

感動を生む。想いをつなぐ。  
The Entertain**media** Company

**J:COM**

# 2012年12月期 第1四半期 決算説明会

2012年4月24日

株式会社ジュピターテレコム

# 将来見通しに関する注記事項

このプレゼンテーションに記載された当社の財務情報は、米国会計基準に基づき計算されたものであります。

このプレゼンテーションには、当社の計画と見通しを反映した将来予想に関する記述を含んでおります。かかる将来予想に関する記述は、当社が現時点で入手可能な情報を基にした予想値であり、これらは経済環境、競争状況、新サービスの成否等、不確実な要因の影響を受けます。従って、実際の業績はこのプレゼンテーションに記載されている将来予想に関する記述とは大きく異なる場合があることをご承知おきください。

また当社は、このプレゼンテーション後において、かかる将来予想に関する記述を更新して公表する義務を負うものではありません。

1

第1四半期業績ハイライト

2

第1四半期業績の解説

3

中期事業計画の概要

# 1. 連結業績ハイライト

- ・前年同期比、アナログ電障関連収益減少などの影響が大きかったものの前四半期比では二桁増益を達成。
- ・通期予想に対しては、おおむね計画通りの進捗

(億円)

	2011年 1Q	2012年 1Q	前年 同期比	2011年 4Q	2012年 1Q	前期比	2011年 実績	2012年 予想	増減率	進捗率
営業収益	918	925	+ 0.8%	928	925	△ 0.3%	3,691	3,780	+ 2.4%	24%
営業利益	206	185	△ 10.4%	138	185	+ 33.4%	711	735	+ 3.4%	25%
税金等 控除前利益	199	178	△ 10.8%	133	178	+ 33.6%	685	710	+ 3.6%	25%
当社株主帰属 四半期純利益	104	91	△ 12.1%	75	91	+ 21.4%	373	390	+ 4.6%	23%
EBITDA*	412	389	△ 5.6%	364	389	+ 6.7%	1,564		+2~3%	

\*EBITDA=(営業収益)-(番組・その他営業費用)-(販売費および一般管理費)

# 1-1. 主要オペレーション指標(サマリー)

各種営業施策(後述)も奏功し、顧客基盤は順調に拡大

	2011年3月末 (2011年1-3月平均)	2012年3月末 (2012年1-3月平均)	増減
<b>加入世帯数</b>			
ケーブルテレビ	288 万	307 万	6.7 %
高速インターネット接続	169 万	185 万	9.2 %
電話	202 万	229 万	13.4 %
<b>RGU合計 *1</b>	659 万	720 万	9.4 %
<b>総加入世帯数</b>	341 万	364 万	6.6 %
<b>バンドル率 *2</b>	1.93	1.98	0.05
<b>平均月次解約率 (RGU当たり)</b>	1.10%	1.08%	-0.02pts
<b>ARPU *3</b>	7,695円	7,429円	-266円

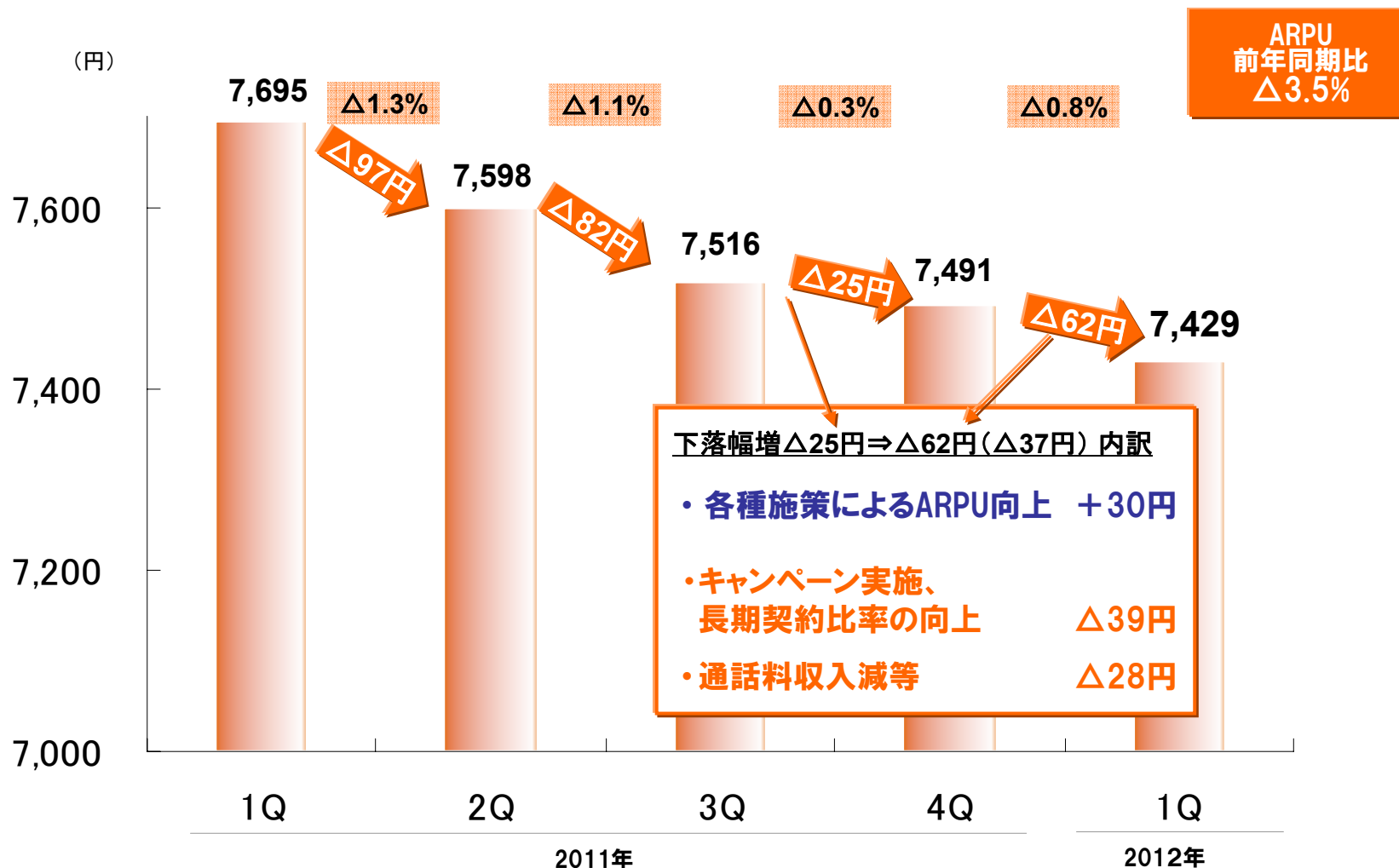
\*1: RGU (Revenue generating unit)合計= 提供サービス)数の合計

\*2: バンドル率=加入世帯当たり提供サービス数

\*3: ARPU=加入世帯当たり月次収益

# 1-1. 主要オペレーション指標 (ARPU\*)

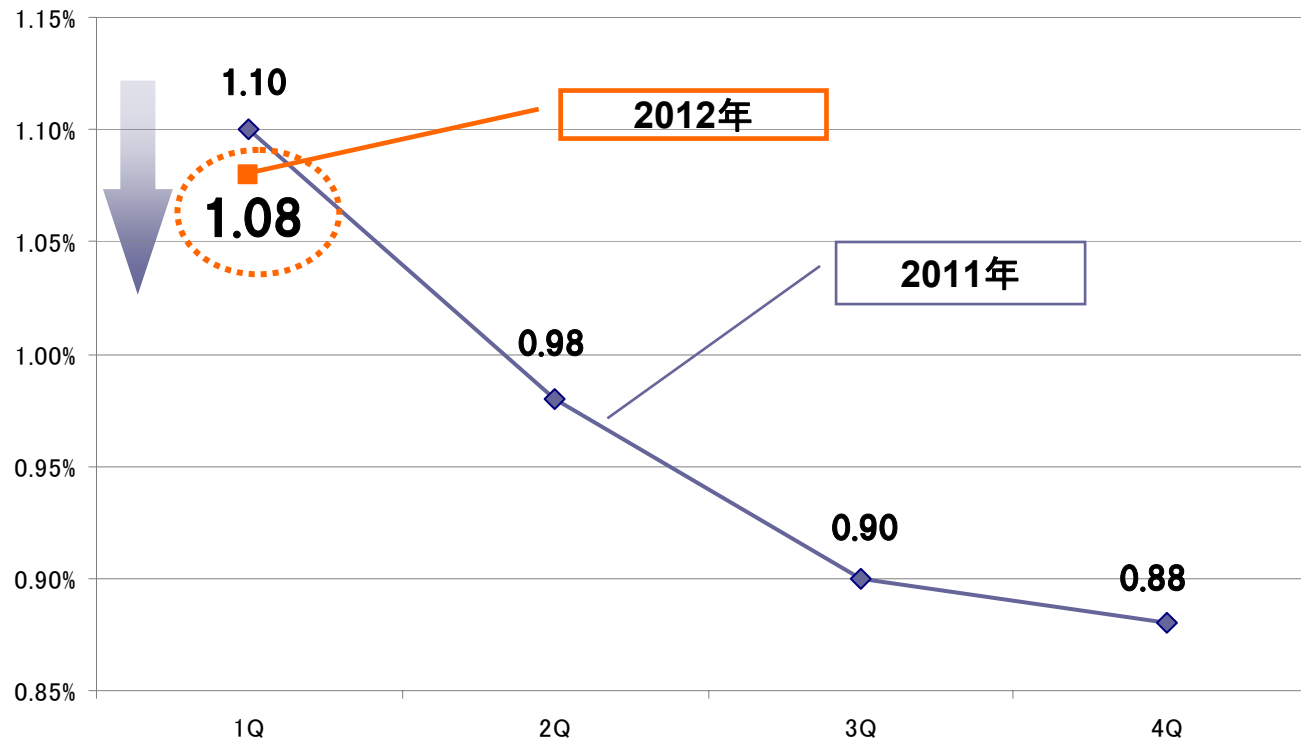
ARPU向上施策の効果は着実にあがりつつも、一時的要因により下げ幅は拡大



# 1-1. 主要オペレーション指標(解約率)

過去最低水準の2011年に比しても、解約率はさらに改善

平均月次解約率(RGUあたり)\*



\*平均月次解約率=(当該期間における解約サービス数合計)÷(当該期間の加重平均RGU数)÷(当該月数)

## 1-2. 2012年度経営の重点方針

### 1. お客様基盤の拡大と収益力の強化

- RGU至上主義から売上高・利益重視への転換

### 2. お客様満足度の向上

### 3. アライアンスの深掘り

- KDDIアライアンスの拡大 + 住友商事のリソースの活用

### 4. M&Aの積極展開

- ケーブルテレビ事業+メディア事業+新規事業

### 5. ネットワーク堅牢化の推進

### 6. 業務効率化の推進

## 1-3. 主な成果

### ケーブルテレビ 事業

- KDDIクロスセル実績の伸長
- メタルプラス電話の移行促進
- auスマートバリューをフックとした事業拡大
- 160M比率、多チャンネル比率の改善
- KDDI統合IPコア網への切替

### メディア事業

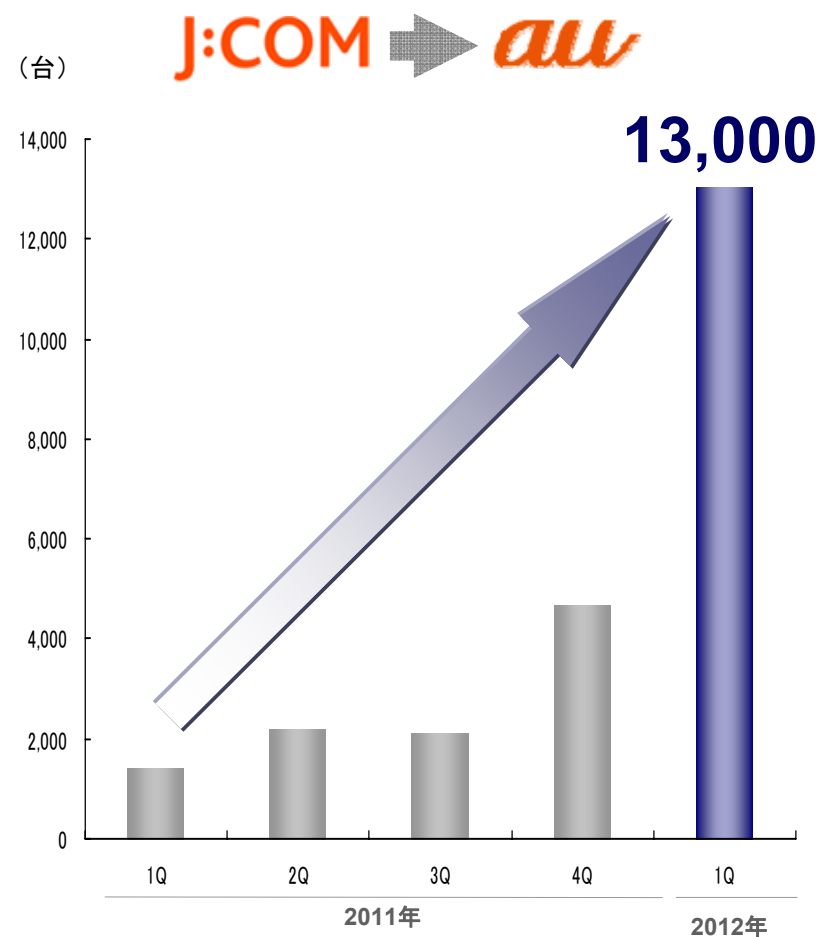
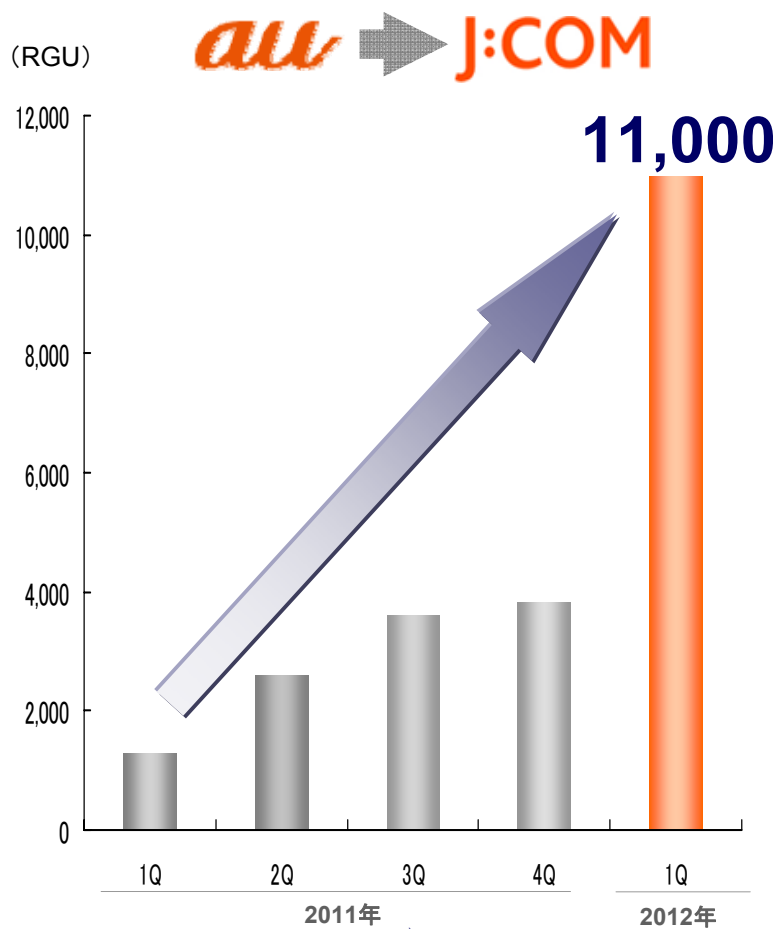
- M&Aの積極展開  
アスミック・エース エンタテインメント 完全連結子会社化
- J SPORTS 全4チャンネル BS放送開始

