

2003年9月期
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

**コンテンツ配信事業
(特に音楽配信)**

**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**

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)

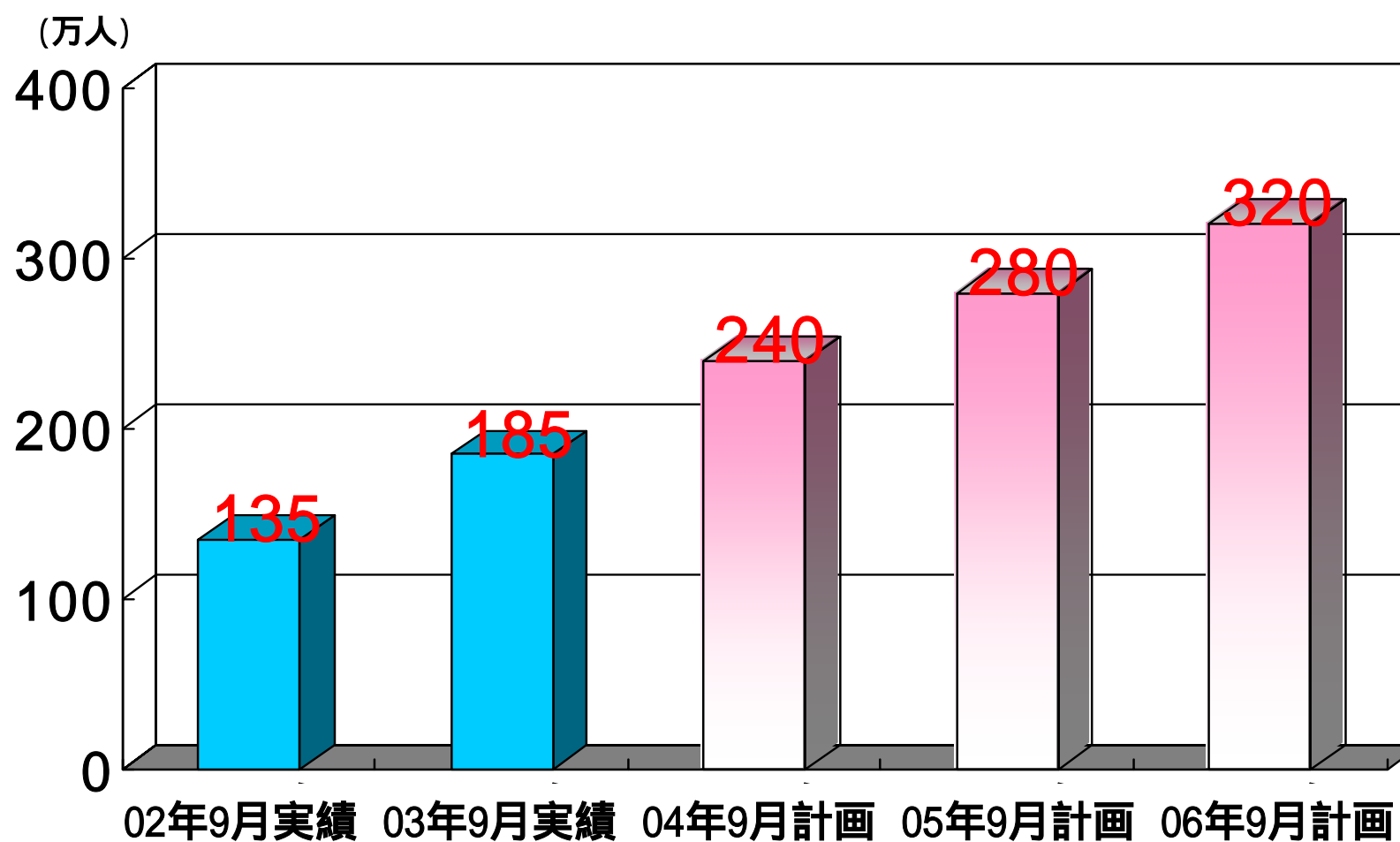
コンテンツ配信事業戦略(NTTドコモ参入戦略)

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)

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

音楽配信への注力

ドコモ向け本格化

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)

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)

