を計上いたしました。純資産、現預金は大幅に増加しており、財務体質への影響は全くありません。営業利益は微増ですが、今後のグループのシナジー効果が期待され、成長を見込むため2019年3月期の配当は22円を維持いたします。



株主優待制度

毎年、期末(3月31日)及び第2四半期末(9月30日)現在の当社株主名簿に記載または記録された当社株式1単元(100株)以上を保有する株主様を対象に当社オリジナルのQUOカード500円分を贈呈(年間 1,000円贈呈)



株主優待制度も継続いたします。

要約貸借対照表

	18/3期 2Q (実績)	19/3期 2Q (実績)	前年同期比 増減額
流動資産	2,016	6,217	4,201
現預金	1,245	4,420	3,175
売上債権	588	1,173	585
棚卸資産	21	27	6
その他	161	595	434
固定資産	1,012	2,614	1,602
有形固定資産	287	445	158
無形固定資産	80	1,677	1,597
のれん	10	1,632	1,622
投資その他の資産	644	491	△ 153
資産合計	3,029	8,832	5,803

	18/3期 2Q (実績)	19/3期 2Q (実績)	前年同期比 増減額
流動負債	798	4,705	3,907
買掛債務	400	2,240	1,840
有利子負債	0	0	0
その他	397	2,465	2,067
固定負債	41	25	△ 16
負債合計	839	4,731	3,892
純資産	2,189	4,101	2,067
株主資本	2,126	4,074	2,067
その他	62	26	2,067
負債・純資産合計	3,029	8,832	5,803

- 当社は2018年5月15日のM&A公表時には現預金を15億円保有しており、5月15日時点のEMTGの保有する現預金25億円を含めて、現在、9月30日、グループとして44億円の残高となり、財務基盤はより強固になりました。

2019年3月期の上半期トピックス

- **EMTG 完全子会社化（9月28日）**

⇒ 第2四半期末はBSのみ連結、下期よりBSに加えP/Lも連結

- **ファンクラブサイト事業の基盤強化**

⇒ 新規サイトの開設を継続、アーティストやキャラクターECにも注力

- **コンテンツ関連ビジネスにおける着実な深化**

⇒ サービスの運営移管や、新規IPの獲得を実現

- **株式会社VR MODEでのVR事業の立ち上げ**

⇒ コンテンツの獲得と、プラットフォーム開発に着手

◇ 上半期トピックス (ファンクラブサイト事業)

◎ 既存事業 (ファンクラブサイト、ファンメールサービス) の基盤拡大

ファンサイト
ファンクラブ



鈴木みのり



近藤孝行



祭nine.



ミヤマザキ

月額制
ファンメール

SKE48 mail (アプリ)



NMB48 mail (アプリ)



ファンメール「チョコメ！」



AKB48グループ総選挙の
投票権を付与したメール
サービスのアプリ版をリリース

ファンメール配信「チョコメ！」
声優・アイドル・俳優に続き、
グラビアシリーズを新たに開始

gugudan (K-POP)



NICOLE (K-POP)



⇒ 事業基盤の底上げに、新規サービスを継続して開設

◇上半期トピックス (EC事業)

◎hide 20th Memorial Project [hide1998~Last Words~] 発売

「hide」の1998年春の活動にフォーカスし、ラジオ番組音声(未編集)、LAでの映像(未発表を含む)、音楽専門誌をリアルにコンプリートした完全限定生産のBOXセット

hide
Memorial

発売元：株式会社 エムアップ (企画・制作から販売までをトータルプロデュース)
2018年5月2日発売 13,800円 (税抜)

オリコンDVDチャート2位を記録 (5月14日付ウィークリーランキング)

数量限定販売 ⇒ 完全SOLD OUT

[hide1998~Last Words~ SIMPLE EDITION HEADWAX] 発売

発売元：株式会社 エムアップ
2018年12月8日発売 6,800円 (税抜)



©HEADWAX ORGANIZATION
photo by YOUSUKE KOMATSU

◎「エヴァンゲリオン」公式オンラインストア限定アイテムやコラボなど多数販売

サイト名称：EVANGELION STORE(エヴァンゲリオンストア)

運営主体：株式会社グラウンドワークス：

◆EVA x ニューバランス FRESH FOAM CRUZ ¥12,000(税抜)

数量限定販売 ⇒ 即完売

◆METAL BUILD エヴァンゲリオン初号機 (バンダイ) ¥22,000(税抜)

数量限定販売 ⇒ 即完売

◆山下しゅんや x 吉沢光正作

エヴァンゲリオン新劇場版 式波・アスカ・ラングレー (フレア)

2019年1月発売 (予定) ¥13,500 (税抜)



©カラー

コンテンツ関連ビジネスにおける着実な深化

◎ 一部サイトで他社から当社への運営移管を実現

⇒ 他にも、人気IPの獲得が順調に推移、コンテンツ多数リリース

他社からの運営移管

たけしの家庭の医学

ABCとり放題



特長

朝日放送テレビで放送している「おしゃべりクッキング」や「アタック25」などの、番組と連動したコンテンツや、動画、スタンプ、壁紙、コラムなどの朝日放送テレビならではのデジタルコンテンツを配信。

2018年3月29日リリース

2018年6月1日リリース

他、サイト以外にも7アプリ同時移管

人気IPとのコラボ例

大人気TVアニメ『ポプテピピック』
プレゼントキャンペーン



期間：2018/9/10～2018/9/28
当社運営サイトでのデジタルコンテンツ配信に加え、「ポプテピピック」初のイベント開催に合わせ、ドコモのアニメ見放題サイト「dアニメストア」と連携施策プレゼントキャンペーンを実施。

話題作『からかい上手の高木さん』
プレゼントキャンペーン



期間：2018/5/17～2018/6/17
当社運営サイトでのデジタルコンテンツ配信に加え、会員増施策としてヒロイン「高木さん」役の大人気声優「高橋李依」様のプレゼントキャンペーンを実施。