### コスト削減の 取り組み

- 抜本的な全社コスト構造改革の着手

# 1-3-1. クロスセルプロモーション進捗

・全J:COMエリアで展開を開始  
 ・いずれも成約数は前四半期に比べ急拡大



➡ **重要な販売チャネルへと成長**

# 1-3-2. auスマートバリュー 足元の状況

**1Qの実績**  
 (受付開始:2月14日、サービス開始:3月1日)

・スマートバリューをフックとした  
**獲得数**



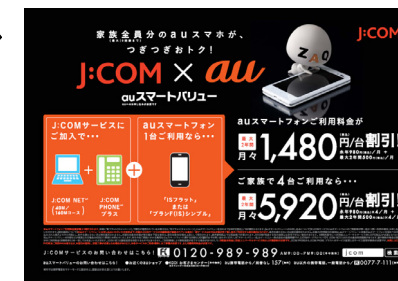
**8,200件 / 17,100RGU** (3月末累計) \*契約ベース

- ・未加入からの獲得 :5,100件 / 12,600RGU
- ・既存顧客(アップセル) :3,100件 / 4,500RGU

<各種プロモーションも展開>



~TV-CM~



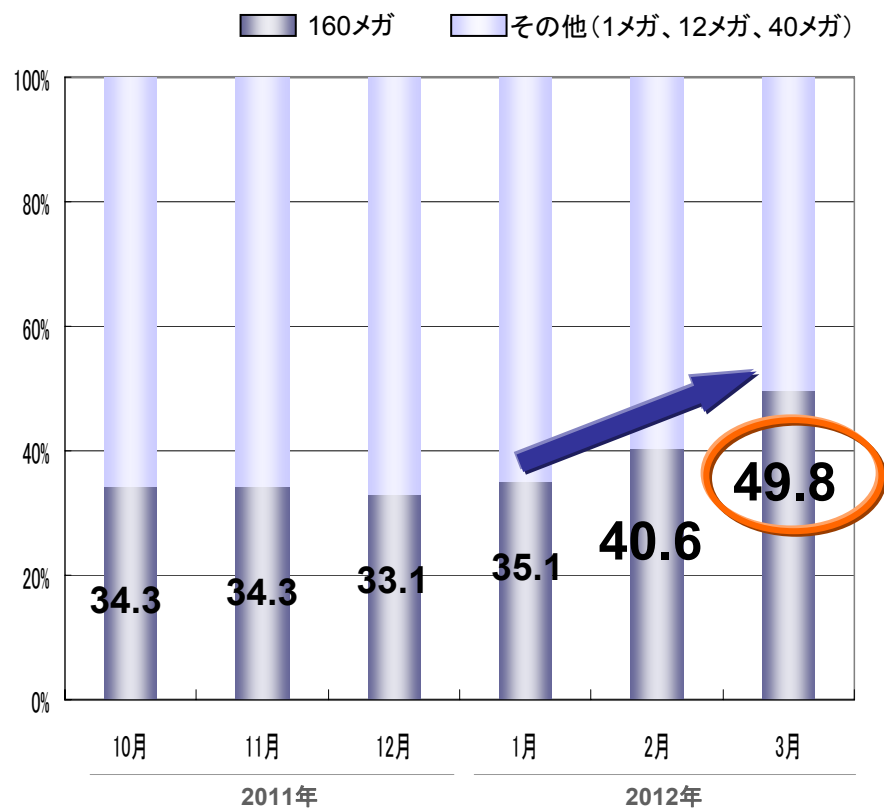
~交通広告~

世帯ベースでは  
**6割超が未加入からの契約**

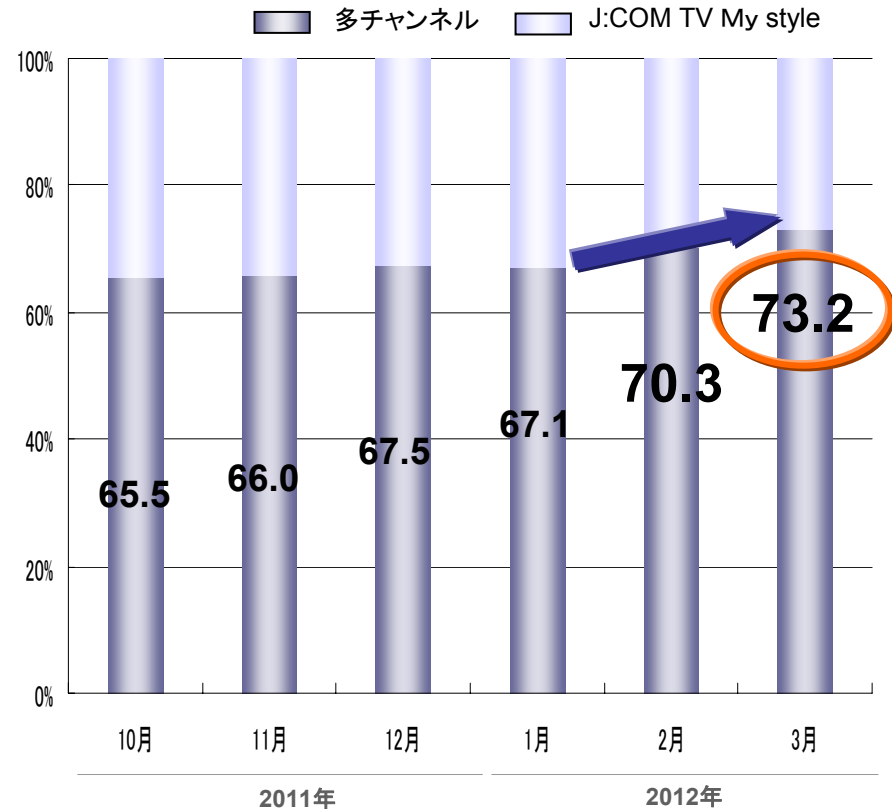
# 1-3-3. 売上高・利益重視への転換

160メガ ならびに 多チャンネルの新規獲得比率が上昇

160メガ超高速インターネット  
新規獲得比率



多チャンネル新規獲得比率\*



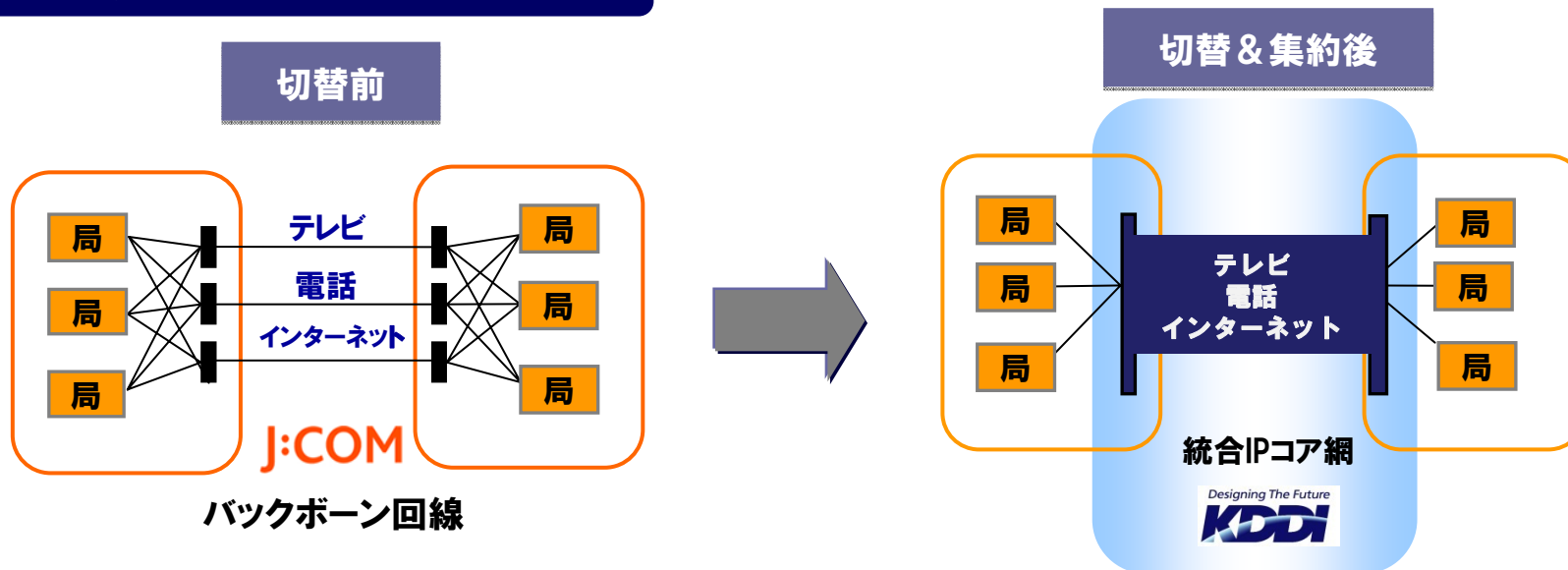
\*多チャンネルサービス:JCOM TV My style及びBS再送信を除く  
ケーブルテレビサービス

# 1-3-4. KDDI統合IPコア網への切替

## 切り替えの概要・目的

J:COMのバックボーン回線を、統合IPコア網に切り替え(3/15開始)  
J:COMネットワークの増強と信頼性の向上を図る。

## 切り替えイメージ



・2012年中に7割を移行、2013年中に切替完了  
・信頼性向上を図りつつ、運用コストを削減

# 1-3-5. アスミック・エース エンタテインメントの連結子会社化 J:COM

<b>子会社化の目的</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自主番組制作能力強化</li> <li>・コンテンツ独自配信権確保</li> </ul>						
<b>事業内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・映画制作及び出資</li> <li>・劇場映画の配給・宣伝</li> <li>・パッケージソフトの販売</li> <li>・テレビゲームソフトなどの企画・販売</li> <li>・海外への映画著作権販売</li> <li>・演劇の企画、製作その請負及び興行 等</li> </ul> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">  </div>						
<b>会社設立</b>	1985年3月						
<b>主要作品</b>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; text-align: center;"> <div> <p>『大奥』</p>  </div> <div> <p>『武士の家計簿』</p>  </div> <div> <p>『トランスポーター』</p>  </div> <div> <p>『僕等がいた』</p>  </div> </div>						
<b>直近の業績 (2011年3月期)</b>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;"><b>売上高</b></td> <td style="text-align: right;">9,689百万円</td> </tr> <tr> <td><b>営業利益</b></td> <td style="text-align: right;">265百万円</td> </tr> <tr> <td><b>当期純利益</b></td> <td style="text-align: right;">248百万円</td> </tr> </table>	<b>売上高</b>	9,689百万円	<b>営業利益</b>	265百万円	<b>当期純利益</b>	248百万円
<b>売上高</b>	9,689百万円						
<b>営業利益</b>	265百万円						
<b>当期純利益</b>	248百万円						

