

前多 俊宏 (マエタ トシヒロ)

株式会社エムティーアイ社長



「着信メロディ」が好調で、高水準の先行投資を吸収して経常黒字を確保

◆2004年9月期連結業績

MTIグループの強みは、「独自のデータ解析技術により、新たな顧客獲得の事業モデルを創出する」という市場開拓力にある。これをグループの共有するノウハウとし、モバイル・コンテンツ配信と大規模アウトバウンド・テレマーケティングの二つの中核事業に経営資源を集中投入した。

売上高全体は計画を下回ったものの、「着信メロディ」が計画以上に好調で、中核事業への高水準の先行投資を吸収して経常黒字を達成した。

売上高は115億24百万円で、計画を8億14百万円下回ったものの、前期比5億4百万円増加した。営業利益は1億96百万円（計画比1億92百万円増・前期比1億80百万円減）。経常利益は29百万円（同1億34百万円増・2億85百万円減）。当期純利益は㈱カードコマースサービス売却益計上により、16億34百万円と大幅に増加した。売上総利益率は粗利率の高いコンテンツ配信が好調だったことにより、前期比9.9ポイント改善して47.3%となった。

当期は資産を総点検し、資産内容の健全化を図った。㈱カードコマースサービス売却で得た資金は、借入金返済に充当し、短期借入金は5億32百万円圧縮して25億40百万円に、長期借入金はゼロになった。また、現・預金は15億32百万円増加して59億30百万円となった。

この結果、総資産は108億36百万円、株主資本は36億72百万円と増加し、株主資本比率は17.2ポイントアップして33.9%となった。

(1) コンテンツ配信事業

売上高は59億54百万円（計画比1億45百万円増）、営業利益は4億17百万円（同3億88百万円増）、営業利益率は7%となり、それぞれ計画を大きく上回った。売上高比率は51.7%と高まり、主力事業になった。

有料会員数は前期比75万人増加し、260万人に拡大した。市場規模の大きい着信メロディに重点を置き、積極的にプロモーション費用（9億円）を投入した。「すごメロ」のドコモにおけるメニュー順位は大幅に上昇し、2004年10月現在、PDCでは11位、FOMAでは10位となった。また、料金、曲数、音質のすべてにおいてユーザーから高い評価を得ている。auやボーダフォンが中心の野球、辞書、交通情報、天気等も堅調に推移した。これら生活系コンテンツは、一度会員が増えると減りにくい特徴がある。昨年からは開始したドコモ向けサービスも好調で、メニュー順位は野球が3位、辞書が4位、交通情報が7位となっている。

(2) テレマーケティング事業

売上高は3億49百万円（計画比2億95百万円減）、営業損失は5億53百万円（同1億44百万円減）で、それぞれ計画を大きく下回った。オペレータ教育に予想以上の時間を要し、立ち上げが遅れたことが響いた。

これを踏まえて、人材教育と業務フロー改善を最優先し、事業基盤の確立に努めた。また、テレマーケティングによる保険販売事業者では日本初の「ISO9001：2000」認証を取得した。

第1・第2四半期はオペレータ定着に苦戦したが、第3四半期以降、定着率は大幅に改善している。2004年9月現在の契約効率は0.71%まで向上し、稼働人数を抑えつつ安定的に契約件数を獲得できる体制が確立し、拡大路線に入る基盤ができた。年間契約件数は8,399件である。

(3) 携帯電話販売事業

売上高は40億83百万円（計画比5億2百万円減）、営業利益は2億32百万円（同33百万円減）で、それぞれ計画を下回った。

通信キャリアブランドのショップ販売は順調に拡大したが、量販店向け販売は低迷した。

(4) ソリューション事業から撤退

2004年8月、㈱ココデスが展開していたネットスーパー事業から撤退した。㈱カードコマースサービスは、売上高8億円、営業利益2億円と順調に推移していたが、中核事業との相乗効果が薄いと判断し、2004年9月に売却した。株式交換益29億74百万円を計上した。

(5) 中核事業の100%子会社化

「着うた®」「着信メロディ」に注力するため、2004年3月、音楽・電子書籍の配信サービスを行う㈱ミュージック・シーオー・ジェーピー（現㈱ミュージック・ドット・ジェイピー）と、「着信メロディ」の受託開発を行う㈱テラモバイルを100%子会社化した。