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

音楽配信におけるMTIの強み

大手コンテンツプロバイダーとしての実績

子会社で蓄積した音楽配信のノウハウ

レコード会社からの配信許諾

au向け「着うたTM」で独立系No.1の実績

音楽コンテンツの有料配信市場

モバイルコンテンツ市場全体は2000億円程度まで拡大

このうち約半分が着信メロディーの市場

着信メロディから「着うた™」へシフト

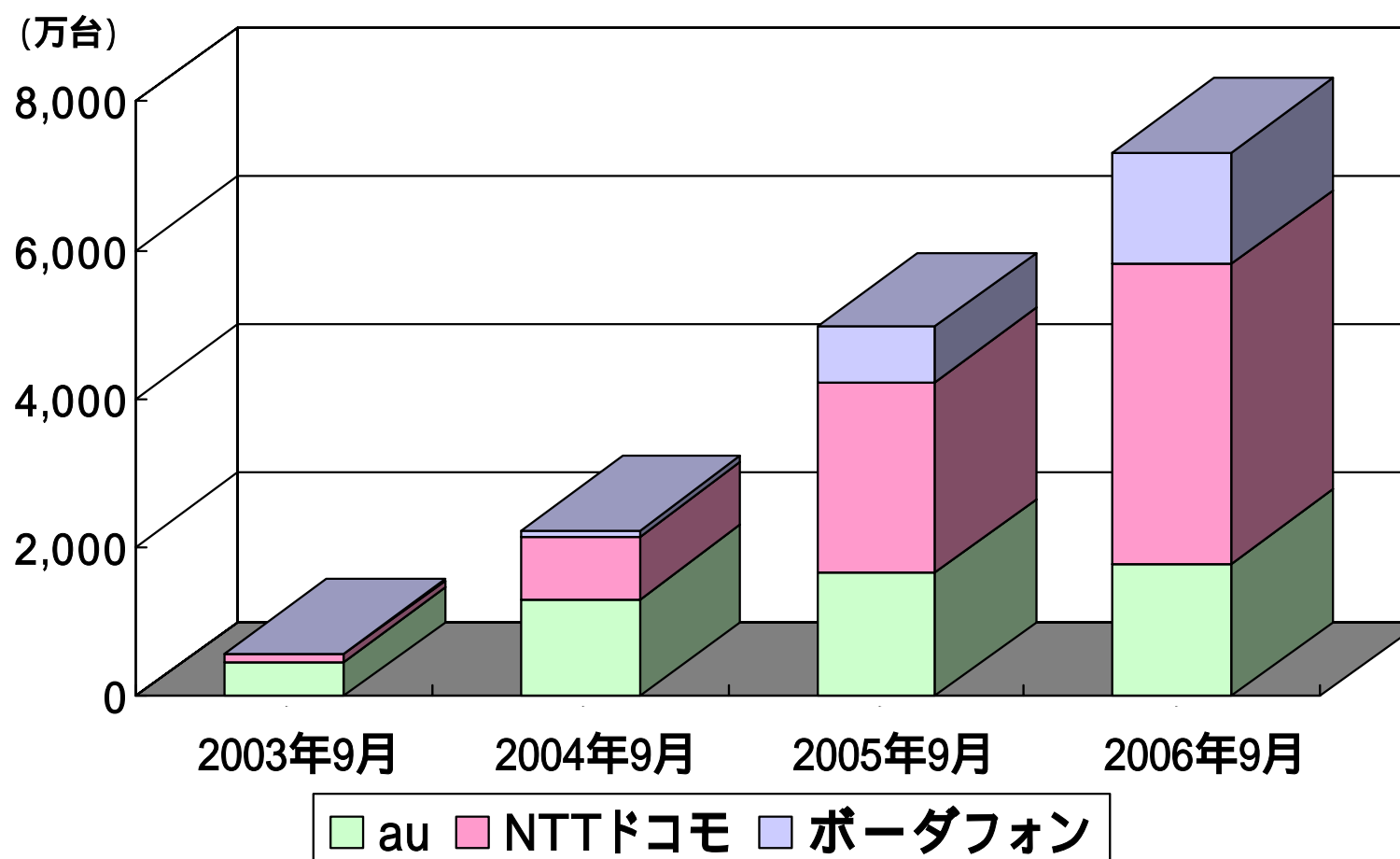
「着うた™」実績 & 計画

au **独立系No.1の実績**

ボーダフォン **第1陣として市場参入**

NTTドコモ **FOMAでサービス予定**

3G着うた™対応端末普及予測



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)

