



2004年9月期第3四半期  
決算説明会

事業編

## 総括(コンテンツ配信事業)

中期計画達成に向け最重点課題である  
有料会員数は計画を上回って推移  
(実績:2,330千人 / 計画:2,245千人)

更なる会員数増加のため  
広告宣伝費を追加投入  
(実績:683百万円 / 計画:433百万円)

## 総括(テレマーケティング事業)

3Q累計では目標の契約件数に及ばず苦戦  
(実績:5,664件 / 計画:11,527件)

契約件数未達の主要因は離職率が想定より高く、  
営業オペレーターの確保が困難となり、  
保険契約効率も伸び悩んだこと

定着率の改善と契約効率の向上の為、  
一時的に規模の拡大を凍結  
中期計画達成に向けて土台固めを行った

## 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)

保険販売事業戦略

(株)カードコマースサービス株式の譲渡

当期見通し(売上高・利益)

## 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  
大規模な先行投資を実施

## 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)**

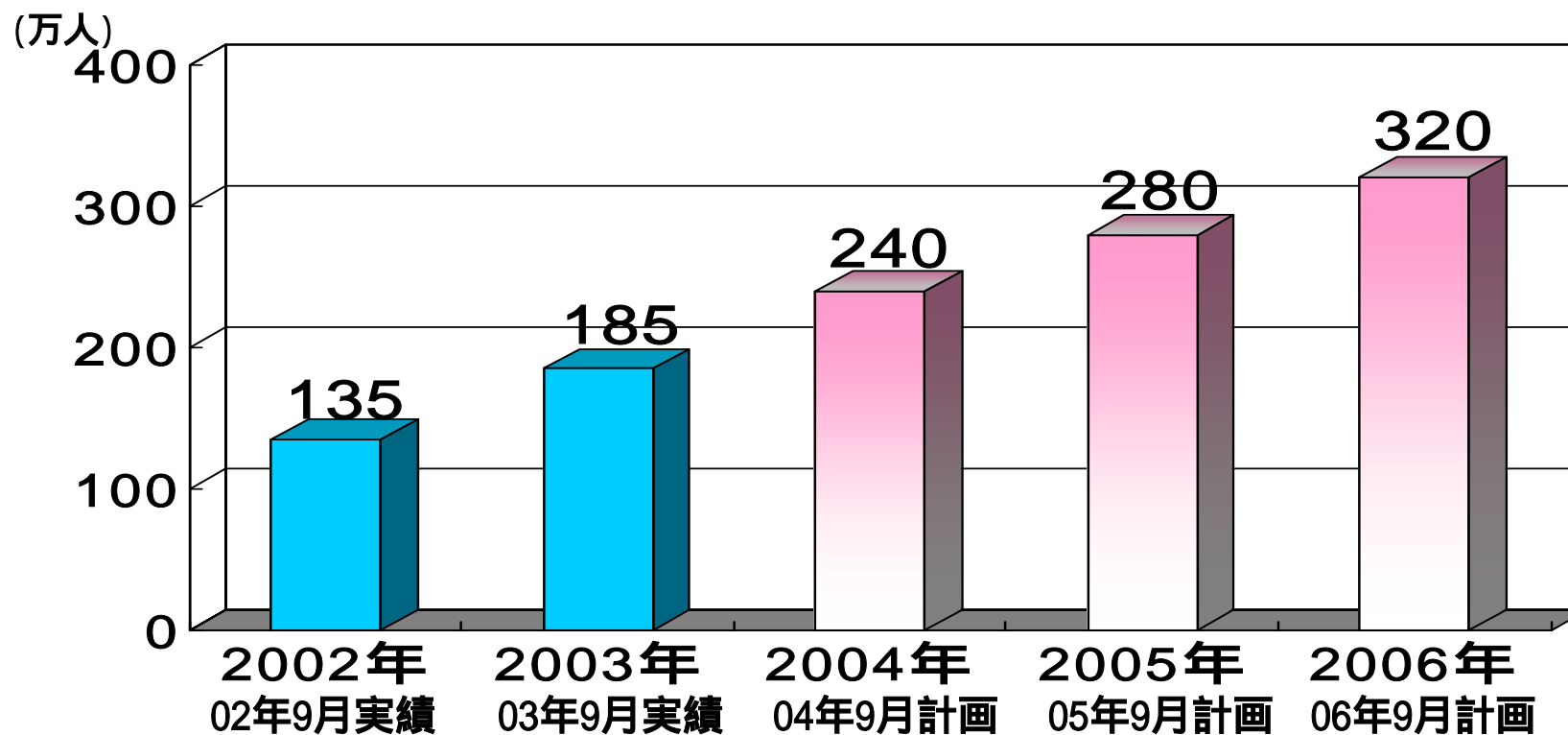
**コンテンツ配信事業戦略(NTTドコモ参入戦略)**

**保険販売事業戦略**

**(株)カードコマースサービス株式の譲渡**

**当期見通し(売上高・利益)**

# モバイルコンテンツ配信: 目標有料会員数

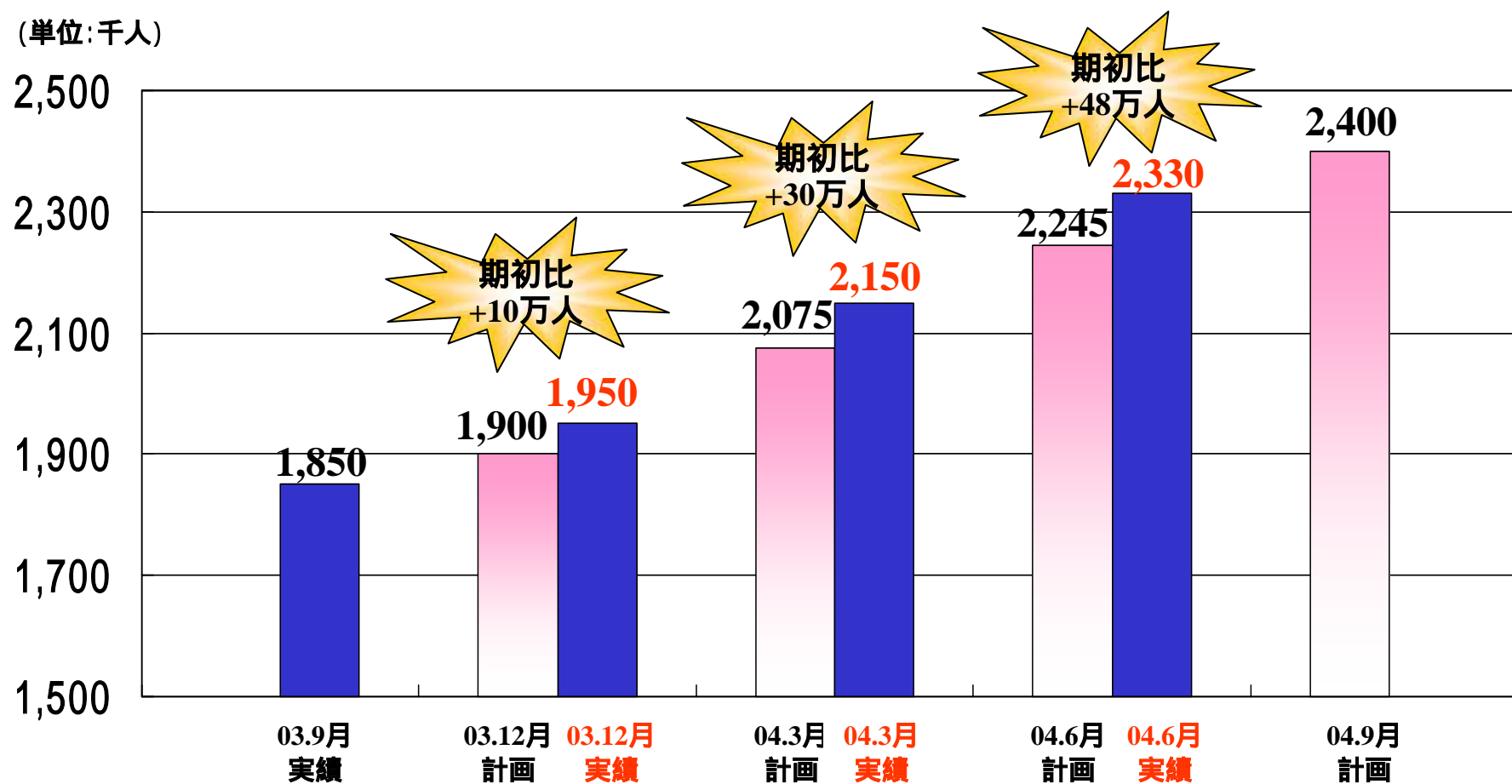


## 会員数獲得の為の施策

- (1) 音楽配信への注力
- (2) NTTドコモ向け本格化

# 有料会員数実績 計画対比

(単位:千人)





