

2004年9月期
第一四半期
決算説明会

事業編

中期計画骨子

コンテンツ配信事業戦略(全体)

コンテンツ配信事業戦略(音楽配信)

コンテンツ配信事業戦略(NTTドコモ参入戦略)

コンテンツ配信事業戦略(既存コンテンツ)

保険販売事業戦略

中期計画(売上高・利益計画)

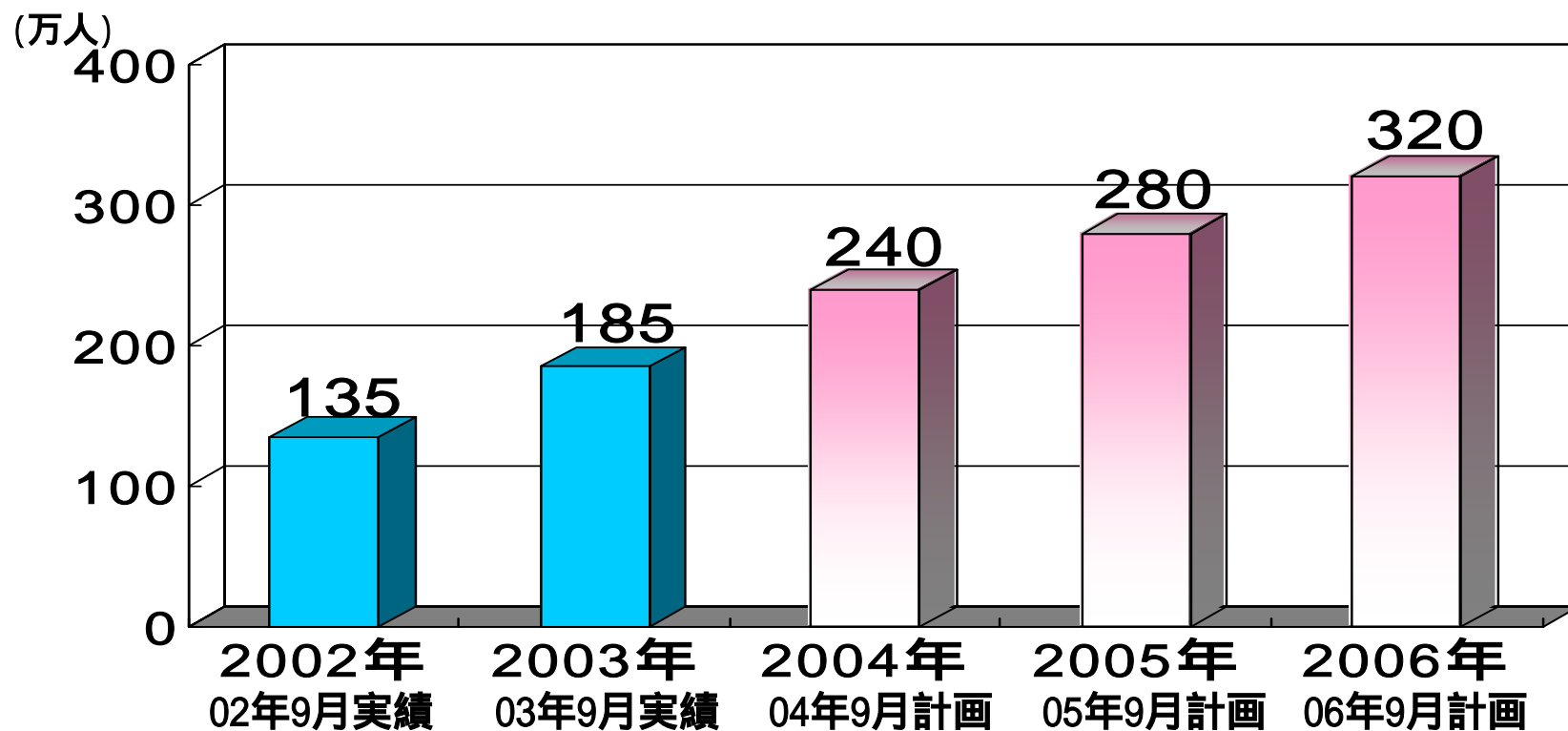
自社の強みを大きく発揮できる事業領域

- (1) コンテンツ配信事業(特に音楽配信)
- (2) 大規模テレマーケティングによる保険販売事業

高成長路線移行の為に

この2つの事業領域に
今期は積極的に
大規模な投資を実施

モバイルコンテンツ配信: 目標有料会員数

