

2003年9月期
第2四半期決算説明会

2003.5.27

株式会社サイバーエージェント
<http://www.cyberagent.co.jp/>

- ❖ 連結決算概要四半期
通期見通しについて
- ❖ サイバーエージェント事業概況
- ❖ 広告代理事業
- ❖ メディア事業
- ❖ 連結決算概要上期(参考)

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることを御承知おき下さい。

連結決算概要

2003年9月期
第2四半期

今期下半期より黒字化
を予定
3月は月次で黒字化



当決算の2003年3月までを先行投資
期間と位置づけ、連結調整勘定(のれん
代)等を一括で償却

広告・ECともに売上高が順調に拡大



前四半期比20%増

コストコントロール



販売管理費横ばい

広告代理事業は回復基調



第3四半期以降はさらに
てこ入れ

メディア事業は売上が拡大



今後、不採算メディアを
再構築し高収益メディア
に注力

キャッシュ残高



約80億円

連結決算サマリー(当四半期)



P / L  売上は、前年同期比51.8%増、前期比20.4%増

単位 (百万円)	前年同期(第2四半期) 02/1 - 3	前期(第1四半期) 02/10 - 12	当期(第2四半期) 03/1 - 3
売上高	2,625	3,309	3,984
売上総利益	1,087	1,298	1,579
(売上総利益率)	(41.4%)	(39.2%)	(39.6%)
販売管理費	1,085	1,656	1,707
(販売管理費比率)	(41.3%)	(50.0%)	(42.8%)
営業利益	2	358	127
(営業利益率)	(0.1%)	(-%)	(-%)
経常利益	7	348	85
当期利益	41	569	1,965

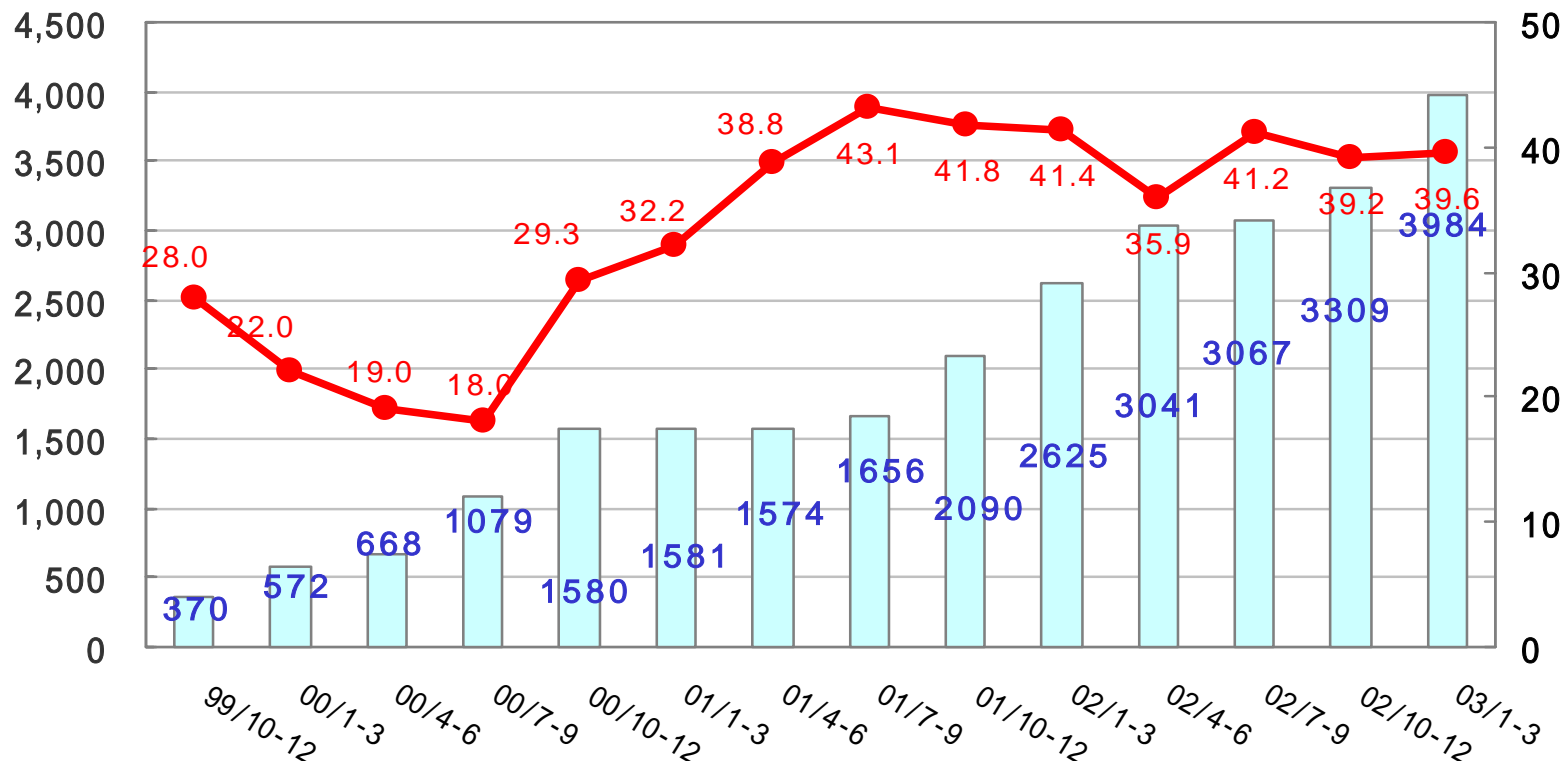
2003年中間決算を境に先行投資時期から利益創出時期に移行

単位:百万円

売上高

粗利益率

単位:%



先行投資時期

利益創出時期

2000年9月期

2001年9月期

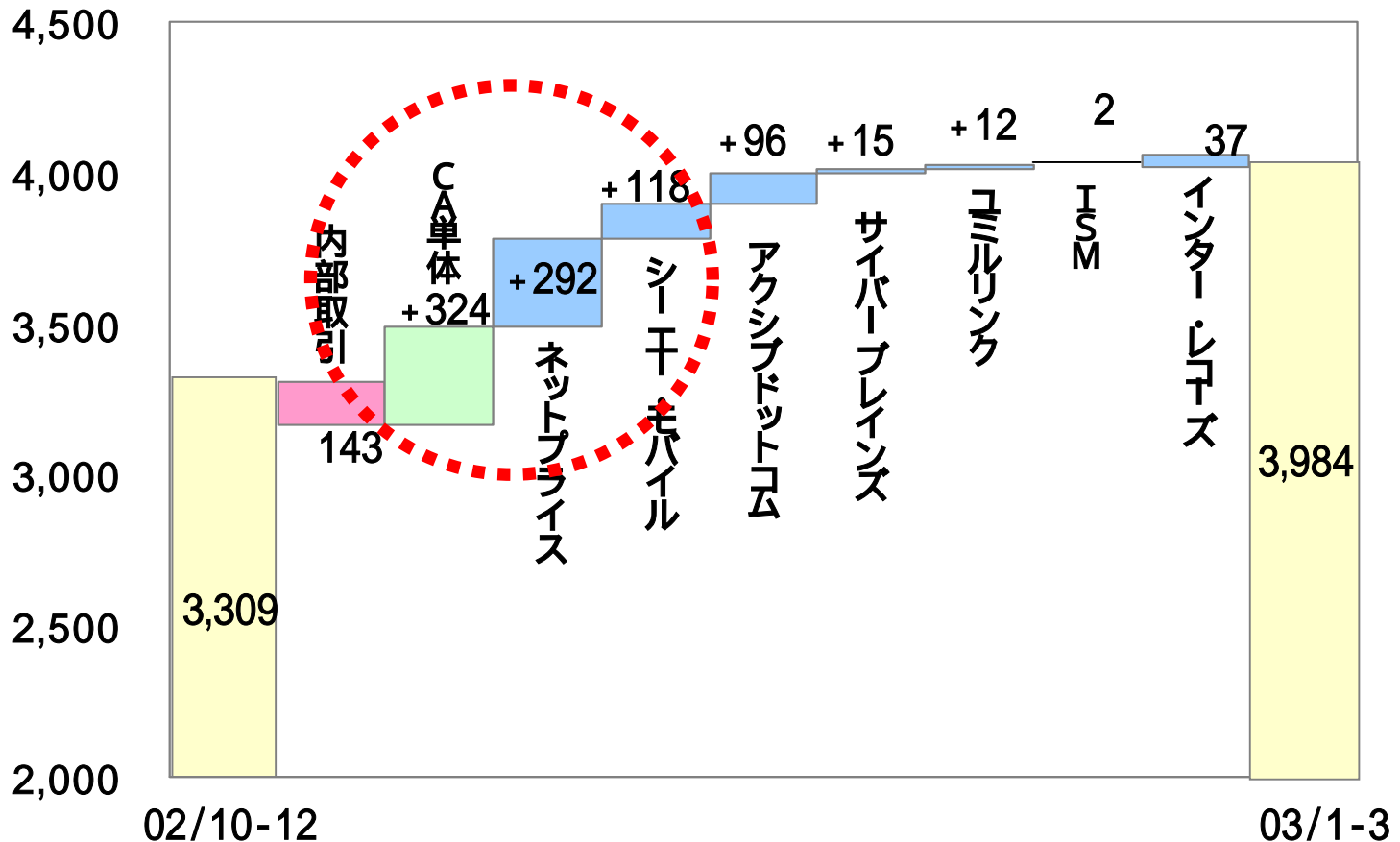
2002年9月期

2003年9月期

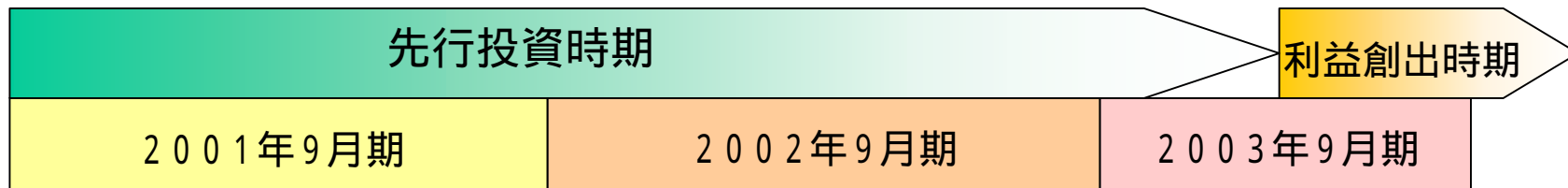
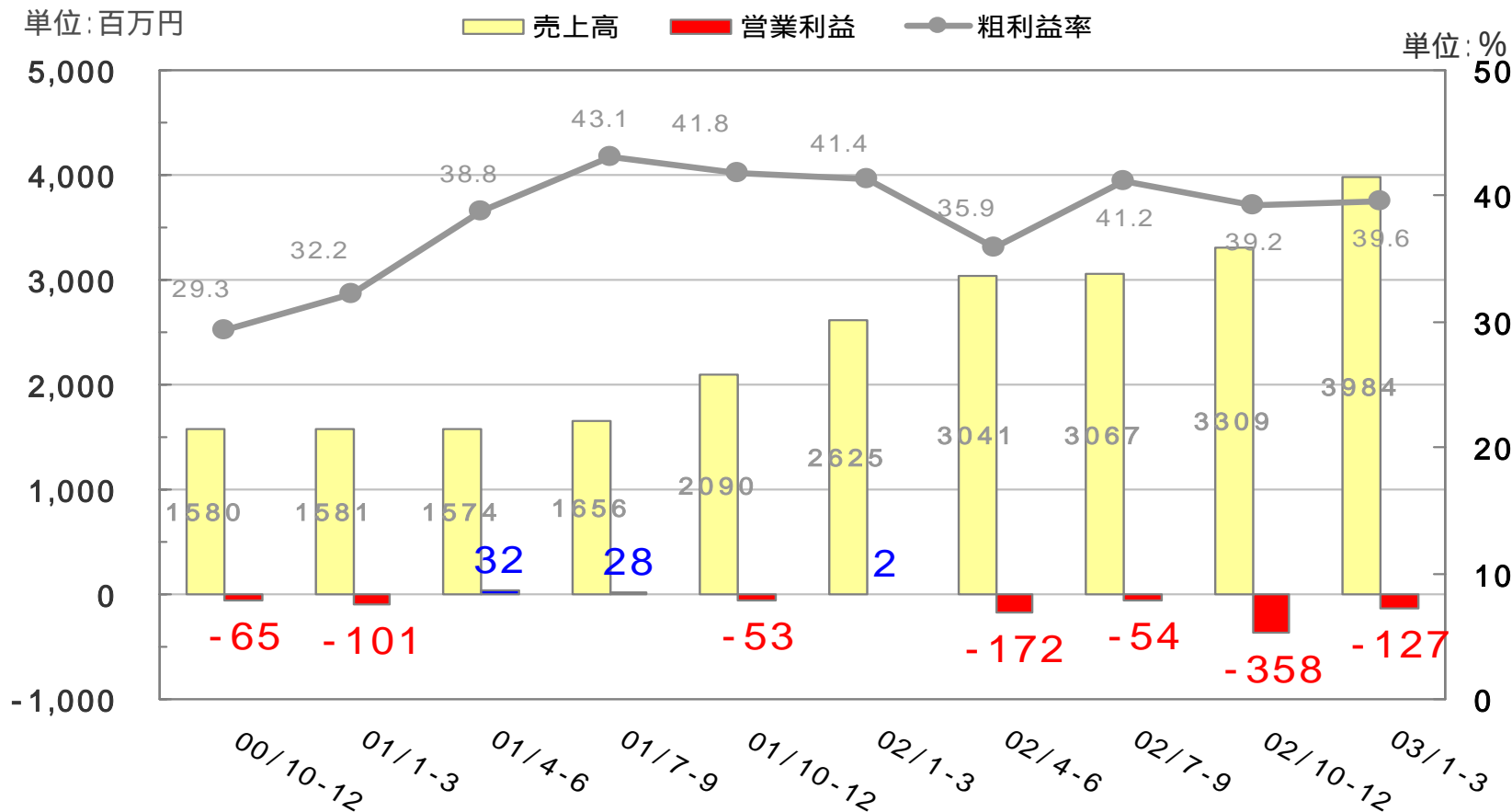
増収要因分析(当四半期)

