

前多 俊宏 (マエタ トシヒロ)

株式会社エムティーアイ社長



コンテンツ配信事業とテレマーケティング 事業に集中的に先行投資を継続

◆平成16年9月期第3四半期業績（連結）

第3四半期までの累計で、売上高は79億80百万円、営業損失は2億46百万円、経常損失は3億48百万円、当期純損失は4億20百万円となった。

中期事業計画でモバイルコンテンツ配信、大規模テレマーケティングによる保険販売の2事業を中核事業と定め、集中的に先行投資を継続した結果、営業赤字を計上するに至った。コンテンツ配信事業では広告宣伝費を中心として約6億80百万円、保険販売事業ではオペレーターの研修費用を中心として約5億円の先行的な経費が発生している。

粗利率の高いコンテンツ配信事業の売上比率が上昇したことにより、売上原価率は前期の62.6%から53.8%に改善した。一方、コンテンツ配信事業への広告宣伝費投入、キャリアへの代行手数料増、保険販売事業への先行支出等により、販管費率は前期の34.0%から49.3%に大幅に増加した。特別利益は有価証券売却益27百万円、特別損失は転換社債繰上償還額27百万円、ライセンス使用契約解約金25百万円等である。

売上高は、第1四半期が25億円、第2四半期が27億円、第3四半期が27億円と、順調に推移している。利益面では、先行投資負担により第1四半期、第2四半期は損失を計上したが、保険販売事業の先行投資が一段落したことやコンテンツ配信事業の会員数増等により、第3四半期には営業利益1億44百万円、経常利益1億27百万円、当期純利益1億11百万円と黒字回復した。

第3四半期までの累計で当初計画比では、携帯電話販売の落ち込み、保険販売の売上減が影響し、売上高は9%の未達となった。しかし、コンテンツ配信売上が順調に伸びたことにより、営業利益は1億9百万円、経常利益は90百万円、計画値を上回った。

資産合計は99億17百万円で、前期末比1億60百万円増加した。株主資本は16億8百万円である。現預金は、主に先行投資に伴い営業キャッシュフロー（CF）がマイナスとなったため、前期末比3億77百万円減少した。売掛債権および買掛債務の増加は、コンテンツ配信事業の売上増に伴うものである。借入金は短期から長期へ一部シフトさせた。本年3月をもって㈱ミュージック・シーオー・ジェビーを株式交換により100%子会社化したことに伴い、資本剰余金が約4億17百万円増加した。

第3四半期累計のセグメント別売上高構成比は、コンテンツ配信が50.3%、ソリューション事業が8.6%、携帯電話販売事業が36.8%、保険のテレマーケティング事業が2.3%、家電等のリユース商品の仕入れ・販売のその他事業が2%である。前期までは売上面では携帯電話販売がメインだったが、今期に入り比率が逆転し、主力はモバイル向けコンテンツ配信事業に移っている。

計画比では、コンテンツ配信事業において、モバイル向けは順調に拡大したが、PC向けVOD事業の立ち上がりの遅れにより、0.6%の未達となった。ソリューション事業は、クレジットカード決済処理サービスは順調に伸びたが、ネットスーパー事業の縮小により、8.6%の未達である。携帯電話販売事業は、ショップでの小売は順調に拡大したが、買い控え等により量販店向けが落ち込み、15.6%の未達となった。テレマーケティング事業は、オペレーター定着率の低下等による展開遅れが影響し、45.3%の未達となった。その他事業は計画どおり推移した。

◆2004年9月期通期見通し（連結）

売上高112億円、営業利益30百万円、経常利益マイナス1億5百万円、当期純利益15億円と予想している。

売上高は計画比未達だが、粗利率の高いコンテンツ配信事業売上の増加により、営業利益は当初計画の500万円を上回る見通しである。営業外費用の増加により、経常利益はほぼ計画どおりと予想している。当初計画はマイナス1億76百万円だった当期純利益は、㈱カードコマースサービス株式譲渡益約29億円、投資有価証券売却損・評価引当金、ソフトウェア資産引当金等で約8億円の特別損失、差し引き21億円の特別利益により、15億円の当期純利益を確保できる見込みである。

セグメント別売上高は、コンテンツ配信は55億30百万円、ソリューションは9億20百万円、携帯電話販売は41億90百万円、テレマーケティングは3億40百万円、その他は2億20百万円と予想している。