主な月額使い放題サービス系サイト

スゴ得コンテンツ®

ゆるキャラグランプリ for スゴ得
docomo



マチ★キャラとり放題 for スゴ得
docomo



韓流大好き! for スゴ得
docomo



マクロス公式 for スゴ得
docomo



TBS for スゴ得
docomo



auスマートパス®

ハローキティ・コラージュ
for auスマートパス
au by KDDI



名医とつながる! たけしの家庭の医学
for auスマートパス
au by KDDI



App Pass®

ゆるキャラグランプリ
for App pass
SoftBank



マクロス公式
for App pass
SoftBank



声優グランプリ for スゴ得
docomo



動画配信サービスに関する開発ノウハウ等を蓄積

テレビ東京のアニメ動画見放題サービス **あにてれ**



2017年4月のサービスリリース後に、
多くの機能を実装。2018年度も継続的に
新機能を開発・実装を行う。

あにてれTOPイメージ（アプリ/PC）



©TV TOKYO Corporation

配信タイトル

- ・FAIRY TAIL
- ・イナズマイレブン
- ・遊☆戯☆王5D's
- ・魔法×戦士 マジマジジョピュアーズ！
- ・キラッとプリ☆チャン
- ・けものフレンズ
- ・ようこそジャパリパーク
- ・PPPのなぞぺぱ！
- ・PPPのゆるぺぱ！
- ・おそ松さん
- ・銀魂
- ・ポケットモンスター
- ・妖怪ウォッチ
- ・テニスの王子様
- 他

◎ 主な追加機能

- ・ライブ配信
- ・VR配信
- ・編成型VOD
- ・ダウンロード
- ・iTunes決済追加
- ・コメント機能 等

◎ 今後の追加機能

- ・Google Play決済追加
- ・リコメンド機能
- ・コミック閲覧

**豊富なプラットフォーム開発実績や
ライブ配信のノウハウをVR事業にも活かす**

新会社によるVR事業の立ち上げ

当社ならびに、EMTGの主力事業であるファンクラブサイト事業などで培ったアーティスト、アイドル、俳優、声優といった各権利元とのリレーションを生かし、VRを中心とした先端表現技術を用いたライブ動画の生配信など、新たな事業の創出と発展、拡大をはかる

【事業進捗】

株式会社VR MODEの設立。
プラットフォーム開発着手、各種コンテンツの獲得、制作へ。
また、各事業会社との提携も順次進行中。

2019年今期内概要発表、早期スタートを目標

■展開コンテンツ例

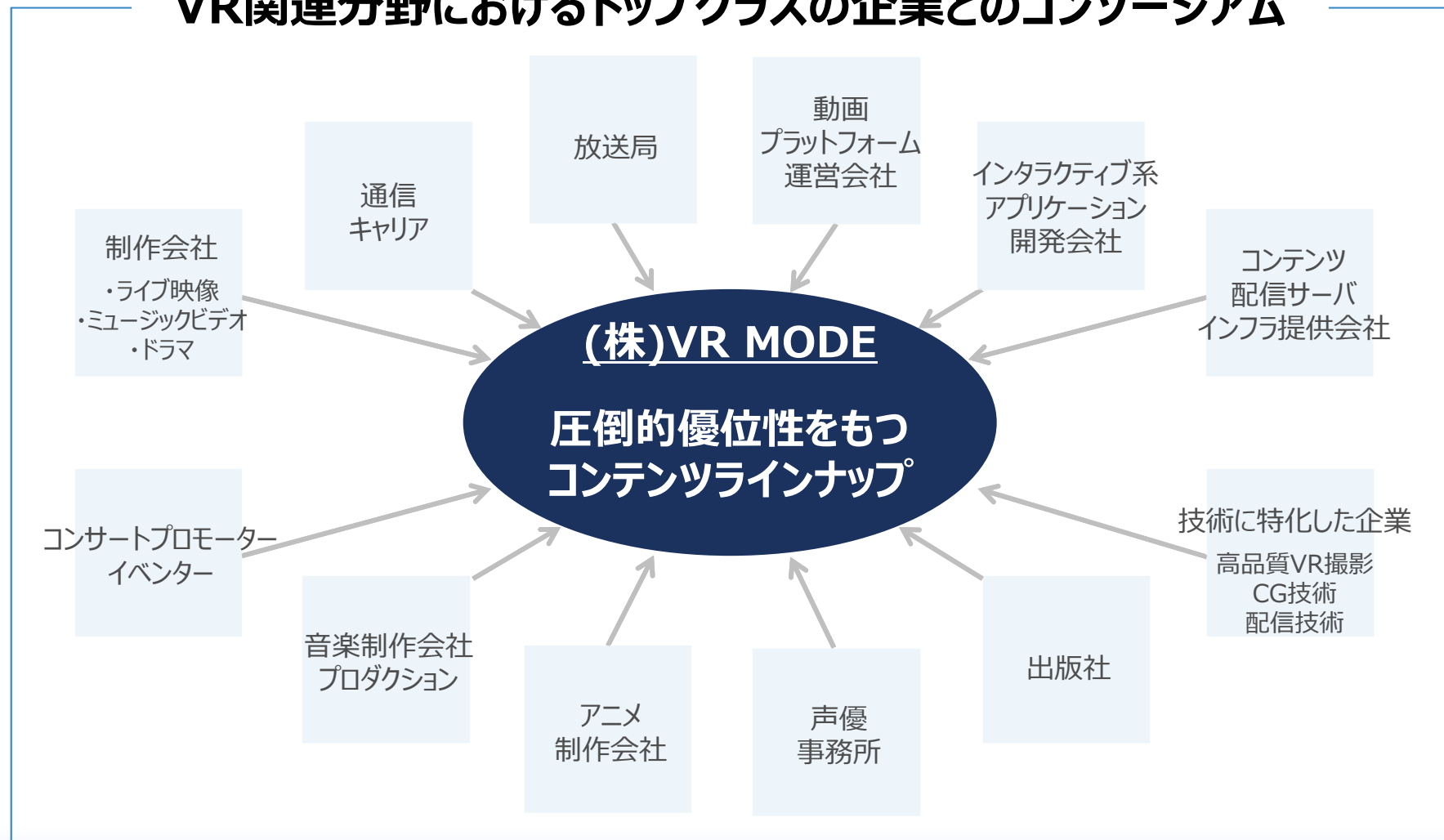
VRライブ（生配信・オンデマンド配信） / VRドラマ（インタラクティブ） / VRデート（2D・3D） / VRグラビア写真集 / ユーザー参加型双方向課金VRコンテンツ 等