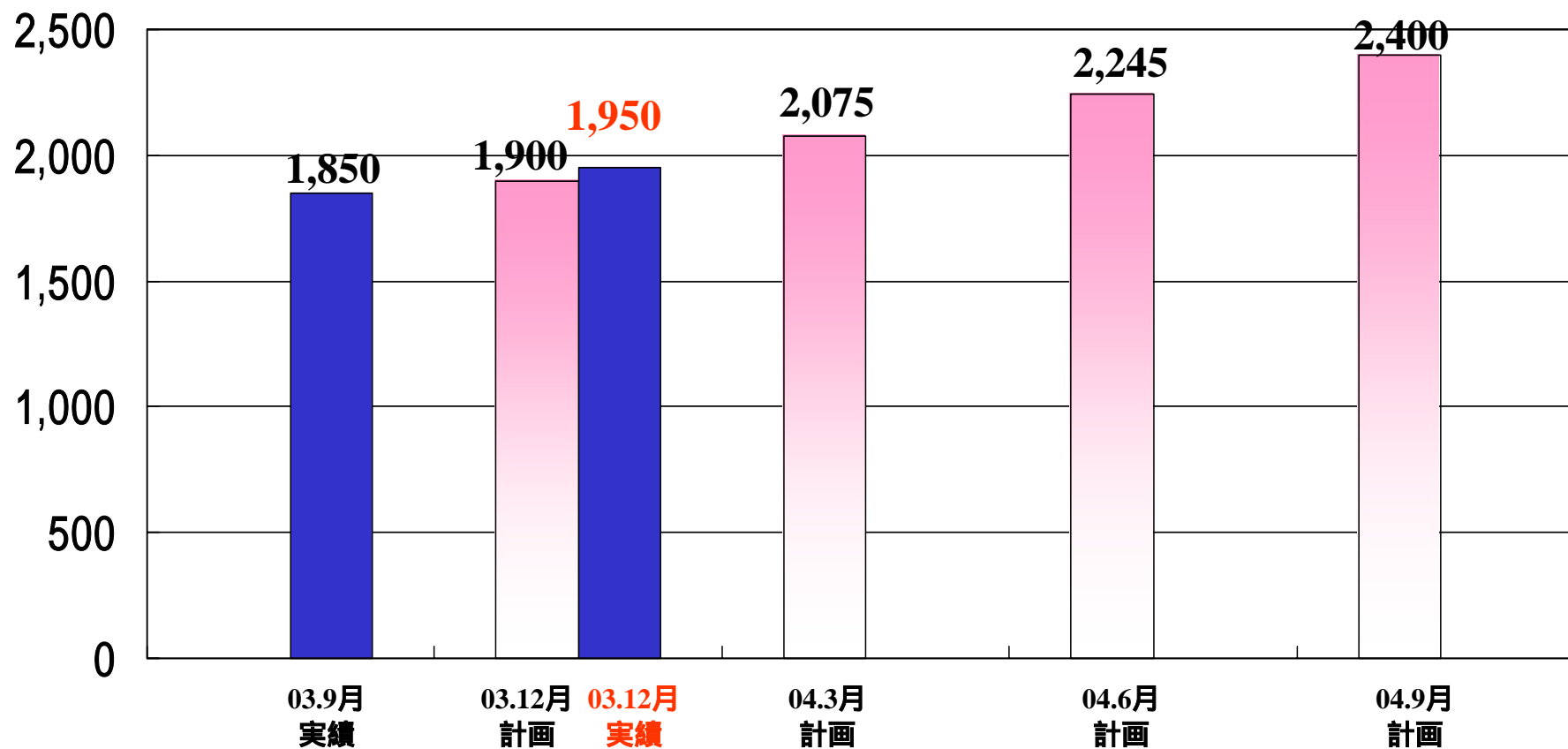


会員数獲得の為の施策

- (1) 音楽配信への注力
- (2) NTTドコモ向け本格化

会員数実績(1Q) 計画対比

(単位:千人)



音楽配信におけるビジネス展開

モバイル及びインターネット向け音楽配信

総合的な音楽配信サイト構築 による差別化

「着うたTM」実績(1Q)

au 独立系No.1の実績(メニュー順位2位)

ボーダフォン 2003年12月に第1陣として市場参入

NTTドコモ 2004年2月に第1陣として市場参入

契約アーティスト: 女子十二楽坊、一青 窈、河村 隆一、
平原綾香 等

NTTドコモへの参入戦略

積極的な広告宣伝活動を実施(約5億円)