## 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)

保険販売事業戦略

(株)カードコマースサービス株式の譲渡

当期見通し(売上高・利益)

## 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

レコード会社/プロダクションへのMTIならではの付加価値の提供により、より強固な協力関係を構築していく

「着うた®」新規契約:アーティスト実績

山崎まさよし、スガシカオ、スキマスイッチ、矢井田瞳、中島みゆき、アン・ルイス、柴田淳、KICK THE CAN CREW、松平健、一世風靡セピア、Zoey、伊藤裕子(ムービー)、加藤夏希(ムービー)等

## モバイル音楽コンテンツの有料配信市場

「着うた<sup>®</sup>」対応端末はauで1200万台、  
ドコモでも350万台を突破

昨年の「着うた<sup>®</sup>」市場は推定で60億円、  
今年は200億円を超える見通し

「着うた<sup>®</sup>」から「音楽配信」へも展開  
「音楽配信」は3Gで最も伸びる市場と認識

## 今後の戦略

一定数の端末が普及してきたことから、  
広告宣伝を軸とした営業展開を本格化し、  
「着うた<sup>®</sup>」事業におけるポジションを確立

著名な個別アーティストを囲い込み、  
楽曲の先行配信を含めた  
独自の事業展開を提案

## 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)

保険販売事業戦略

(株)カードコマースサービス株式の譲渡

当期見通し(売上高・利益)

## NTTドコモへの参入戦略

積極的な広告宣伝活動を実施 ( 期初計画: 年間約5億円 )

広告宣伝費として683百万円を投入(3Q累計実績)  
( 期初計画比 +250百万円 )

## 市場規模の大きい着信メロディから攻略

中間期末でほぼ期末目標会員数を達成し、更に増加中

メニュー順位は54位 21位 16位 14位と急上昇中  
(FOMAのメニュー順位は12位)

ユーザーの着信メロディサイト評価ポイントである  
「料金」・「曲数」・「音質」の全てにおいて高評価を獲得



## 今後の戦略

更なる会員数増加のため  
会員数増加で生じた利益を広告宣伝費に追加投入

肌目細かな広告宣伝プランの実行により  
広告宣伝効率を維持する

広告宣伝効果を増幅させるため、NTTドコモ以外の  
キャリアでの着信メロディ事業展開も強力推進  
(2004年6月からポータフォン向け着信メロディ配信を開始済み)

