

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)

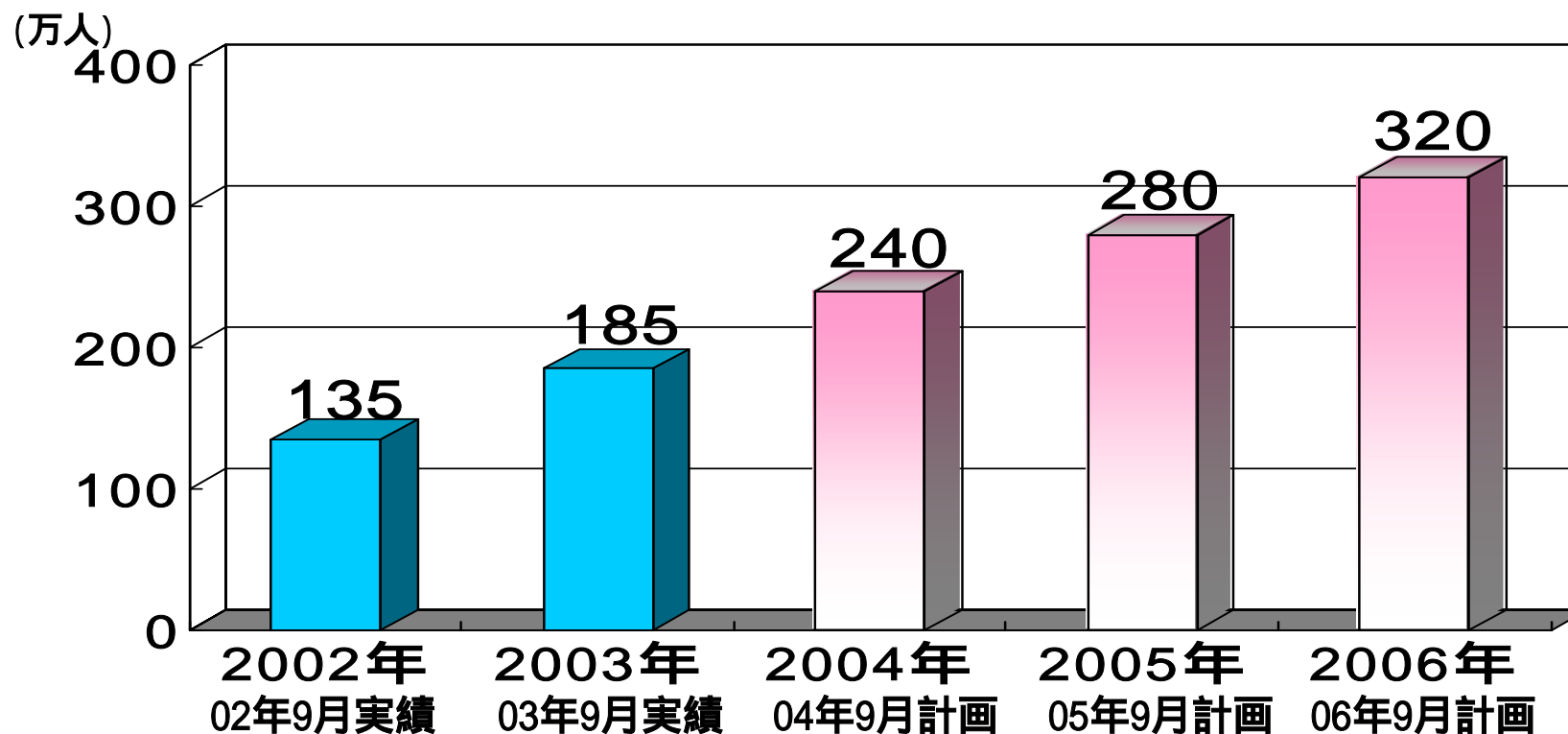
## 自社の強みを大きく発揮できる事業領域

- (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