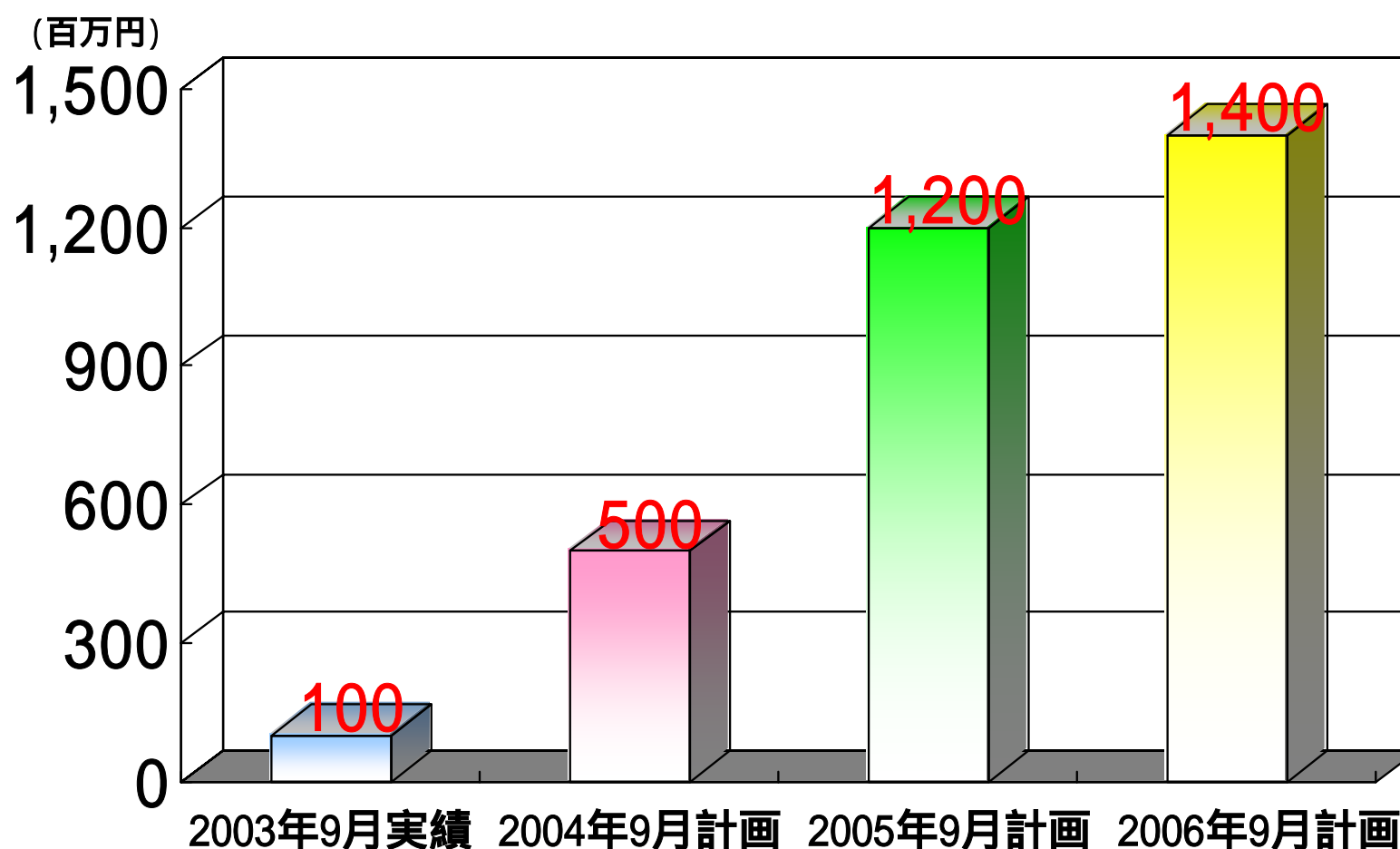
NTTドコモへの参入戦略

積極的な広告宣伝活動を実施(約5億円)

市場規模の大きい着信メロディから攻略

着信メロディから「着うたTM」へ誘導

広告宣伝及び販売促進費の投入計画



「すごメロ」

すごい着メロサイト誕生!

what's new

11/27 i-mode 版
中島美音
アルバム LOVE
全曲配信中!

