



2021年8月期

中間決算説明会

第24期

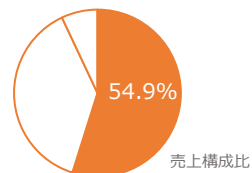
DATE 2021.4.23
AUTHOR Media Kobo

1. 新型コロナウイルスによる事業への影響
2. 2021年8月期中間業績
3. 2021年8月期予想
4. TOPICS
5. 会社概要（ご参考）

新型コロナウイルスによる 事業への影響

占いコンテンツ 事業

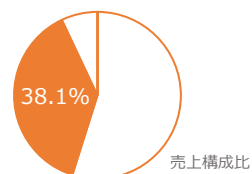
主にISP、キャリア等の他社プラットフォームに占いコンテンツを企画・制作・配信
1 対 N 向けの占いコンテンツサービス



(影響度：小)
外出自粛により出会いの機会が減少
恋愛相談関連コンテンツの需要が一時減少

One to One 事業

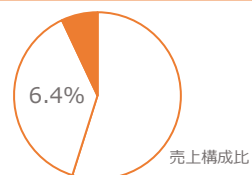
ユーザーとキャストを電話等で直接結び付ける 1 対 1 向けサービス
サービスの内容は「占い」と「非占い」の二つに分類



(影響度：小)
在宅勤務の増加により主婦層の利用が一時的に低下（第1次緊急事態宣言下）

メディア 事業

女性をターゲットとした自社メディアの運営
一部にAIを活用



(影響度：中)
新型コロナ流行により全体経済が悪化
広告出稿数の減少により広告収入に影響

XR 事業

1. XR技術を使用した新たなWebコミュニケーションプラットフォームの開発・運営
2. リアルタイム実写立体動画撮影技術を活用したサービスの企画
3. 撮影・加工処理技術のナレッジを生かした撮影・コンサルサービス

(影響度：中)
不要不急の外出・対面でのやり取りに制限
地方等での撮影ができず収益化に遅れ

ヘルスケア (EC) 事業

1. 「美容」「健康」を中心とした国内外ECサービス
2. 医療ツーリズムをはじめとするインバウンド関連事業

(影響度：大)
海外居住者の渡航ができず医療ツーリズムが困難化 相乗効果を狙った自社越境ECサービスにも影響

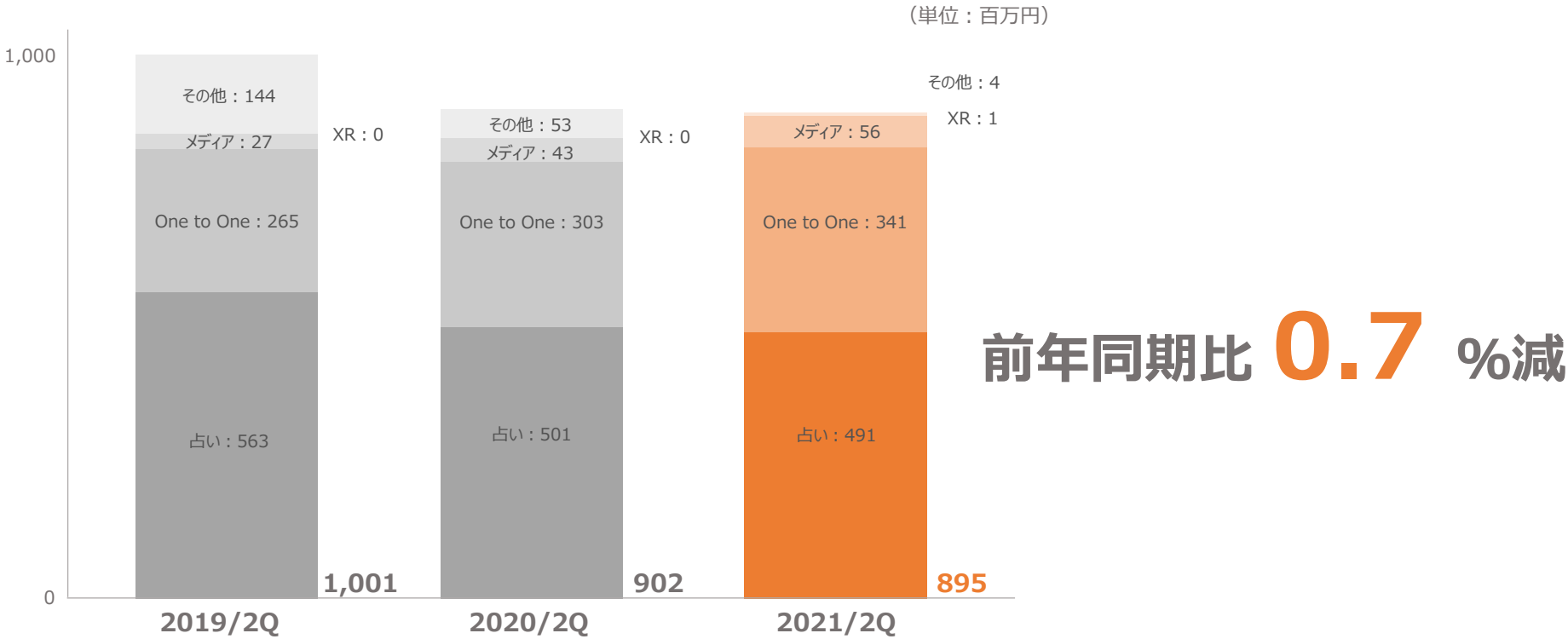
2021年8月期 中間業績

業績ハイライト

売上高	895 百万円	(前年同期比 0.7 % 減) → 対予想進捗率 45.7 %
営業利益	8 百万円	(前年同期比 4.5 % 減) → 対予想進捗率 80.5 %
経常利益	6 百万円	(前年同期比 47.2 % 増) → 対予想進捗率 — % (予測は0百万円)
当期純利益	6 百万円	(前年同期は純損失 30 百万円) → 対予想進捗率 — % (予測は0百万円)

主な要因等	影響
One to One 事業 / メディア事業の安定成長	・売上高増加 ・営業利益増加
古いコンテンツ事業の売上不振 (PCコンテンツ会員数減少、EZWeb (フューチャーフォン向けサービス) の終了)	・売上高減少 ・営業利益減少
子会社ゲーム事業撤退 (2020年8月期実施)	・売上高減少
各事業のシステム開発に係るソフトウェア償却費負担の先行 (主にXR事業)	・営業利益減少
上海子会社の清算決了 (2021年2月)	・特別損失発生 (在外子会社清算に伴う為替換算調整勘定取崩損3百万円の計上)