VRイベントにおいて100万人が同時視聴できるプラットフォーム構築へ

新会社によるVR事業の構想

リレーション+技術+ノウハウ=VRライブプラットフォームのパイオニア

VR関連分野におけるトップクラスの企業とのコンソーシアム



VR事業の主な提携先 1/4

Music Video

ライブ映像

各種イベントの企画・制作・運営

株式会社セップ

1993年にスペースシャワーTVの制作部門から独立し、音楽映像専門のクリエイター集団として、日本のビデオクリップの歴史とともに歩んできた企業です。

以来、**高いクリエイティビティとアーティストとの信頼関係を基盤に、**

ミュージックビデオ、LIVE映像、CM、企業VP（ビデオパッケージ）、Web映像、ドラマ、映画

など、年間400作品以上の幅広い映像コンテンツの企画制作に取り組んでいます。

最近では、株式会社NTTドコモ向けの下記コンテンツをはじめ、多数のVR制作実績も有しております。

超絶臨場感VRライブ

有名アーティストを題材に、最新スマホの進化した映像美、音響美を体感できるコンテンツの制作協力

CEATEC Japan 2017のドコモ出展ブース

最新の5G通信環境下での8K 60fps VR映像配信技術のコンテンツ制作協力

他、多数

VR事業の主な提携先 2/4

動画配信

インフラ

株式会社Jストリーム

動画配信を主軸とした事業展開を続けており、

- ・自社で保有・運営する独自のコンテンツ配信ネットワーク（CDN）を活用した動画配信
- ・動画の企画・制作・運用
- ・Webサイト制作・システム開発
- ・動画広告による収益化支援

まで、総合的なサービスとソリューションを提供し、企業のマーケティングやコンテンツビジネスなどを支援している企業。

- ・将来の5Gによる大容量通信の展開を視野に入れた4K/8K配信
- ・低遅延配信などの最先端の動画配信技術
- ・データ量が多い360度動画をはじめとするVR、ARコンテンツの配信
- ・VRコンテンツのライブ配信

についても早期より手がけており、実績を多数有しております。

VR事業の主な提携先 3/4

VR撮影

VR配信システム

株式会社クロスデバイス

長年に渡る360度VRパノラマ動画事業でのノウハウを基に、

- ・8K 60fps 撮影
- ・マルチカメラライブ対応VRプレイヤー
- ・立体視（3D）VRライブ配信
- ・スマートフォン対応8K VR映像配信・視聴システム
- ・VR一斉配信システム
- ・タブレット型VR視聴システム
- ・プロジェクションVRシステム

など、VRに関する企画、撮影、制作、配信、広告のソリューションを展開しており、業界を牽引しております。

特に、NTTテクノクロス社と推進している、独自のアルゴリズムである「パノラマ超エンジン」を活用した、高精細な8K VR動画を少ないデータ量で高画質配信するソリューションが定評となっており、音楽やスポーツなどのライブ配信の実績を多数有しております。

VR事業の主な提携先(予定) 4/4

コンテンツ制作

コンテンツ供給

映像利用

株式会社TBSテレビ

豊富な映像コンテンツ制作の実績やノウハウ、放映実績だけでなく、ライブ映像を低遅延・高レスポンスで配信できるマルチアングルライブ映像配信技術「Live Multi Viewing」(以下、LMV)を開発・運用し、通信キャリアと新エンタメ体験を目指すために技術検証や実証実験を行うなど、先進の映像配信技術についても研究を重ねております。

TBSテレビ社の持つ強力な制作体制やコンテンツ力、上記LMVのような技術ノウハウを双方で活用し、VRコンテンツ制作に注力することはもちろん、以下の様なVR関連サービスの可能性を共同で検討開始いたします。

- 両社共同でのVRドラマの制作
- VRを活用した番組視聴分析
- 赤坂サカス等イベント会場でのVRイベント提供ならびにVRコンテンツ展開
- スポーツ番組のVRコンテンツの制作、中継
- TBSの番組(ドラマ、アニメ、ドキュメンタリー等)や、アナウンサーのVRコンテンツ展開
- VRライブ映像配信視聴ソリューションの提供
- TV番組視聴促進のためのVRを活用したプロモーション施策
- VR体験施設、エンタメ施設へのVRコンテンツ提供
- 次世代高速通信5Gに向けた高画質VRコンテンツの共同研究

展開予定のVRコンテンツイメージ



VR ライブ

アーティストのライブを生配信、オンデマンド配信で提供。
バンド、アイドル、声優とジャンルを問わず
様々なアーティストのライブを配信します。



VR ドラマ (デート)

様々なシチュエーションに合わせて、アイドル、
タレント、俳優/女優、アーティストと一緒に、
とあるシーンを一緒に過ごすことができるコン
テンツを配信します。

その他

- ・バーチャルアイドル
 - ・ユーチューバー
 - ・スポーツ（野球、サッカー等オリンピックを
見据えた各スポーツ種目）
 - ・格闘技、プロレス
 - ・アニメ、キャラクター
 - ・歌舞伎、2.5次元など舞台公演
 - ・お笑い芸人
 - ・アナウンサー
- 等が参加するコンテンツ制作も行っています。

オリジナルグッズ制作

アーティストやアイドル限定仕様のVRゴーグル
スマホ用VRゴーグルの制作や販売も行って
まいります。

■ 対応デバイス <全方位でのマルチデバイス対応>

主要HMD（ヘッドマウントディスプレイ）/プレイステーションVR / スマートフォン / PC

**音楽を中心として、様々なジャンルのコンテンツを制作
ユーザー参加型双方向課金VRコンテンツなども展開予定**

子会社の新規事業で着実な成果

WE△REの事例

KAKUZUの事例

◎乃木坂46・欅坂46の公式ファンアプリ運用



大人気アイドルグループ
乃木坂46 初の公式ファンアプリ

今一番勢いのあるアイドルグループ
欅坂46の公式ファンアプリ

継続的にアップデートを実施。コンセルジュ機能やカレンダー機能など、更に「乃木活」が便利になった公式ファン活動支援アプリ！

アラーム機能・フォト&ボイスのガチャ販売・オフィシャルグッズ当選機能に加え、毎日楽しめるクイズ機能を搭載！

◎ファンアプリを軸とした横展開へ

乃木坂・欅坂ファンアプリのエンジンを活用し、様々な横展開を推進中です。

- ・他有名アーティストのファンアプリ
- ・アニメIPなど2次元キャラクターのファンアプリ、売り切りアラームアプリ
- ・Vtuberなど2.5次元キャラクターのファンアプリ