1Q広告宣伝費として106百万円を投入

2Qは1Qの未消化分や会員増による利益増加分を追加投入する計画

市場規模の大きい着信メロディから攻略

会員数獲得は計画を上回って推移

11月中旬に市場参入。1ヶ月半の実績にも関わらず、1月のメニュー順位改正で54位から一気に21位まで上昇



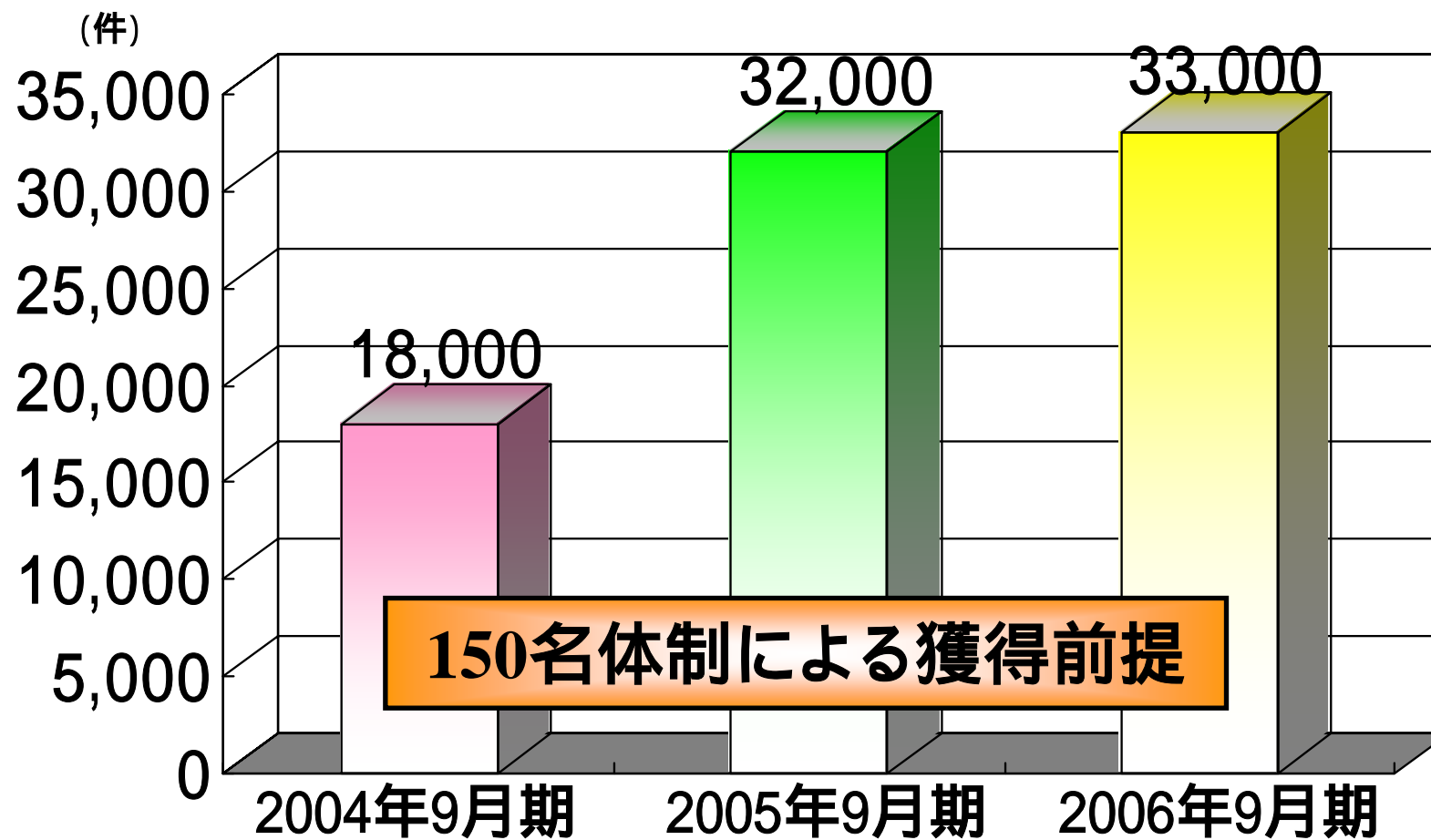
着信メロディから「着うたTM」へ誘導

既存コンテンツ戦略

幅広いジャンルの配信により収益基盤を確立、
効率性の高い着信メロディで収益を積み上げ

au向けには、BREWTMを活用した
既存コンテンツの活性化と
ユニークなコンテンツの投入

大規模テレマーケティングによる 保険販売事業：目標獲得契約件数



Q1(2003年12月末時点)での達成度合

	計画	実績
獲得件数(12月までの累積)	962件	962件
オペレーター稼働人数	9,194人日	5,963人日
契約効率(契約件数/稼働人数)(2003/12)	0.16	0.19
平均月額保険料(2003/12)	6,000円	6,556円

中期計画

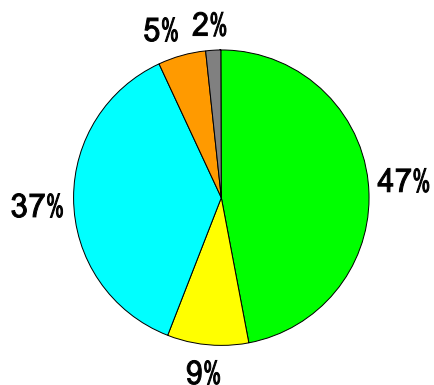
(単位:百万円)

	売上高	経常利益	当期利益
2004年9月期	12,339	105	176
2005年9月期	16,000	800	400
2006年9月期	20,000	1,800	900

セグメント別推移 (売上高)