● 広告代理事業、子会社2社、CAモバイル及びネットプライス
が増収に大きく寄与

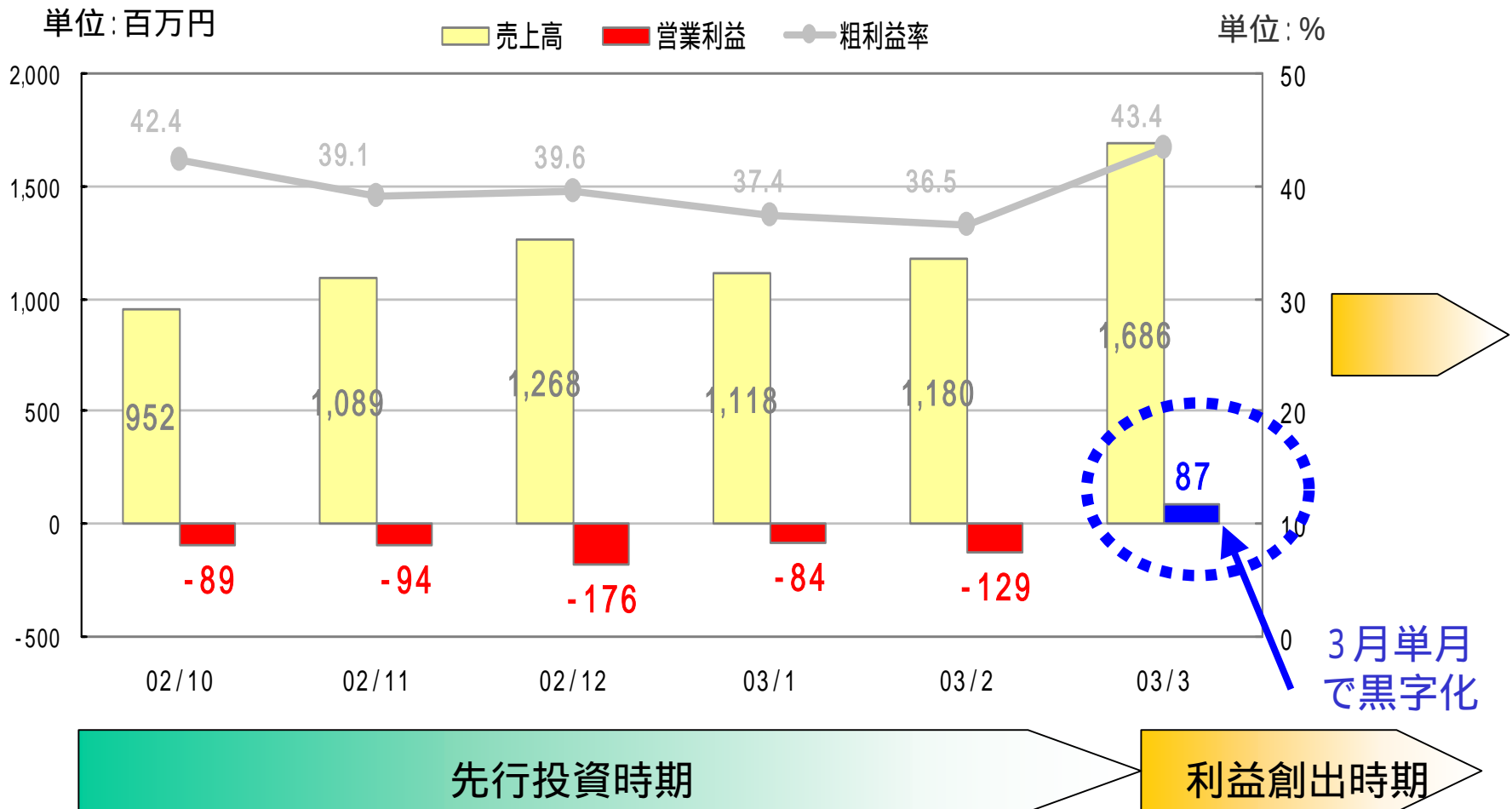
単位:百万円



営業利益の四半期ごとの推移

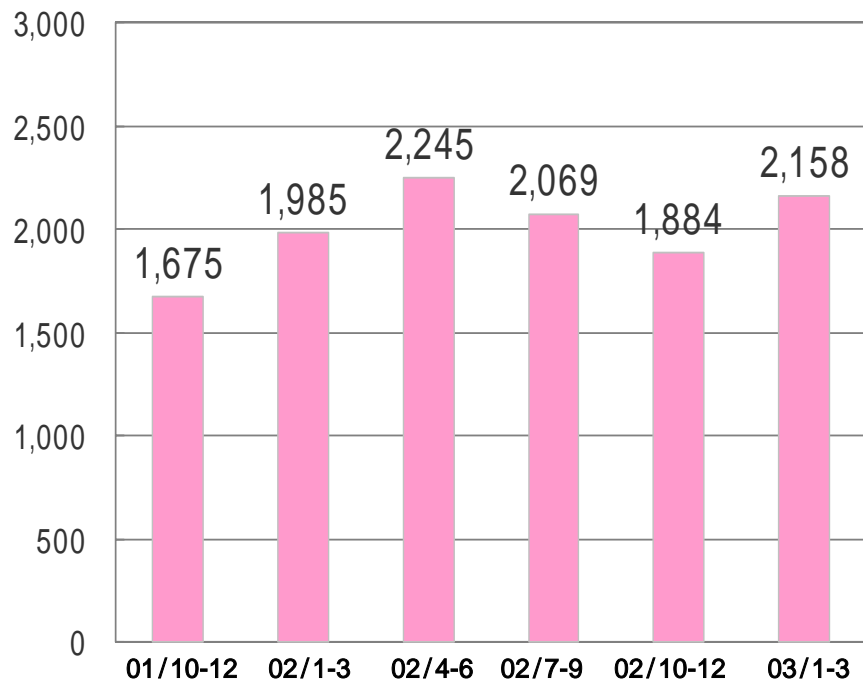


3月単月で黒字化、下半期より黒字化を目指す



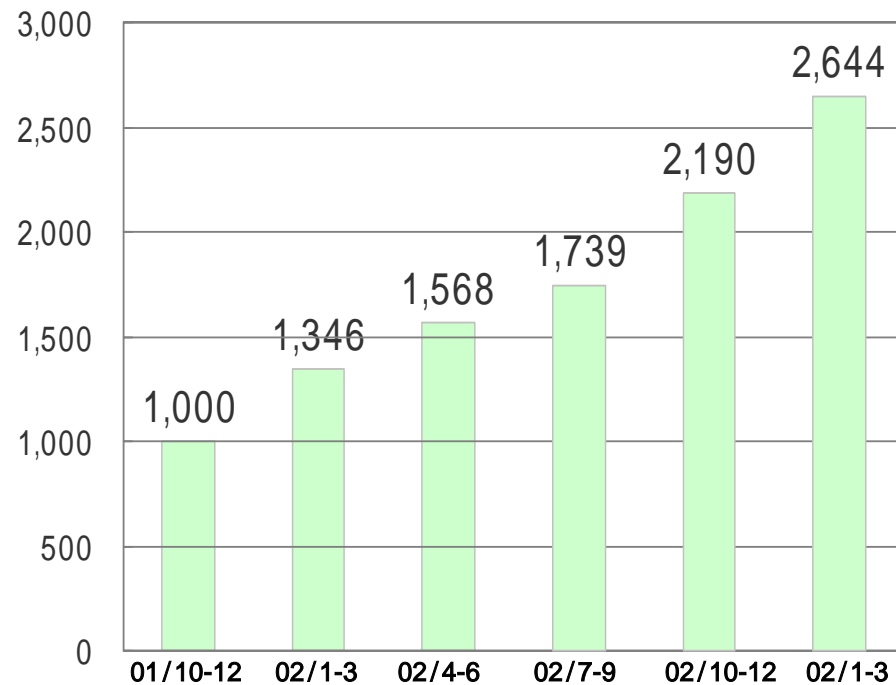
広告代理 事業 アドバタイジング・ビジネスユニット

単位:百万円



メディア 事業 メディア・ビジネスユニット

単位:百万円



注:売上高は内部取引控除前の参考数値

広告代理事業：アドタイジング・ビジネスユニット

(単位:百万)	前四半期	当四半期		
売上高	1,884	2,158	前四半期比	14.5%増収
営業損益	20	98	前四半期比	490%増益

メディア事業：メディアビジネスユニット

(単位:百万)	前四半期	当四半期		
売上高	2,190	2,644	前四半期比	20.7%増収
営業損益	112	33	前四半期比	赤字幅減少

収益化に向けメディア事業、赤字幅減少

注:売上高・営業利益は内部取引・連結調整勘定償却・全社費控除前の参考数値

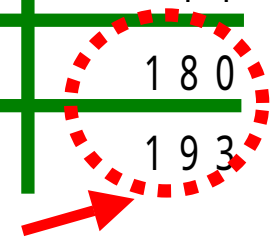
事業部別業績

注:売上高・営業利益は内部取引・連結調整
勘定償却・全社費控除前の参考数値



単位:百万円		プロジェクト及び グループ会社		02/10-12		03/1-3	
		売上高	営業利益	売上高	営業利益		
広告 代理 事業	アドタイジングビジネスユニット	1782	22	2044	103		
	ユミルリンク株式会社	102	2	114	5		
メディア 事業	株式会社シーエー・モバイル	649	168	767	205		
	株式会社ネットプライス	742	48	1,034	54		
	株式会社アクシブドットコム	144	3	240	56		
	melma!	165	35	169	45		
	ライフマイル	48	6	63	16		
	懸賞のつぼ	68	2	66	11		
	株式会社サイバーブレインズ	102	19	117	1		
	株式会社インターナショナル スポーツマーケティング	77	12	75	14		
	MailVision	73	271	98	180		
	MLB	2	38	14	193		