会員数増加に伴い重要性の増した  
退会率の減少に向けて対策を強化

## 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)

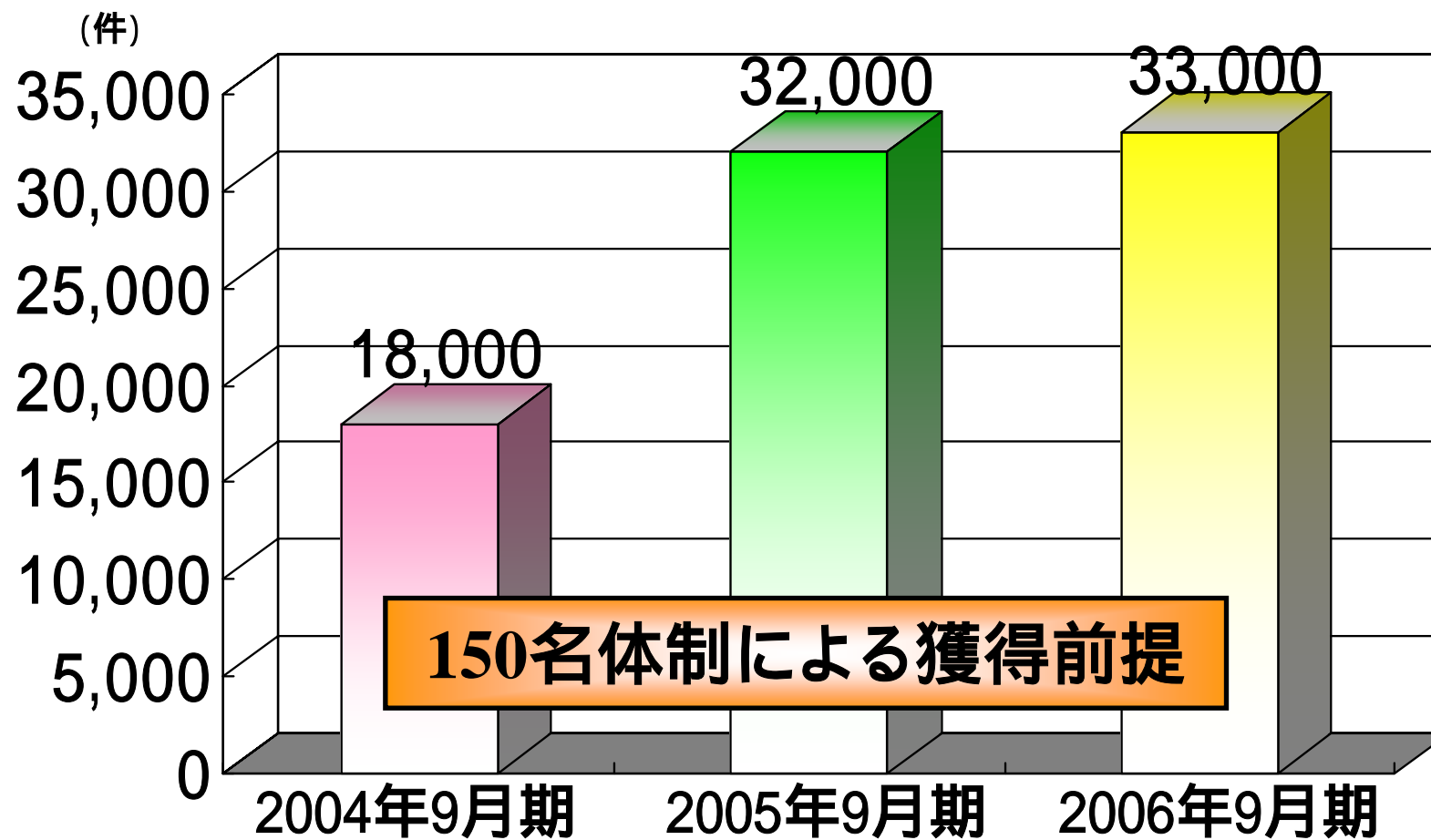
**保険販売事業戦略**

(株)カードコマースサービス株式の譲渡

当期見通し(売上高・利益)

