



コンテンツ配信事業は順調に拡大、 有料会員数360万人を目指す

◆2005年9月期第3四半期連結業績

売上高は、着うた[®]等の音楽配信を中心とするコンテンツ配信事業の好調が寄与して37億72百万円（前年同期比37.7%増）と増収となった。また営業利益は、高水準のプロモーション費用を吸収し、1億31百万円を計上（同8.2%減）、四半期ベースで黒字転換した。なお5月に発表した修正計画との対比では、売上高は5.1%、営業利益は60.9%、いずれも同計画を超過している。

第1～第3四半期を累計した9カ月通算では、売上高はコンテンツ配信事業の好調から108億55百万円（同36.0%増）と増収となった。営業利益は、コンテンツ配信事業向けにプロモーション費用を中心とした先行投資費用により、△1億67百万円（前年同期△2億46百万円）となったが、プロモーション費用を大幅に増額したにもかかわらず、赤字幅は縮小した。ちなみに投下したプロモーション費用は9カ月通算ベースで見ると、20億円（第3四半期7億円）を投下し、前年同期と比べて15億円の増額となっている。

第3四半期における売上高を中核セグメント別に見ると次のとおりである。

コンテンツ配信事業は、売上高は着うた[®]等の音楽配信分野の好調から25億82百万円（前年同期比80.5%増）と増加した。一方、営業利益は減益となったものの、高水準のプロモーション費用を投入したにもかかわらず、74百万円（同64.9%減）と黒字を確保した。

修正計画に対しては、売上高は1億34百万円（修正計画比5.5%増）、営業利益は67百万円（同約10倍）とそれぞれ超過している。

第1～第3四半期を累計した9カ月通算で見ると、コンテンツ配信事業の有料会員数は335万人であり、一部不採算コンテンツ統廃合の影響から5万人増の微増にとどまった。売上高は70億99百万円（前年同期比77.0%増）、営業利益はプロモーション費用の追加投入により、△86百万円（前年同期55百万円）となった。

着うた[®]は順調に会員数を拡大し、ドコモにおけるメニュー順位も2005年4月の4位から7月には3位に上昇している。その他の主なコンテンツのFOMAメニューも交通情報（同7位から6位へ）、電子書籍（同2位を維持）と順調に推移している。また、6月20日にサービスインした天気予報も7月の段階でメニュー順位2位を確保する等、非常に健闘している。

次にテレマーケティング事業は、売上高3億6百万円（前年同期比219.7%増）と大幅増加、営業利益は△17百万円（前年同期△1億13百万円）と赤字計上ながら、赤字幅は大幅に減少した。本年1月から当事業のさらなる収益改善に注力し、経営管理指標を従来の人件費中心の「契約効率」に代えて、人件費に通信費、DM費等も加えた「1件当たりの契約獲得コスト」に変更、全体最適を意識したオペレーションの品質向上に注力していることもあり、当事業黒字化のメドが付いた。ちなみに当期のオペレータ3カ月稼働人数は7,877人から1万922人に、また契約件数は3カ月累計で3,230件から4,498件にそれぞれ増加している。しかしながら、修正計画との対比では、売上高は22百万円（修正計画比6.8%減）の未達、営業利益も8百万円の未達となっている。

第1～第3四半期を累計した9カ月通算では、テレマーケティング事業の売上高は6億39百万円（前年同期比240.7%増）と増収、営業利益は△1億87百万円（前年同期△5億21百万円）を計上したものの、赤字幅は大幅に縮小している。

第3四半期末における連結貸借対照表を2004年度末と比較すると、総資産合計は、20億66百万円減少（主因は借入金返済等に伴う現金預金33億32百万円減）、負債合計は29億52百万円減（主因は短期借入金等の20億41百万円減、転換社債の株式転換促進に伴う社債14億50百万円減）、資本合計は8億92百万円増、となった。この結果、自己資本比率は52.1%（前年同期16.2%）と大幅に改善し、今後の発展のための財務基盤が整った。なおネットキャッシュは9億円の超過であった。

◆2005年9月期第4四半期連結業績見通し

2005年9月期第4四半期は、売上高36億44百万円（前年同期比2.8%増）、営業利益は1億7百万円（同75.8%減）の計画である。コンテンツ配信事業においては、従来同様、四半期ベースで6億～7億円の高水準のプロモーション費用を投下していく。またテレマーケティング事業は黒字化となる予定である。

コンテンツ配信事業は、第3世代端末の急速な普及に併せ、積極的なプロモーション展開を継続し、有料会員数の拡大（目標360万人、現在335万人）と着うた[®]サイト「music.jp」の認知度向上に努める。また他社と差別化できるキラー・コンテンツの獲得にも取り組む。さらに生活系コンテンツの天気予報では現在2位のメニュー順位を維持する。

テレマーケティング事業ではオペレータの増加スピードを加速、現在の260人から300人体制とし、契約件数の拡大に注力する。

前回の中間決算説明会でお話したリスク要因について付言すると、コンテンツ配信事業においては①着メロ市場の縮小、②着うた[®]のプロモーション効果の低下、③着うた[®]トップ企業の積極的なプロモーション攻勢、④着うた[®]の売上原価率の上昇、⑤着うた[®]の退会率の高止まりの五つ等があるが、①については成熟化の方向は不変であるものの、有料会員数を維持しており、②、③についても、他社の積極的なプロモーションはあまり見られず、むしろ当社のプロモーション効果は良くなっている。売上原価率については、キラー・コンテンツの獲得による上昇要因と、退会率の低下傾向による下降要因が拮抗しており、特に懸念される状態には至っていない。

テレマーケティング事業については、①規模拡大に伴う運営効率の低下、②オペレータの教育研修の遅れが挙げられるが、特に問題が生じているわけではない。

◆2005年度通期連結業績見通し

売上高は145億円（前期比25.8%増）、営業利益△60百万円（前期黒字1億96百万円）、経常利益△2億200百万円（同29百万円）、当期純利益△4億60百万円（同16億34百万円）と、現時点では見通しに変更はない。

セグメント別では、コンテンツ配信事業が売上高96億93百万円（前期比62.8%増）営業利益△36百万円（前期4億17百万円）、テレマーケティング事業が売上高10億40百万円（前期比197.5%増）、営業利益△1億75百万円（前期△5億53百万円）の予定である。

◆ 質 疑 応 答 ◆

有料会員数が2005年9月末に360万人となる可能性について伺いたい。

着うた[®]サイトの「music.jp」の有料会員数は7月も順調に増加、8月についてもヒット曲の配信が多く、順調に有料会員を獲得できているため、360万人の到達は可能と考えている。

「お天気予報」の会員数はどのようなウエートになっているか伺いたい。

6月末時点で、AUが95%、残りはボーダフォンである。

来期の業績見通しについて伺いたい。

現在改定作業中である。昨年11月に発表した中期計画における2006年9月期の計画は、売上高160億円、経常利益8億円となっているが、有料会員数が上振れて推移しているため売上高については上方修正となる見込みである。一方、経常利益においては、プロモーション費用を上積みしていることにより、中期計画どおり8億円に着地するであろうと考えている。

プロモーション費用の内訳について伺いたい。

75%がテレビ広告、残りの25%が携帯画面の中のバナー広告である。今後も四半期ベースで6億～7億円規模のプロモーション費用の投下を、同じ比率で行いたいと考えている。

（平成17年8月5日・東京）