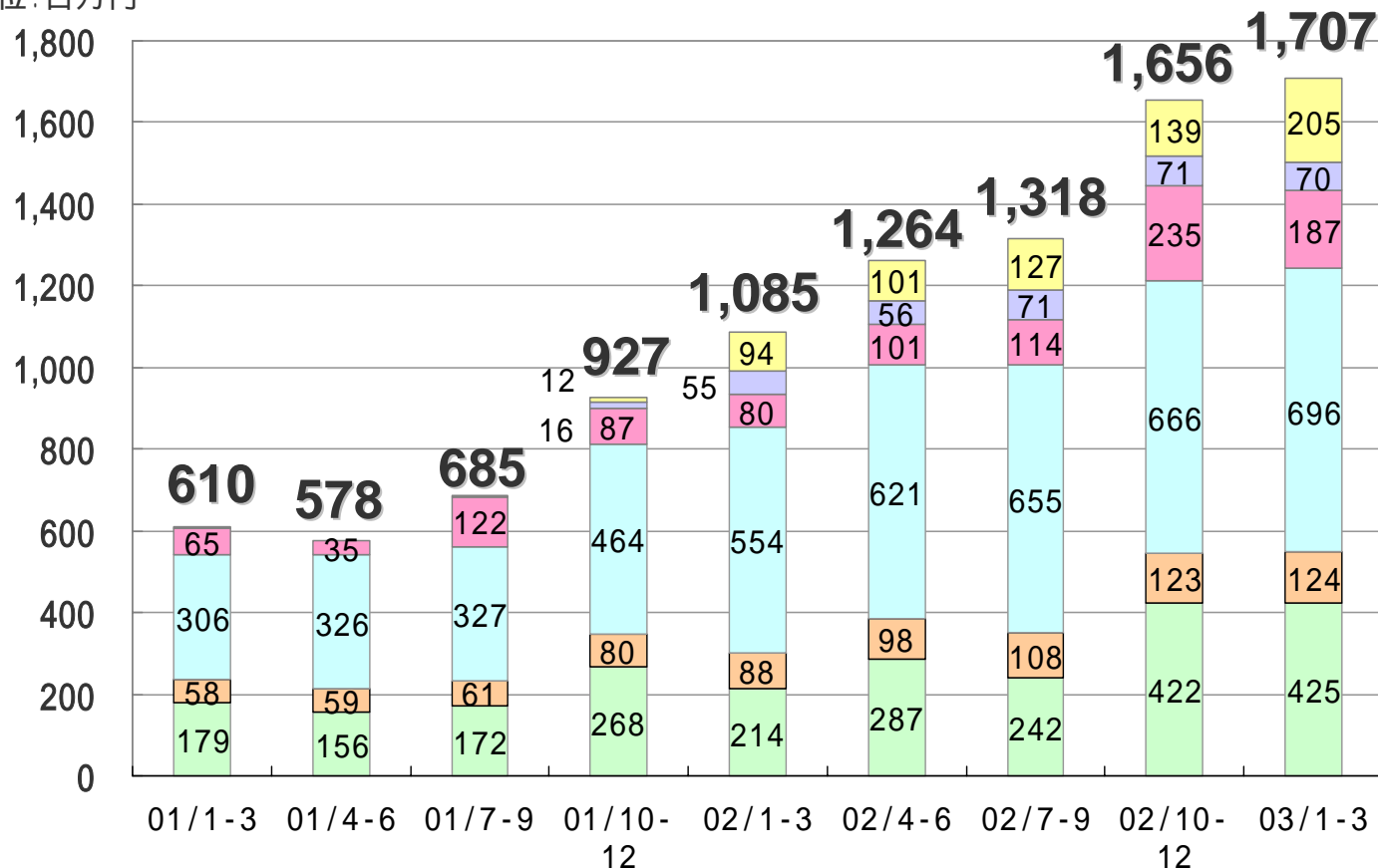
第3四半期以降、改善見込み



連結販売管理費

物販に伴う販売関連費は、売上に応じて増加したが、広告宣伝費の削減で前期比3%の伸びとなった

単位:百万円



前四半期比 単位:百万円

物販に伴う販売関連費

+ 66

連結調整勘定償却費

1

広告宣伝費

48

人件費

+ 30

事務所費用

+ 1

その他

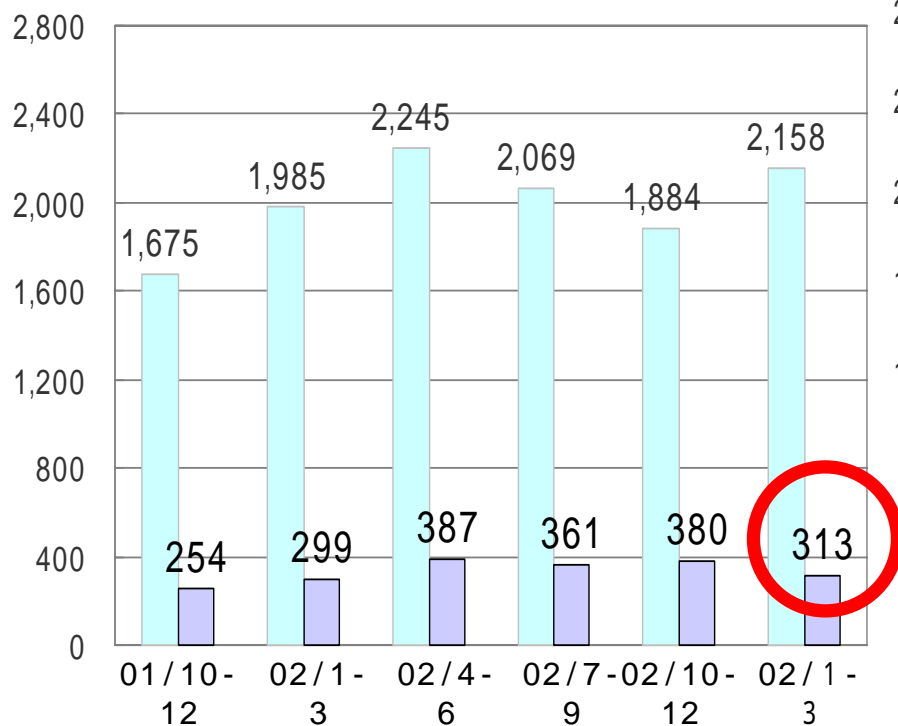
+ 3

■ その他 ■ 事務所費用 ■ 人件費 ■ 広告費 ■ 連調償却費 ■ 販売関連費

事業別販売管理費推移

広告代理 事業 アドバタイジング・ビジネスユニット

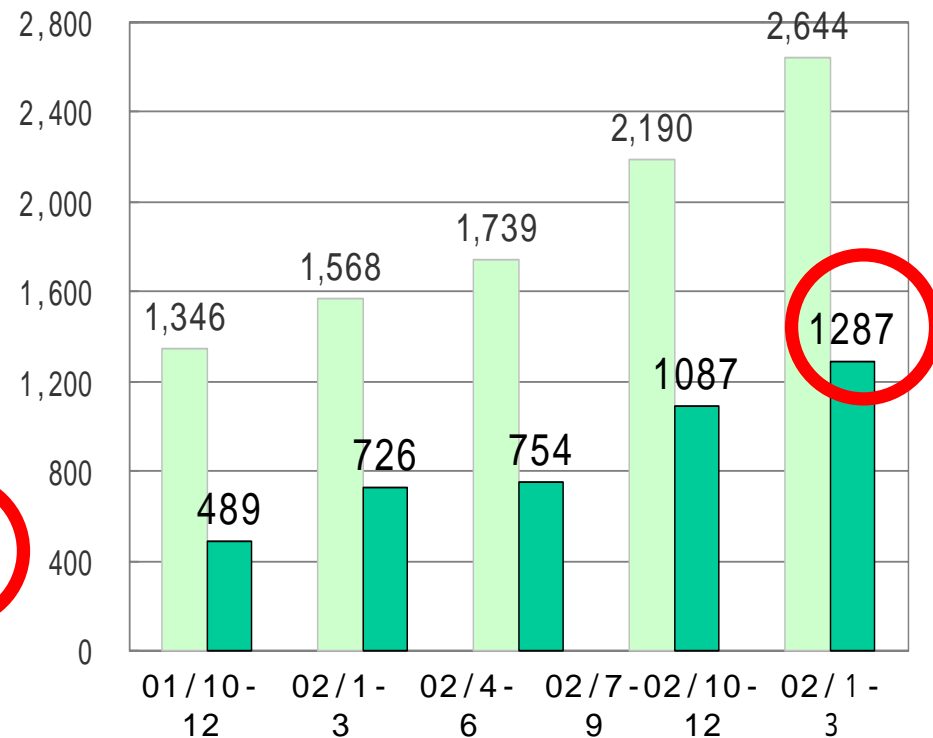
単位:百万円



販売管理費前期比17.6%減

メディア 事業 メディア・ビジネスユニット

単位:百万円

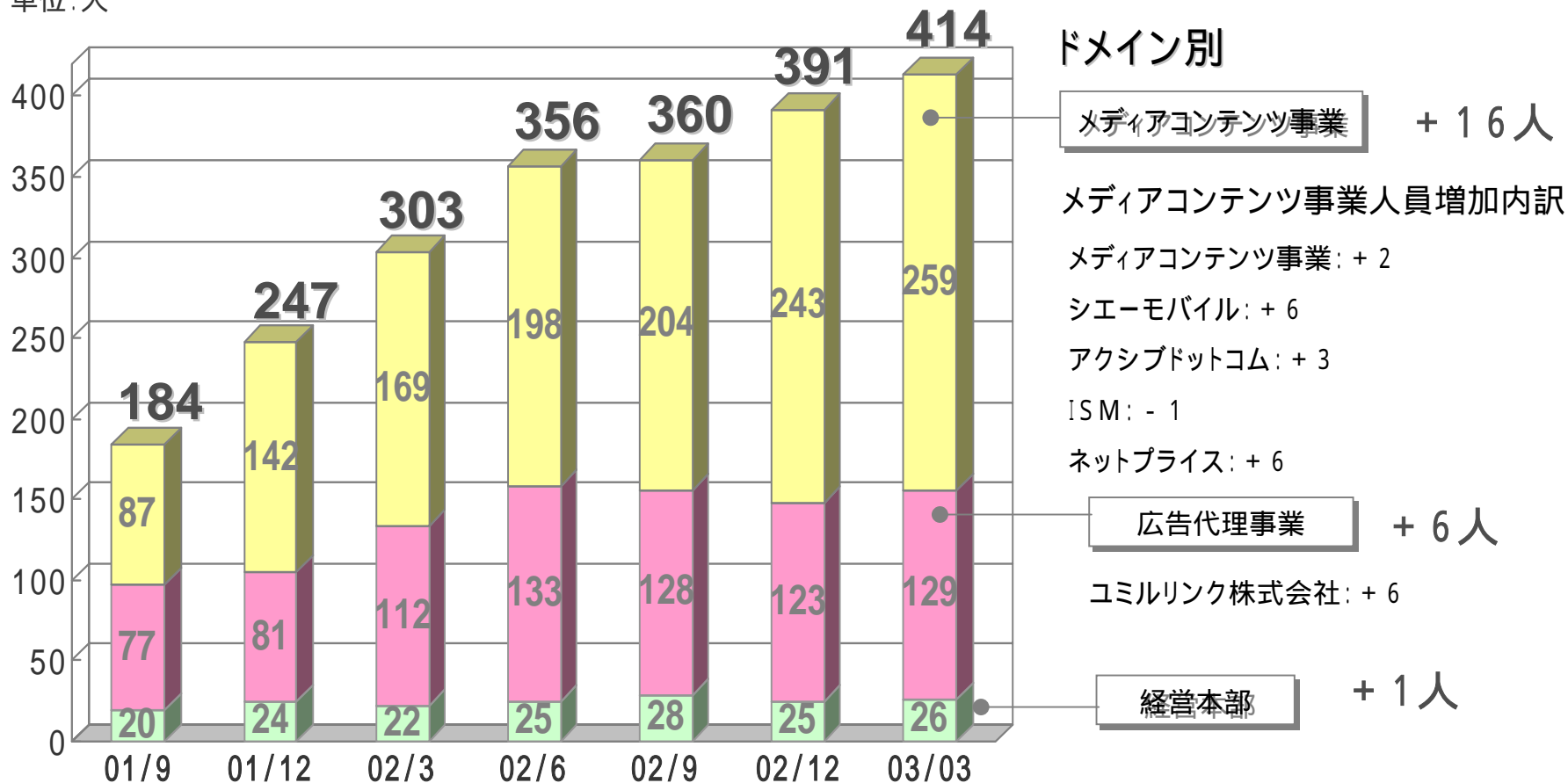


販売管理費前期比18.3%増

注:売上高は内部取引・連結調整勘定償却・全社費控除前の参考数値

前期比23人増員、事業拡大している子会社の人員増加

単位:人




2003年4月新入社員数: 38人

B / S 連結調整勘定と固定資産の一括償却で資産が減少

単位 (百万円)	前年同期(第2四半期)末 0 2/3 末	前期(第1四半期)末 0 2/1 2 末	当期(第2半期)末 0 3/3 末
流動資産	1 4, 9 9 0	1 0, 5 2 4	1 0, 8 2 9
(現預金+有価証券等)	1 2, 9 3 5	8, 1 0 3	7, 9 9 5
固定資産	4, 3 5 5	5, 9 4 5	4, 0 6 2
総資産	1 9, 3 4 5	1 6, 4 6 9	1 4, 8 9 1
流動負債	1, 5 3 5	1, 8 3 2	2, 2 5 1
固定負債	2 6 5	5 1	4 5
株主資本	1 7, 0 6 4	1 4, 1 7 0	1 2, 1 4 5

連結キャッシュフロー推移（当四半期）



キャッシュフロー  第2四半期の特別損失は非支出のものが中心のため、営業CFは改善へ

単位（百万円）	前年同期（第2四半期） 0 2 / 1 - 3	前期（第1四半期） 0 2 / 1 0 - 1 2	当期（第2四半期） 0 3 / 1 - 3
営業活動によるCF	1 2 4	3 1 9	1 9
投資活動によるCF	1, 7 7 8	1, 6 8 0	1, 9 1 6
財務活動によるCF	1 1 8	5	5
現金等同等物の増減	1, 7 6 3	2, 0 0 5	1, 8 9 1
現金等同等物の期末残高	1 1, 9 2 3	6, 0 7 8	7, 9 7 0

2003年9月期

	2003年2月14日	2003年5月16日
売上高	160.0億円 →	154.0億円
営業利益	6.0億円 →	4.9億円
当期純利益	8.5億円 →	27.0億円