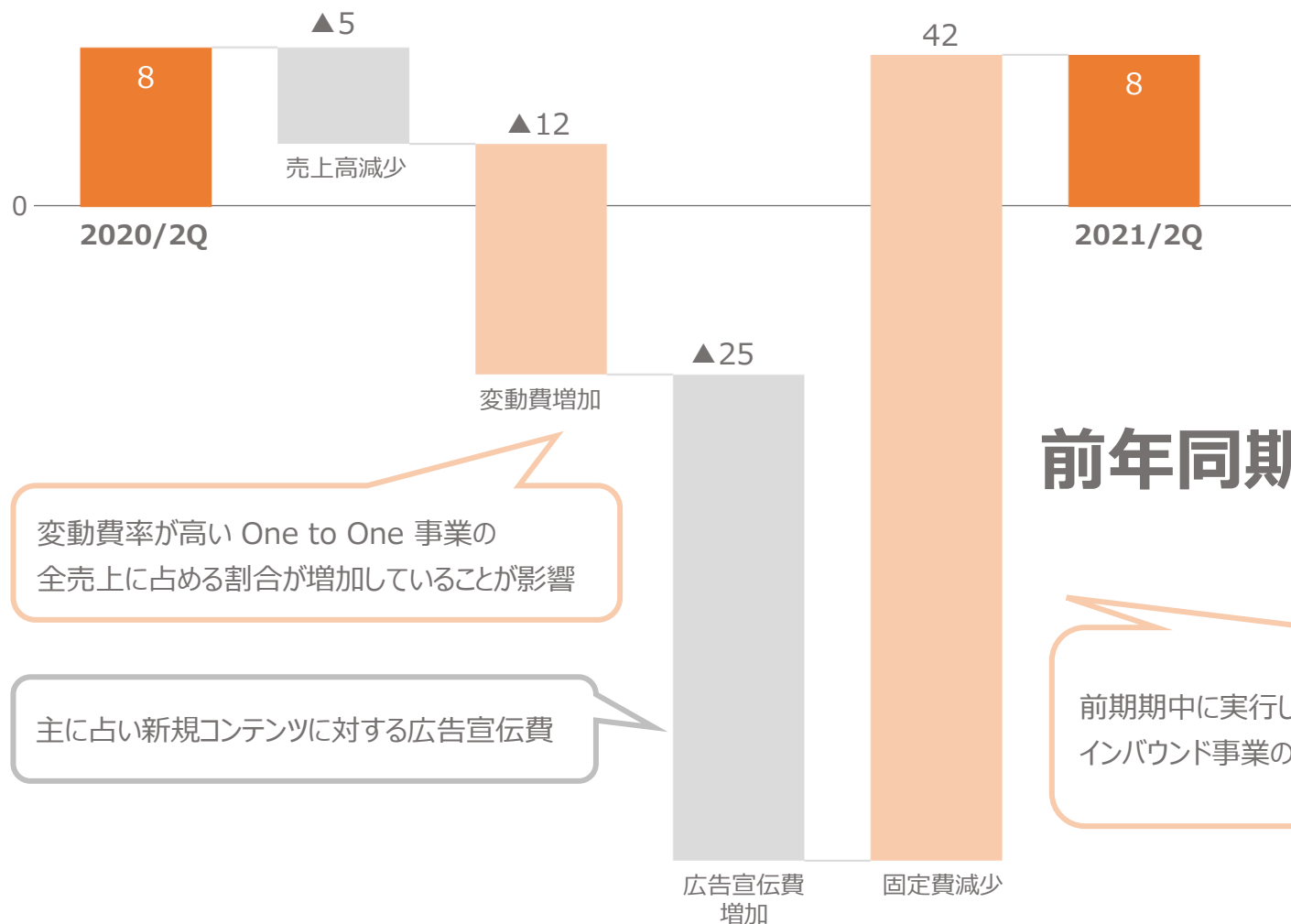
■ 既存事業の減収と新規事業の計画見直しが影響



主な要因等	影響
One to One 事業・メディア事業が安定成長	・売上高増加
占いコンテンツ事業の不調（新規コンテンツヒットの不足、会員数の減少）	・売上高減少
子会社ゲーム事業撤退（2020年8月期）	
新型コロナウイルス流行による新規事業収益化の遅れ（アウトバウンド停滞・インバウンド停止、XR撮影停止）	

■ 前期末に実行した事業の見直しが奏功 / 利益率低下傾向に課題

(単位：百万円)



前年同期比 **4.5 %減**

変動費率が高い One to One 事業の
全売上に占める割合が増加していることが影響

主に占い新規コンテンツに対する広告宣伝費

前期期中に実行した上海子会社の清算および
インバウンド事業の店舗閉鎖により固定費が減少

■ One to One 事業・メディア事業が増収増益 新規事業は投資フェーズを継続

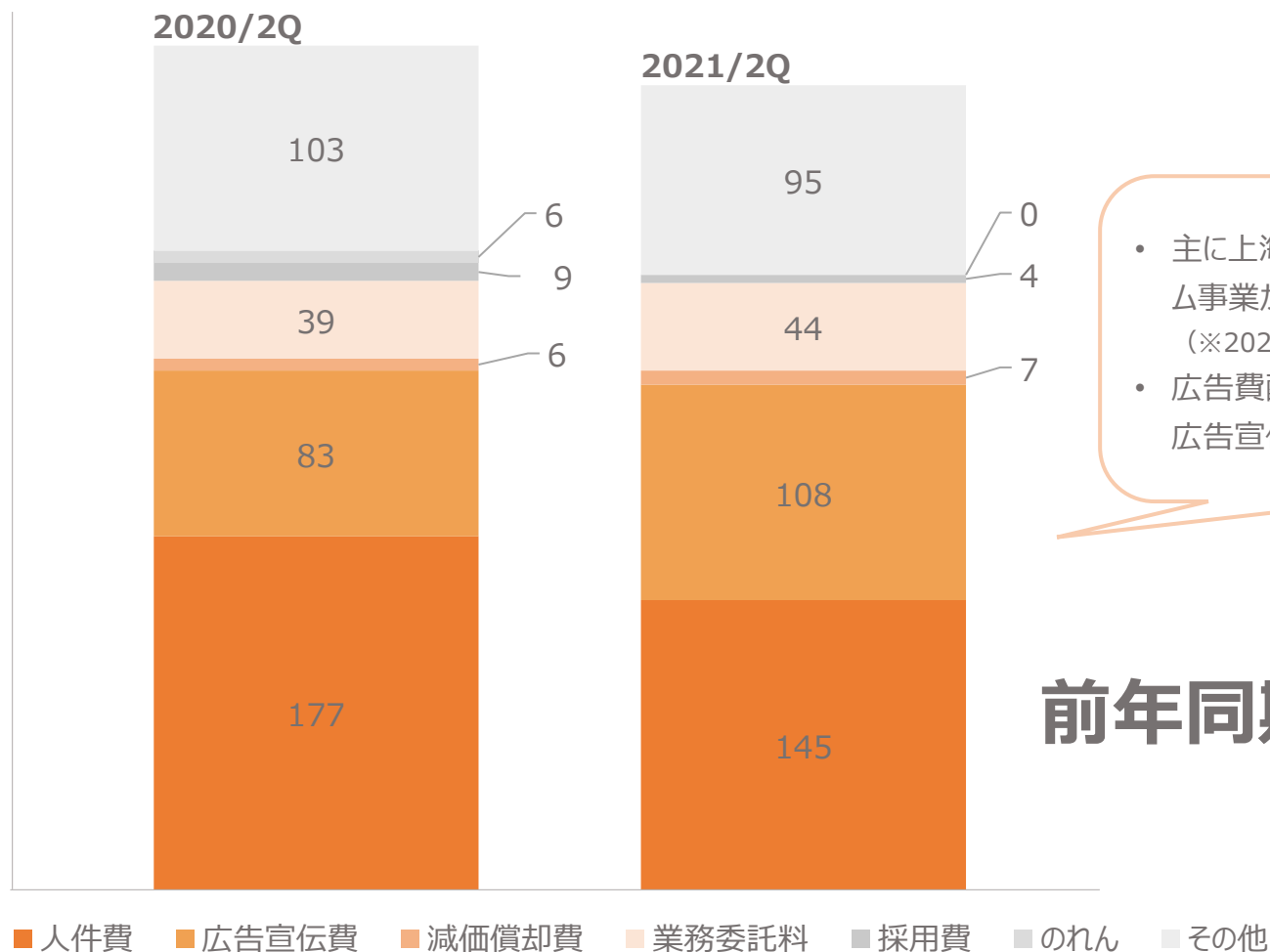
(百万円)		2020/2Q	2021/2Q	増減率(%)	主な増減要因
占い コンテンツ	売上	501	491	▲2.1%	・ 新規コンテンツの不調 ・ PCコンテンツ会員数の減少
	営業利益	224	180	▲19.7%	・ ポイント / レコメンドシステムの減価償却が先行
One to One	売上	303	341	12.6%	・ 個別対応の相談ニーズ増、電話占いが好調
	営業利益	31	36	15.2%	
メディア	売上	43	56	30.1%	・ 広告単価低下傾向に対し自社メディア内課金コンテンツの充実で収益増を維持
	営業利益	▲1	1	—	
XR	売上	0	1	—	・ Webコミュニケーションシステム追加開発が継続 ・ フォトグラメトリー関連受託獲得の難航に対し減価償却負担が先行
	営業利益	▲19	▲38	—	
その他	売上	53	4	▲92.4%	・ アウトバウンド事業の停滞、インバウンド関連事業の停止が継続（新型コロナウイルス） ・ 上海子会社清算等による固定費減少
	営業利益	▲45	▲28	—	