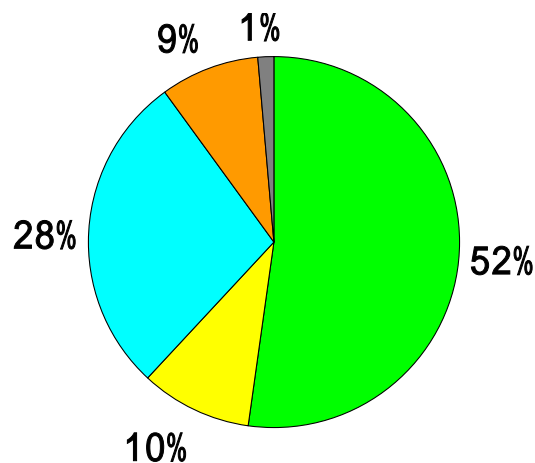
2004年9月期

12,339百万円



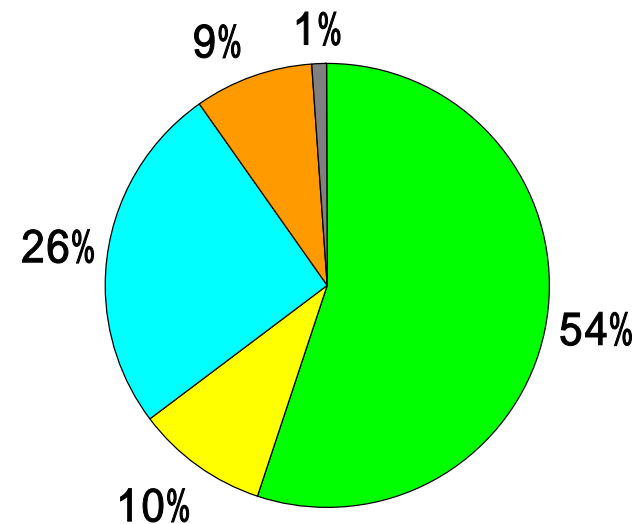
2005年9月期

16,000百万円



2006年9月期

20,000百万円



コンテンツ配信



ソリューション



移動体販売



テレマーケティング



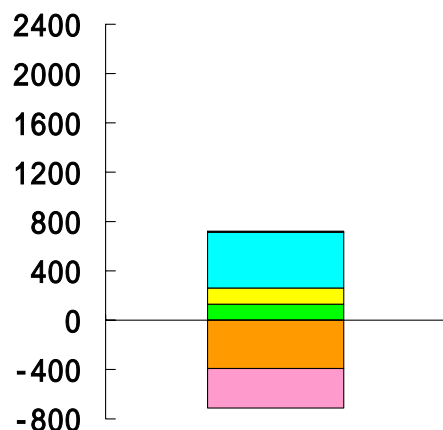
その他



セグメント別推移 (営業利益)