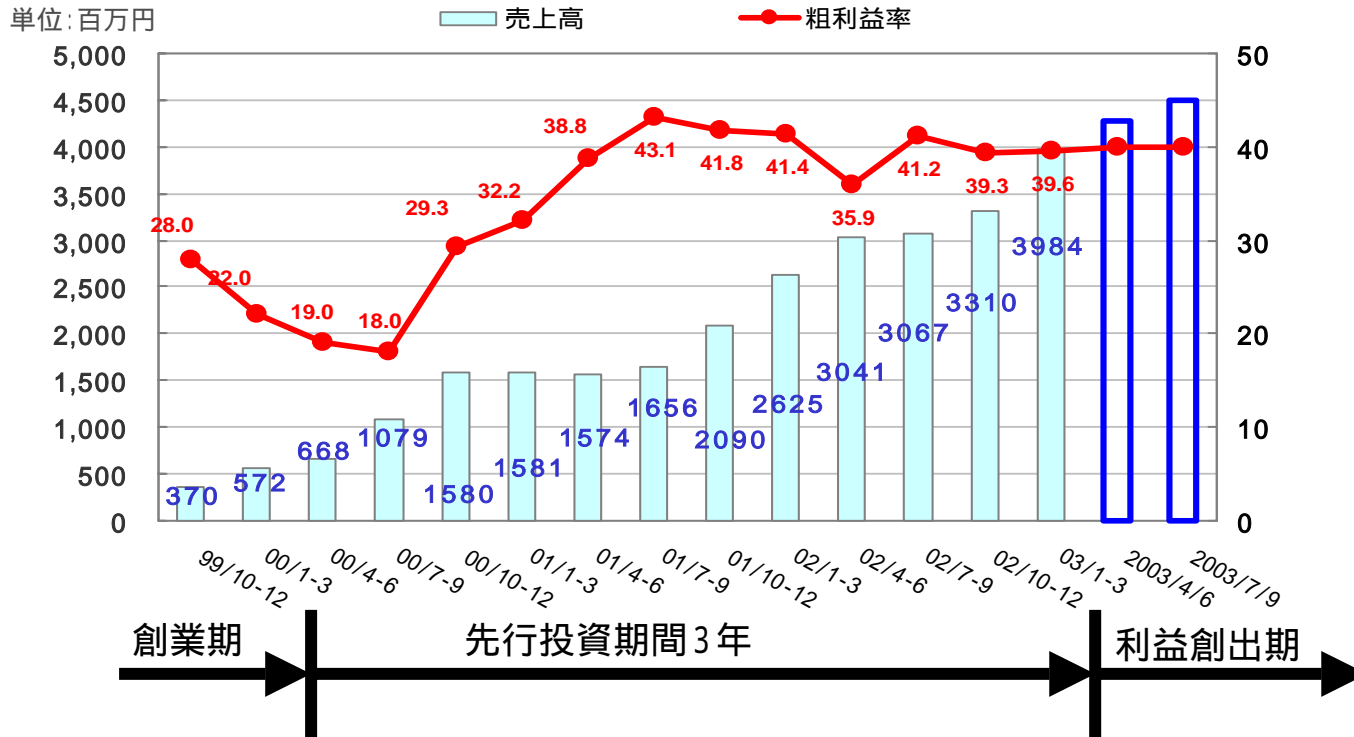
- 売上高は、4月の出足の悪さを勘案しコンサバティブに予想。
- 営業利益は、MailVision及びMLBの見通しが立てづらいため下期の営業利益は±0とし、上期の4.9億円をスライド。
- 当期純利益は、のれん代、ライセンス料等を一括償却。

特別損失処理

単位;百万円	第1四半期	第2四半期	
投資有価証券評価損	120	287	GAROSU・ユーズコミュニケーションズ減損分等
固定資産除却損	23	730	メディア事業のシステム償却、MLBライセンス料等
関係会社整理損	45	19	インター・レコーズ在庫処分等
連結調整勘定償却	0	768	498百万ISM、181百万AXIV 52百万ユミルリンク、36百万CB
その他特別損失	4	3	違約金等
四半期合計	193	1,808	中間期末計 2,002

第3四半期より 上記、特別損失処理により月間5千万円の販売管理費が削減

先行投資期間から利益創出期へ



自社媒体40%を含む、高収益可能な売上NO.1インターネット広告会社に成長。(独自の利益モデルを構築)

クリック保証型広告の会社から...

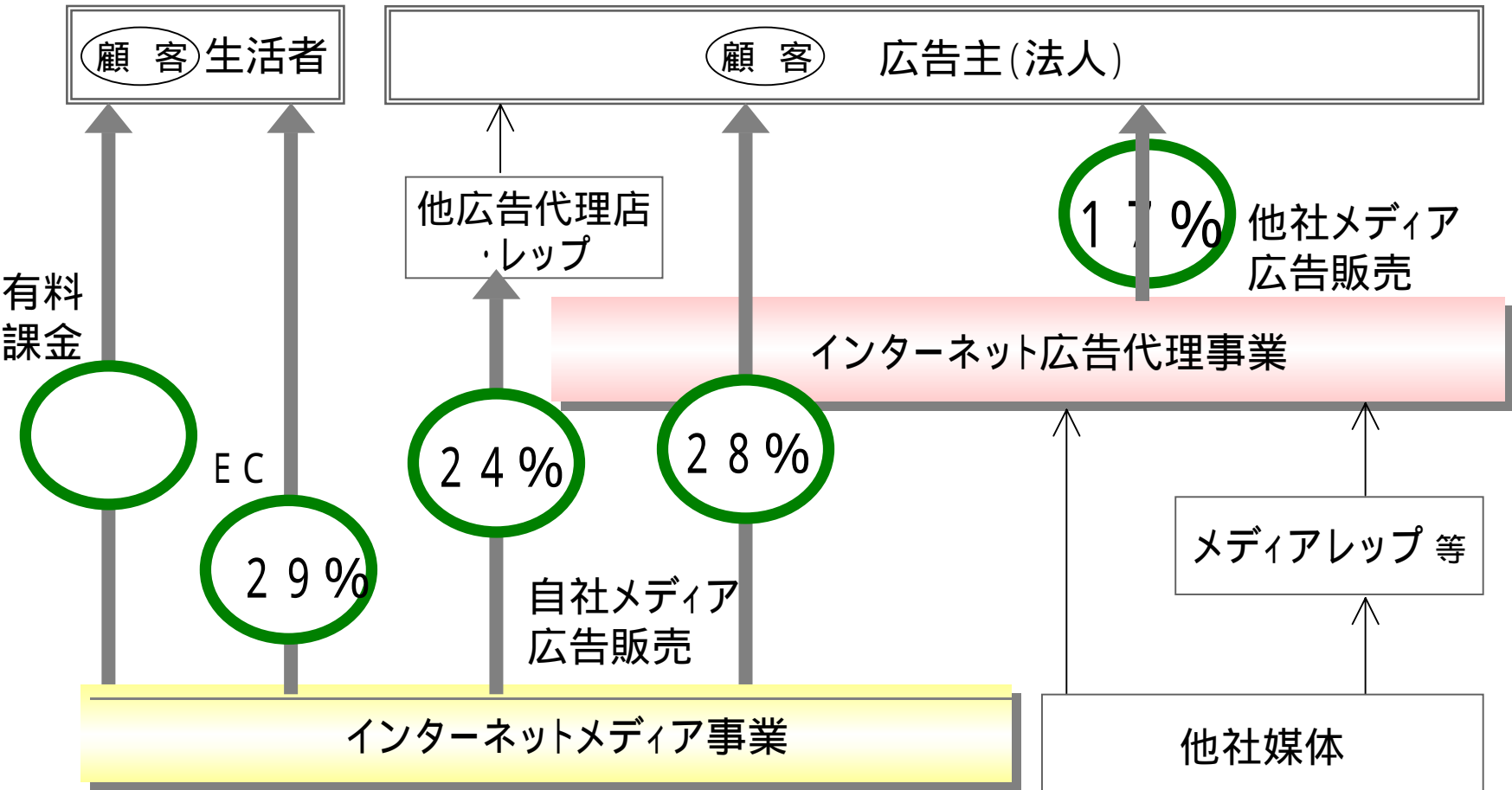
年間売上高 4億5千万円(99年9月期)
 粗利率(上場時) 約20%
 主力事業 サイバークリック
 クリックインカム(現メルマ)



年間売上高 154億円(03年9月期見込み)
 粗利益率 約40%
 主力事業 広告代理事業(月商約7億)、メルマ(月商約6000万)
 懸賞のつぼ(月商約2000万)、ライフマイル(月商約2000万)
 メールビジョン(月商約3000万)、CAモバイル(月商約2億5千万)
 ネットプライス(月商約3億3千万)、アクシブドットコム(月商約7000万)
 サイバープレインズ(月商約4000万) ほか

サイバーエージェント 事業概況

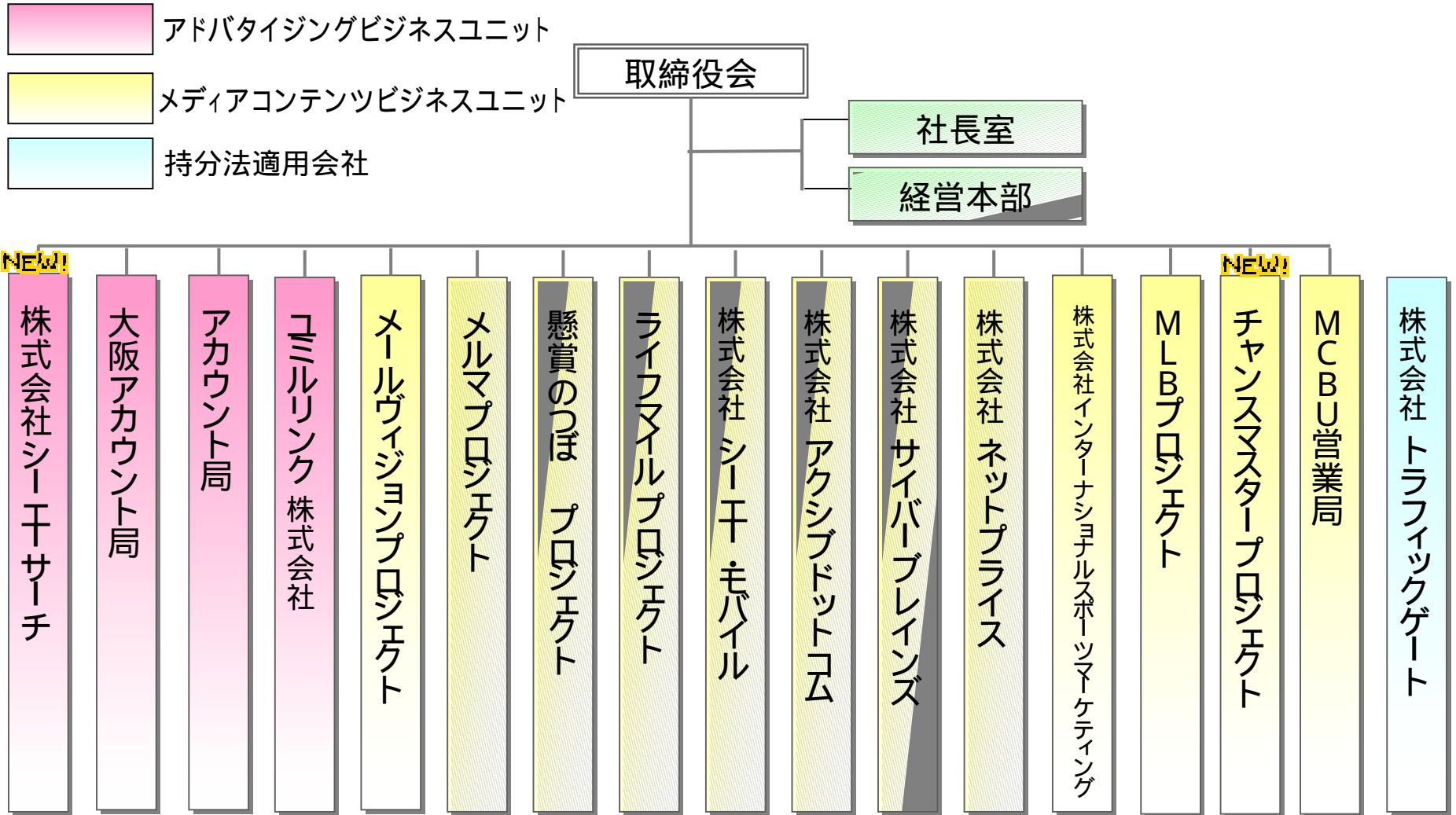
売上総利益モデル



○ サイバーエージェントの粗利益の源泉を100%とした構成イメージ

- ❁ 自社媒体を40%含む、高収益可能なインターネット広告企業である。
- ❁ 広告主とインターネットユーザーの双方に接点を持ち(=製販一体)、常に適切な商品開発が可能。
- ❁ 広告主に対して、単なるメディアの買い付けに留まらず、メディア企業としてのソリューション提供が可能。
- ❁ 広告代理事業の売上が伸びるほど、自社メディアの広告事業の粗利益額の比率が大きくなる。
(=労働集約型事業と、収穫逦増型事業を併せ持つ)
- ❁ ECや有料課金など、ほかの利益機会に進出しやすい。