※調整額を表示していません。過去の業績及び比較は現在のセグメントに合わせて遡及修正を行っています。

販売費および管理費 構成

■ 費用総額は横ばい / 効果検証のため広告宣伝費増加

(単位：百万円)



- 主に上海子会社の清算（※）と子会社ゲーム事業からの撤退により人件費が減少（※2020年3月開始、2021年2月終了）
- 広告費配分の最適化及び効果検証により広告宣伝費が増加

前年同期比 **4.6 %減**

連結貸借対照表

10

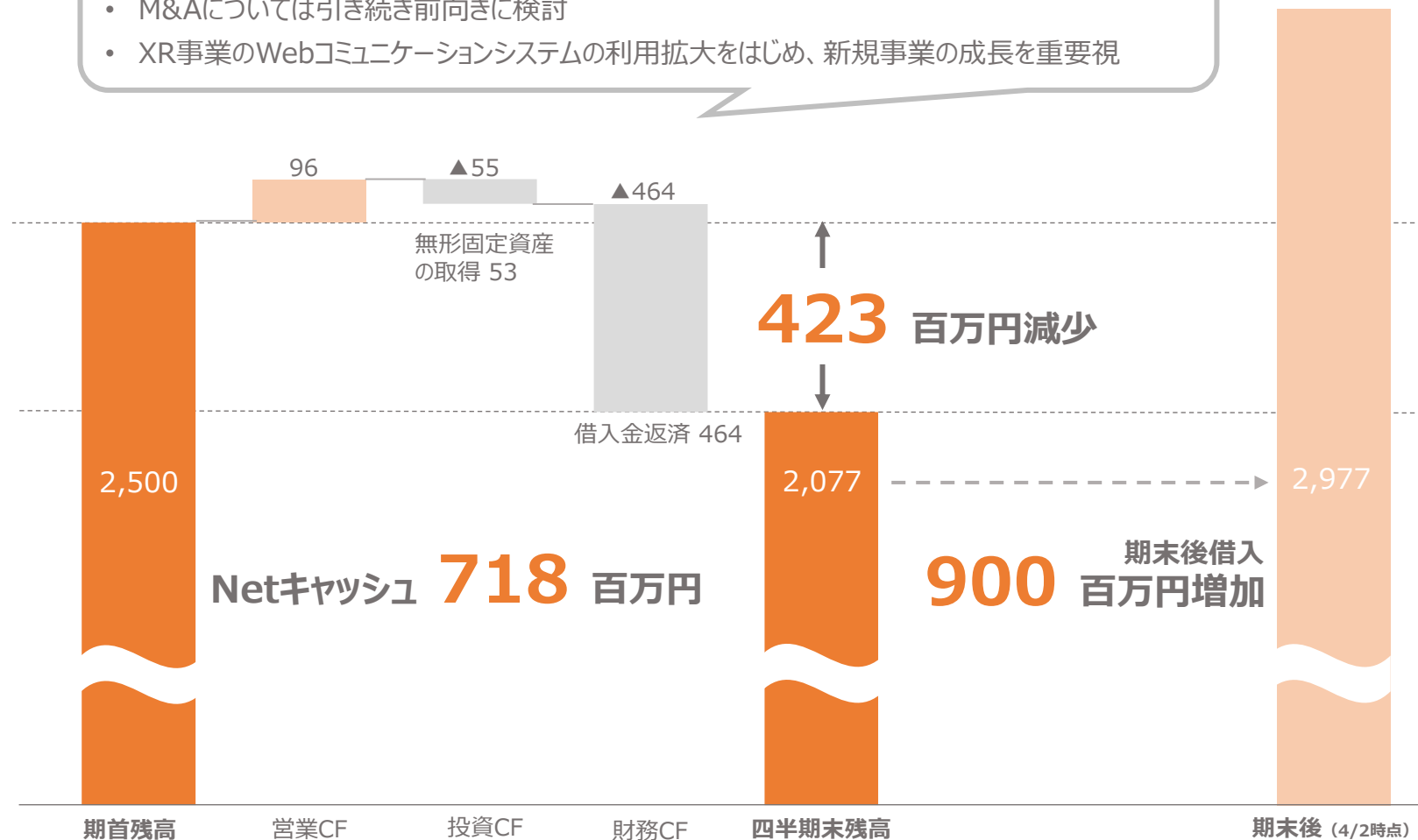
■ 主に借入金の返済による変動 / コミュニケーションプラットフォームの償却開始（費用負担先行）

(百万円)	2020/FY	2021/2Q	増減額	増減率(%)
流動資産	2,874	2,417	▲456	▲15.9%
うち現金および預金	2,500	2,077	▲423	▲16.9%
うち売掛金	288	264	▲23	▲8.1%
固定資産	353	362	8	2.5%
うちソフトウェア	89	130	41	46.6%