◎LINEスタンプ・着せかえ制作



芸能人・アーティスト・お笑い芸人・映画・ドラマ等のハイクオリティな
LINEスタンプ、着せかえ・絵文字等を制作

「クオリティ」「企画力」と「スピード感」を重視した制作により、制作点数も毎月増加。
今後も「企画力」更にUPし、受託制作や自社配信のIP獲得に注力する

◎ゲーム系イラスト制作



スマートフォンやコンシューマゲーム用のキャラクター制作・2Dグラフィック制作や、UI/UX指示書の制作や企画立案などゲーム制作に関わるクリエイティブ部分全般をサポート

オリジナルタイトルや有名IP問わず、様々なジャンル、テイストでのイラスト制作を対応。
社内のアートディレクションや内製も拡充しており、クオリティコントロールを強化。
中国企業の案件も増えてきており、日本作家さんのグローバル化も推進していきます。

今後の事業戦略

今後の事業戦略

◎ 基盤強化の継続+事業シナジーの追求による成長加速

【基盤強化】

強力IPの獲得
に向けた活動の継続



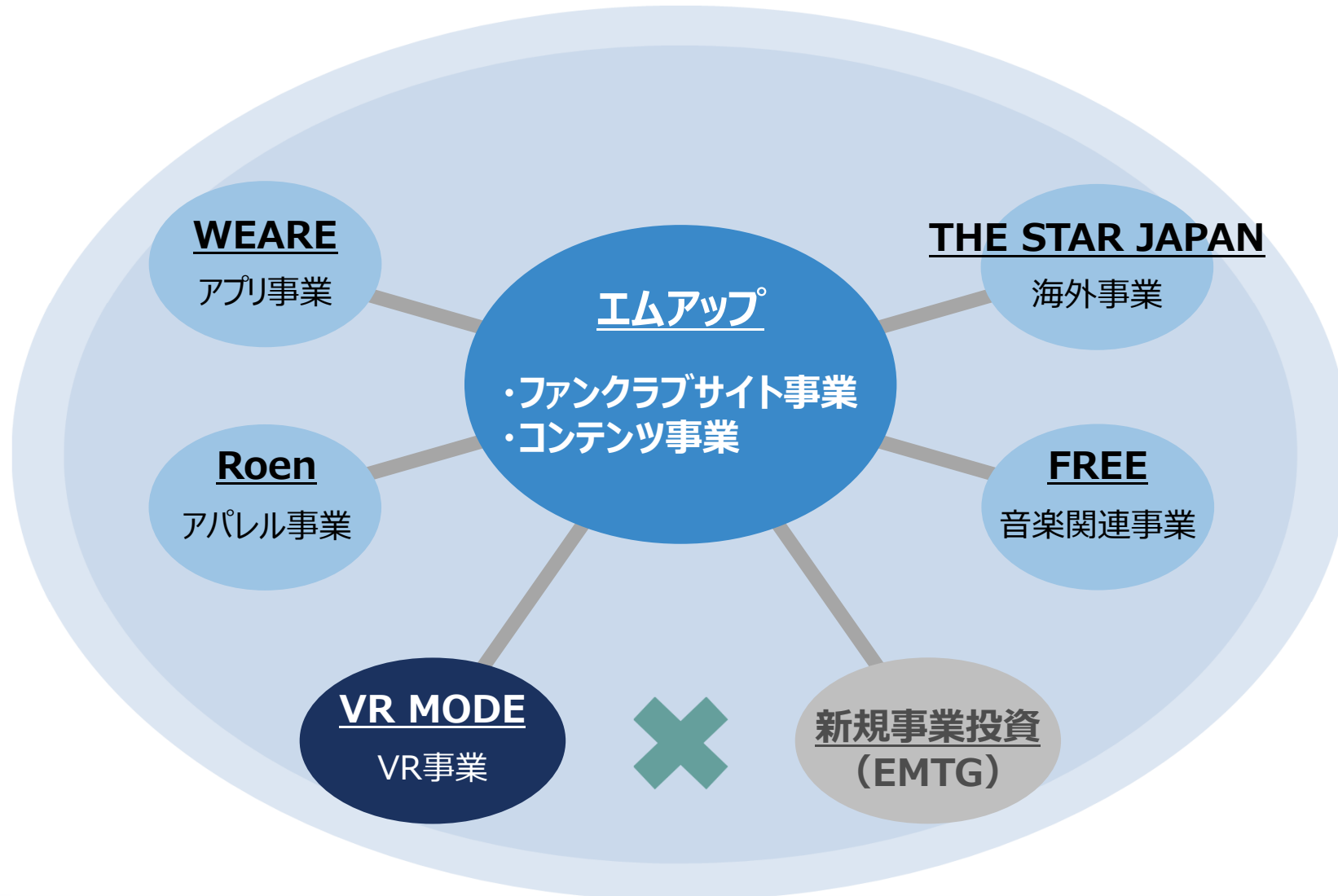
【事業シナジーの追求】

- 強力IPの活用+ 動画配信ノウハウ
= 他社と差別化されたVR事業の展開
- 強力IPの活用+ アプリ
= 幅広いジャンルの公式アプリ展開
ファンメールのアプリ対応による拡大