組織図



広告代理事業

売上高前期比14.5%増
前年同期比8.7%増



5月よりさらなるてこ入れ
広告代理事業統括役員を代表藤田が兼務
営業部門を最重要ポイントと位置づける

自社媒体の販売強化



自社媒体の売上構成比率を40%前後に
維持

他社媒体・自社媒体とも
に粗利重視の戦略に転換



初の粗利ベースでの目標設定

第4四半期以降(7-9月)、
売上高で四半期10%の成長
を目指す



S顧客を拡大しつつ、新規顧客開拓に
注力。一人あたりの月間売上で、
15百万円を目指す

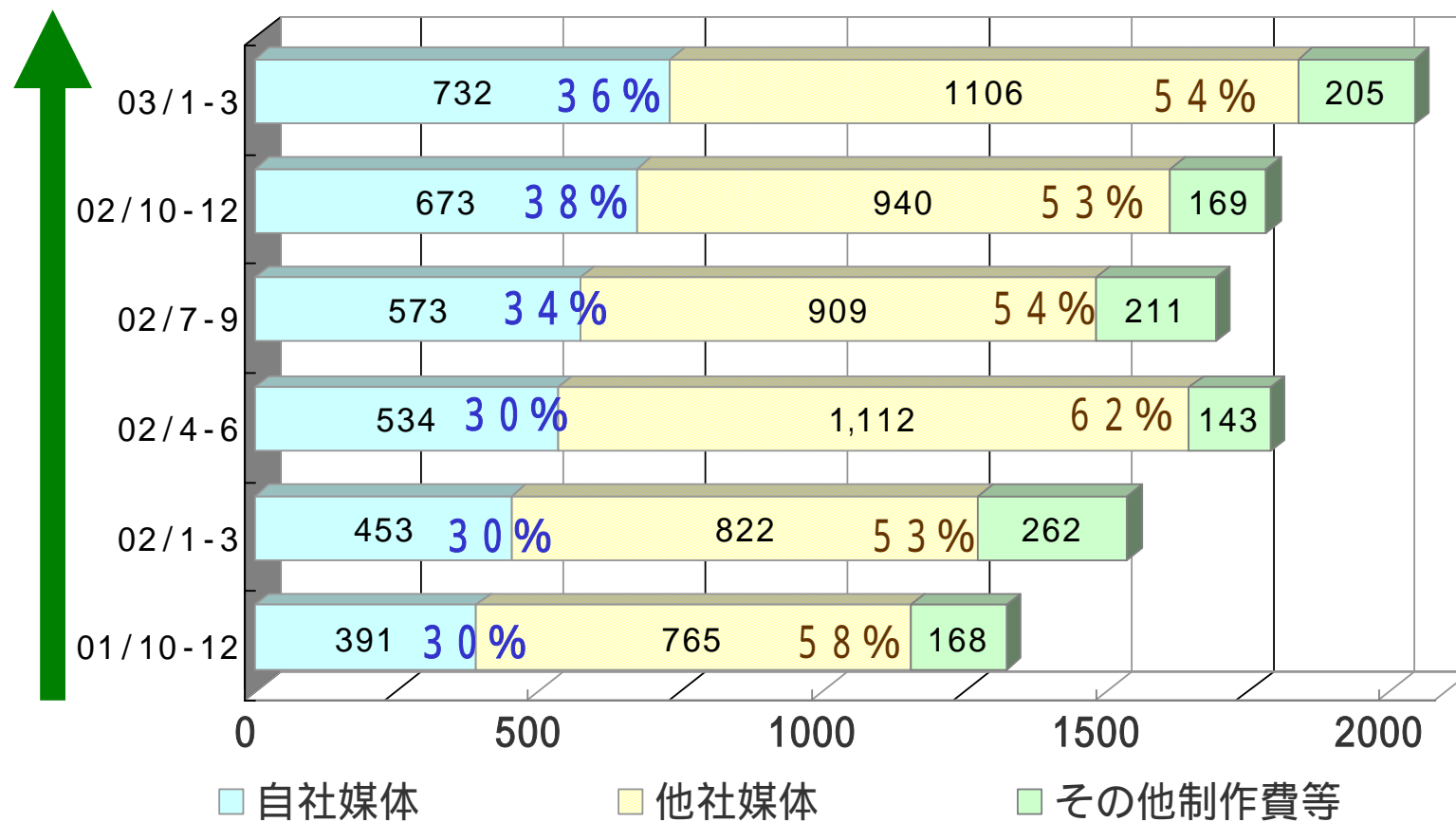
売れる商品の開発を強化



広告代理事業部内に、商品開発部門を
新設

広告代理事業 売上構成推移表

自社媒体比率40%台を目指す

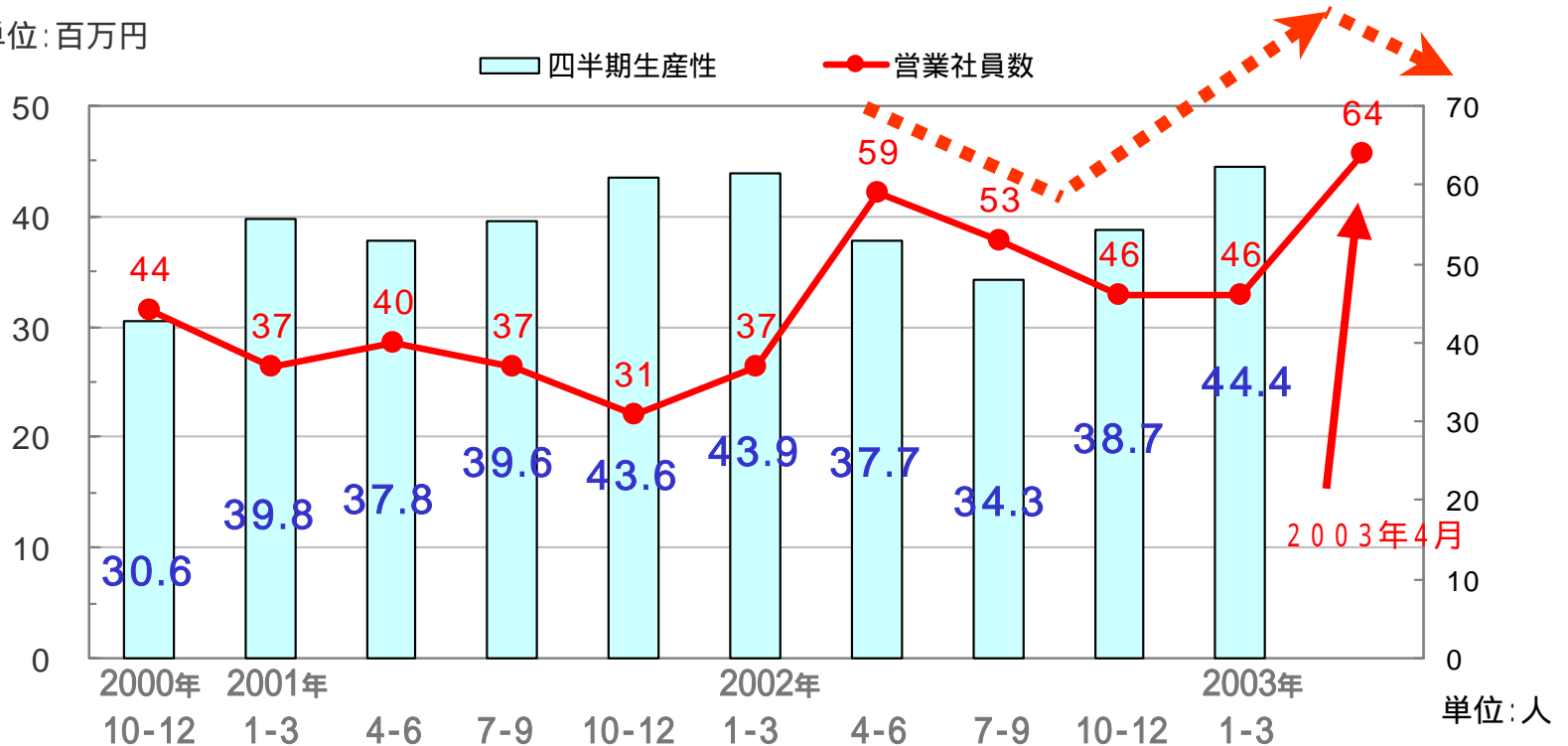


注) 2002年9月期は インタラクティブカンパニーの売上高、2003年9月期は広告代理事業アカウント局の売上高(内部取引控除前)

営業一人あたりの四半期生産性

- 営業一人あたりの生産性は、1 - 3月で月間約15百万円
- 4月は、新入社員20名の配属により生産性が一時的に減少

単位:百万円



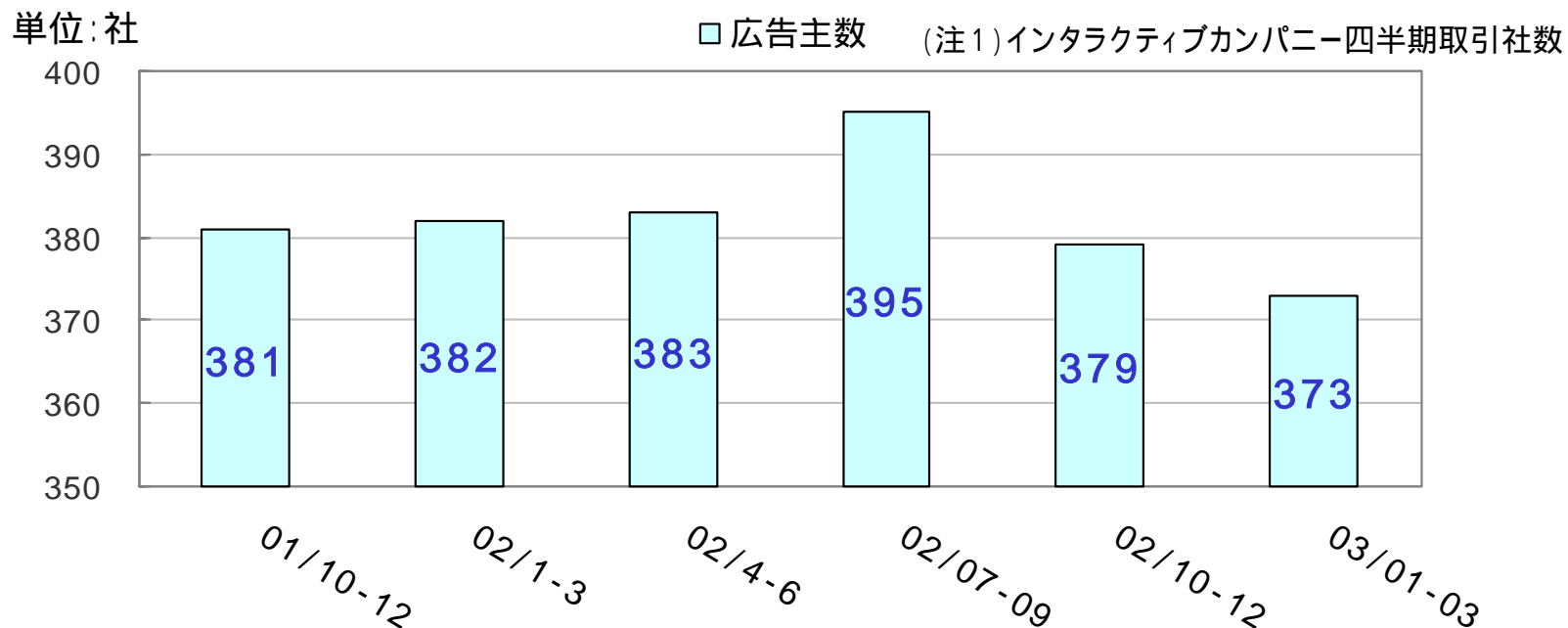
注1: 営業社員(インタラクティブカンパニー、大阪カンパニー所属)1人あたりの売上高

注2: 第5期第2四半期より、インタラクティブカンパニーに大阪カンパニーを加えて集計

注3: 第6期第1四半期より、アドバタイジングビジネスユニットに所属営業社員、1人あたりの売上高

四半期広告主数

🌿 月間取引社数は、230社から260社程度



四半期一社あたりの取引金額(単位:千) (注2) 売上高は内部取引控除前の参考数値

01/10-12	02/01-03	02/04-06	02/07-09	02/10-12	03/01-03
4,121	4,572	5,433	4,822	4,705	5,481