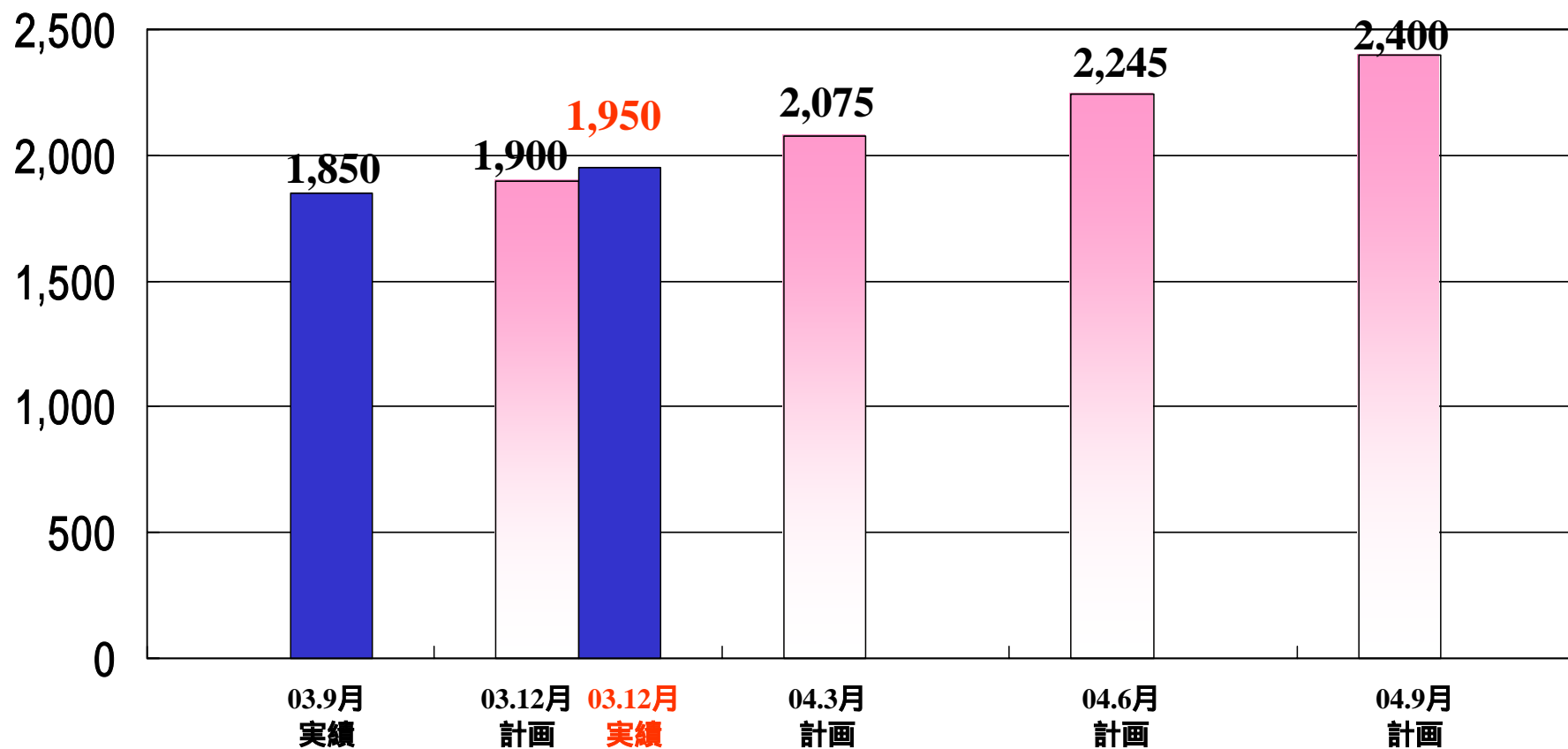


## 会員数獲得の為の施策

- (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<sup>TM</sup>」へ誘導

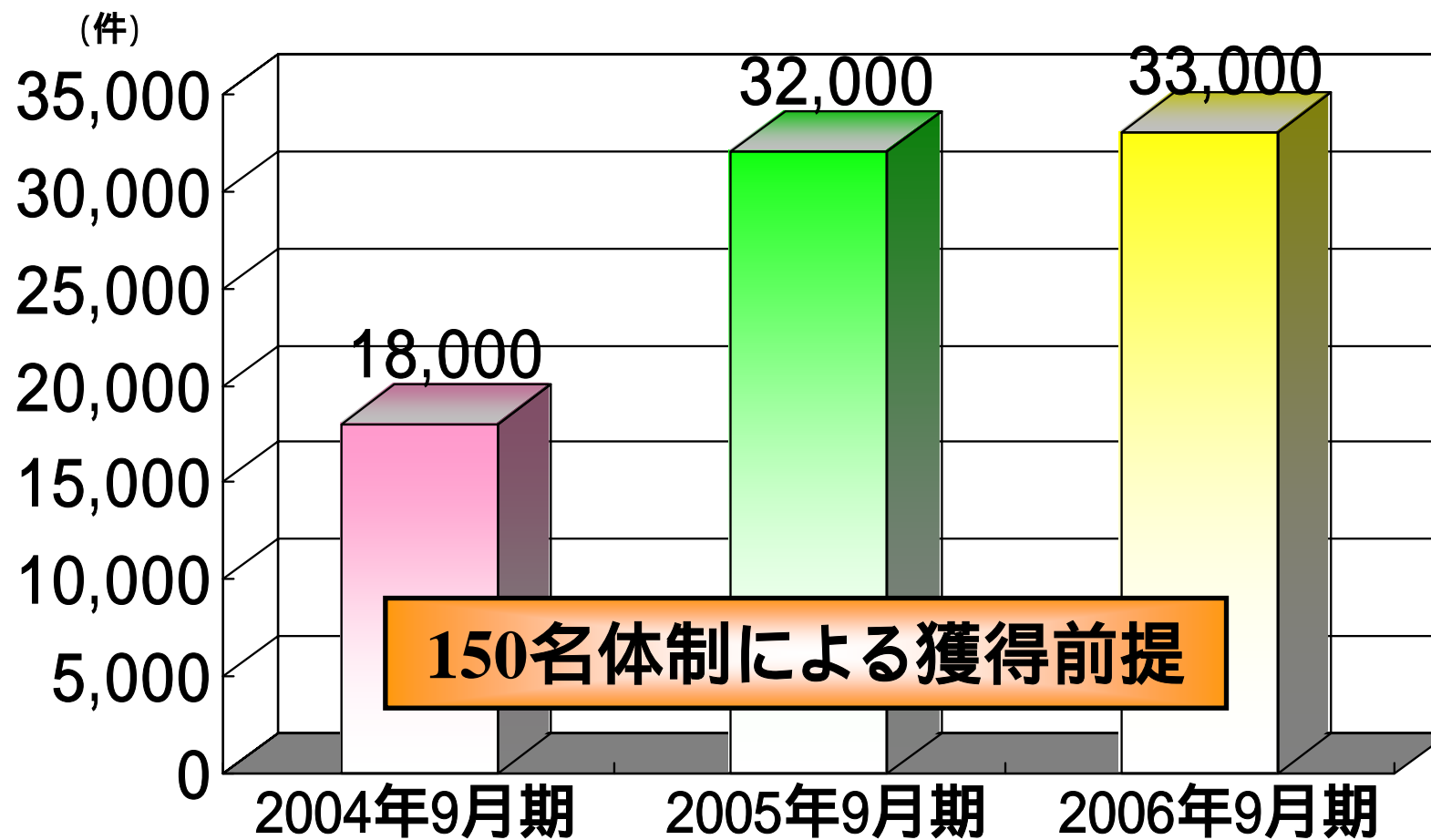
## 既存コンテンツ戦略

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、BREW<sup>TM</sup>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

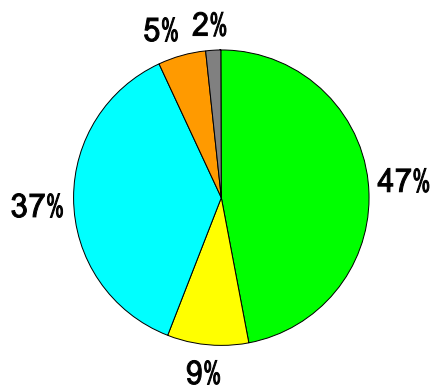
(単位:百万円)