◎ 事業投資による成長加速

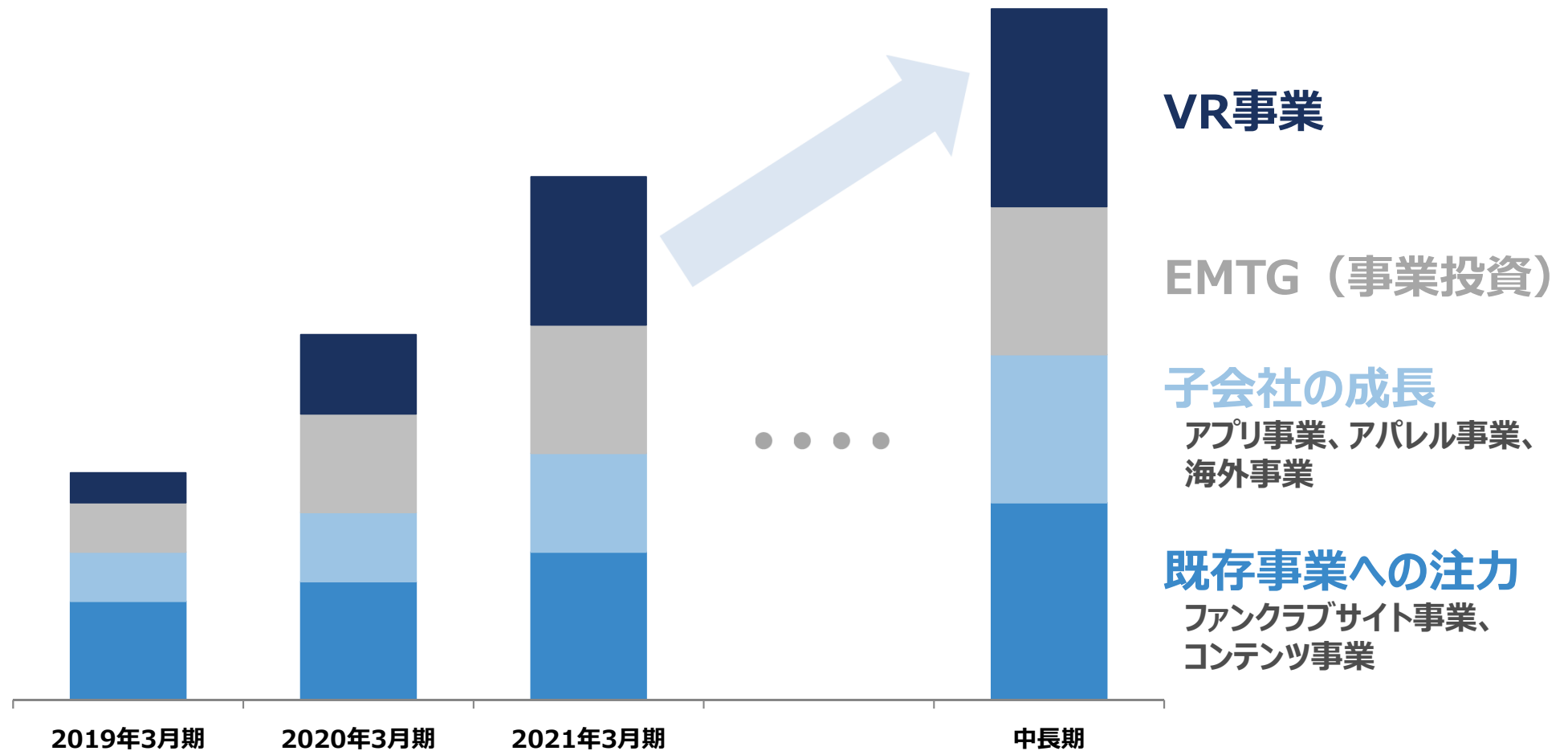
当社グループの全体像

優勢性をもつコンテンツを活用し、グループ全体でシナジーを生みながら成長



今後のグループ成長イメージ

グループ全体で成長



EMTG株式会社 事業紹介

EMTG株式会社 会社概要

■会社概要

設立年月	2007年3月
資本金	2億5,653万円（資本準備金2億753万円）
純資産	14億1408万円（2018年9月現在）
従業員数	121名（2018年9月現在）
取締役	代表取締役社長 富田 義博 取締役副社長 佐藤 元
本社所在地	東京都渋谷区渋谷3-12-18 9F ※11/26に移転



■事業概要

◎ファンクラブ事業： 約130アーティスト

- ・月額スマートフォン課金サイト
- ・年会費のファンクラブ運営
- ・アーティストグッズ/CD販売等のECサイト

◎チケット事業： 年間約200万枚の電子チケット発券

- ・アーティスト、プロ野球、Bリーグ、施設等の電子チケット
- ・行けなくなったチケットを定価で譲渡できる「チケットトレードセンター」
※年間6万枚

EMTG株式会社 沿革

- 2007年3月 エキサイト株式会社の子会社
「エキサイト・ミュージックエンタテインメント株式会社」を設立
- 2008年6月 ファンサイト事業に加え、
チケットの転売対策としてEMTGサービスを開始
- 2010年3月 エキサイト株式会社より独立。社名をEMTG株式会社に変更
- 2011年4月 他社に先駆けて、スマートフォン版ファンサイトの運用を開始
- 2014年6月 EMTG電子チケットをリリース
- 2016年2月 アーティスト事務所11社と資本業務提携
- 2017年2月 株式会社エムアップ^o、株式会社グッドフェローズ、株式会社レコチョク、
株式会社JTBコミュニケーションデザイン、株式会社 電通と資本業務提携。
同時に秋元 康氏を特別顧問に迎える
- 2018年9月 株式会社エムアップ^oの100%子会社となる