うちソフトウェア仮勘定	67	38	▲29	▲43.6%
総資産	3,228	2,780	▲447	▲13.9%
流動負債	1,174	1,092	▲81	▲6.9%
固定負債	864	487	▲376	▲43.5%
負債	2,038	1,580	▲457	▲22.5%
株主資本	1,195	1,201	6	0.5%
うち資本金	451	451	0	0.0%
うち利益剰余金	835	841	6	0.7%
うち自己株式	▲514	▲514	0	0.0%
純資産	1,189	1,199	9	0.8%

■ 営業キャッシュの縮小傾向に課題 / ネットキャッシュ7億円で財務は安定

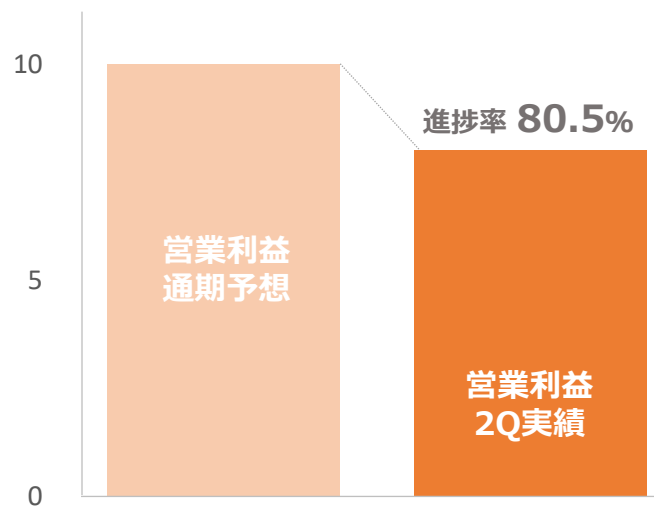
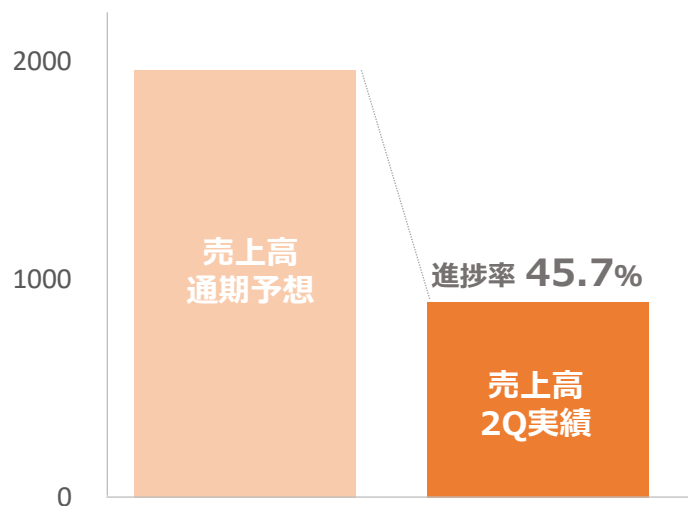
- ・ M&Aを視野に前年度借入金増額も事業シナジーの高い案件の獲得・実行には至らず
- ・ M&Aについては引き続き前向きに検討
- ・ XR事業のWebコミュニケーションシステムの利用拡大をはじめ、新規事業の成長を重要視