	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)

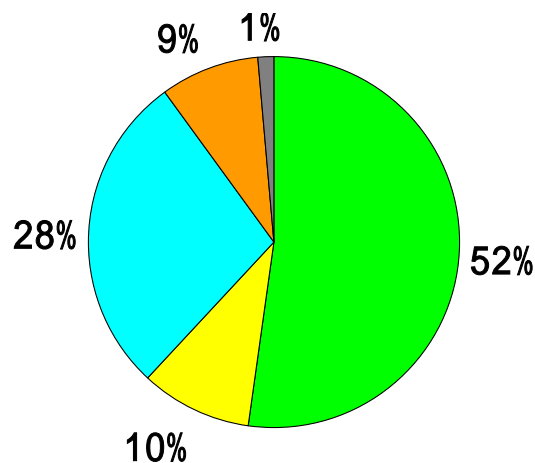
**2004年9月期**

12,339百万円



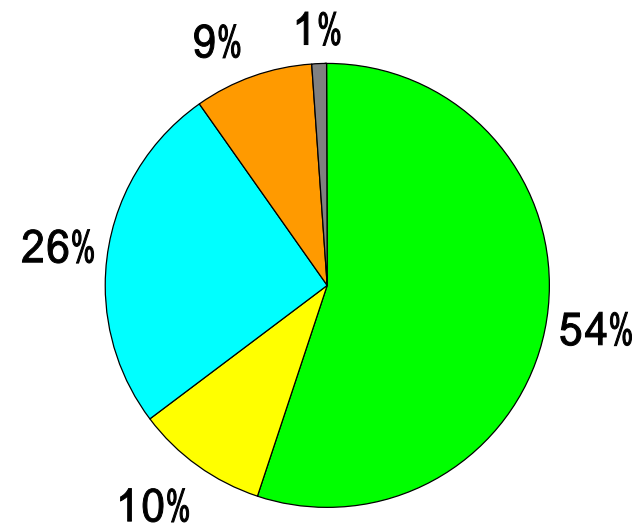
**2005年9月期**

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



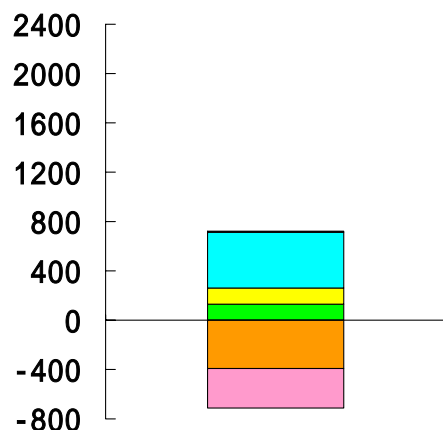
その他



# セグメント別推移 (営業利益)

2004年9月期