1. ファンクラブ事業 主カアーティスト



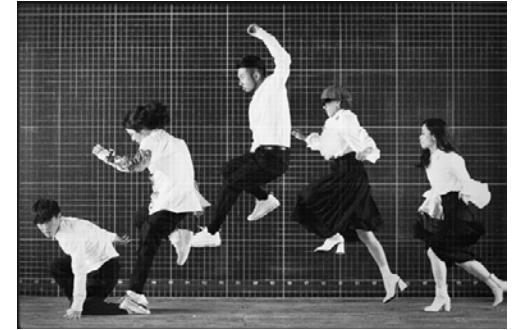
ゴブクロ



THE YELLOW MONKEY



UVERworld



サカナクション



back number



TWICE



エレファントカシマシ



ゴスペラーズ



くり



STU48



超特急



KREVA

1. ファンクラブ事業 システムと企画制作力

無料のオフィシャルサイトと有料のスマートフォンサイト・ファンクラブサイトが、
低コストかつスピーディに提供できるクラウドシステムと各種連携システムを自社開発。



同時に、会員獲得施策や会員継続施策の企画提案力も評価いただいています。

会員獲得

ライブと連動した施策で会員獲得



会員継続

ゲームや会員限定SNSで退会抑止

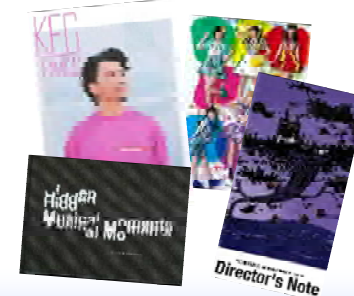


コンテンツ企画・取材・編集

オリジナル番組の撮影・編集制作



ファンクラブ会報誌制作



1. ファンクラブ事業 新規アーティスト獲得

音楽情報サイト「EMTGMUSIC」の取材を通じて、
新しいアーティストを発掘しています

■ 音楽情報サイト「EMTG MUSIC」の運営

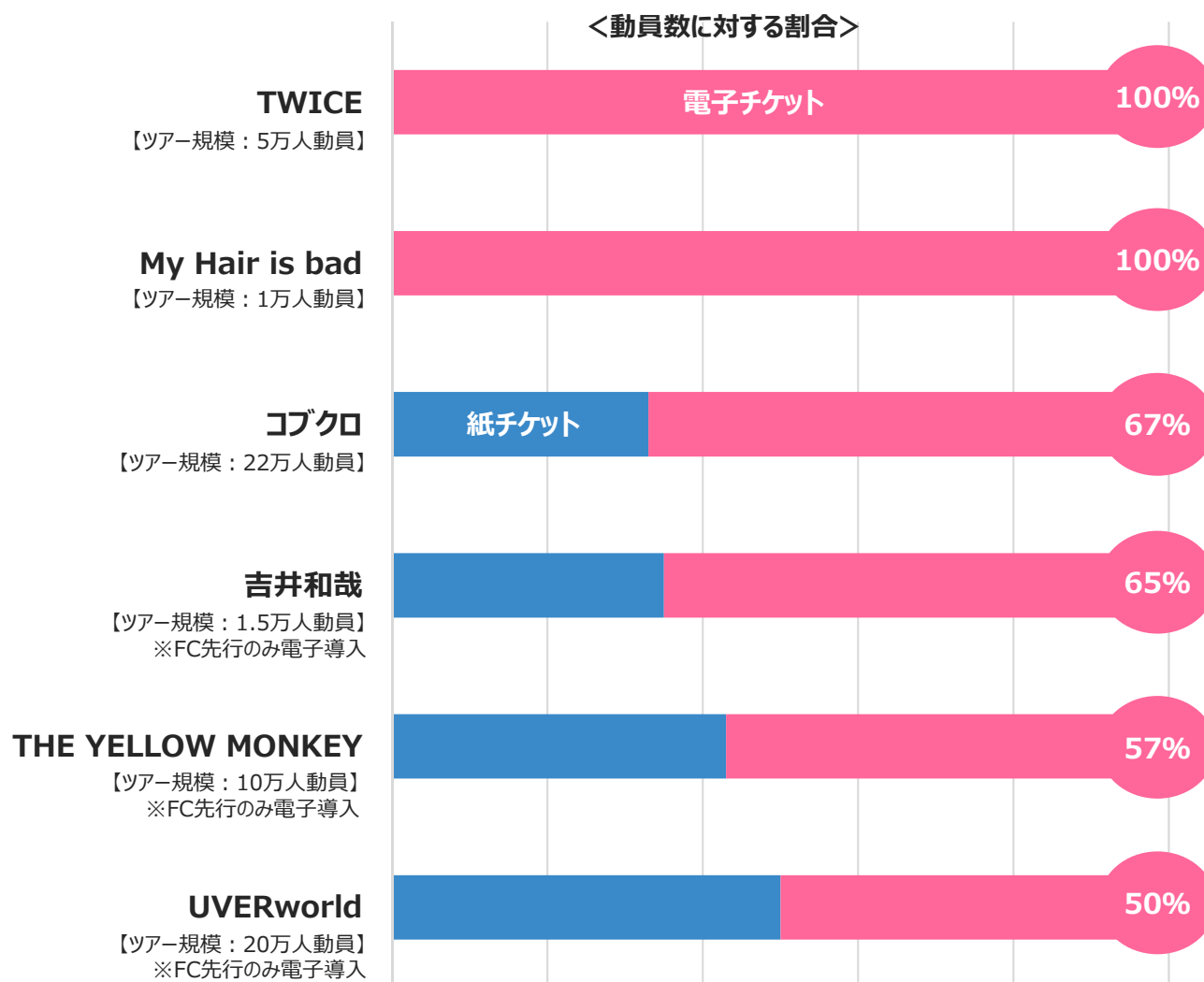
- ・月間ユニークユーザー17万人
- ・インタビュー、動画インタビュー、レビュー、ライブレポート、ニュース、オリジナルの連載企画などを掲載

■ 声優専門誌「Pick-up Voice」の発行



2. チケット事業 音楽

◎ 電子チケット普及状況



▶ ツアーすべてのチケットを電子チケット化！

- ・FC先行～一般発売まで電子チケット導入し、転売対策
- ・チケットトレードも併用し、購入者様への充実したサービスを提供
- ・入場は電子チケットのみの為、モグリスピードも向上

▶ 紙・電子を併用。数年で紙と電子利用率が逆転！

- ・導入当初は約3～4割ぐらいの電子チケット利用
- ・導入から3年後には、電子チケット利用率が、約7割まで上昇

▶ ファン層が高年層ながら、着実に利用率上昇！

- ・ユーザー層も高年層あり、導入当初は紙チケット利用者が多かったが、転売対策として、電子チケットを本格導入。数年で利用率が上昇
- ・THE YELLOW MONKEY、またFCツアーはすべて電子チケットで対応

▶ FC先行は、すべて電子チケット！

- FC先行は、すべて電子チケットを導入
- チケットトレードも導入し、着券率は【約97～99%】と高い入場率

2. チケット事業 音楽

◎ チケットトレード普及状況

コブクロ



ツアー動員数：約230,000人
FC先行分の電子チケット利用率：60%
FC会員先行販売率：約65%

出品率(FC先行分)：約7%
トレード成立数：約10,500枚

UVERworld



ツアー動員数：約194,000人
FC先行分の電子チケット利用率：100%
FC会員先行販売率：約50%

出品率(FC先行+a分)：約10%
トレード成立数：約7,500枚

欅坂46
けやき坂46



ツアー動員数：約37,000人
FC先行分の電子チケット利用率：100%
FC会員先行販売率：約90%

出品率(FC先行分)：約9%
トレード成立数：約3,000枚

TWICE



ツアー動員数：約47,000人
FC先行分の電子チケット利用率：100%
FC会員先行販売率：約95%

出品率(FC先行分)：約5%
トレード成立数：約2,200枚

2. チケット事業 音楽

◎ 電子チケット発券

- ・自社でチケット販売も行うが他社で販売されるチケットに紙チケットとともに電子チケットが選択できることがメイン
- ・この1年間で130万枚を発券

◎ トレードセンター

- ・行けなくなったら定価で他の人に安心譲渡 ※譲る人とのやり取り不要
- ・電子チケット同士だと、チケットを送る手間もなく、すぐに相手に表示
- ・この1年間で6万枚が成立 ※対象チケットの6~10%