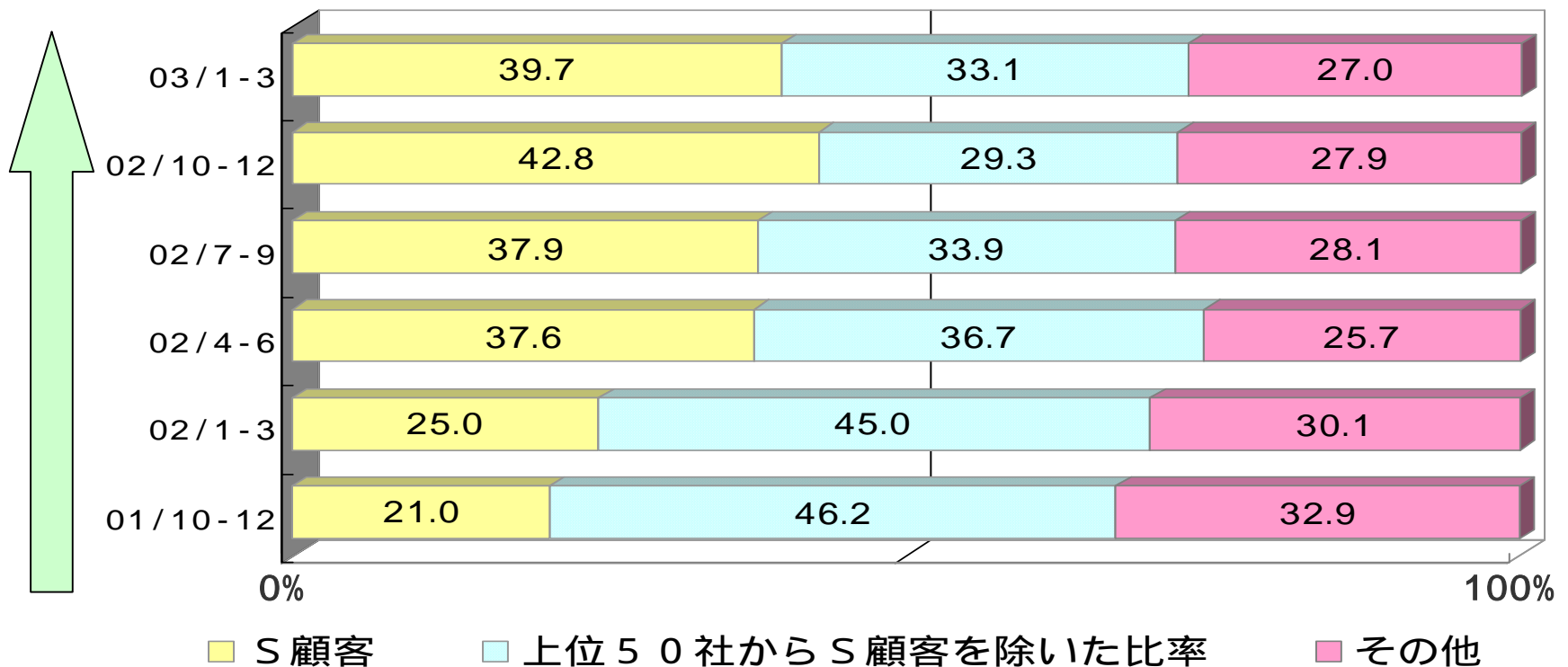
アカウント局、S顧客の売上構成比



S顧客とは、サイバーエージェント アカウント局がインターネット広告予算90%以上のシェアを管理している広告主様

S顧客社数は3月末時点で11社

今後、新規クライアントの獲得、四半期の取引社数約400社うち上位50社以外のクライアントからの受注も拡大していく



売上高の増加額が大きかった業界

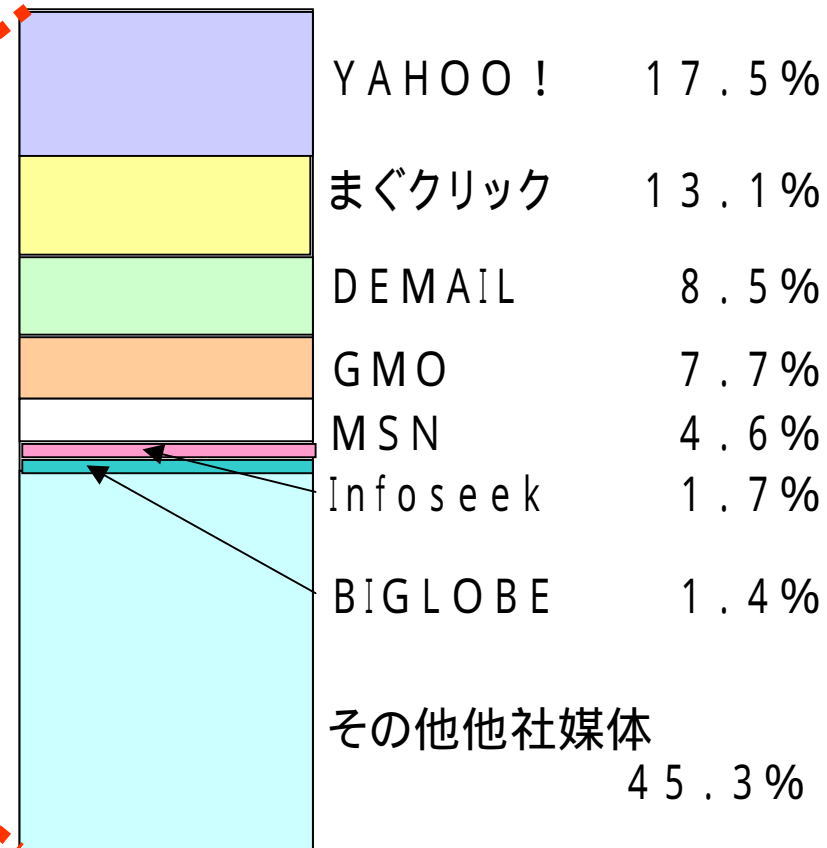
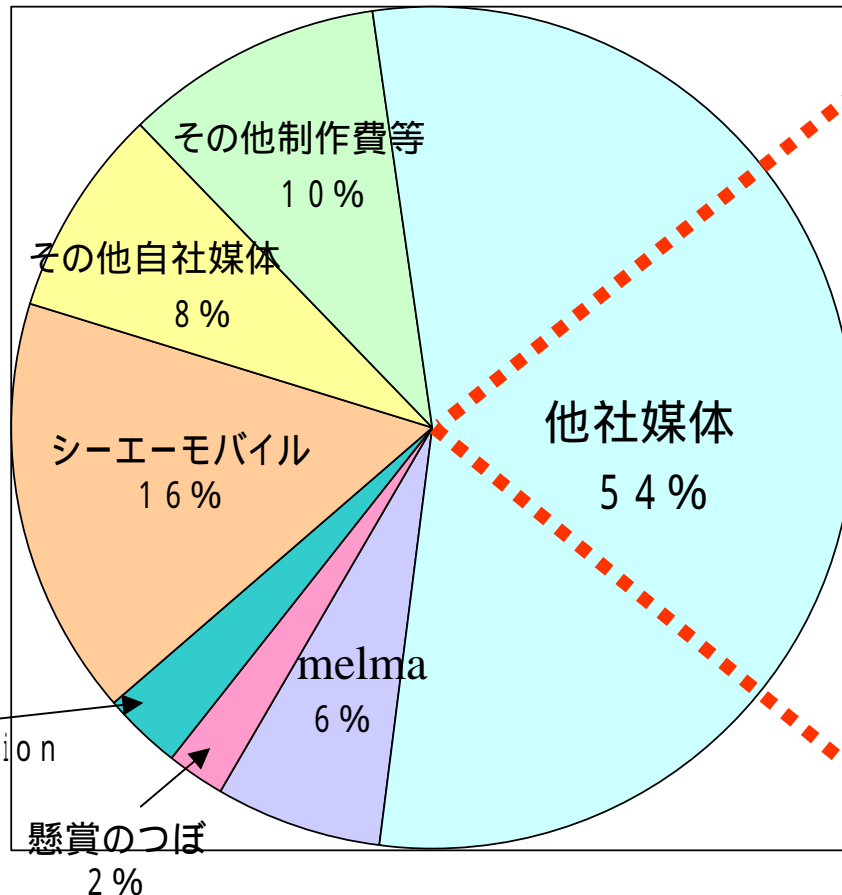
教育・人材、その他メーカー、運輸・通信、化粧品

	02 / 10 - 12	03 / 1 - 3	増減
金融・保険・証券業	46.2%	43.9%	-2.3%
教育・人材	7.3%	9.8%	2.5%
インターネット関連	13.1%	9.5%	-3.6%
エステ・美容関連	5.9%	5.3%	-0.6%
その他メーカー	3.5%	5.1%	1.6%
広告・サービス業	4.7%	5.0%	0.3%
化粧品	4.0%	4.6%	0.6%
運輸・通信	3.0%	3.7%	0.7%
不動産業	2.7%	2.2%	-0.5%
その他	9.6%	10.9%	-1.3%

今後 楽天メディア (Infoseek・ライコス・Ynot等)との連携を強化

2003年1月から3月 第2四半期
 広告代理事業売上高合計2,156百万

第2四半期他社媒体取引
 合計1,106百万



メディア事業

売上が大きく成長



売上高前期比20.7%増、前年同期比96.4%増
広告売上高:1,217百万円(前期比20.7%増)