(単位：百万円)



2021年8月期 業績予想と進捗

■業績予想の修正なし / 事業の選択と集中により新規事業成長に注力



現在開発中のXR含む新規事業のシステムに係る減価償却の先行負担が増加する可能性あり

(百万円)	2020/FY (実績)	2021/2Q (実績)	2021/FY (予想)
売上高	1,798	895	1,960
営業利益	▲9	8	10
経常利益	▲18	6	0
親会社株主帰属当期純利益	▲149	6	0
1株当たり当期純利益 (円)	▲14.83	0.62	0

TOPICS

他社に依存しない収益モデルの構築



配信形態	他社配信		自社配信	
収益モデル	メイン	従量課金	広告	
	その他	広告	従量課金（強化）	
メリット/デメリット	- 既にまとまった数の集客（配信先ユーザー）がある - 手数料が発生する - 配信先の施策等に左右される		- 手数料が発生しない - 価格、サービス供給のコントロールが容易 - ユーザー嗜好の分析を詳細に行うことができる - 自社のみで集客する必要がある	

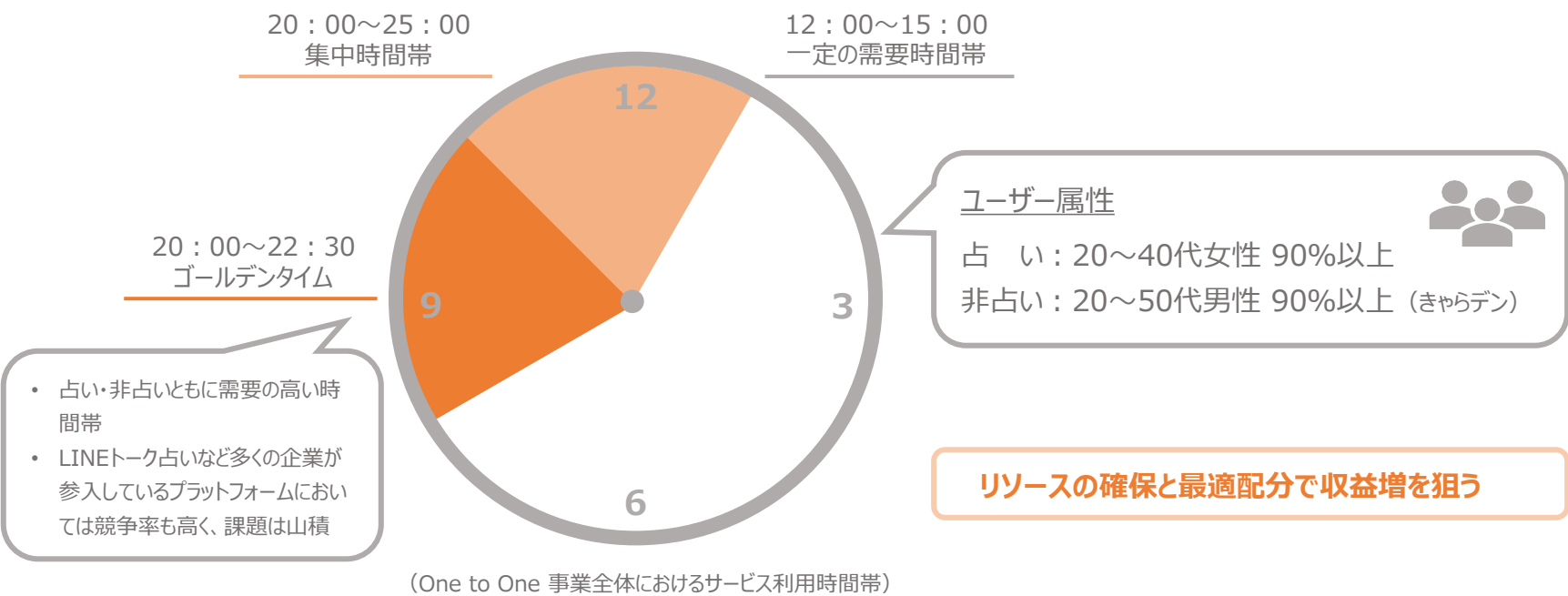
新規コンテンツ制作強化 人気・実力派占い師監修コンテンツで勝負

他社配信	新規コンテンツ	(占いコンテンツリリースの流れ) モバイル新規コンテンツ - 運用注力コンテンツ化 - その他コンテンツ化 - PCコンテンツ化（横展開） - アプリコンテンツ化（横展開） モバイル新規コンテンツのヒットが 事業全体の収益を左右