11/27 EZ 版
超リアルメロ
あゆ・SPEED
TAK・DOUBLE
追加!

MTI Ltd.

すごメロ サイトオープン記念
10曲無料 キャンペーン
今すぐクリック!

11月17日、i-modeでサービス開始!

約5,000曲以上がイントロから90~120秒のロングメロディなのが**すごい!**

詳細はコチラ! >> [▼i-mode用ページ](#)

EZweb最大着メロサイト

超高音質のリアルメロや 12,000曲取り放題が**すごい!**

詳細はコチラ! >> [▼EZ用ページ](#)

11/20深夜放送開始

毎週木曜 深夜25:45~26:15 テレビ東京

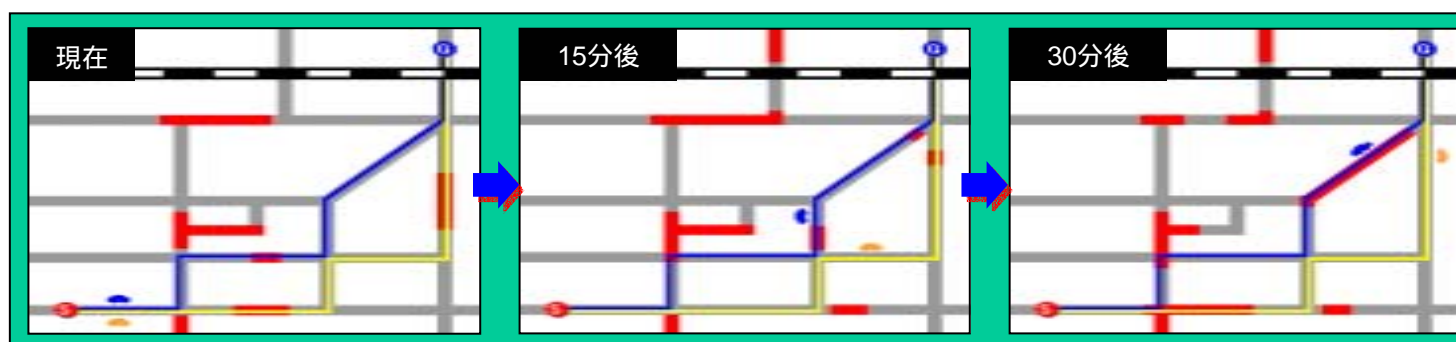
テレビ東京にてインディーズアーティスト紹介番組『RRR』が始まります。『すごメロ取り放題』では『RRR』と密接したコンテンツを配信していきます。また『RRR』放映内では『すごメロ取り放題』のCMもオンエア!!

渋滞近道マップル

渋滞予測

世界初

業界初！交通状況の変化を予測したルート案内サービスを提供



渋滞箇所 従来方式ルート 渋滞予測ルート

■ 車 車

●従来のルート案内

検索時点での渋滞情報からルートを案内

交通状況の変化によってはルート上に渋滞が発生し、時間のロスやルート変更が生じる。



●渋滞予測を使用したルート案内

検索時点で交通状況の変化を予測して最適なルートを案内

出発から到着までの交通状況の変化を予測し、時間のロスの少ないルートを案内。

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)

コンテンツ配信事業におけるMTIの強み

au向けコンテンツ・プロバイダーNo.1の実績

様々なコンテンツを有する総合力

海外開発によるコスト優位性

BREWTM等携帯電話向け先端技術で先行

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、BREW™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

BREW™向けコンテンツ提供状況

(MTI調べ)

項目	MTI	競合他社
サイト数	8	3~4
カテゴリー	「着信メロディ」検索 「渋滞情報」など 生活情報多岐	ゲーム中心

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)

