

2013年9月期第1四半期決算説明会
主な質疑応答の要約

2013年2月8日に開催しました2013年9月期第1四半期決算説明会における主な質疑応答の要約を掲載します。

Q1. 有料会員数のカテゴリ別動向について教えてください。

A1. スマートフォン会員数は9月末の313万人から12月末には367万人と増えてきましたが、すべてのカテゴリにおいて総じて増やすことができました。逆にフィーチャーフォン会員数も総じて減っているという状態です。カテゴリ別には大きな変化はありませんでしたが、コミック配信の「comic.jp」については9月末の5万人から12月末には20万人に増え、伸びが大きかったといえます。今後の全体動向についても同じような傾向が続くものとみています。

Q2. iPhone 向けの有料会員数が増えていますが、今後の展望について教えてください。

A2. 新端末 iPhone5 が発売された2012年10月は iPhone 向け会員数の増加が顕著でしたが、11月以降はその勢いが落ち着いています。新端末の売れ行き動向と会員数増加の傾向は比例しています。

会員を集めやすい音楽配信の「music.jp」において、iPhone 向けに9月にサービスを開始できたことは好材料でした。今後、コミック配信の「comic.jp」も春には iPhone 向けサービスを開始するので期待できるのではないかと考えています。各コンテンツの機能や内容の充実を図り、iPhone ユーザーの拡大につなげていきます。

Q3. iPhone サービスならではのコンテンツの人気の違いはあるのでしょうか。

A3. コンテンツごとで大きな違いはありません。

Q4. スマートフォンユーザーのアクティブ率はどうなっていますか。

A4. フィーチャーフォン時代よりもアクティブ率は低いといえます。主要コンテンツである音楽系サービスは、象徴的なヒット作の不存在が続いていることもあり、アクティブ率は低下しています。一方で、当社の無料ラジオのサービスはアクテ

イブ率が高いので、こうした無料サービス利用から音楽により興味を持っていただくことを契機にして、有料で楽曲をダウンロードしていただけるよう誘導していきたいです。

Q5. なぜエムティーアイは、スマートフォンの有料会員数を順調に増加させることができたのでしょうか。他社でもできそうなことのようにも思えますが、何が競争優位となっているのでしょうか。

A5. 音楽系サービス「music.jp」は今後もキラーコンテンツになっていくと思います。フィーチャーフォン時代では、音楽系サービスにおける競合他社が多く存在していましたが、スマートフォン時代ではかつての競合他社が活躍できていない状態にあります。コンテンツ販売のチャンネルを整備していることが前提ですが、音楽の楽曲数やコミックの作品数を充実させていることにより、携帯販売店でのプロモーション効果が高まり、会員数を拡大することができているといえます。

Q6. 電子書籍の好調は何が原因でしょうか。

A6. キラーコンテンツの品揃えによりプロモーションをより積極的に展開しやすくなったこと、そして、ユーザーからみてもコンテンツを買いやすくなったということが背景にあります。

Q7. 連結子会社の㈱Jibe Mobile はどんなサービスを行っていますか。

A7. キャリア向けにソーシャル電話帳関連システムの受託開発を行っています。キャリアのニーズに的確に対応し、フットワークよく対応できていることが評価されており、次の受注につながっています。

Q8. 会員認証・決済サービス「mopita」のメリットはなんのでしょうか。

A8. 決済時の手間が省けるというメリットがあります。有料・無料に限らず登録いただけます。例えば、最初に無料サービス利用時に登録いただくことで、次に別の有料コンテンツを購入してご利用いただく際にとってもスムーズになります。現在は決済利用のほとんどが当社コンテンツサービス向けです。一方では、700万人の登録会員に対して新しいコンテンツ情報を発信することが可能となっています。

Q9. 上期の利益予想は据え置きとなっておりますが、広告宣伝費の使い方との関係について教えてください。

A9. 第1四半期の広告宣伝費は、期初予想の18億円より上振れ、22億円を投下しました。第2四半期の広告宣伝費は、3月の端末商戦もあるので、第1四半期と同じ水準で投下する予定です。第1四半期の利益が出ている主な理由は子会社の株式会社Jibe Mobileの利益によるものですが、第2四半期も子会社で同様に利益が出る場合には、第1四半期の利益水準に近い利益を確保できる可能性はあります。