	運用注力コンテンツ	- 営業強化、人気かつ実力の高い占い師（コンテンツ監修者）の獲得 - 監修者知名度を活用 プロモーション強化 - 年間12本、著名占い師を起用した新規コンテンツをリリース
		- モバイルコンテンツの横展開（1コンテンツあたり収益の増加 PC、アプリ、LINE他） - ポイントシステム導入によるユーザーの囲い込み、共通IDでユーザー行動を把握（ポイントシステム「COIPO」） - 分析・ニーズの把握による提案最適化、自社コンテンツにおける回遊向上（レコメンド機能）

課金サービス強化 収益の多様化を加速し外部要因リスクを低減

自社配信	課金	- 会員サービスの導入（自社Webサイト間での連携強化） - 課金方法の多様化（サブスクリプション、プロダクト） - 課金コンテンツ数の増加
	広告	- SEO対策強化によるPV数の増加 - 自社メディアのクオリティ強化（監修者つきコンテンツの強化等）、CPMの向上
	その他	占いロジックや掲載記事の提供（API、RSS）

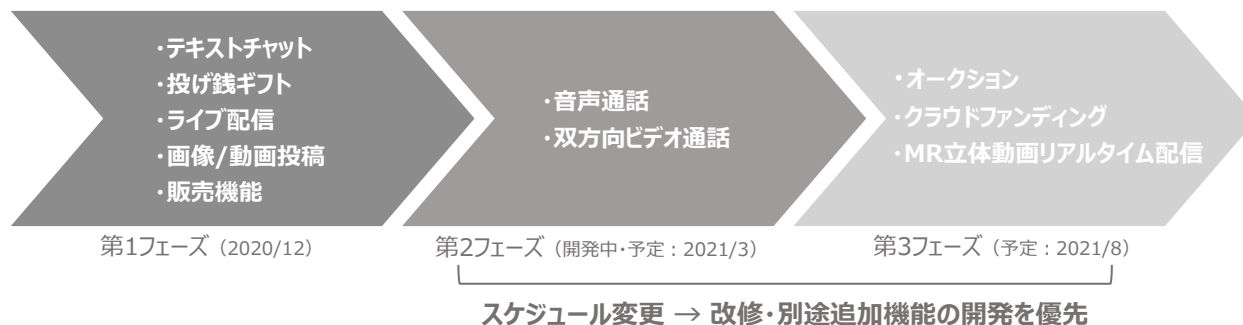
ユーザー志向を徹底 ムダ・ムラを排除した効率的な運営



オペレーション	- いつでも対応可能なサービスを目指し、キャスト増員・待機時間増 - アクセス時間やユーザー志向の分析強化、各時間帯に適切なキャストを配置
その他 (ナレッジの活用)	- 配信プラットフォームの多様化（アプリ、Web） - コンテンツジャンルの拡大（占い以外のジャンル強化）
課題	- 他社プラットフォームにおけるキャストのシェア率 - 参入障壁が低い事業＝強みの確立が重要