ブロードバンドから保険販売へ

継続的な手数料収入が確保できること

テレマーケティング商材として向いている

ブロードバンドの一定の普及と高齡化社会の進展に伴う医療保険ニーズの高まり

大規模テレマーケティングによる 保険販売ビジネスの特長

システムティックな営業による高い受注効率

継続的(5~10年間)な手数料収入

把握しやすい利益見通し

規模の急速な拡大が可能

大規模テレマーケティングによる **保険事業でのMTIの強み**

アウトバウンド・テレマーケティングで
培った大量販売ノウハウ

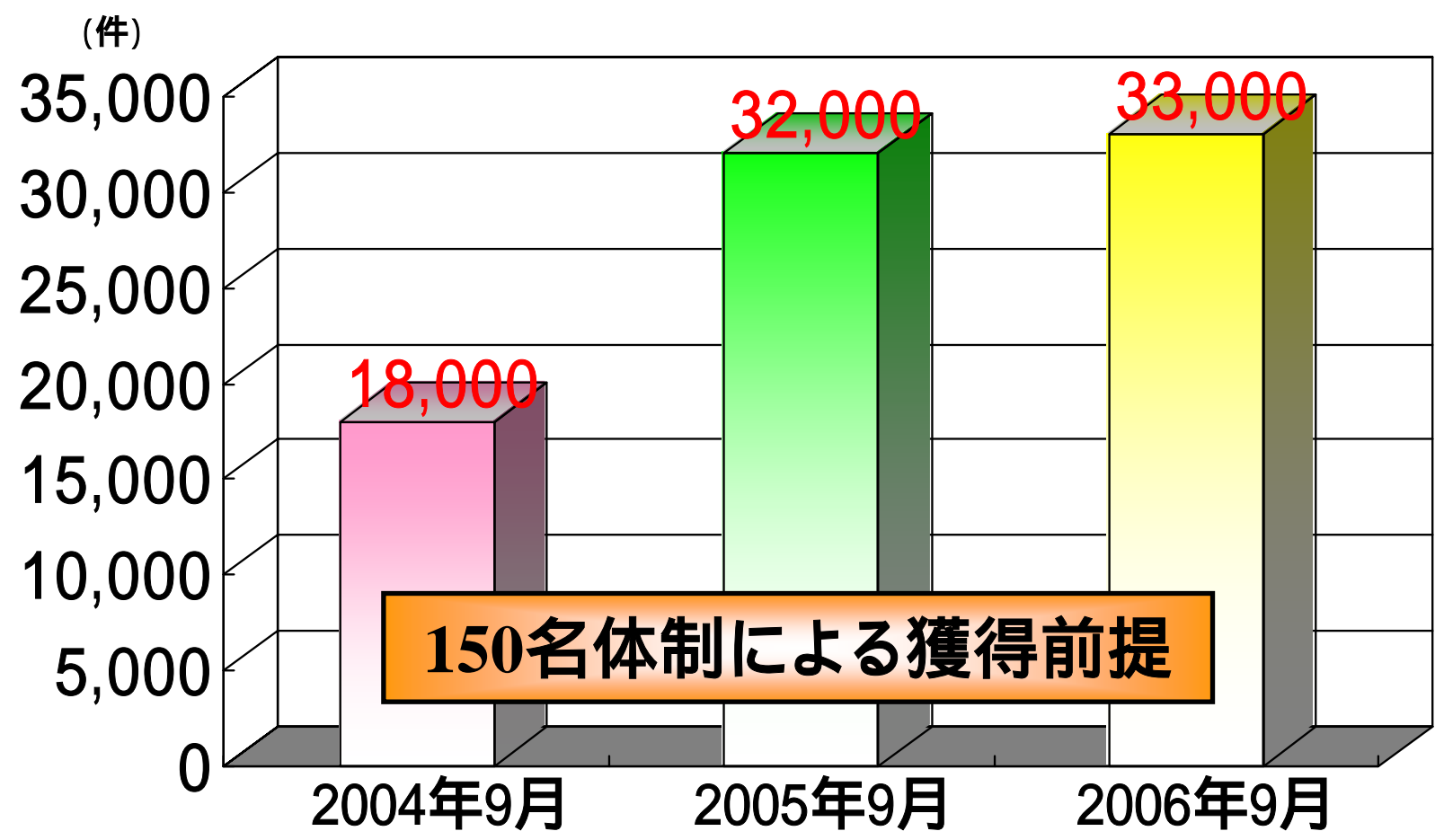
コールセンターでのローコスト運営ノウハウ

第三分野保険の市場見通し

医療保険を中心とした第三分野の保険は、現在の740万件から10年後には3040万件まで拡大する見通し

第三分野の保険の現状は、その補償範囲・額から見て不十分であり、今後補償範囲・内容のアップグレードを含めた重ね売りが可能

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**



大規模テレマーケティングによる 保険販売における先行投資

先行投資負担があるが、長期にわたり
安定的な継続手数料が獲得できる

今期獲得件数(18,000件)に対する
10年間の累計獲得手数料は18.8億円に及ぶ

コールセンター（新宿）



コールセンター(八戸)