2004年9月期

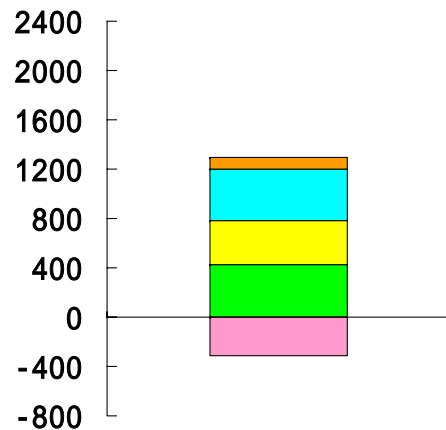
5百万円



コンテンツ配信	131
ソリューション	134
移動体販売	453
テレマーケティング	-390
その他	1
本部経費	-324

2005年9月期

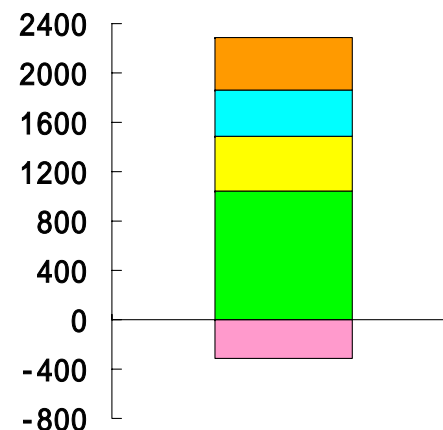