◆2005年9月期業績予想および取り組み

引き続き、モバイル・コンテンツ配信事業と大規模アウトバウンド・テレマーケティング事業に経営資源を集中投入し、安定的なストック型ビジネスを早期に軌道に乗せていきたい。扱う商材により業績が大きく変動するリスクのあるスポット型ビジネスからのシフトを加速し、売上高の高成長と継続的な利益の積み上げを実現していく。

高水準のプロモーション費用を引き続き投入し、「着信メロディ」や「着うた®」等の音楽配信分野の積極拡大を図り、㈱カードコマースサービスの剥離分をカバーしていきたい。

売上高127億32百万円（前期比10.5%増）、営業利益1億23百万円（同37.6%減）、経常利益39百万円（同30.4%増）、当期純利益3百万円（同99.8%減）を見込む。粗利率の高いコンテンツ配信の拡大、テレマーケティングの拡大により、売上総利益は70億43百万円（同29.3%増）、売上総利益率は前期比8%向上して55.3%になると予想している。

(1) コンテンツ配信事業

売上高80億86百万円（前期比35.8%増）、営業利益2百万円（同99.5%減）。

積極的なプロモーション展開を継続し、「着信メロディ」や、成長性の高い「着うた®」の拡大を図る。「すごメロ」の一層の認知度アップを図るとともに、コンテンツの品質改善によりユーザーの満足度を更に高める。「着うた®」は、「MUSIC.JP」の認知度を高めるとともに、他社と差別化できるキラー・コンテンツの獲得に注力する。生活系コンテンツは、ユーザー・ニーズの高いコンテンツを継続的に提供しつつ、3D、人口知能など先端技術を活用したユニークなコンテンツの開発を進める。有料会員数は310万人まで拡大させていきたい。

(2) 携帯電話販売事業

売上高37億19百万円（前期比8.9%減）、営業利益2億37百万円（同1.8%増）。

量販店向け売上は引き続き減少見込みだが、効率アップ等により、営業利益は微増と予想している。

(3) テレマーケティング事業

売上高7億1百万円（前期比100%増）、営業損失1億18百万円（同4億35百万円改善）。

利益計上には至らないが、赤字幅は大幅に縮小する見込みである。契約効率は0.70~0.80の水準を維持し、契約件数は、前期比倍増の1万6千件を目標に、保険契約のストックを積み上げていく。

データベース活用ノウハウを駆使した効果的な営業の推進、最適な人的リソースを考慮した人員規模の拡大、業務改善の継続的実行による事業運営体制の品質向上等により、2006年9月期以降の黒字化を目指す。

◆中期経営計画目標数値（連結）

2006年9月期業績は、売上高161億50百万円（前期比26.8%増）、営業利益8億95百万円（同628%増）、経常利益8億15百万円（同1,990%増）、当期純利益8億54百万円（同284倍）、期末会員数は380万人を計画している。

2007年9月期業績は、売上高187億72百万円（同16.2%増）、営業利益19億98百万円（同123%増）、経常利益19億60百万円（同140%増）、当期純利益11億54百万円（同35.1%増）、期末会員数は420万人を計画している。

セグメント別では、2006年9月期は、コンテンツ配信事業は売上高115億15百万円、営業利益5億84百万円。携帯電話販売事業は売上高31億86百万円、営業利益1億28百万円。テレマーケティング事業は売上高11億83百万円、営業利益1億78百万円。2007年9月期は、コンテンツ配信事業は売上高138億14百万円、営業利益13億97百万円。携帯電話販売事業は売上高30億63百万円、営業利益1億24百万円。テレマーケティング事業は売上高15億96百万円、営業利益4億65百万円と計画している。

2007年9月期のセグメント別営業利益率は、コンテンツ配信事業は10.1%、テレマーケティング事業は29.1%まで高まると予想している。

コンテンツ配信事業の売上高構成比は2005年9月期が63.5%、2006年9月期が71.3%、2007年9月期が73.6%と、年々高まっていく見込みである。

◆ 質 疑 応 答 ◆

今期、来期のプロモーション費用を教えてください。

効果を見ながら機動的に投入していくが、少なくとも当期投入金額のプラス5億円以上を考えている。

「着うたフルTM」の現在の状況を教えてください。

2割近いダウンロード数となっており、レーベルモバイル^株に次いで高いシェアを獲得できている。一方「着うた[®]」のメニュー順位は、auとボーダフォンは2位で、ドコモは6位となっているが、少なくとも4位以上を目指していく。

(平成16年11月29日・東京)