1

第1四半期業績ハイライト

2

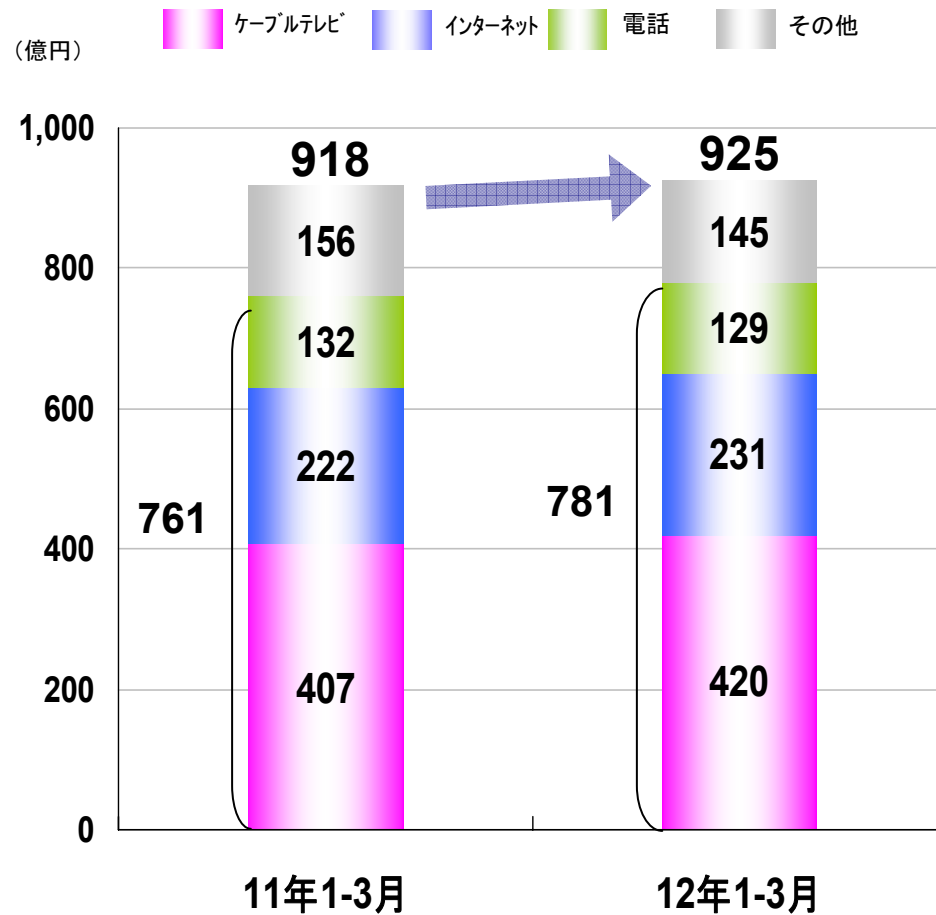
第1四半期業績の解説

3

中期事業計画の概要

## 2-1. 営業収益

**営業収益 925億円 (+0.8%、+7億円)**



### 主なポイント (前年同期比較)

■ **利用料収入: 781億円 (前期比+2.5%)**

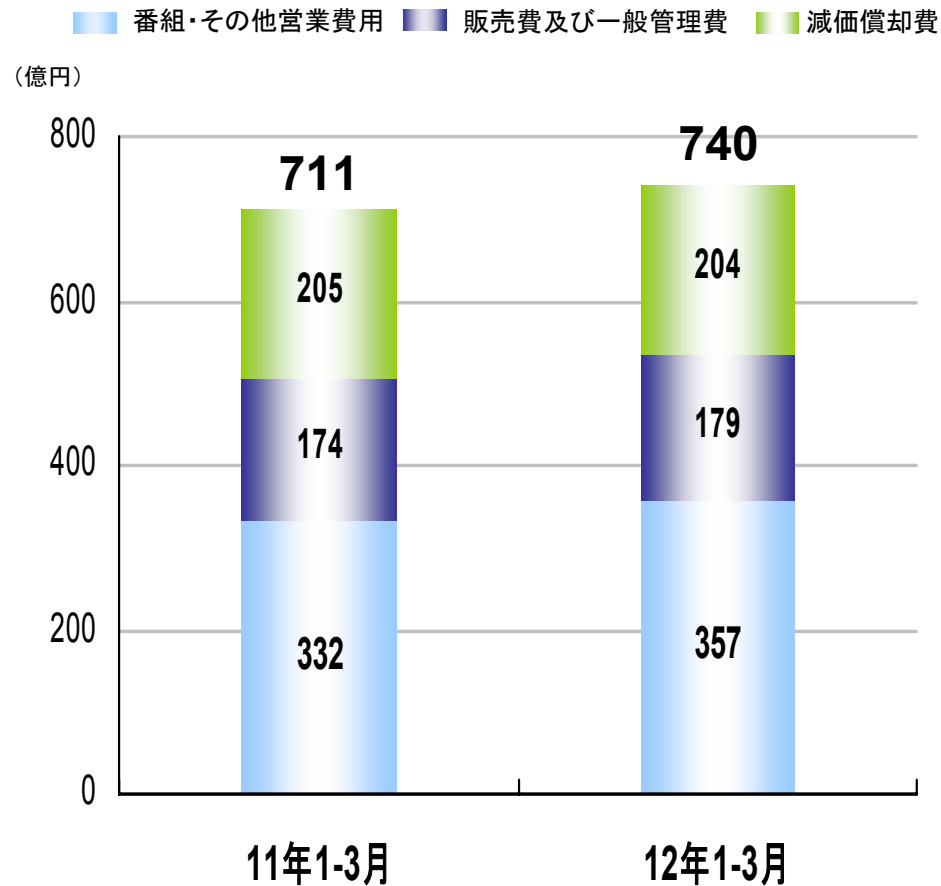
- ・総加入世帯数・RGU数の増加
- ・VOD収入の増加 (My style含む)
- ・ブルーレイHDRなど付加価値サービスの利用が増加

■ **その他収入: 145億円 (前期比-7.5%)**

- ・アナログ電障収入の減少

## 2-1. 営業費用

**営業費用 740億円 (+4.1%、+29億円)**



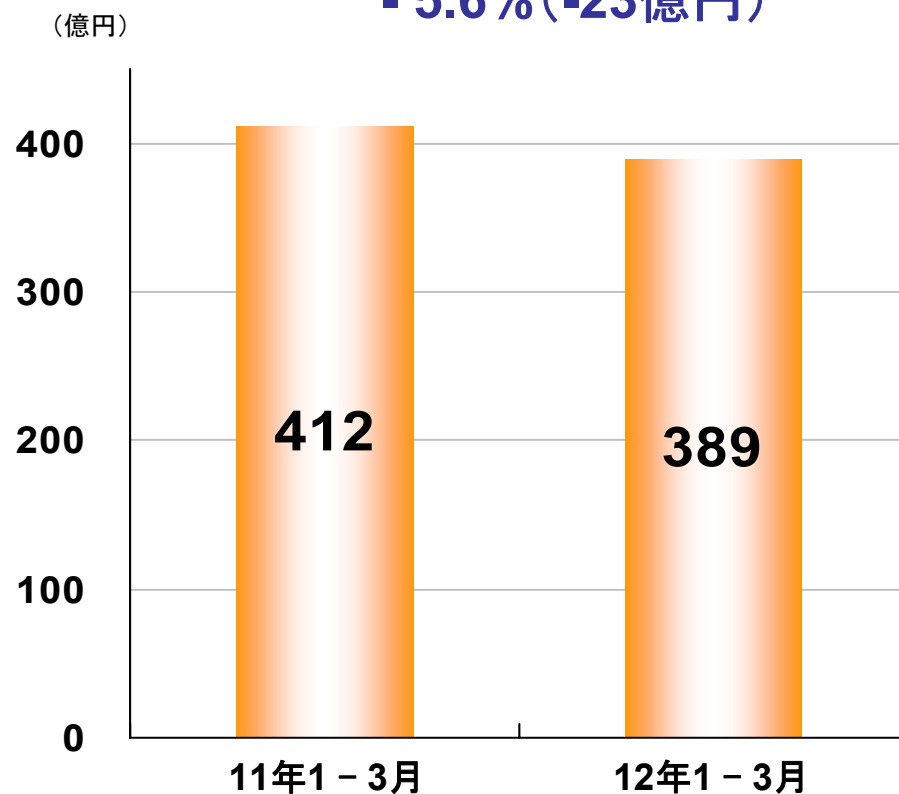
### 主なポイント（前年同期比較）

- **番組・その他営業費用：357億円**  
（前期比+7.7%、+26億円）  
・番組関連費用の増加
- **販売費及び一般管理費：179億円**  
（前期比+2.9%、+5億円）  
・広告宣伝関連費用、人件費の増加
- **減価償却費：204億円**  
（前期比-0.8%、-2億円）  
・一部リース資産の償却満了に伴い減少

## 2-1-1. EBITDA\*及び営業利益

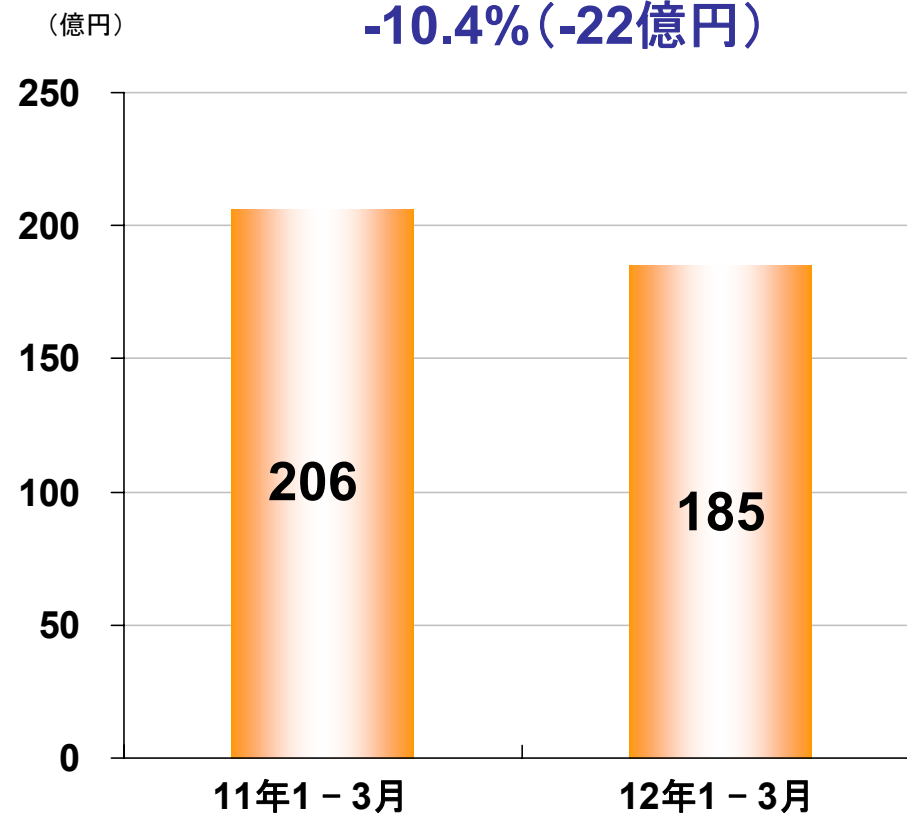
### EBITDA\*

- 5.6% (-23億円)



### 営業利益

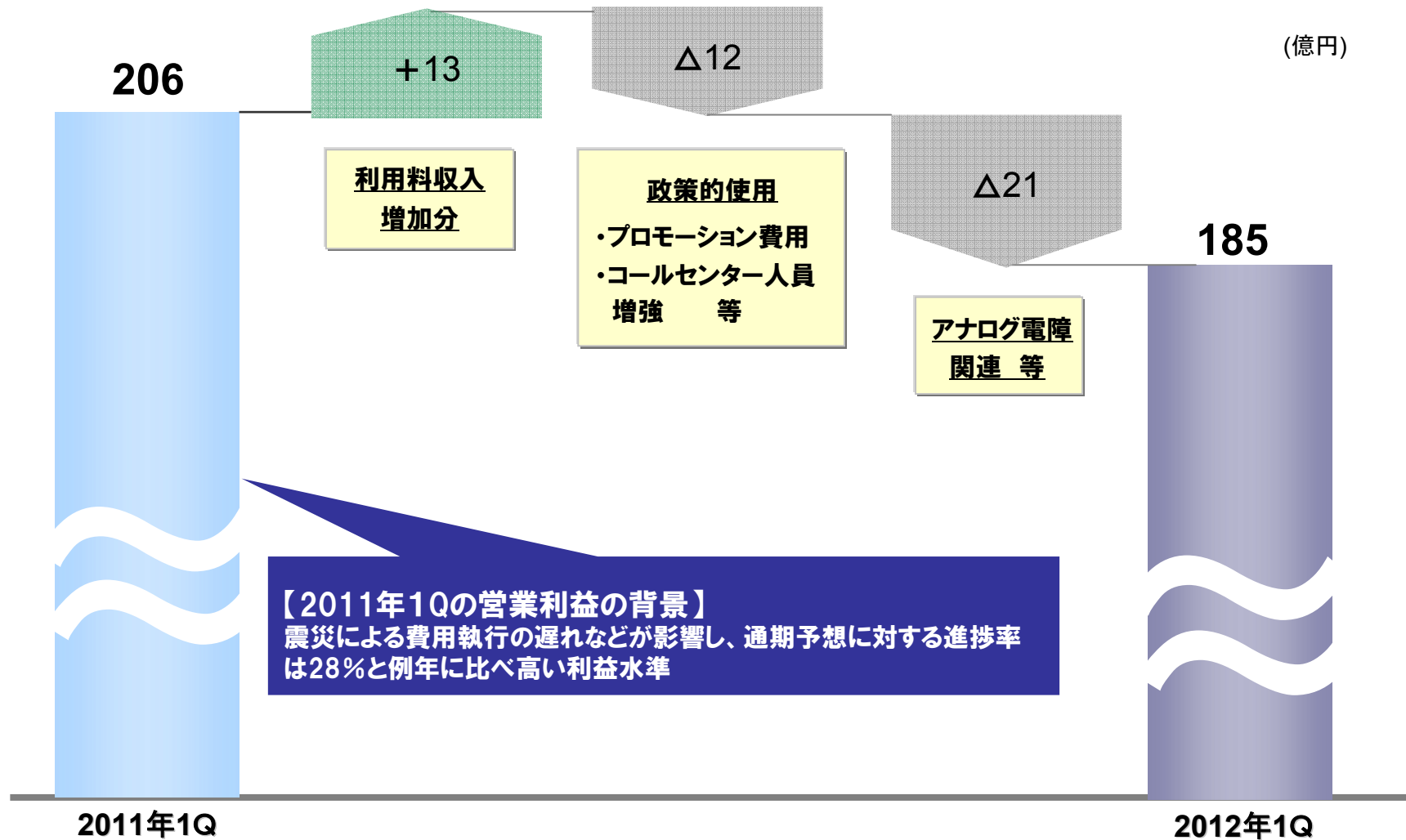
-10.4% (-22億円)