900百万円



コンテンツ配信	430
ソリューション	350
移動体販売	420
テレマーケティング	90
その他	0
本部経費	-390

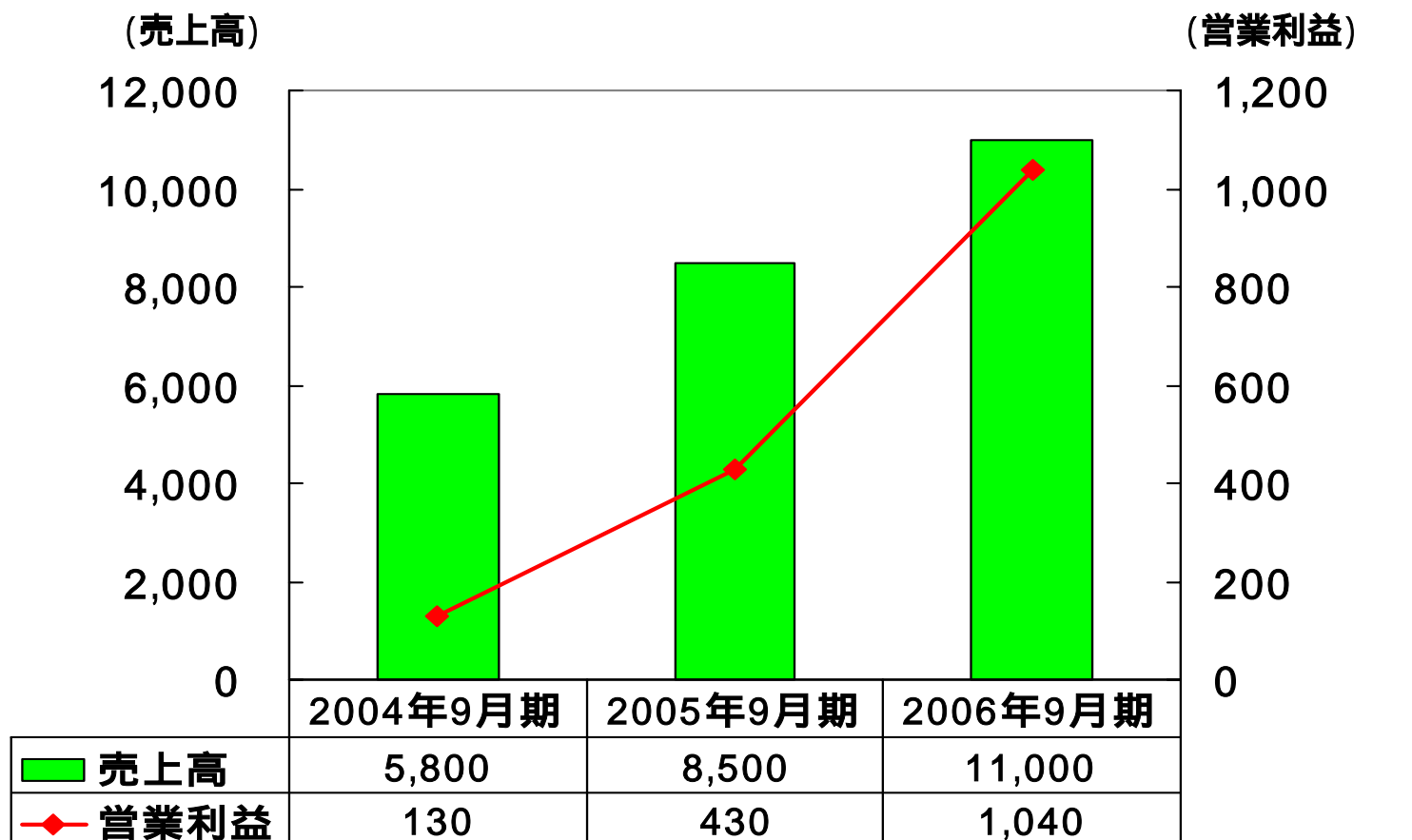
2006年9月期

1,900百万円



コンテンツ配信	1,040
ソリューション	450