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)

中期計画

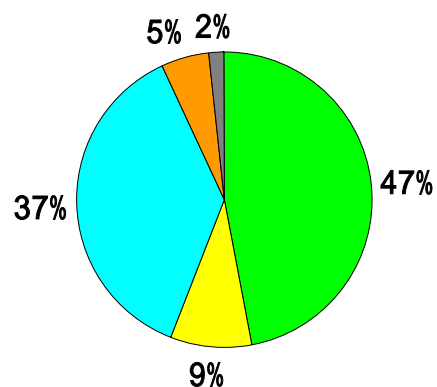
(単位:百万円)

	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)

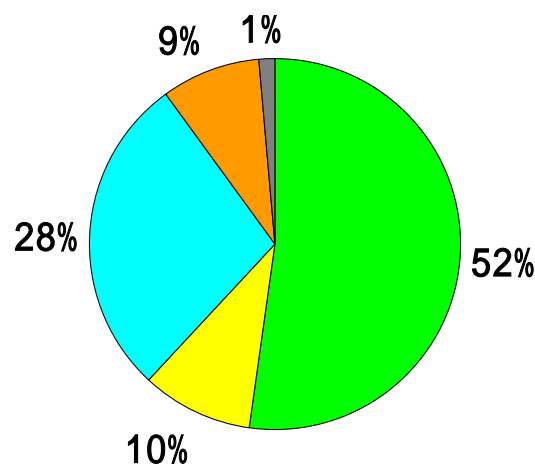
2004年9月期

12,339百万円



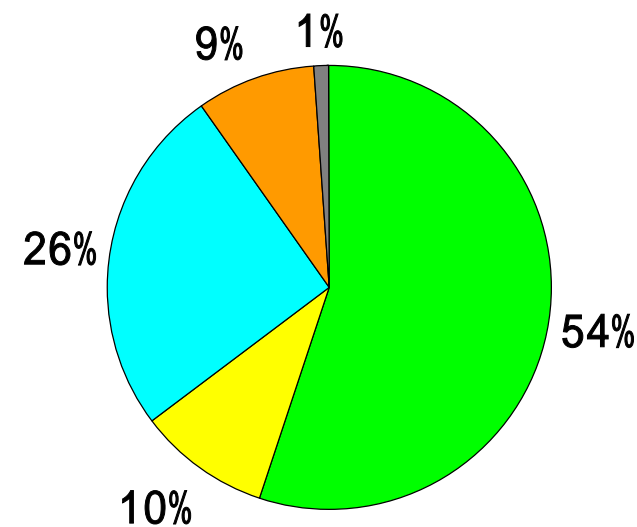
2005年9月期

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

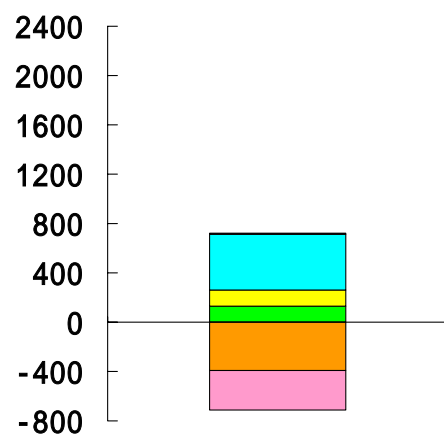
テレマーケティング

その他

セグメント別推移 (営業利益)