\*EBITDA=(営業収益)-(番組・その他営業費用)-(販売費および一般管理費)

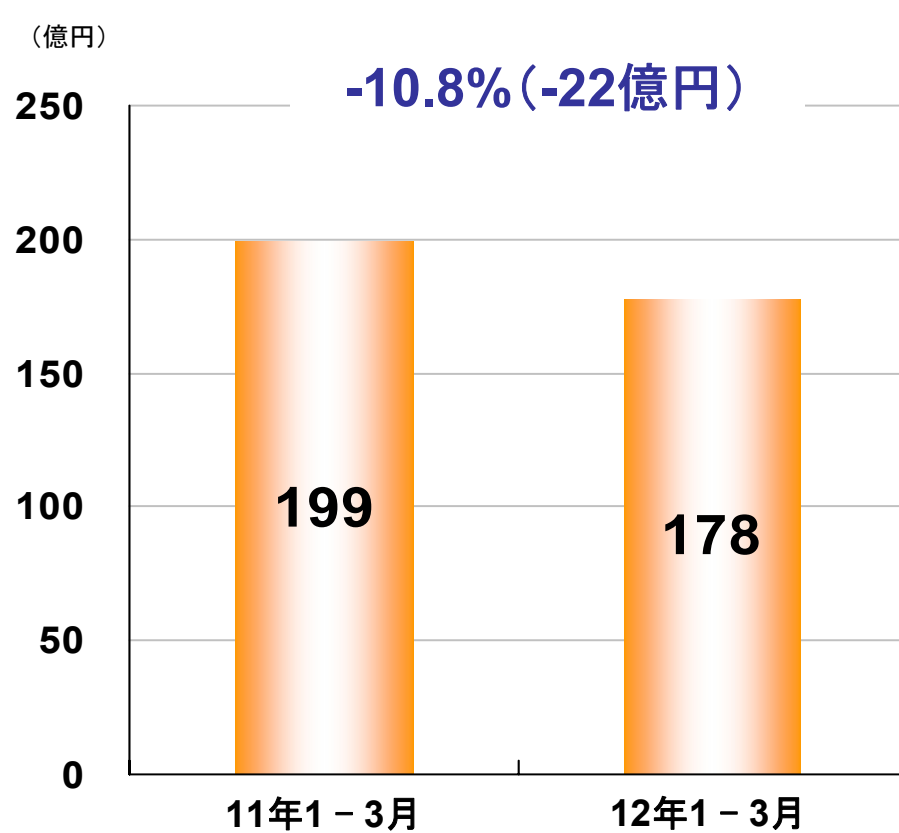
# 営業利益の主な増減要因 (前年同期比較)

主な減少要因はアナログ電障収入の減収インパクト

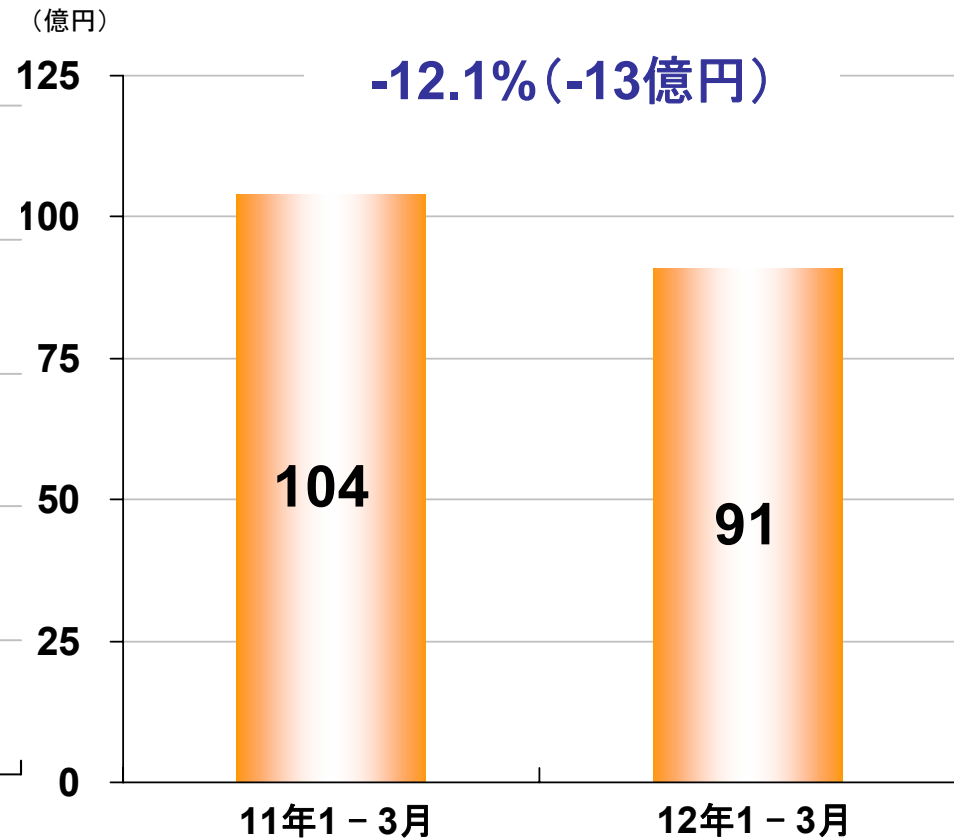


## 2-1-2. 税金等控除前利益、当社株主帰属四半期純利益

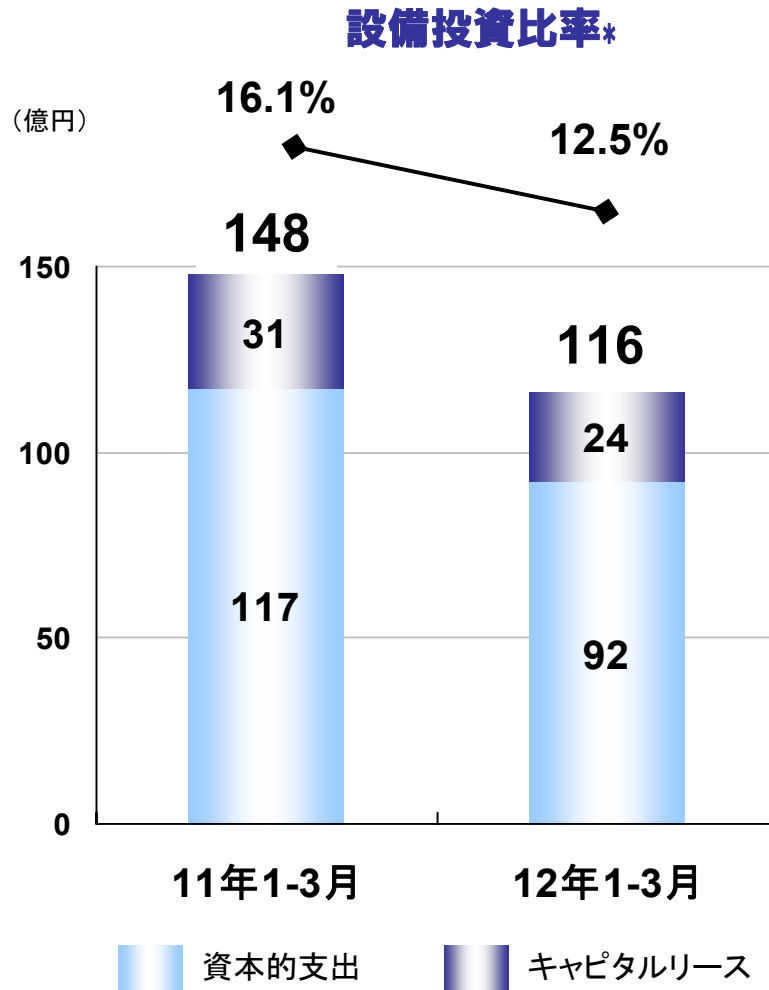
### 税金等控除前利益



### 当社株主帰属四半期純利益



## 2-2. 設備投資



\*設備投資比率: 営業収益に対する設備投資額の比率

### 主な増減要因

#### 1. 資本的支出 (-25億円)

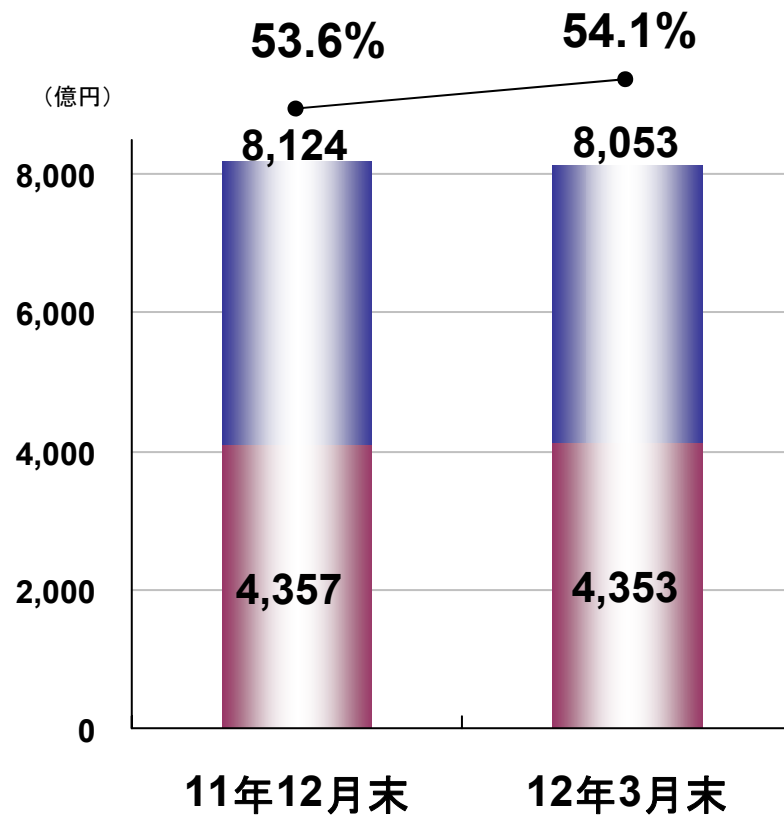
- ・電障関連投資等の減少。
- ・新規延伸(秦野・伊勢原)に伴う、幹線分配線の減少

#### 2. キャピタルリース (-7億円)

- ・ J:COM PHONE プラス用センター系設備の初期導入投資が減少

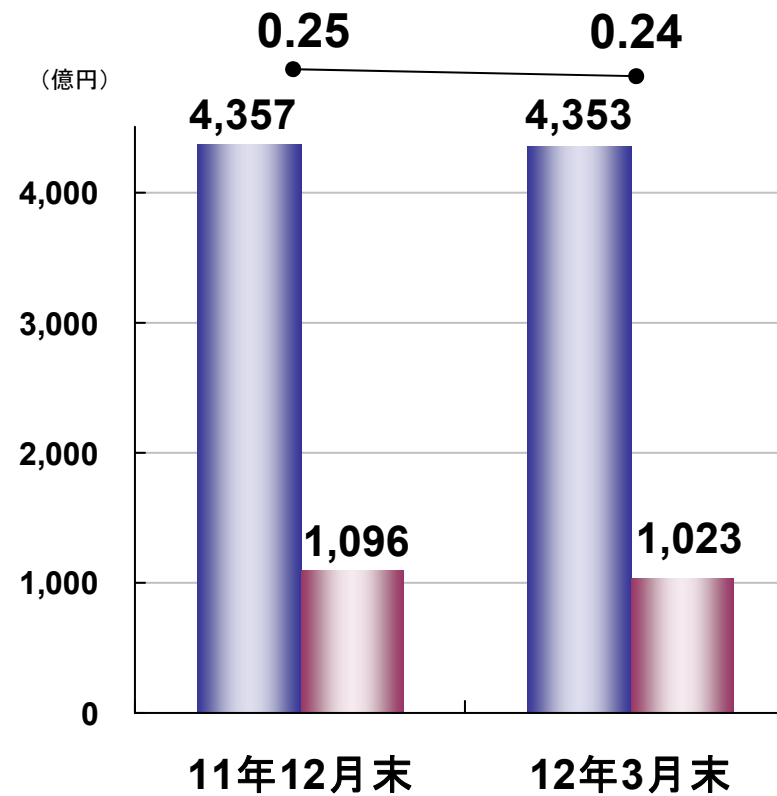
## 2-3. 主要財務比率

### 当社株主帰属資本比率



負債及び資本合計  
 当社株主帰属資本

### D/Eレシオ



当社株主帰属資本  
 純有利子負債

## 2-4. 連結キャッシュ・フロー

(億円)