移動体販売	375
テレマーケティング	420
その他	0
本部経費	-385

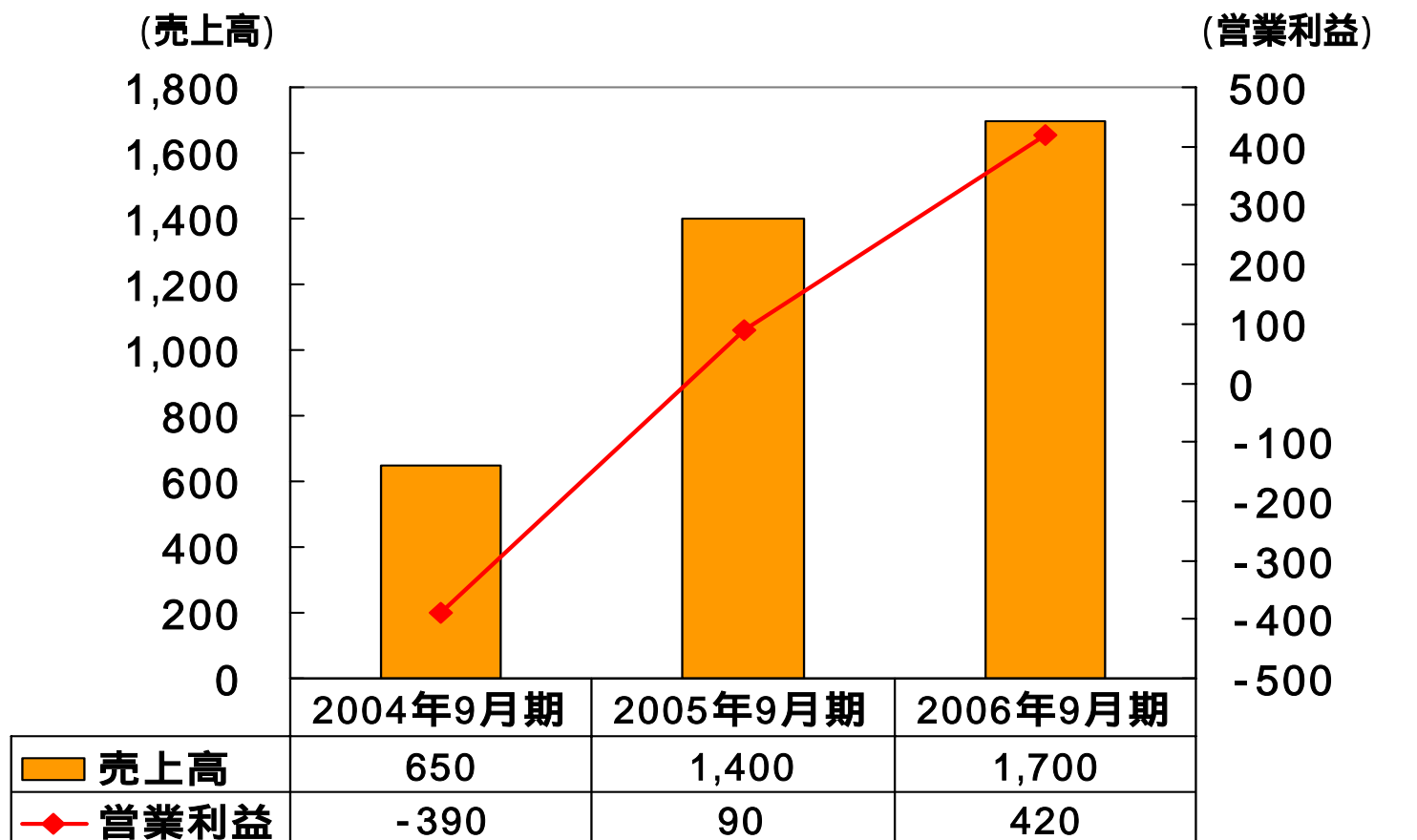
セグメント別推移 (コンテンツ配信)



(注) 営業利益は本部経費負担前です

(単位: 百万円)

セグメント別推移(保険販売)



(単位:百万円)