CAモバイル及びネット
プライスの成長が
大きく寄与



メディア事業のモバイル売上高は前期比、18.1%増
メディア事業のコマース売上高は前期比、39.8%増

MailVisionはコストを削
減し、収益化を目指す



損益分岐点を2002年12月単月1億2
千万円 月間6000万円に引き下げる

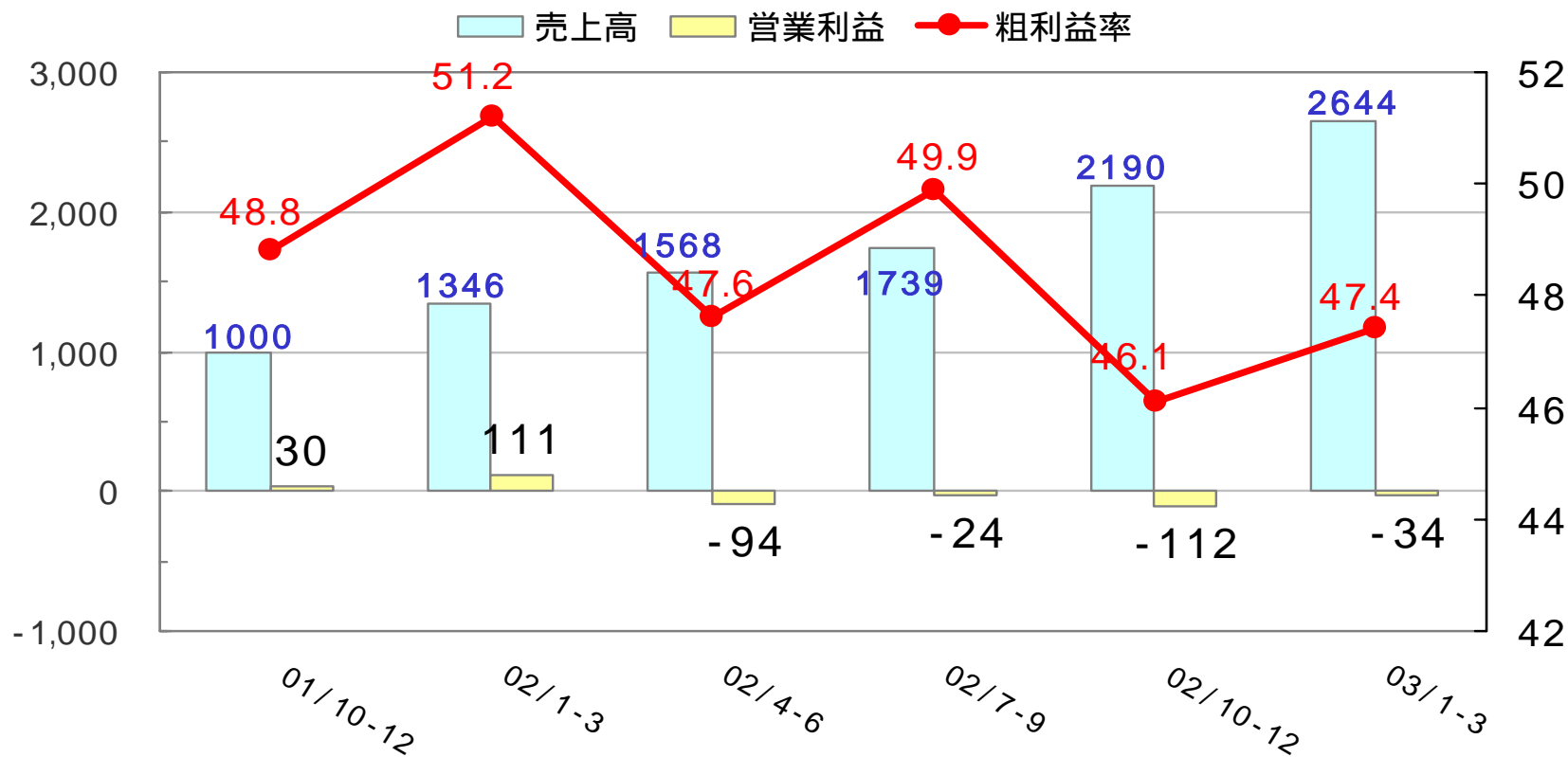
MLBプロジェクトは



広告販売と動画ライセンス提供を強化中。

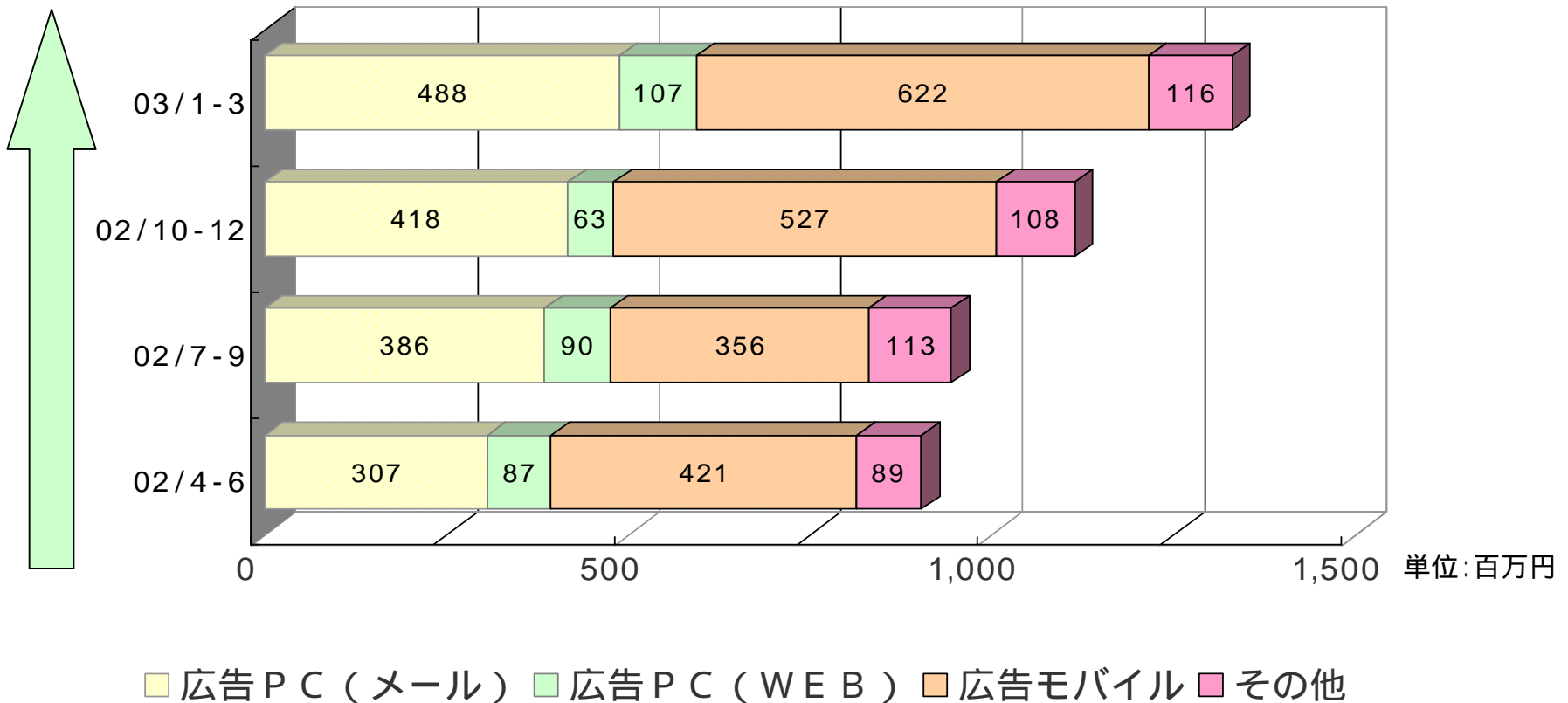
メディア事業の営業利益、粗利率の推移

2003年3月までを先行投資時期とし、自社メディアを拡充



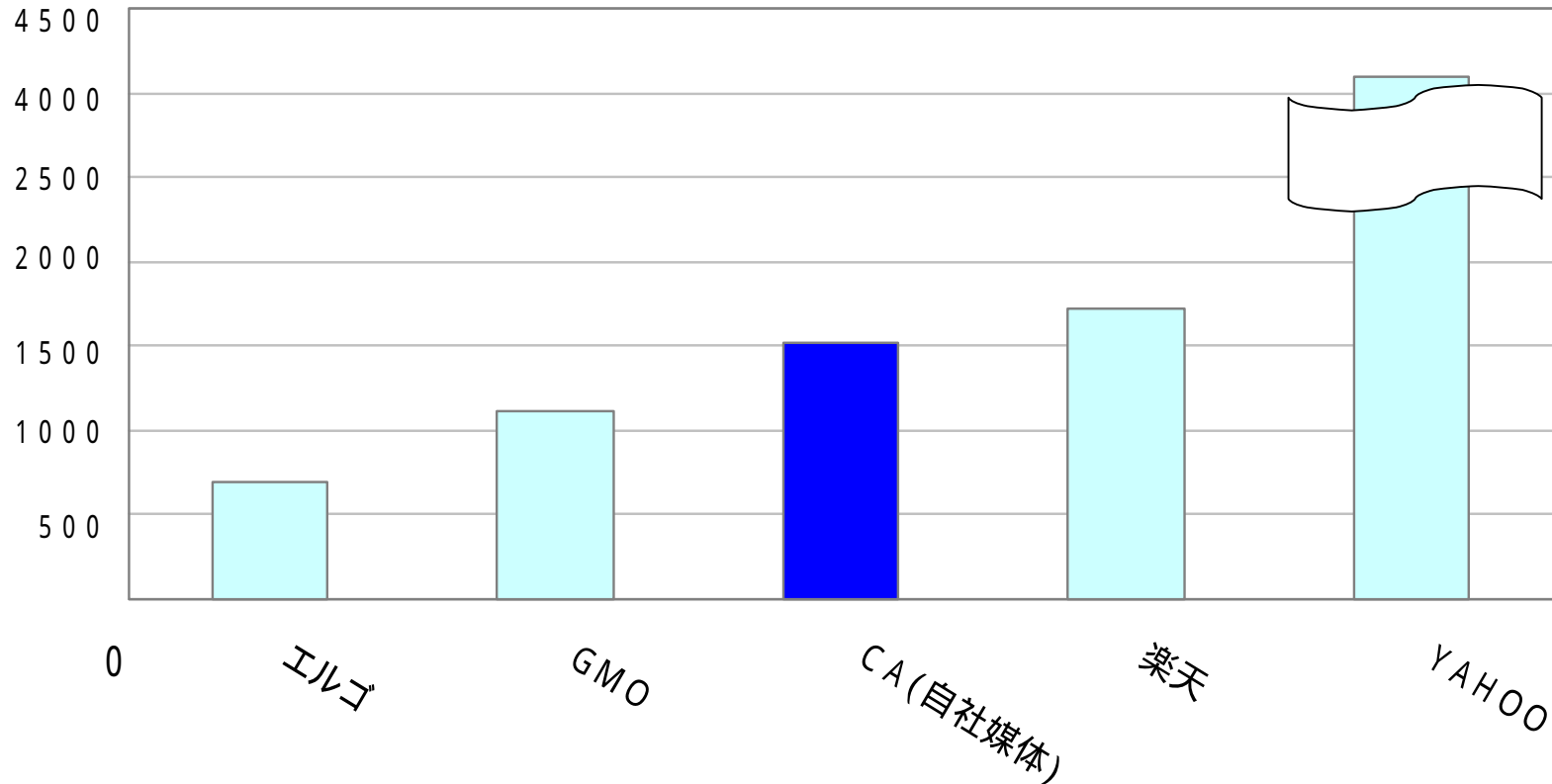
注: 売上高・営業利益は内部取引・連結調整勘定償却・全社費控除前の参考数値

前四半期比 広告売上高の伸び率は、約20%と急速に拡大



効率のよいメディア運営

単位:百万円

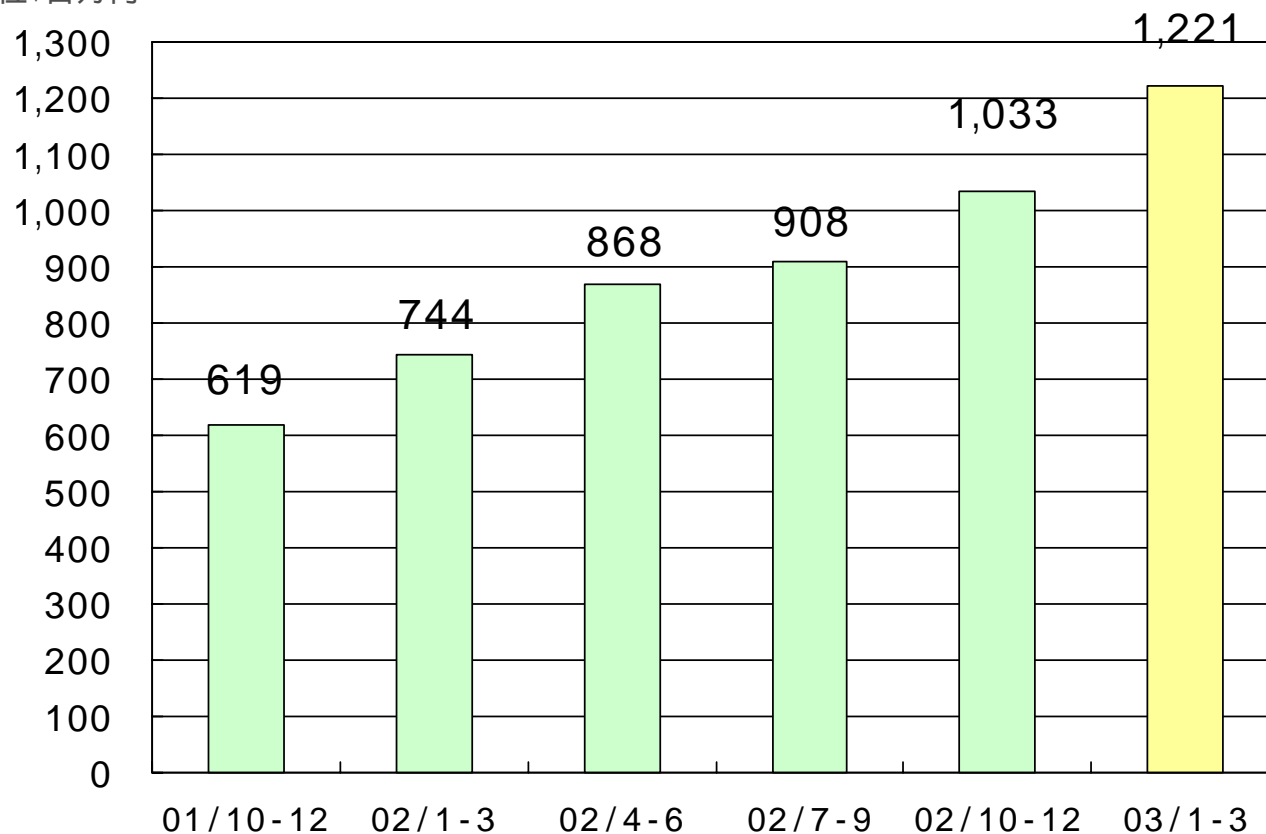


注) 各社 売上計上方法が違うため仮に代理店マージンを20%としてGROSSで算出
(2003年1 - 3月)

モバイル事業、順調に推移

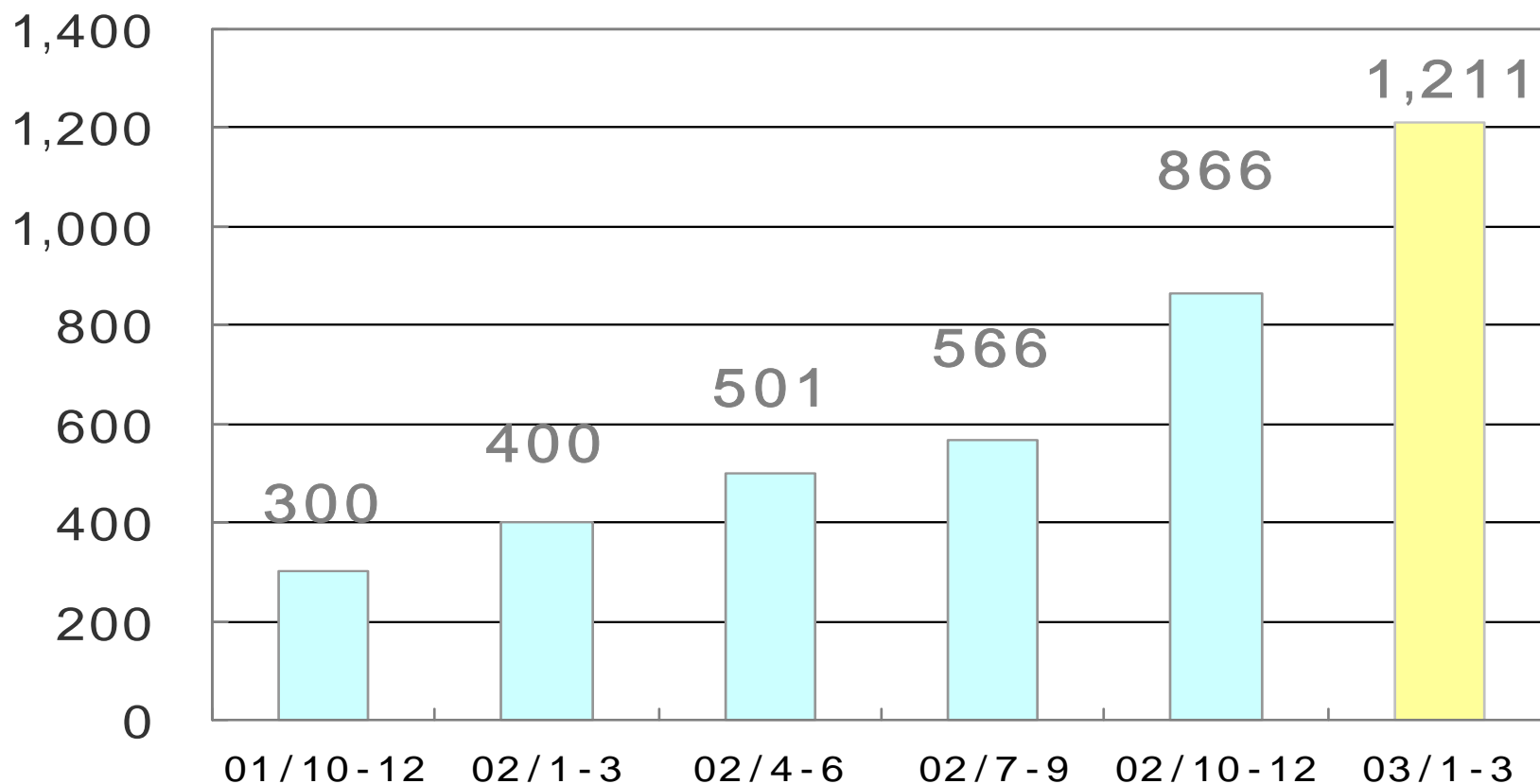
株式会社CAモバイルの月商は2億6千万を超え、株式会社ネットプライスのモバイルコマースは月商2億4千万と拡大