2005年9月期からの新3カ年計画は現在策定中である。

◆コンテンツ配信事業戦略

コンテンツ配信事業は、高成長路線に移行するための最重要事業と位置付けている。ドコモ向けの「着信メロディ」と「着うた[®]」が順調に推移し、有料会員総数は、第1四半期は5万人、第2四半期は7万5,000人、第3四半期は8万5,000人、それぞれ計画を上回り、第3四半期末では233万人（前期末比48万人増）となった。2004年9月期末では240万人以上を見込んでいる。さらなる会員数増加を目指し、計画を2億5百万円を上回る6億83百万円の広告宣伝費を第3四半期までに投入した。

子会社の(株)ミュージック・シーオー・ジーピーは、独立系配信事業者としての強みを生かして、レーベルにとらわれない幅広いジャンルのアーティストを網羅した総合的な音楽配信サイトを構築し、差別化を実現している。「着うた[®]」向けの新規アーティスト契約も、順調に推移してきている。

「着うた[®]」対応端末はauで1,200万台、ドコモでも350万台を突破した。「着うた[®]」市場は、昨年は推定で60億円、今年はauだけでも200億円を超える見通しとなっている。携帯電話のコンテンツ市場は年間2,200億円から2,400億円と言われており、そこに「着うた[®]」市場が1,000億円規模で追加されつつある。年末に向けては、単なる「着うた[®]」から、フル楽曲の高音質な音楽配信へ展開していくとみている。

携帯電話コンテンツの中で、最も急速に伸びている「着うた[®]」市場について、広告宣伝を軸として営業展開を強化して会員数を拡大し、今の地位を維持しつつ、更に伸ばしていきたい。今後、グループ全体で550万人以上に上る有料・無料会員を武器に当社ならではの付加価値を提供し、メジャーレコード会社、プロダクションと強力な協力関係を築いていく。

ドコモへの参入戦略として、積極的な広告宣伝活動を通じて、市場規模が大きく、かつ会員の流動性が高い「着信メロディ」から攻略してきている。広告宣伝効果は非常に高く、会員数は中間期末でほぼ期末目標を達成し、更に増加中である。メニュー順位も、PDCでは54位から14位に急上昇し、FOMAでは現在12位になっている。10月にはFOMAでは間違いなく10位以内に入る見込みで、PDCも10位前後を目指している。また、昨年11月に投入した渋滞予測機能を搭載した交通情報サイトは6位、本年3月に投入した3Dのアニメによるプロ野球実況中継サイトは2位と、ドコモ向けに出したコンテンツは、すべて非常に順調に推移している。

広告宣伝効果を増幅させるため、ドコモ以外のキャリアでの「着信メロディ」事業展開も強力に推進する。本年6月から開始したポータフォン向け「着信メロディ」も、極めて順調に会員数が伸びている。

退会率減少対策も強化しており、退会率は微減傾向にある。

◆保険販売事業戦略

テレマーケティング事業の今期目標は、150名体制で契約件数1万8千件だった。しかし、6月末時点での達成度合いは、目標契約件数1万1,500件に対して実績は5,664件、オペレーター稼働累計人数は2万8千人日に対して2万1,000人日、資格を取得して実際に営業できるオペレーター数は134人に対して74人ととどまった。この主因は、営業オペレーターの採用後3カ月以内離職率が予想を上回る60%に及び、契約獲得効率が低迷したことである。

このため第3四半期において、オペレーターの定着と契約効率向上を優先することとし、新宿と八戸のコールセンターでの規模拡大を一時的に凍結するとともに採用活動にも工夫を凝らした。この結果、契約効率は第2四半期の0.25に対し7月実績は0.63と大きく改善してきている。第4四半期も順調に推移しており、9月には当初計画の0.7まで向上できるだろう。

本年8月末にはISO9001の認証取得見込みで、オペレーションの品質改善を図り、ビジネスモデルの精度を向上していくことにより、来期の黒字化は予定どおり実現できると考えている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

セグメント別の損益状況を伺いたい。

コンテンツは約60百万円、ソリューションは約1億70百万円、携帯電話販売は約1億60百万円の営業利益、テレマーケティングは6億円、その他事業は約10百万円の営業損失である。

㈱CCSの株式売却による来期以降の損益を伺いたい。

CCS分として今期は売上高約8億円、経常利益2億円強、来期は売上高約10億円、経常利益3億円強を見込んでいたが、この分が連結から外れる。

(平成16年8月24日・東京)