	11年1-3月	12年1-3月	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	236	292	55
投資活動による キャッシュ・フロー	-116	-88	27
財務活動による キャッシュ・フロー	-127	-205	-78
フリー キャッシュ・フロー*	88	176	88

### 【主な増減要因】

四半期純利益	-14億円
税金支払額の減少	+67億円
資本的支出	+25億円
新規子会社の取得	+8億円
その他投資活動	-6億円
借入金の返済	-45億円
自己株式の取得による支出	-36億円
キャピタルリース元本返済	+6億円

\*フリーキャッシュフロー = (営業活動によるキャッシュフロー) - (設備投資)

1

第1四半期業績ハイライト

2

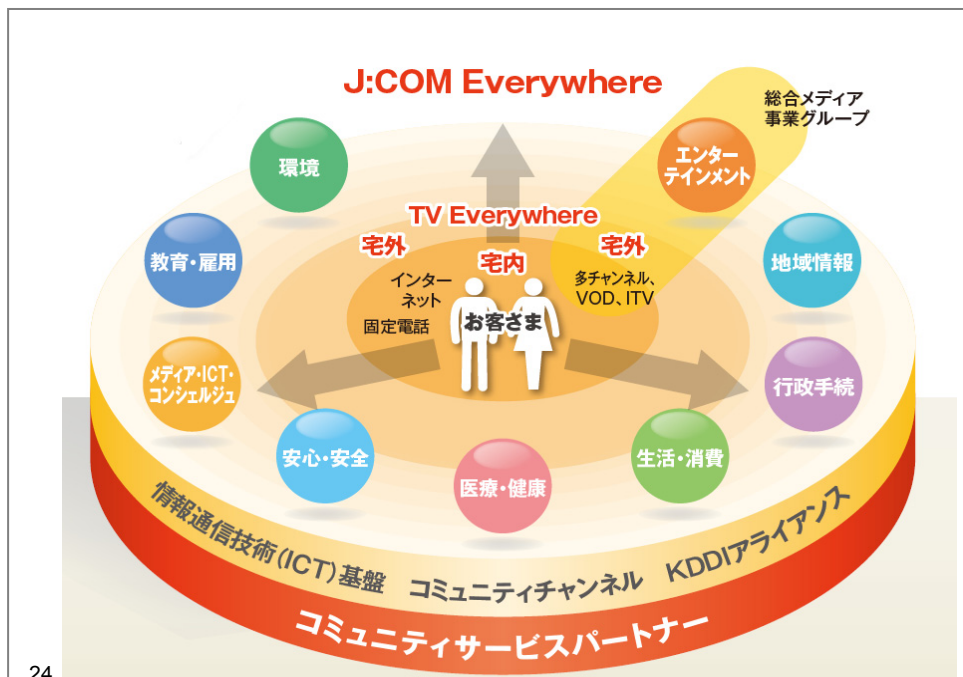
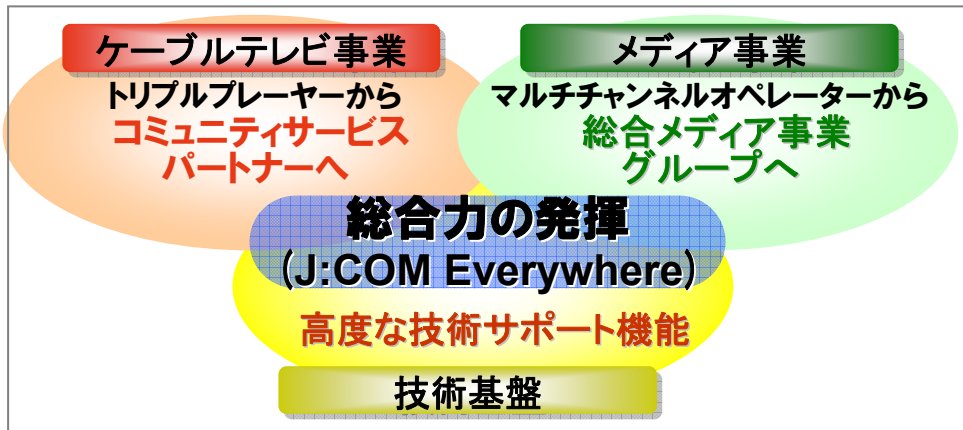
第1四半期の業績解説

3

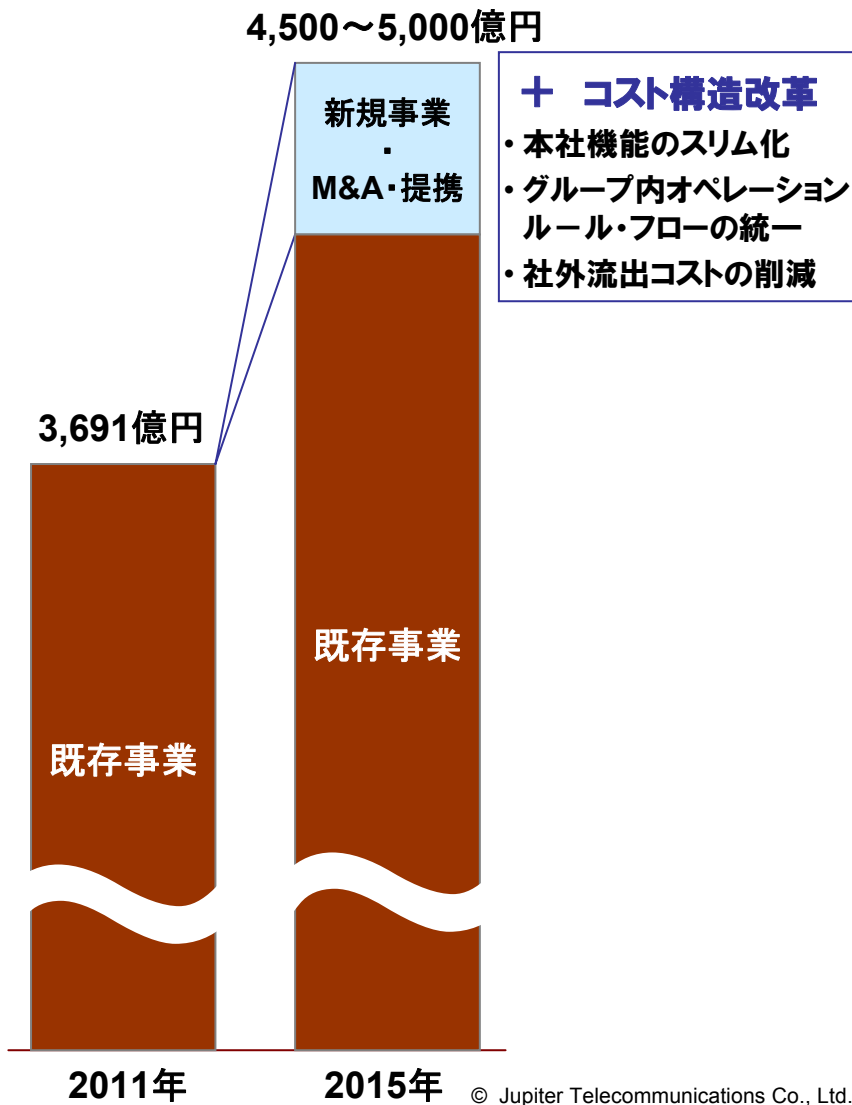
中期事業計画の概要

# 3-1. 中期事業計画の骨子

## ありたい姿



## 定量目標の考え方



## 3-2. 事業環境

### 1. 有料多チャンネル時代

- 新BS放送のチャンネル数が更に増加  
(2012年3月1日～ 24Ch→31Chへ)



新BSを入り口とした多チャンネル  
加入機会の追求

### 2. メディア大競争時代

- 従来の放送業界に加え、IPTV、OTTが  
本格参入
- NTT光接続料の値下げ



コンテンツ力、地域サービス力での  
差別化が必要

### 3. 世帯構成・人口構成の変化

- 家族構成の変化、テレビの視聴ニーズ  
の分散化



多チャンネル軸以外からの  
新規加入機会の追求(ネット軸経由)

### 4. “視聴手段”・“道具”の多様化

- スマートフォン・タブレットなど多種多様な  
情報端末が普及



TV・インターネットサービスの商品設計上  
情報端末との連携が必須に

### 3-3. 成長戦略

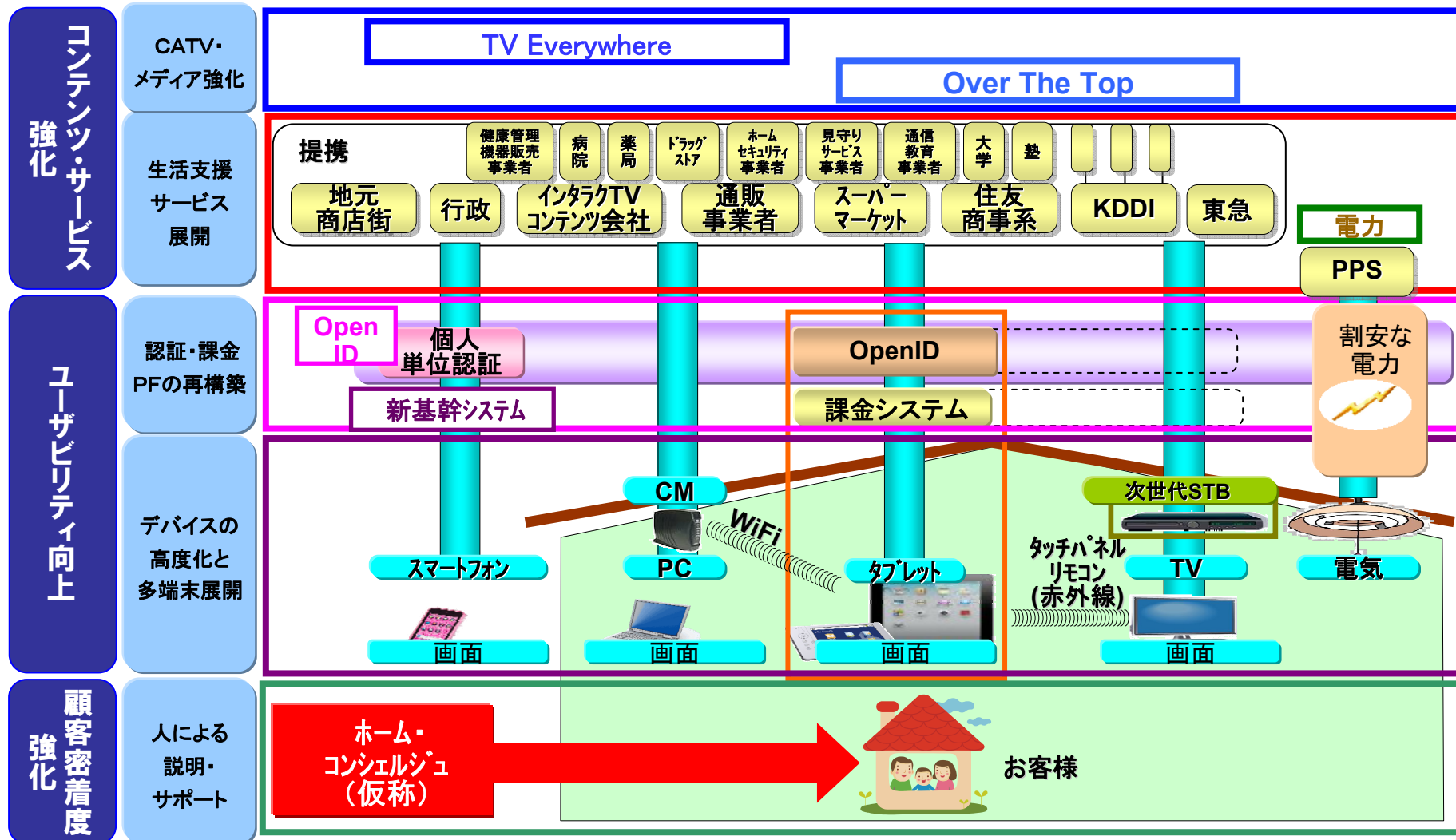
#### ケーブルテレビ事業

- ① RGU獲得重視から世帯純増・世帯ARPU重視へ
- ② 未開拓市場の効率的獲得の推進
- ③ 顧客ニーズに沿った商品競争力の強化と多様化
- ④ 既加入者サービスの向上、ユーザビリティの改善
- ⑤ KDDIグループ、住友商事グループとの協業の更なる推進

#### メディア事業

- ① 独自コンテンツの保有・囲い込み
- ② チャンネル事業の強化
- ③ コンテンツ配信事業(プラットフォーム)強化
- ④ 広告事業強化

# 3-4. 新規事業分野とJ:COM Everywhere



- 住友商事グループ事業資産、KDDIアライアンスとの相互連携の最大限の活用
- スマートフォン、タブレット端末とのサービス連携 + ユーザビリティ(使い勝手)
- ホーム・コンシェルジュを介して、デジタルサービスのみでは実現できない、きめ細かいサポートの提供

# ホーム・コンシェルジュ・サービス(仮称)



## デジタルサービスの多様化

多チャンネル、VOD、OTT、  
生活支援サービス...  
WiFi、WiMAX、ホームネットワーク...

「サービスが使いたくても使えない」  
の増加



## 宅内デジタル端末の多様化

スマートTV、次世代STB、  
タブレット端末、  
スマートフォン、PC...