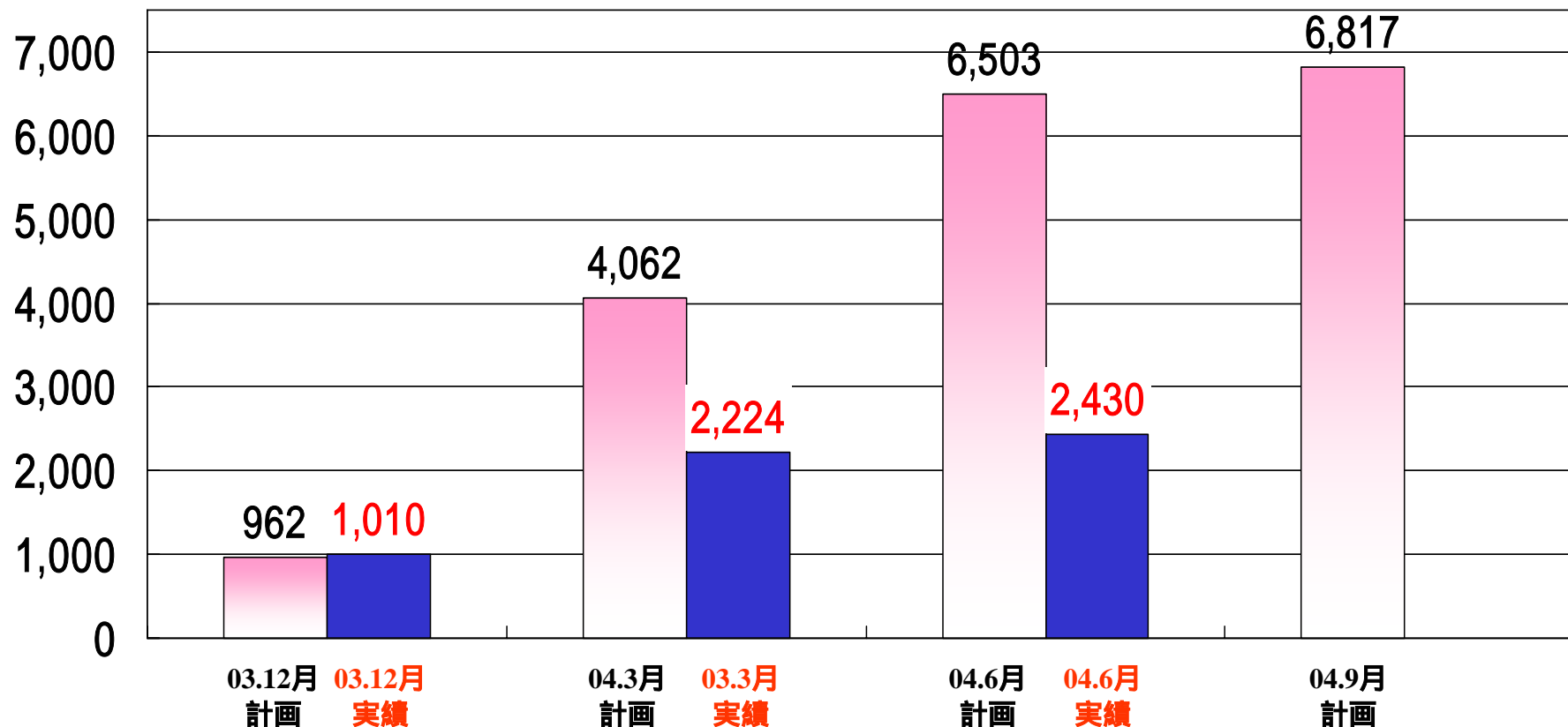


## 大規模テレマーケティングによる 保険販売事業：目標獲得契約件数



# 契約件数実績 計画対比

(単位:件)