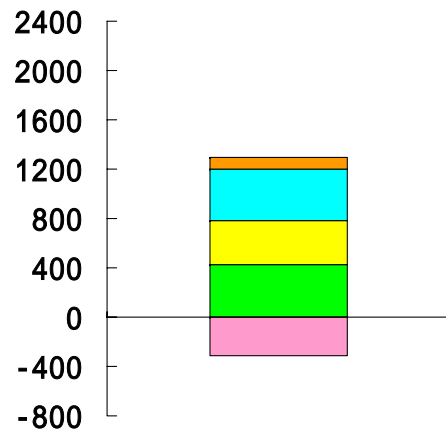
5百万円



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

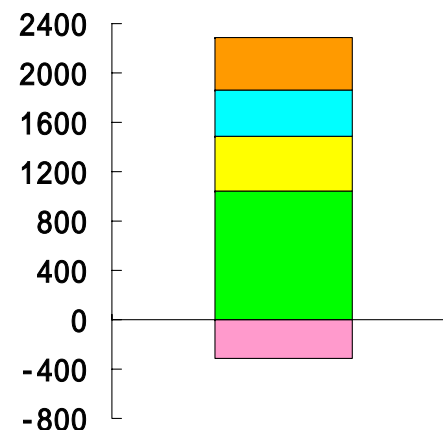
900百万円



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

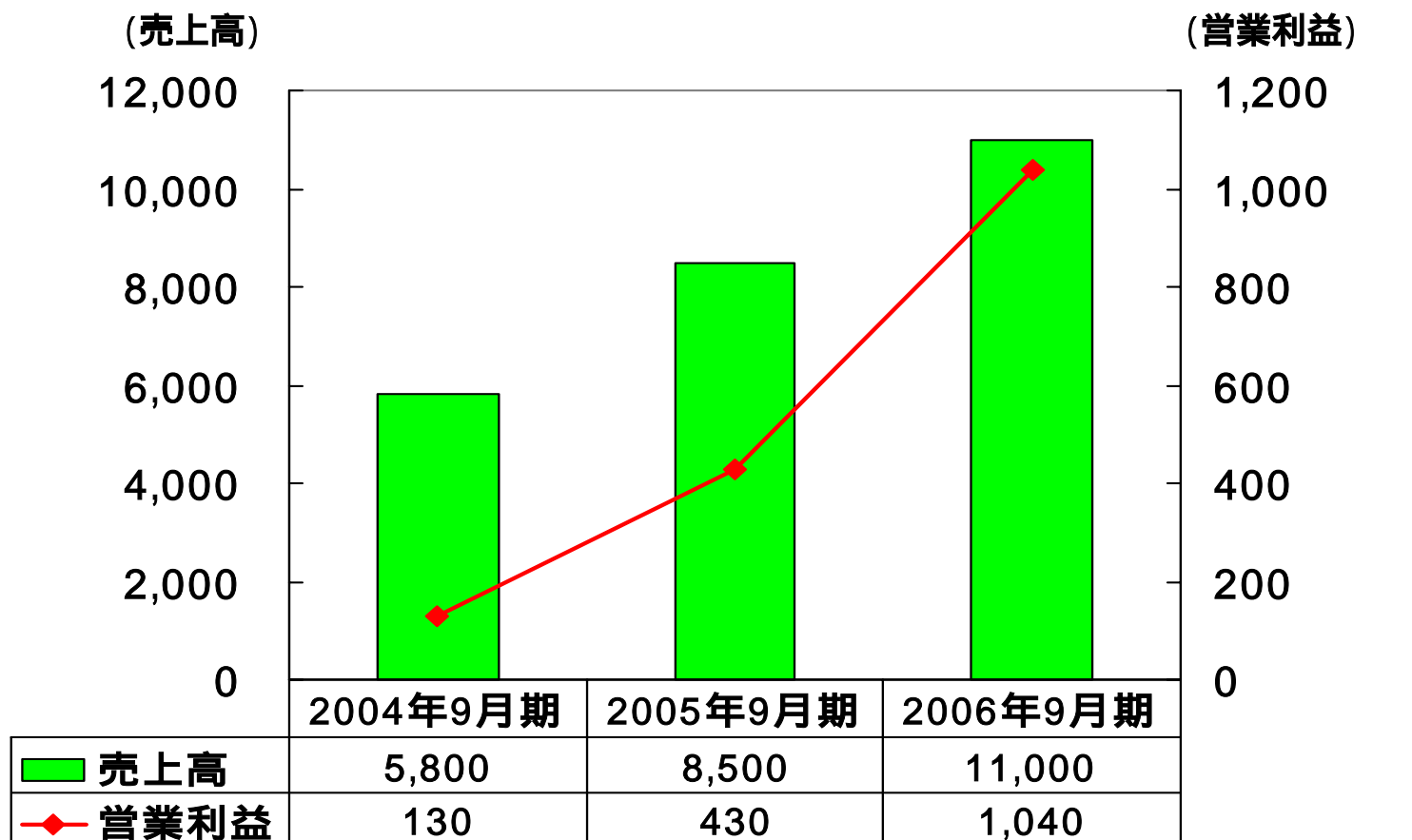
2006年9月期

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)