2004年9月期

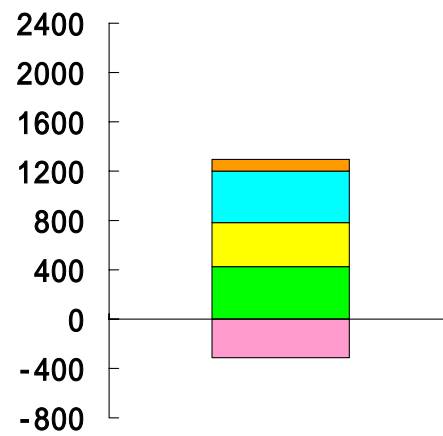
5百万円



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

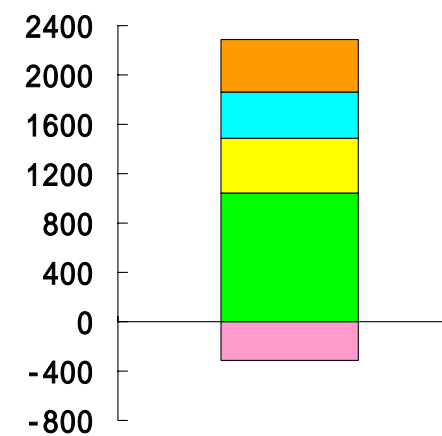
900百万円



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