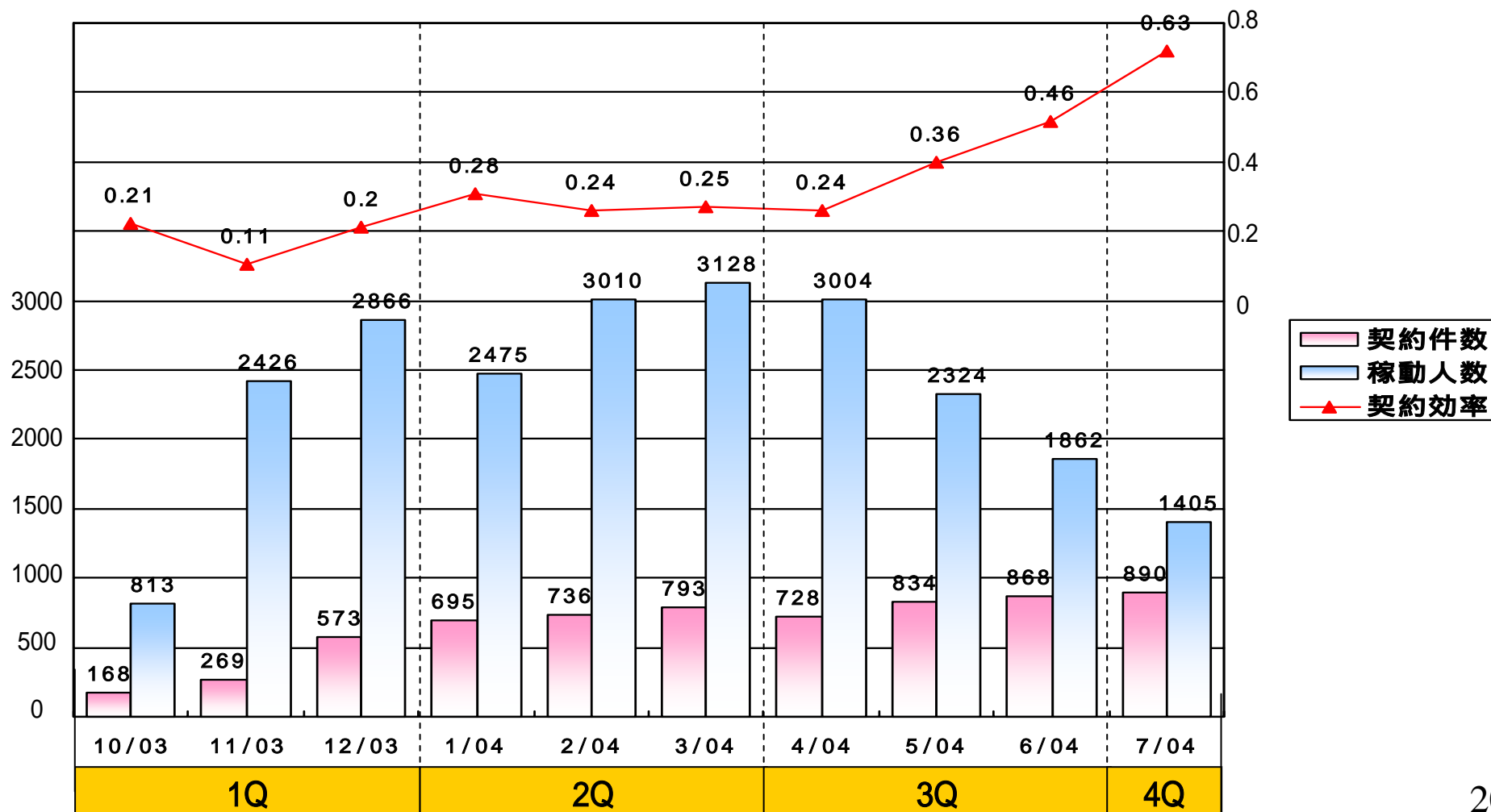


## 2004年6月末時点での達成度合

	計画	実績
獲得件数 (6月までの累積)	11,527件	5,664件
オペレーター稼働人数 (6月までの累積)	28,498人日	21,729人日
営業できるオペレーター数	134人	74人
契約効率 (契約件数 / 稼働人数) (2004/6)	0.51	0.46
平均月額保険料 (2004/6)	6,000円	6,898円

離職率が想定より高かったことから、3Qではオペレーターの定着化と契約効率の向上を優先し、一時的にコールセンター拡大を凍結した

# 保険事業主要経営指標の実績推移



## 今後の戦略

高い離職率を前提としての営業オペレーターの確保  
そして保険契約効率の改善には目処がついた

4Qでは徐々に規模を拡大

新年度から人員規模を積極的に拡大し  
中期計画の軌道に乗せていく

オペレーションの品質改善を図って  
ビジネスモデルの精度を向上し、  
次のステップへの拡大に備える  
(2004年8月末にISO9001認証取得見込み)

## 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)

保険販売事業戦略

**(株)カードコマースサービス 株式の譲渡**

当期見通し(売上高・利益)

## (株)カードコマースサービス株式の譲渡

**譲渡対象：** CCSホールディング(株)(CCSH)の株式100%  
(CCSホールディングは(株)カードコマースサービス(CCS)の株式の約65%を保有)

**譲渡先：** グローバルメディアオンライン(株)

**譲渡日：** 2004年9月14日(株式交換期日)

**譲渡方法：** CCSHとGMOとの間の株式交換により、CCSH株式とCCS株式をGMOに譲渡

**譲渡の対価額：** 約37億円(GMO株式 1,881,400株)

**譲渡益見込額：** 約29億円

### 譲渡理由：

- (1) MTIはモバイル決済事業の展開を視野に入れてCCSを2000年に買収した。
- (2) MTIでは音楽配信を中心とするモバイルコンテンツ事業と大規模テレマーケティングのノウハウを生かした保険販売事業に経営資源を集中させてきており、CCSの中核事業であるインターネット上でのオンラインクレジットカード決済サービス処理事業との間でのシナジー効果が生まれにくくなっていた。
- (3) 当該事業の更なる拡充を図るGMOとの利害が一致したことから、今回譲渡にいたった。

## 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)

保険販売事業戦略

(株)カードコマースサービス株式の譲渡

**当期見通し(売上高・利益)**



## 当期計画 (2004年9月期) 見通し

(単位:百万円)

	売上高	経常利益	当期利益
2004年9月期	11,200	105	1,500

新中期計画 (2005年9月期 ~ 2007年9月期) 策定中