# ホーム・コンシェルジュ・サービス(仮称)



お客様

お客様との  
関係強化

追加的  
営業機会

「サービス」  
の収益化

コモディティ商品でない有料映像  
サービスを販売してきた販売ノウハウ

宅内にあがり説明できるお客様  
との信頼に基づくサービス機会

生活の質と  
利便性向上

デジタルデバイド  
の解消

いつでも気軽に  
利用可能

## 3-5. M&A・提携戦略

### ■ ケーブルテレビ事業

- 引き続き、M&A・提携を活用したエリア拡大

### ■ メディア事業

- 川上事業、川下事業、周辺事業の取り込み

### ■ 生活支援サービス等の新規事業

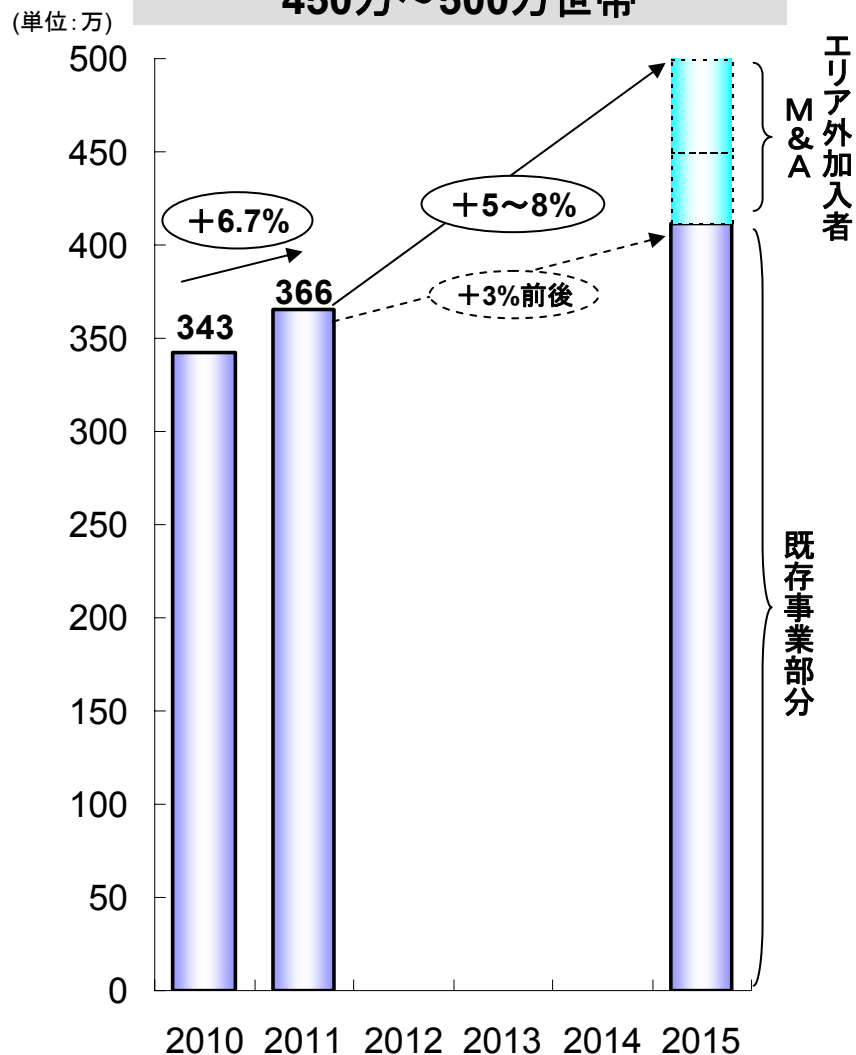
- 新規事業を早期に一定規模に成長加速させるため、買収や戦略的提携を積極的に検討

### ■ アジア市場への展開も検討

### 3-6. 加入計画

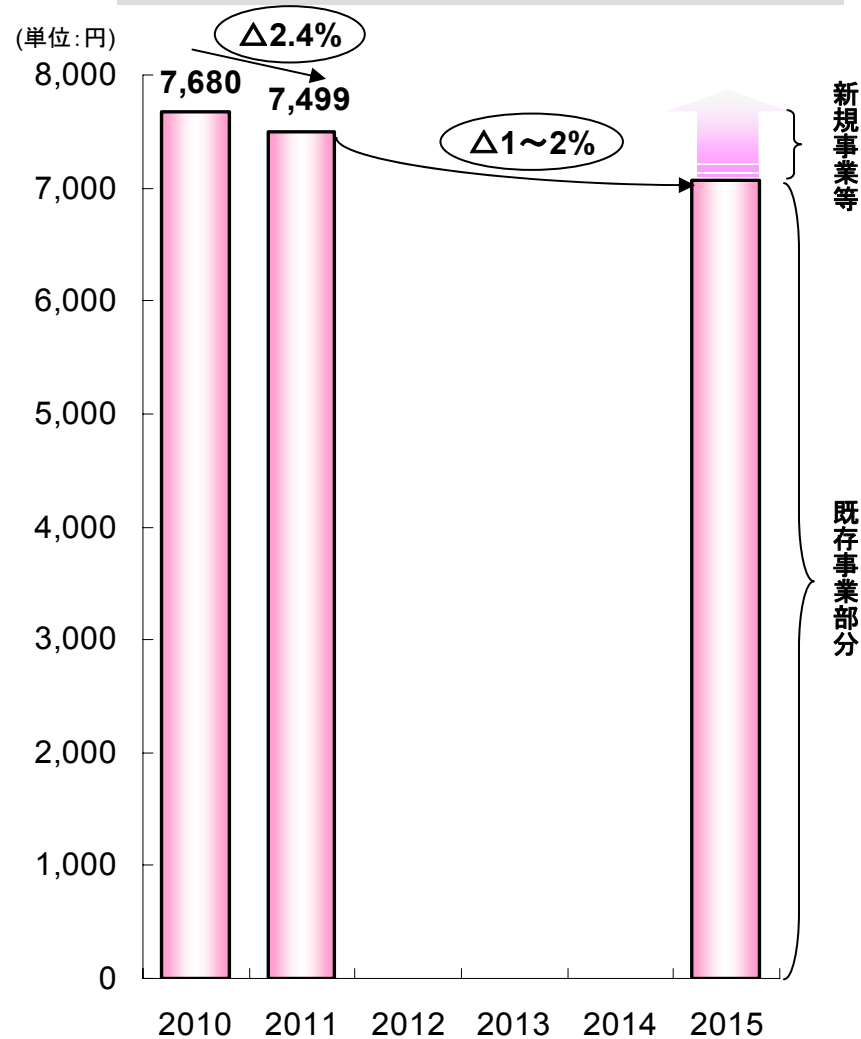
#### 総加入世帯数

<2015年目標>  
450万~500万世帯

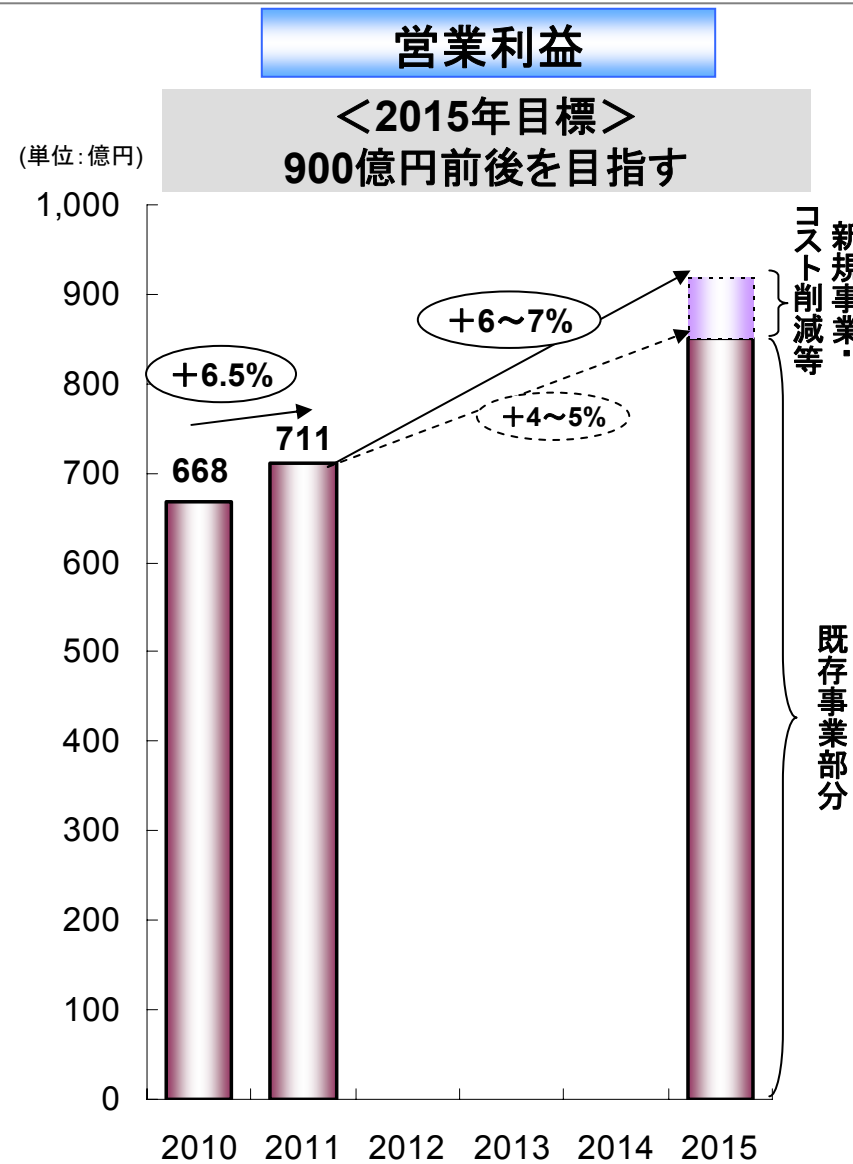
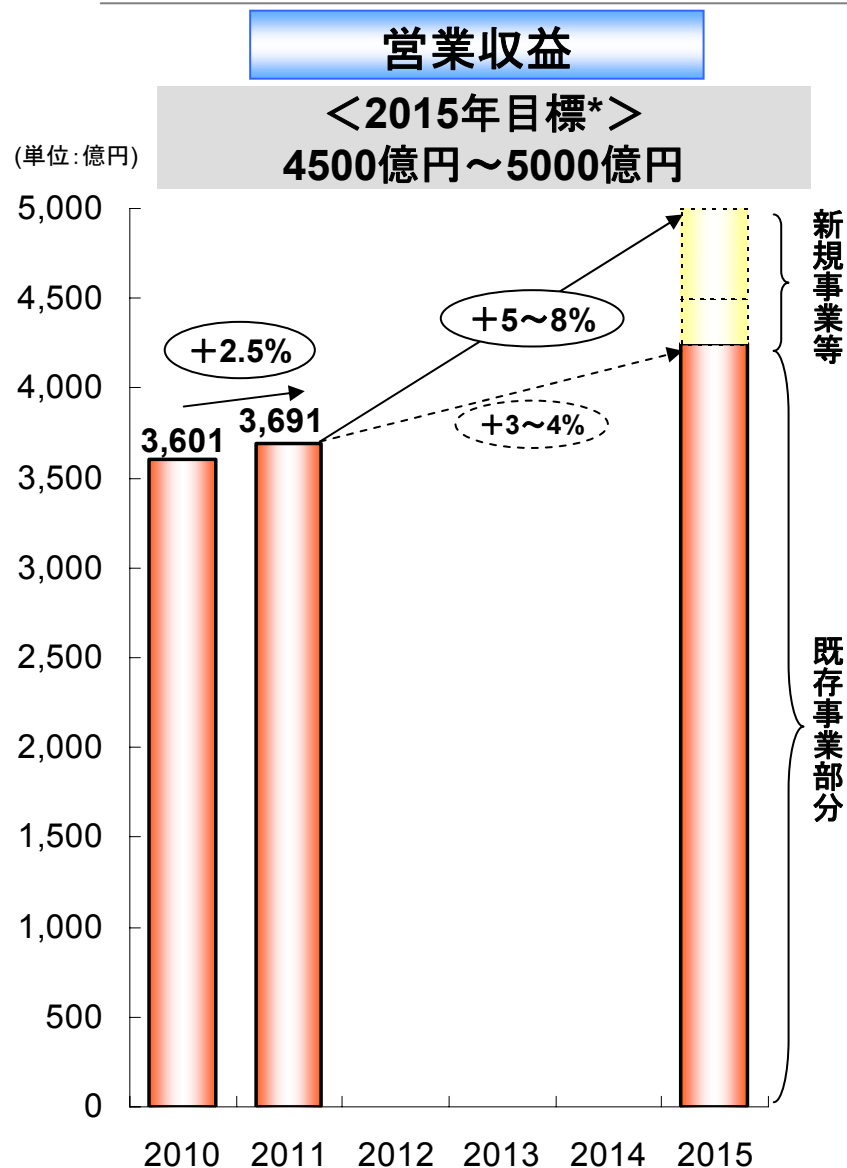