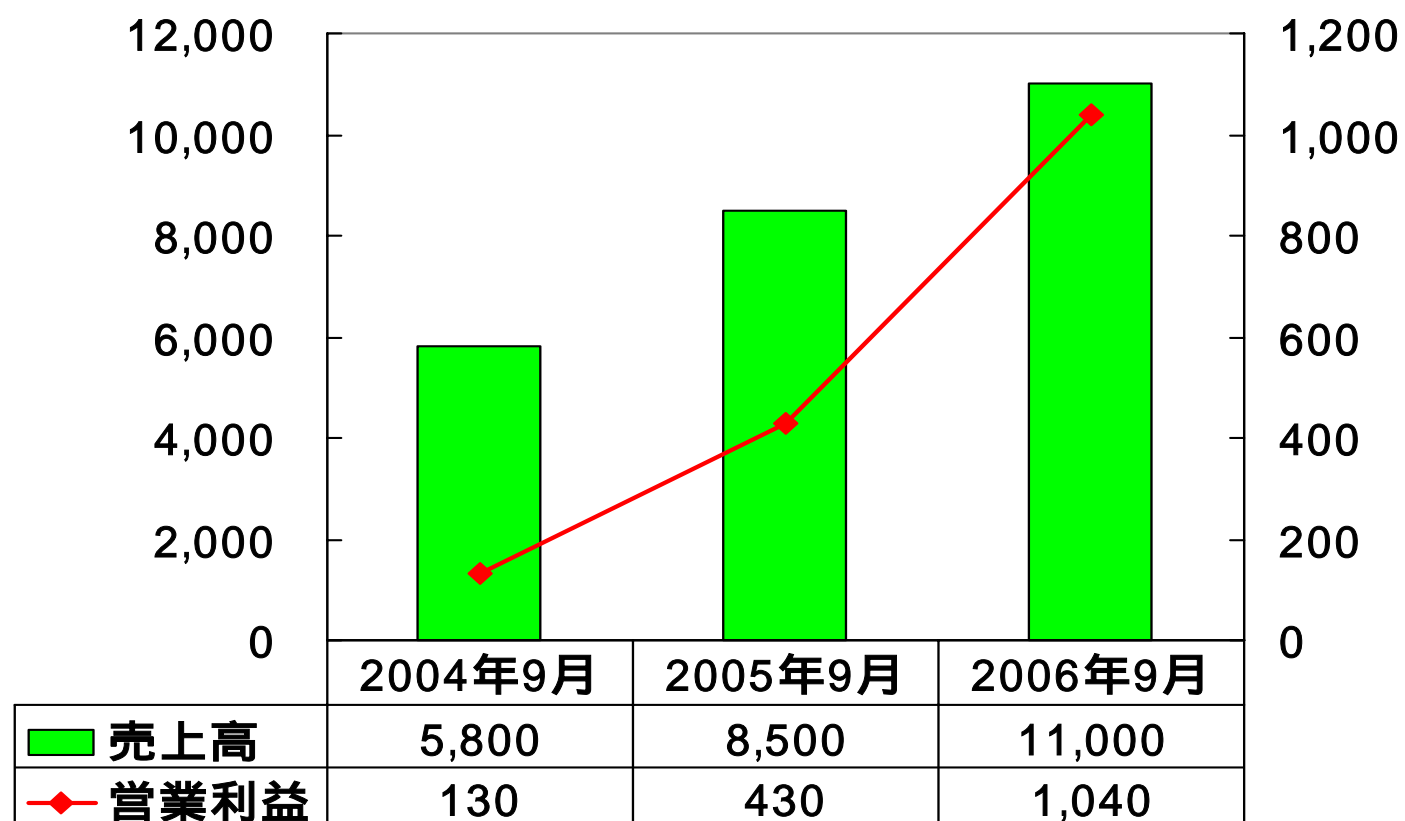
2006年9月期

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

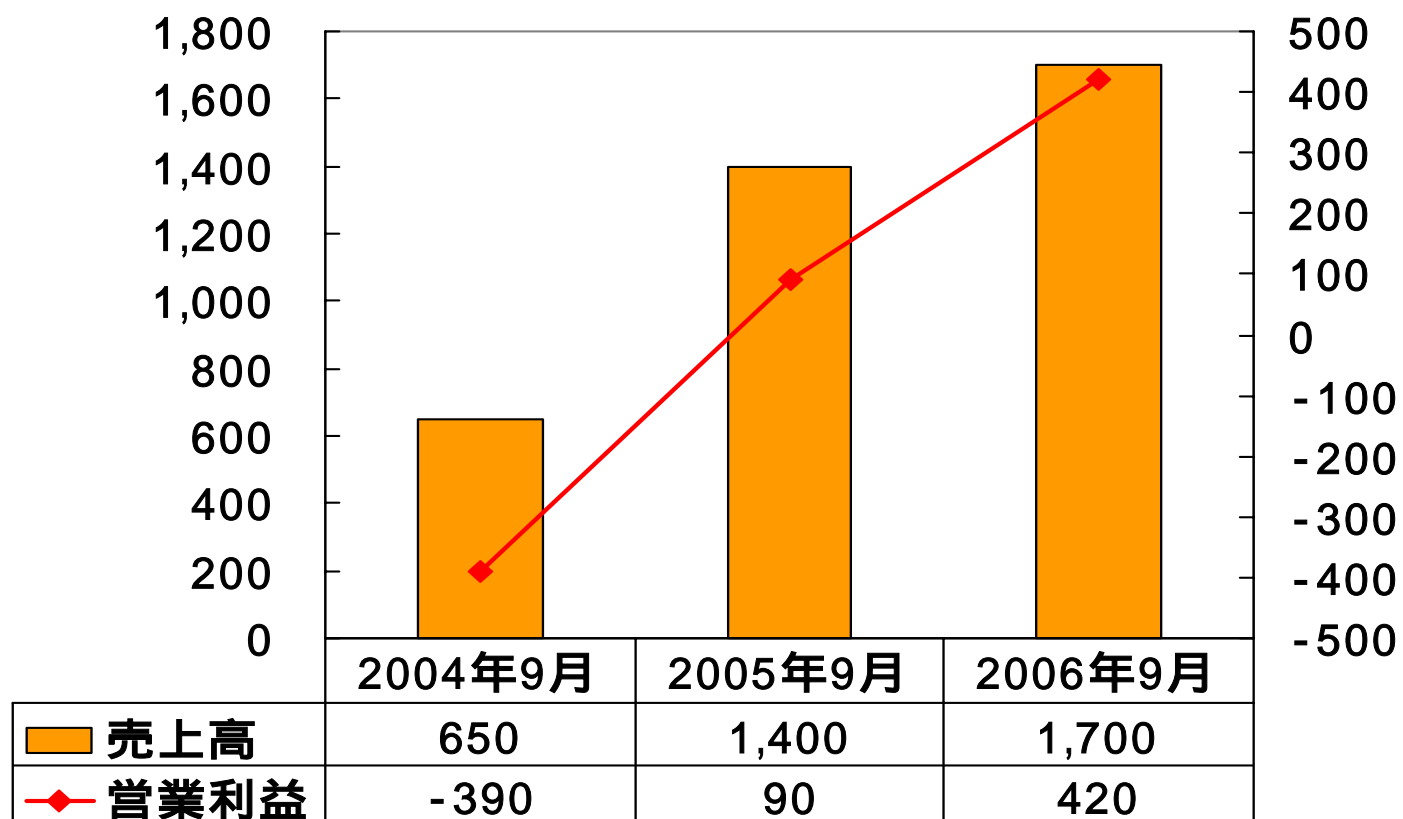
セグメント別推移 (コンテンツ配信)



(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)