◎ 転売対策が問題視されるに伴い、急成長中

- ・チケットキャンプの月間の売買成立額（2015年12月）は36億円
- ・1枚9000円のチケットが20万円で出品されるなど
- ・電子チケットは電話番号登録で身分証明書チェックが不要



2. チケット事業 音楽

電子チケットのメリット

- ◎ いつも持ち歩くスマートフォンで入場
- ◎ スマホに押すだけの簡単オペレーション
*QRリーダー等の機材が不要
*東京ドームクラスもスムーズに入場
- ◎ 行けなくなったら、LINEやメール、
トレードセンターで簡単に譲渡できる
- ◎ デジタル、ITならではのさまざまな
情報配信、特典コンテンツ、機能などを
付けることができる

将来、スタンダードとなる可能性大



2. チケット事業 音楽

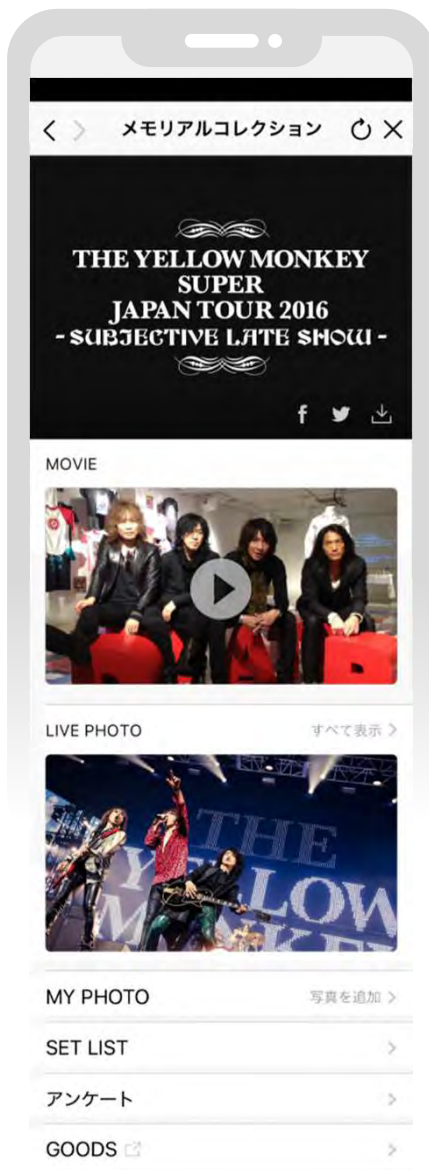
◎ 電子チケットの特典コンテンツ例

基本コンテンツ例

- ライブ写真
- セットリスト
- 動画・音声メッセージ
- 記念画像 (SNS投稿機能つき)
- MYアルバム
※自分で撮影した写真をアップ
- アンケート
- ツアーグッズページへのリンク
- オフィシャルサイト/FCサイトへの誘導

オリジナルコンテンツ例

- ライブレポート
- サンキューメール
- ダイジェスト動画
- ライブ写真販売
- カードコレクション
※楽器/衣装などのカードが毎日もらえる
- 360度写真
※取材・編集等は弊社でサポート可能

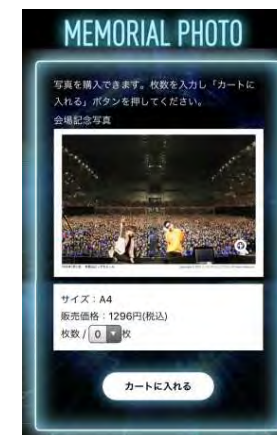


■ 360度写真



フィギュア・楽屋裏などの360度写真

■ 写真販売



会場記念撮影写真をEC販売

■ FC入会促進 (動画)



無料のショート動画からファンクラブのフル配信動画に誘導

■ タイムテーブル



フェスやフィギュアスケートで実施

2. チケット事業 スポーツ・その他

プロ野球、Bリーグ、施設、東京マラソンボランティアなどで年間70万枚を発券



福岡ソフトバンクホークス (OEM提供)



横浜DeNAベイスターズ (OEM提供)



Bリーグ (OEM)



全日本フィギュア選手権



八景島シーパラダイス



東京マラソンボランティア会員サイト (会員3万人)