#### ARPU

<2015年目標>  
7000円台を目指す



# 3-7. 利益計画

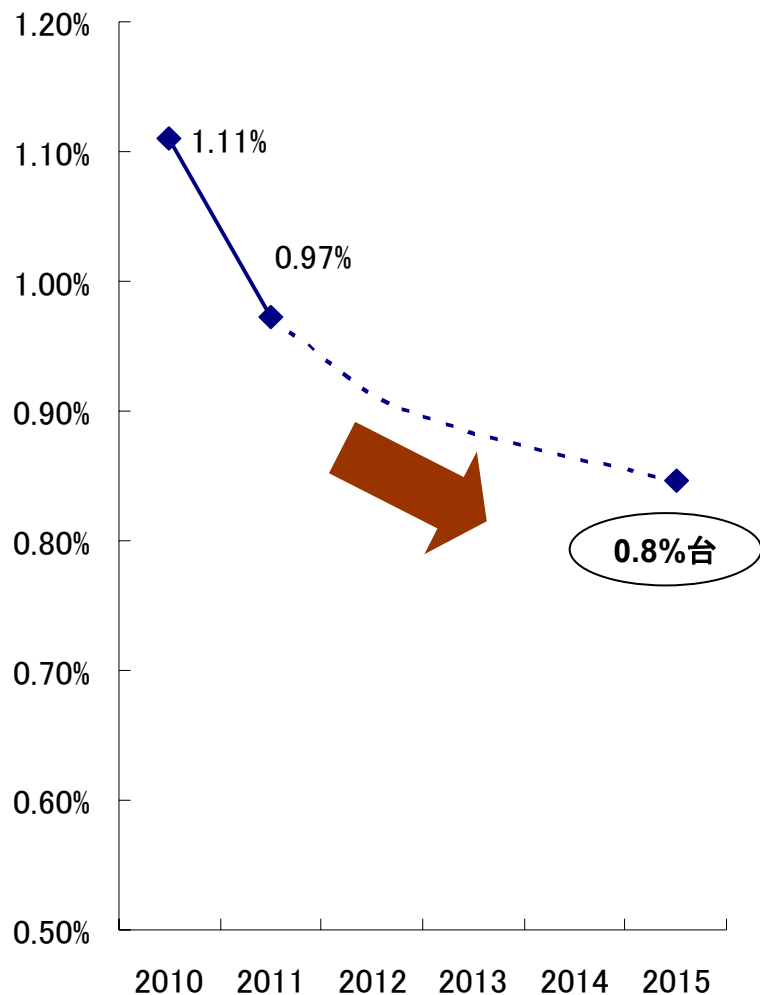


\* 既存事業部分には、J:COM Phone プラス卸元事業者からのHFC利用料収入を含む。コストも同額計上するため、利益インパクトはなし。

### 3-8. 解約率改善

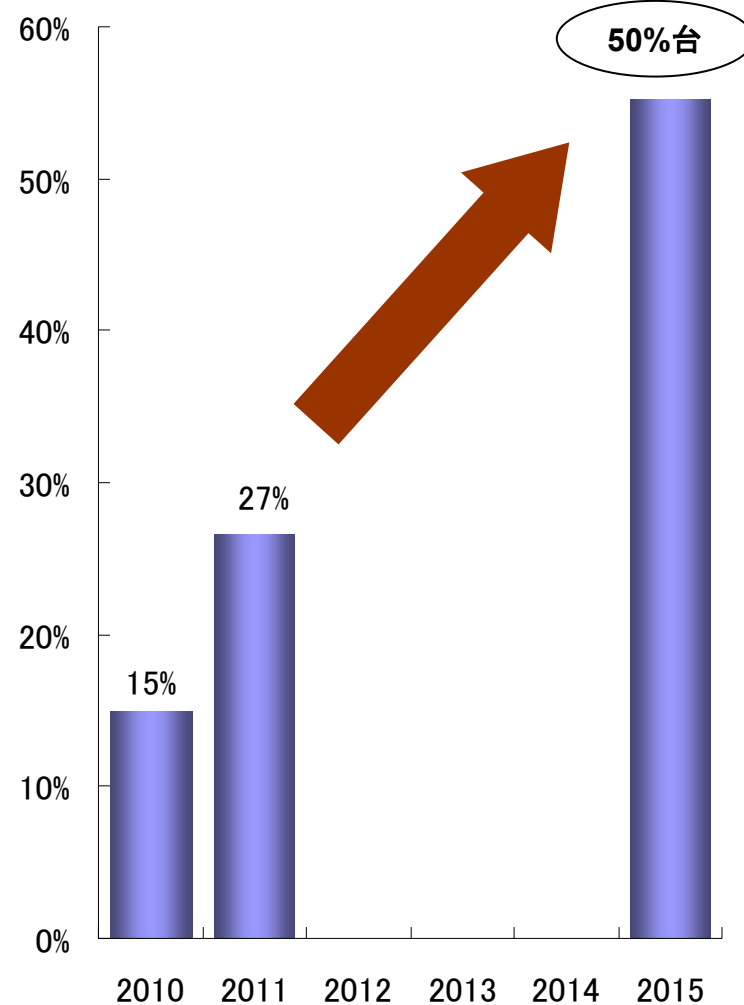
平均月次解約率 (RGUあたり)

<2015年目標>  
0.8%台を目指す



長期契約比率

<2015年目標>  
50%台を目指す



## 参考資料

- **主要オペレーション指標（旧定義ベース）**
- **ハードディスク内蔵型STB「HDR」 加入世帯推移**
- **160M超高速インターネット接続サービス 加入世帯推移**
- **バンドル化の推移**
- **長期契約化率の推移**
- **チャンネル別視聴可能世帯数**

# 主要オペレーション指標(旧定義ベース)

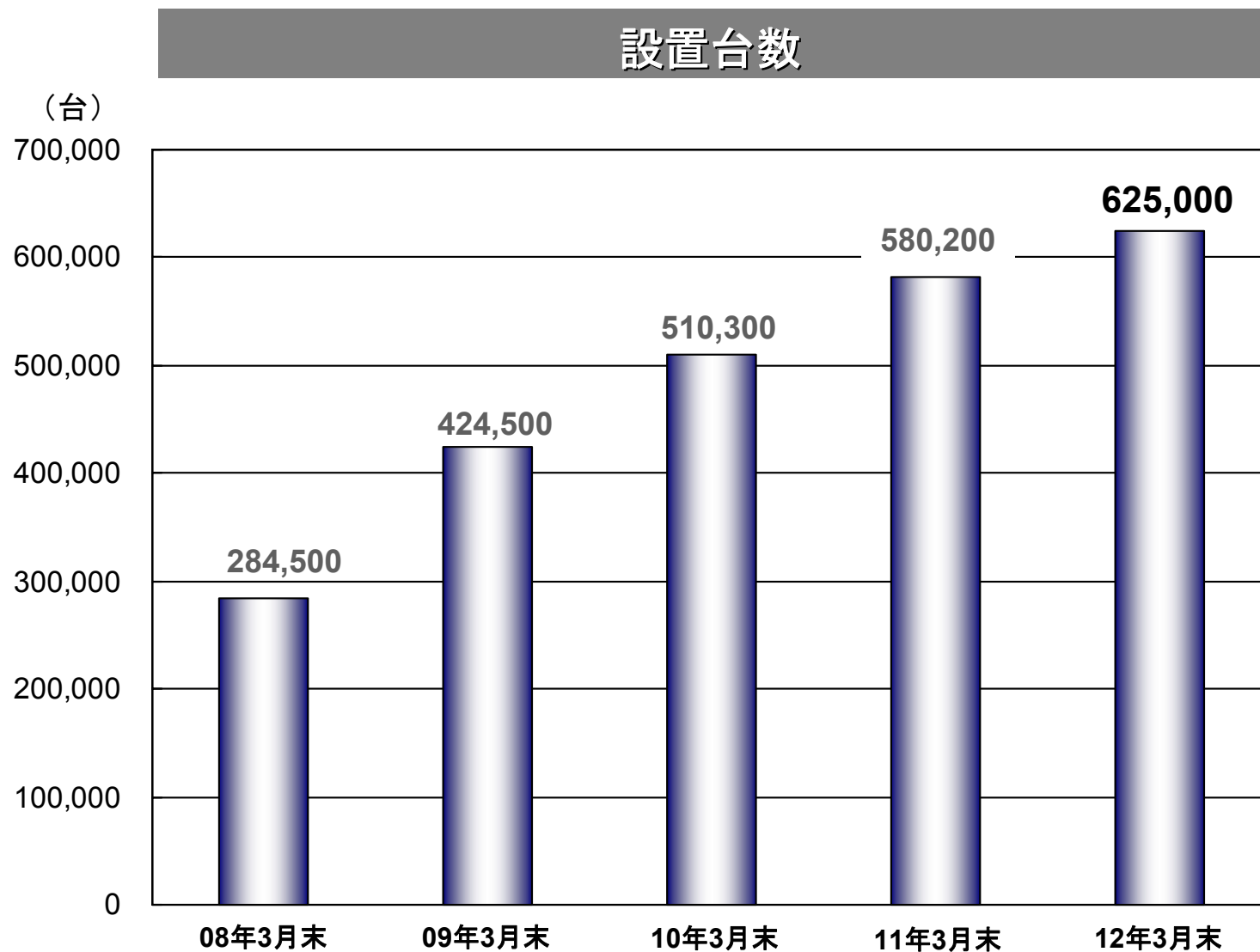
	2011年3月末 (2011年1-3月平均)	2012年3月末 (2012年1-3月平均)	増減
<b>加入世帯数</b>			
ケーブルテレビ	272 万	288 万	5.8 %
高速インターネット接続	172 万	185 万	7.6 %
電話	202 万	229 万	13.4 %
<b>RGU合計 *1</b>	<b>645 万</b>	<b>701 万</b>	<b>8.7 %</b>
<b>総加入世帯数</b>	<b>345 万</b>	<b>369 万</b>	<b>6.8 %</b>
<b>バンドル率 *2</b>	<b>1.87</b>	<b>1.90</b>	<b>0.03pts</b>
<b>平均月次解約率 (RGU当たり)</b>	<b>1.08%</b>	<b>1.04%</b>	<b>-0.04%</b>
<b>ARPU *3</b>	<b>7,617</b>	<b>7,347</b>	<b>-270円</b>