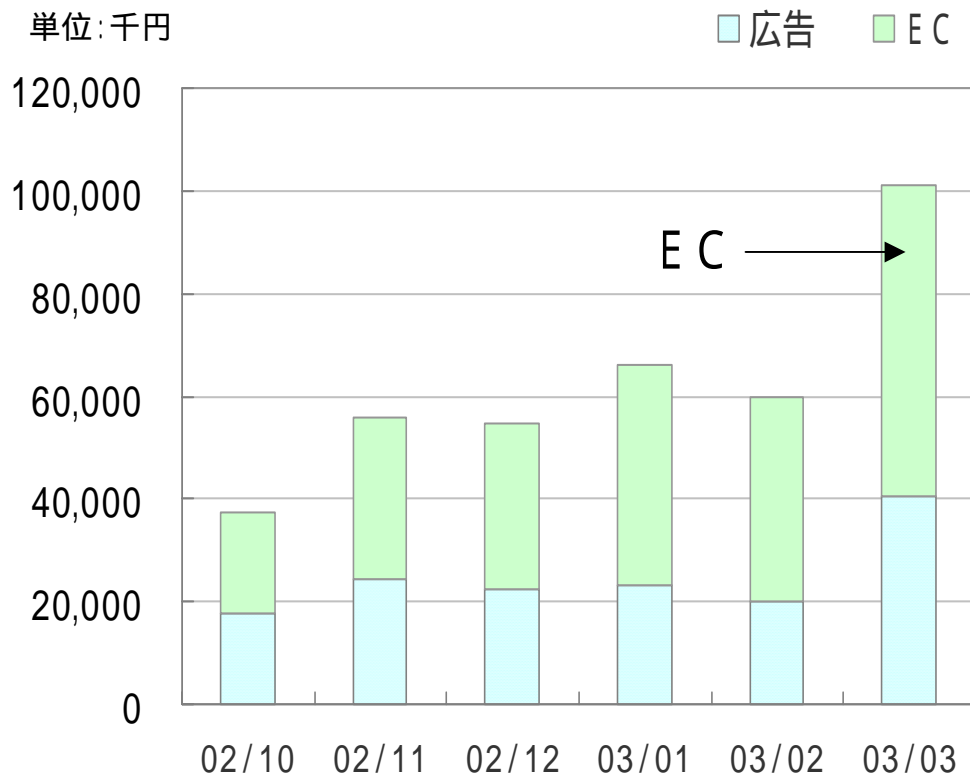
単位:百万円



- 多様なメディアと提携しコマース事業を展開
コマース事業は、株式会社ネットプライスに集約して行なっている

単位:百万円

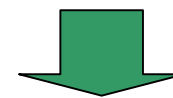




注：売上高は、MailVisionプロジェクトのHTMLメール関連売上高の総計です。前期説明会資料では、CAグループで取り扱うHTMLメールマガジン関連の売上高を開示しております。

MailVisionメールマガジン取扱媒体数

2002年12月末媒体数：32誌



2003年3月末媒体数：20誌

売上高上位媒体

@diet: 21万部 (美容系媒体)

週間メールビジョンガイド: 70万部
(総合誌)

サリュウシネマ: 28万部
(エンターテイメント系)

恋愛虫: 16万部
(エンターテイメント系)

マネー大作戦: 24万部 (金融系)

MailVisionプロジェクトの12月末時点でのHtmlメール媒体数：32誌

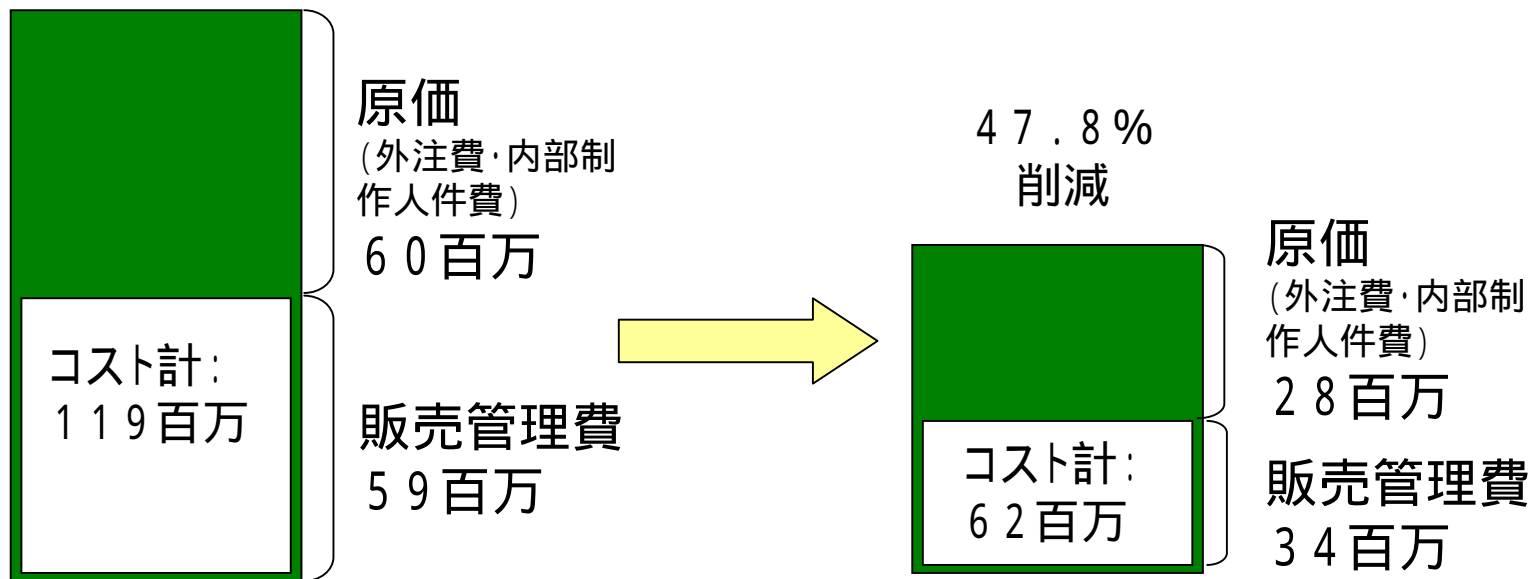


粗利率の悪い媒体12誌を再編・統合

MailVisionプロジェクトの3月末時点でのHtmlメール媒体数：20誌

12月単月のコスト

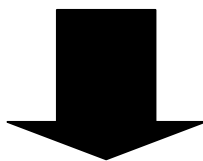
6月単月のコストイメージ



- 3月に立上げ後、主な収益源である、広告販売・モバイル有料課金が足元苦戦。EC、動画サブライセンスについては、ほぼ計画通りに推移。

< 売上計画に占める想定比率 >

1. 広告・・・約50% 計画を下回って推移
2. モバイル・・・売上の約25% 計画を下回って推移
3. 動画サブライセンス・・・売上の約20%
4. EC・・・売上の約5%



売上・粗利益へのインパクトの大きい、
広告販売と動画サブライセンスを強化中。

連結決算概要

2003年9月期
上期(参考)

【参考】連結決算サマリー（当中間期）



P / L 売上は、前年同期比54.6%増、前期比19.4%増

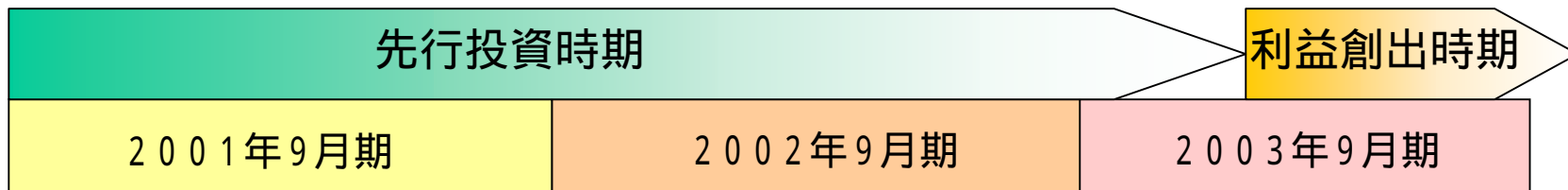
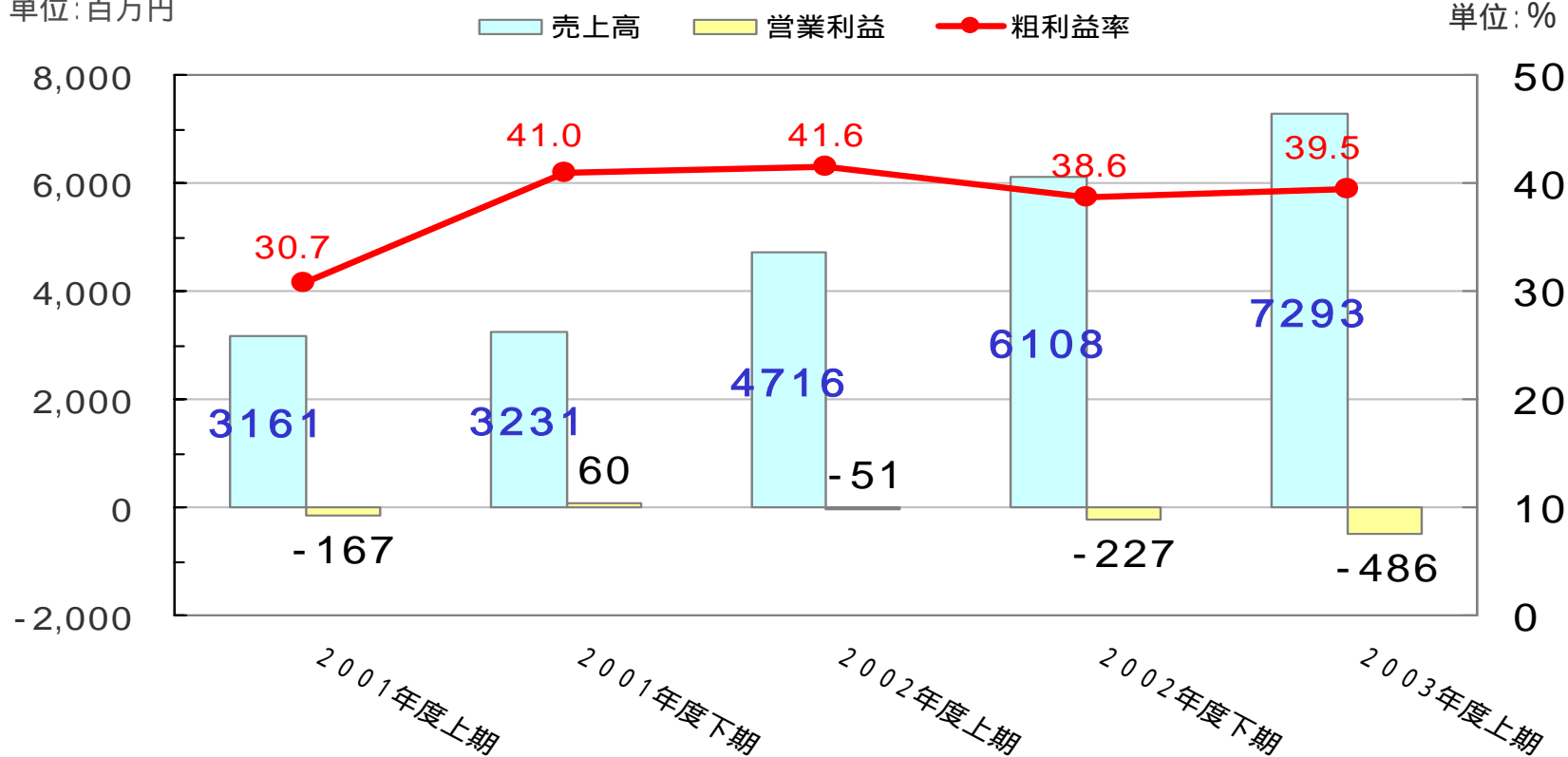
単位（百万円）	前年上期 01/10-02/03	前年下期 02/04-09	当中間期 02/10-03/03
売上高	4,716	6,108	7,293
売上総利益	1961	2,356	2,877
(売上総利益率)	(41.6%)	(38.6%)	(39.4%)
営業利益	51	227	486
(営業利益率)	(-%)	(-%)	(-%)
経常利益	33	221	433
当期利益	12	285	2,535

半期ごとの売上高、営業利益の推移



単位:百万円

単位:%



【参考】連結決算サマリー（当中間期）



B / S

単位（百万円）	前中間期末 0 2/3 末	前年通期末 0 2/9 末	当中間期末 0 3/3 末
流動資産	1 4,9 9 0	1 1,8 9 0	1 0,8 2 9
(現預金+有価証券等)	1 2,9 3 5	9,6 0 7	7,9 9 5
固定資産	4,3 5 5	5,5 8 5	4,0 6 2
総資産	1 9,3 4 5	1 7,4 7 6	1 4,8 9 1
流動負債	1,5 3 5	2,2 4 9	2,2 5 1
固定負債	2 6 5	5 5	4 5
株主資本	1 7,0 6 4	1 4,7 6 0	1 2,1 4 5

【参考】連結キャッシュフロー推移（当中間期） CyberAgent

キャッシュフロー

単位（百万円）	前年同期	前年下期	当中間期
	01/10-02/03	02/4-9	02/10-03/03
営業活動によるCF	124	165	339
投資活動によるCF	1778	2,551	236
財務活動によるCF	118	1,493	10
現金等同等物の増減	1,763	4,075	113
現金等同等物の期末残高	11,923	8,083	7,970