大会当日、10,000人のボランティアの出欠確認

2. チケット事業 スポーツ・その他

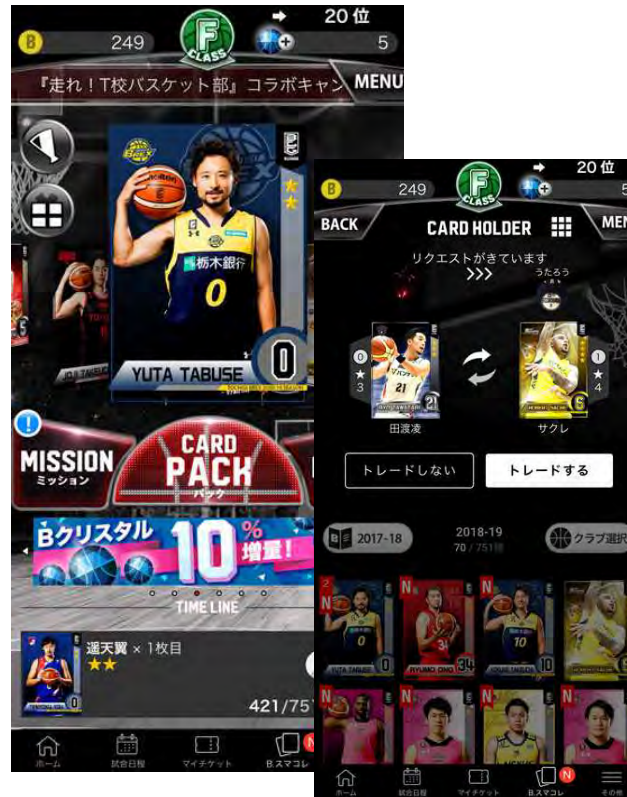
プロ野球、Bリーグ等の公式アプリにはさまざまな機能を提供

◎ 全試合結果配信



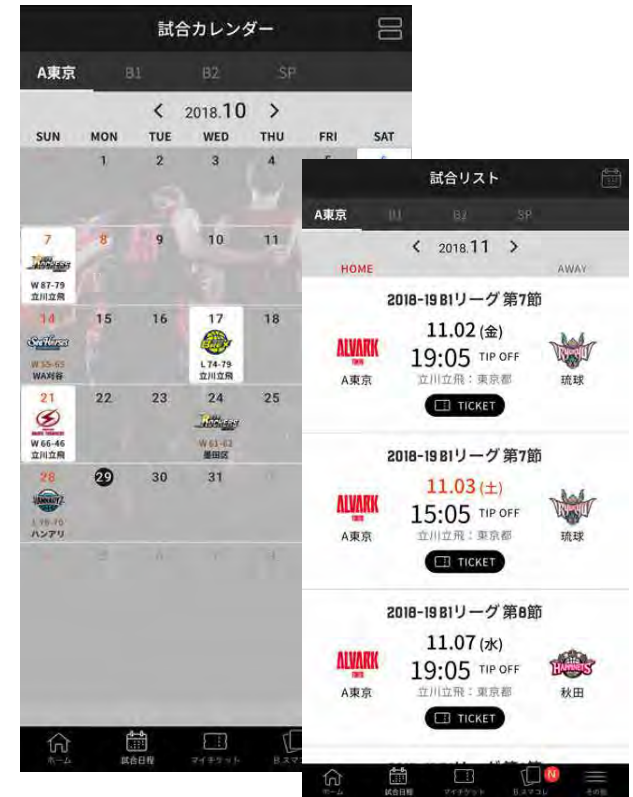
- ・お気に入りのクラブをマイクラブに設定
- ・アプリTOPにて試合結果を配信
- ・来場以外でもアプリを起動し、チームに触れることが可能

◎ カードコレクション



- ・アプリ起動、来場、購入等でポイントをゲットしてカードを取得
- ・ファン同士でオンラインでカード交換
- ・来場して、リアル選手カードと有料で交換

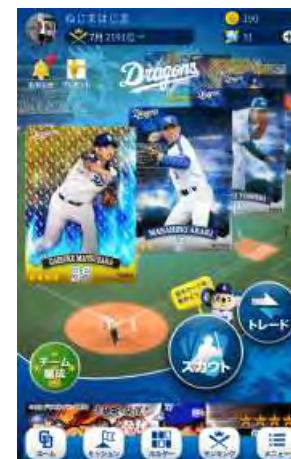
◎ 試合日程 (チケット購入)



- ・試合カレンダーから直接チケット購入が可能
- ・オフィシャルチケット販売サイトと連携
- ・購入後、メールで引換番号を取得し、アプリで入力してチケットを受取

2. チケット事業 カードコレクション

チケット事業の付加サービスから派生したカードコレクションが大きく成長しています



- ◎ Bリーグ様、福岡ソフトバンクホークス様、日本ハムファイターズ様、中日ドラゴンズ様、読売ジャイアンツ様で導入済
 - ◎ 来期に向け、複数球団の導入が決定
 - ◎ 上位球団は、上代売上1,000万円/月、弊社売上450万円/月を上げています
 - ◎ 収益増のほか、毎日のアクセスと情報配信の連動、試合結果とポイント付与の連動が好評
- ⇒ この機能を応用し、アイドルグループへの横展開を推進中

2. チケット事業 今後の方針

アーティストのオフィシャルアプリを強化中。
さらに電子チケットを実装し、継続的な発券を目指します

◎ オフィシャルホームページ

無料でアーティストの最新情報などをチェックできます

◎ カレンダー

アーティストのライブ出演情報やメディア出演情報を一目でチェックできます

◎ 有料会員サービス

チケット先行受付、メンバーラジオ、ライブ・オフショット写真、スタッフブログ他

◎ ガチャ

貯まったポイントを使用して楽しむことができるガチャコンテンツ

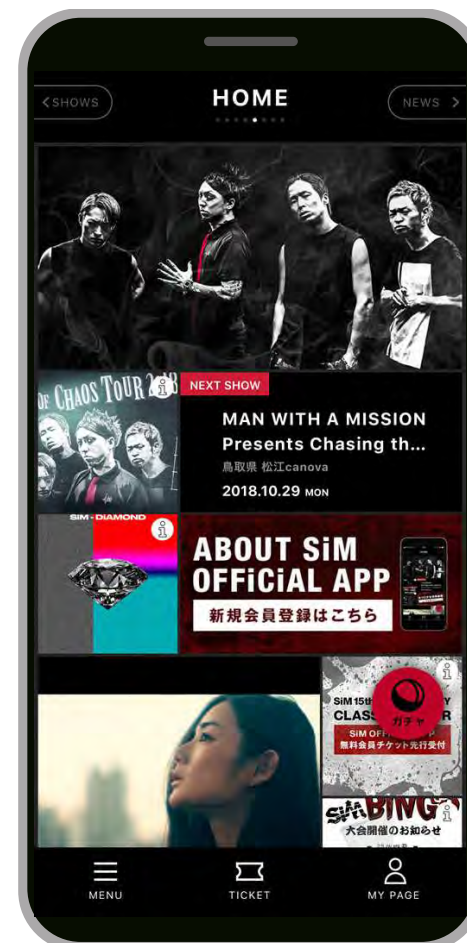
◎ 電子チケット

チケットのお申し込みから受け取り、当日のご入場までがアプリで完結。
さらに、電子チケットならではの特典として、「メモリアルコレクション」も提供。

◎ 電子マネー

ライブ会場向けのQRコードによるスマホ決済サービス。
利用者には「ファンサイトポイント」を付与。
グッズ販売のマーケティングデータの取得・分析も可能となります。

SiMオフィシャルアプリ



2. チケット事業 今後の方針

電子チケットの充実により、導入先と発券枚数を拡大させ、
電子チケットのスタンダードの一角へ

- ◎ 自社アプリの強化
- ◎ 他社アプリへのOEMに向けたSDK化

【機能】

- ・メモリアルコレクション機能の強化
- ・写真/カード販売等の強化
- ・課金コンテンツの強化
- ・広告/クーポン配信
- ・電子マネーの実装

- ◎ 他社電子チケットへのトレード機能の実装

⇒ 2次流通を拡大させ、2次流通のNO.1サイトへ

自社および他社の
電子チケットアプリ



トレード
出品

チケット販売サイト「EMTG」