コミュニケーションプラットフォームの開発（XR/SNSサービス）

（2020年10月時点スケジュール）



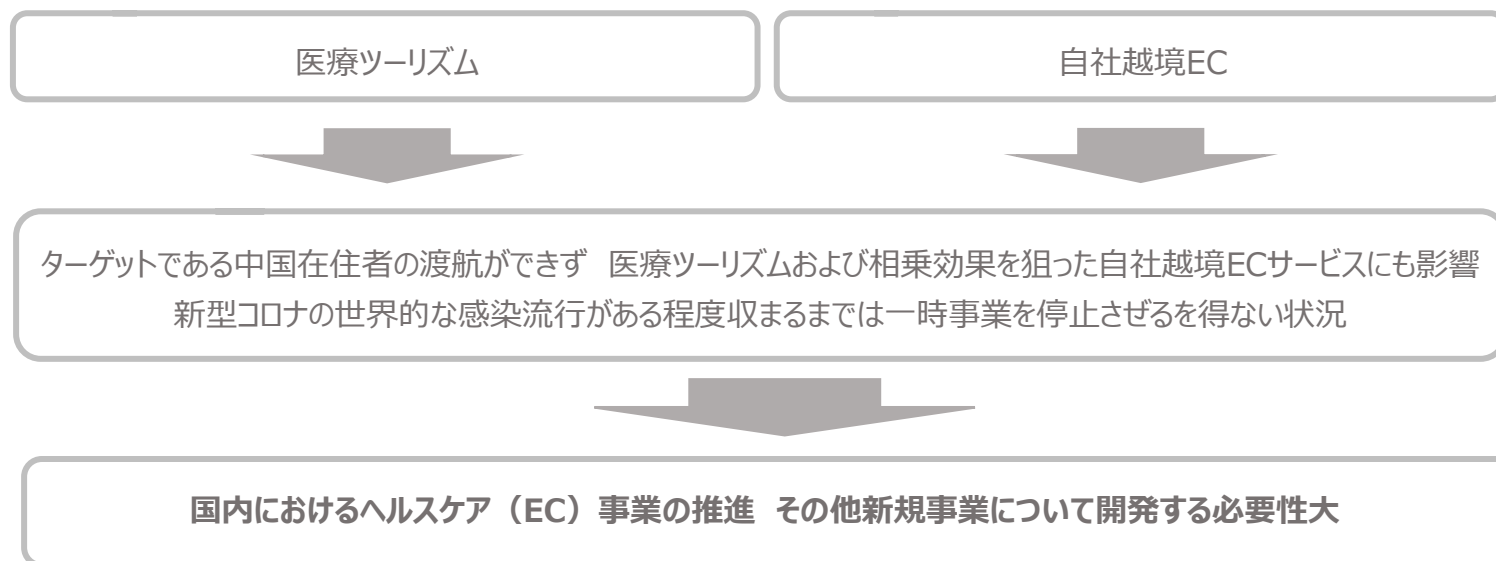
フォトグラメトリー撮影ノウハウ・コンテンツプラン提供

新型コロナウイルスの懸念から中々前向きな企業、自治体が少ないためリソースをコミュニケーションプラットフォームの開発・サービス企画・営業へ集中



今後 システム開発状況に合わせて自社サービスの提供を予定

インバウンド関連事業は2022年8月期に 国内新規事業分野の開拓に注力



高品質サプリメントの販売

- 高品質のサプリメントを主に BtoBで販売
- 個客・流通基盤の安定した提携企業ECへ



遺伝子検査機関と恋愛診断ツールを共同リリース

- 「恋愛したい」を2つの面から応援するサービス
- 恋愛フィールドで役立つ3つの遺伝子を検査し本人の性格や能力を分析
- 恋愛に最適な時期などについて占いでアドバイス



会社概要

(ご参考)

VALUE YOUR LIFE with Global Human Communication.

テクノロジーは日々驚くべきスピードで世界的に進化し続けています

私たちはこうしたテクノロジーの進化こそが
人々に新しいコミュニケーションをもたらすと信じています

私たちのミッションは デジタルコミュニケーションを通じて

人々を心から楽しませ 不安や悩みを解決する一助となり

世界的に人々が豊かな人間関係を構築し社会がよりよくなるきっかけとなることです



代表取締役 長沢一男



赤坂本社
(住友不動産新赤坂ビル)

本 社	東京都港区赤坂四丁目2番6号 住友不動産新赤坂ビル12階
設 立	1997年10月
資 本 金	451百万円
従 業 員 数	連結 114名 (2月末日時点：就業人数)
平 均 年 齢	33.9歳 (2月末日時点：グループ全体平均)
子 会 社	株式会社ブルークエスト 株式会社ミックスベース 株式会社ギフトカムジャパン 株式会社メディトラ 日本和心醫薬有限公司 (香港子会社)
上 場 市 場	東証マザーズ (3815)
事 業 内 容	コンテンツ制作・配信事業・各種メディア事業 他

本資料は、当社をご理解いただくための情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券への投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料に全面的に依拠した投資等の判断は差し控え願います。

本資料は、正確性を期すために慎重に作成しておりますが、安全性を保証するものではありません。本資料中の予測や情報によって生じた損害等については、当社は一切の責任を負いかねます。

本資料に記載された意見や予測等の情報は、本資料作成時点の当社の判断によるものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。そのため、事業環境の変更等の様々な要因により、実際の業績及び記載されている将来の見通しとは乖離が生じることがありますのでご了承ください。

本資料に関するお問合せ



株式会社メディア工房
経営企画 IR 担当

TEL : 03-5549-1804
FAX : 03-3586-4480

MAIL : irpr@mkb.ne.jp
HP : <http://www.mkb.ne.jp/>