\*1: RGU (Revenue generating unit)合計 = 提供サービス数の合計

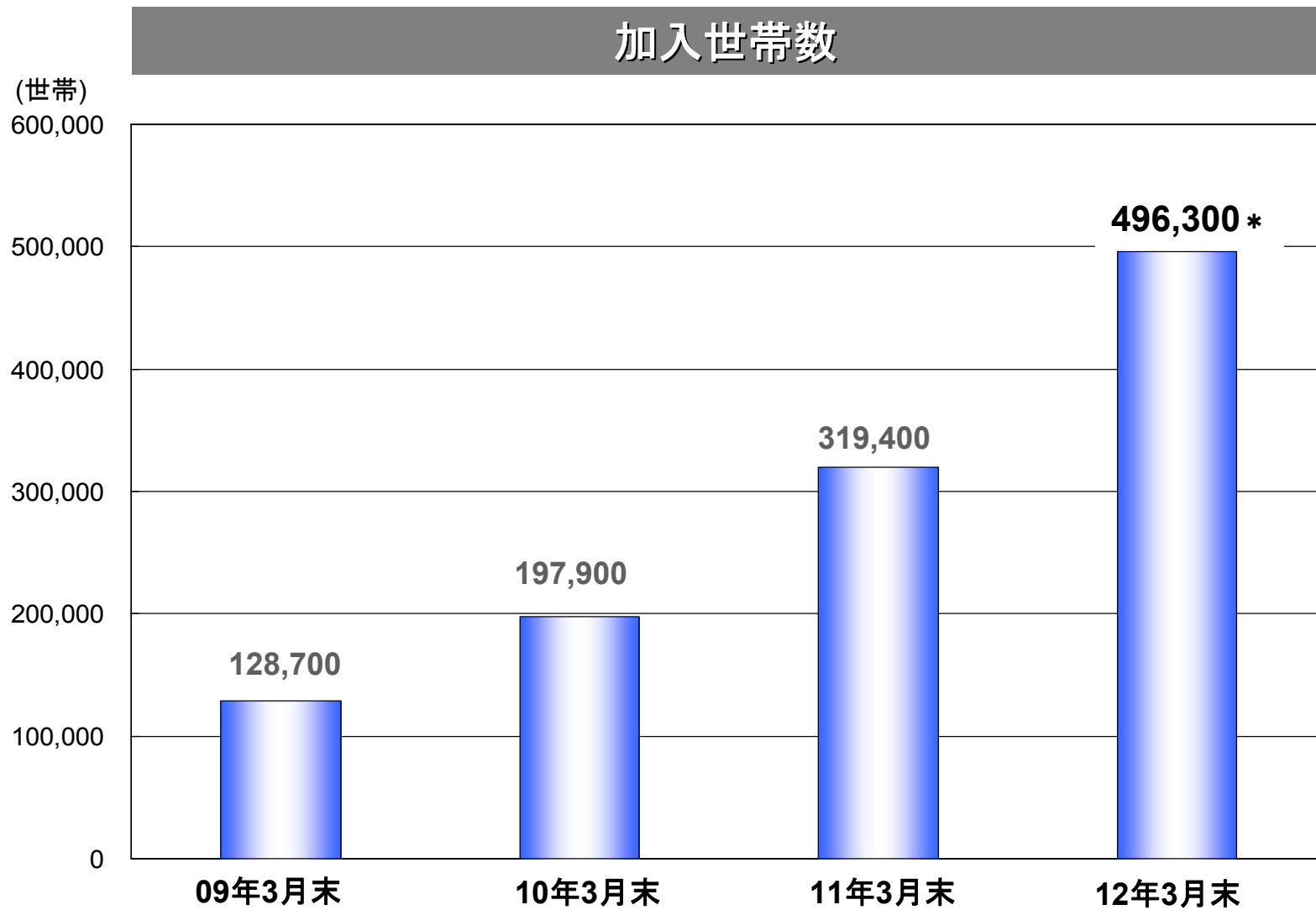
\*2: バンドル率 = 加入世帯当たり提供サービス

\*3: ARPU = 加入世帯当たり月次収益

# ハードディスク内蔵型STB「HDR」

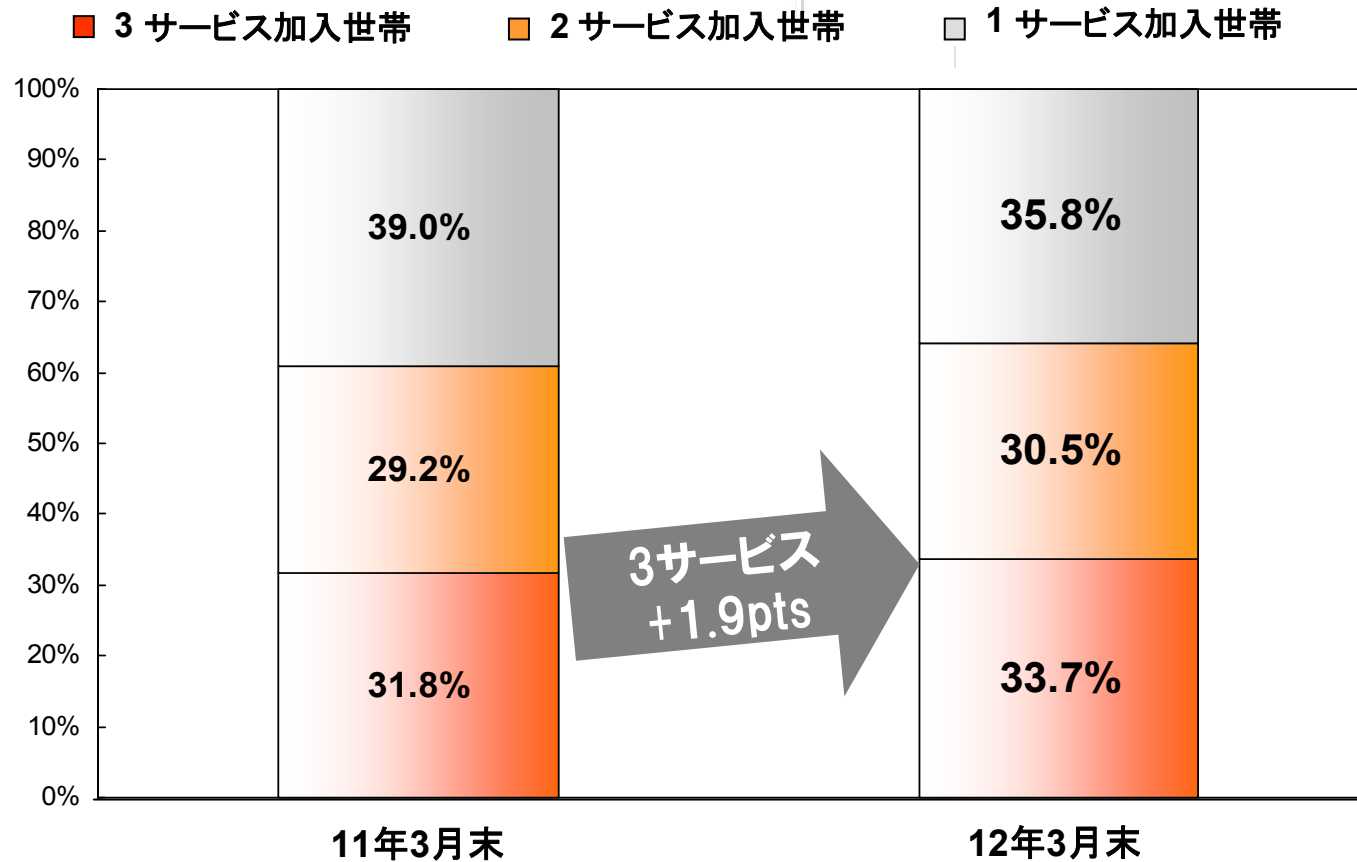


# 160メガ 超高速インターネット接続サービス

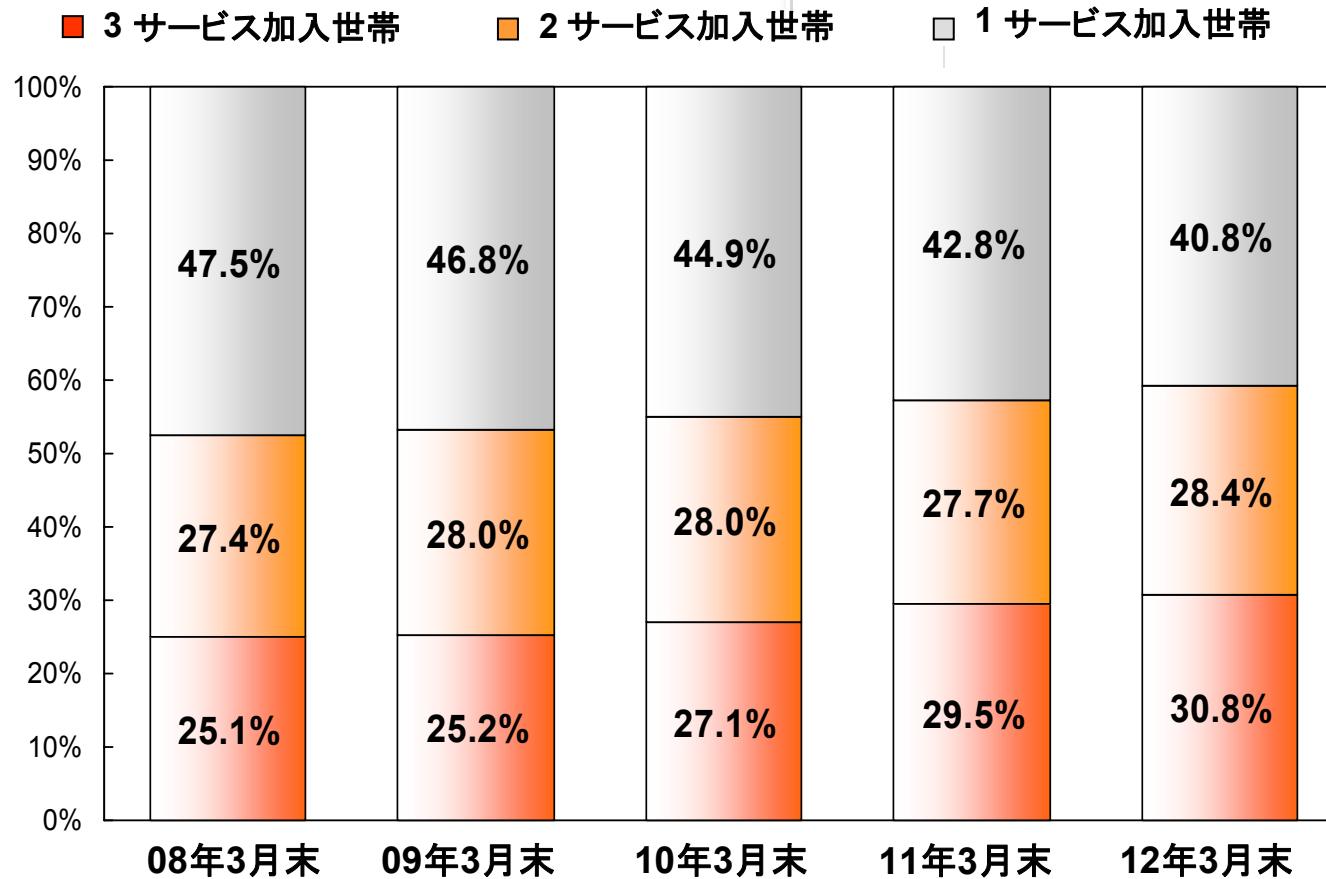


\*2012年3月末から新定義ベースでの数値で算出しております。

## 加入サービス数別の世帯構成比

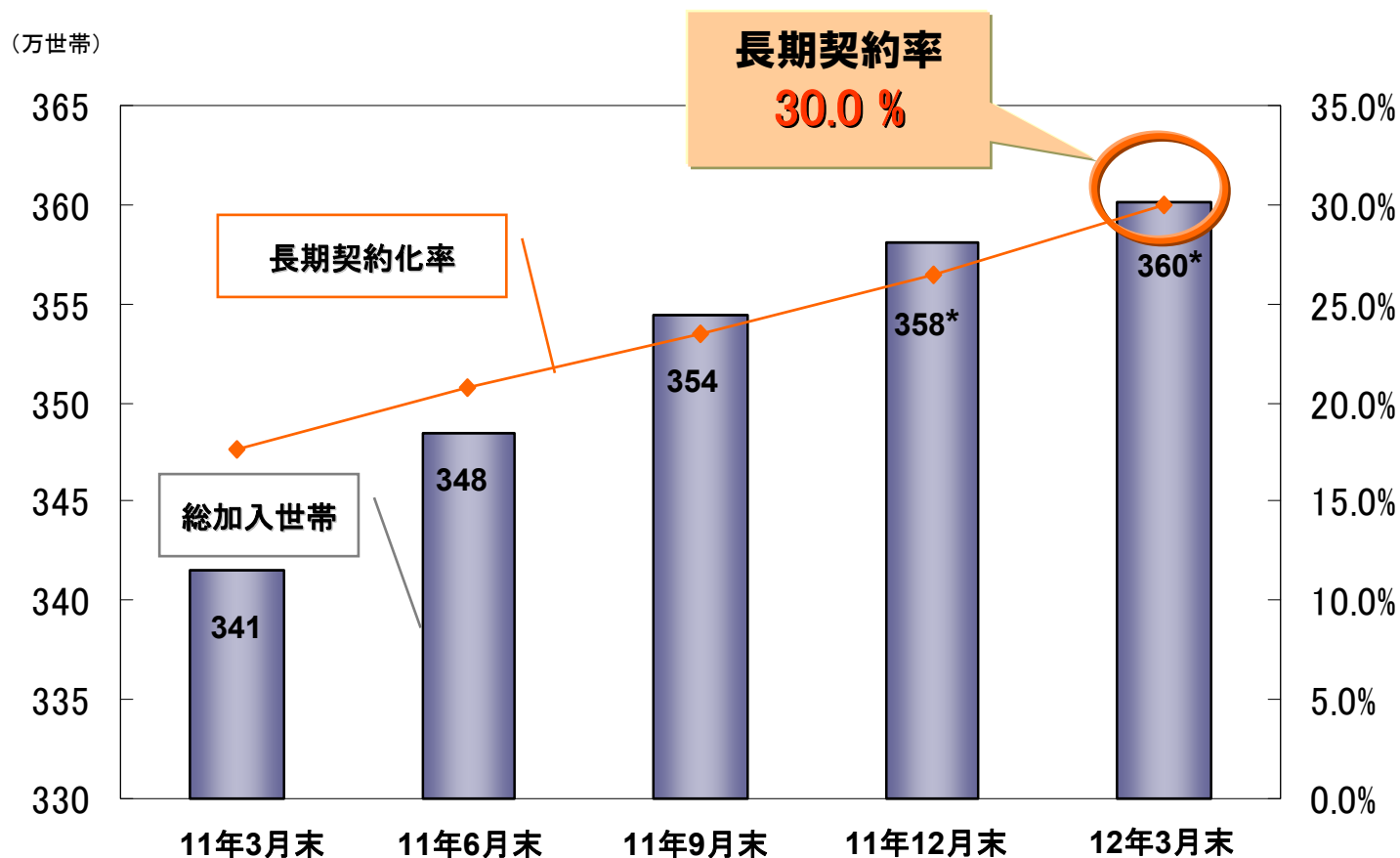


## 加入サービス数別の世帯構成比



# 長期契約化率の推移(新定義ベース)

## 長期契約サービス加入世帯数の推移



\*長期契約サービスを提供していない局の総加入世帯数を除いております。

# チャンネル別 視聴可能世帯数



(2012年2月末現在)

チャンネル名/会社名	区分 出資比率	視聴可能 世帯数	チャンネル名/会社名	区分 出資比率	視聴可能 世帯数
<b>ベーシックチャンネル</b>					
ムービープラス ジューターエンタテインメント(株)	連結 100%	747万世帯 (749万世帯)	AXN (株)AXNジャパン	持分法 35%	752万世帯 (750万世帯)
<small>女性チャンネル♪</small> LaLa TV ジューターエンタテインメント(株)		677万世帯 (680万世帯)	キッズステーション (株)キッズステーション	その他 15%	867万世帯 (865万世帯)
大人の趣味と生活向上◆アクトオンTV (株)ジュータービジュアルコミュニケーションズ	連結 90.00%	397万世帯 (406万世帯)	日本映画専門チャンネル 日本映画衛星放送(株)	その他 9.99%	762万世帯 (761万世帯)
ゴルフネットワーク ジューターゴルフネットワーク(株)	連結 89.41%	725万世帯 (735万世帯)	時代劇専門チャンネル 日本映画衛星放送(株)		821万世帯 (819万世帯)
J sports 1, J sports 2, J sports 3, J sports 4 * (株)ジエイ・スポーツ	連結 80.5%	741万世帯 (749万世帯)	日経CNBC (株)日経CNBC	その他 9.75%	756万世帯 (758万世帯)
チャンネル銀河 チャンネル銀河(株)	連結 76%	412万世帯 (407万世帯)	<b>オプションチャンネル</b>		
ディスカバリーチャンネル ディスカバリー・ジャパン(株)	持分法 50%	701万世帯 (702万世帯)	アニメシアターX (AT-X) (株)イー・ティー・エックス	その他 12.28%	15万世帯 (14万世帯)
アニマルプラネット ディスカバリー・ジャパン(株)	持分法 50%	612万世帯 (613万世帯)			

出所:各社

( )内は2011年11月末現在の視聴可能世帯数

\* J sports 4はJ:COMではオプションチャンネル。